



# 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, 재분배되거나 제3자에게 공개되어서는 아니 되며, 본 자료에 포함된 정보는 공지의 사실이 되기 전에는 기밀로 취급되어야 합니다. 수령자가 본 자료를 무단으로 분리, 재생산, 재분배 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**

**4Q Highlights**

**II**

**회사소개**

**III**

**영업현황**

**IV**

**재무현황**

**V**

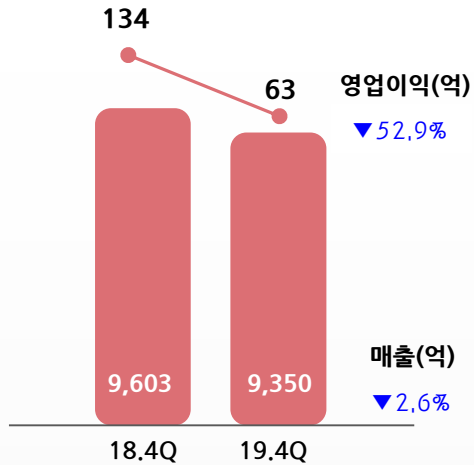
**사업전략**

**VI**

**Appendix**

# 1. 4Q Highlights

## 매출 및 손익

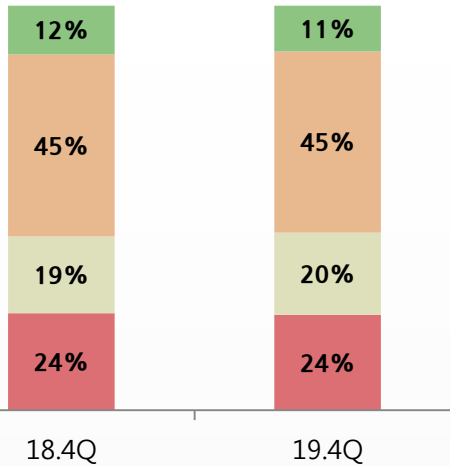


[단위: 억]

	18.4Q	%	19.4Q	%
매출	9,603	100	9,350	100
GPM	2,322	24.2	2,230	23.8
OPM	134	1.4	63	0.7
순이익	-421	-	-1,689	-
EBITDA	252	2.6	463	5.0

※ 19.4Q EBITDA : 리스회계기준 변경에 따라 발생된  
사용권자산의 감가상각비 293억원 포함

## 품목별 동향



■ A/V가전 ■ 백색가전  
■ 정보통신 ■ 소형가전

### 성장품목

정보통신(태블릿 PC, 모바일 액세서리 등)

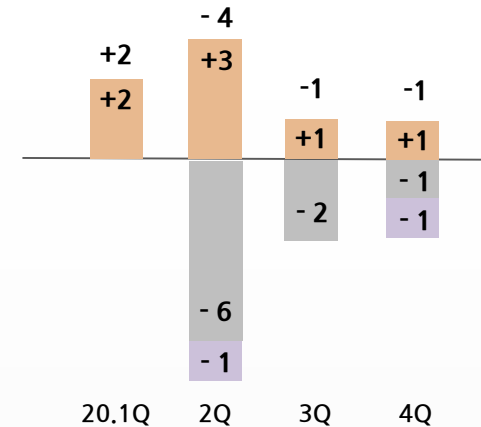
### 카테고리 성장

### 부진품목

경기부진 심화로 소비심리 위축이 지속되며

A/V가전, 백색가전 전반적 판매 부진

## 20년(E) 신규출점



■ 출점(로드샵) ■ 출점(샵인샵)  
■ 폐점(로드샵) ■ 폐점(샵인샵)

구분	1Q	2Q	3Q	4Q
로드샵	361	358	357	357
샵인샵	107	106	106	105
총점포	468	464	463	462

20년 신규오픈 : 7店, 폐점 : 11店

20년 순감 점포 : -4店

## 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

- 466개 직영점 ('19년 말 기준)
- 14개 물류센터
- 11개 서비스센터



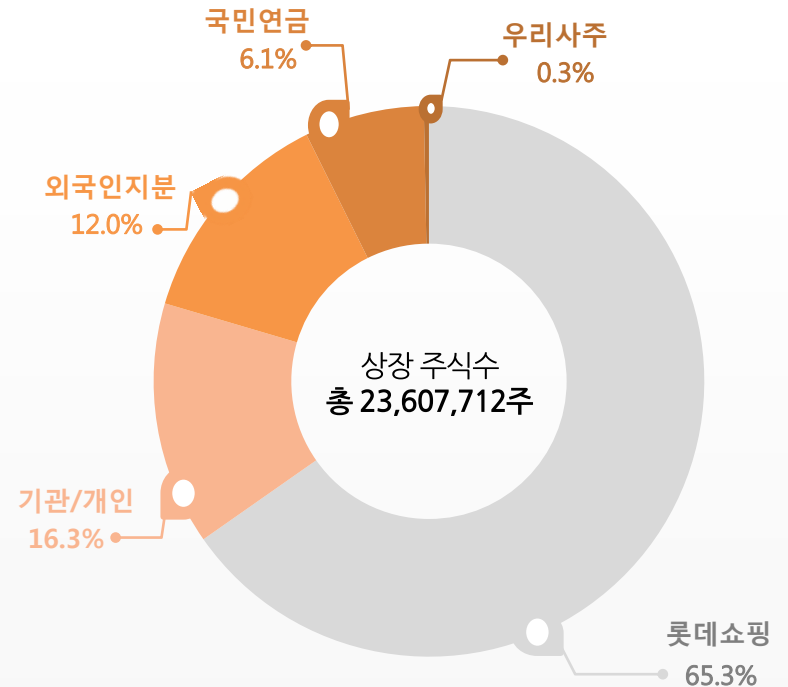
#### • 하이마트 회원 2천만 명

('19년 말 기준)

#### • 13년 6월 롯데멤버스 통합

(롯데관련사적립/사용)

