

KOSPI | 자본재

현대리바트 (079430)

현대백화점그룹의 종합 가구 제조기업

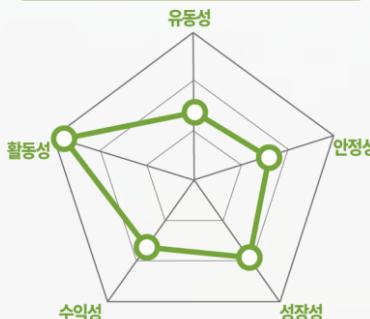
체크포인트

- 2012년 현대백화점그룹에 편입된 종합 가구 제조기업. 2024년 상반기 기준 사업부별 매출 비중은 B2C가구 20.6%, 오피스 가구 8.8%, 빌트인 가구 36.5%, 법인유통 26.7%, 해외건설 7.4% 차지
- 투자포인트: 1) 빌트인 가구 실적 정상화 2) 토탈 인테리어 기업으로 성장
- 빌트인 가구 사업부의 실적이 흑자로 전환되면서 2024년에는 매출액 1조 6,911억 원(yoy 6.6%), 영업이익 203억 원(흑자 전환) 전망

주가 및 주요이벤트

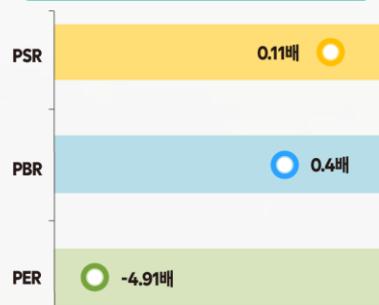


재무지표



주: 2023년 기준, Fnguide WICS 분류 상 산업재산업 내 등급화

밸류에이션 지표



주: PSR, PER은 2023년 기준, PBR은 2024년 기준, Fnguide WICS 분류 상 산업재산업 내 순위 비교, 우측으로 갈수록 저평가

현대리바트 (079430)

KOSPI

자본재

Analyst 김선호 shkim@kirs.or.kr

RA 이희경 hk.lee@kirs.or.kr

현대백화점그룹의 종합 가구 제조기업

2012년 현대백화점그룹에 편입된 종합 가구 제조기업. 2024년 상반기 사업부별 매출 비중은 B2C가구 20.6%, 오피스 가구 8.8%, 빌트인 가구 36.5%, 법인유통 26.7%, 해외건설 7.4% 차지

빌트인 가구 실적 정상화

건설사가 고객인 빌트인 가구는 수주 후 제품 인도까지 2년의 시차가 존재. 주요 원재료인 PB, MDF 가격이 2021년부터 급등하면서 2022년~2023년 실적이 적자 전환했으나, 급등한 원재료 가격이 제품 가격에 충분히 반영되면서 2024년부터 흑자 전환 예상

토탈 인테리어 기업으로 성장

토탈 인테리어 브랜드 '집테리어'를 2022년에 출시. 토탈 인테리어 기업으로써 갖춰야 할 브랜드, 제품 공급망에 장점 있음. 초기 투자비 및 주택 거래시장 부진하여 초기 성과는 부진하지만, 실적 턴어라운드 했을 때 주가 재평가 가능

현주가는 2024년 추정 실적 대비 PER 16.9배, PBR 0.4배

빌트인 사업부의 흑자 전환이 2024년 1분기부터 진행되었으나, 빌트인 사업부 실적의 주요 변수인 2025년 아파트 입주 물량이 감소할 것으로 예상되어, 역사적 PBR Band 하단에서 거래되고 있음

Forecast earnings & Valuation

	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액(억원)	13,846	14,066	14,957	15,857	16,911
YoY(%)	11.9	1.6	6.3	6.0	6.6
영업이익(억원)	372	202	-279	-199	203
OP 마진(%)	2.7	1.4	-1.9	-1.3	1.2
자본주주순이익(억원)	266	135	-508	-341	98
EPS(원)	1,295	657	-2,472	-1,662	478
YoY(%)	36.6	-49.3	적전	적지	흑전
PER(배)	12.3	23.1	N/A	N/A	17.1
PSR(배)	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1
EV/EBITDA(배)	4.9	6.6	22.8	29.4	6.1
PBR(배)	0.7	0.6	0.4	0.4	0.4
ROE(%)	5.7	2.8	-10.9	-8.1	2.4
배당수익률(%)	1.3	0.7	0.0	0.0	1.2

자료: 한국IR협의회 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (9/23)	8,000원
52주 최고가	11,530원
52주 최저가	6,990원
KOSPI(9/23)	2,602.01p
자본금	205억원
시가총액	1,643.3억원
액면가	1,000원
발행주식수	21백만주
일평균 거래량 (60일)	10만주
일평균 거래액 (60일)	9억원
외국인지분율	4.24%
주요주주	현대지에프홀딩스 41.16%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	-6.8	3.9	-11.1
상대주가	-3.2	9.7	-14.3

참고

1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '부채비율', 성장성 지표는 'EPS 증가율', 수익성 지표는 '매출총이익률', 활동성지표는 '총자산회전율', 유동성지표는 '유동비율'임. 2) 표지 벌류에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 벌류에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 벌류에이션 매력도 높음.



기업 개요

1 현대백화점그룹의 종합 가구 제조기업

현대백화점 그룹 계열사인 토탈 인테리어 기업

현대리바트는 현대백화점 그룹 계열사로, 주방, 바스, 건자재, 해외 프리미엄 홈퍼니싱 등 고객 생활공간 전반을 아우르는 종합 가구 제조기업이다.

리바트는 1977년 12월 종합가구회사로 설립되었으며, 1979년 '리바트' 브랜드를 런칭하였다. 1982년 용인공장을 준공하였으며, 2000년에는 선박가구공장인 경주공장을 준공하였다. 2001년에는 사무가구 브랜드 '리바트네오스'와 주방가구 브랜드 '리첸'을 출시하였고, 2005년에는 온라인전용 브랜드인 '리바트이즈마인'을 내놓았다. 2005년 11월 유가증권시장에 상장하였으며, 2006년에는 베트남에 현지법인을 설립하여 베트남 공장을 준공하였다. 2012년 현대백화점그룹 계열사로 편입되었으며, 캐나다 현지법인을 설립하였다. 2014년 '리바트 키즈' 브랜드와 '엔슬립' 매트리스 브랜드를 런칭하였으며, 사명을 '현대리바트'로 변경하였다. 현대리바트는 2015년 '리바트하움', '리바트체어스', 'H.몬도' 브랜드를 런칭하였고, 2016년에는 만 천평 규모의 용인 통합물류센터를 준공하였다. 2017년 현대H&S를 흡수합병하면서 B2B 산업재 도매 및 중개업이 추가되었다. 2020년에는 SWC(스마트워크센터)를 준공하였다. 2021년에는 브랜드 고급화를 위해 이탈리아 최고급 가구브랜드인 죠르제띠(GIORGETTI)를 런칭하였으며, 2022년 늘어나는 인테리어 수요에 맞춰 토탈 인테리어 브랜드인 '리바트 집테리어'를 런칭하였다.

2 사업영역

1H24기준 사업부문별

매출비중은 B2C가구 20.6%,

오피스가구 8.8%, 빌트인가구

36.5%, 법인유통 26.7%,

해외건설 7.4%

주요 사업은 가구제조 및 판매, 일반상품 및 기업용 의류 판매업이다. 2024년 상반기 기준 사업부문별 매출비중을 살펴보면, B2C 가구 20.6%, 오피스 가구 8.8%, 빌트인 가구 36.5%, 법인유통 26.7%, 해외건설 7.4%이다.

B2C가구는 사업부는 1)침대, 식탁, 소파 등 가정용 가구, 2)주방, 욕실, 창호, 벽지 등에 대한 토탈 인테리어를 제공하는 집테리어 사업부, 3)하이엔드 중심의 해외가구 매출로 구성되어 있다. 브랜드로는 리바트 스타일샵, 리바트 온라인, 리첸, 리바트 키친, 월리엄스 소노마, 죠르제띠, 발코치네 등이 있다. 2024년 상반기 말 기준 B2C 매장수는 대리점 69개/백화점 16개/직매장 11개이며, 집테리어 매장수는 대리점 302개/직매장 2개, 수입브랜드 매장수는 직매장 8개/백화점 14개이다.

