

Lifetime
Value Creator



LOTTE CONFECTIONERY
***INVESTOR
RELATIONS***

2017년 3분기



Contents

- I. 롯데제과 현황
- II. 국내사업 현황 및 전략
- III. 글로벌사업 현황 및 전략
- IV. 롯데제과 중장기 성장전략

I . 롯데제과 현황

- 롯데제과 성장사
- 국내외 사업진출 현황
- 매출 및 손익실적 (연결)

1967년 설립 이후 국내 1위 제과업체 성장

주요 진출 사업 (신규 / M&A)

FY 2000~2005

- 건강사업 진출(02)
- 인도 진출(04)

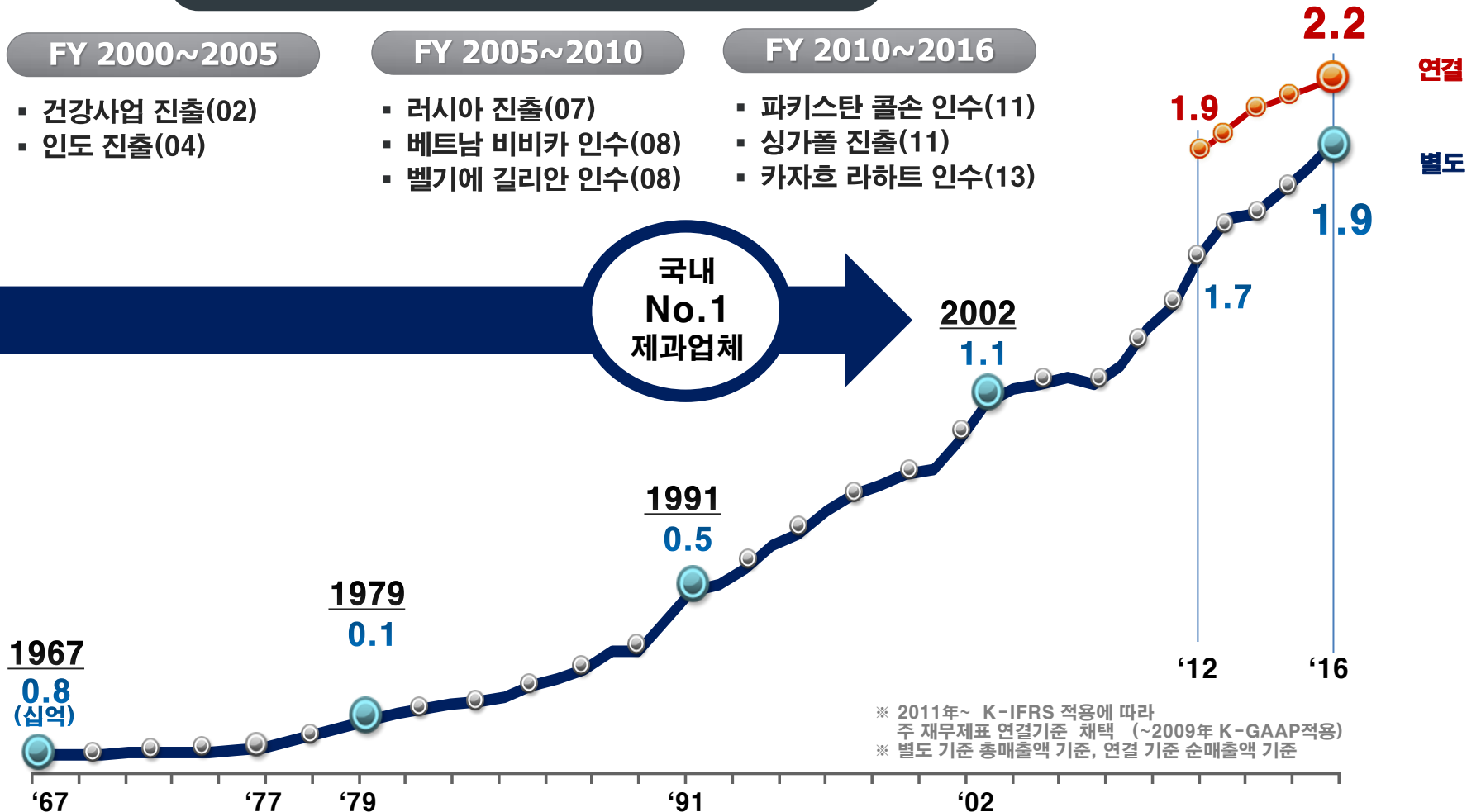
FY 2005~2010

- 러시아 진출(07)
- 베트남 비비카 인수(08)
- 벨기에 길리안 인수(08)

