



NONGSHIM VALUE UP

농심 기업가치제고 계획

2025. 05

인생을 맛있게, 농심 😊

Disclaimer

본 보고서는 (주)농심(이하 "회사")의 기업가치 제고 계획 공시와 관련하여 투자자들에게 관련 정보를 제공하기 위한 목적으로 회사에 의하여 작성된 것입니다.

본 자료에 기재된 정보에 대해서 회사는 별도의 독립적인 외부 평가 혹은 확인 과정을 거치지 아니하였습니다.

본 자료에 포함된 정보나 의견의 공정성, 정확성 또는 완결성과 관련해서 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 자료가 자료 제공 이후의 중대한 변화를 반영하도록 수정 또는 보완되지 아니할 수 있습니다.

본 자료는 외부 감사인의 회계 감사 또는 검토가 완료되지 않은 상태에서의 회사의 추정 재무 실적 및 영업 성과에 관한 내용을 포함하고 있으며, 해당 내용은 회계 감사 또는 검토 과정에서 변경될 수 있습니다.

별도로 달리 명시되어 있지 않는 한, 본 보고서에 포함된 영업실적과 재무 정보는 한국채택국제회계기준에 따라 작성되었습니다.

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 또는 불확실성이 있습니다.

회사는 예측 정보 혹은 목표 수치와 관련하여 본 자료 제공 이후에 발생하는 결과 및 새로운 변경사항을 반영하도록 수정 또는 보완할 의무를 부담하지 아니합니다.

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.

본 자료는 회사가 발행하는 증권의 모집 또는 매출, 기타 투자를 위한 권유를 구성하지 아니하며 자료의 어떠한 내용도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없습니다.



