

# 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.

# Contents

**I**

**FY2021 1Q Highlights**

**II**

**FY2021 1Q 실적분석**

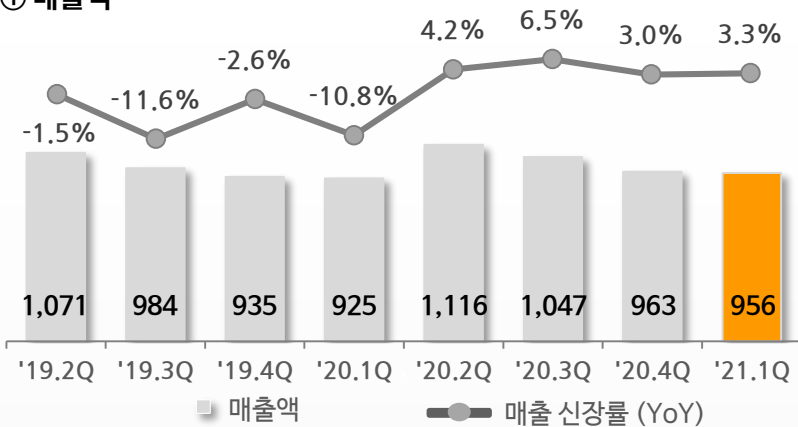
# 1. 1Q Highlights

## 매출 및 영업이익

### ✓ 코로나 국면 속 안정적 매출 및 영업이익 확보

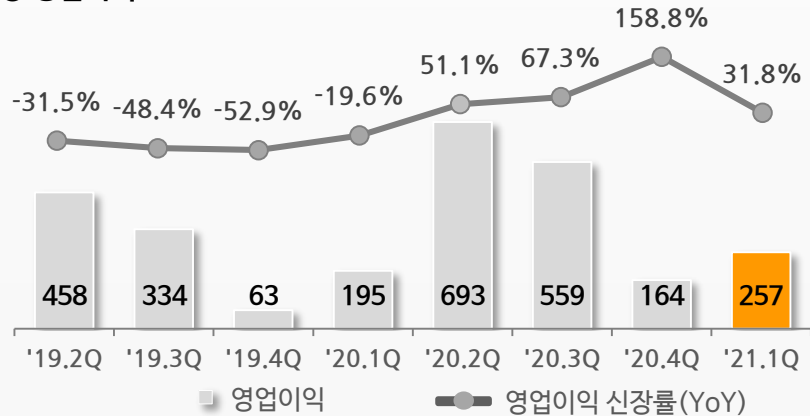
#### ① 매출액

[단위: 십억원]



#### ② 영업이익

[단위: 억원]



## Key Catalyst

### ✓ 채널 경쟁력 극대화

- 온라인 쇼핑몰 강화
  - 프리미엄대형가전 판매 강화, 중소형/비가전 SKU 확대
  - 온라인 전용 PB, 직매입 매출 비중 확대를 통한 이익 개선
- 오프라인 점포 변화 추구
  - 메가스토어 확대와 마트점 MD개선을 통한 오프라인 효율화
  - 비효율 점포 Build&Scrap 지속

### ✓ 프리미엄 상품 등 트렌드 상품 강화

- 여가소비를 프리미엄 가전제품으로 소비하는 트렌드 지속
  - 매장 집기 및 상품 진열 고급화, 프리미엄 전담 설치팀 확대
- 주거공간 역할 확대 및 기호와 취향으로의 소비 행태 변화로
  - 인테리어/디자인 가전 수요 확대
  - 집콕 트렌드 상품 강화, 디자인 PB 상품 확대

### ✓ 고객서비스 차별화

- 홈케어 서비스: 가전 정기케어 서비스 시행 및 운영 품목 확대
- 배송 및 AS 서비스: On-time 배송 도입, 매장 내 AS 센터 입점

## 2. 실적분석

### 21년 1분기 실적분석

#### 요약손익

[단위: 억원]

