



# Investor Relations 2022

## 2022년 3분기

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

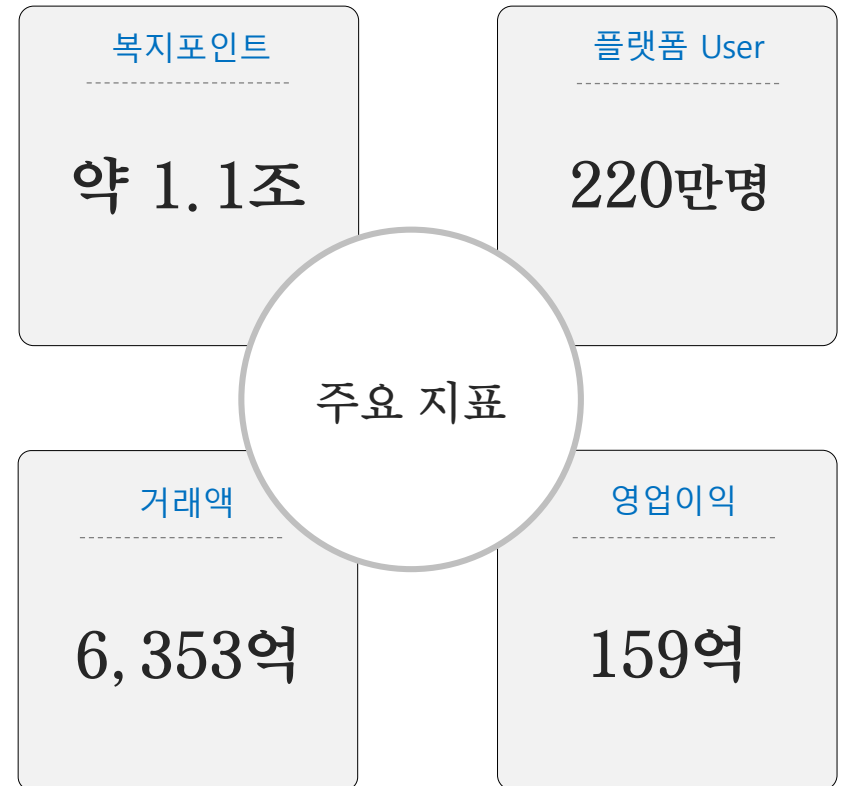
대한민국의 복지기준을  
만들어 가는 'EZWEL'

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 기업임

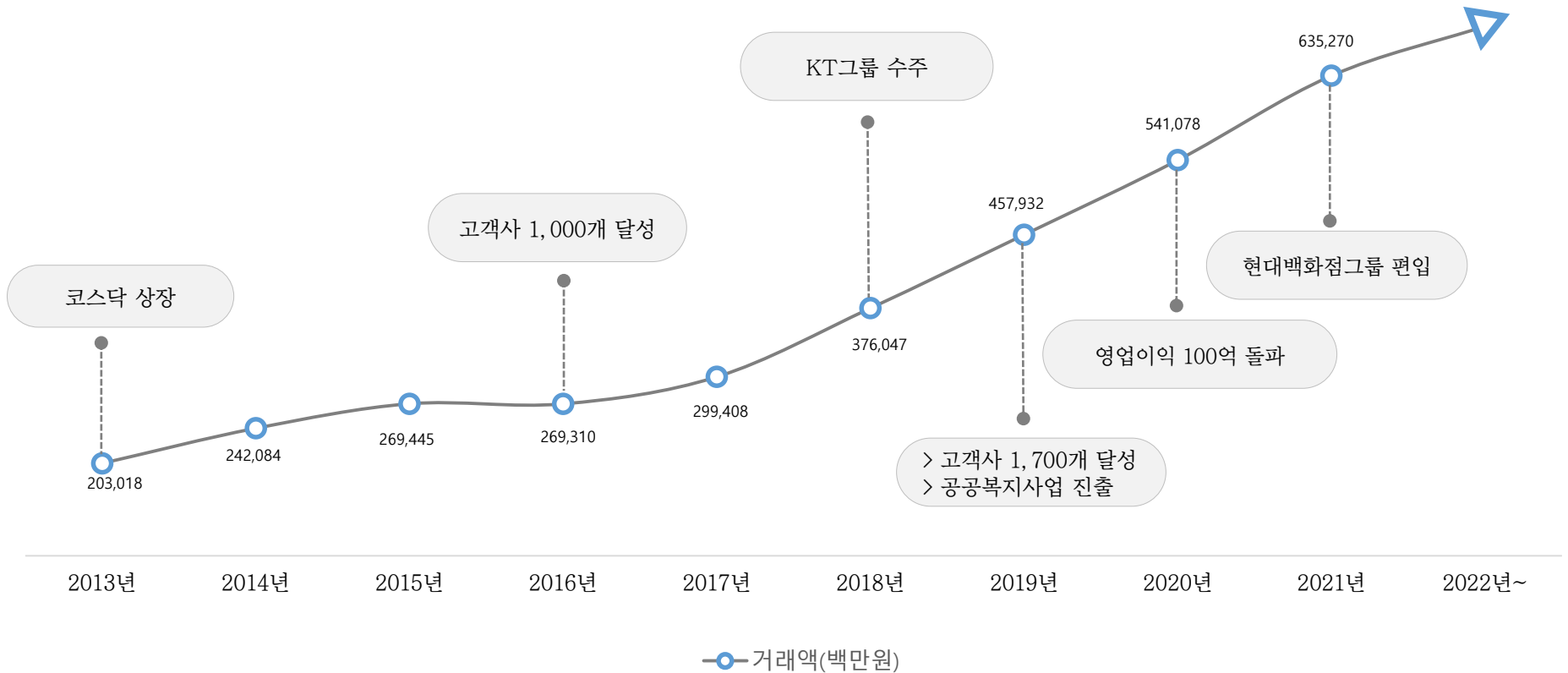
회사명	· 주식회사 현대이지웰
대표이사	· 장영순
설립일	· 2003년 01월 14일
자본금	· 119억원
인력현황	· 356명 ('22년 9월말 기준)
주요사업	· 기업복지사업, 공공복지사업
소재지	· 서울시 서대문구 충정로 23
최대주주	· 현대그린푸드(지분율 : 28.26%)



