

신선하고 깨끗한 것을
드리고 싶은 마음

사조 대림

2019 INVESTOR REALATIONS

CONTENTS

Part I. 사조대림
- 기업 현황
- 제품 소개
- 재무 현황

Part II. 사조해표
- 기업 현황
- 제품 소개
- 재무 현황

Part III. 합병사항
- 합병 개요
- 합병 일정
- 합병 효과

Disclaimer

본 자료는 오로지 정보 제공 목적으로 작성되었고, 증권이나 관련 금융상품의 매수나 매도를 청약 또는 청약을 권유하거나 의결권 행사를 권유하려는 목적으로 작성되지 않았습니다. 회사는 본 자료에 기재된 정보의 정확성, 완전성 또는 신뢰성에 대해 어떠한 명시적 또는 묵시적 진술 및 보장도 제공하지 않습니다. 본 자료의 내용은 고지 없이 변경될 수 있으며, 본 자료의 내용이 전제하고 있는 가정 또는 기준이 다른 경우에는 그 내용도 달라질 수 있습니다. 회사는 본 자료의 내용에 대해서 변경, 수정 또는 정정 할 의무를 부담하지 않습니다.

본 자료에는 일정한 “장래예측진술(forward-looking statements)”이 포함되어 있고, 이러한 장래예측진술은 경영진의 현재 기대 또는 생각, 계획은 물론 현재 경영진들에게 제공된 정보를 토대로 가정된 사항들에 기초하여 이루어진 것입니다. 새로운 정보, 미래의 사건 기타 원인이 발생한다고 하여, 회사가 장래예측진술을 보완하거나 보충할 어떠한 의무도 부담하지 않습니다.

추가로 본 자료는 2018년 별도/연결 재무제표 감사前재무실적 추정치를 기준으로 작성되었으며, 투자자들의 편의를 위해 작성된 자료이므로, 그 내용 중 일부는 회계검토과정에서 달라질 수 있습니다.

따라서 회사, 회사의 계열회사, 그 임직원 또는 대리인, 자문사는 본 자료의 내용과 관련하여 발생할 수 있는 어떠한 손해 또는 손실에 대하여도 책임을 부담하지 않음을 양지해 주시길 부탁드립니다.

CEO Message

투자자 여러분 안녕하십니까

사조대림은 1964년 수산업을 시작으로 반세기 동안 깨끗하고 맛있는 바른 먹거리를 제공하기 위해 노력해오고 있습니다.

사조대림의 대표 브랜드 '대림 선(鮮)'은 깨끗하고 신선한 제품을 통해 고객님들께 꾸준히 사랑 받고 있습니다. 시장에서 확고한 위치를 구축한 어묵, 맛살, 계육, 오리, 육가공, 캠프&하우스, 만두 제품을 비롯해 최근에는 1인 가구 라이프 스타일을 반영한 여러 종류의 가정 간편식 제품을 선보여 시장에서 큰 호응을 얻고 있습니다.

사조대림은 이제 또 한번의 커다란 도약을 하고자 합니다. '해표' 및 '사조 참치', '순창궁'의 브랜드를 통해 상온시장에서 지위를 확고히 하고있는 '사조해표'를 합병하여 상온과 신선/냉동을 아우르는 종합식품기업으로 변화를 하려고 합니다.

사조대림/사조해표의 합병으로 저희는 단일식품기업으로 매출 1조 클럽에 입성하게 되며 기존에 이원화 되어있던 관리조직의 개편 및 영업조직의 조정을 통해 더 효율적이고 경쟁력을 갖춘 새로운 사조대림으로 탈바꿈 할 것입니다.

이를 통해, 기존에 저평가 되어있던 기업 가치를 향상 시키고, 나아가 주주님들의 주식 가치를 극대화 하며, 견고한 이익 창출을 통해 배당도 정례화 함으로서 회사와 주주 모두 만족하는 회사가 되고자 합니다.

저희 IR에 참석하신 모든 분들께 감사드리며, 새로운 사조대림이 힘차게 나아 갈 수 있도록 많은 관심과 격려 부탁드립니다.

감사합니다.



대표이사 김 상 훈(金相薰)

- 85.09 ~ 86.06 (주)사조상호신용금고
- 86.07 ~ 04.04 사조산업(주)관리본부총괄
- 04.05 ~ 15.12 (주)사조해표 총괄부사장
- 09.08 ~ 11.11 (주)사조C&C 대표이사
- 11.08 ~ 現 (주)삼아벤처 대표이사
- 16.01 ~ 現 (주)사조해표 대표이사
- 19.01 ~ 現 (주)사조대림 대표이사

1

사조대림

1-1 사조대림 현황

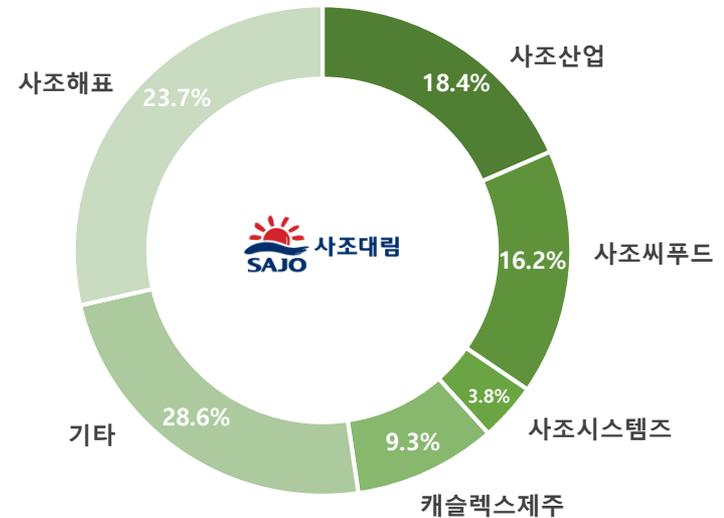
수산업을 기반으로 종합식품 기업으로 발돋움한 사조 대림

■ 사조대림 현황

• 설립일/상장일	1964.05.01 / 1976.09.01
• 대표이사	김 상 훈
• 종업원	559명
• 재무상태 - 자산/자본금	3,477 / 298 억원
• 경영실적 - 매출/영업이익	4,310 / 155 억원
• 주요제품	어묵, 맛살
• 소재지 (본사) (공장)	서울시 서초구 남부순환로 2159 식품 (안산, 부산)

감사前 18년 별도 재무제표 자료

■ 사조대림 주주현황



18년 3분기 감사보고서 자료

1-1 사조대림 연혁

사업 경쟁력 제고를 통한 지속 성장성 확보

주요 성장 연혁

1970년대

- 1964 . 06 회사창립 연근해 어업 및 통조림 제조 개시
- 1965 . 06 수출입 허가 획득
- 1976 . 09 기업 공개
- 1977 . 04 부산공장 준공, 종합식품 가공업 개시
- 1964 . 06 Daerim America, Daerim Japan 설립



1980년대

- 1986 . 10 대림식품 인수 / 육가공 생산 시작
- 1989 . 10 안산공장 준공, "어묵" 출시



1990년대

- 1995 . 12 대련 중국식품 유한공사 (중국현지법인) 설립



2000년대

- 2003 . 08 대림식품 합병
- 2006 . 12 사조그룹 편입
- 2007 . 06 사조씨엔에프 계열사 편입
- 2008 . 06 ㈜사조대림 사명변경
- 2009 . 07 사조 C&C 계열사 편입
- 2009 . 09 ㈜사조오양 계열사 편입



