

롯데웰푸드 280360

1Q24 Review

음식료/유통

Analyst 김정욱
02. 6454-4874
6414@meritz.co.kr

1Q24 실적은 매출액 9,511억원으로 전년비 0.9% 감소, 영업이익은 373억원으로 전년비 100.6% 증가. 영업이익은 컨센서스 331억원을 12.7% 상회. 국내사업은 매출액 1.7% 감소, 영업이익 112.1% 증가. 영업 합리화(거래처 및 판촉 축소) 영향으로 식품 매출은 감소에도 수익성 개선 달성. 식자재 채널 합리화 영향으로 매출 감소했으나 유지 고 원가 재고 소진 및 저수익 SKU 축소하며 수익성 개선. 수출은 매출 20.8% 증가, 영업이익 28.5% 증가. 냉동김밥, 육가공 캔햄 등 간편식 확대 영향. 해외사업 매출은 3.3% 증가, 영업이익 60.9% 증가, 인도의 비우호적인 일기 상황과 러시아 환율 약세에도 인도/카자흐 중심의 견조한 수익성 확보

국내사업

매출액 -1.7% 감소, 영업이익 +112.1% 증가. 건과 +6.0%, 빙과 -0.2% 기록. 건과는 기능성 껌/캔디, 성인 스낵 등 주력 카테고리 중심 매출 확대. 빙과의 경우 비우호적 일기 영향으로 소폭 감소

B2B -13.7%, B2C -2.2%. B2B의 경우 원유 시세 하락에 따른 재고 부담 지속(유지 -6.3%, 식자재 등 -26.2%). B2C의 경우 23년 9월 이후 식자재 채널 사업 합리화에 따른 매출 감소(HMR +3.1%, 파스퇴르 -4.5%, 육가공 -5.7%). 수출은 매출액 +20.8% 증가, 영업이익 +28.5% 증가. 국가별로는 태국, 카테고리별로는 간편식, 건과 중심의 성장

글로벌사업

매출액 +3.3% 증가, 영업이익 +60.9% 증가. 국가별 탑라인 성장 카자흐스탄(+1.1%), 인도(+6.7%), 러시아(+3.1%). 인도 건과 매출 성장 지속(초코파이 3rd 라인 증설 등), 반면 비우호적인 일기 상황에 빙과 -2.1% 감소. 카자흐는 루블화 약세에 따른 러시아 제품 수입 증가로 내수 판매 감소. 러시아는 로컬 기준 +22.8% 성장. 영업이익은 인도, 카자흐 등 핵심 지역 중심의 견조한 수익 확보

가이던스

연결기준 매출액 +5~7%, OPM +5~6% 전망. 국내사업 매출액 +2~4%, OPM +4.5~5.5%, 주력 사업 건/빙과 부문 견조한 매출과 유지 부문 회복 전망. 영업이익은 유지 수익성 회복과 고수익 H&W 카테고리 비중 확대 등으로 가이던스 달성 가능할 전망. 해외사업 매출액 +15~17%, OPM 8~9%. 인도 등 주력 지역 중심 외형 성장 지속과 생산성 개선으로 수익성 개선 기대

