



Investor Relations 2022

2022년 2분기

본 자료는 주식회사 현대이지웰(이하 “회사”)에 대해 투자자들의 이해를 돕기 위해 작성되었습니다.

회사는 본 자료에 기재된 정보에 대해서 별도의 독립적인 확인 과정을 거치지 않았으며, 본 자료에 포함된 정보 및 의견에 대한 공정성, 정확성 또는 완결성과 관련해서는 어떠한 보증이나 보장을 하지 않습니다.

회사 및 계열회사, 그 임직원 등 회사와 관련된 어떠한 자도 고의 또는 과실 여부를 불문하고 본 자료 및 그 기재내용을 이용함으로써 인하여 발생하거나, 기타 본 자료와 관련하여 발생하는 어떠한 손해에 대해서도 민사·형사 및 행정상의 책임을 일체 부담하지 않습니다.

본 자료는 장래에 관한 회사의 예측을 반영하는 정보(이하 “예측정보”)를 포함하고 있습니다. 이러한 예측정보는 회사가 통제할 수 없는 미래에 관한 가정들에 근거한 것으로 관련 예측정보에 의하여 예정된 바와 다른 결과가 초래될 위험 및 불확실성이 있습니다. 회사는 예측정보와 관련하여 본 자료 제공 이후에 발생하는 새로운 변경사항을 업데이트할 의무를 부담하지 않습니다.

본 자료의 전부 또는 일부는 어떠한 방식으로든 분리되거나, 재생산, 재분배되어서는 안되며, 회사의 사전 승인 없이 변경된 자료의 무단 배포 및 복제는 법적인 제재를 받을 수 있음을 유념해주시기 바랍니다.



Chapter 1

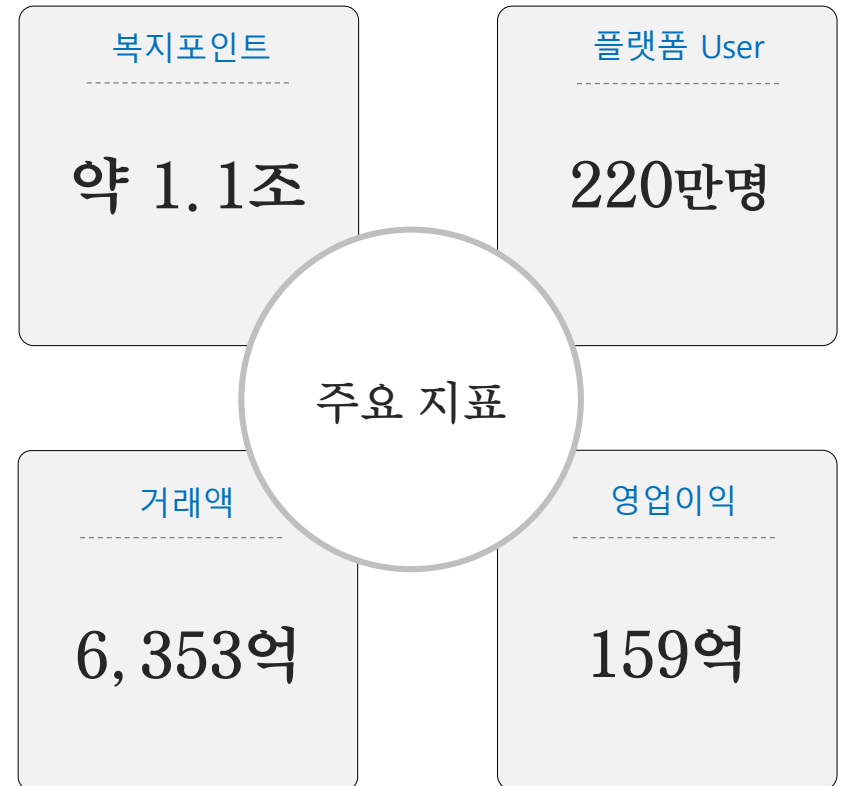
대한민국의 복지기준을
만들어 가는 'EZWEL'

- 01. 회사개요
- 02. 성장이력

01. 회사 개요

현대이지웰은 재계 기업순위 자산기준 24위(18.2조), 당기순이익 33위(5,002억), 부채비율 13위(46%)의 현대백화점그룹 계열사로 `21년 3월 편입되었으며, 대한민국 No. 1 복지플랫폼 전문 기업입니다.