인생을
맛있게,
농심 😊

CONTENTS

01 기업개요

Company Overview
Company History
Business Portfolio
Global Business

02 현황진단

Financial Analysis

03 목표설정

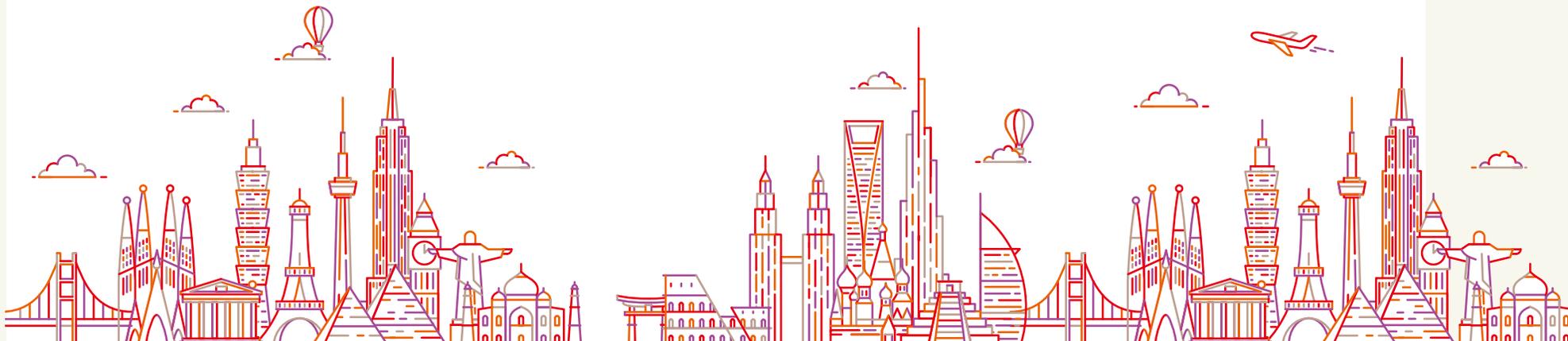
Value-up Goal for Mid-Term

04 계획수립

Business Development Plan
Shareholder's Return
Governance

05 소통

Communication with Market



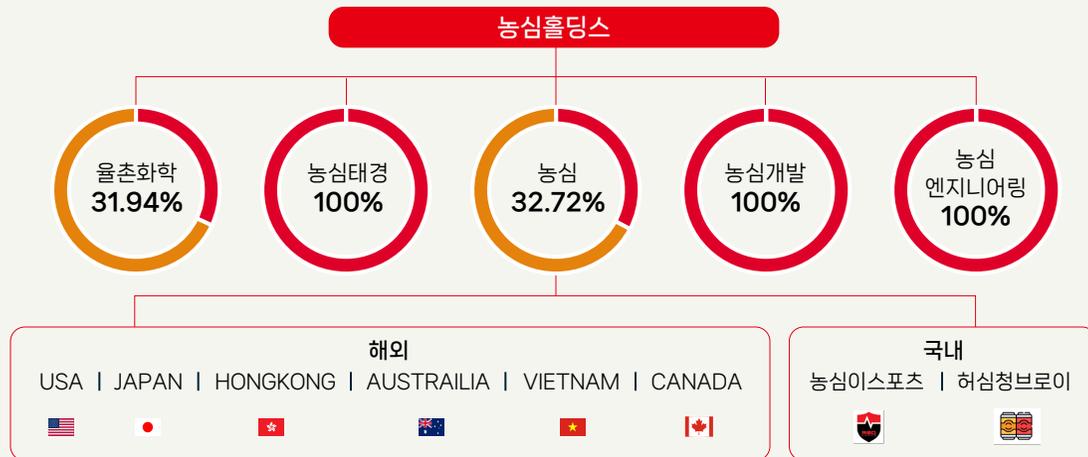
COMPANY OVERVIEW

● 일반현황

인생을 맛있게,
농심 😊

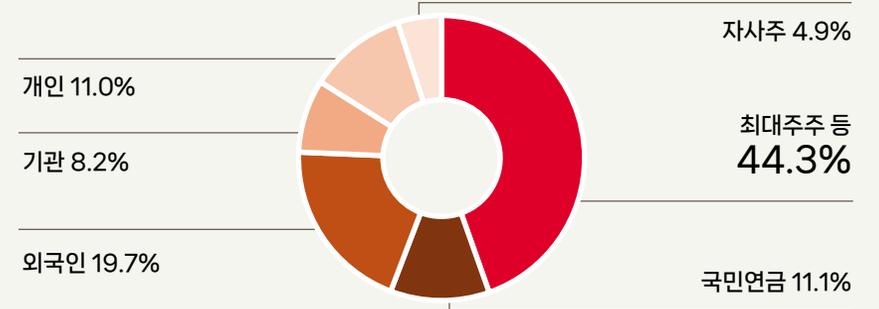
기업명	(주)농심
설립일	1965. 9. 18
유가증권 상장일	1976. 6.
대표이사	이병학
사업영역	라면, 스낵, 음료, 상품, 건기식 등
자본금/발행주식수	304억 원 / 6,082,642 주

● 그룹 지배구조



● 주주현황

[2024년 12월 말 기준]



● 경영성과 (연결기준)

(단위: 억 원)

	FY2022	FY2023	FY2024
매출액	31,291	34,106	34,387
매출총이익	8,996	10,352	9,655
영업이익	1,122	2,121	1,631
당기순이익	1,160	1,715	1,576
총자산	30,347	32,348	35,975
총부채	7,194	7,939	9,249
자기자본	23,153	24,409	26,726
부채비율	31.1%	32.5%	34.6%

COMPANY HISTORY

Global F&B Lifestyle Leader

국내 선도 식품 기업으로 도약한 농심은 글로벌 기업으로 다채롭고 즐거운 식경험을 통해 더 많은 이들이 맛있는 인생을 누릴 수 있도록 할 것입니다.



창업과 기반구축

농심은 1965년 롯데공업에서 출발하여 1970년 소고기라면, 1971년 새우깡을 시작으로 국민과 함께하는 기업으로 성장하였습니다.

- 1965. 09 롯데공업(주) 설립
- 1965. 09 자체 개발 라면 첫 출시
- 1970. 02 국내 최초 인스턴트 자장면 개발
- 1971. 12 국내 최초 스낵 새우깡 개발
- 1976. 06 기업공개 주식 상장
- 1978. 03 (주)농심으로 사명 변경



국민과 함께 성장

IMF 시절 국민 위로한 '신라면', 농심은 유통업계 압박에도 제품 경쟁력을 키워왔습니다.

- 1991. 09 구미공장 준공
- 1993. 01 농심 데이터시스템(주) 설립
- 1997. 07 농심 엔지니어링 설립
- 1997. 09 중국 상해 공장 준공



지속가능한 미래

국내 시장에 안주하지 않고 세계시장의 치열한 경쟁에서 앞서 나가기 위해 R&D, 생산, 마케팅, 영업 등 전 분야의 경쟁력을 끌어 올리며 미래에 대응하고 있습니다.

- 2013. 02 한국식품업계 최초 미국 '월마트' 직거래
- 2015. 12 신라면, 누적매출 10조원 기록
- 2018. 12 농심, 해외 매출 신기록 달성 (7억 6천만 달러)
- 2020. 07 뉴욕타임즈가 꼽은 세계 최고의 라면 '신라면 블랙'
- 2020. 12 e스포츠팀 레드포스 창단



국제경쟁력 제고

농심은 대한민국을 넘어 인류의 행복에 기여하는 글로벌 식품기업으로의 도약을 추진하였습니다.

- 1982. 11 너구리, 육개장 개발
- 1983. 09 안성탕면 개발
- 1984. 03 짜파게티 개발
- 1984. 08 미국 사무소 개설
- 1986. 10 신라면 출시
- 1988. 10 국내 라면 시장 점유율 60% 확보



세계를 향한 힘찬 비상

'가장 한국적인 것이 가장 세계적인 것'이라는 철학으로 신라면의 맛을 그대로 들고 세계무대로 나가 글로벌 시장에서 영역을 날로 넓혀가고 있습니다.

- 2003. 07 주식회사 농심홀딩스 설립
- 2003. 12 국내 농심 면 매출액 1조원 돌파
- 2005. 06 농심 LA공장 준공
- 2007. 07 R&D센터 준공



글로벌 NO.1 도약

포트폴리오를 다각화하고, 비건푸드, 건강기능식품, 스마트팜 등 신사업을 확대하며 새로운 성장동력 발굴에 집중하고 있습니다.

