KOSPI | 소매(유통)

한화갤러리아 (452260)

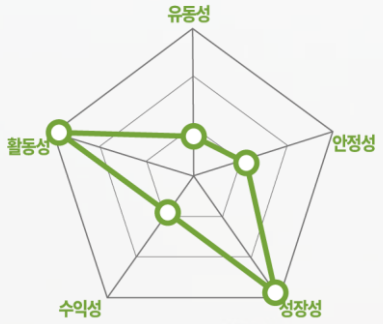
식음료사업에서 성장동력을 찾다

체크포인트

- 한화갤러리아는 2023년 3월 1일 한화솔루션에서 리테일 사업부문을 인적 분할하여 2023년 3월 2일 설립. 국내 최초 백화점에 명품관을 도입한 '서울 갤러리아 명품관'을 비롯하여 5개의 백화점을 운영하고, 최근에는 식음료 사업을 중심으로 중장기 성장동력 확보 진행중
- '파이브가이즈'는 2023년 6월 1호점(강남)을 시작으로 최근 5호점까지 확장하였으며, 국내 매장 4개가 월 매출 기준 전세계 파이브가이즈 매장(약 1,900여개) top 10에 들 정도로 호실적을 이어가고 있음. 일본 판권을 확보하여 2025년부터는 일본 사업 전개 예정
- 2024년 9월 인수한 '퓨어플러스'는 2023년 매출액 410억원, 영업이익 16억원 규모의 비주류음료 전문회사로, 국내 프리미엄 건강음료 시장을 공략하며 영업 시너지 기대됨
- 2024년 9월 주당 1,600원, 28,164,783주(지분율 14.53%) 규모의 공개매수를 통해 경영진의 책임 경영 강화 의지를 확인하였으며, 향후 기업가치 제고 노력을 지켜볼 필요가 있다고 판단됨

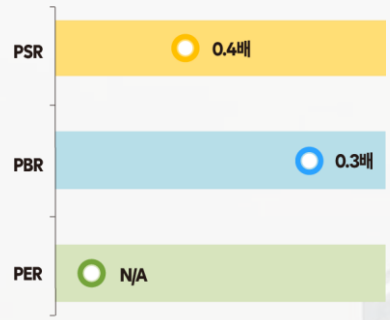
주가 및 주요이벤트

재무지표



주: 2023년 기준, Fnguide WICS 분류 상 경기관련소비재산업 내 등급화

밸류에이션 지표



주: PSR, PER은 2023년 기준, PBR은 3Q24 기준, Fnguide WICS 분류상 경기관련소비재산업 내 순위 비교, 우측으로 갈수록 저평가

한화갤러리아 (452260)

KOSPI
소매(유통)

Analyst 박선영 sypark@kirs.or.kr
RA 정수현 sh.jeong@kirs.or.kr

한국 대표 명품 백화점

한화갤러리아는 2023년 3월 한화솔루션에서 인적 분할하여 설립. 국내 최초 백화점 명품관을 도입한 '서울 갤러리아 명품관'을 비롯하여 5개의 백화점을 운영하는 한화그룹의 유통 서비스 전문기업. 백화점 사업부문은 전체 매출의 절반 정도를 갤러리아 명품관이 차지하며, 특히 명품관은 명품 비중(약 80%)이 높은 점포임에 따라 명품시장 변화에 따른 실적 변동성이 큰 편임. 코로나 팬데믹 시기에는 명품 수요 호조로 명품관 매출이 크게 성장하며 호실적 달성함

식음료사업을 중심으로 중장기 성장동력 확보

동사는 백화점 사업을 기반으로 프랜차이즈, 푸드테크 등 신사업 포트폴리오 확장을 통해 중장기 성장동력을 확보해 나갈 전망. 2023년 6월 오픈한 '파이브가이즈'는 최근 5호점까지 확장하며 매출 및 이익 꾸준한 증가세. 일본 판권 확보를 통해 2025년 하반기부터 일본 점포를 오픈하며 한국 및 일본 프랜차이즈 사업 매출을 확대할 전망. 2024년 9월 인수한 '퓨어플러스'는 비알콜음료 전문기업. 퓨어플러스의 생산 노하우와 제품 경쟁력을 바탕으로 국내 프리미엄 건강음료 시장을 공략하며 갤러리아와의 영업 시너지 기대됨

책임경영 강화를 통한 기업가치 제고 기대

2024년 연결실적 매출액 4,985억원, 영업이익 14억원, 지배주주순손실 135억원을 전망. 소비경기 침체로 인해 백화점 사업부문은 매출부진, 식음료 사업부문은 파이브가이즈가 2024년 3개의 신규점을 오픈하며 매 분기 매출 및 이익이 확대되고 있음. 2024년 9월, 경영진의 대규모 주식공개매수를 통해 책임경영 강화 의지를 보여주었으며, 최대주주는 안정된 지분율을 바탕으로 신성장동력 확보를 위한 기업인수합병 등 회사의 경쟁력 강화 및 기업가치 제고 노력을 적극적으로 추진할 것으로 기대됨

Forecast earnings & Valuation

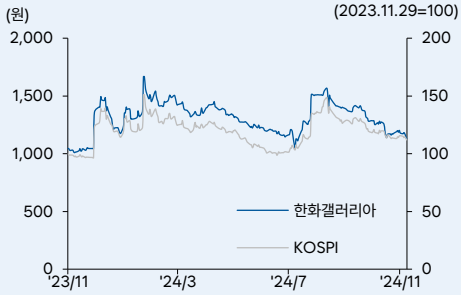
	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액(억원)	N/A	N/A	N/A	4,345	4,985
YoY(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	14.7
영업이익(억원)	N/A	N/A	N/A	98	14
OP 마진(%)	N/A	N/A	N/A	2.3	0.3
지배주주순이익(억원)	N/A	N/A	N/A	-301	-135
EPS(원)	N/A	N/A	N/A	-183	-69
YoY(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	적지
PER(배)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
PSR(배)	N/A	N/A	N/A	0.5	0.4
EV/EBITDA(배)	N/A	N/A	N/A	8.2	8.5
PBR(배)	N/A	N/A	N/A	0.3	0.3
ROE(%)	N/A	N/A	N/A	-3.6	-1.6
배당수익률(%)	N/A	N/A	N/A	0.0	0.0

자료: 한국IR협의회 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (12/12)		1,140원
52주 최고가		1,667원
52주 최저가		1,023원
KOSPI (12/12)		2,482.12p
자본금		984억원
시가총액		2,210억원
액면가		500원
발행주식수		194백만주
일평균 거래량 (60일)		58만주
일평균 거래액 (60일)		8억원
외국인지분율		3.76%
주요주주	한화 외 4 인	54.70%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	-5.2	-10.4	9.2
상대주가	-5.2	-1.6	11.5

참고

1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '부채비율', 성장성 지표는 '매출액 증가율', 수익성 지표는 'ROE', 활동성지표는 '순운전자본회전율', 유동성지표는 '유동비율'임. 2) 표지 밸류에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 밸류에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 밸류에이션 매력도 높음.

기업 개요

1 회사 개요

한화갤러리아는 국내 최초 백화점 명품관을 도입한 한화그룹의 유통 서비스 전문기업

한화갤러리아는 1976년 유통 서비스 전문기업으로 설립되었으며, 서울 갤러리아 명품관, 광교점, 천안 센터시티점, 진주점 및 종속회사인 ㈜한화갤러리아타임월드가 운영하는 대전 타임월드점 포함 총 5개의 백화점을 운영하고 있다. 동사는 2023년 3월 1일 한화솔루션 주식회사로부터 백화점 사업 및 도소매업 등을 목적으로 하는 리테일 사업부문을 인적 분할하여 2023년 3월 2일 설립되었으며, 2023년 3월 31일 유가증권시장에 신규 상장했다.

2024년 9월말 기준 사업부문별 매출비중은 백화점 사업부문 90.6%, 식음료 사업부문 9.4%로 구성된다. 동사는 5개의 백화점 운영 외에도 최근 식음료 사업부문 확대를 통해 신성장동력을 확보하고 있다. 2023년 5월 ㈜에프지코리아를 설립하여 해외 유명 F&B 프랜차이즈인 Five Guys Burger & Fries를 운영하고 있으며, 2023년 6월 ㈜비노갤러리아 설립을 통해 한화갤러리아 명품 백화점을 기반으로 프리미엄 와인을 수입/유통하는 주류사업을 진행하고 있다. 또한 2024년 6월에는 빈스앤베리즈를 운영하는 ㈜한화비앤비, 9월에는 비알콜 음료 생산 및 판매 전문기업인 퓨어플러스㈜ 지분을 취득하며 사업을 확장하고 있다.

