

Merchandising Star

Total HMR B2B Solution Special Company

Disclaimer

본 자료는 투자자를 대상으로 실시되는 Presentation에서 정보 제공을 목적으로 주식회사 엠디에스에 의해 작성되었으며 이의 반출, 복사 또는 타인에 재배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다.

본 Presentation 참석은 위와 같은 제한 사항의 준수에 대한 동의로 간주될 것이며, 제한 사항에 대한 위반은 관련 증권거래 법률에 대한 위반에 해당될 수 있음을 유념 해주시기 바랍니다.

본 자료에 포함된 회사의 경영 실적 및 재무 성과와 관련된 모든 정보는 한국채택국제회계기준에 따라 작성되었습니다. 본 자료에 포함된 “예측정보”는 개별 확인 절차를 거치지 않은 정보들입니다. 이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 사항으로 회사의 향후 예상되는 경영 현황 및 재무 실적을 의미하고, 표현상으로는 ‘예상’, ‘전망’, ‘기대’, ‘(E)’ 등과 같은 단어를 포함합니다.

위 “예측정보”는 향후 경영 환경의 변화 등에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는 바, 이러한 불확실성으로 인하여 실제 미래실적은 “예측정보”에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다.

또한, 향후 전망은 Presentation 실시일 현재를 기준으로 작성된 것이며 현재 시장 상황과 회사의 경영 방향 등을 고려한 것으로 향후 시장 환경의 변화와 전략 수정 등에 따라 변경될 수 있으며, 개별의 고지 없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료와 활용으로 인해 발생하는 손실에 대하여 회사 및 각 계열사, 자문역 또는 Representative는 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다.(과실 및 기타의 경우 포함) 본 문서는 주식의 매매 및 투자를 위한 권유를 구성하지 아니하며 문서의 그 어느 부분도 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없음을 알려드립니다.

Contents



머천다이징은 '적정한 상품 또는 서비스를 적정한 장소·시기·수량 및 가격에 있어서 판매함에 수반하는 계획'이라 정의되고, 마케팅 안에서 전략적 역할이기에 극히 중요합니다. 머천다이징은 제조업자의 경우에는 제품 계획과 동의어라고 하지만, 광의로 해석하면 판매 경로·생산 시기에 관한 계획도 포함하게 됩니다. 이와 같은 머천다이징은 모든 각도에서 상세한 소비자 분석을 하여 상품을 다시 고도화된 상품으로 만드는 것입니다. 따라서 현재의 공급 방식과는 다른 새롭고 보다 나은 제품을 만드느냐, 다른 거래 방법을 연구하느냐 까지의 영역입니다. 다시 말하면 현재의 수요와 공급을 되도록 적정한 시기·장소·수량·방법·가격으로 제공하기 위한 계획을 포함하고, 잠재 수요와 공급을 창조하는데 머천다이징은 특색이 있습니다.

“짧은 조리시간, 간편하게 한 끼, 식사대용으로 안성맞춤”
에서 엠디에스는 시작 되었습니다.

Part 1

회사소개

기업개요 / 조직도 / 실적 / 재무 현황

Part 2

사업소개

사업 개요 / 국내 식품 관련 시장 분석
관련 산업 범주 및 수산물 소비 시장
주요 상품 및 고객사
핵심 보유자산 & 경쟁력

Part 3

신사업 추진배경

신사업 추진 배경과 필요성
가정 간편식, HMR 시장의 지속적 성장
외식산업 세분화에서 탄생하는 중식
B2B 식자재 시장의 변화
수산물 Smart 가공 시장
Central Kitchen 개념과 필요성 / Central Kitchen 발전
국내외 델리 전문점 사례 및 발전

Part 4

신사업 추진계획

사업 비전 / 신사업 단계별 전개
CK & 제조공장 전개 / 음성 CK 주요 품목사진
음성 가공·CK 주요 계획
음성CK 평면도 / Grab & Go 매장 운영
사업장 전개 계획 / 세부업무 진행일정

Part 5

투자제안

연도별 예상 매출 & 수익
단기 자금 매트릭스
자금 사용계획 / 자금 조달 방법
EXIT 전략

PART 01 회사 소개

- 01. 기 업 개 요
- 02. 조 직 도
- 03. 실 적
- 04. 재 무 현 황

01. 기업 개요

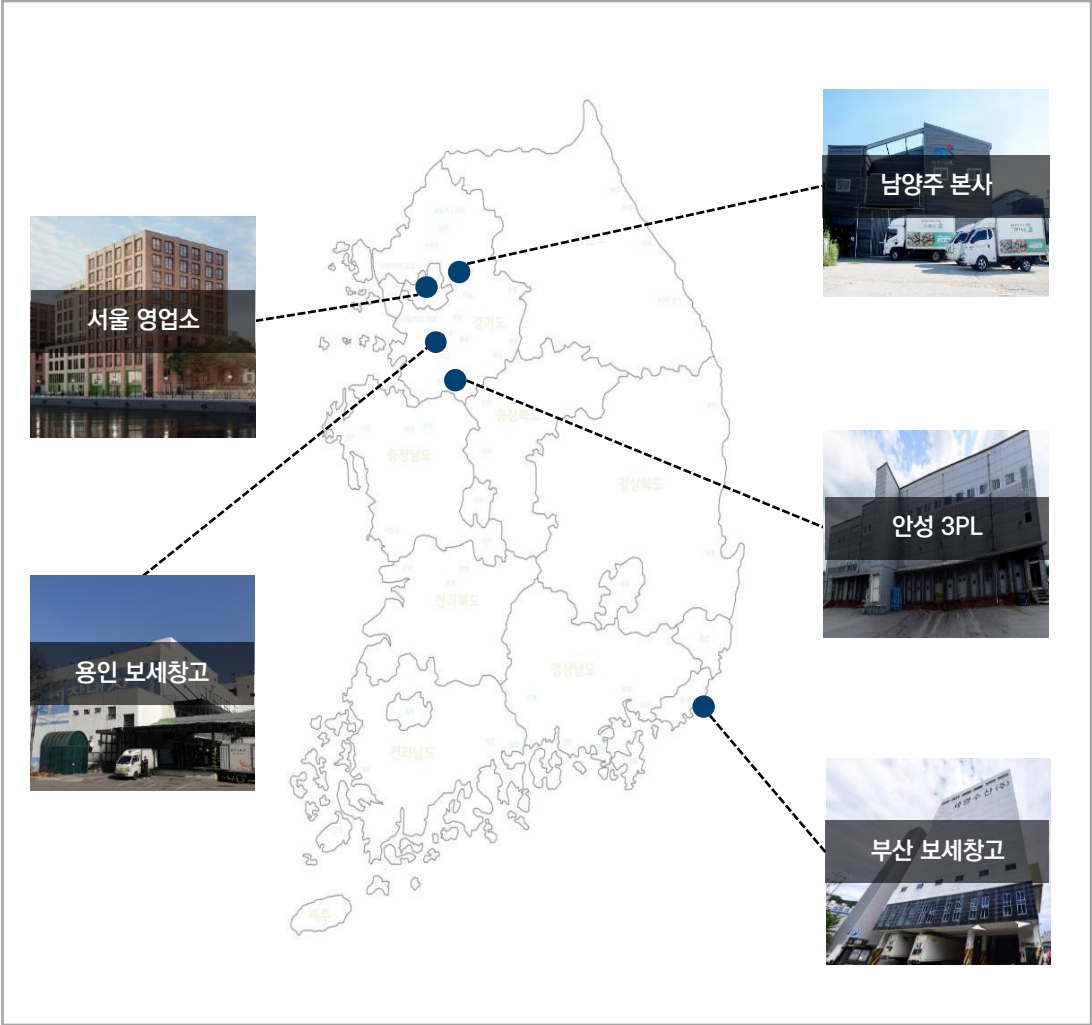
엠디에스

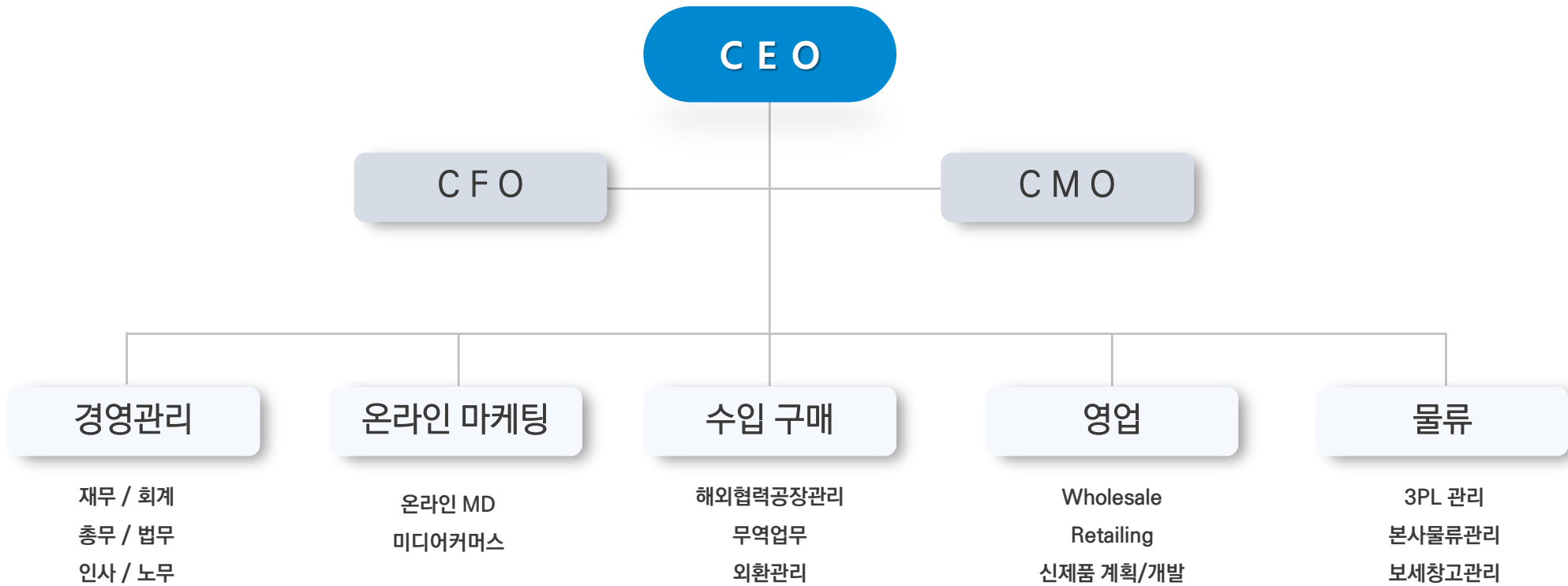
회사명	주식회사 엠디에스
대표자	이 동 재
설립일	2005년 8월 (현재 업종 변경 2011년)
업 종	유통판매전문업, 식품수입업, 축산물판매업
본 사	경기도 남양주시 진건읍 진관로 586 (본사 서울 이전 계획, 2022년)
영업소	서울특별시 송파구 법원로 127 대명벨리온
자사몰	www.yoriking.com (B2B 전용몰 런칭 예정, 2022년 상반기 예정)
임직원수	24명 (2021년 11월말 기준)
협력업체	80여개 고객사 / 50여개 협력사

지분율 현황

이동재	58.3% (대표이사 / 가족지분포함77.7%)
가족	18.8%
가족	0.6%
이부영	22.3% (상무이사)

