

HAIMARROW FOOD SERVICE

(220630.KQ)



Boombata
FIRE FRESH PIZZA & FUN



MOM'S TOUCH
CHICKEN & BURGER



KRX
KOREA EXCHANGE

Path to Growth
KOSDAQ

본 자료는 한국채택국제회계기준에 따라 작성된 2018년 재무 실적 추정치를 기준으로 작성되었습니다.

외부감사인의 회계검토가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위해 작성된 자료이므로, 그 내용 중 일부는 회계검토 과정에서 달라질 수 있습니다.

따라서, 해마로푸드서비스(주)는 본 자료에 서술된 재무정보 및 영업성과의 정확성과 완벽성에 대해 보장하지 않으며, 자료작성일 현재의 사실을 기술한 내용에 대해 향후 업데이트 책임을 지지 않습니다.

또한 각종 지표들은 현재의 시장상황과 회사 경영목표 및 방침을 고려하여 작성된 것으로 시장환경의 급속한 변화 및 투자환경, 회사의 전략적 목표수정에 의하여 그 결과가 다르게 나타날 수 있습니다. 본 자료에 열거한 주요한 사항은 어떠한 경우에도 투자자의 투자결과에 효과를 미치지 못하므로 법적 책임이 없으며, 회사는 새로운 정보 및 미래의 사건 등으로 그 사실을 공지할 의무가 없습니다.

당사는 본 IR 자료에 표기된 사항 중 공정공시에 해당하는 사항은 공정공시를 통하여 공개하오니 당사의 공정공시를 확인하여 주시기 바랍니다. 또한 미래의 경영목표와 같이 공정공시에 해당되지 않는 경우는 당사의 경영목표일 뿐 예측 및 전망자료가 아님을 다시 한번 강조하오니 투자판단에 유의하여 주십시오.

1. 해마로푸드서비스(주) 소개

2. 사업부문 및 사업구조

3. 프랜차이즈 사업부-맘스터치



4. 프랜차이즈 사업부-붐바타



5. 해외사업 현황

6. 식자재유통 사업부

7. 자회사 현황-슈가버블



8. 해마로푸드서비스(주)의 투자 포인트

1. 해마로푸드서비스(주) 소개



1) 해마로푸드서비스(주) 개요

회사명	해마로푸드서비스 (주) / HAIMARROW FOOD SERVICE CO., LTD
CEO	전 명 일
설립일	2004.02.04
전화번호	본사: TEL. 82-2-445-0719 / FAX. 82-2-418-0279
위치	본사 : 서울특별시 강동구 성내동 551-1 삼원타워 2층 지점 : 충청북도 진천군 덕산면 신척리 626-12
매출액	2,396억원 (2017년 12월 말 기준)
자본금	94억원
홈페이지	www.haimarrow.co.kr / www.momstouch.co.kr
국내외 SNS	1)한국- https://www.facebook.com/momstouchmain 2)베트남- https://www.facebook.com/momstouchvietnam 3)대만- https://www.facebook.com/MomsTouchInTCC
사업분야	프랜차이즈 사업부와 식자재 유통 사업부 (대표 프랜차이즈 브랜드는 맘스터치(MOM ' S TOUCH)와 붐바타(Boombata))
임직원 수	188명 (2018.03)

1. 해마로푸드서비스(주) 소개



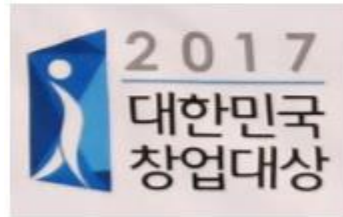
2) 해마로푸드서비스(주) 연혁

HISTORY

2004 ~
2018

2018	01	맘스터치 미국(캘리포니아주) 1호점 오픈
2017	04	(주)슈가버블 인수
	03	불바타 론칭(1호점 오픈)
	02	미국법인 설립
2016	12	맘스터치 1000호점
	11	진천공장 증축
	10	코스닥 상장
	09	맘스터치 베트남(호치민) 1호점 오픈
	04	맘스터치 대만(타이난) 1호점 오픈
2015	12	대만 합작법인 설립
	10	캐나다 카벤디쉬 한국 에이전시 독점 계약
	04	베트남법인 설립
2014	12	진천물류센터 및 제조생산공장 준공
	09	맘스터치 500호점
2012	12	식품의약품안전처 우수수입업소 등록
2010	07	중소기업청 우수프랜차이즈 지정
2004	02	해마로푸드서비스(주) 법인 설립 (맘스터치사업부, 케터링사업부)

3) 수상내역



대한민국창업대상
대한상공회의소회장 표창



2017 식품안전의 날
나트륨저감 우수업체
식품의약품안전처 표창



2016 서비스산업총연합회
부총리 겸 기획재정부장관 표창



2015 - 17 매경
100대 프랜차이즈 선정



2015 미래창조경영
우수기업총합대상
고용노동부장관 표창



2015 한국프랜차이즈대상
대통령 표창



2015 대한민국사회공헌
대상
국회보건복지위원장 표창



2015 국가지속가능경영
대상
제품책임부문
식품의약품안전처 표창

4) 해마로푸드서비스 회장 소개

맘스터치 브랜드의 가장 큰 경쟁력은 **식재료**에 있습니다.

After-Order-Cooking 주문시스템의 맘스터치는 가공된 패티가 아닌
주문 후 수제로 만든 패티를 고객에게 제공합니다.

이러한 제조방식은 프랜차이즈 시스템 하에서 진가를 발휘합니다.

“ 해마로푸드서비스의 식품들을 통해 고객에게 더 행복한 내일을 ”

Haimarrow, HAPPY TOMORROW!

- 1986 : 베스킨라빈스 근무
- 1993 : 대한제당 그룹, TS 푸드앤시스템 (Popeyes 사업부) 본부장
- 2004 : (주)TS 해마로 맘스터치 사업부, 케터링 사업부가

