

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

YouTube 요약 영상 보러가기

CJ프레시웨어(051500)

소매

요약

기업현황

시장동향

기술분석

재무분석

주요 변동사항 및 전망



작성 기관

NICE평가정보(주)

작성자

서유미 책임연구원

- 본 보고서는 「코스닥 시장 활성화를 통한 자본시장 혁신방안」의 일환으로 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해, 한국거래소와 한국예탁결제원의 후원을 받아 한국IR협의회가 기술신용 평가기관에 발주하여 작성한 것입니다.
- 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 미게재 상태일 수 있습니다.
- 카카오톡에서 “한국IR협의회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 작성기관(TEL.02-2124-6822)로 연락하여 주시기 바랍니다.



한국IR협의회



CJ프레시웨이(051500)

국내 식자재 유통 및 푸드서비스 선도 기업

기업정보(2020/10/05 기준)

대표자	문종석
설립일자	1988년 10월 27일
상장일자	2001년 07월 26일
기업규모	대기업
업종분류	기타 가공식품 도매업 식음료품, 농수축산물, 식자재, 단체급식

시세정보(2020/10/05 기준)

현재가(원)	17,350
액면가(원)	1,000
시가총액(억 원)	2,101
발행주식수(주)	11,871,586
52주 최고가(원)	28,750
52주 최저가(원)	11,300
외국인지분율	14.06%
주요주주	CJ(주) EFG BANK AG

■ 국내 대표 식자재 유통 및 푸드서비스 기업

CJ프레시웨이는 식자재 유통 및 푸드서비스를 주력 사업으로 영위하는 기업이다. 체계적인 유통시스템을 바탕으로 식당사업에 필요한 모든 식자재를 공급하고 메뉴, 조리, 서비스, 위생 교육 및 컨설팅, 전산 인프라 등 다양한 부가서비스를 지원하여 식당 운영의 토탈솔루션을 제공하는 기업으로 자리매김하고 있다. 또한, 단체급식업계 최초로 ISO22000 인증 및 병원 HACCP 인증을 획득하고 QSC(Quality, Service, Cleanliness)에 대한 철저한 관리를 실시함으로써 안전하고 믿을 수 있는 급식서비스를 제공하고 고품질의 다양한 치료식을 개발하여 국내 급식시장 내 명실상부한 리더로 도약하고 있다.

■ 선진시스템 구축 및 미래 먹거리에 대한 새로운 지평을 준비

동사는 지속적인 성장과 경쟁력 확보를 위해 상품구매, 식품안전, 물류시스템, 통합정보시스템, 고객서비스 분야에서 차별화를 도모함으로써 식자재 유통의 복잡한 단계에서 비롯됐던 위생, 비합리적인 가격 등의 다양한 문제점을 해결하였다. 또한, 식자재 유통과 급식을 넘어 계약 재배부터 중앙 집중식 조리시설인 센트럴키친을 설립하여 원팩솔루션 시스템을 갖춰 식자재 유통을 넘어 미래 먹거리에 대한 새로운 지평을 준비하고 있다.

■ 해외사업 재편을 통한 실적 개선 노력

동사는 그간의 업력을 바탕으로 축적된 노하우와 구축된 인프라를 기반으로 중국, 베트남, 미국 등에서 식자재 유통 및 푸드서비스 분야의 현지 사업화를 추진하였다. 그동안 해외 법인의 실적 부진으로 미국 시장을 중심으로 수익성이 낮은 거래처를 정리하고 새 거래처 발굴에 힘쓰고 있으며 베트남과 중국에서는 해외에 진출한 국내 기업들 위주의 단체급식, 식자재 유통을 하고 있다. 미국에서는 수산물 위주의 식자재 유통사업을 함으로써 해외 시장에서의 수익성 강화를 위해 노력 중이다.

요약 투자지표 (K-IFRS 연결 기준)

구분 년	매출액 (억 원)	증감 (%)	영업이익 (억 원)	이익률 (%)	순이익 (억 원)	이익률 (%)	ROE (%)	ROA (%)	부채비율 (%)	EPS (원)	BPS (원)	PER (배)	PBR (배)
2017	25,044	7.6	438.8	1.8	(15.4)	(0.1)	(0.8)	0.1	283.3	(129)	15,181	(307.7)	2.6
2018	28,281	12.9	506.6	1.8	137.1	0.5	7.3	1.8	262.8	1,154	16,496	23.0	1.6
2019	30,551	8.0	580.8	1.9	51.5	0.2	2.6	0.9	308.7	434	16,967	66.1	1.7



기업경쟁력

식자재 유통업계 1위 기업

- 1999년부터 식자재 유통시장에 진출하여 현재는 국내 1위의 식자재 유통기업으로 시장 선도
- 오랜 업력을 바탕으로 다수 거래처와 사업역량 보유
 - 본사, 연구개발전담부서, 전국 6곳의 물류센터(수원, 인천, 장성, 양산, 대구, 동부물류센터) 보유

식자재 유통 토탈솔루션 제공

- 다양한 유통경로 확대, 상품개발력 강화, 구매 경쟁력 제고, 선진화된 물류 인프라, 과학적이고 체계적인 품질위생관리시스템 도입 및 맞춤형 컨설팅 제공
- 고품질, 합리적인 가격의 식자재 공급을 위해 구매 전문가를 통한 대량구매, 산지구매, 계약구매 등 유통단계 축소, 현지법인 설립 및 B2B(Business to Business) 경로 국내 독점권 확보를 통해 글로벌 직소성 체계 구축

핵심기술 및 적용제품

핵심기술

- 고품질, 합리적 가격의 식자재 유통시스템
- 품질/위생관리 기반의 물류 프로세스
- 통합정보시스템(I-FRESH) 구축
- 다양한 서비스 지원

