기업 밸류업 공시법인
KRX KOREA EXCHANGE
CORPORATE VALUE-UP

KOSPI | 식품,음료,담배

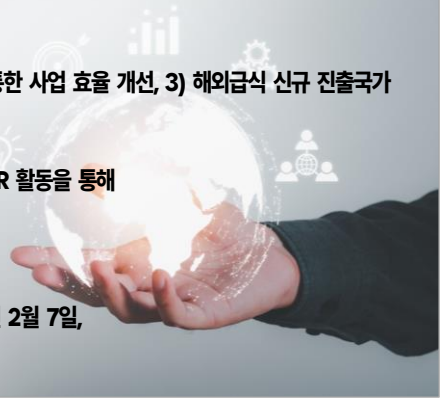
현대그린푸드 (453340)

건강한 음식, 건강한 기업

기업가치 제고 계획 및 이행상황

- 기업가치 제고계획(2024년 11월 7일 공시): 기업가치 제고 핵심지표로 1) ROE, 2) PBR을 선정
- 1) ROE: 2027년 중기목표 11% 달성을 위해 1) 그리팅 사업 활성화, 2) CK식재 경로 확대를 통한 사업 효율 개선, 3) 해외급식 신규 진출국가 탐색 및 기존 진출국가 사업 확대 적극 검토의 3가지 방안을 제시

  2) PBR: 2027년 중기목표 0.8x을 위해 ROE 11% 달성 외에 주주환원 정책 강화와 적극적인 IR 활동을 통해 장기적으로 기업가치 및 시장평가를 개선할 계획
- 기업가치 제고 이행상황: 2024년 11월 7일 주식 매입 및 소각 결정 공시
  취득예정 주식수 745,374주(발행주식 총수의 2.2%), 취득기간 2024년 11월 8일 ~ 2025년 2월 7일,
  소각예정일 2025년 2월 28일



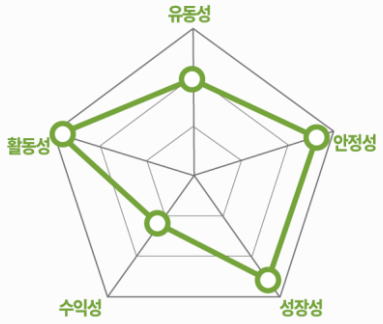
체크포인트

- 현대그린푸드는 현대백화점 그룹의 종합식품 기업. 매출액은 푸드서비스 47.2%, 식재 25.9%, 유통 15.4%, 기타 11.6%로 구성
- 2020년 론칭한 케어푸드 전문 브랜드 '그리팅'의 성장이 주요 투자포인트
- 동사 과거 주가는 PER Band 4.7x ~ 7.0x, PBR Band 0.55x ~ 0.80x 수준에서 형성. 현재 주가는 2024년 예상 실적 기준 PER 5.9x, PBR 0.73x 수준으로 과거 대비 PER은 중단, PBR은 상단에 위치. 향후 기업가치 제고계획 이행에 따른 밸류에이션 멀티플 상승 가능성도 존재

주가 및 주요이벤트

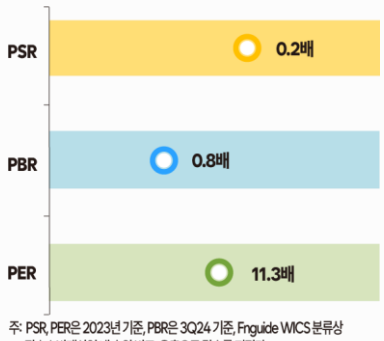


재무지표



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

밸류에이션 지표



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

현대그린푸드 (453340)

KOSPI
식품,음료,담배

Analyst 채윤석 chaeyunseok@kirs.or.kr
RA 정수현 sh.jeong@kirs.or.kr

현대백화점 그룹의 종합식품 기업

동사는 2023년 3월 2일, 현대지에프홀딩스(구. 현대그린푸드)로부터 식품 사업부문이 분할되어 설립된 신설 법인으로 2023년 4월 10일 유가증권 시장에 재상장됨. 2024년 3분기 누적 실적 기준 매출액은 푸드서비스 47.2%, 식재 25.9%, 유통 15.4%, 기타 11.6%로 구성되어 있음. 푸드서비스 부문은 국내외 기업, 병원, 기관의 구내식당을 위탁 운용하는 단체급식 사업이며, 식재 부문은 사업장, 외식, 유통 사업장, 군부대, 시니어(복지관/요양원) 등 다양한 고객사에게 식자재를 공급함. 유통사업은 공산품 및 생식품을 현대백화점 프리미엄 식품관, 슈퍼마켓 등 다양한 유통채널에 공급하며 기타사업은 외식 사업과 소매판매 부문으로 구성되어 있음

기대되는 '그리팅'의 성장

동사는 2020년 케어푸드 전문 브랜드 '그리팅'을 론칭한 후 저당·저칼로리·고단백 등 다양한 식단을 선보이며 가정간편식 시장에서 입지를 확장함. 2023년 국내 가정간편식 시장에서는 밀키트가 제한된 메뉴 구성, 높은 가격, 과도한 포장 문제로 소비자들에게 외면 받고, 고품질의 완성형 간편식을 선호하게 되며 성장세가 둔화됨. 그리팅은 '건강을 쉽게'라는 슬로건 아래 다양한 메뉴 구성과 정기구독 서비스, 질환 맞춤형 식단을 통해 소비자 니즈를 충족하며 차별화를 이루고 있음

2024년 매출액 2조 2,861억원, 영업이익 1,104억원으로 전망

현대그린푸드의 2024년 연간 실적은 매출액 2조 2,861억원(+4.5%, yoy(재작성 실적 기준)), 영업이익 1,104억원(+30.4%, yoy(재작성 실적 기준))으로 전망. 푸드서비스 부문은 신규 고객사 확보를 통해 안정적인 성장을 이어가고 있으며, 해외 단체급식은 전방 고객사의 프로젝트가 순조롭게 진행되며 견조한 실적이 예상됨. 식자재 부문은 군납 경쟁 심화로 단기적 감소가 전망되며, 외식사업은 신규 매장 오픈 효과로 긍정적인 성과가 예상됨

Forecast earnings & Valuation

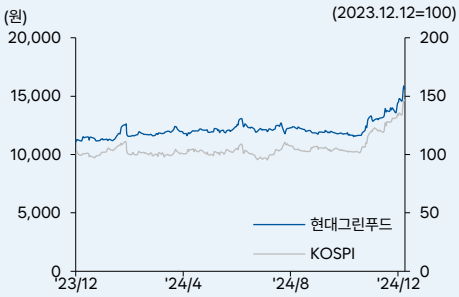
	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액(억원)	N/A	N/A	N/A	18,270	22,861
YoY(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	25.1
영업이익(억원)	N/A	N/A	N/A	648	1,104
OP 마진(%)	N/A	N/A	N/A	3.5	4.8
지배주주순이익(억원)	N/A	N/A	N/A	393	878
EPS(원)	N/A	N/A	N/A	1,387	2,592
YoY(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	86.8
PER(배)	N/A	N/A	N/A	8.3	5.9
PSR(배)	N/A	N/A	N/A	0.2	0.2
EV/EBITDA(배)	N/A	N/A	N/A	3.6	3.1
PBR(배)	N/A	N/A	N/A	0.6	0.7
ROE(%)	N/A	N/A	N/A	6.3	13.2
배당수익률(%)	N/A	N/A	N/A	2.8	2.1

주: 2023년 실적은 3월 ~ 12월 기준
자료: 한국IR협의회 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (12/20)		15,180원
52주 최고가		15,890원
52주 최저가		11,150원
KOSPI (12/20)		2,404.15p
자본금		169억원
시가총액		5,143억원
액면가		500원
발행주식수		34백만주
일평균 거래량 (60일)		7만주
일평균 거래액 (60일)		10억원
외국인지분율		13.46%
주요주주	현대지에프홀딩스 외 6인	50.78%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	16.1	21.9	31.8
상대주가	19.8	42.4	43.3

▶**참고** 1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '이자보상배율', 성장성 지표는 '매출액 증가율', 수익성 지표는 '영업이익률', 활동성지표는 '총자산회전율,' 유동성지표는 '유동비율'임. 2) 표지 밸류에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 밸류에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 밸류에이션 매력도 높음.

