



아이패밀리에스씨 (114840)

글로벌 코덕 사로잡기

▶ Analyst 한유정 yujung.han@hanwha.com 3772-7693 / RA 이다연 dayeon.lee@hanwha.com 3772-7690

Buy (신규)

목표주가(신규): 36,000원

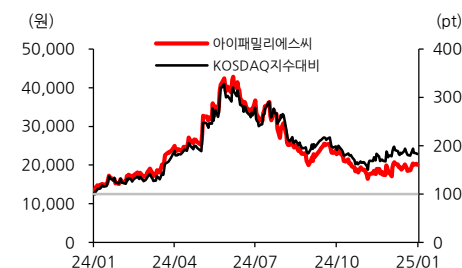
현재 주가(1/8)	21,350 원
상승여력	▲68.6%
시가총액	3,681 억원
발행주식수	17,242 천주
52 주 최고가 / 최저가	42,800 / 13,479 원
90 일 일평균 거래대금	37.06 억원
외국인 지분율	6.6%
주주 구성	
김태욱 (외 3 인)	41.8%
자사주신탁 (외 1 인)	0.7%
김훈수 (외 1 인)	0.7%

주가수익률(%)	1개월	3개월	6개월	12개월
절대수익률	16.9	-6.4	-41.8	58.4
상대수익률(KOSDAQ)	8.0	1.2	-25.6	76.6

(단위: 십억 원, 원, %, 배)

재무정보	2023	2024E	2025E	2026E
매출액	149	210	252	288
영업이익	24	38	47	54
EBITDA	25	39	49	57
지배주주순이익	20	31	36	41
EPS	1,162	1,825	2,071	2,398
순차입금	-21	-16	-67	-91
PER	11.3	12.5	10.3	8.9
PBR	1.6	4.1	2.8	2.2
EV/EBITDA	8.4	9.7	6.2	4.9
배당수익률	0.6	0.4	0.4	0.4
ROE	33.6	38.1	31.5	27.4

주가 추이



지난 2024 년 1 분기 대형 채널 입점 효과가 역풍을 몰고와 과매도 구간을 지나왔습니다. 단기간 강한 주가 조정 이후 실적도 주가도 반등의 조짐이 보이기 시작합니다. 이번 자료를 통해 신규 커버리지를 개시하며 화장품 브랜드사 최선호주로 추천합니다.

국가 및 상품 다변화, 효율적 비용구조와 상승여력 높은 ASP

2020년 이후 전사 실적 성장을 이끌어 온 한국과 일본에서는 안정적인 성장이 지속될 것으로 예상되며, 한국과 일본을 제외한 모든 수출 국가에서는 고성장세가 예상된다. **[한국, 일본]** 1) 뛰어난 제품 개발력으로 동일 카테고리 내에서도 카니발 없는 계단식의 신제품 매출 기여가 한국의 성장을 이어갈 것이다. 또한 한국에서 출시된 리뉴얼 및 신제품이 짧게는 1개월, 길게는 6개월 안에 일본에 출시될 정도로 마케팅과 영업망이 유기적으로 연결되어 있어 한국 못지 않게 일본 역시도 안정적인 성장세가 이어질 전망이다. **[기타국가]** 2) 대만뿐만 아니라 태국, 베트남 등에서 오프라인 채널로의 전환이 실적 성장을 견인할 전망이다. 3) MoCRA 규정 적용으로 색조 브랜드의 미국 진출 진입 장벽은 높아졌다. 아이패밀리에스씨는 이미 100여개의 제품에 대한 MoCRA 승인을 득하였으며 미국 법인 설립도 완료되었다. 미국 전용 제품 출시를 시작으로 본격적인 매출 성장이 기대된다.

또 다시 최고 실적을 향해

2024년을 기점으로 한국, 일본을 제외한 동남아 및 미주 등의 기타국가가가 가장 높은 매출 비중을 차지하며 판매 국가가 다변화될 것이다. 2025년 매출액은 2,522억원으로 2024년 대비 20.1% 성장할 전망이다. 주요 지역별 매출 성장률 추정치는 한국 19.2%, 일본 15.3%, 기타국가 25.0%다. 또한 전체 외형이 커질수록, 판매 국가 수가 다변화될수록 실적 변동성 또한 완화될 수 있을 것이다.

