

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

하림(136480)

음식료

요약

기업현황

시장동향

기술분석

재무분석

주요 변동사항 및 전망



작성기관

한국기업데이터(주)

작성자

최지영 선임전문위원

- 본 보고서는 「코스닥 시장 활성화를 통한 자본시장 혁신방안」의 일환으로 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해, 한국거래소와 한국예탁결제원의 후원을 받아 한국IR협의회가 기술신용평가기관에 발주하여 작성한 것입니다.
- 본 보고서는 투자 의사결정을 위한 참고용으로만 제공되는 것이므로, 투자자 자신의 판단과 책임하에 종목선택이나 투자시기에 대한 최종 결정을 하시기 바랍니다. 따라서 본 보고서를 활용한 어떠한 의사결정에 대해서도 본회와 작성기관은 일체의 책임을 지지 않습니다.
- 본 보고서의 요약영상은 유튜브로도 시청 가능하며, 영상편집 일정에 따라 현재 시점에서 미게재 상태일 수 있습니다.
- 카카오톡에서 “한국IR협의회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 한국기업데이터(주)(TEL.02-3215-2431)로 연락하여 주시기 바랍니다.

하림(136480)

닭고기 브랜드의 새로운 아이덴티티

기업정보(2020/10/30 기준)

대표자	김홍국
설립일자	2011년 01월 04일
상장일자	2011년 05월 02일
기업규모	대기업
업종분류	가금류 가공업
주요제품	육계 및 양계가공품, 종란, 사료 등

시세정보(2020/11/16 기준)

현재가(원)	2,660
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	2,825억 원
발행주식수	106,209,702
52주 최고가(원)	3,500
52주 최저가(원)	1,620
외국인지분율	1.36%
주요주주	김홍국

■ 새도약 - 동물복지 실현

동사는 국내 최초 동물복지를 고려한 도계시스템을 도입하며 닭고기의 새로운 아이덴티티로 자리잡았고 사료부터 유통까지 전 공정에 식품안전관리 인증(HACCP)과 Auto Catching, Full Air Chilling 등 동물복지형 스마트팩토리 시스템을 구축함으로써 신선한 닭고기와 동물복지를 실현하였다. 또한, 스마트팩토리 구현 후, 성수기 최대 106만 수/일 도계 생산능력(2020년 반기보고서 기준 약 9천 5백만 수 생산)과 닭고기 고유 풍미 유지, 유통과정 제품의 신선도 유지, 품질향상으로 닭고기 시장의 품질경쟁력을 선도하고 있다.

■ 차별화된 제품 개발로 경쟁력 제고

동사는 고객의 욕구가 다양화되고 세분화될수록 소비자 라이프 스타일 변화에 대응하기 위해 브랜드 아이덴티티 관리 및 로열티를 강화해 나가고 있다. 시장 환경에 맞춰 소비자의 니즈에 귀 기울이며, 가치 중심으로의 전환을 통해 차별화된 브랜드 개발을 전개하며, 제품 경쟁력을 높이고 있다. 전사적으로 자체적인 품질보증센터와 신소재 개발 연구소 운영하며 친환경 프리미엄 제품을 생산하는 등 약 350종의 다양한 포트폴리오를 선보이며, 가정에서 만드는 것보다 더 위생적이고 안전하게 제품을 생산해 고객 감동 먹거리 문화를 만들어가고 있다.

■ 안전보건경영과 동반성장 실천

ISO 14001, K-OHSAS 18001, 동물복지, 무항생제인증, HACCP 인증, CCM 경영 등 식품 관련 국내외 환경법규 준수 및 기업과 제품의 친환경성 제고를 통해 제품 차별화 요소를 강화하고 있고 이를 위해 안전보건담당자의 인력양성과 안전보건 교육을 실시하며, 안전의식 고취 및 자율안전 관리 정착을 위해 최선을 다하고 있다. 또한, 품질 향상을 위한 기술혁신 컨설팅과 협력업체 지원 프로그램 운영 등으로 동반성장을 실천하고 있으며, 이는 향후 매출성장에 견인 역할을 할 것으로 전망된다.

요약 투자지표 (K-IFRS 연결 기준)

구분 년	매출액 (억 원)	증감 (%)	영업이익 (억 원)	이익률 (%)	순이익 (억 원)	이익률 (%)	ROE (%)	ROA (%)	부채비율 (%)	EPS (원)	BPS (원)	PER (배)	PBR (배)
2017	8,673	5.00	181	2.08	222	2.56	8.54	4.11	101.38	356	3,551	8.77	0.88
2018	8,286	-4.47	15	0.18	-121	-1.46	-4.04	-1.67	177.98	-141	3,405	-	0.82
2019	8,059	-2.74	-434	-5.39	-399	-4.95	-14.52	-5.01	201.40	-459	2,925	-	0.97

기업경쟁력

국민이 사랑하는 대표 닭고기 브랜드

- 전문화된 프리미엄 제품 등 약 350개의 제품 보유
- 상생 및 나눔경영 실천
- 안전보건경영 실천

동물복지 100% 실현

- 국내 최초 동물복지시스템 도입과 스마트팩토리 구현
- 업계 최초 안전관리(HACCP) 통합 인증 기업
- 생물공학 연구소를 통한 R&D 강화

핵심기술 및 적용제품

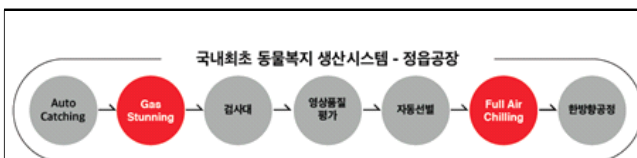
전문화된 프리미엄 제품군 보유

- 다양한 포트폴리오 구성
 - 프레쉬업 : 신선육으로 닭고기 품질 제시
 - 무항생제 : 친환경 인증농가, 기능성사료
 - 자연실록 : 전 생산라인 동물복지 도계시스템을 적용한 Cold Chain 시스템 공급
 - IEF : 냉장보다 더 신선한 프리미엄 냉동제품
- 스테디셀러인 용가리 치킨, 치킨 너겟

적용제품



동물복지 스마트팩토리 효과



- 전 공정 HACCP과 동물복지형 스마트팩토리 시스템 적용함으로써 신선한 닭고기와 동물복지를 실현
- 성수기 최대 106만 수/일 도계가능 (2020년 반기 9천 5백만 수 생산)
- 닭고기 고유풍미 및 유통과정 신선도 유지

시장경쟁력

축산계열화시스템 닭고기시장 성장주도

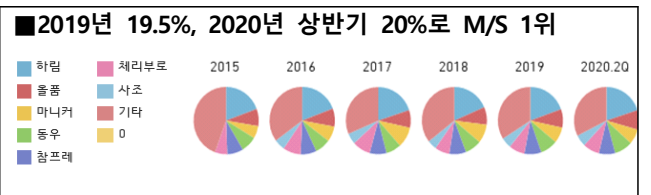
- 계열화 사업성과
 - 규모의 계약사육(농가수익증대)
 - 전문성 강화 및 정기교육
 - 농장 생산성 향상, 생산원가 절감효과를 창출

간편식 시장의 급성장

(단위: 백만 원)

구분	2015	2016	2017
즉석섭취식품	992,165	1,323,939	1,427,981
즉석조리식품	594,559	834,272	1,151,122
신선편의식품	95,566	109,959	164,041

국내기업 도축실적 기준 시장점유율



최근 변동사항

사채발행 등으로 유동성 확보

- 업황 하락에 따른 재무구조의 악화가 지속되었으나, 사채발행 등으로 현금 및 현금성자산 큰 폭 증가하는 등 유동성 개선 노력

향후 전망

- '브랜드파워 1위'의 국내 닭고기 시장의 리더로서, 약 20%의 시장점유율을 유지하고 있으며, 최종 제품의 유통에 이르기까지 각 단계를 수직적으로 통합경영하면서 생산비 절감효과를 창출하고 있어 뛰어난 가격경쟁력을 강점으로 향후 수익성이 개선될 것으로 전망됨

I. 기업현황

국민이 사랑하는 건강한 대표 닭고기 브랜드, 하림

하림은 닭고기 1위 브랜드로서의 동물복지 실현과 신선한 닭고기의 결합인 새로운 아이덴티티로 국민이 사랑하는 건강한 브랜드의 입지를 공고히 하고 있다.

■ 개요

닭고기 전문 기업인 하림(이하 '동사')은 1990년 10월 법인설립 후, 1993년 1월 (주)하림식품을 흡수합병하였으며, 2011년 1월 사업전문성 제고와 책임경영체제 강화를 위해 (주)하림식품의 사업부문 중 육계가공 및 사료제조업 등 사업부문 일체를 양수하였고 그해 5월 코스닥시장 상장하였다. 동사는 육계제품의 생산 및 판매사업을 주요 사업으로 진행하고 있으며, 사료, 사육, 도계 및 제조, 육가공 등 일원화로 수직계열화 사업을 실현하고 관계회사를 통해 동물병원 운영 및 동물성 의약품 도소매도 영위 중이다. 또한, 농업분야 최초 금탑산업훈장 수상과 육계부분 최초 우수축산물 브랜드 선정, 국내 최초 동물복지 도입, 업계 최초 안전관리(HACCP) 통합 인증 등을 기록하며 선도기업으로, 대내외 입지를 공고히 하고 있다.

