
2026년 2분기 실적 REVIEW



본 자료는 2026년 2분기 실적에 대한 외부 감사인의 회계감사가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위하여 작성된 자료입니다. 따라서 본 자료의 일부 내용은 회계감사 과정에서 달라질 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

CONTENTS

1. 사업 부문 소개

1-1. 식자재유통 (O2O)	3p
1-2. 급식사업	4p
1-3. 제조 인프라 및 R&D 센터	5p
1-4. 차별화 - 전국 물류 인프라	6p

2. 경영실적 HIGHLIGHT

2-1. 2Q26 전사 실적	8p
-----------------	----

3. 사업부문별 실적분석

3-1. 식자재유통 (O2O)	10p
3-2. 급식사업	11p

1. 사업 부문 소개

- 식자재유통 (O2O)
- 급식사업
- 제조 인프라 및 R&D 센터
- 차별화 - 전국 물류 인프라



“식자재유통 경로별 사업 영역에 특화된 **식자재와 컨설팅 서비스를 제공**”

① 외식식자재

외식사업자 니즈 맞춤형 상품/솔루션 제공

② 식품원료

최신 트렌드와 고객 니즈를 반영한 원료 공급

프랜차이즈

·일반 또는 전용 상품 등 식자재 개발, 공급

식당

·일반 외식 식당들과의 직거래 통해 식자재 공급

식자재마트, 대리점

·CJ제일제당/프레시웨이 PB·NB상품을 다양한 오프라인 경로로 공급

온라인 (O2O)

·온라인 플랫폼 및 오픈마켓 통한 식자재 판매

CJ 계열사

·CJ그룹 식품 계열사 상품 통합 구매 및 원료 제공

외부 식품제조사 등

·고객사 및 거래처 대상 최적화된 원료 제공

• O2O란?

Online to Offline의 약자로 온라인 플랫폼 기반으로 고객을 획득하고, 오프라인 기반으로 상품, 물류, 대면 영업의 가치를 전달하는 것

“경로별 고객의 특성과 니즈를 반영한 급식식자재 제공 및 단체급식 운영”

① 급식식자재

고객의 급식 효율과 만족도 향상을 위한 식자재 제공

키즈 (아이누리)

·어린이집, 유치원 급식 식자재 및 솔루션 제공

학교 (튼튼스쿨)

·고품질의 식자재와 트렌디한 학교 급식 솔루션 제공

실버 (헬씨누리)

·요양·복지시설 및 병원 전문 식자재, 영양 교육 제공

케이터링, 군급식 등

·급식 케이터링 전문 업체 및 군부대(직/간납) 식자재 제공

② 단체급식 운영

경로별 최적의 급식 메뉴와 서비스를 제공

(운영경로)

산업체·오피스

·산업체 현장/고객사 최적화된 메뉴 식사 제공

병원

·병원식 전문 영양사, 전문 조리사 등의 식단 운영 및 식사 제공

컨세션·레저

·휴게소, 공항, 리조트, 골프장 등 공간별 특성에 따른 식사 제공

(키친리스 전략)

• 키친리스(Kitchen-less)란?

이동식 급식 등의 형태로 주방시설이 없는 고객사에게 식음 서비스를 제공, 중앙화 기반 원가경쟁력 확보 통해 운영 효율 및 수주경쟁력을 강화

스낵픽

·현대인의 라이프 스타일에 맞춘 다양한 간식, 간편식 제공

프레시밀온 (이동식 급식)

·장소 제약없이 식사를 편리하게 제공하는 이동형 급식 솔루션

: 키친리스 전략 기반 新경로 발굴 (실버, 아파트 조·중식 서비스 등)

“중앙 집중식 조리 시설(CK), 제조 전문 인프라, R&D 센터를 기반으로 **맞춤 상품을 개발 및 생산**”

① 센트럴 키친 (CK)



자체 개발 및 대량 제조하는 중앙 집중식 조리 시설



“인력 효율화와 품질 일원화”

