



한국농식품벤처투자협회  
Korea Agricultural and Fishery Food Venture Investment Association

2025-15호

농식품기업 리포트 시리즈



프레시지

한국농식품벤처투자협회

2025.06.



2025-15호

# 목 차

< SUMMARY >	1
I. 해당 기업을 주목하는 이유	2
II. 회사 개요	5
III. 재무상태표 및 손익계산서 주요항목 분석	7
IV. 재무비율 분석 및 신용평가 등급	8
V. 산업 내 위치 및 경쟁우위 사항	9
VI. 종합 의견	12



# SUMMARY

---

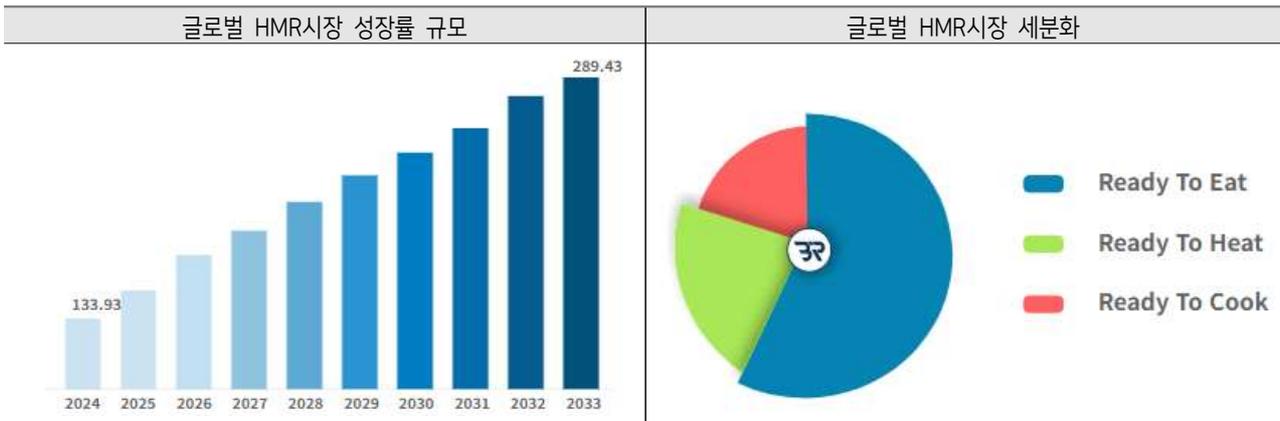
- 팬데믹 이후 정착된 재택근무, 내식 확대, 온라인 구매 증가 등 '뉴노멀' 시대의 식생활 변화에 맞춰 간편하고 질 높은 식사를 집에서 즐기려는 소비자들의 니즈를 지속적으로 충족시키고자하며 외식물가 상승 등에 대응하여 합리적인 대안 제공
- 당사는 가정 간편식 시장에서의 선도적인 지위와 강력한 생산 인프라를 기반으로 경쟁우위를 보유하고 있으나 해당 산업의 성장둔화와 경쟁자 증가, 일회용 쓰레기 다량발생 등에 따른 환경문제에 대한 적절한 대응전략 필요
- AI를 활용한 생산 공정 최적화, 빅데이터 분석을 통한 소비자의 선호도 분석 및 신제품개발 반영 등 AI푸드테크 기업으로의 도약을 통해 새로운 성장도약을 준비

### 해당 기업을 주목하는 이유\_(1)

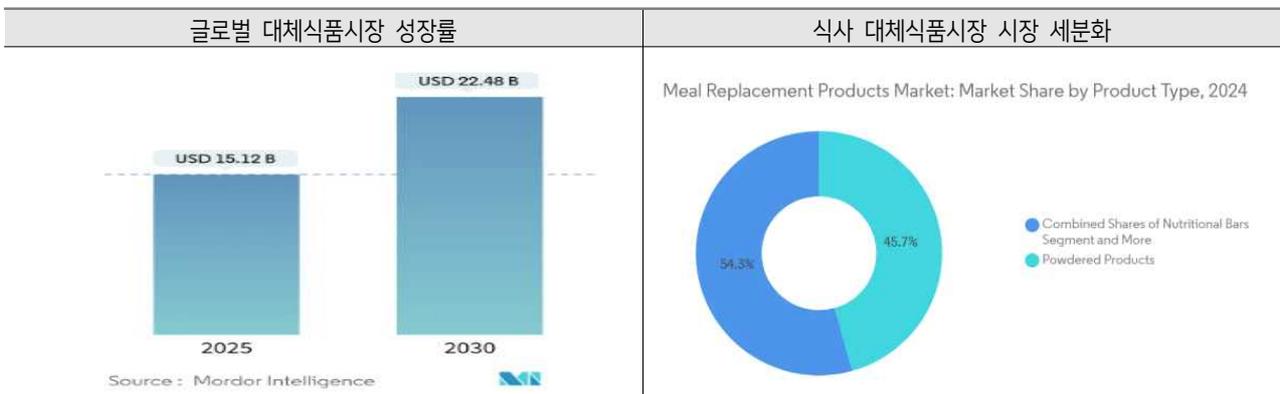
스마트팜은 인구 증가, 기후 변화 등 글로벌 위기에 대응하기 위해 필요한 미래 산업