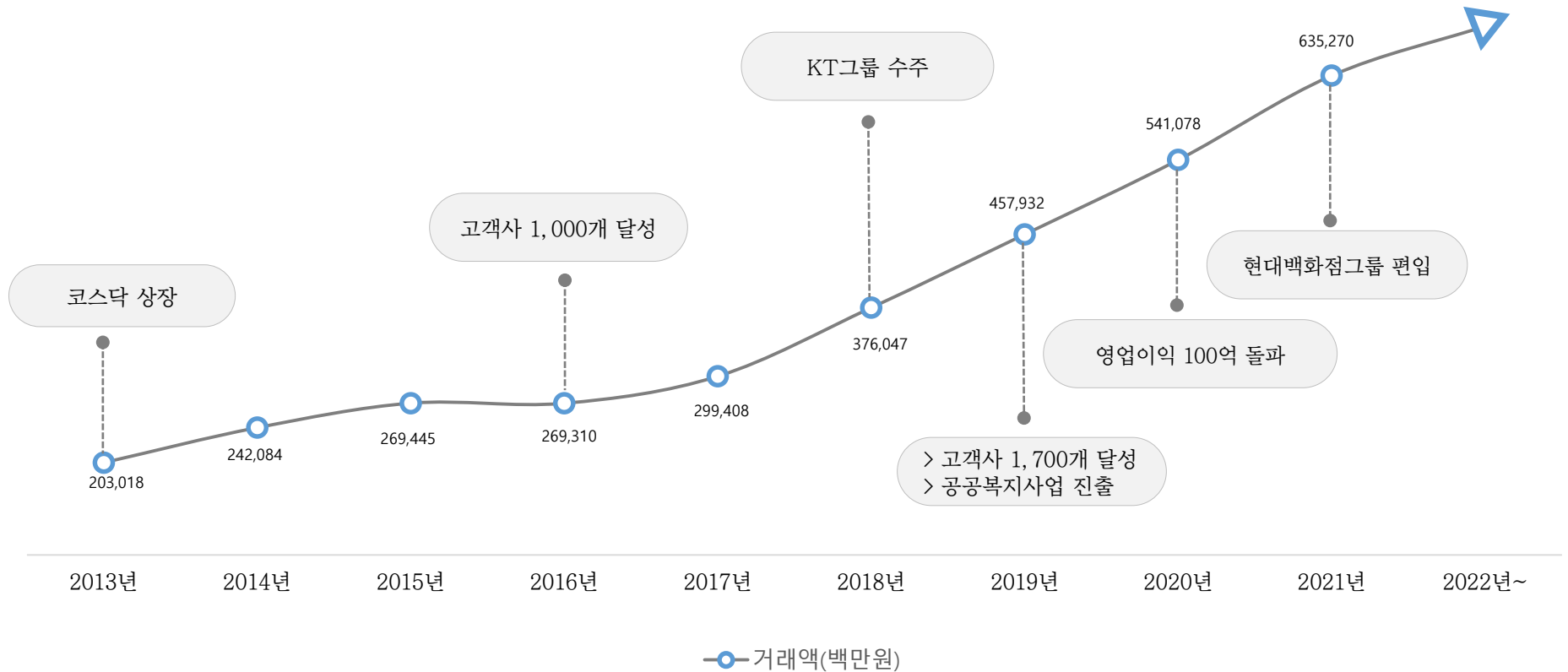
회사명	· 주식회사 현대이지웰
대표이사	· 장영순
설립일	· 2003년 01월 14일
자본금	· 119억원
인력현황	· 326명 ('21년말 정규직+계약직 인원)
주요사업	· 기업복지사업, 공공복지사업
소재지	· 서울시 서대문구 충정로 23(풍산빌딩)
최대주주	· 현대그린푸드(지분율 : 28.26%)



※ 거래액&영업이익(2021년 기준)

02. 성장 이력

2013년 코스닥 상장 이후 기업복지사업은 **견고한 성장**을 지속하고 있으며,
새로운 성장동력 확보를 위해 **신규 사업 진출도 활발히** 진행되고 있습니다.