※ 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 진행**되고 있음





## 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

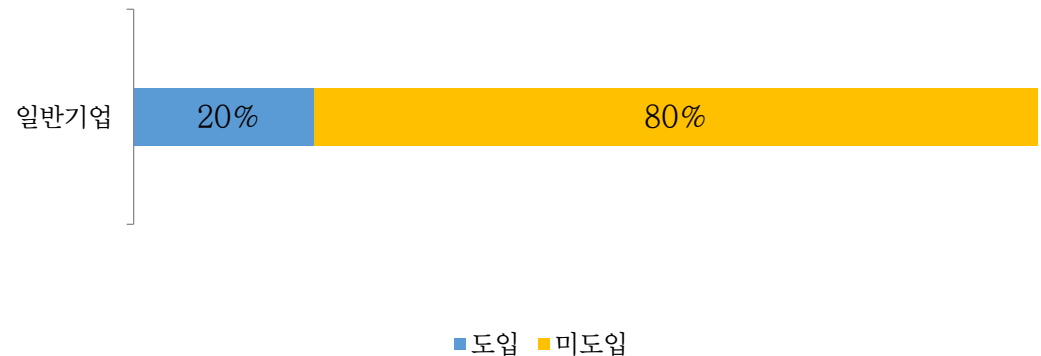
## 01. 시장 현황

현대이지웰은 기업복지시장의 50%를 점유하고 있는 Market Leader임 (M/S 1위 기업)

▶ 현대이지웰 고객사



▶ 복지포인트 도입률

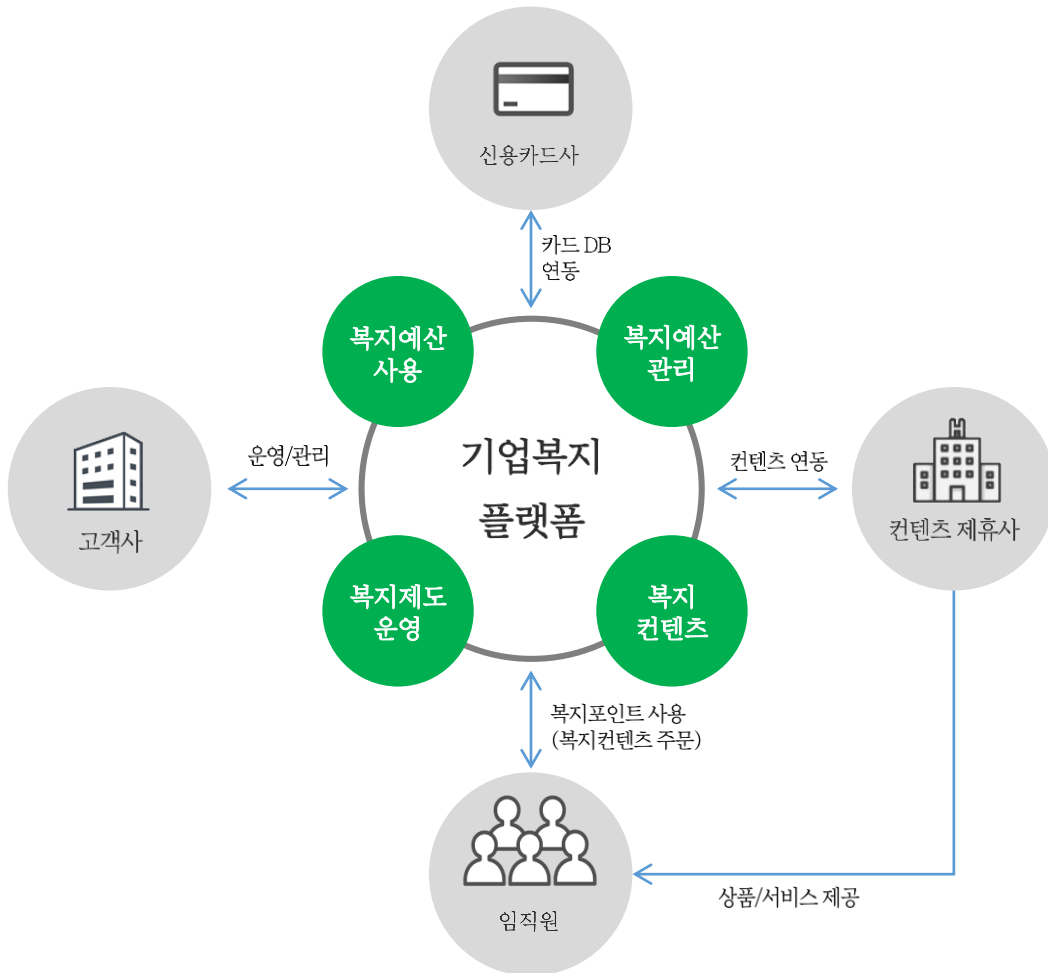


- 일반기업은 국내 100인 이상 일반기업 1.3만개 중 약 20% 정도만 선택적 복지제도를 도입하여 확장 가능성 높음
- HR 전략에 있어 복지제도가 중요한 만큼 임직원의 만족도가 높은 복지포인트 도입은 지속될 것으로 예상됨

