

# 2023년 2분기 실적 설명

2023.08.09 | 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.

2023년 08월 09일

롯데웰푸드 IR팀

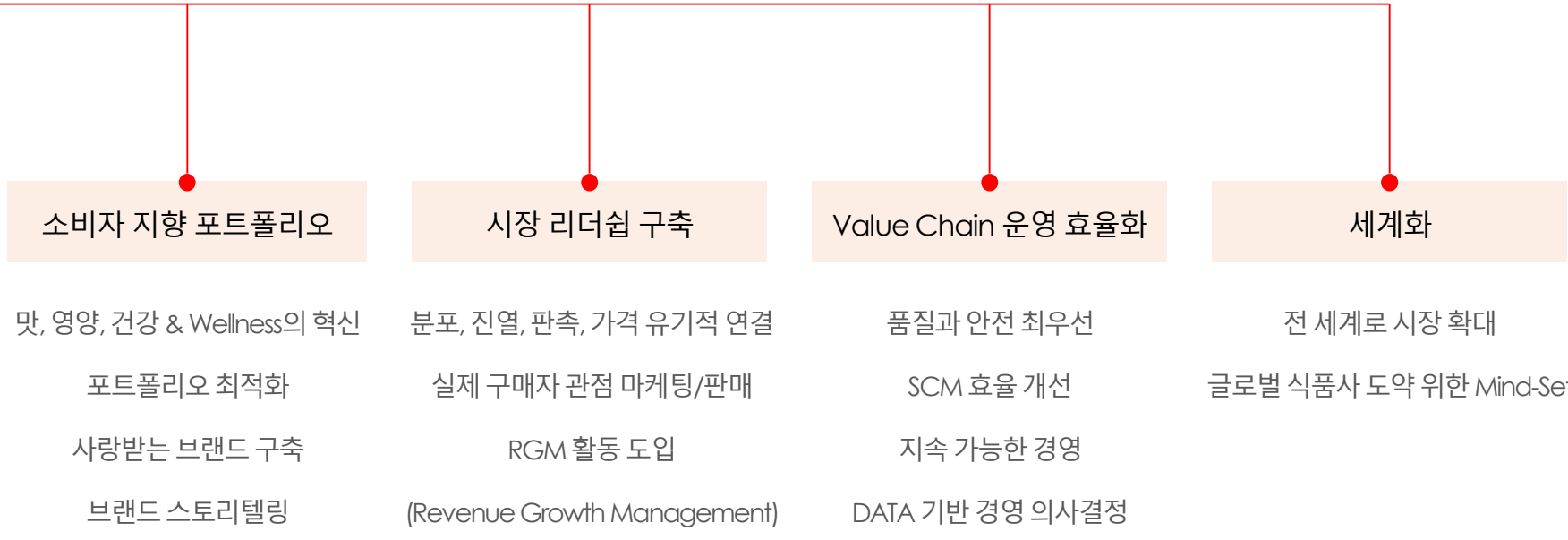
# 신임 대표이사 & VISION



롯데웰푸드 대표이사 이창엽

## WELCOME, LOTTE WELLFOOD

전 세계 소비자들에게 맛있고, 신선하고, 영양이 풍부한 제품을 통해 행복과 건강, 그리고 웰니스로 인류의 삶에 기여하는 미래 존중 기업



# 2023년 2분기 실적

(단위 : 억, %, %P)

구 분	22.2Q	23.2Q	YoY	
			금 액	%(%P)
<b>매 출 액</b>	<b>10,229</b>	<b>10,406</b>	<b>177</b>	<b>1.7</b>
제과 사업	4,405	4,729	324	7.4
식품 사업	4,068	3,686	▲382	▲9.4
해외 사업	1,989	2,077	88	4.4
<b>영 업 이 익</b>	<b>450</b>	<b>486</b>	<b>36</b>	<b>7.8</b>
제과 사업	224	407	183	81.5
식품 사업	108	▲57	▲165	-
해외 사업	137	157	20	14.6
<b>Margin(%)</b>	<b>4.4</b>	<b>4.7</b>	<b>0.3P</b>	
제과 사업	5.1	8.6	3.5P	
식품 사업	2.6	▲1.5	▲4.1P	
해외 사업	6.9	7.6	0.7P	

