



HANSSEM

Good to Great

Analyst Day

Apr 15, 2022

Disclaimer

본 자료는 (주)한샘(이하 “회사”) 및 그 자회사들의 재정 상황, 운영·영업성과 및 회사 경영진의 계획·목표와 관련된 향후 전망을 포함하고 있습니다.

그러한 향후 전망은 회사의 실제 성과에 영향을 줄 수 있는 알려지지 않은 위험과 불확실성, 그리고 다른 요인들에 의해 변경될 수 있습니다.

회사는 본 자료에 포함된 정보의 정확성과 완벽성에 대해서 암묵적 또는 명시적으로 보장할 수 없으며, 본 자료에 서술된 내용은 과거 또는 미래에 대한 약속이나 진술로 간주될 수 없습니다.

따라서, 본 자료는 투자자들의 투자 결과에 대하여 어떠한 법적인 목적으로 사용되어서는 안되며, 회사는 본 자료에서 제공되는 정보에 의거하여 발생하는 투자 결과에 대해 어떠한 책임이나 손해 또는 피해를 지지 않음을 알려드립니다.

본 자료는 작성일 현재 시점의 정보에 기초하여 작성된 것이며, 회사는 향후 변경 되는 새로운 정보나 미래의 사건에 대해 공개적으로 현행화 할 책임이 없습니다.

