

2026 기업가치 제고 계획

# LOTTE Chilsung Beverage



2026.03

- 본 자료는 롯데칠성음료(이하 "회사")의 기업가치 제고 계획 공시와 관련하여 투자자들에게 정보를 제공하기 위한 목적으로 회사에 의하여 작성된 것입니다. 본 자료에 기재된 정보에 대해서 회사는 별도의 독립적인 외부 평가 혹은 확인 과정을 거치지 아니하였으며, 본 자료에 포함된 정보나 의견의 공정성, 정확성 또는 완결성과 관련하여 회사는 어떠한 진술 및/또는 보장도 제공하지 아니합니다.
- 본 자료에 포함된 정보는 본 자료 제공일 현재를 기준으로 작성된 것이며, 본 자료 제공 당시의 상황에 따라 해석되어야 합니다. 본 자료에 제시 또는 포함된 정보는 별도의 통지 없이 변경될 수 있으며, 그러한 변경이 있다고 하더라도 본 자료는 자료 제공 이후의 중대한 변화를 반영하도록 수정 또는 보완되지 아니할 수 있습니다.
- 회사 및 계열회사, 그 임직원 및 자문사 등 회사와 관련된 어떠한 자도 고의 또는 과실 여부를 불문하고 회사의 주주 또는 투자자 등이 본 자료 및/또는 그 기재 내용을 이용함으로써 인하여 발생하거나 기타 본 자료와 관련하여 발생하는 어떠한 손해에 대해서도 민, 형사상 및 행정상의 책임을 일체 부담하지 아니합니다. 향후 경영 환경 및 중장기 계획의 변화로 인하여 실제 미래 실적은 본 자료에 기재되거나 암시된 내용과 차이가 있을 수 있음을 양지하시기 바랍니다.
- 본 자료에 기재된 영업실적과 재무정보는 달리 명시하지 않는 한 K-IFRS에 따른 연결 재무제표 기준 자료입니다.
- 본 자료는 장래에 관한 회사의 예측을 반영하는 정보를 포함할 수 있는바, 이러한 예측 정보는 회사가 통제할 수 없는 미래에 관한 가정들에 근거한 것으로서 관련 예측 정보에 의하여 예정된 바와 중대하게 다른 결과가 초래될 위험 및 불확실성이 있습니다. 회사는 예측정보와 관련하여 본 자료 제공 이후에 발생하는 결과 및 새로운 변경사항을 반영하도록 수정 또는 보완할 의무를 부담하지 아니합니다.
- 본 자료의 정보 중 일부는 외부자료에 근거하여 작성된 것으로 회사는 외부 자료에 대한 독립적인 확인 과정을 거치지 아니하였습니다. 따라서 회사는 외부자료의 정확성 또는 완결성과 관련하여 어떠한 진술 및/또는 보장도 제공하지 아니하며, 그러한 외부 자료는 위험 및 불확실성을 내포하고 있고, 다양한 요소에 따라 변동될 수 있습니다.
- 본 자료는 회사가 발행하는 증권의 모집 또는 매매를 위한 권유를 구성하지 아니하며, 자료의 어떠한 내용도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없습니다.

# Contents

01 기업 개요

02 현황 진단

03 목표 설정

04 계획 수립



# 01 기업 개요 (주요 현황)

## 주요 연혁

1950 ○ 기업 설립  
(칠성사이다 발매)



1973 ○ 기업공개 (코스피 상장)



1976 ○ '펩시코' 생산 및 판매 제휴



1986 ○ 롯데주조 합병



2009 ○ 두산주류 인수



2010 ○ 해외 사업 확장  
\* 필리핀(2010), 미얀마(2014), 파키스탄(2018)



2020 ○ Mega Brand 확장  
\* 제로탄산 발매(2021), '새로' 발매(2022)



## 사업 개요

대한민국 1위 종합 음료회사 (음료, 주류)



종업원

5,224 명

생산공장

11 개

자회사

14 개  
국내 6, 해외 8

2025년말 기준

## 글로벌 사업

주요 법인 | PCPPI (필리핀), Lotte MGS (미얀마), Lotte Akhtar Beverage (파키스탄)

