



ANNUAL REPORT 2020

CONTENTS

프롤로그

- 01 가고 싶은 곳, 머물고 싶은 곳
 - 04 CEO 메시지
 - 06 비전 & 경영방침
-

사업소개

- 08 리하우스 사업본부
 - 10 키친바흐 사업본부
 - 12 온라인 사업본부
 - 14 인테리어 사업본부
 - 16 특판 사업본부
 - 19 개요
 - 20 경영철학
 - 22 연혁
 - 24 수상
 - 26 비즈니스모델
 - 28 한샘 프라이드
 - 32 사회공헌
-

투자정보

- 34 재무 하이라이트
 - 36 재무성과
 - 38 재무제표
-

회사현황

- 43 경영정보
- 44 글로벌 네트워크
- 45 기업정보

가고 싶은 곳 머물고 싶은 곳



DBEW DESIGN CENTER

가고 싶은 곳 ' 머물고 싶은 곳 ' 한샘



가고 싶은 곳 머물고 싶은 곳

이 세상에서
가장 가고 싶고 머물고 싶은 곳이
자신의 집이 될때
건강, 화목, 성공이 시작됩니다.

우리는 좋은 음악을 통해 반복된 일상에서 지친 자신을 위로합니다. 마찬가지로 문을 열고 집에 들어왔을 때, 자신의 개성이 담긴 인테리어는 우리에게 힘을 줍니다. 다음날 집을 나설 때, 새로운 활력과 자신감을 가지고 사회로 나갈 수 있도록 돕는 것이 현대사회에서 인테리어의 새로운 기능입니다.

치열한 경쟁이 끊임없이 이어지는 현대 사회에서 지친 현대인들은 스트레스 해소와 재충전을 위해 저녁이면 피트니스 센터로, 주말이면 골프장이나 카페로 몰려갑니다. 아니면 고급 수입차 소유와 명품에 대한 소비로 공허함을 달래 보기도 합니다. 하지만 일시적인 위안을 줄 뿐 확실화되고 비슷비슷한 인테리어로 꾸며진 집으로 돌아오면 또다시 피곤함만이 남을 뿐입니다. 매일 드나드는 집이 가족 간의 갈등으로 스트레스가 더 쌓이거나 무관심으로 가족 간의 대화가 단절된다면 참된 위로를 받을 수가 없습니다.

하지만 한샘과 함께라면 힘든 일과를 마치고 집으로 돌아왔을 때 개성 있고 아름다운 집이 나를 반기고, 좋은 음악처럼 심신을 치유하는 인테리어의 공간이 나를 위로해줍니다.

저녁 식사 후 와인 한 잔이 어울리는 식탁에서 오늘 있었던 어려웠던 일, 즐거웠던 일에 대해 대화하고 위로와 격려를 나누며 서로에 대한 이해를 더합니다. 그러다 보면 어느새 스트레스는 사라지고 삶은 즐거움과 기쁜 일상이 되어 진정한 재충전이 이루어집니다. 그리고 다음날 아침이면 다시 새로운 활력과 자신감으로 집을 나서게 되고, 집이 '가고 싶은 곳, 머물고 싶은 곳'이 됩니다.

매일 보는 배우자이고 아이들이지만 항상 반갑게 대화를 즐기고, 매일 드나드는 자기 집이 세상에서 가장 가고 싶고 머물고 싶은 곳이 되어 그 속에서 서로 위로, 격려, 이해의 대화를 찾을 때 가정에는 건강과 화목, 성공의 열매가 가득해집니다.

한샘과 함께 하면 여러분의 집이 이 세상에 하나밖에 없는 '개성 있고 아름다운 나만의 집'으로 변합니다. 한샘은 개성 있고 아름다운 생활 공간을 제공하는 것을 통해 건강하고 화목한 가정을 만드는 데 기여하겠습니다.

CEO메시지

어려운 시기에도 아낌없는
성원을 보내주시는
고객 및 주주 여러분께
진심으로 감사드립니다.

한샘을 사랑해주시는 고객,
주주 여러분, 안녕하십니까?

지난해 한샘은 '사업본부 중심 경영체계 구축을 통한 국내시장 M/S 30% 도전'과 전략기획실 강화를 통한 10조 경영시스템 구축'이라는 두 가지 경영방침을 바탕으로 각 사업본부가 중심이 되어 중기 목표와 전략을 명확히 함으로써 지속 성장을 위한 핵심 역량을 강화해 나갔으며, 전략기획실의 역할 확립을 통해 사업본부 중심 경영체계의 기틀을 다졌습니다.

그 결과, 연초부터 예상치 못했던 코로나라는 외부 변수가 있었음에도 불구하고 매출 성장을 이루어냈고, 이와 동시에 내부 혁신을 지속함으로써 새로운 도약을 위한 기틀을 마련했습니다.

또한 창립 50주년을 맞이하여, "주거환경부문 세계 최강의 기업"이 되고자 하는 미래 50년의 중장기 비전과 로드맵을 정립 하였습니다.

올해는 이렇게 확립된 목표와 전략을 본격적으로 실현해나가며 지속적인 경영혁신을 통해 세계 최강기업의 비전에 한 걸음 더 가까이 가고자 합니다.

한샘은 올해 경영방침을

'사업본부 핵심역량 확보 통한 국내시장 10조 도전'

'전략기획실 강화 통한 10조 경영 시스템 구축'

'세계화 도전 기반 확립'으로 정했습니다.

회사는 경영방침을 달성할 중점추진과제를 다음과 같이 정해 추진할 계획입니다.

첫째, 사업본부의 핵심역량 확보를 통해 중기 국내시장 10조에 지속 도전해 나갈 것입니다. 각 사업본부가 주체가 되어 고객 접점에서 고객 감동을 실현해 나가는 것을 통해 다음 과제들을 달성해 나가겠습니다. 리하우스 사업본부는 건재패키지를 월 200세트 판매하는 표준매장을 전국에 50개 상권으로 확대하여 건재패키지 월 1만 세트 판매를 달성할 것입니다. 이를 위해 영업사원의 고객감동 역량을 향상시키고, 건재 아이템 별 경쟁력을 바탕으로 고객의 라이프스타일에 맞는 스타일패키지를 개발해 나갈 것입니다.

또한 홈플러스 2.0을 통한 상담설계 차별화와 건재패키지 ERP를 통한 완벽한 공정관리 등 지속적인 정보시스템의 고도화를 통해 완벽한 품질과 서비스를 제공해 나갈 것입니다.



2021년 3월
대표이사 회장 강 승 수

강 승 수

온라인 사업본부는, 월 10억 이상의 히트 상품을 지속적으로 만들어내고, 고객 맞춤 추천이 가능한 공간 콘텐츠 커머스와 O4O 연계 강화를 통해 한샘몰을 차별화된 리빙 전문 커머스로 발전시킬 것입니다.

인테리어 사업본부는 경쟁사와 차별화된 히트 상품을 개발하고, 원가 혁신을 통해 온라인 시장과도 경쟁할 수 있는 가격경쟁력으로 인테리어 가구 표준매장 성공모델을 완성해 나갈 것입니다.

키친바흐 사업본부는 부엌과 욕실 부문에서의 전문 역량을 바탕으로 키친&바스 패키지 판매율을 높이고, 키친바흐 표준매장 성공모델을 완성해 이를 확대해 나갈 것입니다.

특판 사업본부는 상품기기/수납가구를 포함한 세트 판매와 신규 공법을 적용한 시스템 욕실 패키지를 확대하고, 나아가 건자재 경쟁력과 패키지 시공능력을 강화해 객단가를 높여나갈 것입니다.

둘째, 전략기획실을 강화하여 10조 경영시스템을 구축해 나갈 것입니다. 먼저 품질을 6시그마 수준으로 만들고 영업사원의 고객감동역량 향상을 통해 연고율 50%에 도전할 것입니다. 또한 총원이 구조 혁신을 통해 핵심 상품의 가격경쟁력을 증대시키고 이를 바탕으로 전 사업 부문에서 시장 경쟁 우위를 높여갈 것입니다.

세계 최고 수준의 인재 육성을 위해 본부장 및 팀장 후보의 육성체계를 구축하고, 인사제도를 비롯한 전사의 제도와 규정, 핵심 직무의 매뉴얼을 완성하여 제도 및 시스템에 의한 경영이 가능한 체계를 만들 것입니다.

또한 국내 최고 수준의 정도경영 및 상생경영 체계를 확립하여 브랜드의 가치를 높이고, 일선근무자 중심의 기업문화를 확립하여 소통을 통한 성취와 보람을 느낄 수 있도록 만들어 나가겠습니다.

고객, 주주 여러분!

앞서 말씀 드린 사업본부 핵심역량 확보를 통한 중기 국내시장 10조 도전, 전략기획실 강화 통한 10조 경영 시스템 구축을 이루어 낸다면 한샘은 글로벌 시장에 본격적으로 도전하기 위한 지속 성장 기반을 만들어 낼 수 있을 것입니다.

한샘이 새로운 미래 50년의 홈 인테리어 분야 세계최강 기업에 도전하기 위해 고객과 주주 여러분의 따뜻한 관심과 격려 부탁드립니다.

감사합니다.



비전 & 경영방침

한샘은 주거 환경 부문에서
세계적인 경쟁력을
갖춤으로써
세계 500대 기업으로
성장하고자 합니다.

한샘은 주거 환경 부문에서 세계적인 경쟁력을 갖추으로써 세계 500대 기업으로 성장하고자 합니다. 이를 위해서는 3가지 중기 경영목표를 달성해야 합니다.

첫 번째, 국내 시장 매출 10조를 돌파하는 것입니다. 이를 통해 마켓쉐어 30%를 달성하게 되면 글로벌 최강 기업에 도전하기 위한 안정적이고 확고한 기반을 마련할 수 있습니다. 건자재와 부역, 가구, 생활용품을 토탈 홈 인테리어 패키지로 구성하고, 이를 온라인 역량과 오프라인 매장에서 동시에 전개해 나감으로써 국내 시장에서 매출 10조를 돌파할 것입니다.

두 번째, 국내 10조, 글로벌 100조의 경영 시스템을 구축하는 것입니다. 국내 시장 10조 매출을 돌파하고, 해외 시장을 확대하여 글로벌 100조의 기업으로 도약하기 위해서는 이에 걸맞은 경영시스템이 필요합니다. 이에 전략기획실을 강화하여 확대된 규모와 사업 영역, 시장을 지원할 수 있는 선진 경영시스템을 구축할 것입니다.