해마로푸드서비스(주)로 법인분리 및 대표이사 취임



5) 해마로푸드서비스 비전 및 미션

MISSION

식품 사업을 통해 **인류의 행복을 증진한다.**

VISION

고객 마음 속의 No.1

CORE VALUE



직원의 행복과 발전

우리회사의 최우선 순위는
직원의 행복과 발전에 있다



협력업체의 성장

협력업체의 건실한 성장은
우리회사 성장의 원동력이다



고객 가치 극대화

고객 가치 극대화는
우리 회사 구성원 모두의
노력의 결과물이다



사회와 국가의 안정

사회와 국가의 안정과
궁극적으로 동일예
기여함은 우리회사의
존재를 담보한다



지속적인 성장

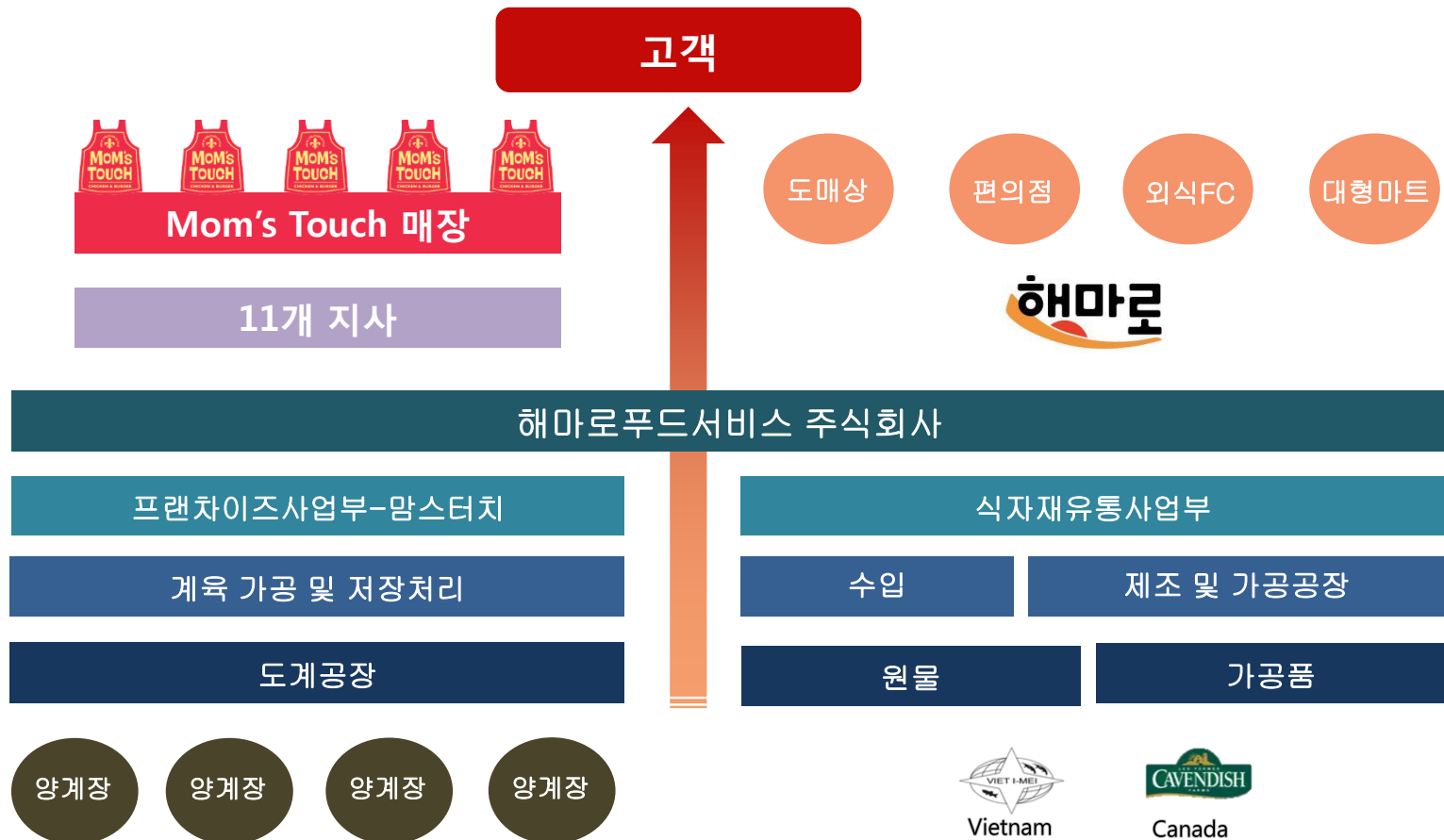
지속적인 성장을 통해
주주에게 정당한 가치를
제공한다

2. 사업부문 및 사업구조



1) 사업구조

“최고의 품질, 최고의 가격경쟁력 그리고 안정적인 식자재 물류 시스템”



1) 브랜드 탄생 배경

파파이스 브랜드를 운영중인 TS해마로가 향후 성장사업 발굴 및 미국에 지급하는 로열티를 절감하면서, 현재의 사업구조에서 시너지를 높일 수 있는 것이 어떤 사업일까 하고 고민 중 파파이스의 장점과 한국의 실정에 적합하도록 기획하여 론칭한 브랜드

2) 브랜드 의미

맘스터치는 **엄마의 마음을 담았다**는 의미

가장 좋은 것만 주고 싶은 엄마의 욕심을 담아 건강한 제품을 선보이는 것이 목표

맘스터치는 일반적인 Fast Food가 아닌 **정성 어린 한끼 식사**를 준비하는

마음으로 주문 즉시 제조하여, 고객에게 따뜻하고 신선도 높은 품질의

메뉴를 제공하는 **Slow Food 수제버거 전문점**

3) 제품전략



- 냉동육이 아닌 신선한 냉장육 패티
- 사전조리가 아닌 주문 후 조리 시스템
- 갈아 넣은 패티가 아닌 통살 패티

- 수제음식, 슬로우 푸드라는 인식
- 한국인의 입맛에 맞춘 소스
- 트렌드에 맞는 지속적인 신제품 출시

4) 메뉴 - 햄버거

SIGNATURE

NEW



사이버거



치즈베이컨버거



치킨커틀렛버거



딥치즈버거



불싸이버거



리샬버거



화이트갈릭버거



할라피노
통살버거



할라피노
통가슴살 버거



윌렛버거



햄치즈윌렛버거



불고기버거



스파이시
불고기버거



스파이시딜릭스
불고기버거



통새우버거

- **After order Cook** - 수제버거(주문 후 즉시 손으로 직접 제조, After-Order-Cooking을 통한 맛의 차별화)
- 당사의 독특한 스파이스 시즈닝을 가미한 두툼한 통살패티
- **입찢버거**(입이 찢어질 만큼 두꺼운 버거) 신조어를 탄생시킬 만큼 가성비 훌륭한 햄버거

5) 메뉴 - 햄버거

경쟁사 가격비교 (한국 점포 기준)

(단위 :원)	맘스터치	버거킹	롯데리아	맥도날드	KFC	파파이스
대표메뉴	싸이버거	오리지널 롱치킨버거	핫크리스피버거	맥스파이시 상하이버거	징거버거	케이준통버거
이미지						
가격	3,400(\$3.4)	4,900(\$4.9)	4,700(\$4.7)	5,100(\$5.1)	4,700(\$4.7)	5,000(\$5.0)
세트메뉴	5,600(\$5.6)	7,200(\$7.2)	6,500(\$6.5)	6,400(\$6.4)	6,800(\$6.8)	7,400(\$7.4)
음료(M)	1,600(\$1.6)	2,000(\$2.0)	1,700(\$1.7)	1,600(\$1.6)	2,000(\$2.0)	1,700(\$1.7)

자료: 각 사 홈페이지 자료
단위: 1USD=1,000KRW

6) 메뉴 - 치킨



- 당일 도계한 계육만 사용 (140여곳의 가족농장에서 직접 사육한 계육 중 HACCP인증 계육)
- 일반 염지방식이 아닌 진공텀블러 방식으로 제조하여 깊은 맛과 부드러운 육질이 특징
- 당사 전용 튀김분 및 베타믹스를 통해 육즙을 유지, 건강을 생각한 전용 현미유 사용

7) 메뉴 - 사이드



리코타샐러드



망고라임샐러드



치킨샐러드



치즈감자



치즈할라피뇨너겟



휠랩



감자튀김



김떡만



팝콘만두



콘샐러드



팝콘볼



치즈스틱

- 버거나 치킨과 함께 즐길 수 있는 사이드 메뉴
- 간편하게 즐길 수 있는 간편 메뉴
- ASP(Average Sales Price) 를 상승시키는 Side Menu구성

