

기술분석보고서 필수 소비재

씨알푸드(236030)

- ▶ 요약
- ▶ 기업현황
- ▶ 시장동향
- ▶ 기술분석
- ▶ 재무분석
- ▶ 주요 변동사항 및 전망

작성기관 서울평가정보(주) 작성자 박진희 책임

[YouTube 요약 영상 보러가기](#)

- 본 보고서는 투자 의사결정을 위한 참고용으로만 제공되는 것이므로, 투자자 자신의 판단과 책임하에 종목선택이나 투자시기에 대한 최종 결정을 하시기 바랍니다. 따라서 본 보고서를 활용한 어떠한 의사결정에 대해서도 본회와 작성기관은 일체의 책임을 지지 않습니다.
- 본 보고서의 요약영상은 유튜브로도 시청 가능하며, 영상편집 일정에 따라 현재 시점에서 미공개 상태일 수 있습니다.
- 텔레그램에서 “한국IR협의회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 작성기관(TEL.02-3449-1450)으로 연락하여 주시기 바랍니다.

씨알푸드(236030)

건강지향 곡물 가공식품과 B2B 원료형 사업으로 확장 추진 중

기업정보(2026.05.15 기준)

| | |
|------|------------------|
| 대표자 | 이상범 |
| 설립일자 | 2007년 9월 19일 |
| 상장일자 | 2017년 12월 14일 |
| 기업규모 | 중소기업 |
| 업종분류 | 기타 곡물 가공품 제조업 |
| 주요제품 | 시리얼, 시리얼바 등 |

시세정보(2026.05.15 기준)

| | |
|------------|----------------------------------|
| 현재가(원) | 2,900 |
| 액면가(원) | 500 |
| 시가총액(억 원) | 57 |
| 발행주식수 | 2,033,332주 |
| 52주 최고가(원) | 3,490 |
| 52주 최저가(원) | 700 |
| 외국인지분율 | - |
| 주요주주 | 이상범 외 2인, SGI세컨더리투자조합 합계2호 |

■ OEM 공급 기반과 건강지향 제품 확대로 사업 포트폴리오 고도화

씨알푸드(이하, 동사)는 곡물가공식품 전문기업으로, 시리얼·시리얼바·통곡물 가공식품을 제조해 대형 유통사, 식품기업, 온라인 채널 등에 공급하고 있다. 동사의 핵심 사업은 시리얼이며, 에너지바와 통곡물 제품, 반제품 원료 사업을 통해 매출 기반을 보완하고 있다. 자체 시리얼 생산기술, 식품안전 인증, 품질관리 체계, PB(Private Brand)·OEM(Original Equipment Manufacturing) 공급 경험이 주요 경쟁력으로 평가된다. 동사는 향후 통곡물·혈당관리·프리바이오틱스 등 건강지향 제품과 원료형 반제품을 확대해 곡물가공 포트폴리오 고도화를 추진하고 있다.

■ 건강·간편·원료형 수요로 확장되는 곡물 가공식품 시장

목표시장은 범용 시리얼 중심에서 통곡물, 그래놀라, 에너지바, 소포장·휴대형 제품, 저당·혈당 관리 제품으로 확장되고 있다. 1인 가구 증가, 간편식 수요 확대로 컵시리얼·에너지바 등 즉시섭취형 제품의 활용도가 높아지고 있으며, 건강지향 소비가 강화되면서 통곡물, 고식이섬유, 단백질 강화, 제로슈거, 저혈당지수(GI) 제품에 대한 관심도 확대되고 있다. 다만 곡물, 당류, 포장재 등 원부자재 가격 변동과 유통사 납품단가 압력, 건강기능성 표시·광고 규제는 참여 기업의 수익성과 제품 전략에 영향을 미친다.

■ 주력사업의 안정화와 B2B 원료형 사업 확대가 성장의 핵심 요인

동사는 네이처 그래놀라, 당제로 통곡물 시리얼, 반제품 원료 공급 등으로 기존 범용 시리얼 중심 구조에서 건강지향·간편대용식·B2B 원료형 제품으로 포트폴리오를 확장하고 있다. 향후에는 주력 시리얼 사업의 안정적 유지와 통곡물·혈당관리 제품의 반복 구매 확보, 카페·식품기업향 반제품 수요 확대가 성장의 핵심 요인이 될 것으로 판단된다. 다만 원재료·포장재 가격 변동, PB·OEM 납품단가 압력, 기능성 제품의 표시·광고 규제와 소비자 신뢰 확보는 지속적으로 관리해야 할 리스크다.

요약 투자지표 (K-GAAP 별도 기준)

| | 매출액 (억 원) | 증감 (%) | 영업이익 (억 원) | 이익률 (%) | 순이익 (억 원) | 이익률 (%) | ROE (%) | ROA (%) | 부채비율 (%) | EPS (원) | BPS (원) | PER (배) | PBR (배) |
|------|--------------|-----------|---------------|------------|--------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|------------|------------|
| 2023 | 194.0 | 5.4 | 1.0 | 0.5 | -7.8 | -4.0 | -46.5 | -4.5 | 885.5 | -332 | 705 | N/A | 6.5 |
| 2024 | 178.4 | -8.0 | -6.2 | -3.5 | -11.2 | -6.3 | -96.8 | -7.1 | 2,283.4 | -466 | 258 | N/A | 4.3 |
| 2025 | 183.3 | 2.7 | 7.5 | 4.1 | 8.2 | 4.5 | 79.6 | 5.5 | 937.3 | 342 | 600 | 5.6 | 3.2 |

기업경쟁력

| | |
|------------------------|---|
| 곡물 가공식품 전문 제조 기반 | <ul style="list-style-type: none"> 곡물 원료의 증자·성형·압출·건조·코팅 공정을 수행할 수 있는 제조 기반을 보유하고, 자체 품질관리 체계와 식품안전 인증을 바탕으로 대형 유통사 및 식품기업에 안정적으로 제품을 공급할 수 있는 생산 역량 |
| PB-OEM 중심의 안정적 공급 네트워크 | <ul style="list-style-type: none"> 다양한 유통채널에 PB-OEM 제품을 공급한 경험을 보유하고 있으며, 신규 제품의 채널 진입, 반복 발주 확보, 고객사 맞춤형 제품 개발 측면에서 경쟁력으로 작용 |
| 건강지향 제품 포트폴리오 전환 역량 | <ul style="list-style-type: none"> 범용 시리얼 중심에서 통곡물, 저당, 혈당관리, 프리바이오틱스 제품으로 포트폴리오를 확장 중으로, 간편식과 건강관리 수요가 확대되는 변화에 대응할 수 있는 사업 전환 능력 |

핵심 기술 및 적용제품

| | |
|----------------------|---|
| 시리얼 압출·성형 가공기술 | <ul style="list-style-type: none"> 곡물 원료를 압출·성형·건조해 바삭한 식감과 균일한 품질을 구현하는 기술로, 적용제품은 콘플레이크, 링·볼 형태 압출 시리얼, 그레놀라형 시리얼 등 |
| 통곡물 가공 및 건강지향 제품화 기술 | <ul style="list-style-type: none"> 현미, 보리, 귀리 등 통곡물을 가공해 플레이크 형태로 제조하고, 식이섬유·저당·혈당관리 콘셉트와 결합하는 기술로, 적용 제품은 통곡물 시리얼, HAPPY GUT, 당제로 통곡물 시리얼 |
| 시리얼바 결착 및 영양강화 기술 | <ul style="list-style-type: none"> 곡류, 견과류, 단백질, 비타민 등 다양한 원료를 바 형태로 안정적으로 결착하고 영양성분을 강화하는 기술로, 적용제품은 시리얼바, 에너지바, 단백질바, 식사대용 바 제품 |

시장경쟁력

| | |
|----------------------|---|
| 간편식·아침대용식 수요 대응력 | <ul style="list-style-type: none"> 곡물 가공식품 시장은 1인 가구 증가, 아침 결식, 휴대형 식품 선호 확대에 따라 성장하고 있고, 시리얼, 컵시리얼, 에너지바 등 간편섭취형 제품군을 기반으로 해당 수요에 대응 가능 |
| 저당·통곡물·혈당관리 트렌드 부합성 | <ul style="list-style-type: none"> 건강지향 소비 확대로 고식이섬유, 저당, 제로슈거, 저혈당지수 제품에 대한 관심이 높아지고 있고, 통곡물 및 혈당관리 제품군은 시장 변화와 직접적으로 연결 |
| B2B 반제품 원료 시장 확장 가능성 | <ul style="list-style-type: none"> 곡물 가공품은 카페 토핑, 디저트 원료, 곡류차 원료, 식품기업 반제품으로 활용 범위가 확대되고 있고, 소비자용 제품 외 B2B 원료 시장으로 확장 가능 |

