

분기 실적 발표

‘23년 4분기(잠정)

Feb 8, 2024

Disclaimer

본 2023년 4분기 실적 관련 자료는 외부감사인의 회계감사가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위하여 작성된 것으로, 본 자료의 내용 중 일부는 외부감사인의 최종 감사 과정에서 달라질 수 있음을 알려드립니다.

또한 본 자료는 향후 전망을 포함하고 있습니다. 향후 전망은 실적 발표 시점 현재의 당사 사업 환경을 고려하여 작성된 것으로, 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.

I. 2023 4Q 실적 발표

- FY2023 4Q Highlights
- 사업부문별 매출분석
- 영업이익 증감 분석
- 리하우스 사업부문
- 홈퍼니싱 사업부문
- 2024년 핵심 전략

II. Appendix

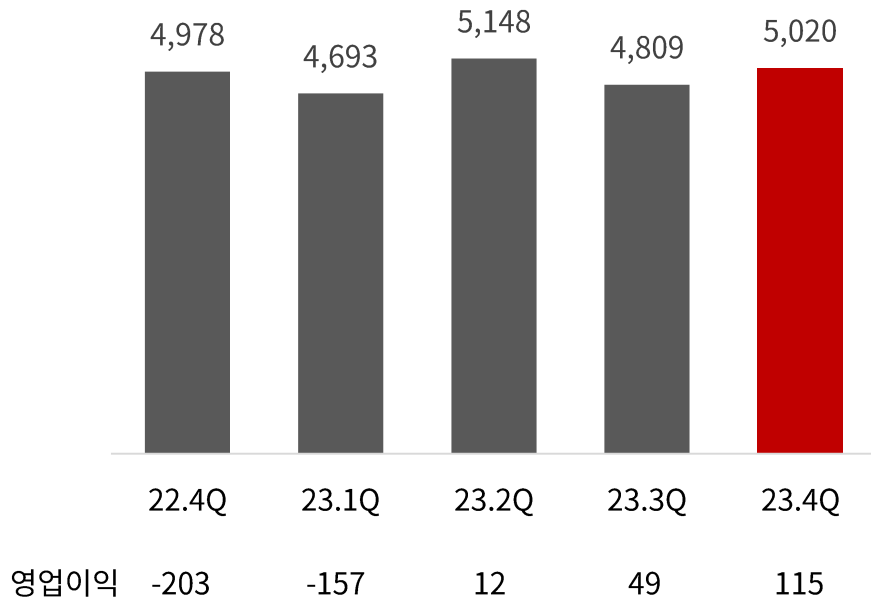
- Appendix – PL 요약
- Appendix – 사업부문별 매출 상세

- 비우호적 시장환경 불구, 연결 기준 매출 QoQ 4.4% 성장; 효과적인 원가율 관리를 통해 2Q 이후 영업이익 개선 지속

전사 분기 매출 실적

[단위: 억원]

YoY ▲ 0.9%
QoQ ▲ 4.4%



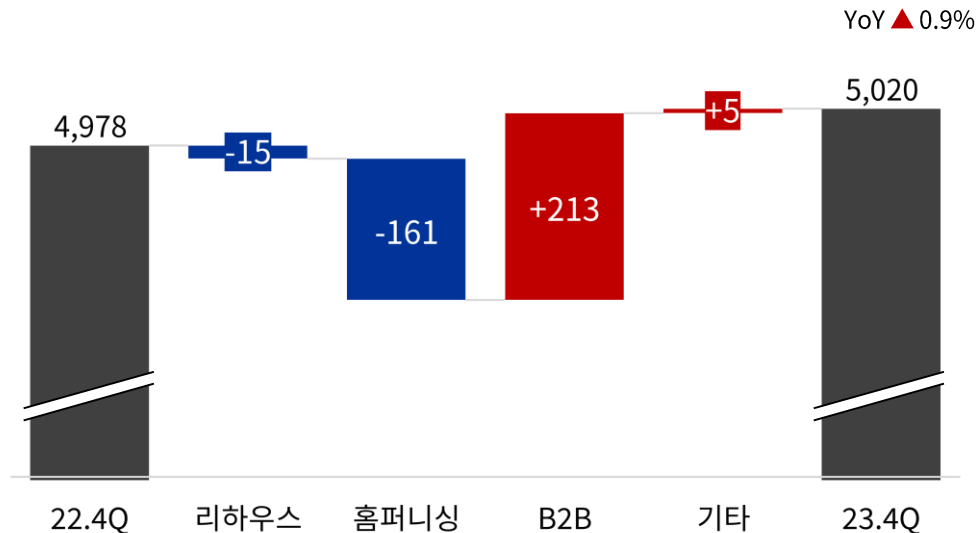
주요사항

- 전사 YoY 0.9% 및 QoQ 4.4% 성장한 5,020 억 달성
- 지속적인 원가구조 혁신 및 1회성 비용 감소로 분기 이익 개선세 유지
- FY2023 흑자 전환 달성

