국산 밀 경쟁력 강화를 위한

제2차 밀 산업육성 기본계획

(2026~2030)

2026. 3

농림축산식품부

전 략 작 물 육 성 팀

목 차

Ⅰ. 계획의 개요 ····· 1

1. 수립 배경 및 법적 근거 ····· 1
2. 수립 경과 ····· 1

Ⅱ. 밀 산업 현황 ····· 2

1. 국제 밀 수급 동향 ····· 2
2. 국내 밀 산업 현황 ····· 3

Ⅲ. 제1차 계획 평가 ····· 5

1. 추진 내용 ····· 5
2. 추진 성과 ····· 7
3. 미흡한 점 ····· 8

Ⅳ. 제2차 계획 기본방향 ····· 11

Ⅴ. 비전 및 추진 전략 ····· 12

Ⅵ. 세부 추진 과제 ····· 13

1. 수요에 기반한 효율적 생산 체계 구축 ····· 13
2. 고품질 밀 유통 활성화 ····· 16
3. 소비가 생산을 견인하는 선순환 체계 구축 ····· 18

Ⅶ. 향후 추진계획 ····· 22

Ⅰ. 계획의 개요

1 수립 배경 및 법적 근거

□ **(법적 근거)** 「밀 산업육성법('20년 제정)」 제5조 제1항에서 **「밀 산업육성 기본계획」**수립 근거를 규정

○ **[수립 주기]** 제2차 계획 2026~2030년, 5년마다 수립

○ **[포함 사항]** 밀 산업 현황과 전망, 밀산업 육성 기본목표 및 추진방안, 밀 자급률 향상과 수급조절에 관한 사항, 품질향상 및 소비 촉진 등

2 수립 경과

□ 국내외 밀 산업 현황 조사, 제1차 기본계획 성과평가, 정책 목표 및 세부 계획 수립 등을 위한 **연구용역 추진**(KREI, '24.12~'25.12)

* 국내외 밀산업 현황 분석, 밀산업 육성 장기 발전 방향 제시, 소비활성화 방안 등

□ 생산자* 및 산업계**(**2월~9월, 각 5회**), 지자체 등을 대상으로 주요 이슈별 간담회 개최 등 **1차 의견수렴 추진**

○ 밀 비축계획 및 종자공급, 교육·컨설팅 지원방안, 국산 밀 품질 제고 방안 등 논의

* 우리밀살리기운동본부 등 생산단지(2.13, 군산/ 3.4, 오송/ 4.24, 세종/ 5.27, 나주/ 8.26, 오송)

** 사조동아원(3.28), 한국우리밀, SPC삼립(4.11), 오비맥주(5.15), 제분협회(7.24), CJ·오뚜기(9.9)

□ **각 분야별**(생산·가공·유통·소비 등) 생산자·수요업계·연구기관 **전문가 협의**(11~12월)

○ 이해관계자 대상 **국산 밀 현황 및 개선 과제** 등 의견 청취(11.7)

* (업 체) 국산 밀은 수입 밀 대비 가격 경쟁력이 낮고, 품질 및 균일성이 낮아 활용 어려움

* (생산자) 수입 밀과의 차액지원, 공공급식, 지역소비처 확대, 캠페인 등 정부지원이 필요

○ 분야별 **소규모 전문가 워킹그룹 구성·운영**('25.11~'26.1월, 4회)

* 정부, 생산자, 가공업체, 연구자 등 실무 전문가 그룹을 통해 세부 방안 논의

Ⅱ. 밀 산업 현황

1 국제 밀 수급 동향

□ **(수급)** ’25년 기준 호주, 러시아 등 주요국의 생산 증가로 역대 최대 생산량을 기록하여 수요량이 증가했음에도 **수급은 안정적인 상황**

○ ’25년 재배면적은 평년과 비슷한 수준이나, 생산기술 향상 등으로 단위면적 당 생산량이 증가하여 수급은 안정적일 전망

* 밀 재배면적/1ha당 밀 생산량 : (’10) 217백만ha/3.0톤 → (’20) 220/3.5 → (’25) 220/3.8

○ 다만, ’07~’08년 글로벌 식량 위기, ’10년 러 밀 수출 금지, ’22년 러-우 전쟁 사례와 같이 밀 수급은 대외 여건(기후, 분쟁 등)에 민감

* 밀 주요 수출국(’24) : 러시아(43백만톤), EU(28), 캐나다(29), 호주(24), 미국(22), 우크라이나(16)

< 최근 5년 국제 밀 수급동향 >

(단위: 백만톤)

연도	’18~’20	’21/’22	’22/’23	’23/’24	’24/’25	’25/’26
생 산 량	754.0	780.8	790.5	792.4	800.8	842.2
소 비 량	748.9	787.6	781.9	798.0	800.7	819.7
기 말 재 고	289.0	275.3	274.7	270.0	260.0	278.3

* 출처 : USDA「World Agricultural Supply and Demand Estimates」(’26. 1월)

□ **(가격)** ’22년 러-우 전쟁과 곡물 수출 제한 조치, 팬데믹 이후 해상 운송 등 공급망 차질 등으로 **’22.5월 큰 폭으로 가격 상승** 후 다시 **안정세로 전환**

< 국제 밀(SRW) 선물가격 (시카고선물거래소 기준) >



□ **(전망)** **현재** 수급은 **안정적**이나, 기후변화에 따른 이상기후(가뭄 등) 국제 분쟁 및 무역갈등, 팬데믹 등 **글로벌 이슈 발생 우려**는 존재

2 국내 밀 산업 현황

가. 국내 시장규모 및 수급동향

□ **(시장규모)** 국내 사료용 등 비식품류*를 포함한 **밀 시장 규모는 2조 4백억원**이며, 이중 **국산은 160억 원, 전체 시장의 0.8% 수준 점유**('24 식품산업 원료소비 실태조사)

* 동물용 사료, 화장품 등 농축산물을 원료로 사용하는 생산품 중 식품을 제외한 품목

□ **(수급)** 국내 밀 **수요는 '24년 기준 4,508천톤**(식용 2,554, 사료용 1,940)이며, **공급은 5,316천톤**(생산 37, 수입 4,673, 이월 606)으로 연도말 재고는 808천톤

○ **식용 전체 소비량은 2,554천톤**이며, **식량용**(3kg 미만 포장) **54천톤**과 식품업체 등으로 공급되는 **가공용**(주정용 포함) **2,500천톤** 소비