- 맛, 품질, 안전성 갖춘 다품종 형태 생산
- 노동력과 음식물 폐기량 절감 가능

② 프레스플러스



농산물 전처리·가공, 소스 제조 전문 인프라



“제조 인프라 활용 최적화 원료 제공”

- B2B형 간편식 제조 및 밀솔루션 제공
- 소스 및 전처리 제조 역량 강화 및 내재화
(음성 소스 공장 24.11월 오픈)

③ R&D 센터



고객 맞춤 상품 개발 및 컨설팅 제공



“메뉴 개발 기술력과 인프라 집약”

- 고객별 맞춤 상품 개발 및 컨설팅
- 급식 경로별 특화된 메뉴와 식단 연구

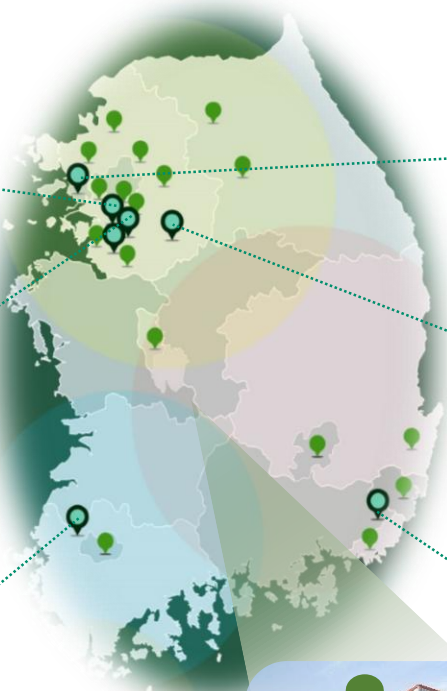
☑ 업계 최대 규모 전국 유통망

대규모 광역 물류센터(7개) 외 총 16개, CJ대한통운 등 전국 유통망을 통해 식자재 맞춤 공급

☑ 업계 최고의 콜드체인 물류 시스템

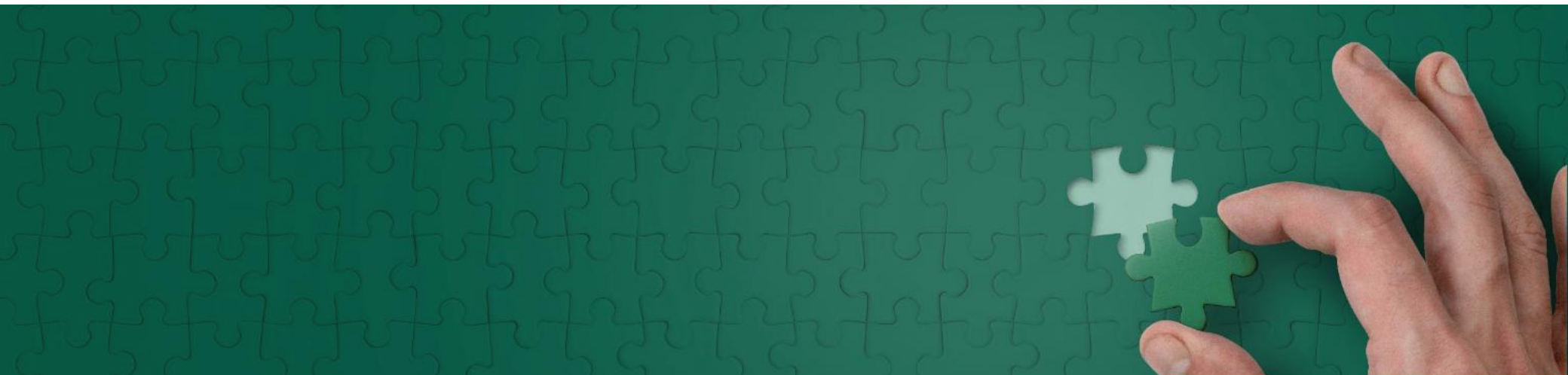
상품의 품질, 위생을 철저히 관리하고 체계적인 물류 프로세스로 최적의 배송 서비스 제공