사업장 현황

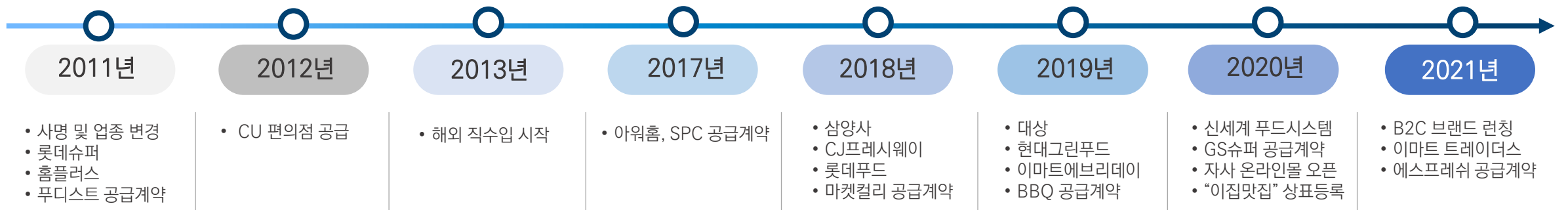
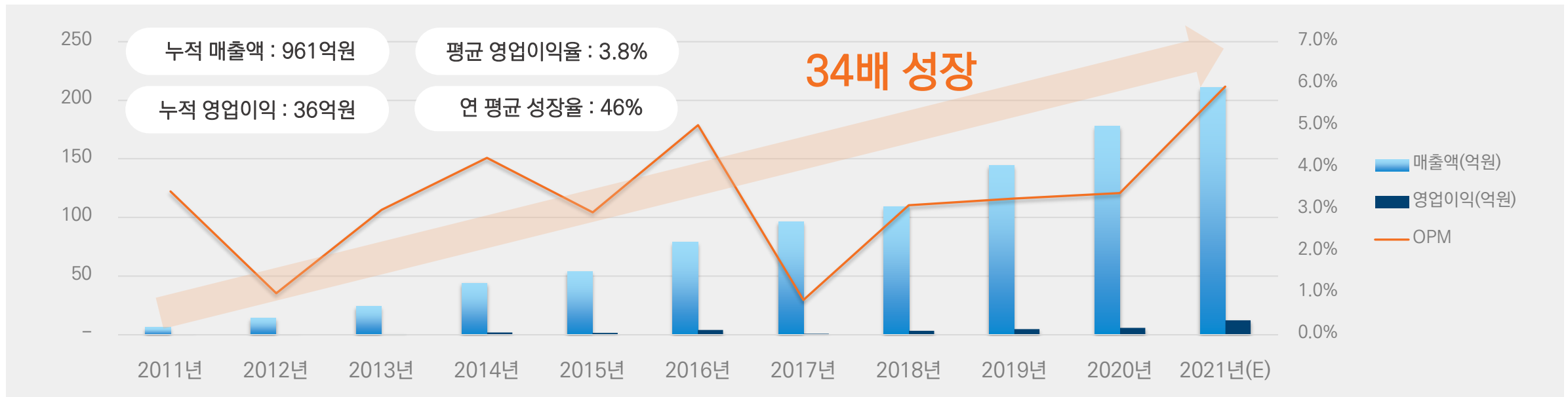




CFO	CEO	CMO
<ul style="list-style-type: none">대우증권 고객자산운용본부한가람 투자자문 CIO하나금융투자 AI실 이사	<ul style="list-style-type: none">롯데마트 조리식품 MD한화호텔앤드리조트 HMR사업팀탐스 유통 HMR사업팀동국대학교 무역학과	<ul style="list-style-type: none">해진물산<ul style="list-style-type: none">재직기간 : 2002~2013년영 업 처 : 할인점 3社, 코스트코, SSM

03. 실 적

2011년 업종 전환 후 10년간 단 한 차례의 적자없이 연평균 46%의 성장세를 기록



04. 재 무 현 황

창사이래 건전한 재무상태와 지속적인 수익 발생

손익계산서 (최근 3개년도) 〈단위:천원〉

과 목	2018년	2019년	2020년
A.매출액	10,918,154	14,420,104	17,793,538
B.매출원가	8,587,127	11,488,923	14,656,495
원가율	79%	80%	82%
C.매출총이익	2,331,027	2,931,181	3,137,042
GPM	21%	20%	18%
D.판매비와 관리비	1,993,000	2,461,483	2,535,822
E.영업이익	338,027	469,698	601,221
OPM	3.1%	3.3%	3.4%
F.영업외수익	14,182	17,404	10,127
G.영업외비용	52,017	75,051	77,526
H.법인세차감전이익	300,192	409,576	536,297
I.법인세	26,153	39,320	55,142
J.당기순이익	274,039	370,256	481,155

매출액 증가율	13%	32%	23%
영업이익 증가율	320%	39%	28%
순이익률 증가율	537%	36%	17%

재무상태표 (최근 3개년도) 〈단위:천원〉

과 목	2018년	2019년	2020년
A.유동자산	2,333,023	3,459,067	5,031,580
(1)당좌자산	1,665,617	2,655,800	4,134,458
(2)재고자산	667,406	803,267	897,122
B.비유동자산	284,960	284,183	270,320
(1)투자자산	-	-	-
(2)유형자산	159,157	94,658	61,197
(3)무형자산	656	1,033	857
(4)기타비유동자산	125,147	188,492	208,266
자 산 총 계	2,617,983	3,743,250	5,301,900
A.유동부채	1,230,984	1,796,749	1,896,484
B.비유동부채	325,600	535,680	1,578,760
부 채 총 계	1,556,584	2,332,429	3,475,244
A.자본금	110,000	110,000	110,000
B.자본잉여금	-	-	-
C.이익잉여금	951,398	1,300,821	1,716,656
자 본 총 계	1,061,398	1,410,821	1,826,656
부채 및 자본총계	2,617,983	3,743,250	5,301,900

부 채 비 율	147%	165%	190%
당 좌 비 율	135%	148%	218%
유 동 비 율	190%	193%	265%
유 보 율	865%	1,183%	1,561%
재고자산회전율	1,636%	1,795%	1,983%
차입금의존도	68%	65%	40%

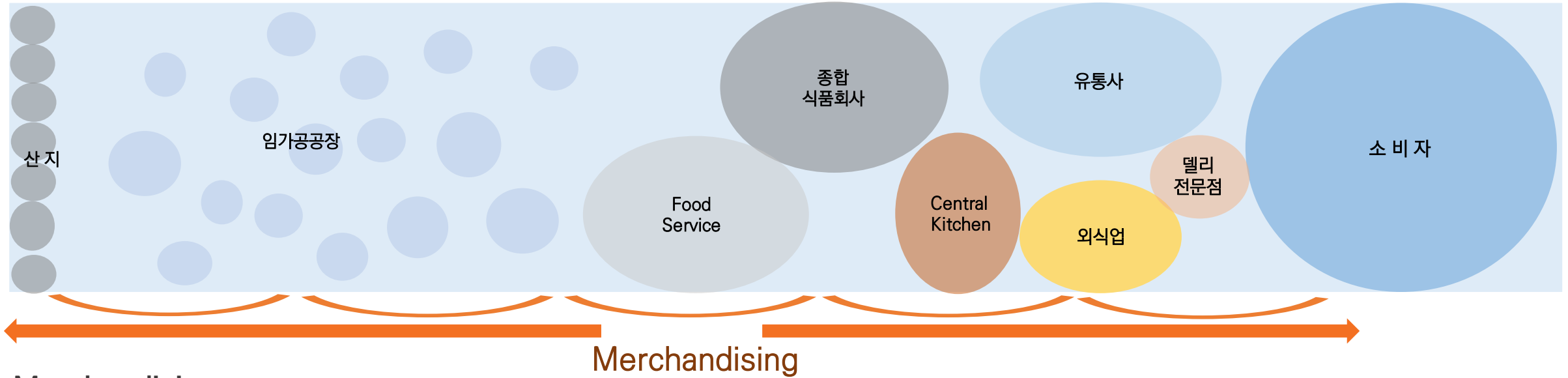
PART 02

사업 분야

- 01. 사업 개요
- 02. 국내 식품 관련 시장 분석
- 03. 관련 산업 범주 및 수산물 소비 시장
- 04. 주요 상품 및 고객사
- 05. 핵심 보유자산 & 경쟁력

식품업체가 필요로 하는 제조부터 물류, 유통까지 모든 인프라와 네트워킹을 제공하는 머천다이징 Platform으로 진화

Business Value Chain



Merchandising



산지 현황 확인

- 원물 물량·가격확인
- 원물 품질 확인
→ 진입시기 결정



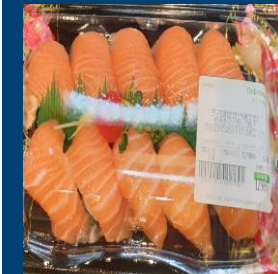
상품화

- 우수 습포제 활용
- 원가 산정
- 박스 규격 조정
→ 할인 · 폐기율 Down



국내 공장

- 슬라이스 가공 공장
섭외
- 품질규격서 작성
- 위생상태 점검 및
Audit



시장조사

- 외식 연어 판매 현황
- 외식 판매가
- 경쟁사 운용현황
조사

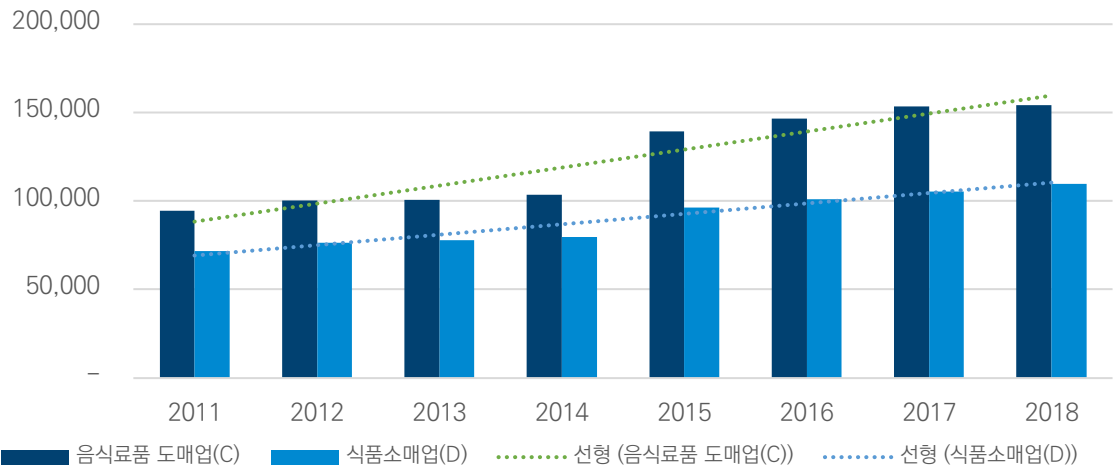
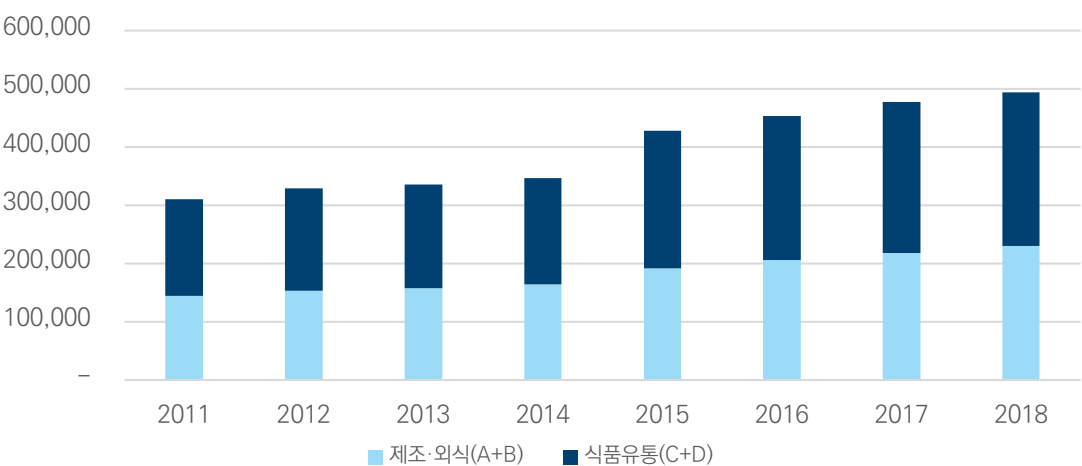
02. 국내 식품 관련 시장 분석

