



Investor Relations

31 May 2019

10th World Best Poultry Food Company in 2030

본 자료는 회사의 영업활동에 대한 이해 증진을 위해 ㈜하림(이하 “회사”)에 의해 작성되었으며 임의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재 배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다.

본 자료에 포함된 “예측정보”는 개별 확인 절차를 거치지 않은 정보들입니다. 이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 사항으로 회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고, 표현상으로는 ‘예상’, ‘전망’, ‘계획’, ‘기대’, ‘(E)’ 등과 같은 단어를 포함합니다.

위 “예측정보”는 향후 경영 환경의 변화 등에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는 바, 이러한 불확실성으로 인하여 실제 미래 실적은 “예측정보”에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다.

또한, 향후 전망은 현재 시장 상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로 향후 시장 환경의 변화와 전략 수정 등에 따라 변경될 수 있으며, 별도의 고지 없이 변경 될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료의 활용으로 인해 발생하는 손실에 대하여 회사 및 회사의 임원들은 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다.
(과실 및 기타의 경우 포함)

I. 경영현황(실적리뷰)

1. 회사개요
2. 주요사업
3. 2019.1Q 리뷰
4. 사업별 세부 현황
5. 신선부문 구성
6. 육가공부문 구성
7. 닭고기 수급 동향
8. 닭고기 교역 여건

II. 경영계획

1. 새 도약 - 동물복지 실현
2. 닭고기의 새로운 아이덴티티
3. 신규 증축 공장 생산성
4. 2019 Plan
5. 신제품 운영 전략
6. 익산가공공장 운영 전략
7. 체험과 견학 강화
8. 중기전망

최고의 품질을 자랑하는 국내 최대 닭고기 생산 전문기업

I Company Profile

회 사 명	(주)하림 (HARIM CO., LTD)	주 요 사 업	육계, 육계가공, 부화, 사료, 급식
설 립 일	2011. 01. 01. (1986년 (주)하림식품 시작) (2011년 하림 vs 하림홀딩스 인적분할)	임 직 원 수	2,260명 (협력업체 포함 4,000명)
상 장 일	2011. 05. 02. KOSDAQ (136480)	주 소	전북 익산시 망성면 망성로 14
자 본 금	434.7억원	홈 페이지	www.harim.com

I CEO Profile



박길연 대표이사 / 사장(신선)

- 1985. 서울대학교 축산학과 졸업
- 2002. 제일사료(주) 판매본부장
- 2008. (주)올품 영업본부장
- 2009. (주)하림 기획조정실장
- 2009. 한강씨엠(주) 대표이사
- 2018. 現 (주)하림 대표이사/사장
- 2018. 現 한국육가공협회 회장



윤석춘 대표이사 / 사장(육가공)

- 고려대학교 농업경제학과 졸업
- 2005. CJ제일제당 신선BU장
- 2006. 삼호F&B 대표이사
- 2009. CJ제일제당 식품BI장 부사장
- 2010. CJ푸드빌 대표이사
- 2016. SPC삼립 대표이사
- 2018. 現 (주)하림 대표이사/사장