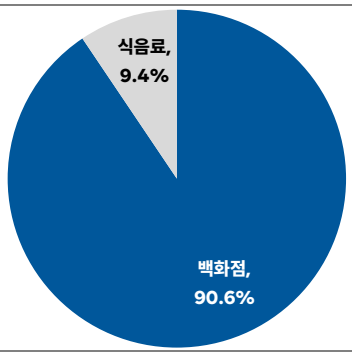
2024년 9월말 기준 동사의 최대주주는 ㈜한화로 36.3%의 지분을 보유하고 있으며, 2024년 9월 11일까지 진행된 주식공개매수에 따라 확대된 김동선 미래비전총괄 부사장 지분 16.9%를 포함하여 최대주주 및 특수관계인 지분은 54.7%이다.

한화갤러리아 연혁

- **1976** ▪한양스토어 설립
- **1985** ▪한화그룹 편입
- **1990** ▪명품관 개점
- **2000** ▪동양백화점 인수 합병 (現 갤러리아 타임월드)
- **2004** ▪명품관 리뉴얼 오픈 최초 PSR 오픈
- **2010** ▪갤러리아센터 시티
- **2012** ▪명품관 고메이 494 & 마스터 피스존(HJ&W) 오픈
- **2014** ▪명품관 West 리뉴얼 오픈
- **2020.03** ▪갤러리아 광교 고메이494 한남
- **2021.04** ▪한화 솔루션(주)에 합병
- **2023.03~**
  - ▪**2023.03** 인적분할/재상장
  - ▪**2023.05** ㈜에프지코리아 설립
  - ▪**2023.06** ㈜비노갤러리아 설립
  - ▪**2024.06** ㈜한화비앤비 지분 취득
  - ▪**2024.09** 퓨어플러스㈜ 지분 취득

자료: 한화갤러리아, 한국IR협의회 기업리서치센터

사업부문별 매출비중(2024년 9월말 기준)



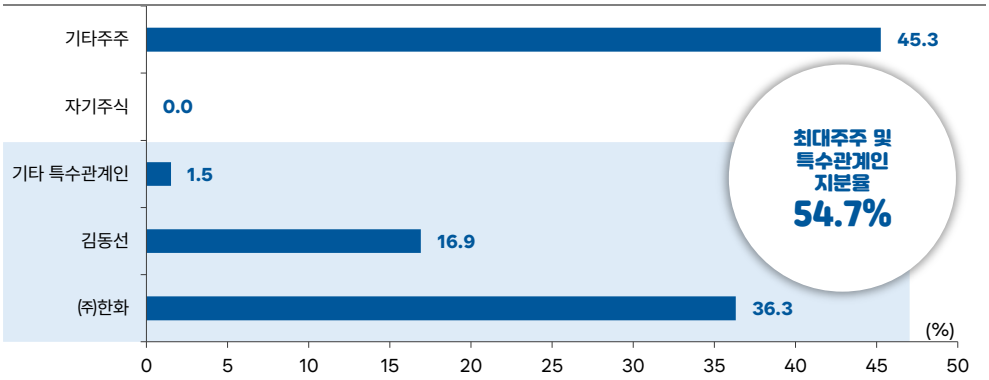
자료: 한화갤러리아, 한국IR협의회 기업리서치센터

자회사 현황(2024년 9월말 기준)

회사명	설립일 (취득일)	주요 사업	지분율
㈜한화갤러리아타임월드		백화점	100.0
㈜에프지코리아	2023.05.01	식음료 (햄버거)	100.0
㈜비노갤러리아	2023.06.01	식음료 (와인)	100.0
㈜한화비앤비	2024.06.28	식음료 (커피)	100.0
퓨어플러스㈜	2024.09.12	식음료 (음료제조 등)	100.0

자료: 한화갤러리아, 한국IR협의회 기업리서치센터

주주현황(2024년 9월말 현황): 최대주주 및 특수관계인 54.7%



자료: 한화갤러리아, 한국IR협의회 기업리서치센터

2 주요 사업부문

한화갤러리아의 주요 사업부문은 백화점 사업부문, 식음료 사업부문으로 구분되며, 2024년 9월말 기준 사업부문별 매출비중은 백화점 사업부문 90.6%, 식음료 사업부문 9.4%이다.

(1) 백화점 사업부문

서울 갤러리아 명품관, 광교점, 대전 타임월드, 천안 센터시티, 진주점 등 5개 백화점을 운영

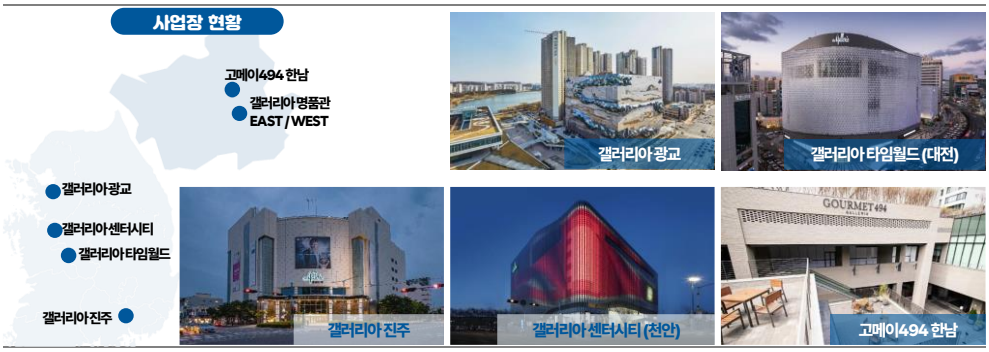
동사는 서울 갤러리아 명품관, 광교점, 대전 타임월드(종속기업 (주)한화갤러리아타임월드), 천안 센터시티, 진주점 등 5개 백화점을 운영하고 있다. 갤러리아 명품관은 국내 최초 명품관 개념을 도입한 국내 최고 수준의 명품 백화점으로, 명품관EAST는 세계 명품브랜드와 Exclusive상품, 갤러리아가 국내 단독으로 선보이는 High-end 브랜드까지 최상의 프리미엄 럭셔리 트렌드를 선도하고 있으며, 명품관WEST는 유행을 선도하는 트렌드 세터들을 위한 차별화되고 선택적인 소비를 원하는 고객들의 니즈를 만족시킬 수 있는 독보적인 명품관 모델을 제시하고 있다.

또한 동사는 아쿠아리움, 전시, 문화, 쇼핑과 엔터테인먼트 시설로 구성된 복합 문화공간을 제공하는 광교점, 대전 둔산 신도시 중심의 확고한 입지를 구축한 중부권 고품격 백화점 대전 타임월드점, 중부권 최고의 아트형 쇼핑공간 천안 센터시티점, 서부 경남지역을 대표하는 진주점 등을 운영하고 있다.

갤러리아 명품관

자료: 한화갤러리아, 한국IR협의회 기업리서치센터

갤러리아 백화점 사업장 현황



자료: 한화갤러리아, 한국IR협의회 기업리서치센터

(2) 식음료 사업부문

(주)에프지코리아: 파이브가이즈
(주)비노갤러리아: 와인
(주)한화비앤비: 빈스앤베리즈
퓨어플러스(주): 음료 제조 및 판매

식음료 사업부문은 종속기업인 (주)에프지코리아, (주)비노갤러리아, (주)한화비앤비, 퓨어플러스(주)가 영위하고 있다.

(주)에프지코리아는 FGE International B. V. 社와의 프랜차이즈 계약을 통해 글로벌 버거 브랜드인 파이브가이즈버거앤프라이즈(Five Guys Burgers & Fries®) 한국사업을 진행하고 있다. 2023년 6월 파이브가이즈 강남을 시작으로 현재 여의도, 고속터미널, 서울역, 판교 등 5개 점포를 운영하고 있다. 5년간 국내 15개 사업장 오픈을 목표로 사업을 전개하고 있으며, 최근에는 한국에서의 운영 노하우를 바탕으로 추가로 파이브가이즈 일본 판권을 확보하여 2025년 4분기 일본 1호점 오픈을 시작으로 7년 내 20개 이상의 점포 오픈을 통해 한국 및 일본 프랜차이즈 사업매출을 확대해 나갈 전망이다.

(주)비노갤러리아는 명품 백화점을 기반으로 프리미엄 와인을 수입/유통하는 주류수입회사이다. 고급 호텔, 레스토랑, 백화점 등 유통채널 확장을 목표로 2023년 6월 설립하였으며, 국내 미수입되어 있는 희소성 있는 와이너리와의 네트워크를 통해 하이엔드급 브랜드 도입 등 프리미엄 와인 시장의 저변 확대 및 고객 니즈를 충족시키기 위해 노력하고 있다.

