

# aT to Tomorrow

2015 지속가능경영보고서



# 2015 지속가능경영보고서 **aT** to Tomorrow

## 보고서 소개

본 보고서는 지속가능경영을 위한 비전, 전략 및 활동에 대해 보다 투명하게 이해관계자와 소통하고 발전시키기 위하여 한국농수산물유통공사가 2008년 최초 발간 이후 여덟 번째 발간하는 지속가능경영 보고서입니다.

## 보고서 작성 기준

본 보고서는 국제적으로 공인된 보고 기준을 준수하기 위해 지속가능성 보고서 국제 가이드라인인 GRI G4 가이드라인을 적용하여 작성하였습니다.

## 보고기간 및 범위

본 보고서는 2015년 1월부터 12월까지 본사 및 국내 지사의 경제적, 환경적, 사회적 활동 및 성과가 수록되었으며 향후에도 매년 발간될 예정입니다. 중요하다고 판단되는 이슈에 대해서는 보고서 발간 시점까지의 정보를 수록하였습니다.

## 보고서 검증

본 보고서는 보고 내용의 정확성과 신뢰성 향상을 위해 한국생산성본부로부터 제3자 검증을 받았으며, 검증기관이 제시한 보완 및 개선사항을 보고서에 반영하였습니다.

## 보고서에 대한 문의

한국농수산물유통공사의 지속가능경영 및 대내외 활동과 관련하여 추가 정보가 필요한 경우 홈페이지(www.at.or.kr)를 참조하시거나, 아래의 연락처로 문의하여 주시기 바랍니다.

- 주소 : 전라남도 나주시 문화로 227 한국농수산물유통공사 (우. 58217)
- 전화 : 061-931-1325
- 팩스 : 061-931-1399
- 메일 : yurio28@at.or.kr
- 담당부서 : 기획조정실 CS경영부



# Contents

## Introduction

CEO Message	02
2015 Highlight	04
농수산식품산업과 aT	06
공사소개	08
경영전략	09
지배구조	10
리스크 관리	11
윤리경영	12
이해관계자 참여체계	14
중요성 평가	16

## Business 19

믿을 수 있는 먹거리의 안정적 확보	20
농식품 신성장 동력 확보	25

## Sustainability 31

직원만족	32
동반성장	35
지역사회 투자 및 개발	37
고객만족	40
환경경영	43

## Operation & Achievement 47

재무 성과	48
지속가능경영 성과	49

## Appendix 51

수상실적 및 협회 가입현황	52
UNGC	53
검증의견서	54
GRI G4 대조표	56

## CEO Message



대한민국 농수산물식품 산업의 새로운 가치를 창출합니다.

한국농수산물유통공사 사장

강재우

### aT 이해관계자 여러분께

농수축산 및 식품산업 관계자 여러분,  
한국농수산물유통공사(aT)에 대한 변함없는 관심과 성원에 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

aT는 1967년 설립 이래 우리 국민의 먹거리를 책임진다는 소명하에 주요 농수산물의 수급안정과 유통체계 개선, 우리 농수산물식품의 해외수출지원 및 식품산업육성 등 다양한 사업을 통해 농어가 소득증진과 국가경제 균형발전에 힘써왔습니다. 2012년 1월에는 ‘국민에게 신뢰받는 글로벌 농수산물식품산업 육성 전문 공기업’이라는 새로운 비전을 설정하고 社名을 한국농수산물유통공사(aT)로 변경하고 새롭게 출발하여 현재에 이르고 있습니다.

2014년 광주전남혁신도시 이전으로 새로운 전기를 맞이한 aT는 안정적인 현장경영 정착을 통해 2015년에는 정부경영평가에서 준정부기관 최고수준인 ‘A’등급을 받았으며, ‘대한민국 나눔대상’과 ‘기록물관리 최우수 기관(대통령상)’을 비롯하여 한국유통대상, 국가생산성대상, 윤리경영대상 등 공사 사업과 경영 전반에 걸쳐 국민들로부터 많은 사랑과 높은 평가를 받았습니다.

무엇보다 그동안 성원을 아끼지 않아주신 이해관계자 여러분께 감사드리며 aT는 지난 성과에 안주하지 않고 대한민국 농수산물식품산업을 선도하는 전문공기업으로서 사회적 책임완수를 통한 지속적인 성장을 위해 '新농업' 시대를 여는 '新수출, 新유통, 新수급' 전략을 추진토록 하겠습니다.

### **먼저, 개방화 시대를 맞아 '新수출 전략'으로 '농수산물식품수출 100억불 시대'를 앞당기겠습니다.**

지금 우리는 세계경기 침체속에 전방위적인 FTA 등 본격적인 개방화시대를 맞고 있습니다. aT는 위기 속에 기회가 있다는 신념으로 중국, 할랄시장 등 신시장에 모든 역량을 집중하여 지난해 청다오물류센터 개소, 청두지사 설치, 온라인황제 '알리바바'연계 한국식품관오픈 등 對중국수출 인프라를 확대하였고 2013년 인도네시아에 이어 아부다비(UAE) 지사를 설치함으로써 할랄시장 수출확대에도 본격적으로 나서고 있습니다. 이제 그 동안의 경험과 성과를 토대로 핵심시장 집중공략, 신규시장 개척강화, 검역 등 비관세장벽해소, 사업시스템 개편의 '新수출 전략'을 수립하여 '농수산물식품수출 100억불'을 향해 다시 한번 신발판을 동여 매겠습니다.

### **둘째, 새로운 아이디어와 발상의 전환으로 '新유통'패러다임을 정착시키겠습니다.**

온라인 거래 확산, 직거래 및 로컬푸드 확대 등 급변하는 유통트렌드에 대응해 새로운 아이디어의 접목을 통해 '新유통'시대를 열겠습니다. 2009년 개소후 지난해 2조4천억 매출을 달성한 사이버거래소를 활성화하고, 산지경쟁력 제고와 소비자와의 직거래도 더욱 확대하겠습니다. 무엇보다 소셜마케팅을 활용한 1인 유통지원 시스템인 '스마트 스튜디오'와 같은 新유통경로를 발상의 전환을 통해 더욱 많이 발굴함으로써 생산자와 소비자 모두에게 웃음을 드릴 수 있는 '新유통' 시대를 반드시 열겠습니다.

### **셋째, 농산물의 '新수급안정'을 위해 노력하겠습니다.**

농산물 수급은 기후변화, 작황, 세계경제, 환율, 유가 등 많은 변수를 안고 있습니다. aT는 국민의 장바구니 물가를 좌우하는 배추, 무 등 민감 품목의 수급안정을 위해 계약재배시스템을 새롭게 도입하고, 수급종합 정보시스템구축, 선제적 수매비축 관리, 국영무역 농산물의 적기도입 및 방출을 통해 안정적인 수급관리를 이룩하겠습니다.

### **마지막으로, 식품산업과 함께 '6차 산업화'를 통해 농어업의 부가가치를 높이겠습니다.**

농어업의 부가가치를 높이기 위해서는 생산 - 가공 - 유통 - 문화의 창조적 융합을 통한 '6차 산업화'가 중요합니다. aT는 전통식품의 신수요 창출, 외식산업의 규모화 및 해외진출 등 적극적인 식품산업육성으로 우리 농어업의 6차산업화를 촉진하고 고부가가치화를 도모하겠습니다. 아울러 이러한 과정속에서 청년들의 기업과의 취업매칭을 강화하고, 'aTrang', 'aTium' 같은 창업인큐베이팅사업을 더욱 확대하였으며, 나아가 우리 젊은이들을 글로벌 농식품인재로 육성함으로써 우리사회에 새로운 희망과 활력을 불어넣을 수 있도록 하겠습니다.

### **친애하는 이해관계자 여러분,**

aT는 여러분의 성원을 바탕으로 더욱 사명감을 갖고 급변하는 환경속에 우리 농수산물식품산업의 경쟁력을 높이고 이해관계자 여러분과의 상생발전을 위하여 앞장설 것임을 약속 드립니다. 아울러 지난 2007년 가입한 '기업의 사회적 책임에 관한 UN Global Compact 국제협약원칙'을 준수하고 지속가능경영을 선도하는 기관으로 도약하겠습니다.

우리 aT 한국농수산물식품유통공사의 지속가능경영 활동이 더 발전할 수 있도록 앞으로도 변함없는 격려와 관심을 부탁드립니다.

감사합니다.

January

## 01월

- (1.12) aT센터 식품·수출기업 비즈니스 라운지 개소
- (1.16) (사)농식품유통인포럼 2015 신년하례회 개최
- (1.26) 인천광역시 MOU 체결



April

## 04월

- (4.2) 할랄토크콘서트
- (4.6) 농식품 미래기획단 2기 발대
- (4.29) 한중 FTA 비즈니스 플라자 개막



February

## 02월

- (2.4) aT-산동성 간 경제협력확대 협의
- (2.4) 대구광역시 MOU 체결
- (2.9) 중국 한라산 그룹 MOU 체결
- (2.9) 대학생과 함께하는 농식품 비전포럼 개최
- (2.25) 프랑스 마스터 프랜차이즈 계약 체결



May

## 05월

- (5.20) 알리바바그룹 T-mall 한국관 개통
- (5.27) aT 강남대로 꽃길 조성식 개최



March

## 03월

- (3.5) 일본 코스모스 그룹 MOU 체결
- (3.24) aT자문위원회 개최
- (3.26) 전남도립대학 MOU 체결
- (3.27) 한국외식업중앙회 MOU 체결



June

## 06월

- (6.10) aT사랑나눔단 나주 배농가 일손돕기
- (6.17) 산림조합 MOU 체결
- (6.30) 제 6차 민간합동 수출개척협의회 개최





July

## 07월

- (7.6) 정부경영평가 A등급 달성
- (7.21) 여성농업인단체장 초청 경영간담회
- (7.27) 다문화가정 외가·친정 방문 환송행사



August

## 08월

- (8.17) 광복 70주년 장수사진 촬영 행사
- (8.21) 제2기 글로벌 K-FOOD 서포터즈 발대
- (8.28) 중국 칭다오 한국농수산물물류센터 오픈



September

## 09월

- (9.3) UAE 아부다비 사무소 개소
- (9.10) 2015 대한민국 식품대전 개막



October

## 10월

- (10.19) 인도네시아 자카르타 한국외식업협회와 일자리 창출 MOU 체결
- (10.27) 2015 한국춘란업체품 전국대회 개최
- (10.29) 농산물 직거래 페스티벌 개막



November

## 11월

- (11.10) 윤리청렴주간 행사
- (11.20) 농업비전 전시관 오픈
- (11.20) 지역농가·소외계층 김장나눔 행사



December

## 12월

- (12.16) 서울 용산역 특산물 매장 '찬들마루' 개점
- (12.22) 스마트 스튜디오 오픈



## 농수산식품산업과 aT

## 유통혁신

- 농식품 직거래 및 공정거래 지원
- 산지유통조직 육성
- 공영도매시장 수탁관리
- 도매시장 육성 지도
- 화훼공판장 운영
- 사이버거래소 운영
- 농수산물 유통실태 조사
- 스마트 스튜디오 등 ABC사업

## 수출진흥

- 수출선도조직 육성
- 수출협의회 운영
- 해외수출 네트워크
- 국제박람회 참가 지원
- K-Food Fair
- 바이어 알선
- 수출정보 조사
- 수출업체 자금 지원

## 연혁 | History

농수산산업의 근본을 세우고 성장 가능성을 깨우다

## + 1967년 ~ 1979년

- 농어촌개발공사 설립 (1967년)
- 한국방직 설립 (1968년)
- 한국농기계공사 설립 (1969년)
- 한국물산 설립 (1970년)
- 식품연구소 설립 (1973년)
- 한국농농공업 호남공장 준공식 (1973년)
- 공사 사옥 이전 (1974년)
- (서대문구 뉴서울빌딩→노랑진동 한국방직 건물)
- IBRD와 1300만달러 차관협정 체결 (1974년)
- 한·뉴 시범목적 기념비 설립 (1975년)
- 식품가공공장(사업소) 민영화 (1975년)
- 농수산물가격안정사업단 발족 (1978년)
- 스위스 네스레사와 합작 조인 (1978년)

## + 1980년 ~ 1989년

- 식품연구소 사옥 신축이전 (1980년)
- 농수산물 판매사업장 준공 (1982년)
- 농수산물유통정보 전산실 개통 (1983년)
- 유통교육원 개원 (1985년)
- 올림픽을 대비한 개발식품 품평회 (1985년)
- 수매마늘 2000톤 첫 싱가포르 수출 (1986년)
- 농수산물유통공사로 명칭변경 (1987년)
- 과실봉자공장 준공/ 경북 달성군 소재 (1988년)
- 노동조합 창립 (1989년)

## + 1990년 ~ 1999년

- 제1회 경매사 자격시험 실시 (1990년)
- 화훼공판장 개장 (1991년)
- KTDC 설립 총회 (1992년)
- (Korea Trade and Distribution Center, 한국유통분배센터)
- 중계동 물류센터 개장 (1994년)
- 참다래 주스, 중국·캐나다 첫 수출 (1995년)
- KATI 서비스 개시 (1995년)
- 농수산물무역진흥센터 기공 (1998년)
- 인삼캐릭터 개발 (1999년)
- 한·중 농산물유통발전협의회 개최 (1999년)

21세기, 드넓은 세계를 향해

## + 2000년

- 서울 국제식품전시회 개최
- 인터넷 무역알선시스템 오픈
- 국내 최초 일본TV 김치CF 광고
- 농수산물 가격정보 휴대용 서비스 개시

## + 2001년

- 노랑진수산물시장 민영화
- 대일 굴 수출을 위한 TV광고 최초 실시
- 농수산물 무역정보 음성정보 서비스 실시
- 통합경영정보시스템 및 지식경영시스템 구축

## + 2002년

- aT센터 개관 및 본사 이전
- 월드컵 선수단 고려인상 및 수출농식품 전달
- 대북 식량차관 쌀 40만톤 지원
- 화훼공판장 분화 경매장 오픈

## + 2003년

- 대만 대외무역발전협회와 MOU
- 농산물 유통정보 서비스 실시
- 제1회 수출농산물 사진공모전 개최
- 비축농산물 전자입찰시스템 구축

## + 2004년

- 프랑스요리학교 르코르도블루와 MOU
- 농식품 수출 20억불 달성
- 정부투자기관 고객만족도 1위 달성
- 상하이 aT센터 개소

## 식품산업육성

- 식품산업 인프라 구축
- 중소식품기업 운영활성화 지원
- 중소식품기업 판로개척지원
- 외식기업 해외진출 지원
- 외식기업과 농어업연계강화(6차산업화지원)

## 수급안정

- TRQ(저울관세수입물량) 도입 및 판매관리
- 비축사업 및 선제적 수급관리
- 비축기지 현대화 및 광역화
- 채소류 계약재배사업
- 국제곡물 정보조사

유통개선과 수출진흥의 날개를 달다

새로운 비전, 그리고 신경영전략 및 혁신 나주 이전을 더 큰 도약의 기회로 삼다

### 2005년

- 공사 C 개편 및 약칭 "aT" 제정
- 정부투자기관 국가청렴도 평가 1위 달성
- 수산물발전기금 대출 취급 업무 개시
- 유통교육원 ISO9001 품질경영시스템 인증

### 2006년

- 타이베이 및 칭다오 aT사무소 개소
- MMA 시판용 쌀 첫 구매 입찰
- GAP 인증 농산물 첫 수출 실시
- 정보공개 대통령상, 국가청렴도 1위 수상

### 2007년

- 노무현 대통령 "aT 갤러리" 방문
- 공공기관 최초 e-감시시스템 도입
- GAP 인증정보 서비스 개시
- 부패방지유공 국무총리 표창

### 2008년

- 평택 비축기지 건립 준공
- 공공기관 국가청렴도 평가 1위 선정
- 농식품 직거래 · 공정거래센터 설치
- 춘천 농산물도매시장 수탁 관리 개시

### 2009년

- 농수산물 사이버거래소 출범
- 인삼 수출 1억불 달성
- 쌀수출협의회 창립총회
- 직거래 지원업체 직거래 규모 1조원 달성

### 2010년

- 화훼 수출 1억불 달성
- 농수산물 사이버거래시스템 특허 취득
- 채소류 수급안정사업 추진기관으로 지정
- 식품산업통계정보시스템 오픈
- 한국형 마케팅 보드 수출선도조직 육성

### 2011년

- 중소기업제품 공공구매 대통령상 수상
- 공기업 정부경영평가 우수기관 선정
- 미래성장을 위한 신성장사업본부 신설
- 신선농산물 수출 10억불 달성
- 핵심 농산물 국민기초식품 가격안정 추진

### 2012년

- 한국농수산식품유통공사로 명칭 변경
- 1억불 이상 수출 농식품 13개 품목 달성
- 농수산식품 기업지원센터 개소
- 대한항공과 MOU로 신선농산물 수출시장 개척
- 수급종합상황실 설치

### 2013년

- 농식품유통교육원 확대 준공
- 파리 지사 및 자카르타 지사 설립
- 민 · 관합중 수급조절위원회 발족
- 고객 소통의 장 aT창조마당 개설
- 유통혁신을 위한 직거래지원센터 설치

### 2014년

- aT본사 나주혁신도시 이전
- 국내 최초 한국춘란 경매 실시
- 농수산물 사이버거래소 2조원 돌파
- 농식품미래기획단 압(YAFF)출범으로 청년 일자리 창출
- 중국 내륙 진출을 위한 청두 지사 설립

### 2015년

- 중국 알리바바-Tmall 한국 농식품 진출
- 칭다오 물류센터 및 아무다비 · 하노이 지사 개소
- 정부경영평가 우수기관 선정 (A등급 달성)
- 대한민국 나눔국민대상 대통령상 수상
- 스마트스튜디오, aTorang, 북카페 오픈

## ■ 일반현황

기관명	한국농수산식품유통공사
사장	김재수
설립 목적	농어업인의 소득증진과 국민경제의 균형 있는 발전 기여
기관 형태	위탁집행형 준정부기관
설립일	1967.12.1
총자산	10,642억원
총매출	3,179억원
당기순이익	54억원
임직원수	651명 (2015년말 정원 기준)
본사주소	전라남도 나주시 문화로 227

## ■ 한국농수산식품유통공사 소개

## 주요 기능 및 역할



우리 농수산식품의 세계진출을 지원합니다.  
aT는 우수한 우리농수산식품이 국내뿐만 아니라 세계무대에서 인정받을 수 있도록 열성을 다하여 적극적으로 지원하고 있습니다.



최적화된 농산물 유통체계를 구축합니다.  
생산자와 소비자가 모두 행복한 농산물 유통체계를 구축하고 공정거래가 정착될 수 있도록 시스템을 구축하고 있습니다.



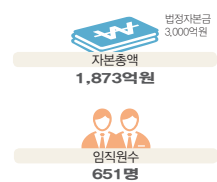
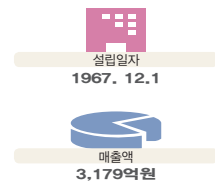
안정적인 식량 확보를 위해 노력합니다.  
국민생활의 기초가 되는 식재료 물가를 안정시키고 급변하는 해외 농산물시장으로부터 충격을 완화하는 방파제 역할을 하고 있습니다.



식품산업의 선진화를 이끌어 나갑니다.  
식품을 미래 농수산업의 신성장 동력으로 삼아 한식과 우리의 전통음식을 세계의 식탁에 올릴 수 있도록 식품산업 진흥 기반을 확충하고 있습니다.

## 설립배경 및 목적

한국농수산식품유통공사는 농공간의 격차 완화를 위해 1967년 농어촌개발공사로 발족하였습니다. 1986년 농수산물유통공사로 확대 개편한 이후, 유통조성사업을 강화하고 수출 진흥 사업으로 영역을 확장하였습니다. 이후 2012년, '국민에게 신뢰받는 글로벌 농수산식품산업육성 전문 공기업'으로 새로운 비전을 수립하며 사명을 '한국농수산식품유통공사'로 변경하였습니다. 우리 농업의 성장 동력이 될 식품산업 지원 기능까지 확장하는 등 차별화 · 전문화된 사업구조와 기능으로 개편하는 데 주력했습니다. 앞으로도 성실히 사회적 책임을 이행하며 더욱 믿을 수 있는 공공기관으로 거듭나겠습니다.