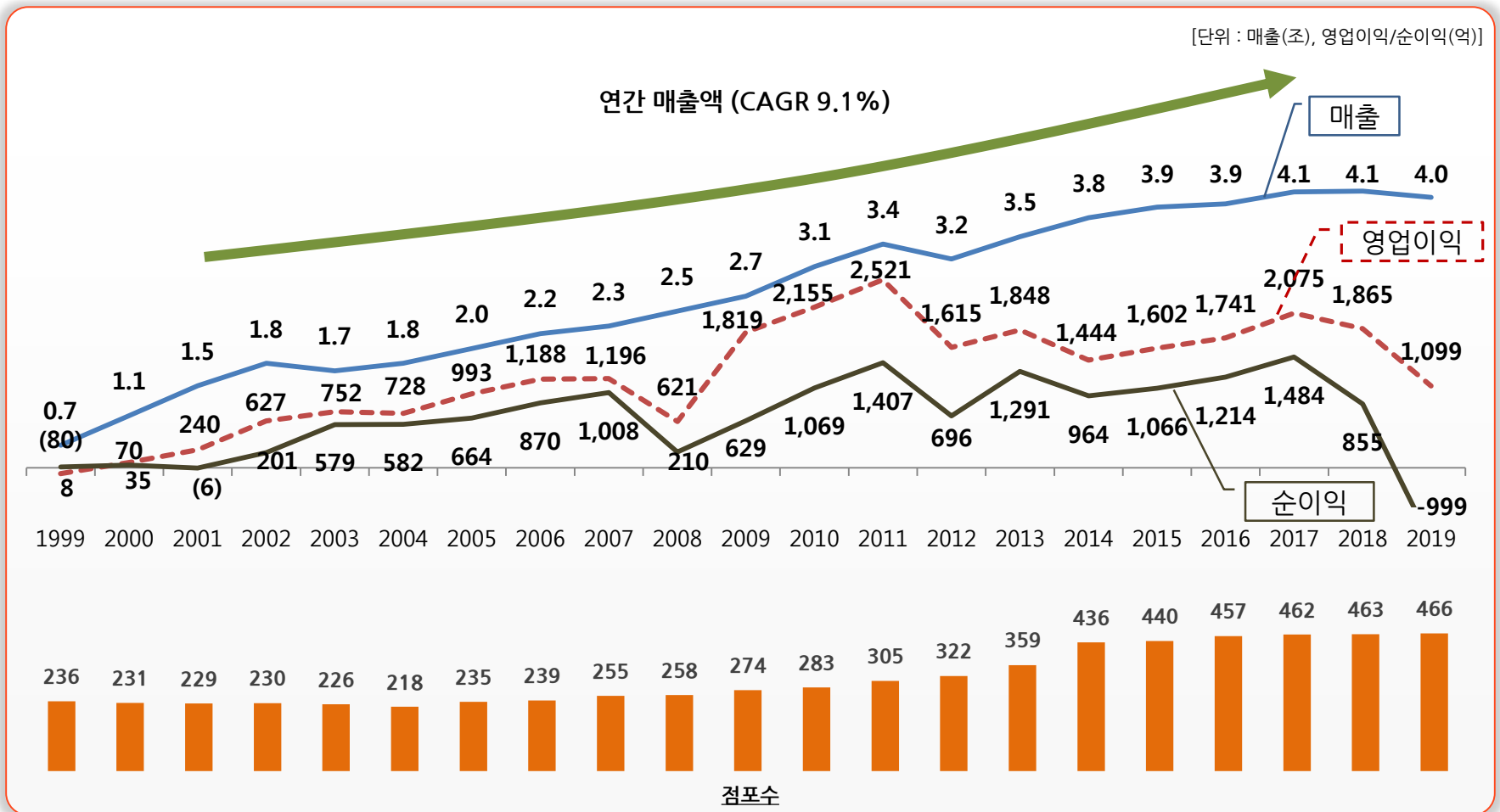
#### ○ 주주 현황



※ '19년 12월 末 기준

## 2. 회사소개

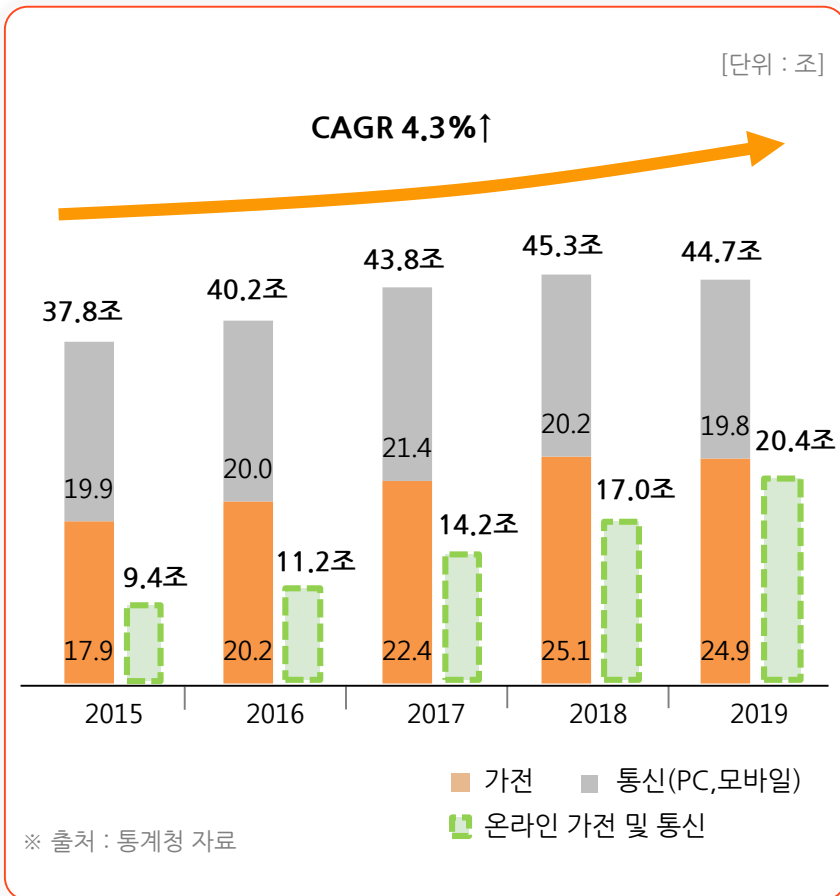
### 연도별 점포 및 실적 추이



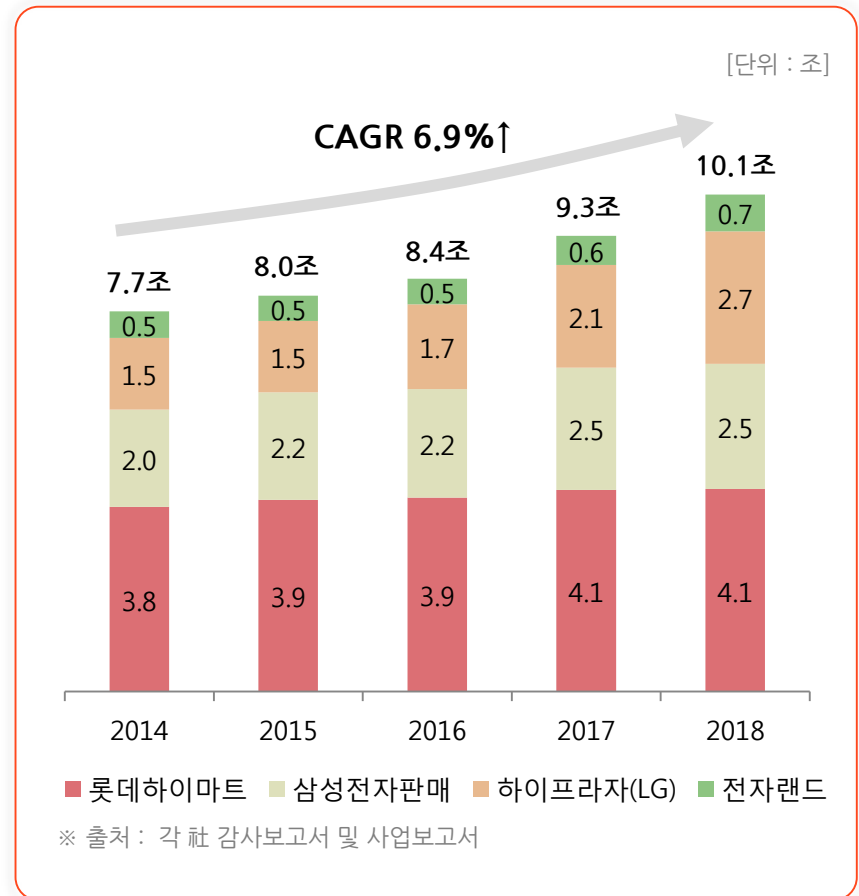
# 3. 영업현황

## 국내 가전시장

### ○ 국내 가전시장 규모



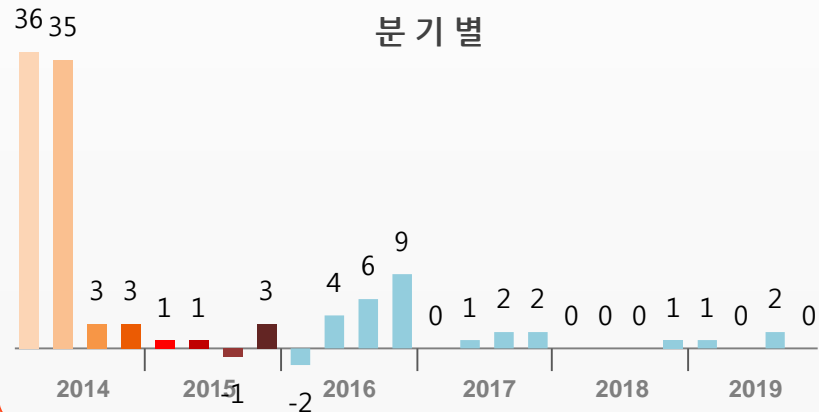
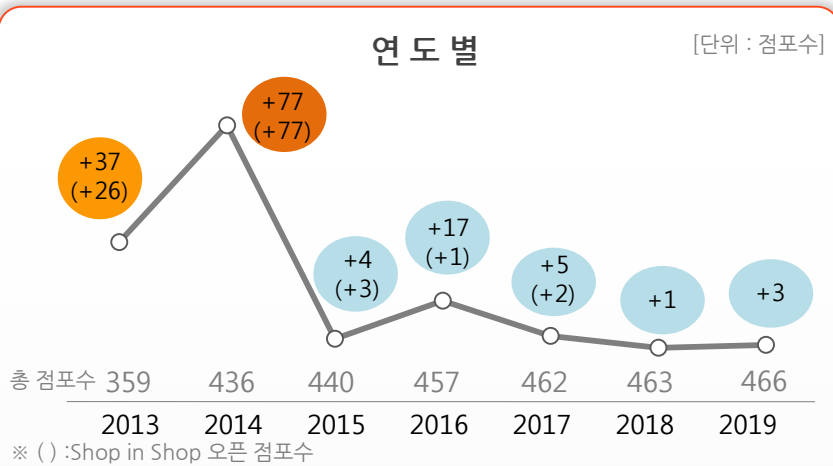
