



2011 지속가능경영보고서

Green Dream **at**



서울특별시 서초구 강남대로27 ● Tel.02-6300-1044 ● Fax.02-6300-1602 ● www.aT.or.kr



ABOUT THIS REPORT

본 보고서는 한국농수산물유통공사가 네 번째로 발간하는 지속가능경영 보고서입니다. 공사는 보고서를 통하여 지속가능경영 활동을 투명하게 공개함으로써 이해관계자와 소통하고 지속가능한 기업이 되기 위해 노력하고 있습니다.

발간내역

1차 : 2009년 3월, **2차** : 2010년 3월,
3차 : 2011년 3월, **4차** : 2012년 3월

보고 원칙

본 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative)의 G3.1가이드 라인을 바탕으로 작성하였습니다.

보고 범위 및 기간

본 보고서는 2011년 1월부터 12월까지 본사 및 국내 지사의 경제적, 환경적, 사회적 활동과 성과가 수록되었으며, 향후에도 매년 발간될 예정입니다. 일부 정량적 데이터에 대해서는 추세 변화 파악을 위해 최근 3개년(2009년부터 2011년까지) 동안의 성과를 보고하였으며, 중요하다고 판단되는 이슈에 대해서는 보고서 발간시점까지의 정보를 수록하였습니다.

보고서에 대한 검증

한국농수산물유통공사는 보고서에 수록된 정보들의 신뢰도 제고를 위하여 한국생산성본부에 제3자 검증을 의뢰하였습니다. 검증은 AA1000AS 2008 검증 기준에 따라 수행되었으며, GRI 가이드라인의 A+적용레벨을 충족하고 있음을 확인하였습니다. 한국농수산물유통공사의 지속가능경영 및 대내외 활동과 관련하여 추가정보가 필요한 경우 홈페이지(www.at.or.kr)를 참조하거나, 아래의 연락처로 문의하여 주시기 바랍니다.

Contact Information

서울특별시 서초구 강남대로 27 aT Center (우. 137-787)

한국농수산물유통공사 기획실 CS경영팀

tel. 02-6300-1044 **fax.** 02-6300-1602

e-mail. atcsr@at.or.kr

CONTENTS

GREEN DREAM aT
2011 Sustainability Report

ABOUT aT 04

CEO Message

2011 Highlight


Company Profile


aT 비전 및 중장기 전략


Process Overview



aT aT 지속가능경영

 경제적 가치 창출

 환경적 가치 창출

 사회적 가치 창출

 부록

Sustainability 13

1. 지속가능경영체계
2. 지배구조
3. 윤리경영
4. 리스크 관리
5. 이해관계자 참여

Economy_1 23

1. 농수산식품의 글로벌 경쟁력 강화
 - 1.1 수출 기반조성
 - 1.2 수출 성장동력 확충
 - 1.3 해외시장 마케팅

Economy_2 29

2. 유통구조혁신
 - 2.1 산자-소비자 직거래 활성화
 - 2.2 산자유통조직 경쟁력 강화
 - 2.3 도매시장 기능강화 및 운영활성화
 - 2.4 농수축산물 유통정보수집

Economy_3 37

3. 식품산업 인프라 확충
 - 3.1 식품산업 육성
 - 3.2 농수산식품 소비 촉진
 - 3.3 한식세계화 추진

Economy_4 43

4. 수급관리 역량 확대
 - 4.1 기초식량의 안정적 수급관리
 - 4.2 국가 곡물조달시스템 추진
 - 4.3 해외 수입정보 조사

Environment 49

1. 친환경 가치 창출 활동
 - 1.1 친환경 농식품 유통활성화
 - 1.2 녹색 식생활 보급
2. aT 녹색성장 실천

Society 57

1. 고객만족
2. 임직원 복지
3. 지역사회 공헌
4. 동반성장

Appendix 71

- 요약 재무제표
- 제3자 검증보고서
- Guideline Index
- 용어정리
- 수상실적
- 협회 가입현황

CEO MESSAGE

1967년 농어촌개발공사로 출발하여, 한국 농업의 역사를 이끈 농수산물유통공사가 2012년 **한국농수산물유통공사(aT)**로 새롭게 태어났습니다. 국민에게 신뢰받는 글로벌 농수산물산업 육성 전문 공기업으로 거듭나기 위해 역동하는 aT를 지켜봐 주시기 바랍니다.

“ 농어업인에는 땀흘린 **보람**을
소비자에게는 신선한 **만족**을
국민 여러분에게는 무한한 **신뢰**와 **행복**을 ”

aT를 사랑해 주시는 이해관계자 여러분께

aT에 대한 변함없는 신뢰와 관심에 깊은 감사의 말씀을 드립니다. 2011년 우리 농업계는 구제역, 이상기후로 인한 농산물 생산 수급 불안정 등 많은 어려움을 겪었으며, 올해는 한미 FTA 발효 등 본격적인 개방화 시대에 직면합니다. 많은 어려움이 예상되지만 이러한 위기를 기회로 바꾸기 위해 적극적으로 업무를 추진하고 국민에게 신뢰받는 공공기관이 되기 위해 최선을 다하는 것이 aT에 주어진 역할이자 과제입니다.

창립 45년째가 된 우리 aT는 올해 '제 2의 창립'을 맞이하였습니다. 공사의 명칭이 '한국농수산물유통공사'로 바뀌고 업무영역과 기능도 크게 확대되었습니다. aT는 제2의 창립을 맞아 한 발 더 나아가고자 합니다. 급변하는 환경 속에서 농수산물산업의 진흥을 이끌고 끊임없는 성장을 통해 지속가능한 기업, 존경받는 기업이 될 수 있도록 다음과 같은 노력을 기울이고자 합니다.

본격적인 개방화 시대를 맞아 수출증진을 통한 우리 농어업의 경쟁력 강화를 뒷받침하겠습니다.

농수산물식품 수출은 우리 농어업이 세계시장과 당당히 겨룰 수 있다는 자신감이자 발판입니다. 특히 2012년은 농수산물식품 수출 100억불 달성이라는 중요한 목표가 있습니다. 철저한 해외시장조사와 신규 유통망 발굴, 마케팅 지원 등 다양한 정책을 추진하여 농수산물식품 수출 100억불 시대를 열고 우리 농업에 활력을 불어넣겠습니다.

국내 식품산업을 육성 발전시키겠습니다.

식품산업 진흥의 중요성은 누구나 인식하고 있습니다. 1차 생산품의 가공을 통해 농어업의 부가가치가 증대되고, 관련업체 종사자 숫자가 늘어나는 등 식품산업이 일으키는 경제효과는 막대합니다. 식품산업 진흥 및 육성을 위해 설립한 '농수산물식품기업지원센터'를 중심으로 농수산물 · 식품 · 외식 기업의 경쟁력 강화를 위해 상담과 컨설팅 등을 종합적으로 지원, 인프라를 확충하고 기업들의 해외진출을 활성화하겠습니다.

2012년을 안전한 농수산물을 안정적으로 유통시키는 '안심유통'의 원년으로 삼아 유통혁신을 본격적으로 추진하겠습니다.

복잡한 농수산물 유통구조를 효율적으로 개선하여 생산농가의 수취가격을 올리고 소비자 물가안정을 지원하겠습니다. 농수산물 사이버거래소를 통해 학교급식 등 단체급식은 물론 식품 · 외식업체의 식재료도 온라인 직거래로 공급함으로써 유통 비용을 대폭 절감시키겠습니다.

사회적 책임을 성실히 이행하고, 국민에게 신뢰받는 공공기관이 되겠습니다.

지금까지 aT는 선진 투명윤리 경영체제를 확립하여 대표적인 청렴 공공기관으로 인정받고 있으며, 상생협력의 노사문화와 건전한 내부 경쟁문화를 통해 조직 생산성을 높이고 있습니다. 사회적 소외계층을 위한 지역사회 공헌, 친환경 경영활동을 통한 녹색성장정책 부합을 위해서도 노력하고 있습니다.

앞으로도 aT 임직원은 끊임없는 경영혁신을 통해 미래 성장동력을 확보해 나가는 동시에 윤리적이고 투명한 기업, 나눔과 봉사를 실천하는 기업이 되기 위해 더 많은 노력을 기울이겠습니다.

이해관계자 여러분의 많은 관심과 격려를 부탁드립니다.

한국농수산물유통공사 사장

김재수



2011 aT지속가능경영 HIGHLIGHT

Highlight 1 aT

aT, 한국농수산물유통공사로 재탄생 (12.1)

1967년 농어촌개발공사로 출발해, 농수산물 유통효율화 및 가격안정, 수출진흥 등의 기능을 수행해 온 농수산물유통공사가 식품산업육성, 국가곡물조달, 농수산물사이버거래소등의 기능을 확대하면서 한국농수산물유통공사로 명칭을 바꾸고 재탄생 하였습니다. 제2의 창립을 맞아 농식품 수출 100억불 시대를 주도하는 동시에 식품산업육성, 수급안정 기능 강화를 통해 국민들에게 더욱 신뢰받는 공기업으로 자리매김할 수 있도록 최선을 다할 계획입니다.



Highlight 2

미국지역 곡물회사 aT Grain Company 설립

민·관 합동 컨소시엄을 통해 미국 곡물회사 aT Grain Company를 설립하여 곡을 시범적으로 도입하는 등 국가곡물조달시스템을 본격적으로 추진하였습니다. 이를 통해 세계적인 이상기후 현상 속에서 국민 식량을 안정적으로 확보할 수 있는 기반을 마련하였습니다.



Highlight 3

농수산물 수출 77억불 돌파

aT는 일본 대지진 직후 즉각적인 수출대책 T/F팀을 구성, 운영하는 등 수출환경 변화에 즉각적이고 적극적인 대응을 통해 수출위기를 돌파하였습니다. 또한 수출전략품목 집중육성 시스템도입을 통한 글로벌 스타품목 양성체계 구축, 자율 수출가이드라인 도입을 통한 덤핑 수출방지 등의 노력을 기울인 결과 '11년 농수산물 수출은 30%라는 사상 최대 수출 증가율을 기록하며 77억불 수출달성의 쾌거를 기록하였습니다.



Highlight 4

사이버거래소 2011년 사업 목표 대비 164% 달성

배추예약 거래, 음식점 중앙화와 연계한 외식업체 직거래 등 새로운 거래 모델 발굴 및 학교급식 식재료 조달사업 등의 노력으로 사이버거래소거래 실적이 '10년 1,755억 원에서 '11년 6,255억 원으로 대폭 증가하였습니다. 사이버거래소 활성화를 통한 산지·소비자간 직거래 확대로 약 370억 원의 유통비용 감소를 가져왔으며, 농수산물사이버거래소(www.eat.co.kr)를 새로운 유통채널로 정착시켜, 유통혁신을 선도했습니다.



Highlight 5

2011 공공구매 촉진대회 대통령 표창 수상

중소기업청이 주최하고 중소기업중앙회가 주관하는 "2011년도 공공구매 촉진대회"에서 중소기업 수주기회 확대를 위한 다양한 제도개선을 통한 중소기업제품의 구매비율 확대 등 사회적 책임을 성실히 이행한 노력을 인정받아 대통령 표창을 받았습니다. 앞으로도 중소기업과 동반성장 해 나갈 수 있도록 더욱 더 노력하겠습니다.



COMPANY PROFILE

국민에게 신뢰받는 글로벌 농수산물식품산업 육성전문 공기업

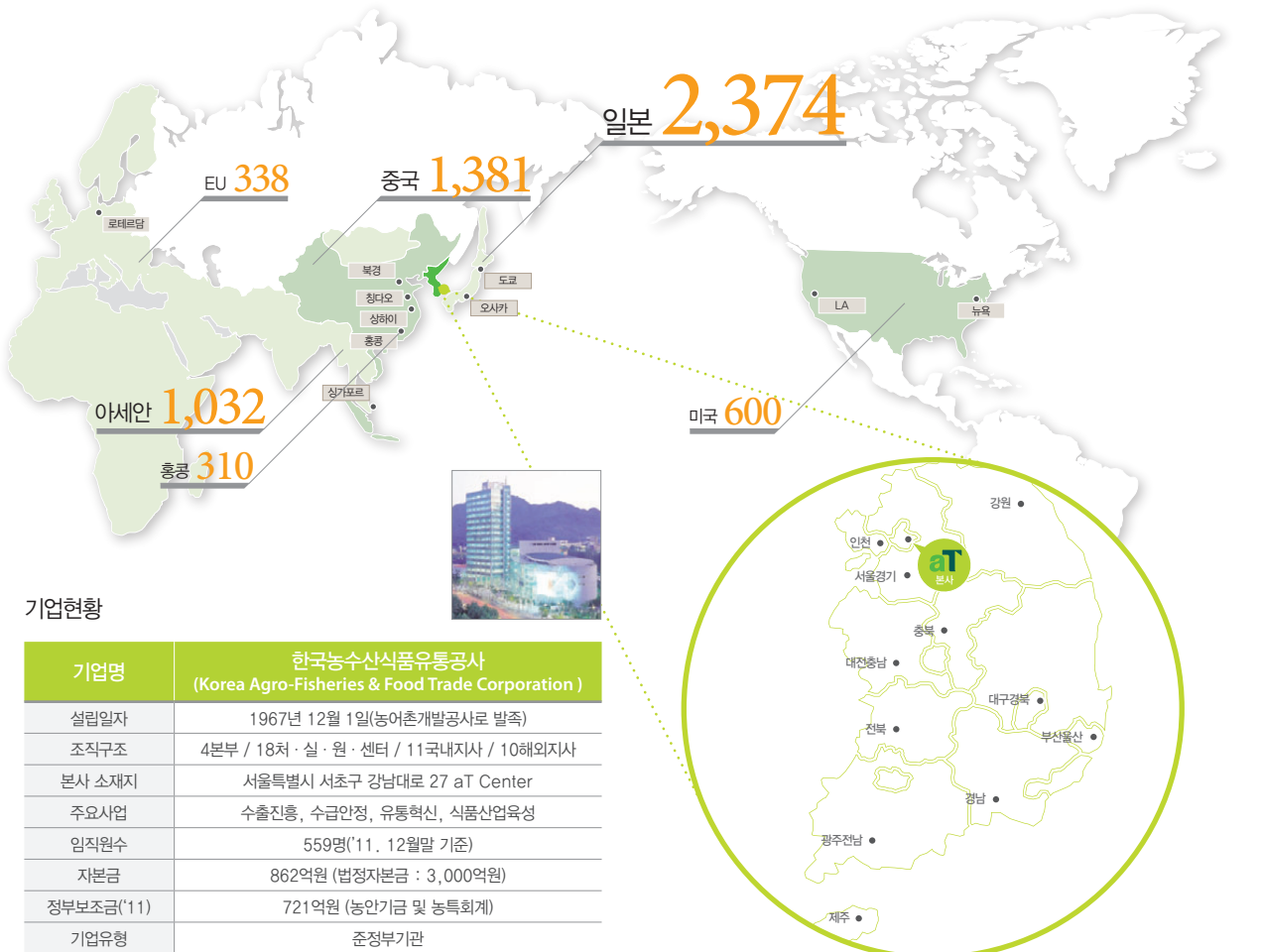
한국농수산물유통공사

한국농수산물유통공사는 농공(農工) 간의 격차완화를 위해 1967년 농어촌개발공사로 발족하였습니다. 1986년 농수산물유통공사로 확대 개편한 이후 도매시장육성, 유통교육 및 정보 등 유통조성사업을 강화하고 수출진흥사업과 농수산물소비촉진사업으로 사업영역을 확장하여 농어민의 소득증진과 국민경제의 균형있는 발전에 기여해 왔습니다. 2012년 한국농수산물유통공사로 사명을 변경하고 '국민에게 신뢰받는 글

로벌 농수산물 식품산업육성 전문 공기업'으로 새로운 비전을 수립, 우리 농업의 성장동력이 될 농수산물산업지원 기능을 대폭 강화하는 등 차별화·전문화된 사업구조와 기능으로 개편하는 데 주력했습니다. 앞으로 한국농수산물유통공사는 농수산물산업 진흥 전문기관으로서 우리 농업의 새로운 가치 창출에 노력하고, 기업의 사회적 책임을 성실히 이행하여 고객에게 신뢰와 존경을 받는 공기업으로 거듭나겠습니다.

2011년 주요 국가별 농수산물 수출액

(단위 : 백만 달러)



ORGANIZATION CHART



aT 비전 및 중장기 전략

미션

농수산식품산업 진흥을 통해 국민의 안정적인 먹거리 확보와 삶의 질 향상에 기여

비전

“ 국민에게 신뢰받는 글로벌 농수산식품산업 육성전문 공기업 ”

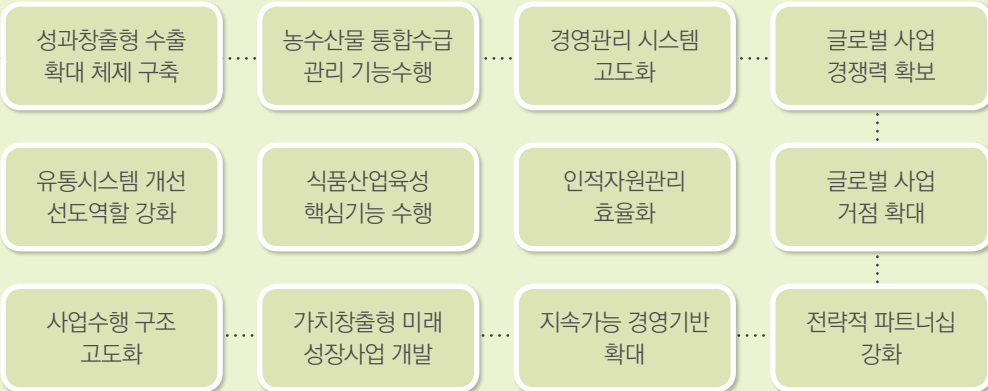
전략목표

농수산식품 산업 육성 기여도 극대화

전략방향

사업 전문성 강화 · 성장 동력 확대 · 경영 혁신 제고 · 글로벌 역량 강화

전략과제



핵심가치

YES aT

긍정적사고 (Yes) · 전문지식 (Excellence) · 고객감동 (Surprise) · 실행중시 (Action) · 상호신뢰 (Trust)

비전 및 미션

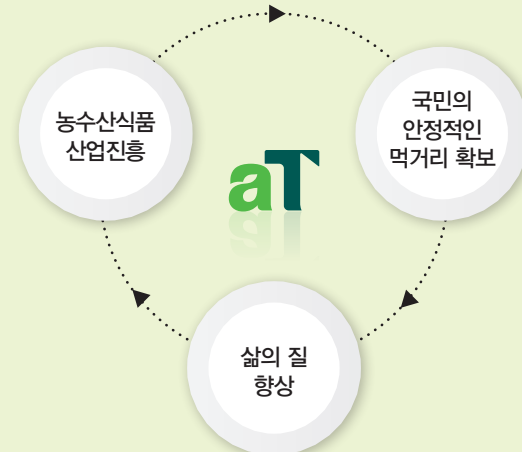
농수산물에서 농수산식품으로 지원대상 재화가 확대됨에 따라 농수산식품과 관련된 다양한 사업을 수행하기 위해 관련 내용을 포괄적으로 수용하는 비전 및 미션방향을 설정하였습니다. 국민에게 신뢰받는 글로벌 농수산식품 산업 육성전문 공기업으로, 특화된 지원사업을 전개하여 농수산식품의 국내외 경쟁력을 확보하는 한편, 농수산식품산업 진흥을 통해 국민의 안정적인 먹거리 확보와 삶의 질을 향상시킬 수 있도록 노력하겠습니다.

비전 Statement

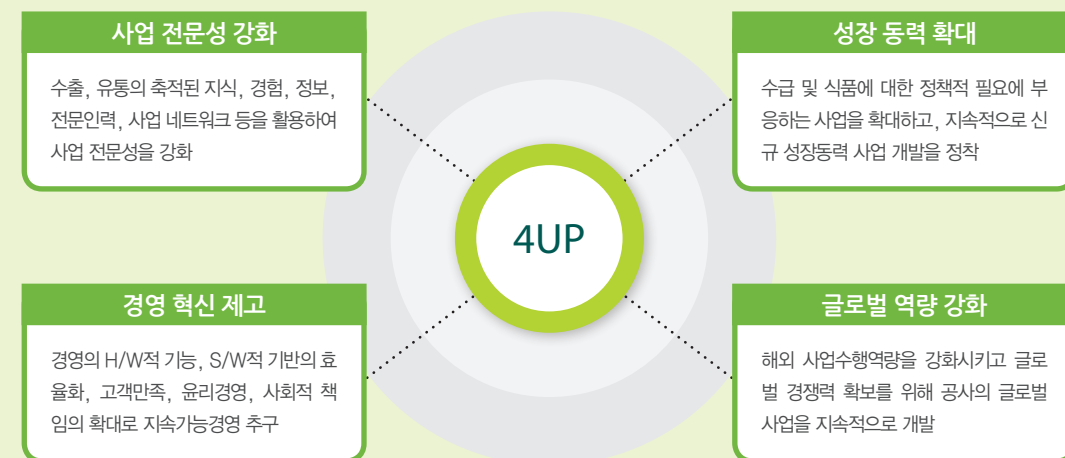
비전 국민에게 신뢰받는 글로벌 농수산식품 산업육성 전문 공기업

- 공기업으로서의 역할수행을 위한 전제조건인 전체 국민들로부터의 확고한 신뢰확보
- 중장기적으로 공사는 해외 네트워크의 규모와 기능을 확대하여 글로벌 사업체계를 육성
- 미션에 표현된 바대로 공사의 설립목적을 지속적으로 수행하는 관점에서 산업진흥 역할 강화
- 농수산식품 분야 전문가로서의 위치를 확보하면서 공익성을 동시에 달성하는 기업으로 발전

미션체계

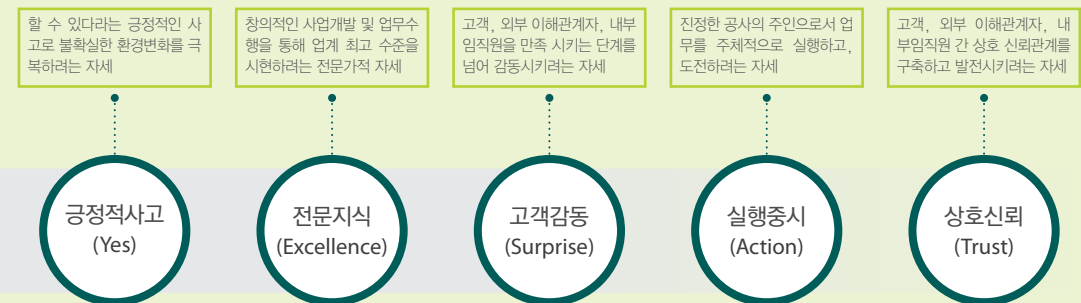


전략방향



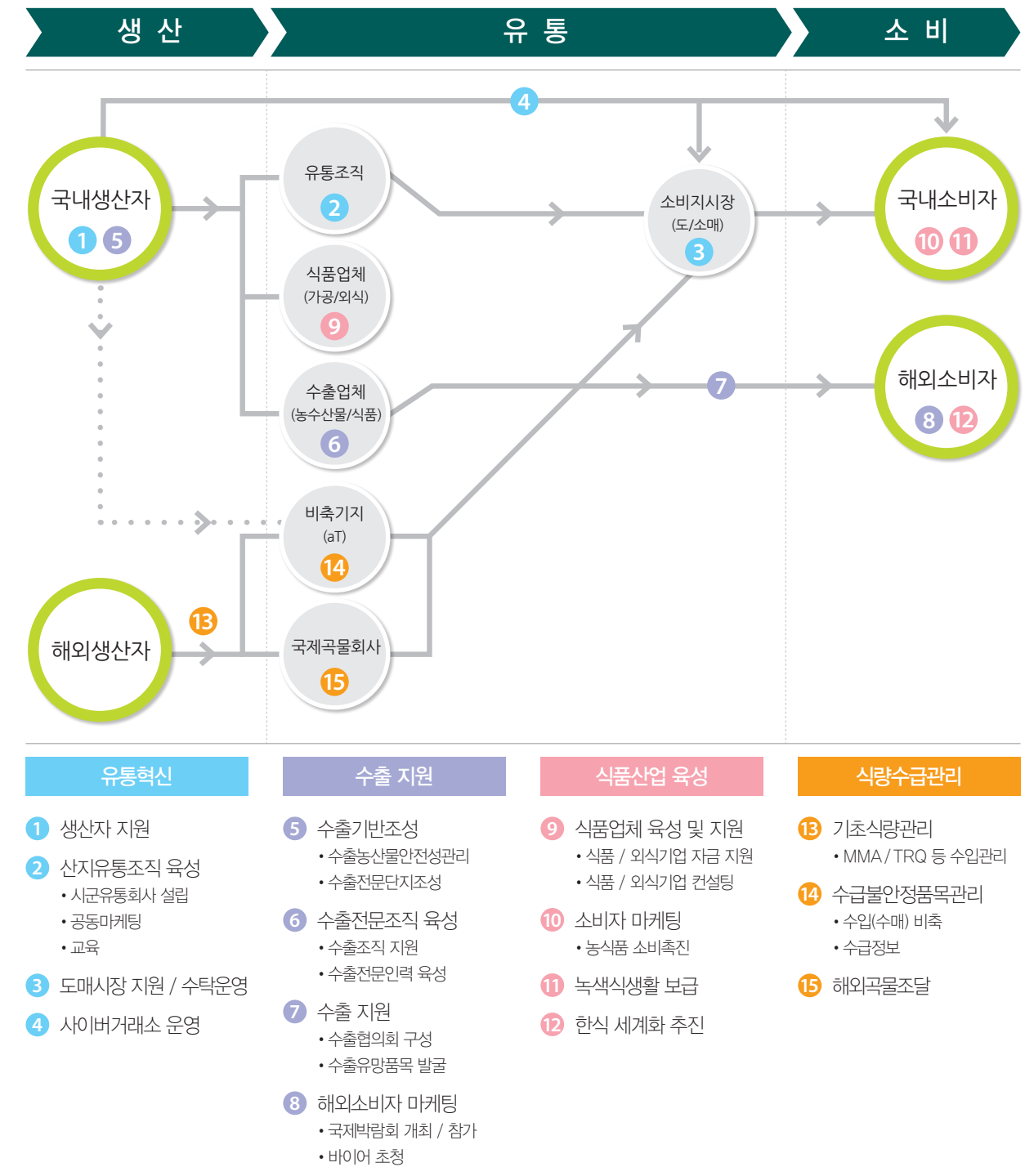
핵심가치

aT의 존재이유와 어떤 변화에도 흔들림 없는 궁극적 목적을 담은 경영 이념은 긍정사고(Yes), 전문지식(Excellence), 고객감동(Surprise), 실행중시(Action), 상호신뢰(Trust)로 설정하였으며, 5가지 핵심가치는 공사가 지향하는 비전 달성을 위한 aT인의 신념이자 aT의 기업정신을 담았습니다.