## 02. 사업 구조

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

(`21년 기준)

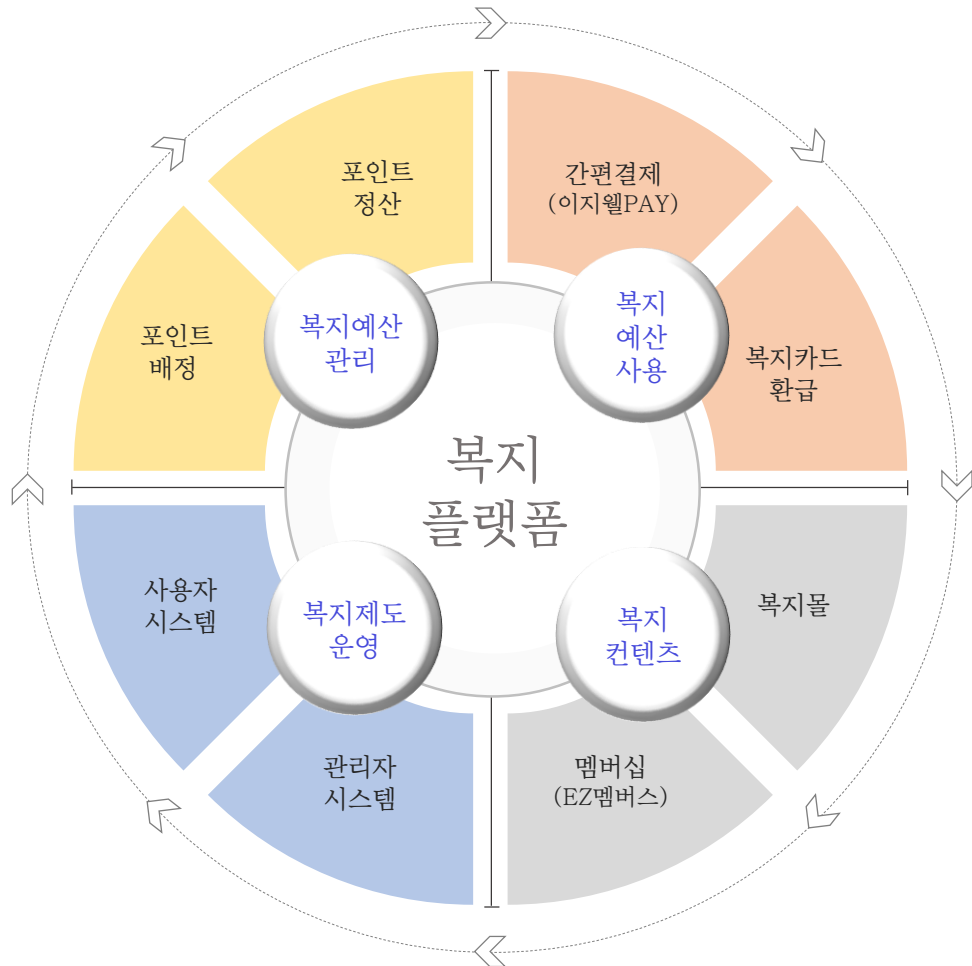


구분	내용
수익 구조	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 판매수수료</li> <li>- 주문금액 기준 5%~20%</li> </ul>
서비스 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 고객사 : 약 2,100개사</li> <li>· 고객수 : 220만명</li> <li>· 복지포인트 수주 규모 : 1.1조원</li> </ul>
복지 컨텐츠	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 건강, 여행, 문화, 자기계발, 취미, 쇼핑 등 컨텐츠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



## 03. 플랫폼 구성 및 특성(1)

복지플랫폼은 선택적복지제도(복지포인트)를 위한 전문 시스템으로,  
기업이 운영하는 **사내 복지제도까지 통합 관리**할 수 있도록 지원함



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

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

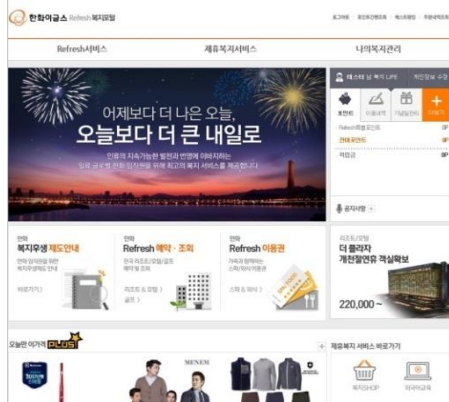
**B2B 전용 국내 최대 컨텐츠 생태계 형성**  
(건강/자기계발/문화/레저/여행/쇼핑/생활)

