

설탕가격 분석 보고서

2024. 11

목 차

I	문제제기
II	설탕시장 현황
III	원재료 가격추이
IV	주요 3개 업체의 재무분석
V	결론 및 제안

I. 문제제기

□ 생활필수품 가격조사 결과 전년 동분기 대비 설탕(17.8%) 가격 상승률이 가장 높게 나타남.

- 24년 2분기 생활필수품 가격 분석 결과 37개 품목 중 24개 품목의 전년 동기 대비 가격이 상승하였으며 평균 상승률은 4.5%로 나타남.
- 가격 상승률이 높은 5개 품목은 설탕(17.8%), 고추장(10.2%), 기저귀(8.7%), 맛김(7.1%), 맥주(5.8%) 순으로 설탕의 가격 상승률이 가장 높음.
- 가격 상승률 상위 제품 중에도 ‘백설 자일로스하얀설탕(CJ제일제당)’이 18.2% 상승률로 가장 높았으며, ‘백설 하얀설탕(CJ제일제당)’이 17.8%로 설탕제품이 1, 2위를 차지함.

□ 최근 국제 원당(Raw sugar)가격은 하락하였지만 설탕은 지속적으로 가격이 상승하고 있음.

- 국제 원당가격은 2023년 11월 파운드당 27.31달러를 기록한 뒤 2024년 9월 19.71달러까지 약 27% 하락함.
- 반면, 2023년 11월부터 2024년 6월까지 설탕의 원재료 가격은 796원에서 805원으로 1.13% 상승하였으며 소비자가는 2023년 6월 kg당 2,385원에서 2024년 6월 2,778원으로 18% 상승함.
- 원당의 가격이 하락함에도 설탕의 가격은 상승하고 있으므로 설탕 가격의 상승이 타당한지 분석해 보고자 함.

□ 설탕은 국민의 생활에 필수적인 품목으로 서민 생활과 경제 안정에 중요.

- 대한민국 국민의 1인당 연간 설탕 소비량은 21.4Kg으로 설탕은 다양한 음식의 제조에 사용되며 식품 산업에서 필수 원재료임. 따라서 설탕의 가격이 상승할 경우 설탕 구매 비용의 증가 뿐만 아니라 설탕을 원료로 사용하는 다양한 식품의 가격이 상승할 수 있어 서민의 전반적인 생활비 증가로 이어질 수 있음.
- 설탕 가격이 상승하면서 슈가플레이션(Sugarflation)이라는 신조어가 생김. 설탕을 뜻하는 슈거(Sugar)와 인플레이션(Inflation)의 합성어로 설탕 가격 급등이 설탕을 원료로 하는 과자, 빵, 아이스크림 등의 동반 가격 상승으로 이어져 결국 식품 물가를 상승시키는 현상을 말함.
- 따라서 설탕 가격의 상승은 산업 전반적인 연쇄 가격 상승으로 이어질 우려가 높아 설탕 가격의 합리적 · 안정적 가격 형성이 매우 중요하며 이에 대한 지속적인 모니터링과 분석을 통해 공정한 시장 환경 조성과 소비자 권익 보호를 도모해야함.

II. 설탕시장 현황

1. 설탕시장의 현황

□ 설탕의 정의

- 설탕은 인류가 발견해 낸 최초의 천연감미식품으로 열대지방에서 자라나는 사탕수수(Cane)와 온대지방에서 자라나는 사탕무우(Bee)에서 추출한 천연 그대로의 당즙을 불순물을 걸러내고 사람들이 이용하기 편리하도록 상품화한 순수한 자연식품을 말함.
- 우리가 사용하는 주요 감미료는 설탕, 과당, 포도당 등의 천연 감미료와 사카린, 아스파탐 등의 인공감미료로 분류함. 인공감미료나 대체 감미료는 단지 단맛을 지닌 식품첨가물이기 때문에 설탕과 같은 식품 가공 상의 특성은 없음.
- 포도당은 열을 가하면서 줄이면 낮은 온도에서 카라멜화하고 쓴맛이 나기 때문에 높은 온도로 줄이는 것에 부적합함. 그러나 설탕의 단맛은 결정이 없고 온도에 따라 변하지 않기 때문에 다양한 식품의 조리에 사용되고 있음.

□ 설탕의 제조 과정

- 제당 공정에서 설탕을 정제하는 목적은 원당에 섞여 있는 우리 몸에 해로운 불순물을 걸러내어 사람이 먹을 수 있는 좋은 식품을 만들기 위한 것임. 설탕의 색이 하얀 것은 정제할 때 사용하는 숯이 불순물을 걸러내면서 색소도 함께 뽑아버리기 때문임.

< 설탕의 제조 공정 >

구분	공정	비고
정제	원당	사탕수수의 즙에서 추출한 설탕원료
	세당	원당 표면의 불순물을 세척
	용해	정제하기 쉽도록 온수로 용해
	탈색/여과	포충탐, 카본(숯), 수지, 세라믹 소재로 정제
결정	농축	입자화가 용이하도록 75Bx로 농축
	결정	압력과 열로 끓여서 입자화
	분리/건조	설탕입자만을 분리하여 건조하는 과정
포장	설탕	사용하기 편리하도록 포장

출처 : 대한제당협회

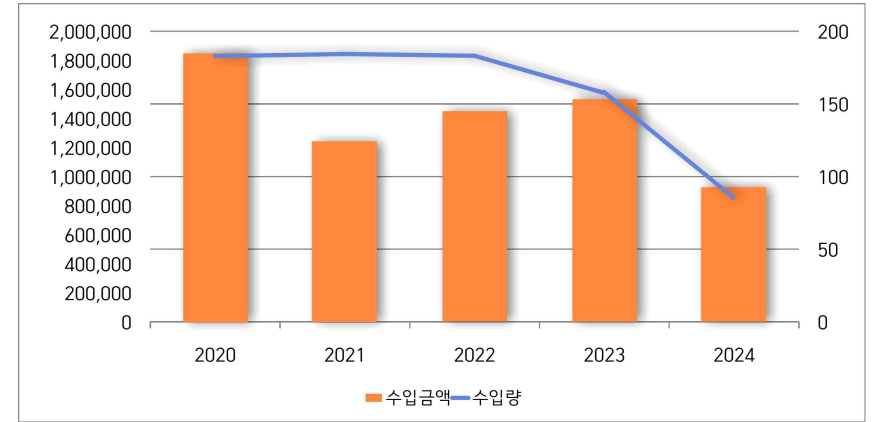
- 국내 업체는 해외로부터 원당을 수입하여 제조 공정을 통해 설탕을 제조하여 판매하고 있음.

