

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

홈센타홀딩스(060560)

소매

건축자재 유통 분야 자체사업을 영위하고 있는 지주회사

요약

기업현황

산업분석

기술분석

재무분석

주요 이슈 및 전망



작성기관

(주)나이스디앤비

작성자

장백령 선임연구원

- 본 보고서는 「코스닥 시장 활성화를 통한 자본시장 혁신방안」의 일환으로 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해, 한국거래소와 한국예탁결제원의 후원을 받아 한국IR협의회가 기술신용 평가기관에 발주하여 작성한 것입니다.
- 본 보고서는 투자 의사결정을 위한 참고용으로만 제공되는 것입니다. 또한 작성기관이 신뢰할 수 있는 자료 및 정보로부터 얻은 것이나, 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 투자자 자신의 판단과 책임하에 종목선택이나 투자시기에 대한 최종 결정을 하시기 바랍니다.
따라서 본 보고서를 활용한 어떠한 의사결정에 대해서도 본회와 작성기관은 일체의 책임을 지지 않습니다.
- 해당 기업이 속한 산업에 대한 내용은 산업테마보고서에서 구체적으로 기술하고 있습니다. 자세한 정보를 확인하고 싶은 투자자들은 산업테마보고서를 참조해 주시기 바랍니다.
* 산업테마보고서는 발간일정에 따라 순차적으로 발간 중이며, 현재 시점에서 해당기업이 속한 산업테마보고서가 미발간상태일 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 (주)나이스디앤비(TEL.02-2122-1300)로 연락하여 주시기 바랍니다.



한국IR협회

레미콘, 아스콘 제조 및 건축자재 유통 전문기업

홈엔타홀딩스
(060560)

시세정보(12/10)

현재가(원)	1,275
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	1,085
발행주식수	85,113,017
52주 최고가(원)	1,970
52주 최저가(원)	921
외국인지분율	3.30%
주요주주 박병준 외 11인	50.66%

투자지표

(단위: 억 원)

구분	2016	2017	2018
매출액	957	2,344	2,390
증감(%)	-19.89	144.82	1.98
영업이익	0.7	15.3	(49.2)
이익률(%)	0.07	0.65	-2.06
순이익	158	(575)	(355)
이익률(%)	16.53	-24.55	-14.83
ROE(%)	11.98	-45.91	-38.92
ROA(%)	5.94	-15.44	-10.40
부채비율(%)	76.46	116.27	134.78
EPS(원)	283	(746)	(428)
BPS(원)	2,001	1,264	960
PER(배)	8.08	(2.51)	(3.04)
PBR(배)	1.14	1.48	1.35

- ▶ 대구·경북지역 레미콘, 아스콘 제조 및 유통 분야, 유류 유통 인지도 확보한 그룹 지주회사
- ▶ 홈엔타홀딩스 자체 사업으로 타일, 위생도기, 수전금구 유통 및 홈스파월드 사업 진행

대구·경북지역 레미콘, 아스콘 제조 및 유통 분야, 유류 유통 인지도 확보한 그룹 지주회사

홈엔타홀딩스(이하 ‘동사’)는 그룹 지주회사로서, 유류 도소매, 레미콘, 아스콘, 석재 및 토사석 채취, 건축자재 도소매, 레저 스포츠 등의 사업을 영위하고 있다. 특히 대구·경북 지역 내 레미콘, 아스콘 사업을 영위하는 다수의 계열사 및 관계사를 보유하고 있다. 관계사인 보광산업의 골재 사업부에서 생산된 골재 중 약 90%는 레미콘 사업부와 아스콘 사업부를 비롯한 홈엔타홀딩스 그룹에서 수직계열화를 통해 원재료를 안정적으로 공급하고, 근거리 공급 체계를 구축, 수송 비용을 절감하여 대구·경북 지역 내 레미콘, 아스콘 사업을 영위하고 있다.

동사의 연결 대상 종속회사는 레미콘 제조업을 영위하고 있는 (주)에이치씨보광레미콘, (주)에이치씨대동산업, (주)에이치씨보광알엠씨, (주)홈엔타, (주)에이치씨황재레미콘, (주)에이치씨제일레미콘, (주)에이치씨보광콘크리트, 유류 도매업을 영위하고 있는 (주)에이치씨대하에너지, 아스콘 제조업을 영위하고 있는 (주)에이치씨보광아스콘, 레미콘 제조 및 토사석채취업을 영위 중인 (주)보광산업, 전자재 유통업을 영위 중인 (주)홈엔타트레이더스, 물류, 운송업을 영위 중인 (주)에이치씨물류로 12개이다.

홈엔타홀딩스 자체 사업으로 타일, 위생도기, 수전금구 유통 및 홈스파월드 사업 진행

동사는 대구, 경북지역을 중심으로 레미콘 매출과 건설자재 유통을 주 사업으로 영위하는 홈엔타홀딩스 그룹의 모회사인 동시에 자체사업으로 건축자재 유통 및 레저스포츠업을 겸하고 있는 비금융지주회사이다. 연결기준 동사의 매출구성은 유류 도소매 50%, 레미콘, 골재 및 아스콘 등 건축재료 공급사업이 36%, 기타 스포츠센터 및 물류 등이 14%를 점유하고 있다.

동사는 2017년과 2018년에 종속회사 보광산업 투자지분의 손상차손이 대규모로 발생하면서 큰 폭의 적자를 보였으나, 2019년에는 전방산업인 건설업 경기가 주 사업장인 대구, 경북지역에서 호조를 보임에 따라 연간기준으로 실적 호전이 기대되고 있다. 또한, 골재를 생산하는 보광산업의 주가도 건설경기 호전에 힘입어 2019년 8월 6일 3,235원으로 저가를 기록한 후 상승세를 유지함에 따라 2019년에는 손상차손 발생 가능성도 매우 낮은 것으로 전망된다.

I. 기업현황

홈센타홀딩스(이하 ‘동사’)는 1988년 7월 25일 소방설비공사를 사업 목적으로 경상북도 구미시에서 주식회사 동화소방으로 설립되었으며, 2002년 7월 01일 한 국거래소 코스닥 시장에 상장되었다. 이후, 2016년 9월에 현재의 상호인 주식회사 홈센타홀딩스로 변경하였고, 2017년 1월 1일 지주회사로 전환하였다.

홈센타홀딩스는
12개 종속회사를
둔 지주회사

동사의 연결대상 종속회사는 레미콘 제조업을 영위하고 있는 (주)에이치씨보광레미콘, (주)에이치씨대동산업, (주)에이치씨보광알엠씨, (주)홈센타, (주)에이치씨황재레미콘, (주)에이치씨제일레미콘, (주)에이치씨보광콘크리트, 유류 도매업을 영위하고 있는 (주)에이치씨대하에너지, 아스콘 제조업을 영위하고 있는 (주)에이치씨보광아스콘, 레미콘 제조 및 토사석 채취업을 영위 중인 (주)보광산업, 건자재 유통업을 영위 중인 (주)홈센타트레이더스, 물류, 운송업을 영위 중인 (주)에이치씨물류로 12개사이다.

[표 1] 동사 연결대상 종속회사

상호	설립일	주소	주요사업	최근사업 연도말 자산총액 (백만 원)
(주)에이치씨보광레미콘	1999.12	대구 달서구 장동 306-41	레미콘제조	8,505
(주)에이치씨대동산업	1985.06	대구 동구 동호동 200-8	레미콘제조	8,766
(주)에이치씨보광알엠씨	2002.01	대구 달성군 현풍면 현풍서로 114	레미콘제조	8,250
(주)홈센타	2016.09	대구 북구 노원로 25길 65	레미콘제조	26,200
(주)에이치씨대하에너지	1990.03	대구 북구 노원로 139-6	유류도매	21,588
(주)보광산업	2004.09	대구 북구 유통단지 3길 60	레미콘제조, 토사석채취	92,460
(주)에이치씨황재레미콘	2003.01	경북 성주군 선남면 나선로 1002-13	레미콘제조	1,936
(주)에이치씨보광아스콘	2002.01	경북 고령군 성산면 성암로 86-43	아스콘제조	2,798
(주)홈센타트레이더스	2017.08	대구 북구 노원로 139-27	건자재유통	347
(주)에이치씨제일레미콘	1984.02	경북 포항시 남구 서원재로 90	레미콘제조	6,103
(주)에이치씨물류	2009.07	대구 북구 노원로 139-6	물류, 운송	2,557
(주)에이치씨보광콘크리트	2007.01	경북 안동시 풍산읍 경서로 4380-59	레미콘제조	10,408

*출처: 동사 IR자료(2019), 나이스디앤비 재구성

최대주주는
박병준, 박진모,
(주)피비, 대표이사
박병윤

[표 2] 주요주주 현황

주요주주	지분율(%)	주요주주	지분율(%)
박병준	14.52	박진모	9.33
(주)피비	8.35	박병윤	3.62

상호	사업자번호	주요 사업	비고
(주)피비	502-86-37685	부동산임대	계열회사

*출처: 동사 주식등의 대량보유상황보고서(일반)(2019.10), 분기보고서(2019.09), 나이스디앤비 재구성

동사는 2019년 9월 기준 총 57명의 임직원이 근무하고 있으며, 총 3개의 본부(경영지원부, 건축자재영업본부, 레저스포츠사업본부)로 구성되어 있다. 동사의 최대주주는 박병준으로 14.52%의 지분을 보유하고 있다. 특수관계인 박진모가 9.33%의 지분을 보유하고 있고, 동사의 대표이사 박병윤은 3.62%의 지분을 소유하고 있다. 동사의 계열회사 (주)피비는 지분 8.35%를 소유하고 있다.

동사의 2019년도 분기보고서에 의하면 동사의 연결 사업은 지주회사, 레미콘, 골재, 아스콘, 레저, 상품도소매, 유류 도소매, 물류 운송으로 구성되어 있다.

동사의 연결

사업영역은

지주회사/레미콘/골재/레미콘/아스콘/레저/상품도소매/유류도소매/물류운송

[표 3] 동사 연결 주요 사업영역

사업분야	사업내용
지주회사	자회사 관리
레미콘	레미콘 제조공급
골재	석재 토사석 채취 및 골재 선별 파쇄 가공업
아스콘	아스콘 제조공급
레저	홈스파월드 운영
상품도소매	위생도기, 타일 등 도소매
유류도소매	휘발유, 경유, 아스팔트유 등 도소매
물류운송	시멘트 및 골재 운송업

*출처: 동사 반기보고서(2019.09), 나이스디앤비 재구성

동사는 대구, 경북지역을 중심으로 레미콘 매출과 건설자재 유통을 주 사업으로 영위하는 홈센타홀딩스 그룹의 모회사인 동시에 자체사업으로 건축자재 유통 및 레저스포츠업을 겸하고 있는 비금융지주회사이다. 동사의 2019년 3분기 연결 사업별 매출 비중은 지주회사 41백만 원, 레미콘 66,709백만 원, 골재 1,302백만 원, 아스콘 5,492백만 원, 레저 2,966백만 원, 상품도소매 10,780백만 원, 유류도소매 93,771백만 원, 물류운송 1,368백만 원으로 구성되어 있다.