▶**기업 밸류업 공시 법인** 주주가치 존중 기업문화로의 변화를 위해 자발적으로 기업가치 제고 노력을 하는 기업. 기업가치 제고 계획을 자율적으로 수립하고, 이행하며 투자자와 소통하는 기업

기업 개요

1 회사 개요 및 지배구조

현대백화점 그룹의 종합식품 기업

현대그린푸드는 현대백화점 그룹의 종합식품 기업으로서 1973년 현대백화점의 전신인 금강개발산업의 캐터링 사업부문으로 시작해 단체급식, 식자재 유통, 외식사업 등으로 사업 영역을 확대하였다. 2010년 식자재 유통 기업 '현대H&S'와 단체급식을 제공하는 '현대푸드시스템', 식품가공·소매유통 기업 '현대F&G' 3개 회사가 통합하면서 현대그린푸드로 출범했다. 2010년대에는 범현대가의 해외 공장 가동 및 프로젝트 수주에 힘입어, 해외 단체급식 확대를 바탕으로 성장하였으며, 2020년대 들어서는 스마트푸드센터를 건설하고 이를 기반으로 CK식재로 기존 단체급식 및 식재 사업을 강화하고 케어푸드 전문 브랜드 '그리팅'을 론칭하며 경쟁력을 강화하고 있다.

2023년 3월 2일, 현대그린푸드는 인적분할 방식으로 존속법인 현대지에프홀딩스와 신설법인 현대그린푸드로 분할하였다. 현대지에프홀딩스는 현대백화점그룹의 지주사로 현대리바트, 현대이지웰 등 자회사 관리 및 신규 사업 투자를 담당하고 현대그린푸드는 사업회사로 단체 급식과 식자재 유통, 건강식 사업 등 식품사업에 집중하고 있다.

2024년 11월 7일 기준, 동사의 최대주주는 현대지에프홀딩스로 동사 지분의 38.1%를 보유하고 있으며, 정지선 현대백화점 그룹 회장의 친인척 6인의 12.8%를 포함한 최대주주 및 특수관계인 지분율은 50.8%이다. 현재 정지선 현대백화점 그룹 회장은 2024년 7월, 보유 중인 현대그린푸드 지분(4,293,097주)을 가족(배우자, 자녀, 조카)에게 모두 증여했으며, 현재 개인적으로 보유한 주식은 없다. 이 외의 주요 주주로는 동사 지분 12.0%를 보유한 브이아이피자산운용이 있다.

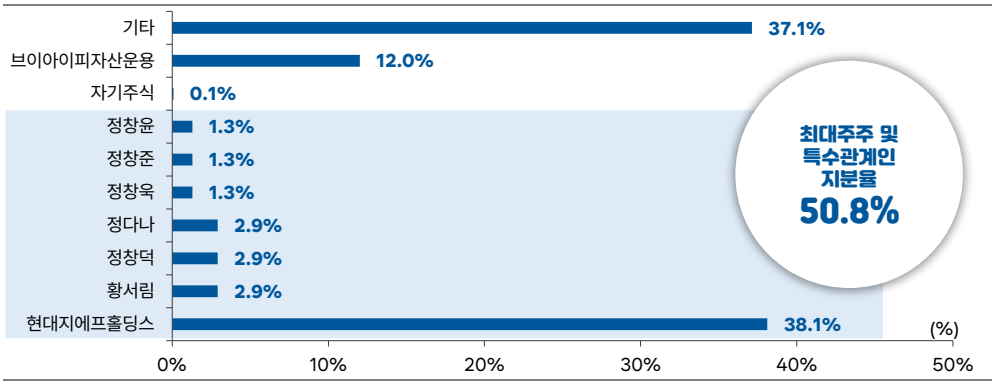
2024년 9월 말 기준, 현대그린푸드는 총 6개의 종속기업을 보유하고 있다. 이 중 현대캐터링시스템(지분율 80.2%)은 국내에서 조리 인력 공급을 담당하고 있다. 나머지 5개의 종속기업은 해외에서 단체급식 사업을 영위하고 있으며, 지역별로는 중국에 3개(지분율 100%), 미국에 1개(지분율 100%), 멕시코에 1개(지분율 99.9%)로 구성되어 있다.

현대그린푸드 연혁



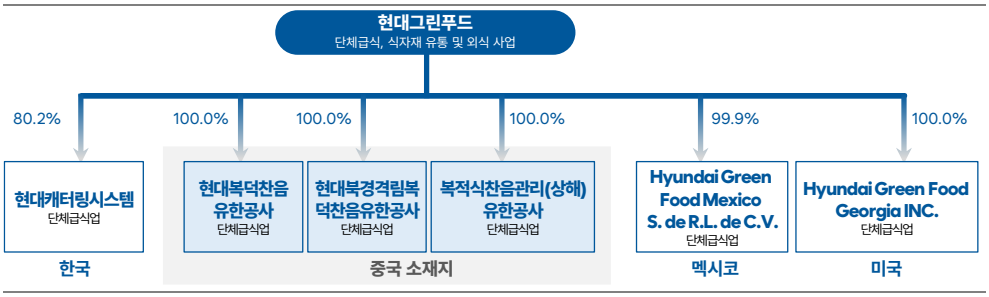
자료: 현대그린푸드, 한국IR협의회 기업리서치센터

현대그린푸드 주주 현황(24.11.07 기준)



자료: 현대그린푸드, 한국IR협의회 기업리서치센터

현대그린푸드 종속회사 현황(3Q24 기준)



자료: 현대그린푸드, 한국IR협의회 기업리서치센터

2 사업현황

2024년 3분기 누적 실적 기준 매출액은 푸드서비스 47.2%, 식재 25.9%, 유통 15.4%, 기타 11.6%로 구성

현대그린푸드의 2024년 3분기 누적 실적 기준 매출액은 푸드서비스 47.2%, 식재 25.9%, 유통 15.4%, 기타 11.6%로 구성되어 있으며, 내수 93.6%, 수출 6.4%로 이뤄져 있다.

1. 푸드서비스(단체급식)

동사는 국내외 약 700여곳에서 급식서비스를 제공하고 있으며, 푸드서비스 매출은 내수 87.9%, 수출 12.1%로 구성되어 있다.

국내에서는 기업, 병원, 기관의 구내식당을 위탁 운용하며 안정적인 매출 기반을 구축해왔다. 특히 대형 고객사(현대차, 기아 등) 운영 경험을 기반으로 그룹사 외 신규 고객사를 지속적으로 유치하며 국내 단체급식 사업의 매출 구조를 다변화하고 있다. 별도 실적 기준, 푸드서비스 부문 매출액은 2019년 6,262억원에서 연평균 9.91% 성장하여 2023년 9,139억원을 기록하였다. 동사의 스마트푸드센터에서 제조된 CK(Central Kitchen, 1 ~ 3차 가공을 거친 식재료) 식재 사용을 2023년 20.5%까지 확대하며 일관된 품질의 식사를 제공하고, 조리시간 단축을 통해 인력 운영 효율성을 개선하였다. 또한 샌드위치, 컵밥, 김밥 등 간편식 매출 증가(2020년 0.7억원 → 2023년 126억원)와 카페·매점 등 부가서비스 매출 확대(2020년 122억원 → 2023년 415억원)가 국내 단체급식 매출 성장에 중요한 동력이 되었다.

동사는 2011년 아랍에미레이트의 바라카 원전 공사 현장 수주를 시작으로, 2012년 중국, 2015년 멕시코, 2021년 미국에 법인을 설립하며 해외 시장에 진출해 현재 7개국에서 해외 급식사업을 운영하고 있다. 해외 현지에서는 한국 기업 및 대형 산업단지, 건설 현장을 중심으로 급식 서비스를 제공하고 있다. 지사 형태로 진출하여 별도 실적에 포함되는 중동(아랍에미레이트, 쿠웨이트, 사우디, 이라크)지역향 매출액은 2023년 기준 503억원, 2024년 3분기 누적 기준 482억원을, 법인으로 진출한 중국, 멕시코, 미국 지역 법인 매출액은 2023년 기준 647억원, 2024년 3분기 누적 기준 487억원을 기록했다.

