



매일유업 회사소개

2022년 12월





역사, 현황, 가치관

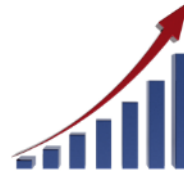


주요 수치 (2021/12/31 기준)

*별도 재무제표 기준



53년 업력



매일유업 매출액
1조5천억원



매일유업 임직원수
2,079명



전국 **7개**
전문화 공장 보유



전국 협력농가
380곳



수출액
380억원



故 김복용 회장의 창업 정신 낙농보국

1969년 한국낙농가공(주) 설립 (現 매일유업)
국제개발협회(IDA) 차관 협정 (세계은행의 지원)
3년간 5천두 젖소 도입
낙농지도사업, 젖소공제사업



중부지역 낙농개발사업가동



한국 최초 비행기로 젖소 수송도입



정부의 축산부분 산업훈장

비전, 미션, 핵심가치

비전

“More than food, Beyond Korea”

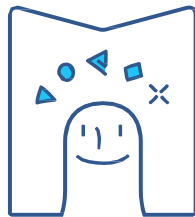
새로운 식문화를 창조하며, 글로벌로 나아간다.

미션

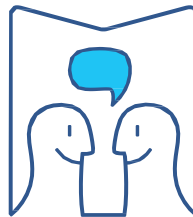
“우리는 건강한 매일, 맛있는 매일, 새로운 매일을 연구하고 개척하여,
모두가 건강하고 행복한 함께하는 사회를 만든다”