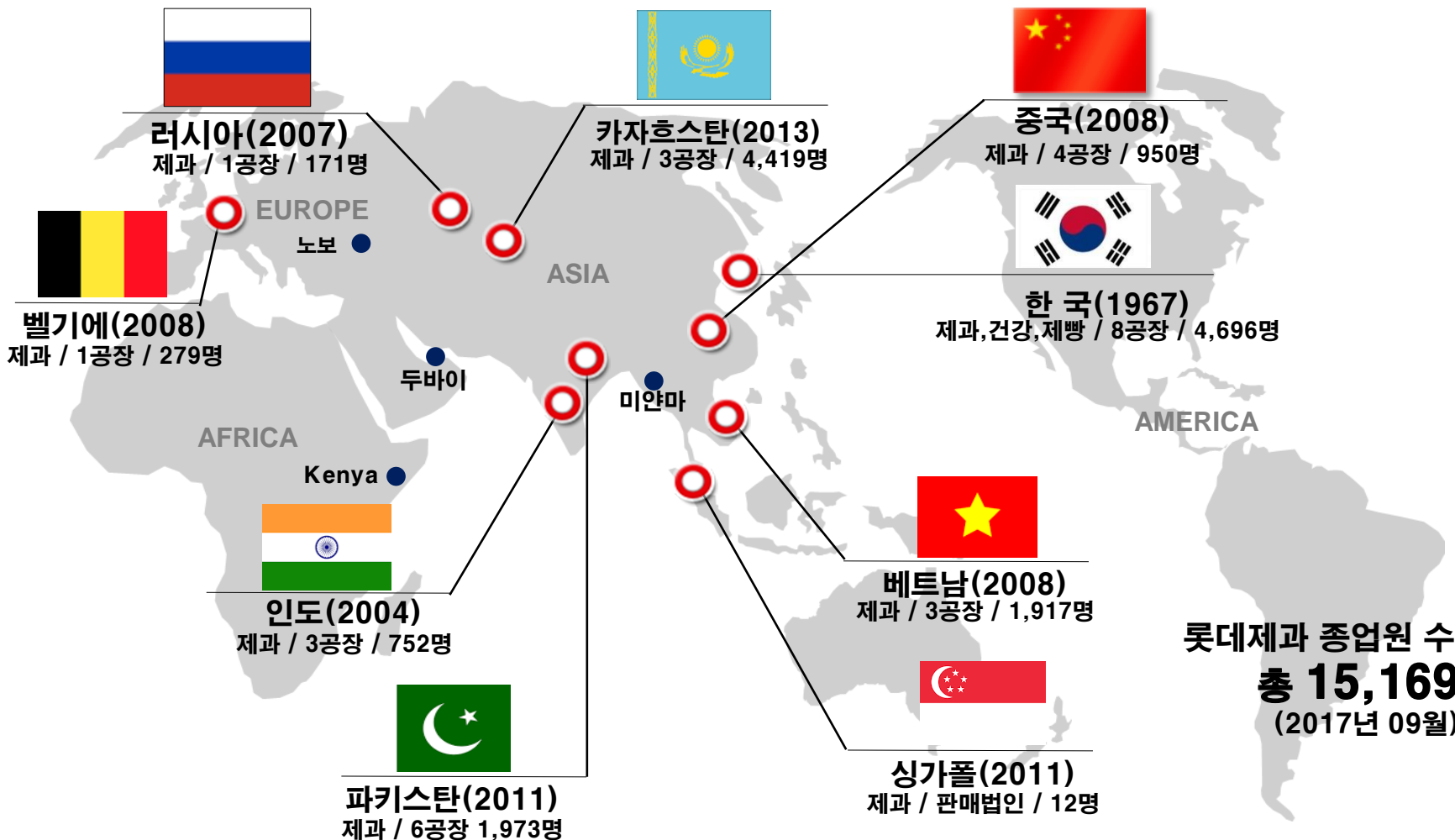
FY 2010~2016

- 파키스탄 콜손 인수(11)
- 싱가포르 진출(11)
- 카자흐 라하트 인수(13)

