

HAIMARROW FOOD SERVICE

(220630.KQ)

MOM'S
TOUCH



Boombata
화덕 샌드위치 & 피자



KRX
KOREA EXCHANGE

Path to Growth
KOSDAQ

Disclaimer

본 자료는 한국채택국제회계기준에 따라 작성된 재무 실적 추정치를 기준으로 작성되었습니다.

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

따라서, 해마로푸드서비스(주)는 본 자료에 서술된 재무정보 및 영업 성과의 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 투자 환경, 회사의 전략적 목표 수정에 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 경영 목표일 뿐 예측 및 전망 자료가 아님을 다시 한번 강조하오니 투자판단에 유의하여 주십시오.

Contents

- 1 회사 소개
- 2 국내 외식 프랜차이즈 산업 전망
- 3 주요 사업 현황
- 4 해외 진출 현황
- 5 Peer Valuation
- 6 배당 정책
- 7 재무제표

1. 회사 소개

HISTORY

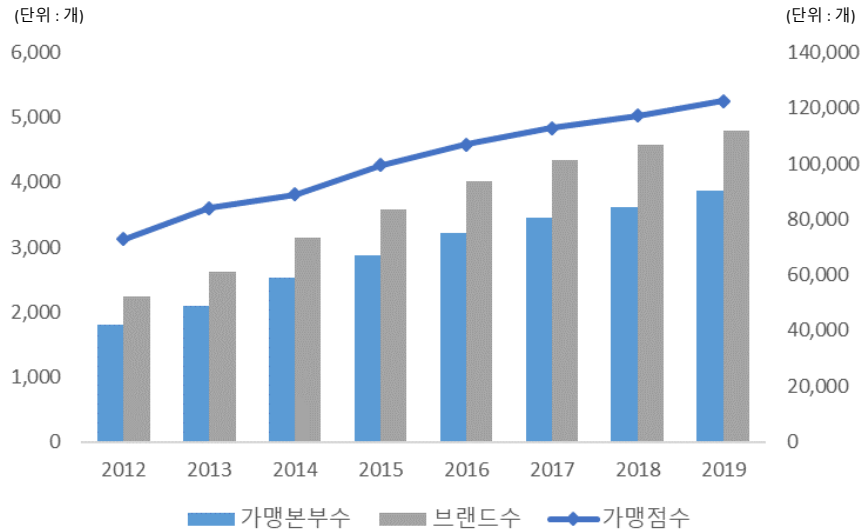
2004 ~
2019

회사명	해마로푸드서비스 (주) / HAIMARROW FOOD SERVICE CO., LTD.
CEO	이 병 윤
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	연결 2,889억원 (2019.12)
자본금	102억원 (2020.09)
홈페이지	www.haimarrow.co.kr / www.momstouch.co.kr
사업분야	프랜차이즈 사업부와 식자재 유통 사업부
임직원 수	194명 (2020.09)

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 카벤디쉬 한국 에이전시 특점 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. 국내 외식 프랜차이즈 산업 전망

❖ 국내 외식 프랜차이즈 산업 추이



자료 : 공정거래위원회 가맹사업정보공개서, 통계청

- 국내 외식 프랜차이즈 가맹본부, 브랜드, 가맹점 수는 매년 지속 성장
- 국내 외식 시장 규모는 2018년 130조원으로 2016년 대비 약 10% 성장
- 국내 외식 프랜차이즈 시장은 외식 시장 전체의 20%로 약 24조원 시장

❖ 국내 외식 프랜차이즈 산업 추이

1인 가구 증가

- 인구 구조적(질적) 변화, 1인 가구의 확대
- 해먹는 문화 < 사먹는 문화
- 부담 없이 혼자 즐길 수 있는 프랜차이즈

배달 영역 확대

- 음식 배달 시스템 및 App 시장의 성장
- 배달 용기의 발전, 모든 음식 배달 가능
- 배달을 통한 프랜차이즈 사업 영역 확장

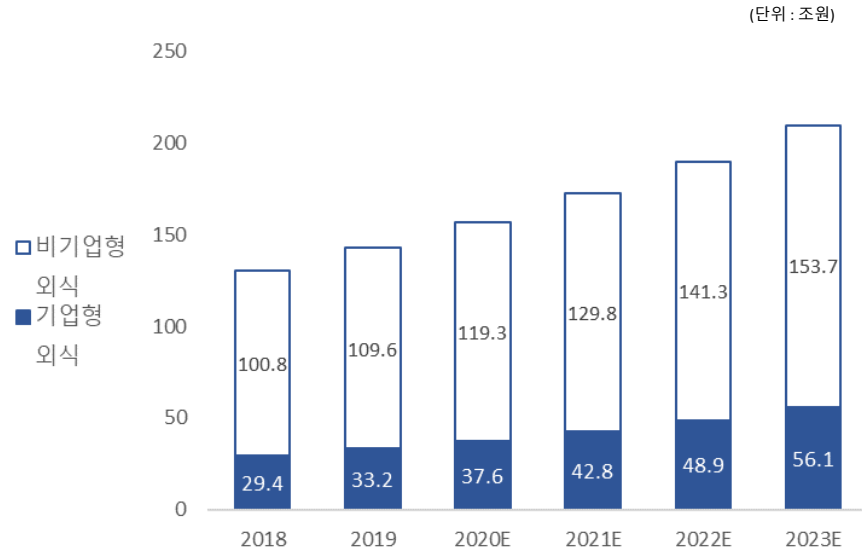
필수적 소비재

- 음식물 섭취는 생존을 위한 필수적 행위
- 요식업은 필수적 소비재 판매업
- 인류 문화에서 절대 사라질 수 없는 산업

- 1인 가구 및 혼밥족 증가로 사먹는 문화 발달, 음식 배달 시장 확대에 따른 사업 확장 등은 필수 소비재 산업인 프랜차이즈 요식업의 지속적 성장을 견인

2. 국내 외식 프랜차이즈 산업 전망

❖ 기업형 / 비기업형 외식시장 규모

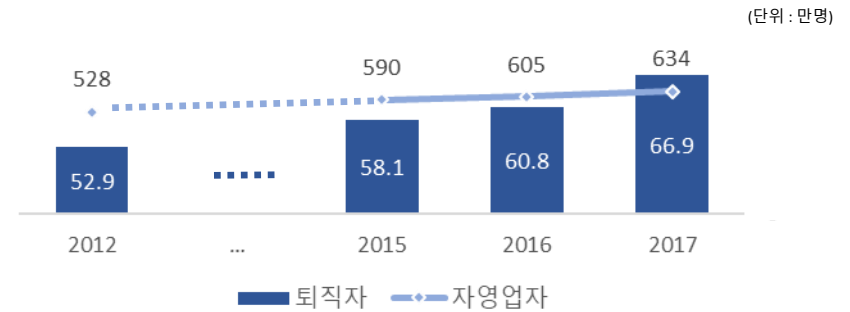


자료 : 통계청

- 국내 외식 시장은 외식 프랜차이즈와 체인으로 이루어진 기업형 외식 과 단독 매장으로 이루어진 비기업형 외식으로 나눌 수 있음
- 2018년 기준, 비기업형 외식은 전체 외식 시장의 약 78%를 점유하며, 기업형 외식 대비 큰 절대 규모를 보유함
- 한편, 시장의 성장은 기업형 외식이 주도하고 있는데, 이는 외식 프랜차이즈의 확대에 기인함

❖ 기업형 외식 성장 원인

[퇴직자 및 자영업자 지속 증가]



- 2010년대 이래로 베이비부머 세대의 은퇴가 본격화되어 미숙련 자영업자가 창업시장에 대거 유입되고 있음
- 미숙련 자영업자는 안정성이 높은 프랜차이즈를 선택함

[소비자의 프랜차이즈 선호]



- 소비자는 프랜차이즈가 일정한 수준의 맛과 서비스를 보장할 것이라는 믿음을 가지고 있음
- 먹거리의 안전성이 중시되는 추세로 프랜차이즈에 대한 선호는 향후에도 지속될 것으로 보임

2. 국내 외식 프랜차이즈 산업 전망

(단위: %)

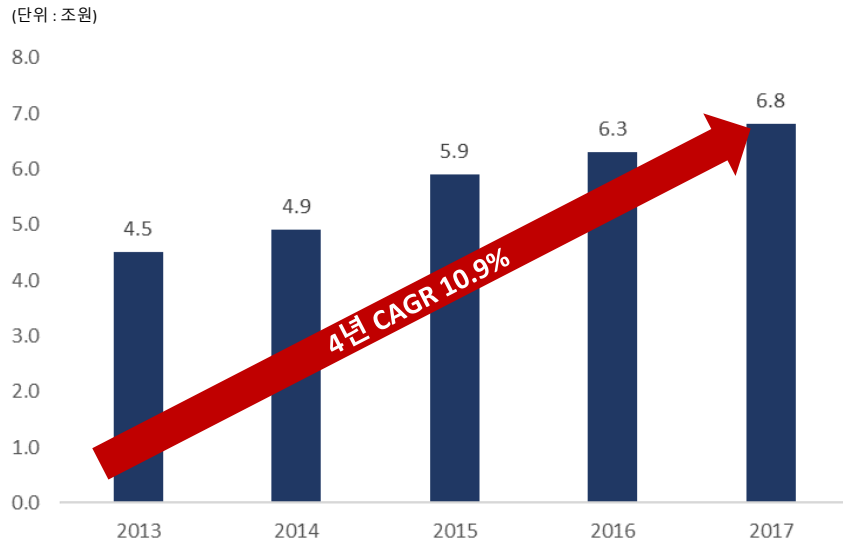
업종	기업형	비기업형
한식	7.7	92.3
중식	1.3	98.7
일식	9.4	90.6
서양식	18.7	81.3
기타 외국식	26.6	73.4
기타 음식점	19.6	80.4
제과	33.6	66.4
햄버거, 피자, 치킨	64.6	35.4
분식 및 김밥	15.2	84.8
주점	8.2	91.8
비알콜 음료점업	24.5	75.5