식품 제조·외식·유통시장은 연 평균 7~8% 지속 성장을 하고 있으며,
유통업이 제조·외식 시장 규모를 상회하며, 유통업내에서는 도매업이 더 큰 비중을 차지하고 있는 상황

〈단위: 십억원〉

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
제조·외식·유통 (A+B+C+D)	310,018	329,218	335,303	346,687	427,399	453,018	476,887	493,873
제조·외식 (A+B)	143,719	152,439	156,872	163,748	191,950	205,464	218,016	230,196
음식료 제조업(A)	70,208	75,149	77,320	79,925	83,937	86,611	89,717	92,013
음식점업(B)	73,511	77,290	79,552	83,823	108,013	118,853	128,299	138,183
식품유통 (C+D)	166,299	176,779	178,431	182,929	235,449	247,554	258,871	263,677
음식료품 도매업(C)	94,598	100,310	100,606	103,435	139,195	146,523	153,523	154,134
식품소매업(D)	71,701	76,469	77,825	79,504	96,254	101,031	105,348	109,543

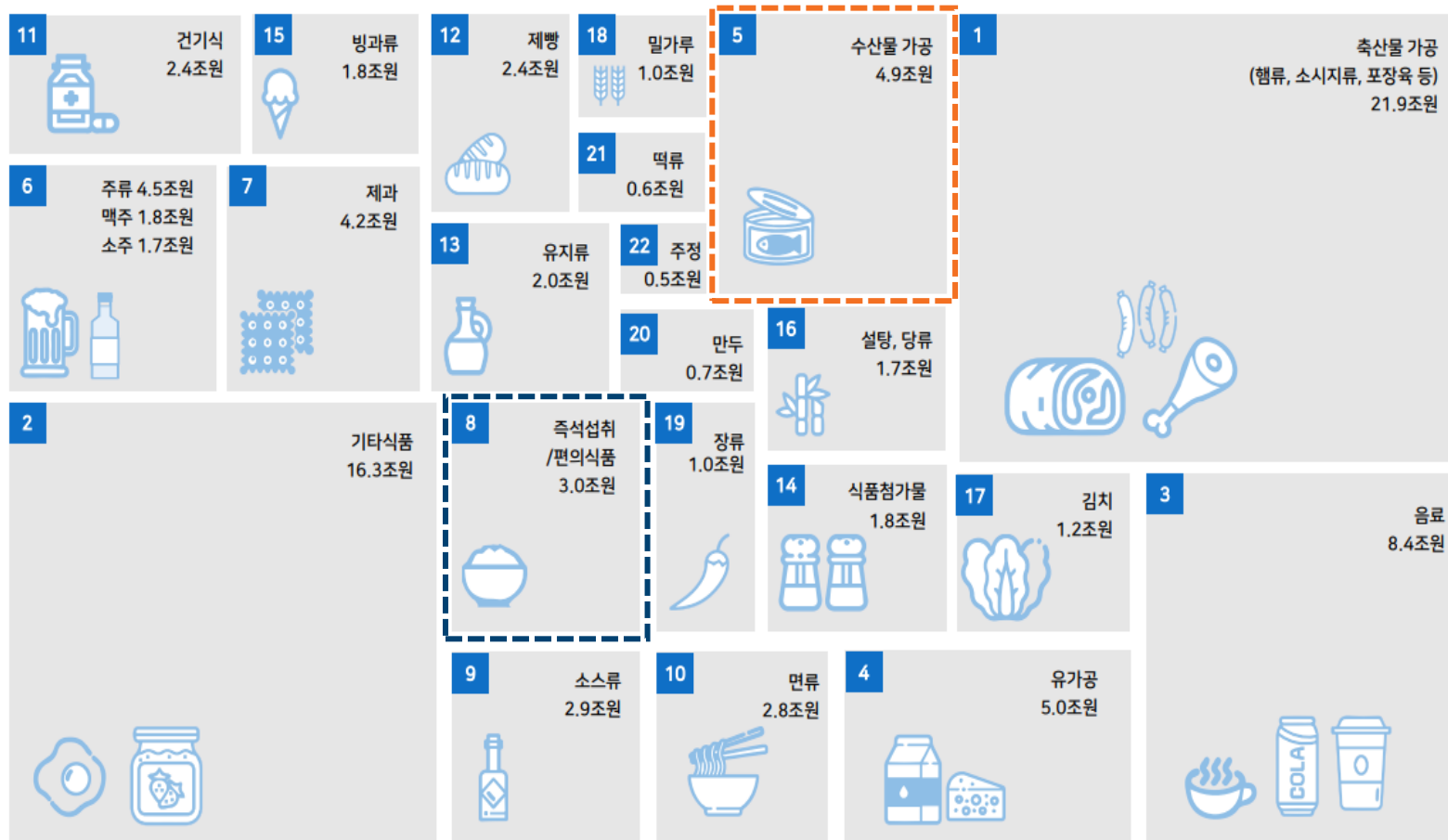
통계청 소매업통계조사 매출액, 소매판매액, 10인 이상 사업체 대상



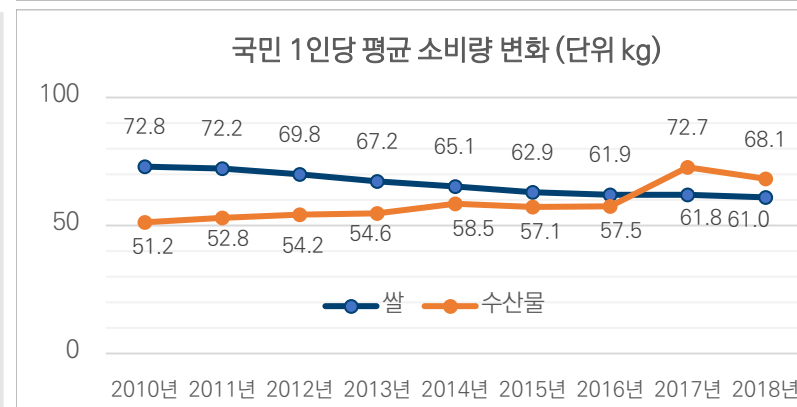
03. 관련 산업 범주 및 수산물 소비 시장

Part 2. 사업 분야

약 95조 음식료 제조시장에서 수산물 가공, 즉석섭취/편의식품 총 7.9조 산업군內 사업 전개 중이며
국내 1인당 수산물 소비량은 국내·외 비교 시 높은 비중을 차지



- ✓ **국민 1인당 평균 수산물 소비량 : 68kg**
 - 세계 평균 : 20kg보다 약 3배
 - 수산물(68kg) > 쌀 (61kg)
(탄수화물 중심 → 高단백질, 低지방 식품소비패턴 변화)
- ✓ **주요국 1인당 수산물 소비량 (FAO)**
 - 노르웨이(53kg), 일본(50kg), 중국(40kg), 미국(24kg)
- ✓ **전세계 1인당 평균 소비량**
 - 밀(67kg), 쌀(54), 수산물(20), 가금류(14), 돼지(12), 소(6)



자료 : 식품의약안전처, 메리츠증권 리서치센터

04. 주요 상품 및 고객사

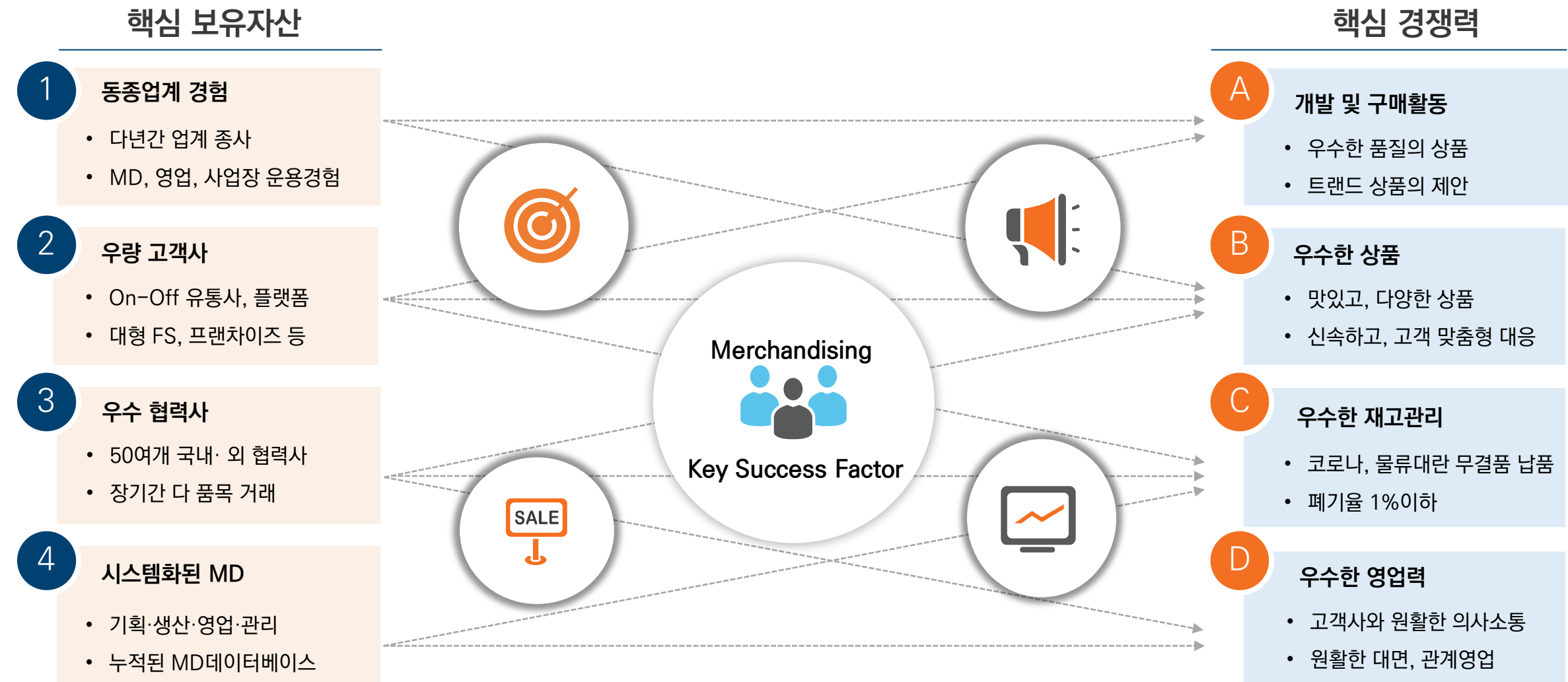
Part 2. 사업 분야

국내·외 50여개 협력공장과 다양한 간편조리식품 / HMR을 개발·매입하여, 80여개 고객사에 공급

	Cold Material		Hot Material	New Business B2C				
주요상품								
SKU*	66		104**(15)	25				
주요 고객사								

* 2021년 11월 현재 Running SKU : 총 210 SKU
** 괄호 안: 상온 부자재 SKU

05. 핵심 보유자산 & 경쟁력



PART 03

신사업 추진 배경

- 01. 신사업 추진 배경과 필요성
- 02. 가정 간편식, HMR 시장의 지속적 성장
- 03. 외식산업 세분화에서 탄생하는 중식
- 04. B2B 식자재 시장의 변화
- 05. 수산물 Smart 가공 시장
- 06. Central Kitchen 개념과 필요성
- 07. Central Kitchen 발전
- 08. 국내외 델리 전문점 사례 및 발전

외식산업 시장 환경 변화와 전망에 따른 대응 필요

01

- 가정 간편식 HMR 시장의 지속적 성장
- 외식산업 세분화에서 탄생하는 중식 시장
- B2B 식자재 시장의 변화와 가속화



02

- Merchandising에서만 발견 할 수 있는 HMR 제조시장에서의 Needs Catch
- 기업형 B2B 식자재업의 점진적인 성장세
- 식품 소매업에서 프랜차이즈 및 신규 유통채널의 절대적 · 상대적 성장



03

- 수산 원물 가공 smart 공장 필요성 대두
- 대형 할인점 & 프랜차이즈 & 신규 유통채널에서 Central Kitchen 필요성
- Central Kitchen의 활용하에 원가 경쟁력 있는 무인 델리 전문점

