



2020

HANSAE Investor Relations

HANSAE  
Fashion  
worldwide

**HANSAE**  
fashion worldwide

## 목차

- 1 회사 소개
- 2 바이어 현황
- 3 글로벌 운영 현황
- 4 시장 환경
- 5 2021년 사업전략
- 6 매출 및 손익

# HANSAE

fashion worldwide

고객의 삶을 풍요롭게 하고 세계인의 패션문화를 선도합니다.



한세는 국내 4개 계열사, 해외 20개 법인을 통해  
2019년 기준 패션 부문 매출 2조 1000억원을 달성했습니다.

한세실업, 한세 VN, 한세 TN, 한세 TG, 한세 호피인, 한세 허노이, 한세 다낭 오피스, 한세 켄터 오피스, 한세 인도네시아 우티마, 보민 페르마타 아바디, 한세 인도네시아 수케스, 한세 스마랑 오피스, 한세 안타레시엔, 한세 피놀라, 한세 글로빌, 모다스 B.I. 아페탈, 한세 아이티, 미얀마 에이와디, 한세 미얀마, 에콰도르 매뉴팩처링 파드너스, 한세 뉴욕 디자인 센터, 한세 뉴욕 오피스, EDIT by (디자인 스튜디오), 캘리포니아 C&T VINA, C&T G-TECH | 한세엠케이 만문(상하이)상무유한공사 | 한세드림 케이이슈푸시(상하이)유한공사

# 01. 회사 소개

## 회사 개요

회사명	한세실업(주)	자본금	200억원
영문명	HANSAE CO., LTD.	직원수	약 30,000명 (본사 617명)
설립일	2009. 1. 1 (1982. 11. 16)	홈페이지	www.hansae.com
대표이사	김익환 / 조희선	본사소재지	서울시 영등포구 은행로 29

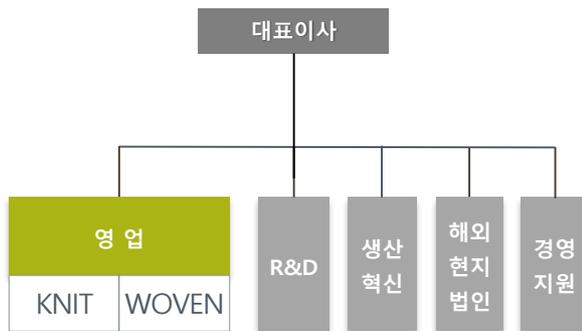
## 대표이사 약력



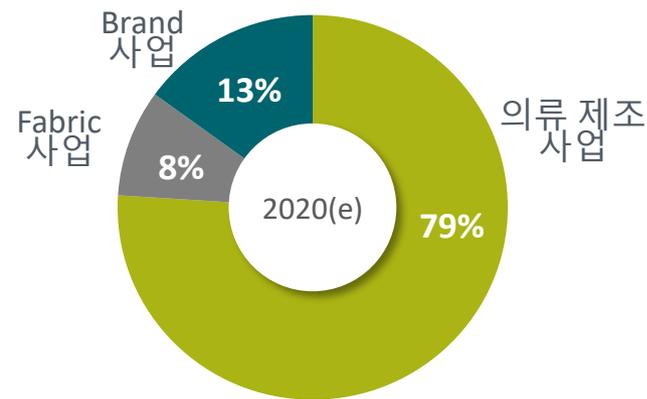
	고려대학교 경영학과 / 철학과 졸업
	MBA, George Washington School of Business
現)	한세실업(주) 대표이사
	한세에스24홀딩스(주) 이사
	한세드림(주) 이사
	한세엠케이(주) 이사

