

# Investor Briefing

2023년 2분기 실적



ZINUS

# Disclaimer

---

본 자료에 포함된 2023년 2분기 주식회사 지누스(이하 “회사”)의 연결기준 경영실적 및 재무성과와 관련한 모든 정보는 한국채택국제회계기준에 따라 작성되었습니다.

2023년 2분기 당사의 연결기준 경영실적은 회사 및 자회사 등에 대한 외부감사인의 회계감사가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위해 작성된 자료이므로, 그 내용 중 일부는 향후 회계감사 과정에서 달라질 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

또한, 본 자료는 미래에 대한 예측정보를 포함하고 있습니다. 이러한 정보는 실적발표 시점 현재의 당사 사업환경을 고려하여 작성된 것으로, 향후 전망은 여러가지 변수 등에 따라 실제와는 달라질 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

# 1. 2023년 2분기 경영실적 (K-IFRS 기준)

(단위: 백만원)

연결손익계산서	반기 누적 (1~6월) 실적				2분기 (4~6월) 실적			
	H1 2022	H1 2023	(신장률)	(증감액)	Q2 2022	Q2 2023	(신장률)	(증감액)
매출액	554,958	448,646	-19.2%	(106,312)	264,172	219,540	-16.9%	(44,632)
(미국)	466,732	363,245	-22.2%	(103,487)	213,615	176,658	-17.3%	(36,957)
(글로벌)	88,226	85,401	-3.2%	(2,825)	50,557	42,882	-15.2%	(7,675)
매출총이익	156,140	150,016	-3.9%	(6,124)	68,929	73,315	6.4%	4,386
<i>매출총이익률</i>	<i>28.1%</i>	<i>33.4%</i>			<i>26.1%</i>	<i>33.4%</i>		
판매관리비	118,550	136,527	15.2%	17,977	59,685	68,155	14.2%	8,470
영업이익	37,590	13,489	-64.1%	(24,101)	9,244	5,160	-44.2%	(4,084)
<i>영업이익률</i>	<i>6.8%</i>	<i>3.0%</i>			<i>3.5%</i>	<i>2.4%</i>		
당(분)기순이익	22,981	10,941	-52.4%	(12,040)	4,304	5,501	27.8%	1,197
EBITDA	57,754	35,161	-39.1%	(22,593)	19,506	16,109	-17.4%	(3,397)

1) 매출액	□ '23년 2분기 매출액은 2,195억원으로 전년 동기 대비 16.9% 감소 - 1분기에 이어 미국 주요 고객사의 재고 축소를 위한 발주 제한 정책으로 DI부문에서 큰 폭의 매출 하락 발생
2) 매출총이익	□ 원재료 및 해상운임의 정상화로 인해 매출총이익률 개선 (26.1% → 33.4%)
3) 영업이익	□ 인도네시아 3공장 가동 준비와 글로벌 시장 확장 및 시장점유율 확대를 위한 판매관리비 증가(+85억원)로 전년 동기 대비 41억원 감소
4) 당기순이익	□ 법인세 감소 및 외환차익 증가 등의 영향으로 12억원 증가

## 2. 주요지표 - ① 매출 (지역별, 품목별)

### 1) 주요 지역별/품목별 현황

(단위: 백만원)

구분	반기 누적 (1~6월) 실적				2분기 (4~6월) 실적				
	H1 2022	H1 2023	(신장률)	(증감액)	Q2 2022	Q2 2023	(신장률)	(증감액)	
① 지역별 매출	미국	466,732	363,245	-22.2%	(103,487)	213,615	176,658	-17.3%	(36,957)
	글로벌(Non-USA)	88,226	85,401	-3.2%	(2,825)	50,557	42,882	-15.2%	(7,675)
	한국	30,464	22,087	-27.5%	(8,377)	23,485	10,810	-54.0%	(12,675)
	캐나다	16,562	13,957	-15.7%	(2,605)	6,528	5,997	-8.1%	(531)
	호주	11,966	11,279	-5.7%	(687)	6,413	5,662	-11.7%	(751)
	EU	16,950	23,595	39.2%	6,645	7,002	12,405	77.2%	5,403
	기타	12,284	14,483	17.9%	2,199	7,129	8,008	12.3%	879
② 카테고리별 매출	매트리스	319,540	274,808	-14.0%	(44,732)	144,056	144,519	0.3%	463
	침실가구	216,508	158,682	-26.7%	(57,826)	110,841	67,836	-38.8%	(43,005)
	기타 (거실가구 등)	18,910	15,156	-19.9%	(3,754)	9,275	7,185	-22.5%	(2,090)