자료 : 통계청

- 햄버거, 피자는 전체 업종 중 기업형 시장의 비중이 가장 높음
 - 도입 초기부터 프랜차이즈 중심으로 시장이 형성되었음
 - 기업화된 프랜차이즈 및 직영 체인이 시장 성장을 주도함
 - 타 업종 대비 비기업형 식당이 규모화를 달성하여 기업형 시장으로 진입할 가능성 낮음

2. 국내 외식 프랜차이즈 산업 전망

❖ 햄버거, 치킨, 피자 프랜차이즈 부문 매출 추이



자료 : 공정거래위원회 가맹사업정보공개서

- 햄버거, 치킨, 피자 업종 매출 합산액은 2013년 4.5조원에서 2017년 6.8조원으로 4년간 51% 성장
- 동기간 CAGR 10.9%에 해당하여 빠른 성장세를 지속

❖ 햄버거, 치킨, 피자 브랜드 가맹점 수 비교

순위	2014년	2018년
1	bbq 1,684	bbq 1,636
2	페리카나 1,235	bhc 1,469
3	LOTTERIA 1,131	LOTTERIA 1,207
4	테너치킨 1,128	MOM'S TOUCH IN 1,167
5	KyöChon 1991 965	페리카나 1,144
6	처갓집 양념 치킨 888	테너치킨 1,140
7	Goobne 877	KyöChon 1991 1,073
8	bhc 873	처갓집 양념 치킨 1,025
9	또래오래 Chikdom OUT 808	Goobne 1,015
10	nosigi 802	nosigi 826

자료 : 공정거래위원회 가맹사업정보공개서

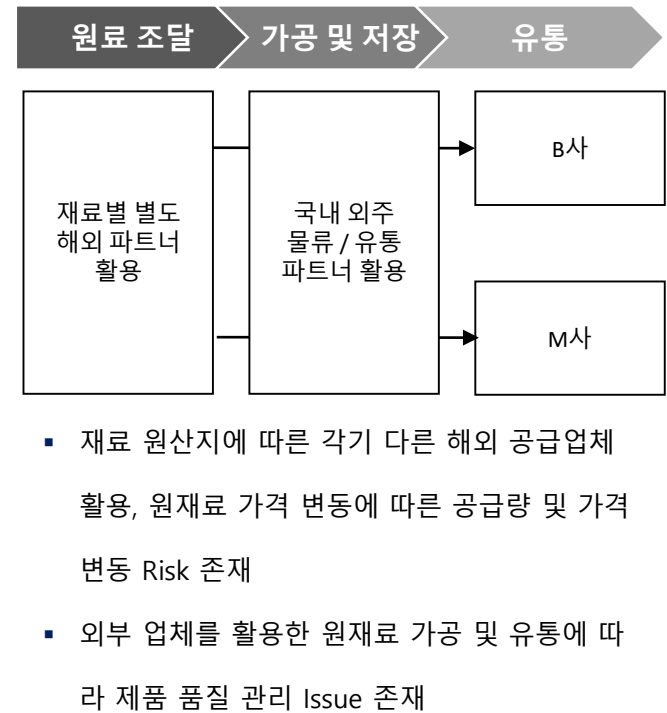
- 2014년 대비 2018년 Top 10 중 1개 브랜드만 교체 (또래오래 Out, 맘스터치 In)
- 기존 브랜드 중 BBQ, 페리카나를 제외한 모든 Top 브랜드의 가맹점 수가 증가할 정도로 충성된 꾸준한 수요가 존재하는 시장

3. 주요 사업 현황

❖ Supply Chain 수직 계열화를 통한 수급 안정성 확보







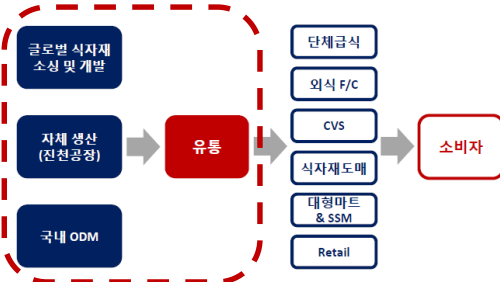
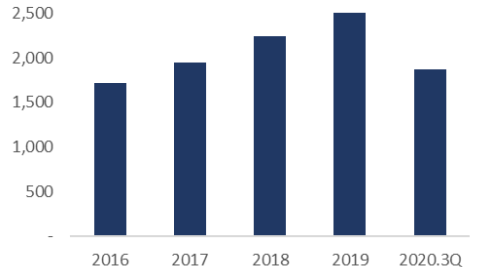
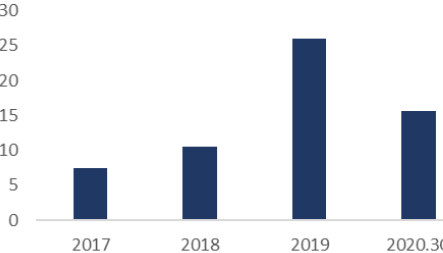
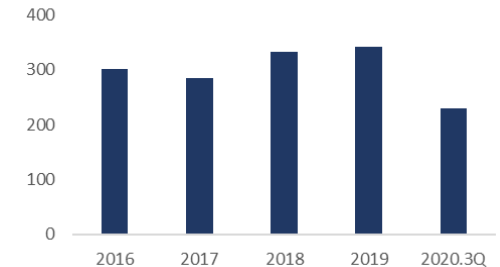
❖ 경쟁사 Supply Chain



- 가맹점 대상 판매 금액의 상당수를 차지하는 싸이버거 패티 / 가슴살 패티 / 맘스하프마일드 치킨의 최근 3년간 구매 원가는 유지 및 소폭 하락
- 경쟁사 대비 수직계열화 기반 안정적인 원재료 수급 체계를 보유하고 있으며, 향후 구매 수량 상승에 따른 Volume Discount 등 능동적 구매 관리를 통한 운영 효율화 가능

3. 주요 사업 현황

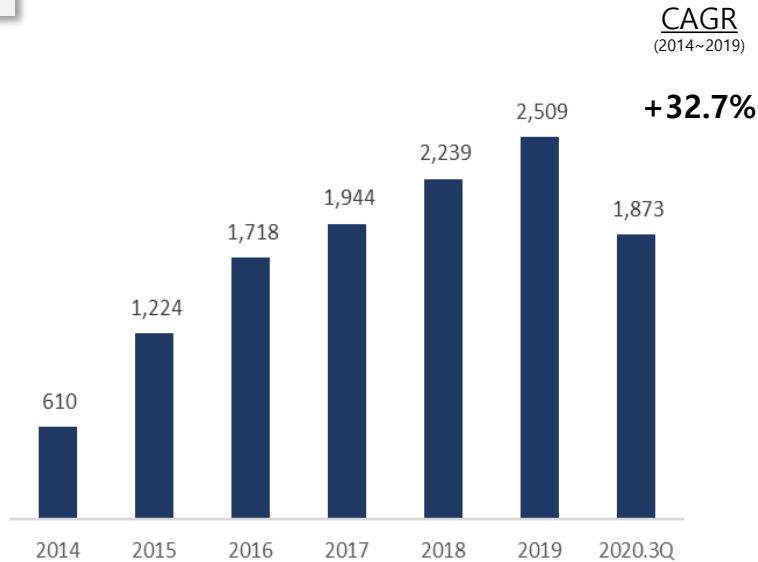
(2020.09.30 별도 기준)

구분	프랜차이즈 사업 맘스터치	프랜차이즈 사업 불바타	식자재유통사업
매출액	1,873억	16억	229억
매출총이익	584.7억	7.0억	33.5억
주요 현황	<p>▪ 주요 판매 제품</p>  <p>싸이버거 언빌리버블버거 인크레더블버거</p>  <p>치파오 간장마늘치킨 내슈빌핫통다리</p>	<p>▪ 주요 판매 제품</p>  <p>그릴드치킨 샌드위치 치즈플 샌드위치 베이컨 포테이토피자</p>  <p>그릴드치킨 삼피자 토마토치즈 파스타</p>	<p>▪ 주요 판매 제품</p> 
	<p>▪ 매출액 (단위: 억원)</p> 	<p>▪ 매출액 (단위: 억원)</p> 	<p>▪ 매출액 (단위: 억원)</p> 

3. 주요 사업 현황 - 맘스터치

❖ 맘스터치 주요 재무실적

매출
(단위 : 억원)



점포
(단위 : 개)

연도	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR (2016~2020)
점포	559	825	1,001	1,100	1,167	1,243	1,293	+6.6%

ASP
(단위 : 원)

ASP	-	-	10,144	10,234	10,752	11,053	11,760	+3.8%
-----	---	---	--------	--------	--------	--------	--------	-------

자료 : 회사 매출액 기준







❖ 주요 성장 동력

- 초기 경상 지방 중심으로 점포 확대, 전라 / 수도권 지역 점포 확장 하며 전국 단위 Coverage 구축
- 지역 별 점포 수는 경상 429개, 경기 279개, 충청 186개 등으로 수도권 이남지역 중심 사업 영위 (2020.10)
- 점포 수 확대에 따른 접근성 향상과 지속적인 신 메뉴의 출시로 객수 및 ASP 모두 상승하며 점당 매출 증가
- 접근성 좋은 주거 및 초/중/고 지역 밀착형 점포 출점
- 언빌리버블버거, 인크레더블버거 등 Mega Hit 제품 출시
- 지속적 원가절감 및 비용 효율적인 점포 / 마케팅 운영으로 높은 수준의 수익성 확보
- Supply Chain 협력업체 관리, SNS 기반의 효율적 마케팅 진행

