



2024년 2분기 예상 실적



DISCLAIMER

본 자료는 2024년 2분기 실적에 대한 외부 감사인의 회계감사가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위하여 작성된 자료로, 일부 내용은 회계감사 과정에서 달라질 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

또한 본 자료는 미래에 대한 예상, 전망, 계획, 기대 등의 '예측정보'를 포함하고 있으며, 이러한 '예측정보'는 국내·외 경제 상황, 환율 및 이자율 등의 변동, 회사가 영위하는 주요 사업 분야의 예상치 못한 여건 변화, 기타 경영현황 및 실적에 영향을 미칠 수 있는 국내·외적 변화 등의 불확실성을 포함하고 있습니다. 따라서 이로 인해 회사의 실제 미래 실적은 '예측정보'에 명시적 또는 암묵적으로 포함된 내용과 중대한 차이가 있을 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

따라서, 본 자료는 투자자들의 투자 결과에 대한 법적 소재의 증빙자료로 사용될 수 없음을 알려드립니다. 또한, 본 자료는 자료 작성일 현재의 사실에 기초하여 작성된 것이며, 회사는 향후 변경되는 새로운 정보나 미래의 사건에 대해 업데이트 책임을 지지 않습니다. 그리고 본 자료 자체의 오류, 제3자에 의한 데이터 수정 및 기타 기술적 문제 등에 의해 발생한 손해에 대해서도 회사는 책임이 없음을 양지하시기 바랍니다.

CONTENTS

1. 2Q24 실적 Highlight

Key Messages	5p
2Q24 전사 실적	6p

2. 사업부문별 실적분석

식품사업	8p
BIO사업	11p
Feed&Care	13p
CJ대한통운	15p

3. 주요 지표분석

판매관리비/영업외손익	18p
-------------------	-----

4. 주요 전략 추진 현황 및 전망

해외 식품 주요 성과	21p
BIO 아미노산 수급 요인 및 TnR 동향	22p
Sustainability	23p
'24년 3분기 전망	24p

5. Appendix

26p

6. Key Figures

33p

1. 2Q24 실적 HIGHLIGHT

KEY MESSAGES

'24년 2분기 영업이익 14% 증가

미주 식품 · BIO 고수익 품목 판매 확대, F&C 마진 개선

판매량 증가에 따라 국내 가공식품 매출 3% 성장

내수 소비 위축에도 제품 경쟁력과 영업/채널 전략 고도화에 힘입어 매출 성장세 지속

미주 식품 만두/피자 견조한 성장으로 1위 지위 강화, 유럽/오세아니아 고성장 지속

미주 만두(+28%), 상온 P-Rice(+24%), 피자(+12%) 및 B2C, K-12 등 주요 품목/채널 고른 성장세
유럽(+57%) 메인스트림 채널 통한 GSP 판매 가속화, 오세아니아(+51%) 만두 판매 증가 및 신규 채널 진입

BIO 트립토판, 스페셜티 AA, 스페셜티 T&N 등 고수익 중심의 PRODUCT MIX 효과

트립토판(+38%), 스페셜티 AA(+15%), 스페셜티 T&N(+37%) 등 주요 품목 성장세 지속

F&C 축산가 정상화 및 생산성 향상, 사료사업 구조개선으로 전분기비 흑자 전환

2Q24 전사 실적 (대한통운 제외/포함)

매출

4조 3,314억원

F&C 및 소재 식품 매출 감소를
미주/유럽/오세아니아 식품 및
BIO 고수익 제품 성장으로 상쇄

영업이익

2,690억원

미주 식품 · BIO 고수익 품목
판매 확대, F&C 마진 개선으로
영업이익 증가

순이익

1,105억원

영업이익 확대로 순이익 증가

대한통운 제외 실적

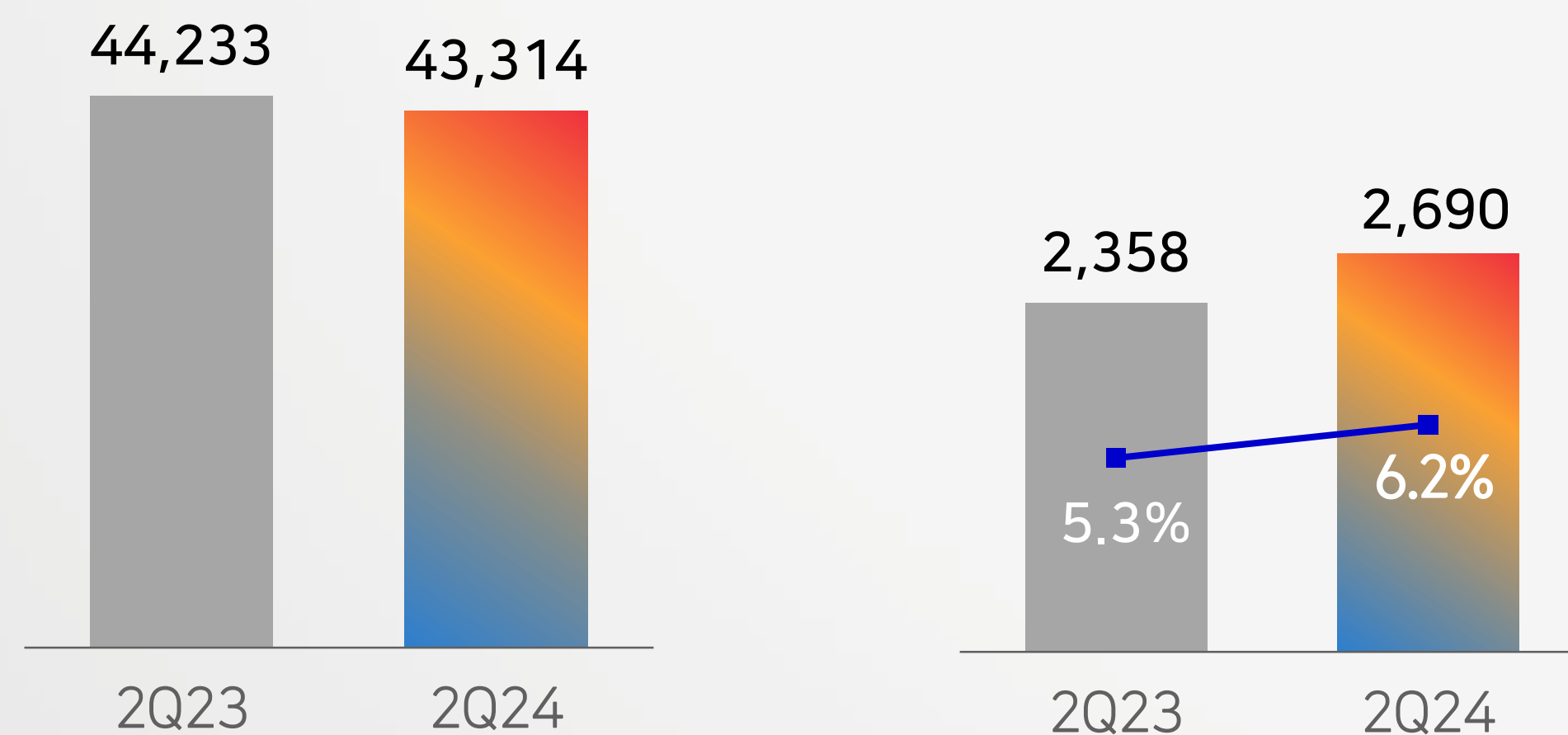
(단위 : 억원)

매출

-919(-2.1%)

영업이익

+332(+14.1%)



※ 순이익 1,105억원(+59.5%)

대한통운 포함 실적

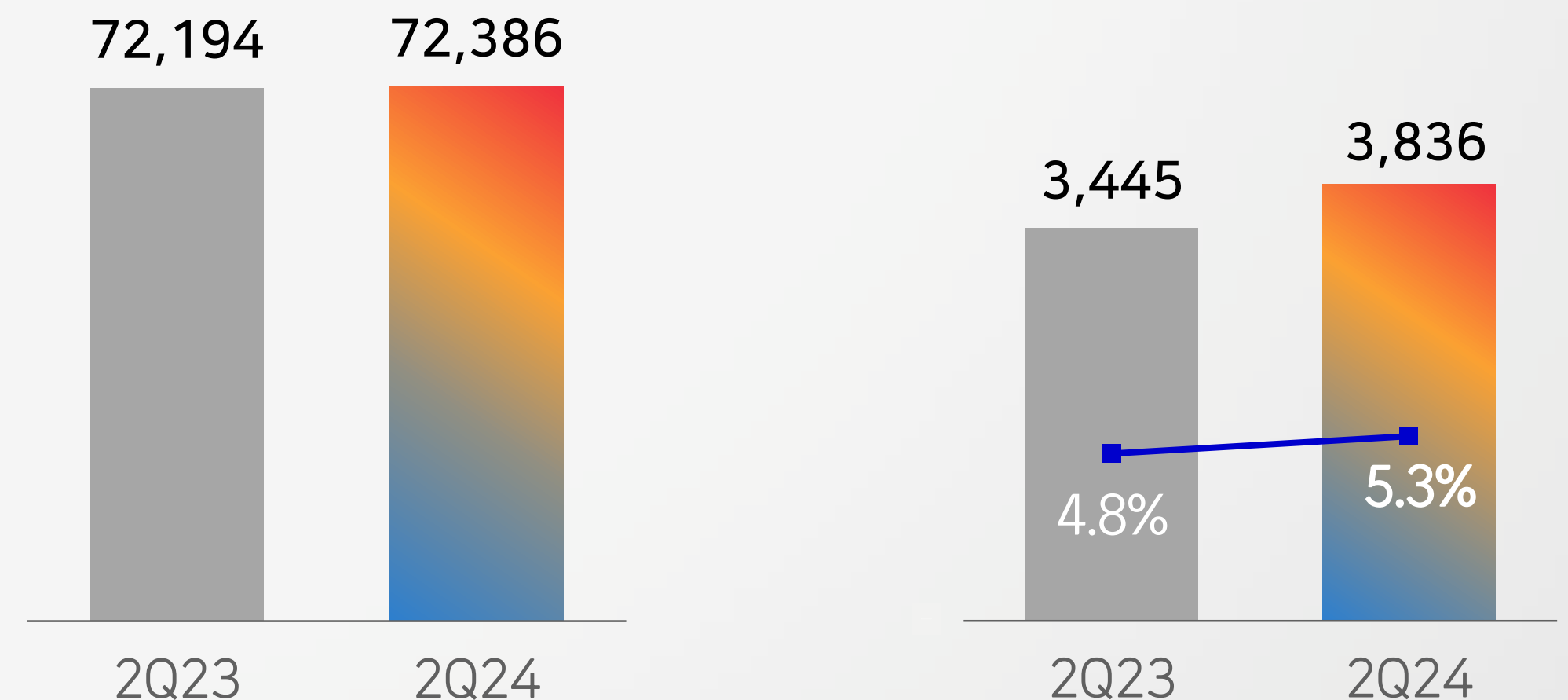
(단위 : 억원)

매출

+192(+0.3%)

영업이익

+391(+11.3%)



※ 순이익 1,478억원(+15.9%)



2. 사업부문별 실적분석

식품사업

미주, 유럽, 오세아니아 등 해외 식품 판매 확대에 힘입어 수익성 방어

매출

전년비 1% 감소 (지상쥐¹⁾ 제외 시 +1%)

시장 환경 변화에 따른 국내 소재 및 중국/일본 부진 지속에도, 국내 가공 판매량 증가, 미주 비비고 만두 · Red Baron 피자 시장 점유율 1위 지속, 유럽/오세아니아 고성장세 이어지며 전년 수준 가까이 유지

영업이익

전년비 5% 감소한 1,359억원 (지상쥐 제외 시 +2%)

지상쥐 매각에 따른 전년 기저차이 및 내수 소비심리 부진 영향 있었으나, 미주/유럽 등 해외지역 이익 증가로 감익 폭 축소

* 미주 : PPA 차감전 OP 980억원, PPA 상각 93억원



국내

소재 전년 기저 부담 및 유지 등 수익성 중심 운영으로 매출 부진했으나, 핫반/만두 등 가공식품 핵심제품 판매량 증가로 상쇄

해외

지상쥐 기저 영향 및 중국/일본 소비심리 위축 지속되는 가운데 미주 견조한 성장세 지속, 영국·독일·네덜란드 메인스트림 진입 확대, 오세아니아 비비고 판매 호조 등으로 영향 최소화