미국	□ 주요 고객사의 발주 감소 및 수요 하락으로 17.3% 역신장
글로벌 (Non-USA)	□ 한국사업은 소비자 판매액(Sell-out) 고성장에도 불구하고, 매출 인식시점 차이 등으로 공급가 매출 일시적 감소 * 한국사업 매출은 총판(위탁영업자)에 대한 공급액을 매출로 인식하여 실제 소비자 판매액 추이와 상이함 * 소비자 판매액(Sell-out) 추이는 슬라이드 9페이지 참고
카테고리	□ 미국 주요 고객사의 발주 제한으로 인해 침실가구 및 기타가구 부문에서 큰 폭의 매출 하락 발생하였으나 매트리스 부문은 다른 주요 고객사의 매출이 개선 되면서 전체적으로 2022년 2분기보다 소폭 상승함

## 2. 주요지표 - ② 판매관리비 및 주요 재무제표 사항

### 1) 주요 판매관리비 현황

(단위: 백만원)

구분	반기 누적 (1~6월) 실적				2분기 (4~6월) 실적			
	실적		매출액 대비율		실적		매출액 대비율	
	H1 2022	H1 2023	H1 2022	H1 2023	Q2 2022	Q2 2023	Q2 2022	Q2 2023
인건비	25,986	30,650	4.7%	6.8%	11,517	15,306	4.4%	7.0%
통관물류비	27,870	31,077	5.0%	6.9%	14,545	16,394	5.5%	7.5%
지급수수료	14,061	18,634	2.5%	4.2%	7,235	8,277	2.7%	3.8%
광고선전비	21,434	26,593	3.9%	5.9%	10,513	13,161	4.0%	6.0%
기타	29,199	29,573	5.3%	6.6%	15,875	15,017	6.0%	6.8%
합계	118,550	136,527	21.4%	30.4%	59,685	68,155	22.6%	31.0%

□ 인도네시아 3공장 가동 준비 인력 채용(인건비 +38억원), 시장점유율 확대 및 신규시장 성장기반 구축을 위한 마케팅(광고선전비 +26억원) 미국 내륙운송비 증가(통관물류비 +18억원), 용역비(지급수수료 +10억원) 등의 영향으로 판매관리비 85억원 증가

### 2) 기타 주요지표 사항

\* 매출채권은 당기손익공정가치 금융자산으로 분류된 매출채권 합계금액입니다.

구분	부채비율	차입금 비율	순차입금 비율	매출채권	재고자산	매입채무
2021년	113.0%	59.8%	32.0%	255,694	237,241	135,546
2022년	78.0%	49.1%	27.5%	226,975	291,760	68,076
2023년 2분기	72.3%	43.9%	29.2%	246,616	288,382	70,647

