



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

1Q Highlights

II

회사소개

III

영업현황

IV

재무현황

V

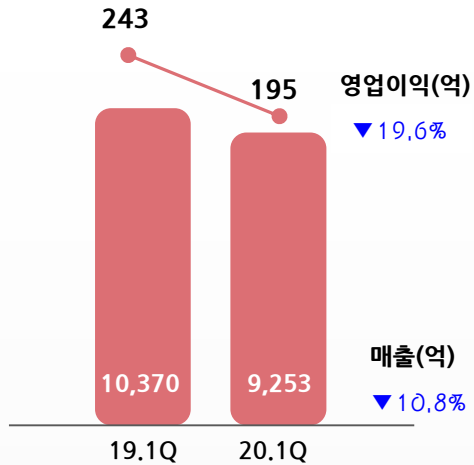
사업전략

VI

Appendix

1. 1Q Highlights

매출 및 손익

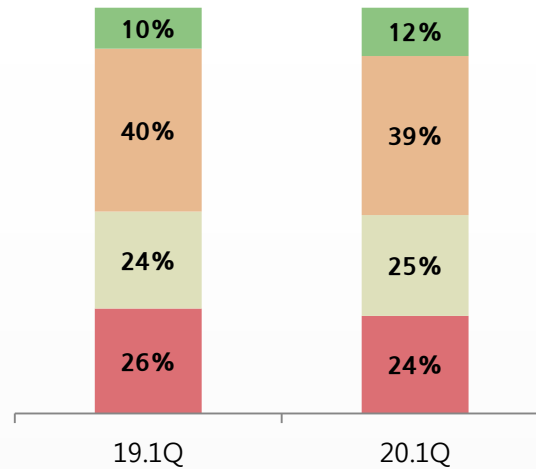


[단위: 억]

	19.1Q	%	20.1Q	%
매출	10,370	100	9,253	100
GPM	2,386	23.0	2,234	24.1
OPM	243	2.3	195	2.1
순이익	154	1.5	114	1.2
EBITDA	555	5.3	543	5.9

※ EBITDA : 리스회계기준 변경에 따라 발생된 사용권자산의 감가상각비 198억(19.1Q), 238억(20.1Q) 포함

품목별 동향



■ A/V가전 ■ 백색가전
■ 정보통신 ■ 소형가전

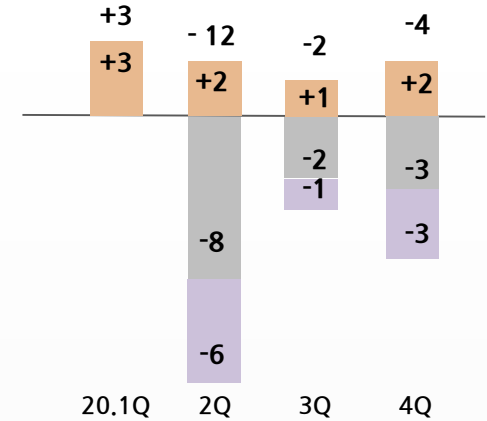
성장품목

- 가내 체류시간 증가 등에 따른 TV 성장
- 교체주기 도래 및 프리미엄 수요 증가에 따른 냉장고 성장 지속

부진품목

코로나19 여파에 따른 오프라인 트래픽 감소, 아카데미 시즌 연기로 전반적 가전 및 정보통신부문(PC/모바일) 부진

20년(E) 신규출점



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

구 분	1Q	2Q	3Q	4Q
로드샵	362	356	355	354
샵인샵	107	101	100	97
총점포	469	457	455	451

20년 신규오픈 : 8店, 폐점 : 23店

20년 순감 점포 : -15店

2. 회사소개

개요 및 주주현황

○ No.1 가전 양판점



• 가전전문점 내 점유율 1위

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

※ 출처: 2019년 각 사 사업보고서 및 감사보고서

• 469개 직영점 ('20년 3월 말 기준)

• 14개 물류센터

• 11개 서비스센터



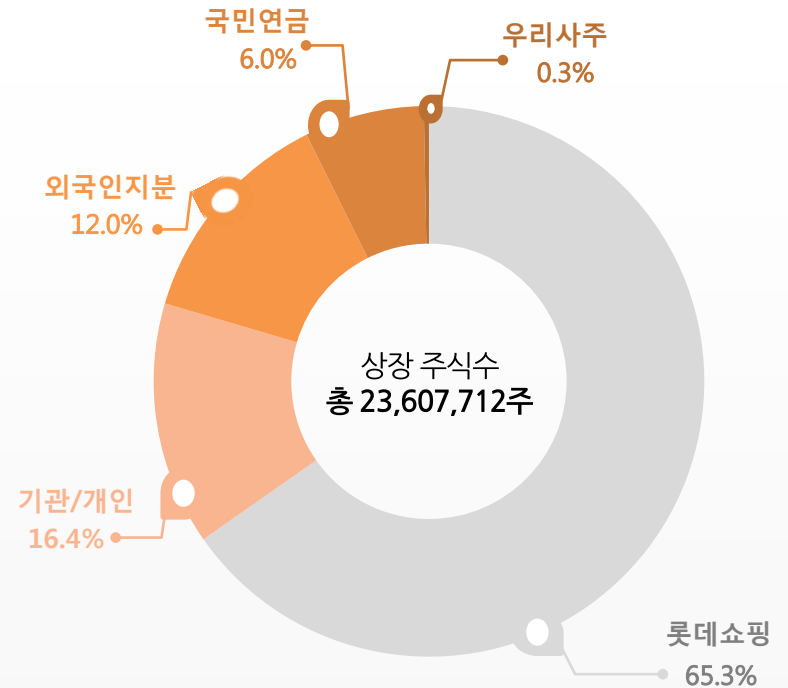
• 하이마트 회원 2천만 명

('19년 말 기준)

• 13년 6월 롯데멤버스 통합

(롯데관련사적립/사용)

