

# 롯데하이마트 2019년 1분기 실적

# Himart

LOTTE HIMART CO., LTD.  
INVESTOR RELATIONS

 **LOTTE HIMART**

본 자료의 재무정보는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 따라 작성된 영업실적입니다.

본 자료는 2019년 5월 9일 개최된 롯데쇼핑 2019년 1/4분기 실적발표 Conference Call에 제공된 자료입니다.

본 자료는 정보제공 목적만을 위하여 롯데하이마트 주식회사에 의하여 작성된 것으로서, 롯데하이마트는 본 자료의 내용을 보완, 수정할 책임이 없습니다.

# 2019년 1분기 실적

(단위 : 십억원)

|        | 1Q 2018 |      | 1Q 2019 |      | 증감     |
|--------|---------|------|---------|------|--------|
| 매출액    | 952     |      | 1,037   |      | 8.9%   |
| 영업이익   | 41      | 4.3% | 24      | 2.3% | -41.3% |
| EBITDA | 53      | 5.6% | 55      | 5.3% | 3.7%   |
| 당기순이익  | 30      | 3.1% | 15      | 1.5% | -48.4% |

※ 총 464개店 ('19년 1분기 기준)

## 전자제품전문점 분석

### ▶ 1분기 전점 매출 +8.9% YoY

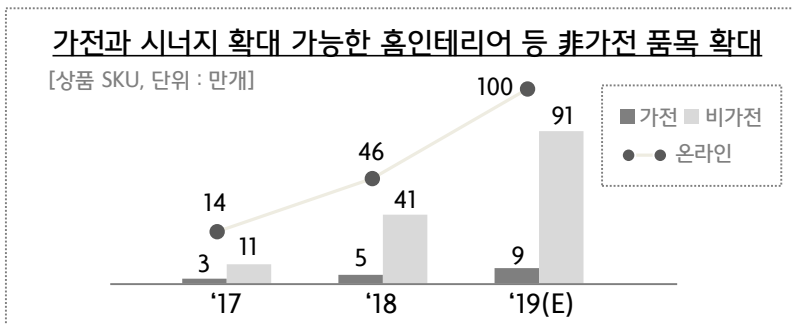
- '18.1Q 대비 점포수 순증 +1店, 총 464店 운영
- 공기청정기, 의류건조기, 에어컨 등 환경 관련 가전 高 성장 지속
- '19년 1분기 온라인 쇼핑몰 매출 +58% YoY (매출 구성비 약 12%)

### ▶ 1분기 영업이익 -41.3% YoY

- 온라인 매출 비중 상승 및 프로모션 증가에 따른 매출총이익률 하락
- 인건비, 지급수수료 등 판매관련 비용 증가에 따른 영업이익 감소
  - ※ 주 52시간 근무에 따른 인원 추가 채용 및 기본급 인상에 의한 인건비 증가
  - ※ 매출 증가에 따른 카드 수수료 및 온라인 관련 용역비 증가에 따른 지급수수료 증가

## 전자제품전문점 전략

### ▶ 다양한 상품 확대와 지속적인 투자 통한 온라인 채널 지속 강화



### ▶ 온라인의 편리함과 오프라인의 체험을 결합한 옴니스토어 확대

- 기존 로드샵 리뉴얼 통한 옴니스토어 확대 ('18년 총 12점 → '19년 약 20점 출점 목표)

### ▶ 대형 가전 중심 프리미엄 매출 활성화 및 차별화 상품 운영 통한 수익성 강화

- 일반 상품 대비 객단가가 높은 프리미엄 상품의 진열 강화 등 상품 운영 적극 개선
- PB (하이메이드) 상품 경쟁력 강화 / 경쟁력 있는 단독 상품 (NPB 등) 지속 확대

### ▶ 주거 공간 관련 홈케어 등 차별화 서비스 제공

- 홈케어 서비스 품목 지속 확대 ('18년 총 20개 → '19년 총 23개 품목 목표)
  - 향후 홈케어 서비스 연계 홈리폼 및 홈인테리어 품목 확대 목표