1-2 주요사업



익산, 김제 5개 부화장 - 연간 2억마리 부화
 김제, 정읍 2개 사료공장 - 연간 52만톤 생산
 전국 계열화 사육농가 - 620호

원종계 : 6만수/년 사육, 직영농가 운영
 종계 : 220만수/년, 육계 : 1억9천만수/년 사육



위탁 급식 70호 운영
 단체급식 식자재 유통
 축산물 전문 기업으로 신선한 품질관리

위탁급식 매장별 영양사 채용 운영
 단체 급식 및 식자재 유통을 통한 시너지 창출



F1 (익산공장) : 6개 라인 운영, 64천수/h
 F2 (정읍공장) : 3개 라인 운영, 26천수/h
 당일 생산 - 당일 출고

유럽형 동물복지 도계 가공공장 운영
 ABF '자연실록', '그리너스' 출시



육가공 공장 200만톤/일 생산
 냉동, 냉장, 상온식품 등 350여 종 생산
 전통 삼계탕 미국/중국/일본/대만/홍콩 수출

1인 가구 증에 따른 HMR 시장 진입
 간편 가정식을 대용하는 소용량 육가공품 생산

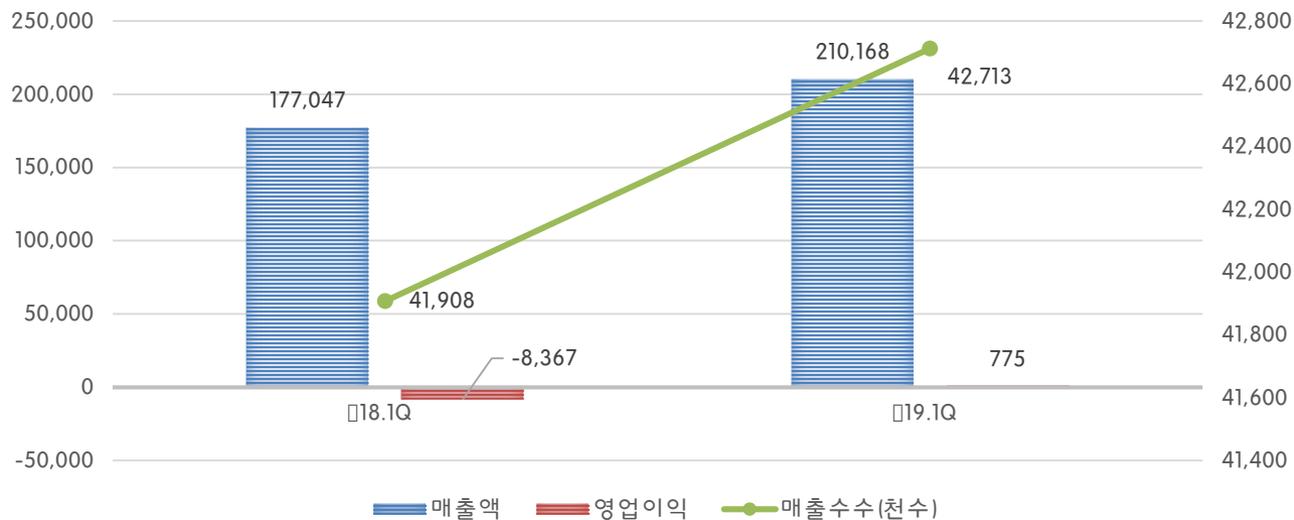


1-3

2019. 1Q 실적 리뷰



구분	18.1Q	19.1Q	전년동기대비
매출액	177,047	210,168	15.7% 증가
매출수수(천수)	41,908	42,713	1.9% 증가
영업이익	-8,367	775	흑자전환
병아리 시세	470원/수	667원/수	29.5% 증가
가격(kg/원)	1,244	1,781	30.1% 증가



1-4

사업부문별 세부 현황



1. 2019년 실적 현황

사업부문	매출유형	품목	구체적 용도	2018년 1Q 매출액 (백만원)	2019년 1Q 매출액 (백만원)	전년대비 (백만원)	비고
육계	제품	육계 외	신선육	135,045	153,666	18,621	12.1%
육가공	제품	너겟 외	냉장/냉동 식품	33,547	32,755	-792	-2.4%
사료	제품	사료 원료	육계 사료	789	1,278	489	38.3%
기타	기타	-	상품, 병아리, 생물자산	11,414	22,469	11,054	49.0%
합계				177,547	210,168	32,620	