3. 주요 사업 현황 - 맘스터치

❖ 경쟁사 가격 비교

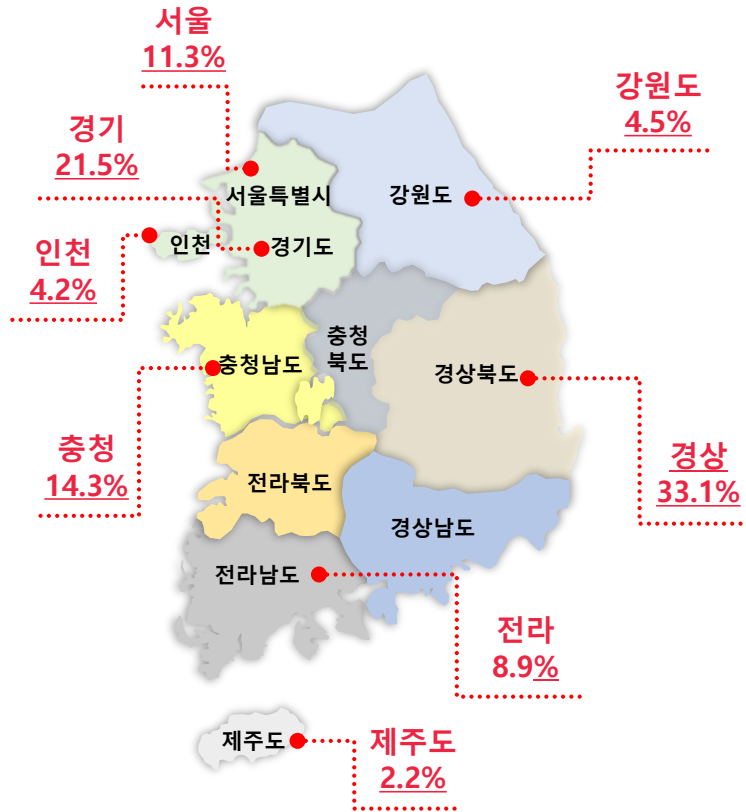
(단위: 원)

항목	맘스터치	롯데리아	맥도날드	버거킹	KFC	파파이스
	싸이버거	T-REX 버거	맥스파이시 상하이버거	오리지널 통치킨버거	징거버거	케이준통버거
메뉴						
가격	5,800	5,900	5,900	6,400	6,600	7,700

자료: 각 사 홈페이지

3. 주요 사업 현황 - 맘스터치

❖ 전국 매장 수 현황



지역	매장 수				구성비(% 20년 10월)	L사 (2019)
	(17년 12월)	(18년 12월)	(19년 12월)	(20년 10월)		
서울	76	99	125	146	11.3	191
경기	220	240	260	279	21.5	320
인천	55	53	53	55	4.2	79
충청	169	178	185	186	14.3	187
전라	104	109	115	116	8.9	142
경상	397	407	420	429	33.1	355
강원	55	55	57	58	4.5	54
제주	24	26	28	28	2.2	14
총계	1,100	1,167	1,243	1,297	100.0	1,342

- 맘스터치의 서울시 매장은 인구 1만명당 약 0.13개 수준으로 L사의 0.2개 대비 낮은 수준 (2019.12)
- 유동인구가 집중되는 서울시의 8개 지역(강남,송파,종로 등)을 별도 계산할 경우, 맘스터치 매장은 평균 0.11개로 L사(0.23개) 대비 적은 매장을 출점 중
- 업무 중심 지역 및 주요 상권의 경우 유동 인구 대비 거주 인구 수가 낮은 점을 고려하면 서울 지역에서의 추가 출점 여력은 매우 높은 수준으로 판단

3. 주요 사업 현황 - 맘스터치

❖ 점포 수 증감 추이 비교

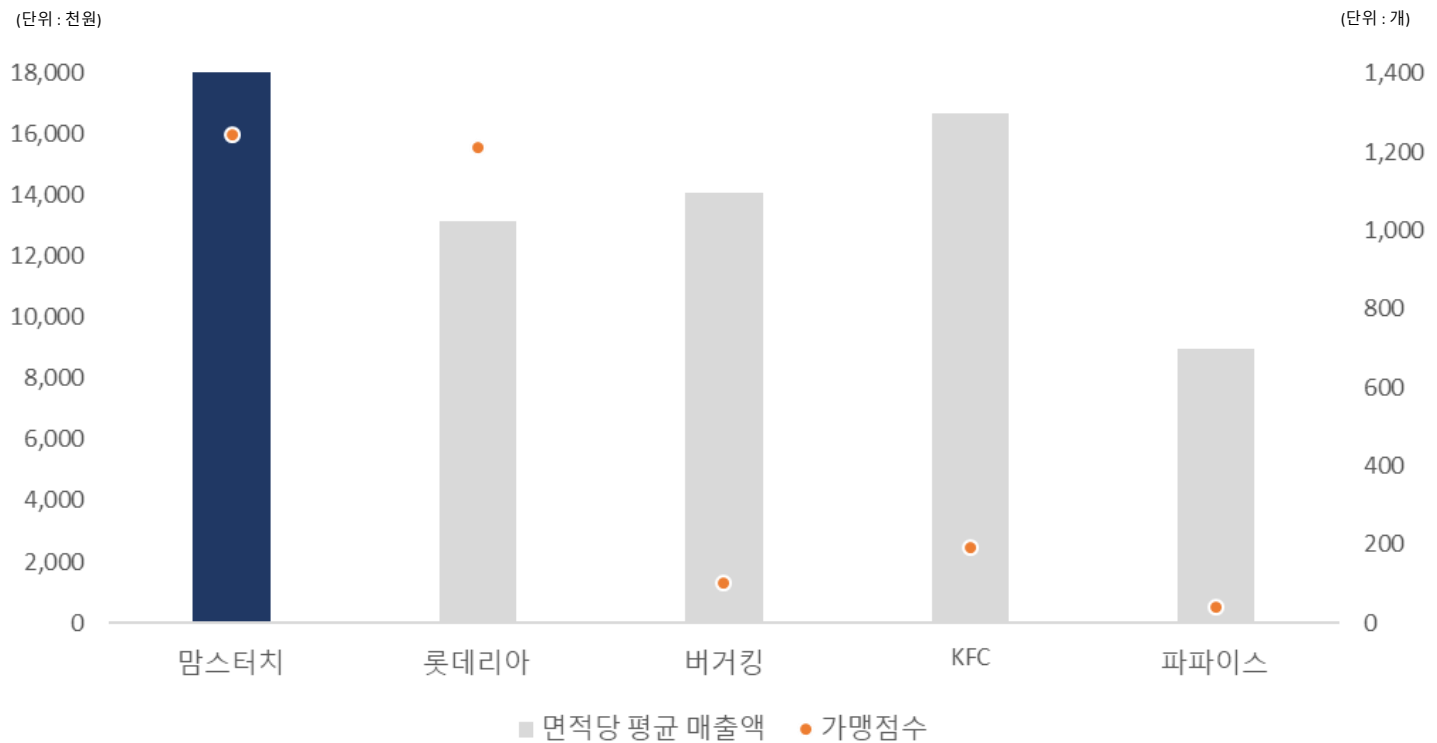


자료: 공정거래위원회 가맹사업정보공개서, 업계 추산 자료

- 가격, 맛, 서비스에서 타 브랜드와 차별화 → 가성비 및 가심비 충족
- 패스트푸드 최대 수요층인 20대의 전폭적인 지지
- 햄버거는 물론 치킨에서도 소비자 선호도 최상위에 위치한 유일한 브랜드