오피스 가구 사업부는 사무환경에서 사용하는 책상, 의자, 회사 공용공간에 사용되는 가구 및 조선사를 대상으로 선박가구를 판매하고 있다. 브랜드로는 리바트 오피스와 리바트 하움이 있다. 사무용 가구의 경우에는 대리점을 통한 간접판매와 우량 대기업을 대상으로 한 직접 판매가 이루어지고 있으며, 선박용 가구는 선박영업팀을 구성하여 대응하고 있다.

빌트인 가구는 주로 건설업체의 오피스텔, 아파트 등 신규주택에 공급되는 가구이다. 동사는 국내 빌트인 가구 업체 중 1위 사업자로 주요 건설사별로 영업팀을 구성하여 판매사업을 영위하고 있다.

법인유통 및 해외건설 등 B2B 사업부문은 2017년 B2B 전문기업인 현대H&S를 흡수합병하여 매출이 발생하고 있다. 기업간의 원자재 및 부품의 유통거래를 하는 산업재 도매 및 중개업이다.

3 종속회사

종속기업은 현대리바트엠앤에스

현대휘상 무역유한공사 등

비상장사 6개 존재

종속회사는 현대리바트엠앤에스, HYUNDAI LIVART VINA CO., LTD, LIVART CANADA CO., LTD, 현대휘상 무역(상해)유한공사, HNS INDUSTRIES SDN.BHD, PT HYUNDAI LIVART INDONESIA 등 비상장사 6개가 있다.

1)현대리바트엠앤에스는 가구, 생활용품의 판매 관련 용역 서비스를 제공하고 있다. 2024년 상반기 기준 매출액은 103억 원, 반기순이익 2억 원을 기록하였다. 2)HYUNDAI LIVART VINA CO., LTD.는 주방 제품, 책상, 책장, 수납장, 원목식탁, 선박가구 등 완제품을 생산하고 있다. 2024년 상반기 기준 매출액은 53억 원, 반기순이익 3억 원을 기록하였다. 3)LIVART CANADA CO., LTD.는 캐나다 로컬 건설사에 주방가구 및 일반가구, 목창호 도어를 납품하고 있다. 2024년 현재 약 11개 현장에 납품을 진행하고 있으며, 상반기 기준 매출액은 149억 원, 반기순이익 4억 원을 기록하였다. 4)현대휘상무역(상해)유한공사는 주중 한국기업의 소모성 자재 유통 사업을 위한 회사로 2024년 상반기 기준 매출액은 40억 원, 반기순이익 -0.02억 원을 기록하였다. 5)HNS INDUSTRIES SDN.BHD.는 가설공사 및 가설 자재 유통을 수행하고 있으며, 2024년 상반기 기준 매출액은 4억 원, 반기순이익 -0.5억 원을 기록하였다. 6)PT HYUNDAI LIVART INDONESIA는 다양한 원자재 수급을 위한 글로벌 네트워크 확보와 포장업 시장 개척을 위해 설립되었으며, 2024년 상반기 기준 매출액은 49억 원, 반기순이익 0.7억 원을 기록하였다.

종속기업(1H24)

종속기업명	주소	주요사업	자산총액(억 원)	매출(억 원)	반기순손익(억 원)	지분율
(주)현대리바트엠앤에스	경기도 용인시 처인구	서비스업	29	103	2	100%
HYUNDAI LIVART VINA CO., LTD.	베트남 동나이성	가구제조 및 판매	51	53	3	100%
LIVART CANADA CO., LTD.	캐나다 벤쿠버(리치몬드)	가구 판매	197	149	4	100%
현대휘상무역(상해)유한공사	중국 상해	상품 중개업	22	40	0	100%
HNS INDUSTRIES SDN.BHD.	말레이시아 쿠알라룸푸르	가설 공사 및 자재 유통	5	4	-1	100%
PT HYUNDAI LIVART INDONESIA	인도네시아 자카르타	포장 및 무역업	24	49	1	100%

자료: 현대리바트, 한국IR협의회 기업리서치센터

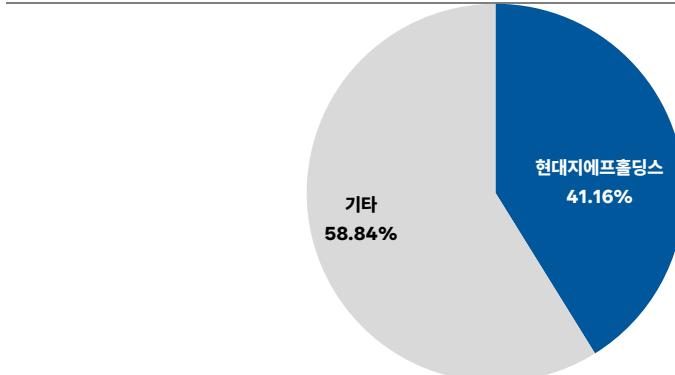
4 주주현황

최대주주는 현대지에프홀딩스로

지분율 41.16% 보유

최대주주는 현대지에프홀딩스로, 지분율은 41.16%이다. 현대그린푸드(現 현대지에프홀딩스)는 2002년 백화점 사업부문을 인적 분할하여 현대백화점을, 2006년 여행 사업부문을 물적 분할하여 현대드림투어를, 2009년 법인영업 사업부문을 물적 분할하여 현대에이치앤에스를 신설하였다. 이후, 현대그린푸드는 존속법인인 현대지에프홀딩스와 신설법인인 현대그린푸드로 인적분할하였으며, 현재 현대지에프홀딩스는 지주회사로서 동사와 현대이지웰 등 자회사 관리 및 신규사업 투자를 담당하고 있다. 그 외에 5%이상 지분을 갖고 있는 주주는 없다.

주주현황(1H24)



자료: 현대리바트, 한국IR협의회 기업리서치센터

 산업 현황

1 빌트인 특판가구

빌트인 특판 가구는 건설사가 고객

빌트인 특판가구란 싱크대, 불박이장처럼 신축 아파트·오피스텔 등 대단위 공동주택의 건축사업에서 건설사 및 시행사를 대상으로 공급하는 가구를 의미한다. 특판가구는 주방가구와 일반가구로 분류된다. 주방가구에는 싱크대, 상부장, 하부장, 냉장고장, 아일랜드장 등이 있고, 일반가구에는 불박이장, 거실장, 신발장 등이 있다.

특판가구 입찰은 대부분 미리 지명된 복수의 업체만 제한하여 입찰에 참여할 수 있는 지명경쟁입찰 방식으로 진행되며, 최저가를 적어낸 업체가 입찰되는 것이 일반적이다. 마진이 낮은 구조로 1위 사업자인 현대리바트의 빌트인 가구 10년 평균(2014년~2023년) 영업이익률은 2.3%, 3위 사업자인 에넥스의 전사 10년 평균 영업이익률은 -1.1%이다.

현대리바트, 한샘, 에넥스 3강

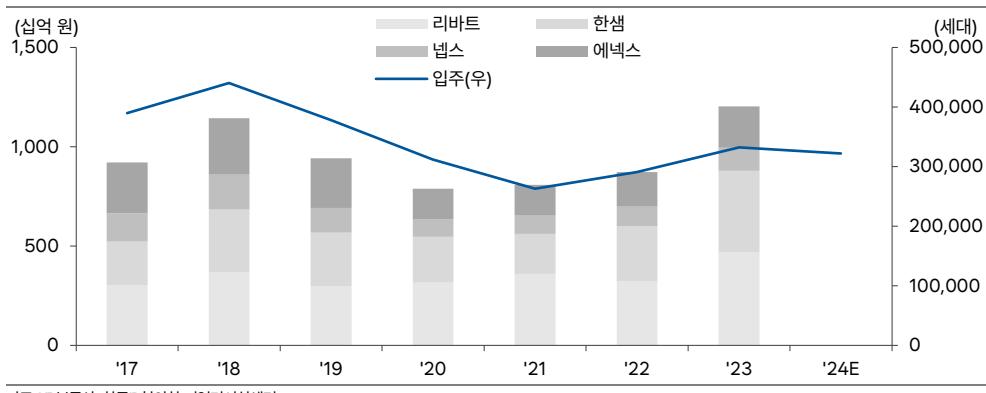
특판가구 시장은 현대리바트, 한샘, 에넥스 3강 체제가 형성되어 있다. 2023년 기준으로 특판가구 매출액은 현대리바트 4,683억 원, 한샘 4,098억 원, 에넥스 2,080억 원이다.