핵심
가치

창 의



소 통



열 정

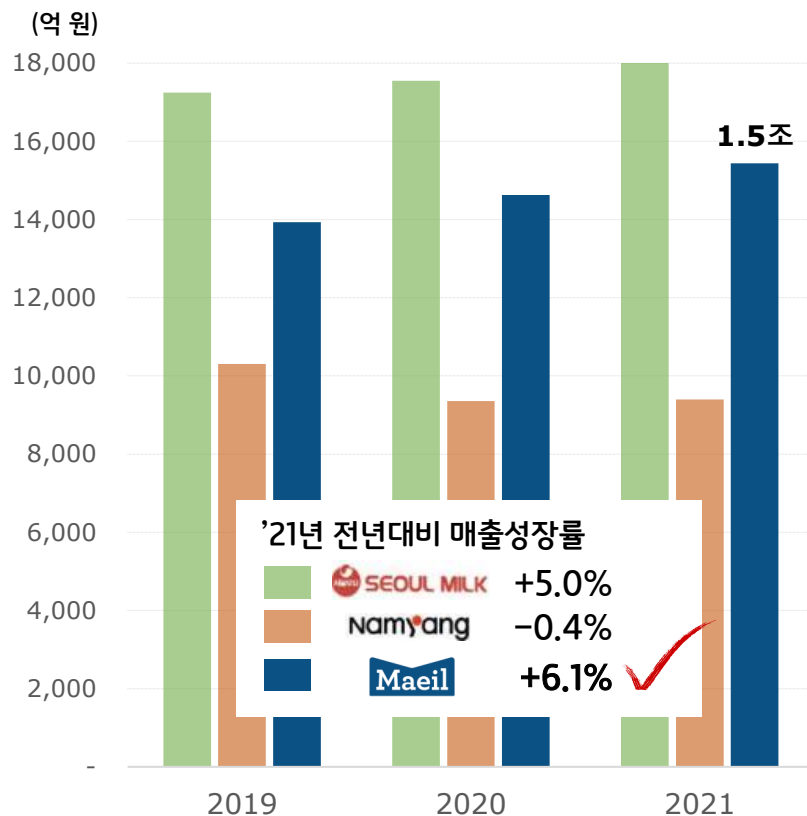


상 생

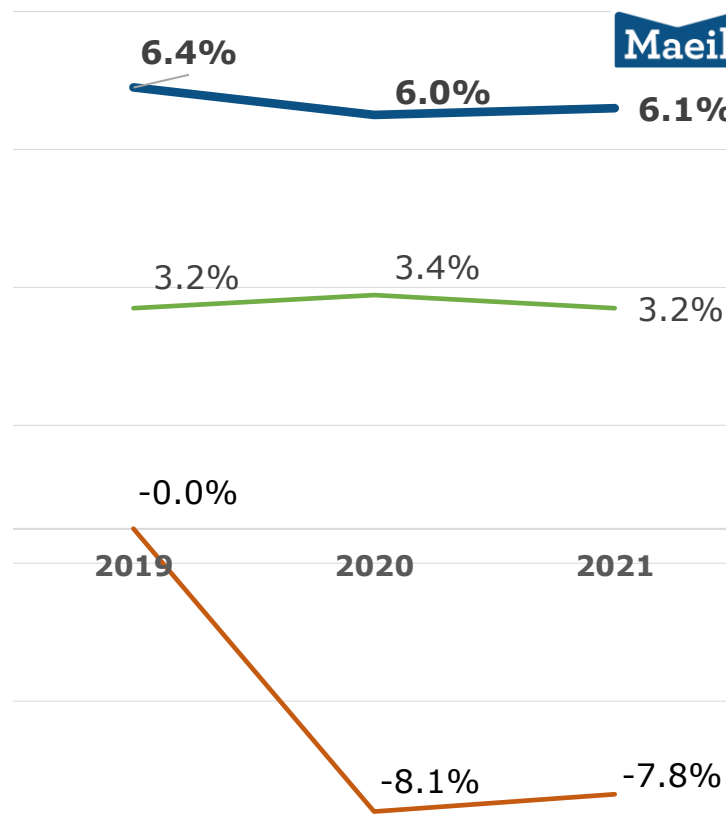


