

# 2017

# INVESTOR RELATIONS

해마로푸드서비스(주) 경영기획팀




2017.09



해마로푸드서비스 주식회사 (220630.KQ)

**KRX**  
KOREA EXCHANGE

Path to Growth  
**KOSDAQ**

1. About Haimarrow Food Service
2. Governance & Business Structure
3. 1<sup>st</sup> Brand The logo for Mom's Touch, featuring a red apron icon with 'MOM'S TOUCH' written on it, followed by the text 'MOM'S TOUCH' and 'CHICKEN & BURGER' with a small burger icon.
4. Food Retail Business Unit
5. 2<sup>nd</sup> Brand The logo for Boombata, featuring the word 'Boombata' in a red, stylized font with 'FIRE FRESH PIZZA & FUN' written below it.
6. Subsidiary The logo for Sugar Bubble, featuring a pink circular icon with a white swirl, followed by the text 'Sugar Bubble' and 'www.sugarbubble.com'.
7. Why Haimarrow Food Service Co., Ltd

## 1) HAIMARROW FOOD SERVICE Profile

회사명	해마로푸드서비스 (주) / HAIMARROW FOOD SERVICE CO., LTD
CEO	정 현 식
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	2,019억원 (2016년 12월 말 기준)
자본금	91억원
홈페이지	www.haimarrow.co.kr / www.momstouch.co.kr
국내외 SNS	1)한국- <a href="https://www.facebook.com/momstouchmain">https://www.facebook.com/momstouchmain</a> 2)베트남- <a href="https://www.facebook.com/momstouchvietnam">https://www.facebook.com/momstouchvietnam</a> 3)대만- <a href="https://www.facebook.com/MomsTouchInTCC">https://www.facebook.com/MomsTouchInTCC</a>
사업분야	프랜차이즈 사업부와 식자재 유통 사업부 (대표 프랜차이즈 브랜드는 맘스터치(MOM'S TOUCH))
임직원 수	151명 (2016)

## 2) History

<b>2016</b>	<b>10</b>	Listed on KOSDAQ stock market
	<b>09</b>	Opened the first Vietnamese Mom's Touch store in Ho Chi Minh City
	<b>04</b>	Opened the first Taiwanese Mom's Touch store in Tainan City
<b>2015</b>	<b>12</b>	Established Taiwan office
	<b>10</b>	Made exclusive contract for supply agency with Cavendish Farms, the biggest food distribution company in eastern Canada.
	<b>04</b>	Established Viet Nam office
<b>2014</b>	<b>12</b>	Constructed the distribution center and manufacturing factory in Jincheon, geographical center of Korea
	<b>09</b>	Opened the 500th Mom's Touch store
<b>2012</b>	<b>12</b>	Awarded as outstanding import corporation by the Ministry of Food and Drug Safety of Korea
<b>2004</b>	<b>02</b>	Established Haimarrow Food Service Co. Ltd.

## 3) Achievement



Vice Premier and Secretary of Strategy and Finance Award at 2016 Federation of Service Industries



Listed on top 100 franchise companies In 2015 by Maeil Business News



2015 Outstanding Future Creative Management Company Award

by Secretary of Ministry of Employment and Labor



2015 Korea Franchise Business Award Presidential Prize



2015 No.1 Korea Service Satisfied Index Award Grand Prize



Chief of National Assembly Health and Welfare Committee Award at 2015 Korea Federation of Expert Volunteer



2015 – Ministry of Food and Drug Safety Award by Product Liability for National Corporate Sustainability Management

## 4) About CEO



맘스터치 브랜드의 가장 큰 경쟁력은 **식재료**에 있습니다.

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

이러한 제조방식은 프랜차이즈 시스템 하에서 진가를 발휘합니다.

“ What Haimarrow dreams is to make happier tomorrow by our food “

## 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) Haimarrow Vision & Mission

MISSION

**Improve human happiness by creation of food business opportunity**

VISION

**No.1 in customers' mind**

CORE VALUE



**Inner partners' happiness and improvement**

The top priority is employees' happiness and improvement.



**Business partners' growth**

Business Partners' growth is Haimarrow's growth



**Maximizing customer value**

Maximizing customer value is the result of all our members' effort.



**Comfort of society and country**

We are here to contribute to society and nation, and ultimately to unification of Korea.



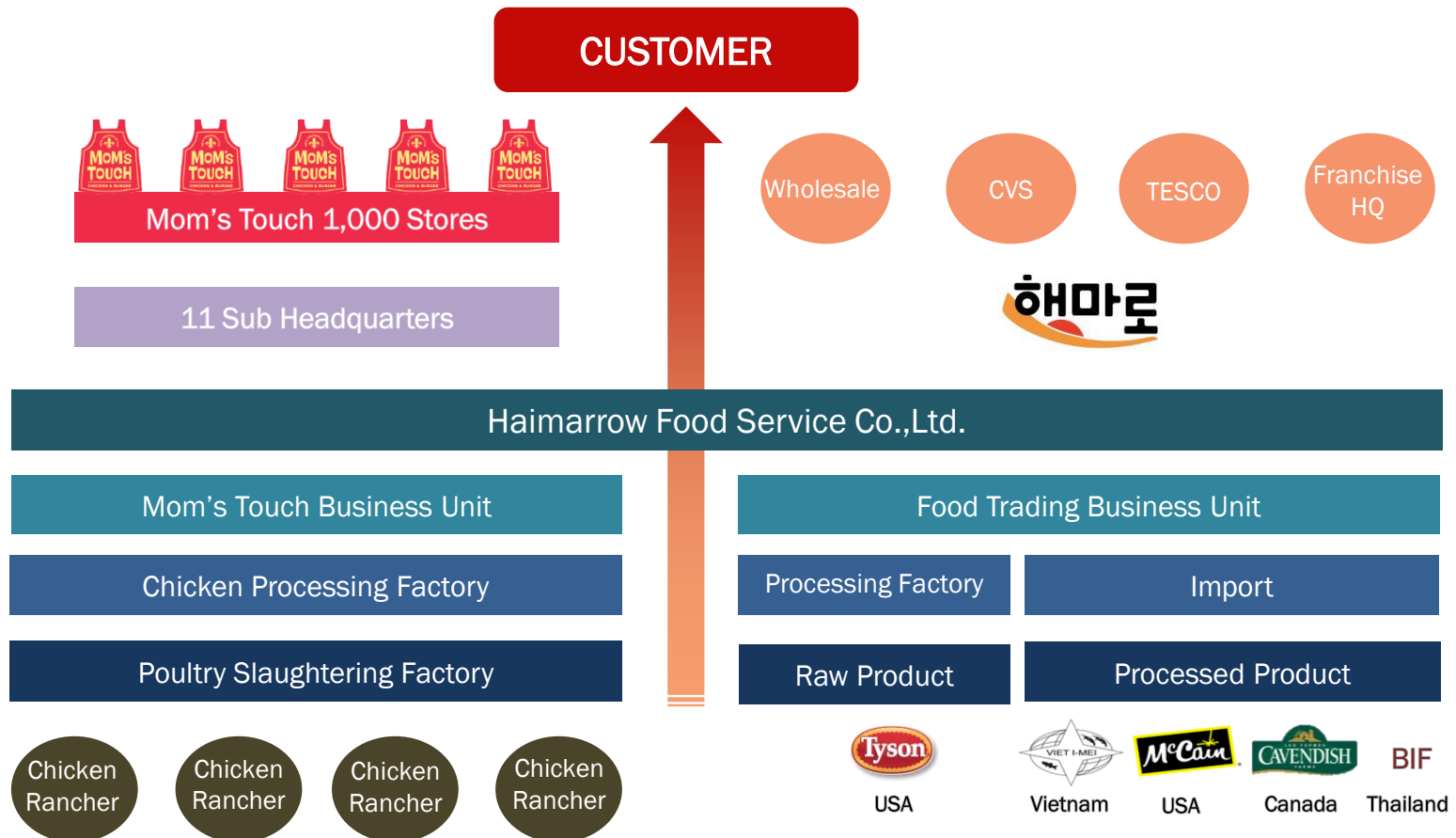
**Sustainable growth**

We offer fare value to our stockholders by keep developing the company.