투자의견 BUY, 목표주가 36,000원으로 커버리지 개시

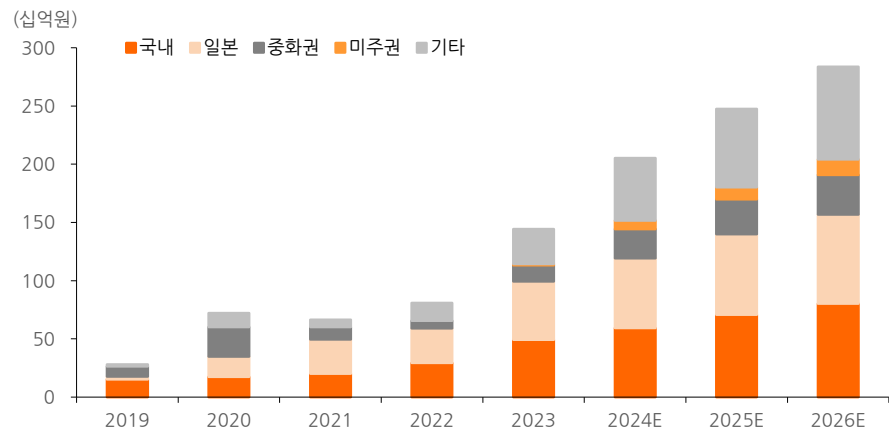
2025년 EPS 추정치에 Target Multiple은 17.2배를 적용하였다. 앞서 언급한 1) 국가 다변화, 2) 상품 다변화, 3) 효율적인 비용 구조 및 ASP 상승으로 치열한 Mass 색조 시장 내에서 지속가능한 성장세가 이어질 것으로 기대한다. 화장품 브랜드사 최선호주로 추천한다.

I. 투자포인트

>> 1. 국가 다변화

2019년까지 내수 매출은 66.4%로 수출 매출(33.6%)보다 높았으나, 2020년 중국과 2021년 일본 수출이 큰 폭으로 성장하면서 2020년부터는 수출 매출이 내수 매출을 초과하기 시작했다. 2024년 기준, 내수 매출은 30.5%, 수출 매출은 69.5%를 기록하며 수출이 내수를 크게 앞질렀다. 현재 수출 국가는 약 70여 개다. 앞으로는 2020년 이후 전사 실적 성장을 이끌어 온 한국과 일본에서는 안정적인 성장이 지속될 것으로 예상되며, 한국과 일본을 제외한 모든 수출 국가에서는 고성장이 계속될 전망이다.

[그림1] 아이패밀리에스씨의 지역별 매출 추이



자료: 한화투자증권 리서치센터

1) 일본: 2024년 1분기 돈키호테 대량 입점을 마지막으로, 롬앤은 Loft, Plaza, Hands 등 일본의 주요 대형 버라이어티 샵에 대부분 입점했다. 오프라인 매장 입점 확대에 힘입은 초기 성장 단계를 지난 만큼, 일본향 수출 매출의 피크아웃에 대한 우려가 제기될 수 있다.

그러나 일본과 유사한 흐름을 보이고 있는 국내의 사례를 보면 롬앤은 2021년 올리브영 전 점포에 입점되었다. 이후에도 기존 제품 리뉴얼, 신규 컬러 및 신제품 출시를 통해 지속적으로 화제를 모았고, 카테고리 다각화를 통해 기존 입점 매장에서의 진열 매대 확대를 이어가고 있다. 이에 따라 국내 H&B 매출액은 2024년 4분기 분기 최고치를 기록한 것으로 추정된다. 또한, 국내에서 출시된 리뉴얼 및 신제품이 짧게는 1개월, 길게는 6개월 안에 일본에 출시될 정도로 마케팅과 영업망이 유기적으로 연결되어 있다. 일본에서도 기존 매장을 중심으로 한 안정적인 매출 성장세를 기대할 수 있는 이유다.

[그림2] 2023년 올리브영 천호로데오점(좁은 매대 면적의 예)



자료: 한화투자증권 리서치센터

[그림3] 2024년 올리브영 홍대중앙점(넓은 매대 면적의 예)



자료: 한화투자증권 리서치센터

2) 기타국가(미주 외): Shopee, Lazada 등 온라인을 중심으로 인큐베이팅 단계였던 아시아 다수의 국가에서 오프라인 채널 입점이 점차 이뤄지고 있다. 대표적인 예는 대만이다. 2022년 12월 왓슨 110여개 매장에 런칭된 후 현재는 400여개 매장 입점을 앞두고 있다. 색조화장품 특히 립, 아이 등의 포인트 메이크업은 눈으로 보고 발라보고 구매할 수 있는 오프라인 채널의 영향력이 절대적으로 강하다. 대만뿐만 아니라 태국, 베트남 등의 국가에서도 온라인에서 오프라인 채널로의 전환이 실적 성장을 견인할 전망이다.

3) 미주: 2024년 7월부터 미국 FDA의 MoCRA 규정이 적용되기 시작했다. 자본력이 약한 브랜드들은 시간과 자금의 관점에서 까다로운 MoCRA 규정을 준수하고 허가를 받기 어려워져 미국 진출이 더욱 어려워졌다. 특히 하나의 제품 내에서도 수십개의 SKU가 존재(예: 롬앤 '더 주시 래스팅 틴트' 1개 제품 내 23개 컬러의 SKU 존재)하는 색조 화장품 브랜드들의 미국 진출 진입장벽은 더 높아졌다. 현재 롬앤(Rom&nd)은 이미 100여개의 제품에 대한 MoCRA 승인을 득한 것으로 파악된다. 미국 법인 설립도 완료되었다. 전용 제품 출시를 시작으로 매출 성장이 본격화될 전망이다.