○ 우리나라 식용 밀 주요 수입국은 미국·호주·캐나다('24, 99.7%)

* '24년 밀 수입 실적(관세청) : 미국 1,318천톤(47.6%), 호주 1,202(43.4%), 캐나다 242(8.7%)

< 양곡연도별 밀 수급실적 >

(단위 : 천톤)

구분	공 급				수 요							연도말재고
	합계	이월	생산	수입	합계	식 용			사료용	종자용	감모 등	
						소계	식량용	가공용				
2022	5,342	752	35	4,555	4,649	**2,559**	61	2,498	2,081	2	7	692
2023	5,070	692	52	4,325	4,464	**2,499**	56	2,443	1,923	1	41	606
2024	5,316	606	37	4,673	4,508	**2,554**	54	2,500	1,940	1	14	808

* '25년 밀 통계 조사방식을 개선(당초 식용/사료용 → 식용(식량용, 가공용)/사료용)하고, '22년 양곡년도부터 적용

□ **(소비 동향)** 1인당 밀 소비량은 지속 증가하고 있으며, 빵은 성장, 과자는 감소

< 주요 밀 제품군별 1일 섭취량 및 1인당 소비량 >

(단위 : g, kg)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	연평균 증감율 (2019-2023)
1일 섭취량 합계(g)	**58.94**	**62.51**	**54.02**	**58.4**	**60.82**	**1.2%**
밀가루	5.67	5.32	5.55	5.54	6.08	**1.9%**
국수	14.27	16.97	12.19	12.7	14.47	2.2%
라면	11.8	13.78	10.18	11.26	11.82	1.6%
빵	19.59	19.4	19.83	21.44	21.47	**2.4%**
과자	7.61	7.04	6.27	7.46	6.98	**△1.5%**
1인당 연간 소비량(kg)	31.6	31.2	**36.9**	**38.3**	**37.5**	**4.7%**

* 출처 : 1일 섭취량(질병관리청 국민건강영양조사), 1인당 소비량(데이터처)

나. 국산 밀 산업 현황

□ **(생산) '25년 기준** 재배면적은 9,072ha, 농업경영체는 5,657개소, 생산량은 38천톤으로 '23년 최대 생산(12천ha, 52천톤) 이후 37~38천톤 수준 유지

○ **'23년** 전략작물직불금 확대·시행* 등에 따라 **농업경영체**(직불금 수급 기준)와 **재배면적이 대폭 증가**하였으나 **이후 정체**

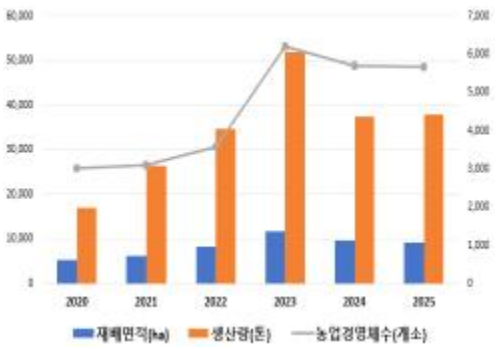
* ('14~'22) 논 활용(이모작)직불 50만원/ha → **('23)** 전략작물직불 50만원/ha +**이모작 인센티브 100만원/ha**

○ **생산 단수는** 재배 기술 향상 등으로 **지속 증가해 왔으나**, 최근 기후 변화 등으로 인한 **재해* 및 병충해 영향**으로 일시적 **감소**

* '24년 밀 월동 전후('23.12~'24.2) 잦은 강우(강수량 211.5mm, 전년 대비 133.3mm↑, 평년 대비 143.9mm↑) 및 고온(3.6℃, 전년 대비 1.0℃↑, 평년 대비 2.2℃↑) 등

< 연도별 밀 생산 현황 >

구분	'20	'21	'22	'23	'24	'25
재배면적(ha)	5,224	6,224	8,259	11,600	9,536	9,072
생산량(톤)	16,985	26,324	34,562	51,809	37,376	37,886
생산단수(kg/10a)	325	423	418	447	392	418
농업경영체수(개소)	3,010	3,091	3,587	6,199	5,688	5,657



○ **밀 전문 생산단지는 112개소**('25년, 20ha 이상 규모로 단일품종 재배), **건조·저장 시설은 13개소**('25년 저장능력 15,800톤)

* 개소수(누적) : ('21) 39개소 → ('22) 51 → ('23) 72 → ('24) 91 → **('25) 112**

** 밀 건조·저장시설(누적) : ('21) 2개소 → ('22) 4 → ('23) 7→ ('24) 10 → **('25) 13**

□ **(유통·소비)** 국산 밀은 밀가루·분말류, 건강식품, 주류 등의 원료로 사용되며, 이중 밀가루는 면류·과자류 등 식품과 비식품류(배합사료) 제조에 사용

* 사용 비중('24년 식품산업 원료소비 실태조사) : **(밀)** 밀가루·분말류 72.9%, 효소·효모 15.5%, 주류 5.2% 등, **(밀가루)** 면류 38.5%, 사료 31.2%, 과자류 11.6%, 빵류 10.9% 등

Ⅲ. 제1차 계획 평가

1 추진 내용

□ **(생산)** 밀 생산 기반 확충을 위해 밀 전문 **생산단지를 육성**하고, **종자 보급**과 농가 대상 **직불금 체계**도 **개편**

○ **밀 전문 생산단지**를 **대상**으로 생산 관련 **교육·컨설팅***을 추진하고, 공동영농·생산에 필요한 **기자재 및 시설**** 지원

* 집단화된 농지(20ha·5인 이상, 단일품종) 대상으로 재배 관리 및 분석, DB관리·교육비 등 연 70백만원 한도 지원　　** 파종기, 콤바인, 건조기 등(경영체 당 5억원 이내)

○ 순도 높은 밀 재배 확대를 위해 **보급종 공급 물량***을 **늘리고**, 안정 판로 확보를 위한 **민간의 국산밀 계약·매입자금 지원****도 **확대**

* 종자보급량(톤) : ('21) 1,475 → ('22) 2,295 → ('23) 2,249 → ('24) 2,126 → ('25) 2,033
** 계약재배물량(톤) : ('21) 3,653 → ('22) 5,505 → ('23) 8,015 → ('24) 7,653 → ('25) 10,500

