

# 푸드테크 스타트업 현황 분석 및 ERIS 모델 기반 성공 사례연구

서선희 (이화여자대학교 식품영양학과 교수)\*

박예은 (이화여자대학교 식품영양학과 학부생 4학년)\*\*

최재영 (이화여자대학교 식품영양학과 학부생 4학년)\*\*\*

## 국문 요약

본 연구는 국내 푸드테크 기업들의 현재 상황을 파악하기 위해 표준 산업 분류, 핵심 기술 영역, 투자 단계, 성장 과정을 중심으로 빠르게 성장하고 있는 푸드테크 스타트업을 다각적으로 분석하고, 푸드테크 스타트업인 마이세프와 와드(캐치 테이블)를 선정하여 ERIS 모델을 활용한 사례연구를 실시하였다. 분석 결과, 푸드테크 스타트업들이 로봇공학과 인공지능을 접목한 식품 스마트 식품 유통 기술과 외식 조리 서빙로봇, 매장 및 배달 중심 솔루션에 초점을 맞추고 있으며 식품과 관련된 응용 프로그램 및 플랫폼을 개발하거나 데이터베이스 및 온라인 정보 제공업이 발전하고 있음을 알 수 있었다. 푸드테크 스타트업의 창업연도, 투자단계, 누적투자유치금액 등을 분석한 결과, 4차 산업 혁명에 따른 기술 혁신의 영향을 받아 2014년부터 2018년 사이에 푸드테크 스타트업이 다수 설립되었고 Series A, B 펀딩 확보 이후 라운드 펀딩을 통해 사업 규모를 확대하는 추세를 보였다. 전략적 인수 및 합병과 과산 비율이 높게 나타난 점은 푸드테크 산업에 내재된 복잡성으로 해석된다. 밀키트 제조로 성장한 마이세프와 외식 예약 플랫폼으로 확장한 와드(캐치 테이블)의 사례연구는 푸드테크 스타트업의 성공 요인으로 작용한 기업가, 자원, 산업 및 전략적 요인들을 도출하였다. 본 연구는 푸드테크 산업의 창업자, 투자자, 정책입안자들에게 시장 동향 및 기술 변화에 맞춰 전략을 개발하고 지속 가능한 성장을 촉진할 수 있는 통찰과 방향성을 제공한다. 이 점에서 실무적 시사점이 있다.

핵심주제어: 푸드테크 스타트업, 푸드테크 비즈니스 유형, ERIS 모델, 사례연구

## 1. 서론

푸드테크는 음식(Food)과 기술(Technology)의 합성어로 전통적인 식품산업에 바이오, 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT), 3D프린팅, 로봇과 같은 혁신 기술이 접목되어 생산부터 가공, 유통, 서비스까지 전 범위에 걸쳐 변화하는 신산업을 의미한다. 전 세계적으로 푸드테크 시장 규모와 그 중요도가 급격하게 커지고 있다. 특히, 국내에서는 식재료 유통, 온라인 주문·배달 및 정보 공유 등 일부 분야에서만 푸드테크가 활성화되어 있는 반면, 식재료 생산, 개발, 가공 및 관리, 유통 및 판매 등 식품과 관련된 모든 분야로의 확산은 더딘 상황이다. 푸드테크 스타트업은 기존 산업을 기반으로 진입장벽이 낮지만 창업 이후 투자 유치나 경쟁력 확보에 어려움을 겪는 경우가 많다(하리다, 2021).

현재 국내 푸드테크 스타트업 생태계 규모는 미국, 중국, 인도, 영국에 비해 상대적으로 현저히 작은 편이나 고도화된 국내 IT 기술을 바탕으로 푸드테크 산업의 발전 가능성은 긍정적으로 보고된다(삼일PwC경영연구원, 2022). 특히, 가장 높은

경쟁력을 보유한 온라인 주문 배달 분야 외에도 빅데이터 기술력을 기반으로 식품 개인화 분야에서 성장이 지속되고 있다.

최근 푸드테크 산업 분야의 성장과 관심으로 푸드테크 시장 동향과 특정 푸드테크 서비스에 대한 이용자의 수용의도를 분석한 연구들이 주로 진행되었다. 그러나, 푸드테크 스타트업의 비즈니스 모델을 분석한 연구는 부족한 실정이다. 특히, 푸드테크 스타트업을 중점적으로 기업유형을 분류 및 분석하거나 성장과 EXIT 전략에 대해 분석한 연구들이 수행되지 못했다. 푸드테크 산업의 지속가능한 성장과 푸드테크 비즈니스의 수익모델을 창출하기 위한 구체적인 전략에 대한 연구와 분석의 필요성이 제기된다.

본 연구에서는 국내 푸드테크 스타트업의 현황을 분석하기 위해 국내 푸드테크 스타트업을 표준산업분류와 투자단계별로 분류하고, 성공적인 스타트업 사례를 ERIS 모델에 기반하여 분석하고자 한다. 구체적으로 기업의 성공 요인을 분석하는 ERIS 모델을 적용하여 스타트업 성공을 위한 창업가 요인, 자원 요인, 산업환경 요인 및 전략 요인을 살펴보고자 한다. 이를 통해 국내 푸드테크 생태계에 대한 이해를 바탕으로

\* 주저자, 교신저자, 이화여자대학교 식품영양학과 교수, seo@ewha.ac.kr

\*\* 공동저자, 이화여자대학교 식품영양학과 학부생 4학년, ailoson@ewha.ac.kr

\*\*\*공동저자, 이화여자대학교 식품영양학과 학부생 4학년, cyunyoung0301@ewhain.net

· 투고일: 2024-05-10

· 1차 수정일: 2024-06-09

· 2차 수정일: 2024-07-02

· 게재확정일: 2024-08-03

푸드테크 스타트업이 새로운 비즈니스를 창출하고 투자 유치하여 성공적으로 성장할 수 있는 전략을 파악하고자 한다. 본 연구 결과는 푸드테크 산업의 창업자, 투자자, 정책입안자들에게 푸드테크 산업의 지속 가능한 성장을 촉진하기 위한 실무적, 전략적 시사점을 제시할 것이다.

## II. 이론적 배경

### 2.1. 푸드테크 정의와 범위

선행연구에서 제시된 푸드테크의 정의를 <표 1>에 정리하였다. 각 연구자가 정의한 푸드테크의 내용의 유사성과 차이점을 분석한 결과, 대부분의 연구자는 푸드테크를 기술 접목과 혁신을 통해 새로운 가치를 창출하는 것으로 정의하였으며 ICT, AI, 로봇공학, 빅데이터 등 4차 산업을 반영한 기술이 식품 산업에 적용된다는 점을 강조하였다. 또한, 식품산업의 전 과정에 해당하는 식품의 생산, 가공, 유통, 소비 전반에 걸쳐 기술을 적용한다고 공통적으로 언급하였으며 푸드테크를 통해 기존 식품산업에 부가가치를 더하고, 새로운 시장과 산업을 창출하는 점을 강조하였다 <표 1>.

농림축산식품부(2022)에 따르면 협의의 푸드테크는 식품의 생산(신선식품, 제조기술), 유통(유통무역), 소비(외식 및 처리 기술)를 포함하고 있으며 광의의 푸드테크는 협의의 개념과 관련된 Ag-Tech와 푸드테크 관련 하드웨어 및 소프트웨어 기술개발과 같은 연관 산업으로 분류하였다.

푸드테크 산업의 범위는 식품산업 밸류체인을 기반으로 구분하거나(삼일PwC경영연구원, 2022; 노아영·구유리, 2023) 디지털푸드랩이 제시한 푸드테크 비즈니스 모델에 따라 구분한 연구들이 주로 많았다. 식품산업 밸류체인을 기반으로 하여 푸드테크 산업을 1) 식재료의 생산 및 개발, 2) 유통 및 관리, 3) 음식료 조리 및 가공, 4) 음식료 마케팅·판매·배달, 5) 음식료의 소비 및 후처리로 구분하였다. 세부적으로 식자재 생산 과정에 스마트 농업인 Ag-Tech, 농·수산업 로봇, 대체식품 및 단백질, 건강기능식품을 포함하고 식재료의 유통 및 관리에 신선식품 배송, 식자재 물류·유통 로봇, 스마트 식품 안전·품질 관리 및 스마트 콜드체인, 디지털 식품 재고 관리가 포함된다. 음식료의 조리 및 가공에서는 음식료 조리로봇, 식재료 가공 로봇, 3D 푸드 프린팅, 밀키트, 스마트 키친, 공유주방 등이 포함되며 음식료 마케팅·판매·배달 분야에는 배달 어플리케이션, 서빙·배달 로봇, 무인카페, 키오스크, 맛집 추천 및 예약 앱, 모바일 대기 시스템의 시장이 해당된다. 음식료 소비 및 후처리에서 식품 영양 데이터 분석, 음식물 쓰레기 저감을 포함한다. 노아영·구유리(2023)도 식품의 가치사슬 측면에서 접근하여 크게 식품 제조 및 가공분야와 외식 및 식품 유통서비스로 구분하였으며 식품 제조 및 가공분야에 대체식품, 스마트 농업, 신소재(식용용기), 식품 기자재(3D 푸드 프린터, 스마트 주방가전 및 로봇)가 포함되며, 외식 및 식품 유통

서비스 분야에는 식재료 배송 및 음식 배달 서비스와 식품 관련 정보 DB화 및 공유를 포함한다.

프랑스 푸드테크 전문 조사 기관 디지털 푸드랩(Digital Food Lab)에서는 푸드테크의 주요 사업영역을 1) 농업에서의 생산이나 관리 등의 혁신과 관련된 ‘Ag-Tech’, 2) 건강, 환경보호 등 다양한 가치관으로 신규 생성된 수요에 대응한 ‘Food Science’, 3) 주문이나 예약 등 식당 운영 관리를 돕는 ‘Food Service’, 4) 소비자에게 무엇을 어떻게 먹는지 추천하는 ‘Consumer Tech’, 5) 식재료, 음식을 배달하는 ‘Delivery’, 6) 공급망 및 소매 유통 관련 영역인 ‘Supply Chain’ 6가지로 분류하였고 이와 유사하게 광노성(2024)은 1) 농업 기술(Ag-Biotech, Robotics, Precision Farming), 2) 식품 과학(대체 단백질, Precision Fermentation), 3) 배송, 판매(판매경로, 기술, 스마트 자동 스토어), 4) 소비자 선택(가전제품, 음식 추천, 레시피 추천, 음식 경험, 밀키트), 5) 영양과학(Precision Nutrition), 6) 음식 서비스(레스토랑 관리, 클라우드 키친, 로봇공학, 3D 프린팅) 6가지로 분류하였다.

한국푸드테크협회에서는 푸드테크 산업을 크게 4가지로 분류하였다: 1) 식자재 유통, HMR, 배달 대행 서비스 등을 포함하는 ‘물류유통’, 2) 음식 배달 앱, 모바일 식권 등을 포함하는 ‘온디맨드 서비스’, 3) 레시피 정보, 맛집 정보 평가 등을 포함하는 ‘정보 콘텐츠’, 4) 스마트팜, 로봇 요리사, 대체식품, 3D 푸드 프린팅 등을 포함하는 ‘인프라 테크’. 강종원·박재형(2018)도 한국푸드테크협회와 유사한 기준으로 1) 스마트 농업(스마트 팜, 스마트 농기계), 2) 스마트 식품 유통(O2O, 옴니채널, 스마트 식품 유통), 3) 미래 대체식품(곤충 식품, 식물성 고기, 배양육), 4) ICT 융복합(3D 푸드 프린터, 스마트 키친)으로 구분하였다.

<표 1> 푸드테크(산업)의 정의

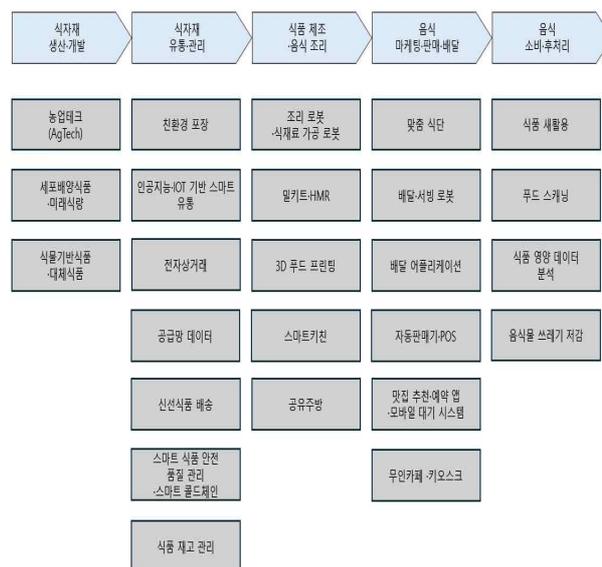
연구자	푸드테크(산업)의 정의
Institute of Food Technology (2023)	Food technology is the application of food science to the selection, preservation, processing, packaging, distribution, and use of safe food. 푸드테크를 식품(food)과 기술(technology)의 합성어로 푸드 사이언스(food science)와 함께 사용되어온 개념으로 주장하고 있음. 보다 구체적으로 푸드테크는 “푸드 사이언스의 응용 영역으로 안전한 음식의 선택, 저장, 가공, 포장, 유통 등에 사용되는 기술”로 정의하고 있음. 푸드 사이언스는 식품의 물리적, 생물학적, 화학적 구성을 연구하는 학문으로 규정.
Digital Food Lab (2023)	Food Tech is an ecosystem made of all the agrifood entrepreneurs and startups(from production to distribution) innovation on the products, distribution, marketing or business model. 모든 농식품 사업가와 스타트업(생산부터 유통까지)으로 구성된 생태계로, 제품, 유통, 마케팅, 사업모델을 혁신.
한국푸드테크협회 (2022)	식품산업에 ICT가 융합되어 새로 생성된 4차 산업 수준의 식품산업에 ICT 기술이 접목되어 생산부터 가공, 유통, 서비스까지 전범위에 걸쳐 변화하는 신산업.
LG 경제 연구소 (2015)	음식의 물리적, 생물학의 화학적 구성을 연구하는 푸드사이언스의 응용영역으로 안전한 음식의 선택, 저장, 가공, 포장, 유통 등에 사용되어 생산성을 향상시키는 기술

이은복 (2015)	Food와 Tech가 합쳐진 용어로 농식품 관련된 산업에 새로운 4차 산업혁명 기술을 접목하여 새로운 산업을 창출하는 것. 농업 및 식품산업의 생산, 제조, 유통, 소비 전체를 포괄하는 개념으로 농식품 분야에 4차 산업혁명을 적용한 산업 푸드테크는 Food와 Technology의 합성어로, 예전부터 푸드사이언스(Food Science)와 함께 사용되어 온 개념임. 푸드테크는 음식의 물리적, 생물학적, 화학적 구성을 연구하는 푸드사이언스의 응용 영역으로, 안전한 음식의 선택, 저장, 가공, 포장, 유통 등에 사용되어 생산성을 향상시키는 기술을 의미함.
서정주 (2016b)	식품(food)산업과 기술(technology)의 합성어로 식품산업과 정보통신기술이 접목된 분야를 의미함.
김관수 외 (2016)	푸드테크는 Food와 Technology의 합성어로 푸드사이언스와 유사하게 사용되어왔던 개념임. 푸드테크는 푸드사이언스의 응용 영역으로 안전한 음식의 선택 저장 가공 포장 유통 등에 사용되는 기술을 의미함. 협의의 개념으로 식품 산업의 생산성을 높이거나 새로운 시장을 창출한 첨단 기술로 ICT 관련 기술을 적용함.
박현길 (2016)	음식(food)이나 식품산업에 첨단정보 통신기술(ICT)을 접목해 새로운 산업을 창출하거나 기존 산업에 부가 가치를 더하는 것. 외식 산업에 초점을 두었으나, 외식 창업, 대체식품 개발, 농업 생산성 제고 등도 포함.
김광석 (2016)	푸드와 테크가 합쳐진 용어로 식품 관련 서비스업에 정보통신기술을 접목해 창출된 신산업.
강종원·박재형 (2018)	음식(Food)과 기술(Technology)이라는 단어의 융합으로 4차 산업혁명에 대응하여 농식품 산업에 정보통신기술(ICT)을 접목하여 발생한 새로운 산업이나 기존 산업에 부가 가치를 더하는 것을 의미함. 농식품 분야에서 4차 산업혁명 기술을 적용한 생산, 소비, 유통 판매, 소비까지 포함하는 포괄적인 개념임.
김성훈 외 (2018)	IFT의 정의에 기초하되 식품산업(특히, 외식산업)에 ICT 등의 신기술이 접목된 새로운 산업.
장우정 (2020)	음식(Food)과 기술(Technology)이 융합한 신산업으로 생산, 보관, 유통, 판매 등 식품 관련 분야의 기술적 발전을 의미함.
홍지흔·김은영 (2020)	인공지능(AI), 사물인터넷(Internet of Things), 빅데이터 등의 기술이 식품 산업과 융합된 것.
Galanakis (2020)	식품을 생산·가공·소비하는 방식을 혁신하기 위해 식품 산업을 근간으로 여러 다양한 분야의 연구와 전문지식을 결합한 분야를 의미함.
최성기 (2021)	식품산업을 온오프라인 연결 비즈니스(O2O), 빅데이터, 블루투스 비콘(beacon) 등과 같은 신기술에 접목시켜 농축산물의 생산성 향상 및 식재료 가공, 유통, 저장과 같은 식품 산업 전범위에 편의성을 제공하는 기술을 총칭함.
하리다 (2021)	음식(Food)과 기술(Technology)의 결합을 의미하는 것으로, 식품가공, 외식, 식품유통 등 식품 산업과 농림축수산업 등 주변 산업에 빅데이터, 사물인터넷, 인공지능, 온라인 플랫폼, 소셜네트워크, 블록체인 등 4차 산업 기술이 적용함.
삼일PwC 경영연구원 (2022)	음식(Food)과 기술(Technology)의 합성어로, 식품산업에 바이오, 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT), 3D 프린팅, 로봇과 같은 혁신기술이 접목된 신산업분야를 의미함.

