

2025년도  
제1회 추가경정예산안  
검 토 보 고 서

농림축산식품부 소관

2025. 4.

농림축산식품해양수산위원회  
수석전문위원 최 용 훈



## 목 차

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| [ 농림축산식품부 소관 ]                             | 1  |
| I. 제1회 추가경정예산안 -----                       | 1  |
| 1. 총수입 · 총지출 -----                         | 1  |
| 2. 세입 · 세출예산안 -----                        | 2  |
| 3. 세부사업 주요 변동 내역 -----                     | 3  |
| II. 검토의견 -----                             | 4  |
| 1. 총괄 -----                                | 4  |
| 2. 주요사업별 검토의견 -----                        | 7  |
| 1) 푸드서비스 선진화 : ‘공공배달앱 할인 지원사업’의 정책효과 제고방안  |    |
| 강구 및 사업 추진 방식의 다각화 검토 필요 -----             | 7  |
| 2) 농식품 소비기반 조성 : 농축산물 할인지원 사업의 충실한 집행을 위하여 |    |
| 적기에 홍보예산 효율적 집행 필요 등 -----                 | 18 |



# [ 농림축산식품부 소관 ]

## I. 제1회 추가경정예산안 개요

### 1. 총수입 · 총지출

- ☐ 2025년도 제1회 추가경정예산안(이하 ‘추경안’)을 반영한 농림축산식품부의 2025년 총수입 규모는 본예산과 추경안 모두 13조 524억 원으로 동일함.

### 【 2025년도 농림축산식품부 소관 총수입 현황 】

(단위 : 백만원)

| 구 분 | 2025년      |            |         |         |
|-----|------------|------------|---------|---------|
|     | 본예산(A)     | 추경안(B)     | 증감(B-A) | (B-A)/A |
| 총수입 | 13,052,425 | 13,052,425 | -       | -       |

※ 자료: 농림축산식품부

- ☐ 2025년도 추경안을 반영한 농림축산식품부의 2025년 총지출 규모는 본예산 18조 7,416억원 대비 1,150억원(0.6%) 증액된 18조 8,566억원임.

### 【 2025년도 농림축산식품부 소관 총지출 현황 】

(단위 : 백만원)

| 구 분 | 2025년      |            |         |         |
|-----|------------|------------|---------|---------|
|     | 본예산(A)     | 추경안(B)     | 증감(B-A) | (B-A)/A |
| 총지출 | 18,741,638 | 18,856,638 | 115,000 | 0.6     |

※ 자료: 농림축산식품부

## 2. 세입·세출예산안

- 2025년도 추경안을 반영한 농림축산식품부의 2025년도 세입예산안은 17조 10억원으로 본예산 대비 1,350억원(0.8%) 증가하였음.

### 【 2025년도 농림축산식품부 소관 세입예산안 현황 】

(단위 : 백만원)

| 구 분          | 2025년      |            |         |         |
|--------------|------------|------------|---------|---------|
|              | 본예산(A)     | 추경안(B)     | 증감(B-A) | (B-A)/A |
| 합 계          | 16,865,959 | 17,000,959 | 135,000 | 0.8     |
| 일반회계         | 21,333     | 21,333     | -       | -       |
| 농어촌구조개선 특별회계 | 14,005,522 | 14,140,522 | 135,000 | 1.0     |
| 에너지및지원사업특별회계 | 43,047     | 43,047     | -       | -       |
| 혁신도시건설특별회계   | 34         | 34         | -       | -       |
| 지역균형발전특별회계   | 3,481      | 3,481      | -       | -       |
| 양곡관리특별회계     | 2,792,542  | 2,792,542  | -       | -       |

※ 주: 총계기준

※ 자료: 농림축산식품부

- 한편, 총계기준으로 2025년도 추경안을 반영한 농림축산식품부의 2025년도 세출예산안은 23조 9,779억원으로 본예산 대비 2,500억원(1.1%) 증가하였음.

### 【 2025년도 농림축산식품부 소관 세출예산안 현황 】

(단위 : 백만원)

| 구 분         | 2025년      |            |         |         |
|-------------|------------|------------|---------|---------|
|             | 본예산(A)     | 추경안(B)     | 증감(B-A) | (B-A)/A |
| 합 계         | 23,727,852 | 23,977,852 | 250,000 | 1.1     |
| 일반회계        | 7,259,351  | 7,394,351  | 135,000 | 1.9     |
| 농어촌구조개선특별회계 | 12,281,344 | 12,396,344 | 115,000 | 0.9     |

| 구 분           | 2025년     |           |         |         |
|---------------|-----------|-----------|---------|---------|
|               | 본예산(A)    | 추경안(B)    | 증감(B-A) | (B-A)/A |
| 에너지및지원사업특별회계  | 16,495    | 16,495    | -       | -       |
| 지역균형발전특별회계    | 1,362,423 | 1,362,423 | -       | -       |
| 고등·평생교육지원특별회계 | 15,697    | 15,697    | -       | -       |
| 양곡관리특별회계      | 2,792,542 | 2,792,542 | -       | -       |

※ 주: 총계기준

※ 자료: 농림축산식품부

### 3. 세부사업 주요 변동 내역

□ 농림축산식품부는 이번 추경안을 통해 3개 세출 사업을 2025년도 본예산 대비 2,500억원 증액하였음.

#### 【 2025년도 농림축산식품부 소관 추경안 세출 사업 내역 】

(단위: 백만원, %)

| 구 분  | 세부사업명                     | '24년도<br>본 예산 | 2025년도      |             |              |             |
|------|---------------------------|---------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
|      |                           |               | 본 예산<br>(A) | 추경 안<br>(B) | 증 감<br>(B-A) | (B-A)<br>/A |
| 총 계  |                           | 2,771,384     | 4,026,928   | 4,276,928   | 250,000      | 6.2         |
| 일반회계 | 농어촌구조개선특별회계(구조<br>개선계정)전출 | 2,645,122     | 3,901,579   | 4,036,579   | 135,000      | 3.5         |
| 농특회계 | 농식품소비기반조성                 | 123,649       | 123,424     | 173,424     | 50,000       | 40.5        |
| 농특회계 | 푸드서비스선진화                  | 2,613         | 1,925       | 66,925      | 65,000       | 3,376.6     |

※ 주: 총계 기준

※ 자료: 농림축산식품부

## II. 검토의견

### 1. 총괄

□ 정부는 대국민 재난·재해로부터 국민의 생명과 재산을 보호하며, 급격한 통상환경 변화에 대응하고 첨단산업 경쟁력을 강화하는 한편 내수 회복지원으로 어려움이 큰 소상공인과 취약계층을 위해 추경안을 마련하였으며,

농림축산식품부의 세출 추가경정예산안은 소상공인 경영부담 완화와 매출기반 확충을 뒷받침하고, 물가 안정 등 민생안정 지원을 강화하기 위한 것임.

