

Business Focus

10대 트렌드로 살펴본 식자재 유통·단체급식 시장의 현주소

June 2025

—
삼성KPMG 경제연구원



Contacts

삼성KPMG 경제연구원

김수경
수석연구원
E sookyungkim@kr.kpmg.com

차윤지
책임연구원
E yoonjicha@kr.kpmg.com

이아름
선임연구원
E alee65@kr.kpmg.com

본 보고서는 삼성KPMG 경제연구원과 KPMG member firm 전문가들이 수집한 자료를 바탕으로 일반적인 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 보고서에 포함된 자료의 완전성, 정확성 및 신뢰성을 확인하기 위한 절차를 밟은 것은 아닙니다. 본 보고서는 특정 기업이나 개인의 개별 사안에 대한 조연을 제공할 목적으로 작성된 것이 아니므로, 구체적인 의사결정이 필요한 경우에는 당 법인의 전문가와 상의하여 주시기 바랍니다. 삼성KPMG의 사전 동의 없이 본 보고서의 전체 또는 일부를 무단 배포, 인용, 발간, 복제할 수 없습니다.

Contents

I.	식자재 유통 시장 Overview	3
II.	식자재 유통 시장 주요 비즈니스 트렌드와 업계 대응 현황	8
III.	결론 및 시사점	23

식자재 유통 개념과 구분

식자재 유통이란 각종 식재료가 산지 생산자로부터 최종 소비자에게 이르기까지의 전 과정을 의미. 식자재 유통업은 일반적으로 B2B(Business to Business) 시장을 지칭하는 가운데, 본 보고서에서는 B2B 식자재 유통과 더불어 주요 전방산업인 단체급식·푸드 서비스, 식품 제조 분야까지 포함하여 연구를 진행

식자재 유통업 정의

식자재 유통은 포괄적으로 각종 식자재가 산지의 생산자로부터 최종 소비자에게 이르기까지의 전 과정을 의미

‘식자재’란 음식을 만드는 데 쓰이는 재료를 총칭하여 이르는 말이며 ‘유통’은 상품이 생산자에서 소비자, 수요자에 도달하기까지 여러 단계에서 교환·분배되는 활동을 의미

상당수 대형 식자재 유통업체는 급식사업을 기반으로 성장해왔음

이들 기업은 최근 1)HMR(Home Meal Replacement) 등 식품 제조 사업 확대, 2)단체급식 신수요 확보, 3)컨세션* 시장 회복세에 따른 진입 확대에 나섬에 따라 식자재 유통 전방산업인 단체급식·컨세션·식품 제조 분야를 아울러서 살펴보고자 함

[참고] 식자재의 개념 및 분류표

국내에서는 아직까지 식자재에 대한 명확한 개념이 정립되지 않은 상태이며 식자재를 ‘식재료’, ‘식재’ 등의 용어로 혼용하여 사용하기도 함

- 넓은 의미의 식자재에는 외식산업·단체급식·식품가공의 투입재로 사용되는 신선농축수산물, 가공농축수산물, 기타 가공식품, 조미식품, 주방용품과 기구, 설비 등을 모두 포함
- 좁은 의미의 식자재는 주방 관련 기구 및 설비를 제외하고, 음식을 만드는 데 쓰는 재료를 포함

넓은 의미의 식자재			
좁은 의미의 식자재·식재료			
신선농축수산물 (원물 식재료)	가공농축수산물 (전처리 식재료)	일반가공식품	주방 관련 기구 및 설비
수확하여 선별을 마친 농축수산물 (가공을 거치지 않음)	수확하여 박피, 다듬기, 세척 및 소독 등을 거친 농축수산물	통상적인 가공 공정을 통해 형태나 성질이 변화된 식품	주방용품 및 기구, 주방설비 등 기타
과일, 채소 등의 농축수산물 원물	세척 당근, 간마늘 등	고추장, 밀가루 등	-

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note*: 컨세션이란 공항, 휴게소 등의 시설로부터 푸드코트 운영권을 위탁 받아 자사 식음료 프랜차이즈를 입점시키거나 임대해 수익을 발생시키는 사업을 의미

식자재 유통산업의 밸류체인과 산업 특징

식자재 유통 내 다양한 연관산업으로의 수직계열화 체제를 이루고 있는 것이 특징. 식자재 유통 기업들은 특히 단체급식·푸드 서비스 관련 사업을 활발하게 전개 중

국내 식자재 유통산업 밸류체인(Value Chain) 단계별 구분



산업 특성

- 단체급식은 대규모 식수*가 확보되어야 하는 특성상 1)대규모 사업장 수주가 가능하고, 2)인프라 설비 등을 갖춘 상위업체가 시장을 주도
 - ✓ 그룹사 수요를 기반으로 캡티브 물량을 확보할 수 있는 삼성웰스토리(주), (주)신세계푸드, (주)현대그린푸드 등과 (주)아워홈, (주)동원홈푸드, (주)풀무원푸드앤컬처 등 중견기업이 시장 내 높은 점유율을 확보
- 대다수 기업은 유통·제조·단체급식 등 연관 사업으로의 수직계열화를 통해 시너지를 제고
 - ✓ M&A를 통해 식자재 유통, 단체급식, 식품 제조·가공 분야로 사업 포트폴리오를 확장하는 기업이 다수 관찰됨

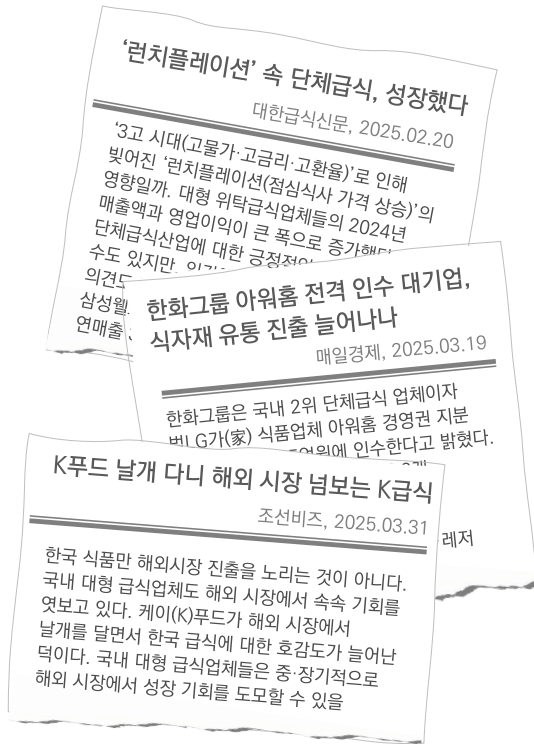
Source: 삼성KPMG 경제연구원

Source: Bizline, 삼성KPMG 경제연구원

Note*: 단체급식 시장 내 식수란 배식받는 인원 수를 의미

식자재 유통산업에 주목하는 이유

런치플레이션(Lunch+Inflation)* 등으로 단체급식에 대한 수요가 확대됨에 따라 2024년 상당수 대형 식자재 유통 기업이 괄목할 만한 성장을 달성. 한편 식자재 유통업계 내 대형 M&A가 잇따라 추진되며 시장이 재편될 조짐이 나타나고 있는 가운데, 기업들은 심화되는 경쟁 환경에 대비하여 다양한 신사업 기회를 모색 중



런치플레이션에 따른 단체급식산업 반사이익

외식물가 상승으로 인해 구내식당 수요가 늘면서 주요 식자재 유통·단체급식 기업들의 급식 사업이 견조한 성장세를 보이고 있음.
'25년에도 외식물가 상승세가 지속될 것으로 예상됨에 따라 구내식당 등 단체급식에 대한 높은 수요가 유지될 전망



상위업체 위주 시장 재편 지속

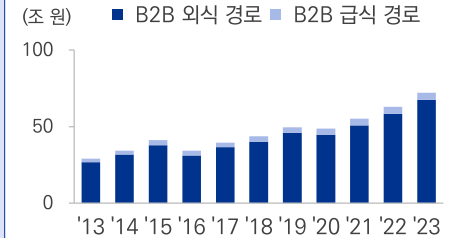
식자재 유통·단체급식 시장은 먹거리 안전성과 비용 효율화 등에 따라 대기업 위주로 시장이 재편. 특히 한화그룹의 아워홈 인수로 급식업계 시장 재편이 예고됨에 따라 상위업체 간 경쟁이 심화



해외 진출, 군 급식 시장 개화 등 ... 식자재 유통·단체급식업계에 신규 비즈니스 기회로 작용

해외 사업장 내 K-푸드 식단 선호도가 높아짐에 따라 국내 대기업은 경쟁이 치열한 내수 시장을 넘어 해외 시장 개척에 적극적. 한편 정부가 '24년부터 군 급식 민간 위탁사업에 대기업이 진입할 수 있도록 허용함에 따라 군 급식 진출을 시도하며 신규 비즈니스 기회 확보에 힘쓰는 모습

