



한국농식품벤처투자협회
Korea Agricultural and Fishery Food Venture Investment Association

2025-9호

농식품기업 리포트 시리즈



(주)키친인더랩

한국농식품벤처투자협회

2025.06.



2025-9호

목 차

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



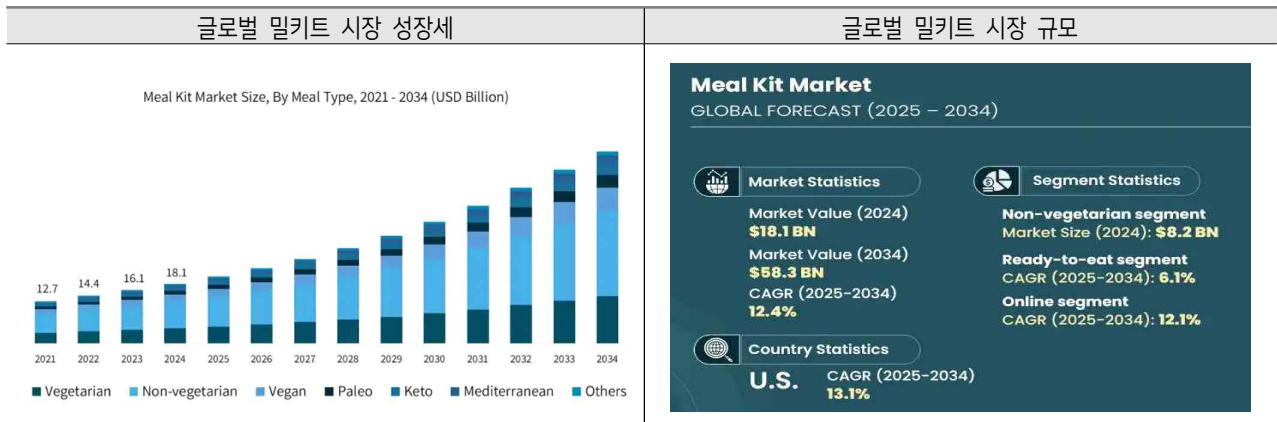
SUMMARY

- 소규모 가구 증가, 외식 물가 상승, 요리의 편의성 확대, 고 퀄리티 음식에 대한 선호 증가 등 국내외 환경적 성장 요인에 힘입어 '레스토랑 퀄리티의 간편식'이라는 프리미엄 시장을 선도하는 높은 성장 잠재력을 보유
- 외식산업의 구조적인 문제인 높은 임대료와 인건비, 구인난 등 직면 문제를 해결하는 B2B솔루션을 제공하는 기업으로 ODM/OEM을 제공함으로써 생산 효율을 높이고 부가 수익을 창출하며 탄소 저감형 주방이 실현되도록 기여
- 스마트 팩토리를 통해 생산 효율성을 극대화하며 푸드 업사이클링을 통해 폐기물을 줄이고자 노력하는 등 경제적 가치와 환경적 가치를 동시에 추구하는 방향성은 긍정적

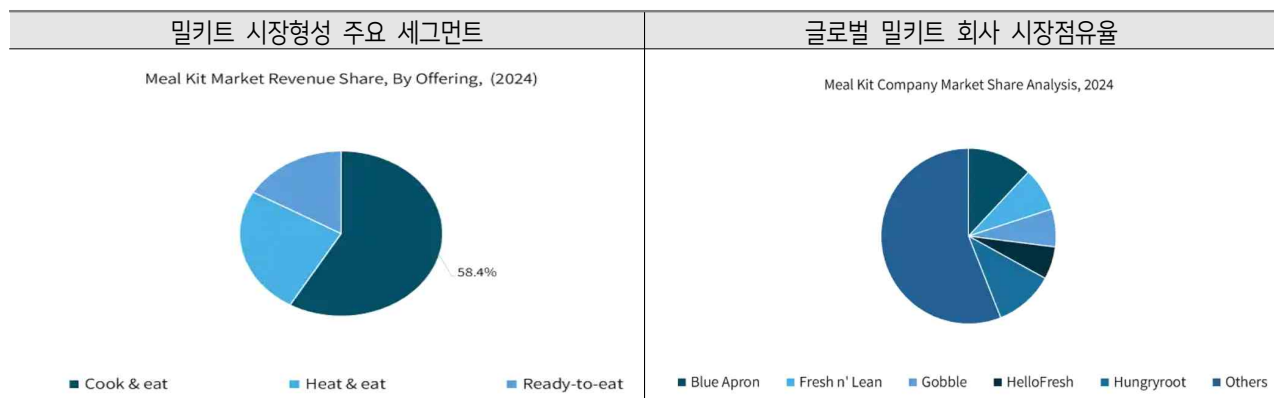
코로나19 이후 건강에 대한
관심도 증가, 집밥문화 확산
등으로 인해 밀키트 시장은
급격히 성장하였고 현재는 둔
화되는 시점