01

Company Overview

02

Market Overview

03

Mid-term Goal & Strategy

04

Recap & QnA



Company Overview

세상에서 가장 머물고 싶은 공간을 만든다

1 Vision & Mission

Vision

To be the greatest in
living space



Mission

비교할 수 없는 혁신, 전문성과 책임감을
발휘하여 고객의 집을 세상에서 가장
머물고 싶은 공간으로 바꾸는 것



2 Management Introduction

우리의 비전과 미션을 위하여 각 분야에서 혁신의 경험을 지닌 전문가들이 한 자리에 모였습니다



CEO

김진태 총괄사장

- 지오영
- 티몬
- ADT캡스
- 현대카드, 현대캐피탈
- 위니아만도



CBO

안흥국 사장

- 한샘 홀리모델링 사업부문장
- 한샘 리하우스 사업본부장
- 한샘 제조사업본부장



CDTO

박해웅 부사장

- 요기요 (Delivery Hero Korea)
- LG전자
- 닐슨코리아



CFO

박성훈 전무

- OB맥주
- 브리티쉬아메리칸토바코코리아
- 삼일회계법인
- 공인회계사



CHRO

최성원 전무

- LF
- 크래프톤
- 현대카드, 현대캐피탈
- Mercer HR Consulting



CTO

신희송 상무

- 우아한 형제들
- 쿠팡
- 네이버



CCXO

이은지 상무

- 팻닥
- 이투스교육
- 버드뷰
- 이베이코리아



CSO

조용한 상무

- 유베이스
- 베인앤드컴퍼니
- SK텔레콤

3 New Organization Chart

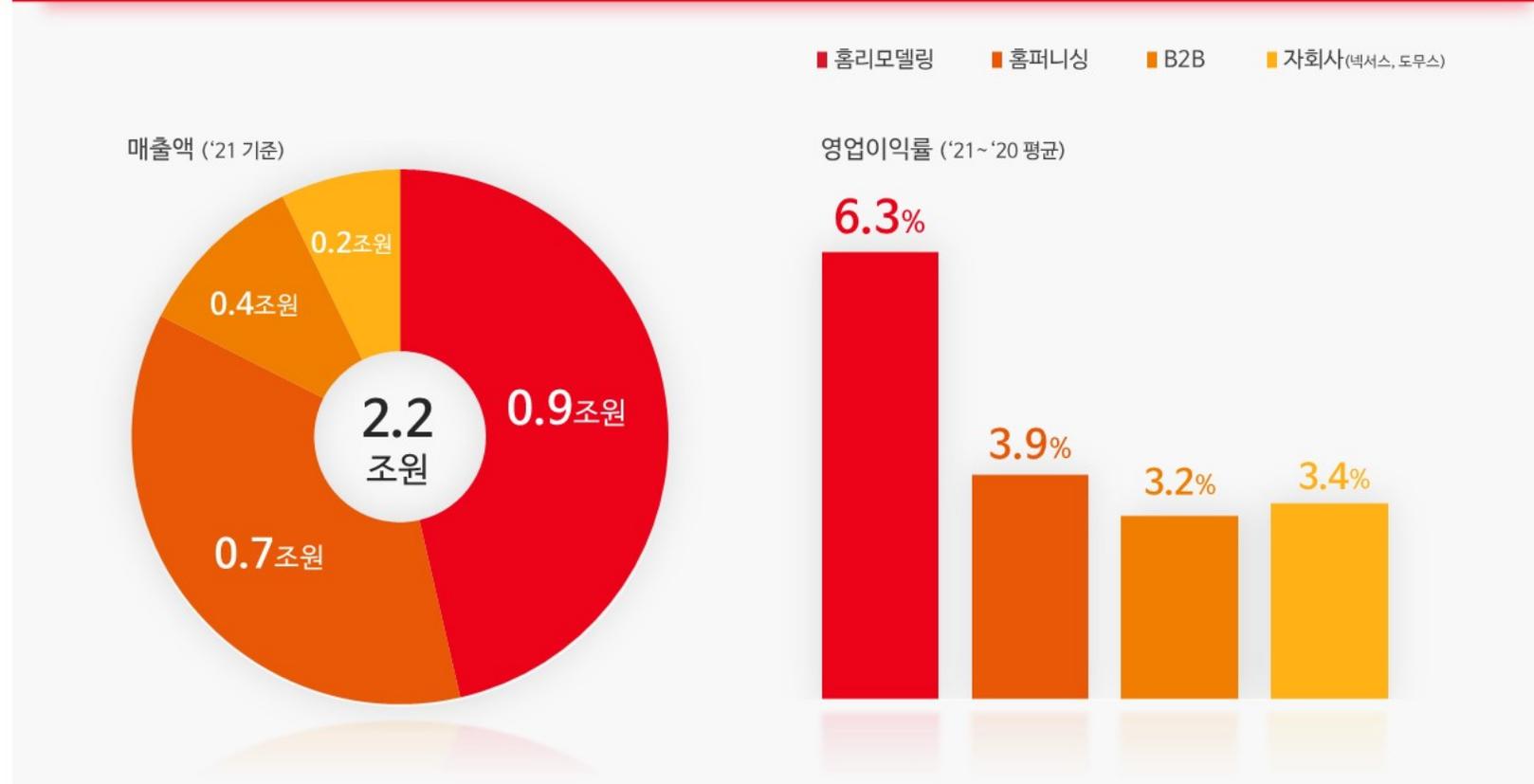
최고의 고객 경험을 제공하는 것이 우리가 존재하는 이유입니다



4 사업 포트폴리오 정의

압도적 경쟁력을 가진 홈리모델링 중심으로 홈리빙 전분야에서 균형 잡힌 사업구조를 갖추고 있습니다

본사 및 주요 자회사 실적 추이



홈리모델링

- 성장엔진
- 고 수익성
- 매출성장율 17% ('21~'19 CAGR)

홈퍼니싱

- 균형 잡힌 상품 포트폴리오
- 대품 중심 추가 성장 여력
- 매출성장율 13% ('21~'19 CAGR)

B2B (특판)

- Predictable 사업
- 수익성 중심의 수주

자회사 (넥서스, 도무스)