2024년에는 입주물량이 소폭 감소하며 특판 매출 정체 전망

특판가구 시장 업황을 파악하는 데 가장 많이 참고하는 지표는 전국 아파트 입주 물량이다. 빌트인 가구의 특성 상 입주를 앞두고 납품이 되기 때문이다. 2017년부터 2023년까지 특판가구사의 매출액과 입주 데이터의 상관관계는 0.58을 기록하고 있다.

KB부동산에 따르면 2024년 전국 아파트 입주 예정 물량은 32.2만 세대로 전년 대비 3% 감소할 전망이다. 2024년 건자재 업체들의 특판 매출은 2023년 수준과 비슷할 것으로 전망된다.

주요 업체의 빌트인 가구 매출 및 전국 아파트 입주 물량



2 사무용 가구

사무용 가구는 기업체 등의 사무실 내 조직적이고 효율적인 업무를 위한 가구로서 책상과 의자, 서랍과 캐비닛 등이 해당된다. 1980년대 초반까지 사무용 가구라고 하면 철재를 소재로 한 책상과 서랍 일체형이 주로 사용되었으나, 1980년대 중반부터 사무실 업무가 세분화되고 컴퓨터 보급이 점차 보편화 되어 시스템 사무 가구의 필요성이 요구되었다.

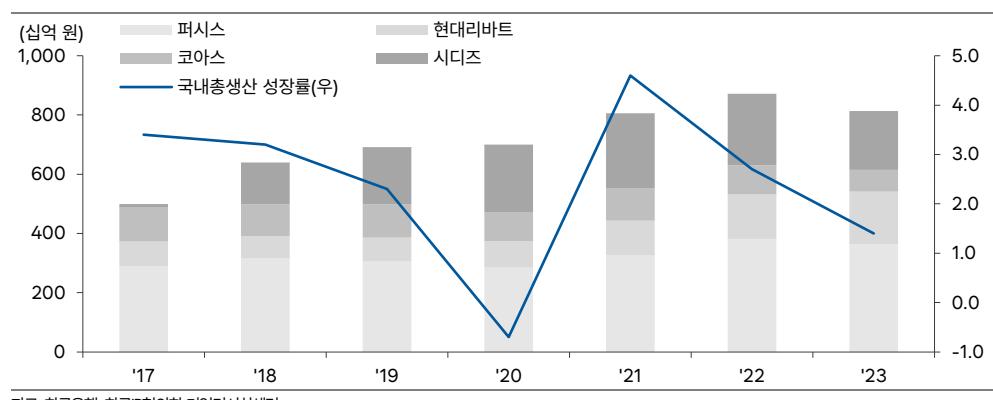
퍼시스, 시디즈, 현대리바트, 코아스 4강

퍼시스의 2023년 사업보고서에 따르면 사무가구 업계 시장 규모를 1.3조 원 정도로 추정하고 있다. 2023년 기준으로 퍼시스의 매출액이 3,629억 원으로 1위 사업자이며 그 뒤를 시디즈의 매출액이 1,980억 원, 현대리바트의 오피스 가구 사업부 매출액이 1,787억 원, 코아스의 매출액이 738억 원을 기록하고 있다. 2014년부터 2023년까지 퍼시스의 10년 평균 영업이익률은 개별 기준 8.9%, 현대리바트의 오피스 사업부의 10년 평균 영업이익률은 4.1%, 코아스의 10년 평균 영업이익률은 개별 기준 -1.8%로 퍼시스가 압도적인 성과를 내고 있다.

사무용 가구는 경기변동에 민감

사무용 가구는 경기변동에 민감한 내구소비재 산업이다. 수요자라 할 수 있는 기업체의 활동이 많아져야 성장을 기대해 볼 수 있다. 최근 한국은행은 2024년 국내 총생산 성장을 전망치를 2.5%에서 2.4%로 하향 조정하였다. 성장을 전망치가 높지 않고, 전망치가 하향세에 있기 때문에 사무용 가구 시장은 소폭 성장에 그칠 것으로 전망된다.

주요 업체의 사무용 가구 매출 및 국내총생산 실질성장을



자료: 한국은행, 한국IR협의회 기업리서치센터

3 홈퍼니싱

홈퍼니싱이란 집(Home)과 '단장하다·장식하다'라는 뜻의 퍼니싱(Furnishing)의 합성어이며, 가구나 조명·벽지·침구·카펫과 같은 다양한 인테리어 소품으로 집을 꾸미는 것을 의미한다.

이케아, 한샘이 B2C 강자

2023년 매출액 기준으로 이케아코리아유한회사(2022년 9월 1일~2023년 8월 31일 기준)가 매출 6,007억 원을 기록한 국내 1위 사업자이다. 한샘이 매출액 5,292억 원을 기록하여 2위를 차지하였다. 한샘은 홈퍼니싱 외에도 리하우스 매출액이 5,909억 원 발생하여 B2C 매출에서 국내 1위 사업자이다. 홈퍼니싱에 대한 전반적인 관심이 올라가면서 패션업계, 유통업계, 홈퍼니싱 플랫폼 등도 시장에 신규로 진입하고 있다. 경쟁이 심화되면서 2023년 이케아코리아유한회사의 영업이익률은 0.4%를 기록하였으며, 현대리바트의 B2C 가구 사업부문 영업이익률은 -3.7%, 신세계까사의 영업이익률은 -7.2%를 기록하였다.

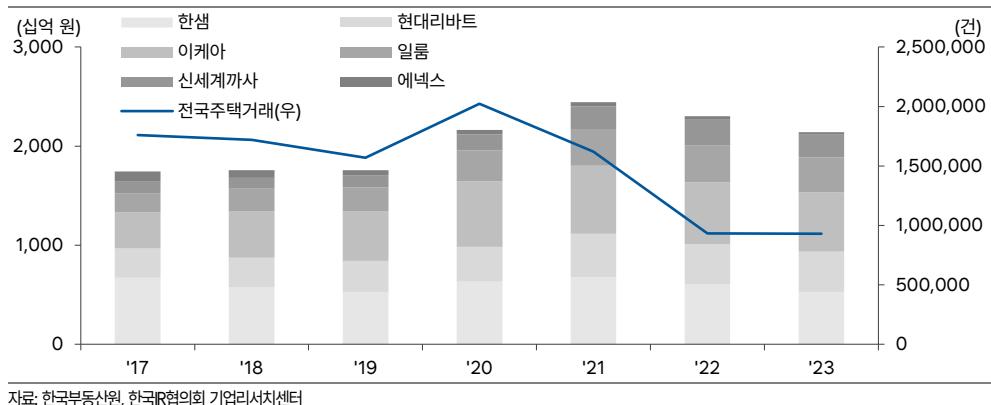
2022년부터 주택거래량 침체

코로나19가 확산되는 시기에는 집에 머무는 시간이 늘어나며 홈퍼니싱 수요가 급증하였으나, 엔데믹으로 전환됨과 동시에 주택거래량이 급격하게 감소하여 시장 성장이 정체된 상황이다. 2022년, 2023년 주택거래량은 각각 933,347건과 928,795건을 기록했는데 2012년부터 2021년까지 평균 주택거래량이 1,567,427건 대비 60%가 되지 않는 수준이다.

2024년 7월까지 주택거래량은 597,788건을 기록하여 전년 동기 대비 10.6% 증가하였다. 거래가 바닥을 지났다는 신호로 볼 수 있으나 과거 10년(2012년부터 2021년) 수준과 비교하면 미흡한 수준이다.

