



# LOTTE HIMART

KOREA NO.1 Home & Lifestyle Retailer

# Disclaimer

---

본 자료는 정보제공 목적만을 위하여 롯데하이마트 주식회사('이하 롯데하이마트')에 의하여 작성된 것으로서, 본 자료에 기재된 정보에 대해서는 별도의 독립적인 확인 과정을 거치지 아니하였습니다. 롯데하이마트 및 계열회사, 그 임직원 및 자문사 등 롯데하이마트와 관련된 어떠한 자(이하 통칭하여 '롯데하이마트 등')도 본 자료에 포함된 정보나 의견의 공정성, 정확성 또는 완결성과 관련해서는 어떠한 진술 또는 보장도 제공하지 아니하며, 본 자료에 포함된 정보에 대해 오해를 불러일으킬 수 있거나 본 자료의 이해를 위하여 함께 제공되어야 할 내용 누락이 전혀 없음을 보증하지 않습니다. 본 자료의 수령자(간접적으로 수령한 자를 포함함. 이하 같음)는 본 자료의 내용에 대하여 독자적인 조사와 평가를 수행해야 하며, 본 자료에 포함된 정보나 의견의 공정성, 정확성 또는 완결성에 관하여 신뢰를 하여서는 아니 됩니다.

본 자료에 포함된 정보는 본 자료 제공 당시의 상황에 따라 해석되어야 하며, 본 자료 제공 이후 별도의 통지 없이 변경될 수 있으나, 본 자료 제공 이후의 중대한 변화를 반영하도록 업데이트 되지 아니할 것입니다. 롯데하이마트 등은 고의 또는 과실 여부를 불문하고 본 자료 및 그 기재 내용을 이용함으로써 인하여 발생하거나 기타 본 자료와 관련하여 발생하는 어떠한 직접적 또는 간접적인 손해에 대해서도 민·형사상 및 행정상의 책임 등 일체의 책임을 부담하지 아니합니다. 본 자료는 자본시장과 금융투자업에 관한 법률상 증권의 매수 또는 인수에 대한 청약의 권유를 구성하지 아니하며, 본 자료의 어떠한 부분도 본 자료와 관련된 어떠한 계약, 약정 또는 투자결정의 근거가 되거나 그와 관련하여 신뢰 되어서는 아니 됩니다.

본 자료는 장래에 관한 롯데하이마트의 예측을 반영하는 정보를 포함하고 있을 수 있는 바, 이러한 예측정보는 롯데하이마트가 통제할 수 없는 미래에 관한 가정들에 근거한 것으로서 관련 예측 정보에 의하여 예정된 바와 중대하게 다른 결과가 초래될 위험 및 불확실성이 있습니다. 롯데하이마트는 예측정보와 관련하여 본 자료 제공 이후에 발생하는 새로운 변경 사항을 업데이트할 의무를 부담하지 아니합니다.

본 자료의 전부 또는 일부는 롯데하이마트의 사전 서면 동의 없이 그 기재 내용을 복사 또는 인용하는 등 어떠한 방식으로든 분리, 재생산, 재배포되거나 제3자에게 공개되어서는 아니 되며, 본 자료에 포함된 정보는 공지의 사실이 되기 전에는 기밀로 취급되어야 합니다. 수령자가 본 자료를 무단으로 분리, 재생산, 재배포 또는 공개함에 따라 발생하는 롯데하이마트 등 또는 제3자에 대한 어떠한 법적 책임도 전적으로 수령자 본인이 부담하여야 하며, 본 자료를 제공받음으로써 본 자료의 수령자는 전술한 제안사항에 구속됨에 동의하는 것으로 간주됩니다.

# Contents

**I**

**3Q Highlights**

**II**

**회사소개**

**III**

**영업현황**

**IV**

**재무현황**

**V**

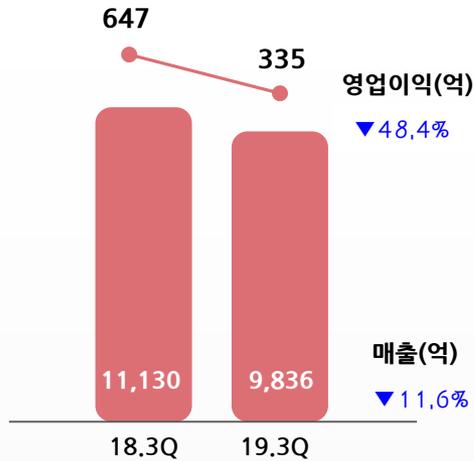
**사업전략**

**VI**

**Appendix**

# 1. 3Q Highlights

## 매출 및 손익

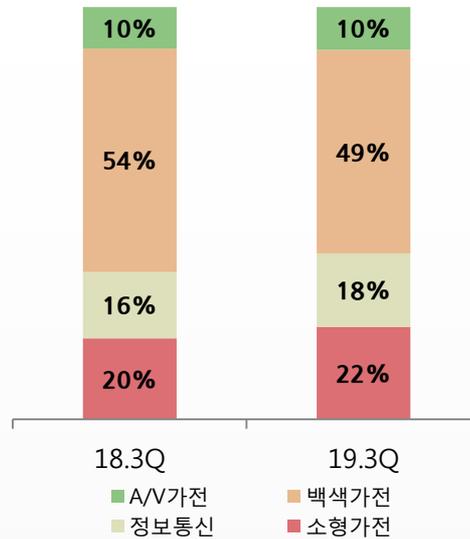


[단위 : 억]

	18.3Q	%	19.3Q	%
매출	11,130	100	9,836	100
GPM	3,023	27.2	2,545	25.9
OPM	647	5.8	334	3.4
순이익	482	4.3	215	2.2
EBITDA	767	6.9	657	6.7

※ 19.3Q EBITDA : 리스회계기준 변경에 따라 발생한 사용권자산의 감가상각비 214억 원 포함

## 품목별 동향



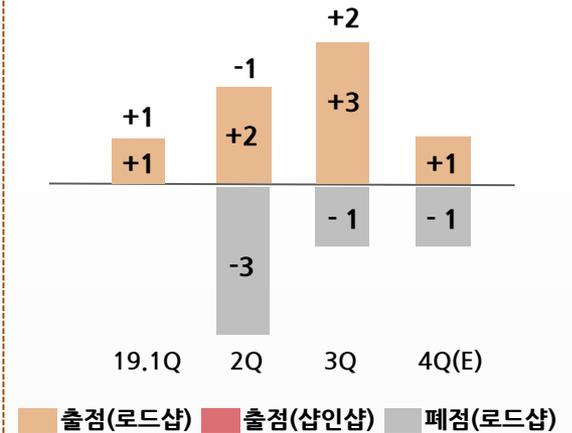
### 성장품목

냉장고/김치냉장고 등 대형 및 소형가전  
(전기레인지, 식기세척기 고성장)의 소폭 성장

### 부진품목

3분기 매출 비중 높은 계절가전(에어컨 등)과  
TV 및 모바일 판매 지속 부진

## 19년 신규출점



구 분	1Q	2Q	3Q	4Q(E)
로드샵	355	354	357	357
샵인샵	109	109	108	108
총점포	464	463	465	465

19년 신규오픈 : 7店, 폐점 : 5店

19년 순증 점포 : 2店 (로드샵)

## 2. 회사소개

### 개요 및 주주현황

#### ○ No.1 가전 양판점



#### • 가전전문점 내 점유율 1위

※ 가전전문점: 롯데하이마트, 삼성전자판매, 하이프라자, 전자랜드 4社 기준.