시장경쟁력

식자재 유통을 넘어 원팩솔루션 제공

- 원물 중심으로 이루어졌던 식자재 유통업 구조 변화 전망/원팩솔루션을 위한 투자의 필요성 부각
 - 국내 식자재 유통과 급식을 넘어 계약 재배는 물론 송림푸드, 제이팜스 인수, 중앙 집중식 조리시설인 센트럴키친을 설립하여 전 과정을 아우르는 원팩솔루션 시스템 갖춤

특수급식 상품 운영

- 실버푸드 시장의 성장세
 - 저출산 고령화 현상이 심화되면서 시니어들을 위한 실버푸드 시장이 가파르게 성장
 - 시니어 전문 식자재 브랜드 헬씨누리를 운영하고 있으며 토탈 푸드케어 브랜드로 확장해 건강 식단은 물론 질환별 치료식을 개발해 공급하는 방안 검토

적용제품

식자재 유통

- 24,000여 종의 국내외 다양한 상품군
- 고객 맞춤형 컨설팅 제공
- 경로별 유통시스템 구축
- 사업에 필요한 메뉴 개발 컨설팅
- 외식 브랜드별 전용 소스 개발

단체급식(병원, 골프장 등)

- 경로 맞춤형 점포 운영 및 지원
- 전문적인 메뉴 개발 및 운영(맞춤형 환자식 메뉴 등)

최근 변동사항

농산물 전처리사 제이팜스 인수

- 전처리 식재료 수요가 증가하고 있는 급식, 외식업계에서 우위를 점할 수 있는 경쟁력 확보

센트럴키친 가동

- 대량으로 식재료 전처리/HMR로도 생산 가능/현장에서 간편 조리
- 운영 중인 600여 곳의 단체급식 사업장에 표준식단을 구성해 센트럴키친 상품 중심으로 식단 운영 예정



I. 기업현황

국내의 대표적인 식자재 유통 및 푸드서비스 기업

CJ프레시웨이는 B2B 식자재 유통이 산업으로 인식되기 전인 1999년부터 식자재 유통시장에 진출하여 현재는 국내 1위의 식자재 유통기업으로 시장을 선도하고 있다.

■ 개요

CJ프레시웨이(이하 동사)는 식자재 유통업 및 푸드서비스업(단체급식) 등을 영위할 목적으로 1988년 10월 삼일농수산으로 설립되어 운영되다가 1996년 5월 제일제당 계열로 편입되었다. 2001년 7월 한국거래소 코스닥시장에 상장하여 주식매매가 개시되었으며, 2008년 3월 현재 상호로 변경되어 운영되고 있다. CJ그룹에 소속되어 있는 국내외 회사 457개(유가증권 시장 5개, 코스닥 3개, 국내 비상장 69개, 해외 비상장 380개)의 그룹사 중 식자재 유통 및 푸드서비스에 주력하고 있다. 2020년 6월을 기준으로 6,836여 명의 임직원이 근무 중이며, 직원 구성은 식자재 유통 472명, 단체급식 5,829명, 상품개발 328명, 경영지원실 207명으로 이루어져 있다. 직원 전체의 약 4.8%가 상품개발인력으로 구성된 것으로 파악된다.

■ 주요 관계회사 및 최대주주

최대주주는 CJ로 2020년 6월 현재 동사 지분의 47.11%를 보유하고 있으며, 특수관계인 지분 1,371,538주를 포함하여 6,963,758주, 58.66%를 보유하고 있다. 또한, 연결 대상 종속회사로 국내 13개사, 해외 5개사 총 18개사를 보유하고 있다[표 1].

표 1. 주요주주 및 관계회사 현황

주요주주	지분율(%)	관계회사	지분율(%)
CJ	47.11%	프레시원미트	100.00%
이재현	0.59%	프레시원중부	100.00%
EFG BANK AG	10.95%	프레시원광주	96.16%
문종석	0.01%	프레시원남서울	87.67%

*출처: 반기보고서(2020), NICE평가정보 재구성

■ 대표이사 정보

대표이사 문종석은 핀란드 헬싱키에 있는 알토대학교 대학원에서 경영학을 전공하고 동원홈푸드 대표이사직을 역임한 바 있다. 이후 동사의 푸드서비스 본부장, 유통사업총괄을 거쳐 2016년 대표이사로 선임되어 현재까지 대표이사직을 유지하고 있으며 동사 지분의 0.01%를 보유하고 있다. 식품과 유통업계에서 쌓은 오랜 경험을 바탕으로 사업을 다각화하고 가정간편식과 단체급식사업의 경쟁력을 높이는 데 힘쓰고 있다. 현장을 중요시하는 경영전략과 조직개편으로 취임 1년 만에 역대 최대 매출을 이끌어냈다.



■ 주요 사업 및 기술 역량

동사의 사업영역은 크게 식자재 유통사업, 푸드서비스 사업 및 제조/서비스업으로 구성되어 있고, 업계 최고 수준의 위생/안전시스템, 물류/IT 인프라를 보유하고 있다.

식자재 유통사업은 농·수·축산물뿐만 아니라 가공식품, 해외 식자재 등을 확보해 국내외 고객사에 제공하는 사업 특성상 국내 1차 산업부터 식품가공업, 외식업, 유통업, 식품 수출입업에 이르는 다양한 산업과 밀접한 관련을 맺고 있다. 또한, 이천, 수원, 대구, 장성 등의 지역에서 대규모 자체 물류센터를 운영함으로써 전국 어디든 일일 배송이 가능한 물류 인프라를 갖추고 있다. 2019년에는 경상남도 양산시에 식자재의 입고부터 고객사별 배송까지 오차율 ZERO를 목표로 최첨단 자동화 시스템이 적용된 동부 물류센터를 오픈함으로써 지역별 고객에게 최적의 시간대에 식자재를 공급할 수 있는 거점형 물류센터의 기틀을 마련하였다.