(단위: 억원)	필리핀	미얀마	파키스탄
매출	10,765	800	1,691
종업원	5,000명	783명	1,133명
생산공장	11개	1개	1개

2025년말 기준

# 01 기업 개요 (주요 브랜드)

## 음료 (36개 브랜드)

자사  
브랜드

사이다

#1



칠성사이다

유성 탄산

#1



밀키스

에너지

#2



핫식스

RTD 커피

#1



레쓰비 | 칸타타

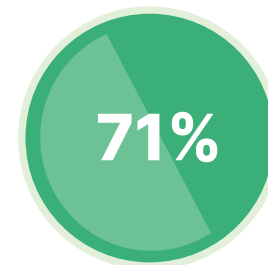
생수

#2



아이시스 8.0

매출 구성비



파트너  
브랜드

콜라



PEPSICO

#2



펩시

후레바



PEPSICO



마운틴듀

스포츠



PEPSICO



게토레이

프리미엄 생수

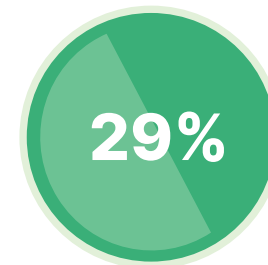


DANONE  
ONE PLANET. ONE HEALTH

#1



에비앙



※ 제품 이미지 좌측 상단의 숫자는 시장 내 M/S 순위를 의미

# 01 기업 개요 (주요 브랜드)

## | 주류 (27개 브랜드)

자사  
브랜드

소주



처음처럼 | 새로

맥주



클라우드 | 크러시

청주



청하

RTD 주류



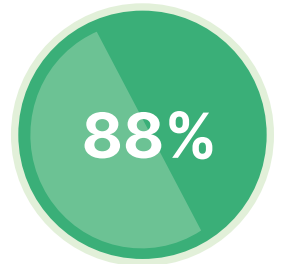
순하리 진

위스키



스카치 블루 (IMD)

매출 구성비



수입  
브랜드

와인



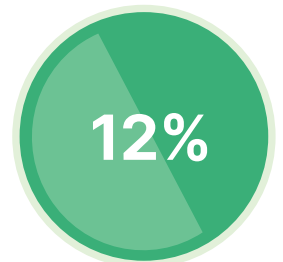
유럽 Gallo Casella

위스키



IMD (Ian Macleod Distillers)

리큐르



※ 제품 이미지 좌측 상단의 숫자는 시장 내 M/S 순위를 의미

# 01 기업 개요 (재무 현황)

## 재무상태

(단위: 억원)

구분		2022	2023	2024	2025
별도	자산	35,182	34,792	34,543	34,104
	부채	21,345	20,446	19,963	19,226
	자본	13,837	14,346	14,581	14,877
	부채비율	154.3%	142.5%	136.9%	129.2%
연결	자산	36,959	42,577	43,725	42,847
	부채	22,838	27,208	27,941	26,844
	자본	14,122	15,368	15,784	16,003
	부채비율	161.7%	177.0%	177.0%	167.7%

## 요약 손익

(단위: 억원)

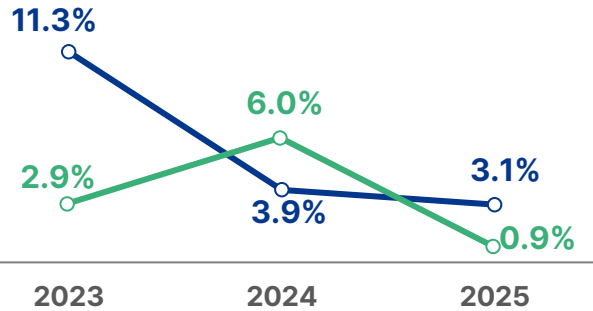
구분		2022	2023	2024	2025
별도	매출액	26,423	27,573	27,230	25,670
	영업이익	2,028	1,956	1,388	1,021
	당기순이익	1,199	1,046	649	485
	영업이익률	7.7%	7.1%	5.1%	4.0%
연결	매출액	28,417	32,247	40,245	39,711
	영업이익	2,229	2,107	1,849	1,672
	당기순이익	1,311	1,665	600	512
	영업이익률	7.8%	6.5%	4.6%	4.2%