## 2.2. 식품산업 밸류체인에 따른 푸드테크 스타트업

식품산업 밸류체인의 생산부터 판매까지 모든 분야에서 AI, 데이터 분석, 로봇 공학, 유전 공학, 세포 농업, 생물 정보학, 미생물 분석 기술, 가공 포장 기술, 사물인터넷(IoT), 3D프린팅과 같은 과학기술을 활용한 푸드테크 스타트업들이 등장하고 있다(서정주, 2016a; 강종원·박재형, 2018; 하리다, 2021). 식품산업 밸류체인에 따른 푸드테크 영역을 <그림 1>로 나타냈다. 식재료 개발단계에서 세포 배양 식품, 식물 기반 식품

개발 기술 등이 대체 식품 및 미래 식량 개발에 활용되고 있다. 식재료 생산단계에서 농업 및 양식 기술의 자동화로 IoT 기반의 센서를 활용하여 농산물의 생산 환경을 모니터링하고, 빅데이터 분석을 기반으로 작물 및 가축의 건강 예측 및 관리 및 3D 푸드 프린팅, 농식품 부산물 재활용 기술이 주로 활용되고 있다. 식재료 유통단계에서는 AI와 IoT를 활용하여 식품의 유통 경로 및 과정, 정보 등을 효율적으로 관리하고 있으며, 활발해진 음식 배달 및 식재료 배송 사업으로 인하여 친환경 포장 기술 역시 다양하게 활용되고 있다. 식품 제조 혹은 조리단계에서는 로봇 활용과 자동화시스템 기술을 활용하여 식품 제조, 음식 조리 및 서빙 로봇이 사용되고 있다. 또한 HMR 제품을 기획하고 구성하여 다수의 기업들이 HMR 사업에 참여하고 있으며, AI를 통한 광학 형광 이미징과 초음파 감지를 사용하여 기계에 남은 음식 찌꺼기를 스캔하는 등 AI 푸드 스캐너를 활용한 잔반 감소 및 폐기물을 줄일 수 있는 다양한 솔루션에 활용이 가능하다. 판매 및 서비스 단계에서는 디지털 주문 및 결제 시스템 통한 고객 접촉 최소화하는 방식으로 위생 관리가 가능하며, 고객의 영양상태 및 선호도 등을 파악하여 니즈에 적합한 음식 및 식재료를 추천, 판매하는 커스텀마이징 기술이 활용 가능하다. 마지막으로, 피드백을 활용한 개선 단계에서는 고객 피드백에 대한 빅데이터에 기반하여 실시간으로 분석하여 개선에 활용할 수 있다(삼일PwC경영연구원, 2022; 한국농촌경제연구원, 2023). 초기에는 식자재 및 완제품 소비 단계에서 편의성을 높이고 정보를 공유하는 영역에 제한되어 활성화되었지만(이은복, 2015) 점차적으로 배양육과 같은 새로운 식재료 개발, 스마트팜, 공급망 관리, 개인 맞춤형 영양 관리, 레스토랑 서비스, HMR, 밀키트 등 다양한 솔루션을 개발하고 있다. 농산물 생산, 식품 유통 및 판매 단계에서 푸드테크 적용이 확산되고 있다.



출처: 삼일PwC경영연구원(2022) 등을 바탕으로 저자 재편집  
<그림 1> 식품산업 밸류체인에 따른 푸드테크 영역

### 2.3. 푸드테크 비즈니스 모델

푸드테크 비즈니스 모델은 크게 농업 테크, 푸드사이언스, 서비스, 코칭, 배송 소매로 구분되며(Digital Food Lab, 2023), 푸드테크 비즈니스 모델이 제공하는 솔루션은 <표 2>에 정리되었다. Digital Food Lab(2023)에서 구분한 푸드테크 비즈니스 모델과 제공하는 솔루션에 적합한 국내 주요 푸드테크 스타트업 88개를 직접 매치한 결과, 국내에서는 주로 푸드사이언스에서 미래 식량, 서비스 분야에서 조리 로봇, 코칭 분야에

서 메뉴 추천, 배송 분야에서 밀키트, 전자상거래, 외식 음식 배달이 활발하게 이루어졌으며 앞으로 발굴되어야 할 분야는 농업 테크로 나타났다<표 2>. 국내의 주요 푸드테크 스타트업 현황을 볼 때, 주로 신선 식품 또는 식자재 유통 및 구매 지원, 음식 배달, 맛집 추천과 주문 및 예약 지원 분야를 중심으로 발달하고 있고, 인공지능 및 조리 로봇, 스마트 키친, 배달 로봇, 3D 푸드 프린터 등 기술 중심의 푸드테크 산업은 일부 대기업을 중심으로 이루어지고 있다.

<표 2> 푸드테크 비즈니스 모델과 국내 주요 푸드테크 스타트업 기업

구분	비즈니스 모델	스타트업의 역할	국내 스타트업 기업체명
농업 테크 (Ag-Tech)	농장관리 S/W	농장의 모든 작업을 관리, 조직화 및 최적화하도록 지원	엔씽(스마트팜 운영을 위한 AI 활용 레시피, 자동화 플랫폼 지원)
	농업로봇·드론	데이터 수집 및 노동력 대체를 위한 로봇·드론 제공	
	도시농장	유통단계 축소 및 수확량, 품질 및 지속 가능성 향상	팜에이트
	농산물 시장	농업인을 위한 전자 상거래 시장 운영	그린랩스*
	농업생명공학	농업과 식량을 위한 생태계와 유기체 연구개발	
	정밀농업	경작 환경에 따른 정밀농업, 위성농업 및 위치별 농작물 관리	
푸드-사이언스	미래식량	전통적 식품을 대체하는 지속 가능하고 건강한 새로운 식품 개발 (예: 대체육류, 대체당류)	더플랜잇, 인테이크, 디보션푸드, 에이치엔노버텍, 스페이스에프, 씨워드, 티센바이오팜, 지구인컴퍼니,(퓨처푸드랩),(비건팜)
	대체식품	기존 식품 대비 영양가 높은 에너지바, 음료, 분말 등 개발	이그니스
	패키징	스마트하고 지속가능한 식음료 포장 개발	오아시스
	제품혁신	기존 시장의 제품 혁신, 구성 투명화, 유통수단 혁신 및 개인 맞춤화	킵더허들, 클리버
	음료	새로운 재료나 더 건강한 라이프스타일을 위한 새로운 음료 개발	(더부쓰), 부루구루, 링타*
	가전조리기구	신기술, 다양한 유통채널, 개인화 등 차세대 가전제품 및 조리기구 개발	스트롱홀드테크놀로지, 더웨이브룩
서비스	예약 플랫폼	재고 식품, 고급 레스토랑 등을 대상으로 레스토랑 테이블 예약 할인	밀랑*, 와이드(포양*), 테이블매니저,(훈밥인의 민찬),(이스테라)
	서비스 관리	온라인평판, 마케팅, 자금관리, 주문접수, 피드백, 재고관리, 이력 추적, 레시피 등 식당경영 지원	누벤트, 헬로팩토리,페이타랩, 하이앤디, 미로
	케이터링	맞춤형 식사 및 파티를 위한 현지 요리사 고용 서비스	
	인력 서비스	실시간 레스토랑의 부족 인력을 증가하는 플랫폼	
	요리 로봇	3D 프린터, 무인 키오스크 및 바텐더 로봇 등 요리 로봇 개발	누비랩, 두잉랩, 비트코퍼레이션, 로보아르테, 비온드허니컴, 웨이브라이프스타일테크, 엑스와이지
코칭	영양 유전체	고객 맞춤형 영양권장량 설정을 위한 유전체 및 미생물 기반 테스트	
	메뉴 추천	AI 및 전문가 권고에 따라 식사, 레시피, 소풍목록, 주류 등 추천	미트박스글로벌, 다이닝코드,(망고플레이트*), 와인그래프(닥터키친), 스테이징글
	레시피	실감형 게임, SNS 상 영상 등 기존 레시피를 새로운 형식으로 재창조	
	식품정보투명화	식품 정보에 쉽게 접근하고 다른 서비스 간 교환 가능하도록 표준	
	음식체험	양조장, 과수원, 쿠킹 클래스 등 음식 관련 체험 관광지화	레드테이블
배송	밀키트	적정량의 가정식 식재료 및 레시피 정기 배송	마이세프*, 오픈더테이블,(더블유푸드마켓*), (테이스티나인*), (프레시코드*)
	전자 상거래	농장-가정 및 매장 배송 등 식품 전자상거래 플랫폼 개발	오아시스, 킬리, 쿡캣*, 언니네터털, 올프레쉬, 샷샷유통, 무릉외갓집,(우아한 신선들*), 식탁이있는삶, 베지스타, 오늘식탁, 암테이블*, 더파이라츠, 육그램*(헬로네이처*)
	디스커버리박스	세계 각국의 신제품, 와인, 차, 커피 등 전문가 엄선 식품 정기 배송	
	외식 음식 배달	인근 음식점의 음식을 배달 기사를 통해 배달	두잇, 메쉬코리아*, 바르고, 우아한 형제들*, 스파이더크래프트, 플라이앤컴퍼니*, 식신, 미래식당, 헬로월드,(허니비즈),(배달통*)
	풀스택 배달	스타트업이 세프를 고용하는 등 직접 음식을 만들고 배달	
	배송 로봇	음식 배달 드론 및 로봇 개발	
	자동판매기	식료품, 식사 및 스낵을 제공하는 차세대 자동화 기계	플렌즈커피
소매	공급망 데이터	식품 공급망 문제를 해결하는 데이터란의 도구 활용	트릿지, 마켓보로, 정육각
	로열티	브랜드-고객 간 유대(재)구축 및 식품기업에 소비자 행동 데이터 제공	글루업, 글로우서울,(굿잇츠), 푸드테크*, 마이프랜차이즈, 벤디스*
	음니채널	식품기업의 유통채널 디지털화, 통합 관리 통해 온-오프라인 판매 지원	

주. \*은 M&A한 기업명, (\*) 은 M&A 이후 폐업한 기업명

## 2.4. 푸드테크 스타트업 선행연구

국내 푸드테크 선행연구는 국내외 푸드테크 현황 및 사례 분석 그리고 푸드테크 수용 의도 분석 연구가 주로 수행되었다. 박현길(2016), 김성훈 외(2018), 장우정(2020)은 해외 주요국 및 국내 푸드테크 산업의 발전 현황, 푸드테크 분야별 주요 사례 분석, 푸드테크 비즈니스 관련 이슈, 푸드테크 스타트업 발전을 위한 정책 방안을 제시하였다. 홍지훈·김은영(2020)은 사용자의 식습관 개선 기능이 있는 스마트 도시락 사례 분석을 실시하여 스마트 도시락 제품들의 유형, 구성요소, 기능을 파악하고 기능적 발전 방향을 제시하였다.

그 외에 푸드테크 산업과 관련된 특허자료를 ‘제조·가공·유통’, ‘판매·마케팅’, ‘소비자 사용 지원’으로 분류하고 한국과 일본의 특허 기술 현황을 분석한 연구(최지유·김소영, 2018), 식품 제조·가공 분야의 대체식품과 3D 식품 프린팅 적용 현황 및 주요 기업의 사업 환경을 조사한 연구(박미성 외, 2020) 등이 수행되었다.

특정 푸드테크 서비스에 대한 사용자들의 수용 의도를 분석한 선행연구 사례들로는 국내 외식업 소상공인의 O2O 기반 음식 배달 서비스 수용 의도를 분석한 연구(조미영 외, 2017)와 외식기업 브랜드의 스마트폰 어플리케이션의 콘텐츠 품질과 지각된 위험과 행동 의도 간의 관계 분석(배성일, 2018), 키오스크 등 언택트서비스에 대한 소비자의 경험 가치와 만족 및 재이용 의도의 상관관계를 분석하는 연구(전수지·김형일, 2020) 등이 진행되었다. 또한 주요 소비층인 20대들을 대상으로 수정된 기술 수용 모델(m-TMA)을 이용하여 20대 소비자들의 푸드테크 사용 의도에 대한 연구(정갑연·이혜리, 2022), Z세대의 가치지향적 소비 성향과 국내 푸드테크 산업의 대체 식품 플랫폼 간의 관계 분석을 통해 Z세대의 소비 경험 가치 향상을 위한 국내 푸드테크 산업의 대체식품 플랫폼 서비스디자인 전략 연구(노아영·구유리, 2023) 등 특정 세대에서의 푸드테크 사용 의도 및 관계에 대한 연구가 진행되었다. 기존 연구는 푸드테크 산업 분야와 현황에 대한 분석과 사용자 수용 의도를 분석한 연구 중심으로 이루어졌으며, 푸드테크 분야에 진출하는 스타트업들의 성공과 실패에 영향을 미치는 요인을 분석한 연구는 부족한 상황이다.

## 2.5. 스타트업 성공 요인

스타트업의 성공 요인에는 다양한 요소가 존재한다. 성공 요인들의 요소별로 선후 관계 또는 비중 등 일정한 규칙이 존재한다고 보기는 어렵지만 이러한 상호작용을 통해 성과에 영향을 미치면서 스타트업이 성장, 성공 또는 실패에 이르게 된다(한정화, 2018). 창업 시점에서 창업자의 개인적 역량에 기반하여 자원을 축적하고, 축적된 자원을 바탕으로 전략을 수립하여 시장 내 경쟁의 결과물로 경영 성과가 나타나게 된다. 그러므로 창업자는 환경 변화를 인지하고 자사가 보유한

자원과 역량에 대한 분석과 평가를 통해 경영전략을 수립할 필요가 있다(한정화, 2018). 스타트업의 성공 요인은 일반적인 기업의 성공 영향 요인 중에서 특히 기업가정신을 강조되어 왔다. 여러 선행연구에서 기업가정신은 벤처창업기업의 경영 성과에 대한 영향 요인이 입증되어왔다(김성일·이우진, 2016; 안태욱·강태원, 2019).

기업가정신은 ‘기업가적 지향성’에서 파생된 것으로 창업가로서의 역할을 수행하거나 스타트업 경영 시 나타나는 혁신성, 진취성, 위험감수성 등의 특성을 내포한다. 혁신성은 전통 기업과 스타트업을 구분하는 주요한 특징 중 하나로 기업이 추구하는 가치를 창출하거나 창의적인 아이디어를 도출하면서 새로운 변화와 융합을 이끌어내는 것을 의미한다(조은희, 2013). 혁신성은 조직의 경쟁 우위 확보에 핵심이 되며 스타트업에 새로운 프로세스를 도입하고(Hult et al., 2003) 성장시키기 위한 필수적 특성으로 보여진다(남영현·서영옥, 2020).

창업가와 조직 구성원의 혁신성이 높아질수록 재무적 성과가 높아지고, 외부 네트워크 관리도 활발해지면서 스타트업의 경쟁력 우위 확보에 유리해지게 된다(김철희, 2022). 스타트업 조직 내에서 혁신성을 촉진할 수 있는 조직문화의 중요성도 강조되었다(김일천 외, 2004; 신진교 외, 2009). 진취성은 새로운 제품, 서비스, 기술을 시장에 도입하여 우위를 차지하려는 미래지향적 특성이다(Miller, 1983; 안태욱·강태원, 2019). 진취성으로 인해 조직의 성장과 성과를 추구하고 적극적으로 행동하여 경쟁력을 향상시킬 수 있다(Covin & Slevin, 1989; 임정희 외, 2019). 위험 감수성은 불확실성이 높은 상황임에도 불구하고 기꺼이 도전하고 전략적 추진을 실행하려는 의지로(Miller, 1983, 1993) 조직이 적절한 리스크를 감수하면서 새로운 기회를 모색하고 안전한 옵션만 고수하지 않고 모험적으로 새로운 시장에 진입하거나 불확실한 결과에 대한 대범한 시도를 추진하는 것이다(Covin & Slevin, 1991).