(주)한화비앤비는 빈스앤베리즈(Beans & Berries)를 운영하는 커피, 음료, 베이커리 및 관련용품의 제조, 판매 전문기업으로, 2014년 사회적 기업 인증을 취득하였다. 한화비앤비는 2024년 6월 한화솔루션으로부터 약 55.9억원 규모의 주식 및 지분 양수도 계약을 통해 동사의 100% 자회사로 편입되었다.

퓨어플러스(주)는 2001년 설립된 음료 OEM/ODM 전문기업이다. 해외 60여개국에 알로에음료 및 비알콜음료를 수출하고 있으며, 국내 제약사 및 식품회사, 편의점, 양판점, 음료대리점 등에 OEM, ODM, PB 제품 및 자체제품을 제조 생산하여 판매하고 있다. 퓨어플러스는 경상남도 함양군 수동면에 대지 약 12,000평, 건물 6,000여평의 공장을 보유하고 있으며, 패트음료 전용생산라인 2개, 병음료 생산 3라인 등 5개의 자동화된 생산라인을 보유하고 있다. 동사는 2024년 9월 12일 퓨어플러스 지분 100%를 약 142억원에 인수하였으며, 식음료 부문 성장을 위한 제조기반 혁신을 이어갈 전망이다.

에프지코리아 - 파이브가이즈

자료: 한화갤러리아, 한국IR협의회 기업리서치센터

비노갤러리아

자료: 한화갤러리아, 한국IR협의회 기업리서치센터

한화비앤비 - 빈스앤베리즈

Beans & Berries

자료: 한화갤러리아, 한국IR협의회 기업리서치센터

퓨어플러스

PURE PLUS

자료: 한화갤러리아, 한국IR협의회 기업리서치센터

산업 현황

1 국내 백화점 산업 현황

백화점 소매판매액은 2018년 30.0조원에서 2023년 40.9조원으로 5년간 연평균 6.4% 성장

지난 5년간 국내 백화점 산업은 국내 소비 트렌드 변화에 따른 고급화 전략을 통해 성장세를 이어오고 있다. 특히 명품 카테고리의 성장세는 코로나 팬데믹 이후 소비 패턴의 변화를 뚜렷하게 보여주고 있으며, 백화점 산업 성장의 핵심 동력으로 작용한 것으로 분석되고 있다. 통계청의 서비스업동향조사에 따르면 국내 소매판매액은 2018년 약 465조원에서 2023년 약 640조원으로 5년간 연평균 6.6% 성장하였다. 2018년 기준 전체 소매판매액의 약 6.4%를 차지하는 백화점 소매판매액은 2018년 약 30.0조원에서 2023년 약 40.9조원으로 5년간 연평균 6.4% 성장하며 전체 소매판매액 연평균 성장률과 유사한 수준의 성장세를 이어가고 있다.

코로나 팬데믹 시기 보복소비는 명품 및 고급화 상품 수요 폭발로 이어지며 백화점 매출 성장 견인

2020년 백화점 판매액은 코로나19 팬데믹으로 인한 사회적 거리두기와 소비 위축으로 인해 전년대비 9.8% 감소하였으나, 2021년과 2022년에는 이른바 '보복소비' 여파로 억눌렸던 소비 심리가 분출되며 각각 22.9%, 12.1% 성장하였다. 2021년 코로나19로 억눌린 소비 심리가 보복 소비 증가, 명품 및 고급화 상품 수요 폭발, 백화점 명품구매 전환으로 이어졌다고 분석되고 있으며, 2022년에도 주요 백화점 총매출은 명품, 패션, 프리미엄 가전 등의 판매 호조로 높은 성장세를 이어갔다.

실제 국내 백화점 업계는 2021년과 2022년 보복소비 여파로 명품 매출이 급성장하면서, 동기간 높은 수준의 연평균 성장률(신세계백화점 23.3%, 현대백화점 14.4%, 롯데백화점 5.1%, 갤러리아백화점 8.6%, AK플라자 7.7%)을 기록했다. 코로나로 인해 해외여행이 제한되면서 해외여행, 여가 등에 사용되는 소비가 국내소비로 이전되었고, 백화점은 이러한 트렌드에 발맞춰 프리미엄 서비스와 고급 브랜드를 확대 유치하며 매출 성장을 견인했다. 또한 비대면 쇼핑 트렌드 확산에 따라 명품의 온라인 판매 플랫폼도 증가하였으며, 주요 백화점은 온라인 매장과 오프라인 매장을 연계하는 디지털 전환을 강화했다.

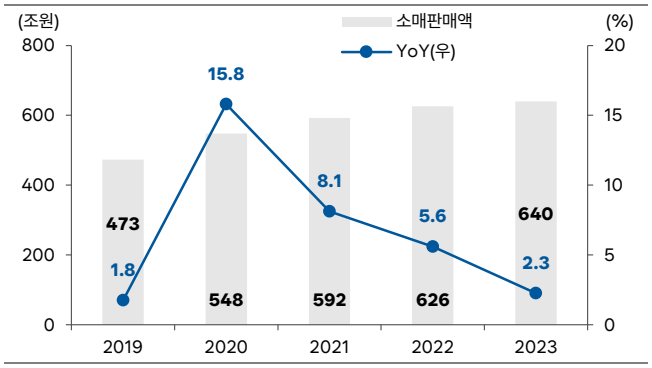
하지만 2023년 하반기부터는 코로나19 엔데믹 전환으로 인해 해외 여행이 본격화되면서 해외여행이나 여가 등으로 다시 소비 이전효과가 나타나기 시작했다. 또한 글로벌 긴축 정책 및 고금리 영향으로 인한 소비심리 위축이 더해지며 명품 시장 성장률 둔화, 백화점 내 패션 및 내구재 매출 감소로 이어졌으며, 이로 인해 2023년 백화점 소매판매액은 40.9조원으로 전년대비 8.4% 성장에 그쳤다.

2024년에 들어서는 지속된 고금리, 고물가 등 경기 침체에 명품 열기도 둔화되는 분위기이다. 언론에 따르면, 국내에서 백화점 매장을 운영 중인 명품 브랜드 20개 중 11개 브랜드가 올 상반기 백화점, 플래그십 매장, 아울렛 매출 기준, 전년 대비 역성장을 기록하였다. 특히, 최고급 명품 '에루샤(에르메스, 루이비통, 샤넬)'로 대표되는 브랜드 샤넬이 1997년 국내에 첫 백화점 매장을 낸 이래 처음으로 역성장한 점은 지켜볼 필요가 있다고 판단된다.

명품 성장세 둔화에 대응하여 고급화 전략, 식품관 및 팝업스토어 등 컨텐츠 강화 노력

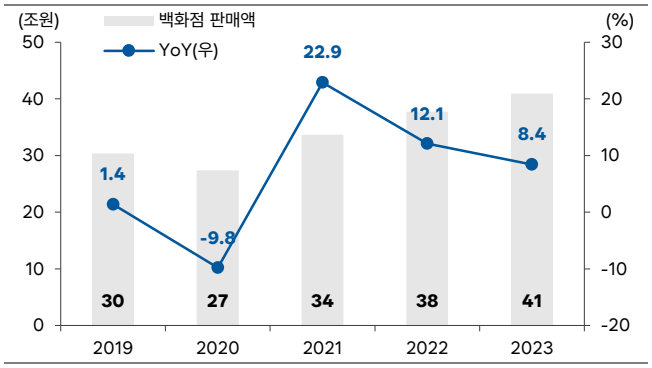
한편, 백화점 업계는 명품 매출액 성장세 둔화에 대응하여 내방객 확대 및 성장동력 확보를 위한 다양한 전략을 시도하고 있다. 백화점 기업들은 고급화 전략, 디지털 전환 및 젊은 소비층 공략에 집중하고 있으며, 특히 식품관과 팝업스토어 등 F&B(식음료) 부문을 강화하는 추세이다. 신세계백화점은 2024년 2월 강남점 식품점을 디저트 전문관 '스위트파크'로 리뉴얼 오픈하였으며, 오픈 이후 월 평균 134만명이 방문하는 등 큰 인기를 끌면서 7월에는 대구점에도 추가로 스위트파크를 오픈하였다. 현대백화점은 더현대 서울을 중심으로 오픈런 열풍을 일으키고 있는 벨기에 프리미엄 초콜릿 브랜드 '고디바 베이커리' 국내 1호점, 베이글 전문점 '런던베이글뮤지엄' 등의 개점을 통해 F&B 콘텐츠를 강화하고 있다. 이 밖에도 롯데백화점은 프리미엄 식품관 '푸드 에비뉴' 등을 운영하고 있으며, 한화갤러리아는 흑백요리사 '중식여신' 등을 비롯한 다양한 미식팝업 및 미식 콘텐츠를 진행하며 집객형 F&B 콘텐츠를 강화하고 있다.