해당 기업을 주목하는 이유_(1)

- **(글로벌 환경)** Technavio 보고서에 따르면, 세계 밀키트 시장은 2025년 기준 연 평균 성장률 16.1%를 기록하며 228억 3,710만 달러 규모로 성장할 것으로 예상
 - 최근 엔데믹 도래에 따라 밀키트 시장자체의 성장세는 둔화되고 있으나 기술을 기반으로한 푸드테크 시장은 지속적인 성장이 기대됨
 - 농림축산식품부에 따르면 세계 푸드테크 시장규모는 2020년 기준 약 5542억달러 (약 665조원)으로 2017년 대비 38% 증가
- **(글로벌 성장요인)** 코로나19 이후 집밥 수요가 늘고, 건강에 대한 관심도가 커지고, 편리하면서도 고품질의 식사를 원하는 소비자가 증가하면서 전 세계적으로 밀키트와 RMR(레스토랑 간편식) 시장이 빠르게 확대
 - 전 세계의 식문화 변화와 더불어 가치 소비를 지향하는 소비자들이 늘면서 푸드테크 기업이 주목받고 있으며, 식품 생산 및 소비 과정에서 발생하는 환경문제(탄소 배출, 음식물 쓰레기)에 대한 인식이 높아지고 ESG경영 가치 중시



자료: Global market insights



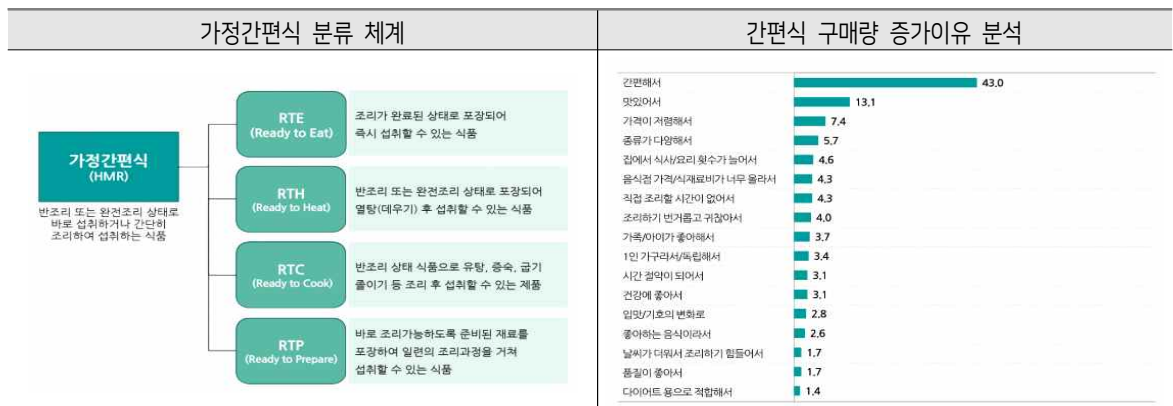
자료: Global market insights

해당 기업을 주목하는 이유_(2)

