

2022년 2분기 실적발표

2022.08.04(木)



Lifetime **Value** Creator

 **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.

매출액 2분기 8,875억원(▲10.2% YoY), 상반기 1조 7,287억원(▲11.1%,YoY)

- 인플레이션 및 금리인상 기조에 따른 가계 소비심리 위축
- 거리두기 해제 등 리오프닝 본격화에 따른 야외 활동 증가로 대형가전 중심 가전제품 수요 감소

매출총이익 2분기 2,107억원(▲14.6% YoY), 상반기 3,967억원(▲15.6%,YoY)

- 가전시장 둔화에 따른 전반적인 경쟁 심화
- 고마진 상품군 (냉장고, 세탁기 등 대형가전) 판매 부진 및 온라인 채널 매출 비중 증가

영업이익 2분기 3억원(▲99.2% YoY), 상반기 ▲79억원(적자전환, YoY)

- 매출 감소에 따른 고정비 부담 등으로 인한 영업이익 감소

요약 실적

[단위 : 억원]

구분	2Q21	2Q22	증감률	1H21	1H22	증감률
매출액	9,881	8,875	▲10.2%	19,440	17,287	▲11.1%
매출총이익	2,469	2,107	▲14.6%	4,701	3,967	▲15.6%
영업이익	331	3	▲99.2%	588	▲79	-
EBITDA	677	356	▲47.5%	1,283	627	▲51.2%
법인세차감전이익	320	▲41	-	527	▲134	-
당기순이익	247	▲28	-	406	▲98	-

상품군별 매출 요약

[단위 : 억원]

구분	2Q21	구성비	2Q22	구성비 (변동률)	증감률	1H21	구성비	1H22	구성비 (변동률)	증감률
매출액	9,881	100.0%	8,875	100.0%	▲10.2%	19,440	100.0%	17,287	100.0%	▲11.1%
상품매출액	9,831	99.5%	8,818	99.4% (▲0.1%p)	▲10.3%	19,354	99.6%	17,192	99.4% (▲0.2%p)	▲11.2%
영상가전	1,152	10.6%	1,076	11.3% (+0.7%p)	▲6.6%	2,434	11.4%	2,321	12.2% (+0.8%p)	▲4.7%
백색가전	5,166	47.4%	4,623	48.6% (+1.2%p)	▲10.5%	9,263	43.4%	7,963	41.9% (▲1.5%p)	▲14.0%
IT가전	2,030	18.7%	1,697	17.8% (▲0.9%p)	▲16.4%	4,710	22.0%	4,360	22.9% (+0.9%p)	▲7.4%
생활/주방가전	2,542	23.3 %	2,125	22.3% (▲1.0%p)	▲16.4%	4,963	23.2%	4,369	23.0% (▲0.2%p)	▲12.0%
에누리 등	▲1,059	-	▲704			▲2,016		▲1,821		
기타매출액	50	0.5%	57	0.6% (+0.1%p)	+13.1%	86	0.4%	95	0.6% (+0.2%p)	+11.0%

다양한 상품군 전개

- 신규 상품 개발을 통한 상품군별 SKU 확대
 - 경쟁력있는 다양한 글로벌 브랜드 운영점 확대
 - 주요 생활/주방 브랜드별 M/S 확대 전략 추진
 - 고객 인지도 높은 애플 및 글로벌 PC 운영 확대
 - 헬스케어/캠핑가전/펫가전 등 라이프스타일 반영
- 가전판매 연계상품확대 및 차별화서비스제공
 - 홈케어, 가전케어샵 등 타사 대비 차별화 서비스 제공

가성비 상품 개발

- 우수 제조사 협업 강화를 통한 PB 상품 SKU 확대
 - 매출 상위 품목 내 가성비 위주 PB 리딩상품 개발
 - 디자인 안마의자/스탠드 김치냉장고/TV/노트북 등
- 직소싱 상품 확대 및 홍보 활성화
 - 매출 우수 품목 직소싱 SKU 확대 통한 수익성 강화
 - 박람회 및 콜라보 행사 참가 / 인스타그램 홍보 콘텐츠 제작 등 외부 고객 홍보 활동 확대

