

HAIMARROW FOOD SERVICE

(220630.KQ)



Boombata
세상에 없던
이탈리안 화덕 샌드위치

빵으로 만든 샌드위치와는 비교불가!
화덕에서 갓 구운 수제 도우 속에
신선한 채소와 맛있는 토핑이 가득!



MOM'S TOUCH
CHICKEN & BURGER



크고
확실한 행복!
놀라운 대확행

MOM'S TOUCH
CHICKEN & BURGER

인크레더블버거

에그
돈다식
양파

에그프라이, 프리미엄 더블햄, 통다리살메티가 들어가
크고 확실한 행복을 즐길 수 있는 인크레더블한 버거

Boombata
화덕 샌드위치 & 피자



Path to Growth
KOSDAQ

본 자료는 한국채택국제회계기준에 따라 작성된 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 법적인 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 및 연혁



회사명	해마로푸드서비스 (주) / HAIMARROW FOOD SERVICE CO., LTD
CEO	전 명 일
설립일	2004.02.04
전화번호	본사: TEL. 82-2-418-8884 / FAX. 82-2-445-0720
위치	본사 : 서울특별시 강동구 성내로6길 11 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
사업분야	프랜차이즈 사업부와 식자재 유통 사업부
임직원 수	210명 (2018.09)

2018	06	대한민국 창업대상 산업통상자원부장관 표창
2017	04	㈜슈가버블 인수
	03	봄바타 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)

2) 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
- 2017~현재 : 해마로푸드서비스(주) 회장



3) 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

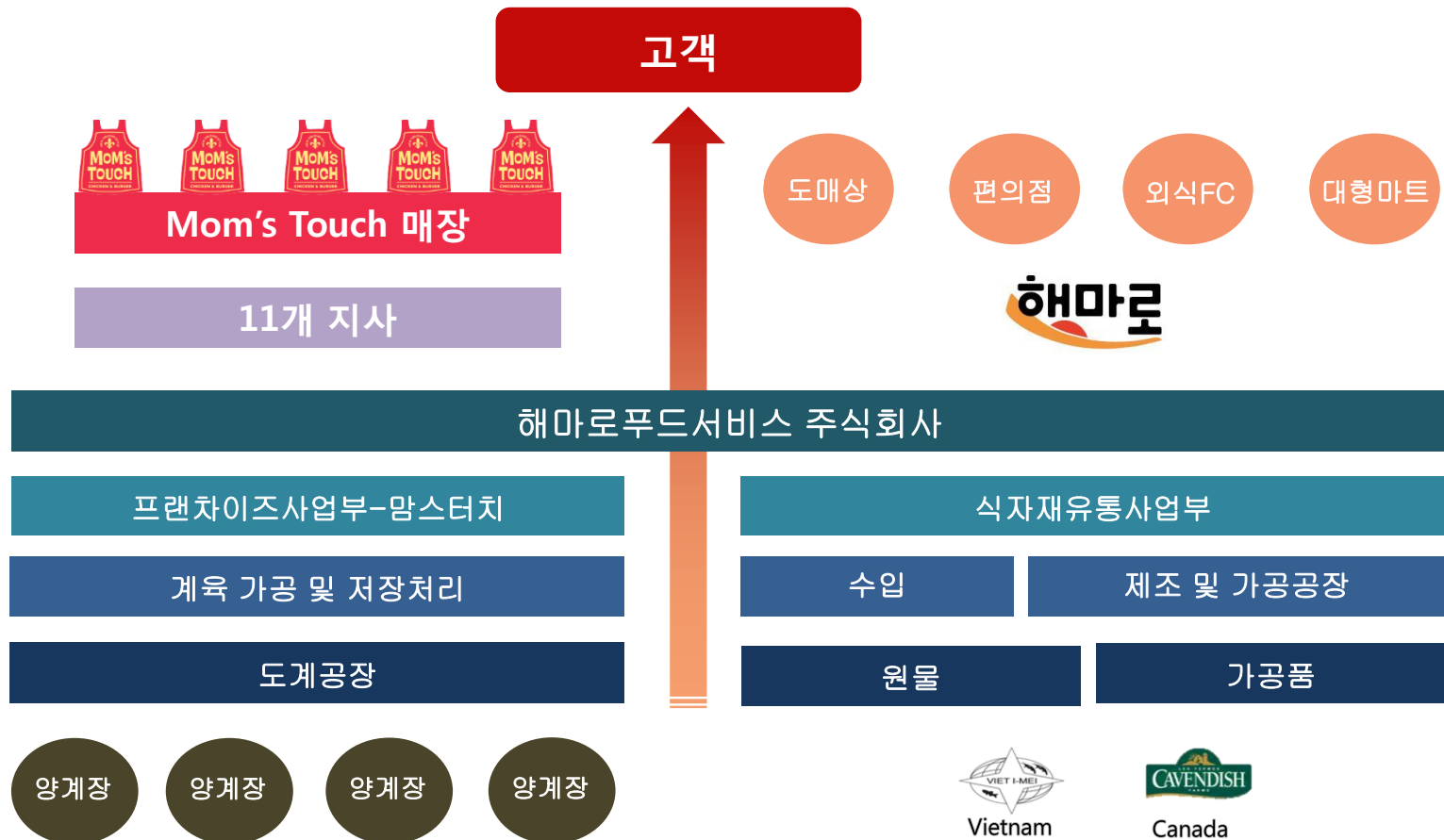
지속적인 성장을 통해
주주에게 정당한 가치를
제공한다

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 담았다는 의미**

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

3) 제품전략

맘스터치는 일반적인 Fast Food가 아닌 **정성 어린 한끼 식사**를 준비하는 마음으로 주문 즉시 냉장육 통살패티를 제조하여, 고객에게 따뜻하고 신선도 높은 품질의 메뉴를 제공하는 **Slow Food 수제버거 전문점**

4) 메뉴

SIGNATURE

NEW



사이버거



인크레더블버거



마살라버거



치즈베이컨버거



딤치즈버거



화이트갈릭버거



마살라치킨



찜헛닭



치파오



후레이크갈릭치킨



불사치킨



어니언치즈 뿌치



리코타샐러드



어니언치즈감자



치즈할라피뇨너겟



에그롤



팝콘만두



김떡만

- **After order Cook** - 수제버거(주문 후 즉시 손으로 직접 제조, After-Order-Cooking을 통한 맛의 차별화)
- 당일 도계한 계육만 사용 (140여곳의 가족농장에서 직접 사육한 계육 중 HACCP인증 계육)
- 일반 염지방식이 아닌 진공텀블러 방식으로 제조하여 깊은 맛과 부드러운 육질이 특징
- ASP(Average Sales Price) 를 상승시키는 Side Menu구성