주택거래량이 부진한 가운데 경쟁은 심화되고 있어 홈페니싱 사업을 하고 있는 가구업체들의 실적 성장폭은 크지 않을 것으로 보인다.

주요 업체의 B2C 매출 및 주택 거래량





1 빌트인 가구 실적 정상화

수주와 매출 사이에 2년이라는

시차가 존재하는 특판가구 시장

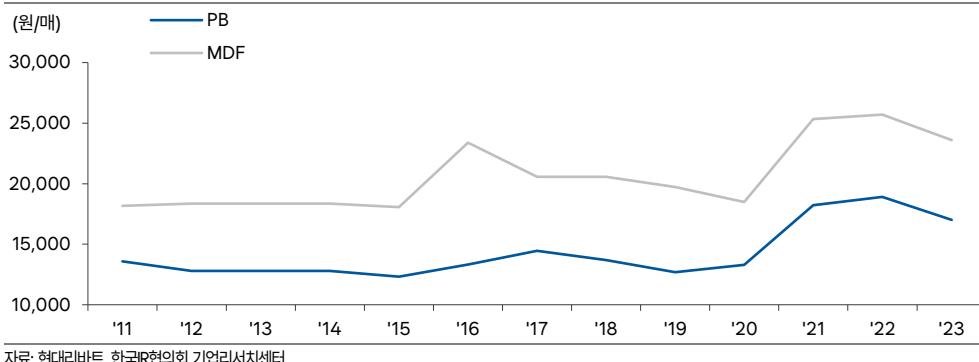
특판가구 시장은 기업을 고객으로 하는 B2B 시장이다. B2B 고객의 대부분이 건설사로 제품을 소비하는 시점에서 B2C 시장과 차이가 있다. B2C 시장에서 소비자는 일반적으로 구매 시점과 같은 시기에 제품을 받게 되지만, B2B 고객인 건설사는 구매를 결정한 시점과 제품을 인도 받는 시기에 약 2년에 걸친 시차가 존재한다. 이는 건설사가 사업 초기에 빌트인 가구에 대한 입찰을 진행하여 원가를 확정 짓기 때문이다. 가구 원가 변동 리스크를 회피에 성공한 건설사 반대편에 원가 변동 리스크에 노출된 특판가구 업체가 존재한다.

코로나 19 시기

주요 원재료 PB, MDF 가격 급등

코로나 19 확산 시기 가구의 주원료인 PB(Particle Board), MDF(Medium Density Fiberboard) 가격은 과거 10년 동안 보여줬던 안정적인 흐름과 다르게 급등하였다. 2021년부터 2023년까지 PB, MDF 가격 평균은 과거 10년(2011년 ~2020년) 평균 대비 각각 37%, 28% 높은 가격에서 거래되었다.

PB, MDF 가격 추이



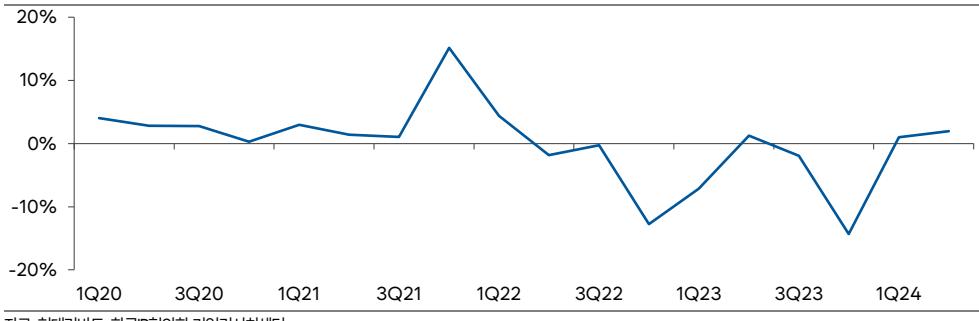
자료: 현대리바트, 한국IR협의회 기업리서치센터

원재료 급등으로

2022년 2분기부터 적자 전환

원재료 가격 급등으로 과거 2년치의 영업성과가 적자 수주잔고로 전환되었다. 현대리바트의 빌트인 가구 사업부 실적은 2022년 2분기부터 적자구간에 진입하였다. 제품의 판매가격은 입찰 당시(2019년, 2020년)에 낮은 PB, MDF 가격을 기준으로 결정되었지만, 생산에 투입된 원재료는 30% 가까이 급등한 PB, MDF가 쓰였다.

현대리바트 빌트인 가구 사업부 마진 추이



자료: 현대리바트, 한국IR협의회 기업리서치센터

빌트인 사업부 마진 지속적으로**개선될 것으로 전망**

원재료 급등으로 악성 수주가 되어버린 물량을 소화했던 기간(2022년~2023년)동안 빌트인 사업부는 매출액 7,927억 원, 영업이익 -366억 원, 영업이익률 -4.6%를 기록하였다. 하지만 2024년 1분기부터 인상된 원재료 가격을 수주 단가에 충분히 반영한 물량이 본격적으로 매출로 전환되면서 빌트인 사업부는 흑자전환에 성공하였다. 마진율이 낮은 2021년 상반기 이전 물량이 수주잔고에서 차지하는 비중이 5% 미만으로 낮아졌고, 현대리바트의 빌트인가구 사업부 10년 평균 이익률이 2.3% 수준임을 감안할 때 당분간 마진 개선세가 지속될 것으로 보인다.

2 토탈 인테리어 기업으로 성장

인테리어란 실내를 개별적인 취향에 맞춰 아름답게 꾸미는 작업을 포함하여 거주자가 편리하고 안락하며 쾌적하게 생활할 수 있는 개성적인 환경을 만드는 것을 뜻한다. 리모델링과 유사한 개념으로 사용되나, 리모델링은 건물의 성능을 유지하고 개선하기 위한 건축 행위이며, 주택법에 따라 공동주택을 증·개축하는 행위로 인식한다는 측면에서 차이가 있다.

유지보수 인테리어 시장

인테리어 시장은 신축과 유지보수 부문으로 구분될 수 있다. 신축시장은 종합 및 전문건설업체가 참여하는 B2B 시장으로 한국표준산업분류 상 '실내건축 및 건축마무리공사업'에 해당된다. 실내건축 및 건축마무리공사업은 2019년 기준 기업체수 12,912개, 종사자 247,415명, 매출액 35.5조 원의 시장이다. 반면, 유지보수시장은 개별 수요자와 개인사업자의 B2C 시장, 수요자와 공급자를 연결하는 O2O 시장 위주로 건설업 면허가 없는 인테리어 사업체, 건자재업체, 플랫폼 기업 등이 주로 참여하고 있다. 유지보수 시장은 그 규모가 상당한 것으로 추정되나, 별도로 시장 통계는 존재하지 않는다. 대한건설정책연구원에서는 2019년 유지보수 인테리어 시장 규모를 24.5조 원(주거용 13.4조 원, 비주거용 11.1조 원)으로 추정한 바 있다.

유지보수 인테리어 시장은 전문**인테리어 업체가 주도**

유지보수 인테리어 시장은 전문 인테리어 업체가 주도해 왔다. 전문 인테리어 업체는 건설업 면허가 없는 개인사업자가 대다수로 지역사회를 거점으로 사업을 영위하고 있다. 대한건설정책연구원에 따르면 전국적으로 약 6만 개에 이르는 전문 인테리어 업체가 있는 것으로 추정되며, 아파트 상가 등을 통해 영업과 계약이 이루어진다.

전문 인테리어 업체 주도 시장의**약점**

유지보수 인테리어 시장은 대표적인 레몬마켓으로 꼽힌다.

첫째, 정보 비대칭 문제가 크다. 인테리어 시장은 토탈 인테리어 공사부터 창호, 바닥재, 욕실, 주방, 전기, 단열공사 등 공사의 종류가 세분화되어 있고, 상담, 견적, 계약, 실측, 시공 및 완공, 사후 관리 등으로 단계별 서비스로 구성되어 있어, 소비자가 인테리어 전체를 세세하게 알기 힘들다. 소비자 입장에서는 인테리어에 대한 이해도가 낮고, 불신이 크다 보니 무작정 싼 값을 지불하려는 성향이 강하다.

