

삼양식품 IR자료

2022. 06월

본 자료에 포함된 정보는 삼양식품 관련 정보 제공을 위해 준비된 것입니다. 동 정보는 주식 거래 및 투자의사 결정과 관련한 정보 제공을 목적으로 하고 있지 않습니다.

본 자료는 삼양식품 주식회사(이하 “회사”)가 공시한 재무제표(K-IFRS에 따라 작성된) 및 기타 공시자료와 함께 읽어야 하며 회사는 자료의 내용 완결성에 대해서는 어떠한 진술 보장도 하지 않습니다. 이 자료는 투자 참고 목적으로 제공된 것으로 다른사람에게 재배포 되어서는 안됩니다.

또한 본 자료는 미래에 대한 예측정보를 포함하고 있습니다. 이는 미래의 사건과 관계된 사항으로 회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고, 표현상으로는 ‘예상’, ‘전망’, ‘기대’, ‘(E)’ 등과 같은 단어를 포함합니다. 이러한 “예측정보”는 불확실한 향후 경영환경의 변화 등에 따라 변동될 수 있는 불확실성을 내포하고 있기 때문에, 실제 미래 실적은 “예측정보”에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다.

또한, 향후 전망은 현재 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로서 향후 시장환경의 변화와 전략수정 등에 따라 달라질 수 있으며, 별도의 고지없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다. 본 자료는 어떠한 경우에도 투자자의 투자결과에 대한 법적 책임 소재의 입증자료로서 사용될 수 없습니다.

CONTENTS

- ① 기업 현황 및 사업 현황 분석
- ② 재무현황 분석
- ③ 주요 경영 활동

CONTENTS

- ① 기업 현황 및 사업 현황 분석
- ② 재무현황 분석
- ③ 주요 경영 활동

Overview

- 삼양식품은 국내 3위 라면 사업자로써, 면류, 스낵, 소스, 유제품 및 간편식 등을 판매하는 종합식품기업
- 삼양라면, 불닭볶음면, 짬구 등이 주요 브랜드이며, 불닭볶음면을 중심으로 해외 사업 호조로 수출액이 지속 증가 중

<사업 포트폴리오 및 주요 브랜드>

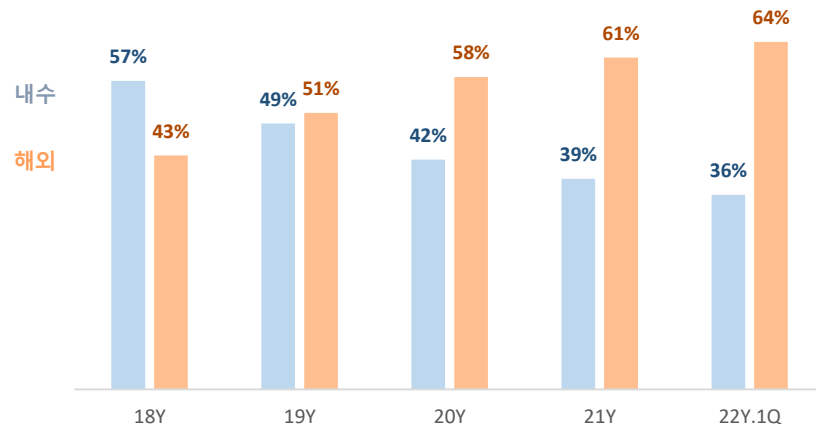
※ 1Q`22 매출액 기준(별도) (단위 : 억원)

부문	주요 제품	매출액	매출점유(%)
면·스낵	불닭볶음면, 삼양라면, 짬구 등	1,754	94.4%
유제품	삼양목장 유기농 우유	27	1.5%
소스, 조미, 소재	삼양간장, 불닭소스 등	62	3.3%

※ 주요 매출 품목으로 구성하였으며, 기타/용역 매출 등 미포함

<내수 vs 수출 비중>

※ 매출액 기준(별도)