동사의 자체

사업매출 비중은

건축자재 도소매, 비금융지주업, 레저 스포츠

[표 4] 동사 최근 3개년간 연결/별도 사업매출 및 비중

단위 : 백만 원)

연결매출	2019년 3분기	매출비중 (%)	2018년	매출비중 (%)	2017년	매출비중 (%)
지주회사	41	0.02	42	0.02	47,759	0.02
레미콘	66,709	36.57	75,732	31.69	79,791	34.05
골재	1,302	0.71	3,100	1.30	5,810	2.48
아스콘	5,492	3.01	7,984	3.34	6,617	2.82
레저	2,966	1.63	3,820	1.60	3,814	1.63
상품도소매	10,780	5.91	17,557	7.35	24,605	10.50
유류도소매	93,771	51.40	129,009	53.98	113,678	48.50
물류 운송	1,368	0.75	1,765	0.74	0	0
합계	182,432	100	239,013	100	234,365	100

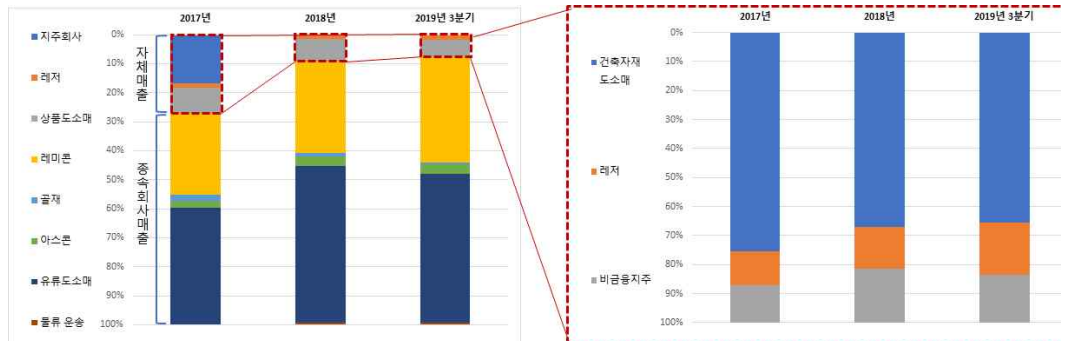
별도매출	2019년 3분기	매출비중 (%)	2018년	매출비중 (%)	2017년	매출비중 (%)
건축자재 도소매	10,780	65.45	17,557	66.99	24,605	75.39
레저	2,966	18.01	3,820	14.58	3,814	11.69
비금융지주	2,724	16.54	4,832	18.44	4,216	12.92
합계	16,470	100	26,210	100	32,636	100

*출처: 동사 분기보고서(2019.09), 나이스디앤비 재구성

대구, 경북지역을
중심으로 레미콘,
건축자재 유통 사업
등을 영위 중

대구광역시 북구
노원로 139-6
소재지 본사에
전시장 운영 중

[그림 1] 동사 최근 3개년간 연결/별도 사업매출 및 비중



*출처: 동사 분기보고서(2019.09), 나이스디앤비 재구성

동사의 연결 사업 중 종속회사인 (주)에이치씨대하에너지를 통한 유류 도소매 사업 매출 비중이 가장 크고, (주)보광산업을 포함한 9개 종속회사가 사업 영위 중인 레미콘 제조 사업이 그 다음을 차지하고 있다. 그 외 상품도소매, 아스콘, 레저, 골재, 물류운송, 지주회사 순이다. 동사의 주요 매출을 발생하는 유류 도소매 사업은 종속회사인 (주)에이치씨대하에너지가 석유류 제품인 휘발유, 등유, 경유, 액화석유가스 등을 S-Oil 주식회사로부터 매입하여 대구·경북지역에 판매하는 석유류 도·소매 사업이다. 한편, 홈센타홀딩스 별도 사업별 매출 비중은 2019년 3분기 기준은 건축자재 도소매 107억 원(65.45%), 레저 29억 원(18.01%), 자회사들로부터의 배당금수입 27억 원(16.54%)으로 구성되어 있다.

[그림 2] 동사 본사 사진과 전시장 사진



동사 본사 사진



전시장

*출처: 동사 기업방문(2019.11.06), 나이스디앤비 재구성

동사는 대구광역시 북구 노원로 139-6 소재의 본사를 운영 중이며, 대형 전시장 내에 타일, 위생도기, 수전금구, 세면기 등의 건축자재 샘플을 보유하고 있어 소규모 주택업자나 소비자에게 직접 판매하고 있다. 또한, 레저 스포츠 사업으로 대구광역시 남구 봉덕동 소재의 홈스파윌드를 운영하고 있다. 동사가 유통하고 있는 상품은 아파트, 오피스 빌딩, 일반 주택 및 리모델링 건설업체에서 사용하는 건축 마감재 중 타일, 위생도기, 수전금구, 세면기 등이며, 동사는 아이에스동서, 로얄토토, 대림통상, 대림비앤코, 경동세라믹스, 다다 등과 타일 및 위생금구 판매대리점 계약을 체결하여 제품을 판매하고 있다. 대표이사 박병운(1972년생, 남)은 경북대학교 경영대학원 전략 및 조직관리학 석사학위를 취득하였고, (주)홈센타, (주)대하상사, (주)보광아스콘 등에서 근무한 경험을 바탕으로 2017년 8월부터 동사 대표이사로 취임하여 경영총괄 업무를 담당하고 있다.

II. 산업분석

동사는 건축자재
유통과 레저 스포츠
사업을 별도로 운영

동사는 지주회사지만 자체 사업으로 건축자재 유통 및 레저 스포츠 사업을 운영하고 있다. 대구·경북 지역 내 건축자재인 바닥 마감재(타일), 수전금구(세면기 등), 위생도기(양변기 등) 등을 유통하고 있으며, 대구시 남구 봉덕동 소재의 헬스클럽, 수영장, 사우나 등의 시설을 구비한 홈스파월드를 운영하고 있다.

■ 건축자재 산업

건축자재는
정밀화학산업으로
건축 및 조선,
플랜트 산업 전반에
광범위하게 사용

건축자재 산업은 유리섬유, 광물, 석고 등의 다양한 원료를 이용하여 단열재, 천장재, 마감재, 바닥재 등의 건축자재 제품을 생산하는 정밀화학산업으로, 건축, 조선, 플랜트 등이 주요 전방수요 산업이다. 건축자재는 건축 및 조선, 플랜트 산업 전반에 광범위하게 사용되는 특성이 있는데, 사용 측면에서 살펴보면 건물용, 주거용, 공공 인프라용, 조선용, 플랜트용 등이 있으며, 우리가 생활하고 근무하고 있는 거의 모든 곳에 이용되고 있다. 건축자재 산업의 Value Chain은 ‘소재 및 설계(건축소재 산업, 건축설계 산업, 코팅 및 압출 성형, 자동화 설비 등) → 친환경 건축자재 → 주택 및 빌딩(신축 및 리모델링 등)’ 건축 산업으로 구성된다.

건축자재 Value
Chain

[그림 3] 건축자재 Value Chain

건축소재 및 설계	건축자재	주택 및 빌딩
건축소재/설계산업, 코팅 및 압출 성형, 자동화 설비	에너지 절감 건축자재	신축 및 리모델링 건축산업
		

*출처: 한국신용정보원 TDB 시장보고서 친환경 건축자재 2018, 나이스디앤비 재구성

친환경 건축자재는 유해물질 발생이 적은 친환경 소재와 에너지를 줄일 수 있는 화학 소재를 도입하여 건물에서 발생하는 유해물질, 에너지 소비를 최소화하는 친환경·저에너지 건축재료를 말한다. 국내 친환경 건축자재 산업은 주요 원자재를 해외에서 수입·가공하여 완제품을 만들어 주로 국내에서 수요를 충당하고 있는 산업 구조로 되어 있다.

KCC, 벽산,
LG하우시스,
한솔홈데코,
한화L&C 5대
주요기업

친환경 건축자재는 일반적인 공산품들과는 달리, 최종 소비자가 직접 사용하는 때도 있지만, 대부분이 최종 마감을 위해 반제품의 형태로 건축업자나 인테리어업자들에게 제공되어 건축 마감재 및 자재 형태로도 최종 소비자에게 제공되고 있다. 국내 친환경 건축자재 시장은 KCC, 벽산, LG하우시스, 한솔홈데코, 한화 L&C 5대 주요기업이 60% 내외를 점유하고 있으며, 주요기업들은 그룹사 또는 안정된 유통망과 대형 수요처를 확보해, 조직력, 기술력, 자본력을 기반으로 전체 시장을 주도하고 있다.

민간부문 위주의 건설시장은 주택경기 변동에 민감

건축자재의 전방시장인 우리나라의 건설시장 구조는 수요계층이 공공부문보다는 민간부문 위주로 형성되어 있고 공사종류 또한 토목 공사보다는 건축공사, 건축공사 중에서도 아파트를 중심으로 주거용 건물 위주의 시장구조이기 때문에 건설경기는 상당 부분 주택경기의 변동에 의하여 주도되고 있다. 타 산업에 비해 계절적 경기 변동의 정도가 심한 편인데 동절기보다는 하절기가 성수기이므로 전반기보다는 후반기에 매출이 증가하는 특성이 있다.

2019년 국내 건설 수주, 전년 대비 6.2% 감소 전망

대한건설협회의 「2019년 건설경기 및 건설자재 전망자료」에 따르면, 2019년 국내 건설 수주는 전년 대비 6.2% 감소한 135조 5,000억 원을 기록할 것으로 전망하였다. 2017년 하반기에 시작된 건설 수주의 감소세가 2019년까지 지속할 것으로 예상되며, 2015년 이후 3년 동안 역대 최고 수준의 호조세를 보인 수주액이 2018년에 전년 대비 10.0% 감소해 3년 호황이 종료된 데 이어 2019년에도 6.2% 감소가 예상된다. 특히, 2019년 수주는 2014년의 107조 5,000억 원 이후 5년 내 최저치를 기록할 것으로 전망되었다. 2019년 국내 건설 수주가 감소하는 주된 원인은 공공 수주가 생활형 SOC(Social Overhead Capital: 사회간접자본) 투자 및 공공기관 투자 증가 영향으로 다소 늘어나겠지만, 민간 수주가 주택부문을 중심으로 상당 수준의 감소세를 이어가기 때문이라고 분석하고 있다.

2019년 공공 수주 9.2% 증가, 민간 수주 12.3% 감소

발주 부문별로는 공공 수주가 9.2% 증가하는 반면, 민간 수주는 12.3% 감소 전망으로, 공공 수주는 생활형 SOC 관련 발주 및 공공주택 발주 증가, 전년도 기저효과 영향으로 9.2% 증가할 전망이나, 민간 수주의 하락 폭을 만회하기에는 역부족일 것이며, 민간 수주는 주택 수주가 부진한 영향으로 전년 대비 12.3% 감소한 90조 3,000억 원을 기록해 2014년(66조 7,000억 원) 이후 최저치를 보이면서 부진할 것으로 분석하고 있다.

[표 5] 2019년 국내 건설 수주 전망

구분	2016년			2017년			2018년			2019년e)
	상반기	하반기	연간	상반기	하반기	연간	상반기	하반기	연간	연간
건설 수주액(조원, 당해년 가격)										
공공	18.7	28.7	47.4	22.0	25.2	47.3	17.2	24.2	41.4	45.2
민간	50.3	67.1	117.5	56.7	56.5	113.1	54.2	48.8	103.0	90.3
토목	16.3	21.9	38.2	23.3	18.9	42.2	21.4	21.9	43.3	46.3
건축	52.8	73.9	126.7	55.4	62.8	118.2	50.0	51.1	101.1	89.2
주거	31.1	44.9	75.9	31.7	37.0	68.8	25.5	27.0	52.6	43.7
비주거	21.7	29.0	50.7	23.7	25.8	49.5	24.5	24.0	48.5	45.5
계	69.0	95.8	164.9	78.7	81.7	160.4	71.4	73.0	144.4	135.5
증감률(% 전년 동기 대비)										
공공	-20.2	34.8	6.0	17.7	-12.1	-0.3	-21.7	-4.2	-12.3	9.2
민간	-0.3	6.9	3.7	12.6	-15.9	-3.7	-4.4	-13.6	-9.0	-12.3
토목	-26.1	-6.6	-16.0	43.2	-13.9	10.4	-8.2	16.1	2.7	6.9
건축	1.7	22.0	12.6	5.0	-15.0	-6.7	-9.7	-18.7	-14.5	-11.8
주거	1.2	21.3	12.2	2.2	-17.5	-9.4	-19.6	-27.0	-23.6	-16.9
비주거	2.3	23.1	13.2	8.9	-11.0	-2.5	3.7	-6.9	-1.8	-6.2
계	-6.6	14.0	4.4	14.0	-14.7	-2.7	-9.2	-10.7	-10.0	-6.2

*출처: 2019년 건설경기 및 건설자재 전망자료, 대한건설협회(2019.01), 나이스디앤비 재구성

토목 수주는 전년 대비 6.9% 증가 / 건축 수주는 전년 대비 16.9% 감소 / 비주거 건축 수주는 전년 대비 6.2% 감소

공종별로는 토목 수주가 생활형 SOC 발주 증가와 민간부문의 설비투자 부진에도 불구하고, 2019년에는 유화 플랜트 등 일부 대규모 플랜트 발주 영향으로 전년 대비 6.9% 증가할 것으로 보인다. 건축 수주는 우선 주택 수주가 주택·부동산 규제가 강화된 가운데, 신규 입주 물량 과다, 금리 인상, 거시경제 회복 부진 등의 영향으로 전년 대비 16.9% 감소해 전체 수주 감소세를 주도할 것으로 분석하고 있으며, 비주거 건축 수주는 금리 인상, 거시경제 둔화, 오피스텔 공사 발주 감소, 전년도 수주 호조세로 인한 통계적 반락 효과 등의 부정적 요인과 정부의 생활형 SOC 투자 확대 및 기업 투자 지원책 발표 등의 영향이 복합적으로 작용해 전년 대비 6.2% 감소가 예상될 것으로 분석하고 있다.