## 한세실업 사업 부문

### 조직도



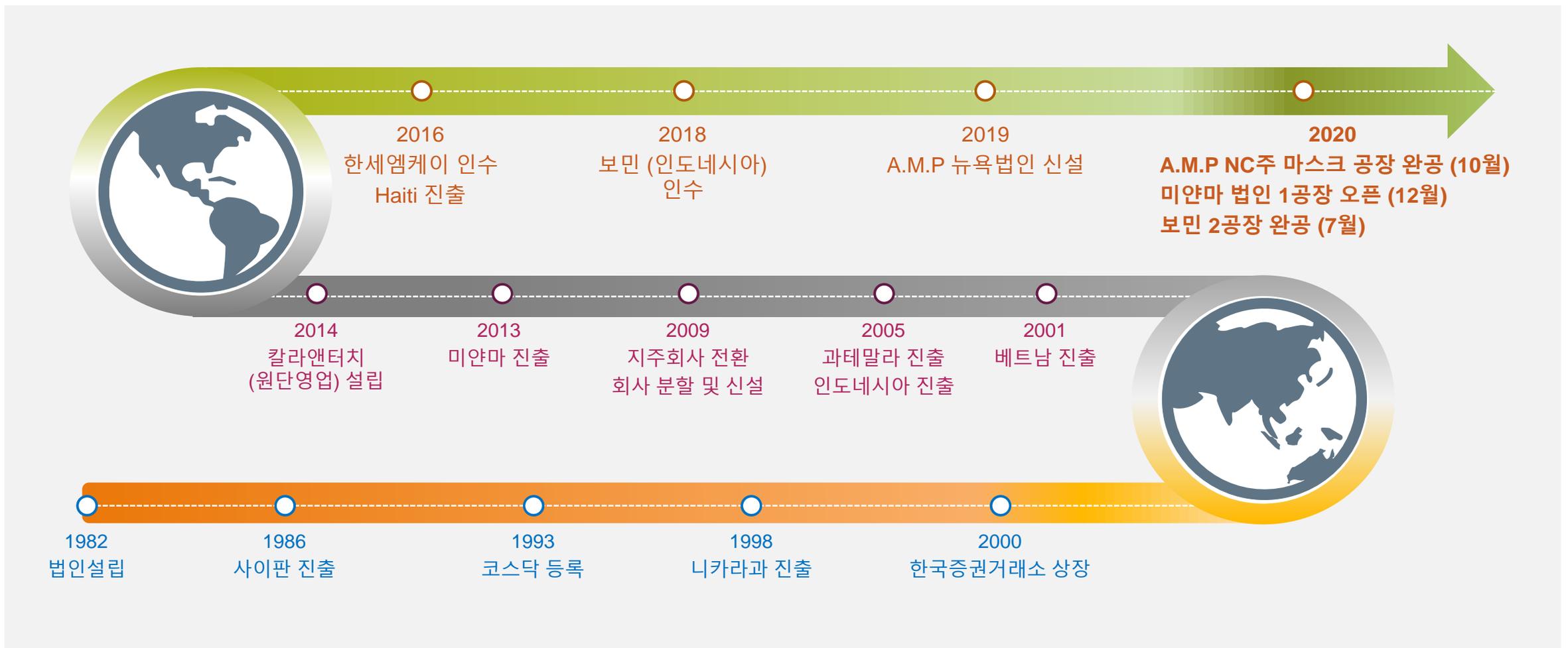
### 2020년 매출 비중



	서울여자대학교 졸업
	AMP, 서울대학교경영대학원
現)	한세실업(주) 대표이사
前)	약진통상 영업총괄부사장
	홈플러스 (TESCO STORES KOREA) 패션상품본부장 (전무)

# 01. 회사 소개

## 주요 연혁



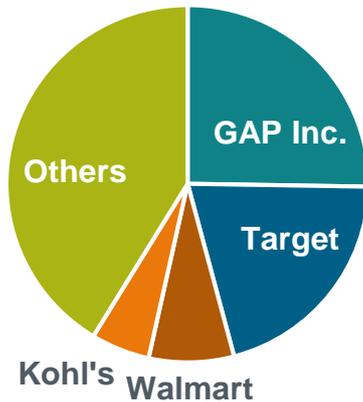
# 02. 바이어 현황

한세실업은 세계적인 TOP Buyer들과 파트너십을 맺고 있습니다.