※ 출처: 2018년 각 사 사업보고서 및 감사보고서

- 465개 직영점 ('19년 3Q 기준)
- 14개 물류센터
- 11개 서비스센터



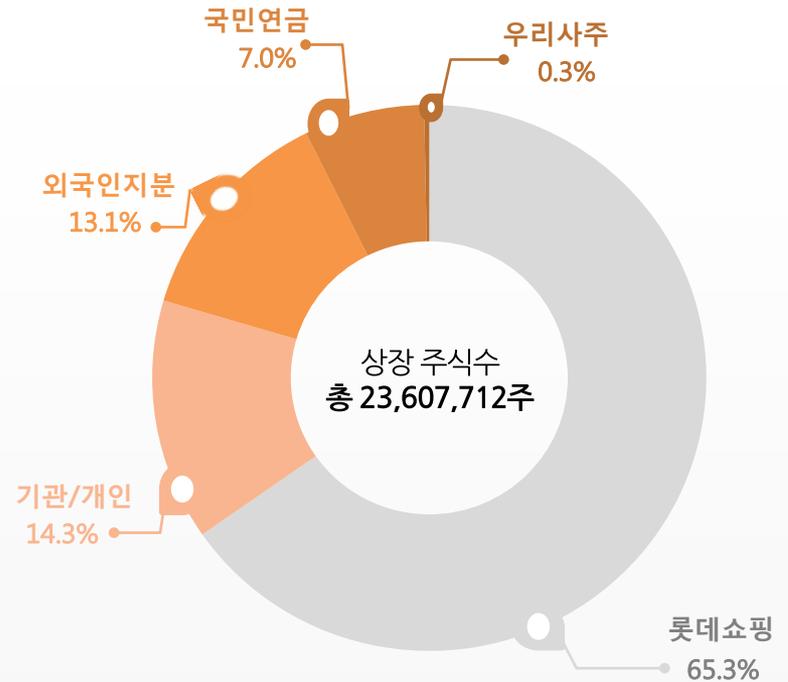
#### • 하이마트 회원 2천만 명

('19년 3Q 기준)

#### • 13년 6월 롯데멤버스 통합

(롯데관련사적립/사용)

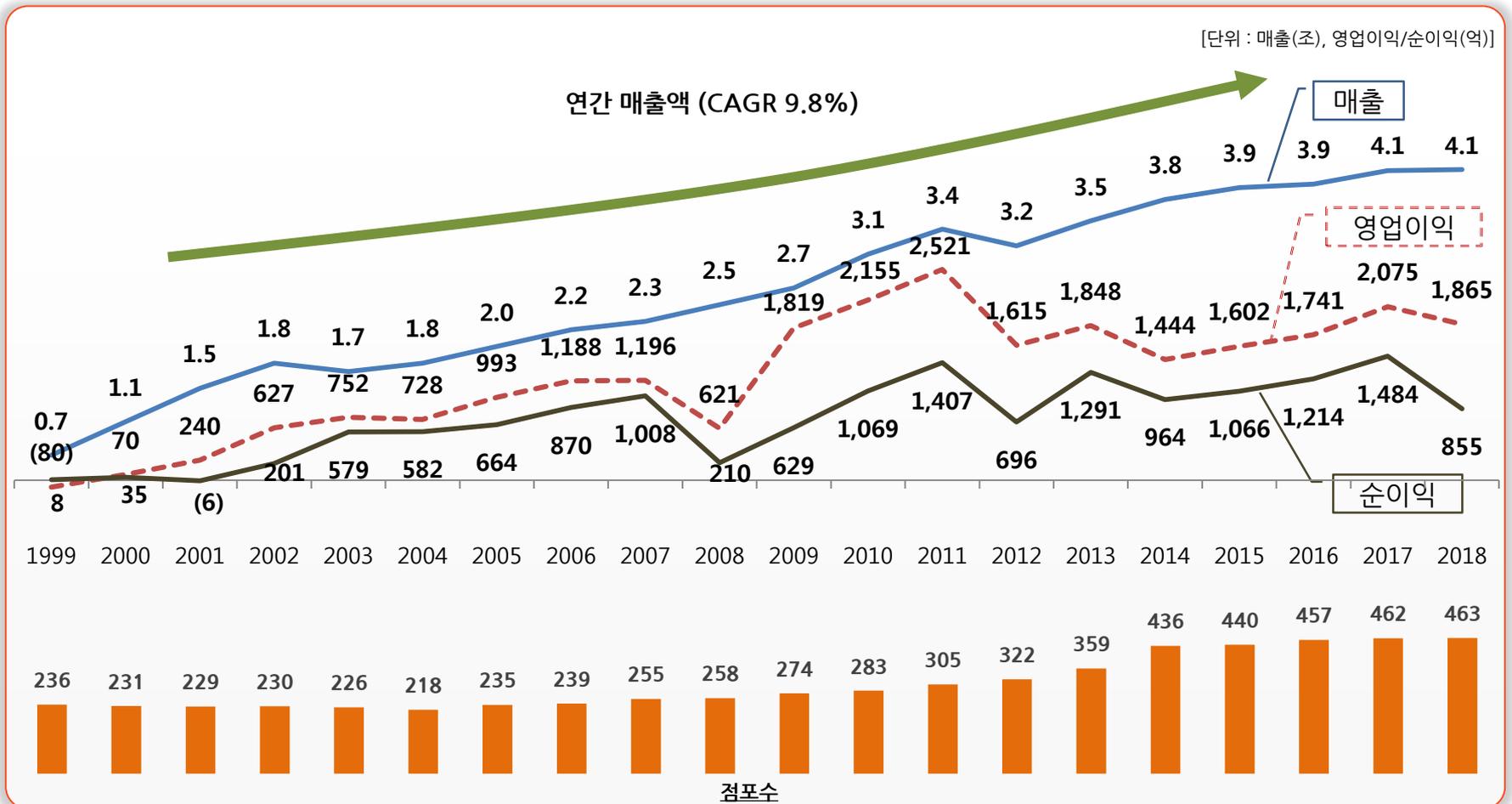
#### ○ 주주 현황



※ '19년 9월 末 기준(단, 국민연금은 19/08/12 기준)