Chapter 2

가치 혁신으로 고객 행복을
디자인하는 'EZWEL'

01. 시장 현황
02. 사업 구조
03. 플랫폼 구성 및 특징
04. 플랫폼 고도화 계획
05. Strength

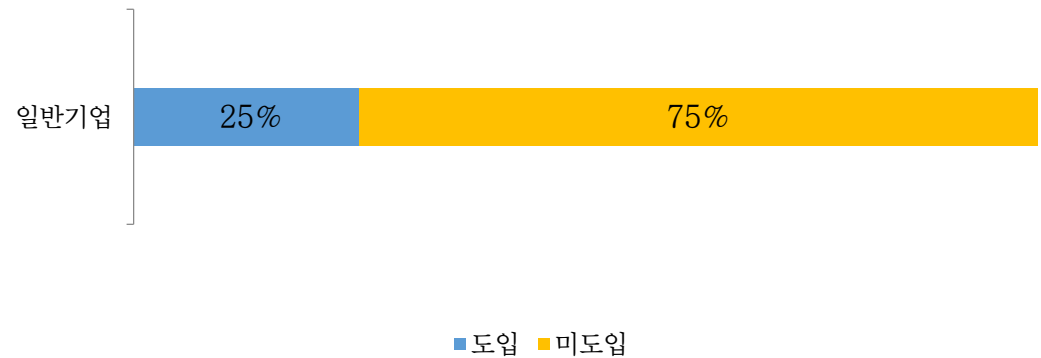
01. 시장 현황

현대이지웰은 기업복지시장의 50%를 점유하고 있는 Market Leader입니다.

▶ 현대이지웰 고객사



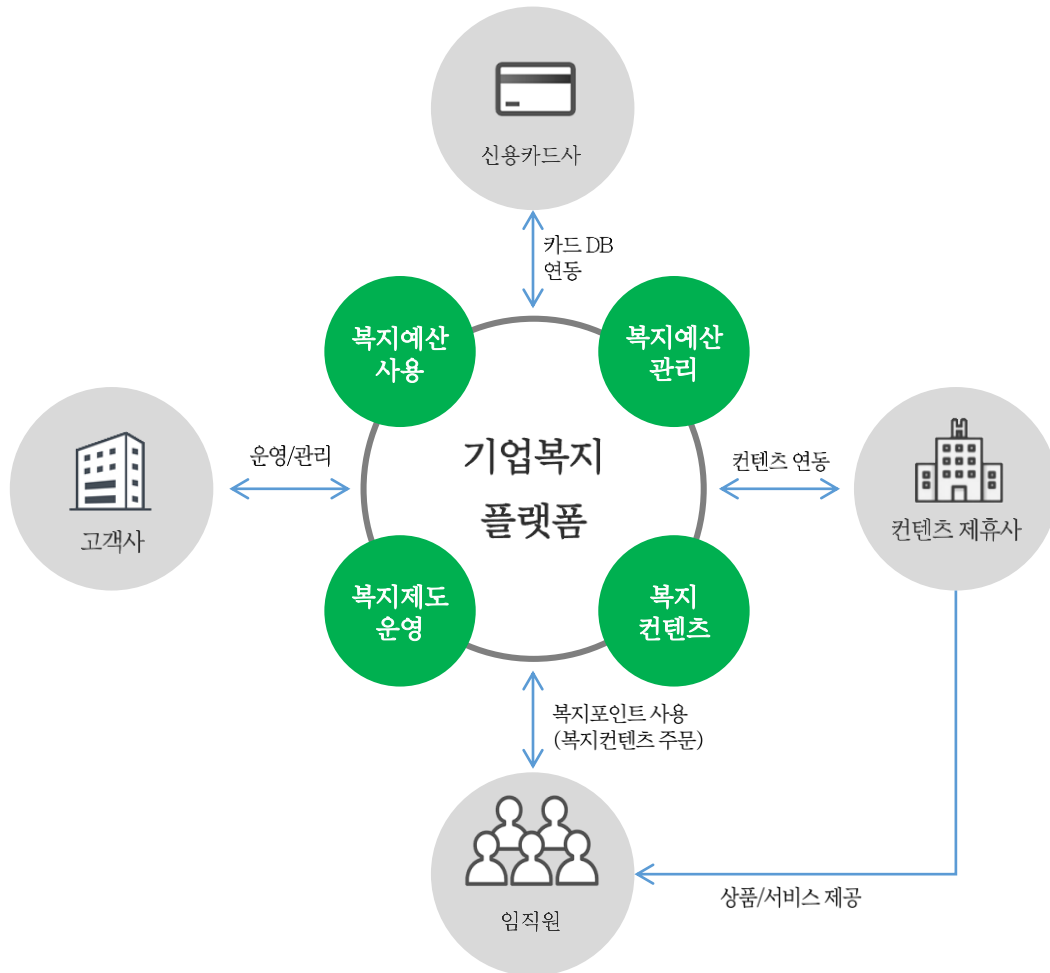
▶ 복지포인트 도입률



- 일반기업은 직원수 200명 이상을 타겟으로 하며 약 25% 도입이 진행되어 성장 잠재력 높음
- HR 전략에 있어 복지제도가 중요한 만큼 임직원의 만족도가 높은 복지포인트 도입은 지속될 것으로 예상됨

