



한국IR협회의

기업리서치센터 기업분석 | 2024.12.24



KOSPI | 내구소비재와의류

애경산업 (018250)

기업가치 제고 이행을 통한 저평가 해소 기대

기업가치 제고 계획 및 이행상황

- 기업가치 제고 계획 발표(2024년 12월 19일 공시)
 - 2027년 목표설정: 매출 1조 원 이상, ROE 10% 이상, 배당성향 35% 이상(별도기준), PBR 1.5배
 - 글로벌 확장, 디지털 채널 다각화, 화장품 부문 강화, 프리미엄 라인 확장을 통한 높은 성장성 달성 및 탄탄한 수익성 유지
 - 점진적 배당 확대 및 자사주 매입 등을 통한 주주환원 확대
- 기업가치 제고 이행상황
 - 2018년 상장 이후 적극적인 주주환원 시행 중: 2023년 중장기 배당정책 설정(30% 수준 배당성향) 후 이행
 - 최근 3년간 배당금 증가(2021년 52억원, 2022년 81억원, 2023년 149억원) 및 2년 연속 자사주 취득

체크포인트

- AGE 20's는 중국 수출 위주에서 일본, 베트남, 미국 등 수출 국가 확대를 통한 메가 브랜드로 성장, AGE 20's 외에 화장품 브랜드 및 제품 포트폴리오 강화, 글로벌 사업 역량 확대 등을 통해 동사의 화장품 사업부문은 전사 매출 성장과 수익성 개선을 달성할 전망
- 생활용품 내 약 20% 초반 수준의 프리미엄 제품 비중을 2027년까지 33%, 궁극적으로 40%대까지 확대하며 수익성을 개선할 전망
- 현 주가 밸류에이션은 PER 8.3배, PBR 0.9배, ROE 11.1% 수준으로 동종기업 대비 PER, PBR 모두 저평가 구간임. 밸류업 프로그램을 통해 매출 성장성 및 안정적인 수익성에 기반한 적극적인 주주환원을 추진할 예정으로, 이를 통한 주가 저평가 해소 기대

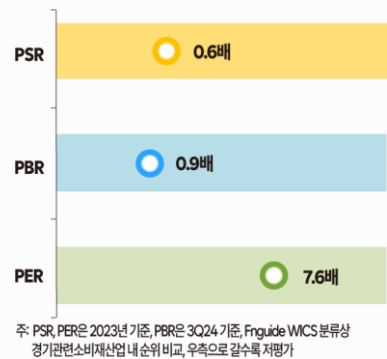
주가 및 주요이벤트



재무지표



밸류에이션 지표



화장품은 동사의 매출 성장 동력

애경산업은 1985년 설립된 국내 대표 생활용품 및 화장품 전문기업. 2012년 출시한 AGE 20's 에센스 커버팩트는 '에센스 파운데이션'이라는 신규 카테고리를 개척하며 현재까지도 독보적인 지위를 확보하고 있음. AGE 20's는 중국 수출 위주에서 일본, 베트남, 미국 등 수출 국가 확대를 통한 메가 브랜드로 성장, AGE 20's 외에 화장품 브랜드 및 제품 포트폴리오 강화, 글로벌 사업 역량 확대 등을 통해 동사의 화장품 사업부문은 전사 매출 성장과 수익성 개선을 달성할 전망

프리미엄화를 통한 생활용품 마진 개선

이미 성숙기에 접어든 국내 생활용품 시장은 저성장, 저마진 국면. 동사는 퍼스널케어 중심으로 프리미엄 제품 출시를 통해 소비 트렌드 변화에 대응하고 있음. 블랙포레, 리큐 제트 등 다수의 프리미엄 브랜드 출시를 통해 수익성 좋은 퍼스널케어 매출비중이 확대되고 있으며, 이는 수익성 개선으로 이어지고 있음. 동사는 생활용품 내 약 20% 초반 수준의 프리미엄 제품 비중을 2027년까지 33%, 궁극적으로 40%대까지 확대하며 수익성을 개선할 전망

밸류업 프로그램을 통한 기업가치 상승 기대

동사는 2024년 12월 19일 기업가치 제고 계획 공시를 통해 높은 성장성과 안정적인 수익성에 기반한 적극적인 주주환원 추진 및 기업가치 제고 목표를 제시. 동사의 2024년 예상실적 매출액 6,846억원, 영업이익 535억원, 지배주주순이익 441억원을 기준으로 한 현 주가 밸류에이션은 PER 8.3배, PBR 0.9배, ROE 11.1% 수준으로 동종기업 대비 PER, PBR 모두 저평가 구간임. 밸류업 프로그램을 통해 매출 성장성 및 안정적인 수익성에 기반한 적극적인 주주환원을 추진할 예정으로, 이를 통한 주가 저평가 해소 기대됨

Forecast earnings & Valuation

	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액(억원)	5,881	5,739	6,104	6,689	6,846
YoY(%)	-16.1	-2.4	6.4	9.6	2.4
영업이익(억원)	224	244	390	619	535
OP 마진(%)	3.8	4.2	6.4	9.3	7.8
지배주주순이익(억원)	115	157	166	488	441
EPS(원)	434	595	627	1,846	1,670
YoY(%)	-72.5	37.2	5.3	194.5	-9.6
PER(배)	56.5	31.9	33.3	10.1	8.3
PSR(배)	1.1	0.9	0.9	0.7	0.5
EV/EBITDA(배)	15.4	9.7	8.1	4.9	3.2
PBR(배)	1.9	1.4	1.5	1.3	0.9
ROE(%)	3.4	4.6	4.7	13.1	11.1
배당수익률(%)	0.8	1.1	1.5	3.1	4.2

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (12/20)	13,940원
52주 최고가	25,200원
52주 최저가	12,370원
KOSPI (12/20)	2,404.15p
자본금	264억원
시가총액	3,682억원
액면가	1,000원
발행주식수	26백만주
일평균 거래량 (60일)	5만주
일평균 거래액 (60일)	7억원
외국인지분율	4.45%
주요주주	AK홀딩스 외 9인 63.46%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	-1.3	-35.0	-23.7
상대주가	19	-24.1	-17.1

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

▶기업 밸류업 공시 법안 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

**애경산업은
국내 대표 생활용품 및 화장품
전문기업**

애경산업은 1985년 설립된 국내 대표 생활용품 및 화장품 전문기업이다. 애경산업의 모태는 1954년 비누회사로 출발한 애경유지공업주식회사로, 동사는 설립 초기 비누, 샴푸, 세제 등 생활용품을 주력으로 하였으며, 세탁 세제 브랜드 '스파크'(1987), 치약 브랜드 덴탈클리닉 '2080'(1998) 등 국내 대표 생활용품 브랜드 출시를 통해 국내 점유율 상위권의 생활용품 업체로 성장하였다. 2007년에는 일본 방향제 시장 1위 기업인 에스티 코퍼레이션과 공동출자를 통해 애경에스티를 설립하면서 방향제, 방충제, 탈취제, 제습제 등으로 사업영역을 확대했다.

동사는 1980년대부터 클렌징 제품으로 유명한 미국 '폰즈'사와 화장품 제조기술제휴를 통해 애경폰즈를 설립하며 화장품 사업에 진출하였으며, 2012년 11월에는 에센스와 팩트가 섞인 고체형 에센스 파운데이션 AGE 20's 출시를 계기로 화장품 사업부문은 동사 매출의 한 축을 담당하는 사업부로 성장하였다. 이후, 동사는 AGE 20's를 필두로 중국, 태국, 베트남 등 해외 시장 진출을 본격화하며 화장품 수출 주도형 기업으로 거듭나고 있다.

2024년 3분기 누적 연결 매출액 5,080억원 기준, 동사의 사업부문별 매출 비중은 화장품 38.0%, 생활용품 62.0%로 구성된다. 화장품 사업부문 주요 브랜드로는 AGE 20's, LUNA가 있으며, 생활용품은 세탁세제, 주방세제 등의 '홈케어'와 헤어, 바디, 덴탈케어 등이 포함된 '퍼스널케어'로 구성된다. 동기간 수출 비중은 34.2%로, 주요 수출국으로는 중국, 일본, 베트남, 미국 등이 있다.