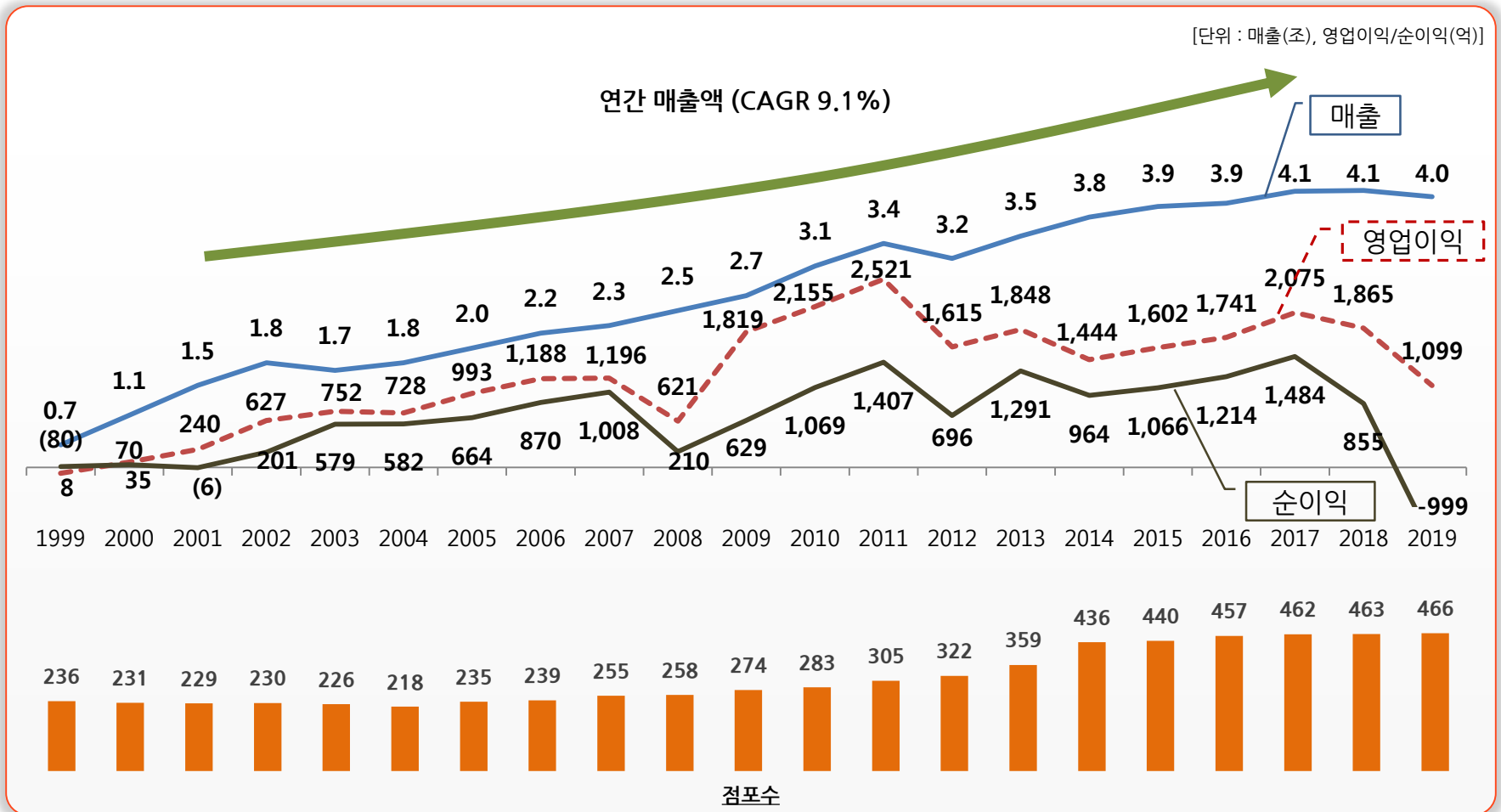
○ 주주 현황



※ '20년 3월 末 기준(단, 국민연금은 2/25일 기준)