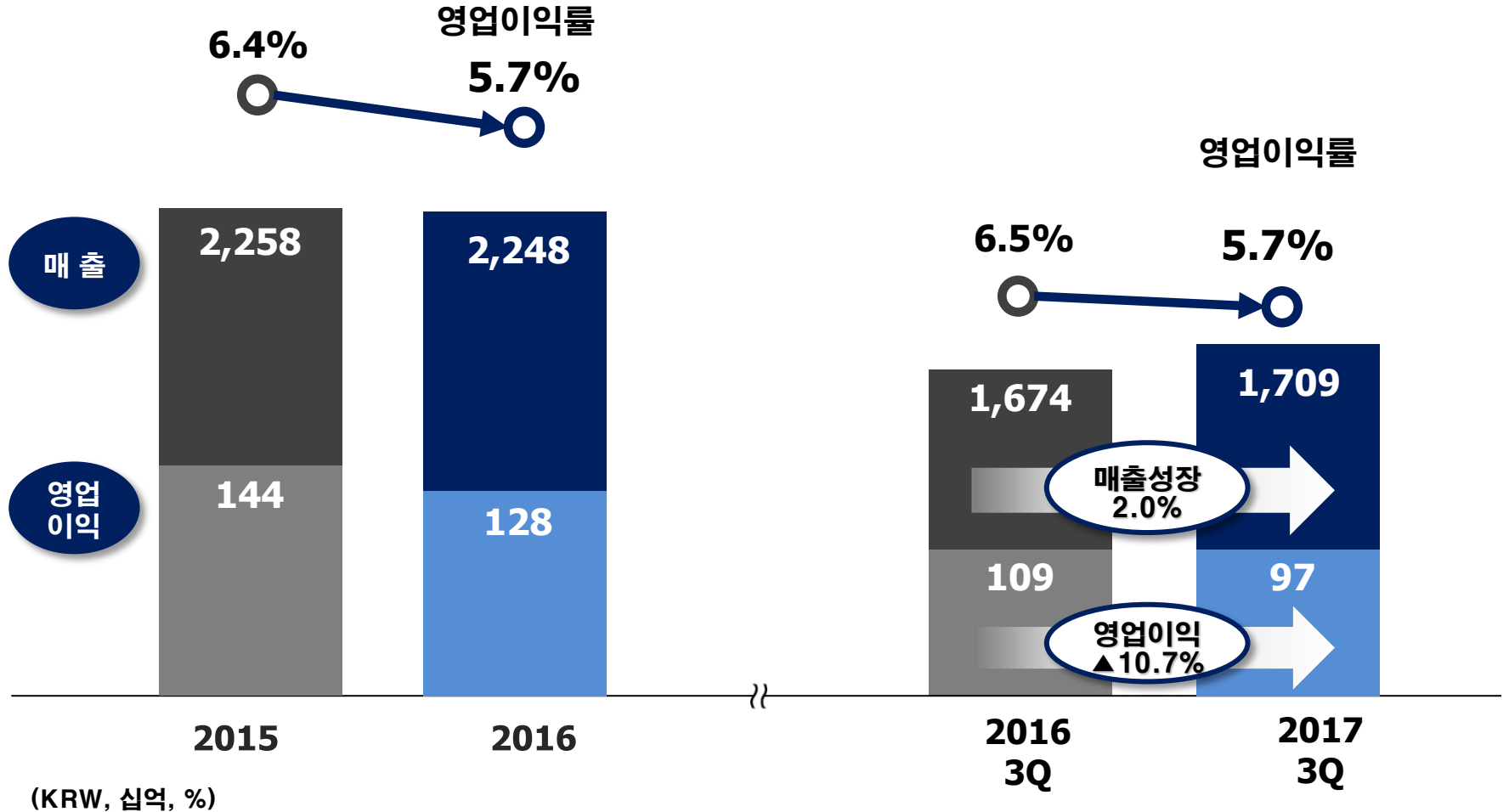
(KRW, 조)