□ 이번 추경안에서 증액된 농림축산식품부 소관 세출 사업은 농특회계 전출을 제외하면 농특회계(구조개선계정)상의 2가지 사업으로,

① 농식품소비기반조성 사업에서는 소비자가 온·오프라인 유통 경로에서 농축산물을 구매하는 경우 할인을 지원하는 ‘농축산물 할인지원’ 내역사업의 예산이 500억원 증액되었고,

② 푸드서비스 선진화 사업에서는 공공배달앱을 활용하여 2만원 이상 배달을 3번 주문하는 경우 1만원의 할인을 지원하기 위한 예산이 650억원 증액되었음.

그런데 이들 사업은 모두 소비자와 소상공인을 직접적인 지원 대상으로 하는 사업으로서, 농림축산식품부의 주요 정책 대상인 ‘농가’에 대하여 직접적으로 지원하는 사업은 아님.

□ 최근 원자재 및 에너지 가격 급등에 따른 농업 전반의 경영비 부담 증가, 기후변화로 인한 자연재해 피해 증가 및 이에 따른 농업 소득의 감소 등으로 농가들 역시 어려움에 처해 있는 상황임.

이에 따라 ‘무기질비료 지원’, ‘농업용 면세유 경유 포함’, ‘한우농가 사료비 지원’, ‘농사용 전기요금 지원’, ‘도축장 전기요금 지원’ 등 다양한 지원 요구가 현장에서 나타나고 있으며,

이는 지방의회 건의문과 언론 기사<sup>1)</sup> 등 다양한 경로를 통하여 표출되고 있음.

### 【 농업 지원에 관한 지방의회 건의문 현황(2025년) 】

| 연번 | 내용            | 지방의회                                                |
|----|---------------|-----------------------------------------------------|
| 1  | 무기질비료 지원      | - 광역: 경상남도의회, 전라남도의회<br>- 기초: 서산시의회, 거창군의회          |
| 2  | 농업용 면세유 경유 포함 | - 광역: 전북특별자치도의회<br>- 기초: 남원시의회, 정읍시의회, 부안군의회, 순창군의회 |
| 3  | 한우농가 사료비 지원   | - 광역: 전라남도의회                                        |

※ 자료: 국회 전자문서시스템을 바탕으로 작성, 2025. 4. 21.

1) 농민신문, “농업 지원 빠진 ‘12조 추경안’…국회 증액 절실”, 2025. 4. 20. (2025. 4. 21. 확인)

<https://www.nongmin.com/article/20250418500597>

□ 따라서 이러한 농업 현장의 요구를 감안하여, 금번 추경안 심사과정에서는 소비자 및 소상공인 외에 ‘농가’의 부담을 경감하기 위한 사업예산에 대한 적극적인 고려가 필요할 것으로 보임.

## 2. 주요사업별 검토의견

### 1) 푸드서비스 선진화 : ‘공공배달앱 할인 지원사업’의 정책효과 제고 방안 강구 및 사업 추진 방식의 다각화 검토 필요

- 농식품부는 동 사업을 통한 할인쿠폰 지급이 ‘일회성 효과’에 그치는 것이 아니라, 중·장기적으로도 소비자들이 공공배달앱을 지속적으로 이용할 수 있도록 하는 ‘정책적 연계방안’을 충실히 강구할 필요가 있음.
- 향후 농식품부가 동 사업을 추진함에 있어 배달을 운영하지 않는 소상공인의 어려움을 해소할 수 있는 방안도 고려하여 현장결제 금액 환급 등 사업 추진 방식의 다각화를 적극적으로 검토할 필요가 있음.

#### (가) 사업 개요

□ 푸드서비스 선진화 사업<sup>2)</sup>의 내역사업인 외식업경쟁력강화패키지 사업은 외식업체 경영부담 완화를 통한 외식물가 안정을 위해 국내산 식재료 공동구매, 분야별 컨설팅 등 맞춤형 지원을 수행하는 사업임. 금번 추경예산안은 '25년 본예산에는 미포함된 외식업경쟁력강화패키지 사업의 내내역사업인 ‘공공배달앱 할인 지원사업’을 최초로 실시하기 위하여 필요한 예산 650억원을 증액하였음.

#### 【 2025년도 농식품 소비기반 조성 사업 예산안 】

(단위 : 백만원)

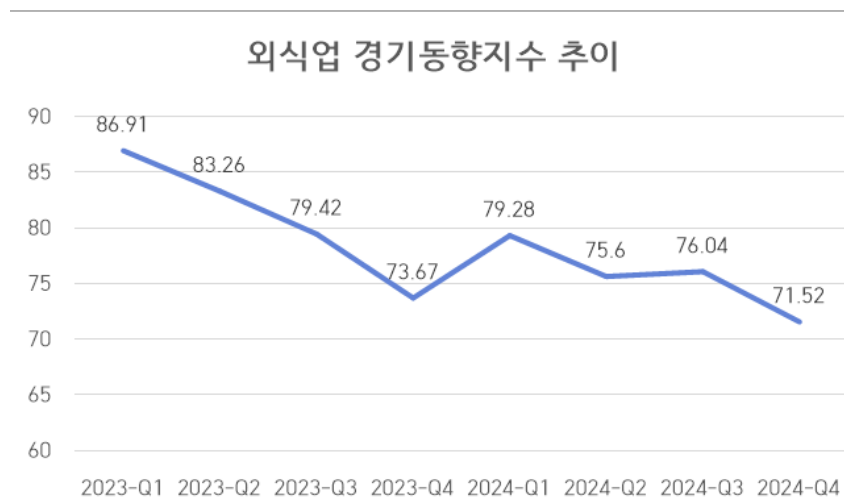
| 사 업 명         | 2024년 예산 | 2025년  |        |         |         |
|---------------|----------|--------|--------|---------|---------|
|               |          | 본예산(A) | 추경안(B) | 증감(B-A) | %       |
| 푸드서비스 선진화     | 2,613    | 1,925  | 66,925 | 65,000  | 3,376.6 |
| - 외식산업활성화     | 763      | -      | -      | -       | -       |
| - 외식업경쟁력강화패키지 | 1,850    | 1,925  | 66,925 | 65,000  | 3,376.6 |

2) 회계(기금)-세부사업: 농어촌구조개선특별회계-푸드서비스 선진화(2837-370)

## (나) 검토의견

- 최근 물가 상승과 소비 심리 위축 등으로 외식업 경기가 지속적으로 악화<sup>3)</sup>됨에 따라, 외식산업경기동향지수<sup>4)</sup>도 지속적으로 하락하고 있는 실정임.

### 【 최근 외식산업경기동향지수 추이 】



※ 자료: 통계청 국가통계포털

3) “1분기 외식업 경기전망지수 80선 붕괴”(헤럴드경제, 2025. 3. 10.)

“올해도 외식 불황 이어지나…외식산업 경기지수 ‘1년째’ 전망보다 하회”(매일경제, 2025. 4. 14.)

4) 외식업체들이 현재 또는 직전 달에 체감한 외식경기 상황을 수치로 나타낸 지수

- 실제 체감한 경기 및 실적을 반영하는 동행 또는 후행지표로서 한국외식산업연구원이 매달 전국 외식업체를 대상으로 실제 매출, 고객 수, 비용 변화 등 최근 한 달간의 실적에 대한 평가를 조사
- 100 이상(이하): 직전 달 외식경기를 긍정적(부정적)으로 응답한 비율이 많음.