2010년대

- 2010 . 07 ㈜사조남부햄 계열사 편입
- 2011 . 01 ㈜사조바이오피드 편입
- 2010 . 12 러시아 현지법인 OLADON 계열사 편입
- 2011 . 01 러시아 수산회사 "라스벳" 인수
- 2011 . 02 카길에그푸리나 MOU 체결



1-1 사조대림 사업영역

충성도 높은 거래선 확보 그룹 관계사 매출비중 확대 지속

■ 사업 현황

수산사업



구분	선박수	매출량(MT)	어종
독항선	3	662	횡감용 참치
저연승	2	2,396	대구, 메로, 가자미
트롤선	4	45,584	명태, 청어 등

식품 제조·유통사업

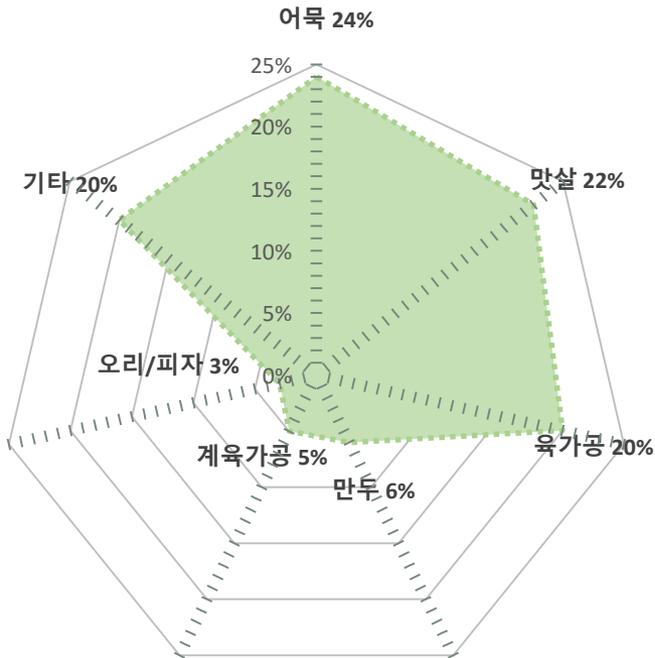


사업포트	식품사업(냉장/냉동 종합식품) 수산 사업(원양 어선)
대표 브랜드	대림鮮어묵, 크라비아, 캠프&하우스, 안심치킨&오리 등
수산 산업	명태(합작), 대구(러시아 베링해, 오호츠크 조업), 참치(남태평양 조업)

1-2 사조대림 공장 및 매출 비중

업계 최초로 식품 의약품안전처로부터 HACCP인증을 받은
제조 시설로, 안전하고 깨끗한 제품 제공

■ 제품별 매출비중



* 2018년 관리회계 자료 기준

■ 사업장 현황



1-2 사조대림 제품현황

깨끗하고 신선한 자연, 빠르고 올바른 유통, 가족의 화목, 식탁 위의 즐거움을 위한 “鮮”의 브랜드 정신

제품 현황



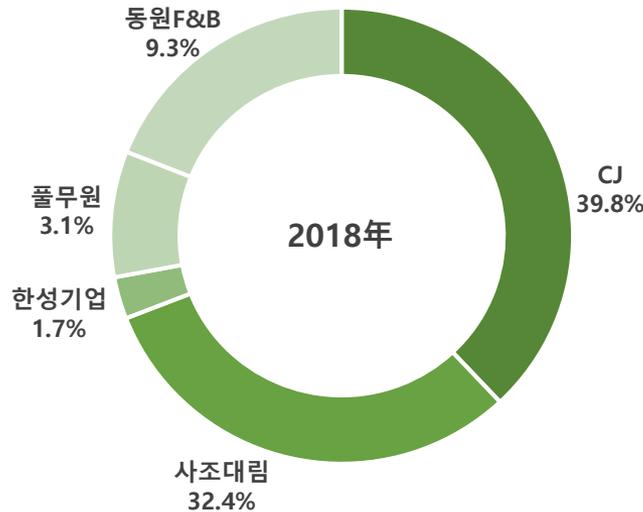
01.어묵류

대한민국 대표어묵 대림선어묵

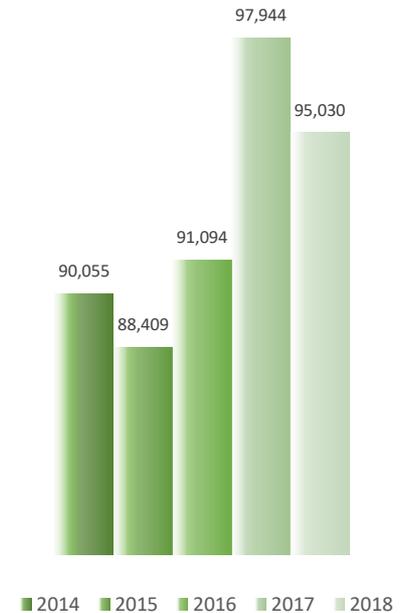
신선하고 깨끗한 사조대림의 어묵생산라인은 HACCP인증으로 더욱 믿을 수 있습니다.

1. 엄선된 신선한 원료로 만듭니다.
2. 깨끗함이 중요합니다.
3. 덜게알고 고소하여 더욱 맛있습니다.