- 프리미엄 가구 인테리어 사업
- 고급 주택 리모델링 등 추가 성장 여력

Market Overview

성장하는 홈리모델링, 홈퍼니싱 시장에서 **차별화된 가치를 만들다**

1 한샘의 keyword

한샘은 Living Space 분야에서 First mover로 브랜드 시장을 개척해 왔습니다

**압도적
1위**

- 홈리모델링 점유율 26%
- Fully-integrated value chain 구축

Tech-driven service

- IT 기술 기반의 경쟁력
- 홈플래너 2.0

**유의미한
2위**

- 홈퍼니싱 점유율 3.4%
- Well-balanced product portfolio

1st

- 책임시공 선두주자

72.2%

- 주방브랜드 시장 내 M/S

2 홈리모델링 시장규모 증가

국내 홈리모델링 시장은 약 18조원이며 향후 이사 수요 회복과 거주 인테리어 수요의 지속 확대로 연 7%+ 성장을 예상합니다

BCG Analysis 2021



우호적 매크로 환경

- 1인 가구 확대로 가구 수 증가
- 가처분 소득 증가에 따른 소비 확대



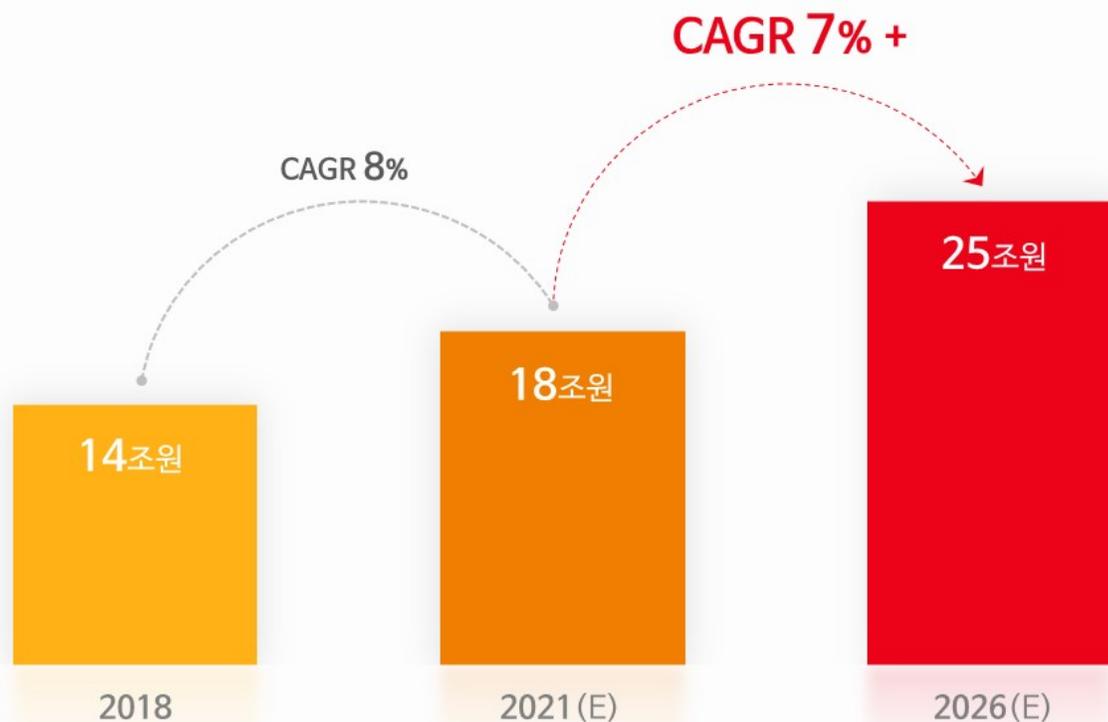
홈리모델링 지출 비중 증가

- 재택 근무 확산으로 주거공간 중요성 확대
- 주택가격 상승으로 인한 Wealth effect



시장 경쟁구도 개편

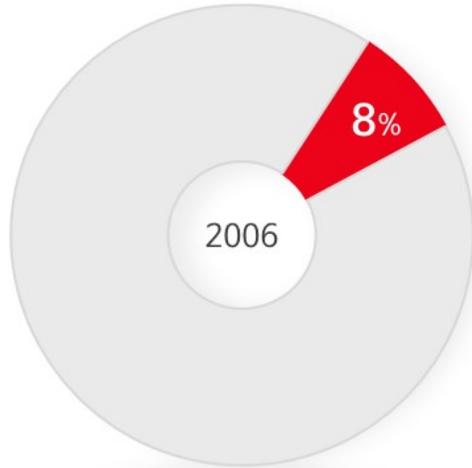
- Brand의 market penetration 가속화
- 정보 불균형 해소 및 고객 만족도 증가



3 브랜드사에 의한 홈리모델링 시장 재편

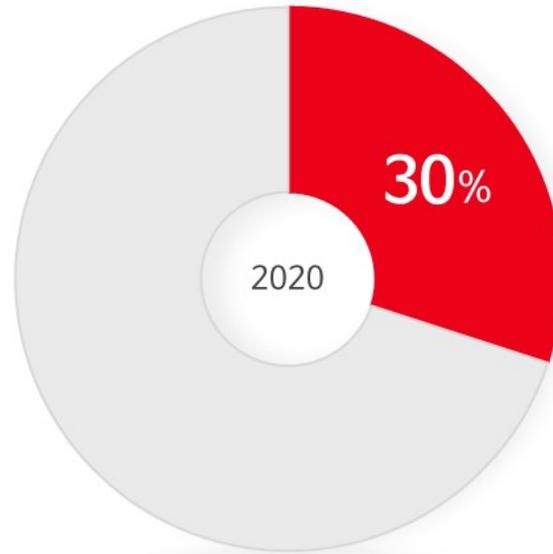
한샘은 제품력과 책임시공으로 Brand 홈리모델링 시장을 만들어 왔습니다