○ '23년 논활용직불제를 **'전략작물직불제'로 개편**하고, **이모작 인센티브** 및 타 동계작물 대비 **단가 차등화** 등을 통해 **재배 유인 제고**

* 밀 전략작물직불금 예산 규모(억원) : ('23) 60 → ('24) 122 → ('25) 310

< 연도별 전략작물직불금 단가('23~) >

구 분		논활용 직불금	전략작물직불금			
			23년	24년	25년	26년
단가 (만원/ha)	밀	50	50	50	**100**	**100**
	보리, 감자 등				50	50
이모작 인센티브		-	(동계) 밀·조사료 + (하계) 두류·가루쌀('26년 조사료 추가) **100만원/ha 추가** 지급			

□ **(가공·유통)** 밀의 안정적 판로 확보를 위해 **밀 수매·비축을 확대**하고, 민간 유통 능력 향상을 위한 **가치사슬**(생산-저장-가공 등) **전방위 지원**

○ 신곡은 수매하여 비축하고, 지속적인 국산 밀 수요 창출을 위해 수매가의 약 50% 수준의 가격으로 3년차 구곡 할인공급 추진

* 수매량(천톤) : **('20) 0.9** → ('21) 8.4 → ('22) 16.6 → ('23) 18.9→ ('24) 17.9 → **('25) 19.4**

** 공급량(천톤) : **('20) 0.8** → ('21) 3.6 → ('22) 4.0 → ('23) 5.2→ ('24) 6.8 → **('25) 10.3**

○ '21년부터 주산지 중심으로 건조·저장 시설 구축*('25년 기준 13개소), '22년부터 국산 밀 제분업계 가공비 지원**(20만원/톤)

* 건조·저장 시설(누계) : ('21) 2개소 → ('22) 4 → ('23) 7→ ('24) 10 → ('25) 13

** ('22) 3.7억원 → ('23) 5.4 → ('24) 12.0 → ('25) 12.4(업체당 국비 최대 2억)

○ '24년 제면·제빵용 품질기준을 개선*하고, 용도별(제면·제빵) 수요에 따라 수매 가격을 책정**하여 수요자 중심의 밀 생산 및 유통 유도

* 용도, 단백질·회분 함량 등에 따라 등급 세분화(제면용 2개 등급, 제빵용 3개)

** ('21~'23) 제면·제빵 975원/kg → ('24) 제면 975, 제빵 1,000→ **('25) 제면 950, 제빵 1,000**

□ **(소비)** 국산 밀 소비 확대 및 소비자 선택권 다양화를 위해 **밀 가공 제품화 패키지** 지원('24~, 누적 45개 업체) 및 **소비자 홍보 추진**

○ 국산 밀을 활용하여 신제품을 개발하거나, 기존제품을 개선하려는 제분·식품·외식업체 등에 제품화 비용 지원(업체당 국비 최대 1.5억)

* 원재료, 제품·포장·디자인개발, 홍보·마케팅, 수출 컨설팅, 시제품 제작 등

○ 단체급식(학교, 공공기관 등) 및 DAY* 운영·지원**을 통해 잠재 소비층 대상 국산 밀 가공 제품 체험 기회 확대

* 국산밀 DAY : 국산 밀 식단 편성(월1회) 시 식재료비 지원(700원/1인), 최대 5식

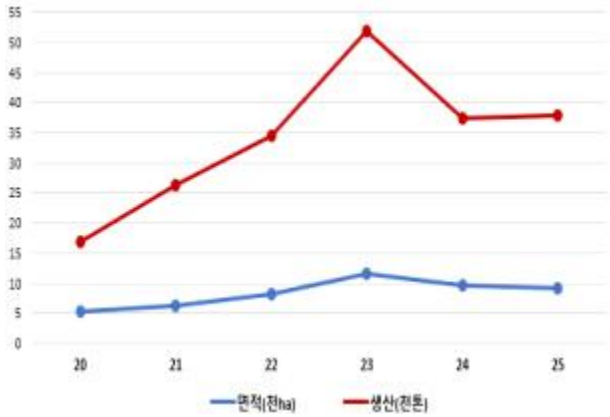
** 지원현황 : ('22) 15개소/1,526명 → ('23) 50/25,843 → ('24) 28/17,016 → ('25) 43/18,154

2 추진 성과

□ **(생산) 생산 기반 구축**을 통해 밀 재배 **농업경영체**가 **1.9배**로 늘고, 재배면적 확대 및 생산 단수 증가로 **생산량**도 **2.2배**로 증가

○ **밀 자급률**은 '20년 0.8%에서 **'25년(p) 1.5%로 약 2배**로 상승

< 밀 생산 관련 주요 지표 추이 >





□ **(가공·유통)** 정부 비축밀 할인공급, 제분업체에 대한 국산 밀 매입 자금 및 제분비 지원 등으로 **국산 밀 원료 사용량 증가(5 → 8.5천톤)**

○ **국산 밀 원료 소비는** '20년 5,083톤에서 '23년 8,452톤(66.2%↑)으로 증가

○ 1등급 밀 출하 비율이 증가*하는 등 품질기준에 따른 생산·유통 확산, 국산 밀 가공 신제품도 다수 개발('24~'25년 213종) 및 상품화

* 정부 비축 1등급 매입 비율 : ('24) 44.9% → ('25) 82.2% (전년대비 37.3%p↑)

□ **(소비)** 국산 밀 가공제품 체험·교육, SNS캠페인 등을 통해 소비자 인식 제고

* 교육 참여자(3,618명) 대상 설문조사('25) : 국산밀 소비의지(유아 95%, 초등학생 68%)



밀DAY 영상 활용 교육



밀 꾸러미 제작 후 배포



가정 연계 SNS 캠페인

3 미흡한 점

가. 생산 분야

1 **(품질 균일성)** 작황·지역·농가별 품질(단백질·회분·물성 등) 차이가 커서 대량 생산공정 투입 시 균일화된 제품생산에 한계

⇒ **품질 편차**는 가공업체(제분)의 **국산 밀사용**에 **진입장벽**으로 작용

< 국내산과 수입산 밀 단백질 표준편차 비교 >

구 분	국내산('22년산)*			수입산		
	금강	백강	새금강	호주(ASW)	캐나다(1CW)	미국(HRW)
단백질 표준편차	**1.29**	**0.84**	**0.55**	0.3	0.2	0.2