2024년 9월 말 기준, 동사는 4개의 종속회사를 보유하고 있다. AK(상해)무역유한공사는 해외 판매 법인으로 주로 AGE 20's, LUNA 등 화장품 브랜드의 중국 판매 유통을 담당하고 있다. 모두락 애경산업은 장애인 일자리 창출을 위한 자회사형 표준사업장으로 카페 사업을 영위하고 있으며, 에이제이피는 애경산업의 판촉을 위탁 받는 판촉 서비스 기업이다. 원씽은 2022년 5월 인수한 클린 뷰티 중심의 스킨케어 화장품 기업으로, 2024년 3분기 누적 매출액 70억 원을 기록하였다.

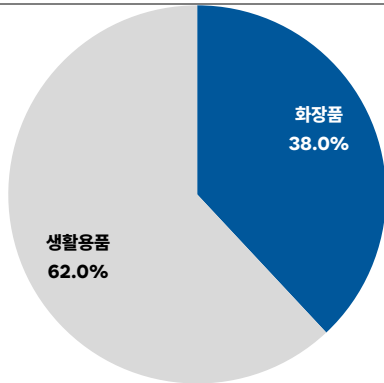
동사는 2018년 유가증권 시장에 상장했다. 2024년 9월말 기준, 동사의 최대주주는 AK홀딩스로 지분 45.08%를 보유하고 있으며, 계열사 애경자산관리(지분율 18.05%) 등을 포함한 최대주주 및 특수관계인 지분은 63.46%이다. 또한 동사는 2024년 3월부터 9월까지 100억원 규모의 자사주 매입(508,900주, 지분율 1.93%)을 통해 자사주 1,217,367주(지분율 4.61%)를 보유하고 있다.

회사 연혁



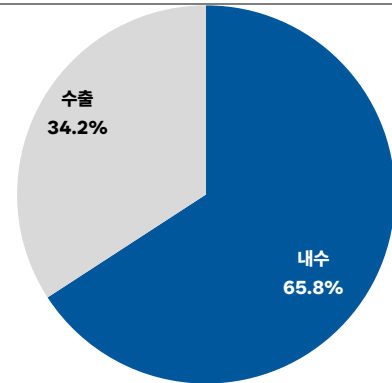
자료: 애경산업, 한국IR협의회 기업리서치센터

사업부문별 매출 비중(3Q24 누적 연결 매출 기준)



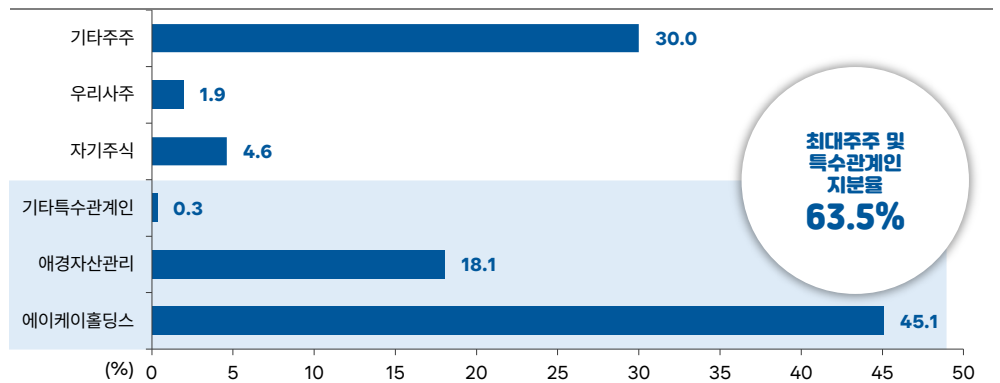
자료: 애경산업, 한국IR협의회 기업리서치센터

내수 및 수출 비중(3Q24 누적 연결 매출 기준)



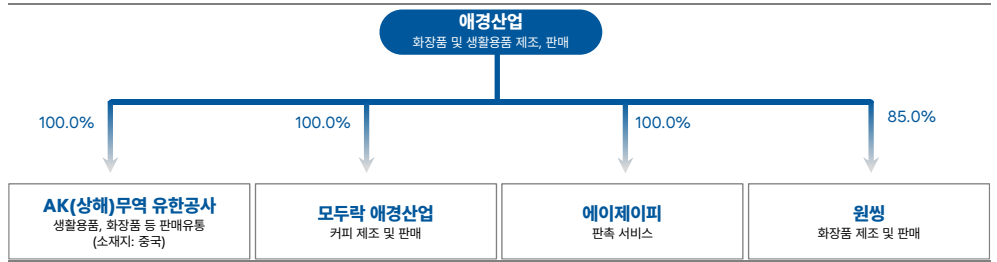
자료: 애경산업, 한국IR협의회 기업리서치센터

애경산업 주주 현황(3Q24말 기준)



자료: 애경산업, 한국IR협의회 기업리서치센터

애경산업 종속회사 현황(3Q24말 기준)

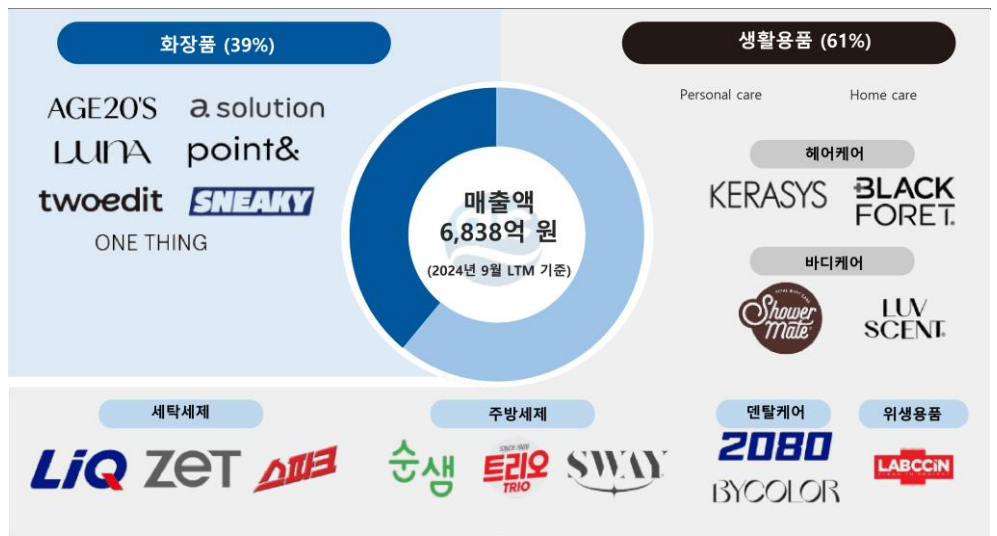


자료: 애경산업, 한국IR협의회 기업리서치센터

2 주요 사업부문

애경산업은 화장품 및 생활용품 제조 전문기업으로, 자체 인프라를 활용하여 제품의 기획부터 판매까지 직접 수행하고 있다. 애경산업의 주요 사업부문은 화장품, 생활용품으로 분류되며, 2024년 3분기 누적 연결 매출액 5,080억원 기준, 사업부문별 매출 비중은 화장품 38.0%, 생활용품 62.0%로 구성된다. 화장품 사업부의 주요 판매채널은 홈쇼핑, H&B 스토어, 온라인, 수출 등이며, 생활용품 사업부의 주요 판매채널은 리테일, 온라인, 대리점, 특판, 수출 등으로 구성된다.

애경산업 부분별 대표 브랜드



자료: 애경산업, 한국IR협의회 기업리서치센터

(1) 화장품 사업부문

제품별 매출 비중(3Q24기준):

AGE 20's 82.0%

LUNA 12.0%, 기타 6.0%

동사의 화장품 사업부는 2012년 AGE 20's를 출시하며 화장품 시장에서 고체형 파운데이션인 '에센스 파운데이션'이라는 신규 카테고리를 개척하였고, 현재까지 해당 카테고리에서 독보적인 지위를 확보하고 있다. 2024년 3분기 누적 화장품 매출액 1,932억원 기준, 제품별 매출 비중은 AGE 20's 82.0%, LUNA 12.0%, 기타 6.0%로 구성된다. 화장품 사업부 매출의 상당 부분은 AGE 20's 브랜드에서 발생하고 있으나, 최근에는 LUNA, 포인트앤, 에이솔루션, 스니키 등 다양한 브랜드의 신규 제품 출시와 스킨케어 화장품 기업 '원씽' 인수(2022)를 통해 제품 포트폴리오 다각화를 적극적으로 추진하고 있다.