BCG Analysis 2021 ■ Non-brand 시장 ■ brand 시장



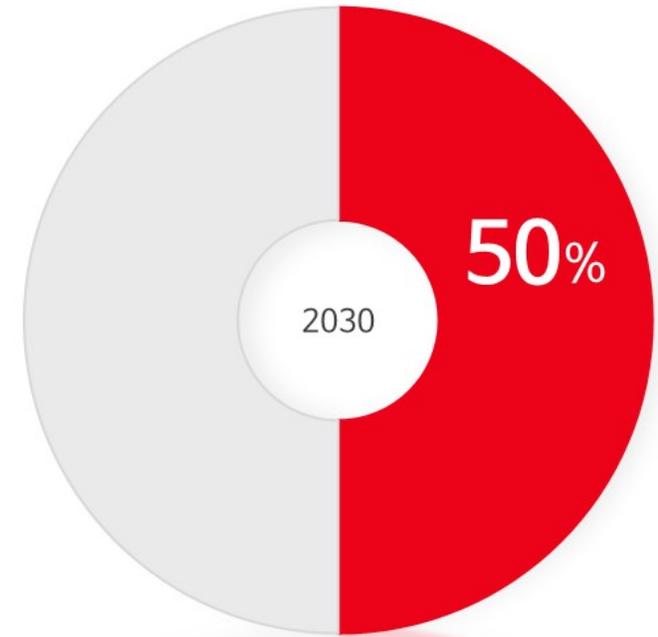
1단계 Brand 제품의 Non-brand 대체

- Brand 제품/자재가 Non-brand 대체 시작
- 'Brand = 한샘' 시장 개척



2단계 Brand 전속 대리점의 확산

- Brand가 책임시공 서비스를 확대하며 인테리어 사업자들의 전속 대리점화 가속



3단계 사업모델 및 서비스 고도화

- ERP 기반 SCM, 3D 시뮬레이션 설계/견적의 제공
- 온라인 정보탐색 서비스 등장

4 세그먼트별 홈리모델링 시장규모

한샘은 자사제품을 가지고 책임감 있는 종합시공을 할 수 있는 유일한 회사로 큰 폭의 성장 잠재력을 갖고 있습니다

BCG Analysis 2021 ■ Non-brand 시장 ■ brand 시장



▶▶▶
한샘은,

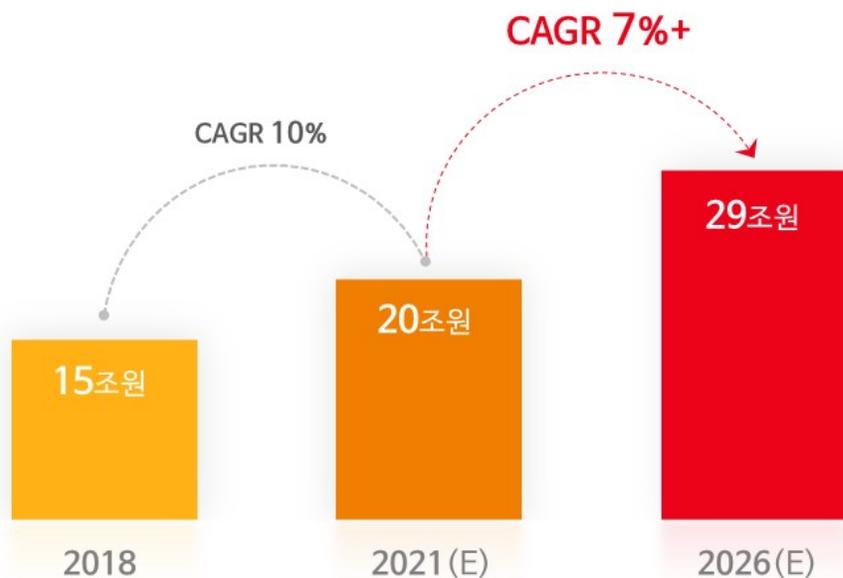
브랜드화의 개척자
모든 분야의 인프라를 갖춘 유일한 회사

5 홈퍼니싱 시장 규모

현재 국내 홈퍼니싱 시장규모는 약 20조원이며 2026년까지 연평균 7%+ 성장이 예상됩니다

▼ 전체 성장추이 및 전망

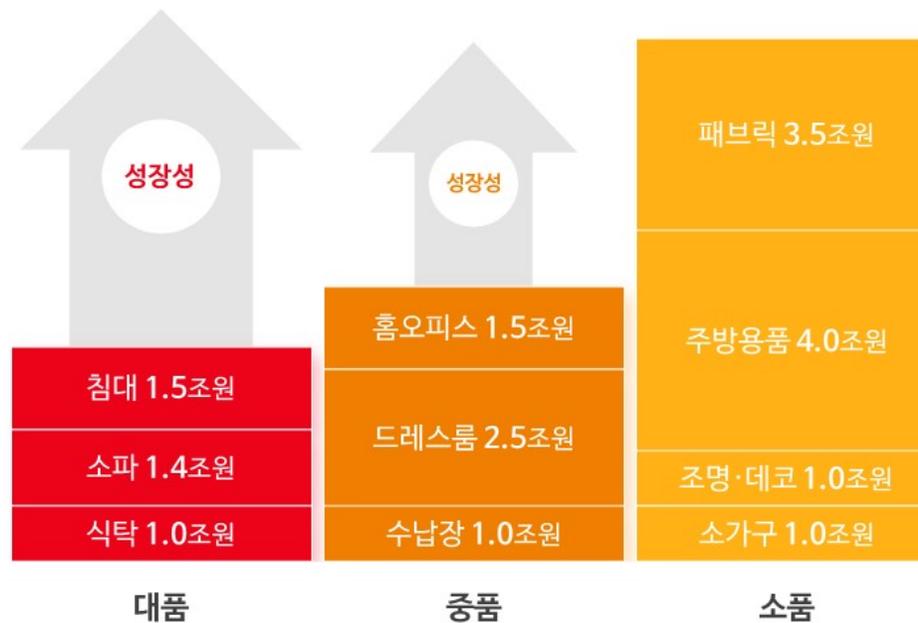
BCG Analysis 2021



- 집에 대한 인식변화로 홈퍼니싱에 대한 관심 증가
- 1인 가구 확대에 의한 수요 증가

▼ 품목별 시장규모

(2020)



수익성

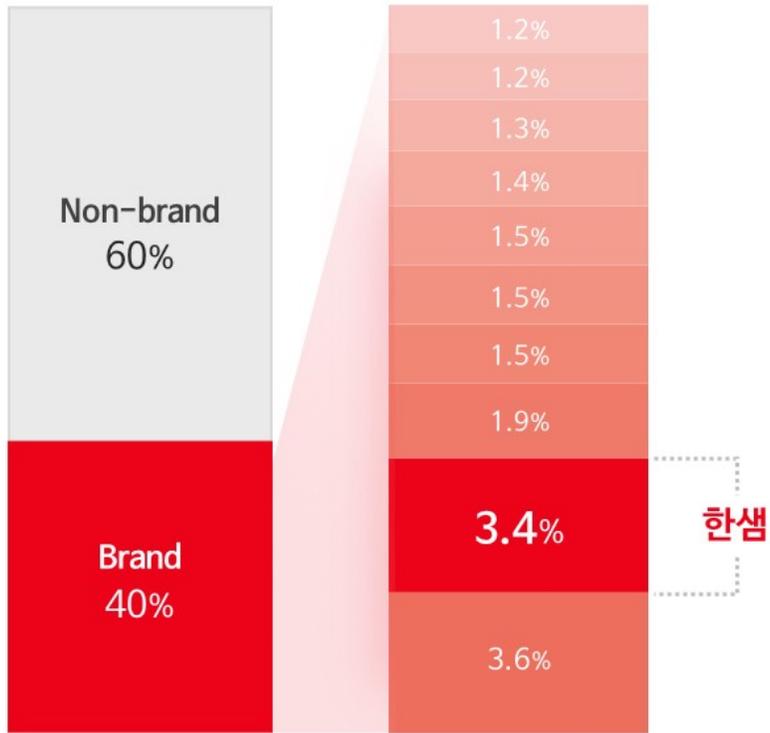


5 홈퍼니싱 시장

시장 내 M/S

전체 홈퍼니싱 시장 중 3.4%의 M/S로 업계 2위로 포지셔닝 되어 있지만 종합적인 경쟁력을 보유한 유일한 회사입니다

▶ 홈퍼니싱 브랜드 시장 내 M/S (%)



▲ 전체 홈퍼니싱 ('20)

▲ 전체 시장 내 Top 10 M/S (%)

▶ 홈퍼니싱 카테고리별 한샘 M/S (%)

