



한국농식품벤처투자협회
Korea Agricultural and Fishery Food Venture Investment Association

2025-7호

농식품기업 리포트 시리즈

Ugly ʘs

(주)캐비지

한국농식품벤처투자협회

2025.06.



2025-7호

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

- 기후위기, 농촌 고령화, 인구감소, 식량안보 등의 주요 이슈에 대응하기 위한 대안으로 버려지는 농산물을 활용한 식량자급, 구독서비스를 통한 안정적 판매망 구축은 주요 강점
- 농가 직거래부터 소분, 포장, 유통까지의 전 과정 수직 통합 모델을 구축하여 사업의 영역을 유연하게 확대하고 있으며, 차별화된 브랜딩을 통한 업계 내 독보적인 역할 수행
- 사회적 가치와 경제적 성과를 동시에 달성하는 대표적인 임팩트 비즈니스로, 글로벌 푸드테크 트렌드와 국내 정책 지원이 만나는 최적의 포지션에 있는 유망 기업

해당 기업을 주목하는 이유_(1)

친환경적 대안을 추구하는 소비자는 식품 폐기물을 줄이고 탄소발자국을 최소화하는 제품을 선호

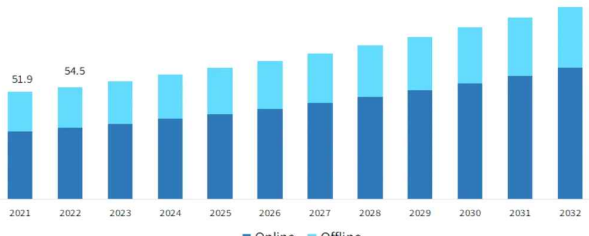
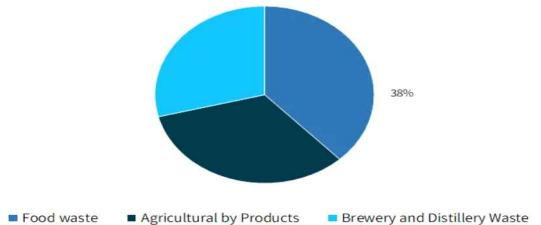
ESG트렌드 확산, 가성비 소비, 가치소비, 유통채널 다변화 등이 주요 동력

- **(글로벌 환경)** 환경에 대한 관심, 기후위기 극복 노력, 지속 가능성에 대한 인식과 관심이 증가하며 친환경적인 대안을 추구하는 소비자는 식품 폐기물을 줄이고 탄소 발자국을 최소화하는 제품을 선호하는 성향을 보임
 - 시장조사기관 퓨처마켓 인사이트(FMI)에 따르면, 2022년 전 세계 못난이 농산물 및 관련 푸드 업사이클링 시장 규모는 약 530억 달러였으며, 연평균 4.6%의 성장률을 보이며 2032년에는 약 830억 달러 규모로 전망됨
- **(글로벌 성장요인)** 환경적, 경제적, 사회적 측면에서 다양한 요인에 따라 변화가 발생하고 있으며 특히 식량 자원의 효율적 활용, 온실가스 감축, 가치소비 및 ESG(환경·사회·지배구조) 트렌드 확산, 고물가 시대의 가성비 소비 확대 등이 주요 동력으로 작용함
 - 유통채널이 다변화하며 대형 유통업체(월마트, 크로거 등)와 전문 플랫폼(예: Misfits Market, Imperfect Foods 등)이 못난이 농산물을 일반 농산물 대비 30~50% 저렴하게 판매하며 시장을 선도하고 있음
 - 유럽연합은 음식물 폐기 감축을 위한 액션플랜을 추진하고, 각국은 민관 협력 캠페인을 확대하고 있음