□ ‘24년 4분기의 외식산업경기동향지수는 71.52로, 코로나19 유행으로 ‘사회적 거리 두기’ 조치가 시행됐던 2021년 4분기(70.34), 2022년 1분기(70.84) 수준으로 하락하였음.

또한, 물가 상승 등으로 내수 부진이 더욱 심화됨에 따라, 외식산업의 어려움은 지속될 것으로 예상되고 있음.

한편, 주문 수수료(2.0~9.7%) 등이 높은 민간 3社가 배달앱 시장<sup>5)</sup>의 95.7%를 점유함에 따라, 중계수수료 등 배달 관련 비용<sup>6)</sup>으로 외식업체 어려움이 가중되고 있는 실정임.

□ 이에 동 사업은 각 지방자치단체<sup>7)</sup>에서 저렴한 수수료(0~2%)로 운영하는 공공배달앱을 적극 활성화하여 외식업체 부담을 완화하고, 외식업의 어려움을 해소할 목적으로,

공공배달앱을 이용하여 ‘2만원 이상, 3번 배달 주문’할 경우 1만원의 할인쿠폰을 지원하는 사업임(대상: 650만명).

---

5) 배달앱 시장 점유율(모바일인덱스 배달앱 ‘24.12월 월간사용자수) **배달의 민족 2,243만명(57.2%), 쿠팡이츠 963(24.6%), 요기요 547(13.9%)**, 팽겨요 99(2.5), 배달특급 27(0.7), 먹깨비 22(0.5)

※자료: 농림축산식품부 식품산업정책관실 식품외식산업과 제출(2025. 4. 21)

6) (A배달앱 중계수수료) 2만원 주문 시 30.6%에 해당하는 6,116원[주문수수료(1,560원, 7.8%)+결제수수료(600원, 3%)+배달료(3,400원)+부가세(556원)]을 사업주가 배달어플 측에 지급하여야 함.

※자료: 농림축산식품부 식품산업정책관실 식품외식산업과 제출(2025. 4. 21)

7) 47개 지자체(광역시 12, 기초 35), 12개사 운영중

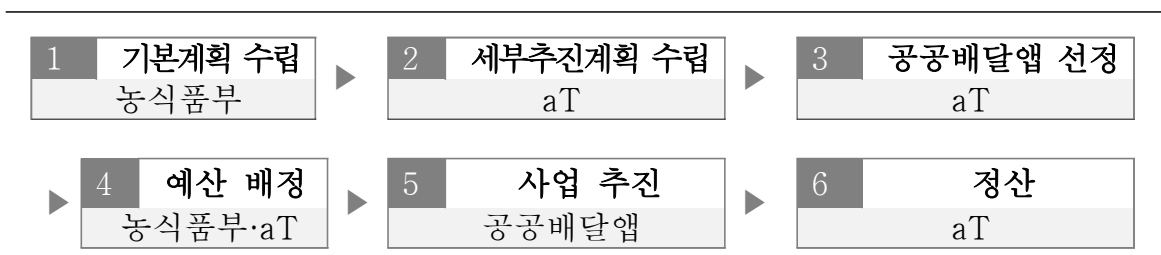
### 【 공공배달앱 활성화 소비쿠폰 사업 개요 】

| 구 분   | 내 용                                                                  |
|-------|----------------------------------------------------------------------|
| 사업 방식 | ○ 소비자들이 공공배달앱에서 2만원 이상 3회 주문 시 1만원 할인쿠폰 650만명 대상으로 지원<br>- 1인 월1회 한도 |
| 사업 계획 | ○ '25. 7 ~ 예산 소진시 까지                                                 |
| 참여 업체 | ○ 지자체와 협약을 체결 중인 공공배달앱 12개사 중 참여를 희망하는 배달앱                           |

※ 자료: 농림축산식품부 식품산업정책관실 식품외식산업과 제출(2025. 4. 21)

- 동 내역사업은 ① 농림축산식품부가 기본계획을 수립하고, ② 한국농수산식품유통공사가 세부추진계획을 수립 및 공공배달앱을 선정하면, 농림축산식품부가 이를 승인한 후, ③ 공공배달앱을 통하여 사업이 추진되는 절차로 수행될 예정임.

### 【 공공배달앱 활성화 소비쿠폰 사업 수행 절차 】



※ 자료: 농림축산식품부 식품산업정책관실 식품외식산업과 제출(2025. 4. 21)

□ 현재 물가 상승 및 소비 심리 위축 등으로 인하여 외식업이 극심한 침체에 놓여있다는 측면과,

주문 수수료(2.0~9.7%) 등이 높은 민간 3社가 배달앱 시장의 95.7%를 점유함에 따라, 중계수수료 등 배달 관련 비용으로 외식업체 어려움이 가중되고 있는 상황을 고려할 때,

중계수수료가 낮은 공공배달앱 이용을 활성화하여 외식업체 부담을 완화하고, 외식업의 어려움을 해소할 목적으로 긴급하게 예산을 지원할 필요성은 있는 것으로 보임.

□ 다만, 다음과 같은 점을 함께 고려하여 향후 사업을 추진해나갈 필요가 있어 보임.

첫째, 소상공인들이 민간배달앱에 지급하는 중계수수료 등의 문제를 해결하고자 공공배달앱이 여러 지방자치단체에서 추진되었으나, 민간배달앱 대비 경쟁력이 떨어짐에 따라 이용실적이 저조하거나 폐지<sup>8)</sup>되었는바, 공공배달앱의 경쟁력을 강화할 방안을 적극적으로 강구할 필요가 있을 것으로 보임.

공공배달앱은 중계수수료가 민간배달앱 대비 저렴하여 사업주의 중계수수료 부담 완화에 기여하는 측면이 있으나,

---

8) “너도나도 ‘공공배달앱’…운영 포기 속출”(KBS뉴스, 2025. 1. 8.)

“공공 배달 앱 잇따른 폐지, 혈세 낭비 논란 커진다”(한국경제TV, 2024. 7. 26.)

“소리 소문 없이 사라지는 ‘공공배달앱’”(국민일보, 2024. 9. 30.)

민간 3社가 배달앱 시장의 95.7%를 점유함에 따라, 이미 선점효과<sup>9)</sup>를 누리고 있고, 소비자들이 공공배달앱의 이용방법 등을 인지하지 못하고 있는 등 공공배달앱의 낮은 인지도로 인해 공공배달앱 시장 규모는 '24년 4,578억원(전체<sup>10)</sup>의 1.6%) 수준으로 미미한 실정임.

특히, 공공배달앱은 소상공인의 중계수수료 부담 완화라는 “공급자” 측면에서 구축 및 운영되고 있는 반면,

정작 소비자는 편리한 이용 시스템, 할인쿠폰·적립금 및 연계시스템<sup>11)</sup>을 제공하는 민간배달앱 대비 공공배달앱을 이용할 유인이 높지 않음에 따라, ① 소비자 이용 저조 → ② 소상공인 공공배달앱 등록 포기 → ③ 공공배달앱 실패의 악순환을 거듭하고 있는 실정임.