기업가정신 외에도 스타트업의 창업자와 내부 구성원들의 역할과 스타트업의 환경적, 재무적 특성, 네트워크 지향성과 학습 지향성이 스타트업의 성과에 영향을 미치는 요인으로 보고되었다(김현미, 2015; 김용태·허철무, 2023). 네트워크 지향성은 스타트업이 필요한 자원을 외부로부터 획득하기 위한 노력과 활동으로 스타트업이 보유하고 있는 내부 역량의 한계를 보완하여 스타트업의 생존에 중요한 요소라 할 수 있다(이상목, 2018). 스타트업은 불확실한 외부 환경 속에서 경영의 불확실성을 최소화하고, 기업의 방향성 및 목표 수립을 위해 네트워크를 잘 활용해야 한다(Ganesan, 1994). 학습 지향성은 환경 변화에 유연한 대응이 가능하도록 지속적인 지식습득과 활용 가능하도록 하는 조직적 방향성을 의미하며(이주연, 2020), 스타트업에서 축적된 지식을 활용할 수 있도록 확산시키는 활동이다(이태규, 2021). 스타트업이 문제 해결이 가능한 혁신적인 제품과 서비스를 개발하고 경쟁우위 확보를 위해 학습 지향성이 필요하다.

## 2.6. ERIS 모델

ERIS 모델은 Sandberg & Hoffer(1987)가 제시한 초기 ERI 모델에 전략적 요인을 추가하여 확장시킨 것이다(한정화, 2018). ERIS 모델은 창업기업의 성과(Performance)가 창업가(Entrepreneur), 자원(Resource), 산업환경(Industry Environment), 전략(Strategy)의 상호작용에 따라 이루어진다는 구조이다(한석호 외, 2021). 창업가(Entrepreneur)는 창업가의 역량, 심리적 특성, 사회적 배경 등을 의미하며, 이는 기업 성과와 밀접하게 관련되어 있다(황정섭 외, 2021; 고경선·남정민, 2023).

창업가의 결정은 스타트업 유형, 진입하는 산업 분야, 시장 경쟁 우위 전략, 필요한 자원 확보 전략, 사업 전략을 효과적으로 실현할 수 있는 조직 설계 등으로 연결된다(Eisenhardt & Schoonhoven, 1990). 창업가의 기술과 사전 경험은 기업의 자원을 획득하거나 진출 시장을 결정하는데 영향을 미친다(Santisteban & Maurico, 2017). 자원(Resource)은 조직이 통제하고 있거나 통제하고자 하는 유·무형 자원을 포함하며, 비즈니스 전략의 주요한 결정 요인으로 일반적으로 스타트업의 생존은 인력, 자본, 시설, 토지 등 유형 자원 확보 능력에 달려 있다. 기업 역량, 조직, 문화, 네트워크, 기술력, 평판, 데이터, 등 다양한 무형 자원은 기업이 시장에서 경쟁우위를 확보할 수 있는 전략을 수립하고 실현하는 기반이 된다(김춘근 외, 2014; 고경선·남정민, 2023). 산업환경(Industry Environment)은 산업의 발전 단계, 진입장벽, 경쟁 환경, 시장 내 구매자와 공급자, 시장 구매자 수요, 해당 산업의 이질성 등을 포함하는 것으로, 스타트업의 성공 가능성에 영향을 미친다(Harber & Reichel, 2007). 기업은 시장 규모, 성장률, 경쟁 강도, 교섭력 등과 같은 산업 지표를 통해 영향을 받는다(한정화, 2018; 고경선·남정민, 2023). 시장 규모는 판매량과 수요의 총량으로 나타내는 수익성과 관련된 지표이며, 성장률은 시장의 확장 속도를 나타내는 지표로 기업의 성장 잠재력과 시장 확장 가능성을 파악할 수 있어 기업 가치와 투자를 가능하게 한다(Rajan & Zingales, 2001). 전략(Strategy)은 변화하는 산업환경에 대응하기 위한 기업의 의사결정으로, 창업가는 기업의 자원과 역량을 바탕으로 상품이나 서비스를 개발하고 시장 경쟁우위 확보를 위해 차별화된 혁신 전략 등을 수립해야 한다(한정화, 2018; 고경선·남정민, 2023). 특히, 창업 초기에는 제한된 보유 자원이라는 한계점을 인식하고 이를 적절하게 배분하여 효율성을 최대화하는 전략이 필요하다.

즉, ERIS 모델에서 창업기업은 창업자의 특성, 혁신을 위한 자원, 환경의 불확실성, 차별화된 전략 실행이 기업의 성과 및 성장을 증진시키는 요인으로 4가지 요인의 복합적인 상호작용에 의해 스타트업의 성과가 도출됨을 나타낸다. ERIS 모델은 창업기업의 4가지 핵심 성공 요인의 하위 요인을 세분화하거나 산업 특성을 고려하거나 제한적인 기업 규모 등에 대해 충분히 고려하지 않는다는 한계점이 있지만 복잡한 창업과 성장 과정을 이해하기 쉬운 프레임으로 제공하고 국내

벤처기업과 창업 연구에 자주 사용되어 왔다(한정화 외, 2008; 김가영 외, 2022; 이유리, 2023).

예를 들어, 황세희 외(2020)는 스타트업으로 시작해 유니콘 기업으로 성장한 성공기업을 기준으로 사례를 선정하여(주)우아한 형제들의 성공 요인을 ERIS 모델을 적용하여 분석하였다. 배달 음식 주요 이용자인 젊은 층이 공감할 수 있는 브랜드 창출(창업가요인), 창업 초기 직접 다니며 마련한 배달 매장 데이터베이스 구축(자원요인), 대중들의 큰 호응을 얻은 독특한 블랜딩 마케팅(산업환경 요인), 중개수수료 0%와 사업 확장으로 인한 플랫폼 다각화, 자율주행 배달로봇 개발(전략요인)을 도출하였다. 하리다(2021)는 창업 당시 국내 푸드테크 시장이 성장하지 않았던 시점에 현재 대표적인 식재료 배송 푸드테크 비즈니스 분야 선구자 기업인 (주)컬리의 사례를 들어 ERIS 모델을 적용하여 투자 및 컨설팅 등의 기업 경영 경험(창업가 요인), 외부 ICT 기술의 도입 및 업무 자동화(자원요인), 새로운 사업 영역 발굴 및 시장 선점, 상품성의 차별화(산업환경 요인), 고급화, 자체 인프라 구축, 자유로운 조직 문화(전략요인)를 도출하였다. 김가영 외(2022)는 대학생 창업으로 시작해 현재 TIPS 선정 및 스케일업 단계에 있는 알트에이를 대표 사례로 선정해 ERIS 모델에 따른 청년 스타트업 스케일업 성공 사례를 분석하였다. 이유리(2023)는 업사이클링 비즈니스를 수행하는 소셜 벤처기업의 성과를 분석하기 위해 ERIS 모델을 적용하여 시장기회 파악 및 초기 시스템 구축 역량(창업가요인), 유·무형 자원확보를 통한 일관된 브랜드 이미지 구축(자원요인), 경쟁력에 근거한 경쟁적 산업환경 적용(산업환경 요인), 모든 기업 활동이 지속가능성 추구로 인해 가치 창출(전략요인)을 도출하였다.

## III. 연구 방법

### 3.1. 연구 대상 및 방법

정부 기관 및 기업 연구소 보고서(삼일 PwC 경영연구원, 2022; THE VC, 2023)의 국내 푸드테크 스타트업 기업 리스트를 참고하여 총 94개의 국내 푸드테크 스타트업을 선정하였다. 선정 후, 해당 기업들에 대한 기업 정보를 정부 기관 및 기업 연구소 보고서, 푸드테크 스타트업 공식 홈페이지와 관련 뉴스, 채용사이트 등에서 수집하였다. 본 연구는 한국표준산업분류(KSIC) 11차 개정안에 의한 산업 분류 기준(통계청, 2024)을 적용하여 푸드테크 스타트업 기업 유형을 구분하였다. 추가적으로 2023년 농림수산식품부가 선정한 푸드테크 10대 핵심기술 분류 기준과 사업 품목(식품 vs 비식품)에 따라 푸드테크 스타트업 기업 유형을 분류하였다. 창업 연도, 투자 단계, 누적 투자유치금액에 따라 푸드테크 스타트업 분석을 실시하였다.

푸드테크 스타트업에 대한 심층 사례 분석에서는 ERIS 모델을 적용하여 수행하였다. 푸드테크 스타트업의 특징과 다양성

을 고려하여 식품 제조와 식품 관련 플랫폼 비즈니스 모델로 성공한 푸드테크 스타트업을 고려하였고 최종적으로 밀키트 제조로 성장하여 스타트업에서 전략적 인수합병을 통해 EXIT 한 마이세프와 레스토랑 예약 플랫폼 비즈니스로 푸드테크 분야에서 꾸준히 성장하고 있는 와드(캐치테이블)를 선정하였다. ERIS 모델을 구성하는 4가지 요소를 참조하여 푸드테크 스타트업의 창업자 또는 기업가의 특성, 혁신을 위한 자원, 환경의 불확실성, 차별화된 전략 실행 등이 기업의 성과 및 성장을 증진시키는 요인을 파악하여 스타트업의 성과가 도출된 과정을 분석하였다.

## IV. 분석 결과

### 4.1. 한국표준산업분류에 따른 푸드테크 스타트업 유형 분석

본 연구는 한국표준산업분류(KSIC) 11차 개정안에 의한 산업 분류 기준(통계청, 2024)을 적용하여 총 94개의 푸드테크 스타트업을 산업별로 구분하였다(표 3>1). 대분류 기준으로 분류를 진행했을 때 정보통신업(39개사, 41.49%), 제조업(23개사, 24.47%), 도매 및 소매업(21개사, 22.34%), 전문, 과학 및 기술 서비스업(5개사, 5.32%), 사업시설 관리, 사업 지원 및 임대 서비스업(3개사, 3.19%), 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업(2개사, 2.13%) 농업, 임업 및 어업(1개사, 1.06%), 순으로 나타났다. 중분류에서는 20개의 분류 기준 중, 58. 출판업(29개사, 30.85%), 10. 식품품 제조업(14개사, 14.89%), 47. 소매업 자동차 제외(11개사, 11.70%)가 상위 3개 분야로 나타났다. 소분류에서는 응용 소프트웨어 개발 및 공급업이 24.47%로 가장 많은 산업 분야로 나타났다.

한국표준산업분류 기준에 따라 푸드테크 스타트업의 유형을 분석한 결과, 푸드테크 스타트업들이 식품 상품을 직접적으로 생산하기보다 식품과 관련된 응용 프로그램 및 플랫폼을 개발하는 분야로 발전했음을 알 수 있었다. 우아한 형제들, 망고플레이트 등과 같은 응용소프트웨어 개발 및 공급업, 비건, HMR, 저당 식품 등 기타 식료품 제조업, 오아시스, 켈리, 쿡캣 등과 같은 전자상거래 소매업, 다이닝코드, 와인그래프와 같은 데이터베이스 및 온라인 정보 제공업 등이 양적으로 성장한 반면, 대체육, 배양육 개발과 관련된 전문, 과학 및 기술 서비스 분야와 다회용기 대여 및 세척 사업 등의 임대 서비스 등의 전문 서비스업 분야의 양적인 증대는 제한적임을 알 수 있다.

### 4.2. 푸드테크 핵심 기술 분류에 따른 푸드테크 스타트업의 유형

농림축산식품부가 2023년에 발표한 푸드테크 10대 핵심 기술은 배양육, 식물 기반 식품, 간편식, 3D 프린팅, 식품 스마트 제조·유통 기술, 식품 맞춤 제작 서비스, 외식 푸드테크 기술, 농산물 재활용, 친환경 포장이고, 10대 핵심 기술 분류 기준에 따라 국내 푸드테크 스타트업을 분류한 결과는 <표 4>와 같다. 10대 핵심 기술 중 총 34.5%의 40개 기업이 로봇, 인공지능 등을 적용한 외식 푸드테크 기술을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 조리 및 서빙 로봇, 배달 관련 기업이 이에 속한다. 스마트 유통 기술(21.6%, 25개 기업)이 그 뒤를 잇고 있다. 10대 푸드테크 핵심 기술 중 빈도가 높은 기술을 미루어 볼 때, 완전히 새로운 분야에 도전하기보다 기존에 운영하던 외식업 및 필수적인 식품 유통 과정 중에 로봇 등의 푸드테크 기술을 도입함으로 생산성의 향상을 우선시하고 있다. 이는 국내 경쟁력이 있는 기술로 온라인 주문 배달과 자동화 로봇이 높은 편으로 대체식품, 유통 플랫폼, 로봇 등이 국내 푸드테크 발전의 핵심 기술로 보여진다. 세번째로 간편식 제조 기술(13%, 15개 기업)이 높은 비중을 차지하였는데, 이는 간편식 제조 기술이 사업의 확장하는데 용이하여 여러 다른 기술과 함께 보유한 기업들(베지스타, 클리버, 인테이크, 미래식당, 켈처히어로, 지구인컴퍼니, 엔썬 등)로 나타났다. 식품 스마트 제조 기술(6.9%, 8개 기업), 식물기반식품 제조 기술(6%, 7개 기업), 세포배양식품 생산기술(5.2%, 6개 기업)과 식품 맞춤 서비스 기술(5.2%, 6개 기업), 친환경 포장 기술(3.4%, 4개 기업) 순으로 높은 비중을 차지하였다. 친환경 포장 기술은 식품 스마트 유통 기술을 보유한 오아시스와 켈리도 보유하고 있는 것으로 파악되어 경쟁력을 확보하기 위한 선택으로 보여진다. 푸드테크 스타트업 94개사 중 3D 식품 프린팅 기술과 농산품 부산물을 활용한 재활용 기술은 본 연구 조사 시점에는 푸드테크 스타트 기업에서 활용되지 못하는 것으로 보인다.

1) 부록1 참고

<표 4> 푸드테크 10대 핵심 기술 분류에 따른 푸드테크 스타트업 구분

푸드테크 10대 핵심기술 분야	N	스타트업 기업체명
배양육 등 세포배양식품 생산기술	6	부루구루(곰부차 종균 배양), 인테이크(소고기, 돼지고기, 달걀 등 대체육 및 대체 당류), 킷더허들(스타터 균주 등 기능성 발효식품), 스페이스에프, 싸위드(해조류 배양육), 티센바이오팜
식물성 대체식품 등 식물기반식품 제조기술	7	더플랜릿, 인테이크(식물성 기반 식품), 디보선푸드, 비건팜, 에이치앤노바텍(해조류 대체육), 지구인컴퍼니, 퓨처푸드랩(비건쿠키)
가정가편식(HMR), 바로조리세트(밀키트) 등 간편식 제조기술	15	마이세프, 오픈더테이블, 더블유푸드마켓, 굿잇츠, 테이스티나인, 인테이크, 이그니스, 클리버(설로인), 베지스타, 쿠팡, 미래식당, 컬처허어로, 지구인컴퍼니, 엔씽, 더플랜릿
3차원 식품 인쇄(프린팅) 기술	-	
인공지능, 로봇 등을 접목한 식품 스마트 제조기술	8	클리버(설로인, aging, 무해균 이용하여 고기 품질 관리), 스트롱홀드테크놀로지(스마트커피로스타), 그린플러스, 그린랩스, 엔씽, 로보아르테, 베지스타(회사 직원 공 농장, 열채류 재배), 팜에이트
인공지능, 사물인터넷 등 기반의 식품 스마트 유통기술	25	이그니스, 미트박스글로벌(농,축산물 직거래), 정육각, 육그램, 클리버(설로인), 더파이러스, 암테이블, 오늘식탁, 마켓보로, 베지스타, 트라지, 식탁이있는삶(퍼말), 오아시스, 위편, 컬리, 쿠팡, 컬처허어로(우리의식탁), 팜에이트, 그린랩스, 언니네트밭, 샷갯유통, 올프레쉬, 무릉외갯집, 헬로네이처, 오늘식탁
개인별 맞춤형 식품 제공 등 식품 맞춤 제작 서비스(커스터마이징) 기술	6	킷더허들(맞춤형 헬스케어), 닥터키친(환자 맞춤), 스테이징글, 누비랩, 두잉랩, 프레시코드
로봇, 인공지능 등을 적용한 매장관리 등 외식 푸드테크 기술 (조리·서빙 로봇, 배달 및 매장 운영 관련 포함)	40	글로벌서울(컨설팅), 글루업(브랜드), 누벳트(데이터), 마이프랜차이즈(창업 데이터), 푸드테크, 다이닝코드, 망고플레이트, 레드테이블, 와인그래프, 고스트키친(공유주방), 플랜즈커피(무인커피), 비트코퍼레이션, 비온드허니컴, 웨이브라이프스타일테크(주방 운영 대행, 로봇), 미래식당(고객 통계 제공), 두잇(맛집 정보, 배달), 하이앤드, 헬로월드, 미로, 메슈코리아, 바로고, 스페이더크래프트, 플라이앤컴퍼니, 밀랑, 와드, 포잉, 테이블매니저, 헬로팩토리, 밴디스, 페이타랩, 혼밥인의만찬, 위편, 식신, 엑스와의지, 우아한신선들, 우아한형제들, 허니비즈, 배달통, 위대한 상사, 아스테라
농식품 부신을 활용한 식품 재활용(업사이클링) 기술	-	대기업에서 주로 실시 중
친환경 포장기술	4	오아시스, 컬리, 지구인컴퍼니, 그린플러스(친환경 알루미늄)
기타	5	잇그린, 뽀득, 더부쓰, 링티, 더웨이브룩