국내 전체 소매판매액 추이



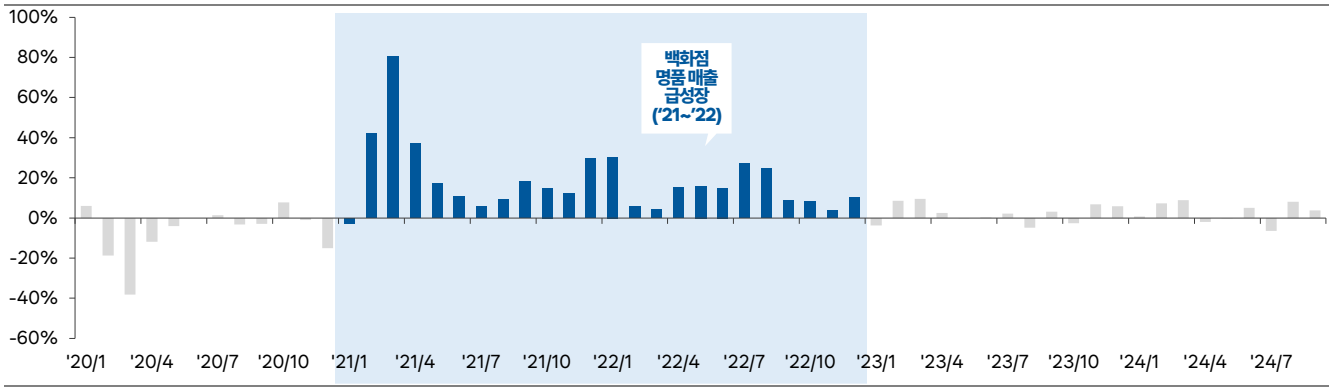
자료: 통계청 서비스업동향조사, 한국IR협의회 기업리서치센터

국내 백화점 소매판매액 추이



자료: 통계청 서비스업동향조사, 한국IR협의회 기업리서치센터

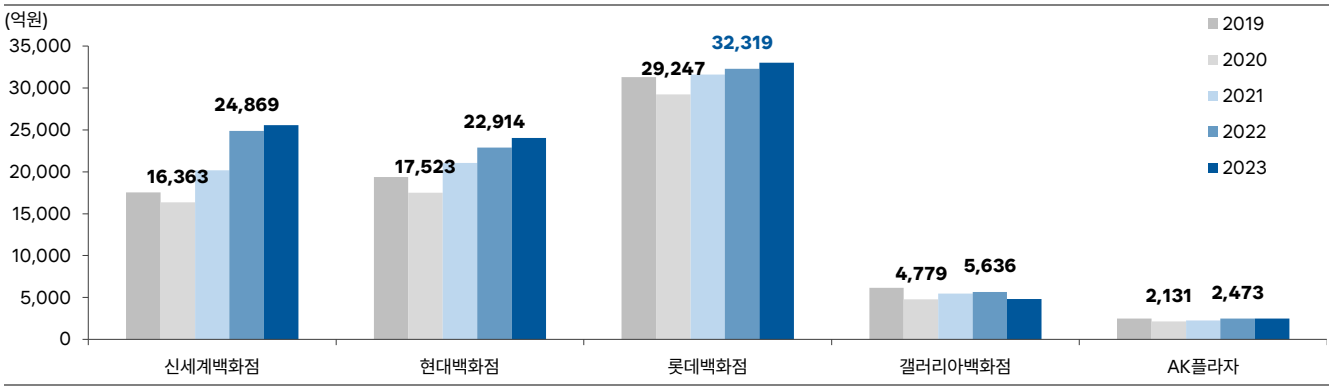
국내 백화점 3사 월별 명품 브랜드 매출 증감률(YoY)



국내 백화점 3사: 신세계, 현대, 롯데

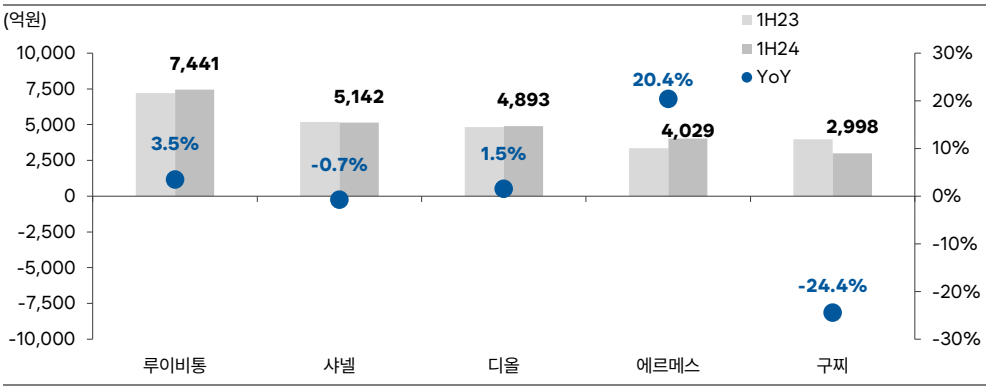
자료: 산업통상자원부, 한국IR협의회 기업리서치센터

국내 백화점 5사 매출액 추이



자료: 국내 백화점 5사 종합, 한국IR협의회 기업리서치센터

명품 Big 5의 2024년 상반기 국내 백화점, 플래그십매장, 아울렛 합산 매출액 추이



자료: 언론인용(명품업계), 한국IR협의회 기업리서치센터

신세계백화점 강남점 스위트 파크

자료: 신세계, 한국IR협의회 기업리서치센터

더현대 서울 고디바 베이커리 국내 1호점

자료: 언론 종합, 한국IR협의회 기업리서치센터

투자포인트

1 한국 대표 명품 백화점

명품 중심의 백화점 운영을 통해 국내 백화점 시장에서 독자적인 경쟁력 구축

한화갤러리아는 국내 최초 명품관 개념을 도입한 국내 최고 수준의 명품 백화점을 운영하고 있다. 1990년 개관한 갤러리아명품관은 루이비통, 샤넬, 에르메스 같은 유명 명품 브랜드가 국내 최초 입점한 백화점으로, 동사는 명품 중심의 백화점 운영을 통해 국내 백화점 시장에서 독자적인 경쟁력을 구축해왔다. 최근 국내 소비패턴의 변화에 따라 백화점은 명품 중심 전략, 젊은 고객 유입 노력 등 경쟁력 강화를 위해 다양한 전략을 추진하고 있다.

코로나 팬데믹 시기, 코로나로 인한 외출금지 등으로 인해 2020년에는 오프라인 관련 소비시장이 크게 위축되었으나, 코로나가 장기화됨에 따라 해외 여행이나 여가 활동 등의 소비수요가 국내 소비, 특히 명품 수요로 이전되는 경향을 나타냈다. 국내 백화점 기업들은 이러한 트렌드에 발맞춰 백화점 프리미엄 서비스와 고급 브랜드 유치 강화를 통해 백화점 명품 비중을 확대하였다. 실제 산업통상자원부가 제공한 롯데, 신세계, 현대 3사 합 기준 월별 백화점 점포당 매출 증감률 및 백화점 명품 매출 증감률 추이를 살펴보면, 2020년 백화점 점포당 매출액은 전년동월대비 평균 6.7% 감소했음에도 불구하고 명품 매출액은 전년동월대비 평균 15.3% 성장하였으며, 2021년, 2022년에는 백화점 점포당 매출액은 전년동월대비 각각 22.9%, 14.1%, 성장하였으며, 명품 매출액은 각각 그보다 높은 39.4%, 21.8% 성장하며 명품이 이끄는 백화점 매출 성장세를 확인할 수 있다.

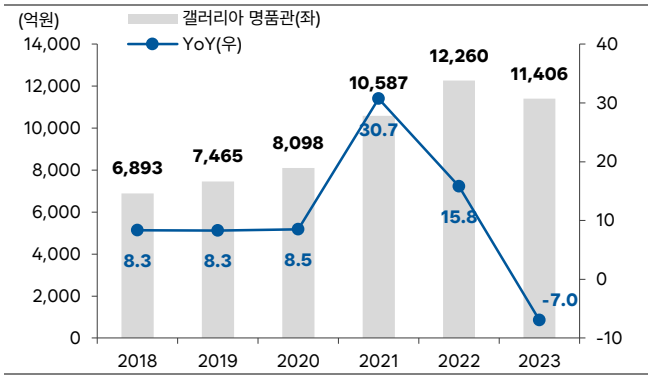
명품 비중이 높기 때문에 명품 시장 변화에 따른 실적 변동성은 큰 편

한화갤러리아 백화점 사업부문은 전체 매출의 절반 정도를 갤러리아 명품관이 차지하고 있으며, 특히 갤러리아 명품관은 전체 매출에서 명품이 차지하는 비중이 거의 80%에 육박할 정도로 명품 비중이 높은 점포로 명품 시장 변화에 따른 실적 변동성이 큰 편이다. 동사는 코로나 시기 소비 수요의 명품 수요 이전 효과로 인해 명품관 매출이 크게 성장하며 호실적을 달성하였다. 실제 갤러리아 명품관 매출액은 코로나 팬데믹 이전(2018년~2020년) 연간 약 8.3%의 성장세를 이어오다가 2021년, 2022년 각각 전년대비 30.7%, 15.8% 성장하였다.