국내 총 4개 사업 부문 8개 공장 운영 Asia 및 신흥시장 8개국 진출, 21개 현지 생산공장 구축



17년 3분기 누적 매출액 2.0% 성장 / 영업이익 0.8%p 감소



II . 국내사업 현황 및 전략

- 국내사업 포트폴리오 (별도)
- 국내사업 운영전략

17년 3분기 국내매출 전년동기 비 0.7% 증가

(KRW, 십억, %)

구분	연간			3분기			비고
	15년	16년	증감율	16년	17년	증감율	
건과	1,163	1,168	0.4%	856	856	▲0.1%	· 젤리 / 초코 매출 성장 · 수출 감소 영향
빙과	354	342	▲3.3%	296	306	3.2%	· TREND 제품 매출 성장
제빵	165	173	4.8%	125	129	2.9%	· 양산빵 특수채널 / CVS 매출 증가 (캐릭터 / 디저트 제품 등)
건강기타	93	84	▲9.7%	70	66	▲5.6%	· 건강기능식품 시장 위축 영향
계	1,775	1,767	▲0.5%	1,347	1,356	0.7%	

※ 별도손익계산서 / K-IFRS 기준 / 건과 매출 자사 수출금액 포함 / 기타 매출 임대, 용역매출 및 길리안 매장 매출 포함

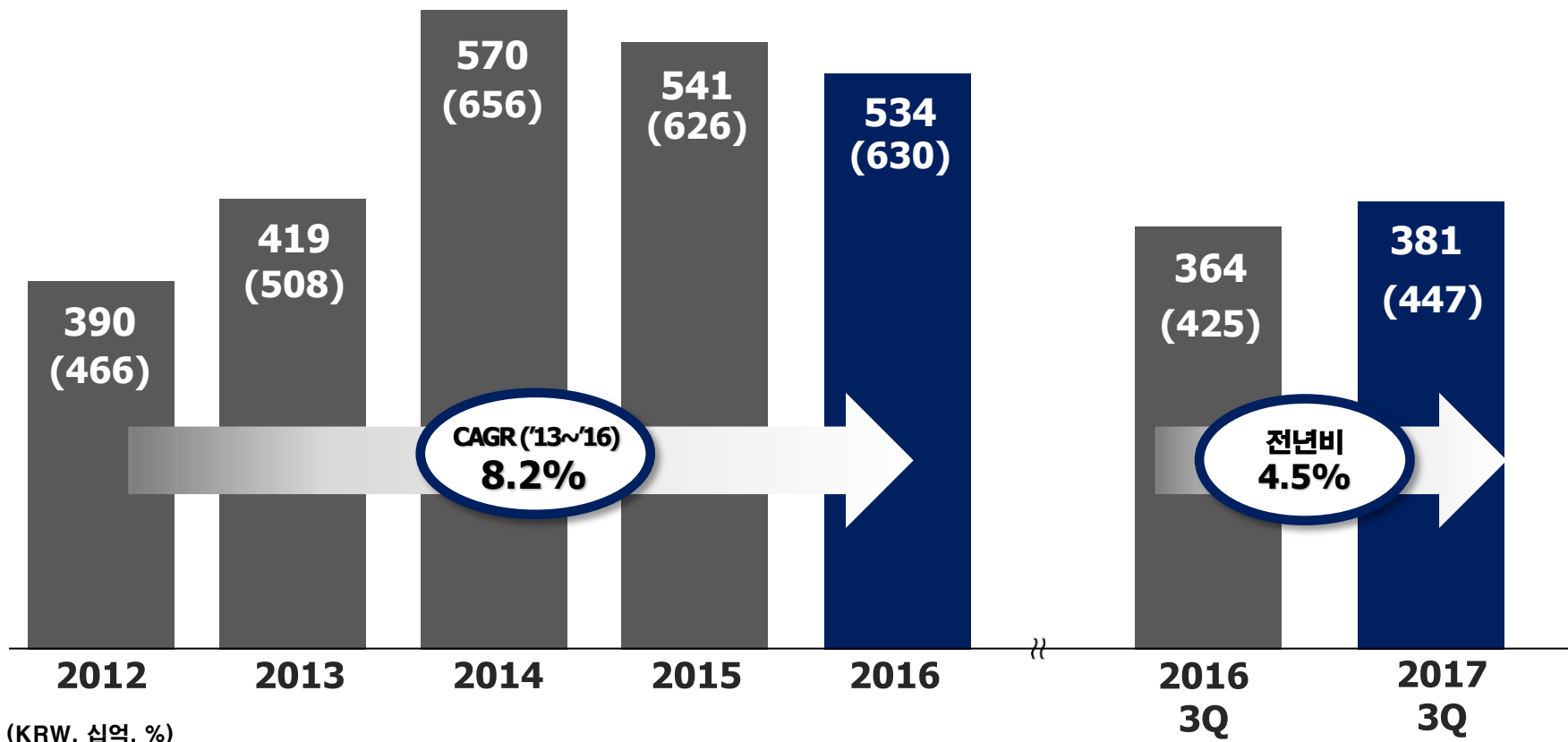
건과,빙과 주력사업 경쟁력 확대 / 제빵,건강 신규사업 육성

구분	시장규모 (16년)	매출 (16년)	M/S	사업 추진 전략	비고
건과	2.5조	1.1조	42%	<ul style="list-style-type: none"> · 시장 성장 선도 제품 출시 - Flavor / 기능성 / AI 제품 등 	
				<ul style="list-style-type: none"> · 글로벌 브랜드 제휴 	
빙과	0.9조	0.3조	36%	<ul style="list-style-type: none"> · New Concept 제품 출시 	
				<ul style="list-style-type: none"> · Premium 브랜드 강화 	
제빵	0.6조 (양산빵)	0.2조	20% (양산빵)	<ul style="list-style-type: none"> · 양산빵 : 제품 LINE-UP 강화 	
				<ul style="list-style-type: none"> · 베이커리 대표 제품 육성 	<p>천연 발효종빵 우리쌀빵</p>
건강	3.7조	0.03조	-	<ul style="list-style-type: none"> · 건강지향 식품 지속 발굴 	
				<ul style="list-style-type: none"> · 판매채널 다양화 	-