[참고] 국내 기업형(B2B) 식자재 유통 시장 규모 추이



Source: 농림축산식품부, 한국농촌경제연구원, 통계청 데이터를 이용하여 삼정KPMG 경제연구원 추산

- 음식점 및 주점업 중심의 외식 업체와 기관 구내식당 업체의 식재료 유통 규모를 바탕으로 산출한 결과에 따르면, B2C 소매 채널을 제외한 국내 B2B 식자재 유통 시장 규모는 2022년에 60조 원을 돌파한 것으로 추정되며, B2B 외식 경로 및 B2B 급식 경로 모두 성장세를 지속하고 있는 것으로 보임

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note*: 런치플레이션(Lunch+Inflation)이란, '점심(Lunch)'과 '물가 상승(Inflation)'을 결합한 단어로, 점심값 상승 현상을 의미

[참고] 국내 식자재 유통 시장 주요 Players 현황

식자재 유통 시장 내 대기업의 침투율은 20~30% 수준이나, 이들은 대규모 식수 확보, 전문적 인프라 체계, 비즈니스 솔루션 등을 내세워 시장 점유율을 높여 나가고 있음. 2024년 고물가·고금리·고환율로 빚어진 런치플레이션 등에 따른 영향으로 삼성웰스토리, CJ프레시웨이, 현대그린푸드 등의 매출액과 영업이익이 큰 폭 상승하며 호실적 기록

국내 주요 식자재 유통 기업 재무실적 추이

(억 원)

기업명	2021		2022		2023		2024		매출액 YoY ('24)	매출액 CAGR ('21~'24)
	매출액	영업손익	매출액	영업손익	매출액	영업손익	매출액	영업손익		
삼성웰스토리	18,600	386	23,786	679	25,937	1,255	29,027	1,434	11.9%	16.0%
CJ프레시웨이	20,643	766	23,174	876	26,428	940	27,955	928	5.8%	10.6%
동원홈푸드	16,140	414	20,708	397	22,365	547	23,625	547	5.6%	13.5%
현대그린푸드	16,834	27	19,207	799	17,708	619	22,075	886	24.7%	9.5%
아워홈	16,712	432	16,387	465	17,653	820	20,191	790	14.4%	6.5%
SPC GFS	16,011	318	18,041	132	19,030	178	19,656	158	3.3%	7.1%
신세계푸드	13,227	311	14,043	222	14,734	277	15,213	230	3.3%	4.8%
푸드스트	6,495	-56	7,702	87	8,937	141	8,821	-17	-1.3%	10.7%
풀무원푸드앤컬처	4,636	-133	6,051	-5	6,810	112	8,168	241	19.9%	20.8%
푸드머스	4,593	230	5,579	283	6,521	292	6,759	425	3.6%	13.7%

Source: 금융감독원 전자공시시스템, Cretop, 삼정KPMG 경제연구원
Note: 별도 기준

Contents

I.	식자재 유통 시장 Overview	3
II.	식자재 유통 시장 주요 비즈니스 트렌드와 업계 대응 현황	8
III.	결론 및 시사점	23

국내 식자재 유통업 환경 변화

인구구조 변화



- 저출생·고령화가 가속화되고 학령인구 감소 등에 따라 식수가 감소. 한편 고령층 대상의 맞춤형 서비스 니즈가 확대
- 만 15~64세까지 경제활동에 참여할 수 있는 인구를 의미하는 생산연령인구 감소는 산업체와 오피스 급식 수요로 이어지며 시장 규모 축소에 간접적 영향
- 1·2인가구 증가로 인해 소포장 식자재 및 식재료에 대한 니즈가 증가

비즈니스 모델 변화



- 공급 채널의 변화
 - 과거 식자재 유통 시장에서는 전화 등 아날로그 기반 주문 방식이 우세하며 시장의 선진화 체계가 더디게 갖춰졌으나, 최근 들어 온라인 플랫폼 등을 활용하는 형태로 채널이 변화
- 식자재 유통에서 식품 제조 영역으로의 확장이 가속화
 - 유통과 제조 간 경계가 허물어지면서 식자재 유통업체의 제조 부문 진출이 확대. 이와 동시에 자사가 제조한 식품을 대형마트나 온라인으로 B2C 대상으로 판매하는 사례가 증가

경쟁 구도 변화



- 기존의 식자재 유통 시장은 영세업체 중심으로 형성되어 있었으나 최근 상위업체 중심으로의 시장 재편이 가속화
- 대규모 사업장 수주가 가능하고 안정적으로 수주 물량을 확보할 수 있는 업체들의 경쟁력이 높아지고 있음
- 기존 계열사 간 내부거래 위주의 매출 구성에서 벗어나 중소기업 외식업체 및 외식 프랜차이즈, 호텔 등으로 거래선이 다변화되는 추세

소비 트렌드 변화



- 개인 라이프스타일과 취향에 맞는 제품을 선택하는 소비자가 증가하는 한편 소비자 입맛이 다변화되고 있음
- 한끼를 먹더라도 제대로된 음식을 즐기려는 소비자가 늘어나고 있음. 자기 만족을 추구하며 미식을 즐기되 합리적인 가격을 고려하는 소비 행태인 '미(味)코노미*' 트렌드가 부상함에 따라 업체 간 미식 경쟁이 심화

변화하는 국내 식자재 유통 시장의 주요 비즈니스 트렌드는?

Source: 삼성KPMG 경제연구원

Note*: 미(味)코노미는 나를 위한 가치 소비를 뜻하는 '미코노미(Me+Economy)'와 맛을 뜻하는 한자 미(味)를 결합한 신조어

식자재 유통산업 주요 트렌드

식자재 유통 시장의 주요 기업들은 성장 기회를 확보하기 위해 M&A 및 해외 진출에 나서는 한편 군 급식 등을 통한 신규 비즈니스에 나서고 있음. 이들은 디지털화를 통해 경쟁력을 제고하고 HMR·케어푸드 제조 등에 나서며 부가가치를 창출하고자 함



식자재 유통



단체급식·푸드 서비스



식품 제조

- 1 인수·합병으로 들쭉이는 식자재 유통 시장
- 2 식자재 유통 시장, 오프라인 넘어 온라인·플랫폼화 관찰
- 3 외식 솔루션 사업 본격화
- 4 푸드테크 접목으로 디지털화 나서는 식자재 유통업계
- 5 K-급식 내세워 해외 진출 가속화
- 6 격전지로 떠오른 군 급식 시장
- 7 유명 맛집 콜라보레이션 등 프리미엄 급식으로 경쟁력 강화
- 8 급식업계 신성장동력으로 부상한 아파트 식음 서비스 사업
- 9 컨세션 사업에서 찾는 성장 기회
- 10 케어푸드 시장에서 성장동력 모색

Source: 삼정KPMG 경제연구원

Trend 1. 인수·합병으로 들쭉이는 식자재 유통 시장

최근 식자재 유통·단체급식업계 내 M&A로 인한 시장 재편의 분위기가 감지됨. 사조그룹이 2024년 식자재 유통 사업에 강점을 가진 푸디스트를 인수하였고, 한화호텔앤드리조트는 2020년 푸디스트를 VIG파트너스에 매각한 이후 5년 만에 아워홈을 인수하며 다시금 식자재 유통 사업에 나서는 모습

식자재 유통·단체급식 시장 내 대기업 참전 확대

인수 기업	피인수 대상	시기·금액	내용
 사조그룹	 푸디스트	'24.06 2,520억 원	- 사조그룹은 '24년 6월, 식품 계열사 사조오양과 사조대림의 100% 자회사로 편입시킨 사조CPK(구 인그리디언코리아)를 통해 기존 국내 사모펀드 VIG파트너스가 보유하고 있던 식자재 유통·급식 푸드 서비스 기업 푸디스트 지분 전량(99.86%)을 2,520억 원에 인수 - 푸디스트는 국내 6위 식자재·위탁급식업체로 중소상공인을 대상으로 한 식자재 유통 부문에 강점을 보유. 뿐만 아니라 자체 브랜드 '식자재왕'을 직영 온·오프라인 채널 외 여러 유통 채널에 입점시키는 등 C&C(Cash & Carry)* 사업과 C&D(Cash & Delivery)** 사업 지원을 효율적으로 융합한 비즈니스 모델 보유
 한화호텔&리조트 Hanwha Hotels&Resorts	 아워홈 OURHOME	'25.05 8,695억 원	- 리조트·레저사업을 주력으로 전개하는 한화호텔앤드리조트는 '25년 5월 아워홈 지분 58.6%를 8,695억 원에 인수 완료 - 한화호텔앤드리조트는 아워홈 경영권 지분 인수를 위해 '25년 2월 특수목적법인(SPC) 우리집에프앤비를 설립하고 '25년 4월 국내외 정부기관으로부터 기업결합 승인을 취득 - 아워홈은 급식과 식자재 유통 부문을 영위하는 가운데 '24년 매출액 2조 원 이상을 달성하며 두각을 나타내고 있음 - 한화호텔앤드리조트는 단체급식, 식자재 유통 등 최근 성장하고 있는 식품산업 공략을 통해 신성장동력을 마련하는 한편 높은 품질의 식음료 서비스를 제공할 것을 목표