02. 가정 간편식, HMR 시장의 지속적 성장

사회·문화·기술의 변화가 가져온 식품 시장의 변화

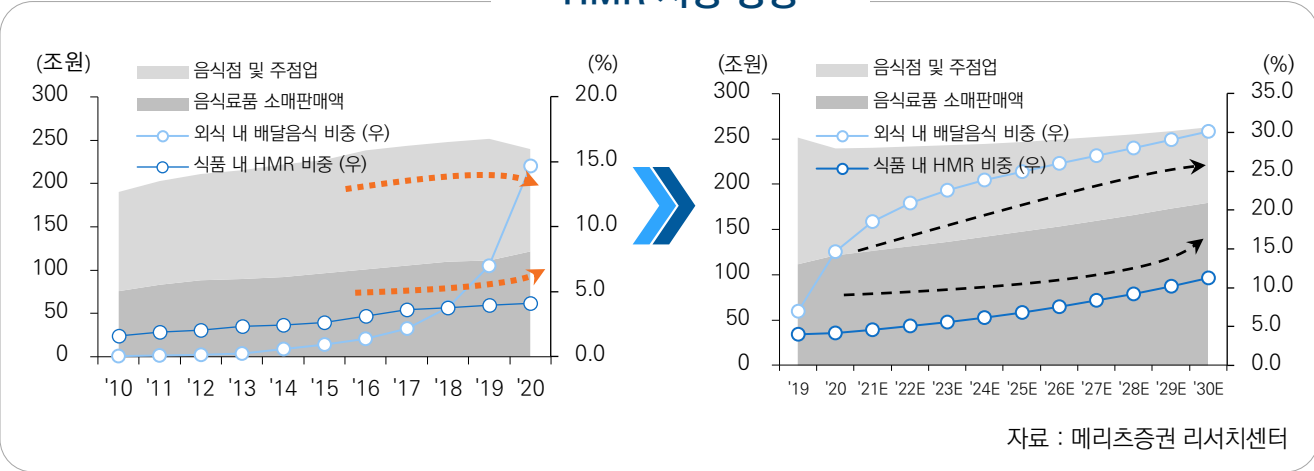
“ HMR 비중 지속 상승 ”

- 대기업의 HMR 시장 진출
- HMR의 채널 거점에서 배달 방식으로 증가세
- IT, 물류 발달로 RMR 상품 지속 증가 추세
- 에어 후라이기, 오븐 보급이 보편화
- 나홀로 · YOLO족 등장으로 양질의 식사를 간편히 즐기려는 경향이 확대
- 여성의 사회 진출이 지속, 가사의 부담의 일상화
- 1~2인 세대의 지속적 확대와 인구의 고령화 추세

가공식품 시장규모

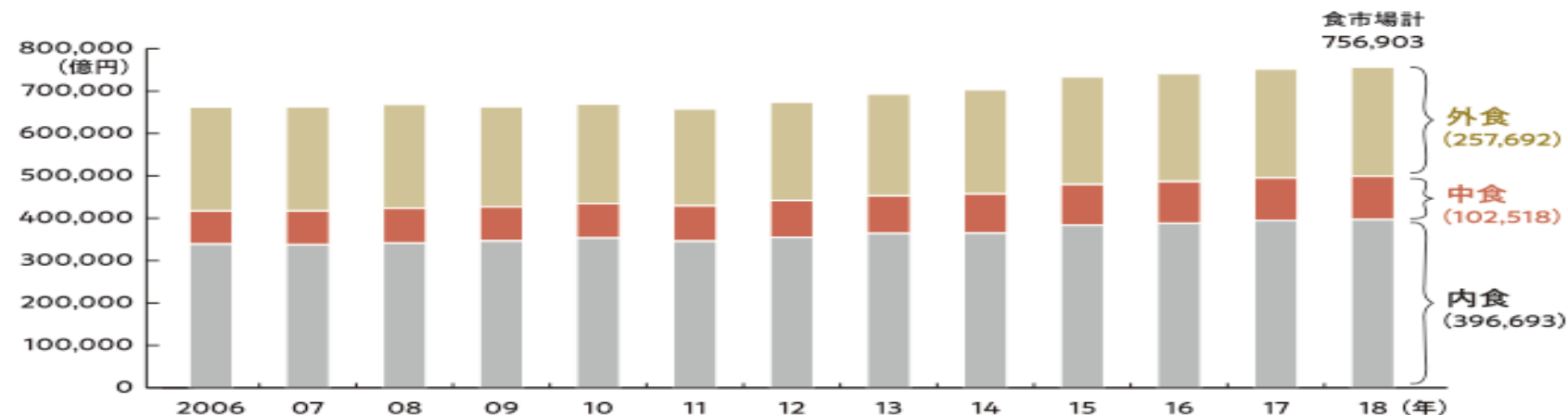
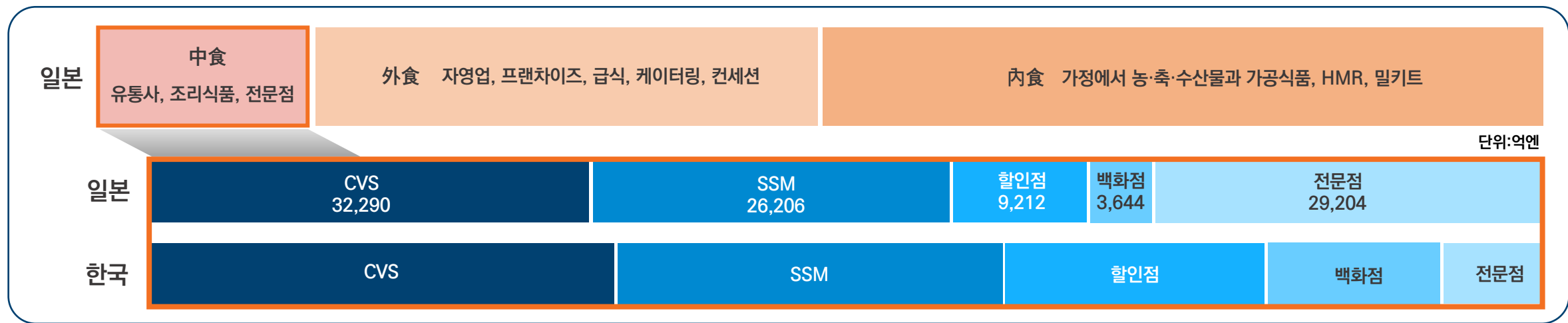


HMR 시장 성장



03. 외식산업 세분화에서 탄생하는 중식

태동, 발전 과정에 있는 중식산업에 대한 대응이 미흡하여, 이를 선도하는 업체가 경쟁력을 확보할 수 있는 상황

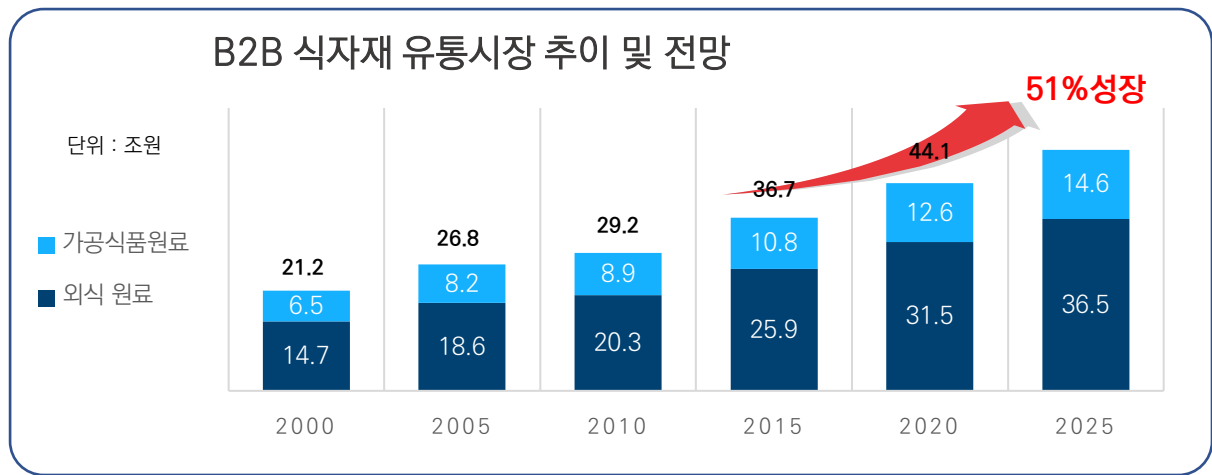


구성비 08년 대비	
外食	34%, 5.2% ↑
中食	14%, 24.8% ↑
内食	52%, 16.3% ↑

* 일본푸드서비스협회 “일본외식산업시장규모추이에 관하여”, 일본소자이협회 “소자이백서”, 일본담배협회 “월차판매실적” 내각부 “국민경제통계자료” 발췌

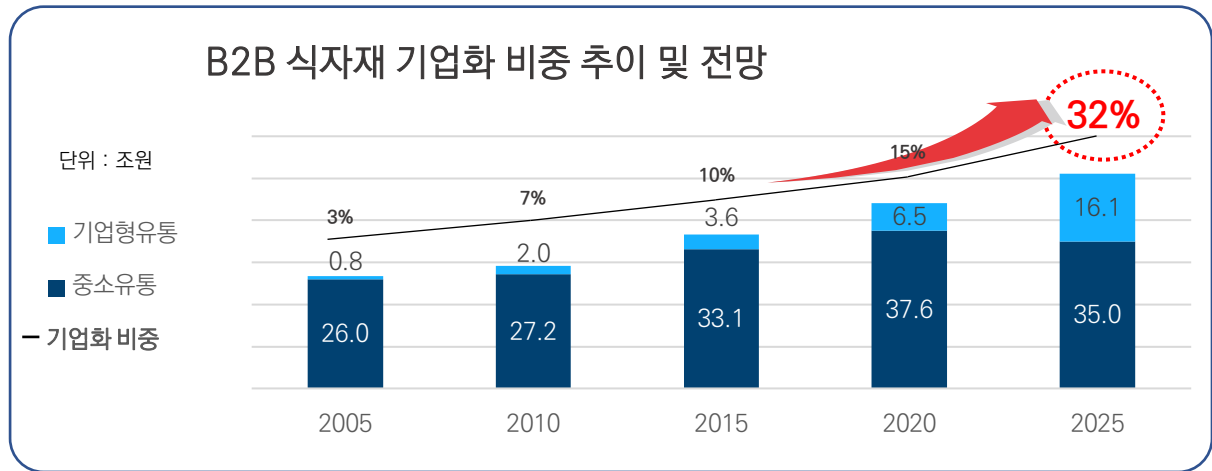
04. B2B 식자재 시장의 변화

B2B 식자재 시장 가파른 성장·경쟁과 시장의 기업화 요구로 경쟁력을 갖춘 전문업체가 요구됨



정부의 대기업의 식자재 유통사와 기업화 정책 추진

- 現 14,000여개 영세 유통업체 난립으로 국민 식생활 안전성 보장이 요구되는 상황



규모의 경제, 수직 계열화로 P&Q 경쟁력 갖춘 전문 식자재 업체

- 원료 직수입 혹은 산지 직매입 → 가공·제조 → Central Kitchen → 판매 Channel

* 자료 : 외식연감, 한국은행, 유진투자증권

05. 수산물 Smart 가공 시장

국내 수산물 가공시장은 과거 중국, 동남아 등지로 이동했으나, 외식산업의 발달과 신선도와 즉시성을 중요시하는 산업의 특성으로, 경쟁력을 갖춘 Smart 가공 공장의 필요성이 대두

