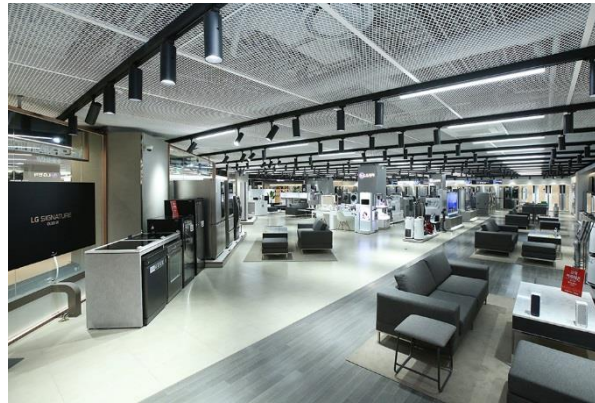




LOTTE HIMART

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

3Q Highlights

II

3Q 실적분석

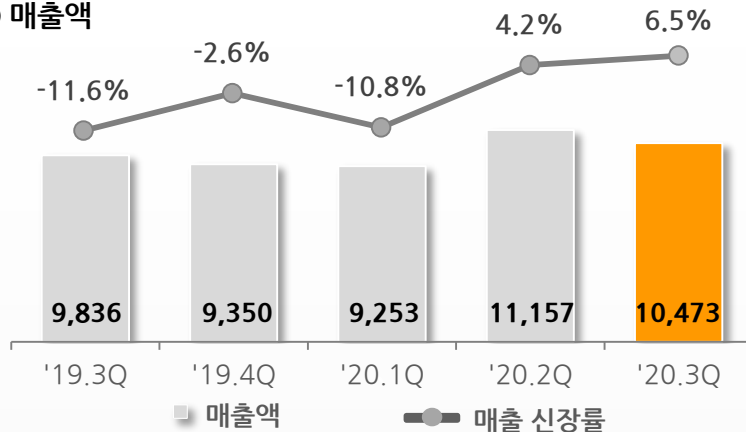
1. 3Q Highlights

매출 및 영업이익

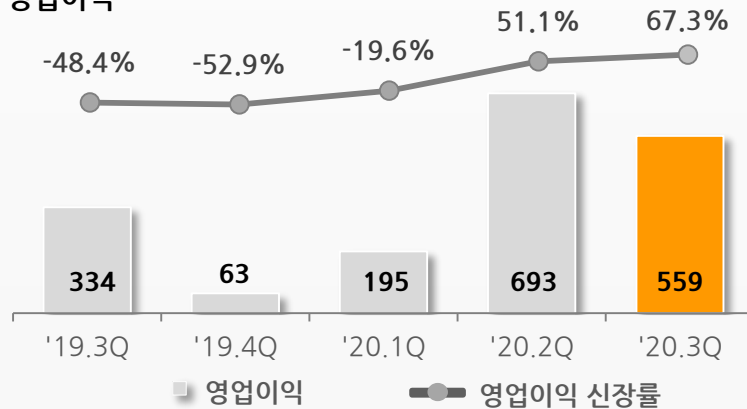
[단위: 억원]

✓ 코로나 국면 속 안정적 매출 및 영업이익 확보

① 매출액



② 영업이익



Key Catalyst

✓ 프리미엄 상품군 확대 / PB 운영 내실화

- 프리미엄 상품* 진열 및 매출('20.3Q +59%) 확대
- PB(HIMADE) 매출 신장 및 SKU 당 매출 증가
- COVID-19에 따른 소비대체 여유자금 증가, 집안 체류시간 증가에 따른 프리미엄 가전/인테리어 수요 확대 트렌드 적극 대응

✓ 혁신적 운영으로 변화 추구

- 체험강화형 점포 오픈하며 오프라인 채널 변화추구 : 메가스토어(+1점, 총 4점), 마트혁신매장 (+3점, 총 3점)
- 기존 매체광고 의존도 축소하며 광고비 감소 (라이브방송 등 新채널 활성화, 고객 직접혜택 강화 등 효율적인 광고판촉비 집행)

※ 프리미엄 대형가전 (4대 품목): TV (65" ↑ OLED, QLED, NLED), 세탁기 (21KG ↑ 드럼), 냉장고 (4도어, 양문형 정수기), 김치냉장고 (400ℓ ↑)

2. 3Q 실적분석

20년 3분기 실적분석

요약손익

[단위: 억원]

구분	'19.3Q		'20.3Q		증감		
		구성비		구성비	증감액	구성비차	증감률
매출액	9,836	100%	10,473	100%	637	-	6.5%
매출총이익	2,545	25.9%	2,664	25.4%	120	-0.5p	4.7%
판매관리비	2,211	22.5%	2,105	20.1%	-105	-2.4p	-4.8%
영업이익	334	3.4%	559	5.3%	225	1.9p	67.3%
세전이익	282	2.9%	537	5.1%	255	2.2p	90.3%
당기순이익	215	2.2%	408	3.9%	193	1.7p	89.8%

실적분석

✓ 매출액 증가(+6.5%)

- COVID-19 장기화에 따른 가정 내 체류시간 증가로 집과 관련된 관심과 소비 증가하며, 가전/가구/인테리어 매출 증가 (생활/거주 공간 변화 추구)
- 코로나로 인한 소비자의 라이프스타일 변화로 다양한 생활 가전(집콕가전, 건강가전 등), 디지털 가전 및 프리미엄 인테리어 가전 수요 및 매출 증가

✓ 영업이익 증가(+67.3%)