2. 식재

현대그린푸드의 식재사업은 급식 사업장, 외식, 유통 사업장, 군부대, 시니어(복지관/요양원) 등 다양한 고객사에게 식자재를 공급하며, 대부분 내수로 구성되어 있다. 동사는 전국적으로 구축된 7개 물류센터(수지, 동탄, 호남, 경인1·2(광주), 이천 DC, 영남, 울산)를 기반으로 약 750대의 배송차량과 30대의 수송차량을 운영, 전국 단위 익일 배송 인프라를 구축하여 신속하게 식자재를 공급하고 있다. 우수한 인프라를 보유한 동사의 식재사업 매출액은 2019년 3,773억원에서 연평균 13.04%씩 성장하여 2023년 6,160억원을 기록하였고, 같은 기간 영업이익은 293억원에서 477억원으로 증가하며 안정적인 수익성을 확보하였다.

3. 유통사업(리테일)

현대그린푸드의 유통사업은 공산품 및 생식품을 현대백화점 프리미엄 식품관, 슈퍼마켓 등 다양한 유통채널에 공급하고 판매하는 사업 부문이다. 유통사업부 실적은 2019년 매출액 3,881억원, 영업이익 260억원에서 2023년 3,427억원, 영업이익 72억원으로 매출액과 영업이익은 감소하고, 영업이익률은 하락하였다. 코로나-19 팬데믹 이후 백화점 식품관 객수의 감소가 실적 부진의 주요 요인으로 작용했다. 동사는 이에 대응하기 위해 최근 일부 매장에서 헬스케어 중심의 MD와 건강상담 코너(그리팅스토어)를 신설 운영하며 식품관 차별화를 통해 성과 개선을 추진하고 있다.

4.기타

현대그린푸드의 기타사업은 외식사업과 소매판매를 중심으로 운영되고 있다.

동사는 현대백화점 및 쇼핑몰 등에서 푸드코트, 베이커리, 카페, 레스토랑 등 33개 브랜드, 11개의 외식 매장을 직영으로 운영 중이다. 외식사업의 매출액은 2019년 1,397억원에서 연평균 12.18% 성장하며 2023년 2,212억원을 기록하였고, 같은 기간 영업이익도 47억원에서 75억원으로 증가하였다. 코로나-19 팬데믹 기간인 2020년 ~ 2021년에는 매출액 감소와 영업적자를 기록했으나, 이후 백화점 F&B 객수 증가 및 신규 매장(더현대서울, 텍사스로드하우스 등) 오픈 효과로 매출 호조를 보였다.

소매판매 부문은 동사의 스마트푸드센터에서 제조되는 B2C HMR 브랜드인 그리팅 제품 판매이다. 동사는 2020년부터 그리팅 브랜드를 통해 저당, 저열량 등 건강 식단 제품과 고령층을 대상으로 한 제품을 판매해왔다. 동사는 그리팅 브랜드 인지도를 높이기 위해 2024년 10월부터 유튜브, 넷플릭스 등 온라인에서 광고를 집행하며 마케팅 활동을 확대하고 있다.

물류 인프라 현황



| 수지센터 | 경기 용인
유통물류(콜드체인), 재고비축, 축산 가공장



| 동탄센터 | 경기 화성
식재물류(콜드체인), 재고비축



| 호남센터 | 광주광역시
식재물류(콜드체인), 재고비축





| 경인 1, 2센터 | 경기 광주
식재물류(콜드체인), 재고비축, 전처리 가공장



| 이천 DC센터 | 경기 이천
식재물류(콜드체인), 재고비축



| 영남센터 | 경남 밀양
식재/유통물류(콜드체인), 재고비축, 전처리 가공장

자료: 현대그린푸드, 한국IR협의회 기업리서치센터

외식사업 주요 브랜드 현황

셀렉트 다이닝



현대백화점 프리미엄 푸드코트
h키친



더현대서울 푸드트럭 스트리트
푸드트럭 피아자



명인의 손맛을 담은 서울식 냉면
한솔냉면



즉석에서 만드는 신선한 초밥
본가스시



정호영 셰프와의 콜라보
샤브카덴, 소바카덴



고품격 유러피안 다이닝 레스토랑
h레스토랑 (h450, h541 등)

베이커리



현대백화점 프리미엄 베이커리
베즐리



더현대서울 브런치 카페
로라스블랑

글로벌 브랜드



Eataly is Italy
Eataly



「KITH」 성수
Treats, Sadelle's



Legendary Food, Service
Texas Road house



No syrup, No sugar, No water
Joe and the juice



Real Ingredients, Real Difference
Jaggers

자료: 현대그린푸드, 한국IR협의회 기업리서치센터

스마트푸드센터에서 생산되는 CK/간편식

h'_Cook	• CK(Central Kitchen) : 단체급식 및 외식 사업장에서 사용되는 반찬, 국, 탕 등을 대량으로 조리한 제품 • 표준 레시피로 제작한 CK식재를 활용하여 사업장 간 식사 품질 격차를 해소하고, 식품안전/위생관리 효율을 제고 • 또한, 조리 공정을 단축시킴으로써 사업장 인건비 효율 제고에 기여	
I like Eat	• 간편식 : 최근 젊은 고객들의 수요를 반영하여, 간편하지만 든든한 구성으로 take-out 이 가능한 형태로 제작된 새로운 급식 형태 • 샌드위치, 버거, 샐러드, 컵밥, 김밥 등 다양한 카테고리 운영	

자료: 현대그린푸드, 한국IR협의회 기업리서치센터

산업 현황

1 식자재 유통 시장과 급식 시장 현황

국내 식자재 유통시장은 외식업에 속하며, 2016년 약 45조원에서 2023년 약 62조원 규모로 성장함

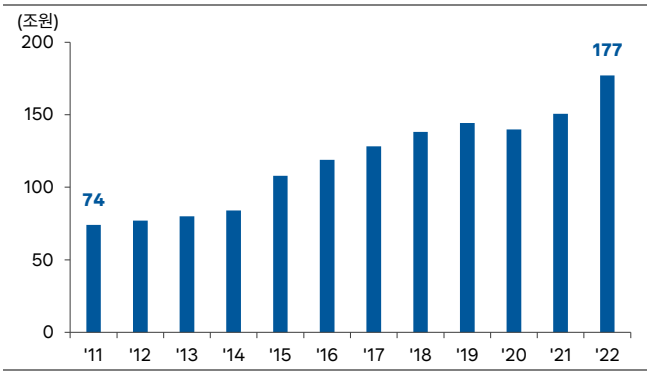
국내 식자재 유통시장은 외식업(음식점 및 주점업)에서 사입하는 식자재 구매액의 합을 의미한다. 통계청에 의하면 국내 외식업은 2011년 약 74조원에서 연평균 8.3%씩 성장하여 2022년 177조원을 기록하였고, 같은 기간 외식 업체 수는 60.7만개에서 79.5만개로 증가하였다. 한국식자재유통협회에 따르면 국내 식자재 유통 시장은 2016년 약 45조원에서 연평균 4.7%씩 성장하여 2023년 약 62조원 규모로 확대되었으며, 주문/배송 모델이 90.2%, 매장형 모델이 9.8%를 차지하고 있다.

식자재유통 기업은 사업운영모델에 따라 1) 주문/배송 모델(Order to Delivery), 2) 매장형 모델(Cash & Carry)로 구분할 수 있다. 1) 주문/배송 모델(Order to Delivery)은 고객이 제품을 주문하면 기업 물류 센터에서 고객에게 제품을 배송하는 형태로 일반적으로 대량 구매 고객이나 정기적인 공급이 필요한 고객을 대상으로 한다. 고객의 요구에 따라 특정 시간과 장소에 맞춰 제품이 배송되며, 대량의 물품을 한 번에 배송하고, 고객이 매장을 방문할 필요가 없어 편리하다는 장점이 있다. 2) 매장형 모델(Cash & Carry)은 고객이 직접 매장을 방문하여 필요한 물품을 결제한 후 직접 운반하는 방식이다. 유통 과정에서 비용이 절감되어 상대적으로 가격이 저렴하고, 매장에서 제품을 직접 보고 선택할 수 있으며 즉각적인 구매와 소량 구매에 적합하다.