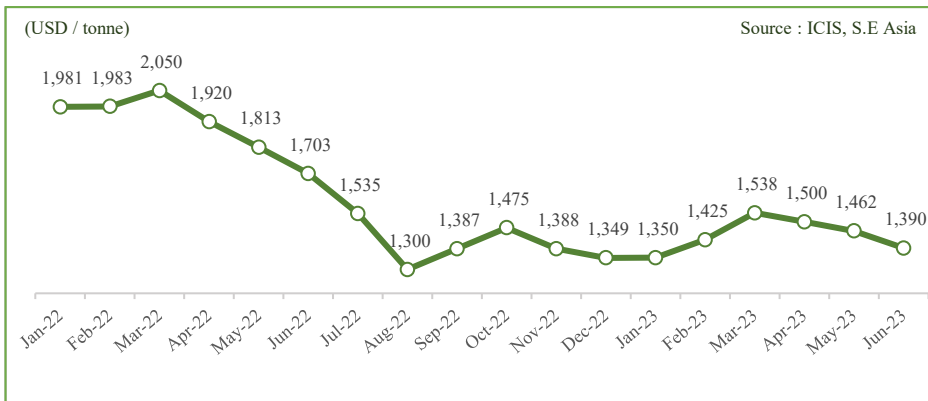
□ 차입금 상환으로 부채비율 및 차입금 비율 감소됨

## 2. 주요지표 - ③ 원재료 가격 동향

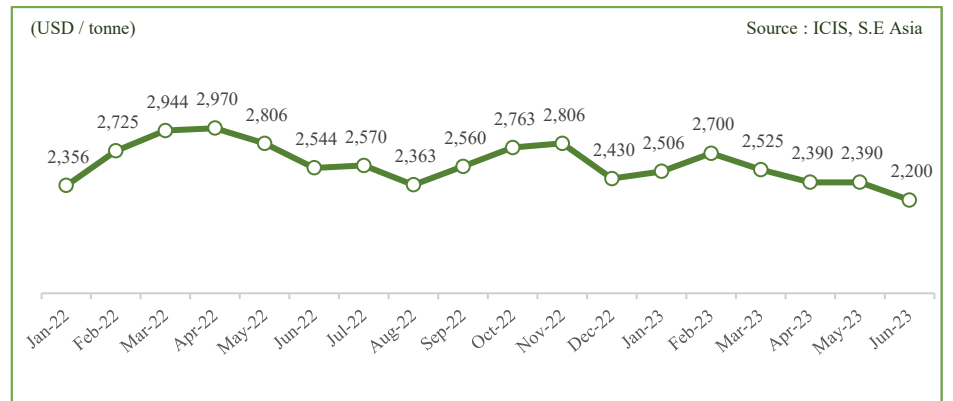
□ 2023년 2분기 현황: 주요 원재료들의 가격은 전년 동기 및 전분기 대비 하락 추세 지속