### ○ 가전전문점 매출추이



# 3. 영업현황

## 점포 현황

### ○ 점포순증추이



### ○ 점포유형

구분	Road Shop	Shop in Shop (롯데마트점 등)
점포수	359	107
면적(m <sup>2</sup> )	1,055	932
상권	주택가	상업지구

\* 면적 : 영업면적

※ '19년 말 기준



로드샵

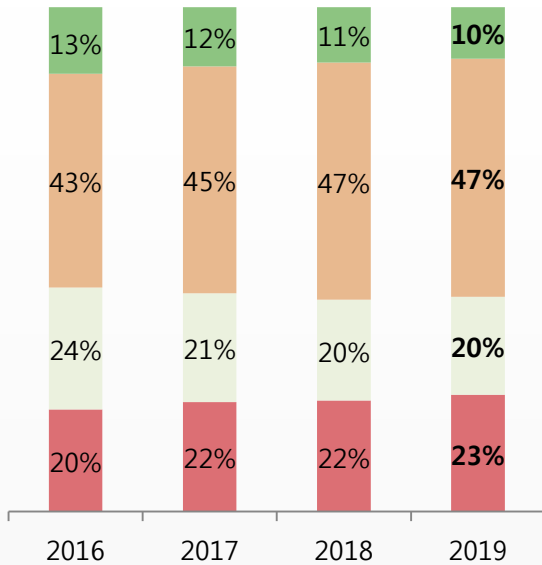


샵인샵

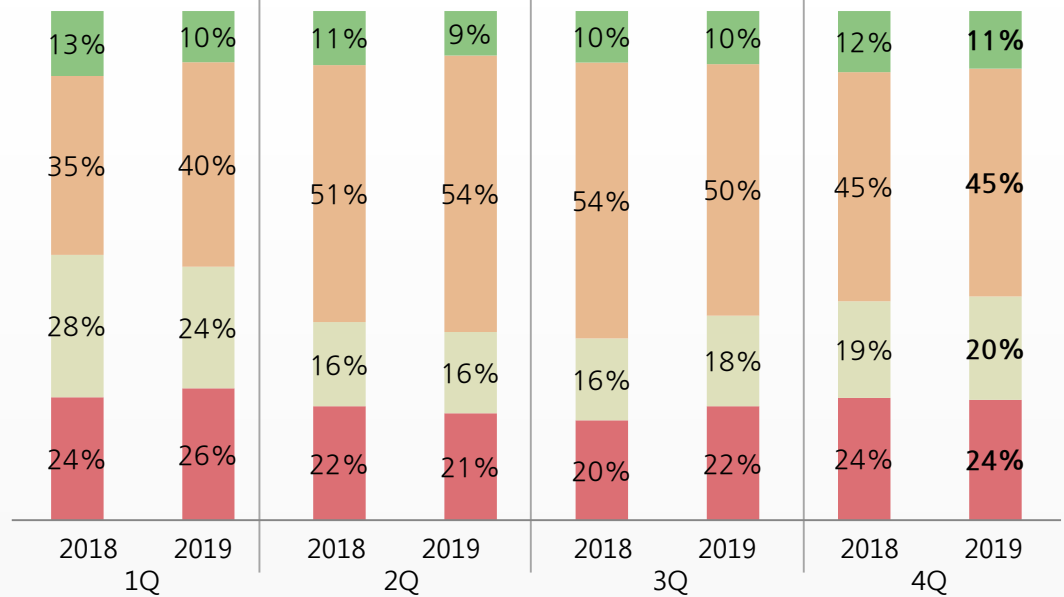
### 3. 영업현황

## 품목별 매출 비중

연간 비중



분기별 비중('18.1Q ~ '19.4Q)