### 1) Business Structure

“ Pursuing the best quality, price competitive, and stable supply system ”







Mom's Touch's B.I. represents;  
Our sincere to make pleasant meal with good heart just like sincere meal like mom makes for family,  
caring not only taste but also health of family.



### **Differentiated Products**

- After-Order Cooking
- Menu Developments



### **Inexpensive Opening Cost**

- Reasonable first cost
- Increasing benefit ratio



### **Systematic Distribution System**

- Delivery is made 3 times a week
- Keeping freshness



### **Professional Operation Management**

- Supporting store operation during opening period
- Continuous management

## 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

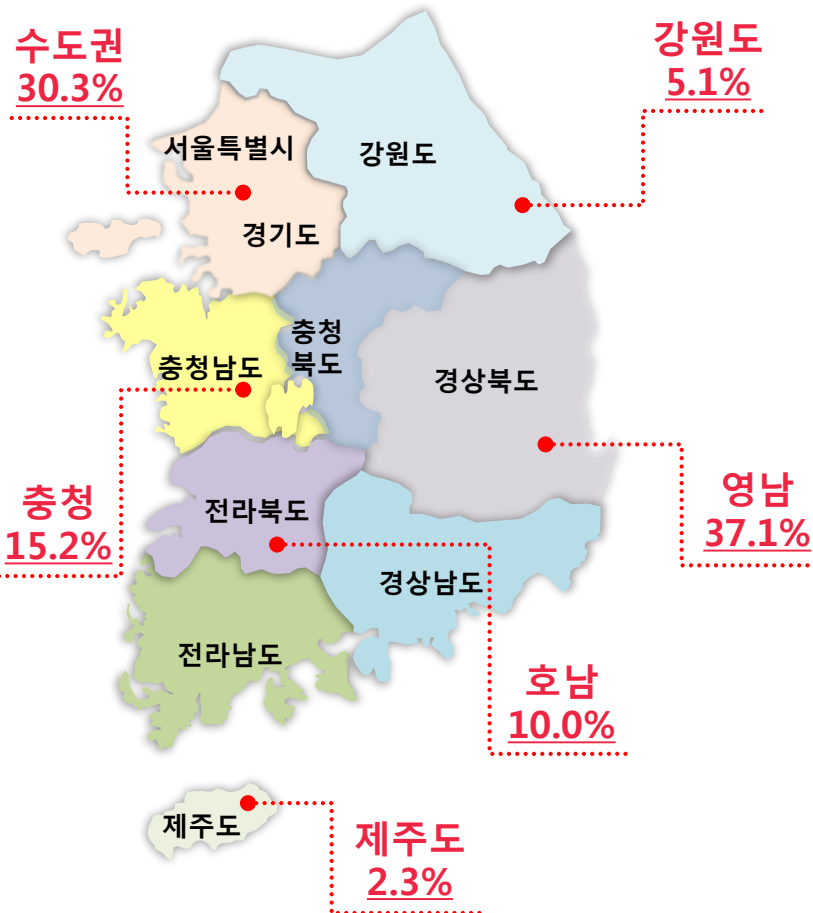
메뉴를 제공하는 **Slow Food 수제버거 전문점**

### 3) 전국 매장 현황

| 2017년 6월 말 기준 매장 현황 |

(단위: 개)

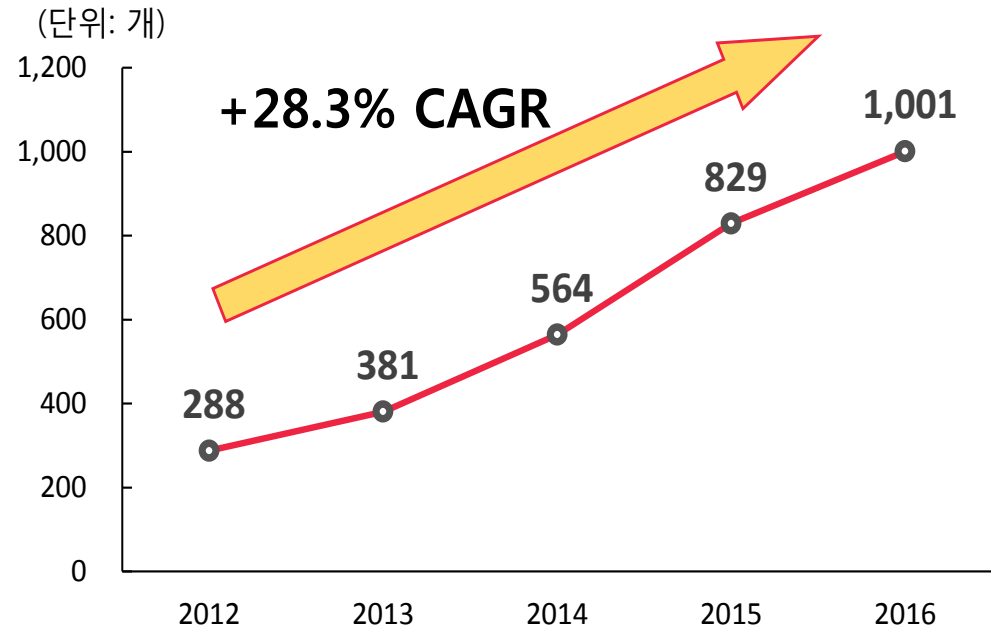
지역	매장수	구성비(%)
수도권	328	30.9
충청	162	15.3
호남	105	9.9
영남	390	36.7
강원	52	4.9
제주	24	2.3
<b>총계</b>	<b>1,061</b>	<b>100</b>



- 2017년 3월 말 기준으로 수도권 매장 수는 서울 63개, 경기 198개, 인천 53개
- 2017년 6월 말 기준으로 수도권 매장 수는 서울 67개, 경기 206개, 인천 55개
- 서울의 경우 인구밀도 대비 성장여력이 높음