## 2. 회사소개

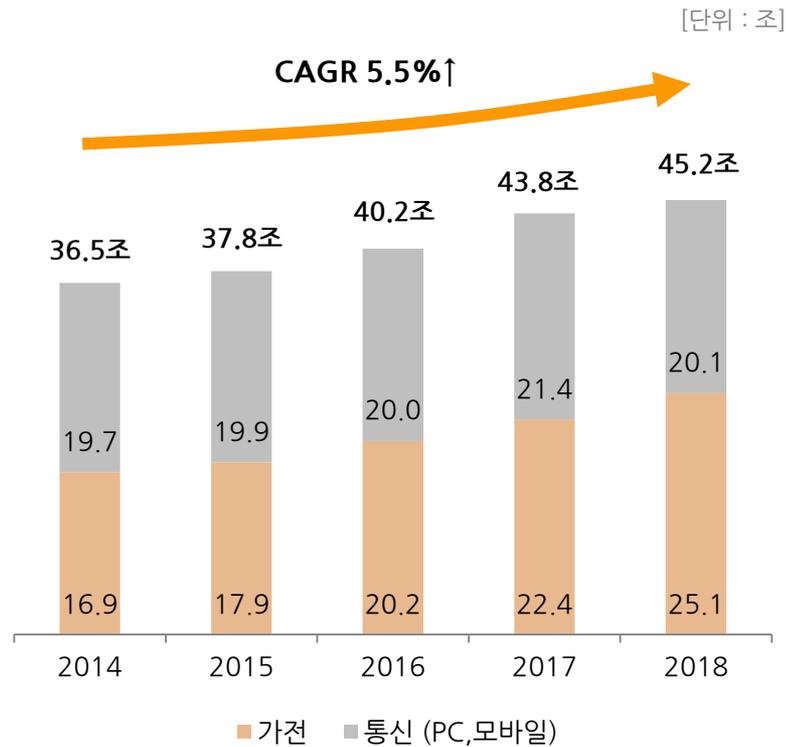
### 연도별 점포 및 실적 추이



# 3. 영업현황

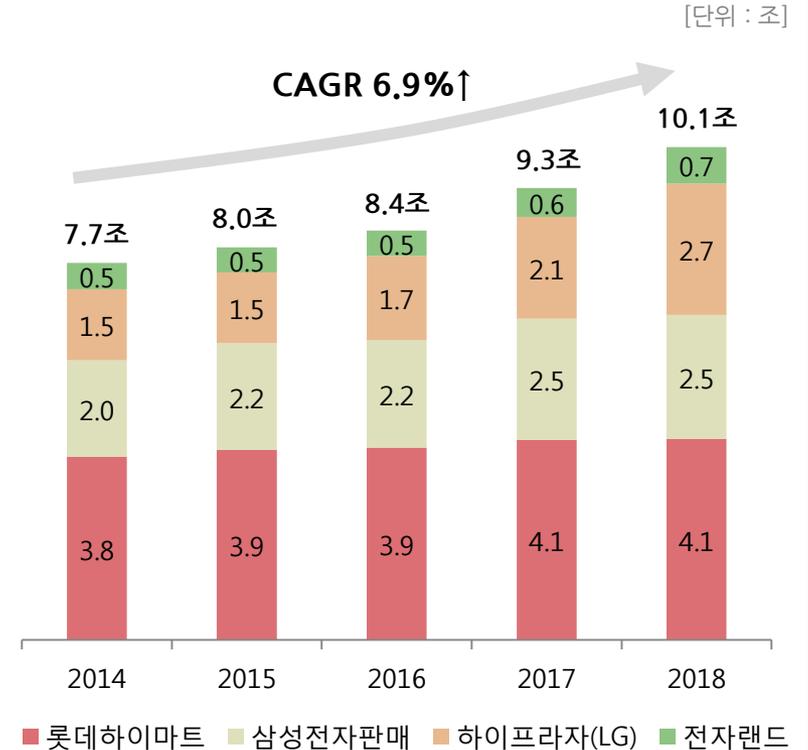
## 국내 가전시장

### ○ 국내 가전시장 규모



※ 출처 : 통계청 자료

### ○ 가전전문점 매출추이

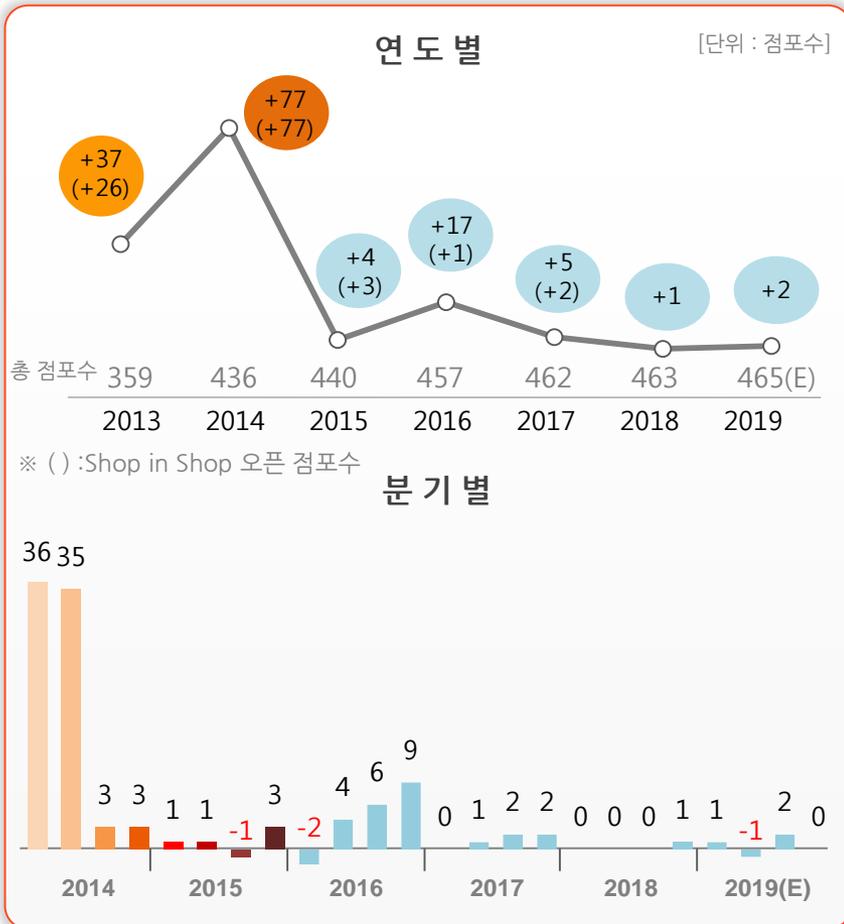


※ 출처 : 각 사 감사보고서 및 사업보고서

# 3. 영업현황

## 점포 현황

### ○ 점포 순증 추이



### ○ 점포 유형

구분	Road Shop	Shop in Shop (롯데마트점 등)
점포수	357	108
면적(m <sup>2</sup> )	1,050	890
상권	주택가	상업지구