- 사조그룹은 푸디스트를 인수하며 기존 농축수산물 등 1차산업 관련 사업에 이어 식품 제조, 유통·판매를 아우르는 식품 밸류체인을 완성
- 식품업계 내에서는 CJ제일제당과 동원그룹에 이어 3위로 올라설 전망

- 한화그룹은 기존 푸디스트를 통해 식자재 유통·단체급식 사업을 영위하고 있었으나, '20년 VIG파트너스에 매각한 바 있음. 이후 5년 만인 '25년 식자재 유통과 단체급식, 외식 사업에 강점을 가진 아워홈을 인수하며 자사 푸드테크와 아워홈 간의 시너지 효과를 창출 시도

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note*: C&C(Cash & Carry) 모델은 점포형 식자재 유통 모델로 재래시장, 할인 매장, 식자재 매장 형태로 운영되며 고객이 점포에 방문하여 필요한 식자재를 구매하는 형태를 의미

Note**: C&D(Cash & Delivery) 모델은 딜리버리형 식자재 유통 모델로, 고객이 필요한 식자재를 주문 시, 유통업체가 식당까지 직접 배달하는 형태

[참고] 식자재 유통 관련 M&A 현황

식자재 유통·단체급식 시장 내 주요 M&A 현황

	인수 기업	피인수 대상	시기	금액 (억 원)	내용
흡수합병	CJ프레시웨이	프레시원	'25.04	n/a	CJ프레시웨이는 '25년 4월 식자재 유통 전문 자회사 프레시원과 합병계약을 체결. CJ프레시웨이는 흡수합병을 통해 비용을 절감하는 한편 외식과 식자재 유통 사업을 묶어 경영 효율화를 높이는 등 시너지를 극대화하고 성장을 가속화하고자 함
	한화호텔앤드리조트	아워홈	'25.02	8,695	한화그룹은 '20년 기준 보유하던 단체급식업체 푸디스트를 100억 원에 매각한 지 5년 만에 아워홈을 인수하며 급식업에 재진출
흡수합병	SPC GFS	몬즈컴퍼니	'24.11	n/a	SPC삼립의 식자재 유통 전문 계열사 SPC GFS는 SPC삼립의 또 다른 자회사 몬즈컴퍼니를 흡수합병하기로 결정. 몬즈컴퍼니는 베이커리·카페 식자재 유통 온라인 플랫폼 '베이킹몬' 운영사로, SPC삼립은 유통 부문 계열사 간 결합으로 시너지 효과를 극대화하고자 함. SPC GFS는 양사 플랫폼 사업 역량을 합쳐 1)판매 상품 다양화, 2)전국 물류망 확대, 3)온라인 유통 확장, 4)운영 효율성 등을 통해 B2B 식자재 유통 사업을 확대할 계획
	사조그룹	푸디스트	'24.06	2,520	사조그룹은 식품업계 내 경쟁력을 강화하기 위해 푸디스트를 인수하고 식자재 유통과 위탁급식 사업 확대에 나섬
	케이스톤파트너스	푸드올마켓	'24.05	1,500	- 케이스톤파트너스는 맥주 프랜차이즈 '역전할머니맥주'로 유명한 역전FnC, 급속 냉동 식자재 기업 한성그린팩토리 인수에 이어 기업형 식자재 도소매업체 푸드올마켓 지분 90%를 인수하며 F&B 섹터 내 바이아웃(Buy out, 경영권 인수) 투자 전문성을 강화하고 있음 - 푸드올마켓은 식자재 도소매를 위한 오프라인 매장과 더불어 온라인 플랫폼을 구축해두고 있는 기업이며, 한성그린팩토리는 국내산 농산물 1·2차 단순 가공과 더불어 급속냉동(IQF, Individual Quick Freezing) 공정에 특화된 기술을 보유 - 케이스톤파트너스는 F&B 분야 포트폴리오 간 사업적 협력을 통한 시너지 제고를 목표
		한성그린팩토리	'23.06	400	
	사조그룹	인그리디언코리아	'24.01	3,840	- 사조그룹이 전분·전분당을 비롯한 고부가 소재 전문 기업 인그리디언코리아(현 사조CPK)를 인수 - 인그리디언코리아는 1906년 미국에서 설립돼 다수 국가에 식품 소재 솔루션을 공급하고 있는 인그리디언(Ingredion)의 한국지사로, 옥수수·감자 등 천연원료를 사용해 전분당, 기능성 소재 등을 생산 - 사조그룹은 인그리디언 한국지사 인수계약을 바탕으로 식용유, 장류, 밀가루 등 기존 식품 사업의 소재 부문을 강화하고자 함

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note: 인수금액은 추정치 포함

Trend 2. 식자재 유통 시장, 오프라인 넘어 온라인·플랫폼화 관찰

전통적으로 식자재 유통 시장은 영세업체가 우세한 탓에 제품을 직접 보고 구매하거나 전화 주문하는 방식이 주를 이뤘으나 최근 온라인 전환 가속화로 자체 자동화 시스템을 구축하는 기업이 증가. 기업들은 콜드체인 기반 B2B 플랫폼 사업에 나서기도 하고, 일부는 스타트업이 운영하는 플랫폼에 입점해 다양한 상품을 직배송하며 고객 편의를 제고

온라인 플랫폼 강화하는 국내 식자재 유통업계

아워홈	SPC GFS	푸드스트*
밥트니	온일장	식자재왕물
✓ 전국 14개 물류센터 활용해 일일배송 제공 ✓ 온라인 전용 자동화 물류라인 구축	✓ 지역 식자재 마트와의 협업을 통해 당일배송 시스템 구축 ✓ 직관성 높은 애플리케이션으로 이용 편의성 강화	✓ 오프라인 매장과 온라인몰 간 연계 채널 구축 ✓ 새벽배송(수도권)·일일배송 가능 물류망 구축
• 아워홈은 '23년 8월 식재료 주문 플랫폼 '밥트니'를 론칭 - 밥트니는 신선도가 중요한 식재료 특성상 17시 이전 주문 시, 익일 무료 배송 서비스와 빠른 배송을 강점으로 내세우고 있음. 밥트니는 지역별 위치한 물류센터를 통해 최적화된 배송경로로 각 지역에 식재료를 신속하게 공급 - 밥트니의 경우 온라인 전용 자동화 라인을 구축한 계통물류센터를 중심으로 전국 택배 서비스를 제공 중	• SPC 그룹의 식자재 유통 계열사 SPC GFS는 온라인 플랫폼 '온일장'을 오픈하고 일부 지역 식자재 상점의 제품을 판매 중 - '22년 1월 론칭한 온일장은 지역 식자재 마트와 외식사업자를 연결하는 업소용 식자재 온라인 커머스 - 각 지역 식자재 마트들과 협업을 상생 기반 플랫폼으로 외식 사업자들이 식자재를 편리하게 주문하고 당일 배송으로 받아볼 수 있도록 함	• 푸드스트는 PB(자체 브랜드) '식자재왕'을 중심으로 온·오프라인 B2B 시장 내 상당한 브랜드 인지도를 확보 - 식자재왕은 푸드스트의 직영 마트 '식자재왕 도매마트'로 출발해 '21년 론칭한 직영 온라인몰 '식자재왕물(구 e왕마트)'을 함께 운영하며 온·오프라인 연계 채널을 구축 - 한편 온라인몰에서는 수도권 새벽배송인 '굿모닝 배송' 및 전국 일일배송이 가능한 물류망을 구축하여 시장 공략

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

식자재 B2B 플랫폼 스타트업에 대한 투자 확대

식자재 유통 시장의 온라인화·디지털화가 진전됨에 따라 B2B 대상으로 식자재 유통 플랫폼 운영 스타트업의 투자 유치가 잇따르고 있음

기업명	내용
마켓보로 (식보)	• 마켓보로는 외식 사업자 대상의 식자재 직거래 오픈마켓 '식보'를 운영 중이며, '22년 CJ프레시웨이로부터 성장 가능성을 인정 받고 403억 원 규모 시리즈C 투자 유치에 성공. 투자자금으로 B2B 유통 빅데이터 설립, AI(인공지능) 기반 식자재 매입 최적화 서비스를 도입하여 오프라인 기반 식자재 유통체계의 디지털 전환을 시도. CJ프레시웨이 외, 현대그린푸드, 대상 등이 입점하여 직배송 제공
푸드팡 (푸드팡)	• 농산물 도매시장 직거래 애플리케이션 '푸드팡'은 서울·부산 등지 도매시장 시세를 실시간 업데이트하여 식자재를 저렴하게 구입할 수 있도록 하였으며, 밤 10시 전 주문 시 오전 8시 이전에 배송해주는 새벽배송 서비스를 제공 중. 푸드팡은 KDB산업은행, SBI인베스트먼트 등 주요 금융기관 및 VC로부터 '22년 1월 시리즈B 펀딩에서 110억 원의 자금을 유치
딜리버리랩 (오더히어로)	• 오더히어로는 식자재 통합 유통 플랫폼으로 '21년 도심형 MFC*를 거점으로 고객이 주문한 모든 상품을 한 번에 통합 배송하는 방식을 도입. '22년 바르고, 미래과학기술지주 등으로부터 50억 원 규모 시리즈A 투자 유치
엑스바엑스 (오더플러스)	• 엑스바엑스는 자영업자들이 식재료를 한 곳에서 비교·주문할 수 있는 식자재 플랫폼으로, 삼성웰스토리, CJ프레시웨이 등 대기업부터 중소 유통업체 등 입점업체의 14만여 개 식재료를 최저가로 구매할 수 있는 서비스를 제공. 하이트진로가 '22년 3월 엑스바엑스에 대한 지분 투자를 단행. 엑스바엑스의 누적 투자 유치 규모는 100억 원 수준이며, '23년 시리즈A 펀딩에서의 기업 가치는 240억 원으로 책정됨