국내 3대 유가공기업 중, 가장 높은 성장세와 수익성 기록 중

한국 3대 유가공기업 매출추이



한국 3대 유가공기업 영업이익률 추이



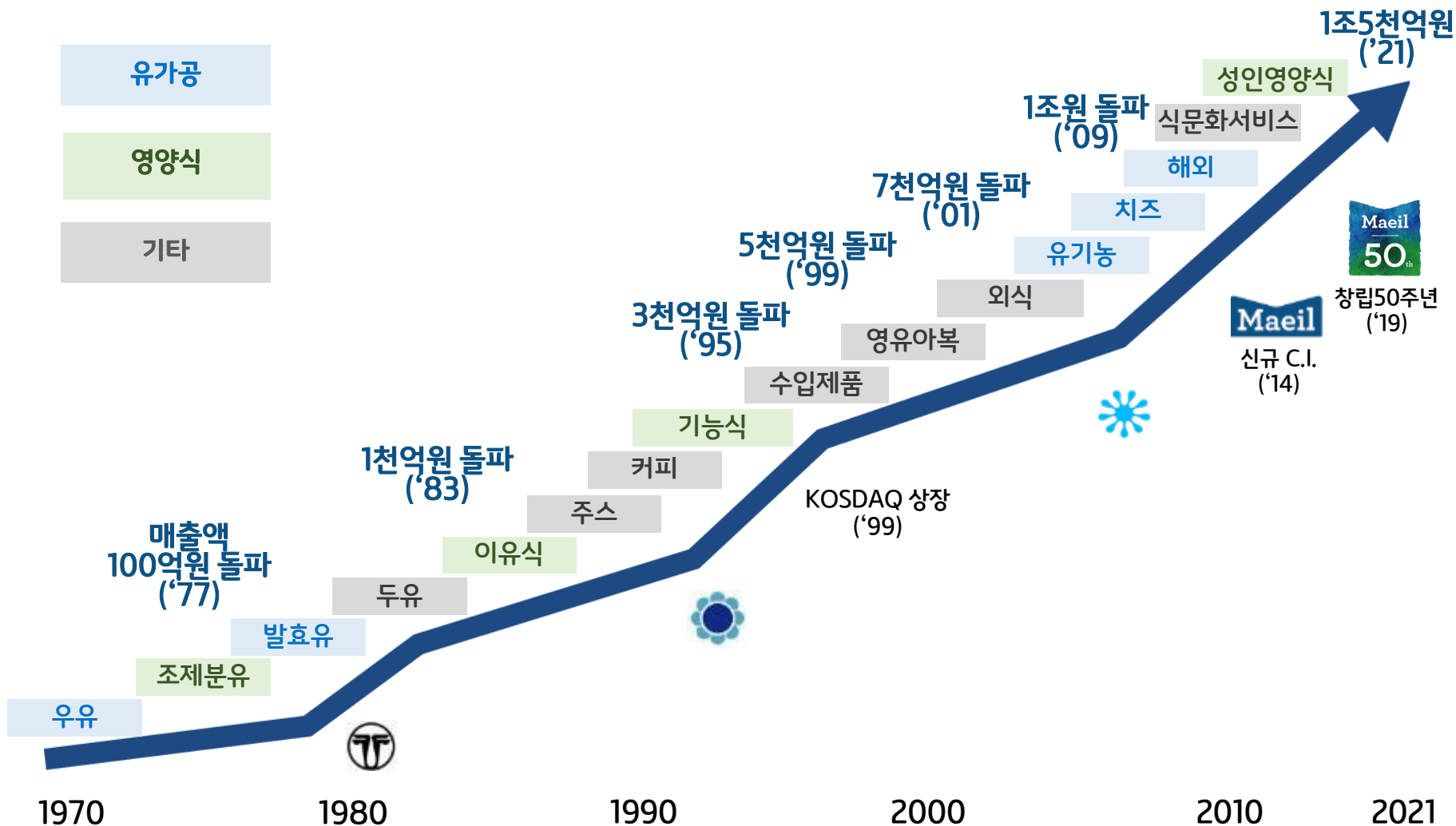
성장 추이 (매일유업 매출)