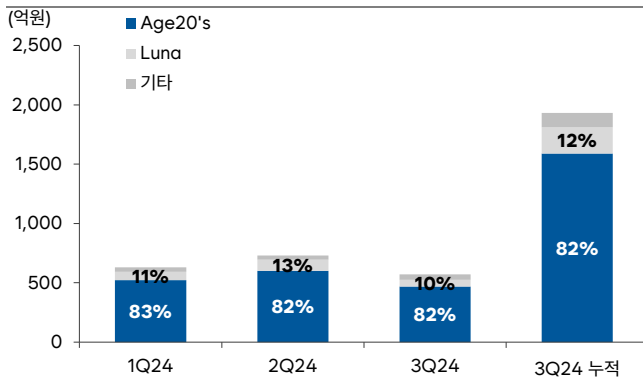
또한, 기존 중국 시장 중심의 왕홍 마케팅에서 벗어나 미주, 일본, 동남아시아 등 중국 외 신규 시장을 개척하며 지역 다변화를 시도하고 있다. 2024년 3분기 누적 화장품 매출액 1,932억원 기준, 내수 및 수출 비중은 각각 33.8%, 66.2%이다.

화장품 주요 브랜드



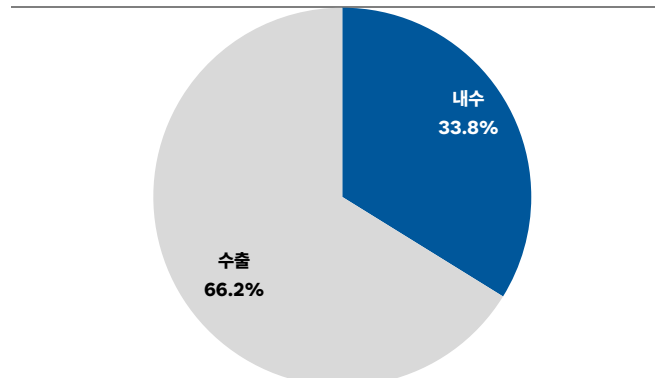
자료: 애경산업, 한국R협의회 기업리서치센터

화장품 브랜드별 매출 비중



자료: 애경산업, 한국R협의회 기업리서치센터

화장품 내수/수출 매출비중(3Q24 누적 기준)



자료: 애경산업, 한국R협의회 기업리서치센터

(2) 생활용품 사업부문

제품별 매출 비중(3Q24기준):

- 홈케어 35.0%,
- 퍼스널케어 55.0%,
- 기타 10.0%

동사의 생활용품 사업부는 국내 생활용품 시장에서 스파크, 리큐, 울삼푸, 2080 등의 유명 브랜드를 바탕으로 동사의 Cash cow 역할을 하고 있으며, 세탁세제, 주방세제 등의 '홈케어'와 헤어, 바디, 덴탈케어 등이 포함된 '퍼스널케어'로 구성된다. 2024년 3분기 누적 생활용품 매출액 3,148억원 기준, 제품별 매출 비중은 '홈케어' 35.0%, '퍼스널케어' 55.0%, 기타 10.0%로 구성된다.

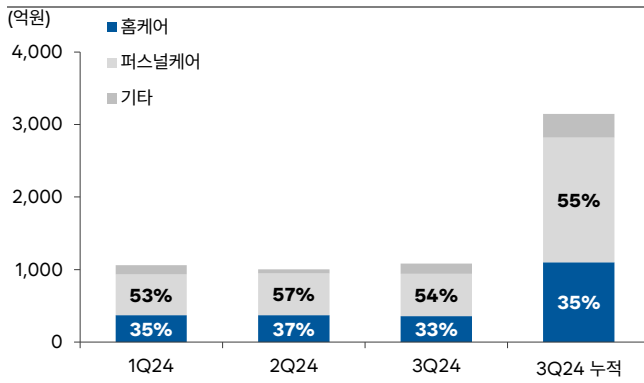
글로벌 신규 채널 확대에 따른 퍼스널케어 제품 중심의 수출 성장이 외형 성장을 주도하고 있으며, 동시에 블랙프레, 리큐 제트 등 다수의 프리미엄 브랜드를 출시하며 생활용품 전 영역에서 수익성 개선을 이뤄내고 있다. 2024년 3분기 누적 생활용품 매출액 3,184억원 기준, 내수 85.5%, 수출 14.5%로 구성된다.

생활용품 주요 브랜드



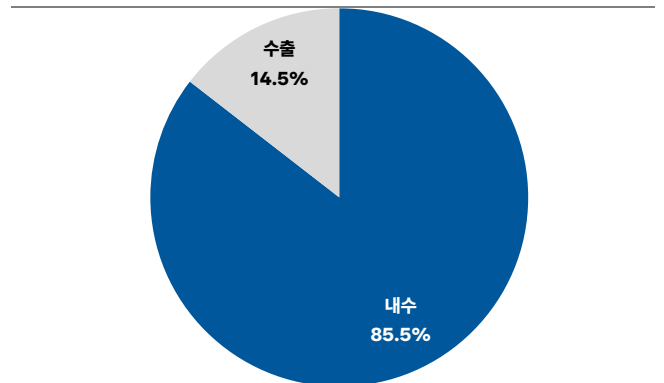
자료: 애경산업, 한국IR협의회 기업리서치센터

생활용품 제품별 매출 비중



자료: 애경산업, 한국IR협의회 기업리서치센터

생활용품 내수/수출 매출액 비중(3Q24 누적 생활용품 매출액 기준)



자료: 애경산업, 한국IR협의회 기업리서치센터

산업 현황

1 화장품 시장 현황

**국내 화장품 시장은
내수 소비경기 침체로 인한
소매판매액 부진 기조 이어질 전망**

통계청 자료에 따르면, 2023년 국내 화장품 소매판매액은 35조 1,427억원으로 전년 대비 6.2% 감소하였다. 국내 화장품 소매판매액은 COVID-19 팬데믹 발생으로 인해 2020년 일시적으로 전년대비 5.5% 감소하였으나, 온라인 쇼핑의 성장과 리오프닝 본격화에 따라 2021년과 2022년에 각각 6.8%, 7.1%의 높은 성장세를 기록하였다. 하지만 2023년에는 글로벌 긴축 정책 및 고금리, 물가 상승, 고용 불안정 등과 같은 구조적인 요인으로 인한 내수 소비경기 침체로 인해 화장품 소매판매액이 감소한 것으로 판단된다. 2024년 10월 누적 기준, 국내 화장품 소매 판매액 잠정치(28조 4,875억원) 역시 전년 동기 대비 2.1% 하락한 점을 고려했을 때, 국내 화장품 시장의 부진한 기조는 당분간 이어질 것으로 전망되고 있다.

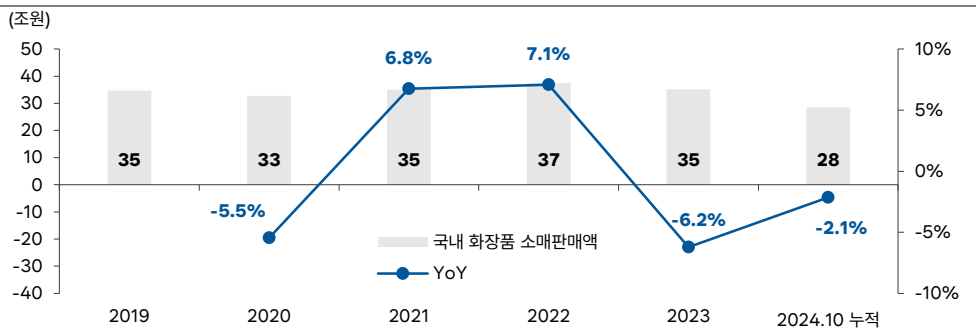
**국내 화장품 수출은
중국향 수출 비중 축소 대신
미국, 일본, 동남아를 중심으로
수출국가 다변화를 통한 성장세**

반면, 국내 화장품 수출은 COVID-19 팬데믹을 거치면서 조금 다른 모습으로 변모하고 있다. 관세청 수출 데이터에 따르면 2020년 7,447 백만달러, 2021년 8,971 백만달러 규모로 전년대비 각각 17.0%, 20.5%의 높은 성장세를 이어가던 화장품 수출금액은 2022년 7,732 백만달러 규모로 전년대비 13.8% 감소하였으나, 2023년부터 전년대비 5.7%의 성장세를 이어가고 있다. 이는 국내 화장품 수출의 절대적인 규모를 차지하던 중국향 수출이 크게 감소한 대신 미국, 일본, 아시아 등 수출국가 다변화에 따른 결과로 판단된다. 실제 수출국가별 매출비중은 2019년 중국 46.8%, 미국 8.1%, 일본 6.3%에서 2023년 중국 32.1%, 미국 14.5%, 일본 9.8%로 크게 변하고 있음을 알 수 있다.

