

Issue Comment

2024. 5. 2

롯데칠성 005300

1Q24 Review

음식료/유통

Analyst 김정욱

02. 6454-4874

6414@meritz.co.kr

1Q24 실적은 매출액 9,369억원으로 전년비 37.8% 성장, 영업이익은 424억원으로 전년비 28.5% 감소. 영업이익은 컨센서스 489억원 대비 15.3% 하회하며 부진한 실적 기록. 매출액은 필리핀 법인 연결효과, 주류 부문의 성장으로 전년비 고성장했으나, 음료 부문이 비우호적인 기상 영향과 원부재료 부담 지속되며 전년비 부진. PCPPI 1분기 매출은 11% 성장하며 20억원 적자 기록, 3월부터 흑자 전환하며 수익성 개선 작업은 계획대로 진행 중. 원부재료 부담은 1분기 가장 높은 수준으로 하반기 개선이 기대되며 주류 부문은 경쟁이 치열한 환경에도 마케팅비는 매출액 대비 10~11% 수준 유지 예상. PCPPI 수익성 개선 등 2분기 이후 점진적인 개선 기대되며 하반기 본격적으로 연간 가이던스 흐름 회복 예상

음료부문

1분기 평균 기온 하락과 잦은 비, 인플레이, 선거 등 외부 환경 여건이 음료 업계 전반 소비에 부정적, 음료 매출은 탄산이 0.6% 성장으로 부진한 가운데 에너지 +31.3%로 기여하며 별도 매출 2% 성장. 영업이익은 151억원 감익. 원부재료비와 제조경비 영향으로 190억원 비용 증가. 환율 등 영향을 고려한 연간 원재료비 부담은 300~400억원 예상. 탄산 부문은 제로 라인업 확대, 헬시플레이어 트렌드 대응을 위한 식물성 우유, 비타민 다이어트 소재 확대 전략

주류부문

주류 소비 문화의 구조적인 변화, 2차 문화 감소, 음용 시간 축소 등 유흥 시장 부진 지속. 소주 부문의 원재료비 상승은 가격 인상으로 커버, 새로운 월 120~130억원 기여. 크러시는 월 50억원으로 매출 기여. 새로 살구맛은 과거 과일 소주의 단점인 인위적인 맛을 개선해 초기 소비자 반응 긍정적. 처음처럼은 5/1일 리뉴얼 제품 출시. 수도권은 크러시, 지방은 새로 분포 확대에 집중할 계획

PCPPI

1분기 매출액 11% 성장하며 시장 성장 5%를 크게 상회. 1분기 적자는 20억원으로 전년비 절반 수준. 3월부터 흑자 전환하며 포트폴리오 정상화, 생산 오퍼레이션 효율화 효과 발생. 시장에서 성과가 보장된 마운틴듀/스팅에 집중. SKU 130에서 90개로 축소, 글래스 보틀 회수 문제 보안을 위한 구조 개선 집중

