

- 한국소비자단체협의회 물가감시센터 -

즉석밥 원가 추정 및 가격 적정성 분석 보고서

2022.06

목 차

I	문제제기
II	즉석밥 시장 현황
III	즉석밥 주요 원가 요인 변동 추세 및 영향
IV	가격 인상 타당성 검토
V	결론



한국소비자단체협의회  
Korea National Council of Consumer Organizations

## I. 문제제기

### 1. 잦은 가격 인상으로 인한 소비자 부담 증가

- 지난 3월 즉석밥 업계 1위 CJ제일제당을 위시하여 가성비를 내세우는 유통업체의 자체브랜드(PB) 제품까지 줄줄이 가격을 인상을 단행함
- 햇반은 대형마트 기준 약 7%(210g 12입 묶음 상품이 14,480원에서 15,480원으로 인상), 편의점 기준 약 8%(210g 개별상품 가격이 1,950원에서 2,100원으로 약 7.6% 인상) 인상되었음
- PB 제품 또한 제품별로 낮게는 6%에서 높게는 9%까지 가격을 인상함
- 햇반은 쌀 가격 인상 등을 이유로 2019년, 2021년 가격을 인상한 바 있고, 오뚜기밥 또한 2020년과 2021년 연속으로 가격을 인상하는 등 최근 3년간 잦은 가격 인상으로 소비자들에게 큰 부담으로 작용하고 있음

### 2. 과점 시장 구조의 위험과 정보 불균형 해소 필요

- 즉석밥 시장은 상위 2개 업체가 95% 이상의 점유율을 차지하는 과점 시장으로 원가부담에 대한 전이가 용이한 구조임
- 특히 즉석밥 시장은 CJ제일제당과 오뚜기가 95% 이상의 점유율을 차지하며 공정거래법에서 규정하는 1개 사업자의 시장점유율이 50% 이상이거나, 3개 이하 사업자의 시장점유율 합계가 75% 이상에 해당하는 시장지배적 사업자에 해당함
- 공정거래법에서 금지하고 있는 여러 시장지배적 지위 남용행위 중 가격남용행위를 주목할 필요가 있음. 가격남용행위란 정당한 이유 없이 상품의 가격

이나 용역의 대가를 수급의 변동이나 공급에 필요한 비용의 변동에 비하여 현저하게 상승시키거나 근소하게 하락시키는 경우를 의미함

- 단, ‘정당한 이유’와 ‘비용의 변동에 비하여 현저한 상승과 근소한 하락’의 기준이 모호하며 판단이 어려운 부분이 있어 시장지배적 지위를 가진 사업자의 경우 가격 인상 결정에 더욱 신중한 접근이 필요하며 인상 근거에 대한 충분한 설명과 공감의 필요함
- 하지만 CJ제일제당 측은 이번 가격 인상의 이유로 LNG 가격의 90% 상승, 포장재의 15% 상승으로만 표현하며 인상 근거와 기준에 대한 충분한 설명이 이루어지지 않았음. 특히 이번 인상에서 일관적으로 제기되는 쌀 가격 하락의 영향에 대해서는 언급하지 않음
- 잦은 가격 인상 대비 불충분한 근거와 설명으로 많은 의문과 불만이 제기되고 있음. 그간 가격 인상 배경으로 설명한 쌀 가격과 LNG 및 포장재의 추세를 분석하여 가격 인상폭이 타당한지 검토할 필요가 있으며 이를 통해 소비자들의 알 권리와 권익을 제고할 수 있을 것으로 기대됨

## II. 즉석밥 시장 현황

### 1. 즉석밥 제품 분류 및 정의

- 쌀가공품이란 쌀(벼, 현미와 그 도정과정에서 발생한 부산물을 포함)을 원료 또는 재료로 하여 가공한 식품 또는 제품으로 정의됨
- 농림축산식품부의 가공용 쌀 공급 및 관리지침에서는 쌀가공식품을 한국표준사업분류에 따라 빵·과자류, 떡류, 면류, 가공밥류, 수프·죽류, 주류, 음료, 기타 곡물 가공품, 곡물제분(쌀가루) 등으로 분류함

<표 II-1 CJ제일제당>

분류기준(가공용 쌀 공급 및 관리 지침)			
한국표준사업분류	대분류	중분류	소분류
도시락 및 식사용 조리식품 제조업	가공밥류	포장밥	무균포장밥, 냉동볶음밥, 레토르트밥 등
		건조밥	동결건조밥, 알파밥 등

출처: 가공식품 세분시장 보고서(쌀가공식품), 한국농수산물유통공사

- 해당 보고서에서는 가공밥류 제품 중에서도 무균포장밥(백미)를 대상으로 가격 인상과 관련된 분석을 수행함

### 2. 시장 규모, 기업별 점유율 및 주요 제조업체 재무분석

- 가정간편식 시장의 성장과 더불어 가공밥 판매액은 2019년 약 4,938억원으로 전년대비 6.0% 증가하였으며 2017년 대비 35.5% 증가함
- 21년 12월 국내 소매점 POS 데이터 기준 즉석밥 시장 점유율은 CJ제일제당이 67%, 오뚜기가 30.1%이며 상위 두 업체의 점유율 합계가 97%에 이르는 과점 시장임

- CJ제일제당과 오뚜기의 실적 분석 결과, 분석 기간동안 CJ제일제당은 4~5% 후반의 영업이익률을 달성하였으며 식품부문만을 볼 경우 6% 내외의 영업이익률을 안정적으로 유지하고 있음
- 오뚜기 또한 분석 기간동안 6~7% 수준의 영업이익률을 안정적으로 유지하고 있음. 양사 모두 COVID-19의 영향으로 2020년 실적이 크게 개선된 것으로 분석되며 오뚜기의 경우 원가율의 소폭 증가로 2021년 영업이익률이 감소함

<표 II-1 CJ제일제당>

(단위: 천원)