[그림 1] 하림 사업장 전경 및 CI



*출처: 하림, 한국기업데이터(주) 재구성

하림은 농장과 공장, 시장을 연결하는 '삼장통합' 경영을 완성하며, 대한민국 육계 산업의 글로벌 경쟁력을 제고하고 있고 1995년 국내 최초 농축산물 KS인증 획득을 시작으로, 친환경 인증 제품의 지속적인 개발과 전 공정에 HACCP 인증을 적용하는 등 품질을 기본으로 한, 자연을 담은 건강한 먹거리로 식문화를 선도하고자 하는 사명(Mission)을 실천하고 있다. 하림의 CI는 늘 도전하며 역사를 만들어가고자 하는 의지를 담고 있다. 세부적으로, 정통성을 담아 내고 있는 타원형의 레드 심벌은 글로벌 확장을 의미하고 심플해진 골드 리본은 우수한 품질에 대한 보증을 의미하며, 글로벌 하림의 탁월한 제품력에 대한 믿음과 신뢰를 반영하고 있다. 또한, 자신감 있고 친숙한 하림의 서체는 고객 중심에 대한 하림의 변화지 않는 약속을 대변한다. 레드와 심벌은 신선함, 따뜻한 마음을, 골드와 리본은 최고품질, 우수함을 상징한다.

■ 주요 주주 및 관계기업

기업집단의 명칭은 하림으로, 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 제2조 2.3 및 동법 시행령 제3조에 의거 2020년 반기보고서 기준 동사를 포함하여 총 91개(국내 52개, 해외 39개)의 계열회사가 있으며, 그 성격에 있어서 크게 지주회사, 가금(닭, 오리)사업, 사료사업, 양돈/사료사업, 유통사업, 해운사업, 기타특화사업부문의 기업으로 대별되며, (주)하림지주, (주)선진, (주)팜스코, (주)엔에스쇼핑, 팬오션(주)는 유가증권시장에 상장되어 있다.

[표 1] 최대주주 및 특수관계인의 주식 소유현황 (단위: 주, %)

성명	관계	주식의 종류	소유주식수 및 지분율				비고
			기초		기말		
			주식수	지분율	주식수	지분율	
(주)하림지주 (대표 김홍국)	본인	보통주	41,664,658	47.92	60,928,422	57.37	-
김홍국	대표이사	보통주	1,304,747	1.50	1,304,207	1.23	-
이우진	계열회사임원	보통주	370,747	0.43	370,747	0.35	-
서형규	계열회사임원	보통주	144	0.00	144	0.00	-
박재호	계열회사임원	보통주	489	0.00	489	0.00	-
박점수	계열회사임원	보통주	0	0.00	1500	0.00	-
이은호	친인척	보통주	100	0.00	100	0.00	-
(주)하림	자기주식	보통주	3,467	0.00	22,520	0.02	-
계		보통주	43,343,812	49.85	62,628,129	58.97	-
		우선주	-	-	-	-	-

*출처: 하림 반기보고서

[표 2] 최대주주의 주요 기본정보 (단위: 명, %)

명칭	출자자수(명)	대표이사 (대표조합원)		업무집행자 (업무집행조합원)		최대주주 (최대출자자)	
		성명	지분(%)	성명	지분(%)	성명	지분(%)
(주)하림지주	16,692	보통주	22.95	-	-	김홍국	22.95
		-	-	-	-	-	-

*출처: 하림 반기보고서

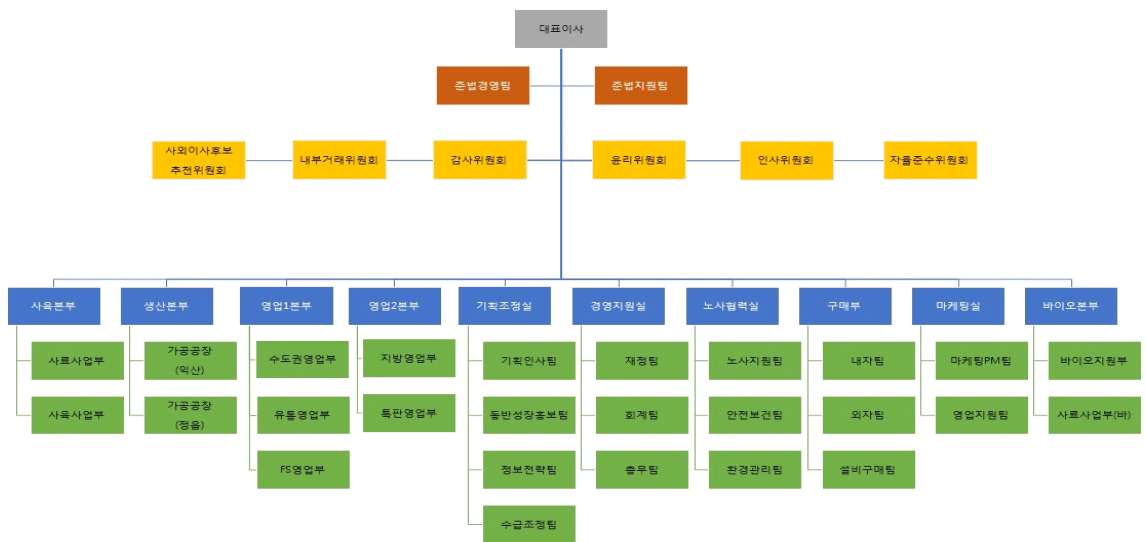
한편, 동사의 최대주주는 관계기업 (주)하림지주(대표이사 김홍국)로, 동사의 주식 57.37%를 보유하고 있으며, (주)하림지주의 최대주주는 김홍국으로 주식 22.95% 보유하며, 최대주주이면서 대표이사를 겸직하고 있어 지배구조는 안정적인 수준으로 판단된다.

■ 조직 구성

맛과 품질에서 최상의 닭고기 제품을 만들어 사회에 기여하고자 건설한 기업경영을 위한 준법경영기조를 힘써나가고 있는 가운데 이를 위해 2008년 윤리경영을 도입하여 청렴하고 정직한 조직준화를 기반으로 건강과 행복증진에 이바지하고 있으며, 특히 2017년 글로벌 스탠다드에 맞는 기업문화 정착을 위한 공정거래 자율준수 프로그램(CP: Compliance Program)을 도입하여 현재까지 법 준수를 위한 임직원의 준법의식을 향상시켜나가고 있다. 또한, 규정 위반행위에 대한 리스트를 작성함으로써 불공정행위를 사전에 예방하고 지위를 이용한 부당한 요구를 하지 않는 등 준법경영을 통해 투명하고 공정한 기업 경영을 실천하고 있다.

동사는 대표이사를 비롯한 윤리위원회, 내부거래위원회, 감사위원회, 인사위원회 등이 포함된 준법경영팀, 준법지원팀으로 주요 업무를 결정하고 있으며, 실무는 사육본부, 생산본부, 영업본부, 경영지원실, 기획조정실, 노사협력실, 바이오본부 등에서 담당하고 있다. 또한, 각 공장에서는 제품별 품질, 생산, 검사 등의 업무를 개별적으로 담당하고 있고 각 부서는 전담 책임자가 총괄하고 있는 가운데 상호 간의 신뢰와 우호적 협력관계가 구축되어 있으며, 분야별 전문가로서의 자질을 바탕으로 합리적인 의사결정을 도모하고 있다.

[그림 2] 조직도

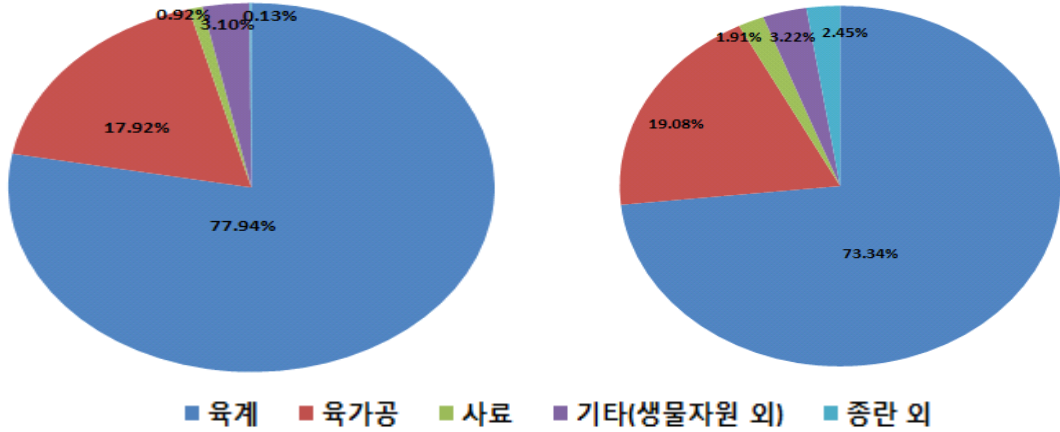


*출처: 하림 사업보고서

■ 주력 캐시카우의 성장기조

동사의 주요 사업부문은 도계 및 육가공품 제조판매로 구성되어 있으며, 2019년 매출비중은 육계가 6,280억 원으로 77.94%를, 육가공이 1,444억 원으로, 17.92%이며, 주력 캐시카우인 육계 및 육가공 매출은 전년대비 각각 6,152억 원에서 6,280원으로, 1412억 원에서 1,444억 원으로 증가하며 안정적인 성장세를 이어나가고 있으며, 이는 가정간편식 시장(HMR)의 지속적인 성장에 따른 닭고기 수요에 기인한 것으로 보인다. 다만, 기타(생물자원 외) 등의 매출감소가 지속되어 2019년은 전년대비 2.74%의 매출감소를 보였다.

