



삼일회계법인

급식 산업의 현재와 미래

한끼의 가치, 산업이 되다

삼일PwC경영연구원 | Industry Focus

November 2025



들어가며

“점심 한 끼 값이 1만 원을 훌쩍 넘는 시대,
국민 세 명 중 한 명은 여전히 구내식당에서 식사를 해결한다.”

최근 외식 물가 상승과 경기 침체 속에서 단체급식은 가성비 있는 대안으로 재조명되고 있다. 학교, 산업체, 병원, 군대 등 국민 생활 전반에 걸쳐 제공되는 급식은 단순한 식사 이상의 의미를 가지며, 이제는 기업 경쟁력과 복지 수준을 가늠하는 지표로까지 확장되고 있다.

그러나 이 산업은 동시에 구조적 과제를 안고 있다. 인구 감소, 원자재 가격 불안정, 인건비 상승, 입찰 경쟁 심화 등으로 수익성이 악화되었고, 특히 중소기업들은 생존 위기에 직면해 있다. 반면 대기업들은 식자재 유통, 해외 진출, 케어푸드, 디지털 전환 등을 통해 새로운 성장 동력을 확보하며 시장 판도를 주도하고 있는 상황이다.

본 보고서는 이러한 양극화된 현실과 함께 국내 급식 시장의 구조와 한계, 주요 기업들의 사업 전략, 글로벌 선도 기업들의 사례, 향후 트렌드와 전망을 종합적으로 다룬다. 특히 Compass Group, Sodexo, Aramark 등 글로벌 기업들의 M&A, 디지털화, ESG 전략을 분석하여, 국내 급식업계가 지속가능한 성장을 위해 나아가야 할 방향을 제시한다.

앞으로의 급식 산업은 단순히 ‘많은 사람에게 식사를 제공하는 사업’을 넘어, 푸드테크, 개인 맞춤화, ESG 내재화, 토탈 솔루션이 결합된 **‘종합 푸드서비스 플랫폼’**으로 진화할 가능성이 높다. 이는 기업 복지, 지역 사회, 국가 식문화 전반에 파급 효과를 가져올 것이며, 이에 따라 시장 참여자들에게는 위기와 기회가 동시에 생겨날 것이다.

본 보고서가 현재 급식산업의 위기를 기회로 전환하기 위한 실질적 통찰을 제공할 수 있길 기대한다.

Contents

들어가며	01
I. 급식 산업의 현재	03
급식 산업이란	04
급식 시장 현황	05
II. 급식업체 미래 전략 분석: Big 5 중심으로	10
주요 급식업체 현황	11
국내 급식업체들의 생존 전략 분석	17
글로벌 Top 급식업체들의 사업 전략 분석	26
III. 급식 산업의 미래: 트렌드 변화 및 전망	33
IV. 시사점 및 전략적 제언	40
Appendix	48



I

급식 산업의 현재

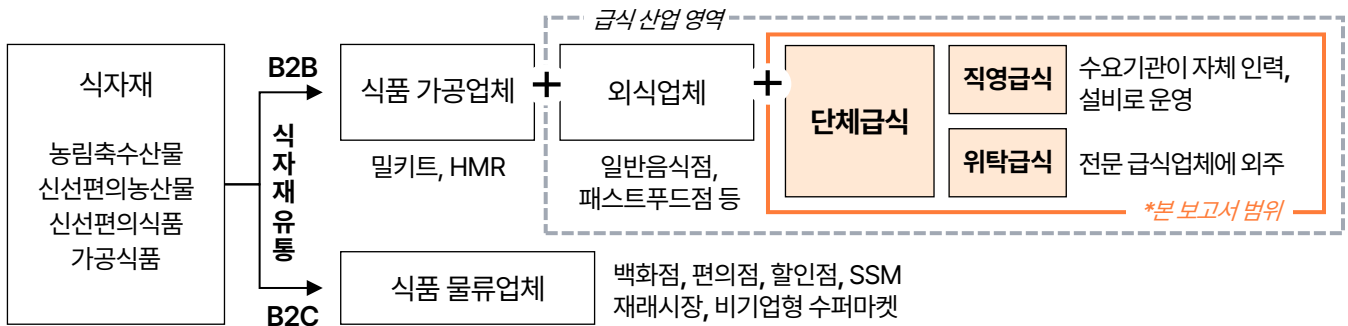


급식 산업이란

급식 산업이란 가정 외의 장소에서 비상업성 또는 상업성 목적으로 고객에게 식사와 이를 위한 서비스를 제공하는 업종이다. 고객에게 식사와 이를 위한 인적 서비스, 분위기, 식사의 편의 등을 제공하는 서비스 업종으로, 일반적인 급식은 물론 숙박, 관광, 레저 등 서비스 산업을 총칭한다.

- 급식 산업 초기에는 비영리를 목적으로 한 '단체급식'과 영리를 추구하는 '외식 산업'으로 구분되었음
- 식품위생법에 따르면, '단체급식소(집단급식소)'란 영리를 목적으로 하지 아니하면서 특정 다수인에게 계속적으로 음식물을 공급하는 기숙사, 학교, 병원, 산업체, 사회복지시설, 공공기관, 기타 후생기관의 급식 시설을 뜻함
- 1990년대부터 '위탁급식'의 형태가 등장하며 단체급식에서도 영리를 목적으로 하는 사업 형태가 가능하게 됨. 2000년대에 들어서 급식시장에서는 식자재, 식품제조, 외식 사업 등을 시작하거나, 푸드코트(food court)와 같은 다양한 급식 형태를 시도하며 이윤창출 방안을 모색 중

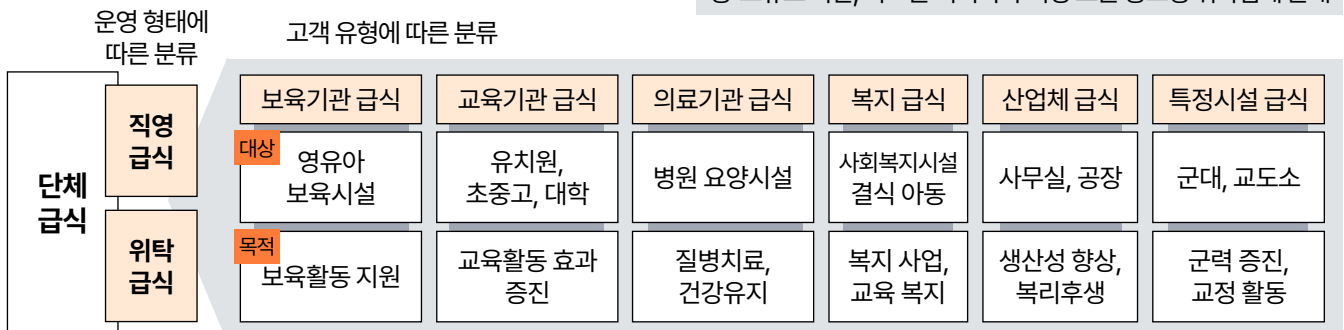
급식 사업 Value Chain – 식자재 사업과 직결됨



자료: 언론종합, 삼일PwC경영연구원

단체급식의 분류

대기업, 공공기관, 군대 등 대형 사업장은 전문업체 위탁 비중 ↑
중·소규모 기관, 학교는 지역특화 직영 또는 중소형 위탁업체 혼재



자료: 언론종합, 삼일PwC경영연구원

급식 시장 현황

국내 급식 시장은 주로 학교, 의료기관, 산업체 등에 제공되는 단체급식을 중심으로 운영되고 있으며, 국내 단체급식 시장 규모는 '22년 기준 약 21조 2,000억원(민간 11조 5,000억, 공공 9조 7,000억)으로 추산된다.¹⁾

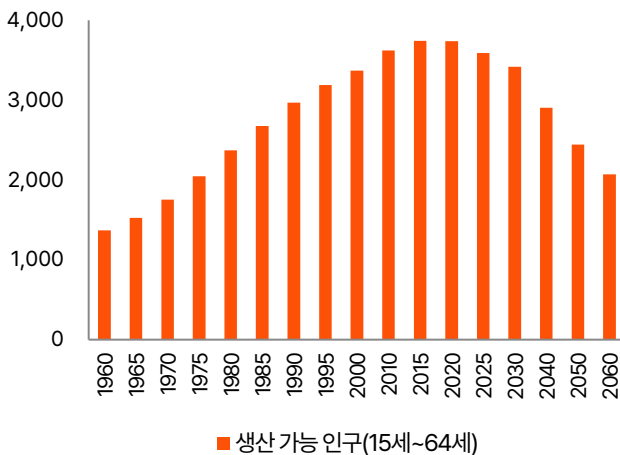
- '20년 기준 어린이집, 유치원, 학교, 군대, 산업체, 사회복지시설, 병원, 교정시설 등 8개 대표적인 급식시설의 하루 이용 인원은 평균 1,700만 명에 달했으며, 이는 국민 3명 중 1명이 급식으로 식사를 해결하는 수준

구조적 문제로 수익성 부담 존재

단체급식 사업은 경쟁 입찰을 통해 수주를 받으면 설비를 투자하고 이를 통해 사업을 운영하기에, 기본적으로 수주를 위한 안정적인 식수가 확보되지 않으면 고정비에 대한 부담이 가중되는 구조이다.

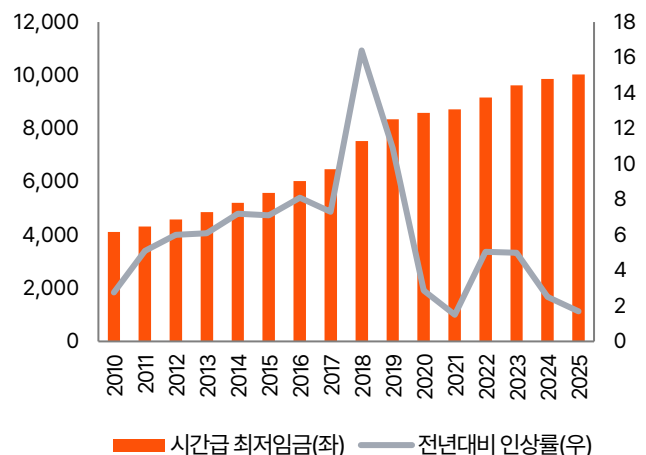
- 이에 국내 단체급식 시장은 ① 국내 생산 가능 인구 감소, ② 입찰 경쟁 심화, ③ 원자재 가격 불안정성, ④ 인건비 증가 등의 대응해야 하는 과제 보유 → 수익성이 낮고 성장잠재력이 약해 새로운 사업 기회 모색 필요
- 그나마 인건비, 대규모 사업장 수주, 인프라 설비를 위한 금액을 감당할 수 있는 대기업들이 시장 경쟁력을 갖추고 있으며, 이에 반해 중소기업들은 비용 부담으로 경쟁력이 낮아질 수 밖에 없는 구조

국내 생산 가능 인구 추이 (단위: 만 명)



자료: KOSIS, 삼일PwC경영연구원

연도별 최저임금 현황 (단위: 원, %)



자료: 최저임금위원회 '임금실태 등 분석', 삼일PwC경영연구원

1) 농림축산식품부 발표('25.06). 다만, '22년은 코로나19가 겹친 시기였기에 당시 재택근무, 비대면 활동 등을 고려하면 현재 시장규모는 이보다 훨씬 성장했을 것으로 판단됨

그러나 시장 성장의 잠재력은 보유

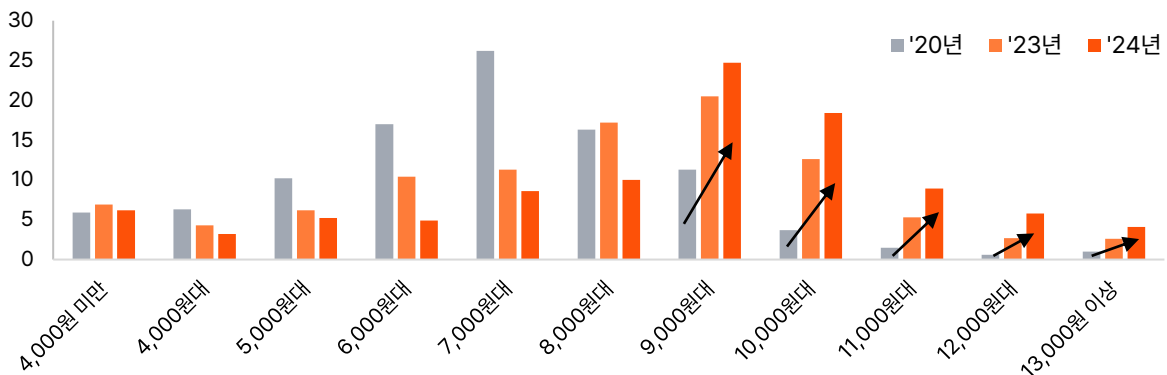
주목할 점은, 최근 지속적인 경기 침체와 외식 물가 상승세로 인해 상대적으로 저렴하고 질 높은 단체급식 시장이 가성비 있는 대안으로 떠오르며 성장세를 보이고 있다는 것이다.

단체급식 시장은 ① 런치플레이션(Lunch + Inflation, 점심 물가 상승), ② 직원 복지를 중시하는 기업 문화 확산, ③ 시장 확대(군부대, 아파트, 복지시설 등), ④ 그룹사 해외 진출 등에 힘입어 중장기적으로 성장세를 이어갈 것으로 전망된다.

① 런치플레이션 현상으로 외식비 부담이 커지며 구내식당 수요 증가

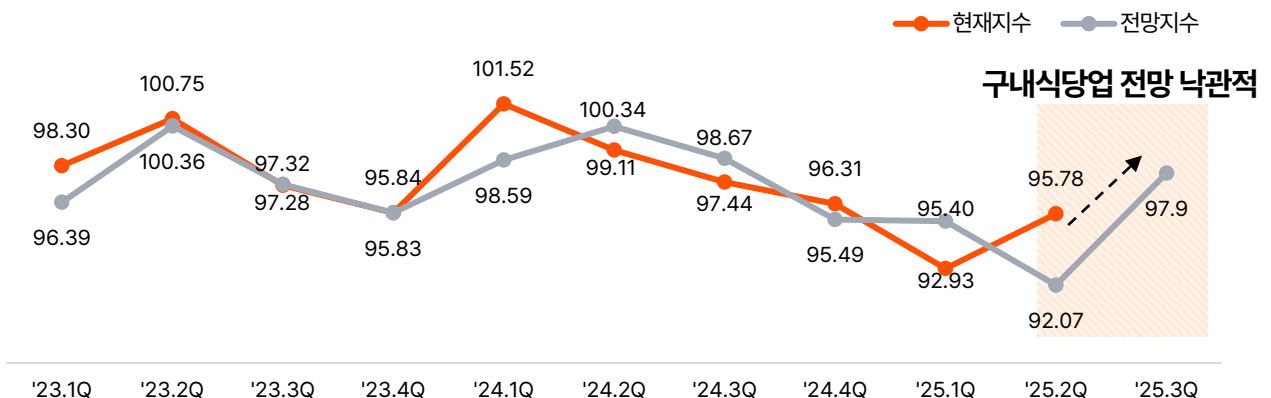
- '24년 기준 직장인들의 평균 점심값으로 9,000원대(24.7%)가 가장 많았고, 10,000원대(18.4%)가 뒤를 이었으며, 8,000원대(10.0%), 11,000원대(8.9%), 7,000원대(8.6%) 등으로, 점심값이 전년 대비 크게 늘어난 수준
- '25년 2분기 기관 구내식당업의 외식산업경기동향지수는 지난 1분기 대비 2.85p 높은 95.78로 나타남. 다음 분기 전망지수는 97.9로 지난 2분기 대비 5.83p 상승한 것으로 나타나 다음 분기 외식산업 경기를 긍정적으로 전망함

직장인 점심식사평균 비용 추이 (N=1000, 단위: 동의율(%))



자료: 엠브레인트렌드모니터, 언론종합, 삼일PwC경영연구원

기관 구내식당업 동향지수



자료: 농림축산식품부(2025), 삼일PwC경영연구원

㉔ '직원 복지 = 기업 이미지' 전략으로 사내 급식 개선 필요성 ↑

- 사내 급식은 이제 단순히 식사 제공을 넘어, 직원의 만족도와 업무 효율성을 높이는 동시에 기업 이미지를 개선할 수 있는 전략으로 떠오르고 있음
 - 시장조사 전문기업 트렌드모니터가 발표한 설문조사('25.01)에 따르면, 직장인의 76.7%가 "구내식당은 직원 복지를 위한 중요한 제도"라고 답했으며, 80%가 "고물가 속에서 구내식당이 더욱 필요해질 것"이라고 답함
- 이에 기업들은 급식 서비스의 질적 향상(다양한 메뉴, 건강한 식단 등), '맛점(맛있는 점심)'에 민감한 MZ세대 직원의 니즈 반영, 급식 서비스를 통한 소통 및 공감대 형성 활동 등을 전개해나가며 건강한 조직 문화를 구축하고, 기업의 전반적 경쟁력을 강화하고자 함
- 직장인들은 사내 급식 서비스 개선을 위해 사내 의견 개진을 넘어 외부에 공론화 하기도 하며, 인터넷 커뮤니티나 소셜미디어에서 사내 급식을 찍어 올려 서로 평가 또는 이슈화하는 등 사내 급식에 대해 민감한 태도를 보임

사내 급식으로 유명한 회사

기업명	사업부문	사내 급식 특징
엔씨소프트	게임·IT	사내 식당에 메뉴 5가지 중 하나 택하여 먹을 수 있음. 4가지 메뉴를 제공하는 '테이크아웃' 코너 보유
크래프톤	게임·IT	세 끼를 무료로 제공. 호텔급 메인 요리, 다양한 샐러드와 브런치 메뉴와 라면, 맥주(특정 요일 제공), 간식 등을 무제한으로 이용 가능
넥슨	게임·IT	점심을 무료로 제공하며 두 가지 메뉴 중 하나를 자유롭게 선택. 다이어트 중이거나 간단한 한 끼를 선호할 경우 샐러드박스도 해결 가능
데브시스터즈	게임·IT	호텔 출신의 셰프가 직접 요리해주며, 아침, 점심, 저녁 모두 제공되고 일반식부터 다이어터를 위한 건강식까지 다양하게 제공
GS그룹	에너지/유통/ 건설 등	'랩스터 급식'으로 화제가 됐던 고등학교 영양사를 지난해 스카우트하여 매일 아침과 점심, 간식을 제공
여기어때	숙박·레저	세 끼를 무료로 제공. 메인 메뉴 제외 자율배식이라 양 마음껏 조절 가능하며, 사내카페도 저렴하게 이용 가능