<연결 대상 주요 계열사>

(2021.12.31 기준)

회사명	개요	지분율
삼양제분	제분업 및 소맥분 판매	100%
삼양프루웰	판지가공 판매	79.9%
삼양로지스틱스	운송업	72.3%
SAMYANG JAPAN	가공식품 도매	90%
SAMYANG AMERICA	가공식품 도매	100%
삼양식품상해유한공사	가공식품 도매	90%

<주요 주주>

(2021.12.31 기준)

주주	보유 지분율
삼양내추럴스(특수관계인)	33%
기타특수관계인	13%
엠디유니콘제일차	9%
국민연금공단	3%
외국인지분	9%
기타	33%

재무실적 요약 (별도)

- 매출 회복 및 높은 수준의 영업현금창출능력 유지하고 있으며 이에 따라, 효율적인 현금관리를 통해 추가수익을 추구하고있음.
- 또한, '21년말 회사채 발행을 통한 자금조달에도 불구하고 안정적인 재무구조가 지속되고 있음.

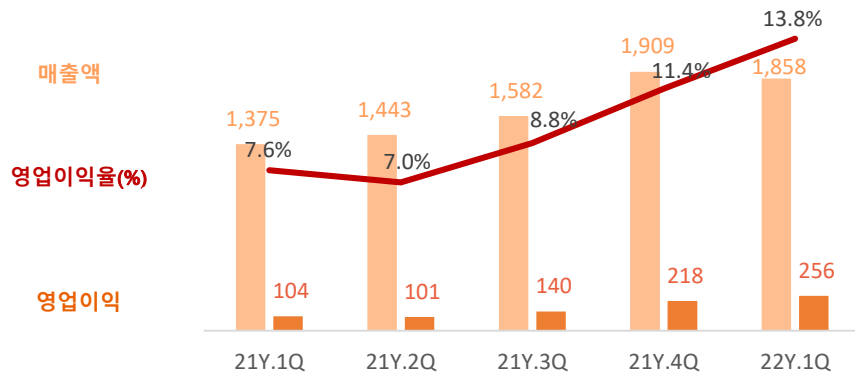
<요약 손익계산서(별도)>

(단위 : 억원)

구분(별도)	2021				2022
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
매출액	1,375	1,443	1,582	1,909	1,858
영업이익 (%)	104 (7.6%)	101 (7.0%)	140 (8.8%)	218 (11.4%)	256 (13.8%)
EBITDA (%)	132 (9.6%)	129 (8.9%)	168 (10.6%)	245 (12.8%)	285 (15.3%)
세전이익 (%)	127 (9.2%)	101 (7.0%)	181 (11.4%)	219 (11.5%)	278 (15.0%)
당기순이익 (%)	101 (7.3%)	76 (5.3%)	137 (8.7%)	176 (9.2%)	213 (11.5%)

<분기별 실적 추이>

(단위 : 억원)



<요약 재무상태표(별도)>

(단위 : 억원)

구분(별도)	19Y	20Y	21Y	22Y.1Q
자산	4,379	5,162	7,002	7,150
현금 및 현금성 자산	696	864	1,016	819
단기금융상품	0	0	419	141
부채	1,697	1,987	3,425	3,468
차입금	531	640	1,922	1,918
자본	2,682	3,175	3,577	3,683
부채 비율	63.3%	62.6%	95.8%	94.2%
차입금 비율	19.8%	20.2%	53.7%	52.1%
순차입금 비율	-6.2%	-7.1%	13.6%	26.0%
ROE	19.1%	18.2%	13.7%	5.8%
ROA	11.7%	11.2%	7.0%	3.0%

(* 22Y.1Q ROE 및 ROA: 1분기 당기순이익 기준으로 산출함)

SAMYANG

재무실적 요약 (연결)

<요약 손익계산서_연결>

(단위 : 억원)