2. 회사소개

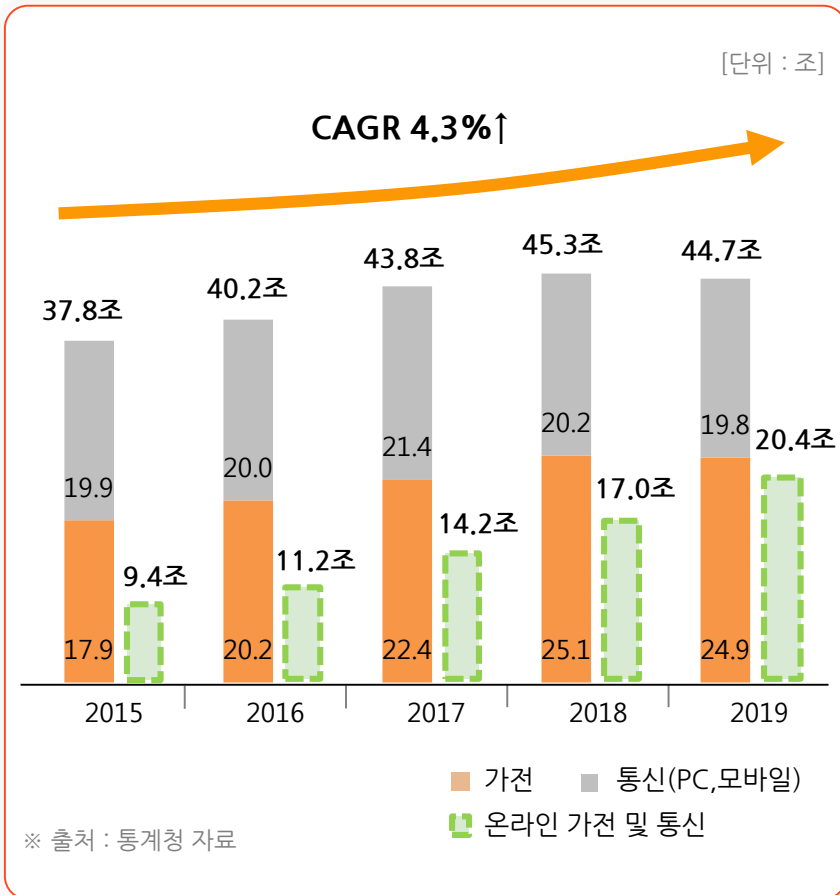
연도별 점포 및 실적 추이



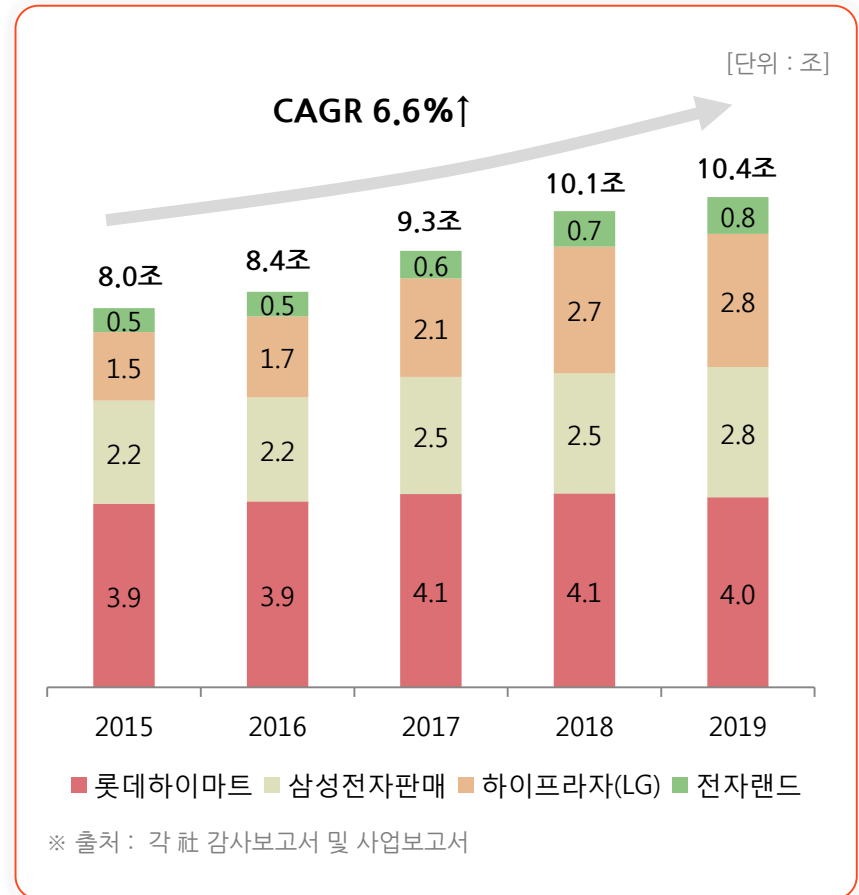
3. 영업현황

국내 가전시장

○ 국내 가전시장 규모



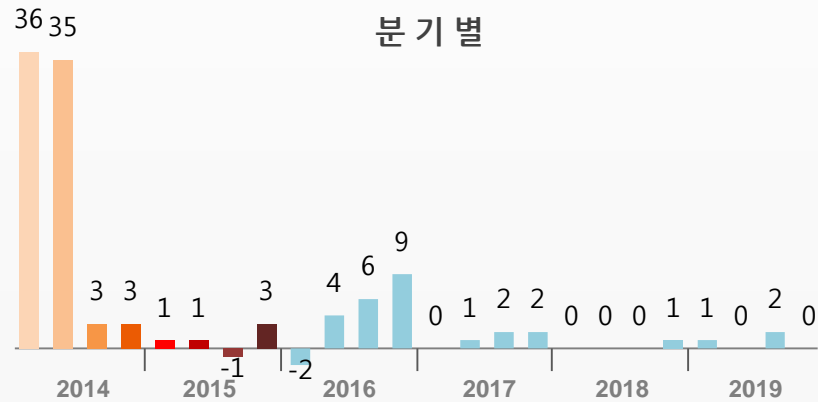
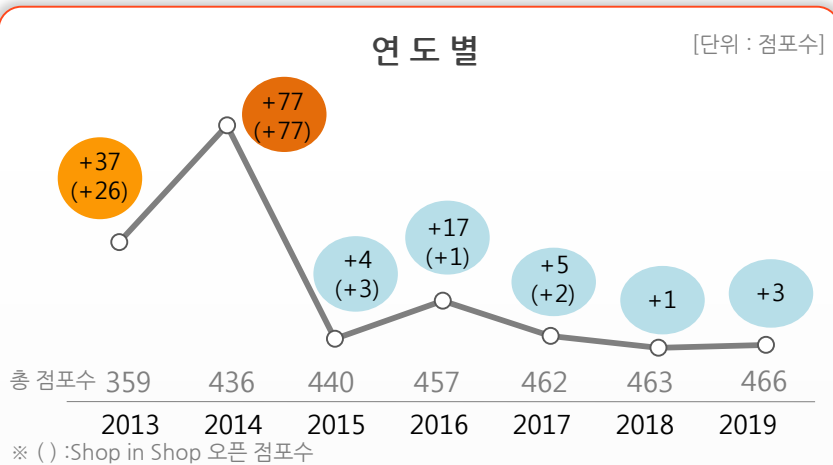
○ 가전전문점 매출추이