세 번째, 세계화 도전의 성공모델을 완성하는 것입니다. 지금까지 국내외에서 축적해온 리모델링 패키지 역량과 온라인 역량을 결합하고, 이를 각 해외시장에 맞게 현지화하여 중국, 미국, 일본, 동남아 등 세계시장을 석권할 수 있는 세계화 도전의 성공 비즈니스 모델을 완성할 것입니다.



VISION

주거 환경 부문 세계 최강 기업

- 동서양을 넘어서는 디자인을 제공하는 기업
- 인테리어 산업의 디지털 혁신을 선도하는 기업
- 세계 정상 수준의 경영자를 끊임없이 양성하는 기업

2021년 경영방침

1. 사업본부 핵심역량 확보 통한 국내시장 10조 도전
2. 전략기획실 강화 통한 10조 경영 시스템 구축
3. 세계화 도전 기반 확립



MID TERM GOAL

- 국내 시장 10조 달성
- 국내 10조, 글로벌 100조 경영시스템 구축
- 세계화 도전 성공모델 완성



LONG TERM GOAL

세계 500대 기업

사업소개

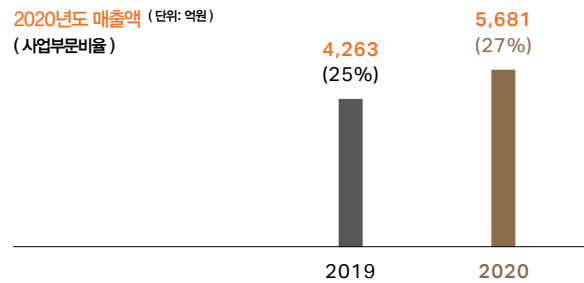
리하우스 사업본부

스타일 패키지와 직시공
체계 확대를 통해 한샘의 토탈
인테리어 솔루션을
구축하겠습니다.

당사는 핵심 전략사업인 리하우스를 2019년에 본격적으로 진행한 이래 전국 500개 이상의 대리점 네트워크와 27개의 대형매장을 갖추어 2020년 전년 대비 33.3%의 매출 성장을 이뤄냈습니다. 대리점당 매출이 2019년 대비 2배 성장하였고, 단순 건자재 판매가 아닌 공간 전체를 설계해 고객 성향과 예산에 맞게 스타일을 추천해주는 제품패키지(스타일패키지) 판매건수 역시 90% 성장하였습니다.

또한 철거/목공/도배 등과 같은 기본시공(직시공)까지 시스템화하여 토탈 인테리어 솔루션을 제공하였는데, 이러한 직시공패키지 건수는 4배 이상의 성장을 보였습니다.

2020년도 매출액 (단위: 억원)
(사업부문비율)



리하우스 사업본부는 고객의 라이프 스타일을 패키지로 공급하는 국내 최고, 유일의 사업본부입니다. 공간 패키지 상품 기획부터 상담, 실측, 설계, 견적, 시공, AS까지 원스탑 서비스를 제공하는 비즈니스 모델로써, 인테리어 산업의 패러다임을 변화시키고 있습니다.

2021년, 오프라인과 온라인을 결합한 혁신적 사업으로 세계 최고의 인테리어 솔루션을 만들겠습니다.

첫째, PKG토탈시스템 리하우스솔루션으로 고객맞춤형 상담/실측 통한 정확한 견적가격 산출과 정찰제 시행 및 전자계약 체결, 차별화된 감리/인수인계와 현장관리 시스템을 통한 고객 신뢰 확보
둘째, O4O (Online for Offline) 플랫폼 강화
셋째, 키친바흐 고급 그레이드의 스타일 PKG 모델하우스로 공간 체험 및 VR서비스 통한 3D 맞춤선택
넷째, 직시공 체계 확대 등 토탈 인테리어 솔루션 구축
다섯째, 복합유통몰 입점 형태의 전국 표준매장 50개 체제 완성 예정입니다.

세계최강기업의 필수 조건은 품질과 고객감동입니다. 21년 상반기에는 PL 및 클레임, 패키지 1개월 A/S, 무상 총 건수, A/S조치율, A/S접수시스템 혁신 등 품질서비스를 혁신할 예정입니다.

리하우스 사업본부는 품질서비스와 고객만족을 최우선의 가치로 삼아 한샘을 주거환경부문 세계최강기업과 세계 500대 기업으로 이끌겠습니다.

가고 싶은 곳 머물고 싶은 곳



사업소개

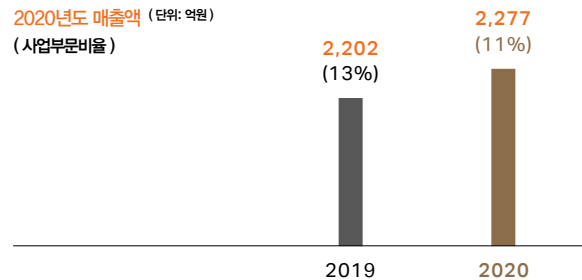
키친바흐 사업본부

부엌 및 바스 패키지 확대와
온/오프라인 유통 채널 강화를
통해 리모델링 시장을 선도해
나가겠습니다.

부엌/욕실을 전문으로 하는 키친바흐 사업본부의 2020년 매출은 전년 대비 3.4% 성장하였습니다. 오프라인 가구 부문의 전략과 동일하게 대형매장 확대와 대리점 증설 전략을 추진하였으나, 기존 매장의 리하우스로의 전환 등의 원인으로 매장은 전년대비 1개(19년 16개 → 20년 17개) 출점 되었으며, 대리점은 19개(19년 205개 → 224개) 증설되었습니다.

키친과 바스 세트수 판매는 2019년 대비 각각 +4.0%, +54.4% 증가했습니다. 특히 바스의 경우는 홈쇼핑 성장이 두드러졌는데, 20년 들어 기존의 모객 방송에서 결제 방송으로 전환된 점과, 가성비를 추구한 슈퍼(Super) 키친/바스 제품이 출시되면서 소비자의 큰 호응을 얻었습니다. 기존 바스 판매는 고객들의 가격 민감도가 높은 사업이었으나 슈퍼 제품으로 인해 진입장벽이 낮아지면서 세트 판매수가 크게 늘어났습니다.

2020년도 매출액 (단위: 억원)
(사업부문비율)



키친바흐사업본부는 부엌 및 욕실 판매에 전문화된 사업모델로 한샘의 창립과 함께 시작되어 명실상부한 한샘의 대표사업본부로 자리하고 있습니다. 핵심상권 중심의 대형 표준매장과 홈쇼핑, 온라인 판매채널을 통해 지속적으로 성장을 해왔습니다. 1조 사업본부로 도약하기 위해 다음과 같이 온/오프라인 채널 강화를 진행하고 있습니다.

오프라인 부문을 책임지는 표준매장은 차별화된 전시, 판촉, 서비스뿐만 아니라, '마트, 몰'로 대표되는 유통업계와의 연계를 통해 고객 유입을 증대시킬 것입니다. 온라인 부문은 기존 홈쇼핑, 외부 종합몰 외 자사몰의 경쟁력 확보를 보완하여 전방위 유통채널을 구축할 것입니다.

더불어 부엌, 바스, 수납 부문에 시장경쟁력을 보완한 제품을 출시하여 시장 점유율을 확대해나가고 있습니다. 이는 개별 판매에 한정된 것이 아닌, 패키지 상담을 통해 키친&바스 판매를 핵심으로 하고 있습니다.

가고 싶은 곳 머물고 싶은 곳



KITCHENBACH7 HIGH GLOSSY WHITE

사업소개

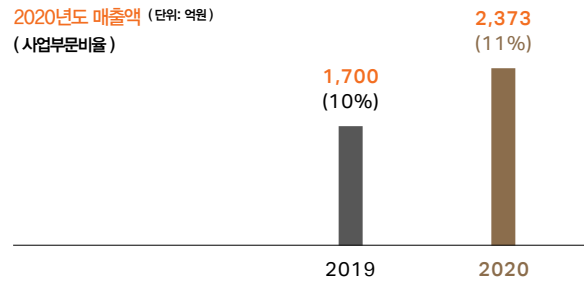
온라인 사업본부

핵심상품 확대와
공간컨텐츠 차별화를 통해
O2O플랫폼 구축에
완성해나가겠습니다.

온라인 사업본부 매출은 2019년 대비 39.6% 성장하였습니다. 코로나 특수 효과가 일부 반영되었음을 감안하더라도, 당사는 내부 역량의 성과, 즉 한샘물의 성장에 의미를 두고 있습니다. 핵심상품(베스트셀러)에 대한 가격할인 및 이벤트 프로모션 확대, 입점업체 증가 전략이 성과를 보였습니다.

한샘물의 전체 UV수는 2019년 대비 13% 소폭 성장했으나 모바일 앱(APP) UV는 큰 폭으로 성장(144%)하였고, 한샘물에 입점한 업체들의 거래액도 2019년 대비 2배 이상 성장하였습니다. 특히 당사가 '핵심공간'으로 선정한 침실, 거실, 자녀방 관련 상품은 1년간 각각 +52%, +47%, +35% 증가하면서 성장을 이끌었으며, '핵심상품'으로 선정한 10가지 개별품목(소파, 자녀방, 침대 등)은 객단가가 15% 이상 상승하면서 손익개선에 기여했습니다.

2020년도 매출액 (단위: 억원)
(사업부문비율)



한샘은 2008년 2월에 온라인 사업에 진출, 지속적으로 성장을 이어왔습니다. 2014년까지 한샘의 비즈니스 모델을 온라인에 적용시켜 1단계 성장을 이루었고, 2015년부터는 유통 확대, 시장 독점적인 제품 개발 등으로 성장을 이어왔습니다. 2017~18년에는 MD 육성 및 히트 상품 개발 프로세스 강화를 통해 온라인 상품의 품질, 서비스를 더 향상시켰고, DIY 상품을 비롯하여 소형가구, 생활용품 등 카테고리를 확대함으로써 한샘물을 홈 인테리어 전반의 상품 라인업을 갖춘 사이트로 성장시켰습니다.