* '22년산 정부 비축밀(금강·새금강·백강, 양호 등급), '25년 블렌딩 前 측정

2 **(수요-공급 불일치)** 수요자(제분·식품업체)는 제빵용 품종을 필요로 하나, 공급자(농가)는 생산 단수가 높은 제면용 품종을 주로 재배

○ 품종별 수매단가 차이*보다 생산 단수 차이가 커 수매를 원하는 농가가 수요자가 원하는 제빵용 품종을 재배할 유인 부족

* ('21~'23) 0원 → ('24) 25원(제면 975, 제빵 1,000)→ ('25) 50원(제면 950, 제빵 1,000)

⇒ 민간에서 소비되지 못하고 **정부 재고만 증가**시키는 결과 초래

< 업체 수요 대비 '25년 정부 수매 결과 >

구 분	합계	제면용	제빵용		
		새금강	백강	금강	황금알
업계 선호도조사('24)	12.8천톤	12%	40%	**48%**	-
정부 수매 결과('25)	18.9천톤	**78%**	16%	5%	2%
생산 단수(kg/10a)		**562**	520	**422**	477
수매 가격(원/kg)		950	1,000	1,000	1,000
농가 수매 수입(원/10a)		**533,900**	520,000	**422,000**	477,000

3 **(농업인 역량 강화)** 교육·컨설팅 업체의 **전문 인력 부족***으로 밀 재배 농가에 실질적인 도움이 되는 기술 지원 및 교육·컨설팅 미흡

* 컨설턴트 1명당 면적 112ha 및 농업인 42명 담당 / 컨설턴트 중 농업 관련 전공자 57%

⇒ 동일 품종임에도 **지역·농가별 품질 편차** 문제 **지속 발생**

나. 가공·유통 분야

1 **(가격)** 러-우 전쟁 등에 따른 수입산 밀 가격 상승, 정부 지원 등으로 국산-수입 밀 **가격 차 완화**('19: 3배 → '25: 2.3), 그러나 여전히 **높은 수준**

⇒ 가격 차가 줄어들면서 식품제조업의 국산 밀 사용량도 확대되었으나, 수입 밀 가격 안정화 시 국산 밀 사용량이 다시 감소할 가능성

* 식품제조업체의 **수입 밀 선호 사유**는 **국산 밀 대비 낮은 가격**이 **41.8%**를 점유

< 국산·수입 밀 가격 및 식품제조업 국산밀 사용량 >

구 분		'19	'20	'21	'22	'23	'24	'25
가격 (원/kg)	국산 밀(A)	975	975	975	975	975	975	950
	수입 밀(B)	329	331	366	577	500	455	411
	가격 차(A/B)	3.0	2.9	2.7	1.7	2.0	2.1	2.3
식품제조업 국산밀 사용량(톤)*		6,485	5,083	2,128	7,267	8,452	-	-

* 출처 : 식품산업원료소비 실태 조사(농식품부)

2 **(품질관리)** 수요자가 원하는 균일한 품질관리를 위한 인프라 부족

⇒ 제분업계는 국산 밀의 품질이 균일할 경우 사용을 확대할 의향*이 있으나, 품질 편차를 줄일 수 있는 **블렌딩 시설 등**이 **미비**된 상황**

* **제분업계는 국산 밀이 품질 균일화될 경우** '30년까지 7천톤 수준까지 **추가 사용 가능**할 것이라 응답 ('25년 가공업체 의향 조사, 16개 업체), '23년 기준 가공업체 국산 밀 사용량은 8,452톤

** 블렌딩시설은 '26년부터 신규 지원(3개소)하여 '27년 완공 후 '28년 운영 예정

3 **(정부비축 의존) 비축제도**('19~)를 통해 국산 밀의 **안정적 판로**를 보장하여 생산량·면적은 확대되었으나, 밀 산업의 **정부 의존도**는 **심화**

○ 밀 산업 발전을 위해서는 민간 계약재배 활성화가 필수적이나, 반복된 **재고 할인방출***은 **민간 계약재배 확대 저해 요소**로 작용

* 매년 수입산과의 가격 격차 해소를 위해 3년차 구곡을 수매가(1,000원/kg) 대비 약 50% 할인 공급 중, 수요자들은 농가의 신곡 매입보다는 저가의 정부밀 활용을 선호하는 경향

⇒ 재고 할인공급에도 수요가 뒷받침되지 않아 **재고 누적 지속**

(단위 : 톤)

구분	'19	'20	'21	'22	'23	'24	'25
수매물량	10,201	853	8,401	16,561	18,892	17,882	19,449
할인방출	-	820	3,573	3,989	5,245	6,774	10,265
정부재고	10,170	10,203	14,858	27,427	40,980	52,087	61,222



다. 소비 분야

1 **(높은 가격)** 소비자는 원산지(국산·수입산)보다 **가격**과 **맛**을 **중요**하게 생각하는 경향 ⇒ **높은 가격**의 **국산 밀** 제품 소비에 **부정적**

* 밀 제품 구매 시 원산지 미확인(18.5%), 확인하지 않는 편(33.3%), 거의 매번 봄(5.7%), 보는 편(15%)

** 미구매 사유: 가격이 비싸서(38.4%), 구매 어려움(15.6%), 제품 종류가 다양하지 않아서(10.3%)

2 **(홍보 전략)** 국산 밀 소비자는 건강하고 안전한 이미지*를 선호하여 국산 밀을 구매하나, 홍보 정책은 일회성 소비 촉진** 중심으로 추진

* 국산 밀 제품 구매 사유 : 건강에 대한 관심 27.4%, 수입 밀 대비 안전 19.3%

** 판촉행사 : '25년 밀 패키지지원사업 참여 제품 전시시식, 국산 비축밀 포함 8종의 밀가루 샘플 배포 등

⇒ **국산 밀**의 **장점**(건강·안전)을 강조할 수 있는 **홍보 정책 미흡**

Ⅳ. 제2차 계획 기본방향

◈ (기본방향) 수요자가 요구하는 균일한 품질의 밀 생산·유통 체계를 구축, 고품질 국산 밀을 안정적으로 공급, 국산 밀 **수요 창출**

○ (생산-유통-소비 연계) 업계(제분·식품)의 **수요에 기반한 균일한 품질의 밀 생산·유통 체계** 구축

○ (신수요 창출) 가공제품 개발·보급(단체급식용, 건강식품 등), 사용업체 인센티브 제공 등으로 **대량소비 기반 발굴·확대** 및 **수입 밀 국산 전환 촉진**

