

(주)현대리바트 IR



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

- 주요연혁, 사업분야, 주요 주주현황

II. 2018년 3분기 실적

- 손익계산서, 부문별 매출, 재무상태표

III. 2018년 4분기 유통망 개설 계획

IV. 미래성장전략

V. 2018년도 주요 투자

VI. 주주 권리 강화

I. 회사소개

1. 주요연혁

1977년 ~ 1999년

□ 1977년 회사 설립
현대그룹 소속
'(주) 현대종합목재'

□ 1979년
'리바트' 브랜드 런칭

□ 1982년
'용인공장' 준공

□ 1999년 계열분리
'(주)리바트' 설립

2000년 ~ 2011년

□ 2005년
'코스피' 상장,
'안성공장' 취득

□ 2006년
'베트남법인' 설립

□ 2007년
'베트남공장' 준공

□ 2010년
'스타일샵' 런칭

2012년 ~

□ 2012년
'캐나다법인' 설립
'현대백화점그룹' 편입

□ 2014년
'(주)현대리바트' 사명변경

□ 2016년
'통합물류센터' 준공

□ 2017년
'(주)현대H&S' 흡수합병

2. 사업분야

가구 부문

□ B2C 가구

- 가정용 가구, 주방용 가구
- 브랜드 : 리바트, 이즈마인, 키즈, H · MONDO
리첸, 헤리티지, 케이티오

□ 빌트인 가구

- 국내 아파트 건설 현장 납품
- 국내 1위 업체

□ 사무용 가구

- OA가구, 임원가구 등 공간활용 제안
- 브랜드 : 네오스, 하움, 체어스

□ 선박용 가구

- 선박의 거주공간을 위한 가구, 인테리어 제공

법인 부문

□ 자재사업

- 건설자재, 산업자재, 트레이딩, 포장자재 사업
 - 건설자재 : 주요 건설사 현장에 안전자재, 건설자재 안전시설물 등 공급
 - 산업자재 : 건축자재, 선박자재, 공장자재 등 공급
 - 트레이딩 : 유럽, 동남아에서 축적된 노하우 바탕으로 경쟁력 있는 가격에 목재 등 공급
 - 포장자재 : 패키징 업무에 필요한 자재 공급

□ 기업판촉

- 고객 니즈에 맞는 쇼핑몰과 상품을 공급
- 국내 최대 유니폼 회사

□ 건설특화

- 해외공사 : 공사 수주 직후 ~ 본공사 착수전
제반준비 작업 (가설물, 울타리 外)
- 가구CM : 건설에 사용되는 CM의 개념을 가구,
자재영역에 제공 → 종합관리 서비스

3. 주요 주주현황

[단위:주,%]

주주명	2017년말		2018년 3분기		증 감		비 고
	주식수	지분율	주식수	지분율	주식수	지분율	
현대그린푸드	8,192,182	39.9%	8,192,182	39.9%	0	0.0%	▷ 대주주지분율 : 41.2% ▷ 특수관계인
현대홈쇼핑	260,620	1.3%	260,620	1.3%	0	0.0%	
국민연금	2,636,047	12.8%	2,548,446	12.4%	▲87,601	▲0.4%	
자기주식	421,080	2.1%	421,080	2.1%	0	0.0%	
기 타	9,025,353	44.0%	9,112,954	44.4%	87,601	0.4%	
합 계	20,535,282	100.0%	20,535,282	100.0%	0	0.0%	

▷ '17년 12월5일 합병에 따른 신주 3,273,632주 발행으로 주식수 증가

- 기존 : 17,261,650주 → 변경 : 20,535,282주
- 구 현대H&S는 현대그린푸드 100% 자회사로서 합병 신주는 모두 현대그린푸드로 발행 (보호예수중)
- 현대그린푸드 지분율 변동 : 기존 4,918,550주(28.5%) → 변경 8,192,182주(39.9%)
- 보호예수는 2018년 12월13일 종료 (2017년 12월14일 ~ 2018년 12월13일, 1년)

▷ 국민연금 주식수는 10월8일 공시된 '임원·주요주주 특정증권등 소유상황보고서' 기준임

II. 2018년 3분기 실적

1. 손익계산서 (당분기, 누계)

[단위:백만원]