타일 시장 전체 수요는 감소세, 공공물량은 유지될 전망

동사가 사업을 영위 중인 건축자재 중 타일 시장의 2018년 공급은 전년 대비 4.4% 감소하였고, 국내 생산은 전년 대비 8.5% 감소, 수입은 전년 대비 3.0% 감소하였으나 2018년 국내 타일 시장의 수입품 비중이 75.8%로 2017년 (73.4%) 대비 증가하여 매년 지속해서 수입 비중이 높아지고 있다. 건설경기 하강국면의 영향으로 내수는 전년대비 4.5% 감소하고, 수출은 전년대비 39.0% 큰 폭으로 증가하였으나 수요 비중이 낮은 것으로 분석하고 있다. 한편, 2019년 타일시장의 생산은 2018년 대비 축소될 것으로 보이고, 수입은 중국산 타일에 대한 덤핑 관세 부과와 중국산 수입 타일 가격 상승에 따른 수입량 감소로 이어질 것으로 예측되며, 내수도 공공물량은 유지되나 민간 물량은 공급 감소할 것으로 분석하고 있다.

위생도기 시장 역시 국내 건설경기에 의존

위생도기(양변기) 2018년 전체 시장 규모는 전년 대비 8.8% 감소하였으며, 생산은 전년 대비 3.4% 소폭 감소하였고, 수입은 전년 대비 9.7% 대폭 감소한 것으로 분석되고 있다. 국내 위생도기 시장에서의 수입품 비중은 84.8%로 수입국 중 중국의 점유율은 98.0%(4,047천조 원)로 중국산 위생도기 의존도가 매우 높고, 수입량은 3년 연속 증가 추세가 꺾였으나 공급의 생산과 수입을 대비해보면, 수입이 생산보다 5.6배 차이로 국내 생산의 시장점유율은 지속해서 하락하고 있는 것으로 분석하고 있다. 2019년에도 건설 부동산 경기침체가 타일 및 위생도기 등 후방 산업의 큰 하락으로 이어질 가능성이 크고, 중국 정부는 환경보호법 강력한 집행에 따라 생산공장 가동 축소 및 공장 이전 등으로 제품 경쟁력 하락과 국내 건설경기 불황에 따라 생산 및 수입이 감소할 것으로 분석하고 있다.

[표 6] 국내 타일, 위생도기 시장 규모

【'18년 수급실적 및 '19년 수급전망】

(단위 : 천조, %)

구분	2017년	2018년				2019년				
		상반기	하반기	계	증감률 (전년대비)	상반기	하반기	계	증감률 (전년대비)	
수요	내수	169,462	80,193	81,648	161,841	-4.5	75,221	76,586	149,970	-6.2
	수출	430	368	230	598	39.0	423	276	699	16.9
	계	169,892	80,561	81,878	162,439	-4.4	75,644	75,025	150,669	-7.2
공급	생산	43,044	20,829	18,555	39,384	-8.5	19,163	16,700	35,862	-8.9
	수입	126,848	59,732	63,323	123,055	-3.0	55,790	59,017	114,807	-6.7
	계	169,892	80,561	81,878	162,439	-4.4	74,952	75,717	150,669	-7.2
재고		7,564	8,740	8,240			8,198	7,729		

【'18년 수급실적 및 '19년 수급전망】

(단위 : 천조, %)

구분	2017년	2018년				2019년				
		상반기	하반기	계	증감률 (전년대비)	상반기	하반기	계	증감률 (전년대비)	
수요	내수	5,308	2,273	2,566	4,839	-8.8	2,203	2,471	4,674	-3.1
	수출	8	5	3	8	0.0	6	4	10	25.0
	계	5,316	2,278	2,568	4,846	-8.8	2,209	2,475	4,684	-3.3
공급	생산	761	397	338	735	-3.4	365	311	676	-8.0
	수입	4,555	1,881	2,230	4,111	-9.7	1,844	2,164	4,008	-2.5
	계	5,316	2,278	2,568	4,846	-8.8	2,209	2,475	4,684	-3.3
재고		142	116	98			100	104		

[국내 타일 시장]

【'18년 수급실적 및 '19년 수급전망】										
(단위 : 천조, %)										
구분	2017년	2018년				2019년				
		상반기	하반기	계	증감률 (전년대비)	상반기	하반기	계	증감률 (전년대비)	
수요	내수	5,308	2,273	2,566	4,839	-8.8	2,203	2,471	4,674	-3.1
	수출	8	5	3	8	0.0	6	4	10	25.0
	계	5,316	2,278	2,568	4,846	-8.8	2,209	2,475	4,684	-3.3
공급	생산	761	397	338	735	-3.4	365	311	676	-8.0
	수입	4,555	1,881	2,230	4,111	-9.7	1,844	2,164	4,008	-2.5
	계	5,316	2,278	2,568	4,846	-8.8	2,209	2,475	4,684	-3.3
재고		142	116	98			100	104		

[국내 위생도기 시장]

*출처: 2019년 건설경기 및 건설자재 전망자료, 대한건설협회(2019.01), 나이스디앤비 재구성

건설자재 유통시장

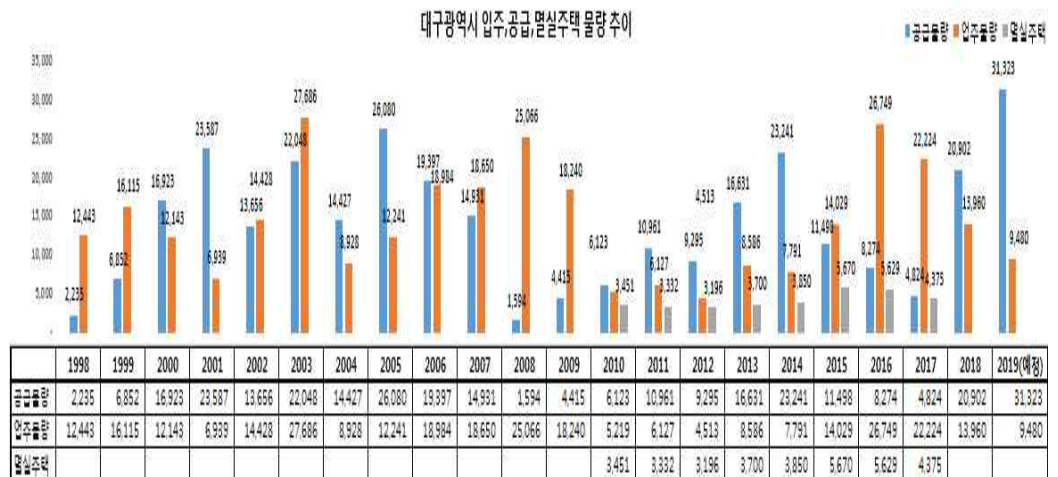
건설자재의 유통은 공공공사와 민간 공사에 따라 다르게 나타나고 있다. 공공 공사의 경우 2005년 도입된 공사용 자재 직접구매제도에 따라 직접구매 대상자재의 경우 발주자(조달청)가 미리 구매하여 건설업체에 공급하도록 하고 있다. 대상적용 공사규모는 예정가격 기준 20억 원 이상의 종합공사와 3억 원 이상의 전문공사이다. 반면, 민간 공사와 공사용자재 직접구매제도에 해당되지 않는 공공 공사의 경우 건설자재업체 또는 대리점을 통해 건설업체로 판매되는 형태를 보이고 있다.

건설자재의 유통은 건설자재 업체에서 건설회사로 직접 판매하는 형태가 있으며, 도·소매 유통대리점 등을 통해 판매하는 간접 판매형태가 있다. 일반적으로 대량 구매를 하는 경우 가격협상을 통한 원가절감을 위해 직접구매방식을 채택하며, 소량구매 또는 수시로 필요한 자재를 구매할 때는 간접구매방식으로 자재를 조달한다. 종합건설업체의 경우 발주자가 공급하는 지급자재와 전문업체가 직접 조달하는 마감재 등을 제외하고 구조재 등의 주요 자재에 대해 직접 구매하는 경우가 많다. 이런 경우 전문건설업체는 기본설계와 계획에서 초과한 자재를 일반적으로 구매, 조달하고 있다. 다만, 가격협상력이 약하거나 자재조달에 어려움을 겪는 중소 종합건설업체의 경우 자재비를 하도급에 포함하여 전문건설업체가 직접 구매하도록 하고 있다.

대구광역시 입주·공급·멸실 주택 물량추이

금융결제원 아파트투유에 따르면 2019년 10월 말 현재 대구에서 1순위 청약은 받은 통장은 모두 28만 1,192개로 집계되었고, 청약 열기도 지속해서 이어지고 있다. 부동산인포는 2019년 1~9월 대구 아파트 1순위 평균 청약경쟁률이 21.97대 1을 기록한 것으로 분석하고 있다.

[표 7] 대구광역시 입주·공급·멸실주택 물량추이



*출처: 매일신문, 보도자료(2019.10.30.), 나이스디앤비 재구성

건설자재 유통시장

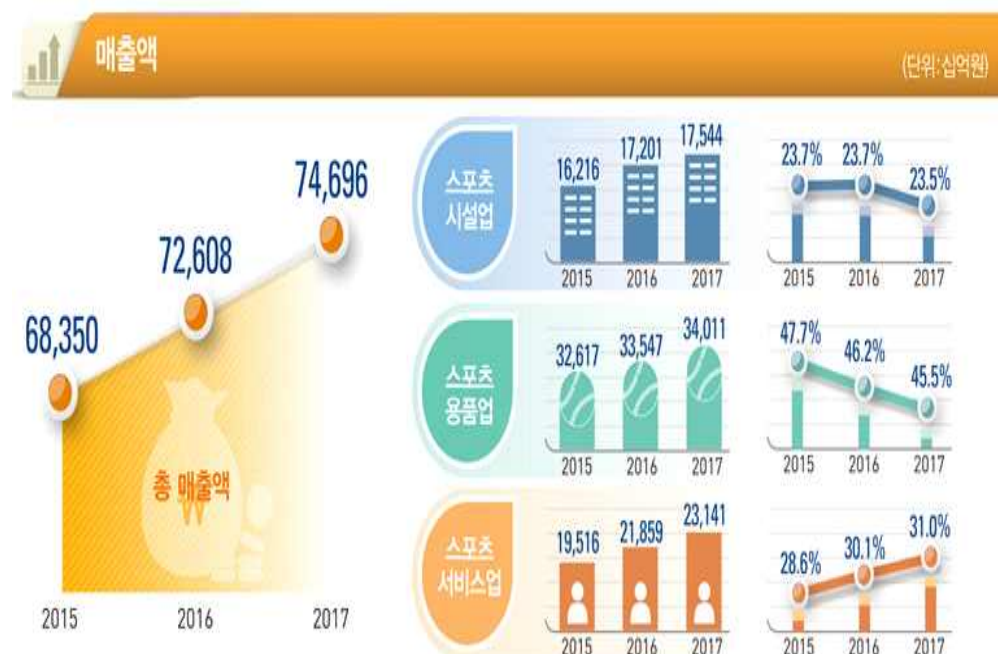
특히 포스코건설이 대구 중구 대봉동에 공급한 '대봉 더샵 센트럴파크' 2차 단지가 평균 153.9대 1의 경쟁률을 기록하는 등 수십 대 1의 청약경쟁률을 기록한 단지가 속출했다. 공급 물량도 역대 최대를 기록할 전망이다. 분양·광고대행사 애드메이저 부설연구소 디자인센터가 분석한 '2019년 대구 주택분양 시장 현황'에 따르면 2019년 10월 말까지 분양한 아파트 및 주거용 오피스텔은 36개 단지, 2만 3천 210가구에 이른다. 올 연말까지 대구에서 13개 단지, 8천 800가구가 분양 예정인 점을 고려하면 올해에만 3만 2천 가구가 공급, 지난 2003년 2만 7천 686가구를 넘는 역대 최대 물량을 기록할 가능성이 크다. 내년 상반기에도 대구에서 8천 200여 가구가 분양할 것으로 예상된다. 이에 따라 대구의 아파트 청약 시장 열기가 이어질지를 두고 관심이 높아지고 있다. 대구 부동산업계는 민간택지 분양가상한제 등 정부 규제에도 불구하고 분양 시장이 당분간 활기를 띌 것으로 분석하고 있다.