한국식자재유통협회에 따르면 국내 식자재 유통 시장 규모는 외식산업의 성장, HMR 수요 증가 그리고 1인 가구 및 고령화로 인한 소비 패턴 변화 등의 요인으로 2025년 64조원을 달성할 것으로 전망된다, 특히 온라인 플랫폼을 활용한 구매 비중 증가와 디지털화로 유통 방식의 혁신이 가속화되고 있다. 대형 급식업체들의 B2B 시장 진출, 선진 물류 시스템 도입, 개인형에서 기업형 유통업체로의 전환, 공공식자재 시장 확대 등도 시장 성장의 주요 요인으로 분석된다.

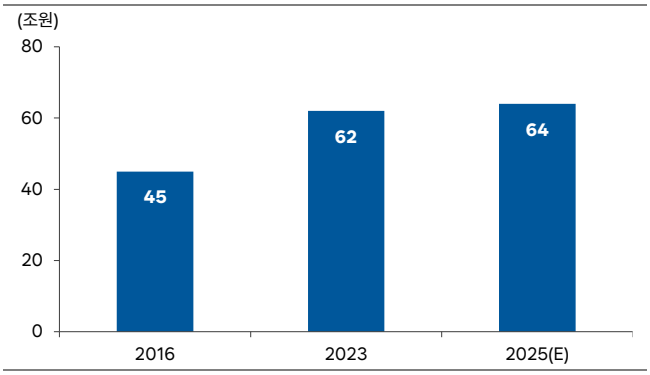
한편, 단체급식은 기숙사, 학교, 병원, 공장, 사무실, 기타 사회복지시설 등에서 특정 다수인을 대상으로 계속적인 식사를 제공하는 것을 의미한다. 한국급식학회에 따르면 2022년 기준, 국내 단체급식 시장 규모는 16조원, 2020년 기준 1일 급식이용인원은 약 1,700만명으로 추산된다. 국내 단체급식 시장은 현대그린푸드를 비롯하여 삼성웰스토리, CJ프레시웨이, 아워홈, 신세계푸드 상위 5개사가 전체 시장의 80% 이상을 점유하는 과점 시장이라는 특징이 있다.

국내 외식산업 규모 추이



자료: 통계청, 한국IR협의회 기업리서치센터

국내 식자재 유통 시장 규모 전망



자료: 한국식자재유통협회, 한국IR협의회 기업리서치센터

2 외식산업경기동향지수와 외식물가 현황

경기 침체와 물가 상승이라는 이중고를 겪는 외식산업, 그 안에서도 차별화된 흐름을 나타내는 구내식당업

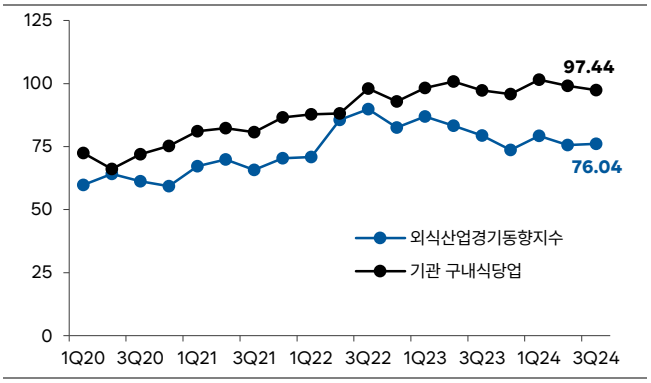
국내 외식 산업의 현황을 나타내는 대표적인 지수로는 농림축산식품부가 발표하는 외식산업경기동향지수가 있다. 외식산업경기동향지수는 외식 산업 종사자들의 판단 및 예측 변화 추이를 측정하여 산업 경기 동향을 분기별로 보여주는 체감지표로, 50~150의 값을 가지며 전년 동분기 100을 기준으로 100 초과는 전년 동분기 대비 경기 확장, 100 미만은 위축을 의미한다.

2024년 3분기 외식산업경기동향지수는 76.04로 지난 2분기 대비 0.44p 소폭 상승했으나 여전히 기준치인 100을 크게 밑돌아 전반적인 경기 침체 상황이 지속되고 있음을 나타내고 있다. 한식, 외국식, 기관 구내식당, 출장음식, 기타 간이 음식점, 주점, 비알코올 음료점 등 외식 산업 세부 업종 중에서는 기관 구내식당업이 저렴한 메뉴 가격에 대한 수요 증가에 힘입어 97.44로 가장 높은 지수를 기록했다

한편, 외식 물가 상승세는 지속되고 있다. 통계청이 매월 발표하는 소비자물가지수(2020=100 기준)에 따르면, 2024년 11월 기준 소비자물가지수는 114.40을 기록했다. 같은 기간 외식 물가지수는 122.22, 구내식당식사비는 121.95로, 전체 소비자 물가지수 상승률을 상회하며 외식업계 소비자 비용 부담을 가중시키고 있다. 이는 외식산업경기동향지수 하락의 주요 원인 중 하나로 작용하고 있으며, 외식업체의 체감 경기 회복을 제한하는 요소로 분석된다.

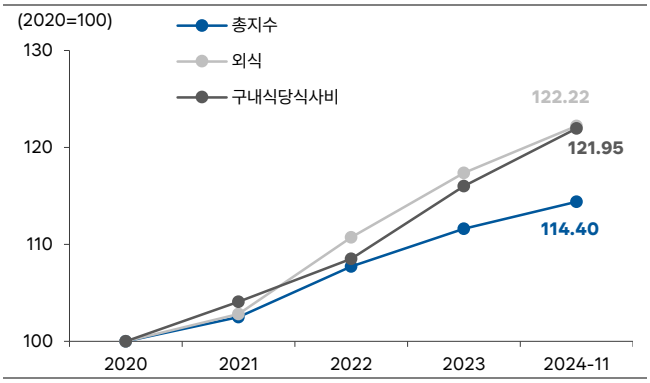
결론적으로 현재 한국 외식 산업은 경기 침체와 물가 상승이라는 이중고에 직면해 있다. 특히, 원가 부담 증가로 인한 외식 물가 상승은 소비자의 소비 위축을 심화시키며 산업 전반에 부정적인 영향을 미치고 있다. 이와 같은 상황에서도 구내식당업은 저렴한 가격 경쟁력을 바탕으로 비교적 긍정적인 업황을 유지하며 시장에서 차별화된 흐름을 보이고 있다.

외식산업경기동향지수



자료: 통계청, 한국IR협의회 기업리서치센터

품목별 소비자물가지수



자료: 통계청, 한국IR협의회 기업리서치센터

투자포인트

1 기업가치 제고계획 발표(밸류업)

2027년 중기 목표
PBR 0.8x, ROE 11%,
주주환원율 40%

2024년 11월 7일, 현대그린푸드는 밸류업 프로그램의 일환으로 기업가치 제고계획을 공시하고, 주요지표로 ROE와 PBR을 선정했다.

현대그린푸드는 2027년 중기 목표로 PBR 0.8x, ROE 11%, 주주환원율(현금배당+자사주 매입) 40%를, 2028년 이후 장기 목표로 PBR 1.0x 이상, ROE 11% 이상을 제시했다. 2023년 기준, 현대그린푸드의 주요 지표는 PBR 0.62x, ROE 8.9%(재작성 실적 기준), 주주환원율 33% 수준이다. ROE는 지속 개선되며 시장 평균(KOSPI필수소비재) 10.2%에 근접했으나, PBR은 주가 저평가로 PER이 지속 감소하며 시장 평균(KOSPI필수소비재) 0.87x를 하회하였다(PBR = PER x ROE).