롯데웰푸드 실적 추이													
(억원, %)	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2020	2021	2022	2023
매출액	9,219	10,462	11,033	10,264	9,596	10,492	10,865	9,796	9,511	35,761	36,686	9,796	40,664
제과 사업 부문	3,922	4,405	5,051	4,266	4,104	4,729	5,245	4,248	4,186	17,207	17,516	4,248	18,326
건과	2,391	2,251	2,529	2,911	2,656	2,504	2,713	3,002	2,814	10,078	9,759	3,002	10,875
빙과	1,139	1,758	2,085	922	1,068	1,854	2,235	931	1,066	5,441	5,856	931	6,088
Bakery	280	308	332	368	302	305	297	316	305	982	1,141	316	1,219
해외 사업 부문	1,607	1,989	2,086	2,271	1,909	2,077	1,993	2,027	1,972	5,825	6,438	2,027	8,005
카자흐스탄	423	505	592	817	656	669	638	734	663	1,784	1,754	734	2,697
파키스탄	201	216	219	201	158	158	138	138	171	867	855	138	592
벨기에	206	133	260	310	191	89	207	269	171	896	993	269	757
인도 건과	210	198	270	250	255	224	289	267	303	582	668	267	1,035
인도 빙과	311	602	356	275	351	637	390	278	343	587	994	278	1,656
중국	42	41	39	40	8	0	39	0	0	185	230	0	47
러시아	122	190	232	262	193	187	196	201	199	521	525	201	777
싱가폴	25	27	29	32	31	34	35	38	34	103	116	38	137
미얀마	67	77	88	83	66	79	100	102	87	300	303	102	347
식품 사업 부문	3,601	4,068	4,031	3,806	3,671	3,686	3,625	3,543	3,355	12,728	13,421	3,543	14,525
B2B	1,850	2,309	2,072	1,994	1,880	1,897	1,764	1,824	1,622	6,080	6,676	1,824	7,365
유지	1,248	1,598	1,344	1,285	1,178	1,142	1,100	1,294	1,104	3,674	4,246	1,294	4,714
식자재 등	602	711	728	709	702	755	664	530	518	2,406	2,430	530	2,651
B2C	1,731	1,735	1,941	1,793	1,773	1,771	1,861	1,719	1,734	6,568	6,663	1,719	7,124
파스퇴르	472	468	444	459	444	459	460	438	424	1,942	1,898	438	1,800
육가공	684	620	790	655	682	613	707	586	643	2,595	2,559	586	2,589
HMR	575	647	707	679	647	698	694	695	667	2,031	2,206	695	2,734
연결조정	89	0	-135	-79	-88	-86	2	-21	-2	0	0	-21	-192
yoy	5.3	14.3	10.3	11.7	4.1	0.3	-1.5	-4.6	-0.9	-1.5	2.6	-4.6	-0.2
제과 사업 부문	-3.7	-1.4	2.0	6.1	4.6	7.3	3.8	-0.4	2.0	0.9	1.8	-0.4	3.9
건과	-5.2	-0.3	5.7	12.6	11.1	11.3	7.3	3.1	6.0	-1.1	-3.2	3.1	7.9
빙과	5.1	0.2	-0.1	-0.7	-6.3	5.5	7.2	0.9	-0.2	6.4	7.6	0.9	3.1
Bakery	5.7	14.5	17.1	13.7	7.7	-1.1	-10.6	-14.2	1.2	-13.0	16.2	-14.2	-5.4
해외 사업 부문	9.0	44.1	22.9	20.3	18.8	4.4	-4.4	-10.8	3.3	-2.9	10.5	-10.8	0.7
카자흐스탄	8.8	32.9	35.6	49.2	55.1	32.5	7.7	-10.2	1.1	-7.5	-1.7	-10.2	15.4
파키스탄	2.1	-6.6	1.6	-4.7	-21.4	-26.8	-37.0	-31.7	8.5	-5.7	-1.4	-31.7	-29.3
벨기에	-3.2	-9.1	2.0	-18.1	-7.3	-33.1	-20.5	-13.0	-10.6	-15.0	10.8	-13.0	-16.8
인도 건과	25.3	82.6	36.5	28.9	21.4	13.1	7.0	6.5	18.8		14.9	6.5	
인도 빙과	25.1	150.7	23.9	25.8	12.6	5.9	9.7	1.3	-2.1	-42.4	69.3	1.3	7.3
중국	-22.2	-31.0	-27.2	-37.6	-81.7	-99.9	-0.2	적전	-100.0	19.3	24.4	적전	-71.1
러시아	5.7	75.8	62.3	64.6	58.1	-1.5	-15.4	-23.2	3.1	1.4	0.8	-23.2	-3.5
싱가폴	-19.6	-3.6	7.8	9.2	25.7	23.4	20.2	16.2	10.0	-4.7	12.3	16.2	21.0
미얀마	13.5	-1.5	9.2	-2.9	-0.2	2.9	13.3	22.4	31.5	-0.7	1.0	22.4	10.3
식품 사업 부문	12.2	23.2	16.5	10.3	1.9	-9.4	-10.1	-6.9	-8.6	-4.1	5.4	-6.9	-6.3
B2B	21.9	37.7	23.8	10.3	1.6	-17.8	-14.9	-8.5	-13.7	-7.5	9.8	-8.5	-10.5
유지	30.8	51.0	27.5	8.9	-5.6	-28.5	-18.1	0.7	-6.3	-1.3	15.6	0.7	-13.9
식자재 등	6.7	14.9	17.5	12.9	16.6	6.2	-8.8	-25.2	-26.2	-15.5	1.0	-25.2	-3.6
B2C	3.5	8.0	9.9	10.8	2.4	2.1	-4.1	-4.1	-2.2	-0.7	1.5	-4.1	-1.1
파스퇴르	-1.7	-5.5	-5.3	0.9	-6.0	-1.9	3.5	-4.6	-4.5	-5.9	-2.2	-4.6	-2.3
육가공	1.3	7.5	9.7	11.8	-0.3	-1.1	-10.5	-10.5	-5.7	-2.6	-1.4	-10.5	-5.8
HMR	11.0	21.2	22.4	17.7	12.5	8.0	-1.8	2.4	3.1	7.5	8.6	2.4	4.9
영업이익	136	461	572	194	186	486	806	292	373	1,571	1,444	292	1,770
yoy	-61.4	5.3	-8.2	189.8	36.8	94.6	41.0	50.5	100.6	8.8	-8.1	50.5	30.8
영업이익률	1.5	4.4	5.2	1.9	1.9	4.6	7.4	3.0	3.9	4.4	3.9	3.0	4.4
당기순이익	-6	412	354	-183	0	134	713	-160	201	1,120	353	-160	678
yoy	적전	42.9	-16.2	적지	흑전	-67.3	101.5	적지	흑전	41.4	-68.5	적지	17.6
순이익률	-0.1	3.9	3.2	-1.8	0.0	1.3	6.6	-1.6	2.1	3.1	1.0	-1.6	1.7