\* 평수 : 영업면적

※ '19년 3Q 기준



로드샵



샵인샵

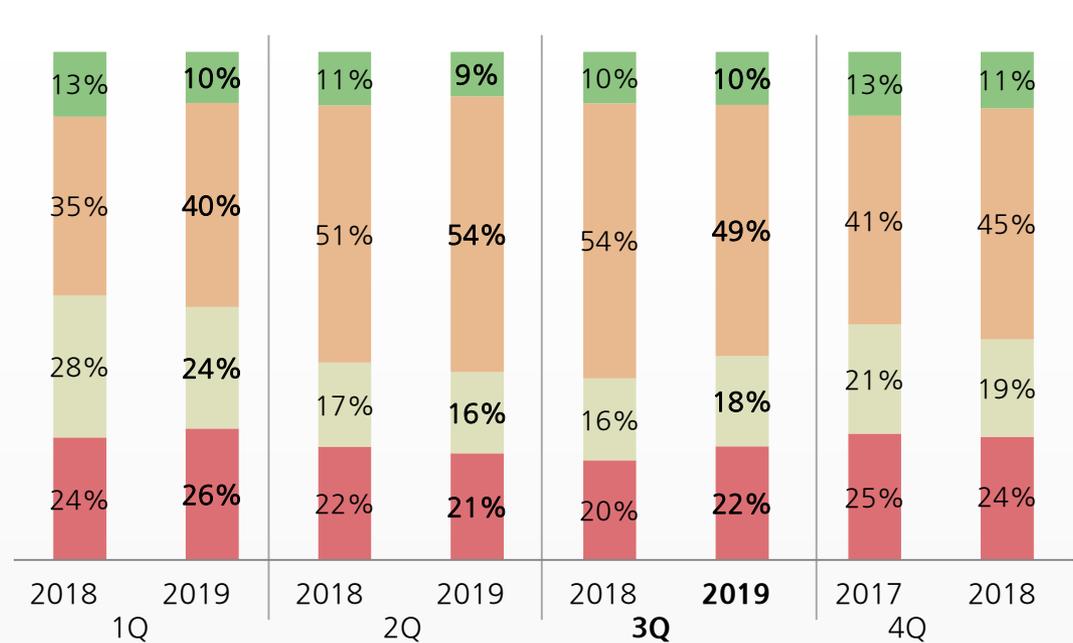
### 3. 영업현황

## 품목별 매출 비중

○ 연간 비중



○ 분기별 비중('17.4Q ~ '19.3Q)



- A/V가전 : TV, 디지털컨버전스, 오디오 등
- 백색가전 : 냉장고, 에어컨, 김치냉장고, 세탁기, 의류건조기, 스타일러
- 정보통신 : PC, 모바일
- 소형가전 : 밥솥, 청소기, 전기/전자레인지, 안마의자, 제습기, 공기청정기, 선풍기, 리빙잡화, 주방·생활용품 등

# 4. 재무현황

## 손익계산서(분기)

[단위 : 억원]

구분	2018년												2019년								
	18.1Q			18.2Q			18.3Q			18.4Q			19.1Q			19.2Q			19.3Q		
		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy
매출액	9,525	100%	6.3%	10,870	100%	2.4%	11,130	100%	-5.7%	9,603	100%	-0.3%	10,370	100%	8.9%	10,709	100%	-1.5%	9,836	100%	-11.6%
매출이익	2,410	25.3%	8.8%	2,975	27.4%	2.8%	3,023	27.2%	-2.5%	2,322	24.2%	-3.3%	2,386	23.0%	-1.0%	2,846	26.6%	-4.3%	2,545	25.9%	-15.8%
영업관련비용	1,996	21.0%	7.8%	2,305	21.2%	1.0%	2,375	21.3%	3.6%	2,187	22.8%	3.6%	2,144	20.7%	7.4%	2,388	22.3%	3.6%	2,211	22.5%	-6.9%
인건비	607	6.4%	7.0%	656	6.0%	1.6%	661	5.9%	9.8%	673	7.0%	4.8%	677	6.5%	11.4%	706	6.6%	7.6%	680	6.9%	2.8%
지급임차	300	3.1%	3.2%	298	2.7%	0.6%	307	2.8%	-1.5%	349	3.6%	-1.8%	94	0.9%	-68.5%	78	0.7%	-73.7%	77	0.8%	-75.0%
감가상각	121	1.3%	-4.5%	120	1.1%	-1.0%	120	1.1%	-2.8%	117	1.2%	-2.7%	312	3.0%	157.6%	321	3.0%	167.4%	322	3.3%	169.1%
광고판촉비	160	1.7%	5.3%	181	1.7%	4.5%	167	1.5%	-5.0%	194	2.0%	3.4%	172	1.7%	7.5%	178	1.7%	-2.1%	158	1.6%	-5.5%
지급수수료	415	4.4%	16.3%	460	4.2%	8.9%	470	4.2%	6.4%	451	4.7%	10.4%	469	4.5%	12.9%	492	4.6%	6.9%	469	4.8%	-0.3%
운반비	223	2.3%	12.4%	261	2.4%	4.0%	270	2.4%	-4.8%	265	2.8%	2.9%	236	2.3%	5.7%	248	2.3%	-5.3%	262	2.7%	-3.1%
설치비	42	0.4%	2.1%	204	1.9%	-20.1%	260	2.3%	9.6%	33	0.3%	34.1%	65	0.6%	54.2%	241	2.2%	18.1%	134	1.4%	-48.5%
기타고정	127	1.3%	7.8%	124	1.1%	6.8%	120	1.1%	3.5%	106	1.1%	-8.3%	119	1.1%	-6.4%	124	1.2%	0.1%	110	1.1%	-8.7%
영업이익	414	4.3%	13.7%	669	6.2%	9.3%	647	5.8%	-20.0%	134	1.4%	-53.5%	243	2.3%	-41.3%	458	4.3%	-31.5%	334	3.4%	-48.4%
세전순익	392	4.1%	16.3%	652	6.0%	9.5%	634	5.7%	-20.2%	-409	-	-255.8%	201	1.9%	-48.7%	422	3.9%	-35.2%	282	2.9%	-55.5%
당기순익	298	3.1%	17.0%	495	4.6%	9.5%	482	4.3%	-20.0%	-421	-	-340.6%	154	1.5%	-48.4%	321	3.0%	-35.2%	215	2.2%	-55.4%
점포수	462		1.1%	462		0.9%	463		0.7%	463		0.2%	464		0.4%	463		0.2%	465		0.4%