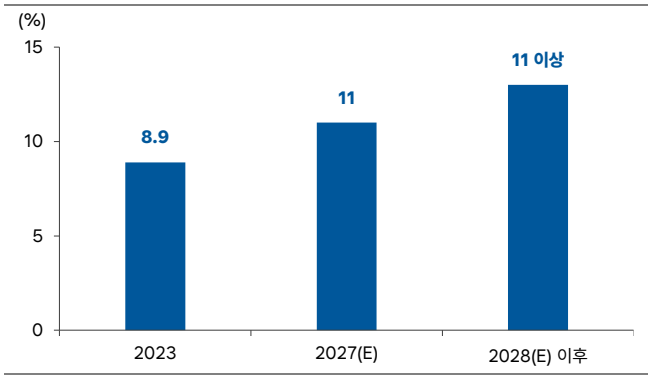
동사는 ROE 11% 달성을 위한 기존 사업 수익성 강화 및 미래성장사업 확대·추진 방안으로 3가지를 제시했다. 1) 자사몰, B2B 제휴 확대, R&D 고도화를 통한 '그리팅 사업 활성화', 2) 식자재, 외식사업 등 'CK식재 경로 확대를 통한 사업 효율 개선', 3) 해외급식 신규 진출국가 탐색 및 기존 진출국가 사업 확대 적극 검토이다. 동사는 이를 통해 시장 평균 수준 이상의 ROE를 확보하여 2027년 중기 목표와 2028년 이후 장기 목표를 달성한다는 전략이다.

동사는 PBR 목표 달성을 위해 시장 평균 수준 이상의 ROE를 달성하고, 주주환원 정책 확대를 통해 장기적으로 기업가치 및 시장평가를 개선할 예정이다. 현대그린푸드는 주주가치 제고를 위해 기존 대비 상향된 수준의 주주환원을 시행할 계획이다. 동사는 현금배당을 확대하고 자사주 매입/소각을 병행하며 2025년 이후 주주환원율 40% 이상 유지를 목표로 하고 있다. 동사의 2024년 배당 계획은 110억원(DPS 325원)이며, 2025년부터는 중간 배당 시행을 통해 현금배당을 연간 200억원 이상(중간배당과 결산배당 각각 100억원 이상)으로 확대할 계획이다. 자사주 매입/소각 계획으로는 2024년부터 2028년까지 매년 약 2%(70만주 수준), 총 10.6%의 자사주를 매입하고, 매입한 사업연도 내 소각할 예정이다.

또한 적극적인 IR 활동으로 투자자와의 소통을 강화할 계획이다. IR 전담 창구를 통해 즉각적인 소통이 가능하도록 하고, 분기별 실적 및 주요 경영사항에 대한 설명 자료를 제공하며, 애널리스트 간담회 진행 및 증권사 커버리지 확대와 투자자 대상 스마트푸드센터 현장투어 등 다양한 방법으로 정보 이용자에게 목적적합한 정보를 시의적절하게 제공할 계획이다.

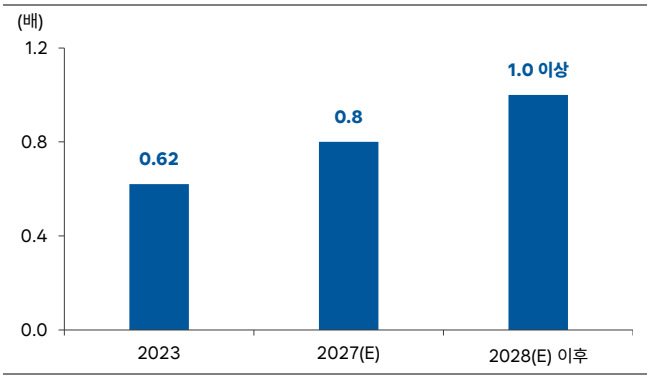
11월 7일 공시 이후, 동사는 현재까지 주식소각 결정 공시 및 적극적인 IR 활동을 통해 기업가치 제고계획을 이행하고 있다. 11월 7일, 동사는 자사주 매입 및 주식소각 결정을 공시하였다. 발행주식 총수(3,388만주)의 2.2%(745,374주)를 2024년 11월 8일부터 2025년 2월 7일까지 취득한 후, 2025년 2월 28일 소각할 계획이다. 12월 20일 기준, 동사는 자사주 45.5만주(61.04%)의 자사주 취득을 완료하였다.

ROE 중장기 목표 설정



자료: 현대그린푸드, 한국IR협의회 기업리서치센터

PBR 중장기 목표 설정



자료: 현대그린푸드, 한국IR협의회 기업리서치센터

2 기대되는 '그리팅'의 성장

다양한 메뉴와 높은 품질, 합리적 가격의 케어푸드 전문 브랜드 '그리팅'

현대그린푸드는 2020년 케어푸드 전문 브랜드 '그리팅'을 론칭한 이후, 저당·저칼로리·고단백 등 다양한 식단을 선보이며 HMR(Home Meal Replacement) 시장에서 경쟁력을 강화해왔다. 동사는 B2B와 B2C 제품을 모두 제조할 수 있는 스마트푸드센터를 기반으로, 다품종 소량 생산과 소품종 대량 생산이 모두 가능한 첨단 제조 역량을 갖추고 있다. 또한, 국립중앙의료원, 강남세브란스, 서울아산병원 등 주요 병원 급식을 통해 축적한 치료식 노하우를 바탕으로 HMR 시장에서 차별화된 경쟁력을 확보하고 있다.

2023년 기준, 그리팅 연간 매출액은 전년 대비 35% 성장했으며, 2024년 1분기에도 매출이 전년 동기 대비 23% 증가하며 지속적인 성장세를 이어가고 있다. 동사는 그리팅 브랜드의 경쟁력과 인지도를 강화하기 위해 2024년 10월부터 배우 김태리를 광고 모델로 기용하여, 소비자의 식단 관리 니즈에 맞춘 다양한 케어푸드 솔루션을 제시하는 광고 캠페인을 진행 중이다. 해당 캠페인은 유튜브, OTT, 포털 사이트 등 온라인 채널을 통해 송출되고 있으며, '맛있는 건강식'과 '식단 관리' 두 가지 버전으로 제작되었다.

한편, 한국농촌경제연구원에 따르면 국내 가정간편식 시장은 2019년 4.2조원에서 연평균 9.75% 성장하여 2023년 6.1조원을 기록했다. 가정간편식은 즉석조리식품(45.4%), 즉석섭취식품(31.4%), 만두류(14.1%), 신선편의식품(4.7%), 간편조리세트(4.0%), 생식류(0.3%)로 구성된다. 이 중 간편조리세트(밀키트)는 2022년 205.8%의 급성장세를 보였으나, 2023년에는 3.4% 감소했다. 제한된 메뉴 구성, 높은 가격, 과도한 포장 문제로 소비자들이 밀키트를 외면하고, 대신 고품질의 완성형 간편식을 선호하게 되며 성장세가 둔화된 것으로 분석된다.

현대그린푸드의 '그리팅'은 '건강을 쉽게'라는 슬로건 아래, 다양한 메뉴 구성과 정기구독 서비스, 질환 맞춤형 식단을 제공하고 있다. 특히, 스마트푸드센터를 통해 생산 효율성과 품질을 동시에 확보하며, 자체 식재 사업 역량을 활용해 합리적인 가격대를 유지하고 있다는 점이 주요 강점으로 평가된다.