VRIO 분석 (VRIO Analysis)

VRIO(브리오) 분석이란 기업이 보유한 경영자원과 활용 능력을 가치(Value), 희소성(Rarity), 모방 가능성(Imitability), 조직(Organization)이라는 기준으로 분석하는 도구

| | | | |
|---|---|--|--|
|  |  |  |  |
| 가치(Value) | 희소성(Rarity) | 모방가능성(Imitability) | 조직(Organization) |
| <ul style="list-style-type: none"> 시리얼·에너지바·통곡물 제품 생산 역량, PB-OEM 공급 기반, 특화 제품 개발 경험 바탕으로 간편식·저당·통곡물 수요 확대에 대응할 수 있는 사업적 가치를 보유하고 있다. | <ul style="list-style-type: none"> 자체 시리얼 생산기술, 통곡물 가공 및 시리얼바 관련 특허, 대형 유통채널 납품 경험은 중소 곡물가공식품 기업 내에서 일정 수준의 차별성을 제공한다. | <ul style="list-style-type: none"> 곡물가공 설비와 일반 제조기술은 모방 가능하나, 식품안전 인증, 품질관리 체계, 고객사 맞춤형 개발 경험, 누적 납품 이력은 단기간에 복제하기 어렵다. | <ul style="list-style-type: none"> 생산설비, 품질관리, 연구개발, 유통채널 공급 경험 기반으로 사업화 중이나, 수익성 개선과 건강지향 제품의 반복 매출화가 조직적 활용의 핵심 과제로 판단된다. |

I. 기업 현황

PB-OEM 공급 기반과 건강지향 제품 확대를 통해 사업 포트폴리오 고도화 추진 중

동사는 곡물가공식품 전문기업으로, 시리얼·시리얼바·통곡물 가공식품을 제조해 대형 유통사, 식품기업, 온라인 채널 등에 공급하고 있다. 동사의 핵심 사업은 시리얼이며, 에너지바와 통곡물 제품, 반제품 원료 사업을 통해 매출 기반을 보완하고 있다. 자체 시리얼 생산기술, 식품안전 인증, 품질관리 체계, PB-OEM 공급 경험이 주요 경쟁력으로 평가된다. 동사는 이마트, 롯데마트, 삼성웰스토리, 온라인 플랫폼, 해외 식품기업 등을 주요 고객으로 확보하고 있으며, 향후 통곡물·혈당관리·프리바이오틱스 등 건강지향 제품과 원료형 반제품을 확대해 곡물가공 포트폴리오 고도화를 추진하고 있다.

■ 기업 개요

동사는 2007년 9월 설립된 곡물가공식품 전문기업으로, 2017년 12월 코넥스시장에 상장했으며, 설립 이후 상호 변경이나 주된 사업의 변화는 없었고, 곡물가공식품 제조를 중심으로 사업 정체성을 유지하고 있다.

동사의 핵심 사업모델은 곡물, 견과류, 비타민 등을 원료로 시리얼, 시리얼바, 통곡물 가공식품을 제조해 대형 유통채널, 식품기업, 온라인 채널 등에 공급하는 것이다. 주요 제품은 옥수수 기반 콘플레이크, 현미·백미 등을 펠릿(Pellet) 형태로 가공한 시리얼, 곡물을 링·볼 등으로 성형한 압출 시리얼, 쌀·현미·보리·수수·귀리·밀 등을 활용한 곡류가공품, 콘 기반 시리얼바와 견과바, 초콜릿 공정이 적용된 초코 엔로버 제품 등이다. 적용 산업은 일반 가공식품, 간편대용식, 유통사 자체브랜드 상품, 식품기업 원료형 반제품, 건강지향 기능성 식품으로 구분된다.

생산 측면에서 동사는 자체 품질규격서, 생산 로트별 미생물 검사, 자체 실험실 및 외부 위탁검사를 병행하고 있다. 또한 국내 자체기술로 시리얼 생산기술을 개발해 로열티 부담 없이 생산·판매하고 있으며, 증자와 성형 공정을 통해 소화흡수성, 식감, 영양성분 보존을 확보하는 생산 역량을 보유하고 있다. 2025년에는 압출기 교체, 오븐 릴 신설, 스케일 및 금속검출기 도입 등 생산설비에 대한 투자를 집행했다.

핵심 경쟁력은 곡물 기반 시리얼 및 바 제품의 생산기술, HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points)·GMP(Good Manufacturing Practice)·FSSC 22000(Food Safety System Certification 22000) 등 식품안전 인증, 통곡물 및 혈당관리 제품 개발 역량, 유통사 PB 공급 경험에 있다. 다만 원재료 가격 변동, 유통채널 의존도, 기능성 신제품의 시장 안착 여부는 지속적으로 관리해야 할 변수다. 동사는 기존 시리얼·바 제품의 안정적 공급 기반 위에서 통곡물, 혈당관리, 프리바이오틱스 등 건강지향 제품군을 확대하는 방향으로 성장 전략을 추진하고 있다.

[표 1] 동사의 주요 연혁

| 일시 | 내용 |
|---------|----------------------------------|
| 2007.09 | 법인 설립 |
| 2008.06 | 공장준공 및 공장등록 |
| 2008.08 | 기업부설 연구소 설립 및 인증 |
| 2013.02 | HACCP 적용업소 지정(시리얼류 4개 품목) |
| 2017.12 | 코넥스 시장 상장 |
| 2021.06 | 우수건강기능식품제조기준(GMP) 적용 업소 지정서(식약처) |
| 2022.08 | 대한민국 유기농 스타상품 경진대회 대통령상 수상(대통령) |

자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

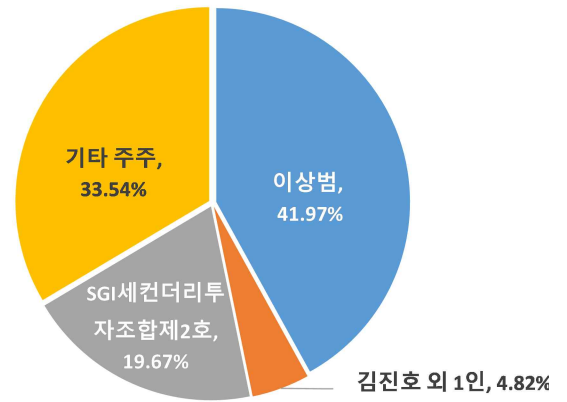
■ 주주 현황

2025년 말 기준 동사의 최대주주는 이상범으로, 보통주 발행주식(2,033,332주) 중 853,332주의 주식을 보유하고 있으며, 이는 전체 지분의 41.97%에 해당한다. 다음으로 김진호 외 1인의 특수관계자가 98,000주(4.82%)의 보통주를 보유하고 있어, 최대주주 및 특수관계자가 보유한 주식의 지분을 합계는 약 46.79%로 확인된다. 주요 주주로 SGI세컨더리투자조합제2호가 400,000주(19.67%)를 보유하고 있고, 나머지 682,000주 (33.54%)는 소액주주 등 일반 주주가 보유하고 있다.

지배구조 측면에서는 창업자 겸 대표이사가 최대주주 지위를 유지하고 있어 경영 연속성과 의사결정 안정성이 높다. 반면 기관투자조합과 상환전환우선주 투자자가 주요 주주로 존재하고, 발행된 상환전환우선주는 보통주와 동일한 의결권을 보유하고 있으며, 2023년 정관 변경을 통해 제3자 배정 신주 발행 범위가 발행주식총수의 30%에서 50%로 확대된 점은 향후 자금 조달, 전략적 제휴, 지분 희석 가능성을 함께 내포한다.