☑ 프레시웨이 상품과 여러 판매사의 상품을 한번에 묶음 배송하는 통합배송 서비스 운영

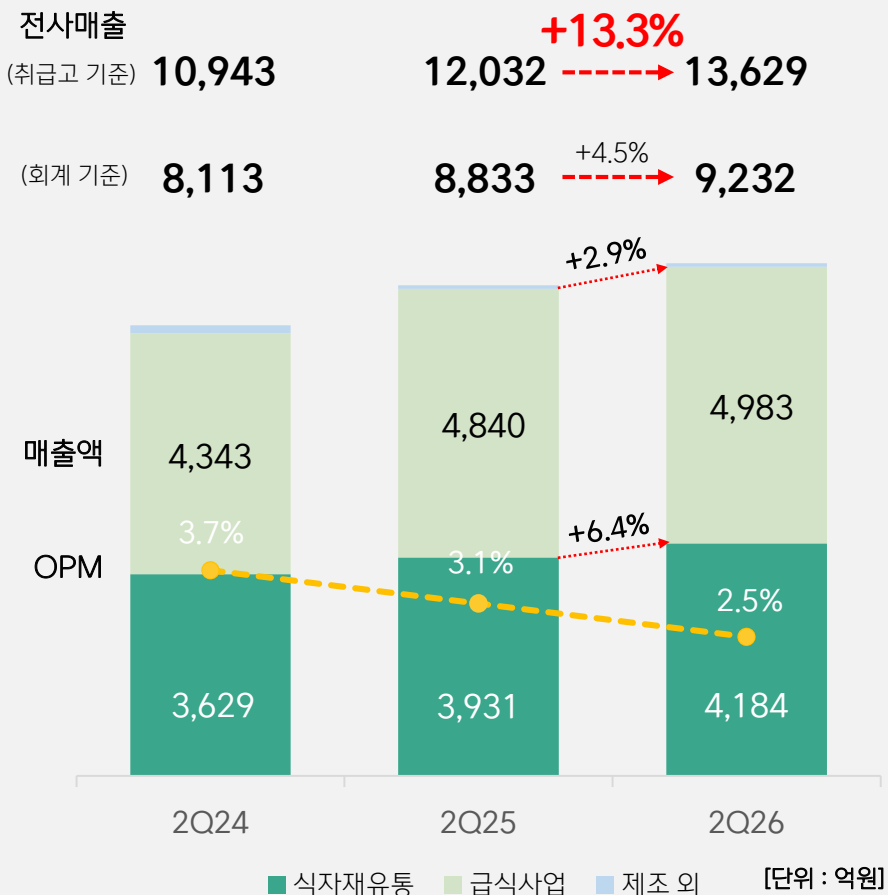


2. 경영실적 HIGHLIGHTS

- 2Q26 전사실적



플랫폼(식보) GMV 확대 통한 온라인 사업 성장 가속화,
군수주 증가, 컨세션 성장 기반 급식사업 신장 등 전사 외형성장 지속
(O2O 성장비용 및 자회사 연결 편입에 따른 손익 인식 영향 YoY OP 감소)