- 2022. 04 미국 제2공장 가동
- 2023. 03 스마트팜 사우디 수출 MoU 체결
- 2023. 04 백산수, 벨기에 '몽드 셀렉션' 대상 수상
- 2024. 01 신라면 국내외 매출 2년 연속 1조원 달성
- 2024. 04 짜파게티 출시 40주년 기념
- 2024. 08 녹산 수출전용공장 설립 발표
- 2024. 10 신라면 툼바 봉지면 출시

BUSINESS PORTFOLIO

INSTANT NOODLES (면류사업)

- 신라면 매출 1.34조 원 달성, 톰바 1,900만 개 판매
- 국내 라면 시장 부동의 1위 유지
- 북미·유럽 중심으로 프리미엄 이미지 확산
- 글로벌 유통망과 현지 전략으로 성장세 강화



SNACKS (스낵사업)

- 농심의 제2성장 엔진으로서 스낵 사업 확고화
- 새우깡 점유율 1위, 먹태깡 3,800만 봉 판매 안주시장 개척
- 베어커리 스낵 콘셉트 기반의 빵부장 시리즈 인기
- 다양한 제품군으로 지속적인 라인업 확장



BEVERAGES (음료사업)

- 백산수, 프리미엄 생수로 신뢰받는 브랜드로 성장
- 다양한 과일과 건강한 이미지의 웰치스의 인기
- 카프리션의 어린이 음료시장의 건강한 이미지 마케팅으로 새로운 소비자층 확보에 성공



IMPORT BRANDS & OTHERS (상품 및 기타사업)

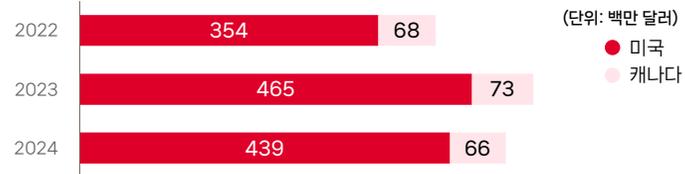
- 글로벌 인기 브랜드 수입을 통한 국내 시장 경쟁력 강화
- 건강기능식품 '라이필' 프리미엄 제품 중심으로 성장
- 사우디에 K-스마트팜 구축, 중동 시장 개척 가속화
- 스마트팜 기술 확산 통해 농심의 글로벌 성장 동력 확보



Global Business

NORTH AMERICA

북미지역 매출추이

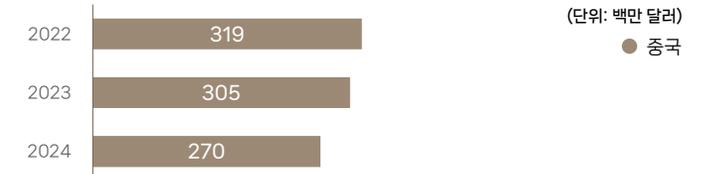


- 북미는 농심 글로벌 사업 확장의 핵심 시장으로 성장
- 신라면·생생우동 등 프리미엄 라면의 지속적인 인기
- 현지 생산 기반의 안정적 공급망과 유통망 확대
- 히스패닉·멕시코 시장 공략으로 북미 내 입지 강화



CHINA

중국지역 매출추이



- K-Food 열풍과 프리미엄 라면 수요로 소비자 기반 확장
- Mini컵면·소포장 스낵 등 포장 다양화로 소비자층 확대
- 오프라인 할인 매장과 온라인 채널 공략 강화
- 라이브커머스 활용으로 젊은 소비층과 소통 및 매출 확대



JAPAN

일본지역 매출추이

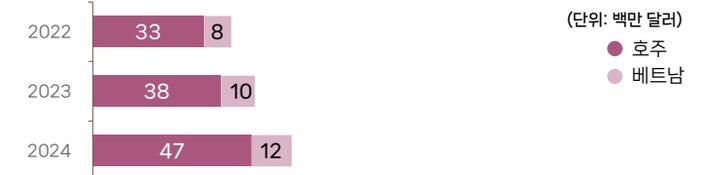


- 일본 팝업스토어 운영으로 소비자 체험 기회 확대
- 즐거움 중심의 마케팅으로 젊은 세대와 소통 강화
- CVS 채널 중심으로 신라면 입점 지속 확대
- 다양한 맛 타입 제품으로 소비자 니즈 세분화 대응