B2C HMR 브랜드 그리팅 운영 품목

건강식단	칼로리식단	한 끼 350kcal 내외로 통곡물과 채소, 동/식물성 단백질 비율을 1:1:1로 균형 있게 맞춘 식단
	장수마을식단	세계에서 100세 이상 장수인구가 가장 많은 블루존 사람들의 공통적인 식습관을 반영한 테마식단
	고단백식단	한 끼 평균 단백질 20g 이상을 포함한 전골, 국/찌개, 솥밥 등 다양한 형태의 식단
질환맞춤식단	당뇨식단	당뇨환자의 식사 관리를 돕기 위해 개발된 특수의료용도 식단 (국내 최다 메뉴 보유)
	암환자식단	수술 후 빠른 회복에 도움을 주는 암환자용 식단 (국내 최초 암환자 식단 출시)
챌린지식단	뷰티핏	가볍지만 식이섬유가 풍부한 통곡물과 단백질로 포만감과 영양밸런스를 채운 식단
	프로틴 업	한 끼 단백질 27g 이상을 함유해 체력 관리에 도움을 주는 고영양 식단
	베지라이프	100% 순 식물성 식재료로 영양소를 골고루 섭취하고 채식으로 탄소발자국을 줄일 수 있는 식단
건강반찬	그리팅의 건강 기준을 충족하는 국, 찌개, 영양밥, 죽, 연화식, 샐러드, 샌드위치 등 HMR과 밀키트	

자료: 현대그린푸드, 한국IR협의회 기업리서치센터

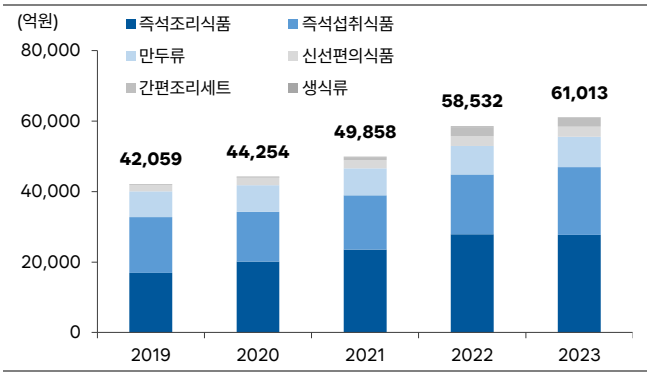
즉석섭취·편의식품류 유형 구분

품목 구분		정의	주요 제품
즉석섭취·편의식품류	즉석섭취식품	동·식물성 원료를 식품이나 식품첨가물을 가하여 제조·가공한 것으로서 **더 이상의 가열 및 조리과정 없이 그대로 섭취할 수 있는 식품**	**도시락, 김밥, 샌드위치, 햄버거 등**
	즉석조리식품	동·식물성 원료를 식품이나 식품첨가물을 가하여 제조·가공한 것으로서 **단순 가열 등의 조리과정을 거치거나 이와 동등한 방법을 거쳐 섭취할 수 있는 식품**	**국, 탕, 수프, 순대 등**
	신선편의식품	농·임산물을 세척, 박피, 절단 또는 세절 등의 가공공정을 거치거나 이에 단순히 식품 또는 식품첨가물을 가한 것으로 **그대로 섭취할 수 있는 식품**	**샐러드, 컵과일, 새싹채소 등**
	간편조리세트	**조리되지 않은 손질된 농·축·수산물과 가공식품 등 조리에 필요한 정량의 식재료와 양념 및 조리법으로 구성되어, 제공되는 조리법에 따라 소비자가 가정에서 간편하게 조리하여 섭취할 수 있도록 제조한 제품**	**밀키트**

주: 간편조리세트(밀키트, Meal-Kit)는 추가 신설된 제품 유형으로 2022년 1월부터 적용

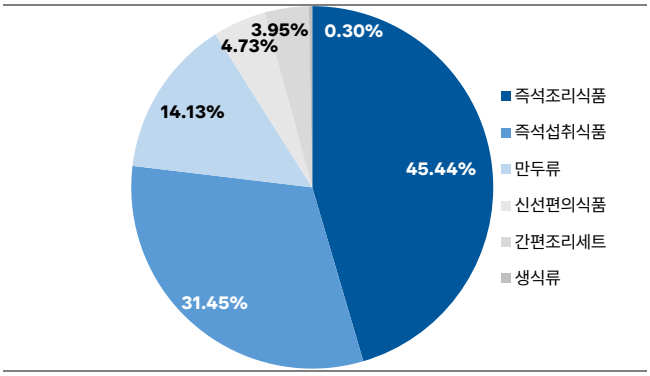
자료: 식품의약품안전처, 한국IR협의회 기업리서치센터

국내 가정간편식 시장 규모



자료: 한국농촌경제연구원, 한국IR협의회 기업리서치센터

유형별 국내 가정간편식 시장 점유율



자료: 한국농촌경제연구원, 한국IR협의회 기업리서치센터

실적 추이 및 전망

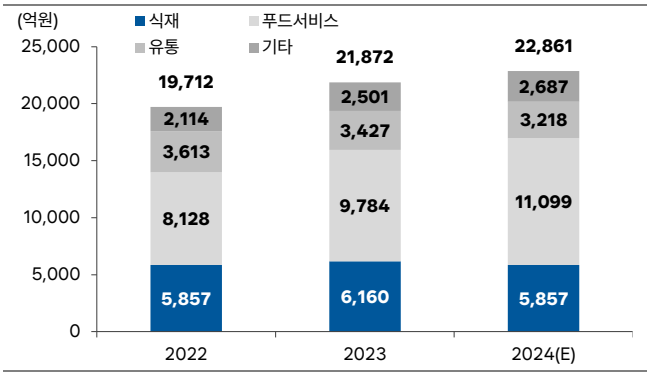
1 실적 Reveiw

2023년 연간 실적은 매출액 2조 1,872억원, 영업이익 847억원

동사는 2023년 3월 1일부로 현대지에프홀딩스에 인적분할되어 신설되었으므로, 동사의 2023년 회계연도 시작일은 2023년 3월 1일부터이다. 동사의 2023년 회계연도 실적(3월 ~ 12월)은 매출액 1조 8,270억원, 영업이익 648억원을 기록했다.

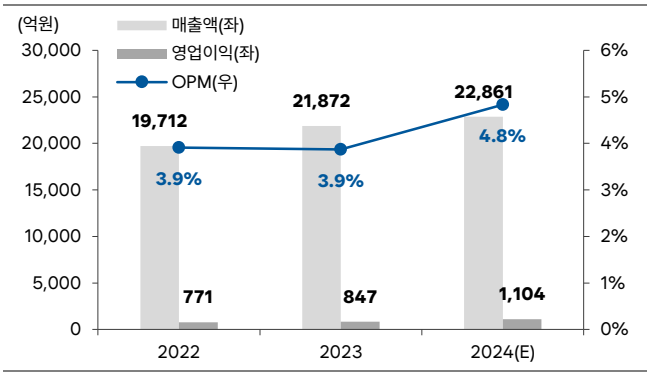
당사에서는 실적 비교의 편의를 위해 회사에서 재작성(인적분할 전 현대그린푸드 별도, 중국, 멕시코, 미국법인 등을 고려)한 2022년 및 2023년 영업 실적을 기준으로 비교하였다. 재작성된 2023년 연간 실적은 매출액 2조 1,872억원(+11.0%, yoy), 영업이익 847억원(+9.8%, yoy)으로, 코로나-19 영향에서 벗어나며 모든 사업 부문에서 호실적을 기록하였다. 주요 고객사의 공장 가동이 확대되며 단체 급식 식수가 증가하였고 하반기에는 KGC, 녹십자, 네이버, 농협 등 신규수주도 확대되었다. 코로나-19 영향에서 벗어나며 식재/외식 부문도 매출 호조세를 띄었다. 해외법인의 경우, 중국은 북경지역의 적자 사업장을 일부 정리했으며, 멕시코에서는 도스보카스 정유플랜트 건설 현장(삼성엔지니어링) 매출이 증가하였고, 6월부터는 미국 서배너 전기차 공장의 건설 현장 급식도 시작되며 실적 성장이 나타났다. 다만, 매출 성장에도 불구하고 4분기 판관비(제수당, 충당부채 인식, IT 시스템 투자 비용 등)가 전년 대비 101억원 증가한 영향으로 영업이익률은 3.9% 수준을 유지하였다.

연도별 매출 현황



주: 2023년까지의 실적은 재작성 실적 기준
자료: 현대그린푸드, 한국IR협의회 기업리서치센터

연도별 실적 현황



주: 2023년까지의 실적은 재작성 실적 기준
자료: 현대그린푸드, 한국IR협의회 기업리서치센터

2024년 실적 전망

현대그린푸드의 2024년 연간 실적은 매출액 2조 2,861억원, 영업이익 1,104억원으로 전망

현대그린푸드의 3분기 누적 영업 실적은 매출액 1조 7,035억원, 영업이익은 1,020억원을 기록, 2023년 3분기 누적 재작성 실적과 비교 시 각각 전년 동기 대비 +4.5%, +17.8% 증가하였다. 현대그린푸드의 2024년 연간 실적은 매출액 2조 2,861억원(+4.5%, yoy), 영업이익 1,104억원(+30.4%, yoy)으로 전망한다.