따라서, 동 사업 목적인 공공배달앱 활성화를 통한 소상공인들의 중계수수료 부담 완화 및 외식업 침체 극복을 충실히 달성하기 위해서는 동 사업을 통한 할인쿠폰 지급이 ‘일회성 효과’에 그치는 것이 아니라,

중·장기적으로도 소비자들이 공공배달앱을 지속적으로 이용할 수 있도록 하는 정책적 연계가 필수적일 것으로 보임.

---

9)(First-Mover Advantage) 어떤 시장이나 산업에서 최초로 진입하거나 기술·자원을 먼저 확보함으로써 후발 경쟁자보다 지속적인 이익이나 우위를 확보하는 현상

10) 온라인 음식시장 규모(통계청) : ('22) 31.7조원 → ('23) 32.4 → ('24) 37.0(전년 대비 14.2% ↑)

11) 특정 어플 등에 대한 유료결제 시스템 이용 시 배달비 무료 등 인센티브 제공

이러한 정책적 연계가 미비할 경우 동 사업을 통한 공공배달앱의 할인쿠폰 사용이 완료되면 다시 민간배달앱을 이용할 가능성이 높을 것으로 보이는데, 동 사업이 한시적인 일회성 효과에 그칠 우려가 있음.

따라서, 농식품부가 향후 동 사업 추진 시 할인쿠폰 지급 뿐만 아니라, 소비자들이 지속적으로 공공배달앱을 이용할 수 있는 유인책<sup>12)</sup>을 적극적으로 강구함으로써 지금까지 부진했던 공공배달앱의 실적을 개선할 필요가 있을 것으로 보임.

또한, 농식품부가 동 사업을 추진함에 있어 공공배달앱의 낮은 인지도를 개선할 대국민 홍보를 실시하는 등 공공배달앱의 인지도를 제고하기 위하여 보다 적극적으로 노력할 필요가 있을 것으로 보임.

---

12) 회원등급제에 따른 인센티브, 포인트 적립제, 지역화폐 연계 등

□ 둘째, 동 사업은 “공공배달앱”을 이용하는 경우에 한하여 650만명을 대상으로 1만원의 할인쿠폰을 제공하고 있음.

그런데, ‘24년도에 농식품부가 실시한 외식업체 경영실태조사에 따르면, 배달앱을 이용하는 경우가 31.7%, 배달앱을 이용하지 않는 경우가 68.3%로,

현재 어려운 경기 여건 등으로 인하여 어려움을 겪고 있는 소상공인 중에 민간배달앱의 중계수수료 부담 등으로 배달을 따로 하지 않고 대면 서비스만 제공하여 업장을 운영하는 경우가 상당히 많은 실정임.

# 【 사업장 특성별 배달앱 이용 현황(전체) 】

(단위: 개소, %)

| 구분          |               |            | 사례수                      | 사용함  | 사용 안함 |      |
|-------------|---------------|------------|--------------------------|------|-------|------|
| 전체          |               |            | 3,196                    | 31.7 | 68.3  |      |
| 업종          | 일반<br>음식점     | 소계         | 1,658                    | 25.6 | 74.4  |      |
|             |               | 한식         | 1,148                    | 21.6 | 78.4  |      |
|             |               | 중식         | 200                      | 47.7 | 52.3  |      |
|             |               | 일식         | 142                      | 40.4 | 59.6  |      |
|             |               | 서양식        | 94                       | 38.0 | 62.0  |      |
|             |               | 기타 외국식     | 74                       | 37.1 | 62.9  |      |
|             |               | 소계         | 1,538                    | 38.1 | 61.9  |      |
|             | 일반<br>음식점 외   | 기관 구내식당업   | 32                       | 0.0  | 100.0 |      |
|             |               | 출장·이동 음식점업 | 41                       | 8.2  | 91.8  |      |
|             |               | 기타<br>음식점업 | 제과점                      | 147  | 28.0  | 72.0 |
|             |               |            | 피자·햄버거·샌드위치<br>및 유사 음식점업 | 168  | 85.1  | 14.9 |
|             |               |            | 치킨 전문점                   | 164  | 74.9  | 25.1 |
|             |               |            | 김밥 및 기타 간이<br>음식점업       | 204  | 55.5  | 44.5 |
|             |               |            | 간이 음식 포장판매<br>전문점        | 87   | 47.3  | 52.7 |
|             |               | 주점업        | 278                      | 10.2 | 89.8  |      |
|             |               | 비알코올 음료점업  | 417                      | 37.6 | 62.4  |      |
| 운영형<br>태    | 프랜차이즈         |            | 1,057                    | 61.4 | 38.6  |      |
|             | 비프랜차이즈        |            | 2,139                    | 19.8 | 80.2  |      |
| 지역          | 서울권           |            | 595                      | 25.0 | 75.0  |      |
|             | 수도권           |            | 919                      | 32.8 | 67.2  |      |
|             | 충청권           |            | 199                      | 34.6 | 65.4  |      |
|             | 호남권           |            | 331                      | 23.5 | 76.5  |      |
|             | 경남권           |            | 758                      | 33.4 | 66.6  |      |
|             | 경북권           |            | 394                      | 41.0 | 59.0  |      |
| 매<br>출<br>액 | 5천만 원 미만      |            | 134                      | 7.1  | 92.9  |      |
|             | 5천만 원~1억 원 미만 |            | 487                      | 20.6 | 79.4  |      |
|             | 1억 원~5억 원 미만  |            | 2,227                    | 36.1 | 63.9  |      |
|             | 5억 원 이상       |            | 348                      | 34.0 | 66.0  |      |

※ 자료: 농림축산식품부 식품산업정책관실 식품외식산업과 제출(2025. 4. 21)  
(출처 '24. 외식업체 경영실태조사)

□ 또한, 과거 유사사업 추진 경과를 살펴보면, 2020년 및 2021년에 각각 추진하였던 외식 할인사업의 경우에도 대면(현장) 결제를 포함하여 결제금액에 대한 환급을 진행한 바 있음.

### 【 외식 할인사업 실시 내역 】

| 구 분          | 2020                                                                                 | 2021                                                                      |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 푸드서비스선진화     | 40,691백만원                                                                            | 72,250백만원                                                                 |
| 내역) 외식소비문화개선 | '20년 3차 추경<br>(내내역) 외식소비촉진<br>34,300백만원<br>- <u>330만장×1만원+홍보비</u><br><u>1,300백만원</u> | (내내역) 외식소비촉진<br>66,995백만원(본예산)<br>- <u>660만장×1만원+홍보비</u><br><u>995백만원</u> |
| 집행액          | 34,300백만원                                                                            | 66,995백만원                                                                 |
| 할인행사 기간      | 1차) 8.14~8.16<br>2차) 10.30~11.24<br>3차) 12.29~'21.2.21                               | 1차) 5.24~7.4<br>2차) 9.15~10.12<br>3차) 11.1~11.10                          |
| 지급 조건        | 1차) 주말 2만원 이상 5회 이용<br>시 6번째 1만원 환급<br>2차~) 2만원 3회 이용시 4번째 1<br>만원 환급(주중 포함)         | 2만원 3회 이용시 4번째에 1<br>만원 환급(주중 포함)                                         |
| 결제방식         | <u>1~2차) 신용카드 결제(대면)</u><br>3차) 배달앱 주문.결제 한정(비대면)                                    | 1~2차) 비대면(배달)<br>2차) <u>대면, 비대면 동시 진행</u>                                 |

※ 자료: 농림축산식품부 식품산업정책관실 식품외식산업과 제출(2025. 4. 21)

□ 따라서, 향후 농식품부가 동 사업을 추진함에 있어 배달을 운영하지 않는 소상공인의 어려움도 해소할 수 있는 방향도 고려하여 대면(현장) 결제 금액 환급 등 사업 추진 방식의 다각화를 적극적으로 검토할 필요가 있을 것으로 보임.