## 매출 1.7%, 영업이익 7.8% 증가 ✓

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

**건과 고수익 카테고리 중심 (껌, 초코) 판매 확대와 생산, 영업 효율화 등을 통한 손익 개선**

**식품 사업** 유지, 식자재 등, 육가공, 파스퇴르, HMR

**B2C 부문 적자폭 축소하였으나 유지 매출 감소로 식품 사업 수익성 악화**

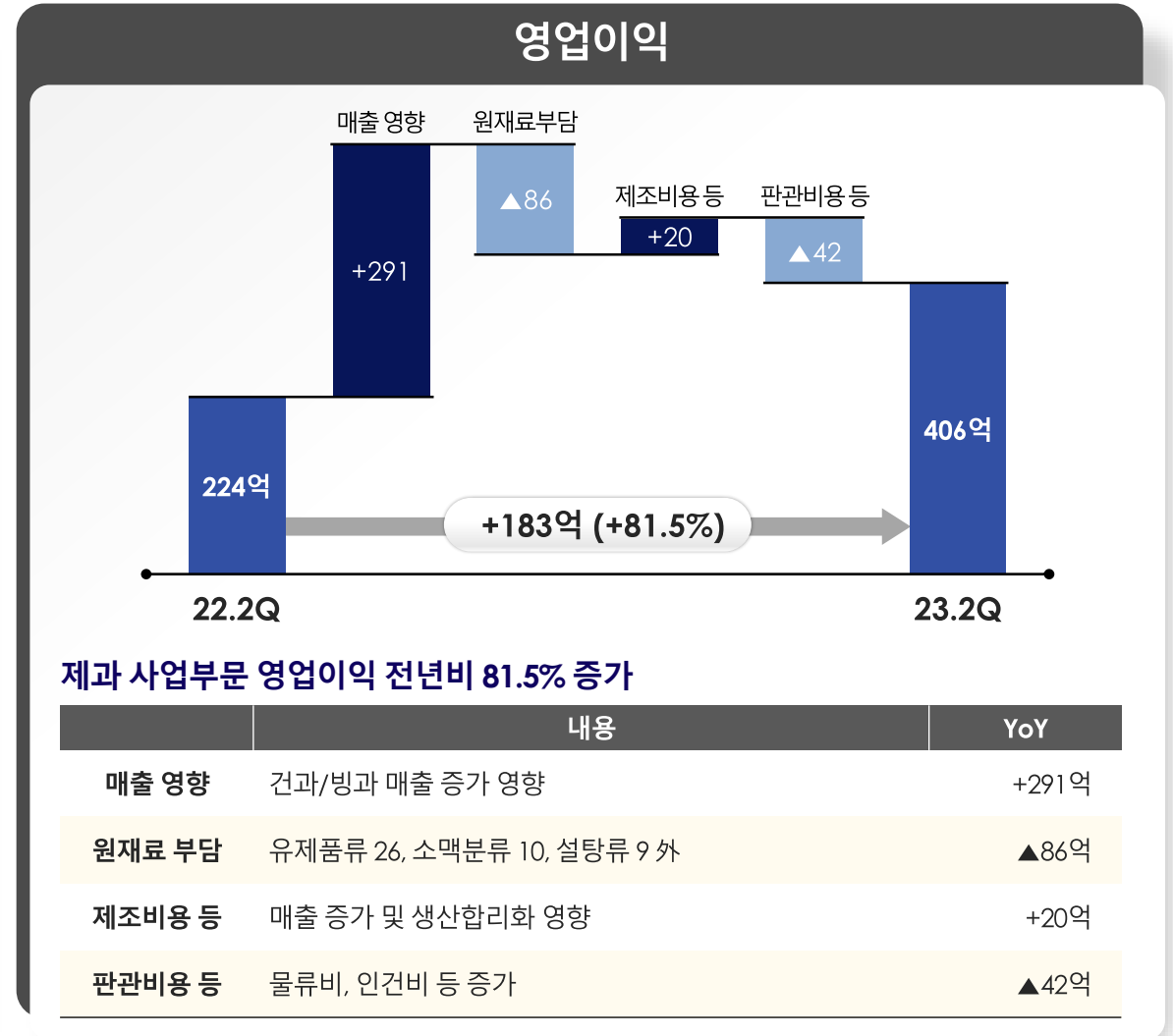
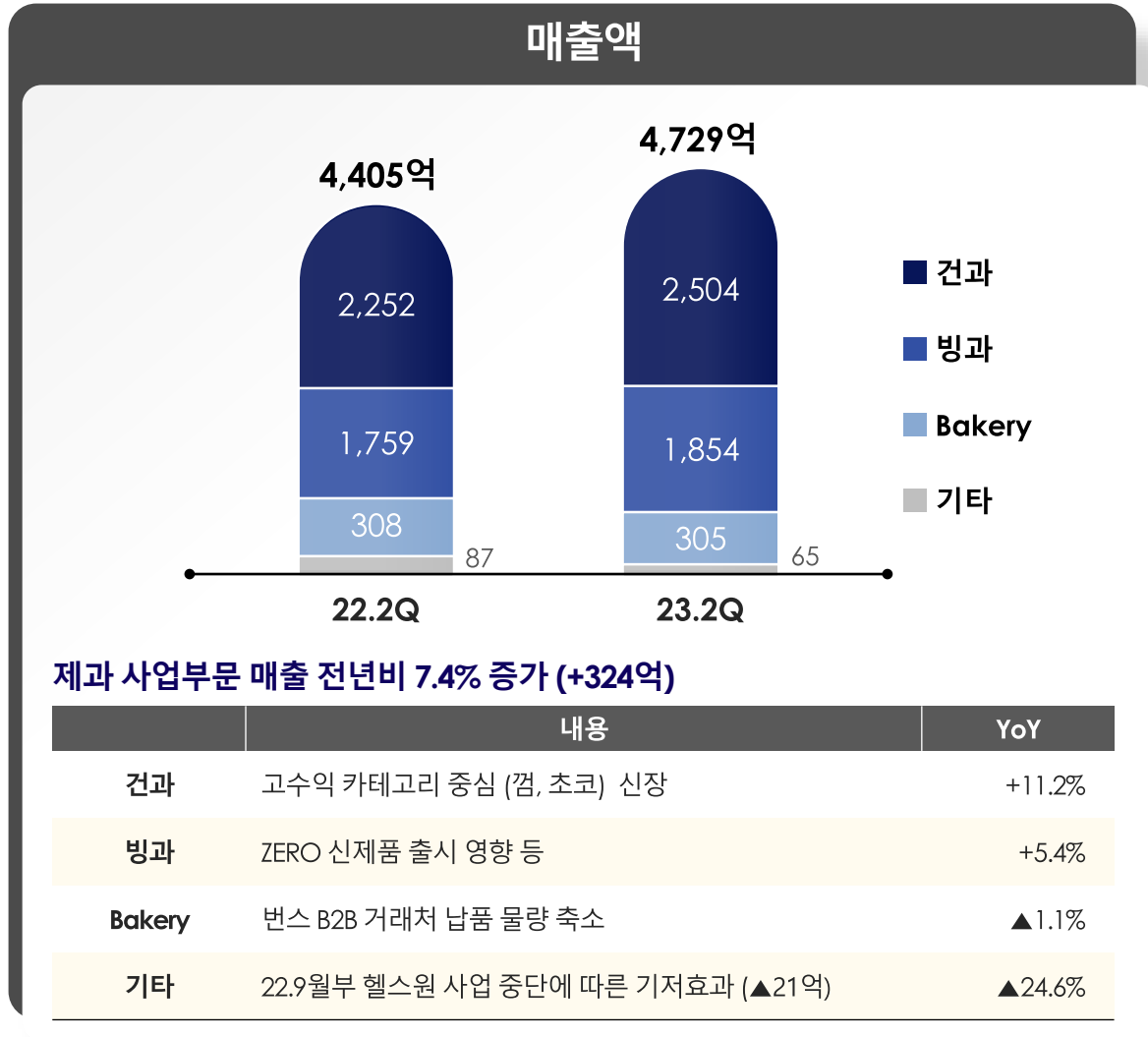
**해외 사업** 인도, 카자흐스탄, 벨기에, 러시아, 파키스탄 등

**인도 / 카자흐스탄 중심으로 매출 확대 및 생산 물량 증가에 따른 손익 개선**

Note1. 본 자료는 합병 후의 Pro-Forma 기준임  
 Note2. 각 사업의 실적은 별도 기준이나 해외사업은 해외 자회사의 합산임, 전사 합산은 자회사 등 연결조정이 반영됨

# 제과 사업

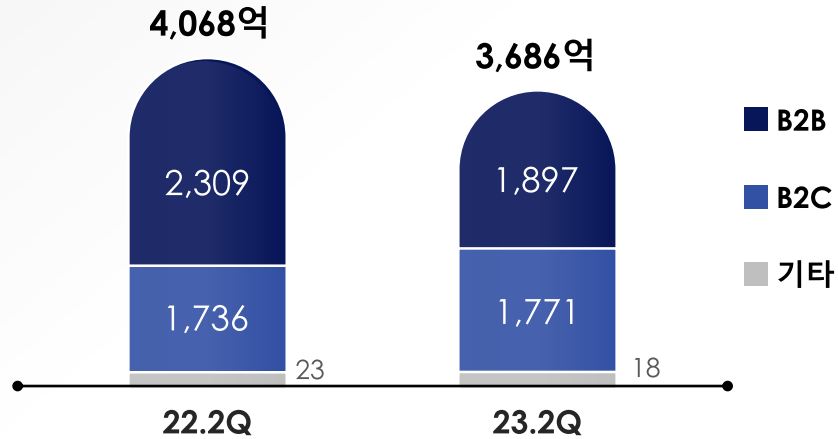
건과 고수익 카테고리 중심 (껌, 초코) 판매 확대와 생산, 영업 효율화 등을 통한 손익 개선



# 식품 사업

B2C 부문 적자폭 축소하였으나 유지 매출 감소로 식품 사업 수익성 악화

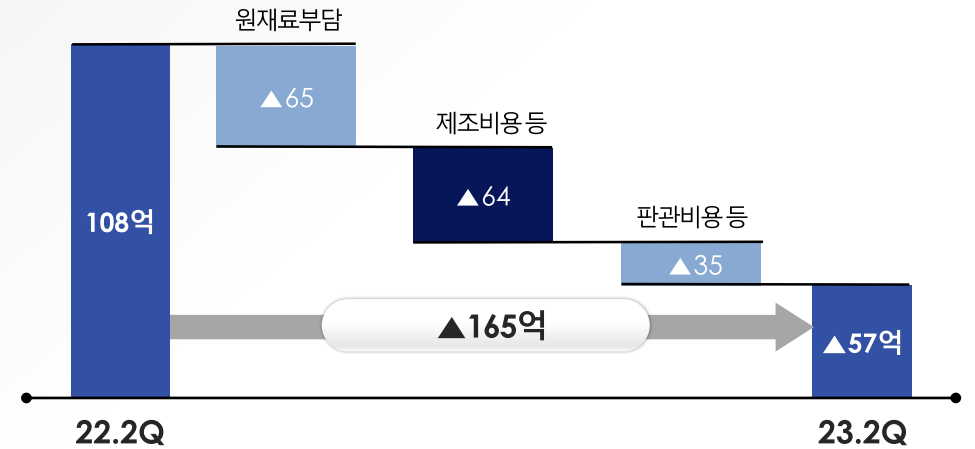
## 매출액



식품 사업부문 매출 전년비 ▲9.4% 감소 (▲382억)