※ 시장규모 : 건,빙과 국내 4사 납품 매출 합산 추정 / 제빵 : 업계추정 / 건강 : 건강기능식품협회 소비자실태조사 참고

III. 글로벌 사업 현황

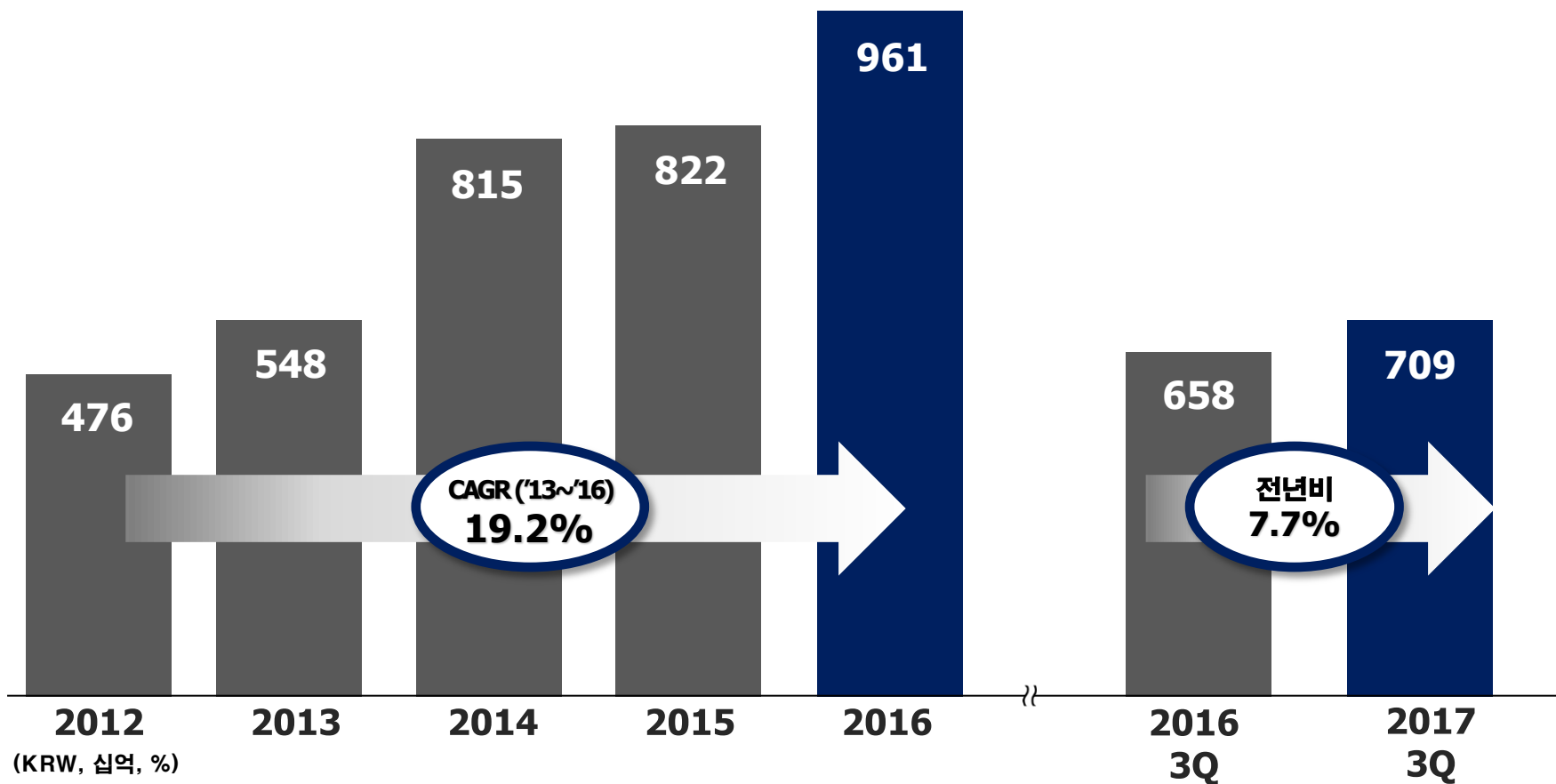
공시기준 글로벌 사업 13~16년 연평균 8.2% 고성장 실현



(KRW, 십억, %)

※ () : 종속 법인 매출액 / 지분법 적용 대상 법인 (러시아/베트남) 매출액 합산 (매년/매 분기 평균환율 적용)

국가별 진출시점 환율 적용시, 글로벌 사업 13~16년 연평균 19.2% 고성장