자료: 언론종합, 삼일PwC경영연구원

'여기어때' 사내 급식



자료: 여기어때, 삼일PwC경영연구원

'데브시스터즈' 사내 급식

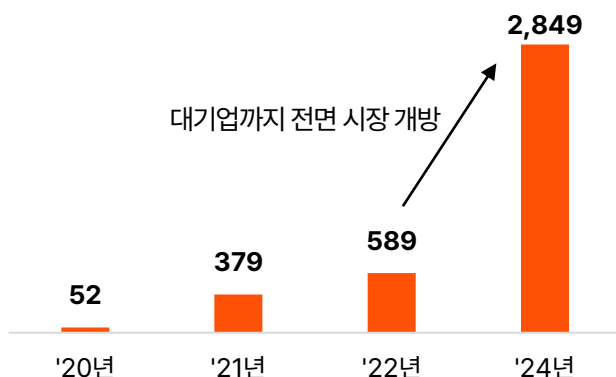


자료: 데브시스터즈, 삼일PwC경영연구원

③ 단체급식 시장은 군부대와 프리미엄 아파트 등 신규 시장 진출로 확대되고 있으며, 이에 따라 전체 시장 규모가 증가하고 기업들의 수주 경쟁은 심화될 것으로 전망됨

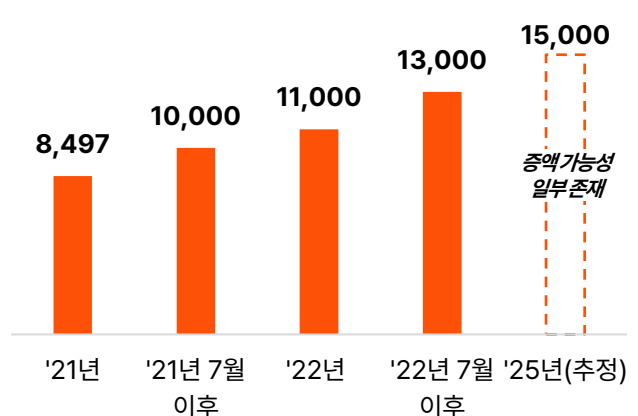
- 정부는 올해부터 군부대 급식 시장을 중견기업에서 대기업까지 전면 개방함에 따라 새로운 먹거리를 둘러싼 치열한 업계 경쟁이 예상됨.
 - 군 급식 민간 위탁사업은 '21년부터 시작되었으며, 중견기업인 풀무원과 동원홈푸드가 주도해옴.
 - '21년 코로나19 격리 장병에 대한 부실급식 논란을 기점으로 민간 위탁급식이 확대되었으며, 또한 병력자원 감소 및 복무기간 단축에 따른 조리병 부족 문제에 대응하고자 국방부는 군 급식 위탁 사업을 점진 확대 중
 - *국방부 계약물량 '22년 30% → '23년 50% → '24년 70% → '25년 전면 개방
 - 국방부는 현재 8개 급식업체와 계약을 맺어 26개 부대에 민간 급식을 제공하고 있는데, 이를 49개(전체 군 인원의 15%)까지 대폭 확대하기로 하여 올해에만 23곳 부대를 대상으로 한 입찰 시장이 열리는 것
- 고물가 시대에 저렴하면서도 편리한 급식 서비스에 대한 입주민의 수요 증가세에 주목하며 프리미엄 아파트 급식 서비스는 단체급식 시장의 차세대 먹거리 사업으로 떠오름
 - 수천세대가 모여있는 만큼 안정적인 수요 확보가 가능하고, 아파트에서 제공되는 다양한 커뮤니티 서비스가 입주민의 삶의 질을 높여 결과적으로 아파트의 자산 가치 상승에 기여한다는 인식이 높아져 업계에서는 이 시장을 주목 중
 - 기업들은 단지 내에서 직접 조리한 식사를 제공하는 것뿐만 아니라 디저트 카페, HMR(가정간편식) 등 입주민의 라이프스타일에 맞춘 차별화된 컨시어지* 서비스로 시장을 개척할 전망
 - * 고객의 다양한 요구를 신속하고 세심하게 해결해주는 지원 서비스

군 위탁급식 발주금액 (단위: 억 원)



자료: 언론종합, 삼일PwC경영연구원

군 급식 1인당 단가, 1일 기준 (단위: 원)

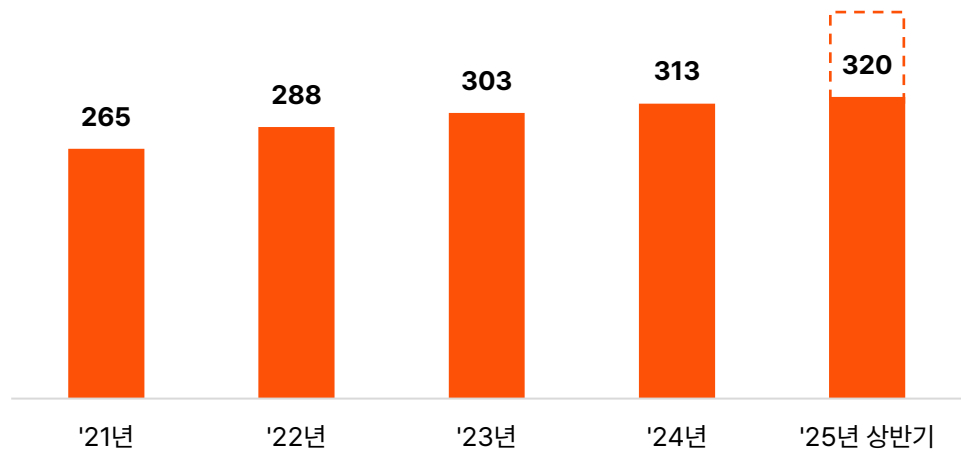


자료: 언론종합, 삼일PwC경영연구원

㉔ 국내 대기업 그룹사의 경우 해외 사업장이나 현지 법인 등 계열사 인프라를 활용해 단체급식 사업 확장이 가능. 특히 K-푸드의 인기에 힘입어 해외 현지 기업들의 한국 급식에 대한 호감도가 증가함에 따라 국내 단체급식 업계에서는 신규 사업장 확보와 함께 입지를 다지는 중

- 최근 국내 주요 급식업체 3개사(삼성웰스토리, 아워홈, 현대그린푸드)의 해외 급식 사업장 수가 꾸준히 늘고 있음. 3개사의 해외 급식 사업장은 '20년 253곳 → '24년 말 313곳 → 올해 상반기 기준 320곳을 넘어섬
- 국내 단체급식업체는 해외 시장에 진출한 그룹사 물량에 의존했으나, 최근에는 해외 급식 사업장과 계약을 체결하며 사업 범위를 확대 중
 - 대표적으로 삼성웰스토리의 해외 급식 사업장의 80%는 그룹 내부가 아닌 외부 고객사임
 - *주요 외부 고객사: FPT소프트웨어(베트남), 미쉐린(중국), 이노라이트(중국), 리젠트(홍콩)
- 식품의약품안전처(식약처)에서는 올해 초 '주요국 급식 관련 식품 위생 규정 및 현황'을 공개하며 국내 단체급식 업체들의 해외 시장 진출을 지원. 업체들은 주요국 급식 안전관리 제도 이해를 높이고, 수출상대국 규정 위반에 따른 행정제재 등 시행착오를 최소화할 수 있을 것
 - 미국, 캐나다, 인도, 중국, 베트남, 사우디아라비아, 아랍에미리트 등 7개국의 급식 안전 법령, 인허가 절차, 담당 기관, 시설기준 및 영업자 준수사항, 행정처분 기준 등이 담김

국내 급식 3사* 해외 사업장 수 (단위: 곳)



*삼성웰스토리, 아워홈, 현대그린푸드
자료: 언론종합, 삼일PwC경영연구원

II

급식업체 미래 전략 분석: Big 5* 중심으로

*삼성웰스토리, 아워홈, 현대그린푸드, CJ프레시웨이, 고메드갤러리아(구 신세계푸드)



주요 급식업체 현황

대기업 중심의 과점 구조

국내 단체급식 시장은 대기업 계열사 중심의 과점 구조를 보이고 있으며, 최근까지 국내 상위 5개 업체가 전체 시장의 약 80% 점유율을 차지하며 시장을 주도했다.

- 국내 상위 5개 업체 단체급식 시장점유율('24년 기준)¹⁾: 삼성웰스토리(28.5%), 아워홈(17.9%), 현대그린푸드(14.7%), CJ프레시웨이(10.9%) 신세계푸드(7%)

다만, 올해 5월 한화호텔앤리조트의 아워홈 인수(약 8,695억 원), 8월 아워홈 자회사 고메드갤러리아의 신세계푸드 급식 사업 인수(약 1,200억원)²⁾에 따라 시장 경쟁 구도가 'Big 5' 체제 → 'Big 4' 체제로 바뀌게 되었다.

- 한화의 점유율이 약 25%로 증가하며, 1위인 삼성웰스토리와 함께 양강 체제를 형성

*단, 본 보고서는 아워홈과 고메드갤러리아(구 신세계푸드)를 개별적으로 다루고 있음
이에 'Big 5' 중심으로 급식업체 현황을 정리했음을 참고

국내 급식업계가 대기업 중심으로 돌아가는 이유는 대기업 계열사 사내식당에서 안정적으로 일감을 받으며 시장점유율을 늘릴 수 있기 때문이다. 급식업체 선정은 경쟁 입찰로 이뤄지나, 대부분 기존 업체와 계약을 유지하는 경향이 강하여 대기업들이 해당 시장을 분할하는 구조가 오랫동안 유지되어 왔다.

- 지난 '21년 4월 대기업 8곳은 단체급식 일감을 전면 개방하겠다고 선언한 바 있으나³⁾, 결과는 취지와 달리 구내식당 위탁운영 사업권 대다수가 다른 대기업이나 중견기업에 돌아간 것으로 나타남
- 결국 대기업 계열사들은 여전히 내부 거래를 선호하고, 공공기관 급식도 실적과 납품 경험이 어느정도 있어야 참여가 가능
→ 중소기업은 영세성을 극복하기 어려운 구조

1) '19년 공정거래위원회 발표. '19년 기준 시장 점유율이나, 업계에서는 해당 시장점유율은 현재에도 크게 변동이 없을 것으로 분석되고 있음

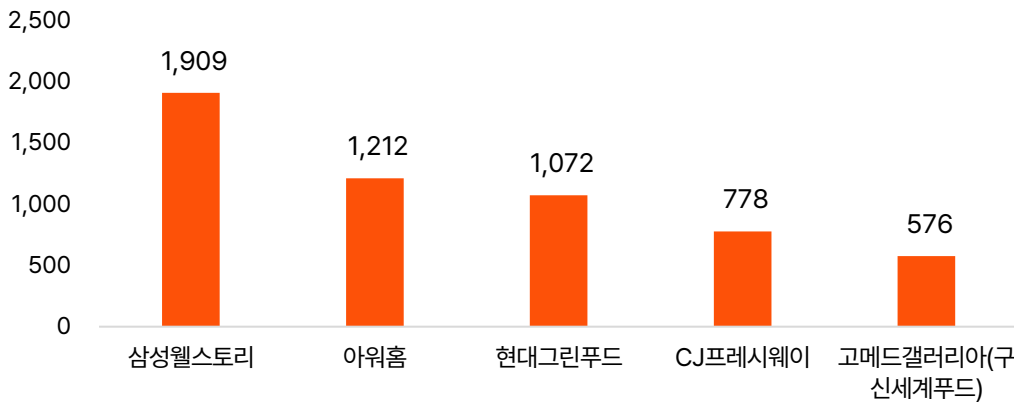
2) '25년 10월 15일 신세계푸드 급식 사업부 영업양도 주주총회 승인

3) '21년 4월 5일 공정거래위원회가 삼성, 현대자동차, LG, 현대중공업, 신세계, CJ, LS, 현대백화점 등 8개 대기업과 '단체급식 일감 개방 선포식'을 개최하여, 그동안 계열사나 친족 기업에 몰아주던 단체급식 일감을 외부에 공개하여 경쟁입찰을 통해 개방하기로 선언

대기업 현황

국내 단체급식업계 1위는 삼성웰스토리로, '24년 기준 급식 사업 매출은 약 1조 9천억원으로 추정되며, 이는 전체 매출액의 약 60%에 해당하는 규모이다. 업계의 2위는 아워홈으로 '24년 급식 사업 매출은 약 1조 3천억원으로 추정된다. 3위는 현대그린푸드, '24년 급식 사업 매출은 약 1조 720억원이다.

'24년 국내 상위 5개 급식업체 급식 사업 매출 (단위: 십억 원)



주: 연결 기준, 삼성웰스토리와 아워홈 급식 사업 매출은 추정치(삼성웰스토리: 전체 매출의 60%, 아워홈: 전체 매출의 54%)
 자료: 금융감독원 전자공시시스템, 각 사, 언론종합, 삼일PwC경영연구원

국내 상위 5개 급식업체 현황

급식업체	전체 매출 중 급식 사업 비중	현황
삼성웰스토리	60%	<ul style="list-style-type: none"> '13년 삼성에버랜드 급식 사업부문에서 독립 삼성 계열사(삼성전자, 삼성디스플레이 등)가 주요 고객, 그 외 대규모 기업 사업장, 학교, 병원 등 고객 보유 위탁 급식 사업장 560여곳
아워홈	54%	<ul style="list-style-type: none"> '00년 LG유통의 급식 사업부에서 독립 LG계열사가 주요 고객, 그 외 병원, 학교, 공공기관 등 고객 보유 위탁 급식 사업장 610여곳
현대그린푸드	47%	<ul style="list-style-type: none"> '68년 지주회사 현대지에프홀딩스 설립 과정에 분사 현대 계열사(현대자동차, 현대중공업 등)가 주요 고객, 그 외 외식 브랜드 호텔 사업도 영위 중 위탁 급식 사업장 680여곳
고메드갤러리아 (구 신세계푸드)	37%	<ul style="list-style-type: none"> '79년에 신세계그룹 식품 제조 계열사로 설립 '21년부터 같은 그룹 구내식당을 중소기업체에 개방한 후 프랜차이즈, 식자재 유통 사업에 집중 위탁 급식 사업장 130여곳
CJ프레시웨이	24%	<ul style="list-style-type: none"> '88년에 CJ그룹 식품 전문 계열사로 설립 구내식당 위탁 운영보다 식자재 유통 사업에 집중(매출의 약 80%가 식자재 유통) 위탁 급식 사업장 550여곳

자료: 금융감독원 전자공시시스템, 각 사 지속가능경영보고서, 언론종합, 삼일PwC경영연구원

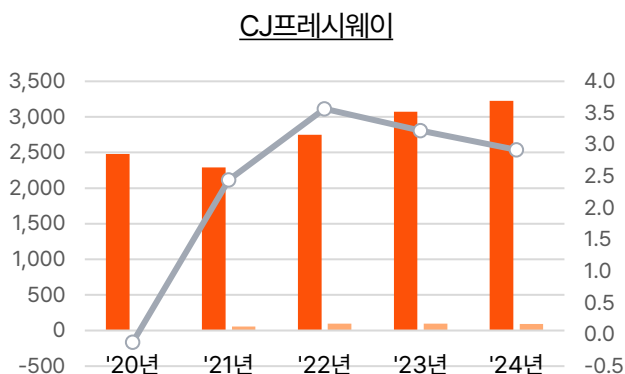
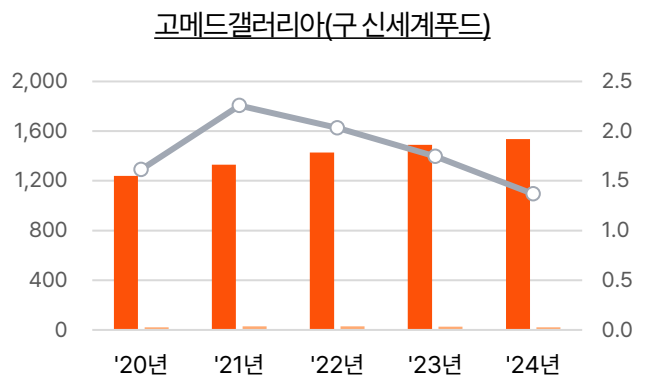
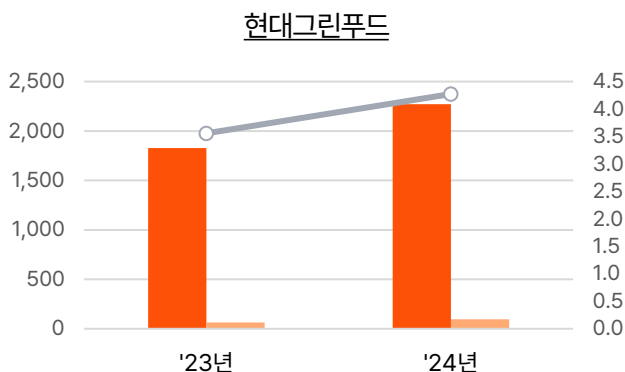
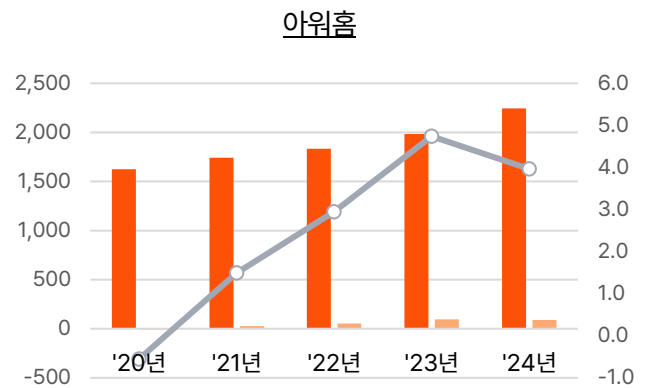
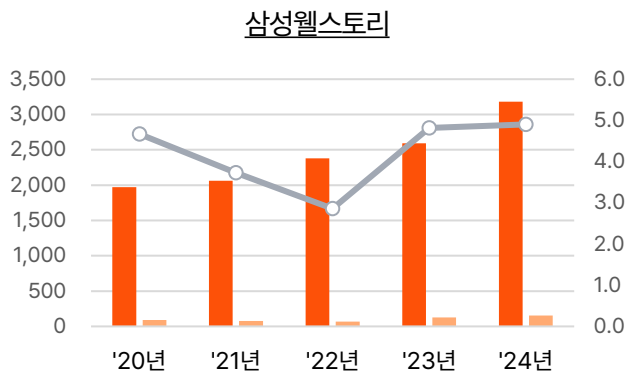
대기업 실적: 매출은 상승 vs. 수익성은 하락

지난 5년간 국내 상위 5개 급식업체들의 매출은 지속 상승세를 보였으나, 최근 들어 영업이익률은 떨어지거나 큰 변동이 없는 추세를 보였다. 즉, 급식업체들의 매출은 증가 추세에 있으나, 고물가에 따른 식재료비 및 인건비 상승과 낮은 급식단가로 인해 수익성은 하락한 것으로 분석된다.