- 사업구조 재편 과정에서 홈퍼니싱 사업 매출은 감소하였으나, B2B 매출 성장으로 전사 YoY 0.9% 상승

사업부문별 YoY 매출 증감 분석

[단위: 억원]



리하우스
홈퍼니싱
B2B
기타

1,536
*1,428
1,215
799

1,521
1,267
1,429
803

주요사항

리하우스 YoY 15억 감소

- 주택 경기 회복이 지연되는 가운데, 접객 유지하며 전년 매출 수준 유지

홈퍼니싱 YoY 161억 감소

- 생활용품 사업 축소 및 저수익 온라인 제휴몰 비중 감소

B2B YoY 213억 증가

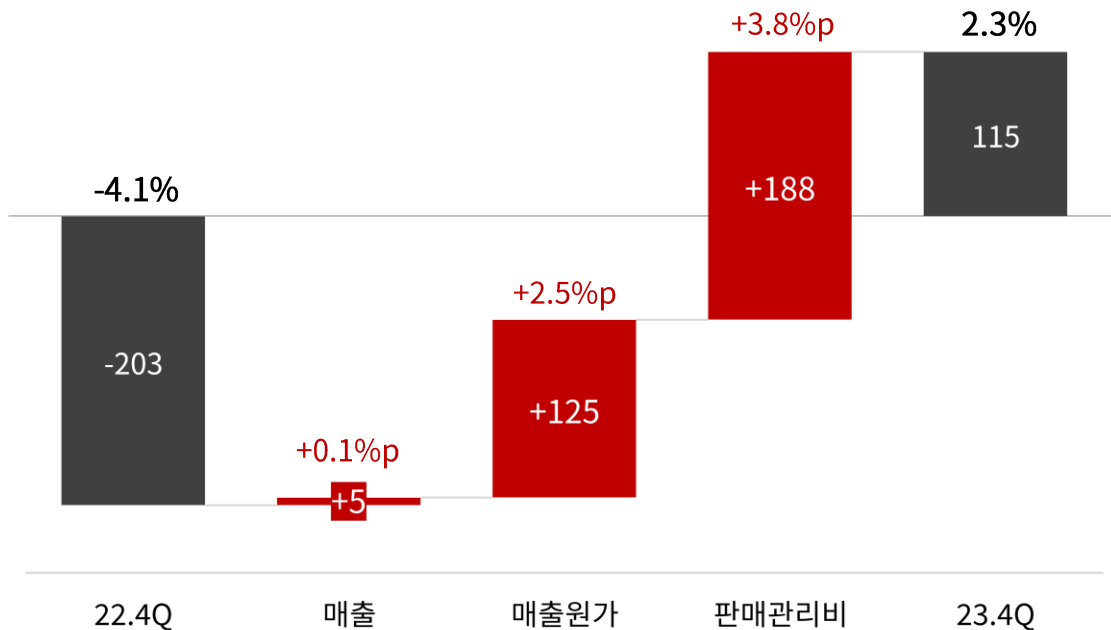
- 신축 아파트 시장 내 지속적인 수주 확대

* 내부 계정기준 변경 및 한샘도무스편입 반영

- 매출원가 및 판매관리비 운영 효율화를 통해 전년 대비 영업이익 318억 증가

전사 YoY 영업이익 증감 분석

[단위: 억원]



주요사항

매출원가 YoY 125억 개선 (+2.5%p)