[그림 3] 2019년과 2020년 반기 주요 사업부문 매출비중 (단위: %)



*출처: 하림, 한국기업데이터(주) 재구성

■ 상생 및 나눔경영 실천

동사는 농가를 비롯한 대리점, 협력업체, 고객들과 함께 성장해 나가는 상생경영을 실천해 나가고 있다. 먼저 2005년 농가협의회를 업계 최초로 발족하였으며, 실제로 2005년 5,000만 원이었던 농가수익을 2010년까지 1억 원 달성 프로젝트를 시작해 1억 2,800백만 원을 기록하였다. 또한, 2013년부터는 매년 1,000만 원씩 오르는 ‘1000의 법칙’을 만들어 동사와 계약한 650여 농가가 단 한곳도 도산하지 않도록 상생방안을 마련하고 있다. 대리점과는 협력업체의 원활한 자금조달을 위한 상생펀드를 조성해 저금리로 사업자금을 지원하고 있으며, 전문인력 양성을 위한 교육 및 인력 채용지원에도 앞장서는 등 동반성장 프로그램을 확대하고 있다.

[그림 4] 생상과 나눔 실천



*출처: 하림, 한국기업데이터(주) 재구성

동사는 체계적이고 지속적인 사회공헌 활동과 더불어 사는 삶을 추구하고 있으며, ‘지역인재 양성을 위한 교육기부’, ‘문화재 및 생태계 보전 보호’, ‘물심양면 봉사’ 등 사회공헌 3대 프로젝트를 통해 사회적 책임경영을 실천하고 있다. 세부적으로, 소비자와 함께하는 피오봉사단을 구성하여 운영 중이고 멸종위기 조류 먹이주기, 지역문화재 환경정화 활동 등을 펼치고 있다. 일회성 이벤트가 아닌 하림예술상, 사랑의 쌀 지원 행복나눔 마켓 지원, 지역아동센터 후원 등 다양한 사회공헌 활동을 전개하며 나눔을 실천하고 있다.

■ 전문화된 프리미엄 제품으로 포트폴리오 구성

동사는 Center 내 전문 인력을 활용하여 제품기획 및 기술력을 통한 사업화하는 능력이 뛰어나며, 전문브랜드로 출시하여 다양한 제품 포트폴리오를 보유하고 있다. 그 종류로는 신선육으로 닭고기의 품질을 새롭게 제시한 ‘프레쉬업’, 친환경 인증농가에서 기능성 사료를 먹고 자라 더욱 건강하고 농가 이력 정보를 직접 확인할 수 있어 보다 믿을 수 있는 프리미엄 제품인 ‘자연실록 무항생제’, 특히 ‘자연실록 동물복지’의 경우 전용 운영 상자와 차량을 이용하여 닭의 스트레스를 최소화하고 국내 유일 전 생산라인 동물복지 도계시스템을 적용한 Cold chain 시스템을 통해 공급하고 있다. 이외에도 냉장보다 더 신선한 프리미엄 냉동제품 ‘IEF’와 1999년 4월 출시 이후 꾸준한 스테디셀러인 ‘용가리치킨’ 등 신선육으로 닭고기의 부위별 판매와 ‘용가리치킨’, ‘치킨너겟’ 등 가공육까지 전문화된 독자 브랜드제품을 개발하여 사업화하였다.

동사는 소비자들의 니즈와 시장변화를 파악하고 끊임없이 시장과의 소통을 통하여, 제품의 경쟁력을 향상하여 소비자들이 원하는 제품을 제공하고 있으며, 전사적으로 자체적인 품질보증센터를 통해 신소재 개발 연구소 운영으로 친환경 프리미엄 제품을 생산하는 등 안전하고 믿을 수 있는 식품을 제공하기 위한 노력을 지속하고 있다.

[그림 5] 주요 제품



*출처: 하림, 한국기업데이터(주) 재구성

II. 시장 동향

축산계열화 닭고기 산업의 성장주도

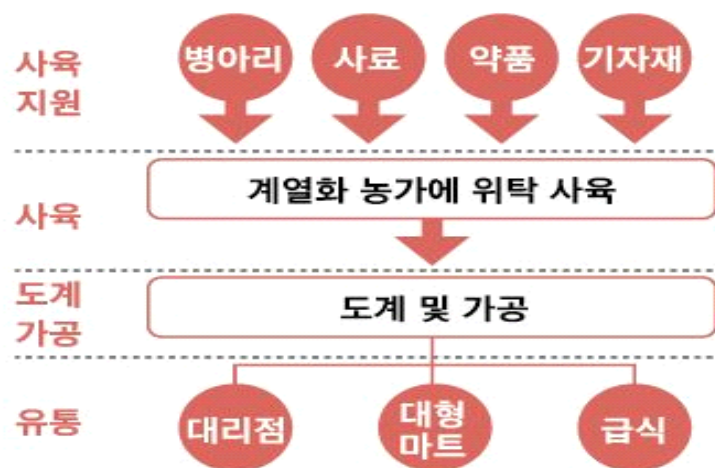
축산계열화에 힘입어 닭고기 산업의 안정적인 성장과 서구화된 식습관에 관련 육류 소비량의 지속적인 증가세가 지속되고 있다.

■ 축산계열화에 힘입어 닭고기 산업 안정적인 성장 유지

국내 축산계열화사업은 1980년대 중반에 육계를 중심으로 시작되었으며, 1990년부터는 시장개방에 대응한 축산업 경쟁력 제고를 위해 본격적으로 도입되었고 현재 국내에서 유통되는 닭고기의 약 90%가 종계, 부화, 사육, 도계, 생산과 유통 판매에 이르기까지 통합적으로 관리하는 계열화업체를 통하여 공급되고 있으며, 국내 육계 시장 규모는 1조 8,000억 원에서 2조 2,000억 원 정도로 매년 5~10% 정도 신장해왔다.

육계와 오리는 짧은 사육주기(육계: 32일, 오리: 45일) 특성 등으로 대부분 계열화사업으로 운영되고 있으며, 돼지의 경우에는 긴 사육기간(6개월)으로 자금순환이 원활하지 않아 계열화율이 낮은 편이다. 2016년 기준 계열화사업 현황(총 109개 업체) 중 육계는 94.6%(67개 업체), 오리 93.7%(27개 업체), 돼지 14.5%(15개 업체)이다.

[그림 6] 닭고기 계열화 사업구조



*출처: 한국농촌경제연구원

축산계열화사업의 형태는 일부 조합의 수평계열화 외 대부분 수직계열화의 형태이며, 수직계열화는 계약에 의해 농가는 축사시설, 노동력 등을 제공하고 사업자는 가축, 사료, 약품 등 생산재를 무상으로 공급한 후, 당해 가축 출하 시 농가에게 위탁수수료를 지급하는 형태이다. 이는 농장생산(1차 산업), 공장가공(2차 산업), 시장유통(3차 산업)의 3장(농장, 공장, 시장) 통합의 의미로 업체와 농가 간 분업화된 생산-유통-판매로 규모의 경제 실현을 통한 생산비 절감, 축산화 품질 및 위생

수준향상, 신기술 도입에 의한 생산성 향상, 거래비용의 절감, 브랜드화를 통한 가격경쟁력 향상이 이뤄졌고 농가의 소득안정 등에 기여하고 있다

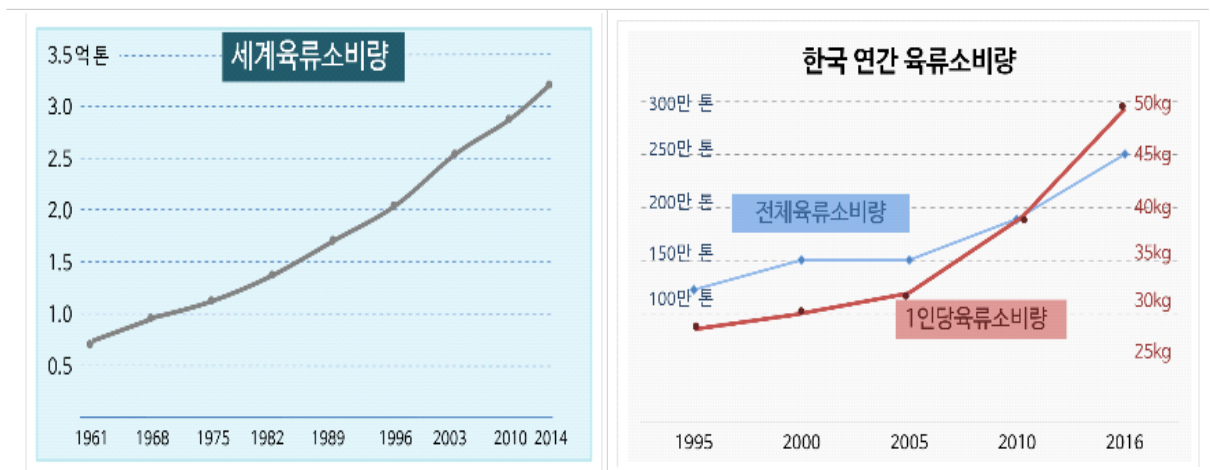
■ 육류 소비량의 지속적인 증가

한국인의 육류소비는 최근 경기침체에도 불구하고 식습관의 서구화와 소득 상승에 따라 해마다

증가하고 있다. 한국의 연간 육류 전체 소비량은 1995년 123만 1천 톤에서 2016년 250만 3천 톤으로 늘었으며, 농림축산부의 ‘2017년 농림수산물식품 주요통계’에 따르면 1인당 연간 소비량은 1995년 27.5kg, 2010년 38.8kg에서 2016년 49.5kg으로 증가한 것으로 조사되었다. 동 기간 통계청에서 발표한 양곡 1인당 연간 소비량 발표 자료에 따르면 1인당 연간 소비량은 81.3kg에서 71.2kg으로 약 12.4% 감소한 것으로 나타나 식습관의 변화를 볼 수 있다. 20년 사이의 육류 소비량이 약 2배로 증가한 것은 우리나라만이 아닌 전 세계적인 추세이다. UN은 2050년경에는 연간 육류소비량이 4억 5,000만 톤에 이를 것이라고 추정하였으며, 이는 2000년보다 약 두 배로 증가한 값이다.