- 특히 고메드갤러리아(구 신세계푸드)는 '21년부터 영업이익률이 지속 하락세를 보였는데, 가장 큰 원인 중 하나가 급식 사업의 부진이었음. 이에 기업은 올해 9월 초에 급식 사업부를 아워홈에 매각하여 재무건전성 개선을 위한 사업 재편을 진행함
- 아워홈의 경우는 '24년 역대 최대 매출 달성했으나, 원가와 인건비 등 운영비용 상승으로 인해 전년 대비 영업이익이 소폭 하락함

국내 상위 5개 급식업체 실적 추이 (단위: 십억 원, %)

매출(좌) 영업이익(좌) 영업이익률(우)



주: 현대그린푸드는 '23년 4월에 기업분할하고 새로 상장하여 '23년 이전 실적은 공시되지 않음

자료: 금융감독원 전자공시시스템, 삼일PwC경영연구원

올해 상반기 실적을 전년 대비 비교해봐도 국내 상위 급식업체들이 외형성장은 달성했으나, 수익성은 하락한 것을 확인할 수 있다. 이들은 계열사간 이루어지는 안정적인 내부 거래 시장이 있음에도 불구하고 원자재 가격 및 통상임금 상승과 입찰 경쟁 심화로 인해 수익성이 저하되고 있다.

- '24년 매출 3조원 클럽에 입성한 삼성웰스토리의 경우 타사에 비해 올해 상반기 매출액은 1조 5,990억원으로 전년 대비 7.2% 상승했으나, 영업이익은 640억원을 기록하며 전년 대비 17.9% 감소함
→ 삼성웰스토리는 타사 대비 수익성 하락이 큰 상황으로 이는, 급식 사업 비중이 높을수록 기업 실적이 더 악화된 것으로 분석됨
- 고메드갤러리아(구 신세계푸드)의 상반기 영업이익률은 1.1%p 상승함. 이는 올해 전 사업 부문의 비용 절감 및 효율화 작업에서 기인한 것으로 추정됨
- 업계에서는 '21년부터 대기업 위탁 급식이 전면 개방됨에 따라 계열사간의 내부 시장이 더 이상 안정적인 수익처가 아니라는 의견이 존재
→ 급식에 대한 수요는 커지고 있으나, 지속가능한 수익 구조를 위해 국내 주요 급식업체들의 체질 개선이 필요한 시점

국내 주요 급식업체 상반기 실적 현황 (단위: 억 원)

구분		'23년	'24년	'25년	YoY
삼성웰스토리	매출액	13,680	14,910	15,990	7.2%
	영업이익	660	780	640	-17.9%
	영업이익률	4.8%	5.2%	4.0%	-1.2%p
현대그린푸드	매출액	10,552	11,019	11,227	1.9%
	영업이익	583	637	631	-0.9%
	영업이익률	5.5%	5.8%	5.6%	-0.2%p
CJ프레시웨이	매출액	14,770	15,427	16,819	9.0%
	영업이익	447	406	380	-6.4%
	영업이익률	3.0%	2.6%	2.3%	-0.3%p
고메드갤러리아 (구 신세계푸드)	매출액	7,193	7,758	7,301	-5.9%
	영업이익	126	143	214	49.7%
	영업이익률	1.7%	1.8%	2.9%	1.1%p

자료: 언론종합, 삼일PwC경영연구원

중소기업 현황: 일부 파산 위기, 지원 절실

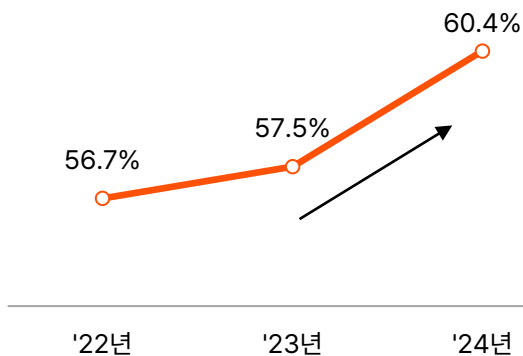
일감이 모두 대기업 또는 중견기업에게 몰리는 급식업계의 양극화 현상으로 인해 일부 중소기업들은 수익성 악화로 파산 위기까지 이른 상황이다. 특히 인력 수급과 저가 급식 문제로 인해 중소기업들은 감당하기 어려운 임계점 수준이다.

- 중소기업들은 대부분 학교급식과 공공급식 위주로 위탁하는데, 특히 학교급식이 경우 매년 증원되는 인력보다 이탈 인력이 많은 상황. 민주노총 전국학교비정규직노조에 따르면, 올해 3월 기준 전국 17개 시·도교육청 조리실무사 채용 미달률은 평균 29.1% 수준
 - 이탈 인력이 많은 주요 요인으로는, 높은 노동강도, 조리 중 발암물질 노출로 인한 폐암발생 우려, 산업체 급식으로의 이동 등이 있음. 그러나 중소기업들에겐 이를 해결할 외국인근로자 채용*이나 인프라 투자를 할 역량이 부족함

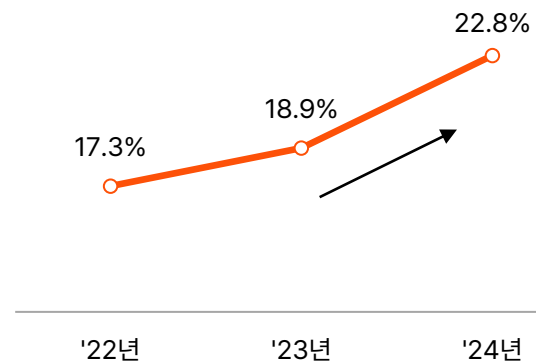
*외국인 취업비자 중 제조업과 농축수산업에 해당되는 비전문취업비자 'E-9'는 단체급식업에 적용되지 않음
- 또한, 산업체 급식이 최소 7,000원 이상의 급식단가를 형성한 반면, 공공급식 단가는 5,000원 수준으로, 식자재 가격이 상승하는 마당에 중소기업들은 적자를 볼 수 밖에 없음. 그럼에도 불구하고 중소기업들은 산업체 급식 수주를 위한 목적으로 공공기관 구내식당 운영 이력을 쌓는 중

중소기업들은 대기업과 달리 인력 확보, 식자재 대량 매입을 통한 가격경쟁력 실현, 자체 내부시장 등 환경 변화에 대응할 여력이 부족하다. 이에 정부의 위탁 급식 시장 개방, 인프라 투자, 외국인근로자 취업비자 허용 등 정책적 지원이 절실한 상황이다.

급식실 조리실무사의원면직 비율



급식실 입사 후 6개월 이내 퇴사 비율



자료: 민주노총 전국학교비정규직노조(정혜경 진보당 의원실 '25.04), 언론종합, 삼일PwC경영연구원

일부 중소기업은 지속되는 실적 악화로 인해 매각 내지 사업정리를 고민하는 것으로 나타났다. 업계에 따르면, '24년 영업적자를 낸 중소기업이 상당수에 이르며, 영업이익을 낸 중소기업들마저 전년보다 절반 이상 줄어들었다.

- 예로, 지난 25년간 수도권 소재관공서와 프로 스포츠 구단에 급식을 제공하며 중소기업 중 입지를 다져왔던 '미셀푸드서비스'는 인력 운영의 어려움으로 인해 결국 직원 소유 모델로 승계를 지원하는 '리버티랩스'라는 회사에 매각하기로 결정('25년 2월 발표)
- 중소기업 중 매출 상위권에 있는걸로 알려진 '미셀푸드'는 '24년 641억원의 매출에 약 15억원의 영업손실을 내며 수익 악화를 겪고 있음

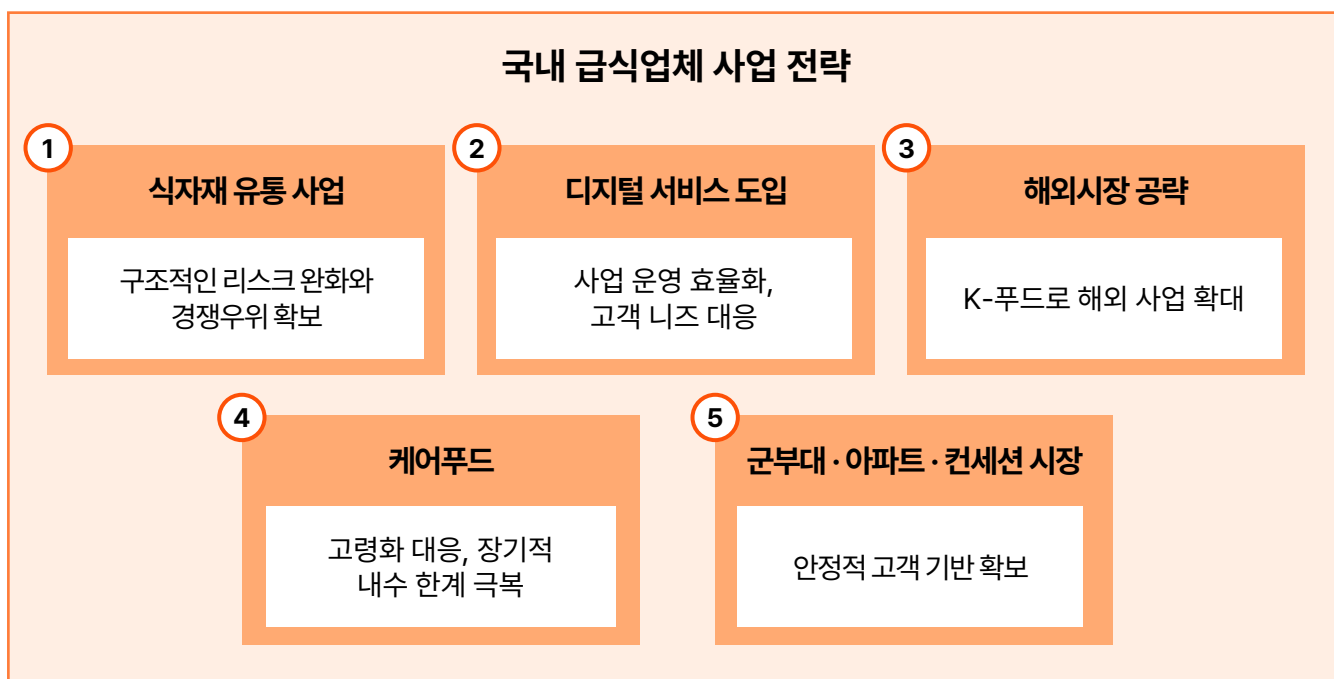
국내 주요 중소기업 실적 현황 (단위: 억 원, %)

중소기업		실적 구분	'22년	'23년	'24년
미셀푸드	학교와 병원 전문화	매출액	614	687	641
		영업이익	18	8.6	-15
		영업이익률	2.93	1.25	-2.34
에이치앤포세카	(삼성전자) 베트남 급식 사업 수행	매출액	567	543	437
		영업이익	32	15	-0.7
		영업이익률	5.64	2.76	-0.16
진풍푸드서비스	국내 급식시장내 오랜 업력 보유	매출액	190	201	138
		영업이익	6.1	-0.8	-6.4
		영업이익률	3.21	-0.40	-4.64
삼주외식산업	관공서, 기업체 교육기관 전문화	매출액	144	162	176
		영업이익	0.098	0.5	-0.13
		영업이익률	0.07	0.31	-0.07
제이에스지	중부권 대표 급식 업체	매출액	150	163	158
		영업이익	7.4	9.5	7.4
		영업이익률	4.93	5.83	4.68

자료: 금융감독원 전자공시시스템, 언론종합, 삼일PwC경영연구원

국내 급식업체들의 생존 전략 분석

국내 주요 급식업체들은 미래 성장동력 확보 및 단체급식 사업의 성장세를 이어가기 위해 새로운 시장 및 기술을 개척 중이다. 이들의 사업 전략은 크게 ① 식자재 유통 사업 확대, ② 디지털 서비스 도입, ③ K-푸드 해외시장 공략, ④ 케어푸드, ⑤ 군부대·아파트·컨세션 시장 진출로 구분될 수 있다.



식자재 유통 사업으로 리스크 완화

① 급식업체들에게 식자재 유통 사업 확장은 단순 수익 다각화를 넘어 구조적인 리스크 완화와 경쟁우위 확보로 직결됨

- 단체급식 사업은 단가 계약(1~3년) 구조이기 때문에 식자재 가격 변동에 직접적으로 노출되는데, 식자재 유통망을 보유하면 직접 조달 및 대량 구매를 통한 원가 절감이 가능해져 마진 압박을 완화할 수 있음
→ 단가 경쟁력 확보를 통해 수주 경쟁에서 우위 달성 가능
- 단체급식 계약만으로는 학생 및 생산가능인구 수 감소, 경기 사이클 등 구조적 리스크에 취약할 수 있으나, 식자재 유통 사업을 병행할 시 식당, 프랜차이즈, 편의점 등, 다양한 B2B 납품으로 매출 안정성을 확보할 수 있음
→ HMR, 온라인 배송 등과 연계되면 B2C까지 시장 확장 가능
- 고객사에게 “급식+식자재유통+외식업 컨설팅”을 패키지로 제공하여, 급식 시설 운영 및 식자재 유통 사업을 일원화하며 고객사에게 더욱 효율적인 서비스를 제공
→ “푸드서비스 파트너”로 입지 강화, 고객사 재계약률 제고

국내 주요 급식업체 식자재 유통 사업 확대 전략

급식업체	구분	내용 상세
CJ프레시웨이	M&A	- 올해 8월 'O2O(Online To Offline) 테크센터'를 신설하여 기존 오프라인 식자재 유통 역량을 온라인으로 확장, 고객 편의 증진을 위한 전방위 기술을 지원 - 올해 4월 식자재 유통 자회사 프레시원과 합병계약 체결해 대규모 영업망 확보, 구매력 강화
	컨설팅	- 식자재 유통 고객사의 사업 홍보를 지원하는 프로그램 '맛있는 동행' 운영 - 30여개 외식 고객사에 솔루션 제공 중, 올해부터 소상공인 운영 음식점까지 확대할 계획
삼성웰스토리	컨설팅	- '21년부터 식자재를 공급하는 고객사를 대상으로 가맹 상권 분석, 홍보마케팅, 위생 안전 등에 대한 노하우를 전달하는 '360솔루션' 제공 중 - 서비스를 받은 외식 고객사 43곳의 가맹점 수 35% 증가, 식자재 공급액 30% 증가
현대그린푸드	인프라	- 물류창고 운영 면적 50% 확대, 식재 유통 담당 직원 20% 이상 증원하는 등 인프라 확대를 통해 원활한 식재 유통과 소싱 능력을 강화
	고객 확대	- '24년 프리미엄 버거 레스토랑 '고든램지 버거', '고든램지 스트리트 버거'의 국내 매장에 모든 식자재를 공급하는 계약 체결. (+ 쌀국수 브랜드 '포메인', 샌드위치 브랜드 '퀴즈노스' 등)
아워홈	M&A	- 올해 8월 신세계푸드의 급식 사업을 매입하는 볼트온 전략을 통해 위탁 급식 사업장 수를 늘리고, 이에 따라 식자재 유통 부문의 외형까지 동반성장 도모
	컨설팅	- 식당 운영부터 메뉴 개발, 위생 안전, 공간 디자인 등 식음사업 토탈 컨설팅 서비스 'OHFOD'를 제공 중이며, 이를 통해 식자재 납품 서비스까지 이어짐

자료: 언론종합, 삼일PwC경영연구원

디지털화로 서비스 경쟁력 제고

㉔ 국내 급식업체들은 개인 맞춤형 식단과 고도화된 디지털 경험을 요구하는 고객 니즈 변화, 사업 운영 효율화 필요성 확대, ESG 규제 대응 등 각종 환경 변화에 대응하기 위해 디지털 전환(DX)을 적극 추진 중이다.

- 급식업체들은 자사 데이터와 AI 기술을 기반으로 급식 사업의 '자동화', '지능화', '개인화'를 실현시키고자 하며, 급식의 품질과 직결되는 식자재 유통망의 효율적인 운영 및 관리를 위한 디지털 솔루션을 개발해 서비스 경쟁력을 높이는 중

국내 주요 급식업체 디지털화 추진 현황

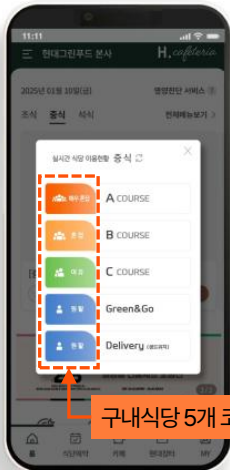
급식업체	구분	내용
CJ프레시웨이	추진 현황	<ul style="list-style-type: none"> '23년 데이터 기반 업무 추진용 고객관계관리시스템, 데이터 포털 사이트 등 구축 '24년 메뉴관리시스템을 구축해 단체급식 관련 데이터 기반으로 서비스 혁신 실현 내부 B2B 식자재 주문 시스템 '온리원푸드넷'에 AI 기반 상품 큐레이션 기능으로 고객 경험 향상
	전략	<ul style="list-style-type: none"> 전사 데이터 역량 강화, AI를 활용해 고객에게 차별화된 서비스 및 구매 경험 제공
현대그린푸드	추진 현황	<ul style="list-style-type: none"> 올해 초 AI 기반 구내식당 혼잡도 실시간 측정 서비스 'AI 피플카운팅' 출시(그룹 내 ICT 전문기업 현대퓨처넷 개발) '24년 식사 후 잔반이 남지 않으면 포인트를 받는 '잔반제로 포인트' 시스템 도입 '23년 식자재의 입고·검수·재고관리 등 전 과정을 전산화해 관리하는 통합 식자재 모바일 관리 시스템 'H-FIFO'를 개발
	전략	<ul style="list-style-type: none"> AI를 활용해 차별화된 서비스 제공, 디지털화로 ESG 대응 및 업무 효율성 제고
삼성웰스토리	추진 현황	<ul style="list-style-type: none"> '23년 미래형 급식 모델을 공간으로 구성한 '플래그십 스페이스' 마련. 로봇 자동화 기술, AI 기반 잔반 인식 솔루션, 디지털 헬스케어 솔루션 등 서비스 제공 '21년부터 스타트업 오픈 이노베이션 프로그램 '웰스토리 이노베이션 트랙(WIT, Welstory Innovation Track)'을 운영해 첨단 솔루션 도입 확대
	전략	<ul style="list-style-type: none"> AI를 활용한 고객 경험 향상, 물류 운영 효율화, 메디푸드 서비스 경쟁력 제고
아워홈	추진 현황	<ul style="list-style-type: none"> '24년 전국 제조·물류 인프라 협력사를 대상으로 '디지털클러스터 전환 프로젝트'¹⁾ 시행 '24년 9월 붓 제조 전문 기업 '브릴스', 한국생산기술연구원, 한국식품연구원과 MOU를 체결하여 AI 기반 감자 탈피 로봇을 개발하기로 함 '23년 7월 두산로보틱스와 MOU를 체결하여 단체급식에 활용되는 협동로봇 조리 솔루션을 공동 개발해 현장에 적용하기로 함 '18년 AI 기반 식수 예측 시스템 개발. 식재 발주 오차율이 이전보다 16% 개선됨
	전략	<ul style="list-style-type: none"> 로봇 및 AI를 활용해 업무 효율성 제고, ESG 대응 및 식자재 품질 관리 역량 강화

1) 정부 추진 사업으로, 식품산업에 특화된 통합 품질 관리 플랫폼을 개발하고 식자재 유통 과정을 디지털화하여 '필수 식품 정보 순환 생태계' 구축
자료: 언론종합, 삼일PwC경영연구원

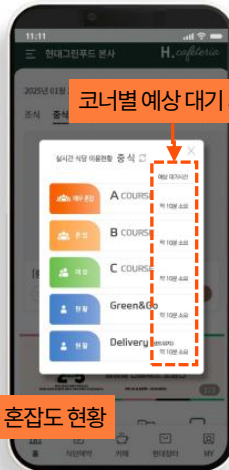
현대그린푸드 ① 'AI 피플카운팅' 서비스와 ② '잔반제로 포인트' 시스템

①

혼잡도1



혼잡도2-예상 대기시간



구내식당 5개 코너별 혼잡도 현황

코너별 예상 대기시간

②



퇴식구에 설치된 잔반량 측정기에 식판을 올려 무게를 재, 잔반이 60g 미만일 경우 회당 100원을 현금으로 적립

자료: 언론종합

삼성웰스토리 플래그십 스페이스: ① 조리 로봇 ② AI 무인결제시스템

①



국/탕 로봇, 튀김/누들 로봇, 오토 워 활용하여 10초당 1개 메뉴 조리

②



비전 인식 카메라를 통해 사원증을 태깅한 고객 인식하고, 고객이 선택한 상품을 추적해 데이터 기록 후 자동 결제 진행

자료: 삼성웰스토리 공식 유튜브 채널

K-급식으로 해외 사업 확대

*Compass Group,
Sodexo, Aramark 등
글로벌 선도사들의
성장 전략 주목 필요

㉠ 국내 급식업체들은 K-푸드 열풍에 힘입어 내수 시장에서 나아가 해외에 진출한 그룹사는 물론, 현지 로컬 기업으로의 해외 단체급식 사업 확대에 속도를 높이는 중이다.