둘째, 전문 인테리어 업체의 자격 문제가 있다. '건설산업기본법' 상 공사금액이 1,500만 원 미만이면 '경미한 건설공사'에 해당하여 건설업 등록이 없는 사업자도 시공할 수 있다. 제도권 내 건설업자의 경우 계약이행과 하자 발생시 제3의 보증기관 등으로부터 피해구제가 가능하지만, 무면허 인테리어 사업자의 경우 별도로 보증서 발급이 어렵다. 과거 인테리어 공사가 도배, 장판 등 소액공사가 다수를 차지할 때는 문제가 되지 않았으나, 최근 토탈 인테리어 등 고액 공사가 확대되고 있어 문제가 확대되고 있다.

온라인 또는 건설자재 기업을 통한 계약이 증가하는 추세

최근에는 인테리어 수요자가 오프라인을 통해 전문 인테리어 업체와 직접 계약하는 방식은 감소하고 있으며, 건설자재 기업 또는 O2O 플랫폼을 통한 계약이 증가하는 추세이다. 규모가 크고 시공 경험이 많은 전문 인테리어 업체는 건자재 기업 및 O2O 플랫폼의 협력업체(제휴사, 파트너사)로 등록하여 전문적으로 시공을 담당하고 있다.

한샘을 선두로 건자재 기업의 인테리어 시장 진출이 확대

건설자재 및 가구 등을 공급하던 사업자 중에서는 한샘, 현대리바트, KCC, LX하우시스 등이 종합 인테리어 시장에 진출하여 활동하기 시작하였다.

건설자재 및 가구업체의 인테리어 시장 진출의 주된 목적은 자사의 자재 판매이다. 인테리어 시장에 진출한 기업들은 공통적으로 소비자와 전문 인테리어 업체를 이어주는 중간 플랫폼 역할을 수행하며, 자신들이 공급하는 자재를 사용하는 것을 원칙으로 하였다. 실제 인테리어 계약은 협력사로 등록된 시공업체와 소비자 간에 체결되며, 건설자재 및 가구업체는 자체 계약서를 통해 시공품질 보증, 시공 자재에 대한 AS 보증을 시행하였다.

가장 적극적으로 인테리어 시장에서 영역을 확대한 회사는 한샘이다. 한샘은 2008년 IK(Interior Kitchen) 브랜드로 인테리어 제휴점에 부엌가구를 비롯해 수납가구, 욕실, 마루, 창호, 문, 조명 등 건자재를 납품하였다. 한샘은 2016년 8월 브랜드명을 '리하우스'로 변경하여 서비스를 확대하였다. 한샘의 리하우스는 소비자가 가구 단품을 구매하는 것이 아니라 가구, 가전, 생활용품까지 '공간'을 제공받는 점을 강조하였다. 한샘의 리하우스 매출은 2016년 3,624억 원에서 2023년 5,909억 원으로 증가하였다.

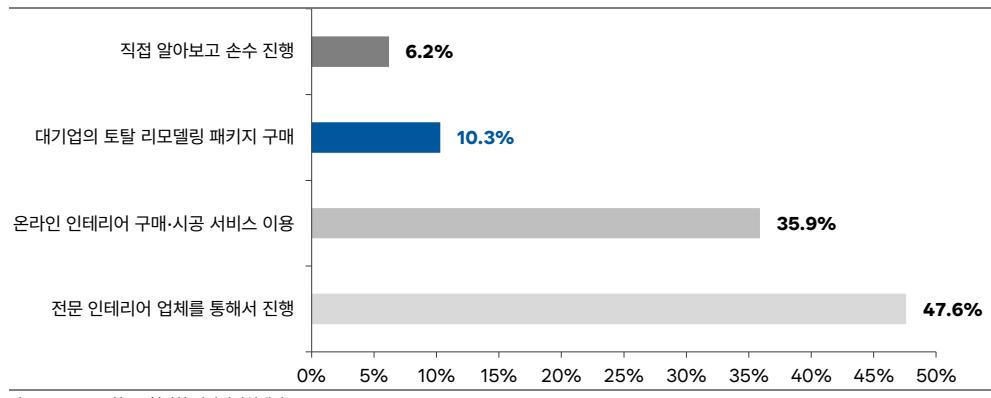
현대리바트는 2022년 집테리어 브랜드를 통해 토탈 인테리어 사업에 진입

현대리바트는 2022년 2월 '리바트 집테리어'를 출시했다. 리바트 키친, 리바트 바스, 리바트 윈도우 등 분야별 브랜드를 통합하였으며, 현대백화점그룹이 2018년 인수한 건자재 전문업체 현대L&C(옛 한화L&C)와 협업을 통해 건자재 부문 라인업을 강화하였다. 2024년 2분기 말 기준으로 공식 제휴대리점인 '리바트 집테리어'의 수는 302개이다.

수요자들의 토탈 인테리어에 대한 선호도 확대될 것

인테리어 시장에 진입한 현대리바트의 선택은 긍정적인 결과를 맺을 것으로 보인다. 현대리바트의 인테리어 진출을 긍정적으로 보는 첫번째 이유는 인테리어 시장에서 한샘, 현대리바트와 같은 대기업의 토탈 인테리어 패키지 점유율이 확대될 것으로 보이기 때문이다. 도배와 장판 등 단순 인테리어에서 토탈 인테리어로 시장의 수요가 전환되면서 공급자에 대한 더 높은 신뢰도를 요구하고 있다. 인테리어·라이프 전문잡지 더리빙에서 2023년 12월 8일부터 14일까지 3,160명의 일반 소비자 대상으로 실시한 설문조사에서 '인테리어, 리모델링을 진행한다면, 어떤 형태로 진행하고 싶은가요?'라는 질문에, 10.3%의 응답자가 대기업의 토탈 인테리어 패키지 구매를 선택하겠다고 답을 하였다. 대기업의 토탈 인테리어 패키지는 최신 유행을 잘 따르고 있고, 시공품질 보증과 시공 자재 보증 등 전문 인테리어 업체와 차별화되는 서비스를 제공하며 점차 인기를 높여가고 있다. 하지만, 47.6%의 응답자가 '전문 인테리어 업체를 통해서 진행'이라고 답변한 부분은 주의 깊게 지켜볼 부분이다. 전문 인테리어 업체들이 갖고 있는 지역 상권의 이점, 가격 경쟁력, 쉽게 변하지 않는 소비자들의 소비 행태 때문에 전문 인테리어 업체에 대한 소비자의 선호도가 높은 것으로 해석된다.

인테리어·리모델링을 진행한다면, 어떤 형태로 진행하고 싶은가요?



자료: TheLiving, 한국IR협의회 기업리서치센터

**토탈 인테리어 사업을 제대로
할 수 있는 업체는 제한적**

현대리바트의 인테리어 시장 진출을 긍정적으로 보는 두번째 이유는 토탈 인테리어 솔루션을 제공할 수 있는 공급업체가 제한적일 것으로 보이기 때문이다.

전문 인테리어 업체를 통해서 진행하는 것보다 가격이 높은 대기업의 인테리어 서비스를 소비자가 선택하기 위해서는 브랜드 가치를 보유하고 있어야 한다. 현대리바트는 국내 B2C 가구 업체 중 다섯 손가락 안에 드는 업체이며, '리바트'는 1970년대 후반에 출시한 오래된 브랜드로써 높은 인지도를 갖고 있다. 최근 현대리바트는 현대백화점 그룹 채널을 활용하여 브랜드 가치를 제고하는 데 힘쓰고 있는데, 현대백화점이 국내 백화점 3사(현대, 롯데, 신세계) 중에 하나로써 갖고 있는 유통채널 경쟁력을 감안하면 브랜드 가치에 긍정적으로 작용할 것으로 보인다.