□ 2023년 3분기 예상: 전 세계적인 경기 회복 지연에 따른 수요 부진으로 주요 원재료 가격은 현재 저가 수준유지 전망

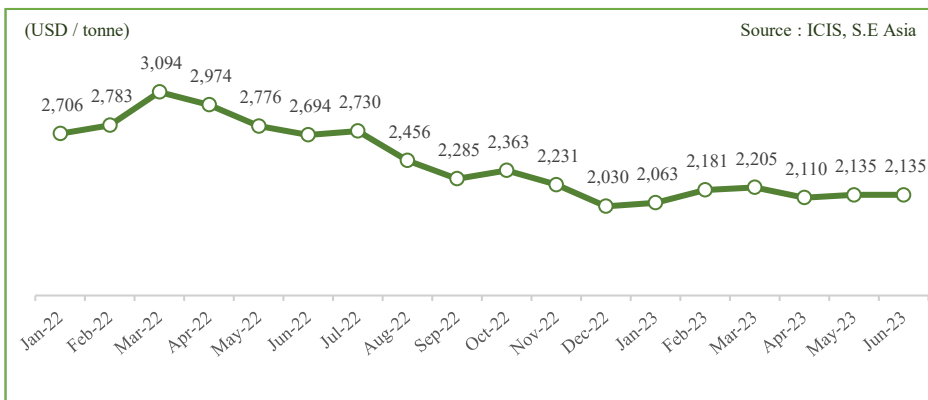
### PPG



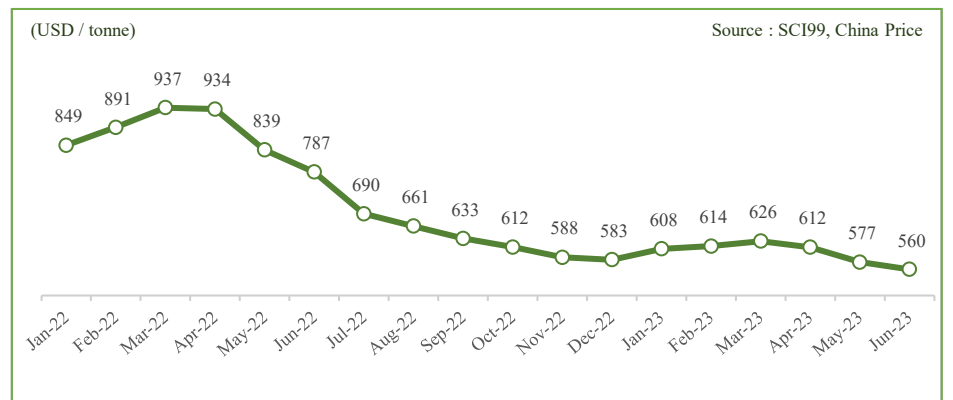
### TDI



### MDI



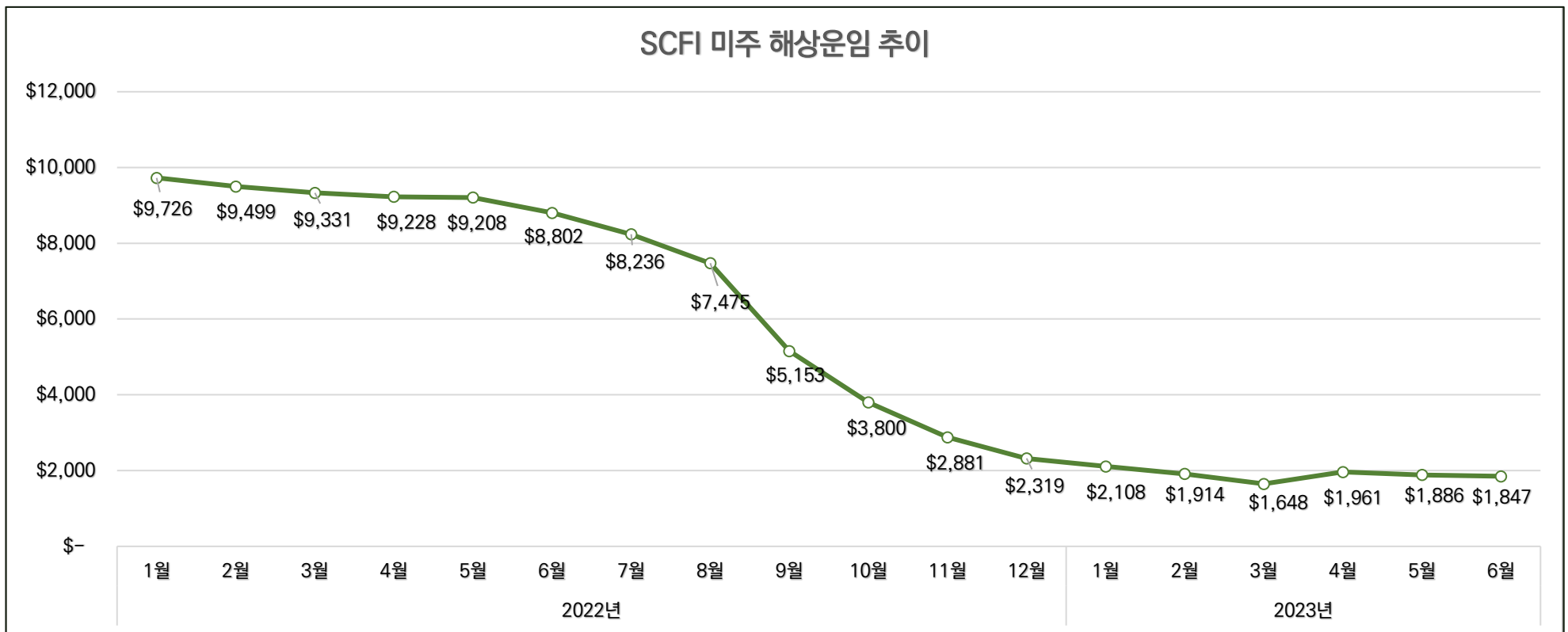
### Steel Coil



## 2. 주요지표 - ④ 해상운임 동향

- 현황: 상반기 컨테이너 물동량은 약세인 가운데 선박공급 우위 상황 지속, 연초 운임수준 유지
- 예상: 선사들의 인위적 공급조절로 운영 리스크는 지속되나, 컨테이너 수요 증가를 상회하는 대규모 선박공급으로 운임 상승은 제한적일 것으로 전망