- 국내 급식시장에서는 높아진 인건비와 식자재 가격으로 더 이상 높은 수익을 기대하기 어렵게 되며, 주요 급식업체들을 중심으로 7~8년 전부터 해외 진출을 모색하는 움직임이 강해짐
- 특히 K-푸드가 세계적으로 인기를 끌면서 해외에서 한식에 대한 선호도가 높아짐. 이에 따라 국내 급식업체들은 해외 수요를 확보하기 위해 한식 특화 조리 인력 현지 파견, 한식용 반조리 식자재 및 HMR 활용 등 다양한 전략을 통해 "K-급식" 시장을 이끌어나가는 중
- 주요 급식업체들은 크게 3단계로 K-급식의 해외 진출 전략을 실행: (1단계) 해외 진출한 그룹 계열사 → (2단계) 로컬 및 글로벌 기업 → (3단계) 현지 식자재 공급망 구축

국내 주요 급식업체 해외 급식 사업 진출 현황

급식업체	해외 사업 매출 ('24년)	해외 진출 현황	내용
삼성웰스토리 <i>*해외 매출 1위, 해외 매출 비중 1위</i>	3,220억원 (YoY 2.4%)	4개국 133곳	<ul style="list-style-type: none"> - 중국, 베트남, 헝가리에서 단체급식 사업장 운영 중 - '24년 6월 유럽 진출을 위해 헝가리 부다페스트에 법인을 설립하고, 인근에 위치한 삼성SDI 공장에 급식을 제공 - '24년 베트남에 콜드체인(냉장유통) 물류센터를 준공 - 현재 베트남 소재 'FPT소프트웨어', 타이어 제조사 '미쉐린', 의류 주문자상표부착생산 기업 '리젠트' 등과 계약한 상태 <p>전략 한식 특화 조리 인력을 양성하고 현장에 배치하여 한식 조리에 대한 강점 극대화</p> <p>비전 해외 매출 비중을 현재 10% → '33년 30%까지 끌어올릴 계획</p>
아워홈	2,356억원 (YoY 8.4%)	5개국 110곳	<ul style="list-style-type: none"> - 미국과 중국, 폴란드, 베트남, 멕시코 등에서 단체급식 사업장 운영 중. 특히 중국과 베트남의 경우 각각 70%, 46%의 급식소에서 한식을 제공 중 - 그간 베트남 소재 'FPT 교육기관'의 학생식당과 'FPT소프트웨어' 연수원의 사내식당, 중국의 독일계 자동차 부품회사 '콘티넨탈' 사내식당 등을 수주 <p>전략 한국에서 전문 영양사와 조리사를 현지 파견하여 경쟁력 제고</p> <p>비전 향후 미국과 유럽내에서 해외 사업장을 확대할 계획</p>
현대그린푸드	1,308억원 (YoY 13.7%)	7개국 81곳	<ul style="list-style-type: none"> - '11년 UAE 진출을 시작으로 이라크, 레바논, 중국, 멕시코, 미국, 사우디 아라비아 등에서 단체급식 사업장 운영 중 - '24년 12월 한국농수산식품유통공사(aT)와 '해외 단체급식 연계 K푸드 수출 확대를 위한 업무협약'을 맺고 해외 단체급식 시장에 한식을 확대하기로 함 <p>전략 자체 식품 제조 시설 '스마트 푸드센터'를 통해 반조리 식자재와 HMR 등을 생산하여 현지 인력도 한식 메뉴 조리가 가능하게 함</p> <p>비전 현재 평균 20% 수준인 한식 메뉴 비중을 향후 사업장별 30~50%까지 높일 계획</p>

자료: 각 사 지속가능경영보고서, 언론종합, 삼일PwC경영연구원

고령화 추세를 기회로 '케어푸드'

㉠ 전 연령층에서 건강 관리에 대한 관심이 높아지면서, 질병 예방 및 영양 균형을 고려한 식단에 대한 수요가 증가 중이다. 특히 만성질환자, 회복기 환자, 다이어트 중인 소비자를 위한 식단이 각광받고 있으며, '케어푸드'*는 이러한 니즈를 충족시키는 대안으로 부상 중이다.

*케어푸드는 노인 또는 환자가 쉽게 씹고 삼킬 수 있도록 식품의 물성을 조절하거나, 저염·저당·고단백 등 특정 영양 성분을 강화한 식품을 말하며, 건강을 중시하는 젊은 층을 위한 다이어트 식품이나 체중 관리 식단도 포함됨

- 케어푸드는 요양시설 및 의료시설 등에서 주로 소비됐으나, 최근에는 예방·웰빙 중심의 '리빙푸드'(전반적인 건강 증진과 활력 유지에 초점을 맞춘 자연주의 식품)로 떠오르며 다양한 건강식으로 영역이 넓혀지고 있음
 - 이에 국내 케어푸드 시장은 '20년 2조원 → '22년 2조원 → '25년 3조원 규모로 성장할 것으로 전망됨 (한국농수산물유통공사)
- 케어푸드는 일반 급식 대비 단가가 높으며, 고령자 대상 식단은 반복 구매율이 높고 고객 충성도가 강함 → 급식업계에서는 케어푸드를 장기적 내수 한계 극복 수단으로 보고 시장 공략에 나서는 중. 이에 주요 급식업체들은 자체 케어푸드 브랜드 설립, 관련 기업 또는 기관과 협업하는 등의 방식으로 사업을 확장 중

국내 주요 급식업체 케어푸드 사업 현황

급식업체	구분	내용
현대그린푸드	사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 올해 7월 공식 케어푸드 브랜드 '그리팅(GREATING)'에 '시니어관'을 구축하여 고령자의 건강 상태와 영양 필요량에 따른 맞춤 상품을 제공 - 케어푸드의 한 종류인 '메디푸드'¹⁾를 개발하여 국내 최대 라인업을 보유²⁾ - '20년 833억원을 투자해 케어푸드 전문 제조시설 '스마트 푸드센터' 설립
	전략	- 제조 및 메디푸드 풀스택 구축하여 사업 경쟁력 제고, B2C 사업 영역 확장
CJ프레시웨이	사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> - '24년 9월 푸드케어 브랜드 '메디솔라'와 병원·요양시설 급식 서비스 고도화를 위한 MOU 체결 - '24년 6월 노인요양시설 이동급식 전문 기업 '서진푸드'와 협력하여 요양원, 주야간보호센터 등 노인요양시설에 상품 제공 중 - '15년 출시한 케어푸드 전문 브랜드 '헬씨누리'를 중심으로 요양시설, 노인복지시설 등에 시니어 맞춤 상품 및 서비스를 공급 중
	전략	- 이동급식, B2B 위탁형 구조를 기반으로 기술 및 운영 보완
삼성웰스토리	사업 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 올해 말까지 삼성서울병원과 협업해 식도암 생존자 맞춤식을 개발할 계획 - '24년 8월 시니어 사업 전담 자회사 '신한라이프케어'와 협업해 요양시설 입주자 대상 식음시설 운영 및 서비스 품질 제고 사업추진 - '24년 '시니어전담TF' 신설하여 케어푸드 R&D, 시니어 특화 식음사업 기획/운영, 고령자 건강 코칭 등 서비스 제공
	전략	- 시니어전담TF 및 데이터 기반 맞춤 급식 서비스 경쟁력 제고

자료: 언론종합, 삼일PwC경영연구원

1) 메디푸드: 식약처 기준에 따라 질환별 영양 요구 특성에 맞춰 영양성분을 조절한 만성질환자용 전문 간편식

2) '22년~현재까지 식약처 허가를 받아 출시한 메디푸드 제품은 총 247종

군 급식으로 안정성 추구

㊤ 군대 및 공공 영역은 예산 및 정책과 직접 연동되어 경기 민감도가 낮은 편으로, 고객 기반이 중장기적으로 유지 또는 확대되는 특성을 가지고있다. 이에 주요 급식업체들은 군부대, 신축 프리미엄 아파트, 컨세션 사업 등으로 시장 범위를 확장 중이다.

- 군 급식은 하루 세 끼 단가가 1만3,000~1만5,000원(끼니당 4,300~5,000원)선으로 일반 산업체(끼니당 6,000~7,000원)보다 낮으며, 식자재 조달 조건이¹⁾ 까다로워 입찰에 적극 나서기 어려움
- 그럼에도 불구하고 급식업체가 군 급식에 주목하는 이유는 수요 변동이 적을 뿐만 아니라, '국가 안보를 뒷받침하는 식사'라는 상징성은 기업의 ESG(환경·사회·지배구조) 경영과 연결돼 긍정적인 브랜드 이미지 제고에 효과적이기 때문

국내 주요 급식업체 군 급식 수주 내역 및 전략

급식업체	구분	내용
삼성웰스토리	수주 부대	<ul style="list-style-type: none"> - 올해 4월 풀무원이 운영해오던 육군 논산훈련소 30연대 장병식당 운영권 수주 - 올해 3월 약 102억 원 규모의 육군3사관학교 생도식당 운영권 수주 - '24년 3월 연 127억 원 규모의 육군사관학교 생도식당 운영권 수주
	전략	- 트렌디한 미식 상품, 탄수화물·단백질·지방 비율을 신경 쓴 건강식 등으로 상품 경쟁력 제고
아워홈	수주 부대	<ul style="list-style-type: none"> - 올해 5월 공군 제15특수임무비행단, 제16전투비행단, 제18전투비행단의 병영식당 운영권을 연이어 수주 - '24년 4월 427억 원 규모의 공군 제20전투비행단 병사식당 운영권 수주 - '24년 9월 107억 원 규모인 육군 제1989부대 병영식당 운영권 수주
	전략	- 군 장병의 연령대를 고려한 메뉴를 맞춤형으로 제시, 트렌디한 메뉴 반영·특식 이벤트 등과 함께 단백질 위주의 영양 강화 메뉴 제공
CJ프레시웨이	수주 부대	- 올해 6월 공군작전사령부, 7월 공군 제5공중기동비행단 병영식당 운영권 수주
	전략	- 자사 보유 상품 및 물류, 제조 인프라를 적극 활용해 군 맞춤형 상품과 메뉴 개발
현대그린푸드	수주 부대	<ul style="list-style-type: none"> - 올해 6월 공군 제8전투비행단, 육군 36보병사단 급식 사업 수주(수주금액 총 280억원) - 올해 8월 공군 제10전투비행단 급식 사업 수주
	전략	- 한식 외에도 글로벌 코너를 제공, 현대백화점 팝업스토어의 인기 메뉴 제공

자료: 언론종합, 유진투자증권, 삼일PwC경영연구원

1) '24년 1월에 출범한 '군 급식 혁신 협의체(TF)'는 올해 1월, "군 급식을 민간위탁 사업으로 추진 시 국내산·지역산 식재료를 우선 사용하도록 하고, '접경지역지원 특별법'의 내용을 적용하여 접경지역 안에서 생산되는 농·축·수산물에 우선 구매하도록 노력하여야 한다"라는 조항을 신규 명시(관련 농축수산물 수의계약비중 70%)

프리미엄 아파트 식음서비스로 브랜드 강화

- 아파트 식음서비스는 학교와 사내 급식 대비 단가가 높아서(평균 7,000~ 9,000원대) 수익성이 좋아, 조식 서비스뿐 아니라 석식 서비스에도 나서며 시장을 확대하는 중
- 아파트 식음서비스 시장은 식수 예측이 어려우나, 맞벌이 가정, 노인, 1인 가구 등이 늘면서 수요가 증가하고 있는 추세
- 또한, 급식업체 입장에서는 '강남 아파트 급식업체'라는 프리미엄이 붙으면 기업, 병원, 기숙사 등 사업장 입찰 경쟁에서 긍정적으로 작용하여 강남권 아파트 수주 경쟁에 참여 → 향후 아파트 식음서비스 수주 경쟁은 더 치열해질 것으로 예상

국내 주요 급식업체 아파트 식음서비스 현황

급식업체	구분	내용
삼성웰스토리	서비스 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 올해 6월 강남구 개포동 '디에이치퍼스티어아이파크' 급식 사업권 수주 - '24년 9월부터 강남구 '개포 자이 프레지던스'에서 중식과 석식 서비스 제공 중 - '24년 3월부터 용산구 '용산 센트럴파크'의 중식, 석식 서비스 제공 중 - '19년부터 강남구 '래미안 블레스티지' 조식, 중식 서비스 제공 중
	전략	- 줄서서 먹는 맛집 메뉴, 유명 셀럽쉐프들과의 콜라보 메뉴, 미쉐린이나 블라인드, 백년가게 등으로 지정된 업체의 음식들을 제공
아워홈	서비스 현황	<ul style="list-style-type: none"> - '23년 7월부터 강남 '개포자이 프레지던스' 식음서비스 제공 (계약 중단) - '20년부터 충청남도 천안의 '천안 펜타포트' 입주민 대상 식음서비스 제공 중 - 그 외 삼성동 '아크로삼상', 송도 '크리스탈자이', 부산 '힐스테이트 이진베이시티'의 프리미엄 아파트의 식음서비스 운영 중
	전략	- 브런치, 세미 한식, 중식, 양식 등 입주민 기호 맞춤형 식사를 제공하며, 간단한 식사를 원하는 입주민들을 위해 샌드위치, 샐러드, HMR도 제공
CJ프레시웨이	서비스 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 올해 8월 반포동 '래미안 원베일리' 식음서비스 수주, 10월부터 운영 예정 - '23년 12월부터 동대문구 '청량리역 롯데캐슬 Sky L-65'에서 조식, 중식 서비스 제공 중
	전략	- 강남권 초고가 단지인 '래미안 원베일리' 수주를 통해 하이엔드 다이닝 운영권 확보 업체라는 고급 이미지 확보 전략 추진
고메드갤러리아 (구 신세계푸드)	서비스 현황	<ul style="list-style-type: none"> - '18년 성동구 '트리마제'를 시작으로 아파트 단지 급식 사업 전개 - '22년 5월부터 서초구 '서초 래미안 리더스원' 커뮤니티 식음서비스 제공 - '20년부터 강남구 '개포래미안포레스트'에서 조,중,석식을 제공 (기존에는 조, 중식만 제공했으나 올해 7월부터 석식까지 제공) - 그 외 성동구 'e편한세상 금호 파크힐스', 동대문구 '청량리 그라시엘' 등에서 아파트 식음 사업장을 운영

자료: 언론종합, 삼일PwC경영연구원

컨세션 사업으로 지속가능한 성장 도모

- 급식업체들이 내수시장 침체 및 국내 골목상권 진출 제한 등의 난제에 부딪힌 가운데, 컨세션(Concession)* 사업은 안정적인 수익과 브랜드 확장 효과를 제공하며 신성장 동력으로 각광받는 중
 - *공항과 철도, 병원, 휴게소, 대형 상업용 빌딩 등 다중 이용 시설에서 식음료 매장 등의 운영권을 위탁받아 운영하는 사업 방식
- 컨세션 사업은 급식업체에게 식자재(후방산업) 연계 효과와 브랜드 노출 확대라는 시너지 효과를 줌. 또한, 운영권을 수주받으면 초기 부담이 상대적으로 낮고, 장기 계약 및 다양한 수익 모델(수수료, 책임대 등)이 가능해 안정적인 매출 확보가 가능함
- 무엇보다 코로나19 이후 주요 교통 시설의 이용객이 팬데믹 이전 수준으로 회복하면서 공항, 역, 휴게소 등 유동인구가 많은 장소의 매출이 크게 상승함. 이에 급식업체들은 쇼핑몰, 공항, 휴게소 등 공공성이 강한 이용시설에서 푸드코트 운영 사업 확대에 나서고 있음

국내 주요 급식업체 컨세션 사업 현황

급식업체	구분	내용
아워홈	공항	<ul style="list-style-type: none"> - 올해 4월 제1터미널에 645석 규모 '테이스티 아워홈 그라운드'를 개점 - '24년 7월 인천공항 제2터미널에 프리미엄 푸드홀 브랜드 '컬리너리스퀘어 바이 아워홈(Culinary Square by Ourhome) 인천공항점'을 개점 - '23년 6월 제1터미널 지하 1층에 한식 큐레이션 매장 '한식소담길'을 개점 - '23년 인천공항공사 FB3 구역 운영사업권을 수주하여 15곳 직영 식음매장 개점
	쇼핑몰	<ul style="list-style-type: none"> - '24년 9월 여의도 IFC몰 지하 3층에 '컬리너리스퀘어 바이 아워홈'을 선보임
CJ프레시웨이	공항	<ul style="list-style-type: none"> - 올해 1월 인천공항 제2터미널 동편에 첫 컨세션 매장(고메브릿지)을 개점, 7월 제1터미널 탑승동에 두 번째 매장을 개점
	휴게소	<ul style="list-style-type: none"> - 올해 1월 행담도 휴게소에 신규 매장 9곳을 개점, 수소충전소를 확충
	워터파크	<ul style="list-style-type: none"> - 오션월드(강원 홍천), 스플라스 리솜(충남 예산), 웰리힐리파크(강원 횡성), 소노벨 천안(충남 천안), 포레스트 리솜(충북 제천)에서 식음 서비스 운영 중 - 각 워터파크 시설별 특성에 기반해 맞춤형 서비스를 제공 중
삼성웰스토리	골프장	<ul style="list-style-type: none"> - 삼성그룹 소유 골프장 '베네스트'와 협업하여 골프장 운영 노하우 공유 - 골프장 운영 전담팀을 구성해 골프장 식음 운영, 메뉴 개발, 행사 지원 등 실행 - 경북 경주시 '골프존카운티', 경기도 포천시 '포천힐스CC'에서 식음 서비스 제공
고메드갤러리아 (구 신세계푸드)	공항 (기내)	<ul style="list-style-type: none"> - '24년 10월 기내식 납품업체 '대한항공C&D서비스'와 식물성 기내식 개발 및 공급 확대를 위한 MOU를 체결 - 제주국제공항 여객터미널 4층에 '푸드카페테리아' 식음 시설을 운영
	스포츠 경기장	<ul style="list-style-type: none"> - '19년 GS스포츠와 계약을 맺어 서울월드컵경기장 내 식음매장을 운영 - '17년 광주 기아 챔피언스필드의 식음료 매장을 운영

자료: 언론종합, 삼일PwC경영연구원

글로벌 Top 급식업체들의 사업 전략 분석

글로벌 급식 서비스 산업은 코로나19 팬데믹 이후 고객사의 비핵심 업무 아웃소싱 확대, 소비자 경험 차별화 니즈 증가 등에 따라 빠르게 성장 중이다. 이에 글로벌 급식업체들은 사회적 변화에 대응하기 위한 운영 효율화 및 수익성 제고 전략을 세우고 있다.