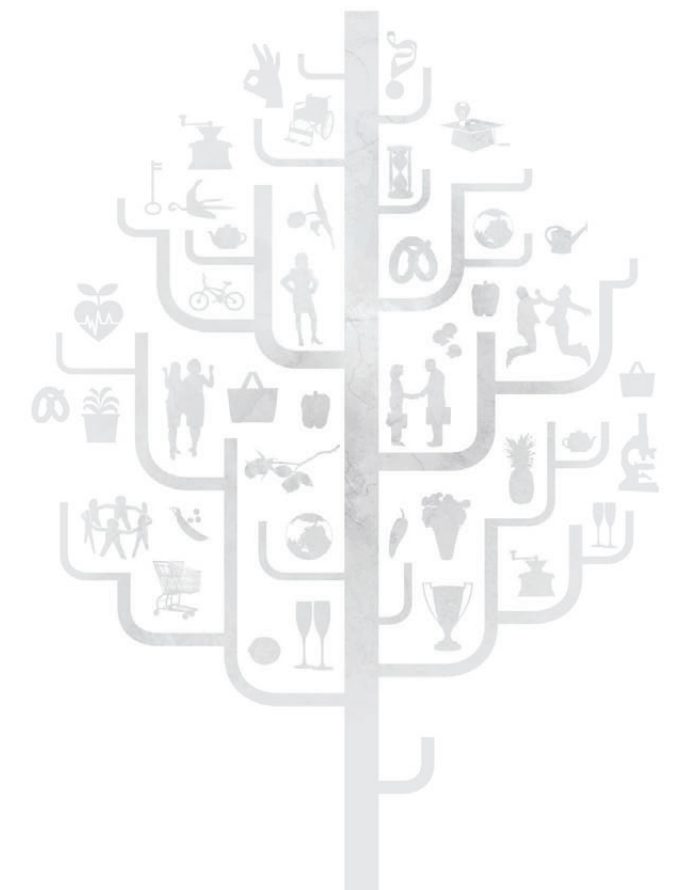
PROCESS OVERVIEW

농식품 유통과 aT 주요사업

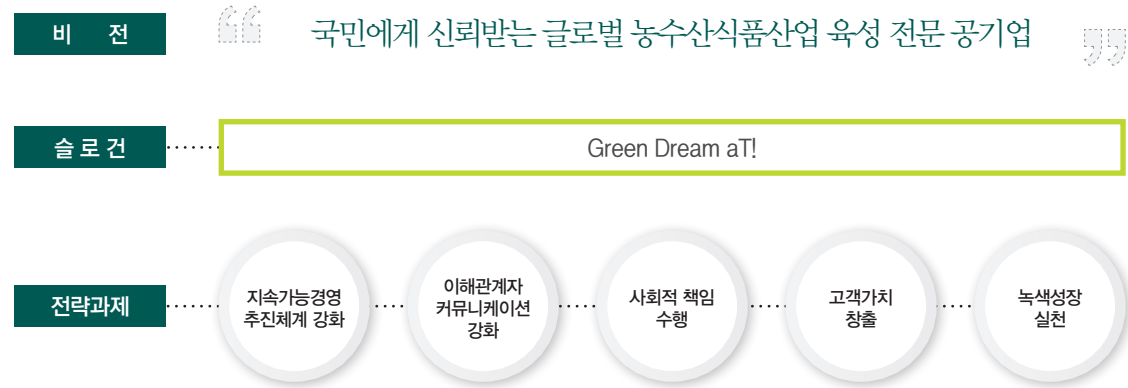




지속가능경영



1. 지속가능경영체계



지속가능경영 추진 체계

한국농수산물유통공사는 “국민에게 신뢰받는 글로벌 농수산물산업 육성 전문 공기업”을 비전으로 삼고, 가치창출, 변화, 혁신을 통한 지속적 성장은 물론 사회공헌과 환경경영 등 사회의 발전을 추구하는 지속가능경영을 실천하고 있습니다.

지속가능경영 추진 조직

한국농수산물유통공사는 기획실 내에 CS경영팀을 운영하여 전사 차원에서 지속가능경영 현황을 점검하고 있으며, 전략과제에 따라 해당 부서에서 기능별로 분담하여 지속가능경영을 추진하고 있습니다. 또한 이해관계자들과의 커뮤니케이션 채널을 구축하여 경제, 사회, 환경적 책임에 대한 이슈를 공유하고 있습니다.

2. 지배구조

aT는 이사회 중심의 지배구조를 구축하여 경영의 전문성과 효율성을 제고하고 있습니다.

이사회 구성

이사회는 aT 경영을 관장하는 최고의사결정기구로서, 사장을 포함한 상임이사 4인과 비상임이사 5인으로 구성되어 있습니다. 경영진에 대한 경영 감시 및 견제 기능 수행을 위해서 비상임이사의 비율은 50% 이상으로 유지하고 있습니다.

사장은 임원추천위원회 추천과 농림수산물부장관의

제청을 거쳐 대통령이 임명하며, 상임이사는 사장이 임명하고 있습니다. 법에 근거한 공정하고 객관적인 선임 절차를 통해 경영진의 자질 및 전문성을 확보하고 있습니다. 비상임이사는 공개모집을 통해 임원추천위원회의 추천을 거쳐 농림수산물식품부 장관이 임명하고 있습니다. 다양한 농업 분야 및 사회·경제 제반 분야에서 경험이 풍부하고 역량이 뛰어난 후보를 선정하여 전문성 있는 이사회를 구성하고 있습니다.

2011년 이사회는 총 13회 개최되었으며 의결 22건, 보고 28건 총 50건의 안건이 상정되어 심의 처리되었습니다.

구분	성명	성별	주요경력	역할
상임이사	김재수	남	농촌진흥청 청장, 농림수산물식품부 차관	사장 (의장)
	허훈무	남	공사 선진유통처장, 기획실장	부사장 겸 기획이사
	김희국	남	공사 화훼사업본부장, 부산울산지사장	유통이사
	박중서	남	국립수목원장, 국립식물검역원장	수출이사
비상임이사	강경구	남	대성직업전문학교 이사, 한·호 발전위원회 간사장	수출진흥
	백현기	남	농림부 양정국장, 농어촌진흥공사 이사	유통조정
	조평희	남	한국농업경영인 중앙연합회 이·감사, 진천군 농업인단체 협의회 회장	현장농정
	김양환	남	농림수산부 특작, 농산국 근무, 서울특별시 농수산물공사 강서지사장	식품산업
	장원석	남	농어업·농어촌특별대책위원회 위원장, 기재부 FTA국내대책 위원회 위원(現)	수급안정

(*12.1.1 장원석 비상임이사 임명)

이사회 운영 내실화



안전상정 계획을 연간, 월별로 수립하여 관련부서에 통보함으로써 상정부서의 충실한 안전 작성과 사전 심의 준비를 통해 합리적 의결을 유도하고 있습니다. 또한 이사회 개최를 탄력적으로 조정·운영하여 참석률을 제고하고 있습니다. 이에 따라 2009년 이후 3년 연속 95% 이상의 높은 참석률을 유지하고 있습니다.

비상임이사의 심도 있는 안전 논의를 위해서 직원으로 구성된 1:1 서포터즈 제도를 통해 직무수행을 지원하고 있습니다. 상정안전 분석 및 경영현황 파악 등에 필요한 자료를 수집하여 제공하고 있으며, 사내전산망(인트라넷)을 통해서도 다양한 경영정보를 제공하고 있습니다.

이사회 성과평가

이사회 운영성과는 공공기관의 운영에 관한 법률에 의거하여 사장 및 상임이사는 경영목표를 설정하고 성과를 평가 받고 있으며, 이를 기준으로 성과급을 차등지급하고 있습니다. 비상임이사는 농림수산물식품부 장관이 직무수행실적을 평가하여 연임여부를 결정하고 있습니다. 또한, 이사회 운영 활성화를 위해 성과지표를 설정하여 관리하고 있으며, 주요 성과 지표로는 이사회 상정 안전 수, 참석률, 비상임이사 발언 비중이 있습니다.

이사회 성과 지표

분류	2009	2010	2011
개최수	13회	13회	13회
참석률	95%	99%	98%
상정안 (의결안)	47건 (17)	46건 (17)	50건 (22)
비상임이사 발언 비중	68.3%	70.3%	70.5%

지속가능경영 추진성과

KoBEX SM

(KoreaBusinessEthicsIndex-SustainabilityManagement)



KoBEX SM은 매년 지식경제부와 산업정책연구원이 공동으로 실시하는 국내 주요 공기업 및 민간기업의 지속가능경영 실태 조사사업이다. 전년에 비해 지배구조, 지역 사회, 환경경영 영역에서 점수가 11.6점이 올라 지난해 A등급에서 금년도에는 AA 등급을 받았습니다. 공사는 평가결과를 지속가능경영 전략수립에 반영하여 지속가능경영 리더십을 확충하고 있습니다.

공공구매 촉진대회 대통령 표창



중소기업청이 주최하고 중소기업중앙회가 주관하는 2011년도 공공구매 촉진대회에서 중소기업 수주기회 확대를 위한 다양한 제도개선으로 중소기업제품의 법정 의무 구매비율을 지속적으로 초과 달성하는 등 공기업으로서 사회적 책임을 성실히 이행한 공로를 인정받아 대통령 표창을 수상하였습니다.

비상임이사의 전문성 강화 및 활용

공사는 비상임이사의 전문성 향상을 위해 다양한 지원을 하고 있습니다. 새로 선임된 비상임이사들에게 공사 현황 설명 및 가이드북을 제공하는 한편, 공사 사업현장 견학 및 주요 행사에 참여를 지원하고 있습니다.

2011년도에는 현장이사회(3회)를 개최하여 식품제조업체, 수출업체 등 다양한 사업현장을 견학하였으며, KOREA FOOD EXPO 등 행사에도 참여하여 공사 사업에 대한 이해를 높이는 기회를 가졌습니다. 공사에서는 비상임이사의 전문성을 경영에 적극 활용하고 있습니다. 이사회 시 비상임이사가 개진한 의견에 대해 적극 검토하여 시행하고 있으며, 시행한 결과에 대해서는 분기별로 이사회에 보고하여 피드백을

하고 있습니다. 또한 각 직능별 다양한 경영활동에 비상임이사의 전문성을 적극 활용하고 있습니다. 2011년도에는 내부경영 평가위원, 경영혁신 BP 경진대회 심사위원, 수출전진기지 부지선정 평가위원 등 각종 위원으로 위촉하여 공사 경영에 비상임이사의 전문성을 접목시키려는 다양한 시도를 하였습니다.

현장이사회



대내외 감사를 통한 경영 감시

공사는 감사실에 독립적인 의사결정 및 감사 권한을 부여하여 공정한 감사를 통해 투명한 경영성과를 창출하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 감사원, 국회 그리고 농림수산식품부로 부터 수시로 외부 감사를 받고 충실히 이행하며 경영의 투명성을 높이기 위해 노력 중입니다.

소위원회 운영

공사는 의사결정 효율성을 제고하고 비상임이사의 경영

참여 확대를 위해 이사회 산하에 '기획 위원회, 사업 위원회, 윤리 위원회' 3개의 소위원회를 두고 있습니다. 소위원회에서는 중요 의결안건에 대한 사전 설명을 통해 안건에 대한 이해도를 제고하고 있으며 주요 현안에 대해서 관련 처·실장과의 토론의 장을 마련하고 있습니다.

소위원회('11.12.22): 2012예산(안)심의



3. 윤리경영

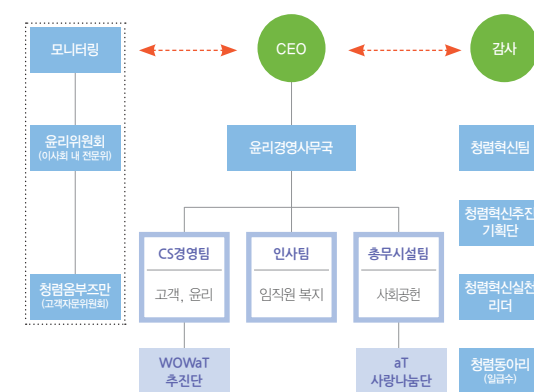
지속적인 윤리경영 추진을 통해 2005년부터 2009년까지 5년 연속 최우수 청렴기관이라는 영예를 거두었으며, 2011년에는 청렴·윤리 선도기관으로 그 성과를 인정받아 (사)한국감사협회가 주관하는 '아시아 최고 감사리더십포럼 및 한국 감사인 대회'에서 '2011 청렴·윤리부문 최우수기관'으로 선정되었습니다.



윤리경영 추진조직

aT는 윤리경영을 총괄하는 윤리경영사무국을 운영하고 있으며, 동시에 반부패·청렴 업무를 담당하는 청렴혁신 추진기획단을 별도로 운영하며 강력한 윤리경영 활동을 추진하고 있습니다.

윤리경영 확산을 위한 전사 추진조직 운영



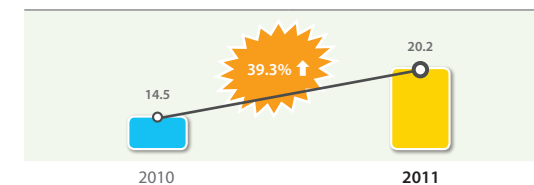
윤리경영 실천 프로그램

임직원 윤리교육

aT는 윤리경영 조직문화 내재화를 위해 전 임직원들에게 지속적인 윤리경영 교육을 실시하고 있습니다. (한해 동안 경영진을 포함한 많은 임직원들이 윤리·청렴관련 교육을 수강하였습니다.) 특히 2011년에는 윤리적 딜레마 사례에 대한 모의법정 체험교육을 통해서 임직원들의 윤리경영 실천력 강화에 주력하였으며, 전국지사를 순회하면서 상임감사 주재로 청렴, 반부패 교육을 실시하였습니다.

향후에도 지속적인 윤리교육활동을 통해 임직원의 윤리마인드를 체질화하고, 부조리한 행위를 근절할 수 있도록 노력하겠습니다.

1인당 연간 평균 윤리경영 교육시간 (단위 : 시간)



윤리·청렴 문화 확산 프로그램

임직원들의 자발적 참여로 윤리·청렴의식을 배양하여 깨끗한 기업문화를 조성하기 위해 다양한 프로그램들을 운영하고 있습니다.

청렴동아리 "일급수" 구성, 청렴스타 aT(청렴혁신 아이디어 공모전), 지속가능경영 홍보 콘텐츠 공모전, Clean Tea Time 개최, 청렴패 수여, 청렴영화 상영, 청렴혁신 MMS알리미 등 청렴한 사내 분위기 조성을 위한 다양한 활동을 하였습니다.

추상적인 개념이 아닌 업무현장에서 청렴을 직접 느끼고 사업부서에서 실제 발생가능한 부패 발생 요소를 정책에 반영하여 aT임직원 전체가 Clean aT 정착을 위한 전사적인 노력을 하고 있습니다.

또한 2011년에는 윤리마인드에 대한 전 임직원의 공감대를 형성하고, 윤리경영 조직문화를 정착시키기 위해 윤리의 날(11.11)을 제정하여 외부강사 초청강연, 자가진 단테스트, 윤리스피드 퀴즈대회 등 다양한 활동으로 윤리경영 문화 및 실천의지에 대한 공유의 장을 마련함으로써 윤리경영 실천 및 정착을 위해 노력하였습니다.

자가진단테스트 지속가능경영 홍보콘텐츠 공모전 청렴혁신 아이디어 공모전



부패방지 제도 개선

aT는 부패취약분야에 대한 분석과 평가를 실시하여 발생가능한 부패의 근원적 원인을 차단하는 다양한 시스템을 구축하여 운영하고 있습니다.

자율적 제도 개선 과제 발굴

각 사업 부서별로 발생가능성이 높은 부패유발요인에 대하여 자율적으로 제도개선과제를 발굴하여 자발적으로 청렴 취약분야에 대한 개선을 추진하고 있습니다. 2011년에는 자금지원업체 온라인 사후 관리 시스템 도입 등

총 35개의 제도개선 과제를 발굴하여 추진실적, 향후 계획, 효과성에 대한 실적을 분기별로 점검하고 있습니다.

부패영향평가를 통한 규정상 공정성 저해요소 정비

사규(규정·시행지침) 재·개정 시 부패영향 평가를 시행하여 내재하는 부패유발요인 등 비현실적인 기준을 사전에 제거하고 있습니다. 2011년은 계약, 인사, 감사, 기관운영비 및 심의의결위원회 규정의 조문개정을 통하여 부패유발요인 제거를 위한 노력을 하였습니다. 또한 공사의 사규를 홈페이지에 공개하여 투명행정을 실현하고 있습니다.

전방위적인 신고제도 운영

임직원과 공사 외부 고객이 비윤리·부패행위 등을 당하거나 유발했을 경우 다양한 신고제도를 설치하여 운영하고 있습니다. 청백리 마당, 내부공익신고, 청탁등록센터, 부정비리신고, 고객감사청구, 고객제도개선청구, 모바일 핫라인 7개의 채널을 운영하여 신고를 유인하고, 부패에 대한 예방과 감시를 하고 있습니다.

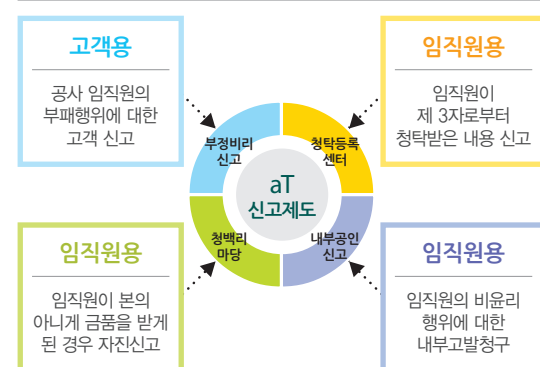
특히 2011년에는 부패의 주원인으로 뽑히는 청탁행위를 사전에 차단하여 공정하고 투명한 의사결정을 위하여 ‘청탁등록센터’를 구축하였습니다. 제3자로부터 청탁을 받은 임직원이 청탁자와 청탁내용을 인트라넷에 신고하

면 이를 감사담당부서에서 감시하는 청탁비리근절을 위한 시스템입니다.

클린카드 상시 모니터링 시스템 구축

정부와 공공기관의 예산의 낭비와 부패 유발요인으로 지속적으로 지적되는 법인카드(클린카드)의 위법적 사용을 방지하기 위하여 노력하였습니다. 특히 2011년은 타 기관의 예산 낭비·유용 등 위법 사례를 참고하여 클린카드 지침개정과 상시 모니터링 시스템을 구축하였습니다. 카드사의 원천데이터를 자동 수집하여 사용제한 업종 확대, 심야와 공휴일 사용 금지, 동일거래처 반복사용 등 부패 발생 가능 요소를 모니터링을 통하여 차단하기 위하여 운영하고 있습니다.

신고제도 운영



투명경영을 위한 공기업 간 MOU 체결



aT는 2010년 한국관광공사와의 MOU체결에 이어 2011년에는 ‘대한지적공사’와 MOU를 체결하였습니다.

이를 통해 양기관은 감사·청렴·윤리 업무 부분에서 합동 점검 실시를 통하여 공공기관의 투명성을 제고하기 위하여 노력하고 있습니다.

[감사 MOU 체결 및 활동내역]

- 2010. 7. 한국관광공사와 MOU체결 및 합동감사 실시
- 2010. 8. 한국관광공사와 합동워크숍 실시
- 2011. 7. 한국관광공사와 합동워크숍 및 합동 감사 실시
- 2011. 8. 대한지적공사와 MOU 체결
- 2011. 9. 대한지적공사와 합동 공직기강 점검 실시
- 2011.10. 대한지적공사와 합동 워크숍 실시

4. 리스크 관리

aT는 기후변화에 따른 국내외 농산물의 수급 불안 리스크 등 공사 사업과 관련하여 발생 가능한 위기 유형을 선정·관리함으로써 위기에 사전적으로 대응하기 위한 리스크 관리 시스템을 구축하고 있습니다. 체계적이고 신속한 리스크 관리를 통해 안정적으로 사업을 시행함으로써 공사의 과제인 국민생활 안정과 농가 소득 보전에 기여하고 있습니다.

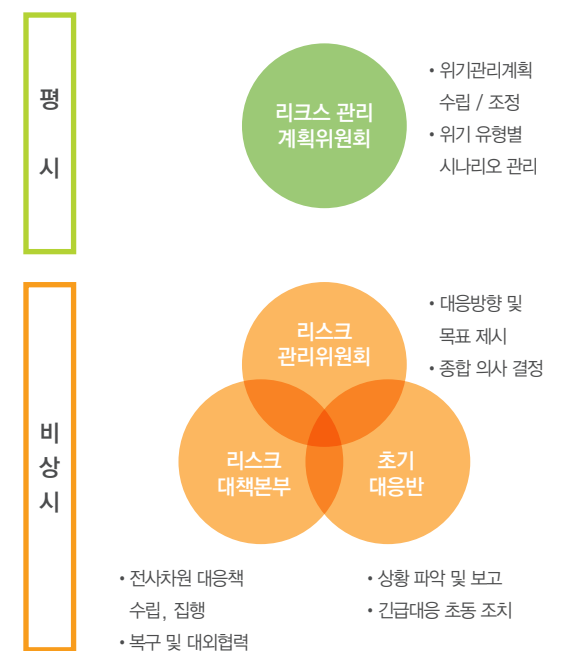
전사적 리스크 관리체계

전사적 리스크 관리(ERM : Enterprise Risk Management) 지침으로 「위기관리지침」을 시행하고 있습니다. 발생 가능한 위기를 분류하고 특성 별로 관리 절차를 수립함으로써 효과적인 대응 방안을 마련하였습니다. 부사장이 리스크 관리임원(CRO : Chief Risk Officer)으로서 평상시 리스크 관리를 총괄하고 있으며, 비상상황 발생 시 사장 및 상임이사로 구성되는 리스크 관리위원회 등 비상대책기구가 조직됩니다.

공사는 전사적인 리스크를 경영, 재난, 부정적 언론보도, 사업상 이해관계자 갈등의 4개 영역으로 구분하고 있습니다. ‘경영위기’는 신용위기, 자금유동성위기, 수입위기, 수출위기 등을 말하며, ‘재난위기’는 풍수해, 대설, 전시장 폭발물테러, 해외인원 납치테러, 사이버테러 등입니다. ‘부정적 언론보도’는 공공기관인 공사의 사업과 관련하여 공사의 신뢰 및 이미지에 큰 피해를 줄 수 있는 위기상황을 뜻하며, 사업상 이해관계자 갈등은 MMA 쌀 및 국영 무역 품목 수입, 화훼공판장 운영 등 공사의 주요 사업 내용과 관련하여 농민단체 시위, 중간 도매상 및 하역노조 등의 파업 등 갈등상황을 정의하고 있습니다.

각 위기 유형에 대해서는 관련업무에 따라 전담부서를 설정하여 관리하고 있으며, 공사 비상계획실에서 리스크 관리 계획위원회 운영을 통해 리스크 관리를 담당하고 있습니다.

리스크 관리 체계



주요 농식품 수급 리스크 관리

기후변화 등에 따른 농산물 수급 불안정성이 커지고 있어 농산물 수급 안정을 위한 리스크 관리를 보다 중점적으로 추진하고 있습니다. 2010년도에 발생한 채소류 및 양념류 수급 불안에 따른 가격폭등과 구제역 파동의 여파로 2011년에 가격이 급등한 삼겹살 등 주요 서민 밀접 품목에 대한 수급안정을 집중관리하기 위해 2011년 전담조직인 수급관리처를 신설하여 유통정보조사 등 수급 관리기능을 강화하고 농림수산물부와 협력하여 「단계별 수급안정 매뉴얼」 등에 따라 수급안정사업을 추진하고 있습니다.

최근 5년 평균가격을 기준으로 일정 변동률 구간을 가격 안정대로 설정하고 일정 표준편차 이상 가격 상승/하락이 발생할 경우 수입·비축 물량을 방출하거나 수출 또는 폐기 하는 등의 조치를 검토·추진합니다.

수급관리 위기 단계



일본 지진 발생 등 경영환경 변화 리스크 대응



2011년 3월 일본 동북부 지역에 진도 9.0의 대지진과 쓰나미 발생으로 한국 농수산물식품 최대 수출시장에 재난위기가 발생하였습니다. 한국 농수산물식품의 대일본 수출 비중은 30% 수준으로 채소, 화훼, 수산물 등 농어민의 소득에 직결되는 대표 품목들의 수출시장입니다.

대지진 발생 직후 초기대응반으로 「일본 수출점검 T/F」를 구성하여 국내 및 현지 수출 상황을 파악하고, 수출업체 애로사항 긴급대응 조치를 취하였습니다. 이후 일본 지진 발생에 따라 긴급수요가 증가한 라면, 생수 등 생필품에 대한 일본 수출대책을 마련하고, 수출이 급감한 화훼, 인삼, 주류 등 소비재에 대한 타국가로의 수출선 다변화를 추진하여 수출 중단 리스크에 대응하였습니다.

리스크 관리위원회에서 제시한 대응방향에 따라 리스크 대책본부에서는 수출시장에서 한국농수산물과 경쟁관계인 일본농산물의 방사능 오염 우려에 따라 아시아 및 유럽 등 주요 바이어들의 대체 수요를 공략하는 등 전사 차원의 대응책을 수립·추진하였습니다. 그 결과, 세계 시장에서 한국 농수산물식품의 안전성을 널리 알리고 최대 수출시장의 수출중단 위기상황에 체계적으로 대응하여 2011년 77억불 수출을 달성하는 등 농수산물식품 수출시장 확대의 기회가 되었습니다.

5. 이해관계자 참여

이해관계자 커뮤니케이션 채널

이해관계자와의 커뮤니케이션은 지속가능경영을 실행하는 중요한 수단이 되고 있습니다.

이를 위해 aT는 이해관계자 그룹별로 다양한 커뮤니케이션 채널을 마련하여 주요 관심사항과 의견을 수렴하고 있습니다.

고객자문위원회 개최(분기별 1회), 협력업체 간담회, 고충처리제도 운영 등을 통해 이해관계자들의 의견을 수렴

코자 노력하고 있으며, 지속가능경영보고서 발간(매년), 경영공시 등을 통한 투명한 정보제공으로 이해관계자들과의 신뢰를 구축코자 노력하고 있습니다.

앞으로도 이해관계자 의견을 수렴하여 사업 및 의사결정에 반영하고 지속적이고 적극적인 이해관계자와의 커뮤니케이션을 통해 지속가능한 사회 발전에 기여하는 공공기업이 되도록 노력할 것입니다.

이해관계자 커뮤니케이션 채널

고객	임직원	정부/공공단체	협력회사	미디어/NGO	지역사회
<p>고객신뢰 구축</p> <ul style="list-style-type: none"> 고객만족도 조사 고객자문위원회 고객간담회 고객제안제도 경영공시 지속가능경영 보고서 	<p>임직원 만족</p> <ul style="list-style-type: none"> 임직원만족도 조사 노사공동 워크숍 노사협의회, aT사보 인트라넷 참여공간 고충처리제도 Clean Tea Time CEO 간담회 	<p>유관기관 협력강화</p> <ul style="list-style-type: none"> 정부와의 정례회의 직원 파견 기재부 업무연락방 국가기구 참여 	<p>상생 협력</p> <ul style="list-style-type: none"> 협력회사 제안제도 불만접수 및 피드백 협력업체 간담회 사업추진회의 	<p>대외 파트너십 구축</p> <ul style="list-style-type: none"> 보도자료 세미나 및 포럼 참여 고객자문위원회 NGO파트너십 참여 	<p>지역사회 나눔</p> <ul style="list-style-type: none"> 주민초청 행사 지역사회 간담회 1사1촌 결연 사회공헌활동

중요성 평가 프로세스

aT는 내외부 이해관계자들로부터 도출한 지속가능경영 이슈에 대해 중대성 평가를 실시하였으며, 이슈별 우선순위 평가를 통해 향후 공사가 중점적으로 추진해 나아가야 할 핵심이슈를 선별하였습니다.

이슈확인

지속가능경영과 관련된 내부이슈 확인과 이해관계자 커뮤니케이션을 통한 외부이슈 도출로 내·외부 이슈들을 확인할 수 있었습니다. 특히 설문을 통하여 정량 및 정성적 측면에서 이슈들을 확인하였습니다.



우선순위 선정

도출된 내·외부 이슈들의 aT에 대한 영향력과 이해관계자 관심도를 기준으로 각 이슈들에 대한 우선순위를 선정 하였습니다. 지속가능경영, 경제, 환경, 사회 등 각 영역별 로 선정된 이슈들은 총 44개였습니다.

중요성 평가 및 보고서 반영

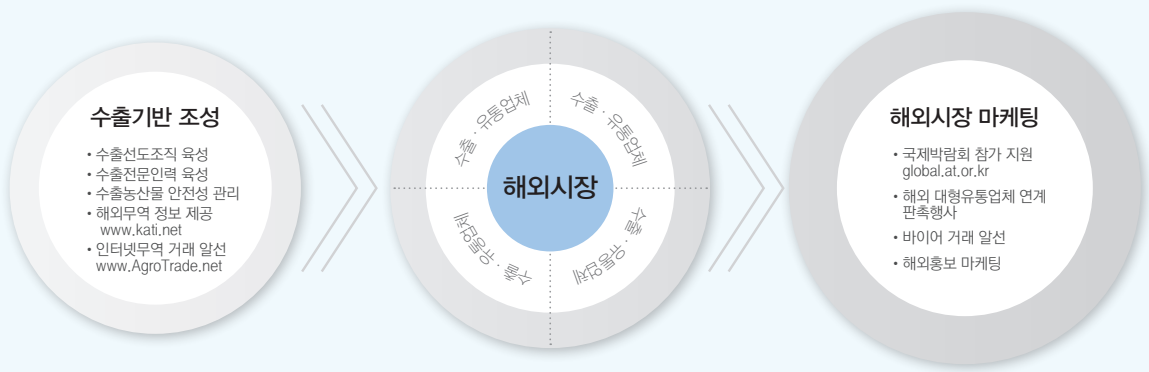
선정된 이슈들의 중요성을 내·외부 중요도에 따라 중 합적으로 분석하였습니다. 중요성 매트릭스에 의하여 총 18개 중요 이슈들이 2011 aT 지속가능경영보고서 중점 보고항목으로 선정되었습니다.