## 공사 비전 및 슬로건

비전	국민에게 신뢰받는 글로벌 농수산식품산업육성 전문 공기업
핵심가치	Yes, aT!
YES EXCELLENCE SURPRISE ACTION TRUST	<p>'할 수 있다'라는 긍정적인 사고 업계 최고 수준을 시연하려는 전문가적 자세 고객과 내외부 이해관계자를 감동시키려는 자세 공사의 주인으로서 주체적으로 실천하는 자세 고객과 내외부 이해관계자 간 상호 신뢰 관계 구축</p>

## ■ 조직도 4본부 14처실 5사업소 / 11지역본부 / 12해외지사





# 경영전략

## aT 전략과 핵심가치

aT는 설립목적에 따라 ‘농수산식품산업 진흥을 통해 국민의 안정적인 먹거리 확보와 삶의 질 향상에 기여’하는 것을 공사의 존재이유인 미션으로 정립하고 ‘국민에게 신뢰받는 글로벌 농수산식품 산업육성 전문 공기업’을 비전으로 하여 6대 핵심가치와 3대 전략방향을 수립하고 이를 기반으로한 9개 전략과제 및 33개 세부실행과제의 성공적 완수를 위하여 최선을 다하고 있습니다.

미션	농수산식품산업 진흥을 통해 국민의 안정적인 먹거리 확보와 삶의 질 향상에 기여		
비전	국민에게 신뢰받는 글로벌 농수산식품 산업육성 전문 공기업		
핵심가치 (Yes, aT)	<b>YESaT</b> <b>Yes</b> 긍정사고 <b>Excellence</b> 전문지식 <b>Surprise</b> 고객감동 <b>Action</b> 실행중시 <b>Trust</b> 상호신뢰		
전략목표	미래성장산업화를 위한 현장 중심의 농수산식품 산업육성 지원 강화		
전략방향 (3UP)	UP1 사업전문성 강화	UP2 성장 동력 확대	UP3 창조경제 기반조성
전략과제 (실행과제)	<b>1. 유통시스템 개선 선도 역할 강화</b> ① 유통효율성 제고 위한 사이버거래소 기능 확대 ② 소비자유통 효율화 및 물류조성 기능 강화 ③ 유통경영제(인) 육성 및 협력사업체계 강화 ④ 화훼공판장 기능 확대	<b>4. 농산물 통합 수급관리 기능강화</b> ① 수급관리시스템 기능 강화 ② 계약재배 및 구매기능 강화 ③ 품질안전관리 기능 강화 ④ 국영무역 기능 강화 ⑤ 국가 식량관리 기능확보	<b>7. 경영관리 및 보안시스템 강화</b> ① IT기반 사업지원체계 강화 ② 전략실행형 조직 체계 강화 ③ 전사적 정보공개 추진 확대 ④ 사이버 안전을 위한 정보보안 체계 강화
	<b>2. 성장내실화를 위한 수출지원체계 강화</b> ① 수출을 주도할 대표전략품목 육성 ② 수출전문조직 시장경쟁력 강화 ③ 현장밀착형 수출지원시스템 개선 ④ 권역별 해외마케팅 추진체계 효율화	<b>5. 식품산업 육성 핵심기능 강화</b> ① 식품기업종합지원 체제 강화 ② 전통식품 새로운 수요 창출 ③ 외식산업 성장기반 마련	<b>8. 인적 자원관리 효율화</b> ① 성과와 능력 중심의 평가체계 개선 ② 미래 인재 육성체계 개선 ③ 상생 노사관계 구축
	<b>3. 사업성과 중심의 정보전략 강화</b> ① 유통 효율화를 위한 유통정보 기능 강화 ② 수출확대를 위한 수출정보 기능 강화 ③ 식품외식정보 기능 활성화	<b>6. 가치창출형 미래 성장사업 개발</b> ① Agro-Valley구축 ② 농식품 유통 교육 및 연구기능 강화 ③ 남북농업협력사업 추진	<b>9. 지속가능 경영기반 확대</b> ① 고객만족 경영시스템 확립 ② 동반성장 등 기업의 사회적 책임 확대 ③ 농업정책자금 지원기능 활성화 ④ 상시 혁신 및 소통관리체계 구축

aT는 이사회 중심의 지배구조를 구축하여 경영의 전문성과 효율성을 제고하고 있습니다.

## 이사회 구성 및 역할

이사회는 aT 경영을 관장하는 최고 의사결정기구로서, 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 공공기관운영위원회의 의결을 거쳐 대통령이 임명하며, 상임이사는 사장이 임명하고 있으면, 법에 근거한 공정하고 객관적인 선임절차를 통해 경영진의 자질 및 전문성을 확보하고 있습니다. 비상임이사는 공개모집을 통해 임원추천위원회의 추천을 거쳐 농림축산식품부 장관이 임명하고 있으면, 다양한 농어업 분야 및 사회·경제 제반 분야에서 경험이 풍부하고 역량이 뛰어난 후보를 선정하여 전문성 있는 이사회를 구성하고 있습니다.

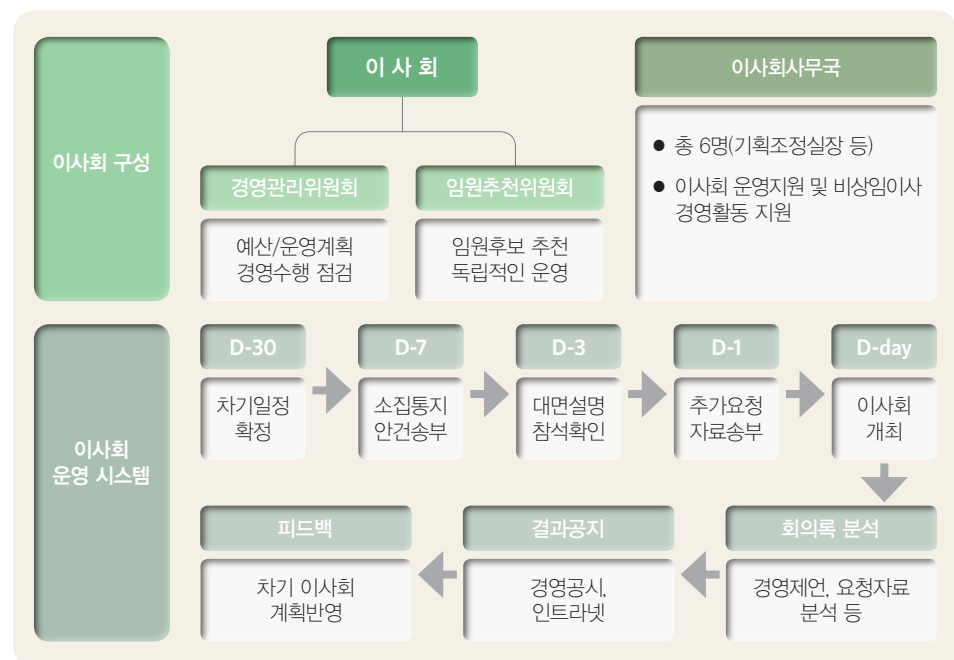
aT는 의사결정 효율성을 제고하기 위해 이사회 산하에 경영관리 전반에 대한 자문 역할을 하는 '경영관리위원회'와 임원 후보자를 추천하는 '임원추천위원회'라는 2개의 소위원회를 두고 있습니다. 또한 서면이사회 개최 등 탄력운동을 통해 긴급 안건을 신속하게 처리하고 활발한 정책토론을 통해 공사 핵심이슈에 대한 성과를 도출하고 있습니다. 이 외에도 사업현장 밀착지원을 위한 현장이사회 운영으로 현장 경영을 강화하는 등 농수산식품산업 이해증진 및 발전방향 모색을 위해 노력하고 있습니다.

구분	성명	소속
상임이사	김재수	사장(의장)
	김진영	부사장(기획이사)
	김동열	유통이사
	유충식	식품수출이사
구분	성명	전문분야
비상임이사	하태중	농업연구유통교육
	노재선	농업경제·수급관리
	김경엽	국제통상금융
	김준봉	생산 및 농업경영
	나승렬	농업정책·품질관리

(2015.12.31. 기준)

### ■ 이사회 운영 성과

구분	단위	2013	2014	2015
이사회 개최횟수	회	12	15	13
보고안건	건	26	21	23
이사회 참석률	%	97.2	85.8	95.5
비상임이사 발언비중	%	75.6	77.7	79.5
비상임이사 참석률	%	98.3	82.3	98.3



# 리스크 관리

aT는 기후변화에 따른 국내외 농산물의 수급 불안 리스크 등 공사 사업과 관련하여 발생 가능한 위기 유형을 사전 관리하고 있습니다. 또한 위기 발생 시 공사의 임무·역할 및 조치사항 등을 구체적으로 명시하여 체계적이고 신속한 대응이 이루어질 수 있도록 하고 있으며, 이를 통해 피해를 최소화함으로써 궁극적으로 공사의 미션인 국민생활의 안정과 농여가의 소득보전 향상에 기여하고자 합니다.

## 전사적 리스크 관리체계

aT는 전사적 리스크 관리(ERM : Enterprise Risk Management) 지침인 「위기관리지침」을 마련하여 위기의 발생가능성 및 특성별로 관리절차를 수립함으로써 효율적인 대응을 도모하고 있습니다. 평시에도 부사장을 리스크 관리임원(CRO : Chief Risk Officer)으로 하여 상시 리스크 관리를 하고 있으며, 비상상황 발생시에는 사장 및 상임이사로 구성되는 리스크 관리위원회(비상대책기구)를 조직하여 운영하고 있습니다.

## 리스크 위기유형

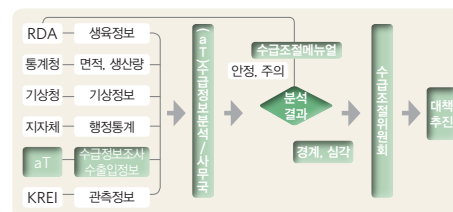
aT는 전사적인 리스크를 경영, 재난, 부정적 언론보도, 사업상 이해관계자와의 갈등의 4개 영역으로 구분하고 있습니다. '경영위기'는 다시 신용위기, 자금 유동성위기, 수입위기, 수출위기로 구분하고, '재난 위기'는 풍수해, 대설, 전시장 폭발물테러, 해외인원 피납테러, 사이버테러 등으로 구분하고 있습니다. '부정적 언론보도'는 공공기관인 공사의 사업과 관련하여 공사의 신뢰 및 이미지에 큰 타격을 줄 수 있는 위기상황을 말하며, 사업상 이해관계자와의 갈등은 MMA 쌀 및 국영무역품목의 수입, 화훼공판장 운영 등 공사의 주요 사업과 관련한 하역노조 파업 등 갈등상황을 말합니다. aT는 각 위기 유형에 대응해 전담부서를 설정하여 관리하고 있으며, 비상계획실 리스크 관리 계획위원회를 통해 총괄하고 있습니다.

## 주요 농식품 수급 리스크 관리

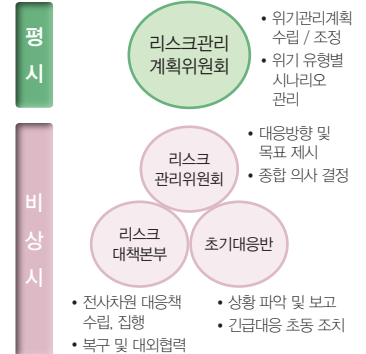
기후변화 등에 따른 농산물 수급 불안정성이 커지고 있어 농산물 수급 안정을 위한 리스크 관리를 보다 중점적으로 추진하고 있습니다. 특히 2015년에는 종전에 흩어져 있던 기관간 수급정보를 aT 주도로 통합 및 분석을 하고 수급조정위원회를 개최하여 선제적인 대책을 추진하여 주요 5개 품목(건고추, 배추, 무, 양파, 마늘)에서 6,693억원의 가격안정효과를 창출하였습니다. aT는 향후에도 주요품목의 정확한 수급상황 분석을 통해 효과적이고 선제적인 수급

위험 유형	내용
경영 위기	신용위기
	자금 유동성 위기
	경영환경 변화 위기
	수입 위기
	수출 위기
재난 위험	풍수해, 대설
	전시장 테러
	해외인원 피납테러
	사이버테러, 전산장애
사업자 이해관계자와의 갈등	수입쌀 관련 시위
	중도매인 경매거부
	항운노조/화물연대 파업
부정적 언론보도	

대책을 마련하여 국민들과 농가의 수급 불안 리스크를 최소화하기 위해 노력하겠습니다.



## 리스크 관리 체계



## 리스크 관리 전담조직

구분	부서	주요임무
총괄부서	비상계획실	• 총괄부서의 임무수행 • 자연재난 및 인적재난(폭발물테러)부서 역할 수행
	기획조정실	• 총괄부서의 임무수행 • 자연재난 및 인적재난(폭발물테러)부서 역할 수행
	경영지원부	• 경영환경 변화에 따른 위기 전담부서
	재무관리처	• 자금 유동성 위험 전담부서
전담부서	홍보실	• 부정적인 언론보도 위기 전담부서
	국영무역처	• 수입물발상(국제곡물가 상승) • 항운노조 파업에 따른 위기상황 전담부서
	식량관리처	• 수입쌀 관련 시위에 관한 위기 전담부서
	수출전략처	• 화물연대 및 수출 농산물 안전성으로 인한 수출 물량상향 위기 전담부서 • 해외 하인원 피납테러에 대한 위기전담부서
IT지원부	IT지원부	• 사이버테러 및 전산장애 위기전담부서 • 종합상황실 설치 지원
	aT센터	• 폭발물테러 및 전시장 안전관련 위기전담부서 • aT센터 화재보험 가입
	화훼공판장	• 중도매인 경매거부에 대한 위기전담부서

## 2015년 메르스 발생 시 전담조직 운영사례

### <MERS 대응 상황반 구성>



## ■ 윤리경영 조직도

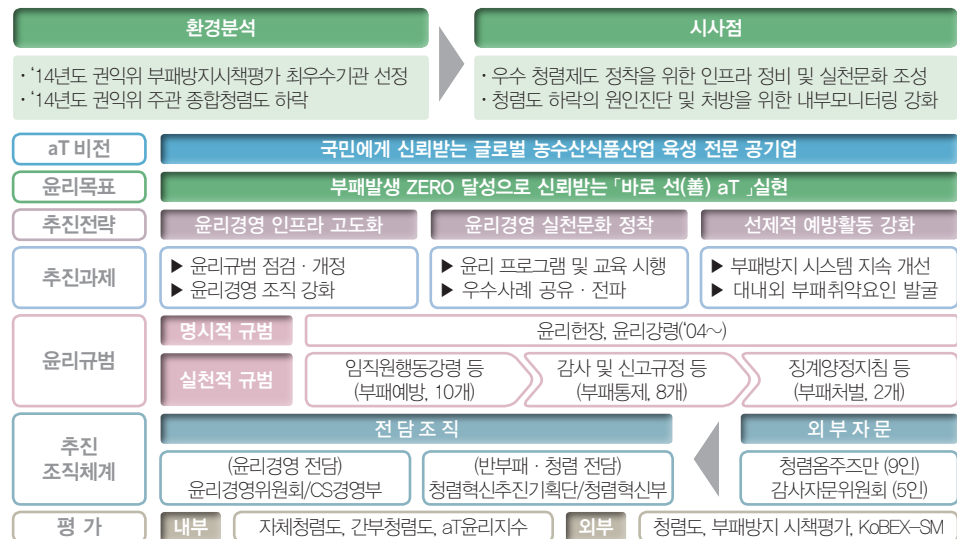


## 윤리경영 체계

aT는 국민에게 신뢰받는 글로벌 공기업을 비전으로 하여 핵심가치와 연계한 윤리경영 목표를 수립하였습니다. 아울러 aT의 윤리적 조직문화를 국민 및 유관기관 등에 적극적으로 전파함으로써 청렴생태계 선도에 앞장 서고 있습니다.

## 윤리경영 추진체계

'부패발생 ZERO' 달성으로 신뢰받는 바로 선(善) aT 실현'을 위하여 윤리경영 시스템을 운영하고 있습니다. 윤리경영 인프라 고도화, 윤리 실천문화 정착, 선제적 예방활동 강화를 추진전략으로 설정하고 이를 실행하기 위해 윤리경영 추진조직을 운영하고 있습니다.



## 윤리경영 인프라 강화

aT는 윤리경영 실행력 확보를 위하여 윤리규범, 실행조직 등의 윤리인프라를 강화하였습니다. 공직자의 부당이득 수수금지 관련 사회적 요구에 부응하여 부당이득과 관련한 임직원의 행동기준을 구체화하고, 부패 행위자에 대한 불이익 장치를 강화하는 내용으로 인사규정을 개정하였습니다. 또한 내부 윤리연구회를 신설하여 부패방지 업무개선을 위한 모니터링을 강화하고 청렴옹호부즈만 제도\*를 통해 개선과제를 도출 및 이행하여 윤리경영 전문성을 강화하였습니다.

## 윤리리스크 사전예방

aT는 윤리리스크 사전예방을 위하여 부패방지 시스템을 지속적으로 개선하고 있습니다. 2014년 전산화한 외부강의 신고제도를 내실화하기 위하여 외부강의 신고실태 점검 및 초과금액에 대한 반환 의무를 행동강령에 명문화하였고 부패행위 신고접수 운영지침을 제정하여 익명신고의 제도적 기반을 마련하였습니다. 또한 신고접근성 강화와 함께 계속적인 교육과 홍보를 통해 직원인식을 제고하고 있습니다.

## 청렴옹호부즈만 제도\*

aT는 윤리경영의 전문성 강화를 위하여 '13년부터 관련전문가로 구성된 청렴옹호부즈만(지속가능경영자문단)을 운영하고 있으며, '15년에는 윤리경영 분야 자문위원 강화(8 → 9명)와 함께 3차에 걸친 옹호부즈만 회의를 통하여 총 26개 개선과제를 도출하여 경영에 반영 하였습니다.

## 윤리문화 정착 노력

### 윤리경영 실천 프로그램

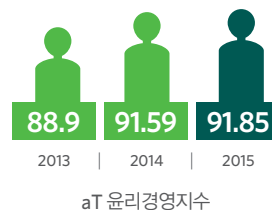
aT는 법적, 제도적 장치뿐만 아니라 임직원 스스로의 청렴 실천으로 윤리경영이 aT의 고유 문화로 내재화될 수 있도록 노력하고 있습니다. CEO의 강력한 청렴리더십을 통해 전사적인 청렴공감대를 조성하고 직원들의 자발적인 윤리실천을 장려합니다. 청렴연극, 윤리음악방송, 청렴동아리 '일급수' 활동 등 문화형 윤리프로그램과 청렴주의보, 윤리브랜드 연중 게시를 통한 생활 속 윤리점검으로 윤리경영 실천 및 정착을 위해 노력하고 있습니다. 향후에도 aT는 윤리경영문화 및 실천의지 공유를 더욱 확대하여 윤리적 조직문화를 더욱 공고히 하겠습니다.

### 윤리교육 강화

aT는 직급 및 업무 특성을 고려한 대상자별 맞춤형 윤리교육을 시행하고 있습니다. 실제 내부사례를 소재로 한 자체개발 콘텐츠를 통해 설득력 있고 공감할 수 있는 교육을 적극 추진하고 있습니다. 또한 직급에 따라 마주하는 윤리딜레마가 상이하다는 점에 착안하여, 직급별 윤리교육을 제공하여 교육의 질을 높이고 계약, 회계 등 부패취약 업무를 대상으로 올바른 계약절차 교육, 법인카드 과오사용 예방교육 등의 특별교육을 통해 혹시나 발생할 수 있는 부패요소를 선제적으로 통제하고 있습니다. aT는 내부 임직원뿐만 아니라 외부 이해관계자를 대상으로도 청렴의식 확산에도 힘쓰고 있습니다. 국내고객에게는 농산물 부정유통 방지교육을 실시하여 안전한 먹거리 공급에 기여하고 협력업체, 해외고객에게는 청렴교육과 청렴결의대회를 통해 청렴 마인드 확립에도 노력하고 있습니다.

### 윤리경영 모니터링 및 평가

내부 평가시스템의 질적·양적 개선을 통하여 모니터링 기능을 강화하였습니다. 기존 aT 윤리경영지수 문항에 실제 aT 윤리경영 활동 및 부패취약사업 성과를 지표화하여 사업특성을 반영함으로써 평가의 실효성을 제고하였습니다. 또한 고위직을 대상으로만 실시하던 자체청렴도를 2급이하 직원에도 확대 실시함으로써 내부취약점 발굴을 위한 감시망을 강화하였습니다. 이러한 노력의 결과 한국윤리학회로부터 2년연속 윤리 경영대상을 수상하였고, 산자부 주관 지속가능경영 생산성대상을 수상하는 등 외부로 부터도 높은 평가를 받았습니다.