특히 Compass Group, Sodexo, Aramark와 같은 세계적인 급식업체들은 복잡한 공급망, 다양한 고객 니즈, ESG 규제, 인플레이션 및 인건비 상승 등 복합적인 경영 환경 속에서 지속 가능한 성장을 도모 중이다.

- 이들 기업은 단순한 급식 서비스 제공을 넘어 글로벌 확장(M&A), 섹터 전문화, 디지털화, ESG 대응 등 다양한 전략을 통해 경쟁력을 강화하고 있으며, 각자의 방식으로 운영 효율성과 수익성을 극대화 중

글로벌 Top 급식업체 현황

구분	Compass Group	Sodexo	Aramark
본사 위치	영국	프랑스	미국
기업 비전	"위대한 인재, 위대한 서비스, 위대한 성과로 세계적인 수준의 서비스를 제공"	"우리 지역의 사회적, 경제적, 환경적 발전에 기여하고, 직원 및 고객들의 삶의 질을 향상"	"삶을 풍요롭고 건강하게 만드는 경험을 제공"
매출* ('24년)	422억 달러 (약 57조 6,000억 원)	238억 유로 (약 35조 1,500억 원)	174억 달러 (약 23조 8,000억 원)
영업이익* ('24년)	25.84억 달러 (약 3조 5,000억 원)	11억 유로 (약 1조 6,000억 원)	7.07억 달러 (약 9,700억 원)
직원 수	약 58만 명	약 42.3만 명	약 26.6만 명
진출 국가 수	약 30개국	45개국	약 16개국
주요 국가 매출 비중	북미 68%, 유럽 23%, 기타 국가 9%	북미 47%, 유럽 35%, 기타 국가 18%	북미 72.3%, 기타 국가 27.7%
사업 부문	Business & Industry, Healthcare & Senior Living, Education, Sports & Leisure, Defense / offshore & remote	Business & Industry, Energy and Resources, Government, Healthcare, Higher education, Schools, Senior Living	Education, Business & Manufacturing, Sports & Leisure, Healthcare, Government
ESG 이행 현황	ESG 약속: "Planet Promise" • '50년까지 탄소중립 달성 목표 • 지속가능한 식자재 조달 • 식품 폐기물 절감 등	"세계에서 가장 지속가능한 식음료 및 경험 제공 기업" 지향 • '40년까지 탄소중립 달성 목표 • 재생에너지 사용 확대 • 투명·추적가능한 식자재 조달	ESG 플랫폼: "Be Well. Do Well." • '50년까지 탄소중립 달성 목표 • '30년까지 식품 폐기물 50% ↓ • 다양성과 포용성 강화 등

*24년 기준 환율을 1 USD = 1,366원, 1 EUR = 1,477원으로 적용하여 환산
자료: 각 사 Fiscal/ Sustainability Reports, 삼일PwC경영연구원

Compass Group: 규모의 경제, 서비스 다각화

Compass Group은 세계 최대 단체급식업체로, 글로벌 음식 서비스 시장(약 3,200억 달러 규모)의 약 15% 비중을 차지한다. Compass Group은 기업, 학교, 경기장, 병원, 요양원, 군대 등 다양한 산업군에 맞춤형 급식 서비스를 제공할 뿐만 아니라, 여러 브랜드들을 운영하며 급식 외에도 시설관리, 케이터링, 시니어 케어 등을 포괄하는 서비스를 제공하며 플랫폼 기업으로 거듭나고 있다.

- Compass Group은 전략적 M&A를 통해 시장 점유율을 높이고 현지 역량을 보완함. 본사는 영국이나, 북미 사업이 기업의 가장 큰 비중(68%)을 차지하는데, 현지 업체를 인수하면서 이와 같은 글로벌 확장이 가능했음
- 또한, 비핵심 국가에서 철수하고 수익성과 성장 잠재력이 높은 30개 핵심 국가에 집중함으로써 자원 배분의 효율성을 극대화. 이를 통해 관리 복잡성을 줄이고, 운영 집중도를 높여 수익성을 강화하고자 함
 - '24년 아르헨티나, 앙골라, 브라질, 중국, UAE, 칠레, 콜롬비아, 멕시코, 카자흐스탄에서 철수 합의 → 30개국(북미, 유럽, APAC) 중심으로 재편
- 전사 디지털 전환을 지원하는 전문 팀(Compass Digital, Compass Technology, Healthcare Digital)을 갖추고 있음. 이들은 디지털 역량을 활용해 고객 경험을 향상시키고, 기업 전사 IT 인프라를 구축하며, 디지털 헬스케어 서비스 품질을 제고

Compass Group의 사업별 브랜드 현황

사업 부문	매출 비중	브랜드	국가	설명
Business & Industry	38%	Eurest	미국	기업 및 산업체 대상 식음료 서비스, 직원 식당, 오피스 커피, 케이터링
		Canteen	미국	스마트 자판기, 오피스 커피, 무인 리테일, 간편식 제공
		Flik*	미국	기업, 학교, 호텔, 이벤트 대상 고급 식음료 및 케이터링 서비스
		Bon Appétit*	미국	대학, 기업, 박물관 등 대상 현장 식당 운영 및 지속가능 식자재 공급
		Restaurant* Associates	미국	문화시설, 고등교육기관, 기업 대상 프리미엄 식음료 및 케이터링 서비스
		ESFM	미국	통합 시설관리, 환경·안전·에너지 관리, 실험실 지원 등 B2B 서비스
Healthcare & Senior Living	23%	Medirest	영국	병원 및 요양시설 대상 식음료 및 지원 서비스 (청소, 세탁, 위생 등)
		Crothall	미국	병원 대상 시설관리, 환자 이송, 임상장비 관리 등 의료 지원 서비스
		Morrison living	미국	시니어 리빙 커뮤니티 대상 식음료, 웰니스, 하우스키핑 등 서비스
		Morrison Healthcare	미국	병원 및 헬스케어 시설 대상 식음료 및 영양 서비스, 환자 경험 개선
		Unidine	미국	병원, 요양시설, 기업 대상 식음료 및 다이닝 매니지먼트 서비스
Education	18%	Chartwells	미국	대학 및 고등교육기관 대상 식음료 서비스, 캠퍼스 식당 운영, 이벤트 케이터링 서비스
		SSC	미국	교육기관 대상 시설관리, 청소, 조경, 유지보수 등 통합 서비스
Sports & Leisure	14%	Levy	미국	스포츠 경기장, 공연장, 컨벤션 센터 등 대상 식음료 및 이벤트 케이터링 서비스
Defense, Offshore & Remote	7%	ESS	영국	국방, 정부, 에너지, 해양, 인프라 분야 대상 식음료 및 시설관리 서비스

*Flik와 Bon Appétit은 'Education' 사업 부문에도 서비스 제공. Restaurant Associates는 'Sports & Leisure' 사업 부문에도 서비스 제공
 자료: Compass Group Sustainability Report, 언론종합, PwC경영연구원

Compass Group의 최근 M&A는 유럽 중심의 프리미엄 식음료 브랜드 확보에 집중되어 있으며, 고마진 구조와 디지털 역량을 강화하는 전략적 목적을 수립함.

→ 각 산업군에 특화된 브랜드를 인수하여 단일 브랜드로는 대응하기 어려운 복잡한 고객 니즈와 운영 환경을 효과적으로 대응하고 있음

Compass Group의 주요 M&A 사례

연도	거래 기업	국가	사업 영역	딜 규모	인수 목적
'25	Vermaat Groep	네덜란드	프리미엄 케이터링, 냉동식품 제조	€1.5bn	유럽 프리미엄 식음료 시장 확대, 고마진 브랜드 확보
'24	CH&CO	영국	기업 및 이벤트 케이터링 서비스	£731m	영국 시장 점유율 확대, 고급 식음료 브랜드 포트폴리오 강화
'24	Dupont Restauration	프랑스	급식 및 케이터링 서비스	비공개	프랑스 내 입지 강화, 지역 식자재 공급망 확대
'24	4Service	노르웨이	급식 및 시설관리 서비스	비공개	북유럽 시장 진출, 시설관리 역량 보강(복합 서비스로 수익성 제고).
'20	Feedr	영국	푸드테크 서비스	\$24m	디지털 기술 기반 식음료 서비스 기업으로 전환
'19	Fazer Food Services	핀란드	급식 및 케이터링 서비스	€475m	북유럽 시장내 경쟁력 강화, 지속가능성 및 품질 중심의 식음료 서비스 확대
'17	Unidine	미국	병원 및 요양시설 급식 서비스	비공개	헬스케어 및 시니어 리빙 시장 확대, 맞춤형 식단 서비스 강화
'06	Levy	미국	스포츠·엔터테인먼트 식음료	비공개	프리미엄 이벤트 식음료 시장 진출 및 브랜드 고급화
'02	Bon Appétit	미국	대학, 기업, 박물관 대상 급식 서비스	비공개	지속가능성 중심 식음료 모델 확보 및 대학 시장 확대
'01	Crothall	미국	병원 대상 환경·시설·이송 서비스	비공개	병원 지원 서비스 통합 및 운영 효율화
'01	Morrison Healthcare	미국	병원 식음료 및 영양 서비스	비공개	헬스케어 식음료 전문성 확보 및 환자 경험 개선
'00	Morrison Living	미국	시니어 리빙 식음료 및 웰니스	비공개	고령자 대상 웰니스 중심 식음료 서비스 확대
'98	Restaurant Associates	미국	문화시설 및 기업 대상 프리미엄 케이터링	비공개	문화시설 및 기업 대상 고급 식음료 포트폴리오 강화
'97	Chartwells	미국	교육기관 대상 급식 서비스	비공개	교육 시장 확대 및 캠퍼스 식음료 서비스 전문화
'95	Flik Hospitality	미국	기업 및 교육기관 급식 서비스	\$56m	고급 식음료 브랜드 확보 및 B&I(Business & Industry) 부문 강화
'95	Eurest	프랑스	기업 및 산업체 대상 급식 서비스	비공개	B&I 부문 글로벌 확장 및 유럽 시장 진출
'94	Canteen*	미국	자판기, 오피스 커피, 무인 리테일	\$1b	북미 무인 리테일 시장 진출 및 자동화 기반 확대

*Canteen은 Compass Group의 북미 진출을 위한 전략적 대형 인수였으며, 당시 Compass의 매출 114% 증가에 기여
 자료: Compass Group, 언론종합, 삼일PwC경영연구원

Sodexo: 선택과 집중, ESG 리더

Sodexo는 단순 단체급식 업체를 넘어, 기업, 병원, 학교, 정부기관, 스포츠 경기장 등 다양한 환경에서 식음료 서비스, 시설관리, 복지 서비스 등을 제공하는 글로벌 종합 서비스 기업이다. Sodexo는 '24년에 대대적인 포트폴리오 재편을 통해 수익성 강화와 지속가능한 성장 기반 확보에 집중하고자 했으며, 디지털 전환 가속화, ESG 경영 강화 등으로 장기적 경쟁력을 확보하고자 했다.

- Sodexo는 사업 구조를 재편하여 운영 효율화를 도모함: ①'24년 복지 서비스 (Benefits and Rewards) 부문인 'Pluxee'를 분사하고 고수익 사업인 식음료 및 시설관리 서비스에 집중. ② Bellon SA와의 교차 지분을 9.18억 유로에 매각하고, 이를 특별 배당금으로 환원함으로써 자본 효율성과 주주가치 제고를 동시에 달성.
③ 미국, 영국, 프랑스, 브라질 등에서 운영하던 Homecare 사업부를 '23년 10월에 매각하여 비핵심 사업 정리 및 조직 단순화를 추진
→ 영업이익('24년 기준 YoY +13.7%) 및 영업이익률(YoY+40bps) 개선, 핵심 역량에 자원을 집중할 수 있는 기반 마련
- Sodexo는 전략적 M&A를 통해 고수익의 식음료 사업 포트폴리오를 강화하고 현지 기반 유통망을 확보하고자 함. 식음료 멀티마켓 편의 솔루션 사업부 'InReach' 서비스 확대를 위해 북미 시장에서 활발한 M&A를 진행
 - '22년 이후 총 7건의 인수합병을 통해 자판기, 오피스 커피, 마이크로 마켓 등 고마진 반복 수익 모델을 확보. 또한, 아시아 시장 확대를 위해 Compass Group의 중국 사업부 인수를 통해 중국 내 기업, 교육, 의료 분야에서의 식음료 계약을 확대
- Sodexo는 글로벌 단체급식 기업 중 ESG 성과가 가장 뛰어난 기업 중 하나로 평가받고 있으며, 실제로 여러 국제 지표에서 업계 최고 수준의 ESG 리더십을 입증

Sodexo의 주요 ESG 목표 및 성과

구분	목표 및 추진 현황
탄소 배출 감축 목표	25년까지 Scope 1, 2, 3 배출량 34% 감축, 2040년까지 Net Zero 달성 목표 설정
식품 폐기물 절감	운영 현장에서 식품 폐기물 50% 감축 추진. 남은 식재료는 기부 또는 동물 사료로 재활용
지속가능한 식단	식물성 단백질 확대, 지역 식재료 사용, 저탄소 식단 제공 확대. Humane Society(국제적인 비영리 동물 보호 단체)로부터 A+ 등급 획득
직원 ESG 교육	현장 관리자 53.2% 이상이 지속가능성 관련 교육 이수
지역사회 기여	'Stop Hunger' ¹⁾ 을 통해 '15년~현재까지 총 9,250만명의 사람들에게 식량을 지원
WBA Food & Agriculture Benchmark 2023 ²⁾	식음료 서비스 업계 1위, 전체 350개 기업 중 59위
CDP Climate ³⁾	업계 유일 A등급 기업
EcoVadis 2024 ⁴⁾	상위 2% 기업 (72/100점)

1) 식량 부족 문제 해결 활동

2) 세계에서 가장 영향력 있는 식품 관련 기업 350곳을 대상으로 지속가능한 미래를 위해 기업이 식품 시스템을 어떻게 변화시키고 있는지를 평가

3) '탄소정보공개프로젝트', 기업에게 기후변화 관련 환경 정보를 자발적으로 공개하도록 요청하고 평가

4) 기업의 ESG 성과(환경, 노동 및 인권, 윤리, 지속 가능한 조달)를 평가하는 글로벌 기관 및 온라인 평가 플랫폼

자료: Sodexo Sustainability Report, 언론종합, 삼일PwC경영연구원

Sodexo는 식음료 서비스를 중심으로 사업을 재편했으며, M&A를 통해 고수익 사업군을 강화했다(InReach 사업 포트폴리오 확대). 또한, M&A를 통해 지역별 맞춤형 서비스 역량을 확보하고, 글로벌 시장에서의 입지를 강화하고있다.

→ Sodexo는 M&A를 통해 단순 시장 확장이 아니라, 지역 기반 유통망 확보 + 브랜드 통합 + 운영 효율화를 달성

Sodexo의 주요 M&A 사례

연도	거래 기업	국가	사업 영역	딜 규모	인수 목적
'25	Mediterránea	스페인	병원 및 교육 식음료 서비스	비공개	남유럽 식음료 시장 확대
'24	Five Star Food Services	미국	마이크로 마켓 및 오피스 커피	비공개	InReach 서비스 지역 확장
'24	CRH Catering	미국	자판기, 마이크로 마켓, 오피스 커피	비공개	동부·중부 지역 InReach 강화 및 시너지 확보
'24	Capitol Vending and Coffee	미국	오피스 커피 및 자판기	비공개	InReach의 텍사스 지역 서비스 확대
'24	K&R Vending Services	미국	자판기 운영	비공개	InReach의 북동부 유통망 강화
'24	Legend Food Service	미국	자판기 및 마이크로 마켓	비공개	InReach 포트폴리오 보완
'24	Compass China	중국	식음료 서비스	비공개	중국 본토 기업·교육·의료 시장 확대
'23	A.H. Management	미국	자판기 및 식음료 유통	비공개	InReach 유통망 확대
'22	VendEdge	미국	자판기 및 오피스 커피	비공개	InReach 편의 서비스 강화
'22	Frontline Food Services	미국	자판기 및 마이크로 마켓	비공개	InReach 채널 확대
'21	Nourish Inc.	미국	건강식 식음료 기술	비공개	웰니스 중심 식음료 포트폴리오 강화
'21	Foodee Inc.	캐나다	기업 대상 식사 배달	비공개	원격 근무 시대 맞춤형 식음료 서비스 확대
'21	Wedoogift	프랑스	디지털 복지 바우처	비공개	복지 서비스 디지털화
'17	Centerplate	미국	이벤트 및 스포츠 식음료	\$675m	스포츠·레저 식음료 시장 확대
'98	Partena	벨기에	식음료 및 복지 서비스	비공개	유럽 복지 및 식음료 시장 확대
'98	Marriott Management Services	미국	기업 식음료 및 FM 서비스	비공개	미국 내 기업 서비스 리더십 확보
'95	Gardner Merchant	영국	식음료 서비스	비공개	글로벌 식음료 서비스 역량 강화

자료: Sodexo, 언론종합, 삼일PwC경영연구원

Aramark: 특정 산업 특화 및 글로벌 공급망 확보

Aramark는 스포츠·엔터테인먼트 분야의 글로벌 식음료 서비스 리더로 활약 중이다. 미국 내 주요 리그 팀 구장인 MLB, NFL, NBA 등뿐만 아니라, 디즈니랜드, 올림픽 경기장 등의 대규모 현장에서 식음료 서비스를 제공하며 안정적인 현금 흐름 기반으로 성장했다. Aramark는 단체급식과 더불어 시설 관리, 호텔, 음료·간식, 조달 운영 서비스까지 제공 중이다.