* 매출 성장률 : 미주 +8%, 유럽 +57%, 오세아니아 +51% 등



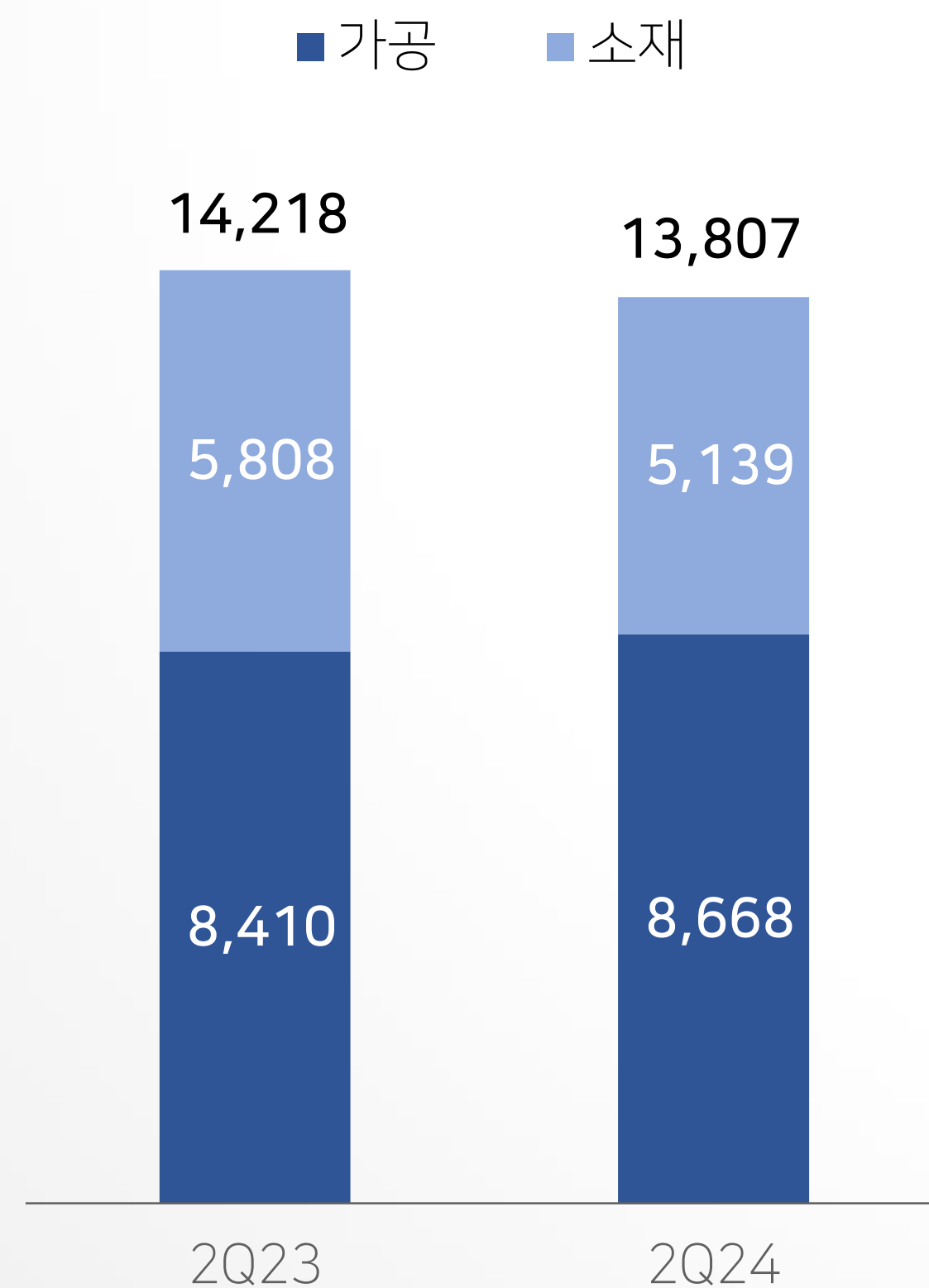
1) 지상쥐: 자차이/장류 생산하는 중국 자회사로 K-Food 확장 위한 선택과 집중 목적으로 '23.7월 매각하여 8월 이후 실적에서 제외됨

식품사업 (매출 상세)

국내

1조 3,807억원, 전년비 -3% (가공 +3%)

- 가공 : 핫반+18%, 만두+12%, 다시다+9%, 냉동밥+4% 등 성장
HMR 1,349억원 달성
- 소재 : 시장환경 변화에 따른 유지 부진 및 수익성 중심 운영으로 매출 감소

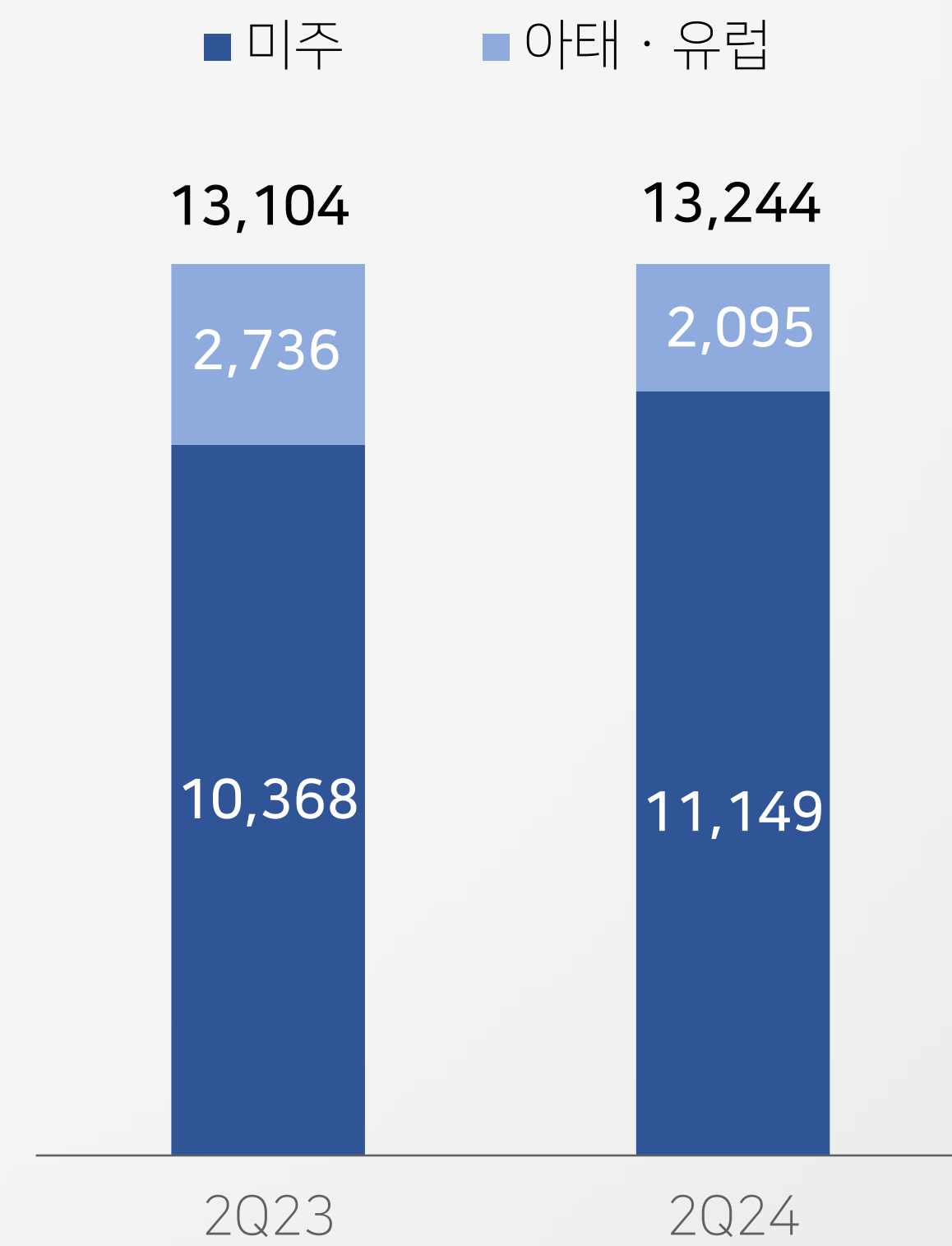


(단위 : 억원)

해외

1조 3,244억원, 전년비 +1% (지상위 제외 시 +6%)

- 미주 : 주요 제품 판매량 중심 매출 성장세 지속
(만두 +28%, 상온 P-Rice +24%, 피자 +12% 등)
K-12 +24% 등 주요 경로 내 견조한 성장세 시현
- 유럽 : 주요국 GSP 판매 및 메인스트림 채널 확대 가속화
- 오세아니아 : Woolworths¹⁾향 만두 및 신규 채널 진입 확대로 고성장
- 중국/일본 : 지상위 매각 기저 부담과 사업 구조 개편 영향으로 매출 감소

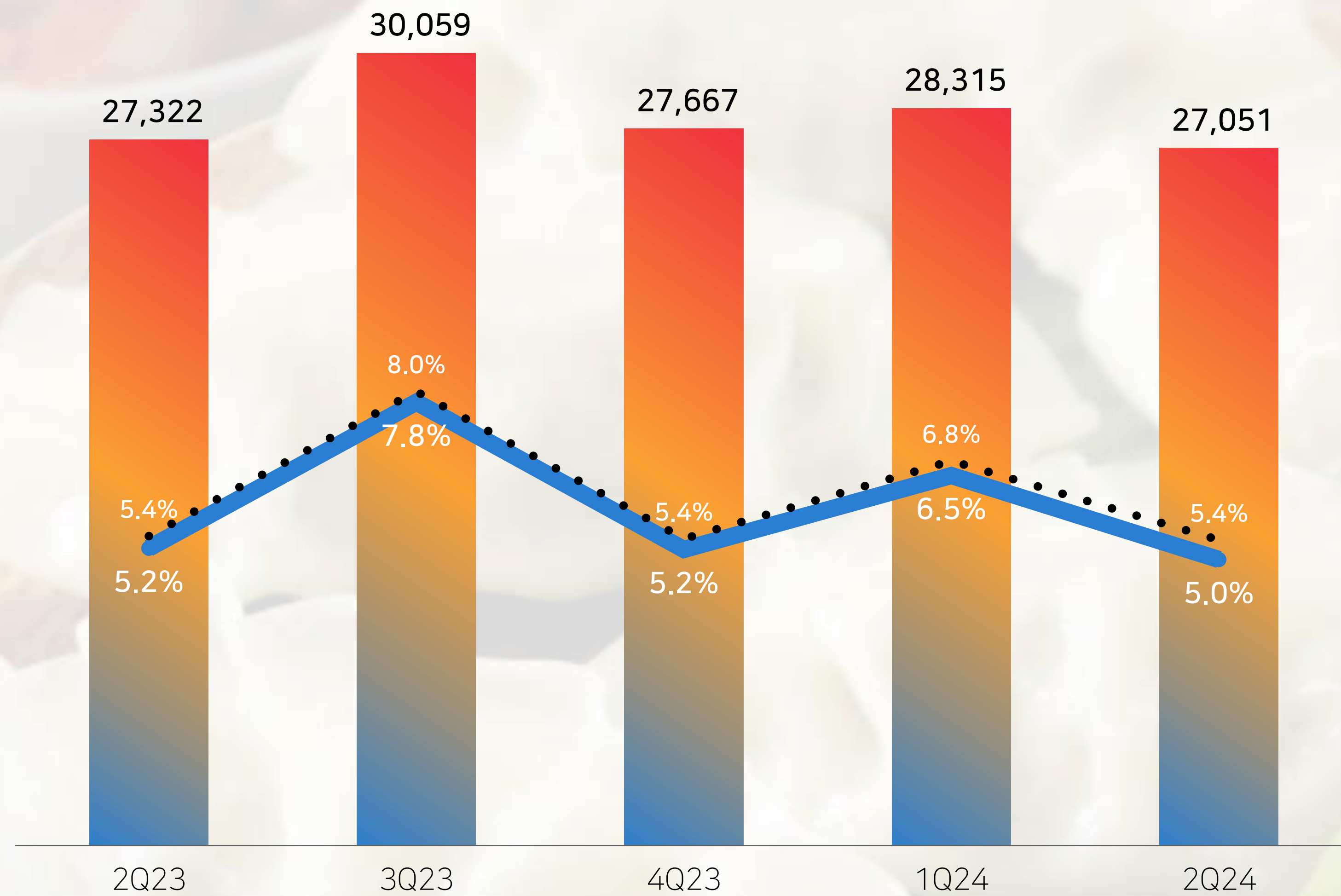


1) 호주 최대 유통체인

식품사업

매출 / 영업이익률

■ 매출 ■ OPM • 슈완스 PPA 차감전 OPM (단위 : 억원)