중요성 평가 결과



1 경제적 가치 창출
DISCLOSURE ON MANAGEMENT APPROACH ECONOMY
농수산식품의 글로벌 경쟁력 강화



- 해외 수출 물류 인프라구축
 - 농식품수출 해외전진기지 구축
- 수출 성장동력 확충
 - 수출상품화 지원
 - 직접 세일즈사업
 - 공동브랜드 관리 운영 (www.whimori.at.or.kr)
 - 수출협의회 공동마케팅 지원
- 기타 수출지원
 - 수출물류비 지원
 - 원예전문생산단지 평가 및 사후관리

Principle

우리 농림수산식품의 글로벌 진출 확대를 지원합니다
우리나라 농림수산식품 수출은 1988년 처음으로 30억 달러를 넘어섰고, 2007년 38억 달러를 달성하기까지 20년 이상의 세월이 걸렸습니다. 하지만 이후 공격적인 수출드라이브 정책에 힘입어 2010년 59억 달러, 작년에는 77억 달러를 달성하였습니다. 주력품목의 수출호조와 한국산 경쟁력제고 및 K-Pop 등 신한류 열풍에 힘입어 우리 농림수산식품은 지속적으로 해외시장에서 인기를 끌고 있으며, aT는 글로벌 저변확대를 위해 최선을 다할 것입니다.

Our Approach

수출기반 조성, 제도 개선, 성장동력 확충, 해외시장 마케팅
2011년에도 aT는 농림수산식품 수출기반을 조성하고 제도를 개선하며 성장동력을 확충하는 한편, 해외시장을 개척하기 위해 꾸준히 노력하였습니다. 이러한 수출지원에 힘입어 농림수산식품 수출액은 꾸준히 증가하고 있으며, 2011년 수출액은 1년 만에 18억불이나 증가한 77억불로 사상 최대치를 달성하였습니다.

구분	세부항목	단위	주요성과		
			2009	2010	2011
수출기반조성	선도조직육성	개소	13	21	18
	수출현장체험교육	회	6	3	2
수출성장동력확충	수출상품화지원	개소	38	43	33
	일류수출명품 육성	개	8	-	-
해외시장마케팅	수출지원 상담 및 매출액(*)	백만불	512	756	861
수출액	수출액	억불	48	59	77

* 수출지원 상담 및 매출액 : 박람회, 대형유통업체, 바이어 알선 상담 및 매출액 총합

농림수산물 수출의 경제적 효과와 aT의 기여

aT는 농림수산물품의 수출지원을 전담하는 기관으로서 국내 생산에서부터 해외시장개척까지 일관된 지원시스템을 통한 종합 지원기능을 수행하고 있습니다. aT의 지원에 힘입어 농림수산물 수출은 2011년 77억 달러를 기록하였으며, 이를 통한 경제적 파급효과는 147억 달러의 생산유발효과, 56억 달러의 부가가치 유발효과, 59,000여명의 고용효과로 계산되었습니다.

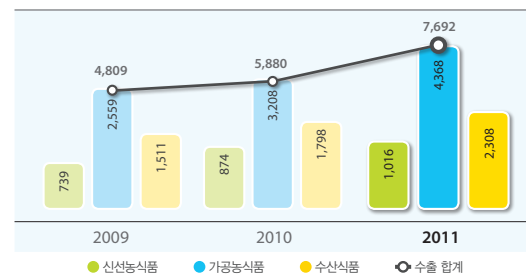


* 산출근거 : 2009 산업연관표, 한국은행 2011

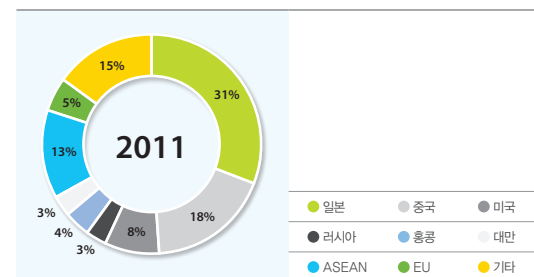
1.1 수출기반 조성

국내 농림수산물품 수출업체를 지원하는 공사의 노력이 반영된 결과, 2011년까지 꾸준히 신선농식품, 가공농식품, 수산식품의 수출이 증가하는 추세를 보이고 있습니다. 공사는 수출 조직화와 함께 수출인력을 육성하고 마케팅과 정보제공을 돕는 등 국내 농수산물 수출을 위한 기반 조성에 노력하고 있습니다.

농림수산물품 수출현황 (단위:백만 달러)



국가별 수출 비중 (단위:%)



수출선도조직 육성

aT는 농림수산물품의 수출 경쟁력을 강화하여 수출확대를 도모하기 위해 생산부터 수출까지 일관하는 수출선도조직의 육성을 지원하고 있습니다. 수출선도조직은 '09

년 10품목 13조직으로 출발하여 '11년에는 16품목 18조직으로 6개 품목, 5개 조직이 확대되어 운영되고 있습니다. 규모화된 연합조직의 활성화(7개소)로 '한국형 Zespri 조직'으로 운영기반을 조성하였고 '11년도 이상기후 등으

로 선도조직 품목의 국가 전체 수출액은 4% 감소하였으나, 선도조직 참여업체의 수출증가율은 19%(추정)로 국가 수출을 주도하였으며 선진수출시스템으로의 개편을 통해 수출확대 성장동력을 창출해가고 있습니다.

연합조직	품목	참여 업체수(개)	수출증가율(%)
머쉬엠	새송이버섯	11	58
K-apple	사과	3	18
러브파프, 농산무역	파프리카	7	52
로즈피아	장미	2	30
KMC	팽이버섯	9	87
EK무역	토마토	2	46

수출전문인력 육성

aT는 수출유망품목을 생산하는 수출선도 농가를 대상으로 선진 농업교육을 통한 최첨단 집약기술과 고급 정보습득 기회를 제공하여 고품질의 수출농산물 생산 확대를 위해 수출전문 정예농가를 육성합니다.

2011년에는 우수 원예전문생산단지 수출농가를 대상으로 품목별 해외 선진 농업기관 연수 및 현장교육(네덜란드 PTC⁺) 2회, 해외전문가 초청 컨설팅 7회, 경남 ATEC 현장실습교육 참여 4회를 실시하여 선진 농업기술, 신제품 재배동향 및 해외 마케팅 기법 전수 등의 지원활동을 통해 수출농업 경쟁력을 제고하였습니다.

네덜란드 PTC⁺ 현장교육 과정



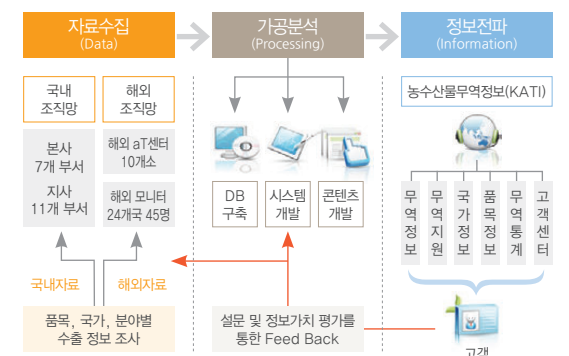
수출 안전성 관리

aT는 국제수준의 안전농산물 관리시스템(GAP)의 농가 보급을 통해 전락 수출농업을 육성하고 안전농산물의 수출확대에 기여하고 있습니다. 수출농가 및 법인을 대상으로 GAP인증사업을 시행하여 2011년 1,315농가를 인증하였습니다.

농수산물 무역정보 제공 (KATI)

KATI는 국내 유일의 농림수산물 수출정보 전문 서비스 사이트로서 수출 농가 및 수출업체의 국제 경쟁력을 향상시켜 수출확대를 지원코자 국내외 교역환경 변화에 대응한 신속한 정보를 제공하고 있으며, 국내외 농수산물에 대한 종합 무역정보를 수집가공하여 전파하고 있습니다.

KATI는 매년 100만 건 이상의 수출중사자들이 방문하는 수출정보 제공 전문사이트로 국내외 뉴스 및 자료, 발간책자, 해외 바이어 및 소비자 동향, 수출입 뉴스 등의 무역정보는 물론, 국내외 수출입 통계 자료, 해외 도/소매 가격 및 시장 등의 다양한 정보를 제공하고 있습니다. (www.KATI.net)



인터넷 무역거래 알선(AgroTrade)

인터넷을 통한 우리 농식품 상설 해외 홍보로 해외 바이어에게 인지도 제고하고, 수출업체에 효율적인 바이어 발굴 기회 제공과 무역 거래 알선을 위한 웹 사이트로 모바일 웹과 앱을 모두 지원합니다. AgroTrade 스마트 마케팅 지원 사업으로 QR코드가 포함된 스마트 카탈로그와 모바일 홈페이지를 제공하고, 프로모션과 인터넷 무역프로세스 대행, 바이어 리스트와 신용정보를 제공합니다. (www.AgroTrade.net)

수출업체 DB로 바이어 상담회의 자동 매칭을 지원하는 바이어 매칭시스템(BMS)은 특허출원 중입니다.

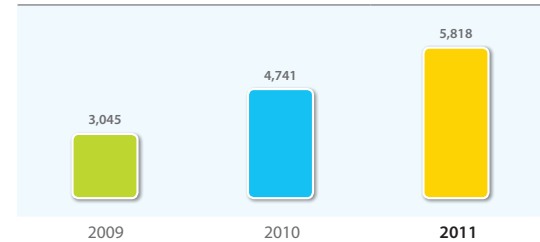
aT는 2011년 AgroTrade 시스템 운영으로 다음과 같은 성과를 이뤘습니다. (www.AgroTrade.net)

주요성과	세부내용
스마트 카탈로그 제작 등록	81개 업체 683개 품목제작 (전년 72건 대비 12% ↑)
타겟 마케팅	C/L 제작, 발송 , 85,474건 발송
인콰이어리 내도	1,946건 내도 (전년 883건 대비 120% ↑)
바이어 정보 제공	리스트 21천건 (전년 20천건 대비 5% ↑) / 신용정보 63건
AgroTrade 를 통한 수출	23개 업체, 22개국, 5,814천불(전년 4,741천불 22.6% ↑)

AgroTrade 모바일 화면



Agro Trade 를 통한 수출 실적 (단위:천달러)



1.2 수출성장동력 창출

수출협의회 구성·운영

aT는 수출시장에서 국내 업체간 과당경쟁을 방지하고 수출업체간 협력체계를 구축하기 위하여 품목별 수출협의회를 구성하여 운영하고 있습니다. 2011년에는 딸기 수출협의회를 신규로 구성하여 현재까지 총 17개 품목별 자율협력기구를 구성하였습니다.

aT는 수출협의회를 통하여 수출규격 및 출하시기, 단가 등에 대한 가이드라인이 운용되어 과당경쟁을 방지하고, 자율적으로 수출품의 안전 및 품질관리, 공동마케팅 추진 등이 이루어지도록 지원하고 있습니다. 향후 공사는 수출업체를 수출협의회 중심으로 결집하여 수출역량을 배가시키고, 품목별 수출협의회가 요구하는 맞춤형 공동마케팅 지원을 강화해 나갈 예정입니다.

수출유망품목육성

aT는 미래 수출 농식품을 견인할 수출유망품목의 개발

을 위하여 수출국 소비자 기호에 적합한 현지화 상품개발 및 기존 수출품목의 신규시장 개척을 위하여 시장진출 등 수출초기 단계부터 현지시장 정착까지 3년간 단계별로 상품개발, 수출상담, 해외마케팅 비용을 지원하고 있습니다.

2011년 수출품목육성 단계별 추진 개요 및 성과



그 동안 본 사업을 통해 매향딸기(동남아), 막걸리(일본), 버섯류(EU), 조제분유(중국), 삼계탕(일본) 등의 시장개척 및 수출확대가 추진 되었으며, 2011년에는 33개의 업체가 지원을 받았으며, 총 26백만 불의 수출성과를 달성하였습니다.

공동브랜드(휘모리) 관리운영

aT는 수출공동브랜드 ‘휘모리’ 운영을 통해 수출농산물의 고품질 차별화와 업체의 조직화·규모화를 유도하고 수출시장에서 통합마케팅(IMC, Integrated Marketing Communication) 전개를 통해 브랜드 가치를 제고함으로써 새로운 부가가치를 창출해 가고 있습니다.

aT는 파프리카, 국화, 배, 장미, 새송이버섯, 김치 총 6개 품목 10업체를 공동 브랜드로 관리하고 있으며, 2011년도에는 브랜드 사용업체에 대한 직접지원을 축소하고, 수출 공동브랜드로서의 ‘휘모리’ 인지도 제고 및 브랜드 가치 상승을 위한 마케팅을 집중 추진하였습니다. 또한, 2012년도에는18개 수출 선도조직사업자를 대상으로 휘모리 브랜드사용권 부여를 통해 품목 및 업체 확대하고 공격적 마케팅을 추진함으로써 브랜드 가치를 더욱 높여가겠습니다.

1.3 해외시장 마케팅

국제박람회 주관 및 지원

aT는 1988년부터 해외의 주요 식품박람회에 국내 유망수출업체를 모집하여 한국관 참가사업을 추진하고 있으며 현재는 해외 권역별 대표박람회에 대규모 한국관 참가를 비롯하여 전략시장 품목전문박람회 참가, 유통업체 진출을 위한 벤더전문박람회 참가, 유망박람회 소규모 전략적 참가 등 다양한 박람회사업을 진행하고 있습니다.

본 사업을 통해 국내 유력 중소수출업체의 바이어 발굴



공동마케팅 브랜드 ‘휘모리’ 사업내역

- 브랜드 운영
 - 휘모리 홈페이지 운영
 - 상표 등록 및 출원
 - 운영실태 점검
- 마케팅 사업
 - 브랜드 홍보(매체광고)
 - 우수 바이어 초청
 - 홍보물 제작
 - 박람회 홍보관 운영

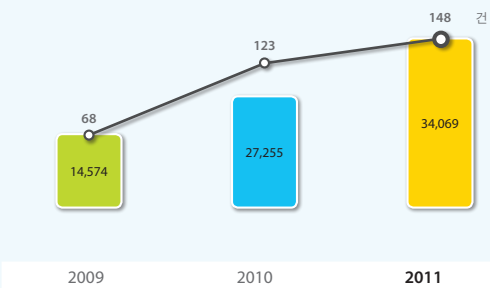
및 해외시장정보 수집 등 해외시장 개척에 큰 도움을 주고 있으며 세계 우수제품과 비교분석을 통해 수출경쟁력을 제고하는데 일조하고 있습니다.

이러한 aT의 박람회사업은 참가업체의 수출증가율이 국가전체 농식품 수출증가율을 크게 상회하는 등 우리 농식품의 해외시장개척에 효과적인 수단으로 평가받고 있으며 특히 2011년은 36회의 박람회를 통해 6억4천만불의 수출상담을 진행하여 농식품 수출 77억불 달성의 핵심적인 역할을 수행하였습니다.

해외 대형유통업체 직수출 네트워크 구축

aT는 해외시장에 한국농식품의 안정적 판로를 확보, 수출을 확대하기 위해 해외 수입유통업체와 벤더, 대형유통점 및 국내 수출업체를 대상으로 해외 유통업체 연계 판촉행사를 지원하고 있습니다. 또한 대형유통업체와 MOU를 체결하여 대규모 종합 판촉행사를 실시하고, 판촉비용 및 상설코너 설치 지원을 통해 한국 농식품 연중 판매체제를 구축합니다. 2011년 현재까지 총 10개국, 31개 대형유통업체와의 MOU체결로 직수출 네트워크를 구축하였습니다.

해외대형유통업체 연계 판촉 성과 - 금액 및 건수 (단위:천달러)



재외공관 협력사업

aT는 우리 농식품 수출확대 및 한식의 세계화를 위해 전 세계 재외공관과 협력하여 농식품 홍보사업을 추진하고 있습니다. '11년에는 33개국 49개 공관과 협력하여 현지 여건에 걸맞은 다양한 형태의 홍보사업을 진행하였으며 농식품 국내수출업체, 현지 수입바이어, 지방자치단체 등과도 연계 추진함으로써 실질적인 수출확대를 위해 노력하고 있습니다.

해외 홍보 마케팅

aT는 전 세계적인 한류열풍을 농식품 해외홍보 촉매제로 적극 활용하고 있습니다. “원더걸스”를 농식품 수출 홍보 대사로 위촉하여 홍보콘텐츠(K-Food Party M/V)를 제작, 아시아 5개국 유명 포털 및 SNS를 활용하여 온라인 마케팅을 진행하는 한편, 세계 전략거점의 한류 공연 및 한국문화원과 연계한 문화마케팅을 강화하고 있습니다. 또한 최근 수출 신장률이 높은 중화권, 동남아지역 집중 공략을 위한 홍보마케팅을 강화하고 있습니다.

해외 바이어 초청 거래 알선

aT는 대규모 수출상담회 개최를 통해 해외 유력 바이어를 국내로 초청하여 수출업체와 1:1 수출상담을 지원해드리고 있습니다. '11년에는 BKF(Buy Korean Food) 등 총 4회의 대규모 수출상담회를 통해 239명을 초청하여 국내 479업체와의 상담을 지원하였으며 총 118백만 불의 수출상담성과를 거둔바 있습니다. 또한, 유통현장 견학프로그램 병행을 통해 우리 식품 안정성에 대한 바이어의 신뢰를 제고하는데 기여하였습니다. 또한 사업지원 효과 제고를 위해 생산·수확시기 등을 고려한 맞춤형 초청사업도 진행하고 있습니다.

원더걸스 M/V



중국 서안 로드쇼

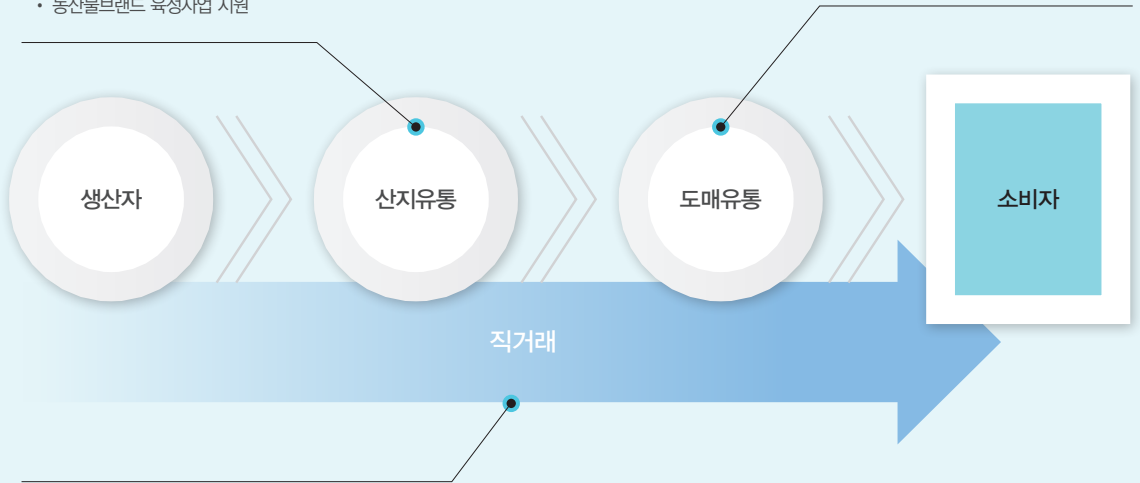
2 경제적 가치 창출
DISCLOSURE ON MANAGEMENT APPROACH ECONOMY
유통구조 혁신

●산지유통조직 육성 및 운영활성화 지원

- APC건립 지원사업
- 광역유통 주체 육성·지원
- 원예농산물 저온유통체계 구축사업
- 농산물브랜드 육성사업 지원
- 산지유통 종합자금 지원
- 품목별 대표조직 육성사업
- 원예농산물 자조금 지원사업

●도매시장 육성 및 수탁관리

- 도매시장 운영실적 평가
- 도매시장 운영활성화 및 제도개선 지원
- 춘천시 농수산물 도매시장 수탁관리 운영



●농식품 직거래 및 공정거래 지원

- 소비자·산지협력자금 지원
- 직거래 및 공정거래지원센터 운영
- 농산물 직거래 활성화 지원 www.esingsing.co.kr

Our Approach

산지유통 규모화와 직거래 확대를 통한 유통효율화
광역유통주체 등 규모화된 산지유통조직을 육성하는 한편, 국내 최초 B2B 온라인 직거래시스템인 농수산물 사이버거래소와 소비지·산지 상생협력사업, 생산자·소비자간 정례 직거래장터 등을 통해 유통단계 축소와 유통비용 절감을 중점 추진하고 있으며, 농식품 분야 공정거래 지원활동도 활발히 전개하고 있습니다. 또한 도매유통의 획기적 개선을 위해 추진하고 있는 지방도매시장 수탁관리도 기존 춘천도매시장에 이어 전국 도매시장으로 지속 확대해 나갈 계획이며, 유통중사자 경쟁력 제고를 위한 전문인력 양성교육과 원활한 유통활동 지원을 위한 다양한 유통정보 조사사업도 중점적으로 추진하고 있습니다.

Principle

流通如水(유통여수),
농산물 유통체계의 최적화를 구현합니다.

농식품 유통은 전 국도를 흐르는 물줄기와 같이 국민의 먹을 거리 순환계입니다. 생산자-유통인-소비자로 이어지는 농식품 물줄기의 끊김이 없이 흘러야 합니다. aT는 생산자와 소비자가 모두 행복할 수 있도록, 수로를 곧게 하고 댐을 정비하듯 농식품 유통의 틀을 개선해 나가겠습니다.

구분	세부항목	단위	2009	2010	2011
산지/소비지 직거래 활성화	사이버거래소 거래액	억원	52	1,755	6,255
산지유통 규모화	APC 건립지원(누계)	개소	297	318	321
도매시장 기능 활성화	공영도매시장수탁관리	개	1	1	1
	화훼공판장경매실적	백만원	83,839	98,211	100,766

2.1 산지-소비지 직거래 활성화

사이버거래소 구축운영

농수산물 유통비용 절감을 통한 물가안정의 새로운 패러다임 제시

aT는 농수산물유통개선의 가장 큰 현안인 중간유통단계의 생략을 통한 직거래 확대를 위해 다양한 정책적 시도와 제도 개선 방향을 제시하였지만 일회성·소규모 거래의 한계를 극복할 수 없었습니다.

따라서 기존의 비효율적 유통구조가 안고 있는 한계를 극복하고 판매농가의 수취가격 제고, 소비자의 비용부담 절감에 효과적인 영향을 미치는 농수산물 유통 시스템의 새로운 패러다임이 필요하였습니다.

그리하여 지속가능한 농수산물 유통구조 구축을 지향하는 aT는 성숙된 전자거래여건과 발전된 IT 인프라를 활용하여, 온라인 쇼핑몰과 같이 사업자간에 대량의 농수산물을 사이버 공간에서 공급자와 소비자가 상호 직거래를 할 수 있는 사이버거래소를 구축하여 지속가능한 농수산물 유통의 패러다임을 선도하기 위해 노력하고 있습니다.

사이버거래소 주요사업 현황

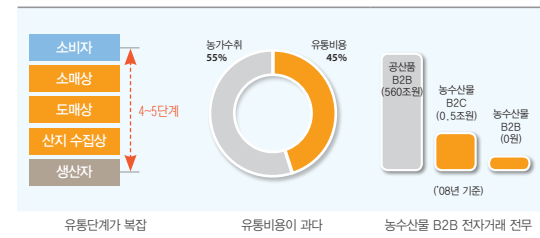
사이버거래소 현황

구 분	B2B(기업간 거래)	학교급식	B2C(쇼핑몰)
개 념	기업간 대량의 농수산물 도매 거래를 인터넷으로 중개	학교급식 식재료의 전자조달 시스템을 통한 전자계약	일반소비자 대상 친환경·지역명품·전통주 인터넷 중개
거래품목	양곡, 청과, 축산물 등	학교급식 전 품목	친환경, 지역특산명품, 전통주 등
거래방식	정가매매, 특약·견적거래 등	전자입찰	오픈마켓 직거래

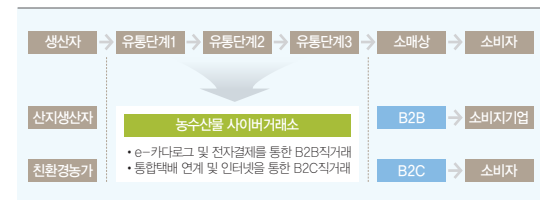
B2B(기업간) 거래

기존의 온라인 농수산물 B2B 거래시스템은 홍보, 탐색, 주문등 단순한 거래만을 제공하였지만 aT의 사이버거래소 B2B 거래시스템은 기존에 제공된 시스템 뿐만이 아닌 결제, 배송, 증빙, 사후관리 서비스까지 온라인 상에서 제공합니다.

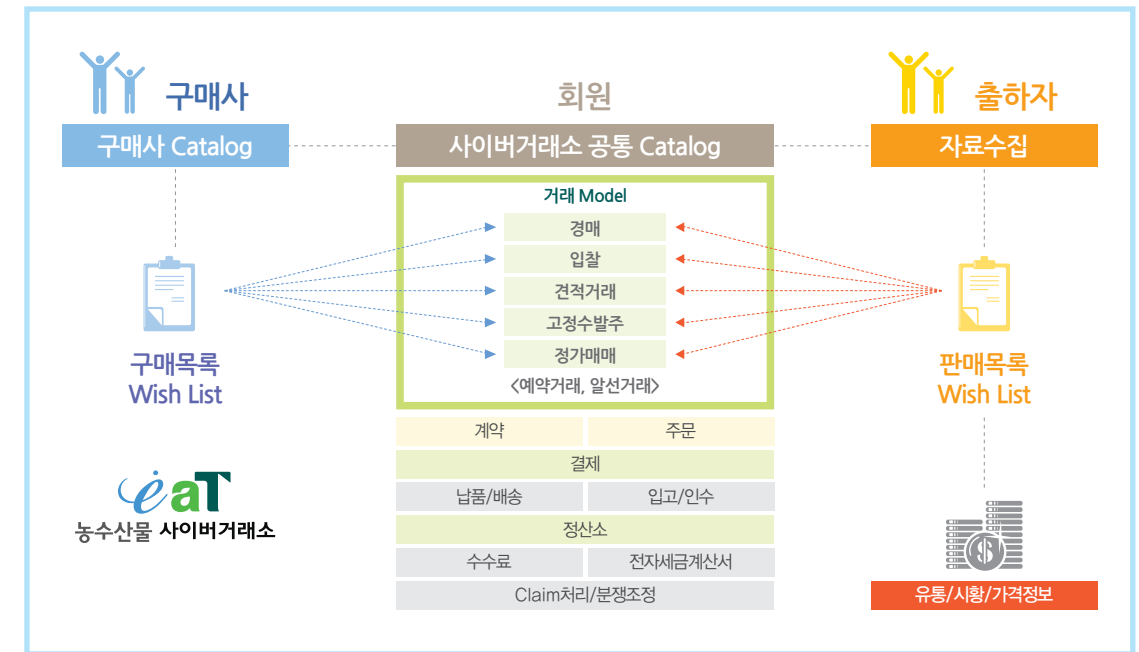
비효율적 유통구조



사이버거래소를 통한 유통단계 축소



사이버거래소 홈페이지



사이버거래소 개장 2년 째인 2011년에는 1,620여 개의 회원사를 유치하였고 총액 1,985억 원의 B2B 농식품 거래를 달성하였습니다.

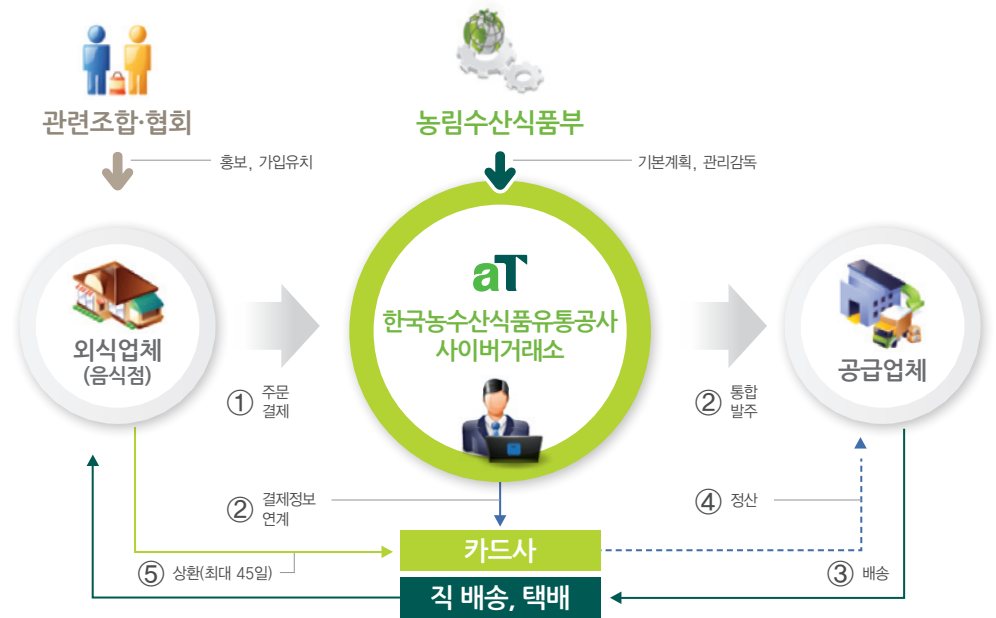
학교급식 전자조달사업

학교급식 식재료 조달시장의 규모는 연간 2조 8천억원 이상으로 전국 약 11,396개의 학교 중 99.9%가 급식을 실시하고 있습니다. 하지만 급식용 식재료를 직접 조달함에 있어 학교별로 각기 다른 기준과 방식으로 추진됨에 따라 행정력 낭비, 업무혼선, 식재료의 안전성, 계약의 투명성 등 여러 문제점에 노출되어 있었습니다.