3. 영업현황

점포 현황

○ 점포 순증 추이



○ 점포유형

구분	Road Shop	Shop in Shop (롯데마트점 등)
점포수	362	107
면적(m ²)	1,058	932
상권	주택가	상업지구

* 면적 : 영업면적

※ '20년 3월 말 기준



로드샵

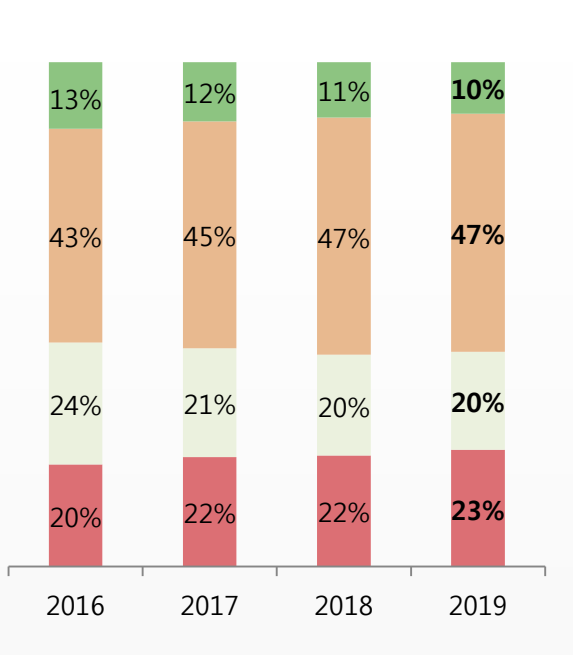


샵인샵

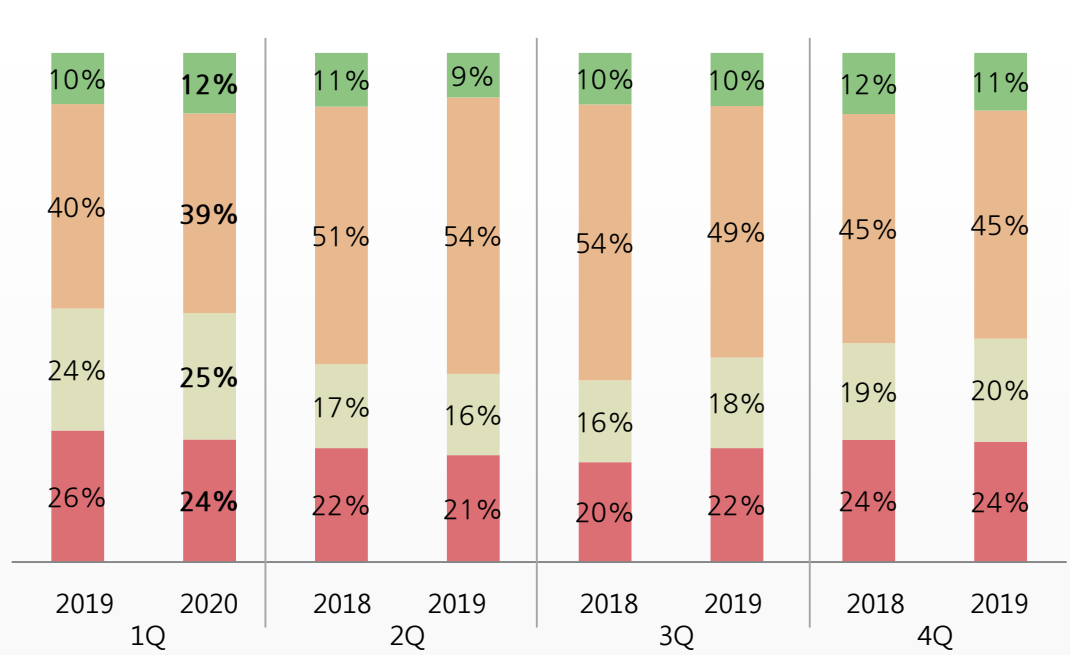
3. 영업현황

품목별 매출 비중

연간 비중



분기별 비중('18.2Q ~ '20.1Q)



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

4. 재무현황

손익계산서(분기)

[단위 : 억원]

구분	2019년												2020년		
	19.1Q			19.2Q			19.3Q			19.4Q			20.1Q		
		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy		구성비	yoy
매출액	10,370	100%	8.9%	10,709	100%	-1.5%	9,836	100%	-11.6%	9,350	100%	-2.6%	9,253	100%	-10.8%
매출이익	2,386	23.0%	-1.0%	2,846	26.6%	-4.3%	2,545	25.9%	-15.8%	2,230	23.8%	-4.0%	2,234	24.1%	-6.4%
영업관련비용	2,144	20.7%	7.4%	2,388	22.3%	3.6%	2,211	22.5%	-6.9%	2,167	23.2%	-0.9%	2,038	22.0%	-4.9%
인건비	677	6.5%	11.4%	706	6.6%	7.6%	680	6.9%	2.8%	671	7.2%	-0.3%	658	7.1%	-2.8%
지급임차	94	0.9%	-68.5%	78	0.7%	-73.7%	77	0.8%	-75.0%	76	0.8%	-78.2%	61	0.7%	-35.9%
감가상각	312	3.0%	157.6%	321	3.0%	167.4%	322	3.3%	169.1%	400	4.3%	241.2%	348	3.8%	11.7%
광고판촉비	172	1.7%	7.5%	178	1.7%	-2.1%	158	1.6%	-5.5%	163	1.7%	-15.9%	148	1.6%	-13.9%
지급수수료	469	4.5%	12.9%	492	4.6%	6.9%	469	4.8%	-0.3%	473	5.1%	4.9%	448	4.8%	-4.3%
운반비	236	2.3%	5.7%	248	2.3%	-5.3%	262	2.7%	-3.1%	260	2.8%	-2.0%	233	2.5%	-1.3%
설치비	65	0.6%	54.2%	241	2.2%	18.1%	134	1.4%	-48.5%	23	0.2%	-29.5%	39	0.4%	-39.1%
기타고정	119	1.1%	-6.4%	124	1.2%	0.1%	110	1.1%	-8.7%	101	1.1%	-4.7%	103	1.1%	-13.7%
영업이익	243	2.3%	-41.3%	458	4.3%	-31.5%	334	3.4%	-48.4%	63	0.7%	-52.9%	195	2.1%	-19.6%
세전순익	201	1.9%	-48.7%	422	3.9%	-35.2%	282	2.9%	-55.5%	-1,744	-	적자지속	148	1.6%	-26.3%
당기순익	154	1.5%	-48.4%	321	3.0%	-35.2%	215	2.2%	-55.4%	-1,689	-	적자지속	114	1.2%	-26.1%
점포수	464		0.4%	463		0.2%	465		0.4%	466		0.6%	469		1.1%

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	-	적자전환
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	-	적자전환
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