구분(연결)	2021				2022
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
매출액	1,400	1,476	1,617	1,927	2,022
영업이익 (%)	144 (10.3%)	142 (9.6%)	152 (11.4%)	216 (11.2%)	245 (12.1%)
EBITDA (%)	177 (12.6%)	176 (11.9%)	185 (11.4%)	256 (13.3%)	284 (14.0%)
세전이익 (%)	166 (11.9%)	141 (9.6%)	195 (12.0%)	219 (11.4%)	265 (13.1%)
당기순이익 (%)	132 (9.5%)	108 (7.3%)	147 (9.1%)	180 (9.3%)	193 (9.5%)

<요약 재무상태표_연결>

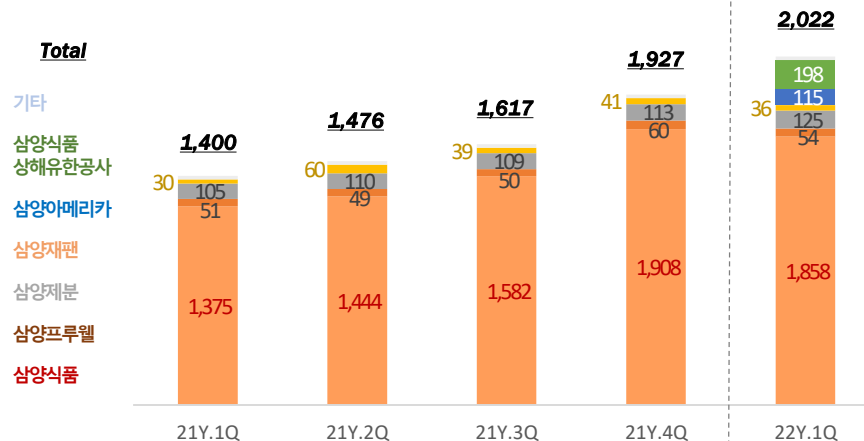
구분(연결)	19Y	20Y	21Y	22Y.1Q
자산	4,704	5,562	7,531	7,725
현금 및 현금성 자산	875	1,040	1,145	1,077
단기금융상품	99	98	507	212
부채	1,827	2,089	3,574	3,682
차입금	598	697	2,033	2,011
자본	2,876	3,473	3,957	4,043
부채 비율	63.5%	60.2%	90.3%	91.1%
차입금 비율	20.8%	20.1%	51.4%	49.7%
순차입금 비율	-13.1%	-12.7%	9.6%	17.9%
ROE	20.9%	19.6%	14.3%	4.8%
ROA	12.8%	12.2%	7.5%	2.5%

(* 22Y.1Q ROE 및 ROA: 1분기 당기순이익 기준으로 산출함)

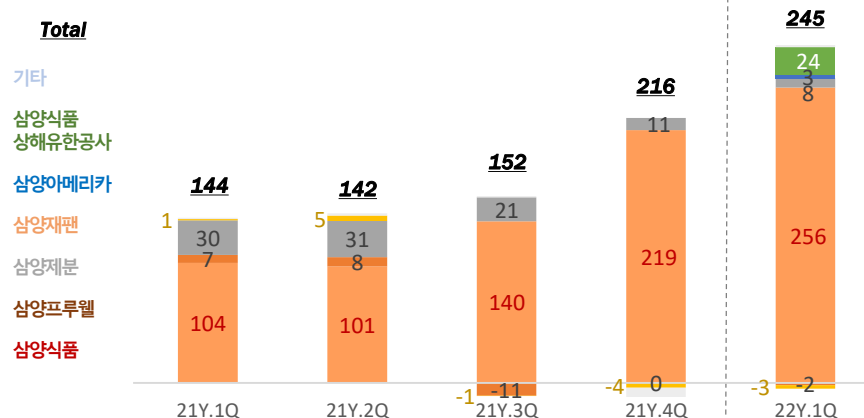
<매출(연결)현황 추이 >

※ 아래 각 사 수치는 내부거래를 제외하지 않은 수치임

(단위 : 억원)