1인가구 증가, 요리시간 단축, 간편음식 선호, 온라인 구매 보편화 등 성장요인 존재

- **(글로벌 환경)** 글로벌 식품 시장은 편리성, 건강, 지속가능성이라는 세 가지 축을 중심으로 빠르게 재편되며 집에서 간편하게 고품질의 요리를 즐기려는 수요증가
  - Statista에 따르면, 글로벌 밀키트 시장은 2023년 약 267억 달러 규모에서 2028년에는 약 653억 달러 규모로 성장할 것으로 예상되며, 연평균 성장률(CAGR)은 19.6%로 지속적인 성장이 예상됨
  - Mordor Intelligence에 따르면, 글로벌 간편대체식(MRP) 시장은 2025년 151억 2천만 달러 규모로 성장했으며, 2030년에는 224억 8천만 달러에 달할 것으로 예상되며, 연평균 성장률(CAGR) 8.26%를 기록할 것으로 예상
- **(글로벌 성장요인)** 1인 가구 및 맞벌이 가구의 증가, 요리 시간 단축에 대한 니즈 증대, 빠르고 간편한 음식에 대한 요구 증가로 HMR 시장 지속 성장
  - 코로나19 팬데믹을 기점으로 온라인을 통한 식료품 구매가 보편화되었고, 신선 식품 배송 기술 및 인프라가 고도화되면서 신선 간편식 온라인 판매 보편화
  - 코로나 기간 급격한 성장세를 보여 상대적으로 성장속도가 둔화되어 보이나 다양한 형태로 확장, 다변화 되며 여전히 성장세를 보임