2020년 한 해 홈 아이디어 콘텐츠 오픈, O4O 강화를 통하여 온-오프라인 간의 통합된 고객 경험을 제공하고, 리모델링으로 재편되는 시장 흐름에 맞추어 서비스를 차별화하는 부문에 역량을 집중하였습니다. 이렇게 온라인에 집중하는 전략은 코로나로 인해 촉발된 언택트 문화의 확산과 일부 신규상품들의 판매 호조에 힘입어 2019년 대비 높은 성장을 이루어 내었습니다. 특히 오프라인에서만 판매되던 인테리어 프리미엄 가구, 주방/욕실 등의 공사제품이 온라인에서 고객들의 구매경험 학습을 통해 확장되고 있다는 점은 고무적입니다.

2021년에도 이러한 전략 방향성을 지속할 것입니다. 앞으로 다가올 포스트 코로나 시대상을 고려하여 오프라인과 동일한 수준의 공간경험을 가능하게 하는 고품질 VR & AR 등 적극적인 3D 기술의 도입, 데이터에 기반한 차별화된 홈 인테리어 추천서비스와 맞춤형 프로모션이 올해의 주요 전략입니다. 이러한 전략을 바탕으로 2021년은 리빙 전문 커머스 플랫폼으로 도약하는 초석을 다지는 한 해가 될 것입니다.

가고 싶은 곳 머물고 싶은 곳



샘베딩 옷장

사업소개

인테리어 사업본부

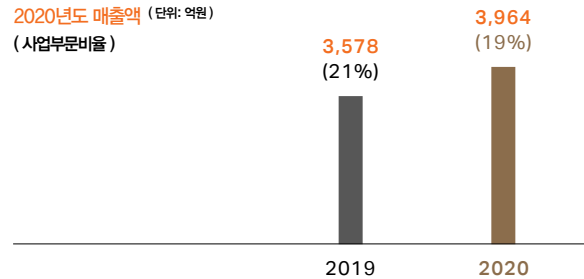
고객감동을 실현하는
제품과 매장, 서비스를 통해
세계적인 인테리어
유통 전문기업으로 경쟁력을
확보하겠습니다.

2020년 인테리어 사업본부는 매출이 전년 대비 10.8% 성장하였습니다. 오프라인 가구(INT직매장, INT대리점)는 대형매장의 신규 출점과 그에 따른 대리점 증설에 따른 영업기회 확대, 그리고 핵심상품(침실, 거실, 서재자녀방) 판매 증가로 2019년 대비 침실은 +12%, 거실 +34%, 서재자녀방 +37% 성장하였습니다.

코로나 영향에 따른 오프라인 매장의 집객 감소에도 불구하고, 매장 및 대리점 증설과 지속적인 핵심상품 할인 이벤트 전략이 효과를 보았고, 당사는 이번 코로나로 인하여 고객이 가구 구입시 온라인에서 확인하고 실제 오프라인 매장에서 체험 후 구입하는 업계 특성을 다시 한번 확인할 수 있었습니다.

실제 한샘몰의 O2O(Online to Offline) 거래액은 2019년 대비 약 66% 증가했으며, 한샘몰 구입 고객 중 약 68%가 오프라인 매장에 방문해 관련 상품을 구입하였습니다.

2020년도 매출액 (단위: 억원)
(사업부문비율)



인테리어 사업본부에서는 직매장(디자인파크) 사업과 인테리어 대리점 사업을 운영하고 있습니다. 1997년 한샘인테리어 가구 사업의 런칭과 함께 시작된 직매장(디자인파크) 사업은 1998년 방배점, 2000년 논현점, 2001년 분당점, 2009년 잠실점으로 확대되어 성장의 발판을 마련했습니다. 직매장 사업을 수익성 있는 비즈니스 모델로 정착시키기 위해 노력한 결과, 2011년 부산 센텀점에 이어 2014년 목동점, 2015년 대구점, 2016년 수원광교점과 2018년 용산아이파크몰점, 2020년에는 기흥점과 안성스타필드점을 연이어 오픈할 수 있었습니다.

2018년 2월 오픈한 용산아이파크몰점은 첫 대형 쇼핑몰 입점을 통해 가구 및 생활용품뿐 아니라 홈 리모델링 관련 인테리어 패키지까지 한 번에 제안하는 '디자인파크'로서, 시즌 별 전시 차별화와 전문적인 패키지 상담이 가능한 쇼룸으로 홈 인테리어 토탈 솔루션을 제안하는 공간으로 발전하였습니다.

직매장 사업은 온-오프라인에서 1만 세트 판매가 가능한 제품을 만들고, 지속적인 전시 개선과 마케팅을 활동을 통해 매장 경쟁력을 높여왔습니다. 2021년에는 '고객을 감동시키는 서비스와 패키지 공간 솔루션을 제공하여 고객의 삶을 디자인'하는 영업사원의 전문성 향상을 통해 그 성장성을 이어나가고자 합니다.

인테리어 대리점 사업의 경우 수도권 및 지방 상권 공략을 위해 상권 별 전문화된 대리점 형태의 유통점을 약 80여개 보유하고 있습니다. 이와 더불어 대리점 상생지원으로 2016년부터 디자인파크 규모의 대형 전시매장을 확대해왔습니다. 이를 통해 기존 매장의 전시 공간의 한계를 극복하고 보다 많은 상품과 공간을 고객에게 제공하고자 합니다. 또한 대리점에게 대형쇼룸에서의 영업기회를 부여함으로써 대리점과 본사의 동반 성장을 이루고자 합니다. 2021년에는 매장 내 상품 및 공간 별 전문가 양성을 통해 공간 패키지 영업서비스 강화를 이루고, 상권 내 타 브랜드보다 한 단계 높은 매장 경쟁력과 영업 경쟁력을 갖추어 고객 감동을 기반으로 성과를 창출하고자 합니다.

가고 싶은 곳 머물고 싶은 곳



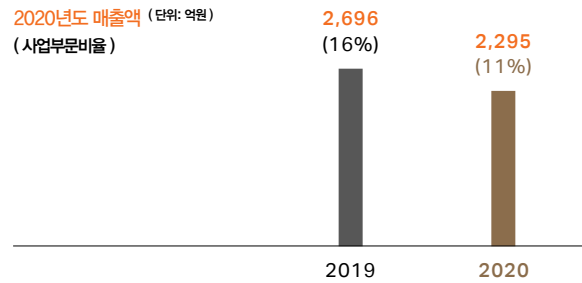
EURO 503 NEUTRAL WHITE

사업소개

특판 사업본부

B2B시장에서 한샘만의
차별화된 제품과 디자인, 물류,
시공부분의 노하우를 기반으로
기존 아파트 가구영역을 넘어서며
주거공간의 Total Interior
Package 전문 조직으로
성장하겠습니다.

특판시장 규모는 지난 2015년 53만호 분양 이후 지속된 신규 공급물량 축소로 인해 올해 그 규모가 가장 작을 것으로 예상되지만 서서히 회복되고 있고, 특히 3기 신도시 30만호 등 대대적인 신규 공동주택 공급계획이 발표되고 있어 향후 특판 사업본부의 성장을 밝게 하고 있습니다.



특판 사업본부는 2020년 시장규모 축소 여파로 매출실적이 감소했지만, 수주잔고는 늘고 있기에 2021년 이후에는 성장을 예상하고 있습니다. 또한 재개발재건축조합과 타운하우스 등 소규모 고급 주택 시장에 프리미엄 제품을 제안하고 있고, 1인가구 증가에 따른 소형평형 공동주택에 가구외에 가전과 창호, 마루 등 마감재 일체를 패키지로 제안하고 있습니다.

중장기 지속 가능한 성장동력을 강화하기 위해 특판 사업본부는 빌트인가구 시장규모 이상의 욕실시장에 진출할 계획입니다. 공공임대주택에 특화된 시스템욕실의 장점을 민영분양시장에서도 적용하려는 움직임이 시작되고 있기 때문에 한샘이 가구 이외의 욕실에서 선도기업이라는 이미지를 선점해 나가겠습니다. 습식바닥에 건식벽체를 적용하는 새로운 공법을 보완하고, 쾌적한 휴식공간으로서의 설계 및 기능을 차별화해 나간다면 성공적으로 신규시장을 점유해 나갈 수 있을 것입니다.

특판 사업본부는 물류, 시공, 품질 서비스의 지속적인 혁신을 바탕으로 건설사와 입주자 고객에게 한샘 브랜드에 맞는 신뢰를 주고 있으며, 일류를 넘어 초격차 수준으로 품질서비스 경쟁력을 더욱 발전시켜나갈 것입니다.

특판 사업본부는 중기 1조매출의 사업본부로 성장해나가기 위해서 주방, 수납, 욕실, 창호 등 인테리어 건재패키지 상품으로 시장을 확대해 나가고, 특판시장에서 한샘 브랜드파워를 더욱 강화시켜나갈 것입니다.

가고 싶은 곳 머물고 싶은 곳



KITCHENBACH3 BACH GRAY



DBEW DESIGN CENTER

개요

지난 51년간 우리나라 주거환경의 변화를 주도해 온 한샘은 부엌, 침실, 거실, 자녀방, 욕실 등 주택의 모든 공간에 들어가는 가구와 기기, 소품, 패브릭, 건자재 등을 제공하는 토탈 홈 인테리어 기업입니다.

1970년 부엌가구 전문 회사로 출발한 한샘은 입식 부엌의 개념조차 낯설었던 우리 가정에 새로운 현대식 부엌을 소개하면서 국내 시장을 이끄는 선두 기업으로 자리 잡았습니다.

싱크대라 통칭되던 부엌가구 시장에 ‘시스템 키친’, ‘인텔리전트 키친’이라는 용어를 처음 도입하면서 비효율적인 부엌을 편리하고 아름다운 공간으로, 주부만이 아닌 가족 모두를 위한 제2의 거실로 제안하는 등 부엌 문화의 새로운 장을 열었습니다.

1997년에는 침실, 거실, 서재, 자녀방 등에 인테리어 가구를 공급하기 시작하였으며, 욕실, 창호, 마루 등 건재 아이템까지 확대하여 주택 내 모든 공간으로 사업영역을 확장하여 차별화된 비즈니스 모델을 선보이고 있습니다. 또한 중국, 미국, 일본의 현지 법인을 통해 해외 시장을 확대하고 있습니다.