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note: 기업명 아래 괄호는 스타트업이 운영하는 대표 플랫폼명

Note*: MFC란 Micro Fulfillment Center의 약자로, 도심 내 소규모 물류센터를 의미

Trend 3. 외식 솔루션 사업 본격화

업계 내 경쟁 심화로 새로운 비즈니스 개척이 중요해지면서 주요 식자재 유통 기업은 중소상공인 대상의 컨설팅을 통해 수익성 확보 기회를 찾고 있음. 기업들은 외식사업 초기부터 성장기, 성숙기까지 단계별 컨설팅이 중심이 된 맞춤형 솔루션을 제공하거나 신규 브랜드 론칭 등을 지원하며 고객 기반 확대 시도

주요 식자재 유통 기업의 외식 솔루션 관련 사업 전개 현황

식자재 유통업계는 식자재 공급과 급식 등 전통적인 사업 영역을 넘어 '솔루션' 사업을 강화 중 - 솔루션 사업은 고객사에 브랜딩부터 메뉴 제안 등 사업 전반에 대해 맞춤형 솔루션을 제공하는 방식으로, 고객과의 지속적 관계 형성이 가능하여 안정적 수익원을 확보할 수 있음 주요 식자재 유통 기업들이 외식 프랜차이즈, 자영업자를 겨냥한 외식 솔루션 사업을 성장동력으로 삼음에 따라 경쟁이 심화 - 기업들은 기존 식자재 공급에서 나아가 상권분석 등을 통해 메뉴를 제안하고 새로운 브랜드 론칭을 도우며 신시장 개척에 적극적 - 외식 사업자의 현장 운영 효율과 메뉴 경쟁력 강화를 위해 맞춤형 레디밀(Ready Meal)·밀키트 상품을 개발·공급하는 방식으로 레디밀 사업을 확장 중	CJ프레시웨이	삼성웰스토리	아워홈
	'잇츠웰 레딧' 등	'360솔루션'	'OHFOD'
	- CJ프레시웨이는 '21년 신메뉴 개발과 전용 상품 개발 등을 지원하는 '외식 솔루션'에 이어 신규 브랜드 론칭을 돕는 브랜드 컨설팅 기능을 강화하며 솔루션 사업을 확대 '24년에는 밀 솔루션 전문 브랜드 '잇츠웰 레딧'을 출범. 프랜차이즈뿐만 아니라 개인 외식사업자와 급식사업자 등에 영업용 밀키트 및 간편 조리형 레디밀 등을 제공하는 사업 '잇츠웰 레딧' 밀 솔루션을 통해 외식·급식사업자에 최적화된 제품을 개발·제공함으로써 고객사의 메뉴 개발과 조리 편의성을 높여 인건비 절감 등 운영 효율을 개선할 수 있을 것으로 기대	'360솔루션'은 외식상품 개발, 세일즈 협력, 홍보·마케팅, IT 솔루션, 위생안전 등 맞춤형 컨설팅을 제공하는 서비스 360솔루션은 프랜차이즈 브랜드별 공간 컨설팅 및 전용상품 개발 등 최적화된 솔루션을 제공해 가맹사업 확대를 지원 - 아울러 K-푸드 인기가 높은 지역을 중심으로 계약부터 운영체계 수립 등 단계별 솔루션으로 외식 프랜차이즈의 해외 진출을 지원 360솔루션 참여 고객사가 지속 확대 - 태국 음식 프랜차이즈 '콘타이', 피자 프랜차이즈 '피자 알볼로' 등이 참여	- 아워홈은 F&B 사업 고객을 위한 맞춤형 토털 컨설팅 서비스 'OHFOD'를 내세워 식자재 유통 시장을 공략 중 - OHFOD는 운영(Operation), 위생(Hygiene), 메뉴 구상·조리(Food), 맞춤 제조(Order made), 공간 디자인(Design space)로 구성 - 아워홈은 급식, 식자재 유통, 외식사업에서의 노하우를 집약한 외식 솔루션을 기반으로 사업장 오픈부터 매출 확대, 메뉴 구성, 물류, IT시스템 구축에 이르는 종합 솔루션을 제공

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

Trend 4. 푸드테크 접목으로 디지털화 나서는 식자재 유통업계

식품업계 내 맛·안전·인건비 등을 고려해 푸드테크(FoodTech)를 도입하는 움직임이 확대되는 가운데 국내 식자재 유통·단체급식업계에도 AI(인공지능) 기술 접목이 확산되며 디지털 전환 속도에 탄력이 붙는 상황. 기업들은 구내식당 혼잡도 관리, 전처리·조리·배식 외 개별 맞춤형 식단 관리 부문에 AI 기술을 접목함으로써 전 과정의 효율화를 도모

국내 푸드로봇 및 푸드테크 활용 사례

 구내식당 이용	 전처리·조리·배식 등 자동화	 맞춤형 식단 관리
혼잡도 관리 - 현대그린푸드는 AI 기술을 활용해 구내식당 혼잡도를 자동 측정하고 전용 애플리케이션을 통해 실시간 확인이 가능한 'AI 피플카운팅(People Counting)' 서비스를 개발 - 고객사는 애플리케이션을 통해 대기줄이 적은 코너를 확인 후 선택함으로써 배식 대기 시간을 절약 가능	전처리 - 아워홈은 AI 기반 '감자껍질제거로봇' 개발에 나섬. '23년 로봇전문기업 등과 '푸드테크 신산업 분야 공동 연구 개발' 업무협약을 체결하고 '27년까지 연구하여 이후 상용화하는 것을 목표. 아워홈은 감자껍질제거로봇 도입 시, 1)노동시간 감소, 2)농산물 폐기율 축소, 3)제품 품질 향상 등을 통한 식자재 유통 경쟁력 제고를 기대 조리·배식 - 삼성웰스토리사는 '23년 5월 조리로봇 전문 코너 '웰리봇'을 도입하여 관련 시스템을 자동화. 조리로봇을 통해 단체급식의 효율성을 극대화하고 맛, 품질이 보장된 음식을 신속하게 제공하고자 함. 조리 인력난을 해소하고 반복적인 업무로 인한 조리 작업자들의 근골격계 질환 및 안전사고 예방에도 도움을 줄 것으로 기대 잔반분석 - 삼성웰스토리사는 '23년 '잔반분석 AI 시스템'을 구축. 식판을 스캔해 남은 음식 종류와 양을 분석할 수 있는 시스템으로 삼성웰스토리사는 해당 시스템을 주메뉴에 따라 달라지는 잔반량을 비교 분석, 고객이 선호하는 최적의 조합을 찾는 데 활용하고자 함	식생활 분석 - CJ프레시웨이는 '23년부터 AI를 활용해 어린이집·유치원에 다니는 영유아의 음식 섭취량, 영양소 불균형 등을 분석하는 서비스를 개발에 착수 식단 관리 - 현대그린푸드는 '23년 말 생성형 AI를 결합한 식단 관리 프로그램 '그리팅X'를 개발. 현대그린푸드는 단체급식과 케어푸드 사업을 통해 축적한 식품·영양학적 정보를 네이버 '하이퍼클로바X'와 결합하여 초개인화 기반 영양상담 서비스를 제공하고자 함

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

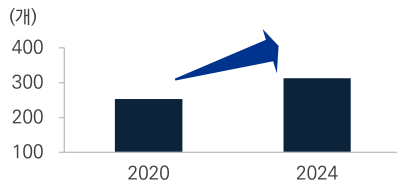
Trend 5. K-급식 내세워 해외 진출 가속화

K-푸드에 대한 글로벌 관심이 증대됨에 따라 해외 시장 내 K-급식 수요가 확대되는 추세. 한국 기업은 내수 시장을 넘어 K-급식 수출에서 성장 동력을 찾으며 베트남, 미국 등을 중심으로 해외 사업 확장에 박차. 이들은 안정적인 급식 공급 인프라, 믿을 만한 위생 시스템, 다채로운 메뉴 개발 역량 등을 강점으로 내세워 시장 내 영향력을 확대하는 모습