유가공 제품 확대 시기

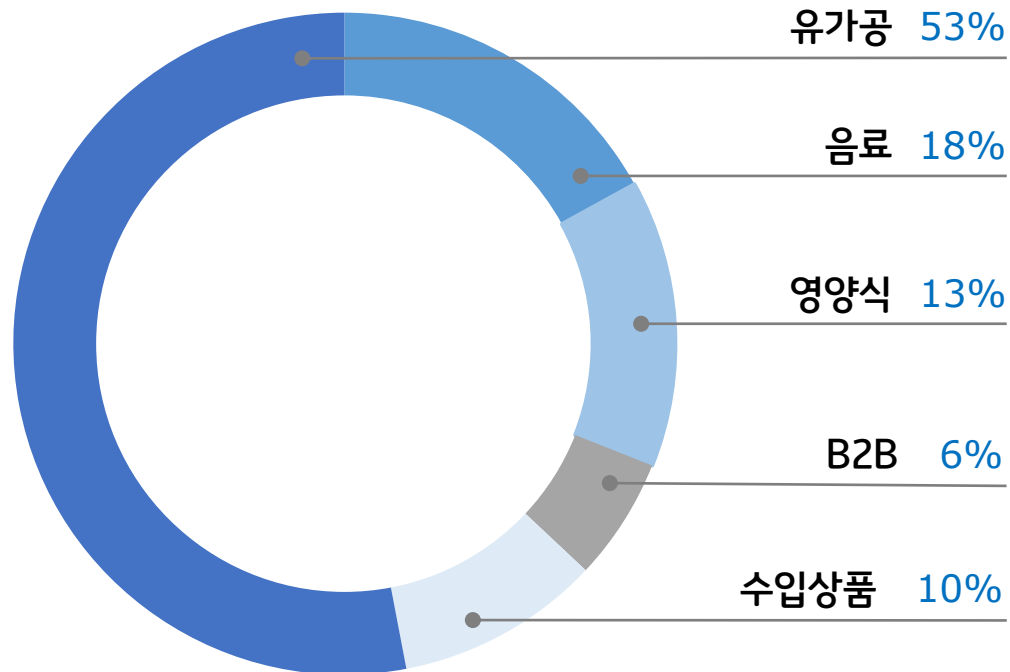
제품 다각화 시기

사업 다각화 시기



매출 비중

매일의 매출은 주로 유가공 제품이며 점차 영양식, 음료 비중을 높여 가고 있음



매일유업 기준 (2021)

매일의 제품 (1/2)

우유



유기농/친환경



발효우유



치즈



매일의 제품 (2/2)

음료 (커피/주스/곡물)



유지류 외



영양식



간편식



성인영양식



수입상품



매일유업은 고객 타겟 및 카테고리별로 다른 브랜드 운영



대표 유기농/친환경 브랜드 <상하목장>



<상하목장> 브랜드는 국내 유기농우유 시장 점유율 87%를 자랑하는 한국 대표 유기농 유제품 브랜드입니다.

(Nielsen RI 2021.12월)

우유, 발효유에서 시작하여, 아이스크림 믹스, 그리고 저온살균한 SLOW 계열 브랜드까지 지속적으로 유기농/친환경 유제품, 식품으로 카테고리를 확대하고 있습니다.

하늘 상(上) 땅 하(下)

하늘이 주는 자연 그대로를
땅의 사람이 정직하게 담아 전하겠다는 약속



<상하목장> ORGANIC

<상하목장> SLOW

<상하농원> 연계
친환경, 산지직송 식품



저온살균우유, 케피어, 버터



방사유정란, 쌀, 햄/소시지, 과일잼/청, 빵 등 <상하농원> 공방제품 외 지역 농수축산물의 회원제 직배송 등 카테고리로 지속 확대

매일의 연구 및 생산



매일유업의 연구소는 1986년 설립되어
2015년 전통을 발전적으로 계승한 MIC로 거듭났습니다.