최대 수출국으로, 2021년까지 높은 성장세를 이어가던 중국 화장품 수출금액은 2022년, 2023년 2년 연속으로 전년 대비 각각 27.2%, 24.1% 감소하였다. 중국 경제성장 둔화에 따른 소비 위축과 함께 제품 경쟁력 격차 축소, 애국 소비 트렌드 확산 등의 영향으로 화장품 수출이 감소세를 나타내고 있다고 판단된다.

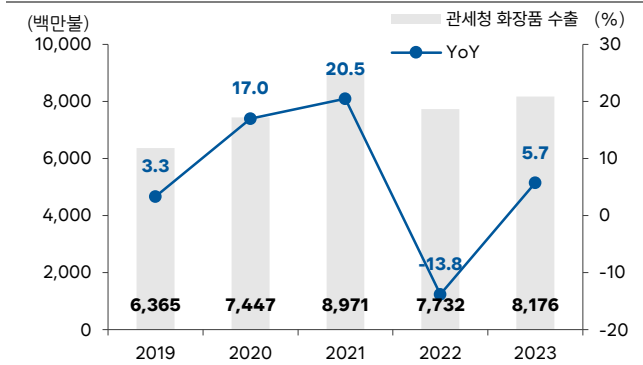
반면, K-뷰티의 확산으로 미국, 일본, 동남아 등을 통한 수출 국가 다변화를 통해 수출 탈중국화가 일어나고 있으며, 이를 바탕으로 2023년부터 국내 화장품 수출이 성장세를 이어가고 있다. 미국 화장품 수출금액은 2019년 514 백만달러 규모에서 2023년 1,188 백만달러 규모로 4년간 연평균 23%의 성장세를 나타냈으며, 일본 화장품 수출금액도 2019년 402 백만달러 규모에서 2023년 797 백만달러 규모로 4년간 연평균 19%의 성장세를 이어가고 있다.

국내 화장품 소매판매액 추이



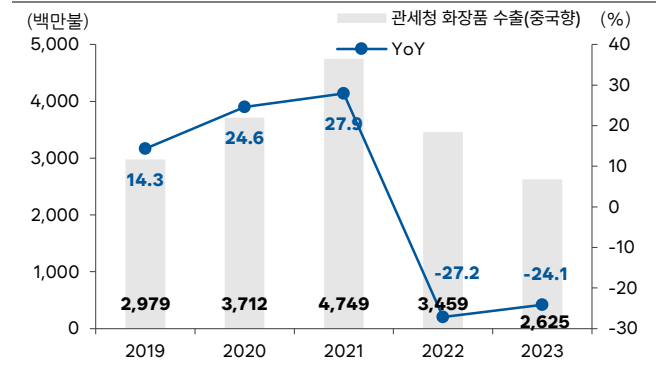
자료: 통계청, 한국R협의회 기업리서치센터

화장품류 수출 총계 추이



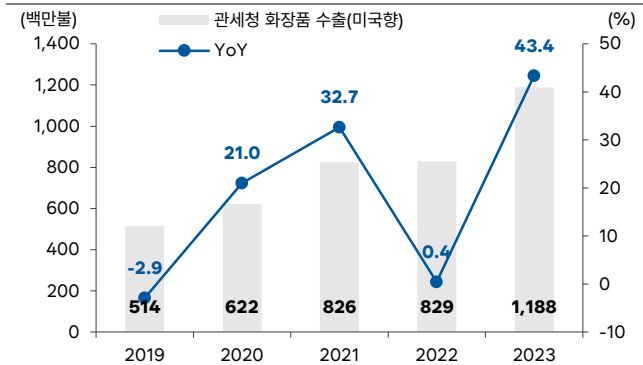
자료: 관세청, 한국R협회의 기업리서치센터

화장품류 수출 중국 추이



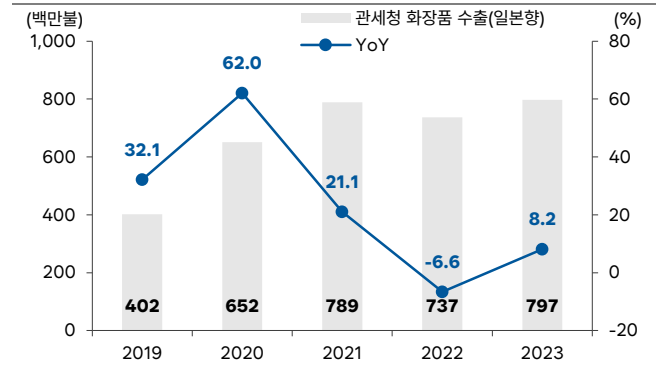
자료: 관세청, 한국R협회의 기업리서치센터

화장품류 수출 미국 추이



자료: 관세청, 한국R협회의 기업리서치센터

화장품류 수출 일본 추이



자료: 관세청, 한국R협회의 기업리서치센터

생활용품 시장

국내 생활용품 시장은 성숙기 진입으로 저성장 국면으로 부가가치를 높일 수 있는 프리미엄 제품 위주 성장

생활용품은 일반적으로 가정에서 주로 사용하는 생활 필수품으로, 치약, 샴푸, 바디워시, 개인위생용품 등의 퍼스널케어, 세탁세제, 주방세제 등의 홈케어 제품으로 구성된다. 생활용품은 일상생활에서 소비가 반복적으로 일어나며, 구매 주기가 짧기 때문에 경기변동 등과 상관없는 필수소비재로서 꾸준한 수요가 창출된다는 특징이 있다. 따라서 상대적으로 제품 수요는 안정적이나, 유사한 제품을 공급하는 업체가 다수 존재하고 진입장벽이 높지 않다는 특징이 있다. 특히 최근에는 온라인 시장 확대에 따라 제품 가격 비교가 용이해지고, 중소형 업체 진입으로 인해 경쟁이 더욱 치열해지고 있다.

다만 국내 생활용품 시장은 온라인 시장 확대로 인한 글로벌 및 중소형 업체들의 국내 시장 진입에도 여전히 대형 3사 (LG생활건강, 애경산업, 아모레퍼시픽)가 장기간 시장점유율 상위를 차지하는 과점시장을 형성하고 있다. 국내 생활용품 시장은 이미 성숙기에 접어들어 저성장 기조를 이어가고 있으나, 소득수준의 향상 및 가치소비를 지향하는 소비자 증가로 인해 최근에는 프리미엄, 친환경 제품 등 부가가치를 높일 수 있는 프리미엄 제품을 위주로 산업 성장이 이어지고 있다.



투자포인트

1 화장품은 동사의 매출 성장 동력

**화장품 사업부문 확장으로
전사 매출 성장, 수익성 개선 달성**

2012년 출시한 AGE 20's 에센스 커버팩트는 화장품 시장에서 고체형 파운데이션인 '에센스 파운데이션'이라는 신규 카테고리를 개척하며 크게 성장하였으며 현재까지도 해당 카테고리에서 독보적인 지위를 확보하고 있다. 애경산업은 AGE 20's를 출시하면서 화장품 사업부문의 높은 매출 성장을 통해 과거 생활용품 중심의 사업구조에서 2024년 3분기 누적 매출액 기준 생활용품 62%, 화장품 38%의 균형잡힌 사업 포트폴리오로 변모하고 있다. 생활용품 사업부문은 1) 성숙기에 접어든 저성장 국면, 2) 경쟁심화로 인한 저마진 사업구조라는 측면에서 약점이 있으나, 동사는 화장품 사업부문 확장을 통해 생활용품의 저성장 국면을 보완하면서 전사 매출 성장과 수익성 개선을 달성하고 있다.