따라서 급식업무의 비효율적 구조 해소와 식재료의 안전한 납품을 위하여 교육과학기술부의 권장 사항으로 학교급식 전자조달시스템을 구축하게 되었습니다.

학교는 공급업체 선정 및 계약체결, 정산에 이르기까지 전 과정을 사이버거래소 학교급식 식재료 조달 시스템을 이용함으로써 불필요한 행정력 낭비를 줄여 효율성을 제고하였고, 최근 사회적 이슈로 떠오르고 있는 식재료 안전성과 거래 투명성 확보를 위해 유관기관과의 연계협력





을 강화하여 신뢰할 수 있는 거래시스템을 마련하였습니다.

이러한 활성화를 기반으로 2010년 시범거래를 거쳐 2011년 14개 교육청, 2,318여개 학교, 4,251억원의 식재료를 조달함으로써 본사업 개시 1년차 만에 조기 운영 활성화를 이루면서 급식조달의 효율성과 안전성을 확립하였습니다.

또한 2011년 6월 행정안전부 “지정정보처리장치” 지정·고시로 식재료 전문조달시스템으로서의 법적 지위 확보는 물론, 11월 지식경제부에서 주최한 “2011년 대한민국 IT Innovation대상”에서 기관표창을 수상하여 대외적으로 학교급식 전자조달사업의 정당성을 인정 받았습니다. 이러한 효과를 기반으로 2012년에는 16개 교육청 약 3,500개 학교가 참여할 것으로 예상하고 있습니다.

B2C(쇼핑몰) 판매

소량의 농수산물을 인터넷으로 구매하는 B2C(쇼핑몰)는 매우 발전되어 있습니다. 다만, 정책적 관심과 지원이 필요한 핵심부류, 즉, 친환경농산물, 지역 특산명품, 우리술(전통주)은 품질경쟁력에 비해 제값을 받지 못하고 있는

실정입니다. 또한 중소외식업체들에게 양질의 식재료 공급을 위한 검증된 판매처가 마련되어 있지 않아 중소외식업체의 어려움이 가중되고 있습니다.

따라서 판로확대 및 소비촉진이 필요한 품목에 대해 사이버거래소에서 홍보, 소비촉진, 판로개척 등 거래활성화에 기여하고 있으며, 외식식재료 직거래 사업 등 새로운 직거래 모델을 구축하였습니다.

이에, 2011년 24,078명의 회원과 494개소의 판매사를 확보하여 19억원의 B2C 거래실적을 거양하였습니다.

기대효과

농수산물의 사이버거래는 대면거래와 유통단계 축소에 따른 다양한 경제적 기대효과를 발휘하고 있으며, 사이버거래시 결제를 대행하는 ‘정산소’를 통해 판매대금의 안전한 결제와 투명한 거래를 지원하고 있습니다.

그 효과로 농수산물의 유통단계를 기존 약 5단계에서 2단계로 축소하여 도매시장 경유한 거래대비 약 10%에서 14%의 유통비용을 절감하였으며, 이러한 절감액은 소비자들이 구매하는 소매가격을 인하하고 판매농가들이 수취하는 출하대금을 인상하는 긍정적 효과를 이끌어

내었습니다.

이는 유통구조 혁신을 통한 유통비용 절감으로 물가안정을 추구하는 국가 정책방향과도 일맥상통하며 생산자와 소비자 모두에게 편익을 제공하는 미래지향적 사업방향을 제시한다고 할 수 있습니다.

사이버거래소는 공공기관으로서 수익창출의 목적이 아닌 판매자와 구매자 공동의 이익창출을 위하여 사업을 추진 중이며 유통단계의 일정부분을 공공기관이 맡아 절감되는 비용을 구매자에게는 구매비용을 경감하고, 판매자에게는 판매대금을 끌어올려 소득증대에 기여하고 있습니다.

농식품 직거래 및 공정거래 지원센터 운영활성화 직거래 및 공정거래지원센터 운영현황 및 추진성과

『농식품 직거래 및 공정거래 지원센터』는 대형유통업체, 식품·외식업체 등 소비자 농수산물 대량수요업체와 산지유통조직간 농수산물 직거래를 확대하고, 거래관계에서 우월적 지위에 있는 소비자 업체의 공정한 거래를 유도하기 위해 2008년부터 설치·운영하고 있습니다.

’11년도에는 지난 3년간 추진한 내용을 바탕으로 농식품 분야 불공정거래 근절을 위한 범 사회적 협력시스템을 마련 하였습니다.

- (제도개선) ’11년 새로 제정한 “대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률”에 대형유통업체가 거래하는 여러부류 중 유일하게 농산물의 특수성(부패성 등)을 고려한 조항을 반영시킴으로써 농산물 불공정거래행위 근절을 위한 획기적 기반 마련
- (불공정거래 예방교육) 농산물 납품업체를 위한 불공정거래 대응매뉴얼을 발간하여 배포하고 지속적인 생산자(단체) 교육으로 대응력 제고
- (시민사회와 협력) (사)소비자단체협의회와 협력을 통해 대형유통업체들의 거래관행을 조사 발표함으로써 대형유통업체의 자발적 개선유도 및 지속적 모니터링 실시
- (산지유통조직 공정거래협의회) 대형유통업체와 거래하고 있는 농산물 납품업체들을 대상으로 유통업체의 불공정거래행위에 공동으로 대응할 수 있는 협의체 구성으로 대응력 제고
- (공정위와 협력) 공정거래위원회 및 농식품부와 합동현장조사 정례화 및 협력체계 강화로 대형유통업체의 불공정거래행위에 대한 모니터링 강화

공정거래위원회, 농식품부, 시민사회단체, 생산자 및 납품업체 등과의 협력시스템 구축으로 농식품분야의 불공정거래행위가 근본적으로 근절될 수 있을 것으로 기대합니다.



2.2 산지유통조직 경쟁력 강화

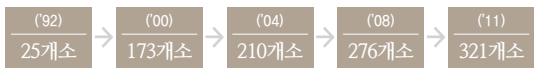
산지유통시설 지원체계 강화

aT는 주산지별로 품목 특성에 맞는 규모화/전문화된 산지유통시설을 지원하여 농산물 생산/유통 계열화 거점으로 육성하기 위해 노력하고 있습니다. 이를 위해 기존 읍면 단위 위주의 중소 단위 지원체계를 지자체 중심의 광역 지원체계로 바꿔 산지유통종합계획 평가 제도를 도입하여 운영하고 있습니다.

산지유통종합계획은 지역 내 산지유통조직간 산지유통 시설 운영의 효율성을 제고하고 마케팅 창구의 일원화를 위해 '11년부터 새로 도입한 제도로서 각 시군의 산지유통종합계획은 aT가 주관하는 평가를 통해 선정하고 있으며, 선정된 시군에 한하여 농산물산지유통센터(APC), 거점 APC, 원예브랜드사업 등 제반 산지유통시설 지원자격을 부여하고 있습니다.

'11년 첫해에 52개 시군에서 산지유통종합계획을 신청하여 24개 시군이 선정되었으며, 선정된 시군에 22개의 APC를 지원하였습니다. APC는 '17년까지 380개소를 건립하여 원예농산물의 APC 처리비중을 50%까지 확대할 계획입니다.

APC 지원 현황



산지유통조직 육성

aT는 DDA, FTA 등 시장개방 확대, 소비자 기호변화, 대형 유통업체 성장과 같은 농산물 유통환경변화에 대응하여 산지유통주체의 거래 교섭력 강화를 위하여 주산지 품목별 특성에 맞는 규모화.전문화된 산지 유통조직을 육성하기 위해 노력하고 있습니다. 산지 유통조직 육성 대상은 협동조합, 영농조합법인, 농업회사법인 등의 발전 가능성 있는 생산자 조직에 대하여 산지유통종합평가를 통하여 선정된 조직에 한하여 유통종합자금(3년, 1~3%)을 지

원합니다. 2011년에는 179개의 산지유통조직으로 선정하고 지원하였습니다.

산지유통 종합평가

aT는 산지유통사업의 경쟁력 제고를 위해 산지유통평가를 실시하고 있습니다. 평가대상은 산지유통종합자금을 지원받고자 하는 조직으로 유통활성화사업조직, 유통활성화사업과 연계된 타 사업을 지원받으려는 조직, 신규로 자금을 받고자 하는 조직 이며, 평가지표는 매출액, 매출액성장률, 공동계산율, 영업이익률 등을 평가합니다.

2011년 aT는 527개(농협 416, 법인 111)의 산지유통조직에 대한 종합평가를 실시하였습니다. 산지유통종합평가 결과에 따라 금리 등 차등 지원을 받게 되고, 우수조직에 대해서는 무이자 인센티브를 제공하며 평가결과가 부진한 조직은 지원액의 일부를 회수하거나 자격제한을 가하는 등의 페널티를 부과합니다.

2011년 산지유통활성화사업 대상조직 평균 매출액은 16,186백만 원이었으며, 공동계산율은 30.2%로 매년 증가하고 있어, 공사의 산지 유통조직 육성 및 지원정책이 농산물 산지유통 활성화에 기여하고 있음을 알 수 있습니다.

'11년 종합평가 결과 산지유통활성화사업조직 주요실적(평균)

(단위 : 백만원, %, 명, 회, 개소)

평가지표	유통활성화사업대상조직			
	평균 (410)	공마조직 (31)	전문조직 (280)	일반조직 (99)
취급액	16,186	39,927	16,183	9,365
취급액성장률	25.3	22.9	26.4	22.9
공동계산율	30.2	52.2	29.9	19.8
공동계산액	4,391	15,486	4,188	1,518
계약재배액	6,282	20,873	6,072	2,602

브랜드 육성

aT는 FTA, DDA 등 시장개방 확대와 대형유통업체의 급성장 등 유통환경 변화에 대응하기 위해 주산지를 중심으로 비용절감, 고품질화 시설 및 브랜드 육성자금을 지원하는 등 브랜드 경쟁력을 갖춘 우수 경영체를 '15년까지 70개소를 목표로 현재 40개를 집중 육성하고 있습니다.



또한, 인지도 있는 브랜드를 대상으로 엄격하고 공정한 심사를 통해 우수브랜드를 발굴하는 '농식품 파워브랜드 대전'을 매년 개최, 수상제품은 전자 상거래 '사이버거래소' 입점 및 언론매체 광고와 판촉이벤트를 지원하는 등 브랜드 파워를 강화해 가고 있습니다.

2.3 도매시장 기능강화 및 운영활성화

다양한 농산물의 신속한 수집 및 분산을 위해 건설된 공영도매시장은 1985년 가락시장을 시작으로 전국 33개소에 설치, 운영 중이나, 대형유통업체의 직거래가 활성화되고 기존 시장 시설의 노후화, 비효율적 운영 등 개선의 필요성이 지속적으로 제기되었습니다.

aT는 도매시장을 육성지도하여 기능을 강화하고 활성화시키는 역할을 하였으며, 춘천도매시장을 기점으로 직접관리를 확대하여 효율적 관리의 모델을 제시하고자 합니다.

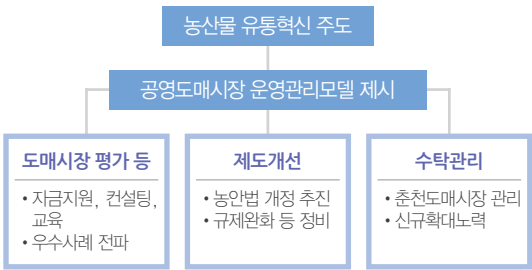
도매시장 육성지도를 통한 활성화 유도

도매시장 운영실적 평가 등

aT에서는 공영도매시장에 대해 매년 평가를 하고 운영개선을 하도록 유도하고 있습니다. 유통환경의 변화에 따라 새로운 평가지표를 신설하는 등 끊임없는 개선노력을 한 결과, 거래의 투명성이 높아지고 친환경 농산물의 거래가 늘어났으며 경영이 안정되는 등의 성과가 있었습니다. 평가 결과에 따라 우수한 업체에는 정책자금 지원시 우

2011년 파워브랜드 수상품목

훈 격	부 문	업 체 명	브랜드명
대통령상(1)	전통/건강기능식품	(주)NH 한삼인	한삼인
국무총리상(1)	식품/외식	(주)해인식품	네네치킨
농식품부장관상(7)	전통식품	(주)교동씨엠상계제다농업회사법인(주)청아띠	교동한과상계제다청 아 띠
	원예농산물	햇사레과일조합공동사업법인부여군청	햇 사 레 굿 드 레
aT사장상(9)	식품/외식	(주)동원F&B천호식품(주)	양 반 천호통마늘진액
	전통/건강기능식품	(주)하림(주)태평소금전주대학교	하림 삼계탕 성 들 채 전주대궁중약고추장
	원예농산물	의성군청(주)고창황토배기유통경남도청	의성마늘 고창황토배기 이 로 로
	식품/외식	의성흑마늘영농조합법인현대옥프랜차이즈(주)웰스앤미즈	원용덕의성흑마늘 현대옥콩나물국밥 해우리



대, 홍보비 지원, 해외도매시장 연수 등의 인센티브를 제공하고, 부진한 업체에는 경영개선을 위한 컨설팅을 실시하고 부진한 결과가 지속될 경우 퇴출을 권고 하는 등의 페널티를 부과하여 끊임없는 혁신을 유도하고 있습니다.

도매시장 제도개선

사회적 요구를 수렴하여 제도적 대안을 제시하여 시장의 경쟁력을 제고하고, 도매시장이 사회에 기여할 수 있도록 노력하고 있습니다. 2011년에는 농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률 개정을 추진하여 거래방식의 다양화를 유도하고 판매대금정산조직 설치근거를 마련하여 농산물 거래의 투명성을 더욱 강화하도록 하였으며 운영실적이 부진한 도매시장에 대해서는 수탁관리를 권고할 수 있는 규정을 마련하는 등 도매시장 관련 제도를 개선했습니다.

공영도매시장 수탁관리 확대를 통한 효율적 관리모델 제시

기존의 도매시장 관리는 업무담당자의 빈번한 인사이동으로 유통전문성이 부족하고 시장점유율 증대를 위한 전략이 미흡하다는 한계가 있었습니다. 이를 개선하기 위해 aT는 도매시장 관리를 지자체로부터 수탁 받아 효율적인 관리모델을 제시하고자 합니다.

춘천도매시장은 2008년 aT에서 위탁관리를 시작한 이래 거래규모 증대, 운영수지 개선, 거래투명성 제고 등의 성과를 거두었으며 모범사례를 벤치마킹 하고자 타 도매시장에서 방문하고 있습니다('11년 익산도매시장 등 6개소 방문). 2011년 7월에는 성공적인 운영을 인정받아 춘천시와 수탁관리 재계약을 체결하였으며 향후에도 지속적으로 실적이 부진한 도매시장을 중심으로 그 대상을 점차 확대해나갈 계획입니다.

도매시장 청과취급액



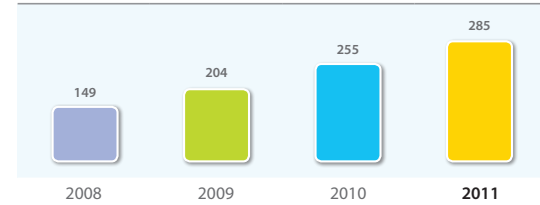
해외도매시장 연수



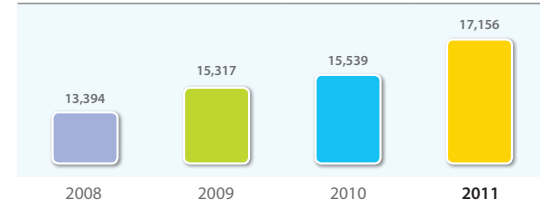
경영컨설팅



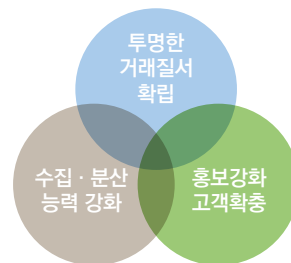
춘천도매시장 거래금액 (단위: 억원)



춘천도매시장 거래물량 (단위: 톤)



춘천도매시장 개선노력



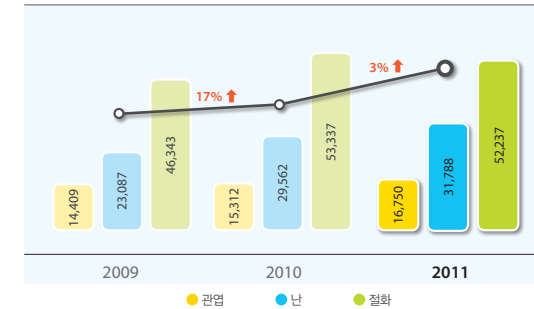
화훼공판장 운영

화훼공판장은 국내 최대의 화훼도매시장으로서 화훼생산 농가에 안정적인 판로를 제공하고 소비자에게 좋은 꽃을 값싸게 제공하는 등 화훼유통의 발전 및 활성화를 위해 1991년 설치되었습니다. 이 외에도 공정거래의 유도, 수출 전진기지 역할 수행, 꽃 소비진흥 등 화훼농가와 소비자 모두의 이익을 위해 노력해 왔습니다.

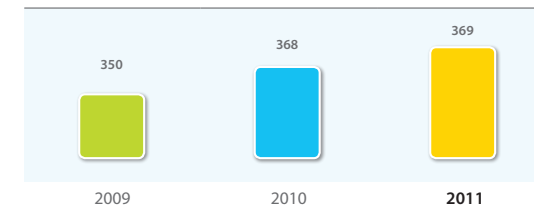
특히 2011년에는 개장20주년을 기념하여 꽃 작품전시회, 원예체험전, 부케쇼 등을 실시하여 화훼 소비문화가 정착 되도록 하였고, 화환의 재사용을 억제하고 경품화환만을 거래하도록 화환제작 실명제 참여업소를 42개소에서 89개소로 확대 실시하는 등의 화훼산업육성을 위하여 노력하였습니다.

현재 공판장에는 중도매인 점포 124개소, 화환 점포 89개소, 분화 온실 120개소, 사무실 및 기타 80개소의 총 413개소의 업체가 입주해 있으며 2011년에는 관엽, 난, 절화 부문에서 총 1,008 억원의 경매가 이루어져 국내 화훼도매시장 최초로 경매실적 1,000억원을 돌파하는 성과를 달성하였습니다. 또한 공동출하단체를 2010년 368개소에서 2011년 369개소로 확대하였습니다.

화훼공판장 경매실적 (단위: 백만원)



화훼공판장 공동출하단체 현황 (단위: 개소)



소비문화 창달을 위한 부케쇼



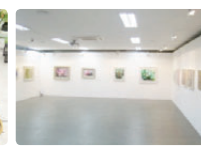
원예체험전



꽃작품전시회



꽃그림전시회



화환제작 실명제 사업



2.4 농수축산물 유통정보 수집

농수축산물 가격조사

aT는 농수축산물의 5개 도시 도매가격과 17개 도시 대형유통업체 및 전통시장의 소매가격을 매일 조사합니다. 수집된 자료는 정보 이용자의 출하 및 매매에 관한 의사결정을 돕고, 농수축산물 가격 안정을 위한 지원정책 결정과 실행의 기반이 됩니다. aT는 조사가격의 대표성을 높이고자 조사지역 및 시장을 지속적으로 확대할 예정입니다.

유통실태 조사

주요 농산물 36품목 48종류의 산지에서 최종소비지까지의 주요 유통경로, 거래실태 및 경로별 비용을 조사합니다. 2010년 유통비용 조사 결과, 전체 소비자 가격 중 유통비용은 42.3%, 농가수취율은 57.7%로 나타났습니다. aT는 서민생활과 밀접한 채소류 및 수입과일 등 조사품목을 확대하여 유통비용 절감을 위한 정책 수립 및 유통개선사업 수행을 지원할 계획입니다.

유통정보 제공

aT는 고객들의 주요 관심사인 농수축산물의 가격 및 유통실태 자료뿐만 아니라 주간 알뜰 장보기 정보, 명절/김장철 성수품 정보 등 다양한 정보를 농산물유통정보(kamis.co.kr)를 통해 제공하여 소비자들의 구매 의사결정을 지원하고 있습니다. 또한, 기관별로 생산/발표하는 자료(경락가격, 반입량 등)를 연계한 농수축산물 가격정보 종합시스템 구축 등 다양한 정보 제공으로 수급대책의 신속한 의사결정을 지원하기 위해 노력하고 있습니다.

농수축산물 가격정보 종합시스템



〈KAMIS〉가격정보

● 농수산물 일일정보 DAILY INFO (도매가격, 상품, 원/kg, %)						
품목(1월20일)	당일	등락률	1일전	1개월전	1년전	
시금치/시금치	3,800	▲ 1.3	3,750	2,550	2,020	
호박/조선애 호박	2,875	▲ 0.9	2,850	2,281	3,480	
생강/국산	5,350	▲ 0.9	5,300	3,980	3,916	
토마토/토마토	2,700	▲ 0.8	2,680	2,230	2,420	
대파/쪽파	2,980	▲ 0.7	2,960	1,455	3,276	

3 경제적 가치 창출
DISCLOSURE ON MANAGEMENT APPROACH ECONOMY
식품산업 인프라 확충



Principle

식품산업 선진화를 이끌어갑니다

농식품산업은 농수산업의 선진화와 고차산업화를 이끄는 성장동력으로서 고부가가치 창출을 통한 농어민의 소득증대를 견인합니다. 특히 한식과 전통음식은 한국의 맛과 멋을 전파하는 문화상품으로 해외시장에서도 점차 가치를 인정받으며 세계인의 입맛을 사로잡고 있습니다. 생산, 저장, 가공을 거쳐 외식서비스에 이르기까지 무궁한 성장잠재력을 가진 식품산업은 우리 농수산업의 글로벌 경쟁력을 키워갈 소중한 원천입니다.

Our Approach

식품산업 육성과 한식 세계화

aT는 식품산업을 규제중심의 산업에서 세계 시장 경쟁력을 갖춘 미래 부가가치산업으로 성장시켜나가기 위해 다각적인 식품산업 지원사업을 수행해왔습니다. 2011년에는 농수산식품기업지원센터 출범으로 식품·외식기업을 대상으로 컨설팅, 교육지원을 통한 농식품 산업 인프라 육성, 식품산업 진흥기반을 확충하기 위한 다양한 농식품소비 촉진 홍보 사업을 수행하는 한편, 한식세계화 추진 사업으로 우리 농식품의 세계적 위상을 높여왔습니다. 또한 바람직한 식생활 교육을 통해 전통 식문화 계승 및 우리 농수산물 소비촉진을 위한 교재보급, TV 등 매체활용 홍보를 실시하고 있습니다.

구분	세부항목	단위	2010	2011
식품외식산업육성	식품/외식 기업 컨설팅	개소	306	332
	식품산업 교육	명	1,267	1,470
	식품산업 통계정보 제공	제공	구축·운영	식품산업종합통계(213개 표) 등 제공
한식세계화	한식조리특성화학교	개소	3	4

3.1 식품산업 육성

aT의 식품산업 지원은 2009년부터 시작된 신생사업이며 '11년은 식품외식기업을 종합적으로 지원하기 위하여 농수산물식품기업지원센터를 설치하여 상담부터 컨설팅, 각종 지원 사업 연계까지 종합적으로 지원하고 있으나 경제적 기여나 성과를 측정하기가 아직 어렵습니다. 다만 컨설팅 또는 자금 지원을 받은 식품업체들의 매출액 증가를 기준으로 경제적 파급효과를 지속적으로 모니터링 할 것입니다. 2010년 aT로부터 컨설팅을 지원받은 식품기업의 매출액은 평균 전년대비 약 15.7% 증가한 것으로 나타났습니다.

식품외식기업 컨설팅 및 교육지원

공사는 식품·외식업체의 애로사항 상담, 현장진단, 컨설팅을 제공하여, 합리적이고 체계적인 경영을 통해 내실있는 기업으로 성장할 수 있도록 지원하고 있습니다. 특히 식품컨설팅은 유관기관 및 분야별 전문가와 공고한 협력체계를 구축하여, 업체별 문제해결, 활성화 방안 등 맞춤형 컨설팅 서비스를 제공하여 업체의 경쟁력 제고와 성장을 지원하고 있습니다. 이를 통한 식품·외식기업의 발전은 농산물의 수요확대를 견인하여 농업과 식품산업의 동반성장 효과를 가져올 것으로 기대됩니다.

농수산물식품기업지원센터 운영

2011년 식품·외식기업의 애로사항 상담과 컨설팅, 자금, 교육, 마케팅을 연계 지원하는 원 스톱 지원체계 마련

을 위해 농수산물식품기업지원센터를 새로이 설치하였습니다. 전화, 온라인, 방문 상담을 거쳐 총 3,667건의 기업의 애로사항을 상담하고, 문제 해결을 위한 컨설팅, 교육 등 지원 사업을 안내하였습니다.

식품외식기업 컨설팅 지원

aT는 식품제조·외식업체의 기술력 향상 및 경영활성화를 위하여 전문가 풀을 구성하여 현장중심의 전문가 지도를 실시하고 있습니다. 공사는 식품·외식 업체에 다양하고 전문적인 컨설팅을 제공하기 위해 전문기관 및 전문위원과 협력체계를 구축하였고 '11년은 협력기관을 30개로 확대하여 영업전략, 소비자 맛 선호도 전략, 생산성 향상, 외식 등 12개 분야에 대하여 118개사를 대상으로 심층컨설팅을 지원하였습니다. 또한 214개 식품제조업체를 대상으로 전문위원 250명을 위촉하여 경영 및 기술 분야의 단계지도를 지원하였습니다. 차후에는 중소기업업체의 기업진단을 통하여 기업이 성장하기 위해 지도가 필요한 분야를 파악하여 제조(조리)부터 판매(수출)까지 패키지로 지원하는 식품업체 종합 지원프로그램을 운영할 예정입니다.

구 분	업체수(개소)
현장코칭(단기)	214
심층컨설팅(집중)	118
총 계	332

접수부터 정책지원까지 'Food-biz Total solution system'



식품산업 전문인력 양성지원

aT는 식품제조·외식·수출업체를 대상으로 현장중심의 교육프로그램을 통해 분야별 전문인력을 양성하고 있습니다. aT농식품유통교육원을 통해 자체교육과정을 운영하여 핵심인재를 양성하는 한편, 위탁교육기관을 통해 교육분야 특성을 고려한 전문교육을 실시함으로써, 효율적인 식품인재 육성에 기여하고 있습니다. 2011년에는 고부가식품전문가과정, 전통식품산업화과정, 식품제조 기술과정 등 29개 과정을 운영하여 1,470명을 교육하였습니다. 또한 2017년까지 식품산업 전문인력 10만명 양성을 목표로 교육시설현대화 예산(102억원)을 확보하고, 권역 별 전국 11개 거점교육기관 지정운영 등 식품인력교육운영 총괄기관으로서의 중추적인 지위를 확보하였습니다.

구 분	인 원 (명)
핵심식품인력(aT유통교육원)	1,308
전문기술인력(위탁교육기관)	162
총 계	1,470

식품·외식산업 육성을 위한 자금지원

aT는 식품 및 외식산업육성을 위하여 식품제조업체, 신선편이 농산물업체, 전통식품제조업체 등을 대상으로 시설현대화등을 위한 정책자금을 지원하였습니다. '11년도 지원 규모는 389억원 이었습니다. 지원된 자금 중 식품제조업체 및 신선편이 농산물업체와 관련된 자금은 안전한 농식품 체계 구축을 위해 인증획득과 관련된 업체(HACCP, GMP 등)에 지원되었으며, 전통식품 제조업체의 경쟁력강화 및 우수 외식업체 육성 및 외식산업 선진화 기반 구축에도 적극 노력하였습니다.