하지만 코로나 엔데믹 전환에 따라 해외여행의 증가 및 명품 구매채널 다양화가 진행됨에 따라 2023년부터 국내 백화점 명품 매출 성장세가 크게 둔화되었으며, 이는 명품 비중이 높은 동사 백화점 사업부문의 실적 부진으로 이어지고 있다. 또한 최근 소비경기 침체에 노출도가 상대적으로 큰 지방점포들의 매출 부진 역시 어려운 부분이다.

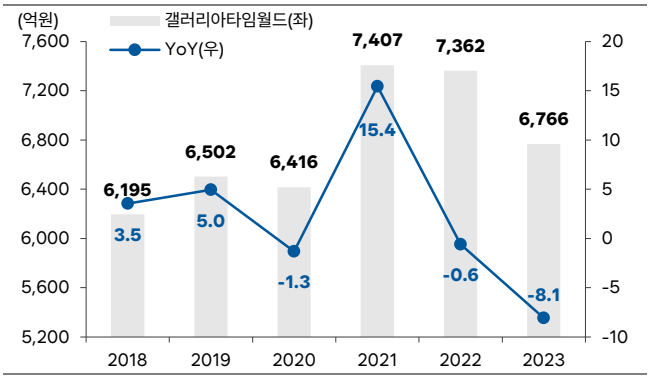
최근 급격한 성장으로 인한 부침이 있으나, 소비 트렌드로서 자리잡은 명품 소비 선호현상은 이어지고 있으며, 동사는 독보적인 명품관 모델 강화뿐만 아니라 젊은 소비층 유입을 위한 팝업 스토어까지 다양한 전략 구사를 통해 백화점 사업부문의 성장을 이끌어 나갈 계획이다. 동사는 세계 명품 브랜드와 익스클루시브 상품, 갤러리아 국내 단독 High-end 브랜드까지 최상의 프리미엄 럭셔리 트렌드 선도를 통해 VIP 고객의 니즈를 만족시키고자 노력하고 있으며, 또한 유행을 선도하는 젊은 트렌드 세터 고객들을 만족시킬 수 있는 독보적인 명품관 모델을 구축하고 있다. 또한 동사는 2023년 신사동 부지 건물(㈜초록뱀컴퍼니 소유)을 약 895억원에 매입하였으며 잠재적 고객층인 MZ세대 고객 유치를 위한 새로운 랜드마크로 개발할 계획이다.

갤러리아 명품관 매출액 추이



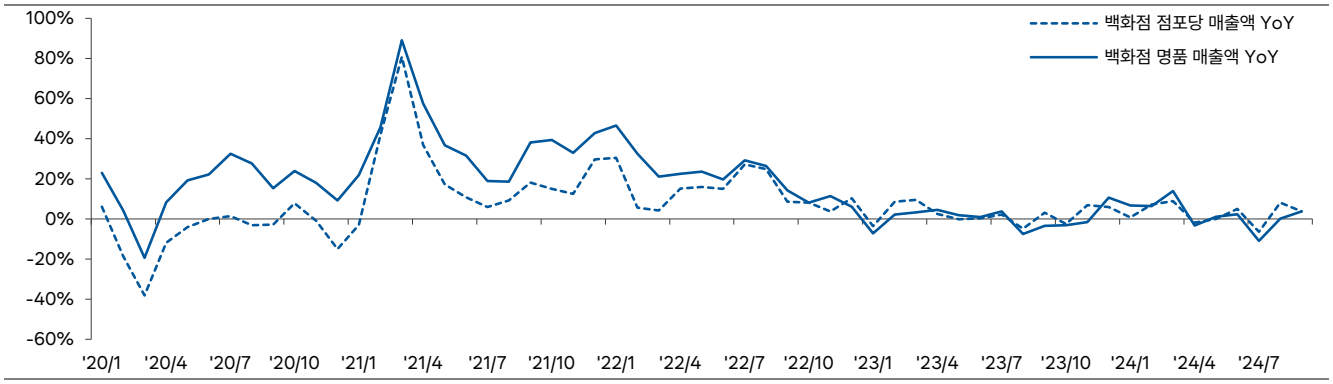
자료: 어패럴뉴스, 한국IR협의회 기업리서치센터

갤러리아 타임월드 매출액 추이



자료: 어패럴뉴스, 한국IR협의회 기업리서치센터

백화점 점포당 매출 증감률 vs 백화점 명품 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, 한국IR협의회 기업리서치센터

2 식음료사업을 중심으로 중장기 성장동력 확보

한화갤러리아는 2023년 3월 1일 한화솔루션 주식회사로부터 백화점 사업 및 도소매업 등을 목적으로 하는 리테일 사업부문을 인적 분할하여 2023년 3월 2일 설립되었다. 동사는 한화솔루션 내 리테일 사업부문에서 분할하여 유통사업 본연의 사업 경쟁력에 집중하고, 백화점 사업을 기반으로 프랜차이즈, 푸드테크 등 신사업 식음료사업 강화를 통해 중장기 성장동력을 확보해 나갈 전망이다.

(1) 파이브가이즈 버거

한국 및 일본 프랜차이즈 사업매출 확대해 나갈 전망

국내: 5년간 15개 점포 오픈 예정

일본: 2025년부터 7년 내 20개 이상의 점포 오픈 목표

동사는 2023년 5월 ㈜에프지코리아를 설립하였으며, FGE International B. V. 社와의 프랜차이즈 계약을 통해 미국 햄버거 브랜드 '파이브가이즈' 한국사업을 진행하고 있다. 2023년 6월 1호점 파이브가이즈 강남을 시작으로 10월 여의도점, 2024년 2월 강남고속버스터미널점, 4월 서울역, 2024년 9월 판교점 오픈을 통해 현재 5개 점포를 운영하고 있다. 파이브가이즈 버거는 비싼 가격(기본버거, 탄산음료, 감자튀김 주문 기준 24,200원)에도 불구하고 미국식 버거의 차별화된 경험을 제공하며 매출을 확대하고 있으며, 특히 국내 매장 4개(강남, 여의도, 강남고속버스터미널, 서울역)가 월 매출 기준 전세계 파이브가이즈 매장(약 1,900여개) top 10에 들 정도로 호실적을 이어가고 있다.

실제 동사의 식음료 사업부문 분기별 매출추이를 살펴보면 2023년 3분기 34억원에서 4분기 68억원, 2024년 1분기 88억원, 2분기 128억원, 3분기 155억원으로 신규점포 출점이 이어지면서 점포당 월 약 10억원 규모의 매출이 이어지고 있음을 엿볼 수 있다. 또한 식음료 사업부문 매출총이익률은 2023년 3분기 13%에서 2024년 3분기 24%로 빠르게 영업손익이 플러스 전환했음을 알 수 있다.

동사는 5년간 15개 사업장 오픈을 목표로 사업을 전개하고 있으며, 2025년에도 집객력이 좋은 지역에 2~3개의 신규점을 출시할 계획이다. 또한 2024년 7월 동사는 한국에서의 운영 노하우를 바탕으로 FGE International B. V. 社와 파이브가이즈 일본 판권에 대한 MOU를 체결하였다. 2025년 4분기 일본 1호점 오픈을 계획하고 있으며, 7년 내 20개 이상의 점포 오픈을 통해 한국 및 일본 프랜차이즈 사업매출을 확대해 나갈 전망이다.