최근에는 건재 패키지 사업, 친환경 신소재 개발, IoT 기술 도입 등 21세기 정보화 사회의 가족 공동체를 위한 새로운 개념의 주거 환경을 제공하는 데 자원을 투입하고 있습니다.

한샘은 부엌가구는 물론
종합 가구-인테리어 분야에서도
1위 기업으로서 업계를 선도하고 있으며,
앞으로 각종 경영 혁신 활동을 통해
경쟁력을 더욱 강화함으로써
‘주거 환경 부문 세계 최강 기업’이라는
비전을 달성해 나갈 것입니다.



경영철학

주거 환경 개선을 통해 인류 발전에 공헌합니다.

‘주거 환경 개선을 통해 인류 발전에 공헌한다’ 는 사명을 바탕으로 1970년 설립된 한샘은 국내 가구 - 인테리어 부문에서 명실상부한 1위 기업으로 도약했습니다. 한샘은 앞으로도 주거 환경 분야에서 시대를 앞서가는 가치를 창조해 나감으로써 인류 발전에 공헌하는 세계적인 기업이 되고자 합니다.

한샘은 고객에게 개성 있고 아름다운 생활 공간을 제공하는 것을 통해 건강하고 화목한 가정을 만드는 데 기여하며, 삶의 기쁨과 즐거움을 주는 기업이 되겠습니다.



KITCHENBACH7 HAPTIC OAK

DESIGN BEYOND EAST AND WEST

한샘은 인류의 미래와 환경을 생각하는 디자인, 디지털 정보화 사회를 선도하는 디자인, 다가를 동북아 시대를 위한 디자인을 제공하는 기업이 되고자 합니다. 한샘은 DBEW 디자인 센터를 중심으로 국내외 톱 디자이너들과의 교류를 지속적으로 추진하는 등 ‘동서양을 넘어서는 디자인 개발의 산실’ 역할을 수행하겠습니다.



환경 친화적 디자인

서구의 산업화 과정은 자원 고갈과 환경 파괴를 가져왔으며, 현재 가속화되고 있는 아시아의 산업화 역시 이러한 문제를 가중시킬 수 있습니다. 지금은 자원 고갈과 환경 파괴를 최소화하면서 발전을 지속할 수 있는 새로운 모델을 제시해야 할 때입니다. 한샘은 인간과 인간이 서로 돕고, 인간과 자연이 조화를 이루는 건강한 사회를 만들 수 있는 디자인을 제공할 것입니다.

정보화 사회에 적합한 디자인

정보화 사회로 나아갈수록 가족 구성원들의 활동 영역은 점차 확대되고 있습니다. 가족 구성원 개인의 욕구에 부합하고 원활한 의사소통과 협동이 가능한 새로운 개념의 주거 환경이 절실히 필요합니다. 한샘은 정보화 사회를 살고 있는 가족 공동체를 위한 디지털 주거 문화를 제안하겠습니다.

동북아 시대를 위한 디자인

21세기 최대 시장으로 부상하고 있는 동북아 지역을 공략하기 위해서는 새로운 개념의 디자인이 필요합니다. 서양 디자인을 무차별적으로 모방하지 않으면서 전통적인 삶의 양식과 문화를 답습하지도 않는, 동서양을 넘어서는 디자인 개발이 그것입니다. 한샘은 ‘DBEW 디자인 센터’를 중심으로 동북아 시대를 열어 갈 새로운 디자인을 창조하겠습니다.

연혁



한샘디자인파크 부산센텀점

1970~1979

1979.12
수출 100만불 돌파
-
1977.07
국내 최초 부엌가구 수출
-
1970.09
한샘 법인 설립
-
1970.04
한샘 설립

1980~1989

1988.12
HANCAD 개발로 대리점 전산화
-
1986.11
미국 법인 설립
-
1986
국내 부엌가구시장 1위 점유
-
1985.01
첫 TV 광고 (행복은 어디있나요)
-
1983.12
수출의 날 1,000만불 돌파
(매출 100억원 돌파)
-
1981.01
KS(한국표준규격) 마크 획득
-
1980
부엌가구 EURO 출시

1990~1999

1999.01
한샘 기업사이트 오픈 (Hanssem.com)
-
1997.01
인테리어 사업 시작,
한샘디자인파크 방배점 개장 (1호점)
-
1996.03
중국 법인 설립
-
1992.10
제3공장 완공 (한국건축문화 대상 수상)
-
1992.09
한샘 신(新) C.I 선언
-
1991.04
방배동 사옥 매입
-
1991.04
일본 법인 설립
-
1990.07
한샘 디자인 연구소 설립



COMFORT I



대형부엌가구매장 한샘키친바흐 전시장



SAM

2000~2010

- 2009.11
연간 매출 5천억원 돌파
-
- 2007.10
ik(interior kitchen) 사업 개시
-
- 2006.01
프리미엄 부엌가구 브랜드
'키친바흐(KITCHENBACH)' 런칭
-
- 2004.06
DBEW 디자인센터 개관
-
- 2004.01
중국 북경 공장 완공
-
- 2002.07
한국증권거래소 상장
-
- 2001
제1회 DBEW 국제 디자인 공모전 개최

2011~2016

- 2016.09
한샘 하남스타필드점 오픈
-
- 2016.05
한샘디자인파크 상봉점 개장 (9호점)
-
- 2016.02
한샘디자인파크 수원광교점 개장 (8호점)
-
- 2016.01
2018 평창동계올림픽 가구부문 공식 후원 협약
-
- 2015.08
한샘디자인파크 대구범어점 개장 (7호점)
-
- 2015.03
신문명디자인공모전 <창신> 개최
-
- 2014.09
2014 인천아시아경기대회 공식후원
-
- 2014.08
한샘서비스센터 사이트 (as.hanssem.com) 오픈
-
- 2014.01
연매출 (2013년) 1조원 달성 (IFRS 기준)
-
- 2013.11
한샘 통합 멤버십 론칭
-
- 2013.09
오이도 물류센터 오픈 (제5공장)
-
- 2012.10
한샘 어린이집 개원
-
- 2011.10
7존스프링매트리스
'컴포트아이(comfort-i)' 런칭

2017~

- 2020.11
한샘디자인파크 안성스타필드점 오픈
-
- 2020.04
한샘디자인파크 기흥점 오픈
-
- 2020.01
한샘디자인파크 전주점 오픈
-
- 2019.11
강승수 회장 취임
-
- 2019.05
생활환경기술연구소 리뉴얼 오픈
(조직/ 기능/ 설비)
-
- 2018.02
한샘디자인파크 용산아이파크몰점 오픈
-
- 2018.02
평창동계올림픽, 동계패럴림픽 가구부문 공식 후원
-
- 2017.08
한샘 중국 1호 매장 상해 플래그십 스토어 오픈
-
- 2017.08
한샘 고양스타필드점 오픈

수상

1980~1989

1984. 11
제 21회 수출의 날 동탑 산업훈장 수상
-
1982. 02
수출 유공 포상
(81년 부엌가구 수출 1위, 가구 전체 수출 2위)
-
1981. 01
KS 마크 획득

1990~1999

1999. 08
일본 굿디자인전(GD) 인증 마크 획득
- 부엌가구부문
-
1999. 07
우수디자인(GD) 상품전 국무총리상 선정
'한샘 메이컵'
-
1992. 10
한국건축문화 대상 수상 (제3공장)



키친바호3 바호텐저린

2000~2015

2014. 09
제 23회 다산경영상 전문경영인 부문 수상
(대표이사 최양하)
-
2014. 01
퍼스트브랜드대상 침대부문 수상
(컴포트아이)
-
2009. 09
직업능력개발 유공자 대통령 표창 수상
(서비스원 정재용 전무)
-
2006. 11
제 32회 국가품질 경영대회
유공자 부문 대통령 표창 (안흥국 이사)
-
2006. 09
노사문화 우수기업 인증
-
2006. 06
국가환경경영대상 산업자원부 장관상 수상
-
2005. 01
국내 가구업계 최초 국제공인시험기관(KOLAS)
인증(245호)
-
2004. 07
한국회계학회 투명한계대상 수상
-
2015. 12
CCM(소비자충심경영) 선정 및 인증
(2010, 2012 3회 선정 및 인증)
-
2015. 12
2015 일자리창출 유공 대통령표창 수상
(2012, 2014 3회 연속 수상)
-
2015. 03
제42회 상공의 날 기념 은탑산업훈장 수훈
(최양하 회장)



칼리아한샘 201



조이



SAM

2016~

2018.03

한국산업의 브랜드 파워지수(K-BPI)

연속 1위 선정

- 주방용가구부문 20년 연속 1위 선정

- 주거용가구부문 9년 연속 1위 선정

-

2018.02

국가브랜드경쟁력지수(NBCI) 가정용 가구부문

12년 연속 1위 선정

-

2017.10

2017 고객만족도(KCSI) 가정용 가구부문 1위

-

2017.04

2017 국가브랜드 가구부문 수상

인터브랜드 '베스트 코리아 브랜드' 36위 선정

-

2017.03

한국산업의 브랜드 파워지수(K-BPI)

연속 1위 선정

- 주방용가구부문 19년 연속 1위 선정

- 주거용가구부문 8년 연속 1위 선정

-

2017.02

국가브랜드경쟁력지수(NBCI) 가정용 가구부문

11년 연속 1위 선정

-

2016.12

고객이 가장 추천하는 기업(KNPS) 가정용가구/부

엣가구 1위

- 부엌가구부문 10년 연속 1위

- 가정용가구부문 1위

-

2016.11

제 42회 국가품질경영대회 대통령 표창

-

2016.10

2016 고객만족도(KCSI) 가정용 가구부문 1위

-

2016.07

프리미엄 브랜드지수(KS-PBI) '홈 인테리어 부문'

수상

2020.07

제21회 여성이 뽑은 최고의 명품대상

- 주방가구 부문 한샘키친&바스

2020 K-PBI(한국산업의브랜드파워)

- 주방주거용가구부문 22년연속

2020 K-PBI(한국산업의브랜드파워)

- 주거용가구부문 11년 연속 1위

2020 국가브랜드경쟁력 지수(NBCI)

- 가정용가구부문 14년연속 1위

2020 제8회 '대한민국마케팅대상'

- 인테리어 부문1위 수상

-

2020.02

한샘 '유로5 뉴트로모던' 욕실,

세계 3대 '獨 #디자인 어워드' 수상

-

2019.10

2019 글로벌스탠더드경영대상 사회공헌부문

5년 지속 대상

-

2019.05

제21회 여성이 뽑은 최고의 명품대상 주방가구 부문

-

2019.03

국가브랜드경쟁력지수(NBCI) 가정용 가구부문 13년

연속 1위 선정

-

2019.03

한국산업의 브랜드 파워지수(K-BPI)

연속 1위 선정

- 주방용가구부문 21년 연속 1위 선정

- 주거용가구부문 10년 연속 1위 선정

-

2018.11

2018 글로벌스탠더드경영대상 사회공헌부문

4년 지속 대상

-

2018.10

2018 고객만족도(KCSI) 가정용 가구부문 1위

-

2018.04

인터브랜드 '베스트 코리아 브랜드' 38위 선정



주방용가구부문 22년 연속 1위



주거용가구부문 11년 연속 1위



가정용가구부문 14년 연속 1위



고객감동경영대상

제조가구부문 대상



홈인테리어부문 1위

비즈니스 모델

한샘의 패키지 설계는 가구가 아니라 공간을 제안합니다.