AUSTRALIA·VIETNAM

호주·베트남지역 매출추이



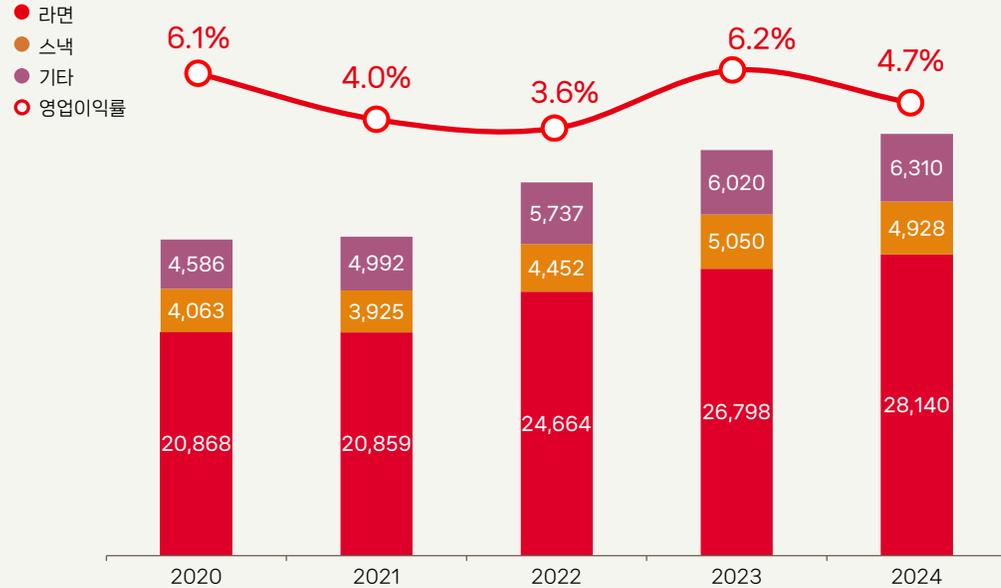
- 제품 다각화, 전용 매대 설치로 프리미엄 시장 공략
- 대형 유통과 협업해 테스트 판매 등 마케팅 강화
- 베트남 아시아 전략 시장, 신라면 중심 매출 성장
- 재래유통 확대 통해 현지 입지 강화 예정



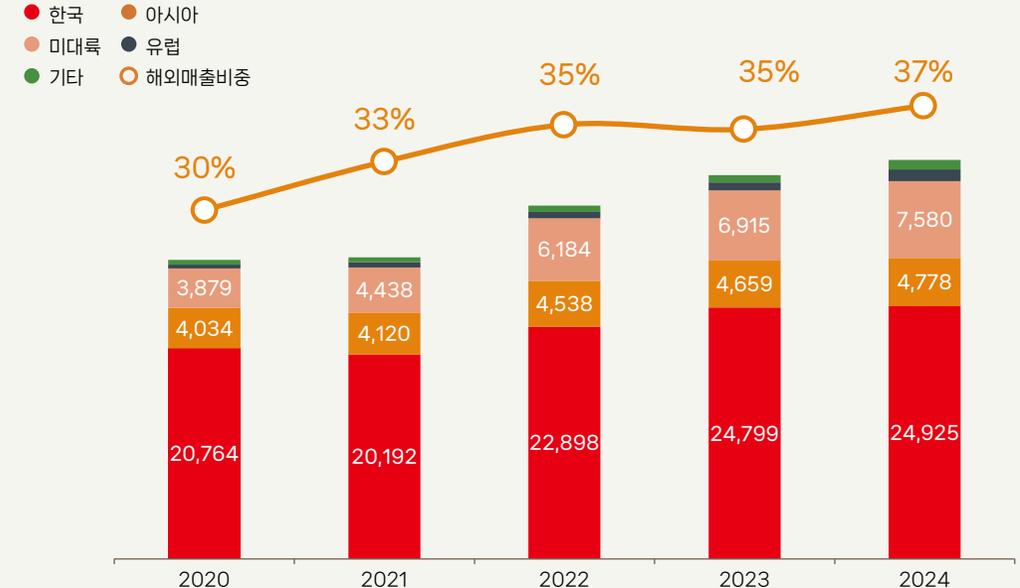
FINANCIAL ANALYSIS_매출 및 영업이익률

사업부문별 매출

(단위: 억 원, 매출에누리 차감 전)



(단위: 억 원, 매출에누리 차감 전)



- 경쟁이 심화된 국내 시장 사업 환경과 해외 시장 침투를 위한 공격적인 영업 전략에 따른 안정적 성장 (2020년 이후 연평균 성장률 6.8%)
- 성장의 핵심 동력인 면류 사업을 바탕으로, 해외 지역별 균형감 있는 성장 중
- 해외 매출 비중 2020년 30%에서 37% 수준으로 상승, 초기 해외 사업의 비중 북미와 동아시아 지역 중심에서 유럽과 기타 지역으로 확장
- 2020년대 초반 원자재 가격 상승으로 인한 영업이익률 소폭 감소, 이후 매출 증가에 따른 회복 추세
- 라면사업은 국내 최고의 점유율을 유지하고 있으며, 해외 공장설립 및 적극적인 마케팅을 통해 국내 이어 해외시장으로의 성공적인 도약

FINANCIAL ANALYSIS_PBR

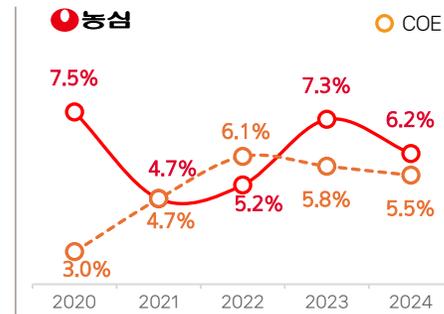
PBR (Price Book-value Ratio)