[그림4] 일관성 있는 아이패밀리에스씨의 국내외 마케팅 예시



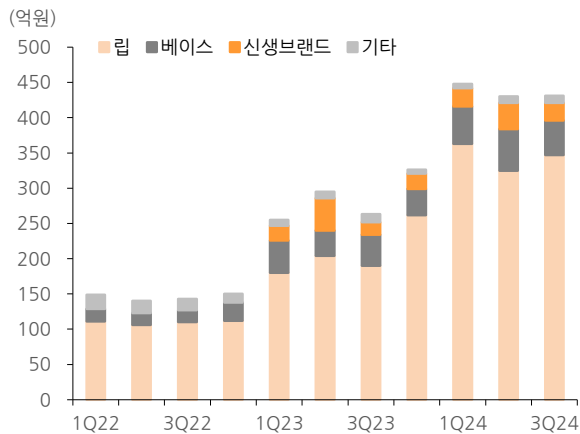
자료: 한화투자증권 리서치센터

>> 2. 상품 다변화

2016년 롬앤 런칭 이후, 내수 매출이 단 한 번도 역신장 없이 지속적으로 성장할 수 있었던 것은 뛰어난 **제품 개발력** 때문이다. 상품 기획, 개발-상품 디자인-콘텐츠 제작 작업이 동시에 진행되며, 이 과정에서 기획 및 개발 단계부터 제품을 어떤 방식과 컨셉으로 소비자에게 전달할지를 함께 고려한다. 또한 최종 소비자의 피드백을 역으로 반영해 다음 상품을 기획하고 개발한다. 립틴트 내에서도 주시래스팅틴트라는 스테디셀러가 존재했음에도 소비자들의 피드백을 반영해 차이를 둔 제로벨벳틴트, 글래스팅워터틴트, 블러퍼지틴트 등의 신제품 매출이 카니발 없는 계단식 성장을 이어가게 되었다. 기존의 스테디셀러인 주시래스팅틴트 마저도 2024년 11월 더주시래스팅틴트로 한국에서 리뉴얼 출시된 후 폭발적인 인기를 끌고 있다. 덕분에 역대 최대 실적을 기록해 피크가 우려되는 한국과 일본에서도 꾸준한 성장세가 이어질 것이다.

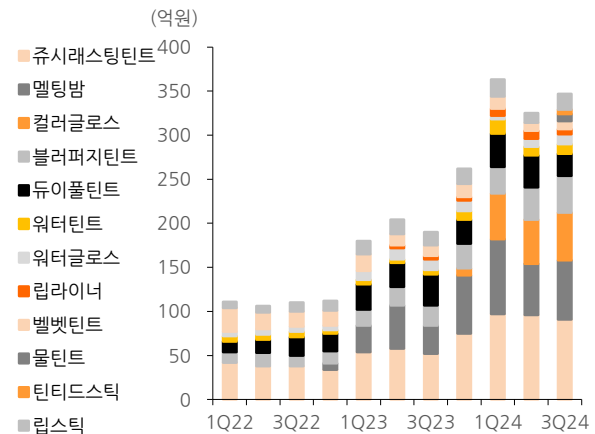
롬앤은 유행 주기가 짧은 중저가 타겟의 색조 브랜드임에도 불구하고 **고객의 브랜드 충성도는 상당히 높은 수준**이다. 연간 60개 이상의 신상품이 출시됨에도 재고 자산은 약 300억 원 내외로 안정적으로 관리되고 있다. 참고로, 2024년 2~3분기에는 재고 자산이 급증했는데, 이는 1분기 일본에서 주요 제품의 공급 부족 사태 이후 고객 요청에 따른 재고 축적의 결과로, 시간이 지나면서 점차 해소될 것으로 예상된다.