구분	'20.1Q		'21.1Q		증감		
		구성비		구성비	증감액	구성비차	증감률
매출액	9,253	100%	9,559	100%	306	-	3.3%
매출총이익	2,234	24.1%	2,233	23.4%	-1	-0.7p	0.0%
판매관리비	2,038	22.0%	1,975	20.7%	-63	-1.3p	-3.1%
인건비	658	7.1%	646	6.8%	-12	-0.3p	-1.8%
지급수수료	448	4.8%	473	4.9%	25	+0.1p	5.5%
운반·설치비	272	2.9%	275	2.9%	2	-	0.9%
기타	660	7.1%	582	6.1%	-78	-1.0p	-11.9%
영업이익	195	2.1%	257	2.7%	62	+0.6p	31.8%
세전이익	148	1.6%	206	2.2%	58	+0.6p	39.1%
당기순이익	114	1.2%	159	1.7%	46	+0.5p	40.1%

#### 실적분석

##### ✓ 매출액 증가 (+3.3%)

- 지속되는 코로나19로 인한 '펜트업 소비'의 영향으로 프리미엄대형가전 교체 수요 유지되며 매출 성장 견인
- 가정 내 체류 시간 증가에 따른 주거 공간 역할 확대로 인 테리어/디자인가전 성장
- 휴대폰 신제품 판매 호조에 따른 모바일 고성장 및 전년 기저효과에 따른 PC 성장
- 1분기 온라인쇼핑몰 지속 성장 (+21% YoY, 구성비 18%)

##### ✓ 영업이익 증가 (+31.8%)

- 매출 증가에 따른 영업 레버리지 효과 극대화  
- 판관비 절감 지속: 광고판촉비 ▲38.6%, 지급임차료 ▲26.8%

##### ✓ 영업이익률 개선 (2.1%→2.7%, +0.6p)

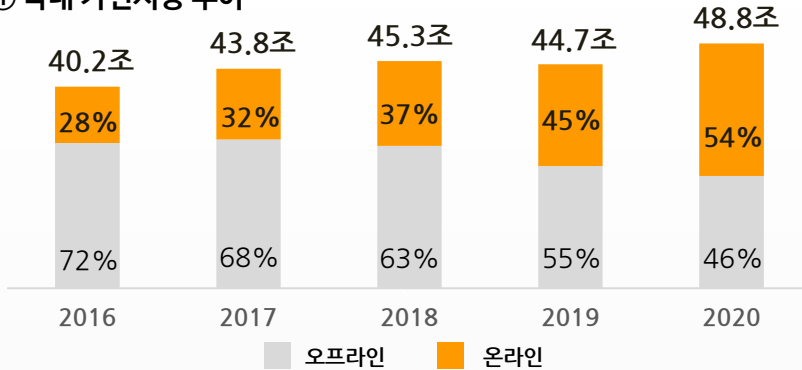
## 2. 실적분석

### 채널별 동향

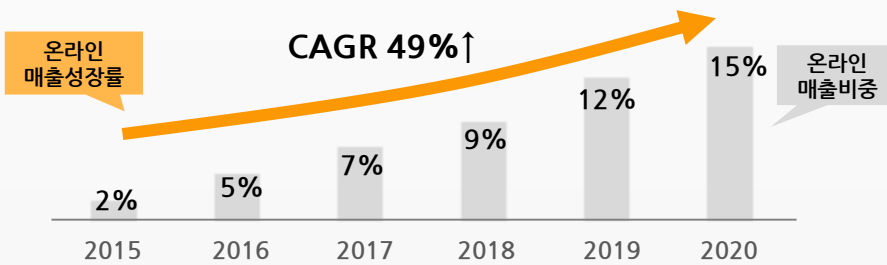
#### 온라인쇼핑몰

온라인쇼핑몰 매출 비중 증가 및 향후 성장 지속 전개

##### ① 국내 가전시장 추이



##### ② 온라인 쇼핑몰 현황

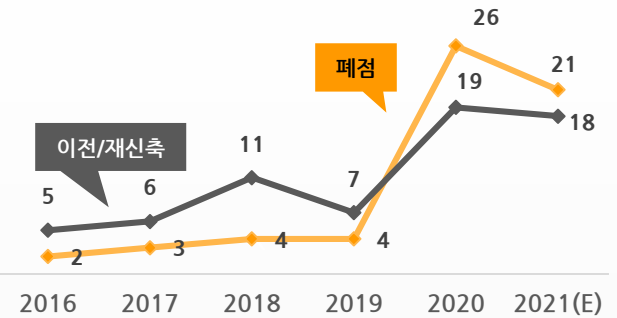
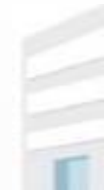