[표 2] 동사의 주요 주주 현황(보통주 기준)

| 주주명 | 소유주식수(주) | 지분율(%) | 관계 |
|--------------------------------|-----------|---------|-------|
| 이상범 | 853,332 | 41.97% | 최대주주 |
| 김진호 외 1인 | 98,000 | 4.82% | 특수관계인 |
| SGI세컨더리투자조합제2호 (삼호그린인베스트먼트) | 400,000 | 19.67% | |
| 기타 주주 | 682,000 | 33.54% | |
| 합계 | 2,033,332 | 100.00% | |



자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ 사업 영역

동사의 매출은 제품 매출, 상품 매출 및 기타 매출로 구성된다. 이중 총 매출의 대부분을 차지하는 제품 매출은 시리얼, 에너지바, 통곡물 곡류가공품, 원료형 반제품 및 기능성 곡물가공식품으로 구분된다. 이 중 시리얼은 매출 규모와 유통채널 확장성을 고려할 때 핵심 사업으로 판단된다. 2025년 기준 시리얼 매출은 127.1억 원으로 제품 매출의 중심을 형성하고 있으며, 내수뿐 아니라 일본, 태국, 미국, 몽골, 중국 등으로 수출이 발생하고 있다.

에너지바 사업은 시리얼과 동일한 곡물가공 역량을 기반으로 하는 보조 사업이자 성장 사업으로 볼 수 있다. 쿤 기반 시리얼바, 견과바, 초콜릿 공정이 적용된 제품을 생산하며, 노브랜드와 협업한 고단백 대용식 제품 등으로 제품 포지셔닝을 확장하고 있다. 다만 2025년 매출은 40.9억 원으로 최근 감소 추세를 보이고 있다.

통곡물 곡류가공품은 동사의 성장 사업으로 분류된다. 동사는 현미, 보리, 밀, 수수, 귀리 등 5가지 곡물을 통곡물 형태로 찌고 구워 플레이크 형태로 가공하는 기술을 보유하고 있으며, 이를 기반으로 HAPPY GUT, DM 포스트바이오틱스 통곡물 시리얼, 당제로 통곡물 시리얼 등 건강지향 제품을 개발·판매하고 있다. 통곡물 매출은 2023년부터 지속 증가하여 2025년에는 13.3억 원을 기록했고, 아직 절대 규모는 작지만 성장 방향성은 확인된다.

씨알푸드(236030)

원료형 반제품 사업은 기존 완제품 사업과 다른 B2B(Business to Business) 확장축이다. 동사는 마시멜로 초코링, 콘플레이크 등 반제품을 커피체인점 토핑 시장과 곡류차 업체에 공급하고 있으며, 메가커피 등 커피전문점 채널에서 인지도를 확대하고 있다고 설명한다. 이 사업은 완제품 브랜드 경쟁보다 제조·품질·납기 역량이 중요하며, 대량 공급처 확보 시 생산설비 가동률 개선에 기여할 가능성이 있다.

사업 간 관계는 곡물 원료 조달, 압출·성형·코팅·포장 공정, 식품안전 인증, 유통사 대응 능력을 공유하는 구조다. 시리얼은 매출 기반을 제공하고, 에너지바는 간편대용식 수요에 대응하며, 통곡물·혈당관리 제품은 고부가가치화를 위한 성장축 역할을 수행한다. 동사는 범용 시리얼 제조기업에서 PB·OEM 공급, 건강지향 자사 제품, 원료형 반제품을 결합한 곡물가공 포트폴리오 기업으로 전환을 추진하고 있다.

[표 3] 동사의 주요 제품 매출실적

(단위 : 억 원, %)

| 구분 | 2023년 | 비중 | 2024년 | 비중 | 2025년 | 비중 |
|-------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| 시리얼 | 124.7 | 66.4% | 118.5 | 68.6% | 127.1 | 70.1% |
| 바(Bar) | 57.3 | 30.5% | 44.9 | 26.0% | 40.9 | 22.6% |
| 통곡물 | 5.9 | 3.1% | 9.3 | 5.4% | 13.3 | 7.3% |
| 제품 매출 합계 | 187.9 | 100.0% | 172.7 | 100.0% | 181.3 | 100.0% |

자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ 판매조직 및 판매전략

동사의 판매전략은 일반 소비재 브랜드 영업보다는 기술 기반 제조 역량과 유통채널 대응 능력을 결합한 프로젝트형·채널형 영업에 가깝다. 대형 유통사의 PB 제품, 식품기업 OEM 제품, 온라인 채널 자사 브랜드 제품, 해외 식품기업향 수출 제품을 병행하며, 제품 개발 단계부터 고객사 요구에 맞춘 사양, 포장, 원가, 품질 기준을 조율하는 방식으로 매출을 창출하고 있다. 대형 유통채널과 식품기업을 중심으로 고객을 확보하여 이마트 노브랜드·트레이더스, 롯데마트, 삼성웰스토리, 이마트24 등 오프라인 채널과 쿠팡·컬리·오아시스 등 온라인 채널을 동시에 운영하고 있다. 한편, 2025년 3월부터 일본 아사히푸드에 콘플레이크를 수출하여 판매량이 증가하고 있다.

매출 발생 구조는 완제품 공급, PB·OEM 납품, 원료형 반제품 공급, 온라인 자사 브랜드 판매로 구성된다. 대형 유통사 PB는 반복 발주와 채널 확장에 따라 안정적 매출 기반을 제공할 수 있으나, 납품단가 협상력과 특정 고객 의존도라는 한계를 동시에 가진다. 반제품 원료형 매출은 완제품보다 브랜드 마케팅 부담이 낮고 B2B 공급처 확대가 가능하나, 고객사의 제품 판매 성과에 영향을 받는 구조다.

자체 시리얼 생산기술, 식품안전 인증, 설비 보완, 차별화 제품 개발을 통해 유통사 요구에 대응하고 있다. 특히 당제로 통곡물 시리얼의 이마트 전 매장 판매, 네이처 그레놀라의 트레이더스 론칭, 커피전문점 토핑용 반제품 공급은 시리얼 시장에서 기능성, 채널 다변화, B2B 수요를 동시에 충족하는 전략으로 판단된다.

II. 시장 동향

건강·간편·원료형 수요로 확장되는 곡물 가공식품 시장

목표시장은 범용 시리얼 중심에서 통곡물, 그래놀라, 에너지바, 소포장·휴대형 제품, 저당·혈당 관리 제품으로 확장되고 있다. 1인 가구 증가, 간편식 수요 확대로 컵시리얼·에너지바 등 즉시섭취형 제품의 활용도가 높아지고 있으며, 건강지향 소비가 강화되면서 통곡물, 고식이섬유, 단백질 강화, 제로슈거, 저혈당지수(GI) 제품에 대한 관심도 확대되고 있다. 다만 곡물, 당류, 포장재 등 원부자재 가격 변동과 유통사 납품단가 압력, 건강기능성 표시·광고 규제는 참여 기업의 수익성과 제품 전략에 영향을 미친다.

■ 곡물 가공식품 시장의 특성

동사의 목표시장은 곡물 가공식품 시장으로 쌀, 옥수수, 보리, 현미, 귀리, 수수, 밀 등 곡물을 주원료로 하여 찌기, 볶기, 팽창, 압출, 성형, 코팅 등의 공정을 거쳐 즉석섭취 또는 간편섭취가 가능한 식품으로 제조·판매되는 시장이다. 동사의 실제 매출과 직접 연결되는 제품 기준 시장은 곡물 가공식품 시장 내에서도 시리얼, 곡류가공품, 에너지바류, 통곡물 가공식품, 반제품 원료 시장으로 세분화된다.

수요 발생 구조는 크게 세 가지로 구분된다. 첫째, 소비자가 아침식사 대응, 간식, 영양 보충, 체중관리, 건강관리 목적으로 구매하는 B2C(Business to Consumer) 수요다. 둘째, 대형마트, 편의점, 온라인 플랫폼 등 유통사가 가격 경쟁력과 차별화 상품 확보를 위해 PB 제품을 기획하고 제조사에 생산을 위탁하는 유통사 주도 수요다. 셋째, 식품기업, 카페·외식 프랜차이즈, 급식·케이터링 업체가 완제품 제조, 메뉴 토핑, 식재료 구성 등에 필요한 곡물 가공품과 반제품을 구매하는 B2B(Business to Business) 수요다. 따라서 목표시장은 일반 소비자 시장의 성격과 유통사·식품기업 중심의 위탁생산 및 원료 공급 시장의 성격을 동시에 가진다.