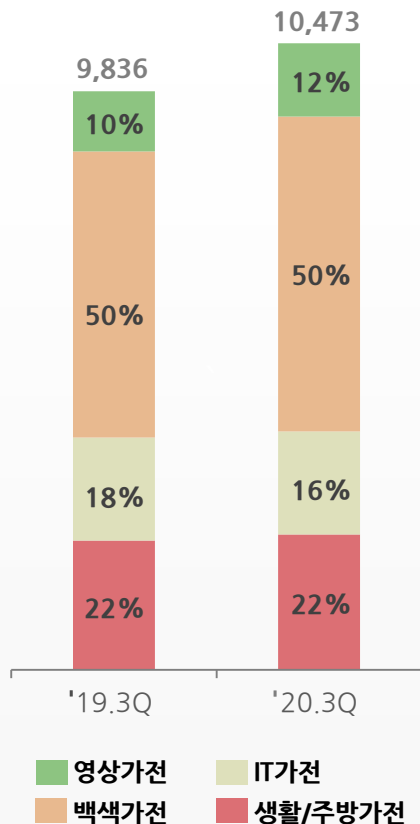
- 매출 성장(+6.5%)에 따른 매출이익 증가 및 인건비, 광고비 등 지속적인 판매관련비용 절감(-4.8%) 노력을 통한 영업이익률 개선(3.4% → 5.3%, +1.9p)

2. 3Q 실적분석

품목별 매출 비중 및 동향

매출 및 품목비중

[단위 : 억원]



품목별 매출 동향

✓ 성장 품목

- TV: OTT의 성장 등 동영상 콘텐츠 수요 높아지며 고화질·대형 프리미엄 TV 수요 증가
- 냉장고: 프리미엄 냉장고 선호하는 교체수요로 객단가 증가하며 성장
- 김치냉장고: 으뜸효율가전 환급정책 수혜와 교체수요의 연중 분산으로 성장
- 세탁기: 소비대체로 인한 구매여력 증가 및 프리미엄급 교체수요로 객단가 증가하며 성장
- 건조기: 으뜸효율가전 환급정책 품목 추가효과 및 전년도 기저효과로 높은 성장
- PC: 재택근무, 온라인교육 일상화로 PC 수요 늘어나며 지속 성장
- 식기세척기: 생활 편의를 높여주고 여가시간을 확보해주는 가전으로 떠오르며 고성장

✓ 부진 품목

- 에어컨: 긴 장마와 낮은 여름기온으로 판매 감소하며 매출 하락
- 모바일: 사양의 상향표준화에 따른 중저가모델 성장 및 교체수요 감소에 따른 매출 하락

- 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. 3Q 실적분석

부채 및 차입금

✓ 회사채 2,000억 ('20년 6월), 기업어음 1,000억 ('20년 8월) 발행으로 차입금 및 부채비율 일시적 증가 ('20년 4Q 1,150억 상환 예정)

차입금 및 주요 재무지표

[단위:억원]

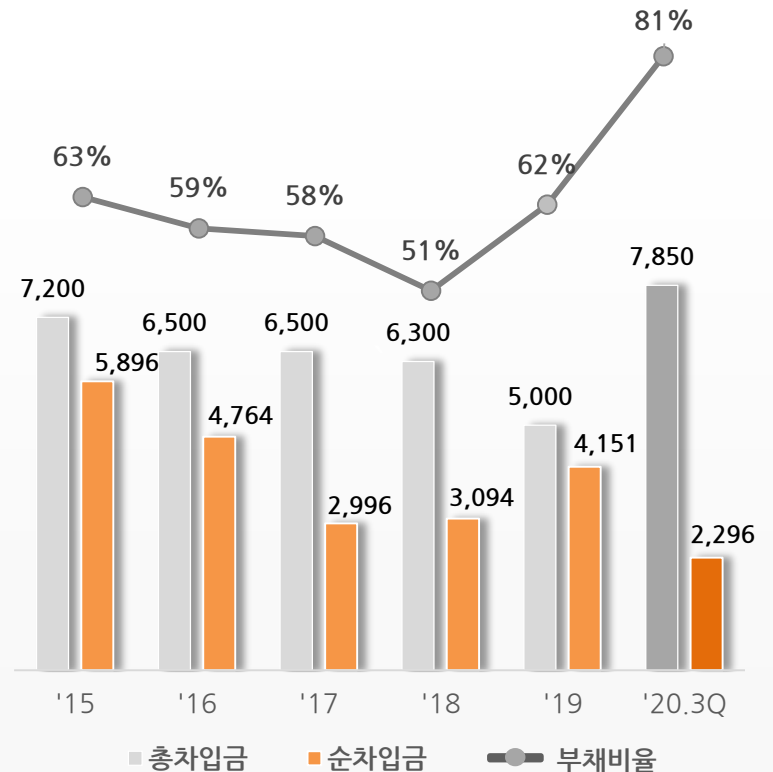
구 분	'19년 말	'20.3Q	증감율
총차입금	5,000	7,850	57.0%
현금 및 예금	849	5,554	554.1%
순차입금(차입금-현금)	4,151	2,296	-44.7%
총자본	19,219	19,928	3.7%

구분	'19년 말	'20.3Q	증감
부채비율	61.7%	81.2%	19.5p
차입금비율	26.0%	39.4%	13.4p
순차입금비율	21.6%	11.5%	-10.1p

신용평가 등급	'19년 말	'20.3Q	비고
회사채	AA-	AA-	-
기업어음	A1	A1	-

연도별 추이

[단위:억원]



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