

롯데하이마트 071840

4Q24 Review

음식료/유통

Analyst 김정욱

02. 6454-4874

6414@meritz.co.kr

RA 황홍진

02. 6454-4874

hongjin.hwang@meritz.co.kr

- 4Q24 실적은 매출액 5,564억원으로 전년비 -3.8% 감소, 영업이익 -163억원으로 컨센서스 -75억원 대비 적자폭 88억원 확대. PB·서비스 등 고마진 상품 강화 노력에도 통상임금 이슈 102억원 인식 영향으로 영업이익 감소. '25년 가이드스 매출 2.3조, 일회성 제외 기준 실질 영업이익 100억원 제시 (22년 -317억원, 23년 -98억원, 24년 -175억원)

- '24년 하반기부터 매출 역신장 개선. 총매출 기준 상반기 -27.4%, 하반기 -4.5% (3분기 -6.1%, 4분기 -2.6%). 23년 하반기~24년 상반기 실적 부진의 내부 요인은 두가지. 1)영업 이원화 구조, 능동적 영업 활성화 한계, 2)점포 효율화를 위한 대규모 폐점의 구조조정 마무리. 외부 경쟁 영향도 존재. 1)온라인 대전환 시기 하이마트몰 체질 개선 추진, 2)백화점, 프리미엄 혼수 중심 성장, 3)가전 제조사의 구독 서비스 확대

- 7/1부, 공개채용을 통한 1,300여명 판촉사원 직영화와 데이터 기반의 사업 혁신 이후 매출 턴어라운드. 구체적으로 1)현장 직원의 전문성 가속화, 2)평생케어 안심 서비스, 3)PB·해외소싱의 육성. 주요 전략이 구현된 리뉴얼 점포 신장률은 약 18% 고신장 기록. 이외에도 1)안심케어 데이터 23년 80만건에서 24년 150만건으로 확대. 2)PB 리뉴얼 이후 홈쇼핑 첫 방송에서 동시간대 홈쇼핑 시청률 1위 기록, 3)인테리어와 가전 전문 상점 매장 첫 오픈 이후 인테리어 연계 매출 +20% 증가 등 성과 가시화

- 중장기 가이드스 '25년 매출 2.3조, 영업이익 100억원 제시. 3대사업 오프라인 매출액 9,500억원, 온라인 3,900억원 달성 목표. 구체적인 전략은 1)글로벌 유명 브랜드를 포함한 AS 서비스 커버리지 확대, 2)PB·해외브랜드강화, 3)경험형 매장을 강화하는 스토어 포맷 혁신 추진, 4)이커머스 혁신을 통한 안심케어 서비스 추진

4Q24 Conference Call Q&A

Q1 25년 가이드스를 전년 대비 감소한 2,3조원으로 제시한 이유는?

A1 과거 2년 동안 대규모 점포 폐점으로 인해 매출 1,500억원 감소. 25년 대규모 폐점 계획은 없으며, 일상적인 수준에서 폐점을 고려 중. 신규 점포도 검토 중이나, 리뉴얼하지 않은 일반점의 매출 감소를 반영하여 보수적으로 가이드스 설정

Q2 25년 영업이익 가이드스에 일회성 비용이 미포함된 이유와 25년 영업권 손상 가능성은?

A2 24년에는 부가세 환급 수익이 있었고, 통상임금(100억원)과 티메프비용(43억원) 등의 일회성 비용이 발생. 25년에는 이러한 비용이 발생하지 않을 것으로 예상. 25년 대규모 영업권 손상이 발생하지 않도록 노력할 예정

Q3 인력 전환으로 인한 비용 증가를 커버하고 영업이익에 기여하는 시점은 언제인지?

A3 24년 7월 공개 채용을 통해 인건비 증가가 있었지만, 특정 브랜드가 아닌 다양한 브랜드 상품과 서비스를 담당하며, 고마진 상품 판매 확대에 기여. 하반기부터 미투자 일반점의 신장세도 개선되고 있어 긍정적인 효과 기대

Q4 정부의 추경 예산이 편성될 경우, 회사 실적에 어떤 영향을 미칠 것으로 보는지?

A5 과거 2016년과 코로나 시기 정부의 소비 진작 정책으로 매출 개선된 바가 있음. 당시 환급 프로그램 시행 후 매출이 +5% 성장 전환돼 총 15%p 개선 효과 발생. 향후 유사한 정책이 나온다면 실적 개선에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상

Q5 하반기 GP 마진 개선 요인은, 인력 전환 효과가 더 컸는지, 자사몰 개선 등 수익성 전략이 더 기여했는지? GP 마진 개선이 가이드스에 포함되었는지?

A5 GP 마진 상승 주요 요인은 고마진 상품군 판매 증가와 이에 따른 인건비 증가분 상쇄, 25년 가이드스에도 이러한 흐름을 반영

Q6 핸드폰 신제품 출시와 신학기 가전 트렌드에 대한 전망은?

A6 갤럭시 신제품 예약 판매는 시장 전반적으로 예년 대비 다소 저조하지만, 예약 판매 실적은 증가세. 온라인 전문몰 및 점포 내 모바일 판매 활성화 전략의 결과로, 자급제 제품 및 통신사 연계 상품 판매 확대도 긍정적인 영향

Compliance Notice

본 조사분석자료는 제3자에게 사전 제공된 사실이 없습니다. 당사는 자료작성일 현재 본 조사분석자료에 언급된 종목의 지분을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다. 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 추천 종목과 재산적 이해관계가 없습니다. 본 자료에 게재된 내용은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.

본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다. 본 자료를 이용하시는 분은 본 자료와 관련한 투자의 최종 결정은 자신의 판단으로 하시기 바랍니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 투자 결과와 관련한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료는 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로 당사의 허락 없이 복사, 대여, 배포 될 수 없습니다.