2. 시세 및 판매수수 변동추이

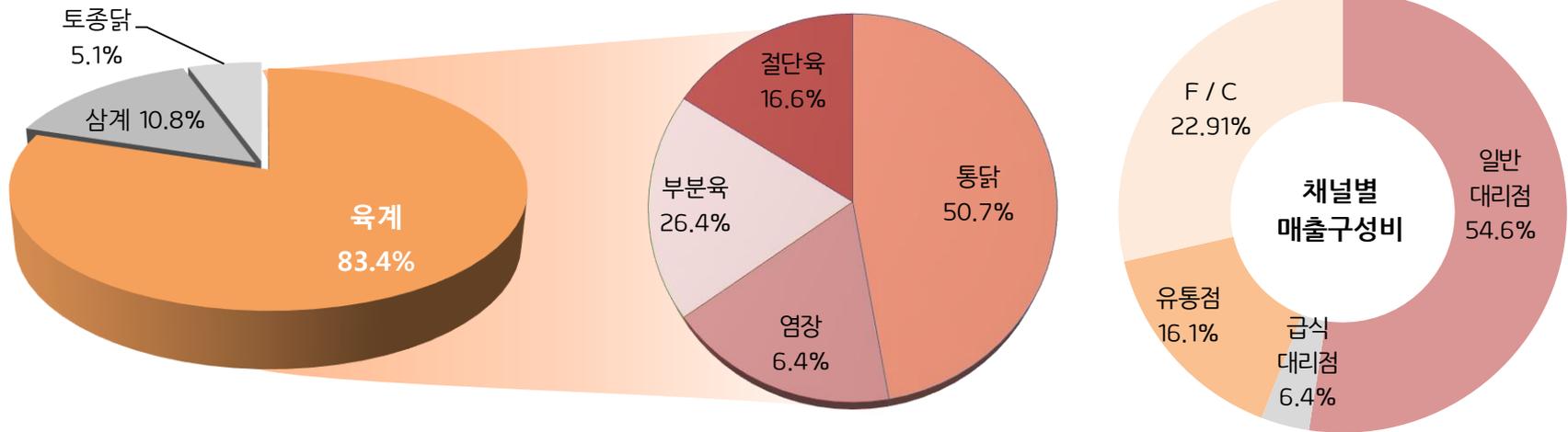
구분	2018년 1Q	2019년 1Q	전년대비	비고	
시세 (육계협회)	육계(원/kg)	1,512	2,082	570	27.3%
	삼계(원/수)	2,231	2,349	118	5.0%
	토종닭(원/kg)	2,655	2,385	-270	-11.3%
판매수량 (천수)	육계	34,315	35,642	1,327	3.9%
	삼계	4,869	4,598	-271	-5.6%
	토종닭	2,412	2,176	-236	-9.8%
	매출수수(상품포함)	312,069	297,263	-14,803	-4.9%

1-5

신선부분 - 품목별 / 채널별 구성비



기존 통닭 위주의 소비 개념에서 부분 / 절단육, 2차 가공품으로 선진화



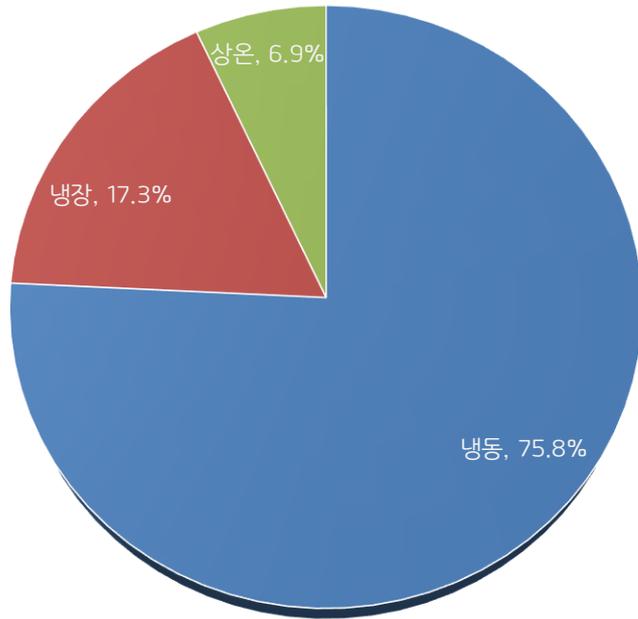
구분	18년 1분기	19년 1분기	비고
급식대리점	6.1%	6.4%	0.3%
일반대리점	48.2%	54.6%	11.7%
유통점	16.2%	16.1%	-0.6%
FC	29.5%	22.9%	-28.8%
합계	100.0%	100.0%	