구 분	2017년 3분기	2018년 3분기	증감	
			증감액	증감율
매 출 액	221,764	330,334	108,570	49.0%
매출총이익	50,782	53,646	2,864	5.6%
(%)	(22.9%)	(16.2%)		
판매관리비	36,568	42,154	5,586	15.3%
영업이익	14,214	11,492	▲2,722	▲19.2%
(%)	(6.4%)	(3.5%)		
영업외수익	570	599	29	5.1%
영업외비용	192	331	139	72.6%
경상이익	14,592	11,760	▲2,832	▲19.4%
(%)	(6.6%)	(3.6%)		

[단위:백만원]

구 분	2017년 3분기 누계	2018년 3분기 누계	증감	
			증감액	증감율
매 출 액	609,273	1,001,260	391,986	64.3%
매출총이익	138,116	166,253	28,137	20.4%
(%)	(22.7%)	(16.6%)		
판매관리비	101,274	127,239	25,965	25.6%
영업이익	36,842	39,014	2,172	5.9%
(%)	(6.0%)	(3.9%)		
영업외수익	1,587	4,381	2,793	176.0%
영업외비용	1,445	1,853	408	28.2%
경상이익	36,984	41,542	4,558	12.3%
(%)	(6.1%)	(4.1%)		

▷ 매출액 : 1,086억원 증가

- 합병에 따른 매출 증가액 : 1,049억원
- 가구부문 매출 증가액 및 신장율
2,217억원 → 2,254억원 (37억원 ↑, 1.7% ↑)

▷ 매출총이익 : 전년대비 ▲6.7% 감소

- 법인부문 이익율 제외시 가구부문 이익율 20.8%로
전년비 ▲2.1% 감소

▷ 영업이익 : ▲27.2억원 감소

- 합병 및 영업인력 확대와 TV광고 진행 등으로 판매관리비
55.8억원 증가

▷ 매출액 : 3,920억원 증가

- 합병에 따른 매출 증가액 : 3,085억원
- 가구부문 매출 증가액 및 신장율
6,093억원 → 6,927억원 (834억원 ↑, 13.7% ↑)

▷ 매출총이익 : 전년대비 ▲6.1% 감소

- 법인부문 이익율 제외시 가구부문 이익율 21.1%로
전년비 ▲1.6% 감소

▷ 영업이익 : 45.6억원 증가

- 합병 및 영업인력 확대와 TV광고 진행 등으로 판매관리비
259.6억원 증가하였으나, 매출 확대에 따라 영업이익 증가

2. 부문별 매출현황

[단위:억원]

구 분	2017년		2018년		당분기 비교		누계 비교		비 고
	당분기	누 계	당분기	누 계	증감액	증감율	증감액	증감율	
B2C가구	769	2,132	670	2,123	▲99	▲12.9%	▲8	▲0.4%	> 온라인 매출인식 기준 변경 (기존 : 총액매출 → 변경 : 순액매출) - 3분기 : 9.2억원 - 3분기누계 : 30.3억원 > 3분기 ▲11.7%, 누계 : 1.0%
B2B가구	974	2,716	1,203	3,447	230	23.6%	731	26.9%	
원자재	472	1,235	378	1,347	▲94	▲19.9%	112	9.1%	
기 타	4	11	3	10	▲0	▲8.3%	▲0	▲3.8%	
법인부문	0	0	1,050	3,085	1,050		3,085		
합 계	2,218	6,093	3,303	10,013	1,086	49.0%	3,920	64.3%	

▷ B2C가구 부문

- 백화점 매장 퇴점에 따른 매출 감소 (당분기 ▲26.1억원, 누계 ▲63.5억원)
 - 전년대비 백화점 입점 매장수 ▲21개점 축소 ('17년 3분기 25개점 → '18년 3분기 4개점)
- 주택거래량 감소와 9월말 추석명절 연휴 영향으로 집객 감소 ('17년 추석 10월로 시점차이 발생)

▷ B2B가구 부문

- 빌트인가구부문은 입주물량 확대로 증가
- 사무용, 선박은 전년대비 감소
 - 사무용 : 불경기 영향으로 기업체 예산 삭감 및 이월 → 4분기 회복 전망
 - 선 박 : 조선경기 불황으로 선박 건조 감소 → 최근 조선사 수주 회복으로 '19년 하반기부터 매출 확대 예상