(aT 윤리청렴주간 CEO 윤리백설기 나눔행사)



(aT 윤리경영홈페이지 메인화면)



(청렴콘텐츠 공모전 우수작 포상)



(2015 한국윤리경영 대상 수상)

## 이해관계자 참여체계

### 이해관계자 정의

aT와 1회 이상 접촉하였거나 향후 영향을 주고받을 수 있는 고객을 내부와 외부의 가치 중심으로 다음과 같이 그룹화 하였습니다.



### 이해관계자 구성

aT의 이해관계자는 농수산식품의 수출, 유통, 수급 및 식품산업육성과 관련된 사업고객 뿐만 아니라, 경영자문 등을 통해 참여하고 있는 학계, 정부 및 공공단체, 언론매체와 같은 다양한 고객들로 구성되어 있습니다.

aT는 각 이해관계자와의 다양한 채널을 마련하고 열린 소통을 통하여 고객의 니즈 및 주요 관심 이슈를 발굴하고 있습니다. 향후에도 이해관계자 여러분들의 소중한 의견에 더욱 귀를 기울여 고객 지향적 제도개선 및 정책 수행을 위해 노력하겠습니다.

## 이해관계자 소통 채널



## 중요성 평가 프로세스

중요성 평가는 내/외부 이해관계자로부터 제기되는 다양한 기대 및 관심사항을 파악하고, 지속가능경영 이슈에 효과적으로 대응하여 경영에 반영하기 위한 목적으로 수행되었습니다. 중요성 평가는 GRI 가이드라인이 권고하는 중요측면과 경계결정과정 단계를 준수하여 이루어졌으며, 각 측면이 aT의 비즈니스에 미치는 영향의 중요도(Significance), 이해관계자의 평가와 의사결정에 미치는 영향도(Influence)를 기준으로 구성되어 있습니다.

## [1단계] 지속가능경영 이슈 파악

aT의 지속가능경영 관련된 이슈를 파악하고자 경영방침, 내부성과 자료 뿐만 아니라, 미디어 분석, 벤치마킹 분석 등을 수행하였습니다. 이를 통해 총 37개의 관련된 이슈를 확보하였습니다.

### ■ 주요 분석 도출 내용

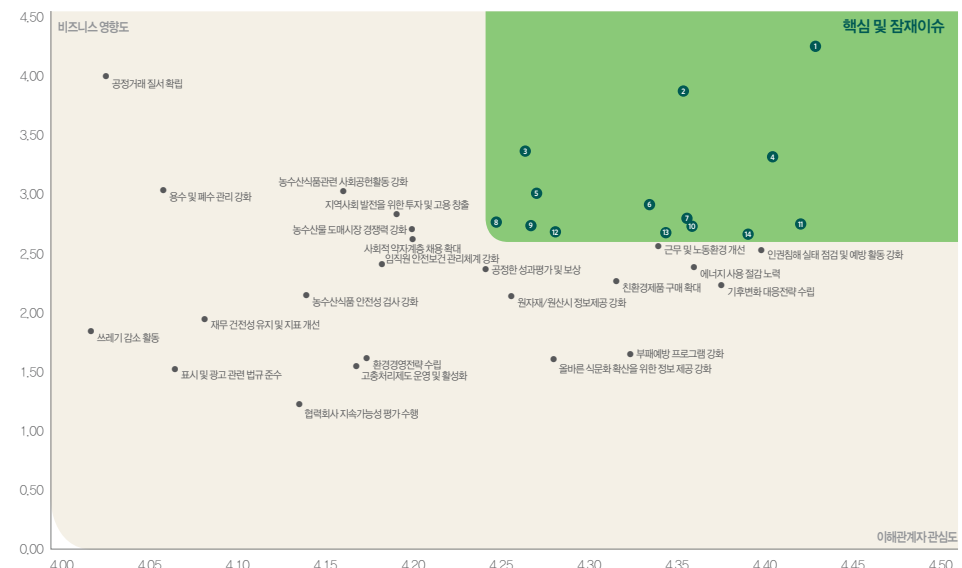
내부자료	경영방침, 2016년 경영목표, 사업계획 및 평가
미디어	2015년 aT 언론보도 총 500건 중 지속가능경영 관련 361개 기사 분석 - 사회(39%) 및 경제(32%) 분야가 높은 비중을 차지함
벤치마킹	국내 공공기관 및 국내외 식품관련 산업 부문의 지속가능경영 우수 기업의 이슈를 비교 및 분석
설문조사	내부 임직원 및 외부 이해관계자를 대상으로 지속가능경영 설문조사 수행 - 임직원 717명, 외부 이해관계자 109명

## [2단계] 우선순위 결정

이해관계자의 관심도와 비즈니스 영향도 등을 고려하여 핵심이슈를 선정하고, 이를 바탕으로 중요성 평가 매트릭스를 구성하였습니다.

### ■ 영향도 + 중요도 상위 이슈

- ① 신규사업 추진을 통한 신성장동력 확보
- ② 식품산업 육성기반 조성
- ③ 농수산물 글로벌 경쟁력 강화
- ④ 농수산물 직거래 활성화
- ⑤ 농수산물 수급안정성 및 가격안정 기여
- ⑥ 복리후생 및 처우개선
- ⑦ 건전한 조직문화 구현
- ⑧ 다양한 교육 운영을 통한 인재 육성
- ⑨ 채용, 처우 등의 부당한 차별 금지
- ⑩ 협력사와의 상생협력 및 동반성장
- ⑪ 임직원 참여형 사회공헌활동 강화
- ⑫ 고객만족도 향상 노력
- ⑬ 고객 개인정보 보호 강화
- ⑭ 친환경 농수산물품 유통 장려





### [3단계] 유효성 검증 및 검토

중요성 평가 결과에 따라 핵심 및 잠재이슈를 중심으로 지속가능경영 보고서를 구성하였습니다. 이에 따라 각 이슈에 대한 보고경계를 중심으로 정의하고 그 영향을 관리하고 있습니다.

핵심 이슈	보고경계				GRI 측면	보고 위치
	고객	협력사	임직원	지역사회		
신규사업 추진을 통한 신성장동력 확보		●		●		
식품산업 육성기반 조성		●		●	경제성과	Business - 농식품 신성장 동력 확보
농수산식품 글로벌 경쟁력 강화				●		
농수산물 직거래 활성화	●			●	경제성과	Business - 믿을 수 있는 먹거리의 안정적 확보
농수산물 수급안정 및 가격안정 기여	●			●		
복리후생 및 처우개선		●	●			
건전한 조직문화 구현			●		훈련 및 교육 노사관계 다양성과 기회균등	Sustainability - 직원만족
다양한 교육 운영을 통한 인재 육성			●			
채용, 처우 등의 부당한 차별 금지			●			
협력사와의 상생협력 및 동반성장		●	●	●	공급업체 노동관행 평가	Sustainability - 동반성장
임직원 참여형 사회공헌활동 강화			●	●	지역사회	Sustainability - 지역사회 투자 및 개발
고객만족도 향상 노력	●		●		제품 및 서비스 라벨링 고객개인정보보호	Sustainability - 고객만족
고객 개인정보 보호 강화	●		●			
친환경 농수산식품 유통 장려			●	●	에너지 배출	Sustainability - 환경경영





# Business

믿을 수 있는 먹거리의 안정적 확보  
농식품 신성장 동력 확보



## Principle

### 안전한 먹거리의 안정적 공급

먹거리의 안전성에 대한 소비자의 관심과 요구수준이 날로 높아지고 있는 가운데 잦은 이상기후의 영향으로 인한 생산량 급변 및 국제곡물시장의 변동성 확대 등 수급 불안정성이 상존하는 농산물의 수급분야는 선제적 관리가 매우 중요합니다. aT는 농산물의 유통개선 및 수급관리 전문기관으로써 과학적이고 체계적인 안전한 농산물의 수급관리와 함께 지속적인 유통구조 개선을 통하여 생산자와 소비자가 모두 행복한 신유통 시대를 만들겠습니다.



## 2015 핵심 성과

구분	Policy & Responsibility	Goal & Target
안전한 먹거리	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 학교급식 전자조달시스템</li> <li>• 유관기관협업체계구축</li> <li>• 사후관리 강화</li> </ul>	학교급식 안전성제고
직거래 등 신유통경로 확산	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 로컬푸드직매장 확대</li> <li>• 교육·홍보 등 지원강화</li> </ul>	유통비용 절감
안전한 비축 농산물 공급	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aT형위생안전관리 체계구축</li> <li>• 비축기지 현대화, 광역화</li> <li>• 비축통합시스템구축</li> </ul>	비축농산물 안전성제고
농산물수급 안정성제고	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 선제적수급관리 시스템운영</li> <li>• 수급관리시스템 고도화</li> <li>• 신규계약재배시스템</li> </ul>	선제적 수급관리
국가식량 관리체계구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기능관련법제거반정비</li> <li>• 쌀관세화 대응</li> <li>• 해외곡물공급선다변화</li> </ul>	국가곡물 관리능력 함양

# 믿을 수 있는 먹거리의 안정적 확보

## ● Our Approach

### 선제적 수급관리, 끊임없는 시스템 혁신

aT는 '국민이 믿을 수 있는 안전한 먹거리공급'을 위하여 2015년에도 유통개선 및 수급안정을 위한 aT의 고유기능과 연계하여 다양한 사업을 적극적으로 추진하였습니다.

먼저, aT의 사이버거래소를 통하여 학교급식전자조달시스템인 'eaT시스템'을 운영하여 학교급식 식재료 납품관련 불공정요소의 원천차단으로 학교급식행정의 투명성을 높였으며, 특히 식약처와의 협업을 통해 '식중독조기경보시스템' 운영하여 '15년 학교급식관련 식중독발생률이 전년대비 52% 감소하는 등 사이버 거래의 활용을 통한 학교급식의 안전성 제고노력을 한층 강화하였고, 농산물 유통단계와 비용을 줄여 생산자와 소비자 모두 더 많은 혜택을 누릴 수 있도록 로컬푸드직매장을 대폭 확대하는 등 농산물 직거래확대를 통한 신유통경로 조성에도 심혈을 기울였습니다.

aT는 수입농산물의 위생·안전에 대한 국민의 관심 증가와 범정부 차원의 식품안전관리정책 강화에 발맞추어 비축농산물의 위생적이고 안전한 관리를 최우선 과제로 삼아 식품위생관리 7S 활동을 중심으로 「aT형 비축농산물 위생안전관리 체계」를 수립하고 비축농산물의 도입에서 방출까지 실시간 이력추적 및 재고관리가 가능한 '차세대 비축통합정보시스템'을 구축하였으며, 위생적인 비축농산물의 안전하고 효율적인 공급을 위하여 비축기지의 현대화 및 광역화도 본격적으로 추진하였습니다.

aT는 농산물 수급불안에도 선제적으로 대응하기 위해 수급정보종합시스템, 수급조절위원회, 수급조절매뉴얼 등 체계적인 수급관리시스템을 구축하여 2015년 품목·시기별 다양한 수급안정대책을 적기에 추진함으로써 5대 채소류의 가격변동률을 전년대비 4.1% 안정화시켰고 채소류의 생산단계에서부터 효과적인 수급조절이 가능한 계약재배사업을 신규로 추진함으로써 수급관리 전문기관으로서 기능과 역할을 확대하였습니다.

aT는 지난해 양곡관리법 시행령 개정('15.7월)을 통해 국가 식량관리 전문기관으로서의 위상 정립과 함께 비상시 해외 공여용 쌀비축사업인 "APTERR" 시범사업도 성공적으로 수행함으로써 국가식량관리 핵심주체로서의 역할을 인정받았으며, 쌀수입 관세화 원년을 맞아 쌀수확기 수입쌀 판매물량조정, 수입쌀부정유통방지 등 모든 역량을 집중한 결과 국내 쌀값 안정에 기여하였습니다. 아울러 다양한 곡물공급시장 확보와 함께 국제곡물시장에 영향을 미치는 주요변수에 대한 예측력을 높이고 선물시장활용능력을 강화하는 등 안정적인 먹거리 공급역량 함양에도 전력을 다하고 있습니다.



## Evaluation

구분	지표	2015 성과
안전한 학교급식	학교급식 안전성제고	eaT시스템 구축운영 / 식약처, 품질관리원 협업체계 구축 학교급식식중독발생률감소 : ('14)4,315명 → ('15)1,989명(52%↓)
직거래 등 신유통경로 확산	유통비용절감	로컬푸드직매장 : ('12)3개소 → ('15)103개소 / 유통비용절감('15년 기준 가구당 4만원) '15년국유통대상 수상
안전한 비축 농산물 공급	비축농산물 안전성제고	비축기지 현대화작공(3개권역) / 차세대비축통합관리시스템구축 '15년 소비자불만접수 : ('14)238건 → ('15)115건(52%↓)
농산물수급 안정성제고	선제적수급관리	무·배추 신규계약재배사업 실시 / 온라인·모바일 수급관리시스템운영 '15년 5대채소류 가격변동률 감소 : ('14)15.9% → ('15)11.8%(4.1%↓)
국가식량 관리체계구축	국가곡물 관리능력함양	양곡관리법개정('15.7) / 탄력적 수입쌀공급 및 부정유통방지강화 국가곡물공급선다변화 및 공급능력함양



## 1. 유통구조 개선을 통한 대국민 신뢰성 확보

### 사이버거래소를 통한 학교급식의 안전성 제고

aT는 학교급식 식재료 구매시 대면계약으로 인한 불공정요소를 원천차단하고, 학교급식행정의 투명성을 높이기 위해 학교급식전자조달시스템인 'eaT시스템'을 운영하고 있습니다. 지난해에는 eaT시스템을 기반으로 유관 정부부처 및 기관과의 식품안전정보 공유를 강화하여 식품의약품안전처와 '식중독조기경보시스템'을 구축함으로써 식중독예방 및 식중독관련 식자재 유통을 방지하였으며 (농·수·축산물)품질관리원과의 협업을 통해 원산지인증 및 위반정보를 실시간 공유함으로써 식재료공급업체 관리를 강화하였습니다. 이러한 노력의 결과 2015년 학교급식 식중독 발생률은 전년대비 52% 감소('14년: 4,315명 → '15년: 1,989명) 하였고, aT의 식품의약품안전처 및 (농·수·축산물)품질관리원과의 협업사례는 정부3.0 우수사례로 선정되기도 하였습니다. 2015년말 현재 aT의 eaT시스템은 전국 17개 시·도의 7,946개 학교와 6,159개의 공급업체에서 이용하고 있으며 계속 확대되고 있는 상황입니다. 향후에도 aT는 유관기관과의 정보공유를 지속적으로 강화하고, 급변하는 식품환경변화에 대응해 더욱 견고하고 안전한 식품안전망을 구축해 나갈 계획이며 관계기관 합동점검 시스템 구축 등 사후관리에도 소홀함이 없도록 하여 '국민이 믿을 수 있는 안전한 먹거리 확보'에 차질이 없도록 하겠습니다.

#### ■ 사이버거래소 급식안전망

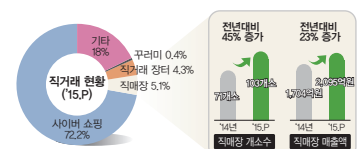


### 직거래 확산을 통한 신유통경로 조성

aT는 농산물 유통단계와 비용을 줄여 생산자와 소비자 모두 더 많은 혜택을 누릴 수 있도록 농산물 직거래 확대 노력을 다양하게 전개하고 있습니다. 농업인이 유통의 주체로 직접 참여하는 로컬푸드직매장을 적극 육성하여 '12년 3개소에서 2015년 103개소로 대폭 확대하였으며, 정례직거래장터도 37개소를 선정하여 관광지형, 주산지형, 상생형 등 유형에 따른 차별화된 지원을 실시하였습니다. 또한 메르스 여파로 인한 농산물 소비 위축을 타개하기 위하여 추가예산을 긴급 투입, 아파트단지 등에 임시직거래장터를 개설하고 대형유통업체 등과 연계하여 대대적인 특판행사를 개최하였습니다. 아울러 직거래창업아이디어공모전, 직거래 컨테스트 등을 통해 새로운 직거래경로를 발굴하고 우수사례를 전파하는 한편, 기존 사업자의 경영활성화를 위한 교육, 소비자교류, 홍보 등 소프트웨어 지원을 강화하여 직거래가 일시적인 붐으로 끝나지 않고 대안 유통경로로 자리매김하고 지속적으로 성장을 할 수 있도록 견인 하였습니다. 이런 노력의 결과, aT는 신유통 경로를 통해 2015년 한 해 동안 가구당 전년 대비 18% 증가한 약 4만원의 유통비용을 절감하는 효과를 거둒하여 대한상공회의소에서 주최한 '2015한국유통대상'을 수상 하였습니다.



#### ■ 직매장 개소수 및 매출액 증가



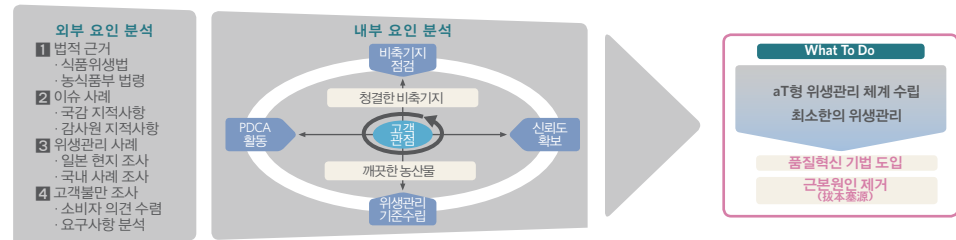


## 2. 안전한 비축농산물 공급 강화

### 농산물 품질안전 기능 강화

aT는 수입농산물의 위생·안전에 대한 국민의 관심 증가와 범정부 차원의 식품 안전관리정책 강화에 발맞추어 비축농산물의 위생적이고 안전한 관리를 통한 소비자 만족을 최우선 과제로 추진하고 있습니다. 이를 위해 지난해에는 「aT형 위생안전관리 체계」를 구축하여 식품위생관리 7S\* 활동을 기반으로 한 '비축농산물 정기 위생·안전검사 제도'를 도입하였고 비축농산물 위생·안전관리 혁신활동의 내부 확산을 위해 비축사업 종사자 교육(총 5회), 비축농산물 종합해충방제기준 수립, 전문가 협의체를 중심으로 한 제도개선 활동을 실시하는 등 품질 좋고 안전한 농산물 공급에 최선을 다하였습니다. 이러한 노력으로 지난해 비축기지보관농산물에 대한 위생관리 평가결과 2014년 78점에서 87점으로 상승 하였으며, 소비자불만접수 건수도 2014년 238건에서 2015년 115건으로 52%가 감소하는 가시적인 성과가 있었습니다.

#### ■ 위생관리 체계 수립을 위한 접근 Process



#### ■ 비축농산물 소비자불만 신고건수

	2013	2014	2015
비축농산물 소비자불만 신고건수	316건	238건	115건

### 비축기지 현대화/광역화 사업 추진

aT는 위생적인 비축농산물의 안전하고 효율적인 공급을 위하여 전국에 산재되어 있는 노후화된 농산물 비축기지 12개를 최첨단 저온설비를 갖춘 충청, 호남, 대경(대전경기) 및 부경(부산경북)의 4개 통합기지로 건설하는 비축기지 현대화·광역화 사업을 추진하여 2015년 3개소를 성공적으로 착공하였습니다. 금번 비축기지 현대화·광역화를 통해 보관능력 향상(69→86천톤)과 함께 보다 안전한 양질의 농산물을 국민에게 제공하고 국가 식량자원 확보에도 공헌할 수 있을 것입니다.

#### ■ 신 비축기지 조감도



### 차세대 비축통합정보시스템 구축

aT는 2015년 차세대 '비축통합정보시스템'을 구축을 통해 비축농산물의 도입에서 방출까지 물량흐름에 대한 실시간 이력추적 및 재고관리로 선제적 수급관리를 추진할 수 있는 기반을 마련하였습니다. 특히, 농산물품질관리원, 관세청 등 유관기관시스템과의 연동을 통하여 검정결과온라인수신, TRQ 수입추천업무의 One-Stop서비스를 구현할 수 있게 되었습니다. aT는 이를 토대로 국민에게 안전한 비축물자 공급과 함께 연간 739천톤, 8천여건에 이르는 수입추천업무의 전산화로 사회적비용 절감 등 비축사업의 효율성을 더욱 높여 나가겠습니다.