✓ 국내 수산물 산업의 무역수지 적자

- 수산물 수출 25.1억불, 수입 57.9억불
무역수지 적자 구조. 2배가 넘어가는 수치 (2019년도 기준)
→ 수입 지속적으로 상승

✓ 해외 수산물 경우 약 60%가 원물의 형태로 수입

- 인건비 지속상승, 외식업 발달 → 수입 원물에 대한 국내 가공 처리 필요성 대두

✓ 국내 수산 가공업체 구조

- 영세한 중·소상 위주 수산식품 가공 업체 3,300여개 중 가공도매업체 1,100여개
→ 사업체당 평균 인원 11.5명
→ 업체 수 정체 : 인건비 상승, 사업 계승의지 부족으로 시장 성장과는 다르게 정체, 축소



경쟁력을 갖춘
Smart
수산 가공·유통
전문업체

- 가격 경쟁력
: 원물 수입 + 가공 + 유통
- 국내산, 냉장 연어 등
소비자 Needs Up
→ 자동화 도입 = Smart



수산 가공공장 필요

안전성 제고
수요예측 가능한
Data Base
시스템에 의한
Smart 수산 가공

06. Central Kitchen 개념과 필요성

맛의 표준화, 효율성 제고, 안정성 보장을 목적으로 식품 조리공정을 집중화한 대형 주방

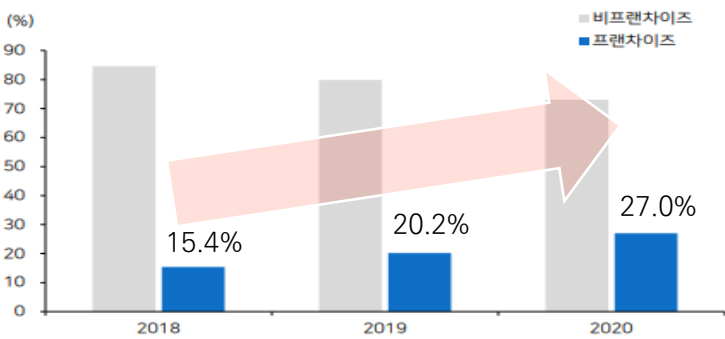
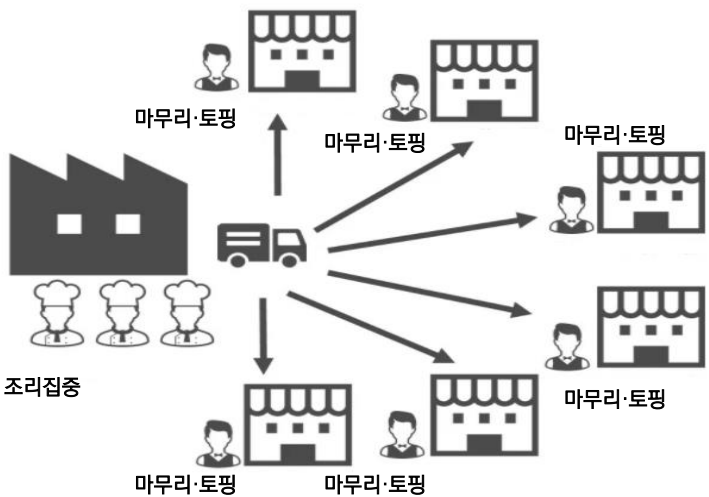
Central Kitchen 필요성

A. 국내 대형 할인점 3社 조리식품팀에서의 Needs

- 대기업 CK에서는 수산가공메뉴 가격 경쟁력 부족으로 Needs는 있으나 대응이 불가한 상황
- 수산 가공 메뉴 CK는 중소기업 사업군으로 대기업에서 진출 곤란
- 수직 계열화 된 Central Kitchen 수배 중
 - 원가 경쟁력을 갖춘 CK
 - ① 원물 혹은 가공 식자재 직수입 → 가공 → 조리
 - ② 원물 국내 산지 매입 → 가공 → 조리

B. 프랜차이즈와 신규 식품 유통 채널에서의 Needs

- 외식 프랜차이즈 시장 꾸준히 성장
- 외식 서비스에 대한 소비자 품질 요구 수준 지속 높아짐
 - 맛의 상향 표준화, 식품 안전성 등
- 중소 프랜차이즈 비중 高
 - : 가맹점 수 100개 미만 중소 프랜차이즈 비중 95.6%
 - 중소형 프랜차이즈는 자금, 전문인력 부족 등으로 자체 CK 운영이 어려움
- 새롭게 등장하는 신규 식품 유통 채널의 급 성장

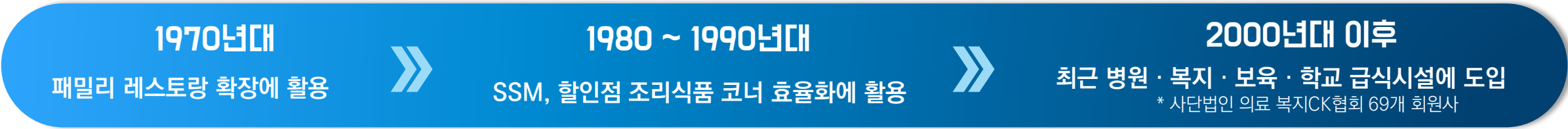


* 그래프 자료 : 통계청, 메리츠 증권 리서치 센터

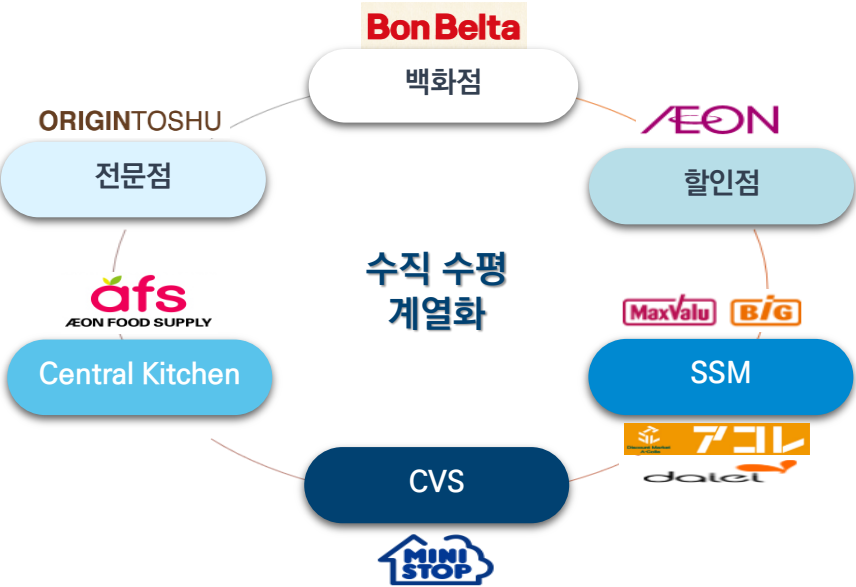
07. Central Kitchen 발전

Central Kitchen 역사와 현황

일본 Central Kitchen History



일본 대형 A 유통그룹



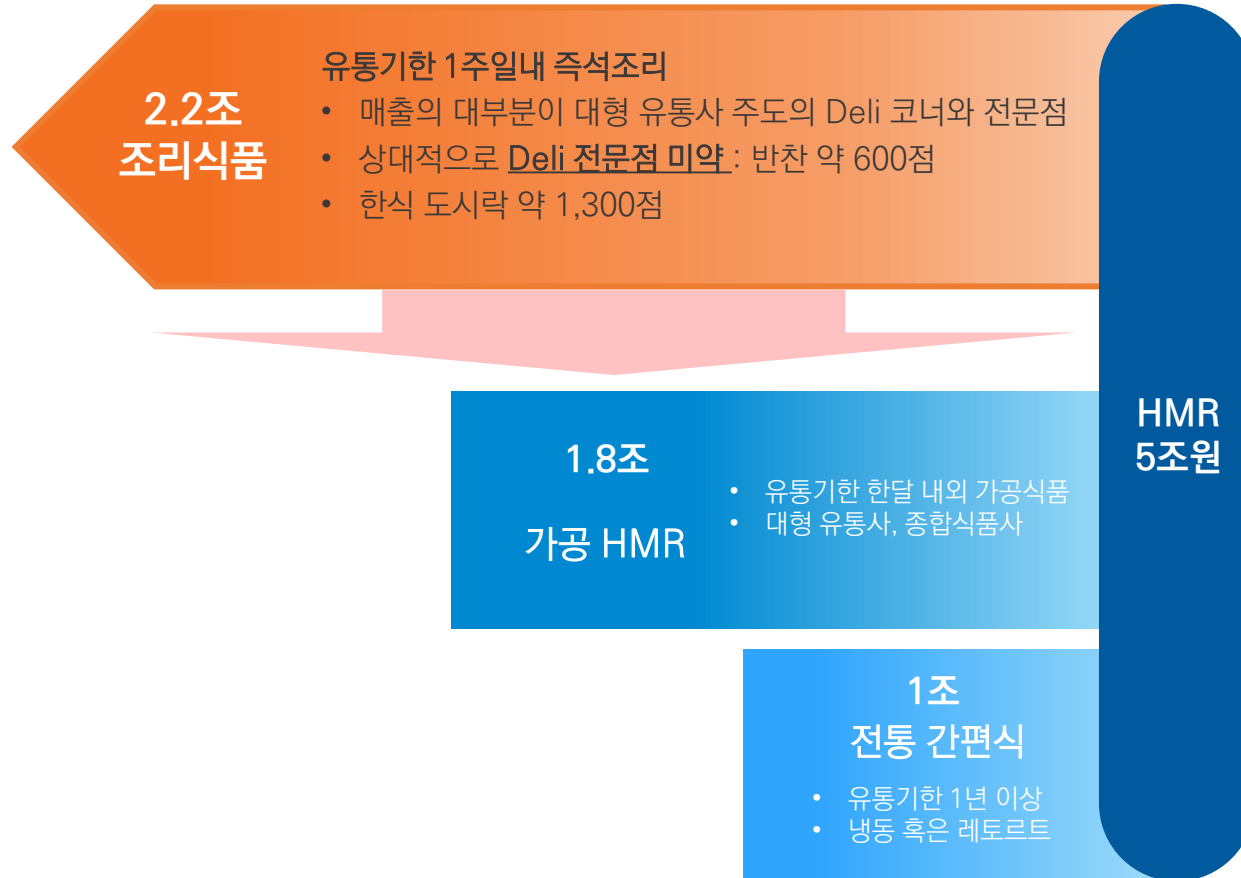
국내 유통사 CK

 롯데푸드	<ul style="list-style-type: none">• 평택, 부산, 용인, 광주 CK 운영→ 롯데마트, 롯데슈퍼, 세븐일레븐 공급
 신세계 푸드	<ul style="list-style-type: none">• 오산 CK 2개, 음성 CK 운영→ 이마트, 이마트24 등 공급
중소기업	<ul style="list-style-type: none">• 편의점 FF코너 삼각김밥, 샌드위치 등 납품
 Super Kitchen	<ul style="list-style-type: none">• 전문점 CK로 반찬, 밀키트로 Only 진열판매• 수도권 47개점 운영 중

08. 국내외 델리 전문점 사례 및 발전

Part 3. 신사업 추진 배경

HMR 시장 분석 (2020년)



A. 국내 초밥/튀김 델리 전문점

- 현재 국내는 도시락, 반찬 위주 HMR 전문점으로 전개
- 최근 수산물 델리 전문점 초기 움직임



스노우폭스 초밥&롤, 샐러드, 튀김 전문점

1995년 설립 / 미국(본사)