[그림 7] 연도별 육류 소비량

(단위 : 억 톤, kg)



*출처: FAO, 농림축산식품부

[표 3] 연도별 닭고기 소비량

(단위 : kg/지육기준)

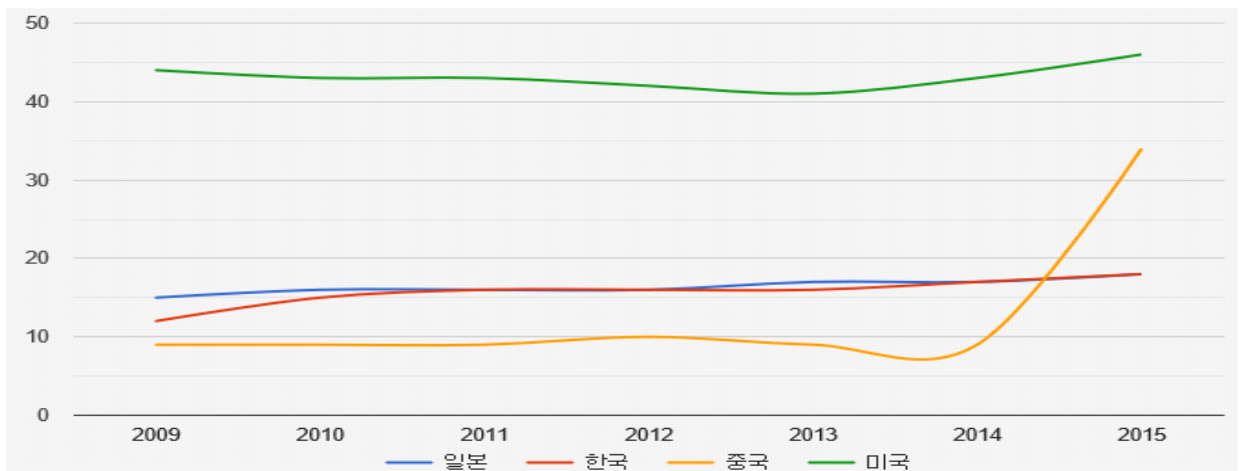
구분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
아시아	홍콩	36.2	43	59.2	61.9	40.15	45.08
	필리핀	7.6	8.5	8.5	8.6	11.78	13.29
	일본	15.1	16.4	16.5	16.8	17.52	18.41
	한국	12.7	15.2	16.4	16.5	16.1	17.57
	중국	9.0	9.4	9.7	10.1	9.51	9.26
북미지역	미국	44.2	43.4	43.6	42	41.93	43.01
	캐나다	30	29.7	29.4	29.4	29.8	31.11
	멕시코	29.8	29.9	30.5	30.8	27.52	28.72
남미지역	브라질	39.7	45.4	47.4	48.3	41.81	44.08
	아르헨티나	31.4	35.7	37.6	38.2	38.92	39.91
유럽	러시아	19.2	21.2	21.9	23.1	24.43	25.52

*출처: 한국육계협회, 한국기업데이터(주) 재구성

닭고기 소비량의 경우, 건강에 대한 관심과 직결되어 있다. 소고기, 돼지고기 등은 성인병 발병 우려 때문에 꺼리는 반면, 닭고기는 건강한 육류로 인식되면서 2013년을 제외하고서는 지속적으로 수요가 늘고 있다. 또한, 닭고기의 부화에서 사육, 가공, 유통까지 수직 계열화를 갖춘 기업들의 등장에 따라 안정적인 공급도 또 다른 요인이 되고 있으며, 닭고기 업체에서 가정 내에서도 간편식으로 즐길 수 있도록 제품을 개발하여 공급 측면에서도 양질의 제품 출시가 지속되고 있어 닭고기 소비량의 증가에 큰 몫을 하고 있다.

또한, 선진국과 우리나라 국민들의 건강에 대한 관심과 영양적 가치, 저렴한 가격, 편의성 등을 고려할 때 향후 인류 식탁에서 건강식의 주요한 식품 중의 하나가 될 것이며, 최근에는 젊은층에서 노년층에 이르기까지 다양한 계층 가공품을 선호하고 있으며, 조리가 간편하고 맛과 영양이 높은 신제품들이 개발, 출시되고 있는 등 선진국의 소비증가 추세를 그대로 따를 것으로 전망된다.

[그림 8] 주요국가 연도별 닭고기 소비량의 변화 (단위: kg)



*출처: 한국육계협회

■ 2019년 닭고기 시장규모 및 시장점유율

[표 4] 국내 닭고기 시장규모 추이(도계량 기준) (단위: 백만 수)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년(P)
도계량	968.0	992.5	936.0	1,004.8	1,059.9	1,137.2

*출처: 하림 반기보고서

고병원성 AI가 산발적으로 발생함에 따라 2018년 2월 평창 동계올림픽의 성공적 개최를 위해 정부의 선제적인 방역 조치로 2017년 도계량은 감소하였으나, 2018년 6월 FIFA 월드컵 러시아 축구경기에서의 국가대표팀 응원 등으로 닭 도축이 크게 증가하였다. 하반기에는 111년만의 폭염 지속으로 닭 폐사 증가와 종계 생산성이 급격히 떨어졌으나, 2018년 연간 닭 도축은 10억 400만 수로 2017년 대비 7.4% 증가했다. 지난 2019년은 전년 4분기부터 이어진 종계입식 증가와 계열사들의 공격적인 사업계획으로 인해 닭 도축은 10억 5천만 수 이상으로 전년 대비 크게 증가된 것으로 분석된다.

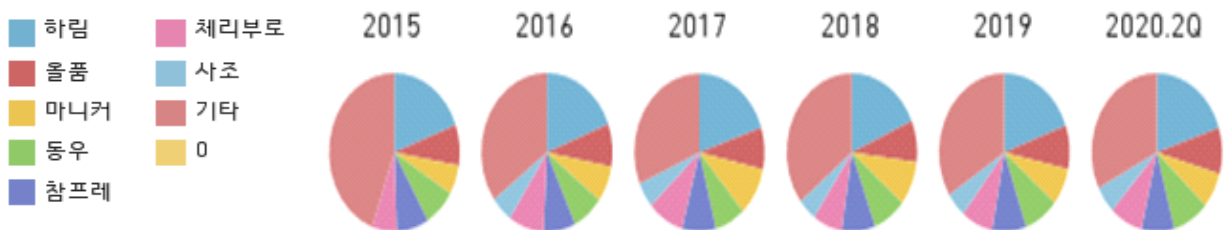
닭고기 수입은 2017년까지 10만 톤 내외였으나, 전년 4월에 미국산 닭고기에서 동물용의약품 성분인 니트로푸란계 대사물질이 검출, 식품의약품안전처의 정밀검사 강화 조치로 인해 1/10 수준으로 크게 감소하였다. 다만, 브라질산, 태국산, 덴마크산이 꾸준히 수입되어, 전년 닭고기 수입은 12만 5톤으로 전년대비 22.1% 증가했으며, 2011년 이후 수급은 다음과 같다.