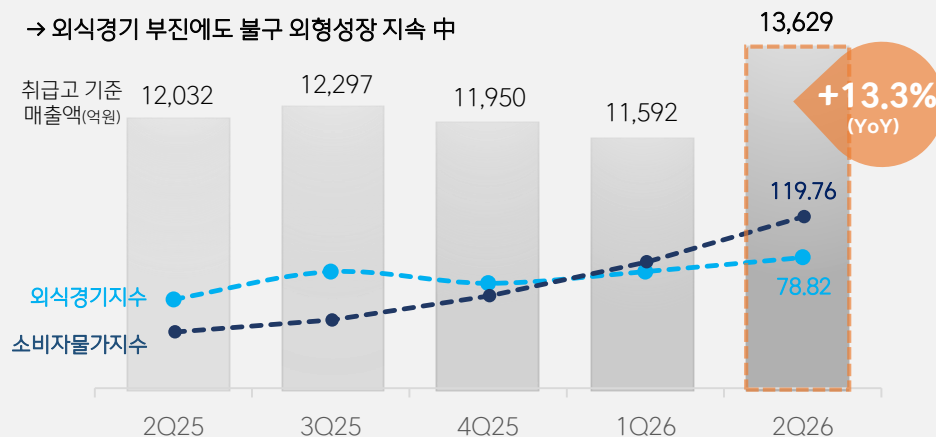


[시장동향 및 전사매출 추이(취급고 기준)]

* 출처: 식품산업통계정보(FIS), KOSIS

- 2Q 외식경기동향 : 고유가 피해지원금 지급 등 영향 지수 소폭 상승,
가성비 중심 외식 흐름 확대

→ 외식경기 부진에도 불구하고 외형성장 지속 中



[2Q26 주요 성과 지표]



온라인 경로 매출
521억원
+51% YoY

- 1Q26 온라인 매출
342억원 (+17% YoY)