## 4. 재무현황

### 손익계산서(연간)

[단위 : 억원]

구분	2014년			2015년			2016년			2017년			2018년		
		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy
매출액	37,543	100%	6.7%	38,961	100%	3.8%	39,394	100%	1.1%	40,993	100%	4.1%	41,127	100%	0.3%
매출이익	9,267	24.7%	5.3%	9,635	24.7%	4.0%	10,134	25.7%	5.2%	10,612	25.9%	4.7%	10,729	26.1%	1.1%
영업관련비용	7,823	20.8%	12.5%	8,033	20.6%	2.7%	8,388	21.3%	4.4%	8,537	20.8%	1.8%	8,864	21.6%	3.8%
인건비	2,360	6.3%	14.9%	2,413	6.2%	2.3%	2,440	6.2%	1.1%	2,458	6.0%	0.7%	2,598	6.3%	5.7%
지급임차	1,149	3.1%	35.8%	1,219	3.1%	6.0%	1,232	3.1%	1.1%	1,253	3.1%	1.7%	1,253	3.0%	0.0%
감가상각	531	1.4%	14.5%	524	1.3%	-1.4%	524	1.3%	0.1%	492	1.2%	-6.1%	478	1.2%	-2.8%
광고판촉비	984	2.6%	3.0%	942	2.4%	-4.2%	981	2.5%	4.1%	689	1.7%	-29.8%	702	1.7%	2.0%
지급수수료	1,186	3.2%	15.7%	1,304	3.3%	9.9%	1,442	3.7%	10.6%	1,630	4.0%	13.0%	1,796	4.4%	10.2%
운반비	800	2.1%	6.8%	864	2.2%	8.0%	894	2.3%	3.5%	991	2.4%	10.9%	1,020	2.5%	2.9%
설치비	348	0.9%	-14.2%	321	0.8%	-7.9%	437	1.1%	36.0%	558	1.4%	27.8%	539	1.3%	-3.5%
기타고정	463	1.2%	2.3%	446	1.1%	-3.7%	438	1.1%	-1.7%	466	1.1%	6.3%	477	1.2%	2.5%
영업이익	1,444	3.8%	-21.9%	1,602	4.1%	10.9%	1,745	4.4%	9.0%	2,075	5.1%	18.9%	1,865	4.5%	-10.1%
세전순익	1,244	3.3%	-25.4%	1,432	3.7%	15.1%	1,625	4.1%	13.5%	1,990	4.9%	22.4%	1,269	3.1%	-36.2%
당기순익	964	2.6%	-25.3%	1,066	2.7%	10.5%	1,214	3.1%	13.9%	1,484	3.6%	22.2%	855	2.1%	-42.4%
점포수	436		21.4%	440		0.9%	457		3.9%	462		1.1%	463		0.2%

※ 2014~16년 : K-IFRS 1018호 회계기준(구 기준), 2017~18년 : K-IFRS 1115호 회계기준(신 기준)

# 4. 재무현황

## 재무상태 및 차입금

### ○ 재무상태표

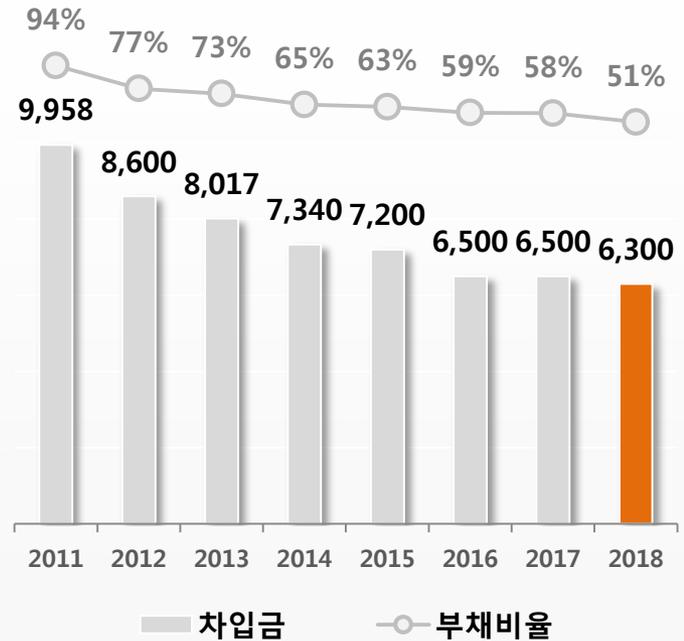
[단위:억원]

구분	2018년 말	2019년 3Q	증감율(%)
자산	31,171	34,267	9.9%
유동자산	9,154	8,420	-8.0%
현금및현금성자산	2,998	1,326	-55.8%
비유동자산	22,016	25,847	17.4%
부채	10,552	13,410	27.1%
유동부채	5,381	5,558	3.3%
비유동부채	5,171	7,852	51.8%
차입금	6,300	5,000	-20.6%
자본	20,619	20,857	1.2%
자본금	1,180	1,180	0.0%
부채비율	51.2%	64.3%	13.1%p

※ 19.3Q : 리스부채 3,384억 반영(K-IFRS 제 1116 적용)

### ○ 부채 & 차입금

[단위:억원]

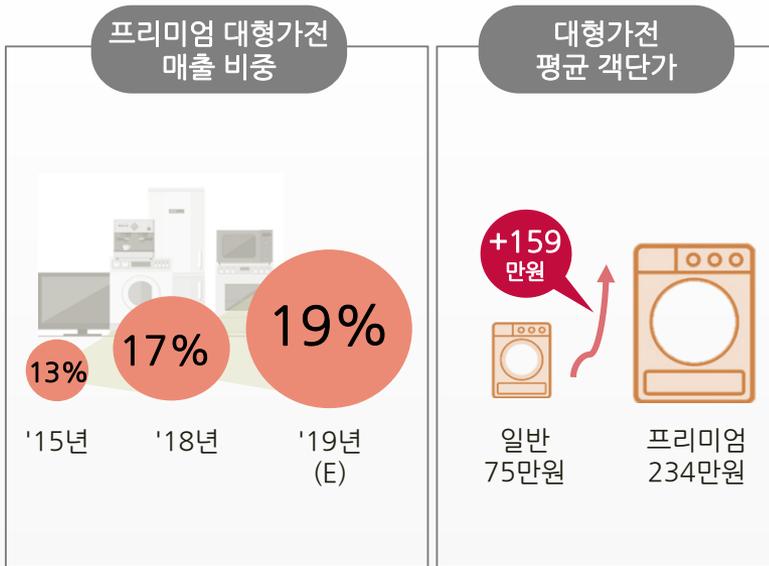


# 5. 사업전략

## 상 품

### ○ 프리미엄 중심 상품 운영

- \* 트렌드 및 소비 가치 변화에 따른 프리미엄 상품 매출 확대로 외형성장 및 수익성 제고
- 객단가 및 이익률 높은 프리미엄 중심 상품 지속 강화



