

현대리바트 2025년 2분기 경영실적 발표

LIVART



Disclaimer

본 자료는 주식회사 현대리바트에 의해 작성되었습니다.

본 자료에 포함된 2025년 2분기 실적은 외부감사인의 회계검토가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위해 작성된 자료로, 추후 내용이 일부 달라질 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

또한, 본 자료에 기재된 예측정보는 본 자료 작성시점을 기준으로 작성한 것입니다.

미래의 상황은 산업 환경에 의해 변화할 수 있으며, 당사는 향후 변경되는 새로운 정보나 미래의 사건에 대해 업데이트 책임을 지지 않습니다.

이 자료는 투자자 여러분의 투자 판단을 위한 참고 자료로서 투자자께서는 의존하지 말 것을 당부 드립니다.

또한, 당사는 투자자의 결정과 관련하여 어떤 보증의 제공과 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다.

INDEX

I . 회사소개 - 사업분야 및 주요 주주현황 등

II . 2025년 2분기 실적 (연결기준) - 손익계산서 요약, 주요 증감 사유

III . 2025년 상반기 Review 및 하반기 주요 전략

※ 별첨 : 배당정보 및 중기 배당정책 안내, 손익계산서 및 재무상태표, ESG 지배구조 평가, 해외법인 및 지사 현황

I. 회사소개

사업 분야

B2C 가구

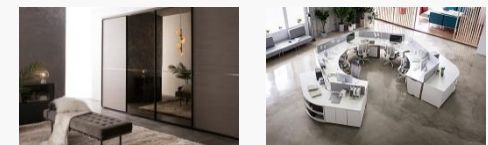


[가정용 가구]



[토탈인테리어]

B2B 가구 · 원자재



[빌트인 가구]

[사무용 가구]



[선박 가구]

[원자재 사업]

B2B 사업



[법인 사업]

[유니폼]

[자재 사업]

[B2B인테리어]

[해외 가설]

주요 주주 현황

구 분	주식 수	지분율
현대지에프홀딩스	8,452,802	41.2%
국민연금	284,127	1.4%
자사주	421,080	2.1%
기 타	11,377,273	55.4%
합 계	20,535,282	100.0%

※ 2024년 12월 31일 기준

ESG 지배구조 평가

구 분	'24년	'23년	'22년	'21년	'20년
등 급	A	A	A	A	A

· 6년 연속 A등급 유지

지배구조, 환경, 사회 모범기준이 제시한 지속가능경영 체계를 적절히 갖추고 있으며, 비재무적 리스크로 인한 주주가치 훼손의 여지가 적음

· '25년 상반기 서스틴베스트 'ESG 베스트 기업 100' 선정

II. 2025년 2분기 실적 (연결기준)

손익계산서 요약 (분기)

[단위 : 억원, %]

구 분	2024 2Q	2025 1Q	2025 2Q	전년 대비	전분기 대비
매 출	4,970	4,378	4,099	▲17.5%	▲6.4%
매출총이익	722	761	734	+1.7%	▲3.5%
(%)	14.5%	17.4%	17.9%		
판매관리비	640	666	684	+6.8%	+2.6%
영업이익	82	95	51	▲37.8%	▲46.6%
(%)	1.6%	2.2%	1.2%		
영업외수익	24	11	15	▲37.8%	+32.3%
영업외비용	31	24	57	+86.4%	+133.8%
경상이익	75	82	9	▲88.6%	▲89.6%
(%)	1.5%	1.9%	0.2%		

부문별 매출 현황 (분기)

[단위 : 억원, %]

구 분	2024 2Q	2025 1Q	2025 2Q	전년 대비	전분기 대비
가구사업	3,147	2,836	2,468	▲21.6%	▲13.0%
B2C가구	809	905	793	▲2.0%	▲12.4%
B2B가구	1,832	1,571	1,323	▲27.8%	▲15.8%
원자재	506	360	352	▲30.4%	▲2.3%
B2B사업	1,711	1,453	1,491	▲12.8%	+2.7%
법인·자재	1,267	1,285	1,414	+11.6%	+10.0%
해외가설	444	167	77	▲82.6%	▲53.9%
기 타	2	2	2	+7.2%	+7.2%
해외법인 등	110	87	137	+24.5%	+57.8%
연결기준	4,970	4,378	4,099	▲17.5%	▲6.4%