BCG Analysis 2021

대품			중·소품		
식탁	소파	침대	홈오피스	드레스룸	생활용품
1 한샘 3%	J사 7%	A사 18%	I사 10%	1 한샘 4%	I사 6%
L사 2%	2 한샘 6%	S사 18%	2 한샘 4%	L사 3%	M사 3%
E사 1-2%	E사 4%	C사 15%	L사 3%	I사 2%	J사 2%
I사 1-2%	D사 3%	4 한샘 7%	기타 83%	기타 91%	4 한샘 2%

- ✓ 대품·중품 위주 고성장 예상
- ✓ 모든 분야 포함 유의미한 2위

6 경쟁사와 차별화된 경쟁력

Technology-based operation

상담·설계·시공·AS까지의 모든 operation이 IT에 의해 유기적으로 연결되어 있으며 이는 한샘이기 때문에 가능합니다



Front-end

- 3D 설계 기반의 정확한 견적
- 전자계약 및 자동발주 가능 영업 시스템

홈플래너
2.0

880개+
전속 영업망

Back-end

- 상담 시 정확한 견적, 전자계약 및 자동발주를 가능하게 하는 Back-end 자산
- 공사의 품질과 납기를 담보할 수 있는 전속 시공 네트워크

모든
건자재 자사
제품화

정확한
기준정보

검증된
물류
시스템

표준화된
시공
품질·납기

전속
시공
네트워크

신속한
CS 및 AS

6 경쟁사와 차별화된 경쟁력 홈플래너2.0

[홈플래너2.0]은 한샘의 축적된 data에 기반하여 정확한 견적/전자계약/자동발주를 가능하게 하며 어떠한 경쟁사도 모방할 수 없습니다



Step.1
한샘 홈플래너와 설계상담



Step.2
정확한 3D설계와 견적



Step.3
전자계약 · 자동발주



Step.4
시뮬레이션 그대로 완성되는
나만의 공간

Mid-term goal & Strategy

다가오는 미래, 비교할 수 없는 혁신을 꿈꾸다

1 중장기 사업목표 및 사업전략

홈모델링 사업에서 압도적인 경쟁력을 확보하고 지속적인 혁신을 이루어 가겠습니다

▶ 사업목표

비교할 수 없는 혁신, 전문성과 책임감을 발휘하여
고객의 집을 세상에서 가장 머물고 싶은 공간으로 바꾸는 것

▶ 사업전략

Digital
Transformation

시공
프로세스 혁신

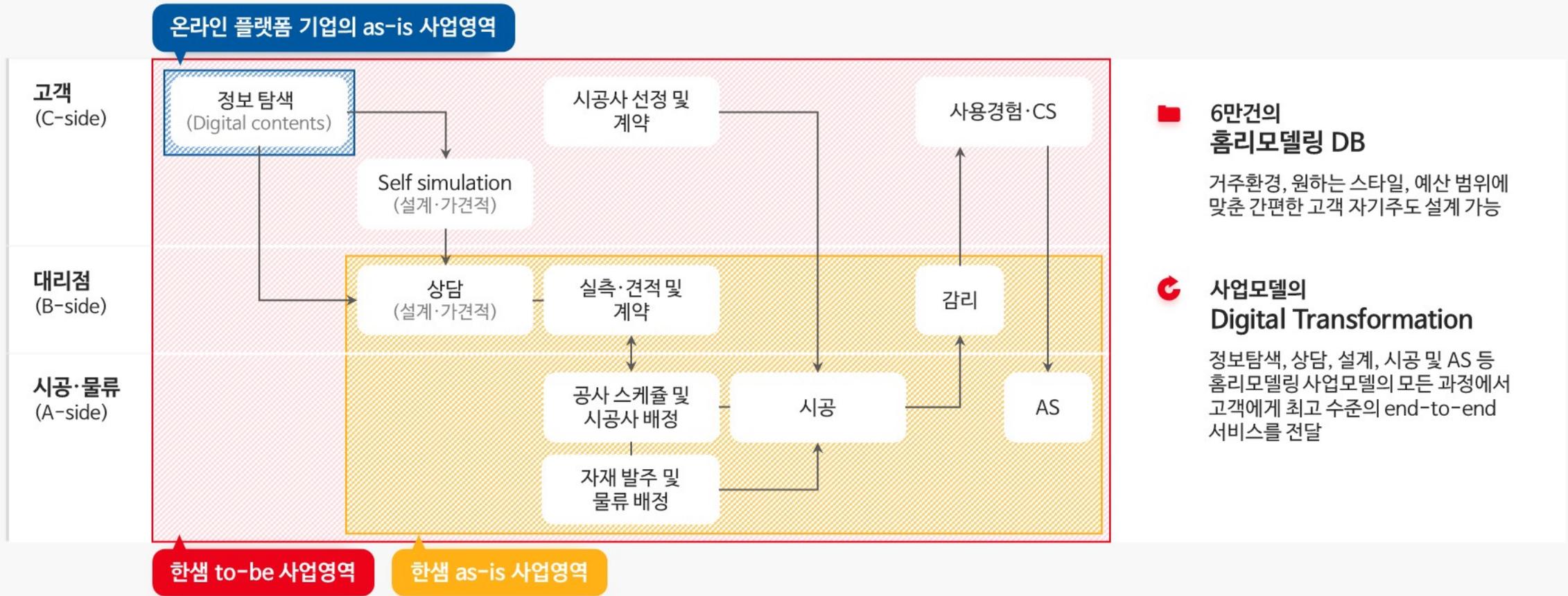
End-to-End
고객 경험 혁신

운영 효율
극대화

적극적인
신사업 기회 모색

2 홈리모델링 사업에서 초격차 경쟁력 확보 Digital Transformation