### 3. 농산물 수급안정성 제고

## 선제적 통합수급관리 시스템 마련

아는 수급불안에 선제적으로 대응하기 위해 수급예측에서부터 대책 추진까지 체계적인 수급관리시스템을 운영하고 있습니다. 2013년부터 농산물 수급조절위원회와 품목별 수급조절매뉴얼을 운영하고 있으며, 시장 격리 등 수급안정사업을 다양화하여, 2015년에는 온라인 수급정보종합시스템을 구축함으로써 실시간 모니터링체계를 강화하였습니다. 분산되어 있던 기존의 수급관련 기관별 생산정보를 모아 시각화하고 온라인시스템을 활용해 수급상황을 실시간으로 파악함으로써 신속하고 정확한 수급대책을 추진할 수 있는 기틀을 마련하였으며, 2016년에는 모바일 시스템을 개발하는 등 고도화를 통해 시스템 기반의 수급관리체계를 지속 강화하고, 생산자, 유통인 등 고객에 대한 맞춤형 정보제공 체계도 강화할 계획입니다.

아울러, aT는 수급정보종합시스템, 수급조정위원회 및 매뉴얼 등 체계적인 수급관리시스템을 기반으로 2015년에 어려운 수급여건 하에서도 배추·무 수매비축, 저장양파 시장격리, 마늘·양파 TRQ 조기도입 및 증량, 비축물량 방출 등 품목별·시기별 다양한 수급안정대책을 적기에 추진함으로써 5대 채소류(배추, 무, 마늘, 양파, 건고추)의 가격변동률을 5개년 평균 15.9% 대비 4.1%p 하락한 11.8%로 낮추는 성과를 거두었습니다.

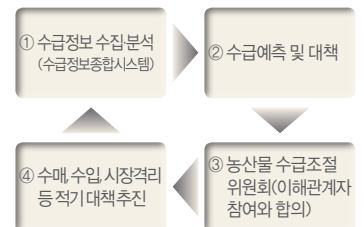
【품목별 주요 수급대책 추진사례】

품목	수급예측	대책 추진
건고추	공급과잉에 따른 가격하락 우려	햇품 7천톤 수매(10~11월)
배추	겨울배추 과잉, 봄배추 생산감소	(1~2월) 격리 40천톤, 수매 2천톤 (4~5월) 수매비축물량 방출
무	겨울무 공급과잉, 봄무 생산감소	겨울무 4월 수매, 5~6월 방출
양파	저장양파 과잉, 햇품 생산감소 (2~3월 가격격락, 4~5월 상승)	저장양파 10천톤 4월 중순 이후로 출하연장(시장격리)
	생산량 감소로 출하기 가격급등	TRQ 조기도입 및 증량
마늘	생산량 감소로 출하기 가격급등	비축물량 방출, TRQ 증량

## 계약재배를 통한 수급관리 기능 강화

aT는 2015년 채소류의 생산단계에서부터 효과적인 공급조절을 위해 계약재배사업을 신규로 추진함으로써 공급관리 전문기관으로서 기능과 역할을 확대하였습니다. 이를 위해 새로운 계약재배모델과 실행방안을 마련하고, 대정부협의를 통해 사업인력과 예산(340억원)을 확보하는 등 사업수행 기반을 구축하였으며, 2016년 배추·무를 대상으로 본격적인 사업을 추진 중에 있습니다. aT는 이를 통해 생산자의 안정적 영농 활동을 지원하고, 채소류 가격진폭을 완화하는 한편 정부수매비축사업과 연계하여 일부 계약재배물량을 비축물량으로 활용함으로써 긴급 공급불안에 대한 대응력도 한층 높일 수 있을 것으로 기대하고 있습니다. aT는 향후 대상품목을 견고추, 마늘, 양파 등 5품목으로 확대하고 사업규모도 생산량의 10%까지 확대하여 안전한 먹거리 공급을 한층 강화해 나갈 계획입니다.

## ■ 농산물 수급관리체계



## ■ 민·관 합동 농산물 수급조절위원회

- 이해관계자 참여와 합의를 통한 수급대책 마련
- 구성: 생산자·소비자단체, 유통업계, 학계, 정부 등 20명

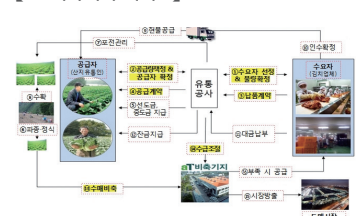
### 〈위원회 개최 및 상정안건〉

연도	건수	사건 수
2013년	8회	(21건)
2015년	8회	(23건)

【온라인 수급정보종합시스템】



【aT 계약재배 체계도】





## 4. 국가식량관리체계 구축

### 국가 식량관리 전문기관으로서의 위상 정립

aT는 지난해 양곡관리법 시행령 개정(15.7월)을 통해 양곡관리분야 기능확대를 위한 법적 근거를 마련함으로써 수입쌀 관리 컨트롤타워로서의 역할을 수행할 토대를 마련하였습니다. 이로써 aT는 밥쌀용 쌀 뿐만 아니라 가공용 쌀까지 통합적으로 관리함으로써 우리나라의 쌀 재고문제를 효율적으로 관리할 수 있는 기반을 구축하게 되었습니다. 아울러 정부에서는 aT의 양곡관리 전문성을 인정하여 양곡관리법 시행령에 “비상시 해외 공여용 쌀 비축사업(APTERR)”을 aT에 위탁하는 규정을 추가로 반영하였고 이에따라 aT는 2015년 시범사업 30천톤 이행을 성공적으로 수행하였습니다.

### 관세화 이후의 국내 쌀산업 보호

aT는 2015년 쌀 관세화 체제에 대응하여 수입쌀 수요조사 등을 통해 TRQ 수입관리정책 반영을 위한 다양한 조사분석을 실시하여 곡종별 용도별 적정 물량을 배정 및 수입하였습니다. 또한 쌀 수확기에 수입쌀 판매 물량을 축소 조정하고, 수입쌀혼합 부정유통방지교육 강화를 통하여 국내산 쌀값 안정에 모든 역량을 집중하였습니다. 이와같이 aT는 쌀시장 개방, 국내산 쌀 생산량 증가 와 쌀 소비 감소라는 어려운 상황에서 서로 국가간 통상 마찰을 방지하고 국내쌀산업을 보호하는데 최선을 다하고 있습니다.

### 곡물가격 변동성 사전 대응

aT는 해외 곡물의 안정적 도입 및 세계 곡물가격 급등락 등 구조적으로 되풀이되고 있는 식량위기에 대응하기 위하여 국영무역사업 등 농산물 수입에 필요한 정보를 체계적으로 관리하는 한편, 쌀·대두·옥수수·밀 등 주요 곡물의 국제동향을 파악하고 기타 주요농산물의 해외시장 동향을 분석하여 정부 및 관련기관에 제공하는 등 세계곡물가격 급등에 대비한 사전 모니터링을 강화하였습니다. 특히 국내 농산물 유통에 큰 영향을 미치는 중국 농산물 시장 동향을 면밀히 관찰·조사하여 국내 수급관리 및 국영무역 품목의 안정적 도입 관리에 활용하였습니다. 아울러 aT는 곡물 메이저에 의존하는 수입구조를 탈피하고 원산지를 다변화하여 국내 수급안정에 기여할 수 있도록 곡물메이저의 영향력이 낮은 연해주에서 현지진출 우리기업이 생산한 밀 500톤을 도입 하였고 미국 선물시장을 활용하여 대두 1,000톤을 도입하는 등 향후 곡물가격 급변에 대응할 수 있도록 곡물 조달채널을 확대하였습니다. 이와 더불어 국제곡물시장에 영향을 미치는 주요변수에 대한 예측력을 높이고 선물시장 분석능력을 강화하는 등 안정적인 먹거리 공급역량 함양에도 전사적 노력을 집중하고 있습니다.



# 농식품 신성장 동력 확보

## ● Our Approach

### 신시장개척 및 수출경쟁력 강화 / 외식산업 및 농식품창조융합HUB 육성

aT는 FTA확산 등 시장개방 확대에 대응하여 농수산식품의 시장경쟁력 강화 및 농수산식품의 해외시장 진출을 통한 농어업의 지속적인 성장동력 확보를 위하여 다양한 사업을 추진하고 있는 가운데 2015년에는 특히 농식품수출영도확장, 농식품수출 SOC개선 및 수출기업경쟁력 제고를 위하여 최근 급성장하고 있는 중국 영유아식품시장 집중마케팅 및 중국최대 온라인 쇼핑몰 '알리바바 Tmall'에 한국식품전용관개설과 함께 1조 3천억불 규모의 할랄식품시장 공략을 위한 아부다비지사 설치, 중동지역 최초의 K-Food Fair 개최, 안테나숍 운영, 국제박람회참가 등 중국, 중동의 전략시장마케팅을 대폭 강화하였고 청다오물류센터개소, 대한항공 및 창조경제혁신센터연계 수출기업물류지원체계 마련, 수출현지화지원사업을 통한 국가별 비관세장벽 해소 지원 등 농식품 수출물류 효율화를 도모하는 한편, 수출기업의 경쟁력 제고를 위해 선도조직육성을 통한 규모화·조직화와 함께 aT Biz라운지를 통한 컨설팅 및 교육을 한층 강화하였습니다.

aT는 중소 식품 및 외식기업의 비즈니스 허브역할 수행과 함께 농업의 6차산업화를 통한 신성장동력 육성과 지속적인 유통구조 개선을 위하여 aT-지자체-외식업계간 협업을 통해 "직거래산지페어"를 개최하고 지역별 대표음식문화와 농업을 연계할 수 있는 "우수외식업지구"를 육성하였으며, 전통주갤러리, 코레일과 연계한 전용판매망구축 등 농식품산업의 '체험·관광산업과의 융합'을 통한 동반상생을 도모하는 한편, 최근 우리 사회의 가장 큰 고민인 일자리창출과 관련하여 '농식품창업교육'을 강화하고 對할랄시장 전문인력 양성 프로그램을 운영하는 등 농식품분야 창업인 양성에도 전사적인 역량을 집중하고 있습니다.

아울러 aT는 농업기관의 지방이전이후 서울을 비롯한 수도권에서의 농업관련 공공서비스 이용기반의 공동화 우려에 대응하여 ABC센터(Agriculture Business Center)를 개설함으로써 aT센터를 농식품관련 창업인큐베이팅 기지뿐만 아니라 농식품 비즈니스를 위한 개방·공유·소통·협력의 창조융합 HUB로 탈바꿈시킴으로써 대표적인 농식품분야 정부3.0혁신모델로 자리매김하고 있습니다.



## Evaluation

구분	지표	2015 성과
농식품수출영도확장	전략시장수출확대 전략품목수출증가 수출의 양질화	대중국수출실적: 1,361백만불(5%↑) / GCC수출실적: 383백만불(7.5%↑) 김수출 3억불 돌파 5천만불이상품목: ('10)23→('15)33 1억불이상수출국가: ('10)11→('15)15
농식품수출SOC개선	물류효율화	청다오물류센터개소 콜드체인 구축 / 항공공동물류이용 신선농산물 55%증가 해외공동물류센터이용물량 58%증가('14년 대비)
수출기업경쟁력제고	맞춤정보제공으로 수출경쟁력 제고	FTA체결국 수출실적 4.6%증가(전년대비) 핵심정보 통합제공에 따른 수요자만족도 향상 및 정부3.0우수사례 선정
식품산업육성으로 6차산업화촉진	직거래산지페어개최 외식산업지구지정 전통식품브랜드육성	산지페어 9회 개최, 127억원 직거래 달성 / 전국 19개 외식산업지구 신규지정 총40개우수브랜드 선정
농식품분야창업교육	농식품창업교육 할랄시장교육	농식품창업교육과정 (247명 수료) / 할랄시장수출전문가과정 (68명 수료)
농식품 창조융합	창조융합사업추진 (ABC센터)	스마트스튜디오: 1단계유통지원 / aTorang: 청년외식창업 인큐베이팅 aTium: 청년화훼분야 인큐베이팅 / aT 북카페: 농식품정보HUB 농식품비전전시간: 농식품역사체험 / 농식품기업Biz라운지 운영



## Principle

### 농식품산업의 미래산업화

FTA확대 등 세계경제의 개방화와 함께 지구촌식문화의 단일화, 국제화 시대를 맞이하여 농식품산업은 첨단 과학과의 접목, 다양한 문화와의 창조적 융합을 통해 세계경제와 문화의 핵심 이슈로 떠오르고 있는 대표적인 미래산업입니다. aT는 농수산식품 수출지원 및 식품산업육성 전담기관으로서 농수산식품 산업의 글로벌 경쟁력 향상과 6차산업화를 통한 미래산업으로서의 농식품산업 육성에 선도적 역할을 수행해 나가겠습니다.



## 2015 핵심 성과

구분	Policy & Responsibility	Goal & Target
농식품수출 영도확장	• 중국시장점점공략 • 중동시장진출 • 신 소비수요 확대	수출성장
농식품수출 SOC개선	• 수출물류체계 개선 • 비관세장벽 해소 지원 • 사업지원시스템 혁신	물류효율화
수출기업 경쟁력제고	• 해외진출지원 • 상품경쟁력 강화 • 원스톱 정보 서비스	맞춤정보 제공으로 수출경쟁력 제고
식품산업 육성을 통한 6차산업화 촉진	• 직거래산지페어 • 외식산업지구육성 • 전통식품활성화	식품외식 산업연계 6차산업 활성화
농식품분야 창업인 양성	• 농식품창업교육 • 전략시장교육	일자리창출 기여
농식품 창조융합	• 농식품창조융합 HUB조성	양재aT센터의 농업비즈니스 HUB화

## 1. 농식품 수출성장동력 확대

### 농식품 수출영토 확장

aT는 세계경기침체, 메르스(MERS) 등 대내외 악재에도 불구하고 신속한 대처와 함께 중국 및 할랄시장 등 신규시장 개척을 통하여 국가전체 농식품수출액 감소에도 불구하고 1억불이상 수출국가를 2010년 11개국에서 2015년 15개국으로 36% 확대하였고 5천만불이상 수출품목도 2010년 23개에서 33개로 43% 확대하는 등 지속적인 질적 성장을 이루었습니다.

### 수출시장 다변화를 위한 중국 및 할랄시장 중점공략

aT는 지난해 '東洋嬰兒適合(아시아 영아에게 적합)'이라는 독특한 컨셉의 마케팅을 통하여 조제분유를 대중국 수출 1위 품목으로 육성하였고, 중국 최대 온라인 쇼핑몰 '알리바바 Tmall'에 세계 최초로 한국식품 전용관을 개설하여 연 200억원에 이르는 홍보효과를 거양하였습니다. 아울러 청다오 물류센터의 개소와 함께 포도·김치·쌀 등 신규검역협상 타결품목의 수출연결 노력으로 대중국(중화권) 수출실적은 전년 대비 5% 증가한 1,361백만불을 달성하였습니다. 뿐만 아니라 신흥시장으로 급부상하고 있는 할랄식품시장 개척을 위하여 아부다비 지사를 신규로 설치하였고, 중동지역 최초로 K-Food Fair를 개최하는 등 적극적인 마케팅을 추진하여 2015년 할랄시장 수출액은 전년 대비 7.5% 증가한 383백만불을 달성하였습니다.



(할랄시장개척을 위한 사우디식품박람회[\*15.11])

### 수출 성장동력 육성

aT는 '22개 농수산물품 품목별 수출협의회' 구성 및 운영을 통하여 저품질 제품의 수출을 사전에 차단하고 해외 시장에서의 공동마케팅을 추진하고 있습니다. 또한 한국형 신선농산물 마케팅보드 육성을 위해서 2009년부터 선도조직 육성사업을 추진하여 수출업체와 생산자간 계약재배 및 안전·고품질 농산물 생산기반구축 등을 지원하고 있습니다. 2015년에는 대표적인 대미 수출과실류인 '배'의 수출조직 확대를 역점적으로 추진하여 13개 조합의 연합조직인 (주)한국배수출연합을 신규로 출범하였습니다.



(세계최대 식품박람회 FOODEX Japan 한국관)

### 해외마케팅 고도화

aT는 2015년 수출상담회(B2B)와 소비자 체험행사(B2C)를 통합한 식품과 문화의 융복합 마케팅행사인 K-Food Fair를 중국, 베트남을 비롯한 5개국 7개 도시에서 개최하여 120백만불의 수출상담실적과 함께 우리 농식품의 국제인지도 향상에 기여하였습니다.

아울러 aT는 1992년부터 국내 유망수출업체를 모집하여 주요 국제식품박람회에 한국관을 구성하여 참가하고 있으며, 2015년에는 46회를 참가하여 해외바이어 발굴, 정보수집 및 수출상담을 지원하고 있습니다. 또한 한국 농식품의 신시장개척 및 수출기반 확충을 위해 한국식품 미진출 지역을 중심으로 안테나숍\*을 운영하고 있으며 2015년에는 중국, 동남아, 중남미, 유럽 등 11개국에 17개소를 통해 16백만불의 농식품 수출을 견인하였습니다. 뿐만 아니라 aT는 해외공동물류센터 지원 등 지속적인 수출물류시스템 효율화를 추진하고 있으며, 특히 신선농산물 장거리 수출의 애로사항인 신선도 유지와 높은 물류비용을 개선하기 위하여 2015년 국내항공사와 MOU를 통해 신선농산물의 항공 수출시 특별할인운임 혜택을 받을 수 있는 품목 및 노선을 5개 품목, 20개 노선으로 확대하였습니다. 이를 통해 2015년의 경우 해외공동물류센터 이용물량 및 신선농산물의 항공물류 이용실적이 전년대비 각각 55% 및 58% 증가하였습니다.



(VIP aT의 항공물류를 통한 수출성공사례 소개)

#### 안테나숍\*

실제 판매에 앞서 신제품의 시장조사나 수요조사, 시장진출가능성을 점검을 목표로 운영하는 시험점포

## 2. 식품산업육성을 통한 6차 산업화 촉진

### 외식산업 육성 강화

aT는 외식업계의 식재료 유통구조를 효율화하고 농업과의 동반성장을 도모하기 위해 aT-지자체-외식업계 3자간 협업체계를 구축하여 “(외식업체식재료) 직거래 산지페어”를 운영하고 있습니다. 2013년 함양군과 상주시를 시작으로 2015년에는 문경·의성·나주·무안 등 13개 지역과 연계하여 9번의 산지페어를 개최하여 127억원의 직거래를 성사시키는 등 농업과 식품산업의 동반성장 기반구축에 노력하고 있습니다. 또한 농업과 외식의 연계를 통한 로컬푸드 소비촉진을 위해 ‘우수외식업지구’를 지정하여 2015년말 현재 ‘평창효석 문화메밀마을’, ‘함양건강100세음식특구’, ‘부산명륜1번가’ 등 전국 19개 지구를 육성함으로써 농업의 식품 산업과 연계한 6차산업화를 촉진하고 있습니다.

### 전통식품 및 전통주 활성화

aT는 인사동에 우수한 우리전통주를 홍보하는 ‘전통주갤러리’를 운영하고 ‘찾아가는 양조장’, ‘막걸리 유랑단’과 함께 코레일과 협업으로 전통식품 전용판매망을 구축함으로써 농업의 ‘체험·관광과의 융합’을 통한 6차 산업화를 추진하였고, 우수브랜드 육성을 통한 전통식품의 프리미엄화를 위해 우리술 및 김치품평회를 지속적으로 개최하여 ‘15년에는 우리술 품평회를 통해 8개부류 총32개의 우수브랜드를, 김치 품평회를 통해서 총 8개의 우수브랜드를 선정하여 국내외 오피니언리더 등을 대상으로 집중마케팅을 전개하였습니다. 아울러 모바일메신저와 온라인을 활용한 스마트마케팅도 실시하여 소비자의 접근성을 강화하는 등 다채로운 사업을 추진한 결과, 관련 중소전통식품기업의 매출이 전년대비 약 17% 증가하는 성과를 거양하였습니다.



인사동 전통주 갤러리 현장

### 농식품 중소기업 지원

aT는 중소 식품기업 및 외식업체의 종합정보지원센터로서 농식품부 등 22개 관련기관의 지원사업 및 수출 관련 정보를 통합제공하고 있으며, 외식기업창업 및 해외진출증가에 따라 외식정보포털 ‘The외식’을 구축하여 외식기업의 애로사항 해소 및 해외진출을 지원하고 있습니다. 아울러 aT Biz라운지내 사무공간 제공과 함께 해외히트상품, 중소식품기업 신상품을 포함한 국내·외 유망제품을 전시하는 등 농식품 비즈니스 HUB 역할을 수행하고 있습니다.