02. 사업 구조

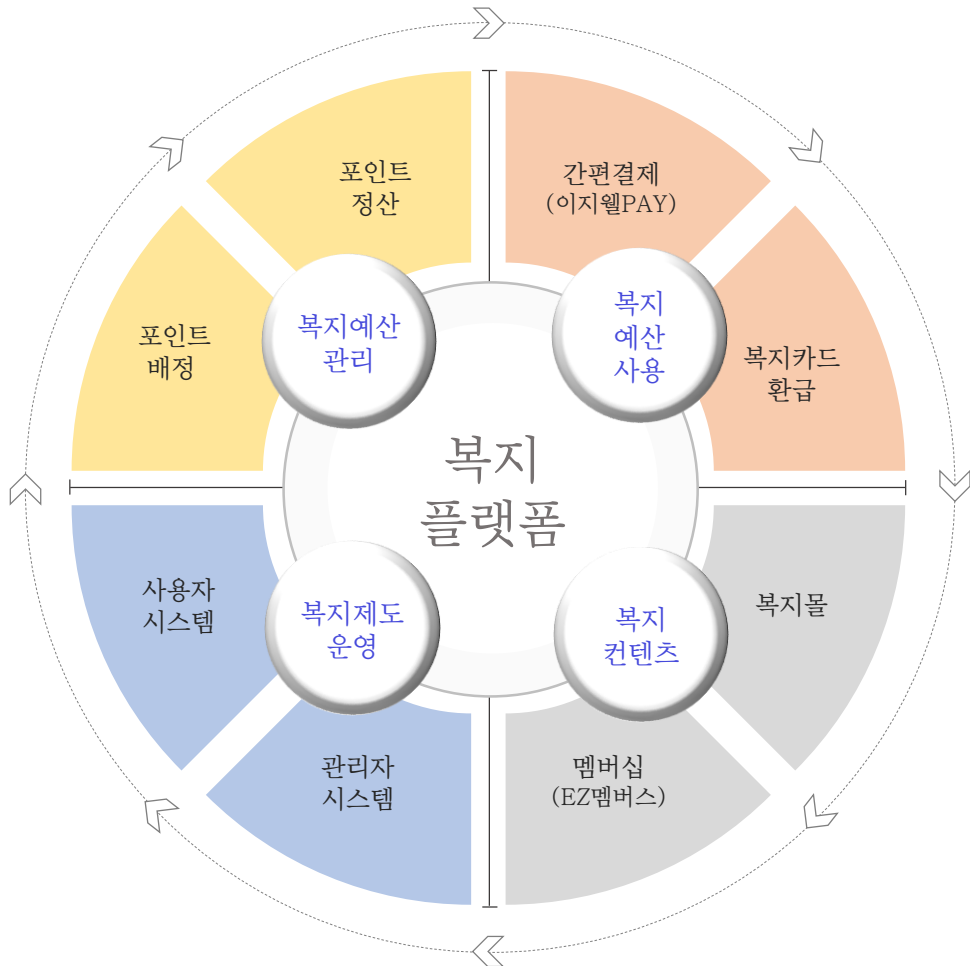
'기업복지플랫폼'은 임직원 복지제도를 운영하는 기업을 타겟으로 하며, 플랫폼에서 거래되는 상품&서비스의 **판매수수료가 주요 수익원입니다.**



구분	내용
수익 구조	<ul style="list-style-type: none"> · 판매수수료 - 주문금액 기준 5%~20%
서비스 규모	<ul style="list-style-type: none"> · 고객사 : 약 2,100개사 · 고객수 : 220만명 · 복지포인트 수주 규모 : 1.1조원
복지 컨텐츠	<ul style="list-style-type: none"> · 건강, 여행, 문화, 자기계발, 취미, 쇼핑 등 컨텐츠 운영 · CP사(Content Provider) 약 3,800개사

03. 플랫폼 구성 및 특성(1)

복지플랫폼은 선택적복지제도(복지포인트)를 위한 전문 시스템으로,
기업이 운영하는 사내 복지제도까지 통합 관리할 수 있도록 지원합니다.