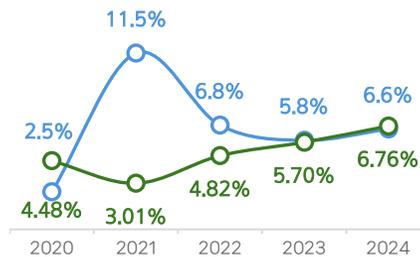
Peer Group: ○ KOSPI200 ○ KOSPI 필수소비재 평균

ROE

당기순이익
자기자본



Peer Group

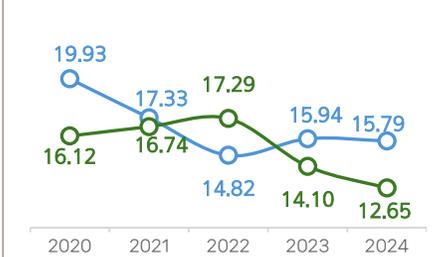


PER

시가총액
당기순이익



Peer Group



- KOSPI 200 과유사 수준의 ROE 달성 중
- 필수소비재 산업 대비 높은 수준의 ROE 유지
- 농심의 자기자본비용(COE) 초과 자기자본수익률(ROE) 달성 중

$$COE = r_f + \beta(r_m - r_f)$$

Source: r_f : KOFR β : 한국공인회계사회
 r_m : 한국시장위험 프리미엄 가이던스

- Peer 대비 유사 수준의 PER
- 최근 2023년 및 2024년 주가 상승률 대비 높은 당기순이익 실현으로 PER 하락 (2021년 및 2022년 기업가치 정체 상황에서 당기순이익 감소 효과로 PER 증가)
- 수익성 증가 추세에도 시장 저평가 지속

FINANCIAL ANALYSIS_ROE

RETURN ON EQUITY COE를 초과하는 양호한 ROE 유지 중이나, 일부 식음료 Peer Group 대비 낮은 자본 효율성

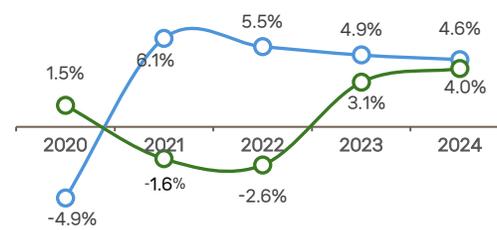
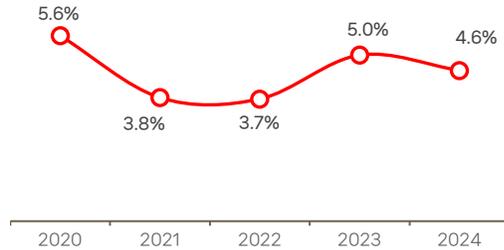
농심

Peer Group

Peer Group ○ KOSPI200 ● KOSPI 필수소비재 평균

순이익률

당기순이익
매출액

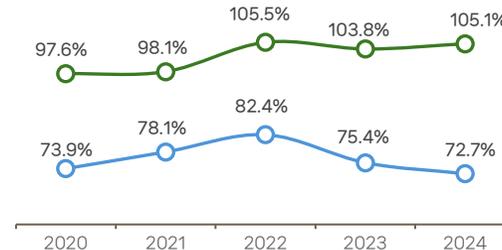
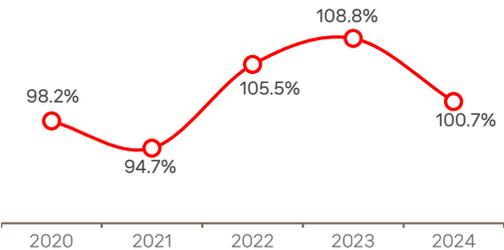


- 팬더믹 기간과 그 이후 안정적 순이익률 유지
- KOSPI 200 기준, 팬더믹 기간 중의 급격한 순이익률 하락 대비 식품 산업의 안정적 성장 유지 중

X

총자산회전율

매출액
총자산

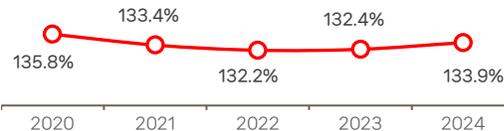


- 안정적 총자산회전율 증가 추세였으나, 적극적 해외투자 등을 위한 신규 투자로 2024년 및 이후 감소 추세로 전환 예상
- KOSPI 200 대비 양호한 필수소비재 산업의 총자산회전율

X

재무레버리지

총자산
자기자본



- KOSPI 200 및 필수소비재 산업 평균 대비 낮은 재무레버리지
- 재무 안전성을 위한 부채 관리
- 안정적 영업현금 바탕으로 내부 유보 자금 활용하여 연평균 1,400억 수준의 시설투자(유형자산취득)