**오프라인 서비스 결합**  
(복지포인트 현장 결제 + 멤버십 네트워크)

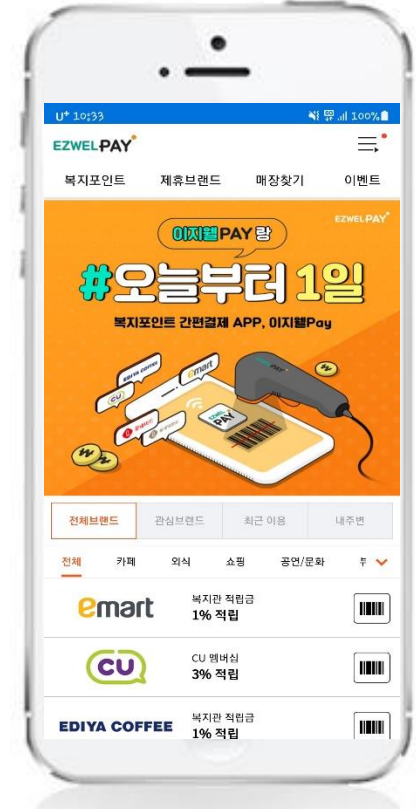
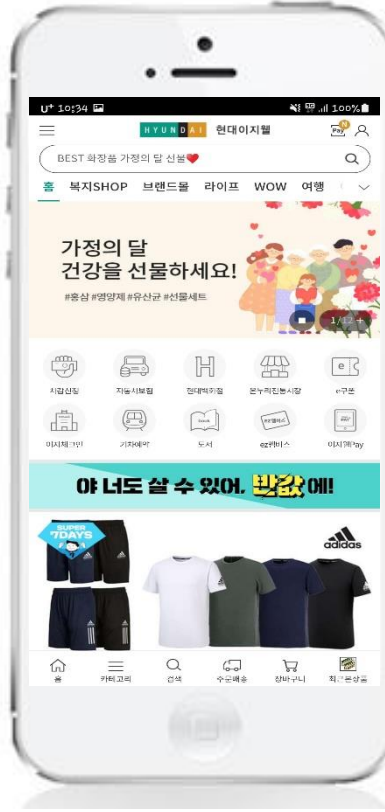
# 03. 플랫폼 구성 및 특성(2)

고객사별 니즈에 따라 **맞춤형**으로 구축되며 PC & 모바일 버전으로 제공됨

## ▶ 복지플랫폼(PC)



## ▶ 복지플랫폼(모바일)

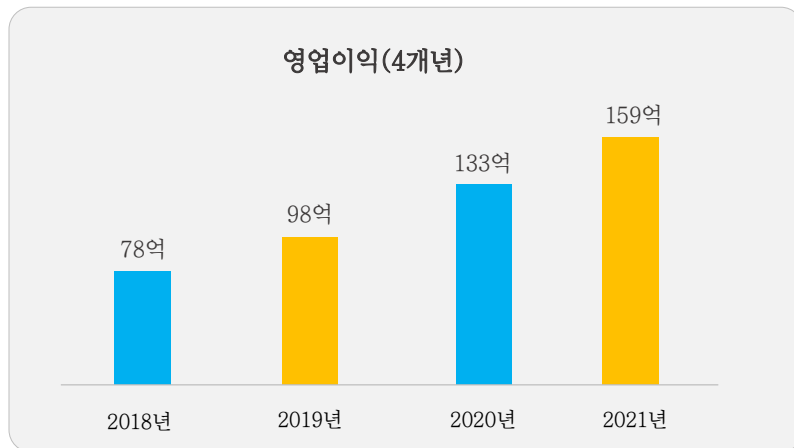


## 05. Strength(1)

복지포인트에 의한 **안정적인 실적 창출**과  
플랫폼 비즈니스의 특성으로 실적 대비 **비용 증가는 제한적**임

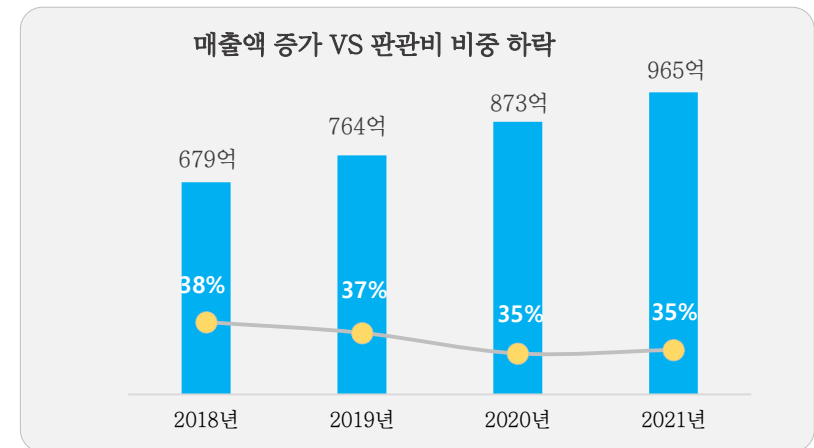
## [ I. 실적의 안정성 ]

- 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%)



