

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



매콤 달콤 새콤
살사소스로
입맛 확 살리~고!

살사리코버거

매콤, 달콤, 새콤한 살사소스로 입맛을 확 살리는 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. 종속회사 현황-(주)슈가버블



8. 해마로푸드서비스(주)의 투자 포인트

1. 해마로푸드서비스(주) 소개



1) 해마로푸드서비스(주) 개요 및 연혁

HISTORY

2004 ~ 2019

| | |
|-------|--|
| 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 : 서울시 강동구 천호대로 1077, 이스트센트럴타워 24층,25층 지점 : 충청북도 진천군 덕산면 신척리 626-12 |
| 매출액 | 2,845억원 (2018.12) |
| 자본금 | 95억원 |
| 홈페이지 | www.haimarrow.co.kr / www.momstouch.co.kr |
| 사업분야 | 프랜차이즈 사업부와 식자재 유통 사업부 |
| 임직원 수 | 216명 (2019.09) |

| | | |
|------|----|-------------------------------------|
| 2019 | 02 | 본점 소재지 이전(서울 강동구 천호동) |
| 2018 | 11 | (주)씨앤씨케미칼 당진공장 준공 |
| 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 카밴디쉬 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

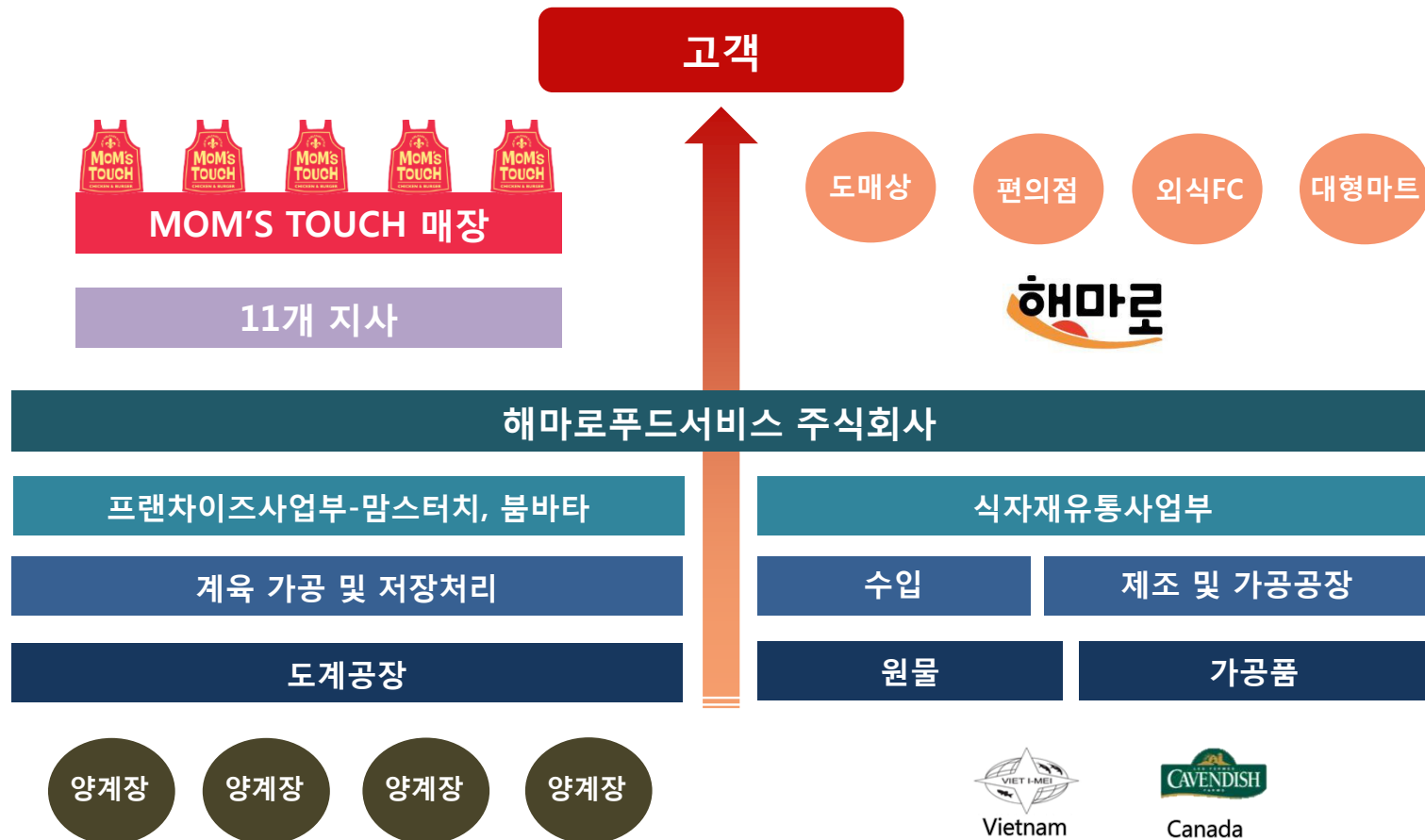


지속적인 성장

지속적인 성장을 통해
주주에게 정당한 가치를
제공한다

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**

3. 프랜차이즈사업부-맘스터치



4) 메뉴

SIGNATURE

NEW



사이버거



살사리코버거



언빌리버블버거



인크레더블버거



딥치즈버거



화이트갈릭버거



매콤소이팝치킨



마살라치킨



짬뽕닭



치파오



후레이크갈릭치킨



불사치킨



리코타샐러드



어니언치즈감자



치즈할라피뇨너겟



에그랩



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

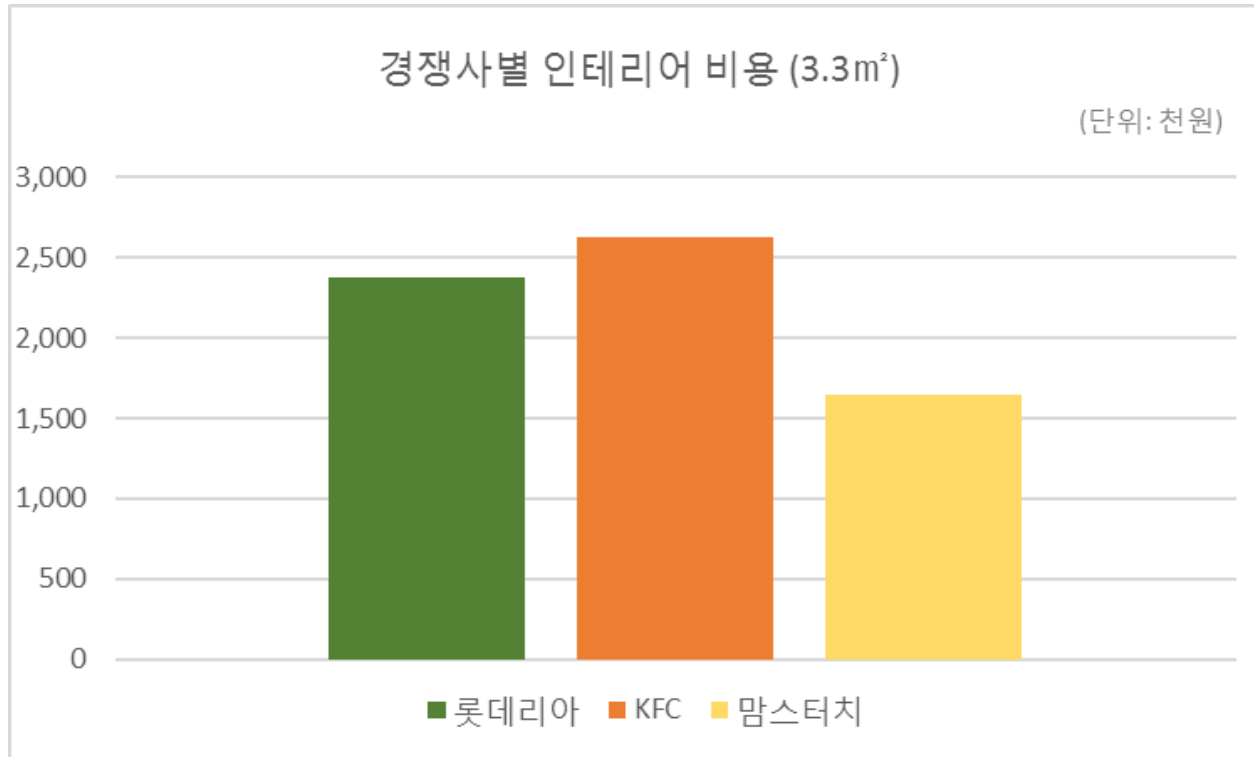
경쟁사 가격비교

(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(\$2.8) | 4,400(\$3.7) | 3,600(\$3.0) | 5,100(\$4.3) | 6,700(\$5.6) | 5,400(\$4.5) |
| 세트메뉴 | 5,600(\$4.7) | 6,400(\$5.3) | 5,800(\$4.8) | 6,600(\$5.5) | 8,700(\$7.3) | 7,600(\$6.3) |
| 음료(M) | 1,600(\$1.3) | 1,700(\$1.4) | 1,700(\$1.4) | 1,800(\$1.5) | 2,300(\$1.9) | 1,900(\$1.6) |

