

# 싱가폴 NDR

2022.11.9~11 | 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.

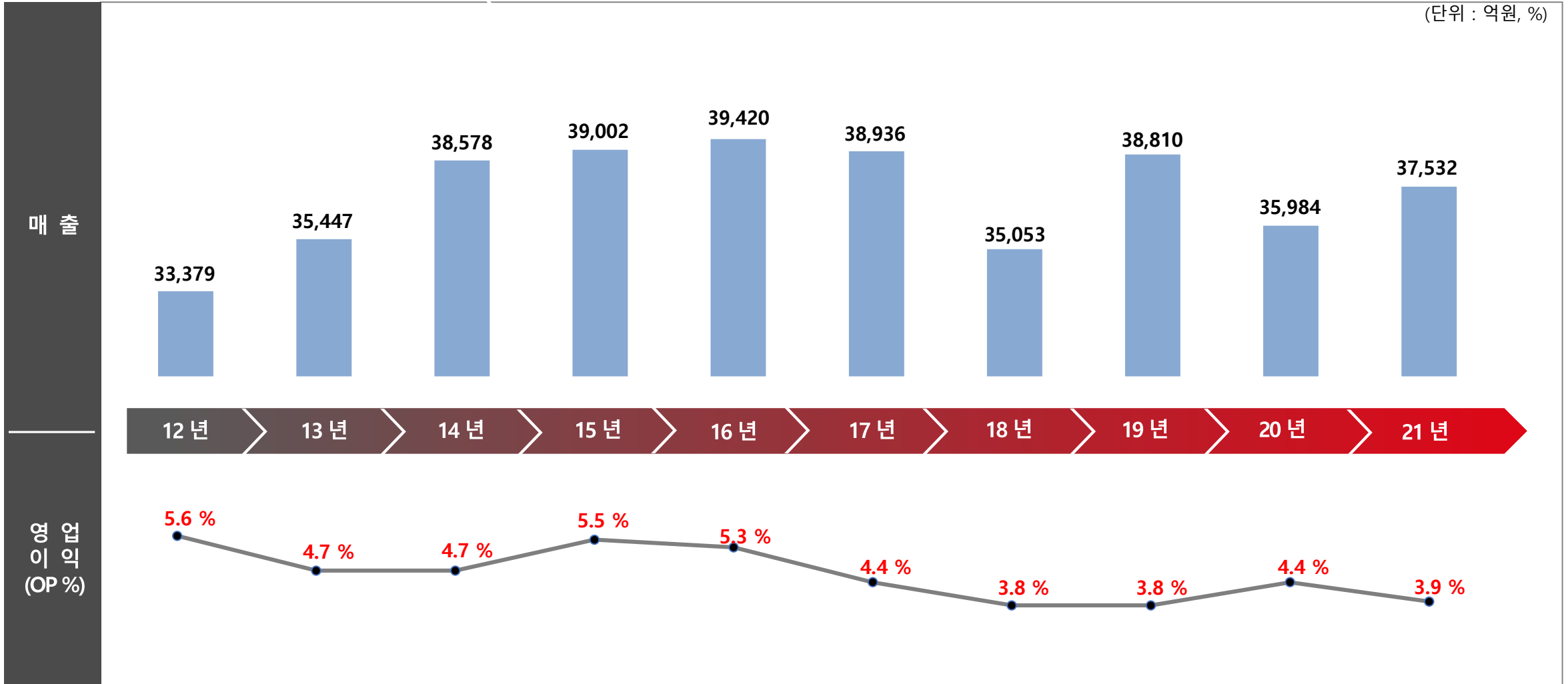
본 자료의 재무 정보는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 따라 작성되었으며  
본 자료는 최근 경영 상황과 관련된 당사의 주관적 판단 및 향후 전망을 포함하고 있습니다.  
향후 경영환경 변화 및 전략 수정 등 불확실성에 따라 실제와는 달라질 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

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.

2022년 11월 1일

롯데제과 IR팀

# 10개년 실적



Note. 각 사 합병 전 내부 관리 기준으로 공시 숫자와는 다름.

# 합병 개요

• 중복사업 통합 및 조직 효율화를 통한 수익성 개선을 위해 7월 1일 부 롯데제과로 합병 진행

<p><b>롯데제과</b></p>	<p><b>21,454억</b> (7,219억)</p>	<p>매출 (시가총액)</p> <p>공장</p> <p>종업원 수</p> <p>해외 법인</p> <p>사업 분야</p> <p>대표 제품</p>	<p><b>롯데푸드</b></p>	<p><b>16,078억</b> (3,760억)</p>
<p>7개 (영등포, 대전 등)</p>	<p>4,349명</p>		<p>10개 (천안, 김천 등)</p>	<p>1,940명</p>
<p>9개 법인 (인도, 카자흐스탄, 러시아, 벨기에 등)</p>			<p>없음</p>	
<p>건과, 빙과, Bakery</p>			<p>빙과, 유지, 식품, 육가공, 유가공, HMR 등</p>	

구분	롯데제과	롯데푸드					
합병 가액	114,795원	322,020원	3/23	5/27	6/29	7/1	7/20
합병 비율	1	2.8051744	이사회	주주총회	주식매수청구 대금 지급	합병일	합병 신주 상장
			합병계약 승인완료	합병계약 승인완료			

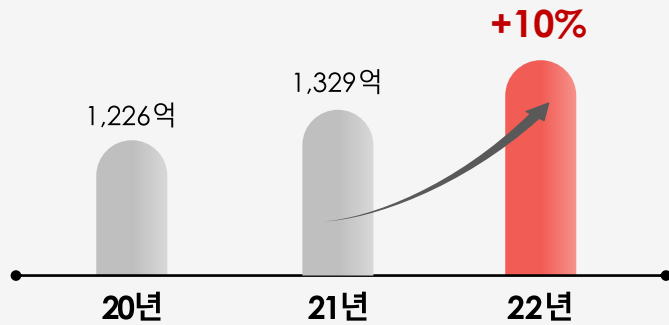
# 합병 시너지\_성장 기회 확보

## 수출 활성화

내용

- **빙과 수출 통합**  
글로벌 마켓 트렌드 통합 대응  
제품/거래처 통합을 통한 Scale 극대화 (30개국 수출)
- **수출 신시장 및 카테고리 확대**  
양사 거래선 활용, 각 미개척 국가/채널 신규 매출 창출
- **제과 해외법인 연계, 푸드 제품 글로벌 진출**

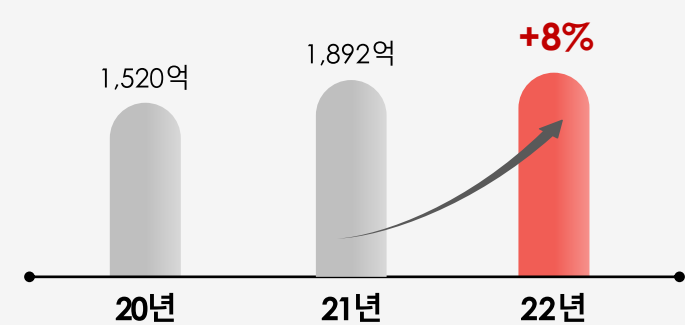
매출액



비중 (%) '21년 3.5% → '25년 5~7%

## 온라인 역량 강화

- **온라인 매출 확대**  
제과 소분처 활용, 소분 품목 확대  
이커머스 조직 통합/확대 통한 체계적 매출 관리
- **통합 물류 효율화**  
쿠팡, 이베이 등 중복 거래처 합배송  
온라인 전용 센터 도입 통한 미납율 개선



비중 (%) '21년 5% → '25년 25%

# 합병 시너지\_인프라 통합

## 빙과 영업 효율화 (중복 사업 통합)

내용

영업소 63개 > 43개

지사 20개 > 12개

## 생산 인프라 통합

빙과 4개 > 2개

제빵 3개 > 2개

육가공 2개 > 1개

## 물류 인프라 통합

빙과 물류 거점 센터 통합  
16개 (제과9, 푸드7)  
→ 5개 (기존3, 신규2)

타 사업 물류거점 최적화 컨설팅 진행중



시너지

- ☉ 통합 및 대형화  
보관 Capa Up  
영업소 채널 전문화
- ☉ 변동비 절감  
판촉장려금 축소  
약정지원율/거래처 마진율 조정

- ☉ 자동화  
설비 Capa Up, 포장 자동화  
팔레트 적재 자동화
- ☉ 고정비 감소  
조업률 향상, 라인수 감소  
인원 절감

- ☉ 자동화 및 대형화  
보관 Capa Up  
입출고 작업 효율 향상
- ☉ 물류비 감소  
수배송 거리 단축  
역물류 제거

# 사업 전략 \_ 국내 사업

## 사업 효율 강화

### 제품 합리화

#### 무분별한 제품 출시 지양 / SKU 운영 최적화

- 건과 SKU : 582개 (21.12월) → 457개 (22.9월)
- 빙과 SKU : 700개 (합병 전) → 400개 (합병 후) → 303개 (22.12월)