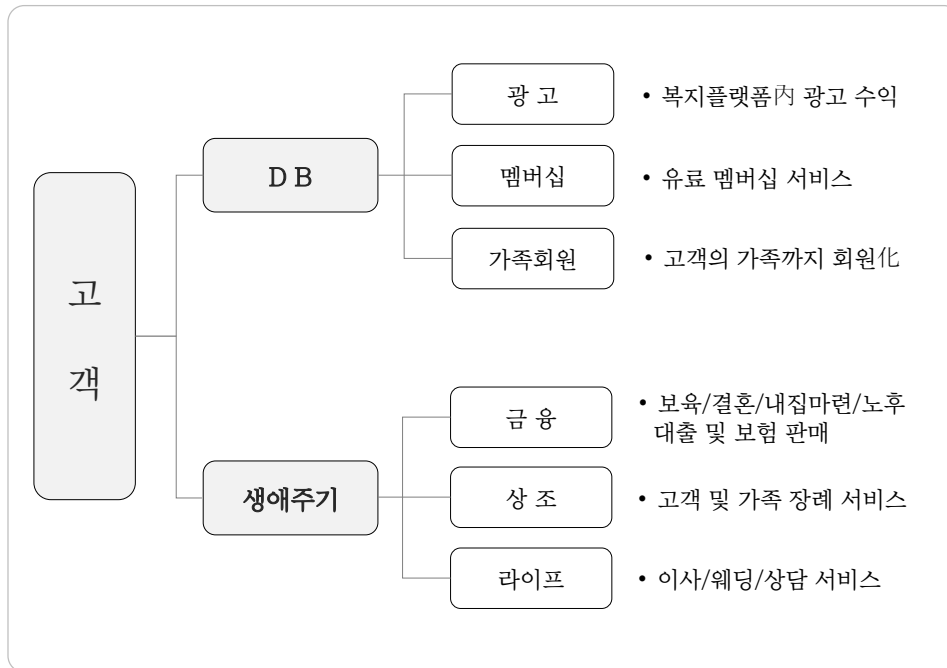
\* 막대그래프 : 매출액  
\* 선 그래프 : 판관비 비중

## 05. Strength(2)

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

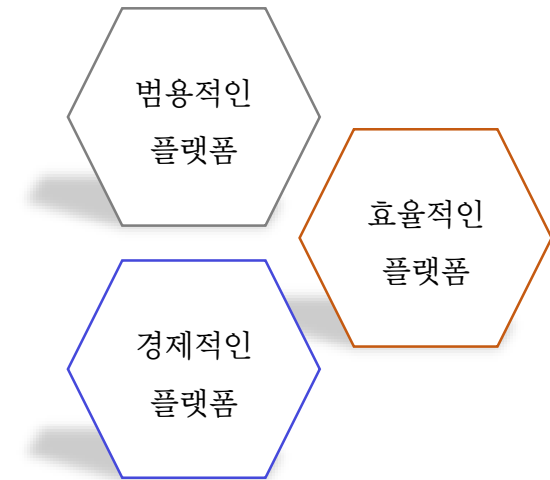
## [ III. 고객 가치 ]

- 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

### 신성장 동력 확보를 위한 식대복지 사업 진출

01. (주)벤디스 회사 개요
02. 인수 배경
03. 인수 시너지
04. 인수 이후 확장 전략
05. (주)벤디스 인수 내용
06. 인수 가격의 적정성

## 01. (주)벤디스 회사 개요

(주)벤디스는 '14년 업계 최초로 모바일 식권 서비스인  
『식권대장』을 런칭한 국내 모바일 식권 1위 기업임



▶ 회사 개요

구분	주요 내용																
(1) 사업 영역	<input type="checkbox"/> 임직원 복지서비스 제공 플랫폼 사업 - 모바일 식권(식권대장), 배달식사, 장보기(커머스), 복지대장, B2B 등																
(2) 대표이사	<input type="checkbox"/> 조정호																
(3) 설립 일자	<input type="checkbox"/> 2014년 1월 21일																
(4) 본사 주소	<input type="checkbox"/> 서울특별시 강남구 봉은사로103길 5 성재빌딩 4층																
(5) 주요 연혁	<table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>주요 내용</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2014. 09</td> <td>• 국내 최초 모바일 식권 밀크(MEALC) 공식 런칭</td> </tr> <tr> <td>2015. 02</td> <td>• 초기 투자 유치 (본엔젤스파트너스, 우아한형제들)</td> </tr> <tr> <td>2015. 03</td> <td>• 『식권대장』으로 서비스명 변경</td> </tr> <tr> <td>2016. 07</td> <td>• 시리즈A 투자유치 (네이버, 우아한형제들, 산업은행)</td> </tr> <tr> <td>2018. 07</td> <td>• 시리즈B 투자유치 (신한코그니티브, KB 증권 등)</td> </tr> <tr> <td>2021. 12</td> <td>• 연간 거래액(GMV) 600억 돌파</td> </tr> <tr> <td>2022. 03~05</td> <td>• 기타 개인 투자자 모집</td> </tr> </tbody> </table>	구분	주요 내용	2014. 09	• 국내 최초 모바일 식권 밀크(MEALC) 공식 런칭	2015. 02	• 초기 투자 유치 (본엔젤스파트너스, 우아한형제들)	2015. 03	• 『식권대장』으로 서비스명 변경	2016. 07	• 시리즈A 투자유치 (네이버, 우아한형제들, 산업은행)	2018. 07	• 시리즈B 투자유치 (신한코그니티브, KB 증권 등)	2021. 12	• 연간 거래액(GMV) 600억 돌파	2022. 03~05	• 기타 개인 투자자 모집
구분	주요 내용																
2014. 09	• 국내 최초 모바일 식권 밀크(MEALC) 공식 런칭																
2015. 02	• 초기 투자 유치 (본엔젤스파트너스, 우아한형제들)																
2015. 03	• 『식권대장』으로 서비스명 변경																
2016. 07	• 시리즈A 투자유치 (네이버, 우아한형제들, 산업은행)																
2018. 07	• 시리즈B 투자유치 (신한코그니티브, KB 증권 등)																
2021. 12	• 연간 거래액(GMV) 600억 돌파																
2022. 03~05	• 기타 개인 투자자 모집																

## 01. (주)벤디스 회사 개요

(주)벤디스는 코로나 상황에서도 20% 이상의 높은 신장을 하였고, '22년 코로나 엔데믹에 접어들면서 본격 성장 중  
**손익 또한 지속 개선세를 보이고 있어 '23년 하반기 손익분기점(月 BEP)에 접어들 것으로 예상됨**

▶ 손익·재무 현황

(단위 : 백만원)

구분		'18년	'19년	'20년	'21년	비고
손익현황	거래액	40,531	51,626	54,131	63,781	▷ '22년 예상 거래액 : 1천억 예상 ※ '22년 월별 거래액 추이 1월 61억 → 2월 55억 → 3월 63억 → 4월 68억 → 5월 75억 → 6월 80억 → 7월 90억 → 8월 92억 → 9월 93억
	매출총이익	907	1,081	1,821	4,131	
	영업이익	-1,294	-2,608	-2,803	-634	
재무현황	자산	6,821	7,193	5,847	6,412	
	부채	1,300	4,226	4,174	5,756	
	자본	5,521	2,967	1,674	656	