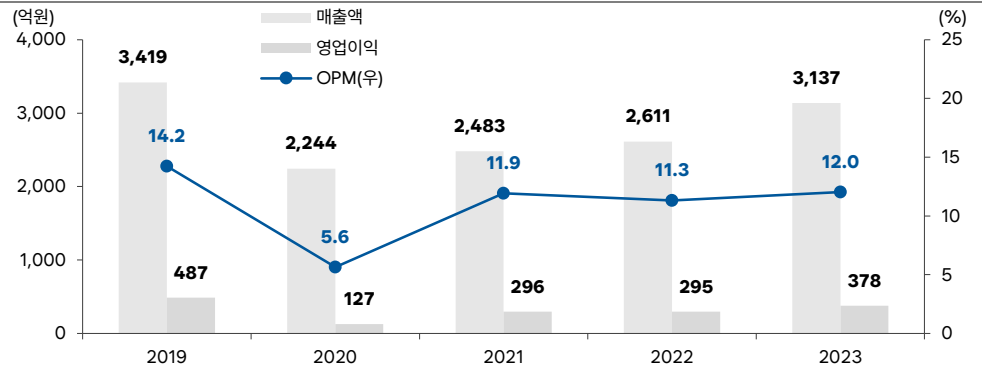
2024년 3분기 누적 화장품 사업부문 매출액 1,932억원 기준, 브랜드별 매출 비중은 AGE 20's 82%, LUNA 12%, 기타 6%로, 매출의 상당 부분을 AGE 20's 브랜드가 담당하고 있다. AGE20's 국내 사업은 기존 홈쇼핑 채널의 운영 효율화를 통한 수익성 개선, H&B스토어, 디지털 플랫폼 등의 판매 채널 다변화를 통한 매출 성장을 이어갈 전망이다. AGE 20's는 중국 매출비중이 높은 브랜드로, 최근에도 틱톡이나 콰이쇼 숏폼 등 중국 동영상 플랫폼 중심 성장을 통해 꾸준한 매출을 이어가고 있으나, 중국 소비경기 위축에 따른 성장성 둔화로 매출 성장이 정체구간에 있는 상황이다. 동사는 중국 동영상 플랫폼 강화 및 AGE20's 럭셔리 라인 출시, 유명 왕홍과의 협업 등 적극적인 마케팅 활용을 통해 여전히 수출의 80% 이상을 차지하고 있는 중국 매출 확대 전략을 진행하고 있다.

동사는 2023년부터 미국, 일본, 베트남 등지로 AGE20's 시장을 확대하며 수출국가 확대를 통한 글로벌 화장품 사업 역량을 강화하고 있다. 2024년 4월 동사는 실리콘투와 함께 미국 온오프라인 시장 진출을 위한 MOU를 체결하고, 피부색이 다양한 미국 시장 특성에 맞춘 AGE20's '시그니처 에센스 팩트 인텐스 커버' 6종을 출시하는 등 국가별 특성에 맞춘 제품 출시를 통해 AGE20's를 메가 브랜드로 성장시키고자 노력하고 있다.

**2023년 38%에서 2027년
48%로 매출비중 확대 목표:
화장품 포트폴리오 강화 및
지역, 판매채널 확대 전략 추진**

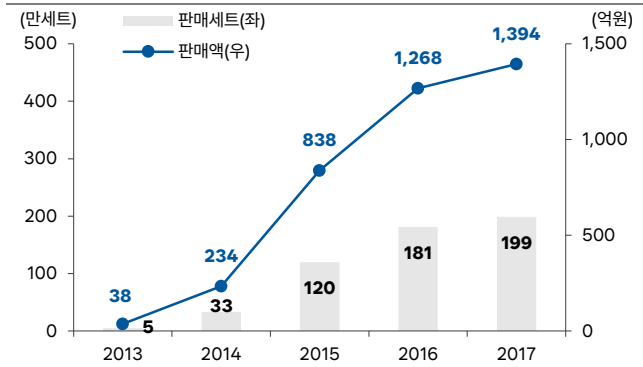
동사는 AGE 20's 외에도 화장품 포트폴리오 강화 및 지역, 판매채널 확대를 통한 화장품 사업부문 성장전략을 추진하고 있다. 최근 LUNA, 포인트엔, 에이솔루션, 스키키 등 다양한 브랜드의 신규 제품 출시와 2022년에는 스킨케어 화장품 기업 '원쌍' 인수를 통해 제품 포트폴리오 다각화를 추진하고 있다. 동사는 저가부터 프리미엄 라인, 비건 제품 등 다양한 니즈를 충족하는 제품 출시, 색조 중심에서 기초 베이스라인까지 화장품 커버리지 확대, 화장품 메가 브랜드 육성 등을 통해 화장품 사업부문 매출비중을 2023년 38%에서 2027년 48%까지 확대할 전망이다.

화장품 사업부문 매출 및 이익 추이



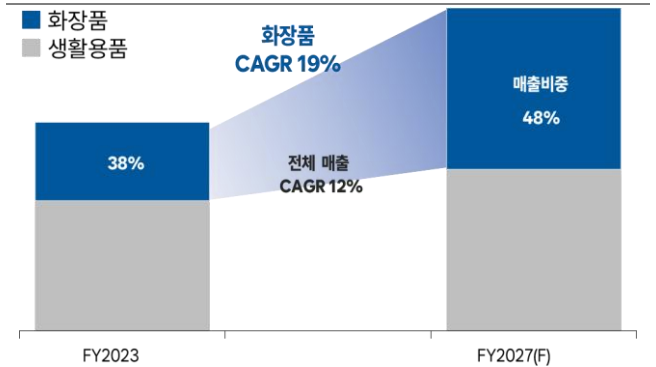
자료: 애경산업, 한국IR협의회 기업리서치센터

AGE 20's 에센스 커버팩트 홈쇼핑 판매 현황



자료: 언론 참조, 한국IR협의회 기업리서치센터

화장품 사업부문 매출 비중 확대



자료: 애경산업, 한국IR협의회 기업리서치센터

프리미엄화를 통한 생활용품 마진 개선

생활용품 내 프리미엄 비중:

현재 약 20% 초반 수준,

2027년까지 33%,

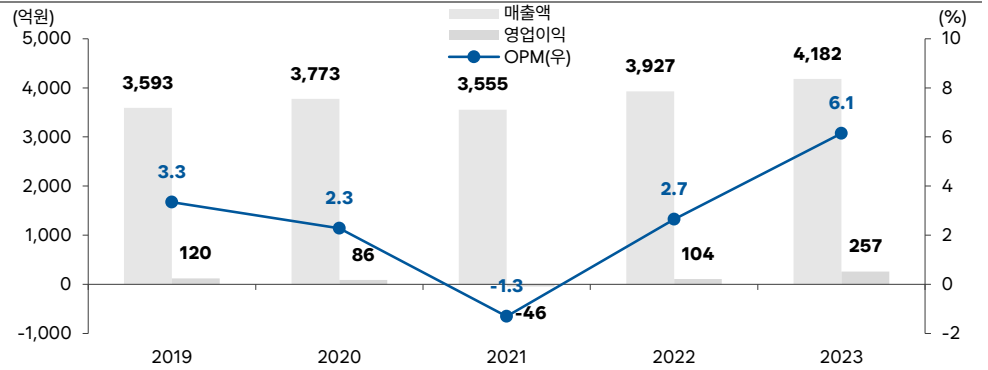
궁극적으로 40%대까지

확대를 통한 수익성 개선 목표

생활용품 사업부문은 매출비중 62%를 차지하는 동사의 주요 사업부문이다. 하지만 이미 성숙기에 접어든 국내 생활용품 시장 특성상 저성장, 저마진 국면이 이어짐에 따라 동사의 생활용품 사업부문의 매출 성장은 쉽지 않은 상황이다. 다만, 최근 1인 가구 성장 및 가치소비 등과 같은 소비 트렌드 변화에 따른 생활용품의 프리미엄화가 진행되고 있으며, 동사는 프리미엄 제품 비중 확대를 통한 수익성 개선에 집중하고 있다.

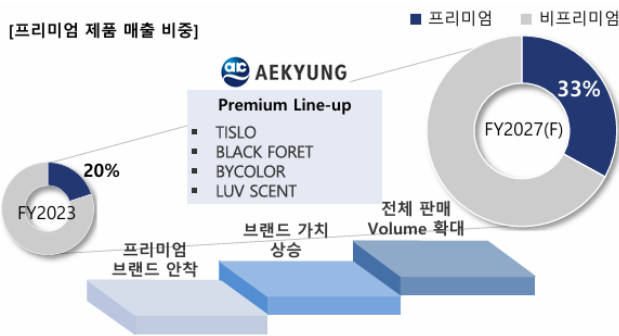
실제 동사의 생활용품 사업부문 매출액은 2019년 3,593억원에서 2023년 4,182억원으로 4년간 연평균 3.9% 성장 하였으나, 영업이익률은 2019년 3.3%에서 2023년 6.1%로 영업이익률이 거의 두배 가까이 개선되었는데, 이는 블랙포레, 리큐 제트 등 다수의 프리미엄 브랜드 출시를 바탕으로 상대적으로 수익성이 좋은 퍼스널케어 매출비중 확대를 통한 수익성 개선 효과로 판단된다. 동사는 글로벌 신규 채널 확대를 바탕으로 퍼스널케어 제품 중심의 수출 성장, 주력 프리미엄 퍼스널케어 브랜드 라인업 확대, 티슬로, 립센트, 블랙포레, 랩신 등 다양한 신제품 출시를 통해 제품 포트폴리오 강화를 진행하고 있으며, 현재 생활용품 내 약 20% 초반 수준의 프리미엄 제품 비중을 2027년까지 33%, 궁극적으로 40%대까지 확대를 통한 수익성 개선을 목표로 하고 있다.