#### 4) 매장 수 증가 현황

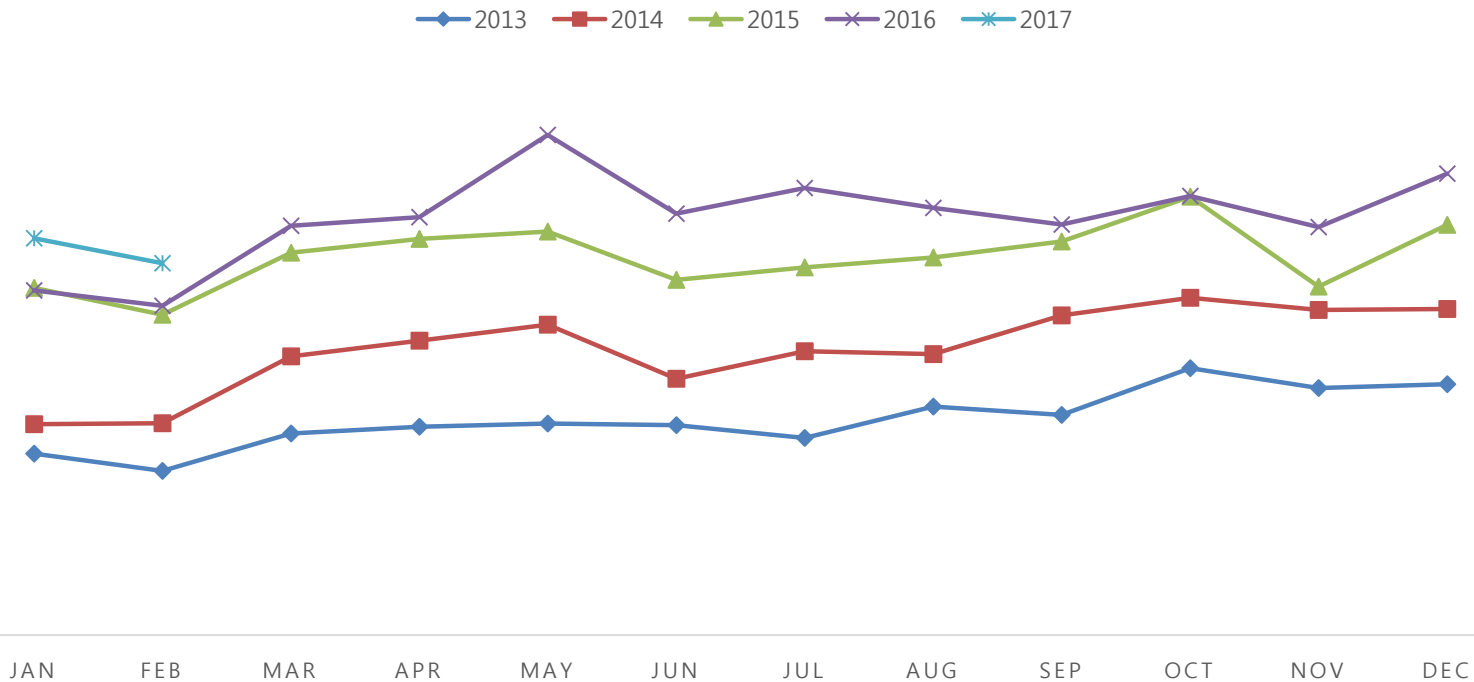
연도별	점포수
2012	288
2013	381
2014	564
2015	829
2016	1,001



- 2012년 288개 매장에서 2016년말 1,001개로 점포수 지속적인 증가
- 2017년 3월 말 기준 매장 수 1,040개
- 5 Years CAGR(Compound annual growth rate) 28.3%

## 5) 점포당 월별 평균 매출액 ( GMV : Gross Merchandise Value )

점포당 평균 매출액



- 브랜드 인지도 상승(Viral, SNS), 지방 -> 수도권 매장 확산으로 인한 점당 매출액 증가
- 2014년 대비 점당 매출액 약 2배 이상 증가
- 증가 추이는 당분간 지속 될 것으로 예상 (서울 점포 수 증가)

## 6) Brand Strategy

# LOW Investment, HIGH Efficiency for Franchisees

구분	경쟁사 (맥도날드, KFC, 버거킹, 롯데리아)	맘스터치
매장 크기	대형매장 위주 (300m <sup>2</sup> ↑)	중소형 규모 (100m <sup>2</sup> ↓)
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	상대적으로 적은 투자비용(25평 기준, 1억 1천만원)
가맹 모집 범위	제한된 모집대상	넓은 가맹모집 범위

## 6) Product Strategy



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

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



## 7) Menu - Burger



리샐버거



화이트갈릭버거



칼슘플러스버거



SIGNATURE



싸이버거



휠렛버거



햄치즈휠렛버거



할라피뇨  
통살버거



할라피뇨  
통가슴살 버거



핫플러스  
통살버거



핫플러스  
통가슴살버거



통새우버거



불고기버거



디럭스  
불고기버거



스파이시  
불고기버거



스파이시디럭스  
불고기버거

- **After order Cook** - 수제버거(주문 후 즉시 손으로 직접 제조, 점포 내에서 힘줄 제거 및 브레딩 등)
- 당사의 독특한 스파이스 시즈닝을 가미한 두툼한 통살 패티
- **입찢버거**(입이 찢어질 만큼 두꺼운 버거) 신조어를 탄생시킬 만큼 가성비 훌륭한 햄버거

7) Menu - Burger

## 경쟁사 가격비교

(한국 점포 기준)

(단위 :원)	맘스터치	버거킹	롯데리아	맥도날드	KFC	파파이스
대표메뉴	싸이버거	와퍼	불고기버거	빅맥	징거버거	케이준통버거
이미지						
가격	3,200(\$3.2)	5,600(\$5.6)	6,500(\$6.5)	4,900(\$4.9)	4,000(\$4.0)	5,300(\$5.3)
세트메뉴	5,400(\$5.4)	7,700(\$7.7)	8,200(\$8.2)	6,300(\$6.3)	5,900(\$5.9)	7,700(\$7.7)
음료	1,400(\$1.4)	1,700(\$1.7)	1,700(\$1.7)	1,000(\$1.0)	1,900(\$1.9)	1,700(\$1.7)