푸드서비스 사업은 2019년 말 기준 전국 560여 개의 오피스, 산업체, 병원에서 다양한 고객을 대상으로 급식서비스를 제공하고 있다. 고품질의 다양한 메뉴 제공, 암환자식 등 전문 치료식 개발, 드라이키친시스템을 포함한 선진주방시스템 도입, 정성 어린 서비스와 즐거운 이벤트 제공 등으로 국내 프리미엄 급식시장을 꾸준히 선도해 가고 있다.

동사는 식품 및 식품첨가물, 조미식품, 드레싱 등의 개발, 제조, 판매를 목적으로 한 제조업 및 부동산 임대 등 기타 서비스업을 운영하고 있다. 2016년 조미식품 전문회사 송림푸드를 인수한 데 이어, 2019년 농산물 전처리 전문 회사인 제이팜스를 인수하며 최근 1인 가구의 증가 및 가정간편식(HMR) 시장의 성장으로 수요가 높아지고 있는 맞춤형 식자재 공급에 대한 자체 제조 기반을 확보하였다.

■ 주요 사업 및 제품별 매출 비중

동사의 매출은 매출형태 및 고객 경로를 기준으로 식자재 유통과 푸드서비스로 나뉘며, 주요 매출은 식자재 유통이 83.03%, 푸드서비스가 15.75%, 기타가 1.22%를 차지하는 것으로 확인된다[표 2].

표 2. 제품군별 매출 비중

제품군	2019년 매출 비중
식자재 유통	83.03%
푸드서비스	15.75%
기타	1.22%
합계	100%

*출처: 반기보고서(2020), NICE평가정보 재구성



■ 연구개발 활동

동사의 연구개발 담당 조직은 식품안전연구실, 메뉴 R&D 센터, 식품제조 관련 연구실이 있다. 식품안전연구실에서는 미생물/이화학/유전자 분야의 분석 역량을 가진 전문인력과 첨단시설/장비를 활용하여 동사에서 유통하는 모든 상품의 안전성과 해외에서 수입되는 상품의 검증, 그리고 단체급식점포에서 제공되는 메뉴와 환경분석까지 모든 식품의 안전수준을 과학적으로 분석/검증하고 있다. 메뉴 R&D 센터에서는 메뉴/식재/조리법 연구개발 및 식품 관련 신기술 조사, 급식, 외식 활용방안을 위한 연구개발을 하고 있다. 그리고, 식품제조 관련 연구실에서는 식품 및 식품첨가물, 조미식품, 드레싱 등의 신제품 개발 및 제조/판매 관련 연구개발 활동을 수행하고 있다.



II. 시장 동향

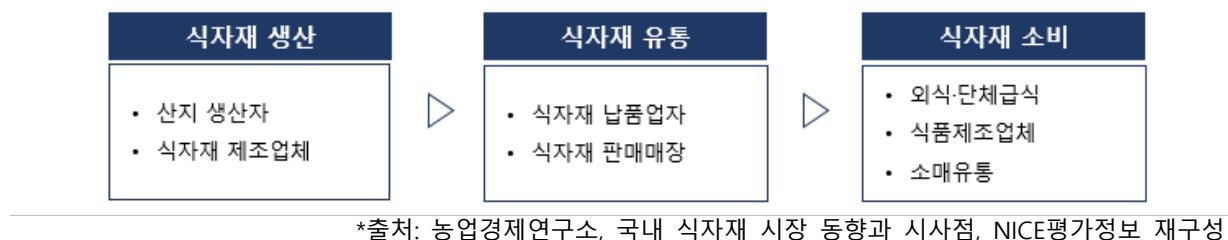
지속 성장이 전망되는 식자재 유통시장

CJ프레시웨이는 식자재 유통사업 및 푸드서비스 사업이 주요 사업 부문이다. 동사의 주력 사업이 속하는 식자재 유통시장은 식자재 유통의 전방시장 및 프리미엄 식단, 유아용 및 노인용 급식 확대 등으로 지속 성장 및 확대 전망된다.

■ 식자재 유통 산업 규모 및 전망

식자재는 음식을 만드는데 사용하는 재료를 통틀어 이르는 말로, 식자재를 유통하는 일은 농·수·축산물과 같은 신선식품에서 가공식품, 주방기구까지 모든 식자재를 생산자로부터 최종 소비자에게 제공하는 것이다. 식자재 유통의 최종 소비자에 따라 B2B(기업용) 유통시장과 B2C(가정용) 유통시장으로 구분된다. B2B 유통시장은 외식·단체급식, 식품제조업체 등에 식자재를 공급하는 채널이 있으며, B2C 유통시장은 백화점, 대형마트, 편의점, 슈퍼마켓 등과 같은 소매유통 채널이 있다[그림 1].

그림 1. 식자재 유통 산업 흐름



*출처: 농업경제연구소, 국내 식자재 시장 동향과 시사점, NICE평가정보 재구성

통계청 서비스업 조사 자료(2019년)에 따르면 식자재 유통이 포함되는 국내 식자재 도소매 시장 규모는 2014년 63조 9,600억 원에서 2018년에 107조 9,000억 원을 형성한 것으로 파악된다. 2018년 이후 연평균 4.9% 증가하여, 2022년에는 130조 8,900억 원의 시장을 형성할 것으로 전망된다[그림 2].