자료: 각 사 홈페이지 자료
단위: 1USD=1,200KRW(2019.08.02기준)

6) 경쟁사별 인테리어비용

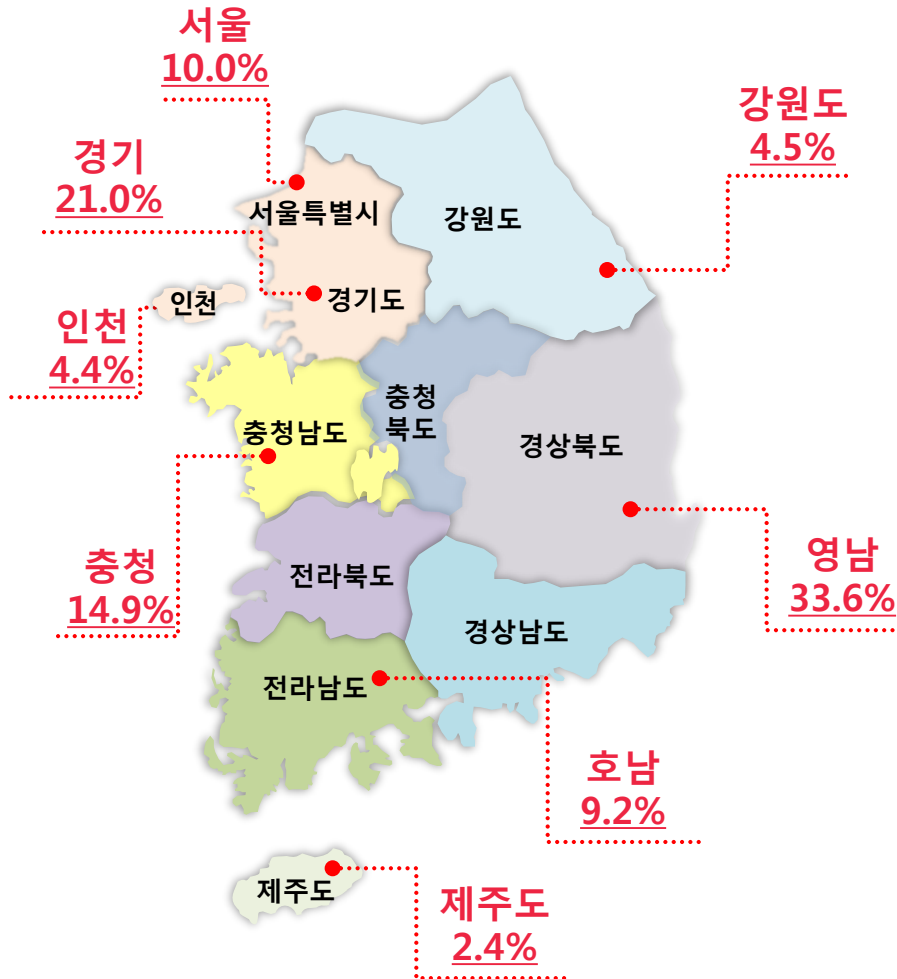


자료: 각 사의 공정거래위원회 정보공개서(2018년 기준)

7) 전국 매장 현황

| 2019년 10월 말 기준 매장 현황 |

(단위: 개)

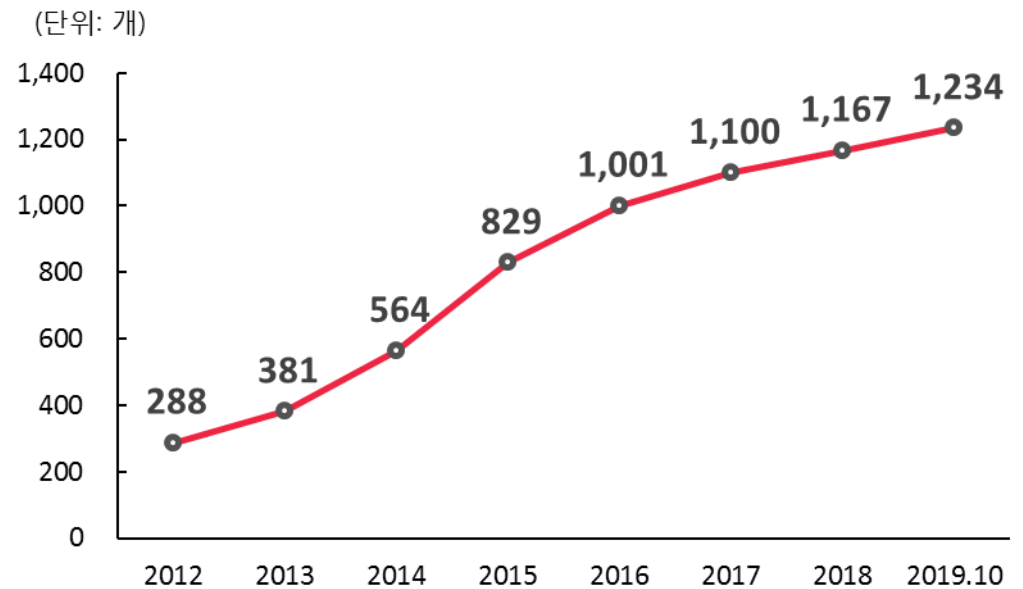


| 지역 | 매장수 (17년 12월) | 매장수 (18년 12월) | 매장수 (19년 10월) | 구성비(%, 19년 10월) | L사 (2018) |
|----|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|--------------|
| 서울 | 76 | 99 | 123 | 10.0 | 195 |
| 경기 | 220 | 240 | 259 | 21.0 | 317 |
| 인천 | 55 | 53 | 55 | 4.4 | 78 |
| 충청 | 169 | 178 | 184 | 14.9 | 183 |
| 호남 | 104 | 109 | 114 | 9.2 | 144 |
| 영남 | 397 | 407 | 415 | 33.6 | 352 |
| 강원 | 55 | 55 | 55 | 4.5 | 54 |
| 제주 | 24 | 26 | 29 | 2.4 | 14 |
| 총계 | 1,100 | 1,167 | 1,234 | 100 | 1,337 |

- 2018년 12월 말 기준으로 수도권 매장 수는 서울 99개, 경기 240개, 인천 53개
- 2019년 10월 말 기준으로 수도권 매장 수는 서울 123개, 경기 259개, 인천 55개
- 서울의 경우 인구밀도 대비 성장 여력이 높음