식품·외식산업 정보 분석·제공

국내의 식품통계 수집 및 동향분석·전망, 식품산업 분야별 원료소비실태 조사 등 식품외식정보 분석사업을 통하여 관련 산업 종사자 및 정책 입안자에게 필요한 정보를 제공하며 식품산업발전을 위한 기초 정보인프라를 지

속적으로 구축해 나가고 있습니다. 이를 위해 식품산업 통계정보시스템(FIS) 웹사이트(<http://fis.foodinkorea.co.kr>)를 구축하여 식품산업 종합통계(203개 통계표)정보, 국제원자재 가격정보, 식품기업 세부내역정보, 주요 가공식품 주간 가격동향정보, 주요 식품 세계시장 동향정보 등 시의성있는 통계 및 정보들을 지속적으로 제공하고 있습니다.

'FIS(식품산업통계정보)' 메인 페이지



3.2 농수산물식품 소비촉진

KOREA FOOD EXPO 2011

aT는 식품산업의 글로벌 트렌드와 미래상을 제시하여 식품산업의 가치를 재조명하기 위한 대규모 식품전시박람회인 KOREA FOOD EXPO를 개최하고 있습니다.

우리농식품의 우수성·안전성 홍보를 위해 '08년도 처음 개최하여 농식품에 대한 인식전환에 성공한 KFE는 '11년에는 비즈니스 기능을 보다 강화하여 대한민국 대표 농식품종합 엑스포로 발돋움하기 위해 노력하고 있습니다.

전통주 판매촉진 및 홍보

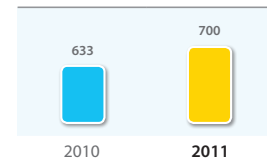
aT는 잉여쌀 소진과 막걸리의 고급화 유도 및 국내외 막걸리 산업의 붐(Boom)을 지속견인하고 국민축제의 하나로 자리매김하기 위해 “2011 대한민국 우리술 대축제(11.10.27~10.30)” 행사를 상암동 월드컵공원 내(평화의 공원)에서 “2011 햅쌀막걸리 전국 동시 출시 기념행사(11.10.27~12.31)”와 연계하여 개최하였습니다.

이번 축제 행사는 전통주의 시장활성화 및 세계화 촉진을 위해 개최되었으며 ‘막걸리의 날(매년 10월 마지막주 목요일)’을 지정하여 막걸리에 대한 국민적 관심과 호응을 유도하였습니다. 매년 정례적으로 ‘막걸리의 날’부터 3~4일간 우리술대축제를 개최할 예정이며 독일의 ‘옥토버페스트’처럼 국민축제 및 세계적 행사로 발전시킬 계획입니다. 이와 함께 (주)서울신문사를 통해 언론홍보(예산 100백만원)를 실시 하였습니다.

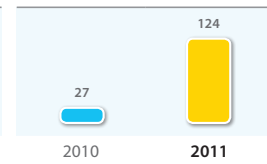
2011 햅쌀막걸리 전국 동시 출시 판매행사에 실시하면서 실질적으로 막걸리 제조업체의 판매활성화를 도모하는 것이 주요 목적의 하나였습니다. 또한, 이에 필요한 햅쌀막걸리 표시 태그 및 스티커를 제작하여 업체에 지원 하였습니다.

2011 햅쌀막걸리 전국 동시 출시 행사를 추진하여 막걸리 시장규모는 전년대비 27% 상승한 7,000억원 수준이며, 수출 또한 전년대비 176% 상승한 52.7백만불로 역대 최고치를 갱신하였습니다.

참가업체 (단위 : 개소)



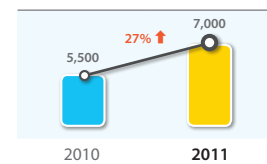
수출상당실적 (단위 : 백만불)



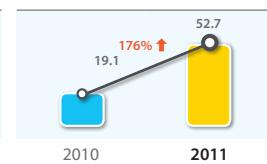
* '09년도는 신종플루 확산우려로 행사 취소



시장규모 (단위 : 억원)



수출실적 (단위 : 백만불)



3.3 한식세계화 추진

‘한식세계화’란 한식의 고유한 가치를 바탕으로 우리 식문화를 세계에 알려 한식이 세계적 음식으로 통용되는 것을 의미하며, aT는 한식 세계화를 통해 한식당의 해외진출을 촉진하고 우리 농식품의 수출을 확대하는 것을 주요 목표로 삼고 있습니다. 한식세계화를 위한 aT의 노력은 한식 세계화 사업의 본격적 추진을 위한 인프라 구축, 한식 전문인력 양성교육 및 해외 한식당 컨설팅 지원 등을 통한 한식당 경쟁력 제고를 추진하고 있습니다.

한식 세계화 인프라구축 노력

aT는 2011년에 한식세계화 사업의 인프라를 구축하기 위해 노력하였습니다. 세계 주요 9개 도시에 한식당 협의체를 통하여 지역별 한식당 업그레이드를 위한 사업을 추진하였으며, KFE 기간 동안 협의체 임원들을 대상으로 워크숍을 개최하여 정부정책 설명 및 해외 협의체의 의견을 수렴하는 등 해외 한식당 협의체를 한식세계화사업의 현지 구심체로 육성하기 위한 노력을 통해 협의체가 한식세계화를 위한 현지 민간 인프라로 자리매김 할 수 있도록 노력하였습니다.

해외한식당 종사자교육



한식 전문인력 양성 노력

한식분야의 전문인력을 양성하기 위해 국내 단기심화교육과정으로 한식 스태프 양성과정과 향토음식 전문가 과정을 지난해에 이어 지속적으로 운영하였으며, 중장기 교육 프로그램인 한식조리 특성화학교 지원사업은 전문대학교 1개소를 추가로 선정하여 지원을 하였습니다. 해외에서의 인력양성은 한식당이 많이 있는 주요 11개 도시에서 해외 한식당의 경영주를 비롯한 홀서빙 인력, 조리인력 등 총 2,000여명에 대한 교육을 실시하여 해외한식당 종사자들의 역량을 제고시켰습니다.

미 드렉셀대 한국방문 한식교육



또한 해외에 있는 유명요리학교에서 현지인들을 대상으로 한식을 가르칠 수 있는 강좌를 개설하였는데, 미국 필라델피아의 드렉셀 대학교에서는 현지인을 대상으로 가을학기 3학점 강의를 실시하였으며, 또한 현지학생이 한국을 방문하여 봄학기 2학점 강의를 실시하였습니다. 일본 하토리 영양전문학교에서는 6개월 동안 총 1,006명의 학생을 대상으로 한식을 가르쳤으며, 중국 양주대와는 '12년부터 관광요리학부 학

생을 대상으로 2학점 한식강좌를 개설할 계획이며, 메리어트 호텔 중국본부와 협력을 통해 100여명의 현지셰프에게 한식 교육도 실시 할 계획입니다.

해외 한식당 경쟁력 강화 노력

한식당 경쟁력 제고를 위해서 해외진출을 준비하는 외식업체와 현지에서 한식당을 운영하고 있는 한식당을 대상으로 경영컨설팅을 받을 수 있도록 지원하였습니다. 일정규모 이상의 외식업체에는 전문컨설팅을 받을 수 있도록 지원하였고, 영세한 한식당에는 방문컨설팅을 컨설팅을 지원하였는데 총 60개 업체가 지원 혜택을 받아 전년도 21개 업체에 비하여 285%가 혜택을 더 많이 받았습니다. 이와 더불어 한식당 및 외식업체의 경영으로 등을 On-Line 상에서 컨설팅 해주는 사이버컨설팅 시범사업을 공사 푸드인코리아(foodinkorea.co.kr) 사이트를 통해 실시하여, 국내외 한식당의 경쟁력 강화를 지원하고 있습니다.

중국 양주대 한식강좌 MOU 체결



2011년 한식세계화와 aT

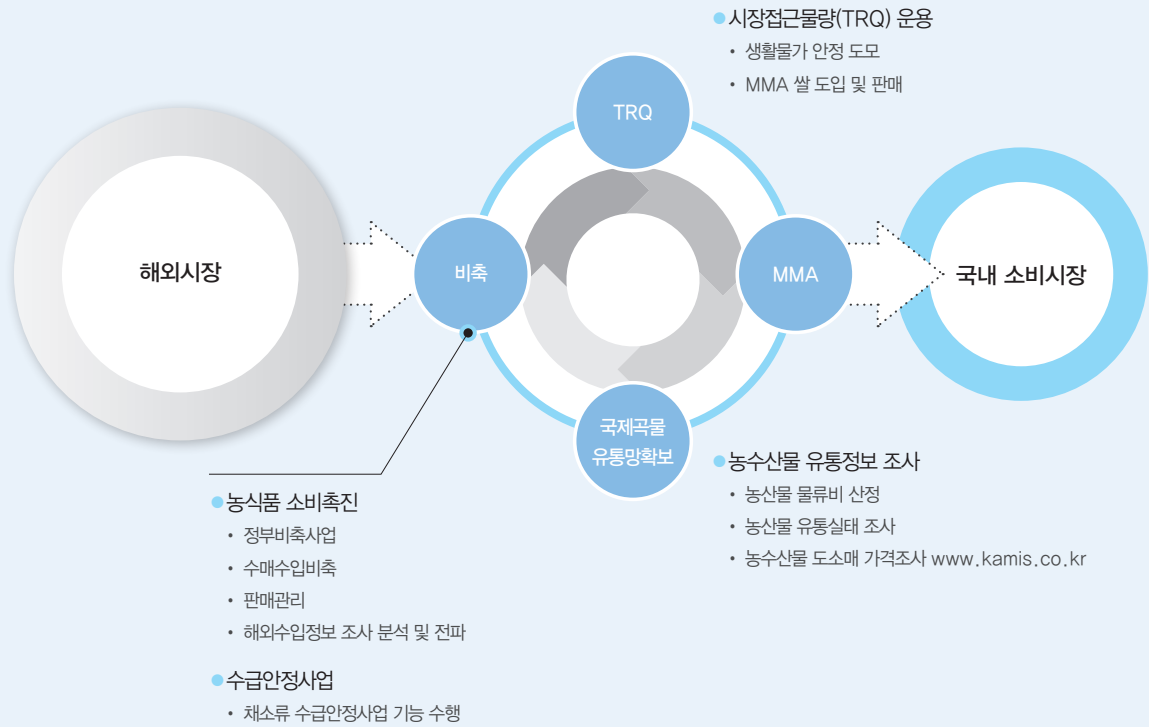
2012년에는 aT에 강점이 있는 해외조식망을 활용한 사업과 인력양성, 한식당 해외진출 등 공공성이 강한 사업에 집중해 나갈 계획입니다. 한식당 협업체를 중심으로 한 네트워크를 공고히 구축하고, 한식세계화의 핵심주체인 우수한 인력들을 양성하기 위한 사업 그리고 외식업체의 해외진출을 위한 지원을 대폭적으로 확대해 나갈 것입니다.

또한 외식산업진흥대책 추진과 연계하여 국내 외식산업 육성과 한식세계화를 연계하여 시너지효과를 거둘 수 있도록 노력해 나가겠습니다.

홍콩특급호텔 셰프 방한교육



4 경제적 가치 창출
DISCLOSURE ON MANAGEMENT APPROACH ECONOMY
수급관리 역량 확대



Principle

우리나라 국민의 식량을 책임집니다.

이상기온 등 국제곡물가격의 불안정으로 각국은 식량자원주의 성향을 보이고 있습니다. 국내 또한 기상이변으로 안정적인 농산물의 수급이 어려워지고 있습니다. 이제 기초식량과 식재료 물가를 안정시키는 일은 점차 더 중요해지고 있습니다. aT는 급변하는 해외 농산물 시장의 충격을 완화하고 국내수급 불안정으로부터 우리나라 식량의 안정적 공급을 책임지고 있습니다.

Our Approach

국제 시장에 대응하는 수급관리

aT는 국민 식생활에서 있어서 기초식량을 안정적으로 확보하여 물가안정을 도모할 수 있도록 하기 위해 국내수매, 수입비축을 통해 식량 수급을 관리합니다. TRQ 물량을 관리하여 농산물을 비축 공급하는 한편, 해외식량자원을 조달하기 위한 곡물조달망을 확보하고 국제곡물회사를 설립하여 국가 식량안보에 더욱 앞장서겠습니다.

구분	세부항목	단위	2009	2010	2011
시장접근물량 운용	국영무역 TRQ 도입량	톤	309,092	336,268	399,657
	MMA 쌀 도입량	톤	286,617	306,964	327,311
	국영무역 판매 실적	톤(억원)	310,566 (4,941)	314,508 (5,729)	369,332 (6,526)

비축 및 수입관리사업의 경제적 효과

비축농산물의 판매에서 발생하는 수익금은 연간 1,500억원 수준으로 전액 농산물 가격안정기금으로 불입됩니다. 농산물 가격안정기금은 유통효율화, 가격안정, 농업경영체 육성 등에 쓰입니다. 2011년 말 기준, 비축사업 수익금을 통해 총 4조 1,339억원의 농안기금이 조성되었습니다. 이외에도 농산물 수입관리 및 해외시장 조사를 통해 해외농산물의 무분별한 수입으로부터 국내농업기반을 보호하고, 국내 농수산물 가격을 안정시켜 가격 진폭률을 낮춥니다.

4.1 기초식량의 안정적 수급관리

시장접근물량의 적량·적기 도입을 위하여 20여 개 품목을 품목별 특성에 따라 수입추천기관과 관리방식을 달리하여 국영무역, 수입권구매, 실수요자배정의 3가지 방식으로 수입관리를 하고 있습니다. 품목의 용도지정은 지정기관 직접운용에 의한 국영무역 품목과 수입권구매 품목의 경우 일반내수용으로 운영하고 있으며, 일부는 일반내수용 / 소요용 / 종자용 / 종축용 / 의약품용 / 외화획득용 등의 용도를 지정하여 실수요자배정방식으로 운영하고 있습니다.

저울관세수입물량(TRQ) 수입관리

공사는 2011년 TRQ 수입 농산물의 고품질화를 위해 도입규격 및 관리방법의 획기적인 개선을 이뤄냈습니다.

깨끗하고 안전한 콩 도입

Non-GM콩(유전자를 조작하지 않은 콩)은 세계적으로 점차 재배가 줄고 있어 물량확보가 점차 어려워지고 있습니다. 하지만 우리 공사는 기존에 미국산, 중국산만을 도입하던 것에서 2009년부터는 새로이 브라질, 호주산, 캐나다산을 도입하는 등 수입선을 다변화하여 물량확보에 노력하고 있으며 계약재배, 조기구매를 통해 물량확보에 만전을 기하고 있습니다. 또한 두부, 장류, 메주 등에 사용되는 가공용 콩의 품질향상을 위해 정밀 콩 정선 시스템을 구축하고 정선규격향상(4.3mm미만 → 4.0~5.0 /

5.0 이상)을 통해 이물질이 없고 제품수율이 높은 공원으로 도입하고 있습니다.

고객 니즈 맞춤형 양념특작류 도입

수요자의 고품위 참깨 요구증가에 대해 참깨 도입물량 이물규격 강화(1%이하 → 강화 0.5%이하) 및 볶음용(이물 0.2%) 시범도입, 수요처 별 요구규격이 다양한 견고추는 중국산 품종별 도입(금탑, 익도, 텐조)과 국내산 청양고추를 대체할 수 있는 인도산 매운 고추 최초 도입, 건조양파는 실수요업체(라면업체)의 주문규격으로 수입과 동시에 주문자에게 인수도하는 사전주문제 방식 지속 추진함으로써 고품위 도입과 수요처 별 규격 다양화 및 도입 판매방법 개선을 통해 고객의 원료선택권을 충족하고 있습니다.

최소시장접근물량(MMA) 쌀 도입 및 판매관리

공사는 WTO 쌀 재협상에 따라 2014년까지 관세화 유예된 MMA 쌀을 가공용과 밥쌀용으로 도입 관리하고 있습니다.

가공용 쌀

가공용 쌀은 현미로 도입하여 도착항구에서 지자체(시·군)에 인도하여 정부양곡창고(민간창고 임차)에 보관 후

(단위 : 톤)

구분	’05	’06	’07	’08	’09	’10	’11	’12	’13	’14
국별쿼터	205,228	205,228	205,228	205,228	205,228	205,228	205,228	205,228	205,228	205,228
※ 중국 116,159톤(56.6%), 미국 50,076톤(24.4%), 태국 29,963톤(14.6%), 호주 9,030톤(4.4%)										
총량쿼터	20,347	40,694	61,042	81,389	101,736	122,083	142,430	162,778	183,125	203,472
※ 매년 총량쿼터는 20,347톤씩 증량됨										
총계	225,575	245,922	266,270	286,617	306,964	327,311	347,658	368,006	388,353	408,700
밥쌀용	22,557	34,429	47,928	63,055	79,810	98,193	104,297	110,401	116,505	122,610
가공용	203,018	211,493	218,342	223,562	227,154	229,118	243,361	257,605	271,848	286,090

* ’05년 국회비준 지연으로 매년 계획대비 1년 도입지연

정부 양곡도정공장에서 백미로 가공하여 식품가공업체(떡류, 주류 등)에 공급합니다. 가공용 쌀은 주정용, 일반 식품가공용 등에 사용되며 시중에 유통이 되지 않습니다.

밥쌀용 쌀

밥쌀용 쌀은 국내 영향 최소화를 위해 도입·판매를 공사가 전담 관리합니다. 판매시기 및 판매물량을 탄력적으로 운영하여 국내 쌀 가격에 영향을 최소화하고 있습니다.

또한 수입 쌀 낙찰 결과를 국립농산물품질관리원에 제공하여 원산지 단속업무를 지원하고 있으며, 공매업체를 대상으로 부정유통 방지 교육을 실시하고 있습니다. 판매 이익금은 “쌀 소득보전 변동직불기금”에 전액 납입하여 쌀 생산 농가 지원 재원으로 활용하고 있습니다.

FTA 협정 관세할당물량 수입관리

FTA협정은 국가간·지역간 경제적·정치적 상호 이익을 고려한 구체적이고 포괄적인 무역협정을 체결하여 당사국간의 이익 증대를 도모하고 있습니다. FTA협정에 따라 관세할당물량에 대하여 그간 UR 농산물 시장접근물량 관리 경험을 바탕으로 농림수산물부로부터 수입관리 업무를 위임 받아 수입권구매, 수입추천 방식으로 운영하게 되었습니다.

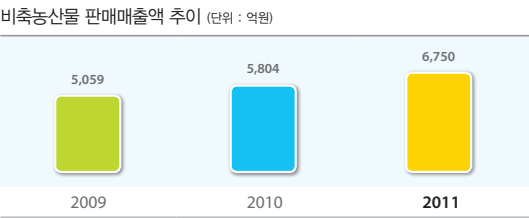
aT는 한·칠레, 한·ASEAN, 한·EFTA, 한·EU, 한·미FTA(’12. 3. 15 발효) 관세할당물량에 대해서도 수입관리를 담당하고 있습니다.

비축 농산물 판매

수매비축 및 수입비축 농산물과 북한산반입 농산물을 판매하고 있습니다. 고추, 마늘, 양파 등 자급도가 높은 양념류는 성 출하기를 피하여 가격 상승하는 단경기에 방출되며, 참깨, 대두, 팥 등 특작류 및 양곡류는 국내자급도가 낮고 수급상 절대 부족한 품목이므로 연중 방출됩니다. 2011년 aT는 총 379천톤(6,750억원)의 정부비축물량을 방출하였습니다.

[비축농산물 판매방식 개요]

- **공매** : 중 도매인 및 매매참가자를 대상으로 일반경쟁입찰을 통해 판매대상자를 선정하는 방법입니다.
- **상장** : 비축농산물에 대하여 법정도매시장(농·수협공판장 포함)의 중 도매인 및 매매참가인을 대상으로 상장판매약정 체결을 통해 판매하는 방식입니다.
- **직매** : 비축농산물을 입찰에 의하지 않고 실수요업체에 직접 판매하는 방식을 말합니다. 수급상황, 가격동향 재고량 등을 감안하여 운영합니다.



aT는 농산물 수급관리를 통해 농산물시장을 안정화 하는 한편, 특히 정부 52개 관리품목 중 두부, 콩나물, 고추, 마늘, 양파, 쌀 등 6개 품목의 생활물가를 관리합니다.

4.2 기초식량의 안정적 수급관리

지구 온난화, 이상 기후 등 글로벌 기후변화에 따라 곡물 생산 변동성이 커지고 있으며 중국 등 신흥국의 경제성장과 바이오 에너지 수요 확대로 곡물시장의 불안정성이 가속되어 우리나라의 식량안보는 무엇보다도 중요한 정책 과제로 대두되고 있습니다.

aT는 해외 곡물자원의 안정적 확보를 위해 미국 시카고에 aT Grain Company를 설립(4.28)하여 시범사업으로 Non GM 콩 1만 톤을 도입하였으며, 향후 글로벌 곡물 조달시스템 구축을 위해 노력하고 있습니다.

aT Grain Company 설립



글로벌 곡물 조달시스템 구축 계획



국가 곡물조달 시스템



4.3 해외수입정보 조사

aT는 국민 기초식량의 수급안정 정책 추진에 필요한 정보 제공과 국영무역 사업의 효율성 제고를 위하여 주요 국제 곡물 및 국영무역품목의 생산, 유통 등 해외시장 동향을 모니터링하고 있으며, 수입농산물의 불·편법 수입을 차단하기 위한 해외정보조사 활동을 지속적으로 추진하고 있습니다.

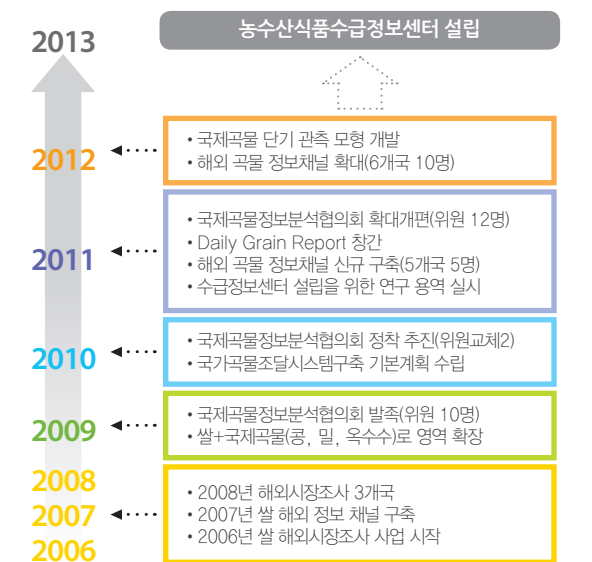
국제곡물정보 분석

aT는 밀, 옥수수, 대두, 쌀 등 주요 곡물의 생산, 소비, 교역 정보를 수집·분석하여 보고서를 발표하고 있습니다. 2000년대 이후 국제 곡물시장은 기후변화로 인해 생산 불확실성이 높아지고 있고 인구 증가, 신흥국의 경제성장 등으로 소비가 지속적으로 증가하고 공급여력이 감소한 결과 수출통제, 가격 급상승 등 수급 불안정성이 심화되고 있습니다.

이에 따라 aT는 국제 곡물수급에 대한 사전 예측기능 강화를 위해 지난 2009년 국제곡물, 에너지, 세계경제, 해상운송 등 국제곡물 수급 연관분야 전문가로 구성된 통합 모니터링 체계를 구축하였으며, 2010년에는 급격한 세계 기후환경변화에 대응하여 기상·기후분야 전문위원을 보강하였습니다.

2011년에는 급변하는 세계정세 등 수급외적 가격불안 요인 증폭에 대한 대응력 제고를 위해 국제정세 및 원자재시장 담당 위원을 확충하였습니다. 아울러 세계경제, 기후변화, 시장이슈 등 선물시장의 가격변동 요인을 분석한 일간 국제곡물 동향 소식지인 『Daily Grain Report』를 창간하여 유관기관은 물론 일반국민을 대상으로 e메일 서비스를 제공하는 등 국제곡물정보 전문기관의 역할을 다하고자 노력하였습니다.

또한 불확실한 미래에 대응하기 위해 곡물뿐 아니라 2013년 농산업 전반에 대한 수급안정을 위한 가칭 “농수산식품수급정보센터” 설립을 체계적으로 준비하여 국내 최고의 국제곡물정보 전문기관으로 도약하기 위해 노력을 다하고 있습니다.



국제곡물정보분석협의회의



해외수입정보 검증회의



해외농산물 수입정보조사

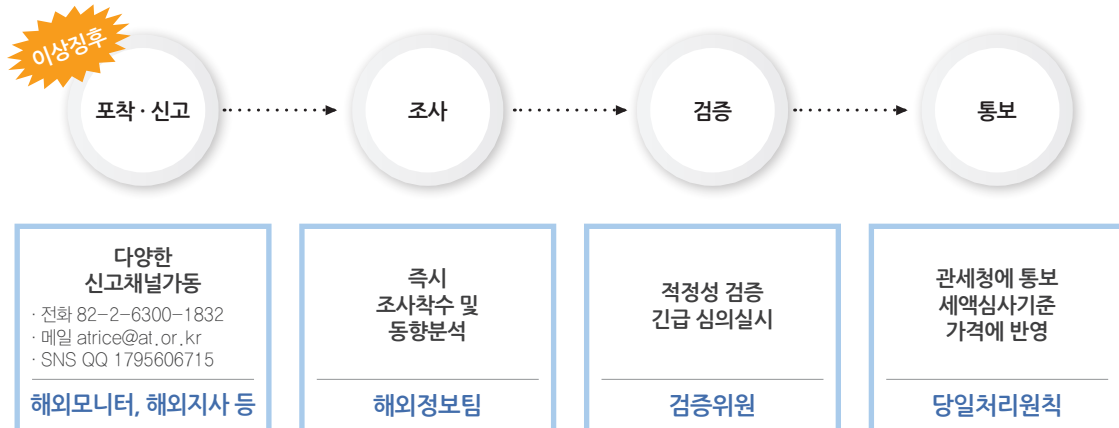
해외시장동향 모니터링

aT는 해외모니터 및 해외지사를 통해 연간 900여 회 정기, 심층, 이슈조사 등 모니터링을 실시하여 국영무역 품목인 고추, 마늘, 양파, 생강 등 12개 품목의 생산 및 유통·수출 동향, 산지 및 도입가능 가격 등을 조사하여 매월 보고서를 발표하고 있습니다. 또한 국내 농산업 피해를 예방하기 위하여 정기 항로를 통한 여행자의 중국 농산물 휴대반입 동향을 분기별로 점검하고 있으며, 국가 전체 농림축수산물 수입동향을 정기적으로 분석하고 있습니다. 또한 수입농산물의 국내유통 및 소비실태 조사를 통한 국영무역 수입관리방안 개선을 위한 연구도 강화하고 있습니다.

수입정보검증 및 세액심사 기준가격제시

aT는 2006년부터 주요 수입농산물의 불·편법 수입에 대응하기 위해 민간의 도입가능 원가를 조사하여 관세청에 사전세액심사기준가격 설정자료로 제공하여 무분별한 수입의 억제는 물론 적정관세 징수가 가능토록 하고 있습니다.

또한, 조사 결과물의 정확성 및 대외신뢰도 제고를 위해 민·관전문가로 구성된 검증회의의 심의를 거쳐 확정하고 있으며, 2011년부터 농산물의 잦은 시세급변 특성을 반영한 상시 모니터링 및 긴급 통보체계를 구축하여 운영하고 있습니다.



5 DISCLOSURE ON MANAGEMENT APPROACH ENVIRONMENT

환경적 가치 창출

aT의 Value Chain상 환경경영



Principle

녹색경영 공기업을 추구합니다.

유기농식품, 친환경 농식품 등 국민의 건강과 안전에 대한 관심이 그 어느때 보다 높아지고 있습니다. 농식품은 생산과 유통과정 뿐만 아니라 먹거리로 소비된다는 점에서 소비자에게 직접적인 영향을 미칩니다. aT는 소비, 생산, 유통 과정에서 환경영향을 최소화 하고 안전한 농산물을 소비자에게 전달하도록 노력합니다.

Our Approach

친환경 농산물 유통과 녹색식생활

aT는 환경친화적 농식품산업을 지원하고 업무상 환경영향을 최소화 하는 녹색경영을 추구합니다. 또한 기후변화에 대한 적극적인 대응을 통해 환경적 지속가능성을 높여 나가고 있습니다. 유통 분야의 친환경성 제고를 위해 다양한 사업을 전개하고 있으며 소비자들이 '녹색식생활'을 일상화 할 수 있도록 노력합니다. aT센터 운영에서도 에너지 저감 노력 및 녹색경영체제를 강화해나가고 있습니다.

