

2020년 2분기 IR 자료

2020.2Q. Investor Relations



현대리바트

Disclaimer

본 자료는 주식회사 현대리바트에 의해 작성되었으며,
본 자료에 포함된 2020년 실적은 외부감사인의 회계검토가 완료되지 않은 상태에서
투자자 여러분의 편의를 위해 작성된 자료로, 추후 내용이 일부 달라질 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

또한, 본 자료는 미래에 대한 예측정보를 포함하고 있습니다.

미래의 상황은 산업 환경에 의해 변화할 수 있으며,
이 자료는 투자자 여러분의 투자 판단을 위한 참고 자료이며, 투자자께서는 의존하지 말 것을 당부 드립니다.

또한, 당사는 투자자의 결정과 관련하여 어떤 보증의 제공과 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다.

INDEX

1. 회사소개 – 회사 프로필 및 주요 주주현황, 사업분야
2. 2020년 2Q 실적 (별도기준) – 재무상태표, 손익계산서, 부문별 매출현황
3. 2Q Review 및 향후 운영전략
4. ESG 지배구조 평가

1. 회사소개

□ 회사 프로필 및 주요 주주현황

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

[프로필]

- 설립 일 : 1999년 6월 2일
- 상 장 일 : 2005년 11월 22일
- 주요사업 : 가구 제조 및 판매업, 도 · 소매
- 주요연혁
 - 2011년 12월 최대주주 변경 (현대그린푸드)
 - 2016년 09월 통합물류센터 준공
 - 2017년 12월 현대H&S 흡수합병

[주요 주주현황]

구 분	주식수	지분율
현대그린푸드	8,452,802	41.2%
국민연금	950,680	4.6%
자사주	421,080	2.1%
기 타	10,710,720	52.2%
합 계	20,535,282	100.0%

▷ '20년 6월 30일 기준

▷ 국민연금 주식수는 '20년 7월 3일 공시 기준으로
'19년말 대비 지분율 ▲5.5% 감소

1. 회사소개

□ 사업영역

가 구 사 업	B 2 B 사 업
○ B2C 가구 · 가정용 가구 및 주방 가구 · 주요품목 : 장롱, 소파, 식탁, 주방가구 外 · 유통형태 : 직매장, 대리점, 온라인, 제휴점 外 ○ B2B 가구 · 빌트인가구 : 아파트 건설현장 납품 · 사무용가구 : OA가구, 임원가구, 휴식공간 등 사무공간 활용 제안 · 선박용가구 : 선박 內 거주공간을 위한 가구, 인테리어 제공	○ 자재사업 · 건설자재 : 건설현장에 안전자재, 건설자재, 안전시설물 공급 · 산업자재 : 제조업 분야 공장자재 등 공급 · 포장자재 : 패키징 업무에 필요한 자재 공급 ○ 법인사업 · 고객사 니즈에 맞춘 온라인 폐쇄물, 판촉물 공급 · 국내 최대 유니폼 공급 회사 ○ 건설사업 · 해외공사 : ‘수주 ~ 본공사 착수 전’ 가설공사 진행 (작업자 숙소, 울타리 등) · 가구CM : 건설에 사용되는 CM 개념을 가구, 자재 영역에 제공 (종합관리 서비스)

2. 2020년 2Q 실적 (별도기준)

1) 재무상태표

[단위:백만]

구 분	2017년	2018년	2019년	2020년 2Q	비 고
자산총계	677,911	670,250	743,057	814,674	
유 동 자 산	456,305	432,375	391,430	401,304	
비유동자산	221,606	237,875	351,627	413,371	
부채총계	262,739	223,189	285,539	342,951	
유 동 부 채	241,143	204,602	242,024	280,785	
비유동부채	21,596	18,587	43,515	62,166	
자본총계	415,172	447,061	457,518	471,724	
자 본 금	20,535	20,535	20,535	20,535	
자본잉여금	102,587	102,587	102,587	102,587	
자 본 조 정	(3,428)	(3,428)	(3,428)	(3,428)	
기타포괄손익누계액	104	62	56	56	
이익잉여금	295,373	327,304	337,768	351,928	
부채비율	63.3%	49.9%	62.4%	72.7%	

○ '20년 2분기말 기준 현금 및 현금성 자산과 단기금융자산 : 23,611백만

2. 2020년 2Q 실적 (별도기준)

2) 2Q 손익계산서

□ 매출 및 경상이익

[단위:억, %]

구 분	2019년 2Q	2020년 2Q	증감액	증감율
매 출	2,973	3,482	510	17.2%
매출총이익	511	626	115	22.6%
(%)	17.2%	18.0%		
판매관리비	452	534	82	18.0%
영업이익	59	93	34	57.3%
(%)	2.0%	2.7%		
영업외수익	13	4	▲9	▲68.5%
영업외비용	6	11	5	81.0%
경상이익	66	86	20	30.2%
(%)	2.2%	2.5%		

□ 부문별 매출현황

[단위:억, %]

구 분		2019년 2Q	2020년 2Q	증감액	증감율
가 구 사 업	B2C가구	739	822	83	11.2%
	B2B가구	907	1,069	162	17.8%
	원 자 재	276	253	▲23	▲8.2%
	기 타	4	5	1	30.4%
소 계		1,925	2,149	223	11.6%
B2B사업		1,047	1,334	287	27.4%
합 계		2,973	3,482	510	17.2%

※ B2C가구 : 가정용 가구, 주방용 가구 / B2B 가구 : 빌트인, 사무용, 선박

○ 매출 : 전년대비 510억원 증가

- B2C가구 11.2%, B2B가구 17.8%, 원자재 ▲8.2%, B2B부문 27.4% 신장
- B2C가구 오프라인 9.9%, 온라인 14.3% 신장 (용산점 리뉴얼, 기흥점 신규 오픈으로 오프라인 매출 ↑)
- B2B가구 국내 수주물량 증가로 사무용 가구 14.9%, 빌트인 가구 17.7%, 선박 가구 45.9% 신장