자료: 각 사 홈페이지 자료  
단위: 1USD=1,000KRW

## 7) Menu - Chicken



후레이크핫치킨



후레이크  
갈릭치킨



후라이드치킨/  
핫통치킨



양념치킨



조청치킨



조청순살치킨



어니언치즈 뿌치



핫칠리 뿌치



커리 뿌치



순살치킨



어니언치즈  
순살뿌치



핫칠리  
순살뿌치



데리야끼치킨



데리야끼윙



케이준윙



강정콤보



케이준강정

- 당일 도제한 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) Menu - Side



리코타샐러드



망고라임샐러드



치킨샐러드



텐더로인



프라이랩



휨랩



감자튀김



매콤김떡만



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

## 7) Menu - Drinks



그레인밀크



스위트망고



스트로베리밀크



스무디망고



스무디딸기



탄산음료



청포도에이드



블루베리에이드



망고에이드



자몽에이드



오렌지쥬스



빙수



컵빙수



아메리카노



라떼



녹차라떼

- 탄산음료와 에이드, 커피, 컵빙수, 쿨러시
- 기존 치킨 & 버거 전문매장에서 쉽게 접할 수 없는 다양한 음료 메뉴를 제공



## 8) Exterior



- 소규모 투자로 창업 가능한 Café Style 매장
- 심플하고 모던한 외관



## 9) Interior

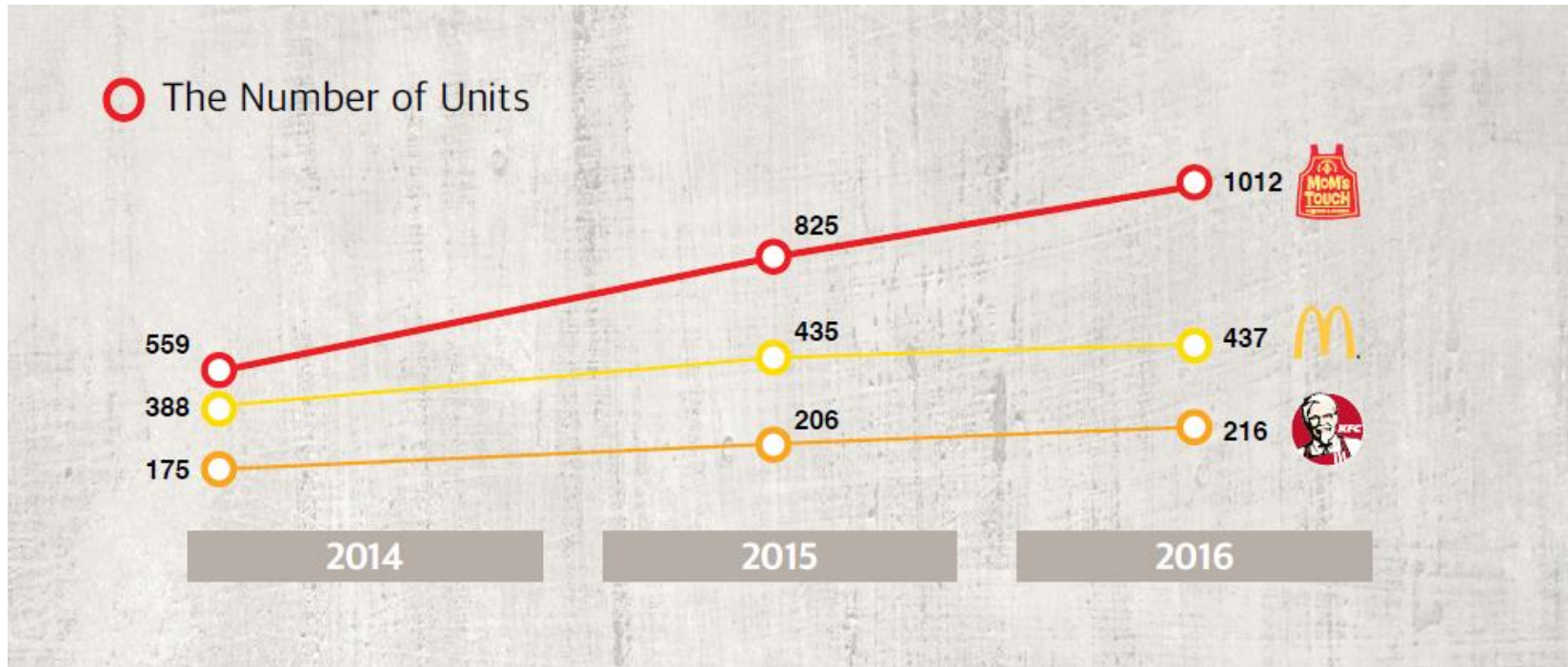


- 편하게 머물 수 있는 Café Style 매장
- 심플한 디자인에 은은한 조명으로 편하게 방문하고 싶은 욕구를 불러일으키는 인테리어



## 10) 점포 수 증감 추이 비교

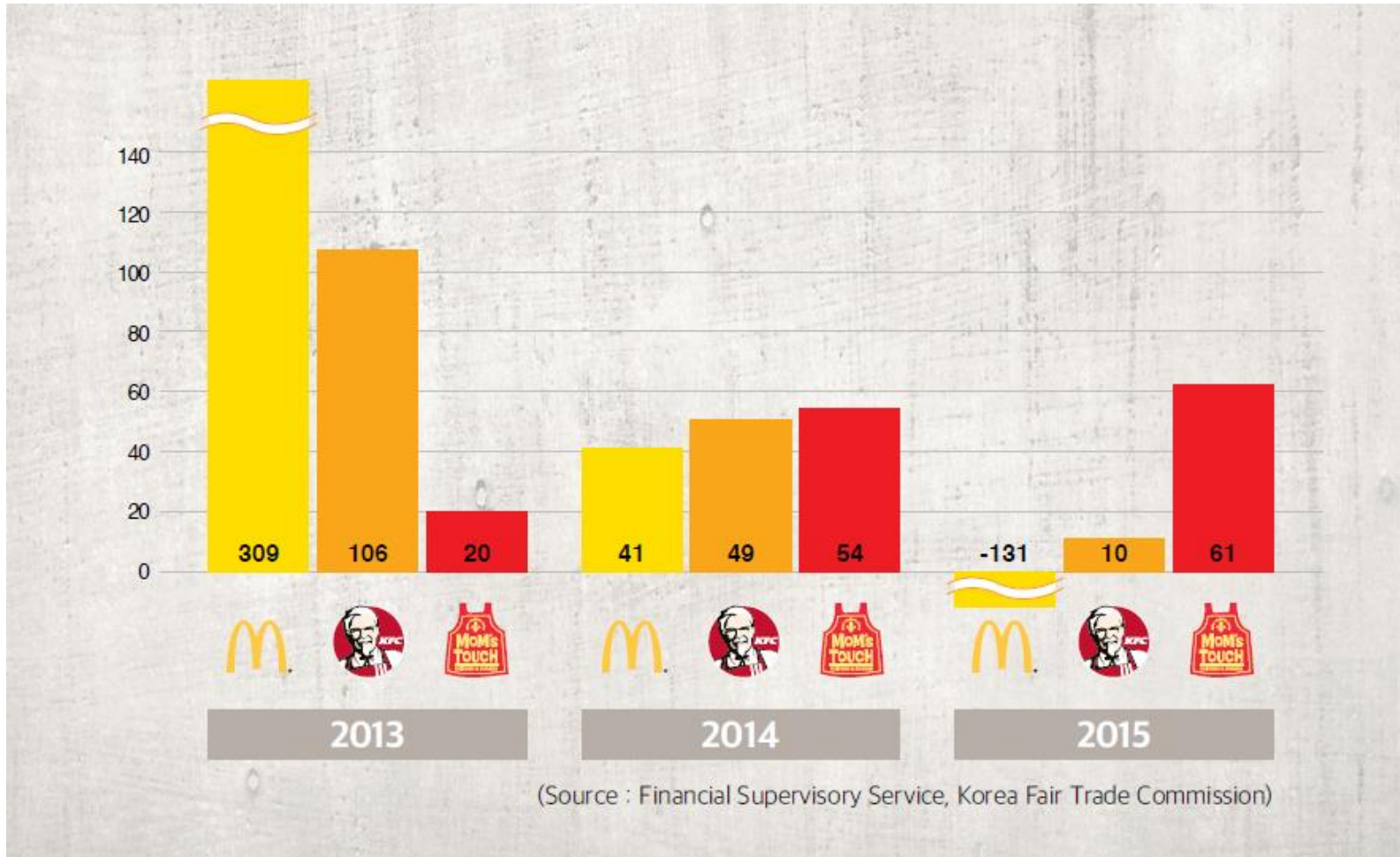
(단위: 갯수)



자료: 각 사의 2013, 2014, 2015년도 점포 수와 Net Profit은 공정거래위원회 가맹사업보고서 기준, 2016년도 브랜드별 점포 수는 업계 추산 자료

## 11) 당기 순이익 증감 추이 비교

(단위: 억원)



자료: 각 사의 2013, 2014, 2015년도 점포 수와 Net Profit은 공정거래위원회 가맹사업보고서 기준, 2016년도 브랜드별 점포 수는 업계 추산 자료

## 12) 국내 경쟁사 실적비교 ( 2015년 기준 )

(단위: 십억원)	맘스터치		버거 프랜차이즈				치킨 프랜차이즈				피자 프랜차이즈
	맘스터치 (2016)	맘스터치 (2015)	맥도날드	버거킹	KFC	롯데리아	교촌치킨	BBQ	BHC	네네치킨	MPK(Mr.Pizza)
매출액	202	149	603	279	175	960	263	216	184	61	122
영업이익	17	9	2	12	1	13	11	14	47	21	(5)
순이익	9	6	(13)	9	1	(57)	6	8	37	17	(3)
매장수	1,001	825	381	231	212	1,292	1,006	1,730	1,199	1,201	410
가맹점수	1,001	825	124	61	0	1,167	1,006	1,709	1,199	1,201	392
가맹점 비율 (%)	100	100	33	26	0	90	100	99	100	100	96
직원수	142	111	11,741	5,512	n/a	10,221	229	267	150	n/a	399
매출액/직원수	1,422	1,339	51	51	n/a	93	1,150	808	1,227	n/a	307