## 참 고

## '25년 지역별 공공배달앱 운영 현황

\* '25.3월 기준

| 시도 | 시군구       | 배달앱              | 수수료  | 주요 혜택                                      | 서비스<br>개시 | 비고                 |
|----|-----------|------------------|------|--------------------------------------------|-----------|--------------------|
| 서울 | 전체        | 땡겨요              | 2.0% | *지역화폐(5%)<br>*자치구배달상품권(15%)발행<br>*온누리상품권연계 | 22.3.     | 땡겨요로<br>일원화(25.2.) |
| 대구 | 전체        | 대구로              | 2.0% | *지역화폐(5%), 착한매장 할인,<br>*온누리상품권연계           | 21.8.     |                    |
| 인천 | 전체        | 배달e음             | 2.0% | *인천e음                                      | 21.6.     |                    |
|    | 전체        | 땡겨요              | 2.0% | *지역화폐연계X, 협약만 체결                           | 23.11.    |                    |
| 광주 | 전체        | 위메프오             | 2.0% | *지역화폐(10%), 할인쿠폰                           | 21.1.     |                    |
|    | 전체        | 땡겨요              | 2.0% |                                            | 24.1.     |                    |
| 대전 | 전체        | 땡겨요              | 2.0% | *지역화폐(10%), 온누리상품권 연계<br>*전통시장 카테고리 운영     | 24.4.     |                    |
| 울산 | 전체        | 울산페달             | 2.0% | *지역화폐(7%), 할인쿠폰 발행 등                       | 21.3.     |                    |
| 세종 | 전체        | 땡겨요              | 2.0% | *지역화폐(5%), 캐시백(5%)                         | 24.1.     |                    |
| 경기 | 전체        | 배달특급             | 1.0% | *지역화폐(6~10%)                               | 20.12.    |                    |
|    | 전체        | 땡겨요<br>(가평,연천제외) | 2.0% | *지역화폐(6~10%)                               | 25.1.     |                    |
|    | 전체        | 먹깨비              | 1.5% | *지역화폐(6~10%)                               | 25.1.     |                    |
|    | 성남시       | 위메프오             | 2.0% | *지역화폐(6~10%)                               | 21.8.     |                    |
|    |           | 먹깨비              | 1.5% | *지역화폐(6~10%)                               | 21.8.     |                    |
|    | 시흥시       | 먹깨비              | 1.5% | *지역화폐 결제시 5% 할인쿠폰                          | 20.11.    |                    |
|    | 김포시       | 땡겨요              | 2.0% | *지역화폐연계X 할인쿠폰 등                            | 23.10.    |                    |
| 강원 | 춘천시       | 땡겨요              | 2.0% | *지역화폐(7~10%), 할인쿠폰                         | 24.10.    |                    |
|    | 원주시       | 땡겨요              | 2.0% | *지역화폐(8%)                                  | 24. 9.    |                    |
|    | 홍천군       | 땡겨요              | 2.0% | *지역화폐(10%), 할인쿠폰 제공                        | 25.1.     |                    |
|    | 태백시       | 먹깨비              | 1.5% | *지역화폐(10%)                                 | 25.3      |                    |
|    | 정선군       | 먹깨비              | 1.5% | *지역화폐(10%), 할인쿠폰 지원                        | 23.10.    |                    |
| 충북 | 전체        | 먹깨비              | 1.5% | *지역화폐(7~10%), 무료배달                         | 20.9.     |                    |
|    | 전체        | 땡겨요              | 2.0% | *지역화폐(7~10%), 무료배달                         | 23.9.     |                    |
|    | 제천시       | 배달모아             | 0.0% | *지역화폐(7~10%), 할인쿠폰                         | 21.3.     |                    |
| 충남 | 전체        | 땡겨요              | 2.0% | *지역화폐(8~10%)<br>*지역화폐 연계 추진(25.2.~)        | 25.2.     |                    |
|    | 공주시       | 휘파람              | 1.7% | *지역화폐(10%)                                 | 21.9.     |                    |
| 전북 | 전주시       | 전주맛배달            | 0.0% | *지역화폐(10%), 할인쿠폰                           | 22.2.     |                    |
|    | 군산시       | 배달의명수            | 0.0% | *지역화폐(10%), 무료배달                           | 20.3.     |                    |
|    | 정읍시       | 위메프오             | 2.0% | *지역화폐(5~10%), 배달비 지원, 쿠폰                   | 23.5.     |                    |
| 전남 | 전체        | 먹깨비              | 1.5% | *지역화폐(10%)                                 | 22.7.     |                    |
|    | 전체        | 땡겨요              | 2.0% | *지역화폐(10%)                                 | 23.12.    |                    |
| 경북 | 18개<br>시군 | 먹깨비              | 1.5% | *지역화폐(10%)<br>*25년부터 시군별 추진                | 21.9.     |                    |
| 경남 | 통영시       | 위메프오             | 2.0% | *지역화폐(7%)                                  | 22.6.     |                    |
|    | 김해시       | 먹깨비              | 1.5% | *지역화폐(7%)                                  | 22.5.     |                    |
|    | 밀양시       | 위메프오             | 2.0% | *지역화폐(7%)                                  | 20.12.    |                    |
|    | 양산시       | 배달양산             | 2.0% | *지역화폐(7%)                                  | 21.12.    |                    |
| 제주 | 전체        | 먹깨비              | 1.5% | *지역화폐(10%), 배달비 지원                         | 22.12.    |                    |
|    |           | 12개사             |      | 47개 지자체(광역 12개, 기초 35개)                    |           |                    |

※ 자료: 농림축산식품부 식품산업정책관실 식품외식산업과 제출(2025. 4. 21)

2) 농식품 소비기반 조성 : 농축산물 할인지원 사업의 충실한 집행을 위하여 적기에 홍보예산 효율적 집행 필요 등

- 농림축산식품부는 농축산물 할인지원 사업의 충실한 집행을 위하여 적기에 홍보예산을 효율적으로 집행할 필요가 있음.
- 농림축산식품부는 소비자 부담 경감을 위하여 추경안을 통해 하반기에도 농축산물 할인지원 사업이 지속적으로 진행될 수 있도록 노력할 필요가 있음.
- 농림축산식품부는 향후 농축산물 할인지원 사업의 계획을 수립할 시 하반기 집행여력을 고려하여 월별 집행계획을 수립하거나, 예산과정에서 수요에 맞는 예산을 편성하도록 노력할 필요가 있음.