- **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											
	18.4Q			19.1Q			19.2Q			19.3Q			19.4Q		
		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy
매출액	9,603	100%	-0.3%	10,370	100%	8.9%	10,709	100%	-1.5%	9,836	100%	-11.6%	9,350	100%	-2.6%
매출이익	2,322	24.2%	-3.3%	2,386	23.0%	-1.0%	2,846	26.6%	-4.3%	2,545	25.9%	-15.8%	2,230	23.8%	-4.0%
영업관련비용	2,187	22.8%	3.6%	2,144	20.7%	7.4%	2,388	22.3%	3.6%	2,211	22.5%	-6.9%	2,167	23.2%	-0.9%
인건비	673	7.0%	4.8%	677	6.5%	11.4%	706	6.6%	7.6%	680	6.9%	2.8%	671	7.2%	-0.3%
지급임차	349	3.6%	-1.8%	94	0.9%	-68.5%	78	0.7%	-73.7%	77	0.8%	-75.0%	76	0.8%	-78.2%
감가상각	117	1.2%	-2.7%	312	3.0%	157.6%	321	3.0%	167.4%	322	3.3%	169.1%	400	4.3%	241.2%
광고판촉비	194	2.0%	3.4%	172	1.7%	7.5%	178	1.7%	-2.1%	158	1.6%	-5.5%	163	1.7%	-15.9%
지급수수료	451	4.7%	10.4%	469	4.5%	12.9%	492	4.6%	6.9%	469	4.8%	-0.3%	473	5.1%	4.9%
운반비	265	2.8%	2.9%	236	2.3%	5.7%	248	2.3%	-5.3%	262	2.7%	-3.1%	260	2.8%	-2.0%
설치비	33	0.3%	34.1%	65	0.6%	54.2%	241	2.2%	18.1%	134	1.4%	-48.5%	23	0.2%	-29.5%
기타고정	106	1.1%	-8.3%	119	1.1%	-6.4%	124	1.2%	0.1%	110	1.1%	-8.7%	101	1.1%	-4.7%
영업이익	134	1.4%	-53.5%	243	2.3%	-41.3%	458	4.3%	-31.5%	334	3.4%	-48.4%	63	0.7%	-52.9%
세전순익	-409	-	-255.8%	201	1.9%	-48.7%	422	3.9%	-35.2%	282	2.9%	-55.5%	-1,744	-	-
당기순익	-421	-	-340.6%	154	1.5%	-48.4%	321	3.0%	-35.2%	215	2.2%	-55.4%	-1,689	-	-
점포수	463		0.2%	464		0.4%	463		0.2%	465		0.4%	466		0.6%

## 4. 재무현황

### 손익계산서(연간)

[단위 : 억원]

구분	2015년			2016년			2017년			2018년			2019년		
		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy
매출액	38,961	100%	3.8%	39,394	100%	1.1%	40,993	100%	4.1%	41,127	100%	0.3%	40,265	100%	-2.1%
매출이익	9,635	24.7%	4.0%	10,134	25.7%	5.2%	10,612	25.9%	4.7%	10,729	26.1%	1.1%	10,007	24.9%	-6.7%
영업관련비용	8,033	20.6%	2.7%	8,388	21.3%	4.4%	8,537	20.8%	1.8%	8,864	21.6%	3.8%	8,908	22.1%	0.5%
인건비	2,413	6.2%	2.3%	2,440	6.2%	1.1%	2,458	6.0%	0.7%	2,598	6.3%	5.7%	2,733	6.8%	5.2%
지급임차	1,219	3.1%	6.0%	1,232	3.1%	1.1%	1,253	3.1%	1.7%	1,253	3.0%	0.0%	325	0.8%	-74.0%
감가상각	524	1.3%	-1.4%	524	1.3%	0.1%	492	1.2%	-6.1%	478	1.2%	-2.8%	1,356	3.4%	183.4%
광고판촉비	942	2.4%	-4.2%	981	2.5%	4.1%	689	1.7%	-29.8%	702	1.7%	2.0%	671	1.7%	-4.5%
지급수수료	1,304	3.3%	9.9%	1,442	3.7%	10.6%	1,630	4.0%	13.0%	1,796	4.4%	10.2%	1,902	4.7%	5.9%
운반비	864	2.2%	8.0%	894	2.3%	3.5%	991	2.4%	10.9%	1,020	2.5%	2.9%	1,005	2.5%	-1.4%
설치비	321	0.8%	-7.9%	437	1.1%	36.0%	558	1.4%	27.8%	539	1.3%	-3.5%	463	1.1%	-14.1%
기타고정	446	1.1%	-3.7%	438	1.1%	-1.7%	466	1.1%	6.3%	477	1.2%	2.5%	454	1.1%	-4.9%
영업이익	1,602	4.1%	10.9%	1,745	4.4%	9.0%	2,075	5.1%	18.9%	1,865	4.5%	-10.1%	1,099	2.7%	-41.1%
세전순익	1,432	3.7%	15.1%	1,625	4.1%	13.5%	1,990	4.9%	22.4%	1,269	3.1%	-36.2%	-839	-	-
당기순익	1,066	2.7%	10.5%	1,214	3.1%	13.9%	1,484	3.6%	22.2%	855	2.1%	-42.4%	-999	-	-
점포수	440		0.9%	457		3.9%	462		1.1%	463		0.2%	466		0.6%

※ 2015~16년 : K-IFRS 1018호 회계기준(구 기준), 2017~19년 : K-IFRS 1115호 회계기준(신 기준)

# 4. 재무현황

## 재무상태 및 차입금

### ○ 재무상태표

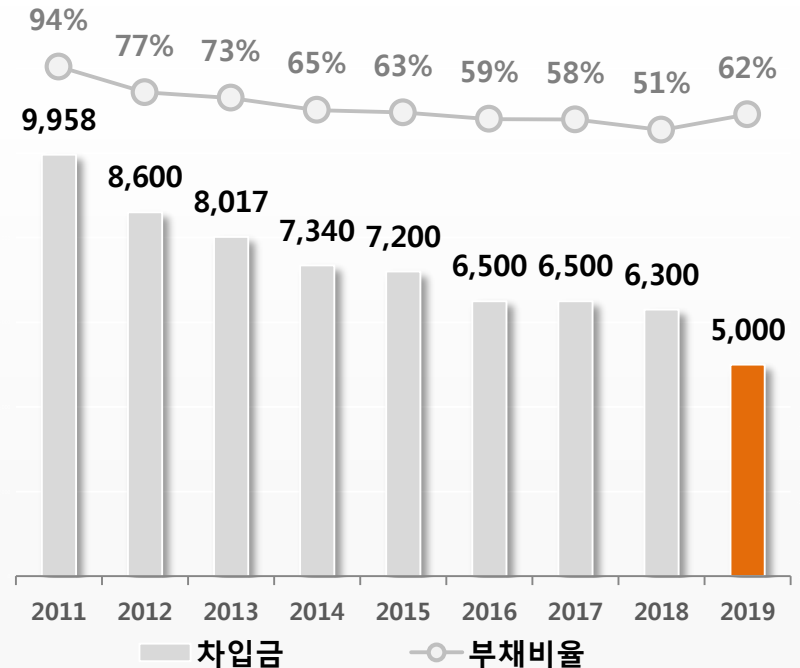
[단위:억원]

