

2020년 실적 설명

2021.02.24 | Investor Relations



유의사항

본 자료는 주주 및 투자자의 편의와 이해를 돕기 위해
당사 및 주요 자회사의 최근 실적 및 경영 현황을 알리고자 작성/배포되는 자료입니다.

본 자료의 재무 정보는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 따라 작성되었으며
본 자료는 최근 경영관련 상황과 관련된 당사의 주관적 판단 및 향후 전망을 포함하고 있습니다.
향후 경영환경 변화 및 전략 수정 등 불확실성에 따라 실제와는 달라질 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료는 투자자들의 투자결과에 대해 어떤 경우에도 법적 책임 소재의 증빙 자료로써 사용될 수 없으며
제공한 정보를 사용하여 발생하는 제3자의 행동에 대한 어떠한 책임을 지지 않음을 알려드립니다.

롯데제과 News

롯데제과는 1월 22일 다양한 차별화 콘텐츠를 가진 공식 자사몰 '롯데스위트몰' 을 오픈하였습니다.

과자 정기구독 서비스인 '월간 과자', 신제품 과자를 소개하는 '지금 신상', 뉴트로 패키지 상품인 '햇님상회'의 구입이 가능하며 받는 이의 주소를 몰라도 제품을 보낼 수 있는 '선물하기' 기능 등도 지원합니다.

향후 모바일 앱을 출시하고 과자 뿐만 아니라 빙과 제품도 판매를 확대할 예정입니다.



<https://lottesweetmall.com/>



2020년 실적 Review



맛있는 나눔
따뜻한 세상

롯데제과가 함께 합니다.

2020년 경영 실적

[별도 실적] 국내 매출은 전년 수준을 유지 하였습니다. 단, 수익성 중심 경영을 통해 영업이익을 대폭 개선하였습니다.

[연결 실적] 인디아/벨기에 등이 COVID-19 영향을 받았지만, 기타 국가의 선방과 국내 사업 영향으로 연결 전체 영업이익은 전년보다 개선되었습니다.

		19년 연간	20년 연간	(증 감)	Issue Comment
별 도	매출액	15,301억	15,312억	11억 +0.1%	· 건과/제빵 매출 감소 하였으나, 빙과/Health Food 매출 신장으로 전년 수준 유지
	영업이익	635억	866억	231억 +36.3%	· 광고비는 증가하였으나, 경영 효율 개선(원가 절감 등) 통한 건전한 이익 개선 · 주력 사업(건과/빙과)의 수익성 중심 영업으로 큰 폭의 이익 개선 실현
	영업이익%	4.2%	5.7%	+1.5%P	
연 결	매출액	20,930억	20,760억	▲170억 (▲0.8%)	· 20년 인도 건과 편입 (지주→제과) - 매출 582억, 영업이익 13억
	영업이익	973억	1,126억	153억 +15.7%	· COVID-19 영향 영업이익 악화 - 인도 빙과/벨기에/싱가폴 · COVID-19 불구 영업이익 개선 - 파키스탄/카자흐/미얀마/러시아/중국
	영업이익%	4.7%	5.4%	+0.7%P	