구분	세부항목	세부항목	단위	주요성과		
				2009	2010	2011
친환경 농식품 유통활성화	GAP 인증 농가수	GAP 인증 농가수	개	920	1,170	1,315
aT 녹색성장 실천	에너지 절감노력	온실가스 배출량	TCO2eq	10,961	10,992	11,851
	녹색경영체제 확립	환경친화적 제품 구매비율	%	83.2	91.1	80.2

* 2010년도 보고서에 기록된 2008년, 2009년 에너지 사용량 및 온실가스 배출량 값에 계산오류가 있어 금년도 보고서에 수정하였습니다.

1 친환경 가치 창출 활동

1.1 친환경 농식품 유통활성화

GAP(농산물우수관리인증) 지원

GAP(Good Agricultural Practices, 농산물우수관리인증)는 농장에서 식탁까지 농산물의 안전성을 확보하고, 농업환경을 보존하기 위하여 생산단계부터 수확 후 포장 단계까지 토양·수질 등 농업환경 및 농산물에 잔류할 수 있는 농약, 중금속 또는 유해생물 등의 위해 요소를 관리하고 그 관리사항을 소비자가 알 수 있게 하는 체계입니다.

[GAP의 환경/안전 측면의 효익]

- 1. 식품 친환경성과 안전성에 대한 소비자의 요구 증대**
 - 안전한 농산물에 대한 소비자의 욕구를 충족시키기 위해서는 생산단계부터 유통, 판매단계에 이르는 일관적이고 안전한 식품관리체계가 마련이 필요함.
- 2. 농산물 안전에 관련된 국제 동향에 대응**
 - CODEX(국제식품규격위원회), FAO(국제식량농업기구) 등 국제기구에서는 안전농산물의 공급의 중요성을 인식하고 지속 가능한 농업 추진 및 안전성 강화를 위하여 GAP 기준을 마련하였음. 유럽, 미국, 칠레, 일본, 중국 등 주요 국가가 GAP제도를 시행 중이며, 수입농산물에 대하여도 동등수준의 안전성을 요구하고 있음.
- 3. 환경 보호 및 농업의 지속성 확보**
 - 농업이 자연에 미치는 영향을 최소화함으로써 농업의 지속성을 확보할 수 있는 제도의 마련이 필요함.
- 4. 생산농가 경쟁력 확보를 위한 품질관리제도 도입**
 - 국내 농산물 안전관리시스템을 정비하여 DDA, FTA 이후 수입산 농산물과 대응할 수 있는 품질경쟁력 확보체계 구축이 필요함.

aT는 GAP을 통해 농산물의 식품안전성 확보를 위해 수출농가 및 조직에 국제기준의 안전성관리 시스템인 GAP을 보급하고자 합니다. 생산단계부터 최종소비단계까지 체계적인 관리를 통해 농산물의 안전성 확보뿐 아니라 야생 동물과 환경 보호, 작업자 보건복지 등 지속 가능한 농업환경 보전에 기여하는 것을 GAP사업의 핵심목표로 추구하고 있습니다.

[GAP심벌마크의 의미]

형태 : 국가를 의미하는 '태극', 신뢰와 보증을 상징하는 '도장' 모양의 사각 프레임

명칭 : 소비자가 이해하기 쉽도록 단순, 명료하게 표현



친환경농산물 쇼핑물



소비자는 e롭고, 생산자는 u익한 농수산물 사이버거래소

aT는 어떻게 하면 믿고 안전한 식품을 먹을 수 있을까? 농민들의 어려움을 함께 나누면서 동시에 건강한 먹을거리를 확보하는 방법은 무엇일까? 그 해답은 농수산물의 과다한 유통비용을 줄여 소비자는 싼값에 구매하고 생산자는 제값을 받게 하자는 취지로 설립된 aT 사이버거래소 B2C 친환경쇼핑물(www.eatmart.co.kr)에서 찾을 수 있습니다. 2009년 7월 오픈한 B2C 쇼핑물에서는 친환경, 지역특산명품, 전통주 등을 판매하고 있으며, 특히 친환경농산물의 경우, 유기농, 무농약 등 국립농산물품질관리원에서 인증한 친환경농산물을 거래대상으로 함으로써 친환경농산물의 판로 제공 및 소비기반 확보에 기여하고 있습니다.



- 친환경 농산물 불법유통 정보 공유(농관원)**
 - 행정처분업체 퇴출제 시행
- 친환경 인증유효기간 자동 관리시스템 구축**
 - 인증유효기간 만료전 3회 SMS통보(60, 40, 7일)
 - 인증유효기간 7일전 전시판매 중지

친환경농산물 안전성 강화

2011년 7월 친환경농산물 기존 상품 공급망 관리 외에 추가적으로 입점업체 안전성 강화방안 추진하고 있습니다. aT 전국 11개 지사를 활용한 상품 공급망 관리로 품질관리 및 안전성 강화를 통해 안전한 밥상을 제공하고자 노력하고 있습니다.

저탄소 녹색성장 로컬푸드관 신설

생산지에서 소비지까지의 거리를 최대한 줄이는 소비체계의 로컬푸드(Local Food)개념을 도입하여 저탄소 녹색성장의 패러다임에 발맞춰가고 있습니다.

- 로컬푸드관 구매회원의 근거리 상품전시, 구매 유도를 통한 유통비용 절감
- 지역우수상품 전시 판매를 통한 생산농가 판로확대
- 지역상품 구매를 통한 지역경제 활성화 및 저탄소 녹색성장 기회 부여

aT는 우수한 품질과 합리적인 가격의 농수산물을 여러분의 식탁에 올릴 뿐 아니라 농수산물시장 개방이 가속화되는 상황에서 세계 최고 수준의 유통분야 경쟁력을 갖출 수 있도록 친환경농산물 전문 쇼핑물인 사이버거래소의 품질과 효익성을 지속적으로 향상시켜나갈 것입니다.

[사이버거래소 B2C쇼핑물의 특징]

- 수확해서 바로 보내기 때문에 신선하고, 인터넷 직거래라서 가격이 저렴합니다.
- 품질, 배송 등 10개 항목의 엄정한 심사, 정부기관인 거래소의 심사를 마쳐 안심하고 먹을 수 있습니다.
- 친환경농산물의 판로를 찾는 데 어려움을 겪는 현장 농가에 판로를 제공하며, 중간 유통단계를 대폭 줄임으로써 유통비가 10% 이상 감소되어 농수산물 가격 안정에도 크게 기여합니다.
- 소비자는 신선하고, 저렴하며, 안심하고 믿을 수 있는 친환경 우리 농산물을 클릭 한 번으로 현장에 직접 가지 않고 구입할 수 있습니다.



친환경농산물

유기농, 무농약, 저농약 등 국립농산물품질관리원에서 인증한 친환경농산물 판매

지역명품농수산물

지역별 대표품목 및 시/도지사 인증 또는 aT지사장 추천을 받은 지역특산(가공)품 판매

전통주

무형문화재, 전통식품명인을 포함한 대한민국을 대표하는 전통주 판매

- 1인 1일 50명 이하만 구매가능
- 만19세 미만 미성년자 구매불가
- 범용 공인인증서 사용필수

* 농산물 GAP운영 및 안전성 관리(10.1801~11.11 3기수) 51명, 부산친환경 산지상품화과정(9.6일) 97명, 유기가공식품인증 교육(7.18일~11.17 3기수) 74명

에너지 저투입형 농산업 육성을 위한 교육과정 운영

산지와 소비지의 직거래 활성화를 유도하여 기존의 복잡한 유통채널(산지, 도매시장, 유통업체 등)로 초래되는 물류비 발생을 최소화함으로써 소비자와 생산자의 상생을 도모하는 동시에 화석연료의 사용을 절감하여 국내 환경 보호에 기여하고 있습니다.

* 전자상거래과정(6.21~7.8 3기수) 78명

친환경 농산물 유통교육 과정 운영

친환경농산물 유통교육 과정 운영

aT는 국내 GAP업무담당자와 GAP인증 희망농가를 대상으로 GAP인증 및 이력추적관리제도 교육과 식품가공업체 대상으로 유기가공식품인증 교육을 실시하여 친환경 농식품의 인증제도 활성화를 유도하고 있습니다.

이와 같은 교육은 친환경농산물의 생산 및 소비확대를 유도하여 장기적으로 국민의 건강증진을 도모하고 생산자의 농약 및 화학비료 사용을 억제하여 자연환경을 보존하는 효과를 거양하고 있습니다.

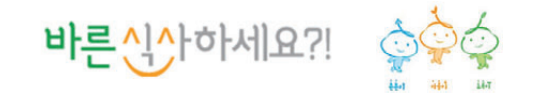
1.2 녹색식생활 보급

녹색식생활이란 식품의 생산에서 소비까지 전 과정에서 에너지와 자원의 사용을 줄이고(환경), 영양학적으로 우수한 한국형 식생활을 실천하며(건강), 다양한 식생활 체험을 바탕으로 자연과 타인에 대한 배려와 감사를 실천(배려)하는 식생활입니다. aT는 「식생활 교육 지원법」 시행(09. 11. 28)에 따라 올바른 식문화 정착을 위해 범국가적 녹색식생활 보급을 추진하고 있습니다.

녹색식생활 체험·교육 프로그램 운영

교육기관 및 체험공간 지정 aT는 농식품부와 함께 식생활 교육기관(22개소) 및 우수농어촌식생활체험공간 (72개소) 지정 을 통해 식생활교육 전문인력 양성 및 식생활체험을 위한 인프라 를 구축하고 있습니다.

녹색식생활 캠페인 슬로건/ 캐릭터



녹색식생활 관련 TV 프로그램



건강한 식생활 실천 대국민 확산

대 국민 홍보 녹색식생활

캠페인 슬로건/캐릭터 개발, 기관 연계 식생활 교육프로그램 진행, TV 식생활 관련 프로그램 진행, 라디오 및 전문지 식생활 광고, SNS 등을 통한 온라인 홍보, 쌀·한식 애니메이션 제작 및 TV 방영, 포스터(30천부) 및 리플렛(15천부) 제작 및 배포 등을 통해 녹색식생활에 대한 홍보를 통해 국민들의 관심을 제고시키는데 기여했습니다.

포스터



리플렛



녹색식생활 체험교육 어릴 때부터 건전한 식습관을 가질 수 있도록 하는 한편, 환경친화적인 식생활 실천과 식생활 체험활동을 촉진하며, 식생활에 대해 감사하는 마음을 갖게 함으로써 전통식생활 문화의 계승 발전, 농어업 및 식품산업의 발전을 도모하기 위해 학생 대상 녹색식생활 및 농어촌 체험과정(148개교, 22,229명)과 녹색식생활 체험학교(90개교, 1,880명)를 운영하였습니다.

가정식생활수첩 제작·보급

녹색식생활 지침 내용을 담은 가정식생활 수첩 제작·보급(100만부)을 통해 가정에서의 녹색식생활 실천을 유도하였습니다.

가정식생활수첩



민간단체 국민운동 지원

민간단체 협력 aT는 녹색식생활교육을 범국민적으로 전개하기 위한 민간단체인 (사)식생활교육국민네트워크와 협력하여 녹색식생활 국민운동 활성화를 도모하고 있습니다. 녹색식생활교육박람회 개최, 식생활 관련 학술대회 및 심포지엄 지원, 녹색식생활정보 114 홈페이지 운영 지원 등을 하고 있습니다. aT는 녹색식생활이 민간 자발적인 운동으로 정착할 수 있도록 민간단체 및 관련기관과 유기적으로 협력할 것입니다.

녹색식생활에 대한 자세한 내용은 녹색식생활정보 114 홈페이지(www.greentable.or.kr)에서 확인 할 수 있습니다.

2 aT 녹색성장 실천

aT는 농식품의 지속가능성과 친환경적 관리를 책임지는 정부기관으로써 aT가 자체적으로 사용하는 에너지 사용 역시 친환경적 관리의 책임임을 인식하고 있습니다. 세계적인 기후변화와 자원부족의 원인에는 에너지 및 용수 사용이 중요하게 자리잡고 있으며, 이에 aT는 체계적 에너지 절감대책을 수립하여 실천하고 있습니다. 본사 사옥과 사업장을 중심으로 에너지 사용량을 관리하고 있으며, 건물·조명·수송 부문의 에너지 절감 대책을 마련하여 전사적인 실천에 노력을 기울이고 있습니다.

에너지 절약

국제유가 급등 및 지구온난화 등에 대응하고 정부의 에너지 절약 대책에 부응하여 공사도 자체적으로 에너지 절약 강화방안을 수립하여 시행하고 있습니다. aT센터 전시장을 포함한 본사 및 지사사옥의 전력사용, 임직원 이동 등 업무상의 환경영향을 최소화하고 에너지를 절약하기 위한 세부계획을 추진하고 있으며 임직원의 에너지 절약 의식 확산을 위해 노력하고 있습니다.

aT 센터는 에너지 절감 빌딩으로 운영되고 있으며 정부 정책에 따른 에너지 저감을 위한 시설교체, 냉난방 효율화를 위한 개선노력을 시행하고 있습니다. 또한 전국 지사/비촉기지에서 단열, 냉동기 교체등을 통한 에너지 저감과 온실가스 배출 저감에 노력하고 있습니다.

에너지 절감 추진 실적

LED램프 교체	• 기존 메탈 등 할로겐 램프를 LED램프로 교체하여 전력 절감 - 지하주차장 기존형광등 LED램프로 교체(197개) 및 동작감지센서 설치
공기조화기 인버터반 설치	• 공기조화기에 절전 인버터 제어반을 설치하여 전력 사용량 절감 - 누적 인버터 제어반 56대 설치 운용 중(2011년 8대 추가 설치)
승용차 요일제 시행	• 일반 업무용 및 직원차량 - 주차 장산소 입구에 차량 요일제 입간판 제작 홍보, - 자율적인 카풀제 운영을 통한 에너지 절약 권장 • 하이브리드 업무용 차량 운행(1대)
비촉기 지 건물 단열 보완	• 비촉기 지 건물 단열 보완으로 전력사용량 절감 - 안심비촉기 지 8, 9호실 단열보완공사, 천정을 교체, 보완공사(안심, 노포, 광주 비촉기 지)
aT센터 조명관리	• 조명 관리 강화 - 종식시간 강제 소등실시(12:00 ~ 13:00) - 옥외 경관조명 사용 단축 - 3개소 간판을 오후 11시까지만 점등하고 이후 소등
승강기 운행 관리	• 에스컬레이터 자동운전장치 설치 - E/S 1, 2호기에 레이다 센서 및 인버터제어를 통한 2단속도 제어방식의 자동운전장치설치 • 승강기 제한 관리 : 4층 이하 운행금지, 군 관리시스템 적용, 5층 이상 홀, 짝층 구분 관리
실내 적정 온도 관리	• 적극적인 에너지 절감요인 발굴·시행 - 적정 실내온도 준수(하절기 28℃, 동절기 18℃ 유지) - 피크시간대(11~12시 및 17~18시) 2차례 난방기 가동중지(계속 시행중) - 각 실마다 디지털온도계 설치 : 실시간 온도 파악으로 규정온도 유지 • 동절기 에너지절감 이행력 제고를 위한 발열내의 및 무릎담요지급

2011년 aT 전체 에너지 사용실적

구분	2009		2010		2011		비고
	사용량	TCO ₂ eq	사용량	TCO ₂ eq	사용량	TCO ₂ eq	
전기(MWH)	18,169	8,471	18,147	8,461	20,212	9,423	간접배출
가스(m³)	1,005,713	2,262	1,023,903	2,303	964,961	2,171	직접배출
휘발유(ℓ)	49,905	112	51,278	115	51,200	115	직접배출
경유(ℓ)	43,497	116	42,160	113	39,785	106	직접배출
합계	-	10,961	-	10,992	-	11,815	

* 전년대비 저온보관이 필요한 정부비축물량 증가로 인하여 전력사용량 증가
* 산정범위 : 본사 및 국내지사
* 임차건물 사용으로 전력사용량 계량이 불가능함 국내지사 제외(5개지사)

2012 에너지 절감 추진계획

건물부문

- 지하1, 2층 주차장의 기존 형광등 250여개를 LED램프로 교체하고 동작감지센서 방식을 채택
- 노후 비촉기 지 단열보완으로 냉기 손실방지(3개지사, 5개호실)
- 근무시간 중 개인 전열기 사용금지
- 중식, 퇴근 시간 일괄소등(지속실시)
- 홍보전광판 전면소등,
- 옥외공사명 간판 심야 소등(23:00 ~ 일출시)
- 엘리베이터의 합리적 운행
 - 4층 이하 운행 금지, 5층 이상 격층 운행 , 군관리 시스템 도입
- 실내온도 준수
 - 냉방 : 당초 27℃ · 60일 가동⇒ 28℃ · 42일 가동
 - 난방 : 당초 19℃ · 90일가동 ⇒ 18℃ · 72일 가동

수송부문

- 2013년도 내구연한이 도래하는 업무용 차량 하이브리드 교체 계획

친환경 제품 구매

친환경상품은 환경오염을 줄이고 유해물질의 사용을 최소화하는 제품 등에 대하여 정부에서 인증하는 상품으로, 공사는 구매하고자 하는 품목에 친환경상품이 있는 경우 이를 의무구매하고 있습니다. 2011년에는 총 구매액 중 80%인 490백만원을 친환경제품 구매에 사용하였습니다.

또한 공사는 사무실에서 사용하는 모든 용지를 친환경용지를 구입하여 사용하고 있습니다.

친환경제품 구매현황

연도	친환경구매(천원)	비율(%)
2009	848,936	83.2
2010	473,045	91.1
2011	490,325	80.2

친환경용지 구입현황

구분	2011년도	
	수량(BOX)	금액(원)
1/4분기	-	-
2/4분기	400	8,080,000
3/4분기	480	9,989,760
4/4분기	350	7,245,000
계	1,230	25,314,760

* 1/4분기는 구입실적 없음



용수 사용 및 방류수 관리

친환경 농산물 생산에는 깨끗한 물이 필수적입니다. 공사는 aT센터에서 방류하는 용수의 수량 및 수질은 주변의 생태환경에 중요한 영향을 미칠 수 있음을 인지하고 있으며, 용수 사용 후 배출되는 오·폐수는 하수처리장을 통해 오염 없이 배출되도록 처리하고 있습니다. 오염도가 낮은 물은 중수도 설비를 통하여 중수 처리되어 세척용수 등 잡용수로 재활용하여 환경보호 뿐만이 아니라 운영비용 절감이라는 경제적인 이득을 보고 있습니다.

2011년 aT에서 사용한 총 용수량은 169,105m³으로, 전년 대비 저온보관 비축물량이 26% 증가하면서 3,468m³이 증가하였습니다. 비축물자를 저온 보관하는 비축기지는 저온 보관품 증가에 따라 냉방과정에서 용수사용의 증가가 불가피하여 저온보관 비축물량이 증가할 경우 상수도의 사용량이 증가하게 됩니다.

앞으로 비축기지, 및 지사 등에 사용되는 용수양이 많이

요구되는 만큼, 용수 관리의 효율성을 지속적으로 증대시킬 것입니다.

폐기물 관리

aT센터는 전시장과 업무용설비의 건물로 폐기물은 주로 전시동에서 발생되고 있으며, 업무동에서는 주로 재활용이 가능한 폐지가 발생되고 있습니다.

그동안 모든 폐기물의 배출량을 정확히 관리하지 못하였으나, 2012년부터 폐기물과 재활용 가능한 폐지류를 구분, 계량하여 폐기물 반출량을 최소화하겠습니다.

법규 준수

aT는 환경정책기본법, 대기환경보전법, 수질환경보전법, 자연환경보전법 등 관련 법규를 준수하고 있습니다.

최근 3년간 환경관련 법규 위반 사례는 없었습니다.

2011년 aT 전체 용수 사용실적

구분	2010	2011	비고
상수도(m³)	82,053	87,469	
지하수(m³)	91,105	89,270	
배수량(m³)	165,637	169,105	상수도, 지하수의 합
중수도(m³)	-7,521	-7,634	상수도 재활용

- * 비축물자를 저온 보관하는 비축기지는 저온 보관품 증가에 따라 품위유지를 위하여 냉방과정에서 용수사용의 증가가 불가피 하여 상수도의 사용량이 증가함 ('11년전년대비 저온보관 물량 26%증가)
- * 산정범위 : 본사 및 국내지사
- * 임차건물 사용 및 복합건물 일부면적 소유로 용수사용량 계량이 부정확한 국내지사 (6개소) 제외

6 DISCLOSURE ON MANAGEMENT APPROACH SOCIETY
사회적 가치 창출

Our Approach & Principle

aT는 이해관계자들과의 다양한 커뮤니케이션 활동으로 공사의 지속가능성 향상을 위한 기회요인을 파악하고, 이를 바탕으로 주요 이해관계자인 임직원, 고객, 지역사회와의 동반성장, 협력회사와의 상생을 위한 다양한 활동을 펼치고 있습니다.

또한 다양한 이해관계자들의 가치 제고를 위해 이해관계자와 지속적인 교류활동을 펼쳐왔으며 고객만족도 향상, 임직원 복지 향상, 지역사회 공헌 확대를 위해 노력하고 이들의 의견을 경영활동에 반영하였습니다.



Social Performance

구분	세부항목	단위	주요성과		
			2009	2010	2011
임직원 복지	임직원 만족도	점	63.8	64.7	66.7
	1인당 교육투자비용	천원	813	843	954
고객 만족	고객만족도(PCSII)	점	94.7	96.7	97.6
지역사회공헌	사회공헌활동 참여 (연인원)	명	787	397	2,632
	사랑나눔기금액	백만원	46	293	452

* 2010년도 보고서에 기록된 교육투자비용 및 사랑나눔 기금액에 오류가 있어 금년도 보고서에 수정하였습니다.

1. 고객만족

농수산물과 식품의 생산자에서부터 소비자까지 모든 생산 및 유통단계에 aT의 고객이 존재합니다. 농수산식품 산업 발전을 위해 고객의 소리(VOC)를 경청하며, 고객 입장에서 생각하고 실천하는 aT가 되겠습니다.

고객만족 전략

aT의 전 임직원은 고객만족경영을 최우선 경영가치로 여기고, CS경영시스템을 구축하여 운영하고 있습니다. ‘고객의 가치를 창출하는 CS선도 글로벌 공공기관’이라는 CS비전을 세우고, 스마트 시대에 걸맞게 고객이 원하는 것을 민첩하고, 빠르게 대응하고자하는 하는 의미의 “SMART CS!” 세부 실천과제를 수립하였습니다.

고객만족 활동

CS경영 워크숍

단순 주입식 CS교육에서 벗어나 실질적인 CS마인드 함양을 위해 1박 2일 동안 고객접점 직원들을 대상으로 CS경영워크숍을 실시하였습니다. 전문가를 초빙하여 특별강연 및 고객만족 개선방향 발표회를 개최하는 등 임직원의 CS경영 마인드를 내재화 하기 위한 노력을 기울였습니다. 접점에서의 현장경험과 지식을 토대로 조직문화·CS·윤리 등 5개 주제로 분임토론을 하고, 발표 및 평가를 통해 9개의 개선과제를 도출하였습니다. 채택된 고객만족 개선과제에 대해 소관부서별로 실행을 검토 하고 추진해 나가도록 하였습니다.

아시아나와 함께하는 CS 현장 체험교육

국내 CS우수기업인 아시아나 항공을 벤치마킹하고, 직원들의 CS마인드를 내재화하기 위해 “아시아나 First Class 체험교육”을 실시하였습니다. 본사 및 지사의 고객접점 직원에 대한 체험교육으로, CS역량 및 변화 관리능력을 제고하는 좋은 기회가 되었습니다. 참여직원들은 “First class 서비스 경험을 바탕으로 aT고객에게 1등급 서비스를 하겠다”고 하였습니다.

2011 CS경영 워크숍



아시아나 CS·윤리 체험교육



경영혁신 우수사례(B/P) 발굴 및 확산

aT는 2011년 한 해 동안 경영혁신을 위해 노력한 결과를 공유·전파하기 위해 ‘경영혁신 BP(Best Practice) 경진대회’를 개최하였습니다. 총 50개 팀에서 88건의 사례를 발굴하였고, 그 중 8건의 우수사례를 대상으로 최종 경진대회를 펼쳐 최우수상, 우수상 등 5팀을 선정하여 포상을 실시하였습니다. aT는 이러한 우수사례가 임직원에게 전파되어 고객에게 고품질의 서비스를 제공할 수 있도록 지속적으로 노력해 나갈 예정입니다.

CS 비전	고객의 가치를 창출하는 CS 선도 글로벌 공공기관				
CS 슬로건	Any time, always aT!(고객이 필요로 할 때, 언제나 aT가 함께합니다)				
CS 전략	S(Sense) 감성경영	M(Moment) 접점관리 강화	A(Advance) 서비스 혁신	R(Respect) 고객존중	T(Trust) 신뢰도 제고
세부실천과제	• WOW aT 운동전개 • aT 칭찬마당 운영 • 고객 접근성 향상을 위한 시설 개선	• CS경영 워크숍 • 맞춤형 CS체험교육 • 경영진 현장간담회	• 서비스품질우수기관(SQ) 인증 획득 • 화훼공판장 CEM시스템 내재화 • CS우수사례집 발간	• 고객응대 전화모니터링 • 고객서비스현장 개정 및 이행표준 모니터링	• 고객만족도조사 실시 (고객만족도+국민체감도) • 경영혁신 BP경진대회 개최

2011 경영혁신 BP 경진대회 수상내역

최우수	공세적 수입선 다변화로 수급안정 및 예산절감	두류관리팀 채소특작팀
우 수	가족친화경영은 aT의 경쟁력!	인사팀
우 수	New Innovation & Momentum of “eaT” Cyber Trading System	전략기획팀

2011 경영혁신 BP 경진대회



최우수상 포상



한국서비스품질 우수기관(SQ) 인증 획득

2011년 aT는 지식경제부 기술표준원에서 주관하는 서비스품질인증제도인 한국서비스품질우수기관(SQ)인증을 획득하였습니다. SQ인증은 전문가로 구성된 평가위원이 직접 현장, 암행, 고객평가 등의 엄격한 심사를 통해 수여하는 것으로, 고객경험관리(CEM)체계 구축, WOW aT 운동전개, 고객중



고객만족도 조사

기획재정부 주관으로 실시되는 공공기관 고객만족도조사(PCSI)에서 aT는 전년대비 0.9점 상승한 97.6점으로 역대 최고득점을 획득하여 5년 연속 우수기관에 선정되었습니다. 현장중심의 고객서비스 실천, 경영혁신 BP 경진대회, 고객감동을 위한 CS체험교육 등 aT만의 차별화된 CS프로그램 운영에 의한 것으로 자체평가 하고 있습니다. 뿐만 아니라 자체적으로 고객만족도 조사 및 내부만족도 조사를 실시해 우수부서에 포상을 하는 등 고객만족도 향상에 힘을 쏟았습니다. 향후에도 고객 VOC 통합관리시스템구축, 각 접점에서의 고객경험관리 등을 통해 고객만족도 제고를 위하여 모든 역량을 집중해 나가겠습니다.

심의 시설개보수 등 지속적인 서비스 개선 노력이 좋은 평가를 받아, SQ인증을 획득하였습니다. 이번 우수기관인증획득을 계기로 서비스 품질 개선을 위해 더욱 노력하여 양질의 고객 서비스를 제공하는데 앞장서겠습니다.

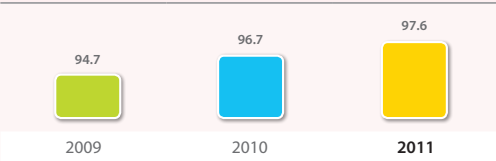
고객의 소리(VOC) 수집

aT는 다양한 고객들의 입장에서 의견을 수렴하기 위해 노력해왔습니다. 홈페이지 전자민원, 고객상담실, 고객제안, aT 칭찬마당 등 온라인을 통하여 고객의 소리를 듣고 있습니다. 또한, 전화, 우편, 방문, 고객자문위원회 및 각 사업별 자문위원회 등 오프라인 채널을 통해 현장에서 농칠 수 있는 고객들의 소중한 의견 하나하나까지 듣기 위해 노력하였습니다. 이렇게 수집된 고객의 의견을 통해 다양한 개선사항을 도출하고, 경영개선에 적극 반영하였습니다.

고객정보보호 노력

aT 홈페이지 이용을 위한 회원가입 시 고객 개인정보 유출사고를 방지하고자 I-PIN 방식을 도입하였습니다. 이에 고객은 I-PIN 또는 주민등록번호를 선택적으로 사용할 수 있으며, 안심하고 온라인 활동을 할 수 있게 되었습니다.

공공기관 고객만족도



고객만족도 우수기관 홍보 배너



또한, 지속적인 사이버·보안점검을 실시하여 정보보호에 힘쓰고 있으며, 모니터링을 통해 해킹 등 유해 IP를 차단하고 있습니다. 이런 노력의 일환으로 '인터넷사이트 안전마크' 및 '개인정보보호 우수사이트'인증을 획득하였습니다. 우리 aT는 꾸준한 점검을 통해 고객정보보안에서 신뢰성을 확보할 수 있도록 노력하고 있습니다.