3. 재무상태표

[단위:백만원]

구 분	2015년	2016년	2017년	2018년 3분기	비 고
자산총계	375,774	420,143	677,911	650,393	
유동자산	222,569	252,261	456,305	422,258	
비유동자산	153,205	167,882	221,606	228,135	
부채총계	129,347	139,859	262,739	205,640	
유동부채	113,219	122,315	241,143	185,788	
비유동부채	16,129	17,544	21,596	19,852	
자본총계	246,427	280,285	415,172	444,753	
자본금	17,262	17,262	20,535	20,535	
자본잉여금	4,742	4,742	102,587	102,587	
자본조정	(3,428)	(3,428)	(3,428)	(3,428)	
기타포괄손익누계액	197	110	104	93	
이익잉여금	227,654	261,599	295,373	324,966	
부채비율	52.5%	49.9%	63.3%	46.2%	

Ⅲ. 2018년 4분기 유통망 개설 계획

구 분	마포점	논현점	비 고
운영Brand	가정용 가구	주방가구	
오픈예정일	12월 중순	12월 중순	
면 적	350평	210평	

▷ 신규 유통망 개설 기대 효과

1. 마포점 : 가정용 가구 서울 핵심상권 중 미출점 지역인 서부지역 출점을 통한 고객 접근성 강화
2. 논현점 : 논현동 가구거리내 주방가구 전시장 오픈 통한 브랜드 인지도 제고

※ 3분기 유통망 개설 리뷰

▷ Williams-Sonoma 3개점 추가 오픈

- 현대백화점 무역센터점 (7월), 김포 프리미엄아울렛 (8월), 현대백화점 압구정본점 (9월)
- 전국 주요 상권내 매장 출점 통한 고객 접근성 향상
- 오프라인 매장 총 12개점 운영중 (백화점 7개점, 직영점 5개점)

IV. 미래 성장 전략 (“토탈 인테리어 기업” 으로의 도약)

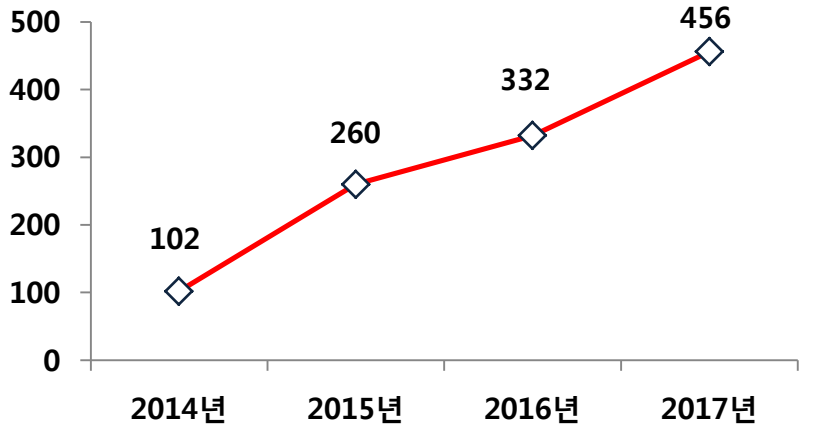
구 분	주 요 내 용	비 고
<p>1단계 (‘14년 ~ ‘16년)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 직매장 확대 통한 B2C사업 강화 (대형 플래그샵 7개점 오픈) <ul style="list-style-type: none"> - ‘14년 : 용산아이파크, 강동전시장 - ‘15년 : 잠실전시장, 창동전시장, 분당전시장 - ‘16년 : 울산전시장 - ‘17년 : 수원전시장 	<p>▷ ‘14년 ~ ‘17년 총 투자금액 : 600억원</p>
<p>2단계 (‘17년 ~ ‘20년)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 주방 영업인력 확대 통한 사업 확장 (제휴점 확대 통한 고객접점 ↑) <ul style="list-style-type: none"> - ‘17년 매출 456억원 (‘16년대비 37.5% ↑) • “Williams-Sonoma” 브랜드 제휴 통한 생활소품 시장 공략 	
<p>3단계 (‘20년 이후)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 가정용 및 주방용 가구와 생활소품 시너지 창출 • 주방사업 연계한 인테리어 시장 진입 (욕실, 창호, 마루, 벽지 外) 	