### 가격 경쟁력 제고

#### 행사 판매 축소 (1+1 행사, 지원율 관리 등)

- D/C율 (1~9월) : 건과 ▲3.7P, 빙과 ▲10.8P
- 판매단가 (1~9월) : 제과 +11.9%, 푸드 +19.3%

#### 월말 PUSH 매출 근절 / 저수익 판매처 거래 중단

- 반품 (1~9월) : ▲22억

### 수출 / EC 활성화

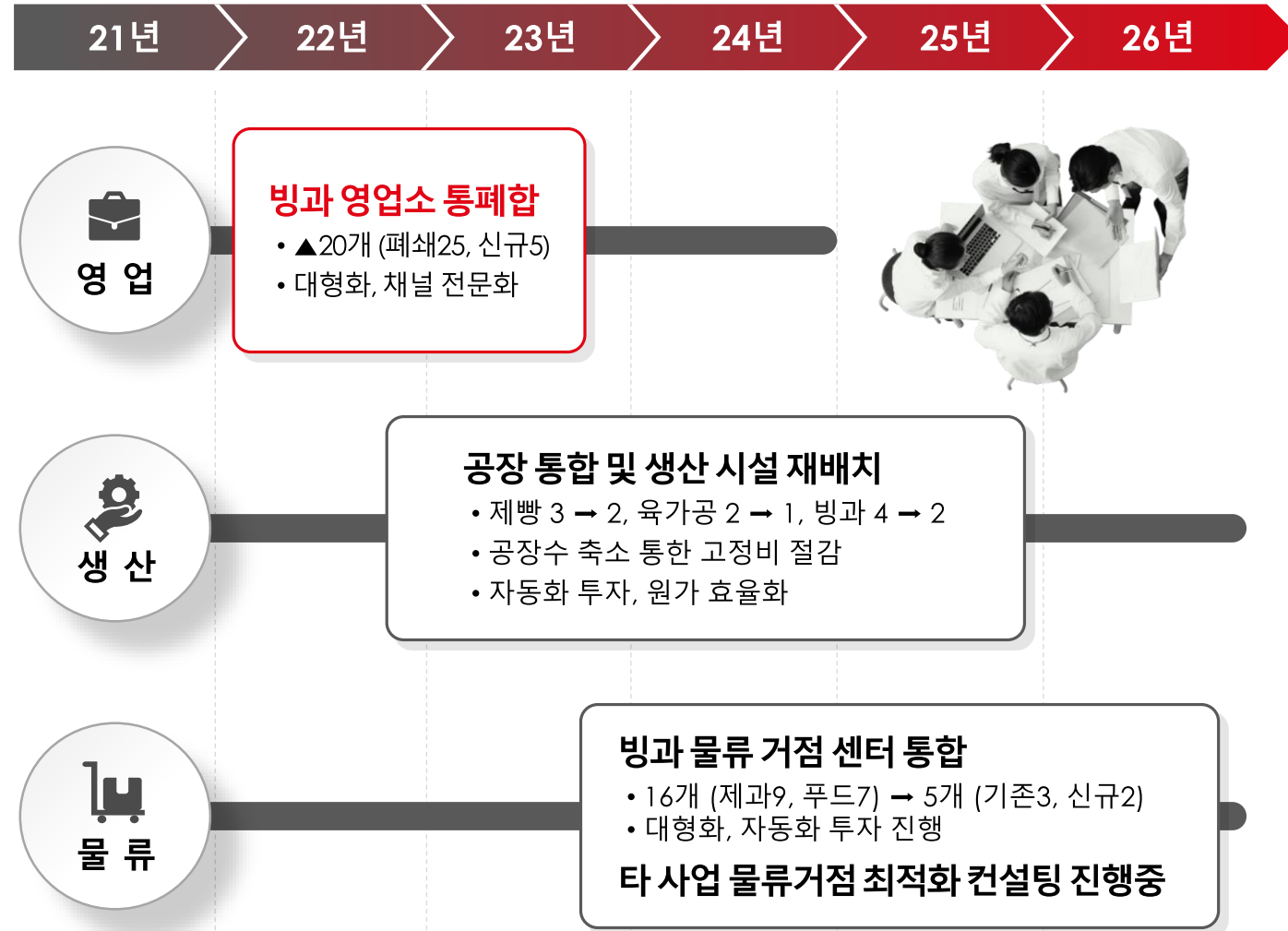
#### 수출 품목 및 지역 확대 (22.3Q 매출 443억, 전년비 +30%)

- 제과/푸드 거래선 조정 및 품목 교환 완료
- 몽골, 카자흐스탄 : 식자재, 캔햄 등 판매 개시 (22.10월)
- 파키스탄 : 분유 거래선 선정 및 제품 등록 (23년 판매)

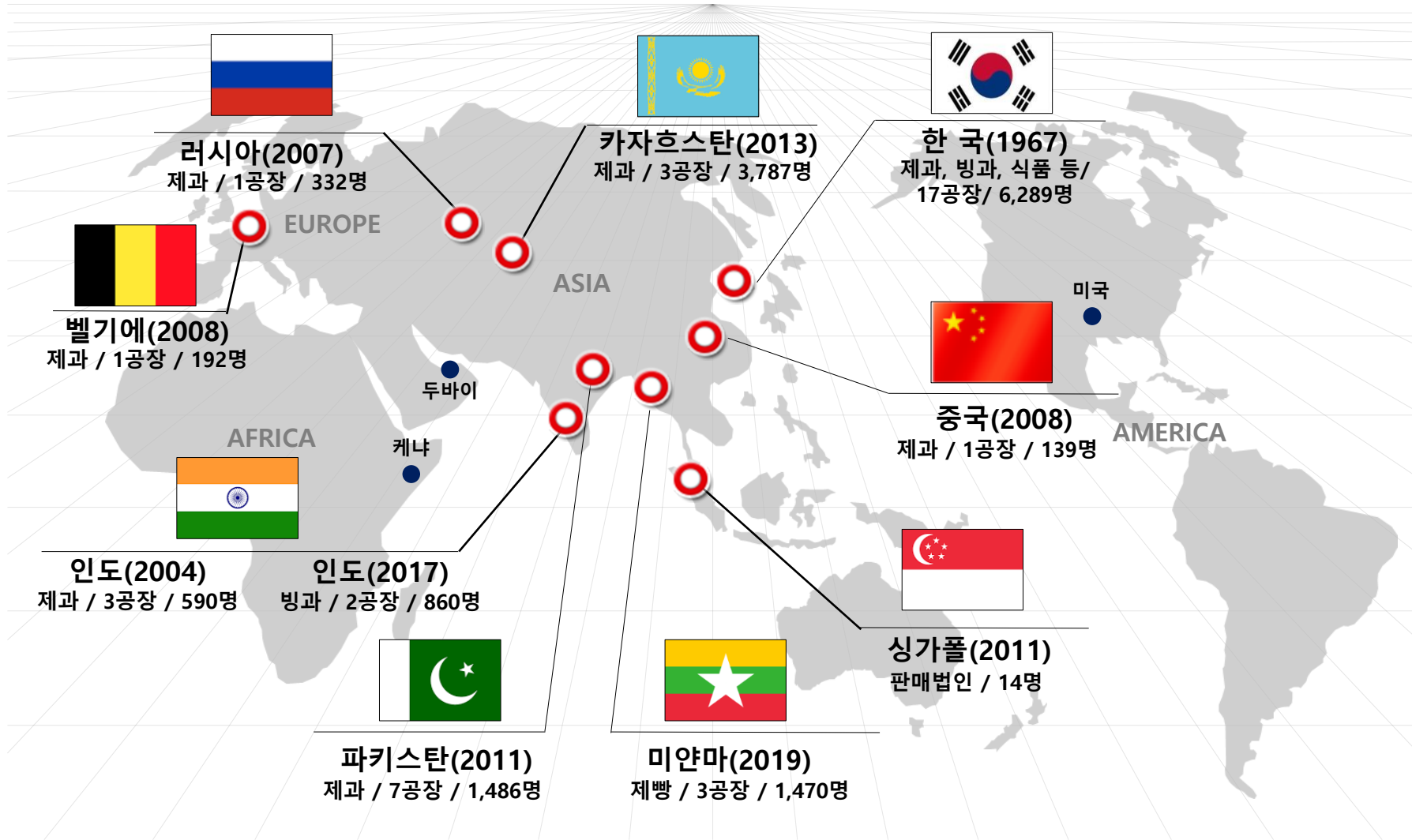
#### E-commerce 채널 역량 강화

- D2C 채널 확대를 위한 풀필먼트센터 도입
- 기획 테마, 구색 다양화를 통한 소비자 관심도 강화

## Value Chain 효율화



# 글로벌 사업장



구 분	공장수
제 과	7개
푸 드	10개
해 외	21개
합 계	38개

종업원 수  
**Total 15,159**  
 (2021년 12월말)

# 사업 전략 \_ 해외 사업

- 지속가능한 성장을 위해, **LOTTE 브랜드의 정착과 육성 및 현지 브랜드는 슬림화 진행**
- 중장기적으로는 **①성장성, ②수익성, ③확장성을 기준으로 사업 합리화 추진**

## 단기 추진 방향

### LOTTE 브랜드 집중

- ◎ **메가 브랜드 육성 집중**
  - 초코파이 : 인도, 러시아, 파키스탄, 중국
  - 빼빼로 : 인도, 러시아, 카자흐스탄
- ◎ **LOTTE 브랜드 사업 카테고리 다양화**
  - 제과 + 푸드 (HMR, 냉동식품, 유지 등)
- ◎ **LOTTE 브랜드 인지도 강화**
  - 광고비 집중 투입 (커뮤니케이션 강화)

### 로컬 브랜드 합리화

- ◎ **현지 브랜드 슬림화 통한 수익구조 개선**
  - 국가별 저성장 카테고리 축소
  - 해외 437개 브랜드, 1,846개 SKU 운영 (21년 말)
- ◎ **점진적 사업 합리화 통한 체질 개선**
  - SKU → 라인 → 국가