생활가전

IT가전



고객 구매빈도가 높은 생활/가전IT 중심의 다양한 SKU 확대



평균사용기간 3~5년

평균사용기간 2~4년

우수 제조사 협업

브랜드 홍보 확대



- 직소싱 냉장고 유튜브 광고



- 인스타그램 콘텐츠 확대



- 처음처럼 × HIMADE 캠핑행사



체험형 매장 확대

- 품목별 다변화를 통한 MD차별화
 - 지역적 특성, 주 고객층 고려한 품목별 차별화 진행
 - IT가전 등 체험 및 트렌드 상품 체험 품목 확대를 통한 고객 만족도 향상
 - 헬스/뷰티/디지털 전문관 구축
- 상권 효율화 및 점포 대형화를 통한 효율성 극대화
 - 대형점 중심의 통폐합 및 저효율 / 중·소형점 폐점
 - 점포 초대형화를 통한 홈&라이프스타일 점포 변화

온라인 전문몰 구축

- 홈&라이프스타일 Vertical Platform 구축
 - 가전 전문성 기반 Lifestyle 카테고리 (가구, 레저) 확대
 - 당사 강점 기반 세트상품, 서비스(홈케어 등) 운영 강화
- 콘텐츠 + 커뮤니티 + 커머스의 유기적 선순환 구조 형성
 - 상품 큐레이션 및 다양한 콘텐츠 생산
- 온라인 Mall Rebranding
 - 버티컬 플랫폼 전문성 강화 및 젊은 브랜드가치 제공
 - 기존 시스템 개선 통한 E커머스 최적화 개발환경 도입

지역적 특성, 주 고객층 고려한 MD 차별화 운영



Appendix

요약 손익계산서

요약 재무상태표

점포 운영 현황

요약 손익계산서

[단위 : 억원]

구분	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22
매출액	9,881	10,403	8,855	8,412	8,875
매출총이익	2,469	2,655	1,971	1,860	2,107
판매관리비	2,138	2,146	2,000	1,942	2,105
인건비	613	630	653	612	610
지급수수료	511	504	475	484	487
운반·설치	384	424	282	263	370
기타	630	588	590	583	638
영업이익	331	509	▲29	▲82	3
법인세차감전이익	320	474	▲1,336	▲93	▲41
당기순이익	247	359	▲1,340	▲70	▲28

요약 재무상태표

[단위 : 억원]

구 분	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22
자산	33,550	32,106	29,435	30,335	31,038
유동자산	10,077	8,740	6,829	7,853	8,660
현금 및 현금성자산, 단기금융상품	2,910	2,137	847	615	1,603
비유동자산	23,473	23,365	22,606	22,481	22,377
유형자산	7,566	7,509	7,477	7,369	7,320
영업권	14,055	14,055	12,707	12,707	12,707
부채	14,344	12,531	11,162	12,370	13,084
유동부채	7,418	6,706	5,756	7,102	8,986
단기차입금 및 사채	1,800	983	1,388	1,393	4,096
비유동부채	6,927	5,825	5,406	5,269	4,098
장기차입금 및 사채	4,771	3,793	3,394	3,395	2,319
자본	19,206	19,575	18,274	17,964	17,954
자본금	1,180	1,180	1,180	1,180	1,180

점포 운영 현황

[단위: 점]

구분	2020년말	2021년말	2022년		2022년말(E)
			1Q	2Q	
로드점	356	339	335	331	317
순증	▲3	▲17	▲4	▲4	▲22
마트점	92	88	87	87	86
순증	▲15	▲4	▲1		▲2
계	448	427	422	418	403
순증	▲18	▲21	▲5	▲4	▲24

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