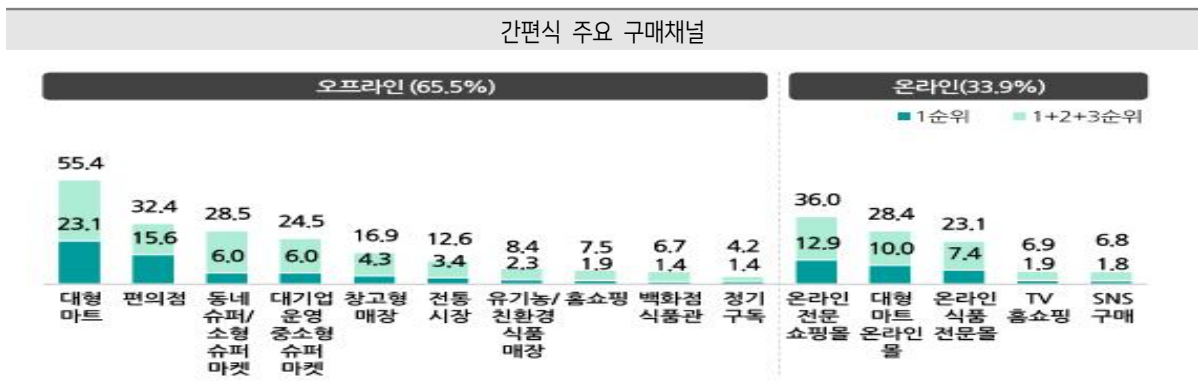
코로나19 이후 급격히 성장한 가정간편식 시장은 다소 주춤한 모습을 보이고 있으나 중요한 카테고리이자 문화로 정착

적극적인 푸드테크기업 육성 정책이 시행되고 있으며 산업 전반의 성장이 기대

- **(국내 산업환경)** 글로벌 시장과 유사하게 코로나19 이후 급격히 성장한 가정 간편식 시장의 증가세는 한동안 이어졌으나 최근 일상으로의 복귀에 따라 HMR식에서 오는 일부 특징(다수의 쓰레기 발생, 맛, 반조리의 애매한 포지셔닝 등)이 부각되며 감소세를 보이고 있으나 이제는 소상공인까지 도입이 확대되는 등 중요한 카테고리 이자 당연한 문화로 정착
 - 식약처 통계에 따르면 국내 간편 조리세트(밀키트) 시장은 과거 코로나 직후인 2022년 2,496억 4,800만 원으로 전년 대비 205.8% 급격히 성장
- **(국내 성장요인)** 국내 외식산업은 높은 임대료, 인건비 상승, 구인난, 식자재 비용 증가 등 구조적인 어려움을 겪고 있어 이러한 문제를 해결하기 위해 푸드테크(AI, 로봇 자동화, 간편식 제조)가 핵심적인 해법으로 부상
 - 정부는 2027년까지 푸드테크 유니콘 기업 30개 육성, 1,000억 원 규모 전용 펀드 조성 등 푸드테크 산업 육성 정책을 적극 추진
 - 집밥에 대한 수요가 늘었지만, 동시에 고영양, 고퀄리티 음식을 집에서 간편하게 즐기고자하는 소비자 니즈 또한 강해짐



자료: 농림축산식품부, aT (가공식품 세분시장 현황)



자료: 농림축산식품부, aT (가공식품 세분시장 현황)

해당 기업을 주목하는 이유_(3)