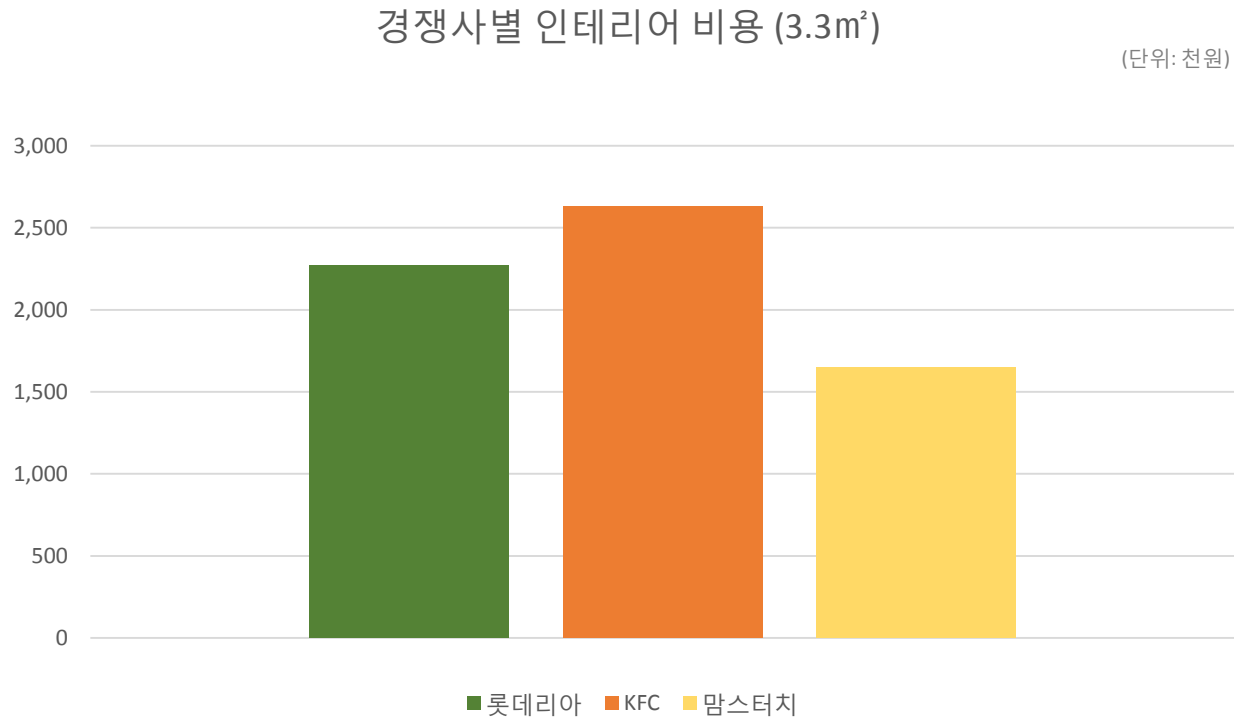
5) 메뉴 - 햄버거

경쟁사 가격비교 (한국 점포 기준)

(단위 :원)	맘스터치	버거킹	롯데리아	맥도날드	KFC	파파이스
대표메뉴	싸이버거	오리지널 롱치킨버거	T-REX 버거	맥스파이시 상하이버거	블랙라벨 클래식버거	케이준통버거
이미지						
가격	3,400(\$3.4)	4,900(\$4.9)	3,500(\$3.5)	5,100(\$5.1)	6,600(\$6.6)	5,000(\$5.0)
세트메뉴	5,600(\$5.6)	7,200(\$7.2)	5,600(\$5.6)	6,400(\$6.4)	8,500(\$8.5)	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)

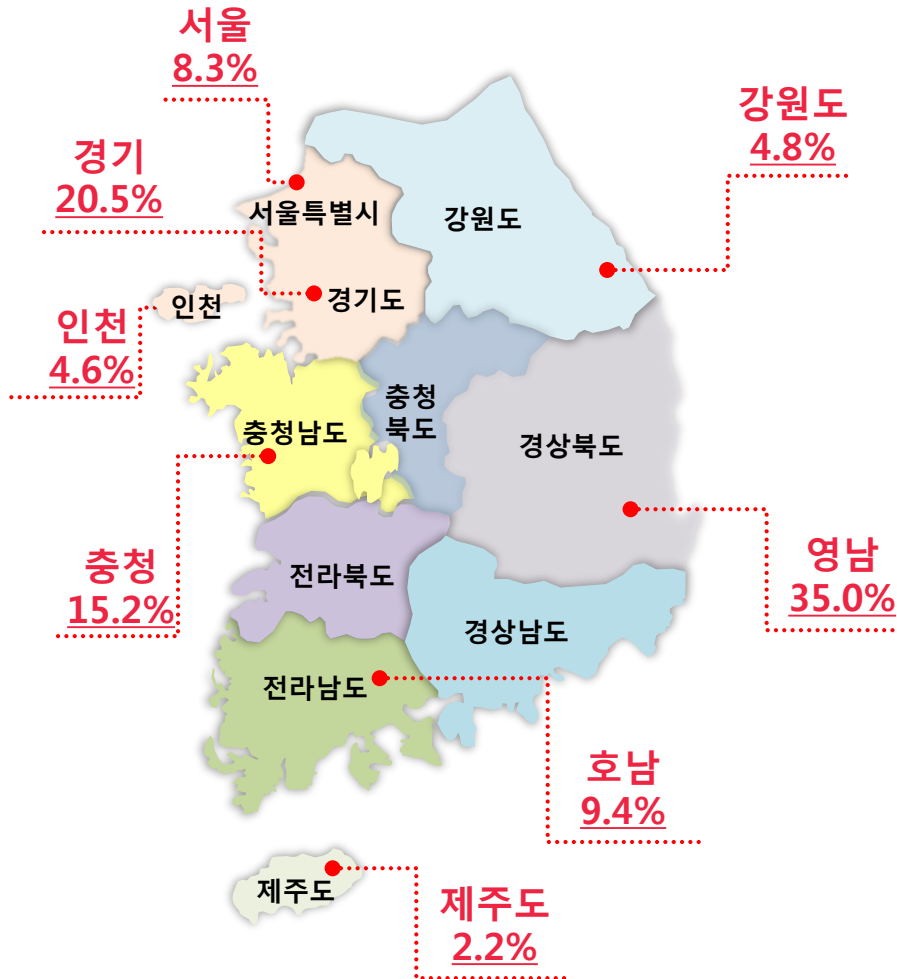
자료: 각 사 홈페이지 자료
단위: 1USD=1,000KRW

6) 경쟁사별 인테리어비용



자료: 각 사의 공정거래위원회 정보공개서(2017년 기준)

7) 전국 매장 현황



| 2018년 10월 말 기준 매장 현황 |

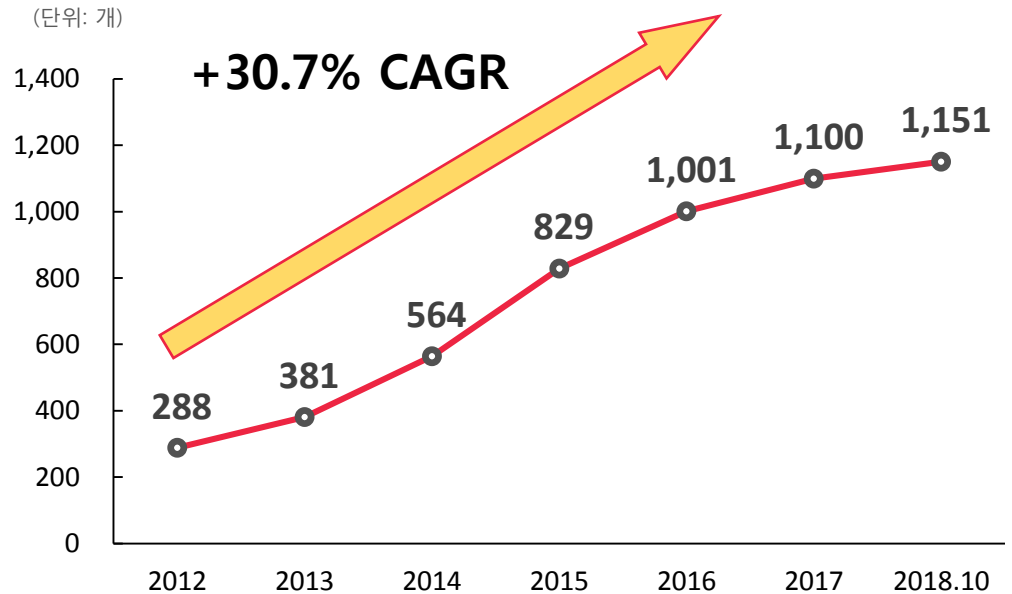
(단위: 개)