자료: Business research insights



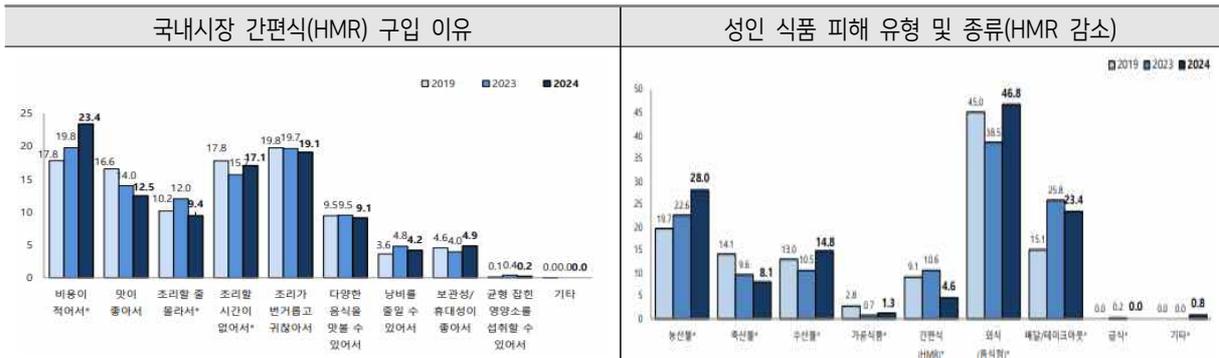
자료: Mordor intelligence

### 해당 기업을 주목하는 이유\_(2)

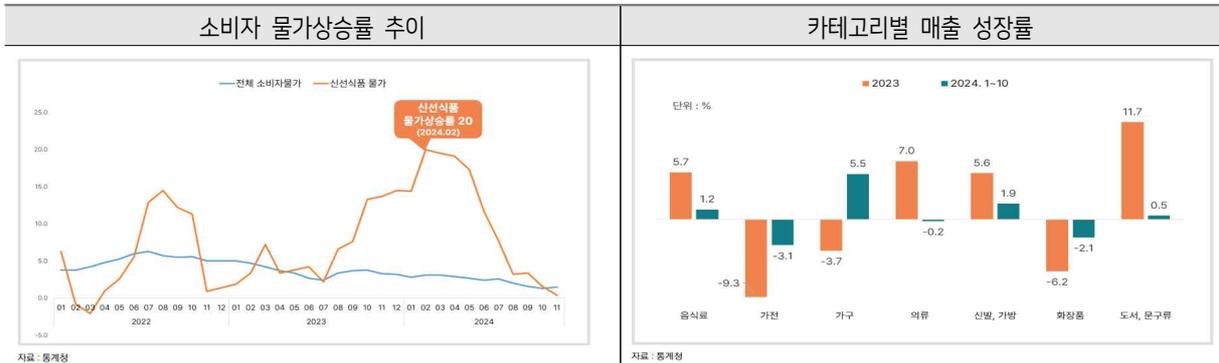
국내 HMR시장도 글로벌 흐름과 같이 성장세를 보이고 유형이 다양해지고 있으나 해결과제 존재

정부의 푸드테크산업 육성 정책 기조와 고물가 현상 소비자의 라이프스타일 변화 등은 주요 성장요인이나 성장속도는 과거보다 둔화

- **(국내 산업환경)** 국내 밀키트 및 HMR 시장은 소비자의 라이프스타일 변화와 함께 성장세를 보이는데 간편하고 질 높은 식사를 선호하는 경향이 뚜렷해 집에 따라 간편식의 종류와 유형이 점차 더 다양해지고 있음
  - 국내 HMR 시장은 2023년 약 5조 원 규모에 달하며, 2027년에는 6조 5천억 원 규모로 확대될 것으로 전망됨
  - 팬데믹 이후 외식활동이 점차 활발해지며 외식으로의 전환이 이루어지고 있고, 환경문제 등의 심화와 함께 HMR제품의 개별포장 문제 등도 해결해야할 과제
- **(국내 성장요인)** 농림축산식품부는 2022년 '푸드테크 산업 육성 방안'을 발표하며 10대 핵심기술 분야를 선정했습니다. 이 중 '간편식 제조 기술' 및 '개인 맞춤형 식단 제안' 등이 포함되어 성장을 뒷받침함
  - 간편식 구매의 주요 원인을 살펴본 농촌경제연구원 연구 결과, 2024년에는 '비용이 적어서'가 1위이며 '조리가 번거롭고 귀찮아서'가 2위를 차지하였는데, 이는 최근 고물가현상으로 인한 변화로 볼 수 있음
  - 다만, HMR 시장이 코로나를 기점으로 매력적인 분야로 부상하면서 대기업부터 중소기업, 스타트업까지 수많은 플레이어가 시장에 진입하였고 경쟁이 과열되며 성장은 둔화되고 코로나 이후에 소비자의 수요도 점차 감소하고 있음



자료: 농촌경제연구원, 가구 내 식품 구입 및 소비행태조사 결과



자료: 리테일톡

국내 HMR시장의 선두 주자로 산업의 성장세와 함께 성장곡선을 그림

생산공정 자동화, 스마트 물류, 소비자 트렌드 분석 등 푸드테크 기술을 기반으로 새로운 외식산업의 분야를 확장함

### 해당 기업을 주목하는 이유\_(3)

- **(산업 매력도)** 프레시지는 가정간편식 시장의 선두주자로 코로나19를 기점으로 한 가정간편식 산업의 성장과 함께 성장곡선을 그려왔으며 생산 및 유통 시스템의 자동화, 스마트 팩토리 구축을 통해 대량 생산 및 비용 절감을 이뤄낼 수 있는 환경을 구축하였음. 신선 식자재 전처리부터 패키징까지 일원화된 생산 시스템을 통해 물류 및 유통 비용을 절감하고 신선도를 유지하며 소비자들의 선호에 맞춘 다양한 상품을 출시하고 개발함
- **(사업 트렌드)** AI 기반의 레시피 개발, 자동화된 생산 공정, 스마트 물류 시스템 등을 적극적으로 도입하여 식품 생산 및 유통의 효율성을 극대화하며 푸드테크 트렌드를 선도적으로 견인하고 있음
  - 외식산업의 새로운 트렌드이자 돌파구로서 유명 레스토랑, 셰프, 인플루언서와의 협업을 통해 외식 경험을 집으로 가져오는 '레스토랑 간편식(RMR)' 시장을 선도함. 당사는 트렌드 분석을 통해 소비자들이 선호하는 다양한 IP 신제품을 지속 출시하고 있는데 최현석 셰프와 콜라보한 '최현석 셰프의 한돈한우 함박스테이크'로 50만개 판매량을 기록함
- **(시장 키워드)** 해당산업 주요 키워드는 #밀키트 #HMR #간편식 #푸드테크 #RMR #구독경제 #스마트키친 #식품플랫폼 #신선식품 #가정간편식 #콜라보레이션 #외식산업융합 등으로 보여짐