[그림5] 아이패밀리에스씨 전체 품목별 매출



주: 신생브랜드에는 누즈, 앤드바이롬앤, 기타에는 썸, 네일 제품이 포함
자료: 아이패밀리에스씨, 한화투자증권 리서치센터

[그림6] 아이패밀리에스씨 립 제품별 매출



주: 제로매트립스틱 17년, 주시래스팅틴트 18년, 제로벨벳틴트 19년, 글래스팅워터틴트 20년, 블러퍼지틴트 21년, 글래스팅컬러글로스 23년 출시
자료: 아이패밀리에스씨, 한화투자증권 리서치센터

[그림7] 2018년 6월 출시된 주시래스팅 틴트



자료: 아이패밀리에스씨, 한화투자증권 리서치센터

[그림8] 2024년 11월 리뉴얼된 더주시래스팅 틴트



자료: 아이패밀리에스씨, 한화투자증권 리서치센터

[그림9] 2023년 6월 출시된 누즈 블러셔



자료: 아이패밀리에스씨, 한화투자증권 리서치센터

[그림10] 2024년 10월 출시된 누즈 핸드 블러셔



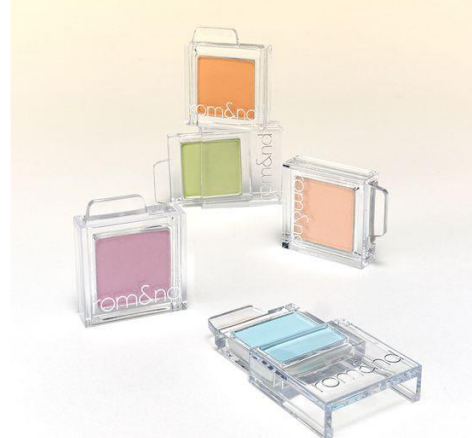
자료: 아이패밀리에스씨, 한화투자증권 리서치센터

[그림11] 2021년 3월 출시된 아이샤도우 팔레트



자료: 아이패밀리에스씨, 한화투자증권 리서치센터

[그림12] 2024년 11월 출시된 슬라이드 인 싱글



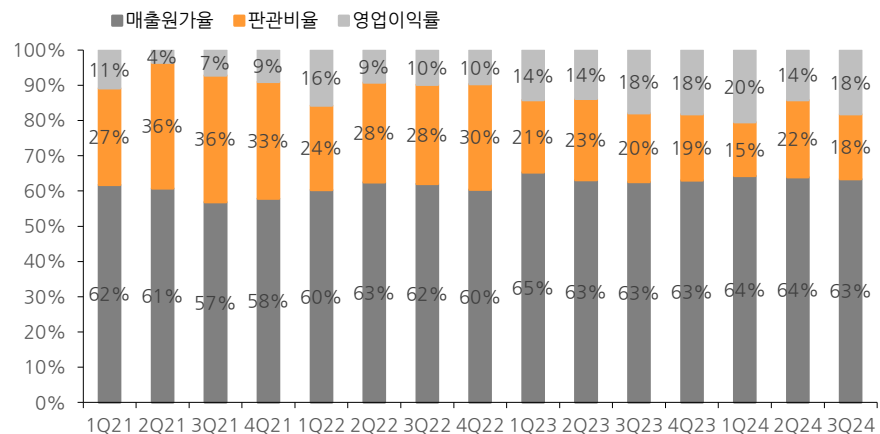
자료: 아이패밀리에스씨, 한화투자증권 리서치센터

>> 3. 효율적인 비용 구조 및 ASP 상승

차별화된 마케팅 전략을 통해 효율적인 비용 구조를 유지하고 있다. 원가율은 60% 초 중반에서 안정적으로 유지되는 반면, 판관비율은 감소 추세를 보이고 있다. 이는 매출이 큰 폭으로 성장하고 있음에도 불구하고 인건비와 마케팅비(지급수수료, 광고선전비, 판매촉진비)가 비례하여 증가하지 않았기 때문이다. 외형 성장과 함께 신규 브랜드를 크게 확장해 기존 브랜드의 수익성을 훼손하거나, 대규모 스타 마케팅으로 매출 증가에 비례해 비용이 늘어나는 여타 브랜드사들과의 가장 큰 차별점이다.

매출액의 81%를 차지하는 립 제품군은 기초, 색조 포함 개당 단가가 가장 낮은 품목 중 하나다. 참고로 분기보고서상 아이패밀리에스씨의 제품 평균 가격은 3,800원에 불과하다. 장기적으로는 1) 기존의 히트 카테고리인 립의 경우 기획 제품 판매로, 2) 립 외 중장기 육성 카테고리인 아이/베이스 메이크업 그리고 3) 세컨 브랜드 누즈(NUSE)의 비중이 확대되며 ASP는 우상향할 가능성이 높다.

[그림13] 분기별 아이패밀리에스씨의 비용 구성



자료: 한화투자증권 리서치센터

[그림14] 24/12에 판매한 올리브영 어워즈 기획세트



자료: 아이패밀리에스씨, 한화투자증권 리서치센터

[그림15] 24/1/3~1/9 한정판매 중인 베어 그레이프 주시 에디션



자료: 아이패밀리에스씨, 한화투자증권 리서치센터

II. 실적 추정 및 Valuation

2025년 아이패밀리에스씨의 매출액은 2,522억원으로 2024년 대비 20.1% 성장할 전망이다. 화장품의 지역별 매출 비중은 한국 28.6%, 일본 27.9%, 동남아 및 미주 등의 기타국가 43.5%로 추정한다. 2024년을 기점으로 한국, 일본을 제외한 동남아 및 미주 등의 기타국가가 가장 높은 비중을 차지하며 판매 국가가 다변화될 것이다.