BIO사업

축산업 대형화/수직계열화 트렌드 지속되는 가운데 트립토판과 스페셜티 아미노산 수요 견조
기술 마케팅 기반 신규 수요 개발로 Taste & Nutrition 고성장 지속

매출

전년비 1% 증가

트립토판⁺38%, 스페셜티 AA⁺15%, 스페셜티 T&N⁺37% 등 고수익 아미노산
제품 판매 확대에 따라 대형 아미노산 전년 기저부담 및 비중 축소 상쇄

영업이익

전년비 17% 증가한 990억원

트립토판, 스페셜티AA 등 고수익 아미노산 제품 매출 비중 증가에
따른 제품 mix 효과로 영업이익률 개선전년비 +1.3%p



Animal Nutrition¹⁾

라이신은 고판가 지역 및 차별적 제형(액상) 중심 판매

트립토판은 축산업 대형화/수직계열화 영향으로 판가 수혜

스페셜티AA는 기술 마케팅 기반 시장 저변 확대로 알지닌, 이소류신 등
주요 제품군 성장 견인

Taste & Nutrition¹⁾

핵산은 중국 내수 부진 장기화로 판가 상승 제한적인 가운데,
중국 외 판매 채널 확대 통한 판매량 증가

TnR은 고객사 수요 회복에 따른 재고부담 완화 및 시즈닝 수요 개발로
판매량 증가



1) Animal Nutrition(AN): 라이신을 비롯한 8대 사료용 아미노산과 SPC 등 식물성 단백질 중심의 Green Bio 솔루션 사업 영위

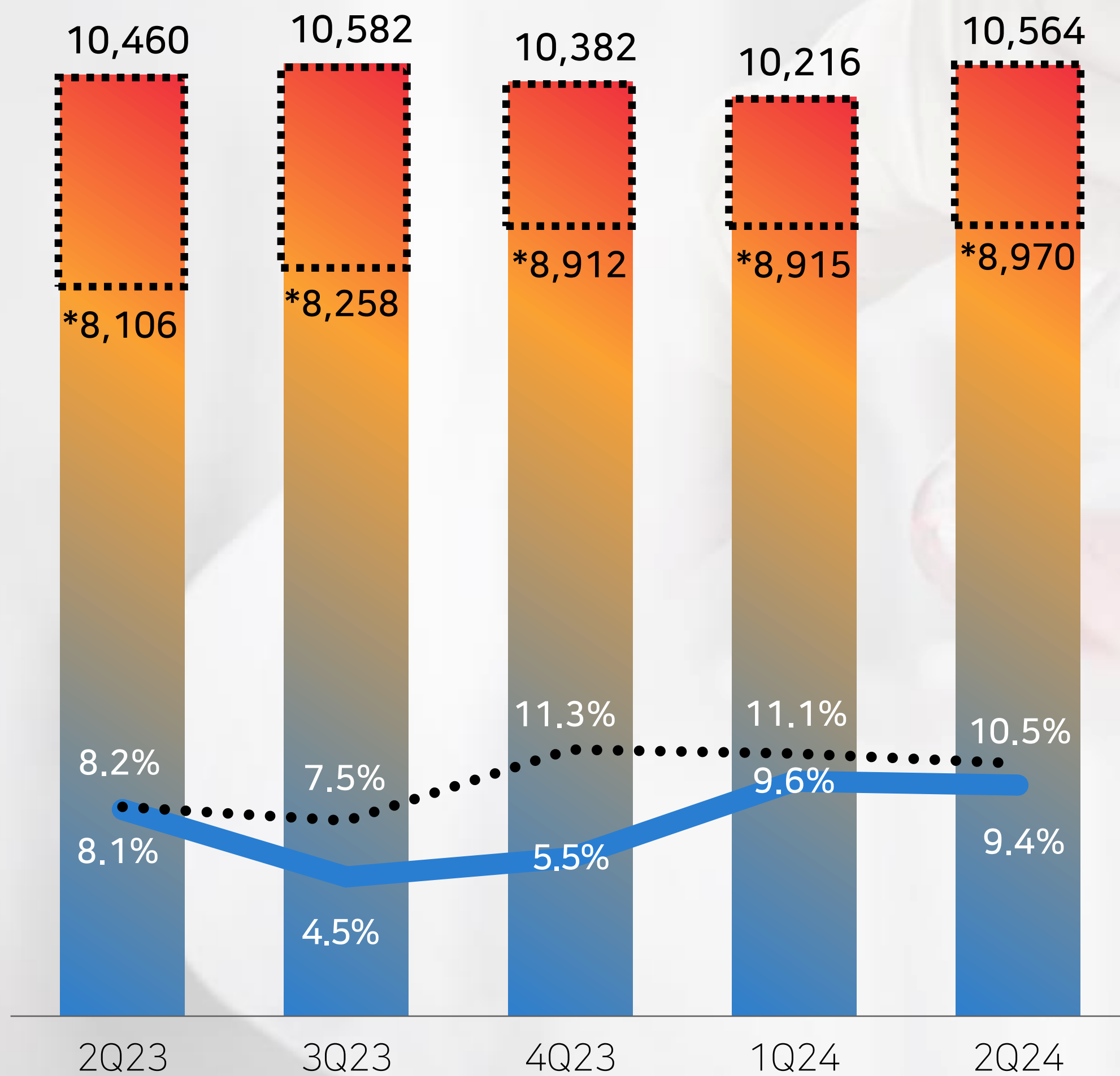
Taste & Nutrition(T&N): 핵산류, TnR/FnR과 같은 천연조미/향미소재 중심 Taste와 알지닌, 시트룰린 중심의 고객 맞춤형 Nutrition(영양 성분 솔루션) 사업 영위

BIO사업

매출 / 영업이익률

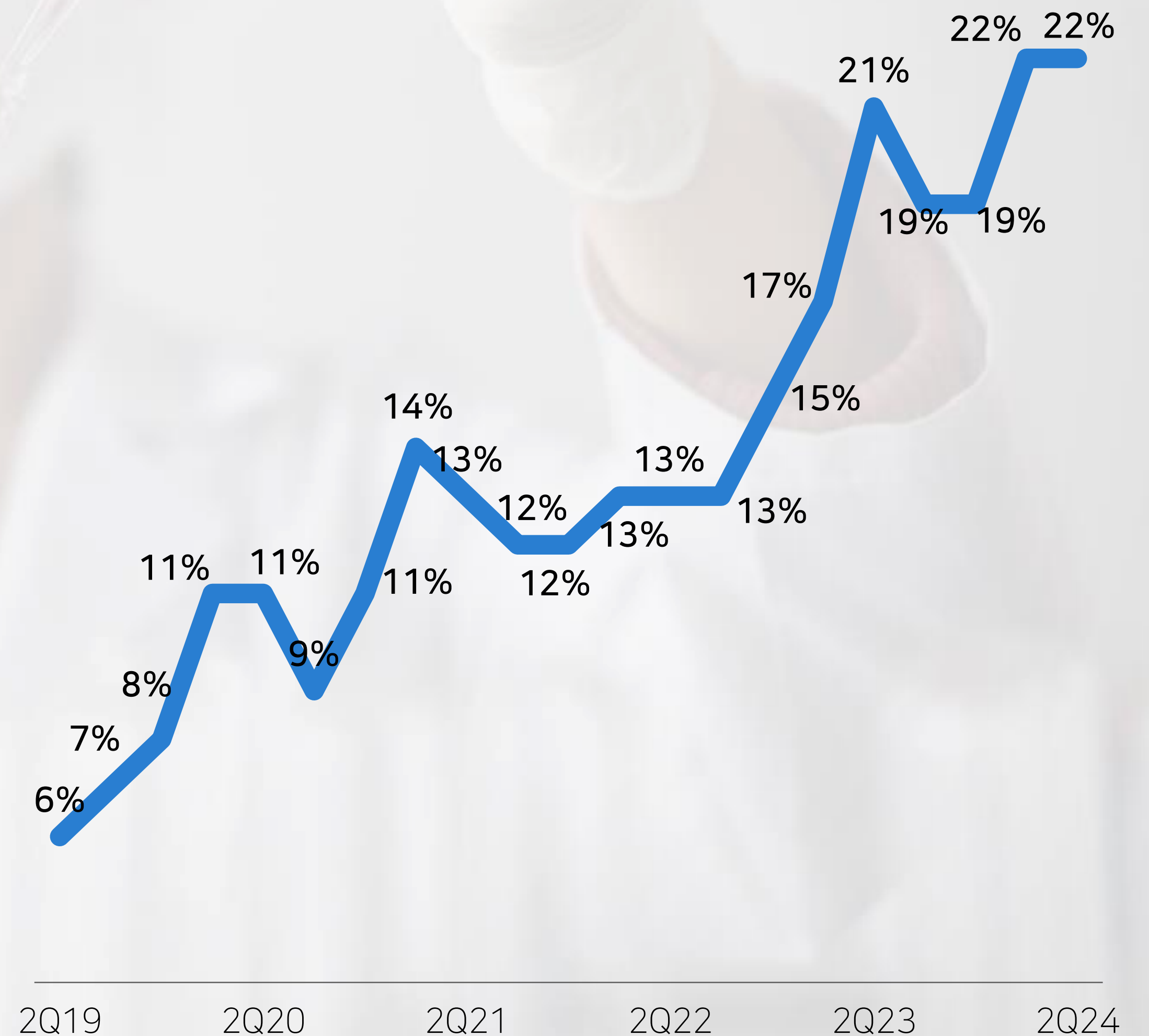
■ 매출 ■ OPM ● 셀렉타 제외 OPM ▨ 셀렉타 매출

(단위 : 억원)



*셀렉타 제외 매출

스페셜티 제품¹⁾ 매출 비중 추이



1) 발린, 알지닌, 이소류신, 히스티딘 등 스페셜티 AA와 TasteNrich(TnR), FlavorNrich(FnR), 시트룰린 등 스페셜티 Taste & Nutrition

FEED & CARE

사료/축산 판매량 전년비 하락하며 매출은 감소했으나,
동남아 축산가 회복 및 생산성 개선에 따른 원가절감으로 영업이익 증가

매출

전년비 12% 감소

영업이익

전분기 대비 흑자 전환, 341억원

사료

인니/베트남 등 주요 지역 사육 두수 감소에 따른 사료 시장 축소 및
사업 구조 개선을 위한 수익성 중심 운영으로 매출 감소

축산

베트남: 공급 요인 개선에 따른 돈가 안정화 지속되는 가운데,
생산성 개선 및 제조원가 절감 노력으로 이익 증가

인니: 공급 감소 영향 지속에 따른 축산 판가 상승, 육계 생산거점 운영
최적화 및 제조원가 효율화 등으로 원가구조 개선하며 증익
(DOC¹)가격 : +39% YoY, +41% QoQ / 육계가 : +5% YoY, +4% QoQ