<어묵 시장점유율>



<어묵 매출액>



단위 : 백만

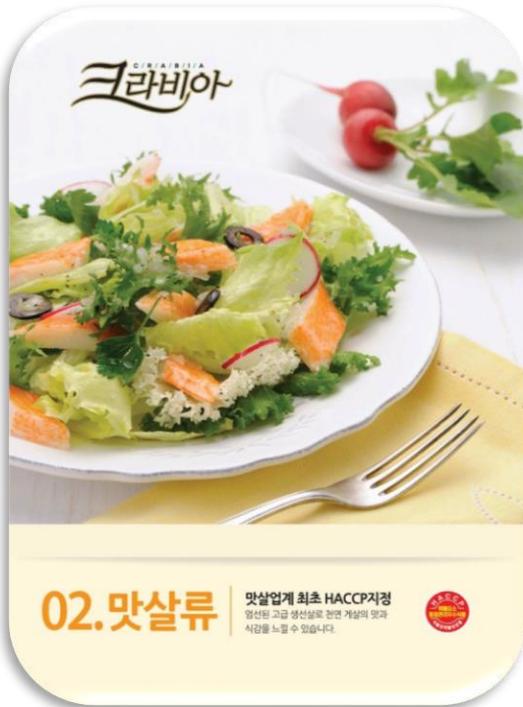
2018년 관리회계 자료 기준

닐슨 자료 18년 평균 값

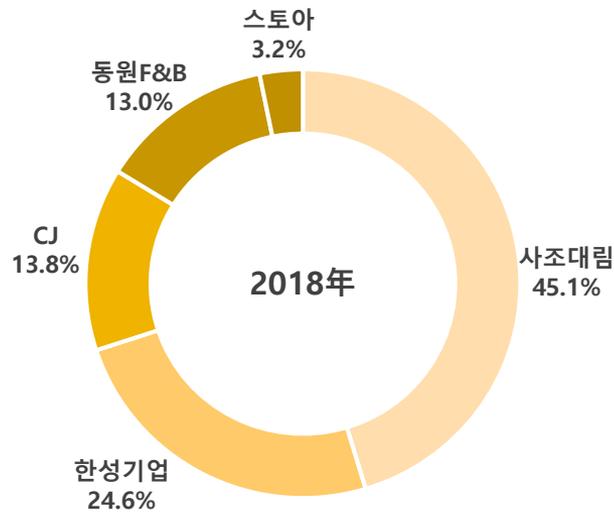
1-2 사조대림 제품현황

깨끗하고 신선한 자연, 빠르고 올바른 유통, 가족의 화목, 식탁 위의 즐거움을 위한 “鮮”의 브랜드 정신

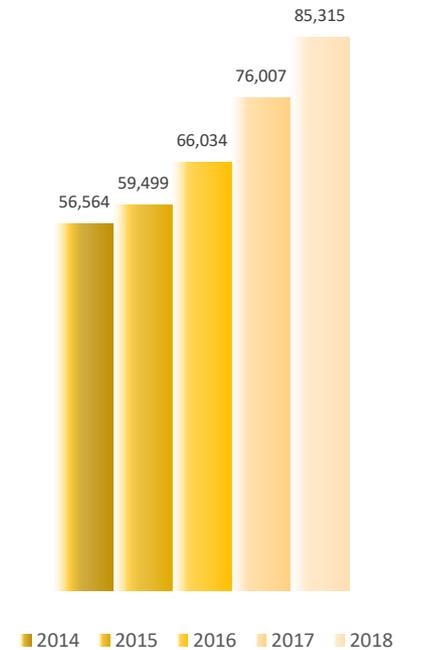
■ 제품 현황



<맛살 시장점유율>



<맛살 매출액>



닐슨 자료 18년 평균 값

단위 : 백만
2018년 관리회계 자료 기준

1-2 사조대림 제품현황

깨끗하고 신선한 자연, 빠르고 올바른 유통, 가족의 화목, 식탁 위의 즐거움을 위한 “鮮”의 브랜드 정신

■ 제품 현황



03. 돈육가공류

1. 원료육에서 가공·포장까지 최신 위생시설과 숙련된 기술로 만들어 주위 입맛에 속 드는 행할 불가능 수 있습니다.
2. 다양한 계층 구성으로 요리 용도에 맞는 제품을 선택하실 수 있습니다.
3. 대량별으로도 인한 가격도 저렴한 신선한 행이 장맛을 느껴보세요.



대한민국농산물안전관리인증제도



04. 계육가공류

1. 농장의 신선함이 살아있는 닭고기로 만들었습니다.
2. 녹색사료로 건강하게 키운 안심닭고기로 만들었습니다.
3. 사조그룹이 사육부터 가공까지 책임지고 만들었습니다.



대한민국농산물안전관리인증제도



05. 냉식-만두류

고자, 물, 군, 손, 찢, 왕만두 등으로 다양하게 구성되어 있어 선택의 폭이 넓습니다.

1. 신선하고 깨끗한 재료만을 고집합니다.
2. HACCP 인증된 위생적 공장에서 생산합니다.
3. 얼고 풀지않은 만두피에 신선한 재료로 속을 꽉 채워 더욱 맛이 좋습니다.



1-2 사조대림 제품현황

깨끗하고 신선한 자연, 빠르고 올바른 유통, 가족의 화목, 식탁 위의 즐거움을 위한 “鮮”의 브랜드 정신

■ 제품 현황



06. 냉식-패티류

신선한 해물과 축육으로 만들어 맛과 식감이 우수합니다.

1. 엄선된 신선한 재료로 만듭니다.
2. HACCP인증이라 더욱 위생적입니다.
3. 다양한 제품 구성으로 요리용도에 맞는 제품을 선택하실 수 있습니다.



07. 일반냉식류 (까스류/튀김류/일반냉식)

맛과 영양이 살아 있도록 신선한 원료를 급속동결시켜 만든 냉동식품.

1. 엄선된 신선한 원료로 만듭니다.
2. 다양한 제품 구성으로 요리 용도에 맞는 제품을 선택하실 수 있습니다.

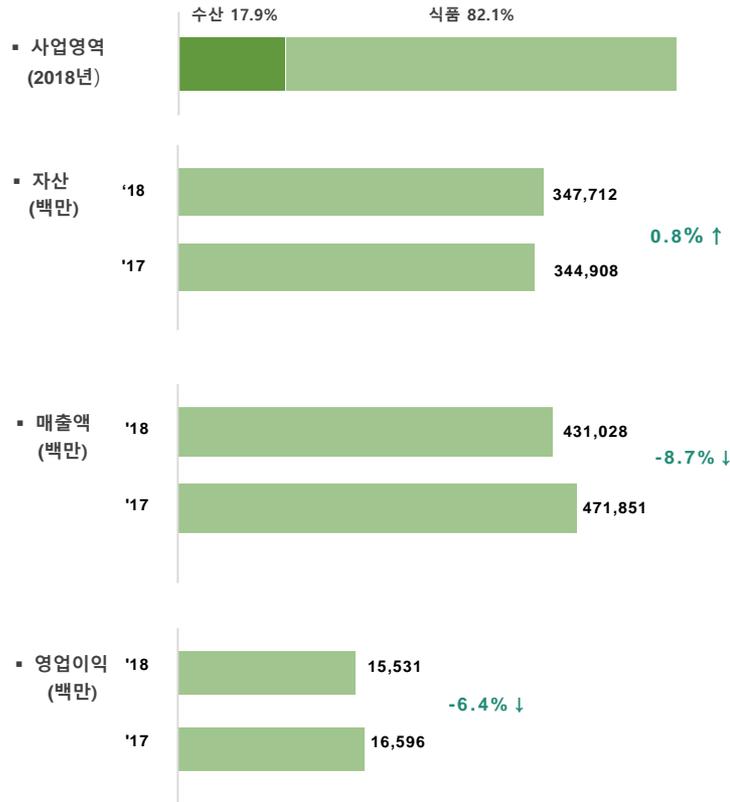


08. 일반상품류

(유부/곤약/절임류/면, 떡류/김류/일반상품)