자료: 메리츠증권 리서치센터

1Q24 Conference Call Q&A

- Q1** 빙과 제로 라인업 확장 중인데 매출 목표
- A1** 제로 브랜드 78% 성장, 빙과는 10억에서 48억으로 +384% 성장. 건과 부문은 제로 청량캔디 등 신제품 효과로 79억에서 112억으로 +41% 신장, 올리브영에 제로 청량 캔디, 이지프로틴바 입점. 5/13 부터 뉴진스 활용한 새 캠페인 시작
- Q2** 최근 출시한 0칼로리 아이스크림 카니발리제이션 없이 신규 수요 창출 효과 가능한지
- A2** 스크류바, 죠스마 제로 출시 후 3주간 16억 정도 매출 발생. CVS 데이터에 따르면 카니발 없이 새로운 고객 수요 나타남. 기존 오리지널 제품보다 매출 큼
- Q3** 오리지널 제품 대비 제로 아이스크림 수익성
- A3** 제로브랜드 아이스크림은 기존 보다 수익성 좋음, 0칼로리 아이스크림은 알룰로스 때문에 기존 보다 GP 떨어지나 두자리수 이상 유지, 평균 GP/OP 보다는 높음
- Q4** 제로 아이스크림 구체적으로 어떻게 신규 수요 창출 가능한지
- A4** 더운 여름철 부담없는 칼로리, 아이스크림 시장으로 유입 가능, 원래 슈가프리 제로 브랜드의 경우 주로 30대 이상 고객이 많은데 이들이 추가 신규 수요
- Q5** 인도 빙과 시장에서 로컬브랜드와 롯데 브랜드 포지셔닝 차이
- A5** 로컬은 매스, 롯데는 프리미엄과 매스 사이 포지셔닝. 월드콘 현지 판매가는 한국과 비슷한 수준, 현지에서 판매되는 일반 콘 제품 보다 10~20% 정도 높은 가격
- Q6** 카자흐스탄 판가/원가 변화 있는지
- A6** 24년 3월에 13.3% 인상, 원료 쪽에서 단가 절감되면서 영업이익 증가. 환율이 루블화 대비 평가절상되면서 수입단가 감소했고, 유지의 경우 18% 단가 감소, 밀가루/설탕 18%, 우유도 21% 정도 단가 감소. 반면 카카오빈 단가는 인상
- Q7** 글로벌 시장 제로 브랜드 출시 계획
- A7** 최근 멕시코 코스트코 입점, 작년 베트남, 올해 5월 미국 엑스포 참여 예정, 최근 몽골 진출. 현재 법인 진출한 국가에서도 도입 검토
- Q8** 국내외 2분기 원재료비 전망
- A8** 전체적인 코코아 가격 상승 영향 불가피하나 다른 부분은 감소되는 부분이 있음. 전년 기저 높아서, 유제품/유지류 등 감소 전망
- Q9** 정부의 가격 인상 관련 지연 요구 관련, 하반기 인상 가능성
- A9** 정부 협조 요청, 한달 연기. 카카오빈 가격 급등, 하반기 부담 예측 어려워서 3분기까지 추이를 보면서 하반기 가격인상 결정할 듯. 글로벌 법인 전반적으로, 작년 상반기 원료비 단가 높았음. 올해는 개선 전망. 자체적인 원가 개선 활동 중이나 카카오빈은 상승은 악영향 미치고 있음. 2~3분기 추가적인 가격 정상화에 대한 검토도 진행 중