매출 연 약 1조원

11개국 3,900여개 매장 운영

국내 12개 사업장 중 2021년에만 6개 가맹점

B. 일본 초밥/튀김 델리 전문점



오리진토슈 주식회사

1966년 9월 설립 / 2006년 3월

이온그룹 이온주식회사 자회사 편입

매출 434억엔, 564여개 매장 운영

브랜드 - 오리진데리카: 유통사Deli코너, 초밥, 튀김 등

- 오리진키친/오리진밴도: 도시락, 간식 등

Central Kitchen 및 가공센터도 운영

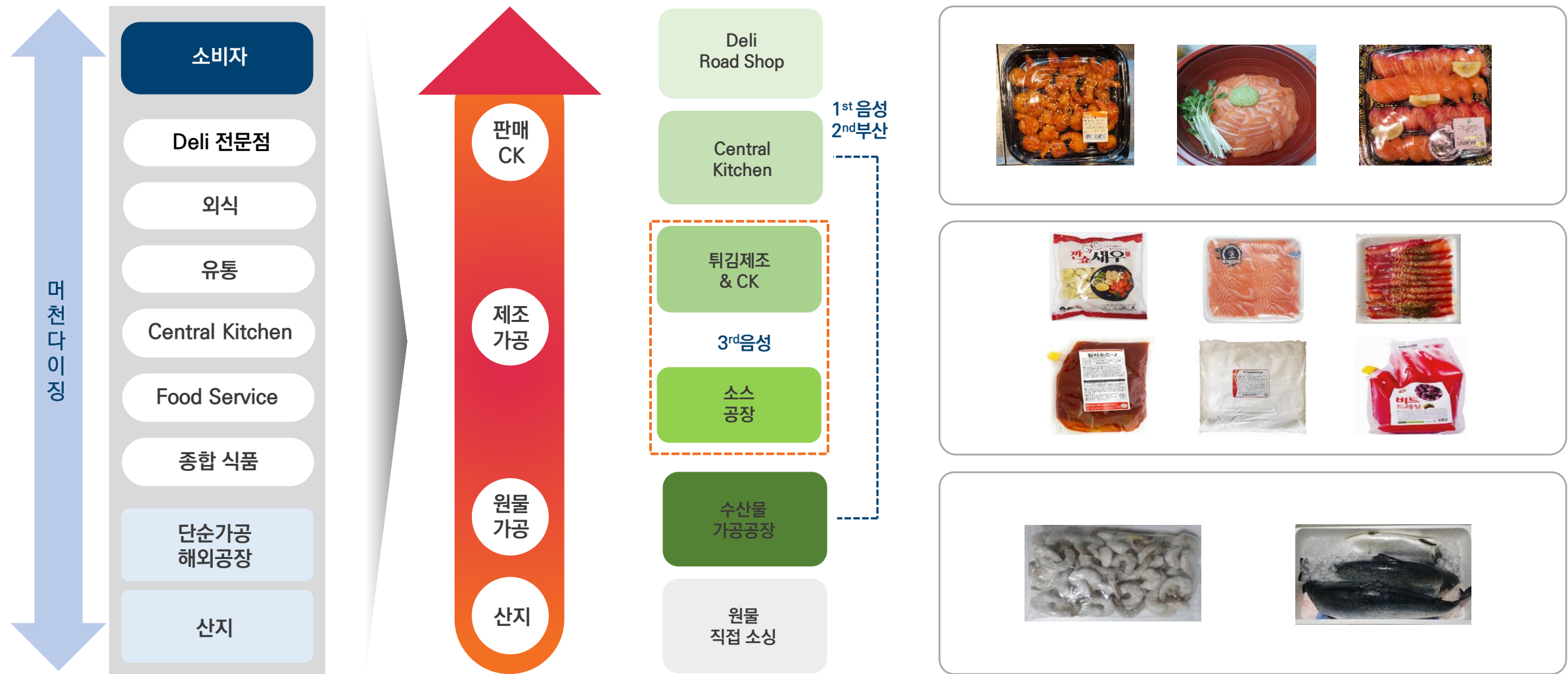


PART 04 **신사업 추진 계획**

- 01. 사업 비전
- 02. 신사업 단계별 전개
- 03. CK & 제조 공장 전개
- 04. 음성 가공·CK 주요 계획
- 05. 음성 CK 주요 품목사진
- 06. 음성CK 평면도
- 07. Grab & Go 매장 운영
- 08. 세부업무 진행일정
- 09. 사업장 전개 계획

01. 사업 비전

식자재 사업 수직 계열화를 통해 No.1 B2B Special Company 지향



02. 신사업 단계별 전개



03. CK & 제조 공장 전개

원물 직수입, 생산·가공 공장과 CK 확보를 통한 업계 최고의 수직 계열화 Total HMR B2B Solution Special Company

	고객 Needs 만족	가격 경쟁력 UP	수직 계열화 완성
	음성 가공·CK 1	부산 가공·CK2	음성 튀김&소스제조·CK3
가동	2022년 9월	2025년	2027년
면적	400평	600평	500평
매출	약 400억원/년	약 600억원/년	약 500억원/년
기능	고객사 + 전문점 50개점	고객사 + 전문점 150개점	既 매입 & 新 제품 생산
제품	<ul style="list-style-type: none">수산물 메뉴 조리 생산수산물 가공	<ul style="list-style-type: none">수산물 메뉴 생산수산물 가공	<ul style="list-style-type: none">튀김 메뉴 조리 생산유탕 & 소스 생산

* 생산 관련 면적

04. 음성 가공 · CK 주요 계획

구 분	세 부 내 용	비 고																																					
면 적	<ul style="list-style-type: none">대지 1,000평, 건평 800평 중 생산 현장 400평<ul style="list-style-type: none">– 평당 예상 매출1억원 이상/년간	<ul style="list-style-type: none">1층 생산, 2층 백업시설																																					
인 원	<ul style="list-style-type: none">총 40명 중 생산인원 30명<ul style="list-style-type: none">– 인당 예상 매출1.5억원 수준/월	<ul style="list-style-type: none">식품제조공장 인당 매출<ul style="list-style-type: none">– 1.5억원 ~ 2억원																																					
매 출	<ul style="list-style-type: none">FULL CAPA 450억원																																						
2022년 매출 (하반기 가동예상)	<div><ul style="list-style-type: none">22년 매출 약 50억원 예상 (신규 매출기준)<div>〈단위:백만〉</div></div>	<div><ul style="list-style-type: none">22년 9월 가동 예상 기준제조원가 및 손익분석</div>																																					
	<table><tr><th>구분</th><th>금액</th><th>비고</th></tr><tr><td>합계</td><td>1,850</td><td><ul style="list-style-type: none">월 예상매출</td></tr><tr><td rowspan="4">미반류</td><td>소계</td><td>600</td></tr><tr><td>초밥·김밥용 밥</td><td>300</td><td></td></tr><tr><td>롤/마끼</td><td>200</td><td></td></tr><tr><td>도시락</td><td>100</td><td></td></tr><tr><td rowspan="6">수산가공</td><td>소계</td><td>1,250</td><td></td></tr><tr><td>1차 가공</td><td>300</td><td></td></tr><tr><td>초밥재료</td><td>800</td><td><ul style="list-style-type: none">신규150, 기존650</td></tr><tr><td>양념제품</td><td>100</td><td></td></tr><tr><td>기타</td><td>50</td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td></tr></table>	구분	금액	비고	합계	1,850	<ul style="list-style-type: none">월 예상매출	미반류	소계	600	초밥·김밥용 밥	300		롤/마끼	200		도시락	100		수산가공	소계	1,250		1차 가공	300		초밥재료	800	<ul style="list-style-type: none">신규150, 기존650	양념제품	100		기타	50					<div><div><div>OP 15%</div><div>간접비 15%</div><div>제조경비 10%</div><div>노무비 15%</div><div>재료비 45%</div></div><div>70%</div></div>
	구분	금액	비고																																				
	합계	1,850	<ul style="list-style-type: none">월 예상매출																																				
	미반류	소계	600																																				
		초밥·김밥용 밥	300																																				
		롤/마끼	200																																				
		도시락	100																																				
	수산가공	소계	1,250																																				
		1차 가공	300																																				
		초밥재료	800	<ul style="list-style-type: none">신규150, 기존650																																			
		양념제품	100																																				
		기타	50																																				

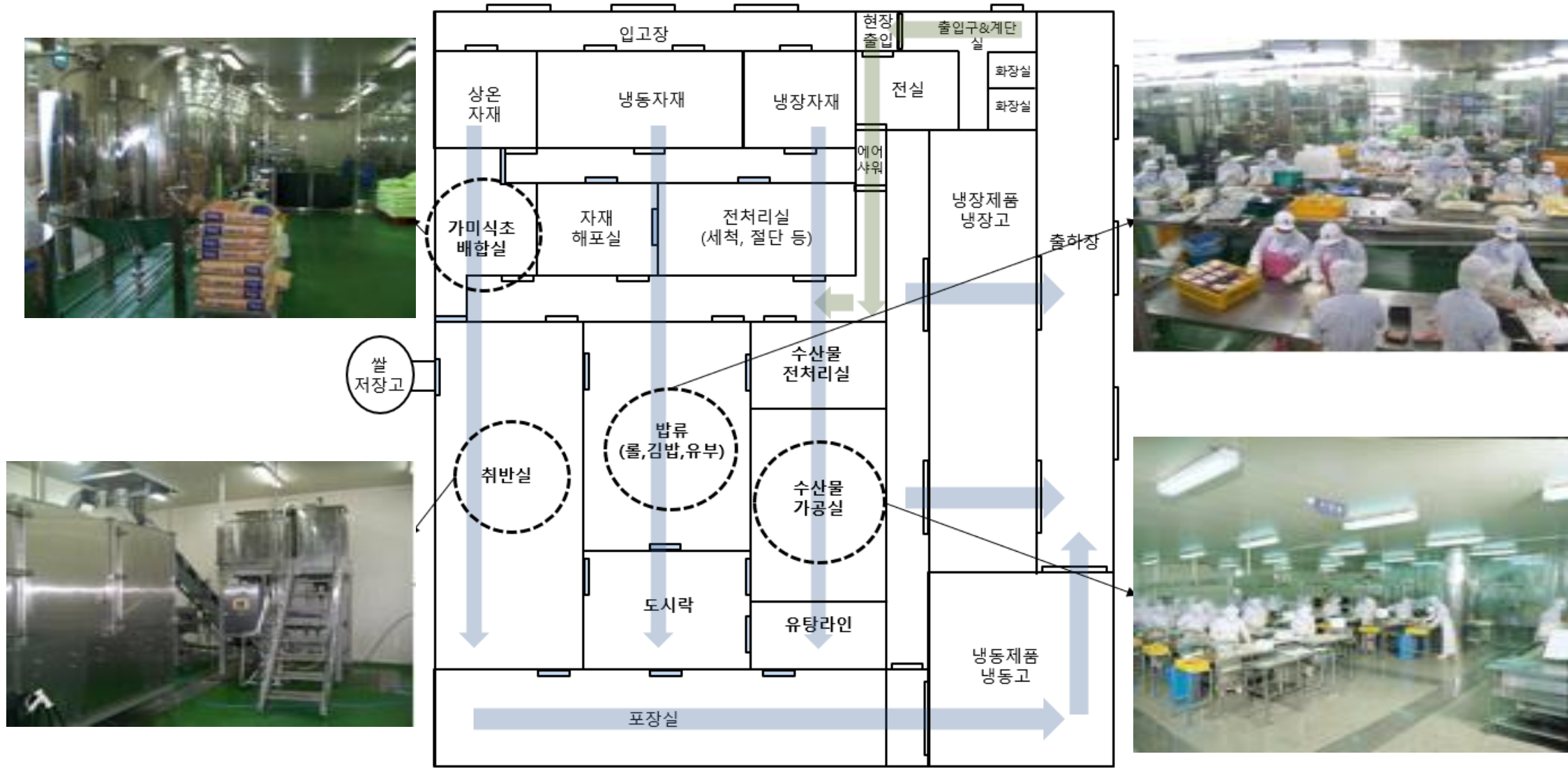
05. 음성 CK 주요 품목사진

Part 4. 신사업 추진 계획

고객사 Request 위주의 Central Kitchen에서 신 메뉴 제조 가동 계획



06. 음성 CK 평면도



07. Grab & Go 매장 운영

유통의 중심이 온라인상으로 옮겨가고 있으나, 조리식품의 경우 즉시성, 신뢰도, 짧은 유통기한, 품질 등을 이유로 오프라인 델리 전문점 구매가 강세