대기업 단위의 토탈 인테리어 솔루션을 제공하기 위해서는 거실에서 주방, 욕실, 침실까지 가구 및 건자재를 납품할 수 있는 공급망을 갖춰야 한다. 예를 들어 국내 PVC 창호 시장에서 LX하우시스와 KCC의 점유율은 각각 36%(2023년 KCC 사업보고서 기준)로 소비자들의 선호도가 높은 편이다. 인테리어 업체를 결정할 때 가장 중요한 건자재를 중심으로 의사 결정을 하는 소비자가 상당수 있기 때문에, 어떤 한 제품이 약점이 되지 않도록 충분한 제품 경쟁력을 갖춰야 한다. 현대리바트는 창호, 바닥재, 인조대리석, 데코마감재 등의 사업을 영위하는 현대L&C와 협업하여 건자재 관련 상품군을 강화하였다.

**인테리어 사업부는 한동안 적자가
지속되겠으나, 흑자 전환되었을 때
주가 리레이팅 동력**

2023년 가정용 가구 및 수입가구, 집테리어가 포함되어 있는 현대리바트 B2C 사업부는 매출 4,053억 원, 영업이익 -151억 원을 기록하였다. 동사의 B2C 사업부가 영업적자인 이유는 집테리어 사업 때문이다. 2022년에 시작한 집테리어에 대한 투자가 지속되는 가운데 주택 거래량이 급격하게 줄어든 상태가 지속되며 집테리어 사업부 실적이 부진하였다.

현대리바트의 집테리어 사업부 흑자 전환까지는 다소 시간이 걸릴 것으로 보인다. 토탈 인테리어에 대한 소비자들의 인지도가 개선되고, 주택 거래량이 회복되는 속도가 변수가 될 것이다. 하지만 해당 사업부가 흑자로 전환될 때 실적 개선과 더불어 B2C 업체로 평가받으면서 주가 재평가가 기대된다.



실적 추이 및 전망

1 2023년 실적 분석

‘23

매출액 15,857억 원(yoy 6%)

영업이익 -199억 원(적자 축소)

B2C가구

매출액은 4,053억 원(yoy -0.3%), 영업이익은 -151억 원(적자 축소)을 기록하였다. 영업이익률은 -3.7%로 전년 대비 2.7%p 개선되었다. 전국 주택거래량이 928,795건(yoy -0.5%)으로 낮은 수준이 유지되었다. 2023년 말 기준 공식 제휴 대리점인 '리바트 집테리어'의 수는 290개로 2022년 말 대비 34개 증가하였다.

오피스가구

매출액은 1,840억 원(yoy 18.8%), 영업이익은 89억 원(yoy 49.2%)을 기록하였다. 영업이익률은 5.0%로 전년 대비 1.0%p 개선되었다. 코로나19 이후 사무 환경에 대한 수요가 세분화되며 시장이 성장하였다.

빌트인가구

매출액은 4,683억 원(yoy 44.4%), 영업이익은 -281억 원(적자 전환)을 기록하였다. 영업이익률은 -6.0%로 전년 대비 3.4%p 악화되었다. 주요 원재료인 PB, MDF의 가격이 급등하여 마진이 악화되었다.

2 2024년 상반기 실적 분석

1H24

매출액 10,017억 원(yoy 30%)

영업이익 150억 원(흑자 전환)

B2C가구

매출액은 2,094억 원(yoy 5.4%), 영업이익은 -34억 원(적자 축소)을 기록하였다. 영업이익률은 -1.6%로 전년 대비 1.9%p 개선되었다. 2024년 상반기 전국 주택거래량은 492,783건(yoy 7.7%)으로 상승하였다. 2024년 2분기 말 기준 공식 제휴대리점인 '리바트 집테리어'의 수는 302개로 2023년 말 대비 12개 증가하였다.

오피스가구

매출액은 900억 원(yoy -4.5%), 영업이익은 65억 원(yoy 23.5%)을 기록하였다. 영업이익률은 7.3%로 전년 대비 1.7%p 개선되었다.

빌트인가구

매출액은 3,721억 원(yoy 85.6%), 영업이익은 55억 원(흑자 전환)을 기록하였다. 영업이익률은 1.5%로 전년 대비 4.2%p 개선되었다. 악성 수주잔고로 분류되는 2021년 상반기 이전 물량이 5% 미만으로 줄어들면서 2024년 1분기 부터 흑자를 기록하였다.

해외건설

매출액은 758억 원(yoy 20.4%), 영업이익은 20억 원(흑자 전환)을 기록하였다. 영업이익률은 2.6%로 전년 대비 3.2%p 개선되었다. 사우디 아미랄, 자푸라 현장 매출이 반영되고 있다.

현대리바트 분기별 실적 추이

(단위: 억 원)

구분	1Q23	2Q23	1H23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	1H24
매출액	3,702	3,987	7,689	3,966	4,202	5,048	4,970	10,017
B2C 가구	977	1,010	1,986	1,001	1,066	1,073	1,020	2,094
오피스가구	479	464	942	464	380	511	389	900
빌트인가구	957	1,048	2,005	1,274	1,404	1,843	1,878	3,721
법인유동	999	1,266	2,265	1,155	1,435	1,396	1,319	2,715
해외건설	382	248	630	138	31	315	444	758
영업이익	-76	35	-41	12	-170	68	82	150
B2C 가구	1	-70	-69	-40	-43	-5	-29	-34
오피스가구	12	41	53	24	12	43	23	65
빌트인가구	-68	13	-55	-25	-201	18	36	55
법인유동	-2	42	40	34	54	13	33	46
해외건설	-13	9	-4	27	-13	0	20	20
영업이익률	-2.1%	0.9%	-0.5%	0.3%	-4.0%	1.3%	1.6%	1.5%
B2C 가구	0.1%	-6.9%	-3.5%	-4.0%	-4.0%	-0.5%	-2.8%	-1.6%
오피스가구	2.5%	8.8%	5.6%	5.1%	3.2%	8.4%	5.8%	7.3%
빌트인가구	-7.1%	1.3%	-2.7%	-1.9%	-14.3%	1.0%	1.9%	1.5%
법인유동	-0.2%	3.3%	1.8%	3.0%	3.7%	0.9%	2.5%	1.7%
해외건설	-3.4%	3.7%	-0.6%	19.8%	-41.8%	0.1%	4.4%	2.6%

자료: 현대리바트, 한국IR협의회 기업리서치센터

▣ 2024년 연간 실적 전망

‘24E

매출액 16,911억 원(yoy 7%)

영업이익 203억 원(흑자 전환)

2024년 매출액은 1조 6,911억 원으로 전년대비 6.6% 증가하고, 영업이익은 203억 원으로 흑자 전환할 것으로 전망된다. 영업이익률은 1.2%로 전년 대비 2.5%p 개선될 전망이다. 빌트인 가구가 흑자전환하면서 실적 개선을 이끌 것으로 전망한다.

B2C가구

매출액은 4,213억 원(yoy 3.9%), 영업이익은 -88억 원(적자 축소)을 전망한다. 주택 거래량이 소폭 회복하면서 매출 상승을 이끌 것으로 예측된다. 매출 증가 폭이 크지 않아 집테리어 부문 적자는 지속될 것으로 보인다.

오피스가구

매출액은 1,840억 원(yoy 3.0%), 영업이익은 96억 원(yoy 7.5%)을 기록할 것으로 보인다. 일부 대기업·스타트업 중심으로 사무 공간의 고급화·프리미엄화 기조가 지속되며 성장할 것으로 전망된다.

빌트인가구

매출액은 5,228억 원(yoy 11.6%), 영업이익은 105억 원(흑자 전환)이 예상된다. 정상마진 수준의 수주잔고가 매출로 인식되며 흑자 전환에 성공할 것으로 보인다.