8) 메뉴 - 음료



허브복숭아티



스위트망고



스트로베리밀크



스무디망고



스무디딸기



청포도에이드



레몬에이드



망고에이드



자몽에이드



복숭아에이드



오렌지쥬스



탄산음료



아메리카노



라떼



녹차라떼

- 탄산음료와 에이드, 커피 및 스무디 판매
- 기존 치킨 & 버거 전문매장에서 쉽게 접할 수 없는 다양한 음료 메뉴를 제공

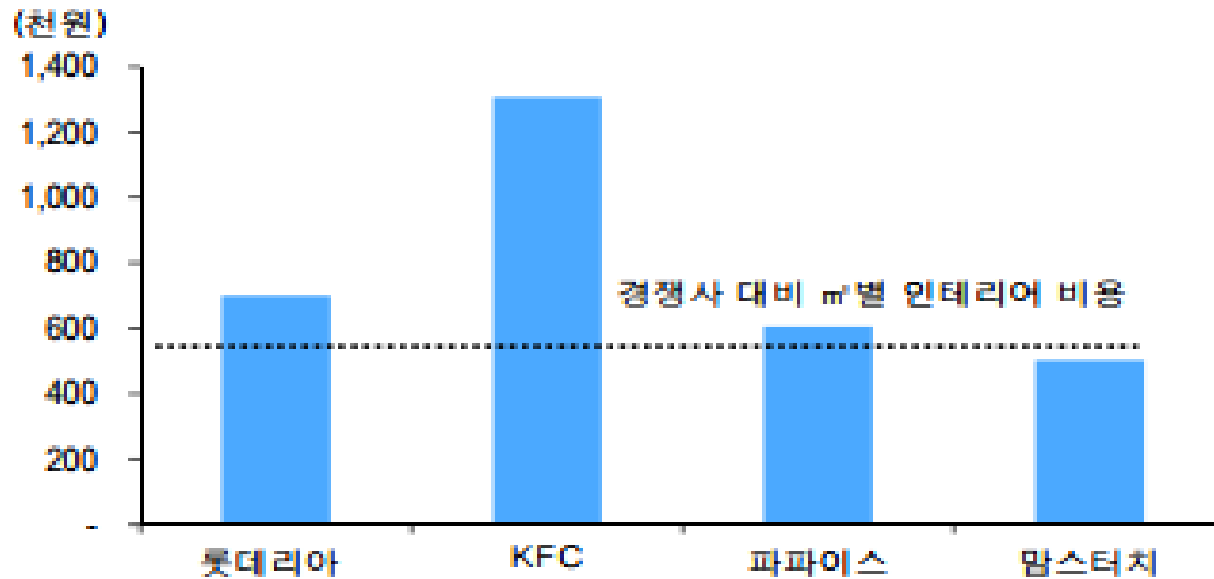
9) 매장의 외관과 내부 인테리어



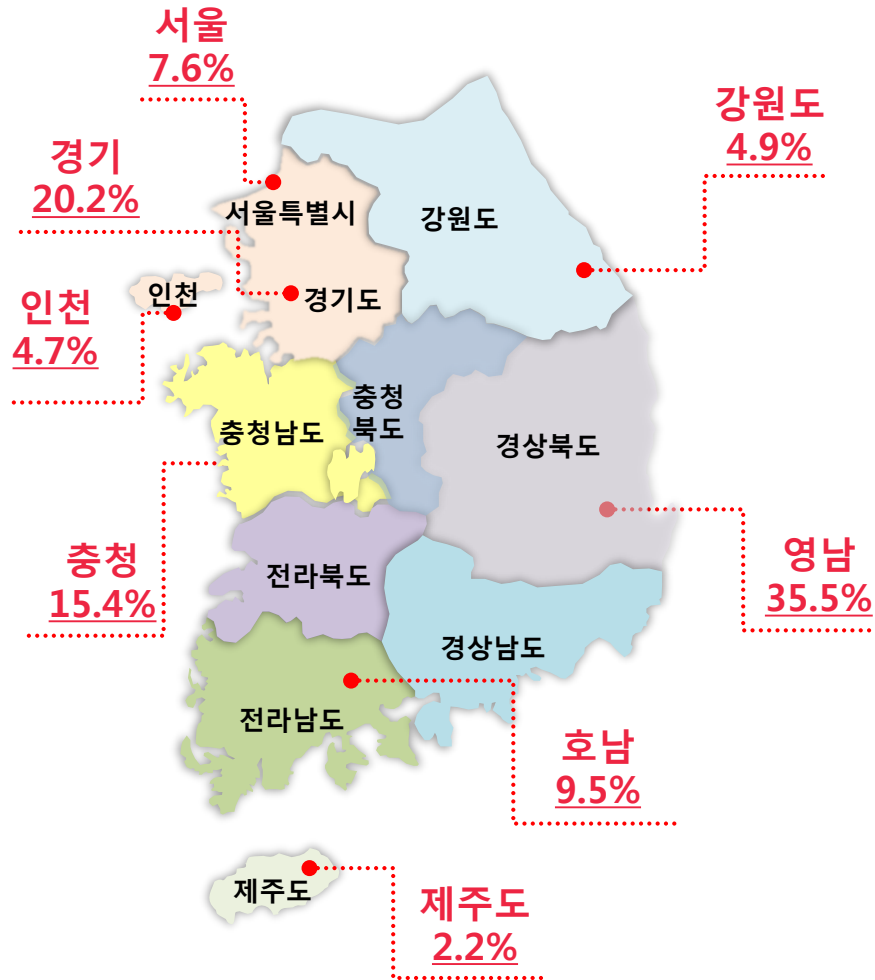
- 소규모 투자로 창업 가능한 Café Style 매장
- 심플하고 모던한 외관
- 편하게 머물 수 있는 Café Style 매장
- 심플한 디자인에 은은한 조명으로 편하게 방문하고 싶은 욕구를 불러일으키는 인테리어

10) 경쟁사별 인테리어비용(m²당)

경쟁사별 인테리어비용 (m²당)



11) 전국 매장 현황



| 2018년 3월 말 기준 매장 현황 |

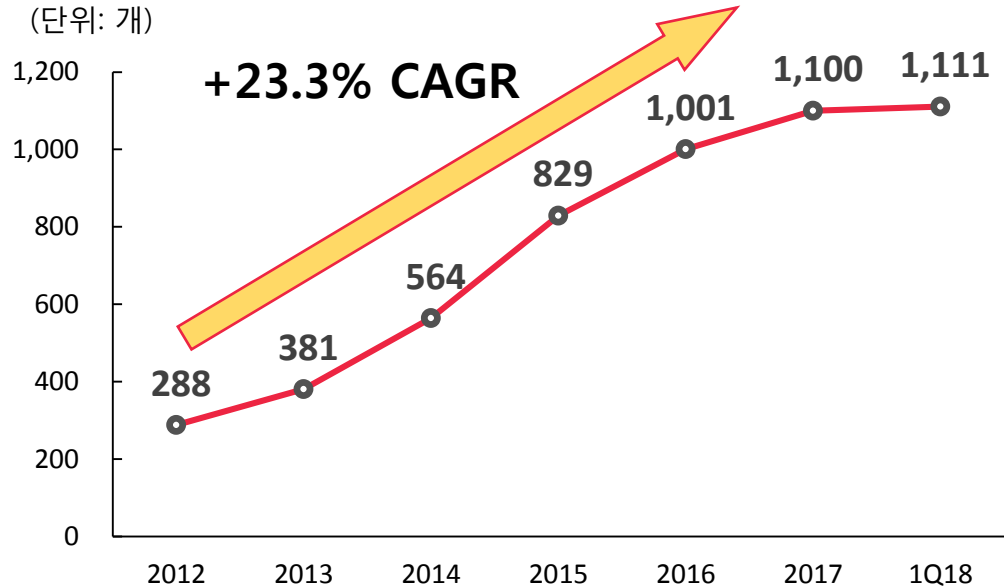
(단위: 개)

지역	매장수 (16년 12월)	매장수 (17년 12월)	매장수 (18년 3월)	구성비(%, 18년 3월)	증가율 (% YoY)
서울	58	76	84	7.6	10.5
경기	190	220	224	20.2	1.8
인천	51	55	53	4.7	(3.6)
충청	154	169	171	15.4	1.2
호남	99	104	106	9.5	1.9
영남	376	397	394	35.5	(0.8)
강원	51	55	55	4.9	0
제주	22	24	24	2.2	0
총계	1,001	1,100	1,111	100	1

- 2016년 12월 말 기준으로 수도권 매장 수는 서울 58개, 경기 188개, 인천 51개
- 2018년 3월 말 기준으로 수도권 매장 수는 서울 84개, 경기 224개, 인천 53개
- 서울의 경우 인구밀도 대비 성장 여력이 높음

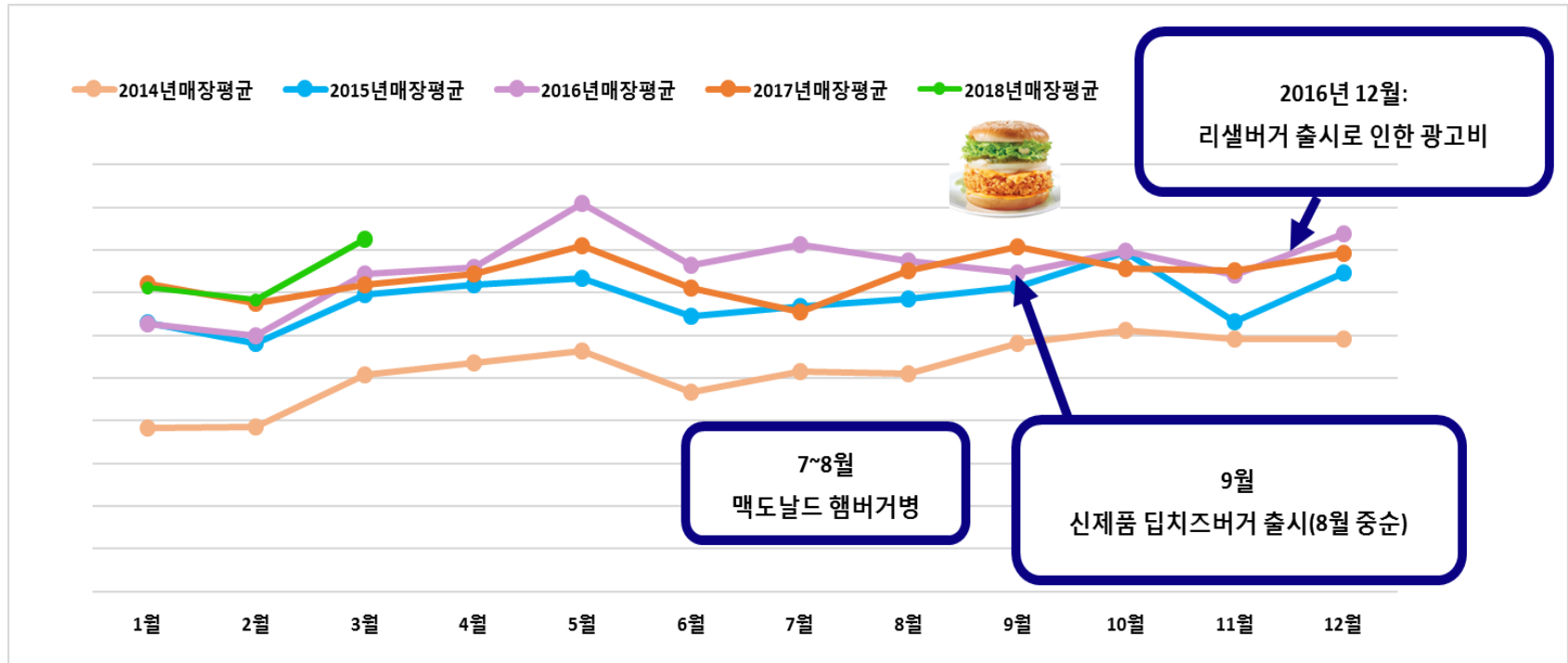
12) 매장 수 증가 현황

연도별	점포수
2012	288
2013	381
2014	564
2015	829
2016	1,001
2017	1,100
1Q18	1,111



- 2012년 288개 매장에서 2017년말 1,100개로 점포 수 지속적인 증가
- 2018년 3월 말 기준 매장 수 1,111개
- 5 Years CAGR(Compound annual growth rate) 23.3%(2017년 기준)

13) 점포당 평균 월별 매출액 (GMV : Gross Merchandise Value)



