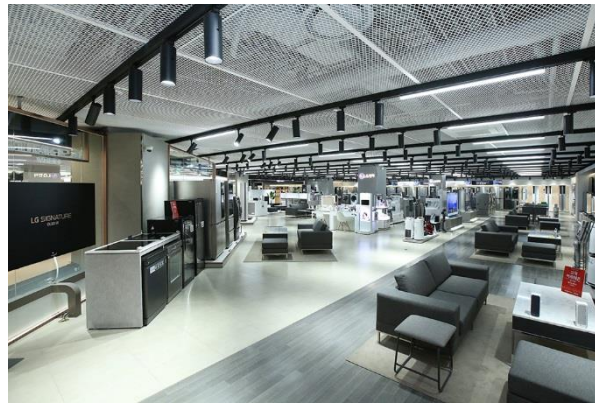


# 2022년 3분기 실적발표

2022.11.03(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.

# 3Q Highlights

**매출액 3분기 8,738억원(▲16.0%, YoY), 3분기 누계 2조 6,025억원(▲12.8%,YoY)**

- 인플레이션(물가상승)으로 인한 실질 소득 하락으로 소비자들의 가전 구매 심리 하락
- '20년, '21년 코로나 특수으로 인한 가전시장 호황 역기저 효과에 따른 수요 감소

**매출총이익 3분기 2,027억원(▲23.7%, YoY), 3분기 누계 5,994억원(▲18.5%,YoY)**

- '22년 가전시장 지속 둔화에 따른 전반적인 경쟁 심화 및 소비심리 악화
- 고마진 상품군 (냉장고, 세탁기 등 대형가전) 판매 부진 및 온라인 채널 매출 비중 증가

**영업이익 3분기 7억원(▲98.7%, YoY), 3분기 누계 ▲72억원(적자전환, YoY)**

- 상기 매출 감소에 따른 고정비 부담 등으로 인한 영업이익 감소

**당기순이익 3분기 ▲ 3,703억원 (적자전환,YOY), 3분기 누계 ▲3,801억원(적자전환, YoY)**

- 기준금리 인상, 인플레이션 등 경기 침체에 따라 가전시장 및 당사 실적 둔화로 영업권 손상 반영
- 영업권 손상액 3,428억원, CGU 손상액 370억

# 요약 실적

[단위 : 억원]

| 구분        | 3Q21   | 3Q22   | 증감률    | 3Q21 누계 | 3Q22 누계 | 증감률    |
|-----------|--------|--------|--------|---------|---------|--------|
| 매출액       | 10,403 | 8,738  | ▲16.0% | 29,843  | 26,025  | ▲12.8% |
| 매출총이익     | 2,655  | 2,027  | ▲23.7% | 7,356   | 5,994   | ▲18.5% |
| 영업이익      | 509    | 7      | ▲98.7% | 1,097   | ▲72     | 적자전환   |
| EBITDA    | 858    | 348    | ▲59.4% | 2,141   | 975     | ▲54.5% |
| 법인세차감전순손익 | 474    | ▲3,796 | 적자전환   | 1,001   | ▲3,930  | 적자전환   |
| 당기순손익     | 359    | ▲3,703 | 적자전환   | 765     | ▲3,801  | 적자전환   |

# 상품군별 매출 요약

[단위 : 억원]

| 구분      | 3Q21   | 구성비    | 3Q22  | 구성비<br>(변동률)      | 증감률    | 3Q21<br>누계 | 구성비    | 3Q22<br>누계 | 구성비<br>(변동률)      | 증감률    |
|---------|--------|--------|-------|-------------------|--------|------------|--------|------------|-------------------|--------|
| 매출액     | 10,403 | 100.0% | 8,738 | 100.0%            | ▲16.0% | 29,843     | 100.0% | 26,025     | 100.0%            | ▲12.8% |
| 상품매출액   | 10,356 | 99.5%  | 8,681 | 99.3%<br>(▲0.2%p) | ▲16.2% | 29,710     | 99.6%  | 25,872     | 99.4%<br>(▲0.2%p) | ▲12.9% |
| 영상가전    | 1,295  | 11.5%  | 1,039 | 11.2%<br>(▲0.3%p) | ▲19.8% | 3,730      | 11.4%  | 3,359      | 11.9%<br>(+0.5%p) | ▲9.9%  |
| 백색가전    | 5,458  | 48.5%  | 4,516 | 48.9%<br>(+0.4%p) | ▲17.3% | 14,721     | 45.2%  | 12,479     | 44.2%<br>(▲1.0%p) | ▲15.2% |
| IT가전    | 2,104  | 18.7%  | 1,719 | 18.6%<br>(▲0.1%p) | ▲18.3% | 6,770      | 20.8%  | 6,079      | 21.5%<br>(+0.7%p) | ▲10.2% |
| 생활/주방가전 | 2,398  | 21.3%  | 1,969 | 21.3%<br>(-)      | ▲17.9% | 7,363      | 22.6%  | 6,338      | 22.4%<br>(▲0.2%p) | ▲13.9% |
| 에누리 등   | ▲899   | -      | ▲562  | -                 | -      | ▲2,874     | -      | ▲2,383     | -                 | -      |
| 기타 매출액  | 47     | 0.5%   | 57    | 0.7%<br>(+0.2%p)  | 21.3%  | 133        | 0.4%   | 153        | 0.6%<br>(+0.2%p)  | 14.3%  |