지역	매장수 (16년 12월)	매장수 (17년 12월)	매장수 (18년 10월)	구성비(%, 18년 10월)	LSA (2017 기준)
서울	58	76	96	8.3	204
경기	190	220	236	20.5	320
인천	51	55	53	4.6	78
충청	154	169	175	15.2	181
호남	99	104	108	9.4	143
영남	376	397	403	35.0	360
강원	51	55	55	4.8	52
제주	22	24	25	2.2	12
총계	1,001	1,100	1,151	100	1,350

- 2016년 12월 말 기준으로 수도권 매장 수는 서울 58개, 경기 190개, 인천 51개
- 2018년 10월 말 기준으로 수도권 매장 수는 서울 96개, 경기 236개, 인천 53개
- 서울의 경우 인구밀도 대비 성장 여력이 높음

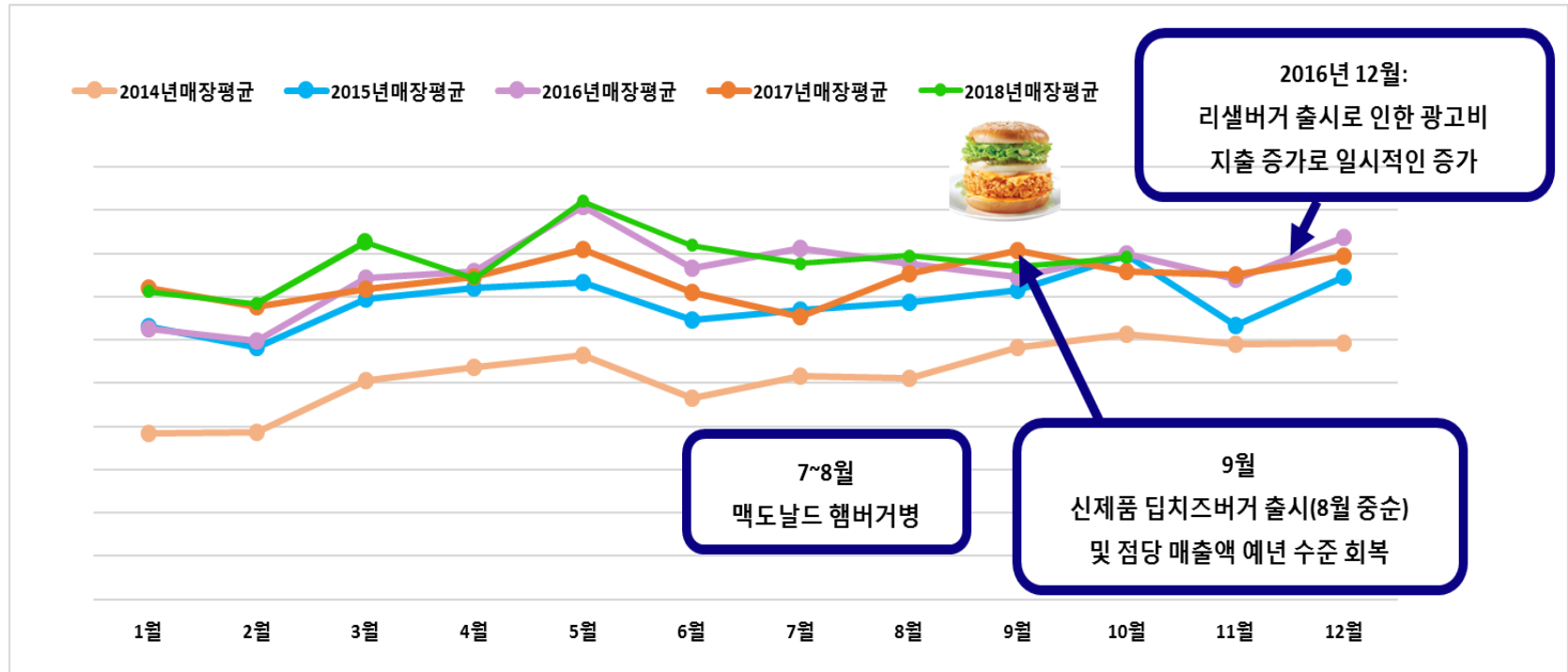
8) 매장 수 증가 현황

연도별	점포수
2012	288
2013	381
2014	564
2015	829
2016	1,001
2017	1,100
2018.10	1,151



- 2012년 288개 매장에서 2017년말 1,100개로 점포 수 지속적인 증가
- 2018년 10월 말 기준 매장 수 1,151개
- 5 Years CAGR(Compound annual growth rate) 30.7%(2017년 기준)

9) 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
- 18년 9월 추석연휴로 인한 점당 매출 소폭 감소(17년 추석연휴: 10월)