가정간편식 시장은 코로나 19 이후 혁신적으로 성장, 점차 성장세는 둔화되나 확장성과 높은 잠재력 존재

온라인을 기반으로 소비자의 접근성을 확대하고, 유명 레스토랑의 레시피를 활용한 RMR제조

- **(산업 매력도)** 새로운 형태의 식품소비 문화로 천천히 시작된 가정간편식(HMR)시장은 코로나19 이후 혁신적인 성장의 변곡점을 맞이하였으며, 이후 점차 성장세가 둔화되고 있음. 하지만, 초반 급격한 성장속도에 따른 여파일 수 있으며 밀키트, 가정간편식, RMR의 수요는 지속적으로 존재하여 잠재력을 보유하고 있음. 또한, 임대료, 인건비 등 고정비 부담이 큰 외식업체에 새로운 수익모델(RMR 제조)을 창출한다는 점에서 상생의 비즈니스 기회
- **(사업 트렌드)** 간편식/밀키트 시장은 온라인 채널을 통한 구매가 활발히 발생하기 때문에 '프롬셰프'와 같은 온라인 브랜드를 통해 소비자 접근성을 높이는 전략은 온라인 소비 트렌드에 부합
 - 유명 레스토랑의 레시피를 활용하여 RMR을 제조하고, 이를 온/오프라인으로 유통하는 것은 O2O 전략의 성공적인 사례가 될 수 있음
 - 제조 공정의 자동화와 효율화를 통해 인건비 절감 및 생산성 향상을 도모하며, 이는 푸드테크산업의 필수적인 요소
 - 푸드 업사이클링, 탄소 저감형 주방 등 ESG 트렌드에 부합하는 경영 철학은 브랜드 이미지 제고뿐만 아니라 장기적인 성장 동력으로 작용
- **(시장 키워드)** 해당산업 주요 키워드는 #밀키트 #푸드테크, #간편식, #RMR (Restaurant Meal Replacement), #클라우드 키친, #지속가능성, #스마트팩토리, #푸드 업사이클링 등임

(주)키친인더랩의 종합외식공간 광고 '레인보우 브릿지'



자료: (주)키친인더랩

회사 개요

2017년 06월에 설립된
간이음식 포장 판매 전문점
기업

- 해당 기업과 관련된 정보는 다음과 같음
- 회사현황

항 목	내 용
회사명	(주)키친인더랩
대표이사	최채환
설립일	2017-06-27
법인번호	110111-6442274
기업형태	일반법인, 중기업
업종	(I56199) 간이음식 포장 판매 전문점
자본금	3676백만원
본사주소	(17111) 경기 용인시 기흥구 서천로201번길 11
법인구성	본사 1개 / 사업장 4개

자료: Cretop / 회사 홈페이지

벤처기업 인증, 메인비즈 인증
보유 기업

- 회사 연혁

주 요 연 혁	
2024-12	인도네시아 홈쇼핑 론칭 MOU 체결
2023-12	광고 '레인보우브릿지' 외식 공간 오픈
2023-10	신세계푸드 비건 브랜드 '유아왓유잇' 간편식 공급 계약 체결
2023-09	롯데마트 광고점과 F&B 공간 구성 MOU 체결
2022-10	법인등기부등본상 주소 변경 : 경기 용인시 기흥구
2020-12	지점설치: 서울시 마포구 만리재옛길54-6, 1층
2017-06	키친인더랩 법인설립

자료: Cretop / 회사 홈페이지

조리경험 없이도 품질이 유지되는 시스템 외식 브랜드를 구축하고자 설립

● 회사 설립 배경

- 과거 호텔 식음 부문을 위탁 운영하며 인건비·품질 일관성 문제를 느낀 대표는, "조리 경험 없이도 품질이 유지되는 시스템 외식 브랜드"를 구상, 2017년부터 R&D팀을 구성해 400개 이상 메뉴를 개발하며 테스트를 반복해 '외식의 제조화' 모델을 구축
- 키친인더랩은 "식품계 SPA 브랜드가 가능하도록 기획·제조·판매·광고를 자체적으로 해결하는 국내 유일 스타트업"을 지향합니다. 이는 SPA 의류 브랜드처럼 속도와 통제력을 바탕으로 간편식 트렌드를 빠르게 반영하는 비즈니스 전략 수립

간편식 기반 푸드테크 스타트업으로 SPA형 식품 브랜드 지향

● 회사 사업 소개

- 간편식 기반 푸드테크 스타트업으로, 기획·제조·판매·마케팅을 자체 수행하는 SPA형 식품 브랜드를 지향하며 빠르게 성장 중
- 주요 제품은 식품 OEM/ODM이며, 간편식 레토르트 중심으로 식품 제조 가공업에 집중하고 있습니다. 자체 제조공정에서 레스토랑급 품질의 요리를 빠르게 상품화하는 것이 핵심 모델
- 럭셔리·스타 셰프 브랜드 '놉스(NOPS)' 출시를 통해 연매출 100억 원 달성. 글로벌 진출도 추진 중이며, 미국 텍사스에 매장 오픈 등 장기 목표를 설정

(주)키친인더랩의 미국식 스테이크 전문점 놉 및 간편식 메뉴



자료: (주)키친인더랩 홈페이지

재무상태표 및 손익계산서 주요 항목 분석

24년 기준, 직전 년도 대비
자산 및 자본은 증가, 부채는
감소

● 재무상태표 주요 항목

(단위: 천원)