[한국, 일본] 1) 기존의 성장 국가인 한국과 일본의 2025년 매출 성장률 추정치는 19.2%, 15.3%다. 2024년 11월 한국에서 리뉴얼 출시된 더쥬시래스팅 틴트 판매 호조가 예상된다. 출시 초기부터 현재까지 올리브영몰 메이크업 Top 10에 하루도 거르지 않고 이름을 올렸고 연중 올리브영의 최대 행사 시즌이었던 2024년 11~12월에는 올리브영몰 내 전체 카테고리 Top10 내에도 상당 기간 랭크되었다. 12월부터 일본 오프라인 채널에도 점차 판매되기 시작해 해당 영향은 2025년 1분기부터 온기 반영될 것으로 기대한다.

[기타국가] 2) 대만, 태국, 베트남 등 인큐베이팅이 완료된 주요 국가에서 오프라인 채널로의 전환이 본격화될 전망이다. 3) 미주의 경우 2024년 인플루언서 중심의 제품 테스트, 2024년 말 법인 설립 후 현지 전용 제품 출시로 2025년 미주 매출액은 105억원으로 2024년 대비 39.1% 성장해 처음으로 연 100억원 매출을 초과할 것으로 기대한다.

아이패밀리에스씨는 자사몰과 아마존 등 일부 채널만 Sell Out 방식(최종 소비자 판매 가격으로, 실제 소비자가 구매한 시점에 매출 인식)으로 매출을 인식하며 이를 제외한 대부분의 매출은 Sell In 방식(도매 가격으로, 소비자 구매와 무관하게 유통망으로 제품이 공급되는 시점에 매출 인식)으로 인식한다. 또한 유통 파트너사와의 총판 계약을 통한 수출이 확대되고 있어 특정 국가에서의 제품 출시, 신규 입점 혹은 이벤트에 따라 뚜렷한 계절성 없이 분기 변동성이 높게 나타날 수 있다. 전체 외형이 커질수록, 판매 국가 수가 다변화될수록 변동성은 완화될 수 있을 것이다.

아이패밀리에스씨에 대해 투자이견 BUY, 목표주가 36,000원으로 신규 커버리지를 제시한다. 2025년 EPS 추정치에 Target Multiple은 17.2배를 적용하였다. 앞서 언급한 1) 국가 다변화, 2) 상품 다변화, 3) 효율적인 비용 구조 및 ASP 상승으로 치열한 Mass 색조 시장 내에서 지속가능한 성장세가 이어질 것으로 기대한다. 화장품 브랜드사 최선호주로 추천한다.

[표1] 아이패밀리에스씨 분기 및 연간 실적 추정

(단위: 십억 원)

	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24E	1Q25E	2Q25E	3Q25E	4Q25E	2023	2024E	2025E
매출액	57	49	50	53	66	62	59	65	149	210	252
▼ 지역별											
내수	17	15	15	18	20	18	17	21	53	64	75
수출	41	34	35	36	46	44	42	45	95	146	177
▼ 카테고리별											
화장품	56	48	49	52	65	60	58	64	144	205	247
국내	15	14	14	16	19	16	16	19	49	59	71
일본	20	11	14	15	21	15	16	17	50	60	69
중화권	6	6	6	6	8	7	8	8	14	25	30
동남아	6	6	8	6	7	8	9	9	10	26	33
미주권	1	3	2	2	2	3	3	3	1	8	10
유럽	1	2	3	3	2	3	4	4	1	9	12
그외기타국가	2	4	1	2	2	4	1	3	15	9	10
화장품 외(웨딩)	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5
YoY	74.8%	33.6%	34.7%	27.5%	14.8%	25.8%	18.4%	22.1%	74.2%	41.2%	20.1%
▼ 지역별											
내수	31.4%	16.7%	12.1%	19.1%	19.6%	19.2%	18.3%	15.0%	57.5%	19.7%	17.9%
수출	101.7%	42.6%	46.9%	32.1%	12.8%	28.7%	18.5%	25.7%	85.2%	53.3%	21.0%
▼ 카테고리별											
화장품	77.0%	35.1%	35.1%	28.3%	15.0%	26.4%	18.7%	22.7%	78.4%	42.5%	20.5%
국내	33.7%	19.4%	12.0%	17.6%	20.8%	20.8%	19.4%	16.2%	67.9%	20.4%	19.2%
일본	66.2%	-23.1%	25.5%	18.0%	2.3%	38.9%	16.0%	15.5%	68.8%	19.9%	15.3%
중화권	195.1%	68.2%	52.8%	50.0%	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%	112.6%	77.7%	20.0%
동남아	206.3%	197.9%	162.5%	80.3%	20.7%	35.8%	10.0%	50.9%	259.6%	151.0%	27.5%
미주권	-	-	-	92.9%	40.0%	11.3%	54.3%	60.6%	-	-	39.1%
유럽	-	-	-	337.6%	30.0%	32.2%	35.0%	32.0%	-	-	32.7%
그외기타국가	-	-	-	25.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	-	-	10.0%
화장품 외(웨딩)	4.4%	-6.3%	13.8%	1.9%	2.1%	1.7%	2.9%	1.3%	-0.5%	2.3%	1.9%
영업이익	12	7	9	10	14	9	11	13	24	38	47
화장품	12	7	9	10	14	9	12	13	25	39	48
화장품 외(웨딩)	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	-1	-1
YoY	152.5%	37.1%	36.6%	30.8%	20.1%	29.5%	24.3%	26.5%	152.4%	57.3%	24.5%
화장품	142.0%	35.0%	35.3%	34.9%	18.4%	30.2%	22.3%	26.3%	130.6%	56.8%	23.6%
화장품 외(웨딩)	10.3%	-17.7%	11.4%	-406.7%	-28.2%	61.9%	-23.9%	21.2%	-33.1%	39.8%	-5.0%
영업이익률	20.5%	14.2%	18.1%	18.6%	21.4%	14.6%	19.0%	19.3%	16.1%	18.0%	18.6%
화장품	21.6%	14.9%	19.3%	19.6%	22.2%	15.3%	19.9%	20.2%	17.2%	19.0%	19.4%
화장품 외(웨딩)	-39.9%	-13.4%	-40.0%	-15.7%	-28.0%	-21.3%	-29.6%	-18.8%	-18.7%	-25.5%	-23.8%