### 3. 농식품분야 창업교육

#### 농식품 창업인 양성



농식품 창업교육(강의)

aT는 최근 사회적 화두가 되고 있는 '청년실업' 등 일자리문제와 관련하여 '농식품과 연계한 일자리창출'에 기여코자 '2015년 농식품 창업교육'을 신규개설하여 총 247명의 수료생을 배출하였습니다. 동교육과정은 창업지원제도 및 절차, 창업성공사례, 창업시 자금조달 및 마케팅 등 다양한 창업관련 정보와 함께 분야별 전문가의 맞춤형 컨설팅을 제공함으로써 창업시 겪게 되는 시행착오를 최소화 할 수 있도록 함으로써 실효성을 제고 하였습니다. 아울러 교육효과를 극대화하기 위한 사후관리에도 심혈을 기울여 교육 후에도 수료생을 대상으로 다양한 심화아카데미 개설과 함께 토크콘서트, 창업아이디어 콘테스트 등을 개최하고 창조경제혁신센터 관계자를 초청하여 농식품분야 지원사업 설명회를 개최하는 등 다각적인 사후지원 활동을 전개하였습니다. aT는 앞으로도 창업희망자에 대한 실효성 있는 농식품창업교육을 통해 농식품산업분야의 성공적인 창업활성화에 기여하도록 더욱 노력하겠습니다.

#### 할랄시장 인력양성



농식품 창업교육(수료식)

aT는 지속적으로 성장하고 있는 할랄시장에 대응하여 전문인력 육성 및 할랄식품분야 신규진입 활성화를 통한 일자리 창출과 농수산물 수출확대에 기여하기 위해 2015년 '할랄시장개척 수출전문가과정'을 운영 하였습니다. 동교육과정은 할랄시장 진출에 필요한 폭넓은 정보와 함께 실무에 효과적으로 활용할 수 있는 현장교육을 강화함으로써 할랄 시장에 대한 체계적인 지식을 정립하는데 큰 도움이 되었다는 평가를 받았습니다. aT는 이러한 호응에 힘입어 2016년에는 심화과정을 개설하여 할랄시장에 대한 보다 전문적이고 체계적인 교육을 제공할 예정입니다.



할랄시장 교육과정(수료식)



할랄시장 교육과정(현장견학)

## Special Page

# 농식품 창조융합 ABC 센터

aT는 농업기관의 지방이전이후 서울을 비롯한 수도권에서의 농업관련 공공서비스 이용 기반의 공동화우려에 대응하여 ABC센터(Agriculture Business Center) 개설을 통해 양재동 aT센터를 농식품관련 창업인큐베이팅 기지뿐만 아니라 농식품 비즈니스를 위한 개방·공유·소통·협력의 창조융합 HUB로 육성코자 합니다.

### 〈 aTorang : 청년 외식창업 인큐베이팅 〉

- 사업목적 : 외식창업 인큐베이팅을 통한 청년일자리 창출, 창업리스크 최소화
- 운영방법 : 시설 및 설비 무상제공, 창업기획, 마케팅, 서비스 등 사업체 운영체험
- 운영현황('15) : 연간 15개팀 운영

### 〈 aTium : 청년 화훼분야 창업 인큐베이팅 〉

- 사업목적 : 화훼분야 청년 창업 인큐베이팅을 통한 창업지원 및 화훼소비 확대
- 운영방법 : 창업공간 무상제공, 홍보마케팅 지원, 화훼 창업 멘토링
- 입점현황('16) : 바틀식(화병공예, 디자인), 커짐피니(감성꽃집)

### 〈 스마트 스튜디오 : 1단계 유통 시범사업 〉

- 사업목적 : 농식품 1단계 유통 플랫폼 구축
- 운영방법 : 생산자 → 온라인매체 → 소비자 직거래 콘텐츠(전문사진, 미디어영상) 제작 및 소셜마케팅(홈페이지, SNS, 라이브방송, 블로그 등) 지원
- 운영현황('15) : 콘텐츠 제작완료 31건

### 〈 BIZ라운지 : 농식품기업 비즈니스 HUB 〉

- 사업목적 : 중소농식품기업 One-stop 비즈니스라운지 제공
- 운영방법 : 수출정보 및 수출애로상담, 식품외식기업컨설팅, 할랄데스크, 비즈니스공간 제공 등
- 운영현황('15) : 상담·컨설팅 2,911건

### 〈 aT 북카페 : 농식품 정보 수도권 HUB 〉

- 사업목적 : 수도권 농식품 고객에게 개방형 정보접근로 제공
- 운영방법 : 농식품관련 간행물, 전문자료 및 교양도서 통합수집·제공, 세미나 등 정보교류장 개방서비스
- 운영현황('15) : 연 21,500명 이용(일 평균 62명)

### 〈 농식품 비전전시관 : 농식품 역사체험 〉

- 사업목적 : 대국민 농업의 역사·문화 미래가치를 알리는 체험공간
- 전시내용 : 한국농업발전사 및 미래농업의 모습 등
- 전시형태 : 시대흐름 그래픽패널, LCD 영상물 등

### 〈 aT 창조마당 〉

- 사업목적 : 농식품관련 고객 아이디어 접수, 국민 소통공간
- 운영내용 : 창조아이디어 건의함, 농식품기관안내 및 직통전화 키오스크, aT생생정보코너 등
- 운영현황('15) : 아이디어 총 104건 접수



aTorang



스마트 스튜디오



aT BIZ라운지



aT 북카페



농식품 비전 전시관





지속가능성



# Sustainability



Approach

aT는 국민에게 신뢰받는 농수산물산업 육성 전문 공기업을 목표로 직원 모두가 “Yes aT”라는 핵심가치를 공유하고 있습니다.

직원의 능력과 성과에 입각한 개인 보상체계 확립, 선진 노사관계 구축, 여성인재 양성, 사회형평적 채용, 일과 가정의 양립이 가능한 행복한 일터 조성 등 다양한 노력을 통해 직원들의 만족도를 높여가고 있습니다.



Risk &amp; Opportunity

공공기관 방만경영 이슈화, 임금피크제 도입요구 등에 따른 직원들의 사기저하를 방지하기 위하여 세대 간 소통 및 고충분담 등 공감대 형성을 통한 대타협으로 신속한 기관 정상화 달성 및 임금 피크제 모델 정착에 성공하였습니다.

2014년 본사의 지방이전에 따른 단신부임 직원 등을 고려하여 유연근무제를 활성화하고, 근로자 지원 프로그램(EAP)을 통해 1:1 맞춤형 심리상담 프로그램을 운영하는 등 변화된 근무환경에 안정적으로 적응할 수 있도록 지원하고 있습니다.



2016 Plan

aT는 직원들의 업무환경 만족도 제고를 위하여 유연근무제를 발전·정착시킨 시간 선택제 근무(육아기 전환형, 코어타임 등)를 실시할 계획입니다.

또한 개인 역량 개발을 위한 생애주기별 교육 프로그램을 도입하고, 성과주의 안착을 위한 개인평가 체계를 더욱 고도화해 나갈 것입니다.

아울러 지역사회 기여를 위한 지역인재 채용과 사회형평적 채용을 지속적으로 확대하여 직원과 국민에게 사랑받는 기업이 되기 위해 더욱 노력하겠습니다.



2015 Performance

aT는 만사소통이라는 경영철학 하에 27년간 무분규 사업장을 실현하고 있으며, 개인의 역량개발을 위한 교육 강화, 여성인재 채용비율 확대, 일과 가정의 양립을 위한 유연근무제 운영, 상시업무 비정규직의 100% 정규직 전환을 통한 고용안정화 등을 인정받아 2015년 고용노동부로부터 노사 우수문화 대상을 수상하였습니다.



Key Figures

	단위	2013	2014	2015
교육훈련실적	인원(명)	568	584	618
여성인재 채용비율	%	51	43	65
유연근무제 이용실적	인원(명)	42	62	117
상시업무 비정규직의 정규직(무기계약직) 전환율	%	58.3	83.3	100
지역인재 채용실적	인원(명)	22	26	33

※ 자료원 : 2015 정부경영평가 보고서



## 건전한 노사관계

### 노사관계 선진화

#### 노사관계 선진화 중장기 로드맵

aT는 지속가능경영을 실현하기 위한 또 하나의 지침으로 미래지향적인 노사관계 선진화 전략을 수립하고 있습니다. 동 전략에는 전략의 체계적 이행, 합리적·합법적 노사 파트너십 구현 등 4가지 전략과제와 갈등예방 관리, 행복한 일터 조성 등 9대 실행과제를 중장기 로드맵으로 표현하고 있습니다.

#### 상생의 노사문화 확산

aT는 노조 설립 이래 27년 연속 무분규 사업장을 실현하며, 협력적인 노사관계를 구축하고 있습니다. 만사소통이라는 경영철학 실현을 위해 다양한 소통채널을 운영하고 있으며, 노사전문가 육성 및 교육 강화 등 노사관리 노력을 개선하고 있습니다. 이러한 노력을 인정받아 2015년 고용노동부로부터 노사우수문화대상을 수상하였습니다.

#### 노사협력적 임금피크제 도입

상생의 노사문화를 바탕으로 계층 간의 간극을 해소하는 대타협을 이끌어냈습니다. 총 6회의 정기 노사협의와 워크숍, 그리고 노동조합 주도의 직원투표를 통한 과반수의 찬성으로 2015년 8월 임금피크제 도입에 성공하였습니다.

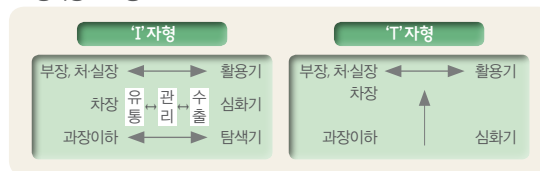
#### 성과연봉제 구축

aT는 2003년 전직원 연봉제를 도입한 이후 능력과 성과주의에 입각한 성과연봉제를 운영하고 있습니다. 직원의 기본연봉 인상율과 성과연봉의 차등화를 통한 “합리적 성과문화”를 정착시킴으로써 조직발전을 위한 선의의 내부경쟁 유발과 함께 지속가능경영을 도모하고 있습니다.

#### aT 인재육성 체계

aT는 농수산식품의 미래를 함께 선도할 인재를 채용하고 분야별 경력경로 모형에 기반한 생애주기별 맞춤형 교육과 인사를 통해 전문 인재를 육성하고 있습니다.

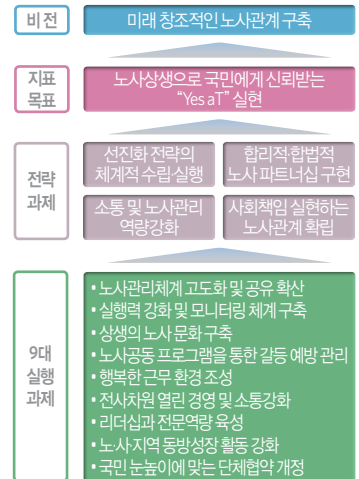
#### 경력경로 모형



#### 능력중심의 공정한 성과평가

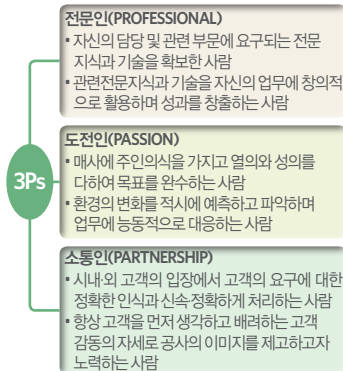
aT는 경영목표 및 전략을 달성하기 위해 MBO(Management By Objectives, 목표관리방식) 방식의 개인성과 관리 결과를 연봉평가에 반영하고, 합리적인 보상체계를 구현토록 개인평가를 강화하고 있습니다. 아울러 형식적 평가를 탈피한 부서장의 실질적 코칭을 강화하여 개인성과를 제고하고 있으며, 부장급 이상 직위에 대한 성과와 능력중심의 직위공모제 및 직무공모제를 실시하여 개인의 적성과 역량을 최대한 발휘하고 조직성과를 창출할 수 있는 제도를 확충하고 있습니다.

#### 노사관계 선진화 전략체계



임금피크제 도입 노사 협의 사진

## ■ 인재상



## ■ aT 청년인턴 수료



## ■ 여성 역량향상을 위한 지원 프로그램

구 분	내 용
여성인재육성	여성관리자 육성 위한 리더쉽교육 <ul style="list-style-type: none"> <li>여성리더쉽 장기교육 매년 지원: ('15) 2명</li> <li>* 이화리더쉽정규과정</li> </ul>
	특별강연 <ul style="list-style-type: none"> <li>2015 여성리더초청 특별강연</li> <li>* 문효은 교수: 미래를 이끌어 갈 여성지도자상</li> </ul>
	학위지원 <ul style="list-style-type: none"> <li>학사: ('15) 5명</li> <li>석사: ('15) 4명</li> </ul>

## ■ 유연근무제 현황

구 분	2013	2014	2015
시간제 근무	2	4	8
탄력 근무제			
시차출퇴근형	40	40	50
근무시간선택형	-	12	52
집약근무형	-	-	-
재량근무형	-	-	-
원격 근무제			
재택근무형	-	-	-
스마트워크근무형	-	6	7
합계	42	62	117

## 사회형평적 채용

## 인재상 및 취업취약계층 채용 확대

aT는 농수산식품의 미래를 함께 선도할 인재상으로 3Ps로 정하고, 공사의 미션과 비전을 함께 달성할 인재를 채용하여 육성하고 있습니다. 2015년도에는 직무능력중심의 NCS기반 채용을 추진하여 지원자의 필기시험 응시기회를 대폭 확대하고 자사의 인재상에 부합하는 도전적이고 소통하는 전문인재를 폭넓게 선발하였습니다. 또한 성별, 연령, 종교, 학력, 신체장애 및 지역 등에 의한 차별을 금지하고 근로기준법, 취업규칙 및 국제노동기구(ILO)의 강제근로 금지규정을 준수하고 있으며 강제노동 및 아동노동을 엄격하게 금지하고 있습니다.

아울러 사회적 약자를 위한 사회형평적 채용을 정착하기 위해 청년층, 지역인재, 보호대상자 채용에 적극 앞장서 청년 45명, 지역인재 23명, 국가유공자 2명을 신규 채용하였고, 고졸채용 확대를 위해 고졸인력에 적합한 5개직무(회계, 비축기물관리, 행정지원 등)를 새로이 개발하였습니다.

aT는 지역대학과의 MOU 체결을 통한 산학협력으로 미래 일자리 창출 기반을 구축하였습니다. 또한 여성인력 육성을 위해 채용인원의 65%를 여성근로자로 채용 하였고 역량향상을 위한 교육 프로그램 운영하였으며, 경력단절여성의 경제 활동 촉진을 위한 시간선택제 근로자(정규직) 4명을 신규 채용하는 등 양성 평등을 실현하는 조직문화 정착을 위해 노력하고 있습니다.

## 상시업무 비정규직의 정규직(무기직)전환 100% 달성

aT는 비정규직 근로자의 고용안정을 위해 상시·지속적 업무에 종사하는 비정규직 근로자의 100%를 정규직(무기계약직)으로 전환하였으며, 정규직 근로자와의 차별해소 및 근로자의 생활보장을 위하여 기본연봉 인상, 동일한 교육기회 부여 등 비정규직 근로자의 처우개선에 노력하고 있습니다.

## 저녁이 있는 삶

aT는 본사 지방이전으로 인한 단신부임을 비롯해 여러가지 근무환경 변화에 대응해 유연근무제 이용실적을 내부경영평가에 반영하는 등 유연근무제 활성화를 적극 추진하였고, 가족의 날 운영, PC자동화시스템 구축 등 일과 가정의 양립을 지원하는 제도 운영을 통해 '즐거움일터 만들기'에 노력하고 있습니다.

## 임직원 안전

aT는 임직원의 근무조건 향상을 위하여 심신안정과 재해예방 관련 프로그램을 적극 운영하고 있습니다. 근로자 지원 프로그램(EAP)을 통해 1:1맞춤형 심리상담 프로그램, 스트레스 해소를 위한 특강 등을 지원하고 있으며, 사내 헬스장을 설치하고 동호회활동을 지원하는 등 임직원의 건강증진을 위해 노력하고 있습니다.

## Special Page

# 나눔멘토링 대통령표창 수상

### 대한민국농식품미래기획단, 압(YAFF) : 농식품분야 진출을 꿈꾸는 청년교류 커뮤니티

aT는 청년 취업난 해소라는 국정과제 하에 CEO의 솔선수범형 아이디어로 국내외 약 2,200여명의 농식품 분야 글로벌 청년 인재 커뮤니티 'Young Agro-Food Fellowship(YAFF)'을 운영하고 있습니다.

농식품분야의 진출을 꿈꾸는 대학생 약 2,200여명은 경영 또는 농업관련전공생 뿐만 아니라 무역, 어학 등 다양한 전공자로 이루어져 있으며, 이중 550여명은 미국, 중국, 일본, 홍콩 등 8개국에 소재한 해외대학교에 있는 학생들입니다. aT는 이러한 국내외 대학생들에게 고유사업과 연계한 농식품 기업관련 실전 경험의 기회를 제공하고 있으며, 많은 학생들이 YAFF를 통한 교류와 실전경험 노하우 공유로 '농식품 분야 글로벌 청년 인재'의 꿈을 키워가고 있습니다.

이러한 노력을 인정받아 aT는 2015 대한민국 희망멘토링 국민나눔 대상 대통령 표창을 수상하였습니다.

### aT맞춤형 청년일자리 매칭

aT는 농식품 산업의 성장을 주도하는 공기업으로서 청년들에게 다양한 취업 실전 경험의 기회를 제공하고 있습니다. 국내 지역본부를 활용한 전국 농식품 강소기업 탐방, 취업설명회를 비롯하여 해외에서 열리는 국제식품박람회, 농식품 홍보행사 등에 해외 YAFF회원들이 직접 운영요원으로 참여하여 실무경험을 할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.

### aT의 강점 “국내외 식품기업 인프라”

#### & 청년 네트워크(YAFF) 매칭을 통한 청년 일자리 창출

#### 국내 식품기업 연수, 글로벌 인턴십 실시

aT는 청년 인재의 대기업 쏠림현상과 함께 중소식품기업의 인재 부족이라는 '취업 미스매칭' 현상을 해소하기 위하여 지역청년과 기업이 만날 수 있는 기회를 만들어 전국 28개 우수강소기업과 연계하여 청년 49명의 연수를 진행하였습니다. 아울러 청년의 해외 시장 진출을 견인하고자 총 4개국(중국, 싱가포르, 베트남, 필리핀)에서 6명의 글로벌 인턴십을 진행하였습니다.

### Good Job, Good people(좋은 일자리, 우수 인재)캠페인

aT는 국내외 관련기업, 단체 등과의 협력을 통해 일자리 창출 및 확대를 위한 “Good Job, Good People” 캠페인을 진행하고 있습니다. 일자리창출을 위한 사회적 공감대 확산과 더불어 다양한 우수기업과 인재 매칭을 통해 청년 일자리 창출을 달성하는 것이 YAFF의 최종 목표입니다.



나눔문화 확산 대통령표창 수상



YAFF 2기 발대식



YAFF 온라인 커뮤니티



농식품 강소기업 탐방



글로벌인턴십(베트남)



Good Job, Good people 일자리협약(웅진식품)



국제식품박람회 활동



Approach

aT는 국민 먹거리 재화를 생산자로부터 소비자에게 원활하게 유통함으로써 중사자의 소득증진과 국민경제의 균형 있는 발전에 기여하고자 노력하고 있습니다. 이를 위하여 농식품분야의 전후방 산업에 관여하여 중소 식품기업의 경쟁력 강화를 위한 생산 인프라 구축 노력과 국내외 조직을 통한 중소기업제품의 판로개척 및 소비활성화에 힘쓰고 있습니다.



Risk &amp; Opportunity

농식품산업에서의 동반성장과 관련하여 규모의 영세성, 자금조달 여력부족, 인력공급 애로, 불공정거래 등이 악순환의 고리로 연결되어 있습니다. 이러한 연결고리를 끊기 위해 aT는 공사의 특성을 활용하여 동반성장 추진전략을 수립하고 이에 관한 세부과제를 선정하여 동반성장을 체계적으로 추진하는 활동이 중요합니다.



2016 Plan

공사 고유사업별 동반성장프로그램으로서 외식(aTorang)뿐만 아니라 화훼(aTium)까지 확장함으로써 농식품 산업 분야 동반성장생태계 조성을 강화할 계획입니다. Pos-Mall을 통한 소상공인 직거래통합지원으로 골목 상권에 대한 지원 효율성을 제고하고 중소기업 인력의 전문성 강화를 위해 교육 이후 현업적용도를 높이기 위한 사후 프로그램을 강화할 계획입니다.