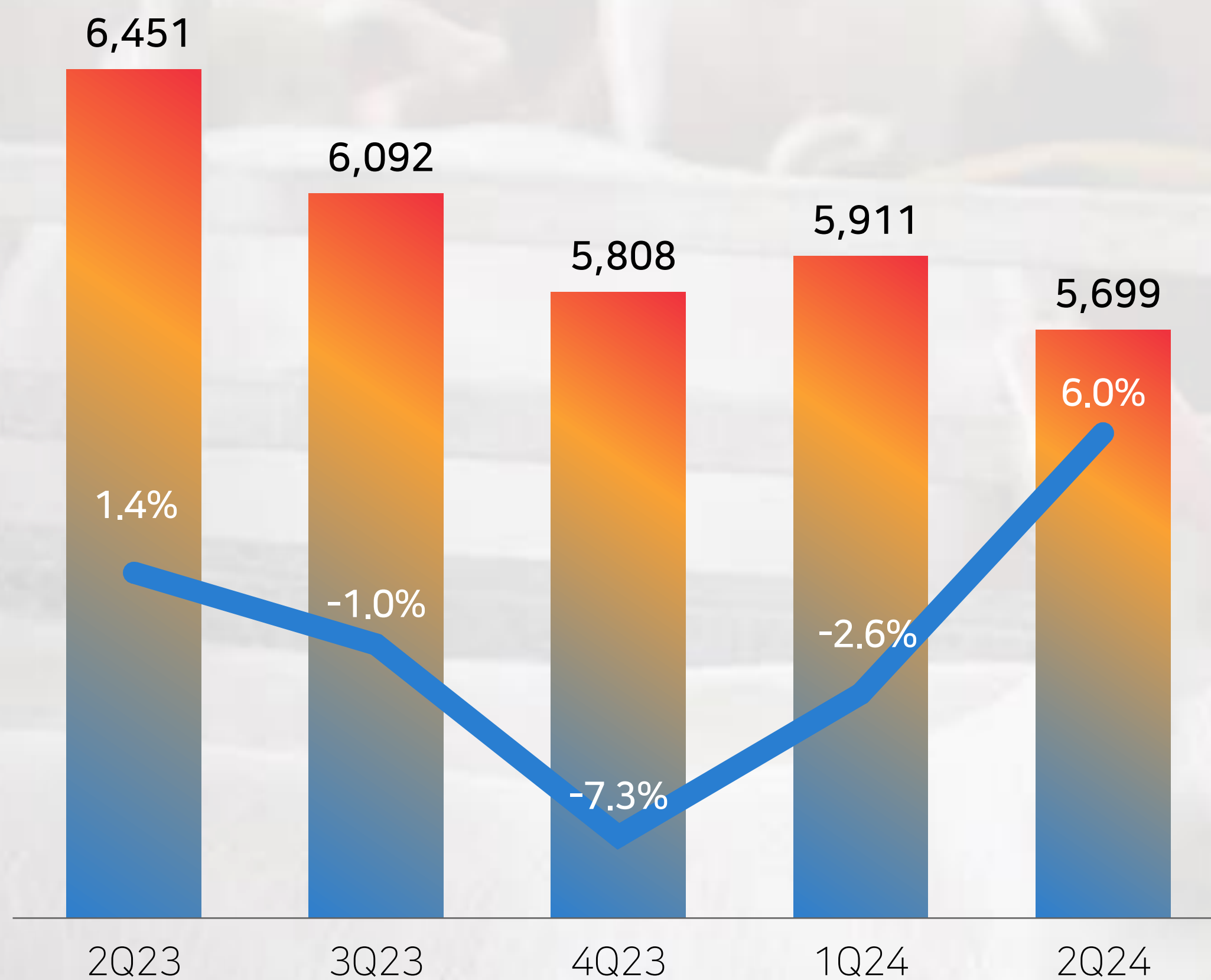


1) DOC: Day-Old Chick, 병아리

FEED & CARE

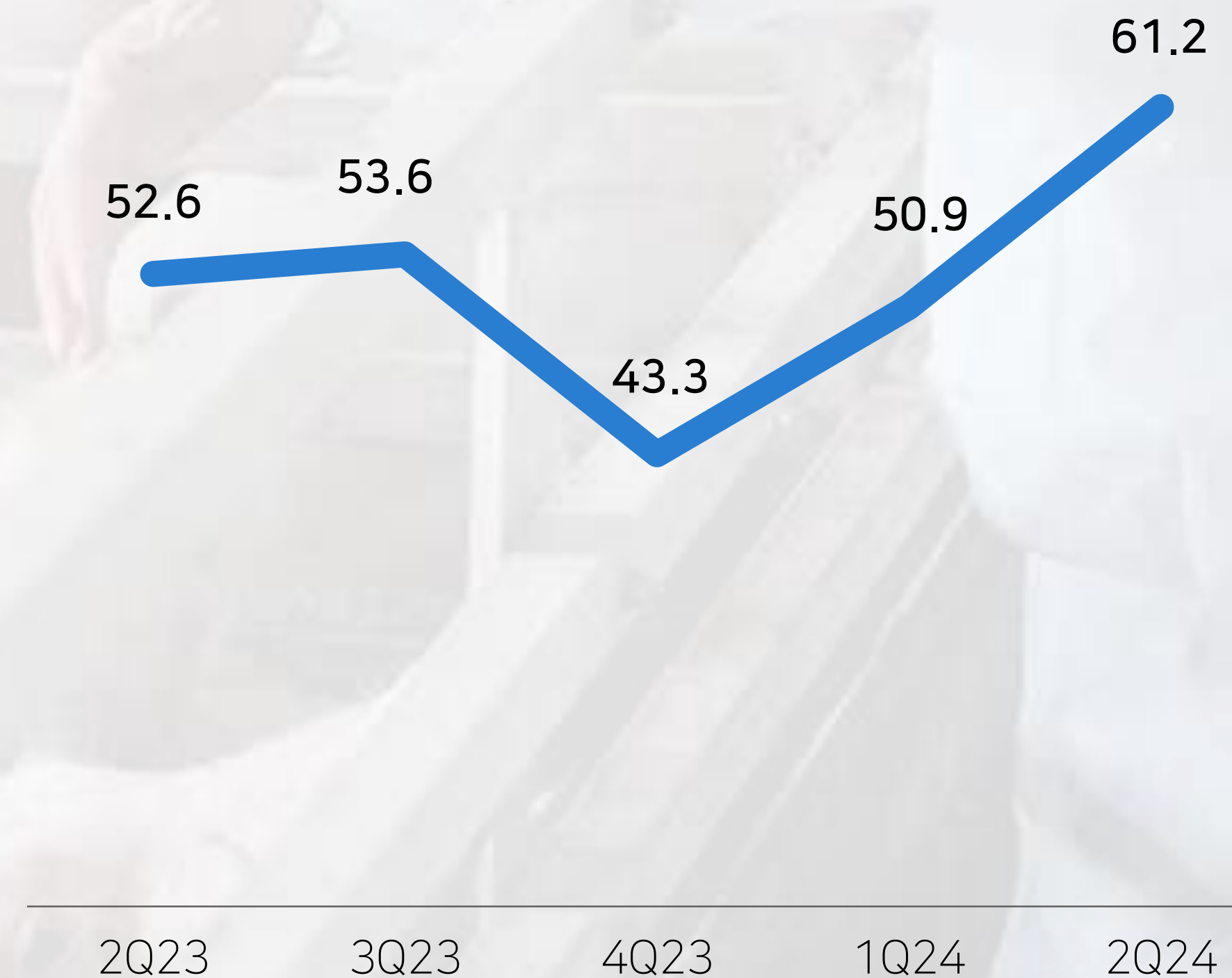
매출 / 영업이익률

■ 매출 ■ OPM (단위 : 억원)



베트남 양돈 가격 추이

(단위 : 천 VND/kg)



CJ대한통운

기술/서비스 경쟁력 기반 신규 수주 성과, 운영 효율화로 매출 및 이익 성장

매출

전년비 3% 증가한 3조 592억원

글로벌 이커머스 플랫폼 물량 성장 지속, 포워딩 매출 증가

택배

직구 및 패션/뷰티 버티컬 커머스 플랫폼 물량 증가

CL

데이터 활용 솔루션 기반 경쟁력 강화로 대형 고객 수주하며 매출 성장

글로벌

포워딩 특화물류 및 CBE*(직구/역직구) 물량 증가 지속

* Cross border e-commerce

영업이익

전년비 12% 증가한 1,254억원

생산성 혁신 및 운영구조 개선에 따른 이익 확대

택배

기술 기반 운영효율화 및 물량 확대 기반 전년수준 이익 유지

CL

컨설팅 기반 고수익성 고객 수주 및 생산성 개선 프로세스 확산으로 이익 증가

글로벌

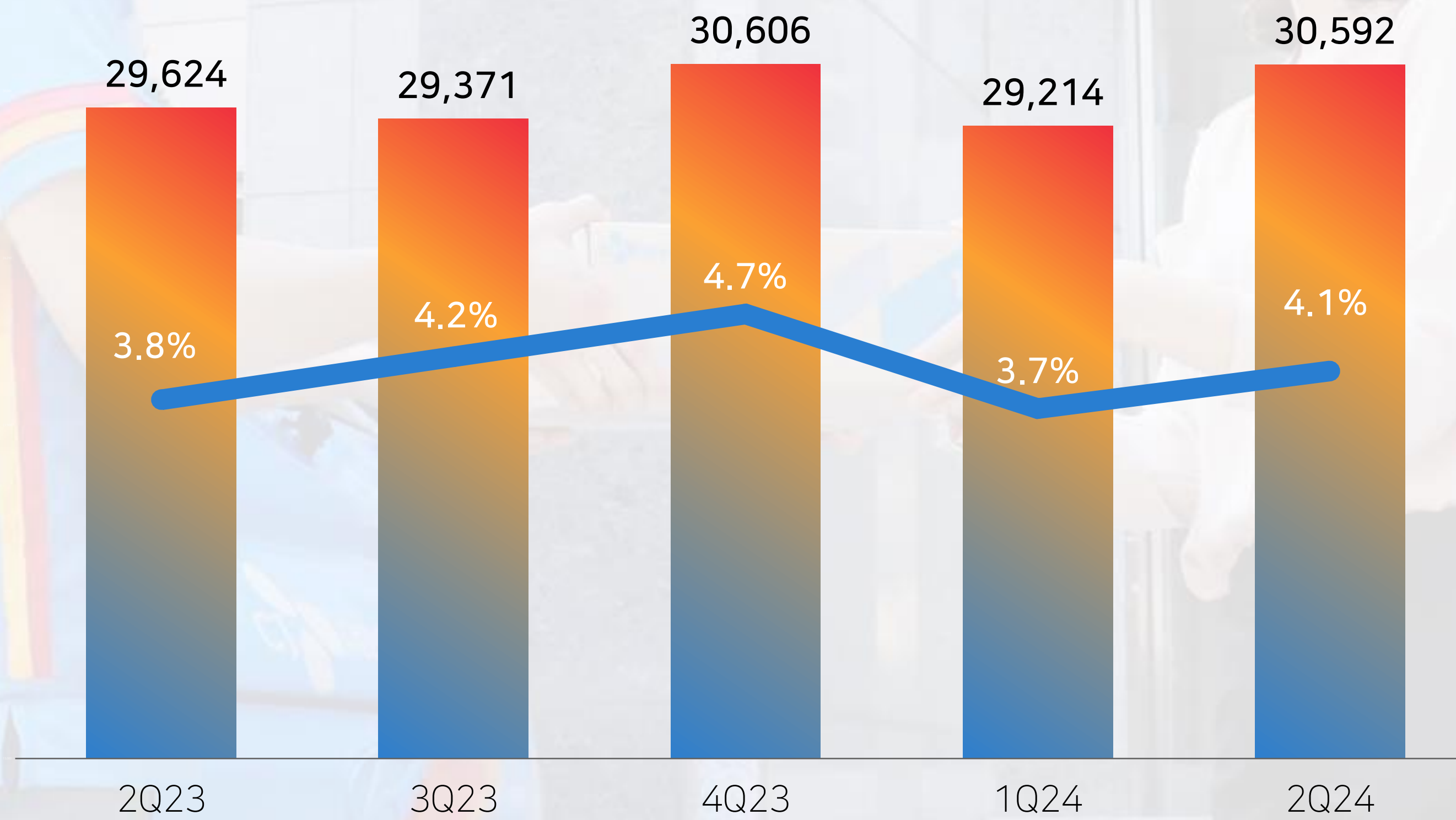
운임 상승에 따른 판가 인상 및 CBE사업 성장에 따른 이익 확대



CJ대한통운

매출 / 영업이익률

■ 매출 ■ OPM (단위 : 억원)