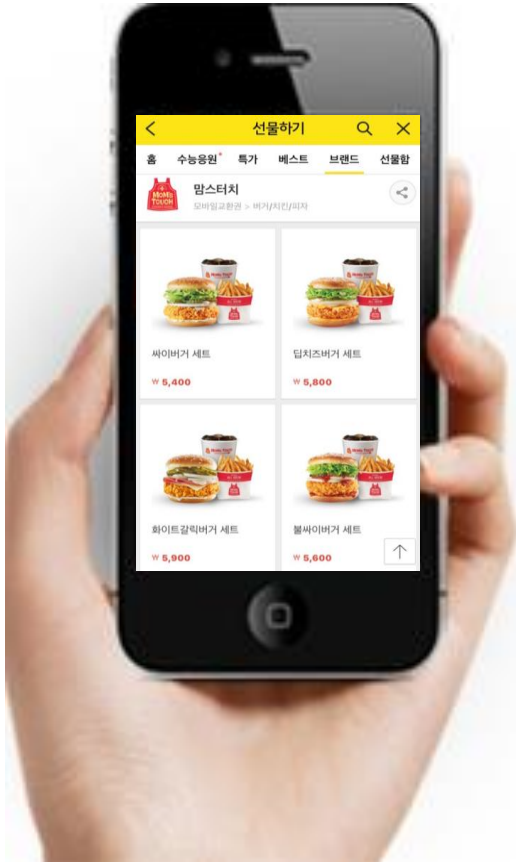
- 브랜드 인지도 상승(Viral, SNS), 지방 -> 수도권 매장 확산으로 인한 점당 매출액 증가
- 2014년 대비 월별 점당 매출액 최대 2배 이상 증가
- 서울 및 경기권 출점 증가에 따라, 매장 수 증가 속도는 둔화되었지만 지속 증가 중
- 3-4월: 브라질산 닭고기 파동, 17년 상반기: 미세먼지에 야외활동 감소, 6월: 프랜차이즈-공정위, 치즈통행세 이슈
- 17년 10월 추석연휴로 인한 점당 매출 소폭 감소, 12월 전년 대비 광고비 등 지출 감소

14) 브랜드 전략

적은 초기투자비용과 높은 가맹관리효율성

구분	경쟁사 (맥도날드, KFC, 버거킹, 롯데리아)	맘스터치
매장 크기	대형매장 위주 (300m ² ↑)	중소형 규모 (100m ² ↓)
매장 인테리어	패스트푸드 점포	카페형 점포
점포 위치	중심상권에 위치	대학가나 주택가의 배후지와 같은 B급 상권
메뉴 수	다양한 메뉴	다양한 메뉴이지만 원재료의 단순화
필요 설비	크고 비싼 시스템	작고 상대적으로 저렴한 시스템
운영 방식	사전 조리, 패스트푸드	주문 후 조리, 슬로우 푸드
소비자 인식	정크푸드	건강한 간편식, 수제 버거
투자비용 대비 수익 (ROI)	높은 초기 투자비용 (60~100평 기준, 맥도날드의 경우 6~7억원)	상대적으로 적은 투자비용 (25평 기준, 1억 2천만원)
가맹 모집 범위	제한된 모집대상	넓은 가맹모집 범위

15) 신규서비스-맘스터치, 모바일 제품 판매 개시



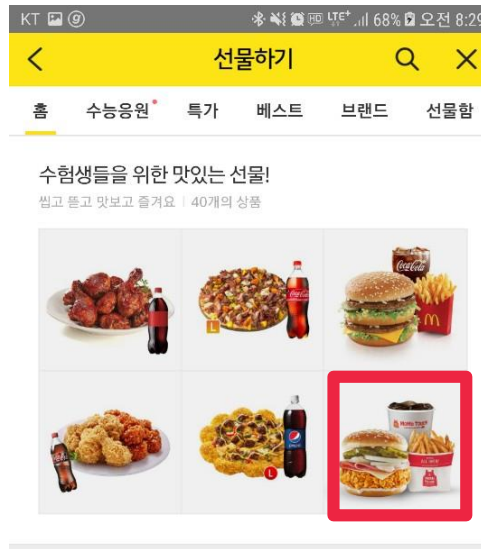
- 2017년 11월부터 맘스터치 모바일 상품권 런칭
- 총 40여 가지 제품을 비롯해 모바일 금액권(5천원 권, 1만원 권)으로 구성
- 기프티쇼 사이트, 카카오톡 선물하기를 비롯한 신세계몰, 위메프, 인터파크 등에서 구매 가능