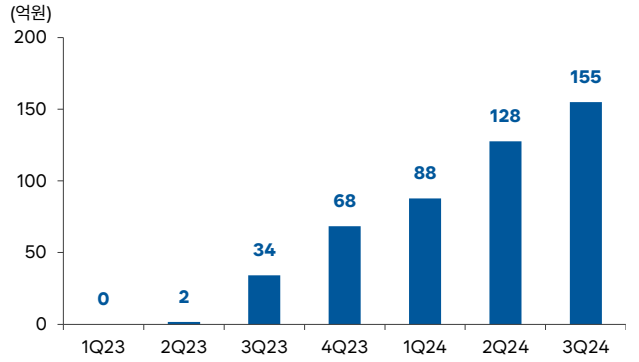
(2) 음료사업 강화: 퓨어플러스

퓨어플러스의 생산 노하우와 제품 경쟁력을 바탕으로 프리미엄 건강음료 시장 공략을 통한 갤러리아와의 시너지 기대

동사는 2024년 9월 12일 비알콜성음료 전문기업인 퓨어플러스(주) 지분 100%를 약 142억원에 인수하며 비주류 음료시장에 진입하였다. 퓨어플러스는 1986년 설립된 식음료 제조 전문기업으로, 30여년 축적된 기술력을 바탕으로 건강음료, 유기농 주스, 어린이 음료 등 다양한 자사 브랜드 및 국내외 유수 기업들의 OEM 음료제품을 생산 및 판매하고 있다. 퓨어플러스는 종근당건강, 롯데칠성음료, 광동, 일동후디스, 홈플러스 등을 주요거래처로 하고 있으며, 미국, 호주, 북유럽 등 전세계 50개국에 제품을 수출하고 있다.

퓨어플러스의 2023년 기준 실적은 매출액 410억원, 영업이익 16억원, 영업이익률 3.9%, 당기순이익 8억원이며, 수출 매출액이 191억원 규모로 수출비중(46.7%)이 높은 편이다. 퓨어플러스는 2010년부터 2023년까지 13년간 연평균 3.8%의 매출 성장을 달성하였으며, 코로나 시기(2020년~2022년) 급증한 수출비용으로 인한 일시적인 영업적자를 제외하면 평균 3%대의 꾸준한 영업이익률을 창출하는 음료회사이다. 동사는 퓨어플러스 인수를 통해 프리미엄 음료 수요가 증가하고 있는 글로벌 시장 경쟁력을 강화하는 한편, 퓨어플러스의 생산 노하우와 제품 경쟁력을 바탕으로 국내 프리미엄 건강음료 시장을 공략하며 갤러리아와의 영업 시너지가 기대된다.

식음료 사업부문 분기별 매출 추이



자료: 한화갤러리아, 한국IR협의회 기업리서치센터

2024년 6월 파이브가이즈 1주년 기념

자료: 언론보도, 한국IR협의회 기업리서치센터

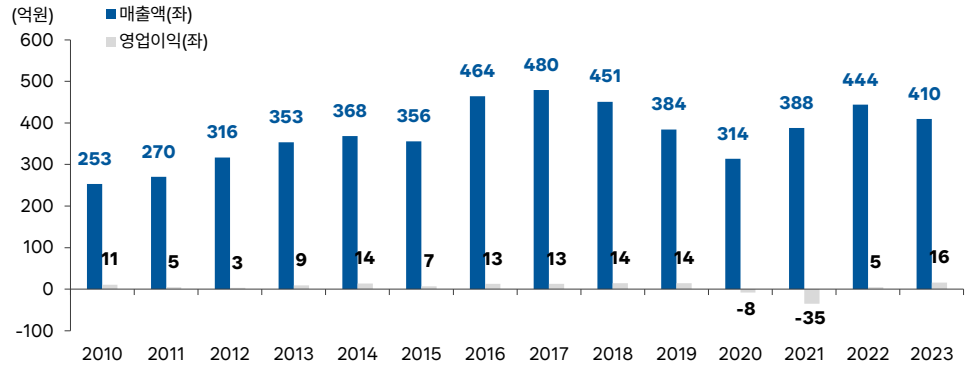
퓨어플러스 사업영역

자료: 퓨어플러스, 한국IR협의회 기업리서치센터

퓨어플러스 생산시설

자료: 퓨어플러스, 한국IR협의회 기업리서치센터

퓨어플러스 실적 추이



자료: 퓨어플러스, 한국IR협의회 기업리서치센터

3 책임 경영 강화 노력

경영진의 대규모 공개매수를 통해 책임 경영 강화 의지 확인 및 기업가치 제고 노력 기대됨

한화갤러리아, 한화호텔앤드리조트는 한화 그룹 내 유통 레저 사업부문을 담당하는 회사로, 한화그룹 김승연 회장의 3남인 김동선 부사장이 담당하고 있다. 김동선 부사장은 2024년 8월 23일 공개매수신고서를 통해 동사의 주식 약 3,400만주(지분율 17.54%, 약 546억원 규모)를 주당 1,600원에 공개 매수한다고 밝혔다. 실제 2024년 8월 23일부터 2024년 9월 11일에 거쳐 28,164,783주(지분율 14.53%)의 응모주식에 대해 공개매수를 진행하였으며, 김동선 부사장은 보유 주식수 4,499,860주(지분율 2.32%)에서 공개매수 결과 32,664,643주(지분율 16.85%)로 지분을 확대했다.

현 주가수준보다 높은 주당 1,600원, 약 450억원 규모의 공개매수를 통해 경영진 김동선 부사장의 한화갤러리아에 대한 책임 경영강화 의지를 보여주었다고 판단되며, 동사는 안정된 지분율을 바탕으로 최근 진행되고 있는 신성장동력 확보를 위한 기업인수합병 등 회사의 경쟁력 강화 및 기업가치 제고를 위해 노력할 것으로 기대된다.

실적 추이 및 전망

1 2024년 실적 추이 및 전망

2023년 연결기준 실적은 매출액 4,345억원, 영업이익 98억원, 영업이익률 2.3%, 지배주주순손실 301억원이다. 참고로 동사는 2023년 3월1일 한화솔루션으로부터 분할되어, 제1기 2023년 실적은 2023년 3월부터 2023년 12월까지 총 10개월 간의 실적이 반영되었다는 것을 감안해서 살펴봐야 한다.

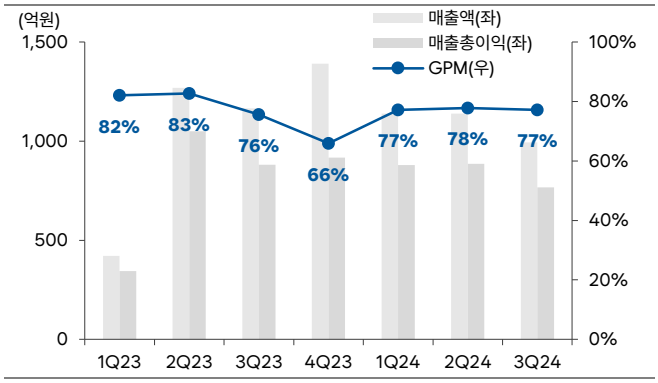
2023년은 동사의 제1기 사업년도이기 때문에 공시 기준으로 전년대비 실적 비교의 어려움이 있다. 따라서 지주회사인 한화 그룹이 인식한 백화점 사업부문 매출액을 통해 동사의 전반적인 매출상황을 엿보고자 한다. 한화 사업보고서에 따르면 2023년 백화점 사업부문 매출액은 4,801억원으로 전년대비 14.8% 감소했다. 2023년 하반기부터 코로나 엔데믹 전환, 글로벌 긴축 정책 및 고금리 영향 등으로 인한 소비심리 위축이 백화점 명품 시장 성장률 둔화로 이어졌으며, 명품 매출 비중이 높은 동사의 백화점 사업부문 매출 감소로 이어졌다고 판단된다. 다만, 동사는 2023년 6월부터 시작된 파이브가이즈 매출이 시작되며 식음료 사업부문 매출액은 2023년 2분기 2억원, 3분기 34억원, 4분기 68억원으로 매 분기 신규점 오픈과 연동하여 빠르게 성장세를 이어가고 있다.

2023년 영업이익은 98억원, 영업이익률 2.3%의 실적을 달성하였으나, 동사는 임대매장 부진에 따른 사용권자산 손상차손 287억원을 영업외손익으로 반영함에 따라 지배주주순손실 301억원의 실적을 발표했다.

2024년 연결기준 실적은 매출액 4,985억원(YoY +14.7%), 영업이익 14억원(YoY -85.8%), 영업이익률 0.3%(전년대비 2.0%p 하락), 지배주주순손실 135억원(YoY 적자감소)을 전망한다. 소비경기 침체로 인해 백화점 사업부문 매출부진은 2024년에도 이어질 전망이다. 특히 코로나 특수를 누렸던 갤러리아명품관 매출은 최근과 같은 명품소비 둔화의 시기에 좀 더 매출 타격이 크게 나타나고 있으며, 기타 지방점포들은 수도권 보다 지방 상권이 소비경기 침체 영향을 많이 받기 때문이다. 하지만 식음료 사업부문은 파이브가이즈가 2024년에도 3개의 신규점을 오픈하였으며, 매 분기 매출액이 확대되고 있다.