<영업이익(연결)현황 추이 >



※ 연결대상법인(7개사): 삼양프루웰, 삼양제분, 삼양로지스틱스, 삼양T.H.S,

SAMYANG JAPAN, SAMYANG AMERICA, 삼양식품상해유한공사 **SAMYANG**

CONTENTS

- ① 기업 현황 및 사업 현황
- ② 재무현황 분석
- ③ 주요 경영 활동

재무상태 분석

<재무상태표_별도>

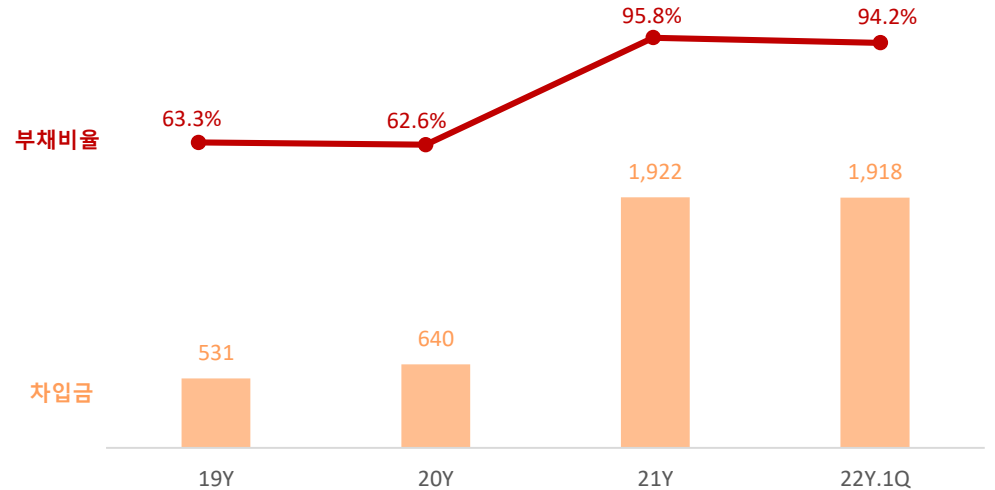
(단위 : 억원)

구분(별도)	19Y	20Y	21Y	22Y.1Q	
				실적	증감률
유동자산	1,552	1,658	2,458	2,375	-3.4%
당좌자산	1,307	1,376	2,128	1,981	-6.9%
재고자산	245	282	330	394	19.4%
비유동자산	2,875	3,504	4,544	4,775	5.1%
유형자산	2,160	2,716	3,687	3,960	7.4%
무형자산	32	35	40	156	290.0%
기타비유동자산	684	753	817	659	-19.3%
자산 총계	4,379	5,162	7,002	7,150	2.1%
유동부채	1,482	1,603	1,802	1,842	2.2%
비유동부채	215	384	1,623	1,626	0.2%
부채 총계	1,697	1,987	3,425	3,468	1.3%
자본금	377	377	377	377	0.1%
기타자본	129	129	129	100	-22.6%
기타포괄손익 누계액	28	22	20	21	3.3%
이익잉여금	2,148	2,647	3,051	3,185	4.4%
자본총계	2,682	3,175	3,577	3,683	3.0%

- 밀양 신공장 Capex 투자 및 삼양냉동과의 사업양수도 계약 체결에 따른 지출로 유동자산 감소
→ 이에 따른 유형자산 및 무형자산(영업권) 증가
- 밀양 신공장 관련 투자 및 회사채 발행으로 차입금 증가
- 자기주식 취득에 따른 기타자본 감소에도, 당기순이익 증가로 이익잉여금 지속 증가
→ 부채비율은 전년 말 대비 약 1.6%p 감소한 94.2%로 100% 미만을 유지

<연도 별 차입금 추이>

(단위 : 억원)



(* 증감률: 전년말 대비)

손익 현황 분석

<손익계산서_별도>

(단위: 억원)