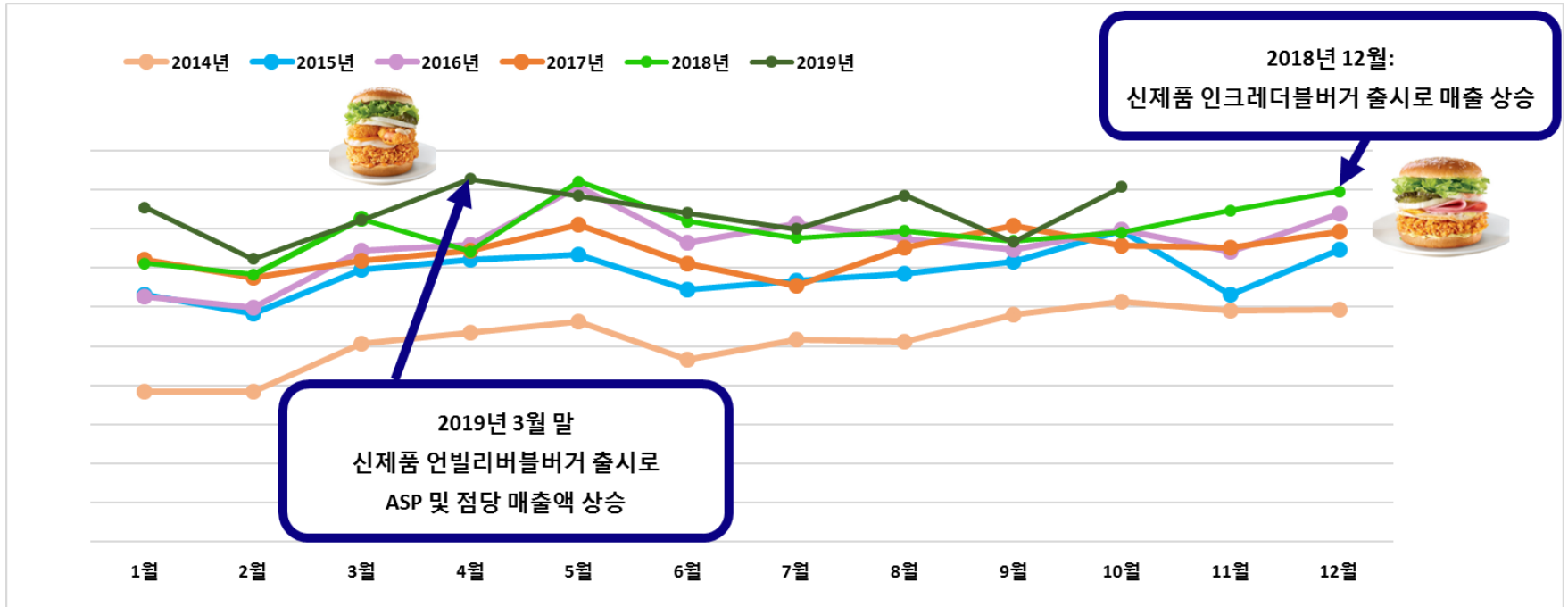
8) 매장 수 증가 현황

| 연도별 | 점포 수 |
|---------|-------|
| 2012 | 288 |
| 2013 | 381 |
| 2014 | 564 |
| 2015 | 829 |
| 2016 | 1,001 |
| 2017 | 1,100 |
| 2018 | 1,167 |
| 2019.10 | 1,234 |



- 2012년 288개 매장에서 2018년말 1,167개로 매장 수 지속적인 증가
- 2019년 10월 말 기준 매장 수 1,234개
- 5 Years CAGR(Compound annual growth rate) 25.1%(2018년 기준)

9) 점포 평균 월별 매출액



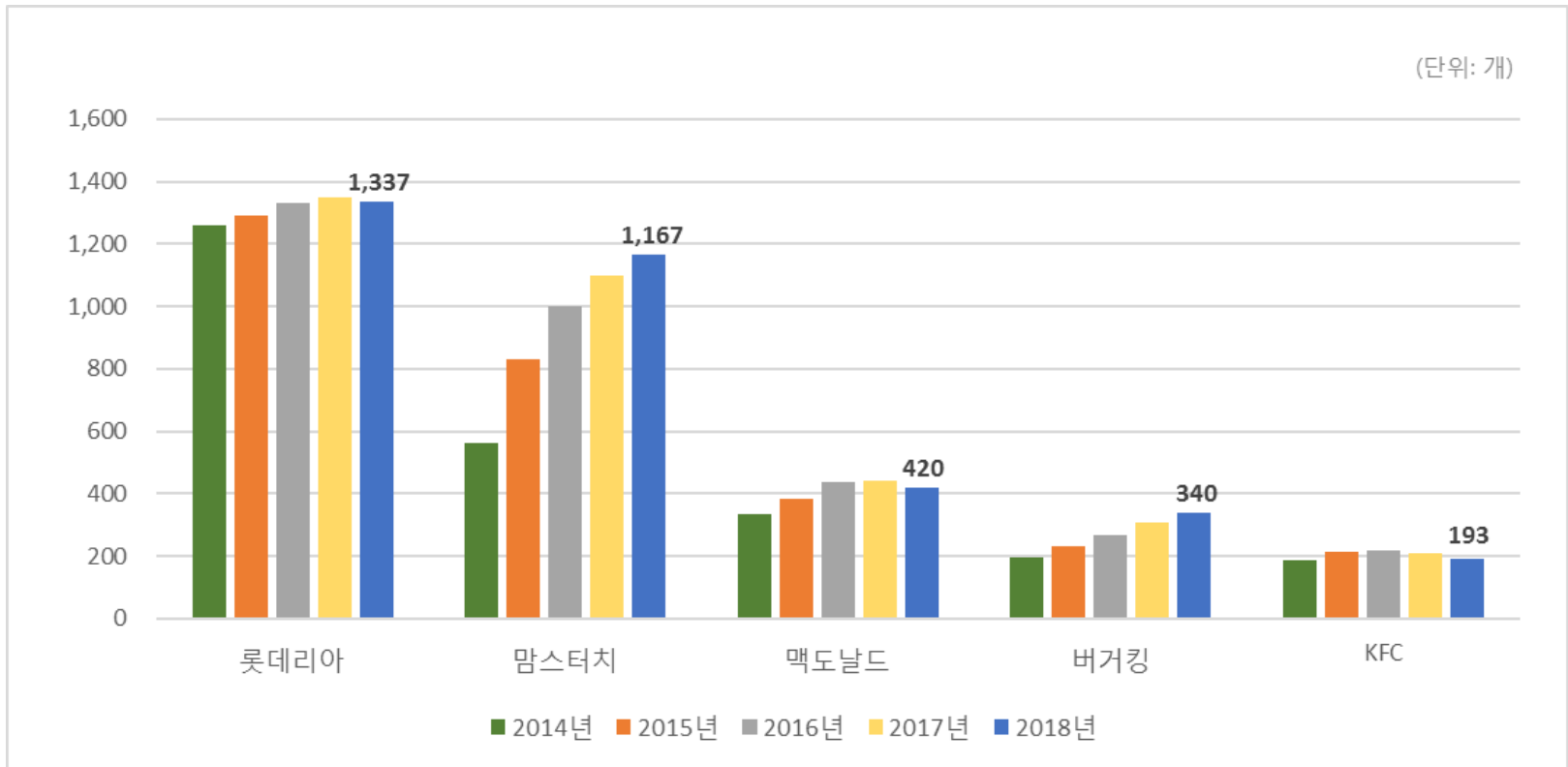
- 브랜드 인지도 상승(Viral, SNS), 지방 -> 수도권 매장 확산으로 인한 점당 매출액 증가
- 2014년 대비 월별 점당 매출액 최대 2배 이상 증가
- 서울 및 경기권 출점 증가에 따라, 점포 수 증가 속도는 둔화되었지만 지속 증가 중