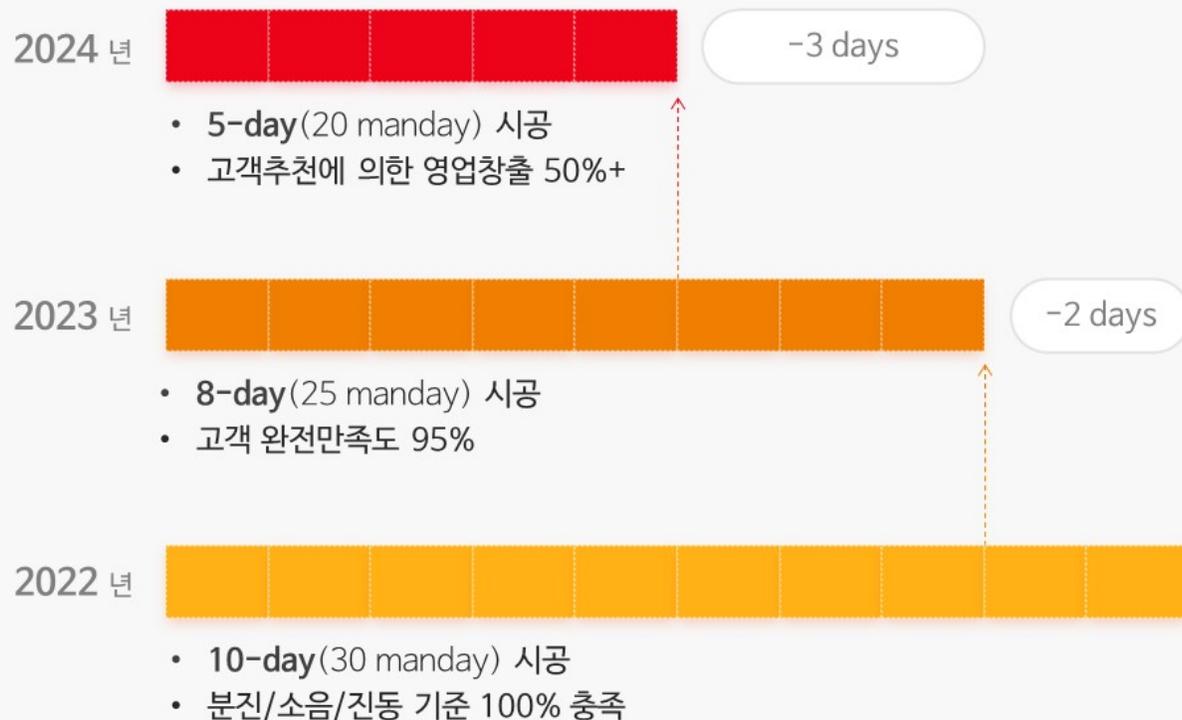
한샘은 기존 영업채널과 시공협력사에게 [홈플래너2.0]과 [건재패키지 ERP]를 지원함으로 경쟁우위를 확보하고 있습니다



2 홈리모델링 사업에서 초격차 경쟁력 확보

시공 프로세스 혁신

공법의 혁신 및 표준화를 추진하여 공사 납기를 단축함으로써 고객경험을 개선하고 시공협력사의 수익성을 제고하겠습니다



● 시공능력

- 단일시공사 위주를 종합시공사 중심으로 업그레이드
- 한샘 시공아카데미 운영으로 다기능공 육성

● 시공혁신

- 실측/ 일정관리/감리를 ERP로 관리
- 고효율 첨단 철거장비 도입하여 분진/소음/진동 이슈 해결

● 고객감동

- 시공~감리~AS 과정 온라인 접근 등 고객경험 혁신
- 시공 관리로 1개월 내 AS발생 및 납기 미 준수 zero화

3 고객 경험 혁신

고객의 집이 세상에서 가장 머물고 싶은 공간이 되도록 고객 경험을 최우선으로 관리합니다

CX(고객경험)혁신본부

- 고객센터/소비자보호실/통합마케팅 확대 개편
- C-level에서의 전담관리

품질지표 도입

- 고객경험 상시 모니터링
- 문제점 발견 및 최우선 과제 개선



4 운영 효율 극대화

운영효율 극대화를 통해 수익성을 제고하고 혁신에 필요한 재원을 내부 조달하겠습니다

영업 효율 제고

- 상담/설계/견적/시공 과정 표준화 영업 시너지 창출
- 리하우스 사업본부와 KB사업본부 조직 통합



SCM 효율 제고

- Low-Cost-Country sourcing 확대
- Design-to-cost
- 신규공급업체 및 제품 발굴



신상품 개발 효율 제고

- MD, 디자인, 엔지니어 전사 개발조직 통합
- 신상품 개발을 위한 외부 디자이너 협업 강화



5 적극적인 신사업 기회 모색

지속적인 신사업 발굴 및 Partnership 개발을 통하여 홈리빙 분야에서의 핵심 사업영역을 확대하겠습니다

Digital Transformation 해외진출

Localization

- 상담/설계/견적/시공 과정 표준화 완성
- 온라인 홈리모델링 진행
- 미국, 일본, 중국, 동남아 오프라인 홈리모델링 사업자들과 제휴

Smart Home 사업

스마트홈 패키지 도입

- 조명, 후드, 쿡탑, 전동침대, 커튼 등
- 홈리모델링 고객의 10%이상 교차판매
- 추후 홈케어와 함께 플랫폼을 확대하여 한샘 외 제품 연동 계획 중