주. 한 기업의 여러 핵심기술을 보유하기도 하여 중복 적용함

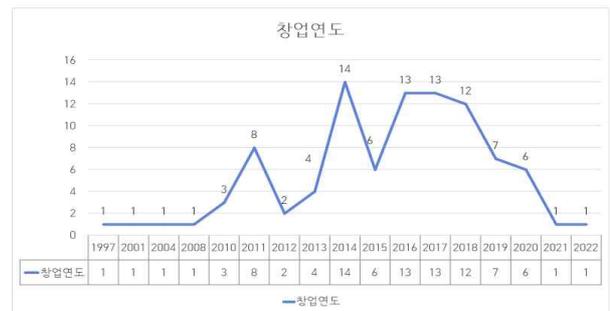
푸드테크 스타트업의 기업 앱 보유와 푸드테크 스타트업 사업 품목에 따라 구분한 결과는 <표 5>와 같다. 사업 품목을 식품과 비식품으로 나누었을 때 식품을 판매한 기업은 39개, 식품을 판매하지 않은 기업은 37개, 식품과 비식품 모두 판매한 기업은 18개로 나타났다. 판매되는 식품의 종류는 농산물, 수산물, 축산물, 가정용 간편식, 배달 음식, 커피, 대체육, 배양육, 디저트, 물 등이 포함되었다. 이는 전통 식품을 대체하면서 지속가능하고 더 건강한 라이프 스타일을 위한 새로운 식품과 기능성 음료, 데이터 중심 맞춤형 큐레이션 기술을 활용한 품목들이었다. 식품을 제외한 스타트업은 주로 인공지능, 사물인터넷 등 식품스마트 유통기술 및 커스터마이징 기술을 이용한 외식과 식재료 배달, 데이터 기반 음식점 예약과 메뉴 추천 플랫폼 비즈니스를 운영하고 있다. 폐업한 기업을 제외한 78개 기업 중 앱을 보유한 기업은 43개, 보유하지 않은 기업은 35개로 나타났다.

용을 통해 거래가 성사되고 가치가 창출되는 개방적인 인프라와 이에 대한 관리 및 운영을 의미하며(진헌서 외, 2022) 대표 케이스로 우아한 형제들(2010년도 창업)이 있고 기술을 중심으로 비즈니스 생태계를 만들어가는 하이브리드형 플랫폼 기업으로 마켓 컬리(2014년도 창업)가 대표적이다. 컬리는 물류 테크 기술력을 바탕으로 업계 최초로 셋별 배송이라 불리는 새벽 배송을 창출하면서 물류 업계의 혁신을 선도하고 있다.

### 4.3. 푸드테크 스타트업의 창업연도, 투자단계, 누적투자유치금액에 따른 유형

#### 4.3.1. 창업연도

창업 연도별 푸드테크 스타트업의 등장 현황을 살펴보면, 2014년도에 14건, 2016년, 2017년도에 각각 13건과 2018년도 12건으로 2014-2018년도 사이에 총 58건으로 창업이 몰려 있음을 알 수 있다<그림 2>. 이는 4차 산업 혁명 기반 기술 환경이 발달하면서 기술 플랫폼 기업의 성장 환경이 조성에 기인했다고 보인다. 비즈니스형 플랫폼 기업은 구성원의 상호작



<그림 2> 창업연도 추이에 따른 푸드테크 스타트업 구분

#### 4.3.2. 투자단계

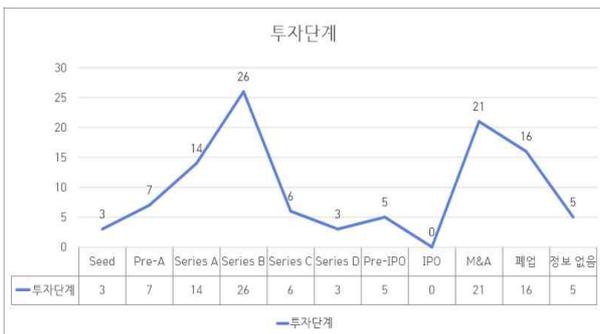
현재 투자유치를 받은 푸드테크 스타트업을 조사한 결과, 초기 투자 단계인 Seed와 Pre Series A가 전체 투자 유치비용의 10.6% 분포한 것으로 나타났다<그림 3>. 그 중에 Seed 단계가 3개의 기업으로 나타났으며 7개의 기업이 Pre Series A 단계에 진입하였다. 중기 투자 단계에 해당하는 Series A와 B는 전체의 약 42.6%로 나타났으며 Series A가 14개 기업(디보

2) 부록2 참고

선푸드, 스페이스에프, 다이닝코드, 누비랩, 로보아르테), Series B가 26개 기업(글로우서울, 더플랜잇, 킷더허들, 오솔식탁, 엔씽)으로 확인됐다. 후기 투자 단계인 Series C부터 Pre IPO 단계까지는 전체의 약 14.9%로 나타났으며, Series C가 6개의 기업(미트박스글로벌, 클리버, 더파이어즈, 암테이블, 마켓보로, 위핀)으로 후기 투자 단계 중 가장 비중이 높았다.

Series D가 3개의 기업(정육각, 트릿지, 바로고), Pre IPO가 5개 기업(컬리, 와드, 팜에이트, 식신, 오아시스)으로 나타났다. 특히, 투자 회수라고 할 수 있는 엑시트(EXIT) 단계인 IPO와 M&A는 전체의 약 22.3%를 차지하고 있다. 그러나, IPO로 상장한 스타트업은 아직 배출되지 않았으며 M&A를 통해 EXIT한 스타트업이 21개사(마이세프, 육그램, 메쉬코리아, 플라이엔컴퍼니, 밀랑, 벤디스, 링티, 암테이블, 푸드테크, 우아한형제들, 쿠팡, 그린랩스, 더블유푸드마켓, 우아한신선들, 망고플레이트, 배달통, 포잉, 헬로네이처, 프레시코드, 테이스티나인, 닥터키친)로 나타났다.

성장하는 기업은 창업(기업 설립) 후 일정 기간 내에 초기 연구개발 단계에 필요한 종잣돈(Seed money) 확보에 성공해야 한다. 종잣돈 확보 후 일정 기간 내에 상용화 단계에 필요한 자금 확보(Series A funding)가 이루어져야 한다. 보통 죽음의 계곡은 Series A 이전인 Seed와 Pre Series A로 설정된다(고영희·이호성, 2016). 기술 개발에는 성공하였으나 추가적인 자금 부족으로 실질적인 사업화 단계에서 위기를 겪는 죽음의 계곡 시기가 매우 중요하다. 푸드테크 스타트업 중 죽음의 계곡에 해당하는 Seed와 Pre Series A 사이는 10개 기업으로 전체의 10.6%를 차지한 것으로 나타났다. 죽음의 계곡을 벗어나 상용화 자금을 확보하고 일정 기간 내에 회사나 시장 규모를 확대(scale-up)하기 위해 필요한 자금 확보(Series B funding)를 성공해야 하는 순서로 진행되는 것이 이상적이다(고영희·이호성, 2016). 죽음의 계곡 단계 직후인 Series A부터 투자 회수 단계인 M&A 단계까지 투자 건수는 전체의 79.8%를 차지했다. 그러나 푸드테크 스타트업들은 사업 진행 과정에서 사업 자금과 핵심 인력 확보, 사업 아이템 창출, 판매시장 개척, 각종 규제에 인한 제약 등의 어려움을 겪을 수 있다. 특히, 식품 개발 및 상품화를 위한 자금 확보가 어려울 수 있고, 온라인 상거래 업체의 경우 판매시장 개척, 인력 확보, 비즈니스 아이템 창출 등에 직면하기도 한다(김성훈 외, 2018).



<그림 3> 투자 단계에 따른 푸드테크 스타트업 구분

### 4.3.3. 누적투자유치금액

누적 투자유치금액은 Seed 금액부터 M&A 체결 비용까지의 누적된 투자금액을 의미한다. 누적 투자유치금액이 100억 이상 150억 미만인 기업이 10개의 기업으로 가장 많이 분포하고 있다. 300억-500억 사이 누적 투자 유치 금액 기업이 9개이고 500억-1000억 사이, 1000억-2000억 사이 기업이 각각 6개로 나타났다<그림 4>.



<그림 4> 누적투자유치금액에 따른 푸드테크 스타트업 구분

창업연도, 성장단계, 누적투자유치금액 등에 의해 푸드테크 스타트업의 특성을 분석한 결과, 푸드테크 스타트업은 창업 후 1.5년 내에 최소기능제품(Minimum Viable Product) 완성을 위한 Seed money를 확보하고, 32개월 내에 제품-시장 적합도(Product-Market Fit)를 검증하여 Series A 투자를 유치한 것으로 나타났다. 이후 상용화에 성공하면 17개월 내에 안정적인 성장을 위한 Series B 투자를 유치한 것으로 보여진다. 본 연구의 대상이 되는 94개 푸드테크 스타트업 중 7개의 기업이 폐업하였고 21개 기업이 전략적 인수합병 전략을 선택하였으며 전략적 인수합병 이후 9개 기업이 파산하였다<표 6>. 파산 원인은 경영난과 타 기업과의 경쟁에서 밀린 것으로 추측된다.

### 4.4. ERIS 모델을 적용한 푸드테크 스타트업 사례연구

일반적으로 스타트업은 창업 초기에 대규모의 투자가 우선적으로 이루어지고, 실질적인 수익이 발생하는 데에는 상당한 시간이 소요되므로 수치적 지표로 나타난 재무적 성과를 정확하게 측정하는 것이 실제로는 어렵다(Tsai et al., 1991; 최성철·이우진, 2021). 특히, 창업 초기에는 회사의 정보시스템이 완전히 구축되지 않아 회계 자료의 객관적인 평가가 어렵고 이로 인해 객관적인 평가보다 주관적인 평가가 벤처창업 기업의 목적에 더 적합하게 볼 수 있다(이선호, 2015). 스타트업에서 시장점유율, 성장율, 다각화 및 제품혁신 등 사업 성과와 같은 비재무적 성과의 중요성이 증가하고 있다(손종욱 외, 2021; 김성천·황희곤, 2023).

마이세프는 밀키트 제조로 성장한 스타트업으로 전략적 인

수합병을 통해 EXIT 하였고 와드(캐치테이블)는 레스토랑 예약 플랫폼 비즈니스로 푸드테크 분야에서 성장세가 가파르고 시장점유율도 증가 추세에 있다. 본 연구에서는 푸드테크 스타트업의 시장점유율, 성장률, 제품 혁신 등과 같은 비재무적 성과와 푸드테크 산업 다양성을 고려하여 각각 식품 제조와 식품 관련 플랫폼 비즈니스 모델로 성공한 마이세프와 와드(캐치테이블)를 선정하였다.

<표 6> 전략적 인수합병(M&A)과 파산한 푸드테크 스타트업 리스트

구분	M&A된 기업	인수기업	M&A 이후 폐업한 기업	인수기업	파산(폐업)한 기업
푸드 테크 스타트업 기업명	마이세프	대한항공씨앤디	더블유푸드마켓(2017)	동원홈푸드	허니비즈(2012)
	육그램	플레이팅 코퍼레이션	우아한신선들(2019)	우아한형제들	굿잇츠(2019)
	메쉬코리아	hy	망고플레이트(2020)	여기어때 컴퍼니	더부쓰(2020)
	플라이언 컴퍼니	달리버리히어로	배달통(2021)	달리버리 히어로	아스테라(2021)
	밀랑	부모사랑	포잉(2022)	포잉 코퍼레이션	퓨처푸드랩(2022)
	벤디스	현대이지웰	헬로네이처(2022)	BGF 리테일	비건팜(2022)
	링티	Future Stream Networks	프레시코드(2023)	엔라이즈	혼밥인의 만찬(2023)
	얌테이블	한산도산수산이 얌테이블과 노을과 봄 인수 이후 얌테이블로 사명변경	테이스티나인(2023)	프레시지	
	푸드테크	우아한형제들	닥터키친(2023)	프레시지	
	우아한형제들	달리버리히어로			
	쿠켓	GS리테일			
	그린랩스	BRV캐피탈매니지먼트, 스카이라이프인베스트먼트			
	12개		9개	7개	
			총 16개		

주.( )안은 파산연도

#### 4.4.1. 마이세프

마이세프의 임종역 대표는 2011년 개인 사업자로 밀키트 사업을 시작한 뒤 2016년 6월 ‘마이세프’의 명칭으로 법인 기업을 설립하였다. 마이세프는 첨단 자동화 공장을 구축하여 로봇 및 자동 시스템을 적극 활용한 생산 프로세스를 구축하고, 하루 제품 생산 규모를 최대 10만 식으로 확대하였다(김경희, 2023). 설립 초반 밀키트 산업에서의 높은 수작업의 비율로 인한 낮은 비용 효율성 문제점을 해결하기 위해 스마트 자동화 공정을 설계하여 검증된 안전하고 신선한 식재료를 유통하였다(조효정, 2021). 더욱이 최근 1-2인 가구의 증가로 인해 식재료 부담을 줄일 수 있는 소분 상품의 관심도가 높아졌으며, 코로나19의 확산으로 외식 활동이 제한되면서 김밥의 다양성을 추구하고자 하는 소비자의 니즈가 확대되어 밀키트의 수요가 급증하였다. 주요 국내 대형 유통 플랫폼인 쿠팡, SSG

등에 납품하고 있던 마이세프는 지속적인 성장을 보였고 매출액 증가와 함께 M&A 체결에 성공하였다. 마이세프의 경우 초반에는 IPO를 목표로 하였으나, 방향성을 바꾸어 2022년 사모펀드 한앤컴퍼니를 통해 대한항공씨앤디와 M&A를 실시하였다(배동주, 2022). 특히 기업 분석에 의하면, 국내 밀키트 시장의 성장 속도가 저하됨에 따라 점유율이 2020년 21%에 비해 2022년 4.8%로 급격한 감소가 나타났다. 흑자 전환과 투자금 유치를 위해 M&A를 선택하였고 이를 통해 시장 내 경쟁사들을 상대하기 위해 내실을 다지는 계기로 평가된다(연태훈, 2019).

##### 4.4.1.1. 창업가 요인

마이세프의 창업자 임종역 대표는 2010년 국내에서 가구 DIY가 유행하는 것을 보고 요리에 DIY 개념을 적용하는 새로운 아이디어를 제시하였다. 식품업계가 아닌 타 업계에서 활용되던 모델을 식품에 도입하고자 2011년 개인 사업자로 창업하였다. 사람과 사회가 관심이 있고, 필요로 하는 문제를 파악하고, 그 방안을 고안하는 데 초점을 맞추어 기회를 포착한 것이다(이승재 외, 2019). 이는 2012년 창업한 미국의 대표적 밀키트 기업 ‘블루 에이프런(Blue Apron)’ 보다 1년 더 앞섰다. ‘간편 조리 세트’의 식품 유형 정립(2020년) 훨씬 이전에 시도하여 결국 밀키트를 기술로 인정받아 2017년 4월 동종업계 최초 벤처기업 인증을 획득하였다. 이는 자동화 공장을 설립하며 물류의 동선, 재고관리, 인력 배치 등의 전 과정을 아우르는 데 바탕이 되었다(김창봉·이승현, 2017).

##### 4.4.1.2. 자원 요인

마이세프의 성장에는 기업과 기술 역량을 비롯한 자원 영향이 있다. 마이세프는 창업 자금 유치 이후 2019-2020년 동훈인베스트먼트, 신용보증기금, 우리은행, 미래에셋대우 등에서 70억 원의 Series A, 2020-2021년 Series B로 100억 이상 총 180억 원 이상의 투자금을 유치하였고, 2022년 기업 가치 1천억 원으로 대한항공씨앤디와 M&A를 체결하였다(배동주, 2022). 마이세프는 대규모의 투자금을 받기 이전인 2018년부터 600평 규모의 공장 구축에 힘썼다. 과감한 선투자로 확보된 대량 생산체계가 투자 유치의 발판이 되었다. 2021년 Series B로 유치한 자금으로 스마트 자동화 공장 도입을 기획하여 2023년 4월 공장 가동을 시작하였다(이정은, 2021). 스마트 자동화 공장은 경기도 성남에 위치한 연면적 약 1만 1927.5m<sup>2</sup>(3,306평), 지상 7층 규모로 노동집약형 생산 구조를 전문 제조설비와 자동화 시스템으로 구조적 혁신을 이뤘다(최선울, 2023a).