K-급식 내세워 해외 진출 확대

- K-푸드 인기에 힘입어 해외 소비자들 사이에 한식에 대한 관심이 커지며 한식 중심의 K-급식 수요가 확대
 - 삼성웰스토리, 아워홈, 현대그린푸드 등 국내 주요 단체급식업체가 운영하는 해외 사업장은 2024년 기준 300여 곳을 넘어선 것으로 조사. 이들 기업은 한식 메뉴 비중을 대폭 확대하는 등 현지화를 넘어 '한국화' 전략으로 시장 공략
- 그동안 국내 급식업체는 해외 시장에 진출한 그룹사 물량에 의존하는 경우가 다수였으나, 최근에는 현지 사업장을 점차 늘려가며 입지를 확대

〈지속 확대되는 국내 급식사* 해외 사업장 수〉



Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

Note*: 삼성웰스토리, 현대그린푸드, 아워홈 3사의 해외 사업장 수 합계

기업명	진출국	내용	주요 전략
아워홈	중국 베트남 폴란드 미국 등	- 아워홈은 중국, 베트남, 미국, 폴란드 등 총 4개국에 현지 법인을 두고 사업을 전개 중이며, 아시아권을 넘어 미국·유럽까지 빠르게 확장. '23년 해외법인 매출액은 전년대비 13% 증가한 2,173억 원을 기록 (베트남) 식당 운영 및 위생 관련 체계적인 매뉴얼과 프로세스를 내세워 현지 사업을 확대하고 있으며, 최근 K-푸드 열풍에 힘입어 떡국, 비빔밥, 떡볶이 등을 정기 편성하며 호응 (미국) '21년 미국 USPS(미국우정공사) 구내식당 위탁 운영 수주를 시작으로 미국 진출을 본격화. '23년에는 미시간주 사내식당 신규 사업을 수주하며 현지법인 '아워홈 케이터링 미시간'을 설립 (유럽) 지리적으로 유럽 중심부에 위치해 있다는 이점에 폴란드를 낙점하고 '21년 폴란드 법인인 '아워홈 폴란드'를 설립. LG에너지솔루션 및 LG전자 등에 단체급식을 제공하며 B2B 사업을 확장해왔으나 '23년부터 폴란드 내 현지 제조업체를 통해 김치 생산에 나서는 등 HMR 사업을 통해 유럽 B2C 시장을 공략하고자 함	단체급식을 넘어 HMR 등 다양한 사업 모델 개발에 나서며 해외 사업 포트폴리오 확대
삼성웰스토리	중국 베트남 헝가리 등	- 삼성웰스토리는 '12년 중국 진출 개시 이후 '14년 베트남, '24년 헝가리 등으로 해외 진출 지역을 넓힘 - 베트남의 내 현지 단체급식 시장 점유율 1위를 유지하고 있는 가운데, 최근에는 베트남 대형 콜드체인 물류센터 투자를 통해 향후 식자재 유통으로 사업 영역 확대를 목표 - 기존 그룹사 물량 중심에서 벗어나 해외 급식 사업장과 계약 체결을 확대하며 영향력을 넓히고 있는 가운데, 해외 사업장의 80%가 삼성 계열사·관계사가 아닌 현지업체로 구성 '24년 6월에는 헝가리가 유럽 7개국과 국경을 맞대고 있는 요충지라는 이점에 헝가리 부다페스트에 법인을 설립하며 유럽 시장 진출 확대를 위한 거점을 마련	베트남 시장에서의 성장을 발판 삼고 유럽·미국 등지로 진출 확대
현대그린푸드	중국 미국 멕시코 중동	'11년 UAE 해외 단체급식 사업에 처음 뛰어들 이후, 쿠웨이트, 중국, 멕시코, 미국 등지에서 80개 이상의 사업장 확보 - 현대그린푸드의 해외 단체급식 매출은 '23년 1,000억 원을 넘어섰으며, '20년 대비 두 배 이상 성장 - 현대그린푸드는 중동 지역 및 중국 등 해외 사업장 내 다양한 국적의 근로자의 종교·음식문화가 다르다는 점을 고려해 특성별 맞춤 메뉴·식단을 중심으로 단체급식을 운영하는 동시에 특별식 등을 제공하여 호응 - 최근에는 해외 시장 내 여타 국내 대형 기업들의 단체급식 수주에 적극 나서며 지속 성장 여력 제고 - 현대그린푸드는 해외 시장에 진출한 현대그룹 계열 기업이 포진해 있는 지역에서 특히 두각을 나타내고 있는 가운데, '18년에는 멕시코 내 현대자동차 계열의 현대트랜스리드의 단체급식을 수주, '22년에는 미국 조지아 내 기아자동차 단체급식 수주를 따내며 성장 기반 확보	해외 범현대 계열사를 중심으로 단체급식 캠퍼브 수주를 따내며 성장 기반 확보

Trend 6. 격전지로 떠오른 군 급식 시장

2024년부터 군 급식 민간위탁 시장에 대기업 진출이 가능해지면서 식자재 유통·급식 대기업 간 단체급식과 식자재 납품 두 분야로 구분된 군 급식 시장 내 사업권을 따내기 위한 경쟁이 치열. 군 급식 시장은 민간과 달리 대규모 식수가 보장돼 고정 수익 확보가 쉽고, 식자재 공급 측면에서 예측 가능성이 높아 손실을 최소화할 수 있는 특성

군 급식 시장의 개방과 주요 기업들의 진출 확대

동향 50여 년 만에 열린 군 급식 시장

시장 동향

- '23년부터 병영식당 위탁 운영 등이 민간 기업에 개방되면서 군 급식 시장이 성장 정체에 몰린 기존 급식 대기업들의 최대 격전지로 부상
- (군 급식) 군 급식 민간위탁의 경우 '23년까지 대기업 참여가 제한되어 중견기업 중심으로 이뤄졌으나 '24년부터 대기업 참여가 가능해짐
 - (군납 식자재) 정부는 '70년대 초부터 50여 년간 급식 식자재 공급 계약 방식을 농·수·축협과의 수의계약으로 유지해왔으나 '25년부터 경쟁계약으로 전환

경쟁 현황

- 수년째 저출생 심화로 인해 식수가 줄어드는 가운데, 급식·식자재 유통업계는 군 급식 시장을 미래 성장동력으로 보고 진출에 속도
- 삼성웰스토리, CJ프레시웨이, 현대그린푸드, 아워홈 등 주요 식자재 유통 대기업은 '25년 사업 계획에 군 급식 수주를 포함시키고 시장 공략 강화
 - '23년까지는 풀무원푸드앤컬처와 동원홈푸드의 양강체였으나, '24년부터 대기업집단 계열 급식사의 경쟁입찰 제한이 풀리면서 경쟁이 격화되는 모습. '24년 하반기 기준 해당 시장은 풀무원푸드앤컬처, 동원홈푸드, 아워홈, 삼성웰스토리가 주도 중

왜 군 급식 시장에 눈독 들이는가?

- 군 급식은 식수 규모가 큰 곳이 많은 뿐 아니라 급식을 거르는 이들이 많지 않아 수요 예측이 쉬운 이점을 가짐. 또한 군 장병 대부분이 20대 남성으로, 입맛을 고려한 식단 고안이 쉬움
 - 변칙적으로 결식이 발생하는 사업체 등의 사업장과 달리 하루 세끼 안정적인 식수 보장이 가능해 고정 수익을 확보하기 용이한 구조
 - 예측 가능성이 높아 식자재 공급 등의 부분에서 손실 최소화 가능
- 선진병영의 일환으로 부대 내 식문화 및 위생관리의 필요성이 대두되면서 병사당 급식단가가 지속 상승
 - 장병 1인당 하루 급식 단가는 '21년 8,790원으로 낮았으나 '22년 상·하반기에 두 차례 올라 1.3만 원을 유지 중

군 급식 낙찰 현황 (2024)

날짜	발주기관	낙찰 기업	기업 구분	예정 가격 (억 원)
'24.01	공군11전투비행단	풀무원푸드앤컬처	중견	416
'24.02	제7001부대(해상식당)	풀무원푸드앤컬처	중견	196
'24.03	제3283부대(병영식당)	풀무원푸드앤컬처	중견	337
'24.03	공군19전투비행단	동원홈푸드	중견	438
'24.03	공군20전투비행단	아워홈	대기업	427
'24.05	육군부사관학교 양성식당	풀무원푸드앤컬처	중견	67
'24.05	공군교육사령부	푸드스트	중견	348
'24.06	육군3사관학교 생도식당	삼성웰스토리	대기업	102
'24.08	제9보병사단사령부	동원홈푸드	중견	52
'24.09	제5019부대(병영식당)	동원홈푸드	중견	115
'24.09	제1989부대(병영식당)	아워홈	대기업	107
'24.11	제32보병사단	풀무원푸드앤컬처	중견	99

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

Source: 국방전자조달시스템(2025.04 조회 기준), 삼성KPMG 경제연구원

Trend 7. 유명 맛집 콜라보레이션 등 프리미엄 급식으로 경쟁력 강화

국내 단체급식업계는 고객사 수주율을 높이기 위해 차별화 메뉴 개발에 주력. 기업들은 국내외 유명 프랜차이즈 및 셰프 등과의 협업을 통해 기존 단체급식으로 접할 수 없던 이색 메뉴를 제공하며 추후 수주경쟁에서 락인(Lock-in) 효과를 제고하기 위한 시도에 나서고 있음

