



Signature 매장 '잠실점'



2026년 1분기 경영실적 발표

가전이 쉬워지는 곳 롯데하이마트

Investor Relations | 2026.5.7

Disclaimer

본 자료에는 롯데하이마트(이하“회사”)의 미래에 대한 예상, 전망, 계획, 기대 등 예측 정보가 포함될 수 있으며, 이러한 예측 정보는 그 성격의 불확실성으로 인하여 회사의 실제 미래 실적과 중대한 차이가 있을 수 있습니다.

본 자료는 투자자들의 투자 결과에 대하여 어떠한 법적인 목적으로 사용되어서는 안되며, 회사는 본 자료에서 제공되는 정보에 의거하여 발생하는 투자 결과에 대해 어떠한 책임이나 손해 또는 피해에 대한 보상 책임을 지지 않음을 알려드립니다.

본 자료는 작성일 현재 시점의 정보에 기초하여 작성된 것이며, 회사는 향후 변경되는 새로운 정보나 미래의 사건에 대해 공개적으로 현행화 할 책임이 없습니다.

본 자료는 외부감사인의 검토가 완료되지 않은 상태에서 작성된 자료이므로, 그 내용중 일부는 검토 과정에서 변경될 수 있습니다.

Summary

"비우호적 시장 환경 영향으로 1분기 아쉬운 실적"

매출액

4,969억 (YoY ▲6.1%), 총매출액 6,368억 (전사 ▲4.3%)

· 신규 입주 감소, 전세난 등 부동산 이슈로 대형 가전 매출 감소

영업이익

▲148억 (전년 ▲111억), YoY ▲37억 감소

· 대형 가전 매출 감소에 따른 이익 감소

우호적이지 못한 대외환경 지속 가정 下, 4大 전략 완성도 가속으로 극복

'26년 1분기 경영실적

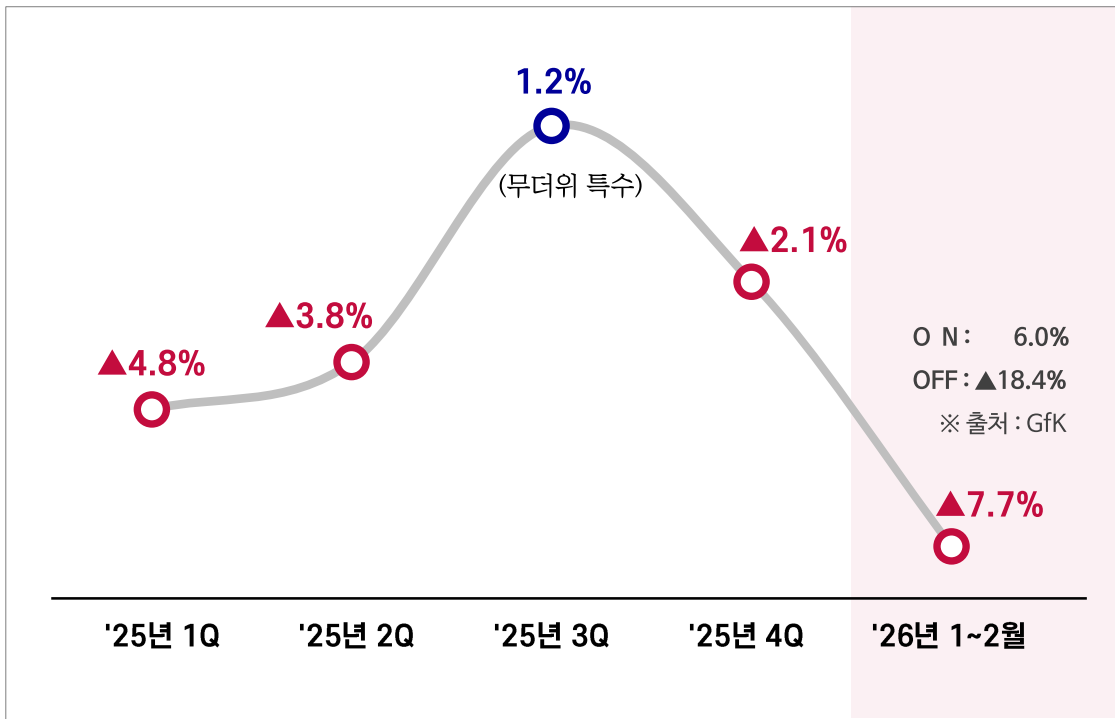
구 분	'26년 1분기		'25년 1분기		증감		
	금액	구성비	금액	구성비	증감액	증감률	구성차
총매출액	6,368억	-	6,654억	-	▲286억	▲4.3%	-
순매출액	4,969억	100.0%	5,290억	100.0%	▲321억	▲6.1%	-
매출총이익	1,370억	27.6%	1,517억	28.7%	▲146억	▲9.7%	▲1.1p
판매관리비	1,518억	30.5%	1,627억	30.8%	▲109억	▲6.7%	▲0.3p
영업이익	▲148억	▲3.0%	▲111억	▲2.1%	▲37억	▲33.6%	▲0.9p
법인세차감전 순손익	▲196억	▲3.9%	▲153억	▲2.9%	▲43억	▲28.4%	▲1.0p
당기순손익	▲204억	▲4.1%	▲138억	▲2.6%	▲66억	▲47.9%	▲1.5p