※ 출처 : 통계청, 업계추정 및 내부자료

#### 오프라인 채널 변화

적극적 Build & Scrap과  
체험형매장 오픈으로 점포 다변화 추구

[단위 : 점]



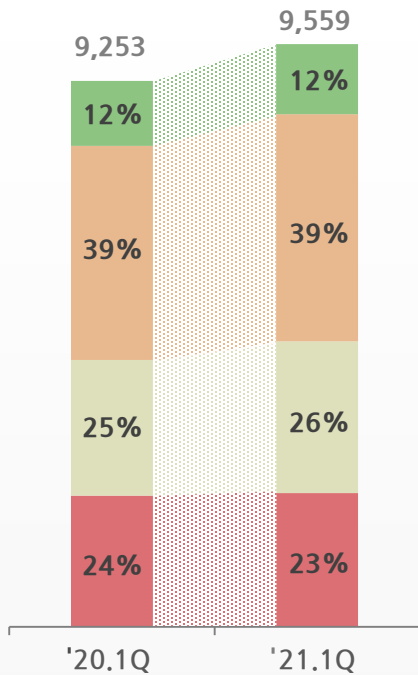
구분	2019	증감	2020	증감	2021(E)	증감
로드샵	359	+5	356	▲3	340	▲16
샵인샵	107	▲2	92	▲15	90	▲2
총점포	466	+3	448	▲18	430	▲18

## 2. 실적분석

### 품목별 매출 비중 및 동향

#### 매출 및 품목비중

[단위 : 억원]



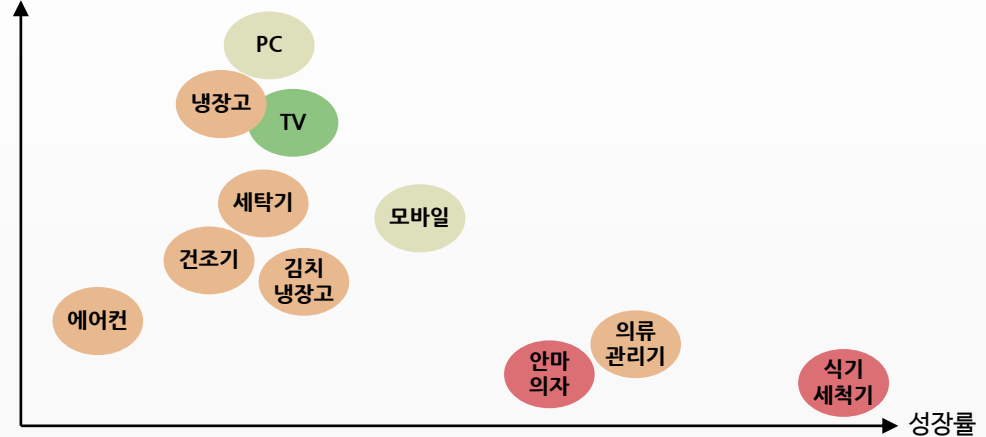
■ 영상가전    ■ IT가전  
■ 백색가전    ■ 생활/주방가전

#### 품목별 매출 동향

##### ✓ 1Q 주요 성장 품목

- TV : 시장의 대형화·고급화 트렌드로 프리미엄 TV 고성장 (65" 이상 비중 59.7% → 68.2%, YoY)
- PC : 전년동기 기저(코로나 발생에 따른 신학기 수요 이연)에 따라 노트북, 태블릿PC 고성장
- 모바일 : 휴대폰 신제품(갤럭시21, 아이폰12) 판매호조로 고성장
- 트렌드 가전 : 식기세척기, 의류관리기 등 트렌드 가전 지속 고성장