(KRW, 십억, %)

※ 지분법 적용 대상 법인 (베트남/러시아) 매출 포함

※ 일정 시점에 고정된 환율 적용

①중국 150KRW/CNY ②길리안 1,600KRW/EUR ③인도 25KRW/INR ④베트남 0.0586KRW/VND ⑤러시아 38KRW/RUB ⑥파키스탄 15 KRW/PKR ⑦카자흐스탄 7.5KRW/KZT

17년 3분기 누적 해외매출 전년동기 비 4.5% 증가

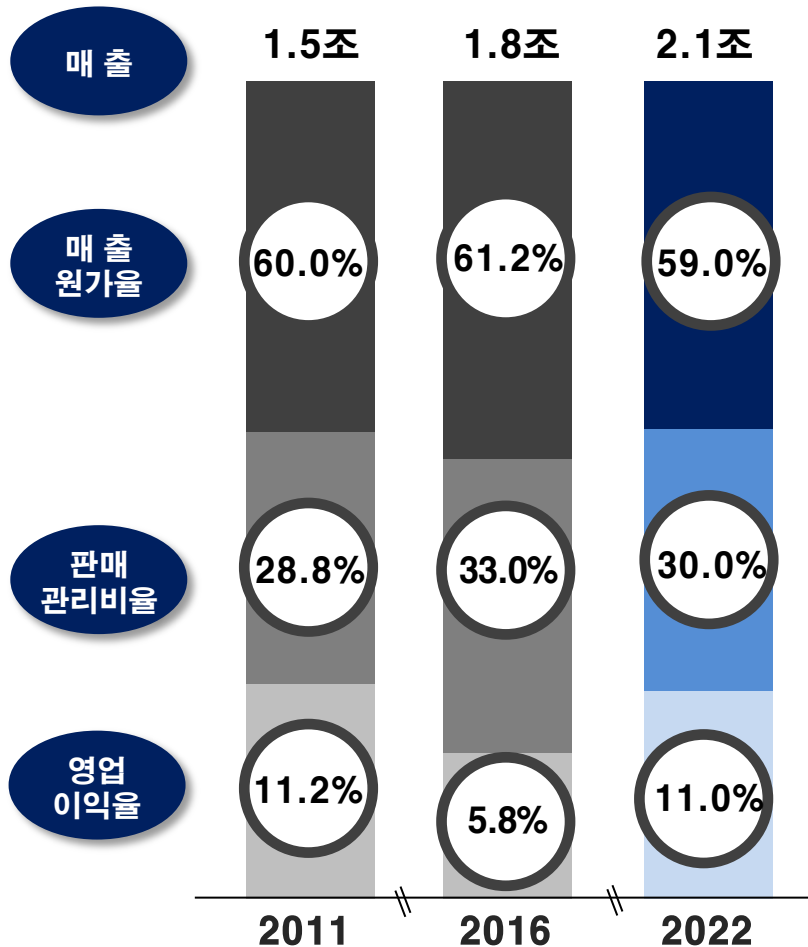
(KRW, 십억, %)