◈ (향후 추진방향) 우선 국산밀 품질 신뢰도 확보를 추진하고, 중간 점검 후 '제2차 계획' 기간 내 **기업의 국산밀 활용 촉진**을 위한 집중 지원방안 마련

<분야별 주요 추진과제>

	제1차 계획 ('21~'25)		제2차 계획 ('26~'30)
	예산 지원을 통한 생산 기반 확충		수요(소비) 맞춤형 생산·유통 체계구축
생산	· 밀 생산단지 확대 · 보급종 공급 체계 개선 · 밀 생산 안전망 확충 · 안정 생산 작부체계 구축 R&D	⇨	· 전문 **생산단지 역량 제고** · **수요자 맞춤형 생산 체계** 구축 · **기후변화·시장 수요 대응** R&D 추진
유통	· 국산 밀 건조·저장시설 확충 · 국산 밀 비축제도 도입 · 밀 품질관리제도 도입	⇨	· **품질 제고 및 공급 확산** · **수매·비축제도 운영 내실화**
소비	· 국산 밀 매입비 지원 · 국산 밀 제분비 지원	⇨	· **국산 밀 인식 확산** · 급식 등 **대량 소비 시장 발굴·확대** · **국산 밀 사용업체 지원 확대** · **민관 협력 체계** 강화

Ⅴ. 비전 및 추진 전략

비 전

수요 중심의 질적 성장을 통해
지속 가능한 국산 밀 산업 기반 구축

목 표

◈ 2030년까지 밀 자급률 8% 달성
- 면 적 : ('25) 1만ha → ('30) 5만ha
- 생산량 : ('25) 4만톤 → ('30) 20만톤

◈ 국산 밀 제품 만족도 제고(%) : ('25) 58.9 → ('30) 80

추진 전략 및 세부 과제

전략 1 수요에 기반한 효율적 생산 체계 구축

1 전문 생산단지 역량 제고
2 수요자 맞춤형 생산 체계 구축
3 기후변화·시장 수요 대응 R&D 추진

전략 2 고품질 밀 유통 활성화

1 블렌딩 시설 확충 및 공급 확산
2 국산 밀 비축 제도운영 내실화

전략 3 소비가 생산을 견인하는 선순환 체계 구축

1 국산 밀 소비 문화 조성
2 민간 시장 확대
3 국산 밀 사용업체 지원 확대
4 민관 협력 체계 강화

Ⅵ. 세부 추진 과제

1 수요에 기반한 효율적 생산 체계 구축

	현행 (As-Is)		개선 (To-Be)
생산	· 수요에 맞는 생산 미흡 · 품질 균일성이 낮은 밀 생산	⇨	· **수요 맞춤형** 효율적 **생산 체계 마련** · 기업이 원하는 **고품질 밀 생산**

가. 전문 생산단지 역량 제고

□ **(컨설팅 실효성 제고)** 전문 생산단지 평가 기준을 **고품질 밀 생산 중심으로 변경**하고, **예산 지원도 차등화**하여 컨설팅 내실화

○ 밀 품위 등에 따라 **생산단지별 평가 등급을 부여**하고, 인프라 지원(시설·장비) 및 정부 수매 물량 배정 시 반영하여 **컨설팅 실효성 제고**

* 평가지표 : (현행) 교육·컨설팅 이행율 → (개선) **1등급 생산비율, 품질균일도, 조직화**

** 단지별 컨설팅비 지원 기준 : (현행) 단지 규모 → (개선) 4등급(우수, 보통, 미흡, 부적정)

○ 컨설턴트 담당 면적 제한을 통해 **인력**을 **증원**(現 83명 → 後 137명, +54명)하고, **전문교육**(농진청) **이수**(연 2회) 및 **현장 지도**(연 4회 이상) **의무화**

○ 맥류, 식량작물 현장관리 **전문가 인력풀**을 **구성·운영**(농진청 등)하여, 컨설팅업체의 전문성을 보완하고 **현장 지도 지원**

* 농진청(식량과학원), 농업기술원, 농업기술센터 등 전문가 인력풀 약 70명 구성

현 행		개 선
▸(담당면적) 평균 112ha(최대 235ha) ▸(컨설턴트 전문교육) 의무 없음 ▸(현장 컨설팅) 의무 없음	⇨	▸(담당면적) 평균 **70ha(최대 75ha)** ▸(컨설턴트 전문교육) **연 2회**, 농진청 교육 이수 ▸(현장 컨설팅) **연 4회** 현장 지도

□ **(농업인 재배 역량 강화) 권역별 맞춤 재배안내서 보급 및 환류**

○ 농가별 안내서 활용도 및 현장 애로사항을 수집(설문, 현장 점검)하고, 차년도 안내서·컨설팅 교재에 반영·환류

○ 농진청 재배 매뉴얼을 기초 교재로 활용하되, **단지별 세부 특성**(토양, 기후) 등은 **컨설팅업체**(현장 전문가)**가 보완하여 보급**

* 지역별 파종·수확 일정 반영 및 토양·기상 특성을 반영한 병해충 방제, 시비 관리 등

○ 권역별 전문 생산단지의 수요자 맞춤형 밀 재배 우수 사례를 권역 내 생산단지에 전파·확산하고, 대량수요처가 요구하는 밀 품질 수준도 교육

나. 수요자 맞춤형 생산 체계 구축

□ **(종자) 수요를 반영한 종자생산 계획 수립, 공급가격 차등화** 등으로 농가가 **수요자가 원하는 품종을 중심으로 재배하도록 유도**

○ 종자 수요조사에 **생산단지-가공업체-관계기관**(농식품부·aT·종자원)이 **참여, 가공업체 수요가 많은 품종**(예:제빵용) 중심으로 종자 공급

< 연도별 국산 밀 품종별 보급종 생산 비중 계획(안) >

(단위 : %)

구분	'25/'26	'26/'27	'27/'28	'28/'29	'29/'30	'30/'31
제면용	40~50	30	20	15	12	10
제빵용	50~60	70	80	85	88	90