## 장기 추진 방향

### 선택과 집중을 통한 사업 체질 개선



#### LOTTE 브랜드 시장 지배력 강화

- 핵심 지역 LOTTE 브랜드 관리 일원화
- 유의미한 브랜드 인지도 및 M/S 확보



#### LOTTE 브랜드 생산 현대화 투자 확대

- 투자 자원 해외 선순환 구조 정착



#### 미래 성장 동력 확보

- 글로벌 Big 브랜드 M&A (안전성, 확대성 기반)

# 사업 전략 \_ 미래사업 추진전략

## Health & Wellness

목적	건강식품 경쟁력 강화를 위한 식품사 통합 전략 수립
조직	<ul style="list-style-type: none"> <li>Health&amp;Wellness TF 팀 운영 예정</li> <li>제과/칠성 마케팅 + 연구소 협업</li> </ul>

타케팅	식사, 간식, 음용 대체 용도 및 Life cycle 기반 제품 개발
카테고리	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meal: 외식서비스, HMR, Care-food</li> <li>Non-meal: 건강기능식품 등</li> <li>Alternative: Plant-based, 동물성 대체육 등</li> </ul>

## 대체 식품 발굴 (곤충단백질)



**설립**  
2016년 1월 1일

**소재지**  
캐나다 온타리오주 런던시

주요사업	귀뚜라미 자동화 사육 → Pet food 업체 납품
사업규모	22년 연간 매출액 \$22백만 예상
투자방식	90억원, 3.1% 지분 취득
시장전망	곤충 단백질 시장 <sup>1</sup> : 20년 3,580억원 / CAGR 27% (21~28년)
사업 시너지	<ul style="list-style-type: none"> <li>식용 곤충단백질 아시아 공급 기회 확보</li> <li>곤충단백질 함유 카테고리 확장 검토 (식품, 사료 등)</li> </ul>

## HMR 제조 역량 확보 (밀키트)



**설립**  
2018년 6월 8일

**소재지**  
부산광역시 기장군

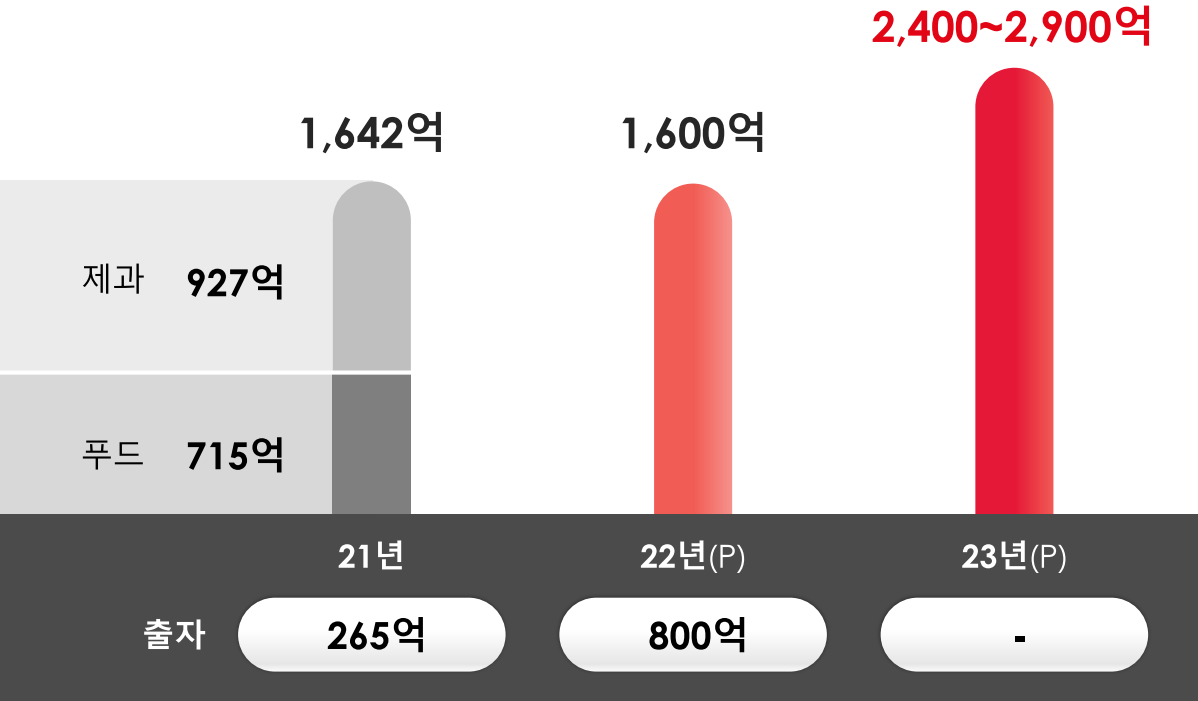
주요사업	냉장 밀키트 제품 개발 및 제조
사업규모	22년 연간 매출액 400억 예상 (업계 3위)
투자방식	65억원, 18.7% 지분 취득
시장전망	국내 HMR <sup>2</sup> (밀키트) : 21년 2,385억원 → 25년 7,250억원 (CAGR 32%)
사업 시너지	<ul style="list-style-type: none"> <li>원가경쟁력 및 생산 CAPA 확보 (3만식/일)</li> <li>제품 개발 역량 확보 및 현장 대응력 개선</li> </ul>

Note1. 미국 시장조사 전문기관, Grand View Research

Note2. Euromonitor

# Capex / 재무 현황

## Capex계획 (국내)



**1 해외법인 사업 안정화 ➔ 출자 비중 점진적 축소 전망**  
 -21년 출자: 러시아 법인 225억 외

**2 영업현금흐름 고려하여, 안정적 투자 집행 예정**  
 -자금시장 변동성 증가에 따라 시나리오 별 대응 전략 수립

## 재무 현황

신용등급

장기 **AA Stable**

단기 **A1**

연환산 기준

구분	21년 말	22.9월 말
자산	39,382억	<b>42,005억</b>
자본	21,130억	<b>22,264억</b>
부채	18,252억	<b>19,741억</b>
총차입금	10,665억	<b>12,043억</b>
순차입금	6,596억	<b>8,268억</b>
(부채비율)	86.4%	<b>88.7%</b>
(총차입금비율)	27.1%	<b>28.7%</b>
매출	37,532억	<b>30,480억</b>
영업이익	1,470억	<b>1,159억</b>
(영업이익율)	3.9%	<b>3.8%</b>
EBITDA	3,209억	<b>3,370억</b>

Note1. 21년 재무 현황 : 합병 전 롯데제과와 롯데푸드를 단순 합산한 기준

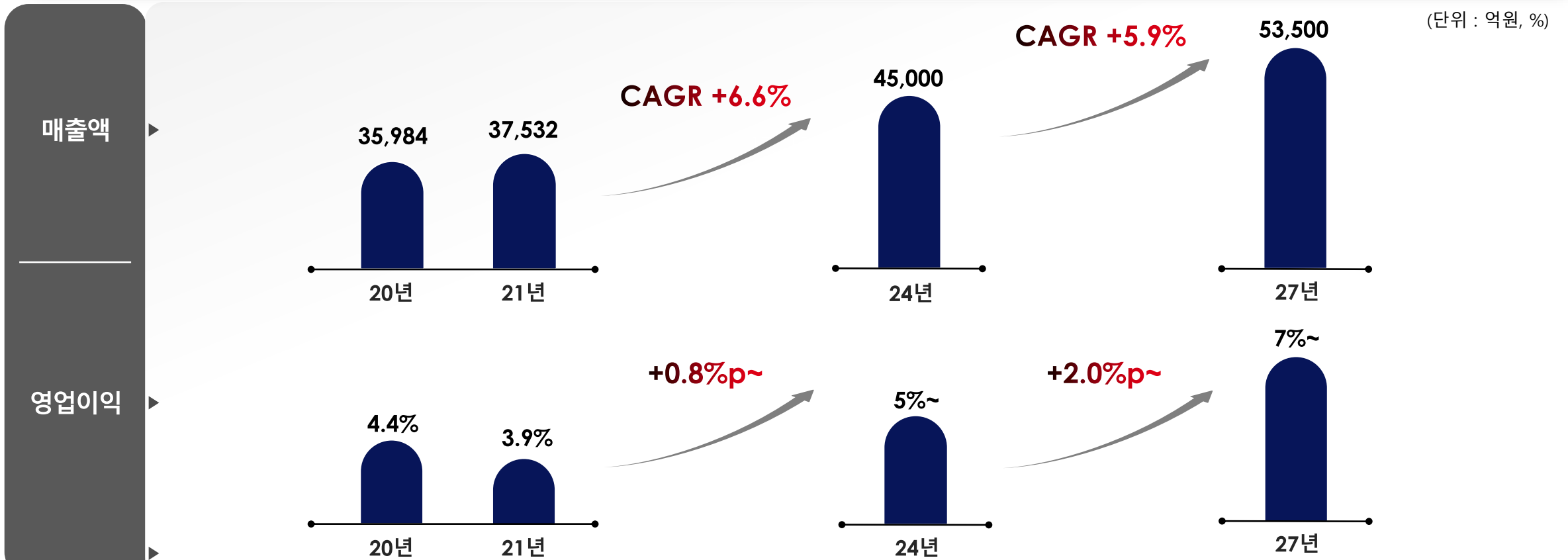
Note2. 22.9월 누계 손익 : 롯데푸드 실적 포함 기준 (공시데이터와 차이가 있음)

# 중장기 Guidance

- ◉ 코로나에 따른 매출 성장 둔화
- ◉ 원가 부담액 증가에 따른 손익 감소
- ◉ 성장기조 유지 위한 비용 증가



- ◉ 중복 사업 및 핵심수익사업 시너지 효과 강화 (합병 시너지 유도)
  - 빙과, 글로벌, EC 등
- ◉ Health & Wellness 사업 강화 (신사업 확대)



Note1. 21년 실적 : 합병 전 롯데제과와 롯데푸드를 단순 합산한 기준(내부거래 제외)

## 마지막으로

본 자료에 대한 문의사항 등은 아래의 담당자에게 연락 주시면  
Compliance 규정을 준수하여 최대한 성의껏 답변 드리겠습니다.  
감사합니다.