II. 2025년 2분기 실적 (연결기준)

손익계산서 요약 (누계)

[단위 : 억원, %]

구 분	2024 2Q	2025 2Q	전년 대비
매 출	10,017	8,476	▲15.4%
매출총이익	1,437	1,496	+4.1%
(%)	14.3%	17.6%	
판매관리비	1,287	1,350	+4.9%
영업이익	150	146	▲2.5%
(%)	1.5%	1.7%	
영업외수익	50	26	▲47.6%
영업외비용	61	81	+34.4%
경상이익	139	90	▲34.8%
(%)	1.4%	1.1%	

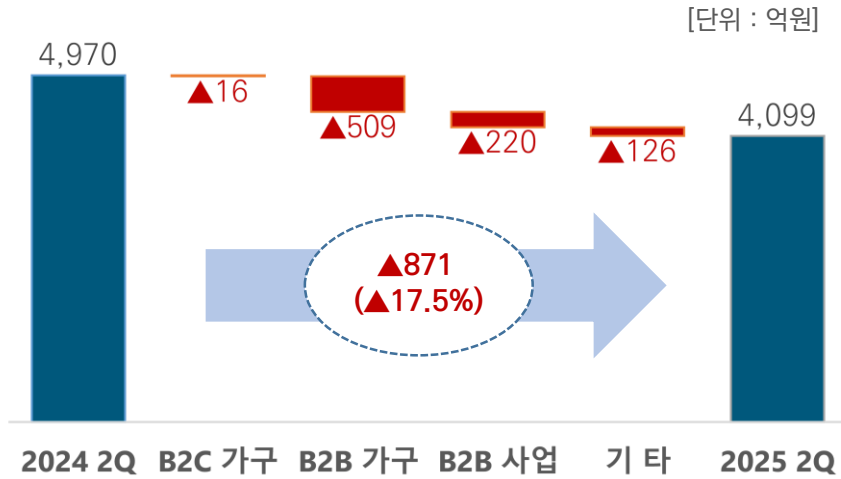
부문별 매출 현황 (누계)

[단위 : 억원, %]

구 분	2024 2Q	2025 2Q	전년 대비
가구사업	6,447	5,305	▲17.7%
B2C가구	1,654	1,698	+2.6%
B2B가구	3,730	2,895	▲22.4%
원자재	1,063	712	▲33.0%
B2B사업	3,379	2,944	▲12.9%
법인·자재	2,620	2,699	+3.0%
해외가설	758	245	▲67.7%
기 타	3	3	▲3.2%
해외법인 등	188	225	+19.5%
연결기준	10,017	8,476	▲15.4%

II. 2025년 2분기 실적 (연결기준)

매출 주요 증감 사유 (분기)



B2C 가구 : 가정용 ▲5.9%, 집테리어 +8.4%

- 가정용 **오프라인 부진** (오프라인 ▲8.5%, 온라인 +4.1%)
- 집테리어 **매출 신장세 지속** ('23.4Q부터 전년 동분기 대비 신장 지속)