시장의 진입장벽은 단순 설비 보유보다 식품안전 인증, 균일한 품질관리, 대량 생산 및 납품 역량, 고객사 요구에 맞춘 제품 개발 능력, 원가관리 체계에서 형성된다. 특히 시리얼, 에너지바, 통곡물 가공식품은 원료 품질과 공정 안정성이 제품의 식감, 영양성분, 안전성에 직접 영향을 미치기 때문에 원재료 검사, 이물 관리, 미생물 관리, 생산 로트별 품질 추적 체계가 중요하다. 또한 대형 유통사와 식품기업에 공급하기 위해서는 일정 수준 이상의 식품안전 인증과 납품 이력, 안정적인 생산능력이 요구되며, 곡물·견과류·포장재 등 원부자재 가격 변동에 대응할 수 있는 원가관리 능력도 경쟁력의 핵심 요소로 작용한다.

가격 및 수익성 측면에서 곡물 가공식품 시장은 원재료와 부자재 가격 변동에 민감한 구조를 가진다. 옥수수, 쌀, 보리, 귀리 등 주요 곡물 가격은 국제 수급, 기후, 지정학적 리스크, 환율 변화의 영향을 받으며, 포장재와 물류비 역시 제조원가에 반영된다. 특히 시리얼, 에너지바, 통곡물 가공식품은 원재료 비중이 높은 제품군이기에 때문에 원가 상승분을 판매가격에 전가하기 어려울 경우 수익성이 저하될 수 있다. 따라서 안정적인 원료 조달, 원가관리, 가격 전가력은 곡물 가공식품 시장 내 주요 경쟁 요소로 작용한다.

■ 핵심 트렌드 및 시사점

목표시장에서는 섭취 목적과 제품 형태가 다변화되고 있다. 과거 시리얼은 우유와 함께 섭취하는 대용식 성격이 강했으나, 최근에는 간식, 영양 보충, 체중관리, 건강관리 목적의 제품으로 확장되고 있다. 이에 따라 플레이크, 뮤즐리, 그래놀라, 컵시리얼, 에너지바, 영양바 등 다양한 형태로 출시되고 있으며, 곡물 가공식품은 간편대용식 및 건강지향 간식 시장으로 영역을 넓히고 있다. 특히 그래놀라는 곡물, 견과류, 과일 등을 결합하여 식사 대용과 건강 간식 수요를 동시에 흡수할 수 있으며 시장 내 주요 성장 품목으로 부상하고 있다.

씨알푸드(236030)

1인 가구 증가, 아침 결식률 상승, 이동 중 섭취 수요 확대에 간편성 중심 소비가 확대되고 있다. 기존 대용량 시리얼 제품 외에도 1회 섭취가 가능한 소포장 제품, 컵 형태 제품, 우유 없이 바로 먹을 수 있는 제품, 휴대성이 높은 바 형태 제품의 수요가 확대되고 있다. 이는 곡물 가공식품이 가정 내 취식에서 학교, 직장, 야외활동, 편의점 등 다양한 소비 장소로 확장되고 있음을 의미한다.

건강지향 및 저당·혈당관리 수요도 확대되고 있다. 팬데믹 이후 면역력, 예방적 건강관리, 건강수명 연장에 대한 관심이 높아지면서 식품 선택 기준은 단순한 맛과 가격에서 영양성분, 당류, 지방, 나트륨, 첨가물 관리로 이동하고 있다. 특히 고령화와 만성질환 증가, 당뇨 및 당뇨 전단계 인구 확대는 식품산업 전반에서 혈당 반응을 고려한 제품 개발을 촉진하고 있다. 곡물 가공식품은 탄수화물 기반 제품이라는 특성상 혈당관리 이슈와 직접적으로 연결되며, 이에 따라 통곡물, 고식이섬유, 단백질 강화, 저당, 제로슈거, 저혈당지수(GI, Glycemic Index), 난소화성 원료 등을 활용한 제품 설계가 중요해지고 있다. 향후 맛과 식감, 포만감, 영양 균형을 유지하면서 당류와 혈당 부담을 낮추는 제품 개발 역량이 차별화 요소로 작용할 것으로 판단된다.

곡물 가공식품은 여전히 대형마트와 할인점을 중심으로 판매되고 있으나, 온라인몰과 편의점 채널의 중요성이 높아지는 등 유통채널도 다변화되고 있다. 온라인 채널은 건강지향·기능성·프리미엄 제품의 초기 확산과 소비자 반응 확인에 유리하고, 편의점 채널은 소포장·즉석섭취형 제품과 결합성이 높다. 특히 젊은 소비층 대상의 컵시리얼, 에너지바, 소포장 그래놀라 등은 편의점 및 온라인 채널에서 성장 가능성이 높다.

한편, 해외 시장이 확대될 가능성이 있다. 글로벌 시리얼 시장은 성숙 시장이나, 건강식, 간편식, 통곡물, 기능성 제품 수요를 기반으로 완만한 성장세를 유지하고 있다. 또한 K-푸드에 대한 관심 확대와 아시아 식품 수출 증가 흐름은 국내 기업에 해외 진출 기회를 제공할 수 있다. 다만 글로벌 시장에서는 대형 브랜드의 지배력, 현지 유통망, 가격 경쟁, 식품 규제 대응이 중요하기 때문에 수출 확대에는 제품 차별화와 안정적인 공급 역량이 병행돼야 한다. 이와 관련하여 글로벌 조식 시리얼 시장은 2024년 411.2억 달러에서 연평균 3.5%로 성장할 것으로 전망되고, 국내 기타 곡물조제식품 시장은 2023년 2,650.7억 원 규모에서 연평균 4.9%로 성장할 것으로 예상된다.

동사는 시리얼·에너지바 생산 경험, PB·OEM 공급 기반, 통곡물 및 혈당관리 제품 개발 경험을 보유하고 있어 건강지향·간편식·반제품 원료 수요 확대에 대응 가능하다. 반면 저당·혈당관리 제품은 표시·광고 규제와 소비자 신뢰 확보가 중요하고, PB·OEM 사업은 납품단가 압력과 특정 채널 의존도에 노출될 수 있다. 또한 곡물, 당류, 포장재 등 원부자재 가격 변동은 수익성에 부담으로 작용할 가능성이 있어, 향후 시장 대응력은 차별화 제품의 반복 매출화와 원가관리 능력에 따라 결정될 것으로 판단된다.

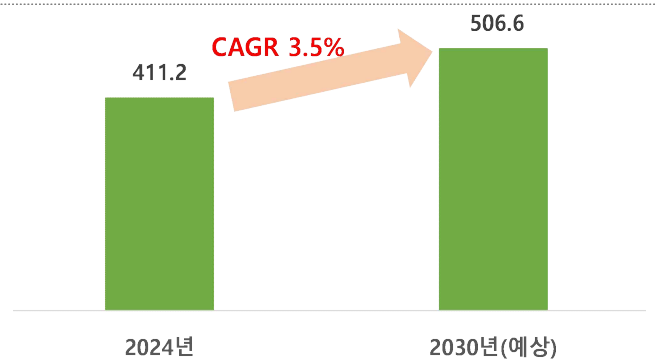
[그림 1] 국내 기타 곡물조제식품 시장

(단위 : 억 원)



[그림 2] 글로벌 조식 시리얼 시장

(단위 : 억 달러)



자료: TDB 시장정보, Grand View Research, 서울평가정보(주) 재구성

III. 기술분석

통곡물 가공기술과 시리얼바 제조기술 기반 건강지향 곡물가공식품 개발 및 생산 증

동사는 곡물의 증자·성형·압출·건조·코팅 등 시리얼 및 곡물가공 공정에 대한 제조 역량을 보유하고 있으며, 핵심 기술은 곡물의 식감, 소화흡수성, 영양성분 보존을 구현하는 가공기술과 시리얼바 결착·영양강화 기술, 통곡물 기반 건강지향 제품화 기술로 요약된다. 프리바이오틱스 통곡물 제품 및 시리얼, 혈당상승 억제 시리얼, 식사대용 에너지바 등 건강지향·기능성 곡물가공식품 중심으로 연구개발을 진행하는 한편, 관련 특허를 보유하고 있다.

■ 핵심 보유기술 및 특징점

동사는 곡물 기반 시리얼, 시리얼바, 통곡물 가공식품을 생산하는 곡물가공식품 전문기업으로, 곡물의 증자, 성형, 압출, 건조, 코팅, 결착, 포장 공정 전반에 대한 제조 역량을 보유하고 있다. 동사의 핵심 기술은 곡물 원료의 영양성분 손실을 최소화하면서 바삭한 식감과 소화흡수성을 구현하는 것이다. 특히 국내 자체기술로 시리얼 생산기술을 개발해 로열티 부담 없이 제품을 생산하고 있으며, 이는 외부 기술 의존도를 낮추고 제품 개발과 원가관리 측면에서 일정한 경쟁력을 제공한다.