롯데제과 IR팀

| LCONF\_IR@lotte.net

# 전사 실적\_3Q22

(단위 : 억, %, %P)

구분	21.3Q	22.3Q	YoY	
			금액	%(%P)
<b>매출액</b>	<b>10,006</b>	<b>11,033</b>	<b>1,027</b>	<b>10.3</b>
제과 사업	4,953	5,051	98	2.0
푸드 사업	3,459	4,031	572	16.6
해외 사업	1,697	2,086	389	22.9
<b>영업이익</b>	<b>623</b>	<b>572</b>	<b>▲51</b>	<b>▲8.1</b>
제과 사업	438	458	20	4.5
푸드 사업	83	33	▲50	▲59.6
해외 사업	131	117	▲14	▲10.7
<b>Margin(%)</b>	<b>6.2</b>	<b>5.2</b>	<b>▲1.0P</b>	
제과 사업	8.8	9.1	0.3P	
푸드 사업	2.4	0.8	▲1.6P	
해외 사업	7.7	5.6	▲2.1P	

**매출 +10.3%, 영업이익 ▲8.1% 감소**

**3분기 합병 관련 일회성 비용 69억 제외 시, 영업이익 3% 증가 ✓**

**제과 사업** 건과 (껌, 캔디, 초콜릿 등), 빙과, Bakery 등

빙과 PMI진행에 따라 매출 및 이익 감소 하였으나, 건과 가격인상 효과로 손익 방어

**푸드 사업** 유지, 식품 등, 육가공, 유가공, HMR

판가인상 및 리오프닝 영향으로 매출 신장하였으나, 유지 부문 이익 기여 감소 및 B2C 원가 부담 증가로 손익 감소

**해외 사업** 인도, 카자흐스탄, 벨기에, 러시아, 파키스탄 등

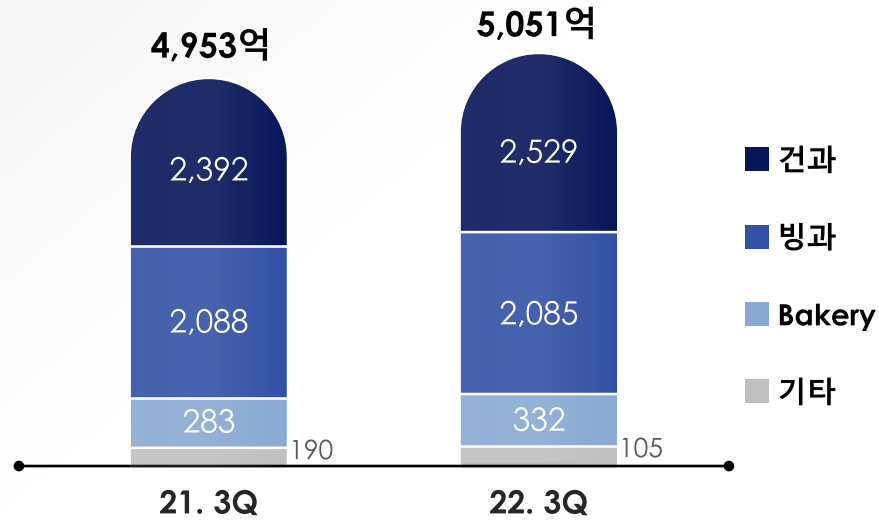
리오프닝 영향으로 주요 법인 매출 고신장 하였으나, 기저효과 감소 및 원가 부담 증가로 손익 감소 (인도 빙과 법인 비수기에 따른 고정비 부담)

Note1. 본 자료는 이해를 돕기 위하여 합병 전 롯데푸드의 실적을 단순합산 하였음 (공시 데이터와 차이가 있음)  
 ※ 공시 자료 작성 기준 : (당년도) 롯데제과 1~9월 + 롯데푸드 7~9월 / (전년도) 롯데제과 1~9월 (롯데푸드 실적 미반영)

# 제과 사업부문\_3Q22실적

가격인상 및 빙과 사업 효율화를 통한 원가 부담 상쇄

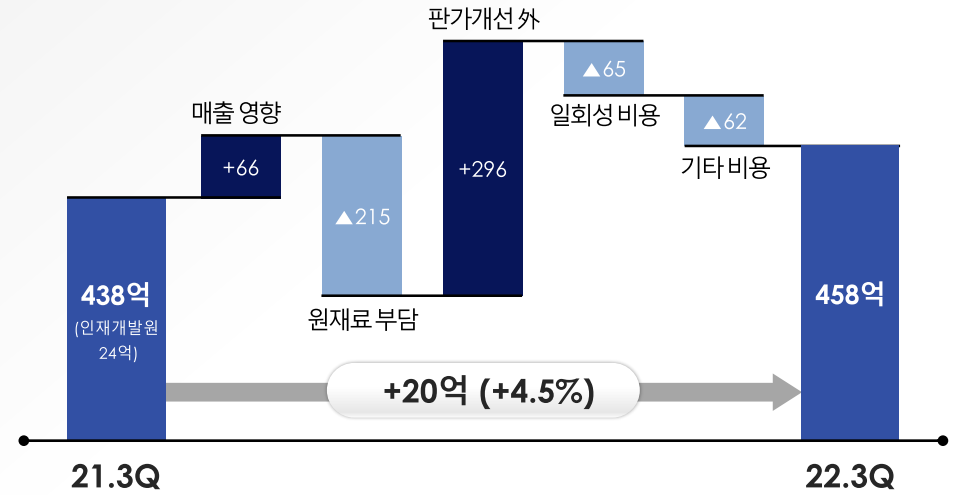
## 매출액



제과 사업부문 매출 전년비 +2.0% 증가 (+98억)

구분	내용	YoY
건과	22.4월 진행한 가격인상 효과 반영	+5.7%
빙과	일기 영향 및 SKU 최적화에 따른 수량 감소	▲0.1%
Bakery	캐릭터 빵 판매 호조 및 대리점 가격인상 영향	+17.1%
인재개발원	22.1월부 교육 사업 지주 이관	▲79억