구분	2017	2018	2019	2020	2021
매출액	16,477,174,023	18,670,059,989	22,352,462,296	24,245,725,654	26,289,227,767
매출원가	12,922,488,246	15,126,473,806	18,069,283,521	19,059,312,372	20,507,136,770
매출총이익	3,554,685,777	3,543,586,183	4,283,178,775	5,186,413,282	5,782,090,997
영업이익	776,575,241	832,709,680	896,857,873	1,359,551,440	1,524,429,392
당기순이익	412,797,743	925,388,625	191,028,303	786,425,538	892,393,213
매출총이익률	21.57%	18.98%	19.16%	21.39%	21.99%
영업이익률	4.71%	4.46%	4.01%	5.61%	5.80%
당기순이익률	2.51%	4.96%	0.85%	3.24%	3.39%
식품부문					
매출액	5,110,123,601	5,271,726,101	8,010,536,493	8,968,643,156	9,566,095,612
영업이익	303,816,734	361,732,417	422,718,427	593,143,177	598,311,826
영업이익률	5.95%	6.86%	5.28%	6.61%	6.25%

출처: 전자공시시스템

<표 II-2 오뚜기 재무현황>

(단위: 천원)

구분	2017	2018	2019	2020	2021
매출액	2,126,150,492	2,246,764,231	2,359,651,225	2,595,880,912	2,739,036,859
매출원가	1,649,224,696	1,847,750,040	1,951,178,385	2,133,596,387	2,297,455,500
매출총이익	476,925,796	399,014,192	408,472,840	462,284,524	441,581,359
영업이익	146,055,183	151,725,095	148,278,491	198,445,222	166,575,353
당기순이익	132,382,443	160,829,137	99,795,075	110,380,199	129,977,855
매출총이익률	22.43%	17.76%	17.31%	17.81%	16.12%
영업이익률	6.87%	6.75%	6.28%	7.64%	6.08%
당기순이익률	6.23%	7.16%	4.23%	4.25%	4.75%

출처: 전자공시시스템

### Ⅲ. 주요 원가 동인 추세 및 영향 분석

#### 1. LNG

##### (1) 가스 공급 구조에 대한 이해

- LNG는 해외 원산지에서 액화천연가스(LNG) 상태로 한국가스공사에 의해 도입됨. 한국가스공사는 이 LNG를 다시 기화하여 발전소 등지에 직접 공급하거나 일반도시가스회사에 공급함
- 천연가스사업은 도·소매 사업이 이원화되어 한국가스공사는 도입·도매업무를 수행하고, 도시가스회사(민간영리법인)에서는 한국가스공사로부터 공급받은 천연가스를 주택용, 난방용, 업무용 등의 용도로 각 관할지역 최종수요자(일반소비자)에게 독점적으로 공급(소매)하는 구조임
- 천연가스 요금은 공공요금으로 도매요금과 소매요금으로 구분되며, 법에 의해 정부 또는 지방자치단체의 승인으로 결정됨
- 즉, 최종수요자는 한국가스공사의 도매요금을 기준으로 결정된 도시가스회사가 공급하는 소매요금을 최종 부담하는 것으로 한국가스공사의 도매요금과 일반도시가스회사의 단가를 기준으로 분석을 수행함

##### 1) 도매요금

- 도매요금은 원료비(LNG도입가+도입부대비)와 가스공사공급비용으로 구성되며, 공급비용은 산업통상자원부의 천연가스 도매요금 심의위원회 심의 및 기재부장관 협의를 거쳐 산업통상자원부 장관이 승인함

$$\text{도매요금} = \text{원료비} + \text{가스공사 공급비용}$$

- 천연가스 도매요금은 원료비가 대부분을 차지하며, 원료비는 국제유가 및 환율에 연동되어 있어 유가·환율의 변동이 요금 수준의 관건임
- 원료비는 ‘도시가스요금 원료비 연동제 시행지침’에 따라 민수용은 2개월(홀수월) 및 상업용·도시가스발전용은 1개월 주기로 산정하며 도입가격에 관세 등 제세공과금을 가산하여 결정됨
- 원료비의 경우 당해연도 연말에 LNG 도입에 소요된 실제도입금액을 집계하여 외부기관의 검증을 거친 후 산업통상자원부 장관의 승인을 얻어 차년도 5월~차차년도 4월 요금에 정산단가로 반영되며 공급비용 또한 매년 1회(5월) 조정이 이루어짐
- 2022년 5월 기준 정산 후 상업용 도매요금은 18.8502원으로 원료비 18.1728원(96.4%), 도매공급비용 0.6774원(3.6%)으로 구성됨

## 2) 소매요금

- 소매요금(최종소비자요금)은 도매요금(정부승인요금)과 소매 도시가스사 공급비용으로 구성되며, 공급비용은 시/도 물가대책 심의위원회를 거쳐 시/도지사가 승인함

$$\text{소매요금} = \text{도매요금} + \text{도시가스사 공급비용}$$

- 소매요금을 기준으로 최종수요자가 부담하는 가스 요금은 다음의 산식에 따라 산출됨

$$\text{기타용도} = [(\text{사용량} \times \text{보정계수}) \times \text{평균열량} \times \text{요금단가} + \text{교체비}] + \text{부가세}$$

- 기체로 공급되는 가스는 온도와 압력에 부피가 팽창(수축)될 수 있으므로 지역별 평균기온 등을 감안하여 온도와 압력차를 해소하기 위해 적용하는 계수를 보정계수라 함. 보정계수는 산업통상자원부에서 연구용역을 통해 매년 초 산출하며 변동이 크지 않음. 결국 가스 요금 결정 요소 중 요금단가가 가장 주요한 요소임을 확인할 수 있음

(2) 가스 단가 추세 분석

- 한국가스공사의 도매요금과 기업별 즉석밥 생산 공장이 소재한 지역의 단가를 조사하여 2019년부터 2022년 5월까지 변동 내역을 확인하였음

<표 Ⅲ-1 한국가스공사 도매요금 단가>

(단위: 원/MJ)