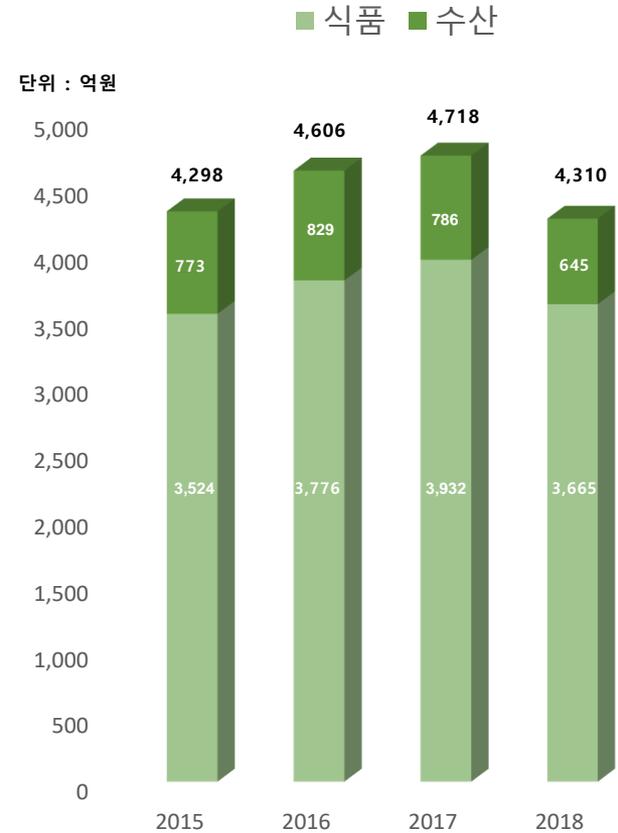
1-3 사조대림 경영성과

■ 사조대림 재무현황



18년 감사보고서 별도 재무제표 자료
18년부터 회계기준 1115호 적용

■ 사조대림 매출 추이

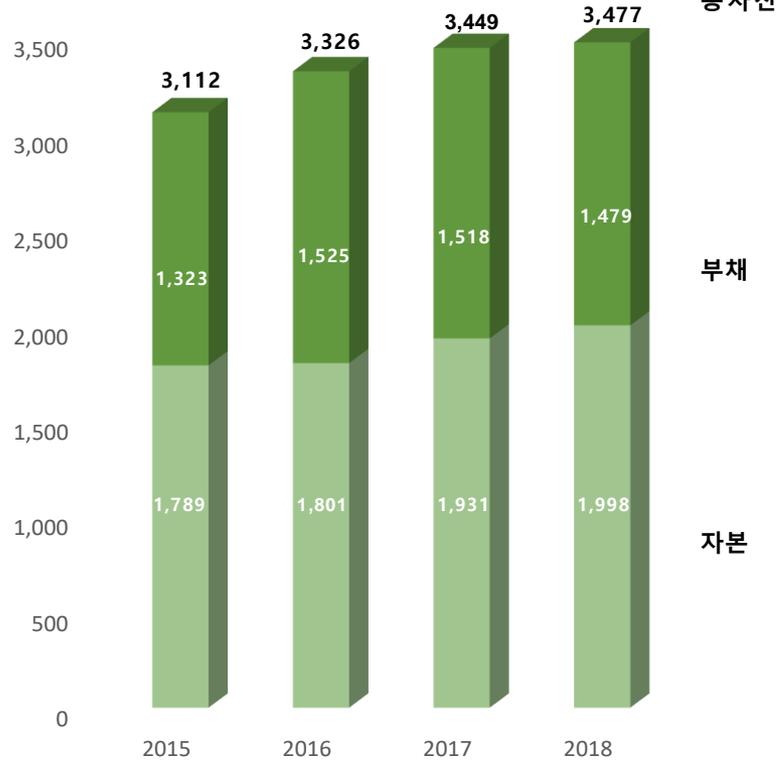


18년 감사보고서 별도 재무제표 자료
18년부터 회계기준 1115호 적용

1-3 사조대림 경영성과

■ 사조대림 재무상태추이

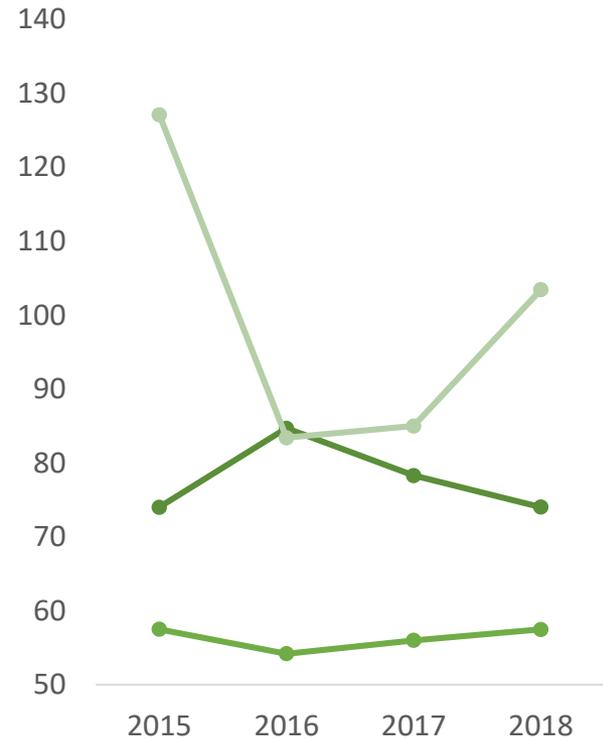
단위 : 억원



18년 감사보고서 별도 재무제표 자료

■ 사조대림 재무비율 추이

● 부채비율 ● 자기자본비율 ● 유동비율



18년 감사보고서 별도 재무제표 자료

2

사조해표

2-1 사조해표 현황

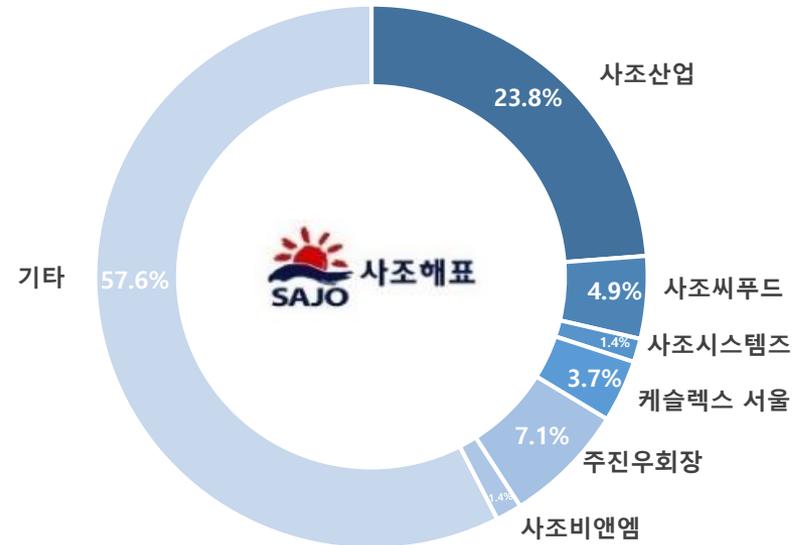
“사조참치”, “해표식용유”, “순창궁” 을 기반으로 종합식품 기업으로 발돋움한 사조 해표

■ 사조해표 현황

• 설립일/상장일	1966.06 / 1977.06
• 대표이사	김 상 훈
• 종업원	367명
• 재무상태 - 자산/자본금	3,457 / 358 억원
• 경영실적 - 매출/영업이익	5,955 / 125 억원
• 주요제품	식용유, 대두박, 기타식품
• 소재지 (본사) (공장)	서울시 서초구 남부순환로 2159 식품 (인천, 칠서, 영천)