MIC Maeil
Innovation
Center



1986~



2015.12~

Maeil Innovation Center

4개의 연구그룹과 연구기획담당, 포장연구팀으로 이루어진 MIC는
석.박사 포함 100명의 연구개발 인력 보유

MIC Maeil
Innovation
Center

유제품연구그룹



우유
발효유
유지류
치즈

음료연구그룹



커피음료
곡물음료
주스
디저트

유아식연구그룹



조제분유/특수분유
이유식

*매일모유연구소

Health&Nutrition연구그룹



성인영양식
환자식

*사코페니아연구소



전국 7개의 전문화 공장과 7개 영업지점을 통해 전국을 커버

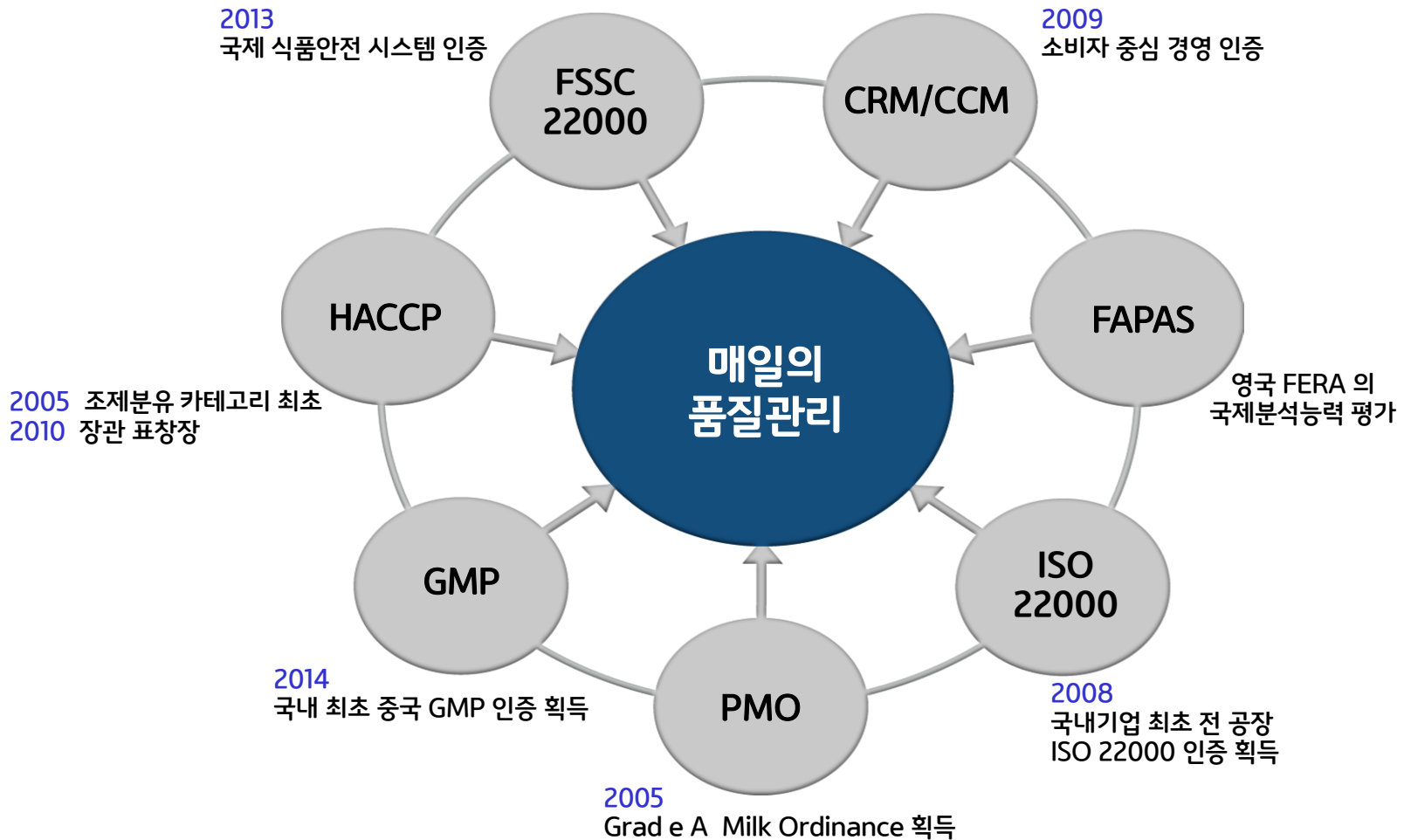
7개 공장



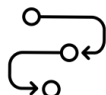
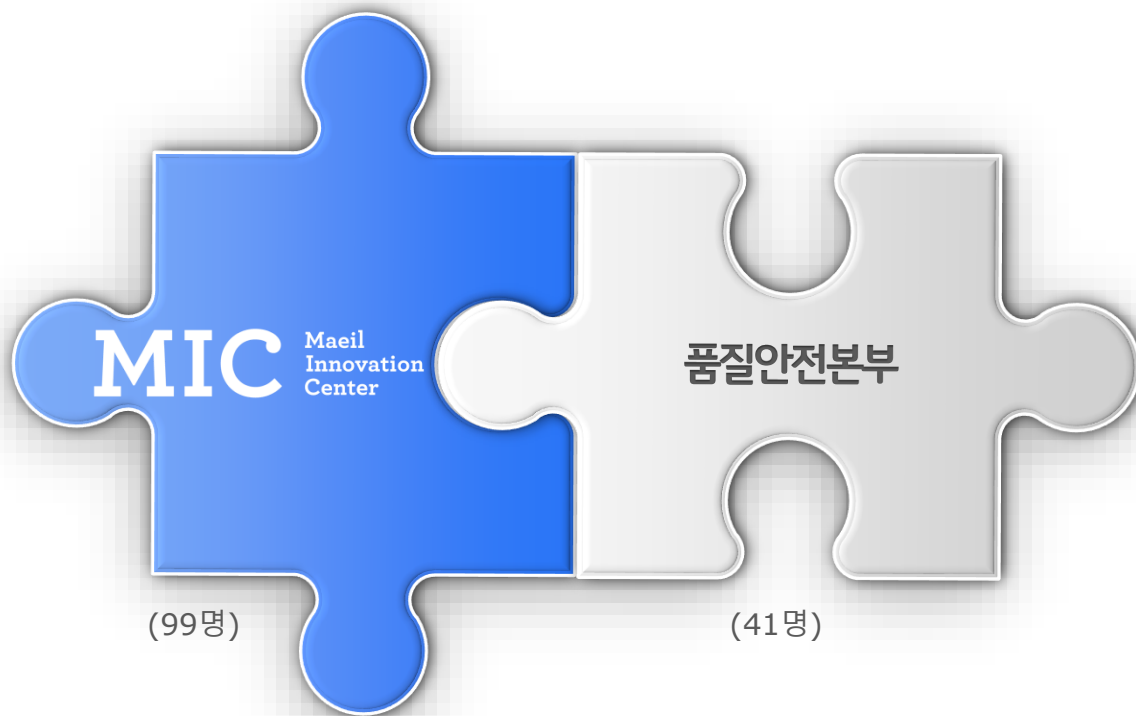
7개 지점