현대리바트 연간 실적 추이

(단위: 억 원)

구분	2021	2022	2023	2024F
매출액	14,066	14,957	15,857	16,911
B2C 가구	4,365	4,064	4,053	4,213
오피스가구	1,165	1,504	1,787	1,840
빌트인가구	3,589	3,243	4,683	5,228
법인유통	4,834	4,751	4,855	4,813
해외건설	391	1,663	799	1,105
영업이익	202	-279	-199	203
B2C 가구	-108	-259	-151	-88
오피스가구	21	60	89	96
빌트인가구	225	-85	-281	105
법인유통	64	66	128	72
해외건설	6	-57	10	22
영업이익률	1.4%	-1.9%	-1.3%	1.2%
B2C 가구	-2.5%	-6.4%	-3.7%	-2.1%
오피스가구	1.8%	4.0%	5.0%	5.2%
빌트인가구	6.3%	-2.6%	-6.0%	2.0%
법인유통	1.3%	1.4%	2.6%	1.5%
해외건설	1.5%	-3.4%	1.3%	2.0%

자료: 현대리바트, 한국IR협의회 기업리서치센터



1 역사적 PBR Band 하단에서 거래

2025년 입주 예정 물량이

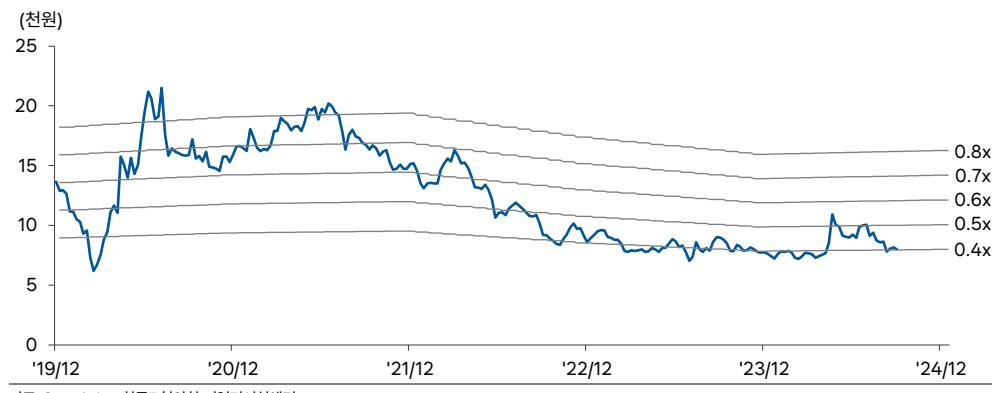
미래 실적에 부담

현대리바트 주가는 2024년 연초대비 3.1% 상승하여 동기간 코스피지수 하락률 2.0% 대비 양호한 수익률을 기록하고 있다.

현재 현대리바트 PBR은 0.4배이다. 2020년 이후 PBR은 0.4배~0.8배 사이에서 움직였다. 이를 감안하면 동사의 주가는 PBR Band 하단에 위치해 있다.

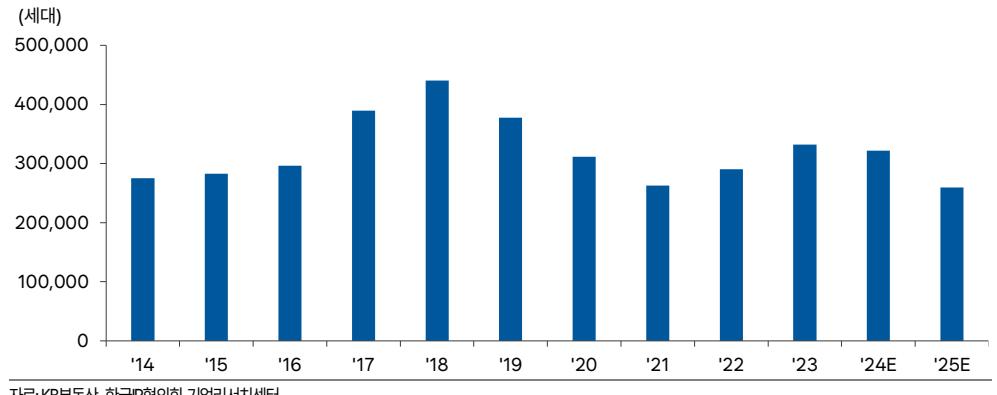
KB부동산에 따르면 2025년 입주 예정 물량은 26.0만 세대로 전년 대비 19% 감소가 예상된다. 2023년, 2024년 입주 예정 물량 평균 32.7만 세대 대비 20.5% 낮은 수준이다. B2B 업황에 많이 노출되어 있는 현대리바트에게는 실적 부담 요인이다. 2024년 빌트인 사업부의 흑자 전환은 긍정적이지만, 내년 매출 감소 가능성을 주가가 반영하고 있는 것으로 보인다.

현대리바트 역사적 PBR Band



자료: Quantwise, 한국IR협의회 기업리서치센터

연도별 입주 예정 물량



자료: KB부동산, 한국IR협의회 기업리서치센터

2 동종 업체 종목 대비 할인

한샘 대비 큰 폭으로 할인

현재 주가는 2024년 추정 실적 대비 PBR 0.4배로 컨센서스가 존재하는 한샘 PBR 2.4배 대비 할인되어 거래되고 있으며, LX하우시스의 PBR 0.4배와 동일한 배수에서 거래되고 있다.

현대리바트는 한샘과 비교 가능하다. B2C 사업에서 두 회사 모두 홈퍼니싱, 인테리어 사업을 영위하고 있으며, B2B 시장에서 1, 2위 업체이다. 한샘은 B2C에 강점이 있는 회사이며, 2023년 전체 매출에서 B2C가 56.9%를 차지하고 있다. 현대리바트는 B2C 매출이 2023년 전체 매출의 19.7%를 차지하고 있고, 산업재 도매 및 중개사업 매출을 포함한 법인 유통 매출이 30.6%를 차지하는 점에서 한샘과 차이가 있다.

B2C 사업이 B2B 사업 대비 높은 마진, 안정성을 감안할 때 한샘이 더 높은 PBR 배수에서 거래되는 것은 합리적으로 보인다. 2024년 2분기 기준으로 한샘의 자본총계는 3,947억 원, 현대리바트의 4,128억 원이며 10년 평균 영업이익은 한샘이 812억 원, 현대리바트는 248억 원이다. 비슷한 자본규모를 갖고 있으나 이익 체력이 높아 한샘이 더 높은 PBR 배수에서 거래될 요인이 존재한다.

현대리바트의 토탈인테리어 사업 집테리어에서 좋은 성과를 보인다면 두 회사의 PBR 배수 차이를 줄일 수 있을 것으로 전망된다.

현대리바트 동종 그룹 Valuation

기업명	종가 (원)	시가총액 (십억 원)	YTD 수익률 (%)	매출액(십억 원)		영업이익(십억 원)		P/E(배)		P/B(배)	
				'23	'24E	'23	'24E	'23	'24E	'23	'24E
코스피	2,602	2,122,839	-2.0	3,530,937	2,850,301	171,757	273,640	19.4	10.0	1.0	0.9
코스닥	755	372,042	-12.9	331,733	95,619	11,079	8,701	166.8	261	2.0	2.4
현대리바트	8,000	164	3.1	1,586	1,691	-20	20	-4.7	16.7	0.4	0.4
한샘	56,000	1,318	4.7	1,967	1,940	2	43	-20.3	11.9	2.6	2.4
에넥스	587	35	2.6	231	-	-7	-	-1.7	-	0.9	-
퍼시스	41,200	474	35.1	363	-	35	-	5.2	-	0.5	-
LX하우시스	38,650	370	-11.4	3,526	3,517	110	121	7.1	4.8	0.5	0.4

자료: Quantwise, 한국IR협의회 기업리서치센터

 **리스크 요인****1 가성비 인테리어****가파른 인플레이션은****토탈 인테리어 수요에 부정적**

최근 인테리어 시공비는 3.3㎡당 150만 원~200만 원 수준으로 과거 3~4년 전 3.3㎡당 100만 원 수준 대비 급등하였다. 해당 기간 자재 값과 인건비가 급격하게 상승한 영향이다. 예를 들어 과거 3~4년 전에는 10억 원 가격의 전용면적 84㎡ 아파트의 인테리어를 위해서는 3,300만 원(실평수 33평)이 필요하여 집 값의 3.3% 수준의 인테리어 비용이 필요했다. 하지만 최근 인테리어 가격 기준으로는 4,950만 원에서 6,600만 원이 필요해 집 값의 4.95%~6.6% 수준의 인테리어 비용이 필요하다. 단기간에 급등한 인테리어 가격으로 인해 일부 소비자들은 가격 저항을 느끼고 토탈 인테리어 대신 도배, 장판 등의 '가성비' 인테리어를 선택하고 있다.