프레시지의 본사 전경



자료: 프레시지

## 회사 개요

2016년 01월에 설립된  
기타 식사용 가공처리 조리  
식품 제조업 기업

- 해당 기업과 관련된 정보는 다음과 같음
- 회사현황

항 목	내 용
회사명	(주)프레시지
대표이사	김주형
설립일	2016-01-26
법인번호	110111-5957670
기업형태	외감, 중견기업
업종	(C10709) 기타 식사용 가공처리 조리식품 제조업
자본금	6,037백만원
본사주소	(17130) 경기 용인시 처인구 이동읍 삼배울로 23 (덕성리)
법인구성	본사 1개 / 지사 1개

자료: Cretop / 회사 홈페이지

벤처기업 인증, 이노비즈 인증  
보유 기업

- 회사 연혁

주 요 연 혁	
2024-04	서울시 밀키트 지원사업 참여
2023-12	K-FOOD+ 수출탑 도약상 수상
2022-01	(주)테이스티나인을 합병
2021-11	(주)닥터키친 합병을 합병
2020-07	중소벤처기업부 예비 유니콘 기업 선정
2020-06	(주)웰푸드를 흡수합병
2019-09	HY 밀키트 브랜드 '잇츠온' OEM 제조/공급
2018-05	기업부설연구소 설치(한국산업기술진흥협회)
2016-03	상호를 (주)프레시지로 변경
2016-01	대표이사 정종교에 의해 (주)페브러리 설립

자료: Cretop / 회사 홈페이지

요리로부터 세상을 자유롭게 하는 AI푸드테크 기업

● 회사 설립 배경

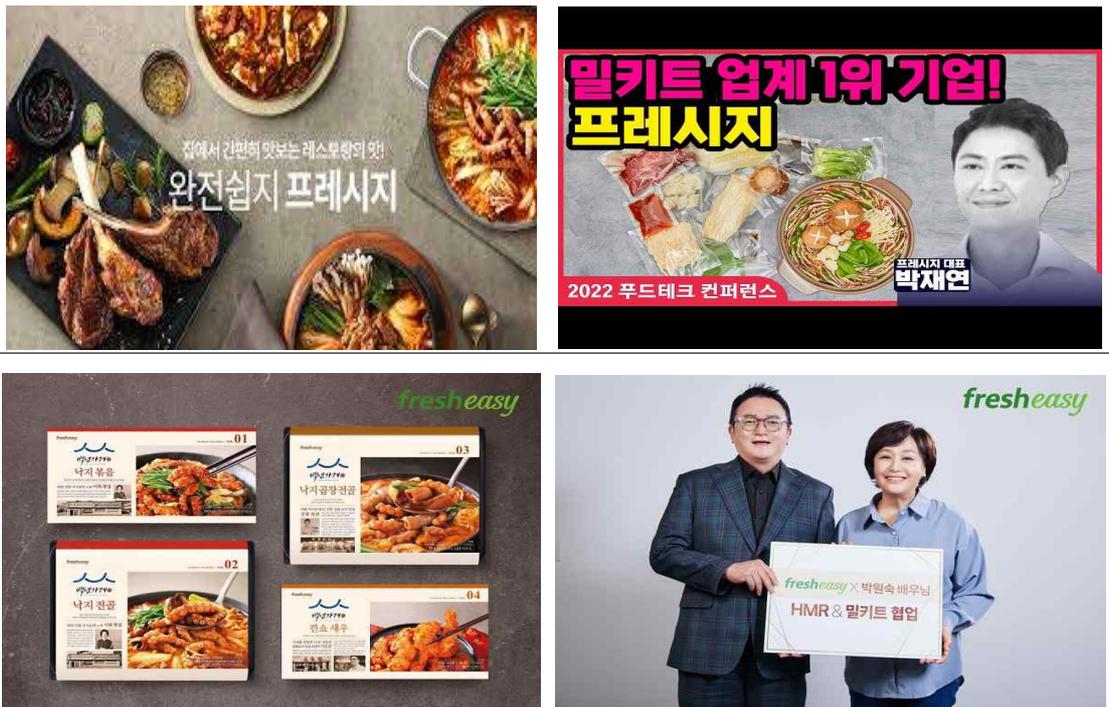
- '요리로부터 세상을 자유롭게 한다'는 꿈으로 시작된 프레시지는 자체 AI 시스템과 빅데이터를 기반으로 제품의 구매, 생산, 판매 등의 HMR 프로세스의 혁신을 이루어 AI 푸드테크 기업으로 도약하고자 함
- 최초 창업자인 정종교 대표는 과거 글로벌 컨설팅 회사에서 식품 분야 프로젝트를 수행하며 HMR 시장의 성장성과 기존 간편식의 한계(낮은 신선도, 제한된 메뉴)를 인지하고 소비자들이 '간편하면서도 신선하고, 외식 수준의 맛을 집에서 즐기고자 하는' 니즈가 커질 것이라 판단하여 창업