계정과목	2024년	2023년	2022년
자산총계	5,567,712	3,200,327	3,880,133
유동자산	2,086,688	736,546	880,694
비유동자산	3,481,024	2,463,781	2,999,439
부채총계	3,969,796	2,883,817	2,700,855
유동부채	2,967,962	1,705,321	1,136,402
비유동부채	1,001,834	1,178,496	1,564,453
자본총계	1,597,916	316,510	1,179,278
자본금	367,692	348,340	342,940
자본잉여금	2,537,088	2,056,449	1,602,096
기타포괄손익누계액	-	-	-
이익잉여금	-1,306,864	-2,088,279	-765,758

자료: 최근 3개년 기준, Cretop

● 손익계산서 주요 항목

(단위: 천원)

계정과목	2024년	2023년	2022년
매출액	6,757,167	1,891,485	2,615,843
매출원가	3,326,469	1,712,581	1,628,045
매출총이익(손실)	3,430,698	178,904	987,798
판매비와 관리비	2,701,849	713,055	743,626
인건비	1,525,811	359,160	416,982
기타관리비	1,176,038	353,895	326,644
영업이익(손실)	728,849	-534,151	244,172
영업외수익	215,930	46,967	31,424
영업외비용	164,005	132,202	92,840
당기순이익(손실)	780,774	-619,386	182,756

자료: 최근 3개년 기준, Cretop

24년 기준, 전년 대비 매출
액이 크게 증가하며, 당기순
이익도 대폭 개선

재무비율 분석 및 신용평가등급

재무비율 분석

24년 기준, 성장성 측면에서
흑자전환

(단위: %, 배, 일)

항목 및 계정과목		2024년	2023년	2022년
안전성	부채비율	248.44	911.13	229.03
	차입금의존도	42.42	74.66	61.10
	자기자본비율	28.70	9.89	30.39
	비유동장기적합율	133.90	164.80	109.32
수익성	매출원가율	49.23	90.54	62.24
	영업이익률	10.79	-28.24	9.33
	당기순이익률	11.55	-32.75	6.99
성장성	매출액증가율	257.24	-27.69	43.63
	영업이익증가율	흑자전환	적자전환	흑자전환
활동성	매출채권회전기간	31.34	78.95	60.12
	재고자산회전기간	40.02	54.18	30.49
	매입채무회전기간	24.66	21.38	21.64
	총자본회전율	1.54	0.53	0.70

자료: 최근 3개년 기준, Cretop,

신용평가사 기준, 신용평가등
급은 B, EW등급은 주의

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(25.05.14), EW등급 평가일(25.06.13), Cretop

산업 내 위치 및 경쟁우위 사항

표준산업분류 기준 대보유통
(주), (주)부자 등이 상위 순위를 차지하고 있음

● 산업 내 국내 TOP 5 (해당 기업 표준산업분류 I56199 기준)

(단위 : 백만원)

순위	기업명	매출액(백만원)
1	대보유통(주)	375,164
2	(주)부자	182,188
3	(주)에이치앤디이	129,230
4	두성유통(주)	115,882
5	선산산업(주)	111,174

자료: 2023년 기준, Cretop

표준산업분류 기준, (주)키친
인더랩을 중심으로 상위/하
위 순위 4개 기업 현황

● 상위/하위 기업 (해당 기업 표준산업분류 I56199 기준)

(단위 : 백만원)

순위	기업명	매출액
+4	(주)여가	1,935
+3	동부통상(주)	1,934
+2	(주)수에프엔씨	1,928
+1	하나돈까스온천점	1,907
기준	(주)키친인더랩	1,891
-1	초량밀면	1,882
-2	하늘아래	1,877
-3	(주)세종통신	1,875
-4	(주)가림외식	1,873

자료: 2023년 기준, Cretop

- 해당 기업을 표준산업분류 I56199로 분류했을 때는 상기와 같은 경쟁사가 도출되나 사업의 세부적인 비즈니스 모델로 보았을 때 더욱 유사하다고 생각되는 '기타 가공 식품 도매업'을 영위하는 '(주)놀이터컴퍼니'를 벤치마크기업으로 선정하고자함