※ 상기 경영실적은 외부감사인의 검토가 완료되지 않은 상태에서 작성된 자료이므로, 그 내용중 일부는 검토 과정에서 변경될 수 있습니다.

※ '25년 1분기 일회성 요인 ▲27억 : 통상임금 소급 반영

비우호적 영업 환경으로 인해 가전 시장 침체 지속

가전 시장 신장율 추이



※ 출처 : 국가데이터처, 가전·통신기기 및 컴퓨터 포함

부동산 침체에 따른 주거 이동 감소

• 총 52만 ('25년 1Q) → 45만 ('26년 1Q) 급감

- 신규 아파트 입주 : 4.9만 세대 (YoY ▲44%) ※ 출처 : 한국부동산원

- 이사 (매매+전/월세) : 40.4만 세대 (YoY ▲6.7%) ※ 출처 : 국토교통부

가전시장 직전 5분기 中 4개 분기 역성장

구 분	'25년				'26년 1~2월
	1Q	2Q	3Q (무더위 특수)	4Q	
국내 가전시장	▲4.8%	▲3.8%	1.2%	▲2.1%	▲7.7%
하이마트	3.4%	2.4%	0.3%	▲2.8%	▲7.1%

※ '25년 상반기 기저효과 (약 560억) 영향

- 조기 기온 상승에 따른 에어컨 특수

- 로봇청소기 신상품 수요 급증

'26년 상반기 영향률

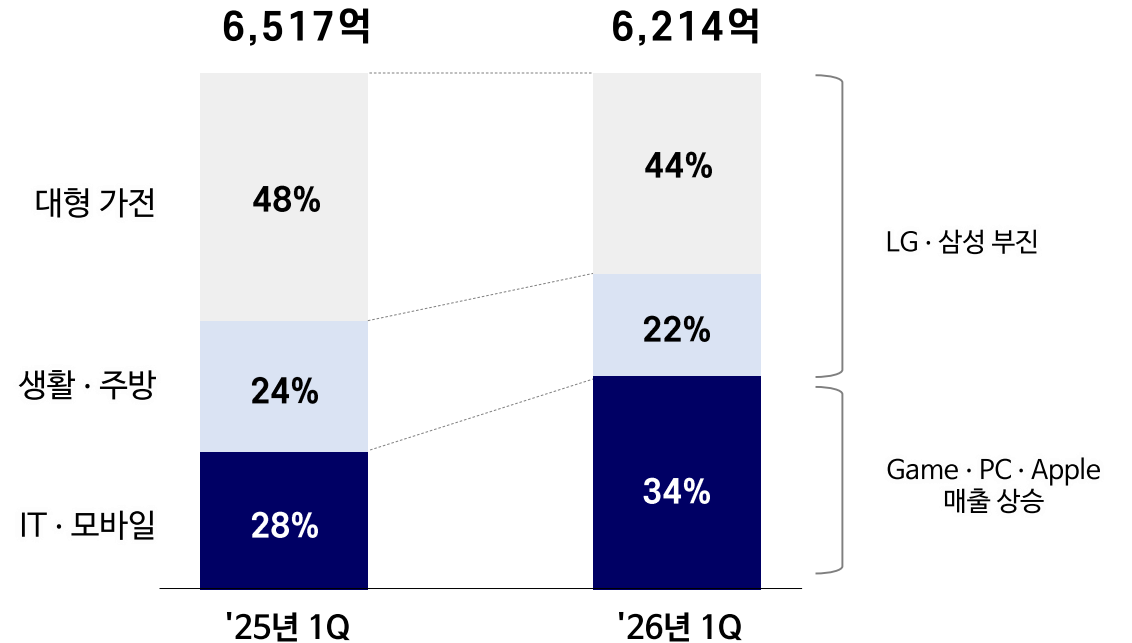
▲4.0%

대형 · 생활 가전 매출 감소에 따른 영업이익 감소

'26년 1분기 손익 실적

구분	실적	구성비		증감율
		구성비	구성차	
총 매출액	6,368억	-	-	▲4.3%
매출총이익	1,370억	27.6%	▲1.1p	▲9.7%
판매관리비	1,518억	30.5%	▲0.3p	▲6.7%
영업이익	▲148억	▲3.0%	▲0.9p	▲33.6%

대형 가전 하락, 이익 하락 연동



상반기, 부진 극복을 위한

브랜드 구조 혁신 및 신규 수요 창출

Tier별 역할 재정립

고 가

LG · 삼성 AI 가전 집중

중 · 저가

PLUX 및 해외 브랜드 확대 : TCL / 미디어 (구색 보강) + 하이센스 (신규 도입, 6월)

단독 브랜드

국내 총판권 획득 : 트윈버드, 우녹스까사, 미라이 등

이사 수요 체계적 흡수

✓ 매년 280만 세대 이사 수요 발생