국내 주요 단체급식업계 메뉴 차별화 동향

삼성웰스토리	CJ프레시웨이	아워홈	주요 단체급식 기업들은 고객사 수주율을 높이기 위해 차별화 메뉴에 집중
• 삼성웰스토리는 백년가게, 블루리본, 마쉐린가이드 등 다양한 미식가이드 인증 받은 국내외 맛집과의 협력을 확대하여 구내식당 이용객에게 다채로운 미식 경험 제공을 시도 • 삼성웰스토리는 '25년 초, 소비자들의 미식 열풍에 대응해 일본·미국·호주 등 분기별 특정 국가 테마에 맞춰 현지 유명 맛집 메뉴를 구내식당에서 제공하는 신규 프로모션 '글로벌 맛집 콜라보'를 새롭게 기획 - '글로벌 맛집 콜라보'의 일환으로 '25년 2월에는 일본 유명 라멘 체인점 이치란 라멘(Ichiran Ramen)과 손잡고 단체급식업계 최초로 대표메뉴인 '돈코초라멘'을 구내식당에 선보였고, 두 번째 글로벌 콜라보로서 영화 '고독한 미식가 더 무비'와 함께 '샤브우동'을 제공 - 이치란 라멘의 경우, 이치란 라멘 직영점을 콘셉트로 개발된 밀키트를 활용해 대량 조리하는 단체급식 사업장에 실제 현지에서 먹는 이치란 라멘과 동일한 맛이 구현될 수 있도록 집중	• CJ프레시웨이는 고평자, 홍대쌀국수, 송사부고로케, 뉴욕핫도그 등 인기 외식 프랜차이즈 메뉴를 출시 • 특히 MZ세대를 겨냥해 인기 베이커리 브랜드와의 협업을 전개하며 호응을 얻음 - '24년에는 '코끼리베이글'과 협업해 학교 및 고객사 사내카페에 인기 메뉴 7종을 당일제조·판매한 바 있으며, 약 2주 동안 총 3,000여 개 베이글을 판매하였고 '노티드노트'과 협업해 급식 전용 생크림빵을 유통	• 아워홈은 웨이크셰, 닥터로빈, bhc치킨 등 45개가 넘는 브랜드와 협업 • 특히 '21년부터 유명 셰프가 직접 만든 특별 메뉴 등을 선보이는 이색 이벤트 '플렉스 테이블'을 진행하고 있음 - 이벤트 날은 평소 식수 대비 15~20% 이상 충분한 식사량을 준비함에도 대부분 빠르게 소진되며 인기를 끌었고, 이벤트 이용고객 만족도 결과, 5점 만점에 평균 4.7점 이상을 얻으며 호응	▪ 통상 단체급식 기업은 고객사와 일반적으로 2~3년 계약을 맺는데, 계약종료 후 치열한 수주경쟁을 치러야 하기 때문 ▪ 고객사 직원의 만족도가 수주 결과를 좌우하기 때문에 평소 차별화 메뉴를 통해 락인(Lock-in) 효과를 제고하고자 함 ▪ 앞으로 주요 기업들은 기존 구내식당에서 먹을 수 없던 차별화 메뉴 개발에 박차를 가할 계획

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

Trend 8. 급식업계 신성장동력으로 부상한 아파트 식음 서비스 사업

최근 고물가로 외식 부담이 커짐에 따라 신축 아파트 입주민의 경우, 아파트 단지에서 식사를 해결하려는 수요가 증가. 국내 식자재 유통·단체급식업계는 아파트 식음 서비스를 새로운 수익처로 주목하고 다양한 서비스를 제시하며 진입 확대



아파트 단지 식음 서비스의 부상

아파트 단지 식음 서비스는 입주민이 비교적 저렴한 가격에 편리하게 식사를 해결할 수 있다는 점에서 호응

특징

- 가정 내 요리하는 번거로움을 덜 수 있고, 단지 내에서 간편하게 다양한 식사를 제공받을 수 있어 입주민 생활 패턴 변화에 적합한 솔루션으로 부상
- 가격대는 보통 한 끼에 7,000원에서 1만 원으로 상대적으로 저렴하지만 고품질 음식을 제공

기회

- 아파트 단지 내 식음 서비스는 향후 식자재 유통·단체급식업계의 주요 사업으로 자리매김할 가능성
- 기업들은 입주민을 대상으로 다양한 프리미엄 서비스와 맞춤형 솔루션을 통해 차별화된 고객 경험을 제공하기 위해 노력하며 경쟁력 제고

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

주요 기업들의 시장 진출 전략

 신세계푸드 신세계푸드	- 신세계푸드는 '18년 서울 성수동의 '트리마제'를 시작으로 아파트 단지 내 식음 서비스를 적극적으로 확장하고 있으며, '24년 하반기 반포 '래미안 원베일리'에서 식음 서비스 운영 개시 - 단순한 급식 제공을 넘어서 입주민 회의를 통해 조·중·석식 메뉴를 구성하고 커뮤니티 시설 내 프리미엄 디저트 카페를 운영하는 등 프리미엄 서비스로 차별화 도모
 welstory 삼성웰스토리	삼성웰스토리로 신축 아파트를 중심으로 식음 서비스 사업을 확장 중. '19년부터 '개포래미안블레스티지'에서 조·중식 서비스를 운영 중이며, '24년 '용산센트럴파크'뿐만 아니라 기존 아워홈이 운영해오던 '개포자이프레지던스' 단체급식을 수주하는 등 아파트 식음 서비스 사업 반경을 넓히며 시장 내 입지를 다지고 있음
 CJ프레시웨이 CJ프레시웨이	'24년 청량리 '롯데캐슬SKY-L65'에서 단지 내 식음 서비스를 시작하며 입주민 전용 식당과 카페를 운영 중. 중·석식 뷔페 외에도 테이크아웃용 간편식·밀키트 등을 판매하며 특식 행사 및 어린이용 식사 등의 맞춤형 서비스를 확대 중 - 이 밖에 시니어 레지던스 '더클래식500'에 자사 시니어 특화 케어푸드 브랜드 '헬씨누리'를 기반으로 한 조·중·석식을 제공 중. 기본 식사는 뷔페식이며, 개인 맞춤 식단 제공이 가능하도록 함

[참고] 리스크

- ✓ 아파트 식음료 서비스는 신축 시 함께 도입되는 경우가 많아 건설경기에 따른 영향을 받을 수 있음
- ✓ 일반 사업체에서 제공하는 급식 대비 배식 받는 인원수가 적은 편. 아울러 사업체나 학교 등과 달리 아파트는 가구별 구성원 수와 라이프스타일이 달라 식수 예측이 쉽지 않은 특성. 따라서 일정 식수가 확보되지 않을 경우, 중단 가능성이 존재
- ✓ 학생 또는 직장인이라는 명확한 타깃층이 있는 기존 식음사업과 달리 아파트의 경우 타깃 연령층과 수요층이 다양해 메뉴 구성이 쉽지 않음

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Trend 9. 컨세션 사업에서 찾는 성장 기회

컨세션(Concession) 사업이란, 다중 이용 시설로부터 푸드코트 운영권을 위탁 받아 자사 식음료 프랜차이즈를 입점시키거나 임대해 수익을 발생시키는 사업을 의미. 주요 식자재 유통·단체급식 기업은 식자재 구매 역량과 사업장 운영 노하우 등을 바탕으로 관련 사업을 강화 중이며, 다양한 메뉴와 서비스로 차별화 및 경쟁력을 제고

개념 컨세션 사업이란

공항, 휴게소 등의 시설로부터 푸드코트 운영권을 위탁 받아 자사 식음료 프랜차이즈를 입점시키거나 임대해 수익을 발생시키는 사업을 의미

Why 왜 컨세션 사업인가?