월	2018	2019	2020	2021	2022
1월	12.10	13.03	13.75	11.10	23.28
2월	12.10	13.03	13.75	11.91	21.77
3월	12.10	13.03	13.75	12.96	21.77
4월	11.49	11.95	13.19	13.21	22.42
5월	11.88	12.47	13.19	10.94	18.85
6월	11.81	12.39	13.11	11.45	
7월	12.39	13.11	10.89	12.05	
8월	12.39	13.11	11.20	13.13	
9월	12.39	13.11	9.98	13.99	
10월	12.47	13.19	9.08	14.75	
11월	12.47	13.19	9.01	17.33	
12월	13.03	13.75	10.57	20.45	
연평균	12.22	12.95	11.79	13.61	21.62

출처: 한국가스공사, 도시가스용천연가스도매요금, 산업용

- 조사 기간 중 2019년까지의 도매요금은 비교적 일정하였으나 COVID-19, 공급 불안, 에너지 전환 가속화, 기상 이변 등의 요인이 복합적으로 작용한 2020~2021년에는 국제 LNG 시세가 높은 변동성을 보였으며 그에 따라 도매요금 또한 높은 변동성을 보임
- 도매요금은 상기에서 기술하였듯 원료비가 국제 유가 및 환율에 연동되어 있어 국제 유가가 급락한 2020년에는 단가가 크게 하락하였으며 2021년 다시 상승하는 추세를 보임
- 2019년 대비 2020년의 도매요금 단가는 평균적으로 약 9% 하락하였으며 연초대비 약 23% 하락하였음
- 2020년 대비 2021년의 도매요금 단가는 평균적으로 약 15.4% 상승하였으며 연초대비 약 93.5% 상승하였음
- 2022년 4월까지 도매요금 단가는 높은 수준을 유지하였으나 5월 단가는 크게 하락함. 5월은 원료비의 정산단가 반영과 공급비용 조정분이 반영되는 달로 전월 대비 도매요금이 15.9% 하락하였음
- 5월 도매요금 하락은 민수용 기준원료비의 동결과 LNG도입 요금 중 그동안 비싸게 수입되던 LNG 스팟물량의 감소로 원료비 인하가 반영됨에 따름. 도매요금을 승인하는 산업부에서는 국민부담 및 물가안정을 고려해 기준원료비 동결 및 요금 조정이 이루어졌다고 설명함

<표 Ⅲ-2 소매요금 단가 - 부산도시가스>

(단위: 원/MJ)

월	2019	2020	2021	2022
1월	13.92	14.65	11.97	23.14
2월	13.92	14.65	12.78	22.64
3월	13.92	14.65	13.84	22.64
4월	13.36	14.08	13.31	23.29
5월	13.36	14.08	11.82	19.72

6월	13.29	14.01	12.33	
7월	14.01	11.78	12.92	
8월	14.01	12.07	14.00	
9월	14.01	10.86	14.86	
10월	14.08	9.96	15.62	
11월	14.08	9.89	18.20	
12월	14.65	11.44	21.32	
연평균	13.88	12.68	14.41	22.29

출처: 부산도시가스(SK E&S), 산업용단가

<표 Ⅲ-3 소매요금 단가 - 충청에너지서비스 >

(단위: 원/MJ)

월	2019	2020	2021	2022
1월		15.40	12.74	23.92
2월		15.40	13.54	23.42
3월		15.40	14.60	23.42
4월	14.23	14.83	13.49	24.08
5월	14.23	14.83	12.58	20.50
6월	14.16	14.76	13.09	
7월	14.76	12.53	13.70	
8월	14.76	12.83	14.78	
9월	14.76	11.62	15.64	
10월	14.83	10.72	16.41	
11월	14.83	10.65	18.98	
12월	15.40	12.20	22.10	
연평균	14.66	13.43	15.14	

출처: 충청에너지서비스(SK E&S), 산업용단가

- CJ제일제당의 햏반은 충북 진천공장과 부산공장에서 생산되며, 오뚜기밥은 충북 음성군에 소재한 대풍공장에서 생산함
- 해당 권역에 가스를 공급하는 부산도시가스와 충청에너지서비스의 홈페이지에 고시된 산업용 공급단가를 참고하였음
- 참고한 월별 단가는 동절기 1~3월, 12월 / 하절기 6~9월 / 기타 4~5월, 10~11월 구분에 따르며 부산도시가스공사의 산업용 단가는 사용량에 따라 5구간

으로 구분되며 최고 사용량을 가정하였음

- 지역 도시가스 사업장별 소매공급비용의 차이로 부산과 충청 지역의 단가가 약간 차이를 보이지만 유의미한 차이는 아닌 것으로 판단됨
- 국제 유가와 환율의 영향으로 도매요금이 하락한 2020년 소매요금 또한 크게 하락하고 2021년 이후 상승 추세를 보이다가 원자재 가격이 급등한 2021년 말 기준으로 소매요금 또한 급격한 상승을 보임
- 세부적으로 2020년 부산지역 단가는 전년 대비 평균적으로 약 8.7% 감소하였으며 연초대비 21.88%, 최고 단가(1월~3월) 대비 최저 단가(11월)는 약 48.1% 감소하였음
- 2021년 부산지역 단가는 전년 대비 평균적으로 약 13.72% 상승하였으며 연초 대비 78.04%, 최고 단가(12월) 대비 최저 단가(5월)는 약 80.37% 상승하였음
- 동일한 기준으로 2020년 충청지역 단가는 전년 대비 평균적으로 약 8.4% 감소하였으며 연초대비 20.75%, 최고 단가(1월~3월) 대비 최저 단가(11월)는 약 44.56% 감소하였음
- 2021년 충청지역 단가는 전년 대비 평균적으로 약 12.71% 증가하였으며 연초 대비 73.54%, 최고 단가(12월) 대비 최저 단가(5월)는 약 75.68% 상승하였음
- 2022년 4월까지 소매 단가 또한 높은 수준으로 유지됨. 단, 5월 도매요금의 조정으로 인해 소매요금 단가 또한 큰 폭으로 하락한 점을 주목해야함. 올해 초 제품 가격 인상 시에는 해당 시점의 크게 인상한 가스 단가를 기준으로 의사결정이 이루어진 것으로 판단되지만 5월 조정된 단가는 연초대비 약 15% 하락하였음. 정부에서는 물가부담을 고려해 도매요금을 인하하였으나 기업의 선제적인 가격 인상은 결과적으로 소비자들의 부담만 증대되는 결과