■ 스포츠 레저 사업

스포츠 레저 사업

동사의 레저 스포츠 사업 부문에서는 사우나(온천), 찜질방, 수영장, 헬스클럽 등의 레저스포츠 및 근린생활시설 운영과 임대업을 영위하고 있다. 동사는 대구광역시 남구 봉덕동 소재의 홈스파월드를 시설 리모델링하여 2005년 8월부터 개장하여 운영 중이며, 매년 일정 수준의 매출을 꾸준히 실현하고 있다. '2018 스포츠산업 실태조사(2017년 기준조사)'에 따르면, 2017년 기준, 사업체 수, 매출액, 종사자 수 등에 기반한 국내 스포츠산업 규모는 지속적으로 성장하고 있다고 분석된다. 지역별 매출액으로 볼 때, 대구지역의 2017년 스포츠산업 매출액은 1조 4,280억원으로 서울지역 30조 6,990억 원의 4.7% 수준에 해당한다.

[그림 4] 2015년~2017년 국내 스포츠산업 매출액



*출처: 스포츠산업 실태조사, 문화체육관광부(2018), 나이스디앤비 재구성

[그림 5] 스포츠산업 지역별 매출액



*출처: 스포츠산업 실태조사, 문화체육관광부(2018), 나이스디앤비 재구성

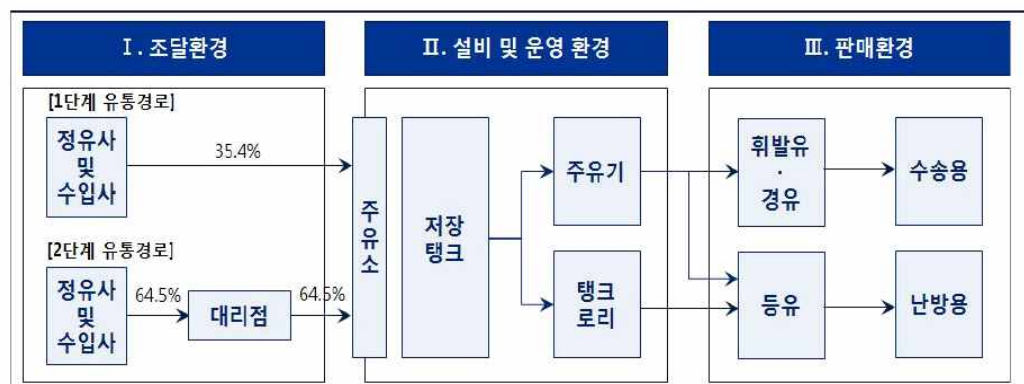
동사는 [표 4], [그림 1]에서와 같이 자체 사업으로 건축자재 유통, 레저 스포츠 분야의 사업을 영위하고 있으나, 동사의 연결기준 전체 매출구조에 가장 큰 비중을 차지하고 있는 유류 및 레미콘 분야의 산업특징을 간략히 살펴보면 다음과 같다.

■ 유류 산업

4대 정유사
SK이노베이션,
GS칼텍스, S-OIL,
현대오일뱅크

국내 석유사업자는 석유정제업자, 석유수출입업자, 대리점·주유소·일반판매소 등의 석유판매업자로 구성되어 있으며, 석유정제업자는 원유를 정제하여 각종 석유제품(휘발유, 경유, 등유 등)을 생산하는 정유사와 용제를 생산하는 용제생산업체로 구분되며, 국내 석유시장은 정유사 위주의 과점체제가 지속되고 있는 상황이다. 국내 주요 정유사인 SK이노베이션, GS칼텍스, S-OIL, 현대오일뱅크 등 '정유빅4'는 국제 유가와 정제마진의 변화에 따라 매출과 이익이 크게 요동치는 사업구조로 되어 있다.

[그림 6] 유류 산업환경 분석 구조



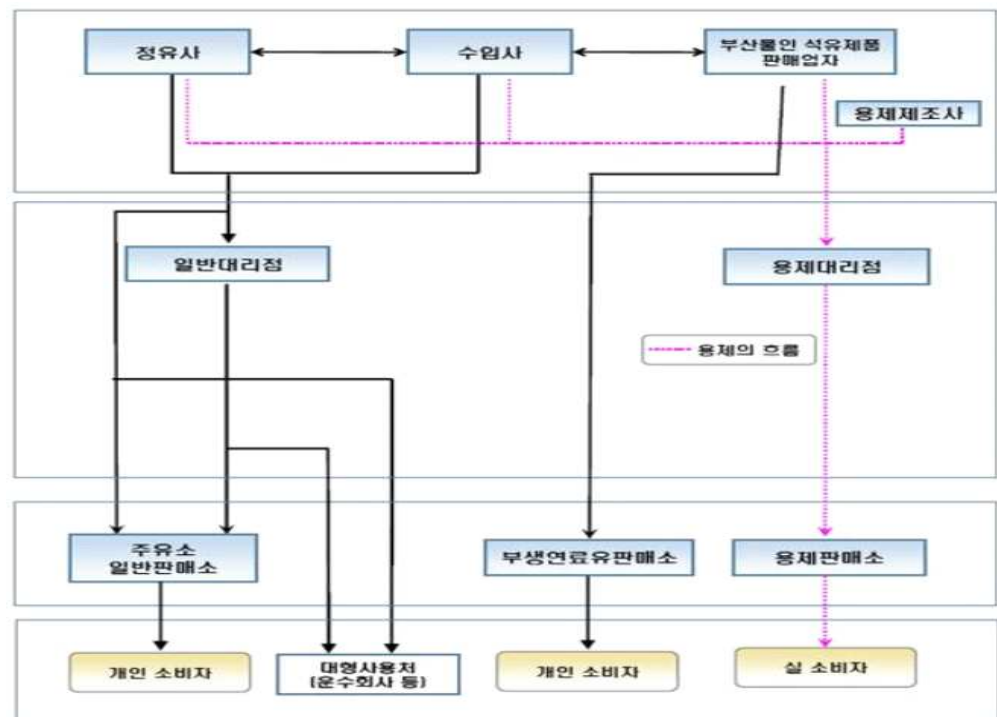
*출처: 주유소 경영실태진단 및 경쟁력 강화방안, 삼정KPMG(2015), 나이스디앤비 재구성

국내 석유 유통단계별 주요 사업자는 정유사, 수입사, 대리점, 주유소 등이며, 국내 석유제품 공급은 대부분 4개 정유사에 의해 이루어지고 있어 정유사에 대한 석유제품 조달 의존도가 높은 편이다. 국내 석유제품 유통구조는 최대 3단계 경로를 거쳐 소비자에게 공급되는 구조이며, 원 공급자인 정유사/수입사와 주유소 사이의 중간공급자는 대리점이 유일하다. 판매단위가 소량이고 구매자가 광범위한 지역에 분산되어 있는 일반 소비자들은 주유소/일반판매소를 통해 공급받을 수 있다. 반면, 판매단위가 대량인 산업체와 같은 대규모 수요처에는 정유사가 직접 공급하는 경우도 있다.

석유제품 조달구조 측면에서 주유소는 정유사 상표주유소와 자가 상표주유소로 구분된다. 상표사인 직영, 상표사인 자영, 자가상표 자영과 같은 상표주유소의 경우 정유사와 수입사로부터 직접 공급 받거나 대리점을 통해 공급받는다. 정유사 전량 구매계약 상표주유소의 경우 전자상거래 참여를 제한받고 있다.

석유 유통구조 흐름도

[그림 7] 석유 유통구조 흐름도



*출처: 2017년 석유유통시장 현황 및 2018년 정책방향, 석유연보(2017), 나이스디앤비 재구성

석유사업법의 주유소 등록요건 상 주유소가 기본적으로 갖추어야 하는 설비는 저장 시설, 주유기, 공중화장실로 구성되며, 주유소 기본설비에 대한 기준은 아래와 같이 지역에 따라 달리 적용하고 있다. 주유소는 소유 형태에 따라 직영 또는 자영으로 구분되고, 운영 형태에 따라서 셀프 및 비셀프로 구분된다. 주유소 사업 수익성 악화로 인해 정유사들은 운영·유지비가 높은 직영주유소를 축소 및 매각하고 운영을 위임하는 자영주유소로 유통망을 유지하는 추세이다.

**유류산업은
국제석유제품
가격을 기준으로
가격을 책정**

국내 주유소는 경질유인 휘발유, 경유, 및 등유를 수송용과 난방용으로 판매하고 있으며, 주유소의 유종별 판매량 실적을 분석한 결과 수송용 제품, 경유의 판매량 비중이 가장 높은 것으로 파악된다. 유종별 정유사의 판매가격은 1997년 석유제품 가격자유화가 실시된 이후 2001년 1월까지의 국제원유가의 변동을 기준으로 하는 가격책정방식을 사용하였으나 이후 국제석유제품가격을 기준으로 가격을 책정하고 있다.

국제석유제품 가격을 기준으로 결정하는 방식은 국제시장의 수급을 국내가격에 반영하기 위한 방식으로 국제가격이 상승할 경우 국내 정유사의 수출이 증가하여 국내가격도 상승한다. 국제시장 가격 하락 시에는 수입이 증가하여 국내시장 가격도 낮아지는 효과를 기대할 수 있다. 세전 공급가격은 원유도입에 따른 제비용, 정제비용, 그리고 정부 부과금 등으로 구성되어 있으며, 정제비용은 설비투자관련 감가상각비, 차입금 이자, 저유비 등으로 구성되어 있다. 공급가격은 도매가격의 기준이 되는 가격으로 세전공장도 가격에 제 세금을 포함하고 있으며, 정유사가 대리점 및 주유소에 공급할 때 적용되는 명목상의 기준가격으로 국제제품가격 및 환율, 시장수급에 따라 변동한다. 정유사가 실제로 주유소 및 대리점에 공급하는 가격은 거래처의 신용도 및 판매량 등에 따라 다르게 책정되고 있다.

■ 레미콘 산업

**레미콘 산업은
주문형 산업,
지역형 산업,**

레미콘 산업은 플랜트 설비와 골재 야적장, 믹서 운반 트럭을 보유해야 하는 산업으로 운송 시간의 제약을 받는 제품의 특성상 주문에 의한 생산, 공급하는 주문형 산업이며, 일반 제조업보다 가동률이 저조하고 수요에 대한 공급이 비탄력적인 것이 특징이다.

레미콘 산업은 토목, 건축공사에 사용되는 기초 교각 자재로서 제품 생산 이후 90분 이내에 도달해야 사용이 가능한 시간 제한적인 산업으로 지역형 산업이다. 제품의 특성상 건설공사의 발주가 대부분 인구가 집중된 도심에서 발생하므로 도시권에서 생산되어야 하는 도시집중형 산업이다.

레미콘 산업은 계절형 산업으로 수요처인 건설산업의 동향에 지대한 영향을 받는다. 따라서 건설활동이 활발한 봄과 가을에는 수요가 급증하고 겨울철과 장마철에는 수요가 급락하여 성수기와 비수기가 확연히 구분되는 계절적 특성이 있다. 보통 비수기는 1~2월, 7~8월 장마 기간이며, 그 외 기간은 성수기로 볼 수 있는데, 특히 4~6월, 추석 전 20일이 최고 성수기를 이룬다.

2018년도 레미콘 출하실적은 건설경기 하락추세를 반영 2017년 174,300천m³ 대비 9.1% 감소한 158,500천m³에 그칠 것으로 분석되고, 2019년 주택의 신규 착공 부진, 수주감소 등 건설경기 침체가 심화될 것으로 예상되어 2019년 레미콘 출하는 2018년 대비 7.3% 감소한 147,000천m³를 출하 할 것으로 전망된다.

[표 8] 레미콘 2018년 수급실적 및 2019년 수급전망

(단위 : 천 m³, %)

구분	2017년	2018년				2019년			
		상반기	하반기	계	증감률 (전년비)	상반기	하반기	계	증감률 (전년비)
출하량	174,300	76,500	82,000	158,500	-9.1	72,000	75,000	147,000	-7.3

*출처 : 레미콘 2018년 수급실적 및 2019년 수급전망(대한건설협회), 나이스디앤비 재구성

Ⅲ. 기술분석

1. 건설자재 유통 분야

건설자재는 유형별, 재료별, 공종별로 다양하게 구분

건설자재는 크게 건축물의 뼈대를 이루는 구조재 시장과 그 뼈대를 치장하는 마감재 시장으로 구분할 수 있다. 구조재는 건물의 하중을 감당하고, 건축물의 성능과 안전을 좌우하는 중요한 구성 요소로 내강성, 비축성, 불연성, 내열성 등이 우수해야 하며 품질에 대한 신뢰도가 높아야 한다. 마감재는 하중과 관계없이 주로 피복 및 치장을 목적으로 건물의 내·외부에 마감되는 자재로서 용도별로 외장재, 내장재, 지붕재, 바닥재, 창호재, 방수재, 배선재, 전기 및 조명기구, 냉·난방기기 등으로 구분할 수 있다.