10) 브랜드 전략

적은 초기투자비용과 높은 가맹관리효율성

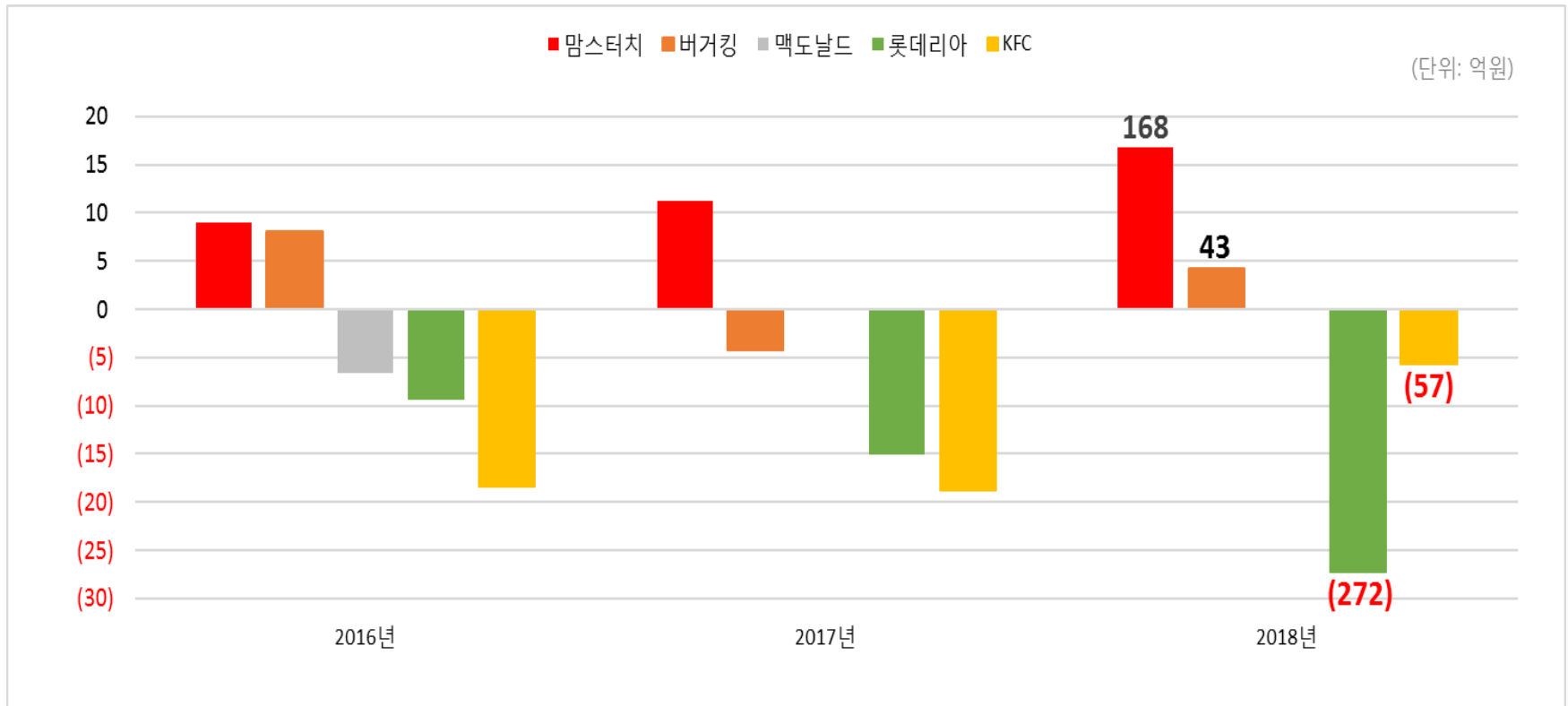
| 구분 | 경쟁사 (맥도날드, KFC, 버거킹, 롯데리아) | 맘스터치 |
|------------------|--|------------------------------------|
| 매장 크기 | 대형매장 위주 (300m ² ↑) | 중소형 규모 (100m ² ↓) |
| 매장 인테리어 | 패스트푸드 매장 | 카페형 매장 |
| 점포 위치 | 중심상권에 위치 | 대학가나 주택가의 배후지와 같은 B급 상권 |
| 메뉴 수 | 다양한 메뉴 | 다양한 메뉴이지만 원재료의 단순화 |
| 필요 설비 | 크고 비싼 시스템 | 작고 상대적으로 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



자료: 공정거래위원회 정보공개서 및 업계 추산 자료 기준

12) 당기순이익 증감 추이 비교



자료: DART 정기공시 자료

13) 국내 경쟁사 실적비교 (2018년 기준)

| (단위: 십억원) | 해마로 (3Q19) | 해마로 (2018) | 버거 프랜차이즈 | | | |
|--------------|---------------|---------------|----------|-------|-------|-------|
| | | | 맥도날드 | 버거킹 | KFC | 롯데리아 |
| 매출액 | 233 | 285 | 691 | 403 | 184 | 831 |
| 영업이익 | 19 | 23 | 4 | 9 | (2) | 6 |
| 당기순이익 | 14 | 17 | (7) | 4 | (6) | (27) |
| 자산 | 136 | 127 | 758 | 317 | 72 | 730 |
| 부채 | 54 | 55 | 364 | 167 | 68 | 483 |
| 자본 | 82 | 72 | 394 | 150 | 4 | 247 |
| 전체 사업장 수 (개) | 1,226 | 1,167 | 436 | 340 | 193 | 1,337 |
| 가맹점 수 (개) | 1,226 | 1,167 | 128 | 95 | 0 | 1,216 |
| 가맹점 비율 (%) | 100 | 100 | 29 | 28 | 0 | 91 |
| 임직원수 (명) | 216 | 211 | 28,389 | 5,926 | 2,728 | 8,547 |
| 인당 매출액 (백만원) | 1,079 | 1,348 | 24 | 68 | 68 | 97 |

자료: DART 공시자료 및 공정거래위원회의 정보공개서
 맥도날드는 2016년 기준 자료

- 맥도날드는 2015년 적자전환 이후 2016년 적자 지속 , M&A 매물
- 롯데리아는 2017년~2018년 매출 역성장, 2017년 해마로 이외 버거 프랜차이즈 모두 적자
- KFC 한국법인은 PG, VAN등 결제 사업을 주력으로 하는 KG그룹에 500억원(50M USD)에 매각

3. 프랜차이즈사업부-맘스터치



14) 상위 5개 햄버거 프랜차이즈 브랜드 최근 3년간 실적

(단위: 억원)

| 프랜차이즈 브랜드 | 2016 | | | 2017 | | | 2018 | | |
|--------------|--------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|------|-------|
| | 매출액 | 영업이익 | 순이익 | 매출액 | 영업이익 | 순이익 | 매출액 | 영업이익 | 순이익 |
| 롯데리아 | 11,249 | 65 | (94) | 10,896 | (77) | (151) | 8,309 | 64 | (272) |
| 맥도날드 | 6,913 | 42 | (66) | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| 버거킹 | 2,532 | 108 | 80 | 3,459 | 15 | (42) | 4,027 | 90 | 43 |
| KFC | 1,770 | (126) | (184) | 1,614 | (173) | (188) | 1,843 | (16) | (57) |
| 맘스터치 | 2,019 | 169 | 90 | 2,396 | 155 | 113 | 2,845 | 231 | 168 |
| 총계 | 24,483 | 258 | (174) | 18,365 | (80) | (268) | 17,024 | 369 | (118) |

(단위: %)

| 프랜차이즈 브랜드 | 전년대비 증가율 (2017 YoY%) | | | 전년대비 증가율 (2018 YoY%) | | | For 3Years CAGR | | |
|--------------|----------------------|--------|------|----------------------|-------|------|-----------------|--------|--------|
| | 매출액 | 영업이익 | 순이익 | 매출액 | 영업이익 | 순이익 | 매출액 | 영업이익 | 순이익 |
| 롯데리아 | (3.1) | 적전 | 적지 | (23.7) | 흑전 | 적지 | (9.6) | (0.6) | 42.6 |
| 맥도날드 | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| 버거킹 | 36.6 | (86.3) | 적전 | 16.4 | 510.9 | 흑전 | 16.7 | (5.8) | (19.0) |
| KFC | (8.8) | 적지 | 적지 | 14.2 | 적지 | 적지 | 1.4 | (50.2) | (32.3) |
| 맘스터치 | 18.6 | (8.5) | 25.8 | 18.8 | 49.3 | 49.3 | 12.1 | 11.0 | 23.4 |

