5) 롯데하이마트: 3분기 확 달라진 분위기

2분기 매출은 9,881억원(YoY -11%), 영업이익은 331억원(YoY -52%)에 머물면서 어닝쇼크를 기록했다. 점포수는 436개(YoY -23개, QoQ -9개)로 줄었다. 2021년 총 점포수는 426개(YoY -22개)를 목표하고 있다. GPM이 25%(YoY -1.2%p)까지 하락했는데, 현금성 판촉 및 온라인 매출 비중 상승, 특히 고마진 에어컨 매출이 YoY 30%나 감소한 게 컸다. 온라인 매출은 YoY 26%(매출 비중 20%) 증가했다. 점포수 감소로 판관비는 YoY 4% 감소했다.

폭염 영향 고마진 에어컨 매출 비중 상승/판관비 절감으로 3분기 높은 실적 모멘텀 기대

3분기 분위기는 상당히 다르다. 7월 매출은 관리기준 YoY 20% 이상 성장하고 있다. 에어컨 매출이 총판 기준 YoY 300% 이상 성장하고 있기 때문이다. 설치까지 2주 정도 소요되므로 8월 매출도 높은 신장세를 지속할 듯 하다. 에어컨 매출 비중은 전년도 15%에서 25% 내외로 상승할 것으로 보인다. 재택수업 증가로 PC/IT 제품 수요가 개선되었고, TV/냉장고 매출도 YoY (+) 전환한 것으로 파악된다. 점포수 감소로 판관비 절감이 지속되고 있기 때문에, 3분기 영업이익은 770억원(YoY 38%)까지 증가할 것으로 추정한다.

2분기 어닝쇼크를 냈지만, 거기에 큰 의미를 둘 필요는 없다. 사업구조의 문제는 아니다. 오히려 점포수가 감소하면서 인건비 등 고정비 부담이 줄고 있는 현상은 긍정적이다. 동일점 매출과 온라인 매출이 증가하면서 점포수 감소에서 사업규모를 키워가고 있는 점은 인정해 줄 만하다. 롯데하이마트는 국내 가전양판시장에서 시장점유율을 확대하고 있는 부동의 1위 업체이고, 가전 소비는 기술 개발과 대체수요로 꾸준히 민간 소비를 상회하는 성장을 지속하고 있다. 더구나 비효율 오프라인 점포 스크랩으로 효율화를 도모하고 있는 만큼 추세적으로 주가가 하락할 이유는 없다. 실적에 따라 업&다운을 반복하면서 저점을 조금식 높일 것으로 예상한다. 2분기 실적 부담으로 주가가 하락한 만큼, 이제 3분기를 실적을 보고 저점 매수 시각으로 접근할 때다.

표 6. 롯데하이마트 분기 실적 전망 (K-IFRS 별도기준) (단위: 십억원)

2분기 별도 매출과 영업이익은 각각 전년 동기대비 11%, 52% 감소한 9,881억원과 331억원 기록

	1Q20	2Q20	3Q20	4Q20	2020년	1Q21	2Q21P	3Q21F	4Q21F	2021년
매출액	925	1,116	1,047	963	4,052	956	988	1,149	991	4,085
A/V가전	111	112	126	116	464	115	109	129	116	469
백색가전	361	580	524	434	1,898	373	464	618	424	1,879
정보통신	231	190	168	193	781	249	188	169	191	797
소형가전	222	234	230	222	908	220	227	233	260	940
영업이익	20	69	56	16	161	26	33	77	21	157
세전이익	15	57	54	-60	65	21	32	74	17	143
순이익	11	43	41	-67	29	16	25	57	11	109
영업이익률(%)	2.1	6.2	5.3	1.7	4.0	2.7	3.3	6.7	2.1	3.8
세전이익률(%)	1.6	5.1	5.1	-6.3	1.6	2.2	3.2	6.4	1.7	3.5
순이익률(%)	1.2	3.9	3.9	-6.9	0.7	1.7	2.5	4.9	1.1	2.7
매출액(YoY,%)	-10.8	4.2	6.5	3.0	0.6	3.3	-11.4	9.7	2.9	0.8
영업이익(YoY,%)	-19.6	51.1	67.3	158.8	46.6	31.8	-52.3	37.8	29.2	-2.5
세전이익(YoY,%)	-26.3	34.8	90.3	적지	흑전	39.1	-43.7	37.0	흑전	119.9
순이익(YoY,%)	-26.1	34.8	89.8	적지	흑전	40.1	-42.9	39.0	흑전	278.3

자료: 롯데하이마트, 하나금융투자