다양한 제품군 확대와 더욱 안정적인 위탁 생산을 위해 경기도 광주에 위치한 제2공장과의 시너지를 기대할 수 있다. 스마트 자동화 공장은 물류 동선 최소화, 개방형 창고를 갖추고 있다. 이에 원료 입고부터 완제품 출고까지 인력이 개입되지 않는 층간 자동 이송 및 자동 입고 시스템, 자동 재고관리 체계 및 품질 관리 체계 구축, 자율주행 물류 로봇 적용한 수직적·수평적 물류 자동화가 가능하다. 이로 인해 전체 공정

의 80%가 자동화되었고, 인력의 60%가 대체 가능하다. 이어 재고 적합성을 고려한 자동화 설비와 자동화창고가 연계된 일괄 생산관리 프로세스는 원부자재 관리 효율을 높여 제조 공정 내 위생 및 신선도의 유지가 보장된다(민경진, 2021).

일 4만식 생산이 가능한 급속 냉동기를 도입하여 비용을 줄여 상품 이익률을 높였다. 스마트 자동화 공장의 우수성을 확인한 고객사가 늘면서 자체브랜드(PB)와 주문자상표부착생산(OEM), 컬래버레이션 밀키트 협업 의뢰가 가동 직후 약 2달 만에 3배 이상 증가하였다(최선율, 2023b).

#### 4.4.1.3. 산업환경 요인

마이세프의 매출액은 2011년 2.6억, 2019년 110억을 거쳐 2020년 276억을 달성했다. 매출액의 급격한 성장에는 사회문화적 환경 요인의 영향이 있다. 1인 가구와 맞벌이 가구, 활발한 SNS 업로드 활동으로 인한 다양한 홈파티 문화의 증가로 인해 신선 식품을 이용하여 간편하게 조리하는 밀키트가 주목받았다. 더불어, 2020년 초반부터 시작된 코로나19로 인한 사회적 거리두기로 인하여 배송 서비스를 기반으로 한 밀키트의 수요가 더욱 증대되었다. 유로모니터(2023)에 따르면, 코로나19를 겪기 전 국내 밀키트 시장의 규모는 2017년 100억 원에서 코로나19를 지나며 2021년 3003억, 2022년 3766억으로 37배 이상 성장한 대규모 시장이 되었다. 이후 단순 소매 시장을 넘어 단체급식 등 적용 분야가 확대되고 있다. 밀키트 시장이 처음부터 규모가 크고, 인기가 많은 것은 아니었다. 기존 HMR이 포함되는 ‘즉석조리식품’으로 분류되어 그 정체성을 확립하기에 어려움이 있었다. 2020년이 되어서야 ‘간편조리세트’ 분류 기준이 확립되면서 기존 식품 유형, 보존·유통 기준, 제조·가공 기준 및 규격이 신설되었다(권성욱, 2022). 이 외에도 영양 성분 표시, 위생 관리 등에 대한 정부 규제가 순차적으로 마련되고 있다. 마땅한 가이드라인이 없던 밀키트 산업환경에서도 마이세프는 자사만의 전략과 품질 관리 등으로 꾸준한 성장을 도모하였다.

#### 4.4.1.4. 전략 요인

마이세프는 성장하는 시장에 따른 경쟁 심화에 대응하기 위해 품질 관리, 제품의 다각화 및 전문화, 유통의 차별화, 판매 채널의 다양화 등의 다양한 전략을 수립하였다. 첫째, 밀키트 제품 최초로 HACCP(한국식품안전관리인증원)과 ISO 22000(한국표준협회) 인증을 획득하였다(한국식품안전관리인증원, 2018; 이종도, 2019). 조리가 완료된 식품이 아닌 음식의 재료가 될 신선 식품을 주로 사용하고 배송하는 기업으로서 스마트 자동화 공장 시스템과 연계되어 풀필먼트 배송시스템을 구축하여 소비자에게 가장 중요한 식품의 품질과 안전에 주목하여 차별성을 확보하였다(김태현·송상화, 2021).

둘째, 제품의 다각화 및 전문화를 진행하였다. 외부 업체 사입 소스가 아닌 직접 개발한 소스를 사용하고, 자체 밀키트 연구소를 설립하여 87,600시간(2021년 기준)을 연구하는데 투자하였다(김범준, 2021). 이를 기반으로 한 프리미엄 제품 라

인을 신설하여 밀키트의 전문화를 실시하였다. 또한 국민일보 컨슈머리포트 1위, 2020 한국 식품연구원 식품 기술 대회 금상을 수상하는 등 요리 대회 등에 참가하여 최근 이슈와 선호도를 파악하여 제품을 다각화하고 피드백하는 데 반영하였다. 이를 인정받아 결국 마이세프가 홍콩 ‘어니언 마켓(Onion Market)’으로의 공급 계기가 되었고, K-푸드에 관심이 높은 외국인들이 한식을 손쉽게 접할 수 있도록 글로벌 시장도 확장할 계획이다. 셋째, 변화하는 소비자의 니즈에 부응하기 위한 제품군 다각화를 추진하였다. 핑크퐁과 협업하여 유아 교육용 밀키트를 제작하여 학교, 복지관, 미취학 아동 자녀를 둔 가정 등에서 인기를 얻고 있다. 넷째, 국내 농가와의 상생을 위해 시작한 농가와의 협업은 국내 농산물 유통의 차별화를 실시하였다. 다섯째, 자사물을 비롯한 소셜커머스, 오픈마켓, 백화점, 단체급식, 기업 특판 등의 B2C와 B2B 시장에 진출하며 판매 채널의 다양화가 이루어졌다.

#### 4.4.2. 와드(캐치테이블)

##### 4.4.2.1. 창업가 요인

캐치테이블로 유명한 와드의 용태순 대표는 경영 철학으로 비판적인 현실을 냉정하게 받아들이면서 현재의 위기를 극복하고 미래에 긍정적인 결과를 얻을 수 있다고 믿는 합리적인 낙관주의를 뜻하는 ‘스톡데일 역설’을 내세우며 최고경영자로서 창업 이후 1년 이내 예약 건수 10배 달성 목표로, 코로나 19 이후 해외 고객 유치 목표로 각 시기에 맞는 단계별 비전과 전략 목표를 수립하고, 전략적 의사결정을 통해 이를 효과적으로 달성하였다(김종우, 2022a). 용 대표는 경쟁 예약 서비스 시장에서 실시간 정보 확보의 어려움을 극복하고 실시간 DB 구축을 실현시켜 실시간 예약, 대기, 결제, 식자재 관리 등을 통합할 수 있는 새로운 비즈니스 모델을 개발하였다. 새로운 비즈니스 모델은 외식업에서 인건비 상승, 인력 부족 문제의 해결 및 매출 신장에 긍정적 영향을 미쳐 2023년 농림축산식품부 장관 표창을 수상했다(문현호, 2024). 창업 초반, 기존 레스토랑을 대상으로 하는 B2B 거래에서 레스토랑과의 신뢰를 기반으로 레스토랑 고객까지 확장하였다. 용 대표는 미식 생활을 즐기는 자가 미식 문화를 선도할 수 있다는 가치관 아래 직원들에게 캐치테이블에서 사용 가능한 100만원 상당의 포인트를 제공하였다. 또한 회사 내 소통의 기회를 제공하기 위한 랜덤 런치데이 등의 제도를 실시하여 수평적이고 자유로운 조직 문화를 형성하여 인적자원 관리 역량을 보여 주었다(정재업, 2023).

##### 4.4.2.2. 자원 요인

캐치테이블의 핵심 자원은 레스토랑 실시간 DB와 유저 이용 데이터이다. 캐치테이블 출시 이전 매장용 고객 관리 솔루션 ‘테이블 노트’로 먼저 B2B 사업을 시작하였고 창업 이후 캐치테이블 서비스 출시까지 약 3년 동안 매장별 실시간 예약 서비스를 통해 DB를 쌓고, 레스토랑 점주와의 커넥션을

형성하였다. 경쟁 예약 서비스에서 발생하는 예약 30분 이후 잔여석 및 취소석 파악 등의 실시간 정보 확보의 어려움을 극복한 것이다. 실시간 DB 구축을 위해 직접 예약 빈도가 높은 레스토랑을 돌아다니며 앱의 편의성과 필요성을 설명하고 태블릿을 나눠주며 DB를 구축하였다(양범수, 2024). 실시간 DB를 바탕으로 고객 탐색 기능 및 필터를 강화하여 레스토랑 고객의 유입을 늘리고, 그들의 이용 데이터를 기반으로 사업을 계속하여 확장해 나갔다. 그 확장의 과정에서 단순 디지털화가 아닌 고객(기업 고객, 소비자 고객)이 중요시하는 전략 요소의 변화를 포착하고 공략하였다(박경민 외, 2023). 와드는 2018년 첫 서비스 시작 당시에는 대표 포함 3명에 불과했지만, 직원 규모를 160여 명으로 늘리고 개발 직군에도 40여 명을 고용하면서 인력 자원을 확장시켰다(양범수, 2024). 와드는 창업 자금 유치 이후 2019-2020년 Series A로 66억, 2021년 Series B로 35억, 2022년 Series C로 300억, 2023년 Pre-IPO 성격의 투자금 300억을 추가로 유치하며 누적 투자금 724억에 달하는 자본을 바탕으로 물적, 기술적 인프라를 구축하여 기존 서비스 이용자 수 확대에 집중하였다(이덕연, 2023; 양범수, 2024). 빅데이터와 POS 기술을 적극 활용하여 단순히 점포의 물리적 관리 지원에서 더 나아가 웨이팅, 픽업 등의 기능 통합 플랫폼으로 확장하였다. 본 연구 조사에서 IPO로 상장한 성공한 푸드테크 기업이 없었던 것을 미루어 볼 때, 지속적인 투자금 유치로 IPO를 준비하며 직전 단계까지 도달한 것에 의의가 있다(이현호 외, 2017). NICE의 상세기업정보 보고서에 따르면, 와드의 안정성은 자기자본비율, 부채비율이 와드의 자기자본비율은 54.52%로 한국은행에서 발표하는 업종별 산업 평균(시스템 소프트웨어 개발 및 공급업의 평균 46.35%)보다 높으며, 부채비율은 83.42%로, 산업 평균(115.73%)보다 낮아 안정적인 자본의 흐름을 가지고 있다(NICE 상세기업정보보고서, 2024).

#### 4.4.2.3. 산업환경요인

코로나 19로 인해 외식업에서 무인화가 확장되는 등의 산업 환경의 변화가 와드의 성장에 영향을 미쳤다. 무인 키오스크, 서빙 로봇 등의 비접촉 서비스 제공이 활발해지면서 레스토랑 예약 관리를 온라인으로 간단하게 실시하는 것이 대중화되기 시작했다. 음식점 예약 관리 솔루션 시장 규모는 2018년 약 1억 원에서 연평균 156%씩 성장해 2022년 34억 원 규모를 기록하였다(양범수, 2024). 같은 기간 캐치테이블의 매출은 연 183%씩 성장해 1억 원 미만에서 20억원 규모로 성장하였다(중소기업현황정보시스템, 2024). NICE의 상세기업정보보고서에 따르면, 와드의 성장성은 매출액증가율, 총자산증가율이 한국은행에서 발표하는 업종별 통계 수치보다 월등히 높게 분석되었다. 기업의 영업 규모의 신장세를 평가하는 매출액증가율은 114.60%(산업 평균 -0.08%)이며, 전체적인 기업 성장 규모를 평가하는 총자산증가율은 277.93%(산업 평균 7.50%)로 산업 평균 대비 상대적으로 우수하다(NICE 상세기업정보보고서, 2024). 그 결과 2022년 신용보증기금에서 유니

콘 기업으로 성장할 가능성이 높은 혁신 스타트업 4개 중 하나로 선정되었으며 ‘2022 포브스 선정 아시아 유망 기업 100(Forbes Asia 100 To Watch 2022)’ consumer technology 부문의 15개의 한국 스타트업 중 하나로 선정되었다(문병도, 2022; 신용보증기금, 2022).

#### 4.4.2.4. 전략요인

와드의 캐치테이블 서비스는 산업환경변화에 대응하기 위해 서비스 상품 차별화와 마케팅 차별화 전략을 통해 성장할 수 있었다. 첫째, 와드는 B2B와 B2C 전체를 포함하는 외식업 통합 플랫폼 전략을 구사하였다. B2B는 플랫폼은 포스기, 예약, 대기 관리, 매출 관리, 인력 관리, 식자재 관리 등의 역할을 하고 B2C 플랫폼은 예약, 온라인 대기, 키오스크, 테이블 주문, 스마트 주문 등의 역할을 한다. 2023년 7월 캐치테이블 앱의 고객 대기 건수가 2023년 3월 ‘캐치테이블 웨이팅’ 서비스의 론칭 대비 1,510% 증가하였으며, 위기 관리 서비스를 도입한 레스토랑 가맹점도 467% 늘어나 B2B와 B2C 플랫폼 양측에서 성장하였다. 이후 캐치테이블 제휴 가맹점 수는 전국적으로 7000개까지 상승하였다(이상현, 2023). 기존 B2B를 통해 쌓은 탄탄한 네트워크를 통해 와드는 레스토랑 고객에게 예약관리 서비스를 안정적으로 제공할 수 있었고 이는 많은 레스토랑 고객의 유입으로 이어졌고 캐치테이블 이용자 수 급증은 더 많은 레스토랑 가맹점을 확보하도록 이끌어주는 선순환 과정 속에서 플라이휠이 정상적으로 작동할 수 있었다.

둘째, 와드는 카카오톡, 네이버, 트립어드바이저와 같은 다양한 플랫폼과 서비스 연동을 이루었다. 카카오톡과 연동하여 예약 완료, 최종·변경, 취소, 확정 등의 예약 정보를 개인이 설정한 알림톡으로 전송하고 지도, 주차 및 운영 시간을 알려주는 서비스를 제공하고 있다(김종우, 2022b). 최종 알림톡은 리마인드 효과로 노쇼 70%, 문의 전화 50%의 감소 효과로 나타났다. 네이버 예약 기능도 통합 관리하면서 예약 요청 및 확정 시 자동으로 입력되어 수기로 발생하는 실수를 방지하였다(캐치테이블 공식 페이스북, 2019; 캐치테이블 공식 페이스북, 2020). 트립어드바이저 레스토랑 목록에서 예약 버튼을 누르면 캐치테이블에서 통합되도록 연동하여 글로벌 시장을 공략하고 있다. 다양한 플랫폼과의 서비스 연동은 B2B 또는 B2C만을 고려한 것이 아니라, 양측을 모두 고려하여 이루어졌다는 점에서 긍정적이다(전현모·김영국, 2018).

셋째, 와드의 마케팅 차별화 전략으로 미식 큐레이션 서비스를 제공한다. 예약이 많은 레스토랑이 주로 입점해 있다는 점과 다양한 필터(날짜, 인원, 가격대, 음식 종류, 테이블 타입, 이벤트 목적 등)를 제공하여 사용자에게 적합한 레스토랑을 추천한다. 또한 리뷰와 예약 순위 등의 사용자 간의 최신 정보 공유가 이루어지며 미식의 커뮤니티화가 실현되었다(이순학, 2023; 조승행, 2023).

## V. 연구의 결과 및 한계점

### 5.1. 연구결과 및 이론적 시사점

본 연구에서는 국내에서 급성장하고 있는 푸드테크 스타트업을 다각적인 접근 방식을 사용하여 산업 분류, 핵심 기술 영역, 투자 단계 및 성장 과정을 중심으로 분석함으로써 이 분야의 변화하는 특성을 파악하고자 하였다. ERIS 모델을 적용하여 두 개의 혁신적인 푸드테크 스타트업인 마이세프와 와드(캐치테이블)에 대한 사례 연구를 실시하였다.

첫째, 한국표준산업분류(KSIC) 제11차 개정을 바탕으로 국내 94개 푸드테크 스타트업을 업종별로 분류하였다. 이를 통해 푸드테크 스타트업 대부분은 정보통신기술과 도·소매 부문에 집중되어 있어 직접 전통적인 식품 생산이 아닌 기술 중심 솔루션 개발에 중점을 둔 애플리케이션과 플랫폼을 개발하는 경향을 확인할 수 있었다. 완전히 새로운 분야보다 배달, 식재료 유통 등 특정 분야만 성장하고 대체육, 다회용기 대어 등 서비스업 분야는 상대적으로 발전하지 못하고 있는 것으로 드러났다.

둘째, 2023년 농림축산식품부가 제정한 핵심 기술 분류 기준을 적용하여 푸드테크 스타트업 유형을 정의한 결과 로봇 공학과 인공지능을 융합한 기술이 크게 강조되고 있는 것으로 나타났다. 특히, 푸드 서비스, 스마트 유통 기술을 적용하는 전문 스타트업이 많이 나타났으며, 간편식품 제조 등이 주요 관심 분야로 나타났다.

