

# 2019년 2분기 IR 자료

---



현대리바트

본 자료는 현대리바트의 과거, 현재, 미래 상황에 대한 추정 등을 포함하고 있습니다.

미래의 상황은 산업 환경에 의해 변화할 수 있으며,  
본 자료는 참고 자료로서, 투자자께서는 본 자료에 의존하지 말 것을 당부 드립니다.

또한, 당사는 투자자의 결정과 관련하여 책임이 없음을 알려드립니다.

감사합니다.



주식회사 현대리바트

# [ 목 차 ]

---

**I . 회사소개** (회사 프로필, 주요 주주현황)

**II . 2019년 상반기 실적** (별도기준)

- 재무상태표, 손익계산서, 부문별 매출현황

**III . 2019년 상반기 리뷰 및 하반기 운영전략**

**IV . 기타사항** (투자관련)

# I. 회사소개

## □ 회사 프로필

“공간으로 경험하다” 라는 슬로건 아래 가정용, 사무용, 빌트인을 비롯한 모든 분야에서  
고객의 라이프스타일을 제안하는 현대백화점그룹의 생활문화 기업

설립일	1999년 6월 2일	상장일	2005년 11월 22일
사업영역	가구 제조 및 판매업 도·소매업	자본금	205억원
상장주식수	20,535,282주	직원수	794명 ('19년 3월 기준)

### ○ 주요 연혁

- 2011년 12월 최대주주 변경 (현대그린푸드)
- 2016년 09월 통합물류센터 준공
- 2017년 12월 현대H&S 흡수합병

### ○ 주요 브랜드

- B2C가구 : 리바트, 이즈마인, 리바트키즈, H.MONDO
- 주방가구 : 리바트키친 (리첸, 헤리티지, 케이티오)
- 생활소품 : 윌리엄스소노마, 포터리반, 포터리반키즈,  
웨스트엘름
- B2B가구 : 리바트 빌트인, 네오스, 하움, 마린

## □ 주요 주주현황

[단위:주, %]

주 주 명	2018년		2019년 2분기		증 감		비 고
	주식수	지분율	주식수	지분율	주식수	지분율	
현대그린푸드	8,192,182	39.9%	8,452,802	41.2%	260,620	1.3%	▷ 대주주지분율 : 41.2%
현대홈쇼핑	260,620	1.3%	0	0.0%	▲260,620	▲1.3%	▷ 특수관계인
국민연금	2,528,388	12.3%	2,106,424	10.3%	▲421,964	▲2.1%	
자기주식	421,080	2.1%	421,080	2.1%	0	0.0%	
기 타	9,133,012	44.5%	9,554,976	46.5%	421,964	2.1%	
합 계	20,535,282	100.0%	20,535,282	100.0%	0	0.0%	

### ○ 대주주 지분 변동 내역

- '19년 5월10일 현대홈쇼핑 주식 260,620주 현대그린푸드로 매각  
(사유 : 현대홈쇼핑 지주회사 전환에 따른 지주회사 행위제한 규정 → 자회사 외 계열회사 주식소유 금지)
- 대주주 지분율은 변동 없음

### ○ 국민연금 주식수는 '19년 7월8일 공시된 "임원 · 주요주주 특정증권등 소유상황보고서" 기준

## II. 2018년 상반기 실적

### 1. 재무상태표

[단위:백만]

구 분	2016년	2017년	2018년	2019년 2Q	비 고
자산총계	420,143	677,911	670,250	681,772	
유동자산	252,261	456,305	432,375	398,694	
비유동자산	167,882	221,606	237,875	283,078	
부채총계	139,859	262,739	223,189	228,159	
유동부채	122,315	241,143	204,602	195,192	
비유동부채	17,544	21,596	18,587	32,967	
자본총계	280,284	415,172	447,061	453,613	
자본금	17,262	20,535	20,535	20,535	
자본잉여금	4,742	102,587	102,587	102,587	
자본조정	(3,428)	(3,428)	(3,428)	(3,428)	
기타포괄손익누계액	110	104	62	64	
이익잉여금	261,599	295,373	327,304	333,855	
부채비율	49.9%	63.3%	49.9%	50.3%	

○ '19년 1분기말 기준 현금 및 현금성 자산과 단기금융상품 : 47,237백만 (1분기 : 61,151백만)

○ 회계기준 변경에 따른 부채비율 증가 (기업회계기준서 제1116호 리스) → 기존 회계 기준 적용시 부채비율 46.3%

## 2. 손익계산서

### □ 2분기 매출 및 경상이익

[단위:백만, %]