	내용	YoY
B2B	리오프닝 영향으로 식자재 등 수요 증가 지속세이나, 원유 시세 하락으로 유지 매출 감소 (식자재 등 +6.2%, 유지 ▲28.6%)	▲17.9%
B2C	판촉 행사 축소에 따라 파스퇴르/육가공 매출 하락하였으나, HMR 수요 증가로 인해 매출 신장 (HMR +7.9%, 파스퇴르 ▲1.9%, 육가공 ▲1.1%)	+2.0%

## 영업이익



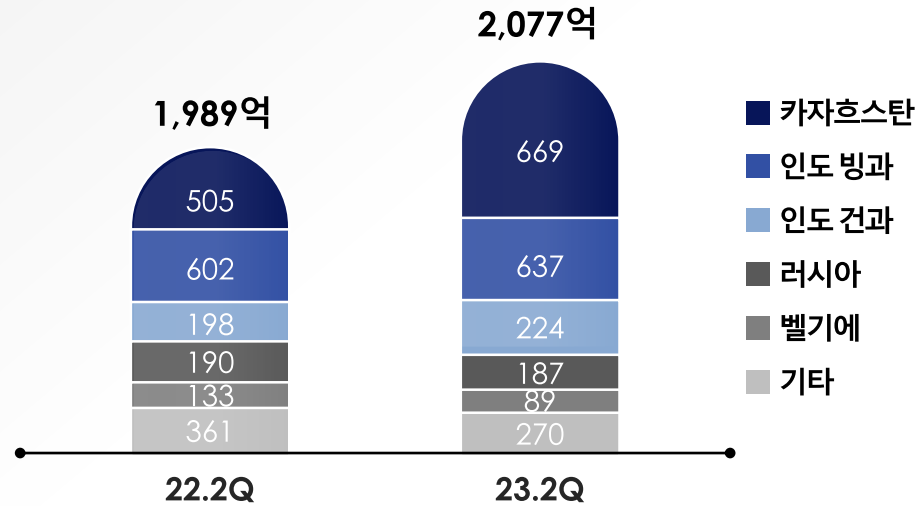
식품 사업부문 영업이익 전년비 ▲165억 감소

	내용	YoY
원재료 부담	축수산물 33, 커피 12, 유제품 7 외	▲65억
제조경비 등	노무비, 유틸리티 및 에너지 비용 증가 영향	▲64억
판관비용 등	물류비, 인건비 등 증가	▲35억

# 해외 사업

인도 / 카자흐스탄 중심으로 매출 확대 및 생산 물량 증가에 따른 손익 개선

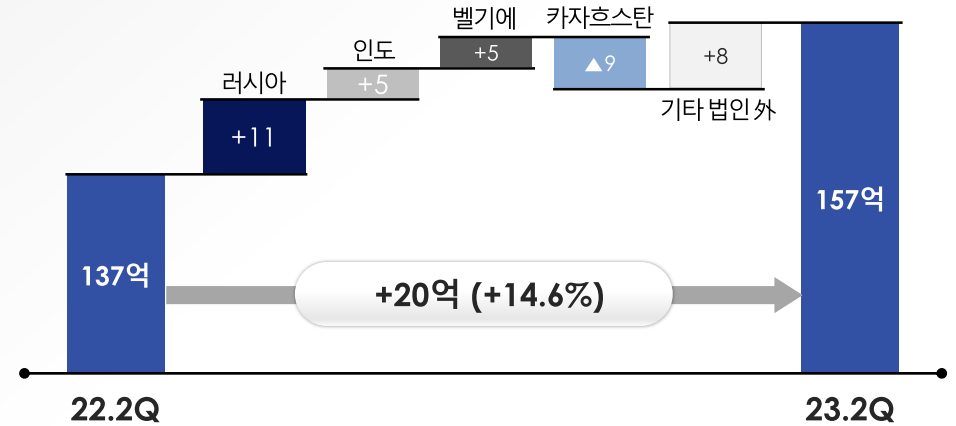
## 매출액



해외 사업부문 매출 전년비 +4.4% 증가 (+88억)

구분	내용	YoY
카자흐스탄	판가 인상 (23년 5월) 및 초코, 캔디 등 매출 증가	+32.5%
인도	건과: 가격 인상 (23.1월, 5월) 및 판매 증가 빙과: 가격 인상 (23.1월, 4월) 및 지역 커버리지 지속 확대	+7.7%
러시아	현지 화폐 기준 파이류 매출 증가 (환율 하락으로 매출 감소)	▲1.5%
벨기에	저마진 PB 제품 중단 영향	▲33.1%

## 영업이익



해외 사업부문 영업이익 전년비 +14.6% 증가

구분	내용	YoY
러시아	주요 원료 및 생산 안정화로 이익 개선 기여	+11억
인도	건과: 생산 물량 증가에 따른 제조 원가율 개선 빙과: 4.5월 비우호적 일기 및 주요 원료 단가 인상 (버터 등)	+5억
벨기에	전년 브랜드 리뉴얼 홍보/광고비 역기저 효과	+5억
카자흐스탄	원료 (설탕 등) 부담 및 임금 인상 (23.3월)에 따른 영향	▲9억

# 사업 전략\_수익성 강화 / GP 개선

- 원가부담 존재하지만, 고객과 효율 중심 영업을 통해 수익성 개선 노력중  
- 비효율 SKU 중단, DC 축소, 인원 효율화, Cross-sales 등 DDMP 활동 강화

## 경영 환경 (상반기)



## 전략 방향 (하반기)



- 건과 주력 카테고리 전년비 신장  
    껌 29.5%, 캔디 16.1%, 비스킷 13.6% 증가 (23.6월 누계)
- 원당 등 원재료 단가 상승 지속, 엘니노 영향 우려 등



- 빙과 수량 전년비 감소이나, 점진적 회복 추세
- 유제품 원가부담 (탈지분유, 가공버터 등)



- 고 원가 유지 재고 부담 상반기까지 존재
- 재택근무 축소 / 야외 활동 증가에 따른 외식 수요 회복



- 소비자 건강 지향 제품 수요 증가
- 육가공 기존 채널 경쟁 심화에 따른 성장 정체

- 자일리톨, 빼빼로 등 Mega Brand 활성화
- 하반기 Health & Wellness 제품 라인업 확대
- 상반기 출시 ZERO 3종 판매 확대, 경쟁사 대응 제품 보강
- 성수기 물량 대응 효율성 극대화
- 유지 수익성 정상화 (영업력 기반 매출 회복)
- 비 식용유지 등 신규 매출 거래 확대
- 하반기 Health & Wellness 트렌드 지속 대응  
    식물성 우유 / 닭가슴살 소시지 · Light 캔햄 등
- 육가공 Cross-Sales를 통한 Distribution 확대

Note1. DDMP : Distribution, Display, Merchandising, Pricing (분포, 진열, 판촉, 가격 유기적 연결)

# 사업 전략 \_ Health & Wellness

- 맛, 영양, 웰니스 관점에서 소비자 니즈에 최적화된 Health & Wellness 브랜드 설계를 통해 지속가능한 포트폴리오 구축  
 - 2027년까지 매출 비중 2배 이상 확대 (23.6월 누계 : 7.5%<sup>1</sup> → 27년 : 16 ~ 25%) 를 통한 GP Margin 개선



## 1 성분 저감

ZERO 브랜드 출시/당류 저감



ZERO 브랜드 확대



햄류(나트륨 저감)



스낵(Baked/Rice)



- ⊙ 성분 저감 제품 확대  
 과다 섭취 시 유해할 수 있는 성분 저감 (당, 나트륨, 지방 등)

## 2 건강성분 함유

소시지(닭가슴살)



건강 음료(프로틴/영양강화)