18년 감사보고서 별도 재무제표 자료

■ 사조해표 주주현황



18년 3분기 감사보고서 자료

2-1 사조해표 연혁

사업 경쟁력 제고를 통한 지속 성장성 확보

주요 성장 연혁

1970년대

- 1966 . 06 동방유량(주) 설립
- 1971 . 03 진해공장 준공
- 1977 . 06 한국증권거래소 주식 상장



1980년대

- 1983 . 06 진해공장 콩기름 KS획득 재획득
- 1985 . 09 인천공장 준공
- 1986 . 04 인천공장 콩기름 KS 획득



1990년대

- 1990 . 09 해표 김 KS 획득
- 1992 . 12 인천 참기름 공장 준공
- 1994 . 04 해표 옥수수, 채종 샐러드유 KS 획득
- 1996 . 10 E20, IR52 장영실상 수상
- 1996 . 12 인천공장, 식용유업계 최초 ISO-9002인증 획득



2000년대

- 2001 . 01 해표식용유 21억병 판매 (0.9리터 기준)
- 2004 . 09 사조그룹 편입
- 2005 . 09 진해공장, 칠서공장으로 이전
- 2008 . 03 (주)사조해표로 사명 변경



2010년대

- 2010 . 09 대경식품(주) 장류사업부문 “웅가네” 양수
- 2011 . 03 해표식용유 한국의 산업 브랜드파워 1위 (12년연속)



2-1 사조해표 사업영역

충성도 높은 거래선 확보 그룹 관계사 매출비중 확대 지속

■ 사업 현황

식품사업



- 사조해표 식품사업의 핵심가치는 유지류 사업을 근간으로 한 식품사업 확장의 수직계열화에 있습니다.
- 사조해표의 주요제품으로는 " 대한민국 대표 식용유 "로 유명한 해표 식용유와 사조 참치, 순창宮 고추장, 안심팜 등이 있습니다.
- 사조해표는 신제품 개발과 품질관리에 총력을 기울여, 식품업계에서 차별화된 제품력으로 시장의 큰 호응을 받고있습니다.

대두사업



- 사조해표 대두사업은 전후 어려운 시기에 단백질과 지방질의 만성 부족으로 인한 국민들의 영양 수급의 불균형을 개선하기 위해 1966년 시작되었습니다.
- 사조해표는 대두의 고효율 창출을 위해 노력하고 있으며, 1996년 본격 출시된 ESO는 그동안 수입에 의존하던 것을 대체하는 것은 물론, 해외에 수출함으로써, 외화획득에 기여하고 있습니다.

수출입사업

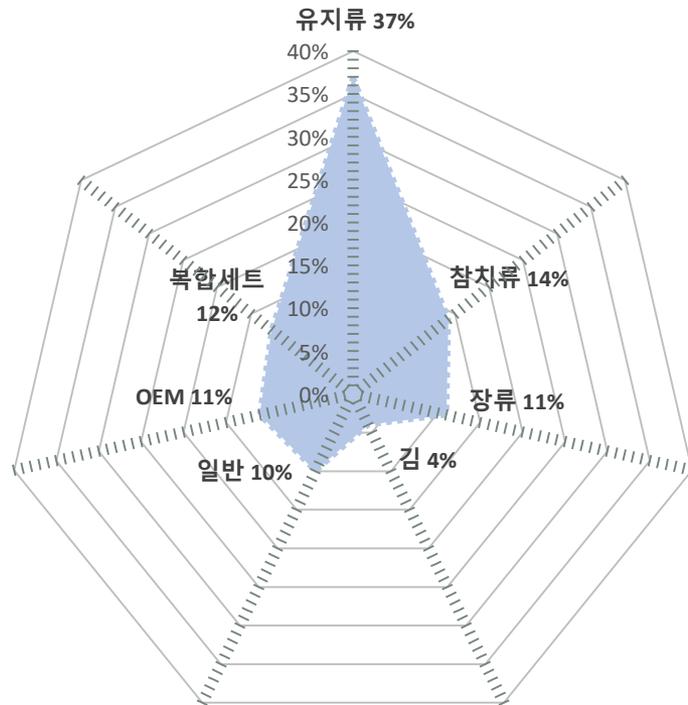


- 사조해표 수출입사업은 1966년 회사 창립과 더불어 수출드라이브 정책에 힘입어 지속적인 성장과 발전을 계속해 왔습니다.
- 1985년 정부로부터 1천만불 수출의 탑을 수상하였으며, 1988년에는 수출실적이 3천만불을 넘어섰습니다. 또한 2009년부터 업계 최초로 일본에 해표식용유를 수출하는 등 지속적으로 해외시장의 판로를 개척하는데 앞장서고 있습니다.

2-1 사조해표 공장 및 매출비중

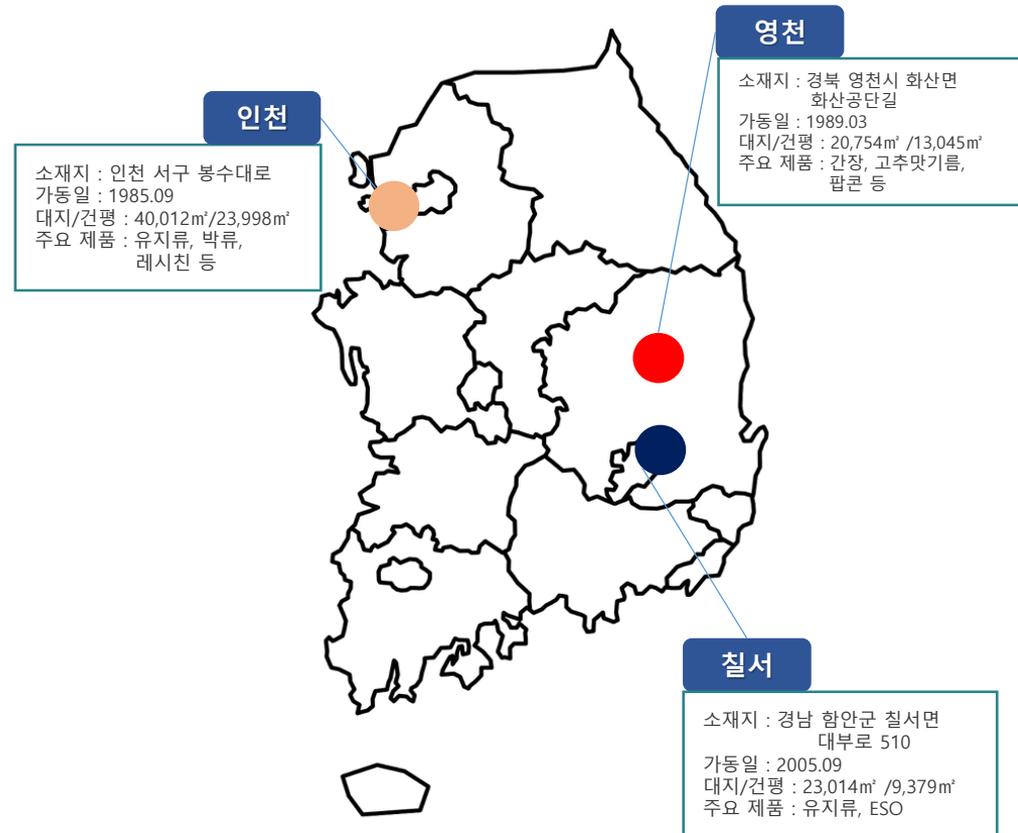
지속적인 연구개발을 통한 품질향상을 이룰 수 있는
최신 제조 시설로, 건강하고 안전한 제품 제공

■ 제품별 매출비중



* 2018년 관리회계 자료 기준

■ 사업장 현황



2-2 사조해표 제품현황

자연에 대한 생각은 건강한 맛에 대한 생각입니다.
건강한 재료가 건강한 먹거리를 만듭니다.