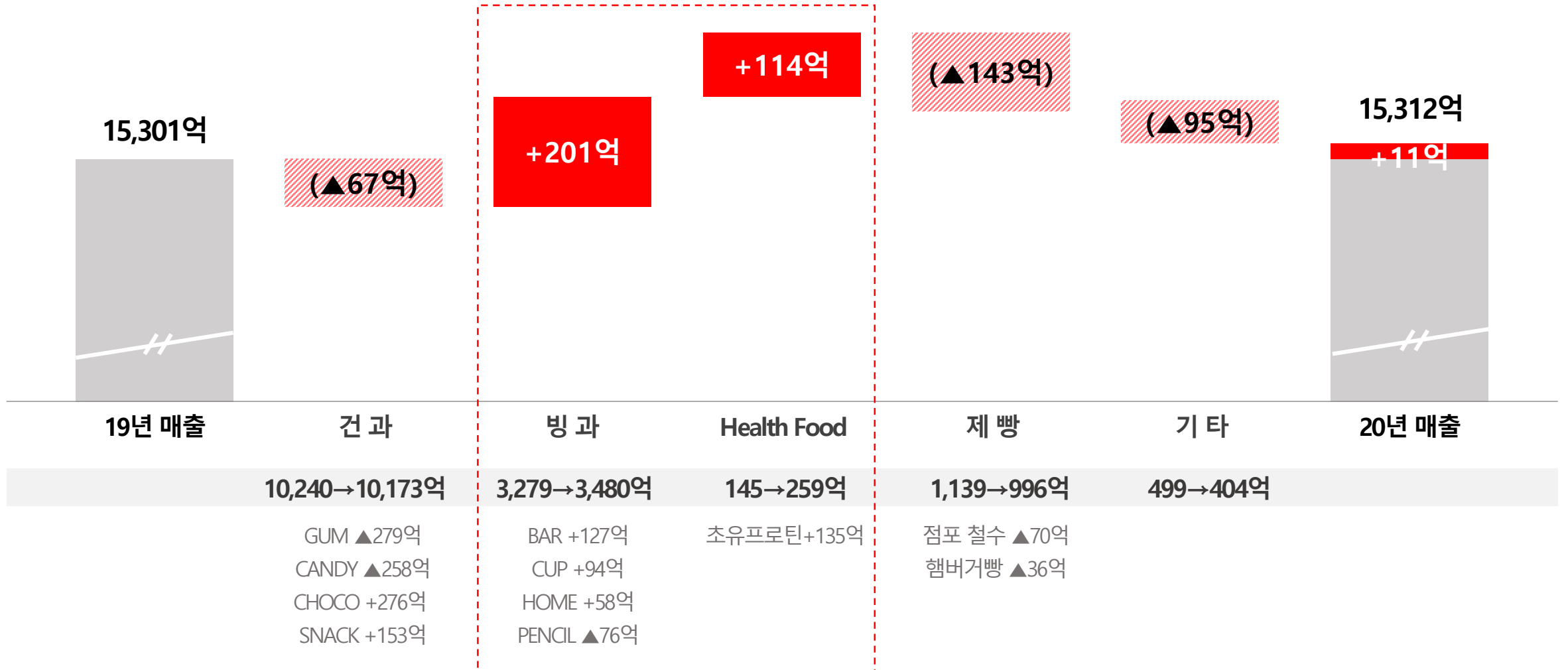
2020년 별도 실적 | 매출

[건과] COVID-19 영향으로(외출 감소, 마스크 착용) GUM/CANDY 매출이 감소하였으나, CHOCO/SNACK 신제품 출시를 통해 매출 감소를 최소화 하였습니다.

[빙과] 가정내 소비가 증가하고, 아이스크림 전문 판매점이 늘어나며 실적이 개선되었습니다.

[Health Food] 신제품 초유프로틴365가 HIT 제품으로 매출 기여 하였습니다.

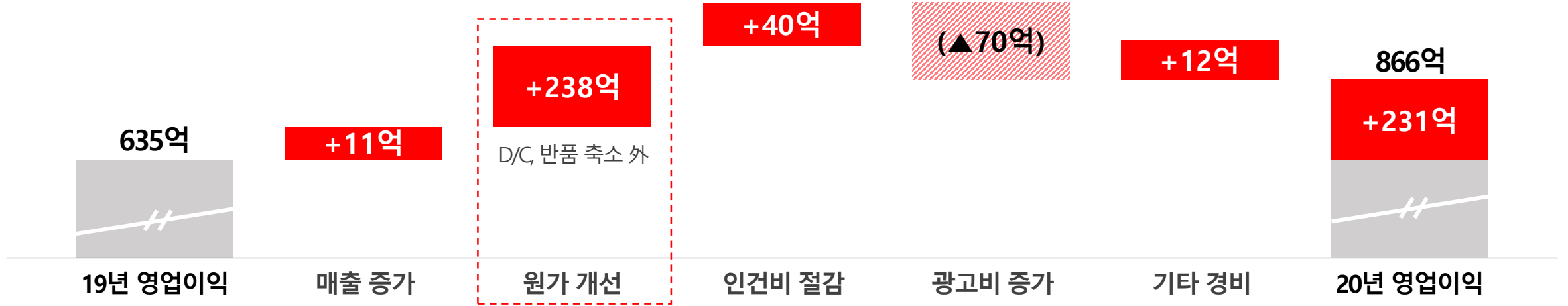
[제빵] 점포 철수 및 햄버거빵(B2B) 매출 감소 영향이 있었습니다.



2020년 별도 실적 | 영업이익

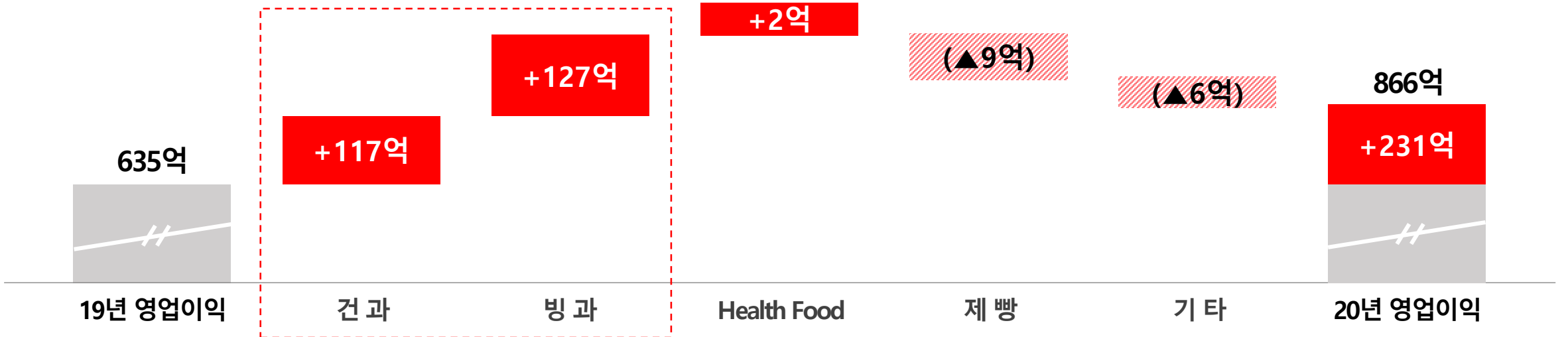
활동별

수익성 중심의 영업 활동을 통해 원가를 대폭 개선하였습니다. 브랜드 홍보를 위한 광고비는 확대하였습니다.



사업부별

주력 사업(건과/빙과)에서 수익성을 대폭 개선하였습니다. Health Food의 수익성도 개선되고 있습니다.