- 대기업 식자재 유통·단체급식업체의 경우, 식자재 구매 역량과 사업장 운영 노하우 등을 이미 확보하고 있으며, 일부는 계열사 혹은 자체적으로 외식 프랜차이즈를 보유하고 있는 만큼 사업 진행에 유리
- 아울러 유통망 등을 이미 갖추고 있어 초기 진입장벽이 높지 않은 편이고, 집객효과가 있어 매출 증가에 도움이 된다는 판단

국내 주요 기업의 컨세션 사업 전개 동향

스포츠 경기장	신세계푸드	- 최근 먹거리와 함께 경기를 관람하는 문화가 확산하며 매점 수준을 넘어선 프리미엄 식음 서비스를 원하는 소비자들의 요구가 증가. 신세계푸드는 축구·야구 경기장에 위치한 식음매장 운영을 확대하며 스포츠 컨세션 사업 강화에 나섬. '19년 GS스포츠와 계약을 맺고 프로축구 FC서울이 홈구장으로 사용하는 서울월드컵경기장 내 프리미엄 케이터링 서비스 '스카이박스'와 식음매장 운영 개시
	아워홈	- 아워홈은 자사가 운영하는 국내 골프장(솔모로·로알링스·삼발라CC 등) 스타트하우스·클럽하우스 등에서 식음 서비스를 제공 중. '24년 골프장 전용 프리미엄 식음 서비스 브랜드 '그린라운지'를 론칭하고 골프장 식음 서비스 강화에 나섬
호텔	본푸드서비스	- 본푸드서비스는 '22년 초 롯데시티호텔 명동점 내 조·중식을 운영하는 다이닝 뷔페 '씨카페' 운영을 개시한 데 이어 '23년 말에는 컨세션 브랜드 '푸드가든'을 필두로 가평 프리미엄 휴양시설 '가평우리마을'에서 레스토랑 운영을 개시. 본푸드서비스는 호텔, 휴양시설, 도서관 등 다양한 복합상권에 진출하며 맞춤형 컨세션 사업을 전개 중
	현대그린푸드	- 현대그린푸드는 '19년 5월 라마다앙코르 정선 호텔의 뷔페 레스토랑 위탁 운영을 개시하였고 같은 해 6월 대전호텔의 뷔페 레스토랑과 연회장 운영을 시작. 프리미엄 컨세션 사업을 호텔 중심으로 확장하며 위생·품질관리 역량을 강조하고 중소형 호텔 맞춤형 서비스를 제공하고자 함
공항	풀무원푸드앤컬처	- 풀무원의 푸드서비스 전문 기업 풀무원푸드앤컬처는 인천공항 라운지 5개 운영 사업권 수주. 풀무원푸드앤컬처는 '24년 8월 김해국제공항 마스터컨세션 2기 사업권, '25년 4월에는 3기 사업권을 수주하고 국제선·국내선에 다양한 식음 전문 브랜드를 선보임. '24년 5월 김해국제공항 국제선 출국장에 컨베이어 벨트 서빙 시스템 기반 무인 푸드코트 '플레이보6에어레일'을 오픈한 바 있음
	CJ프레시웨이	- CJ프레시웨이는 '25년 1월 인천공항 제2여객터미널에 프리미엄 푸드코트 '고메브릿지'를 오픈. CJ프레시웨이는 '고메브릿지 인천공항 2터미널 중앙점'을 시작으로 '25년 중 3곳을 순차 개점할 계획. 다양한 경로에서 축적한 컨세션 사업 역량을 바탕으로 공항을 방문하는 내·외국인이 함께 즐길 수 있는 대중적인 메뉴와 K-푸드 등 다채로운 메뉴를 중심으로 미식 경험을 제공하고자 함
휴게소	SPC그룹	- SPC그룹은 고속도로 휴게소를 중심으로 컨세션 사업을 확장 중. '25년 3월 기준 가평휴게소 등 전국 주요 고속도로 휴게소 9곳을 운영 중
	롯데GRS	- '27년부터 25년간 하남드림휴게소를 운영을 맡게 됨. 롯데GRS는 단순 식음위탁사업을 넘어 휴게소의 전반적인 운영을 담당할 예정

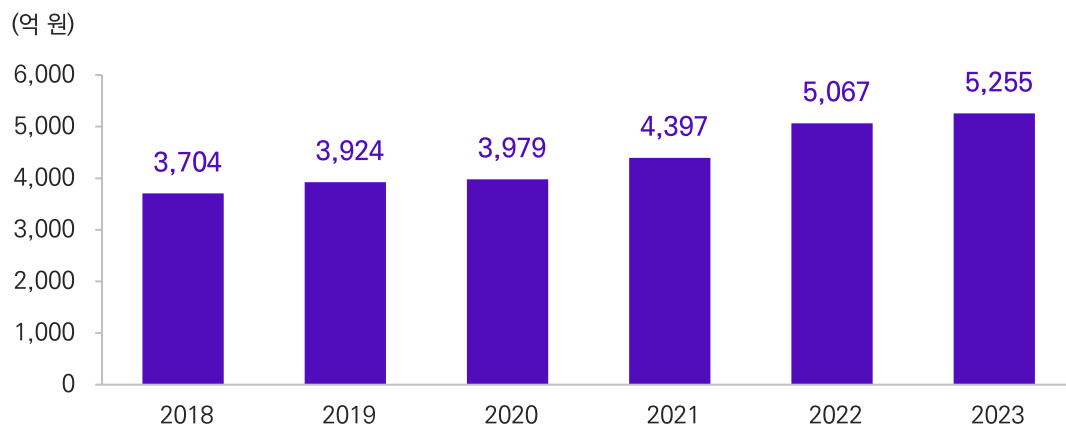
Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Trend 10. 케어푸드 시장에서 성장동력 모색 (1/2)

케어푸드는 특별한 영양 공급이 필요한 노인이나 환자를 대상으로 한 맞춤형 식품을 의미. 국내 케어푸드 시장 규모는 고령인구 증가와 건강관리 니즈가 맞물리며 2018년 3,704억 원에서 2023년 5,255억 원으로 확대. 기존 고령층 대상 중심에서 건강에 신경 쓰는 일반인으로 수요층이 확대되면서 맞춤형 케어푸드도 생겨나는 추세

국내 케어푸드 시장 규모 – 판매액 기준



- '23년 국내 케어푸드 판매액은 5,255억 원으로 전년대비 3.7% 확대
- 국내 케어푸드 판매액은 '18년부터 '23년까지 연평균 7.2%의 성장률을 보이며 지속 확대
- 국내 고령인구가 지속적으로 증가함과 동시에 최근 건강관리를 위해 저염·저당 등 맞춤형 식단을 찾는 일반 소비자의 수요가 더해진 데 따른

Source: 식품의약품안전처(2018~2024), 삼정KPMG 경제연구원
 Note1: 케어푸드 판매액은 식품공전상 특수영양식품과 특수의료용도식품의 합산액임
 Note2: 국내 케어푸드 판매액은 반올림으로 인해 단순 합산과 차이가 발생할 수 있음

국내 케어푸드 시장 주요 트렌드

맞춤형 케어푸드 수요 확대

- 기존 케어푸드 소비자층은 고령층으로 제한적이었으나, 최근 균형잡힌 영양섭취를 필요로 하는 소비자가 증가하면서 소비자 저변을 확대하는 기업이 증가
- 주요 케어푸드 관련 기업은 전 연령층에 대한 균형잡힌 영양 식단 제공을 위해 생애주기에 따른 식단 개발에 나서며 맞춤형 케어푸드 시장 공략을 가속화 중

식단 구독 서비스 활성화

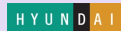
- 개인 맞춤형 케어푸드 시장이 성장하면서 관련 식단 구독 서비스도 활성화되는 추세
- 구독 서비스는 당뇨, 암, 임신성 당뇨 등의 질환으로 평소 식단관리가 중요한 소비자의 편의성을 높여주어 고객 만족도가 높은 편

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Trend 10. 케어푸드 시장에서 성장동력 모색 (2/2)

웰에이징(Well-aging) 트렌드에 케어푸드가 식품업계 유망 섹터로 주목받음에 따라 주요 식자재 유통 기업도 케어푸드 사업 전개에 적극적. 기업들은 자체 개발을 통해 브랜드를 론칭하거나 대형병원·요양병원 등과의 공동연구로 제품 개발에 나서며 B2B, B2C 채널 중심으로 공략 중

주요 식자재 유통 기업의 케어푸드 관련 사업 전개 현황



현대그린푸드

현대그린푸드

- 현대그린푸드는 케어푸드 전문 브랜드 '그리팅'을 통해 관련 시장 적극 공략. 만성질환, 암, 체중조절 등 질환별·상황별 맞춤 식단을 B2C 대상으로 제공해오고 있음
 - 암, 당뇨·고혈압·신장질환 등 질환맞춤식단 외에도 체중조절자를 위한 다이어트 식단 '뷰티핏', 어린이용 케어푸드 '그리팅 키즈', 당 섭취 감소에 포커스를 둔 '저당식단', 단백질 함량을 높인 '단백질식단' 등으로 건강식단 제품 라인업을 확대하며 폭넓은 수요층 흡수 시도
- '24년에는 요양시설 대상의 실증연구와 정부기관, 대형병원과의 공동연구를 거쳐 고령자용 케어푸드 식단 '그리팅 웰스'를 개발. 일반 소비자가 정기배송으로 받아볼 수 있는 B2C용과 요양시설 등에 반조리 형태로 공급되는 B2B용으로 구분하여 제공



아워홈

- 케어푸드 수요가 높은 요양·복지시설, 어린이집, 학교 등 B2B 채널 중심으로 공략하며 사업 전개
 - '17년 효소를 활용해 육류, 떡 등의 물성을 조절하는데 성공한 아워홈은 '18년 프리미엄 식자재 브랜드 '케어플러스'를 론칭하고 실버타운, 요양·복지시설, 병원, 어린이집·학교 등 B2B를 중심으로 연화식 공급을 개시
 - '20년부터 연화 간편식을 통해 일반인을 대상으로 한 B2C 시장 지배력 강화에 나서고 있으며, '20년 3월, 연화 간편식 양념을, '21년 1월에는 뜨거운 물을 부으면 완성되는 '바로 먹는 분말국' 등을 출시하는 등 소비자 저변 확대를 목표로 라인업 확장에 나서고 있음