B2B 가구 : 빌트인 ▲37.5%, 오피스 +4.4%, 선박 +78.3%

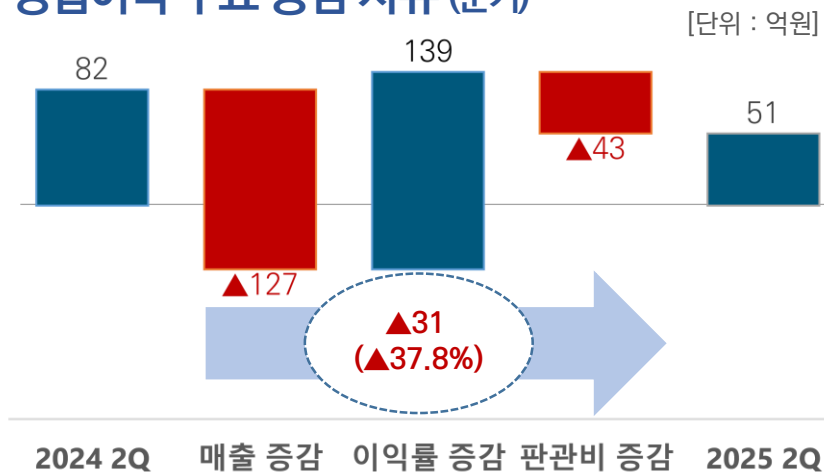
- 빌트인 **현장 감소 추세** · 오피스 대리점 · 신규 PJT 판매 증가 영향 외
- 선박 **크루즈페리** (팬스타 미라클) 납품 완료 및 추가 매출 진행 외



B2B 사업 : 법인 · 자재 등 +11.6%, 해외가설 ▲82.6%

- 해외가설 **기존 현장 종료** 시점 영향 (매출 444억 → 77억)

영업이익 주요 증감 사유 (분기)



매출 감소 영향 ▲127억 : 빌트인 · 해외가설 매출 감소 외

- 빌트인 ▲565억 · 해외가설 ▲367억 · 원자재 ▲154억 감소 외



이익률 증가 효과 +139억 : 빌트인 이익률 및 전사 Mix 개선 외

- 빌트인 **이익률 지속 개선** ('21년 상반기 이전 현장 종료 + 수주 원가 개선 등)
- 해외가설 **현장 정산 효과** (기존 현장 종료 등) · 빌트인 매출 감소 등 전사 Mix 개선