### 2020 US Top 100 Retailers<sup>1)</sup>

Rank	Company	2019 sales (\$B)	Store count
1	Walmart	\$523.96	5,355
8	Target	\$77.13	1,868
24	Kohl's	\$18.92	1,171
34	Gap	\$15.91	2,337
41	L Brands	\$12.24	2,690

### 바이어 매출 비중



### 2020 Global Top 50 Fashion Brands<sup>2)</sup>

Rank	Brand
6	ZARA
7	H&M
9	Uniqlo
16	Victoria's Secret
19	Ralph Lauren
28	Old Navy
30	Puma
33	Primark / Penney's
35	Tommy Hilfiger
36	Calvin Klein
44	Bershka
45	Gap
50	American Eagle Outfitters

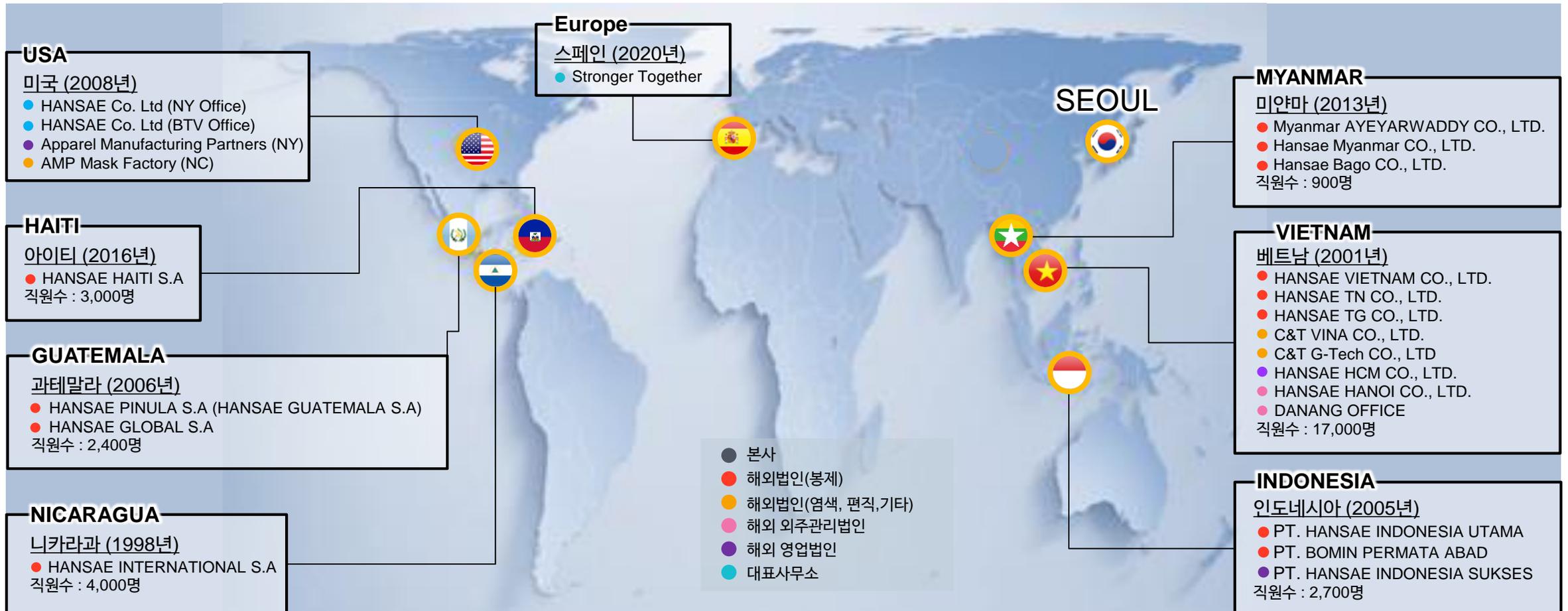


1) National Retail Federation

2) Brandirectory

# 03. 글로벌 운영현황

한세실업은 전세계 약 3만명, 협력업체를 포함 5만명의 글로벌 가족과 함께 성장하고 있습니다.