1-6

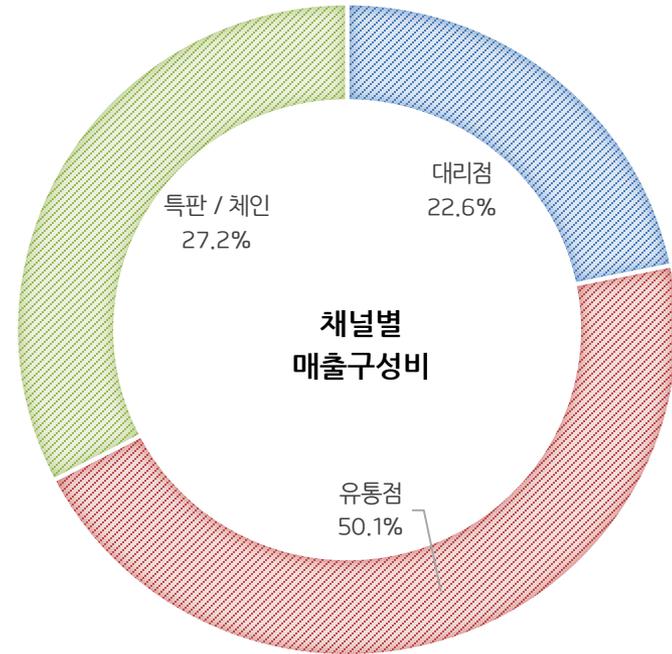
육가공부분 - 품목별 / 채널별 구성비



신규 제품 개발을 통한 볼륨 확대 및 비용 감축을 통한 원가압박 감소



■ 냉동 ■ 냉장 ■ 상온



채널별 매출구성비

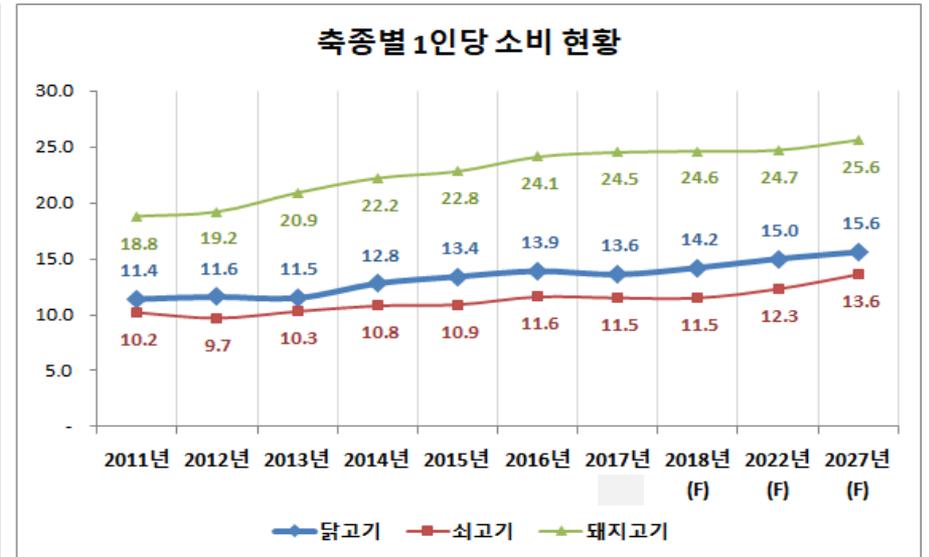
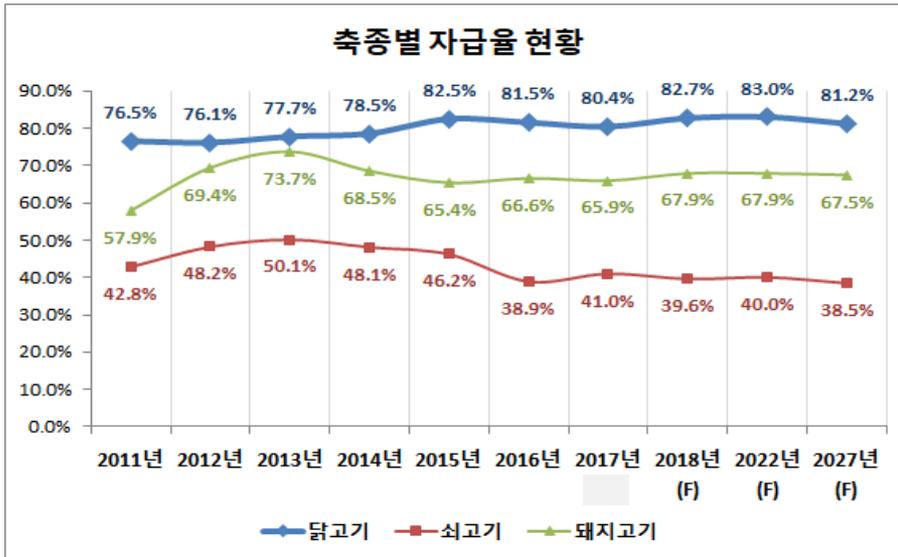
1-7