구분	2018년 말	2019년 말	증감율(%)
<b>자산</b>	31,171	31,076	-0.3%
유동자산	9,154	7,157	-21.8%
현금및현금성자산	2,998	498	-83.4%
비유동자산	22,016	23,919	8.6%
<b>부채</b>	10,552	11,857	12.4%
유동부채	5,381	5,895	9.6%
비유동부채	5,171	5,962	15.3%
차입금	6,300	5,000	-20.6%
<b>자본</b>	20,619	19,219	-6.8%
자본금	1,180	1,180	0.0%
<b>부채비율</b>	51.2%	61.7%	10.5%p

※ 19년 말 : 리스부채 2,967억 반영(K-IFRS 제 1116 적용)

### ○ 부채 & 차입금

[단위:억원]

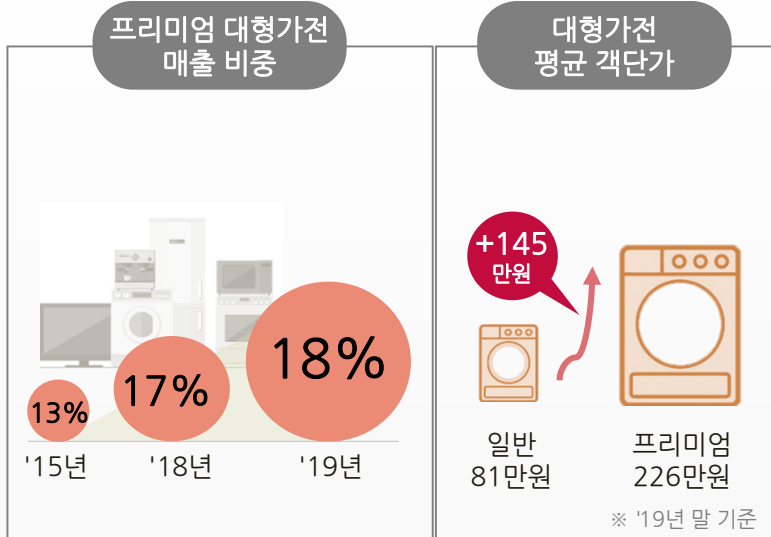


# 5. 사업전략

## 상 품

### ○ 프리미엄 중심 상품 운영

- \* 트렌드 및 소비 가치 변화에 따른 프리미엄 상품 매출 확대로 외형성장 및 수익성 제고 (객단가 및 이익률 강화)
- \* 프리미엄 멤버십 신설을 통한 고객 로열티 강화 (20년1월~)



- ※ 프리미엄(대형가전) : TV(65" ↑ UHD, OLED), 냉장고(4도어, 양문형 정수기, 김치냉장고(400ℓ↑), 세탁기(19kg↑드럼)
- ※ 프리미엄 멤버십: 연간 2천만원 이상 구매 고객 대상으로 추가적인 멤버십 혜택 제공 (대형가전 무상점검, 에어컨 무상 이전설치, 전문상담원 지정 등)

### ○ PB / 글로벌브랜드 강화

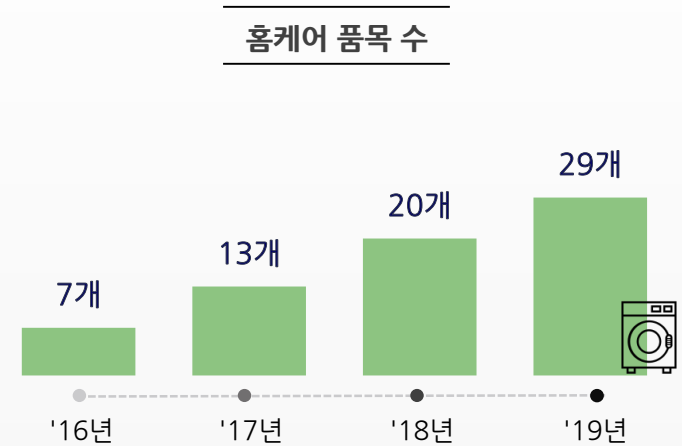
- \* 차별화된 상품 제공을 통한 동업계 차별화 및 집객력 강화
- PB 품목 확대 통한 브랜드 인지도 제고 및 수익성 강화
- 글로벌 브랜드 지속 확대 통한 MD 강화



# 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), 정기케어 서비스 런칭, 홈리폼 서비스 영역확대(입주청소) 등 운영 품목 확장 (20년~) 통한 토탈 홈서비스 제공



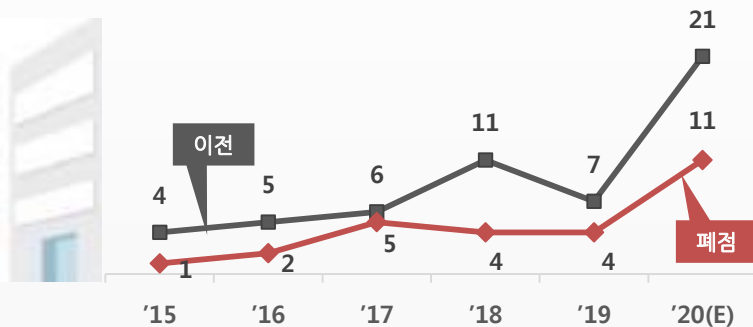
# 5. 사업전략

## 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

- 메가스토어**: 가전을 비롯한 다양한 라이프스타일 상품이 있는 대형매장
- 프리미엄 스토어**: 가치를 증시하는 프리미엄 상품 중심의 고급화된 매장
- 옴니스토어**: 오프라인 매장에서 온라인의 편리함을 결합한 체험형 매장
- 일반점·마트점**: 다양한 브랜드의 가전을 취급하는 하이마트 표준매장

# 5. 사업전략

## 하이마트 메가스토어 잠실점 오픈

- \* 온라인의 편의성과 오프라인의 체험을 강화한 초대형 프리미엄 라이프스타일 매장(20년 1월)
  - 프리미엄 전문관(삼성/LG 프리미엄관, 프리미엄 레저 등), 라이프스타일 제안(카페, 인테리어/디자인 가구, 홈케어, 등), 고객 체험 확대(E스포츠 경기장, 1인 미디어존, 5G체험존 등), O2O 서비스(옴니세일즈, 스마트픽)