- Aramark는 '59년에 첫 스포츠 경기장 사업에 진입. 이후 주요 리그팀 구장과 10~15년의 장기 계약을 맺었으며, 다수 국제 스포츠 행사에서 식음료 서비스를 제공함으로써 글로벌 급식 서비스 운영 노하우를 축적하고 브랜드 신뢰를 확보
 - 이에 Aramark는 'Aramark Sports + Entertainment'라는 사업부를 따로 설립하여 스포츠 및 엔터테인먼트 산업의 특화된 고객 경험과 요구를 충족시키고, 이 분야에 대한 집중적인 투자와 전문성을 통해 시장 경쟁력을 제고
- 또한, Aramark는 북미 지역의 조달 서비스를 강화하기 위해 '17년에 북미 지역 호텔 및 리조트 산업의 최고 GPO(Group Purchasing Organization, 구매대행업체)인 'Avendra'를 인수. 이후 '24년 Aramark의 'Pelican Procurement Services', 'Trinity Purchasing' 등 유럽 조달 서비스 업체들까지 결합하여 'Avendra International'을 출범 → 글로벌 조달력 확대
 - Avendra는 호텔/리조트 외에도 'HPSI'(헬스케어, 교육, 스포츠 분야 조달 서비스 제공) 및 'IPS'(헬스케어, K-12 교육 분야 조달 서비스 제공) 업체 등 다양한 부문의 서비스 포트폴리오를 갖추고 있음
 - Aramark의 기존 고객층에 덧붙여 새로운 고객군을 확보하여 사업 영역 확대
- Aramark는 AI 기술을 적극 도입하여 단순 자동화 목적에서 나아가, 운영 효율화, 고객 경험 혁신, 공급망 관리 등을 위한 핵심 자산으로 활용 중

Aramark의 AI 솔루션 현황

AI 솔루션		도입 시기	주요 기능	도입 목적
Hospitality IQ	운영 효율화 비즈니스 플랫폼	'24년 10월	- AI 기반 고객 경험 향상 - 운영자 지원 - Mosaic, Culinary Co-Pilot 통합	고객 및 직원 경험 혁신, 운영 효율화, 디지털 기반 서비스 제공
Mosaic AI Supply Chain Platform	공급망 관리용 AI 플랫폼	'24년 10월	- 연간 200억 달러 규모의 구매 의사결정 지원 - 실시간 공급망 데이터 분석 - 품질 및 일관성 확보	공급망 효율화, 비용 절감, 고객 맞춤형 서비스 제공
Culinary Co-Pilot	메뉴 기획 및 재고 최적화 도구	'25년 상반기	- 소비자 선호도 및 원가 분석 기반 메뉴 설계 - 공급 부족 시 대체 식재료 추천 - 운영 효율 향상	식음료 품질 향상, 운영 유연성 확보, 고객 만족도 증대
Marko AI	기업 데이터 및 AI 플랫폼	'19년	- 실시간 재고 예측 및 추천 - POS 자동화 - 고객 맞춤형 식단 제안	데이터 통합 및 분석을 통한 의사결정 지원, 고객 경험 개인화, 운영 최적화

자료: Aramark, 언론종합, 삼일PwC경영연구원

Aramark는 M&A를 통해 핵심 사업인 식음료 서비스 외에도 유니폼 서비스, 헬스케어 서비스, 레저 및 관광 서비스, 프리미엄 케이터링 등으로 사업 영역을 확장했다.

또한, Aramark는 단순 외형 성장을 넘어, 수익성 중심의 구조적 성장, 기술 혁신, ESG 가치 실현, 글로벌화를 동시에 추구했다. 시간이 지날수록 공급망, 디지털, 지속가능성 등 핵심 역량을 강화하는 데 집중했다.

- ('90년대) 유니폼, 식음료, 스포츠 이벤트 분야 진출 → ('10년대): 공급망, 유니폼, 디지털, 식음료 서비스 중심의 대형 인수 → ('20년대) 헬스케어, 프리미엄 케이터링, 관광지 운영 등 고수익 특화 서비스 강화

Aramark의 주요 M&A 사례

연도	거래 기업	국가	사업 영역	딜 규모	인수 목적
'25	Entier Ltd.	영국	원격지 케이터링 및 FM	비공개	유럽 원격지 서비스 시장 확대
'25	MaetaData	미국	AI 기반 지속가능 식자재 분석 플랫폼	비공개	ESG 및 지역 식자재 조달 강화, AI 기반 공급망 분석 역량 확보
'22	Forever Resorts	미국	레저 및 관광지 식음료 운영	비공개	관광지 식음료 및 시설 운영 확대
'21	Wilson Vale Catering	영국	프리미엄 케이터링	비공개	영국 내 고급 식음료 서비스 강화
'21	Next Level Hospitality	미국	헬스케어 식음료 및 환경 서비스	비공개	헬스케어 부문 강화 및 시너지 확보
'19	Good Uncle	미국	모바일 기반 식사 배달	비공개	대학 캠퍼스 중심의 디지털 식음료 서비스 확대
'17	Avendra LLC	미국	조달 및 공급망 관리	14억 달러	공급망 통합 및 조달 효율성 강화
'17	AmeriPride Services	미국	유니폼 및 산업 세탁 서비스	10억 달러	유니폼 사업 확장 및 수익 다변화
'17	Pelican Procurement	영국	식음료 조달 솔루션	비공개	유럽 조달 역량 강화, 현지 맞춤형 공급망 전략 수립
'13	Seamless North America	미국	온라인 음식 주문 플랫폼	비공개	디지털 식음료 채널 확보
'12	Masterplan Inc.	미국	의료 장비 유지보수	비공개	헬스케어 기술 서비스 강화
'11	Filterfresh Coffee	미국	오피스 커피 서비스	비공개	리프레시먼트(refreshment) 서비스 확대
'95	Crest Management	미국	스포츠 및 이벤트 식음료	비공개	경기장 및 이벤트 식음료 운영 강화
'94	ServiceMaster Food Services	미국	식음료 서비스	비공개	병원 및 교육기관 식음료 서비스 확대
'92	WearGuard	미국	유니폼 및 작업복 유통	비공개	유니폼 사업 진출 및 B2B 유통 확대

자료: Aramark, 언론종합, 삼일PwC경영연구원

III

급식 산업의 미래: 트렌드 변화 및 전망



트렌드의 변화 및 전망

과거에는 '대량 조리' 및 '표준화된 식단' 중심의 산업으로 인식되었던 단체급식 산업은 소비자 니즈 변화, 친환경 정책 강화, 디지털 기술 발전 등으로 새로운 국면을 맞이했다. 급식업체들은 시장 변화에 맞춰 발빠르게 대응 중이며, 급식 현장에서는 이미 변화가 이루어지고 있다.

앞으로 크게 ① 푸드테크의 상용화, ② 지속가능한 식문화의 확산, ③ 고객 맞춤형 서비스, ④ 토탈 솔루션 기반의 사업 모델, ⑤ M&A 활성화, 이 5가지 트렌드가 단체급식의 패러다임을 근본적으로 변화시킬 것으로 예상된다.

단체급식 패러다임 변화	①	푸드테크의 상용화	<ul style="list-style-type: none"> 급식업계의 운영 효율성, 위생과 안전, 고객 맞춤화를 동시에 실현하는 핵심 경쟁력으로 자리잡을 전망
	②	지속가능한 식문화의 확산	<ul style="list-style-type: none"> 지속가능성 실천 여부가 기업 브랜드 가치와 시장 점유율을 좌우할 전망
	③	고객 맞춤형 서비스	<ul style="list-style-type: none"> 단체급식 산업의 프리미엄화, 헬스케어화, 플랫폼화를 이끄는 핵심 경쟁력으로 자리잡을 전망
	④	토탈 솔루션 기반의 사업 모델	<ul style="list-style-type: none"> 기술·지속가능성·건강·브랜드 경험을 통합한 종합 플랫폼 산업으로 진화할 전망
	⑤	M&A 활성화	<ul style="list-style-type: none"> '급식 전국시대' 본격화, M&A 통한 사업다각화 및 수익 구조 안정화 도모

① 푸드테크 기반 자동화 및 AI 도입

- 단체급식 산업은 전통적으로 인력 의존도가 높고, 조리·배식·위생 등 운영 전반에 걸쳐 수작업이 많았으나, 최근 인구 고령화, 인건비 상승, 인력난 등이 심화되며 기존 방식의 한계가 뚜렷해짐
- 이에 AI, 로봇, IoT, 빅데이터 등 푸드테크 기술이 급식 산업의 혁신 동력으로 부상했으며, 단순한 자동화 수준을 넘어 무인 결제, 식수 예측, 잔반 분석, 공급망 데이터 분석, 고객 데이터 기반 식단 추천 등 운영 효율성과 고객 경험을 동시에 혁신하는 전략적 수단으로 자리잡고 있음
 - 글로벌 푸드테크 시장 규모는 '24년 2,026억 달러(277조원) → '34년 5,158억 달러(725조원)로 성장할 것으로 전망됨 (Precedence Research)
- 또한, 정부는 외식산업 인력난 해소와 식자재의 효율적 관리 및 생산성 향상을 위한 정책을 통해 푸드테크 도입을 적극 지원 중으로, 이에 힘입어 급식업계의 푸드테크 활용도는 높아질 것으로 판단
 - '24년에 제정된 '푸드테크산업 육성에 관한 법률'이 올해 12월 시행을 앞두고 있음. 국내 법률로는 최초로 '푸드테크'와 '푸드테크산업'에 대한 정의를 규정하고, 국가 및 지방자치단체가 푸드테크 산업을 체계적으로 육성하는 데 필요한 시책을 수립·시행하기 위한 제도적 기반을 마련할 계획

조리로봇 상용화 및 AI 기반 식수 예측 등은 급식소의 표준 인프라로 확산될 가능성이 높으며, 정부의 정책과 맞물려 기술 도입 속도는 더욱 빨라질 것으로 예상된다. 푸드테크는 급식업계의 운영 효율성, 위생과 안전, 고객 맞춤화를 동시에 실현하는 핵심 경쟁력으로 자리잡을 전망이다.



② 지속가능한 급식과 친환경 식기 도입

- 기후위기, 자원 고갈, ESG 경영 강화 등과 같은 글로벌 트렌드에 따라 단체급식 산업도 탄소중립, 자원순환, 친환경 식문화로의 전환이 가속화되고 있음
- 공공기관 및 대기업 수주 경쟁에서도 ESG 실적이 중요한 평가 요소로 부상 중이며, 잔반 감축, 친환경 식자재 사용, 재사용 식기, 저탄소 조리 등은 실질적인 ESG 실천 항목으로 자리잡게 됨
 - 채식 음식을 취급하는 음식점과 단체 급식 기관들도 확대되는 추세도 주목 필요.
한국농촌경제연구원의 '24년 '학교의 채식 급식 제공 여부 현황'에 따르면 채식 급식을 제공하고 있는 학교는 전체의 75.9%로 큰 비중을 차지
- 이에 일부 기업들은 친환경 용기, 푸드 업사이클링(Food Upcycling)*, 탄소배출량 인증 식단, AI 기반 잔반 분석 시스템까지 도입하여 지속가능성을 강화 중

*식품 제조 및 상품화 과정에서 불가피하게 폐기되는 과일과 채소에 가공기술을 적용해 부가가치를 높이는 것

향후 친환경 식자재 및 설비, AI 잔반 분석, 재생가능에너지 사용 등으로 ESG 실천 범위가 확대될 전망이며, 지속가능성 실천 여부가 기업 브랜드 가치와 시장 점유율을 좌우할 가능성이 높아졌다.

국내 급식업체들의 ESG 실천 사례

급식업체	ESG 사례
현대그린푸드	<ul style="list-style-type: none"> - 환경부와 협력해 '잔반 제로' 탄소중립포인트 제도를 업계 최초로 도입. 잔반 60g 미만 시 현금 적립 및 '카본페이(CarbonPay)' 앱 연동으로 실시간 관리 중 - 건강한 식습관을 위한 '삼삼한 건강식', 식물성 단백질과 대체육 기반의 '저탄소 식단' 급식 제공 - 본사 및 2개의 물류센터에 태양광 발전 시설을 설치 - 음식물 처리기¹⁾ 도입을 통해 친환경적인 방법으로 음식물 쓰레기를 처리 중
삼성웰스토리	<ul style="list-style-type: none"> - '23년 두부 비지를 활용한 스낵 '비요미 프로틴 검은약콩 오곡크런치'를 사내식당내 제공 - '23년 고효율의 주방 설비를 도입한 친환경 주방 '스마트키친' 도입. 전국 급식 사업장에 확대 중 - '23년 기준 사업장 18곳에 다화용컵/용기 도입 - '24년 9월 RE100 이니셔티브에 사전 대응하고자 CK제조공장 옥상에 약 608kW 규모의 옥상 지붕형 고정식 태양광 발전 설비를 자체 도입
CJ프레시웨이	<ul style="list-style-type: none"> - '23년 친환경 유통 환경 조성 및 협력사간 상생을 위해 '지속가능한 구매 지침'²⁾을 수립·운영 중 - '24년 충북 보은군 농가에 IT 기반의 재배솔루션을 고도화해 지속가능한 농산물 공급 체계 구축 - '24년 9월 쌀 도정 과정에서 발생하는 쌀겨로 만든 제품 '튼튼스쿨 바삭달콤 쌀겨웨하스' 출시 - 농가와의 상생·협력을 통해 버섯류, 친환경 단호박, 유기농 현미 등 다양한 친환경 상품 출시

1) 미생물에 의해 발효·분해 과정을 거친 음식물은 액상으로 배출, 분해되지 않는 물질은 별도 분리 및 퇴비화 처리

2) 환경 영향을 최소화한 상품의 구매·개발 및 운영 확대 활동

자료: 각 사 지속가능경영보고서, 언론종합, 삼일PwC경영연구원

③ 개인 맞춤형 급식 서비스 및 고객 경험 차별화

- 최근 단체급식 산업은 단순한 식사 제공을 넘어, 개인의 건강 상태, 식습관, 선호도, 질병 이력 등을 반영한 초개인화 급식 서비스로 진화 중. 이는 이는 고령화, 만성질환 증가, 윤리적 소비 확대, MZ세대의 웰니스 관심 증가 등 사회적 변화와 맞물려 나타난 흐름으로 판단됨
- 특히 기업 구식당은 단순 복지 공간을 넘어 직원의 건강관리와 조직 만족도를 높이는 전략적 플랫폼으로 재정의되고 있으며, 이에 따라 급식업체들은 AI 기반 영양 분석, 유전자 기반 식단 추천, 모바일 식단 관리 앱 등 다양한 기술을 접목해 고객 경험을 차별화하고 있음
- 또한, 외식 브랜드와의 협업, 셰프 콘텐츠 활용, SNS 인기 메뉴 도입 등은 고객 경험 차별화의 핵심 전략으로 자리잡고 있으며, 이는 식수 증가, 재계약률 상승, 브랜드 이미지 제고에 실질적 효과를 주고 있음

향후 개인 맞춤형 급식 서비스는 단체급식 산업의 프리미엄화, 헬스케어화, 플랫폼화를 이끄는 핵심 경쟁력으로 자리잡을 것으로 예상된다. 기업 복지 및 직원 건강관리 측면에서도 가치가 돋보이기에, B2B 헬스케어 솔루션과의 연계가 확대될 가능성이 높다.

국내 급식업체들의 개인 맞춤형 및 고객 경험 차별화 서비스 사례

급식업체	구분	내용
CJ프레시웨이	유명 맛집	<ul style="list-style-type: none"> - 프리미엄 디저트 브랜드 '노티드'와 협업해 급식 전용 우유 생크림빵 개발 - '24년 '코끼리 베이글', 태극당, 서울페이스트리 등 유명 베이커리와 협업
	IP 콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> - 올해 7월 드라마 '서초동' 컨셉으로 전국 40여개 급식장에서 시리즈 이벤트를 진행 - 올해 5월 영화 '미션 임파서블: 파이널 레코닝'과의 협업 이벤트를 진행 - '24년 하반기부터 영화, 드라마, 예능 등 다양한 IP콘텐츠를 급식 서비스에 접목 중
삼성웰스토리	스타 셰프	<ul style="list-style-type: none"> - 스타 셰프가 구내식당에 방문해 자신의 대표메뉴를 선보이는 '셀럽테이블' 운영 중 (넷플릭스 프로그램 '흑백요리사' 출연자 여경래, 이원일, 정호영, 오세득 등) - 방송인 정준하(횃집 주나수산 운영)와 이봉원(중식당 봉짬뽕), 유튜버 취요남(뽕밥집 뽕든)의 주력 메뉴를 선보인바 있음
	개인 건강	<ul style="list-style-type: none"> - '24년 7월 '웰핏라운지'를 마련해 구내식당 이용자들에게 본인 신체에 대한 1대1 전문 상담 및 맞춤형 건강식을 제공
현대그린푸드	개인 건강	<ul style="list-style-type: none"> - 케어푸드 전문 브랜드 '그리팅' 운영 중. 건강식단 메뉴 230여개, 질환맞춤식단 메뉴 200여개, 챌린지 식단(단기적 식이요법) 메뉴 30여개 제공 - '24년 개인의 영양상태 진단부터 맞춤 식단·식습관 개선 가이드까지 종합적으로 제공하는 플랫폼 서비스 '그리팅 버틀러'를 출시 - AI 영양상담 솔루션 '그리팅X'을 통해 개인 영양 상태에 맞는 신선·가공식품을 추천

자료: 언론종합, 삼일PwC경영연구원

④ 토탈 솔루션(Total Solution) 기반의 급식 사업 모델을 통해 플랫폼 산업으로 발전

- 토탈 솔루션 기반 급식 사업 모델은 단순 급식 제공이나 식자재 공급을 넘어, 급식 운영 전반에 걸쳐 기획, 조리, 위생, 물류, 기술, 고객 경험 등까지 통합적으로 관리하는 형태를 말함

토탈 솔루션 사업 관리 요소 예시

요소	상세
식자재 유통 및 제조	원재료 공급, 전처리·가공·포장, 맞춤 제조 등
메뉴 개발 및 영양 설계	고객 맞춤형 식단, 특수식, 트렌드 메뉴 기획
조리 자동화 및 기술 지원	로봇 조리, AI 식수 예측, 무인 결제 시스템 설계 및 개발 지원
위생 및 안전 관리	HACCP 기반 위생 시스템, 실시간 모니터링, 안전 교육 지원
ESG 경영	잔반 감축, 친환경 식기, 탄소중립 식단 등
컨설팅 및 운영 대행	고객사 맞춤 운영 전략 제언, KPI 관리 등

- 급식 사업은 인력난 및 고령화, 수주 경쟁 심화 등으로 기존 사업만으로는 성장에 한계 존재. 이에 급식업체들은 고객사와 단순한 계약 관계를 넘어, 운영 파트너로서 동반성장을 추구하며 경쟁력을 강화하고자 함

향후 단체급식은 단순 식사 제공을 넘어, 기술·지속가능성·건강·브랜드 경험을 통합한 종합 플랫폼 산업으로 진화할 것으로 판단된다. 급식업체들은 고객들의 다양한 니즈를 충족하기 위해 솔루션 영역을 확장하고 분야도 더욱 세분화할 것으로 전망된다.