컨셉 : 조리식품 코너 로드샵

- 메뉴 운영

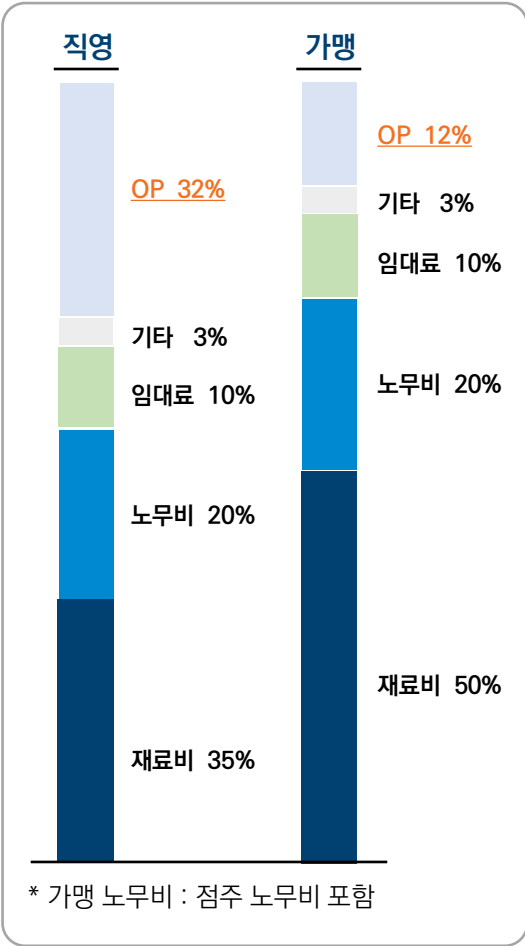
 - 샐러드, 초밥, 롤, 덮밥, 튀김, 일품요리
 - 밀키트, PB 냉동 간편식
- 인력 운영

 - CK를 활용한 무인 또는 1인 유인매장 (※ 조리 미숙련자도 가능)
- 매장 주방

 - 쇼케이스 후면 개방 형태 조리 시연
- 초기비용 (매장당)

구분	금액	비고
합계	210	* 20평 기준
가맹비	10	
교육비	5	* 2인기준
이행보증금	5	* 계약종료시 반환
인테리어	60	* 평당 3백만원
설비	30	* 쇼케이스, 주방설비
보증금	100	

* 직영점 기준 : 190백만 (보증금 제외시 90백만)

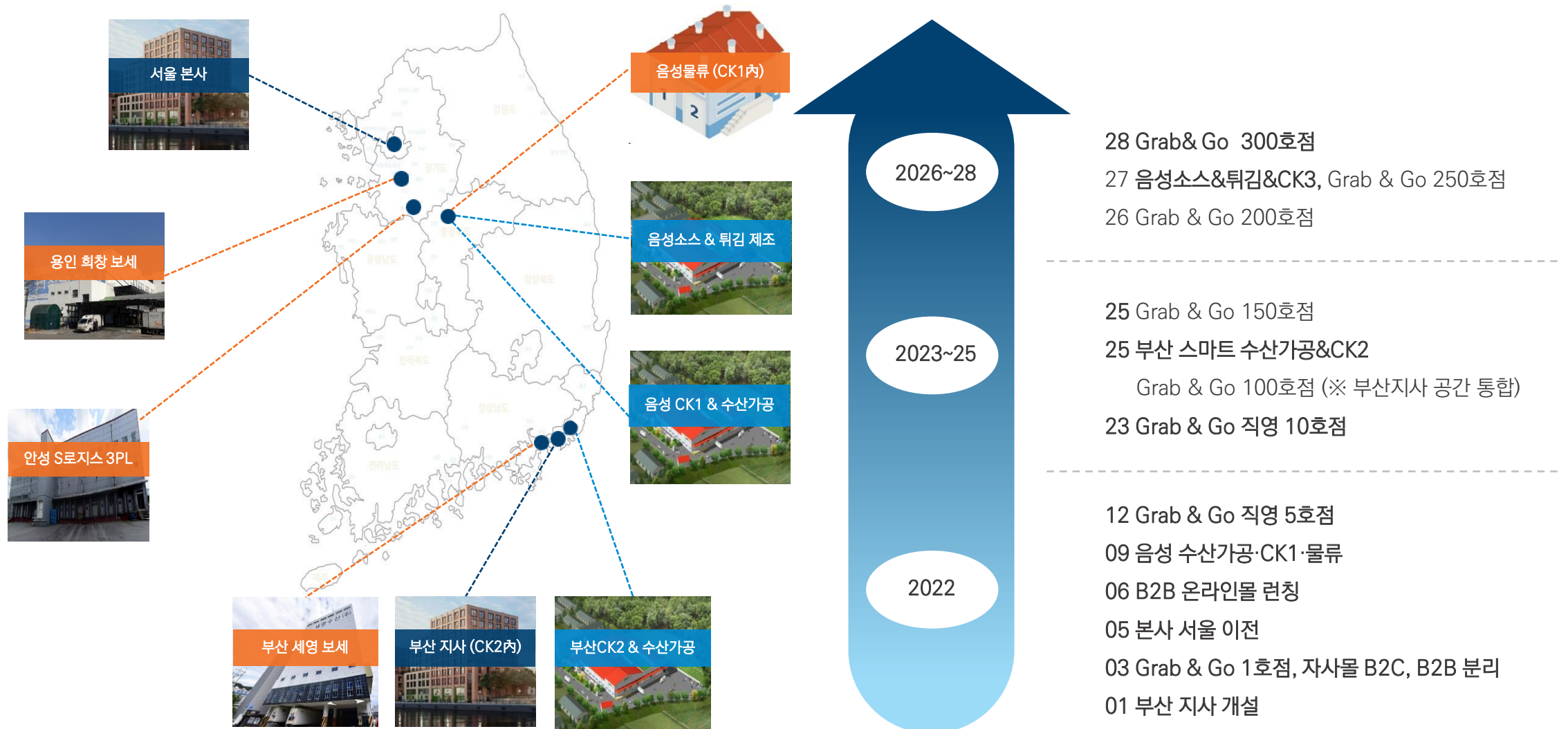


08. 세부업무 진행일정

업무 진행 구분	22.1Q.	22.2Q.	22.3Q.	22.4Q.	23.1Q.	23.2Q.	비고
1. 공장위치 및 생산라인 셋팅		월 생산 설비 및 물류를 고려한 준비					생산총괄
2. 원/부자재 공급라인 셋팅		원/부자재별 공급처 및 해외 라인 결정					구매총괄
3. 시장조사		경쟁사 파악, 판매 총판 접촉, 홍보미디어 선정, 총판 구축					영업총괄
4. Marketing 전략 수립		판촉 전략(콘텐츠, 판촉물), 홍보 계획, 광고 계획					기획총괄
5. Sales 전략 수립		모델 기획, 파트너 선정, M구축, 총판 구축, 리플렛, 제휴 마케팅					영업부
6. 사 내부 자료 완성		내부 사업성 검토 자료 완성(자체 브리핑용)					기획부
7. 파트너 및 대외 자료 완성			공급 업체 및 제휴 업체 사업 소개용 자료 완성 (사업 소개용)				기획부
8. 관련업체 구성 완료			공급 업체, 마케팅 제휴 업체, 영업 관련 제휴 업체				영업부
9. 사업관련 행정 처리 완료		판매 관련, 계약 관련, 자격 관련 절차					총무부
10. 관련업체 계약				공급 계약, 제휴 계약 등			총무부
11. 생산 판매 상품 검사			제품별 시험 검사				생산부
12. 판매 사이트 구축		상품 안내, 조건 안내, 대형 쇼핑몰 Site 연동, 홈쇼핑 방송					영업부
13. 온라인 및 오프라인 영업망 셋팅			인.아웃 바운드 조직 셋팅, 총판 셋팅, 영업 미디어 셋팅				영업부
14. 파트너 조인식 및 PR				파트너 조인식 및 홍보 기사			경영지원
15. 오프라인 광고				신문, 잡지, 총판 리플렛 등 제작, 부킹			홍보팀
16. 온라인 광고				검색 사이트, SNS 등 홍보			홍보팀
17. 영업 개시				오프라인, 온라인 등 전면 영업 개시			전사원

09. 사업장 전개 계획

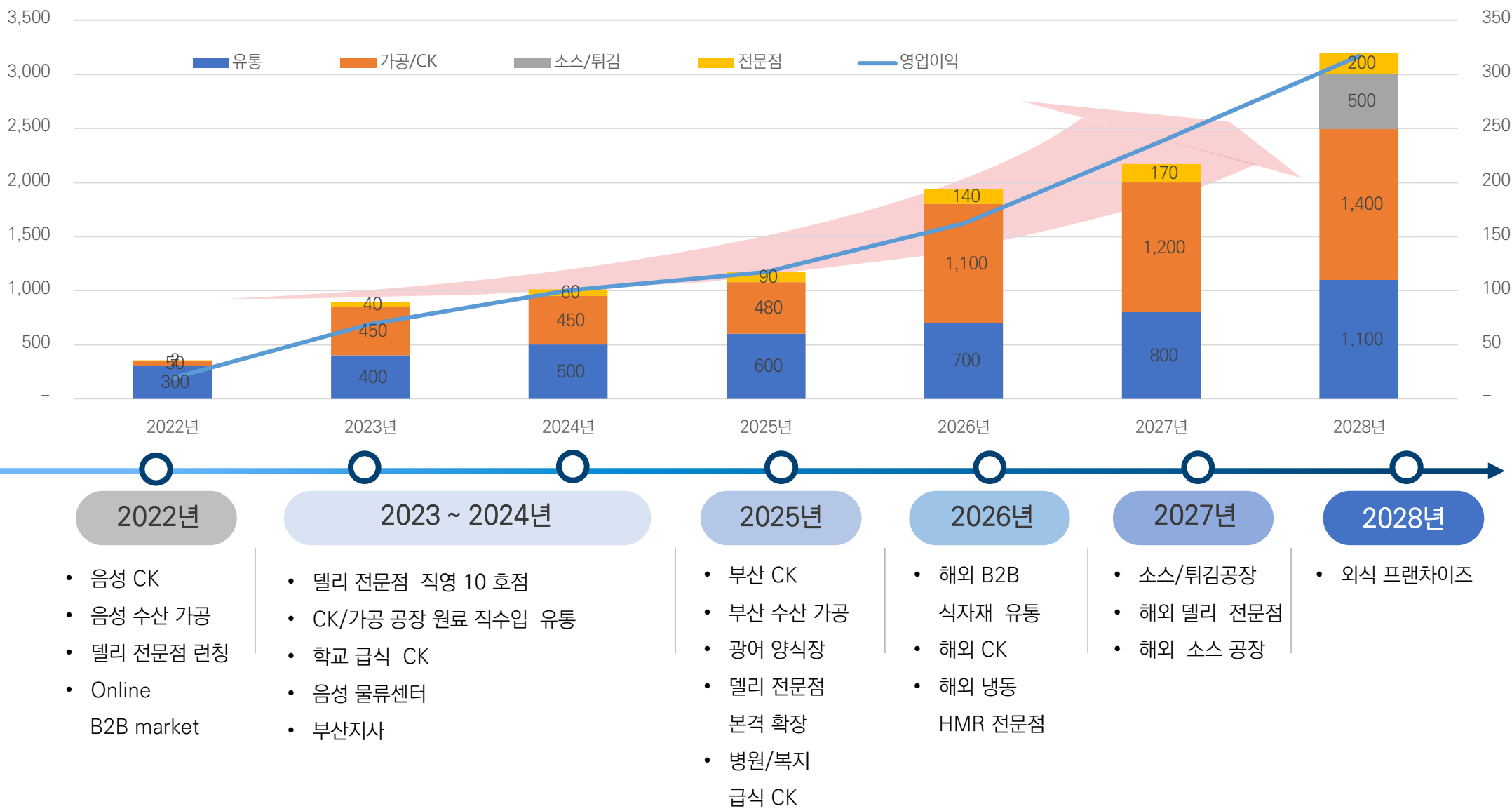
Part 4. 신사업 추진 계획



PART 05 투자 제안

- 01. 연도별 예상 매출 & 수익
- 02. 단기 자금 매트릭스
- 03. 자금 사용계획
- 04. 자금 조달 방법
- 05. EXIT 전략

01. 연도별 예상 매출 & 수익



02. 단기 자금 매트릭스

신규 투자 자금 90억원 소요 예상 = 통합 가공 · Central kitchen · 물류센터 · 델리전문점 · B2B 온라인몰

구분	소요금액	세 부 내 용
<div> <div>시설</div> <div>&</div> <div>운영</div> </div>	<div> 토지/건물 40억원 설비/설계 20억원 운영 20억원 전문점 10억원 </div>	<div> <div> <div>공장매입</div> <div>설비매입</div> <div>공장장채용</div> <div>생산반장채용</div> <div>생산직외 채용</div> <div>물류 3PL</div> <div>협력사 선정완료</div> </div> <div> <div>품목제조보고</div> <div>원료입고</div> <div>시생산</div> <div>HACCP 인증절차</div> </div> <div> <div>인허가 완료</div> <div>그랩앤고 1 호점</div> </div> <div> <div>CK가동</div> </div> </div>
<div> <div>본사</div> <div>&</div> <div>지사</div> </div>	<div>임대</div>	<div> <div> <div>보상협의 완료</div> <div>사무실 도면작성</div> <div>이전지 물색 및 확정</div> </div> <div> <div>서울 영업 통합</div> <div>서울본사</div> <div>등기/신고 이전</div> </div> <div> <div>부산지사</div> </div> </div>