VALUE-UP GOAL FOR MID_TERM

Global F&B Lifestyle Leader

중장기 (~2030) 기업가치제고 목표 수립

거버넌스 선진화

이사회의 독립성과 전문성
경영진의 기업가치제고 책임 강화

자본효율성 및 재무건전성 제고

COE 초과 ROE달성
안정적 부채 비율 유지

건강한 성장

'30년 매출(연결)
7.3조 원 달성

이익 구조 개선

영업이익률 10%

Global Change & Challenge

해외사업 비중 61%

주주 권리 보호

배당성향 25%(별도 재무제표 기준)
최소 주당 배당금 5,000원

BUSINESS DEVELOPMENT PLAN



INSTANT NOODLES

(면류 사업)

고성장 & 매운 맛 공략



• 세계 최대 식품 시장 & 면 시장의 지속 성장 기대



• 미국 제외 미주 최대 규모 대표 고성장 국가 & 매운맛 선호도



• 남미 최대 규모 면 시장 & 높은 성장 잠재력 기대

최대 시장 규모 & 강한 제품 혁신 추구



• 세계 최대 면 시장 & 최대 규모의 해외 생산 거점



• 세계 2위 면 시장 & K-Food 선호 지속 확대

높은 미래 성장 잠재력



• 유럽 최대 면 시장 & 높은 성장 잠재력 기대



• 세계 1위 인구, 장기 성장 잠재력, 수출성장률 최고

"7개 타겟 국가의 집중 공략을 통해 글로벌 성장 초 가속화"



제품 혁신

- 강한 제품 현지화 전략
- 타겟 국가 대상 정교한 시장 조사
- 전략적 원가 최적화



채널혁신

- 타겟국가 유통환경 특성 맞는 글로벌 영업 전략
- 글로벌 영업 역량 강화



마케팅 혁신

- 디지털 마케팅 역량 강화
- 고객 맞춤형 콘텐츠 생산 및 빠른 바이럴 확산 추구

BUSINESS DEVELOPMENT PLAN



SNACKS

(스낵 사업)

"제 2의 코어 사업으로의 육성"

스낵 시장의 잠재력

- 글로벌 가공 식품 시장 중 가장 큰 규모
- 현지 생산거점 구축, JV파트너십 등을 활용, 아시아 스낵 업체의 글로벌 성장 추세
- 글로벌 유통업체들의 K-스낵에 대한 높은 관심 및 입점 기회

제 2의 코어 사업으로의 육성

- 최우선 국가 선정 전략 제품 육성 → 소수의 타겟 국가에 집중, 확실한 시장지위 확보
- 해외 현지 생산거점 구축(전략적 투자)
- 현지 전문성을 갖춘 유력 업체와의 파트너십 추진



BEVERAGES

(음료 사업)

"브랜드 가치의 강화"

국내 시장에서의 성장과 파트너사와의 협력 강화

- 수익 중심 채널 운영
- 제품 카테고리의 확장
- 해외 파트너사와 아시아 시장 협력 강화



OTHERS

(신규 사업)

"고성장&신성장 기회 모색"

글로벌 신성장 사업 도전

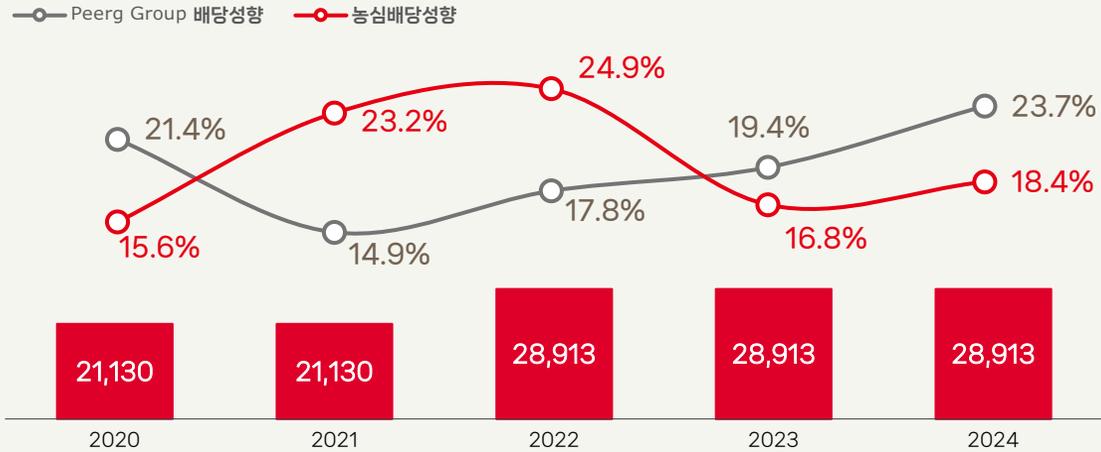
- 신 성장 사업의 스케일화를 위한 M&A 기회 적극 모색
- 스마트팜사업 오만, 사우디, UAE와 MOU 체결
- 아시안 누들&파스타 등 글로벌 고성장 신사업 도전