## 대내외적 불확실성의 확대 Risk Management

- 지난 6개월간 주요 Retailer 파산 급증
  - JCP, AGS, Forever21, J.Crew, Neiman Marcus
- 주요 Vendor 변동
  - 약진통상 매각, Li&Fung 상장폐지 (5월)

## 변화된 시장, 패러다임의 전환이 요구되는 시기 Opportunity

- 마스크, 방호복 등 PPE 제품에 대한 수요 급증
  - 상당수의 Vendor들이 재빠르게 PPE 신규 사업을 전개
- Global 생산 기반의 확장 및 최적화 요구
  - After Covid-19에 대비하기 위해 선제적인 생산기반 확장 및 재정비

## 빠른 대응력이 필수 전략으로 대두 Reaction

- 디지털 트랜스포메이션 중요성 확대
  - 급변하는 시장 상황에 대응할 수 있는 Agility 확보 필요
- 업무의 연속성 확보 필수
  - 언제 어디서든 근무할 수 있는 환경 구축

## 기업 및 소비자 가치관 변화 New Reality

- 기업 이미지에 Sustainability 활동 여부가 중요한 요소로 부각
  - 가시적인 Sustainability 활동 및 적극적 홍보 활동 필요
- 소비자 및 바이어 CSR 관심 증대
  - 기업은 윤리적인 비즈니스 방식과 CSR에 대한 의지에 대해 시험 받게 될 것<sup>1)</sup>

1) Harvard Business Review - Coronavirus Is Putting Corporate Social Responsibility to the Test, April 01, 2020

## 1. 바이어와 전략적 파트너십 강화와 새로운 시장으로의 사업 확대로 성장성 제고

### 전략적 파트너십 강화

### 유럽 & 일본 시장 확대

#### 1) 주력 바이어와의 견고한 전략적 관계 유지 및 확대로 매출 성장 견인



##### 1위 벤더로서의 위상 지속적 강화

최대 바이어 GAP의 21년 SS시즌 오더, 동기 대비 20% 증가



##### Active & Kids 카테고리 확장

All in Motion / Cat & Jack 매출 확대로 전년대비 45% 성장



##### 2021년 Strategic Vendor 진입

19년 대비, 20년 30% 매출성장 예상. 전략적 벤더로 발돋움

#### 2) 일본 오더 확대의 본격화

✓ 지난 4년간 일본 바이어의 매출 지속 성장

: 17년-20년, CAGR 20% 성장. 21년 \$50M 매출 예상

✓ 2021년 바이어 포트폴리오 확장

: MUJI 중심 → 스포츠 브랜드 Alpen으로 포트폴리오 다각화

#### 3) 유럽시장 공략을 위한 디자인 역량 강화

✓ 'Stronger Together' Project

: ZARA, H&M에 특화된 디자인 역량을 보유한 Happy Punt(스페인)와의 전략적 제휴 체결



## 2. 제조 경쟁력 강화를 위한 해외생산 시설 투자 지속

### 법인 신설 및 공장 설립

#### 1) 미얀마 법인 1공장 완공 & 대규모 부지 확보

✓ 미얀마법인 1공장 완공 (2020.12)

: (現) 20개 라인, 근로자 600명 수준 → 21년 60개 라인 1,800명 규모로 확장

✓ 바고 법인 설립 (2020.02)

: 207 Acres (839,104 M<sup>2</sup>) 규모 부지 매입

→ 원단에서 완제품까지 아우르는 Vertical 생산 체제 구축 예정

#### 2) 인도네시아 중부자와 지역 생산 기반 확장 (자카르타→ 스마랑)

✓ 보민 우븐 공장 인수 (2018.09)

: 인수 당시 17개 라인 → (現) 20개 라인, 근로자 2,300명 수준으로 확장

✓ 보민 법인 2공장 증설 완성 (2020.07)