2015 Performance

aT는 2015년 고유사업을 활용한 경영체질개선, 판로개척 활동뿐만 아니라 동반성장 문화 확산 및 상생 생태계 조성을 위한 프로그램을 성공적으로 도입하였습니다. 외식창업교실 aTorang, 홍보컨텐츠 제작지원소 스마트스튜디오 등의 동반성장 물적인프라를 구축하였고 상생경영자문단, 상생협력경영연대회 등을 통해 농업-기업 간 상생협력분위기 확산에 기여하였습니다



Key Figures

	단위	2013	2014	2015
로컬푸드 직매장 매출액	억 원	694	1,704	2,095
중소식품기업 수출판로개척	백만 불	2,557	3,260	3,649
소상공인 직거래 지원금액	억 원	94	229	364
중소기업 자금지원금액	억 원	7,918	8,414	8,839

※ 자료원 : 2015 정부경영평가 보고서





## 농식품산업의 동반성장생태계 조성

### 중소식품기업 체질개선 : 건강검진

**기업진단** : 사람이 건강검진을 받듯 기업들도 경영상태에 대한 진단과 처방이 필요합니다. 이에 aT는 중소기업의 경영체질 개선을 위해 맞춤형 컨설팅(436업체)과 현장코칭을 겸한 권역별 상생협력 Fair(13개 지자체 / 23회)를 추진하였습니다.

**자금지원** : 중소기업의 정책금융지원 개선을 통해 경영활성화를 도모하고 있습니다. 2015년 농업정책자금의 금리인하(3% → 1.8%)와 함께 신용대출가능 신용등급을 확대(3등급 → 6등급) 하여 총 8,839억원을 지원함으로써 중소기업의 유동성 확보를 지원하였습니다.

**인력양성** : 현재인력의 전문성 제고 및 미래인력 양성을 위해 식품·유통 종사자 교육(95과정 / 9,531명)을 진행하고 있으며, 2,200여명의 대학생들에게 지역강소기업 견학·업무체험기회를 제공함으로써 중소기업에 대한 긍정적인 이미지를 심어주고 있습니다.

### 중소식품기업 판로지원 : 성장근육

**소상공인** : 기업형 슈퍼마켓, 외식프랜차이즈 진출확대로 인한 골목상권의 경쟁력 약화에 따라 Pos-Mall을 활용한 직거래지원(364억원)을 통해 소상공인의 경쟁력을 제고하고 있습니다.

**대형마트** : 해외대형유통업체와의 네트워크(17개국 / 50업체)를 활용하여 중소기업의 해외진출을 지원하고 있습니다. 대기업에 비해 브랜드 인지도가 낮고 영업이 미흡한 중소기업제품에 정부브랜드를 투영하여 입점기회가 확대될 수 있도록 다양한 형태의 판촉지원(연 240회)을 수행하고 있습니다.

**카카오톡** : 국내최대 SNS인 카카오톡에 중소기업제품 단독관(29업체, 264제품)을 오픈하는 등 다양한 채널을 통해 중소기업에 대한 소비자접근성을 제고하고 있습니다.

### 동반성장 문화 확산 : 영양분

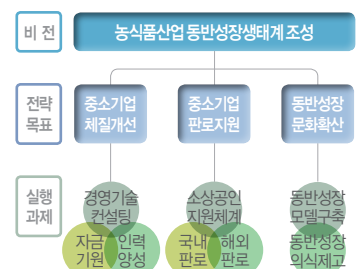
**동반성장모델** : aT센터를 활용하여 중소기업 및 예비창업자를 위한 동반성장프로그램을 제공하고 있습니다. 특히 창업 시행착오를 줄이기 위한 aTorang(외식)·aTium(화훼), 1인 유통을 위한 스마트스튜디오 등의 프로그램들이 이용자들의 호응을 얻고 있습니다.

**상생문화전파** : 대한민국식품대전(KFS) 시 농업-기업 상생협력관 운영(9업체 / 25부스) 및 상생협력경연대회 개최(10업체) 등을 통해 상생협력 선도기업의 우수사례를 홍보하고 전파하여 농업계 상생분위기를 확산하고 있습니다.

#### ■ 동반성장 조직도



#### ■ 동반성장 전략 체계도



## 지역사회 투자 및 개발



aT는 기업의 사회적 책임을 깊이 인식하고 본사 지방 이전 이후 지역사회와의 융화 노력에 집중하고 있습니다. 또한 공사의 고유사업 기능과 임직원의 업무역량을 적극적으로 활용하여 사회적 공유가치를 창출하며 진정한 나눔 문화를 실천하는데 집중하고 있습니다.



최근 기업의 사회공헌 활동은 단순한 물적 자원 기부 및 자원봉사활동 중심에서 사회와 함께 공존하기 위한 가치추구 활동으로 변화하고 있습니다. 특히 지역사회의 지속가능한 성장과 이를 위한 긍정적이고 지속적인 커뮤니케이션이 중요시 되고 있습니다. 이를 소홀히 할 경우 사회적 지지 기반을 놓치는 위험이 따를 수 있습니다. 사회적 문제 해결에도 관심을 갖는다면 지역사회 발전에 기여함과 동시에 기업의 가치 또한 향상시킬 수 있는 기회를 얻게 될 것입니다.



2016년에는 기존의 사회책임(CSR) 활동을 성실히 이행하는 동시에 공유가치 창출(CSV)을 달성하기 위해 공사 고유업무를 활용한 다양한 프로그램을 운영할 계획입니다. 농업·농촌사회 나눔을 강화하고, 사회공헌 트렌드 변화에 맞는 지속가능한 사회공헌활동을 추진할 계획입니다. 이를 통해 대국민 소통을 확산해 나갈 것입니다.



aT는 2015년 aT의 업무역량을 활용해 지역대학생 및 농어업인 희망멘토링, 지역위기가정 지원사업 등 지역사회와의 상생을 위한 다양한 활동을 전개하였습니다. 아울러 사회공헌 프로그램의 지속적인 개선을 통해 임직원의 참여율 및 활동프로그램이 지속적으로 증가하는 등 실행력을 제고하였습니다.



	단위	2013	2014	2015
기부금액	억 원	3.2	3.7	2.8
봉사활동 임직원 참여율	%	66.4	61.7	79.1
1부서 1대표 프로그램 수	개 수	25	26	31

## 지속가능한 사회공헌활동을 위한 aT CSR 3.0

aT는 기관역량을 활용한 사회공헌 강화로 CSV 추진체계를 확립했습니다. 고유 업무역량을 통한 사회적 가치 창출과 지역사회에 대한 관심과 나눔 활동으로 지속가능한 사회공헌활동을 실천하고자 합니다. 특히, 농식품 분야 일자리 창출 및 지역사회 발전을 중점적으로 지원함으로써 농식품분야 사회적책임(CSR)을 바탕으로 공유가치 창출(CSV)을 통해 행복한 사회를 만드는 aT가 되겠습니다.

### ■ aT CSR 3.0 추진체계



## 고유업무를 활용한 CSV 활동

### 희망 멘토링

aT는 각 부서의 고유 업무역량을 활용한 영세농업인의 희망멘토링을 진행하고 있습니다. 예를 들어, 식량 관리처의 경우 고유의 계약재배사업과 연계해 메밀농가의 6차산업화를 멘토링함으로써 지난해 메밀 재배 면적이 669ha로 2009년 대비 3.8배 증가하였고, 강원지역본부의 경우는 춘천도매시장 관리업무와 관련하여 토마토 출하농가에 수출 노하우를 접목시켜 첫 해외수출을 성사시키는 한편, 1990년부터 1사 1촌 자매결연을 통해 재배기술 제공 등 지역 화훼농가의 영농발전을 꾸준히 지원해오고 있습니다.

### 농식품분야 사회적경제기업 지원

aT는 농식품분야 사회적기업의 경제적 자립을 지원합니다. 2015년 분야별 전문가의 경영컨설팅과 함께 사회적 기업의 판로 확대를 위해 53개 협동조합과 연계하여 로컬푸드 직매장을 개설하였고, 대한민국식품대전(KFS)과 사이버거래소 B2C몰 내에 사회적기업관을 운영하고 입점수수료를 면제하였으며, 해외 바이어 초청 상담회(BKF)에 초청하여 수출상담지원 등 다양한 지원활동을 펼친 결과, 사회적 기업(9개소)의 매출이 전년대비 21% 증가 하였습니다.

## 지역사회공헌활동

### 위기가정 지원

aT는 본사 지방이전 이후 광주전남지역 계층별 위기가정 발굴 및 지원 사업을 지속적으로 추진하고 있습니다. 2015년에는 지역 사회복지 협업기관을 기존의 6개에서 11개로 확대하였고, 기초생활 지원도 노년가정, 한우 가정 및 다문화청소년 가정을 포함한 65가정으로 확대(9천 2백만원)하여 지역사회 밀착 및 나눔 실천을 적극 시행하였습니다.



위기가정 지원사업



어르신 장수사진 촬영



다문화가정 외가·친정 방문 환송회

### 광복 70년 기념 애국심 고취 사회공헌활동

aT는 광복 70주년을 맞이하여 직원 재능기부를 통해 '조국 광복 및 근대화의 주역 얼굴 기억하기'를 주제로 국가유공자 농어촌 어르신 350명의 장수사진 촬영 및 액자증정 행사를 개최하였습니다.

아울러, 독립운동가 나월환장군 기념공원내 무궁화동산 조성, 나주학생항일운동 기념관 환경개선 등 항일 유적지 조경 및 관리 지원사업을 지속적으로 추진하고 있습니다.

### 지역본부 연계 사회공헌활동

aT는 임직원 봉사단 'aT사랑나눔단'을 통해 전국 11개 지역 차상위계층 아동 75명에게 방학기간 점심 식사를 지원하고 있으며, 지역 소외어르신을 대상으로 봄에는 (가정의 달) 카네이션 달아드리기, 여름에는 지역축제 관람, 가을에는 송편만들기, 겨울에는 난방용품 증정 등 계절별 맞춤 봉사활동을 전개하고 있습니다. 아울러 대한적십자사와 공동으로 농촌지역 다문화가정 외가·친정 방문을 지원함으로써 (2015년 : 10가정 40명) 농촌사회 다문화가정의 애환 해소에도 기여하고 있습니다.



## 고객만족

aT는 FTA 확대 등 글로벌 경쟁이 심화되는 가운데 농수산물의 생산부터 유통·수출에 이르기까지 전단계 지원을 통한 농수산식품의 경쟁력 강화와 함께 국민의 안정적인 먹거리 확보와 농어가 소득 증진으로 고객에게 신뢰받는 일류 공기업이 되고자 지속적인 노력을 기울이고 있습니다.



Approach

고객니즈의 고도화에 따라 공공서비스 향상에 대한 요구가 증가하고 있습니다. 또한 농산물 유통구조개선, 수급안정, 수출진흥, 식품산업 육성을 고유사업으로 하고 있는 aT의 특성 상 기후급변 등에 따른 농산물 수급불안, FTA 등 교역환경 변화는 위기가 될 수 있으며, 본사의 지방이전도 수도권 밀집 고객에 대한 서비스 공백을 초래할 가능성이 존재합니다.



Risk &amp; Opportunity

2016년에는 우리 농수산식품 산업의 새로운 가치 창출, New aT를 슬로건으로 하는 상시 혁신체계를 더욱 강화하고자 합니다. 먼저 중장기 혁신 로드맵 실행을 통한 내부 경쟁환경 조성 및 직원 체질개선에 집중할 계획입니다. 또한 정부/민간 협력 및 이해관계자 소통을 통한 외부 생태계 개선, 고유 생산성 혁신을 통한 서비스 향상을 위한 활동을 전개할 예정입니다. 특히 고유 생산성 혁신을 위하여 사업재정절감, 국민부담완화, 서비스 레벨업의 3가지 방향으로 중점 추진할 계획입니다.



2016 Plan

aT는 기관 혁신체계를 바탕으로 농산물유통구조개선 및 농식품분야 청년일자리 창출로 국민 부담을 완화하는 한편, 양재aT센터의 수도권 농식품 비즈니스 HUB화로 대국민서비스를 제고하였고 농산물 저가수입신고 방지로 국가재정 절감에도 기여하였습니다.



2015 Performance

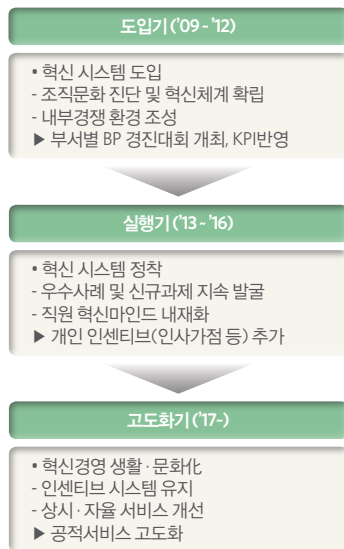
	단위	2013	2014	2015
공공기관 고객만족도(외부평가)	등급	우수	A등급	A등급
공공기관 고객만족도(자체평가)	점	92.1	91.7	93.1
내부고객 만족도(외부평가)	점	91.1	91.2	95.8



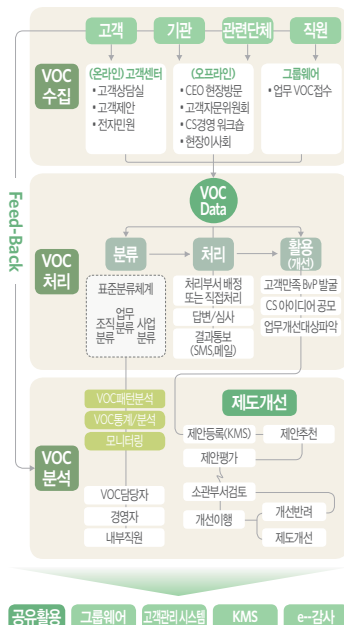
Key Figures



## aT 중장기 경영혁신 추진체계



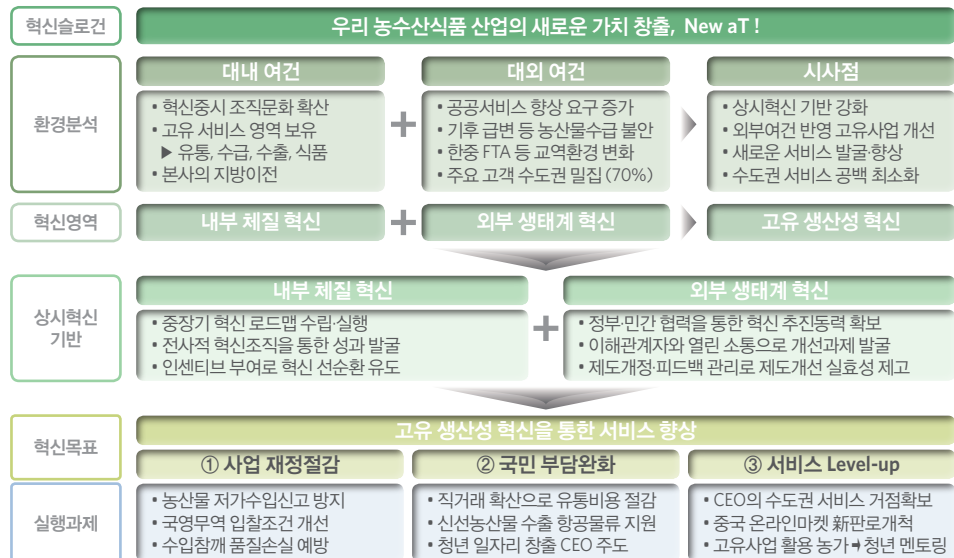
## VoC 수집 프로세스



## 고객만족 제고

## 대국민 서비스 개선을 위한 혁신체계 구축

aT는 CEO의 고객 지향적 경영혁신에 대한 강력한 의지 하에 아래와 같은 혁신체계를 구축하고 있습니다.



## 다양한 채널을 통한 소통 활성화

aT는 고객만족 향상을 위한 기관혁신의 추진동력 확보를 위해 내외부의 다양한 채널을 통해 열린 소통을 하고 있습니다. 이해관계자 의견 접수 및 내부 개선과제 발굴을 통해 고객 지향적 제도개선을 하고 있습니다.



## VOC 수집 및 분석 프로세스 개선

aT는 2015년에 기관 내부 경영평가 지표와 VOC 관리 지표를 연계하여 고객 접점에 있는 각 부서와 고객 간의 스킨십을 더욱 강화하였습니다. 아울러 매월 온라인 의견접수와 함께 고객 방문 상담을 통한 현장의 목소리를 청취하여 제도개선과 함께 사업에 반영한 결과 공공기관 고객만족도 부문에서 2007년부터 9년간 우수(A)등급을 달성하였습니다.

## 고객정보보안 강화

aT는 고객정보의 보호 및 보안강화를 위하여 내부자료 유출 및 해킹시도를 원천차단하는 내·외부 망분리를 시행함으로써 악성코드 감염을 100% 차단하였고 직원 PC에 저장된 모든 개인정보를 자동으로 검출하여 암호화하는 시스템 및 개인정보 유출방지시스템을 구축함으로써 고객정보 보호를 한층 강화하였습니다.

## 고객 소통 활성화

### aT 생산정보의 국민개방 확대

#### 농식품 수출정보 One-Stop 서비스 제공

aT는 급변하는 수출현장에 빠르게 대응할 수 있는 수출정보 제공하고 있습니다. 한중 FTA 발효에 따른 중국 도시별 수출잠재품목 발굴 조사, FTA체결국 시장동향, 할랄, 코셔, 유기농식품 등 프리미엄 식품시장 관련 심층정보를 조사하여 수출시장 진출방안을 마련하였으며, 정보 수요자의 다양한 정보이용수요에 맞춘 모바일 수출입 통계검색, 이메일, 우편 등을 통한 One-Stop 정보제공 서비스를 실시하고 있습니다. 개별 수출업체가 필요로 하는 해외시장 맞춤형 지원과 수출업체 공동 참여조사로 정보 수요자의 93.1%가 시스템 이용에 만족한다는 결과를 얻었습니다.

#### ■ 수출정보 수요자 만족도 조사결과

(단위 : 명)									
구분	시장통계	시장트렌드	경쟁제품 현황	유통구조	통관검역	관세 및 세금	인증 및 허가등록	라벨링 참가료	합계
매우만족	58	52	52	48	39	34	36	30	349
만족	41	32	43	32	28	16	31	32	255
보통	3	4	10	7	3	4	7	4	42
불만족	0	0	1	0	0	0	0	1	2
매우불만족	0	0	1	0	0	0	0	0	1
합계	102	88	107	87	70	54	74	67	649

- 해외시장 맞춤형 조사 만족이상 93.1%, 보통 6.5%, 불만족이하 0.4%로 나타남  
- 만족이상의 조사항목 순위는 시장통계(97%), 통관검역(96%), 시장트렌드(95%), 관세 및 세금(93%), 라벨링 참가(93%), 유통구조(92%), 인증 및 허가(91%), 경쟁제품(89%)순임



모바일 수출입통계 시스템

#### 유통정보

aT는 국내 농축수산물 가격정보를 생산하고 있으며 지자체·언론사 등 대외기관 협업을 통한 유통정보 개방 확대 및 빅데이터·Open API 활용으로 민간기업 신규 비즈니스 발굴을 지원하였습니다.

대외기관 총 26개소를 통한 가격정보 연계서비스와 민간기업으로의 가격DB 제공으로 시설원에 온실제어 시스템 구축에 기여하였습니다. \*활용기업 : 노루크로비스, KT 융합기술원 등

aT는 농수축산물 관련 가격정보DB의 민간 개방을 통한 대국민 활용성을 높이고 농산물 유통질서 확립에 기여한 공로로 2015년 모바일 어워드 코리아 공공서비스 부문에서 대상을 수상하였습니다.

- ① 모바일 어워드 코리아 2015 공공서비스부문 대상(디지털 조선일보)
- ② 2015 대한민국 모바일 어워드 공공서비스부문 우수상(머니투데이)

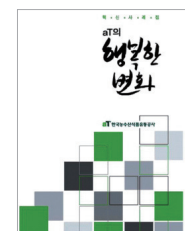


2015 모바일어워드 수상

## 우수 사업성과(BP) 경진대회를 통한 정보공유 및 확산

aT는 우수성과 발굴 및 확산을 위하여 매년 직원 및 부서의 독창적이고 우수한 업무아이디어를 선별하는 우수사례(BP) 콘테스트를 개최하고 있습니다.

아울러 이를 통해 발굴된 우수성과는 사례집(aT의 행복한 변화) 제작배포와 함께 명예의 전당(자랑스러운 aT인)에 등재함으로써 대내외에 전파하고 있으며, 우수성과를 창출한 직원 및 부서에 대해서는 포상금 지급과 함께 인사고과에 가점을 부여함으로써 지속적인 업무혁신 및 신규 아이디어 발굴을 장려하고 있습니다.