SHAREHOLDER'S RETURN

배당금 및 배당성향 분석

(배당금 단위: 백만원)



2020년 ~ 2022년

- 영업현금흐름 하락 추세에도 주당 배당금 증가 통한 주주환원 개선으로 Peer group 대비 높은 배당성향

2023년 ~

- 영업현금흐름 및 당기순이익 증가 추세에도 불구하고, 배당성향 하락

- 해외** 종속회사들의 당기순이익 실현 불구, 자체 생산시설 확충 등으로 제한적 주주환원 (최근 5개년 종속기업: 당기순이익 < 종속기업 유형자산 취득)
- 국내** 2025년 이후 대규모 시설투자 목적으로 내부 유보 자금 관리 중

[Peer Group: KOSPI 필수소비재 산업 평균, 당기순손실 발생 연도 제외]

최근 5년간 배당재원의 활용 (2020~2024)



• 최근 5년간 총 영업현금흐름 유입 1.1조 원

- 미국공장 등 생산 시설 및 물류 시설 투자
- 차입금 관리 통한 부채비율 30%대 안정적 유지
- 수출 성장 위한 생산시설 확충 및 물류창고 설립 위한 일부 내부 유보

투자, 재무건전성 및 사업 계획 대비 내부 유보를 고려한 배당 집행

SHAREHOLDER'S RETURN

● 배당정책의 수립

예측가능성

- 중장기(3년 단위) 주주환원정책 수립 통한 주주들의 예측가능성 제고
- 최소 주당 배당금 책정하여 주주들의 현금 배당 유입 안전성 확보
- 명확한 현금흐름 추정 바탕의 배당정책 수립 위하여 별도재무제표 기준의 배당성향 설정

주주환원과 투자의 적정 배분

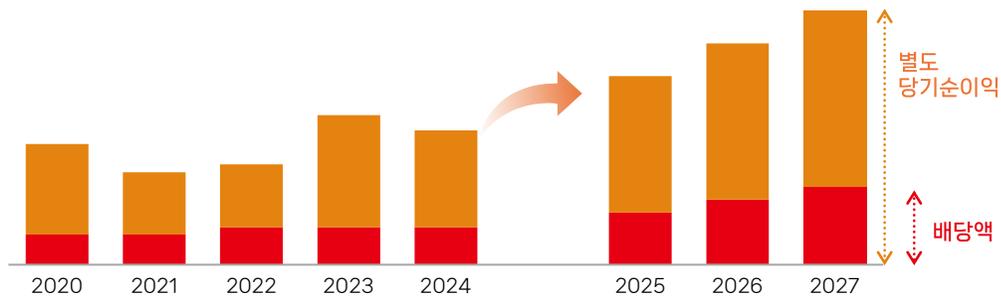
- 2025년~2029년 기간 대규모 투자 (녹산 신공장 등 물류 시설 등) 총 1.2조 원 투자 예정
- 영업 활동으로 인한 현금흐름을 단기적인 배당성향과 장기적 성장 위한 투자 간 합리성 있는 배분

재무 안전성 고려

- 2025년 이후 예정된 시설 투자와 주주환원의 충실을 위한 필요 자금 마련 필요
- 무리한 차입 증가로 인한 재무레버리지 전략보다 안정적 재무 건전성 유지 선택
- 현재 부채비율 30%대 지속 유지 목표

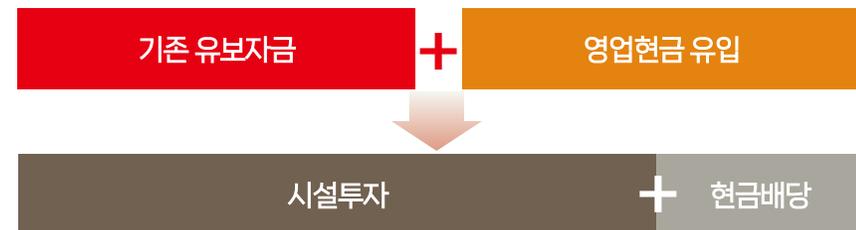
2030년까지, 매출 7.3조 원 및 영업이익 7,000억 원 실현으로
배당가능이익 확보