생활용품 사업부문 매출 및 이익 추이



자료: 애경산업, 한국IR협의회 기업리서치센터

프리미엄 제품 매출 비중 확대



자료: 애경산업, 한국IR협의회 기업리서치센터

프리미엄 제품 출시



자료: 언론 참조, 한국IR협의회 기업리서치센터

3 밸류업 프로그램을 통한 기업가치 상승 기대

- 1) 매출 1조원+α의 높은 성장성
- 2) ROE 10%+α의 탄탄한 수익성
- 3) 배당성향 35%+α
- 4) 기업가치 제고(PBR 1.5배)

동사는 2024년 12월 19일 기업가치 제고 계획 공시를 통해 높은 성장성과 안정적인 수익성에 기반한 적극적인 주주 환원 추진 및 기업가치 제고 목표를 제시하였다. 동사는 2027년까지 1) 매출 1조원+α의 높은 성장성, 2) ROE 10%+α의 탄탄한 수익성 유지, 3) 배당성향 35%+α로 주주환원 확대, 4) 기업가치 제고(PBR 1.5배)를 목표로 설정했다. 외형 성장 및 수익성 개선, 주주환원 확대 등 기업가치 제고 계획 이행을 통한 기업가치 상승이 기대된다.

성장성 측면에서 동사는 2023년 연결기준 매출액 6,689억원에서 연평균 12% 성장하여 2027년 1조원 이상의 매출액 달성을 목표로 하고 있다. 동사는 2021년부터 2023년까지 3개년도 연평균 매출액 성장률 6.6%를 달성하였으며, 글로벌 매출 비중 확대, 디지털 채널 강화 전략, 화장품 부문 강화 등을 통해 매출 성장을 이어갈 계획이다.

수익성 측면에서 2024년 9월 누적 기준 동사의 ROE는 10.2% 수준으로, 이는 동종기업(가정용품 및 개인용품) 평균 ROE 7.5% 대비 높은 수준으로 판단된다. 동사는 수익성 좋은 화장품 사업 강화 및 생활용품 부문의 프리미엄 라인 확장을 통해 전사 수익성 개선을 달성하며, 2027년 10% 이상의 ROE 유지를 통해 탄탄한 수익성을 이어갈 전망이다.

주주환원 측면에서 당사는 2018년 상장 이후 적극적인 주주환원을 시행하고 있으며, 2023년 중장기 배당정책으로 배당성향 30%를 제시하고 이행하고 있다. 실제 2021년 52억원(배당성향 33.3%), 2022년 81억원(배당성향 49.1%), 2023년 149억원(배당성향 30.6%)으로 최근 3년간 배당금이 꾸준히 증가하고 있다. 또한 2023년 100억원 규모(508,457주), 2024년 100억원 규모(508,900주)로 2년 연속 추가 안정 및 주주가치 제고를 목적으로 자사주를 취득하여, 2024년 9월말 기준 1,217,367주(4.61%)의 자사주를 보유하고 있다. 당사는 2027년까지 배당성향을 35%+α로 매년 점진적 배당 확대를 위한 노력을 기울일 전망이다.

2027년 밸류업 목표 설정



자료: 애경산업, 한국IR협의회 기업리서치센터

 **실적 추이 및 전망**

1 2024년 실적 추이 및 전망

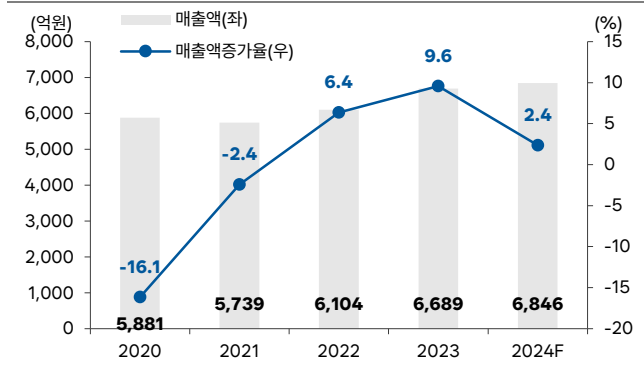
2024년 연결실적은 매출액 6,846억원(YoY +2.4%), 영업이익 535억원(YoY -13.5%), 영업이익률 7.8%(YoY 1.5%p 하락), 지배주주순이익 441억원(YoY -9.6%)을 전망한다.

2024년 3분기 누적 연결실적은 매출액 5,080억원(YoY +3.0%), 영업이익 435억원(YoY -13.6%), 영업이익률 8.6%(YoY 1.6%p 하락), 지배주주순이익 325억원(YoY -21.5%)이다. 매출의 62%를 차지하는 생활용품 사업부문 매출액은 2023년 3분기 누적 3,132억원에서 2024년 3분기 누적 3,148억원으로 전년동기대비 0.5% 성장하였다. 상반기까지는 헤어, 덴탈, 바디케어 등의 퍼스널 케어 중심으로 한 수요 확대, 디지털 유통경로 다각화로 채널 경쟁력 강화를 통한 매출 성장세가 이어졌으나, 하반기부터는 내수 소비경기 침체 및 디지털 채널 경쟁 심화에 따라 홈케어 제품을 중심으로 한 매출감소로 인해 성장세가 둔화되고 있다. 동사는 주력 프리미엄 퍼스널케어 브랜드의 라인업 확대 및 립센트, 블랙포레, 랩신 등 다양한 신제품 출시를 통해 제품 포트폴리오 강화를 진행하고 있으며, 다이소, 코스트코 등 신규 유통 플랫폼 적극 대응을 통해 매출 성장 전략을 이어갈 전망이다.

화장품 사업부문 매출액은 2023년 3분기 누적 1,800억원에서 2024년 3분기 누적 1,932억원으로 전년동기대비 7.4% 성장하였다. 수출 매출액의 80% 이상을 차지하는 중국은 소비 위축에 따른 성장성 둔화가 진행중이나, 동사는 중국 동영상 플랫폼 강화 및 AGE20's 럭셔리 라인 출시, 유명 왕홍과의 협업 등 적극적인 마케팅 활용을 통해 매출 확대 전략을 진행하고 있다. 또한 일본, 베트남, 미국 등 수출 국가 확대를 통한 글로벌 사업 역량을 강화하고 있다. 일본은 LUNA 브랜드의 오프라인 채널(버라이어티샵, 드럭스토어 등) 입점 확대 및 제품 다각화, 베트남은 현지 모델을 활용한 브랜드 인지도 제고, 미국은 실리콘투와 함께 '시그니처 에센스 팩트 인텐스 커버' 6종 및 선크림 등 국가별 특성에 맞춘 제품 출시 등을 통해 중국 외 수출 비중이 확대되고 있다. 국내는 채널 효율화를 통한 수익성 개선에 집중하고 있으며, 제품 카테고리 확장과 함께 올리브영 등의 채널 확장, 소비 트렌드 변화에 따른 다양한 브랜드 운영 등을 통한 성장을 이어가고 있다.

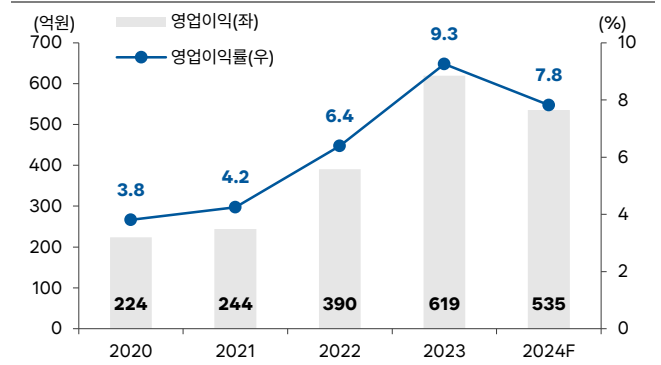
수익성 측면에서 2024년에는 프리미엄 신제품 및 신규 브랜드 출시, 해외 브랜드 인지도 확보 등의 목적으로 마케팅 투자가 확대되었으며, 그로 인해 영업이익률이 전년대비 1.5%p 하락할 것으로 전망된다. 실제 광고선전비 및 해외시장 개척비 등이 확대됨에 따라 판매관리비 비율이 전년대비 확대되고 있으나, 소비 트렌드에 부합하는 제품 라인업 확장 및 신제품 출시에 선제적인 마케팅 집행을 통해 동사는 신제품 및 브랜드 인지도를 높이고 중장기적으로는 프리미엄 제품 판매 확대를 통한 수익성 개선이 이어질 것으로 기대되고 있다.