로 나타남

## 2. 포장재

- 즉석밥 포장재(용기 및 리드필름)은 내열성이 강하고 안전한 폴리프로필렌 소재로 제조되며 폴리프로필렌은 석유화학제품으로 국제 유가 및 환율의 절대적인 영향을 받음
- 국제 원자재 시세와 환율, 주요 포장재 제조업체의 재무 분석을 통해 포장재의 가격 변동이 즉석밥 원가에 미치는 영향을 추정함

### (1) 석유화학 원재료 가격 동향

- 2018년부터 2022년 1분기까지 석유화학분야 주요 원자재 가격 동향과 평균환율은 다음과 같음

<표 III-4 주요원자재 가격동향(석유화학분야)>

(단위: USD/배럴(원유), USD/톤)

구분	2018	2019	2020	2021	2022.1Q
원유(Dubai 기준)	69.43	63.59	41.42	69.26	95.14
나프타	615.66	526.38	372.65	647.94	877.96
에틸렌	1,250.42	891.87	700.81	1,046.67	1,153.50
프로필렌	1,082.85	915.31	791.36	1,041.75	1,131.00
HDPE	1,178.29	911.96	791.19	1,062.63	1,096.83
PP	1,201.27	1,029.65	870.56	1,139.40	1,147.67

출처: 한국석유화학협회(KPIA)

- 포장재의 주요 원재료인 PP의 분기 단위 가격 변동은 다음과 같으며 해당 기간의 평균환율을 적용하여 원화화산액을 산출함

<표 III-5 분기별 PP가격, 평균환율 및 원화환산액>

(단위: USD/톤, 원, 원/톤)

분기	PP가격	평균환율	원화환산액
2018년 1분기	1,207.00	1,072.29	1,294,254
2018년 2분기	1,228.08	1,078.57	1,324,570
2018년 3분기	1,222.25	1,121.59	1,370,863
2018년 4분기	1,147.75	1,127.52	1,294,111
2019년 1분기	1,060.33	1,125.08	1,192,956
2019년 2분기	1,077.67	1,165.91	1,256,466
2019년 3분기	1,019.25	1,193.24	1,216,210
2019년 4분기	961.33	1,175.81	1,130,341
2020년 1분기	883.17	1,193.60	1,054,152
2020년 2분기	809.58	1,220.81	988,343
2020년 3분기	918.92	1,188.54	1,092,173
2020년 4분기	870.56	1,117.64	972,973
2021년 1분기	1,140.00	1,114.05	1,270,017
2021년 2분기	1,128.50	1,121.23	1,265,308
2021년 3분기	1,116.67	1,157.35	1,292,378
2021년 4분기	1,172.42	1,183.17	1,387,172
2022년 1분기	1,147.67	1,204.95	1,382,885

출처: 한국석유화학협회(KPIA), 서울외국환중개

- 즉석밥 포장재의 주요 원재료인 폴리프로필렌(PP)의 가격은 전년 대비 달러 기준 2019년 약 14.29%, 2020년 15.45% 하락하였으며 2021년 30.88% 상승하였습니다
- 환율효과를 고려하여 평균환율로 환산한 원화 기준으로는 전년 대비 2019년 약 9.2%, 2020년 14.41% 하락하였으며 2021년 26.93% 상승하였습니다
- 2021년 폴리프로필렌 가격이 전년 대비 큰 폭으로 상승한 것으로 나타나지만 기저효과에 주의해야함. 폴리프로필렌 가격은 2019년과 2020년 연속으로 크게 하락하였으며 2021년 상승은 과거 하락한 시세가 회복된 수준임. 실제 2018년 가격과 2021년의 가격이 유사한 수준으로 확인됨

(2) 주요 포장재 제조업체의 재무 분석

- 즉석밥 포장재의 주요 제조업체인 에스알테크노팩(플라스틱 용기), 원지(리드 필름), 풍림피앤피(리드필름)의 재무 분석을 통하여 즉석밥 제조업체의 포장재에 미치는 영향을 추정함
- 에스알테크노팩의 경우 공시된 감사보고서와 모회사인 삼릉물산의 사업보고서를 통해 주요 제품, 원재료 가격 및 부문 정보를 확인하였으며 비상장회사인 원지와 풍림피앤피의 경우 공시된 감사보고서를 통해 분석을 수행함

1) 플라스틱 용기

- 공시된 보고서에서 확인한 에스알테크노팩의 주요 제품 가격, 원재료 가격 및 영업이익률은 폴리프로필렌 가격 추세와 높은 상관관계를 보임
- 주요 제품의 가격은 전년 대비 2019년 약 3.15%, 2020년 약 10.16% 하락하였으며 2021년 8.82% 상승하였음
- 같은 기간 주요 원재료인 Resin의 가격은 2019년 4.72%, 2020년 약 18.71% 하락하였으며 2021년 21.97% 상승한 것으로 확인됨
- 에스알테크노팩은 플라스틱 용기부문과 메디컬 부문으로 영업부문이 구성되며 분석의 정확성을 위하여 플라스틱 부문의 영업이익률을 기준으로 함
- 플라스틱 용기부문의 영업이익률은 2018년 하락 이후 2020년까지 상승 추세였으나 2021년과 2022년 1분기 급감하였음. 이는 2021년 이후 제품 판매 단가의 인상률이 원재료 가격 인상률에 미치지 못함에 따라 영업이익이 감소한 것으로 분석됨

<표 III-6 에스알테크노팩 주요 제품 및 원재료 가격 변동>

(단위: 원)

구분	2018	2019	2020	2021	2022.1Q
제품(플라스틱포장용기)	3,780	3,661	3,289	3,579	3,820
원재료(Resin)	1,969	1,876	1,525	1,860	2,173