다양한 품질 인증을 통한 간소한 품질경영 강조



매일유업의 품질안전본부는 연구소인 MIC와 긴밀하게 소통하며
이슈사항 발생시 실시간 관리·응대



Maeil
SQS processes



Interpretation
of regulation



Monitoring
safety information



Overseas
registration



1st & 2nd
party audit



China
HACCP / GMP
/ Organic



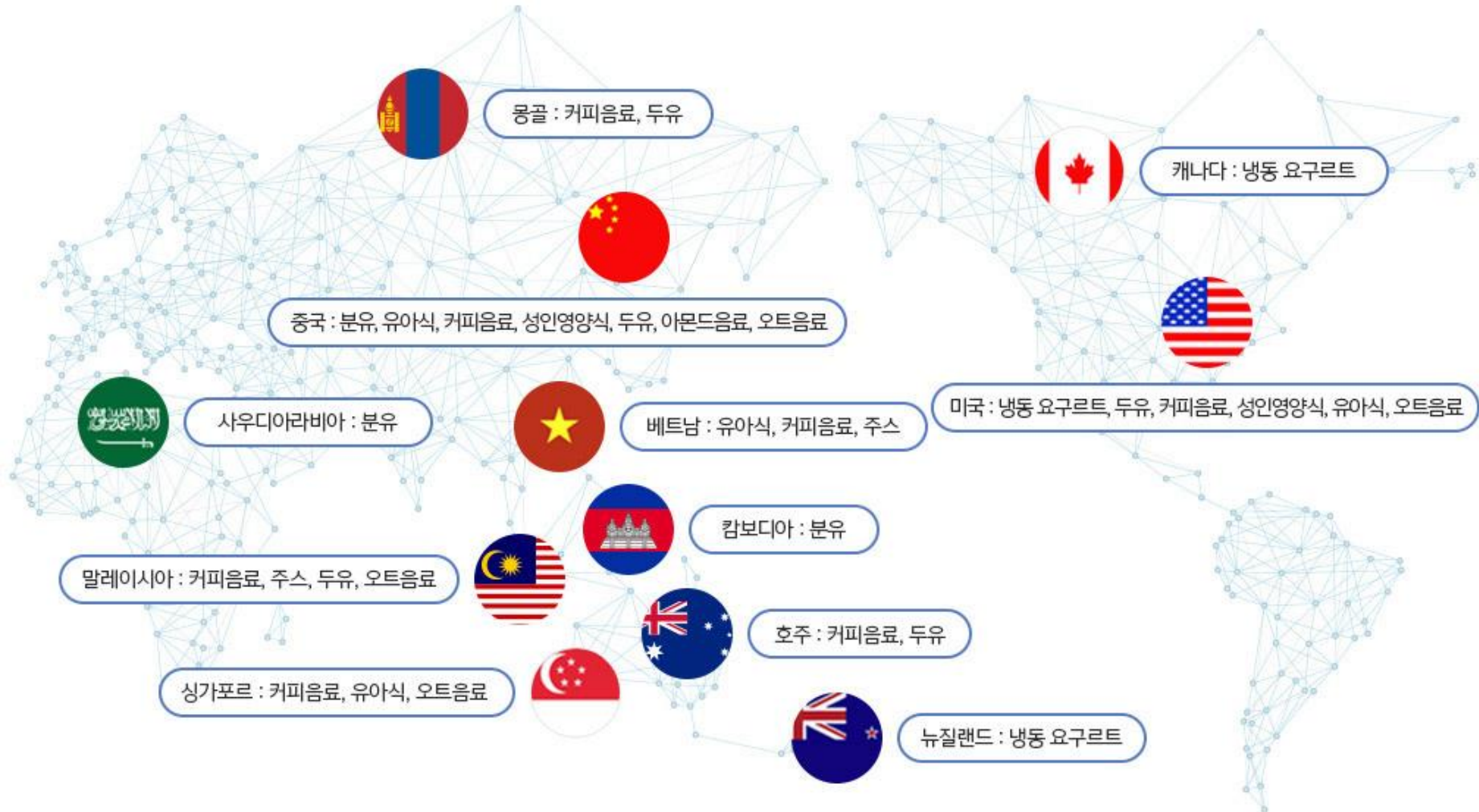
Precision Analysis
of Food Safety



매일의 해외사업



1981년 첫 수출을 시작으로 세계 10여 개국에
조제분유/특수분유/커피음료/요구르트/두유 등을 수출 중



매일의 해외사업 : 중국

Maeil

한국 기업 중 가장 많은 대 중국 조제분유 수출 중인 매일유업은
중국 내 프리미엄 유아식 보유, 최근 음료카테고리 확대를 위해 북경법인 설립

중국 영유아식 사업



중국 유음료 사업

北京每日乳业有限公司
Beijing Maeil Dairies Co., Ltd.



조제분유/
아동분유/
임산부분유



특수분유



- 2007년 중국 내 본격적인 조제분유 출시, 2015년 한국 유가공업체 최초 연간 5천만불 수출 달성
- 현지 agent를 직영으로 전환하여 중국 내 영유아 전문점에 유통 중
- 중국 법규 부합한 조제분유 2개 브랜드, 특수분유 2개 제품(무유당, 조산아) 등록 성공 (심도가수분해 제품 심사 중)
- 2018년 4월, 냉장·음료 카테고리 확대 위해 북경판매법인 설립, 약 3만개 편의점에 RTD 컵커피, 주스 유통
- 중국 내 Almond Breeze 독점 유통 중 (한국 생산 후 수출)

매일의 해외사업 : 호주



- '20년 12월, 코로나19로 인한 자금 어려움으로 70% 준공 중에 법정관리 (회생) 절차로 매각 대상이 된 공장을 인수해 호주 내 자체 공장 운영이 가능
- 해당 공장의 기존 핵심 인력들을 영입함으로써, 글로벌 유가공/뉴트리션 영업/생산 경험을 내재화하고 매일유업의 해외사업도 시너지 기대
- 금번 인수를 통해 B2B specialty 밀크파우더를 생산, 오세아니아/동남아/중동 시장에 진출할 수 있는 교두보 마련
- '22년 5월 공장 준공 완료
- 공장 주소:
72-76 Cowie Street, North Geelong, AUS
- 면적: 대지 15,283m², 건축 4,007m²
- 인증: DSFV, DAFF(수출), Halal
- CAPA: SMP/WMP 1.5톤/hr, 조제분유 1톤/hr
- 포장 단위: 25kg bag, 600kg bulk bag

매일유업은 글로벌 선도 식품업체들과 다양한 전략적 제휴 관계 보유

한국 내 독점 유통

FERRERO



한국 내 라이선싱/생산

HERSHEY'S



전략적 supplier



Arla



BLUE DIAMOND GROWERS



전략적 생산 파트너



매일의 계열사

경영 전문화, 효율화를 위해 2017년 5월 1일부로 지주사 체제 전환,
매일유업 외 매일홀딩스 아래 외식, 서비스 자회사 운영



매일홀딩스

'21 연결 매출액
1조 8,067억원



매일유업

유가공, 음료, 영양식, 식품

'21 매출액 1조 5,436억원

외식 및 서비스

PAUL BASSETT



KITCHEN
IL FORNO
Bar. Grill. Pizzeria. Piano.



國華 CRYSTAL JADE
A member of Crystal Jade Singapore



〈폴바셋〉 등 외식사업

PAUL BASSETT

〈폴바셋(Paul Bassett)〉은
세계가 주목하는 역대 최연소
월드 바리스타챔피언 폴바셋(2003, WBC)이
직접 선보인 프리미엄 커피 전문점으로
완벽한 커피를 만들기 위해 생두 선정부터
운송, 보관, 로스팅, 유통, 생산에 이르기까지의
전 과정을 철저히 관리합니다.

전국 111여개 직영점을 통해
2021년 연 매출 1,010억원 비즈니스로 성장했습니다.