[표 5] 연도별 닭고기 수급현황 및 전망 (단위 : 천 톤, kg)

구분	생산량	수입량	1인당 소비량
2011년	456.5	130.9	11.4
2012년	463.7	130.4	11.6
2013년	473.4	126.7	11.5
2014년	527.9	141.4	12.8
2015년	585.3	118.6	13.4
2016년	599.5	128.3	13.8
2017년	564.9	131.9	13.3
2018년	603.0	162.8	14.2
2019년	636	178	14.8
2020년(P)	655	171	15.1

*출처: 한국농촌경제연구원/농업전망 2020, 한국기업데이터(주) 재구성

[표 6] 국내 주요회사 도축실적 시장점유율 (단위: %)



구분	하림	올품	마니커	동우	참프레	체리부로	사조	기타
2015년	19.4	8.3	6.0	7.8	8.0	6.1	-	44.5
2016년	19.3	8.7	7.4	7.7	7.9	8.8	5.4	35.2
2017년	19.9	8.5	9.9	7.5	8.4	9.0	5.2	31.4
2018년	18.5	8.5	9.0	8.2	8.3	7.3	4.6	35.6
2019년	19.5	8.9	7.6	8.6	8.4	7.9	5.1	34.0
2020년.2Q	20.0	9.4	7.3	9.0	8.1	8.2	5.6	32.4

*출처: 농림축산검역본부/축산물위생정보 도축실적(육가공품제외), 한국기업데이터(주) 재구성

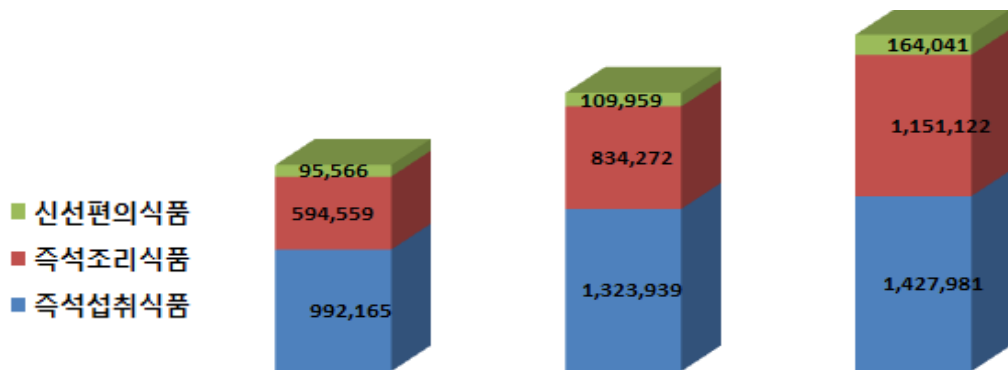
■ 간편식 시장의 급성장

간편식(HMR: Home Meal Replacement)은 바로 또는 간단히 섭취할 수 있도록 가정 외에서 판매되는 가정식 스타일의 완전, 반조리 형태의 제품을 의미한다. 간편식 시장의 주요 성장 요인은 두 가지 요인으로 나누어보면, 첫 번째 요인은 제조사의 기술력 향상을 꼽을 수 있다. 제조사의 기술력이 향상되면서 이전 제품보다 맛 품질력이 향상되었고 전자레인지, 에어프라이어 등 최소한의 조리 도구만 있어도 외식 전문점에서 먹는 맛을 구현하게 되면서 간편식이 호응을 얻게 되었다. 두 번째 요인은 소비자 라이프 스타일의 변화로, 가성비, 가심비를 고려하는 소비 성향과 여럿이 식사하는 문화에서 혼자 식사하는 식문화로 변하면서 ‘시간절약적 측면’ 과 조리부터 깔끔하게 처리 가능한 ‘편의성’ 을 갖추어 소비자들의 주목과 함께 가정간편식(HMR) 시장이 급성장하고 있다. 간편식의 종류로는 바로 조리할 수 있도록 준비된 제품(RTC: Ready To Cook), 바로 먹을 수 있는 제품(RTE: Ready To Eat), 바로 데워먹을 수 있는 제품(RTH: Ready To Heat), 요리 편하게 세정 후 소량 포장 식재료(RTP: Ready To Prepared)로 나뉜다.

2017년 출하액 기준 가정간편식의 국내 시장규모는 2조 7,421억 원으로 2016년 2조 2,682억 원보다 20.9% 증가하였다. 2017년 출하액 기준으로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 품목은 도시락 등 즉석섭취식품(52.1%)이며, 즉석조리식품(42.0%), 신선편의식품(5.9%) 순으로 차지하였고 향후에도 견조한 성장세를 유지할 것으로 전망된다.

[표 7] 간편식 출하규모

(단위: 백만 원)



구분	2015년	2016년	2017년
즉석섭취식품	992,165	1,323,939	1,427,981
즉석조리식품	594,559	834,272	1,151,122
신선편의식품	95,566	109,959	164,041

*출처: 농림축산식품부 2019 가공식품 세분시장, 식품의약품안전처, 한국기업데이터(주) 재구성

Ⅲ. 기술분석

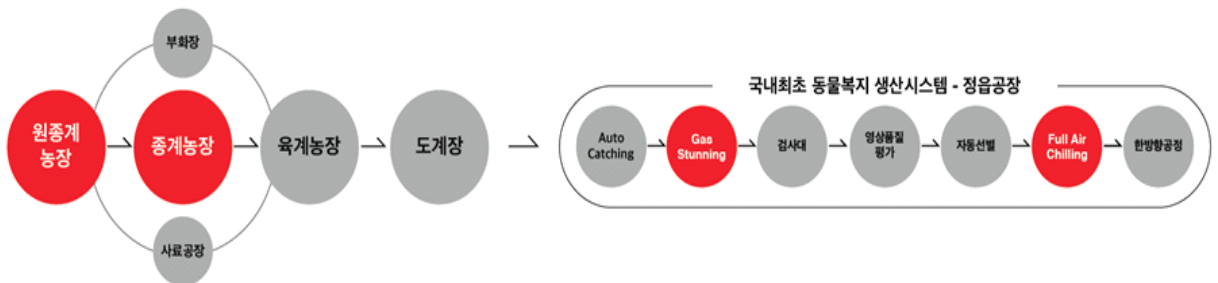
새로운 도약, 동물복지 100% 실현

국내 최초 동물복지 시스템을 도입하며 닭고기의 새로운 아이덴티티, 업계 1위로서 안전한 먹거리로 품질경영을 실현하다.

■ 국내 최초 동물복지 시스템 도입

전라북도 정읍시 북면 3산단 2길에 위치해있는 정읍도계가공공장은 지난 2012년 전체 리모델링을 통해 가동을 시작하였으며, 국내 최초 동물복지를 고려한 도계시스템을 도입하며 닭고기의 새로운 아이덴티티로 자리잡았고 이후 익산공장에 적용하며, 사료부터 유통까지 전 공정에 식품안전관리 인증(HACCP)과 Auto Catching, Full Air Chilling 등 동물복지형 스마트팩토리 시스템을 구축함으로써 신선한 닭고기와 동물복지를 실현하였다.

[그림 9] HACCP + SMART FACTORY SYSTEM



*출처: 하림, 한국기업데이터(주) 재구성

■ 동물복지 스마트팩토리 효과

[표 8] 스마트팩토리 효과

구분	AS-IS	TO-BE	비고
도계능력	30만 수/일 (주/야 운영) • 도계 5개 라인 운영 (최대 607천 수/일)	97만 수/일 (주간운영) • 도계 6개 라인 운영	→ 성수기 최대 106만 수/일 도계가능(주/야간 운영)
냉각방식	Combination Chilling (water+air)	Full Air Chilling	→ 닭고기 고유풍미 유지 → 유통과정 신선도 유지 → 수분 Drip 무발생
사계율/비품률	0.8%/13.2%	0.4% 미만/ 7%	→ 비품률 감소, 원가경쟁우위
도계공정 시간	1시간 40분	3시간 20분	→ 제품 신선도 유지
에어칠링 시간	60분	157분	→ 품질 향상
작업온도관리	내부 13~14°C 유지	내부 8°C 유지	


*출처: 하림, 한국기업데이터(주) 재구성

동물복지는 기본적으로 사육과정에서의 방사 및 운동장 시설, 단위면적당 적정 마리수의 사육

등을 의미하지만 도축 및 도계과정에서는 포획 및 운송과정에서의 스트레스 최소화, 도축 및 도계 단계에서의 고통 최소화 등을 의미하며, 동사는 고품질의 닭고기 생산을 위한 동물복지 개념을 구현한 생산시스템 기술을 적용하였고 이를 바탕으로 상기와 같은 효과를 창출하였다.

■ 축산계열화 시스템 기반의 안전하고 고품질의 닭고기 생산

[그림 10] 사육사업

닭 사육 첨단설비와 위생적 관리	원종계(닭의 조부모) 20주동안 길러짐	종계(닭의 부모) 원종란에서 부화한 닭	육계(닭) 우리가 먹는 치킨
			

*출처: 하림, 한국기업데이터(주) 재구성

동사는 가축의 사육, 축산물의 생산, 도축, 가공, 유통 기능의 전체 또는 일부를 통합 경영하는 축산계열화 시스템을 운영하여 체계적이고 안정적인 공급과 생산이 가능하고 원종계 육성부터 판매 및 공급까지의 514일(1년 4개월) 정도의 공급기간을 운영하고 있다. 동사는 원재료인 생계의 안정된 수급을 위하여 위탁사육농가와 장기적인 계약을 통하여 생계를 공급받고 있으며, 회사는 원재료 중 위탁사육농가로부터 공급받는 비중은 80~95%이내이고 탄력적인 원재료 공급기반을 확보하여 성수기와 비수기의 물량 확보를 통해 안정성을 강화하고 수급 조절 등을 통해 원활하게 원재료를 조달하고 있다.

[그림 11] 축산계열화 시스템



*출처: 하림, 한국기업데이터(주) 재구성

동사는 종계 병아리를 생산하는 원종계를 보유하고 있어 자체 사육 농장에서 연간 2회 원종계

병아리를 수입하여 사육하고 있고 원종계에서 생산된 종란은 부화 과정을 통해 종계 병아리로 부화되며, 이 종계 병아리는 육성 농장에서 약 22주정도 성장시킨 후 산란 농장으로 옮겨져 수정을 통해 약 40주간 종란을 생산하고 있다. 병아리는 동사와 위탁 사육계약이 체결되어 있는 사육농가에서 분양되고 사육이 이뤄지고 있고 사용물량은 전량 자체 생산하고 있다. 사료는 전북 김제와 정읍에 육계 전문 배합사료 공장을 보유하고 있고 컴퓨터 자동제어 생산라인에서 연간 52만 톤 규모의 배합사료를 생산하고 있다.