셋째, 창업 연도를 기준으로 푸드테크 스타트업의 출현, 투자 단계와 누적투자유치 금액을 분석한 결과, seed와 pre Series A 자금 조달 이후 Series A, B 및 그 이상의 후기 단계를 통해 운영 규모를 확대했음을 확인할 수 있었다. 특히, Series A와 B 자금 조달단계에서 상당한 투자가 유치되었으며 이는 이들 스타트업의 성장 잠재력에 대한 투자자의 신뢰를 나타낸다고 해석된다. 창업 연도 분석에서 2014년부터 2018년 사이에 푸드테크 스타트업 설립이 밀집해 있으며, 이는 4차 산업혁명 기술의 발전으로 인한 기술 혁신에 유리한 환경의 영향을 받은 것으로 유추된다. 초기 투자 이후 단계에서 투자 회수 단계인 전략적 인수 및 합병의 비중이 높았으며 전략적 인수합병 이후에도 파산하거나 상당한 자금 조달에도 불구하고 일부 스타트업이 파산하는 어려움을 겪었다는 점에서 푸드테크 산업에 내재된 복잡성을 강조했다.

넷째, HMR 제조업으로 성장하여 M&A로 EXIT한 마이세프와 푸드테크 스타트업 시장에서 플랫폼 비즈니스로 꾸준히 성장하고 있는 캐치테이블을 ERIS 모델을 적용하여 분석한 결과, 두 기업 모두 각자의 창업가요인, 자원요인, 산업환경요인, 전략요인에 따라 성장하고 있음을 보여 주었다. 마이세프의 경우, 임종역 대표가 새로운 아이디어와 첨단 기술을 도입하여 창업하였으며, 로봇 및 자동화시스템을 활용하여 생산량을 확대하고 수작업의 낮은 비용 효율성을 극복하기 위해 스

마트 자동화 공정을 구축하여 품질과 생산성을 향상시켰다. 또한, 코로나19 시장 환경 변화에 빠르게 대응하여 전략적 인수합병으로 이어졌다. 용태순 대표가 설립한 캐치테이블은 실시간 예약, 대기열 관리, 식재료 관리 등 데이터 활용을 통해 B2B와 B2C를 모두 고려한 전략을 실행하였고, 카카오톡, 네이버, 트립어드바이저 등 다양한 플랫폼과의 연동을 통해 고객 확보에 주력하였다. 미식 큐레이션 서비스를 통해 레스토랑 추천과 사용자 간의 정보 공유를 촉진하고 있음이 확인되었다.

본 연구는 ERIS 모델을 푸드테크 스타트업 기업에 적용하여 검증함으로써 ERIS 모델을 기반으로 한 기업 성공 사례 분석의 적용 확장성에 기여하였다는 점에서 학문적 의의가 있다. 두 기업에 대한 성공 사례 분석은 빠르게 진화하는 식품 산업 환경에서 푸드테크 스타트업의 성공에 기여하는 기업가적, 자원, 산업 및 전략적 요소를 조명할 수 있었다. 이를 토대로, 기업들은 자사의 강점과 시장 환경을 파악하여 전략을 수립하고 실행함으로써 성장할 수 있었으며 변화하는 소비자 선호도와 시장 역학에 민첩하게 대응하여 첨단 기술과 혁신적인 성과를 이끌어 낼 수 있었다.

또한, ERIS 모델에 기반한 사례연구를 통해 새로운 비즈니스 모델을 창출하고 스타트업을 성공적으로 운영하기 위해 기업가정신과 투자금 유치의 중요성이 실례로 입증되었다는 점에서 이론적 시사점이 있다. 스타트업은 창업 초기 시장 환경과 재무적 불확실성이 높은 상태로 사업을 추진하기 때문에 창업 초기 자금의 부족과 실패의 위험을 겪는 경우가 많다(손준욱 외, 2021; 정혜윤, 2022). 일반기업은 통상적으로 자기자본을 활용하여 기업 설립 및 매출을 확보하고, 유·무형 자산을 담보로 받는 대출 등을 통해 기업을 성장시킨다. 이후 기업이 회사채를 발행하거나 기업공개를 통해 자본을 확충해 가지만, 스타트업은 매출이 없는 창업 초기 단계부터 액셀러레이터 혹은 벤처캐피탈 등으로부터 전략적 투자금 유치를 통해 자원을 확보하는 특성이 있다(이동기·박광서, 2022). 외부로부터 투자유치를 통해 조달한 자금은 기업이 초기 작성한 사업 계획에서 따른 기업 활동을 영위하고, 제공하고자 하는 서비스 및 제품 개발을 위해 사용되어 성과를 만들고, 이를 토대로 더 많은 자금을 유치하여 성장하는 과정을 반복한다(정혜윤, 2022). 마이세프의 경우 투자단계별 각각 70억원(Series A), 100억원 이상(Series B)씩 총 180억원의 투자를 유치 받아 성장을 유지할 수 있었다. 이후 기업 가치 1천억 원으로 M&A를 체결하였다. 캐치테이블의 경우 투자단계별 각각 66억원(Series A), 35억원(Series B), 300억원(Series C), 300억원(Pre-IPO)씩 총 724억원의 투자를 유치 받아 성장을 유지할 수 있었다. 이처럼 외부로부터의 투자 유치는 스타트업의 생존율을 높이고 빨리 성장할 수 있도록 유도할 수 있다(김선영·강형중, 2020).

## 5.2. 연구 결과에 따른 실무적 시사점

연구결과에 따른 푸드테크 산업의 지속 가능한 성장을 위한 실무적이고 전략적인 시사점을 제공한다. 첫째, 로봇공학과 AI 등과 같은 지배적인 기술 부문을 이해하면 기업가와 투자자가 푸드테크 환경 내에서 혁신과 투자를 위한 전략적 영역을 식별하는 데 도움이 될 수 있다. 다양한 투자 단계에 걸쳐 스타트업의 분포를 인식할 수 있어 스타트업이 성장단계를 성공적으로 탐색하는데 중요한 이정표와 자금 요구 사항을 예측할 수 있다. ICT 중심의 푸드테크 솔루션으로의 전환은 전통적인 식품 생산 및 유통 시스템을 재구성하는데 있어 디지털 변혁과 기술 채택의 중요성을 강조하고 있다. 스타트업의 파산과 전략적 인수합병 동향에 대한 정보는 창업자와 투자자에게 잠재적인 과제와 시장기회를 알려주고 강력한 비즈니스 전략과 지속가능한 성장모델의 필요성을 암시한다. 푸드테크 창업자는 경쟁 환경에 대한 이해와 혁신을 위한 틈새 영역을 식별함으로써 역동적인 푸드테크 시장에서 성공 가능성을 높일 수 있다. 푸드테크 스타트업, 전통 식품업계 종사자, 연구기관 간의 협업을 통해 지식교환과 기술 혁신을 촉진할 수 있으며 이는 식품 생산, 유통 및 소비에 관련된 도전에 대한 새로운 솔루션 개발로 이어질 수 있을 것이다. 투자자들은 발견된 푸드테크 추세와 투자패턴을 활용하여 푸드테크 분야 내 자금 배분에 관한 결정을 내릴 수 있다. 푸드테크 관련 정책입안자들은 기술 통합 연구개발 인센티브, 벤처캐피탈 자금 조달과 같은 영역에서 푸드테크 스타트업의 성장을 지원하는 정책 수립 시, 본 연구 결과를 활용할 수 있다. 예를 들어, 스타트업이 그 성장단계에 따른 재무적 자금 조달이 뒷받침되지 못한다면 탁월한 창업가 정신, 역량, 차별적인 혁신 전략을 가진 스타트업조차도 성장이 어렵고, 파산으로 귀결되는 사례도 발생하고 있다. 기업이 설립되어 사업계획을 수립하고 기업을 운영하고 기업 활동을 영위함에 있어 사업 단계별로 필요한 자본이 적기에 조달되지 못한다면 마이세프와 캐치테이블도 성공하기 어려웠을 것이다.

스타트업의 생존과 성장을 좌우하는 가장 중요한 요소는 투자, 교육, 판매경로, 네트워크 등의 지원이 있으며, 특히 스타트업 운영을 위해 투자자금 지원이 가장 절실하며(김용태·허철무, 2023), 스타트업이 액셀러레이터를 선택할 때 투자 지원이 중요한 변수로 나타나는 것과 맥락을 같이 한다(권용석 외, 2019). 국내 푸드테크 스타트업은 기술 창업이 점차 증가하기는 하지만 생계형 창업 비중이 높고 국내 스타트업에 대한 벤처투자가 상대적으로 부족하다(김용태·허철무, 2023). 시장 진입 초기 매출 부진을 극복하지 못한 상황에서 급격한 자금 경색을 겪기 때문에(권용석 외, 2019) 기술개발에는 성공하였으나 실질적인 사업화 단계에서 자금 부족으로 발생하는 죽음의 계곡시기에 Preseries A funding 투자 규모 확대가 필요하다(고영희·이호성, 2016). 창업 초기 기업이 다수인 스타트업의 특성상 사업화를 통해 실제 매출이 발생하기까지

일정 기간이 필요하여 매출 확보 전까지 자금 조달은 스타트업의 성장 뿐 아니라 생존의 개념으로 필요하다(김건우·서병철, 2010; Lee & Choi, 2014; 손종욱 외, 2021).

따라서, 스타트업이 성장하고 성공하기 위해서는 알맞은 시기에 충분한 자금 확보가 필요하다(손종욱 외, 2021) 푸드테크 산업 이해관계자 특히, 스타트업의 자금을 지원하는 조력자로서 정부, 정책기관, 은행, 벤처캐피탈 등은 스타트업의 성공 가치를 예측하고, 성공할 수 있는 스타트업을 선별하고 자금 조달이 원활하게 이루어지는 선순환이 푸드테크 산업 생태계 발전에 원동력이 될 것이다.

이와 같이, 본 연구는 한국의 푸드테크 스타트업 현황을 다양한 측면에서 분석하여, 학계, 산업 및 정부 기관을 포함한 이해관계자들에게 푸드테크 산업의 주요한 동향을 파악하였다. 진화하는 푸드테크 스타트업 생태계에서의 혁신, 투자 및 지속 가능한 성장을 촉진하기 위한 중요한 통찰력을 제공하고 혁신적인 기업이 직면하는 주요 동향과 과제를 제시하였다. 푸드테크 스타트업이 어떻게 성장하고 있는지에 대한 통찰을 제공하며 해당 분야에 투자하거나 창업을 고려하는 예비 창업자에게 유용한 정보를 제공할 수 있다.

## 5.3. 연구의 한계점 및 연구 방향

본 연구에서 현황분석과 사례연구를 통해 푸드테크 스타트업 이해관계자들에게 통찰력과 방향을 제시하였으나, 스타트업 기업모델 간의 비교연구와 실증적인 검증이 부족했다는 점에서 한계가 있다. 향후 연구에서는 특히 플랫폼형 푸드테크인 경우, 플랫폼형 기업 유형 기준(진현서 외, 2022)에 따른 기술형, 비즈니스형, 하이브리드형 기업 비교에 초점을 맞추어 실증적으로 분석하는 추가 연구가 필요하다.

한국표준산업분류와 푸드테크 핵심 기술 분류에 따라 푸드테크 스타트업 유형을 분석한 결과를 통해 현재 푸드테크 분야에서 빠르게 성장하고 있는 스타트업 분야와 그 분야에서 성공한 스타트업에 대한 사례연구를 실시하여 성공요인을 분석하였지만, 상대적으로 아직 활발하지 못한 국내 푸드테크 분야에 대한 원인 분석은 이루어지지 못했다. 폐업한 푸드테크 스타트업에 대한 자료를 추적조사에 어려움이 있어 이를 반영하지 못하였으나, 후속연구에서 이를 포함한다면 보다 푸드테크 분야에 대한 균형된 시각과 다양한 분야로의 투자 및 지원, 사업개발이 이루어질 수 있을 것으로 생각된다. 대기업이 진출한 푸드테크 분야와 스타트업이 적용하는 푸드테크 분야에 대한 비교분석을 하는 후속연구는 자본과 높은 수준의 연구개발 기술을 보유한 대기업과 스타트업의 협력 체계를 구축하는 토대가 될 수 있을 것이다. 스타트업 성장과 운영을 위해 투자자금 지원이 매우 중요한 요인을 감안하여 푸드테크 스타트업에서 액셀러레이터의 역할과 창업을 준비하는 단계부터 성장단계에 따라 스타트업의 요구를 분석하여 세분화되고 차별화된 액셀러레이팅 프로그램에 대한 후속 연

구를 제안한다.

## REFERENCE

- 강종원·박재형(2018). *강원도 푸드테크 산업 육성 방향 연구* 춘천: 강원연구원.
- 고경선·남정민(2023). 창업기업의 성장단계별 성공요인 연구: ERIS 모델을 중심으로. *벤처창업연구*, 18(6), 71-86.
- 고영희·이호성(2016). 투자유치 전략을 위한 스타트업의 특성과 벤처캐피탈 투자구성의 상호연관성 연구. *벤처창업연구*, 11(2), 63-73.
- 곽노성(2024). 4차 산업혁명과 푸드테크. 차세대 인재의 푸드테크 취창업 역량강화를 위한 한국외식산업 교육 프로그램, 2024 한국급식외식위생학회 춘계 학술대회, 서울: 한국급식외식위생학회.
- 권성욱·최인주·유지정·윤지현(2022). 국내 가정간편식의 시장 규모, 구매 및 섭취 실태 분석의 문제점. *대한지역사회영양학회지*, 27(6), 480-491.
- 권용석·황보윤·이중훈(2019). 스타트업의 액셀러레이터 선택 시의 사결정요인에 관한 연구. *벤처창업연구*, 14(1), 33-46.
- 김가영·심호식·이우진(2022). ERIS 모델에 따른 청년 스타트업 스케일업 성공사례 분석: 알트에이 사례를 중심으로. *한국진로창업경영학회지*, 6(2), 107-128.
- 김진우·서병철(2010). 벤처캐피탈의 자금투자가 벤처기업 경영성과에 미치는 영향. *산업경제연구*, 23(4), 1911-1931.
- 김경희(2023.04.13). *마이세프 하루 최대 10만식 생산 가능한 '스마트 팩토리' 가동*, 디지털조선일보, Retrieved from [https://digitalchosun.dizzo.com/site/data/html\\_dir/2023/04/13/2023041380237.html](https://digitalchosun.dizzo.com/site/data/html_dir/2023/04/13/2023041380237.html).
- 김관수·김태희·이윤석(2016). KREI 미래농정포럼 2016. *한국농촌경제연구원*, 6(7), 1-604.
- 김광석(2016.03.16). *'배달에서 예약까지' 글로벌 푸드테크 붐*. 한경 BUSINESS, Retrieved from <https://plus.hankyung.com/apps/newsinside.view?aid=201603161057A&category=&sns=y>.
- 김범준(2021.08.25.). *마이세프 창립 10년 매출 106배 성장. "밀키트형 생활문화 조성"*. 이데일리. Retrieved from <https://m.edaily.co.kr/news/read?newsId=03516166629150928&mediaCodeNo=257>.
- 김선영·강형중(2020). 기업의 혁신 활동과 경영자 재량권이 성장에 미치는 영향: 외부 투자 유치의 조절효과를 중심으로. *중견기업연구*, 7(1), 69-84.
- 김성일·이우진(2016). 창업보육센터 입주기업 CEO의 기업가정신 및 시장지향성이 경영성과에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 11(5), 1-13.
- 김성천·황희곤(2023). 스타트업의 외부환경과 경쟁력이 경영성과에 미치는 영향: 정부의 창업지원의 조절효과를 중심으로. *한국산학기술학회 논문지*, 24(7), 107-121.
- 김성훈·김관수·현웅재·김태민·윤채빈·이수지·서정욱·장희수(2018). *푸드테크 및 푸드 스타트업 육성 방안 연구*. 나주: 한국농수산식품유통공사.
- 김용태·허철무(2023). 스타트업의 특성이 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구: 액셀러레이터 역할의 매개효과 중심으로. *벤처창업연구*, 18(2), 141-156.
- 김일천·김종우·이지우(2004). 혁신적 업무행동의 선행요인에 관한 연구. *경영연구*, 19(2), 282-317.
- 김종우(2022a). *'투다라' 일손 돕다 창업.. "요식업계 '슈퍼 앱' 되려고요"*. 한경, Retrieved from <https://www.hankyung.com/finance/article/202204195160i>.
- 김종우(2022b). *레스토랑 '예약 거절' 문자 받지 않으려면*. 한경, Retrieved from <https://www.hankyung.com/it/article/202206101288i>.
- 김창봉·이승현(2017). 1인 기업 창업자 역량이 기업 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구. *대한경영학회지*, 30(8), 1387-1407.
- 김철희(2022). *기업가 정신과 인적자원 혁신성이 기업가의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구*. 박사학위논문, 가톨릭관동대학교.
- 김춘근·이충석·김진수(2014). 기술창업기업 초기 성과에 미치는 영향요인 분석: 청년창업사관학교 졸업 기업을 대상으로. *기업경영연구*, 21(5), 63-86.
- 김태현·송상화(2021). 온라인 주문 풀필먼트를 위한 물류센터 피킹 설비 최적화에 대한 연구. *한국전자거래학회지*, 26(1), 67-78.
- 김현미(2015). *창업기업의 네트워크 지향성이 경영 성과에 미치는 영향에 관한 연구*. 박사학위논문, 가천대학교.
- 나이스(NICE) *상세기업정보보고서(2024)*. *와드*, Retrieved 2024.03. 02. from <https://www.nicebizinfo.com/ep/EP0100M002GE.nice?kiscode=HV9227>.
- 남영현·서영욱(2020). 스타트업 특성이 혁신역량에 미치는 영향 연구: 공기업과의 협력관계를 중심으로. *한국지식정보기술학회 논문지*, 15(2), 299-313.
- 농림축산식품부(2022). *푸드테크 산업 발전방안*. Retrieved from <https://mafra.go.kr/bbs/home/795/564660/download.do>.
- 노아영·구유리(2023). Z세대의 소비경험가치 향상을 위한 국내 푸드테크 산업의 대체식품 플랫폼 서비스디자인 전략 연구: Kano 모델의 활용을 중심으로. *한국디자인문화학회지*, 29(2), 95-109.
- 문병도(2022.08.31.). *백패카 생활연구소 와드 크몽 모바일 두 달타우 등 15개사 '포브스 아시아 100대 유망 기업' 선정*. 뉴스웍스, Retrieved from <https://www.newsworks.co.kr/news/articleView.html?idxno=607777>.
- 문현호(2024.01.10.). *'농식품부 장관상' 용태순 캐치테이블 대표 "외식관리 서비스 효율화 박차"*. 이투데이, Retrieved from <https://www.etoday.co.kr/news/view/2319898>.
- 민경진(2021.01.11.). *밀키트 업체 마이세프 매년 매출 3배 성장하는 비결*. 한국경제, Retrieved from <https://www.hankyung.com/article/202101118822i>.
- 박경민·홍정기·백유림·이효주(2023). B2B에서 B2C로 전환하는 시장에서 블루오션 찾기: 알레르기 검사 시장 가치혁신 전략 수립사례. *연세경영연구*, 60(1), 67-104.
- 박미성·이용선·김경필·박시현·한정훈(2020). *식품산업의 푸드테크 적용실태와 과제: 대체축산식품과 3D 식품 프린팅을 중심으로*. 나주: 농촌경제연구원.
- 박현길(2016). 푸드테크(Foodtech)? *마케팅*, 50(1), 42-50.
- 배동주(2022.05.30.). *기내식 1위 대한항공씨앤디, 밀키트 기업 마이세프 인수 완료* 조선비즈, Retrieved from <https://biz.chosun.com/distribution/food/2022/05/30/HHQNIRYXSRBQXGABZMVRMJAFL/>.
- 배성일(2018). 외식기업 스마트폰 애플리케이션의 콘텐츠 품질과 지각된 위험이 지각된 유용성·이용성 및 행동의도에 미치는 영향. *관광연구저널*, 32(6), 179-195.
- 삼일PwC경영연구원(2022). *푸드테크의 시대가 온다: 1부 Robots in Food Tech*, 서울: 삼일PwC.
- 서정주(2016a). *푸드테크(Food Tech)의 진화와 발전(16-66호)*. 서울: KB 금융지주경영연구소.
- 서정주(2016b). *KB 지식 비타만: O2O 먹거리 배달 서비스의 진화*