건설자재를 재료별로 구분하면 아래와 같이 정리할 수 있는데, 건설자재는 구조재, 철강·비철재, 내·외장재, 도료, 창호재, 방수·보온단열재, 전기설비재, 기타재, 시약 등으로 구분할 수 있다.

[표 9] 건설자재 재료별 분류

분류	소분류	분류	소분류
구조재료	골재, 시멘트, 혼화재 조적, 지붕재, 콘크리트 가공제품, 말뚝, 구조용 목재	철강·비철 재료	강재, 판재, 선재 및 봉강 용접봉, 구조용강판, 볼트 너트류, 주철·주물·주강 등
내·외장재	합판, 내외장 패널 바닥재, 미장재, 지류	도료	바탕도료, 방청도료 표면도료, 희석제
창호재	창 및 문, 창호 부자재, 창호용 실링재, 유리	방수·보온 단열재	아스팔트, 방수재, 보온·단열재, 흡음재
급배수 및 위생설비	밸브류, 이음관, 급배수, 냉난방관, 위생설비 보일러, 펌프 등	전기설비 재료	전선, 선로용품 등기구류, 배선, 전기기구
기타재료	접합·접착제, 가설재, 부품류, 금속재료	시약	시약·시험기구

*출처: 대한건설정책연구원, 전문건설업 업종별 자재시장 기초 연구(2016), 나이스디앤비재구성

한편, 건설자재를 건설공사 공종별로 살펴보면, 공통자재, 건축자재, 토목자재, 기계설비자재, 전기통신자재 등으로 구분할 수 있다. 건축/토목공사 등과 상관없이 공통적으로 사용되는 자재는 봉강, 형강, 강판 등 철강자재와 알루미늄, 동 등 비철자재, 골재, 시멘트, 레미콘, 목재, 가설재 등이 있다.

건축용 공사에 주로 활용되는 자재는 벽돌/블럭재, 석재/타일재, 미장방수재, 지붕/유리재, 철물재, 창호재, 내외장재, 단열재, 바닥재, 실내장식재, 조립식건물재, 도료 등이 있다. 토목공사에 주로 활용되는 자재는 도로포장재, 도로용블럭재, 도로시설물 및 안전용품, 토목용관, 수로용재, 교량/하천/항만재, 토목용말뚝, 토목용블럭, 산업용화약, 토양안정재, 조경관련재, 울타리재 등이 있다. 또한, 기계설비공사업과 전기 및 통신공사업에서 주로 활용하는 기계설비자재와 전기통신자재 역시 다양하게 존재하고 있다.

■ 타일 산업

타일은 도기질 타일로 벽타일과 바닥 타일로 구분

일반적으로 타일은 도기질 타일(Ceramic Tile)을 말하며 함수규산반토를 주성분으로 하는 점토에 규석, 장석, 석회석 등의 미분을 가하여 소지재로 만들어 성형, 건조, 소성한 것이다. 크게 벽타일과 바닥타일로 사용된다. 벽타일은 도기질과 자기질 모두 가능하나 질감, 디자인, 규격의 다양성 등을 고려하여 도기질을 사용한다. 외부에 노출된 보온성이 떨어지는 공동화장실에는 자기질을 사용한다. 바닥 타일의 경우 자기질, Polishing, 반자기질, 석재 등 충족할 수 있는 타일을 선택한다.

타일은 호칭 명에 따른 구분과 소지의 질에 따라 구분되며 유약을 도포 여부에 따라 다시 시유타일 또는 무유타일로 구분된다. 내장 타일은 자기질, 소기질, 도기질로 외장타일은 자기질, 석기질, 바닥타일은 자기질, 석기질로 모자이크 타일은 자기질 타일로 구분할 수 있다.

타일업체는 고급타일보다 동남아시아 및 중국산 타일이 급증, 시장의 2018년 75.8% 정도까지 수입되어 치열한 경쟁이 이뤄지고 있다. 특히 중국산은 저가의 저품질과 중저가의 고급제품이 수입되어 급속도로 시장을 잠식하고 있는 것으로 나타나고 있으며, 대형규격(300×600mm)과 Polishing 타일의 경우 중국산과 터키, 인도네시아 제품이 국내 시장을 거의 잠식하고 있다.

타일은 유행에 매우 민감하다. 특히 모델하우스에서 SPEC이 결정되기 때문에 입찰 경쟁이 매우 치열하다. 입찰의 경우 제조업체보다는 전문 유통업체들과 건설업체들이 직접 거래하고 있으며, A/S는 물론 각 현장 상황을 신속하게 파악하여 건설업체 요구에 부합된 제품을 제공하는 것이 핵심 경쟁력이다.

[그림 8] 타일 제조과정



*출처: 한국신용정보원 TDB 기술보고서, 나이스디앤비 재구성

타일은 유행에 민감

타일의 트렌드를 살펴보면, 지난 90년대 후반까지 색상과 문양이 가미된 형태를 선호하였으나, 2000년부터는 타일이 대형화되고 화이트&블랙 위주의 타일과 대리석 질감을 나타낼 수 있는 타일이 인기를 끌었다. 최근에는 장식적 타일과 색채 풍의 복고풍 바람이 조금씩 인기를 끌고 있는 것으로 나타나고 있다.

타일 제조공정은 제토 - 성형 - 건조 - 유약칠 - 소성 - 압출 및 포장

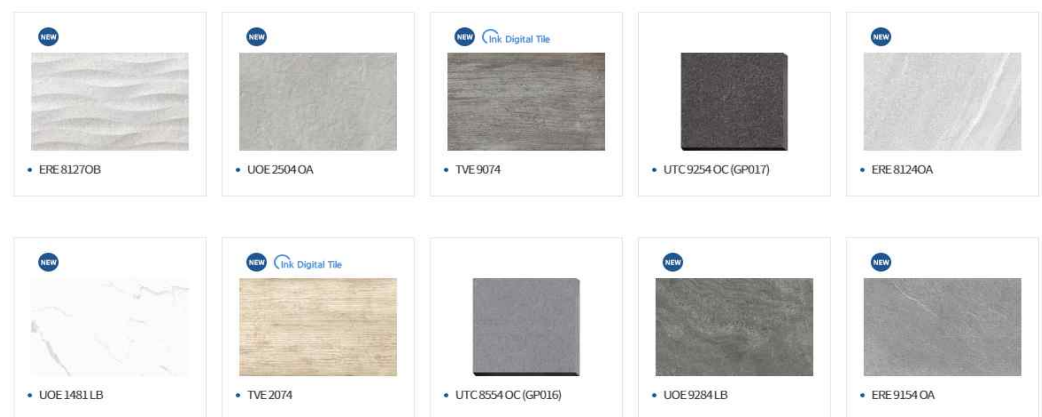
타일 등 기타 도기 용품의 제조공정은 대량생산에 적합한 공정이 정립되었으며, 제토, 성형, 건조, 유약칠, 소성 등의 공정으로 이루어진다. (제토) 타일 등의 도기용 품에 사용되는 재료는 활석, 점토, 장석, 백토 기타 재료가 사용되며, 스프레이 드 라이어 공정에서 분쇄가 이루어진다. 분쇄된 원재료는 미루공정에서 소지의 형태를 갖추게 된다. (성형) 타일 제조에서 주로 사용되는 성형방법은 건식의 프레스 (Press) 성형과 습식의 사출성형이 있다. (건조) 성형된 소지는 수분을 갖고 있으므로 가마 안에서 급격히 건조하면 결점이 발생할 수 있어, 터널식 건조기를 주로 사용하며, 건조작업을 수행한다. (유약칠) 건조 전이나 건조 후 유약을 바르는 공정으로, 1차 유약칠은 상부에서 분무기로 살수하고, 2차 유약칠은 모양을 내는 과정으로 진행된다. (소성) 적재하여 온도 1,200~1,260℃의 가마에서 구워내는 공정을 말하는데, 1차 소성에서 자기질, 석기질로 된 외장, 바닥, 모자이크 타일은 유약을 발라 소성한다. 2차 소성은 내장타일과 같은 도기질의 것을, 1차 소성 후에 유약을 발라 재소성한다. (압출 및 포장) 가마에서 타일을 꺼내 외관색상, 치수, 균형 등 물리적, 화학적 검사를 거쳐 포장한다.

동사의 건축자재 유통제품은 아이에스동서, 경도세라믹스, 대림비앤코 등의 타일 1,625종, 위생도기 등

동사는 아이에스동서(구, 동서산업), 경도세라믹스(구, 극동요업), 대림비앤코(구, 대림요업), 삼영산업(구, 삼영요업) 등의 타일 1,625종과 위생도기 등의 제품을 유통하고 있다. 아이에스동서는 1989년 설립된 부산 • 경남지역 건설업체인 일신건설산업이 현대건설 토목사업부에서 분리된 동서산업을 2008년에 인수하면서 ‘아이에스동서’로 사명을 변경하였고, 별도법인 아이에스동서는 요업, 콘크리트제품 제조업, 종합건설업을 수행하며 주택 브랜드 ‘에일린의 딸’과 주상복합 브랜드 ‘W’, 요업 브랜드 ‘이누스’를 보유하고 있으며, 종속기업인 한국렌탈, 아이에스해운 등을 통해 산업용 장비 임대 및 해상화물운송업을 영위하고 있다.

[그림 9] 아이에스동서 타일 종류

총 1,625개의 제품이 있습니다.

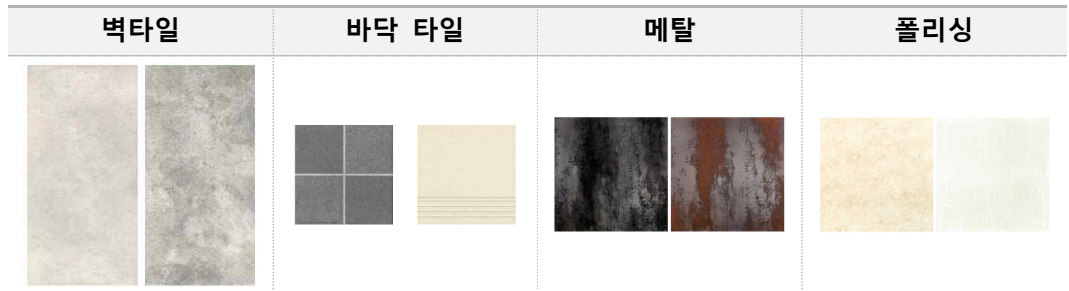


*출처: 아이에스동서 홈페이지, 나이스디앤비 재구성

아이에스동서의
디지털 타일,
포슬레인 타일,
벽타일, 바닥 타일

경동세라믹스는 2005년 1월 타일 및 위생기 제조 판매를 사업 목적으로 설립되어 인천광역시에 본점을 두고 있으며, 주력 제품은 벽타일, 바닥 타일, 메탈, 폴리싱, 포세린, 우드타일 등의 타일을 전문으로 생산하여 유통하고 있다.

[그림 10] 경동세라믹스 주요 타일 제품



*출처: 경동세라믹스 홈페이지, 나이스디앤비 재구성

대림비엔코(구, 대림바스)는 위생도기 제품·상품을 제조, 판매하는 사업과 욕실 관련 상품과 생활가전제품의 렌탈 및 서비스업을 영위하고 있다. 국내 위생도기 시장 1위 사업자로, 2만 8천 평 규모의 제천 공장에서 비데 일체형 양변기, 원피스 양변기 등을 연간 40만 개 생산하고 있다. 중속회사인 상하이법인을 통해 욕실 관련 건축자재의 무역 및 판매업을 영위하고 있고, 헬스케어 및 미용 관련 업체인 아도바이오를 보유하고 있다.

동사가 유통하고 있는 아이에스동서의 디지털 타일은 자연 질감과 거의 같게 제품의 질감을 재현해냄으로써 재현성의 우수하며, 분사 방식으로 표면에 굴곡이 있는 입체형태에도 프린팅이 가능할 만큼 표현적 성능이 뛰어나며 제품의 개발, 주문 생산 시 Lead Time을 줄일 수 있어 탄력적 대응이 수월하다.

벽타일은 고급 유약을 사용하여 다양한 색상과 질감 표현이 가능하고 세척이 쉬워 화장실 시공에 주로 사용된다. 동사가 취급하는 아이에스동서의 벽타일은 양질의 생산 설비를 구축하고 있을 뿐만 아니라 해외 유명 전시회 투어를 통해 익힌 디자이너들이 참여하여 이누스만의 고품격 타일 생산에 주력하고 있다.