CJ프레시웨이

- CJ프레시웨이는 '15년 론칭한 '헬씨누리'를 통해 B2B 시장을 중심으로 케어푸드 사업을 전개
 - 노인복지시설, 요양시설 등 기관에 대해 맞춤형 식자재와 서비스를 제공하며 시니어층을 집중 공략
- '24년에는 푸드케어 브랜드 메디솔라와 업무협약을 체결하고 케어푸드 급식 서비스 수요가 존재하는 병원·요양시설 급식 서비스 고도화에 나섬
 - CJ프레시웨이는 최근 급식업계 내 치료식·건강식 서비스 수요가 증가함에 따라 케어푸드 식단 운영에 최적화된 서비스 모델을 개발하기로 결정

축적된 R&D 역량을 활용해 다양한 수요에 맞춘 B2C 대상 케어푸드 식단과 B2B용 식단 개발하여 사업 확장

보관이 용이하고 조리 간편성을 갖춘 연화 간편식을 개발하여 요양·복지시설, 병원, 학교 등 B2B로 공급

B2B 대상 케어푸드 반조리·완조리 제품 제공과 함께 병원·요양시설 중심의 맞춤형 케어푸드 급식 서비스 사업을 제공

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Contents

I.	식자재 유통 시장 Overview	3
II.	식자재 유통 시장 주요 비즈니스 트렌드와 업계 대응 현황	8
III.	결론 및 시사점	23

Key Takeaways (1/2)

식자재 유통산업 트렌드 변화에 따른 기업의 도전과제



“국내 식자재 유통 시장이 기존 영세업체 중심에서 대기업·상위업체 위주로 재편됨에 따라 경쟁력 제고를 위한 기업들의 대응 전략 마련이 중요해질 전망. 식자재 유통 기업은 신규 비즈니스 및 해외 진출을 통한 신성장동력 확보, 디지털 전환 및 프리미엄 급식을 통한 차별화로 경쟁력 강화에 나설 시점”

디지털화

- 기업들은 자체적으로 콜드체인 기반 시스템과 디지털 방식의 주문 체계를 구축함으로써 산업화가 더딘 식자재 유통 시장의 선진화를 주도하거나 식자재 유통 구매 플랫폼을 갖춘 스타트업과의 협력 방안을 모색해야 함
- 국내 기업은 유통과 물류를 결합한 디지털 식자재 유통 플랫폼을 구축하여 식자재 발주와 정산, 재고 관리, 주문 추적 등의 기능이 가능하도록 힘써야 함

경쟁력 강화

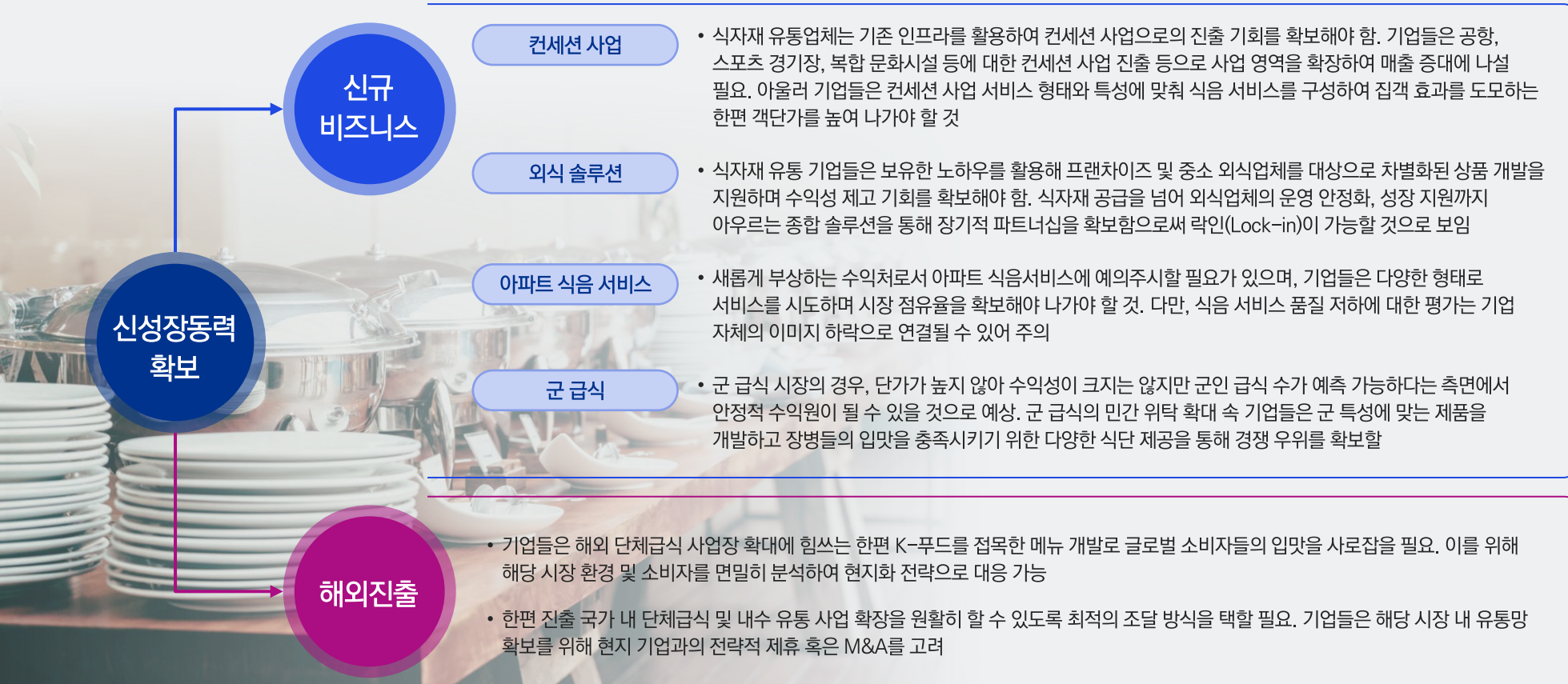
차별화

- 국내 식자재 유통·단체급식업체는 건강한 라이프스타일을 지향하는 소비자를 타깃해 당분·염분 함량이 낮은 메뉴를 개발하거나, 고객을 세분화하여 영유아·시니어 등을 위한 맞춤 식단을 구성하는 한편 채널별 차별화된 식단·메뉴 공급에 힘써야 함
- 아울러 기업들은 고객들의 미식 니즈에 차별적으로 대응하기 위해 유명 맛집이나 외식 프랜차이즈 브랜드와의 협업 기회를 마련하고 다양한 특식 메뉴를 선보임으로써 신규 고객 창출과 양질의 한 끼를 제공할 수 있음

Source: 삼정KPMG 경제연구원

Key Takeaways (2/2)

식자재 유통산업 트렌드 변화에 따른 기업의 도전과제



Source: 삼정KPMG 경제연구원

Business Contacts

유통·소비재산업 전문팀

한상일, 소비재·유통산업 리더 CM2 본부장, 부대표 T 02-2112-0832 E sangilhan@kr.kpmg.com	박관종 CM1 본부장, 전무 T 02-2112-7403 E kwanjongpark@kr.kpmg.com	이용호 부대표 T 02-2112-0677 E yongholee@kr.kpmg.com	이종우 전무 T 02-2112-0648 E jongwoolee@kr.kpmg.com	박정수 전무 T 02-2112-0326 E jungsoopark@kr.kpmg.com
정창길 전무 T 02-2112-0246 E changgiljung@kr.kpmg.com	정현진 전무 T 02-2112-0827 E hchung@kr.kpmg.com	김시우 전무 T 02-2112-0893 E siwookim@kr.kpmg.com	현윤호 상무 T 02-2112-0248 E yhyun@kr.kpmg.com	황구철 상무 T 02-2112-0293 E khwang@kr.kpmg.com
한진희 상무 T 02-2112-6876 E jinheehan@kr.kpmg.com	조일상 상무 T 02-2112-7916 E ijo@kr.kpmg.com	도정욱 상무 T 02-2112-7832 E jungwookdo@kr.kpmg.com	김수광 상무 T 02-2112-6798 E sukwangkim@kr.kpmg.com	김태준 상무 T 02-2112-7013 E tkim@kr.kpmg.com
김중규 상무 T 02-2112-3238 E joongkyukim@kr.kpmg.com	이주형 상무 T 02-2112-3473 E juhyunglee@kr.kpmg.com	이상기 상무 T 02-2112-3441 E sangkilee@kr.kpmg.com	조한얼 상무 T 02-2112-0669 E hjo@kr.kpmg.com	이재영 상무 T 02-2112-6632 E jlee79@kr.kpmg.com
김재민 상무 T 02-2112-0493 E jaeminkim@kr.kpmg.com				

home.kpmg/kr

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2025 KPMG Samjong Accounting Corp., a Korea Limited Liability Company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.