구분(별도)	2021				2022
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
매출액	1,375	1,443	1,582	1,909	1,858
매출원가 (%)	1,060 (77.1%)	1,110 (76.9%)	1,185 (74.9%)	1,391 (72.9%)	1,301 (70.0%)
매출총이익 (%)	315 (22.9%)	333 (23.1%)	397 (25.1%)	517 (27.1%)	557 (30.0%)
판매와관리비 (%)	211 (15.4%)	232 (16.1%)	257 (16.3%)	299 (15.7%)	301 (16.2%)
영업이익 (%)	104 (7.5%)	101 (7.0%)	140 (8.8%)	218 (11.4%)	256 (13.8%)
영업외수익	35	10	42	12	41
영업외비용	12	10	1	11	19
세전이익 (%)	127 (9.2%)	101 (7.0%)	181 (11.4%)	219 (11.5%)	278 (15.0%)
법인세비용	27	25	44	42	65
당기순이익 (%)	101 (7.3%)	76 (5.3%)	137 (8.7%)	176 (9.2%)	213 (11.5%)

[증감(YoY)]

- 당해 1Q의 매출액의 경우, 전년 1Q 비 483억 (+35.1%) 상승
- 국내는 +13.8% 증가, 해외는 +50.9% 증가
→ 국내 판가 상승효과 반영과 원/달러 환율 상승 및 수출물량 증대에 따른 매출액 상승
- 당해 1Q 영업이익의 경우, 전년 1Q 비 152억(+146.2%) 증가 및 영업이익율 6.3%p 상승
- 마케팅 관련 활동 증대로 인한 광고선전비 증가 및 판매량 증가에 따른
운임비용 증가에도 불구하고 매출액 증가 및 매출원가율 감소에 따라 영업이익 증가
- 당해 1Q 당기순이익의 경우, 전년 1Q 비 112억(+110.9%) 증가 및 당기순이익율 4.2%p 증가

[증감(QoQ)]

- 당해 1Q의 매출액의 경우, 전년 4Q 비 51억 (-2.7%) 감소
- 국내는 +0.2% 증가, 해외는 -4.1% 감소
→ 국내는 냉동사업 실적 신규 반영되며 소폭 상승, 해외는 중국 중심 매출 감소로 하락
- 당해 1Q 영업이익의 경우, 전년 4Q 비 38억 (+17.4%) 증가 및 영업이익율 2.4%p 증가
- 매출원가 감소로 영업이익 증가
- 당해 1Q 당기순이익의 경우, 전년 4Q 비 37억 (+21.0%) 증가 및 당기순이익율 2.3%p 증가

사업부문 별 실적

<품목 별 매출 현황(별도)>

(단위 : 억원)

구분 (별도)	21Y.1Q	21Y.2Q	21Y.3Q	21Y.4Q	22Y.1Q
국내	586 (42.6%)	581 (40.2%)	616 (39.0%)	666 (34.9%)	667 (35.9%)
면	460 (33.5%)	463 (32.1%)	495 (31.3%)	550 (28.8%)	543 (29.2%)
스낵	44 (3.2%)	39 (2.7%)	43 (2.7%)	49 (2.5%)	47 (2.5%)
조미 소재	9 (0.7%)	10 (0.7%)	8 (0.5%)	11 (0.6%)	10 (0.5%)
소스	27 (2.0%)	24 (1.7%)	26 (1.7%)	23 (1.2%)	26 (1.4%)
유가공	43 (3.1%)	42 (2.9%)	42 (2.7%)	32 (1.7%)	27 (1.5%)
기타	2 (0.1%)	2 (0.1%)	2 (0.1%)	2 (0.1%)	14 (0.8%)
해외	789 (57.4%)	863 (59.8%)	965 (61.0%)	1,242 (65.1%)	1,191 (64.1%)
면	760 (55.3%)	836 (57.9%)	929 (58.7%)	1,202 (63.0%)	1,151 (61.9%)
스낵	8 (0.6%)	8 (0.6%)	6 (0.4%)	8 (0.4%)	13 (0.7%)
소스	15 (1.1%)	15 (1.0%)	28 (1.7%)	28 (1.5%)	24 (1.3%)
기타	6 (0.4%)	4 (0.3%)	3 (0.2%)	4 (0.2%)	3 (0.2%)