구분	연간			3분기			비고	
	15년	16년	증감율	16년	17년	증감율		
KAZ	180	169	▲6.2%	111	138	24.3%	· 초코 / 비스킷 판매 호조, 수출 확대	
BEL	110	112	1.8%	68	76	11.5%	· 유럽 / 호주 지역 매출 성장 / 면세 판매 증가	
PAK	87	102	16.4%	75	83	11.8%	· 스낵 / 파스타 판매 호조	
IND	66	62	▲4.7%	47	50	7.2%	· 초코파이 매출 호조	
CHN	79	78	▲0.6%	57	25	▲55.9%	· 중국 THAAD 영향	
SGP	19	11	▲45.3%	7	8	16.1%	· 빼빼로, 캔디 신제품 매출 호조	
합계	총속계	541	534	▲1.3%	364	381	4.5%	
	해외계	(626)	(630)	(0.6%)	425	447	5.1%	· 베트남 / 러시아 매출 포함

※ 러시아, 베트남 : 관계기업 / 각 국가별 연평균, 기간평균 환율 적용

IV. 롯데제과 중장기 성장전략

획기적 수익성 개선 통한 10% 이상 영업이익이익을 확보



수익 개선 5대 핵심전략

- 1 핵심 사업 시장 경쟁력 강화**
-동종산업 성장을 상회 성장 달성
- 2 Business Portfolio 재정립**
-Business 리모델링 / SKU 최적화 등
- 3 Cost-Cutting 활동 추진**
-글로벌업계 수준 원가경쟁력 확보 등
- 4 미래 선도 기술 투자 강화**
-AI Project / 생산유연성 등
- 5 국내 신사업 / New Item 발굴**
-핵심역량 활용 가능 사업 진출