바닥 타일은 자기질의 원료를 고압의 Press와 고온으로 소성하여 벽 바닥은 물론 외장까지 시공이 가능한 제품으로 사면 컷팅 처리가 되어 있어 천연의 질감을 최적의 상태로 표현하기 쉬우며 다양한 시공 공간에 활용할 수 있다는 장점이 있다.

■ 위생도기 산업

국내 위생도기 산업은 계림요업, 대림비엔코, 세림산업, 아이에스동서 4개 메이저 회사와 중국산 부속을 조립하여 판매하는 20여 개의 회사로 이루어져 있다. 2000년 초반에는 위생도기 산업 분야에 10여 개에 이르는 메이저 회사가 있었으나, 건설경기 불황 및 중국산 제품에 고전하면서 현재는 양산설비를 갖춘 회사는 4개사로 감소하였다.

**초절수형 양변기
고급화,
욕실리모델링
시장은 성장세**

위생도기 산업은 최근 절수형 제품 및 기능성(비데 등) 제품 개발에 대한 시장요구가 커지면서 기존 도자기 중심의 제품에서 플라스틱 등 다양한 소재와 전자부품이 채용되는 제품 생산으로 전환 중이다. 특히 절수형 위생도기 및 기능성 제품에 대한 수요 증가로 위생도기 제품뿐만 아니라 부속제품 시장이 확대되고 있다.

세계 각국은 절수형 제품 표준법 제정, 절수등급제 도입, 건축법 개정 등을 시행하고 있으며, 한국도 2014년 1월 1일부터 기존 13L급 양변기 대신에 절수형인 6L급 양변기 사용을 의무화하고 있다. 최근 소득증대에 따라 욕실 기능에 대한 인식이 단순 생리해결 기능에서 개성표현과 고급화로 전환되면서 욕실리모델링 시장이 급성장하고 있다. 이에 따라 4.5L급 초절수형 양변기 개발을 통한 위생도기 시장의 선점을 위한 기술개발이 활발하게 진행되고 있다. 위생도기 산업은 시멘트, 콘크리트, 타일 등 주요 건설자재와 마찬가지로 건설경기애 매우 민감한 특징을 갖고 있으며, 건설경기가 호황과 불황기에는 위기를 맞기도 하였으나 환경변화에 적절히 대응하면서 꾸준한 성장세를 보일 것으로 전망된다.

**수전금구 산업
패키지 토탈 욕실**

세면대, 위생도기 등 욕실제품을 하나씩 따로 팔던 것에서 '패키지'(package)로 묶어 파는 '토탈 욕실'로 시장 추세가 변화하면서 욕실제품 전반에 걸쳐 제품군을 구축하려는 업체들이 많아지고 있다. 위생도기, 세면대, 수전까지 전 욕실제품을 아우르는 토탈 욕실 브랜드로서의 발판을 마련하고 있으며, 디자인 노하우를 전수받아 프리미엄 제품을 선보이거나, 수전의 기능성 향상에 초점을 맞추고 절수형 수전 개발에 박차를 가하고 있다.

이처럼 욕실업체들이 수전에 주목하고 관련 시장 공략에 적극적으로 나서고 있는 것은 점점 가속화되는 토탈 욕실 트렌드에 따라 업체별로 보유제품의 구색을 강화해야 할 필요성이 커졌기 때문이다. 점점 토탈화되는 욕실 시장에서 경쟁력을 갖추려면 욕실제품 모든 분야를 아우를 수 있는 자체생산 설비와 유통망 구축이 중요하다. 이는 원가절감에서도 유리한 요소로 작용하는 만큼 설비나 디자인에 대한 업체들의 투자는 앞으로도 지속할 것으로 전망되고 있다.

**동사는 건설자재
세트화 판매전략,
고부가가치 제품
판매전략, 체험 후
오프라인 판매전략
등의 마케팅 차별화
전략 실현**

동사의 건설자재 유통 분야는 제품의 인지도와 브랜드 파워가 매우 중요하게 작용하는 산업에 속하기 때문에 영업마케팅 역량의 확보가 필수적이다. 동사의 영업 마케팅은 국내 대구·경북지역을 중심으로 운영되고 있으며, 건설사, 리모델링 업체 등을 대상으로 마케팅 활동을 진행하고 있는데 동사의 첫 번째 판매 전략은 제품의 세트(SET)화 판매 전략으로 타일, 위생도기 등 개별 판매 외에 TOTAL BATH (토탈바스)로 설계 스펙(SPEC) 영업을 통하여 세트 납품을 시현하고 있다. 두 번째는 고부가가치 제품 판매 전략이다. 최근 이슈인 친환경 제품을 포함한, 비데일체형 위생도기, 절수제품 등 고부가가치의 제품 판매 전략을 수립하고 적용하고 있다. 세 번째로는 대형 전시장 운영을 통한 체험 후 오프라인 판매 전략을 시현하고 있다. 기존 건설사 외 건축업자, 일반인을 대상으로 B2B, B2C 영업전략을 수립 및 실현하고 있다.

또한, 동사는 규모의 경제를 실현하고 있어 대량의 건축자재를 저가로 구매하여 매입 원가를 최소화하고 있고, 건축자재 최신 트렌드에 부합된 수요자의 구매 욕구 충족을 위한 서비스를 제공하고 있다. 납품 후에는 고객관리, 사후관리를 통해 고객 서비스 만족을 실천하고 있고, 소매부문 판매 강화 전략으로 영업의 안정성을 도모하고 있다. 동사는 건축자재 영업팀을 운영 중으로 대량 단체납품은 안정적인 재무 구조를 갖춘 건설한 주택업자 및 건설업체와의 협력업체 관계를 통한 제품 및 모델선정에 적극적으로 참여하여 납품 계약을 수주하여 납품하고 있으며, 지속적인 납품 관계를 유지해온 도매업자에게 직접 판매하고 있다. 소매는 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 다양한 제품을 전시한 대형 전시장을 통한 소비자의 직접방문에 의한 판매 및 소규모 리모델링 업자들에게 직접 판매하고 있다.

2. 레저 스포츠 사업 분야

**헬스클럽, 수영장,
스파, 찜질방 등을
갖춘 홈스파월드
운영**

동사는 2004년 12월 10일에 한국자산관리공사로부터 대구광역시 남구 봉덕동 소재 구, 보성스파월드 부동산을 매입하고, 시설을 리모델링하여 2005년 8월부터 홈스파월드를 개장하여 운영하고 있다. 홈스파월드는 지하 4층, 지상 5층으로 약 4,000평 규모의 헬스클럽, 수영장, 스파, 찜질방 등을 갖춘 도심 온천 시설로 내부 자재와 시설이 친환경적인 자재로 처리하여 운영하고 있다.

① 헬스클럽 (헬스, 요가, 밸리댄스)

동사는 친환경 바닥마감재와 깨끗한 청정공기 환기시스템, 운동기기와 러닝 트랙, 러닝머신 등의 설비를 보유하고 1:1 고객 맞춤 서비스를 제공하고 있다.

② 수영장 (수영, 아쿠아로빅)

온천수를 이용한 수영장은 수입 대리석 마감과 커튼밀 시공으로 건축되었으며, 수영강습, 아쿠아로빅 등 다양한 프로그램을 제공하고 있다.

③ 바데풀/가족스파/스파

홈스파월드의 바데풀은 약알칼리성 온천수를 이용하여 공급하고 있고, 대온천탕과 6개의 이벤트탕, 노천탕 등 최신식 시설들로 구성되어 있다.

3. 유류 유통

**유류 유통
고령저유소,
노원저유소,
개진/해안/보광/북안
주유소**

동사의 종속회사인 (주)에이치씨대하에너지가 석유류 제품인 휘발유, 등유, 경유, 액화석유가스 등을 S-Oil 주식회사로부터 매입하여 대구·경북지역에 판매하는 석유류 도·소매 사업이다.

유통사업을 위해 저장시설인 고령저유소(경북 고령군), 노원저유소(대구 북구)를 보유하고 있고, 직영 주유소인 개진주유소(경북 고령군), 해안주유소(대구 동구), 보광주유소(대구 북구), 북안주유소(경북 영천군)를 운영하고 있다.

그 외 아스콘 제조업을 영위하고 있는 (주)에이치씨보광아스콘, 레미콘 제조 및 토사석 채취업을 영위 중인 (주)보광산업, 전자재 유통업을 영위 중인 (주)홈센타트레이더스, 물류, 운송업을 영위 중인 (주)에이치씨물류가 있다.

레미콘 산업은 지역형

· 도시 집중형,
계절형 산업

4. 레미콘 제조

동사는 그룹 지주회사로서, 유류 도소매, 레미콘, 아스콘, 석재 및 토사석 채취, 건축자재 도소매, 레저 스포츠 등의 사업을 영위하고 있다. 특히 대구·경북 지역 내 레미콘, 아스콘 사업을 영위하는 다수의 계열사 및 관계사를 보유하고 있다. 관계사인 보광산업의 골재 사업부에서 생산된 골재 중 약 90%는 레미콘 사업부와 아스콘 사업부를 비롯한 홈센타홀딩스 그룹에서 수직계열화를 통해 원재료를 안정적으로 수급하고, 근거리 공급 체계를 구축, 수송 비용을 절감하여 대구·경북 지역 내 레미콘, 아스콘 사업을 영위하고 있다.

한국레미콘공업협회 지역별 공장 현황을 살펴보면 대구지역 총 22개 레미콘 업체 중 동사의 종속회사인 (주)보광산업을 포함한 6개 업체가 포함되어 있어 대구지역 레미콘 납품 입찰 참여에도 유리한 위치를 차지하고 있다.

동사의 종속회사 (주)에이치씨보광레미콘, (주)에이치씨대동산업, (주)에이치씨보광알엠씨, (주)홈센타, (주)보광산업, (주)에이치씨황재레미콘, (주)에이치씨제일레미콘, (주)에이치씨보광콘크리트가 영위 중인 레미콘 산업은 제품 생산 후 레미콘 트럭은 90분, 덤프트럭은 60분 이내에 도달할 수 있는 거리까지가 영업권으로 국한되므로 도달할 수 있는 거리가 제품의 시장권역을 형성하므로 지역형 산업이다. 레미콘은 한시적, 무재고의 제품 특성으로 인하여 주문에 의한 생산·공급하는 주문형 산업의 성격을 가지며, 수요에 대하여 공급이 비탄력성 산업이다. 또한, 건설공사의 발주가 대부분 인구가 집중된 도심에서 발생하므로 도시집중형 산업이다.

레미콘은 종류에 따라 골재, 치수, 강도 등이 달라지며, 보통 콘크리트, 경량 콘크리트, 포장 콘크리트, 고강도 콘크리트로 분류된다. 레미콘은 제품별로 조골재(콘크리트 재료로 사용되는 모래, 자갈), 최대 치수, 호칭 강도(콘크리트를 표준양생조건($23\pm 2^{\circ}\text{C}$)에서 28일간 양생한 후 파괴하여 측정한 압축강도), 슬럼프(반죽의 질기) 등에 따라 100개 이상의 생산 규격이 존재하는 다품종의 제품이다. 자갈의 종류에 따라 19mm는 도로·대교용, 25mm는 주택용, 40mm는 바닥 포장용에 일반적으로 사용된다.

[그림 11] 레미콘 제조 공정도



레미콘 제조 공정
시멘트 및 골재
저장 - 원재료
이송 설비 - 골재
혼합 - 제품

일반적으로 레미콘 제조 공정은 시멘트 및 골재 입고 및 저장 → 원재료 이송 설비 → 골재 혼합/계량 → 제품 출하 순으로 이루어진다. 혼합을 위한 원료인 시멘트와 골재는 저장빈(밀폐형)에 저장되며, 각각의 저장빈에 저장된 골재, 시멘트 등은 컨베이어 벨트 및 이송관을 통해 계량 및 혼합시설로 투입된다.

일반적으로 핵심 공정인 골재 혼합 공정에서는 시멘트, 골재 혼화제 등이 적정 혼합되어 최종 레미콘으로 생산되며, 입도, 비중, 흡수율 등을 정밀 테스트한 후 최종 출하하여 건설현장에 공급된다. 동사는 종속회사에서 자체 생산한 입형이 개선된 골재를 사용하여 강도 내구성, 수밀성, 작업성 등 품질이 우수한 KS F 4009 표준 규격의 레미콘을 생산한 후 대구·경북 전역에 납품하고 있다.