3. 주요 사업 현황 - 맘스터치

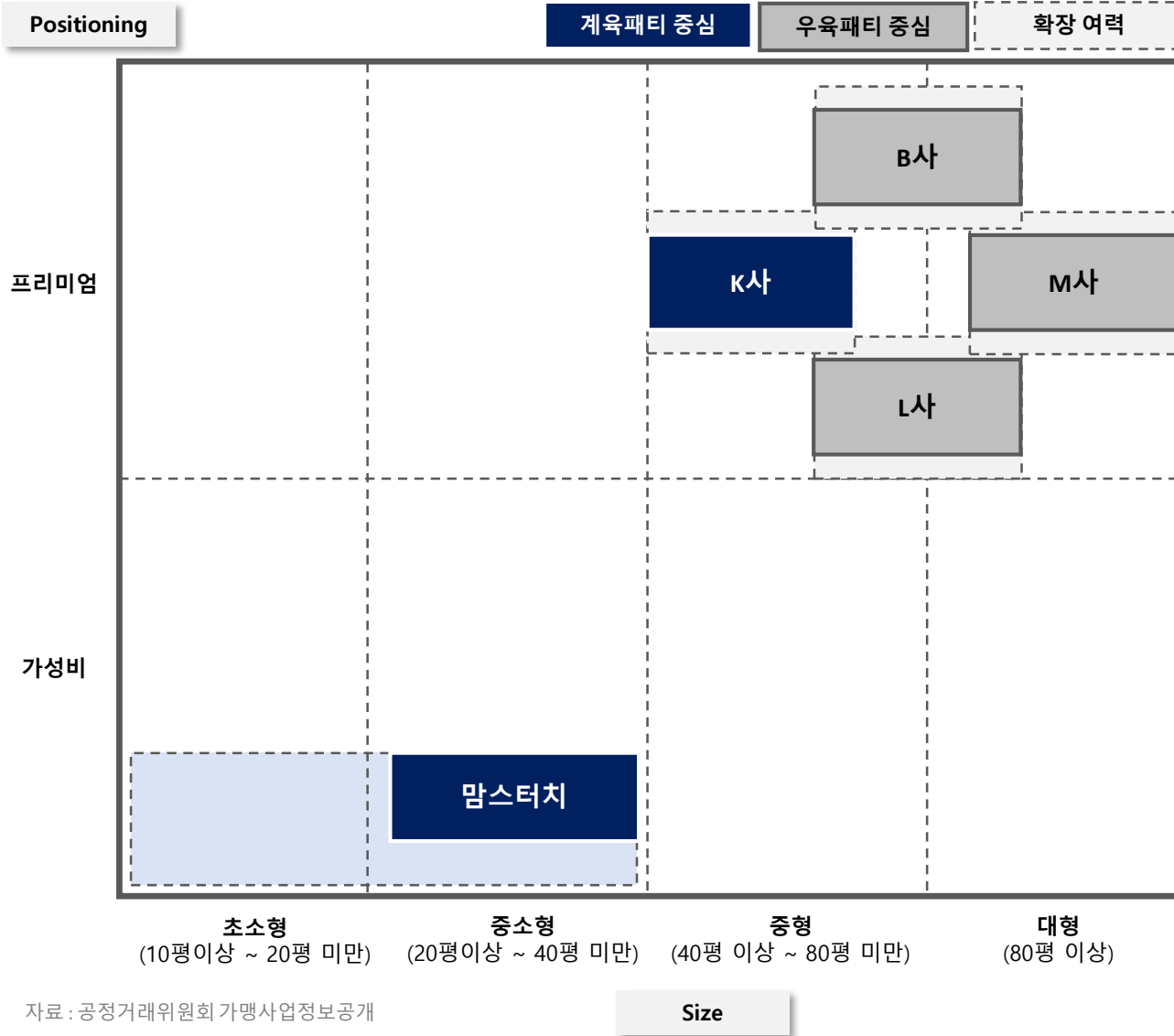
❖ 면적당 평균 매출액 및 가맹점 수



자료 : 2019 공정거래위원회 가맹사업정보공개서 (KFC는 직영점 기준)

3. 주요 사업 현황 - 맘스터치

❖ 햄버거 시장 경쟁 Matrix



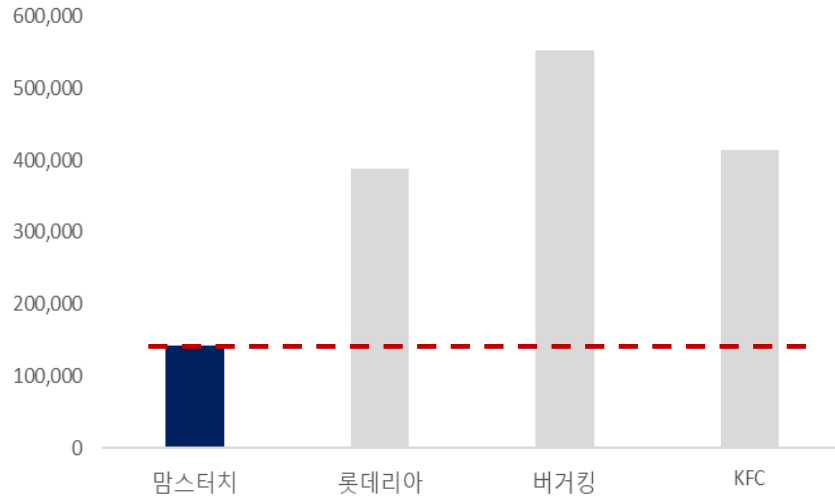
❖ Key Implications

- 경쟁사들은 프로모션 및 중저가 신제품 출시를 통해 가성비 강화를 시도하는 반면, 맘스터치는 프리미엄 신제품의 지속적인 출시를 통해 ASP 상승을 시도 중
- 경쟁사의 프로모션 기반 가격 대응은 장기적으로 어려울 것으로 판단됨
 - 경쟁사들은 역세권 상권에 대형 매장 보유 → 고정비 높음
 - 과도한 가성비 마케팅은 Brand Identity 훼손 가능성 있음
 - 기존 가성비 Positioning을 강조하던 롯데리아 외 업체는 장기적인 대응 어려울 것으로 예상
- 롯데리아는 소형 매장 출점 확대를 통해 맘스터치의 주요 상권인 중소형 상권 침투를 시도

3. 주요 사업 현황 - 맘스터치

❖ 신규 출점 비용

(단위 : 천원)



자료 : 2019 공정거래위원회 가맹사업정보공개서

- 가입비, 교육비, 보증금, 기타 비용 등 초기 투자비용 부담 가장 적음
- 평균 점포 면적과 점포당 인테리어 비용 부담 적음
- 부담 없이 낮은 출점 비용 전략을 통해 빠르게 신규 출점 가능
- 적은 초기 투자 비용과 높은 가맹 관리 효율성

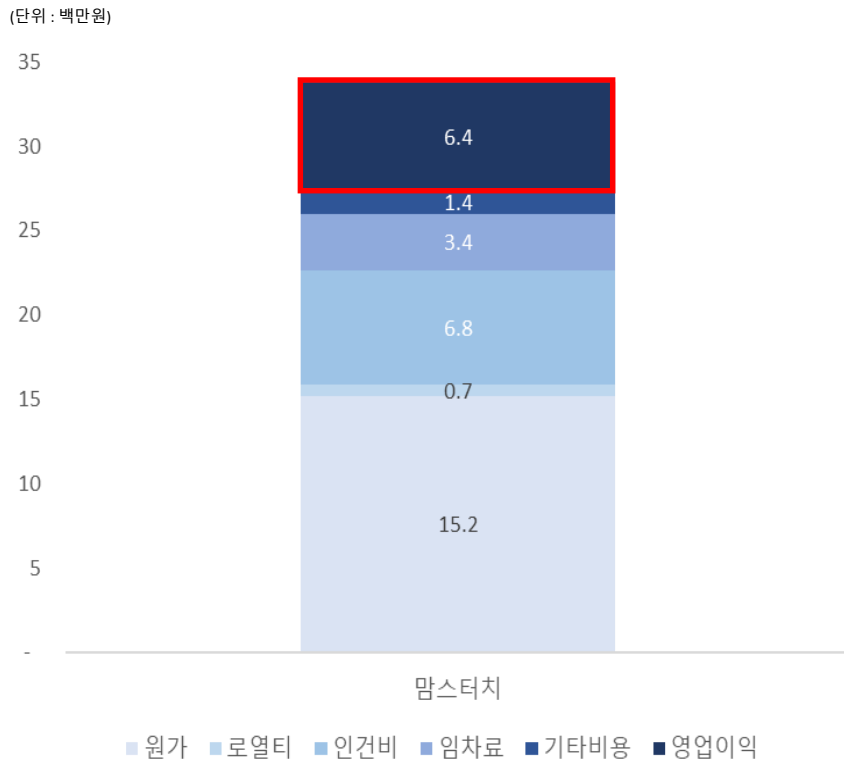
❖ 신규 출점 기준 비교

구분	맘스터치	경쟁사
매장 크기	중소형 규모 (100㎡ 이하)	대형매장 위주 (300㎡ 이상)
점포 위치	골목상권 (대학, 주택가 배후지)	중심상권 위치
메뉴	다양한 메뉴이지만 원재료의 단순화	다양한 메뉴
운영 방식	주문 후 조리, 슬로우푸드	사전 조리, 패스트푸드
소비자 인식	건강한 간편식, 수제버거	정크푸드
초기 출점비용	25평 기준, 1.4억	60~100평 기준, 3~5억원
초기비용 회수기간	매출액 기준 4개월	매출액 기준 1년 3개월
브랜드 로열티	점포 매출액의 1% 수준	점포 매출액의 4~6%

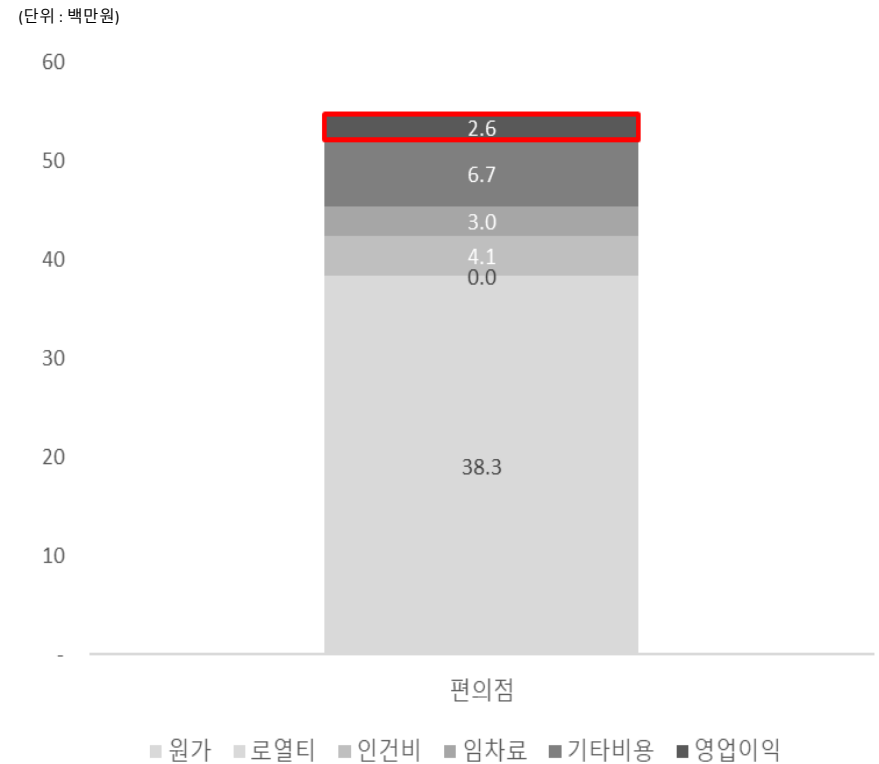
3. 주요 사업 현황 - 맘스터치

❖ 프랜차이즈 수익성 비교

[2019년 맘스터치 가맹점 이익 구조(월평균, VAT 포함)]