○ 매출총이익 : 매출총이익률은 전년대비 +0.8% 증가하였고, 115억원 증가

○ 판매관리비 : 전년대비 82억원 증가

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

2. 2020년 2Q 실적 (별도기준)

3) 2Q누계 손익계산서

□ 매출 및 경상이익

[단위:억, %]

구 분	2019년 2Q 누계	2020년 2Q 누계	증감액	증감율
매 출	6,016	7,136	1,120	18.6%
매출총이익	1,052	1,248	196	18.6%
(%)	17.5%	17.5%		
판매관리비	903	1,010	107	11.9%
영업이익	149	237	89	59.8%
(%)	2.5%	3.3%		
영업외수익	27	20	▲7	▲26.6%
영업외비용	12	29	17	136.1%
경상이익	163	228	65	39.6%
(%)	2.7%	3.2%		

□ 부문별 매출현황

[단위:억, %]

구 분		2019년 2Q 누계	2020년 2Q 누계	증감액	증감율
가 구 사 업	B2C가구	1,499	1,656	157	10.5%
	B2B가구	1,902	2,160	258	13.6%
	원 자 재	585	614	29	4.9%
	기 타	8	11	3	38.1%
소 계		3,994	4,441	447	11.2%
B2B사업		2,022	2,695	673	33.3%
합 계		6,016	7,136	1,120	18.6%

※ B2C가구 : 가정용 가구, 주방용 가구 / B2B 가구 : 빌트인, 사무용, 선박

○ 매출 : 전년대비 1,120억원 증가

- B2C가구 10.5%, B2B가구 13.6%, 원자재 4.9%, B2B부문 33.3% 신장
- B2C가구 오프라인 7.5%, 온라인 17.2% 신장
- B2B가구 국내 수주물량 증가로 사무용 가구 3.1%, 빌트인 가구 15.2%, 선박 가구 46.9% 신장

○ 매출총이익 : 매출총이익률은 전년 수준이나, 매출증가 영향으로 196억원 증가

○ 판매관리비 : 전년대비 107억원 증가

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

3. 2Q Review 및 향후 운영전략

□ 2Q Review

B2C : 가구 소비는 계획적인 소비형태 (이사, 결혼 등)로 타업종에 비해 매출 감소 제한적

☞ 인테리어 · 가구 소비패턴 다양화 : 주택 매매, 입주와 별개로 소비하는 성향이 증가

☞ 재택근무, 사회적 거리두기 등으로 집에 머무는 시간이 늘어나면서 '집꾸미기'에 관심 증가 추정

B2B : 'COVID19'로 일부 해외 현장에 공급 일정 변동이 있으나, 연간으로는 매출 감소 영향 제한적

□ “토탈인테리어회사”로의 변화 추진을 위한 인프라 개선 (영업, 생산 / 물류 외)

구 분	2 Q	3 Q	4 Q
영 업 인프라	용산 리뉴얼 완료 (4/10)	부산 전시장 오픈예정 (8월말)	온라인몰 리뉴얼 ('20년말)
	기흥 전시장 오픈 (4/30)	→ 기흥, 부산 1,000평 이상의 가정용 · 주방 복합매장	→ 통합몰 구성 : 쇼핑 편의성 제고 (쏠브랜드)
	소비패턴 다양화 대응 브랜드 경험 확대 지속 : 홈클래스, 오프라인 전시 개선, 온라인몰 리뉴얼 등		
Smart Work Center (생산 · 물류)	물류센터 가동중 (6월초) → 상하차 CAPA 2.3배 증가로 물류효율 증가 (외부창고 3개소 감소)	'스마트 공장' 세팅 및 시운전 ('21년초 오픈) → 하반기 내 자동흐름 생산을 위한 기계설비 설치, S/W 세팅 후 시운전 진행	

* Smart Work Center (SWC) : 총 투자금액 1,395억원, 면적 25,850평의 스마트 공장 (1개층), 물류센터 건물 (4개층)

○ 2020년 예상 투자금액 : 약 720억원 (신축공장 513억원 포함)

→ 2분기누계 투자금액 : 445억원 집행 (신축공장 365억원 포함)

4. ESG 지배구조 평가

□ 개 요

「한국기업지배구조원 (KCGI)」에서 국내 상장기업의 ESG (환경, 사회, 지배구조) 수준을 평가하여 상장회사의 지속가능 경영을 유도하고, 자본시장 참여자들이 상장회사의 ESG성과 및 위험의 수준을 보다 직관적으로 파악하여 이를 투자 의사 결정에 활용할 수 있도록 지원하는 제도

□ 평가결과

구 분	'19년	'18년	'17년	'16년
등 급	A	B+	B+	B+

· A : 우수 (746개 평가회사 중 상위 7.8% 이상)

지배구조, 환경, 사회 모범기준이 제시한 지속가능경영 체계를 적절히 갖추고 있으며, 비재무적 리스크로 인한 주주가치 훼손의 여지가 적음

[주요활동]

- 2018년 3월 : 이사회 內 위원회 도입 (사외이사후보추천 위원회, 내부거래위원회, 보상위원회 설치)
- 2019년 5월 : 전자투표제 도입 (주주 의결권 행사의 편의성 제고를 통한 주주권익 강화)
- 2019년 8월 : 기업지배구조 헌장 제정 ('19년 8월 9일 공시 참조)

감사합니다.

이 종목의 더 많은 IR정보 [확인하기](#)

IR GO 주주와 기업을 연결하고 응원합니다.