* 업체수요(제면↓, 제빵↑) 방향 내에서 생산자·가공업체·관계기관 등 협의를 통해 세부 조정

○ **제과·제빵용 품종**(금강, 백강, 황금알)의 **보급종 할인율**을 높이고, **제면용은 축소**하여 수요에 맞는 품종 선택 유인

* 할인율 예시 : 제과·제빵용 최대 60%까지 확대하고, 제면용 30~40% 수준 축소

□ **(매입 가격 차등화)** 시장수요에 맞는 **비축밀 매입 단가 차등화 지속** 추진

○ **단수 및 시장 수요를 반영**하여 **제면·제빵용 차등화를 지속 확대**하되, 수매·비축 단가는 농가의 밀 품종 선택 전 발표

다. 기후변화·시장 수요 대응 R&D 추진

□ **(기후변화 대응)** 등숙기 고온 및 강우량 증가 등에 따른 **맞춤형 재배 기술을 개발**하고, 이모작 안정재배를 위한 **작부체계 보급**

○ 밀 등숙 시기별 고온에 따른 생리적 반응 및 생육·수량·품질 특성을 규명하고, 습해 등에 따른 피해 분석 및 관리 기술 개발, 현장 실증

* (습해) 습해에 의한 수량·품질 저하 평가 및 배수 관리 방안 마련

○ 논 밀 이모작 안정재배*(밀-전략작물·벼)를 위한 **지역 맞춤형 작부체계 개발**

* 지역별 밀 파종 적기와 생육기간 확보가 가능한 사료작물(옥수수 등) 작목, 품종 발굴 및 작기 연결성 평가

□ **(수요자 맞춤형 신품종 R&D)** **수요자가 요구**하는 가공 적성별 품종 및 병·재해 저항성 강화 **밀 품종을 개발**하고, **생산 현장에 조기 보급**

○ 제분업계 및 식품업계 대상 신품종 개발 의견수렴 등을 실시, **민간 시장이 요구하는 신품종 분석 및 연구개발 추진**

○ 국산 밀의 용도별 가공적성 향상을 위한 품종을 개발*하고, 신품종 실증시험에 국산 밀 생산단지 참여, 조기 보급 및 산업화 가능성 확인

* (제빵용) 글루텐 유전인자 집적을 통한 단백질 품질 개선 (제면용) 아밀로스 함량 조절, (제과용) 수량 및 생육 안정성이 높은 논 재배 안정성 우수 품종 개발

□ **(수요 기반 확대 및 신소재 활용)** 민-관-학 협력으로 산업체 국산 밀 이용 확대를 위한 가공적성 향상 기술 개발 및 시제품 개발 연구 강화

○ 용도별 블렌딩 기준* 설정, 가공적성 향상을 위한 첨가제 발굴, 통밀 적합 발효 조건 설정 및 발효 빵 레시피 개발 등 추진

* 원맥·밀가루 품질별 빵·면류 적합 국산 밀 최적 혼합비율 설정

○ 밀·부산물(밀짚) 등을 활용한 신소재 활용 방안 연구

* 리그닌 첨가 항균성 친환경 포장, 나노섬유 이용 고흡수 섬유, 생분해 플라스틱 소재 등

2 고품질 밀 유통 활성화

	현행 (As-Is)		개선 (To-Be)
가공·유통	· 기업은 품질이 균일한 수입산 선호 · 공급자 중심 매입 가격 산정 · 비축밀 공급 시 일률 할인 적용	⇨	· **국산 밀 블렌딩 유통** 확산 · 시장**수요**에 **기반**한 **수매·비축** 운영 · **용도별 공급가격 차등**으로 신수요 창출

가. 블렌딩 시설 확충 및 공급 확산

□ **(정부 비축밀 블렌딩 공급)** 생산된 밀의 품질 균일화를 위해 **정부 비축밀 공급 시 동일 품종을 블렌딩**하여 판매

○ **밀 블렌딩 공급**('25년 시범운영) 을 주산지(전북, 전남 등) 중심으로 **확대**

* 운영 물량(안) : ('25) 15백톤 → ('26) 30백톤 → ('27) 50백톤

< 국산 밀 블렌딩 전·후 표준편차 비교('25) >

구분	단백질 표준편차			회분 표준편차		
	블렌딩 전	블렌딩 후	증감율	블렌딩 전	블렌딩 후	증감율
금강	1.29	0.18	△86%	0.16	0.06	△64%
백강	0.84	0.08	△90%	0.16	0.06	△63%
새금강	0.55	0.14	△74%	0.19	0.09	△52%
평균	**0.89**	**0.13**	**△85%**	**0.17**	**0.07**	**△59%**

※ (수입밀) 단백질 함량 표준편차 : 호주(ASW) 0.3, 캐나다(1CW) 0.2, 미국(HRW) 0.2

□ **(블렌딩 밀 공급 확산)** 민간 블렌딩 유도를 위해 **정부 사업추진 시 인센티브 부여**

○ 정부의 **생산·유통지원 사업*** 추진 시 **블렌딩을 통해 품질 제고 및 균일화한 실적을 반영**하여 사업자 선정 시 가점 등 부여

* 시설·장비 및 가공 확대 지원 사업자 선정, 비축밀 할인공급 물량 배정 등 가점 반영

○ 품질관리 역량 강화를 위한 **교육 프로그램*** 등 도입·운영

* 품질 검사 실무(수분, 단백질, 회분), 저장고 관리, 재고관리(선입선출), 블렌딩 기술 등

나. 국산 밀 비축 제도운영 내실화

□ **(수매·비축)** 밀 자급률 향상을 위해 **수매·비축을 지속 추진**하고, **국산 밀 재배면적 확대 견인**

○ 생산량 증가에 따른 시장 충격 완화를 위해 정부가 국산 밀 생산량의 일부*를 **수급 안정 및 식량안보 확보 차원**에서 지속 **비축**

* 식량안보 등을 고려한 연 순환 비축물량 안정화를 통해 정부 수매량 진폭을 완화하여 시장 불안 해소 및 생산 견인

○ 품질 **등급별 매입 단가 차등화*** 및 **매입 물량 배정 기준 개선****으로 고품질 밀 생산·유통 유인 제고

* 1등급/2등급 매입 가격 차등 비율 : ('25) 5% → ('26~'30) 10%까지 연차별 확대

** 매입물량 배정 기준 : (현행) 재배면적, 매입희망물량 (개선) 재배면적, **1등급 생산비율, 품질 균일도**

□ **(방출 방식 개선)** **용도·품질별 가격을 구분**하여 연산별로 방출, 체계적 관리를 통해 **국산 밀을 연중 안정 공급**하고 **신시장도 개척**