밀키트, HMR제품 제조 및 유통, 종합식품 플랫폼 기업

● 회사 사업 소개

- 국내 밀키트 시장을 선도하는 기업으로, 간편식 시장의 성장과 함께 HMR(가정 간편식) 및 푸드테크 기술을 적극적으로 활용하여 사업 영역을 확장
- 주요사업은 밀키트 및 HMR 제품 제조, 유통이며 최근 다양한 협업과 M&A를 통해 경쟁력 강화 및 '종합 식품 플랫폼 기업'으로 진화
- 허닭, 테이스티나인 등의 인수로 닭가슴살, 소스, 반찬 등 다양한 HMR 및 식자재 분야 진입, IP활용 콜라보레이션 제품군 등 확대

프레시지 언론홍보 사례



자료: 프레시지 홈페이지

### 재무상태표 및 손익계산서 주요 항목 분석

24년 기준, 직전 년도 대비  
자산, 부채, 자본 모두 감소

- 재무상태표 주요 항목

(단위: 천원)

계정과목	2024년	2023년	2022년
<b>자산총계</b>	106,802,058	164,499,888	431,548,687
유동자산	32,994,629	86,761,422	179,966,705
비유동자산	73,807,429	77,738,466	251,581,982
<b>부채총계</b>	65,688,314	75,673,120	116,261,831
유동부채	41,673,016	49,098,123	71,822,002
비유동부채	24,015,298	26,574,997	44,439,829
<b>자본총계</b>	41,113,744	88,826,768	315,286,856
자본금	6,037,033	6,037,033	6,342,093
자본잉여금	677,379,380	677,379,380	703,431,235
기타포괄손익누계액	1,107,040	1,270,318	506,755
이익잉여금	-629,229,470	-581,517,815	-379,600,357

자료: 최근 3개년 기준, Cretop

- 손익계산서 주요 항목

(단위: 천원)

24년 기준, 전년 대비 매출  
액은 감소하였으나, 당기순  
이익 대폭 개선

계정과목	2024년	2023년	2022년
<b>매출액</b>	114,897,588	149,884,959	292,193,835
<b>매출원가</b>	92,772,571	128,918,080	248,986,815
<b>매출총이익(손실)</b>	22,125,017	20,966,879	43,207,020
<b>판매비와 관리비</b>	53,588,865	82,586,994	100,859,260
인건비	15,346,672	17,301,243	21,213,085
기타관리비	38,242,193	65,285,751	79,646,175
<b>영업이익(손실)</b>	-31,463,848	-61,620,115	-57,652,240
<b>영업외수익</b>	11,040,245	6,070,567	5,487,084
<b>영업외비용</b>	27,287,769	181,558,570	152,289,333
<b>당기순이익(손실)</b>	-47,711,656	-229,858,814	-204,454,489

자료: 최근 3개년 기준, Cretop

## 재무비율 분석 및 신용평가등급

### ● 재무비율 분석

(단위: %, 배, 일)

