

임기구분	임기내	사업주체	김천시
신규여부	지속사업	중앙정부 지원	제도·재정적 지원 필요
예산구분	예산	사업이행도(진도율)	이행후 지속추진
주관부서	농식품유통과	협업부서	
공약실명제	과장 김영우(2530), 팀장 서경연(2540), 담당자 이호진(2541)		

□ 사업개요

- 사업목표 : 농산물의 안정적인 국내외 판로 확보를 통해 지역 농산물 재배농가의 소득증대 및 시민에게 건강하고 안전한 먹거리 제공
- 사업위치 : 김천시 관내
- 사업기간 : 2018년 ~ 2022년
- 소요예산 : 17,970백만원(국비 1,494/도비 3,215/시비 8,676/자부담 4,585)
- 주요내용 : 신선농산물 수출물류비 지원, 농식품 국내외판촉지원, 농산물 산지유통기능 활성화 등

□ 추진실적

- 2018년 : 농산물마케팅 지원사업(347백만원)
 농산물 공동선별비 지원(608백만원)
 농산물 유통구조개선지원(1,492백만원)
 농산물 산지유통기능 활성화 지원(95백만원)
 농식품 국내외판촉지원(45백만원)
 신선농산물 수출물류비 지원사업(53개품목 / 1,137백만원)
- 2019년 : 농산물마케팅 지원사업(330백만원)
 농산물 공동선별비 지원(645백만원)
 농산물 유통구조개선지원(1,364백만원)
 농산물 산지유통기능 활성화 지원(267백만원)
 농식품 국내외판촉지원(42백만원)
 신선농산물 수출물류비 지원사업(53개품목 / 1,368백만원)

- 2020년 : 농산물마케팅 지원사업(243백만원)
- 농산물 공동선별비 지원(244백만원)
- 농산물 유통구조개선지원(1,273백만원)
- 농산물 산지유통기능 활성화 지원(160백만원)
- 경북과수 통합브랜드 육성(119백만원)
- 농식품 국내외관측지원(52백만원)
- 신선농산물 수출물류비 지원사업(53개품목 / 961백만원)

□ 연차별 실적/계획

연도별	주요사업내용	비고
2018	- 농산물마케팅 지원사업 외 3개사업(2,542백만원) - 농식품 국내외관측지원(45백만원) - 신선농산물 수출물류비 지원사업(1,137백만원)	
2019	- 농산물마케팅 지원사업 외 3개사업(2,606백만원) - 농식품 국내외관측지원(42백만원) - 신선농산물 수출물류비 지원사업(1,368백만원)	
2020	- 농산물마케팅 지원사업 외 3개사업 확대 추진 - 농식품 국내외관측지원 확대 - 지역 신선농산물에 대한 수출물류비 지원을 통한 수출 확대 추진	
2021	- 농산물마케팅 지원사업 외 3개사업 확대 추진 - 농식품 국내외관측지원 확대 - 지역 신선농산물에 대한 수출물류비 지원을 통한 수출 확대 추진	
2022	- 농산물마케팅 지원사업 외 3개사업 확대 추진 - 농식품 국내외관측지원 확대 - 지역 신선농산물에 대한 수출물류비 지원을 통한 수출 확대 추진	

□ 연차별 투자수요

(단위:백만원)

재원별	총사업비 (A+B+C)	기투자 (A)	임기내 투자계획(B)						2022 하반기 이후 (C)
			소계	2018	2019	2020	2021	2022 상반기	
계	17,970	-	16,104	3,724	3,731	3,053	3,731	1,865	1,865
국비	1,494	-	1,355	277	278	383	278	139	139
도비	3,215	-	2,889	620	653	636	653	326.5	326.5
시비	8,676	-	7,799	1,805	1,753	1,612	1,753	876.5	876.5
민자	4,585	-	4,061	1,022	1,047	422	1,047	523.5	523.5
기타		-				-	-	-	-

□ 문제점 및 대응계획

- 농식품 수출이 꾸준히 확대되고 있으나, 우리시의 경우 수출품목이 포도, 새송이버섯으로 편중되어 있음.

⇒ 수출품목 다양화를 통해 수출실적을 제고할 필요성이 있음

- 10개 참여농협 통합마케팅 조직 출하실적이 상이해서 사업추진에 어려움이 있음.

⇒ 통합마케팅 조직 출하실적 우수 참여농협 사업비 우선배정 고려

□ 기대효과

- 우수 농특산물 수출 확대를 통해 수출가격에 생산비 및 안전성 등의 특성이 제대로 반영됨으로써 생산농가의 소득증대에 기여

- 농산물 시장 개방 확대, 소비지 대형유통업체의 확산 등 유통 환경 변화에 규모화·전문화된 마케팅조직 육성 지원을 통한 시장교섭력 제고