- ⊙ 영양 강화 제품 확대  
 유익한 성분 함량 강화 (프로틴 등)
- ⊙ 기능성 Care Food 확보  
 저작 및 소화에 도움을 주는 제품

## 3 식물성/유기농

V-bread 브랜드 확대



Natuur Vegan 확대



식물성 우유



- ⊙ 지속가능성 지향 제품 확대  
 식물성, 유기농, 친환경 인증 대체육 제품 확대

Note1. 2023년 국내 매출 대비 Health & Wellness 브랜드 매출 구성비 산출  
 Note2. 출시 예정 제품 이미지와 일정은 변경될 수 있음

# 사업 전략\_ 해외 사업

- 롯데 브랜드 Globalization을 위해 해외법인 경쟁력 확대 집중
  - 인도 지역 내 시장 지배력 강화 및 성장세 지속 추구

## 인도 지역 현황

- 글로벌 1위 인구 대국 도약 및 생산력/소비력 향상
- 글로벌 Top5 경제 규모 구축, 27년 3위 경제대국 진입 전망
- 내수 시장 지속 성장으로 연평균 10%내외 성장 전망



ChosunBiz  구독 PICK  **[비즈톡톡] “인도 초코파이는 우리가 1위”... 오리온 누른 롯데의 공략법** <조선비즈>

입력 2023.06.13. 오전 6:01 • 수정 2023.06.13. 오전 11:56 기사원문

**인도에선 롯데 초코파이가 '췌'...10개 중 9개 팔린다** <민주신문>

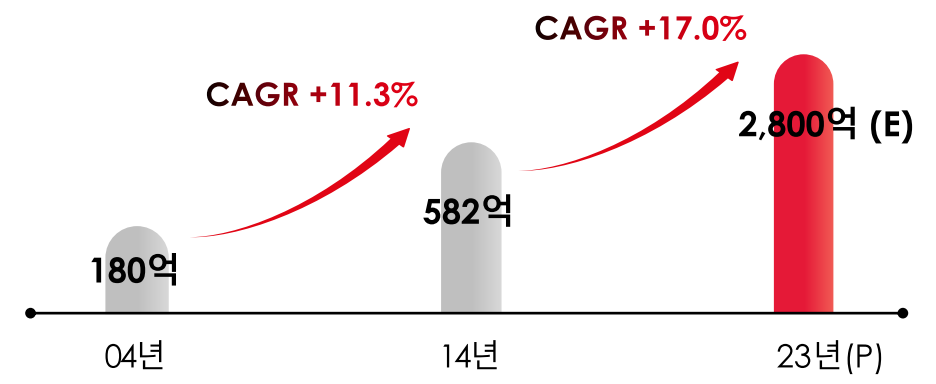
최경서 기자 | 입력 2023.06.13 18:25 | 수정 2023.06.13 18:26 댓글 0

**롯데웰푸드, 인도에 K-아이스크림 전파...하브모어 포트폴리오 확대** <더구루>

한아름 기자 arhan@theguru.co.kr 등록 2023.06.13 08:54:06



## 인도 주요 전략



- 2004년 롯데 인디아 설립 → 시장 선도기업으로서 지위 강화
- 하브모어 서부지역 1위 아이스크림 → 커버리지 전국 확대

<b>브랜드</b>	건과 : 롯데 초코파이 분포 확대, 시장 리딩 포지션 확고화 빙과 : 월드콘 확대, 메가톤 출시 (23.4월)
<b>투자</b>	건과 : 롯데 초코파이 3rd 라인 증설 (23.9월) 빙과 : 푸네 신공장 건설 및 가동 (24.3월)
<b>증장기 To-Be</b>	LOTTE Brand 지속 확장, 시장 지배력 강화 운영 효율화 및 법인 간 시너지 확대

# 사업 전략\_ 해외 사업

- K-Snacks, K-Foods 카테고리를 기반으로 빠르고 지속적인 Globalization 기회 확보
- 2027년까지 해외 매출 비중 30~50% 달성

## 추진 방향

## 해외 사업 전략

66 K-Culture 활용 해외 매출비중 확대 77



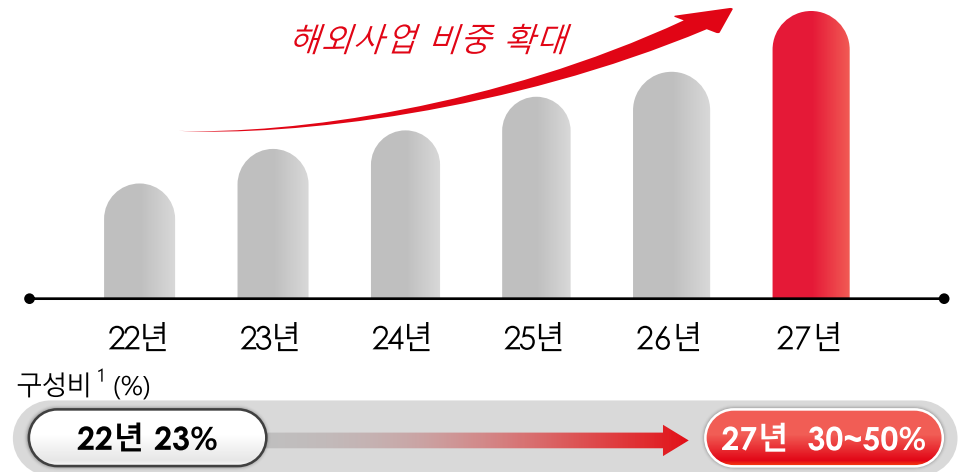
### 수출 사업 카테고리 및 경쟁력 확대

- 기존 제과 + 식품 카테고리(HMR, 냉동, 캔햄 등) 확장



### 글로벌 신시장 개척 및 사업 확대

- 다양화된 사업 포트폴리오를 바탕으로 신시장 개척



신규 카테고리 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>• K-Snacks, K-Foods 카테고리 기반 글로벌 사업 역량 강화</li> <li>- 식품 사업군 제품 연계 통한 해외 시장 진출 검토</li> </ul>
신규 지역 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 글로벌 M&amp;A 확대 통한 시장 확대 및 수익성 개선</li> <li>- 기존 신흥국 → 선진국 대상 M&amp;A 검토 (미국, 유럽 등)</li> </ul>

Note1. 해외법인 실적 및 수출 실적 합산하여 구성비 산출

# 사업 전략 PMI (Post-Merger Integration) 활동

• 23년 PMI 전담 조직 신설을 통해 전사적 차원의 “Operational Excellence” 실행 가속화

## 단기 전략

## 중 · 장기 전략

PMI 활동	ZBB 활동	제조	물류
<b>빙과 조직 통폐합 · 거래처 일원화</b> • 대리점 장려금 / 수수료 축소  <b>제품 SKU 운영 최적화</b> • 빙과 ▲46개 축소 (22년 12월 대비)  <b>원재료 통합 구매 Synergy</b> • 유사 원재료 SKU 최적화 및 통합	<b>ZBB 기반 수익성 개선 적극적 추진</b> • 평가 정상화 및 관리 강화 • In-house 전환 등 생산 효율화 • 비효율 사업 Divest 검토	<b>공장 통합 운영에 따른 고정비 축소</b> • 영등포 공장 건/빙과 라인 이설 • 육가공/HMR: 공장 통합 Synergy  <b>자동화 투자 통한 원가 경쟁력 확보</b>	<b>지역 거점 통합 및 설비 자동화</b> • 중복 창고 통합 완료 (▲6개) • 건과: 인천 RDC / 평택 CDC 신설 • 빙과: 안성 CDC 23.3Q 착공 예정