※ 프리미엄(대형가전) : TV(65" ↑ UHD, OLED), 냉장고(4도어, 양문형 정수기), 김치냉장고(400ℓ), 세탁기(19kg↑드럼)

### ○ PB / 글로벌브랜드 강화

- \* 차별화된 상품 제공을 통한 동업계 차별화 및 집객력 강화
- PB 품목 확대 통한 브랜드 인지도 제고 및 수익성 강화
- 글로벌 브랜드 지속 확대 통한 MD 강화



# 5. 사업전략

## 차별화된 홈케어서비스

- \* 가전관련 서비스 상품화로 큰 폭의 성장이 전망되는 홈케어 시장 진출, 신규 성장 동력 확보
- \* 과거 단순 가전판매의 수동적 입장에서 판매 이후 가전관리, 재구매까지 연결되는 가전제품의 라이프사이클 관리능력 확보
  - 가전 이전 설치 서비스
  - 가전클리닝(16년7월), 주방/침구 클리닝(16년11월), 주거공간 케어 서비스(17년2월), 홈리폼(주방/욕실/싱크대/벽지/페인트/조명 등) 서비스(18년4월), 인테리어, 방역/방충 및 홈케어 정기방문 서비스 신규 도입 예정(20년~) 등 품목 확대 통한 토탈 홈서비스 제공

롯데하이마트  
**홈케어 서비스**

가전제품부터 주방/침구, 주거공간까지!  
우리가족 라이프 스타일을 건강하게 케어하세요.

서비스 주문내역 조회    서비스 품목별 가격

**홈케어 서비스란?**  
가전제품은 물론 주거공간 케어까지 전문화된 인력과 장비를 통해 고객님의 건강한 라이프 스타일까지 케어해드리는 토탈 홈 서비스입니다.

- 사후 품질보증 생산물 배상 책임 보험 가입
- 전문성 보장 전문교육 유료 CS 마스터
- 전문 청소장비 가전제품 전문 1등 기업

품질 보장    관리 주기    사용 약동

홈케어 품목 수



### 홈케어 서비스

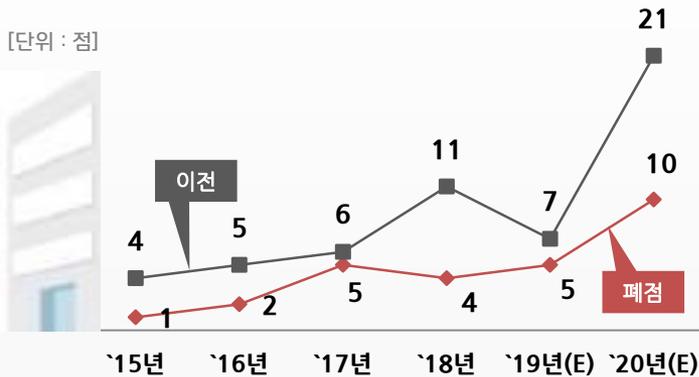
# 5. 사업전략

## 오프라인 채널 경쟁력 개선

### ○ 적극적 Build & Scrap

- \* 점포 구조조정 통한 오프라인 수익성 개선 및 점포 효율화
  - 적극적 적자점 폐점으로 오프라인 매장 수익성 개선
  - 오프라인 점포 통합으로 대형점 운영을 통한 상권 내 핵심 점포로서의 경쟁력 강화

[단위 : 점]



### ○ 상권에 맞는 점포 컨셉 다변화

- \* 오프라인의 강점을 살린 체험형 콘텐츠 강화, 서비스 제공 등 고객경험 향상을 통한 오프라인 매장의 경쟁력 강화
  - 잠실점 리뉴얼('19년 12월) 통한 하이마트형 메가스토어 오픈



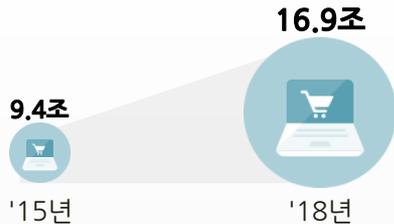
# 5. 사업전략

## 온라인 사업강화 ①

### ○ 온라인 쇼핑몰 강화

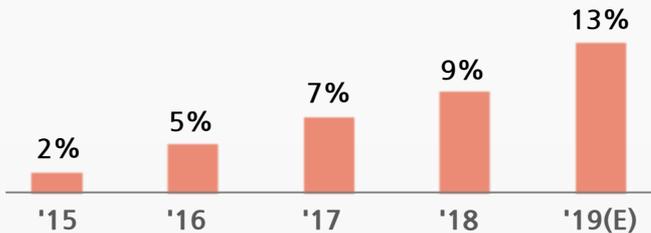
- \* 적극적 온라인 사업 추진
  - 온라인 매출 비중 확대 및 온라인 가전 시장 적극적 대응
  - 온라인 쇼핑몰 사이트 재구축 투자 집행(15년 10월)

#### 국내 온라인 가전시장



#### 롯데하이마트 온라인쇼핑몰 매출 비중

● 온라인쇼핑몰



※ 출처 : 통계청, 업계추정 및 내부자료

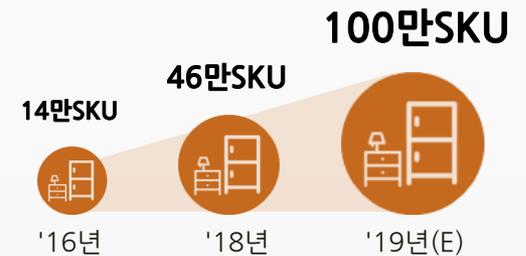
### ○ Home & Lifestyle 종합몰 전환

- \* 홈인테리어 등 가전과 시너지 확대 가능한 품목 중심 확대
  - 온라인 인기상품 확대, Mall in Mall(비가전) 확대 등
  - (온라인 SKU 확대 운영 : 18년 46만개 → 19년 100만개 목표)

