

## Issue Comment

2017. 7. 24

# 오뚜기 탐방노트

### ● 음식료

Analyst 김정욱  
02. 6098-6689  
6414@meritz.co.kr

### Comment

1Q17 대비 양호한 실적 예상, 2Q17 매출액/영업이익은 3~4%대 성장전환 예상. 프리미엄 라면의 높은 베이스는 2분기 완화되고 있음. 광고선전비 및 DC을 낮추며 비용은 QoQ로 개선. 다만 의미 있는 신제품 매출은 아직 기대하기 어려운 상황

### 1H17 매출 동향 (별도기준)

전체적으로 한 자리수 초중반 증가  
조미식품(카레, 3분류, 식초, 짬, 프리믹스 등) 한 자리수 초중반 증가  
소스류(케찹, 마요네즈, 소스, 드레싱 등) 한 자리수 초중반 증가  
수산물류(미역, 참치, 다시마, 통조림 등) 한 자리수 초중반 증가  
면류 한 자리수 중후반 감소. 라면만 따로 보면 한 자리수 후반 감소  
쌀류(즉석밥, 씻어나온쌀, 컵밥) 두 자리수 증가  
유지류(참기름, 식용유, 마가린, 쇼트닝, 고급유) 한 자리수 초반 증가  
냉동식품류(만두, 냉동피자, 볶음밥 등) 두 자리수 증가  
기타(수입품 등) 두 자리수 증가

### 2Q17 매출 동향 (별도기준)

전체적으로 한 자리수 초중반 증가. 라면 개선에 힘입어 1분기보다 성장세 개선  
조미식품 한 자리수 극초반 감소. 1분기는 한 자리수 후반 증가  
소스류 한 자리수 초반 증가. 1분기는 한 자리수 후반 증가  
수산물류 두 자리수 감소. 1분기는 두 자리수 증가  
면류 한 자리수 극초반 증가. 1분기는 두 자리수 감소  
쌀류 한 자리수 후반 증가  
유지류 한 자리수 초반 증가. 1분기와 비슷한 수준  
냉동식품류 두 자리수 증가. 1분기보다 성장세 소폭 개선  
기타 두 자리수 증가

### 품목별 점유율(중량기준)

#### 라면

3월 오뚜기 25.0, 농심 51.2, 삼양 11.2, 팔도 8.9  
4월 오뚜기 24.8, 농심 51.2, 삼양 10.9, 팔도 9.7  
5월 오뚜기 25.2, 농심 49.4, 삼양 10.7, 팔도 11.4  
6월 오뚜기 25.1, 농심 48.8, 삼양 10.2, 팔도 12.5

#### 참치

3월 오뚜기 12.5, 동원 62.7, 사조 23.7  
4월 오뚜기 10.7, 동원 64.8, 사조 23.5  
5월 오뚜기 12.4, 동원 62.8, 사조 23.8  
6월 오뚜기 11.4, 동원 65.0, 사조 22.6

#### 카레

3월 오뚜기 78.5, 대상 14.3  
4월 오뚜기 79.5, 대상 13.8  
5월 오뚜기 78.2, 대상 14.6  
6월 오뚜기 79.9, 대상 11.9

#### 밥류

3월 오뚜기 32.9, CJ제일제당 63.4  
4월 오뚜기 32.3, CJ제일제당 64.5  
5월 오뚜기 33.6, CJ제일제당 63.3  
6월 오뚜기 35.9, CJ제일제당 61.3

### 품목별 점유율(중량기준)

#### 3분류

4월 오뚜기 95.3, 대상 3.2  
5월 오뚜기 95.3, 대상 3.9  
6월 대상 96.0, 대상 3.2

#### 식초(16년 12월)

오뚜기 72.9, 대상 9.3, CJ제일제당 7.2, 사조 6.8. 식초는 1Q17 대비 2Q17에 소폭 감소

#### 물엿(16년 12월)

오뚜기 22.2, CJ제일제당 27.2, 대상 14.6, 사조 6.5

### 유통채널별 추이

대형할인점/농협/백화점 반기 한 자리수 극초반 감소. 2분기 한 자리수 후반 증가. 매출비중 25%  
편의점/슈퍼/체인점 반기 두 자리수 증가. 1, 2분기 비슷한 성장세. 매출비중 20%  
대리점 반기 한 자리수 후반 감소. 2분기는 두 자리수 감소. 매출비중 19%  
수출 반기 두 자리수 증가. 2분기는 한 자리수 후반 증가. 매출비중 4%  
식자재, 급식, 제과제조업체(기름), 군납 반기 한 자리수 후반 증가. 매출비중 33%

### 기타

함흥비빔면 매출액 3월 12억원, 4월 15억원, 5월 16억원, 6월 14억원  
피자 매출액 1월 30억원, 2월 42억원, 3월 42억원, 4월 45억원, 5월 39억원, 6월 44억원  
콩국수라면 5월 3억원, 6월 19억원. 스프가 찬 물에 잘 풀리는 장점 존재  
오뚜기죽 1월 17억원, 2월 19억원, 3월 16억원, 4월 17억원, 5월 14억원  
즉석밥 1월 70억원, 2월 70억원, 3월 67억원, 4월 65억원, 5월 70억원  
진라면 1월 180억원, 2월 145억원, 3월 140억원, 4월 150억원, 5월 150억원, 6월 150억원  
진짬뽕 1월 60억원, 2월 43억원, 3월 31억원, 4월 30억원, 5월 30억원 하회, 6월은 5월 소폭 하회  
진짬뽕 작년 5월은 80억원 하회, 6월은 70억원 하회

광고선전비는 반기기준 전년 대비 감소. 2Q17에 QoQ로 광고비 줄어든게 주 요인.  
판관비를 덜 썼지만 6월 기준 카레 등 점유율 늘었기 때문에 큰 문제가 없다고 보고 있음.  
다만 참치는 할인점 내에서 취급품목 줄어든 점과 행사 축소 영향을 받음

원가율은 1Q17에 라면 매출액 줄어들고 할인율 커지면서 악화됨. 2Q17에는 매출과 할인율이  
QoQ로 둘 다 개선됨. 대두유 등 유자류 투입원가는 큰 이슈 없음. 연초 대두유 오를 때 유자류  
가격 인상했다가 대두유와 환율에 맞춰 출고가 인하하는 흐름

냉동식품류 수익성은 BEP 수준이지만 원가율은 전사 대비 낮은 수준