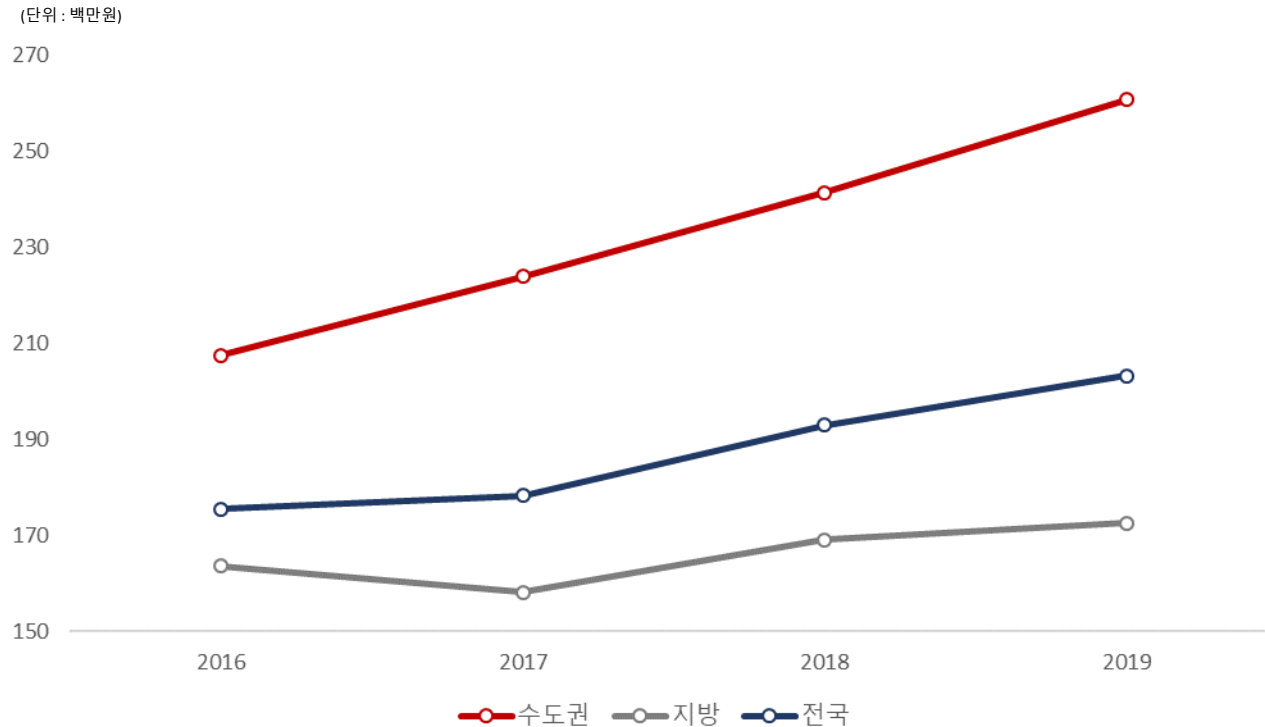
[2019년 편의점 이익 구조(월평균, VAT 포함)]



자료 : 하나금융투자, 주요 편의점 업체

3. 주요 사업 현황 - 맘스터치

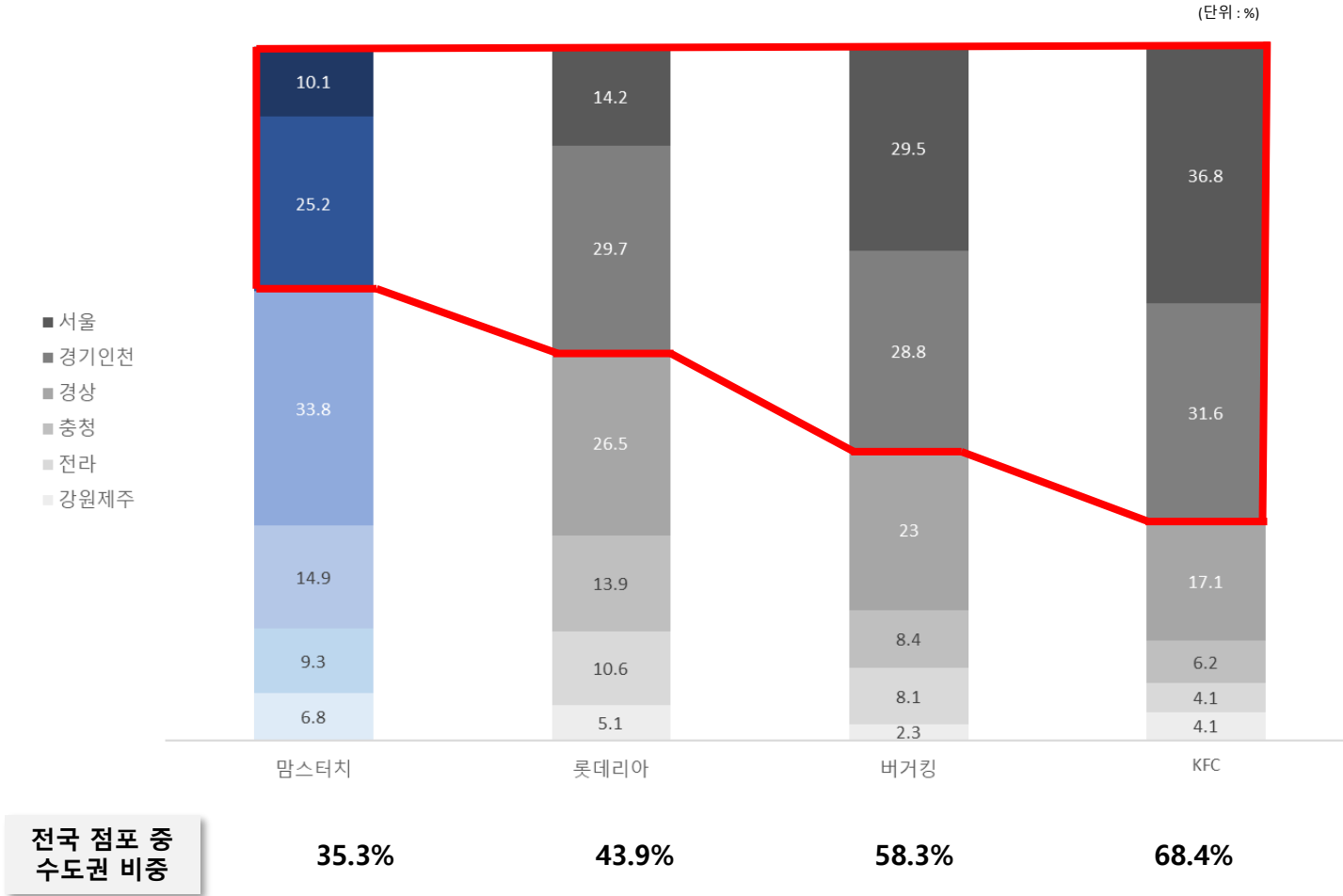
❖ 평균 매장당 매출액 (본사의 물류 매출액)



- M사의 햄버거병 파문이 있었던 2017년 지방의 평균 매장당 매출액은 감소 추이를 보였으나, 2018년에는 2016년 수준을 능가
- 심지어 M사의 햄버거병 파문에도 불구하고 2017년 전체 평균 매장 매출액은 유지
- 2018년부터는 수도권 기존 점포는 물론 신규 점포의 점포당 매출액 성장에 힘입어, 평균 5.5% 수준의 매장당 매출액 성장률을 시현