#### 상품 카테고리 확대



#### 온라인 SKU 확대



# 5. 사업전략

## 온라인 사업강화 ②

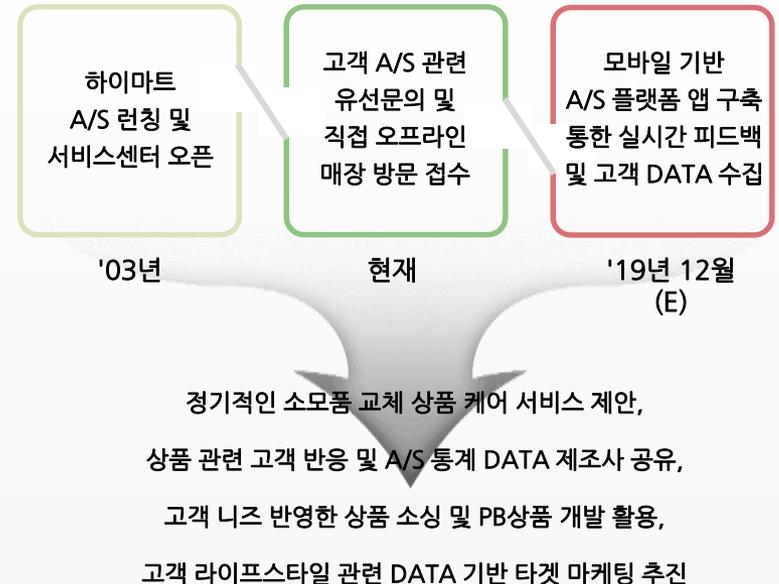
### ○ 차세대 라이프스타일관 확대

- \* 고객과 양방향 소통을 통한 라이프스타일 관련 상품 제안 강화
  - 가격 중심 상품 제안에서 고객 소통을 통한 맞춤 상품 제안으로 전환
  - Digital Transformation 기술 서비스 도입 및 고도화를 통한 고객 참여와 체험 확대로 온라인 트래픽 강화



### ○ A/S DATA 기반 플랫폼 앱 구축

- \* A/S 기반 양방향 고객 커뮤니케이션 플랫폼 구축을 통한 고객 DATA 수집 및 활용
  - 제품 등록 후 A/S 신청 및 상품 관련 정보 공유 가능한 플랫폼 구축
  - 살아있는 고객 데이터 기반 고객 라이프스타일 제안