고객사별 제도 특성을 고려한 맞춤형 구축
(기업의 니즈에 대응할 수 있는 시스템의 유연한 구조)

복지포인트 배정부부터 환급까지 일괄 처리
(다양한 복지 재원을 포인트로 전환/운영 가능)

B2B 전용 국내 최대 컨텐츠 생태계 형성
(건강/자기계발/문화/레저/여행/쇼핑/생활)

오프라인 서비스 결합
(복지포인트 현장 결제 + 멤버십 네트워크)

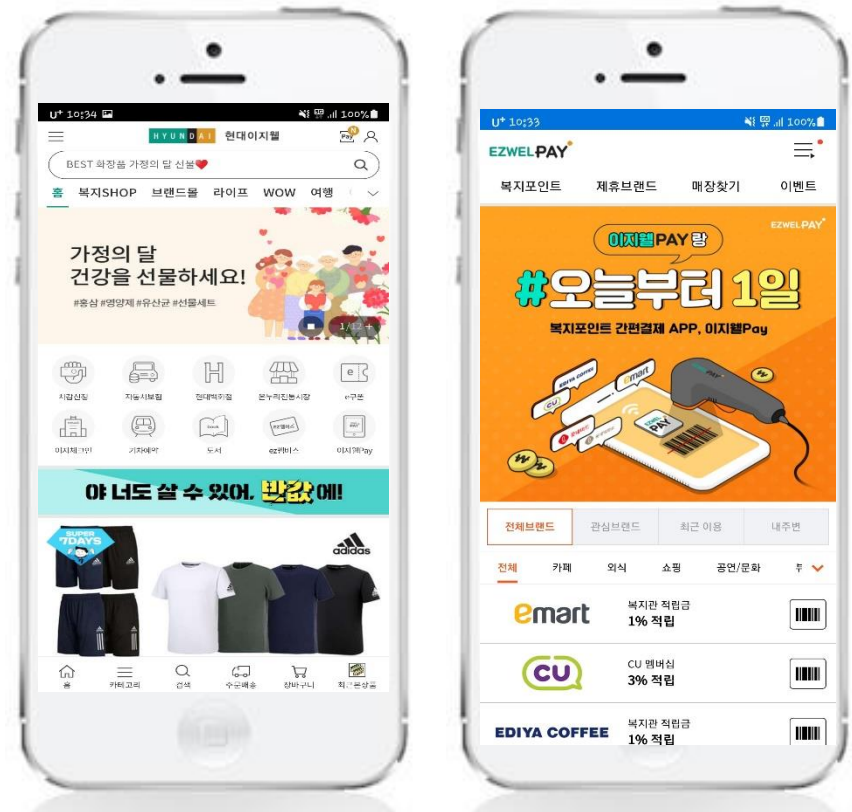
03. 플랫폼 구성 및 특성(2)

고객사별 니즈에 따라 **맞춤형으로 구축되며** PC & 모바일 버전으로 제공됩니다.

▶ 복지플랫폼(PC)



▶ 복지플랫폼(모바일)