닭고기 수급 동향



(단위 : kg_정육 기준)

구분		2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2022년 (F)	2027년 (F)	2018년 대비 2022년 성장율
닭고기	자급율	76.5%	76.1%	77.7%	78.5%	82.5%	81.5%	80.4%	82.7%	83.0%	81.2%	-1.5%
	1인당 소비(kg)	11.4	11.6	11.5	12.8	13.4	13.9	13.6	14.2	15.0	15.6	9.9%
쇠고기	자급율	42.8%	48.2%	50.1%	48.1%	46.2%	38.9%	41.0%	39.6%	40.0%	38.5%	-1.1%
	1인당 소비(kg)	10.2	9.7	10.3	10.8	10.9	11.6	11.5	11.5	12.3	13.6	18.2%
돼지고기	자급율	57.9%	69.4%	73.7%	68.5%	65.4%	66.6%	65.9%	67.9%	67.9%	67.5%	-0.4%
	1인당 소비(kg)	18.8	19.2	20.9	22.2	22.8	24.1	24.5	24.6	24.7	25.6	4.1%



▶ 닭고기 소비는 증가 하지만 자급율은 점차 하락 전망(관세 철폐로 수입육 증가 예상)

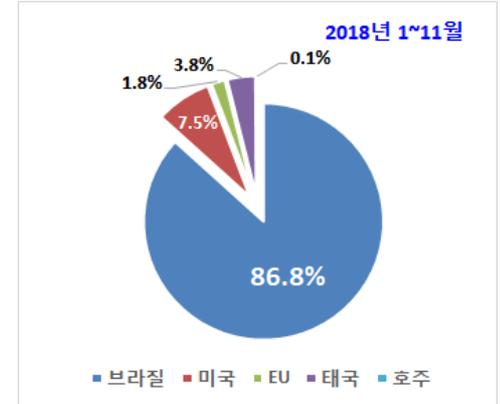
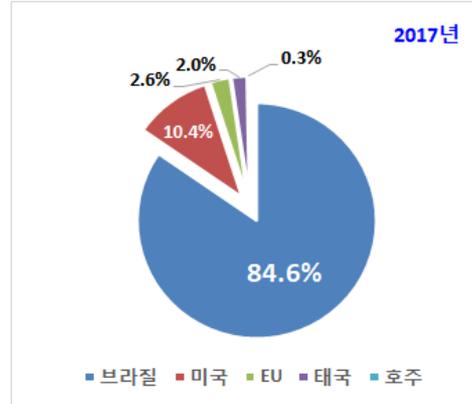
1-8

닭고기 교역 여건



냉동 닭고기 국가별 수입량(검역기준)

구분	2016년	2017년	2018년
브라질	88,972	86,997	98,761
미국	9,599	10,732	8,574
EU	3,502	2,721	2,080
태국	-	2,077	4,309
호주	490	310	96
합계	102,563	102,835	113,821