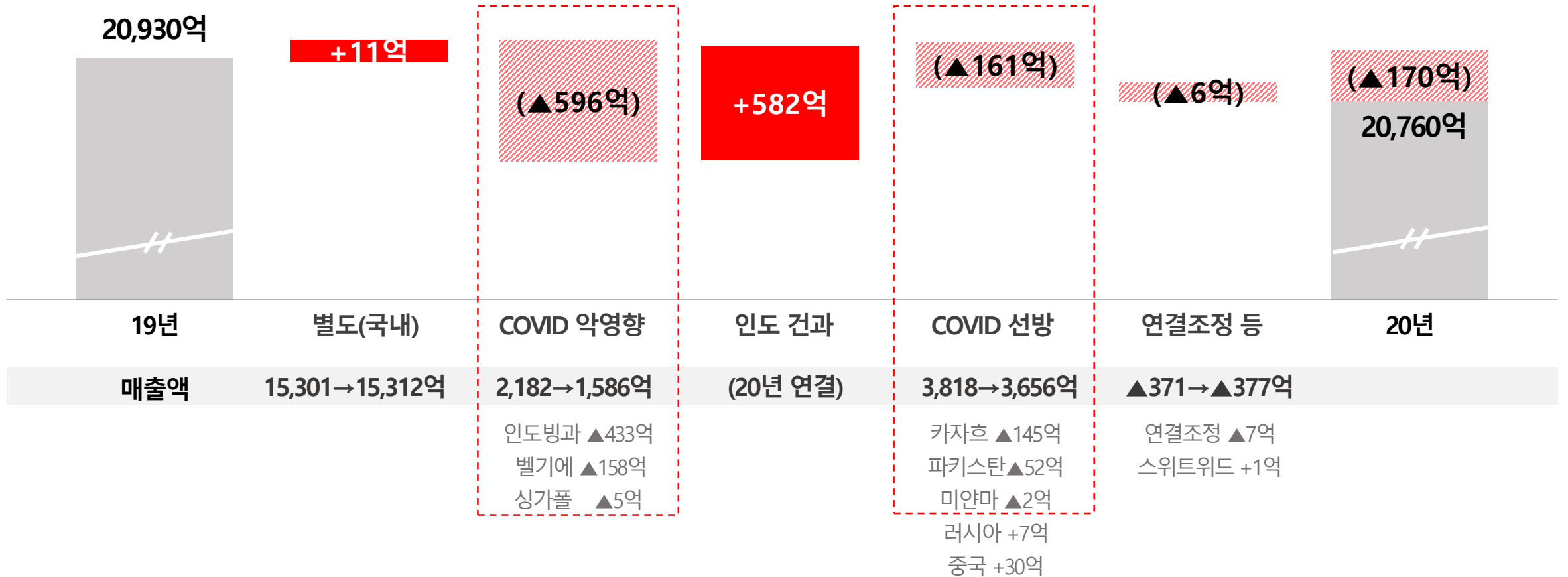


2020년 연결 실적 | 매출

[COVID-19 악영향] 인도 빙과/벨기에/싱가폴은 매출과 영업이익 모두 악화되었습니다.

[COVID-19 선방] 카자흐/파키스탄/미얀마는 매출은 감소하였으나, 영업이익은 개선되었습니다.

[인도 건과] 20년 연결 결산에 새롭게 추가 되었습니다.