## 영업이익

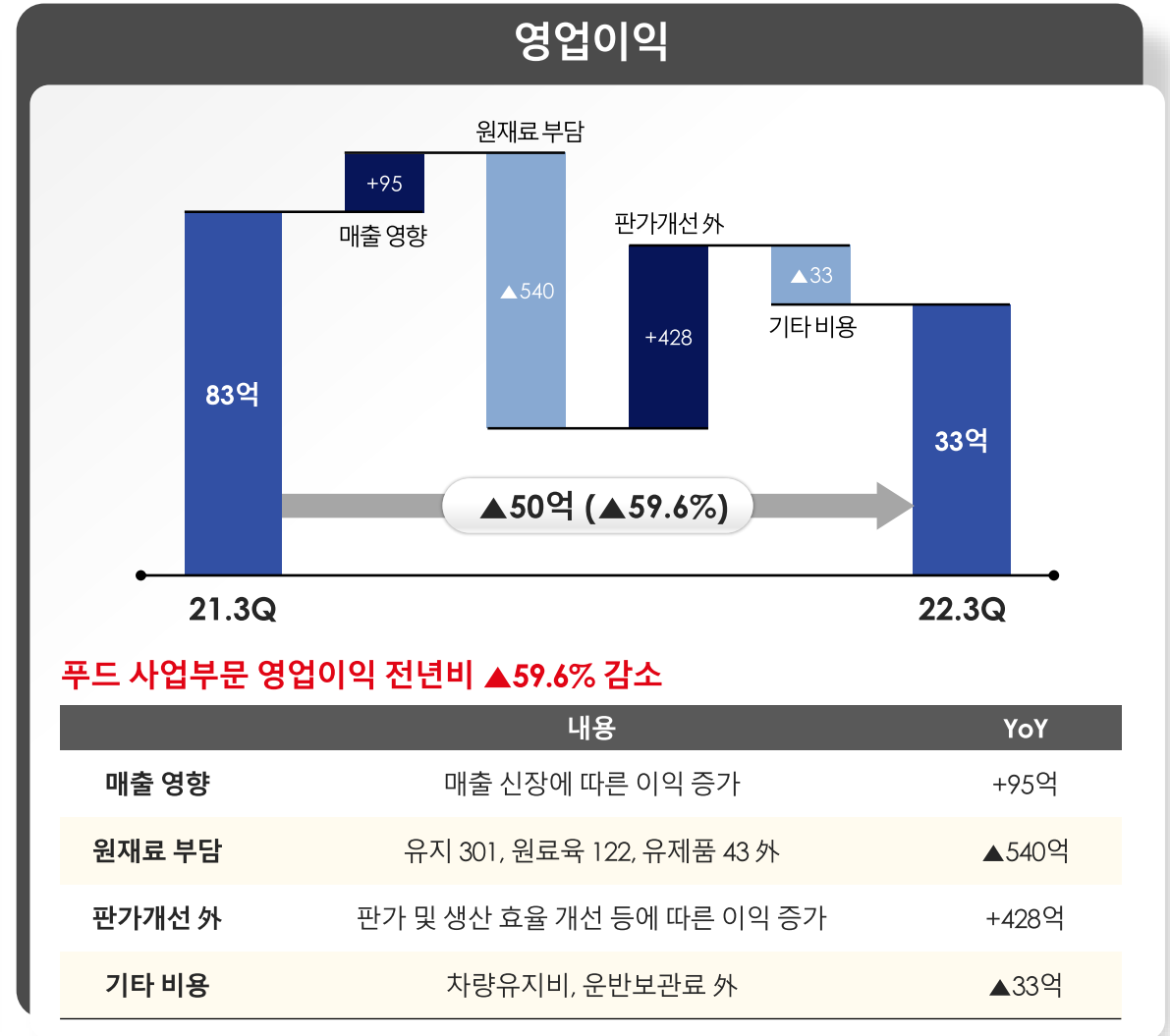
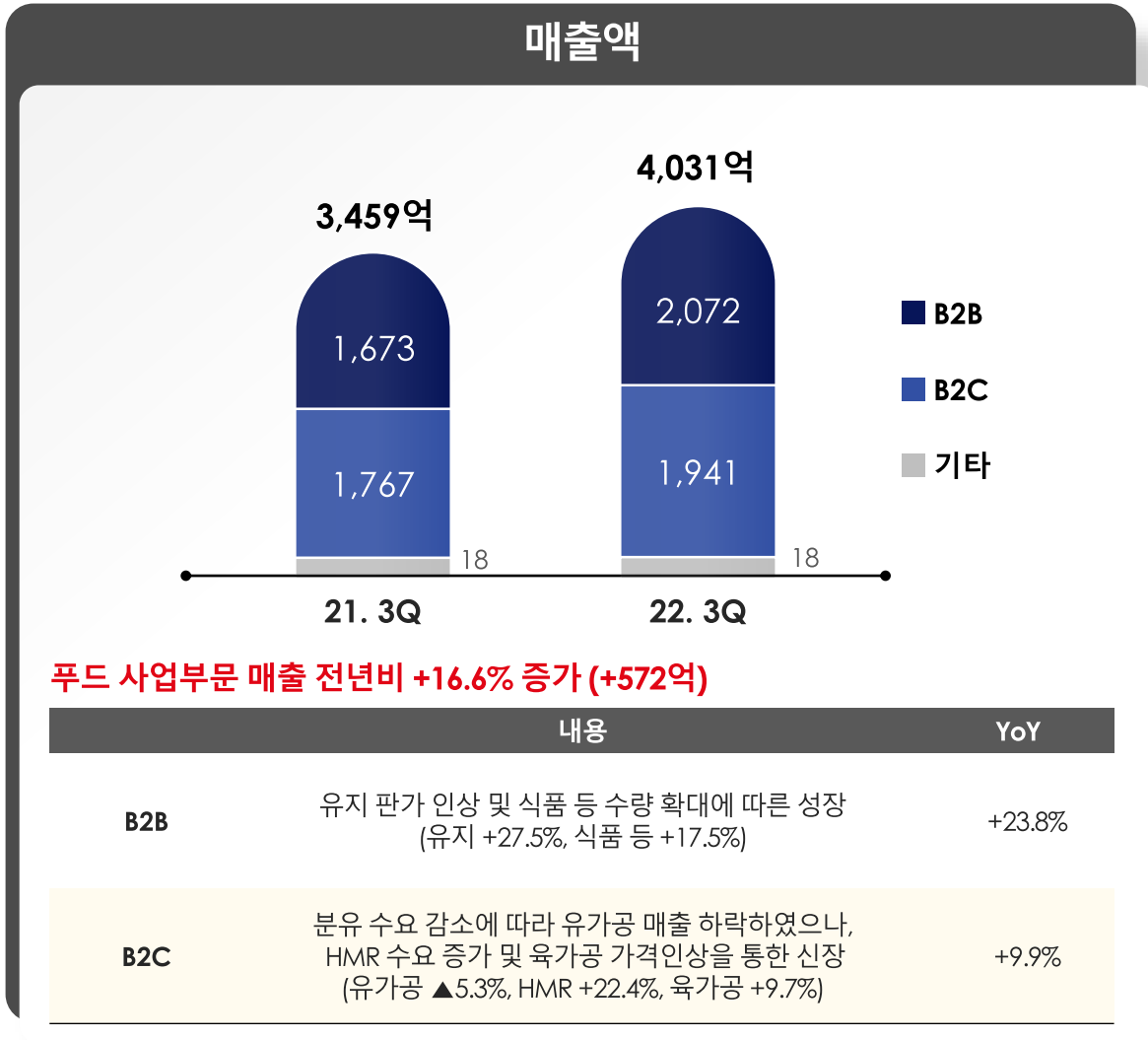


제과 사업부문 영업이익 전년비 +4.5% 증가

구분	내용	YoY
매출 영향	매출 신장에 따른 이익 증가	+66억
원재료 부담	유제품 62, 유지 34, 소맥분 25 외	▲215억
평가개선 외	평가 및 생산 효율 개선 등에 따른 이익 증가	+296억
일회성 비용	합병 취득세 및 컨설팅 등	▲65억
기타 비용	판매수수료, 수출운반비 외	▲62억

# 푸드 사업부문\_3Q22실적

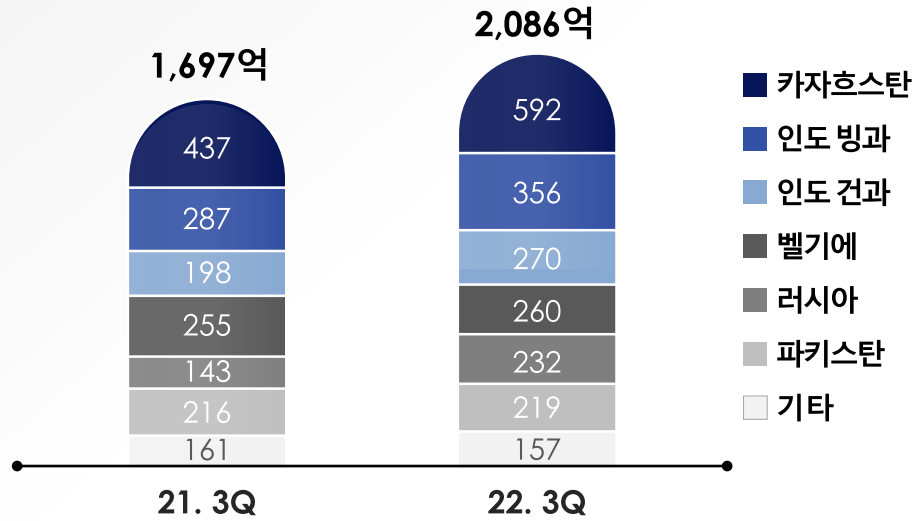
B2B 판가인상 및 리오프닝 영향으로 손익 개선되었으나, B2C 원가 부담으로 인한 전체 이익 감소



# 해외 사업부문 \_3Q22실적

리오프닝 효과로 매출 신장 하였으나, 원가부담으로 인한 이익 감소

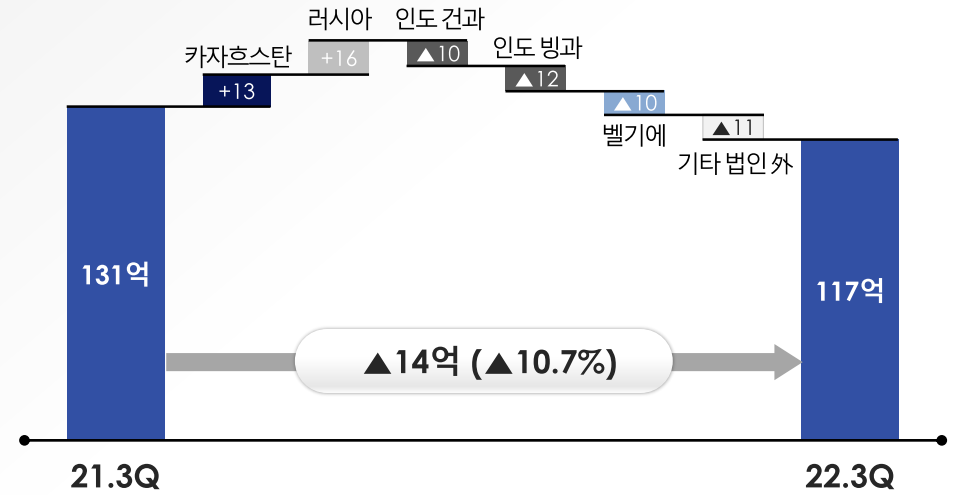
## 매출액



해외 사업부문 매출 전년비 +22.9% 증가 (+389억)

구분	내용	YoY
인도	시장 커버리지 지속 확대에 따른 매출 성장 (전년 기저효과 감소 및 빙과 비성수기로 2Q 대비 성장률 둔화)	+29.1%
카자흐스탄	가격인상 및 초코바 신제품 효과	+35.6%
러시아	가격인상 및 우호적 환율 효과	+62.3%
파키스탄	스낵/파스타 판매 확대 (현지화폐 +18.4%)	+1.6%

