

Issue Comment

2018. 5. 15

농심 004370

1Q18 Review

1Q18 Review

● 음식료

Analyst 김정욱

02. 6098-6689

6414@meritz.co.kr

별도 매출액 +22%, 영업이익 +8.3%, 연결 매출액 +1.4%, 별도 영업이익 +6.0%

매출액은 회계변경으로 소폭 하회, 영업이익 컨센서스 340억원 부합한 실적 달성

주력 제품 선방했지만 경쟁사 신제품 호조에 따른 점유율 하락이 아쉬운 부분

회계정책 변경 (전년도 변경없이 18년 숫자만 조정)

CVS, 대리점 향 운송보관료가 판관비에서 매출차감항목으로 바뀌면서 58억원 매출 조정
건본비는 판관비 82억원이 매출원가로 변경됨(재고자산폐기손실도 매출원가로 변경). 매출총이익률 하락
판관비 개선 효과

국내 라면

별도기준 총매출액 3.9% 증가.라면 3.6% 성장. 신라면 +14%, 신라면블랙 제외 시 +8.0%,
안성탕면 +6%, 짜파게티 +23% 등 기존제품 호조. 점유율은 매출기준 53.6%, 볼륨기준 52.3%
1Q17, 1Q18 동향은 농심 56.2% → 53.6%, 삼양식품 11.7% → 15.3%
오뚜기 22.8% → 23.1%, 팔도 9.3% → 8.0%. 주력제품이 호조를 보였지만 상대적으로 경쟁사
매출이 늘면서 점유율이 하락

국내 스낵

스낵은 소맥류 스낵 판매가 감소하며 -0.9% 기록. 점유율은 매출기준 31.5%, 볼륨기준 35.1%

국내 기타

음료는 카프리썬과 웰치스가 주도하며 4.8% 성장
보노스프 +8억원 멘토스 +13억원

해외 부문

미국, 일본, 호주가 양호하게 성장한 반면 중국은 전년도 1~2월 역기저로
소폭 감소. 중국이 기대를 하회했지만 4월부터 전반적인 회복 흐름
미국은 매일스트림 공략, 주요 거래처 중심으로 진행. 일본은 지방 유통
적극 공략을 통해서 매출 성장 지속. 호주는 올워스, 콜스 등 현지 유통
적극 공략

최근 동향

2분기 동향은 경쟁심화가 지속되고 있는 상황. 시장 전체적으로 계절면 신제품 출시가
늘어나고 있으며, 예전 보다 신제품의 임팩트는 점차 떨어지는 추세. 농심은 라면과 스낵 모두
기존 브랜드의 플레이어 확대 제품을 많이 낼 것. 기존 브랜드 활용하면서 비용 절감하고 신제품
쪽으로 매출 성장 노력 지속할 계획

Compliance Notice

동 자료는 작성일 현재 사전고지와 관련한 사항이 없습니다. 당사는 동 자료에 언급된 종목과 계열회사의 관계가 없으며 2018년 5월 15일 현재 동 자료에 언급된 종목의 유가증권(DR, CB, IPO, 시장조성 등) 발행 관련하여 지난 6개월 간 주간사로 참여하지 않았습니다. 당사는 2018년 5월 15일 현재 동 자료에 언급된 종목의 지분을 1%이상 보유하고 있지 않습니다. 당사의 조사분석 담당자는 2018년 5월 15일 현재 동 자료에 언급된 종목의 지분을 보유하고 있지 않습니다. 본 자료에 게재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다. (작성자: 김정욱)

동 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 동 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다. 동 자료를 이용하시는 분은 동 자료와 관련한 투자의 최종 결정은 자신의 판단으로 하시기 바랍니다.