· 이사 1등 업체와의 전략적 협업, '이사 One Stop Care'

[포장 이사]
통인 익스프레스

[입주 청소]
크린토피아

4大 전략 가속 및 파급력 강화

- | | |
|---|---|
| ① 고객 평생 Care 서비스 지속 성장
['25년 약 515억, 39% 신장] | ⇒ 하이마트 '인증 중고 Reuse' 로 Loop 완성
['26년 1분기 146억 (+22%), '26년(E) 800억] |
| ② 일상가전 PLUX(PB) 고객 호응 확대
['25년 약 1,400억, 7.5% 신장] | ⇒ 'PLUX 단독 Store' 추진
['26년 1분기 300억 (+26%), '26년(E) 2,000억 노력] |
| ③ Renewal, 새로운 전환점 구축
['25년 약 4,600억, 6.4% 신장] | ⇒ '잠실점' 성공 사례, 광역상권 (Hub) Renewal 지속
['26년 1분기 921억 (+30%), '26년(E) 6,100억] |
| ④ E-Commerce, 새로운 동력 발굴
['25년 약 3,750억, 7.6% 신장] | ⇒ 'AI기반 초개인화 온라인몰' 로 탈바꿈
['26년 1분기 1,001억 (+4.3%), '26년(E) 4,300억] |

불신이 상존하는 중고시장, 하이마트, 끝까지 보장 '인증 중고 Reuse' 개시

(24년 말) 사업 준비 ⇒ (25년 중반) 재상품화 Center 2개 준비 ⇒ (26년 초) 상품 매입 개시 ⇒ (26년 상반기) 시범 판매 완료

하이마트

인증 ① 끝까지 책임지는 매입 (현금보상)

8년 내

대형 가전

냉장고, 김치냉장고
세탁기, 건조기, 의류관리기

5년 내

IT · Mobile

휴대폰 단말기

하이마트

인증 ② 믿을 수 있는 검품 및 재상품화

- 재상품화 전문 Center에서 클리닝
- Mobile 개인 정보 100% 삭제 인증

하이마트

인증 ③ 투명한 판매 · 수리 보증

- 상품의 흠집까지 상세 공개
- 중고 상품 2년 무상 보증



[투명한 조건표 제공]



[재상품화 Center]



[Mobile Reuse 코너 (잠실점)]

PLUX 단독 Store 7월 OPEN, 고객 일상 생활 깊숙이 침투!



