
대국민 안전농식품 공급을 위한 GAP 실천강화 주간(캠페인) 운영 계획

2019. 9.



농림축산식품부

순서

I. 추진개요	1
II. 세부 추진계획	2
1. 생산자 실천 사항	2
2. 관계기관 홍보지원	4
3. 관계기관 교육지원	6
III. 평가 및 포상	6
[붙임]	
1. GAP 실천 캠페인 심사기준표	8
2. GAP 실천 캠페인 실적보고서	9
3. 개인정보 수집 및 이용에 관한 동의서	11
4. GAP 캠페인 관계기관별 지원 계획안	12
5. GAP 캠페인 기관별 지원 실적	13

1 배경

- 그간 지속적인 정책추진으로 GAP 인증농가는 꾸준히 증가*하였으나, 농업인의 생산단계 위생환경 조성의 주도적 참여는 미흡
 - * 인증농가(%) : '16) 74,943(6.9) → '17) 86,091(8.1) → '18) 86,789(8.3) → '19.6) 90,222(8.8)
- 정부 주도 교육·홍보 방식에서 벗어나, 생산자가 중심이 되어 GAP를 올바르게 실천하는 활성화 운동(캠페인) 전개로 인증확대 견인

2 캠페인 개요

- 주 관 : 전국GAP생산자협의회(107개 회원농협)
 - * 참여기관(단체) : 농식품부, 농진청, 농관원, 지자체, 인증기관 등
- 캠페인 일정 : '19.10.1 ~ '19.10.14 (2주)

3 주요 추진내용

- (기준실천) 비료·농약관리, 토양·용수관리, 수확 후 관리, 작업자 안전 등 점검(농협·생산자 중심 농업환경 점검 및 인증기준 준수 교육)
- (내부심사) 단체인증 농가 기준실천의 내실화를 위해 내부심사자 주도로 자체 내부관리 추진(내부심사제 : '19.1.31. 도입)
- (홍보추진) 슬로건 홍보(현수막 게재·농협 ATM기 등), 홍보 리플릿·포스터 배포, 언론(공중파 방송·농민신문·세계일보 등) 홍보 등
 - * 지자체는 자체적으로 홍보행사, 리플릿 배포, 문자 발송 등은 온·오프라인 홍보 지원
- (교육추진) 참여 농협 조합원 GAP 인증 갱신·신규자 대상 제도 교육 및 생산자 단체 GAP 신규가입 유도(농진청·농관원·지자체 지원)