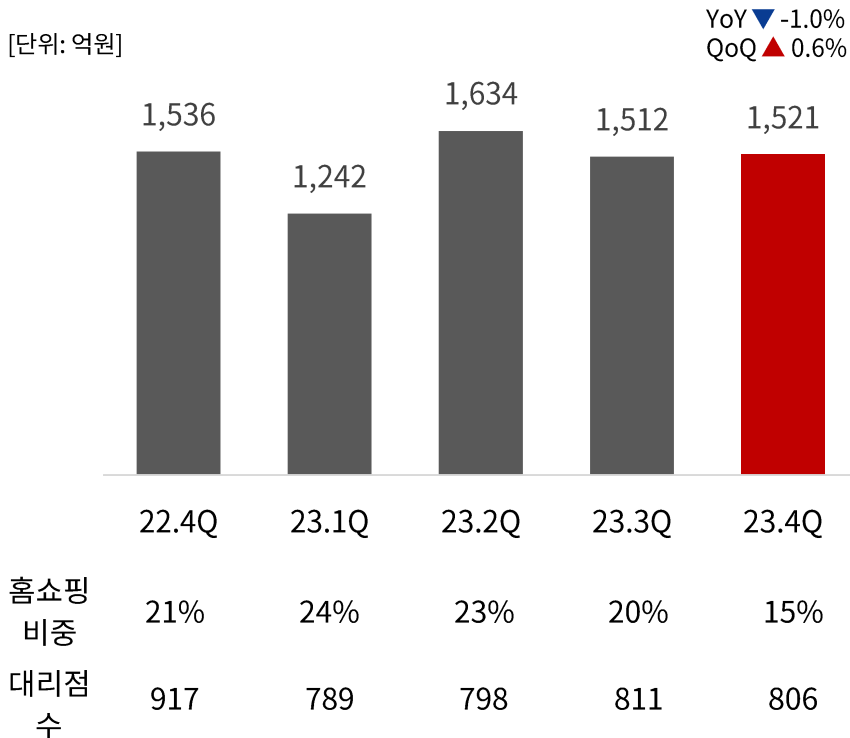
- 수요탄력성을 고려한 가격 최적화 및 구매 혁신을 통해 원가율 개선

판매관리비 YoY 188억 개선 (+3.8%p)

- 성과 기반 홈쇼핑 채널 편성 최적화
- 외부 컨설팅, 본사 사무환경개선 등 1회성 비용 제거로 판매관리비 축소

- 23년 4Q 리모델링 매출은 1,521억으로 QoQ로 0.6% 성장

리하우스 매출추이

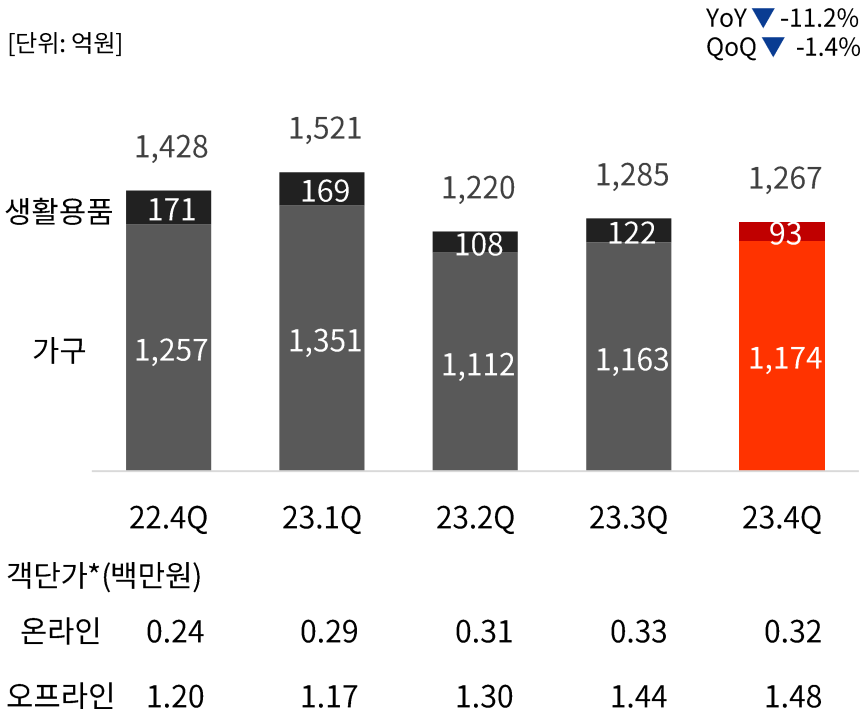


주요사항

- 23년 하반기 주택 매매량 감소하였으나, 리하우스 매출은 견조하게 유지
- 유통채널 전략 개편으로 홈쇼핑 비중을 축소하였으나, 오프라인 접객 활성화를 통해 실적 확보
- 리하우스와 KB 사업 통합 시, 중복 상권 효율화 목적으로 대리점 수 일부 축소; 우량 대리점 중심 육성 중

- 23년 4Q 홈퍼니싱 매출은 1,267억으로 QoQ로 1.4% 하락; 가구 매출은 소폭 성장세 유지

홈퍼니싱 매출추이



* 생활용품 제외

주요사항

- 중고가 핵심 상품 확대 및 패키지 판매 전략으로 객단가 YoY 온라인 30%, 오프라인 23% 증가
- 사업 포트폴리오 강화 관점에서 생활용품 부문의 오프라인 매장 철수하며, 4Q 매출은 YoY로 77억 감소 효과
- 상대적으로 수익성 낮은 제휴몰 영업 축소로, 4Q 매출은 YoY로 87억 감소 효과