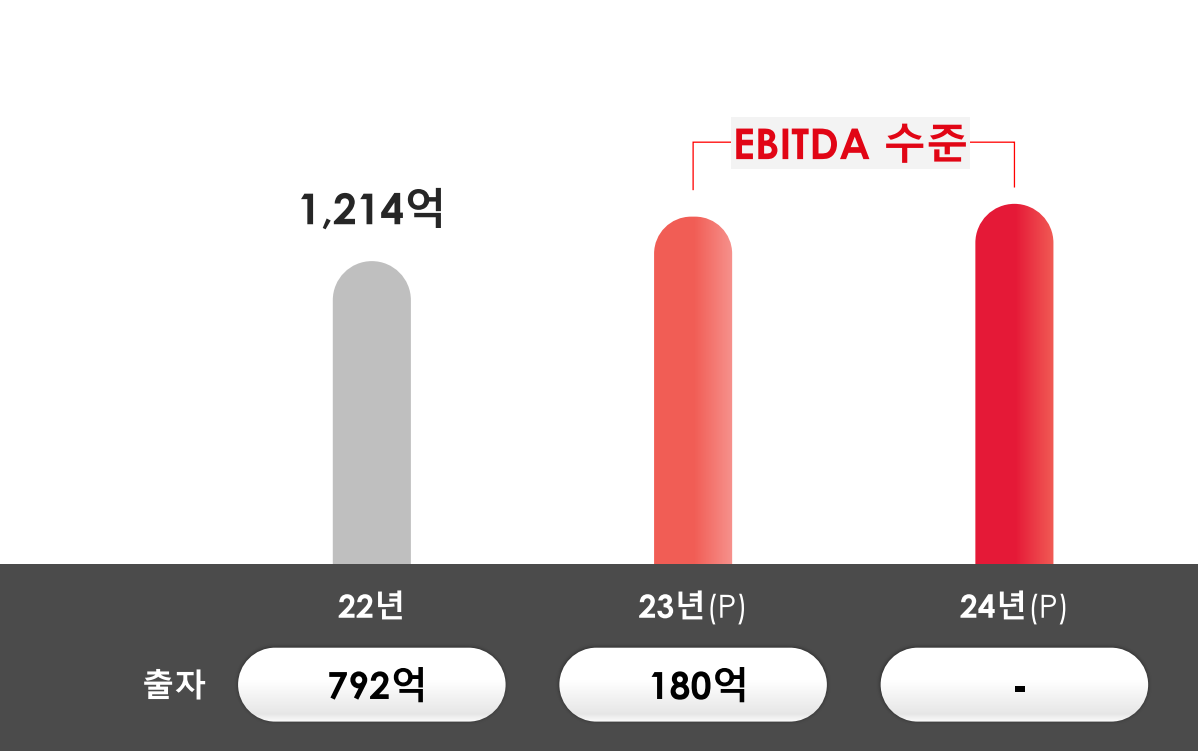
“ 중복 기능 · 비용 효율화를 통한 수익성 확대 및 기업 체질 전면적 개선 ”



Note1. 본 계획은 회사의 상황에 따라 변경될 수 있습니다.

# Capex / 재무 현황

## Capex계획 (국내)



**1 해외법인 사업 안정화 ▶ 출자 비중 점진적 축소 전망**  
 -22년 출자: 러시아 120억, 인도 초코파이 3rd 라인 298억, 신사업 등

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

## 재무 현황

신용등급

장기

**AA**  
Stable

단기

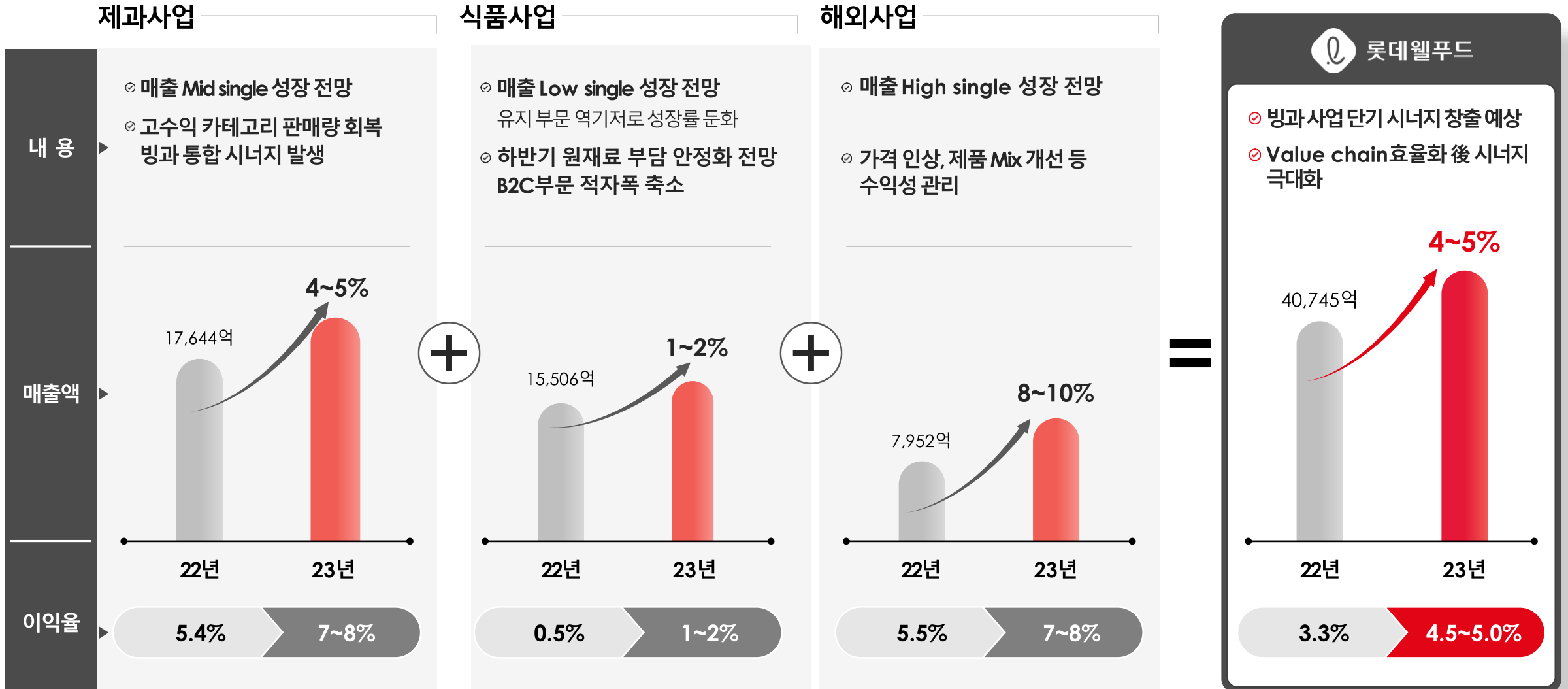
**A1**

구분	22.12월말	23.6월말
자산	41,053억	41,707억
자본	21,116억	21,251억
부채	19,936억	20,456억
총차입금	12,473억	12,974억
순차입금	8,464억	8,408억
(부채비율)	94.4%	96.3%
(총차입금비율)	30.4%	31.1%
매출	40,745억	20,002억
영업이익	1,353억	672억
(영업이익율)	3.3%	3.4%
<b>연환산 기준 EBITDA</b>	<b>3,186억</b>	<b>3,192억</b>

Note1. 22.12월 누계 손익 : 합병 후의 Pro-Forma 기준임

Note2. 23.6월말 EBITDA 산출 시 상반기 금액을 단순 2배 환산하였음

# 2023년 Guidance



Note1. 본 자료는 합병 후의 Pro-Forma 기준임

## 마지막으로

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



롯데웰푸드 IR팀

02) 2670-6526, 6527, 6528, 6529

LCONF\_IR@lotte.net

# Sustainability

• 지속 가능한 가치 창출을 위해 **Wellness for Earth, Society, Company**를 핵심 가치로 설정하여 ESG 활동 적극 추진