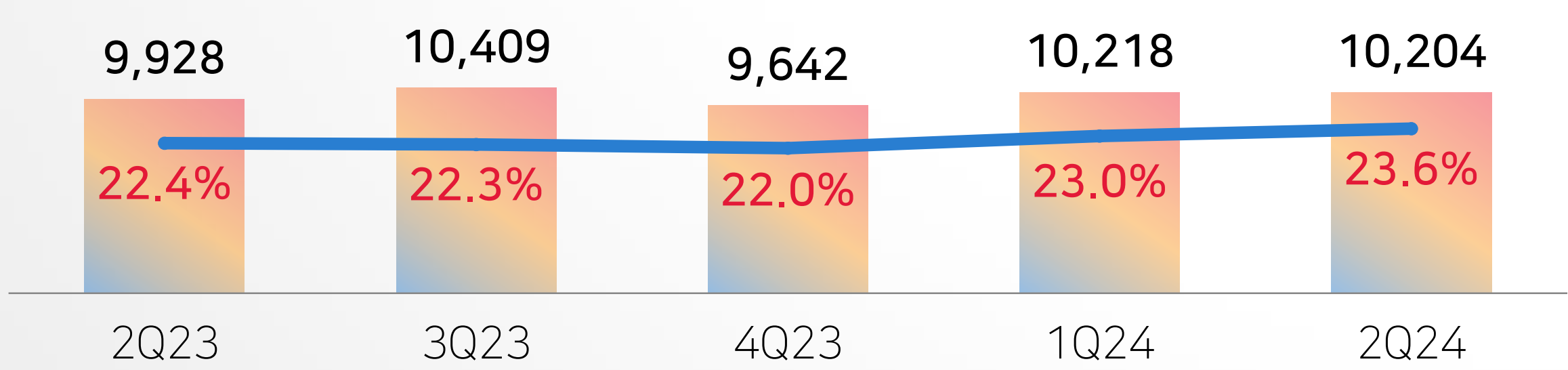
3. 주요 지표분석

판매관리비/영업외손익 (대한통운 제외)

대한통운 제외 판관비율은 전년대비 1.1%p 증가한 23.6%, 영업외손익 34억원 증가

판매관리비

(단위 : 억원)	2Q23	2Q24	증감
인건비	3,685	3,582	-103
(%)	8.3%	8.3%	-0.1%p
지급수수료	1,593	1,579	-14
(%)	3.6%	3.6%	0.0%p
운반비	2,140	2,261	121
(%)	4.8%	5.2%	0.4%p
판매촉진비	272	376	104
(%)	0.6%	0.9%	0.3%p
광고선전비	463	551	88
(%)	1.0%	1.3%	0.2%p
기타	1,776	1,856	79
(%)	4.0%	4.3%	0.3%p
계	9,928	10,204	276
(%)	22.4%	23.6%	1.1%p



영업외손익

(단위 : 억원)	2Q23	2Q24	증감
이자손익	-735	-811	-76
외환관련손익	99	-253	-352
지분법 평가손익	40	15	-25
원자재파생상품 관련손익	-46	17	63
기타	-655	-230	425
계	-1,296	-1,262	34
법인세	-369	-323	46

※ 영업외수지의 각 (-) 수치는 비용, (+) 수치는 수익

판매관리비

- 인건비 103억원 감소, 해상운임 상승 등에 따라 운반비 121억원 증가
- 운반비/판촉비/광고비 등 증가 영향으로 판관비율 전년비 1.1%p 증가

영업외손익

- 이자율 상승 등으로 순이자비용 76억원 증가
- 외환관련 평가손익 -304억원, 거래손익 51억원
- 원자재파생상품관련 평가손익 59억원, 거래손익 -42억원
- 영업외손익 -1,262억원

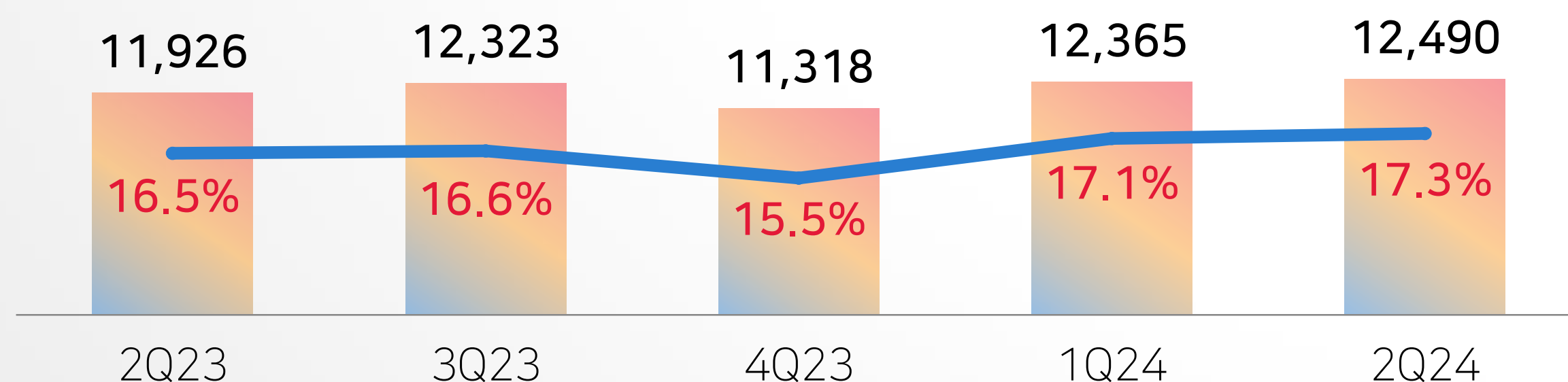
※ 1Q24 기말환율 1,346.8원, 2Q24 기말환율 1,389.2원
2Q23 평균환율 1,314.7원, 2Q24 평균환율 1,370.9원

판매관리비/영업외손익 (대한통운 포함)

대한통운 포함 판관비율은 전년대비 0.7%p 증가한 17.3%, 영업외손익 109억원 감소

판매관리비

(단위 : 억원)	2Q23	2Q24	증감
인건비	4,817	4,758	-59
(%)	6.7%	6.6%	-0.1%p
지급수수료	1,942	1,934	-8
(%)	2.7%	2.7%	0.0%p
운반비	2,140	2,253	113
(%)	3.0%	3.1%	0.1%p
판매촉진비	272	376	104
(%)	0.4%	0.5%	0.1%p
광고선전비	498	754	256
(%)	0.7%	1.0%	0.4%p
기타	2,256	2,415	158
(%)	3.1%	3.3%	0.2%p
계	11,926	12,490	564
(%)	16.5%	17.3%	0.7%p



영업외손익

(단위 : 억원)	2Q23	2Q24	증감
이자손익	-944	-1,040	-96
외환관련손익	97	-320	-418
지분법 평가손익	110	44	-66
원자재파생상품 관련손익	-46	17	63
기타	-893	-487	408
계	-1,676	-1,786	-109
법인세	-495	-572	-78

※ 영업외수지의 각 (-) 수치는 비용, (+) 수치는 수익

판매관리비

- 인건비 59억원 감소, 운반비 113억원 증가
- 판관비율 전년비 0.7%p 증가

영업외손익

- 이자율 상승 등으로 순이자비용 96억원 증가
- 외환관련 평가손익 -277억원, 거래손익 -43억원
- 원자재파생상품관련 평가손익 59억원, 거래손익 -42억원
- 영업외손익 -1,786억원

※ 1Q24 기말환율 1,346.8원, 2Q24 기말환율 1,389.2원
2Q23 평균환율 1,314.7원, 2Q24 평균환율 1,370.9원



4. 주요 전략 추진 현황 및 전망

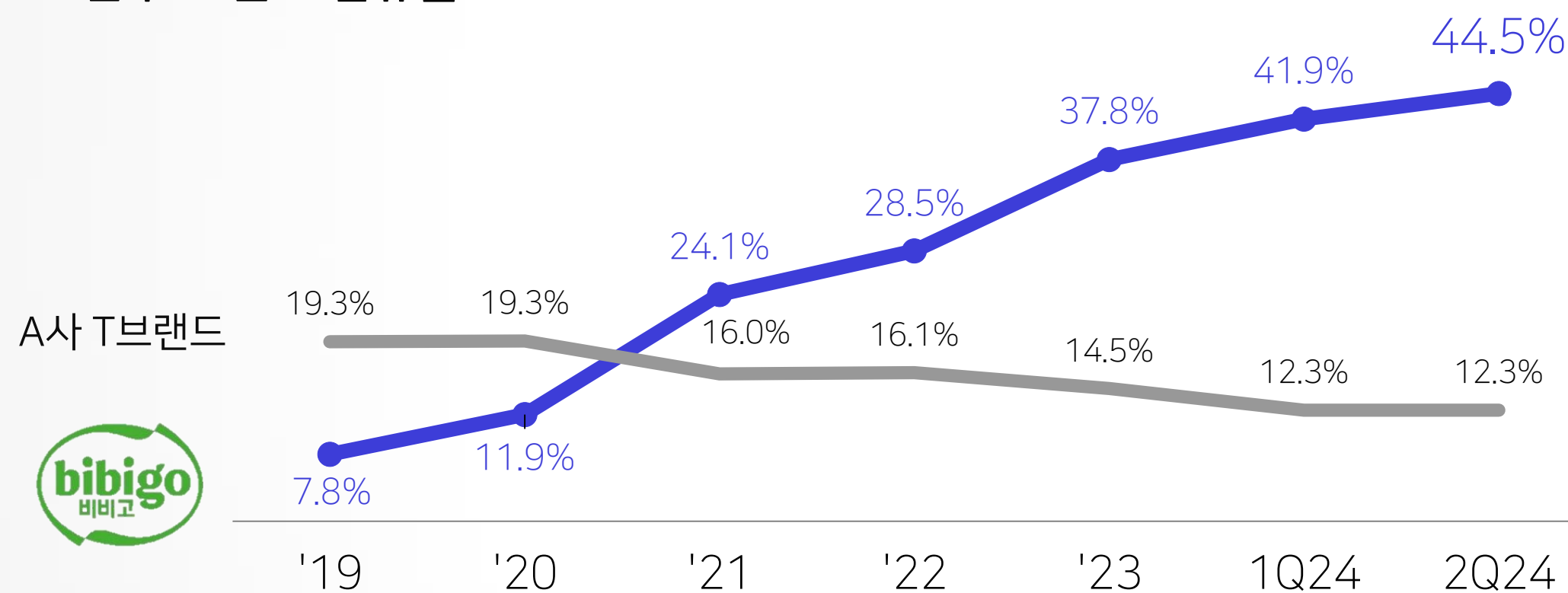
해외 식품 주요 성과

미주 시장지위 1위 기반 판매량 확대, 비비고 및 K-Food 인지도 제고 통한 유럽 고성장 지속

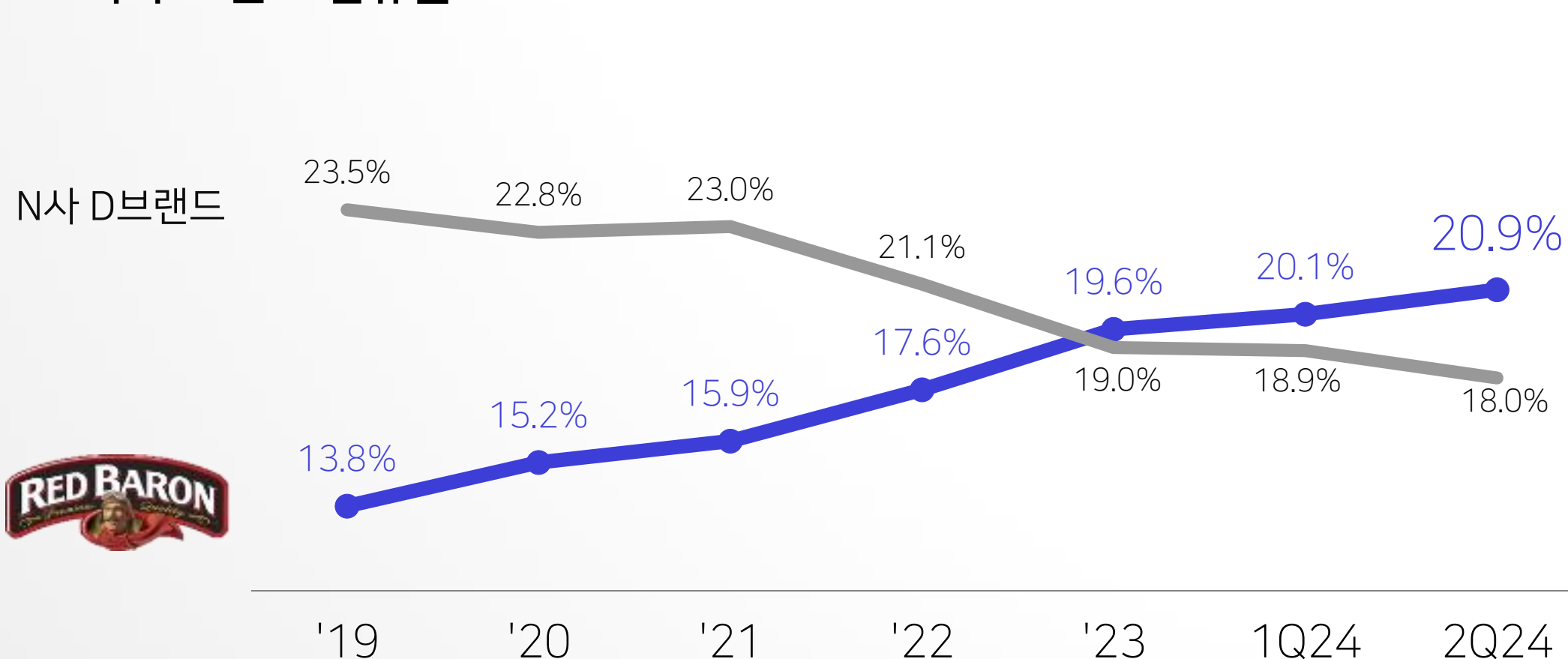
미주 시장 지위 그로서리 기준 1)