비중



- 영상가전: TV, 디지털 컨버전스, 오디오 등
- 백색가전: 냉장고, 에어컨, 김치냉장고, 세탁기, 의류건조기, 의류관리기
- IT가전: PC, 모바일 등
- 생활/주방가전: 밥솥, 청소기, 전기/전자레인지, 안마의자, 공기청정기, 계절용품, 주방, 생활용품 등

## 2. 실적분석

### 부채 및 차입금

✓ '20년 회사채·CP 3,000억 발행으로 차입금 및 부채비율 일시적 증가 ('21년 연간 총 3,300억 상환 예정)

차입금 및 주요 재무지표

[단위:억원]

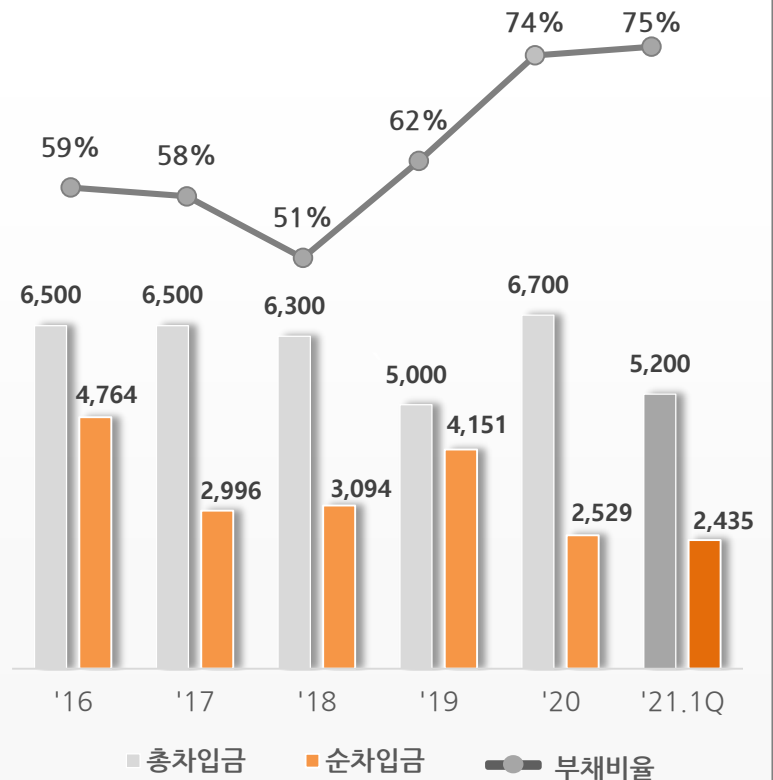
구분	'20년 말	'21년 1Q	증감률
총차입금	6,700	5,200	-22.4%
현금 및 예금	4,171	2,765	-33.7%
순차입금(차입금-현금)	2,529	2,435	-3.7%
총자본	19,260	19,144	-0.6%

구분	'20년 말	'21년 1Q	증감
부채비율	73.9%	74.7%	+0.8p
차입금비율	34.8%	27.2%	-7.6p
순차입금비율	13.1%	12.7%	-0.4p

신용평가 등급	'19년 말	'20년 말	비고
회사채	AA-	AA-	-
기업어음	A1	A1	-

연도별 추이

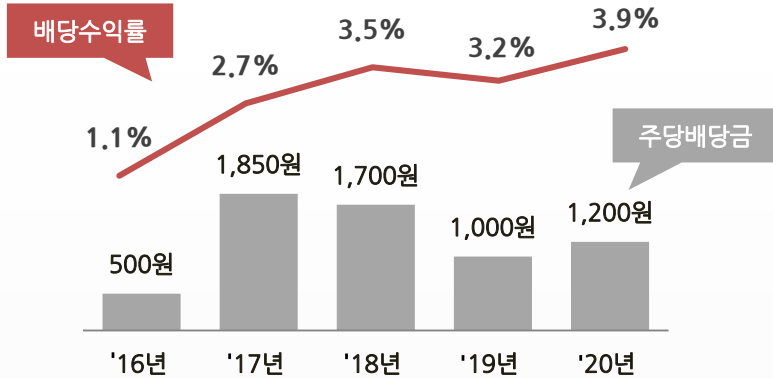
[단위:억원]