자료: DART 정기공시 자료

15) 신규서비스-맘스터치 삼계탕 출시

가정간편식

집에서도 맛있고 간편하게

맘스터치 삼계탕

구매 시, 직원에게 말씀해주세요

대중삼계탕

800g (35.4oz) | 닭면살 200g | 닭발 200g

6,900

소중삼계탕

600g (26.5oz) | 닭면살 150g | 닭발 150g

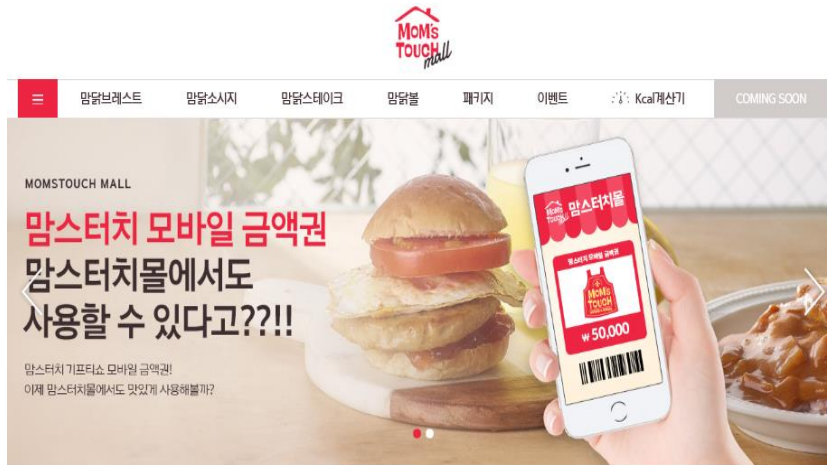
4,900

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



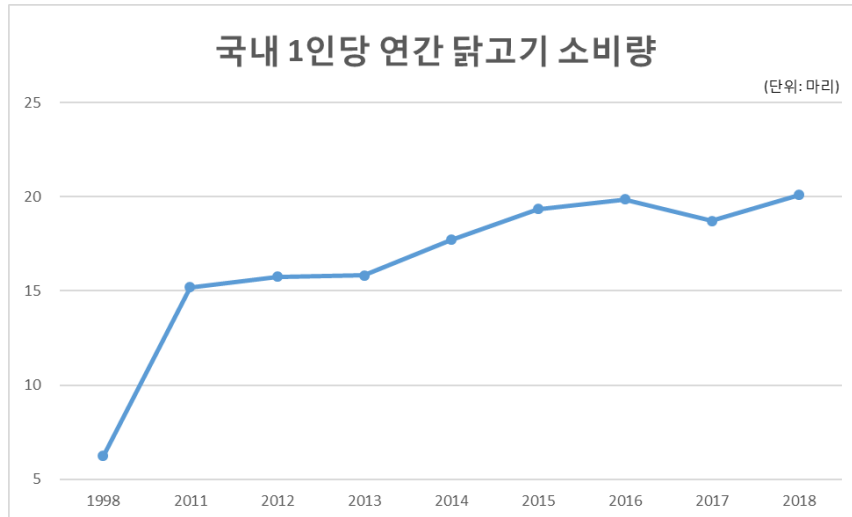
- 2018년 6월 가정간편식(HMR) 시장 진출
- 맘스터치 매장에서만 구입 가능
- 2018년 12월 닭개장, 닭곰탕 제품 출시

16) 맘스터치 온라인 몰 런칭



- 2019년 2월 맘스터치 몰 오픈
- 닭가슴살을 중심으로 계육을 가공한 다양한 제품 군 판매
- 추후 SKU 확장을 위한 지속적인 제품 개발

17) 국내 닭고기 소비현황



3개연도 국내 주요 외식 이용 형태

| 2015 | 2016 | 2017 |
|--|---|--|
| 1st 한식(59%) 2nd 중식(6%) 3rd 패스트푸드(6%) | 1st 한식(61%) 2nd 패스트푸드(7%) 3rd 구내식당(6%) | 1st 한식(59%) 2nd 구내식당(7%) 3rd 중식(6%) |
| 1st 치킨(49%) 2nd 중식(25%) 3rd 패스트푸드(13%) | 1st 치킨(51%) 2nd 중식(23%) 3rd 패스트푸드(12%) | 1st 치킨(50%) 2nd 중식(23%) 3rd 패스트푸드(13%) ↳ 20-24세(19.8%) 25-29세(15.4%) |
| 1st 패스트푸드(33%) 2nd 분식류(19%) 3rd 제과제빵류(12%) | 1st 패스트푸드(29%) 2nd 분식류(20%) 3rd 한식(17%) | 1st 패스트푸드(23%) 2nd 분식류(21%) 3rd 한식(16%) |

- 국내 연간 닭고기 소비량 8억 5천마리, 1인당 20마리 소비
- 연간 1인당 닭고기 소비량은 1990년대 4~5kg 소비에서 2018년 기준 17kg으로 증가
- 닭고기 수요는 소득의 증가로 인한 육류 소비량 증가와 특히 닭고기는 배달 및 구입이 용이하며 타 육류 보다 지방에 적으면서 맛이 좋아 건강을 생각하는 소비자를 통해 꾸준히 증가함

자료: 대한양계협회, 농림축산식품부, 한국농촌경제연구원

1) Boombata 론칭

- 2nd 브랜드 론칭 일자: **2017년 3월**
- 1호점 위치: 서울시 송파구 석촌동
- 현재 점포 수 : 직영점 4개, 가맹점 8개 (19.09.30 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
- 맘스터치 보다 뛰어난 원가 경쟁력 및 Unit economics
- IF) 붐바타 매장이 500개가 넘어간다면... (지사 운영 체제를 바탕으로 30개 매장 순식간에 오픈)

Boombata
화덕 샌드위치 & 싹 피자



이탈리안 화덕 샌드위치

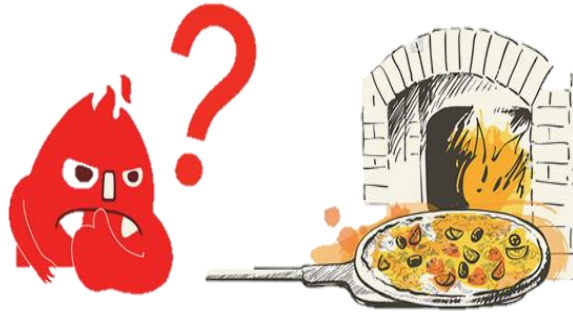
이탈리안 화덕에서 '갓 구운 도우' 속에 신선한 야채와 토핑을 넣어 만든 샌드위치

타 샌드위치 브랜드들과의 비교

| Brand | 패스트캐주얼 | 샌드위치전문점 | | 베이커리 | |
|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 붐바타 | 서브웨이 | 퀴즈노스 | 뚜레쥬르 | 파리바게뜨 |
| Images | | | | | |
| Signature Menu | 그릴드치킨 | BLT | 더블 베이컨 BLT | BELT | BELT |
| Price (KRW) | 4,600(\$3.8) | 5,100(\$4.3) | 5,700(\$4.8) | 5,000(\$4.2) | 6,000(\$5.0) |

자료: 각 사 홈페이지 자료
단위: 1USD=1,200KRW(2019.08.02기준)

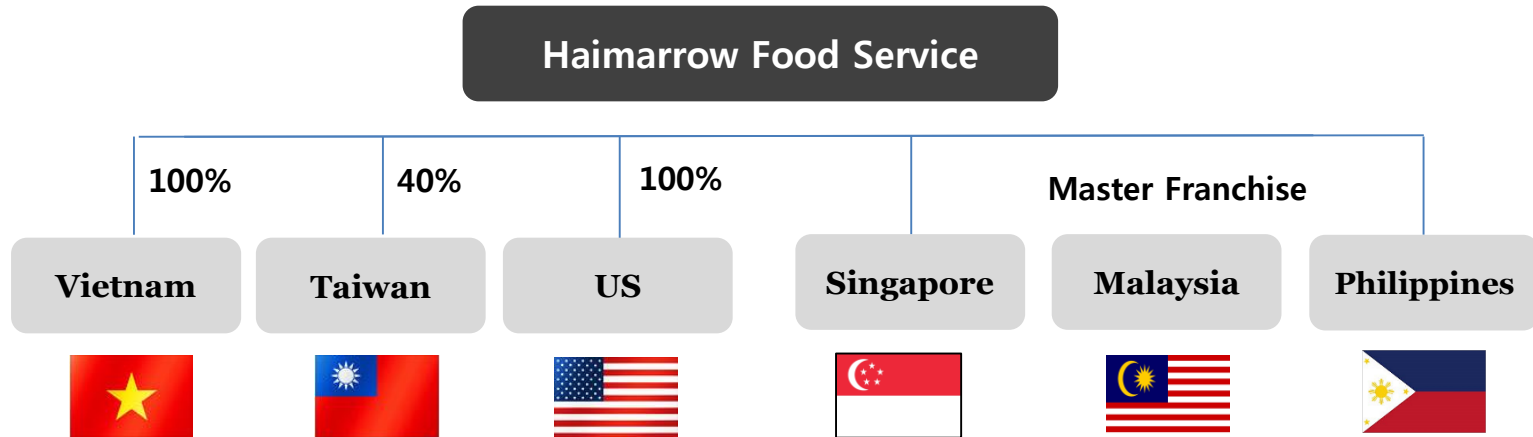
왜 화덕피자는 비싸기만 할까?