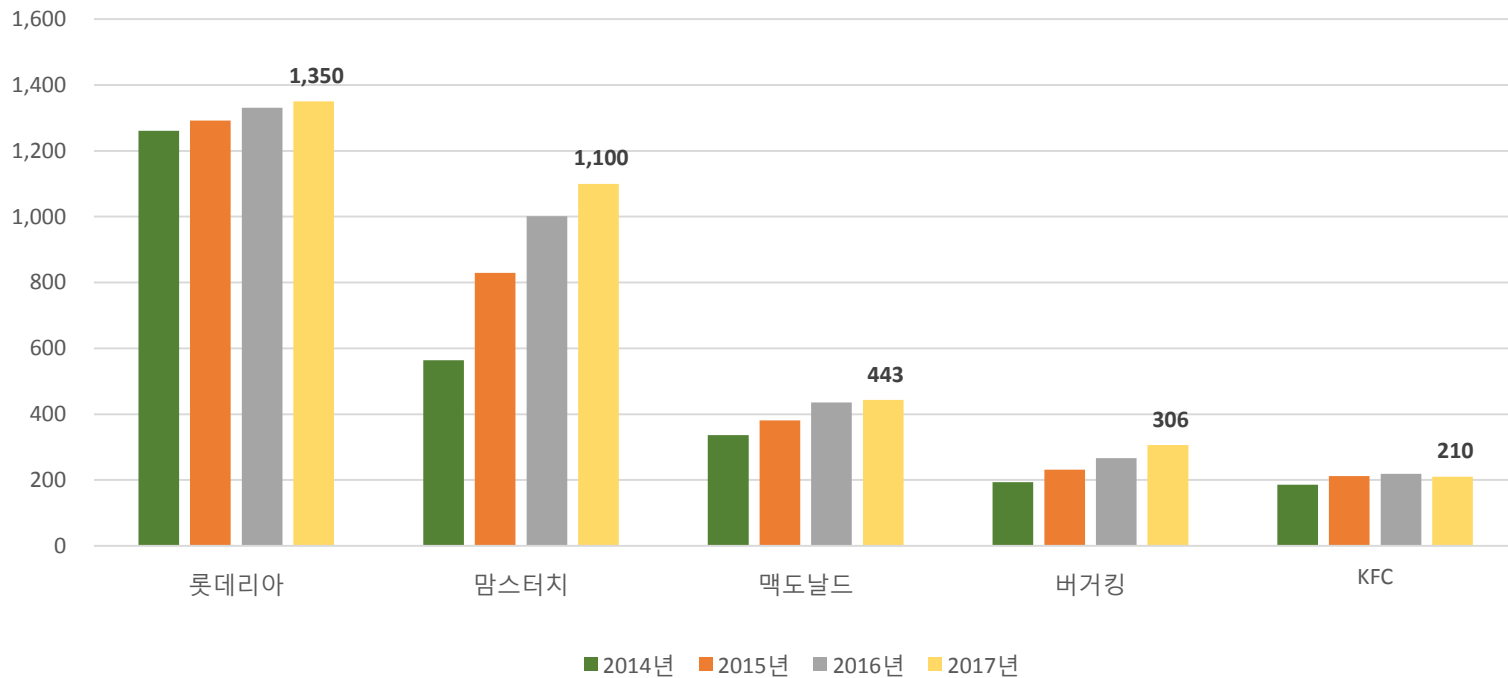
10) 브랜드 전략

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

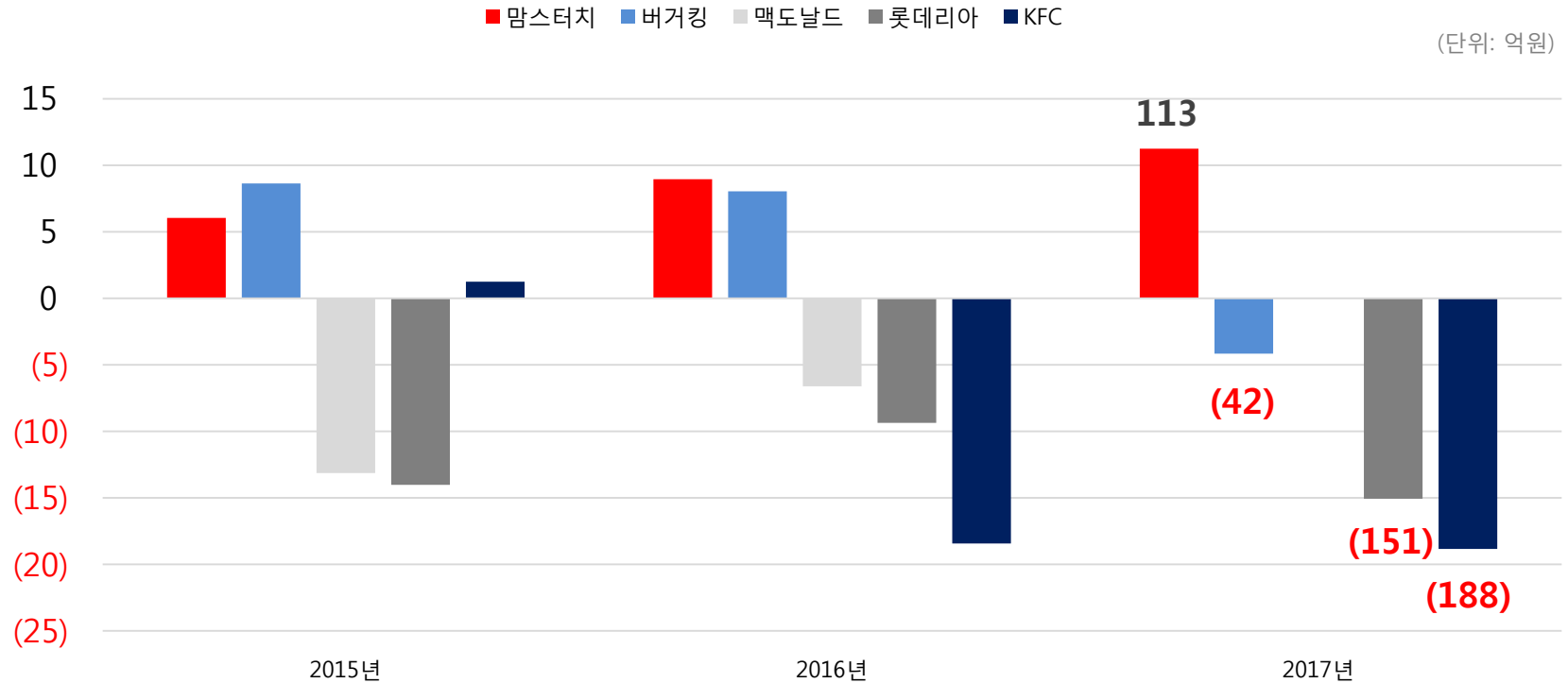
11) 점포 수 증감 추이 비교

(단위: 개)



자료: 공정거래위원회 정보공개서 및 업계 추산 자료 기준

12) 당기순이익 증감 추이 비교



자료: DART 정기공시 자료

13) 국내 경쟁사 실적비교 (2017년 기준)

(단위: 십억원)	해마로 (3Q18)	해마로 (2017)	버거 프랜차이즈			
			맥도날드	버거킹	KFC	롯데리아
매출액	208	240	691	346	161	1,090
영업이익	18	16	4	2	(17)	(8)
당기순이익	15	11	(7)	(4)	(19)	(15)
자산	121	105	758	313	72	1,237
부채	51	48	364	166	61	643
자본	70	57	394	147	11	595
전체 사업장 수 (개)	1,145	1,100	436	306	210	1,350
가맹점 수 (개)	1,145	1,100	128	95	210	1,216
가맹점 비율 (%)	100	100	29	31	100	90
직원수 (명)	210	189	28,389	5,429	2,714	10,422
인당 매출액 (백만원)	990	1,268	24	64	59	105

자료: DART 정기공시 자료 및 공정거래위원회의 정보공개서
 *맥도날드는 2016년 기준 자료

- 맥도날드는 2015년 적자전환 이후 2016년 적자지속 , M&A 매물
- 버거킹과 롯데리아는 2016년 매출 역성장, 2017년 해마로이외 버거 프랜차이즈 모두 적자
- KFC 한국법인은 PG, VAN등 결제사업을 주력으로 하는 KG그룹에 500억원(50M USD)에 매각

3. 프랜차이즈사업부-맘스터치



14) 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: DART 정기공시 자료

15) 신규서비스-맘스터치 삼계탕 출시

가정 간편식

집에서도 맛있고 간편하게

맘스터치 삼계탕

구매 시, 직원에게 말씀해주세요



대중삼계탕

800g (1인분)

6,900



소중삼계탕

600g (1인분)

4,900

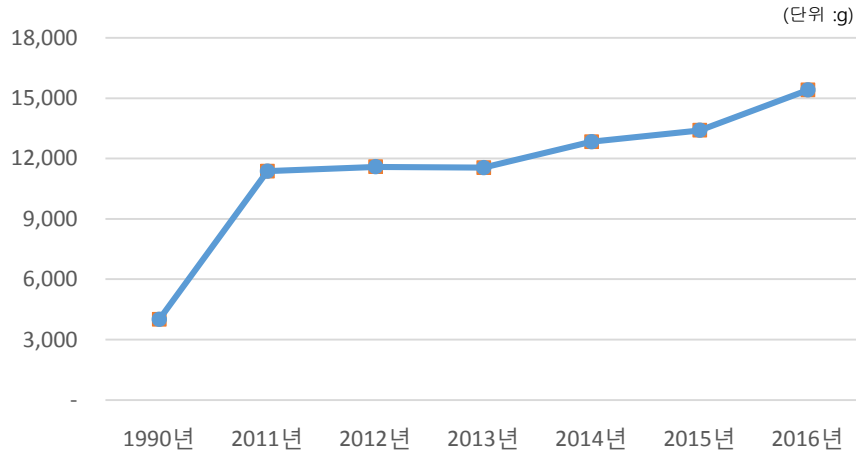
* HMR 삼계탕은 상온보관 제품입니다.
* HMR 삼계탕은 가정에서 조리하여 드시는 제품입니다.