• 2013년부터 B2C기업으로의 전환을 목표로 단계별 목표를 가지고 사업 진행중
(1단계 : 가정용가구 → 2단계 : 주방용가구, 홈스타일 → 3단계 : 토탈인테리어사업)

• ‘17년 12월 현대H&S와의 합병도 사업다각화 통한 “토탈 인테리어 기업” 으로의 전환을 목표로 진행
 - 구 현대H&S의 건설/자재영업 활용 통한 건자재유통 사업 진출 추진
 - 주방사업 연계 통한 리모델링 시장 진출

1) 주방사업

□ 매출액 추이



※ 매출성장 요인

- 1) 주방 영업전문 인력 채용 및 육성
- 2) 영업 인프라(제휴점) 확대 통한 매출 확대 기반 마련 ('16년 약 170개점 → '17년 약 800개점)
- 3) 고가 ~ 저가 Full Line-Up 구축 통한 고객 대응
- 4) 시공팀 확대 통한 설치 서비스 향상 ('16년 71팀 → '17년 120팀)

시장환경

- 인테리어 시장 지속 성장 예상 ('16년 약 28조원 → '17년 약 31조원 → '18년 약 36조원)
- 대기업 인테리어 시장 진출 통한 경쟁 심화 - LG하우시스, KCC, 대림바스, 유진기업 外

대응전략

- Big Model 활용한 TV광고 진행으로 브랜드 이미지 향상 및 선호도 증대
- 인테리어 제휴점, 대리점 확대 통한 고객 점점 지속 확대 (영업인력 역량 향상)
- 제품 라인업 재정비 통한 제품 운영 효율성 향상
- 2020년 용인공장 증축을 통한 생산라인 재정비 → 약 5% 원가 절감 예상
- 프리미엄 친환경 소재인 유럽산 세라믹 자재 활용한 제품 출시로 경쟁력 확보
- 2018년 ~ 2019년 지속 성장 통한 “토탈인테리어기업” 도약 발판 마련
 - 욕실, 창호, 마루, 벽지 外

2) Williams-Sonoma 브랜드 제휴

□ 추진배경

- 소득수준 향상으로 가치소비와 생활문화에 대한 관심 증대 → “홈퍼니싱” 수요 확대
- 기존 생활소품 사업의 한계 : 유사한 제품군과 저가 중심의 가격 경쟁 심화 → “차별화된 경쟁력” 확보 필요
- 이에 미국 최대 홈퍼니싱 기업 Williams-Sonoma社 브랜드 제휴 통한 사업 진행 (10년 계약, 4개 브랜드)
 - 브랜드 : 윌리엄소노마, 포터리반, 포터리반키즈, 웨스트엘름

□ 진행경과

2017년

- 2017년 6월 현대시티몰 가든파이브점에 1호점 오픈
- 이후, 현대백화점 목동점(7월), 대구점(9월)에 입점
- 대형 플래그십 형태로 논현점 오픈 (10월), 분당점은 12월 오픈 완료

2018년

- 오프라인 유통망 확대 통한 고객 접점 확대 진행중 → 전국적 유통망 확보 진행중
 - 백화점 : 천호점 (3월), 무역센터점 (7월), 김포아울렛 (8월), 압구정본점 (9월) 오픈
 - 직매장 : 울산점 (2월), 대전점 (4월), 광주점 (5월) 오픈
- 온라인몰 입점 (Hmall, 더현대닷컴 外) 및 자체 브랜드몰 개발로 유통채널 다변화

□ 성장전략

- 해외 브랜드의 인지도와 디자인, 제품 역량을 기반으로 차별화된 생활소품 사업 경쟁력 확보
 - 가구와 결합된 생활문화 사업으로 확대
- 오프라인 유통망과 유통채널 다변화 통한 미래 성장 기반 구축 → 브랜드 인지도 개선을 통한 매출 확대 추진

V. 2018년 주요 투자 (용인공장 증축 변경공시 관련)

□ 변경사유

- 신축 예정인 3공장 설비를 IoT기술과 공정제어 솔루션 도입을 통한 완전 자동화 생산 시스템으로 변경
- 이에 따른 공장 자동화 설비 투자금액 증가에 따른 변경 공시 (2018년 11월9일)