□ 설탕 시장 수입량

- 제로(0) 칼로리 식품 유행으로 무설탕, 저당 제품이 인기를 끄는 점이 수입량의 감소로 이어짐. 설탕의 원료인 원당의 국제가격이 지속해서 오르면서 제당 업체들이 설탕 생산을 줄였으며 대체 감미료 개발에 주력하였음.
- 원당 수입량은 줄었지만, 원당 가격의 상승으로 수입금액은 되려 오르고 있음. 2023년 수입량은 157만9,000t으로 2021년 184만7,000t 대비 15% 감소한 반면, 2023년 수입금액은 153천달러로 2021년 125천달러 대비 23% 증가함.

< 그림 2-1 2020년 ~ 2024년 6월 원당 수입량, 수입금액 >

(단위 : 톤, 천달러)



출처 : 관세청 수출입통계

2. 설탕 시장의 주요 업체

□ 설탕 시장의 사업자

- 설탕 시장은 CJ제일제당, 삼양사, 대한제당 3사가 국내 설탕 시장의 대부분을 점유하고 있음. 제당 3사는 50여 년째 과점을 유지하고 있으며 한국제당협회 회원사도 3곳뿐임.

< 표 2-2 설탕 시장 점유율 >

(단위 : %)

회사명	2023년	2022년	2021년
CJ제일제당(가정용)	78	78	80
삼양사	32	32	32
대한제당	21.6	21.4	20.9

출처 : 전자공시시스템 각 사 사업보고서

- 1950년대 제일제당이 처음으로 정제당 회사를 세우고 뒤이어 동양제당, 삼양사, 한국정당, 금성제당, 해태제과, 대동제당(뒤에 대한제당으로 개칭)이 설립됨. 제당업은 이른바 삼백산업¹⁾의 하나로서 1950년대 한국 경제를 주도한 기간산업이었으며 1950년대 말 시설 과잉으로 인해 제일제당, 삼양사, 대한제당 세 개 회사만 남고 다른 회사는 조업을 중단함. 이 세 개 회사가 오늘날까지 한국 정제당 시장을 과점하고 있음.

< 표 2-3 4대 브랜드사의 현황 >

회사명	제품명	평균가격(원)
CJ제일제당	백설 하얀설탕 1kg	2,580
삼양사	큐원 하얀설탕 1kg	2,438
대한제당	푸드림 하얀설탕 1kg	2,050

출처 : 한국소비자원 및 포털검색(2024년 9월 21일 기준)

- 설탕 산업은 대규모 시설투자가 필요한 자본집약적 산업특성을 가지고 있어 진입장벽이 높기 때문에 타 산업에 비해서 안정적인 판매선 확보가 용이함. 생활필수품이라는 산업 특성상 꾸준한 수요가 뒷받침되며 설탕 제조업체가 가격을 인상하면 모든 식품업체가 영향을 받는 특징이 있음.

□ 설탕 제조업체 3사 담합 의혹

- 공정거래위원회(이하 '공정위')는 2007년 7월, 국내 주요 설탕 제조업체 3사인 CJ, 삼양사, 대한제당의 장기간 담합 행위를 적발하고 과징금을 부과함. 이들 업체는 1991년부터 2005년 9월까지 약 15년 동안 제품 출고량과 가격을 조정하는 담합을 해온 것으로 밝혀짐.
- 공정위는 이에 대해 약 511억원의 과징금을 부과함. 이 담합은 1990년 말

1) 중공업이나 첨단 산업이 발달하기 이전인 1950년대 한국 산업에서 중추적 역할을 했던 산업으로서, 제품이 흰색을 띠는 세가지 즉, 밀가루(제분) 설탕(제당) 면직물(면방직 공업)을 지칭하는 말

원당 수입자유화에 대비해 시작되었으며, 그 결과 설탕 내수시장의 점유율이 수입자유화 이후 십수년 동안 거의 변동 없이 유지됨.

- 최근 공정위는 2024년 주요업무 추진계획을 통해 설탕을 포함한 의식주, 금융·통신 및 중간재 부문의 담합에 대한 재조사 계획을 밝힘. 이는 국민의 경제적 부담과 직결되는 분야에 대한 감시를 강화하고, 법 위반 사실이 확인될 경우 엄정하게 조치하겠다는 의지를 보여주는 것으로 장기간의 담합 행위를 적발하고 제재함으로써 공정한 시장 경쟁 환경을 조성하고 소비자 이익을 보호하려고 함. 또한 자진신고 제도를 통해 기업들의 자발적인 법 준수를 유도하고, 지속적인 시장 모니터링을 통해 유사한 담합 행위의 재발을 방지하고자 함.

Ⅲ. 원재료 가격추이

□ 설탕의 주원재료

- 설탕의 주원재료인 원당은 사탕수수(Sugar cane), 사탕무우(Sugar beet), 단풍나무(Sugar maple)에서 추출하며 사탕수수가 약 60%, 사탕무우는 40%, 단풍나무는 극소량을 차지하고 있음.

< 표 3-1 설탕원료 >

원료/구분	기후	지역	특징
사탕수수	열대, 아열대 평균기온 20°C 이상	중남미, 대양주 동남아, 아프리카	벼과의 다년생식물 줄기부분만 활용
사탕무우	한 대, 온대의 한랭한 기후	유럽, 북미	명아주과의 다년생화초 뿌리부분만 활용
단풍나무	한대	북미	단풍나무액을 농축한 액당형으로 제조

출처 : 대한제당협회

- 사탕수수당의 제조과정은 분쇄, 불순물 걸러내기, 결정화, 분리의 네 단계로 나눌 수 있음.