## 주요 ESG 대외 인정 현황

- 4년 연속 한국ESG기준원 ESG평가 'A등급' 획득
- 2022 지속가능경영 유공 정부포상 '산업통상자원부 장관' 표창 수상
- K-EV100 (한국형 무공해차 전환 100) 우수기업 '환경부 장관상' 수상
  - K-EV100 선언 332개 기업 중 상용부문에서 가장 많은 무공해차 전환
  - 21년 478대 → 22년 171대 → 23년 138대 전환 추진 계획
- 글로벌 RE100 가입, 2040년까지 100% 재생에너지 사용 추진 선언



22.12월



23.3월



23.4월

## 최근 부문별 활동 성과

E

- 플라스틱 없애고 수성잉크 사용한 친환경 포장 '카스타드'에 적용
  - 제12회 그린패키징 공모전에서 '환경부장관상' 수상
  - 23년 친환경 나눔 캠페인 기브그린 우수 기업 선정 '은상' 수상
  - 잉크/유기용제 감축 기대량 약 100ton/년



S

- ISO45001 (안전보건경영시스템 국제표준 인증) 통합법인 자격 갱신
  - 21년 제과업계 최초 안전보건경영시스템 인증 획득
  - 22년 외부전문가 임원 영입 통한 안전보건 중장기 로드맵 마련

G

- ISO37301 (규범준수경영시스템 국제표준 인증) 최초 취득
  - 19년 획득한 ISO37001와 함께 컴플라이언스 경영시스템 공고히 구축
  - 부패 방지 방침 선포, 내부 심사원 육성, 관리 시스템 구축 등 노력

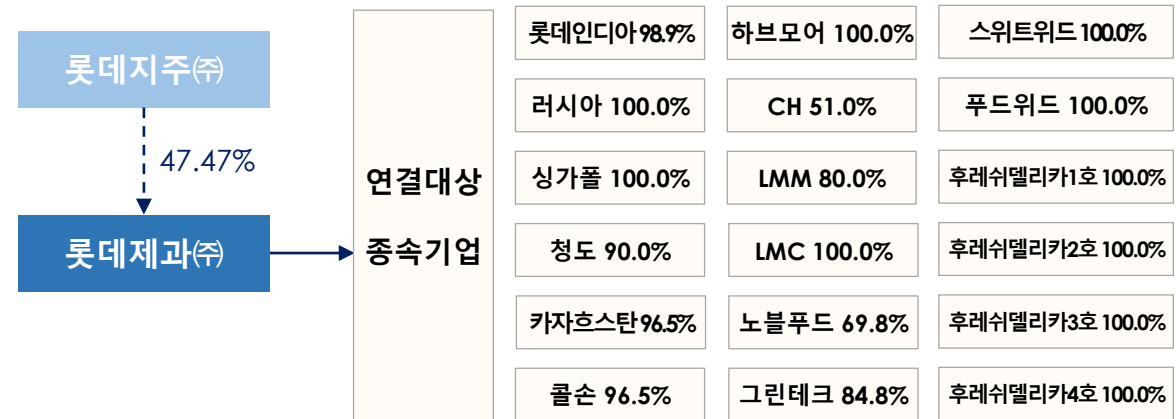
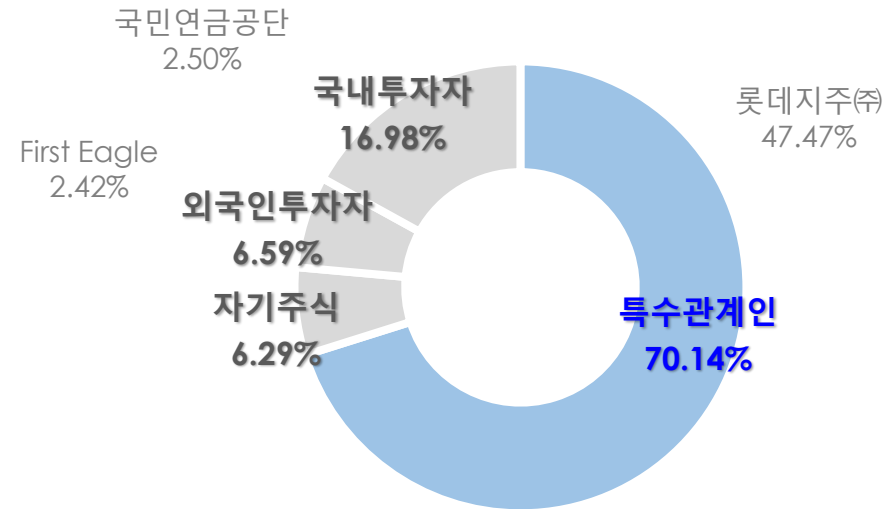
# Appendix\_기업개요

## 일반 현황

- 설립일 : 1967년 3월 24일
- 신용등급 : AA/Stable, A1
- 주요사업 : 종합식품회사
- Homepage : <https://www.lottewellfood.com>
- 생산공장 : 국내 17개 / 해외 21개
- 주주현황 : 2023.06.30 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
이창엽	1,050	0.01
이영구	1,000	0.01
기타	1,304	0.01
<b>특수관계인 계</b>	<b>6,617,593</b>	<b>70.14</b>
자기주식	593,307	6.29
기타 주주	2,223,674	23.57
<b>합계</b>	<b>9,434,574</b>	<b>100.00</b>

## 지분 구조



# Appendix\_배당 현황

구 분	2019년		2020년		2021년		2022년	비 고
	제과	푸드	제과	푸드	제과	푸드	웰푸드	
액면가	500원	5,000원	500원	5,000원	500원	5,000원	500원	
주 가	149,500원	413,000원	102,000원	331,500원	120,500원	344,500원	122,500원	· 연말 증가 기준
당기 순이익	381억원	375억원	410억원	702억원	349억원	▲10억원	470억원	· 지배 기업 소유주 지분
현금 배당금 총액	83억원	109억원	103억원	109억원	103억원	99억원	203억	· 주당 현금 배당금 x 주식수
주당 현금 배당금	1,300원	12,000원	1,600원	12,000원	1,600원	10,000원	2,300원	
배당률	260%	240%	320%	240%	320%	200%	460%	· 주당 현금 배당금 / 액면가
배당수익률	0.9%	2.9%	1.6%	3.5%	1.3%	2.8%	1.8%	· 주당 현금 배당금 / 주가
배당성향	21.90%	29.10%	25.03%	15.55%	29.40%	-	43.23%	· 현금 배당금 총액 / 당기 순이익

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\_2Q23 요약 연결재무제표 (공시)

## 손익계산서

(단위 : 억원, %)

구 분	2Q					
	22년		23년		YoY	
	금액	%	금액	%	금액	%
매출액	5,678	100.0	10,406	100.0	4,728	83.3
매출총이익	1,909	33.6	2,904	27.9	995	52.1
판매관리비	1,660	29.2	2,418	23.2	758	45.7
영업이익	250	4.4	486	4.7	236	94.6
경상이익	403	7.1	244	2.3	▲159	▲39.6
당기순이익	300	5.3	124	1.2	▲176	▲58.7

## 재무상태표

(단위 : 억원, %)

구 분	2022.12.31	2023.06.30	증 감
유동자산	14,490	14,765	275
비유동자산	26,563	26,942	379
자산 총계	41,053	41,707	654
유동부채	9,211	9,029	▲182
비유동부채	10,725	11,427	702
차입금 (a)	12,473	12,974	501
부채 총계 (b)	19,936	20,456	520
자본금	47	47	-
자본 총계 (c)	21,116	21,251	135
부채 비율 (b/c)	94.4	96.3	1.9P
차입금 비율 (a/c)	59.1	61.1	2.0P

# Appendix\_2Q23 요약 별도재무제표 (공시)

## 손익계산서

(단위 : 억원, %)