○ **1년 보관 후 방출을 원칙**(現 2년 이상)으로 **용도·품질별 할인율을 차등화***(現 할인율 일률 적용)하여 실수요자에게 **공급**

* 용도별 할인율 例 : 가공용 (2년차 30%/3년차 40%) 특수시장용(40%/50%), 주정용(50% 이상)

○ **특수시장용**(신소재 및 신상품개발 R&D·펫사료·K-뷰티 등) **공급 확대**

* 정부 비축밀 할인공급을 통한 원료 공급, 패키지 지원사업 분야 신설 등을 통해 제품화 지원 등

○ 시장수요가 적은 **하등품**(2등품 이하)은 차년도에 **일괄 주정용으로 판매**하여 **일반 가공용 시장에서 분리**하고, **보관료**(145천원/톤)도 **절감***

* '25년산 하등품 3.5천톤을 차년도에 주정용으로 판매 시 기존 방식(2년 보관) 대비 10억원 절감

현 행	개 선 (안)
▸ (연산) 2년 보관 후 3년차 구곡 공급 * 예) '25년에 '22년산(6~8월 매입) 공급 ▸ (용도별) 가공용/주정용 ▸ (공급가격) 용도 구분 없이 동일가 제공	▸ (연산) 1년 보관 후 2년차(하등품은 1년차)부터 공급 * 예) '26년은 '24년산·'23년산 공급 ▸ (용도별) 가공용/특수시장용/주정용 ▸ (공급가격) 연차별/용도별/품질별 차등

3 소비가 생산을 견인하는 선순환 체계 구축

	현행 (As-Is)		개선 (To-Be)
소비	· 낮은 소비자 인지도 · 한정된 소비시장 · 일회성 소비 촉진 행사	⇨	**· 국산 밀 소비 문화 조성** **· 민간 시장 확대** **· 소비자 맞춤형 홍보전략 수립**

가. 국산 밀 소비 문화 조성

□ **(소비자 맞춤형 홍보) 세대별 소비자 성향**과 우리 밀의 강점인 **건강·식품 안전성 등을 연계**하여 **홍보전략 수립·시행**

○ 소비자들의 건강에 대한 높아진 관심은 국산 밀의 새로운 기회, 국산 밀의 **'건강' 가치에 기반한 소비층 공략** 필요

* 국산 밀제품 만족도 : (**60대 이상) 71.6% (50대) 64.4%** (30대) 37.3% (20대) 50%

○ 매체별 접근성이 세대별로 다른 점을 감안, 홍보 타겟별 **홍보 방식을 다양화***하여 **국산 밀 인지도 제고 및 소비 촉진**

* (60대 이상) 국산 밀 활용 신제품 품평회 및 샘플 제공, TV 건강 프로그램 활용 국산 밀 안전성 등 홍보
(50대 이하) 인플루언서 활용 콘텐츠 제공, OTT 요리 프로그램 협찬 등을 통해 노출 多
(제과·제빵사) 제빵 경진대회 등에 국산 밀가루를 제공하여, 품질 불안전성 우려 해소

□ **(교육·캠페인 확대)** 학생·가족 등 잠재 소비층 대상 **교육·체험 확대**를 통해 국산 밀 가공 제품에 대한 **소비자의 인식도 제고 및 소비 문화 확산**

○ 식생활 교육 기관 등을 활용 **유아·초등학생 등을 대상**으로 **국산 밀 이해 제고를 위한 교육***을 **확대**하고 **가정 내 소비로 연계**

* 유아·초등학생 대상 교육 교재 제작 및 교육, 가정용 국산 밀 제품 꾸러미 제공 및 국산 밀 가공제품 활용 요리 SNS 게시 캠페인 등

○ 소비자 및 관련 단체(영양사협회 등)와 연계, **국산 밀 가치 소비 캠페인 추진**

나. 민간 시장 확대

□ **(대량 수요처 발굴)** 밀 소비층 확대 및 대량 판로 확보를 위해 **공공 급식 및 먹거리 관련 정부·지자체 사업과의 연계를 강화**

○ **[급식]** **'국산 밀 DAY' 확대***를 통해 영양사·학생 등 소비자 반응을 면밀히 분석, 단체 **급식 제품 개발과 연계**하여 급·간식 시장 확대

* (현행) 밀 식단 제공 시 식재료비 일부 지원 → (확대) 식재료비 지원 + **교육** + **가정 연계 소비 캠페인**

○ **[급식용 메뉴 및 제품개발]** 단체 급식에 적합한 **국산 밀 메뉴**(면류, 빵류, 일품요리)**를 개발·보급***하여 **지속적 소비 기반 마련**

* 대한영양사협회·요리전문가·농촌진흥청 등과 협력, 수요자 중심의 메뉴 개발

** (예) 제품화 패키지 지원 시 단체급식용 분야 신설 → 개발 메뉴와 연계된 건강빵·면, 통밀빵 제품 등 개발→ 국산 밀 DAY 운영 시 해당 제품 급간식 제공(패키지 지원 중 홍보·판촉비 활용)

○ **[정부 먹거리사업 연계]** **'임산부 친환경 지원사업***'**, '바우처 사업' 등과 연계, **국산 밀 제품 공급 확대**** **및 소비 캠페인 추진**

* 밀 가공제품 중 친환경인증제품은 임산부 지원사업 공급을 활성화하여 소비자 접근성 확대

** 한살림, 두레생협 등 생협이 主 사업시행자 ('26. 하반기부터 지자체→국가사업으로 전환), 생협은 우리밀살리기 운동(90년대~)의 주요 주체로서 친환경과 함께 우리 밀 가공 제품을 생산·공급

○ **[지역 특화 캠페인 지원]** 밀 주산지 지역 먹거리(특산물, 향토 음식 등)와 국산 밀을 연계한 **'밀 소비 캠페인*' 추진 시 홍보·마케팅 연계** 추진

* '25년 기준 각 지자체는 밀 생산 및 소비 장려를 위한 25개 사업 운영, 이중 일부 지자체는 소비처(어린이집·유치원, 식당 등)가 국산 밀 제품 사용 시 차액 지원 중