15) 신규서비스-맘스터치, 모바일 제품 판매 개시

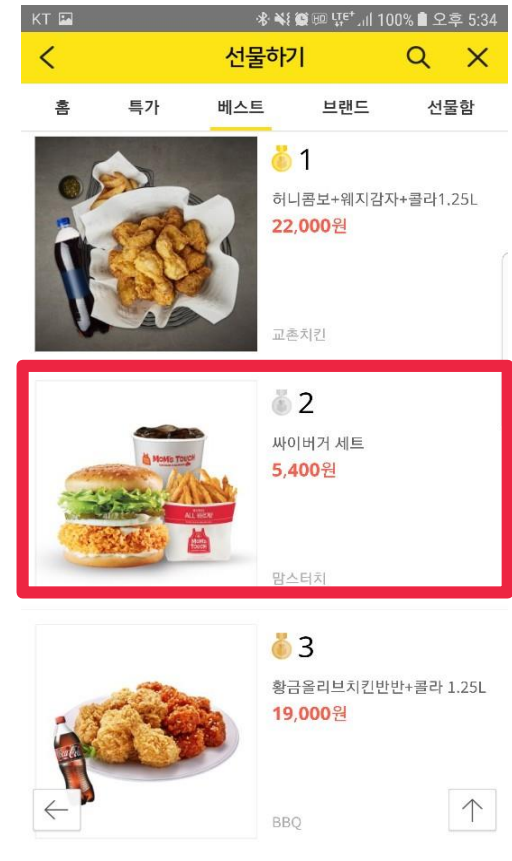
카카오톡 선물하기
4위로 순위상승



수능 이벤트 관련 메인

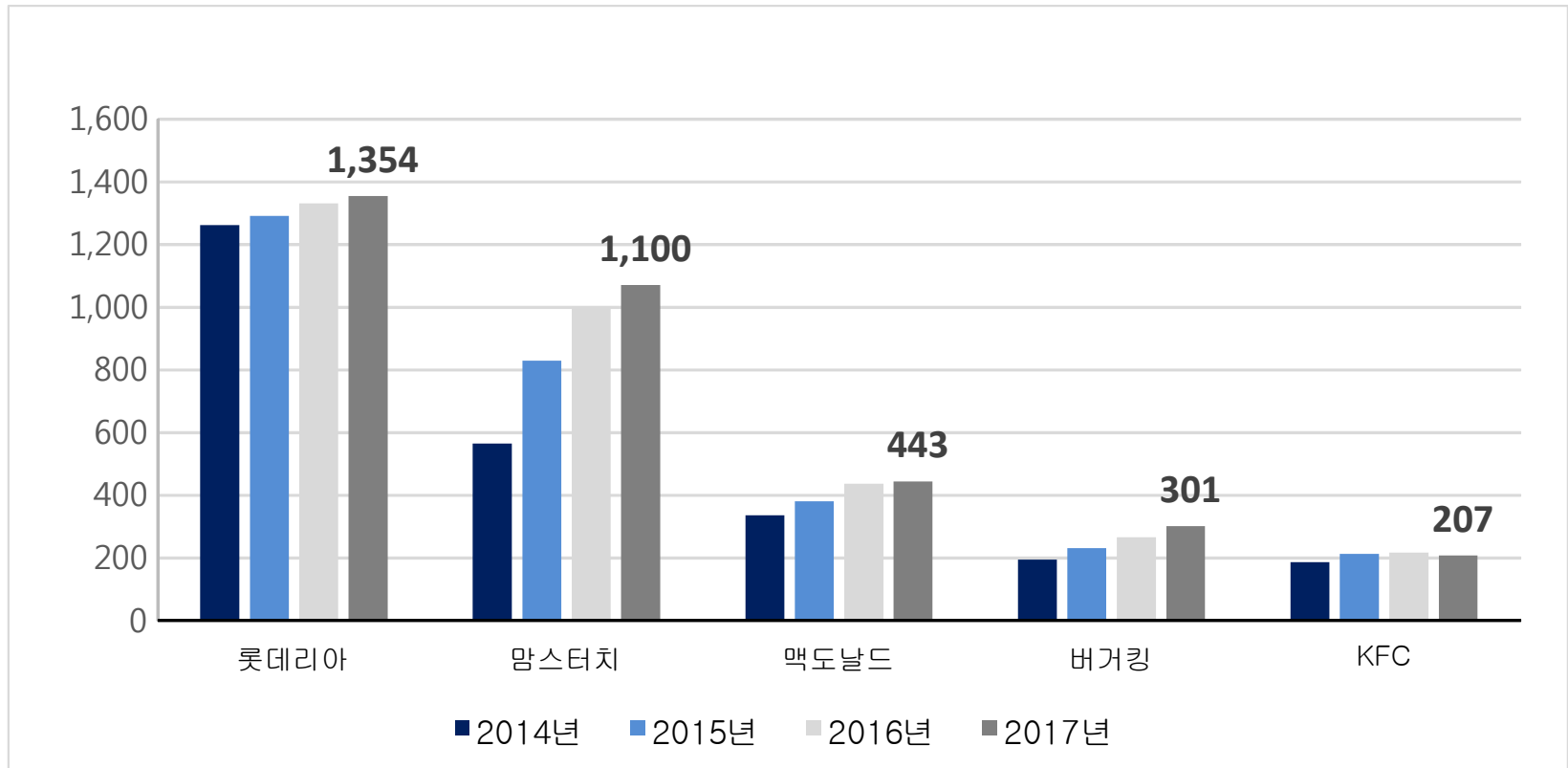


모바일 런칭 직후
베스트 상위 2~4위 유지



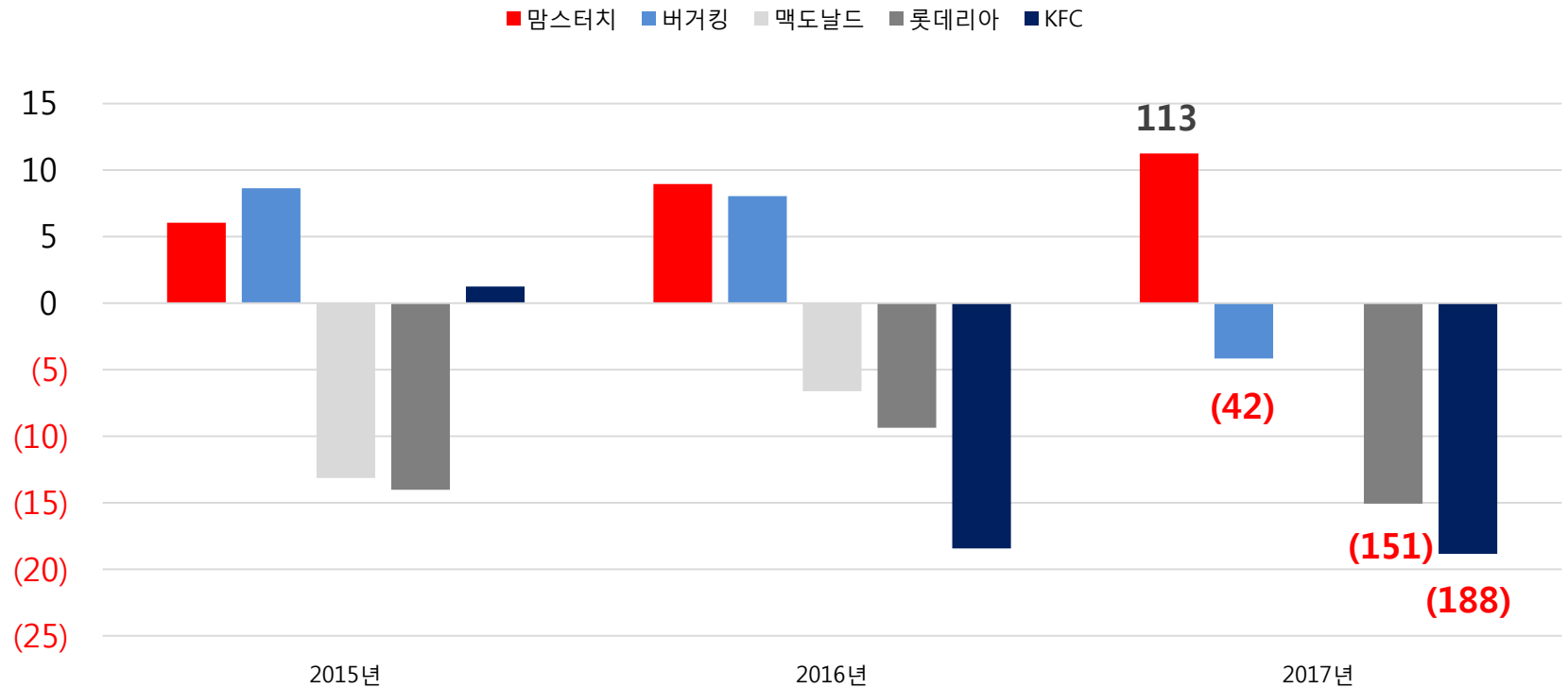
싸이버거세트(2~4위) 15~25위권 딥치즈버거세트 / 화이트갈릭세트 (30~50위권)

16) 점포 수 증감 추이 비교 (단위: 개)



자료: 공정거래위원회의 가맹사업보고서 및 업계 추산 자료 기준

17) 당기순이익 증감 추이 비교 (단위: 억원)



자료: 공정거래위원회의 가맹사업보고서 및 업계 추산 자료 기준

18) 국내 경쟁사 실적비교 (2017년 기준)

(단위: 십억원)	해마로 (1Q18)	해마로 (2017)	버거 프랜차이즈			
			맥도날드	버거킹	KFC	롯데리아
매출액	63	240	691	346	161	1,090
영업이익	6	16	4	2	(17)	(8)
당기순이익	5	11	(7)	(4)	(19)	(15)
자산	107	105	758	313	72	1,237
부채	47	48	364	166	61	643
자본	60	57	394	147	11	595
전체 사업장 수 (개)	1,111	1,100	436	266	219	1,331
가맹점 수 (개)	1,111	1,100	128	72	219	1,196
가맹점 비율 (%)	100	100	29	27	100	90
직원수 (명)	188	189	28,389	6,221	61	9,637
인당 매출액 (백만원)	337	1,268	24	56	2,646	113

자료: 각 사의 감사보고서 및 공정거래위원회의 가맹보고서 기준
*맥도날드는 2016년 기준 자료

- 해마로 이외 전체 사업장수, 가맹점 수, 직원수는 2016년 기준 자료
- 버거킹과 롯데리아는 2016년 매출 역성장, 맥도날드는 2015년 적자전환, M&A 매물
- KFC 한국법인은 PG, VAN등 결제사업을 주력으로 하는 KG그룹에 500억원(50M USD)에 매각
- 한국의 FC 브랜드 중 당사와 같은 유일한 상장사인 MPK는 3년 연속 적자

3. 프랜차이즈사업부-맘스터치



19) 상위 5개 햄버거 프랜차이즈 브랜드 최근 3년간 실적

(단위: 억원)

프랜차이즈 브랜드	2015			2016			2017		
	매출액	영업이익	순이익	매출액	영업이익	순이익	매출액	영업이익	순이익
롯데리아	11,232	(19)	(140)	11,249	65	(94)	10,896	(77)	(151)
맥도날드	6,033	20	(131)	6,913	42	(66)	n/a	n/a	n/a
버거킹	2,785	121	86	2,532	108	80	3,459	15	(42)
KFC	1,747	25	12	1,770	(126)	(184)	1,614	(173)	(188)
맘스터치	1,486	88	60	2,019	169	90	2,396	155	113
총계	23,283	236	(112)	24,483	258	(174)	18,364	(81)	(268)

(단위: %)

프랜차이즈 브랜드	전년대비 증가율 (2016 YoY%)			전년대비 증가율 (2017 YoY%)			For 3Years CAGR		
	매출액	영업이익	순이익	매출액	영업이익	순이익	매출액	영업이익	순이익
롯데리아	0.2	흑전	적지	(3.1)	적전	적지	(1.0)	60.0	2.5
맥도날드	14.6	109.8	적지	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
버거킹	(9.1)	(11.4)	(7.0)	36.6	(86.3)	적전	7.5	(50.5)	(178.4)
KFC	1.3	적전	적전	(8.8)	적지	적지	(2.6)	(290.2)	(347.7)
맘스터치	35.9	92.0	48.1	18.6	(8.5)	25.8	17.2	20.7	23.1

자료: 각 사의 연결 감사보고서 및 공정거래위원회의 가맹보고서 기준

Boombata

화덕 샌드위치 & 피자



이탈리안 화덕 샌드위치

이탈리안 화덕에서 '갓 구운 도우' 속에 신선한 야채와 토핑을 넣어 만든 샌드위치

타 샌드위치 브랜드들과의 비교

Brand	패스트캐주얼	샌드위치전문점		베이커리	
	붐바타	서브웨이	퀴즈노스	뚜레쥬르	파리바게트
Images					
Signature Menu	허브치킨	BLT	더블 베이컨 BLT	BELT	BELT
Price (KRW)	4,300(\$4.3)	5,100(\$5.1)	5,500(\$5.5)	5,000(\$5.0)	6,000(\$6.0)

자료: 각 사 홈페이지 자료
단위: 1USD=1,000KRW



화덕피자에 대한 기존의 생각!!