한샘은 건자재, 가구, 패브릭, 생활용품에 이르는 모든 인테리어 아이템을 침실, 거실, 자녀방, 부엌, 서재, 욕실 등 주택의 모든 공간 별로 맞춤 구성된 패키지 설계를 제공합니다. 세계적 수준의 디자인 역량과 품질을 바탕으로 아름답고 개성 있는 주거 공간을 제안하고 있습니다.

동북아 시대를 이끌어갈 홈 인테리어 유통 전문 기업입니다.

1970년 부엌가구에서 시작한 한샘은 1997년에 인테리어 가구를 공급하기 시작하였으며, 현재는 욕실, 창호, 마루 등 건재 아이템을 비롯한 토털 인테리어까지 영역을 확대하였습니다. 주거공간 전체를 아우르는 이와 같은 아이템들을 디자인파크, 리모델링/부엌/인테리어 가구 전문 매장, 인테리어 제휴점뿐만 아니라 온라인 쇼핑몰, 건설사 특판 등의 유통망을 통해 공급해 나가고 있습니다. 이를 통해 '세계 최강의 홈 인테리어 유통 기업'이라는 비전을 달성해 나갈 것입니다.

세계 최강의 홈인테리어 유통 기업

아이템

부엌/ 건자재 | 부엌, 욕실, 창호, 마루, 도어, 벽지, 조명 등

인테리어 가구 | 침대, 매트리스, 불박이장, 이동장, 드레스룸, 화장대, 서랍장, 소파, 거실장, 식탁, 의자, 책상, 책장, 소가구, 생활용품, 패브릭 등

유통채널

디자인파크, 리하우스 대리점(리모델링), 인테리어 대리점, 키친바흐 대리점(키친&바스), 리하우스 제휴점, 온라인 쇼핑몰, 건설사 특판

타겟

신혼, 이사, 자녀방, 신축, 리모델링, 교체, 선물

가고 싶은 곳 머물고 싶은 곳

인테리어 가구



01
BEDROOM



02
CHILDREN'S ROOM



03
DRESSING ROOM

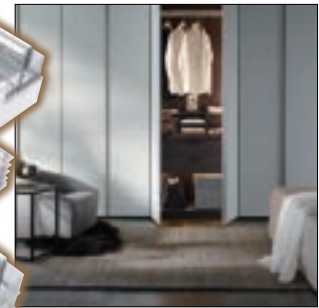


04
LIVING ROOM

인테리어 건자재



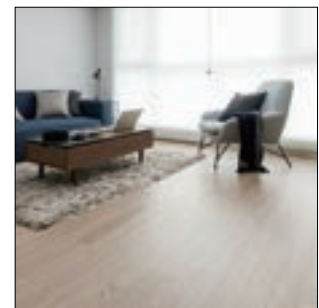
05
KITCHEN



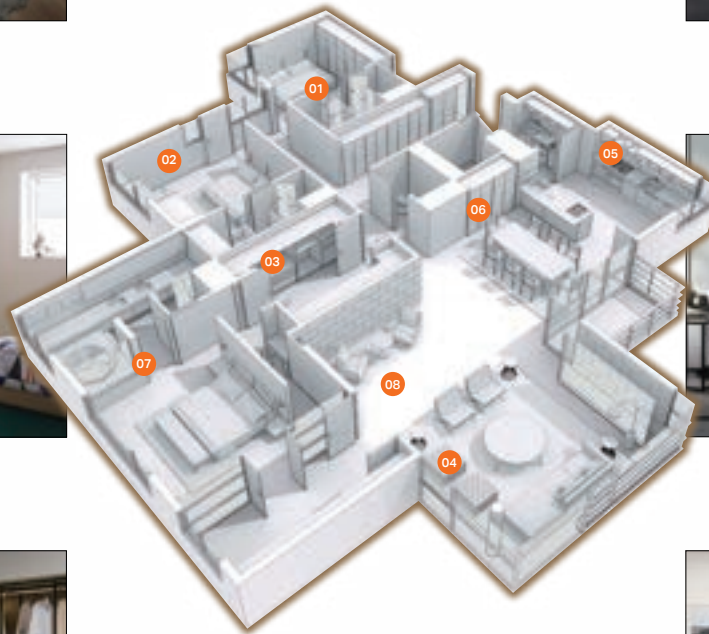
06
WARDROBE



07
BATH



08
FLOORING



(HANSSEM'S BUSINESS SCOPE)

한샘은 침대가 아니라 침실을 제안합니다.
소파가 아니라 거실을 제안합니다.
가구가 아니라 공간을 제안합니다.



한샘 프라이드

Market Share No.1

부엌, 인테리어 가구 부문에서 확고한 국내 1위 기업입니다.

한샘은 1986년 이후 현재까지 부엌가구 시장 점유율 1위를 차지하고 있으며, 2001년 이후부터는 인테리어 가구 부문에서도 1위로 도약했습니다.

Brand Power No.1

2020년 기준 한국산업의 브랜드파워지수(KBPI)
주방용가구부문 22년 연속 1위, 주거용가구부문 11년 연속 1위

한국생산성본부의 국가브랜드 경쟁력지수(NBCI) 가정용가구부문 1위 브랜드 선정 등
한샘은 대한민국의 가장 많은 주부가 선택하는 브랜드입니다.

- 2020. 7 (한국능률협회컨설팅(KMAC))
한국산업의브랜드파워지수(K-BPI) 주방용가구부문 22년 연속 1위, 주거용가구부문 11년 연속 1위
- 2020. 7 (한국생산성본부)
국가브랜드경쟁력지수(NBCI) 가정용가구부문 14년 연속 1위



KITCHENBACH7 CREAM

국내 최대의 홈 인테리어 유통 전문회사



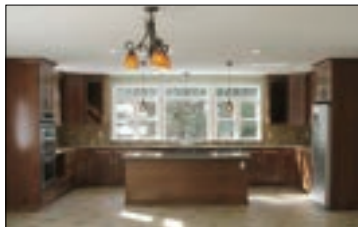
16개 대형 쇼룸(디자인파크), 800여 개 대리점 월 300여 만 명이 방문하는 한샘몰

최대 1만 m² 이르는 원스톱 쇼핑이 가능한 토털 홈 인테리어 대형쇼룸(디자인파크)을 방배, 논현, 분당, 잠실, 부산센텀, 목동, 대구범어, 수원광교, 상봉, 하남스타필드, 고양스타필드, 용산아이파크몰, 전주, 기흥, 안성스타필드, 부산롯데광복 16개점에서 운영하고 있습니다. 한샘 제품만을 독점적으로 공급하는 Exclusive Dealer는 전국적으로 리하우스 대리점 500여 개, 키친바흐 대리점 200여 개, 인테리어 전문 대리점 80여 개를 운영하고 있습니다. 한샘몰은 신혼, 이사, 자녀방 등 고객별 맞춤 풀 패키지 제품 정보를 제공하는 사이트로서 월평균 300여 만 명의 고객이 방문하고 있습니다.



美國 (1986년)

뉴욕 & 뉴저지 250개 딜러



미국 보스턴의 고객집에 설치된 제품

日本 (1991년)

오사카



2004년 일본 굿디자인 수상한 제품 Japan-Milan

中國 (1996년)

상하이, 베이징



북경 취마도 고층 아파트에 설치된 제품



中國, 美國, 日本
해외 시장을 개척하고 있습니다.

한샘은 세계 시장 확대를 위해 중국, 미국, 일본의 해외 법인을 중심으로 한샘의 독자 브랜드로 적극적인 공략을 펼치고 있습니다.

한샘은 중국에 진출하여 소주에 생산 설비를 갖추고 신축 아파트를 중심으로 부엌 가구를 공급하고 있습니다. 미국 법인은 미국 뉴저지에 캐비닛 생산 공장을 가지고 있으며, 보스턴에서 직매장을 운영하고 있습니다. 수많은 대기업이 실패한 일본에서는 성공적으로 정착하여 도쿄의 초고층 주상 복합 아파트인 시오도메에 제품을 공급하기도 하였습니다.

누구도 모방할 수 없는
업계 최고의 경쟁력을 보유하고 있습니다.



디자인 경쟁력

한샘은 고객의 아름답고 조화로운 주거공간 구현을 위해, 인테리어 패키지 디자인을 고객들에게 제공해왔으며 東과 西를 넘어서는 디자인, 즉 'Design Beyond East&West'를 추구합니다. 이를 위해 국내 최초의 사설 디자인 진흥 기관인 'DBEW 디자인센터'를 중심으로 신진 디자이너를 발굴, 육성하는 등 동북아 디자인 혁신을 준비하고 있습니다.



오프라인과 온라인을 아우르는 '유통 경쟁력'

한샘은 국내 최초로 홈 인테리어 One-Stop 쇼핑 환경을 구현한 최대 1만 m² 규모의 토탈 홈 인테리어 대형소류(디자인파크) 16개점과 전국 800여 개의 대리점, 전국 1,000여 개의 리하우스 제휴점, 국내 최대의 홈 인테리어 전문 온라인 쇼핑몰인 한샘몰 등 다양한 유통 혁신을 선도해왔습니다.