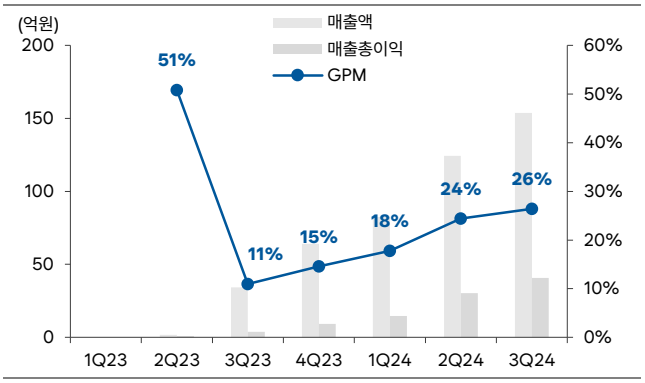
2024년 3분기 누적 매출액은 3,631억원(YoY +25.6%), 영업이익 10억원(YoY -87.3%), 영업이익률 0.3%, 지배주주순손실 50억원(YoY 적자확대)이다. 분기별 실적 추이를 살펴보면 백화점 부문 매출액은 전년동기대비 10%대의 매출액 감소세를 나타내고 있으며, 비용절감 노력에도 불구하고 매출감소에 따라 전년동기대비 매출총이익률의 레벨이 낮아져있는 상황이다. 식음료 사업부문은 파이브가이즈 기존점 매출과 함께, 신규 매장들이 오픈과 동시에 빠르게 매출로 이어짐에 따라 매분기마다 매출총이익률이 개선되는 추세가 확인되고 있다.

백화점 사업부문 매출액 및 매출총이익 추이



자료: 한화갤러리아, 한국IR협의회 기업리서치센터

식음료 사업부문 매출액 및 매출총이익 추이



자료: 한화갤러리아, 한국IR협의회 기업리서치센터

실적 추이 및 전망

(단위: 억원, %)

	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액	-	-	-	**4,345**	**4,985**
증가율 (%)				N/A	**14.7**
백화점				4,584	**4,896**
식음료				104	**555**
연결조정				-344	**-466**
매출원가	-	-	-	**3,206**	**3,439**
매출원가율 (%)	-	-	-	73.8	**69.0**
매출총이익	-	-	-	**3,108**	**3,425**
매출총이익률 (%)	-	-	-	71.5	**68.7**
영업이익	-	-	-	**98**	**14**
영업이익률 (%)	-	-	-	2.3	**0.3**
증가율 (%)	-	-	-	N/A	**-85.8**
세전계속사업이익	-	-	-	**-385**	**-173**
(지배주주)당기순이익	-	-	-	**-301**	**-135**

자료: 한국IR협의회 기업리서치센터

Valuation

1 소비경기 둔화 여파로 동종기업 대부분 밸류에이션 저평가 구간

2024년 예상실적을 기준으로 한 현 주가 밸류에이션은 PER N/A, PBR 0.3배 수준

한화갤러리아의 2024년 연결기준 실적은 매출액 4,985억원(YoY +14.7%), 영업이익 14억원(YoY -85.8%), 영업이익률 0.3%(전년대비 2.0%p 하락), 지배주주순손실 135억원(YoY 적자감소)을 전망한다. 동사는 매출액의 90% 이상을 백화점 유통업을 영위하고 있는 관계로 국내 상장되어 있는 주요 백화점 3개사(롯데쇼핑, 신세계, 현대백화점)를 동종기업으로 선정하여 밸류에이션을 비교해보고자 한다.

한화갤러리아의 2024년 예상실적을 기준으로 한 현 주가 밸류에이션은 PER N/A, PBR 0.3배 수준이다. 2024년 컨센서스 예상실적을 기준으로 한 동종기업들의 주가 밸류에이션은 롯데쇼핑 PER 15.4배, PBR 0.2배, 신세계 PER 5.7배, PBR 0.3배, 현대백화점 PER 57.3배, PBR 0.2배 수준으로 동종기업 평균 밸류에이션은 PER 10.5배(현대백화점은 지배주주순이익 턴어라운드 시점으로 인해 PER 57.3배로 아웃라이어 처리), PBR 0.2배이다. 최근 소비경기 둔화의 여파는 기업실적 부진으로 이어지고 있으며, 실제 경기관련소비재 섹터의 밸류에이션 하락으로 이어지며 동종기업 대부분 시장 대비 밸류에이션 저평가 국면인 것으로 판단된다.

동사가 속한 경기관련소비재 섹터 밸류에이션은 PER 5.1배, PBR 0.6배, PSR 0.3배 수준으로, KOSPI 시장 밸류에이션인 PER 9.9배, PBR 0.9배, PSR 0.6배와 비교 시 저평가 영역으로 판단된다. 동사는 2023년부터 적극적으로 식음료사업을 중심으로 신성장동력 확보를 위한 노력을 기울이고 있으나, 해당 사업들이 아직 초기임에 따라 전사 실적에 반영되는 수준은 미미한 상황이다. 식음 프랜차이즈 및 음료제조 등의 신규사업은 기존사업(유통리테일) 대비 수익성이 높은 편으로, 신사업 실적들이 유의미하게 올라오면서 동사는 실적개선과 함께 밸류에이션 저평가 영역을 해소할 수 있을 것으로 기대된다.

동종기업 비교 (단위: 원, 억원, %, 배)

		한화갤러리아	롯데쇼핑	신세계	현대백화점
주가(원) 2024년 12월 12일 종가 기준		1,140	57,000	134,900	47,050
시가총액 (억원)		2,279	16,125	13,281	10,647
자산총계(억원)	2021	N/A	334,265	136,445	89,692
	2022	N/A	317,036	143,484	120,693
	2023	18,551	306,447	147,520	117,126
	2024E	19,474	306,157	150,124	116,645
자본총계(억원)	2021	N/A	117,970	57,625	52,256
	2022	N/A	110,351	62,518	63,672
	2023	8,287	108,365	63,400	62,791
	2024E	8,152	107,122	65,209	62,442
매출액(억원)	2021	N/A	155,736	63,164	35,724
	2022	N/A	154,760	78,128	50,141
	2023	4,345	145,559	63,571	42,075
	2024E	4,985	141,334	65,134	41,934
영업이익(억원)	2021	N/A	2,076	5,174	2,644
	2022	N/A	3,862	6,454	3,209
	2023	98	5,084	6,398	3,035
	2024E	14	5,397	5,507	2,871
영업이익률(%)	2021	N/A	1.3	8.2	7.4
	2022	N/A	2.5	8.3	6.4
	2023	2.3	3.5	10.1	7.2
	2024E	0.3	3.8	8.5	6.8
지배주주순이익 (억원)	2021	N/A	-2,923	3,068	1,894
	2022	N/A	-3,246	4,061	1,441
	2023	-301	1,744	2,251	-798
	2024E	-135	1,024	2,241	186
ROE(%)	2021	N/A	-2.9	8.5	4.4
	2022	N/A	-3.3	10.3	3.2
	2023	-3.6	1.8	5.4	-1.8
	2024E	-1.6	1.1	5.2	0.4
PER(배)	2021	N/A	N/A	8.2	9.3
	2022	N/A	N/A	5.3	9.6
	2023	N/A	12.2	7.7	N/A
	2024E	N/A	15.4	5.7	57.3
PBR(배)	2021	N/A	0.2	0.7	0.4
	2022	N/A	0.3	0.5	0.3
	2023	0.3	0.2	0.4	0.3
	2024E	0.3	0.2	0.3	0.2

주: 동종기업들의 2024년 예상실적은 컨센서스 적용
자료: Quantiwise, 한국IR협의회 기업리서치센터

리스크 요인

1 경기 침체에 따른 소비 경기 둔화

경기 침체에 따른 소비경기 둔화는 사업적 리스크 요인. 동사는 식음료사업 등 사업 포트폴리오 다각화를 통해 신성장동력 확보하는 중

경기 침체로 인한 소비 위축으로 소비재 기업들의 실적 성장 둔화 우려가 이어지고 있다. 2020년 백화점 소매판매액은 코로나19 팬데믹으로 인한 사회적 거리두기와 소비 위축으로 인해 전년대비 9.8% 감소하였으나, 2021년과 2022년에는 이른바 '보복소비' 여파로 억눌렸던 소비 심리가 분출되며 각각 22.9%, 12.1% 성장하였으며, 2023년 하반기부터는 코로나19 엔데믹 전환으로 인해 해외여행 등으로의 소비 이전효과가 나타나며 2023년 백화점 소매판매액은 전년대비 성장률이 소폭 둔화되었으나, 여전히 8.4%의 성장세가 이어졌다. 하지만 2024년부터는 최근 3년간의 높은 성장률 기고효과에 글로벌 긴축 정책 및 고금리 영향으로 인한 소비심리 위축이 더해지며 명품 시장 성장률 둔화, 백화점 내 패션 및 내구재 매출 감소가 심화되는 추세이다.