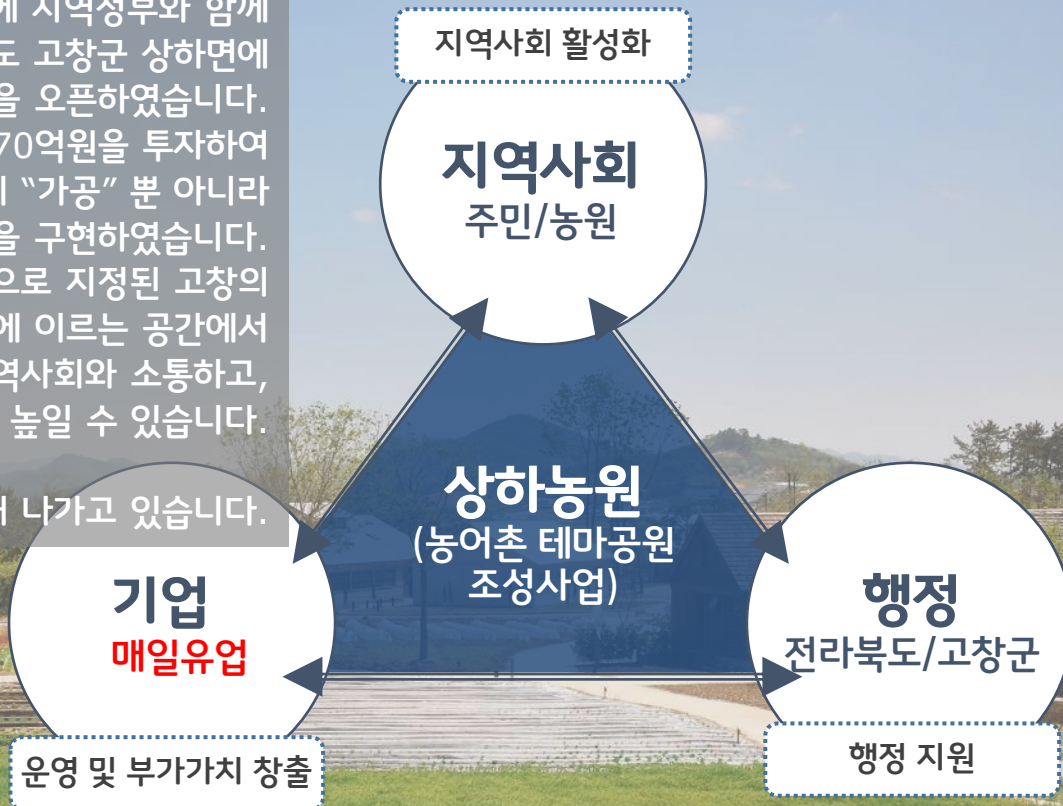


〈상하농원〉 농어촌 테마공원



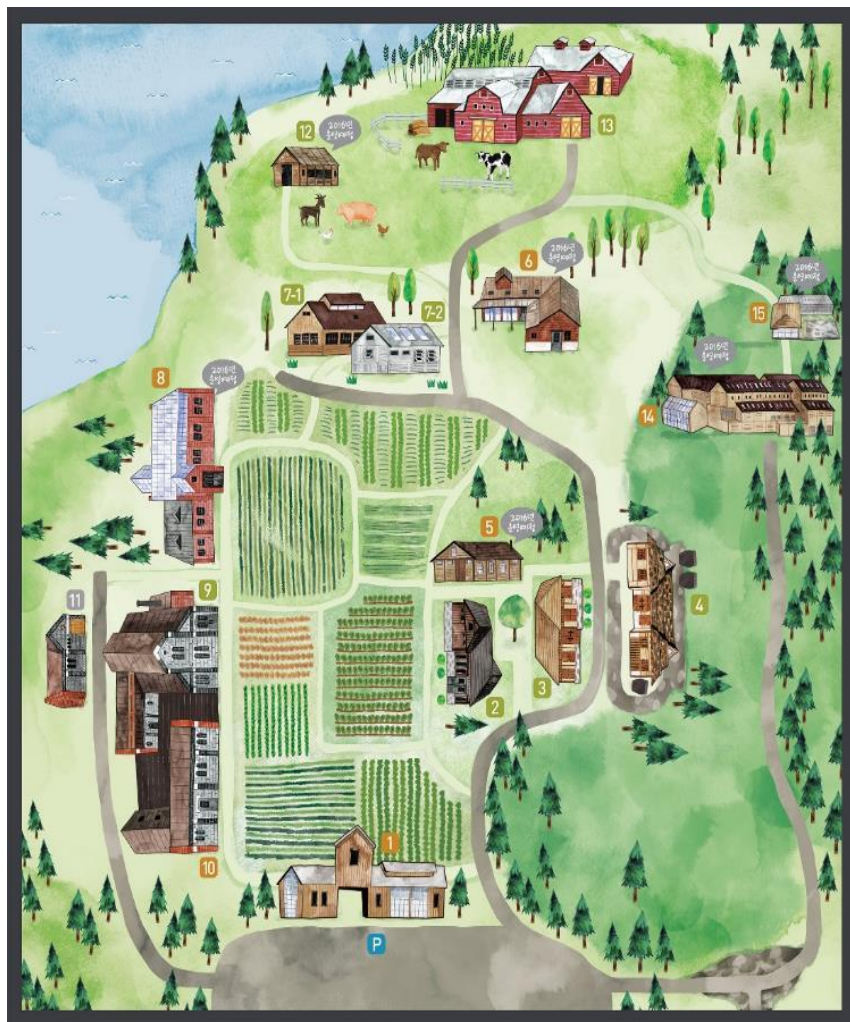
2016년 4월, 매일유업은 8년간의 준비 끝에 지역정부와 함께 전라북도 고창군 상하면에 농어촌 테마공원 <상하농원>을 오픈하였습니다. 매일유업과 전라북도, 그리고 고창군은 총 370억원을 투자하여 지역에서 “생산”된 농산품과 먹거리에 “가공” 뿐 아니라 “서비스”까지 더해 부가가치를 높이는 6차산업을 구현하였습니다. 전체 군이 UNESCO 생물자원보전지역으로 지정된 고창의 상하면 내에 약 3만평에 이르는 공간에서 방문자들은 목장방문, 체험학습 등을 통해 지역사회와 소통하고, 바른 먹거리에 대한 인식을 높일 수 있습니다.