## 02 현황 진단 (재무현황 분석 - 연결기준)

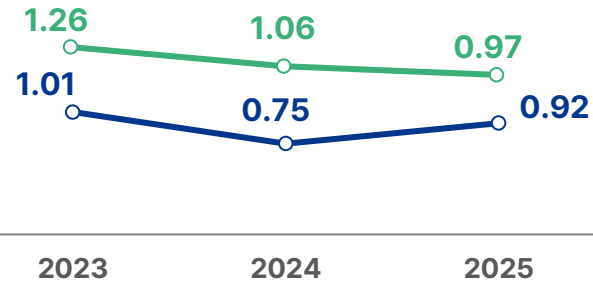
### 비교기업 3개년 분석

● 롯데칠성음료 ● 비교기업 평균

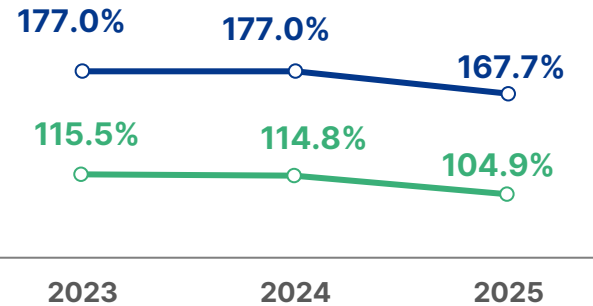
[ROE]



[PBR]



[부채비율]



#### 현황

- ① 시장 측면
  - 인구구조 변화, 주류 소비 감소 등으로 국내 식음료 시장 성장 한계
  - 시장 경쟁강도 확대, 수익성 하락
- ② 기업 측면
  - 주류사업 및 해외사업의 낮은 수익성

#### 과제도출

- ① 선도사 수준 영업이익 및 ROE 달성
- ② 성장 모멘텀 제시를 통한 PBR 개선
  - 국내시장 성장 한계 극복 (건강 및 저도주, non알콜 트렌드 대응)
  - 글로벌 파트너와의 협력을 통한 해외 확장, 글로벌 브랜드 육성
  - 적극적 주주환원 정책 실시

\* 비교기업: 하이트진로, LG생활건강

# 03 목표 설정 (연결기준)

## | 핵심지표



# 04 계획 수립

## 성장동력 (포트폴리오 전략)

Mega Brand 육성 + Occasion 기반 브랜드 전략

### 음료

- Zero 리더십 지속 강화
- Healthy Pleasure 포트폴리오 확대
  - 페어링, 기능성 등



### 주류

- 소주 및 RTD 시장에서의 경쟁력 강화
- 신규 트렌드 대응
  - 저도, 논알콜, 기능성 등



### 해외

- 해외사업 확장
  - 글로벌 파트너와의 협력 강화
    - 해외자회사 신사업 기반 마련
  - 자사 브랜드 글로벌화

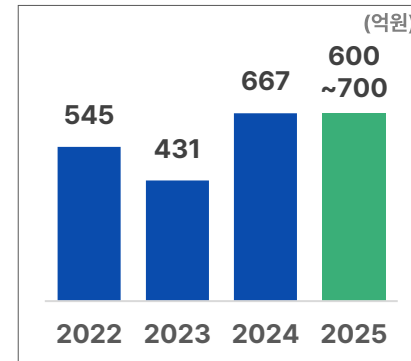


## 운영 최적화

### 생산성 개선

비즈니스 모델 개선 & 경비 효율화

#### 연간 ZBB 성과



ZBB 2.0

- 비즈니스 구조 개선
  - 공장 통폐합
- 재생에너지 자가발전

SCM

- CDC/RDC 자동화센터 도입
    - 물류거점 최적화
- \* CDC : Central Distribution Center  
\* RDC : Regional Distribution Center