수입 닭고기 가격동향과 전망

구분	2018년		전망	
			2022년	2027년
환율 (원/US\$)	1,104		1,171	1,173
수입단가 (\$/kg)	미국	1.1	1.1	1.3
	브라질	2.0	2.1	2.4
	덴마크	1.6	1.8	2.0
관세율 (%)	미국	8.0	0.0	0.0
	브라질	20.0	20.0	20.0
	덴마크	6.0	0.0	0.0
도매원가 (원/kg)	미국	1,362	1,458	1,635
	브라질	2,845	3,213	3,603
	덴마크	2,150	2,311	2,525

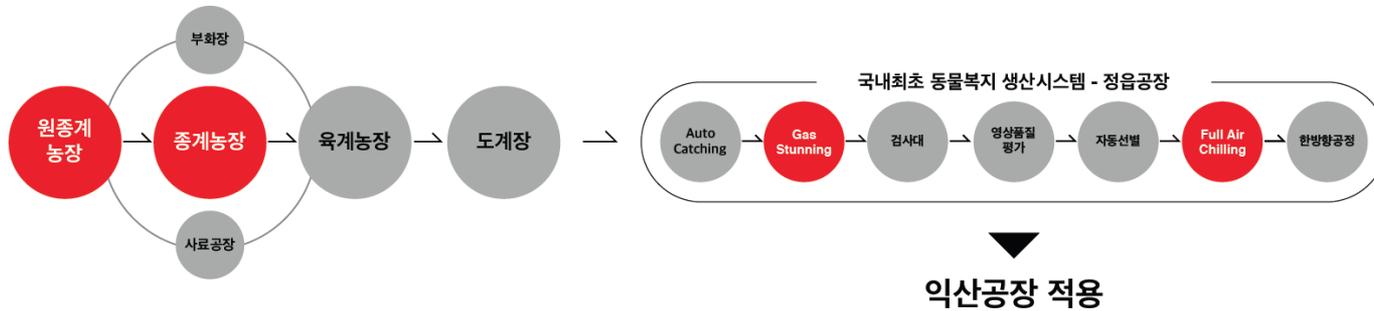
- ▶ 2018년(1~11월) 수입 국가별 시장점유율
 - 브라질 86.8%, 미국 7.5%, 태국 3.8%
 - 2015년 미국 SI 발병 이후 미국산이 브라질산으로 대체 (참고) 2014년 브라질 32%, 미국 54% 점유
- ▶ FTA로 인해 관세율 점차 낮아짐
 - ➔ 수입육 증가에 따른 국내 닭고기 자급률 감소 예상 (참고) 관세율 : 미국 '21년 0%, 덴마크 '20년 0%