### Home & Lifestyle 메가스토어 구축

- 고객경험 위주 DIGITAL & FUN 매장
- 프리미엄 & 라이프스타일 매장



# 5. 사업전략

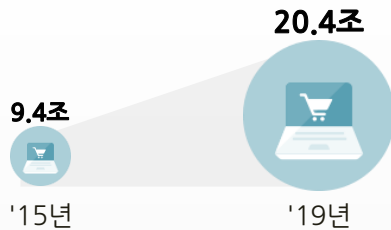
## 온라인 사업강화 ①

### ○ 온라인 쇼핑몰 강화

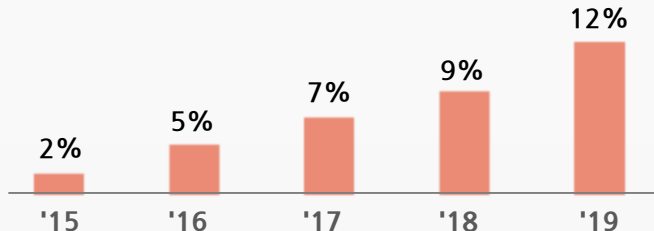
\* 적극적 온라인 사업 추진

- 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



※ 출처 : 통계청, 업계추정 및 내부자료

### ○ Home & Lifestyle 종합몰 전환

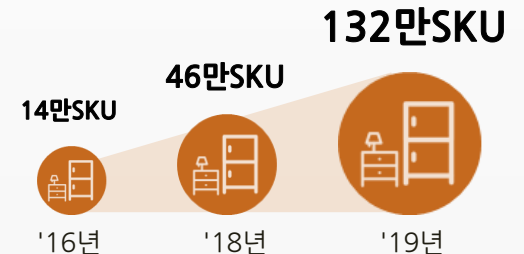
\* 홈인테리어 등 가전과 시너지 확대 가능한 품목 중심 확대

- 온라인 인기상품 확대, Mall in Mall(비가전) 확대 등
- (온라인 SKU 확대 운영 : 18년 46만개 → 19년 132만개)

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 트랙픽 강화

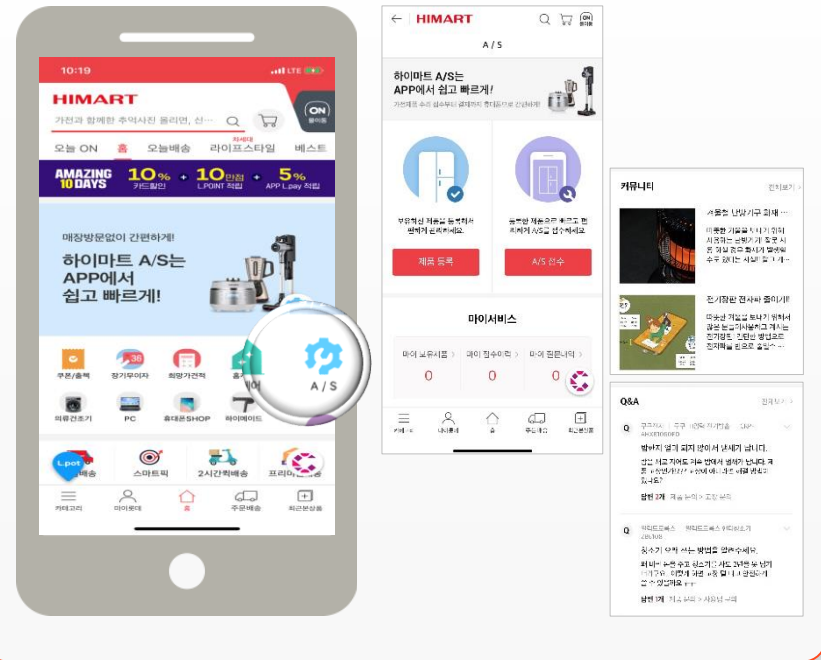


The screenshot shows the HIMART mobile app interface. At the top, there's a navigation bar with '라이프스타일' (Lifestyle) highlighted. Below it, there are sections for '오늘배송' (Today's Delivery), '라이프스타일' (Lifestyle), and '주간행사' (Weekly Events). A central banner features a living room scene with the text '예쁜 우리집 사진 올리면 푸짐한 경품이!' (Upload a photo of our beautiful home, win a generous prize!). Below this, there's a section for '나만의 스타일' (My Style) with images of home interiors. At the bottom, there are icons for '카테고리' (Category), '마이페이지' (My Page), '홈' (Home), '주문배송' (Order & Delivery), and '최근본상품' (Recently Viewed Products).

- SNS 기능 (좋아요, 댓글, 공유, 스크랩)
- 고객 사진
- 연관 상품 (고객 직접 추천 및 게재)
- 사진 설명

### ○ A/S DATA 기반 플랫폼 앱 구축

- \* A/S 기반 양방향 고객 커뮤니케이션 플랫폼 구축(19년 12월) 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



The screenshot shows the HIMART mobile app interface with the A/S (After-Sales Service) section highlighted. The top navigation bar includes 'A/S'. The main content area features a banner for '하이마트 A/S는 APP에서 쉽고 빠르게!' (HiMart A/S is easy and fast in the APP!). Below this, there are two buttons: '제품 등록' (Register Product) and 'A/S 신청' (Apply for A/S). The '마이서비스' (My Service) section shows three categories: '마이보유제품' (My Owned Products), '마이주문내역' (My Order History), and '마이주문내역' (My Order History). At the bottom, there are icons for '카테고리' (Category), '마이페이지' (My Page), '홈' (Home), '주문배송' (Order & Delivery), and '최근본상품' (Recently Viewed Products).