고객감동 '서비스 경쟁력'

한샘은 전국 매장의 전문 상담사와 배송, 설치 전문 시공사원의 차별화된 서비스를 통해 고객에게 감동을 제공해왔습니다. 한샘은 앞으로도 지속적인 서비스 혁신을 통해 모든 접점에서 고객에게 '만족'을 넘어 '감동'을 줌으로써 다시 찾는 고객이 넘치는 기업을 만들어 갈 것입니다.



세계 최고 수준의 '물류시공 경쟁력'

한샘은 본사와 공장은 물론, 전국 유통망과 협력사, 시공사원을 통합 관리하는 정보시스템을 구축하여, 계약과 동시에 생산, 물류가 연동되는 세계 유일의 '3일 납기, 1일 시공' 체계를 구축하였습니다. 또한 홈 인테리어 전문 온라인 쇼핑몰인 한샘몰에서는 최소 1일부터 30일 이내까지 원하는 날짜에 자유롭게 한샘 가구의 배송 및 시공 날짜를 선택할 수 있는 서비스로 물류시공의 경쟁력을 한층 더 높였습니다. 한샘은 앞으로도 지속적인 물류 인프라 및 정보시스템 투자를 통해 고객에게 세계 최고 수준의 물류서비스를 제공해나갈 것입니다.

사회공헌

우리의 삶 전 영역에 도움을 주는 기업으로 거듭나고자 합니다.

한샘은 '주거 환경 개선을 통한 인류 발전에 공헌'이라는 사명 아래 우리 모두 저마다의 집에서 행복하고 아름다운 삶을 영위할 수 있도록 노력하고 있습니다. 우리의 자원을 필요로 하는 모든 곳에 작은 도움의 손길을 전하고, 이 도움이 생활에 긍정적인 변화를 가져온다면 우리는 이것을 가장 큰 보람으로 여기겠습니다.



모자가정 자립지원

한샘은 모자가정이 온전하게 자립할 수 있도록 다양한 자립지원사업을 추진하고 있습니다. 우선 모자가정이나 여성시설의 환경을 개선해 좀으로써, 머물고 싶고 행복한 공간이 될 수 있도록 돕고 있습니다. 그리고 모자가정의 정서안정을 위한 자조모임 지원과 보호시설을 퇴소한 모자가정의 안전한 거주지 마련에 도움을 주고 있습니다. 앞으로도 여성가장의 씩씩하고 당당한 자립을 위한 지원을 계속해 나갈 것입니다.



장애인 일자리 창출

한샘은 경기도 안산에 장애인 일자리 창출 매장을 운영하고 있습니다. 장애인을 판매사원으로 고용하며, 매장에서 발생하는 수익금은 또다른 장애인들의 일자리 창출에 사용됩니다. 또한 경기도장애인체육회 소속 선수 32명과 근로계약을 체결하여 선수들이 훈련에 전념할 수 있도록 돕고 있습니다. 한샘은 장애인들에게 일할 기회를 제공함으로써 그들이 사회구성원으로 자리잡을 수 있도록 하는데 초점을 맞추고 있습니다.



행복한 가정 만들기

한샘은 각 가정의 행복을 위한 활동도 계속해 나가고 있습니다. 한샘은 KBS '동행' 프로그램을 통해 저소득 가정의 주거환경을 개선해 드리고 있습니다. 그리고 경기도어린이박물관과 연계하여 부모교육을 계속해 오고 있습니다. 2014년부터 지금까지 7천여 부모님께서 참여하셔서 행복한 가정을 만들기 위한 노력을 함께 하셨습니다.



임직원 봉사활동

한샘은 임직원들이 나눔을 실천할 수 있는 다양한 활동을 운영하고 있습니다. 신입사원들은 회사의 핵심가치인 상생추구 가치를 경험할 수 있도록 입문교육중에 봉사활동을 진행합니다. 또한 임직원들은 주거환경 개선활동, 복지관 봉사활동, 사무실 봉사활동 등에 참여하며 나눔을 실천하고 있습니다.



DBEW DESIGN CENTER

투자정보

재무 하이라이트

재무 성과

- 01 성장성 지표 _ 사업부문별 매출
- 02 수익성 지표
- 03 안정성 및 활동성 지표
- 04 27개년 재무성과 요약

재무제표

- 01 재무상태표
- 02 손익계산서
- 03 자본변동표
- 04 현금흐름표

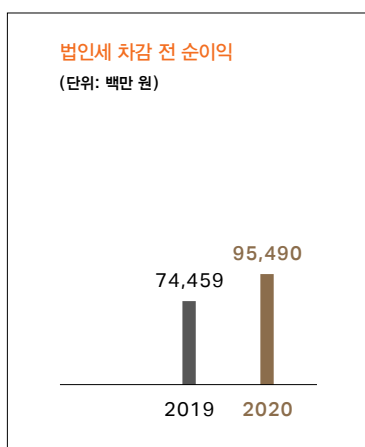
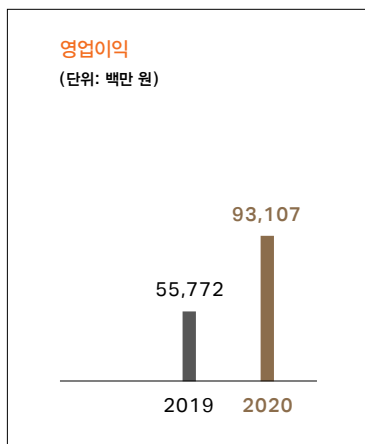
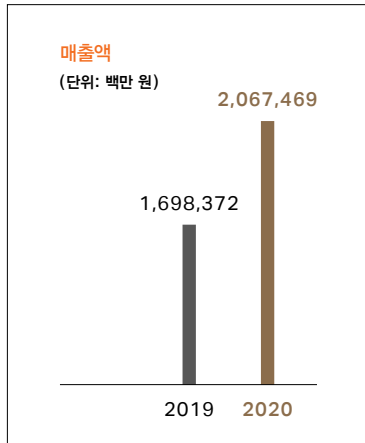
재무 하이라이트

2020년 매출액은 전년대비 21.7% 증가한 2조 675억원을 기록,
영업이익과 법인세차감전순이익도 각각 931억원, 955억원을 기록하며
전년 대비 각각 66.8%, 28.1%씩 증가하였습니다.

재무구조는 건전한 상태를 유지하고 있습니다.
재무 안정성을 나타내는 유동비율과 부채비율이 각각 119%, 96%이며,
차입금의존도는 11.1%수준입니다.

2021년에 회사는 '사업본부 중심 경영체계 구축을 통한 국내시장 M/S 30% 달성'과
'전략기획실 강화를 통한 10조 경영 시스템 구축'을 달성하여
'글로벌 500대 기업'의 기틀을 다지겠습니다.

2개년 재무 하이라이트



(단위 | 백만 원)

항목	2020년	2019년
매출액	2,067,469	1,698,372
매출총이익	542,309	473,522
영업이익	93,107	55,772
법인세차감전순이익	95,490	74,459
당기순이익	66,841	42,715
총자산	1,229,510	1,202,638
부채총계	600,608	589,339
자본총계	628,902	613,299
ROA	5.3%	3.6%
ROE	10.4%	7.0%
유동비율	118.5%	117.5%
부채비율	95.6%	96.1%
차입금의존도	5.4%	5.6%
주당순이익	3,766	2,423
주당배당금	1,300	1,200

성장성 지표 사업부문별 매출 (표1)

리모델링/부엌 부문의 매출은 전년의 6,465억원에 23.1% 증가한 7,958억 원을 기록했습니다. 리하우스의 경우 500개 이상의 대리점 네트워크와 27개의 대형매장을 갖춘으로써 전년 대비 33.3%의 매출 성장을 이뤄냈습니다. 리하우스 부문에서는 단순 건자재 판매가 아닌 스타일 패키지 판매와 직시공 체계 시스템화를 통해 토탈 인테리어 솔루션을 제공하였습니다. 키친바흐 부문은 2020년 수퍼(Super) 키친/바스 제품을 출시하였고, 세트 판매수 확대를 통해 기존 표준매장의 리하우스로의 전환에도 불구하고 2020년 전년 대비 3.4%의 성장을 이룰 수 있었습니다.

인테리어 가구부문의 매출은 전년의 5,278억원에 20.1% 증가한 6,337억 원을 기록했습니다. 온라인 부문의 경우 핵심 PB상품의 개발과 베스트셀러 상품의 가격할인, 입점업체 증가 전략을 통해 전년 대비 39.6%의 성장을 이룰 수 있었습니다. 인테리어 부문(직매장/INT 대리점)의 경우 대형매장의 신규 출점과 대리점 증설에 따른 영업기회 확대, 그리고 핵심상품(침실, 거실, 서재자녀방)의 판매 증가에 따라 코로나19로 인한 오프라인 집객 감소에도 불구하고 전년 대비 10.8% 성장할 수 있었습니다.

그 외 B2B부문 매출은 전년의 4,433억원에 5.1% 감소한 4,205억 원을 기록하였으며, 관계사 및 기타 매출은 2,175억원을 달성하여 연결기준매출 2조 675억 원을 달성하였습니다.

(표 1)

(단위 | 억 원)

사업부문		2020년		2019년		성장률
		금액	비율	금액	비율	
B2C	리모델링/부엌	7,958	38.5%	6,465	38.1%	23.1%
	리하우스	5,681	27.5%	4,263	25.1%	33.3%
	KB대리점	2,277	11.0%	2,202	13.0%	3.4%
	인테리어 가구	6,337	30.7%	5,278	31.1%	20.1%
	직매장	2,265	11.0%	2,031	12.0%	11.5%
	INT 대리점	1,699	8.2%	1,547	9.1%	9.8%
	온라인	2,373	11.5%	1,700	10.0%	39.6%
B2B	특판/자재판매	4,205	20.3%	4,433	26.1%	-5.1%
관계사 등	텍서스	1,148	5.6%	-	-	-
	미국	279	1.3%	263	1.5%	6.1%
	중국	220	1.1%	187	1.1%	17.6%
	기타	528	2.6%	358	2.1%	47.5%
합계		20,675	100.0%	16,984	100.0%	21.7%

수익성 지표 (표2)

(*) 산업평균비율은 한국은행 발간 '기업경영분석 2019'을 참조했으며 당사의 경우 2004년 5월 3일자로 '가구 및 기타제조업'에서 '도매 및 상품중개업'으로 변경됨에 따라 도매 및 상품중개업의 산업평균비율을 적용했음.