우수성과 사례집



aT는 고유의 업무와 접목하여 환경 보호에 앞장서고 있습니다. 국내 농산물의 유통구조 개선을 통한 물류 에너지 절감, 비축 농산물 기지의 친환경적 건설, 업계 종사자 대상 친환경 농산물 교육 과정 운영, 녹색제품 구매 선도 등 다각적인 노력을 펼치고 있습니다.



국내 농산물 유통구조는 생산자에서 소비자에 이르기까지 다단계의 유통과정과 함께 수도권으로의 상행 물류와 지방으로의 하행물류가 동시에 발생하는 물류역류현상으로 인해 불필요한 환경비용과 탄소배출이 초래되고 있습니다. 이에 따라 농산물의 환경친화적인 보관 및 물류와 함께 사이버거래 등 농산물 유통구조의 간소화를 통해 농산물 유통과정에서 발생하는 환경비용의 축소가 가능합니다.



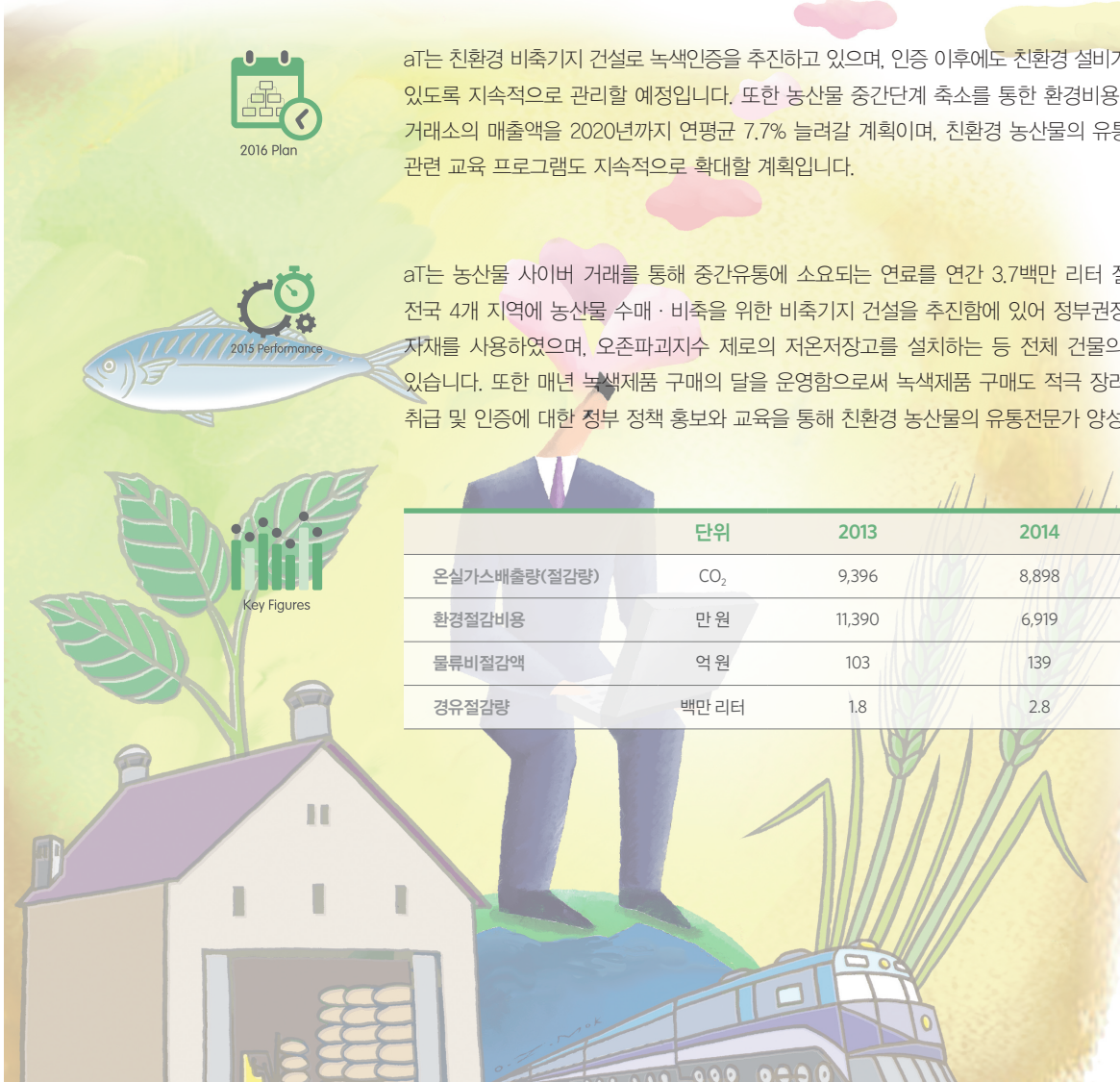
aT는 친환경 비축기지 건설로 녹색인증을 추진하고 있으며, 인증 이후에도 친환경 설비가 효율적으로 운영될 수 있도록 지속적으로 관리할 예정입니다. 또한 농산물 중간단계 축소를 통한 환경비용 절감을 위하여 사이버 거래소의 매출액을 2020년까지 연평균 7.7% 늘려갈 계획이며, 친환경 농산물의 유통 및 보급 촉진을 위한 관련 교육 프로그램도 지속적으로 확대할 계획입니다.



aT는 농산물 사이버 거래를 통해 중간유통에 소요되는 연료를 연간 3.7백만 리터 절감하였습니다. 아울러 전국 4개 지역에 농산물 수매·비축을 위한 비축기지 건설을 추진함에 있어 정부관장정책에 부응한 친환경 자재를 사용하였으며, 오존파괴지수 제로의 저온저장고를 설치하는 등 전체 건물의 녹색인증을 추진하고 있습니다. 또한 매년 녹색제품 구매의 달을 운영함으로써 녹색제품 구매도 적극 장려하였고 친환경 농산물 취급 및 인증에 대한 정부 정책 홍보와 교육을 통해 친환경 농산물의 유통전문가 양성에도 힘썼습니다.



	단위	2013	2014	2015
온실가스배출량(절감량)	CO <sub>2</sub>	9,396	8,898	8,524
환경절감비용	만 원	11,390	6,919	9,561
물류비절감액	억 원	103	139	145
경유절감량	백만 리터	1.8	2.8	3.7





## 비축기지 현대화

### 친환경 비축기지 건설

aT는 지방 4개소 비축기지를 건설함에 있어 친환경 자재 및 설비 적용으로 친환경 관련 정부권장정책을 적극 이행하고 있습니다. 오존파괴지수가 0(제로)인 친환경 냉매(R134a)를 저온 저장고에 적용하였으며, 녹색 건축물로 설계함으로써 향후 건설 완료 시 녹색인증\*을 취득할 예정입니다. 또한, 빗물과 오염수 여과를 위한 오염저감시설과 생물군집 서식공간인 비오톱을 설계에 반영하였습니다. 뿐만 아니라, 에너지 절약을 위한 LED전등을 100% 적용하였으며, 녹색 인증 제품을 주요 설비시설에 반영하였고 빗물은 조경수 등의 수자원으로 활용할 예정입니다.

### 친환경 농산물 유통지원

aT는 농수산물 유통과정에서 발생하는 탄소배출량 절감을 위한 노력을 지속해 오고 있습니다. 기존의 물류 시스템은 수도권으로의 상행물류와 지방으로의 하행물류가 함께 움직임에 따라 물류역류현상 등 불합리한 물류과정이 발생해왔습니다. 이러한 점에 주목하여 aT는 사이버거래소를 통하여 오프라인 중심의 중간유통 과정을 온라인으로 옮겨와 친환경 농산물이 생산지에서 소비자에게 빠르고 신선하게 이동될 수 있도록 할 뿐만 아니라 농산물의 푸드마일리지(절대적 이동거리)를 감소시켰습니다.

aT는 2015년도 한 해 동안 aT 사이버거래를 통해 중간유통에 소요되는 연료 3.7백만 리터를 절감하여 CO<sub>2</sub> 8,524톤 및 환경비용 9,561만원을 절감하였습니다.

#### ■ 일반적인 농산물유통체계 및 환경절감비용



### 친환경 농산물 유통관리 과정 교육 실시

aT는 생산자단체, 농업인, 산지유통조직 등 관련분야 종사자들을 대상으로 친환경 농산물 유통관리 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 친환경 농업육성 정책방향, 친환경 농산물 인증제도 및 인증기준, 유통단계별 품질관리, 마케팅 전략, 유통채널별 상품화 전략 등 다양한 교육 콘텐츠로 친환경 농산물 전문가를 육성하고 있습니다.

### 녹색제품 구매 장려

aT는 정부권장제품 우선구매 교육, 계약매뉴얼제 및 녹색제품 최신정보 제공, 구매계약 컨설팅 등 인식 제고와 함께 녹색제품 구매시스템을 구축하고 연1회 녹색제품 구매의 달을 운영하는 등 녹색제품 구매도 적극 장려하고 있습니다.

#### 녹색인증\*

저탄소 녹색성장 기본법에 의거 신성장 동력인 유망 녹색기술의 활용 및 촉진을 통해 환경보호와 함께 에너지 및 자원절감을 위한 녹색기술 또는 사업을 인증하는 제도

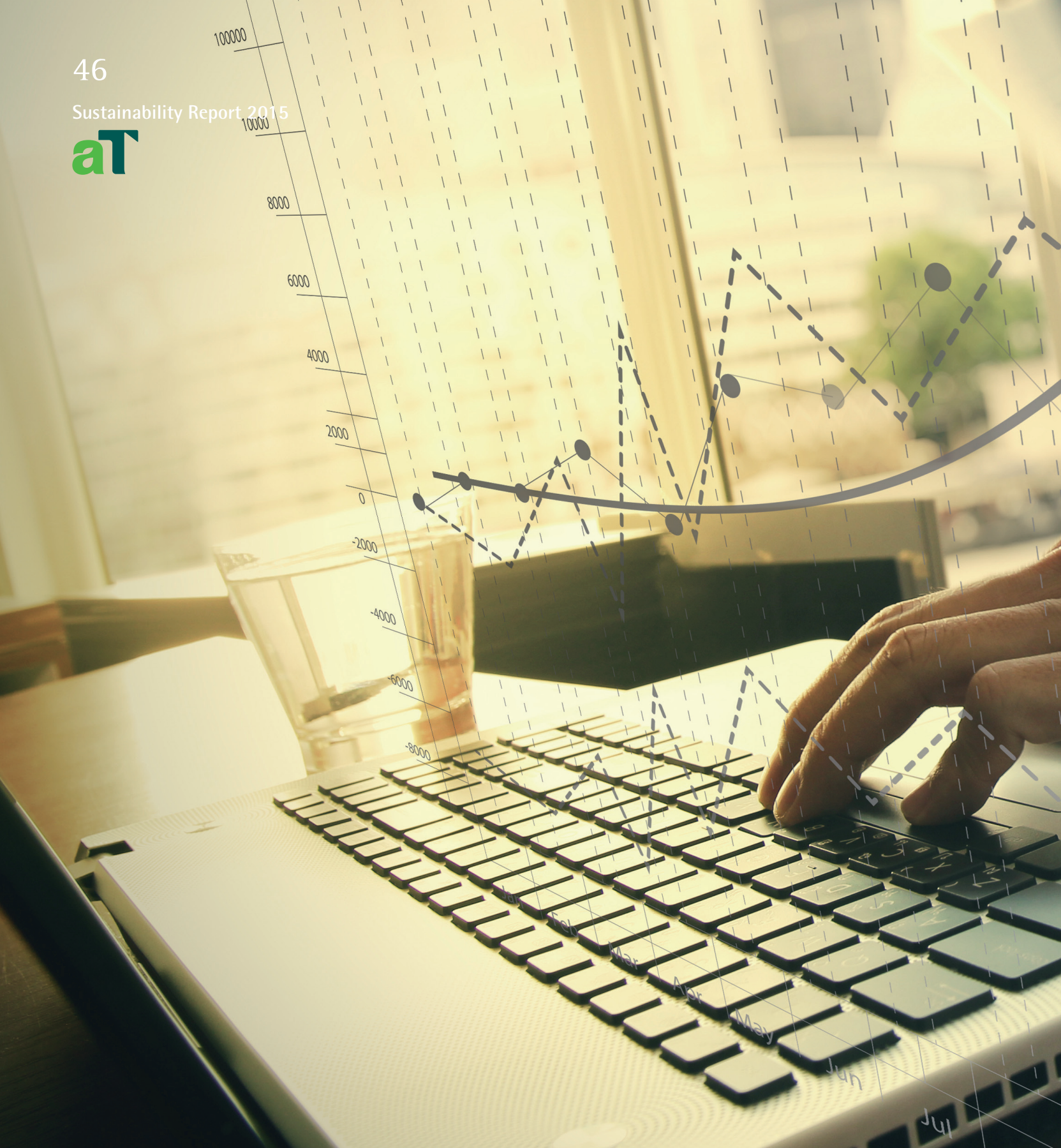
#### ■ 2015년 환경절감비용

구분	값	단위	비고
물류비 절감액	145	억원	중간유통비용 (B2B 매출액의 4.1%)
연료비	49	억원	물류비의 34%
경유 절감량	3.7백만	리터	1,300원/리터 (경유)
CO2 발생량	8,524	tCO <sub>2</sub>	IPCC 배출계산식 이용 *IPCC: 세계기후변화기구
환경절감 비용	9,561	만원	1만원/tCO <sub>2</sub> * 한국거래소 배출권 평균가격

\* IPCC 배출계수기준 탄소계산기(출처: 한국에너지공단)



친환경 농산물 유통관리 과정



## 운영 및 실적



# Operation & Achievement

## 연결 재무상태표

(단위: 백만 원)

구분	2013	2014	2015
유동자산	804,111	574,960	486,093
비유동자산	531,725	607,210	578,392
자산총계	1,335,836	1,182,170	1,064,485
유동부채	685,691	620,343	465,556
비유동부채	421,032	381,630	413,572
부채총계	1,106,723	1,001,973	879,128
자본금	130,440	68,338	68,338
이익잉여금	97,501	110,879	115,246
기타포괄손익누계액	1,153	980	1,773
비자배자본	19	-	-
자본총계	229,113	180,197	185,357
부채와 자본총계	1,335,836	1,182,170	1,064,485

## 연결 손익계산서

(단위: 백만 원)

구분	2013	2014	2015
매출액	288,621	299,919	315,774
매출원가	262,385	275,976	294,746
매출총이익	26,236	23,943	21,028
판매비와 관리비	16,868	13,925	16,291
영업이익	9,368	10,018	4,737
영업외 수익	6,918	15,307	3,420
영업외 비용	2,332	1,189	1,421
법인세비용차감전순이익	13,954	24,136	6,736
법인세 비용	4,232	4,906	2,186
당기순이익	9,722	19,230	4,550

## 별도 재무상태표

(단위: 백만 원)

구분	2013	2014	2015
유동자산	793,707	573,404	485,869
비유동자산	541,556	605,088	575,865
자산총계	1,335,263	1,178,492	1,061,734
유동부채	686,475	618,125	463,631
비유동부채	417,487	380,180	413,607
부채총계	1,103,962	998,305	877,238
자본금	130,440	68,338	68,338
이익잉여금	101,428	112,437	117,321
기타포괄손익누계액	-567	-588	-1,163
자본총계	231,301	180,187	184,496
부채와 자본총계	1,335,263	1,178,492	1,061,734

## 별도 손익계산서

(단위: 백만 원)

구분	2013	2014	2015
매출액	288,405	299,610	314,964
매출원가	263,495	276,476	294,682
매출총이익	24,910	23,134	20,282
판매비와 관리비	13,925	12,702	14,951
영업이익	10,985	10,432	5,331
영업외 수익	6,606	14,108	3,356
영업외 비용	1,703	2,789	1,421
법인세비용차감전순이익	15,888	21,751	7,266
법인세 비용	4,310	4,890	2,199
당기순이익	11,578	16,861	5,067



## 지속가능경영 성과

### 사회

구분	단위	2013	2014	2015
지속가능경영지수(KoBEX SM)	-	AAA등급	AAA등급	AAA등급
반부패 경쟁력 평가	-	보통 등급	최우수	우수
청렴도 조사	점	8.3	8.24	8.38
공공기관고객 만족도 조사	등급	우수	A등급	A등급
내부고객 만족도 조사	점	91.1	91.2	95.8
고객 전화응대 모니터링	점	93.7	91.1	91.2
1인당 교육비	천원	1,069	937	1,281
1인당 교육시간	시간	94.4	100.9	104.9
과장 이상 여성인력 수	명	66	64	64
이직률 현황	%	1	2.3	1.2
임직원 수 - 남성	명	449	450	431
임직원 수 - 여성	명	151	144	174
임직원 수 - 전체	명	600	594	605
임직원 수 - 장애인	명	18	20	18
해외 현지 채용 인원	명	33	42	44
노조 가입율	%	100	100	100
정부권장정책 이행노력 - 중소기업제품	백만 원	20,274	56,769	43,130
정부권장정책 이행노력 - 사회적기업	백만 원	483	697	517
정부권장정책 이행노력 - 여성기업	백만 원	1,752	1,865	4,518
정부권장정책 이행노력 - 중증장애인 생산품	백만 원	339	430	369
정부권장정책 이행노력 - 녹색제품	백만 원	1,946	1,151	656
정부권장정책 이행노력 - 국가유공자 자활용사촌 생산품	백만 원	339	499	56

### 환경

구분	단위	2013	2014	2015
전기	MWH	15,638	15,582	14,669
	tCO2eq	7,291	7,265	6,839
	TJ	140.7	140.2	127.8
가스	tCO2eq	1,857	1,471	1,534
휘발유	리터	58,315	38,405	35,195
	tCO2eq	130	84	79
경유	리터	44,136	29,248	27,000
	tCO2eq	118	78.03	72.06
온실가스배출 간접배출량	tCO2eq	7,291	7,265	6,789
온실가스배출 직접배출량	tCO2eq	2,105	1,633	1,735
온실가스배출량	tCO2eq	9,396	8,898	8,524

\*자료원 : 2015 aT 온실가스 감축 이행실적 보고서 (환경부제출)





# Appendix

## 수상실적 및 협회 가입현황

## 수상실적

수상일자	수상명	수여기관
'15.02	2014 부패방지 시책평가 최우수기관	국민권익위원회
'15.04	KAMIS 가격정보 APP, 『모바일 어워드 코리아 2015, 공공서비스 부문 대상』	디지털조선일보
'15.06	2014년 공공기관 정부경영평가 A등급 획득	기획재정부
'15.08	대한민국 최고 경영대상 (글로벌 경영 부문)	매경닷컴
'15.09	외식산업 발전과 소상공인 경영개선 감사패	부산우수 외식업지구
'15.09	국가 생산성 대상 (지속가능경영 부문)	산업통상자원부
'15.10	2015년 대한민국 나눔국민대상 대통령상	보건복지부
'15.10	대한적십자사 총재 감사패	대한적십자사
'15.11	2015 '한국윤리경영 대상'	한국윤리학회
'15.11	『2015 대한민국 모바일 어워드』 공공서비스부문 우수상	머니투데이
'15.12	한국유통대상 지역경제활성화 부분상	대한상공회의소
'15.12	2015년 국가기록물관리 최우수기관 대통령 표창	행정자치부
'15.12	2015년 노사문화대상 장관상	고용노동부

## 협회 가입현황

구분	협회명	가입목적
경제	한국생산성본부(KPC)	경영-생산성제고를 위한 정보수집, 교육훈련
경제	한국능률협회(KMA)	경영정보 교류 및 교육훈련
경제	(사)한국유통학회	식품유통분야 산업정책 및 정보공유
경제	FAO한국협회	국제농업정보 교류 및 활용
경제	(사)해외농업개발협회	해외농업관련 네트워크 및 정보교류
경제	한국무역협회	수출입업무 활성화 및 국제정보 수집
경제	한국육류유통수출협회	축산물 수출을 위한 정보 교류
경제	한국수산산업총연합회	수산산업 정보공유 및 발전 도모
사회	(사)한국동아시아농업협회	농업사회 발전관련 정책발굴 및 정보교류
사회	한국4-H본부	농촌개발 및 발전관련 정보교류
사회	공공기관국민행복감사포럼	청렴 및 반부패관련 정보교류
사회	광주전남혁신도시공공기관감사협의회	혁신도시 청렴 및 반부패 정보교류
사회	한국품질경영학회	품질경쟁력 제고를 위한 네트워크 및 정보교류
경제	(사)농식품유통인포럼	농식품유통산업관련 교류 및 정보공유