3. 주요 사업 현황 - 맘스터치

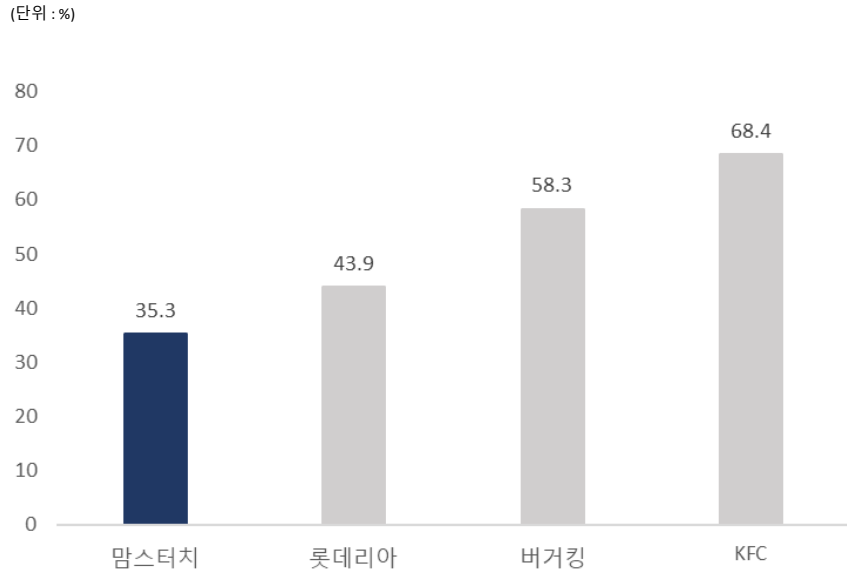
❖ 주요 햄버거 브랜드 지역별 점포 수 현황



자료 : 2019 공정거래위원회 정보공개서

3. 주요 사업 현황 - 맘스터치

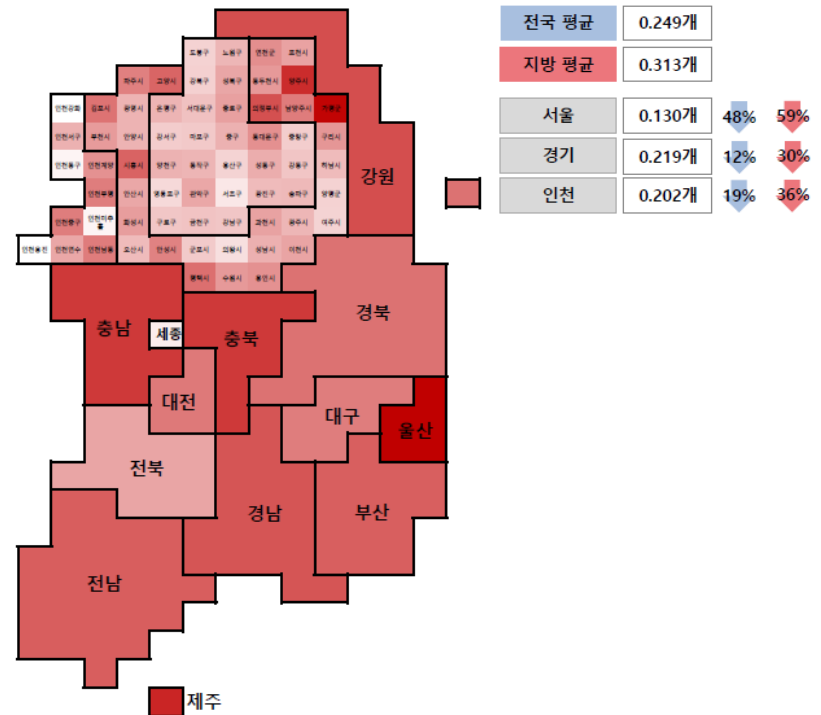
❖ 경쟁사 대비 수도권 매장 비중



자료 : 2019 공정거래위원회 가맹사업정보공개서

- 맘스터치의 초기 시장 개척 지역은 경상지역이었으며, 현재까지 충청 및 경기 지역 중심으로 성장
- 서울 지역 매장은 2018년부터 적극적인 공략을 시작하여, 2년 평균 36%의 빠른 성장률을 보이고 있으나, 타사와 비교할 경우 현저히 낮음

❖ 지역별 인구 1만명 당 매장 수

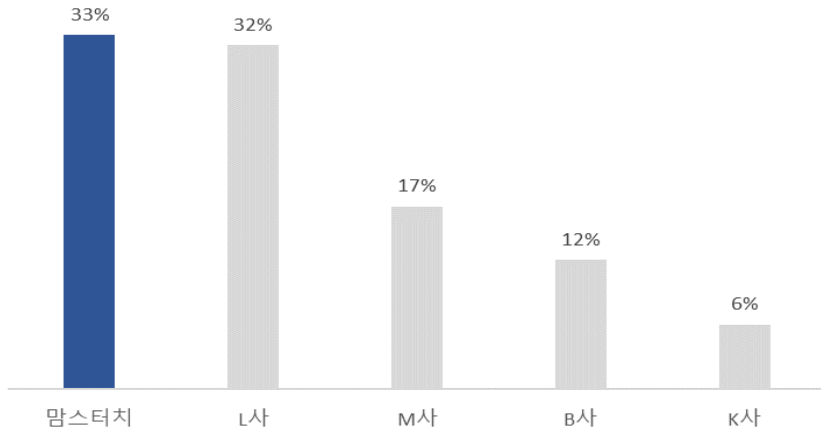


- 매장 수와 인구를 비례할 경우 서울 지역은 전국 평균 대비 약 48%, 수도권을 제외한 지방 평균 대비 약 59%의 확장 여력 보유
- 경기의 경우 전국 평균 대비 약 12%, 지방 평균 대비 약 30%의 추가 점포 확장 여력 보유