- 2018년 6월 가정간편식(HMR) 시장 진출
- 8일만에 초도 물량 수량 6만개 솔드아웃
- 맘스터치 매장에서만 구입 가능

16) 국내 닭고기 소비현황

국내 1인당 연간 닭고기 소비량



3개연도 국내 주요 외식 이용 형태

2015	2016	2017
<ul style="list-style-type: none"> 1st 한식(59%) 2nd 중식(6%) 3rd 패스트푸드(6%) 	<ul style="list-style-type: none"> 1st 한식(61%) 2nd 패스트푸드(7%) 3rd 구내식당(6%) 	<ul style="list-style-type: none"> 1st 한식(59%) 2nd 구내식당(7%) 3rd 중식(6%)
<ul style="list-style-type: none"> 1st 치킨(49%) 2nd 중식(25%) 3rd 패스트푸드(13%) 	<ul style="list-style-type: none"> 1st 치킨(51%) 2nd 중식(23%) 3rd 패스트푸드(12%) 	<ul style="list-style-type: none"> 1st 치킨(50%) 2nd 중식(23%) 3rd 패스트푸드(13%) <ul style="list-style-type: none"> - 20~24세(19.8%) 25~29세(15.4%)
<ul style="list-style-type: none"> 1st 패스트푸드(33%) 2nd 분식류(19%) 3rd 제과제빵류(12%) 	<ul style="list-style-type: none"> 1st 패스트푸드(29%) 2nd 분식류(20%) 3rd 한식(17%) 	<ul style="list-style-type: none"> 1st 패스트푸드(23%) 2nd 분식류(21%) 3rd 한식(16%)

- 국내 연간 닭고기 소비량 총 8억 마리, 1인당 14마리 소비
- 연간 1인당 닭고기 소비량은 1990년대 4~5kg 소비에서 2016년 기준 15.4kg으로 증가
- 닭고기 수요는 소득의 증가로 인한 육류 소비량 증가와 특히 닭고기는 배달 및 구입이 용이하며 타 육류보다 지방에 적으면서 맛이 좋아 건강을 생각하는 소비자를 통해 꾸준히 증가함

1) Boombata 런칭

- 2nd 브랜드 런칭 일자: 2017년 3월
- 1호점 위치: 서울시 송파구 석촌동
- 현재 점포 수 : 직영점 1개, 가맹점 7개 (18.09.07 기준)



쌈 피자(11,900~17,900)



화덕 샌드위치(3,300~5,500)



화덕피자 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)

Boombata
화덕 샌드위치 & 싹 피자



이탈리안 화덕 샌드위치

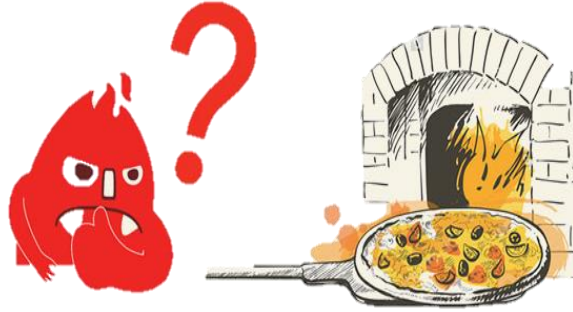
이탈리안 화덕에서 '갓 구운 도우' 속에 신선한 야채와 토핑을 넣어 만든 샌드위치

타 샌드위치 브랜드들과의 비교

Brand	패스트캐주얼	샌드위치전문점		베이커리	
	붐바타	서브웨이	퀴즈노스	뚜레쥬르	파리바게뜨
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

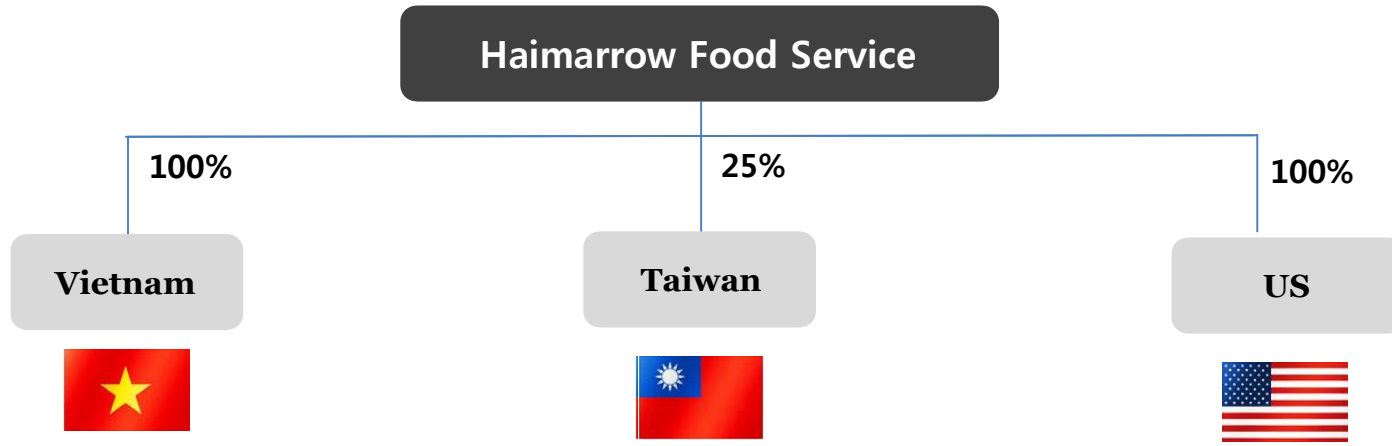
왜 화덕피자는 비싸기만 할까?