그림 2. 국내 식자재 유통 산업 시장 규모(단위:조 원)



*출처: 통계청, 서비스업 조사(2019), NICE평가정보 재구성

*과실류, 채소류, 육류, 건어물, 수산물을 중심으로 도매업과 소매업의 매출액을 합산



식자재 유통업의 전방 경로에는 외식업체, 급식, 컨세션, 음식료품 제조업체, CK(Central Kitchen) 등이 있다. 이들 식자재 유통업의 전방 경로별 변화를 살펴보면 외식업체의 경우 배달앱/배달대행 등 배달 시장이 성장하면서 외식업체 당 매출 성장이 기대되고 있다. 급식식재 경로의 경우 최저임금 인상과 프리미엄 식단의 등장으로 급식단가가 상승되어 식자재 공급에 긍정적이며, 유아용 및 노인용 급식 또한 확대되고 있다. 컨세션 시장은 52시간 근무 확대와 함께 레저시설, 휴게소 등 다목적 이용시설 내 식음료 서비스를 제공하는 컨세션 시장이 커지고 있다. 음식료품 제조업체들이 HMR과 밀키트 제품 출시에 나서며 식자재 유통업과 함께 성장할 전망이다. CK는 식재료를 단순 농산물 형태로 제공하는 것이 아닌 1차~3차 공정을 거치는 곳을 의미하며 전방업체는 보다 전처리된 식재와 소스류, 반조리 상품 활용을 통해 인건비 부담과 시간, 비용을 줄일 수 있고, 식자재 유통업체는 시장 점유율을 높일 수 있게 된다. 이처럼 식자재 유통업의 전방 경로의 성장이 이루어지고 있어 식자재 유통 산업은 지속적으로 성장할 전망이다.

■ 단체급식 산업 시장 동향

단체급식 사업은 우리나라 산업 성장과 궤를 같이해왔다. 조선업, 중공업 등 제조업이 발달하고 기업이 커감에 따라 단체급식 시장도 함께 성장했다. 주요 단체급식 업체가 대기업 중심으로 이뤄진 것도 산업 성장기와 맞물려 1980년대와 1990년대 직원들에게 식사를 제공하는 복지 차원에서 시작된 이유가 크다.

단체급식 시장은 이른바 ‘빅5’가 주도하고 있다. CJ프레시웨이, 삼성웰스토리, 아워홈, 현대그린푸드, 신세계푸드 등이다. 이외에도 동원홈푸드, 한화호텔앤드리조트, 풀무원푸드앤컬처, 대상 등도 단체급식 시장에 진출해 있다.

국내 급식시장은 규모의 경제가 적용되기 때문에 안정적인 식수가 바탕이 되어야 수익성을 확보할 수 있다. 일정 식수를 공급받아야 고정비에 대한 부담이 줄기 때문이다. 빅5 기업들이 단체급식 시장을 주도하고 있는 이유도 이 때문이다. 그러나 산업이 고도화되고 생산가능인구가 감소하면서 산업체와 오피스, 학교 등에서 식수를 충족시킬 수 있는 인력이 감소하는 구조로 변해가고 있어 수요가 정체되어 있다. 반면 위생이슈가 대두되면서 좋은 식자재 공급에 대한 수요는 커지고 있다. 또한, 최저임금 인상에 따라 급식단가가 인상되었으며, 프리미엄화 식단에 대한 수요확산, 외식가격의 부담으로 인한 구내식당 이용 증가, 병원 환자식/고령화 식단/유아용 급식 등 특화된 급식시장의 규모 증가에 의해 관련 시장이 확대될 것으로 기대된다.

국내 최고 자본시장 미디어 더벨의 2019년 자료에 의하면 국내 단체급식 시장 규모는 2018년 16조 원 규모의 시장을 형성하고 있는 것으로 보고한 바 있으며 업계 안팎에서도 국내 단체급식 시장 규모를 16조 원에 달할 것으로 추정하고 있다. 또한, 업계에서는 단체급식 시장 성장률을 3~5%로 보고 있으며 이는 과거 성장기에 비하면 정체에 가까운 수치다. 실제로 주요 사업장 수도 늘지 않고 정체되어 있다. 따라서, 단체급식 업체들은 사업 다각화를 통해 돌파구를 모색하고 있으며 기업체 급식에 더해 실버급식, 병원급식, 골프장, 워터파크와 같은 레저시설, 컨세션 등 신규시장 진출에 힘쓰고 있다. 급식시장의 진입 장벽은 낮은 반면 운영 전략에 따라 급식시장에서의 결과가 달라질 수 밖에 없는 상황이다.

III. 기술분석

지속적인 성장 및 경쟁력 확보를 위한 차별화 전략 및 시스템 보유

CJ프레시웨이는 주요 사업의 영위에 있어서 지속적인 성장과 경쟁력 확보를 위해 상품구매, 식품안전, 물류시스템, 통합정보시스템, 고객서비스 분야에서 차별화를 도모함으로써 경쟁력을 갖추고 있다.

■ 고품질, 합리적 가격의 식자재 유통을 위한 시스템 구축

CJ프레시웨이(이하 동사)는 고객이 원하는 모든 상품을 고품질, 합리적인 가격에 안전하게 제공하기 위한 시스템을 구축하고 있다. 전문 MD가 24,000여 종의 국내외 다양한 상품에 대해 산지 직거래 및 계약 재배 등 안정적인 국내 구매 밸류체인 구축과 직수입을 통해 가격경쟁력을 확보하고 있다[그림 3]. 또한, HACCP 인증업체를 통한 상품화 및 유통, 생산 이력 관리를 하고 있을 뿐 아니라 유통업계 최고 수준의 연 1~4회 공급업체 검증 및 전국 권역별로 품질 검수자가 상주하여 점검함으로써 품질관리를 진행하고 있다. 동사의 500여 개의 PB (Private Brand)는 단계별 프로세스를 통해 체계적이고 안정적으로 관리함으로써 고객만족도를 높이고 있다.