출처: 전자공시시스템

<표 III-7 에스알테크노팩 재무현황>

(단위: 천원)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022.1Q
플라스틱 용기부문						
매출액	42,572,478	40,570,519	43,722,998	44,700,132	43,890,177	9,019,362
영업이익	2,936,760	719,947	1,071,623	2,186,789	(259,953)	(326,456)
영업이익률	6.90%	1.77%	2.45%	4.89%	-0.59%	-3.62%

출처: 전자공시시스템

## 2) 리드필름

- 리드필름 주요 제조사인 원지와 풍림피앤피의 과거 실적 분석 결과, 분석기간인 5개년 간 원지는 영업이익률이 2.5~4.5% 수준으로 비교적 변동폭이 낮으며, 풍림피앤피의 경우 2020년 6.93%로 이익률이 크게 개선되었으나 2021년 0.52%로 급감하였음
- 분석 기간동안 각 사의 영업이익에 유의미한 영향을 미치는 판매비와관리비의 비정상적인 발생은 확인되지 않았으며 실적 변동은 매출원가율 변동에 의함. 실제 각 사별로 정도의 차이는 있으나 폴리프로필렌 가격 변동과 이익률 변동이 유사한 방향을 나타냄
- 원지와 풍림피앤피는 비상장회사로 공시된 감사보고서만으로 확인할 수 있는 정보에는 한계가 있으나 해당 기업들이 각각 CJ제일제당과 오뚜기가 100% 지분을 보유한 종속회사라는 사실에 주목할 필요가 있음. 해당 기업의 실적은 CJ제일제당과 오뚜기의 연결 실적으로 반영됨

○ 기업 지배 구조상 지배기업은 해당 업체들의 원가 정보에 접근가능하며 필름 공급단가에 영향력을 행사할 수 있을 것으로 판단됨. 이익 방어를 위하여 원재료 인상 효과 이상의 요소가 반영되지 않을지에 대한 우려가 존재함

<표 Ⅲ-8 원지 재무현황>

(단위: 천원)

구분	2017	2018	2019	2020	2021
매출액	114,254,831	130,087,272	134,587,370	134,011,115	147,644,009
매출원가	104,763,197	121,087,540	123,235,856	121,012,082	136,627,158
매출총이익	9,491,634	8,999,732	11,351,514	12,999,033	11,016,851
영업이익	4,261,377	3,249,965	4,654,432	6,117,823	3,394,766
당기순이익	2,644,434	1,444,272	3,004,018	3,547,701	2,741,536
매출총이익률	8.31%	6.92%	8.43%	9.70%	7.46%
영업이익률	3.73%	2.50%	3.46%	4.57%	2.30%
당기순이익률	2.31%	1.11%	2.23%	2.65%	1.86%
특수관계자 매출(CJ제일제당)					
매출액	34,192,943	46,572,404	54,588,609	57,898,895	69,962,723
매출비중	29.93%	35.80%	40.56%	43.20%	47.39%

출처: 전자공시시스템

<표 Ⅲ-9 풀림피앤피 재무현황>

(단위: 천원)

구분	2017	2018	2019	2020	2021
매출액	24,287,221	61,055,781	65,079,332	76,377,532	76,559,062
매출원가	22,267,838	57,248,052	60,791,727	68,862,040	73,139,133
매출총이익	2,019,383	3,807,729	4,287,605	7,515,492	3,419,929
영업이익	1,135,591	1,910,763	2,252,942	5,296,696	396,072
당기순이익	1,057,827	1,847,752	1,013,792	4,267,741	745,646
매출총이익률	8.31%	6.24%	6.59%	9.84%	4.47%
영업이익률	4.68%	3.13%	3.46%	6.93%	0.52%
당기순이익률	4.36%	3.03%	1.56%	5.59%	0.97%
특수관계자 매출(오뚜기)					
매출액	5,033,438	11,497,092	10,474,488	12,737,374	12,199,797
매출비중	20.72%	18.83%	16.09%	16.68%	15.94%

출처: 전자공시시스템

### 3. 원재료(쌀)

- 즉석밥 제조업체들은 농가와 계약재배 또는 미곡종합처리장(RPC)를 통해 구매하는 방법으로 쌀을 조달함
- 계약재배란 지방자치단체와 농협과의 협력을 통해 농가와 계약을 맺고 정해진 품종 재배 후 매입하는 형태임
- 계약재배를 통해 조달하는 쌀은 해당 지역 농협의 관내 벼 매수가격을 참고하여 협상에 의해 결정되는 것으로 파악됨
- 직접 계약의 특성 상 정확한 구매가격을 파악할 수는 없지만 관내 벼 매수가격을 참고하여 구매 단가가 결정되는 점으로 보아 농수산물 유통공사의 쌀 시세와 유사한 추세를 보일 것으로 판단됨
- 농수산물유통공사의 2018년부터 2022년 5월까지 상품(上品) 쌀 가격 추세를 조사하였으며 상품(上品) 기준 쌀 도매가격은 전년 대비 2019년 연평균 7.09%, 2020년 2.54%, 2021년 14.66% 상승한 것으로 조사되었음
- CJ제일제당이 2019년 및 2021년 쌀 가격 인상을 이유로 헛반 가격을 인상하였을 때 전년 동월 대비 인상 시점을 비교하여 쌀 가격 인상률을 설명한 것으로 파악됨. 같은 기준으로 계산 시 이번 3월 가격 인상 시점에서는 쌀 가격이 이전 가격 인상 시점 대비 약 7.8% 감소하였음

<표 Ⅲ-10 쌀 도매가격 >

(단위: 원/Kg)

월	2018	2019	2020	2021	2022
1월	1,994	2,469	2,355	2,827	2,619
2월	2,094	2,469	2,353	2,872	2,612
3월	2,174	2,470	2,355	2,903	2,600
4월	2,234	2,464	2,350	2,926	2,512

5월	2,227	2,459	2,349	2,935	2,456
6월	2,236	2,452	2,420	2,944	
7월	2,286	2,449	2,436	2,955	
8월	2,299	2,450	2,470	2,951	
9월	2,330	2,447	2,558	2,869	
10월	2,428	2,339	2,686	2,794	
11월	2,478	2,362	2,780	2,687	
12월	2,469	2,352	2,811	2,647	
연평균	2,271	2,432	2,494	2,859	2,560