매출액 추이



자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

영업이익 추이



자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

실적 추이 및 전망

(단위: 억원, %)

	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액	5,881	5,739	6,104	6,689	6,846
증가율 (%)	-16.1	-2.4	6.4	9.6	2.4
생활용품	3,773	3,555	3,927	4,182	4,188
화장품	2,244	2,483	2,611	3,137	3,372
기타부문	111	116	159	158	156
연결조정	-246	-414	-593	-788	-869
매출원가	2,579	2,427	2,684	3,147	3,199
매출원가율 (%)	43.8	42.3	44.0	47.1	46.7
매출총이익	2,355	2,183	2,294	2,528	2,664
매출총이익률 (%)	40.0	38.0	37.6	37.8	38.9
영업이익	224	244	390	619	535
영업이익률 (%)	3.8	4.2	6.4	9.3	7.8
증가율 (%)	-63.1	9.0	60.1	58.7	-13.5
세전계속사업이익	132	205	228	594	537
(지배주주)당기순이익	115	157	166	488	441

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

Valuation

1 동종기업 대비 PER, PBR 모두 저평가 구간

현 주가는 2024년 예상실적 기준
PER 8.3배, PBR 0.9배,
ROE 11.1% 수준으로
 동종기업 대비 PER, PBR 모두
 저평가 구간

애경산업은 국내 대표 생활용품기업으로, 화장품 사업 확대 및 글로벌 브랜드 육성 등을 통해 중장기 성장동력을 육성해 나가고 있다. 당사는 2018년 유가증권 시장에 상장하면서 화장품 사업부문의 높은 매출 성장성 및 수익성을 바탕으로 밸류에이션 프리미엄을 받았으나, AGE20's 원브랜드에 대한 의존도, 중국 지역에 대한 매출 집중도가 높은 관계로 중국 화장품 성장 둔화로 인해 화장품 사업부문에 대한 성장 기대감이 소멸되며 주가가 크게 하락한 상황이다. 하지만 당사는 화장품 브랜드 포트폴리오 강화, 일본, 베트남, 미국 등 수출지역 다변화 등을 통해 화장품 사업부문의 성장동력을 확보하고 있으며, 프리미엄 카테고리를 중심으로 한 생활용품 사업부문의 수익성 개선을 통해 중장기 성장을 이어갈 전망이다.

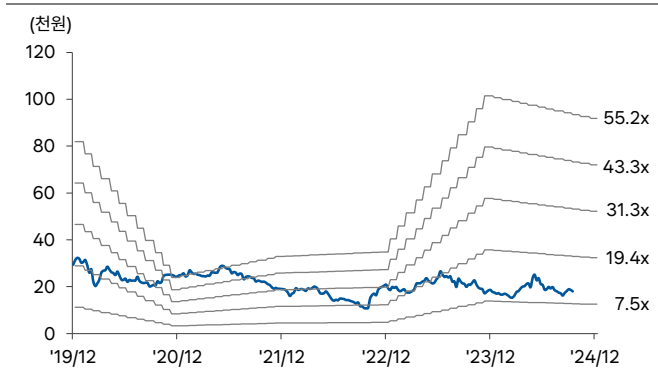
밸류업 프로그램을 통해
 매출 성장성 및 안정적인 수익성
 기반한 적극적인 주주환원 추진,
 이를 통한 주가 저평가 해소 기대

애경산업의 2024년 예상실적인 매출액 6,846억원(YoY +2.4%), 영업이익 535억원(YoY -13.5%), 지배주주순이익 441억원(YoY -9.6%)을 기준으로 한 현 주가 밸류에이션은 PER 8.3배, PBR 0.9배, ROE 11.1% 수준이다. 당사의 현 주가 수준을 판단하기 위해 국내 상장되어 있는 화장품 및 생활용품 전문기업인 아모레퍼시픽, LG생활건강을 동종기업으로 선정하여 밸류에이션을 비교해보고자 한다. 동종기업 밸류에이션 평균은 PER 15.0배, PBR 1.2배, ROE 9.3% 수준으로 당사의 현 주가 밸류에이션은 동종기업 대비 PER, PBR 저평가 구간으로 판단된다.

참고로, 글로벌 생활용품 대표기업인 P&G(PROCTER & GAMBLE CO), L'OREAL의 2024년 예상실적 기준으로 한 밸류에이션 평균은 PER 25.3배, PBR 6.5배, ROE 26.7% 수준으로, 브랜드 인지도를 바탕으로 한 안정적인 사업구조 및 높은 수익성에 기반하여 해당 기업들은 밸류에이션 프리미엄을 받고 있다고 판단된다.

최근 5년간 당사의 PER, PBR 밴드차트를 살펴봐도 당사의 현재 주가 수준은 역사적인 밴드차트 하단 구간으로 판단된다. 당사는 밸류업 프로그램을 통해 매출 성장성 및 안정적인 수익성에 기반한 적극적인 주주환원을 추진할 예정으로, 이를 통한 주가 저평가 해소가 가능할 것으로 전망된다.

PER 밴드 차트



자료: 한국IR협의회 기업리서치센터

PBR 밴드 차트



자료: 한국IR협의회 기업리서치센터

동종기업 비교

(단위: 원, 달러, 억원, 백만달러, %, 배)

	애경산업	국내기업		해외기업(미국)	
		아모레퍼시픽	LG생활건강	PROCTER & GAMBLE CO	L'OREAL SA
주가(원, 달러) 2024년12월 20일 종가 기준	13,940	109,400	311,500	168.06	351.41
시가총액(억원, 백만달러)	3,682	63,991	48,651	395,788	186,555
자산총계					
(억원, 백만달러)					
2021	4,315	61,167	75,552	117,208	48,898
2022	4,826	58,018	73,029	120,829	50,133
2023	4,824	58,865	72,203	122,370	57,227
2024F	5,013	66,483	74,873	127,010	57,032
자본총계					
(억원, 백만달러)					
2021	3,462	47,443	54,978	46,589	26,812
2022	3,590	47,793	54,688	46,777	29,087
2023	3,876	48,727	55,489	50,287	32,086
2024F	4,069	54,606	57,939	53,110	33,408
매출액					
(억원, 백만달러)					
2021	5,739	48,631	80,915	80,187	36,705
2022	6,104	41,349	71,858	82,006	40,947
2023	6,689	36,740	68,048	84,039	45,449
2024F	6,846	38,346	68,355	85,595	45,417
영업이익					
(억원, 백만달러)					
2021	244	3,434	12,896	17,809	6,512
2022	390	2,142	7,111	18,125	7,722
2023	619	1,082	4,870	18,290	8,490
2024F	535	2,231	4,824	21,188	9,068
영업이익률					
(%)					
2021	4.2	7.1	15.9	22.2	17.7
2022	6.4	5.2	9.9	22.1	18.9
2023	9.3	2.9	7.2	21.8	18.7
2024F	7.8	5.8	7.1	24.8	20.0
지배주주순이익					
(억원, 백만달러)					
2021	157	1,937	8,445	14,742	5,226
2022	166	1,345	2,366	14,653	6,107
2023	488	1,801	1,428	14,879	6,825
2024F	441	6,980	2,883	17,076	6,737
ROE					
(%)					
2021	4.6	4.2	16.7	31.7	17.5
2022	4.7	2.8	4.4	31.4	22.5
2023	13.1	3.7	2.7	30.7	22.0
2024F	11.1	13.5	5.2	32.4	21.1
PER					
(배)					
2021	31.9	59.5	23.0	24.8	50.8
2022	33.3	70.6	54.1	25.7	31.4
2023	10.1	55.6	44.1	27.4	39.1
2024F	8.3	10.8	19.1	23.2	27.5
PBR					
(배)					
2021	1.4	2.4	3.4	7.4	9.5
2022	1.5	2.0	2.3	7.7	6.6
2023	1.3	2.0	1.1	7.7	8.3
2024F	0.9	1.4	0.9	7.2	5.8
PSR					
(배)					
2021	0.9	2.4	2.4	4.6	7.2
2022	0.9	2.3	1.8	4.6	4.7
2023	0.7	2.7	0.9	4.9	5.9
2024F	0.5	2.0	0.8	4.6	4.1