1 생산자 실천 사항

□ GAP 인증 단체 또는 개인별로 GAP 기준에 따라 농장별 위해 요소 집중 관리를 실시하는 「GAP 실천 강화 주간」 운영

○ 평소 세심하게 관리하지 못했던 위해요소 관리 포인트에 대해 GAP 기준에 따라 자체점검하여 위생수준 제고

- (농약관리) 농약의 보관 상태*를 확인하고, 농약 살포장비 세척·관리, 사용 후 빈 농약 용기와 살포 잔액의 관리

* 햇빛이 들지않고 화재로부터 안전한 장소인지 확인, 농산물과 사료·비료 등의 보관 장소와 구분·격리 상태 확인, 농약보관함의 잠금장치 등 확인



- (비료관리) 비료가 농산물, 포장재, 종자, 농약 등과 접촉되지 않는지 구분 보관하고, 보관중인 비료가 유출되지 않도록 관리



- (토양·용수관리) 토양이나 용수에 주변 동물배설물, 환경 오염 물질 등이 유입되지 않도록 농장과 수원 인근의 위생관리 강화



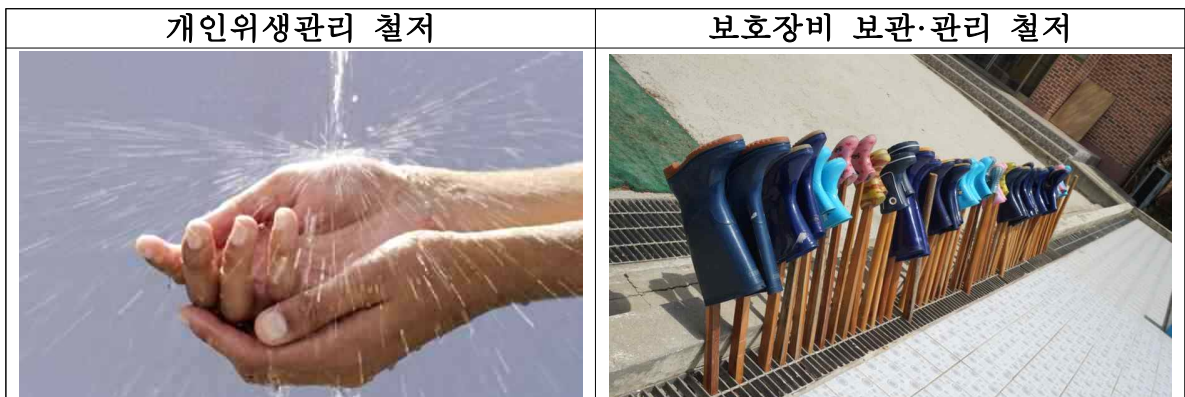
- (수확 후 관리) 수확 후 관리시설의 위생관리 강화를 위해 청소 및 소독을 실시하고, 개인 위생 장비와 작업 도구 등을 정비

* 농가(단체)에서 자체 보유한 GAP시설은 더욱 철저한 위생 관리 요구



- (작업자 관리) 작업자들의 건강과 안전을 위협하는 위해요소를 숙지하고, 보호장비 등의 보관·관리 상태 확인 및 정비

* 캠페인 기간동안 농장 직원들에 대한 자체 교육 강화



□ 내부심사자 활동 등 GAP 단체인증의 내실화 도모

- 그간 인증실적 중 단체인증이 차지하는 비율*이 높으나, 단체인증 관리를 위한 별도의 규정이 없어 '19.1월 '내부심사제' 도입(권장)
 - * '18년 기준 : (개별인증) 5,169호(6.0%) / (단체인증) 81,620(94.0)
 - * '19년 상반기 내부심사자 교육 26회(944명) 실시
- 단체별로 지정된 내부심사자가 단체 소속 농가의 기준실천과 위해요소 관리 사항을 점검하여 단체인증의 안전성 제고
- 각 단체(또는 지역)별로 결의대회 또는 집합교육 등 추진하여 결속력을 강화하고 대국민 인지도와 신뢰도 제고

2 관계기관 홍보지원

□ 성공적인 캠페인을 위해 관계기관 및 지자체에서 홍보지원

- (방송촬영) KBS2 생생정보(농식품부, 10.9) 및 지역방송(지자체)을 통해 생산자 캠페인 취지를 알리고 GAP 제도 홍보
 - * GAP 우수실천 농가(단체)를 선정하여 방송촬영 지원



- (슬로건) 국민생각함을 통해 공모*한 GAP 슬로건을 각종 홍보물 및 홍보자료에 활용(리플릿, 현수막, 전국농협ATM기(25천개) 등)

* 온라인 800건 접수(7월) → 15건 선정(내외부 위원 20명) → 대국민 선호도 조사 최종 1건 선정(8월) → “안심하고 소비하는 나라, GAP와 함께 합니다”

<슬로건 공모전 선정 결과>

- (최우수) 안심하고 소비하는 나라! GAP와 함께 합니다
- (우수) 농산물에 안전의 가치를 더하다 - GAP
- (장려1) 농산물 안전의 마침표, GAP인증
- (장려2) GAP, 농산물애(愛) 안전을! 먹거리애(愛) 건강을!

○ (현수막) GAP 슬로건을 활용하여 농협(107개 회원 및 희망 농협), 하나로마트, 공공청사 등 유동인구가 많은 장소에 게재

* 농협 중앙회에서 GAP 회원농협(107개)에 2개씩 제공, 지자체 및 관계기관에서는 플랜카드(안)를 활용하여 자체 제작 및 게재

< 플랜카드 안 >

안심하고 소비하는 나라, GAP와 함께 합니다

- 안전·안심 농산물 생산을 위한 GAP 실천강화 주간(10.1~14) -

* 슬로건 공모전 우수 4건 활용 (문구 및 디자인은 변경가능)

○ (리플릿) GAP 인증 확대 및 유통·소비자 인지도 제고 및 소비 촉진을 위한 리플릿 17만부* 제작 및 배포(지자체, 농관원 지원, 농협 등)