- (16-43호). 서울: KB 금융지주경영연구소.
- 손중욱·박나영·김경환(2021). Start-up 경영성과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 재무적 자금조달의 매개효과를 중심으로.. *한국창업학회지*, 16(1), 101-130.
- 신용보증기금(2022). *와드*, Retrieved (2024.01.24.) from <https://www.kodit.co.kr/kodit/main.do>.
- 신진교·임재현·황수정(2009). 중소기업의 특성이 기술혁신에 미치는 영향: 대구지역 중소제조기업을 대상으로. *중소기업연구*, 1(3), 73-91.
- 안태욱·강태원(2019). 창업기업의 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향: 동적역량 매개효과 중심으로. *벤처창업연구*, 14(4), 39-49.
- 양범수(2024.01.30.). *[와식테크 전성시대] ④ “잡상인 취급 받으며 소금 맞고 쫓겨나”... 720억 투자받은 캐치테이블 용태순 대표 조선티즈*, Retrieved from <https://biz.chosun.com/distribution/food/2024/01/30/7FD27YZKB5CY7P7W3OQGFJ67DY/>.
- 연태훈(2019). M&A 확대를 통한 혁신 창업 활성화. *주간금융브리프*, 28(2), 12-15.
- 유로모니터(2023). Meals and Soups in South Korea, Retrieved (2023.12.22.) from <https://www.euromonitor.com/>.
- 이덕연(2023.07.12.). *[VC 투자 ABC] 와드 킷 등 투자 유치*. 서울경제, Retrieved from <https://www.sedaily.com/NewsView/29S3QXM56V>.
- 이동기·박광서(2022). 스타트업의 혁신성, 학습지향성, 네트워크지향성, 재무적 특성, 글로벌 지향성과 액셀러레이터의 역할이 국제화 성과에 미치는 영향에 관한 연구. *무역학회지*, 47(1), 79-97.
- 이상목(2018). 기업간 네트워크가 시장개척 성과에 미치는 양면적 효과. *전문경영인연구*, 21(2), 233-254.
- 이상현(2023. 08.29.). “아직도 줄서서 차례 기다려?”... 요즘 식당 가서 인기라는 이 없 매일경제, Retrieved from <https://www.mk.co.kr/news/economy/10817468>.
- 이선호(2015). *창업자 및 정보기술특성이 창업기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구*. 박사학위논문, 건국대학교.
- 이순학(2023). B2B 트래블테크 Travel-tech 기업의 부상과 정책 시사점. 세종: 산업연구원.
- 이승재·김영환(2019). 창업기업의 기회포착에 관한 새로운 관점: 문제인식 및 문제해결 역량을 중심으로. *기업가정신과 벤처연구(구 벤처경영연구)*, 22(2), 1-16.
- 이유리(2023). 업사이클링 소셜벤처의 성공요인 분석. *문화와 융합*, 45(10), 1083-1091.
- 이은복(2015.10.7). *글로벌 푸드 서비스 스타트업들 수조원대 기업으로 부상*, Weekly 포커스, 14-21. LG경제연구원.
- 이정은(2021.01.13.). *밀키트 기업 ‘마이세프’, 시리즈B 투자 유치*. 파이낸셜뉴스, Retrieved from <https://www.fnnews.com/news/202101131139170461>.
- 이종도(2019.01.04.). *마이세프 HACCP에 이은 ISO 22000 인증, 또 한 번 앞서간다*. 이투뉴스. Retrieved from <https://www.e2news.com/news/articleView.html?idxno=206155>.
- 이주연(2020). *환경요인 조직양면성 및 성과: 브리콜라주의 매개효과*. 박사학위논문, 영남대학교.
- 이태규(2021). 항공사 직원의 혁신 행동과 학습 지향성이 직무성과에 미치는 영향. *관광경영연구*, 25(1), 333-351.
- 이현호·황보윤·공창훈(2017). 스타트업의 초기 성공을 결정하는 요인에 관한 연구. *벤처창업연구*, 12(1), 1-13.
- 임정희·공석길·오석운(2019). 기업가 정신이 혁신행동 및 경영성과에 미치는 영향 : 서울시내 5성급 호텔을 중심으로. *호텔관광연구*, 21(4), 114-130.
- 장우정(2020). 세계 푸드테크 산업의 동향과 전망. *한국융합학회논문지*, 11(4), 247-254.
- 전수지·김형일(2020). 프랜차이즈 본부의 프로모션 활동이 소비자의 신뢰와 재 구매의도에 미치는 영향. *호텔리조트연구*, 19(2), 319-337.
- 전현모·김영국(2018). 호텔 예약앱 서비스 수용의도의 영향요인: 가치기반수용모델 적용. *외식경영연구*, 21(5), 381-401.
- 정갑연·이혜리(2022). 수정된 기술수용 모델(mTAM)을 이용한 : 20대 소비자들의 푸드테크 사용의도에 관한 연구. *외식경영연구*, 25(2), 133-155.
- 정재엽(2023). 스타트업 창업자의 전략적 리더십 효과. *전략경영연구*, 26(2), 1-22.
- 정혜윤(2022). *벤처캐피탈 투자와 스타트업 자금조달 성과 분석*. 박사학위논문, 서울벤처대학원대학교.
- 조미영·장창권·한경석(2017). O2O 기반 음식 배달대행 서비스의 수용의도에 관한 연구. *대한경영학회지*, 30(7), 1257-1282.
- 조승행(2023). SNS 미식정보품질이 태도 및 지속사용의도에 미치는 영향: 기술수용모델(TAM)을 중심으로. *관광연구저널*, 37(8), 119-131.
- 조윤희(2013). *창업자의 기업가정신이 엔젤투자에 미치는 영향: 창업교육을 중심으로*. 석사학위논문, 연세대학교.
- 조효정(2021.06.13.). *[3040 벤처 CEO 열전8] 국내 첫 밀키트 사업가 임종역 마이세프 대표 메트로 신문*, Retrieved from <https://www.metroseoul.co.kr/article/20210613500144>.
- 중소기업현황정보시스템(2024). *와드*, Retrieved(2024.03.05.) from <https://sminfo.mss.go.kr/cm/sv/CSV001R0.do>.
- 진현서·김주희·김도현(2022). 국내 플랫폼 기업 현황 분석과 시사점: 플랫폼 기업 유형 분류를 중심으로. *벤처창업연구*, 17(3), 229-243.
- 최선율(2023a). *로봇 팔이 만드는 ‘밀피유 나베’... 고물가 속 밀키트 무한경쟁*. 중앙일보, Retrieved from <https://www.joongnag.co.kr/article/25172351#home>.
- 최선율(2023b). *고물가에 주목받는 밀키트.. 식품 대기업들 속속 참전*. 중앙일보, Retrieved from <https://v.daum.net/v/20230626000244412>.
- 최성기(2021). 관광 융복합 창업 물리적환경이 고객만족 및 구전의도에 미치는 영향: 푸드테크를 중심으로. *외식경영연구*, 24(3), 81-101.
- 최성철·이우진(2021). 조직의 탐색과 활용에 대한 양손잡이 전략의 균형이 스타트업 성과에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 16(6), 131-144.
- 최지유·김소영(2018). 푸드테크 관련 한국과 일본의 특허 등록 현황. *한국식품영양학회지*, 31(5), 616-630.
- 캐치테이블 공식 페이스북(2019). *캐치테이블*, Retrieved 2024.06.08. from <https://www.facebook.com/photo/?fbid=672260993295573&set=a.559094791278861>.
- 캐치테이블 공식 페이스북(2020). *캐치테이블*, Retrieved (2024.06.08.) from [https://www.facebook.com/bizcatchtable/photos/a.559094791278861/827326644455673/?type=3&\\_rd=](https://www.facebook.com/bizcatchtable/photos/a.559094791278861/827326644455673/?type=3&_rd=).
- 통계청(2024). *4. 한국표준산업분류 제11차 개정 해설서(신규언제표 포함)*. Retrieved (2024.3.4.) from [https://kssc.kostat.go.kr:8443/ksscNew\\_web/link.do?gubun=001#](https://kssc.kostat.go.kr:8443/ksscNew_web/link.do?gubun=001#).
- 하리다(2021). 푸드테크 스타트업의 성공요인 분석: ERIS 모델을 중심으로. *Entrepreneurship & ESG 연구*, 1(1), 28-42.
- 한국식품안전관리인증원(2018). *마이세프*, Retrieved (2023.10.13) from <https://fresh.haccp.or.kr/safety/safetyLicenseInfo.do>.
- 한국푸드테크협회(2022). *푸드테크*, Retrieved 2024.06.28. from

- <https://www.worldft.org/>.
- 한석호·이용찬·윤지환(2021). 관광스타트업의 성공 요인 분석: ERIS 모델을 중심으로. *관광학연구*, 45(2), 101-123.
- 한정화(2018). *벤처창업과경영전략*. 서울: 홍문사.
- 한정화·배태준·이병희(2008). 국제신생 벤처기업의 특성 연구: 국내 지향 벤처기업과의 비교. *국제경영연구*, 19(3), 73-99.
- 홍연아·김병률·송성환·윤찬미(2023). *푸드테크 산업의 혁신 트렌드와 미래전망*. 나주: 한국농촌경제연구원.
- 홍지훈·김은영(2020). 푸드테크(FoodTech)가 적용된 식습관 관리를 위한 스마트 도시락 사례 연구. *한국디자인문화학회지*, 26(4), 545-558.
- 황세희·김경미·박현준(2020). 국내 스타트업의 현황 및 성공요인 분석: (주)우아한형제들의 사례를 통하여. *한국산업정보학회논문지*, 25(1), 71-87.
- 황정섭·심다현·이정우(2021). ICT 스타트업 스케일업 성공요인 연구: ERIS 모델 적용 사례 연구. *디지털융복합연구*, 19(4), 89-101.21.
- LG경제연구소(2015). *글로벌 푸드 서비스 스타트업들, 수조원대 기업으로 부상*. Retrieved (2024.06.28) from <https://www.lgbr.co.kr/report/view.do?idx=19120>.
- THE VC(2023). *한국스타트업 투자 데이터베이스*. Retrieved (2023.09.12.) from <https://thevc.kr/2023>.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P.(1989). Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87.
- Covin, J. G. & Slevin, D. P.(1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7-26.
- Digital Food Lab(2023). *FOODTECH*. Retrieved (2023.06.28) from <https://www.digitalfoodlab.com/foodtech/>.
- Eisenhardt, K. M., & Schoonhoven, C. B.(1990). Organizational Growth: Linking Founding Team, Strategy, Environment, and Growth Among U.S. Semiconductor Ventures, 1978-1988. *Administrative Science Quarterly*, 35(3), 504-529.
- Galanakis, C. M.(2020). The Food Systems in the Era of the Coronavirus (COVID-19) Pandemic Crisis. *Foods*, 9(4), 523.
- Ganesan, S.(1994). Determinants of Longterm Orientation in Buyer-seller Relationships. *Journal of Marketing*, 58(2), 1-19.
- Harber & Reichel(2007). The Cumulative Nature of the Entrepreneurial Process: The Contrivution of Human Capital, Planning and Environment Resources to Small Venture Performance. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 119-145.
- Hult, G. T. M., Ketchen Jr, D. J., & Nichols Jr, E. L.(2003). Organizational Learning as a Strategic Resource in Supply Management. *Journal of Operations Management*, 21(5), 541-556.
- Institute of Food Technology(2023). *Food technology*. Retrieved (2024.06.28.) from <https://www.ift.org/search?q=food%20technology&sort=relevancy>.
- Lee, Y. M., & Choi, Y.(2014). A Study on the Positive Signals of New Technology-Based Ventures to Entice Venture Capitals in Korea: Exploring Human Capitals and Strategic Endorsements?. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 9(6), 23-35.
- Miller, D.(1983). The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, 29(7), 710-791.
- Miller, D.(1993). Industry and Country Effects on Managers' Perceptions of Environmental Uncertainties. *Journal of International Business Studies*, 24(4). 693-714.
- Rajan, R. G., & Zingales, L.(2001). The Firm as a Dedicated Hierarchy: A Theory of the Origins and Growth of Firms. *The Quarterly Journal of Economics*, 116(3), 805-851.
- Santisteban, J., & Mauricio, D.(2017). Systematic Literature Review of Critical Success Factors of Information Technology Startups. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(2),1-23.
- Tsai, A., MacMillan, I. C., & Low, M. B.(1991). The Challenges of Measuring Performance in Early-stage Ventures. *Journal of Business Venturing*, 6(3), 187-207.

부록 1.