타 피자 프랜차이즈 브랜드들과의 비교

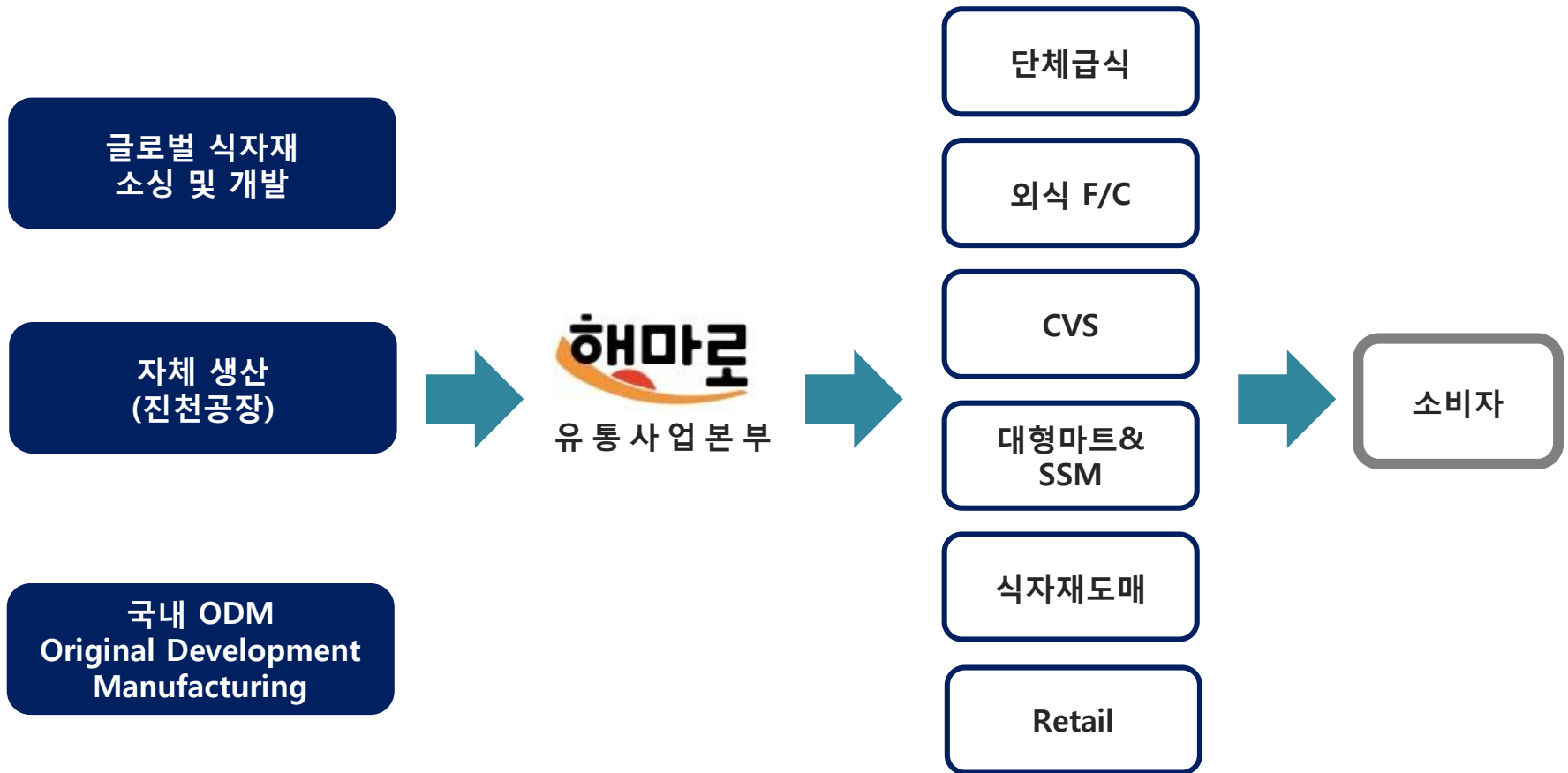
Brand	Fast Casual	레스토랑형		배달형		테이크아웃형
	붐바타	더플레이스	매드포갈릭	도미노피자	피자헛	피자스쿨
Images						
Signature Menu	고르곤졸라	고르곤졸라	고르곤졸라	슈퍼 슈프림-미디움	슈퍼 슈프림-미디움	고르곤졸라
Price (KRW)	7,900(\$7.9)	18,900(\$18.9)	21,800(\$21.8)	18,500(\$18.5)	18,900(\$18.9)	9,000(\$9.0)

자료: 각 사 홈페이지 자료
단위: 1USD=1,000KRW

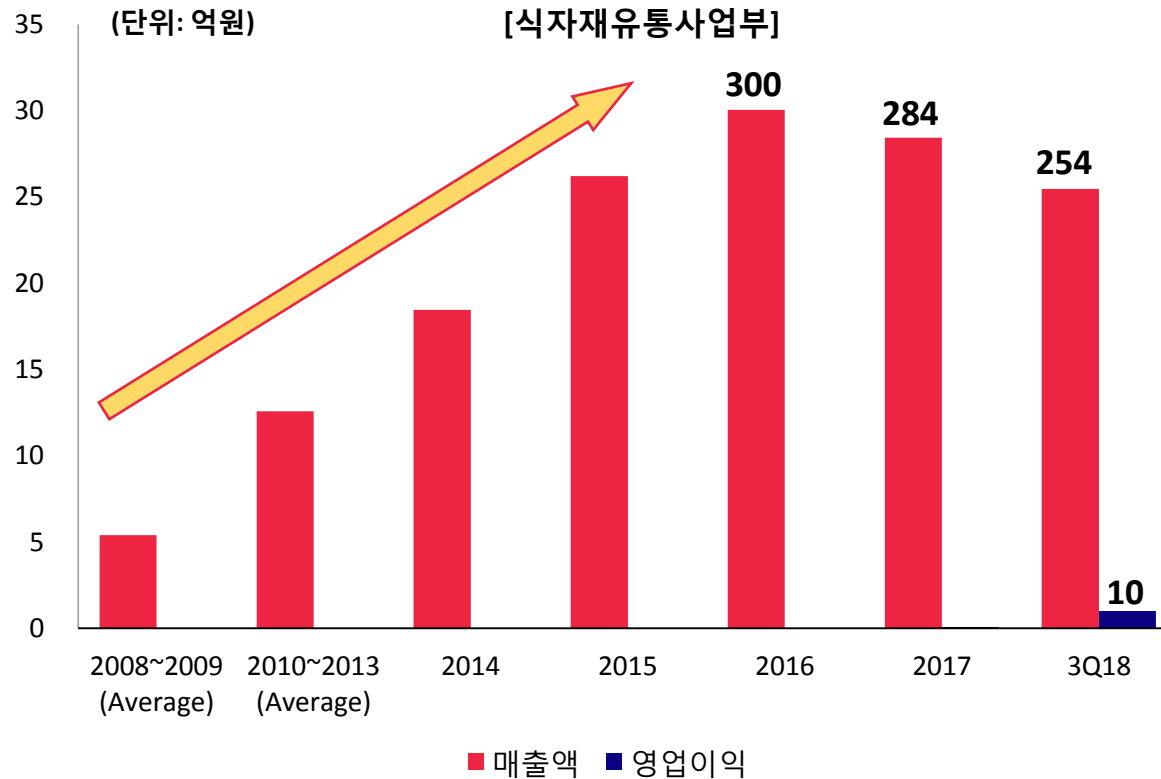


- 2018년 2월 기준, 3개 국가에 진출 완료
- **베트남** : 16년 8월, 1호점(Ho Chi Minh) 개설 후, 2018년 1월 2호점 출점 및 3호점 출점 진행 중
- **대만** : 2018년 6월 기준 - 직영점 3개, 가맹점 2개

1) 해마로 Value Chain



2) 매출액 및 영업이익 증가 추이



- 2017년 식자재유통사업부 매출액 284억원, 3Q18 매출액 254억원
- 2017년 대비 3Q18 영업이익 성장률은 12%
- 2016년 10월 IPO 이후 당사의 신용등급 급등 (차입금리 2%대 초반으로 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 & OEM/ODM