- 벤치마크(비교가능 사업구조) 기업 대비 경쟁우위 사항
 - 벤치마크 기업 (주)놀이터컴퍼니 회사 개황

벤치마크 기업 (주)놀이터컴퍼니는 기타 가공식품 도매업을 영위 하고 있음

항 목	내 용
회사명	(주)놀이터컴퍼니
대표이사	강신영
설립일	2017-07-26
법인번호	134811-0417122
기업형태	중기업
업종	(G46329) 기타 가공식품 도매업
주요상품	식품

자료 : 최근 년도 기준(2024), 자료: Cretop

- 벤치마크 기업 (주)놀이터컴퍼니 주요 KPI

(단위: 백만원, %)

벤치마크 기업 주요 3개년 재무현황

년 도	총자산	총부채	매출액	영업이익	영업이익률	순이익률
2024	9,240	2,473	19,411	2,166	11.16	10.74
2023	8,519	3,838	20,295	1,211	5.97	5.01
2022	7,172	3,507	12,017	596	4.96	5.21

자료 : 최근 년도 기준(2024), 자료: Cretop

- 경쟁우위 사항

벤치마크 기업 대비 순이익률, 매출액증가율, 매출채권회전기간에서 우위

① 재무자료 분석 기준

- : (주)키친인더랩은 벤치마크기업 대비 평균 매출액과 자산 규모는 작으나, 순이익률, 매출액증가율, 매출채권 회전기간 지표에서 우위를 보이고 있음
 - 특히, 매출액이 전년대비 크게 증가하며 재무구조상 흑자전환에 성공

(단위: %, 일)

항 목	자기자본비율	영업이익률	순이익률	매출액증가율	매출채권회전기간
(주)키친인더랩	28.70	10.79	11.55	257.24	31.34
벤치마크기업	73.23	11.16	10.74	-4.35	79.07
벤치마크대비	열위	열위	우위	우위	우위

자료 : 최근 년도 기준(2023), 자료: Cretop

ODM기술 도입으로 유명 레스토랑, 호텔 등의 레시피를 받아 고품질의 간편식(RMR)로 생산

B2C구조의 자체 브랜드를 직접운영하며 합리적 가격에 양질의 제품을 소비자에게 공급하며 브랜드를 확장

탄소저감형 키친 솔루션을 제공하는 푸드테크 기업

② 사업전략 기준

: 선제적인 ODM기술 도입으로 오프라인 B2B시장을 연결

- Original Design Manufacturing기술은 제조업체가 제품의 설계와 개발부터 생산까지 모두 담당하는 방식으로 쿡잉아웃시스템 기반 완전 조리, 반조리 제품을 생산하며 삼성웰스토리, 신세계푸드 등 대기업 협업
- 기획-제조-판매-광고까지 해결하는 수직통합 전략을 가지고 있으며 ODM공장 직영으로 품질관리 및 원가 경쟁력 확보
- 완성된 형태의 간편식을 기업 고객에게 공급하여, 고객사는 간단한 조리(전자레인지 데우기 등)만으로 레스토랑 퀄리티의 메뉴를 제공

: B2C구조의 자체 브랜드를 운영하며 사업 다각화 전략

- 정통 스테이크하우스 '놉스(NOPS)'는 온/오프라인 채널을 통해 운영되며 소비자들에게 직접적인 경험을 제공하며 스테이크의 대중화를 목표함
- 레디밀 기술을 통해 인건비를 기존의 절반수준으로 줄이며 합리적 가격에 스테이크를 공급하며, 한식 전문점 '호감당'과 큐브 페이스트리 전문 카페 '노드' 등 새로운 브랜드를 개발하며 영역을 확장하고 있음

: 탄소저감형 주방 솔루션을 제공하는 푸드테크 기업으로의 도약

- 메뉴 생산을 아웃소싱함으로써 레스토랑의 주방 운영 비용(에너지, 인건비)을 줄이고, 간접적으로 탄소 배출량 감소에 기여하는 친환경 비즈니스 모델
- 식품 제조 과정에서 발생하는 부산물이나 버려질 수 있는 식재료를 활용하여 새로운 식품을 개발, 생산하는 기술을 연구하고 사업에 적용