그림 3. 국내외 구매 밸류체인



*출처: 홈페이지, NICE평가정보 재구성



■ 식품안전솔루션 보유

2003년 11월 식품안전센터를 설립하여 고객에게 공급하는 상품을 과학적으로 분석 및 검증하여 식품 안전성을 높이고 운영 점포의 위생 점검 및 체계적인 교육프로그램을 제공하고 있다. 신상품 안전성 검증을 위해 원부재료 및 표시사항 검증, 공정 단계별 위해도 평가, 완제품 자가규격 설정 및 법적 위해 항목을 분석하고 있다. 유통상품 안전성 관리를 위해 인스펙션 활동을 통한 취급 상품 품질개선, 상품별 관리 주기에 따른 분석을 실시하여 안정성 검증, C.S.I(Claim Scene Investigation) 활동으로 클레임의 근본적 원인 해결 및 솔루션을 도출하고 있다. 급식점포 위생관리를 위해 조리공정별 기준 수립 및 실행, 점포에서 제공되는 메뉴와 조리환경의 과학적 분석 및 안전한 식사제공, 체계적인 점포관리자 교육프로그램을 통한 적극적인 위생 안전 서비스를 제공하고 있다. 글로벌 식품안전 관리를 위해서 중국과 베트남에 각각 식품안전 전문 조직 및 인력을 운영하고 해외 제조상품에 대한 국내 동일수준의 안전성 관리를 실시하고 있다. 또한, 최첨단 위생설비를 구축하여 고객 및 협력사를 대상으로 필요한 위생 안전관리 및 교육을 제공하고 있다.

■ 품질/위생관리 기반의 물류 프로세스 및 인프라 보유

적시 적소에 고객이 원하는 식자재를 안전하게 배송하기 위해 대규모 자체 물류센터 및 CJ대한통운과 프레시원의 거점을 활용한 전국 유통망을 활용하고 있다. 또한, 품질과 위생 안전이 보장된 물류 프로세스인 콜드체인시스템을 활용해 입고부터 배송까지 신선하고 안전하게 식자재를 관리하여 공급하는 것으로 파악된다[그림 4]. 이에 동사는 일반, 상온, 냉장, 냉동으로 구분해 식자재를 입고하고 있으며, 검품 캘린더를 활용하여 유효기간을 관리하는 것은 물론 상품 온도에 따른 상차 위치를 지정해 오버헤드 도어 냉기 누출방지를 최소화함으로써 적온 배송 시스템을 구현하고 있는 것으로 판단된다.

그림 4. 물류 프로세스



*출처: 홈페이지 자료 발췌



■ 통합정보시스템(I-FRESH) 구축

효과적인 비즈니스 실행을 위해 Full Value-Chain을 지원하는 업무 지원 시스템인 I-FRESH 시스템을 2015년 구축하여 축산물 유통 이력 관리는 물론, 최적화된 공급망관리를 통해 실시간 차량 위치파악과 배송현황 제공 등이 가능해졌다. 또한, 영업, 구매, 물류, 주문 등의 모든 정보를 집약적으로 처리하여 고객 중심의 최적화된 정보서비스를 제공함으로써 경영효율을 극대화함과 동시에 고객들에게 더 안전하고 믿을 수 있는 상품을 제공할 수 있도록 자리매김하고 있다.

■ 다양한 서비스 지원으로 고객 만족 경영 실천

식자재 공급 및 푸드서비스 외에 고객 편리와 만족을 위해 고객 니즈별 맞춤형 지원 서비스를 제공하고 있다. 맞춤형 고객서비스는 서비스 아카데미, 프리미엄 조리 아카데미, 조리 실습장 대여 및 고객 커뮤니케이션 응대 부분으로 구성되어 있다.

서비스 아카데미를 통해 시너지 창출, 리더십, 호감 받는 이미지 연출, 친절 서비스, 단정한 용모와 복장, 마음을 연결하는 커뮤니케이션 등의 서비스교육 콘텐츠 제공과 메뉴컨설팅 전문교육을 추진하여 업무 역량을 높이고 있다. 프리미엄 조리 아카데미를 통해 푸드서비스(단체급식) 사업 부문의 조리 전문인력들의 조리 기술, 메뉴 구성 및 개발능력 향상을 위해 정기 및 수시교육을 하고 조리 테이블과 일렉트로닉스 시설을 완비한 실습장을 대여해 주고 있다. 뿐만 아니라 고객사 매장의 메뉴 관리와 개발에도 다양한 지원을 하고 있다. 또한, 소비자의 식품안전에 대한 인식이 강화되고, 상품품질에 대한 기대수준이 높아짐에 따라 클레임 관리 전문 인프라를 갖춘 고객가치혁신팀을 운영함으로써 고객과의 적극적인 커뮤니케이션을 위해 노력하고 있다.

■ 특허경영

동사는 사업 경쟁력 강화를 위해 필수 요소 기술들을 지식 재산화하고 있다. 특허경영을 통해 지식재산권의 포트폴리오 창출 및 구축, 지식재산권 포트폴리오로부터 최대의 가치를 창출하고 사업 관련한 지식재산권의 리스크를 관리하고 있다. 특허경영을 통해 경쟁사에서 동사의 특허 경쟁력을 인식하고 사업 제휴를 맺는 등 특허를 활용하여 제품의 신규시장을 개척하거나 새로운 성장 동력으로써 신사업을 발굴 및 선점할 수도 있을 것으로 판단된다. 식자재 유통, 푸드서비스업과 제조업 관련하여 특허등록 9건, 특허출원 1건과 상표권 195건을 보유하고 있으며 특허등록 목록은 [표 3]과 같다.