* (생산자용, 6만부) 농진청, 농관원 각 3만부 / (소비자용, 5만부) 농관원 3만부, 농협 2만부 / (유통업체용, 6만부) 농관원

○ (포스터) GAP 소비자 인지도 제고를 위해 농협은행(1,190개소) 및 지역농협(1,122개소)에 각 5부씩 12천부 제작·배포

* 포스터 이미지는 지자체에 배포하여 공공기관 홈페이지 팝업으로 홍보

○ (신문) 관계기관(농식품부, 지자체 등)의 보도자료 배포, 5단 광고·기고문(농민신문·세계일보) 등 지원하여 GAP 캠페인·제도 홍보

○ (기타지원) 로컬푸드 매장내 홍보 및 기획판매전 추진, 청사내 전광판 활용 홍보, SMS 문자 발송 등 지자체 주관 홍보지원

3

관계기관 교육지원

- 지속가능한 GAP 발전을 위해 관계기관 및 지자체에서 교육지원
 - (컨설팅) GAP 실천마을(농진청), 지역 품목 조합(희망 지자체)에 대해 컨설팅 지원(농관원 사업 활용 등)을 통해 신규 인증농가 확대
 - (교육) 캠페인 기간 중 생산자, 소비자, 유통·급식관계자 등 대상으로 교육을 강화하여 캠페인 취지 및 GAP 가치 전파 확대
 - (농업인) 농진청(농업기술센터), 농관원(지원), 지자체 등에서 농업인 기본교육, 현장교육, 내부심사자 교육 등 지원
 - (소비자) 농식품부 주관 소비자·영양사 교육, 지자체에서 추진하는 소비자 단체 교육(식생활교육지원사업 연계) 등 지원
 - (유통 관계자) 롯데마트(농관원) 및 농협 유통관계자(농협) 등 지원
 - (기타교육) 지자체 주도로 시·군 GAP 담당 및 교육(지)청 급식담당, 영양(교)사 대상 교육 지원

III

평가 및 포상

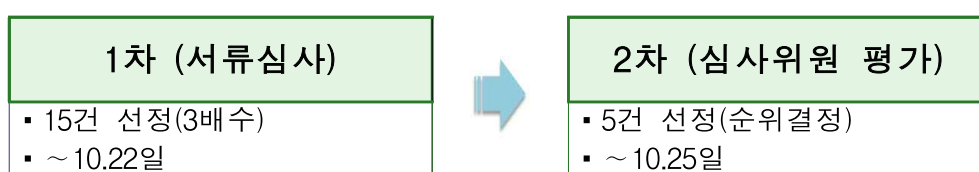
1

실적제출 및 평가

- (실적제출) 캠페인 참여 농가(단체)는 GAP 실천사항에 대한 결과를 작성하여 전국GAP생산자협의회에 제출(10.18 까지)
 - 관계기관의 홍보·교육 지원 실적은 10.15까지 농식품부 제출
 - * 지원 우수 기관 및 지자체(시도, 시군) GAP 담당자는 연말 장관표창 부여 (단, 실적 현황에 따라 수상자가 없을 수도 있음)

- (평가) 전국GAP생산자협의회 운영위에서 심사 및 우수농가 선정
 - (심사위원) 생산자협의회 중심으로 GAP분야 전문가를 구성하여 GAP 기준실천과 단체인증 관리를 중심으로 공정한 심사 추진
 - (심사) 농협(원예사업부)에서 1차 서류 심사를 통해 15건 선정(3배수), 이후 생산자협의회 운영위*에서 최종 선정(5개 단체)

* 최고/최저 점수를 제외한 나머지 심사위원 평가점수의 평균값으로 순위결정



2 포상 및 활용계획

- (포상) 선정된 우수 농가(단체)는 상장 수여 및 상금 증정
 - 상장 및 시상 규모 : 상장 5점, 상금 260만원

구분	훈격	상금
대상	농림축산식품부 장관상	100만원
최우수상	농협경제지주 대표이사상	70만원
우수상	농촌진흥청장상	50만원
장려상	국립농산물품질관리원장상	20만원
장려상	전국GAP생산자협의회장상	20만원
합계	5점	260만원

- * 출품작은 반환하지 않으며, 이에 대한 제반권리는 전국GAP생산자협회에 귀속
- * 공모취지에 부합하지 않거나 수준이 미흡할 경우 수상규모 변동 가능하며, 시상금은 제세공과금을 제하고 지급