구 분	2Q					
	22년		23년		YoY	
	금액	%	금액	%	금액	%
매출액	3,762	100.0	8,415	100.0	4,653	123.7
매출총이익	1,384	36.8	2,336	27.8	952	68.8
판매관리비	1,248	33.2	1,986	23.6	738	59.1
영업이익	136	3.6	350	4.2	214	158.2
경상이익	155	4.1	262	3.1	107	68.7
당기순이익	127	3.4	187	2.2	60	46.8

## 재무상태표

(단위 : 억원, %)

구 분	2022.12.31	2023.06.30	증 감
유동자산	10,805	11,187	382
비유동자산	26,780	26,840	60
자산 총계	37,585	38,026	441
유동부채	7,751	7,569	▲182
비유동부채	9,615	10,272	657
차입금 (a)	11,539	12,101	562
부채 총계 (b)	17,366	17,841	475
자본금	47	47	-
자본 총계 (c)	20,218	20,185	▲33
부채 비율 (b/c)	85.9	88.4	2.5P
차입금 비율 (a/c)	57.1	60.0	2.9P

# Appendix\_사업부문별 매출

(단위 : 억)

구 분	1Q20	2Q20	3Q20	4Q20	1Q21	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23
<b>매출액</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>10,343</b>	<b>9,684</b>	<b>10,492</b>
<b>제과 사업</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>	<b>4,266</b>	<b>4,104</b>	<b>4,729</b>
건과	2,650	2,333	2,489	2,606	2,523	2,258	2,392	2,585	2,391	2,251	2,529	2,911	2,656	2,504
빙과	908	1,773	1,901	859	1,084	1,755	2,088	930	1,139	1,758	2,085	922	1,068	1,854
Bakery	250	230	231	271	265	269	283	324	280	308	332	368	302	305
<b>해외 사업</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>	<b>2,271</b>	<b>1,909</b>	<b>2,077</b>
카자흐스탄	448	377	435	523	389	380	437	548	423	505	592	817	656	669
파키스탄	200	235	218	214	197	231	216	211	201	216	219	201	158	158
벨기에	221	101	225	348	213	146	255	378	206	133	260	310	191	89
인도 건과	144	109	166	163	168	109	198	194	210	198	270	250	255	224
인도 빙과	166	117	168	137	249	240	287	218	311	602	356	275	351	637
중국	35	47	49	55	54	59	54	63	42	41	39	40	8	0
러시아	133	108	145	134	115	108	143	159	122	190	232	262	193	187
싱가폴	26	15	29	34	31	28	27	30	25	27	29	32	31	34
미얀마	73	71	74	82	59	78	81	86	67	77	88	83	66	79
<b>식품 사업</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>3,601</b>	<b>4,068</b>	<b>4,031</b>	<b>3,806</b>	<b>3,671</b>	<b>3,686</b>
B2B	1,508	1,514	1,546	1,512	1,518	1,677	1,673	1,806	1,850	2,309	2,072	1,994	1,880	1,897
유지	898	898	925	953	954	1,058	1,054	1,179	1,248	1,598	1,344	1,285	1,178	1,142
식자재 등	610	616	621	559	564	619	620	627	602	711	728	709	702	755
B2C	1,640	1,572	1,800	1,556	1,673	1,606	1,767	1,618	1,731	1,735	1,941	1,793	1,773	1,771
파스퇴르	509	484	489	460	480	495	469	455	472	468	444	459	444	459
육가공	678	600	774	543	675	577	720	586	684	620	790	655	682	613
HMR	453	488	537	553	518	534	578	577	575	647	707	679	647	698

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

# Appendix\_국가별 평균환율

(단위 : 원/현지화폐)

국 가	1-3월				1-6월			
	21년	22년	23년	YoY(%)	21년	22년	23년	YoY(%)
카자흐스탄 (KZT, 텡게)	2.65	2.64	2.80	6.1	2.63	2.74	2.86	4.4
파키스탄 (PKR, 루피)	7.02	6.79	4.92	▲27.5	7.15	6.63	4.77	▲28.1
벨기에 (EUR, 유로)	1,342.62	1,352.44	1,368.51	1.2	1,346.83	1,346.94	1,399.88	3.9
인도 (INR, 루피)	15.28	16.02	15.51	▲3.2	15.24	16.18	15.75	▲2.7
중국 (CNY, 위안)	171.95	189.64	186.18	▲1.8	172.75	190.04	186.80	▲1.7
러시아 (RUB, 루블)	14.96	14.06	17.43	24.0	15.04	16.59	16.83	1.4
싱가폴 (SGD, 싱가포르달러)	836.13	891.11	956.81	7.4	838.79	903.02	969.23	7.3
미얀마 (MMK, 쯏)	0.84	0.68	0.61	▲10.8	0.84	0.70	0.62	▲11.0

Note1. 기준환율 : 1/1~당월 누계 평균환율

# Appendix\_국가별 기말환율

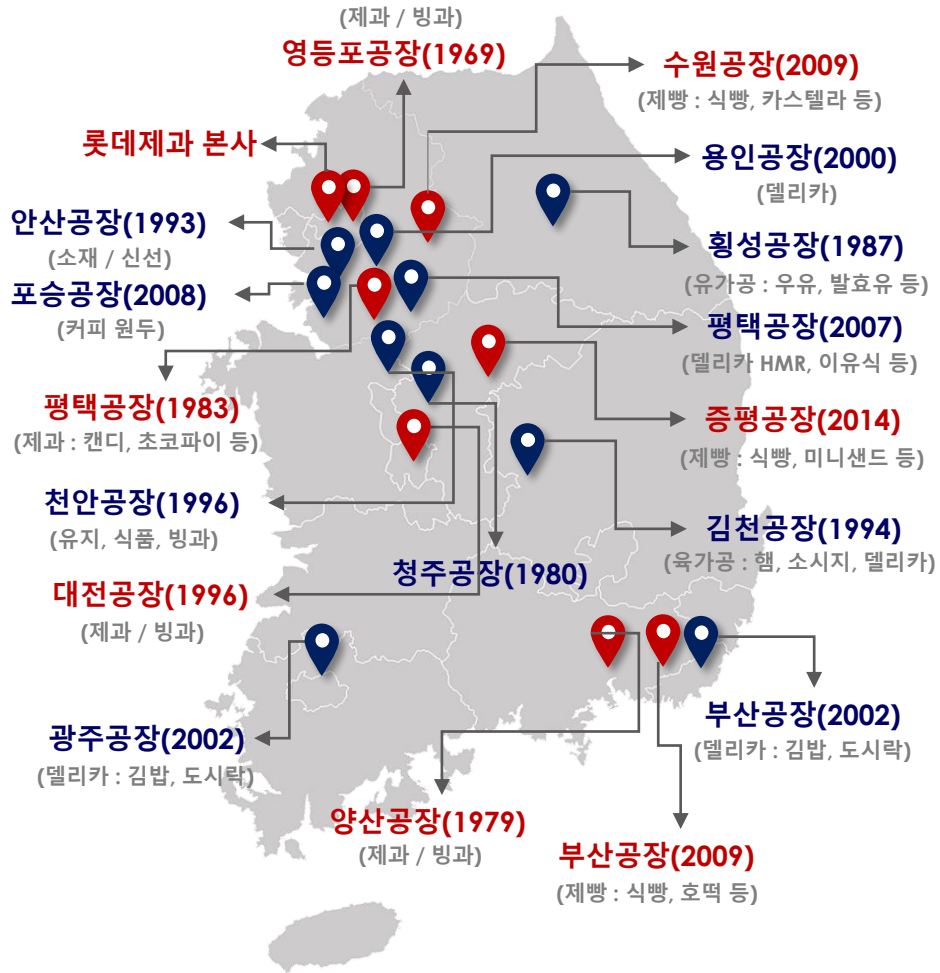
(단위 : 원/현지화폐)