■ 최신 설비와 글로벌 수준의 생산능력을 갖춘 공장

동사는 최신설비를 갖춘 전라북도 익산 도계가공공장과 정읍 도계가공공장 2곳에서 매일 신선하고 맛있는 닭고기를 생산하고 있다. HACCP의 엄격한 기준을 철저히 준수하며, 통닭을 비롯한 부분육, 양념육, 가정간편식 등의 제품을 만들고 있다. ‘브랜드 파워 1위’의 국내 닭고기 시장의 리더로서 2020년 반기보고서 기준일 현재 약 9천 5백만 수를 생산하여 약 20.0%의 시장점유율을 실현하고 있다.

[그림 12] 사업장



*출처: 하림홈페이지, 한국기업데이터(주) 재구성

동사 도계장의 닭고기들은 한 방향으로만 흐르면서 가공작업이 진행되고 있으며, 이는 도계공정에 올라선 도체들은 도계공정 및 가공작업을 거쳐 창고에 이르는 이동이 한 방향으로 고정되어 흐르는 것으로, 공급 동선이 최소화되어 있고 품질과 신선도 유지를 위해 도계 공정 시작에서부터 가공을 거쳐 최종 상품으로 창고에 입고되는데 12시간을 넘지 않도록 설계되어 있는 공정을 운영하고 있다.

동사는 기존 도계 공장에서 생산하고 있는 닭고기 제품과 차별화를 위해 우수한 설비를 기반으로 동물복지 실현과 효율적인 생산 공정 시스템화로 모든 제품에 체계적으로 관리하고 모든 제품에 'CO2 SYSTEM' 마크와 'AIR CHILLING' 마크를 삽입해 차별화된 제품임을 알리고 있는 등 품질관리 및 고급육 생산에 집중하고 있다.

[표 9] 하림의 신선공정 시설



- 동물복지 : 스트레스 없이 사육하기, 동물복지 기준을 준수하여 전용 이송상자에 담겨 이동
- 가스스터닝 : 편안하게 재우기, 모세혈관 안의 피까지 배출되어 닭고기의 신선도를 향상시킴
- 방혈 : 완벽하게 혈액 배출시키기, 잠든 닭에서 혈액을 빼내는 공정



- 탕적/탈모 : 섬세하게 깃털 제거하기, 섭씨 45°C ~ 58°C의 뜨거운 물로 여러 차례 탕적 후, 탈모
- 스티मु레이션 : 긴장된 근육 풀어주기, 전기 자극을 통해 닭고기의 육질의 부드러움을 향상시킴
- 에어칠링 : 차가운 바람으로 식히기, 찬바람 속에서 최장 7km의 레일을 200분 동안 돌며 물먹지 않은 2°C 닭고기가 만들어짐



- 8°C 작업장 : 신선온도 2°C 지키기, HACCP 권고는 15°C이지만, 더 신선함을 위해 전체 공장 내 작업장 온도를 8°C로 유지하고 있음
- 냉각터널 : 살얼음 코팅하기, 25°C의 냉각 터널을 40분 동안 통과하여 겉면에 살얼음을 입혀, 유통과정 동안 닭고기의 신선함을 유지하는 보호막 역할을 함
- 콜드체인 : 끝까지 신선함 지키기, 출고 전 제품을 보관하는 자동화창고와 물류차량의 실내온도를 0°C~1°C로 유지, 닭고기의 육심온도 2°C 지키기 위한 기준

*출처: 하림홈페이지, 한국기업데이터(주) 재구성

■ 차별화된 제품 개발로 경쟁력 제고

동사의 육가공은 고객의 욕구가 다양화되고 세분화될수록 소비자 라이프 스타일 변화에 대응하기 위한 브랜드 아이덴티티 관리 및 로열티를 강화해 나가고 있다. 시장 환경에 맞춰 소비자 니즈에 귀 기울이며, 가치 중심으로의 전환을 통해 차별화된 제품 개발에 경쟁력을 높여나가고 있

다. 또한, 바로 조리할 수 있도록 준비된 제품(RTC), 바로 먹을 수 있는 제품(RTE), 바로 데워 먹을 수 있는 제품(RTH), 요리 편하게 세정 후 소량 포장 식재료(RTP)로 세분화하였고 종류는 냉동제품으로는 대표적 영양간식인 용가리 제품을 비롯해 치킨너겟, 즉석 삼계탕, 프라이드치킨, 치즈스틱, 후리컨들, 핫골드윙 등의 제품과 냉장제품으로는 훈제통닭, 닭가슴살 육포, 참맛비엔나, 하림 후랑크 등이, 상온 제품은 닭가슴살 캔, 맑은 닭 육수 등 약 850종의 다양한 포트폴리오를 보유하고 선보이며, 가정에서 만드는 것보다 더 위생적, 안전하게 제품을 생산해 고객 감동 먹거리 문화를 만들어가고 있다.

[그림 13] 브랜드화



*출처: 하림홈페이지, 한국기업데이터(주) 재구성

■ 생물공학 연구소를 통한 R&D 강화

[표 10] 연구개발비용

(단위 : 천 원)

구분	2020년. 상반기	2019년. 상반기	2019년	2018년	비고	
원재료비	100,124	113,554	195,555	116,180	-	
인건비	321,848	382,007	720,339	769,102	-	
감가상각비	39,791	33,432	71,005	66,701	-	
위탁용역비	189,165	175,593	347,484	316,047	-	
기타 경비	342,347	305,705	643,920	543,399	-	
연구개발비용 계	993,275	1,010,291	1,978,303	1,811,429	-	
회계처리	판관비	993,275	1,010,291	1,978,303	1,811,429	-
	제조경비	-	-	-	-	-
	개발비	-	-	-	-	-
합계 (매출액 대비 비율)	0.24%	0.22%	0.25%	0.22%		

*출처: 하림반기보고서, 한국기업데이터(주) 재구성

동사는 소비자들이 안심하고 먹을 수 있는 식품, 우리 몸에 보다 좋고 맛있는 식품을 저렴하고 안전하게 공급될 수 있도록 전문적인 인원으로 구성된 생물과학연구실을 운영하고 있으며, 철저한 품질관리, 위생공정관리를 수행하고 신제품 개발 목적으로 2005년 7월부터 공인된 기업부설 연구소를 운영하고 있다. 생명과학연구실은 사육에서 가공, 판매까지의 육계 계열화 사업을 통한 농업경영의 기술이념에 따라 1차 산물의 부가가치 배가와 국민 보건 증진에 목표를 두고 식품 연구 및 개발, 생산기술에 관한 연구목적으로 설립되었다. 담당조직은 R&D실 산하 개발 1팀,

개발 2팀, B2B 개발팀, 품질혁신팀, 마케팅실 산하 마케팅 1~2팀, 커뮤니케이션팀, 디자인팀으로 구성되어 있다.

주요 활동으로는 1고(고단백질) 3저(저열량, 저지방, 저콜레스테롤)의 닭고기를 이용한 영양과 편의 및 간편함을 추구하는 상품을 개발하여 소비자의 의식수준을 선도하고 1차 산물의 부가가치 창출을 통해 농가 소득 증대에 기여하므로 궁극적으로 국민 건강 및 농업경영에 이바지하고자 노력하고 있다. 2020년 반기보고서 기준 현재 연구개발에 의해 구현된 기술은 품목허가 40건이 보고된 상태이고 연구개발 제품의 요약은 다음과 같다.

[표 11] 연구개발 제품 요약

분야	구분	연구실적
제품	하림샐러드& 케일 닭가슴살 샐러드 소시지	건조샐러리, 건조케일입자를 적용하여 건강한 이미지를 부여한 소시지 제품 슬림한 형태로 먹기 간편하여 간식으로도 샐러드 토핑으로도 다양하게 즐길 수 있고 신선한 채소의 향과 맛의 풍미가 살아있는 제품
	전통삼계탕	닭고기, 수삼, 찹쌀, 대추가 육수와 혼합되어 있는 삼계탕의 식육추출 가공 제품 육질은 부드럽고 쫄깃한 식감 유지하고 국내산 자연재료를 더해 만든 대표 보양식으로 개발한 제품으로 제품 출시에 따른 매출액 증대와 삼계탕 시장 확대
	하림 닭가슴살 스테이크	간편한 식사대용, 간식용으로 냉장 닭가슴살 소시지 제품 고단백질로 풍부한 맛과 부드러운 식감으로 간편하게 식사 대용으로 소비자에게 제시하여 제품 출시에 따른 매출액 증대와 소시지 시장확대
	하림e닭 닭가슴살	닭가슴살의 높은 단백질 함량과 낮은 나트륨으로 건강 또는 다이어트 등을 추구하는 소비자에게 제시할 수 있는 제품 보존료 무첨가로 냉장숙성한 촉촉한 닭가슴살로서 제품 출시에 따른 매출액 증대와 시장확대
	동물복지 IEF 큐브 닭가슴살	염지 시 공정 설비화로 시간 및 인력 소모 단축하여 생산성 향상 신공정 추가 - 양념육 개별급속동결(IEF) 공정 도입하여 조리 시 편의성 및 시장내 새로운 제품군 선도

*출처: 하림반기보고서, 한국기업데이터(주) 재구성

■ 안전보건경영 실천

식품은 소비자가 직접 섭취하는 제품으로, 친환경적인 제품 생산을 위한 ‘제품 환경규제’와 제품을 생산하고 있는 사업장을 친환경적으로 관리하기 위한 ‘사업장관리 환경규제’ 등 크게 2가지로 구성되며, 제품환경규제 준수의 경우, 제품의 개발 단계부터 원료, 생산, 제조, 포장, 유통, 사용 등 제품의 전 과정에 걸친 환경 영향을 최소화하기 위해 온실가스 탄소배출량, 용수 사용량 저감 활동을 진행하고 있다.