동사의 기술적 강점은 통곡물 가공과 시리얼바 제조 분야에서 구체화된다. 통곡물 가공기술은 현미, 밀, 보리, 귀리, 수수 등 다양한 곡물을 발아·증자·건조·밀링·굽기 공정을 통해 플레이크 형태로 가공하는 기술로, 식감 개선과 생리활성 성분 보존을 동시에 지향한다. 시리얼바 분야에서는 곡류, 견과류, 시리얼, 베리류, 영양성분 등을 바 형태로 결합하는 제조기술과 결착용 조성물 기술을 확보하고 있으며, 이를 통해 식사대용, 영양간식, 건강지향 제품군으로 확장 기반을 갖추고 있다.

품질관리 측면에서 식품 제조기업으로서 필요한 공정 안정성을 확보하고 있다. 원재료별 품질규격서를 운영하고, 생산 로트별 미생물 검사, 자체 실험실 검사, 외부 전문기관 위탁검사, 시험성적서 및 관능검사를 병행해 원료와 제품의 안전성을 관리하고 있다. 곡물가공식품은 원료 품질, 수분 관리, 이물 관리, 식감 균일성이 제품 신뢰도와 직접 연결되기 때문에, 이러한 품질관리 체계는 대형 유통사와 식품기업 대상 납품 경쟁력의 기반으로 작용한다.

종합하면 동사의 핵심 보유기술은 곡물의 기능성과 간편성을 결합한 가공기술, 시리얼바 결착 및 영양강화 기술, 통곡물 기반 건강지향 제품화 기술로 요약된다. 이는 범용 시리얼뿐 아니라 통곡물, 저당·혈당관리, 프리바이오틱스, 원료형 반제품 등으로 사업 영역을 확장할 수 있는 기술적 기반으로 판단된다.

[그림 3] 동사가 판매 중인 제품



자료: 동사 씨알푸드몰, 서울평가정보(주) 재구성

■ 연구개발 역량

연구개발활동은 기존 시리얼·바 제품의 품질 개선을 넘어 건강지향 곡물가공식품 개발에 초점이 맞춰져 있다. 동사는 통곡물의 식이섬유, 생리활성 성분, 장내미생물 관련 기능성에 주목하고 있으며, 이를 기반으로 프리바이오틱스 곡물가공식품, 포스트바이오틱스 통곡물 시리얼, 혈당상승 억제 시리얼, 고영양 에너지바 등으로 연구개발 범위를 확대하고 있다.

동사는 장내미생물의 먹이가 될 수 있는 통곡물을 가공해 한 끼 대용식 형태의 프리바이오틱스 곡물가공식품으로 개발하고 있으며, HAPPY GUT 브랜드를 통해 관련 제품군을 구축하고 있다. 이 분야의 연구개발은 단순 곡물 제품이 아닌 장 건강, 식이섬유, 통곡물 섭취 수요와 연결된 고부가가치 제품 개발을 목표로 한다.

당뇨 및 당뇨 전단계 인구 증가, 저당·제로슈거 식품 수요 확대에 대응해 혈당상승 억제 콘셉트의 시리얼 제품을 개발하고 있다. 관련 제품은 통곡물, 고식이섬유, 난소화성 원료, 저당 설계를 결합해 일반 시리얼 대비 건강관리 목적의 소비 수요에 대응하는 방향으로 기획되고 있다. 다만 혈당관리 제품은 향후 제품 확산 과정에서 효능 표현, 표시·광고 규제, 소비자 신뢰 확보가 중요한 과제로 작용할 것으로 판단된다.

에너지바 분야에서는 영양성분과 포만감을 강화한 식사대용형 제품 개발이 진행되고 있다. 동사는 기존 에너지바가 간식 또는 보조식 성격에 머무는 한계를 보완하고, 단백질, 식이섬유, 탄수화물, 지방, 비타민 등 균형 잡힌 영양성분을 갖춘 바 제품을 지향하고 있다.

이 밖에 K-푸드 수요와 체험형 소비 트렌드를 반영한 비빔 시리얼 등 차별화 제품 개발을 추진하고 있다. 기존 시리얼의 서구식 소비 방식에서 벗어나 한국적 식문화와 곡물가공 기술을 결합하는 시도로 볼 수 있다. 동사의 연구개발은 건강지향·기능성·간편대용식 제품으로 제품 포트폴리오를 고도화하는 데 집중되고 있다.

■ 지식재산권 및 인증 현황

동사는 곡물가공 및 시리얼바 제조 분야에서 등록 특허를 보유하고 있다. 주요 특허는 발아시킨 혼합 통곡물의 가공방법, 영양성분이 강화된 시리얼바, 영양성분이 강화되고 혈당상승이 억제된 시리얼바, 시리얼바 결합용 조성물 및 이를 이용한 제조방법 등이고, 이들 특허는 통곡물 가공, 영양강화, 혈당관리, 바 제품 결합기술 등 동사의 핵심 제품군과 직접적으로 연결된다.

통곡물 관련 특허는 다양한 곡물을 발아시킨 뒤 증자, 건조, 밀링, 굽기 공정을 거쳐 식감과 영양적 특성을 개선하는 방법을 포함하고, 이는 통곡물 시리얼, 프리바이오틱스 제품, 건강지향 곡물가공식품 개발에 활용될 수 있다. 시리얼바 관련 보유 특허는 곡류와 견과류, 영양성분, 바인더 조성, 결합 공정에 대한 것으로, 식감과 영양성, 제품 성형 안정성을 개선하는 데 목적이 있다. 혈당상승 억제 시리얼바 특허는 저당·혈당관리 제품군으로 확장 가능성을 뒷받침하는 지식재산으로 평가된다.

한편, 씨알로, 씨알로 온자연, 씨알로 그린스푼, Cereal' O, 콘박사, 참비움, 79바, With 79, 밀크프렌즈, 씨알로 단백질든, Root grain, Uplift, HAPPY GUT 등 다수의 등록 상표를 보유하고 있다. 등록 상표는 대부분 시리얼, 곡물가공식품, 바 제품, 건강지향 제품 브랜드 운영과 연결된다. 특히 HAPPY GUT 및 해피жат 상표는 프리바이오틱스·장 건강 콘셉트 제품군과, Root grain은 통곡물 기반 제품군과 연계될 수 있다.

동사는 과자, 시리얼류, 체중조절용 조제식품, 곡류가공품, 기타가공품, 초콜릿가공품 등에 대해 HACCP 인증을 보유하고 있으며, GMP 적용업소 지정도 받았다. 또한 FSSC 22000 식품안전경영시스템 인증을 확보해 식품안전 관리체계를 강화하고 있다.

■ PEST 분석

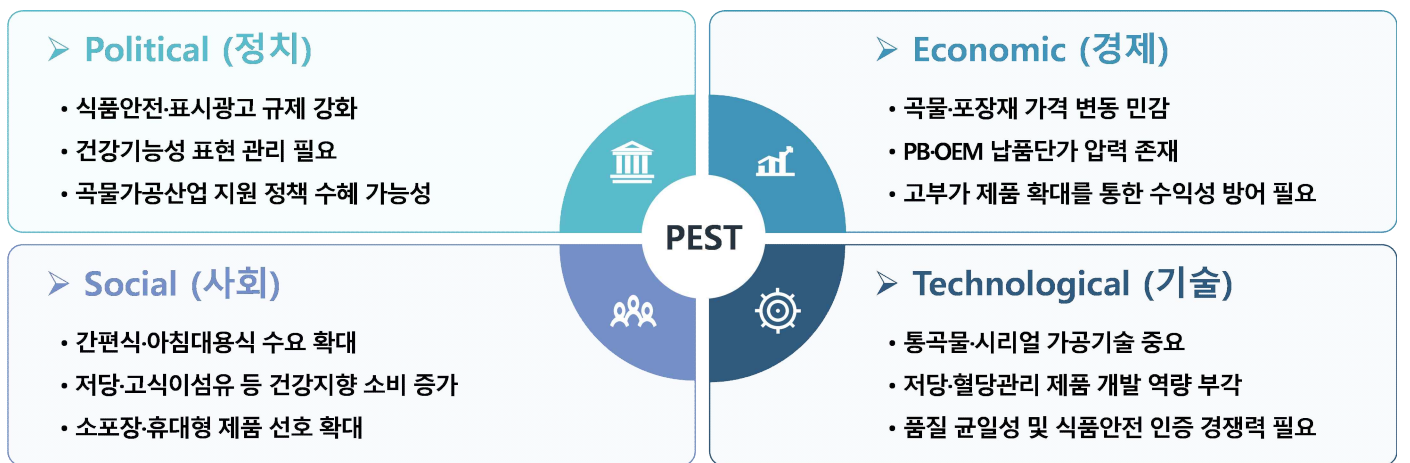
동사는 식품 제조기업으로서 식품안전, 표시·광고, 건강기능성 표현, 원산지 및 품질관리 관련 규제의 영향을 크게 받는다. 특히 동사가 확대하려는 저당·혈당관리·프리바이오틱스 제품은 일반식품과 기능성 표시의 경계에 위치할 수 있어, 효능 표현과 소비자 오인 가능성에 대한 관리가 중요하다. 한편 정부의 식품안전 관리 강화, 건강지향 식품 육성, 쌀·곡물 가공산업 지원 정책은 동사에 긍정적 환경을 제공할 수 있다. 다만 인증 유지, 품질관리, 표시 기준 준수에 필요한 비용과 관리 부담은 지속적으로 발생할 것으로 판단된다.