- (활용) 제출자료는 교육·홍보자료로 활용하며, 우수농가(단체)은 향후 관계기관 홍보사업(팜투어, 방송촬영 등)에서 우선선정 혜택부여

붙임 1

GAP 실천 캠페인 심사기준표

□ 서류심사 : 5개 항목 20점 만점으로 평가진행

농가(단체)명		농가(단체)대표	
심사일자	2019. . .	심사위원	(서명)

평가항목	세부항목	배점	평가점수	평가기준
1. GAP 참여도	인증 유지 기간	2		○ 인증 취득연도를 포함하여 5년 이상 3
				○ 인증 취득연도를 포함하여 3년 이상 2
				○ 인증 취득연도를 포함하여 2년 이하 1
2. GAP 캠페인 자체 활동	① 자체 홍보활동 ② 자체 GAP 교육 ③ 내부심사적용	5		○ ①, ②, ③ 활동 모두 실시 5
				○ ①, ②, ③ 활동 중 2개 실시 3
				○ ①, ②, ③ 활동 중 1개 실시 1
3. GAP실천사례	GAP실천 기준 이행여부	5		○ GAP실천사례 5개 부문 모두참여 5
				○ 5개 부문 중 3개 이상 참여 3
				○ 5개 부문 중 2개 이상 참여 2
				* 5개부문 : 농약/토양/용수/비료/작업자위생관리
4. 참가서류 작성 충실도	서류완비 및 작성 충실도	3		○ 제출기한 준수여부 1
				○ 참가서류 작성 충실도 - 실적보고서 및 사진자료 첨부 여부 2
5. 향후 실천계획	GAP인증기준 실천을 위한 방안	5		○ GAP실천을 위한 노력 1
				○ 생산현장 개선·보완계획 - 5개 부문을 중심으로 3
				○ 기타 GAP기준 이행 노력 1
계		20		

GAP 캠페인 실천 사진자료 첨부(하단 표에 삽입)

- 농약, 비료, 토양, 용수, 작업자관리, 수확 후 관리 등 실천사진

캠페인 실천 사진자료	

※ 사진첨부란이 부족할 경우 별지 활용

전국GAP생산협의회장(이하'GAP협의회'이라 함)는 개인정보보호법, 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 등 관련 법령상의 개인정보보호 규정을 준수하며, 참가자들의 개인정보 보호에 최선을 다하고 있습니다.

1. 개인정보 수집 및 이용주체

- 귀하께서 제출한 개인정보는 GAP협의회가 직접 접수하고 관리하며, 향후 개인정보 관리 책임은 GAP협회에 있습니다.

2. 동의를 거부할 권리 및 동의 거부에 따른 불이익

- 참가자는 아래 개인정보 제공 등에 관해 동의하지 않을 권리가 있습니다.
- 다만, 신청서를 통해 제공받는 정보는 GAP협회의 캠페인 심사전형에 필수적인 항목으로 해당 정보를 제공받지 못할 경우 GAP협회는 공정한 심사진행을 할 수 없습니다.
- 따라서 아래 개인정보 제공에 동의하지 않는 경우 캠페인 참가가 제한될 수 있습니다.
- 참가자의 동의거부 권리 및 동의거부에 따른 불이익은 아래에 제시되는 모든 동의사항에 해당됩니다.

3. 수집하는 개인정보 항목

- 성명(국문), 주소, 소속, 전화번호, 휴대전화번호, 전자우편 등

4. 수집 및 이용목적

- 캠페인 심사의 진행 및 진행단계별 결과 등 관련 정보 안내

5. 개인정보의 보유 및 이용기간

- 신청서 상에 작성하신 개인정보는 GAP협회의 캠페인 운영관리를 위해 활용될 예정으로 참가자의 삭제 요청 시까지 보관됩니다.
- 참가자께서는 삭제를 요청하실 경우 해당정보를 삭제합니다.

6. 개인정보 제공

- GAP협의회는 참가자의 개인정보를 제3자에게 제공하지 않습니다.

본인은 개인정보 수집 및 이용에 관한 동의를 확인하였으며 상기 내용에 동의합니다.

2019. . .