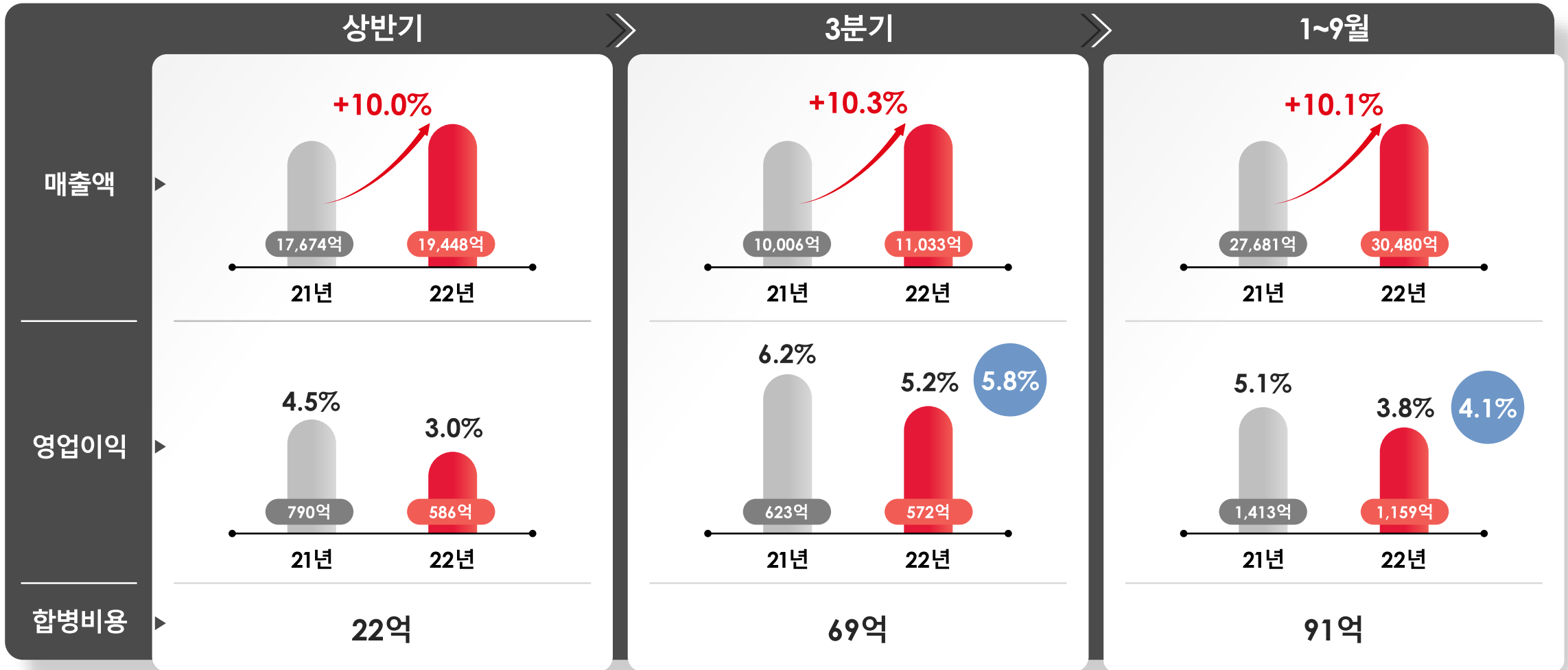
## 영업이익



해외 사업부문 영업이익 전년비 ▲10.7% 감소

구분	내용	YoY
카자흐스탄	매출 신장에 따른 이익 증가	+13억
러시아	환율 안정화로 외자원료 구매부담 축소	+16억
인도	원재료 부담 영향 (쇼트닝, 초코, 크림 등)	▲22억
벨기에	브랜드 리뉴얼 홍보 광고비 투입 영향	▲10억
중국	내수 침체에 따른 매출 감소로 고정비 부담 발생	▲10억

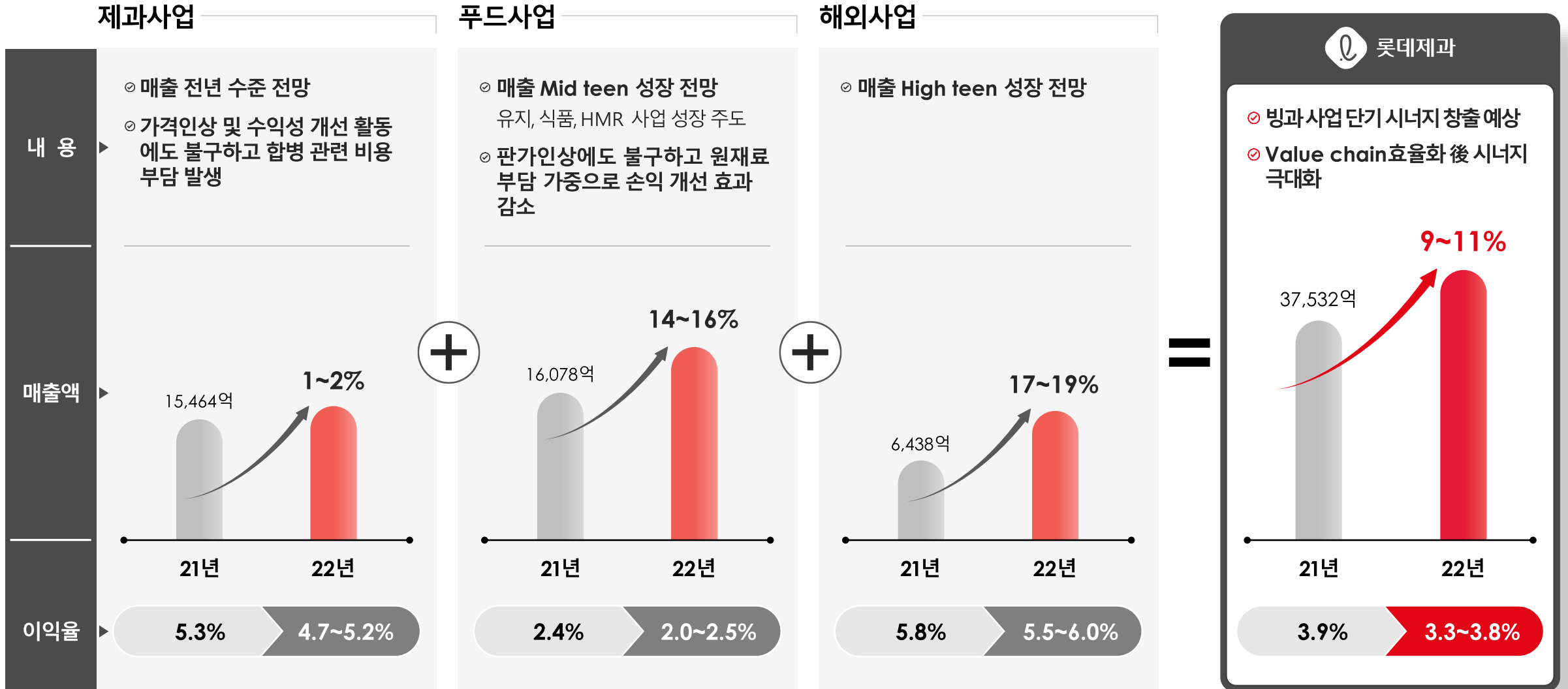
# 전사 실적\_3분기 누적 실적



Note1. 본 자료는 이해를 돕기 위하여 합병 전 롯데푸드의 실적을 단순합산 하였음 (공시 데이터와 차이가 있음)

**합병 관련 일회성 비용 연간 약 100억 부담 예상, 합병비용 제외시, 3분기 영업이익 전년비 18억 개선**

# 2022년 Guidance

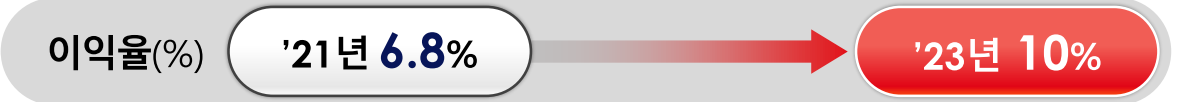


Note1. 21년 실적 : 합병 전 롯데제과와 롯데푸드를 단순 합산한 기준

# 사업 전략 \_빙과 사업 통합

	3Q	4Q	23년
조직	<ul style="list-style-type: none"> <li>• One Leader 조직 운영</li> <li>• 20개 지사 / 63개 영업소</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영업장 통합 지사 12개 (▲8개) 영업소 45개 (▲18개)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통합 조직 효율화 영업소 43개 (▲2개)</li> </ul>
제도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제과, 푸드 영업제도 이원화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 10/1부 영업제도 일원화 거래처 장려금 / 지원율 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BAR 정착제 전환 췌 Category 정착제</li> </ul>
브랜드	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 비효율 SKU 축소 (478개 → 400개, ▲78개)</li> <li>• 메가 브랜드 7종<sup>1</sup> 집중</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 비효율 SKU 축소 지속 (303개 SKU 운영, ▲97개)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 300개 수준 내 SKU 운영</li> <li>• 메가 브랜드 시장 지위 강화</li> </ul>
물류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제과(9개)/푸드(7개) 별도 센터 → 재고 혼합 배치 완료</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 거래처 약정 통합</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 배송권역 조정 / 합배송</li> </ul>