### 월별 주요 해상운임 현황



## 2. 주요지표 - ⑤ 영업활동 현황 (아마존 Prime Day 진행 실적)

- 당사는 미국 시장 경기 침체로 할인 폭이 큰 대형 행사에 대한 고객들의 기대 수요가 높을 것으로 예상하여 이에 대비한 적극적인 행사 참여로 효과적인 판매 활성화 전략을 추진하였음

### ○ 배경

- Prime Day는 아마존 유료멤버십 회원을 대상으로 진행하는 대형 행사로 2015년 7월부터 시작하였음
- 2023년에는 7월11일과 12일 2일간 진행

### ○ 실적

- 아마존 Prime Day 행사 기간 동안 미국 전체의 온라인 지출은 127억불로 전년대비 6.1% 신장 (출처: CNBC 기사)
- 아마존은 수량 기준으로 3.75억 개의 제품 판매, 전년 3억 개 대비 25% 증가
- 지누스 매출은 전년대비 56.3% 신장함





## 2. 주요지표 - ⑥ 한국사업 소비자 판매액(Sell-out) 추이

□ '23년 상반기(1~6월) 한국 사업 소비자 판매액은 전년 대비 +50% 성장했으며, 하반기에는 업그레이드 제품 출시, 신규 영업채널 확대 등으로 전년 대비 약 2배 이상의 성장이 예상됨

- '23년 상반기 채널별 소비자 판매액 신장률: 온라인 +44%, 오프라인 +106%

□ 연간 한국 사업 소비자 판매액 규모는 1천 3백억원을 돌파할 것으로 기대됨

※ 분기별 소비자 판매액 추이 및 '23년 하반기 가이드스

(단위 : 억원)

구 분	2022년				2023년			
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기(E)	4분기(E)
소비자 판매액	161	155	185	173	236	238	367	471
(신장률)					+46%	+54%	+93%	+172%
(연누계 매출액)	2022년 연누계 매출액 673억원				2023년 연간 리테일 매출액 1,312억원 (+95%)			

Q) '22년 대비 '23년 공급액(Sell-in) 실적이 낮은 요인은?

1) '22년 이슈 : M&A 이후, 소비자 판매 확대를 위해 재고를 선제적으로 공급하였기 때문임 (약 130억원 규모 하반기 재고 선공급 → 실적 Base가 높아짐)

2) '23년 이슈 : ① '23년 분기별 평균 판매액이 230억원 이상으로 안정적 유지된 가운데, 한국사업 수익성 개선을 위한 재정비 작업 진행(SKU 축소 등)  
② 주요 제품 업그레이드(포레스트워크 하이브리드 매트리스 등)로 인한 기존 제품 공급 일시 중단 → 3분기부터 신제품으로 공급 계획

## 2. 주요지표 - ⑦ 영업활동 현황 (한국)

### □ 당사의 제품 개발 노하우와 디자인 기획력을 집대성한 프리미엄 라인업 “지누스 시그니처 H1” 출시

- 현대백화점과의 협업을 통해 프리미엄 매트리스 시장으로 사업 영역 확대

#### ○ 배경/목적

- 백화점 고객 군 부합 프리미엄 제품 개발 통한 사업 역량 강화 및 국내 오프라인 시장 점유율 확대

#### ○ 제품 차별화

- 지누스 미국 조지아 공장에서 제조 생산
- 벨기에 베카르데슬리(BekaertDeslee)의 프리미엄 자카드 원단
- 70년 전통 매트스프링 전문기업 ‘히코리 스프링’의 고탄성 스프링
- ‘CertiPUR-US’, ‘오코텍스 스탠다드100’ 등 제품 안전성 인증