(가) 사업 및 추경안 개요

□ 농식품 소비기반 조성 사업<sup>13)</sup>의 내역사업인 농축산물 할인지원 사업은 소비자 장바구니의 부담 경감을 위하여 우리 농축산물 구매 시 할인지원을 하는 사업으로,

금번 추경예산안은 소비자의 농축산물 구매를 추가적으로 지원하기 위하여 필요한 예산 500억원을 증액하였음.

【 2025년도 농식품 소비기반 조성 사업 예산안 】

(단위 : 백만원)

| 사 업 명       | 2024년 예산 | 2025년   |         |         |      |
|-------------|----------|---------|---------|---------|------|
|             |          | 본예산(A)  | 추경안(B)  | 증감(B-A) | %    |
| 농식품 소비기반 조성 | 123,649  | 123,424 | 173,424 | 50,000  | 40.5 |
| 농축산물 할인지원   | 108,000  | 108,000 | 158,000 | 50,000  | 46.3 |

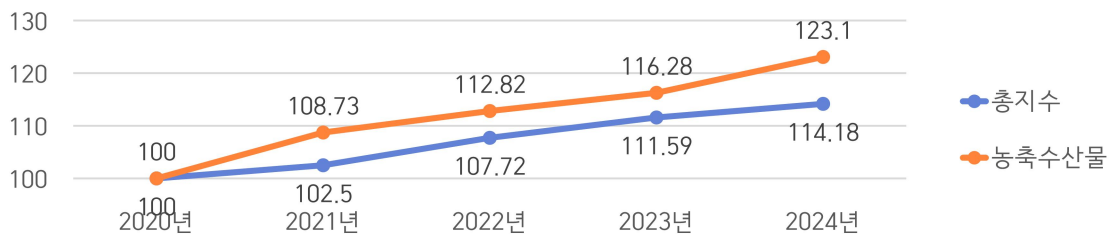
13) 회계(기금)-세부사업: 농어촌구조개선특별회계-농식품 소비기반 조성(3041-385)

## (나) 검토의견

- 최근 농축수산물 물가지수가 지속적으로 상승하고, 그 변동폭이 전체 상품·서비스 물가지수(총지수)<sup>14)</sup>에 비하여 큼에 따라, 농축수산물 소비하는 소비자의 장바구니 부담이 증가하고 있음.

### 【 최근 5년간 연도별 농축수산물 물가지수<sup>15)</sup> 】

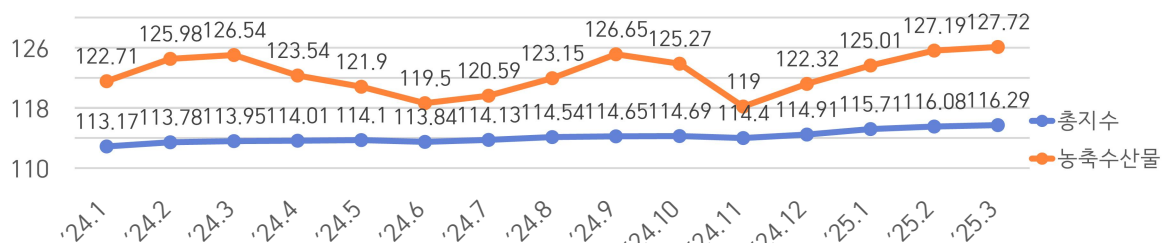
| 구분    | 2020년  | 2021년  | 2022년  | 2023년  | 2024년  |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 총지수   | 100.00 | 102.50 | 107.72 | 111.59 | 114.18 |
| 농축수산물 | 100.00 | 108.73 | 112.82 | 116.28 | 123.10 |



※ 자료 : 통계청 국가통계포털을 바탕으로 작성, 2025. 4. 19.

### 【 최근 15개월간 월별 농축수산물 물가지수 】

| 구분    | 2024년  |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        | 2025년  |        |        |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|       | 1월     | 2월     | 3월     | 4월     | 5월     | 6월     | 7월     | 8월     | 9월     | 10월    | 11월    | 12월    | 1월     | 2월     | 3월     |
| 총지수   | 113.17 | 113.78 | 113.95 | 114.01 | 114.10 | 113.84 | 114.13 | 114.54 | 114.65 | 114.69 | 114.40 | 114.91 | 115.71 | 116.08 | 116.29 |
| 농축수산물 | 122.71 | 125.98 | 126.54 | 123.54 | 121.90 | 119.50 | 120.59 | 123.15 | 126.65 | 125.27 | 119.00 | 122.32 | 125.01 | 127.19 | 127.72 |



※ 자료 : 통계청 국가통계포털을 바탕으로 작성, 2025. 4. 19.

- 14) 소비자가 일상생활을 영위하기 위하여 구입하는 상품·서비스 458개 품목을 대상으로 작성하는 지수  
 15) 비교시점의 물가지수는 기준시점을 100으로 할 때 비교시점 물가의 높고 낮은 정도를 가리키는 것으로, 2020년을 지수기준연도로 보아 산출함.

□ 동 내역사업은 물가 상승에 따라 증가한 소비자의 장바구니 부담을 경감하기 위한 목적에서,

소비자에게 높은 부담으로 작용하는 품목 등, 농림축산식품부가 지정한 품목에 대하여 매주 1인 1만원 한도에서 20% 할인(전통시장은 1인 2만원 한도에서 30% 할인)을 지원하는 사업으로,

특히 상시 할인 행사 외에도, 주요 소비 집중 시기에 대응하기 위한 목적으로서 설맞이, 추석맞이, 김장철 할인행사를 운영함.<sup>16)</sup>