국내 급식업체들의 토탈 솔루션 사업 현황

급식업체	토탈 솔루션 사업 현황
아워홈	<ul style="list-style-type: none"> - 올해 2월 '2025 라이트 업! 데이'를 개최해 고객사에게 업계 주요 트렌드, 식품위생 법규, 메뉴 전시 및 시식, 카페 운영 솔루션 등을 제공 - '23년 식자재 주문 플랫폼 '밥트너'를 출시해, 외식 초기 창업자 및 소규모 식당 운영자 대상으로 식재 및 조리 솔루션 제공 - 'OHFOD(오포드)¹⁾' 서비스를 통해 운영, 물류, 위생관리, IT 시스템 구축 등 토탈 솔루션 제공
CJ프레시웨이	<ul style="list-style-type: none"> - '푸드 솔루션 페어(B2B 전문 식음 박람회)'를 통해 식자재 유통 및 푸드서비스 산업의 최신 트렌드, 외식/급식 사업자를 위한 맞춤형 비즈니스 가이드를 제공 - 외식 사업자들을 위해 '원스톱 컨설팅'을 제공하고 이를 바탕으로 식자재 유통 협업 진행 - 급식 사업을 기반으로 제휴사 고객에게 맞춤형 마케팅 솔루션을 제공하는 '타겟 플랫폼(Target Platform)' 서비스 제공
삼성웰스토리	<ul style="list-style-type: none"> - '24년 2월 외식 브랜드 전문 컨설팅 기업 '맥세스컨설팅'과 MOU를 체결해, 고객사들에게 비즈니스 진단 컨설팅 제공, 컨설팅 역량 강화, 고객 지원 솔루션 고도화 추진 - '22년 공간·메뉴 컨설팅을 지원하는 전문 조직인 식음료(F&B) 컨설팅그룹을 신설 - '21년 외식 프랜차이즈 고객사의 성장을 지원하는 맞춤형 솔루션 '360솔루션'²⁾을 출시

1) OHFOD: Operating Consulting Solutions(운영관리솔루션), Hygiene Management Solutions(위생관리솔루션), Food Lab Solutions(메뉴운영솔루션), Order Made Solutions(맞춤제조솔루션), Design Space Solutions(공간디자인솔루션)

2) 고객사의 사업 성장에 필요한 상품개발·영업·홍보마케팅·IT 솔루션·위생안전 등 맞춤형 솔루션을 제공

자료: 각 사 홈페이지, 언론종합, 삼일PwC경영연구원

⑤ 급식 산업의 구조적 혁신을 일으키는 M&A 활성화 전망

- 최근까지 국내 단체급식 시장은 삼성웰스토리, 아워홈, 현대그린푸드, CJ프레시웨이, 신세계푸드 등 상위 5개사가 점유율 80% 이상을 차지했음. 그러나 최근 연이은 M&A와 사업재편으로 현 5강 체제에 균열이 발생. 특히 한화의 아워홈 인수와 신세계푸드의 급식 사업 매각은 시장 판도를 크게 흔들었으며, 롯데와 LF의 움직임도 본격화되고 있음
→ '급식 전국시대' 본격화, 산업 전반의 구조적 변화

최근 급식업계 M&A 및 사업재편 사례

기업	구분	사례 상세
한화호텔앤드리조트	M&A	<ul style="list-style-type: none"> - 올해 5월 '아워홈'의 지분 58.62% 인수(약 8,695억 원) - 아워홈은 올해 8월 신세계푸드의 급식 사업 부문을 1,200억원에 인수 - 자회사인 한화푸드테크를 통해 푸드테크 기반 식음 사업 시너지 효과, 급식과 식자재 유통 부문 경쟁력 강화 예정
LF푸드	M&A	<ul style="list-style-type: none"> - 올해 8월 소스류 제조·판매업체 '엠지푸드솔루션'의 지분 100% 인수(500억원) - 소스 제조부터 유통, 외식사업까지 아우르는 수직계열화를 본격화 - 식자재 유통 사업 → 단체급식 사업 진출 가능성 有 (LG계열사 급식 물량)
롯데상사	채널 영업 강화	<ul style="list-style-type: none"> - 단체급식 및 식자재 유통망 확장을 위한 투자를 확대 중 - 최근 인재 채용에서 기업형 식자재와 프랜차이즈 등 단체급식 식품사 관리와 신규 거래선 발굴 등을 핵심 직무로 명시 - 단체급식 시장에 직접 진출 보다는 시장 확대 대응을 위한 채널 영업 강화 차원

자료: 언론종합, 삼일PwC경영연구원

- 그룹사 물량 이동 및 계약 구조 변화도 단체급식 시장 재편을 이끌 가능성이 높는데, 단체급식 시장은 계열사 간 수의계약 비중이 높기 때문
→ 대규모 거래처 이동은 곧 시장 판도 변화로 이어질 것
 - 예를 들어, 아워홈은 LG 80여개, LS 20여개, GS 10여개 등 110여개 사업장을 운영 중인데, LG에서 분리된 이후에도 LG 계열사로부터 연간 3,700억 원 규모 물량을 공급 받아옴. 그러나 한화가 아워홈을 인수하자 LG는 자체 운영을 선언하며 물량이 시장에 풀릴 가능성이 제기됨
- 한화, LF푸드 등과 같은 신규 플레이어의 등장은 중견/중소기업 인수로 이어질 수 있음 → **중소규모 틈새 기업 매물화, 스타트업 투자 활발히 진행될 전망**
- 단순 규모 확장을 넘어, 식품 산업 전반의 밸류체인 통합과 디지털 전환을 통한 경쟁력 강화를 위해 식자재 유통·급식·외식·푸드테크 등 융합형 M&A가 증가할 전망 → **수직계열화 + 디지털화 + 고객 접점 확대를 동시에 달성**
- 기존 급식 사업 영역을 넘어 외식 브랜드 인수, 컨세션 사업 확대, 시설관리 및 복지 서비스 통합, 스포츠·레저·교육·헬스케어 등 특수 산업 진출 등 전략을 통해 사업을 확장해나갈 전망
→ **M&A 통한 사업다각화, 수익 구조 안정화 도모**

IV

시사점 및 전략적 제언



시사점 및 전략적 제언

국내 단체급식업체들은 푸드테크, 고객 맞춤화, 글로벌화, M&A 등 다양한 혁신 요소를 중심으로 새로운 성장 국면에 진입했으며, 이들은 단순 식사 제공을 넘어 '종합 푸드 서비스 플랫폼'으로의 진화를 모색 중이다. 그러나 시장은 여전히 대기업 중심의 과점 구조와 중소기업의 생존 위기, 입찰 경쟁 심화, 인력난 및 원가 부담 등 구조적 한계를 안고 있다.

이에 급식업계의 지속가능한 성장을 위해서는 사업 모델의 고도화와 기술 기반의 운영 혁신, 그리고 정책적 지원이 필수적이다.

기업(대기업/중소기업)·정부 대상 전략적 제언 요약

구분		전략	실행 방안
정부	중소기업 지원	① 지역 농산물 연계 및 로컬푸드 기반 급식 모델 지원	지역 농가와의 직거래 시스템 구축 지원, 지자체와 중소기업 간 협력 모델 설계 및 예산 지원
		② 중소기업체 협업 플랫폼 구축	협업 플랫폼 구축을 위한 예산 지원 및 운영 인력 배치, 공동 물류 및 식자재 구매 시스템 지원
		③ 디지털 전환 및 푸드테크 도입 지원	디지털화 인프라 구축 지원, 푸드테크 스타트업과의 매칭 프로그램 운영, 디지털 역량 강화 교육 및 컨설팅 제공
		④ 글로벌 진출 지원	해외 진출을 위한 현지화 전략 컨설팅 지원, 해외 식자재 공급망 및 물류 인프라 구축 지원, 급식 수출 지원 서비스 제공
기업	대기업	① 수익성 중심 구조 개선	고단가 시장 확대, 메뉴 고급화 및 공간 브랜딩, 디지털 기반 운영 효율성 제고
		② 헬스케어·실버 시장 집중	요양시설 및 병원 급식 시장 확대, 메디푸드 개발, 헬스케어 스타트업 투자
		③ 고객 경험 중심의 디지털 고도화	개인 맞춤형 식단 서비스 고도화, 고객 경험 중심의 콘텐츠 전략, 고객 피드백 기반 서비스 개선 시스템
		④ ESG 경영의 실질적 내재화 필요	ESG KPI 설정 및 경영 내재화, 외부 인증 및 평가 연계, ESG 데이터 플랫폼 구축
		⑤ 글로벌 사업의 현지화 전략 강화	현지 식자재 공급망 구축, 현지 맞춤형 메뉴 및 서비스 개발
	중소기업	① 지역 밀착형 특화 전략	지역 농산물 연계 급식 모델 구축, 지자체·교육청·보건소와의 협력 사업 확대, 지역 고용 창출
		② 공동 구매 및 협업 네트워크 구축	공동 발주 시스템 운영, 공동 물류센터 및 냉장창고 운영, 협동조합 형태의 법인 설립
		③ 대기업과 전략적 제휴	대기업 식자재 유통망 활용 계약, 외식 브랜드 운영 대행, 공동 브랜드 또는 지역 특화 브랜드 개발

정부를 위한 전략적 제언

① 지역 농산물 연계 및 로컬푸드 기반 급식 모델 지원

- 올해 5월 국가 차원의 먹거리 전략 수립과 공공급식을 연계한 국산 농산물 소비 확대를 위한 '국가 푸드플랜 패키지 법안'*이 발의됨. 이는 지역 농가의 안정적인 판로 확보와 국민의 먹거리 기본권 보장을 아우르는 정책 패키지로, 중소기업이 이와 연계되어 지역 농산물 기반 급식 모델을 구축하면, 경쟁력 확보와 공공적 가치 실현을 동시에 달성할 수 있을 것

*국가 먹거리 종합계획 수립을 위한 '농업·농촌 및 식품산업 기본법' 개정안과 공공급식 대상에 대한 정부관리양곡 무상·할인 공급을 가능케 하는 '양곡관리법' 개정안을 함께 발의한 정책 패키지

실행 방안

지역 농가와 직거래 시스템 구축 지원	✓ 지자체 주도로 지역 농가와 급식업체 간 계약재배 매칭 플랫폼 운영 ✓ 직거래 물량에 대한 물류비 또는 가격 보조금 지원
지자체와 중소기업 간 협력 모델 설계 및 예산 지원	✓ '지역 상생 급식 모델' 시범사업 운영(농식품부, 지자체, 급식업체 간 협업) ✓ 로컬푸드 사용 시 급식 단가 보조금, 물류비, 홍보 콘텐츠 지원

② 중소기업 협업 플랫폼 구축 지원

- 중소기업은 식자재 구매, 물류 운영, 마케팅, 수주 경쟁 등에서 규모의 경제를 실현하기 어려운 구조를 가지고 있음. 이러한 한계를 극복하기 위해서는 중소기업들간 협업 네트워크 구축이 필수적이며, 정부는 이를 가능하게 하는 플랫폼과 제도적 기반을 조성해줘야 함
- 정부는 중소기업을 개별적으로 지원하는 방식에서 벗어나, 협업 기반의 생태계 조성을 통해 산업 전체의 경쟁력을 높이는 방향으로 정책을 설계해야 함

실행 방안

지역 기반 협업 플랫폼 구축	✓ 지자체/중소벤처기업부 주도로 지역 내 급식업체들을 연결하는 플랫폼을 구축 ✓ 플랫폼 구축을 위한 예산 지원 및 운영 인력 배치, 클라우드 기반 협업 툴 제공
공동 물류 및 식자재 구매 시스템 지원	✓ 중소기업간 공동 물류센터, 냉장창고, 배송 시스템 구축을 위한 인프라 구축 비용 지원 및 부지 제공 ✓ 공동 구매 시스템 개발 및 운영 컨설팅 제공 등

③ 디지털 전환 및 푸드테크 도입 지원

- 대기업은 급식 사업을 수행함에 있어 푸드테크 기술을 적극 도입하고 있으나, 중소기업들은 기술 도입 비용, 인프라 부족, 전문 인력 부재 등의 이유로 디지털 전환이 지연되고 있는 상황
- 이에 정부는 중소기업의 디지털 전환을 지원하되, 단순 기술 도입 지원이 아닌, 산업 구조 혁신과 공공 가치 실현을 위한 개입으로 접근할 필요 있음

실행 방안

디지털화 인프라 구축 지원	✓ 공공기관, 군부대, 학교 등에서 스마트 급식소 시범사업 운영하여 디지털 기술을 테스트할 수 있도록 시범사업 운영
푸드테크 스타트업과의 매칭 프로그램 운영	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 중소기업과 푸드테크 스타트업 간 기술 매칭 플랫폼 구축 ✓ 기술 검증, 계약 중개, 공동 테스트베드 운영, 공동 R&D 또는 실증사업에 대한 연구비 지원
디지털 역량 강화 교육 및 컨설팅 제공	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 중소기업 대상 디지털 전환 교육 프로그램 운영 ✓ 급식 현장에 전문가를 파견하여 기술 도입, 운영 개선, 데이터 활용컨설팅 제공 ✓ 온라인 교육 플랫폼 구축

④ 글로벌 진출 및 K-푸드 기반 수출 지원

- 국내 급식업체들은 최근 몇 년간 베트남, 중국, 미국, 유럽 등 다양한 국가에 진출하며 K-푸드의 인기를 기반으로 해외 사업을 확대하고 있으나, 그룹 계열사 중심의 제한적 운영에 머물러 있으며, 현지화 전략, 브랜드 경쟁력, 식자재 공급망, 위생 기준 대응력 등에서 어려움을 겪는 것으로 분석됨
- 이를 해결하기 위해서는 현지화, 브랜드화, 품질 인증, 물류 인프라, 금융 지원 등 다각적인 정책 개입이 필요할 것으로 보임

실행 방안

해외 진출을 위한 현지화 전략 컨설팅	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 정부/공공기관(예. KOTRA, 중소벤처기업진흥공단 등) 중심으로 급식업체 대상 현지화 전략 컨설팅 프로그램 운영 ✓ 현지 유통업체, 식자재 공급사, 조리 인력 서비스 기업과의 네트워크 지원
해외 식자재 공급망 및 물류 인프라 구축 지원	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 해외 식자재 유통망 구축을 위한 물류 컨설팅 및 공동 물류센터 지원 ✓ 현지 농가와의 계약재배 상생모델 발굴 및 설계 지원 ✓ 식자재 수출입 관련 행정 절차 간소화 및 통관 지원
K-푸드 기반 단체급식 브랜드 수출 지원	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 한식 기반 급식 브랜드 개발 및 해외 인증 지원 (예: HACCP¹⁾, ISO22000²⁾, 현지 식품안전 인증 등) ✓ 국가 브랜드 캠페인(K-Food, K-Wellness 등)과 급식업체 연계 추진

1) "위해요소집중관리기준", 소비자에게 안전하고 깨끗한 식품을 공급하기 위한 사전 예방적 식품안전관리체계

2) 국제표준화기구(ISO)가 제정한 식품안전경영시스템(Food Safety Management System)에 대한 국제규격

기업을 위한 전략적 제언: 대기업

① 수익성 중심 구조 개선: 단가 중심의 경쟁에서 벗어나, 고부가가치 서비스 중심의 사업 구조로 전환이 필요

- 대기업들은 안정적인 계열사 물량과 대형 사업장 수주를 통해 외형 성장은 달성했으나, 원자재 가격 상승, 인건비 증가, 입찰 경쟁 심화 등으로 기존 사업 구조만으로는 수익성 확보가 어려움
- 이에 단순히 식사를 제공하는 것을 넘어, 고객의 건강과 편의, 브랜드 경험까지 포괄하는 종합적인 서비스 모델을 기반으로 고단가 시장 확대 및 운영 효율화를 실천하고 브랜드 가치를 제고할 수 있는 전략이 필요

실행 방안

고단가 시장 확대	✓ 프리미엄 아파트, 케어푸드, 외식 브랜드 등 단가가 높은 시장으로 진출하여 수익성 중심의 포트폴리오 구성
메뉴 고급화 및 공간 브랜딩	✓ 셰프 콘텐츠, 유명 맛집 협업, 플래그십 급식 공간 마련 ✓ 카페·헬스케어·리테일 등과 연계된 복합 공간 운영 등을 통해 브랜드 충성도 강화
디지털 기반 운영 효율성 제고	✓ AI 기반 식수 예측, 로봇 조리, 무인 결제 시스템 도입 등을 통해 인건비 절감 및 운영 효율화

② 헬스케어·실버 시장 진출: 고령화 사회에 대응하고 사회적 가치 실현

- '24년 기준 65세 이상 고령인구는 전체 인구의 19.2%를 차지했으며, '36년에는 30%, '50년에는 40%를 넘어설 전망(통계청). 특히 독거노인 비율이 전체 고령자 가구의 37.8%에 달하며, 식사 준비와 영양 섭취에 어려움을 겪는 고령층이 급증함
- 이러한 변화는 급식업계에 다음과 같은 기회를 제공: 고령층 대상의 B2C 케어푸드/메디푸드, 헬스케어 서비스, 요양시설 급식 등 신규 시장 창출
- 헬스케어·실버 시장 중심의 급식 사업을 통해 단순 사업 확장 뿐 만 아니라, 급식업계가 사회적 책임과 ESG 경영을 동시에 강화할 수 있음