동의자 성명 :

(서명)

전국GAP생산협의회장 귀중

붙임 4

GAP 실천강화 주간 관계기관별 지원 계획안

구분	지원내용	지원 세부 내용	추진기관
홍보	방송촬영	(공중파) KBS 생생정보 (10.9 방송)	농식품부
		지역방송	광주, 울산, 제주
	리플릿	생산자용 6만부(농진청 3만, 농관원 3만)	농진청, 농관원
		소비자용 5만부(농관원 3만, 농협 2만)	농관원, 농협
		유통업체용 6만부	농관원
	포스터	농협은행(1,190개소), 지역농협(1,122개소) ×5부	농협
		시도, 시군 홈페이지 팝업	부산, 대전, 울산, 충북, 충남, 세종
		시정 홍보물 포스터 제작 및 배포	부산, 광주, 대전
		카드뉴스 제작 및 배포	농정원
		서울도시농업 e소식지 홍보	서울
	현수막	GAP 회원 농협(107개소) × 2개	농협
		청주 농민장터(10.12)	충북
		청사내 전자 홍보판,	울산
		지역농협, 터미널, 하나로마트, 로컬푸드 매장 등	전남, 울산, 세종, 경기
	신문	농민신문 5단 광고 + 기고문(차관보)	농식품부
		세계일보 5단 광고 + 기고문(협의회장)	농협
		온라인경제지(이데일리, 매일경제)	농정원
		보도자료 배포	농식품부, 농협 대구, 세종 인천, 광주, 울산, 전남
	행사	GAP 제도홍보 캠페인(10.8, 대구 동성로)	대구
		기획판매전(10.11~13, 충북물류센터)	충북
상생상회 판매전		서울	
로컬푸드 직매장 내 홍보관 운영		울산, 인천, 경북	
표어	표어 공모전 결과 홍보	농관원	
	홍보문자 발송	전남, 부산, 경북, 경기	
포상	장관상, 농진청장상, 농관원장상	농식품부, 농진청, 농관원	
교육	컨설팅	GAP 생산마을 조성 컨설팅	농진청
		지역 품목조합 컨설팅	광주, 경북
		컨설팅 사업을 통한 인증전환	농관원
	집합교육	농업인 기본교육(2천명), 유통업체 교육	농진청, 농관원
		소비자 교육(식생활교육지원사업 등 연계)	부산, 대구, 인천 울산, 충북, 충남, 전남
		시군담당자 및 교육청 급식관계자 등 교육	광주, 울산, 전남, 경남, 경기

* 상기 지원계획(안)은 사전조사에 따른 것으로 관계기관에서는 변경하여 추진 가능

* 예산 : 농식품부(농식품국가인증홍보사업), 농관원(15백만원), 농진청(10백만원), 농협(50백만원)

붙임 5

GAP 캠페인 기관별 지원 실적

□ 홍보 지원 실적

	방송	신문	리플릿	포스터	현수막게재	기타
실적	00회	00건	0,000부	00부	00개	0

○ 실적 세부 내용

- (방송) 지역방송(프로그램명) 3회 송출(10.5, 10.7, 10.9)
- (신문) 신문광고 2회(00일보), 기획기사 3편(00일보), 기고문 2편(00일보)
- (리플릿) 소비자 대상 2,000부 배포
- (포스터) 관공서 및 로컬푸드 매장 등 100장 배포 및 게재, 관공서 홈페이지 팝업창 홍보(10.1~14)
- (현수막) 주요 톨게이트, 터미널, 하나로마트 등에 20개 게재
- (기타) 기획판매전(00마트, 10.5~7), 제도홍보 캠페인(동성로, 10.8), 도시농업 소식지 3,000부 배포, SMS 메시지 30,000건 발송 등

□ 교육 지원 실적

	농업인 교육	소비자 교육	시군 교육	급식관계자 교육	기타
실적	00회 00명	00회 00명	00회 00명	00회 00명	00회 00명

○ 실적 세부 내용

- (농업인교육) 농업인 PLS 교육과 연계(00회 00명)
* 세부실적 : 평택(10.2, 00명), 수원(10.7, 00명)
- (소비자교육) 식생활교육지원사업 등과 연계(00회 00명)
* 세부실적 : 평택(10.2, 00명), 수원(10.7, 00명)
- (기타) 시군 및 학교급식관계자(교육청, 영양교사 등) 교육(00회 00명)

□ 기타 지원 실적 (숫자 중심으로)

○

-

*