▶ 주요 지표 (고객사 수 & 가맹점 현황)

구분	'19년 末	'20년 末	'21년 末	'22년 6월 末	비고
식권대장 고객사 수	513개	711개	1,044개	1,368개	▷ '22년 6월 말 등록 고객수 : 197,429명
식권대장 가맹점 수(식당)	4,255개	5,985개	8,195개	8,700개	▷ 프랜차이즈 점포수 포함 시 : 32,000개

## 02. 인수 배경

시장의 높은 성장성, 복지사업 관련 높은 확장성, 당사의 사업 포트폴리오 확장 등을 고려하여 인수를 추진함

### ▶ 시장의 높은 성장성

- 최근 기업들의 근무형태 변화(재택근무, 거점근무 등) 및 식대복지 확대로 모바일 식권 시장의 성장은 매우 높을 것으로 예상됨  
※ 시장규모(상위 3사 기준) : '20년 1,146억 → '21년 1,406억 → '22년 2,000억(예상)
- 기업의 식대 지원은 소득세법상 식대 비과세 한도(10만원)에 맞춰 제공되고 있는데, 최근 높은 물가 상승으로 비과세 한도를 20만원으로 늘리는 소득세법 개정안이 국회를 통과('23년 부 적용)한 점도 향후 모바일 식권 시장 성장의 긍정적 요소임
- 개성이 강하고 다양성을 추구하는 직장인들이 증가함에 따라 식사에 대한 니즈도 다양해 지고 있으며, 종이식권 또는 지정식당을 활용하던 기존의 기업 식사복지 대비 편리할 뿐만 아니라 다양한 가맹점을 이용할 수 있다는 점에서 트렌디함

### ▶ 복지사업 관련 높은 확장성

- 고객사를 수주해서 매출이 발생한다는 점에서 당사와 사업구조가 유사하며, 양사의 고객사 중복률이 낮아 향후 고객사 확대 시 높은 시너지가 예상됨
- 모바일 식권 App의 경우, 이용자인 임직원들이 식사 결제를 위해 매일 사용한다는 점을 활용하여 향후 다양한 서비스 탑재를 통해 플랫폼 사업자로서의 확장도 가능함
- 양사 서비스 연동을 통해 선택적복지 및 모바일 식권 시장 內 경쟁사와 차별화하여 수주 경쟁력 강화 가능

### ▶ 해외 동종업계의 행보

\* BPO(Business Process Outsourcing) : 회사의 비핵심업무를 외부 업체에 맡기는 아웃소싱 방식

- 「Benefit One」은 일본의 대표적인 기업 복지서비스 사업자로 상장기업의 약 40%를 고객사로 보유하고 있으며, 고객 약 1,000만명을 대상으로 다양한 복지서비스(상조·결혼 등) 제공과 더불어 인사 업무 관리 BPO 서비스를 새롭게 추진하는 등 사업을 다각화하고 있음
- 해외 선진 기업의 사업 방향을 벤치마킹하여 당사도 식대복지 사업 진출을 통해 BPO 사업 확장의 교두보를 마련하고자 함



## 03. 인수 시너지

(주)벤디스 인수를 통해 **커머스 역량을 강화하고, 고객사 및 가맹점 제휴 시너지를 극대화하여 이지웰의 신성장 동력으로 성장시키고자 함**

▶ 커머스 역량 강화

구분	주요 내용	비고
(1) 이지웰 복지몰 연동	□ 식권대장 App 內 이지웰 복지몰 연동을 통해, 식권대장의 방문자 트래픽을 적극 활용한 커머스 시너지 추진	
(2) B2B 특판 시너지	□ B2B 특판 역량을 지닌 이지웰이 벤디스 고객사 대상으로 명절, 창립기념일, 근로자의 날 등 고객사 니즈에 맞는 상품제안으로 B2B 특판 매출 확대	
(3) 간편식 전문몰 구축	□ 식권대장의 간편식/밀키트 상품판매 카테고리 內 계열사(배화점, 그린푸드 등) 상품/콘텐츠 확대 추진	