푸드서비스 부문에서는 2월말부터 의료 파업 영향으로 병원 사업장이 부진했음에도 불구하고 런치플레이션 영향으로 단체급식의 식수가 안정적으로 증가하고 있으며, 다양한 산업에서의 신규 고객사 확보도 지속되고 있다. 해외 단체급식 부문은 전년도와 같이 전방 고객사들의 프로젝트와 해외 공장 운영이 원활하게 진행되며 견조한 실적을 기록할 것으로 전망한다. 식자재 부문에서는 군납식재의 경쟁 심화로 수주 감소가 예상되지만, 향후 군납 식재 시장의 완전 개방(현재 30% 수준)을 고려하면 중장기적으로는 매출 확대 요인이 될 것으로 기대된다. 외식사업 부문에서는 백화점 푸드코트, 베이커리 객수가 증가하고 텍사스로드하우스, 재거스버거 등 신규점과 팝업상륙작전 등의 영향으로 매출 성장이 예상된다. 연간 영업이익률은 4분기 계절성(제수당 증가 등)과 전년 대비 증가한 인건비와 물류 인프라 비용 상승에도 불구하고 CK식재 및 간편식 부문의 매출 성장과 중국 지역 구조조정 효과 등의 긍정적인 요인으로 4.8%를 기록할 것으로 전망된다.

분기별 실적 Table (단위: 억원)

	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24(E)	2023	2024(E)
매출액	**5,205**	**5,746**	**5,574**	**5,595**	**5,424**	**6,016**	**5,826**	**18,270**	**22,861**
식재	1,523	1,615	1,542	1,454	1,506	1,446	1,451	4,680	5,857
푸드서비스	2,336	2,436	2,761	2,555	2,648	2,833	3,064	7,533	11,099
유통	724	1,058	611	985	611	1,029	594	2,393	3,218
기타	622	636	661	601	659	709	718	1,919	2,687
영업이익	**279**	**283**	**-19**	**312**	**325**	**383**	**84**	**648**	**1,104**
OPM	**5.4%**	**4.9%**	**-0.3%**	**5.6%**	**6.0%**	**6.4%**	**1.4%**	**3.5%**	**4.8%**

주: 2023년 회계연도는 3월 ~ 12월 기준

자료: 현대그린푸드, 한국IR협의회 기업리서치센터

Valuation

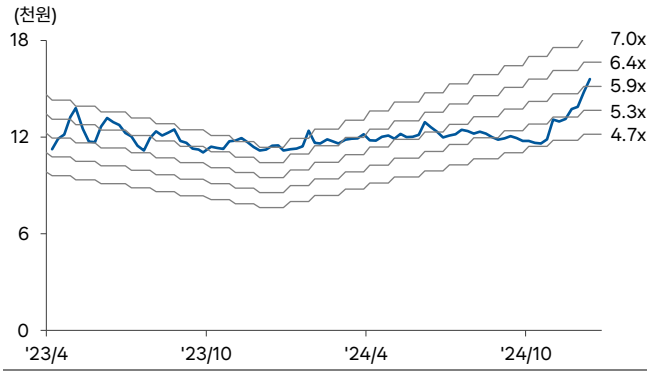
1 Historical Valuation 비교

과거 밸류에이션 밴드의 중·상단 수준에 위치한 현대그린푸드 주가

현대그린푸드의 주가는 2023년 4월 10일 인적분할 재상장 이후 PER Band 4.7x ~ 7.0x, PBR Band 0.55x ~ 0.80x 수준에서 형성되었다(2023년 1분기는 동사 재작성 실적 고려). 현재 동사의 주가는 2024년 예상 실적 기준 PER 5.9x, PBR 0.73x 수준으로 PER은 중단, PBR은 밴드의 상단 수준에 위치하고 있다.

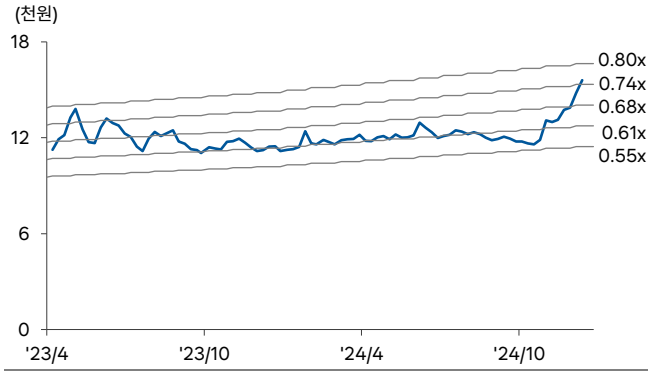
현대그린푸드의 주가는 재상장일 12,990원으로 시작하여 11,390원으로 마감하였다. 이후 2023년 1분기, 코로나-19로부터 벗어나며 분기 기준 역대 최고 수준 실적(매출액 +17.8%, 영업이익 +77.8%)을 발표하며, 14,000원까지 주가가 상승하였다. 8월 9일 인적분할 존속법인인 현대지에프홀딩스가 지주회사 성립요건 및 행위제한요건 충족을 위해 공개매수신고서를 제출, 동사 주식 948만주(발생주식총수의 27.9%)를 취득하며 최대주주가 되었다. 이후 동사의 주가는 12,000원 수준에서 안정적인 흐름을 나타내었으며, 11월 초 3분기 호실적 발표와 함께 자사주 취득 결정(74.5만주, 약 92억원, 발행주식수의 2.2%)과 기업가치 제고계획 공시로 주가가 상승하며 현재 주가는 15,000원 이상에서 형성되어 있다.

현대그린푸드 PER Band



주) 2023년 1분기 실적은 동사 재작성 실적 고려
자료: 한국IR협의회 기업리서치센터

현대그린푸드 PBR Band



주) 2023년 1분기 실적은 동사 재작성 실적 고려
자료: 한국IR협의회 기업리서치센터

2 PEER Valuation 비교

PEER 그룹과 비교 시 적정 수준에 위치한 동사 주가

현대그린푸드의 PEER 그룹으로 식자재 유통과 단체급식 사업을 영위하는 상장사인 CJ프레시웨이와 신세계푸드를 선정하였다. PEER 그룹의 2024년 실적 기준 밸류에이션은 PER 6.2x, PBR 0.6x(ROE 9.4%) 수준으로, 동사 주가의 멀티플이 PER 5.9x, PBR 0.73x(ROE 13.2%)라는 점을 고려한다면 현재 동사 주가의 밸류에이션은 소폭 저평가 상태로 판단된다. 또한, PEER 그룹의 최근 주가가 약세를 나타내며 밸류에이션 멀티플 하락이 지속되었다는 점을 고려, 향후 PEER 그룹 종목들의 멀티플 정상화가 진행된다면 동사 또한 추가 상승 여지가 존재한다고 판단된다.