주: 3Q23까지 미주권, 유럽은 그외기타국가에 포함

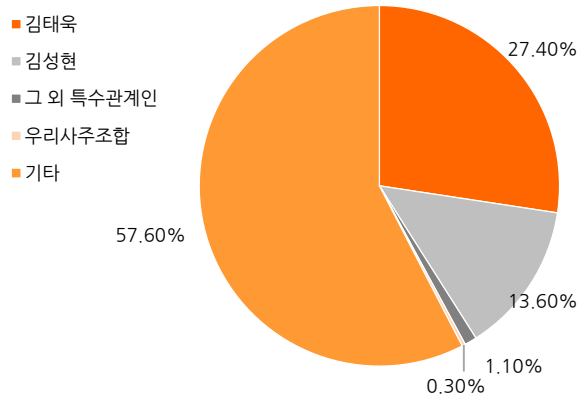
자료: 아이패밀리에스씨, 한화투자증권 리서치센터

III. 기업개요

아이패밀리에스씨는 2021년 10월 코스닥 시장에 상장된 화장품 브랜드사다. 법인 설립 시기는 2000년 2월이며 2003년 이후로 현재까지 김태욱, 김성현 공동대표 체제다. 2024년 기준 전체 매출액의 97.8%가 화장품에서 발생되고 있다. 화장품 외 사업으로는 웨딩 사업부가 남아있고 팬데믹이 시작된 2020년부터 적자 기록 중이다.

대표 화장품 브랜드는 2016년 9월에 런칭된 롬앤(Rom&nd)이며 2023년 3월 일본 편의점 로손(Lawson)향으로 앤드바이롬앤(And by Rom&nd)을, 2023년 6월 컬러케어 코스메틱 누즈(Nuse)를 런칭했다.