< 표 3-2 사탕수수당의 제조과정 >

분류	과정
분쇄	사탕수수를 밭에서 벤 다음 줄기를 잘게 썰어 즙을 짠다. 설탕 공장에서는 이러한 분쇄 과정에 거대한 롤러를 이용한다. 이 사탕수수즙에는 10~20%의 자당이 포함되어 있다.
청징	이 즙액은 산성이므로 석회를 첨가하여 불순물을 걸러내는 동시에 pH를 높여준다. 석회는 단백질과 지방, 그 외 부유물질을 침전시키는 역할을 한다. 용기 속에 가라앉은 불순물을 밑에서부터 제거한다.
결정화	불순물을 제거한 수액을 끓인다. 수액은 여러 개의 증발통을 통과하면서 점점 농축되면서 결정이 생긴다.
분리	원심분리기로 결정과 당밀을 분리한다. 이렇게 해서 얻은 결정, 즉 분밀당을 원료당이라고 한다.

출처 : 대한제당협회

- 사탕무로 원당을 만드는 방법은 사탕수수와 대체로 비슷하지만 조금 차이가 있음. 당액을 짜내는데 있어 사탕수수에서는 눌러 짜는 압축법을 사용하지만 사탕무에서는 온수침출법을 사용함. 온수침출법을 상용하면 사탕무 속의 설탕을 97%까지 추출할 수 있음.

< 표 3-3 사탕무당의 제조과정 >

분류	과정
당액추출	사탕무를 얇게 썰어 더운 물로 당분을 추출한다.
정제	이렇게 만든 당액에 많은 양의 석회를 넣어서 불순물을 침전시키면 빛깔이 아주 투명하게 된다.
결정	농축하여 결정을 만든다. 이때 사탕무에는 당밀이 없기 때문에 당밀을 분리하는 과정이 빠진다. 건조와 포장 등 나머지 과정들은 사탕수수로 정제당을 만드는 과정과 같다.

출처 : 대한제당협회

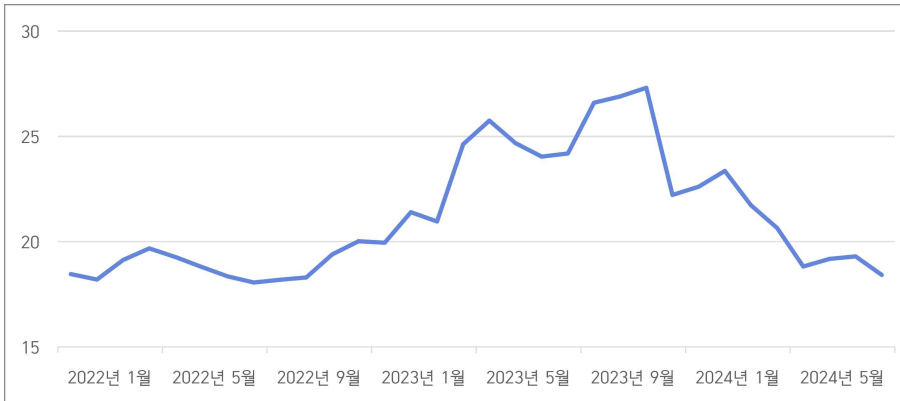
- 국내 업체는 이렇게 만들어진 원당을 수입하여 상기한 바와 같이 제조 공정을 통해 설탕을 제조하여 판매하고 있음.

□ 원당의 가격

○ 설탕의 원재료인 원당의 국제가격은 2022년 1월 18.46달러에서 2023년 11월 27.31달러로 상승하였으며 2024년 9월 현재 19.71달러로 2022년 수준을 회복함.

< 그림 3-4 원당 가격 추이 >

(단위 : US\$/lb)



출처: FIS 식품산업통계정보

○ 2023년 국제 원당 가격은 기후변화와 글로벌 공급 차질로 인해 큰 변동을 보임. 세계 원당 생산량 순위는 브라질, 인도, 태국 순서로 구성되며 원당은 다른 곡물 대비 작황지가 한정적이라 기상 이변에 따른 생산량의 변동이 큼. 가격 인상은 브라질 가뭄으로 생산량이 줄어든 것이 주요 원인이며 인도에서도 생산량이 약 8% 감소하였고 태국 또한 원당의 생산량이 감소함. 또한 환율 변동과 우크라이나 전쟁으로 인한 무역 장애도 국제 원당 가격 상승에 기여하였으며 수입의존도가 높은 우리나라에 큰 영향을 미침. 이후 브라질 등 주요 생산국의 생산량 증가, 국제 유가의 하락 등으로 원당가격이 하락함.

○ 원당의 국제 가격 변동은 국내 설탕 제조업체의 원재료 조달 비용에 직접적인 영향을 미치며, 이는 최종 설탕 제품의 판매가격 결정에 중요한 요인으로 작용함. 최근 관찰되는 원당의 국제 가격 하락은 설탕 산업의 가격 구조에 상당한 압박을 가할 것으로 예상됨.

□ 환율의 변동

○ 국내 설탕 제조 사업자는 주요 원재료인 원당을 대부분 수입에 의존하기 때문에 환율 및 국제유가도 중요한 영향을 미침.

○ 원달러 환율은 2022년 10월 1,400원대를 돌파하였으며 이후 주춤하다 최근 상승추세에 있음. 팬데믹 이후 미국 연준은 2022년부터 금리를 급격히 인상하였으며 금리 인상은 달러 강세로 이어짐. 러시아-우크라이나 전쟁으로 안전자산 선호현상 및 글로벌 에너지 가격이 급등으로 에너지 수입 의존도가 높은 한국에 가격 상승은 원화 약세를 초래함.