- 개별 브랜드 기준 비비고 만두, Red Baron 피자 1위 지속, 2위와 격차 확대
- '24년 2분기, 당사 전체 피자 점유율은 26.5%로 1위 기업과 점유율 격차^{5.1%p} 축소

B2C 만두 브랜드 점유율



B2C 피자 브랜드 점유율

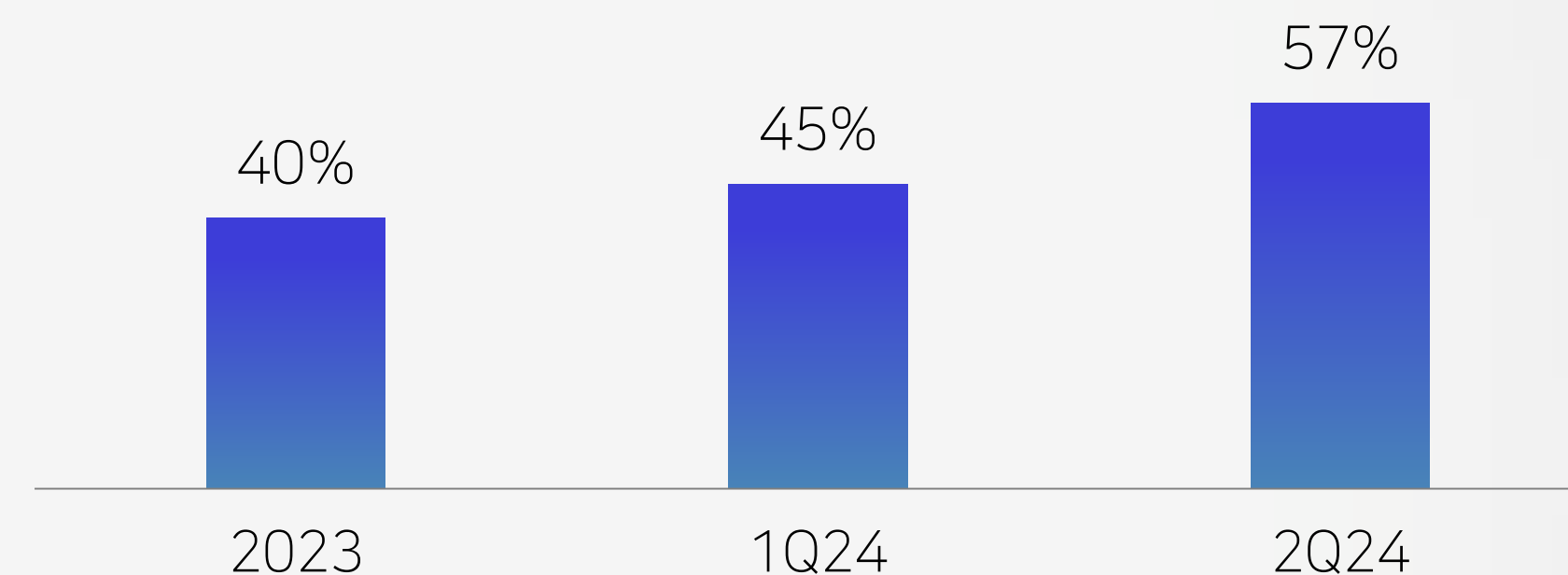


1) Circana Market Advantage - OmniMarket™ Core Outlets, Total US - Multi Outlet, Frozen, 2024 Q2 Week Ending 06.16.24

유럽 판매 규모 확대

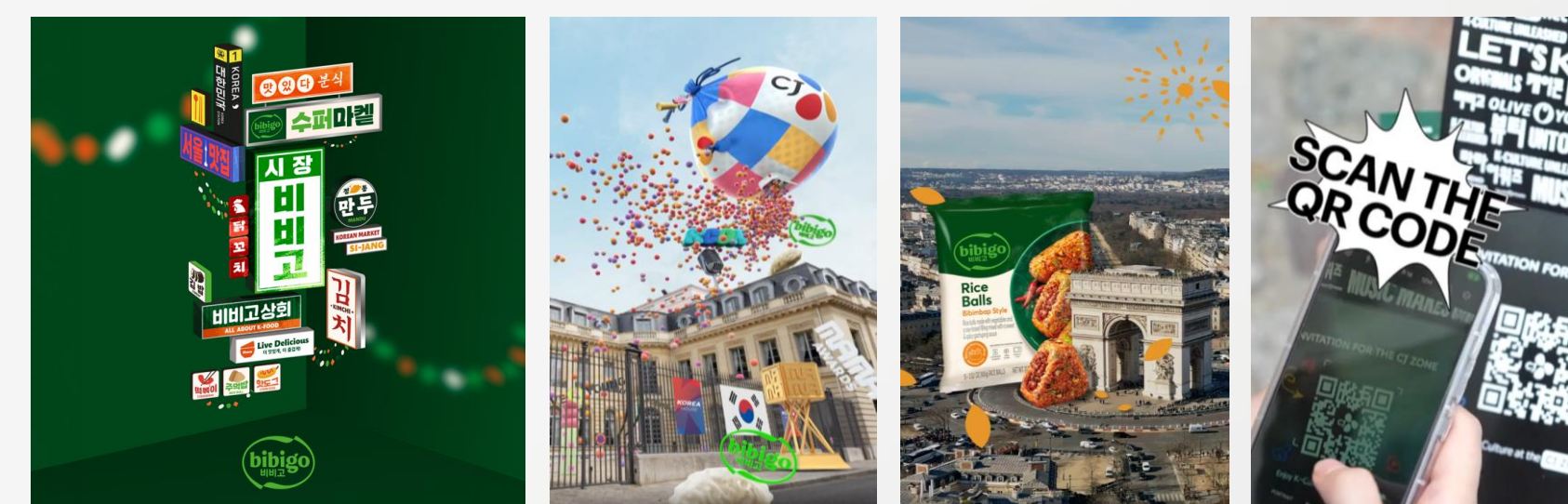
- 에스닉, 메인스트림 채널 진입으로 고성장세 지속

유럽 매출 성장률 (YoY)



2024 파리 올림픽 활용 K-Food 저변 확대 (코리아하우스)

- bibigo Zone: 한국의 '시장'을 모티브로 떡볶이/만두/주먹밥/핫도그 등 K-Food 소개
- 퀴진K²⁾: 코리아하우스 개관식 만찬용 한식 메뉴 제공, 닭강정/떡갈비 꼬치 등 비비고 제품 활용 및 메뉴 개발
- 가상 옥외광고, 서프라이즈 인비테이션 등 디지털 기반 마케팅 진행



2) K-Food 글로벌 확산을 위해 유망한 젊은 한식 셰프들을 발굴/육성하는 프로젝트

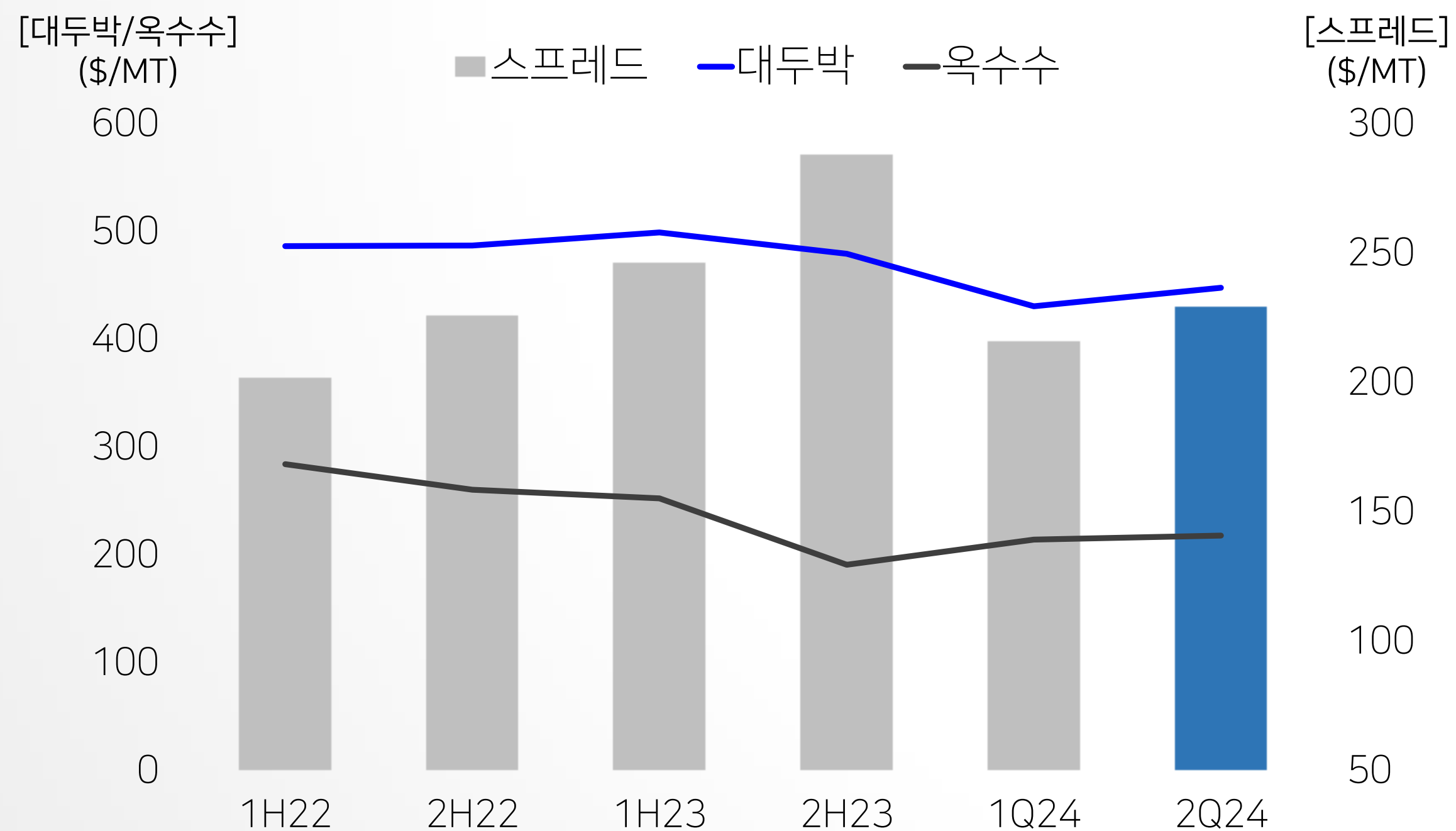
BIO 대형 아미노산 및 TNR 전망

라이신 등 대형 아미노산은 우호적 환경에서 차별화된 판매 전략 통해 실적 개선 전망
TasteNrich는 전방 수요 회복 및 신규 고객 개척 통해 판매량 회복 추세 이어갈 전망

라이신 등 대형 아미노산

- 대두박-옥수수 스프레드 2분기 회복, 향후 강보합 수준 예상되어 아미노산에 우호적 수요환경 전망¹⁾
- 해상운임 강세 환경 지속 시 당사의 다각화된 지역별 생산 거점 활용, 경쟁력 제고에 유리
- 우호적 환경 및 제형차별화 기반 전략적 판매 확대 통해 실적 개선 전망