곡물 가공식품 시장은 원재료와 부자재 가격 변동에 민감한 구조를 가진다. 옥수수, 쌀, 귀리, 보리 등 곡물 가격은 국제 수급, 기후, 환율, 지정학적 리스크의 영향을 받으며, 포장재와 물류비 상승도 제조원가에 직접 반영된다. 씨알푸드는 PB·OEM 공급 비중이 높은 사업구조를 보유하고 있어 안정적 물량 확보에는 유리하나, 대형 유통사 납품단가 압력으로 원가 상승분을 판매가격에 즉시 전가하기 어려울 수 있다. 따라서 원가관리, 생산효율 개선, 고부가 제품 확대가 수익성 유지의 핵심 변수로 판단된다.

소비자 측면에서는 1인 가구 증가, 아침 결식, 간편식 선호, 건강관리 수요 확대가 곡물 가공식품 시장의 성장을 견인하고 있다. 시리얼은 기존 아침식사 대용식에서 그래놀라, 컵시리얼, 에너지바, 영양바 등 간식·휴대형·건강지향 제품으로 소비 형태가 다변화되고 있다. 또한 고령화와 만성질환 증가로 저당, 제로슈거, 고식이섬유, 저혈당지수 제품에 대한 관심이 높아지고 있어, 씨알푸드의 통곡물·혈당관리 제품 개발 방향과 부합한다. 다만 건강지향 제품은 맛, 가격, 포만감, 반복구매율이 동시에 확보돼야 시장 안착이 가능하다.

곡물 가공식품 시장의 기술 경쟁력은 단순 생산설비보다 원료 가공, 압출·성형, 식감 구현, 영양성분 보존, 결착, 코팅, 품질 균일성에서 형성된다. 씨알푸드는 자체 시리얼 생산기술, 통곡물 가공기술, 시리얼바 결착 및 영양강화 기술을 기반으로 제품 포트폴리오를 확장하고 있다. 향후 시장에서는 저당·혈당관리 원료, 고식이섬유 소재, 프리바이오틱스·포스트바이오틱스 소재, 소포장·즉석섭취형 제품 설계 기술이 중요해질 것으로 판단된다. 동사는 관련 특허와 식품안전 인증을 보유하고 있어 기술 기반은 갖추고 있으나, 차별화 제품을 안정적 매출로 연결하는 상용화 역량이 중요하다.

[그림 4] PEST 분석



자료: 서울평가정보(주)

IV. 재무분석

매출 회복하며 수익성 지표 흑자 전환

동사의 3개년 매출은 2023년 194.0억 원, 2024년 178.4억 원으로 감소 후, 2025년 183.3억 원으로 증가하였다. 수익성 측면에서 2024년 매출 감소와 원가 부담 확대로 영업손실을 기록하였으나, 2025년에는 매출 반등과 함께 판관비율 하락이 영업이익 흑자 전환에 기여하였다. 재무안정성은 부채총계 감소와 현금성자산 증가로 일부 개선되었지만, 높은 부채비율과 누적 결손금 부담이 존재한다.

■ 수출 증가하며 매출 기반 유지

동사의 최근 3개년 매출액은 2023년 194.0억 원, 2024년 178.4억 원, 2025년 183.3억 원으로 나타났다. 2025년에는 제품매출이 2024년 172.7억 원에서 181.3억 원으로 증가하면서 매출 회복을 견인하였다.

주요 부문별 매출액을 살펴보면, [시리얼] 매출액은 2023년 124.7억 원, 2024년 118.5억 원, 2025년 127.1억 원으로 2024년 일시적으로 감소한 뒤 2025년 전년 대비 7.3% 증가하였으며, 2025년 전체 매출의 69.3%를 차지하였다. [바] 매출액은 2023년 57.3억 원, 2024년 44.9억 원, 2025년 40.9억 원으로 감소하였다. 반면 [통곡물] 매출액은 2023년 5.9억 원, 2024년 9.3억 원, 2025년 13.3억 원으로 2년 연속 증가하여 핵심 성장 품목으로 자리 잡았다. [상품] 매출은 2023년 5.5억 원, 2024년 5.3억 원, 2025년 1.7억 원으로 축소되었다. [기타매출]은 2023년 0.7억 원, 2024년 0.4억 원, 2025년 0.3억 원으로 소규모 발생하였다. 지역별로는 수출액이 2023년 1.9억 원, 2024년 0.3억 원으로 감소 후, 2025년 3.8억 원으로 증가하였으며, 일본, 태국 등으로 수출이 증가하였다.

동사의 매출은 2025년 시리얼과 통곡물 등 제품 매출 회복으로 반등하였다. 신규 제품의 이마트 채널 확대, 일본 수출, 커피체인점 토핑용 반제품 수요, 기능성 통곡물 제품 확대 가능성을 고려하면 매출은 성장세를 이어갈 것으로 전망된다.

■ 원가 부담 속 영업이익 흑자 전환

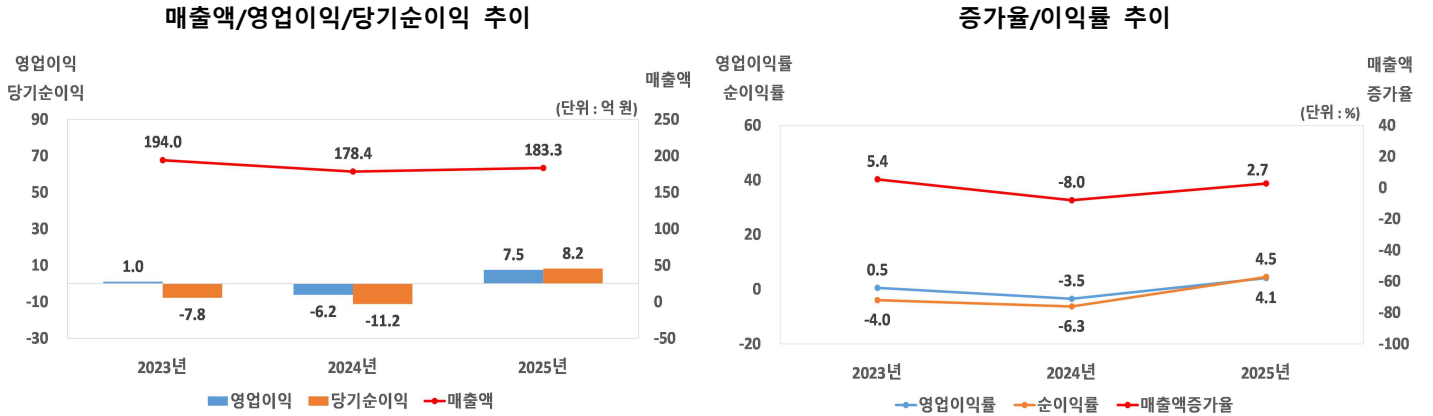
동사의 영업이익은 2023년 1.0억 원, 2024년 -6.2억 원, 2025년 7.5억 원으로 2025년에 흑자 전환하였다. 매출원가율은 2023년 75.1%, 2024년 78.7%, 2025년 77.9%로 2024년에 상승한 뒤 2025년 완화되었으며, 판관비율은 2023년 24.4%, 2024년 24.8%, 2025년 18.0%로 낮아졌다. 2024년에는 수입 원재료 가격, 환율, 부자재 가격 상승 등으로 수익성에 부담이 존재하였으나, 2025년에는 판관비 통제와 매출 증가를 바탕으로 영업이익이 개선된 것으로 판단된다. 주요 판관비 감소 항목으로는 견본비(0.4억 원→0.3억 원), 지급임차료(1.4억 원→1.0억 원), 운반비(15.0억 원→14.0억 원) 등이 존재하였다.