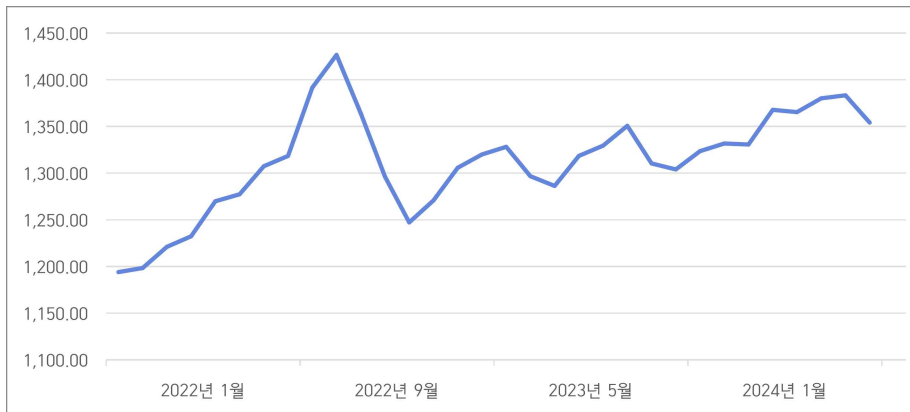
○ 2023년 초 연준의 금리인상 속도조절 및 미국을 비롯한 주요 국가들의 인플레이션 둔화, 한국은행의 미국보다 완만한 금리인상 정책, 한국의 무역수지 개선 그리고 글로벌 금융시장이 안정됨에 따라 안전자산을 쏠림 현상이 완화되어 달러수요가 줄어들고 원화 가치가 안정됨.

○ 이후 미국 연준이 금리 인상 기조를 지속하여 높은 금리의 장기화 가능성이 존재하였으며 미국의 강한 성장세 대비 한국이 상대적 약세를 보여 환율이 상승하는 추세에 있음. 다만 2024년 하반기에 들어 환율을 지속적으로 하락하고 있고 연준이 최근 기준금리를 0.5% 포인트 인하하는 빅컷을 단행하면 서환율 하락에 대한 기대감이 높은 상황임.

○ 설탕 산업의 원가와 판매가격은 환율 변동에 영향을 받음. 원당을 대부분 수입에 의존하는 국내 설탕 제조업체들은 원·달러 환율의 변동성에 직접적인 영향을 받으며, 특히 2022년 1,400원대를 돌파한 환율은 생산원가에 부정적인 영향을 미침. 최근 2024년 하반기 환율 하락과 금리 인하 정책은 일부 불확실성을 완화할 수 있는 긍정적인 신호로 보이지만, 여전히 주의 깊은 모니터링이 필요한 상황임.

○ 원/달러 환율의 상승은 동일한 달러 가격의 원당을 구매하는데 더 많은 원화가 필요하게 되며 이는 설탕 생산 및 유통 비용증가로 이어질 수 있음. 설탕 제조업체들은 선물환 계약 등을 통해 환율 변동 리스크를 관리하고 있으며 계약 기간이 보통 3~6개월 이므로 환율 변동이 수입가격에 실질적으로 영향을 미치는 기간은 차이가 있음.

< 그림 3-5 환율 추이 >



출처: 서울외국환중개

□ 국제유가의 변동

○ 2022년초 러시아-우크라이나 전쟁으로 국제 유가가 큰폭으로 상승함. 러시아는 세계 최대 석유 수출국 중의 하나로 전쟁으로 인해 글로벌 공급망이 위협받았으며 서방국가들의 경제 제재까지 겹쳐 시장의 불확실성이 커짐.

○ 이후 유가 상승을 억제하기 위해 미국이 전략비축유(SPR)를 방출하였으며 글로벌 경제 침체 우려로 원유 수요 전망이 낮아지고 미국과 유럽의 금리 인상으로 경제 성장 둔화 가능성이 커지면서 유가가 하락 압력을 받음. 2023년부터는 일부 공급망 혼란이 개선되면서 유가가 안정세를 보임.

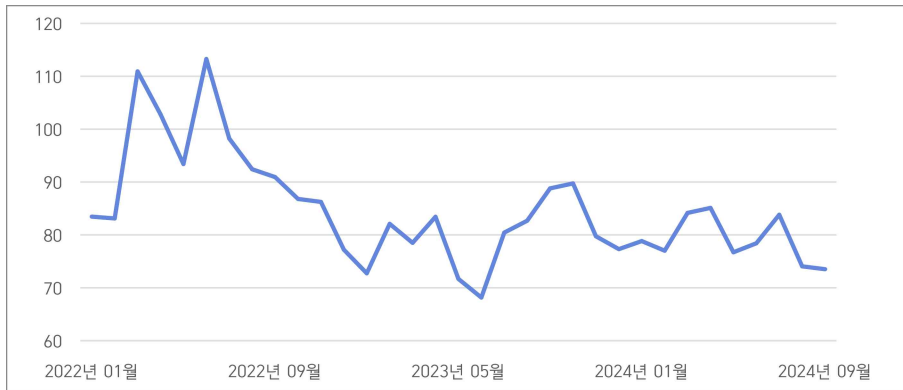
○ 2022년 하반기 이후 OPEC+ 등 산유국은 수요 둔화 우려와 유가를 유지하려는 목적으로 원유 생산량 감산을 결정하였으며 특히 2023년에 사우디아라비아와 러시아 등 주요 산유국들이 추가 감산을 발표하면서 유가 상승을 촉진함. 2023년 들어 주요 국가들이 경기 부양 정책과 미국, 유럽의 예상보다 나은 경제 지표가 글로벌 경기 회복에 대한 기대감을 높이면서 원유 수요 증가로 이어지고 유가 상승을 유도함.

○ 전 세계적인 경기 둔화 우려가 커지면서 수요 감소에 대한 전망이 강해졌고 세계 최대 원유 수입국인 중국의 경제 회복이 예상보다 더디게 진행되면서 수요 증가 기대가 줄어들음. 이에 최근 환율은 하락세를 유지하고 있음.

○ 국제유가의 변동은 설탕 제조업체의 원가 구조에 간접적으로 중요한 영향을 미침. 원당 수입 과정에서 발생하는 해상 운송비와 에너지 비용은 국제유가 변동에 직접적으로 연동되어, 유가 상승 시 설탕의 생산원가가 상승하게 됨. 러시아-우크라이나 전쟁 이후 글로벌 공급망 혼란과 OPEC+ 국가들의 감산 정책으로 인한 유가 변동은 설탕 제조업체들의 원가 관리와 가격 전략에 지속적인 압박을 가하고 있어 국제유가의 불안정성은 최종 설탕 제품의 판매 가격 결정에 중요한 변수로 작용하고 있음.