대두박·옥수수 가격 추이 및 스프레드²⁾



1) 대두박 가격 상승 시 대체 사료 내 부족한 아미노산 보충을 위한 수요 증가

2) CBOT(Chicago Board of Trade) 자료

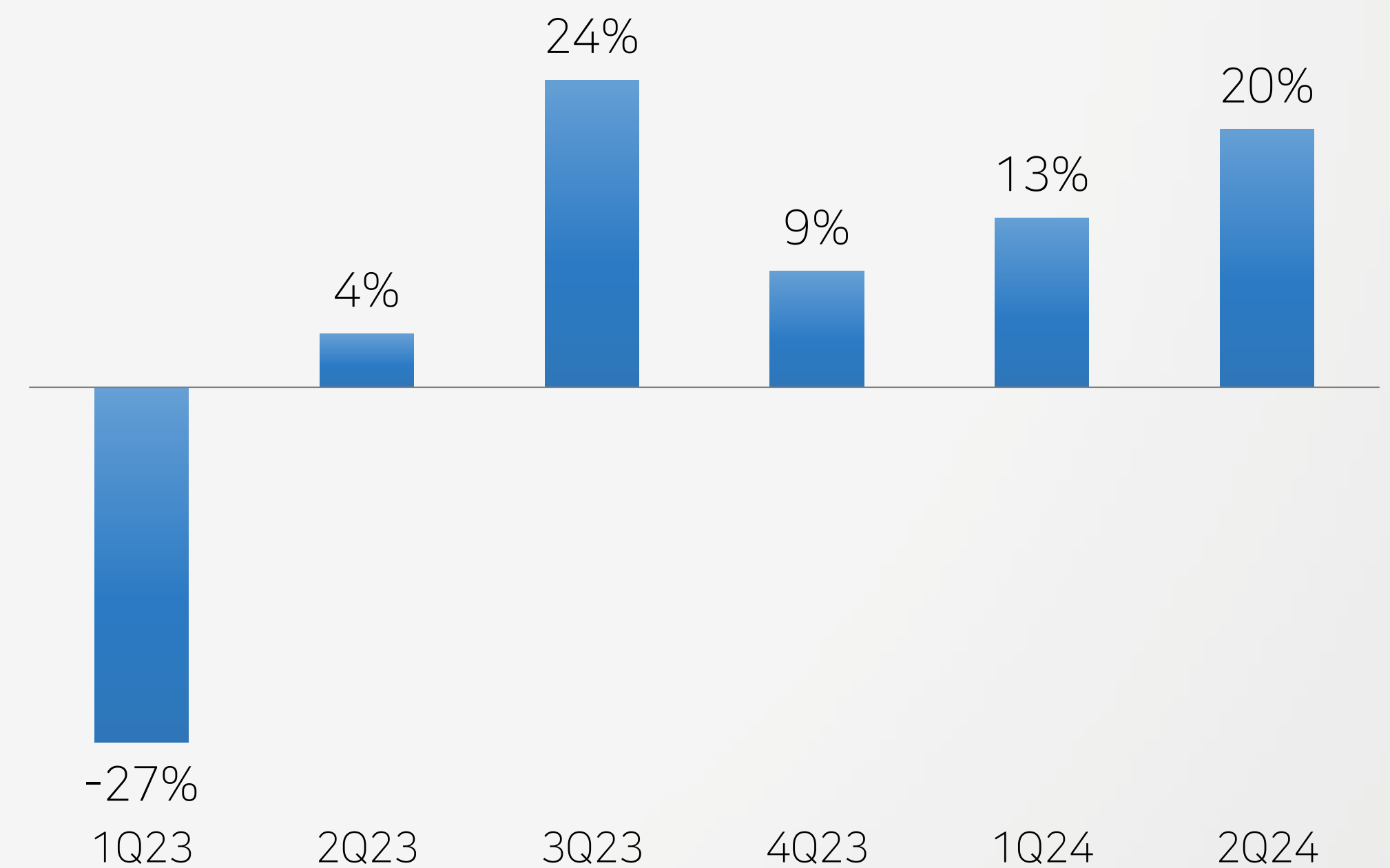
3) '20.5월 출시한 Clean Label 조미소재; TnR

TasteNrich³⁾



- '23년 1분기를 저점으로 판매량 회복세 지속되며 '22년 이전 수준 회복
- 대형 Flavor House, 대체육 업체 등 전방 수요 회복 중, 고객 개척에 따른 신규 수요 창출로 향후에도 판매량 증가세 지속될 전망

TasteNrich 글로벌 판매량 증감률(QoQ)



SUSTAINABILITY



주력 제품 업사이클링을 통한 지속가능한 선순환 체계 구축

햇반 용기 회수 및 재활용 프로세스

재활용이 가능함을 알리기 위한 업사이클링 체계 운영

- 소비자가 햇반 용기를 분리 배출하면, 세척 인프라를 갖춘 지역자활센터가 이를 회수 후 세척해서 가공업체에 전달
- 이후 가공업체에서 가공한 햇반 용기를 원료를 활용해 최종 업사이클링 제품 생산

다양한 제품으로 소비자 접근성 향상

- 자투리 플라스틱을 재료로 생활용품을 만드는 '로우리트컬렉티브'와 가드닝 화분 제작
- 지속가능한 소재를 사용해 쓰레기 없는 제작방법으로 패션 제품을 만드는 '플리츠마마'와 협업하여 라인 프렌즈 키링을 선보임



즉석밥 용기 재활용 인식제고를 위한 업사이클링 프로젝트

카카오메이커스와 함께 '햇반 용기 새가버치 프로젝트' 진행

- 당사는 용기의 수거 및 재활용 원료 처리를 담당하였으며, 카카오메이커스는 업사이클링 생활용품의 제작 및 판매를 담당
- 사용한 햇반 용기를 재활용한 원료로 업사이클링 생활용품 제작
- 판매 수익금은 사회공헌 네트워크 '행복얼라이언스'를 통해 결식 우려 아동 지원
- 프로젝트 참가자 중 5백명에게 '환경을 생각한 햇반' 증정 계획
: 환경을 생각한 햇반은 글로벌 지속가능인증 ISCC PLUS를 받은 바이오 순환소재 25%를 사용해 기존 햇반 용기 대비 탄소 발생량 17% 저감



'24년 3분기 전망

해외식품 GSP 및 주요국 메인스트림 채널 확대 통한 지속적인 성장, BIO·F&C 시황 회복 환경 활용 수익성 개선 노력 등 통해 증익 기조 이어갈 전망

전사 매출 low-single 성장 전망 / 영업이익률 6~7% 전망

※ 대한통운 제외 기준



국내식품

소비 부진 영향 지속되겠으나, 명절 선물세트 효율적 판매 및 판가/물량 최적 운영 집중, 온라인 채널 확대 등으로 상쇄 노력

소재식품은 대두가공 수익 최적화 및 고수익/차별화 제품 활용 판매량 확대

해외식품

(미주) 경쟁력 기반 피자 시장 지위 지속 확대 및 만두로 구축된 비비고 브랜드 인지도/인프라 활용 GSP 카테고리 확장에 따라 실적 성장세 지속 전망

(유럽/오세아니아) 에스닉에서 메인스트림으로 채널 확장되며, 파리 올림픽 활용 유럽 내 브랜드 인지도 확대 및 오세아니아 신규 채널 진입 등에 힘입어 성장 지속 예상

(중국/일본) 선택과 집중을 통한 제품/채널 및 구조 개편 통해 매출 안정화와 수익성 개선 전망

BIO

상반기 대비 트립토판 성장 둔화 예상되나, 라이신 시황 회복 활용 유럽/미주 지역 수익성 확대, TnR 수요 회복 및 시장 개척 등 통해 증익 추세 지속 전망

Feed&Care

제품 경쟁력 확보 및 기술 마케팅 통한 사료 판매량 회복, 축산가 안정화되는 가운데 축산 생산성 개선 및 운영 최적화에 따른 제조원가 경쟁력 확보로 흑자 기조 지속



5. APPENDIX

2Q24 재무제표

1-(1). 요약손익계산서 (대한통운 제외)

(단위 : 억원)

	2Q23	1Q24	2Q24	증감(YoY)		증감(QoQ)	
매출액	44,233	44,442	43,314	-919	-2.1%	-1,128	-2.5%
매출원가	31,946	31,554	30,421	-1,525	-4.8%	-1,133	-3.6%
(%)	72.2%	71.0%	70.2%		-2.0%p		-0.8%p
매출총이익	12,286	12,888	12,894	608	4.9%	6	0.0%
(%)	27.8%	29.0%	29.8%		2.0%p		0.8%p
판매비와 관리비	9,928	10,218	10,204	276	2.8%	-14	-0.1%
(%)	22.4%	23.0%	23.6%		1.1%p		0.6%p
영업이익	2,358	2,670	2,690	332	14.1%	20	0.7%
(%)	5.3%	6.0%	6.2%		0.9%p		0.2%p
영업외수지	-1,296	-1,339	-1,262	34	N/A	77	N/A
법인세차감전순이익	1,062	1,331	1,428	366	34.5%	97	7.3%
(%)	2.4%	3.0%	3.3%		0.9%p		0.3%p
당기순이익	693	1,008	1,105	412	59.5%	97	9.6%
(%)	1.6%	2.3%	2.6%		1.0%p		0.3%p

2Q24 재무제표

1-(2). 요약재무상태표 (대한통운 제외)

(단위 : 억원)

	2019	2020	2021	2022	2023	2Q24
유동자산	57,268	50,533	55,156	69,272	71,756	72,764
당좌자산	37,287	32,171	32,013	38,145	45,594	45,487
재고자산	19,981	18,362	23,143	31,127	26,162	27,277
비유동자산	127,396	122,949	136,808	147,485	144,122	147,522
투자자산	17,450	17,482	17,763	17,927	17,891	17,759
사용권자산	6,173	6,393	6,430	6,492	6,954	7,242
유형자산	72,115	68,979	77,832	84,975	84,974	87,289
무형자산	28,333	25,930	29,989	31,271	27,941	29,359
기타 비유동자산	3,325	4,165	4,794	6,820	6,362	5,873
자산총계	184,664	173,482	191,964	216,757	215,878	220,286
유동부채	58,141	43,947	56,191	67,425	70,251	70,915
비유동부채	54,642	54,437	54,717	61,368	55,193	55,018
순차입금	48,017	42,276	53,178	61,626	57,169	65,020
부채비율	157%	131%	137%	146%	139%	133%
순부채비율	137%	113%	124%	132%	121%	120%
순차입금비율	67%	56%	66%	70%	63%	69%
부채총계	112,783	98,384	110,908	128,793	125,444	125,933
자본금	819	819	819	819	819	819
주식발행초과금	15,410	15,410	15,410	15,410	15,410	15,410
기타자본항목	-4,358	-6,198	-3,925	-1,921	-734	2,591
이익잉여금	38,009	43,810	48,620	52,612	54,459	55,659
비지배지분	22,001	21,256	20,132	21,044	20,480	19,874
자본총계	71,881	75,097	81,056	87,964	90,434	94,353

2Q24 재무제표

2-(1). 요약손익계산서 (대한통운 포함)

(단위 : 억원)

	2Q23	1Q24	2Q24	증감(YoY)		증감(QoQ)	
매출액	72,194	72,160	72,386	192	0.3%	226	0.3%
매출원가	56,823	56,036	56,061	-762	-1.3%	25	0.0%
(%)	78.7%	77.7%	77.4%		-1.3%p		-0.2%p
매출총이익	15,371	16,124	16,326	955	6.2%	202	1.3%
(%)	21.3%	22.3%	22.6%		1.3%p		0.2%p
판매비와 관리비	11,926	12,365	12,490	564	4.7%	125	1.0%
(%)	16.5%	17.1%	17.3%		0.7%p		0.1%p
영업이익	3,445	3,759	3,836	391	11.3%	77	2.0%
(%)	4.8%	5.2%	5.3%		0.5%p		0.1%p
영업외수지	-1,676	-1,683	-1,786	-109	N/A	-103	N/A
법인세차감전순이익	1,769	2,076	2,050	281	15.9%	-26	-1.3%
(%)	2.5%	2.9%	2.8%		0.4%p		0.0%p
당기순이익	1,275	1,546	1,478	204	15.9%	-68	-4.4%
(%)	1.8%	2.1%	2.0%		0.3%p		-0.1%p

2Q24 재무제표

2-(2). 요약재무상태표 (대한통운 포함)

(단위 : 억원)