3. 주요 사업 현황 - 맘스터치

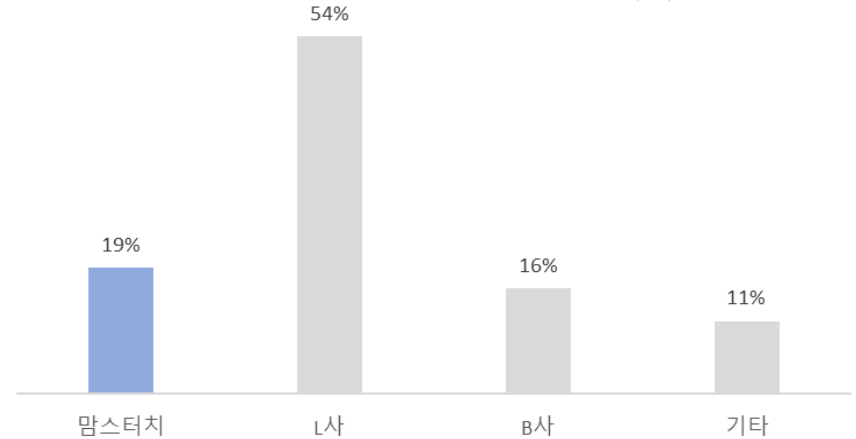
❖ 가격이 가장 합리적인 햄버거 브랜드

*N=4,746 / 1순위 응답 기준



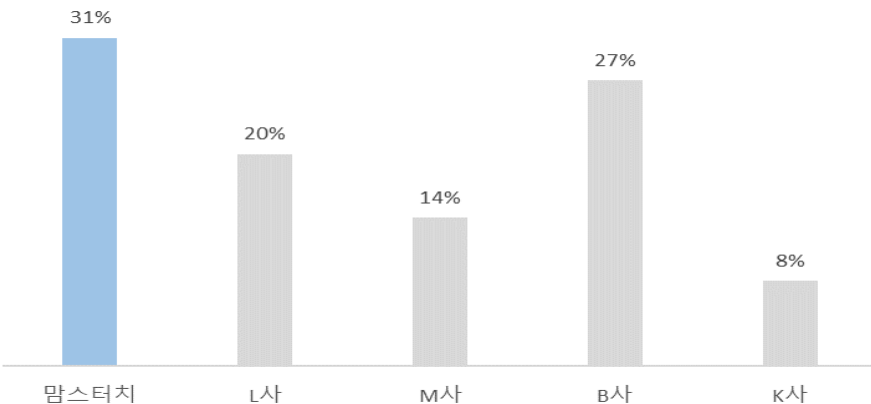
❖ 접근성이 가장 높은 브랜드

*N=1,600 / 1순위 응답 기준



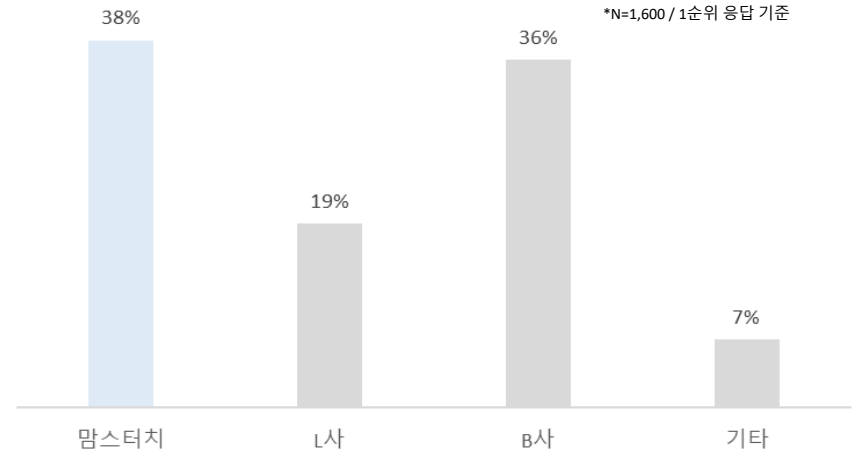
❖ 음식이 가장 맛있는 햄버거 브랜드

*N=4,746 / 1순위 응답 기준



❖ 재방문 의사가 가장 높은 브랜드

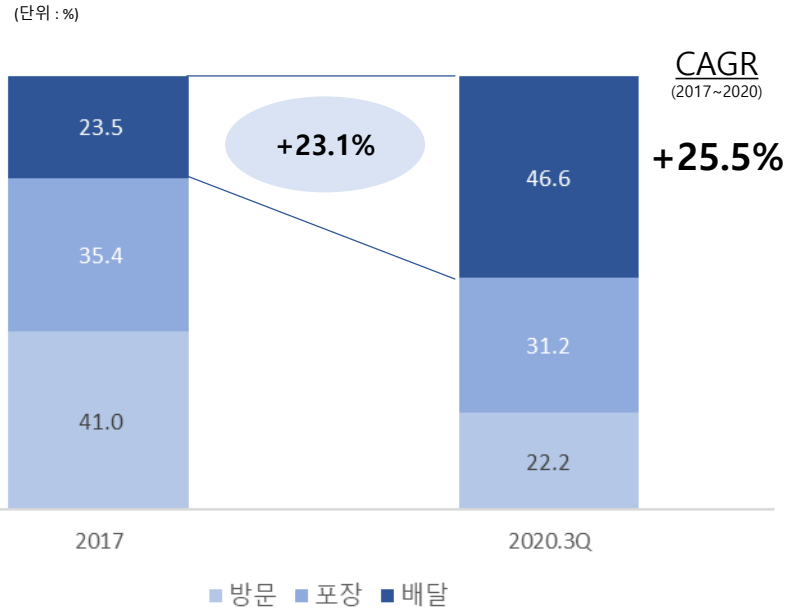
*N=1,600 / 1순위 응답 기준



자료 : 두잇서베이, 한경비즈니스/글로벌리서치 서베이

3. 주요 사업 현황 - 맘스터치

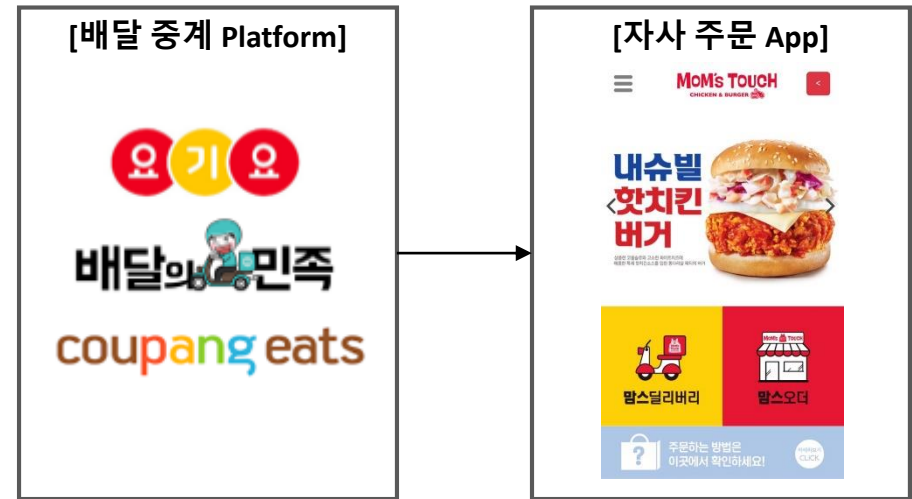
❖ 점당 월 평균 매출 구성



자료 : 2020.3Q의 경우 회사 추정 비율

- 수도권 및 5대 광역시를 중심으로 배달 매출 지속적으로 증가 추세
- 매장 또는 포장 ASP 대비 배달 ASP가 2배 수준

❖ 자사 주문 App

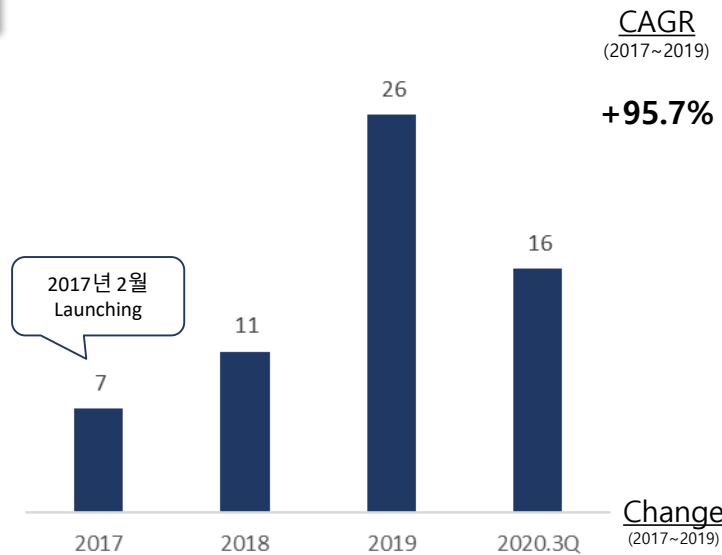


- 배달 App 사용 고객의 자사 주문 App 전환을 통한 가맹점주 부담 경감
- 2019년 9월 19일 자사 주문 App 정식 서비스 실시하며 기존 배달 App 사용 고객을 자사 App으로 전환
- 기존 배달 중개 App 사용 시 배달 수수료 지급, 자사 주문 App 사용 시 수수료 발생하지 않음
- 고객 데이터베이스 구축을 기반으로 하여 실시간 프로모션 등의 맞춤형 혜택 제공 가능

3. 주요 사업 현황 - 봄바타

❖ 봄바타 주요 재무실적

매출
(단위 : 억원)



	2017	2018	2019	2020.3Q	Change (2017~2019)
점포 (단위 : 개)	5	9	10	8	+5
직영	2	1	4	1	+2
가맹	3	8	6	7	+3
GP%	-	48.6%	52.3%	45.5%	+3.7%p

❖ 주요 성장 동력

- **[제품]** 샌드위치와 피자 모두 판매하고 있으며, 차별화 우위 보유한 화덕 피자를 주력 상품으로 Positioning
 - Fast Casual Dining 을 지향하며, 기존 레스토랑 / 배달 중심 브랜드로 이원화된 시장에서 차별적 입지 구축
- **[운영]** 직영점과 가맹점 혼합한 형태로 출점 전략 구사, 맘스터치 대비 자유도 높음
 - 가맹점의 경우 권역 보장 등의 이슈로 점포 확장 제한, 직영 운영 도입을 통한 공격적 침투 준비
- **[점포]** 수도권 중심으로 소비력 보유한 대학가 및 오피스 상권에 맘스터치 대비 규모가 작은 점포 개설 전략 구사
 - 2020년 10월 기준 점포 구성은 서울 2개, 경기 4개, 충청 2개로 수도권 중심 구성

자료: 회사 매출액 기준

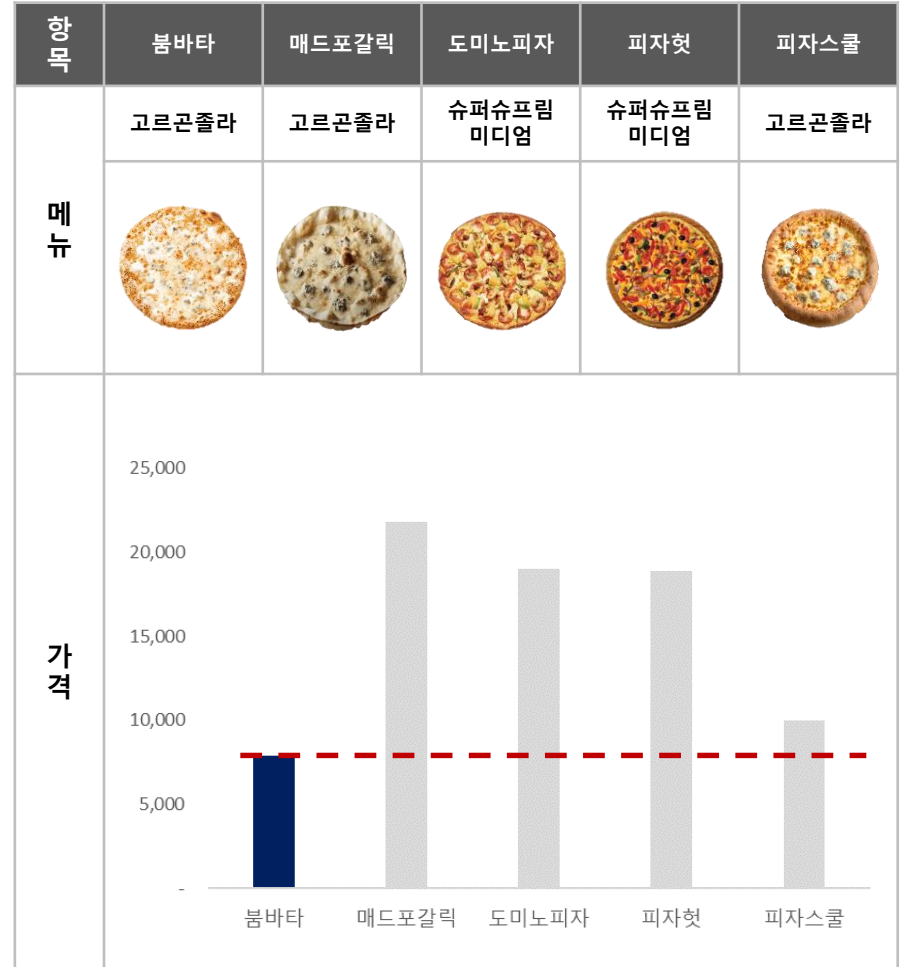
3. 주요 사업 현황 - 봄바타

❖ 경쟁사 가격 비교

(단위: 원)



(단위: 원)



자료: 각 사 홈페이지

3. 주요 사업 현황

❖ 국내 경쟁사 실적 비교

(단위: 십억원)	해마로 (2020.3Q)	해마로 (2019)	버거 프랜차이즈			
			맥도날드	버거킹	KFC	롯데리아
매출액	212	289	691	503	210	840
영업이익	19	19	4	18	4	21
당기순이익	21	13	(7)	6	(1)	7
자산	133	140	758	464	145	817
부채	34	59	364	311	143	563
자본	99	81	394	154	2	254
전체 사업장 수 (개)	1,293	1,243	436	383	193	1,342
가맹점 수 (개)	1,292	1,243	128	101	0	1,211
가맹점 비율 (%)	99.9	100.0	29.4	26.4	0.0	90.2
임직원수 (명)	194	227	28,389	890	2,659	1,952
인당 매출액 (백만원)	1,095	1,273	24	565	79	430