○ 국제 유가의 상승은 해상 운임 상승으로 직결됨. 일반적으로 유가가 10% 상승하면 해상 운임은 3-5% 상승하는 것으로 알려져 있음. 사탕수수나 사탕무 재배 시 사용되는 농기계 연료, 비료 생산에 필요한 에너지 비용 등이 유가 상승으로 증가함. 설탕과 에탄올은 모두 사탕수수나 사탕무에서 추출한 당으로 제조하므로 유가가 상승하면 일부 국가에서 사탕수수를 에탄올 생산에 더 많이 사용하게 되어 설탕 생산량이 감소하여 국제 원당 가격의 상승을 야기할 수 있음.

< 그림 3-6 국제유가(두바이유) 추이 >



출처: 한국석유공사 오피넷

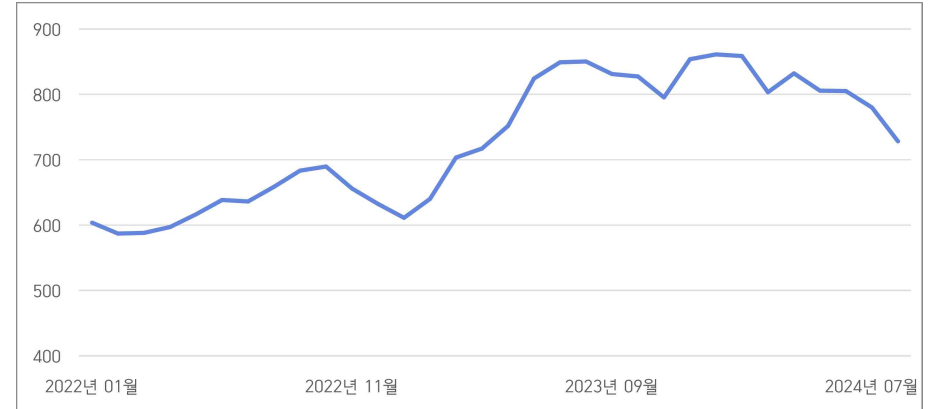
□ 원당 수입가격

○ 환율을 고려한 원당의 수입 가격은 2022년 1월 kg당 604원에서 2024년 1월 861원으로 상승하였으며 2024년 8월 728원으로 하락함.

○ 국제 원당가격과 수입 가격에는 약 3~6개월의 시점 차이가 존재함. 설탕 제조업체에서 원당을 주로 선물거래를 통해 수입함에 따라 계약 체결 시점과 실제 인도 시점의 차이가 존재하며 장기계약을 통해 수입하는 경우에도 계약 시점과 인도 시점의 차이 및 운송 기간에 따른 차이가 있음. 원산지에서 한

국까지 운송에도 시간이 필요하며 각 기업이 일정 수준의 재고를 유지하며 재고 관리를 함에 따라 가격 반응이 지연될 수 있음.

< 그림 3-7 원당 수입가격 추이 >



출처: 한국무역협회(KITA) 품목별 무역통계

○ 원당의 수입가격은 설탕 제조업체의 원가 구조에 직접적이고 결정적인 영향을 미치는 핵심 요인임. 원당 수입가격의 변동성은 설탕 제품의 생산원가에 즉각적인 압박을 가하며 국제 원당가격과 실제 수입가격 사이의 3~6개월 시차, 선물거래 특성, 장기계약, 운송 기간 등의 요인들은 설탕 제조업체의 가격 전략과 판매가격 결정에 복합적인 영향을 미치고 있음.

□ 최근 설탕 가격

○ 주요 3사인 CJ제일제당, 삼양사, 대한제당은 2021년부터 평균 약 14%의 설탕 가격을 인상하였음. 특히 원당 가격이 상승하기 시작한 2022년에 21.8%, 2023년 17.6%을 인상하였으며 2024년 상반기에도 약 8%를 인상하였음.

< 표 3-8 설탕 가격 >

(단위 : 원/kg)

회사	2024년 반기	2023년	2022년	2021년
CJ제일제당	1,190	1,093	934	778
삼양사	1,179	1,089	917	759
대한제당	1,116	1,047	895	718

출처: 전자공시시스템 각사 사업보고서

○ 과점업체인 주요 3사는 원당 가격과 무관하게 매년 가격을 인상하고 있으며 2023년 하반기부터 원당 가격이 하락했음에도 불구하고 가격을 인상함. 주요 3사는 영업이익과 당기순이익 등 지표에서 양호한 실적을 보이고 있으며 이는 생활필수품이라는 산업 특성상 꾸준한 수요가 뒷받침되는 상황에서 가격 인상에 따른 매출 증대 효과를 거둔 것으로 분석됨.

○ 올해 하반기 주요 3사가 B2B 설탕 가격을 약 4% 인하하였음. 최근 원당 가격이 2022년 수준으로 하락하였으며 제품 가격 인상은 인건비나 유틸리티 비용 등이 복합적으로 작용하지만 설탕의 원재료인 원당 가격이 주요인입을 비추어 볼 때 현재 가격 인하는 기대에 미치지 못함. 또한 소비자를 대상으로 하는 설탕은 가격을 인하하지 않았으며 식품업계에서 설탕 가격 인하를 반영하지 않을 경우 최종 소비자에게 미치는 영향은 미미할 수 있음.

○ 주요 3사의 설탕 가격 인상은 조사 기간인 2021년부터 2024년 상반기까지 지속되었으며 이는 원당 가격 변동과 무관하게 진행됨. 생활필수품이라는 산업 특성으로 인한 꾸준한 수요를 바탕으로, 기업들은 지속적인 가격 인상을 통해 매출 증대 효과를 보임.