최근 이러한 흐름은 가계부채 증가와 고금리, 물가 상승, 고용 불안정 등과 같은 구조적인 요인으로 인한 내수 소비경기 침체에 그 원인이 있다고 판단되며, 내수 소비경기 침체에 따른 기업 실적 둔화 우려는 소비재 기업들 모두가 직면한 상황이다. 동사는 독보적인 명품관 모델 강화 및 젊은 소비층 유입을 위한 팝업 스토어까지 다양한 전략 구사를 통해 백화점 사업부문의 성장을 이어나갈 계획이며, 식음료사업 신규설립 및 인수합병 등을 통한 사업 포트폴리오 다각화를 통해 유통사업과의 시너지가 가능한 신성장동력을 확보하고 있다.

포괄손익계산서

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액	N/A	N/A	N/A	4,345	4,985
증가율(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	14.7
매출원가	N/A	N/A	N/A	1,139	1,546
매출원가율(%)	N/A	N/A	N/A	26.2	31.0
매출총이익	N/A	N/A	N/A	3,206	3,439
매출이익률(%)	N/A	N/A	N/A	73.8	69.0
판매관리비	N/A	N/A	N/A	3,108	3,425
판관비율(%)	N/A	N/A	N/A	71.5	68.7
EBITDA	N/A	N/A	N/A	743	756
EBITDA 이익률(%)	N/A	N/A	N/A	17.1	15.2
증가율(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	1.7
영업이익	N/A	N/A	N/A	98	14
영업이익률(%)	N/A	N/A	N/A	2.3	0.3
증가율(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	-85.8
영업외손익	N/A	N/A	N/A	-484	-187
금융수익	N/A	N/A	N/A	30	59
금융비용	N/A	N/A	N/A	208	296
기타영업외손익	N/A	N/A	N/A	-306	50
종속/관계기업관련손익	N/A	N/A	N/A	0	0
세전계속사업이익	N/A	N/A	N/A	-385	-173
증가율(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	적지
법인세비용	N/A	N/A	N/A	-84	-38
계속사업이익	N/A	N/A	N/A	-301	-135
중단사업이익	N/A	N/A	N/A	0	0
당기순이익	N/A	N/A	N/A	-301	-135
당기순이익률(%)	N/A	N/A	N/A	-6.9	-2.7
증가율(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	적지
지배주주지분 순이익	N/A	N/A	N/A	-301	-135

재무상태표

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
유동자산	N/A	N/A	N/A	3,607	4,010
현금성자산	N/A	N/A	N/A	655	624
단기투자자산	N/A	N/A	N/A	72	83
매출채권	N/A	N/A	N/A	2,436	2,795
재고자산	N/A	N/A	N/A	312	358
기타유동자산	N/A	N/A	N/A	131	150
비유동자산	N/A	N/A	N/A	14,944	15,464
유형자산	N/A	N/A	N/A	11,210	11,250
무형자산	N/A	N/A	N/A	75	149
투자자산	N/A	N/A	N/A	755	923
기타비유동자산	N/A	N/A	N/A	2,904	3,142
자산총계	N/A	N/A	N/A	18,551	19,474
유동부채	N/A	N/A	N/A	5,777	6,532
단기차입금	N/U41A	N/U41A	N/U41A	450	1,050
매입채무	N/A	N/A	N/A	2,275	2,610
기타유동부채	N/A	N/A	N/A	3,052	2,872
비유동부채	N/A	N/A	N/A	4,487	4,791
사채	N/A	N/A	N/A	0	299
장기차입금	N/A	N/A	N/A	0	167
기타비유동부채	N/A	N/A	N/A	4,487	4,325
부채총계	N/A	N/A	N/A	10,264	11,323
지배주주지분	N/A	N/A	N/A	8,287	8,152
자본금	N/A	N/A	N/A	984	984
자본잉여금	N/A	N/A	N/A	7,773	7,773
자본조정 등	N/A	N/A	N/A	-2	-2
기타포괄이익누계액	N/A	N/A	N/A	-154	-154
이익잉여금	N/A	N/A	N/A	-315	-449
자본총계	N/A	N/A	N/A	8,287	8,152

현금흐름표

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
영업활동으로인한현금흐름	N/A	N/A	N/A	1,277	669
당기순이익	N/A	N/A	N/A	-301	-135
유형자산 상각비	N/A	N/A	N/A	640	733
무형자산 상각비	N/A	N/A	N/A	5	9
외환손익	N/A	N/A	N/A	0	0
운전자본의감소(증가)	N/A	N/A	N/A	467	-201
기타	N/A	N/A	N/A	466	263
투자활동으로인한현금흐름	N/A	N/A	N/A	-1,424	-1,213
투자자산의 감소(증가)	N/A	N/A	N/A	0	-168
유형자산의 감소	N/A	N/A	N/A	0	0
유형자산의 증가(CAPEX)	N/A	N/A	N/A	-1,301	-773
기타	N/A	N/A	N/A	-123	-272
재무활동으로인한현금흐름	N/A	N/A	N/A	-89	540
차입금의 증가(감소)	N/A	N/A	N/A	402	536
사채의증가(감소)	N/A	N/A	N/A	0	299
자본의 증가	N/A	N/A	N/A	0	0
배당금	N/A	N/A	N/A	0	0
기타	N/A	N/A	N/A	-491	-295
기타현금흐름	N/A	N/A	N/A	0	-27
현금의증가(감소)	N/A	N/A	N/A	-236	-31
기초현금	N/A	N/A	N/A	890	655
기말현금	N/A	N/A	N/A	655	624

주요투자지표

	2020	2021	2022	2023	2024F
P/E(배)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
P/B(배)	N/A	N/A	N/A	0.3	0.3
P/S(배)	N/A	N/A	N/A	0.5	0.4
EV/EBITDA(배)	N/A	N/A	N/A	8.2	8.5
배당수익률(%)	N/A	N/A	N/A	0.0	0.0
EPS(원)	N/A	N/A	N/A	-183	-69
BPS(원)	N/A	N/A	N/A	4,211	4,143
SPS(원)	N/A	N/A	N/A	2,643	2,533
DPS(원)	0	0	0	0	0
수익성(%)					
ROE	N/A	N/A	N/A	-3.6	-1.6
ROA	N/A	N/A	N/A	-1.6	-0.7
ROIC	N/A	N/A	N/A	N/A	-0.1
안정성(%)					
유동비율	N/A	N/A	N/A	62.4	61.4
부채비율	N/A	N/A	N/A	123.9	138.9
순차입금비율	N/A	N/A	N/A	39.9	51.1
이자보상배율	N/A	N/A	N/A	0.5	0.0
활동성(%)					
총자산회전율	N/A	N/A	N/A	0.2	0.3
매출채권회전율	N/A	N/A	N/A	1.8	1.9
재고자산회전율	N/A	N/A	N/A	13.9	14.9

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정 여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자주의 환기 등을 통해 불공 정거래를 사전에 예방하기 위한 제도를 시행하고 있습니다. 시장경보제도는 「투자주의종목 투자경고종목 투자위험종목」의 단계를 거쳐 이루어지게 됩니다.

※관련근거: 시장감시규정 제5조의2, 제5조의3 및 시장감시규정 시행세칙 제3조~제3조의 7

종목명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
한화갤러리아	X	X	X

Compliance notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과, 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국IR협의회 산하 독립 (리서치) 조직인 기업리서치센터가 작성한 기업분석 보고서입니다. 본 자료는 시가총액 5천억원 미만 중소형 기업에 대한 무상 보고서로, 투자자들에게 국내 중소형 상장사에 대한 양질의 투자 정보 제공 및 건전한 투자문화 정착을 위해 작성되었습니다.

- 당사 리서치센터는 본 자료를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 해당 종목과 재산적 이해관계가 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트와 그 배우자 등 관계자는 자료 작성일 현재 조사분석 대상법인의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 중소형 기업 소개를 위해 작성되었으며, 매수 및 매도 추천 의견은 포함하고 있지 않습니다.
- 본 자료에 게재된 내용은 애널리스트의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.
- 본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 자료제공일 현재 시점의 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다.
- 본 조사자료는 투자 참고 자료로만 활용하시기 바라며, 어떠한 경우에도 투자자의 투자 결과에 대한 법적 책임 소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.
- 본 조사자료의 지적재산권은 당사에 있으므로, 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.
- 본 자료는 텔레그램에서 "한국IR협의회(https://t.me/kirsofficial)" 채널을 추가하시어 보고서 발간 소식을 안내받으실 수 있습니다.
- 한국IR협의회가 운영하는 유튜브 채널 'IRTV'에서 1) 애널리스트가 직접 취재한 기업탐방으로 CEO인터뷰 등이 있는 '小中한탐방'과 2) 기업보고서 심층해설방송인 '小中한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.