비싸다



건강하다



고급스럽다



담백하다

타 피자 프랜차이즈 브랜드들과의 비교

Brand	Fast Casual	레스토랑형		배달형		테이크아웃형
	붐바타	더플레이스	레드브릭	도미노피자	피자헛	피자스쿨
Images						
Signature Menu	고르곤졸라	고르곤졸라	고르곤졸라	슈퍼 슈프림-미디움	슈퍼 슈프림-미디움	콤비네이션
Price (KRW)	6,900(\$6.9)	18,900(\$18.9)	20,000(\$20.0)	18,500(\$18.5)	18,900(\$18.9)	7,000(\$7.0)

자료: 각 사 홈페이지 자료
단위: 1USD=1,000KRW

1) Boombata 런칭

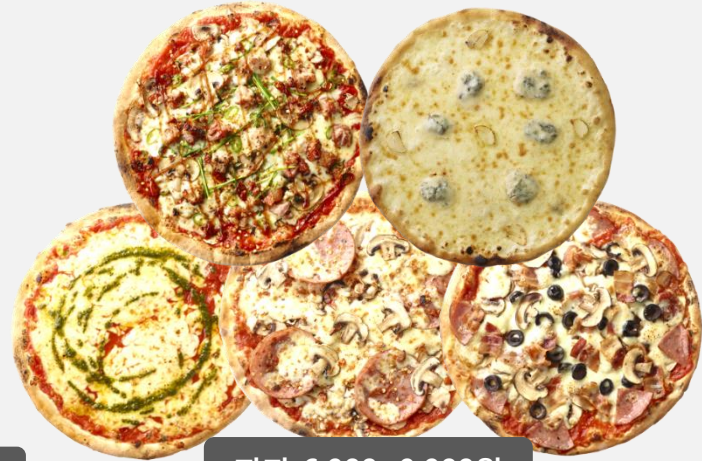
- 2nd 브랜드 런칭 일자: 2017년 3월
- 1호점 위치: 서울시 송파구 석촌동
- 현재 점포 개수 : 직영점 2개, 가맹점 3개 (17.08.25 기준)



치킨쌈 플레이트 9,900원



화덕 샌드위치(3,300~4,900)



피자 6,900~9,900원

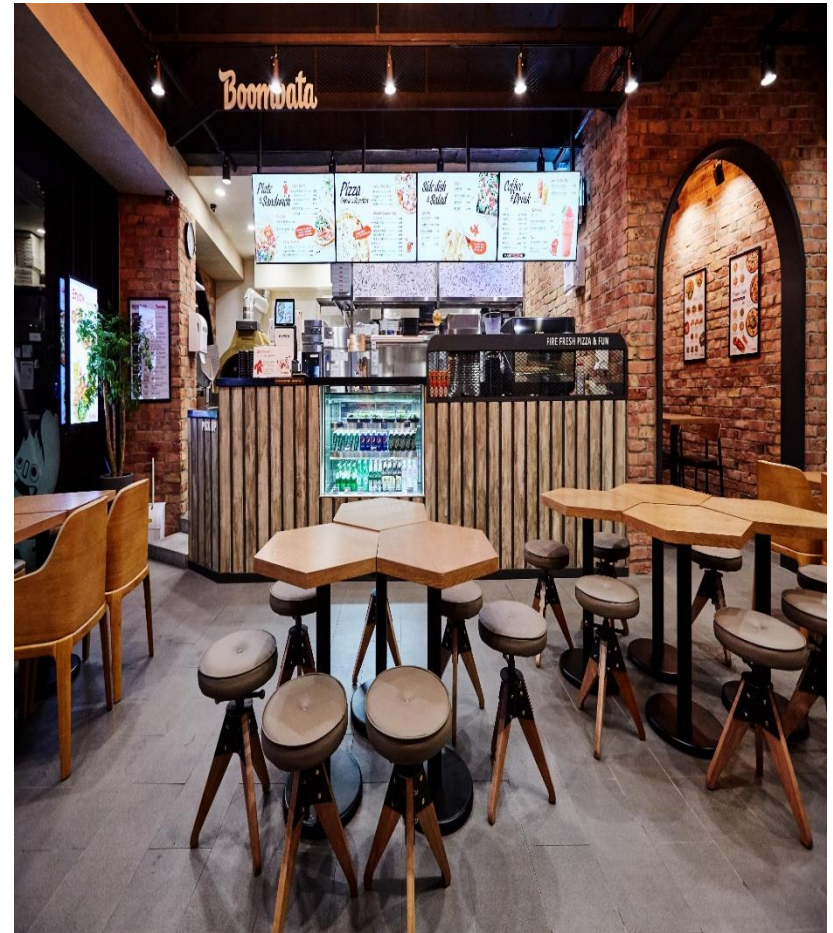
2) Boombata 전략

- 자연발효 냉장도우를 바탕으로 최상의 샌드위치&화덕피자를 저렴한 가격에 제공
- 중저가 피자 브랜드의 성장, Big 3 피자 브랜드의 몰락
- 샌드위치 시장 규모는 1조원 수준으로, 피자시장 대비 작은 규모이나 성장세 전망
- 2018년 샌드위치 시장은 20% 수준의 성장세가 예측
- Mom's touch보다 뛰어난 원가 경쟁력 및 Unit economics
- IF) Boombata 매장이 500개가 넘어간다면... (지사 운영 체제를 바탕으로 30개 매장 순식간에 오픈)

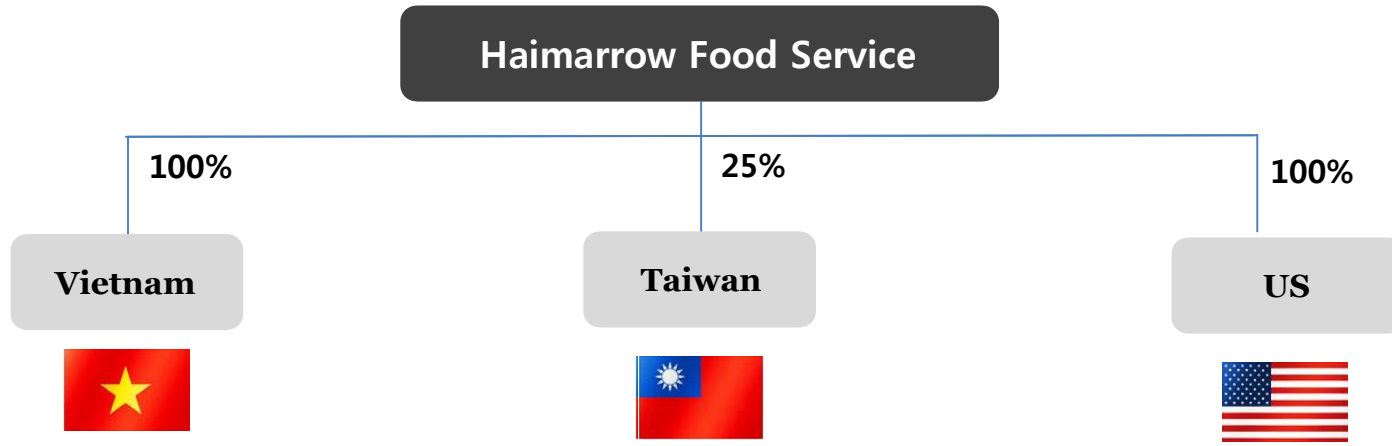
3) Boombata (석촌점)



Boombata 외부



Boombata 내부



- 2018년 2월 기준, 3개 국가에 진출 완료
- **베트남** : 16년 8월, 1호점(Ho Chi Minh) 개설 후, 2018년 1월 2호점 출점 및 3호점 출점 진행 중
- **대만** : 2018년 2월 기준, 맘스터치 6호점 출점 완료
- **미국** : 2018년 1월 1호점 출점 (San Francisco의 Concord 지역)

5. 해외사업 현황

1) 베트남 맘스터치

베트남 2호점 (Hồ Chí Minh)



현지화된 메뉴 개발로 매출 상승



- 15년 6월, 베트남 맘스터치 법인 설립 (Mom's touch Vietnam, LLC.)
- 메뉴는 라이스보울, 찹앤쌈 등과 같은 현지화된 메뉴를 추가
- 16년 8월, 1호점(Ho Chi Minh) 개설 후, 2018년 1월 2호점 출점 및 3호점 출점 진행 중

2) 대만 맘스터치

대만 6호점 (신주점)