또한, ISO 14001, K-OHSAS 18001을 획득하여 통닭류, 가공 제품류, 집단급식에 대한 설계, 개발, 생산 및 부가서비스 등에 대해 한국경영인증원(KMR)으로부터 인증을 받았으며, 이러한 활동을 식품 관련 국내외 환경법규 준수 및 기업과 제품의 친환경성 제고를 통해 차별화 요소로

서 기여하고 있다. 이를 위해 안전보건담당자의 인력양성과 임직원 대상 안전보건 교육을 통해 안전의식 고취 및 자율안전 관리 정착을 위해 최선을 다하고 있다.

[그림 14] 소비자가 믿고 먹는 하림e닭!



*출처: 하림, 한국기업데이터(주) 재구성

IV. 재무분석

매출감소세 지속으로 당기 영업적자 전환하였으나, 유동성 개선 기대

동사 연결재무제표 기준, 최근 2개년 연속 매출감소세 지속하며, 전년대비 영업적자 전환(영업손실 434억 원, 영업이익률 -5.39%)하였고, 이에 부채비율 지속적으로 증가하며 당기 부채비율 200%를 상회하는 등 재무적 부담 가중되고 있다.

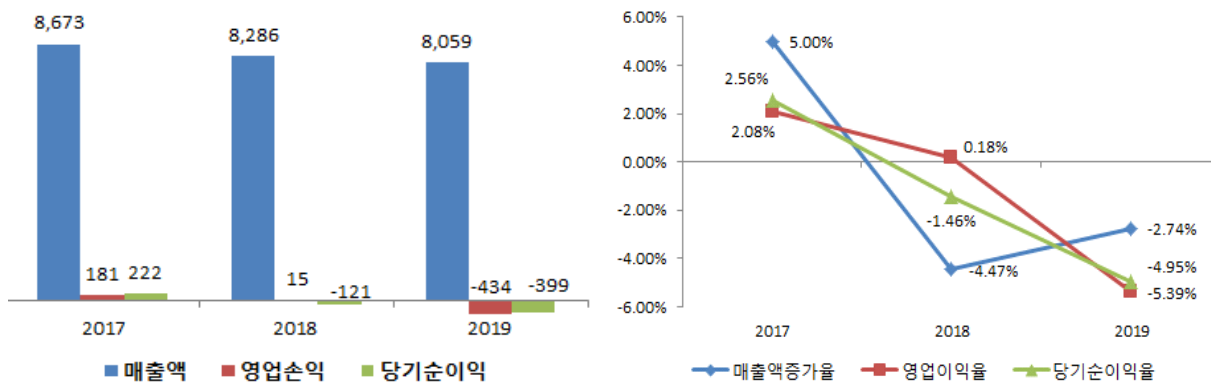
■ 최근 2개년 매출감소세 지속 및 수익성 미흡

동사의 최근 3개년 매출액은 2017년 8,673억 원, 2018년 8,286억 원, 2019년 8,059억 원으로 지속적인 감소세 이어지고 있으며, 전기 순적자 전환에 이어 당기에는 영업이익까지 적자 전환되며, 열위한 수익성 이어지고 있다. 이는 국내 양계업계의 공통적 현상으로써 원종계 및 육용종계 입식수의 수급불균형과 더불어 경쟁사의 과다한 육계공급으로 시장가격이 하락한 것이 주요 원인으로 작용하였다. [육계 산지평균 구매가격 시세 약 1,329원(전년 대비 ↓69원)]

다만, 신선육 매출액이 전년 동기 대비 5.51%(34,332백만 원) 감소한 588,454백만 원을 시현하며, 전체 매출 감소세의 원인으로 작용한 반면, 육가공 매출액은 전년 동기 대비 2.28% 증가한 144,408백만 원을 시현하였다.

[그림 15] 동사 연결기준 포괄손익계산서 분석

(단위: 억 원, %)



*출처: 하림 사업보고서(2017~2019), 한국기업데이터(주) 재구성

■ 업황 하락에 따른 재무구조 미흡

동사는 ‘브랜드 파워 1위’의 국내 닭고기 시장 리더로서, 2020년 동사 반기보고서 기준, 약 20%의 시장점유율을 유지 중에 있는 바, 원종계의 사육 및 종란의 생산에서부터 부화, 사료생산, 사육, 도계 및 가공(육가공) 등 최종 제품의 유통에 이르기까지 각 단계를 수직적으로 통합 경영하면서 생산비 절감효과를 거두고 있어 국내 계열화 업체 중 가격 경쟁력이 뛰어난 수준이다.

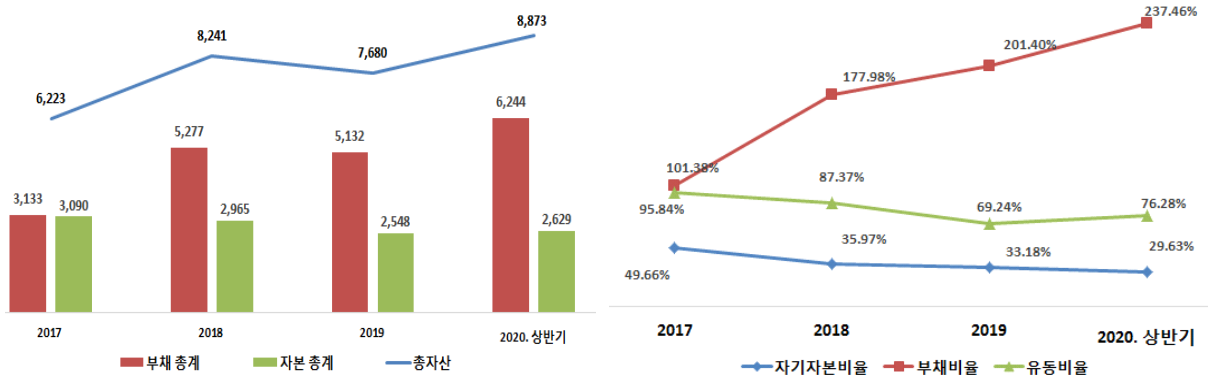
다만, 여러 육계 업체가 난립중인 상황에서 시장 공급과잉이 지속되고 있으며, 닭고기 수입물량의 증가, 코로나 19바이러스로 인해 마트와 백화점 등 대형 채널이 부진을 겪고 있는 상황 등으

로 인하여 최근까지 적자 지속되고 있다. 실제로 동사의 메인 제품군인 신선육 매출량은 2019년 기준 전기 대비 8.31% 증가하였으나, 시장가격 하락의 영향으로 매출액은 전년 동기 대비 5.51% 감소하였다.

동사의 수익성을 분석하면, 영업이익률은 2017년 2.08%, 2018년 0.18%, 2019년 -5.39%로 지속적으로 하락하여 당기 적자 전환하였으며, 순이익률은 2017년 2.56%, 2018년 -1.46%, 2019년 -4.95%로 2년 연속 적자를 기록하였다. 이러한 업황 하락으로 동사의 부채비율은 2017년 101.38%, 2018년 177.98%, 2019년 201.40%, 2020년 상반기 237.46%로 지속적으로 상승하였으며, 자기자본 비율 역시 2017년 49.66%, 2018년 35.97%, 2019년 33.18%, 2020년 상반기 29.63%로 하락하였다.

이에 동사는 운영자금 부담이 커지자 올해 6월 8년 만에 시장 자금조달을 재개하며, 350억 원 규모의 사모사채를 발행하였으며, 이에 따라 2020년 상반기 유동비율은 개선된 모습을 보였다. (유동비율 추이 : 2017년 95.84%, 2018년 87.37%, 2019년 69.24%, 2020년 상반기 76.28%)

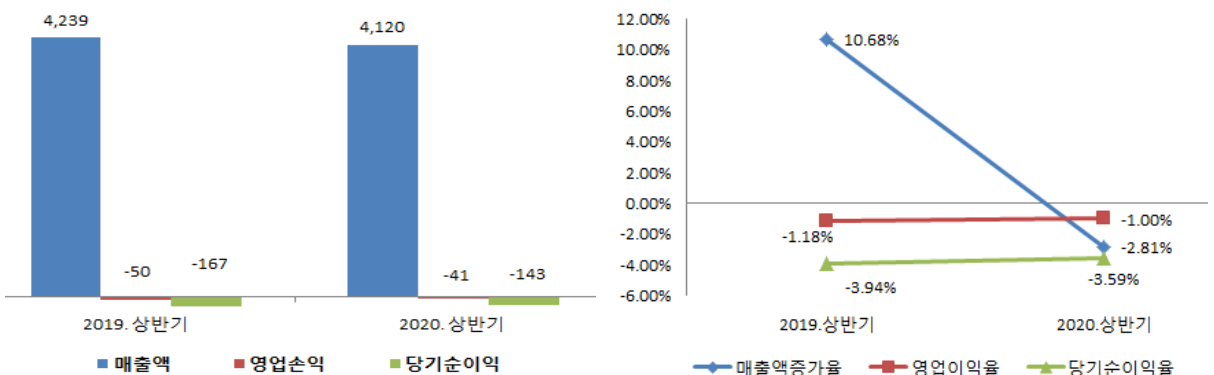
[그림 16] 동사 연결기준 재무상태표 분석 (단위: 억 원, %)