소요 자금 주요 사용처 분석

단위: 억원

구 분		항 목	금 액	비 고
소 요 자 금	시설자금	대지	1 5 억	1,000평 (음성 산업단지 예상)
		토목	3 억	
		건물	2 0 억	H빔/공사비용
		설비	2 0 억	
	운영자금	설계	2 억	인허가 포함
		운용	1 0 억	초기운용비용
		전문점	1 0 억	직영 5호점
		온라인	5 억	
		예비비	5억	
	총합계		90억	

04. 자금 조달 방법

희망 투자 금액 & 자금 조달 방법

구 분		희망투자금	유치방법		유치처	유치방법	유치시기
자금조달방법	A안	60억	투자유치금	60억	<ul style="list-style-type: none">VC / CVC농업정책보험금융원PE, 운용사 금융기관 PI	<ul style="list-style-type: none">RCPS 통상적인 전환상환우선주투자회사 제시	<ul style="list-style-type: none">2022년 상반기 ~ 하반기
			자사 보유자금	20억			
			대출	10억 (대출비율: 11%)			
			합계	90억			
	B안	30억	투자유치금	30억	<ul style="list-style-type: none">VC / CVC농업정책보험금융원PE, 운용사 금융기관 PI	<ul style="list-style-type: none">RCPS 통상적인 전환상환우선주투자회사 제시	<ul style="list-style-type: none">2022년 상반기 ~ 하반기
			자사 보유자금	20억			
			대출	40억 (대출비율: 44%)			
			합계	90억			

05. EXIT 전략

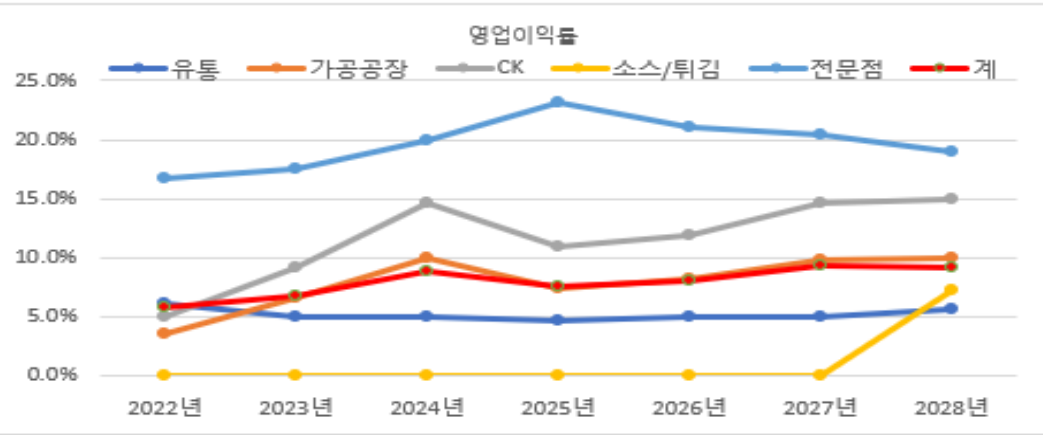
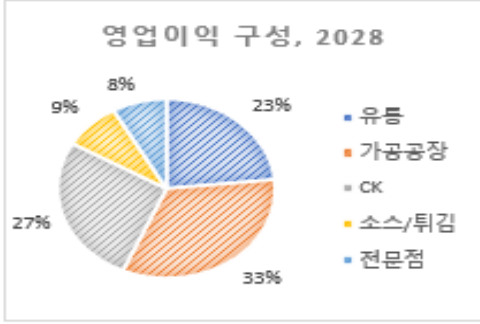
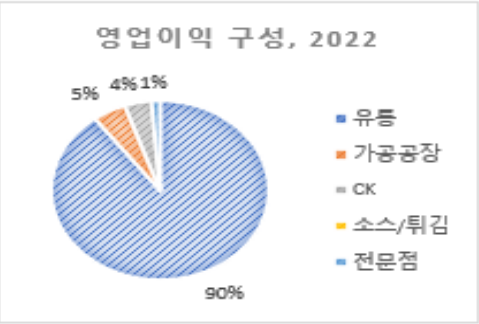
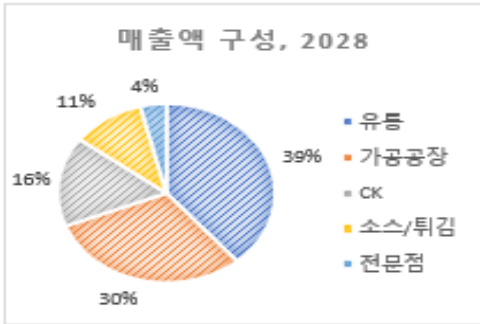
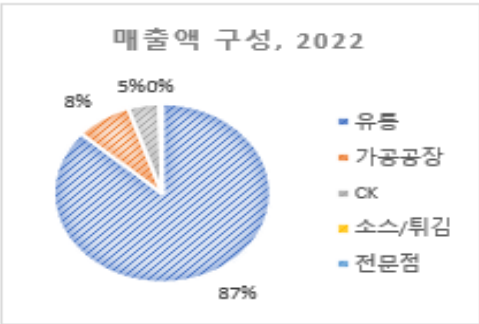
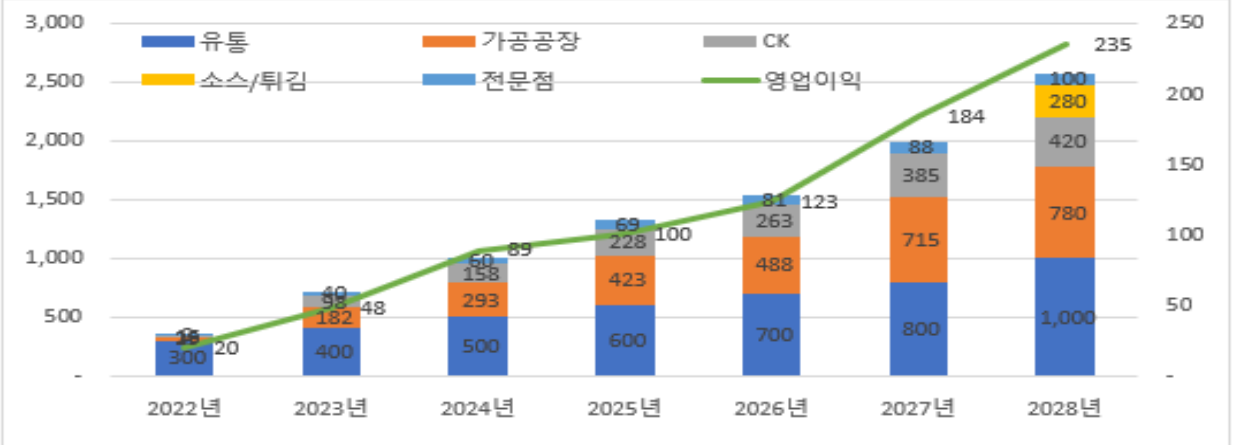


별첨. 연도별 예상 매출 & 수익 Break down

매출액	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년	2027년	2028년
유통	300	400	500	600	700	800	1,000
가공공장	29	182	293	423	488	715	780
CK	16	98	158	228	263	385	420
소스/튀김							280
전문점	2	40	60	69	81	88	100
영업이익	20	48	89	100	123	184	235
계	347	720	1,011	1,320	1,532	1,988	2,580

영업이익	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년	2027년	2028년
유통	18	20	25	28	35	40	55
가공공장	1	12	29	31	40	70	78
CK	0.8	9	23	25	31	56	63
소스/튀김							20
전문점	0.3	7	12	16	17	18	19
계	20	48	89	100	123	184	235

영업이익률	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년	2027년	2028년
유통	6.0%	5.0%	5.0%	4.7%	5.0%	5.0%	5.5%
가공공장	3.4%	6.6%	9.9%	7.3%	8.2%	9.8%	10.0%
CK	5.0%	9.2%	14.6%	11.0%	11.8%	14.5%	15.0%
소스/튀김							7.1%
전문점	16.7%	17.5%	20.0%	23.2%	21.0%	20.5%	19.0%
계	5.8%	6.7%	8.8%	7.6%	8.0%	9.3%	9.1%



별첨. Peer valuation

기업	구분	항후 전략	업력	밸류(추정)	투자금액	시리즈	매출			매출성장률		매출원가		원가율		영업이익			영업이익률		
							2019	2020	2021	2020	2021	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2021	2019	2020	2021
엠디에스	HMR 식자재 B2B 채널	가공공장, CK, 델리전문점	10				144	178	210	24%	18%	114	146	79.2%	82.0%	5	6	12	3.3%	3.4%	5.7%
암테이블	온라인 수산식품 유통 마켓	가공공장, 물류시스템	7	400	175	A	322	461		43%		277	401	86.0%	87.0%	- 62	- 53		-19.3%	-11.5%	
더파이어츠	수산물 시장 정보 플랫폼	이커머스 소매물, 해외직소싱	4	400	202	B	110	290		164%				0.0%	0.0%		- 20		0.0%	-6.9%	
삼삼해물	온라인 수산식품 유통 마켓	수산물 밀키트 OEM, 프랜차이즈		200	60	A	33	57	90	73%	58%	24	44	72.7%	77.2%	2	- 2		6.1%	-3.5%	0.0%
오늘식탁	수도권 회 배달 플랫폼	합류센터 설비고도화	5		168	B	21	135	400	543%	196%								0.0%	0.0%	0.0%
프레시지	HMR(밀키트)제조, 유통채널		6			M&A	711	1,271		79%		594	1261	83.5%	99.2%	- 149	- 461		-21.0%	-36.3%	
테이스티나인	HMR 제조브랜드		6	1,600	146	B	73	232	700	218%	202%	52	141	71.2%	60.8%	- 7	1		-9.6%	0.5%	0.0%
마이세프	밀키트 쿠킹박스		5	500	180	B		276		#DIV/0!				0.0%						0.0%	
베지스타	HMR(밀키트)제조 유통		1		30	A															
쿠팡	HMR(밀키트) 유통채널		7		1,231	M&A		400	450	#DIV/0!	13%			0.0%						0.0%	0.0%
슈퍼메이커즈	CK활용한 반찬 유통	모바일 어플개발, 온라인몰 신설	4	800	296	B	16	51		219%				0.0%	0.0%				0.0%	0.0%	
공유어장	생산자참여형 수산물플랫폼					seed															
푸드팜	농산물 식자재 직거래 플랫폼	서비스고도화와 사업확대	6		163	B	40	150		275%				0.0%	0.0%				0.0%	0.0%	

별첨. MDS의 시작