구 분	주 요 내 용	비 고
투자금액	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 : 1,084억원 → 변경 : 1,395억원 (311억원 증가) • 주요 증가 원인 : 생산설비, 건설공사 등 투자금액 증가 <ol style="list-style-type: none"> 1) 생산설비 : <u>첨단 생산설비 도입에 따른 비용 증가</u> <ul style="list-style-type: none"> - IoT기술 기반 생산 자동화 시스템 도입 - 포장자동화 시스템 도입 (수작업 → 로봇 자동포장) 2) 건설공사 : 신축건물 주변 토목공사 外 	
면 적	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 : 25,000평 → 변경 : 25,850평 <ul style="list-style-type: none"> - 건물은 5,000평 5개층으로 동일 (창고 4개층, 공장 1개층) - 주변 토목공사 (주차장 外)에 따른 면적 증가 	

- 상반기 : 개발행위 인허가 및 증축 공장부지내 건축물 철거 완료
- 하반기 : 10월1일 착공

VI. 주주 권리강화

1. 배당 확대

구 분	2017년	2018년	증 감		비 고
			2017년 대비	2018년 대비	
주당 배당금	80원	100원	20원		
액면 배당률	8.0%	10.0%	2.0%		
시가 배당률	0.3%	0.3%	0.0%		
배 당 성 향	3.8%	5.7%	1.9%		

□ 최근 5개년 배당금 추이

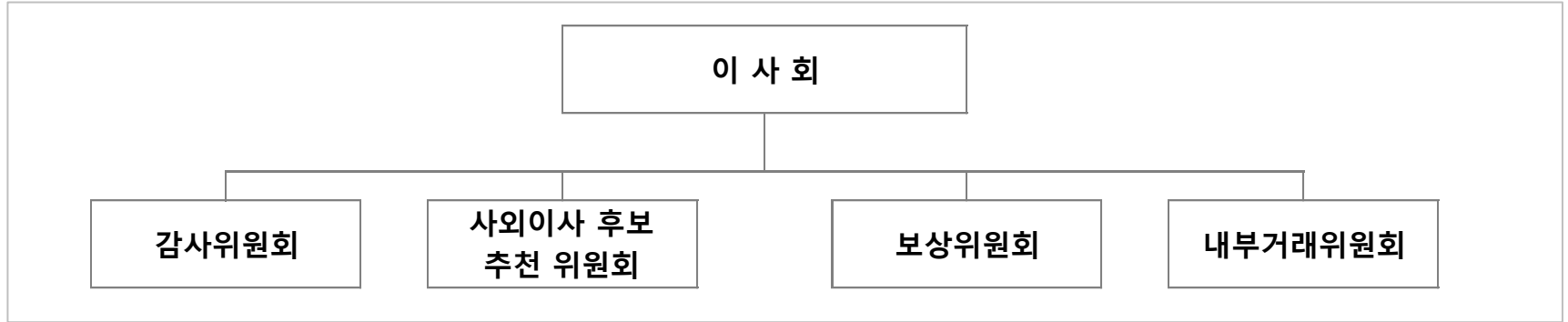
사업연도	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	비 고
배당금	60원	80원	80원	80원	100원	

→ 2016년 통합물류센터 신축, 직매장 확대, 신규사업 진출 등 투자재원 마련에 따른 배당금 유지

□ 2018년 배당금 확대 요인

- 안정적 사업구조 구축을 통한 영업이익 지속적 확대로 주주환원 정책 수립
- 주주권익 보호를 위한 배당금 확대

2. 이사회內 소위원회 설치



구 분	직무와 권한	목 적
감사위원회	<ul style="list-style-type: none"> • 회사의 회계와 업무를 감사 • 회사의 영업에 대한 보고 요구 등 	<p style="text-align: center;">경영 투명성 강화</p> <p style="text-align: center;">주주권익 보호</p>
사외이사 후보 추천 위원회	<ul style="list-style-type: none"> • 사외이사 후보의 추천권을 가짐 	
보상위원회	<ul style="list-style-type: none"> • 등기이사의 보상 정책 및 수준 적정성 평가 • 관련자료의 제출 및 보고 요청 	
내부거래 위원회	<ul style="list-style-type: none"> • 대규모 내부거래의 심사 • 관련자료의 제출 및 보고 요청 • 규정에 위반될 여지가 있는 거래에 대한 시정요청 	

감사합니다.