출처: 농수산물유통공사, 쌀(上品), 전국도매가격기준

## IV. 가격 인상 타당성 검토

### 1. 과거 즉석밥 가격인상폭 정리

○ 햅반과 오뚜기밥의 2017년 이후 가격 추세(210g 환산, 월별 평균가격)은 다음과 같으며 조사 기간동안 꾸준히 상승하는 추세를 보임

<표 IV-1 햅반 및 오뚜기밥 월별 평균가격 >

(단위: 원)

월	햅반(210g 환산)	오뚜기밥(210g 환산)	평균가격
2017.01	1,373	1,196	1,284
2017.02	1,374	1,196	1,285
2017.03	1,342	1,174	1,258
2017.04	1,371	1,155	1,263
2017.05	1,379	1,160	1,270
2017.06	1,367	1,187	1,277
2017.07	1,371	1,170	1,271
2017.08	1,364	1,190	1,277
2017.09	1,366	1,170	1,268
2017.10	1,371	1,158	1,264
2017.11	1,358	1,184	1,271
2017.12	1,367	1,199	1,283
2018.01	1,372	1,190	1,281
2018.02	1,382	1,195	1,289
2018.03	1,436	1,185	1,311
2018.04	1,471	1,195	1,333
2018.05	1,461	1,163	1,312
2018.06	1,456	1,163	1,310
2018.07	1,460	1,159	1,309
2018.08	1,453	1,159	1,306
2018.09	1,463	1,201	1,332
2018.10	1,480	1,173	1,326
2018.11	1,482	1,192	1,337
2018.12	1,463	1,217	1,340
2019.01	1,496	1,205	1,351
2019.02	1,508	1,184	1,346
2019.03	1,552	1,203	1,378
2019.04	1,559	1,208	1,383
2019.05	1,576	1,182	1,379

2019.06	1,557	1,181	1,369
2019.07	1,547	1,195	1,371
2019.08	1,539	1,259	1,399
2019.09	1,547	1,234	1,390
2019.10	1,523	1,205	1,364
2019.11	1,544	1,195	1,370
2019.12	1,542	1,239	1,391
2020.01	1,482	1,197	1,339
2020.02	1,470	1,220	1,345
2020.03	1,509	1,235	1,372
2020.04	1,519	1,228	1,374
2020.05	1,540	1,234	1,387
2020.06	1,546	1,199	1,372
2020.07	1,549	1,197	1,373
2020.08	1,547	1,188	1,367
2020.09	1,541	1,262	1,402
2020.10	1,552	1,267	1,409
2020.11	1,555	1,219	1,387
2020.12	1,555	1,270	1,413
2021.01	1,557	1,285	1,421
2021.02	1,581	1,294	1,437
2021.03	1,640	1,337	1,488
2021.04	1,638	1,292	1,465
2021.05	1,639	1,321	1,480
2021.06	1,641	1,300	1,471
2021.07	1,615	1,317	1,466
2021.08	1,631	1,310	1,471
2021.09	1,619	1,349	1,484
2021.10	1,612	1,384	1,498
2021.11	1,599	1,357	1,478
2021.12	1,636	1,379	1,507
2022.01	1,592	1,309	1,451
2022.02	1,595	1,314	1,454
2022.03	1,601	1,293	1,447
2022.04	1,675	1,332	1,503

출처: 한국소비자단체협의회 조사

- 같은 기간 햇반과 오뚜기밥의 가격 인상률과 인상근거를 정리하면 다음과 같음. 조사 기간동안 두 제품 모두 큰 폭으로 가격이 인상되었으며, 특히 햇반의 경우 식품업계에서도 이례적인 수준으로 잦은 가격 인상이 이루어짐

<표 IV-2 햅반 및 오투기밥 가격 인상률 및 인상근거 >

인상년도	햅반	오투기밥	인상근거
2018년	평균 7%	-	쌀 가격 인상
2019년	평균 9%	-	쌀 가격 및 가공비의 증가
2020년	-	8%	쌀 가격 인상
2021년	6~7%	7~9%	쌀 가격 인상
2022년	7~8%	-	LNG, 포장재의 가격인상

출처: 한국소비자단체협의회 조사

- 조사 기간동안 보도자료를 통해 확인한 주요 가격 인상 이유는 원재료인 쌀 가격의 상승이었으며 이번 가격 인상의 근거는 LNG, 포장재의 가격 인상임. 해당기간 보도자료 확인 결과 가격 인상 시점의 원가 상승 요인만을 강조하였으며 세부적인 근거, 다른 하락 요소들에 대한 설명은 확인할 수 없었음

## 2. 제조원가 재추정

### (1) 과거 인상 사례 및 제조원가 구성 확인

- 210g 제품 기준 원재료(쌀) 사용량은 약 100g으로 인상시점 쌀 도매가격을 기준으로 원재료비를 산출함 (2019년 2월 및 2021년 2월)
- 가공비는 다수 항목의 변동비(급여, 포장비, 연료비 등)과 고정비(감가상각비 등)으로 구성됨. 상기에서 검토한 주요 요소(포장비, 연료비)의 변동이 제조원가에 미치는 영향을 추정함

<표 IV-3 제조원가 구성 >

구분	2019년	2021년	증감률
1.제조원가(원)	582	625	7.39%
2.원재료비(원)	247	282	14.17%
3.가공비(원)(1-2)	335	343	2.39%

출처: 한국소비자단체협의회 조사

(2) LNG

- 변동비의 증감이 제조원가에 미치는 영향을 정확히 추정하기 위해서는 해당 요소가 제조원가에서 차지하는 비중을 고려해야 하지만 이는 공개되지 않는 기업 내부 정보이므로 공개된 다른 정보를 이용하여 사용량을 간접적으로 추정하였음
- 햇반은 저탄소 인증 제품으로 제조 이전부터 폐기까지의 전 과정에 걸쳐 탄소배출량을 인증하고 있으며 제조 과정에서 발생하는 탄소배출량을 기준으로 LNG 사용량을 환산 추정함