## 선택과 집중, 체질 개선을 통한 Turn Around 전략

### 오프라인 활성화 방안

#### ① 점포 효율화

- 저효율 점포 폐점 통한 **상권 내 핵심 점포 운영**  
(대형 체험점 강화)
- 점포 **평균 영업 면적 확대**로 경쟁력 강화 (점당 매출액)

#### ② 기존점 영업력 강화

- 세일즈 차별화: 금융판촉 단순화 등
- 애플/다이슨: 브랜드 **샵인샵** 확대
- 전점 정기 행사: 지점별 행사 횟수 차등개선 통한 매출 개선

### 고마진 상품군 매출확대

#### ① 15대 중점 브랜드 육성

- **고마진 생활가전** 매출 확대
- 전략적 협업을 통한 월별 브랜드 대전 운영 및 당사 독점 판촉 시행

#### ② 新라이프 스타일 상품 확대

- 헬스케어, 캠핑용품, 펫가전 운영 품목 확대

### 가전중심 온라인몰 강화

#### ① 비효율 카테고리 효율화

- 가전 중심 Vertical 온라인몰 강화
- 가전외 품목 중 **가구, 레저 품목만** 운영  
→ 기존에 가전외 운영하던 기타품목 SKU 축소를 통한  
가전과 연관성 있는 가구/레저 품목에 집중

#### ② 중소형 가전 depth 강화

- **유효 SKU 확대**: 타사에서만 운영 중인 인기 모델 적극 도입

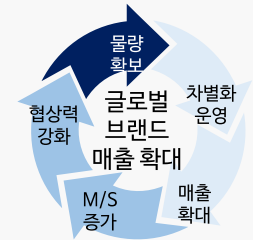
| 구분   | 품목                 |
|------|--------------------|
| 생활가전 | 청소기, 공기청정기, 건강가전 등 |
| 주방가전 | 전기밥솥, 전기레인지, 조리기기외 |
| IT가전 | PC, PC부품, 모바일      |

- **글로벌 브랜드 활성화**

|        |                       |
|--------|-----------------------|
| 물량 확보  | 신모델, 이슈상품 확보          |
| 차별화 운영 | 전문관 리뉴얼<br>구매고객 혜택 강화 |

- 브랜드 소싱

품목별 시장 내 인기 브랜드 추가도입 및 단독모델 운영확대  
미도입 외산 브랜드 및 중소 스타트업 브랜드 소싱 강화



# 차별성 강화 전략

## 가성비 상품과 글로벌 브랜드로 경쟁력 확보

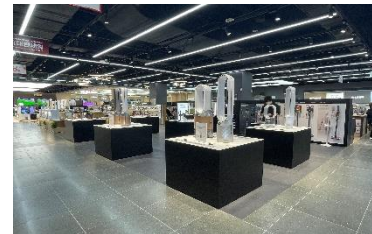
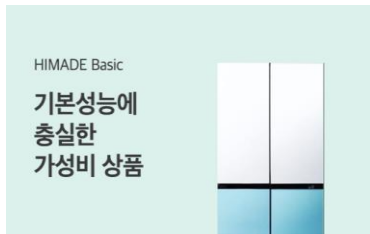
### PB상품 강화