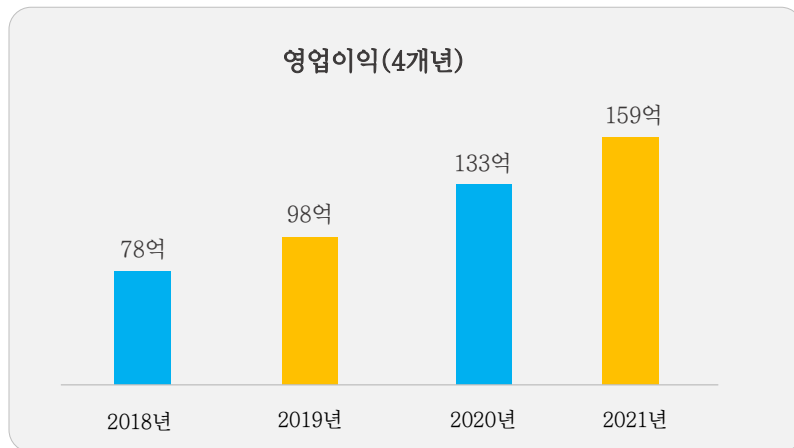


05. Strength(1)

복지포인트에 의한 **안정적인 실적 창출**과
플랫폼 비즈니스의 특성으로 실적 대비 **비용 증가는 제한적입니다.**

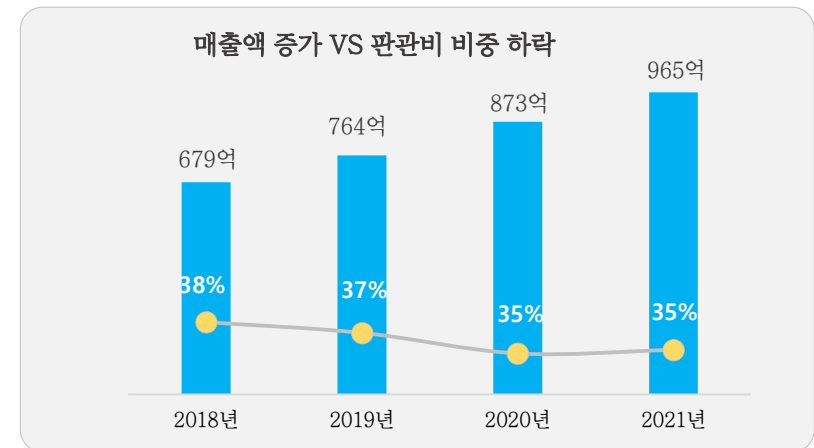
[I. 실적의 안정성]

- 경제여건에 관계 없이 실적 증가 (경기민감도 낮음)
- 배정된 포인트는 해당 년도에 소진해야 하는 구조
- 특정 거래처에 대한 의존도 낮음



[II. 수익률 구조]

- 매출액 상승 대비 판관비 증가는 제한적인 사업 구조
- 2017년부터 수익성 개선 본격화
- 영업이익률 상승 中
: 2019년(12.6%) > 2020년(15.1%) > 2021년(16.5%)



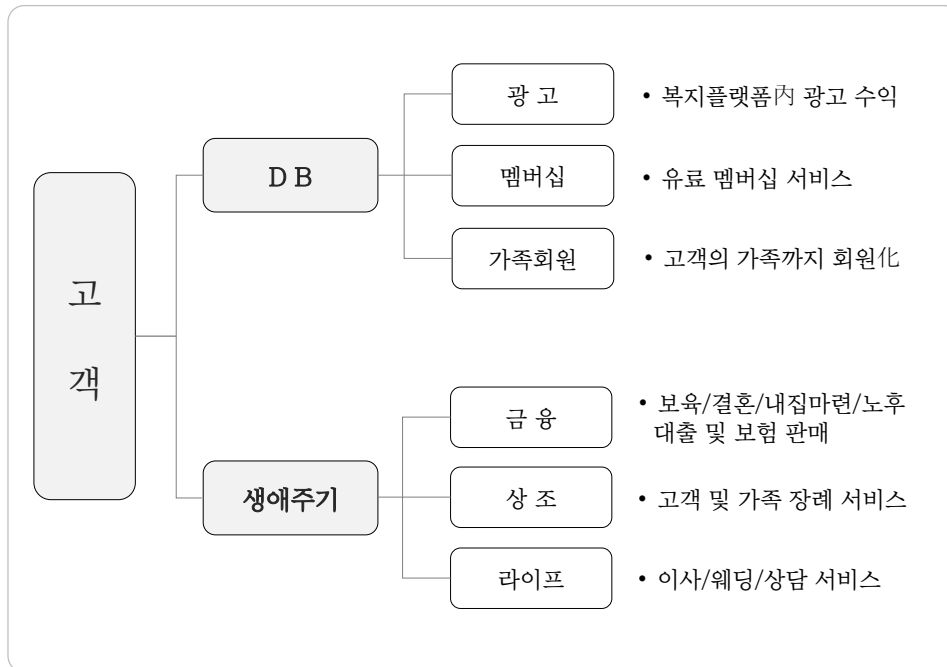
* 막대그래프 : 매출액
* 선 그래프 : 판관비 비중

05. Strength(2)

보유한 우량 고객으로 **추가적인 수익 확보**가 가능하고,
복지플랫폼은 **비즈니스 확장이 용이**한 구조를 갖추고 있습니다.