PEER 그룹 실적 Table (단위: 원, 억원, 배, %)

		현대그린푸드	CJ 프레시웨이	신세계푸드	평균
코드		A453340	A051500	A031440	
현재 주가 (12/20)		15,180	17,960	32,000	
시가총액		5,143	2,132	1,239	
매출액	2021	N/A	22,914	13,293	
	2022	N/A	27,477	14,113	
	2023	18,270	30,742	14,889	
	2024F	22,861	32,174	15,597	
영업이익	2021	N/A	556	300	
	2022	N/A	978	206	
	2023	648	993	264	
	2024F	1,104	969	314	
영업이익률	2021	N/A	2.4	2.3	
	2022	N/A	3.6	1.5	
	2023	3.5	3.2	1.8	
	2024F	4.8	3.0	2.0	
순이익	2021	N/A	267	24	
	2022	N/A	491	-54	
	2023	393	545	106	
	2024F	878	385	183	
EPS 성장률	2021	N/A	167.9	111.0	
	2022	N/A	84.2	-322.8	
	2023	N/A	11.0	297.7	
	2024F	86.9	-32.8	71.7	
PER	2021	N/A	12.8	131.2	72.0
	2022	N/A	7.7	N/A	7.7
	2023	8.3	5.2	14.4	9.8
	2024F	5.9	5.7	6.8	6.2
PBR	2021	N/A	1.4	1.1	1.3
	2022	N/A	1.2	0.6	0.9
	2023	0.6	1.0	0.5	0.8
	2024F	0.7	0.7	0.4	0.6
ROE	2021	N/A	12.3	0.9	
	2022	N/A	17.7	-1.9	
	2023	6.3	18.2	3.7	
	2024F	13.2	12.7	6.2	9.4
PSR	2021	N/A	0.2	0.2	0.2
	2022	N/A	0.1	0.1	0.1
	2023	0.2	0.1	0.1	0.1
	2024F	0.2	0.1	0.1	0.1

주:1) 현대그린푸드의 미래전망치는 당사 전망치, 경쟁사의 미래전망치는 컨센서스 기준, 2) 시가총액과 주가는 12월 20일 종가 기준,
3)현대그린푸드의 2023년 실적은 3월 ~ 12월 실적 기준

자료: Fnguide, 한국IR협의회 기업리서치센터

리스크 요인

전방 고객사의 파업은 주의해야 할 리스크 요인

2016년 현대기아차에서 약 3개월간 이어진 대규모 파업은 현대그린푸드(분할 전)의 실적에 부정적인 영향을 미쳤다. 당시 현대그린푸드(분할 전)의 2016년 3분기 실적은 매출액 5,347억원(+0.2%, yoy), 영업이익 194억원(-16.7%, yoy)을 기록하며, 각각 컨센서스를 5.7%, 19.2% 하회하였고, 같은 기간 동안 주가는 약 15% 정도 조정 받은 바 있다.

이후 현재까지 2016년과 같은 대규모 파업은 없었지만, 전방 고객사의 생산 활동이 동사의 실적과 직접적인 연관관계가 있음을 보여준 사례로, 전방 고객사의 파업은 여전히 주의해야 할 리스크 요인으로 판단된다.

포괄손익계산서

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액	N/A	N/A	N/A	18,270	22,861
증가율(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	25.1
매출원가	N/A	N/A	N/A	15,266	18,751
매출원가율(%)	N/A	N/A	N/A	83.6	82.0
매출총이익	N/A	N/A	N/A	3,004	4,110
매출이익률(%)	N/A	N/A	N/A	16.4	18.0
판매관리비	N/A	N/A	N/A	2,355	3,005
판관비율(%)	N/A	N/A	N/A	12.9	13.1
EBITDA	N/A	N/A	N/A	956	1,419
EBITDA 이익률(%)	N/A	N/A	N/A	5.2	6.2
증가율(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	48.4
영업이익	N/A	N/A	N/A	648	1,104
영업이익률(%)	N/A	N/A	N/A	3.5	4.8
증가율(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	70.3
영업외손익	N/A	N/A	N/A	-120	26
금융수익	N/A	N/A	N/A	43	82
금융비용	N/A	N/A	N/A	10	19
기타영업외손익	N/A	N/A	N/A	-153	-37
종속/관계기업관련손익	N/A	N/A	N/A	0	0
세전계속사업이익	N/A	N/A	N/A	528	1,130
증가율(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	113.9
법인세비용	N/A	N/A	N/A	135	251
계속사업이익	N/A	N/A	N/A	393	879
중단사업이익	N/A	N/A	N/A	0	0
당기순이익	N/A	N/A	N/A	393	879
당기순이익률(%)	N/A	N/A	N/A	2.2	3.8
증가율(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	123.6
지배주주지분 순이익	N/A	N/A	N/A	393	878

재무상태표

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
유동자산	N/A	N/A	N/A	3,786	4,509
현금성자산	N/A	N/A	N/A	360	653
단기투자자산	N/A	N/A	N/A	369	454
매출채권	N/A	N/A	N/A	2,218	2,484
재고자산	N/A	N/A	N/A	743	832
기타유동자산	N/A	N/A	N/A	95	85
비유동자산	N/A	N/A	N/A	5,018	4,949
유형자산	N/A	N/A	N/A	2,192	2,191
무형자산	N/A	N/A	N/A	1,419	1,354
투자자산	N/A	N/A	N/A	833	849
기타비유동자산	N/A	N/A	N/A	574	555
자산총계	N/A	N/A	N/A	8,803	9,458
유동부채	N/A	N/A	N/A	2,246	2,087
단기차입금	N/A	N/A	N/A	62	37
매입채무	N/A	N/A	N/A	726	762
기타유동부채	N/A	N/A	N/A	1,458	1,288
비유동부채	N/A	N/A	N/A	272	315
사채	N/A	N/A	N/A	0	0
장기차입금	N/A	N/A	N/A	0	0
기타비유동부채	N/A	N/A	N/A	272	315
부채총계	N/A	N/A	N/A	2,518	2,402
지배주주지분	N/A	N/A	N/A	6,283	7,053
자본금	N/A	N/A	N/A	169	169
자본잉여금	N/A	N/A	N/A	5,774	5,774
자본조정 등	N/A	N/A	N/A	-3	-3
기타포괄이익누계액	N/A	N/A	N/A	83	83
이익잉여금	N/A	N/A	N/A	259	1,029
자본총계	N/A	N/A	N/A	6,285	7,056

현금흐름표

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
영업활동으로인한현금흐름	N/A	N/A	N/A	1,016	743
당기순이익	N/A	N/A	N/A	393	879
유형자산 상각비	N/A	N/A	N/A	281	248
무형자산 상각비	N/A	N/A	N/A	27	67
외환손익	N/A	N/A	N/A	8	3
운전자본의감소(증가)	N/A	N/A	N/A	-42	-468
기타	N/A	N/A	N/A	349	14
투자활동으로인한현금흐름	N/A	N/A	N/A	-719	-241
투자자산의 감소(증가)	N/A	N/A	N/A	0	-17
유형자산의 감소	N/A	N/A	N/A	4	22
유형자산의 증가(CAPEX)	N/A	N/A	N/A	-408	-270
기타	N/A	N/A	N/A	-315	24
재무활동으로인한현금흐름	N/A	N/A	N/A	-303	-103
차입금의 증가(감소)	N/A	N/A	N/A	-272	7
사채의증가(감소)	N/A	N/A	N/A	0	0
자본의 증가	N/A	N/A	N/A	0	0
배당금	N/A	N/A	N/A	0	-110
기타	N/A	N/A	N/A	-31	0
기타현금흐름	N/A	N/A	N/A	-4	-106
현금의증가(감소)	N/A	N/A	N/A	-10	293
기초현금	N/A	N/A	N/A	370	360
기말현금	N/A	N/A	N/A	360	653

주: 2023년 회계연도는 3월 ~ 12월 기준

주요투자지표

	2020	2021	2022	2023	2024F
P/E(배)	N/A	N/A	N/A	8.3	5.9
P/B(배)	N/A	N/A	N/A	0.6	0.7
P/S(배)	N/A	N/A	N/A	0.2	0.2
EV/EBITDA(배)	N/A	N/A	N/A	3.6	3.1
배당수익률(%)	N/A	N/A	N/A	2.8	2.1
EPS(원)	N/A	N/A	N/A	1,387	2,592
BPS(원)	N/A	N/A	N/A	18,545	20,816
SPS(원)	N/A	N/A	N/A	64,532	67,474
DPS(원)	0	0	0	325	325
수익성(%)					
ROE	N/A	N/A	N/A	6.3	13.2
ROA	N/A	N/A	N/A	4.5	9.6
ROIC	N/A	N/A	N/A	N/A	18.2
안정성(%)					
유동비율	N/A	N/A	N/A	168.5	216.1
부채비율	N/A	N/A	N/A	40.1	34.0
순차입금비율	N/A	N/A	N/A	-7.0	-11.5
이자보상배율	N/A	N/A	N/A	65.5	58.4
활동성(%)					
총자산회전율	N/A	N/A	N/A	2.1	2.5
매출채권회전율	N/A	N/A	N/A	8.2	9.7
재고자산회전율	N/A	N/A	N/A	24.6	29.0

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
현대그린푸드	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.