표1 롯데칠성 분기 및 연간 실적 추이 및 전망

(십억원, %)	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24P	2Q24E	3Q23E	4Q23E	2023	2024E	2025E	2026E
매출액	679.8	796.2	830.4	918.4	936.9	1094.9	1139.0	1000.0	417.1	95.9	112.1	114.8
연결음료	457.5	587.7	61.4	704.5	707.5	871.2	912.4	775.6	326.7	72.1	88.9	90.8
음료(별도)	423.0	537.9	567.9	424.6	431.3	553.1	581.0	434.2	200.0	44.5	57.1	59.0
탄산(별도)	213.8	239.9	237.8	205.4	215.0	244.7	242.5	207.5	91.0	22.1	25.2	26.0
주스(별도)	30.1	37.7	39.8	30.5	30.9	37.7	39.8	30.5	13.9	3.1	3.8	3.8
커피(별도)	52.3	81.8	94.3	60.7	54.0	85.1	98.1	63.1	30.0	5.6	8.8	9.2
생수 및 기타(별도)	126.8	178.5	527.6	127.9	131.4	185.6	200.7	133.0	65.1	13.7	19.3	20.1
별도 외 음료	34.5	49.8	-83.8	44.4	276.2	318.1	331.4	341.4	126.7	27.6	31.8	31.8
연결주류	222.3	208.5	76.9	213.9	229.4	223.7	226.6	224.4	90.4	23.8	23.2	24.0
주류(별도)	207.7	198.2	201.1	196.9	214.8	209.4	211.2	209.1	84.4	22.3	21.7	22.6
소주+청주(별도)	114.2	105.0	111.0	105.1	118.1	110.3	115.4	111.4	45.5	12.4	11.6	12.2
맥주(별도)	19.0	20.8	20.3	20.6	23.8	26.0	25.4	25.8	10.1	2.5	2.8	3.0
기타주류(별도)	74.5	72.4	187.9	71.2	72.9	73.1	70.4	71.9	28.8	7.4	7.4	7.5
별도 외 주류	14.6	10.3	-12.4	11.1	14.6	14.4	15.4	15.3	6.0	1.5	1.4	1.4
*별도 외 음료+주류	49.1	60.1	-9.6	55.5	290.8	332.4	346.8	356.7	132.7	29.1	33.2	33.2
yoy %	8.5	4.5	5.9	37.3	37.8	37.5	37.2	8.9	13.5	29.3	2.4	2.4
연결음료	8.5	3.7	5.7	52.7	54.6	48.2	48.7	10.1	16.4	38.2	2.0	2.0
음료(별도)	8.5	3.7	5.7	0.7	2.0	2.8	2.3	2.3	4.6	2.4	3.3	3.3
탄산(별도)	14.6	5.7	3.3	2.7	0.6	2.0	2.0	1.0	6.3	1.4	3.0	3.0
주스(별도)	-3.2	-3.9	-0.2	1.5	3.0	0.0	0.0	0.0	-1.6	0.7	0.0	0.0
커피(별도)	-4.0	-1.1	5.0	-4.6	3.1	4.0	4.0	4.0	-0.5	3.8	4.0	4.0
생수 및 기타(별도)	7.7	5.1	8.7	-0.1	3.6	4.0	4.0	4.0	5.0	5.0	5.0	5.0
연결주류	8.7	6.7	6.4	3.0	3.2	7.3	4.6	4.9	6.2	5.0	3.6	3.7
주류(별도)	7.0	5.2	4.3	-1.1	3.4	5.6	5.0	6.2	3.8	5.0	3.9	3.9
소주(별도)	26.3	23.8	20.3	4.2	3.4	5.0	4.0	6.0	18.2	4.6	5.0	5.0
맥주(별도)	-19.1	-21.6	-26.6	-0.3	25.1	25.0	25.0	25.0	-17.9	25.0	7.0	7.0
기타주류(별도)	-7.2	-6.2	-4.3	-8.2	-2.1	1.0	1.0	1.0	-6.5	0.2	1.0	1.0
기타사업	16.3	9.5	19.2	15.0	492.3	5.0	5.0	5.0	14.9	182.0	0.0	0.0
영업이익	59.3	59.2	84.3	7.9	42.4	72.2	100.2	22.2	210.7	237.1	53.0	61.7
음료부분	39.0	47.8	62.2	13.0	23.9	61.0	82.1	15.5	162.0	182.5	31.6	39.6
주류부분	17.5	2.3	14.0	-0.3	18.3	11.2	18.1	6.7	33.5	54.3	21.4	22.2
내부조정(별도 외)	2.8	9.1	8.1	-4.8	0.2	0.0	0.0	0.0	15.2	0.2	0.0	0.0
yoy %	-0.7	-7.2	12.3	-67.4	-28.5	21.9	19.0	179.9	-5.5	12.5	17.4	14.6
지배순이익	29.9	32.0	66.6	37.4	26.8	43.6	64.2	6.2	165.9	140.8	169.0	200.2
yoy %	-18.5	-19.8	44.0	571.8	-10.4	36.3	-3.5	-83.5	29.2	-15.1	20.0	18.5

자료: 롯데칠성, 메리츠증권 리서치센터

1Q24 Conference Call Q&A

Q1 1분기 음료 부문 원재료비 부담 발생, 상반기/하반기 투입 원재료비 전망은?