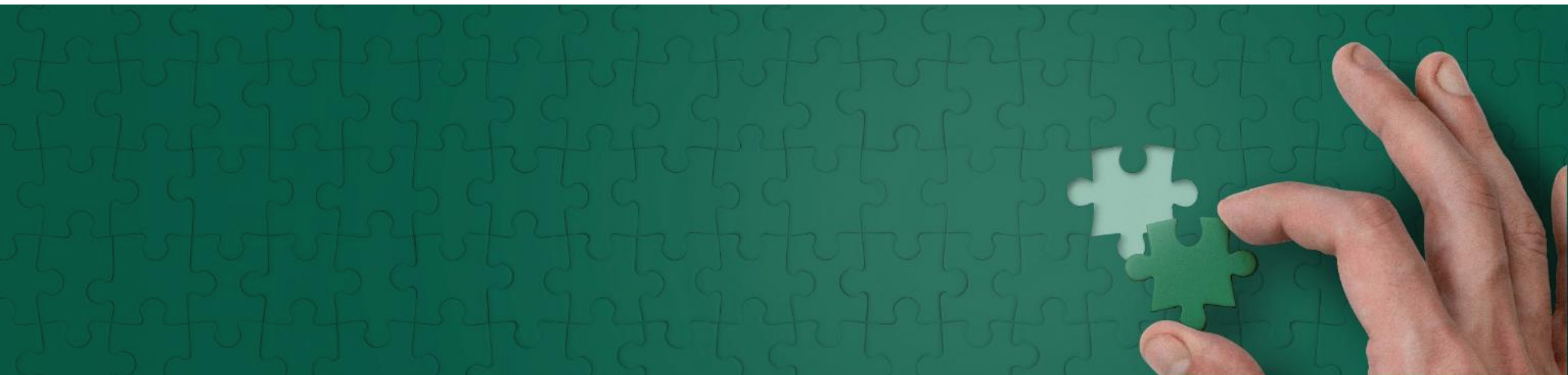


단체급식 신규수주 확대
379억원
+44% YoY

- 이동급식 매출 +12.5% YoY

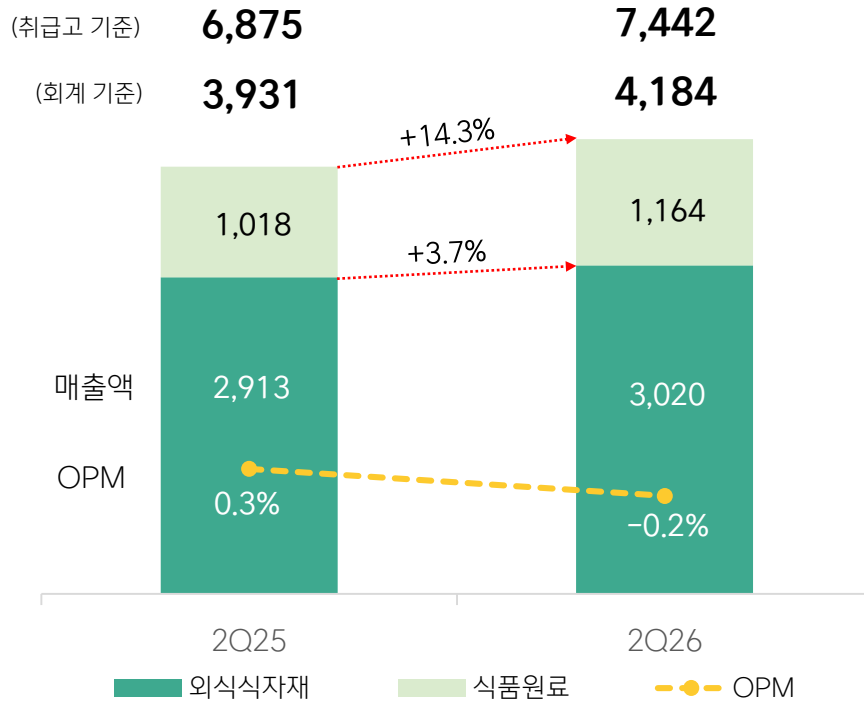
3. 사업부문별 실적분석

- 식자재유통 (O2O)
- 급식사업



매출액 & OPM

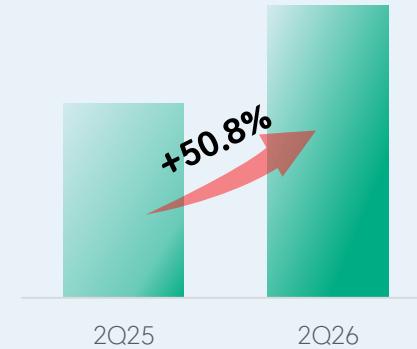
[단위: 억원]



“플랫폼 GMV 확대 기반 온라인 사업 성장 가속화(+51%), 초기 O2O 시장 선점 위한 전략적 자원투입으로 이익 성장 둔화”

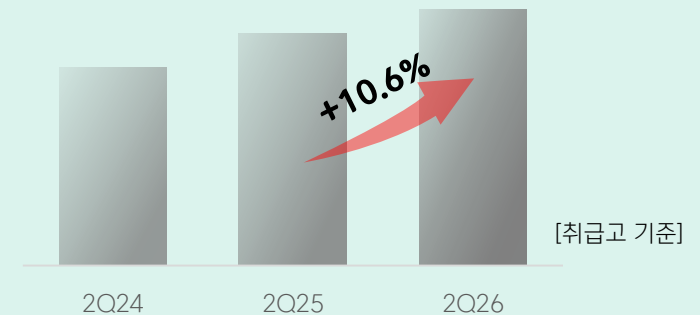
- 외식 식자재 3,020억원 (YoY +3.7%)
- 식품원료 1,164억원 (YoY +14.3%)

[온라인 사업 매출 성장] YoY



“셀러·고객 유입 증대 통한 플랫폼 GMV 확대 적극 추진”