□ **(프리미엄 시장 육성)** **건강하고 신선한 먹거리**라는 국산 밀의 강점을 부각한 **프리미엄 시장을 확대**하고 **고부가가치 창출**

○ 건강·맛을 강조한 고가의 수입 밀도 수입되는 상황, **건강 트렌드 부응 신규시장 발굴*** **및 상품화 지원**** 확대

* 신생아용 이유식, 어린이·실버(노인) 대상 식품, 한국식품 명인 제품 등 고가의 하이엔드 제품 등

** (제품개발) 밀 제품화 패키지 지원 시 분야 신설 (인프라) 생산 시설·장비 지원

다. 국산 밀 사용업체 지원 확대

□ **(계약재배)** 밀 **생산-소비 연계**를 위해 국산 밀을 사용하는 **실수요 업체에 국산 밀 매입 자금**을 **지속 지원**하고, **지원 대상 확대**

○ 수입 밀을 국산 밀로 전환하는 신규업체 참여 유도를 위해 **사업 참여 기준을 완화***하여 국산 밀 원료 사용 촉진

* (현행) 전년도 국산 밀 수매 실적 1억원 이상 → (개선) 3년 이내 신설된 법인의 경우 수매 실적 5천만원 이상

□ **(제분비용)** 국산 밀 제분업체 대상 제분 비용을 지속 지원하고, **지원 한도 상향** 및 **지원 주기 단축**을 통해 국산 원료 사용량 확대 유도

○ **제분비 지원*** 확대를 통해 실수요업체의 밀 사용량 확대에 따른 경영비 부담 완화 및 자금 지원 주기 단축으로 자금 활용도 제고

* (현행) 최대 국비 2억원(1,000톤)/연 사용량 기준, 연 1회 일괄 정산
→ (**개선**) 최대 국비 **3억원**(1,500톤)/**연 3회 정산**

< 수요에 기반한 소비 활성화 지원(안) >

	수요기반 생산·공급	→ 상품개발	→ 판로 확보
활동	‣ 가공·제품 생산업체 수요조사 ‣ 수요 기반 종자 보급 ‣ 용도별 가격 차등 매입 ‣ 품위균일화고품질원료공급 (블렌딩, 단백질·회분 함량 등) **농식품부(종자원·aT), 생산단지 등**	‣ (제분) 국산밀 활용* 수요자 맞춤형 제품 - 국산밀/ 국산밀+수입밀 ‣ (제품) 단체급식용·프리미엄 시장용·비식용제품 등 **제분업체·식품업체 등**	‣ **(단체급식)** 국산 밀 day 등을 활용 상품 테스트 및 대량 수요처 발굴 ‣ **(먹거리 사업)** '친환경임산부 지원사업' 지자체 사업 활용 홍보 및 제품 공급 **농식품부, 지자체, 식품업체 등**
재원	‣ 정부 밀 비축/직불금 ‣ 종자수매·공급 ‣ 국산 밀 계약재배 지원(융자) ‣ 생산단체 등 자체 재원 (계약재배·매입 등)	‣ 밀 제품화 패키지 지원 (제품개발, 포장재, 원료 공급 등) ‣ 가공·시설 장비 지원 ‣ 국산 밀 제분비 지원	‣ 국산 밀 DAY ‣ 제품화 패키지 지원 (홍보 마케팅, 소포장 등) ‣ 임산부 친환경지원 사업 등 ‣ 민관협력 소비문화 확산 캠페인

라. 민관 협력 체계 강화

□ **(협의체 운영)** 국산 밀 생산자, 가공·식품업계, 유통업계, 전문가 등이 참여하는 **'국산 밀 산업육성 협의체' 구축·운영**

○ **국산 밀 당면현안*** 등에 대해 **정기적으로 논의·협력**하는 체계 구축('26)

* 작황·가격·수급 동향, 현장 필요 R&D 과제 발굴, 국산 밀 활용 신제품 개발 동향, 홍보·마케팅 계획 수립, 급식·로컬푸드 공급 확대 방안 등 논의

○ 제2차 **기본계획** 및 **실행계획**의 **주요 추진 과제에 대한 점검·보완** 등의 역할을 하는 **실무회의**(분기별 운영) **창구**로도 활용

○ **농가·가공업체·식품업체·유통업체·정부 간 상생 협력**을 바탕으로 **공동캠페인** 등을 추진하고 **국산 밀 소비 문화 확산**

< 국산 밀 산업 협의체 운영(안) >

협의체 구성	① **(정부)** 농식품부·농진청, 종자원 **(지자체)** 밀 주산지 시·군, ② **(유관기관)** aT, 농협경제지주, 한국식품연구원 ③ **(민간)** 우리 밀 단체·협회, 생산단지 대표, 제분·가공업계, 유통업계 등

현 행(단발적·비정기적)		**개선(정례화)**
▸ 현안 발생 시 **비정기적 운영** ▸ 생산자·가공업·정부간 **정책 공유** 및 **의견 조율 기능 미흡** ▸ 정부 주도 홍보·소비 촉진 행사 추진	⇨	▸ **생산자·가공업체·식품업체·유통업계·정부 간** 당면현안에 대한 **정기적 논의의 場 마련** ▸ **민관 상생 협력 강화** ▸ **밀 소비 문화 조성 협력체계 구축**

Ⅶ. 향후 추진계획

과제	일정	소관
전략 1 **수요자 선호에 기반한 효율적 생산 체계 구축**		
1 전문 생산단지 역량 제고	계속 ('26~)	농식품부, 한국농수산식품유통공사, 농촌진흥청 등
2 수요자 맞춤형 생산 체계구축		농식품부, 한국농수산식품유통공사, 국립종자원 등
3 기후변화·시장 수요 대응 R&D		농식품부, 농촌진흥청 등
전략 2 **고품질 밀 유통 활성화**		
1 블렌딩 시설 확충 및 공급 확산	계속 ('26~)	농식품부, 한국농수산식품유통공사 등
2 국산 밀 비축 제도운영 내실화		
전략 3 **소비가 생산을 견인하는 선순환 체계 구축**		
1 국산 밀 소비 문화 조성	계속 ('26~)	농식품부, 한국농수산식품유통공사 등
2 민간 시장 확대		
3 국산 밀 사용업체 지원 확대		
4 민관 협력 체계 강화		농식품부, 유관기관(aT, 농협경제지주) 등