▶ 고객사 및 가맹점 제휴 시너지

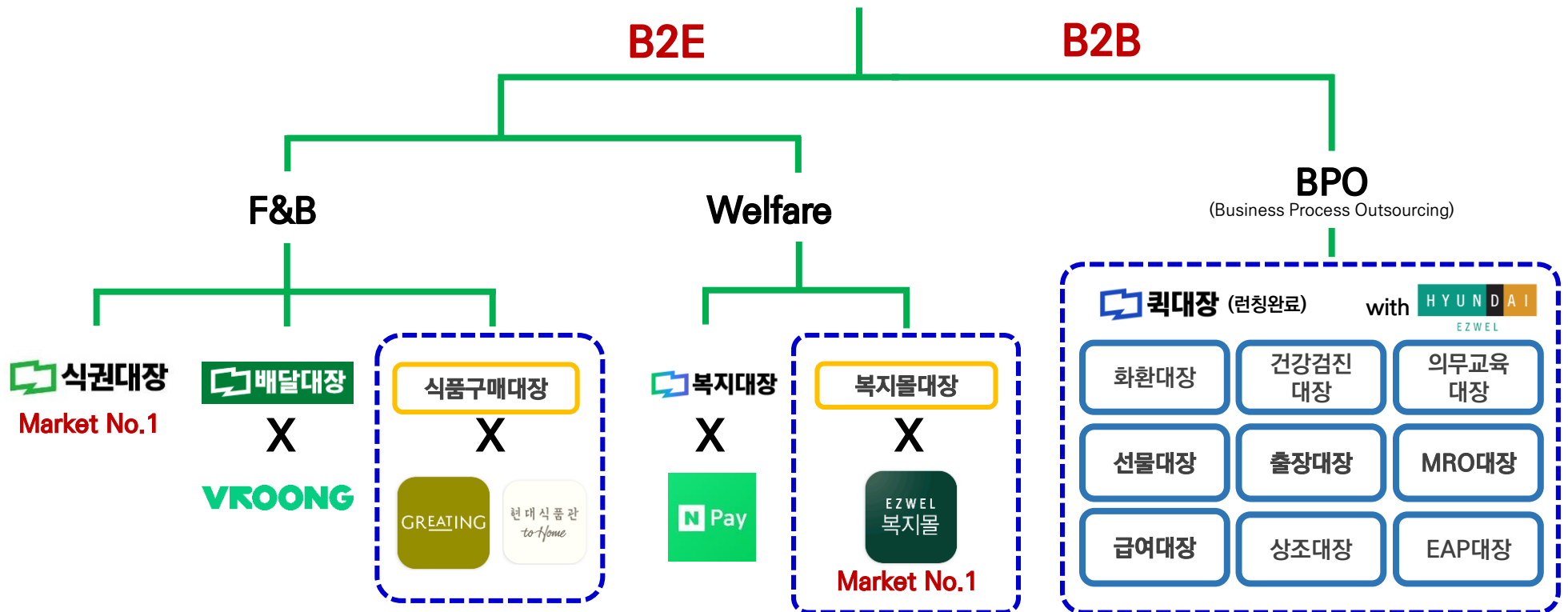
- 당사 고객사 대상 벤디스(식권대장) 고객화, 벤디스 고객사 대상 이지웰 선택적복지 고객화 추진
- 현대백화점 內 식당과의 제휴 등을 통해 식권대장의 가맹점을 추가 확보, 이지웰Pay 가맹점 제휴 지원 등
- 현대백화점 그룹 등 식권대장 서비스 도입

이지웰의 신성장 동력으로 성장

# 04. 인수 이후 확장 전략

『선택적 복지 No.1 이지웰』 & 『식대 복지 No.1 벤디스』의 적극적인 협업을 통해  
『국내 B2B & B2E 1위 기업』이 되고자 함

## 국내 B2B & B2E 1위 기업



## 05. (주)벤디스 인수 내용

### ▶ 인수 목적

- 복지사업 포트폴리오 확대(식권사업) 및 미래 신성장 동력 확보
- 고객사 수주 및 가맹점 제휴 등 양사 협업 시너지를 통한 사업 경쟁력 강화
- 경쟁사 대비 차별화된 서비스 제공을 통한 시장 지배력 확대

### ▶ 주식매매계약 주요 내용

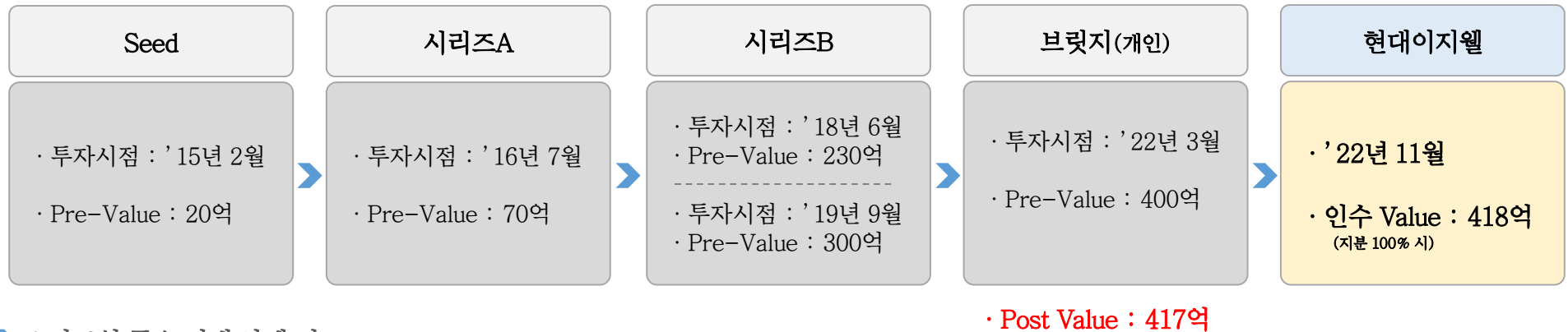
- (주)벤디스의 기업가치를 418억으로 평가하여 경영진 조정호 대표와 한선호 CTO의 보유지분 50%와 전 경영진 및 일반 투자자(FI, SI 등) 보유지분 100%를 371억(지분율 88.8%)에 인수 예정

구분	주요 내용	비고
매도인	<input type="checkbox"/> 조정호 대표 外 44인	
매매 대상	<input type="checkbox"/> (주)벤디스 보통주 498,169주 (지분율 88.8%)	
매매대금	<input type="checkbox"/> 총 37,088백만원 (1주당 @74,449원)	
거래 종결일	<input type="checkbox"/> 2022년 11월 22일	

## 06. 인수 가격의 적정성

## ▶ 벤디스 최근 투자단가 비교

- 매매 예정가액(1주당 @74,449원)은 '22년 3~4월 브릿지(개인) 투자 Post 밸류 수준이며, '18년 6~7월 시리즈B 투자단가(@59,666원)와 현재의 개선된 정량 지표 등 감안 시 합리적인 수준임 ('18년 거래액 405억 대비 '22년 예상 거래액 900억 이상으로 2배 이상 증가)