- ① 우수 제조사 협업 강화를 통한 PB 상품 SKU 확대
  - 기본 성능에 충실한 **가성비 높은 상품 개발**
  - 하이마트만의 **차별화된 디자인 상품 개발**
- ② 대형 가전 PB 상품 확대로 매출 활성화
  - 냉장고, TV, 세탁기 등 **대형가전 SKU 확대**

### 글로벌 브랜드 매출 활성화

- ① 글로벌브랜드 확대를 통한 매출 활성화
  - 물량 확보 : 신모델 및 이슈 상품 확보
  - 운영품목확대 : 애플 · 다이슨 등 운영 모델 확대 / 케어플러스 연동
  - 차별화 운영 : 전문관 리뉴얼 구매 고객 혜택 강화

※ 23년 글로벌 브랜드의 신제품 출시 및 전용관 출점 확대로 향후에도 신장세가 지속될 것으로 전망



# Appendix

---

요약 손익계산서

요약 재무상태표

점포 운영 현황

# 요약 손익계산서

[단위 : 억원]

| 구분       | 3Q21   | 4Q21   | 1Q22  | 2Q22  | 3Q22   |
|----------|--------|--------|-------|-------|--------|
| 매출액      | 10,403 | 8,855  | 8,412 | 8,875 | 8,738  |
| 매출총이익    | 2,655  | 1,971  | 1,860 | 2,107 | 2,027  |
| 판매관리비    | 2,146  | 2,000  | 1,942 | 2,105 | 2,020  |
| 인건비      | 630    | 653    | 612   | 610   | 610    |
| 지급수수료    | 504    | 475    | 484   | 487   | 482    |
| 운반·설치    | 424    | 282    | 263   | 370   | 351    |
| 기타       | 588    | 590    | 583   | 638   | 577    |
| 영업이익     | 509    | ▲29    | ▲82   | 3     | 7      |
| 법인세차감전이익 | 474    | ▲1,336 | ▲93   | ▲41   | ▲3,796 |
| 당기순이익    | 359    | ▲1,340 | ▲70   | ▲28   | ▲3,703 |

# 요약 재무상태표

[단위 : 억원]

| 구 분 |                    | 3Q21   | 4Q21   | 1Q22   | 2Q22   | 3Q22   |
|-----|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 자산  |                    | 32,106 | 29,435 | 30,335 | 31,038 | 25,878 |
|     | 유동자산               | 8,740  | 6,829  | 7,853  | 8,660  | 7,378  |
|     | 현금 및 현금성자산, 단기금융상품 | 2,137  | 847    | 615    | 1,603  | 1,175  |
|     | 비유동자산              | 23,365 | 22,606 | 22,481 | 22,377 | 18,500 |
|     | 유형자산               | 7,509  | 7,477  | 7,369  | 7,320  | 6,819  |
|     | 영업권                | 14,055 | 12,707 | 12,707 | 12,707 | 9,279  |
| 부채  |                    | 12,531 | 11,162 | 12,370 | 13,084 | 11,611 |
|     | 유동부채               | 6,706  | 5,756  | 7,102  | 8,986  | 7,626  |
|     | 단기차입금 및 사채         | 983    | 1,388  | 1,393  | 4,096  | 3,099  |
|     | 비유동부채              | 5,825  | 5,406  | 5,269  | 4,098  | 3,985  |
|     | 장기차입금 및 사채         | 3,793  | 3,394  | 3,395  | 2,319  | 2,329  |
| 자본  |                    | 19,575 | 18,274 | 17,964 | 17,954 | 14,267 |
|     | 자본금                | 1,180  | 1,180  | 1,180  | 1,180  | 1,180  |

# 점포 운영 현황

[단위 : 점]

| 구분  | 2020년말 | 2021년말 | 2022년 |     |     | 2022년말(E) |
|-----|--------|--------|-------|-----|-----|-----------|
|     |        |        | 1Q    | 2Q  | 3Q  |           |
| 로드점 | 356    | 339    | 335   | 331 | 320 | 308       |
| 순증  | ▲3     | ▲17    | ▲4    | ▲4  | ▲11 | ▲31       |
| 마트점 | 92     | 88     | 87    | 87  | 87  | 87        |
| 순증  | ▲15    | ▲4     | ▲1    | -   | -   | ▲1        |
| 계   | 448    | 427    | 422   | 418 | 407 | 395       |
| 순증  | ▲18    | ▲21    | ▲5    | ▲4  | ▲11 | ▲32       |

## 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