급등한 인테리어 가격은 당분간 토탈 인테리어 수요의 저항 요인으로 작용할 것으로 보인다. 주택 가격이 빠르게 상승하여 집 값 대비 인테리어 비용이 하락하거나, 소비자들이 현재 수준의 가격에 받아들일 수 있을 때까지 시간이 필요해 보인다. 현대리바트의 B2C 사업부 턴어라운드가 늦춰질 수 있는 하나의 이유가 될 수 있다.

포괄손익계산서

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액	13,846	14,066	14,957	15,857	16,911
증가율(%)	11.9	1.6	6.3	6.0	6.6
매출원가	11,346	11,468	12,821	13,618	14,255
매출원가율(%)	81.9	81.5	85.7	85.9	84.3
매출총이익	2,501	2,598	2,136	2,239	2,656
매출이익률(%)	18.1	18.5	14.3	14.1	15.7
판매관리비	2,129	2,395	2,415	2,438	2,453
판관비율(%)	15.4	17.0	16.1	15.4	14.5
EBITDA	684	567	137	106	503
EBITDA 이익률(%)	4.9	4.0	0.9	0.7	3.0
증가율(%)	41.8	-17.1	-75.9	-22.5	374.7
영업이익	372	202	-279	-199	203
영업이익률(%)	2.7	1.4	-1.9	-1.3	1.2
증가율(%)	55.7	-45.6	적전	적지	흑전
영업외손익	-34	-9	-381	-207	-74
금융수익	27	39	79	46	35
금융비용	49	39	148	110	104
기타영업외손익	-12	-9	-312	-143	-5
총속/관계기업관련손익	0	0	0	0	0
세전계속사업이익	338	193	-660	-406	129
증가율(%)	32.3	-42.9	적전	적지	흑전
법인세비용	73	58	-152	-65	30
계속사업이익	266	135	-508	-341	98
중단사업이익	0	0	0	0	0
당기순이익	266	135	-508	-341	98
당기순이익률(%)	1.9	1.0	-3.4	-2.2	0.6
증가율(%)	36.6	-49.3	적전	적지	흑전
지배주주지분 순이익	266	135	-508	-341	98

재무상태표

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
유동자산	3,638	4,306	4,521	5,119	5,568
현금성자산	441	143	149	212	334
단기투자자산	93	90	78	56	60
매출채권	1,962	2,354	2,427	2,557	2,727
재고자산	1,063	1,425	1,623	2,135	2,276
기타유동자산	79	295	244	160	170
비유동자산	4,395	4,331	4,021	3,876	3,725
유형자산	3,696	3,655	3,222	3,022	2,858
무형자산	290	280	270	271	261
투자자산	377	363	355	370	393
기타비유동자산	32	33	174	213	213
자산총계	8,033	8,636	8,542	8,995	9,292
유동부채	2,588	3,205	3,750	4,540	4,751
단기차입금	0	334	1,085	1,377	1,377
매입채무	1,769	1,758	1,692	2,373	2,531
기타유동부채	819	1,113	973	790	843
비유동부채	635	541	406	431	440
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	1	0	0	0	0
기타비유동부채	634	541	406	431	440
부채총계	3,223	3,746	4,156	4,971	5,191
지배주주지분	4,810	4,891	4,385	4,024	4,102
자본금	205	205	205	205	205
자본잉여금	1,017	1,017	1,017	1,017	1,017
자본조정 등	-34	-34	-34	-34	-34
기타포괄이익누계액	1	4	4	4	4
이익잉여금	3,621	3,698	3,193	2,832	2,910
자본총계	4,810	4,891	4,385	4,024	4,102

현금흐름표

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
영업활동으로인한현금흐름	1,054	-204	-427	28	274
당기순이익	266	135	-508	-341	98
유형자산 상각비	302	355	406	295	290
무형자산 상각비	10	10	10	10	10
외환손익	12	5	52	12	0
운전자본의감소(증가)	329	-746	-730	-213	-125
기타	135	37	343	265	1
	-930	-242	-153	-118	-153
	0	0	1	0	-23
	2	1	1	1	0
	-822	-268	-181	-116	-126
	-110	25	26	-3	-4
	-168	148	586	153	8
	-12	333	751	291	8
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	-30	-40	-20	0	0
	-126	-145	-145	-138	0
	0	-1	-0	-0	-7
	-43	-298	6	63	122
	483	441	143	149	212
	441	143	149	212	334

주요투자지표

	2020	2021	2022	2023	2024F
P/E(배)	12.3	23.1	N/A	N/A	17.1
P/B(배)	0.7	0.6	0.4	0.4	0.4
P/S(배)	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1
EV/EBITDA(배)	4.9	6.6	22.8	29.4	6.1
배당수익률(%)	1.3	0.7	0.0	0.0	1.2
EPS(원)	1,295	657	-2,472	-1,662	478
BPS(원)	23,425	23,815	21,355	19,593	19,974
SPS(원)	67,427	68,497	72,836	77,219	82,351
DPS(원)	200	100	0	0	100
수익성(%)					
ROE	5.7	2.8	-10.9	-8.1	2.4
ROA	3.4	1.6	-5.9	-3.9	1.1
ROIC	6.3	2.6	-6.8	-4.5	3.0
안정성(%)					
유동비율	140.6	134.3	120.6	112.7	117.2
부채비율	67.0	76.6	94.8	123.5	126.5
순차입금비율	2.0	13.3	30.8	37.8	34.2
이자보상배율	25.7	13.3	-10.9	-2.6	2.5
활동성(%)					
총자산회전율	1.8	1.7	1.7	1.8	1.8
매출채권회전율	6.9	6.5	6.3	6.4	6.4
재고자산회전율	12.2	11.3	9.8	8.4	7.7

최근 3개월간 한국거래소 시장정보제도 지정 여부

시장정보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자주의 환기 등을 통해 불공정거래를 사전에 예방하기 위한 제도를 시행하고 있습니다. 시장정보제도는 「투자주의종목 투자경고종목 투자위험종목」의 단계를 거쳐 이루어지게 됩니다.

※관련근거: 시장감시규정 제5조의2, 제5조의3 및 시장감시규정 시행세칙 제3조~제3조의7

종목명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
현대리바트	X	X	X

Compliance notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과, 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국IR협의회 산하 독립(리서치) 조직인 기업리서치센터가 작성한 기업분석 보고서입니다. 본 자료는 시가총액 5천억원 미만 중소형 기업에 대한 무상 보고서로, 투자자들에게 국내 중소형 상장사에 대한 양질의 투자 정보 제공 및 건전한 투자문화 정착을 위해 작성되었습니다.

- 당사 리서치센터는 본 자료를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 해당 종목과 재산적 이해관계가 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트와 그 배우자 등 관계자는 자료 작성일 현재 조사분석 대상법인의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 중소형 기업 소개를 위해 작성되었으며, 매수 및 매도 추천 의견은 포함하고 있지 않습니다.
- 본 자료에 게재된 내용은 애널리스트의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간접 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.
- 본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 자료제공일 현재 시점의 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성을 보장하지 않습니다.
- 본 조사자료는 투자 참고 자료로만 활용하시기 바라며, 어떠한 경우에도 투자자의 투자 결과에 대한 법적 책임 소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.
- 본 조사자료의 저작재산권은 당사에 있으므로, 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.
- 본 자료는 텔레그램에서 "한국IR협의회(https://t.me/kirsofficial)" 채널을 추가하시어 보고서 발간 소식을 안내받으실 수 있습니다.
- 한국IR협의회가 운영하는 유튜브 채널 'IRTV'에서 1) 애널리스트가 직접 취재한 기업탐방으로 CEO인터뷰 등이 있는 '小中한탐방'과 2) 기업보고서 심층해설방송인 '小中한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.