(표 2)

구분	2020년	2019년	산업평균비율(*)
매출총이익율	26.2%	27.9%	17.2%
판매관리비율	21.7%	24.6%	14.6%
매출액영업이익율	4.5%	3.3%	2.6%
매출액순이익율	3.2%	2.5%	1.9%
총자산이익율(ROA)	5.3%	3.6%	3.5%
자기자본순이익율(ROE)	10.4%	7.0%	7.7%

안정성 및
활동성 지표 (표3)

(*) 산업평균비율은 한국은행 발간 '기업경영분석 2019'을 참조했으며 당사의 경우 2004년 5월 3일자로 '가구 및 기타제조업'에서 '도매 및 상품중개업'으로 변경됨에 따라 도매 및 상품중개업의 산업평균비율을 적용했음.

(표 3)

구분	2020년	2019년	산업평균비율(*)
유동비율	118.5%	117.5%	151.9%
부채비율	95.6%	96.1%	123.2%
차입금의존도	5.4%	5.6%	26.7%
총자산회전율	1.7회	1.4회	1.8회

2개년
재무성과 요약

(단위 | 백만 원)

계정과목	2020년	2019년
매출액	2,067,469	1,698,372
매출원가	1,525,159	1,224,850
매출총이익	542,309	473,522
판매관리비	449,202	417,750
영업이익	93,107	55,772
법인세 차감 전 순이익	95,490	74,459
법인세비용	28,650	31,744
당기순이익	66,841	42,715
주당순이익	3,766	2,423
자산	1,229,510	1,202,638
부채	600,608	589,339
자본	628,902	613,299

재무상태표

자산

(단위 | 백만 원)

		2020년	2019년
I. 유동자산	현금및현금성자산	105,730	144,507
	매출채권및기타채권	75,584	95,516
	기타유동금융자산	230,242	137,871
	기타유동자산	24,709	18,900
	당기법인세자산	218	77
	재고자산	84,415	81,800
유동자산총계		520,898	478,671
II. 비유동자산	관계기업투자주식	—	168
	유형자산	461,253	491,350
	투자부동산	119,027	97,050
	무형자산	39,359	47,998
	기타비유동금융자산	70,774	76,403
	기타비유동자산	9,040	8,455
	이연법인세자산	9,158	2,544
비유동자산총계		708,612	723,967
자산총계		1,229,510	1,202,638

부채 및 자본

		(단위 백만 원)	
		2020년	2019년
I. 유동부채	매입채무및기타채무	263,727	223,041
	단기차입금	66,702	40,543
	유동성장기부채	-	50,000
	전환사채	-	7,996
	당기법인세부채	18,411	3,682
	기타유동금융부채	33,299	30,848
	기타유동부채	38,005	34,464
	충당부채	19,387	16,751
유동부채총계		439,532	407,327
II. 비유동부채	기타비유동금융부채	144,128	146,354
	기타비유동부채	3,302	2,470
	충당부채	207	222
	순확정급여부채	10,438	13,765
	장기차입금	3,000	19,200
비유동부채총계		161,076	182,012
부채총계		600,608	589,339
	자본금	23,534	23,534
	자본잉여금	38,229	38,229
	기타자본구성요소	(192,159)	(162,824)
	이익잉여금	738,329	694,459
지배기업의소유지분		607,932	593,398
비지배지분		20,969	19,901
자본총계		628,902	613,299
부채 및 자본총계		1,229,510	1,202,638

손익계산서

자본변동표

(P.41) ►

(단위 | 백만원)

	2020년	2019년
I. 매출액	2,067,469	1,698,372
II. 매출원가	1,525,159	1,224,850
III. 매출총이익	542,309	473,522
IV. 판매비와관리비	449,202	417,750
V. 영업이익	93,107	55,772
VI. 영업외수익(비용)		
1. 지분법이익	(177)	1,936
2. 기타수익	21,937	27,021
3. 기타비용	(19,465)	(10,998)
4. 이자수익	7,596	9,188
5. 기타의대손상각비	67	(207)
6. 금융수익	87	99
7. 금융비용	(7,663)	(8,353)
VII. 법인세 비용 차감 전 영업 이익	95,490	74,459
VIII. 당기순이익	66,841	42,715
IX. 기타포괄손익	546	5,035
1. 순확정급여부채의 재측정요소	(209)	2,707
2. 관계기업투자평가	-	222
3. 기타포괄손익-공정가치 평가손익	19	(119)
4. 해외사업 환산손익	737	2,225
X. 총포괄이익	67,387	47,750

(단위 | 백만 원)

과목	지배기업의 소유주지분					비지배지분	합계
	자본금	자본잉여금	기타자본구성요소	이익잉여금	소계		
2019.1.1(전기초)	23,534	38,097	(155,116)	667,865	574,381	86	574,467
회계정책 변경효과				(178)	(178)		(178)
수정후금액	23,534	38,097	(155,116)	667,687	574,203	86	574,289
총포괄손익							
당기순이익			-	42,723	42,723	(9)	42,715
기타포괄손익 - 공정가치평가손익			(119)		(119)		(119)
관계기업투자평가			(2,275)	2,497	222		222
해외사업환산손익			2,225	-	2,225		2,225
순확정급여부채의 재측정요소				2,707	2,707		
총포괄손익계			(168)	47,927	47,759	(9)	47,750
소유주와의 거래							
연차배당				(21,155)	(21,155)		(21,155)
기타의자본잉여금		131			131		131
사업결합			(7,540)		(7,540)	19,824	12,284
소유주와의거래 계		131	(7,540)	(21,155)	(28,564)	19,824	(8,740)
2019.12.31(전기말)	23,534	38,229	(162,824)	694,459	593,398	19,901	613,299
2020.1.1(당기초)	23,534	38,229	(162,824)	694,459	593,398	19,901	613,299
총포괄손익							
당기순이익				65,073	65,073	1,767	66,841
기타포괄손익 - 공정가치평가손익	-	-	19		19		19
관계기업투자평가	-	-					
해외사업환산손익	-	-	737		737		737
순확정급여부채의 재측정요소	-	-		(194)	(194)	(16)	(209)
총포괄손익계			756	64,880	65,635	1,752	67,387
자기주식 취득			(30,091)		(30,091)		(30,091)
연차배당				(21,010)	(21,010)	(684)	(21,694)
소유주와의 거래 계			(30,091)	(21,010)	(51,101)	(684)	(51,784)
2020.12.31(당기말)	23,534	38,229	(192,159)	738,329	607,932	20,969	628,902

현금흐름표

(단위 | 백만 원)

	2020년	2019년
I. 영업활동으로 인한 현금흐름	193,138	79,445
영업활동으로부터 창출된 현금흐름	216,498	122,623
이자수취	3,710	5,728
이자지급	(6,884)	(6,897)
배당금수취	98	1,116
법인세의 납부	(20,283)	(43,125)
II. 투자활동으로 인한 현금흐름	(100,070)	17,981
기타유동금융자산의 감소	187,551	393,832
기타유동금융자산의 증가	(278,104)	(367,497)
기타비유동금융자산의 처분	20,426	23,637
기타비유동금융자산의 취득	(12,136)	(24,465)
유형자산의 처분	814	2,283
유형자산의 취득	(15,999)	(18,499)
무형자산의 처분	670	37
무형자산의 취득	(2,325)	(1,393)
투자부동산의 처분	-	417
투자부동산의 취득	-	(609)
관계기업의 취득	(4)	-
관계기업의 처분	-	14,980
국고보조금의 수령	358	-
기타비유동자산의 처분	48	8,644
기타비유동자산의 취득	(1,200)	(1,200)
사업결합	(170)	(12,186)
III. 재무활동으로 인한 현금흐름	(132,117)	(34,789)
단기차입금의 순증감	(149)	17,252
유동성장기부채의 상환	(50,000)	-
기타비유동금융부채의 감소	(1,228)	(1,074)
기타비유동금융부채의 증가	3,322	2,231
장기차입금의 증가	3,000	-
장기차입금의 감소	(1,200)	-
리스부채의 변동	(34,077)	(32,043)
자기주식의 취득	(30,091)	-
배당금의 지급	(21,694)	(21,155)
IV. 현금및현금성자산의 증가	(39,049)	62,637
V. 기초현금및현금성자산	144,507	81,883
VI. 현금및현금성자산의 환율변동효과	272	(13)
VII. 기말현금및현금성자산	105,730	144,507

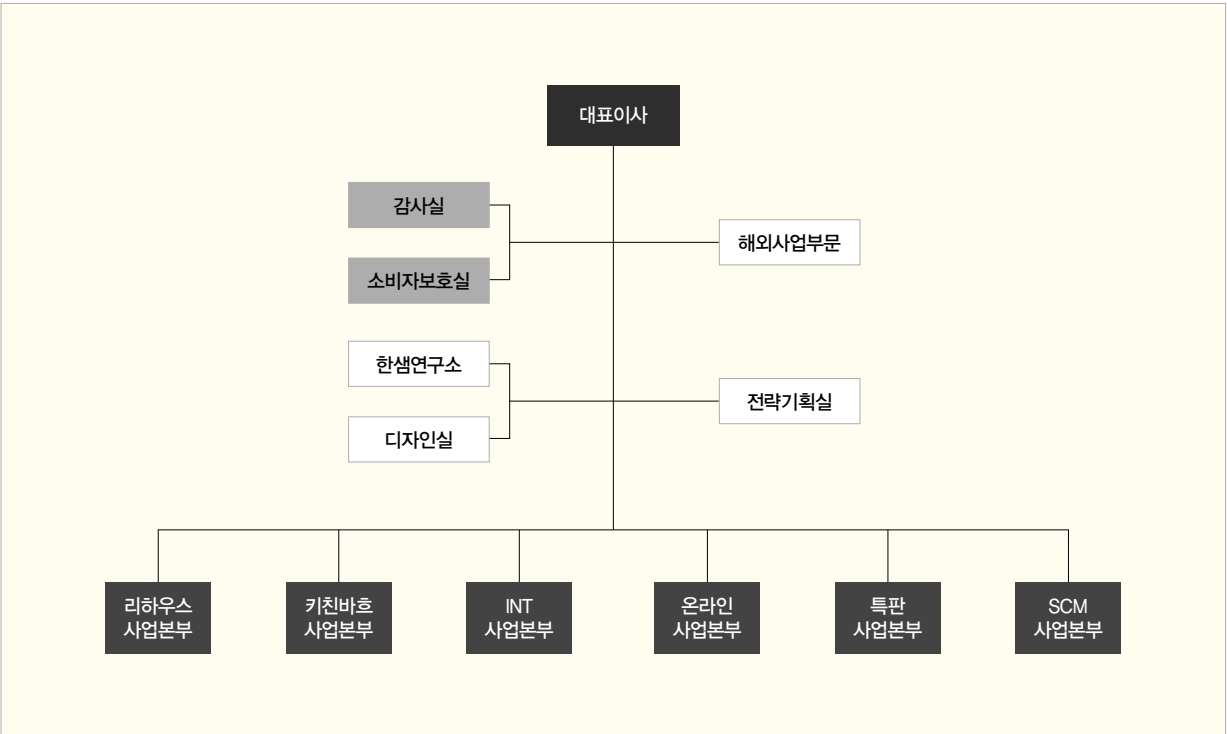
회사현황

경영정보

한샘은 세계 정상 수준의 역량확보를 위해, 과거 CEO중심의 1인 경영체계에서 벗어나 전문화된 경영진을 구성했습니다. 체계적인 프로세스와 시스템을 가진 가진 기업으로 고객의 신뢰를 받습니다.