국내시장 1위 대형마트



국내시장 2위 대형마트



국내 M/S 3위 대형마트



국내 1위 HMR 브랜드

급식, 외식FC & 신채널



국내시장 1위 급식 브랜드



글로벌 식자재유통 & 푸드 서비스 전문기업



기업형 식자재유통 전문기업



국내 스시·롤 샐러드바

해외 거래처 & 수입처



베트남 최대 종합식품업체



캐나다 최대 감자생산업체

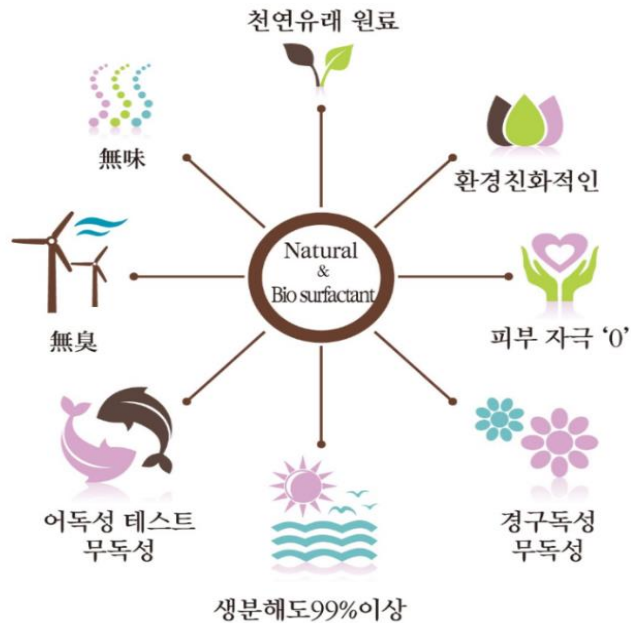
4) 해마로 진천 물류센터 전경



7. 자회사 현황-슈가버블

친환경세제 전문기업

 Sugar Bubble 및 그 종속회사



사업장 현황

○ 서울사무소

서울시 강동구 성내로58 희성빌딩 5층

○ 포항 본사&공장

경북 포항시 북구 청하면 동해대로 2315번길 13-1

○ 광양 C&C케미칼

전남 광양시 광양읍 직동1길 50

○ 당진 C&C케미칼

충남 당진시 송산면 동곡리 394



회사 개요

- ❑ 설립일 : 1999년 03월
- ❑ 직 원 : 61명(2018년 9월 말 기준)
- ❑ 매 출 : 200억원 (2016년 기준)
- ❑ 주요사업 : 화학제품 제조업
(주방세제, 세탁세제, 주거세제, 화장품류 상온복합탈지제, 불소처리제 등)
- ❑ 대구지방법원의 경매로 당사가 81억원에 지분 100%를 인수

7. 자회사 현황-슈가버블

연혁

1999~2008



- 1999. 03 각종 세제류 등 화학물 제조 및 판매업 (주)그린케미칼 설립
- 1999. 08 벤처기업 인증(중소기업청)
- 2002. 10 벤처기업 대상 수상(중소기업청장 표창)
- 2002. 11 ISO9001, ISO14001 인증 획득
- 2006. 09 제7회 기술혁신대전 대통령상 수상
- 2008. 04 (주)그린케미칼에서 (주)슈가버블로 상호 변경

2010~2015



- 2010. 10 녹색경영대상 녹색상품 6년 연속 1위선정(한국능률협회)
- 2011. 06 대구지방법원 회생절차 개시
- 2012. 09 소비자 웰빙지수 1위 8년 연속 선정(한국표준협회)
- 2015. 05 대한민국 최초 녹색기술인증 3회연속 획득(주방세제 제조기술)

2016~2018



- 2016. 01 중국 샘스클럽(SamsClub) 입점(수출)
- 2017. 04 대구지방법원 회생절차 종결 및 해마로푸드서비스(주) 종속회사 편입
- 2017. 04 정경역 대표이사 취임
- 2017. 08 이마트 트레이더스 입점 (슈가버블 레몬주방세제 4L)
- 2018. 06 H&B분야 사업 확장 (슈가버블 모스카 샴푸, 컨디셔너, 바디워시)
- 2018. 06 "친환경 풀필 세탁세제 " 공영 홈쇼핑 판매 / 다이소 입점
- 2018. 07 농협 입점
- 2018. 07 '2018 대한민국 올해의 녹색상품' 선정 (슈가버블 애플 주방세제)

7. 자회사 현황-슈가버블

주방세제



주거세제



세탁세제



유아용 세제



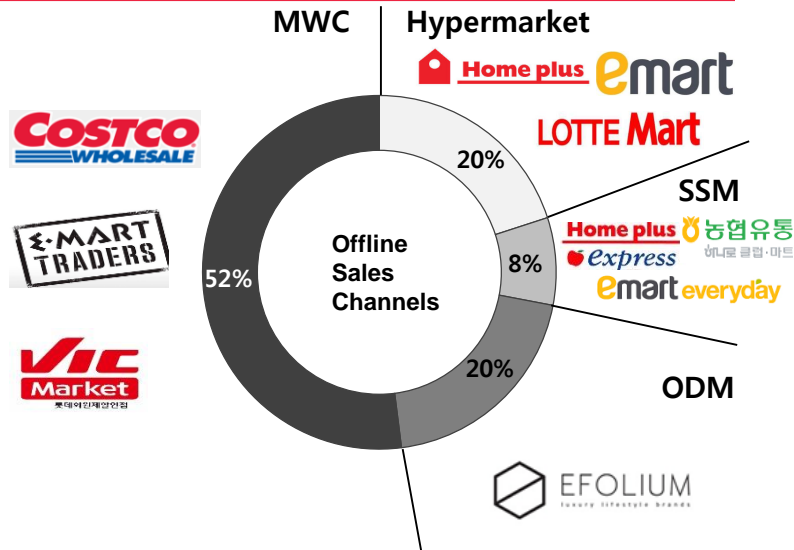
H&B



- 주방세제를 주력으로 하는 회사로, 한국화학연구원(KRICT)과 공동 연구과제 수행으로 계면활성제 연구 개발
- 한국화학융합시험연구원(KTR) 비자극 인증 제품 보유(피부자극테스트, 경구독성테스트 완료)
- 최근 저자극 친환경 제품 트렌드에 맞춰 베이킹소다 주방세제 등 프리미엄 제품 출시
- 생분해도가 높은 슈가계 계면활성제 사용과 더불어 친환경마크 획득으로 Eco-friendly 지속적인 제품 출시

7. 자회사 현황-슈가버블

오프라인 매출처 현황(3Q18기준)



자료: 해마로푸드서비스㈜

2017년 주요종속회사 편입 전후 현황

(단위: 백만원)	2016	2017	1Q18	2Q18	3Q18	QoQ (%)
매출액	19,925	15,822	4,916	6,340	6,953	9.6
매출총이익	5,245	5,429	1,804	2,093	2,229	6.5
GPM(%)	26.3	34.3	36.7	33.0	32.06	(2.8)
판관비	3,891	3,909	1,137	1,648	1,571	(4.7)
영업이익	1,354	1,520	667	445	658	47.9
OPM(%)	6.8	9.61	13.56	7.02	9.47	34.9

자료: 해마로푸드서비스㈜
 주1) 연결 기준

- 향후 매출원가율의 개선을 통한 이익증대 예상 및 회생 채무는 변제처리 및 출자전환 이후 소각처리
- 실적은 2017년 2분기부터 편입
- 현재 매출구성은 오프라인 70%, 특판 및 해외영업 23%, 온라인 7%로 구성 (2018년 3분기 기준)
- 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	3Q18
매출액	351	489	795	1,486	2,019	2,396	2,079
매출총이익	84	116	217	396	525	677	618
판매비와관리비	76	94	150	308	356	522	437
영업이익	8	23	68	88	169	155	181
당기순이익	6	18	54	60	90	113	145

- COGS Rate : 2012년 76.1%에서 3Q18년 70.28%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→18.10.31 1,140.50원)