고객 전화응대 모니터링

aT는 공사의 전화응대 서비스 수준을 진단하고 보다 나은 고객서비스 제공을 위해 전 부서를 대상으로 전화응대 모니터링을 매년 실시하고 있습니다. 2011년 평균점수는 93.4점으로 지난 3년간 지속 상승하는 모습을 보여왔습니다. 또한, 올바른 전화예절 문화 조성과 고객전화에 대해 최상의 통화품질을 유지하기 위해 전화응대 매뉴얼에 따른 부서별 자체교육을 실시하고 있습니다. 앞으로도 지속적인 노력을 통하여 보다 높은 수준의 전화응대 서비스를 제공하도록 하겠습니다.

WOW aT 추진단

2009년부터 조직문화를 개선하고 고객만족도를 제고하기 위하여 “WOW(Wonderful Our Workplace) aT 추진단”을 운영하고 있습니다. KMS(지식경영정보시스템)의 “aT 제안마당”을 통해 접수된 직원들의 제안을 평가하고, 등급에 따라 포상을 실시하였습니다. 그 중 개선과제로 선정된 제안에 대해서는 관련부서를 배정하고 지속적으로 점검하여 실질적인 경영개선으로 이어질 수 있도록 하고 있습니다.

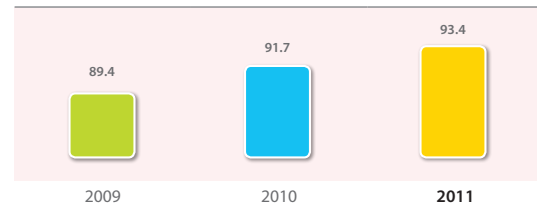
KMS 지식제안 평가 · 활용 프로세스



인터넷사이트 안전마크 및 개인정보보호 우수사이트 인증



전화모니터링 득점 추이



그리하여 WOW aT추진단을 통해 매주 수요일 aT가족의 날 지정, 금요일 Free dress day 운영, 아침사내 방송 등 다양한 조직문화 개선 캠페인을 개최하였습니다.

WOW aT 추진단 회의



2. 임직원 복지

aT는 인적자산을 조직의 지속가능 발전의 원동력으로 인식하고 있으며 임직원에 대한 합리적인 처우, 인재개발 지원, 즐거운 근무환경 조성을 통해 aT의 지속가능성을 향상시키고 있습니다.

고용현황

임직원 고용

2011년 12월 말 현재 aT의 임직원은 임원 5명, 직원이 554명으로 구성되어 있으며, 남성이 441명, 여성이 118명으로 전체 직원 중 여성 비율은 21%입니다. 모든 사업장의 직원 연봉은 법정 최저 임금 기준을 만족하며, 성별에 따른 임금 차별은 없습니다.

aT는 근로기준법과 취업규칙을 준수하고 있으며 강제노동 및 아동노동은 발생하지 않았습니다. 2011년 이직률은 전년도에 비해 0.3%p 감소하였습니다.

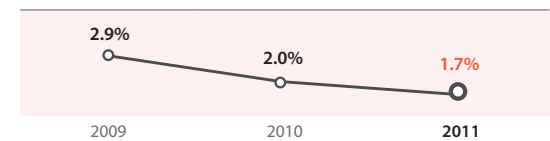
(최근 3개년 이직률 : '09 : 2.9%, '10 : 2.0%, '11 : 1.7%)

해외지사 직원 선발시에는 현지인을 우선적으로 채용하려고 하고 있습니다.

임직원 현황

구 분	2009	2010	2011
남성임직원 수(비율)	453(80.9%)	441(81.4%)	441(78.9%)
여성임직원 수(비율)	107(19.1%)	101(18.6%)	118(21.1%)
* (장애인 수(비율))	17(3.0%)	17(3.1%)	17(3.0%)

이직률 현황



산재율

공사는 평소 근로자의 광범위한 업무활동을 도모하고 업무상 재해로 인한 근로자의 재활을 지원하기 위하여 취업규칙 및 인사규정, 연봉규정 등에서 업무상재해자에 관한 별도의 규정을 두고 있습니다. 또한, 재해자 발생을 방지하기 위하여 건강관리 및 건강검진 등 다양한 지원책을 수립하여 운영중에 있습니다.

차별방지

차별금지 및 인권존중

공사는 성별, 연령, 종교, 학력, 신체장애 및 지역 등에 의한 차별을 금지하고 근로기준법과 국제노동기구(ILO)의 강제 근로 금지규정을 준수하고 있습니다.

양성평등

aT는 성별에 따라 임금 및 승진에 차별을 두지 않고 있을 취업규칙에 명시하여 준수하고 있습니다. 또한 직장 내 성희롱 예방을 위해 연 1회 성희롱 예방 교육을 실시하고, 남녀고용평등 이행 촉진을 위해 명예고용평등감독관을 운영하고 있습니다.

여성에 대한 신규 채용을 확대하는 한편, 여성 전문인력을 육성하기 위한 중장기 계획을 수립하였습니다. 여성 리더십 개발과정 운영, 핵심부서 배치 확대, 차별적 고용여건 제거(육아 여건 보호 등)와 같은 노력을 바탕으로 2009년 여성 과장은 17명, 차장 1명, 2010년 과장 26명, 차장 2명, 2011년 과장 39명, 차장 4명으로 점차 확대되고 있는 추세입니다.

임직원 고충처리

사이버 고충상담센터 운영 직원 고충해소를 위한 사이버 고충상담센터를 설치하여 운영하고 있습니다. 사내 인트라넷에서 인사 및 고충상담을 접수하고 있으며, 접수된 의견은 공사와 노조 합동 고충처리위원회에서 관리하고 있습니다. 이러한 프로그램은 비정규직 직원에게도 동일하게 적용되어 차별없이 인간존중의 직장문화를 실천하고 있습니다.

현장 인사서비스 실시 지사 직원의 애로사항을 파악하기 위해 현장 인사서비스를 실시하고 있습니다. 매년 정기적으로 11개 전 지사를 순회하면서 지사 직원의 차기 희망 직무 및 근무처, 애로 및 고충사항을 청취하여 반영하고, 직무 및 경력상담 등을 실시함으로써 본 · 지사 간 벽을 낮추는 인사서비스를 제공하고 있습니다.

복지증진

aT는 ‘가화만사성’의 가치를 내걸고 가정의 안정이 조직의 경쟁력임을 모두가 인식하여 삶의 가치를 향상시켜 조직의 지속성을 영위할수 있도록 최선의 노력을 다하고 있습니다.

가족친화 복지제도

저출산 시대를 맞아 정부
의 시책에 부응하기 위해
출산장려금 확대 및 aT센
터 내 어린이집을 설치하
는 등 자녀 육아를 위한 모
성 보호 정책을 실시하고 있습니다. 또한 출산 전·후 휴
가를 보장하여 임직원들의 육아 부담들 덜어주는 한편 성
차별 금지를 통해 복직 후에도 불리한 인사 처우를 받지
않도록 제도화하였습니다. 이러한 제도를 통해 aT는 여
성직원들이 육아 휴직 후 90%이상 복직하였으며, 40%
이상이 조기복직 하였습니다. 또한 상조 서비스 도입을
통하여 가정의 슬픔까지 함께하도록 노력하고 있습니다.
이러한 노력으로 2011년 가족친화인증기관으로 재선정
되었습니다.

aT 어린이집 설치('11.3)



구분	복지증진 프로그램
근무형태	선택적 근무시간제
	집중 근무시간제
가족대상	대학생 자녀 학자금 용자
	임직원 단체보험
	직장보육시설 설치
	상조서비스 도입운영
	출산장려금 지원
	육아 휴직·휴가
	연차휴가활성화
	배우자 해외근무 휴직
	주택자금 용자
	본인 대학원 지원
개인신상	여가 및 문화 활동비 지원
	퇴직연금제도
	자기개발 휴직

선택적 복리후생제도 운영

2007년부터 사전에 설계된 복지항목 중 개인별로 배정

된 예산 범위에서 개인의 선호도 및 필요에 따라 복지항
목이나 수혜수준을 선택할 수 있는 선택적 복리후생제도
를 운영하고 있습니다. 이를 통해 직원 생활의 질 향상이
라는 새로운 욕구의 충족과 개인의 자발적·적극적 참여
를 통한 참여복지를 실현하고 있습니다.

주거안정 지원 및 생활안정을 위한 지원

aT는 불안한 부동산 시장을 감안하여 무주택 직원의 주거
안정을 지원하기 위한 제도를 운영하고 있습니다.
또한 건강관리 및 유지를 위해 정기적으로 건강검진을 실
시하고 있으며, 단체보험 운영을 통해 예측할 수 없는 각
종 사고와 질병으로부터 직원과 가족을 보호함으로써 생
산성 향상을 도모하고 있습니다.

퇴직연금

퇴직 후 노후 생활안정을 위하여 퇴직연금제를 2007년
부터 운영하였습니다. 퇴직연금제도 가입 첫해부터 퇴직
금 예상액의 100%를 사외 예치하였으며, 계약직 포함
전직원에 대해 가입하여 운영중입니다.
퇴직연금 운영기관의 선정에 있어서는 직원의 금융기관
선호도를 평가기준에 포함하여 직원의 의사를 반영하였
습니다. 퇴직연금 가입 이후 현행 퇴직금의 지급은 수혜
안전성을 위하여 법에서 정한 바와 같이 적립금액 전액을
본인계좌로만 지급하고 있습니다.

단체보험, 심리상담 프로그램

예측할 수 없는 각종 사고와 질병으로부터 임직원 및 가
족을 보호하고, 직원의 사기진작을 통해 조직의 생산성을
향상하기 위하여 종업원단체보장보험을 2005년부터 가
입하여 운영하고 있습니다.

(가입범위 : 사망(1억원) / 입원(3천만원) 등,
가입대상 : 계약직 포함 임직원, 배우자, 자녀)

또한, 근로자의 개인적 문제해결을 위한 상담/코칭 서비
스 등을 지원하기 위하여 근로자심리상담서비스(EAP)를
운영하고 있습니다. EAP프로그램을 통해 근로자의 스트

인재상

1. 글로벌 감각과 능력을 갖춘 세계인
2. 미래를 준비하고 변화에 과감하게 도전하는 창조인
3. 조직의 비전과 개인의 비전을 공유하는 조직인
4. 정직성과 책임감이 강한 주인정신을 가진 자주인
5. 담당분야에서 최고의 역량을 갖춘 전문인

4대 역량교육

기본 역량 : 명사특강, 고객만족, 청렴혁신, 윤리경영 등
리더십 역량 : 직급별 리더십교육, 간부워크숍,
최고경영자과정 등
직무 역량 : 대학원 석박사 및 단기전문가, aT아카데미,
농업소양교육 등
글로벌 역량 : 해외파견예정자 교육 및 각종 외국어교육 등

레스 감소 및 업무 몰입도를 향상시키고, 직접적인 인사
관리의 한계를 극복하여 개인적·가정적 측면의 인사 노무
문제를 예방하고 있습니다.

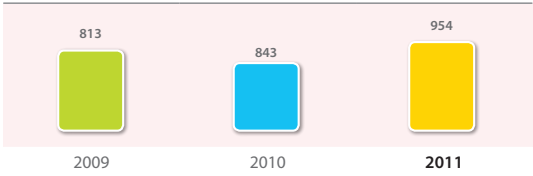
뿐만 아니라 협력업체 및 aT센터 입주업체 직원 등도 자
유로이 참가하고 있습니다.

(’11년 초청강사 : 시골의사 박경철, 명지대 교수 김정운 등)

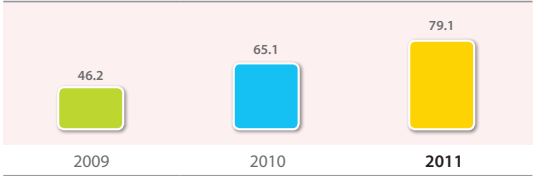
교육

aT는 조직의 경쟁력을 강화하여 지속가능 경영을 실현하
기 위해 가장 중요한 요소가 조직 구성원들의 교육이라
는 것을 인식하고 aT가 추구하는 인재상을 설정하고 인
재상에 맞는 인재로 육성하기 위해 4대 역량으로 구분하
여 모든 임직원들의 역량을 제고하기 위해 노력하고 있
습니다.

1인당 교육비 (단위:천원)



1인당 교육시간 (단위:시간)



신바람나는 조직문화를 조성하기 위해 특별초청 강연 실시

신바람나는 조직문화를 조성하여 조직의 경쟁력을 강화
하고 직원의 기본소양을 함양하기 위해 사회 유명인사를
초청하여 특강을 실시하는 시간을 가지고 있습니다. 특히
'11년부터는 이해관계자와의 동반성장을 위해 공사 직원

신입사원 교육 체계화

신입사원들의 업무 적응능력을 향상시키고, 전문 인재로
육성하기 위해 기존의 교육 과정을 개편하였습니다. 신입
사원들은 사전교육→입문교육→사후교육의 3단계를 통
해 aT의 미래 핵심인재로 성장하게 됩니다

사전교육

사이버 사규교육
(기본법령, 제규정)

입문교육

직장인의 기본자세
및 소양,
팀워크 훈련

사후교육

사이버교육
(회계, 멘토링)

전문가 교육 강화 및 확대

글로벌 시장에서의 경쟁력 있는 전문가 양성을 위해
2011년 전문 교육에 대한 지원을 강화하였습니다. 대학
원 석사 과정 학업을 실시하고 있는 직원 9명에 대해 학비
의 70%를 보조하였습니다.

온라인 강의 강화

효과적인 학습과 예산 절감을 위해 온라인 강의를 강화
하고 있습니다. 온라인 강의는 임직원들은 자기의 필요
에 맞는 강의를 선택 수강함으로써 학습 효과를 더욱 제
고할 수 있으며, 자기 주도 학습이 가능한 장점을 가지
고 있습니다. 현재 무역실무, 재무회계 등 과정을 실시
하고 있으며 앞으로 온라인 교육의 비중을 더욱 확대할
예정입니다.

교육이수 학점제 운영

각 직급별로 매년 취득해야 하는 학점을 규정하고 있으며, 승진에 필요한 기본 이수 학점을 수립하여 인사고과에 반영하고 있습니다. 2011년에는 직원 교육훈련을 강화하여 1인당 교육비 및 교육시간이 전년대비 큰 폭으로 상승했습니다.

공정한 인사관리

능력과 성과중심의 인사관리

1~2급 간부직을 대상으로 직위 공모제를 실시하고, 3급 이하 직원들에게는 직무 희망제를 실시하여 본인의 적성과 능력에 맞는 일을 부여하고 있습니다.

임직원 만족도 조사

공정한 인사운영을 위하여 aT는 매년 임직원을 대상으로 정기 설문조사를 실시하여 인사운영에 대한 현황 및 문제점을 진단하고, 개선방안을 도출, 반영하고 있습니다. 설문은 인사제도 만족도, 직무만족도 및 조직몰입도 등의 항목으로 이루어져 있으며, 11년 조사결과 임직원 만족도는 전년대비 2점 상승한 66.7점으로 나타났습니다. 설문에서 수렴된 임직원 의견은 차년도 인사운영계획에 반영하여 보다 합리적이고 수용도 높은 인사시스템을 만들어 나갈 것입니다.

공정한 성과평가

상사·부하·동료에 의한 360도 다면평가시스템과 개인별 목표관리제(MBO)에 의한 업적평가, 균형성과관리(BSC)에 의한 조직평가 등을 통해 공정한 평가가 이루어지며 성과와 연동된 보상이 이루어지고 있습니다. 개인별 목표관리제는 개인의 목표와 부서의 목표를 조화시키고, 부서원간의 협의를 통해 업무를 수행하는 제도로서 직원들과의 커뮤니케이션을 강화하고 업무몰입도를 향상시키는 제도입니다.

합리적인 노사문화

aT노사는 조직의 비전과 경영목표를 달성하기 위해서 노

사관계 안정이 중요하다는 것을 인식하고 노사파트너십의 핵심 3대 가치와 노사관계 선진화 추진전략을 노사가 공동으로 수립, 실천하여 '89년 노조 설립이래 23년 연속 무분규 사업장을 실현하여 민간부문 노사관계에 모범을 보이고 있습니다.

aT는 단체협약에 의해 자유로운 조합활동을 보장하고 있으며, 조합활동에 따른 불이익 처우를 못하도록 명문화하고 있습니다. 또한, 노동쟁의와 관련 하여서도 관련법규에 따르도록 명시하고 있습니다

특히, '11년 체결한 단체협약에서는 노사간 상호이해와 신의, 자발적인 화합 등을 강조하였으며, 노사의 사회적 책무에 대해서도 명시 하였습니다.



상생적 노사문화 추진 전략

- 노사 파트너십의 3대 핵심가치
 - 미래지향적 파트너십 : 현재보다 미래지향적인 가치 추구
 - 협력적 파트너십 : 대립보다 협력적인 가치 추구
 - 생산적 파트너십 : 비효율보다 생산적인 가치 추구
- 노사관계 선진화 추진전략 실천 5대 기본 원칙
 - 상호존중 노사관계 중 문화 구축 : 노사관계의 주체로서 상대방을 존중하는 문화를 구축한다
 - 법과 원칙 준수 : 노사관계에 있어서 노사가 상호 법과 원칙을 준수한다.
 - 대화와 타협중시 : 노사현안에 대해서 대화와 타협을 중시하는 문화를 구축한다.
 - 노사관계 안정우선 : 노사관계 안정이 중요하다는 것을 노사가 공동인식하고 노사관계 안정을 위해 노력한다.
 - 노사공동 발전협력 : 노사관계의 주체로서 노사가 공동으로 발전할 수 있도록 협력한다.

노사 커뮤니케이션 활성화

상생적 노사문화 정착을 위해 정기 노사협의회, 사내 인트라넷에 신문고를 운영하는 등 다양한 커뮤니케이션 채널

을 통해 노사 커뮤니케이션 활성화를 도모하고 있습니다. 노사협의회는 노사대표를 비롯하여 사측에서 임원진 전원과 기획실장·경영관리처장이 참가하고 있으며, 노동조합에서는 수석부위원장과 부위원장 등이 참가하여 분기별로 노사현안을 논의하고 있습니다. 노사협의회에서 경영진은 경영현안을 노동조합에 상세히 설명함으로써 노사 상호 이해를 도모하고, 생산성과 직원 복지 수준을 향상시켜 노사 간 공동이익을 추구하고 있습니다. 또한, 경영 현안설명회, CEO와의 열린 대화, 노사실무자

간 정기 Tea Time 등을 실시하고 있으며, 중요한 사항에 대해서는 지체없이 상호 통보하되, 급격한 경제환경 변화 등에 따른 단체협약의 개폐 등이 필요한 경우 10일전에 상대방에게 개폐의사를 표시하도록 명시되어 있습니다.

노조가입현황 (단위 : 명)

구 분	2009	2010	2011
전체 임직원	560	542	559
노조가입대상	446	429	439
노조가입인원	446	429	439

3. 지역사회 공헌

aT는 농어촌 중심의 소외된 이웃의 사회적 동반성장을 위하여 다문화가족 지원, 그린환경실천활동, 임직원 참여형 활동 등 3대분야 22개 프로그램의 사랑나눔 실천을 펼치

고 있습니다. 2011년을 공사 CSR의 체계적 실행과 임직원의 사회공헌 인식 변화 유도로 공사의 사회적 책임을 실현하는 기점으로 발전시키코자 노력하였습니다.

사회공헌 추진방향



농어촌지역 중심의 다문화 가족 지원활동

aT 사회공헌활동의 패러다임 변화를 위해 미래농어촌의 핵심인력으로 부각될 다문화가족 대상의 가치 있는 프로그램 발굴운동을 통해 ‘농어촌지역 다문화 가족 지원활동’이 공사의 핵심 사회공헌활동으로 정착되는 성과를 창출하였습니다.

농어촌지역 다문화가정 일자리 창출

aT는 2009년부터 임직원들의 임금반납과 경비절감을 통해 지속적으로 다문화가족 지원센터의 보육도우미인 “다문화 사랑나누미”를 채용 (60명)하여 결혼이민여성 집합교육 시 자녀 일시 돌봄 서비스를 제공하여 결혼이민여성의 한국문화 조기정착과 일자리창출의 정부정책 수행을 겸비한 사회공헌활동추진으로 공공기관으로서의 사회적 책임을 완수하였습니다.



다문화가족 교육교재 지원

농어촌지역 중심으로 “다문화사랑나누미”를 채용한 다문화가족 지원센터 60개소를 대상으로 다문화 그림책을 2회에 걸쳐 총 7,616권을 지원하여 결혼이민여성과 다문화자녀의 한국어 습득을 지원으로 생활안정을 도모하여 한국문화 조기정착에 도움을 주었습니다.



지구촌 사랑나눔 무료급식 봉사 및 시설 개보수 활동

aT는 2011년부터 경제적인 어려움과 병환으로 정착하지 못하고 있는 외국인 근로자와 중국 동포 등 이주민을 대상으로 총 6회에 걸쳐 임원과 함께 참여하는 무료급식봉사 및 노후시설 개보수를 지원함으로써 생활환경 개선 및 이주민 가족의 재충전과 새출발을 지원하였으며, 2012년에도 실질적 도움이 될 수 있는 프로그램을 발굴하여 지원할 계획에 있습니다.



다문화가정 이주여성 및 사회복지시설이 함께 참여하는 김치 담그기

aT는 매년 김장김치 담그기 행사를 개최하고 있습니다. 특히 2011년에는 김장양념 폭등으로 서민경제의 어려움이 더욱 심화됨에 따라 물량을 늘려 다문화 이주여성과 지역내 사회복지시설, 임직원 200여명이 함께 참여하여 1개소에 200kg씩 총 5,300kg을 23개소에 기부하여 따뜻한 겨울나기를 지원하였습니다.



임직원 재능기부를 통한 오디오북 제작 보급

자녀 책 읽어주기 사각지대에 있는 다문화 부모들의 역할을 대신 할 수 있도록 직원의 자발적 학습조직 구성을 통해 재능(목소리, 녹음)을 기부하여 우리나라의 전래동화, 세계명작 동화 9편을 오디오 북으로 제작하여 510명에게 보급하여 다문화 어린이들의 언어발달 및 문화적 이해를 도모하는데 도움을 주었으며, 이러한 임직원이 참여하는 프로그램은 연차적으로 확대하여 지속적으로 발전시켜 나갈 계획입니다.



저탄소 녹색성장을 위한 “그린환경 실천운동”

aT는 임직원이 전사적으로 참여하여 그린환경 실천운동을 전개하고 있습니다. 2011년도에는 새롭게 “사내 재활용 센터”를 설치, 농업현장 폐자재 수거를 전국 자매결연마을에서 추진하고 있습니다.

사내재활용센터 설치운영

aT는 2011년도 “사내 재활용 센터”를 설치하고 수집활동을 펼쳐 전자제품을 포함한 1,456점을 아름다운 가게 등에 기증하여 정부 정책 기조에 부응함과 동시에 녹색성장을 성실하게 실천하고 있습니다.



사랑의 책 보내기

임직원 291명이 기증한 2,231권을 수집하여 공부방 및 마을도서관, 도서관지의 어린이 등에게 전달하여 도서를 접할 수 있는 기회를 제공하여 도서관유를 통해 미래에 투자할 수 있는 후원으로 자원재활용과 사랑나눔을 실천하기 위하여 행복한 도서관 재단 “잠자는 책을 꾸꾸는 책으로”에 전달하였습니다.

지역사회봉사

aT의 본사 및 지사가 위치한 농어촌지역을 대상으로 사회적 책임을 실천하고 있습니다. 2011년에도 소년소녀가장 장학금 지원, 지역별 재난구호활동, 사랑의 도시락 배달, 전국에 소재한 공사 보유시설을 지역사회에 개방하고 지역주민의 따뜻한 겨울나기를 전지사를 통해 의식주 통합지원을 치여 도입하여 후원하였습니다.

소년소녀가장 장학금 지원 및 중증 환우 치료비 지원

aT는 본사 및 각 지사 관할지역을 중심으로 경제적으로 어려움을 겪고 있는 소년소녀가장 및 위탁가정 청소년 42명과 백혈병 등 중증을 앓고 있는 불우환우 28명을 선정하여 장학금(64백만원) 및 치료비(54백만원)를 후원하여 경제적 지원을 통한 소외된 계층의 사회적응을 지속적으로 지원하였으며, 공사 이사회에서 논의된 소외계층을 위하여 형식적인 전달행사를 생략하는 등 소외계층을 위한 배려에 중점을 두었습니다.

폭설피해에 따른 재난구호활동 전개

2011년 강원지역 폭설로 대규모 피해를 입은 수출단지(농식품부 지정, 2007)의 피해복구 지원



으로 2011년도 화훼수출에 지장이 없도록 재난구호활동을 추진하였습니다.

지역어르신 “따뜻한 겨울나기” 후원



aT는 본사 및 지사의 “따뜻한 겨울나기” 사업을 전국적으로 추진하여 동절기 유류대의 급격한 인상등으로 연탄 등을 필요로 하시는 독거어르신, 영세가정, 조손가정, 기초수급자, 차상위생활자 100가구를 대상으로 가구당 연탄3만장, 쌀100포, 내의100세트를 지원하여 의식주를 아우르는 생계지원을 추진하였습니다.

자매결연마을 일손돕기 및 시설개보수 지원

aT는 본사 및 지사 자매결연마을 12개소에 대

한 농번기 일손돕기와 독거노인 노후가옥 개보수 활동을 통하여, 소외계층에 대한 따뜻함을 제공하고 고령화된 농촌지역의 일손을 도와 도농 상생의 사회공헌활동을 펼쳐 지역주민과 함께하는 사회공헌활동을 전개하고 있습니다.



사랑의 헌혈행사 정례적 추진

aT는 본사 및 지사 자율적 헌혈행사를 매년 정례적으로 실시하여 임직원의 건강을 체크하고 불우환우의 재활의지를 도움과 동시에 불우중증 환자에 대한 치료비 지원도 병행 실시하고 있으며, 헌혈증서는 일정매수 수집하여 일괄 후원하고 있습니다.



aT의 CSR 운영성과



- 전사적 사회공헌활동 노력으로 “2011년 Forbes 사회공헌대상” 사회공익부문 대상 수상



- 사회공헌연대(UCC)협약 체결로 노사공동 CSR기반 추진기반 조성 : kt, 서울대분당병원

4. 동반성장

aT는 한국 농수산식품 산업 분야의 동반성장 문화를 정착 및 확산하기 위해 공공기관으로서 선도적인 동반성장 프로그램을 운영하고 있습니다.

동반성장을 위한 미션, 비전, 전략과제



동반성장을 위한 전략과제 추진 전담조직 구성·운영



동반성장을 위한 세부사업 수행 내용

중소기업 직접 참여기회 확대

중소 물품·용역 공급업체의 참여기회 확대를 위해 중소기업제품 우선구매 정책을 펴고 있으며, 사회적기업*, 여성기업 제품 등을 우선적으로 구매하고 있습니다. 하도급업자를 위한 제도적 보호장치의 실효성 있는 운영을 위해 「하도급 불법운영 신고센터」를 운영하는 한편 물품·용역 등 발주 공고문에 하도급 신고 의무화를 명기하여 하도급 업체의 암묵적 피해를 사전에 예방하고 하도급업자에 대한 대금 미지급 및 지급지연을 방지하고 있습니다.

불공정 계약 관행 타파 및 중소기업제품의 적극적 구매 유도를 위해 1. 수의계약 대상 금액을 축소한 「수의계약 운영요령」 개정으로 중소기업의 입찰 참여기회를 확대하고, 2. 감사부서의 참여 등 「협상에 의한 계약체결기준」 개정으로 업체선정의 투명성 및 공정성을 제고하고 있습니다.

중기제품 공공구매 확대 및 불공정 하도급 방지장치 마련 등의 공로로 중소기업중앙회 주관 「2011 공공구매 촉진 대회」에서 대통령 표창을 수상하였습니다.



* 사회적 기업 : 장애인, 고령자 등 취약계층에게 일자리를 제공하고 지역 사회 발전을 도모하는 등 사회적 목적을 우선적으로 추구하면서 영업활동을 수행하는 조직

공정거래질서의 확립

대형유통업체의 저가납품 강요 등 불공정한 거래관행으로 어려움을 겪고 있는 중소 농산물 납품업체들을 보호하기 위해 2009년부터 농식품 '공정거래지원센터'를 설치하여 운영하고 있습니다.