#### ○ 운영 방식

- ‘더현대 서울’과 현대백화점 판교점 지누스 매장 단독 전개
- 구매고객 대상 지누스 프리미엄 침구 사은품 증정

#### ○ 향후 계획

- 현대백화점 전 점 전개 추진
- 라지 킹 사이즈 추가 제작 통한 고객 수요 대응
- 국내 시장 성과 분석 후 글로벌 확대 전개 추진



## 2. 주요지표 - ⑧ 영업활동 현황 (신제품 매출 성장)

□ '23년 상반기 신제품인 '카이 대나무 베드프레임'과 '슬링체어'는 미국내 판매량 증가 추세

- 두 제품 모두 2023년 상반기 매출 백만불 이상 달성 및 판매 국가 확대 중

### 카이 대나무 베드 프레임



One box,  
everything you need



(출시: '22년12월말)

- 제품명: Kai Bamboo and Metal Platform Bed Frame
- 판매가격: \$134 (퀸 사이즈)
- 출시 한달만에 아마존 Bestseller Ranking Top 15위 진입
- 대나무와 메탈을 사용한 인더스트리얼 모던 디자인과 컴팩트한 박스 사이즈로 출시 반년만에 누적 판매량 8,700 pcs (매출 백만불) 달성
- 아마존 DI 오더로 전환됨

### 슬링체어



\*3-piece set



(출시: '22년12월말)

- 제품명: Aidan Sling Accent Chair
- 판매가격: \$101~\$119
- 론칭 후 누적 판매량 13,700 pcs 이상 (매출 130만불) 달성
- 미국 Sam's Club에 드링크 테이블과 오토만을 결합한 3-piece 세트 론칭 예정 (9월)
- 미국 판매에 힘입어 영국, 프랑스, 호주, 캐나다 등 7개 국가 진출
- 여러가지 원단과 우드를 활용하여 다양한 디자인으로 내년에 제품 확장할 예정

## 2. 주요지표 - ㉠ 미국 반덤핑/상계관세 업데이트

- 미국 매트리스 생산기업과 노동조합들이 13개국을 상대로 반덤핑 및 상계관세에 대한 3차 제소 진행
- 멕시코에 생산자회사를 둔 Serta Simmons, Tempur Sealy 등의 기업들도 제소 참여, 수입 매트리스 증가에 대한 위기 의식으로 추정
- 당사 매트리스 생산법인이 위치한 인도네시아에 상계관세 건 제소 (2차 제소시 낮은 반덤핑 판정을 받아 추가 조사 실시)
  - 경쟁사들의 상계관계 제소 대비를 위해 당사는 사전에 관리해왔음
- ➔ 최근 급 부상하는 경쟁국가에 대한 추가 제소로 **인도네시아 / 조지아 생산법인의 지리적 중요도가 확대될 것으로 판단됨**

### ※ 미국 반덤핑 제소 현황

구 분	기존 제소 국가 <sup>1)</sup>		추가 제소 국가
	1차 (2018 ~)	2차 (2020 ~)	3차 (2023 ~)
대상 국가수	1개	7개	+12개 (적용시 총 20개국 적용)
대상 국가명	중국 (비시장경제국가 <sup>2)</sup> )	인도네시아, 베트남, 터키, 세르비아, 말레이시아, 태국, 캄보디아	멕시코, 보스니아 헤르체고비나, 불가리아, 미얀마, 인도, 이탈리아, 코소보, 필리핀, 폴란드, 슬로베니아, 스페인, 대만

1) 인도네시아 외 7개국은 반덤핑 확정 판정으로 대미 수출량 급감

2) 비시장경제국가(non-market economy): 사회주의 계획경제체제 아래 국가가 덤핑 수출하는 것을 서방 세계가 규제하기 위해 도입한 개념



ZINUS

경기도 성남시 분당구 야탑로 81번길10, 8층(야탑동, 아미고타워) | Tel : 031-622-1706 | Fax : 031-622-1701 | [www.zinus.com](http://www.zinus.com)

8th Floor, 10, Yatap-ro, 81beon-gil, Bundang-gu, Seongnam-si, Gyeonggi-do, 13497, Korea | Tel : +82 (31) 622-1706 | Fax : +82 (31) 622-1701 | [www.zinus.com](http://www.zinus.com)