(주)키친인더랩 브랜드 '놉스' 매장 전경



자료: (주)키친인더랩 홈페이지

종합 의견

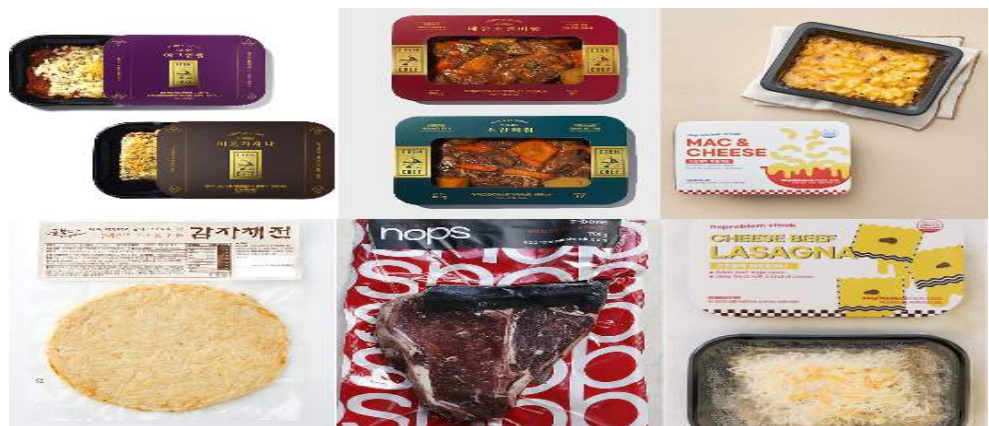
산업환경 및 성장요인은 해당
기업에 긍정적

- **(산업환경)** 코로나 팬더믹 이후 소비자의 편의성을 제고하고 건강한 양질의 음식을 선호하는 간편식 문화가 확산되었으며, 1~2인 가구 증가, 외식 물가 상승, 그리고 '집밥'과 '외식 퀄리티'를 동시에 원하는 소비자 니즈가 맞물려 RMR시장에 대한 수요가 증가함. 키친인더랩은 유명 레스토랑 셰프의 노하우와 스마트 팩토리 기반의 생산 역량을 결합하여, 일반 간편식을 넘어선 '레스토랑 퀄리티의 간편식'이라는 프리미엄 시장을 선도하며 높은 성장 잠재력을 보유
- **(주요 키워드 및 트렌드)** 주요 키워드는 'ODM' '효율성 극대화' 'RMR' 등으로 (주)키친인더랩은 지속가능한 푸드테크 시스템의 구축을 위해 식품 생산 과정에서 효율성 증대와 폐기물 감소에 기여하며, 환경적 지속 가능성이라는 메가트렌드에 부합. 또한, 전통적인 외식업의 한계를 IT 및 자동화 기술로 극복하는 푸드테크의 흐름에 따라 편리하고 효율적인 식문화체계를 구축하고 있으며, 바쁜 현대인의 삶 속에서 간편하지만 외식에 버금가는 고품질의 식사를 원하는 소비자 니즈를 정확히 파악하여 충족시킴
- **(경쟁력)** 당사의 핵심 강점은 선제적인 ODM기술 도입으로 RMR시장에 안정적으로 안착하였다는 점으로 최채환 대표의 외식업계 경력과 네트워크는 유명 레스토랑의 오리지널 레시피를 간편식으로 구현하는 데 주요 강점으로 작용
 - B2B를 통해 안정적인 매출과 생산 규모를 확보하고, B2C 브랜드를 통해 소비자 인지도를 높이며, 상호 보완적인 성장 전략을 구사

해당산업의 주요 키워드는
ODM, 효율성 극대화, RMR

B2B를 통한 안정적인 매출
확보와 B2C브랜드를 통한
인지도 제고전략

(주)키친인더랩 대표상품들의 간편식 라인업



자료: (주)키친인더랩 홈페이지



한국농식품벤처투자협회

Korea Agricultural and Fishery Food Venture Investment Association