국 가	22년말	23.3월말	QoQ(%)	23.6월말	QoQ(%)
카자흐스탄 (KZT, 텡게)	2.75	2.89	5.1	2.89	0.0
파키스탄 (PKR, 루피)	5.59	4.60	▲17.7	4.58	▲0.4
벨기에 (EUR, 유로)	1,351.20	1,421.53	5.2	1,426.55	0.4
인도 (INR, 루피)	15.31	15.88	3.7	16.00	0.8
중 국 (CNY, 위안)	181.44	189.13	4.2	181.05	▲4.3
러시아 (RUB, 루블)	16.90	16.87	▲0.2	15.11	▲10.4
싱가폴 (SGD, 싱가포르달러)	943.11	982.04	4.1	967.96	▲1.4
미얀마 (MMK, 쯏)	0.60	0.62	3.2	0.63	1.6

# Appendix\_사업장

## 국내

본사 : 서울 영등포구 양평로 21길 10 롯데양평빌딩  
 공장 : 제과 7 (영등포, 양산, 대전 등) / 푸드 10 (천안, 횡성 등)



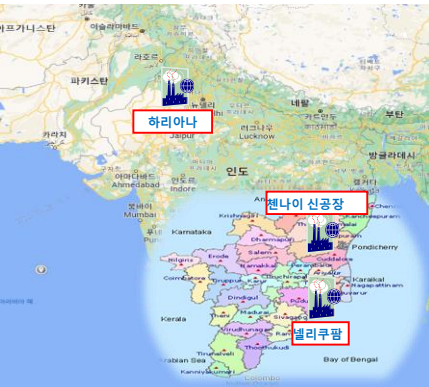


## 해외

진출국 : 8개 국가 (카자흐스탄, 파키스탄, 벨기에, 인도, 러시아, 미얀마, 중국, 싱가포르)  
 공장 : 21개 (카자흐스탄 3, 파키스탄 7, 벨기에 1, 인도 건과 3, 인도 빙과 2, 러시아 1, 미얀마 3, 중국 1)





	공장수
제과	7개
푸드	10개
해외	21개
Total	38개

# 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 : 98.9%                      인원 : 590명                      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 캔디 제품 및 초코파이, Spaut(껌) 판매</li> <li>• 1,400개 유통상과 5,000개의 Sub 유통상 보유</li> </ul>	<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> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Havmor 인수 (17년)</li> <li>• 원료 유제품 주요 산지이며, 소비 지역과 인접</li> <li>• 계절성 소비가 적고, 소비량 증가 추세</li> <li>• 서부 구자라트 중심으로, 전국에 빙과 제품 판매</li> <li>• 19년 제외, 매년 두 자리 수 신장 및 지속성장</li> </ul>	<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>• 초콜릿 매출 1위 업체 Rakhat 인수(13년)</li> <li>• 인구,GDP 지속적 성장 중(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                              - 23년 초코파이 3rd 라인 증설 예정</li> <li>• 국내 메가 브랜드 제품 추가, 시장 확대                              - 빼빼로 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내 메가 브랜드 제품 도입 및 분포 확대                              - 월드콘 런칭 및 제품 판매(21.09)                              - 설레임 현지 테스트 마케팅(22.05)</li> <li>• 푸네 지역에 제 3공장 신설 예정(24년 완공)                              - 5년간 약 700억 투자 (자체 조달)</li> </ul>

# Appendix\_주요 해외법인 현황

	러시아	벨기에
현황	<p><b>KF RUS</b> CIS 지역 진출 1호 법인</p>  <p>설립일 : 07년 03월                      설립 형태 : 신규 설립                      지분율 : 100%                      인원 : 332명                      사업장 수 : 3</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 판매 법인 설립(07년), 생산 법인 설립(08년) → 판매/생산 법인 통합(12년)</li> <li>• 크런치 캔디, 초코파이 등의 제품 운영</li> <li>• 초코파이 3rd라인 증설하여 생산 CAPA 확대 (21.11월)</li> <li>• 러시아-우크라이나 전쟁으로 글로벌 기업 철수하며 반사 이익 효과</li> </ul>	<p><b>GUYLIAN</b> 서유럽 해외법인 1호</p>  <p>설립일 : 08년 07월                      설립 형태 : M&amp;A                      지분율 : 51.00%                      인원 : 192명                      사업장 수 : 1</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 벨기에 본사 외 유럽지역(영국, 독일) 판매 법인 운영</li> <li>• 브랜드 : 시젤, 시홀스 등 초콜릿 위주 제품 운영</li> <li>• 프리미엄 브랜드 차별화 및 브랜드 재정비 통한 채널 확대</li> </ul>
	<p>사업방향</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LOTTE 메가 브랜드 정착 확대 (초코파이)</li> <li>• 러시아-우크라이나 사태 대응 (원재료 수급 안정화, 환율 변동성 대응 등)</li> <li>• 제품 라인업 확대 및 커버리지 확장, 생산성 제고를 통한 이익 확대 기반 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guylian 브랜드 리뉴얼 및 브랜드 재정비 통한 시장 포지셔닝</li> <li>• 여행·소매·면세 채널 활성화</li> <li>• 수익성 개선 및 역량 확장에 초점</li> </ul>

# Appendix\_대표 제품 소개

구분	주요 LINE-UP	BRAND / 제품				비고
건과	껌, 캔디	자일리톨	후라보노	목캔디	말랑카우	
	초콜릿, 비스킷	빼빼로	가나	빠다코코넛	마가렛트	
	파이, 스낵	초코파이	몽쉘	꼬깔콘	오징어땅콩	
빙과	바, 펜슬	돼지바	조스바	설레임	빠빼코	
	콘, 컵	월드콘	구구콘	빵빠레	더블비안코	
	홈	구구	셀렉션	프라임	조안나	
Bakery	과자빵, 식빵, 페스트리 등	디지털빵	카스테라	식빵	페스츄리	

구분	주요 LINE-UP	BRAND / 제품				비고
유지	정제유, 쇼트닝, 마가린, 버터 등	정제팜유	쇼트닝	마가린	버터	
식자재 등	볶은 커피, RTD, 세트 등	원두	드립	세트	캔	
	첨가물, 초콜릿, 가공식품소재	첨가물	초콜릿	휘핑크림	건과	
	조미식품, 농산물가공품, 식자재 상품 등	케첩	마요네즈	소스	식자재	
파스퇴르	우유, 유제품, 베이비푸드 등	우유	프로틴음료	과변	야채농장	
육가공	햄, 소시지류, 어육류, 세트 등	의성마늘	롯데햄	에센뽕득	로스팜	
HMR	튀김류, 만두류, 패티류 등	통돈가스	만두	떡갈비	카레	

# Appendix\_대표 제품 소개

법인	주요 LINE-UP	BRAND / 제품				비고
카자흐스탄 (롯데라하트)	초코, 비스킷, 캔디	카자흐스탄스키	토미리스	아블라치코	베체르	
파키스탄 (콜손)	스낵, 파스타, 비스킷, 껌, 파이	슬란티	파스타	마카로니	초코파이	
벨기에 (길리안)	초콜릿	시엘	마스터셀렉션	오푸스	길리안바	
인도 건과 (롯데인디아)	파이, 캔디, 껌	초코파이	카카오파이	커피바이트	스파우트	
인도 빙과 (하브모어)	아이스크림 (벌크, 바, 콘, 컵 외)	Vanilla	Zutubar	AAM CANDY	월드콘	
러시아 (KF-RUS)	파이, 캔디, 빼빼로	초코파이	카카오파이	바나나파이	딸기파이	
미얀마 (L&MM)	제빵 (양산빵, 베이커리류)	Fruit cake	Layer cake	Cup cake	식빵	
중국 (QINGDAO)	파이, 비스킷, 캔디	초코파이	코알라마치	요구르트젤리	빼빼로	
싱가포르 (S.E.A)	판매 법인 (국내 제품 수입/판매)	빼빼로	초코파이	카스타드	칙촉	