구 분	2018년 2Q	2019년 2Q	증감액	
			증감액	증감율
매출액	334,995	297,260	▲37,734	▲11.3%
매출총이익	57,299	51,101	▲6,198	▲10.8%
(%)	(17.1%)	(17.2%)		
판매관리비	40,440	45,201	4,762	11.8%
영업이익	16,860	5,900	▲10,960	▲65.0%
(%)	(5.0%)	(2.0%)		
영업외수익	2,939	1,306	▲1,633	▲55.6%
영업외비용	647	605	▲42	▲6.4%
경상이익	19,152	6,601	▲12,551	▲65.5%
(%)	(5.7%)	(2.2%)		

### □ 2분기 부문별 매출현황

[단위:백만, %]

구 분	2018년 2Q	2019년 2Q	증감액		
			증감액	증감율	
가구사업	B2C가구	68,741	73,933	5,191	7.6%
	B2B가구	119,844	90,674	▲29,170	▲24.3%
	원자재	44,395	27,561	▲16,833	▲37.9%
	기 타	335	372	37	11.1%
소 계	233,315	192,540	▲40,775	▲17.5%	
B2B사업	101,679	104,720	3,041	3.0%	
합 계	334,995	297,260	▲37,734	▲11.3%	

※ B2C가구 : 가정용가구, 주방용가구, B2B가구 : 빌트인, 사무용, 선박

#### ○ 매출액 : 전년 동기 대비 ▲377.3억원 감소

- B2C가구 7.6% 신장하였으나, B2B가구 및 원자재 각각 ▲24.3%, ▲37.9% 감소
- B2B가구 중 사무용 가구와 선박 가구는 각각 25.6%, 45.7% 신장하였으나, 빌트인 가구는 아파트공급량 축소로 ▲31.6% 감소

#### ○ 매출총이익 : 전년대비 0.1% 개선되었으나, 매출감소 영향으로 ▲61.9억원 감소

#### ○ 판매관리비 : 전년대비 47.6억원 증가

- 인원증가 및 신규매장 오픈 (마포, 남양주 외) 등으로 인건비 증가
- 신규투자 (매장, 전산시스템 외)로 인하여 감가상각비 증가 및 B2C가구 매출 증가로 지급수수료, 물류운반비 증가 영향

## □ 2분기 누계 매출 및 경상이익

[단위:백만, %]

구 분	2018년 2Q 누계	2019년 2Q 누계	증감	
			증감액	증감율
매출액	670,926	601,596	▲69,330	▲10.3%
매출총이익	112,607	105,159	▲7,449	▲6.6%
(%)	(16.8%)	(17.5%)		
판매관리비	85,084	90,298	5,213	6.1%
영업이익	27,523	14,861	▲12,662	▲46.0%
(%)	(4.1%)	(2.5%)		
영업외수익	3,782	2,724	▲1,058	▲28.0%
영업외비용	1,523	1,242	▲280	▲18.4%
경상이익	29,782	16,342	▲13,440	▲45.1%
(%)	(4.4%)	(2.7%)		

## □ 2분기 누계 부문별 매출현황

[단위:백만, %]

구 분		2018년 2Q누계	2019년 2Q누계	증감	
				증감액	증감율
가구 사업	B2C가구	145,350	149,902	4,553	3.1%
	B2B가구	224,339	190,209	▲34,130	▲15.2%
	원자재	96,962	58,529	▲38,432	▲39.6%
	기 타	692	772	80	11.6%
소 계		467,342	399,413	▲67,929	▲14.5%
B2B사업		203,584	202,183	▲1,400	▲0.7%
합 계		670,926	601,596	▲69,330	▲10.3%

※ B2C가구 : 가정용가구, 주방용가구, B2B가구 : 빌트인, 사무용, 선박

### ○ 매출액 : 전년 동기 대비 ▲693.0억원 감소

- B2C가구 3.1% 신장하였으나, B2B가구 및 원자재 각각 ▲15.2%, ▲39.6% 감소
- B2B가구 중 사무용 가구와 선박 가구는 각각 17.0%, 18.4% 신장하였으나, 빌트인 가구는 아파트공급량 축소로 ▲20.8% 감소

### ○ 매출총이익 : 전년대비 0.7% 개선되었으나, 매출감소 영향으로 ▲74.5억원 감소

### ○ 판매관리비 : 전년대비 52.1억원 증가

- 인원증가 및 신규매장 오픈 (마포, 남양주 외) 등으로 인건비 증가
- 신규투자 (매장, 전산시스템 외)로 인하여 감가상각비 증가 및 B2C가구 매출 증가로 지급수수료, 물류운반비 증가 영향