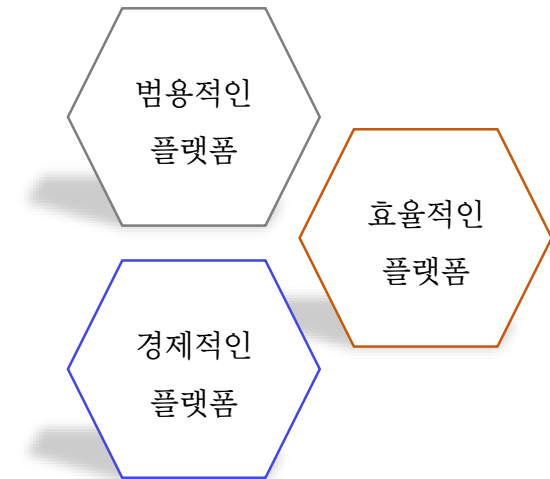
[III. 고객 가치]

- 고용 안정성 및 구매력이 양호한 우량 직장인을 고객으로 확보
- 복지포인트 기반의 매출外 다양한 부가가치 창출



[IV. 플랫폼 확장의 용이성]

- 복지플랫폼은 다른 영역으로 확장시 적은 리소스로 커스터마이징 가능하도록 설계됨.
- 따라서 신속한 플랫폼 확장이 가능함.





Chapter 3

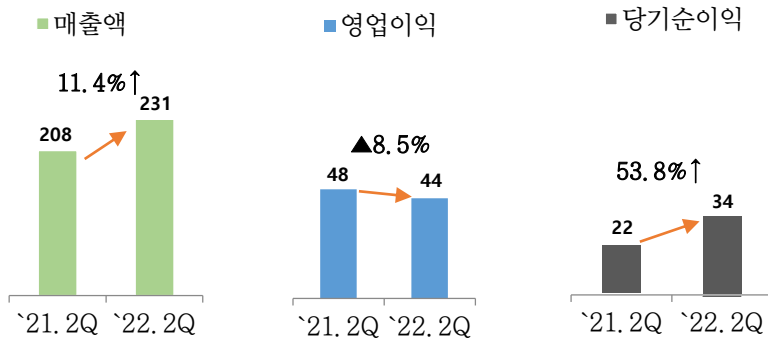
탄탄한 재무 구조를 기반으로 성장하는 'EZWEL'

01. `22년 2분기 실적 리뷰
02. 현대이지웰 VISION 2030
03. 투자 하이라이트
04. Appendix

01. '22년 2분기 실적

2Q FY2022

[단위 : 억원]



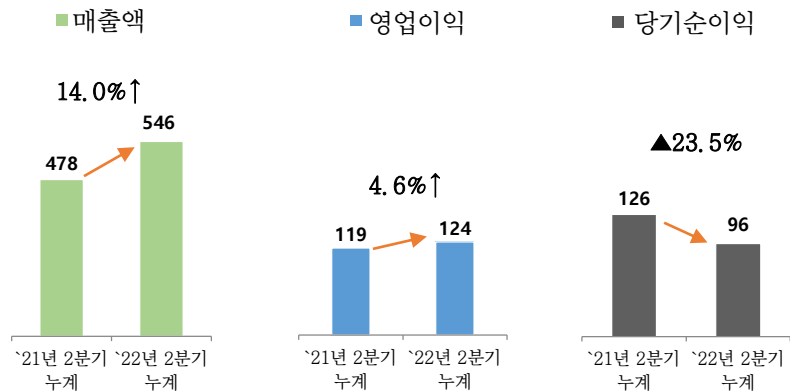
'22년 2분기 손익 Rivew

(1) 매출액 : 231억 (YOY 11.4% 신장)

- 복지포인트 신규 수주 고객사 확대, 온라인 사용율 증가 ('21년 32.7% → '22년 33.8%) 및 상품력 강화에 따른 개인 결제 금액 증가 등으로 전년대비 22% ↑ 신장
- 관리매출(취급고)은 전년대비 16.3% 증가한 1,631억 달성

2Q Acc. FY2022

[단위 : 억원]



(2) 영업이익 : 44억 (YOY ▲8.5% 감소)

- 매출액은 신장하였으나, 인건비 및 지급수수료 등 비용 증가로 영업이익 감소

(3) 당기순이익 : 34억 (YOY 53.8% 신장)

- 영업외손익 개선 및 법인세비용 감소에 따른 당기순이익 신장

02. 현대이지웰 VISION 2030



현대백화점그룹과의 시너지로 **상품/컨텐츠 경쟁력 강화**를 통한 성장 가속화 기대

Investment Highlights

1

지속적으로 성장하는 복지포인트 규모(동업계 1위)