당기순이익은 2023년 -7.8억 원, 2024년 -11.2억 원에서 2025년 8.2억 원으로 순이익 전환하였다. 2024년에는 영업손실과 더불어 영업외비용 6.9억 원이 반영되며 손손실이 확대되었으나, 2025년에는 유형자산손상차손환입 5.2억 원과 같은 영업외수익이 증가하며 당기순이익 전환에 견인하였다.

동사는 2025년 수익성이 흑자 전환하였으며, 제품매출 회복 및 판관비율 하락이 지속될 경우, 수익성 개선 흐름이 가능할 것으로 보인다. 다만, 환율, 수입 원재료 가격, 부자재 가격 변동이 수익성의 주요 변수로 작용할 가능성이 크다.

[그림 5] 동사 연간 요약 포괄손익계산서 분석

(단위 : 억 원, % K-GAAP 별도 기준)



자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ 자본 확충 통한 차입 구조 개선 필요

동사의 자산총계는 2023년 166.3억 원, 2024년 147.5억 원, 2025년 149.0억 원으로 2024년에 감소한 뒤 2025년 증가하였다. 유동자산은 2023년 63.4억 원, 2024년 51.7억 원, 2025년 56.0억 원이며, 현금및현금성자산은 5.5억 원, 6.4억 원, 10.3억 원으로 증가하였다. 유형자산은 101.4억 원, 94.1억 원, 91.7억 원으로 감소세를 보여 대규모 설비 확장보다는 기존 설비 기반 운영이 중심인 것으로 판단된다.

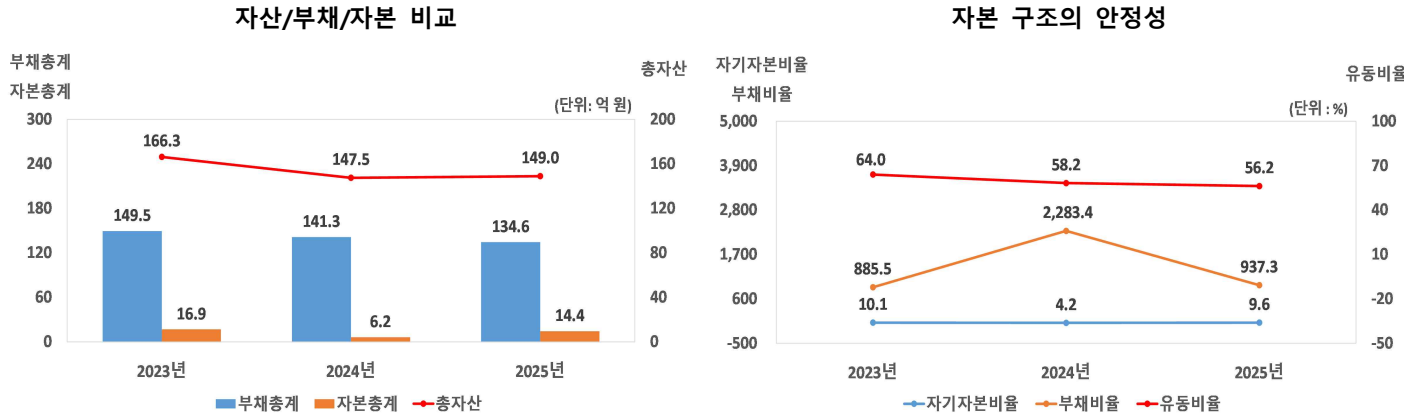
부채총계는 2023년 149.5억 원, 2024년 141.3억 원, 2025년 134.6억 원으로 축소되었다. 부채비율은 2023년 885.5%, 2024년 2,283.4%, 2025년 937.3%로 2024년 자본 감소의 영향으로 급등한 뒤, 2025년 낮아졌으나, 여전히 높은 수준이었다. 단기차입금은 2023년 51.2억 원, 2024년 52.7억 원, 2025년 57.6억 원으로 증가하였고, 유동성장기부채와 유동성사채를 포함한 단기 상환 부담이 존재하여 차입 부담은 다소 높은 편이다.

자본총계는 2023년 16.9억 원, 2024년 6.2억 원에서 2025년 14.4억 원으로 회복되었다. 다만, 결손금이 지속되고 있으며, 동사는 자본확충을 위하여 2023년 유상증자 8.0억 원을 실시하였고, 2025년에는 당기순이익 시현으로 결손금은 점차 축소된 모습을 보였다.

동사의 재무구조는 2025년 수익성 지표 흑자 전환과 부채총계 감소로 전년 대비 개선되었으나, 여전히 높은 부채비율과 차입금 구조, 누적 결손금 부담이 존재한다. 제품매출 회복세가 지속되고 영업현금창출력을 바탕으로 차입 부담을 점진적으로 낮춰간다면, 재무구조 안정성은 완만하게 개선될 가능성이 존재한다.

[그림 6] 동사 연간 요약 재무상태표 분석

(단위 : 억 원, % K-GAAP 별도 기준)



자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

[표 4] 동사 연간 요약 재무제표

(단위 : 억 원, % K-GAAP 별도 기준)

| 항목 | 2023년 | 2024년 | 2025년 |
|-----------|-------|---------|-------|
| 매출액 | 194.0 | 178.4 | 183.3 |
| 매출액증가율(%) | 5.4 | -8.0 | 2.7 |
| 영업이익 | 1.0 | -6.2 | 7.5 |
| 영업이익률(%) | 0.5 | -3.5 | 4.1 |
| 순이익 | -7.8 | -11.2 | 8.2 |
| 순이익률(%) | -4.0 | -6.3 | 4.5 |
| 부채총계 | 149.5 | 141.3 | 134.6 |
| 자본총계 | 16.9 | 6.2 | 14.4 |
| 총자산 | 166.3 | 147.5 | 149.0 |
| 유동비율(%) | 64.0 | 58.2 | 56.2 |
| 부채비율(%) | 885.5 | 2,283.4 | 937.3 |
| 자기자본비율(%) | 10.1 | 4.2 | 9.6 |
| 영업현금흐름 | 0.0 | 11.5 | 7.3 |
| 투자현금흐름 | 14.0 | 4.9 | -1.3 |
| 재무현금흐름 | -5.2 | -15.5 | -2.2 |
| 기말현금 | 5.5 | 6.4 | 10.3 |

자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ 동사 실적 전망

시리얼 제품은 동사의 핵심 매출원으로, 2024년 매출 감소 이후 2025년 127.1억 원으로 회복했으며, 2026년에는 137.5억 원까지 증가할 것으로 예상된다. 시리얼 매출 확대는 대형 유통채널 PB·OEM 공급 기반, 그래놀라·통곡물·저당 제품 등 제품 포트폴리오 확장, 해외 거래처 공급 증가 가능성에 기인하는 것으로 판단된다. 특히 시리얼은 가장 높은 매출 비중을 차지하는 핵심 사업이므로, 해당 부문의 성장 여부가 동사의 외형 회복을 좌우할 전망이다.

바 제품은 2025년까지 최근 3년간 매출이 감소했으나, 2026년에는 43.0억 원으로 소폭 반등이 예상된다. 이는 기존 제품의 매출 둔화가 이어졌지만, 단백질바·영양바·식사대용형 제품 등 건강지향 간편식 수요를 활용할 경우 회복 여지가 있음을 의미한다. 다만 바 제품은 경쟁 제품이 많고 가격·맛·영양성분 차별화가 중요한 시장이므로, 단기적으로는 시리얼 대비 성장 기여도가 제한적일 가능성이 있다.