시너지 ▶ **• 합병 시너지 약 40억 발생 (194억 中 20% 달성)**  
\* 빙과 3Q 원재료 부담액 63억



Note1. 빙과 메가 브랜드 7종 : 월드콘, 빵빠레, 설레임, 돼지바, 빠빼코, 비안코, 구구

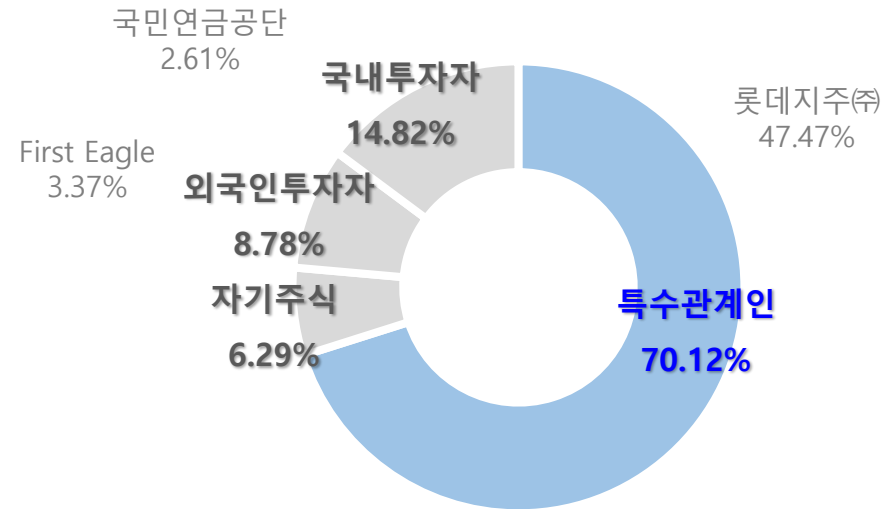
# Appendix\_기업개요

## 일반 현황

- 설립일 : 1967년 3월 24일
- 신용등급 : AA/Stable, A1
- 주요사업 : 종합식품회사
- Homepage : <https://www.lotteconf.co.kr>
- 생산공장 : 국내 17개 / 해외 22개
- 주주현황 : 2022.09.30 보통주 기준

성명	주식수	지분율 (%)
롯데지주(주)	4,478,208	47.47
롯데알미늄(주)	643,381	6.82
롯데장학재단	496,144	5.26
(주)롯데홀딩스	416,338	4.41
신영자	236,742	2.51
신동빈	182,117	1.93
L제2투자회사	137,722	1.46
장정안	12,964	0.14
신유미	10,623	0.11
이영구	1,000	0.01
<b>특수관계인 계</b>	<b>6,615,239</b>	<b>70.12</b>
자기주식	593,104	6.29
기타 주주	2,225,227	23.59
<b>합 계</b>	<b>9,434,574</b>	<b>100.00</b>

## 지분 구조



## Appendix\_배당 현황

구 분	2018년	2019년	2020년	2021년	비 고
액면가	500원	500원	500원	500원	
주 가	151,000원	149,500원	102,000원	120,500원	· 연말 종가 기준
당기순이익	94억원	381억원	410억원	349억원	· 지배기업 소유주지분
현금배당금 총액	83억원	83억원	103억원	103억원	· 주당현금배당금 x 주식수
주당 현금배당금	1,300원	1,300원	1,600원	1,600원	
배당률	260%	260%	320%	320%	· 주당현금배당금 ÷ 액면가
배당수익률	0.9%	0.9%	1.6%	1.3%	· 주당현금배당금 ÷ 주가
배당성향	89.03%	21.90%	25.03%	29.42%	· 현금배당금총액 ÷ 당기순이익

배당은 점진적 주주배당 확대 및 중장기 투자를 통한 기업가치 제고를 종합적으로 고려하여 결정됩니다.

또한, 주주이익 향상을 위해 연결 기준 **배당성향 30% 수준**을 지향하고 있습니다.

# Appendix\_3Q22 요약 연결재무제표 (공시)

## 손익계산서

(단위 : 억원, %)

구 분	3Q						1~9월 누계					
	21년		22년		YoY		21년		22년		YoY	
	금 액	%	금 액	%	금 액	%	금 액	%	금 액	%	금 액	%
매출액	5,797	100.0	11,033	100.0	5,236	90.3	15,968	100.0	21,768	100.0	5,800	36.3
매출총이익	2,045	35.3	2,853	25.9	808	39.5	5,514	34.5	6,541	30.1	1,027	18.6
판매관리비	1,596	27.5	2,281	20.7	685	42.9	4,558	28.5	5,612	25.8	1,054	23.1
영업이익	449	7.7	572	5.2	123	27.4	956	6.0	929	4.3	▲27	▲2.8
경상이익	407	7.0	440	4.0	33	8.3	830	5.2	803	3.7	▲27	▲3.3
당기순이익	310	5.4	354	3.2	44	14.0	616	3.9	614	2.8	▲2	▲0.4

## 재무상태표

(단위 : 억원, %)

구 분	2021.12.31	2022.09.30
유동자산	8,279	14,389
비유동자산	18,387	27,616
자산 총계	26,666	42,005
유동부채	6,856	8,734
비유동부채	6,540	11,007
차입금 (a)	8,465	12,043
부채 총계 (b)	13,397	19,741
자본금	32	47
자본 총계 (c)	13,270	22,264
부채 비율 (b/c)	101.0	88.7
차입금 비율 (a/c)	63.8	54.1

※ 공시 자료 작성 기준

- PL : (당년도) 롯데제과 1~9월 + 롯데푸드 7~9월 / (전년도) 롯데제과 1~9월 (롯데푸드 실적 미반영)

- BS : (당년도) 롯데제과 9월말 + 롯데푸드 9월말 / (전년도) 롯데제과 12월말

# Appendix\_3Q22 요약 별도재무제표 (공시)

## 손익계산서

(단위 : 억원, %)

구 분	3Q						1~9월 누계					
	21년		22년		YoY		21년		22년		YoY	
	금 액	%	금 액	%	금 액	%	금 액	%	금 액	%	금 액	%
매출액	4,202	72.5	9,082	82.3	4,880	116.1	11,751	100.0	16,366	100.0	4,615	39.3
매출총이익	1,597	27.6	2,523	22.9	926	58.0	4,347	37.0	5,121	31.3	774	17.8
판매관리비	1,251	21.6	2,032	18.4	781	62.5	3,601	30.6	4,409	26.9	808	22.4
영업이익	347	6.0	491	4.5	144	41.6	746	6.4	712	4.4	▲34	▲4.5
경상이익	297	5.1	416	3.8	119	40.1	768	6.5	605	3.7	▲163	▲21.3
당기순이익	227	3.9	339	3.1	112	49.6	620	5.3	496	3.0	▲124	▲20.0

## 재무상태표

(단위 : 억원, %)

구 분	2021.12.31	2022.09.30
유동자산	5,270	10,373
비유동자산	18,037	26,805
자산 총계	23,307	37,178
유동부채	5,691	6,792
비유동부채	5,138	9,963
차입금 (a)	7,326	10,831
부채 총계 (b)	10,829	16,755
자본금	32	47
자본 총계 (c)	12,478	20,423
부채 비율 (b/c)	86.8	82.0
차입금 비율 (a/c)	58.7	53.0

※ 공시 자료 작성 기준

- PL : (당년도) 롯데제과 1~9월 + 롯데푸드 7~9월 / (전년도) 롯데제과 1~9월 (롯데푸드 실적 미반영)

- BS : (당년도) 롯데제과 9월말 + 롯데푸드 9월말 / (전년도) 롯데제과 12월말

# Appendix\_사업부문별 매출

(단위 : 억)

구 분	1Q19	2Q19	3Q19	4Q19	1Q20	2Q20	3Q20	4Q20	1Q21	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22
<b>매출액</b>	<b>8,551</b>	<b>9,438</b>	<b>9,623</b>	<b>8,703</b>	<b>8,579</b>	<b>8,803</b>	<b>9,699</b>	<b>8,679</b>	<b>8,756</b>	<b>9,150</b>	<b>10,108</b>	<b>9,361</b>	<b>9,129</b>	<b>10,462</b>	<b>11,168</b>
<b>제과 사업 부문</b>	<b>3,952</b>	<b>4,618</b>	<b>4,709</b>	<b>3,767</b>	<b>3,962</b>	<b>4,518</b>	<b>4,821</b>	<b>3,905</b>	<b>4,072</b>	<b>4,469</b>	<b>4,953</b>	<b>4,022</b>	<b>3,922</b>	<b>4,405</b>	<b>5,051</b>
건과	2,667	2,451	2,436	2,637	2,650	2,333	2,489	2,606	2,523	2,258	2,392	2,585	2,392	2,251	2,529
빙과	851	1,701	1,845	719	908	1,773	1,901	859	1,084	1,755	2,088	930	1,139	1,758	2,085
Bakery	305	293	245	286	250	230	231	271	265	269	283	324	280	308	332
<b>해외 사업 부문</b>	<b>1,329</b>	<b>1,516</b>	<b>1,463</b>	<b>1,692</b>	<b>1,448</b>	<b>1,180</b>	<b>1,509</b>	<b>1,689</b>	<b>1,474</b>	<b>1,380</b>	<b>1,697</b>	<b>1,888</b>	<b>1,607</b>	<b>1,989</b>	<b>2,086</b>
카자흐스탄	432	444	468	584	448	377	435	523	389	380	437	548	423	505	592
파키스탄	225	232	229	233	200	235	218	214	197	231	216	211	201	216	219
벨기에	224	184	266	379	221	101	225	348	213	146	255	378	206	133	260
인도 건과	-	-	-	-	144	109	166	163	168	109	198	194	210	198	270
인도 빙과	204	405	219	192	166	117	168	137	249	240	287	218	311	602	356
중국	37	36	36	47	35	47	49	55	54	59	54	63	42	41	39
러시아	112	113	138	151	133	108	145	134	115	108	143	159	122	190	232
싱가폴	29	28	28	23	26	15	29	34	31	28	27	30	25	27	29
미얀마	65	75	79	83	73	71	74	82	59	78	81	86	67	77	88
<b>푸드 사업 부문</b>	<b>3,270</b>	<b>3,304</b>	<b>3,451</b>	<b>3,243</b>	<b>3,169</b>	<b>3,105</b>	<b>3,369</b>	<b>3,085</b>	<b>3,210</b>	<b>3,301</b>	<b>3,459</b>	<b>3,451</b>	<b>3,600</b>	<b>4,068</b>	<b>4,031</b>
B2B	1,603	1,672	1,652	1,644	1,508	1,514	1,546	1,512	1,518	1,677	1,673	1,806	1,851	2,309	2,072
유지	945	934	912	932	898	898	925	953	954	1,058	1,054	1,179	1,248	1,598	1,344
식품 외	658	738	740	712	610	616	621	559	564	619	620	627	603	711	728
B2C	1,647	1,612	1,779	1,578	1,640	1,572	1,800	1,556	1,673	1,606	1,767	1,618	1,731	1,735	1,941
유가공	516	524	541	483	509	484	489	460	480	495	469	455	472	468	444
육가공	677	617	763	606	678	600	774	543	675	577	720	586	684	620	790
HMR	454	471	475	489	453	488	537	553	518	534	578	577	575	647	707