<표 3> 한국표준산업분류에 따른 푸드테크 스타트업 유형

대분류	중분류	소분류	스타트업 기업체명	합계			
농업, 임업 및 어업	01. 농업	채소작물 재배업	팜에이트	1	1	1	
제조업	10. 식품 제조업	육류 포장육 및 냉동육 가공업(가금류제외)	클리버	1	14 (4)	23 (4)	
		육류 기타 가공 및 저장처리업(가금류제외)	정육각	1			
		기타 수산물 가공 및 저장 처리업	암테이블*	1			
		김치류 제조업	(더블유푸드마켓*)	1(1)			
		과실 및 그 외 채소 절입식품 제조업	(테이스티나인*)	1(1)			
		기타 곡물 가공품 제조업	더플랜잇	1			
		그 외 기타 식품 제조업	마이세프*/인테이크/링타*/(덕터키친*)/스테이징글(비건팜)/베지스타	7(2)			
	11. 음료 제조업	맥아 및 맥주 제조업	부루구루	1	2		
		기타 비알코올 음료 제조업	이그니스	1			
	24. 1차 금속제조업	알루미늄 압연, 압출 및 연신제품 제조업	그린플러스	1	1		
	26. 전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비 제조업	컴퓨터 제조업		그린랩스*	1		1
	27. 의료장비, 광학 기기 및 시계 제조업	물질 검사, 측정 및 분석기구제조업		더웨이브텍	1		1
28. 전기장비 제조업	기타 가정용 전자기기 제조업		미로	1	1		
29. 기타 기계 및 장비 제조업	그 외 기타 일반목적용 기계 제조업		플랜즈커피	1	2		
	그 외 기타 달리 분류되지 않은 제품 제조업		스트롱홀드테크놀로지	1			
33. 기타제품제조업	그 외 기타 달리 분류되지 않은 제품 제조업		에이치엔노비텍	1	1		
도매 및 소매업	46. 도매 및 상품 중개업	산업용 농·축산물, 섬유 원료 및 동물 중개업	올프레쉬	1	10 (3)	21 (4)	
		상품 종합 중개업	(우아한신선들*)	1(1)			
		곡물 및 유지작물 도매업	지구인컴퍼니	1			
		기타 산업용 농산물 도매업	식탁이있는삶	1			
		신선, 냉동 및 기타 수산물 도매업	더파이어츠	1			
		기타 가공식품 도매업	오픈더데이블/글루업/(퓨처푸드랩)	3(1)			
		주류 도매업	(더부쓰)	1(1)			
	상품 종합 도매업	두잇	1				
	47. 소매업:자동차제외	기타 음·식료품 위주 종합 소매업		글로벌우서울	1		11 (1)
		채소,과실 및 뿌리작물 소매업		무릉외갓집	1		
		가전제품 소매업		로보아르테	1		
		전자상거래 소매업		오늘식탁/오아시스/누벳트/컬리/쿠켓*/(헬로네이처*)	6(1)		
		기타 통신 판매업		매쉬코리아*	1		
	자동차판매기 운영업		비트코퍼레이션	1			
정보통신업	58. 출판업	유선 온라인게임 소프트웨어 개발 및 공급업	육그램*	1	29 (5)	39 (7)	
		시스템 소프트웨어 개발 및 공급	바로고/와드/헬로팩토리/페이타랩/식신	5			
		응용 소프트웨어 개발 및 공급업	마이프랜차이즈/푸드테크*/(망고플레이트*)/레드테이블/누비랩/두잉랩/고스탁키친/비온드허니컴/하이앤디/헬로월드/스파이더크래프트/(포양*)/테이블매너/벤디스*/(프레시코드*)/워핀/엑스와이즈/우아한형제들*/컬처히어로/엔빙/(아스테라)/밀랑*/(배달동*)	23 (5)			
	62. 컴퓨터프로그래밍 시스템 통합 및 관리업	컴퓨터 프로그래밍 서비스업	마켓보로/트릿지/웨이브라이프스타일테크	3	3		
63. 정보 서비스업	포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업		(혼밥인의 만찬)	1 (1)	7 (2)		
	데이터베이스 및 온라인정보 제공업	미트박스글로벌/다이닝코드/와인그래프/플라이언컴퍼니*/위대한상사/(굿잇츠)	6 (1)				
전문, 과학 및 기술 서비스업	70. 연구 개발업	물리, 화학 및 생물학 연구개발업	스페이스에프/싸워드	2	4	5	
		공학 연구개발업	디보션푸드	1			
		자연과학 및 공학 융합 연구개발업	티센바이오팜	1			

	71. 전문 서비스업	경영 컨설팅업	미래식당	1	1	
사업시설 관리,사업 지원	75. 사업지원 서비스업	포장 및 충전업	삿갓유통	1	2	3
		그 외 기타 분류 안된 사업지원 서비스업	잇그린	1		
및임대 서비스업	76. 임대업;부동산제외	그 외 기타 개인 및 가정용품 임대업	뽕득	1	1	
협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업	94. 협회 및 단체	산업단체	언니네닷컴	1	1	2 (1)
		96. 기타개인 서비스업	그 외 기타 달리 분류되지 않은 개인 서비스업	(하나비즈)	1 (1)	
총합				94(16)		

주: ( )안은 폐업한 기업명, ( )은 폐업한 기업명, ( \*)은 M&A 이후 폐업한 기업명

## 부록2.

<표 5> 사업 품목(식품 vs 비식품)에 따른 푸드테크 스타트업 구분

산업 유형	스타트업 기업체명	사업 소개	앱 보유	앱 미보유	식품 판매	비식품 판매
농업	팜에이트	식품 및 농산물 온라인 유통&판매		○	식품 및 농산물	스마트팜 관련 기기 및 구조물 판매
식품 제조업	클리버	푸드테크 육류 커머스 기업	○		'실로인(Sir.Loin)' 브랜드	
	정육각	D2C 축산물 유통	○		육류 제품	
	얌테이블*	온라인 수산물 유통 플랫폼	○		수산물, 회	
	(더블유 푸드마켓*)	가정용 간편식 & 반찬 배송 플랫폼			가정용 간편식 & 반찬	
	(테이스티나인*)	종합 식품 브랜드			HMR	
	더플랜잇	순식물성 대체식품 디자인		○	비건 소스, 음료 베이커리, HMR	
	킵더허들	바이오헬스케어 스타트업	○		피토텍스 건강기능식품	미디어 콘텐츠
	마이세프*	밀키트 생산/판매 전문기업	○		밀키트	
	인테이크	헬스&뉴트리션 케어푸드	○		음료, 간편식, 간식	
	링타*	헬스케어 건강기능식품		○	링티	전용 보틀
	(닥터키친*)	데이터 중심의 식이요법 전문 연구 스타트업			저당제품	
	스테이징글	식재료와 영양분석 데이터 기반 맞춤형 식단 큐레이션 서비스		○	맞춤 건강 식단 도시락	
	(비건팜)	'글루텐프리' 비건 푸드테크			비건고기제품	
베지스타	농산물 전처리 전문		○	전처리 농산물	구매/가공/제조 솔루션	
음료 제조업	부루구루	콤부차 및 다양한 음료 제조		○	콤부차 및 음료	
	이그니스	기능성 식품		○	단백질 음료 및 제품	
1차 금속 제조업	그린 플러스	스마트팜 및 알루미늄 사업		○	스마트팜 농산물	스마트팜 관련 기기 및 구조물 판매
전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 통신장비 제조업	그린랩스*	스마트팜 운영 애그테크	○		농산물	농기계 판매
의료 정밀, 광학기기 및 시계 제조업	더웨이브텍	수질 관리 서비스 플랫폼	○			수질 관리 기계 및 서비스
전기장비(제조 업	미로	지역 기반 마감 할인 식음료 상품 중개 플랫폼 'Last Order' 운영	○		마감 할인 식음료	
기타 기계 및 장비 제조업	플랜즈커피	무인 카페 시스템 'BETA' 운영		○		무인 커피 기계
	스트롱홀드테크놀로지	스마트 커피 로스터 개발, 생산, 판매	○			커피 로스팅 기계
기타 제품 제조업	에이치엔노바텍	해조류 원료를 활용한 대체육류 개발		○	해조류 대체육	
도매 및 상품 중개업	올프레쉬	과일 소물리에가 선별한 과일 판매	○		과일 제품	
	(우아한 신선들*)	모바일 반찬 주문 배송 서비스			반찬	
	지구인 컴퍼니	곡물, 두류 가공식품 도소매		○	대체육	
	식탁이 있는 삶	스페셜티 푸드 플랫폼	○		식재료	
	더파이어츠	수산물 전자상거래 정보서비스 플랫폼		○	수산물	
	오픈 더테이블	가정간편식 전문 브랜드		○	가정간편식	
	글루업	F&B 브랜드 커머스 기업		○	식품브랜드 탐육, 진지, 미트팜	'메디로그' 운영
(퓨처푸드랩)	미래 식량인 식용곤충 가공 제품 개발 및 유통			식용곤충 제품		

	(더부스)	고급 크래프트 비어 유통&판매			크래프트 비어	
	두잇	배달비 없는 묶음 배달 주문 서비스	○			배달 플랫폼
소매업	글로우 서울	도시재생에서 출발한 공간솔루션		○		공간 디자인
	무릉 외갓집	제주특산물을 활용한 제품 생산&유통		○	제주특산품	
	로보아르테	조리 로봇 '로버트치킨'을 운영하는 기업		○	조리 로봇이 만든 치킨	치킨 조리 로봇
	오늘식탁	신선 수산물 당일배송 서비스 '오늘화'를 운영하는 기업	○		수산물 및 회	
	오아시스	국내 신선식품 새벽 배송 기업	○		식재료 및 음료	생활용품 판매
	누벳트	매장 데이터 플랫폼	○		배달 음식	매장 데이터 플랫폼
	쿠팡*	간편식 온라인 플랫폼	○		간편식 및 HMR	유튜브 콘텐츠 운영
	(헬로네이처*)	온라인 농산물 직거래 서비스			농산물	
	컬리	식품 중심 온라인 플랫폼	○		식재료 및 음료, 간편식	리빙, 뷰티 용품 판매
	메쉬코리아*	배달 대행 플랫폼 부릉을 운영하는 기업	○			배달 플랫폼
	비트 코퍼레이션	무인 로봇카페 플랫폼 '비트'를 운영하는 기업	○			무인 커피 기계
출판업	육그램*	축산 스타트업		○	육류 제품	
	바로그	전국 단위 배달 대행 플랫폼	○			배달 플랫폼
	워드	레스토랑 예약 관리 솔루션 '캐치테이블' 운영	○			예약 서비스
	헬로팩토리	레스토랑 스마트 오더 벨		○		스마트 오더벨 기기
	페이타랩	소규모 카페 맞춤형 스마트 주문 시스템 '패스오더' 운영	○			카페 오더 앱
	식신	맛집 배달 서비스	○			맛집 데이터
	마이 프랜차이즈	온라인 창업 플랫폼	○			창업 관련 데이터 정보
	푸드테크*	외식 중계 플랫폼	○			매장 운영 및 관리 서비스, 배달 POS기
	(망고플레이트*)	위치 기반 맛집 추천 서비스 플랫폼				맛집 정보
	레드테이블	빅데이터 기반 스마트 음식 관광 플랫폼	○			맛집 정보
	누비랩	AI 푸드 스캐닝 기술을 통해 식단 분석 및 음식물 쓰레기 감소 솔루션 제공		○		푸드 스캐닝 기기
	두잉랩	푸드렌즈를 이용한 헬스케어 솔루션 제공	○			푸드렌즈
	고스트키친	배달의 민족 출신 창업가 주축 공유주방 플랫폼		○		공유주방
	비온드 허니컴	AI 기술을 이용해 조리하는 인공지능 셰프 개발		○		조리 기기
	하이앤디	비대면 주문 및 배달 서비스 '타임오더' 운영	○			배달 플랫폼
	헬로월드	배달 음식 통합 운영 플랫폼 '헬로프렌즈' 운영	○			배달 플랫폼
	스파이더 크래프트	이륜차 기반 배달 대행	○			배달 플랫폼
	(포잉*)	레스토랑 추천 및 예약 서비스 플랫폼과 외식 사업자 대상 매장 관리 솔루션 '포잉' 제공				레스토랑 예약 서비스
	테이블 매니저	인공지능(AI) 기반 디지털 예약관리 서비스	○			음식점 예약 서비스
	벤디스*	B2B 모바일 식권 서비스	○			식권
	(프레시코드*)	샐러드 구독 및 관리식단 배송 서비스 플랫폼 '프레시코드'			샐러드	
	위편	B2B 라이프스타일 구독 플랫폼	○		간식 및 음료	식권, 굿즈 구독 서비스
	엑스와이지	무인 로봇 카페 서비스		○		무인 로봇 커피기계
	우아한 형제들*	배달 플랫폼 회사	○		배달음식	생활용품(B마트) 및 서빙 로봇 판매
	컬처하이퍼	요리 레시피 서비스	○		간편식 및 HMR	리빙용품 판매
	엔싱	스마트팜		○	스마트팜 농산물	스마트팜 농장 솔루션 제공 및 건설
	(아스테라)	주변 식당의 메뉴를 6천원에 간편하게 테이크아웃 '잇폴'				테이크아웃 서비스
밀랑*	레스토랑 예약 및 고객 관리 플랫폼 '테이블랑' 운영	○			예약 서비스	
(배달통*)	배달 주문 서비스				배달 플랫폼	
컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업	마켓보로	B2B 식자재 유통 '마켓볼'과 식자재 오픈 마켓 '식볼' 운영	○		식자재	매출 통합 관리 서비스
	트릿지	식품 산업 전문 글로벌 농수산물 소싱 허브 기업		○	농산물	데이터 제공 및 유통 중개 서비스
	웨이브라이프스타일테크	AI 기술을 이용한 주방 자동화 로봇 개발 및 미래형 공동 주방 운영		○		조리 로봇
정보 서비스업	(혼밥인의 만찬)	1인기구를 위한 다이닝 어플 '혼밥인의 만찬'				다이닝 정보 제공
	미트박스글로벌	국내 최대 축산물 직거래 플랫폼 '미트박스' 운영	○			포장배달/주방용품 판매
	다이닝코드	빅데이터 검색 기술 기반의 맛집 정보 서비스	○			맛집 데이터

	와인그래프	데이터 기반 와인 취향 추천 플랫폼	○			와인 정보, 구매 데이터
	플라이언컴퍼니*	맛집 배달 플랫폼		○		배달 플랫폼
	위대한 상사	공유주방 플랫폼 '나누다키친'	○			공유주방 플랫폼
	(굿잇츠)	간편 조리식 온라인 마켓			간편 조리식	
연구 개발업	스페이스에프	세포 농업 기술 연구 비탕의 배양육 개발		○		배양육
	씨워드	해조류 공학 기술 비탕의 배양육 개발		○		해조류 배양육
	디보션푸드	식물성 대체육 개발 및 제조		○		식물성 대체육
	티센바이오팜	인공장기 개발 기술로 식용 인공장기인 배양육 개발		○		배양육
전문서비스업	미래식당	원거리 맛집 배달 서비스	○			배달식품
사업 지원 서비스업	샷갯유통	식자재 유통회사		○		식자재
	잇그린	제로웨이스트 다회용기 리턴 서비스		○		다회용기 렌탈 및 세척 서비스
임대업: 부동산제외	뽀득	소프트웨어 솔루션을 활용한 식당용 식기 렌탈 서비스		○		식기 렌탈 및 세척 서비스
협회 및 단체	언니네텃밭	여성 농민 생산자 협동조합		○		농산물
기타개인 서비스업	(허니비즈)	맛집 배달 서비스 '땡땡'				배달 플랫폼
총합			43	35	37	58
			78		95	

주: ( )안은 폐업한 기업명, ( )은 폐업한 기업명, ( \*)은 M&A 이후 폐업한 기업명

## Analysis of Food Tech Startups: A Case Study Utilizing the ERIS Model

Sunhee Seo\*  
Yeeun Park\*\*  
Jae yeong Choi\*\*\*

### Abstract

The study analyzed the rapidly growing food tech startup in South Korea, focusing on industry classification, core technological domains, investment stages, and growth trajectories. Utilizing the ERIS model, two innovative food tech startups, MyChef and CatchTable, were examined as case studies. Results revealed food tech startups are focusing on information technology and smart distribution technology-oriented solutions rather than traditional food production. This study also found that robotics and AI integration were key technology areas. Analyzing the emergence of food tech startups, investment stages, and cumulative investment amounts based on founding years revealed a trend of scaling operations through rounds of funding, especially after securing SERIES A and B funding. The period between 2014 and 2018 saw a dense concentration of food tech startup establishments, likely influenced by favorable conditions for technological innovation amid the Fourth Industrial Revolution. The high rate of strategic mergers and acquisitions and bankruptcy can be interpreted as the complexity inherent in the food tech industry. The case study of MyChef, which grew into HMR manufacturing, and Wad(CatchTable), which expanded into a restaurant reservation platform, derived the entrepreneurs, resources, industry, and strategic factors that served as success factors for food tech startups. This study has practical implications in that it provides entrepreneurs, investors, and policymakers in the food tech industry with insight and direction to develop strategies in line with market trends and technological changes and promote sustainable growth.

*KeyWords: Food Tech Startups, Food Tech Business Type, ERIS Model, Case study*

---

\* First and Corresponding Author, Professor, Department of Nutritional Science & Food Management, Ewha Womans University, seo@ewha.ac.kr

\*\* Co Author, Senior Undergraduate Student, Department of Nutritional Science & Food Management, Ewha Womans University, ailoson@ewha.ac.kr

\*\*\* Co Author, Senior Undergraduate Student, Department of Nutritional Science & Food Management, Ewha Womans University, cyunyoung0301@ewhain.net