## ▶ 스타트업 주요 거래 사례 비교

- 통상 스타트업에 대한 기업가치는 거래액(GMV)이 주된 기준이 되고 있으며, GMV 멀티플 1배 이상 수준에서 거래되고 있음  
 ※ 신세계 그룹이 인수한 W컨셉('21. 4월 지분 100%, 2,650억 인수) GMV 멀티플 1.1배, 지그재그(카카오) 1.3배
- 당사가 벤디스 인수 시 책정된 기업가치(418억)는 GMV 멀티플 0.4 ~ 0.5배 수준으로 합리적인 수준임

## ▶ 회계법인 가치평가 결과

- 평가 결과 : 회계법인의 기업가치 평가 결과 벤디스의 지분가치(100% 기준) 범위는 405억(@72,150원) ~ 492억(@87,685원)으로 평가되어 매매 예정가액(418억 Value, @74,449원)은 적정한 것으로 판단됨

양수도 자산의 평가액	최소 40,495백만원 ~ 최대 49,214백만원
양수도 자산의 1주당 평가액	최소 72,150원 ~ 최대 87,685원

※ 당사 인수 지분율 88.8% 적용시 양수도 자산의 평가액 : 최소 35,943백만원 ~ 최대 43,682백만원



## Chapter 4

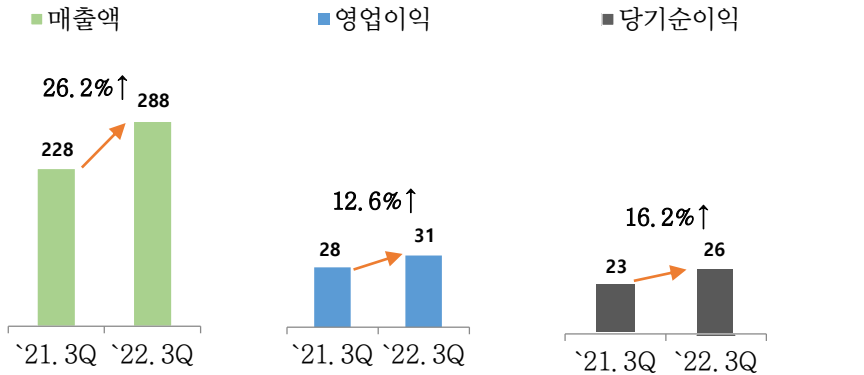
### 탄탄한 재무 구조를 기반으로 성장하는 'EZWEL'

01. '22년 3분기 실적 리뷰
02. 현대이지웰 VISION 2030
03. 투자 하이라이트
04. Appendix

## 01. '22년 3분기 실적

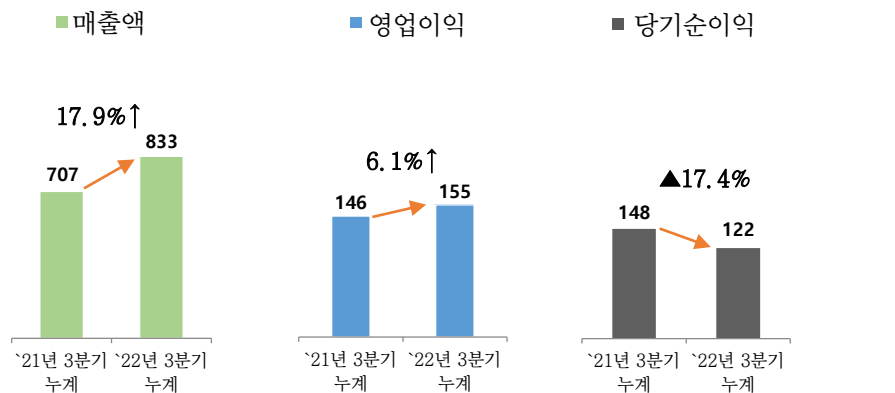
## 3Q FY2022

[단위 : 억원]



## 3Q Acc. FY2022

[단위 : 억원]



## '22년 3분기 손익 Rivew

## (1) 매출액 : 288억 (YOY 26.2% 신장)

- 복지포인트 신규 수주 고객사 확대, 온라인 사용율 증가 ('21년 34.3% → '22년 35.2%) 및 상품력 강화에 따른 개인 결제 금액 증가 등으로 전년대비 22% ↑ 신장
- 관리매출(취급고)은 전년대비 25.4% 증가한 1,713억 달성

## (2) 영업이익 : 31억 (YOY 12.6% 신장)

- 매출액 신장 및 효율적 관관비 집행에 따른 영업이익 증가

## (3) 당기순이익 : 26억 (YOY 16.2% 신장)

- 영업외손익 개선에 따른 당기순이익 신장

## 02. 현대이지웰 VISION 2030



## 03. 투자 하이라이트

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
- 현대이지웰만의 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

### 적극적인 신규 사업 확대 및 기업지배구조 개선 등을 통한 기업가치 제고



## 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	28,773		83,331
※ 취급고	166,886	140,257	137,070	135,358	579,571	199,675	162,658	171,335		533,668
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%)	14,090 (49.0%)		45,448 (54.5%)
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%)	10,961 (38.1%)		29,906 (35.9%)
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%)	3,129 (10.9%)		15,542 (18.7%)
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%)	3,361 (11.7%)		16,291 (19.6%)
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%)	2,640 (9.2%)		12,249 (14.7%)

※ 당해년도 취급고는 잠정치로 변동될 수 있음