공정거래지원센터는 불공정거래 대응매뉴얼 발간, 공정거래지원자문단, 대형유통업체 공정거래협의회 운영, 소비자단체와 연계 불공정거래 사례 조사 발표, 표준거래계약서 배포 등 불공정거래 관련 제도 개선을 위해 노력하고 있습니다.

공사의 공정거래질서 확립을 위한 노력으로 2012년 1월에 시행된 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법

률」에 농산물의 특수성을 고려한 특별 조항(신선 농수축산물의 감액, 반품 가능 기한 제한)을 반영하게 되었으며, 이는 농산물 분야 불공정행위 근절의 획기적인 전환점을 마련하게 되었습니다.

불공정 거래 대응 매뉴얼 불공정거래 사례조사 발표 표준거래계약서 개발 보급



중소기업의 자생력 강화

공사는 정부의 농식품 기업 경쟁력 제고를 위한 노력에 부응하고자 2011년 7월 「농식품기업지원센터」를 설치하여, 중소 식품외식업체에 대한 애로상담, 교육, 컨설팅, 홍보, 자금, 수출 지원 등 원스톱 서비스를 제공하고 있습니다.

농식품기업지원센터 개소식



농식품기업지원센터 컨설팅 우수사례

분야	성과	주요내용
유통채널 영업전략	판로개척	• (주)현농(생산품목 : 쌀국수) -롯데마트, ecoway(네트워크판매) 등 유통업체 납품 상담 진행, 계약 후 700% 매출상승 예상
소비자 맛 선호도 향상	매출건인 상품개발	• (주)천호식품(생산품목 : 어린이 홍삼제품) -객관적 소비자 분석을 통해 선호도 향상된 상품 개발 및 시판, 해당상품 50억/년 매출 예상
생산성향상	원가절감	• 삼성산업사(생산품목 : 아이스크림류) -공정, 생산능력 분석 및 낭비요소 제거하여 연간 50백만원 원가절감 예상
외식	매뉴개발	• 선비마을(메뉴 : 오리요리) -신메뉴 개발로 월 매출액 및 고객수 20% 증가 *월매출 110백만원 ->132백만원, 고객수 4,400명 -> 5,280명
경영전략	결영활성화	• 나주시조합공동사업법인(학교급식 식재료 공급) -도내 시·군·구 공동 물류체계 및 사업관리 시스템 구축



요약 재무제표

요약 대차대조표

(단위:백만 원)

구 분	2009	2010	2011
자산	1,000,647	1,055,032	1,168,803
유동자산	729,101	732,608	771,711
비유동자산	271,546	322,424	397,092
부채	865,928	911,074	994,317
유동부채	638,108	653,245	675,192
비유동부채	227,820	257,829	319,125
자본	134,719	143,958	174,486
자본금	66,200	66,200	86,200
자본잉여금	168	168	168
기타포괄손익누계액 (해외사업환산손실)	(142)	(322)	36
이익잉여금	68,493	77,912	88,082

요약 손익계산서

(단위:백만 원)

구 분	2009	2010	2011
매출액	190,037	217,701	220,780
매출원가	170,792	197,019	198,406
매출총이익	19,245	20,682	22,374
판매비와 관리비	11,593	12,150	13,397
영업이익	7,652	8,532	8,977
영업외수익	4,327	5,663	6,925
영업외비용	695	802	905
법인세비용차감전 순손익	11,284	13,393	14,997
법인세비용	2,885	3,134	3,802
당기순이익	8,399	10,259	11,195

주요 경영지표

(단위:%)

구 분		2009	2010	2011
안정성	유동비율	114.26	112.15	114.30
	부채비율(정책자금 제외)	33.97	40.36	34.35
	자기자본비율	13.46	13.64	14.93
수익성	매출액영업이익률	4.03	3.92	4.07
	매출액순이익률	4.42	4.71	5.07
	총자본순이익률	0.84	0.97	0.96
	자기자본순이익률	6.23	7.13	6.42
성장성	총자산증가율	10.01	5.43	10.78
	매출액증가율	19.63	14.56	1.41
	순이익증가율	△2.29	22.15	9.12

제3자 검증보고서

한국농수산식품유통공사 이해관계자 귀중

한국생산성본부(이하 ‘검증인’)는 한국농수산식품유통공사로부터 ‘한국농수산식품유통공사 지속가능경영보고서 2011(이하 ‘보고서’)에 대한 제3자 검증을 요청 받아 아래 명시한 기준에 따라 검증을 수행하였습니다.

범위

검증인은 보고서에 제시된 한국농수산식품유통공사의 지속가능경영 성과를 검토하였습니다. 단, 서울 본사를 제외한 국내외 지사 및 비축창고에 대한 현장검증은 범위 에 포함하지 않았습니다. 따라서 추가적인 검증절차가 수 행될 경우 그 결과가 달라질 수 있음을 밝히는 바입니다.

책임사항

본 검증은 한국농수산식품유통공사에서 제공한 정보를 토 대로 진행되었으며, 데이터의 신뢰성에 대한 확인은 제외 하였습니다. 따라서 보고서에 기술된 정보에 대한 책임은 전적으로 한국농수산식품유통공사에 있습니다. 검증인의 책임은 명시한 검증 범위와 기준에 따라 보고서에 대한 검증 의견을 제시하는 것입니다. 검증인은 독립된 검증기관으로 서 본 보고서의 작성에 일절 참여하지 않았으며, 한국농수 산식품유통공사와 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않습니다.

검증 기준

본 검증은 AA1000AS(2008) 검증표준의 Type 1 유형과 Moderate 수준에 맞추어 수행되었으며, AA1000APS (2008)에서 제시하고 있는 원칙인 포괄성과 중요성, 대 응성에 대한 보고서의 적합성 여부를 확인하였습니다. 또 한 GRI G3.1 Guideline을 토대로 보고 수준을 확인하 였습니다.

검증 방법

본 검증은 다음과 같은 방법을 통해 보고서에 대한 검증 을 진행하였습니다.

1. GRI G3.1 Guideline을 기준으로 보고 내용 및 품질에 대

- 한 원칙의 준수 여부, 각 지표(Indicator)에 대한 보고여부와 기술방식을 점검함으로써 GRI application level A+ 요구 사항에 대한 충족 여부를 확인하였습니다.
2. 보고서 내에 기술된 내용의 적합성과 표현상의 오류를 다른 출처와의 비교 분석 등을 통해 점검하였습니다.
3. 미디어리서치를 통해 본 보고서에서 다루어진 주요 이슈의 선정 및 기술 내용의 적절성을 점검하였습니다.
4. 서울 본사에 대한 현장검증을 통해 주요 데이터 및 정보에 대한 근거를 확인하고 내부 프로세스 및 시스템을 확인하였 습니다.

검증 의견

검증인은 본 보고서가 한국농수산식품유통공사의 지속 가능경영 활동 및 성과를 성실하고 공정하게 반영하고 있 음을 확인하였습니다. 또한 한국농수산식품유통공사가 자체적으로 선언한 GRI application level A+ 수준에 대 한 요건을 충족하는 것을 확인하였습니다.

1. **포괄성(Inclusivity)** : 이해관계자 참여
한국농수산식품유통공사는 주요 이해관계자를 고객, 임 직원, 정부/공공단체, 협력회사, 미디어/NGO, 지역사회 로 구분하고 각각에 맞는 커뮤니케이션 채널을 구축하고 있습니다. 향후 보고서에서는 이해관계자 선정 기준과 각 이해관계자별 소통결과를 함께 제공한다면 보고서의 신 뢰도를 높일 수 있을 것입니다. 더 나아가 커뮤니케이션 채널별로 소통이 진행된 결과와 이해관계자의 의견반영 여부를 보고서에 구체적으로 기술하고, 이해관계자와의 소통을 내부 성과로서 관리하여 지속가능경영 역량을 강 화 시킬 것을 권고 드립니다.

2. 중요성(Materiality) : 이슈에 대한 중요성 결정

한국농수산물유통공사는 지속가능경영 이슈 중 18개 주요 항목을 선정하고 5개 범주로 분류하여 중점적으로 보고하고 있습니다. 주요이슈 선정에는 이슈확인, 우선순위 선정, 중요성 평가의 세단계를 거쳤으며, 그 과정에서 내,외부를 명확히 구분하여 각기 다른 방법론이 활용되어 이슈도출 및 중요성 평가가 이루어졌습니다. 현재 구축되어있는 프로세스를 지속적으로 활용함으로써 한국농수산물유통공사의 지속가능경영을 보다 발전시킬 수 있을 것입니다. 다만 주요이슈 선정의 각 단계에 대해서 보다 구체적으로 공개함으로써 보고서의 신뢰도를 향상시킬 것을 권고하는 바입니다.

3. 대응성(Responsiveness) : 이슈에 대한 대응

한국농수산물유통공사는 내외부적으로 중요한 이슈인 윤리경영에 대해서 CEO 직속의 추진 조직을 구성하여 체계적으로 관리하고 있으며, 그에 따른 성과는 대외적으로도 높은 평가를 받았습니다. 또한 일본 지진 발생으로 인한 변화에도 별도조직을 구성하여 능동적이고 기민하게 대응하였습니다. 향후에도 이해관계자의 다양한 요구를 지속가능경영 방향과 전략에 보다 적극적으로 반영하고 이슈를 관리하는 것에서 나아가 보고서 등을 통해 투명하

게 공개한다면 농수산물유통공사의 지속가능경영 수준을 높게 평가 받을 수 있을 것입니다.

권고 사항

본 검증인은 한국농수산물유통공사의 지속가능성 제고를 위한 다양한 노력과 성과를 높이 평가하며, 향후 보고서 발간 및 지속가능경영 수준 향상을 위해 다음의 내용을 제언하는 바입니다.

- 1. 해외지사를 포함하는 전사적인 측면에서 지속가능경영 체계를 구축하고 이를 지속적으로 발전시켜 나가야 하며, 전 세계적인 활동 내용과 성과를 보고서에 기술할 것을 권고드립니다.
- 2. 전사의 지속가능경영 성과를 주기적으로 점검할 수 있는 전담조직을 구성하고 보고체계를 구축하여 이해관계자별 이슈관리와 각종 평가 대응, 보고서 작성 등의 정보공개 활동을 효율적으로 추진할 것을 권고합니다.
- 3. 다양한 지속가능경영 성과를 재무적 성과로도 연계하여 관리함으로써 보다 실질적인 지속가능경영 수준 향상을 도모할 수 있습니다.

2012년 03월

한국생산성본부 회장 **진 홍**



D.S. Kim

김동수 센터장

Jenni

박주미 전문위원

Kaegy

오범택 연구원

최 방 용

최광웅 연구원

한국생산성본부는 1957년 창립 이래 산업인력 양성에 선도적인 역할을 해 온 전문적인 훈련기관이자 축적된 노하우를 가진 전문 컨설팅기관입니다. 특히 한국생산성본부는 지속가능경영센터를 설립하여 기업들의 지속가능경영 추진을 지원하고, 나아가 국내 산업 전반의 지속가능성 향상을 도모해 왔습니다. 2009년부터는 미국의 Dow Jones Indexes, 스위스의 SAM과 공동으로 다우존스 지속가능경영지수(DJSI Korea)를 발표하고 있으며, 이를 통해 국내 기업들이 해외 선진 기업들과 객관적인 시각에서 지속가능성 수준을 비교하고 개선해 나갈 수 있도록 지원하고 있습니다. 한국생산성본부 지속가능경영센터 검증위원단의 경우, 지속가능경영 전문 및 검증에서 경험을 쌓고 전문교육을 이수한 전문가들로 구성되어 있습니다.

GRI G3.1 Guideline Index

보고율 : ● 보고 ○ 일부보고 ○ 보고하지 않음

지표	지표내용	페이지	보고율	비고
1. 전략과 분석				
1.1	CEO 메시지	4,5	●	
1.2	기회와 도전	9,10	●	
2. 기업 프로필				
2.1	기업명	7	●	
2.2	주요 제품과 브랜드	11	●	
2.3	운영 구조	11	●	
2.4	본사 위치	7	●	
2.5	주요사업장이 위치한 국가	7	●	
2.6	소유 구조와 법적 형태	7	●	
2.7	영업 시장	7	●	
2.8	기업 규모	7	●	
2.9	보고 기간 중 기업규모, 조직 구조, 소유 구조에 일어난 중대한 변화	7	●	'12. 1월 사명변경 및 사업확대
2.10	수상 내역	82	●	
3. 보고 특성				
3.1	보고 기간	1	●	
3.2	최근 보고 일자	1	●	
3.3	보고 주기	1	●	
3.4	보고서와 관련 내용에 대한 문의처	1	●	
3.5	보고 내용 결정 프로세스	21,22	●	
3.6	보고 경계	1	●	
3.7	보고 범위와 경계의 제한	1	●	
3.8	정보의 비교 가능성에 중대한 영향을 미칠 수 있는 보고 경계	1	●	
3.9	데이터 측정 기술과 계산의 근거	1	○	
3.10	이전 보고서에 제공한 정보의 재조정	51,59	●	
3.11	보고 범위, 경계, 혹은 측정 방법 등의 중대한 변화		N/A	변화없음
3.12	GRI Content Index	77~80	●	
3.13	제 3자의 검증에 대한 정책과 최근 관행	75,76	●	
4. 지배구조				
4.1	기업 지배구조	15,16	●	
4.2	이사회 의장과 CEO겸임 여부	15,16	●	
4.3	이사회 구성	15,16	●	
4.4	주주와 종업원이 이사회에 의견을 제시할 수 있는 메커니즘		N/A	해당사항없음
4.5	기업 성과와 이사, 경영진에 대한 보상 간 연계	15,16	○	
4.6	이해관계 간 갈등을 피하기 위한 이사회 수준의 프로세스	15,16	○	
4.7	경제, 환경, 사회 부문 전략을 이끄는 이사의 전문성 결정 프로세스	15,16	○	
4.8	경영 원칙	15,16	○	
4.9	이사회가 경제, 환경, 사회 성과를 관장하는 절차	15,16	○	

보고율 : ● 보고 ① 일부보고 ○ 보고하지 않음

지표	지표내용	페이지	보고율	비고
4.10	이사회의 성과 특히 경제, 환경, 사회 성과를 평가하는 프로세스	15,16	①	
4.11	사전 예방을 위한 접근법 혹은 원칙을 달성하는 방법	15,16	●	
4.12	기업이 준수하고 있는 외부의 경제, 환경, 사회 현장, 원칙, 이니셔티브	82	●	
4.13	산업, 국가, 국제 기구 가입 현황	82	●	
4.14	참여 이해관계자 그룹 목록	21	●	
4.15	참여 이해관계자를 식별, 선택하는 근거	21	●	
4.16	이해관계자 참여를 위한 접근법	21	●	
4.17	이해관계자 참여를 통해 제기된 주요 주제와 관심사, 그에 대한 대응	21,22	●	
경제적 성과지표				
EC1	직접적인 경제적 가치의 창출과 배분	46,47	●	
EC2	기후 변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	48	①	
EC3	연금 지원 범위	64	●	
EC4	정보보호금 수혜 실적	7	●	
EC5	주요 사업장의 현지 법정최저임금 대비 신입 사원 임금 비율	66	①	
EC6	주요 사업장의 현지 구매 정책, 관행 및 비율		N/A	업종특성상 무관
EC7	주요 사업장의 현지인 우선 채용 절차 및 현지 출신 고위 관리자 비율	63	①	
EC8	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원활동과 효과(지원 형태 구분 포함)	34,40,48	●	
EC9	간접적인 경제적 파급효과에 대한 이해 및 설명 (영향의 범위 포함)	24,30,39	①	
환경적 성과지표				
EN1	중량 또는 부피 기준 원료 사용량	57	●	
EN2	재생 원료 사용 비율	57	●	
EN3	1차 에너지원 별 직접 에너지 소비량	56	●	
EN4	1차 에너지원 별 간접 에너지 소비량	56	●	
EN5	절약 및 효율성 개선으로 절감한 에너지량	56,57	①	
EN6	에너지 효율적이거나 에너지 기반 제품/서비스 공급 노력 및 해당 사업을 통한 에너지 감축량		○	
EN7	간접 에너지 절약 사업 및 성과	56,57	①	
EN8	공급원별 총 취수량	58	●	
EN9	취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원		N/A	해당사항없음
EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율	58	●	
EN11	보호 구역 및 생물다양성 가치가 높은 구역 또는 주변 지역에 소유, 임대, 관리하고 있는 토지의 위치 및 크기		N/A	업종특성상 무관
EN12	보호 구역 및 생물다양성 가치가 높은 구역에서의 활동, 제품, 서비스로 인하여 생물다양성에 미치는 영향		N/A	업종특성상 무관
EN13	보호 또는 복원된 서식지		N/A	업종특성상 무관
EN14	생물다양성 관리 전략, 이행 조치 및 향후 계획		○	
EN15	사업 영향 지역 내에 서식하고 있는 국제 자연 보존 연맹(IUCN) 지정 멸종위기(Red List)과 국가지정 멸종 위기종의 수 및 멸종위험도		N/A	업종특성상 무관
EN16	직, 간접 온실가스 총 배출량	51,56	●	
EN17	기타 간접 온실 가스	56	①	
EN18	온실가스 감축사업 및 성과		○	
EN19	오존층 파괴 물질 배출량			배출 없음
EN20	NO _x , SO _x 및 기타 주요 대기오염물질 배출량			배출 없음
EN21	최종 배출지 별 폐수 배출량 및 수질	58	①	
EN22	형태 및 처리방법 별 폐기물 배출량	58	①	
EN23	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량			유출 없음

보고율 : ● 보고 ① 일부보고 ○ 보고하지 않음

지표	지표내용	페이지	보고율	비고
EN24	바젤 협약 부속서 I, II, III, IV에 규정된 폐기물의 운송/반입/반출/처리량 및 해외로 반출된 폐기물의 비율			규정폐기물 해당없음
EN25	보고 조직의 폐수 방출로 인해 영향을 받는 수역 및 관련 서식지의 이름, 규모, 보호 상태 및 생물다양성 가치		N/A	업종특성상 무관
EN26	제품 및 서비스의 환경 영향 저감 활동과 성과	53	①	
EN27	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율		N/A	업종특성상 무관
EN28	환경 법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금 전적 제재 건수	58	●	
EN29	제품 및 원자재 운송과 임직원 이동의 중대한 환경 영향	56	①	
EN30	환경 보호 지출 및 투자 총액		○	
사회적 성과지표				
LA1	고용 유형, 고용 계약 및 지역별 인력 현황	62	●	
LA2	직원 이직 건수 및 비율 (연령층, 성별 및 지역별)	63	①	
LA3	임시직 또는 시간 제 직원에게는 제공하지 않고 상근직 직원에게만 제공하는 혜택 (주 사업장 별)		○	
LA4	단체 교섭 적용 대상 직원 비율	66	●	
LA5	중요한 사업 변동 사항에 대한 최소 통보 기간 (단체 협약 명시 여부 포함)	66	①	
LA6	노사공동보건안전위원회가 대표하는 직원 비율		○	
LA7	부상, 직업병, 손실 일수, 결근 및 업무 관련 재해건수(지역별)	63	①	
LA8	심각한 질병에 관해 직원 및 그 가족 그리고 지역주민을 지원하기 위한 교육, 훈련, 상담, 예방 및 위험 관리 프로그램	64	●	
LA9	노동 조합과의 정식 협약 대상인 보건 및 안전 사항		○	
LA10	직원 형태별 일인당 연평균 교육시간	65	●	
LA11	지속적인 고용과 퇴직직원 지원을 위한 직무 교육 및 평생학습 프로그램		○	
LA12	경기 성과평가 및 경력 개발 심사 대상 직원의 비율		○	
LA13	이사회 및 직원의 구성 현황(성, 연령, 소수 계층 등 다양성 지표 기준)	63	①	
LA14	직원 범주 별 남녀 직원간 기본급 비율	62	①	
LA15	육아출산휴가 이후 업무 복귀율 및 보유율	63,64	●	
SO1	업무 활동의 시작, 운영, 종료 단계에서 지역 사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	67,69	①	
SO2	부패 위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율	17,18	①	
SO3	반 부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	17	①	
SO4	부패 사건에 대한 조치	18	①	
SO5	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비 활동 참여	7	①	
SO6	정당, 정치인 및 관련 기관에 대한 국가별 현금/현물 기부 총액		○	
SO7	부당 경쟁 행위 및 독점 행위에 대한 법적 조치 건수 및 결과		N/A	업종 특성상 무관
SO8	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재		N/A	업종 특성상 무관
SO9	지역사회에 중대한 잠재적 혹은 실제적 악영향을 미치는 사업장		①	
SO10	지역사회에 중대한 잠재적 혹은 실제적 악영향을 미치는 사업장에서 시행되는 예방 및 완화수단	61,67~69	①	
HR1	인권보호 조항이 포함되거나 인권 심사를 통과한 주요 투자 협약 건수 및 비율			해당사항 없음
HR2	주요 공급업체 및 계약업체의 인권 심사 비율			해당사항 없음
HR3	업무와 관련한 인권 정책 및 절차에 대한 직원 교육 사수 (교육 이수 직원비율 포함)		○	
HR4	총 차별 건수 및 관련 조치	63	①	
HR5	결사 및 단체 교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 업무 분야 및 해당 관리를 보장하기 위한 조치	66	①	

보고율 : ● 보고 1/2 일부보고 1/3 보고하지 않음

지표	지표내용	페이지	보고율	비고
HR6	아동 노동 발생 위험이 높은 사업 분야 및 아동 노동 근절을 위한 조치	62,63	●	
HR7	강제 노동 발생 위험이 높은 사업 분야 및 강제 노동 근절을 위한 조치	62,63	●	
HR8	업무와 관련한 인권 정책 및 절차 교육을 이수한 보안 담당자 비율		○	해당사항 없음
HR9	원주민 권리 침해 건수 및 관련 조치			침해사항 없음
HR10	인권 감독 및 영향평가를 실시하는 사업장의 비율 및 수			해당사항 없음
HR11	공식적인 불만전달 매커니즘을 통해 소송제기, 대응, 해결되는 인권관련 불만사항의 수	63	1/2	
PR1	개선을 목적으로 제품 및 서비스의 건강 및 안전 영향을 평가한 라이프 사이클 상의 단계, 주요 제품 및 서비스의 해당 평가 실시 비율		N/A	업종특성상 무관
PR2	제품 및 서비스의 라이프 사이클 상에서 고객의 건강과 안전 영향 관련 규제 및 자발적 규칙 위반 건수		N/A	업종특성상 무관
PR3	절차상 필요한 제품 및 서비스 정보 유형, 그러한 정보 요건에 해당하는 주요 제품/서비스의 비율		N/A	업종특성상 무관
PR4	제품/서비스 정보 및 라벨 링과 관련된 규제 및 자발적 규칙 위반 건수 (결과 유형별)		N/A	업종특성상 무관
PR5	고객만족도 평가 설문 결과 등 고객 만족 관련 활동	61,62	●	
PR6	광고, 판촉, 스폰서 십 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 준수 프로그램	80	1/2	정부광고시행에 관한 규정에 따름
PR7	광고, 판촉, 스폰서 십 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 위반 건수			위반사항 없음
PR8	고객 개인 정보 보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만 건수		○	
PR9	제품 및 서비스 공급에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 액수			위반사항 없음

용어정리

AgroTrade	수출업체들의 해외 인터넷 직거래를 돕는 B2B 무역거래 알선 사이트
GAP (Good Agricultural Practices)국제기준 안전농산물 생산관리 시스템)	우수농산물 관리제도. 농산물 안전성 확보 및 농업환경 보호를 위하여 생산부터 수확 후 포장단계까지 농약, 중금속, 미생물 등 각종 위해 요소를 일정 허용수준 이하로 관리하는 제도
GRI(Global Reporting Initiative)	지속가능경영 보고서'의 가이드라인을 개발하기 위해 1997년 UNEP의 지원으로 설립된 비영리단체로, GRI가 제시하는 가이드라인은 경제, 환경, 사회 3가지 범주에 걸쳐 분류되어 있음
HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point, 식품위해요소중점관리기준)	식품의 원재료 생산에서부터 제조, 가공, 보존, 조리 및 유통단계를 거쳐 최종소비자가 섭취하기 전까지 각 단계에서 위해 물질이 해당식품에 혼입되거나 오염되는 것을 사전에 방지하기 위하여 발생할 우려가 있는 위해요소를 규명하고 이들 위해요소 중에서 최종제품에 결정적으로 위해를 줄 수 있는 공정, 지점에서 해당 위해요소를 중점적으로 관리하는 위생관리 시스템.
KATI	국내 유일의 농림수산물 수출정보 전문 서비스로 수출과 관련된 모든 정보를 인터넷을 통해 무료로 제공함
MMA(Minimum Market Access)	최소시장접근 물량. 기준연도 수입이 국내 수입량의 3% 미만인 품목에 대해서 관세화 적용 초기연도(1995년) 3%에서 최종연도(2004년) 5%까지 매년 균등 증량하여 시장접근을 보장하는 것. 다만, 쌀의 경우 2004년 WTO 실험상 결과에 따라 2005년에는 국내 소비량의 4.4%에서 2014년 7.96%까지 의무적으로 수입하게 되어 있음
TOE	석유화산톤, 에너지의 양을 나타내는 단위로서 1석유 화산톤은 석유 1톤을 연소할때 발생하는 에너지
TRQ(Traiff Rate Quota)	저울관세(양허관세)수입물량. 특정품목의 수입에 대하여 일정물량에 관한 저울관세를 적용하여 무역 상대국의 국내 시장접근을 가능하게 하는 물량
UNGC(UN Global Compact)	기업들과 UN의 기구들이 함께 파트너십을 통해 인권, 노동, 환경, 반부패 분야의 10대 원칙을 지지하고 동참하자는 자발적 사회책임 국제협약
국영무역(State Trading)	일반적으로 국가 기간 품목에 대한 무역을 정부가 통제함으로써 국내 산업의 안정적 발전을 도모하고 국가재정과 식량안보상의 목적을 달성하는 한 편 국내 소비자의 이익을 보호하려는 무역형태. 쌀, 보리, 고추, 마늘, 양파, 참깨, 대두 등 16개 주요 농산물이 해당되며 수입 이익금은 관련 기금에 불입되어 농업부문에 재투자됨.
산지유통센터(APC, Agricultural Products Processing Center)	집하선별, 예냉, 저온저장, 냉장 수송 등으로 신선농산물을 소비자에게 공급하고 균일품질의 농산물을 규격포장하여 상품성을 제고 하고 부가가치를 창출하는 산지유통의 거점시설
수출선도조직	농식품 수출업체가 생산농가와 상호 구속력 있는 계약을 체결하고 수출업체 주도로 품종 선택부터 재배, 수확, 선별, 포장, 수출, 안정성 및 품질관리 전과정을 일괄 수행함으로써 수출농식품의 경쟁력을 높여 수출확대를 선도하는 조직
시군유통회사	영세한 산지를 규모화, 대형화하여 급속하게 변화하는 소비지 유통환경에 효율적, 능동적으로 대응하고자 농어업인과 시, 도, 농협 등에서 출자하여 전문 경영인을 영입하여 설립한 유통전문회사
애그플레이션(Agflation)	농업을 뜻하는 영어 'agriculture'와 인플레이션 'inflation'을 합성한 신조어로 곡물가격이 상승하는 영향으로 일반물가가 상승하는 현상
영농조합법인	기업적 농업경영을 통해 생산성 향상과 농업의 부가가치 향상, 영농의 편의도모를 목적으로 설립된 법인
휘모리	aT에서 재배, 수확, 품위, 선별, 포장, 안정검사 등 엄격한 품질관리를 통해 생산하는 공동브랜드

GREEN DREAM

aT 2011 Sustainability Report

보내는사람

주소

우표 붙이는 곳

□□□□-□□□□

연락처

받는사람

서울특별시 서초구 강남대로 27 aT Center
한국농수산물유통공사 기획실 CS경영팀

137-787

2011 aT 지속가능경영 보고서

붙일하는 곳



aT의 CI

aT의 CI는 소문자 a와 대문자 T의 결합으로 이루어져 있습니다. 소문자 a는 새싹이 움트는 느낌으로 작은 것에서 큰 것으로 커가는 aT의 발전적이며 생산적인 이미지를 담고 있으며, 함께 보이는 손가락 형상은 대한민국 먹거리를 책임지는 aT의 역할을 상징합니다. 대문자 T는 무역센터의 타워이미지를 상징하며 최고의 서비스를 제공하는 글로벌 공기업상을 표현하고 있습니다.

aT의 SNS

 www.twitter.com/atcotweet

 www.youtube.com/atwebtv

 blog.naver.com/gr22nade

 www.facebook.com/atcobook

 www.me2day.net/atgogogo

2011 aT 지속가능경영 보고서

발 간 일 2012. 3월

발 간 한국농수산물유통공사

제작 및 인쇄 신생용사촌인쇄정보