□ 소비자 가격 및 원재료 가격 추이

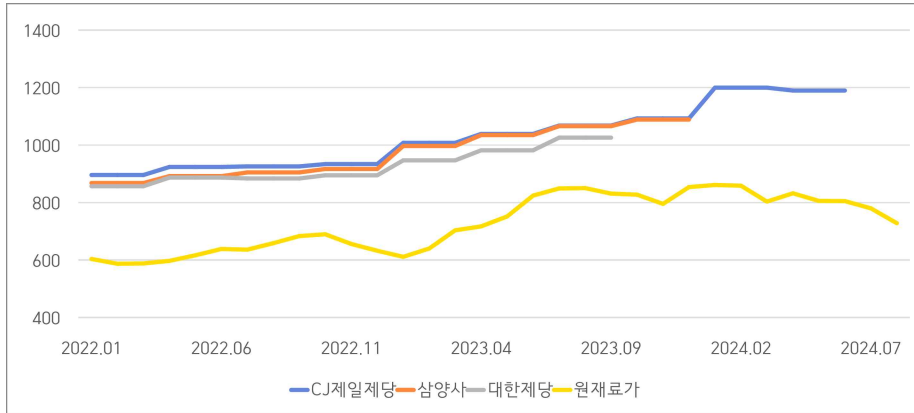
○ 주요 3사인 CJ제일제당, 삼양사, 대한제당의 kg당 소비자 가격은 2022년 중 900원 전후의 가격대를 형성하고 있으며 점차 가격을 인상하여 2023년 1,000원을 돌파하여 2024년 1,200원대를 형성하고 있음. 세 제조사의 가격 추이는 매우 유사한 패턴을 보이고 있으며 가격 수준도 비슷하게 유지되고 있어 과점적 시장 구조의 특성을 나타냄.

○ 설탕의 소비자 가격이 지속적으로 상승하는 반면, 원재료(수입가격)는 2023년 중반 이후 하락세를 보이고 있어 소비가 가격과 원재료 가격의 격차가 더 심하게 벌어짐. 따라서 원가 상승 시에는 신속하게 가격에 반영하지만, 원가 하락 시에는 가격 인하로 이어지지 않는 비대칭적 가격 전가 현상이 발생함.

○ 2022년 후반 원재료 가격이 약 3.9% 하락하였을 때 소비자 가격은 약 2.5% 상승하였으며 2023년 상반기 원재료 가격이 약 5.7% 상승하였을 때 소비자 가격은 약 1.2% 상승함. 이후 원재료 가격이 큰 변동이 없는 시기에도 소비자 가격은 약 2.3% 상승함. 원재료 가격의 하락과는 상관없이 소비자 가격은 상승하고 있으며 2023년 원재료 상승률에 비해서 소비자 가격의 상승률이 낮았지만 꾸준한 가격 상승으로 이익을 보전하고 있음.

○ 설탕의 소비자 가격은 주 원재료인 원당의 수입가격의 하락을 반영하지 못하는 것으로 조사됨. 이는 과점 시장의 구조적인 특성으로 인해 소비자가 원재료 가격 하락의 혜택을 누리지 못하고 오히려 부담이 가중되고 있음을 보여줌. 따라서 지속적인 설탕 가격의 상승은 타당하지 않은 것으로 판단됨.

< 그림 3-9 설탕 Kg당 소비자 가격 및 원재료가 추이 >



출처: 한국소비자원, 한국소비자단체협의회, 한국무역협회

IV. 주요 3개 업체 재무분석

1. 주요 설탕 제조 업체

설탕 시장의 대부분을 차지하고 있는 주요 3사(CJ제일제당, 삼양사, 대한제당)의 2020년부터 2024년 반기까지 재무제표를 분석함.

주요 3사는 안정적인 재무구조를 가지고 있으며 최근 상승세인 매출을 바탕으로 매출총이익률, 영업이익률, 당기순이익률 등 실적지표가 개선되고 있으며 실적을 바탕으로 배당액을 증가시킴.

2. 주요 3사의 재무구조

□ CJ제일제당의 재무구조

- CJ제일제당의 설탕 산업이 전체 사업 포트폴리오에서 차지하는 비중은 유의적이지 않음. CJ제일제당은 식품, 바이오, 물류 등 다양한 사업을 영위하고 있으며 과거 몇 년간 고부가가치 식품 및 바이오 사업을 중심으로 성장 전략을 추진하면서 설탕을 포함한 원료 사업의 비중이 축소되고 있음.
- CJ제일제당이 설탕 주요 3사 중 하나로 오랜 역사와 시장점유율을 바탕으로 중요한 위치를 차지하고 있으므로 재무제표 분석을 수행함.
- 매출은 최근 몇 년간 꾸준히 증가하는 추세를 보이고 있으며 고부가가치 식품 및 바이오, 물류 사업의 매출 확대에 기인함. 설탕 이외의 사업에서 매출이 증가하면서 설탕 산업의 매출 비중은 점차 감소하고 있지만 설탕 산업에서는 여전히 1위 자리를 유지하고 있음.

- 최근 매출이 꾸준히 증가하면서 영업이익률이 증가하였으며 당기순이익률도 안정적인 추세를 보임.
- 배당액은 증가한 실적을 바탕으로 2020년 670억에서 2023년 1천억원까지 연평균 15%를 증가시킴.
- 식품업계의 매출 대비 연구개발비용은 약 1%, 제조업체는 3~4% 수준으로 CJ제일제당은 매년 1%를 초과하는 연구개발비를 지출하고 있으며 식품업계에서는 높은 수준의 금액을 제출하고 있음. 다만, 사업보고서의 연구개발활동에 기재되어 있는 내용에 따르면 대부분 신제품 개발 및 신사업 확대 등으로 설탕과 관련된 내용은 확인되지 않음.

< 표 4-1 CJ제일제당 손익 분석 >

(단위 : 천원)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년 반기
매출액	5,980,828,026	6,796,067,327	7,842,662,871	7,547,072,629	3,750,022,670
매출원가	4,245,171,484	4,858,854,976	5,671,347,158	5,585,134,293	2,684,108,809
매출총이익	1,735,656,542	1,937,212,351	2,171,315,713	1,961,938,336	1,065,913,861
판관비	1,448,518,689	1,631,821,531	1,766,281,739	1,678,343,381	883,616,747
영업이익	287,137,853	305,390,820	405,033,974	283,594,955	182,297,114
당기순이익	340,868,145	304,038,438	265,820,089	343,253,549	379,202,181
매출총이익률	29.02%	28.50%	27.69%	26.00%	28.42%
영업이익률	4.80%	4.49%	5.16%	3.76%	4.86%
당기순이익률	5.70%	4.47%	3.39%	4.55%	10.11%
매출원가율	70.98%	71.50%	72.31%	74.00%	71.58%
배당금(백만원)	67,174,837	77,234,118	83,940,300	100,705,580	
배당성향	19.71%	25.40%	31.58%	29.34%	
연구개발비용	149,132	168,918	218,745	233,745	108,557
매출대비 비율	1.06%	1.08%	1.17%	1.31%	1.24%