※ AI가 만든 PLUX Store

Young Minded, Small Family, 1~2인 가구

[상품]

- 18평 ~ 25평 생활에 꼭 맞는 300 SKU
(소규격 / 충전형 / 저소음 / 전력 효율)

[일상 편의 극대화]

- 대한민국 최대 무상 보증 (3년 ~ 5년)
- (대형 가전) 교체 시 쓰던 가전 현금 보상
- 다 품목 구매 시 추가 할인

'25년 약 1,400억 ⇒ '26년(E) 2,000억

Renewal 통한 4대 전략 구현 ⇒ 광역 상권 Hub 매장 육성

잠실점 Renewal, 2월 최고 기록 달성 (163억)

구 분	3월		4월	
	매출	증감율	매출	증감율
매 출	96억	117%	75억	80%
객 수	9,571건	53%	8,131건	59%

잠실점 고객 변화 (2~4월)

신규 고객 (증감율)
+147%

20~30대 고객 (증감율)
+91%

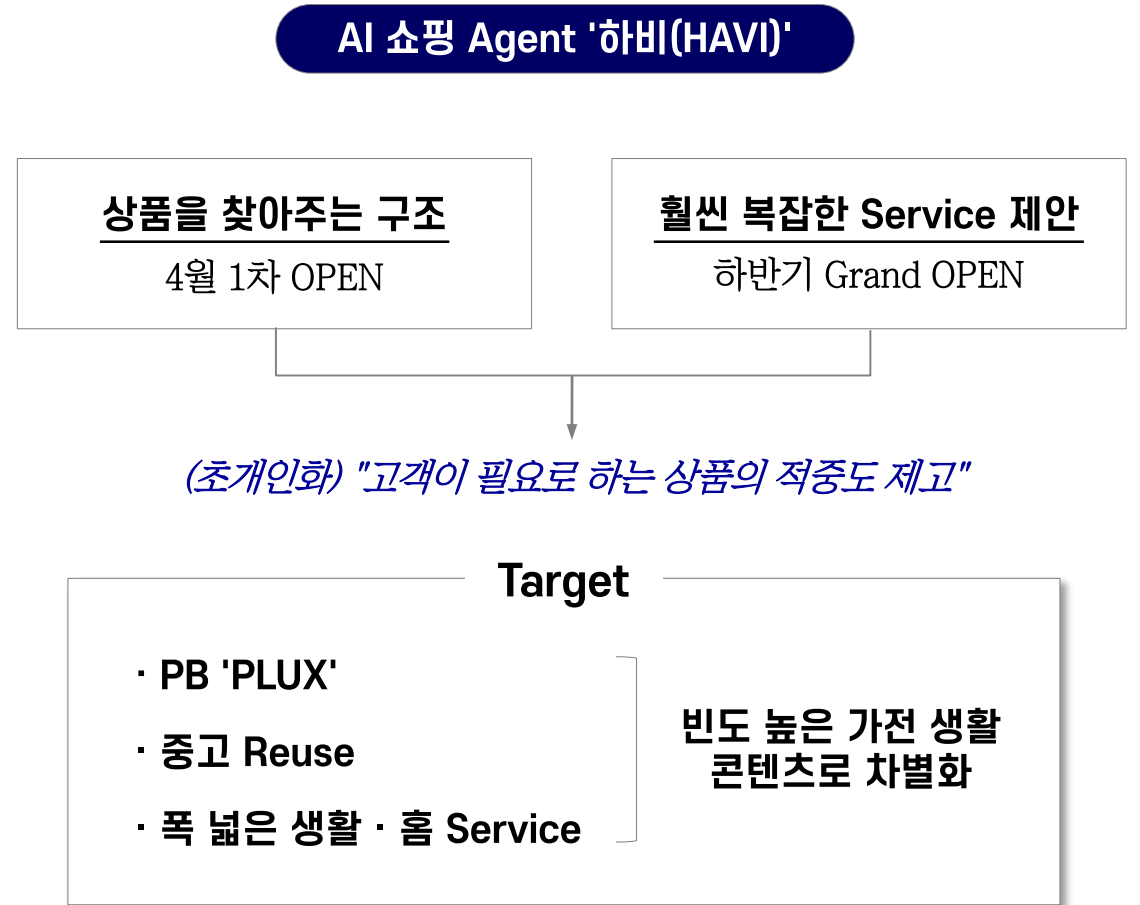
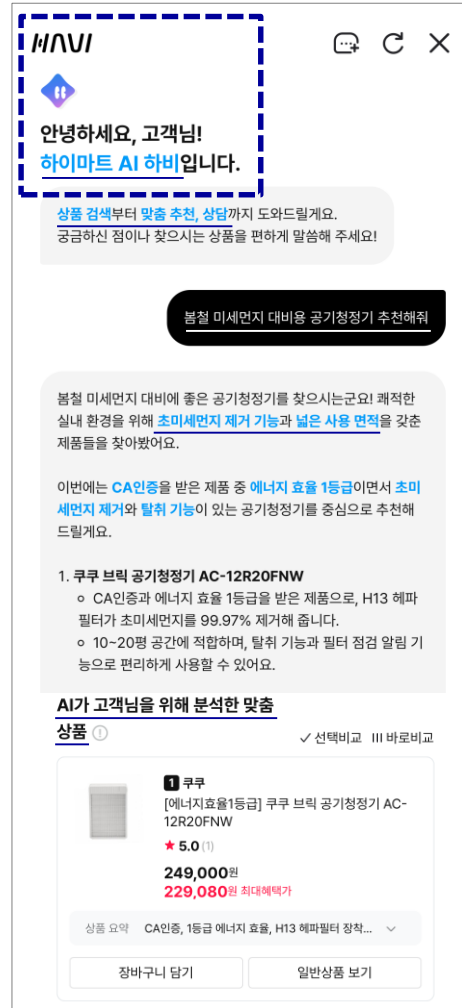
대형 Hub 매장의 성공 모델 제시