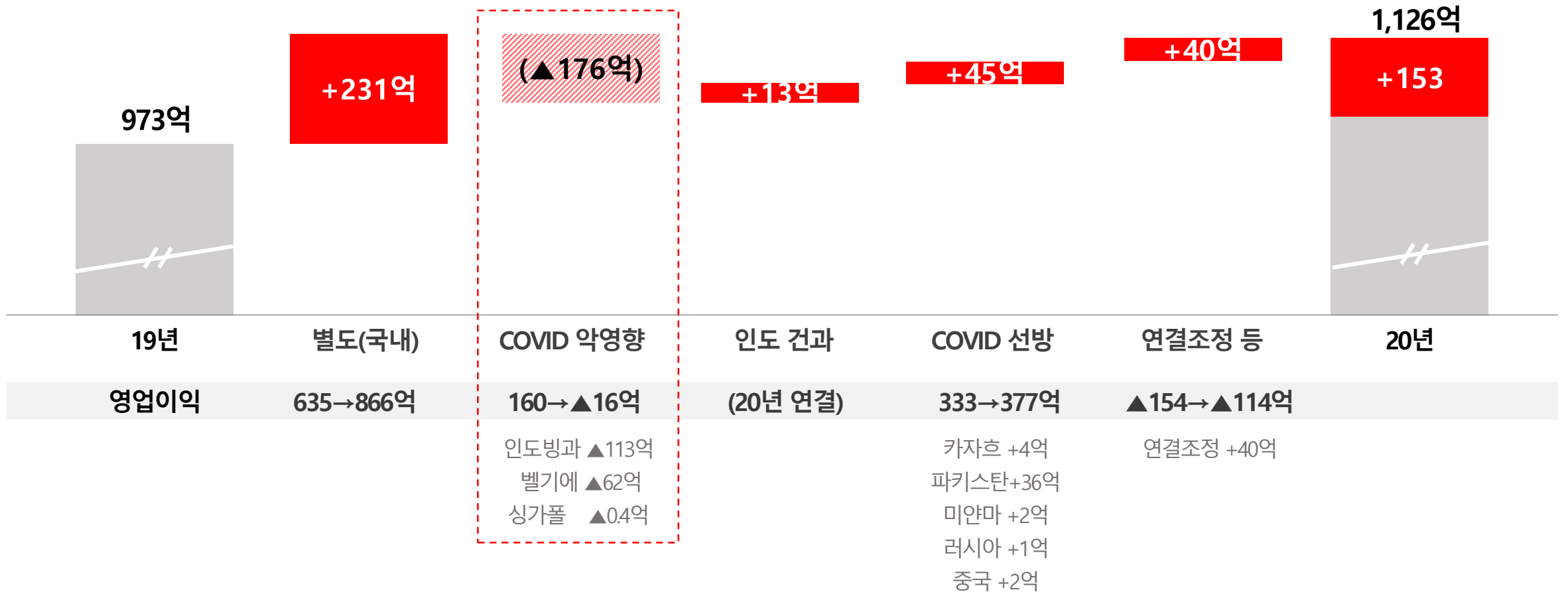


2020년 연결 실적 | 영업이익


[COVID-19 악영향] 인도 빙과/벨기에/싱가폴은 매출과 영업이익 모두 악화되었습니다.

[COVID-19 선방] 카자흐/파키스탄/미얀마는 매출은 감소하였으나, 영업이익은 개선되었습니다.

[인도 건과] 20년 연결 결산에 새롭게 추가 되었습니다.



2021년 Guidance



글로벌 식품
리딩 브랜드

롯데제과입니다

2021년 Guidance

국내 시장에서는 수익성 중심의 경영을 지속해 나갈 예정입니다. 이를 통해 영업이익 1,000억 이상을 실현하고자 합니다.
 해외 시장에서는 COVID-19 영향이 컸던 국가 법인의 경영 회복을 중점적으로 관리하겠습니다.

		20년	21년 (P)
별 도	매출액	15,312억	<i>매출 증가율 Low-single 전망</i>
	영업이익	866억	<i>영업이익률 6.5~7.5% 전망</i>
	영업이익%	5.7%	
연 결	매출액	20,760억	<i>매출 증가율 Mid-single 전망</i>
	영업이익	1,126억	<i>영업이익률 6.5~7.5% 전망</i>
	영업이익%	5.4%	



참고) 21년 전망치는 작성 시점에 따라 변동 가능성이 있으며, 회사의 주관적 판단을 포함함

2021년 Guidance | 온라인 확대



롯데제과는 최근 수년간 온라인 시장을 개척하기 위한 많은 노력을 하였습니다.
 그 결과 2020년 온라인 매출은 전년 대비 89% 증가하였습니다. (유통점 온라인 판매 포함시 66% 증가)
 2021년에도 온라인 채널을 중점적으로 관리할 예정입니다.

[2020년 주요 활동]

- 팀 → 부문으로 온라인 조직 확대 (20.1월)
- 네이버 스토어 오픈 (20.5월)
- 제과업계 최초 구독서비스 '월간과자' 런칭 (20.6월)
- 건과 주요 직납 채널 매출 급신장 (100% 이상)







- 빙과/나뭇루/제빵 신규 거래처 개설






[2021년 Plan]

자사몰

- 자사몰 오픈 (21.1월) – 롯데 스위트몰 
- 자사몰 컨셉 : Only & First – 구독서비스, 신제품 선런칭 등

성장채널

- 신규 성장 채널 육성 – 네이버 스마트 스토어, 배민 B마트 등
-  brand.naver.com > lotteconf
- 롯데제과물 직영 스토어 
- 
- 스마트 스토어 롯데제과 공식몰에서 다양한 혜택을 경험하세요!

제품

- 건과 중심 → 쏠 사업부 제품 취급 확대
- 온라인 특화 제품 개발, 프로모션 확대
- 소비자 선호 가격대(8천-12천원) 제품 확대
- B2B 시장 개발 (오피스/어린이집/학교 간식, 선물용 등)
- 라이브 커머스 확대 (GRIP, JAM, TMON, 네이버 라이브 등)

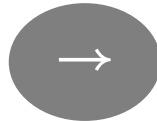
2021년 Guidance | 수익성 개선



긴 호흡으로 수익성 개선을 위해 한걸음 한걸음씩 앞으로 나아갔습니다.
 그 결과 2020년부터 효과가 나타나기 시작하였습니다.
 2021년에도 그 효과는 보다 더 확실히 나타날 것입니다.

2017-2020년 주요 활동

- ZBB**
 - BCG 컨설팅 시행 (17.10월-18.1월)
 - 8대 영역 19개 추진 과제 수립 (18.2월)
 - 3개년 1,120억 개선 목표
- 수익성 개선 TFT**
 - 가격 관리 체계 변경 (21년-)
 - 고정비 축소
- 제빵**
 - 제빵 베이커리 점포(직영/가맹점) 종료 (20.5월)
 - 17년 133개 → 19년말 12개 → 20.5월 종료
- Health Food**
 - 건강 헬스원 전문 매장 종료 → 온라인 전환



2021년 PLAN/예상

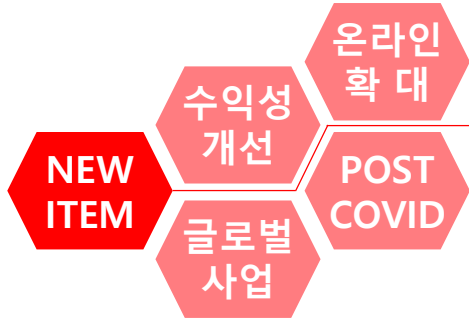
M/S 확대 보다는 수익성을 중시하는 영업
 고비용 채널 보다는 고수익 채널 관리 집중
 ex. 온라인 채널, 아이스크림 전문점 등

제빵 / 건강 수익성 개선 효과 본격화 예상

ZBB 활동 과제 지속 발굴

DT 추진을 통한 경영 효율성 제고

2021년 Guidance | New Item



기존 제과시장에서의 신제품 출시를 위한 노력도 계속되고 있습니다.