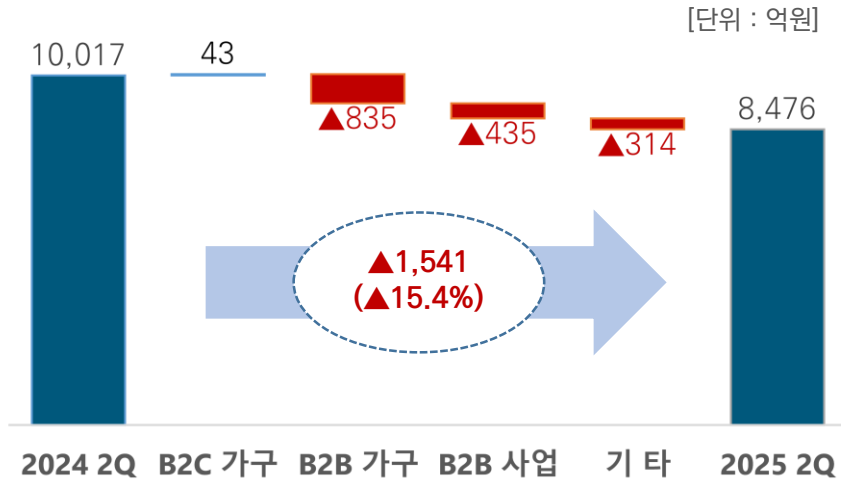


판관비 증가 ▲43억 : 광고판촉비 +22억, 수수료 · 물류비 +6억 외

- **광고비 +22억** (TV CF · 팝업 운영 등), **수수료 +15억**, **물류비 ▲9억** 외

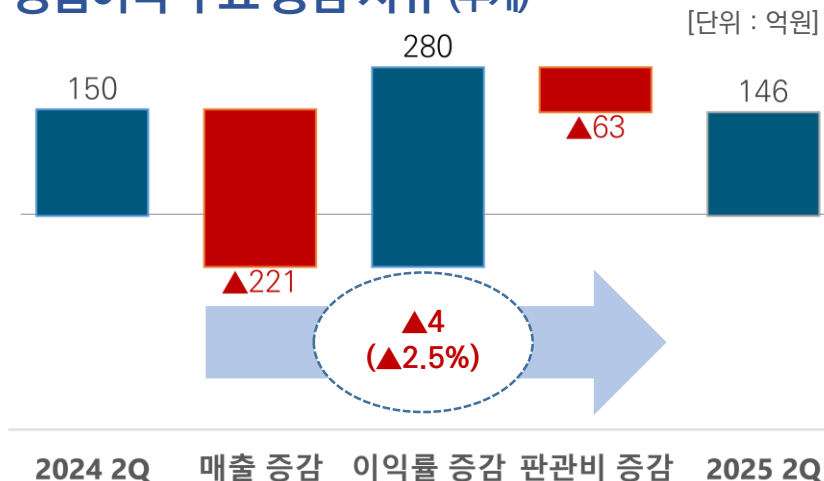
II. 2025년 2분기 실적 (연결기준)

매출 주요 증감 사유 (누계)



- ☑ B2C 가구 : 가정용 ▲1.0%, 집테리어 +13.0% 신장
 - 가정용 오프라인 부진 (오프라인 ▲2.6%, 온라인 +7.1%)
 - 집테리어 매출 신장세 지속 ('23.4Q부터 전년 동분기 대비 신장 지속)
- ☑ B2B 가구 : 빌트인 ▲30.4%, 오피스 ▲2.7%, 선박 +75.3%
 - 빌트인 현장 감소 추세 · 오피스 전년 대형 PJT 진행 영향 외
 - 선박 크루즈페리 (팬스타 미라클) 인테리어 진행 외
- ☑ B2B 사업 : 법인 · 자재 등 +3.0%, 해외가설 ▲67.7%
 - 해외가설 기존 현장 종료 시점 영향 (매출 758억 → 245억)

영업이익 주요 증감 사유 (누계)



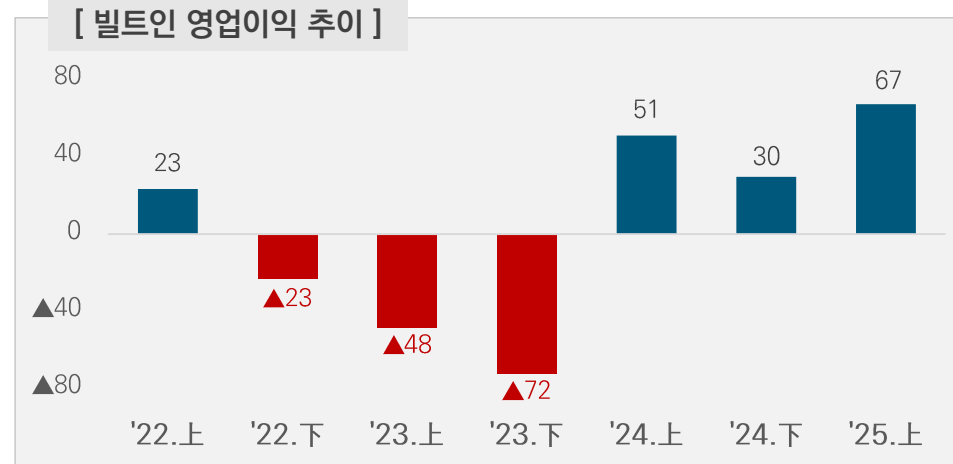
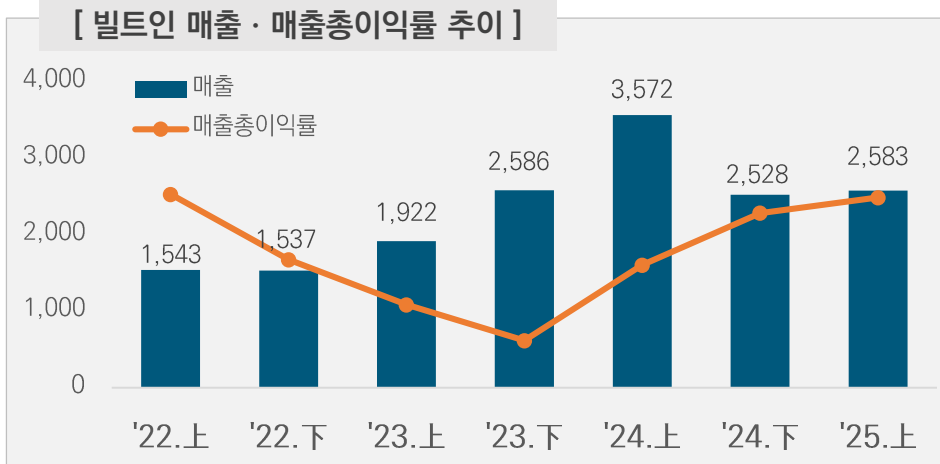
- ☑ 매출 감소 영향 ▲221억 : 빌트인 · 해외가설 매출 감소 외
 - 빌트인 ▲907억 · 해외가설 ▲514억 · 원자재 ▲351억 감소 외
- ☑ 이익률 증가 효과 +280억 : 빌트인 이익률 및 전사 Mix 개선 외
 - 빌트인 이익률 지속 개선 ('21년 상반기 이전 현장 종료 + 수주 원가 개선 등)
 - B2C 가구 매출 증가 · 빌트인 매출 감소 등 전사 Mix 개선 (B2C 가구 매출 비중 ↑)
- ☑ 판관비 증가 ▲63억 : 광고판촉 +21억, 수수료 · 물류비 +13억 외
 - 광고판촉 +21억, 인건비 +14억, 수수료 +30억, 물류비 ▲18억 외