[그림 12] 보광산업 설비현황



BOX형 컨베이어벨트 덮개



분진망 설비

*출처 : 보광산업 홈페이지, 나이스디앤비재구성

IV. 재무분석

동사는 대구, 경북지역을 중심으로 레미콘 매출과 건설자재 유통을 주 사업으로 영위하는 홈센타홀딩스 그룹의 지주회사이며, 동시에 자체사업으로 건축자재 유통 및 레저스포츠업을 겸하고 있다. 다만, 연결기준 매출은 유류 도소매가 50% 수준으로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 레미콘, 골재 및 아스콘 등 건축재료 공급사업이 36%를 점유하고 있다.

[표 10] 동사 손익계산서

(단위 : 백만 원)

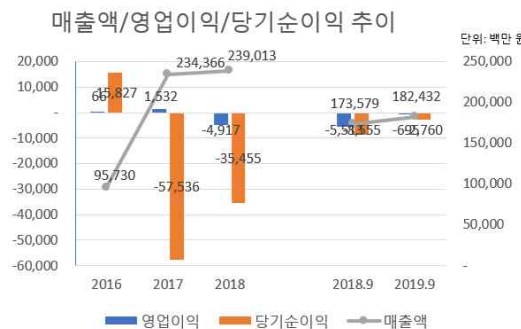
구분	2016년	2017년	2018년	2018년 3분기	2019년 3분기
매출액	95,730	234,366	239,013	173,579	182,432
매출원가	88,159	212,630	221,850	163,624	166,139
매출총이익	7,570	21,736	17,163	9,954	16,293
판매비와관리비	7,504	20,204	22,080	15,468	16,988
영업이익(손실)	66	1,532	(4,917)	(5,513)	(695)
금융수익	13,601	5,712	2,645	1,328	1,196
금융비용	1,236	4,202	5,166	4,931	3,524
기타수익	4,385	4,507	2,136	1,056	979
기타비용	507	62,772	29,694	1,085	250
법인세비용차감전순이익(손실)	16,309	(55,224)	(34,997)	(9,151)	(2,293)
법인세비용	482	2,312	458	(595)	468
당기순이익(손실)	15,827	(57,536)	(35,455)	(8,555)	(2,760)
기타포괄손익	461	(183)	(392)	(122)	(111)
후속적으로 당기순이익으로 재분류되지 않는 포괄손익	128	(210)	(392)	(122)	(111)
후속적으로 당기순이익으로 재분류되는 포괄손익	334	27	-	-	-
총포괄손익	16,289	(57,719)	(35,846)	(8,678)	(2,871)
당기순이익(손실)의 귀속					
지배기업의 소유주에게 귀속되는 당기순이익(손실)	15,827	(60,849)	(36,146)	(8,071)	(3,329)
비지배지분에 귀속되는 당기순이익(손실)	-	3,313	692	(484)	569
총 포괄손익의 귀속					
총 포괄손익, 지배기업의 소유주에게 귀속되는 지분	16,289	(61,037)	(36,516)	(8,193)	(3,383)
총 포괄손익, 비지배지분	-	3,318	669	(484)	511
주당이익					
기본주당이익(손실) (단위 : 원)	292	(804)	(458)	(103)	(39)
희석주당이익(손실) (단위 : 원)	-	(804)	(458)	(103)	(39)

**2018년도 매출
전년 대비 2%
증가**

동사의 2017년 매출은 2016년 12월에 유류도소매업체인 대하에너지와 골재채취업체인 보광산업을 종속회사로 편입하면서 전년 대비 145% 증가한 2,344억 원을 기록하였다. 그리고, 2018년에는 연결대상 회사의 변동이 없는 가운데 2% 성장한 2,390억 원을 나타냈으며, 2019년 3분기까지의 매출도 전년동기 대비 5% 증가한 1,824억 원을 기록하였다.

동사의 영업이익은 2017년에 15억 원으로 전년도의 1억 대비 15억 원 증가하였다. 그러나, 종속회사 보광산업의 지분에 대한 손상차손 급증으로 당기순손실은 -575억 원을 기록하였으며, 2018년에도 관관비 증가와 종속회사 투자지분 손상차손으로 적자를 지속하였다.

[그림 13] 매출액/영업이익/당기순이익 추이



[그림 14] 증가율/이익률 추이



*출처: 동사 IR 자료, 나이스디앤비 작성

다만, 2019년 3분기까지 누적 영업수지는 연초 레미콘 매출단가의 인상(6%) 등에 힘입어 영업적자 폭이 크게 감소하였으며(2018년 3분기 누적영업손실 -55억 원 → 2019년 3분기 누적영업손실 -7억 원), 종속기업 지분에 대한 손상차손도 추가로 발생할 여지는 매우 낮을 것으로 예상된다.(보광산업 주가 추이: 2018.12.28, 3,970원/주 → 2019. 6. 28, 4,445원/주 → 2019.11.19일, 4,890원/주).

[표 11] 동사 재무상태표

(단위 : 백만 원)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년 3분기
자산				
유동자산	78,198	80,920	80,695	57,602
현금및현금성자산	5,154	23,538	18,041	6,397
단기금융상품	4,151	860	989	904
매출채권	36,409	31,804	31,858	32,226
기타수취채권	21,889	14,148	23,804	8,870
기타유동자산	1,140	714	1,045	3,252
채고자산	8,873	9,855	4,946	5,953
비유동자산	309,067	277,210	243,182	267,166
장기금융상품	728	1,145	1,391	1,845
비유동성과생상품자산	-	41	-	-
매도가능금융자산	3,482	2,717	-	-
기타포괄-공정가치금융자산	-	-	2,077	2,969
투자부동산	3,383	2,851	7,285	7,235
유형자산	141,679	168,892	164,491	170,469
무형자산	158,189	98,238	65,189	61,806
기타비유동수취채권	-	2,000	1,000	21,171
자산총계	387,265	358,130	323,877	324,769

(계속)
23

부채				
유동부채	106,973	123,902	133,143	132,544
매입채무	13,855	10,457	11,645	11,035
단기차입금	77,692	62,842	70,929	90,033
기타지급채무	5,547	5,523	5,147	5,746
기타유동부채	1,605	2,874	2,125	1,956
유동성과생상품부채	—	1,719	450	172
당기법인세부채	1,383	1,844	1,559	442
유동성전환사채	—	21,979	11,870	2,009
유동성장기차입금	6,334	16,565	28,982	18,542
유동성리스부채	—	—	—	2160
비유동부채	60,829	68,636	52,788	51,870
장기차입금	25,356	23,859	17,279	10,436
전환사채	—	6,837	—	—
비유동과생상품부채	—	950	13	—
리스부채	—	—	—	7,021
확정급여부채	3,415	3,851	3,735	3,900
이연법인세부채	18,328	19,875	17,770	17,117
기타비유동금융부채	6,252	5,875	5,572	4,068
기타충당부채	7,478	7,390	8,420	9,329
부채총계	167,802	192,537	185,931	184,413
자본				
지배기업의 소유주에게 귀속되는 자본	160,085	104,977	80,774	78,585
자본금	20,357	41,898	42,425	42,557
자본잉여금	93,574	79,882	79,998	81,060
기타자본구성요소	(13,713)	(13,686)	(2,624)	(2,616)
이익잉여금(결손금)	59,868	(3,116)	(39,025)	(42,416)
비지배지분	59,377	60,615	57,172	61,770
자본총계	219,463	165,592	137,946	140,355
자본과부채총계	387,265	358,130	323,877	324,769

2016년 12월 보광
산업 인수로 발생
한 대규모 상각

동사의 자산/부채/자본 변화는 2016년 12월에 보광산업 인수로 발생한 영업권의 대규모 상각(2017년 616억 원, 2018년 284억 원)으로 총자산 및 자기자본이 2년 연속 감소하는 모습을 보였다. 이에 따라 동사의 부채비율은 2016년 76.5%에서 2018년 134.8%로 증가하여 재무안정성이 다소 저하되었다.

[그림 15] 자산/부채/자본 비교



[그림 16] 자본구조 안정성



*출처: 동사 IR 자료, 나이스디앤비 작성

[표 12] 동사 현금흐름표

(단위 : 백만 원)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년 3분기
영업활동으로 인한 현금흐름	4,024	14,284	10,394	6,024
당기순손실	15,827	(57,536)	(35,455)	(2,760)
조정	(12,280)	73,464	46,237	15,737
법인세비용	482	2,312	458	468
이자비용	888	4,036	4,326	3,215
감가상각비	2,152	6,713	8,727	8,553
무형자산상각비	-	4,368	4,368	3,286
유형자산손상차손	-	-	5	-
무형자산손상차손	-	61,598	28,400	-
잡손실	-	-	-	-
투자부동산평가이익	(61)	(100)	(185)	(23)
염가매수차익	(3,181)	(672)	-	-
영업활동으로 인한 자산·부채의변동	794	2,469	3,656	(4,400)
기타수취채권의 감소(증가)	(577)	607	141	430
기타유동자산의 감소(증가)	(644)	853	(155)	(2,256)
기타비유동자산의 감소(증가)	-	46	50	28
매입채무의 증가(감소)	(4,366)	(5,943)	1,188	(610)
하자보수충당부채의 증가(감소)	-	(281)	-	(6)
확정급여부채의 증가(감소)	(287)	(1,223)	(1,348)	(372)
이자의 수취	993	1,465	1,044	810
배당금의 수취	268	41	49	1,768
법인세의 환급(납부)	(679)	(2,731)	(2,175)	(2,149)
투자활동현금흐름	(72,320)	(7,667)	(16,730)	(9,545)
단기대여금의 감소	9,887	59,967	18,372	22,971
종속기업 지배력 상실로 인한 순현금흐름	-	-	-	83
기타비유동금융자산(보증금)의 감소	58	727	521	164
단기금융상품의 증가	(12,378)	(1,283)	(1,563)	(1,260)
장기금융상품의 증가	(202)	(306)	(577)	(464)
장기대여금의 증가	-	(2,000)	-	-
매도가능금융자산의 취득	(13,313)	(2,734)	-	(1,000)
무형자산의 취득	-	(618)	(131)	(511)
재무활동현금흐름	69,694	11,767	839	(8,122)
자기주식의 처분	-	-	7,494	0
기타비유동금융부채(보증금)의 증가	499	251	432	435
단기차입금의 상환	(75,802)	(162,551)	(170,362)	(105,866)
장기차입금의 상환	(342)	(3,504)	(318)	(1,000)
전환사채의 상환	-	-	(18,220)	(4,400)
리스부채의 상환	-	-	-	(1,301)
비지배지분의 취득	-	(6)	-	-
주식발행비용	(226)	(201)	(4)	(4)
현금및현금성자산의순증가(감소)	1,399	18,384	(5,497)	(11,643)
기초현금및현금성자산	3,755	5,154	23,538	18,041
기말현금및현금성자산	5,154	23,538	18,041	6,397

구분	2016년	2017년	2018년	2019년 3분기
영업활동으로 인한 현금흐름	4,024	14,284	10,394	6,024
당기순손실	15,827	(57,536)	(35,455)	(2,760)
조정	(12,280)	73,464	46,237	15,737
법인세비용	482	2,312	458	468
이자비용	888	4,036	4,326	3,215
감가상각비	2,152	6,713	8,727	8,553
무형자산상각비	-	4,368	4,368	3,286
유형자산손상차손	-	-	5	-
무형자산손상차손	-	61,598	28,400	-
잡손실	-	-	-	-
투자부동산평가이익	(61)	(100)	(185)	(23)
염가매수차익	(3,181)	(672)	-	-
영업활동으로 인한 자산·부채의변동	794	2,469	3,656	(4,400)
기타수취채권의 감소(증가)	(577)	607	141	430
기타유동자산의 감소(증가)	(644)	853	(155)	(2,256)
기타비유동자산의 감소(증가)	-	46	50	28
매입채무의 증가(감소)	(4,366)	(5,943)	1,188	(610)
하자보수충당부채의 증가(감소)	-	(281)	-	(6)
확정급여부채의 증가(감소)	(287)	(1,223)	(1,348)	(372)
이자의 수취	993	1,465	1,044	810
배당금의 수취	268	41	49	1,768
법인세의 환급(납부)	(679)	(2,731)	(2,175)	(2,149)
투자활동현금흐름	(72,320)	(7,667)	(16,730)	(9,545)
단기대여금의 감소	9,887	59,967	18,372	22,971
중소기업 지배력 상실로 인한 순현금흐름	-	-	-	83
기타비유동금융자산(보증금)의 감소	58	727	521	164
단기금융상품의 증가	(12,378)	(1,283)	(1,563)	(1,260)
장기금융상품의 증가	(202)	(306)	(577)	(464)
장기대여금의 증가	-	(2,000)	-	-
매도가능금융자산의 취득	(13,313)	(2,734)	-	(1,000)
무형자산의 취득	-	(618)	(131)	(511)
재무활동현금흐름	69,694	11,767	839	(8,122)
자기주식의 처분	-	-	7,494	0
기타비유동금융부채(보증금)의 증가	499	251	432	435
단기차입금의 상환	(75,802)	(162,551)	(170,362)	(105,866)
장기차입금의 상환	(342)	(3,504)	(318)	(1,000)
전환사채의 상환	-	-	(18,220)	(4,400)
리스부채의 상환	-	-	-	(1,301)
비지배지분의 취득	-	(6)	-	-
주식발행비용	(226)	(201)	(4)	(4)
현금및현금성자산의순증가(감소)	1,399	18,384	(5,497)	(11,643)
기초현금및현금성자산	3,755	5,154	23,538	18,041
기말현금및현금성자산	5,154	23,538	18,041	6,397