*출처: 하림 사업보고서(2017~2019), 반기보고서(2020) 한국기업데이터(주) 재구성

■ 타 사업부문의 매출 다각화를 통한 수익성 개선 노력

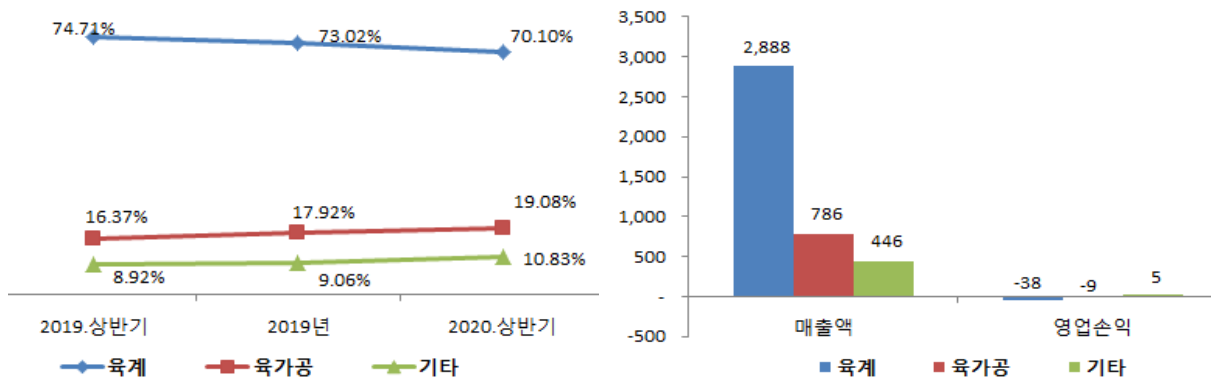
[그림 17] 동사 상반기 기준 포괄손익계산서 분석 (단위: 억 원, %)



*출처: 하림 반기보고서(2019, 2020), 한국기업데이터(주) 재구성

동사의 사업은 크게 육계, 육가공, 기타 사업으로 구분되는 바, 매출비중이 가장 큰 육계 시장 상황의 어려움으로 수익성 악화가 지속되었으나, 최근 지속적으로 가공식품사업을 비롯한 다른 사업부문의 매출 분산을 통해 시장리스크를 감소시키기 위해 노력하고 있으며, 그 결과 2020년 반기 기준, 누적적자는 유지중이나, 2분기 영업이익은 31억 원의 흑자를 기록, 업황 개선세를 보였다.

[그림 18] 동사 연결기준 사업부문별 분석 (단위: 억 원, %)



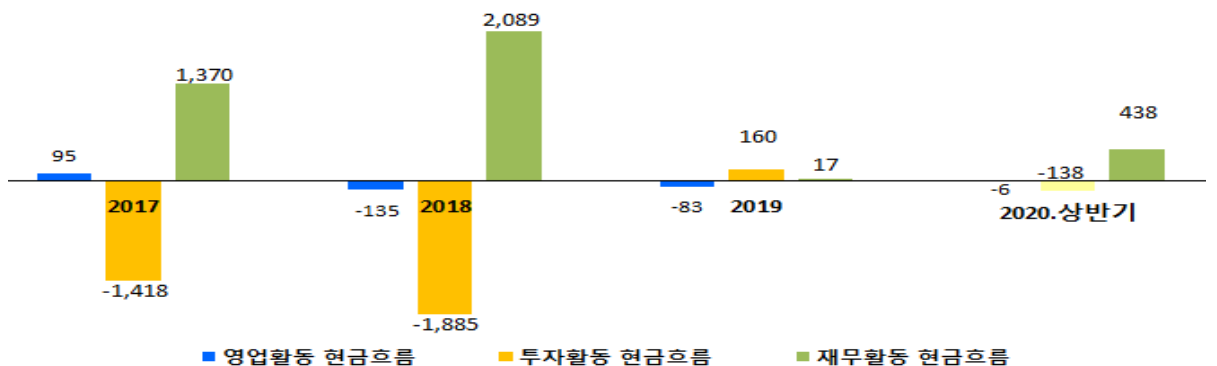
*출처: 하림 반기보고서(2019, 2020), 한국기업데이터(주) 재구성

■ 시장 자금조달을 통한 재무구조 개선 노력

2019년 동사의 영업활동현금흐름(-83억 원)은 영업손실(434억 원)을 대폭 상회하고 있으며, 2020년 상반기까지 영업활동 현금흐름은 적자를 기록하였으나 지속적으로 개선되는 모습을 보이고 있다.

또한, 사채발행 등 시장 자금조달을 통해 현금 및 현금성 자산이 2020년 상반기 기준 큰 폭으로 늘어났으며(2019년 말 509억 원 → 2020년 상반기 803억 원), 유동비율이 개선되는 등 전반적인 재무구조 개선 노력 중에 있다.

[그림 19] 동사 현금흐름의 변화 (단위: 억 원)



*출처: 하림 사업보고서(2017~2019), 반기보고서(2019, 2020), 한국기업데이터(주) 재구성

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

고부가가치 식품 확대와 동반성장, 품질경영으로 업계 1위 수성

시장 1위의 견고한 시장점유율 유지와 원가 절감에 힘입어 손익구조의 점진적인 개선이 기대 시 된다.

■ 포장지 · 쓰레기 · 재고 없는 도시첨단 물류단지 조성 목표

동사는 서울 양재동 하림부지에 도시첨단물류단지를 만든다. 지하에는 첨단 유통물류 시설을 조성하고 지상에는 업무시설, 공연장, 숙박시설, 주거시설 등이 들어서는 랜드마크형 대표 물류시설을 만들 계획이다. 최첨단 기술을 통해 ‘쓰레기 없는 물류’, ‘재고 없는 물류’를 구현해 물류, 유통의 패러다임을 바꾼다는 각오다. 도시첨단 물류단지는 9만 4,949m² 부지에 경부고속도로 양재 IC와 강남순환도시고속도로에 인접해 있으며, 서울을 비롯해 수도권 인구밀집지역 중심부에 위치해 지역 내 소비자들에게 2시간 상품을 배송할 수 있을 전망이다. 한편, 단지 내 시설에서 발생하는 생활쓰레기를 지하에 설치된 재활용처리 설비에 모아 70% 이상을 재활용 처리하는 시스템을 구축하고 특히 단지 내 발생하는 음식물 및 식자재 쓰레기는 발생 즉시 신선한 상태로 수집해 100% 재활용할 계획으로 이는 국내는 물론 세계적으로 처음 시도되는 모델이다. 또한, 카톤박스나 택배 포장 없이 원제품 그대로를 소비자에게 전달함으로써 물류 과정을 발생 쓰레기를 원천적으로 차단함으로써 쓰레기 수거 및 처리에 따른 행정력 낭비와 공공비용을 절감할 계획이다.

■ 하림, 닭가슴살 전문 브랜드 ‘하림e닭’ 런칭

‘하림e닭’은 1등 하림이 만든 닭가슴살 전문 인터넷 쇼핑몰로, 닭가슴살 원물, 소시지, 스테이크, HMR, 샐러드에 이르기까지 닭가슴살로 만들 수 있는 모든 제품을 제공하고 있으며, 100% 국내산 닭고기만을 사용하고 제조부터 판매까지 직접 운영하는 안전한 시스템과 평균 8시간 냉장 숙성으로 촉촉한 고단백의 다양한 닭가슴살을 제공하고 있다.

■ 동반성장을 위한 협력업체 지원 및 기술혁신 컨설팅 지원

사회적 책임 경영을 실천하는 하림은 기업생태계를 보존하고 장기간 서로 상생해 나가기 위한 상호 협력을 지원하기 위해 금융지원(직접 금융지원, 간접 지원), 인력지원(HACCP 인증 및 갱신지원, 동물복지 및 친환경 인증), 위생지원(수의사 처방제), 결제조건 개선(선급금 운영 확대, 대금 마감 횟수 개선 등) 등의 지원 프로그램을 운영 중이며, 이를 통해 하림의 핵심 가치인 상생경영을 통한 더불어 성장을 실천해나가고 있다. 협력사와 공동으로 기술혁신을 통해 연간 1억 원 이상의 원가절감 효과를 창출하여 생산성과 품질 향상에 기여하는 협력업체를 대상으로, 우수협력업체를 지원하는 등 다양한 동반성장 프로그램을 추진해나가고 있다. 또한, 코로나 19로 인한 소비 부진과 생계 시세 하락 등으로 어려움을 겪는 육계산업 활성화에 조금이라도 힘을 보태기 위해 ‘닭고기 소비 촉진 운동’을 계획하며 상생의 문화를 더욱 공고히 하고 있다.

■ 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
	해당사항 없음		

■ 시장정보(주가 및 거래량)

[그림 20] 하림 1개년 주가 변동 현황



*출처: 한국거래소(2020.10.30)