**국내 최대 / 국내 최고의
Chicken meat Processing Complex**

- 최첨단 도계가공 설비 도입
- 동물복지 및 환경친화적 시스템
- 견학 및 체험 시설

11-2 닭고기의 새로운 아이덴티티



ALL Chain HACCP System

사료부터 유통까지 전 공정에
식품안전관리인증 적용
All Chain HACCP

신선한 닭고기

+

SMART FACTORY SYSTEM

Auto Catching,
Full Air Chilling 등
동물복지형 시스템 구축

동물복지 실현

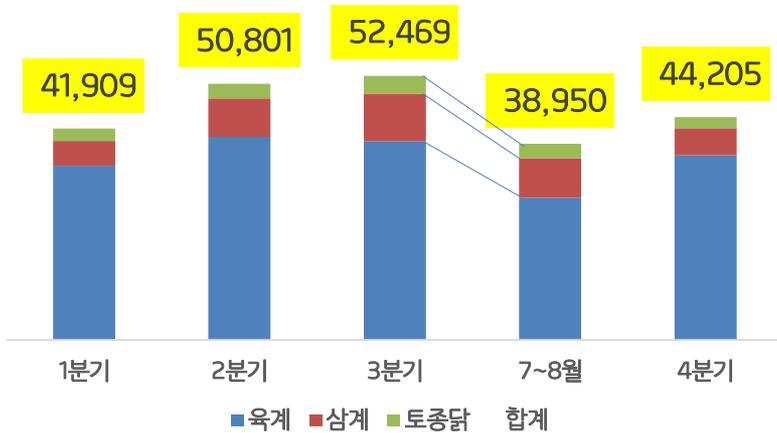
II-3 신규 증축공장 생산성 향상



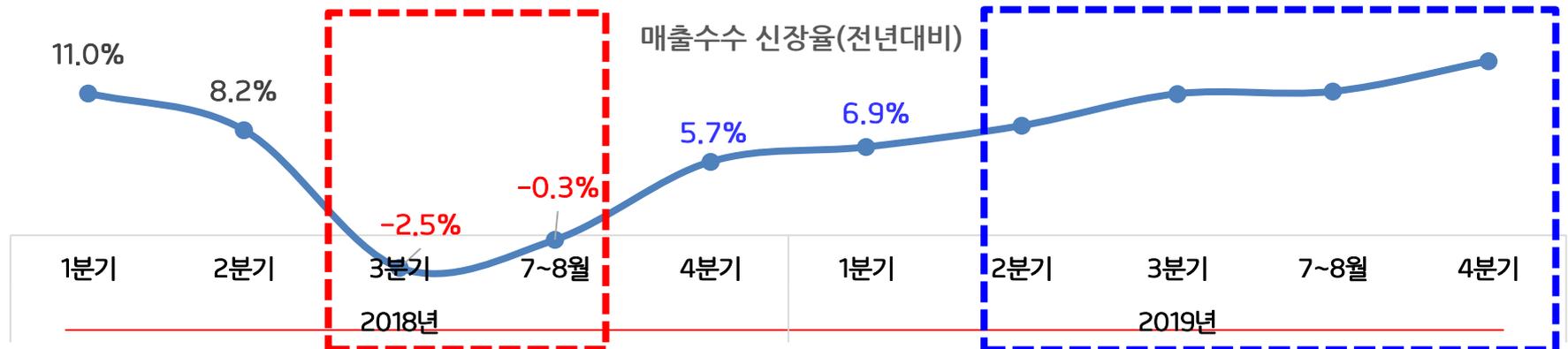
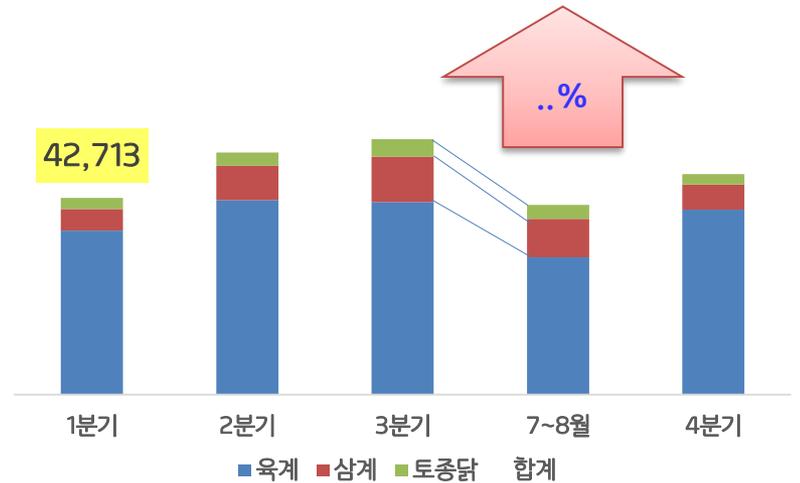
구분	AS - IS	TO - BE	비 고
도계능력	30만수/일 (주/야 운영)	53만수/일 (주간 운영)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 성수기 최대 106만수/일 도계 가능(주/야간 운영) ➤ 시간당 64천수/H 도계 ➤ 생산능력 140% 확보
	<ul style="list-style-type: none"> • 도계 5개 라인 운영 (최대 607천수/일) √ 육계 3라인 √ 삼계 1라인 √ 토종 1라인 	<ul style="list-style-type: none"> • 도계 7개 라인 운영 (최대 1,063천수/일) √ 육계 4라인 √ 삼계 2라인 √ 토종 1라인 	
냉각방식	Combination Chilling (water + air)	Full Air Chilling	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 닭고기 고유풍미 유지 ➤ 유통과정 신선도 유지 ➤ 수분 Drip 무발생
사계율/비품율	1% / 15%	1%미만 / 5% 미만	➤ 비품율 감소 원가경쟁우위
도계공정 시간	1시간 40분	3시간 20분	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 제품 신선도 유지 ➤ 품질 향상
에어칠링 시간	60분	157분	
작업온도관리	작업장 내부 13~14℃ 유지	작업장 내부 8℃ 유지	