표 3. 사업 관련 보유 특허

특허명	특허등록번호
냉동포장상자	20-0491923
스마트 식품 자동 판매기	20-0491594
식품 용기 손잡이	20-0489842
퇴식구용 식사 도구 분리 장치	20-0489622
핫도그 스틱용 반죽 조성물과 이를 이용하여 제조한 핫도그 스틱 및 핫도그와 그 제조방법	10-1985882
라벨 접이기	10-1973601
메뉴 주문 처리 시스템 및 방법	10-1595315
식기건조기의 온풍공급구조	10-0694277
전기온장고의 히팅구조	10-0675947

*출처: 키프리스, NICE평가정보 재구성

■ SWOT 분석

그림 5. SWOT 분석



*출처: NICE평가정보

▶▶ (Strong Point) 고품질, 합리적 가격의 식자재 유통시스템 보유 및 미래 먹거리 제시

동사는 식자재 유통의 복잡한 단계에서 비롯됐던 위생, 비합리적인 가격 등 다양한 문제점을 선진시스템의 구축을 통해 해결하였다. 식자재 유통시장에 위생과 안전 개념을 도입하며 업계 최초 매출 3조 원을 돌파하며 업계 1위는 물론 식자재 유통은 신선함을 배달하는 과학이라는 인식을 심었다. 식품안전센터와 전국 주요지역에 물류센터를 설립함으로써 고품질, 합리적 가격의 식자재를 공급하고 있다. 식자재 유통과 급식을 넘어 계약 재배는 물론 송림푸드, 제이팜스 인수, 중앙 집중식 조리시설인 센트럴키친을 설립하여 파종부터 제품화까지 전 과정을 아우르는 원팩솔루션 시스템을 갖춰 미래 먹거리에 대한 새로운 지평을 준비하고 있다.



▶▶ (Opportunity Point) 식자재 유통시장의 지속적인 성장 및 특수급식 시장의 성장

1인 가구의 증가, 여성의 사회진출 등으로 식자재 유통시장에서 가장 큰 규모를 차지하는 외식 시장의 규모가 커짐에 따라 식자재 유통업체들의 기회가 증가 되고 있다. 특히, 대형 외식프랜차이즈 업체에서 출시되는 HMR의 소비 증가는 식자재 유통시장에 활기를 더해줄 것이다. 따라서, 지금까지 원물 중심으로 이루어졌던 식자재 유통업의 구조는 변화할 전망이다. 전방산업에서의 인건비라는 구조적 한계를 극복하고 시장의 변화를 따라가기 위해서는 원팩솔루션을 위한 투자의 필요성이 부각되고 있다. 동사는 센트럴키친을 설립함으로써 기존에 갖추고 있던 유통시스템에 더해 원팩시스템을 갖춤으로써 시장의 변화에 빨 빠르게 대응하고 있다. 또한, 저출산 고령화 현상이 심화되면서 시니어들을 위한 실버푸드 시장이 가파르게 성장하고 있으며, 동사는 시니어 전문 식자재 브랜드 헬씨누리를 운영하고 있으며 헬씨누리를 토탈 푸드케어 브랜드로 확장해가고 있다.

▶▶ (Weakness Point) 낮은 마진율과 경기 변동에 따른 수익성 악화

식자재 유통사업은 마진율이 낮으며 식자재 업계 전반은 경기 악화에 영향을 크게 받는다. 대형 외식업체를 중심으로 식자재를 공급하는 업체는 외식 경기에 더욱 민감하다. 최근 코로나 19의 영향으로 외식사업 부진과 단체급식 중단 등으로 주력 사업에서 매출이 급감하고 있다. 2020년 1분기 영업이익이 적자 전환하며 차입 부담이 가중되고 있지만, 미래를 위한 투자는 지속되고 있는 상태이다.

▶▶ (Threat Point) 국내 단체급식 시장의 포화상태

국내 단체급식 시장은 포화상태이다. 2000년대 초반 단체식 시장은 20%의 성장률을 보이며 급 성장하였으나 현재 성장률이 3~5% 수준으로 떨어졌다. 단체급식 시장의 대부분을 빅5로 불리는 대기업 급식사가 장악하고 있으며, 새로운 납품처를 찾는 것보다 먹고 먹히는 수주 경쟁을 벌이고 있다. 이에 신성장 동력 발굴의 필요성이 대두되고 있다. 동사는 전문성을 앞세워 병원이나 레저시설과 같은 틈새시장 전략을 취하고 있다. 또한, 단체급식 메뉴역량을 강화하기 위해 트렌드와 고객 니즈를 반영한 신메뉴 개발에 박차를 가하고 있고 한식의 기본 메뉴인 밥, 국, 김치 등의 수준을 업그레이드하기 위해 노력하고 있다.