자료: 해마로푸드서비스와 MPK는 사업보고서, 롯데리아는 해당 사업부에 대한 보도자료, 여타 브랜드는 공시된 감사보고서 및 공정위의 가맹보고서 기준

- 버거킹과 롯데리아는 2016년 매출 역성장, 맥도날드는 2015년 적자전환, M&A 매물
- KFC 한국법인은 PG, VAN 등 결제사업을 주력으로 하는 KG그룹에 500억원(50M USD)에 매각
- 한국의 FC 브랜드 중 당사와 같은 유일한 상장사인 MPK는 2년 연속 적자

### 13) 상위 5개 햄버거 프랜차이즈 브랜드 최근 3년간 실적

(단위: 억원)

프랜차이즈 브랜드	2013			2014			2015		
	매출액	영업이익	순이익	매출액	영업이익	순이익	매출액	영업이익	순이익
롯데리아	9,755	528	305	9,871	417	341	9,601	134	(572)
맥도날드	4,805	117	309	5,652	163	41	6,033	20	(131)
버거킹	2,123	88	65	2,526	122	102	2,785	121	86
KFC	1,568	116	106	1,619	69	49	1,747	11	10
<b>맘스터치</b>	<b>497</b>	<b>27</b>	<b>20</b>	<b>795</b>	<b>67</b>	<b>54</b>	<b>1,486</b>	<b>89</b>	<b>61</b>
<b>총계</b>	<b>18,749</b>	<b>876</b>	<b>806</b>	<b>20,462</b>	<b>838</b>	<b>586</b>	<b>21,653</b>	<b>376</b>	<b>(546)</b>

(단위: %)

프랜차이즈 브랜드	전년대비 증가율 (2014 YoY%)			전년대비 증가율 (2015 YoY%)			For 3Years CAGR		
	매출액	영업이익	순이익	매출액	영업이익	순이익	매출액	영업이익	순이익
롯데리아	1.2	(21.1)	11.7	(2.7)	(67.8)	적전	(1.6)	(74.6)	적전
맥도날드	17.6	39.6	(86.9)	6.8	(87.7)	적전	25.6	(82.9)	적전
버거킹	19.0	38.1	55.8	10.3	(0.1)	(15.0)	31.2	37.9	32.4
KFC	3.2	(40.7)	(53.8)	7.9	(83.9)	(80.3)	11.4	(90.5)	(90.9)
<b>맘스터치</b>	<b>59.8</b>	<b>152.1</b>	<b>162.7</b>	<b>87.1</b>	<b>31.8</b>	<b>13.4</b>	<b>198.9</b>	<b>232.3</b>	<b>197.8</b>
<b>총계</b>	<b>9.1</b>	<b>(4.3)</b>	<b>(27.3)</b>	<b>5.8</b>	<b>(55.2)</b>	<b>적전</b>	<b>15.5</b>	<b>(57.1)</b>	<b>적전</b>

자료: '소비자가 만드는 신문' 2016년 8월 24일자 기사 참고 (<http://www.consumernews.co.kr/?mod=news&act=articleView&idxno=512784>)



'Haimarrow' means 'sunrising hill' in Korean, and also means 'happy tomorrow' in English. It represents bright future of Haimarrow and partners.