24년 기준, 성장성 측면에서 적자지속

항목 및 계정과목		2024년	2023년	2022년
안전성	부채비율	159.77	85.19	36.87
	차입금의존도	43.32	30.34	16.40
	자기자본비율	38.50	54.00	73.06
	비유동장기적합율	113.32	67.36	69.94
수익성	매출원가율	80.74	86.01	85.21
	영업이익률	-27.38	-41.11	-19.73
	당기순이익률	-41.53	-153.36	-69.97
성장성	매출액증가율	-23.34	-48.70	54.67
	영업이익증가율	적자지속	적자지속	적자지속
활동성	매출채권회전기간	55.60	60.91	35.85
	재고자산회전기간	36.13	54.80	32.61
	매입채무회전기간	34.85	48.32	27.16
	총자본회전율	0.85	0.50	0.70

자료: 최근 3개년 기준, Cretop,

신용평가사 기준, 신용평가등급은 B+, EW등급은 관심

### ● 신용평가등급 및 EW등급



자료: 기업신용평가등급 평가일(25.05.29), EW등급 평가일(25.06.13), Cretop

### 산업 내 위치 및 경쟁우위 사항

표준산업분류 기준 대한항공 씨앤디서비스(주), 청오디피케이(주) 등이 상위 순위를 차지하고 있음

- 산업 내 국내 TOP 5 (해당 기업 표준산업분류 C10709 기준)

(단위 : 백만원)

순위	기업명	매출액(백만원)
1	대한항공씨앤디서비스(주)	509,363
2	청오디피케이(주)	209,491
3	(주)비지에프푸드	168,291
4	(주)프레시지	149,885
5	(주)푸드웨어	107,071

자료: 2023년 기준, Cretop

표준산업분류 기준, 프레시지를 중심으로 상위/하위 순위 4개 기업 현황

- 상위/하위 기업 (해당 기업 표준산업분류 C10709 기준)

(단위 : 백만원)

순위	기업명	매출액
+4	대한항공씨앤디서비스(주)	509,363
+3	청오디피케이(주)	209,491
+2	(주)비지에프푸드	168,291
+1	(주)프레시지	149,885
기준	(주)푸드웨어	107,071
-1	천일식품(주)	106,452
-2	농업회사법인 한우물	96,635
-3	(주)엄지식품	88,895
-4	(조합)풀하나영농조합법인	5,944

자료: 2023년 기준, Cretop

- 해당 기업을 표준산업분류 C10709로 분류했을 때는 상기와 같은 경쟁사가 도출됨. 이에 벤치마크 기업은 동일 표준산업분류 기업 중에서 상위에 위치한 '(주)비지에프푸드'로 선정하여 살펴보고자 함

● 벤치마크(비교가능 사업구조) 기업 대비 경쟁우위 사항

- 벤치마크 기업 (주)비지에프푸드 회사 개황

벤치마크 기업 (주)비지에프푸드는 즉석 섭취식품, 밀키트 수입판매

항 목	내 용
회사명	(주)비지에프푸드
대표이사	송영민
설립일	2008-01-21
법인번호	210111-0058828
기업형태	중견기업
업종	(C10751) 도시락류 제조업
주요상품	즉석섭취식품/밀키트/가열양념육/해외상품수입판매

자료 : 최근 년도 기준(2024), 자료: Cretop

- 벤치마크 기업 (주)비지에프푸드 주요 KPI

(단위: 백만원, %)

벤치마크 기업 주요 3개년 재무현황

년 도	총자산	총부채	매출액	영업이익	영업이익률	순이익률
2024	86,820	43,939	185,624	3,595	1.94	2.79
2023	63,981	46,064	168,291	4,246	2.52	1.90
2022	62,030	47,134	143,899	-878	-0.61	-0.92

자료 : 최근 년도 기준(2024), 자료: Cretop

- 경쟁우위 사항

① 재무자료 분석 기준

: 프레시지는 벤치마크기업 대비 모든 지표에서 열위에 있음

- 당사의 영업이익률과 순이익률은 저조하나 전년대비 손실이 크게 감소하였고 매출원가, 판관비등을 절감하는 등 재무건전성이 향상하고 있음

(단위: %, 일)

항 목	자기자본비율	영업이익률	순이익률	매출액증가율	매출채권회전기간
프레시지	38.50	-27.38	-41.53	-23.34	55.60
벤치마크기업	49.39	1.94	2.79	10.30	52.32
벤치마크대비	열위	열위	열위	열위	열위