Note1. 본 자료의 사업부문의 실적 합계는 전체 연결기준 실적과는 차이가 있음 (자회사간 연결조정 제외)

# Appendix\_국가별 환율

국 가	통 화	1-6월				1-9월			
		20년	21년	22년	YoY(%)	20년	21년	22년	YoY(%)
카자흐스탄	KZT (텡게)	2.99	2.63	2.74	4.2	2.94	2.66	2.77	4.1
파키스탄	PKR (루피)	7.56	7.15	6.63	▲7.3	7.41	7.12	6.42	▲9.8
벨기에	EUR (유로)	1330.55	1346.83	1346.94	0.0	1350.34	1352.89	1,347.13	▲0.4
인도	INR (루피)	16.28	15.24	16.18	6.2	16.18	15.37	16.38	6.6
중국	CNY (위안)	171.41	172.75	190.04	10.0	171.50	174.80	191.84	9.7
러시아	RUB (루블)	17.41	15.04	16.59	10.3	16.99	15.27	18.53	21.3
싱가폴	SGD (싱가폴달러)	862.88	838.79	903.02	7.7	863.41	844.46	921.61	9.1
미얀마	MMK (짖)	0.7821	0.8418	0.6970	▲17.2	0.7919	0.7991	0.6952	▲13.0


Note1. 기준환율 : 1/1~당월 누계 평균환율

# Appendix\_제과 포트폴리오

## 메가 브랜드 강화 (MKT)

자일리톨	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BTS 활용 글로벌 캠페인 'Good Teeth, Good Smile'</li> <li>• TV 광고 진행 : (1차) 8-9월 → (2차) 11월</li> </ul> 
설레임/ 월드콘	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 설레임 : 실내 취식 TPO 확대, MZ 세대 유입 공략</li> <li>• 월드콘 : 응원 캠페인 지속 예정 (배구선수 김연경 후속)</li> </ul> 
가나/ 빠빠로	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 빠빠로 : 데이 글로벌 캠페인, TV 광고 진행 (10-11월)</li> <li>• 가나 : 카카오 효능 홍보 (9월~), 디저트 포지셔닝 (12월~)</li> </ul>

## 시장 트렌드 대응 (신제품)

ZERO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제과 시장 내 무설탕 브랜드 선두 지위 확보 - 컨셉 '설탕은 제로, 달콤함은 그대로'</li> <li>• 제품 라인업 확대 및 하반기 Re Boom up 추진 - 5종 출시 (5월) → 2종 추가 출시 (9월 이후)</li> </ul> <p><b>설탕 ZERO로 부담없이 즐기는 제로 과자&amp;아이스!</b></p>  <p>진한 다크초콜릿칩이 통째로! 바삭하게 즐기는 데일리 쿠키</p> <p>설탕제로·당류제로 <b>ZERO</b></p> <p>만두, 퍼지 코팅까지 3종으로 이루어진 초코숙제!</p> <p>칼로리 25% 다운! 무엇보다도 건강은 챙기면서 상큼 달달하게</p> <p>칼로리 30% 다운! 아삭한 얼음알갱이도 더욱 시원하게!</p> <p>미 사이즈로 더욱 가볍게 즐기는 데일리 카카오 케이크!</p>
프로틴	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 단백질 전문 브랜드 런칭 검토 - 컨셉 : 프로틴바 + 초코 (고단백, 저칼로리, 식물성 등)</li> </ul>

Note1. 본 계획은 회사의 정책에 따라 변경될 수 있습니다.

# Appendix\_푸드 포트폴리오

## 마케팅 활동 강화 (MKT)

육가공

- 협업/콜라보 마케팅(직구닭, 셰푸드) & 제품 리뉴얼 진행
- 콜라보 마케팅(김준호, 롯데칠성) / 햄류 육함량 증대



롯데제과, 롯데칠성음료와 손 잡고 '오피스어택' 이벤트 진행

- 'Health & Wellness' 컨셉에 맞는 제품군 마케팅 확대
- 건강 식품에 대한 관심 증가 반영한 시장대응 확대



유가공

## 시장 트렌드 대응 (신제품)

구독서비스

- 가정간편식(HMR) 정기구독 서비스 진행
- 월간 과자 서비스에 이어 지속적인 큐레이션 및 서비스 확대 예정



- 'Chefood 계절을 만나다' 밀키트 가을 메뉴 7종 출시
- 사계절을 완성하는 20종 메뉴 출시, 지속 신제품 출시 예정

1인 가구 간편식



Note1. 본 계획은 회사의 정책에 따라 변경될 수 있습니다.

# Appendix\_주요 해외법인 현황

	인도		카자흐스탄
현황	<p><b>LOTTE INDIA(건과)</b>      건과 해외법인 1호</p>  <p>인수일 : 04년 05월                      설립 형태 : M&amp;A                      지분율 : 98.57%                      인원 : 590명                      사업장 수 : 3</p>	<p><b>HAVMOR(빙과)</b>      빙과 해외법인 1호</p>  <p>인수일 : 17년 12월                      설립 형태 : M&amp;A                      지분율 : 100%                      인원 : 860명                      사업장 수 : 2</p>	<p><b>LOTTE RAKHAT JSC</b>      최대 매출 해외법인</p>  <p>인수일 : 13년 11월                      설립 형태 : M&amp;A                      지분율 : 95.57%                      인원 : 3,787명                      사업장 수 : 3</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parry's Confectionary 인수(04년)</li> <li>• 남부 첸나이와 북부 하리아나 중심으로 운영</li> <li>• 전국에 기존 캔디제품 및 초코파이, Spaut(껌) 판매</li> <li>• 1,400개 유통상과 5,000개의 Sub유통상 보유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Havmor 인수(17년)</li> <li>• 원료 유제품 주요 산지이며, 소비지역과 인접</li> <li>• 계절성 소비가 적고, 소비량 증가 추세</li> <li>• 서부 구자라트 중심으로, 전국에 빙과제품 판매</li> <li>• 19년 제외, 매년 두 자리수 신장 및 지속성장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 초콜릿 매출 1위 업체 Rakhat 인수(13년)</li> <li>• 인구,GDP 지속적 성장중(구매액 증가 추세)</li> <li>• 남동부 카작 중심으로 초콜릿,비스킷,캔디 판매</li> <li>• 내수 외 러시아 등 CIS 국가 수출 확대</li> </ul>
사업방향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 초코파이 NO.1 시장 리딩 확고화                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 23년 초코파이 3rd 라인 증설 예정</li> </ul> </li> <li>• 국내 메가 브랜드 제품 추가, 시장 확대                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 빼빼로 등</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내 메가 브랜드 제품 도입 및 분포 확대                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 월드콘 런칭 및 제품 판매(21.09)</li> <li>- 설레임 현지 테스트 마케팅(22.05)</li> </ul> </li> <li>• 퓨네 지역에 제 3공장 신설 예정(23년 완공)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CIS 지역 內 브랜드 강화 및 채널 확대</li> <li>• 초코바(Snatch) 시장 정착</li> <li>• 러시아 MT 체인 및 EC시장 진입 추진</li> </ul>

# Appendix\_대표 제품 소개

구분	주요 LINE-UP	BRAND / 제품				비고
건과	껌, 캔디					
	초콜릿, 비스킷					
	파이, 스낵					
빙과	바, 펜슬					
	콘, 컵					
	홈					
Bakery	과자빵, 식빵, 페스트리 등					

구분	주요 LINE-UP	BRAND / 제품				비고
유지	정제유, 쇼트닝, 마가린, 버터 등					
식품 등	볶은 커피, RTD, 세트 등					
	첨가물, 초콜릿, 가공식품소재					
	조미식품, 농산물가공품, 식자재 상품 등					
유가공	우유, 유제품, 베이비푸드 등					
육가공	햄, 소시지류, 어육류, 세트 등					
HMR	냉동 조리류, 만두류 등					

# Appendix\_대표 제품 소개

법 인	주요 LINE-UP	BRAND / 제품	비 고
	카자흐스탄 (라하트)	초코, 비스킷, 캔디	
	파키스탄 (콜손)	스낵, 파스타, 비스킷, 껌	
	벨기에 (길리안)	초콜릿 (길리안 브랜드, PB)	
	인도 건과 (롯데인디아)	파이, 캔디, 껌	
	인도 빙과 (하브모어)	아이스크림 (벌크, 바, 콘, 컵 外)	
	러시아 (KF-RUS)	파이, 캔디, 빼빼로	
	미얀마 (L&MM)	제빵 (양산빵, 베이커리류)	
	중 국 (QINGDAO)	파이, 비스킷, 캔디	
	싱가폴 (S.E.A)	판매 법인 (국내 제품 수입/판매)	