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(\$6.6) | 18,900(\$15.8) | 21,800(\$18.2) | 19,000(\$15.8) | 18,900(\$15.8) | 10,000(\$8.3) |

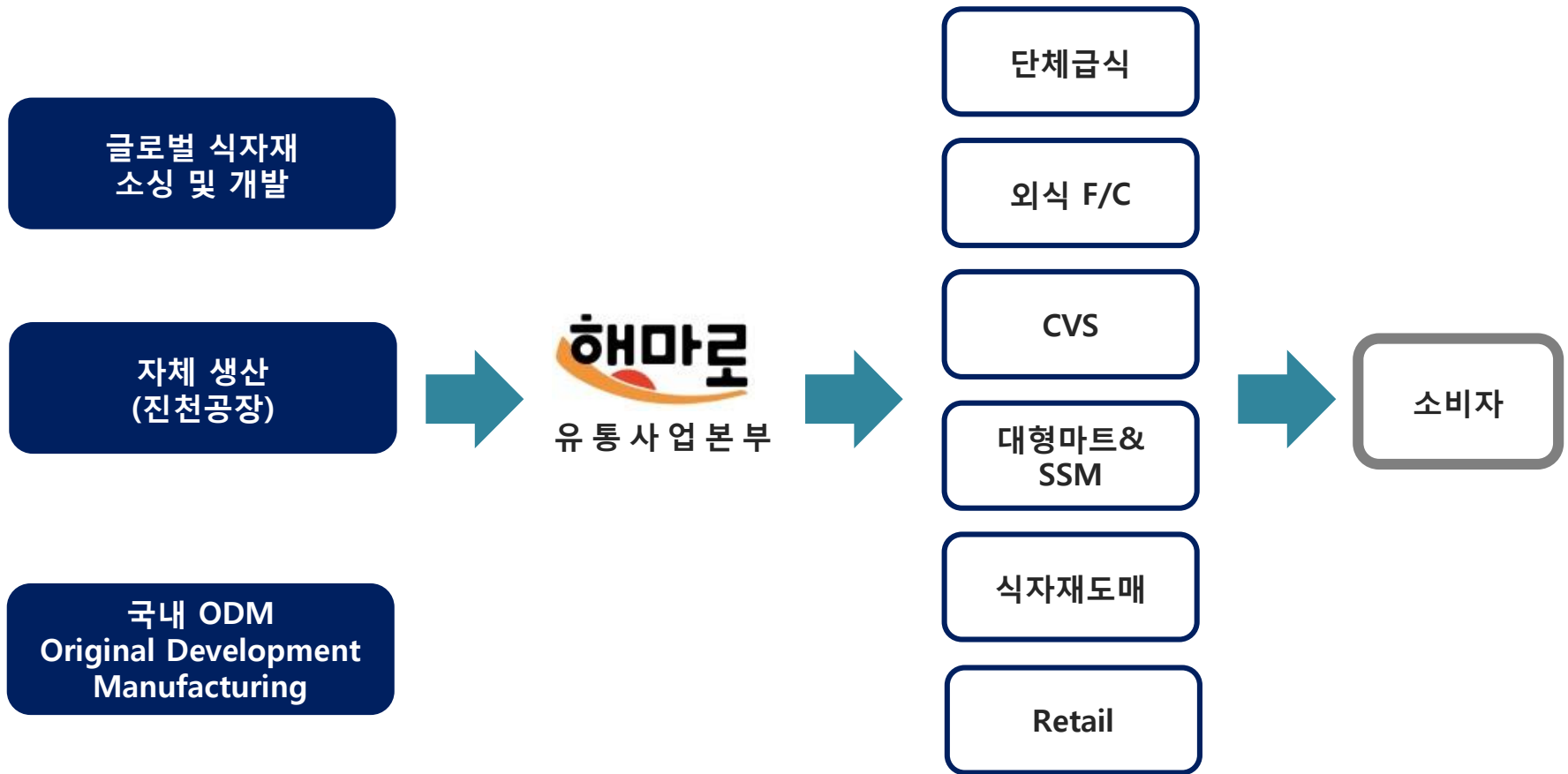
자료: 각 사 홈페이지 자료
단위: 1USD=1,200KRW(2019.08.02기준)



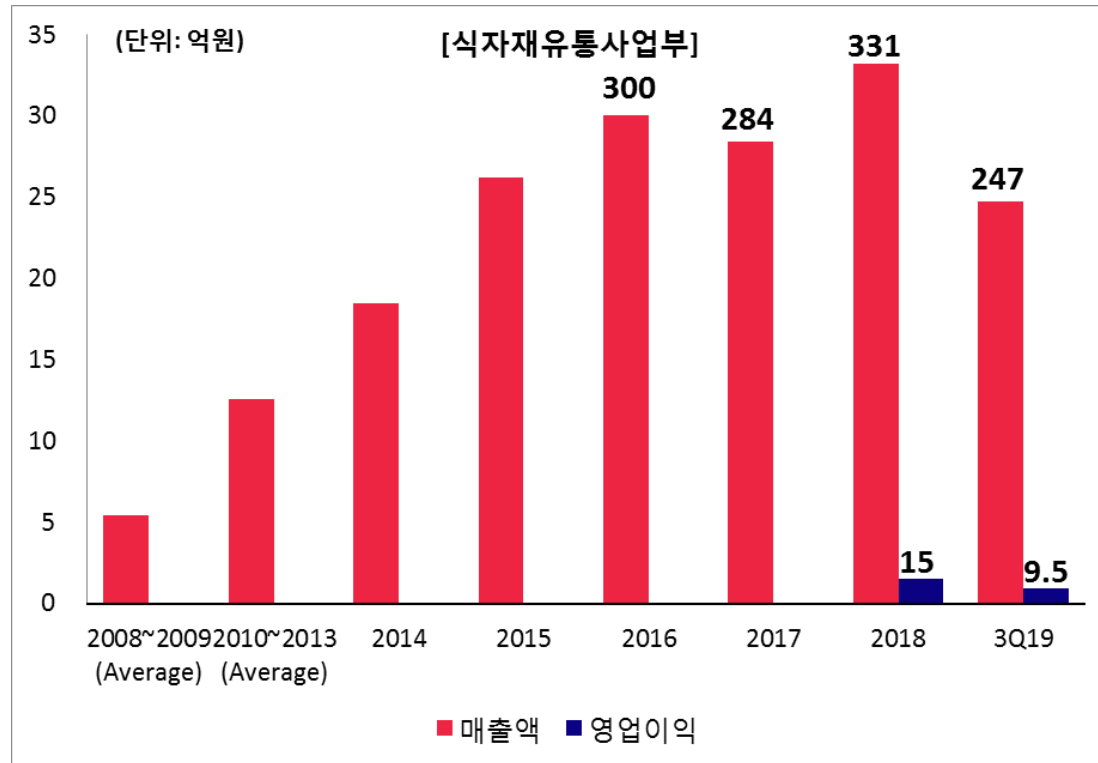
- 2019년 8월 기준, 3개 국가에 진출 및 2개 국가 MF계약 체결
- 베트남 : 직영점 2개
- 대만 : 직영점 4개, 가맹점 2개
- 싱가포르 : 직영점 1개
- 말레이시아 : 2018년 10월 MF계약 체결
- 필리핀 : 2019년 9월 MF계약 체결

6. 식자재유통사업부

1) 해마로 Value Chain



2) 매출액 및 영업이익의 증가 추이



- 2017년 식자재유통사업부 매출액 284억원, 2018년 매출액 331억원
- 2017년 대비 2018년 영업이익 성장률은 19%

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. 종속회사 현황-(주)슈가버블

친환경세제 전문기업

 Sugar Bubble 및 그 종속회사



사업장 현황

○ 서울사무소

서울시 강동구 천호대로 1077, 이스트센트럴타워 25층

○ 포항 본사&공장

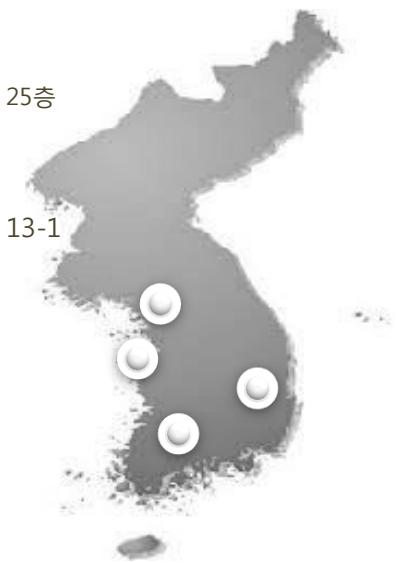
경북 포항시 북구 청하면 동해대로 2315번길 13-1

○ 광양 C&C케미칼

전남 광양시 광양읍 직동1길 50

○ 당진 C&C케미칼

충청남도 당진시 송산면 동곡로 65-80



회사 개요

- 설립일 : 1999년 03월
- 직 원 : 62명 (2019.09)
- 매 출 : 254억원 (2018.12)
- 주요사업 : 화학제품 제조업
 (주방세제, 세탁세제, 주거세제, 화장품류 상온복합탈지제, 불소처리제 등)
- 대구지방법원의 경매로 당사가 81억원에 지분 100%를 인수