Ⅲ. 2025년 상반기 Review 및 하반기 주요 전략

상반기 리뷰 : 각 부문별 수익성 개선 집중

☑ **빌트인 부문 원가 개선 통한 매출 감소 대응 · 이익 확대 지속**

[단위 억원 / 사업보고서 영업부문(연결) 기준, 재고평가 등 일시반영분 제외]



- 대형 건설사 위주 연단가 · 이익 중심 수주 확대 등 수주 원가 개선 (저가 경쟁입찰 지양, SWC 기반 고급화 품목 수주 확대 외)
- 내부 프로세스 개선 (추가 제작 및 설치비 지속 절감 외) + 고객사 신뢰 확보 (품질 개선 · 납기 준수 외) 등 원가 절감 · 정산 확대

☑ 오피스 영업환경 약화에도 불구하고, 매출 및 이익 개선 지속 : 신규 고객사 지속 확대 · 크루즈페리 인테리어 납품 완료 외

☑ B2C 매출 비중 지속 확대로 전사 원가율 Mix 개선 : 전사 매출 중 B2B 비중 축소 및 B2C 비중 지속 확대 중

III. 2025년 상반기 Review 및 하반기 주요 전략

상반기 리뷰 : 고객 경험을 위한 커뮤니케이션 확대

☑ 당사 B2C 브랜드 인지도 · 선호도 개선을 위한 TV CF 및 팝업 스토어 활동 전개

[TV CF]



- 상반기 성수기 기간 집중 공략
 - 약 1개월 간 송출 (4/14~5/18)
 - 동 기간 내 전체 TV 광고 중 시청률 2위
 - 동 기간 내 오프라인 주문액 전년비 +10%



- 다양한 브랜딩 요소 활용하여 선호도 제고
 - 차별화된 광고였다는 반응 (캐릭터, 징글 등)
 - 브랜딩 구축 위해 광고 지속 필요 의견

[브랜드 팝업 스토어]



- 연구소 콘셉트의 몰입형 팝업 전시
 - 전시 · 체험 결합 콘텐츠로 브랜드 철학 경험
 - 약 1개월 간 진행 (6/6~6/29, EQL 성수)



- 잠재고객 타겟 브랜드 노출 · 선호도 제고
 - 주요 방문고객 2030 · 여성 위주
 - 누적 관람객 1만명 이상 / 평균 체류 30분
 - 공방클래스 · 마켓 등 체험 콘텐츠 긍정 반응