# 5. 사업전략

## 온라인 사업강화 ③

### ○ 차별화 서비스 강화

- \* 롯데하이마트 온라인쇼핑몰만의 차별화된 서비스 제공
- 고객 배송 경험 향상을 통한 로열티 강화



오늘배송

오전에 구매하면  
오후에 배송/설치 완료



스마트픽

온라인에서 구매하고  
가까운 매장에서 픽업



스마트퀵

구매 후 2시간 이내  
원하는 장소에 도착



프리미엄배송

최우수 전문설치팀 배정/  
전담 상담 제공

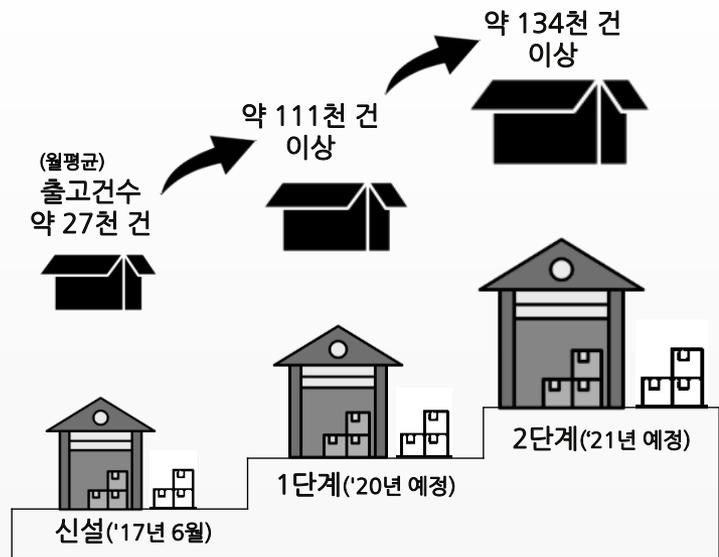


희망일배송

원하는 날짜에  
전국 무료 설치배송

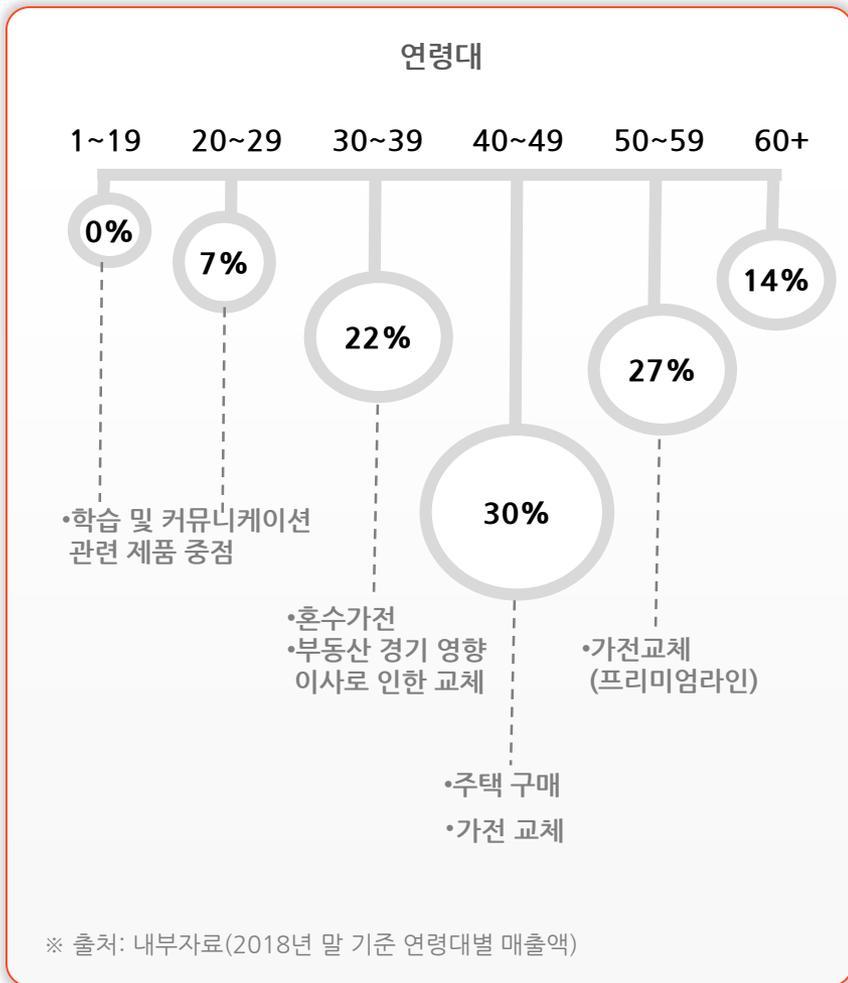
### ○ 고객 쇼핑 환경 개선

- \* 고객 편의성 제고 및 인프라 강화
- 모바일 앱 최적화 및 속도 개선
- 온라인 전용물류 단계적 확대 통한 물류 CAPA 강화

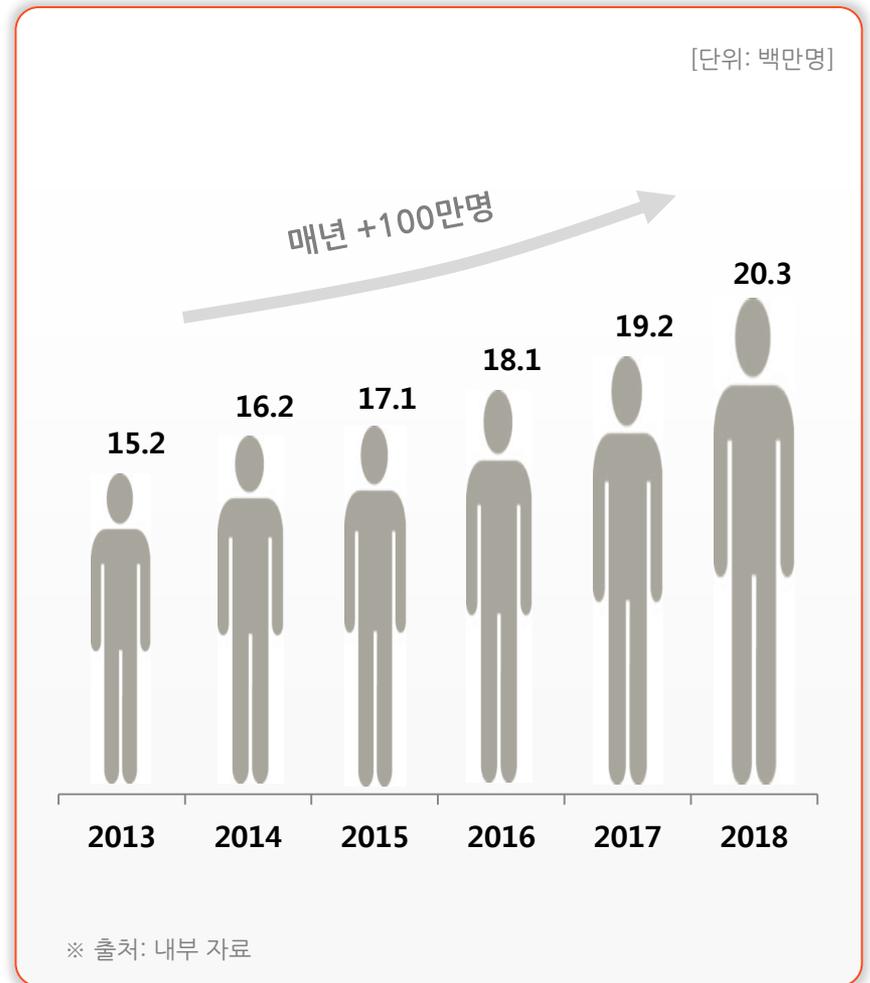


# \*고객

## ○ 연령대별 고객 비중 ; 30~50대 연령 고객 중심



## ○ 멤버십 회원수 증가 ; 매년 100만명 순증



# \*물류/서비스센터

## ○ 전국적인 자체 물류/서비스 네트워크

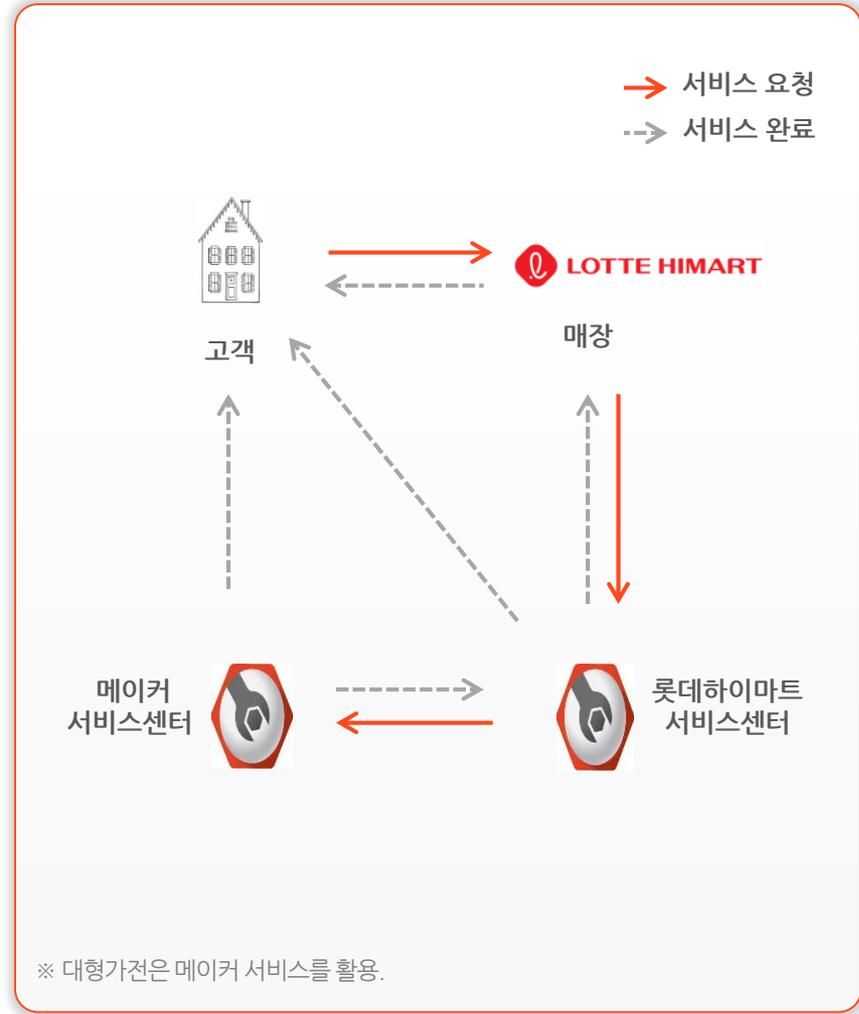
[단위 : 점포수]



- 점포수 : 465
- 물류센터 : 14
- 서비스센터 : 11

※ 2019년 3Q 기준

## ○ 소형 가전 서비스 접수 및 처리



※ 대형가전은 메이커 서비스를 활용.