### 【 농축산물 할인지원 내역사업 개요 】

| 구 분     | 내 용                                                                                                                                                                                  |                         |     |            |                      |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----|------------|----------------------|
| 행사 방식   | ○ 소비자들이 국산 농축산물 구매 시 주당 1인 1만원 한도 할인 지원<br>- 마트 등 오프라인: 계산 시 자동할인<br>- 온라인몰: 할인쿠폰 결제 시 적용<br>- 전통시장: 제로페이 농할상품권 발행 및 현장 환급행사 실시(명절)                                                  |                         |     |            |                      |
| 행사 계획   | ○ 상시 할인행사: 평년 대비 가격이 급상승한 품목<br>○ 설맞이 할인행사: 주요 설 성수품 대상(사과·배·축산물 등)<br>○ 추석맞이 할인행사: 주요 추석 성수품 대상(사과·배·축산물 등)<br>○ 김장철 할인행사: 무·배추 등 김장채소 대상                                           |                         |     |            |                      |
| 행사 품목   | ○ 신선 농축산물(친환경 포함) 전 품목, 농축산물 단순가공품*, 기타 평년 대비 가격이 높아 소비자 부담 경감이 필요한 국산 농축산물<br>- 단순처리 가공품(식약처 고시 “식품의 기준 및 규격”에 정의된 “원형을 알아볼 수 있을 정도로 단순히 자름, 절임, 숙성, 냉동, 건조한 농산물”과 그중 바로 섭취가능한 가공품) |                         |     |            |                      |
| 참여업체    | ○ 오프라인(대형마트, 지역농협, 중소형마트, 전통시장, 친환경매장, 로컬푸드직매장)<br>○ 온라인(대형 온라인몰, 지자체·공공기관 온라인몰)<br>(※ 2025년: 13,660개소 - 대형마트 1,673개소, 지역농협 2,212개소, 전통시장 8,611개소 등)                                 |                         |     |            |                      |
| 전통시장 지원 | ○ 전통시장 활성화를 위해 할인을 상향(30%) 적용, 전통시장 온라인몰 지원 등                                                                                                                                        |                         |     |            |                      |
| 할인방식    | 구분                                                                                                                                                                                   |                         | 할인율 | 한도         | 할인 방식                |
|         | 오프라인                                                                                                                                                                                 | 대형·중소형마트                | 20% | 1만원        | ▶ 구매·계산시 자동 할인       |
|         |                                                                                                                                                                                      | 지역 하나로마트                |     |            |                      |
|         |                                                                                                                                                                                      | 친환경매장                   |     |            |                      |
|         | 로컬푸드직매장                                                                                                                                                                              |                         |     |            |                      |
|         | 온라인                                                                                                                                                                                  | 온라인 쇼핑몰                 | 30% | 3만원<br>2만원 | ▶ 쇼핑몰 내 할인쿠폰 발급 및 적용 |
| 전통시장    | 농할상품권(명절)                                                                                                                                                                            | ▶ 모바일상품권 전환인 구매         |     |            |                      |
|         | 현장 환급(명절)                                                                                                                                                                            | ▶ 구매 영수증 확인 후 온누리상품권 지급 |     |            |                      |
|         | 전통시장 온라인몰                                                                                                                                                                            | ▶ 온라인몰 내 할인쿠폰 발급 및 적용   |     |            |                      |

\* 주: ‘농할’은 ‘농축산물 할인지원’의 약칭임

※ 자료 : 농림축산식품부 유통소비정책관 식생활소비정책과 (일부 재가공), 2025. 4. 19.

16) 농림축산식품부 농축산물 할인지원 누리집, [sale.foodnuri.go.kr](http://sale.foodnuri.go.kr)

- 동 내역사업은 ① 농림축산식품부가 기본계획을 수립하고, ② 한국농수산식품유통공사(aT; 이하 “aT”라 한다)가 세부추진계획을 수립하면 농림축산식품부가 이를 승인한 후, ③ 사업이 추진됨.

### 【 농축산물 할인지원 사업 수행 절차 】



※ 자료 : 농림축산식품부 유통소비정책관 식생활소비정책과, 2025. 4. 20.

- 동 내역사업의 2025년 예산은 ① 할인지원 사업비 1,060억원과 ② 홍보·운영비 20억원으로 총 1,080억원인데,

aT가 수립한 “2025년 농축산물 할인지원 세부추진계획”에 따르면, 홍보할인지원 사업비 1,060억원의 월별 집행계획은 아래와 같음.

### 【 2025년 농축산물 할인지원 내역사업(홍보·운영비 제외) 월별 집행계획 】

(단위: 백만원)

| 구분   | 1월<br>(설)     | 2월     | 3월    | 4월    | 5월    | 6월    | 7월    | 8월 | 9월 | 10월<br>(추석) | 11월<br>(김장) | 12월 | 계       |
|------|---------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|----|----|-------------|-------------|-----|---------|
| 대형유통 | 22,000        | 2,700  | 2,700 | 2,700 | 2,850 | 2,850 | -     | -  | -  | 8,800       | -           | -   | 44,600  |
| 중소유통 | 전통<br>시장      | 21,600 | 80    | 80    | 80    | 830   | 830   | -  | -  | -           | 7,100       | -   | 30,600  |
|      | 전통<br>시장<br>외 | 16,400 | 1,220 | 1,220 | 1,220 | 2,820 | 2,820 | -  | -  | -           | 5,100       | -   | 30,800  |
| 계    | 60,000        | 4,000  | 4,000 | 4,000 | 6,500 | 6,500 | -     | -  | -  | 21,000      | -           | -   | 106,000 |

\* 주: “2025년 경제정책방향”(경제관계장관회의, 2025. 1. 2.)에 따라 상반기 80% 집행 목표

※ 자료 : 한국농수산식품유통공사(aT), “2025년 농축산물 할인지원사업 세부추진계획”, 2025. 1.

- 농림축산식품부와 aT는 정부의 “2025년 경제정책방향”의 민생·경기 사업 상반기(1월~6월) 신속집행 기조에 따라 할인지원 사업비의 약 80.2%에 해당하는 850억원을 상반기에 집행하는 것으로 계획하였음.

## 【 “2025년 경제정책방향” 중 민생경제 회복 】

|                                                                                                                            |                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1 민생경제 회복</b>                                                                                                           | ○ (공공기관) 중앙·지방공공기관도 상반기 역대 최고수준 집행률 (중앙 57%, 지방 58%) 달성을 목표로 철저한 집행관리 추진                                             |
| <b>1 내수 등 경기회복 가속화</b>                                                                                                     | <b>【 2. (속도) 집행 가속화를 위해 기용 수단 총동원 】</b>                                                                              |
| <b>(1) 획기적 경기보강</b>                                                                                                        | ○ 역대 최대 회계연도 개시전 배정(11.6조원), 집행규정 적극 완화, 사전절차 단축, 맞춤형 홍보 등 활용해 최대한 당겨집행                                              |
| <b>② 민생 신속지원: 전례없는 규모·속도의 신속집행 + 체감도 제고</b>                                                                                | ▪ 국가·지방계약 한시특례 연장('24.12→'25.6)으로 집행 뒷받침<br>* 입찰·계약보증금 인하, 검사·대가지급 기간 단축, 선금지급한도 확대(70→100%) 등                       |
| <b>【 1. (규모) 역대 최대 상반기 신속집행, 전년비 5+<math>\alpha</math> 조원 확대 】</b>                                                         | <b>【 3. (체감) 연초부터 국민에 절실한 민생지원 체감도 제고 】</b>                                                                          |
| ○ (중앙·지방) 역대 최고 수준의(중앙 67%, 지방 60.5% 내외) 상반기 신속집행 추진(전년대비 5+ $\alpha$ 조원 확대)<br>▪ 85조원 수준 민생·경기 사업은 상반기 70%(1분기 40% 이상) 집행 | ○ 수혜대상별 체감도 높은 사업을 선별, 연초 조기착수 집중관리<br>☞ 美 신정부 정책 구체화 양상, 경제지표 흐름, 민생경제 상황 등 감안해 경제여건 전반을 1분기중 재점검, 필요시 추가 경기보강방안 강구 |

※ 자료 : 관계부처 합동, “2025년 경제정책방향”, 2025. 1. 2.

그런데, 하반기에는 주요 소비 집중 시기인 명절(추석) 대비 행사를 진행하기 위한 210억원의 사업비 외에는 사업 추진을 위한 예산이 부족할 것으로 예상됨.