자료 : 최근 년도 기준(2024), 자료: Cretop

벤치마크 기업 대비 모든 지표에서 열위

HMR시장의 선두주자로서  
산업 자체의 성장과 확대를  
위해 M&A, 협업 등 추진

스마트팩토리, 자동화 설비,  
스마트물류 시스템 등으로  
생산효율 극대화

하나의 핵심기술, 레시피를  
기반으로한 사업영역 확장  
전략

② 사업전략 기준

- : HMR시장 선점을 기반으로 M&A 및 협업전략
  - 프레시지는 국내 밀키트라는 개념이 아직 일반화되기 전부터 본 산업에 진입하여 시장에서 가장 높은 점유율을 유지하고 있으며, 이를 통해 시장의 표준을 제시하고 산업 전반을 이끄는 역할을 수행함
  - 또한, 산업의 성장세가 감소함에 따라 다양한 M&A 및 협업전략을 통해 사업영역을 확장하고 돌파구를 발굴함
  - 2021년 '허담' 인수와 2022년 '테이스티나인' 인수는 밀키트 중심에서 벗어나 건강 간편식 및 냉동 HMR로 포트폴리오를 다각화하는 전략

- : 푸드테크 기술 기반의 생산효율 극대화 전략
  - 대규모 스마트 팩토리 운영, 자동화 설비 도입, 최적화된 물류 시스템 구축을 통해 생산 원가를 절감하고 제품 품질 및 신선도를 일관되게 유지
  - 소비자 구매 데이터, 시장 트렌드, 레시피 데이터 등을 빅데이터로 분석하여 신제품 기획 및 개발에 활용하고 공정자동화를 최적화함

- : One source Multi Use 전략기반 협업 확대
  - 하나의 핵심 기술 또는 레시피(예: 유명 셰프 레시피)를 기반으로 밀키트, HMR, B2B 식자재 등 다양한 제품군 및 채널에 적용하여 시너지 창출
  - 유명 셰프 협업, RMR 제품부터 일반 밀키트, HMR, 건강 간편식, 인수 브랜드의 제품까지 광범위한 제품군을 보유



자료: 프레시지 홈페이지

### 종합 의견

산업환경 및 성장요인은 해당 기업에 긍정적이나 도전적 과제가 존재함

주요 키워드는 푸드테크, HMR, RMR, 간편식품 등임

당사는 생산 인프라를 기반으로 한 스마트생산, 대량생산, 빠른 신제품 출시능력, 다양한 제품라인 보유 등 경쟁력을 갖추

- **(산업환경)** 코로나 팬데믹 시기에 집에서 건강하고 간편하게 하는 식사문화가 확산되면서 밀키트, HMR시장이 급격히 성장하였으나 최근 팬데믹이 끝나며 성장세는 둔화되었으나 여전히 집에서 양질의 음식을 간편히 소비하고자 하는 수요는 존재하며 소비자의 요구는 보다 고도화 되고 있음
- **(주요 키워드 및 트렌드)** 주요 키워드는 '푸드테크' 'HMR' 'RMR' '간편식품' 등으로 선정할 수 있음. 프레시지는 AI 기반 레시피 개발, 자동화 생산 등 푸드테크를 적극적으로 활용하여 제품의 맛과 품질, 생산 효율성을 지속적으로 향상시키고 있음. 특히, 유명 셰프, 맛집, 콘텐츠 IP 등과의 광범위한 협업을 통해 '레스토랑 간편식(RMR)' 시장을 개척하고 선도함
- **(경쟁력)** 당사는 확고한 시장 리더십과 강력한 생산 인프라를 기반으로 한 경쟁우위를 갖추고 있음. 프레시지는 국내 밀키트 시장의 선두 주자로 이를 뒷받침하는 국내 최대 규모의 스마트 팩토리를 보유하고 있으며 생산 인프라를 기반으로 한 대량 생산과 이를 통한 원가 절감, 빠른 신제품 출시 능력, 프리미엄 제품부터 가성비 제품까지 다양한 스펙트럼을 보유하는 동력을 갖추. 재무적 관점에서 3년 연속 적자구조이나 2024년 전년대비 긍정적인 지표를 보이고 있어 이러한 관점에서의 지속적인 관리가 수반되는 것이 중요

#### 프레시지 퍼블리싱 특징



자료: 프레시지 홈페이지



# 한국농식품벤처투자협회

Korea Agricultural and Fishery Food Venture Investment Association