**당기순손실
규모는 크나,
현금흐름은 양호**

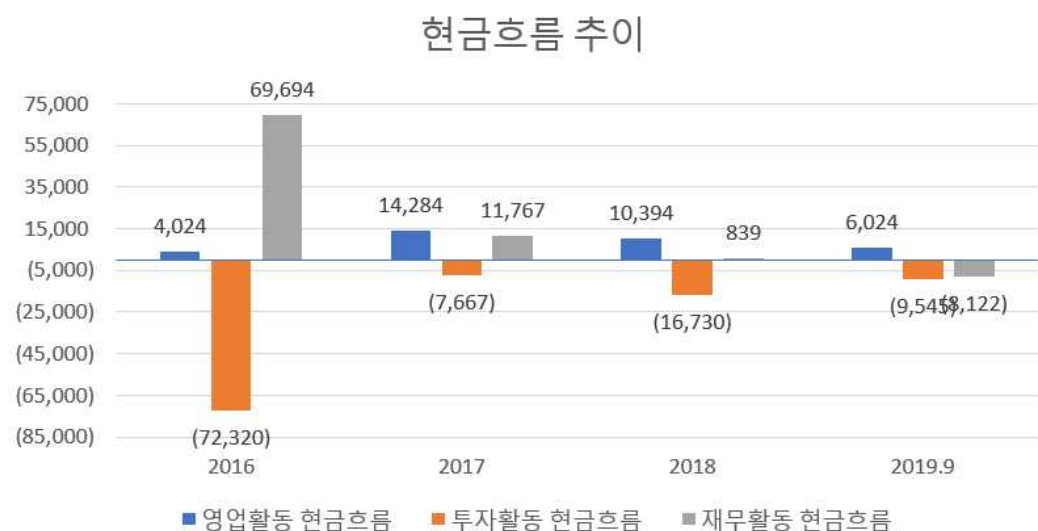
한편, 동사는 지주회사로서 산하 종속회사들과 장단기 자금거래가 빈번히 이루어지고 있는 것으로 파악되는데, 관련 계정인 기타수취채권 약 196억 원을 2019년 상반기에 유동자산에서 비유동자산(기타비유동수취채권)으로 재분류하면서 운전자금 부담이 증가한 것으로 나타났다. 이는 2019년에 대구 지역의 부동산 경기가 호조를 보이면서 레미콘 및 아스콘 업체 등 종속회사들에 대한 자금지원의 영향인 것으로 판단된다.

따라서, 동 부분을 제외하면 운전자금 부담이 실질적으로 증가한 것은 아닌 것으로 여겨지며 실제로 동사의 총차입금은 2019년 말 1,291억 원에서 2019년 3분기 1,302억 원으로 11억 원 증가에 그쳤다. 그런데, 이 부분도 회계기준 변경으로 계상된 리스 부채 약 92억 원을 고려하면 실질적으로는 2019년 3분기까지 약 81억 원의 차입금이 감소한 것으로 보여서 동사의 재무안정성은 오히려 개선되고 있는 것으로 평가된다.

동사는 2017년과 2018년 대규모 당기순손실에도 불구하고 영업을 통한 현금흐름은 각각 143억 원과 104억 원으로 양호한 모습을 보여주었는데, 이는 비현금비용인 무형자산 상각(2017년 616억 원, 2018년 284억 원)이 손실의 대부분을 차지하고 있었기 때문이다.

한편, 동사는 2018년 중 종속회사에 대한 대여금 286억 원을 주로 보유 현금과 예금을 활용하여 충당함으로써 보유 현금과 예금이 55억 원 감소하였다. 또한, 2019년 3분기에도 관계회사 대여금 및 차입금 상환 등 필요자금을 보유 현금과 예금으로 충당함으로써 보유 현금과 예금 잔액은 42.8억 원을 기록하고 있다.

[그림 17] 동사 현금흐름의 변화



*출처: 동사 IR 자료, 나이스디앤비 작성

V. 주요 이슈 및 전망

전국적인 건설 경기는 감소세이나 대구·경북지역 건설경기 호조, 건축자재, 레미콘 등 수요 증가 기대

동사는 대구, 경북지역을 중심으로 레미콘 매출과 건설자재 유통을 주 사업으로 영위하는 홈센타 그룹의 모회사인 동시에 자체사업으로 건축자재 유통 및 레저스포츠업을 겸하고 있는 비금융지주회사이다. 연결기준 동사의 매출구성은 유류 도소매 부문이 50%를 차지하고 있으나, 유류 사업은 국제석유제품 가격을 기준으로 공급가를 결정하는 방식을 취하고 있어 정유사가 대리점 및 주유소에 공급할 때 적용되는 명목상의 기준가격은 국제제품가격 및 환율, 시장수급에 따라 변동된다. 정유사가 실제로 주유소 및 대리점에 공급하는 가격은 거래처의 신용도 및 판매량 등에 따라 다르게 책정되고 있으며, 동사의 유류사업은 매출 비중은 높으나, 영업 마진이 크지 않은 편이다.

석유류는 국내외적으로 경제악화로 인한 소비심리 위축, 환경규제정책 및 대체에너지 연구개발로 인해 수요가 감소하고 있다. 또한 정부의 과도한 석유류 가격 인상억제 정책 등으로 인해 석유류 유통 업계의 수익구조 악화를 초래하여 일반대리점의 경영위축이 가속화되고 있는 실정이다.

동사의 그 외 사업인 레미콘, 건축자재 유통사업은 건설 경기에 영향을 받는 사업이다. 대한건설협회의 「2019년 건설경기 및 건설자재 전망자료」에 따르면, 2017년 하반기에 시작된 건설 수주의 감소세가 2019년까지 지속될 것으로 예상되고 있다. 또한 한국건설산업연구원 2019년 하반기 주택경기 전망 자료에 의하면, 2018년 전국 주택 분양 수는 28만 2,964호에서 2019년에는 26만 호로 예상되고 있다. 지난해 ‘주택공급에 관한 규칙’ 개정으로 인한 이연 물량과 2019년 상반기 분양 실적에 전년 동기 대비 저조하였던 점을 감안하여 연말까지 감소세가 지속할 것으로 전망하고 있다.

그러나, 동사가 사업을 영위 중인 대구지역의 경우, 분양·광고대행사 애드메이저 부설연구소 디자인센터가 분석한 '2019년 대구 주택분양 시장 현황'에 따르면 2019년 10월 말까지 분양한 아파트 및 주거용 오피스텔은 36개 단지, 2만 3천 210가구에 이른다. 올 연말까지 대구에서 13개 단지, 8천 800가구가 분양 예정인 점을 고려하면 올해에만 3만 2천 가구가 공급, 지난 2003년 2만 7천 686가구를 넘는 역대 최대 물량을 기록할 가능성이 크다. 내년 상반기에도 대구에서 8천 200여 가구를 분양할 것으로 예상되고 있다.

이와 같이 동사의 전방산업인 건설업 경기 부진을 변치 못하고 있으나, 동사의 주사업장이 위치한 대구·경북지역에서 2019년 건설경기는 호조를 보임에 따라 연간 기준으로 실적 호전이 기대되고 있다.

[그림 18] SWOT 분석

Strong Points	Weak Points
<ul style="list-style-type: none"> 기존 건축물 리모델링 사업으로 친환경 건축자재 시장 활성화 종속회사들의 레미콘 사업으로 대구 경북지역 건설사업 인프라 확보 기술영업 경험과 노하우를 바탕으로 납품처별 맞춤형 마케팅이 가능 	<ul style="list-style-type: none"> 건축자재 특성상 제품의 크기에 따른 물류비용 증가 건축자재(타일류, 위생도기, 수전금구) 유통시 기존 기성품 의존도(가격 등)가 높음
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> 리모델링 시장 규모 증가 대구지역 신규 주택시장 증가로 건축자재 수요 증가 예상 건설관련 유해물질 및 에너지 효율 규제 정책이 강화되고 있음 건축 패러다임이 삶의 질 향상 및 주거가치를 높이는 방향으로 변화하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> 건축자재 유통 사업의 특성상 진입장벽이 낮은 편임 중국 등 저가의 수입 건축자재(위생도기 등) 등장으로 납품 견적단가 경쟁력 약화 요인 존재

**동사의
종속회사인
보광산업, 대규모
채석단지 보유**

한편, 건설산업의 필수 소재인 골재는 천연 골재로 수요를 충당하기에 한정적이나, 종속회사인 보광산업이 허가를 취득한 대규모의 채석단지를 보유하고 있어 상당 기간 자원 고갈에 대한 우려 없이 골재 채취사업의 영위가 가능할 것으로 분석된다.

또한, 동사는 순환 아스콘의 제조를 위하여 폐아스콘으로부터 순환골재를 생산하고 있다. 순환골재로부터 일정 품질의 재활용 제품을 생산하는 기술력이 산업 전반적으로 향상되고 있고, 정부에서 순환골재의 사용을 확대하기 위한 정책을 펼치고 있는 점 역시 동사의 실적 개선에 기회 요인으로 작용될 수 있다.

동사는 2017년과 2018년에 종속회사 보광산업 투자지분의 손상차손이 대규모로 발생하면서 큰 폭의 적자를 보였으나, 2019년에는 전방산업인 건설업 경기가 주 사업장인 대구, 경북지역에서 호조를 보임에 따라 연간기준으로 실적 호전이 기대되고 있다. 또한, 골재를 생산하는 보광산업의 주가도 건설경기 호전에 힘입어 2019년 8월 6일 3,235원으로 저가를 기록한 후 상승세를 유지함에 따라 2019년에는 손상차손 발생가능성도 낮은 것으로 추정된다.



[별첨 1] 동사의 주요 연혁

일자	내용
2017. 08.	대표이사 박병윤 취임
2016. 09.	(주)홈센타홀딩스로 상호변경
2016. 03.	제50회 납세자의 날 표창
2013. 12.	대표이사 박병준 취임
2012. 10.	한국표준협회 KS인증대상 지식경제부 장관상
2012. 06.	대구광역시 2012년 스타기업 선정
2012. 06.	2012년 콘크리트기술경연대회 품질부분 우수상
2011. 08.	대구 산업인력공단 중소기업 학습 조직화사업 경진대회 금상
2010. 11.	전국 품질분임조 경진대회 은상 수상(불량제로팀)
2010. 03.	대표이사 박춘호 취임(박춘만, 박춘호 각자대표이사)
2009. 11.	전국 품질분임조 경진대회 대통령상 금상수상(창조팀)
2009. 04.	신재생에너지 전문기업 등록
2005. 08.	홈스파월드(레저사업부) 오픈
2005. 03.	대표이사 박춘만 취임
2004. 02.	레미콘사업부 ISO 9001,건마크 및 KS 품질인증 획득
2003. 10.	레미콘사업부 설립 및 공장 준공. 도매전시장 준공
2003. 03.	(주)홈센타 상호변경
2002. 07.	코스닥시장 상장
2002. 02.	(주)동화씨엠테크로 상호변경
2001. 05.	미장, 방수, 조적공사업 면허 인가
1999. 06.	전문소방시설공사업 면허 인가(제9902호)
1997. 01.	ISO 9002 인증획득(중소기업인증센터)
1996. 11.	병역특례업체 지정
1996. 01.	Q마크 획득(조립식 온돌판넬)
1994. 10.	설비기자재(DH배관) 가공업 추가
1994. 05.	왜관공장 준공 및 본사이전
1993. 07.	영남대학교 컨소시엄 구성 협약
1992. 10.	에너지관리공단 주최 에너지 기자재전 출품(조립식온돌판넬)
1992. 09.	전문건설 기계설비공사업 면허 인가(경북 12-67호)
1991. 09.	(주)동화산업 상호변경
1988. 07.	(주)동화소방 설립

*출처: 동사 홈페이지, 분기보고서(2019.09.)