### Various Products

- Develop various kind of products for satisfying customers' needs



### Global Network

- Sourcing competitive Products from overseas



### Logistics

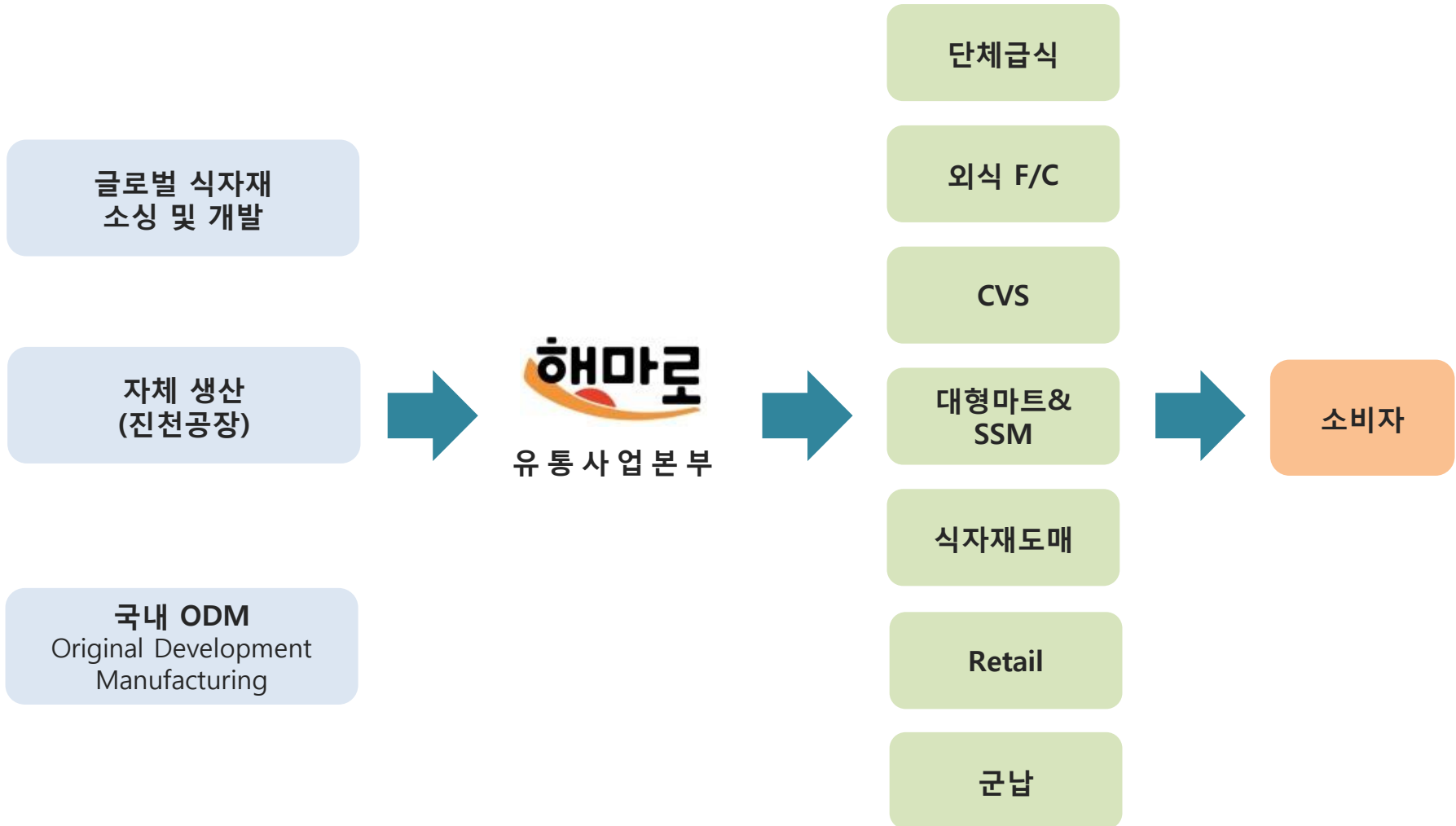
- Safe and hygienic supply



### Quality Assurance

- Strict sanitary checks and quality control

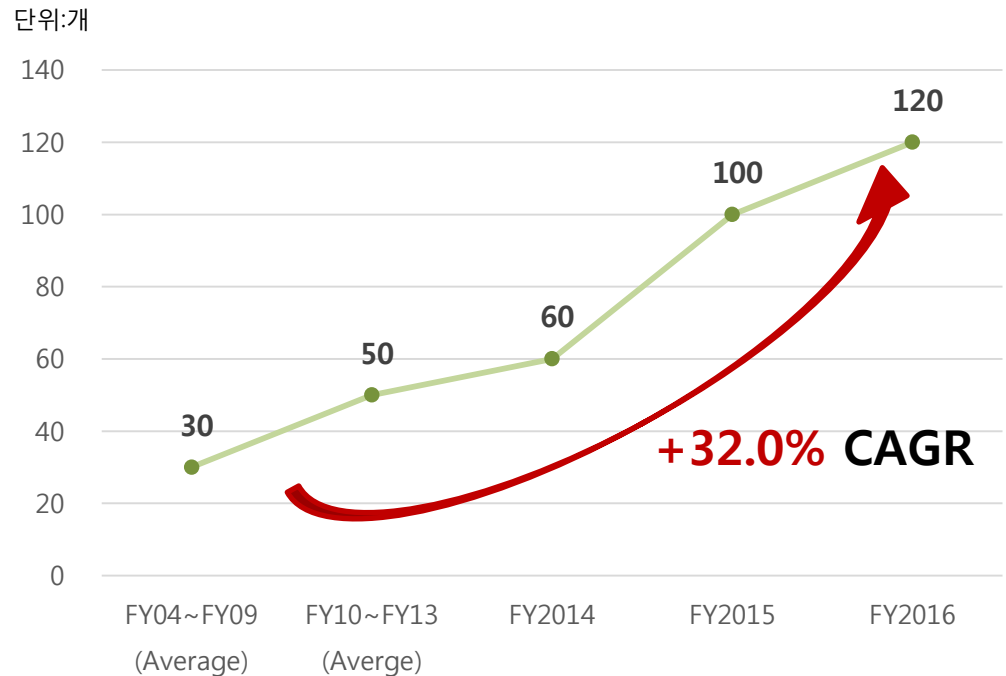
## 1) 해마로 Value Chain



## 2) 해마로 B2B 거래처 증가 추이

(단위: 개)

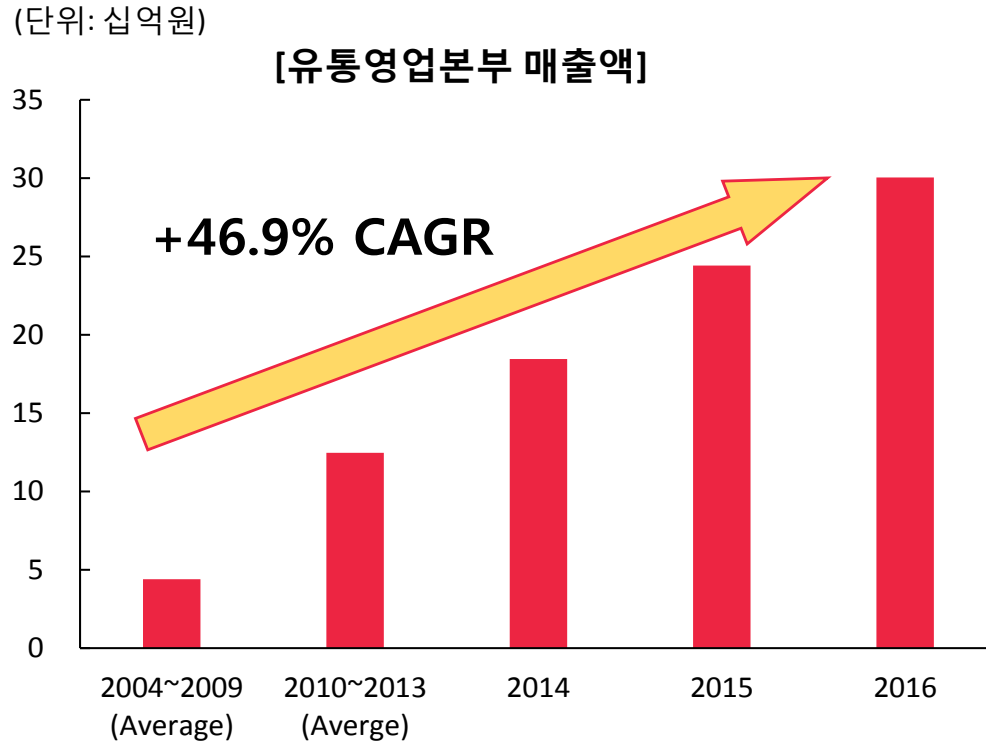
Year	B2B 고객수
2004~2009 (평균)	30
2010~2013 (평균)	50
2014	60
2015	100
2016	120



- 매년 꾸준한 거래처 수 증가
- 2017년 3월 말 기준, B2B 거래처 수 130개
- 2016년 10월 IPO 이후 당사의 신용등급 급등 (차입금리 역시 1%대로 조정, 신규 거래처 확보 용이)



### 3) 해마로 유통영업본부 매출액 증가 추이



- 매년 꾸준한 거래처 수 증가
- 2017년 3월 말 기준, 유통영업본부 분기매출액 6,870백만원
- 2016년 10월 IPO 이후 당사의 신용등급 급등 (차입금리 역시 1%대로 조정, 신규 거래처 확보 용이)

## 4) 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



영국 2위 Tesco의 JV



한국시장 1위 대형마트



국내 M/S 3위 대형마트



국내 1위 HMR 브랜드

### 급식, 외식FC 및 신채널



한국시장 2위 치킨 브랜드



한국시장 1위 급식 브랜드



한국 1위 도시락 브랜드



한국 항공사 기내식

### 해외 거래처 및 수입처



베트남-  
베트남 최대 종합식품업체



미국-  
미국 최대 감자 생산업체



캐나다-  
1등 다국적 냉동감자 업체

## 4. Food Retail Business Unit



### 5) 해마로 제조 공정





### 6) 해마로 진천 물류센터 전경



1) Why Boombata !



**타사 화덕피자의 대표메뉴 가격**

브랜드	<b>Boombata</b> FIRE FRESH PIZZA & FUN	THE PLACE	Redbrick	Pizzeria d'Buzza	핏제리아오	디마떼오
이미지						
대표피자	고르곤졸라	폭탄피자	안심스테이크피자	부자클라시카	스타핏자	오로또라나
가격	<b>6,900</b>	29,000	25,000	19,600	29,000	27,000

## 1) Boombata 런칭

- 2<sup>nd</sup> 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



치아바타 4,900원



피자 6,900~9,900원

## 2) Boombata 전략

- 소비자 기대의 적정가격 **18,900원** (출처 : embrain online research)
- 타사 피자가격은 적정 기대가 보다 비싸게 형성되었음
- **Boombata는 모든 메뉴가 1만원 미만**
- 자연발효 냉장도우를 바탕으로 최상의 화덕피자를 저렴한 가격에 제공
- 중저가 피자 브랜드의 성장, Big 3 피자 브랜드의 몰락
- Mom's touch보다 뛰어난 원가 경쟁력 및 Unit economics
- IF) Boombata 매장이 500개가 넘어간다면... (지사 운영 체제를 바탕으로 30개 매장 순식간에 오픈)