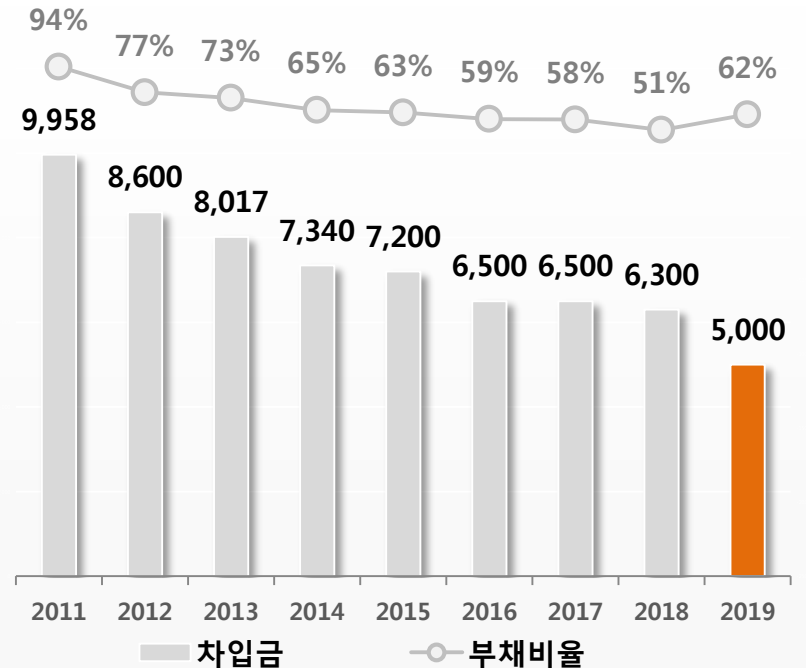
[단위:억원]

구분	2019년 말	2020년 1Q	증감율(%)
자산	31,076	31,998	3.0%
유동자산	7,157	8,117	13.4%
현금및현금성자산	498	868	74.4%
비유동자산	23,919	23,881	-0.2%
부채	11,857	12,921	9.0%
유동부채	5,895	8,477	43.8%
비유동부채	5,962	4,444	-25.5%
차입금	5,000	5,000	0.0%
자본	19,219	19,077	-0.7%
자본금	1,180	1,180	0.0%
부채비율	61.7%	67.7%	6.0%p

※ K-IFRS 제1116 적용: 리스부채 19년 말 2,967억, 20년 1Q 2,938억 반영

○ 부채 & 차입금

[단위:억원]

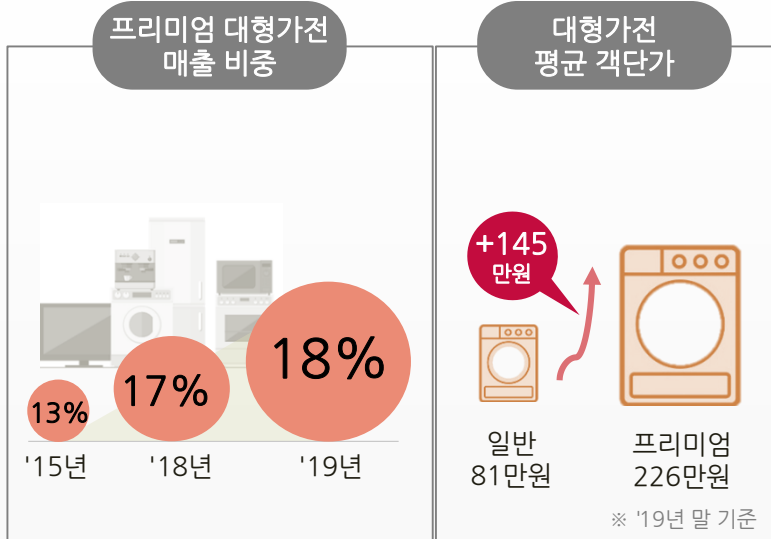


5. 사업전략

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 2천 만원 이상 구매 고객 대상으로 추가적인 멤버십 혜택 제공 (대형가전 무상점검, 에어컨 무상 이천설치, 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

롯데하이마트
홈케어 서비스

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

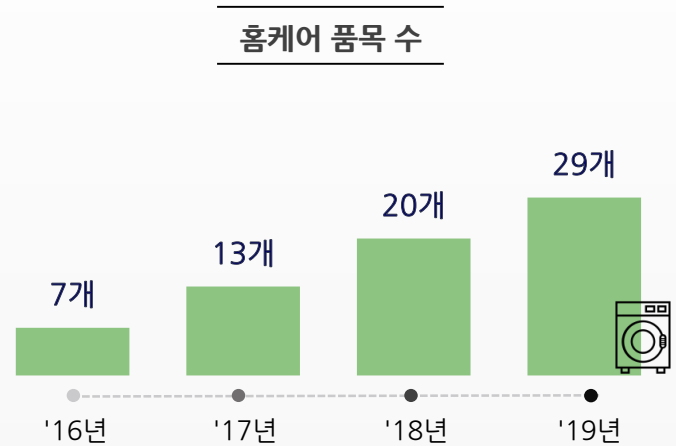
서비스 주문내역 조회 서비스 품목별 가격

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 수료 CS 마스터 전문 청소장비 가전제품 전문 1종 기업