주: 동종기업의 예상실적은 컨센서스 적용

자료: Quantwise, Refinitive, 한국IR협의회 기업리서치센터

 **리스크 요인**

1 경기 침체에 따른 실적 성장 둔화

글로벌 경기 침체에 따른 실적 성장 둔화는 리스크 요인

경기 침체로 인한 소비 위축으로 소비재 기업들의 실적 성장 둔화 우려가 이어지고 있다. 이는 가계부채 증가와 고금리, 물가 상승, 고용 불안정 등과 같은 구조적인 요인으로 인한 내수 소비경기 침체에 그 원인이 있다고 판단됨에 따라 국내 내수 시장이 단기 내 저성장의 늪에서 빠져나오는 것은 쉽지 않을 것으로 판단된다. 대다수 국내 소비재 기업들이 수출을 통한 성장을 이어가던 중국 시장 역시 경제성장 둔화로 인한 수요 부진, 자국 제품선호현상 등의 영향으로 인해 수출이 녹록치 않은 상황으로, 내수 및 중국 소비경기 침체에 따른 실적 둔화 우려는 소비재 기업들 모두가 직면한 상황이다.

동사는 수출 국가 다변화 및 제품 포트폴리오 다각화를 통해 성장동력 확보하는 중

동사는 내수 소비경기 침체에도 불구하고 생활용품 사업부문은 소비 트렌드 변화에 따른 퍼스널 케어, 프리미엄 제품 및 브랜드 포트폴리오 확대 전략을 통해 매출 규모 방어 및 수익성 개선을 추구하고 있다. 또한 퍼스널 케어 제품을 중심으로 글로벌 수출 활성화를 통해 현재 10% 수준의 수출비중을 20% 이상으로 확대할 전망이다. 화장품 사업부문은 중국시장을 넘어 일본, 동남아, 미국 등 신규시장 개척을 통해 수출국가 다변화를 통한 성장을 이어가고 있으며, 또한 저가부터 프리미엄 라인까지, 색조 중심에서 기초 베이스 라인까지 다양한 니즈를 충족하는 제품 출시 및 브랜드 확보 등의 전략을 추구하고 있다. 동사는 이러한 화장품 포트폴리오 강화를 통해 성장동력 확보를 이어갈 것으로 전망된다.

포괄손익계산서

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액	5,881	5,739	6,104	6,689	6,846
증가율(%)	-16.1	-2.4	6.4	9.6	2.4
매출원가	3,302	3,312	3,420	3,541	3,647
매출원가율(%)	56.1	57.7	56.0	52.9	53.3
매출총이익	2,579	2,427	2,684	3,147	3,199
매출이익률(%)	43.8	42.3	44.0	47.1	46.7
판매관리비	2,355	2,183	2,294	2,528	2,664
판매비율(%)	40.0	38.0	37.6	37.8	38.9
EBITDA	362	396	543	772	697
EBITDA 이익률(%)	6.2	6.9	8.9	11.5	10.2
증가율(%)	-50.7	9.2	37.1	42.2	-9.6
영업이익	224	244	390	619	535
영업이익률(%)	3.8	4.2	6.4	9.3	7.8
증가율(%)	-63.1	9.0	60.1	58.7	-13.5
영업외손익	-91	-37	-161	-21	2
금융수익	22	32	52	122	71
금융비용	48	5	56	28	22
기타영업외손익	-65	-64	-157	-115	-47
중속/관계기업관련손익	-0	-2	-2	-4	0
세전계속사업이익	132	205	228	594	537
증가율(%)	-76.3	54.6	11.2	161.2	-9.6
법인세비용	18	47	61	108	98
계속사업이익	115	157	167	486	440
중단사업이익	0	0	0	0	0
당기순이익	115	157	167	486	440
당기순이익률(%)	1.9	2.7	2.7	7.3	6.4
증가율(%)	-72.5	37.2	6.1	191.4	-9.6
지배주주지분 손이익	115	157	166	488	441

현금흐름표

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
영업활동으로인한현금흐름	193	483	339	506	555
당기순이익	115	157	167	486	440
유형자산 상각비	124	134	132	134	144
무형자산 상각비	15	18	20	18	18
외환손익	24	1	48	9	0
운전자본의감소(증가)	-202	24	-226	-205	-42
기타	117	149	198	64	-5
투자활동으로인한현금흐름	-421	-243	-324	-648	-16
투자자산의 감소(증가)	914	8	0	6	31
유형자산의 감소	0	104	5	1	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-421	-177	-222	-311	-100
기타	-914	-178	-107	-344	53
재무활동으로인한현금흐름	-84	-189	156	-418	-249
차입금의 증가(감소)	118	-116	229	-224	0
사채의증가(감소)	0	0	0	0	0
자본의 증가	0	0	0	0	0
배당금	-119	-52	-52	-81	-149
기타	-83	-21	-21	-113	-100
기타현금흐름	-15	4	-27	8	1
현금의증가(감소)	-326	55	144	-553	290
기초현금	1,331	1,005	1,061	1,204	652
기말현금	1,005	1,061	1,204	652	942

재무상태표

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
유동자산	2,464	2,619	2,756	2,685	3,027
현금성자산	1,005	1,061	1,204	652	942
단기투자자산	13	160	202	506	518
매출채권	607	480	512	637	712
재고자산	804	800	790	781	744
기타유동자산	36	119	48	109	111
비유동자산	1,881	1,696	2,070	2,139	1,986
유형자산	1,331	1,247	1,407	1,473	1,430
무형자산	80	63	176	135	116
투자자산	53	64	80	102	76
기타비유동자산	417	322	407	429	364
자산총계	4,345	4,315	4,826	4,824	5,013
유동부채	860	750	1,170	904	900
단기차입금	88	2	231	7	7
매입채무	396	436	404	429	419
기타유동부채	376	312	535	468	474
비유동부채	154	103	67	43	44
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	30	0	0	0	0
기타비유동부채	124	103	67	43	44
부채총계	1,014	853	1,237	947	944
지배주주지분	3,330	3,462	3,583	3,871	4,066
자본금	264	264	264	264	264
자본잉여금	1,433	1,433	1,433	1,433	1,433
자본조정 등	-59	-58	-100	-199	-299
기타포괄이익누계액	-0	4	3	3	3
이익잉여금	1,692	1,818	1,983	2,370	2,665
자본총계	3,330	3,462	3,590	3,876	4,069

주요투자지표

	2020	2021	2022	2023	2024F
P/E(배)	56.5	31.9	33.3	10.1	8.3
P/B(배)	1.9	1.4	1.5	1.3	0.9
P/S(배)	1.1	0.9	0.9	0.7	0.5
EV/EBITDA(배)	15.4	9.7	8.1	4.9	3.2
배당수익률(%)	0.8	1.1	1.5	3.1	4.2
EPS(원)	434	595	627	1,846	1,670
BPS(원)	12,610	13,110	13,568	14,659	15,395
SPS(원)	22,269	21,731	23,113	25,326	25,923
DPS(원)	200	200	310	580	580
수익성(%)					
ROE	3.4	4.6	4.7	13.1	11.1
ROA	2.6	3.6	3.6	10.1	8.9
ROIC	9.6	9.3	12.4	24.0	20.2
안정성(%)					
유동비율	286.6	349.3	235.6	296.9	336.5
부채비율	30.5	24.6	34.4	24.4	23.2
순차입금비율	-26.3	-34.2	-31.1	-29.0	-35.1
이자보상배율	91.6	65.4	145.7	100.5	425.9
활동성(%)					
총자산회전율	1.3	1.3	1.3	1.4	1.4
매출채권회전율	9.3	10.6	12.3	11.6	10.2
재고자산회전율	7.0	7.2	7.7	8.5	9.0

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정 여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자들의 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
애경산업	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 중소기업에 대한 무상 보고서로, 투자자들에게 국내 중소기업 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 중소기업 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 증명자료로 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 '소중한탐방'과 2) 기업보고서 심층해설방송인 '소중한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.