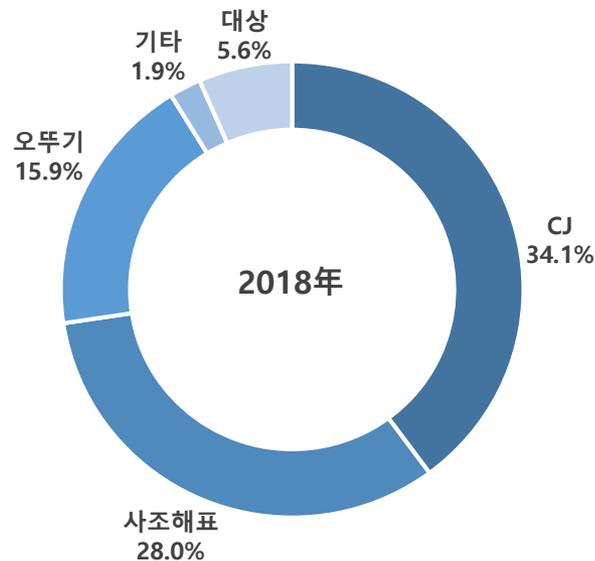
■ 제품 현황



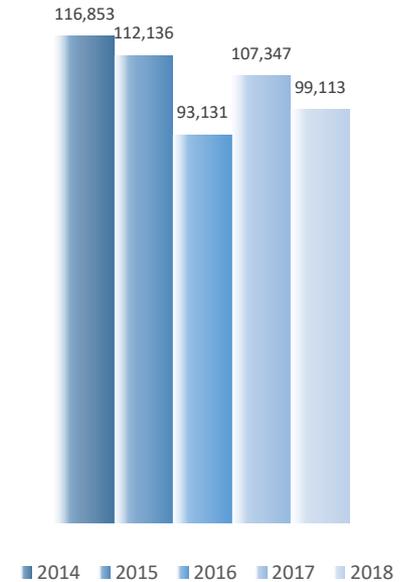
01. 유지류

국내에서 직접 만든
"19년 연속 브랜드
파워 1등 식용유"

<식용유 시장점유율>



<식용유 매출액>



단위 : 백만

닐슨 자료 18년 평균 값

2018년 관리회계 자료 기준

2-2 사조해표 제품현황

자연에 대한 생각은 건강한 맛에 대한 생각입니다.
건강한 재료가 건강한 먹거리를 만듭니다.

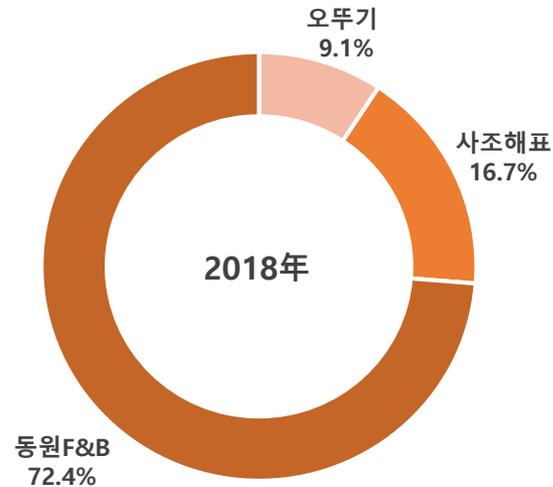
■ 제품 현황



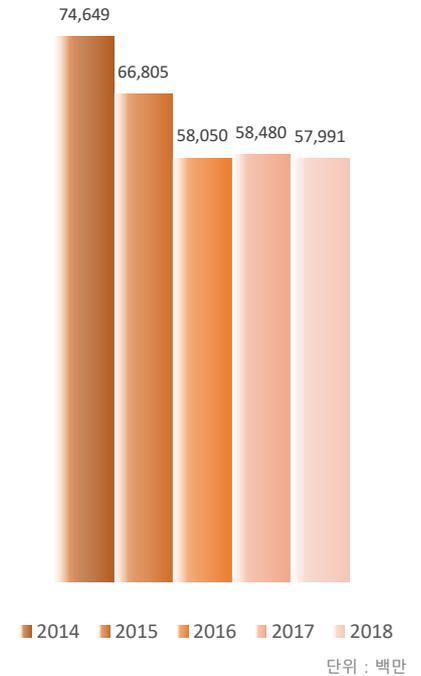
02. 참치류

“업계 최초”
안심따개 적용,
전 제품 HACCP인증

<참치 시장점유율>



<참치 매출액>



닐슨 자료 18년 평균 값

2018년 관리회계 자료 기준

2-2 사조해표 제품현황

자연에 대한 생각은 건강한 맛에 대한 생각입니다.
건강한 재료가 건강한 먹거리를 만듭니다.

■ 제품 현황



03. 장류

100% 우리 헝쌀로
담그고, 26년 사조의 노
하우가 담긴 "명품 장"



04. 캔햄류

100% 우리돼지
"한돈"으로 만든 제품
(6가지無첨가)



05. 김

1986년부터 지켜온 전통
방식에 입각하여 만든
"30년 전통 사조 김"

2-2 사조해표 제품현황

자연에 대한 생각은 건강한 맛에 대한 생각입니다.
건강한 재료가 건강한 먹거리를 만듭니다.

■ 제품 현황



06. 제분류

60년 제분기술의
한국 제분에서 만든
"1등급 밀가루"



07. 간장류

3년 묵은 천일염으로
6개월 발효숙성하여 깊고
진한 "응가네 간장"

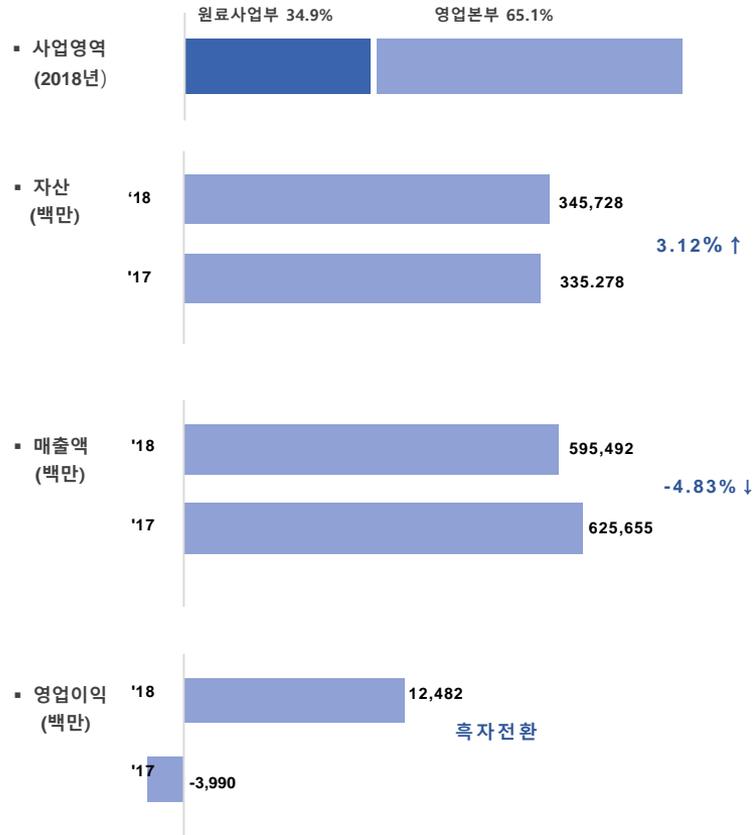


08. 소금류

유네스코가 지정한
청정해역 신안군에서
채취한 "100% 천일염"