(* 괄호안: 전체 매출액 대비 각 점유율)

[국내]

- 전년 1Q 比 국내 매출 81억원 (+13.8%) 상승
 - 국내 마케팅 및 영업 활동 확대로 판매수량 증가
 - 제품가격 인상효과 반영
- 전년 4Q 比 국내 매출 1억원 (+0.2%) 상승
 - 냉동 사업 양수에 따른 기타부문 매출 증가

<주요 마케팅 활동>

① 뮤지컬 애니메이션 광고('21년)



② BTS 콘서트 스폰서십('22년)

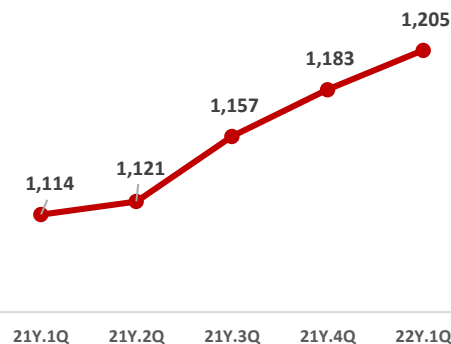
③ 불닭Brand 10주년 행사('22년)

[해외]

- 전년 1Q 比 해외 매출 402억원 (+51.0%) 상승
 - 판매수량 증가 및 환율상승 효과로 인한 증가
- 전년 4Q 比 해외 매출 51억원 (-4.1%) 감소
 - 춘절 연휴 등에 따른 중국 수출 물량 감소

<분기 별 환율 현황>

(출처: 서울외국환중개소 기간별 매매기준율 평균치)



주요 지역 별 실적

<해외지역별 매출구성(별도)>

(단위 : 억원)

구분 (별도)	21Y.1Q	21Y.2Q	21Y.3Q	21Y.4Q	22Y.1Q
해외	789 (100.0%)	863 (100.0%)	965 (100.0%)	1,242 (100.0%)	1,191 (100.0%)
중국	281 (35.7%)	306 (35.5%)	328 (34.0%)	454 (36.5%)	376 (31.6%)
미주	110 (14.0%)	108 (12.5%)	159 (16.5%)	250 (20.1%)	288 (24.2%)
아시아	249 (31.6%)	268 (31.0%)	315 (32.6%)	364 (29.3%)	340 (28.5%)
오세아니아	13 (1.6%)	17 (1.9%)	12 (1.2%)	9 (0.7%)	10 (0.8%)
기타	135 (17.1%)	164 (19.0%)	152 (15.7%)	165 (13.3%)	177 (14.9%)

<중국 사업 부문>

- 중국 매출은 전년 1Q 比 95억 증가, 전년 4Q 比 78억 감소
- '22년 1Q 온라인 영업 및 마케팅 (Tik tok 등 SNS에서 제품 구매 활성화) 활동 진행
- 불닭 세계관 캠페인 및 라이브커머스 진행
- 향후 중국 법인을 통한 중국 내륙 지역 오프라인 유통 채널 지속 확장