상반기 리뷰 : 주거공간 중심 토탈인테리어 사업 확대

☑ 타사와 차별화된 제품 · 서비스로 B2C 토탈인테리어 지속 확대 : 집테리어 신장세 유지 ('23.4Q부 전년 동분기 대비 신장 지속)

☑ 소비심리 위축 · 입주물량 감소 영향 등 리빙 (식탁, 소파 등) 2분기 실적 부진 : 4월 대비 5~6월 (TV CF 이후) 매출 회복 추세

III. 2025년 상반기 Review 및 하반기 주요 전략

하반기 전략 : 각 부문별 수익성 개선 지속 집중

☑️ 가구 부문 원가 개선 활동 + B2B 신규사업 확대 지속 추진

- 수주원가 개선 · 원가 관리 시스템 고도화 등으로 **빌트인 매출 감소 대응 및 원가 개선 추세 지속**
- 해외가설 신규 현장 수주 지속 추진 ('25년 하반기 중 1~2개 목표) + 오피스 기반의 B2B 인테리어 사업 확장

하반기 전략 : 고객 경험 위한 커뮤니케이션 · 주거공간 중심 토털인테리어 사업 지속 확대

☑️ 상반기 진행했던 고객 대상 커뮤니케이션 활동 지속 · 확대 추진

☑️ '더룸 솔루션' 2차 출시 : 5/1부 1차로 3종 테마 출시 → 개선사항 보완 등 연내 각 생애주기별 1종씩 추가 출시 예정

[THE ROOM 솔루션 - 1차 출시]



- 공간 사용자가 원하는 생애주기별 공간 제안
- APT 중심 주거문화의 '좁은 면적' 문제 해소
- 완성된 '공간맞춤 인테리어 솔루션' 제공

※ 별첨 : 배당정보 및 중기 배당정책 안내

배당정보 : 배당성향 15% 수준 유지하였으나, '22년 ~ '23년 2개년 연속 적자로 미배당

5개년 배당현황	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
당기순이익	266억원	135억원	▲508억원	▲341억원	152억원
주당 배당금	200원	100원	배당 미실시	배당 미실시	130원
총 배당금	40억원	20억원	-	-	26억원
배당성향	15.1%	14.9%	-	-	17.2%
시가 배당률	1.3%	0.7%	-	-	1.7%

중기 배당정책 수립 : 2024년 2월 7일 이사회 결의를 통해 수립 및 공시 완료

현대리바트
중기 배당정책

- ☑️ 당사의 미래 성장 전략 등을 고려한 정책 수립으로 주주 및 기업가치 증대
- ☑️ 배당 안정성 및 예측 가능성 제고
 - 별도 영업이익의 10% 이상 배당 지향 : 당사 영업활동 외 손익의 배당 영향 최소화
 - 전년 배당액의 ± 30% 내 변동 : 연간 배당액 변동 폭 설정으로 예측 가능성 제고
 - 적용기간 4년 : 2023년 사업연도 ~ 2026년 사업연도 적용으로 안정적 배당 확보

배당기준일 관련 정관 변경 : 이사회 결의로 배당 기준일 지정 ('24년 정기주총 변경 완료)

※ 별첨 : 손익계산서

[단위 : 백만]