- ✓ 대한민국 가전 체험 매장의 새로운 기준 제시
파트너사가 첫 선을 보이고 싶은 새로운 브랜드와 상품의 첫 무대
- ✓ 중고 Reuse OFF Line 매장의 첫 시도
카메라, Mobile 중고 보상 매입 및 판매 등
- ✓ PB 'PLUX' 쏘 Line Up 운영 및 전용관 구축
- ✓ 구독 ~ 홈설비·집관리까지 Care 서비스 완전 구현



월드타워점 등 지역 대표 Hub 매장 Renewal 추진

AI 도입 통해 '검색 중심' → '대화형 문제 해결 플랫폼' 전환



[해외 브랜드 등] [이사 · 흡설비 등]

새로운 상품과 서비스를 강화하여 비우호적 여건 극복, 4大 전략 가속 및 파급력 강화로 지속 성장 달성 노력

- ① '인증 중고 Reuse'로 고객 평생 Care Loop 완성
- ② 'PLUX Brand Road Shop'추진
- ③ '잠실점' 성공 사례, 지역 Hub Renewal 지속
- ④ 'Si기반 초개인화 온라인몰'로 탈바꿈

[4대 전략 매출 비중]

'25년 약 38% ⇒ '26년(E) 약 45%

롯데하이마트 비전·미션

가전 라이프 평생 케어, 롯데하이마트

라이프 스테이지에 꼭 맞는 가전 제품과 세심한 케어 서비스로
고객의 평생 가전 라이프를 안심하게 한다.

롯데하이마트 Brand Value

Selection

비교, 체험할 수 있는
다양한 구색

Curation

나에게 딱 맞는
최적의 큐레이션

Care Service

끝까지
책임져주는 관리

롯데하이마트 Brand Slogan

“가전이 쉬워지는 곳, 롯데하이마트”



글로벌 프리미엄 가전부터 일상 가전까지 한 곳에서!

[글로벌 주방 Brand & 인테리어 매장]



- ✓ 리페르, 유로까브, 보쉬 등 국내 가전업체 중 글로벌 빌트인 가전 최다 구색
- ✓ 가전부터 인테리어 · 내구재 설비까지, 국내 최고 수준의 통합 상담 구현

[일상가전 PB, 'PLUX' 전용관]



- ✓ TV, 냉장고부터 모바일 케이블까지 일상 해결 위한 'PLUX' 쉐 라인업 구성
- ✓ 리뉴얼 통해 PB 'PLUX' 月 평균 매출 2배 이상 증가

홈설비 1등 브랜드와 협업해 고객 거주 공간별 맞춤 제안!