- 각 영역별 핵심 과제 추진을 통해 향후 도약을 위한 기틀을 구축하고자 함

구분	과제	전략
리하우스	사업 펀더멘털 강화	• (1) 고수익 핵심 단품 비중 확대, (2) 홈쇼핑/온라인 계약 전환 향상, (3) 시공 운영체계 고도화 과제에 집중
홈퍼니싱	매장당 매출 개선	• 시그니처 불박이장, 호텔침대 등 객단가 향상 및 연계상품 판매 강화 • 상권을 고려한 맞춤형 매장 형태로 선별적 확대
	한샘몰 고도화	• 데이터에 기반한 상품 추천, 구매 유도를 통해 온-오프라인 시너지 극대화
특판	미래 먹거리 발굴	• (1) 재건축/재개발 조합 시장 공략 (2) 프리미엄 시장 공략 추진
마케팅	마케팅 운영 효과성 제고	• 시즌별 전사 통합 마케팅을 통해 고객 관심 유도 및 집객 극대화
R&D	중고가 핵심상품 라인업 강화	• 유로부엌, 시그니처 불박이장 등 중고가 핵심상품 라인업 강화
SCM	운영 고도화를 통한 원가 효율화	• 벤더 유형별 구매 최적화, 물류센터 재배치 등을 통한 원가율 축소

구분(억원)	'22.4Q	'23.1Q	'23.2Q	'23.3Q	'23.4Q	YoY	QoQ	2022	2023	YoY
매출액	4,978	4,693	5,148	4,809	5,020	0.9%	4.4%	20,009	19,669	-1.7%
매출원가	3,983	3,697	4,057	3,699	3,893	-2.3%	5.2%	15,617	15,346	-1.7%
	80.0%	78.8%	78.8%	76.9%	77.5%	-2.5%p	0.6%p	78.0%	78.0%	0.0%p
매출총이익	994	995	1,091	1,110	1,128	13.4%	1.6%	4,392	4,324	-1.6%
	20.0%	21.2%	21.2%	23.1%	22.5%	2.5%p	-0.6%p	22.0%	22.0%	0.0%p
판매비와관리비	1,197	1,153	1,079	1,061	1,012	-15.4%	-4.6%	4,609	4,304	-6.6%
	24.0%	24.6%	21.0%	22.1%	20.2%	-3.9%p	-1.9%p	23.0%	21.9%	-1.2%p
영업이익	-203	-157	12	49	115	흑자전환	134.6%	-217	19	109.0%
	-4.1%	-3.4%	0.2%	1.0%	2.3%	6.4%p	1.3%p	-1.1%	0.1%	1.2%p
당기순이익	-818	-146	-4	-131	-341	58.3%	-160.8%	-713	-622	12.9%
	-16.4%	-3.1%	-0.1%	-2.7%	-6.8%	9.6%p	-4.1%p	-3.6%	-3.2%	0.4%p

구분(억원)	'22.4Q	'23.1Q	'23.2Q	'23.3Q	'23.4Q	YoY	QoQ	2022	2023	YoY
전사	4,978	4,693	5,148	4,809	5,020	0.9%	4.4%	20,009	19,669	-1.7%
B2C	2,963	2,763	2,853	2,797	2,788	-5.9%	-0.3%	12,723	11,201	-12.0%
리하우스	1,536	1,242	1,634	1,512	1,521	-1.0%	0.6%	6,676	5,909	-11.5%
*홈퍼니싱	1,428	1,521	1,219	1,285	1,267	-11.2%	-1.4%	6,047	5,292	-12.5%
B2B	1,216	1,212	1,509	1,264	1,428	17.4%	13.0%	4,579	5,413	18.2%
특판	802	841	1162	966	1,129	40.8%	16.9%	2,750	4,098	49.0%
자재판매	414	371	347	298	299	-27.8%	0.3%	1,829	1,315	-28.1%
계열사 및 기타조정	798	717	786	748	804	0.7%	7.5%	2,707	3,055	12.9%
한샘넥서스	416	409	398	375	451	8.4%	20.3%	1,463	1,633	11.6%
한샘개발	213	213	215	209	204	-4.2%	-2.4%	752	841	11.8%
중국	59	37	47	37	24	-59.3%	-35.1%	186	145	-22.0%
일본	78	54	59	43	59	-24.4%	37.2%	193	215	11.4%
기타조정	32	4	67	84	66	104.7%	-21.1%	113	221	96.4%

* 1) 23.1Q부터 변경된 내부 계정분류 기준을 22.4Q에 적용, 2) 23년3월말일자 한샘도무스 흡수합병으로 도무스 매출을 홈퍼니싱으로 합산 (기준 일치화 위해 22.4Q부터 소급적용)

Thank you