- 카테고리
- 마이페이지
- 홈
- 주문배송
- 최근본상품

# 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

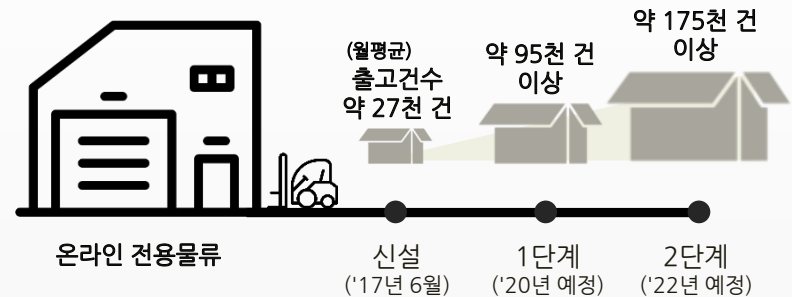


희망일배송

원하는 날짜에  
전국 무료 설치배송

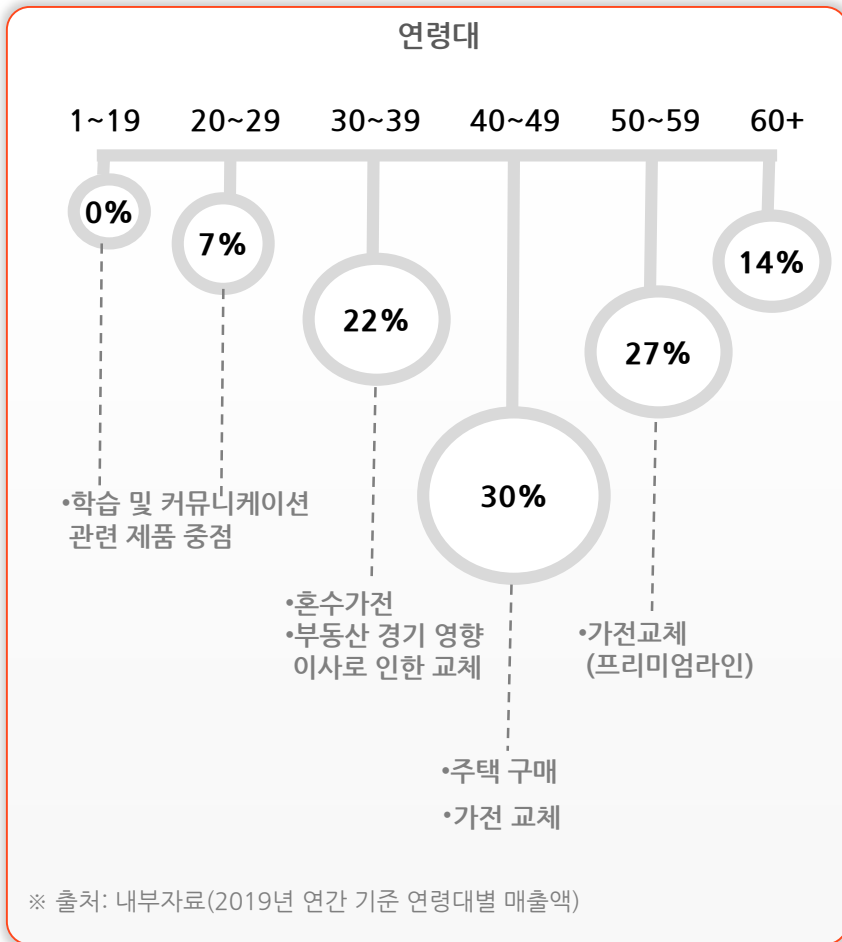
### ○ 고객 쇼핑 환경 개선

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

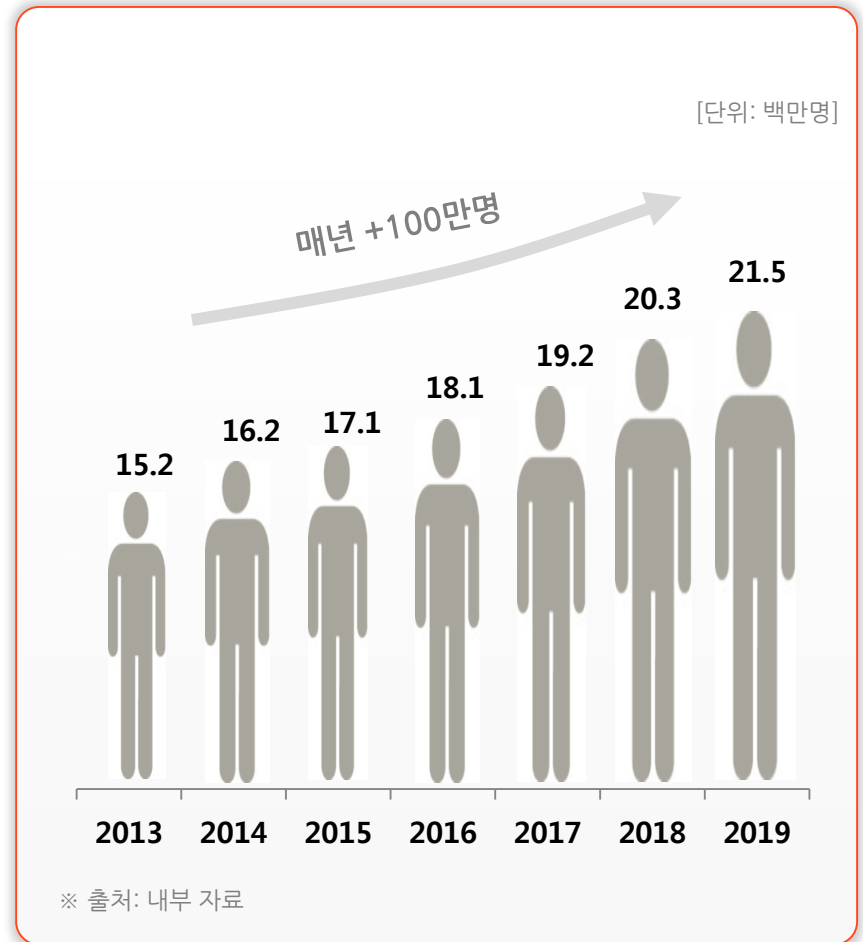


# \*고객

## ○ 연령대별 고객 비중 ; 30~50대 연령 고객 중심

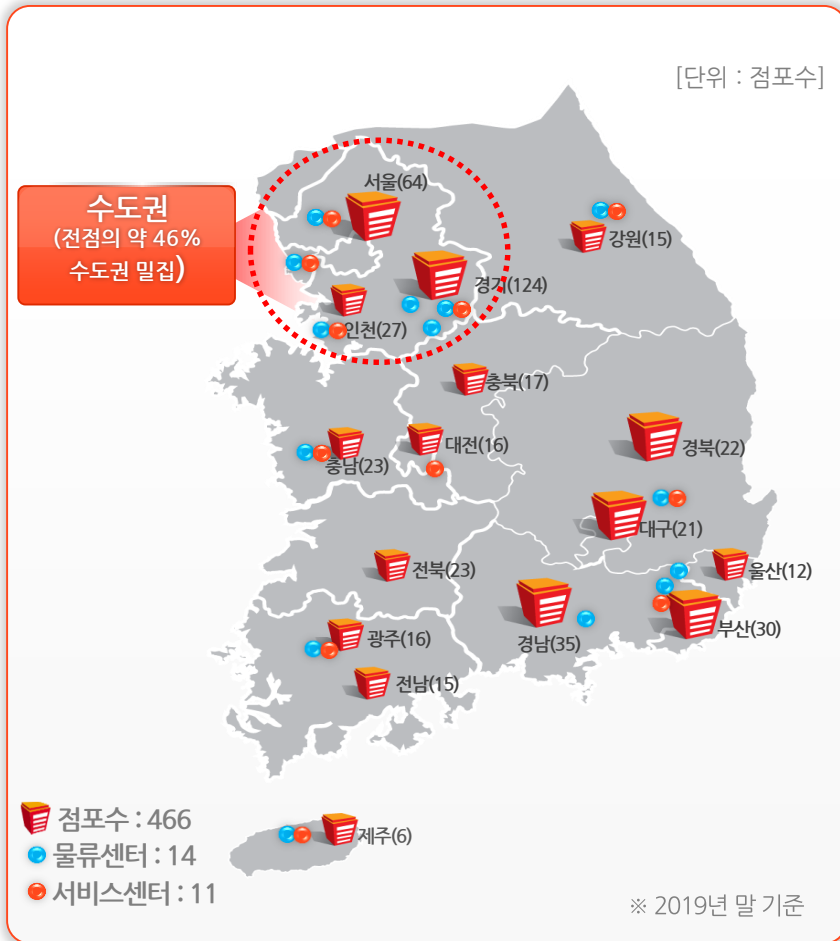