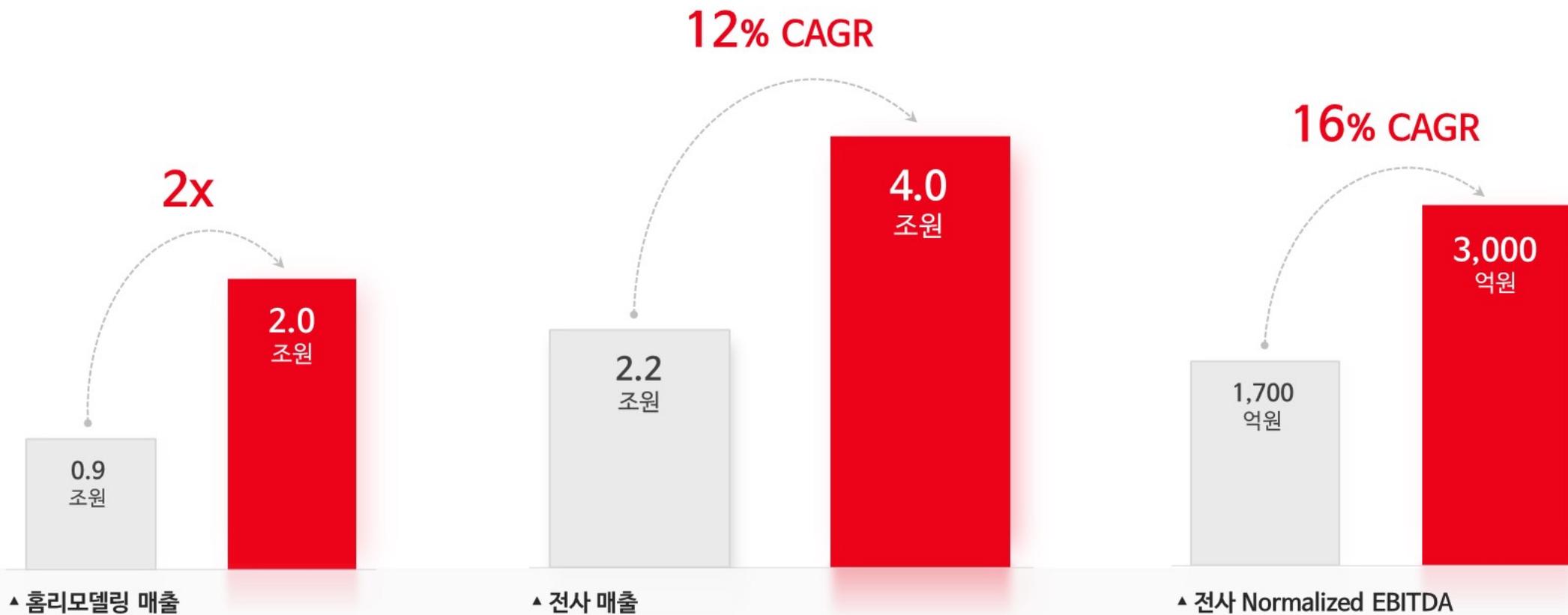
Strategic Partnership & M&A

관련 산업의 전략적 제휴 및 M&A

- 홈리모델링 산업 내 한샘의 지배력 강화
- 다양한 홈리모델링 신규 스타트업에게 적극 투자하여 한샘 사업 모델과 협업 확대

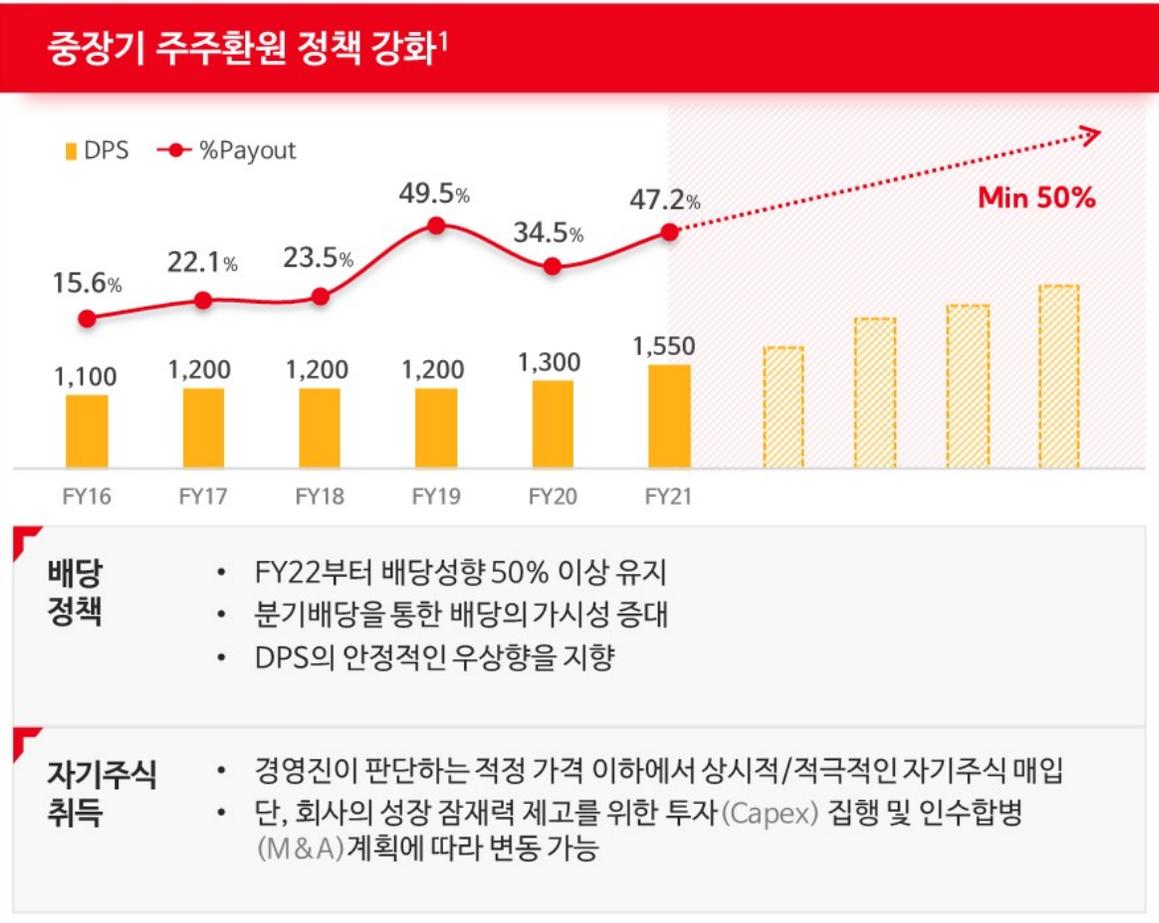
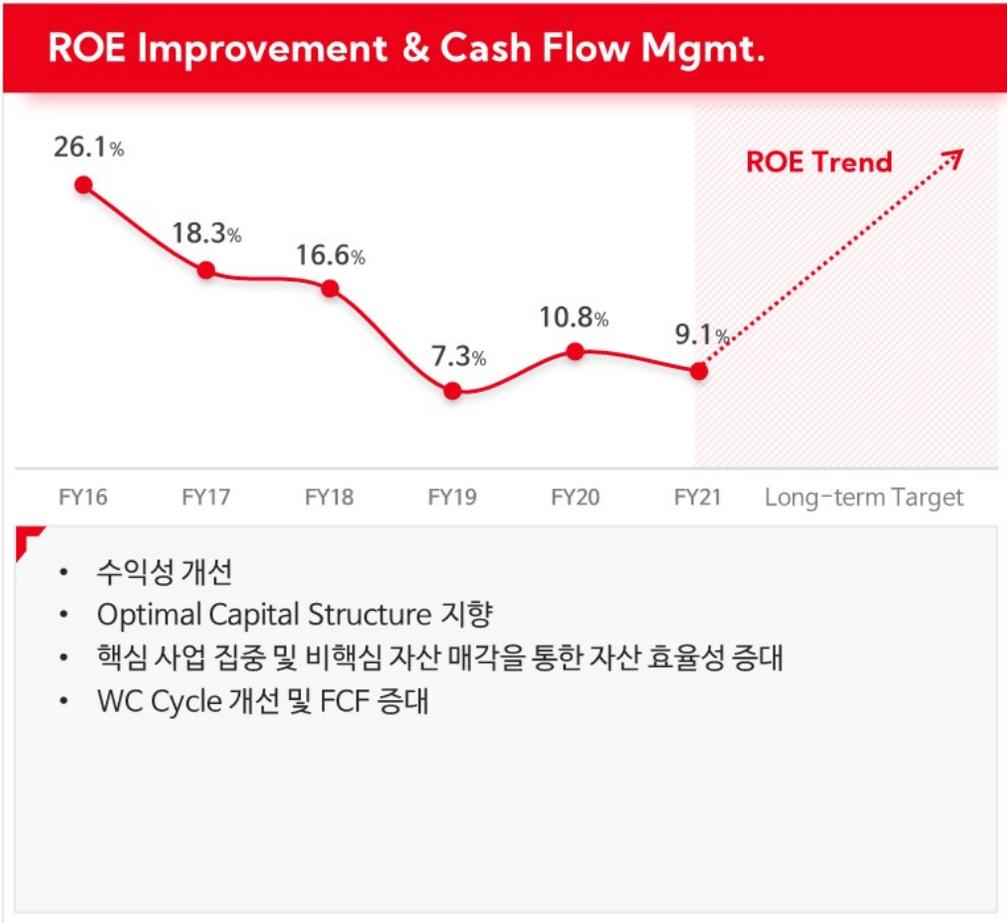
6 중장기 사업 목표

2026년까지 홈리모델링 사업부문 매출 2배 성장을 중심으로 전사 매출 성장률 12%, 전사 EBITDA 성장률 16% 달성



7 중장기 주주가치 제고 방안

한샘은 중장기 주주가치 제고의 본질은 회사와 주주들의 이해관계의 일치 (Alignment of Interest)라고 판단합니다



¹ 중장기 주주환원 정책은 향후 중장기적인 예정사항으로 그 세부적인 실행은 관련법령 및 회사 규정에 의거하여 이사회 또는 주주총회 결의를 거쳐 결정될 예정이며, 경영환경 및 시장 환경 변동에 따라 변경될 수 있음

Recap & QnA

Living Space의 Tech 기업



1 한샘은 전통적인 제조 유통업이 아닌, 온·오프라인이 유기적으로 결합된 리빙 테크기업을 지향합니다

최고의
고객경험

Back ▶ Middle ▶ Front

Digital
Transformation

시공 프로세스 혁신

주주가치
제고

Interest alignment
주주환원 정책 강화

QnA

질의응답