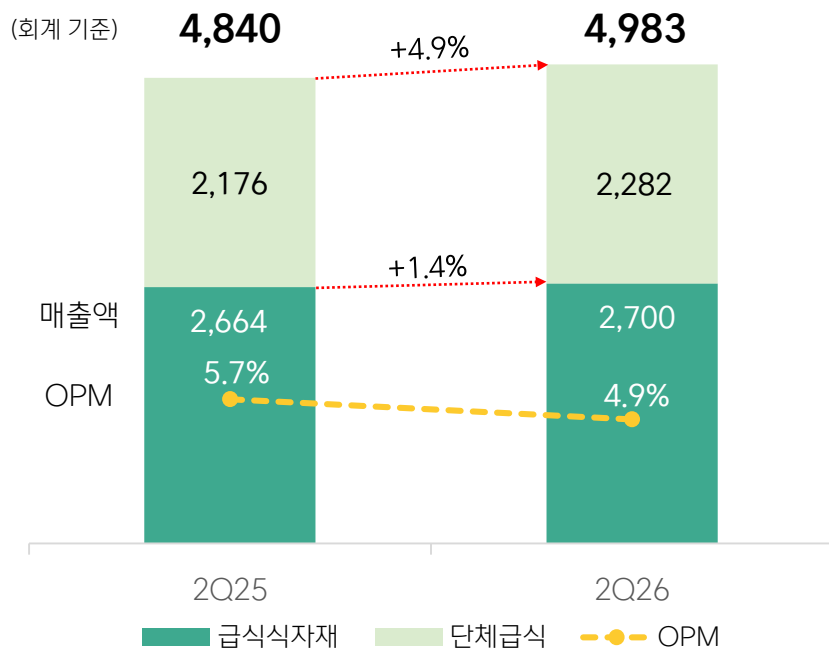
[프랜차이즈 경로 매출 성장] YoY



“데이터 기반 잠재고객 발굴 및 신규수주 확대 추진”

매출액 & OPM

[단위: 억원]



“급식식자재 사업 포트폴리오 재편에 따른 일부 경로 매출 감소,
군수주 확대 및 컨세션 경로 신장 기반 단체급식 외형성장 지속”

(육군훈련소, 해병1사단 등)

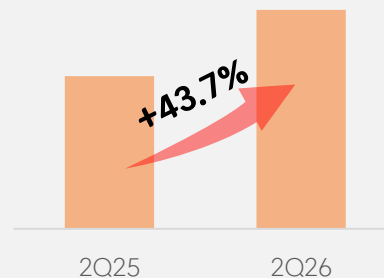
- 급식식자재 2,700억원 (YoY +1.4%)
- 단체급식 2,282억원 (YoY +4.9%)