명예회장	조창걸	대표이사 1970년 창업
회장	강승수	1995년 한샘 입사
부회장	이영식	1996년 한샘 입사
부사장	안흥국	1990년 한샘 입사
전무	최철진	2009년 한샘 입사
사외이사	정일영	2017년 사외이사 선임
	신태균	2020년 사외이사 선임
감사	임창훈	2017년 감사 선임

사업부 구조



글로벌 네트워크

한샘상암

서울시 마포구 성암로 179 (한샘 상암사옥)
Tel : 02-6470-3114
Fax : 02-6470-6990

DBEW 디자인 센터

서울시 종로구 원서동 9-4
Tel : 02-740-1100
Fax : 02-742-2111

해외 네트워크

CHINA
BEIJING HANSSEM INTERIOR CO., LTD.

북경한샘
1705 Jincheng, Jiukeshu,
Tongzhou District, Beijing, China
-

Hanssem (Shanghai)
Home Furnishings Co., Ltd.

상해 판매법인
1E, No. 25 Xianfeng Road, Minhang
District, Shanghai, China

상해 직매장
1F L102 and 2F, Center 88, 88
Changning Rd, Changning District,
Shanghai, China
Tel : 86-400-006-3388
-

HANSSEM(CHINA)
INTERIOR CO., LTD

소주 생산법인
SUZHOU INDUSTRIAL PARK
DONGCHANG ROAD
NO 88 BUILDING 3 FLOOR B2
-

Hanssem (China)
Investment Holding Co., Ltd.

중국 투자법인
SUZHOU INDUSTRIAL PARK
DONGCHANG ROAD
NO 88 BUILDING 3 FLOOR B2

U.S.A

Hanssem Corporation

뉴저지 Headquarter Office
200 Helen Street, South Plainfield, NJ,
07080
Tel : 1-908-754-4949
Fax : 1-908-754-6969

뉴저지 1 공장
155 Helen Street, South Plainfield, NJ,
07080
Tel : 1-908-226-3470
Fax : 1-908-226-3474

뉴저지 2 공장
157 Helen Street, South Plainfield, NJ,
07080
Tel : 1-908-753-1143
Fax : 1-908-753-1179

보스턴 직매장
335 Bear Hill Road, Waltham MA
02451
Tel : 1-781-487-0101
Fax : 1-781-487-0110

뉴저지 신규공장
20 Kilmer Road, Edison NJ 08817

Japan
Hanssem Inc.

OSAKA MAIN OFFICE
541-0043
OSAKA, CHUO-KU, KORAIBASHI 2-2-7
TOEI BUILDING 1F
TEL : 81-6-6223-5051~4
FAX : 81-6-6223-5066

TOKYO BRANCH OFFICE
160-0022
TOKYO, SHINJUKU-KU,
SHINJUKU 6-28-8
RABERUTI SHINJUKU BUILDING 11F
TEL : 81-3-5155-2155
FAX : 81-3-5155-2669

OSAKA DISTRIBUTION CENTER
160-0022
OSAKA, SUMINOE-KU, NANKOUHIGASHI
7-1-106
TEL : 81-6-4703-1150
FAX : 81-6-4703-1151

TOKYO DISTRIBUTION CENTER
359-0011
SAITAMA-KEN, TOKOROZAWA-SI,
MINAMINAGAI
TEL : 81-4-2951-5001
FAX : 81-4-2951-5002

국내 네트워크

공장

제1공장 (한샘인테리어 물류센터)
경기도 시흥시 조남동 594-1
Tel : 031-412-2401
Fax : 031-482-8189

제2공장
경기도 안산시 단원구 원시동 742-3
Tel : 031-489-0611
Fax : 031-491-0165

제3공장
경기도 안산시 단원구 성곡동 665
Tel : 031-496-1101
Fax : 031-498-8078

제4공장
경기도 안산시 단원구 성곡동 664-4
Tel : 031-499-2566
Fax : 031-499-2563

제5공장 (오이도 물류센터)
경기도 시흥시 정왕동 2208
Tel : 031-412-2420

군포물류센터
경기도 군포시 부곡동 451

한국복합물류 E동
Tel : 031-460-2269
Fax : 031-460-2262

지방 사업소

부산 사업소
부산시 연제구 거제1동 17-1
종근당빌딩 602호
Tel : 부업영업 051-867-7231
인테리어영업 Tel : 051-865-3973
특판영업 Tel : 051-867-3205
Fax : 부업영업 051-866-1962
인테리어영업 051-865-3983
특판영업 051-865-7219

대구 사업소
대구광역시 중구 국제보상으로 673
(동인동 2가)
Tel : 부업영업 053-741-6943
인테리어영업 053-745-3430
Fax : 부익/인테리어 영업
053-741-8252

호남 사업소
광주시 서구 마북동 167-78
지우빌딩 2층
Tel : 부업영업 062-383-1601
인테리어영업 062-383-1607
특판영업 062-383-1607
Fax : 062-383-1604

충청 사업소
대전시 중구 오류동 188-15
사학연금회관 405
Tel : 부업영업 042-524-6481
인테리어영업 042-524-6487
Fax : 042-524-9405

강원 사업소
원주시 단구동 1515-12 광덕빌딩 3층
Tel : 부업영업 033-763-3542
Fax : 033-763-6677

디자인파크

방배점
서울특별시 서초구 사평대로2길 19-5
(방배동, 우림빌딩)
Tel : 02-591-2300

논현점
서울시 강남구 학동로 148(논현동,
인성빌딩)
Tel : 02-542-8558

분당점
경기도 성남시 분당구 황새울로 200번길
9-7(수내동, 판테온)
Tel : 031-719-3100

잠실점
서울시 송파구 백제고분로 217(삼전동,
한샘잠실전시장)
Tel : 02-3430-6900

부산센텀점
부산광역시 해운대구 센텀1로 25(우동,
센텀한샘빌딩)
Tel : 051-790-8500

목동점

서울특별시 강서구 등촌로 11(화곡동,
원종빌딩)
Tel : 02-6344-7700

대구범어점

대구광역시 수성구 달구벌대로 2435,
1층(범어동, 두산위브더제니스)
Tel : 053-749-8500

롯데광복점

부산광역시 중구 중앙대로 2, 롯데마트
광복점 3층 한샘디자인파크(중앙동7가
롯데백화점광복점)
Tel : 051-897-1382

수원광교점

경기도 수원시 영통구 증부대로 390
Tel : 031-888-0800

용산 아이파크몰점

서울특별시 용산구 한강대로23길 55
(한강로3가) 리빙파크 5층
Tel : 02-6373-3500

상봉점

서울특별시 중랑구 상봉로 131(상봉동,
상봉듀오트리스) 2, 3층
Tel : 02-6244-5000

하남스타필드점

경기도 하남시 미사대로 750(신장동, 스
타필드 하남) 지하 1층
Tel : 031-8072-8955

고양스타필드점

경기도 고양시 덕양구 고양대로 1955
지하 1층 (동산동 스타필드 고양)
Tel : 031-5173-0447

안성스타필드점

경기도 안성시 서동대로 3930-39 2층
(공도읍 스타필드안성)
Tel : 031-8029-1770

전주점

전라북도 전주시 덕진구 가리내로 46
(금암동, 아크로웨딩컨벤션)
Tel : 063-240-9300

기흥점

경기도 용인시 기흥구 신고매로 59,
리빙파워센터 지하 1,2층 한샘(고매동)
Tel : 031-307-0430

(2020. 12. 31 기준)

기업정보

HANSSEM	서울특별시 마포구 성암로 179 한샘빌딩 (03929)	
	Tel : 82-2-6470-3114	
	Homepage : http://company.hanssem.com/	
	대표이사	조창걸 명예회장, 강승수 회장
	임직원수	2,479 명
	자본금	235억 원
사업영역 및 주요 아이템	매출액	2조 675억 원
	주식발행 내역	23,533,928주 (액면금액 천원, 2002년 거래소 등록)
	가구	부엌가구, 침대, 불박이장, 소파, 홈오피스, 자녀방 가구 등
	인테리어 건자재	욕실, 창호, 마루, 도어 등
국내 유통망	기기	식기세척기, 오븐, 후드 등
	생활용품	조명, 패브릭, 생활소품 등
	디자인파크	16개
	부엌 전문 대리점	220여 개
해외법인	리하우스 대리점	510여 개
	인테리어 대리점	80여 개
	CHINA	Beijing Hanssem Interior Co., Ltd. / Hanssem (Shanghai) Home Furnishings Co., Ltd / Hanssem (China) Interior Co., Ltd Hanssem (China) Investment Holding Co., Ltd
Furnishings Co.,Ltd	USA	Hanssem Corporation
	JAPAN	Hanssem Inc.
INVESTOR RELATIONS	서울특별시 마포구 성암로 179 한샘빌딩 (03929)	
	Tel : 82-2-6470-3068 Fax : 82-507-775-5373	
	e-mail : leeyk0141@hanssem.com	



HANSSEM

서울특별시 마포구 성암로 179 한샘빌딩 (03929)

Tel: 82-2-6470-3114

Fax: 82-2-6470-6990

company.HANSSEM.com