IV. 재무분석

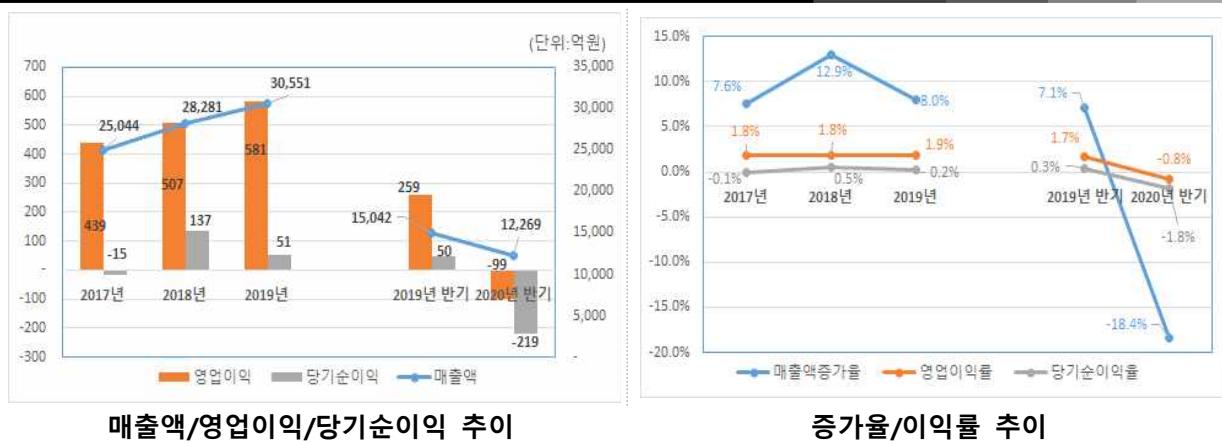
국내 대표 식자재 유통업체로 매출 성장세

동사는 식자재 유통 및 푸드서비스(단체급식)를 주력 사업으로 영위중인 업체로 2019년 말 기준 전국 560여개의 오피스, 산업체, 병원에서 다양한 고객을 대상으로 급식서비스를 제공하고 있다. 특히 병원 치료식 분야에서 높은 전문성을 인정받아 최근 매출 성장세를 보였다.

■ 2019년 식자재 유통 부문 매출비중이 80% 이상으로 매출 성장을 견인

동사는 식자재 유통을 주력하고 있으며, 2019년 연결 기준 식자재 유통 부문 매출이 2조 5,367억원(전체 매출대비 83.0%), 푸드서비스 부문 매출 4,811억원(전체매출 대비 15.7%), 기타 373억원(총 매출 대비 1.2%)으로 식자재 유통을 중심으로 매출이 성장하고 있다.

그림 6. 동사 연간 및 반기 요약 포괄손익계산서 분석



*출처: 동사 사업보고서(2019), 반기보고서(2020)

그림 7. 동사 연간 및 반기 요약 재무상태표 분석



*출처: 동사 사업보고서(2019), 반기보고서(2020)



■ 2019년 매출 증가하였으나 수익성은 여전히 미흡

동사의 연결기준 매출액은 2017년 2조 5,044억(+7.6% YoY), 2018년 2조 8,281억원(+12.9% YoY), 2019년 3조 551억원(+8.0% YoY)으로 최근 3개년 매출 성장세를 보였다. 이는 대형프랜차이즈 고객들의 가맹점 증가 및 프레시원 부문 신규 M&A 및 분점 확대, 단체급식 부문의 대형거래처에 대한 재계약 노력 등에 따른 것으로 판단된다.

최저시급 인상 및 과연직 직접 고용 등에 따라 인건비가 상승하였으나 대형거래처 수주에 따른 매출 신장의 영향과 식단가 인상 등을 통해 매출액영업이익률 1.9%로 전년 매출액영업이익률 1.8% 대비 소폭 상승하였다. 반면, 해외사업 진행에 따른 외환차손의 증가, 금융비용 증가 등으로 매출액순이익률 0.2%로 전년 매출액순이익률 0.5% 대비 소폭 하락한 양상이다.

■ 2020년 상반기 매출 감소 및 적자전환

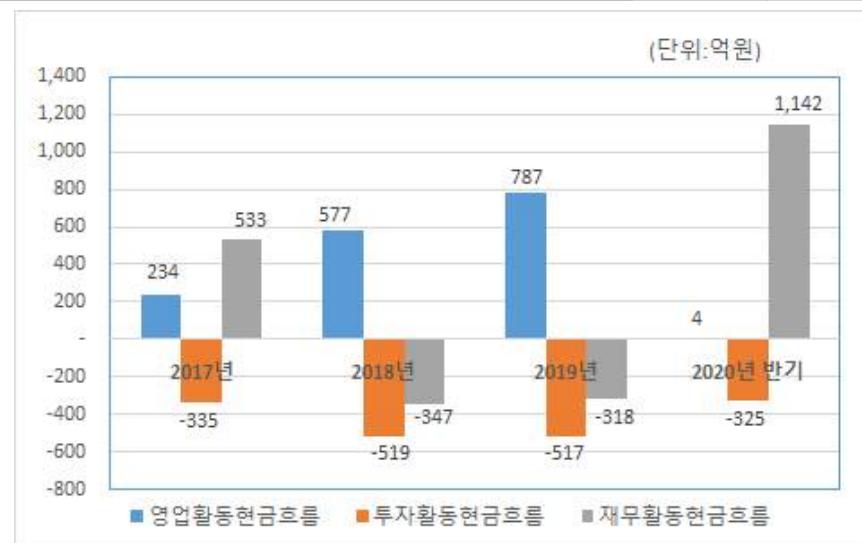
2020년 상반기 연결기준 매출액은 COVID-19 확산에 따른 단체급식 및 식자재 유통 부문의 부진으로 전년동기대비 18.4% 감소한 1조 2,269억원의 매출을 시현하였으며, 상품매출원가율의 하락에도 불구하고 인건비 상승, 리스회계 변경에 따른 감가상각비 증가 등으로 매출액영업이익률 -0.8%로 영업이익이 적자전환하였고, 금융비용이 증가하면서 매출액순이익률 -1.8%를 나타내었다.

주요 재무안정성 지표는 2020년 상반기 연결기준 부채비율 396.3%, 자기자본비율 20.2%, 유동비율 92.3%, 차입금의존도 47.4%로, 만기예정인 공모사채의 상환 및 운영자금 조달 목적의 사채를 추가로 발행한데다 회계기준 변경에 따른 리스자산 및 리스부채 인식으로 전년동기대비 재무안정성 지표가 저하되었고, 차입부담이 지속되는 등 다소 미흡한 재무구조를 나타내었다.

■ 영업활동을 통한 현금 유입으로 투자활동, 재무활동 현금유출 감당 가능한 상태

2019년 연결기준 생산설비 투자, 리스회계 변경에 따른 증가된 감가상각비의 조정 등으로 영업활동현금흐름이 전년대비 크게 확대되었다. 이에 따른 영업을 통해 유입된 현금으로 신규 물류센터 건립, 단체급식 점포 등의 시설투자와 차입금 상환, 사채 상환 등의 재무활동 자금 유출을 감당 가능한 바, 전반적인 자금흐름이 양호한 수준이다.