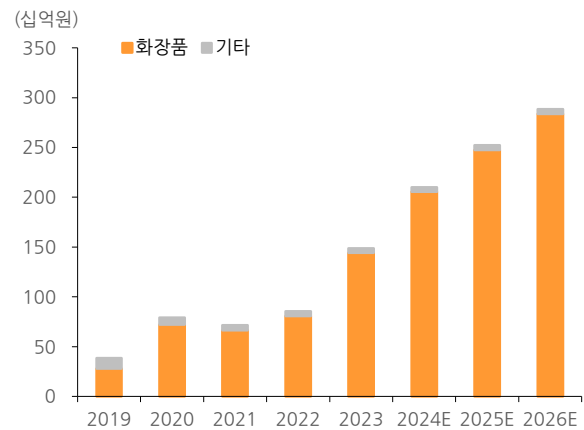
[그림16] 주주 구성



주: 2024년 3분기 분기보고서 기준

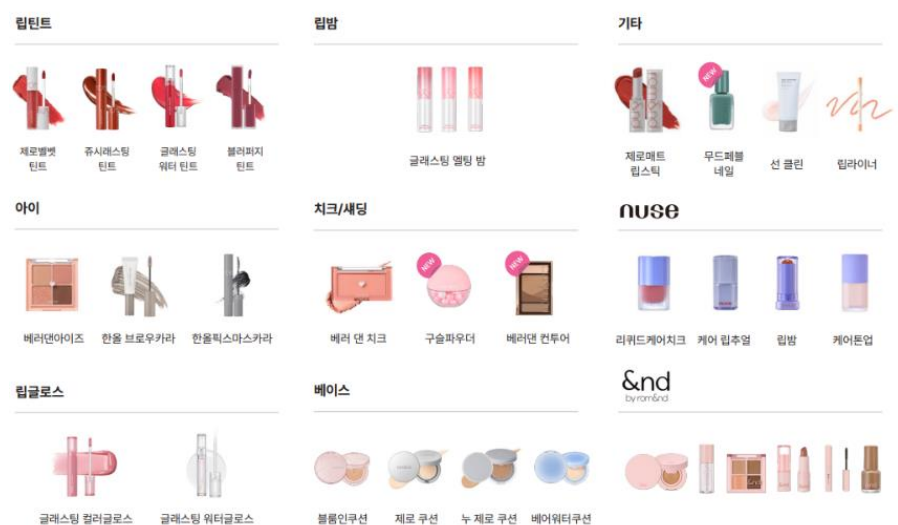
자료: 한화투자증권 리서치센터

[그림17] 사업부별 매출 추이



자료: 한화투자증권 리서치센터

[그림18] 아이패밀리에스씨의 주요 판매 카테고리



자료: 아이패밀리에스씨, 한화투자증권 리서치센터

[재무제표]

손익계산서

(단위: 십억 원)

12 월 결산	2022	2023	2024E	2025E	2026E
매출액	85	149	210	252	288
매출총이익	33	54	77	95	111
영업이익	10	24	38	47	54
EBITDA	10	25	39	49	57
순이자손익	0	1	1	0	0
외화관련손익	0	0	0	0	0
지분법손익	0	0	0	0	0
세전계속사업손익	10	25	38	46	54
당기순이익	8	20	31	36	41
지배주주순이익	8	20	31	36	41
증가율(%)					
매출액	611.1	74.2	41.2	20.1	14.4
영업이익	1,989.9	152.4	57.4	24.4	15.6
EBITDA	1,739.8	142.0	57.9	26.3	16.5
순이익	1,185.8	161.8	57.2	13.4	15.8
이익률(%)					
매출총이익률	38.7	36.5	36.6	37.5	38.5
영업이익률	11.1	16.1	18.0	18.6	18.8
EBITDA 이익률	11.9	16.5	18.4	19.4	19.8
세전이익률	11.7	16.6	18.3	18.4	18.7
순이익률	9.0	13.4	15.0	14.1	14.3

현금흐름표

(단위: 십억 원)

12 월 결산	2022	2023	2024E	2025E	2026E
영업현금흐름	7	5	8	69	41
당기순이익	8	28	31	36	41
자산상각비	1	1	1	2	3
운전자본증감	-3	-18	14	32	-3
매출채권 감소(증가)	1	-4	-7	-3	-3
재고자산 감소(증가)	-2	-11	-39	29	-5
매입채무 증가(감소)	0	-3	19	6	5
투자현금흐름	-26	0	5	-16	-16
유형자산처분(취득)	-18	-1	-5	-16	-16
무형자산 감소(증가)	0	0	0	0	0
투자자산 감소(증가)	-5	0	11	0	0
재무현금흐름	10	0	-3	-1	-1
차입금의 증가(감소)	6	0	0	0	0
자본의 증가(감소)	0	0	-3	-1	-1
배당금의 지급	0	-1	0	-1	-1
총현금흐름	11	33	-6	38	44
(-)운전자본증가(감소)	0	16	24	-32	3
(-)설비투자	22	1	5	16	16
(+)자산매각	4	0	0	0	0
Free Cash Flow	-7	16	-35	53	25
(-)기타투자	5	2	-37	0	0
잉여현금	-13	14	2	53	25
NOPLAT	7	19	31	36	42
(+) Dep	1	1	1	2	3
(-)운전자본투자	0	16	24	-32	3
(-)Capex	22	1	5	16	16
OpFCF	-14	3	3	53	25

주: IFRS 연결 기준

재무상태표

(단위: 십억 원)

12 월 결산	2022	2023	2024E	2025E	2026E
유동자산	48	66	107	134	165
현금성자산	28	31	26	78	101
매출채권	5	9	15	19	22
재고자산	15	25	64	36	41
비유동자산	24	24	32	47	60
투자자산	2	2	6	6	7
유형자산	22	22	25	39	53
무형자산	0	1	1	1	1
자산총계	72	90	140	180	225
유동부채	12	11	43	50	55
매입채무	9	7	28	34	38
유동성이자부채	0	0	10	10	10
비유동부채	10	10	0	0	0
비유동이자부채	10	10	0	0	0
부채총계	22	21	44	50	55
자본금	4	4	9	9	9
자본잉여금	20	21	17	17	17
이익잉여금	23	41	71	105	145
자본조정	3	3	0	0	0
자기주식	0	0	0	0	0
자본총계	50	69	96	131	170