[급식식자재 성장 추이] YoY

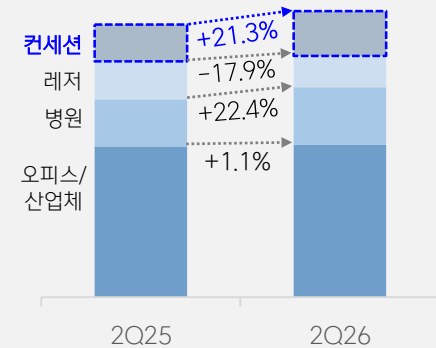


[단체급식 신규수주 및 경로별 성장 추이] YoY

신규수주 현황

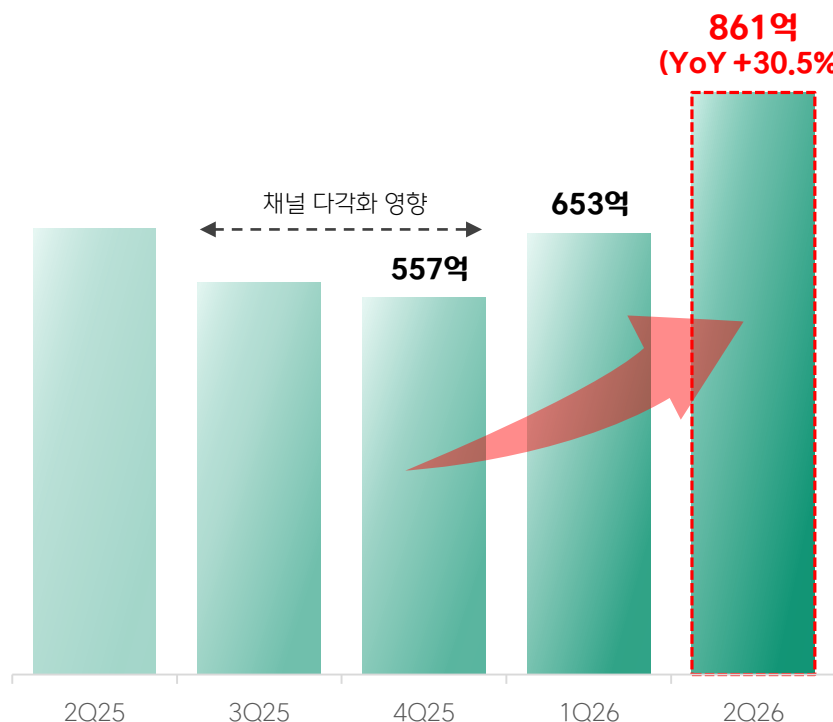


경로별 성장 추이



플랫폼(식품) 거버넌스 확보 기반 신규고객 유입 확대 및 GMV 성장 가속화 추진

식품 GMV (분기별)



누적 GMV (1H26 기준)

1,513억원 ▲ 25.8% YoY



상품 SKU (프레시웨이 상품 기준, 26.2Q末)

약 2.4만개 ▲ 37.2% YoY

※ 식품 전체 상품 SKU (26.2Q末): 약 24만개



통합배송¹⁾ SKU (26.2Q末)

약 1.3만개 ▲ 117.2% YoY

1) 통합배송이란? 프레시웨이가 자사 상품 뿐만 아니라 여러 판매자의 상품을 한번에 통합하여 묶음배송 하는 배송 방식 (물류 효율화 및 물류대행 수수료 창출 가능)

고객과 판매자가 한 곳에 모인 '플랫폼'에서 차별화된 상품·물류 서비스 제공 통한 시장 산업화 추진

[B2B 식자재 마켓 플레이스]



[단위 : 억원, %]

구 분	2Q25	1Q26	2Q26	YoY	%
총매출	8,833	8,339	9,232	+399	+4.5%
식자재 유통	3,931	3,999	4,184	+253	+6.4%
외식식자재	2,913	2,867	3,020	+107	+3.7%
식품·원료	1,018	1,132	1,164	+146	+14.3%
급식사업	4,840	4,274	4,983	+142	+2.9%
급식식자재	2,664	2,316	2,700	+36	+1.4%
단체급식	2,176	1,958	2,282	+106	+4.9%
제조 외	62	66	65	+3	+4.8%
매출이익	1,639	1,391	1,645	+6	+0.4%
매출이익률(%)	18.6%	16.7%	17.8%	-	△0.8%p
판매관리비	1,365	1,280	1,410	+45	+3.3%
판관비율(%)	15.5%	15.4%	15.3%	-	△0.2%p
영업이익	274	110	235	△39	△14.2%
영업이익률(%)	3.1%	1.3%	2.5%	-	△0.6%p
법인세차감전 순이익	200	43	128	△72	△36.0%
당기순이익	150	31	101	△49	△32.7%
당기순이익률	1.7%	0.4%	1.1%	-	△0.6%p

[단위 : 억원, %]

구 분		2025년	2026년 2분기	증감액	증감율
	유동자산	6,738	7,133	+395	+5.9%
	현금및현금성자산	1,310	715	△595	△45.4%
	매출채권	3,398	3,693	+295	+8.7%
	재고자산	1,679	2,284	+605	+36.0%
	기타유동자산	351	441	+90	+25.6%
	비유동자산	9,153	8,915	△238	△2.6%
計		15,891	16,048	+157	+1.0%
	매입채무	4,140	4,105	△35	△0.8%
	차입금	2,617	3,525	+908	+34.7%
	(장기차입금)	399	938	+539	+135.1%
	(단기차입금)	2,218	2,587	+369	+16.6%
	기타부채	4,582	4,591	+9	+0.2%
	計	11,339	12,221	+882	+7.8%
자 본 계		4,552	4,326	△226	△5.0%
· 부채비율		249.1%	319.4%	+70.3%p	부채/자본
· 순부채비율		220.3%	300.7%	+80.4%p	(부채-현금성)/자본
· 단기차입비중		84.7%	73.4%	△11.3%p	단기/총차입금
· 차입금의존도		16.5%	22.0%	+5.5%p	총차입금/자산

CREATE NEW WAY,
ENJOY FRESH WAY



2026. 08. 06