자료 : DART 정기공시 자료(연결 기준), 2019 공정거래위원회 가맹사업정보공개서(맥도날드는 2016년 자료)

- 롯데리아는 2017년~2018년 매출 역성장, 2017년 해마로 이외 버거 프랜차이즈 모두 적자
- KFC 한국법인은 PG, VAN 등 결제 사업을 주력으로 하는 KG그룹에 500억원(50M USD)에 매각

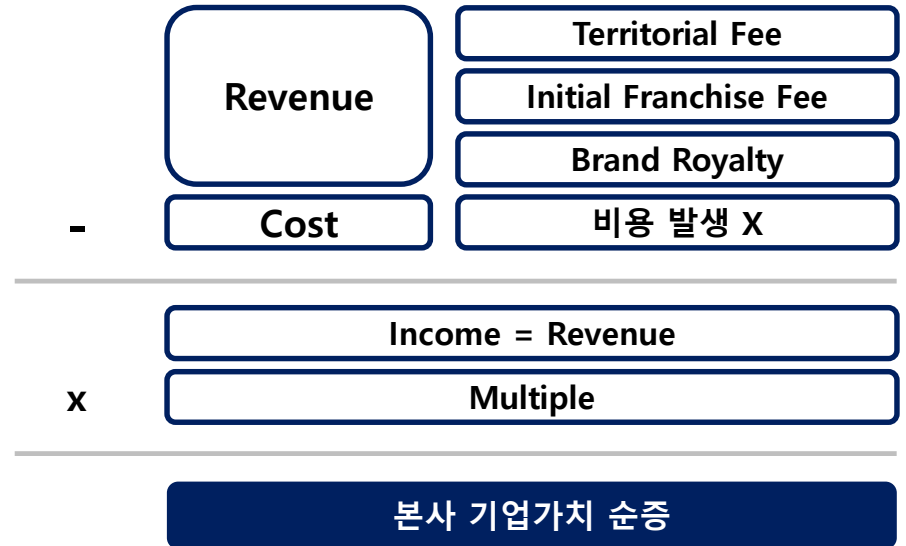
4. 해외 진출 현황

❖ 맘스터치 해외 진출 현황



- 2020년 9월 기준, 2개 국가에 진출 및 4개 국가 MF계약 체결
- 대만 : 직영점 4개, 가맹점 4개
- 싱가포르 : 가맹점 3개
- 말레이시아 : 2018년 10월 MF 계약 체결
- 미국 : 2019년 10월 MF 계약 체결

❖ Master Franchise 사업



- 해외 진출 시 초기 투자 비용을 줄이고 진출국의 상이한 문화 및 부족한 정보로 인한 리스크를 최소화하기 위하여 2018년부터 마스터프랜차이즈 계약 방식을 채택하여 진행 중
- MF를 통해 발생한 매출은 별도의 비용이 없으므로 그대로 본사 이익으로 계상하여 기업 가치 증대 효과가 높을 것으로 예상

5. Peer Valuation

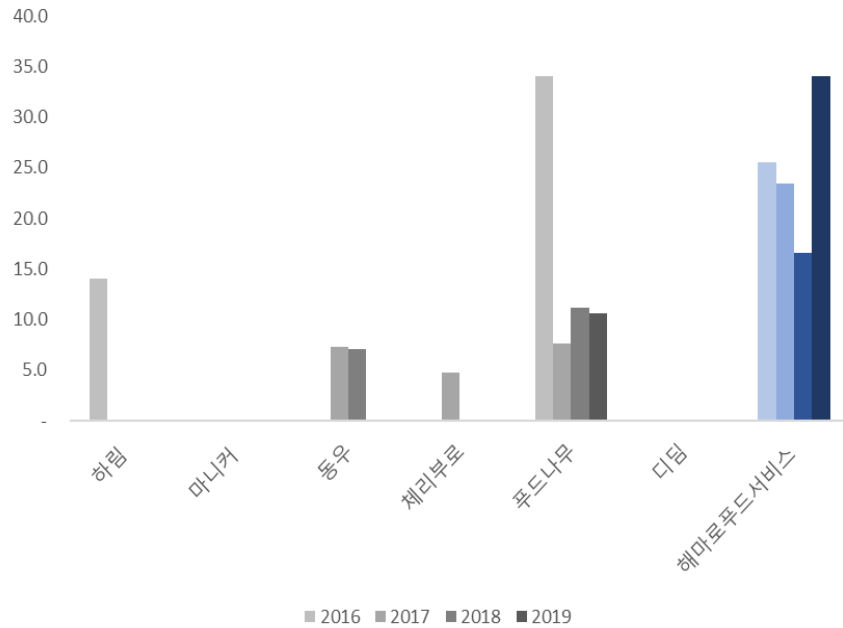
(단위: M\$,배)

기업명	연도	레드로빈 고메버거	다른 레스토랑	잭인더박스	맥도날드	헤빗 레스토랑	웬디스	얌!브랜드	줄리비푸드	해마로 푸드서비스
MKT Cap.	2019	429	14,075	2,091	32,275	271	4,935	18,071	4,735	229
Sales	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	258
	2019	1,315	8,510	950	21,077	466	1,709	8,776	3,762	288
COGs	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	182
	2019	872	6,661	248	9,961	4	979	6,659	N/A	205
GPM	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%	29.5%
	2019	33.7%	21.7%	73.9%	52.7%	99.1%	42.7%	24.1%	N/A	28.8%
OP	2017	39	678	242	9,553	7	215	778	134	14
	2018	-10	767	232	8,823	5	250	941	149	23
	2019	-13	833	202	9,070	6	263	901	N/A	22
OPM	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%	8.9%
	2019	-1.0%	9.8%	21.3%	43.0%	1.3%	15.4%	10.3%	N/A	7.6%
PER	2017	24	23	23	27	60	21	40	38	18
	2018	N/A	18	20	24	81	8	19	38	12
	2019	N/A	20	34	25	61	38	26	34	19
PBR	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
	2019	1.2	5.9	N/A	N/A	2.1	9.6	5.9	N/A	3.3
PSR	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	0.5	2.3	1.5	2.0	0.7
	2019	0.3	1.7	2.2	1.5	0.6	2.9	2.1	1.3	0.9

자료 : Nasdaq, Brand Official Homepage

6. 배당 정책

❖ 동종업계 현금배당성향



자료 : DART 정기공시 자료

- 2020년 7월 중간배당 주당 30원 완료
- 주주 환원에 대한 지속적인 관심을 바탕으로 중간배당 및 결산배당을 통해 현금배당수익률 증가 예상
- 2020년 8월 주주가치 제고를 위해 창사 후 처음 자사주 매입 결정

❖ 해마로푸드서비스(주) 배당에 관한 사항

구 분	주식의 종류	2020.3Q	2019	2018	2017	2016
주당액면가액(원)		100	100	100	100	100
(연결)당기순이익(백만원)		20,634	12,926	16,808	11,255	8,946
(별도)당기순이익(백만원)		28,109	10,167	14,432	10,310	9,295
(연결)주당순이익(원)		213	148	181	121	107
현금배당금총액(백만원)		3,055	4,734	2,817	2,629	2,281
주식배당금총액(백만원)				-	-	-
(연결)현금배당성향(%)		14.6	34.0	16.6	23.4	25.5
현금배당수익률(%)	보통주	1.1	1.7	1.4	1.4	1.4
	우선주	-	-	-	-	-
주식배당수익률(%)	보통주	-	-	-	-	-
	우선주	-	-	-	-	-
주당 현금배당금(원)	보통주	30	50	30	28	25
	우선주	-	-	-	-	-
주당 주식배당(주)	보통주	-	-	-	-	-
	우선주	-	-	-	-	-

7. 재무제표

❖ 요약 별도 재무상태표

(단위 : 억원)	2017	2018	2019	2020.3Q
유동자산	502	518	677	769
현금 및 금융자산	324	303	313	591
재고자산	119	139	218	109
기타유동자산	59	76	146	69
비유동자산	517	651	582	568
유형자산	309	375	423	397
기타비유동자산	208	276	159	171
자산총계	1,019	1,169	1,259	1,337
유동부채	191	421	466	296
매입채무	99	102	151	134
차입금	-	50	45	-
전환사채	-	153	139	-
기타유동부채	92	116	131	162
비유동부채	264	57	45	36
차입금	95	45	-	-
전환사채	143	-	-	-
기타비유동부채	26	12	45	36
부채총계	455	478	511	332
자본총계	564	691	748	1,005
Net Debt(Net Cash)	(229)	(208)	(268)	(591)
유동비율	263.7%	123.0%	145.2%	260.0%
부채비율	80.6%	69.2%	68.3%	33.0%

❖ 요약 별도 손익계산서

(단위 : 억원)	2017	2018	2019	2020.3Q
매출액	2,235	2,581	2,877	2,118
매출원가	1,613	1,824	2,051	1,493
매출총이익	622	758	826	625
판매비와관리비	477	527	609	419
영업이익	145	231	217	206
감가상각비	22	25	44	33
EBITDA	167	256	261	239
영업외손익	(10)	(25)	(70)	162
법인세비용차감전순이익	135	205	147	368
법인세비용	32	61	45	87
당기순이익	103	144	102	281
매출총이익률	27.8%	29.3%	28.7%	29.5%
영업이익률	6.5%	8.9%	7.5%	9.7%
EBITDA%	7.5%	9.9%	9.0%	11.3%
당기순이익률	4.6%	5.6%	3.5%	13.3%

Thank you



Contact us

E-Mail ir@haimarrow.co.kr

Phone 82-2-6933-7142