<표 IV-4 햇반 탄소배출량 >

인증번호	인증제품명	단위	제조전	제조	폐기	총량
A-2014-I-031	햇반 [200g]	gCO <sub>2</sub> e/개	139.99	121.55	5.26	266.80

출처: 한국환경산업기술원(2020.10)

- 가장 최근 인증 내역을 확인하였을 때 제조과정에서 햇반 200g 1개 생산 기준 121.55gCO<sub>2</sub>e의 탄소배출량이 발생함. 이를 기준으로 EG-TIPS(에너지온실가스종합정보 플랫폼)에서 제공하는 탄소계산기와 한국가스공사의 단위 환산량을 이용하여 역산하여 추정한 햇반 210g 1개 생산 시 소요되는 가스 사용량은 약 2.57MJ<sup>(\*)</sup>임

$(*) 43.9535136^{*1} \times 121.55 \div 2,180^{*2} \div (200 \times 210)^{*3} = 2.57$
---

\*1) 1 Nm<sup>3</sup> = 43.9535136MJ

\*2) 43.9535136 MJ 사용시 발생하는 탄소배출량(gCO<sub>2</sub>)

\*3) 210g 환산

- 해당 사용량을 기준으로 햇반 210g 1개 생산시 발생하는 가스비용을 추정한 내역은 다음과 같음

<표 IV-5 가스비 추정 >

구분	2021년	2022년	증감률
사용량(MJ)	2.57	2.57	-
단가(원)	14.22	23.03	61.95%
추정 가스비(원)	36.55	59.19	61.95%

출처: 한국소비자단체협의회 분석

- 제조과정의 탄소배출량은 가스 사용에서만 발생하는 것은 아니지만 가장 주된 요인이 가스 사용으로 판단되고, 제조 공정이 유의미한 변동이 없는 경우 추세와 비율 분석에서는 의미를 가질 것으로 판단됨
- 인상 시점의 충청지역과 부산지역의 가스 단가 평균(21년 3월, 22년 3월)을 적용하여 산출한 햇반 210g 1개 생산 시 추정 가스비는 전년 대비 약 62%, 약 23원 증가한 것으로 추정됨

(3) 포장재

- 별도재무제표의 수치를 기준으로 하였으며 과거 3년간 포장재료비가 가공비에서 차지하는 평균비율을 적용하여 햇반의 가공비에서 포장비 금액을 추정함
- 정보의 특성상 정확한 포장재 가격은 공개되지 않으므로 에스알테크노팩 주요 제품 가격 변동률을 이용하여 포장비의 변동을 추정함

<표 IV-6 가공비 대비 포장재료비율 >

(단위: 천원)

구분	2019년	2020년	2021년	평균
매출원가	4,285,823,892	4,245,161,484	4,858,854,976	
재고자산변동제외	891,720,826	894,504,077	1,195,397,285	
포장재료비	319,208,449	302,881,538	356,383,361	
비율	35.80%	33.86%	29.81%	33.16%

출처: 전자공시시스템

<표 IV-7 포장비 추정 >

구분	2021년	2022년	증감률(*)
가공비(원)	343		
재료비율	33.16%		
포장재료비(원)	114	132	16.14%

출처: 한국소비자단체협의회 분석

(\*) 에스알테크노팩 2021년 및 2022년 1분기의 주요제품 단가 변동률 =  $(1+8.82\%) \times (1+6.73\%)$

- 에스알테크노팩의 주요제품 단가변동률이 CJ제일제당에서 설명한 포장비의 15% 인상과 유사한 수치를 보임. 전년 대비 포장비는 약 16.14%, 18원 가량 증가한 것으로 추정됨

(4) 원재료(쌀)

- 21년 인상때와 동일한 방법으로 22년 3월 기준으로 원재료비의 변동이 제조 원가에 미치는 영향을 추정함

<표 IV-8 원재료비 추정 >

구분	2021년	2022년	증감률
원재료비	282	260	-7.38%

출처: 한국소비자단체협의회 분석

- 이전 가격 인상 시점인 2021년 2월의 쌀 도매가격과 2022년 3월의 쌀 도매가격을 비교하였으며 전년대비 약 7.38%, 22원 원재료비가 하락하였음

(5) 제조원가 추정

- 상기 분석 결과를 바탕으로 2022년 가격 인상 시점의 제조원가를 추정한 결과는 다음과 같음

<표 IV-9 제조원가 추정 >

구분	2021년	원가변동	재추정 원가	변동률
원재료비	282	(22)	260	-7.38%
가공비	343	41	384	11.95%
LNG(가스)		23		
포장재		18		
제조원가	625	19	644	3.04%

출처: 한국소비자단체협의회 분석

- 추정 결과 가공비만을 고려하였을 때 21년 대비 6.5% 가량의 인상 효과가 발생하는 것으로 분석되지만 원재료비의 하락을 반영하는 경우 제조원가는 21년 대비 약 3% 증가하는 것으로 분석됨
- 일관적으로 지적인 바와 같이 가격 인상 결정 시 원가하락 요소는 고려하지 않은 것으로 판단되며 가격 인상폭이 타당한지에 대한 의문이 발생함. 실제 판매가 대비 제조원가 비율은 계속해서 하락하는 추세를 보임

<표 IV-10 판매가 대비 제조원가 비율 >

구분	2019년	2021년	2022년
가격(210g)	1,600	1,950	2,100
제조원가	582	625	644
비율	36.38%	32.05%	30.67%

출처: 한국소비자단체협의회 분석

### 3. 원가동인 변동 대비 가격 인상 분석의 시사점

- 상기와 같이 2018년부터 2022년 5월까지 주요 원가 동인인 LNG, 포장재, 쌀 가격 변동의 영향과 햇반과 오뚜기밥의 과거 가격 인상 내역 및 월별 가격 추세를 확인하였음