	2019	2020	2021	2022	2023	2Q24
유동자산	79,430	74,699	77,256	97,880	95,802	98,972
당좌자산	59,247	56,084	53,873	65,866	69,308	71,362
재고자산	20,183	18,615	23,383	32,014	26,494	27,610
비유동자산	183,376	181,420	191,301	202,252	200,261	202,870
투자자산	3,289	3,928	4,393	4,331	5,000	5,251
사용권자산	17,050	16,984	16,799	18,888	20,144	19,920
유형자산	108,179	104,620	111,609	119,125	118,754	120,723
무형자산	48,102	45,175	45,203	46,585	43,083	44,818
기타 비유동자산	6,756	10,713	13,297	13,323	13,280	12,158
자산총계	262,806	256,119	268,557	300,132	296,063	301,842
유동부채	82,022	70,826	79,158	97,495	95,556	101,434
비유동부채	85,969	83,628	81,331	87,347	82,707	79,501
순차입금	67,565	60,755	67,868	75,738	71,726	81,661
부채비율	177%	152%	149%	160%	151%	150%
순부채비율	159%	134%	136%	141%	134%	135%
순차입금비율	71%	60%	63%	66%	61%	68%
부채총계	167,991	154,454	160,489	184,842	178,263	180,935
자본금	819	819	819	819	819	819
주식발행초과금	15,410	15,410	15,410	15,410	15,410	15,410
기타자본항목	-5,283	-7,553	-4,496	-3,187	-2,028	1,630
이익잉여금	37,864	44,068	49,402	54,515	57,315	58,648
비지배지분	46,006	48,920	46,933	47,733	46,284	44,400
자본총계	94,815	101,664	108,068	115,290	117,800	120,907

부문별 손익 (대한통운 제외)

3. 사업 부문별 재무실적추이

(단위 : 억원)

		1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	YoY
전사 대한통운 제외	매출액	44,081	44,233	46,734	43,857	44,442	43,314	-2.1%
	매출총이익	11,592	12,286	13,162	11,221	12,888	12,894	4.9%
	영업이익	1,504	2,358	2,753	1,579	2,670	2,690	14.1%
	EBITDA	3,736	4,684	5,021	3,904	4,906	4,953	5.7%
식품 사업	매출액	27,596	27,322	30,059	27,667	28,315	27,051	-1.0%
	매출총이익	8,542	8,622	9,913	8,542	9,364	8,885	3.1%
	영업이익	1,340	1,427	2,341	1,438	1,845	1,359	-4.8%
	EBITDA	2,601	2,758	3,652	2,773	3,136	2,658	-3.6%
BIO 사업	매출액	9,919	10,460	10,582	10,382	10,216	10,564	1.0%
	매출총이익	2,783	2,890	2,629	2,577	2,921	2,995	3.6%
	영업이익	631	843	471	568	978	990	17.4%
	EBITDA	1,303	1,542	1,147	1,267	1,661	1,696	10.0%
Feed&Care	매출액	6,566	6,451	6,092	5,808	5,911	5,699	-11.7%
	매출총이익	267	774	620	102	603	1,014	30.9%
	영업이익	-467	88	-59	-426	-152	341	287.5%
	EBITDA	-168	384	222	-137	110	599	56.0%

GLOSSARY

식품

- GSP Global Strategic Product; K-Food 글로벌 확장을 위한 전략제품으로 만두, 롤, 치킨, Frozen Readymeal, Processed-Rice, Noodle, Sauce&Seasoning, 김치, 김, Emerging(KSF) 등
- HMR Home Meal Replacement; 가정 간편식
- K-12 Kindergarten(유치원)에서 12학년(고등학교)까지의 미국 교육과정
- K-Street Food KSF; 떡볶이, 핫도그, 김말이, 붕어빵, 호떡, 잡채, 오징어튀김, 전류 등 한국의 길거리 음식 메뉴 기반의 제품
- P-Rice Processed Rice; 햃반/멀티그레인 등 쌀 가공 제품
- 그로서리 Grocery; 클럽 채널을 제외한 식료품점(슈퍼마켓 등)
- 롤 Roll; 스프링롤, 에그롤 등 아시안 스타일 롤
- 메인스트림 Mainstream; 주류시장이라고 불리는 대표/대형 유통 채널

BIO

- AA Amino Acid; 아미노산
- TnR TasteNrich; 첨가물을 넣지 않은 식물성 발효 솔루션
- Nutrition 알지닌, 시트룰린 등 영양 솔루션
- 셀렉타 대두 가공제품 생산을 주 사업으로 하는 브라질 독립법인
- 스페셜티 제품 발린, 알지닌, 이소류신, 히스티딘, TasteNrich, FlavorNrich, 시트룰린

물류

- CL Contract Logistics; 계약물류, 생산자와 판매자 사이에 제3자가 물류 서비스를 대행하는 것 (3PL)
- CBE Cross border e-commerce; 해외 직구나 역직구와 같은 국가간 전자상거래 상품의 통관과 국제배송을 넘어 상품 보관과 재고관리, 포장 등 풀필먼트 서비스를 포함하는 개념
- 버티컬 커머스 Vertical Commerce; 다양한 상품과 서비스를 두루 제공하는 것이 아닌 특정 상품이나 서비스를 전문적으로 판매, 제공하는 상업 형태
- 포워딩 Forwarding; 제품 운송에 필요한 서류, 통관, 운송 등의 업무를 종합적으로 대행해주는 서비스

기타

- ASP Average Selling Price, 평균 판매 단가
- M/S Market Share; 시장 점유율



6. KEY FIGURES

식품사업

가공식품

		2022				2023				2024	
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
국내	주요 원재료 가격 지수										
	쌀 (1Q22=100)	100	94	89	89	90	90	94	99	95	95
	수입전지(1Q22=100)	100	106	118	114	97	100	109	93	98	111
	건고추 (1Q22=100)	100	108	150	158	124	126	150	155	137	146
해외 매출	매출액 (단위 : 억원)	11,765	12,167	13,822	14,057	13,540	13,104	13,351	13,867	13,752	13,244
	미주	9,153	9,171	10,784	11,248	10,772	10,368	10,917	11,750	11,751	11,149
	중국	1,016	1,171	1,226	1,161	1,099	1,035	673	483	430	442
	일본	818	1,053	988	821	875	881	829	651	634	681
	기타	778	772	824	827	794	820	932	983	937	972

주요 제품별 국내 M/S 현황

		2022				2023				2024	
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
냉동/냉장	만두	45.7	46.0	46.5	45.2	43.3	44.2	47.7	46.3	44.8	44.8
	김치	37.6	35.9	39.1	35.4	36.6	35.4	36.2	35.2	36.9	36.9
상온	맨밥	66.7	66.1	65.8	66.0	67.0	67.3	68.1	69.0	70.0	70.0
	상품죽	41.8	38.1	38.7	36.4	33.2	34.2	34.6	34.6	30.8	30.9
	국물요리	43.1	41.9	40.6	43.4	42.0	41.4	37.9	42.3	41.4	38.2

*출처 : 닐슨코리아

소재식품 글로벌 곡물가 시세

	2022				2023				2024	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
원당 (cent/lbs)	18.6	19.3	18.1	19.2	20.3	24.8	24.7	25.6	22.4	19.4
대두 (cent/bus)	1,552.1	1,551.3	1,407.8	1,433.8	1,507.0	1,367.7	1,352.6	1,318.3	1,201.8	1,188.2
옥수수 (cent/bus)	667.9	734.4	635.8	670.4	658.7	589.7	498.6	484.0	441.1	451.1
원맥 (cent/bus)	889.4	1,080.9	823.6	819.2	734.5	658.2	643.0	591.9	577.7	619.9

*출처 : 블룸버그 근월물(당사 투입가와 상이)

BIO사업/FEED&CARE

BIO 주요 제품 글로벌 가격

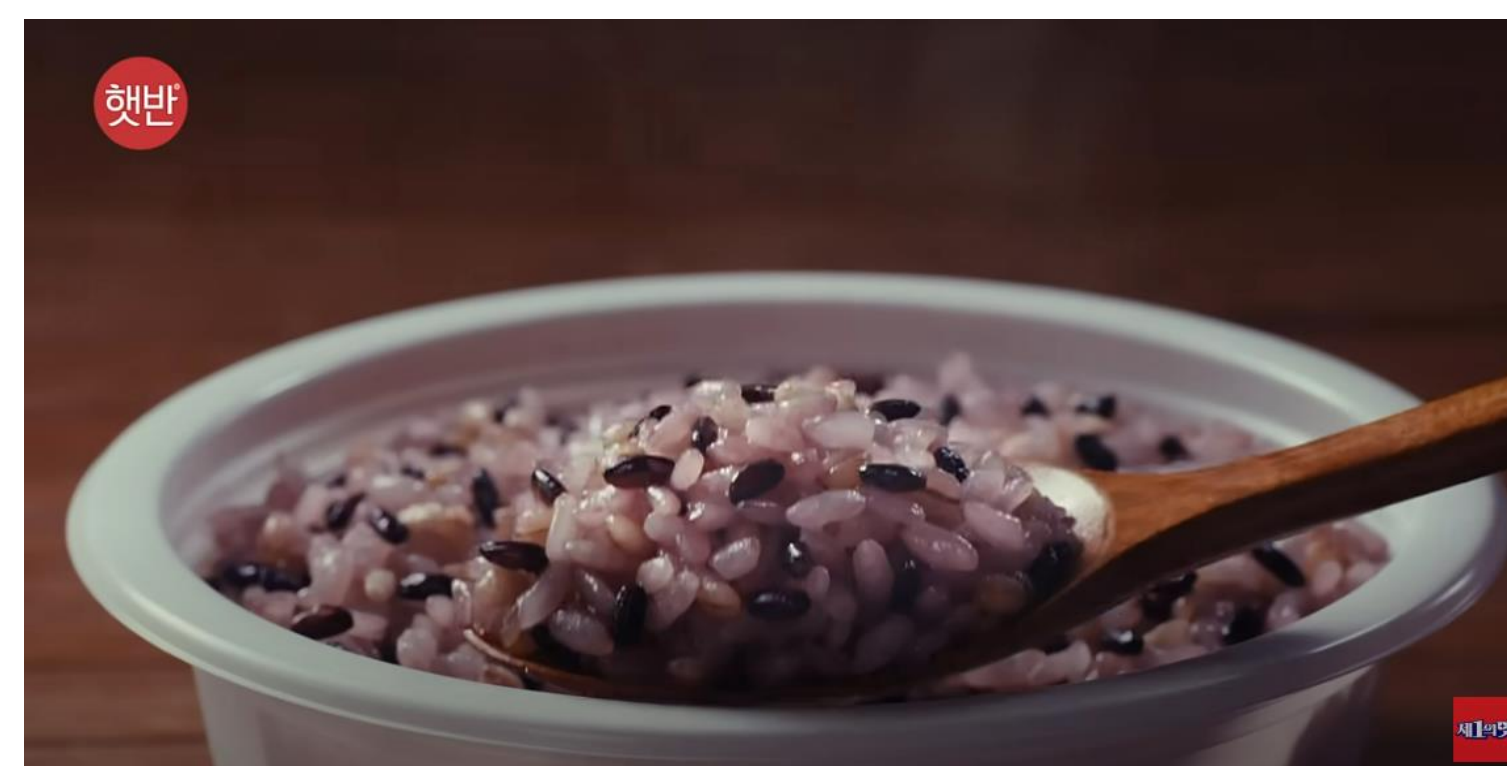
제품		2022				2023				2024	
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
라이신	중국 (RMB/Ton)	12,272	11,965	9,413	9,465	8,723	8,686	9,896	10,402	9,496	10,414
메치오닌	중국 (RMB/Ton)	20,574	20,561	19,976	20,142	17,783	16,644	17,859	21,215	21,791	21,638
	유럽 (EUR/Ton)	3,118	3,006	2,702	2,414	2,071	1,909	2,095	2,460	2,664	2,687
트립토판	중국 (RMB/Ton)	52,422	53,089	53,000	65,452	63,776	63,294	68,758	73,819	75,938	64,191
	유럽 (EUR/Ton)	8,415	7,531	6,900	7,315	7,838	7,446	7,500	7,877	9,346	9,700

*출처 : 사료전문기관 제공 시장가격 기준

Feed&Care 주요 축산 가격

구분	2022				2023				2024	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
베트남 돈가 (VND/kg)	51,000	53,400	59,300	50,300	47,400	52,600	53,600	43,300	50,900	61,200
인니 육계가 (Rp/kg)	18,900	19,300	17,300	15,800	15,900	19,000	19,700	17,000	19,100	19,900
국내 돈가 (원/kg)	4,270	5,831	5,721	5,294	4,596	5,578	5,543	4,947	4,474	5,327

*출처 : 축산물품질평가원, 업계 추정



감사합니다

Investor Relations

Tel : (+82) 02-6740-1454

E-mail : cjcj.ir@cj.net

www.cj.co.kr