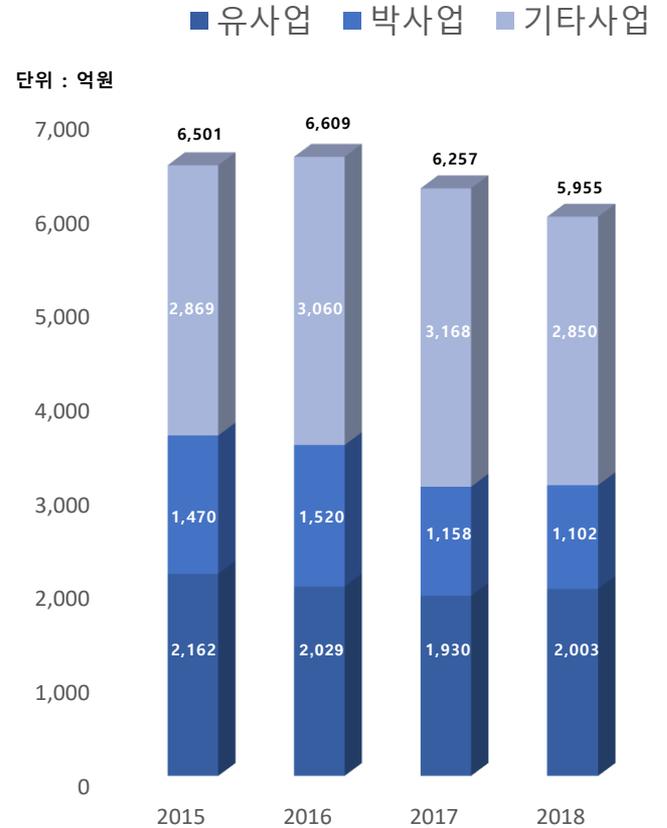
2-3 사조해표 경영성과

■ 사조해표 재무현황



18년 감사보고서 별도 재무제표 자료

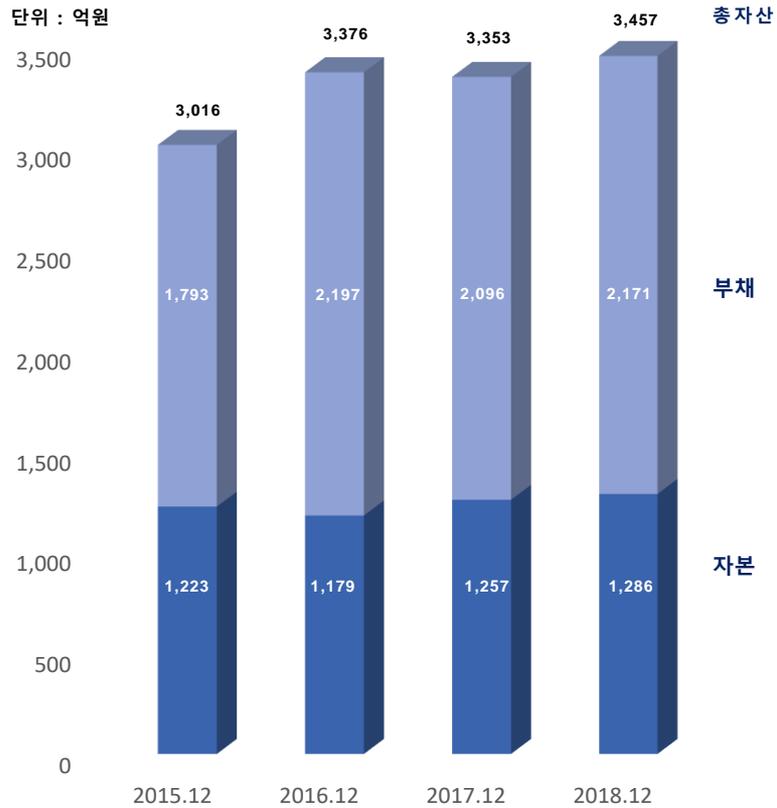
■ 사조해표 매출 추이



감사後 18년 별도 재무제표 자료
18년부터 회계기준 1115호 적용

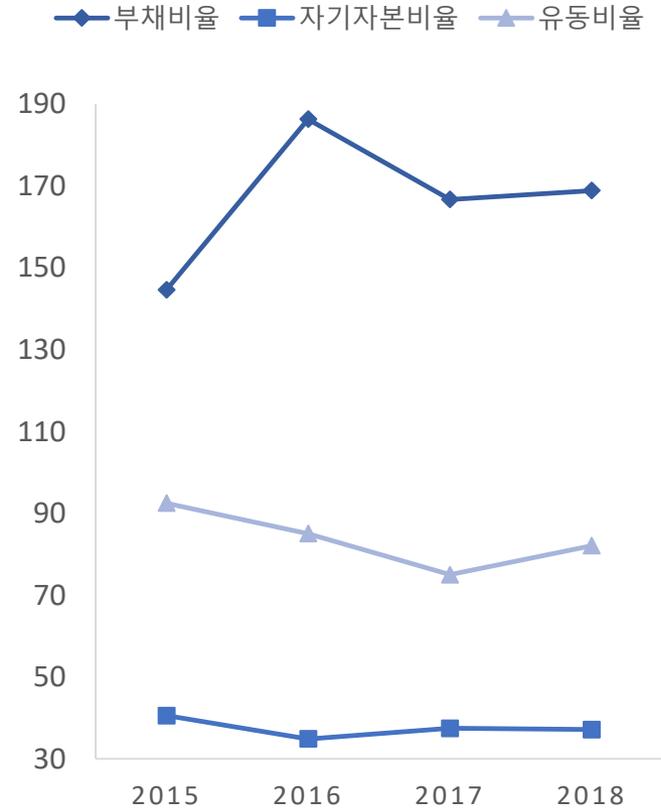
2-3 사조해표 경영성과

■ 사조해표 재무상태 추이



18년 감사보고서 별도 재무제표 자료

■ 사조해표 재무비율 추이



18년 감사보고서 별도 재무제표 자료

3

합병사항

3-1 합병 개요

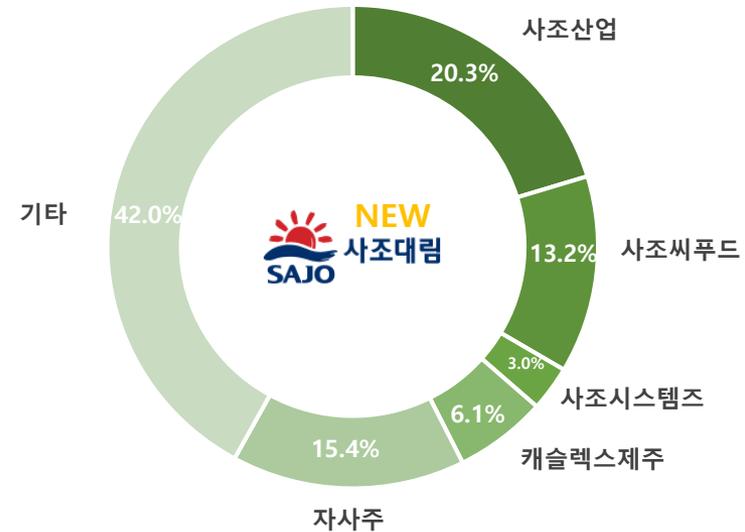
“식품 매출 1조 클럽”으로 도약하여, 업계 경쟁력 강화

합병개요

(원, 억원)