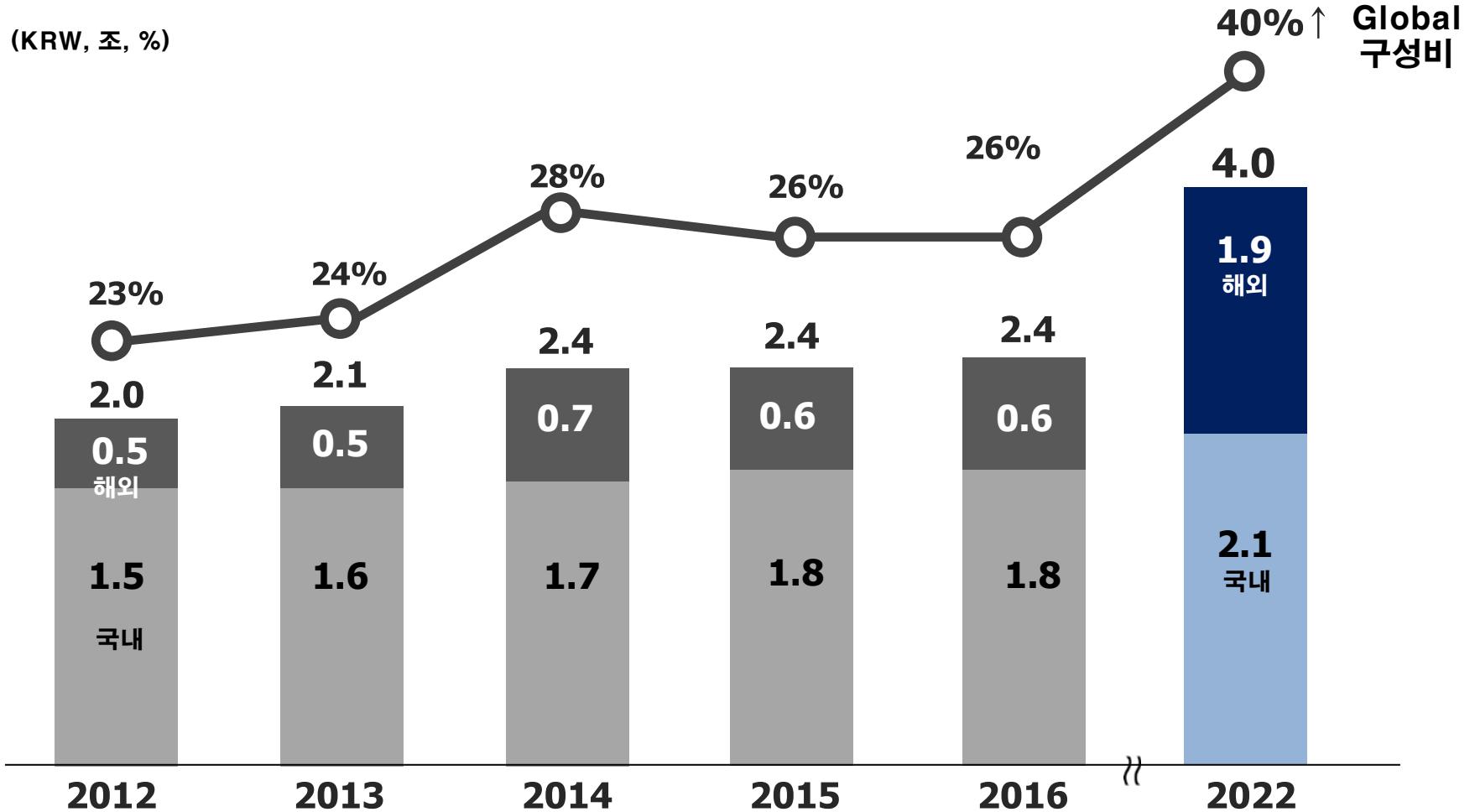
진출국 투자확대 및 신규국가 진출 통한 성장 달성

(KRW, 십억, %)

구 분	매 출			영 업 이 익 률			전 략 방 향	
	16년	22년	CAGR (17-22)	16년	22년	증 감		
기 존 국 가	KAZ	169	300	10%	11%	12%	1%P	· 신규 라인 투자(초코렛 / 하드캔디 / 쿠키)
	PAK	102	225	14%	13%	13%	-	· 초코파이 / 스파우트 신규 Brand 육성
	BEL	112	150	5%	9%	10%	1%P	· Premium 시장 확대 위한 투자 - 17.9月 GIFT형 초코렛 라인 투자
	IND	62	105	9%	▲5%	2%	흑자전환	· 영업 INFRA 강화 (채널 / 거래처)
	RUS	29	60	13%	3%	8%	5%P	· 지속 성장 위한 2nd 브랜드 육성 - 캔디(17.12月) / 파이 증설(18.12月)
	ASIA	156	160	0.4%	▲6%	7%	흑자전환	· 중국 Down-sizing / 베트남 사업 Restructuring · 싱가포르 동남아 HUB화
	소 계	630	1,000	8%	5%	10%	5%P	
신규진출	-	900	-	-	10%	-	· 인구구성비 / 경제성장을 등 고려 - 1순위:ASIA / 2순위:CIS / 3순위:AFRICA	
합 계	630	1,900	20%	5%	10%	5%P		

※ 16년 매출 / 영업이익 : 국가별 연 평균 환율 적용

Global Top 5 제과업체 도약 / 글로벌 매출 40% 이상 달성



※ 국내 매출액 : 별도 공시 기준 / 해외 매출액 : 연평균 환율적용, 관계법인 (러시아, 베트남) 매출 포함