7. 종속회사 현황-(주)슈가버블

연혁

1999~2009



- 1999. 03 각종 세제류 등 화학물 제조 및 판매업 (주)그린케미칼 설립
- 1999. 08 벤처기업 인증(중소기업청)
- 2002. 11 ISO9001, ISO14001 인증 획득
- 2008. 04 (주)그린케미칼에서 (주)슈가버블로 상호 변경

2010~2016



- 2010. 10 녹색경영대상 녹색상품 6년 연속 1위 선정(한국능률협회)
- 2011. 06 대구지방법원 회생절차 개시
- 2015. 05 대한민국 최초 녹색기술인증 3회 연속 획득(주방세제 제조기술)
- 2016. 01 중국 샘스클럽(SamsClub) 입점(수출)

2017~2019



- 2017. 04 대구지방법원 회생절차 종결 및 해마로푸드서비스(주) 종속회사 편입
- 2017. 04 정경역 대표이사 취임
- 2018. 06 H&B분야 사업 확장 (슈가버블 모스카 샴푸, 컨디셔너, 바디워시)
- 2018. 07 '2018 대한민국 올해의 녹색상품' 선정 (슈가버블 애플 주방세제)
- 2019. 03 창립 20주년 기념 신제품 "프리미엄 친환경 주방세제 APG 100" 출시
- 2019. 08 중국 코스트코(Costco) 입점 (수출)
- 2019. 08 반려동물용품분야 사업 확장 (슈가펫 4종)
- 2019. 08 '대한민국 올해의 녹색 상품' 2년 연속 선정
- 2019. 09 2019 제7회 대한민국 브랜드 대상 "고객이 사랑하는 No.1 브랜드 선정 "

7. 종속회사 현황-(주)슈가버블

주방세제



주거세제



세탁세제



유아용 세제



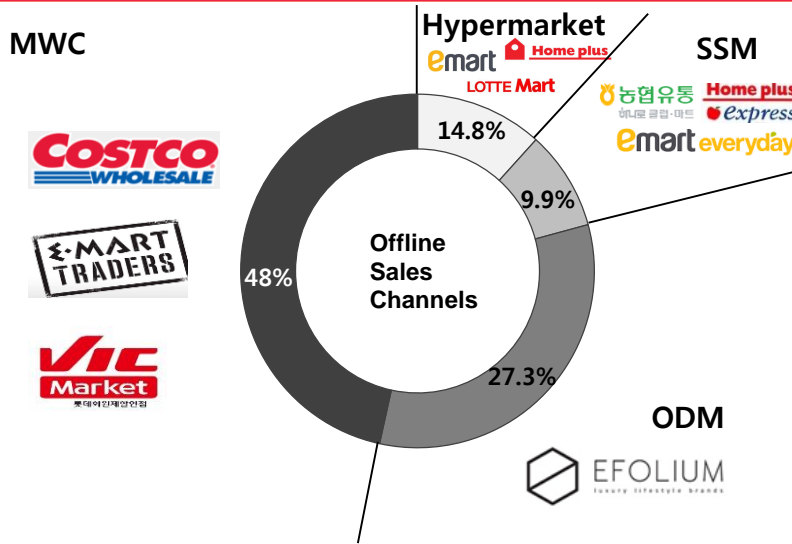
H&B



- 주방세제를 주력으로 하는 회사로, 한국화학연구원(KRICT)과 공동 연구과제 수행으로 계면활성제 연구 개발
- 환경부 산하기관인 한국환경산업기술원으로부터 환경표지 인증인 환경마크 획득
- 의류시험연구원 및 인체 피부테스트 전문기관인 (주)더마프로의 피부자극 테스트를 완료
- 생분해도 99% 이상의 슈가계 계면활성제 사용하여 자연성분의 풍부한 거품과 우수한 세정력으로 Eco-friendly 제품 출시

7. 종속회사 현황-(주)슈가버블

오프라인 매출처 현황(3Q19기준)



자료: 해마로푸드서비스㈜

2017년 종속회사 편입 후 현황

| (단위: 백만원) | 1Q18 | 2Q18 | 3Q18 | 4Q18 | 1Q19 | 2Q19 | 3Q19 | QoQ (%) |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|
| 매출액 | 4,916 | 6,340 | 6,953 | 7,209 | 6,680 | 7,207 | 7,563 | 7.9 |
| 매출총이익 | 1,804 | 2,093 | 2,229 | 2,412 | 2,371 | 2,744 | 2,831 | 15.7 |
| GPM(%) | 36.7 | 33.0 | 32.1 | 33.5 | 35.5 | 38.1 | 37.4 | 7.3 |
| 판매비 | 1,137 | 1,648 | 1,571 | 1,934 | 1,536 | 1,832 | 1,837 | 19.3 |
| 영업이익 | 667 | 445 | 658 | 478 | 835 | 913 | 994 | 9.3 |
| OPM(%) | 13.6 | 7.0 | 9.5 | 6.6 | 12.5 | 12.7 | 13.2 | 1.6 |

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 73.5%, 특판 및 해외영업 18%, 온라인 8.5%로 구성 (2019년 3분기 기준)
- 2018년 매출액 약 254억원, 당기순이익 21억원, 순자산 공정가치 60억원 초과. 부동산 가치만 40억원 초과

1) 손익분석(연결기준)

| (단위: 억원) | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 3Q19 |
|----------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 매출액 | 351 | 489 | 795 | 1,486 | 2,019 | 2,396 | 2,845 | 2,331 |
| 매출총이익 | 84 | 116 | 217 | 396 | 525 | 677 | 848 | 672 |
| 판매비와관리비 | 76 | 94 | 150 | 308 | 356 | 522 | 617 | 485 |
| 영업이익 | 8 | 23 | 68 | 88 | 169 | 155 | 231 | 187 |
| 당기순이익 | 6 | 18 | 54 | 60 | 90 | 113 | 168 | 141 |

자료: 해마로푸드서비스(주)

- COGS Rate : 2012년 76.1%에서 2018년 70.2%까지 점차 줄어듦 (구매력 증가 및 효율성 증가)
- 향후 Cost Structure : 점포 수 증가에 따라 구매력은 상승하고 물류 효율성 등 증가 판관비율 감소 (2018년 4분기에 맘스터치 신제품 인크레더블 버거 출시로 인해 일시적인 광고선전비 증가)

8. 해마로푸드서비스(주) 투자포인트



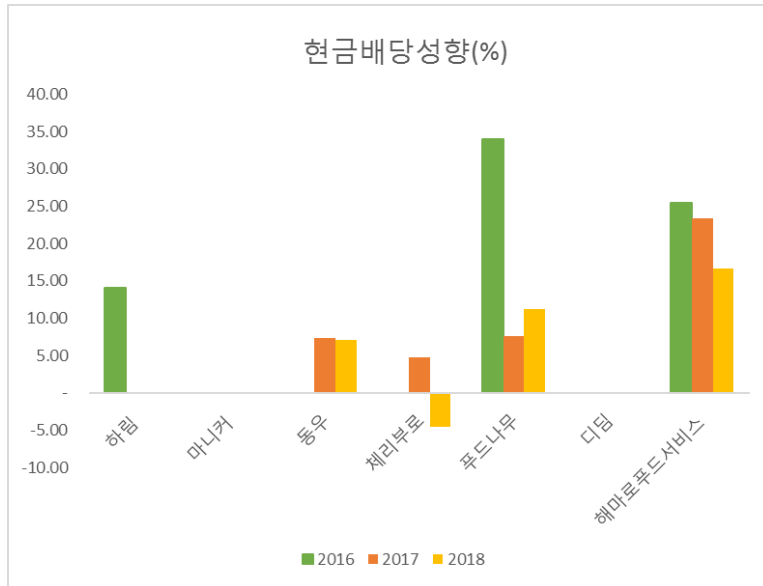
2) Peer Valuation

(단위: M\$,배)