8. 해마로푸드서비스(주) 투자포인트



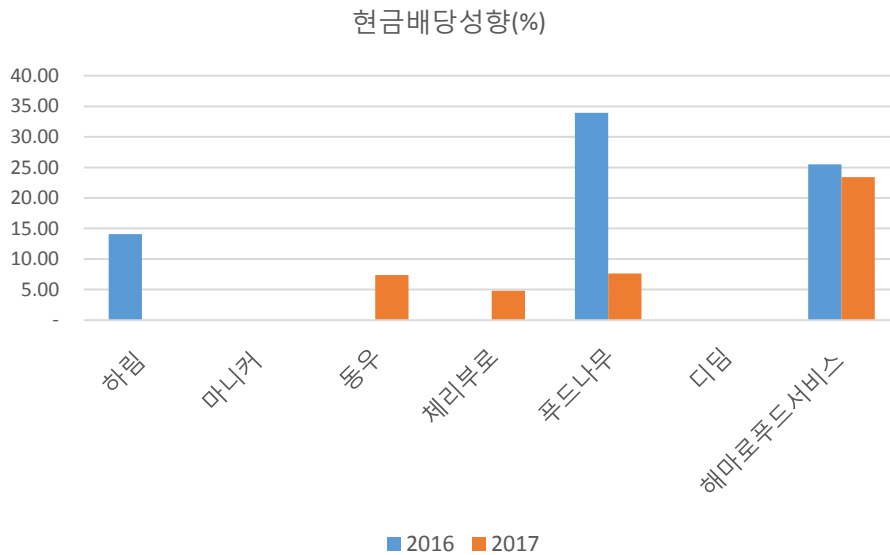
2) Peer Valuation

(단위: M\$,배)

기업명	연도	레드로빈 고메버거	다든 레스토랑	잭인더박스	맥도날드	헤빗 레스토랑	웬디스	암!브랜드	졸리비푸드	해마로 푸드서비스
MKT Cap.	2017	733	11,906	2,649	133,531	201	3,890	15,338	274,758	193
Sales	2015	1,256	6,934	1,540	25,413	231	1,870	6,909	2,216	N/A
	2016	1,296	7,170	1,599	24,622	284	1,435	6,752	2,400	174
	2017	1,381	8,080	1,554	22,820	332	1,223	7,144	2,631	224
COGs	2015	963	5,392	921	15,624	109	1,184	5,931	1,823	N/A
	2016	1,019	5,600	962	14,417	131	745	5,610	1,956	129
	2017	909	6,335	949	12,200	158	513	5,829	2,153	161
GPM	2015	23.4%	22.2%	39.2%	38.5%	52.8%	36.7%	14.2%	17.7%	N/A
	2016	21.4%	21.9%	38.9%	41.4%	53.9%	48.1%	16.9%	18.5%	26.0%
	2017	34.2%	21.6%	38.9%	46.5%	52.4%	58.1%	18.4%	18.2%	28.2%
OP	2015	67	622	197	7,146	12	275	488	118	N/A
	2016	11	678	230	7,745	14	315	640	140	15
	2017	39	767	266	9,553	7	215	785	133	14
OPM	2015	5.3%	7.7%	13.5%	28.1%	3.6%	14.7%	6.8%	5.3%	N/A
	2016	0.8%	8.4%	15.1%	31.5%	4.2%	22.0%	9.0%	5.8%	8.4%
	2017	2.8%	9.5%	17.1%	41.9%	2.1%	17.6%	11.0%	5.5%	6.5%
PER	2015	19	17	24	25	73	25	N/A	47	N/A
	2016	65	23	26	22	64	28	19	34	19
	2017	24	18	23	27	60	21	40	39	18
PBR	2015	2.2	3.9	168.1	14.6	7.9	3.8	N/A	7.6	N/A
	2016	2.1	4.6	250.4	15.6	3.8	6.3	4.2	6.2	4.1
	2017	1.9	4.9	7.1	40.9	1.7	6.8	5.5	6.4	3.6
PSR	2015	0.7	1.1	1.8	4.2	1.2	1.8	N/A	2.3	N/A
	2016	0.6	1.3	2.3	4.2	1.0	2.5	1.4	1.8	0.8
	2017	0.5	1.3	1.8	5.9	0.6	3.2	2.2	2.1	0.9

자료: Nasdaq, Brand official Homepage

3) 배당정책



<동종업계 현금배당성향>

구분	주식의 종류	2017	2016
주당액면가액(원)		100	100
(연결)당기순이익(백만원)		11,255	8,946
(별도)당기순이익(백만원)		10,310	9,295
(연결)주당순이익(원)		121	107
현금배당금총액(백만원)		2,629	2,281
주식배당금총액(백만원)		-	-
(연결)현금배당성향(%)		23.4	25.5
현금배당수익률(%)	-	1.3	1.3
주식배당수익률(%)	-	-	-
주당 현금배당금(원)	-	28	25

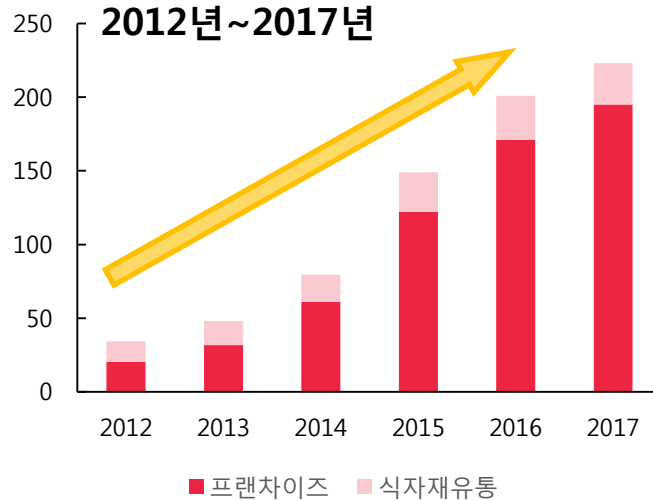
<해마로푸드서비스 배당에 관한 사항>

- 해마로푸드서비스의 2017년 배당수익률은 1.3%로, 당기순이익 대비 23.4% 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

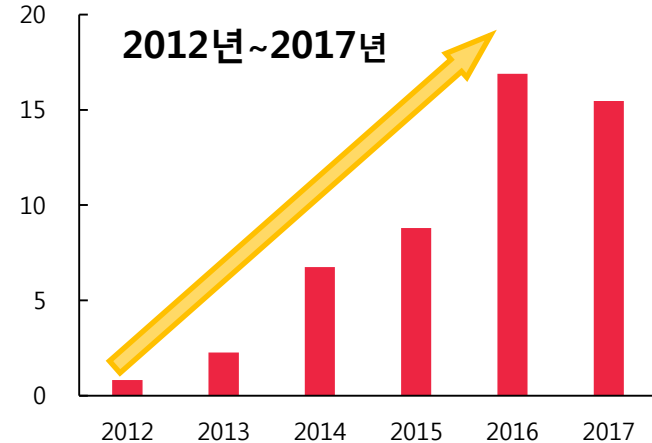


(단위: 십억원)



<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, 봄바타, 맘스터치가 SG&A 레벨의 시너지 창출 및 구매력 증가로 원가율 인하 가능
- 맘스터치 매장 서울 비중 8.3%, 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 개시 및 HMR(가정간편식) 시장 진출에 따른 추가 매출 확대

Thank you

Contact us

E-Mail ir@haimarrow.co.kr

Phone 82-2-6933-7142