그림 8. 동사 현금흐름의 변화



*출처: 동사 사업보고서(2019) 반기보고서(2020)



V. 주요 변동사항 및 향후 전망

제이팜스 인수 및 센트럴키친 가동을 통한 사업 효율성 극대화

CJ프레시웨이는 농산물 전처리 전문회사 제이팜스의 인수, 계약 재배의 확대, 수입 수산물 독점 공급 체결 및 센트럴키친 가동을 통해 식자재 유통과 급식사업의 효율성을 극대화할 수 있을 것으로 전망된다.

■ 농산물 전처리사 제이팜스 인수

CJ프레시웨이(이하 동사)는 2019년 농산물 전처리 전문회사인 제이팜스를 인수하는 본계약을 체결하였다. 인수 대상은 제이팜스 지분 90%이며 총 인수금액은 약 230억 원이다. 동사는 70% 지분을 우선 인수하고 2년 후 20% 지분을 인수할 계획이다. 제이팜스는 HMR 등 식품 제조사를 비롯해 급식, 유통 등의 경로에 420여 개 품목, 연간 약 1만여 톤의 전처리 농산물을 공급하고 있다. 이번 인수를 통해 동사는 전처리 식재료 수요가 증가하고 있는 급식, 외식 업계에서 우위를 점할 수 있는 경쟁력을 확보하게 됐다. 또한, 최근 급성장 중인 HMR 등 원료공급 경로도 소스, 식품 제조업체로 다변화되면서 시너지를 낼 것으로 기대되고 있다.

■ 상품 및 가격경쟁력 확보를 위한 지속적 노력

동사는 우리 쌀 계약 재배에 앞장서고 있으며, 2015년 계약 재배를 시작한 지 4년 만에 면적은 23배, 참여 농가는 약 9배가 늘었으며, 지역도 5곳에서 15곳으로 확대되었다. 동사가 2019년 계약 재배 농가에서 수매한 물량은 약 4만 5천여 톤이다. 계약 재배를 통해 농가는 판로 걱정 없이 안정적인 소득을 기대할 수 있고 동사는 양질의 원물을 확보함으로써 상품경쟁력과 가격경쟁력을 높일 수 있다. 또한, 계약 재배 농가의 생산량을 높이기 위해 매해 시험 재배를 통해 확보한 최적의 재배농법을 표준화해 계약 재배 농가에 농업기술교육을 전이하는 등 상생 노력을 기울이고 있다. 또한, 2019년 폐루의 유명 수산물 가공업체인 ‘오세아노시푸드’ 와 손잡고 대왕오징어 수입에 대한 독점판매 유통권을 확보했다. 이번 계약을 통해 동사는 2018년 대비 약 50% 증가한 물량인 3,500여 톤을 수입해 유통할 계획이다. 이는 국내에서 대왕오징어를 취급하는 수입사 중 가장 큰 규모이다.

■ 센트럴키친 가동을 통한 단체급식 사업의 효율성 극대화 전망

센트럴키친(Central Kitchen: 중앙 집중식 조리시설)은 단체급식 사업장에 제공되는 반찬류, 국, 탕을 대량으로 조리할 수 있는 시설을 말한다. 대량으로 식재료를 전처리하고 HMR로도 생산할 수 있어 국내 급식 업체들이 센트럴키친 도입을 서두르고 있다. 센트럴키친에서 RTH(Ready To Heat), RTC(Ready To Cook) 형태로 단체급식 사업장에 배송되기 때문에 식사 현장에서 간단히 손쉽게 조리가 가능하다.



동사는 경기도 이천시에 센트럴키친을 완공하고 2020년 6월 본격 가동에 들어갔다. 센트럴키친 중부점은 대지 3,380평, 지상 2층 규모로 하루 약 25톤 규모의 반찬류나 반조리 상품을 생산할 수 있다. 동사는 현재 운영 중인 600여 곳의 단체급식 사업장에서 표준식단을 구성해 센트럴키친 상품을 중심으로 식단을 운영할 예정이다. 특히, 병원, 실버 경로에 특화된 상품의 강점을 적극 활용하여 경로를 확대할 방침이다.

■ 비대면 키즈 교육프로그램 전개

유치원, 어린이집 고객사를 대상으로 기존 쿠킹클래스와 식습관 교육 등을 비대면으로 제공하는 ‘아이온택트’ 서비스를 9월 7일부터 제공한다. 아이온택트는 아이(Kids)와 눈높이(Eye)의 이중적인 의미를 담은 ‘아이’와 비대면을 뜻하는 언택트(Untact), 연결을 뜻하는 온(On)을 더해 만든 합성어다. 그간 건강한 식문화 조성을 위해 편식 개선 프로그램인 ‘아이누리 채소학교’와 영양 교육이 가미된 ‘아이누리 쿠킹클래스’ 등 다양한 맞춤형 현장 콘텐츠를 운영해왔다. 그러나 코로나 19로 인해 대면 수업이 어려워지면서 유아와 학부모, 선생님들을 위한 비대면 교육 서비스를 제공함으로써 레시피 소개는 물론 위생 교육과 고객사 조리사를 위한 상품과 메뉴 레시피를 제공하고자 한다.

■ 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
한화 투자증권	Buy	27,000	2020.09.17
<ul style="list-style-type: none">3분기 구조적 노력을 통한 수익성 개선 기대HMR 시장 성장에 따른 시장 확대경쟁사 영업력 약화에 따른 높은 점유율 확대 가능성			

■ 시장정보(주가 및 거래량)