[(주방) 수전, 싱크볼 등 내구재 제안]



- ✓ 백조, 대림바스 등 국내 1등 주방 내구재 브랜드 콜라보 매장 구성
- ✓ 주방 · 홈설비 구매고객 중 25%가 가전 동시 구매

[(욕실) 수전, 도기 등 내구재 제안]



- ✓ 힘펠, 대림바스 등 국내 1등 욕실 내구재 브랜드 콜라보 매장 구성
- ✓ 욕실 · 홈설비 구매고객 중 43%가 가전 동시 구매

나만을 위한 상품과 몰입형 체험이 강화된 Hobby의 성지!

[조립 PC 커스터마이징 센터]



- ✔ 용산을 능가하는 오프라인 메카, 조립PC 즉시 생산 (1시간 내), 판매 핵심 거점
- ✔ 오프라인 최초, Big 3 (ASUS, GIGABYTE, MSI) 브랜드 존 구성

[Family Game Zone (닌텐도, SONY 등)]



- ✔ 20평 면적의 월평균 5억 매출, 국내 최고 수준의 평효율 기록 (2,500만원)
- ✔ 다양한 인기 게임기 및 타이틀 현장 체험 극대화

커뮤니티 공간부터 렌탈 · 인증 중고까지 One Stop Care!

[하이엔드 브랜드, 커뮤니티 공간까지 갖춘 '카메라' 코너]



- ✓ 글로벌 Top 3 (캐논, 소니, 니콘) 및 하이엔드 카메라 핫셀블라드 브랜드관 입점
- ✓ '카메라 동호회존', '데일리 렌탈', '중고 카메라 매입 및 판매' 등 고객 경험 강화

[중고 Mobile 보상 매입 및 판매 'Reuse']



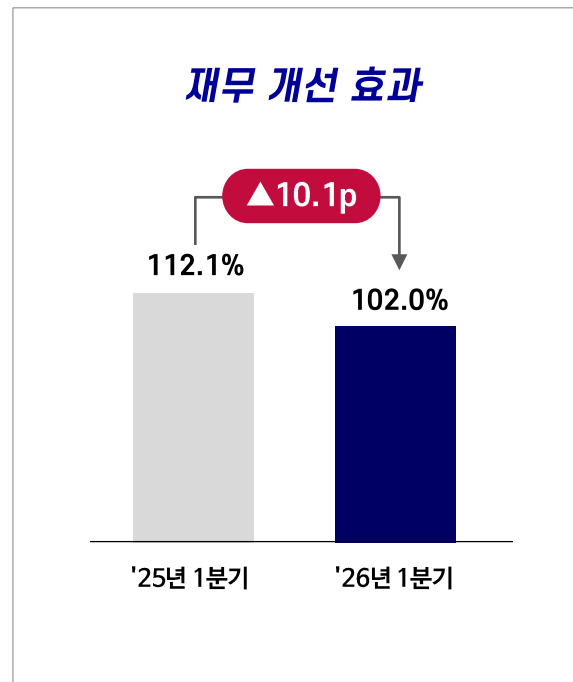
- ✓ 중고폰 매입부터 판매까지, 하이마트 첫 인증 중고폰 'Reuse'관 오픈
- ✓ 데이터 완전 삭제 솔루션 도입, 데이터 유출 걱정 없는 안심 인증 중고

차입금 감소를 통한 주요 재무지표 건전화

'26년 1분기 재무상태표

구분	'26년 1분기	'25년 1분기	증감
자산	18,461억	19,383억	▲922억
현금과 예금	659억	845억	▲186억
영업권	5,729억	5,729억	-
부채	9,320억	10,246억	▲926억
차입금	4,226억	5,193억	▲967억
자본	9,141억	9,137억	+4억
자본금	1,180억	1,180억	-
주식발행 초과금	4,452억	4,452억	-
이익잉여금	3,591억	3,590억	+2억

부채비율



실차입금/EBITDA