글로벌 못난이 농산물 활용사례			업사이클 식품시장 규모
(영국) HAPPY PLANET - 단백질 셰이크  완두콩과 치즈 등의 생산 부산물인 유청을 사용한 단백질 셰이크	(미국) Krommkommer - Worky Veggie soup  휘어진 오이, 비대칭 당근, 울퉁불퉁한 토마토 등 외관상의 이유로 판매가 어려운 채소를 활용한 스프	(미국) 발나나 - 유기농 건감 스낵  버려지는 바나나를 활용한 스낵	

자료: aT 식품산업통계시스템

자료: Global Market insights

업사이클 식품시장 규모	글로벌 업사이클 식품시장 규모
Upcycled Food Products Market Size, By Distribution Channel, 2021 - 2032 (USD Billion) 	Global Upcycled Food Products Market Revenue Share, By Source, (2022) 

자료: Global Market insights

해당 기업을 주목하는 이유_(2)

버려지는 농산물로 인해 촉
구되는 환경문제와 식량자원
낭비 문제에 대한 해결을 동
력을 산업이 확대

- (국내 산업환경) 버려지는 '등급 외' 규격의 버려지는 농산물의 발생 규모는 연간 5조원 수준으로 농산물의 생산부터 폐기까지 발생하는 이산화탄소로 인해 지구온난화를 야기하고 식량 낭비를 촉구
 - 비축농산물의 연간 폐기도 평균 25억 원 가량 발생하여 심각한 수준이나 기후, 작물상황에 따른 변동성이 커 예측하기 어려운 분야
 - 정부는 푸드테크 산업 육성을 위한 지원정책을 통해 전략적으로 푸드테크 기업을 육성하고 있으며 친환경농업 지원 정책을 확대하고 있음
 - 또한, 1인가구의 증가로 소량구매, 맞춤형 구독 서비스 시장 또한 확대
- (국내 성장요인) 못난이 농산물 소비는 온실가스 감축, 자원 절약, 농가 소득 증대 등 환경적·사회적 효과를 동시에 달성할 수 있는 솔루션으로 인식
 - 지속가능한 환경에 대한 소비자들의 인식개선과 선입견 해소, 신뢰도 확보가 가장 큰 장애요인이었으나 점차 환경과 소비에 대한 문화가 성숙해지며 합리적이고 가치 있는 소비에 대한 성장세
 - 코로나19 이후 고물가·고금리·고환율 '3고 시대'에 진입하면서 신선식품 소비도 '가성비'를 따지는 가치소비가 확산되었으며 온라인 기반 디지털 유통 환경에 대한 익숙함과 선호도가 커짐

사회적 경제적 효과 달성
뿐만 아니라 지속가능한 환
경에 대한 소비자의 참여와
실천에 대한 의미가 존재

연도별 비축농산물 폐기량과 비용



자료: 연합뉴스 자료(농림축산식품해양수산위원회) 재구성

온라인 농축수산물 거래액



자료: 한국농촌경제연구원

해당 기업을 주목하는 이유_(3)

못난이 농산물 유통시장에 대한 관심과 성장세 지속

- (국내외 성장동향) 글로벌 못난이 농산물 유통시장은 이미 수십조 원대 규모의 시장을 형성하고 있으며, 연 4~5%대의 안정적인 성장세를 이어가고 있음. 시장 확대의 핵심 동인은 식량 낭비 문제 해결, 가치소비 확산, 유통채널 혁신, ESG 경영 강화 등이며, 앞으로도 친환경·가성비 소비 트렌드와 함께 관련 시장은 더욱 성장할 것으로 기대됨

주요 산업 키워드는 ICT기술, 생산성 향상, 기후위기 대응, 식량 자급률 확보, 농업인구 감소 대응 등임

- (사업 트렌드) 해당산업 주요 키워드는 "ICT기술" "생산성 향상" "기후위기 대응" "식량 자급률 확보" "농업인구 감소 대응" 등으로 보여짐
- 생산자-소비자 직접 연결, 정기배송 서비스, B2B 거래 플랫폼 등 다양한 유통모델이 등장하며 시장 접근성이 크게 개선
- (시장 키워드) 해당산업 주요 키워드는 #서큘러 이코노미 #푸드 웨이스트 제로 #개인화 소비 #ESG #구독 경제 #자원순환 #폐기물 구출 등으로 보여짐