주요지표

(단위: 원, 배)

12 월 결산	2022	2023	2024E	2025E	2026E
주당지표					
EPS	449	1,162	1,825	2,071	2,398
BPS	5,905	8,022	5,586	7,578	9,896
DPS	32	79	80	80	80
CFPS	665	1,913	-345	2,180	2,551
ROA(%)	12.2	24.7	27.4	22.3	20.4
ROE(%)	16.7	33.6	38.1	31.5	27.4
ROIC(%)	33.5	48.3	50.4	54.5	63.5
Multiples(x, %)					
PER	13.9	11.3	12.5	10.3	8.9
PBR	1.1	1.6	4.1	2.8	2.2
PSR	1.2	1.5	1.9	1.5	1.3
PCR	9.4	6.9	-66.0	9.8	8.4
EV/EBITDA	8.7	8.4	9.7	6.2	4.9
배당수익률	0.5	0.6	0.4	0.4	0.4
안정성(%)					
부채비율	44.1	30.2	45.2	38.2	32.2
Net debt/Equity	-35.3	-30.2	-16.5	-51.6	-53.3
Net debt/EBITDA	-175.1	-85.1	-41.0	-137.7	-159.3
유동비율	397.2	616.1	248.4	269.7	302.0
이자보상배율(배)	33.4	51.4	87.5	120.5	139.3
자산구조(%)					
투하자본	52.2	59.5	69.9	40.6	40.6
현금+투자자산	47.8	40.5	30.1	59.4	59.4
자본구조(%)					
차입금	16.6	13.0	9.6	7.2	5.6
자기자본	83.4	87.0	90.4	92.8	94.4

[Compliance Notice]

(공표일: 2025년 1월 9일)

이 자료는 조사분석 담당자가 객관적 사실에 근거해 작성하였으며, 타인의 부당한 압력이나 간섭없이 본인의 의견을 정확하게 반영했습니다. 본인은 이 자료에서 다룬 종목과 관련해 공표일 현재 관련 법규상 알려야 할 재산적 이해관계가 없습니다. 본인은 이 자료를 기관투자자 또는 제 3자에게 사전에 제공한 사실이 없습니다. (한유정, 이다연)

저희 회사는 공표일 현재 이 자료에서 다룬 종목의 발행주식을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.

이 자료는 투자자의 증권투자를 돕기 위해 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로서 저작권이 당사에 있으며 불법 복제 및 배포를 금합니다. 이 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터가 신뢰할 만한 자료나 정보출처로부터 얻은 것이지만, 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없습니다. 따라서 이 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과와 관련된 법적 책임소재에 대한 증빙으로 사용될 수 없습니다.

[아이패밀리에스씨 주가와 목표주가 추이]



[투자의견 변동 내역]

일시	2025.01.09				
투자의견	Buy				
목표가격	36,000				

[목표주가 변동 내역별 괴리율]

일자	투자의견	목표주가(원)	괴리율(%)	
			평균주가 대비	최고(최저)주가 대비
2025.01.09	Buy	36,000		

[종목 투자등급]

당사는 개별 종목에 대해 향후 1년간 +15% 이상의 절대수익률이 기대되는 종목에 대해 Buy(매수) 의견을 제시합니다. 또한 절대수익률 -15~+15%가 예상되는 종목에 대해 Hold(보유) 의견을, -15% 이하가 예상되는 종목에 대해 Sell(매도) 의견을 제시합니다. 밸류에이션 방법 등 절대수익률 산정은 개별 종목을 커버하는 애널리스트의 추정에 따르며, 목표주가 산정이나 투자의견 변경 주기는 종목별로 다릅니다.

[산업 투자의견]

당사는 산업에 대해 향후 1년간 해당 업종의 수익률이 과거 수익률에 비해 양호한 흐름을 보일 것으로 예상되는 경우에 Positive(긍정적) 의견을 제시하고 있습니다. 또한 향후 1년간 수익률이 과거 수익률과 유사한 흐름을 보일 것으로 예상되는 경우에 Neutral(중립적) 의견을, 과거 수익률보다 부진한 흐름을 보일 것으로 예상되는 경우에 Negative(부정적) 의견을 제시하고 있습니다. 산업별 수익률 전망은 해당 산업 내 분석대상 종목들에 대한 담당 애널리스트의 분석과 판단에 따릅니다.

[당사 조사분석자료의 투자등급 부여 비중]

(기준일: 2024년 12월 31일)

투자등급	매수	중립	매도	합계
금융투자상품의 비중	92.0%	8.0%	0.0%	100.0%