Q10 최근 인도 기상 영향 월별, 분기별 전망

A10 하브모어 전년비 매출 부진 이유는 올해 2,3월 인도의 낮은 기온과 미세먼지로 외출 규제 영향. 하브모어 매출 비중 23년 22%에서 1분기 17%로 축소. 4월 들어 40도 이상으로 날씨 정상 회복, 4월 매출 전년비 성장세 나타남. 2분기 두자리수 성장 기대

Q11 푸네 증설 스케줄 업데이트 부탁

A11 현지 건축 완료, 건축사용허가 승인 신청, 대기 중. 승인 기간은 2~3개월 정도. 8월 정도 예상. 인도 국가적 특성상 지연될 가능성은 존재

Q12 유지류 매출 수익성 회복되는건지

A12 올해 유지 판가 전년비 20% 이상 감소, 물량 +16% 증가하면서 MSD% 매출 감소, 수익성은 HSD%으로 전년도 BEP 수준에서 개선. 1분기 이익 개선의 50%는 유지 수익성 정상화로 개선된 것

Q13 국내 매출 가이드نس 하회, 가이드نس를 부문별로 나눠서 매출 목표 설명 부탁

A13 저수익 사업인 식자재 납품 작년 200억 정도 정리하고, 유지 판가 낮아진 영향인데 개선 중. 2분기 이후는 가이드نس 부합 가능할 전망. 해외는 3.3% 성장, 인도 지역 1분기 날씨 안좋았다가 4월부터 좋은 상황이고 러시아 환율 약세로 인한 성장 둔화세도 개선 중

Q14 식자재부문 정상화에 따른 매출 감소 영향 언제까지 지속되는지

A14 올해부터 외부 프랜차이즈 식자재 공급 작년 9월부터 안함. 올해 8월까지의 작년에 233억 수준 정도 발생했는데 빠지면서 영향 미침

Q15 수출 고성장, 어떤 국가에서 성장 중인지

A15 태국 지역, 전체적으로 김밥 등 간편식, 건과 부문 신장. 또 육가공/유가공 전년엔 없던 부분이 새로 생기면서 성장성 지속

Q16 카카오 원재료 구매금액 23년 기준으로 매출원가에서 차지하는 비중

A16 연간 2~300억 수준, 변동성이 높음. 전체 원재료 구매액 중에서는 3~40% 정도 영향. 카카오 스플릿 등 원가 개선 활동 모색 중, 원가 부담 최소화 가능할 것

Q17 제로 아이스크림 성과 나오면 익스텐션 용이한지

A17 현재 0칼로리는 바타입으로 죠스바, 스크류바 출시했는데 바 타입 각색 가능, 펜슬 까지도 확장 가능. 제로 아이스크림의 경우 바/콘/킥/홈 다 운영중. 특히 파인트 부분 올해 성과 좋은데 이 부분으로 확장 가능성도 충분

Q18 육가공 H&W 관련 신제품

A18 5월 의성마늘햄 육가공 제품 나트륨 저감시킨 육가공 제품 출시. 가족 대상 제품 라인업 구성

Compliance Notice

본 조사분석자료는 제3자에게 사전 제공된 사실이 없습니다. 당사는 자료작성일 현재 본 조사분석자료에 언급된 종목의 지분을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다. 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 추천 종목과 재산적 이해관계가 없습니다. 본 자료에 게재된 내용은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.

본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다. 본 자료를 이용하시는 분은 본 자료와 관련한 투자의 최종 결정은 자신의 판단으로 하시기 바랍니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 투자 결과와 관련한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료는 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로 당사의 허락 없이 복사, 대여, 배포 될 수 없습니다.