| 기업명 | 연도 | 레드로빈 고메버거 | 다든 레스토랑 | 잭인더박스 | 맥도날드 | 헤빗 레스토랑 | 웬디스 | 암!브랜드 | 줄리비푸드 | 해마로 푸드서비스 |
|-----------------|------|--------------|------------|-------|---------|------------|-------|--------|-------|--------------|
| MKT Cap. | 2018 | 347 | 10,809 | 2,180 | 135,841 | 221 | 3,590 | 12,708 | 6,144 | 178 |
| Sales | 2016 | 1,303 | 6,934 | 1,162 | 24,622 | 284 | 1,435 | 7,075 | 2,332 | 168 |
| | 2017 | 1,388 | 7,170 | 1,097 | 22,820 | 332 | 1,223 | 7,769 | 2,677 | 224 |
| | 2018 | 1,339 | 8,080 | 869 | 21,025 | 402 | 1,590 | 8,415 | 3,072 | 255 |
| COGs | 2016 | 845 | 5,392 | 588 | 14,417 | 131 | 759 | 5,612 | 1,908 | 124 |
| | 2017 | 909 | 5,601 | 543 | 12,200 | 158 | 534 | 5,822 | 2,197 | 161 |
| | 2018 | 884 | 6,335 | 330 | 10,239 | 192 | 896 | 6,434 | 2,551 | 179 |
| GPM | 2016 | 21.4% | 22.2% | 38.9% | 41.4% | 53.9% | 47.1% | 20.7% | 18.2% | 26.0% |
| | 2017 | 34.5% | 21.9% | 50.5% | 46.5% | 52.4% | 56.3% | 25.1% | 17.9% | 28.2% |
| | 2018 | 34.0% | 21.6% | 62.0% | 51.3% | 52.2% | 43.6% | 23.5% | 16.9% | 29.8% |
| OP | 2016 | 12 | 622 | 191 | 7,745 | 13 | 315 | 634 | 130 | 14 |
| | 2017 | 39 | 678 | 242 | 9,553 | 7 | 215 | 778 | 134 | 14 |
| | 2018 | -10 | 767 | 232 | 8,823 | 5 | 250 | 941 | 150 | 21 |
| OPM | 2016 | 0.9% | 9.0% | 16.4% | 31.5% | 4.6% | 22.0% | 9.0% | 5.6% | 8.4% |
| | 2017 | 2.8% | 9.5% | 22.1% | 41.9% | 2.1% | 17.6% | 10.0% | 5.0% | 6.5% |
| | 2018 | -0.7% | 9.5% | 26.7% | 42.0% | 1.2% | 15.7% | 11.2% | 4.9% | 8.1% |
| PER | 2016 | 65 | 24 | 26 | 22 | 64 | 28 | 19 | 34 | 19 |
| | 2017 | 24 | 23 | 23 | 27 | 60 | 21 | 40 | 38 | 18 |
| | 2018 | N/A | 18 | 20 | 24 | 81 | 8 | 19 | 38 | 12 |
| PBR | 2016 | 2.1 | 4.3 | N/A | N/A | 3.1 | 6.1 | 4.2 | 0.1 | 4.2 |
| | 2017 | 1.9 | 5.2 | N/A | N/A | 1.7 | 6.8 | 5.5 | 0.1 | 3.6 |
| | 2018 | 0.9 | 4.9 | N/A | N/A | 1.8 | 5.5 | 4.4 | 0.1 | 2.7 |
| PSR | 2016 | 0.6 | 1.2 | 2.2 | 3.8 | 1.3 | 2.2 | 1.4 | 1.8 | 0.9 |
| | 2017 | 0.5 | 1.5 | 2.5 | 5.9 | 0.6 | 3.2 | 2.0 | 2.1 | 0.9 |
| | 2018 | 0.3 | 1.3 | 2.5 | 6.5 | 0.6 | 2.3 | 1.5 | 2.0 | 0.7 |

자료: Nasdaq, Brand Official Homepage

3) 배당정책



| 구분 | 주식의 종류 | 2019.3Q | 2018 | 2017 | 2016 |
|-------------|----------------|---------|--------|--------|-------|
| | 주당액면가액(원) | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | (연결)당기순이익(백만원) | 14,063 | 16,808 | 11,255 | 8,946 |
| | (별도)당기순이익(백만원) | 13,570 | 14,432 | 10,310 | 9,295 |
| | (연결)주당순이익(원) | 154 | 181 | 121 | 107 |
| | 현금배당금총액(백만원) | 1,894 | 2,817 | 2,629 | 2,281 |
| | 주식배당금총액(백만원) | - | - | - | - |
| | (연결)현금배당성향(%) | 13.5 | 16.6 | 23.4 | 25.5 |
| 현금배당수익률(%) | - | 0.8 | 1.4 | 1.4 | 1.4 |
| | - | - | - | - | - |
| 주식배당수익률(%) | - | - | - | - | - |
| | - | - | - | - | - |
| 주당 현금배당금(원) | - | 20 | 30 | 28 | 25 |
| | - | - | - | - | - |
| 주당 주식배당(주) | - | - | - | - | - |
| | - | - | - | - | - |

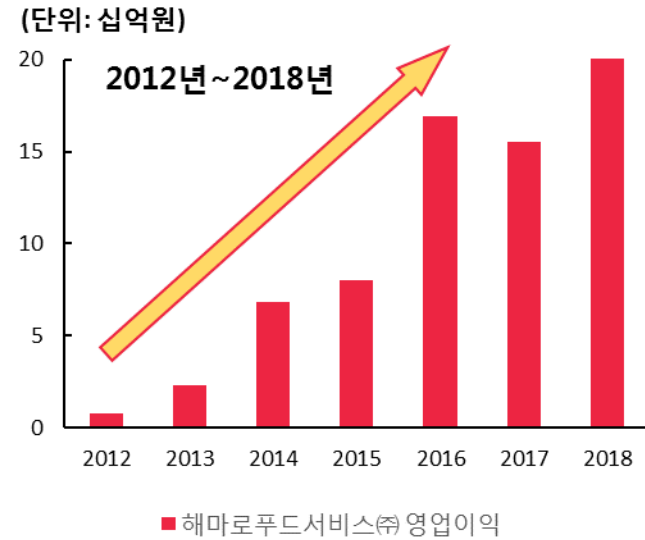
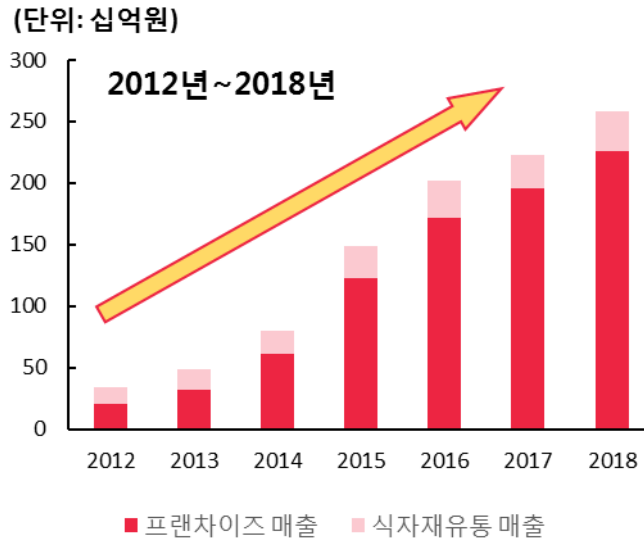
<동종업계 현금배당성향>

<해마로푸드서비스(주) 배당에 관한 사항>

- 해마로푸드서비스(주)의 2018년 배당수익률은 1.4%로, 당기순이익 대비 16.6% 배당금 지급
- 향후에도 이러한 배당 정책으로 주주환원에도 지속 관심을 기울일 것
- 2019년 7월 첫 중간배당 실시로 주당 20원(배당수익률 0.8%) 배당금 지급

자료: DART 정기공시 자료

8. 해마로푸드서비스(주) 투자포인트



- 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
- 맘스터치, 붐바타, 슈가버블이 SG&A 레벨의 시너지 창출 및 구매력 증가로 원가율 인하 가능
- 맘스터치 매장 서울 비중 10.0%, But 인구 비중 20%. 서울이 점당 매출액 1등(구매력 가장 높은 지역)
- 맘스터치는 가맹 100%, 자체 투자에 대한 리스크가 ZERO
- 맘스터치, 카카오톡 기프티콘등 모바일 사업, HMR(가정간편식) 시장 진출 및 온라인 물에 따른 추가 매출 확대
- 붐바타 ASP는 맘스터치와 같은 수준, 수도권 오피스 상권 위주 점포 확장

Thank you



Contact us

E-Mail ir@haimarrow.co.kr

Phone 82-2-6933-7142