- 기업경영에서 직원 복지의 중요성이 높아짐에 따라 선택적복지제도 도입 및 포인트 규모 증액
- 복지포인트 수주 규모 : `20년 1조 → `21년 1.1조

2

차별화된 혜택 제공으로 고객 만족도 제고

- 3,800여개의 CP사를 통한 약 130만가지 상품 및 컨텐츠 보유
- 현대이시월만의 차별화된 복지물 경쟁력 『레인보우혜택』
(① 'N' 사 최저가 정책, ② 최저가 보상, ③ 무료 교환, ④ 무료 반품, ⑤ 배송 지연보상, ⑥ 품질 보상, ⑦ 정품 보장)

3

현대백화점그룹과의 시너지 창출 및 범현대家 신규 수주 진행

- 현대백화점그룹 계열사 복지포인트 도입 및 범현대家 수주 진행
- 그룹 계열사의 신뢰도 높은 상품 및 컨텐츠 판매를 통한 복지물 경쟁력 강화
(백화점 유형상품, 홈쇼핑 방송상품, 그린푸드 식품, 리바트 토탈인테리어 상품 등)

4

향후 기업지배구조 개선 및 주주가치 제고를 통한 기업가치 증대 기대

04. Appendix- 요약재무제표 (연간)

▶ 재무상태표

(단위 : 백만원)

구 분	2018년	2019년	2020년	2021년
유동자산	46,763	55,405	116,049	125,995
비유동자산	35,923	34,803	20,243	26,660
I. 자산총계	82,686	90,208	136,292	152,655
유동부채	53,388	51,841	74,426	71,483
비유동부채	1,220	1,992	157	353
II. 부채총계	54,608	53,833	74,582	71,837
자본금	5,037	5,496	11,873	11,873
자본잉여금	9,603	16,278	19,864	19,864
기타자본구성요소	(6,136)	(6,136)	-	-
기타포괄손익누계액	(437)	(3,007)	(2,388)	2,058
이익잉여금	19,631	23,645	32,361	47,024
III. 자본총계	28,078	36,375	61,710	80,819

▶ 손익계산서

(단위 : 백만원)

구 분	2018년	2019년	2020년	2021년
1. 매출액	73,065	82,317	87,188	96,522
2. 매출총이익	35,500	40,636	43,471	51,161
3. 판매비와관리비	28,499	31,229	30,160	35,226
4. 영업이익	7,001	9,407	13,311	15,934
5. 경상이익	2,443	6,531	12,604	15,786
6. 당기순이익	1,688	4,691	7,854	15,394

※ 2021년 이전 재무제표는 연결재무제표임

04. Appendix-요약재무제표(분기)

▶ 손익계산서(분기)

(단위 : 백만원)

구 분	2021년					2022년				
	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간
1. 매출액	27,104	20,759	22,803	25,855	96,522	31,432	23,126			54,558
※ 취급고	166,886	140,257	137,070	135,358	579,571	199,675	163,105			362,780
2. 매출총이익 (이익률)	14,843 (54.8%)	12,630 (60.8%)	11,779 (51.7%)	11,908 (46.1%)	51,161 (53.0%)	17,173 (54.6%)	14,184 (61.3%)			31,358 (57.5%)
3. 판매비와관리비 (판매비율)	7,769 (28.7%)	7,840 (37.8%)	9,001 (39.5%)	10,616 (41.1%)	35,226 (36.5%)	9,142 (29.1%)	9,802 (42.4%)			18,945 (34.7%)
4. 영업이익 (이익률)	7,075 (26.1%)	4,790 (23.1%)	2,778 (12.2%)	1,292 (5.0%)	15,934 (16.5%)	8,031 (25.5%)	4,382 (18.9%)			12,413 (22.8%)
5. 경상이익 (이익률)	6,891 (25.4%)	5,153 (24.8%)	2,900 (12.7%)	843 (3.3%)	15,786 (16.4%)	8,238 (26.2%)	4,692 (20.3%)			12,930 (23.7%)
6. 당기순이익 (이익률)	10,325 (37.1%)	2,231 (10.7%)	2,271 (10.0%)	567 (2.2%)	15,394 (15.9%)	6,179 (19.7%)	3,431 (14.8%)			9,609 (17.6%)

※ 당해년도 취급고는 잠정치로 변동될 수 있음