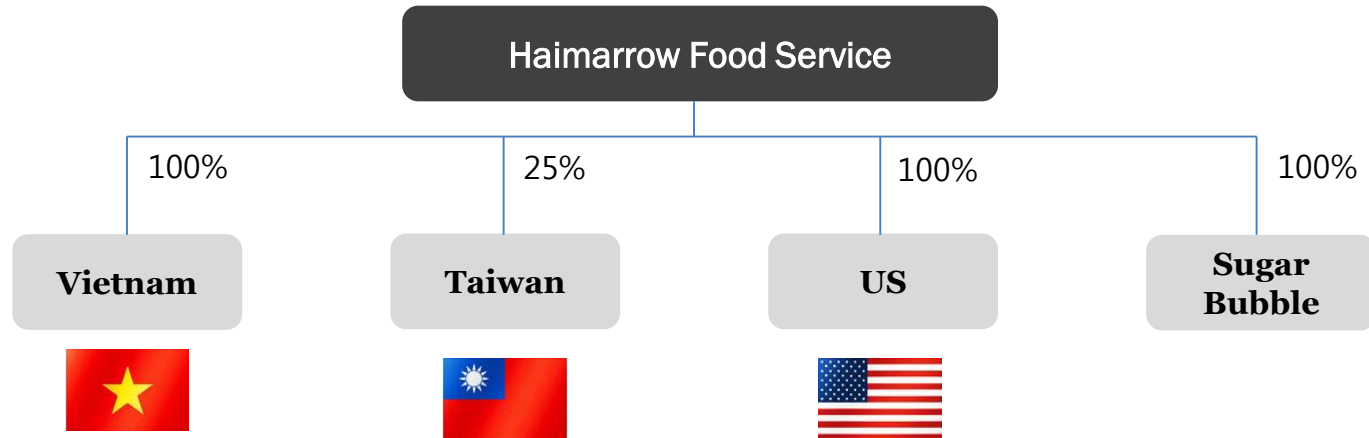
## 1) Boombata Exterior





## 1) Boombata Interior





- 3개 국가에 진출 완료
- **베트남** : 2016년 1호점 출점, 향후 2,3호점 출점 준비
- **대만** : 2017년 상반기 4호점 출점 완료
- **미국** : 2017년 1분기에 법인설립 및 1 Mil USD 출자 완료
- **Sugar Bubble** : 브랜드가치가 뛰어났으나 부실 경영으로 인해

법원 경매에 나온 회사를 당사가 81억원에 지분인수

(2016년 매출액 : 약 200억원, 당기순이익 12억원 / 부동산 가치만 40억원 초과)

### 1) 베트남 맘스터치



#### 베트남 1호점 (Hà 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 17년 하반기 이후 본격 가맹점 모집 진행 예정



### 2) 대만 맘스터치

대만 4호점 (Taoyuan)



대만 현지 반응

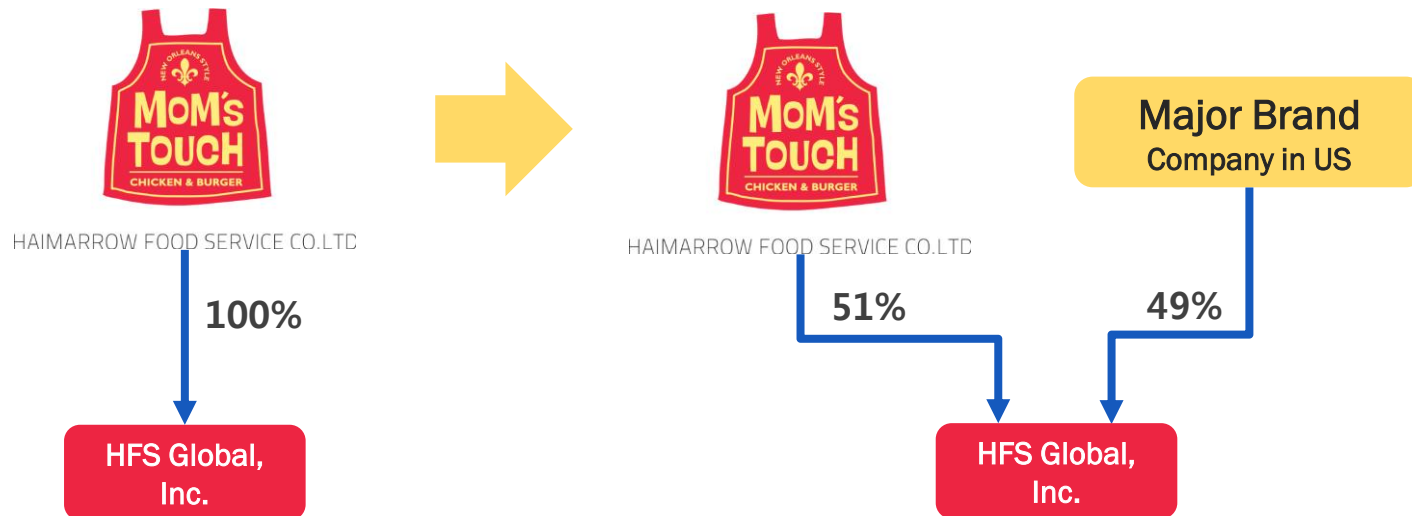


- 고객과의 소통을 위한 페이스북 운영 및 현지화 메뉴 개발
- 16년 3월, 대만 맘스터치 법인 설립 (Mom's touch Taiwan Co., Ltd.)
- 16년 4월, 대만 직영 1호점(Tainan City) 개설 후 2017년 5월 Taoyuan에 맘스터치 4호점(가맹점 2호) 오픈

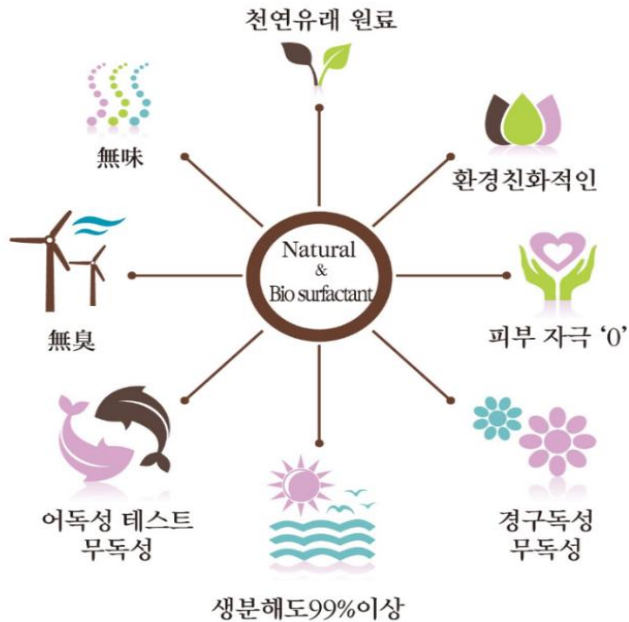
### 3) 미국 맘스터치

- 17년 2월 미국 자회사 설립 (HFS Global, Inc.)
- 17년 하반기 1호점 오픈 예정
- 18년 본격 가맹점 모집 진행

### STRUCTURE



## 친환경세제 전문기업 슈가버블 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



### 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

## 6. Subsidiary

### 주방세제



### 세탁세제



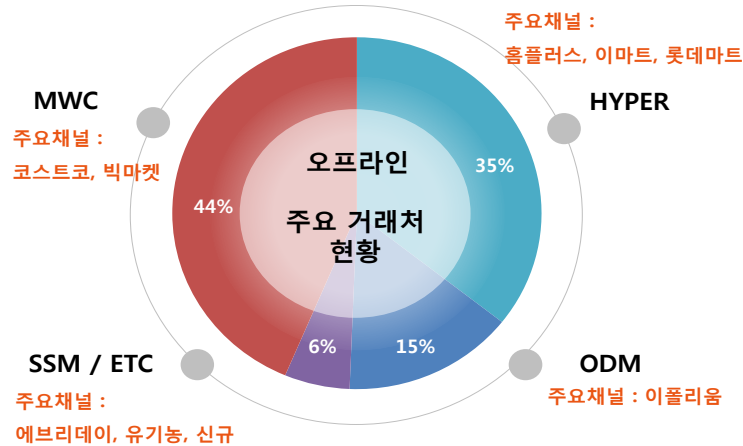
### 유아용 세제



- 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

## 6. Subsidiary

### 오프라인 매출처 현황(2Q17기준)



자료: 해마로푸드서비스㈜

### 2017년 주요종속회사 편입 전후 현황

(단위: 백만원)	2016	1Q17	2Q17	전분기 대비 (YoY %, %p)
매출액	19,925	5,138	5,035	(2.0)
매출총이익	5,245	1,544	1,742	12.8
GPM (%)	26.3	30.1	34.6	4.5
판관비	3,891	1,179	1,118	(5.2)
영업이익	1,354	365	624	70.8
OPM (%)	6.8	7.1	12.4	5.3