품질 보장 관리 주기 사용 약품

문닫이작업 벽면일소 방충망교체 벽면기역시정 배수구정리작업 단열필름시공 세차종후군 주방일소작업



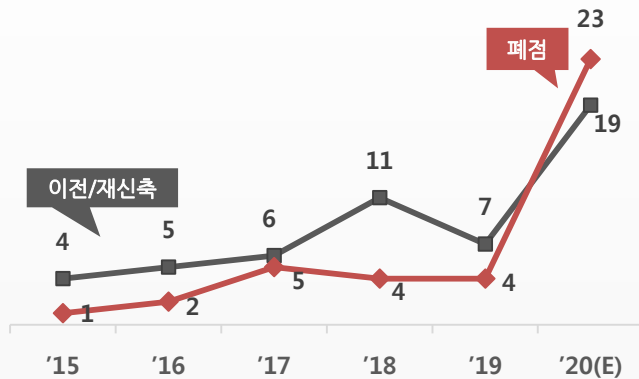
5. 사업전략

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



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

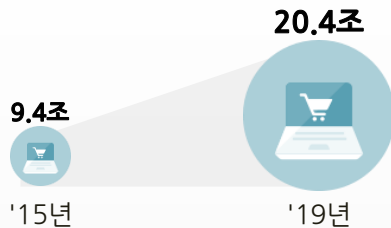
온라인 사업강화 ①

○ 온라인 쇼핑몰 강화

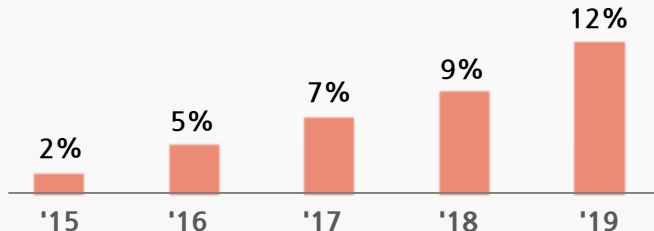
* 적극적 온라인 사업 추진

- 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

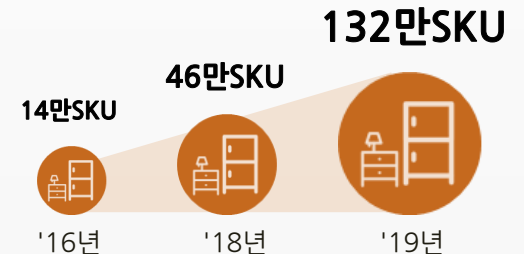
* 홈인테리어 등 가전과 시너지 확대 가능한 품목 중심 확대

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

상품 카테고리 확대



온라인 SKU 확대

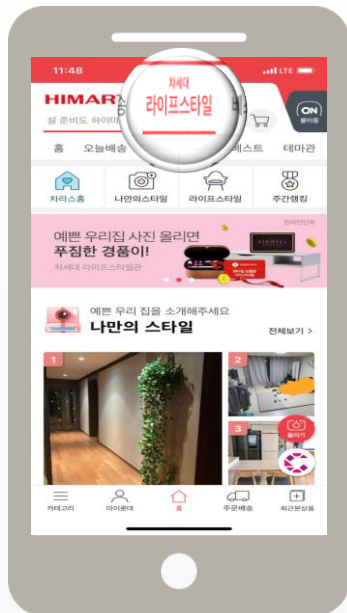


5. 사업전략

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



SNS 기능
(좋아요, 댓글, 공유, 스크랩)