(주)캐비지의 주요 소싱 원칙



자료: (주)캐비지

회사 개요

2021년 02월에 설립된
전자상거래 소매업 기업

- 해당 기업과 관련된 정보는 다음과 같음
- 회사현황

항 목	내 용
회사명	(주)캐비지
대표이사	최현주
설립일	2021-02-16
법인번호	134811-0604224
기업형태	일반법인, 중기업
업종	(G47912) 전자상거래 소매업
자본금	7,429백만원
본사주소	(07204) 서울 영등포구 양평로 144, 8층 (양평동5가)
법인구성	본사 1개 / 지사 2개

자료: Cretop / 회사 홈페이지

친환경농산물 제조 가공
취급자 인증 보유

- 회사 연혁

주 요 연 혁	
2025-01	디캠프 배치 1기 선정
2022-01	친환경농산물 제조 가공취급자 인증
2021-12	스프링캠프 초기전문 투자조합으로부터 투자
2021-06	정기배송 서비스 '채소박스' 출시
2021-04	채소, 과일 유통업 사업자 등록
2021-02	법인설립 [상호 : 캐비지, 대표자 : 최현주, 56백만원]

자료: Cretop / 회사 홈페이지

불필요한 낭비를 줄여 환경 보호에 기여하고, 농부의 노력에 정당하게 보상하는 지속가능한 농업 지지

못난이 농산물 개인 맞춤형 정기구독 서비스 제공과 장보기 서비스

● 회사 설립 배경

- 최현주 대표는 농촌에서 자란 경험을 바탕으로 못난이 농산물 문제에 대한 깊은 문제의식을 가지고 있었으며 농가를 직접 방문하며 현장의 목소리를 듣고 외관상의 이유로 폐기되는 농산물 물량, 합리적 소비를 희망하는 소비자의 수요, 대량 유통으로 처리되는 구조적인 문제를 발견하여 해결하고자 창업을 결심
- 불필요한 낭비를 줄여 환경 보호에 기여하고, 농부의 노력에 정당한 보상을 제공하고자 하며 지속가능한 농업을 지지함으로써 우리의 땅과 미래를 더 건강하게 만들

● 회사 사업 소개

- D2C 구독 모델로 공급 상황과 유저 데이터를 기반으로 맞춤형 못난이 농산물 정기 구독 형태의 배송서비스 제공하며 편리한 장보기 UX, 선택품목 관리기능, 레시피 탐색 기능 등을 제공하여 소비자의 만족도 제고
- 정기 구독 뿐 아니라 바로 장보기 기능으로 영역을 확장하고 특가이벤트 등을 통해 다양한 수요가 있는 고객을 확보
- 화학 농약, 제초제, 살충제를 사용하지 않는 친환경 인증 농산품의 판로개척을 우선하며 무농약, 유기농 농법으로 수확량 보전이 어려운 농산물은 친환경적인 과정을 통해 재배된 것을 우선으로 선정

(주)캐비지 대표 인터뷰



자료: (주)캐비지 스마일게이트 인터뷰 기사

재무상태표 및 손익계산서 주요 항목 분석

※ Creptop 기준, 보유 데이터의 가장 최근 재무지표 수치로 분석되었음

23년 기준, 자산 및 부채,
자본이 크게 증가하였으나,
이익 잉여금이 적자 폭 증가

● 재무상태표 주요 항목

(단위: 천원)

계정과목	2023년	2022년	2021년
자산총계	2,248,397	860,838	473,469
유동자산	1,836,375	479,435	437,522
비유동자산	412,022	381,403	35,947
부채총계	960,961	744,306	130,530
유동부채	869,772	744,306	130,530
비유동부채	91,189	-	-
자본총계	1,287,436	116,532	342,939
자본금	74,291	62,430	62,430
자본잉여금	2,281,704	393,750	393,750
기타포괄손익누계액	-	-	-
이익잉여금	-1,068,559	-339,648	-113,241