기존 대표 브랜드를 활용한 신제품인 크런키 빼빼로는 출시하자마자 빼빼로 대표 flavor로 자리잡게 되었습니다.

또한 신개념 스낵 AIR BAKED는 스낵 시장에서 새로운 트렌드를 선도 하고 있습니다.

[주요 신제품 : 건과]

크런키 빼빼로 - 20년 매출 164억 (20.4월 출시)



[바삭달콤고소 '크런키 빼빼로' 인기 상한가](#) 2020.10.30 | 세계일보 | 다들 롯데제과의 '크런키 빼빼로(사진)'가 품귀현상을 빚고 있다. 29일 롯데제과에 따르면 '빼빼로'의 물량 확보를 위해 생산 라인을 풀가동하는 등 증산에 돌입했다...

[롯데제과, '크런키 빼빼로' 역대급 인기로 생산 라인 풀가동](#)

2020.10.30 | 조선비즈 | 다음뉴스

'크런키 빼빼로' 출시 반년 만에 150억원 판매고 기록영업 일선에선 '크런키 빼빼로' 여질 정도 롯데제과의 신제품 빼빼로 '크런키 빼빼로'./롯데제과 제공...

- ↳ 롯데제과, '크런키 빼빼로' 역대급 인기로 생산 풀... 2020.10.29 | 노컷뉴스
 - ↳ 크런키 빼빼로, 역대급 인기... 물량 확보 위... 2020.10.28 | 시사캐스트
 - ↳ 롯데제과, '크런키 빼빼로' 생산 라인 풀가동 2020.10.28 | 뉴스웍스
- 관련뉴스 7건 전체보기 >

["83년생 원조도 제쳤다", 롯데제과, '크런키 빼빼로' 생산 풀가동](#)

2020.10.28 | SBS Biz | 다음뉴스

이미지 롯데제과가 '크런키 빼빼로'의 물량 확보를 위해 생산 라인 풀가동에 나서 '크런키 빼빼로'는 10종의 빼빼로 라인업중에서 가장 많이 판매가 되고...

- ↳ "원조 빼빼로 매출 넘었다"...롯데제과 '크런키 빼...' 2020.10.29 | 아주경제

[크런키 빼빼로, 물량 확보 위해 영업 일선 쟁탈전.. 역대급 인기...](#)

2020.10.29 | 한국경제 | 다음뉴스

롯데제과(대표이사 민영기)가 크런키 빼빼로의 물량 확보를 위하여 생산라인 완다. 크런키 빼빼로가 역대급 인기를 기록하고 있는 데다 10개 종류의 빼빼로...

AIR BAKED 스낵



[롯데 '에어베이컨드' 누적매출 100억원 돌파](#) 2021.02.04 | 헤럴드경제 | 다 롯데제과가 야심작으로 내놓은 신개념 스낵 '에어 베이컨드(Air Baked-사진)'가 누적 인기를 끌고 있다. 롯데제과는 지난해 6월 선보인 스낵...

- ↳ 롯데제과 '에어 베이컨드' 누적 매출 100억 돌파 2021.02.04 | 마이뉴스24 | 다
 - ↳ 롯데제과 '에어 베이컨드' 누적 매출 100억원 돌파 2021.02.04 | 머니S | 다음
 - ↳ 롯데제과 '에어 베이컨드' 누적 매출 100억원 돌파 2021.02.05 | 스포츠조선
- 관련뉴스 25건 전체보기 >

[에어 베이컨드 잘 나가네.. 누적 매출액 100억원 달성](#)

2021.02.04 | 헤럴드경제 | 다음뉴스

에어 베이컨드의 누적 매출액이 출시 8개월 만에 100억원을 기록 경제=박재석 기자| 롯데제과가 야심작으로 내놓은 신개념 스낵 '에어 베이컨드'가...

- ↳ 롯데제과, '에어 베이컨드' 누적매출액 100억 돌파 2021.02.04 | 헤럴드경제
- ↳ '제니과자' 에어베이컨드, 매출 100억원 달성 2021.02.04 | 헤럴드경제

[롯데제과, 감자 스낵 '에어 베이컨드' 누적 매출 100억원](#)

2021.02.04 | 뉴스1 | 다음뉴스

에어베이컨드 3종(롯데제과 제공)© 뉴스1 (서울=뉴스1) 이비슬 에어 베이컨드' 누적 매출액이 출시 8개월 만에 100억원을 돌파했다

- ↳ 롯데제과 '에어 베이컨드' 누적 매출 100억...간강... 2021.02.04 | 헤럴드경제

2021년 Guidance | New Item



Health Food 부문에서 소비자에게 새로운 호응을 얻는 제품들이 속속 생겨나고 있습니다. 초유프로틴365는 출시 1년만에 성인 단백질 시장의 대표 브랜드가 되었습니다. 퀘이커는 꾸준한 마케팅 활동 결과 식사 대응, 다이어트 식품으로 서서히 자리잡고 있습니다.