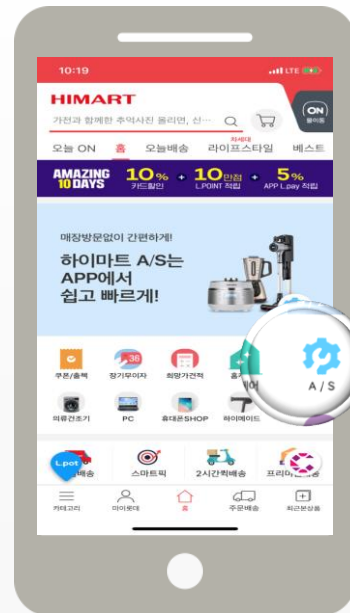
고객 사진

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



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

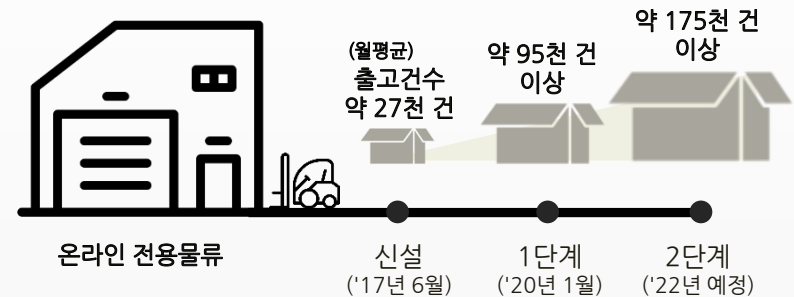


희망일배송

원하는 날짜에
전국 무료 설치배송

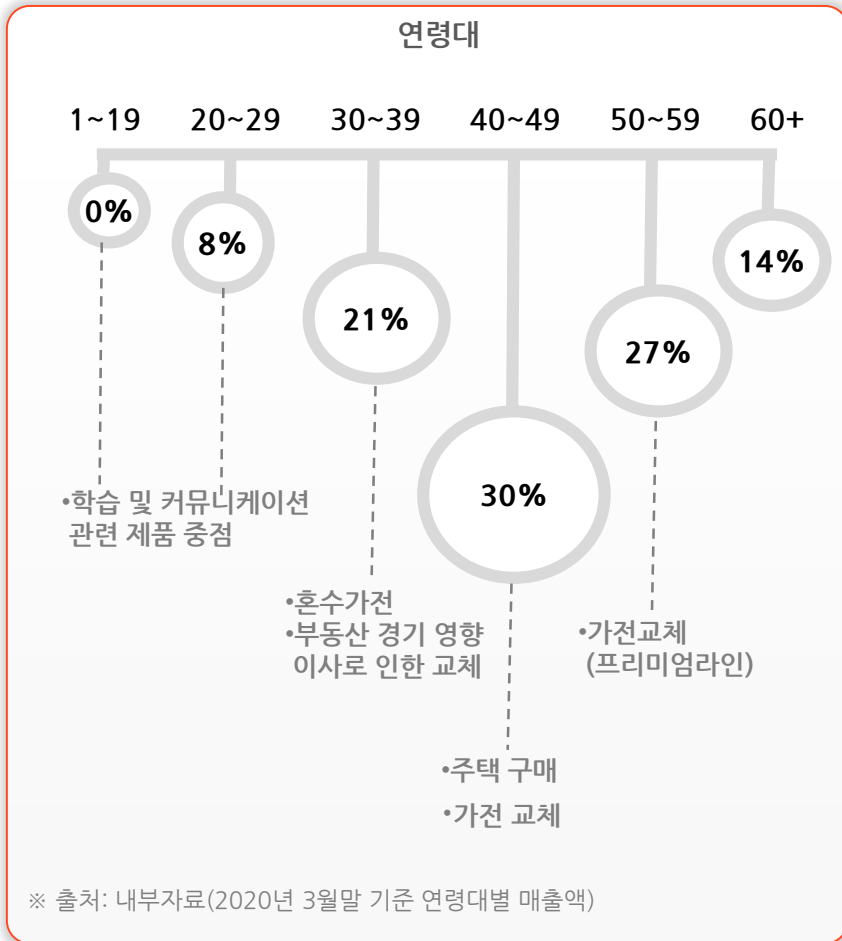
○ 고객 쇼핑 환경 개선

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

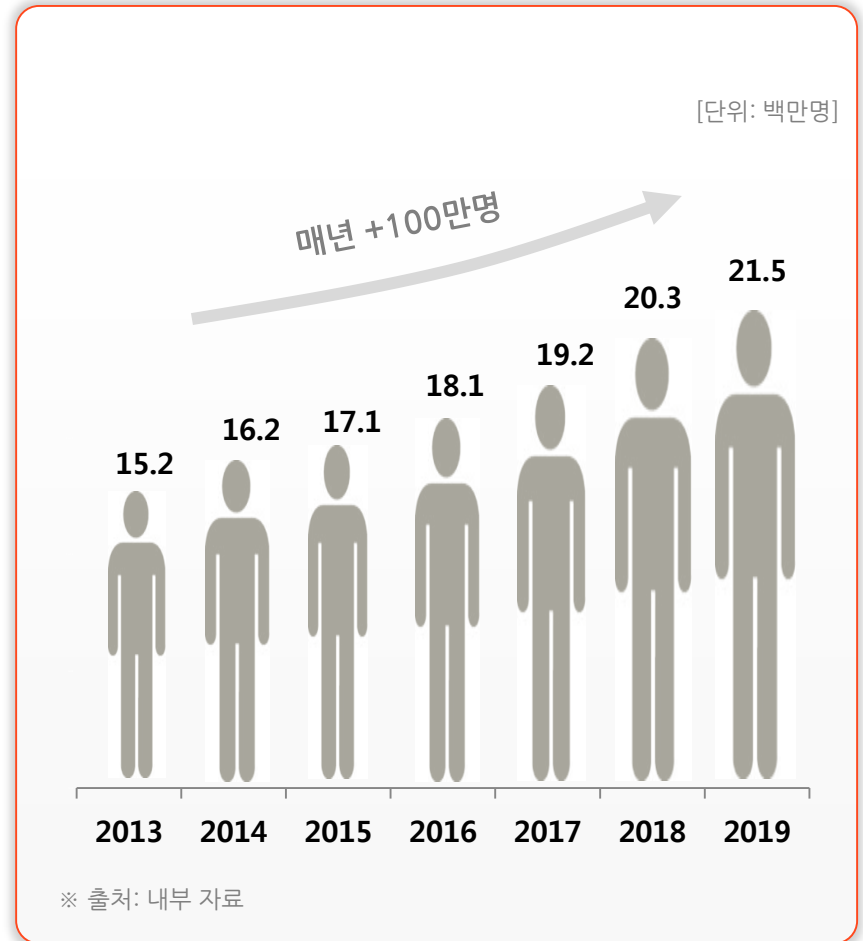


*고객