자료: 최근 3개년 기준, Creptop

● 손익계산서 주요 항목

(단위: 천원)

계정과목	2023년	2023년	2022년
매출액	8,153,065	3,299,677	483,480
매출원가	4,748,313	1,903,499	289,066
매출총이익(손실)	3,404,752	1,396,178	194,414
판매비와 관리비	4,124,904	1,687,881	394,788
인건비	921,615	592,688	121,580
기타관리비	3,203,289	1,095,193	273,208
영업이익(손실)	-720,152	-291,703	-200,374
영업외수익	18,101	26,253	87,192
영업외비용	26,784	2,338	54
당기순이익(손실)	-728,911	-267,788	-113,241

자료: 최근 3개년 기준, Creptop

23년 기준, 전년 대비 매출
액이 증가하였으나, 매출원
가, 관리비가 높아지며, 당기
순이익 적자 증가

재무비율 분석 및 신용평가등급

● 재무비율 분석

(단위: %, 배, 일)

23년 기준, 안정성 측면이 개선되었으나, 성장성 측면에서 적자 지속

항목 및 계정과목		2023년	2022년	2021년
안전성	부채비율	74.64	638.71	0.00
	차입금의존도	22.76	59.34	0.00
	자기자본비율	57.26	13.54	0.00
	비유동장기적합율	29.89	327.29	0.00
수익성	매출원가율	58.24	57.69	0.00
	영업이익률	-8.83	-8.84	0.00
	당기순이익률	-8.94	-8.12	0.00
성장성	매출액증가율	147.09	582.48	0.00
	영업이익증가율	적자지속	적자지속	0.00
활동성	매출채권회전기간	5.92	4.64	0.00
	재고자산회전기간	0.00	0.00	0.00
	매입채무회전기간	2.23	3.99	0.00
	총자본회전율	5.24	4.95	0.00

자료: 최근 3개년 기준, Cretop,

신용평가사 기준, 신용평가등급은 BB+, EW등급은 정상

● 신용평가등급 및 EW등급

신용평가등급						
						
C이하	CC	CCC	B	BB	BBB	A이상
				v		
EW(Early Warning 조기경보) 등급						
						
부도	위험	경보	주의	관심	유보	정상
						v

자료: 기업신용평가등급 평가일(24.11.14), EW등급 평가일(25.05.02), Cretop

산업 내 위치 및 경쟁우위 사항

표준산업분류 기준 쿠팡(주), (주)컬리 등이 상위 순위를 차지하고 있음

● 산업 내 국내 TOP 5 (해당 기업 표준산업분류 G47912 기준)

(단위 : 백만원)

순위	기업명	매출액(백만원)
1	쿠팡(주)	30,664,003
2	(주)컬리	2,072,720
3	(주)에스에스지닷컴	1,533,276
4	피에스앤마켓팅(주)	1,353,321
5	(주)현대홈쇼핑	1,074,345

자료: 2023년 기준, Cretop

표준산업분류 기준, (주)캐비지를 중심으로 상위/하위 순위 4개 기업 현황

● 상위/하위 기업 (해당 기업 표준산업분류 G47912 기준)

(단위 : 백만원)

순위	기업명	매출액
+4	(주)웰션비즈	8,190
+3	(주)올웨이즈	8,166
+2	(주)마이펫피플	8,154
+1	(주)비알피	8,153
기준	(주)캐비지	8,153
-1	(주)갤러리펫	8,148
-2	(주)마지아앤코	8,137
-3	(주)네오컴퍼니	8,135
-4	(주)지오택	8,129

자료: 2023년 기준, Cretop

- 해당 기업을 표준산업분류 G47912로 분류했을 때는 상기와 같은 경쟁사가 도출되며, 잉여 농산물만을 타겟으로 하지 않지만 건강한 프리미엄 식자재의 새벽 배송을 전문으로 하는 업계 2위 기업 '컬리'를 벤치마크 기업으로 선정