## ○ 멤버십 회원수 증가 ; 매년 100만명 순증

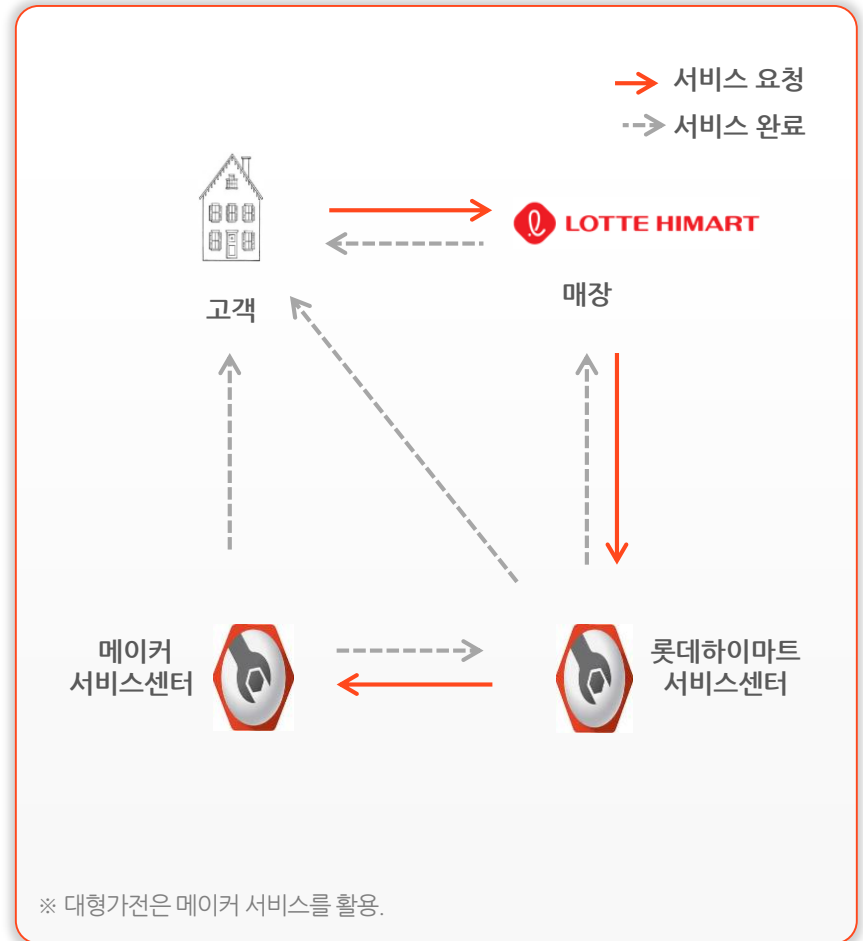


# \*물류/서비스센터

## ○ 전국적인 자체 물류/서비스 네트워크



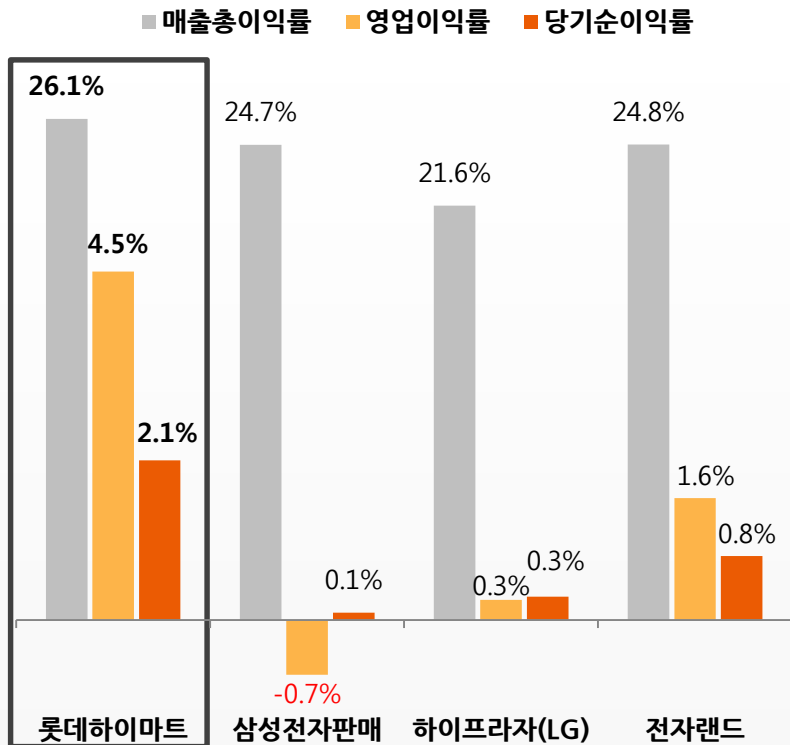
## ○ 소형 가전 서비스 접수 및 처리



# \*경쟁사 비교

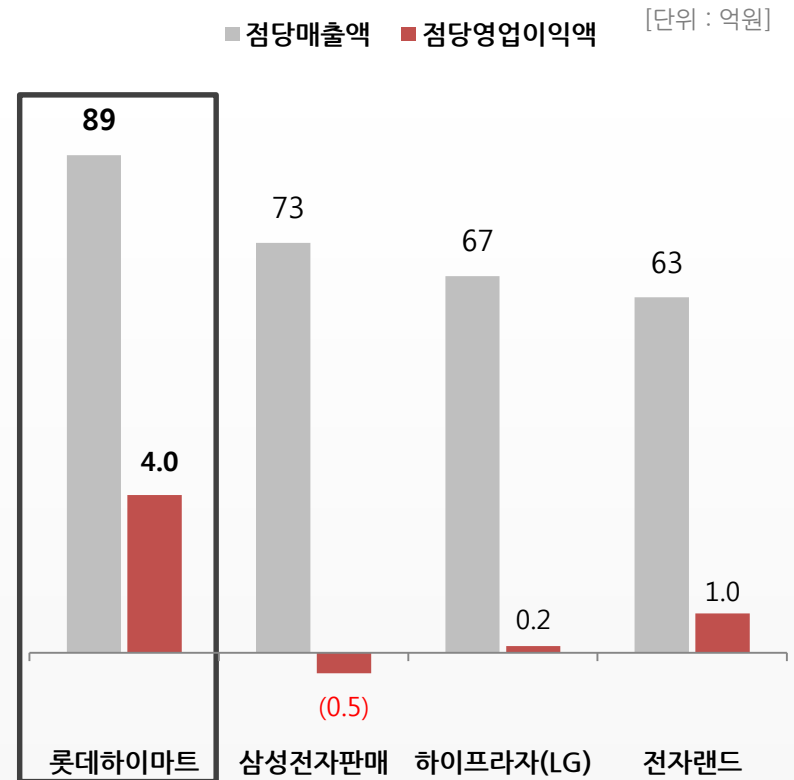
## 수익성 및 효율성

### ○ 수익성 (이익률 중심)



※ 출처: 2018년 각 사 사업보고서 및 감사보고서

### ○ 효율성 (점당 매출 및 영업이익)



※ 출처: 2018년 각 사 사업보고서 및 감사보고서, 내부자료