별도 기준, 배당성향 25% 유지만으로도
전체 현금 배당 증가



기존 유보 자금 활용과 매출 증가로 인한 영업 현금 유입으로
시설 투자와 주주환원 실현

안정적 부채비율 유지로 금융비용 최소화를 통한
배당가능이익 증가의 선순환 구축



GOVERNANCE_기업지배구조 핵심지표

● 기업지배구조 핵심 지표

핵심지표	준수 여부 (2024 기준)		개선 목표 (~2030)
	● 농심	상장사 평균	
주주권 보호 및 편의성			
주주총회 4주 전에 소집공고 실시	●	29.8%	
전자투표 실시	●	77%	
주주총회의 집중일 이외 개최	×	65.5%	●
주주환원 개선			
현금 배당관련 예측가능성 제공	×	15.0%	●
배당정책 및 배당실시 계획을 연 1회 이상 주주에게 통지	×	39.3%	●
이사회 적격성 및 다양성			
최고경영자 승계정책 마련 및 운영	×	32.1%	
위험관리 등 내부통제정책 마련 및 운영	●	71.9%	
사외이사가 이사회 의장인지 여부	×	13.1%	
집중투표제 채택	×	3.0%	
기업가치 훼손 또는 주주권익 침해에 책임이 있는 자의 임원 선임을 방지하기 위한 정책 수립 여부	×	54.5%	●
이사회 구성원 모두 단일성(性)이 아님	●	50.1%	
감시기구의 독립성 및 전문성			
독립적인 내부감사부서 (내부감사업무 지원 조직)의 설치	●	43.1%	
내부감사기구에 회계 또는 재무 전문가 존재여부	●	86.3%	
내부감사기구가 분기별 1회 이상 경영진 참석 없이 외부감사인과 회의 개최	●	53.5%	
경영 관련 중요정보에 내부감사기구가 접근할 수 있는 절차 마련 여부	●	97.0%	

**지배구조 핵심지표
80%까지 달성**

- 2024년 기준 기업지배구조 핵심 지표 준수율 53%
- 감시기구의 독립성 및 전문성 관련 준수율 100% 가운데, 주주 및 이사회 관련 지표 추가 준수 목표

GOVERNANCE_이사회

이사의 전문성, 독립성, 다양성



구분	성별	담당업무 (주요경력)	역량 및 경험					
			리더십/ 경영	생산	재무/ 회계	정책	식품 공학	법률
사내 이사 (3명)	남3	現 농심 이사회 의장	●					
		現 농심 대표이사		●				
		現 농심 경영관리 부문장	●					
사외 이사 (4명)	남3 여1	前 한영회계법인 부대표			●			
		前 법무법인 화우 대표변호사						●
		前 한국농수산식품 유통공사 사장				●		
		現 서울과기대 식품공학과 교수						●

전문성

- 이사회 내 위원회 중심 외부 전문가 선임
- 경영, 생산, 재무, 정책, 식품공학, 법률



독립성

- 이사회 내 사외 이사 비율 과반수 이상 유지
- 사외이사 후보 추천 위원회 통한 이사 선출



다양성

- 성별, 지역, 학벌, 문화적 배경 등 차별 없이
경험 및 전문성 위주 선임



이사의 기업가치제고 계획 참여

농심 이사회 및
경영진간 소통

2025 농심 기업가치제고
계획에 대한 이사회 보고
및 의견 청취(2025. 5. 21)

현황진단

목표설정

계획수립

이행평가

경영 현황 및 목표 등 계획 수립과 이행 상황에 대한 모니터링 및 관리 감독

GOVERNANCE_임직원 보상 체계

기업가치제고계획의 목표를 고려한 임직원보상체계를 운영하여
임직원의 보상제도와 기업가치제고계획이 밀접하게 연계되도록 설계

경영진과 임직원의 기업가치제고의 책임경영에 대한 동기 부여

중장기 (~2030) 기업가치제고 목표 수립

 매출

 영업이익

 배당성향

S.T.I (Short-Term Incentive)

대상 임직원

기준 전사 성과 및
초과이익(영업이익)

- 매출액 및 영업이익 달성률에 따라 인센티브 지급률 결정
- 전년 대비 초과이익(영업이익) 발생 시 인센티브 추가 지급

L.T.I (Long-Term Incentive)

대상 주요 경영진

기준 장기 전략 목표 및
ROE

- 장기 전략 목표 달성 수준에 따라 인센티브 지급률 결정
- ROE 개선 수준을 인센티브 지급률 결정 시 반영

COMMUNICATION WITH MARKET

● 농심의 Communication Framework

경영진의 적극적 IR 활동 참여 및 소통 자료의 접근성 제고

이해관계자간 정보 불균형 해소 및 다양한 주주 소통 강화

주주 및 투자자

- 개인/기관 투자자
- 국내/해외 투자자
- 투자자 성향의 다양화

- 국내외 NDR 및 Conference 적극참여
- 외국투자자 정보접근성 향상 위한 영문공시 강화
- 증권사 등 기관 및 개인 등 투자자 성향별 소통



경영실적 보고 (분기별)

Annual Report (국/영문)



기업설명회

지속가능 보고 (국/영문)

경영진

- 밸류업 목표 및 세부 계획의 실행 및 내재화
- 소통 강화 위한 밸류업 공시, 경영실적, ESG 등 IR의 Quality & Quantity 개선

- 기업가치제고 목표 근간의 경영진과 이사회간 소통



이사회

- 농심의 밸류업 정책의 정착과 향후 이행 현황 등 모니터링
- 투자자들의 피드백 적극 청취 및 경영의사 결정으로의 재생산 노력



농심은 창립 60주년을 맞아
'Global F&B Lifestyle Leader'라는 비전 아래,
글로벌 사업 경쟁력을 강화해 나아가고자 합니다.

국내외를 하나의 시장으로 바라보며 사업 구조를 재편하고,
지속 가능한 성장 기반을 구축하여
글로벌 시장을 선도하는 기업으로 도약하겠습니다.