- 실제 LNG 가격은 2022년 인상 시점 기준 전년 동월 대비 부산과 충청 지방 평균 약 61.95% 수준으로 급등하였음. CJ제일제당에서 설명한 90%의 수치와는 차이가 있으나 상당한 양의 가스가 사용되는 즉석밥 제조 특성 상 2021년 LNG 가격 상승은 기업에 상당한 수준의 원가 부담을 초래할 것으로 보임
- 그러나, 과거 수차례 가격 인상 시점 때 LNG 가격이 하락한 경우가 있었음에도 불구하고 인상 결정에 LNG 가격의 하락이 반영되었는지 확인할 수 없음. 또한 상기에서 확인하였듯, 정부 담당 부서에서는 원료비 인상요인 미반영 및 단계적 정산단가 조정 등 도매요금을 인하하여 국민부담 완화 및 물가안정을 위해 노력하고 있으나 오히려 기업에서 선제적으로 제품 가격을 인상하여 소비자에게 부담을 전가하고 있음
- 포장재의 가격 인상 또한 동일한 의문이 존재함. 2019년과 2020년, 원자재의 가격이 큰 폭으로 하락하였음에도 불구하고 2019~2021년에 있었던 가격 인상에서 고려되었는지 확인할 수 없고 2021년 높은 수준의 가격 상승은 상당부분 기저효과의 영향으로 분석되었음
- 또한 포장재 제조업체의 재무실적을 통해 간접적으로 분석한 결과, 포장재 제조업체의 제품 판매가격 상승률이 원재료 가격 상승률에 미치지 못하였음. 기저효과, 포장재 제조업체의 제품 판매가격을 고려할 때 실제 포장재의 가격 상승이 즉석밥 제조원가에 유의적인 수준의 영향을 미쳤는지 의문임
- 여러 기사와 보도 자료에서 지적된 바와 같이 쌀 가격의 영향도 무시할 수 없음. 표 IV-2에서 확인하였듯 쌀 가격의 인상을 이유로 2018년 이후 거의 매년 즉석밥 가격이 인상되었음. 하지만, 가격 인상을 발표한 올해 3월 쌀 가격은 전년 대비 약 10.44% 하락하여 2020년과 유사한 수준임에도 이번 가격 인상에 어떻게 고려되고 반영되었는지 확인할 수 없음

- 각 원가 동인이 제품원가에서 차지하는 비중을 알 수 없고, 상기 요소들 외에 인건비, 물류비 등 다양한 요인이 추가로 고려되어 제품 판매 가격이 결정될 것이므로 상기 분석에는 한계가 존재함. 그럼에도 불구하고 분석 결과 가격 인상 요인을 과대하게 표현하고 가격 하락 요인은 그 효과를 과소 반영한 것이 아닌지 합리적인 의문이 발생함

## V. 결론 및 제언

### 1. 가격 인상 배경에 대한 충분한 설명과 공감대 형성 필요

- 제품의 판매 가격은 분석에서 고려한 요소 외에 다양한 요소가 작용하여 결정되므로 분석의 한계가 존재하지만 분석 기간 동안 기업 측에서 가격 인상 요인으로 설명한 내용과 실제 분석 결과는 의미 있는 차이와 의문이 발생함
- 소비자들이 가장 자주 구입하는 즉석조리식품은 즉석밥이 27.4%로 즉석조리식품 중 가장 높은 비율을 차지함. 1인 가구의 확대, COVID-19 이후 변화된 생활 태도로 즉석밥 시장은 계속해서 성장할 것으로 보이며 이와 같은 상황에서 즉석밥 제품의 잦은 가격 인상은 소비자들에게 큰 부담으로 작용함
- 특히, 즉석밥 시장 구조상 가격 인상은 더욱 신중한 결정이 요구되며 가격 인상 배경에 대한 충분한 설명과 설득의 과정이 필요함
- 현재까지의 즉석밥 제조업체들의 가격 인상 행태는 원가 부담 증가에 따른 가격 인상을 넘어 외부 악재를 호재로 삼아 이윤을 늘리고 소비자들의 부담을 가중시키지 않을지 우려됨

### 2. 기업의 사회적 책임과 소비자중심경영이 요구

- 최근 기업 환경에서는 ESG 경영이 가장 큰 화두로 떠오르고 있으며, 재무적 측면을 넘어서 기업의 사회적 책임 경영을 강조하고 있음
- CJ제일제당과 오뚜기가 발간한 지속가능경영 보고서에서도 소비자 중심경영을 표방하며 고객 만족을 위하여 다양한 활동을 전개하고 있음을 강조함

- 다만, 실제 소비자들이 가장 밀접하게 접하고 민감하게 반응하는 제품 가격과 관해서 소비자중심경영이 이루어지고 있는지 의문임. 소비자중심경영을 표방하는 것과는 달리 가격 인상 요소만을 강조하며 제품 가격을 인상하는 행태는 여전히 이윤 추구하고 기업의 이윤 방어를 최우선 목표로 삼는 것이 아닌지 돌아볼 필요가 있음
- CJ제일제당은 지속가능경영 보고서에서 소비자중심경영 인증(CCM)을 최초 획득하고 인증을 유지하고 있는 점을 주요 성과로 소개함. 소비자중심경영은 특정 기관에서 인증하는 것이 아닌 다수의 소비자들의 공감과 인정을 얻을 때 궁극적으로 달성되는 것임
- 인플레이션과 금리상승, 러시아-우크라이나 전쟁 등 거시적 환경의 불확실성이 커지고 있는 상황임. 불확실한 경제 환경과 경기 침체 우려가 커지고 있는 상황에서 소비자와 고통을 분담하는 책임 있는 경영이 요구됨

## **즉석밥 원가 추정 및 가격 적정성 분석 보고서** (한국소비자단체협의회 물가감시센터)

---

서울특별시 중구 명동11길 20 (명동1가) 서울YWCA 701호  
TEL 02-774-4060, FAX 02-774-4090  
sohyub@consumer.or.kr, price@consumer.or.kr  
<http://www.consumer.or.kr/>, <http://price.consumer.or.kr/>

---

※ 작성자 : 한국소비자단체협의회 물가감시센터 남정기 회계사