○ 연령대별 고객 비중 ; 30~50대 연령 고객 중심

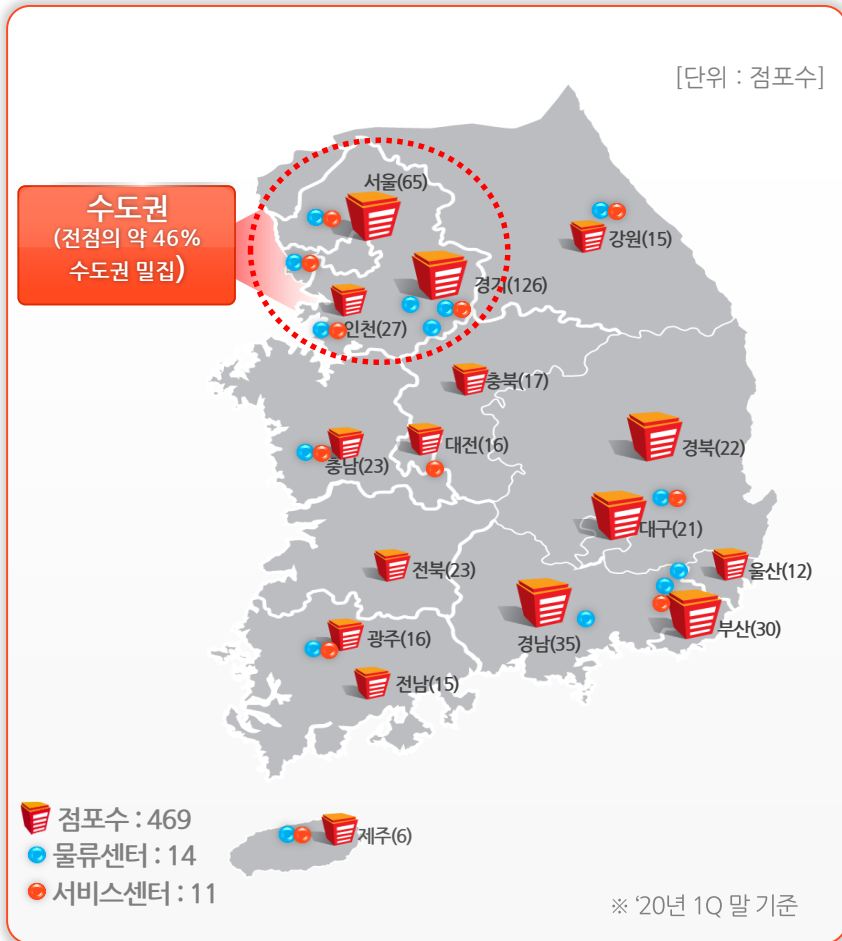


○ 멤버십 회원수 증가 ; 매년 100만명 순증

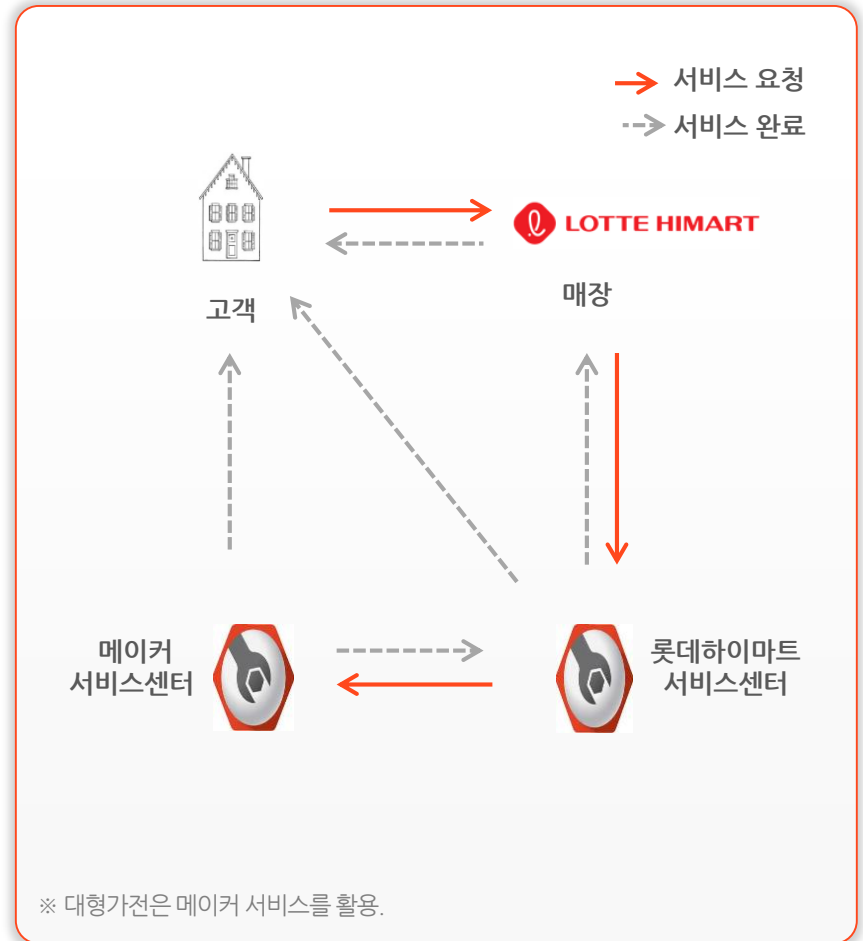


*물류/서비스센터

○ 전국적인 자체 물류/서비스 네트워크



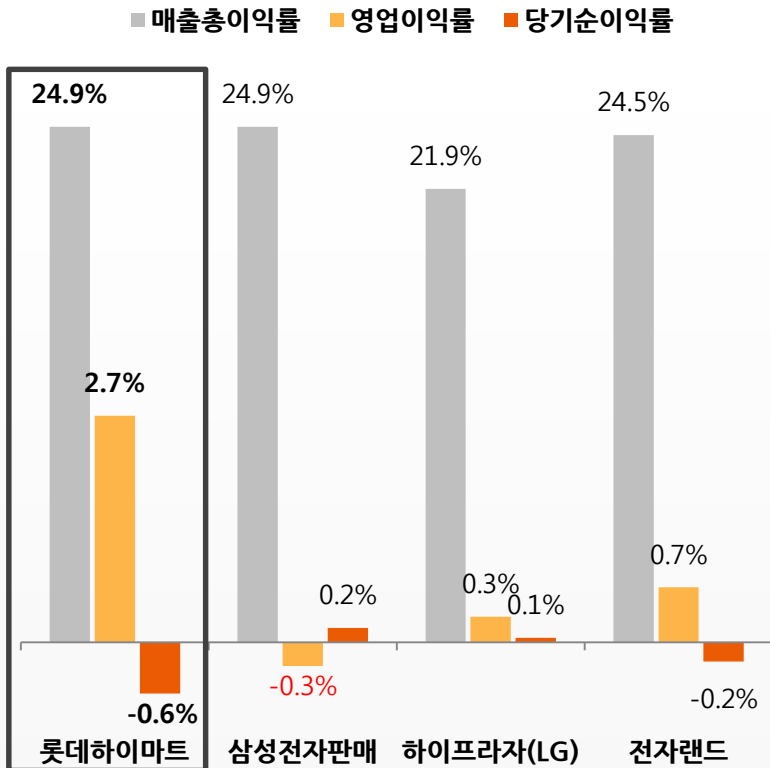
○ 소형 가전 서비스 접수 및 처리



*경쟁사 비교

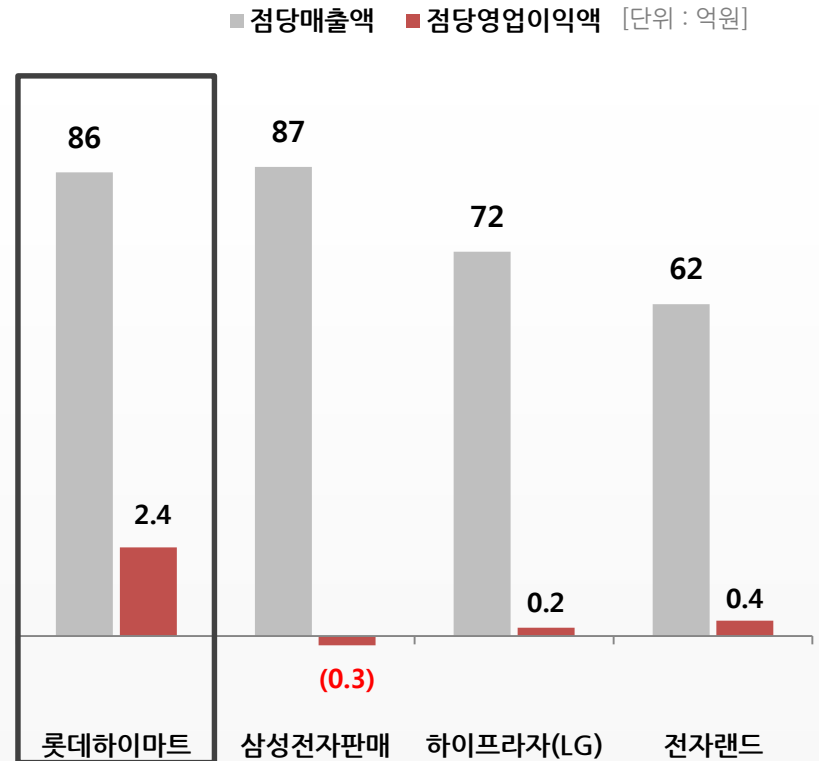
수익성 및 효율성

○ 수익성 (이익률 중심)



※ 출처: 2019년 각 사 사업보고서 및 감사보고서

○ 효율성 (점당 매출 및 영업이익)



※ 출처: 2019년 각 사 사업보고서 및 감사보고서, 내부자료