

롯데하이마트 2019년 2분기 실적

Himart

LOTTE HIMART CO., LTD.
INVESTOR RELATIONS

 **LOTTE HIMART**

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

본 자료는 2019년 8월 9일 개최된 롯데쇼핑 2019년 2/4분기 실적발표 Conference Call에 제공된 자료입니다.

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

※ K-IFRS 제1116호 리스 회계 도입 ('19. 1. 1 적용)

- 당사의 '19년 2분기 재무제표는 리스회계기준(K-IFRS 제1116호, 리스)을 적용하여 작성하였으며, 전기 및 전년동기 재무제표는 리스회계기준(K-IFRS 제1116호, 리스)을 소급 적용하지 않은 '18년 정기보고서상의 수치 기준입니다.

※ 리스회계기준(K-IFRS 제1116호)

- 기업간 비교 가능성 및 부채 측정의 정확성 증대를 위해, 계약에 의해 빌려서 사용하고 있는 유·무형자산의 사용권과 사용료를 자산과 부채로 인식

2019년 2분기 실적

(단위 : 십억원)

	2Q 2018		2Q 2019		증감	1H 2018		1H 2019		증감
매출액	1,087		1,071		-1.5%	2,039		2,108		3.4%
영업이익	67	6.2%	46	4.3%	-31.5%	108	5.3%	70	3.3%	-35.3%
EBITDA	79	7.3%	78	7.3%	-1.2%	132	6.5%	133	6.3%	0.8%
당기순이익	50	4.6%	32	3.0%	-35.2%	79	3.9%	47	2.3%	-40.2%

※ 총 463점 (19년 2분기말 기준)

전자제품전문점 분석

▶ 2분기 전점 매출 -1.5% YoY

- '18.2Q 대비 점포수 순증 -1점, 총 463점 운영
- 6월 판매 부진 및(에어컨 등) 전년 대형가전 역기저 영향으로 매출 하락
- '19.2Q 온라인쇼핑몰 고성장 (+44% YoY)

▶ 2분기 영업이익 -31.5% YoY

- 매출 부진과 온·오프라인 가격 경쟁으로 인한 판매단가 하락에 따른 매출총이익률 감소
- 판매관련 비용 증가(인건비, 지급수수료 등)에 따른 영업이익 감소

전자제품전문점 전략

▶ 상품 경쟁력 강화

- 객단가 및 이익률 높은 대형 가전 중심 프리미엄 상품 지속 확대
- 차별화 상품 운영을 통한 수익성 강화
 - PB (하이메이드) 상품 경쟁력 강화 / 경쟁력 있는 단독 상품 (NPB 등) 지속 확대
- 적극적인 신규 품목의 발굴 및 확대
(제조사 협업 및 직매입 강점 극대화 통한 시장 선점)
- 주거 공간 관련 홈케어 및 홈리폼 통한 차별화된 서비스 제공
 - 홈케어 서비스 품목 지속 확대 ('18년 총 20개 → '19년 총 23개 품목 목표)

▶ 채널 경쟁력 강화

- 상권과 고객 유형을 고려한 점포 컨셉 다변화를 통한 오프라인 경쟁력 강화
 - 기존 로드샵 리뉴얼 통한 옴니스토어 확대 ('18년 총 12점 → '19년 약 42점 출점 목표)
 - 프리미엄 상품 중심의 고급화된 프리미엄 매장 ('18년 12월 百 안산점)
- 다양한 상품 확대 및 지속적 투자를 통한 온라인 사업 확대

[온라인쇼핑몰 매출 비중]

● 오프라인 ● 온라인쇼핑몰