구 분	합병 기준	
	사조 대림	사조 해표
합병현황		
기존 주가	23,728	10,457
자산가치/주	33,500	17,959
액 면 가	5,000	5,000
합병 비율	1 : 0.4475518	
자 본 금	298	358
시가 총액	1,430	837

합병 후 주주구성



합병 일정

- 주주총회 : 2019. 03. 22
- 주식매수청구권 행사기간 : 2019. 04. 29~05. 20
- 합병 기일 : 2019. 06. 01
- 신주 상장일 : 2019. 06. 26

* 2018년 사조해표 별도 / 사조대림 별도, *NEW사조대림 수치는 자사 계산 수치임 (합병 후, 실제 값과 차이가 있을 수 있음)

3-2 합병 일정

“식품 매출 1조 클럽”으로 도약하여, 업계 경쟁력 강화

■ 주요 일정

주요 일정	일 자	비 고
이사회 결의일	2019. 01. 18	○ 증권신고서, 주요사항 보고서 제출 ○ 합병가액과 합병 비율 : 국내 상장회사 간 합병의 경우, 특정 일에 정해지는 시장 가격을 기초로 법령에 따라 기계적으로 산정되므로, 합병가액 결정 과정에서 주주들의 의견을 반영하는 것은 불가능 ○ 합병등기 예정일자 : 2019. 06. 03
주주확정 기준일	2019. 03. 07	
합병반대의사 통지 접수기간	2019. 04. 12 ~ 04. 26	
임시주주총회	2019. 04. 29	
주식매수권 행사기간	2019. 04. 29 ~ 05. 20	
채권자이의제출기간 / 구주권 제출기한	2019. 04. 30 ~ 05. 31	
매매정지 기간(예정)	2019. 05. 30 ~ 06. 25	
합병 기일	2019. 06. 01	
신주권 교부 예정일	2019. 06. 25	
신주 상장 예정일	2019. 06. 26	

* 상기 일정은 관계법령의 인허가, 승인 및 관계기관과의 협의 등의 사정에 의해 변경될 수 있음

3-3 합병 효과

급변하는 식품 사업 환경에 대응할 수 있는
사업 경쟁력 강화를 위한 사업구조 구축

■ 식품업계 지배력 및 경쟁력 제고

▷ 그룹 변화를 위한 첫 걸음

- 계열사 흡수합병이 궁극적으로 기업가치를 끌어 올릴 수 있다는 전제하에, 장기적인 계열사간 합병을 위한 첫 걸음

▷ 통합 시너지 극대화

- 내수 영업외 원료사업, 수산사업, 해외수출 등 다양한 사업구조로 안정적인 수익 구조 구축
- 기존 부서의 역할 세분화와 조직 개편을 통한 중복 업무 제거 및 전문성 고취
- 기업가치의 재평가 및 시장 가치 상승을 통한 기업가치 제고

기업 규제에 대한 리스크 해소

- ▶ 정부규제에 대한 선제적 대응을 통한 잠재적 리스크 해소 및 기업가치의 올바른 평가를 통한 기업 가치 제고

“
**기업가치와
주주가치 향상**
”

“
**투명하고 선진화된
기업 구조 구축**
”

“
**규모의 경제를
통한 경쟁력 강화**
”

▷ 외형 확대를 통한 Major Group 진입

- 상온/냉동 파워브랜드의 기업 합병을 통해 효율성 높은 조직 구축 및 업계 경쟁력 강화

- 단순 종합식품기업이 아닌 “식품 매출 1조클럽” 입성을 통한 메이저 식품사 진입

▷ 조직 개편을 통한 의사결정 속도 향상

- 이중 의사결정 구조 개편 및 일원화된 관리를 통한 운영 효율성 향상
- 통합 시장 전략 수립 및 일원화된 관리를 통한 운영의 효율성 향상

- ▶ 시장 지배력 확대 및 운영의 효율화를 통한 의사결정 속도 및 시장 변화의 대응 속도 강화

3-3 합병 효과

관리와 영업의 TWO-TRACK 전략을 통한 합병 시너지 극대화

■ 관리부문 합병 Synergy

▷ 업무 통합 및 정보공유를 통한 내부 핵심역량 강화

- 급여, 세금신고, 퇴직연금 등 각종 보고서의 일원화와 기관 인허가 및 업무 대응의 편리성 증대
- 기존 부서의 역할 세분화 및 조직개편을 통한 중복 업무 제거 및 전문성 고취
- 인력 재배치와 업무 노하우 공유를 통한 인력 배치의 경직성 제거 및 효율적인 프로세스 구축
- 통합 시장전략 수립 및 일원화된 관리를 통한 운영의 효율성 향상

▷ 제품 Portfolio 확대 및 정비를 통한 수익 구조 개선

- SKU효율화 작업 및 비 수익 제품 축소를 통한 수익 구조 개선
- 제품 포트폴리오 정리를 통한 Cash Cow 확대 및 신제품 관련 리스크 비중 축소
- 기존 업무프로세스의 점검 및 새로운 시스템 개발을 통한 전반적 업무 수준 향상
- 관리조직의 개편을 통한 신속한 의사결정 시스템 구축 및 빠른 신규 전략 수립으로 시장 트렌드에 발 빠른 대처

■ 영업부문 합병 Synergy

▷ 대리점 전문화 및 역량 강화

- 상온 본부와 신선 본부로 구분하여, 각 제품에 맞는 전문성 강화 및 영업 역량 확보
- 각 지점별 인력 교류를 통한 업무 노하우 공유 및 제품별 영업 지식 습득
- 영업 유통망, 지리적 시장의 특성 등의 정보 공유를 통한 지역 커버리지 확대
- 상온 본부와 신선 본부의 지속적 교류를 통한 제품 프로모션 개발 및 브랜드 파워 강화

▷ 마케팅 R&D 등 영업지원 부문 역량 강화

- 영업기획, 마케팅, 물류의 통합 및 교류를 통한 신제품 개발 속도 증대 및 HMR시장에 적극적 대응
- 3대할인점(EM,LM,HP), 농협, SSM, CVS 전담 부서 통합을 통한 가격 협상력 및 교섭 능력 향상
- 특판 사업부 통합을 통한 B2B 능력 배양 및 온라인 제품 판매 비중 확대
- 공동마케팅을 통한 이중 비용 감축 및 소비자 인지도 향상을 통한 제품 경쟁력 향상



Q&A

감사합니다.