# UNGC Advanced Level 23대 원칙

	원칙	GRI G4 Index
1	글로벌콤팩트 이행의 전략적인 측면에 대한 최고경영층 및 이사회수준의 논의를 서술합니다.	G4-1
2	기업의 지속가능성을 위한 의사결정 과정과 지배구조 시스템에 대해 설명합니다.	G4-34
3	모든 중요한 이해관계자 참여에 대해 서술합니다.	G4-24 - G4-27
4	폭넓은 UN목표와 이슈를 지지하기 위한 활동을 서술합니다.	G4-15, G4-16
5	인권 분야에서 강력한 추진의지, 전략 또는 정책을 서술합니다.	G4-11, G4-15, G4-16, HR4
6	인권원칙을 통합하기 위한 효과적인 경영시스템을 서술합니다.	
7	인권원칙에 대한 효과적인 모니터링과 평가 메커니즘을 서술합니다.	
8	인권에 대한 표준화된 성과지표(GRI 포함)를 적용합니다.	
9	노동 분야에서 강력한 추진의지, 전략 또는 정책을 서술합니다.	G4-10, LA1 - LA3, LA9 - LA11, LA12
10	노동원칙을 통합하기 위한 효과적인 경영시스템을 서술합니다.	
11	노동원칙에 대한 효과적인 모니터링과 평가 메커니즘을 서술합니다.	
12	노동에 대한 표준화된 성과지표(GRI 포함)를 적용합니다.	
13	환경경영 분야에서 강력한 추진의지, 전략 또는 정책을 추진합니다.	EN3, EN6, EN15, EN16, EN19, EN22, EN23
14	환경원칙을 통합하기 위한 효과적인 경영시스템을 서술합니다.	
15	환경경영에 대한 효과적인 모니터링과 평가 메커니즘을 서술합니다.	
16	환경경영에 대한 표준화된 성과지표를 적용합니다.	
17	반부패 분야에서 강력한 추진의지, 전략 또는 정책을 서술합니다.	G4-56, SO3 - SO5 G4-56,
18	반부패 원칙을 통합하기 위한 효과적인 경영시스템을 서술합니다.	
19	반부패의 통합을 위한 효과적인 모니터링과 평가 메커니즘을 서술합니다.	
20	반부패에 대한 표준화된 성과지표를 적용합니다.	
21	가치사슬 내에서 글로벌콤팩트원칙 이행에 대해 설명합니다.	G4-12
22	기업의 프로필과 운영 환경에 대한 정보를 제공합니다.	G4-3 - G4-16
23	높은 수준의 투명성과 공시를 포함합니다.	G4-28 - G4-33



Contents	Material Aspect
믿을 수 있는 먹거리의 안정적 확보 농식품 신성장 동력 확보	• Economic Performance
직원만족	• Training and Education • Labor/Management Relations • Diversity and Equal Opportunity
동반성장	• Supplier Assessment for Labor Practices
지역사회 투자 및 개발	• Local Communities
고객만족	• Product and Service Labeling • Customer Privacy
환경경영	• Energy • Emissions • Effluents and Waste • Transport

Contents	DMA & Indicators
믿을 수 있는 먹거리의 안정적 확보 농식품 신성장 동력 확보	DMA, G4-EC1
직원만족	DMA, G4-LA9, G4-LA10, G4-LA11, G4-LA4, G4-LA12
동반성장	DMA, G4-LA14
지역사회 투자 및 개발	DMA, G4-S01
고객만족	DMA, G4-PR5
환경경영	DMA, G4-EN3, G4-EN6, G4- EN15, G4-EN16, G4-EN19, G4-EN22, G4-EN23, G4-EN30

## 검증의견서

### 한국농수산물유통공사 이해관계자 귀중

한국생산성본부(이하 '검증인')는 한국농수산물유통공사로부터 '2015 한국농수산물유통공사 지속가능경영 보고 (이하 '보고서')에 대한 제3자 검증을 요청 받아 다음과 같이 검증의견을 제출합니다.

#### 책임과 독립성

본 보고서에 기술된 정보와 의견에 대한 책임은 전적으로 한국농수산물유통공사에 있습니다. 본 검증인은 보고서에 대한 검증의견에 대해 책임지며, 독립된 검증기관으로서 본 보고서의 작성에 일절 참여하지 않았으며 독립성을 저해할 수 있는 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않습니다.

#### 검증 기준

본 검증인은 AA1000AS(2008) 검증표준을 기준으로 Type 1 검증유형과 검증의 중간수준(Moderate Level)에 맞추어 보고서에 대한 검증을 수행하였습니다. 또한 AA1000APS(2008) 검증원칙에 따라 포괄성, 중요성, 대응성의 원칙에 대한 적합성 여부를 확인하였으며 보고 내용이 GRI G4 Guideline 의 기준에 준수하였는지 확인하였습니다.

#### 제한 사항

본 검증은 상기의 검증기준에 따라 2015년도 성과에 대하여 검증을 실시하였으며, 보고서에 기재된 성과에 대한 신뢰성을 다음과 같이 확인하였습니다. 보고서에 공개된 정보는 정부기관에 제출한 공시자료를 검토 하였으며, 일부 데이터는 현장검증을 통한 데이터 Sampling 작업을 통해 데이터의 신뢰도를 확보하였습니다. 현장검증은 본사에 대해 제한적으로 실시하였으며, 향후 추가적인 검증절차가 수행될 경우 그 결과가 달라 질 수 있음을 밝힙니다.

#### 검증 방법

본 검증은 다음과 같은 방법을 통해 보고서에 대한 검증을 진행하였습니다. GRI G4 Guidelines의 Core Option에 대한 요구사항을 충족하였는지를 확인하였습니다. GRI G4 Guidelines을 기준으로 보고내용 및 품질에 대한 원칙의 준수 여부를 확인하였습니다. 미디어 리서치 및 벤치마킹 분석을 통해 본 보고서에서 다루어진 주요 이슈의 선정 및 기술 내용의 적절성을 점검하였습니다. 본사에 대한 현장검증을 통해 주요 데이터 및 정보에 대한 근거를 확인하고 내부프로세스 및 시스템을 확인하였습니다.

#### 검증 결과

검증인은 본 보고서가 한국농수산물유통공사의 지속가능경영 활동 및 성과를 성실하고 공정하게 반영하고 있음을 확인하였습니다. 또한 본 검증을 통해 한국농수산물유통공사의 보고서가 GRI G4 Guideline의 Core Option에 대한 요구사항을 충족하고 있음을 확인하였습니다.

일반표준공개(General Standard Disclosures)의 경우 Core Option에 대한 요구사항을 준수하여 작성하고 있음을 확인하였으며, 특정표준공개(Specific Standard Disclosures)의 경우 보고항목 결정 프로세스를 통해 도출된 중대성 이슈(Material Issues)에 대한 DMA(Disclosure on Management Approach)와 지표(Indicators)를 검토하였습니다.

#### 포괄성(Inclusivity) : 이해관계자의 참여

한국농수산물유통공사는 지속가능경영 이슈와 관련하여 포괄적 이해관계자 참여를 실시하였습니다. 보고서에는 고객, 임직원, 정부/공공단체, 협력회사, 미디어/NGO, 지역 사회를 주요 이해관계자로 구분하고 있으며, 이해관계자별 소통채널을 통해 지속가능경영 이슈를 모니터링하고 있음을 확인하였습니다. 향후 이해관계자 참여체계는 다양한 소통채널을 통해 수집된 관심 및 기대 사항을 조직 전반에 걸쳐 활용할 수 있도록 해야 합니다.

### 중요성(Materiality) : 주요 이슈의 선정 및 보고

한국농수산물유통공사는 지속가능경영 글로벌 표준, 미디어 분석, 벤치마킹, 내부자료 분석 등의 방법을 통해 지속가능경영 및 사업과 관련한 이슈를 파악하고 있으며, 중대성 평가는 사업적 영향도와 이해관계자 관심도에 따라 핵심 이슈를 선정하였음을 확인하였습니다. 또한 선정된 핵심 이슈는 Business 측면의 2가지 이슈와 Sustainability 측면의 5가지 이슈로 구조화하여 보고서에 반영하고 있습니다.

### 대응성(Responsiveness) : 이슈에 대한 조직의 대응

한국농수산물유통공사는 보고서의 구성을 7개 주제(Topic)로 전개하고 외부환경, 내부 프로세스, 추진 전략, 주요 성과, 향후 계획 등을 세부적으로 보고함으로써 해당 주제별 대응 노력을 성실하게 공개하고 있음을 확인하였습니다.

### 권고 사항

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

- 이해관계자 참여체계는 상시적 운영되는 다양한 소통채널의 결과물을 바탕으로 지속가능경영 관련 이슈를 도출하여야 합니다. 이를 위해 이슈를 통합적으로 관리할 수 있는 추진조직이 필요할 것으로 판단되며, 이슈에 대한 공유, 대응 활동 및 성과를 종합적으로 관리하여 보고서에 반영하시길 권고 드립니다.
- 지속가능경영을 보다 체계적으로 추진하기 위한 지속가능경영 전략, 중장기 계획, 추진과제 등을 수립하여 지속적인 성과 공개가 가능하길 기대합니다.



AA1000  
Licensed Assurance Provider  
000-81

2016년 4월

한국생산성본부 홍순직 회장

*Hyung Sun Jik*

김동수 센터장

*D.S. Kim*

이기환 팀장

*Lee Ki-hwan*

박태호 팀장

*Park Tae-ho*

유정아 연구원

*Yoo Jung-a*

한국생산성본부 지속가능경영센터는 이해관계자 참여 및 검증 글로벌 국제 표준 AA1000 제정 기관인 Accountability 사로부터 공식 인증을 받은 검증기관으로서 단독 검증을 수행할 수 있는 자격을 지니고 있습니다. 또한, 검증위원단의 경우, 지속가능경영 자문 및 검증에서 경험을 쌓고 전문교육을 이수한 전문가들로 구성되어 있습니다.

\* AA1000AS(2008) : AA1000 Assurance Standard(2008), Accountability사가 제정한 글로벌 검증 표준으로 경영 성과에 대한 조직 운영, 원칙에 대한 준수여부, 성과 정보의 신뢰성을 평가하여 지속가능경영 이슈를 보고하는 방법을 제공하고 있음

\* AA1000APS(2008) : AA1000 AccountAbility Principles Standard(2008)로 Accountability사가 제정한 글로벌 검증 원칙으로 AA1000 표준의 근간이 되는 원칙을 제공하고 있음

## GRI G4 대조표

## 일반표준공개

● 완전보고 ○ 부분보고 ○ 보고안함 N/A 해당사항 없음

지 표	Indicators	보고 수준	Page
Strategy and Analysis			
G4-1	조직의 최고 의사결정자(CEO, 의장 또는 이와 동등한 직위)가 지속가능성과 조직과의 관계 및 조직의 지속가능성을 위한 전략에 대해 밝힌 설명서	●	2-3
Organizational Profile			
G4-3	조직명	●	8
G4-4	주력 브랜드, 제품 및 서비스	●	6-7
G4-5	본사 위치	●	8
G4-6	조직이 사업을 운영하는 국가의 수와 이름	●	8
G4-8	시장 영역(지리적 분할, 서비스 분야, 고객유형 및 수혜자 등 포함)	●	8
G4-9	조직의 규모	●	48
G4-10	인력의 크기	●	49
G4-10	총인력	●	49
G4-12	조직의 공급망	●	36-37
G4-13	보고기간 중 조직의 또는 그것의 공급망의 규모, 구조 소유구조 상의 중대한 변화	●	10, 48
G4-14	사전예방 원칙과 접근방법 채택 여부 및 채택 방식에 대한 설명	●	11
G4-15	조직이 가입하였거나 지지하는 외부의 경제, 환경, 사회에 관한 헌장, 원칙, 기타 이니셔티브 목록	●	52
G4-16	조직이 가입한 협회(산업 협회 등)나 국내 또는 국제 후원기관	●	52
Identified Material Aspects And Boundaries			
G4-17	조직의 연결재무제표 또는 그와 동등한 문서에 수록된 모든 주체의 목록, 수록되었으나 보고서에서는 다루고 있지 않은 주체	●	8
G4-18	보고서 내용과 측면경계 결정 과정, 보고서 내용 결정 과정에 보고원칙 적용	●	16-17
G4-19	보고내용 결정 과정에서 파악한 모든 중대측면의 목록	●	16-17
G4-20	각 중대측면별 조직 내 측면경계, 조직 내 측면경계와 관련된 한계	●	About this Report, 8
G4-21	각 중대측면별 조직 외부의 측면경계, 조직 외부의 측면경계와 관련된 한계	●	About this Report, 8
G4-22	이전 보고서에서 제공한 정보에 대한 수정이 미치는 영향과 그러한 수정보고 이유	●	About this Report
G4-23	이전 보고기간 이후의 범위 및 측면경계에 발생한 중요한 변화	●	About this Report
Stakeholder Engagement			
G4-24	조직과 관련 있는 이해관계자 집단들의 목록	●	14-15
G4-25	조직이 관여할 이해관계자들을 파악하고 선정하는 기준	●	14-15
G4-26	형태별, 이해관계자 그룹별 빈도로 본 이해관계자 협의에 대한 접근 방식과 보고서 준비를 위한 참여 프로세스	●	14-15
G4-27	보고서 발간을 포함하여 이해관계자 참여를 통해 제기되어 온 중대이슈 대응 방법 및 결과 (이해 관계자별 주요 이슈)	●	14-15
Report Profile			
G4-28	제공한 정보의 보고기간(회계연도 또는 연년)	●	About this Report
G4-29	최근에 보고서를 작성한 경우 그 보고일자	●	About this Report
G4-30	보고 주기(매년, 격년 등)	●	About this Report
G4-31	보고서 또는 그 내용에 대한 문의 시의 연락처	●	About this Report
G4-32	GRI Index 및 조직이 선택한 '부합' 방법	●	56-58
G4-33	보고서 외부 검증	●	54-55
Governance			
G4-34	최고 거버넌스 기구의 위원회를 포함한 조직의 거버넌스 구조를 보고한다. 또한 경제적, 환경적, 사회적 영향에 대한 의사결정의 책임이 있는 위원회	●	10
G4-38	최고 거버넌스 기구와 그 위원회의 구성	●	10
G4-40	최고 거버넌스 기구 및 그 산하위원회의 임명고 선정 절차, 그리고 아래 사항을 포함해 최고 거버넌스 기구 구성원의 임명고 선정 기준	●	10
Ethics and Integrity			
G4-56	조직의 가치, 원칙, 표준 그리고 행동강령, 윤리강령과 같은 행동규범	●	12-13



## 특정표준공개

● 완전보고 ● 부분보고 ○ 보고안함 N/A 해당사항 없음

지표	Indicators	보고 수준	Page
경제범주			
Economic Performance			
	DMA	●	20, 25
G4-EC1	직접적인 경제적 가치의 창출과 배분	●	48
G4-EC2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	○	-
G4-EC3	연금지원 범위	○	-
G4-EC4	정부 지원 보조금 수혜 실적	○	-
Indirect Economic Impacts			
	DMA	●	38
G4-EC7	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원활동과 성과	●	38-40
G4-EC8	중요한 간접적인 경제 파급효과 및 영향에 대한 설명	●	36-37
환경 범주			
Energy			
	DMA	●	44
G4-EN3	조직 내부의 에너지 소비량	●	49
G4-EN4	조직 외부의 에너지 소비량	○	-
G4-EN5	에너지 집약도	○	-
G4-EN6	에너지 소비 감축량	●	49
G4-EN7	제품 및 서비스의 에너지 효율을 통한 감축량	○	-
Emissions			
	DMA	●	44
G4-EN15	직접 온실가스 총 배출량(scope 1)	●	49
G4-EN16	간접 온실가스 배출량	●	49
G4-EN17	다른 간접 온실가스 배출량	○	-
G4-EN18	온실가스 배출 집약도	○	-
G4-EN19	온실가스 감축량	●	49
G4-EN20	오존층 파괴 물질의 배출량	○	-
G4-EN21	질소산화물, 황산화물 그리고 다른 주요 대기배출물	○	-
Effluents and Waste			
	DMA	●	44
G4-EN22	총 폐수 배출량 및 수질	●	44-45
G4-EN23	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	●	44
G4-EN24	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	○	-
G4-EN25	바젤 협약 부속서 I, II, III, and VIII에 규정된 폐기물의 운송/반입/반출/처리량 및 해외로 반출된 폐기물의 비율	○	-
G4-EN26	보고 조직의 폐수 배출로 인해 영향을 받은 수역 및 관련 서식지의 명칭, 규모, 보호 상태 및 생물 다양성 가치	○	-
Transport			
	DMA	●	44
G4-EN30	조직 운영에 필요한 자재 및 제품 운송, 그리고 직원 구성원 운송의 중요한 환경적 영향	●	44-45

## 특정표준공개

● 완전보고 ○ 부분보고 ◯ 보고안함 N/A 해당사항 없음

지 표	Indicators	보고 수준	Page
사회 범주			
사회 하위범주: 노동관행과 양질의 일자리			
Employment			
	DMA	●	32
G4-LA1	연령별, 성별, 지역별 총 신규채용 임직원 수 및 비율 그리고 임직원 이직율	●	34, 49
G4-LA2	비정규 직원 혹은 파트타임 직원에게 제공되지 않는 정규직 직원에게 제공되는 보상 (경영상 중요 로케이션별)	●	34
G4-LA3	성별 육아휴직후 복귀 및 유지율	●	49
Labor/Management Relations			
	DMA	●	32
G4-LA4	운영상의 변화와 관련한 최소 공지기간	●	33
Training and Education			
	DMA	●	32
G4-LA9	직원 일인당 평균 교육시간(성별, 직원 카테고리별)	●	49
G4-LA10	지속적인 고용 지원과 퇴직후 관리를 돕기위한 직무 교육 및 평생 학습 프로그램	○	34
G4-LA11	정기적 성과 및 경력 개발 리뷰를 받은 전체 직원의 비율(성별 및 임직원 카테고리별에 의한)	○	49
Diversity and Equal Opportunity			
	DMA	●	
G4-LA12	이사회와 임직원 구성 및 성별, 연령별, 소수자 그룹, 기타 다양성 지표에 따른 임직원 분류	●	34, 49
Supplier Assessment for Labor Practices			
	DMA	●	36
G4-LA14	노동관행으로 스크린된 신규 협력회사 비율	○	37
사회 하위범주: 인권			
Freedom of Association and Collective Bargaining			
	DMA	●	32
G4-HR4	결사 및 단체 교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 사업장과 일반 공급자에 대하여 보고, 또한 이러한 권리를 지원하기 위한 조치 사항 보고	○	33
사회 하위범주: 지역사회			
Local Communities			
	DMA	●	38
G4-SO1	지역사회 참여, 영향 평가 그리고 발전프로그램 운영 비율	●	38-40
G4-SO2	지역사회에 중대한 실질적/잠재적인 부정적 영향이 존재하는 사업장	○	-
Anti-corruption			
	DMA	●	12-13
G4-SO3	부패 위험 분석 결과와 인지된 주요한 리스크로 평가된 사업장의 수와 비율	●	12-13
G4-SO4	반부패 정책 및 절차에 관한 커뮤니케이션 및 훈련	●	12-13
G4-SO5	확인된 부패사고 및 조치사항	●	13
사회 하위범주: 제품책임			
Product and Service Labeling			
	DMA	●	41
G4-PR3	제품/서비스 정보 및 라벨링 관련 조직에 의해 요구되는 제품과 서비스정보의 형태, 그리고 정보 요건에 해당되는 주요 제품 및 서비스의 비율	○	-
G4-PR4	제품/서비스 정보 및 라벨링과 관련된 법규 및 자발적 규칙 위반 건수(결과 유형별)	N/A	해당사항 없음
G4-PR5	고객만족도 평가 설문 결과	●	42
Customer Privacy			
	DMA	●	41
G4-PR8	고객 개인 정보 보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만 건수	N/A	해당사항 없음



## 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](http://www.twitter.com/atcotweet)
-  [www.youtube.com/atwebtv](http://www.youtube.com/atwebtv)
-  [blog.naver.com/gr22nade](http://blog.naver.com/gr22nade)
-  [www.facebook.com/atcobook](http://www.facebook.com/atcobook)
-  [www.me2day.net/atgogogo](http://www.me2day.net/atgogogo)



본 보고서는 친환경 용지에 콩기름 잉크로 인쇄되었습니다.



from **Nature**