[주요 신제품 : Health Food]

초유프로틴 356



퀘이커

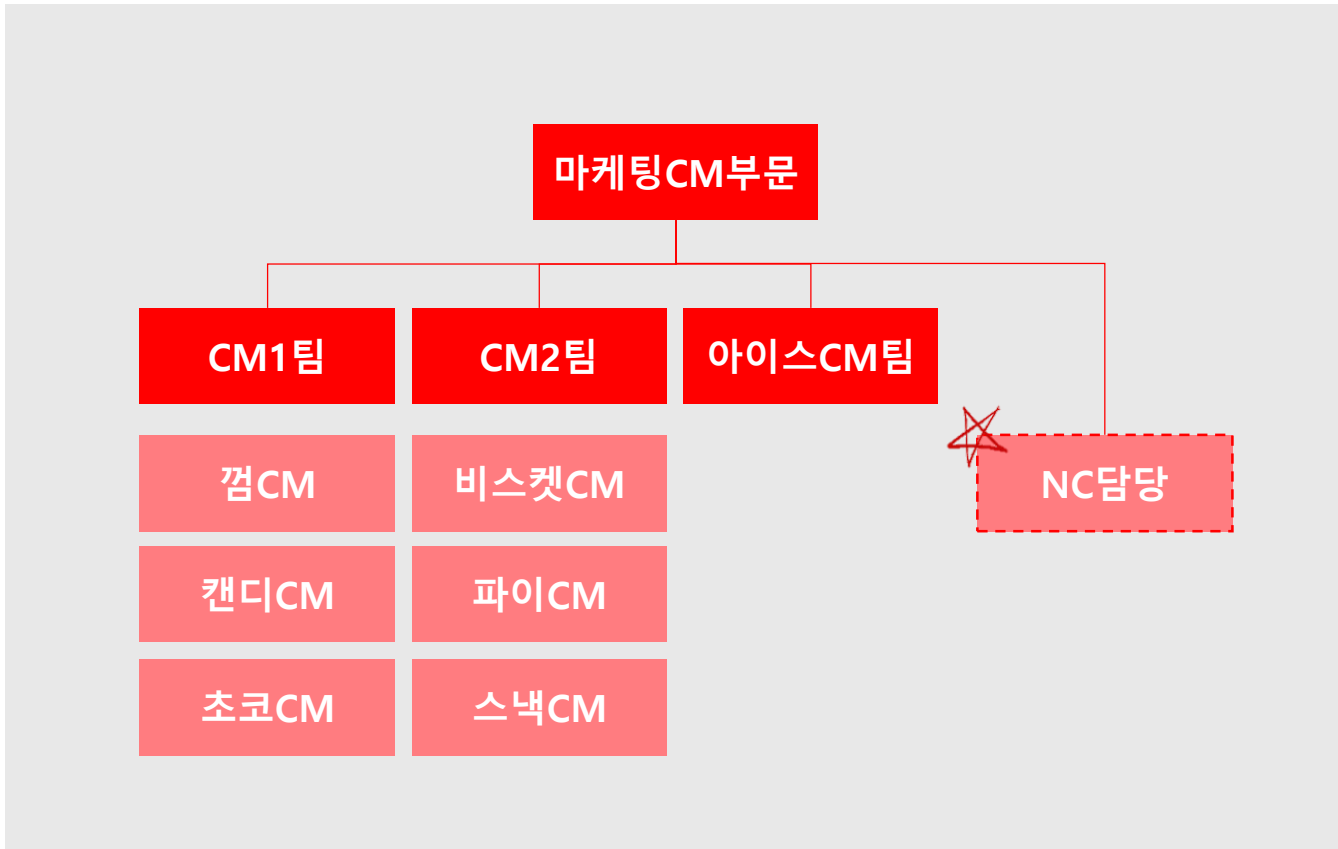


2021년 Guidance | New Item



미래 먹거리를 찾기 위한 노력도 계속하고 있습니다.
 2020년 마케팅 조직내 New Category 담당을 신설하여 새로운 Item 발굴을 지속하고 있으며
 사내 벤처 육성을 통해 Start up 문화를 장려하고 있습니다.

[마케팅CM 조직도]



[사내 벤처 포스터]

2021 LOTTE CONF VENTURE 1ST

롯데제과 사내벤처 1기 모집

최대 1억원 지원! 독립적 활동 보장!
 머릿 속에 있는 나만의 사업! 실패의 두려움 없이 도전하라!

운영목적

- 운영목적: 사내 임직원의 창의력, 도적적 문화 확보 전문 스타트업 CEO로 양성을 위한 활동지원 *최종 분사 OR 사내 사업화 진행
- 참여대상: 롯데제과 임직원 중 지원희망자 *모집공고일 기준 재직자

운영특전

- 사업 운영비 최대 1억원 지원(자발적 집행/결용 가능)
- 완전한 개별 운영 보장(업무 오피스 지원/사내보고 미진행)
- 실패와 무관하게 불이익 ZERO(보수/인사상 불이익 등)

운영일정

구분	공모 접수	1차 평가	2차 평가	협력자 발표
기간	21.01.01 - 21.01.31	21.02.01 - 21.02.12	21.02.21 - 21.02.23	21.02.26
	-			
내용	자유 주제 OR 당사 관련	서류 심사	PT 면접	최종 2팀