2021년 연 매출 267억원의 비즈니스로 성장해 나가고 있습니다.



- 위 치 전라북도 고창군 상하면 용정리 (서울에서 3.5시간 거리)
- 면 적 총 99,640m² (30,141평)
- 오픈 2016년 4월 (그랜드오픈)
- 웹사이트 및 온라인 쇼핑몰 www.sanghafarm.co.kr

다양한 체험교실을 통해 먹거리에 대한 소중함을 제고하고 매일의 브랜드 가치를 향상



농장 체험



쿠킹 클래스



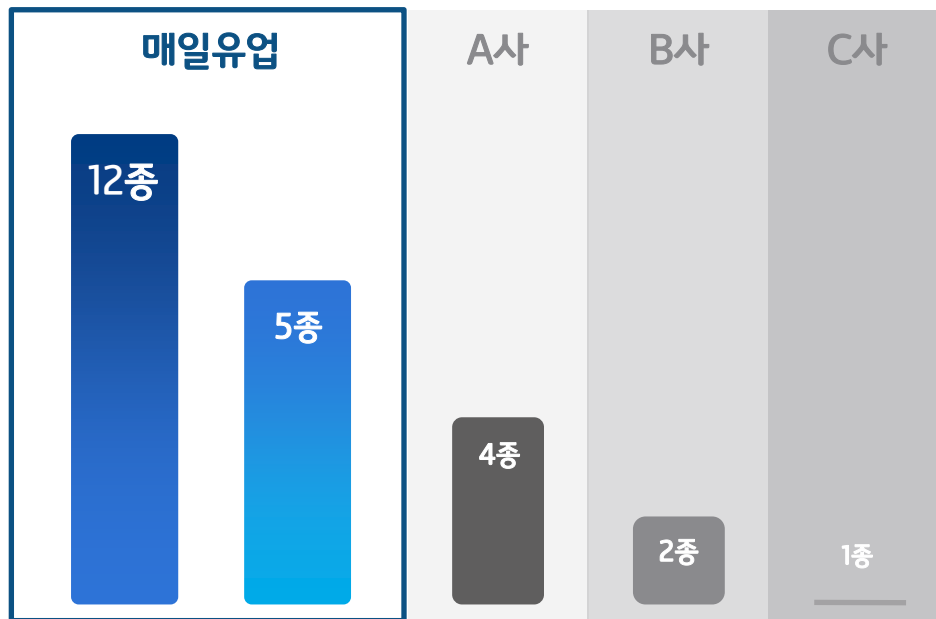
수제 제품



지역농민 직거래



사회공헌활동의 일환으로 국내 유일하게 극소수의 환아를 위한 선천성 대사 이상 특수분유를 생산하며, 해당 질환에 대한 대중의 인식을 높여가고 있음



선천성 대사 이상 알레르기/미숙아/급성설사

* 선천성 대사 이상 질환: 선천적으로 아미노산을 분해하는 효소가 부족하거나 전혀 만들어지지 않아 대사 이상을 일으키는 유전질환이다. 처음에는 구토, 호흡곤란이 나타나며, 식이관리를 제대로 하지 않을 경우 대개는 운동발달 장애, 성장장애, 뇌세포 손상으로까지 이어지게 된다.



홍보영상을 통한 인지도 제고



<http://youtu.be/sXZOQqAKrrQ>

PKU 가족캠프 후원



PKU(페닐케톤뇨증, 단백질류 대사 이상) 환아 가족을 위해 매년 여름 캠프 후원, 특별 메뉴 구성한 '행복한 외식' 행사 주최.

고객과 함께하는 세상을 생각하며
사회적 책임과 의무를 다함으로써 지속 가능한 경영을 실천함



40년 넘게 지속된 예비엄마교실 활동 등 가족친화경영으로 2015년 대통령표창 수여,
‘어르신의 안부를 묻는 우유배달’ 서비스 참여, 칸 국제 광고제에서 ‘우유안부 캠페인’ 광고 은사자상 수상,
‘따뜻하게 찾아가고, 초대하는 음악회’라는 모토 아래 지역을 중심으로 ‘매일 클래식’ 공연 개최



‘진암사회복지재단’을 통해 소외계층을 위한 생활지원 및 다문화 가정 지원,
‘진암장학재단’을 통해 장학 사업을 전개

감사합니다