● 벤치마크(비교가능 사업구조) 기업 대비 경쟁우위 사항

- 벤치마크 기업 (주)컬리 회사 개황

벤치마크 기업 (주)컬리는
신선식품 유통기업

항 목	내 용
회사명	(주)컬리
대표이사	김슬아
설립일	2014-12-31
법인번호	110111-5603504
기업형태	중견기업
업종	(G47912) 전자상거래 소매업
주요상품	신선식품, 가공식품, 생활용품 등 식생활 및 일상생활에 필요한 다양한 상품 판매 외

자료 : 최근 년도 기준(2023), 자료: Cretop

- 벤치마크 기업 (주)컬리 주요 KPI

(단위: 백만원, %)

벤치마크 기업 주요 3개년
재무현황

년 도	총자산	총부채	매출액	영업이익	영업이익률	순이익률
2023	769,564	660,901	2,191,216	-19,707	-0.90	-1.84
2022	753,416	737,347	2,072,720	-142,076	-6.85	-8.87
2021	729,814	542,792	2,033,595	-228,905	-11.26	-11.85

자료 : 최근 년도 기준(2023), 자료: Cretop

- 경쟁우위 사항

① 재무자료 분석 기준 (2023년)

: (주)캐비지는 벤치마크기업 대비 평균 매출액과 자산 규모의 차이는 크게 나고 있으나 자기자본비율, 매출액증가율, 매출채권회전기간 지표에서 우위를 보이고 있으며 영업이익률과 순이익률에서는 열위

* 단, 공개된 시점 자료기준의 분석으로 2023년 기준인 점에 대한 고려 필요

벤치마크 기업 대비 매출액
증가율, 영업이익률과 순이
익률에서 열위, 자기자본비
율, 자기자본비율, 매출액증
가율, 매출채권회전기간에
서 우위를 보임

(단위: %, 일)

항 목	자기자본비율	영업이익률	순이익률	매출액증가율	매출채권회전기간
(주)캐비지	57.26	-8.83	-8.94	147.09	5.92
벤치마크기업	14.12	-0.90	-1.84	5.72	7.59
벤치마크대비	우위	열위	열위	우위	우위

자료 : 최근 년도 기준(2023), 자료: Cretop

농가와의 직접거래로 소비자
에게 전달하는 수직통합 모델
구축으로 확장성 보유

② 사업전략 기준

- : 농가 직접 거래부터 소분 포장까지 전 과정의 내재화 '수직통합 모델'
- 당사는 못난이 농산물 시장에서 확고한 입지를 구축한 후, 단계적 시장 확장을 추진하며 수직적 확장을 통해 채소박스 정기배송에서 시작하여 상시 구매 플랫폼으로 서비스 영역을 넓힘
- 수평적 확장 측면에서는 '레시피 기반 장보기' 서비스를 통해 단순 채소 배송을 넘어 완전한 식단 솔루션 제공업체로 포지셔닝
- 현재 전국 450여 농가 네트워크를 지속적으로 확대하고 있으며, 전략적 파트너십으로 상생구조를 구축하고 농가봉사활동 등 ESG경영 측면에서의 건강한 협력도 지속

지속가능한 브랜드 가치를
전달하고 못난이 채소를 개성
있고 가치 있는 식재료로 재
포지셔닝

- : 지속가능한 가치와 못난이 채소를 개성있는 채소로 재포지셔닝한 전략
- 농산물 '구매'가 아닌 '구출하기'로 표현하고 못난이 채소에 대한 거부감을 해소하기 위한 브랜드 스토리를 구축하여 전달
- 소비자가 필요한 재료를 용량별로 제공하며 개별 포장없이 친환경 포장으로 배송하는 차별화된 모델로 전반적으로 통합된 브랜딩 가치 제공