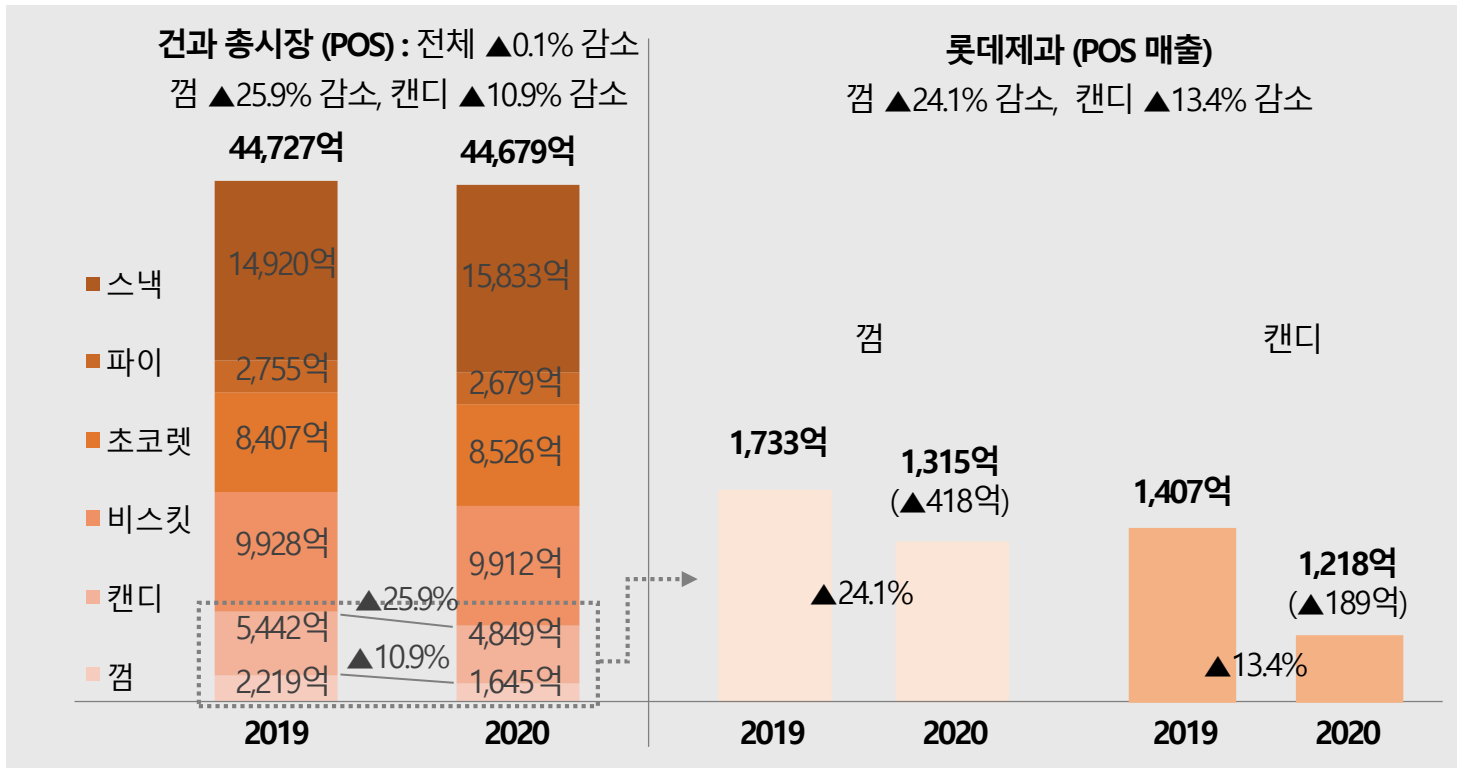
※ 1차 평가 통과자 시상금 지급(50만원)

2021년 Guidance | Post COVID-19



COVID-19 발생후 제과 시장은 껌/캔디 시장이 감소되었습니다. 이는 마스크 착용으로 인한 취식의 불편함, 소매점 방문객 감소로 인한 Cashier 매대 위주에 진열된 껌/캔디 구매가 줄었기 때문으로 분석됩니다. COVID-19 기간 동안 롯데제과는 초코렛/스낵 신제품을 도입하여 껌/캔디 매출 감소분을 만회하였습니다. COVID-19 종료 이후 제과 시장은 껌/캔디 시장이 점진적으로 회복될 것으로 예상되므로 롯데제과에 기회요인으로 작용할 것으로 예상됩니다.

[2019-2020년 제과 시장]



[2021년 주요 MKT 계획]

후레쉬민트 재출시 (21.1월)
 - 맛과 향수를 잊지 못하는 매니아 요구 반영
 - 페퍼민트 트렌드 고려

신제품 몽쉘 젤리 출시 (21.2월)
 - 몽쉘의 특징을 살린 3층 구조 젤리
 - 모양/맛/식감에 재미(Fun)있는 요소 가미

자일리톨 IMC 활동 강화 (연중)
 - TV 광고 시행 (충치 예방 기능)
 - 공익광고 캠페인 (마스크속 구강 관리)

외출/야외활동 확대 대비 관련제품 운영 확대
 - 줄임껌, 운동할 때 씹는 껌

주) POS기준 매출 / 건과 전체 기타 포함 (19년 : 1,056억, 20년 : 1,237억)

2021년 Guidance | 글로벌 사업



2021년은 COVID-19 이전 수준으로 글로벌 사업을 회복하는 것이 1차적 목표입니다.
 또한 한국 LOTTE Brand 중 현지에서 경쟁력을 갖을 수 있는 제품을 Global Mega Brand로 지속 육성할 예정입니다.
 - 초코파이, 빼빼로, GUM 우선 육성

[21년 국가별 매출 전망]