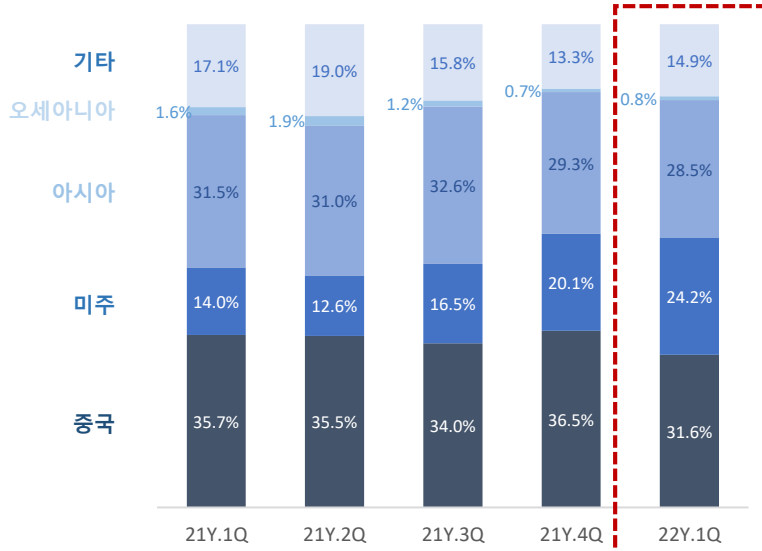
<미주 사업 부문>

- 미주 매출은 전년 1Q 比 178억, 전년 4Q 比 38억 증가
- '21년 1월 이후 선박확보 난항 이슈 해소 및 미국 법인 통한 현지 영업활동 개시 등으로 '21Y.1Q부터 매출액 지속 상승

<아시아 및 기타 사업 부문>

- 기타 지역 부문 매출(중국 및 미주 제외)은 전년 1Q 比 130억 증가, 전년 4Q 比 11억 감소
- 아시아 채널 內 주요 수출 국가는 태국, 말레이시아, 인도네시아 등
- 온오프라인 프로모션 확대(할인행사 등), 신년 패키지 행사 등 각 국가별 현지 마케팅 진행
- 중동 등 신시장 판로 개척 통한 해외 매출 성장세 지속
- '22 1Q 사우디아라비아 1위 유통 체인 판다 전국 매장에 동시 입점

<국가 별 매출 점유 현황 (%)>



주요 브랜드 별 실적

<주요 브랜드별(별도)>

(단위: 억원)

구분(별도)	21Y.1Q	21Y.2Q	21Y.3Q	21Y.4Q	22Y.1Q
국내	586	581	616	666	667
불닭Brand	187	197	218	256	263
삼양Brand	146	152	164	175	160
짜짜로니	17	18	19	17	19
기타	235	214	216	218	225
해외	789	863	965	1,242	1,191
불닭Brand	635	719	827	1,048	1,008
삼양Brand	15	17	19	26	33
짜짜로니	19	21	26	28	26
기타	121	107	92	140	124

<불닭Brand 부문>

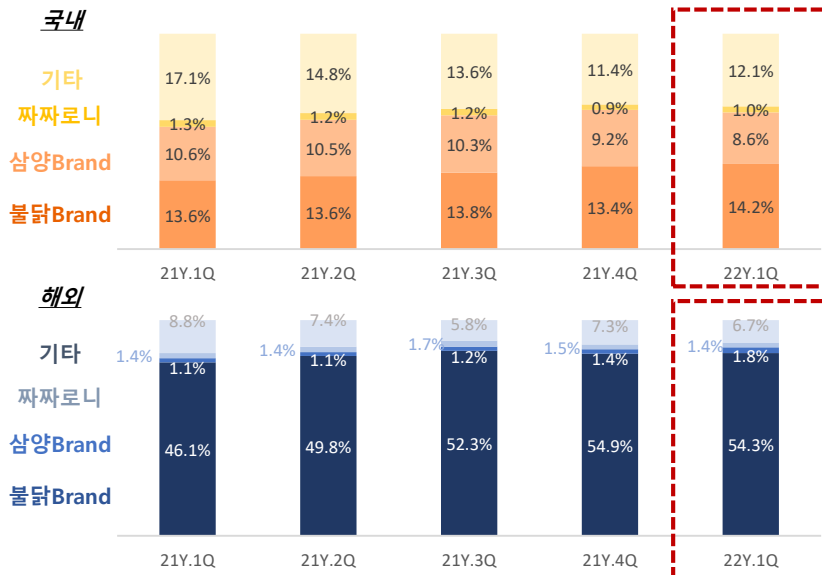
- 국내: 매운라면 수요 지속 속에, '22년 1Q 기준 Brand Extension에 따른 제품 카테고리 확대에 불닭 Brand 지속 성장 (YoY +40.6%, QoQ +2.7%)