A1 원당/과당 가격이 안정세로 가고 있기 때문에 하반기 원재료비 부담 완화 예상, 오렌지 농축액은 스펙 조정 예상. 다만 국제 캔 시세 등은 전쟁 여파로 여전히 불확실성 상존. 1,350원~1,400원 환율에서 원/부재료비 부담은 연간 300억원 예상되며, 1분기 190억원 등 대부분 상반기에 집중되어 있다고 판단

Q2 동사와 경쟁사 모두 공격적인 신제품 출시로 주류 시장 마케팅비 심화 우려는?

A2 주류 산업 내 신제품이 다수 출시되었음은 인지하고 있음. 경쟁사 제품들의 시장 영향은 아직 미미한 것으로 판단. 새로 살구맛은 과거 과일 소주의 단점을 보완, 초기 시장 반응 긍정적. 푸쉬 마케팅이 아닌 소비자 풀 마케팅 전략 지속할 계획

Q3 1분기 마케팅비 전년비 60억원 더 지출, 2분기 주류 마케팅비 계획은?

A3 1분기 210억원 마케팅비 지출로 매출액 대비 10% 내외 비중 유지. 하반기에도 이정도 수준에서 계획. 수익성을 고려한 매출 성장 계획

Q4 음료 헬스앤웰니스 제품의 채널 전략은?

A4 헬스앤웰니스 음료는 장기적으로 소비자 니즈 강화되며 시장이 커질 것으로 기대. 리테일은 온라인 커머스에 집중. 건강기능은 약국/이커머스/홈쇼핑 역량 키울 계획

Q5 PCPPI 매출 성장률 11%의 수량/가격/환율 효과는?

A5 매출액 11% 성장, 4월도 비슷한 흐름. 수량 효과는 8%, 믹스/DC 개선으로 3% 효과

Q6 3월 비우호적인 영업환경, 4월 리테일 채널 회복과 동반한 이연 효과는?

A6 3월 편의점 판매가 5% 감소하는 등 부정적. 4월 중순부터 날씨 효과가 우호적. 재고 소진되고 매출도 회복 중

Q7 맥주 OEM 관련 진행사항 공유

A7 글로벌 맥주 회사와 협의 우호적. 맥주 및 맥주 외 스펙 포괄적으로 검토중이며 긍정적으로 진행 중

Q8 PCPPI 1분기 매출 고성장에도 수익성 개선이 더딘 이유

A8 1분기 비수기 영향 이외에는 손익 개선 저해요인 없음. 3~10월이 성수기, 필리핀 원당 작황도 긍정적인 상황

Q9 제로 카테고리 관련 점유율은?

A9 동사 제로탄산 점유율은 45%, 경쟁사는 38%. 탄산음료 전체는 동사 40%, 경쟁사 46%(콜라 영향). 사이다 점유율은 68%(작년도 65%에서 회복), 펍시는 32%(작년 30%에서 상승)

Q10 PCPPI는 2분기 이후로 흑자 전환 가능한지?

A10 3월 BEP 달성, 연간 100억원 영업이익 가이드نس, 현재 분위기는 가이드نس 소폭 상회 예상

Q11 원당 가격 안정화에도 환율 변동성은 여전, 가격 전략은?

A11 원당은 연초대비는 완화, 가격 인상은 전반적인 여러 조건들을 고려하면서 판단

Q12 음료 손익 악화, 하이브리드 캐파 증설 등으로 주류 손익이 음료로 이전되는건 아닌지?

A12 음료 2억 케이스 캐파에서 충주 4천만 캐파 확대, 캔 관련한 수급 이슈 등 해소하며 대응

Q13 크러시 초기 성과에 대한 판단, 향후 전략

A13 크러시는 경쟁 제품 대비 분포율 긍정적. 새로와 비교는 어려움 출시 시점의 유통 시장 업황 차이도 존재. 피츠/생드래프트 대비 퍼포먼스 양호함. 4월부터 2차 캠페인 진행 계획. 3월달까진 생드래프트와의 스위칭 이슈도 있었음

Q14 신제품 여울 증류주 성과와 기타 주류 전략은?

A14 증류주 전체 시장은 700억원 규모, 마케팅비를 과도하게 투입할 시장은 아님. 여울은 월 5억원 매출로 연간 50억원 달성 예상. 하이볼/믹솔로지 트렌드에 대응하며 로제 청하 신제품도 기대

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.