### 영업전략 고도화

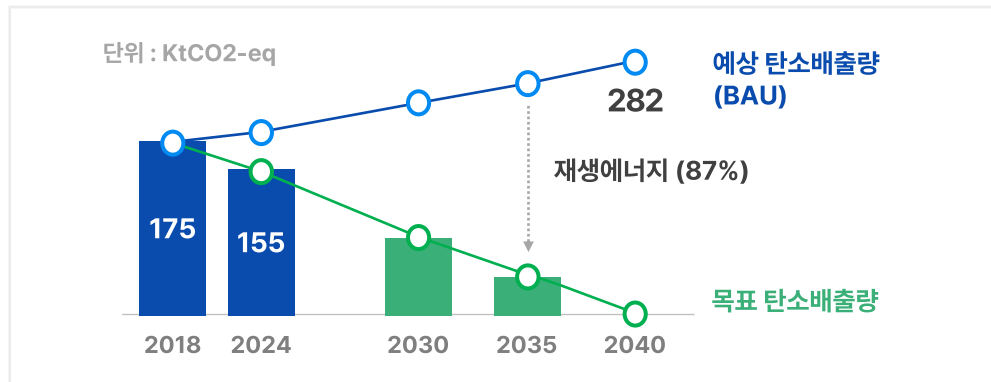
- GTM : 영업망 경로 최적화 (Coverage 확대) \* Go-to-Market
- RTM : 영업사원 행동 최적화 (DDMP) \* Route-to-Market
- RGM : 가격 최적화 (의사결정) \* Revenue Growth Mgmt.

# 04 계획 수립

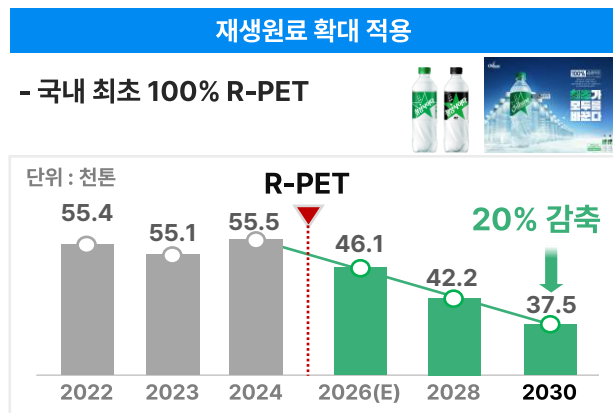
## 지속가능성 \_ Environment, Social

### 2040 탄소중립 달성

✓ RE100 이행 (재생에너지 100%)



✓ 플라스틱 사용량 감축



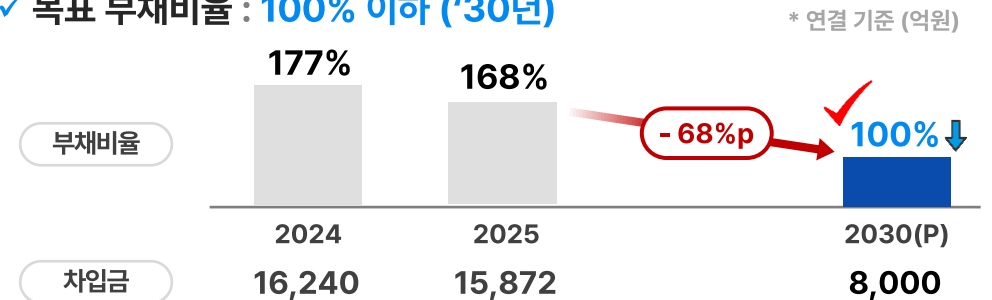
**패키지 경량화**

- 경량 최적화 디자인 개발
- 질소충전 기술 도입

## 지속가능성 \_ Governance

### 재무 건전성 강화

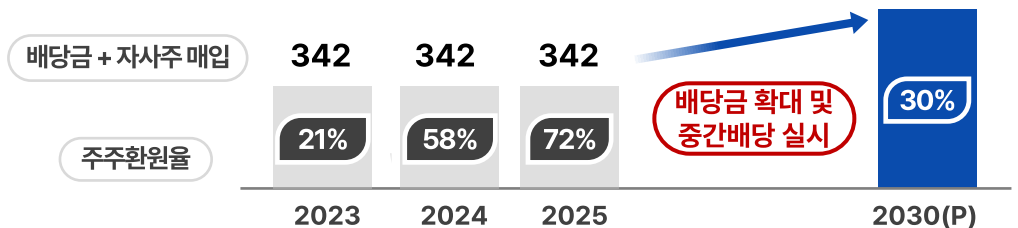
✓ 목표 부채비율 : 100% 이하 ('30년)