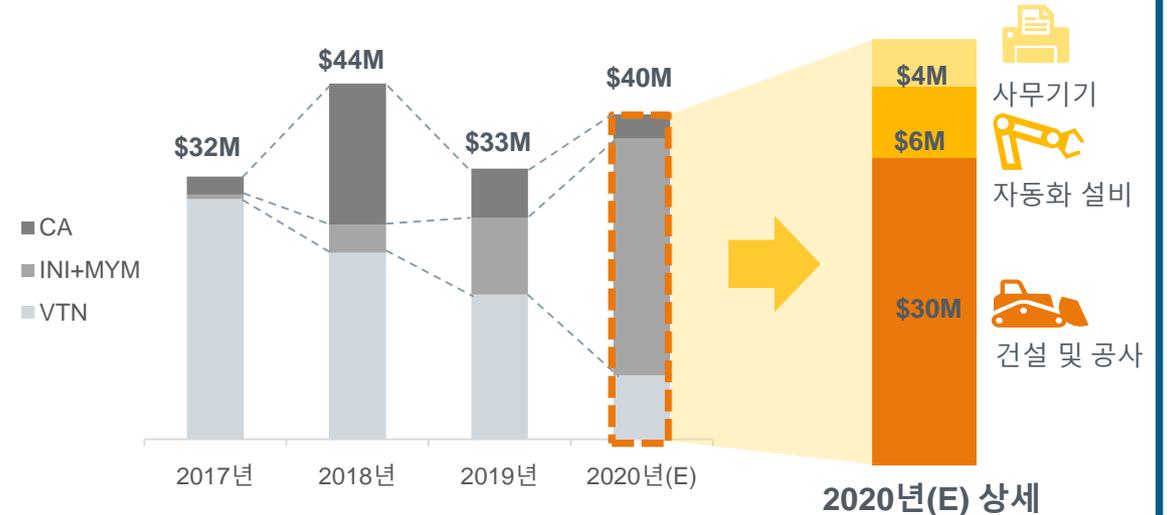
: (現)13개 라인 → 21년 45개 라인에서 Knit/ Woven 오더 동시 수행 예정

### 해외법인의 생산 기반 추가 확장

#### 3) 중미 생산 기반 확장

- ✓ 아이티 법인: 기존 공장내 추가 라인 증설하여 생산 캐파 확장
- ✓ 니카라과 법인: 기존의 여유 부지 활용하여 추가 공장 증설 계획

#### 4) 해외법인 투자 현황



## 3. Vertical 원단 사업의 성장 가속화 & PPE 사업을 통한 신성장 동력 확보

### 칼라엔터치 성장세 가속화

#### 1) 매출 성장의 가속화

- ✓ 19년 대비, 20년 매출 약 23% 성장 예상 (17년-21년 연평균 21% 성장)
- ✓ Target 오더 수주 및 확대로 바이어 포트폴리오 다각화 실현