<대표 Extension 제품군>



- 해외: '22년 1Q 중국 매출 內 불닭볶음면 오리지널 매출 점유율은 70% 이상으로 춘절 연휴에 따른 수출 물량이 전년 4Q 대비 약 15.3% 감소하며 해외 불닭Brand 실적에 영향

<Brand 별 매출 점유 현황 (%)>



<삼양Brand 및 기타 부문>

- '21년은 팬데믹 영향 감소로 인한 국내 라면시장 규모 감소('19년: 2.1조 → '20년: 2.2조 → '21년: 2.0조), 비국물라면의 지속 성장세로 삼양Brand는 '20년 대비 약 14.4% 감소 (국내 라면시장 규모 출처: 시장조사업체 닐슨코리아)

- 하지만, '20년 60주년 기념 제품 리뉴얼과 라면 애니메이션 광고 <평범하게, 위대하게> 마케팅활동 진행하며, 전체 내수 매출에서의 평균 점유율 약 27% 유지 중

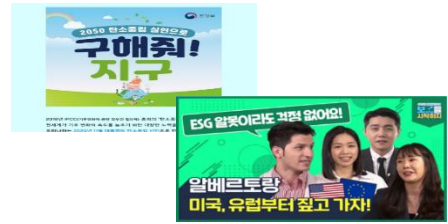


- 국내 기타는 냉동사업 양수에 따른 냉동식품(만두류, 후라이류 등) 매출 발생

CONTENTS

- ① 기업 현황 및 사업 현황 분석
- ② 재무현황 분석
- ③ 주요경영 활동

ESG 활동 및 평가 등급 현황 (KCGS 평가 기준)

E 환경	S 사회	G 지배구조	ESG 내재화 활동
협력회사 ESG경영지원 업무 협약식 친환경 제품 출시 - 비건 인증 취득 - 녹색인증 포장재 사용 친환경 관리 활동 - 1사 1하천 가꾸기 생물종 다양성 보존 MOU 체결 및 활동 환경 서포터즈 모집 환경성적표지 취득 - 삼양라면, 불닭볶음면, 사또밥 등 	삼양식품 노사 협약식 ESG기금 마련 협약식 ESG 경영 캠페인 - 그린 챌린지 - 페이퍼 리스 소비자 중심 경영 선포 - CCM 사내 홍보 인권 경영 선언식 사회적 약자 보호 업무협약 	이사회 內 위원회 설치 - 감사위원회 - 보상위원회 - ESG위원회 - 사외이사후보추천위원회 - 경영위원회 ESG 현황 공개 이사회 구성 및 규정 공개 주주총회 및 이사회 개최 현황 공개 배당현황 공개 지배구조 부문 영문 홈페이지 리뉴얼 	ESG교육 영상 레터링 - 매월 격주 팀장 대상 발송 ESG트렌드 및 이슈 공유 ‘생활 속 작은 실천’ 잔반 제로 그린 캠페인 시행 

평가 년도	ESG 통합 등급	ESG 세부 등급		
		E 환경	S 사회	G 지배구조
2019	C	C	B	D
2020	B	B	B	B
2021	A	A	A+	A

기타 경영활동 현황

< 밀양신공장 준공 >

- 밀양신공장 준공 ('22.05.02)
- 투자금액 : 총 2,381억원 (신규시설 : 2,074억원, 토지취득 : 307억원)
- 설치라인 : 면 생산라인 4라인
- 라면생산 CAPA : 연간 12식 → 18억식 (50% 증가)



End of Document