- 농림축산식품부와 aT는 “2025년 농축산물 할인지원 세부추진계획”에서 할인행사를 1월부터 11월까지 추진하되, 주요 소비 집중 시기인 ① 설맞이 행사(1월), ② 추석맞이 행사(9월~10월) 및 ③ 김장철 행사(11월)에 특별 행사를 추진하는 일정을 계획했는데,

이와 같은 예산 부족으로 인하여, 추석맞이 행사 기간을 제외한 7월부터 11월까지의 하반기 행사 추진과 김장철 행사 추진에 차질이 있을 것으로 예상됨.

□ 이에 동 추경안은 하반기 및 주요 소비 집중 시기인 김장철에 동 내역사업을 전년도인 2024년에 준하는 규모로 추진할 수 있도록, 예산을 500억원 증액하려는 것임.

□ 농림축산식품부는 동 추경안의 예산증액분인 500억원을 아래 표와 같이 전액 하반기에 집행할 계획으로,

특히 주요 소비 집중 시기인 추석(10월)과 김장철(11월)에 전년도에 준하는 450억원과 140억원을 집행하겠다는 계획임.

#### 【 농축산물 할인지원 내역사업(홍보·운영비 제외) 추경안 반영 집행계획안 】

(단위: 백만원)

| 구분  | 1~6월<br>(1월:설) | 7월    | 8월    | 9월    | 10월<br>(추석) | 11월<br>(김장) | 12월   | 계       |
|-----|----------------|-------|-------|-------|-------------|-------------|-------|---------|
| 본예산 | 85,000         | -     | -     | -     | 21,000      | -           | -     | 106,000 |
| 추경안 | -              | 3,000 | 3,000 | 3,000 | 24,000      | 14,000      | 3,000 | 50,000  |
| 계   | 85,000         | 3,000 | 3,000 | 3,000 | 45,000      | 14,000      | 3,000 | 156,000 |

\*주: 전년도인 2024년에는 ① 추석 400억원 규모, ② 김장철 120억원 규모 행사를 추진하였음

※ 자료 : 농림축산식품부 유통소비정책관 식생활소비정책과, 2025. 4. 19.

동 추경안을 통하여 농축산물 판로를 확보하고 소비자의 물가 부담을 완화할 수 있을 것이며, 2025년 상반기에 이어 하반기에도 민생 안정을 위한 사업을 추진할 수 있어 보임.

□ 다만, 추경안에 대하여 다음과 같은 점을 함께 고려하여 향후 사업을 추진해나갈 필요가 있어 보임.

□ 첫째, 농림축산식품부는 동 사업의 충실한 집행을 위하여 적기에 홍보예산을 효율적으로 집행할 필요가 있음.

동 내역사업의 목적이 소비자의 장바구니 부담 경감에 있음을 고려하면, 홍보 활성화를 통하여 보다 많은 소비자가 사업을 인지하고 참여할 필요가 있으며, 그 과정에서 고령층 등 정보취약계층이 소외되지 않도록 할 필요가 있음.

“2025년 농축산물 할인지원 세부추진계획”은 ① 다양한 채널을 통한 홍보로 인지도를 제고하고, ② 고령층 등 정보취약층에 대하여 홍보를 실시하며, ③ 전통시장 상인 및 소비자를 대상으로 사업 홍보를 강화할 것을 제시하여, 홍보의 방향성은 이에 부합하는 것으로 보임.

그러나, 2024년에 동 내역사업에서 홍보비로 사용한 금액은 전체 예산 1,080억원 중 3억 3,900만원(약 0.31%)에 그쳤고, 2025년에도 4월 시점에서 2억 100만원(약 0.19%)만을 홍보비로 사용하여, 홍보에 들이는 예산과 노력이 부족한 것으로 보임.

□ 따라서, 농림축산식품부는 동 사업의 홍보 성과를 충분히 달성할 수 있도록, 홍보예산을 보다 확대할 필요가 있음.

□ 둘째, 농림축산식품부는 추경안에 따른 증액분을 통하여 하반기에도 농축산물 할인지원 사업이 지속적으로 진행될 수 있도록 노력할 필요가 있음.

동 추경안의 필요성<sup>17)</sup>은 농축산물 물가 상승과 이에 따른 민생 불안정 등 대내 여건에 따라, 동 사업이 하반기에도 진행될 필요성이 있으나, 현재 사업계획상 추석을 제외한 하반기에 집행할 예산이 없다는 데 있음.

따라서, 농림축산식품부는 2024년 11월 이후 4개월 간 월별 농축산물 물가지수가 지속적으로 상승해온 점을 고려하여, 추경안의 편성 목적 및 필요성에 따라 하반기에도 동 사업이 지속적으로 진행될 수 있도록 노력함으로써 소비자 부담을 경감할 필요가 있을 것임.

□ 셋째, 농림축산식품부는 향후 동 사업의 사업계획을 마련함에 있어, 하반기 예산집행 여력을 고려하여 월별 집행계획을 수립하거나, 예산과정에서 수요에 맞는 예산을 적정하게 편성하도록 노력할 필요가 있음.

---

17) 「국가재정법」

제89조(추가경정예산안의 편성) ①정부는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하게 되어 이미 확정된 예산에 변경을 가할 필요가 있는 경우에는 추가경정예산안을 편성할 수 있다.

1. 전쟁이나 대규모 재해(「재난 및 안전관리 기본법」 제3조에서 정의한 자연재난과 사회재난의 발생에 따른 피해를 말한다)가 발생한 경우
2. 경기침체, 대량실업, 남북관계의 변화, 경제협력과 같은 대내·외 여건에 중대한 변화가 발생하였거나 발생할 우려가 있는 경우
3. 법령에 따라 국가가 지급하여야 하는 지출이 발생하거나 증가하는 경우

농림축산식품부는 동 추경안의 필요성으로, 물가 불확실성이 확대되는 상황에서 전년 규모로 연중 소비자 물가 부담 경감 사업의 추진이 필요함에도, 동 내역사업의 2025년도 본예산이 조기 소진 예정인 점을 제시함.<sup>18)</sup>

그러나, 본예산의 조기 소진이 예정된 것은 농림축산식품부가 정부의 민생·경기사업 상반기 신속집행 기조에 따라 80% 이상의 예산을 상반기에 집행하기로 계획하였기 때문으로,

한정된 예산 규모 속에서 상반기 내 신속 집행에만 집중한 결과, 동 내역사업의 하반기 추진 필요성 및 집행여력에 대한 고려가 부족했던 측면이 있음.

또한, 동 내역사업은 2024년도에도 사업비 부족으로 6월 6일부터 8월 28일까지 약 3개월 동안 할인품목을 선정하지 못한 사례가 있고, 사업진행을 위하여 예비비 587억원을 추가로 집행한 바도 있음.

- 따라서, 농림축산식품부는 향후 농축산물 할인지원 내역사업의 계획을 수립할 시, 하반기 집행여력을 고려하여 월별 집행계획을 수립하거나, 예산과정에서 수요에 맞는 예산을 편성하도록 노력할 필요가 있을 것으로 보임.

---

18) 농림축산식품부, “2025년도 제1회 추가경정예산안 사업설명자료(Ⅱ-1)”, 2025. 4., p. 26.