실행 방안

요양시설 및 병원 급식 시장 확대	✓ 고령층이 집중된 요양병원, 실버타운, 복지시설 등으로 시장을 확장시켜 지속적인 수요처 발굴 ✓ 정부 및 지자체와 협력하여 복지기관 대상 공동사업 추진도 가능
메디푸드 개발	✓ 기존의 대량 공급 중심에서 개인 맞춤형 영양 서비스로 전환 ✓ 식약처 인증 기준에 맞춘 질환별 식단을 개발 및 유통하고, 고령층뿐 아니라 질환자, 회복기 환자, 일반 소비자까지 수요 확대 가능
헬스케어 스타트업과의 M&A 또는 전략적 제휴	✓ 영양 분석, 식단 설계, 헬스케어 앱 등 기술 기반 기업과 협업

③ 디지털 전환의 범용화 → 고객 경험 중심의 고도화 필요

- 대기업 급식업체들은 AI, 로봇, IoT 등 푸드테크 기술을 활용하여 운영 효율성을 제고하고 있음. 디지털화는 급식 산업의 핵심 경쟁력으로 자리잡으며, 식수 예측, 무인 결제, 로봇 조리 등은 이미 다수 사업장에 도입됨
- 다만, 대부분의 기술은 '운영 효율성' 중심으로 활용되고 있으며, '고객 경험' 중심의 디지털 고도화는 아직 초기 단계에 머물러 있는 상태
- 고객 건강 데이터, 식습관 분석 등을 활용한 맞춤형 서비스를 고도화하고 급식소를 브랜드 콘텐츠 체험 공간으로 전환하여 식사 경험을 감성적·문화적으로 확장하며, 급식 공간을 고객 접점으로 활용하는 등 전략이 필요

실행 방안

개인 맞춤형 식단 서비스 고도화	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 건강 상태, 질병 이력, 식습관 등을 반영한 AI 기반 식단 추천 서비스 개발 ✓ 식사 후 피드백을 통해 식단 개선 및 건강 모니터링 기능 제공
고객 경험 중심의 콘텐츠 전략	<ul style="list-style-type: none"> ✓ IP 콘텐츠와 연계한 테마 식단 운영, 식사 공간 내 디지털 사이니지를 활용한 브랜드 스토리, 영양 정보, ESG 콘텐츠 제공
고객 피드백 기반 서비스 개선 시스템	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 모바일 앱 또는 키오스크를 통한 식사 후 만족도 조사, 고객 피드백 반영 결과를 시각화하여 공개함으로써 신뢰도 확보 ✓ AI 기반 텍스트 분석으로 고객 불만 및 개선 요청 자동 분류

④ ESG 내재화 전략: 단순 실천에서 전략적 경영 지표로 전환

- 국내 주요 급식업체들은 잔반 감축, 친환경 식자재 사용, 재생에너지 도입 등 다양한 ESG 실천 사례를 보유하고 있음. 그러나 대부분의 ESG 활동이 마케팅 또는 수주 경쟁력 확보를 위한 수단에 머물러 있으며, KPI로 설정되어 있지 않음. 그리고 외부 인증 및 평가 체계가 미흡*하여 글로벌 경쟁력 확보에 한계 존재
- *대기업의 경우 대부분 한국기업지배구조원(KCGS)에서 ESG 성과 평가를 받고 있으나 결과 지속적으로 공개가 되지 않는 경우도 있으며, 삼성웰스토리의 경우 자체 평가 시스템을 구축하여 비교가 어려움
- ESG를 내재화를 통해 지속가능한 경영 체계를 구축하고 글로벌 시장 대응력 확보하여, 브랜드 가치 및 투자 유치 역량을 제고할 수 있는 전략 필요

실행 방안

ESG KPI 설정 및 경영 내재화	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 잔반량, 탄소배출량, 친환경 식자재 비율, 재생에너지 사용률 등을 KPI로 설정하고, 경영 성과 평가에 반영 ✓ ESG 실적을 기반으로 수주 전략, 브랜드 전략, 투자 유치 전략을 수립
외부 인증 및 평가 연계	<ul style="list-style-type: none"> ✓ CDP, EcoVadis, WBA 등 글로벌 ESG 평가 기관과의 연계를 통해 국제적 신뢰도 확보
ESG 데이터 플랫폼 구축	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 식자재 유통, 조리, 배식, 폐기 등 전 과정의 ESG 데이터를 수집·분석·보고하는 통합 플랫폼 개발

⑤ 글로벌 현지화 전략: 그룹사 의존에서 현지화 중심으로

- 국내 급식업체들은 K-푸드의 글로벌 인기에 힘입어 해외 진출을 확대하고 있음. 다만, 해외 사업장의 상당수가 그룹 계열사 중심이며 현지 기업과의 계약은 이제서야 점차 증가하는 추세로, 현지 시장 개척은 제한적인 상황
- 이에 현지 식자재 공급망 구축, 현지 맞춤형 급식 메뉴 제공, 글로벌 브랜드화 등 전략 필요

실행 방안

현지 식자재 공급망 구축	✓ 현지 농가, 유통업체와의 협업을 통해 안정적인 식자재 공급망 확보
현지 맞춤형 메뉴 및 서비스 개발	✓ 현지 식문화, 소비자 선호도, 영양 기준 등을 반영한 메뉴 개발
글로벌 브랜드화 전략 수립	✓ K-푸드 기반의 브랜드를 현지화하여 단체급식 외에도 외식, 케이터링, HMR 등으로 확장 가능

기업을 위한 전략적 제언: 중소기업

① 지역 밀착형 특화 전략: 지역사회와 함께 성장하는 구조

- 중소기업은 대기업 대비 전국 단위 물류망, 대형 계약 수주력, 브랜드 인지도 등에서 경쟁력이 낮으나, 지역 밀착형 서비스에서는 오히려 강점을 가질 수 있음. 특히 지역 내 학교, 병원, 복지시설, 공공기관 등은 지역사회와의 연계성, 유연한 대응력, 신뢰도를 중시하는 경향이 강해, 중소기업이 차별화된 경쟁력을 발휘할 수 있는 영역임
- 지역 기반의 식자재 공급, 특산물 활용, 지역 고용 창출, 지자체 협력 등을 통해 중소기업이 지역사회와 동반성장할 수 있는 전략이 필요

실행 방안

지역 농산물 연계 급식 모델 구축	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 로컬푸드 중심 식자재 조달 체계를 구축하여 지역 농가와 직접 계약을 맺고, 신선하고 안전한 식자재를 공급 ✓ 친환경 인증 농산물을 활용해 급식 품질을 높임 → ESG 경영 실천으로 이어짐
지역 공공기관(지자체, 교육청, 보건소 등)과 협력 사업 확대	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 지역 공공기관과의 협업을 통해 친환경 급식, 건강 식단, 영양 교육 프로그램 등 공동 운영 ✓ 지자체의 급식 지원금, 로컬푸드 인증 사업 등과 연계하여 공동 프로젝트 추진
지역 고용 창출 및 사회적 가치 강조	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 지역 인력(조리사, 영양사 등)을 적극 채용하여 지역 일자리 창출에 기여 ✓ 장애인, 고령자 등 취약계층 고용을 통해 사회적 기업으로 발전(ESG 기여 가능)

② 공동 구매 및 협업 네트워크 구축: 지역 상생 기반 지속가능한 생태계 구축

- 중소기업은 '혼자 살아남기 어려운 구조'를 가짐. 개별적으로 식자재를 구매할 경우 단가 협상력이 낮고 물류비 부담이 클 뿐더러, 브랜드 인지도 부족으로 인해 수주 경쟁에서도 불리한 위치에 있음
- 이에 지역 기반의 협업 네트워크를 구축하여 규모의 경제를 실현하고, 공동 브랜드를 통해 시장 경쟁력을 확보하는 전략이 필요. 협업 네트워크는 단순한 비용 절감을 넘어, 공동 성장, 공동 브랜드화, 공동 수주를 가능하게 함

실행 방안

공동 발주 시스템 운영	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 지역 급식업체 간 공동 발주 플랫폼을 구축하여 대량 구매를 통한 단가 절감 ✓ 발주 일정, 품목, 수량을 통합 관리하여 재고 최적화 가능
공동 물류센터 및 냉장창고 운영	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 지역 내 공동 물류 거점을 마련해 물류비용을 절감하고, 배송 시간을 단축 → 배송 효율성 증대 ✓ 냉장·냉동 창고 공동 운영으로 식자재 보관 품질 향상에 기여하고, 비용 분담
협동조합 형태의 법인 설립	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 협동조합 형태로 법인을 설립하여 정부의 협동조합 지원금, 컨설팅, 교육 프로그램을 활용할 수 있도록 함 → 운영 투명성 확보

③ 대기업과의 전략적 제휴

- 중소기업은 대기업과의 전략적 제휴 또는 하청 계약을 통해 안정적인 물량 확보, 기술 이전, 브랜드 협업을 실현할 수 있음. 특히 대기업은 ESG, 푸드테크, 외식 브랜드 등 다양한 자산을 보유하고 있어, 중소기업은 이를 활용하여 경쟁력 강화가 가능
- 중소기업은 대기업과의 전략적 제휴를 통해 자산 공유, 기술 이전, 공동 브랜드화가 가능하며, 이를 통해 중소기업체는 생태계 내 성장 모델을 구축하는 전략을 추진해야 함

실행 방안

대기업 식자재 유통망 활용	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 대기업들과 식자재 공급 계약 체결하여 안정적인 품질과 가격 확보 ✓ 공동 구매 또는 위탁 유통 방식으로 물류 효율화 및 품질 관리 강화
푸드테크 솔루션 공동 도입	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 대기업이 개발한 AI 식수 예측, 무인 결제, 로봇 조리 시스템 등을 중소기업이 테스트베드로 활용 가능 → 기술 도입 비용 분담 및 운영 노하우 이전 가능
공동 브랜드 또는 지역 특화 브랜드 개발	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 대기업과 협업하여 지역 특산물 기반 브랜드 공동 개발 가능 → 대기업 브랜드 활용으로 고객 신뢰도 제고

Appendix

급식 사업 규모 확장 및 사업 다각화를 위한 M&A 대상 스타트업 리스트

구분	기업명	사업 설명	투자 단계	누적 투자액	주요 투자자
AI 식단 분석 및 영양 설계	누비랩	AIoT 기반의 식단 분석 솔루션 '뉴트리비전 AI'를 제공, AI 푸드 스캐너를 통해 음식의 종류와 양을 실시간으로 분석	Series A	약 100억 원	네이버 D2SF, 스마일게이트 인베스트먼트, 위벤처스 등
	팜킷	개인화 상품 및 개인별 식단을 자동 안내하는 맞춤 추천 서비스 '푸드큐'를 개발	Seed	비공개	비공개
	알고케어	AI 기반 개인 맞춤형 영양제 추천 및 헬스케어 서비스	Series A	약 150억 원	스타셋인베스트먼트, 컴퍼니케이파트너스, 뮤렉스파트너스 등
	필라이즈	사용자의 건강 데이터를 기반으로 영양 성분을 분석해 적합한 영양제를 추천	Series A	약 150억 원	캡스톤파트너스, 삼성넥스트, KB인베스트먼트
	메디솔라	건강과 영양, 질환 등의 기준을 식단화하고자 AI 기반 레시피를 설계·개발	Series A	약 130억 원	프리미어파트너스, 삼성벤처투자, 레드햇지퍼시픽 등
	모노랩스	AI 추천 개인 맞춤형 건강기능식품 구독 서비스	Series B	약 233억 원	인스트리트인베스트먼트, 청호나이스, CTK인베스트먼트 등
	병커키즈	마이쉽단'이라는 맞춤형 건강 식단 추천 서비스를 운영	Series A	약 73억 원	시리즈벤처스, 카카오벤처스, 스프링캠프, 라이징에스벤처스 등
	두잉랩	인공지능 기반의 음식 인식 솔루션을 개발, 음식 사진을 찍으면 식단을 자동으로 분석해주는 기술을 보유	Series A	약 40억 원	인사이트에쿼티파트너스 등
	구스타브	개인의 건강 데이터를 AI로 분석해 최적화된 건강 간편식을 추천하는 서비스를 개발	비공개	비공개	비공개
스마트 키친 및 조리 자동화	베어로보틱스 코리아	자율주행 서빙로봇 개발	Series B	약 1,400억 원	LG 전자(지분 21%인수)
	에니아이	국내 최초 햄버거 패티 굽는 AI 조리로봇 개발	Pre-A	약 200억 원	인터베스트, SV인베스트먼트, 캡스톤파트너스, 롯데벤처스 등
	케이푸드텍	세계 최초로 찌개를 조리하는 한식 로봇 주방을 개발	Seed(추정)	비공개	비공개
	피플즈리그	AI 기반 육류 조리 로봇 '미트봇' 개발	Pre-A	약 12억 원	매쉬업벤처스 등
	로닉	식재료만 넣고 레시피를 입력하면 자동으로 음식을 만들어 주는 조리 로봇'CUBE' 개발	Seed	비공개	비공개
	로보아르테	AI 튀김 조리 로봇 'Robert-E' 개발	Series A	약 110억원	네이버 D2SF, 한국투자파트너스, GS리테일, 기업은행 등

Appendix

구분	기업명	사업 설명	투자 단계	누적 투자액	주요 투자자
케어푸드 및 실버시장 대응	복지유니온	시니어의 영양공급과 케어에 관한 종합 서비스를 제공	Series A	비공개	엠와이소셜컴퍼니, 가이아벤처파트너스
	샐리쿡	국내 최초로 암 환자 맞춤형 식단을 제공	비공개	비공개	비공개
	케어닥	간병인 매칭, 방문요양, 재가복지센터 등 시니어 돌봄 전반을 아우르는 종합 플랫폼	Series C	약 315억 원	현대해상, 중소기업은행, 케이브릿지인베스트먼트, 디쓰리쥬빌리파트너스 등
	잇마플	장 질환, 당뇨, 암 환자 등 특정 질환에 맞는 맞춤형 메디푸드를 전문적으로 제공	Series A	약 5억 원	나우IB캐피탈, 프라이머, 한성기업, CJ프론티어랩스, 오투기, 대상 등
	메디푸드플랫폼	인공지능 기반의 의료 알고리즘을 활용해 환자 맞춤형 식품 처방 솔루션을 개발	Pre-A	비공개	올가니카, 파마리서치 등
	프롬차일드	노인성 근감소증 예방을 위한 식물성 단백질 보충제를 시작으로 다양한 시니어 친화 상품을 개발하고 유통	비공개	비공개	비공개
식자재 유통 자동화 및 플랫폼	마켓보로	식자재 유통 SaaS '마켓봄'과 식자재 직거래 오픈마켓 '식봄'을 운영	Series C	약 597억 원	CJ프레시웨이, 앵커PE, 베이스인베스트먼트 등
	푸드팡	온라인 식자재 B2B 플랫폼	Series B	약 218억 원	KDB산업은행, 하나은행, IBK기업은행, SBI인베스트먼트, 농협중앙회 등
	딜리버리랩	식자재 O2O 플랫폼 '오더히어로'를 운영하며 신선식품 유통 과정의 혁신을 추구	Series A	약 50억 원	신용보증기금, 미래과학기술지주, 바로고, 우리은행, 마젤란기술투자 등
	스마트푸드네트웍스	식자재 유통 서비스 '외식UP'과 일반 외식업 사장님 전용 식자재 플랫폼 '차별화상회'를 운영 중	Series C	약 625억 원	산업은행, KB증권, 노앤피터너스, 레드배지퍼시픽, 하나금융PE, 에버베스트파트너스 등
	니즈	AI 기반 식자재 재고 및 유통기한 관리, 판매량 예측을 통한 자동 발주 시스템 개발	Pre-A	비공개	코맥스벤처러스, 뉴키즈인베스트먼트 등
	낭만상회	식자재 자동 발주 서비스 '토더' 운영 이용자 조리 특성을 반영하여 당일 필요 발주량을 자동으로 산출	Pre-A	비공개	다성벤처스, 신용보증기금, 스프링캠프
지속가능 식품/ 대체 식품	셀미트	배양육 기술 개발	Series A	약 228억 원	BNK벤처투자, 유경PSG자산운용, NH벤처투자, 디티앤인베스트먼트 등
	휴닉	식물성 단백질 생산, 식물성 닭가슴살 '와이즈미트' 출시	Pre-A	비공개	JB벤처스, 스파크 개인투자조합 3호
	지구인컴퍼니	식물성 대체육 브랜드 '언리미트'를 통해 식물성 대체육 제품을 개발	Series B	약 425억 원	프라이머사제파트너스, IMM인베스트먼트, 에이벤처스, 인비저닝파트너스 등
	리하베스트	버려지는 식품 부산물을 업사이클링하여 대체 식품 원료를 만들고, 이를 베이커리 등에 공급하는 B2B 사업	Series A	약 50억 원	스틱벤처스, 엘앤에스벤처캐피탈, BNK벤처투자, 소풍벤처스, 스파크랩 등

Author Contacts

최 형 원 연구원

삼일PwC경영연구원

hyungwon.choi@pwc.com

이 은 영 상무

삼일PwC경영연구원

eunyoung.lee@pwc.com

삼일PwC경영연구원

최 재 영 경영연구원장

jaeyoung.j.choi@pwc.com

Business Contacts

Consumer Market Sector

Assurance

정 낙 열 Partner
nakyul.jeong@pwc.com

Deals

홍 성 표 Partner
sungpyo.hong@pwc.com

Food & Beverage Sector

Assurance

이 승 훈 Partner
sung-hun.lee@pwc.com

성 현 주 Partner
hyun-joo.sung@pwc.com

성 덕 용 Partner
deuck-yong.sung@pwc.com

박 영 규 Partner
young-gyu.park@pwc.com

박 준 영 Partner
joon-young.park@pwc.com



삼일회계법인

삼일회계법인의 간행물은 일반적인 정보제공 및 지식전달을 위하여 제작된 것으로, 구체적인 회계이슈나 세무이슈 등에 대한 삼일회계법인의 의견이 아님을 유념하여 주시기 바랍니다. 본 간행물의 정보를 이용하여 문제가 발생하는 경우 삼일회계법인은 어떠한 법적 책임도 지지 아니하며, 본 간행물의 정보와 관련하여 의사결정이 필요한 경우에는, 반드시 삼일회계법인 전문가의 자문 또는 조언을 받으시기 바랍니다.

S/N: 2511W-RP-128

© 2025 Samil PwC. All rights reserved. PwC refers to the PwC network and/or one or more of its member firms, each of which is a separate legal entity. Please see [pwc.com/structure](https://www.pwc.com/structure) for further details.