### 주주 환원 정책

✓ 주주환원율 : 연결 기준 30% 이상

“글로벌 비중 확대에 따라 기존 별도 기준에서 연결 기준으로 변경”



### 지배구조 핵심지표

✓ 준수율 : '24년 80% → '25년 80%(예상) → '26년 87% (예상)  
 - 주주권익 보호 위해 집중투표제 배제 조항 삭제 ('26.3월 주총 시 정관 변경完)

\* 별도 기준: 부채비율 137%(2024), 129%(2025) / 배당성향 53%(2024), 71%(2025)

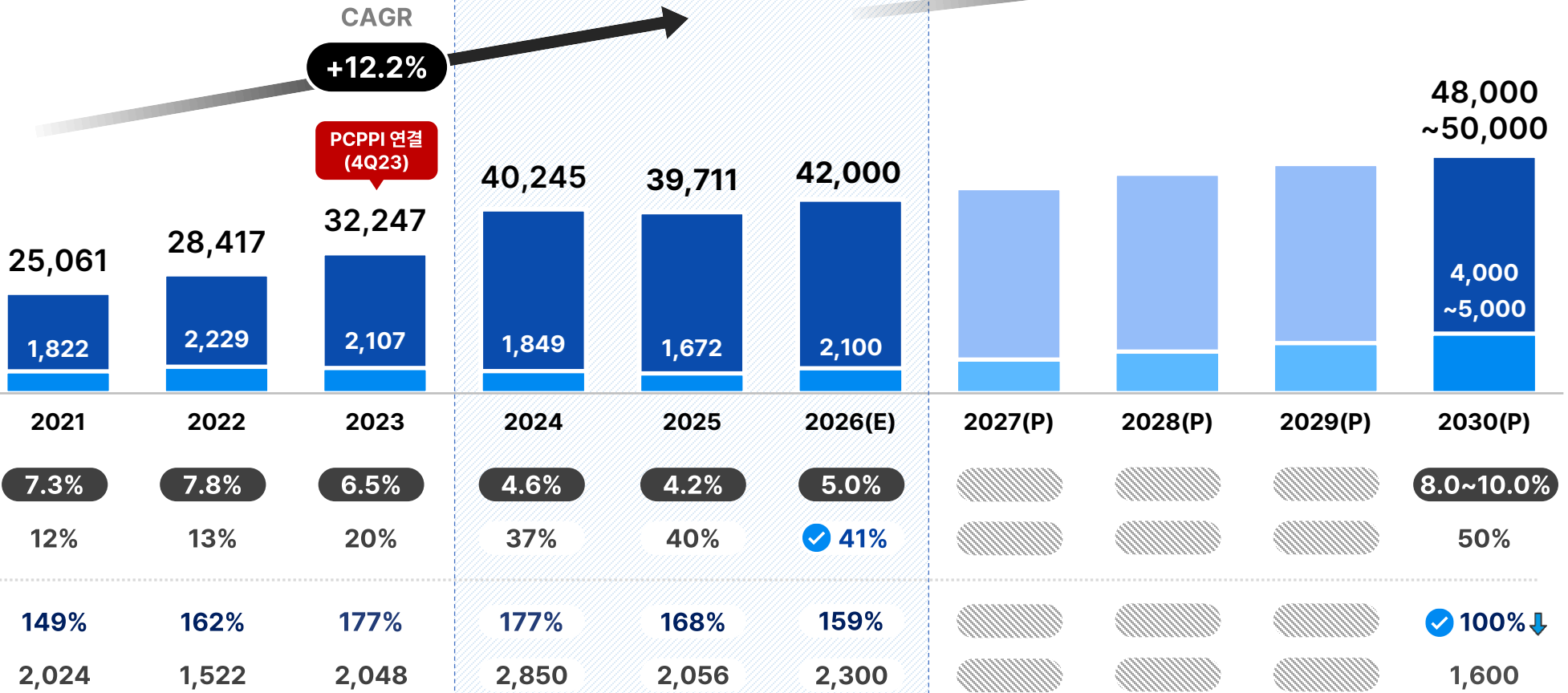
# 04 계획 수립

연결 기준  
(억원)

국내사업 경쟁력 확대

해외사업 확장 / Mega 브랜드 육성

지속가능한 비즈니스 모델 구축





**THANK YOU**