#### 2) 수익성 제고

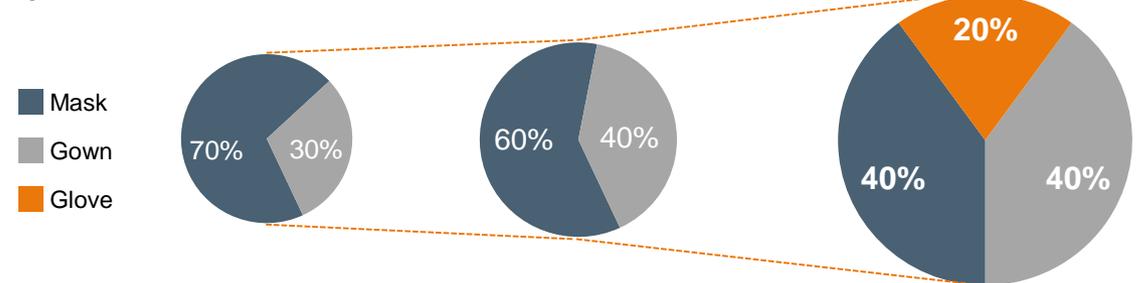
- ✓ 2020년 흑자 전환 성공 → 향후 지속적인 수익성 향상 기대

### PPE 사업 시작

#### 3) PPE(Personal Protective Equipment) 사업성장 계획



#### 4) PPE 매출 계획



## 4. 지속적인 Sustainability 활동과 새로운 방식의 CSR 활동 전개

### 10% For Good

#### 1) 업계 최초 친환경 재투자 프로그램 '10% For Good' 확대

- ✓ 친환경 오더 수익의 10%를 기부하는 캠페인 런칭  
19년 네덜란드 기반의 The Ocean Clean Up (해양폐기물 수거)에 기부  
20년 Waste Free Ocean/ Plastic Bank 등으로 기부활동 확대
- ✓ 패션매체 Sourcing Journal(북미 기반)에 sustainability 활동 소개  
2020 Sustainability 관련 특별 기획 인터뷰에 참여
- ✓ 패션매체 Just-Style(유럽 기반), 기부활동에 대한 기사 게재



### Steven Holl Architects

#### 2) 친환경 Factory 건축 프로젝트

- ✓ 미국 유명 건축가와 협업으로 미얀마 법인 디자인
- ✓ 근로자들의 노동환경 개선 및 에너지 효율 극대화 실현
- ✓ 목조재료를 사용한 공장으로 건축학적으로도 의미 있는 랜드마크 설립

\*Steven Holl Design for Hansae Myanmar Co.,Ltd.

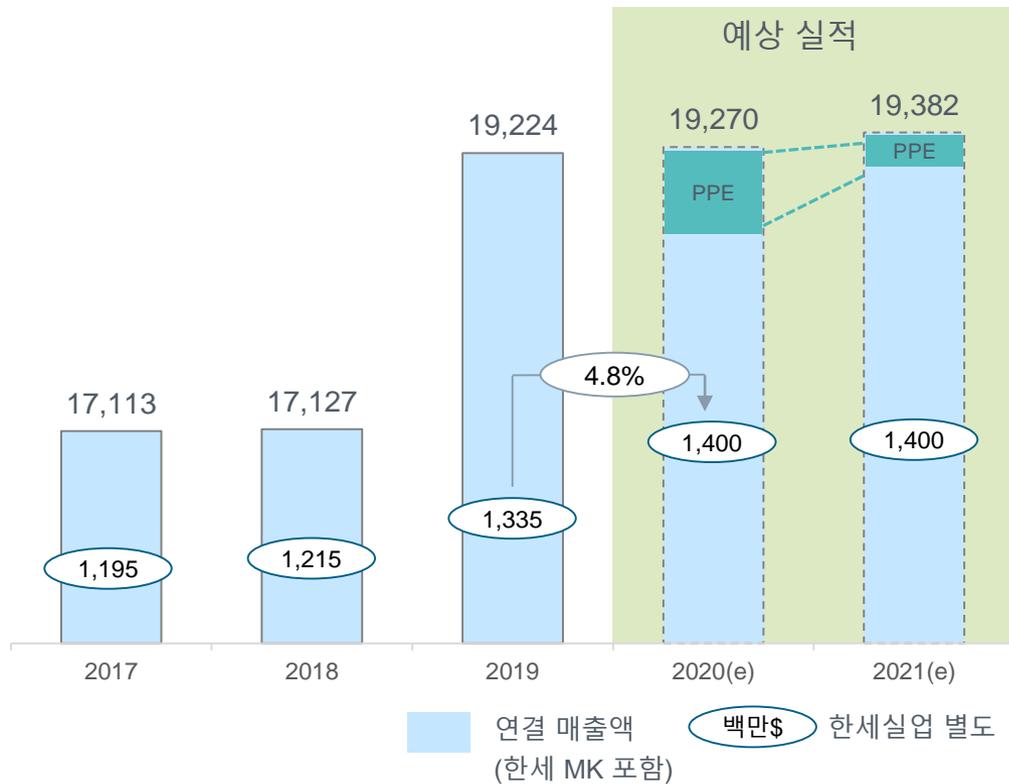


# 06. 매출 및 손익

한세실업은 더 큰 성장을 위한 도전을 계속해 나가고 있습니다.

매출액 추이

단위: 억원



영업이익 추이

단위: 억원