구 분	'24년 1Q	'24년 2Q	'24년 3Q	'24년 4Q	'25년 1Q	'25년 2Q	YoY	QoQ
전사 매출	504,787	496,957	454,115	414,798	437,760	409,871	▲17.5%	▲6.4%
가구부문	330,223	314,834	281,978	244,395	283,779	247,015	▲21.5%	▲13.0%
B2C 가구	84,527	80,891	80,318	85,352	90,474	79,291	▲2.0%	▲12.4%
B2B 가구	189,768	183,207	153,965	115,680	157,129	132,333	▲27.8%	▲15.8%
원자재 등	55,927	50,737	47,694	43,363	36,176	35,392	▲30.2%	▲2.2%
B2B 사업	166,801	171,084	160,955	160,439	145,251	149,109	▲12.8%	+2.7%
해외법인	13,686	15,862	15,545	16,503	14,398	20,434	+28.8%	+41.9%
베트남	2,669	2,604	2,864	2,806	2,632	2,602	▲0.1%	▲1.2%
캐나다	6,828	8,100	7,045	6,877	6,011	12,261	+51.4%	+104.0%
중국 외	4,189	5,158	5,636	6,820	5,754	5,572	+8.0%	▲3.2%
연결조정	▲5,923	▲4,823	▲4,363	▲6,539	▲5,667	▲6,688		
매출총이익	71,473	72,209	72,297	69,240	76,147	73,450	+1.7%	▲3.5%
이익률 (%)	14.2%	14.5%	15.9%	16.7%	17.4%	17.9%		
판매관리비	64,674	64,038	62,533	69,936	66,635	68,370	+6.8%	+2.6%
비중 (%)	12.8%	12.9%	13.8%	16.9%	15.2%	16.7%		
영업이익	6,799	8,170	9,764	▲696	9,512	5,080	▲37.8%	▲46.6%
이익률 (%)	1.3%	1.6%	2.2%	▲0.2%	2.2%	1.2%		

※ 별첨 : 재무상태표

[단위 : 백만]

구 분	2021년 말	2022년 말	2023년 말	2024년 말	2025년 2분기말	비 고
자산총계	863,648	854,159	899,461	858,386	825,282	
유 동 자 산	430,586	452,086	511,899	478,302	461,003	
비유동자산	433,062	402,074	387,562	380,084	364,279	
부채총계	374,591	415,626	497,105	446,643	409,739	
유 동 부 채	320,526	374,996	454,031	386,392	372,216	
비유동부채	54,065	40,631	43,074	60,251	37,523	
자본총계	489,057	438,533	402,357	411,744	415,544	
자 본 금	20,535	20,535	20,535	20,535	20,535	
자본잉여금	101,695	101,695	101,695	101,695	101,695	
자 본 조 정	(3,428)	(3,428)	(3,428)	(3,428)	(3,428)	
기타포괄손익누계액	407	418	382	866	167	
이익잉여금	369,849	319,313	283,172	292,076	296,574	
부채비율	76.6%	94.8%	123.5%	108.5%	98.6%	

※ 별첨 : ESG 지배구조 평가

개 요

「한국기업지배구조원 (KCGI)」에서 국내 상장기업의 ESG (환경, 사회, 지배구조) 수준을 평가하여
 상장회사의 지속가능 경영을 유도하고, 자본시장 참여자들이 상장회사의 ESG성과 및 위험의 수준을 보다 직관적으로 파악하여
 이를 투자 의사 결정에 활용할 수 있도록 지원하는 제도