데이터 기반 운영으로 고객
취향분석을 통한 맞춤형 서
비스 제공

- : 데이터 기반 운영으로 고객 취향분석을 통한 맞춤형 서비스 제공
- AI기반 개인화 기술 개발에 집중하여 고객의 구매 패턴, 계절별 선호도, 가족 구성원의 특성 등을 종합 분석하여 완전 맞춤형 채소박스 제공
- 요리 레시피와 이에 따른 채소 구성을 함께 제공함으로써 재료준비와 음식 준비에 대한 고민을 해소하고 고객들의 편의성을 제고

어글리어스 정기배송 박스	
집밥박스 다양한 제철 채소와 음식을 즐기고 싶은 분!  ✔ 제철 채소 7~9가지 제공 ✔ 두부·달걀 및 가공식품으로 변경 가능 ✔ 1~2끼 분량의 소포장	샐러드박스 바쁜 일상에도 쉽게 채소를 챙기고 싶은 분!  ✔ 샐러드용 채소 6~8가지 제공 ✔ 두부·달걀 및 가공식품으로 변경 가능 ✔ 1~2끼 분량의 소포장

자료: (주)캐비지 홈페이지

종합 의견

산업환경 및 성장요인은 해당
기업에 긍정적

- **(산업환경)** 전 세계적인 기후위기, 인구감소, 식량안보 확보 등의 이슈로 인해 지속가능한 농업, 가치있는 소비, 폐기자원에 대한 활용 등이 주요한 이슈로 확대되고 있는 상황에서 당사는 단순히 저렴한 채소를 파는 것이 아니라 '환경을 구하고, 농부를 돕고, 건강한 식탁을 만든다'는 명확한 미션을 제시하고 있음
 - 소비자들의 변화 뿐만 아니라 정부의 푸드테크산업 활성화 정책과 기후테크 기업 육성에 대한 의지 등 지속가능가치 제고 노력의 흐름과 사업방향이 일치

지속가능성, 데이터, 온실가
스 감축, 가치소비 등을 주요
키워드로 하며 건강한 브랜드
가치와 더불어 최적의 데이터
분석 플랫폼 전략을 목표함

- **(주요 키워드 및 트렌드)** 주요 키워드는 '지속가능성' '데이터' '온실가스 감축' '가치 소비' 등으로 정리할 수 있으며 자체 브랜드 스토리를 안정적으로 구축하여 소비자에게 일관되고 안정적인 가치를 제공하고 있음. 뿐만 아니라 물류 자동화 기술을 핵심 경쟁력으로 인식하고 지속적으로 투자하고 있으며 향후 소분 포장 과정의 완전 자동화를 목표로 함. 또한 고객의 취향 데이터를 SI기반으로 개인 맞춤형 분석하여 제공하고 450여 농가 데이터를 축적하여 못난이 농산물 발생 패턴, 공급량, 품질 데이터 등을 분석하고 있으며 향후 이를 기반으로 농가와 소비자의 수급 매칭 최적화를 목표함

못난이 농산물에 대한 브랜드
를 재정의 하고 지원대상이
아닌 개성 있는 별도 카테고리
리로 분류되도록 스토리 부여

- **(경쟁력)** 당사의 핵심 강점인 브랜드 차별화 전략으로 '못난이'의 브랜드 재정의의 시도하였음. 기존 못난이 농산물 시장이 '동정'이나 '할인'에 의존했다면, 캐비지는 이를 '개성 있는 채소'로 완전히 리브랜딩 하였으며, 맛과 영양 건강 포인트도 함께 강조하였음. 울퉁불퉁한 모습을 당당하게 표현하는 사진 촬영, 각 채소마다 고유한 스토리를 부여하는 콘텐츠 제작, '구출'이라는 표현을 통한 긍정적 이미지 전환, 소비자의 직접 참여 등을 통해 프리미엄 가치를 창출하고 있음

어글리어스 집밥일기 참여현황

따끈 따끈 집밥일기 38,068



자료: (주)캐비지 홈페이지



한국농식품벤처투자협회

Korea Agricultural and Fishery Food Venture Investment Association