출처: 전자공시시스템 각사 사업보고서, 비율은 자료를 이용하여 계산함. 연구개발비 및 비율은 물류부문을 제외한 연결기준

□ 삼양사의 재무구조

- 삼양사는 식품사업부와 화학사업부로 구성되어 있으며 삼양사는 식품사업에 주력하고 있고 연결회사는 주로 화학부문을 담당하고 있음.
- 최근 약 7%의 매출액 증가율을 보이고 있으며 2021년 대비 2024년 반기 현재 매출총이익률이 14.4%에서 18.4%로 개선되었으며 영업이익률은 1.1%에서 4.6%, 당기순이익률은 1.6%에서 6.6%로 증가하여 전반적인 성과지표가 개선됨.
- 배당금은 최근 12,564백만원을 유지하였으나 2023년 실적 개선으로 17,582백만원으로 증가시킴.
- 삼양사의 매출 대비 연구개발비의 비중은 1% 미만으로 낮은 수준을 유지하고 있으며 사업보고서의 연구개발활동에 기재되어 있는 내용에 따르면 대부분 신소재 개발 등 식품과 연관이 없는 활동이 대부분이며 설탕과 관련된 내용은 확인되지 않음.

< 표 4-2 삼양사 손익 분석 >

(단위 : 천원)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년 반기
매출액	1,524,770,095	1,784,425,396	1,998,768,182	1,998,766,894	1,002,583,346
매출원가	1,256,161,141	1,527,917,812	1,708,726,815	1,665,122,713	817,867,466
매출총이익	268,608,954	256,507,584	290,041,367	333,644,181	184,715,880
판매비	226,951,893	237,036,369	252,246,347	268,578,001	138,289,483
영업이익	41,657,061	19,471,215	37,795,020	65,066,180	46,426,397
당기순이익	40,327,703	28,905,165	55,711,450	91,076,142	65,784,724
매출총이익률	17.62%	14.37%	14.51%	16.69%	18.42%
영업이익률	2.73%	1.09%	1.89%	3.26%	4.63%
당기순이익률	2.64%	1.62%	2.79%	4.56%	6.56%
매출원가율	82.38%	85.63%	85.49%	83.31%	81.58%
배당금	10,032,798	12,564,029	12,564,029	17,582,239	
배당성향	24.88%	43.47%	22.55%	19.30%	
연구개발비	17,135	18,230	18,371	21,019	9,085
매출대비 비율	0.61%	0.98%	0.92%	1.05%	0.91%

출처: 전자공시시스템 각사 사업보고서, 비율은 자료를 이용하여 계산함.

□ 대한제당의 재무구조

- 대한제당의 2023년 매출은 식품, 축산유통, 사료 등으로 구성되어 있으며 설탕은 약 65%를 차지하고 있음.
- 2021년 이후 매출액은 소폭 하락하였으나 매출총이익률 약 7%, 영업이익률 2~3%로 비교적 안정적인 모습을 보이고 있으며 당기순이익률은 1%에서 2% 중반대로 소폭 상승하는 모습을 보임.
- 배당금은 2021년 약 80억원에서 2022년 106억원으로 증가하였으며 이 루 110억 수준을 유지하고 있으며 매출 대비 연구개발비의 비중은 평균 0.02%, 연간 3억원 수준에 머물고 있음.

< 표 4-3 대한제당 손익 분석 >

(단위 : 천원)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년 반기
매출액	1,114,809,057	1,159,975,598	1,038,926,089	1,003,480,694	504,037,572
매출원가	995,324,162	1,051,522,922	965,009,395	925,103,592	466,641,407
매출총이익	119,484,895	108,452,676	73,916,694	78,377,102	37,396,165
판매비	82,911,152	76,524,689	49,494,671	46,674,335	24,033,752
영업이익	36,573,743	31,927,987	24,422,023	31,702,767	13,362,413
당기순이익	17,062,189	13,615,089	20,277,830	23,844,494	12,497,855
매출총이익률	10.72%	9.35%	7.11%	7.81%	7.42%
영업이익률	3.28%	2.75%	2.35%	3.16%	2.65%
당기순이익률	1.53%	1.17%	1.95%	2.38%	2.48%
매출원가율	89.28%	90.65%	92.89%	92.19%	92.58%
배당금	8,055,538	10,612,141	11,573,935	11,093,038	
배당성향	47.21%	77.94%	57.08%	46.52%	
연구개발비	433,069	340,270	292,075	164,510	89,062
매출대비 비중	0.04%	0.03%	0.02%	0.01%	0.01%

출처: 전자공시시스템 각사 사업보고서, 비율은 자료를 이용하여 계산함.

V. 결론 및 제언

1. 원당 가격 하락을 설탕 가격에 반영해야

○ 원당의 국제가격은 2023년 하반기 대비하여 2024년 8월 현재 27.8% 하락하였으며 국제가격의 반영 시점 차이와 환율 등을 고려한 원당의 수입 가격도 14.7% 하락하였고 현재 하락 추세에 있음. 반면 설탕 가격은 2023년 하반기 대비 2024년 하반기에 13% 증가함.

< 표 5-1 원당 가격 및 설탕 가격 >

구분	원당의 국제가격(US\$/lb)	원당의 수입가격(원)	설탕가격(원)
2023년 하반기	27.31	854	1,053
2024년 하반기	19.71	728	1,190
비율	-27.8%	-14.7%	13.0%

출처: FIS 식품산업통계정보, 한국무역협회(KITA), 전자공시시스템(DART)

○ 원당 가격이 상승하는 경우 설탕 제조업체들은 신속하게 설탕 가격에 반영함. 2022년과 2023년에 설탕 가격은 각각 21.8%와 17.6% 증가하였으며 이는 원당 가격 상승을 주요 원인으로 정당화됨. 반면 원당 가격이 하락할 때는 설탕 가격에 적절히 반영되지 않음. 2023년 하반기부터 원당 가격이 하락했음에도 불구하고 설탕 가격은 계속해서 상승하는 추세를 보임. 이런 비대칭적 가격 전가 현상은 설탕 시장의 과점 구조와 관련이 있으며 소비자들이 가격 하락의 혜택을 충분히 누리지 못하고 있음을 시사함.