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. 천연유래 슈가계 계면활성제를 사용해 저자극, 친환경성과 세정력을 모두 갖춘 제품

## 7. Why Haimarrow Food Service



### 1) Peer Valuation

구분	지수명/종목명	상장일	액면가 및 지수기준단위	포함된 종목 수	시가총액 (십억원)	P/E ratio (%)
종합지수	KOSDAQ	1996.07	1,000	1,201	204,825	39.01
업종지수	KOSDAQ 음식료업종	1996.07	1,000	24	4,160	19.96
NYSE 상장	맥도날드	1965.01	USD 0.01	-	105,890	20.01
KOSDAQ 상장	해마로푸드서비스 주식회사	2016.09	KRW 100	-	147	10.89

주1: 위의 Base Date는 지수 시작일 또는 해당 종목 상장일

주2: Total market cap과 P/E Ratio는 2017년 3월 31일 종가 기준 (MCD=USD 129.61, Haimarrow=KRW 1,615)

(단위: 원)	발행주식총수	당기순이익 (백만원)	EPS	Scenario 1	Scenario 2	Scenario 3
				P/E Ratio KOSDAQ 39.01X	P/E Ratio F&B Sector 19.96X	P/E Ratio MCD 20.01X
해마로푸드서비스 주식회사 적정주가 (합병비용 포함)	91,247,027	13,536	148.3	5,787	2,961	2,968

주1: Haimarrow Food Service가 SPAC과의 흡수합병으로 2016년 9월에 KOSDAQ에 상장하면서 발생한 합병비용(46억원)을 Net Income에 포함

## 2) Dividend Yield Comparison

구분	수익률 (%)
한국은행 기준금리	1.25
미국 연준 기준금리	0.75-1.00
한국 국채 3년물	1.66
미국 국채 3년물	1.50
KOSDAQ 평균 배당수익률(%)	0.56
코스닥 음식료 업종 평균 배당수익률(%)	0.67
맥도날드 평균 배당수익률(%)	0.94
해마로푸드서비스 주식회사 평균 배당수익률(%)	1.35

- 해마로푸드서비스의 2016년 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 24.5%로 시장평균 14.6% 대비 1.7배에 해당
- 해마로푸드서비스는 향후에도 이러한 고배당 정책으로 주주환원에도 지속 관심을 기울일 것

## 7. Why Haimarrow Food Service



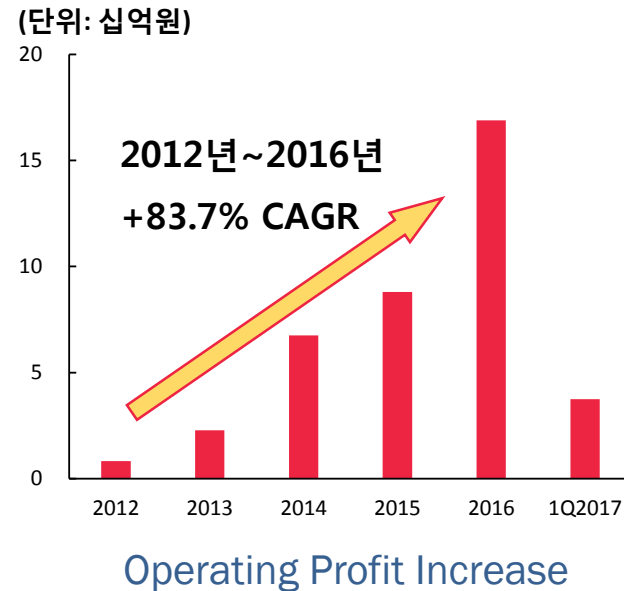
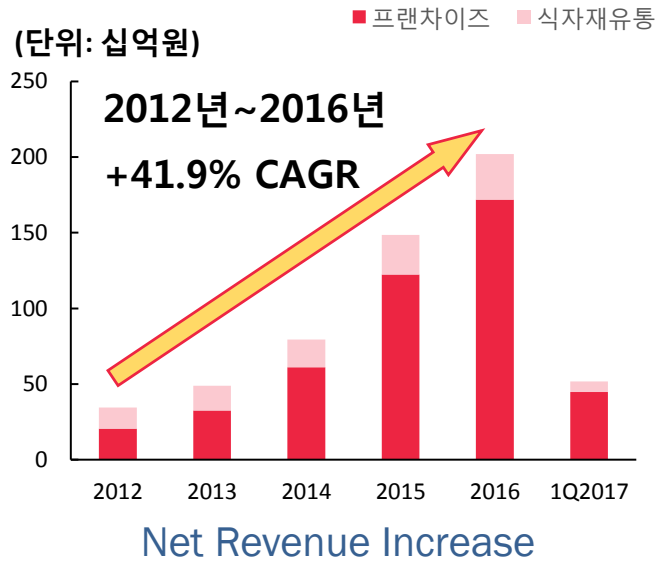
### 3) Cost Structure

(단위: 십억원)	2012	2013	2014	2015	2016	1Q2017
매출액	35.1	48.9	79.5	148.6	201.9	51.7
매출총이익	8.4	11.6	21.7	39.6	52.5	14.1
판매비와관리비	7.6	9.4	15.0	30.8	35.6	10.4
영업이익	0.8	2.3	6.7	8.8	16.9	3.7
순이익	0.6	1.8	5.4	5.7	8.9	2.8

- COGS Rate : 2012년 76.1%에서 2016년 73.9%까지 점차 줄어들음 (구매력 증가 및 효율성 증가)
- SG&A Expense : 2012년 21.7%에서 2016년 17.6%까지 줄어들음 (물류효율성 증가 등)
- 향후 Cost Structure : 점포 수 증가에 따라 구매력은 상승하고 물류 효율성 등 증가 판관비율 감소
- 2016 : Net Income에서 상장 시 발생한 상장비용 때문에 일시적 비용 증가



## 7. Why Haimarrow Food Service



- 가성비가 뛰어난 착한 브랜드로 인지도 상승중
- 점당 매출액 지속적인 증가, 점포수 증가 추이는 여전히 유효함
- 2017년도 성장은 지속
- 기존 브랜드 점포수 증가 및 신규 브랜드로 인해 물류 효율성은 더욱 좋아지고 수익성 개선 가능
- 슈가버블의 매출액 및 손익은 2017년 2분기부터 합산됨
- 슈가버블, 붐바타, 맘스터치가 SG&A 레벨의 시너지 창출 및 구매력 증가로 원가율 인하 가능
- 맘스터치 매장 서울 비중 6%, But 인구 비중 20%. 서울이 점당 매출액 1등(구매력 가장높은 지역)
- 맘스터치는 가맹 100%, 자체 투자에대한 리스크가 ZERO

# IR Contacts

**E-Mail** [thkim@haimarrow.co.kr](mailto:thkim@haimarrow.co.kr)  
[shbaek@haimarrow.co.kr](mailto:shbaek@haimarrow.co.kr)