평가 결과

구 분	'24년	'23년	'22년	'21년	'20년
등 급	A	A	A	A	A

· 6년 연속 A등급 유지

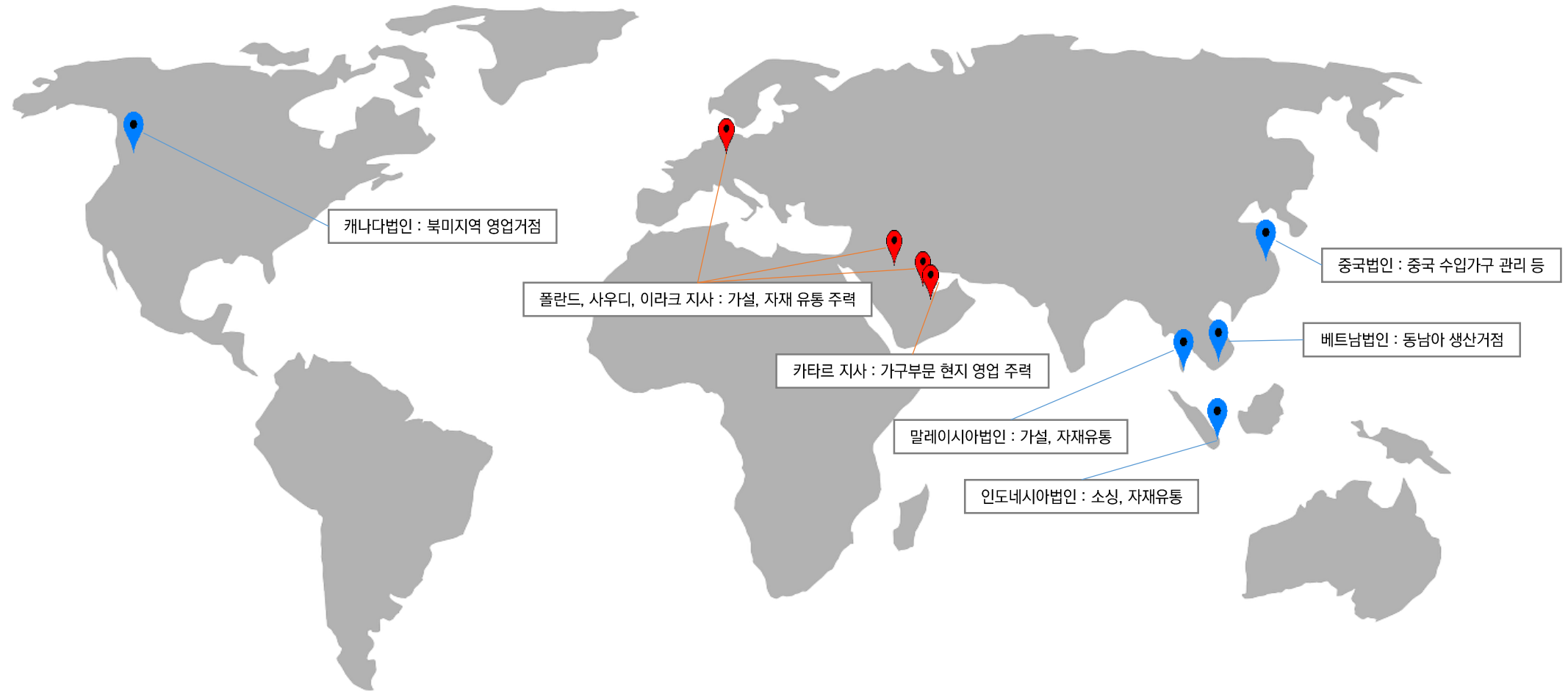
지배구조, 환경, 사회 모범기준이 제시한
 지속가능경영 체계를 적절히 갖추고 있으며,
 비재무적 리스크로 인한 주주가치 훼손의 여지가 적음

· '25.상 서스틴베스트 'ESG 베스트 기업 100' 선정

주요활동

- 2018년 3월 : 이사회 내 위원회 도입 (사외이사후보추천 위원회, 내부거래위원회, 보상위원회 설치)
- 2019년 5월 : 전자투표제 도입 (주주 의결권 행사의 편의성 제고를 통한 주주권의 강화)
- 2019년 8월 : 기업지배구조 헌장 제정 ('19년 8월 9일 공시 참조)
- 2020년 ~ : 홈페이지 내 환경방침 수립 및 목표 공개, 폐기물 배출량 저감 활동 외
- 2022년 11월 : ESG 경영위원회 도입
- 2023년 3월 : 중고가구 거래 전문 플랫폼 '오쿠가구' 런칭 (중고가구 재사용 장려, 자원 재순환 기여)
- 2024년 11월 : 공정거래 자율준수 프로그램 도입 (불공정거래행위 예방을 위한 내부준법시스템 도입)
- 2025년 7월 : 서스틴베스트(국내 대표 ESG 평가기관) '25년 상반기 'ESG 베스트 기업 100' 선정

※ 별첨 : 해외법인 및 지사 현황



Life is Living Art

LIVART