▶ 2019년 매출수수 208,334천수 / 전년대비 10.0% 상향 도전

▶ 2018년 분기별 실적



▶ 2019년 분기별 계획



11-5

신제품 운영 전략



시장성장성

HMR
(Home Meal Replacement)



세분화

RTC
(Ready To Cook)
바로 조리할 수 있도록
준비된 제품

RTE
(Ready to Eat)
바로 먹을 수 있는 제품

RTH
(Ready to Heat)
바로 데워먹을 수 있는
제품

RTP
(Ready to Prepared)
요리 편하게 세정 후
소량포장 식재료

전략방향

양념육

지역, 셀럽 유명제품 상품화
나라별 대표 치킨 제품 상품화
(에스닉푸드)
전통 한식반찬의 상품화
* 유통점/FC 특화제품 지원

가공육

가슴살(식문화 창출)
토종닭(진부화된 컨셉 탈피)
대닭 (소비패턴 변화 유도)

포장육

소단량 : 1인 1회 섭취 가능포장
인팩 제품 확장(소스, 야채)
프리미엄 제품 확대(그리너스..)

대표 제품



편의성

11-6 익산 가공공장 운영 전략



- ✓ 영업 매출 10%대 신장 → 100% 대응
- ✓ 도계라인 주간 체제 전환
- ✓ 부분육 발골 생산능력 향상
- ✓ 절단육 생산능력 향상

- ✓ 도계 1등 품질 도전
- ✓ 원료육 발생을 개선
- ✓ **클레임 Zero, 반품 Zero**

- ✓ 도계 생산성 ↑
- ✓ 발골 생산성 ↑
- ✓ 절단 생산성 ↑



- ✓ Smart Factory
 - Speed 1.5X
 - Space 3X
- ✓ 전문 인력 육성
 - 기술, 정비, 빅데이터

- ✓ 투자회수 기간 최소화
- ✓ 원가압박 60%↑ 흡수
- ✓ 부산물 상품화율↑/자동화
- ✓ 끊임없는 개선 (소인화/자동화)

11-7 체험과 견학 강화

“홍보가 미래를 바꾼다”

▶ 견학 운영 목적

- 하림이 추구하고 있는 경영철학과 제품의 가치를 전달 기업브랜드 강화
- 재미가 있는 스토리텔링 구성을 통한 기업메시지 공유 확대
- 제품 생산과 구매 고객과의 접점에서 견학을 통한 소통창구 역할
- 주부, 대학생, 어린이 등 견학 구성을 통한 잠재적 고객 확보

▶ 하림 견학 시스템 방향

견학 인원	40명 / 일 (연간 5,600명 계획), 인터넷 접수 운영
견학 시간	3시간 (점심 포함, 견학객 전용 식당 운영)
견학 횟수	일일 1회 (주말 제외, VIP 별도)
견학 비용	인당 ?원 (점심 및 기념품 포함 : 슬림 캔 등 상온제품)
견학 및 판매 도우미	<ul style="list-style-type: none"> . 견학객 안내 및 판매장 운영 . 견학객 SNS 관리 모니터링 . 설문지 및 기념품 제고 관리 . 홍보관, 역사관, 판매장 등 관리
견학 설비	IT 기기를 활용한 견학 라인 구성



II-8 중장기 전망(위기에서 기회로 전환)

- 5S+1(노사, 안전)
- 1등 품질
- 생산성(경쟁력)
- J 커브 : 행복을 나누는 좋은 회사

도축량 및 MS 트렌드

단위 : 백만수