○ 정부는 설탕 가격이 오르면 설탕을 원료로 하는 식품들의 가격이 연달아 오르는 슈거플레이션(Sugarflation)을 우려하여 원당에 대한 할당 관세를 올해 하반기까지 유지하는 관세법에 대한 일부 개정령을 공포함.

○ 올해 하반기 주요 3사가 B2B 설탕 가격을 약 4% 인하하였음. 원당 가격의 하락 및 할당 관세의 영향을 비추어 보았을 때 현재의 인하 폭은 기대에 미치지 못함. 또한 B2C 설탕 가격은 인하하지 않아 식품업계에서 설탕 가격 인

하를 반영하지 않는 경우 소비자는 오로지 가격 인상분을 부담하고 인하분의 혜택은 받지 못하게 됨.

○ 설탕 소비자 가격은 주 원재료인 원당의 가격 하락을 실질적으로 반영하지 못하고 있음. 이는 설탕 시장의 과점 구조에서 기인하는 구조적 대칭성을 명확히 보여주고 있음. 원재료 가격의 하락에도 불구하고 소비자 가격이 상승하는 현상은 시장 지배적 사업자들의 가격 결정 매커니즘에 심각한 비효율성이 존재함을 시사함. 소수의 설탕 제조업체가 시장을 과점하고 있는 현재 산업 구조는 소비자들로 하여금 원재료 가격 변동의 실질적 혜택을 향유하지 못하게 하며, 오히려 불합리한 가격 전가로 인한 소비자 부담을 가중시키고 있음. 따라서 설탕가격의 지속적인 상승은 설득력이 결여되어 있다고 판단됨.

2. 기업의 이윤추구만을 위한 가격 책정은 자제해야

○ 설탕 제조 업체 주요 3사의 재무제표를 보면 원당 가격, 환율, 유가의 변동에도 불구하고 안정적인 실적을 나타내고 있음. 설탕 시장의 과점적 구조에 따라 기업의 영향력이 매우 큰 상황에서 환경의 변화가 소비자 가격에 반영되고 있지 않음.

< 표 5-2 최근 4년 유사업종 이익률 >

구분	식품 제조업	음료 제조업	도소매업	설탕 3사
영업이익률	3.84%	3.29%	-18.15%	3.39%
당기순이익률	0.59%	-1.63%	-42.09%	3.73%

출처: 한국거래소 KIND

○ 2020~2023년 공시된 영업이익률의 평균을 보면 설탕 3사의 이익률을 3.39%로 식품 제조업(3.84%)에 근접하며 음료 제조업(3.29%)을 상회함. 특히 도소매업의 -18.15%와 비교하면 그 격차가 현저함. 당기순이익률은 격차가 더 커서 설탕 3사의 당기순이익률은 3.73%로 다른 모든 산업을 크게 앞서고 있음. 식품 제조업(0.59%)과 비교해도 6배 이상 높으며, 음료 제조업(-1.63%)과 도소매

업(-42.09%)이 적자를 기록하는 상황에서 유독 높은 수익성을 보이고 있음.

- 기업의 이윤추구는 자본주의 시장에서 당연한 이치이며 적정 수준의 이윤은 기업의 지속 가능성과 혁신을 위해 필요하지만 과도한 이윤추구는 장기적으로 시장의 건전성을 해치고 기업에 대한 사회적 신뢰를 무너뜨릴 수 있음. 특히 설탕과 같은 기초식품 산업에서는 기업의 사회적 책임이 존재하므로 이를 고려한 가격 책정을 해야함.
- 기업은 이윤추구와 사회적 책임 사이의 균형을 찾아야 하고 공정하고 투명한 가격 결정을 통해 소비자와 기업, 그리고 사회가 상생할 수 있는 지속 가능한 시장환경을 조성해 나가야 함.

3. 설탕 제조업체들의 불합리한 가격 인상에 대한 감시를 강화해야

- 공정위는 2007년 설탕 제조업체 3사에 지난 15년간 출고 물량과 가격을 담합 하여 막대한 부당이익을 챙긴 사실을 적발하여 과징금 511억원을 부과했음. 또한 공정위는 올해 3월 담합에 대한 의혹에 대해 다시 조사에 들어갔으며 국민의 경제적 부담으로 직결되는 의식주 분야에 대한 감시를 강화하고 법 위반 사실이 확인되면 엄정 조치할 것을 밝힘.
- 연구개발은 미래 성장 동력을 확보하고 시장에서 경쟁력을 유지하는데 필수적인 요소로 특히 식품 산업에서는 소비자의 변화하는 니즈에 대응하고 생산 효율성을 높이는데 중요한 역할을 함. 연구개발에 대한 투자가 낮은 수준으로 유지될 경우 회사는 단기적인 이익에 치중하고 있으며 장기적인 성장과 혁신에 대한 투자를 소홀히 하고 있다는 것을 시사함. 설탕 제조업체는 낮은 수준의 연구개발비를 지출하고 있으며 설탕 관련 연구개발비는 찾아보기 어려움. 현재 설탕 시장은 과점시장으로 진입장벽이 높고 내수시장 집중도가 높기 때문에 해외로부터 경쟁 압력이 덜함. 과점이 지속될 경우 제한적인 경쟁으로 높은 가격이 유지되고 혁신에 대한 압박이 낮아 연구개발(R&D) 등

투자에 인색하며 담합의 가능성이 높아짐.

- 우리나라 설탕 시장의 특성상 소비자의 선택 권한이 제한되며 공정한 시장환경 조성이 어려움. 따라서 불공정한 거래와 불합리한 가격 인상 가능성이 존재하므로 이를 방지하기 위한 지속적인 감시가 필요하며 공정한 시장환경 조성을 통해 소비자 권익을 보호해야 함.

설탕가격 분석 보고서

(한국소비자단체협의회 물가감시센터)

서울특별시 종로구 세종대로23길 47 새문안광화문빌딩 524호

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 박건희 회계사