		19년	20년	21년(P)
COVID-19 악영향	인도 빙과	2,182억	1,586억	<i>코로나 이전(19년) 매출액의 80-90%</i>
	벨기에	1,020		
	싱가폴	1,054		
		108		
COVID-19 선방	카자흐스탄	3,818억	3,657억	<i>코로나 이전(19년) 매출액의 100-105%</i>
	파키스탄	1,928		
	미얀마	919		
	러시아	302		
	중국	514		
		155		

주) 21년 인도 건과 예상(20년 연결): 코로나 이전 매출(19년 698억) 대비 80-90% 전망

[국가별 주요 Brand]

 인도	[빙과] 하브모어(Havmor) 롯데 월드콘 출시 - 하브모어 → 구자라트주 M/S 1위 (2위 Amul 24%) [건과] 롯데인디아 초코파이 M/S 1위 - M/S 91.7% (Nielsen, 2020)	
 벨기에	벨기에 정통 Mass Premium 선물용 초코렛 - Retail, 온라인 상시 판매 가능 제품(Bar) 확대	 The World's Favourite Belgian Chocolates
 카자흐스탄	라하트(Rakhat), 카자흐스탄 1위 제과 브랜드 - 제과 M/S 1위, 국민브랜드 보유 (Kazakhstanskiy) - 현지 로컬 브랜드 인지도 조사 1위 (FORBES, 2018) 롯데 초코파이 출시	
 러시아	러시아 초코파이 3rd Line 투자 진행	

2021년 Guidance | ESG 경영

2020년 롯데제과의 ESG 평가 등급은 A등급 입니다. 이는 동종 업계에서 상위 등급에 해당하는 결과입니다. 앞으로도 보다 고도화된 ESG 활동을 통해 지속가능경영을 실천하고자 합니다.

[2019-2020년 롯데제과 ESG 평가 결과]



2019년



Environmental : A
Social : A
Governance : B⁺

2020년



Environmental : A
Social : A⁺
Governance : B⁺

[주요 사회 공헌 활동]

국 내



스위트 팩토리(10년-)
- 체험식 과자 박물관



나무루 포레스트(19년-)
- 도심 숲 조성 캠페인



닥터자일리틀 버스(13년-)
- 소외지역 이동진료



스위트 스쿨(20년-)
- 방과후 학교 환경 개선



스위트 홈 사업(13년-)
- 지역아동센터(8개)



친환경 포장재 개발(21년-)
- 한슬제지와 카카오판지 개발

코로나 극복 위한 지역 사회 나눔 실천

- 공공기관 기부금 전달 / 의료 및 보호기관 제과류 제품 지원



미얀마



인도



카자흐스탄

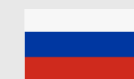
해 외



해양 생태계 보호 활동 '해마 프로젝트' 지원(98년-)
- 길리안 브랜드 아이콘 해마 연계



자연 재해 구호 / 지역사회 도서관 건축 지원(15년-)
NGO 단체 통한 교육기관 지원(18년-)



러시아 푸시킨 신인 문학상 시상 후원(17년-)
- 年 1회 후원 / 초코파이 포장재에 홍보 문구 삽입

Blueprint | 21-23년

국내 사업은 건과, 빙과, Health food, 제빵 모든 사업부에서 매출 성장 및 이익 개선이 예상됩니다.

해외 사업은 코로나 영향 회복과 더불어 Local Brand 중심 운영 법인에 LOTTE Brand를 도입하는 작업을 중점적으로 진행할 예정입니다.

[국내 사업 긍정적 영향 요소 & 관리 Point]

건 과	온라인 채널	22년 전사 매출액 대비 10% 이상 목표
	Trend 선도 신제품	Baked 스낵, 디저트, 기능성 제품
	껌 / 캔디 매출 회복	22-23년 COVID-19 이전 수준 회복 예상
	새로운 가격 제도	21-23년 100억 수준 이익 개선 예상
빙 과	온라인+아이스전문점	21-23년 CAGR 10% 예상
	Trend 선도 신제품	가정용 제품, 비수기용 제품
	프리미엄 (나뭇루)	비건 제품, 시그니처 매장
	롯데그룹 빙과 사업	빙과 업계 Key player 변동 대응
Health Food	초유프로틴 365	제품군 확대 (RTD 타입 등)
	퀘이커	마케팅 확대, 마시는 퀘이커 확대
	Trend 선도 신제품	Unique 신제품 도입 (개별 인증)
제 빵	양산빵/냉동빵	베이커리 매장 수준 고급화
	이익 개선	점포 철수 효과 극대화
	Trend 선도 신제품	고급 디저트 제품

[해외 사업 관리 방향]

COVID-19	인도, 벨기에 코로나 영향 회복
Brand	Local Brand 수익성 강화 + LOTTE Brand 도입
카자흐스탄	 +  
파키스탄	 +  
인도	 + 
미얀마	 +    

마지막으로

2020년 배당금은 주당 1,600원으로 결정하였습니다. (전년 대비 300원 인상, 시가 배당율 1.6%)

아울러 이번 제4기 정기 주주총회에는 전자투표제를 도입하여, 주주들의 안전과 의결권 행사의 편의를 제고하겠습니다.

앞으로도 새로운 먹거리 발굴을 통한 미래 성장 동력 구축, 경영 효율 개선 및 글로벌 경영을 통해 주주/투자자 여러분의 성원에 보답하는 롯데제과가 되도록 노력하겠습니다.

아울러 2021년은 시장의 다양한 의견을 청취하는 보다 소통하는 롯데제과가 되겠습니다. 감사합니다.

롯데제과 IR팀

팀장 김 현 덕

02) 2670-6527

대리 김 세 원

LCONF_IR@lotte.net