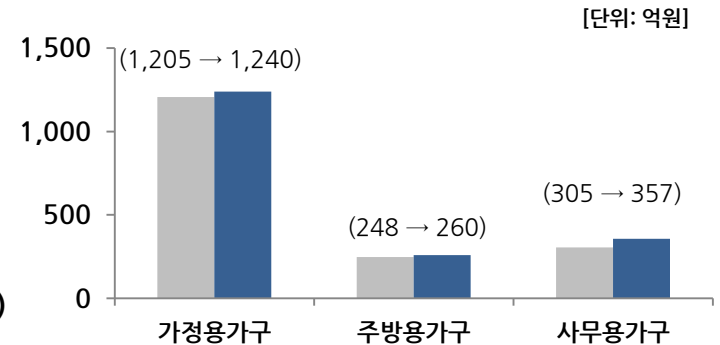
# III. 2019년 상반기 리뷰 및 하반기 전략

## □ 상반기 리뷰

### 주요 성과

#### ○ 사업구조 재정비 통한 중점 육성사업 지속 확대중

- 가정용 가구 및 주방사업 확대 지속 (가정용 2.9%, 주방용 4.7% 신장)  
→ 특히, 직영점 기존매장 매출 증가율 5.7%로 안정적 성장중
- 사무용 가구 영업 활성화 (사무용 17.0% 신장)
- 신규 세라믹 타일 사업 전개
- 새로운 형태의 유통망 런칭 통한 매장 다변화 (LIVART STAY)
- 기존 유통망 확대 통한 고객 접점 지속 확장



### 세부내용

#### ○ 상반기 매장 확대 현황

- ‘LIVART STAY’ 매장 2개점 오픈 (상봉점 3월, 왕십리점 6월), ‘플래그샵’ 1개점 오픈 (남양주점 3월)  
\* 소형 리빙 편집샵 (소파 + 식탁 + WSI소품) → “쉽게 접근 가능한, 오래 머무를 수 있는 공간”

#### ○ 세라믹 타일

- 세라믹 임가공 라인 2월말 구축 완료
- 상반기 식탁 5종 출시 (가격/상품 경쟁력 높음)

## □ 하반기 전략

### 가정용 가구

- 주요 핵심상권 '플래그십' 오픈 예정
  - 강남 (8월말), 강서 (9월 중순), 부산 (12월말)
- 수도권 주거 밀집지역 '스테이' 매장 확대
  - 동소문 (8월 오픈 완료), 서초 (8월말 오픈 예정)

### Williams Sonoma

- 온/오프라인 채널 시너지로 매출 확대 추진
  - 자체 브랜드몰 4월 오픈완료,
- 기존 오프라인 점포 (12개점) 영업효율 개선
  - '18년까지 전국적 점포망 구축

### 사무용 가구

- 광역상권 거점별 영업기반 확보
  - 대전 (9월), 부산 (10월) 쇼룸 오픈 예정
- 공간컨설팅 능력 제고 통한 시장 트렌드 선도
  - 스마트오피스 표준화 작업 포함

### 주방사업

- 상생형 대리점 키친플러스 확대 (4~5개점)
- 라인업 재정비 통한 제품 경쟁력 지속 강화
- '20년 욕실사업 런칭 준비 → 토탈인테리어 기업 도약
  - 주방가구와 통합 인프라 구축 예정 (생산, 물류, 시공 외)

### 물류서비스

- 제주도 배송서비스 7월부 확대 시행
  - 기존에는 오프라인 제품만 배송 및 설치 진행
  - 온라인제품, WSI까지 확대 시행
- 익일 배송 서비스 연내 도입 예정
  - 소파 우선 적용 후 타품목으로 확대 예정

### 해외공사

- 해외 가설공사 수주 및 공급 추진
  - 최근 국내 건설사의 해외 플랜트 현장 수주 활발
  - 대상지역 : 중동, 중앙아시아, 동유럽 외
  - '12년부터 '16년까지 12개 현장 진행 경험 보유

## IV. 기타사항

### □ 2019년 투자

- 투자금액 : 약 995억원 투자 예정 (용인공장 증축 854억원 + 매장오픈 및 리뉴얼 등 74억원)
- 2019년 상반기 투자실적 : 약 320억원
- 2019년 6월말 기준 용인공장 총 투자금액은 392억원 (집행율 28.1%)

### □ 용인공장 투자



#### 개 요

- 총 투자금액 : 1,395억원
- 투자기간 : 2017년 12월6일 ~ 2020년 6월30일
- 면 적 : 25,850평  
(총 5개층 규모 → 창고 4개층, 공장 1개층)
- 2017년 10월1일부 착공
- 진척율 : 44.8% (8월 2주차 기준)

**감사합니다.**

이 종목의 더 많은 IR정보 [확인하기](#)

**IR GO** 주주와 기업을 연결하고 응원합니다.