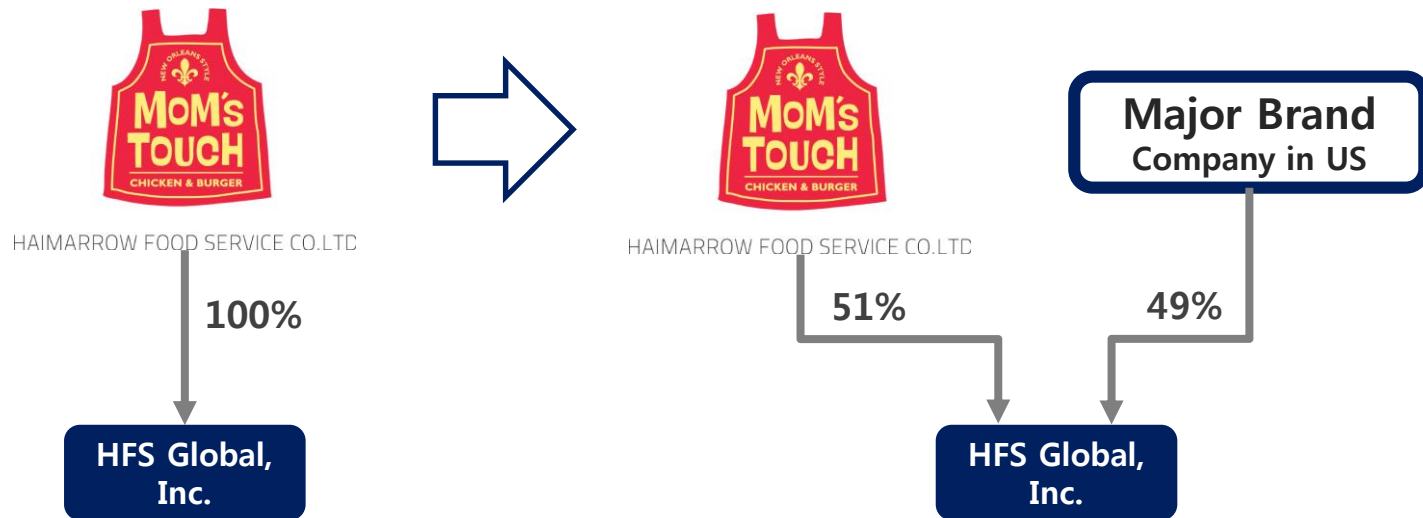
대만 현지 반응



- 고객과의 소통을 위한 페이스북 운영 및 현지화 메뉴 개발
- 16년 3월, 대만 맘스터치 법인 설립 (Mom's touch Taiwan Co., Ltd.)
- 16년 4월, 대만 직영 1호점(Tainan City) 개설 후, 2018년 2월 기준, 맘스터치 6호점 운영 중

3) 미국 맘스터치

- 17년 2월 미국 자회사 설립 (HFS Global, Inc.)
- 2018년 1월 1호점 출점 (캘리포니아 주 북부)

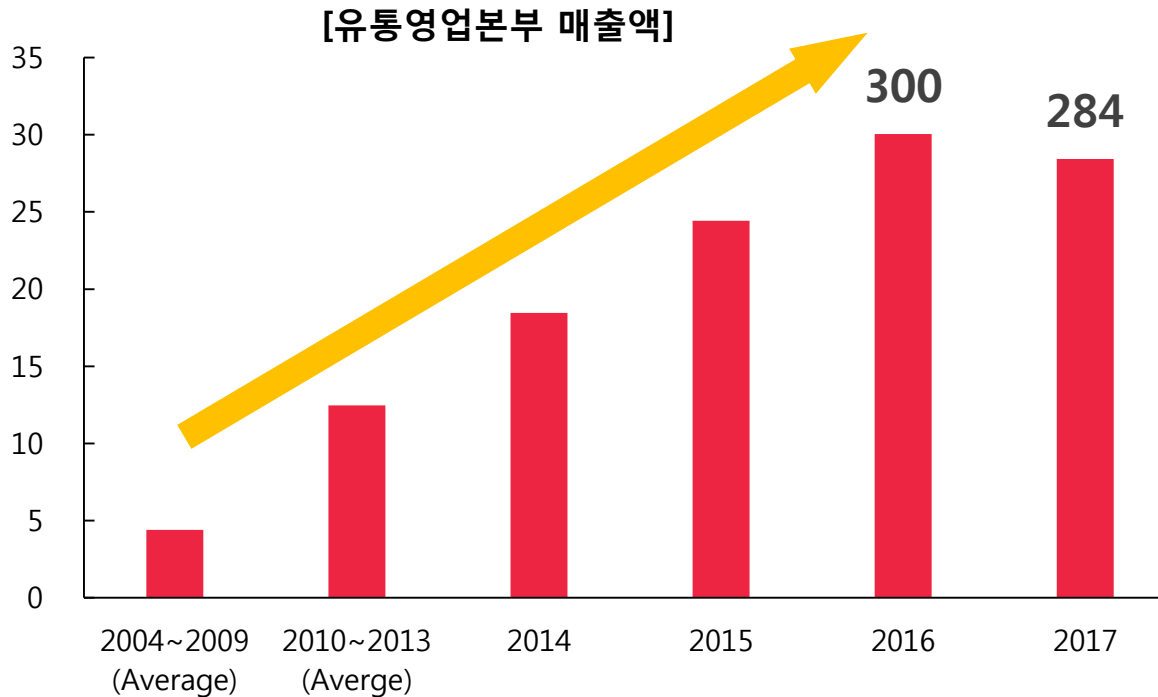


1) 해마로 Value Chain



2) 해마로 유통영업본부 매출액 증가 추이

(단위: 억원)



- 매년 꾸준한 거래처 수 증가
- 2017년 12월 말 기준, 유통영업본부 매출액 284억원
- 2016년 10월 IPO 이후 당사의 신용등급 급등 (차입금리 역시 1%대로 조정, 신규 거래처 확보 용이)

3) 해마로 주요 거래처 현황

편의점(CVS)



한국 편의점 1위 브랜드



한국 편의점 2위 브랜드



한국 편의점 3위 브랜드



한국 편의점 4위 브랜드

대형마트 및 OEM/ODM



한국시장 1위 대형마트



영국 2위 Tesco의 JV



국내 M/S 3위 대형마트



국내 1위 HMR 브랜드

급식, 외식FC 및 신채널



한국시장 2위 치킨 브랜드



삼성웰스토리

한국시장 1위 급식 브랜드



프리미엄 김밥 브랜드



한국 Take-out 피자 F/C

해외 거래처 및 수입처



베트남 최대 종합식품업체



캐나다 최대 감자생산업체

4) 해마로 제조 공정



6. 식자재유통사업부

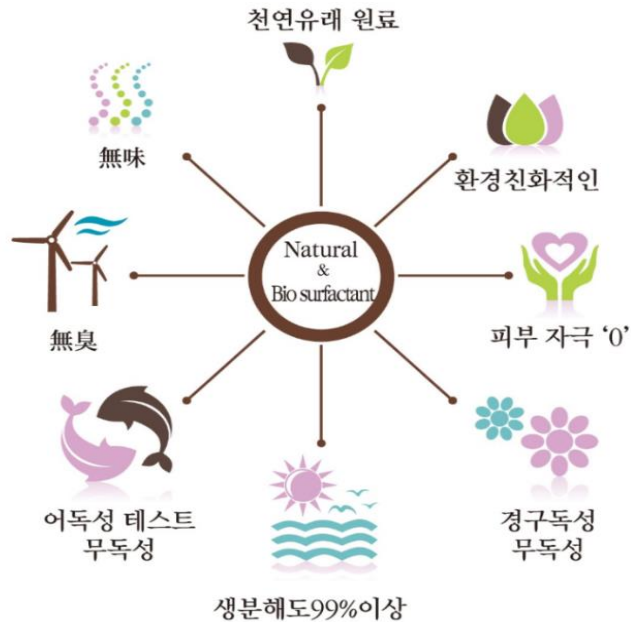
5) 해마로 진천 물류센터 전경



7. 자회사 현황-슈가버블

친환경세제 전문기업

 Sugar Bubble 및 그 종속회사



사업장 현황

○ 서울사무소

서울시 강동구 성내로58 희성빌딩 5층
 ☎ 02-790-6681

○ 포항 본사&공장

경북 포항시 북구 청하면 동해대로 2315번
 길 13-1
 ☎ 054-251-4611

○ 광양 C&C케미칼

전남 광양시 광양읍 직동1길 50
 ☎ 061-762-9340



회사 개요

- ❑ 설립일 : 1999년 03월
- ❑ 직 원 : 62명(17년 07월 기준)
- ❑ 매 출 : 200억원 (2016년 기준)
- ❑ 주요사업 : 화학제품 제조업
 (주방세제, 세탁세제, 상온복합탈지제, 불소처리제 등)
- ❑ 대구지방법원의 경매로 당사가 81억원에 지분 100%를 인수

7. 자회사 현황-슈가버블

연혁

1999~2000



- 1999. 03 각종 세제류 등 화학물 제조 및 판매업 (주)그린케미칼 설립
- 1999. 08 벤처기업 확인서 발급(중소기업청)
- 2000. 02 기술경쟁력 우수기업 지정(중소기업청)
- 2000. 07 광양사무소 개소

2004~2008



- 2002. 10 벤처기업 대상 수상(중소기업청장 표창)
- 2006. 09 제7회 기술혁신대전 대통령상 수상
- 2007. 08 주방세제 3종세트 굿디자인 상품 선정
- 2008. 04 그린케미칼에서 슈가버블로 사명 변경
- 2011. 06 대구지방법원 회생절차 개시

2009~2017



- 2010. 08 소비자 월빙지수 1위 6년 연속 선정(한국표준협회)
- 2011. 04 호주 친환경마크 획득(애플주방세제)
- 2014. 06 슈가버블 베이비 출시
- 2016. 01 중국 월마트 SAMS클럽 입점(수출)
- 2017. 04 대구지방법원 회생절차 종결 및 해마로푸드서비스(주) 종속회사 편입