# \* 주주친화정책

- ✓ 2017년 이후 당기순이익 30%(영업권 및 유형자산 손상 인식 등 일시적 비용 제외) 수준의 배당 성향 유지하여 주주가치 제고
- ✓ 2021년 5월 자기주식 매입 결정 472,000주(전체 주식수 2%)

## 배당현황



[단위: 억원, %]

구 분	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년
당기순이익	1,214	1,484	855	- 999	287
총 배 당 금	118	437	401	236	283
배 당 성 향	9.7	29.4	47.0 [29.1%]	- [30.0%]	98.6 [26.4%]

※ [영업권 손상 등 일회적 요인 제외 시]: '18년 526억, '19년 1,787억, '20년 785억

## 자사주 매입/ESG

### ✓ 자기주식 매입 결정

- 취득 목적: 주가안정화를 통한 주주가치 제고
- 취득 주식수: 보통주 472,000주 (2%)
- 취득 예상 금액: 약 185억원
- 취득 예상 기간: 2021년 5월 10일~ 2021년 8월 7일

### ✓ ESG 등급

- 2020년 등급



평가 년 도	통 합 등 급	환경	사회	지배구조
2019년	A	B+	A+	B+
2018년	A	B	A	A

※ 평가기관: KCGS (한국기업지배구조원)

# \* 요약 손익계산서(연간)

[단위 : 억원]

구 분	2016년			2017년			2018년			2019년			2020년		
		비중 (%)	yoy		비중 (%)	yoy		비중 (%)	yoy		비중 (%)	yoy		비중 (%)	yoy
매출액	39,394	100	1.1%	40,993	100	4.1%	41,127	100	0.3%	40,265	100	-2.1%	40,517	100	0.6%
매출이익	10,134	25.7	5.2%	10,612	25.9	4.7%	10,729	26.1	1.1%	10,007	24.9	-6.7%	10,065	24.8	0.6%
판매관리비	8,388	21.3	4.4%	8,537	20.8	1.8%	8,864	21.6	3.8%	8,908	22.1	0.5%	8,454	20.9	-5.1%
인건비	2,440	6.2	1.1%	2,458	6.0	0.7%	2,598	6.3	5.7%	2,733	6.8	5.2%	2,653	6.5	-2.9%
지급수수료	1,442	3.7	10.6%	1,630	4.0	13.0%	1,796	4.4	10.2%	1,902	4.7	5.9%	1,902	4.7	0.0%
광고판촉비	981	2.5	4.1%	689	1.7	-29.8%	702	1.7	2.0%	671	1.7	-4.5%	442	1.1	-34.1%
감가상각비	524	1.3	0.1%	492	1.2	-6.1%	478	1.2	-2.8%	1,356	3.4	183.4%	1,438	3.5	6.1%
운반·설치비	1,331	3.4	12.3%	1,549	3.8	16.4%	1,559	3.8	0.6%	1,468	3.6	-5.7%	1,378	3.4	-6.1%
기타	1,670	4.2	0.4%	1,719	4.2	2.9%	1,731	4.2	0.7%	779	1.9	-55.0%	641	1.6	-17.7%
영업이익	1,745	4.4	9.0%	2,075	5.1	18.9%	1,865	4.5	-10.1%	1,099	2.7	-41.1%	1,611	4.0	46.6%
세전순익	1,625	4.1	13.5%	1,990	4.9	22.4%	1,269	3.1	-36.2%	-839	-	적자전환	650	1.6	흑자전환
당기순익	1,214	3.1	13.9%	1,484	3.6	22.2%	855	2.1	-42.4%	-999	-	적자전환	287	0.7	흑자전환

※ 2016년 : K-IFRS 1018호 회계기준(구 기준), 2017~20년 : K-IFRS 1115호 회계기준(신 기준)

## MISSION

사랑과 신뢰를 받는  
제품과 서비스를 제공하여  
인류의 풍요로운 삶에 기여한다

We enrich people's lives by providing  
superior products and services that  
our customers love and trust