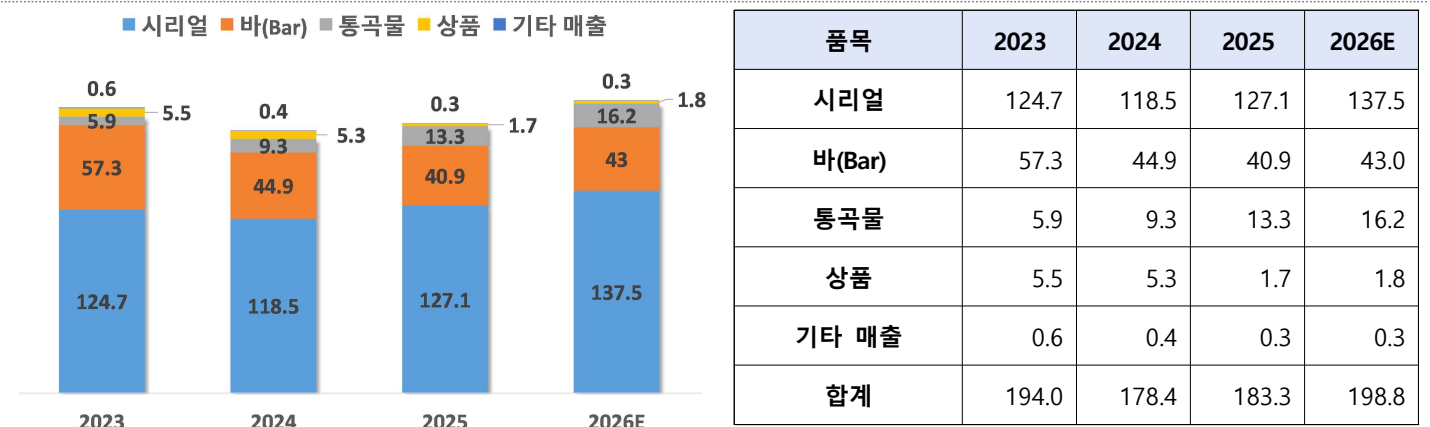
통곡물 제품의 매출은 2023년 5.9억 원에서 2025년 13.3억 원으로 지속 증가했고, 2026년에는 16.2억 원으로 확대될 것으로 예상된다. 절대 매출 규모는 크지 않지만, 통곡물·고식이섬유·저당·혈당관리 제품에 대한 소비자 관심이 높아지는 시장 환경과 부합한다. 향후 해당 제품군이 대형마트, 온라인, 건강지향 채널에서 반복 구매 수요를 확보할 경우 동사의 성장 사업으로 자리 잡을 가능성이 있다.

상품 매출과 기타 매출은 전체 실적에 미치는 영향이 제한적일 전망이다. 상품 매출은 2023년 5.5억 원에서 2025년 1.7억 원으로 감소했고, 2026년에도 1.8억 원 수준에 머물 것으로 예상된다. 기타 매출 역시 2026년 0.3억 원으로 예상되어 실적에 미치는 영향은 낮다. 이에 따라 향후 실적 개선은 상품·기타 매출보다는 제조 기반의 시리얼, 바, 통곡물 제품 중심으로 발생할 가능성이 높다.

종합적으로 동사는 2026년 매출 198.8억 원을 기록하며 2024년 저점 이후 회복 국면에 진입할 것으로 전망된다. 성장의 중심은 시리얼 제품의 매출 확대와 통곡물 제품의 고성장세이며, 바 제품은 하락세가 완화되는 보조적 회복 요인으로 판단된다. 다만 곡물·당류·포장재 등 원부자재 가격 변동, PB·OEM 납품단가 압력, 건강지향 신제품의 시장 안착 여부는 수익성과 매출 성장의 주요 변수로 작용할 수 있다. 따라서 동사의 실적 개선 지속성은 주력 시리얼 사업의 안정적 매출 확보와 통곡물·저당·혈당관리 제품의 반복 매출화 여부에 따라 결정될 것으로 판단된다.

[그림 7] 동사 연간 실적 전망

(단위 : 억 원, % K-GAAP 별도 기준)



자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

주력사업의 안정화와 B2B 원료형 사업 확대가 성장의 핵심 요인

동사는 네이처 그레놀라, 당제로 통곡물 시리얼, 반제품 원료 공급 등으로 기존 범용 시리얼 중심 구조에서 건강지향·간편대용식·B2B 원료형 제품으로 포트폴리오를 확장하고 있다. 향후에는 주력 시리얼 사업의 안정적 유지와 통곡물·혈당관리 제품의 반복 구매 확보, 카페·식품기업향 반제품 수요 확대가 성장의 핵심 요인이 될 것으로 판단된다. 다만 원재료·포장재 가격 변동, PB·OEM 납품단가 압력, 기능성 제품의 표시·광고 규제와 소비자 신뢰 확보는 지속적으로 관리해야 할 리스크다.

■ 최근 변동사항

거래처 및 채널 측면에서 이마트 노브랜드·트레이더스, 롯데마트, 삼성웰스토리, 이마트24 등 오프라인 채널과 쿠팡·컬리·오아시스 등 온라인 채널을 통한 OEM·PB 및 자사 브랜드 운영이 보다 구체화됐다. 특히 일본 아사히푸드향 콘플레이크 수출이 거래 개시 이후 증가하고 있고, 수출액도 2024년 0.3억 원에서 2025년 3.8억 원으로 증가해 해외 매출 기반이 일부 형성된 것으로 판단된다.

최근 들어 건강지향·차별화 제품의 사업화가 뚜렷해졌다. 트레이더스에 자사 브랜드 ‘네이처 그레놀라’를 론칭한 이후 매출이 성장하고 있고, 저당 수요층을 겨냥한 ‘당제로 통곡물 시리얼’을 이마트 전체 매장에서 판매하기 시작했다. 또한 마시멜로 초코링, 콘플레이크 등 반제품이 메가커피 등 커피체인점 토핑 시장과 곡류차 업체에서 인지도를 확대하고 있다.

한편, 2025년에는 기존 HACCP, GMP인증에 더해 FSSC 22000 식품안전경영시스템 인증 취득이 추가되었다. 식품안전 관리체계가 보강되면서 대형 유통사, 식품기업, 해외 거래처 대상 납품 신뢰도 제고에 긍정적으로 작용할 수 있다.

■ 향후 전망

동사는 기존 시리얼 사업을 기반으로 제품 포트폴리오를 건강지향·간편대용식 중심으로 재편할 것으로 예상된다. 곡물 가공식품 시장에서는 통곡물, 그레놀라, 저당, 고식이섬유, 단백질 강화, 소포장 제품 수요가 확대되고 있으며, 이는 동사의 제품 개발 방향과 부합한다. 특히 대형 유통채널 PB·OEM 공급 경험은 신제품의 유통망 진입과 초기 물량 확보 측면에서 긍정적으로 작용할 수 있다.

중장기적으로는 통곡물·혈당관리 제품군과 B2B 반제품 원료 사업이 성장 동력으로 작용할 가능성이 있다. 고령화와 만성질환 증가로 저당·혈당관리 식품에 대한 관심이 높아지고 있으며, 카페·외식 프랜차이즈와 식품 제조기업의 토핑·원료형 곡물 가공품 수요도 확대되고 있다. 이에 따라 동사는 기존 완제품 중심 구조에서 건강지향 제품과 산업용 반제품을 병행하는 사업 구조로 확장할 여지가 있다.

다만 시장 확대가 곧바로 수익성 개선으로 연결되기 위해서는 몇 가지 조건이 필요하다. 곡물, 당류, 포장재 등 원부자재 가격 변동과 PB·OEM 납품단가 압력은 지속적인 부담 요인으로 작용할 수 있으며, 혈당관리·프리바이오틱스 제품은 표시·광고 규제와 소비자 신뢰 확보가 중요하다. 따라서 향후 경쟁력은 차별화 제품의 반복 구매 확보, 안정적인 원가관리, 채널 의존도 완화 여부에 따라 좌우될 것으로 판단된다.

씨알푸드(236030)

증권사 투자 의견

| 작성기관 | 투자 의견 | 목표주가 | 작성일 |
|------|-------|------|-----|
| N/A | - | - | - |

시장 정보(주가 및 거래량)



자료: 네이버증권(2026.05.15.)

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정 여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자주의 환기 등을 통해 불공정거래를 사전에 예방하기 위한 제도를 시행하고 있습니다.

시장경보제도는 「투자주의종목 투자경고종목 투자위험종목」의 단계를 거쳐 이루어지게 됩니다.

※관련근거: 시장감시규정 제5조의2, 제5조의3 및 시장감시규정 시행세칙 제3조~제3조의7

| 기업명 | 투자주의종목 | 투자경고종목 | 투자위험종목 |
|------|--------|--------|--------|
| 씨알푸드 | X | X | X |