7. 자회사 현황-슈가버블

주방세제



세탁세제



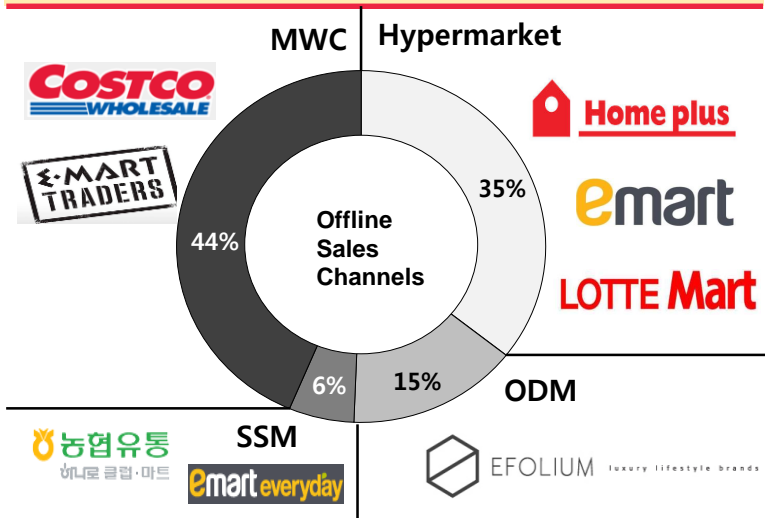
유아용 세제



- 주방세제를 주력으로 하는 회사로, 한국화학시험연구원과 공동 연구과제 수행으로 슈가계 계면활성제 기술 개발
- 경구독성시험결과 소금보다 낮은 수준의 무독성 제품임을 검증 및 FDA 산하 시험기관에서 유해물질 미검출 인증
- 최근의 저자극 친환경 제품 트렌드와 함께 천연유래 베이킹소다 등 프리미엄 주방세제 출시
- 피부자극과 안자극에 있어 비자극 수준임을 확인 및 원료 추출 시 유기농 화장품에 사용하는 방법을 사용

7. 자회사 현황-슈가버블

오프라인 매출처 현황(2Q17기준)



자료: 해마로푸드서비스㈜

2017년 주요종속회사 편입 전후 현황

(단위: 백만원)	2016	2Q17	3Q17	4Q17	1Q18	QoQ (%)
매출액	19,925	5,035	5,705	5,082	4,916	-3.4
매출총이익	5,245	1,742	2,162	1,525	1,804	15.5
GPM(%)	26.3	34.6	37.9	30.0	36.7	18.3
판관비	3,891	1,193	1,402	1,314	1,137	-15.6
영업이익	1,354	549	760	211	667	68.4
OPM(%)	6.8	10.9	13.3	4.2	13.56	69.0

자료: 해마로푸드서비스㈜
 주1) 연결 기준

- 향후 매출원가율의 개선을 통한 이익증대 예상 및 회생 채무는 변제처리 및 출자전환 이후 소각처리
- 현재 매출구성은 오프라인 67%, 특판 및 해외영업 24%, 온라인 9%로 구성 (2017년 2분기 기준)
- 주방세제시장 내 카테고리 중에서 프리미엄 및 마일드 제품군 보유
- 2016년 매출액 : 약 200억원, 당기순이익 10억원, 순자산 공정가치 60억원 초과. 부동산 가치만 40억원 초과
- 2017년 4분기 첫 성과급 지급으로 인한 OPM하락 (일회성 비용)

1) 손익분석(연결기준)

(단위: 억원)	2012	2013	2014	2015	2016	2017	1Q18
매출액	351	489	795	1,486	2,019	2,396	633
매출총이익	84	116	217	396	525	677	189
판매비와관리비	76	94	150	308	356	522	132
영업이익	8	23	68	88	169	155	567
당기순이익	6	18	54	60	90	113	530

- COGS Rate : 2012년 76.1%에서 2017년 71.8%까지 점차 줄어듦 (구매력 증가 및 효율성 증가)
- SG&A Expense : 2012년 21.7%에서 2016년 17.6%까지 줄어듦 (물류효율성 증가 등)
- 향후 Cost Structure : 점포 수 증가에 따라 구매력은 상승하고 물류 효율성 등 증가 판관비율 감소 (2017년 2분기에 임직원 스톡옵션과 증여에 따른 주식기준보상비용 반영으로 약 20억원의 일회성 비용 발생)
- 2016 : Net Income에서 상장 시 발생한 SPAC과의 합병비용(46억원) 때문에 일시적 비용 증가
- 환율 하락에 따른 매출원가율 하락 효과 (매매기준율 기준 16.12.30 1,205.00원→18.03.31 1,063.00원)

2) Peer Valuation

구분3	지수명/종목명	상장일	액면가 및 지수기준단위	시가총액 (십억원)	P/E ratio (%)
종합지수	KOSDAQ	1996.07	1,000	286,916	33.45
업종지수	KOSDAQ 음식료업종	1996.07	1,000	5,616	32.20
NYSE 상장	맥도날드	1965.01	USD 0.01	137,962	22.51
KOSDAQ 상장	해마로푸드서비스 주식회사	2016.09	KRW 100	210	18.75
필리핀 상장	JOLLIBEE FOODS	1993.07	PHP1	6,400	43.69

주1: 위의 Base Date는 지수 시작일 또는 해당 종목 상장일

주2: P/E Ratio는 2018년 4월 10일 종가 기준 (맥도날드=USD 1621.22, 해마로푸드서비스(주)=KRW 2,230)

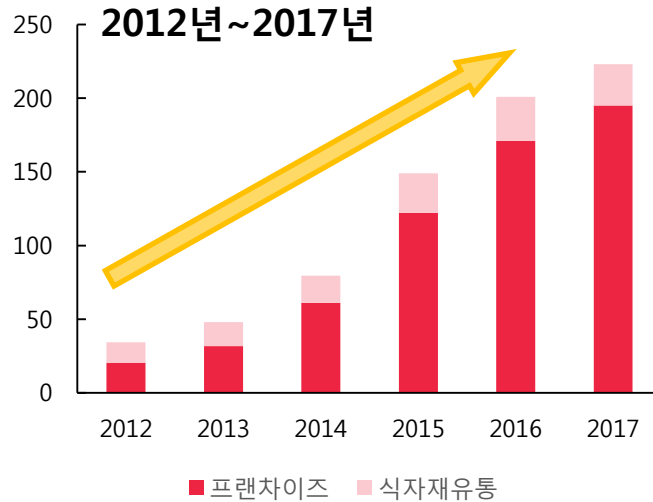
3) 배당정책

- 해마로푸드서비스의 2017년 배당수익률은 1.4%로, 당기순이익 대비 25% 배당금 지급
- 고배당기업으로 해마로푸드서비스의 배당수익률은 상장된 KOSDAQ 시장 평균 0.79%의 1.8배에 해당
- 해마로푸드의 배당성향 역시 25%로 시장평균 14.6% 대비 1.7배에 해당
- 해마로푸드서비스는 향후에도 이러한 고배당 정책으로 주주환원에도 지속 관심을 기울일 것

8. 해마로푸드서비스(주) 투자포인트

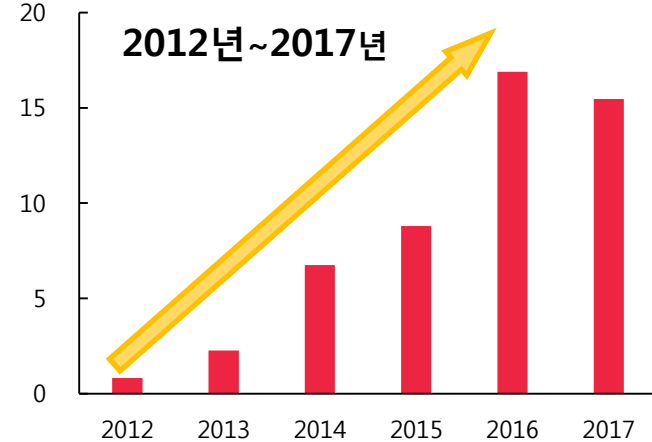


(단위: 십억원)



<6개년 매출액>

(단위: 십억원)



<6개년 영업이익>

- 가성비가 뛰어난 착한 브랜드로 인지도 상승 중. 점포 수 증가 추이는 여전히 유효함
- 2017년도 성장은 프랜차이즈-공정위 이슈 및 맥도날드 햄버거병 등의 외부 악재에서도 반등에 성공
- 기존 브랜드 점포수 증가 및 신규 브랜드로 인해 물류 효율성은 더욱 좋아지고 수익성 개선 가능
- 슈가버블의 매출액 및 손익은 2017년 2분기부터 합산
- 슈가버블, 붐바타, 맘스터치가 SG&A 레벨의 시너지 창출 및 구매력 증가로 원가율 인하 가능
- 맘스터치 매장 서울 비중 7.6%, But 인구 비중 20%. 서울이 점당 매출액 1등(구매력 가장 높은 지역)
- 맘스터치는 가맹 100%, 자체 투자에 대한 리스크가 ZERO
- 맘스터치, 카카오톡 기프티콘 등 모바일 사업 개시에 따른 추가 매출 확대

Thank you

Contact us

E-Mail ir@haimarrow.co.kr

Phone 82-2-6933-7142