

본 보고서는 2025년 5월 15일에 기 발간되었으며, 현재주가/시가총액 등 추가관련 정보만 5월 16일의 내용으로 수정되었음을 알려드립니다.

에이피알 (278470)



이승은 회장품/유통
seungeun.lee@yuantakorea.com

김도엽 Research Assistant
doyub.kim@yuantakorea.com

NDR 후기: Big2 가자!

에이피알, 중소형주의 껍질을 깨다

에이피알에 대해 투자의견 Buy 를 유지하고, 목표주가는 150,000원으로 상향한다. 목표주가는 2025~2026F 평균 EPS 에 목표 PER 22배(대형사, 중소형사 중간)를 적용하여 산출하였다. 목표 PER 상향은 ① 국내 대형사 수준으로 매출 규모가 성장하며 밸류에이션 재평가 구간에 진입했고, ② 미국·일본 등 주요 시장을 중심으로 글로벌 오프라인 채널 확장이 본격화되고, ③ 유럽·중동 등으로 매출 지역이 빠르게 다변화되며 온라인 중심 구조에서 벗어나 외형 성장과 수익성 다변화가 동시에 진행되고 있다는 점을 근거로 한다.

Ulta Beauty 입성하다

메디큐브의 미국 시장에서 가장 주목할 변화는 오프라인 유통 채널의 본격적인 진입이며, 그 핵심은 Ulta Beauty 입점이다. 현재 메디큐브는 Ulta 의 전체 매장 1,400개 점포 중 95~98%에 해당하는 대다수 점포에 입점이 확정된 상태이며, 디바이스를 포함한 총 22개의 SKU 를 선보일 예정이다. 이번 입점은 유통사를 통한 간접 입점이 아닌 브랜드 직진출 방식으로 이뤄졌다는 점에서도 의미가 있다. Ulta 를 통한 제품 판매는 2분기 말부터 매출로 인식될 예정이며, 본격적인 sell-out(소비자 구매)은 8월부터 시작된다. 이에 따라 실제 유의미한 매출은 하반기부터 집중적으로 발생할 것으로 보이며, 2025년 Ulta Beauty 매출은 200억 원에 이를 것으로 추정된다.

직매출 + 자체 유통 = 메디큐브의 미국 관세 방어 시나리오

최근 미국향 수출에 대한 관세 부담 우려가 있으나, 동사 실제 손익에는 큰 영향을 주지 않을 것으로 전망된다. 에이피알 미국향 매출은 100% 직매출 구조이며, 일부 업체들은 인보이스 가격을 낮추는 방식으로 관세에 대응하고 있다. 이에 따라 수출 단가는 하락하지만 수량은 유지되어 통계상 수출금액만 감소하는 왜곡 현상이 나타나고 있다. 메디큐브의 경우를 대입해 본다면, 한국 법인은 이익이 줄지만 미국 법인은 낮은 매입원가로 마진이 증가하는 구조다. 자체 유통 체계를 갖춘 덕분에 소비자 판매가는 유지되며, 미국 법인의 수익성이 개선될 수 있다. 이로 인해 관세 이슈는 충분히 흡수 가능한 범위 내에 있을 것으로 예상된다.

Forecasts and valuations (K-IFRS 연결)

(억원, 원, %, 배)

결산 (12월)	2023A	2024A	2025F	2026F
매출액	5,238	7,228	12,500	16,300
영업이익	1,042	1,227	2,500	3,400
지배순이익	815	1,076	2,070	2,950
PER	-	19.8	20.4	14.3
PBR	-	5.9	7.9	5.1
EV/EBITDA	-	14.7	14.9	10.5
ROE	54.9	41.3	48.6	43.7

자료: 유안타증권

BUY (M)

목표주가 **150,000원 (M)**

직전 목표주가 **150,000원**

현재주가 (5/16) **112,600원**

상승여력 **33%**

시가총액 42,317억원

총발행주식수 37,581,555주

60일 평균 거래대금 554억원

60일 평균 거래량 739,628주

52주 고/저 112,600원 / 41,000원

외인지분율 21.33%

배당수익률 0.00%

주요주주 김병훈 외 5인

주가수익률 (%) 1개월 3개월 12개월

절대 64.6 109.3 68.6

상대 53.4 106.4 76.7

절대 (달러환산) 69.0 117.4 63.2

1. 목표주가 및 실적 전망

에이피알에 대해 투자 의견 Buy를 유지하고, 목표주가는 150,000원으로 상향한다. 목표주가는 2025~2026F 평균 EPS에 목표 PER 22배(대형사, 중소형사 중간)를 적용하여 산출하였다. 목표 PER 상향은 에이피알의 ① 국내 대형사 수준으로 매출 규모가 성장하며 밸류에이션 재평가 구간에 진입했고, ② 미국·일본 등 주요 시장을 중심으로 글로벌 오프라인 채널 확장이 본격화되고, ③ 유럽·중동 등으로 매출 지역이 빠르게 다변화되며 온라인 중심 구조에서 벗어나 외형 성장과 수익성 다변화가 동시에 진행되고 있다는 점을 근거로 한다. 국내 화장품 업종 내 아모레퍼시픽 목표 PER 25배, 중소형사 목표 PER 20배 사이 수준으로, 에이피알이 미국과 일본 오프라인 채널 진출에 따른 가시적 매출 성과 기대감을 감안한 적정 밸류에이션이라고 판단한다.

2025년 2분기 실적은 매출액 3,000억 원(+93% YoY, +13% QoQ), 영업이익 600억 원(+114% YoY, OPM 20%)이 전망된다. 미국은 매출액 800억 원(+221% YoY)이 예상된다. 2분기는 미국 내 프로모션이 없는 분기지만, 기저 수요만으로도 평월 대비 매출이 확대되는 흐름이 나타나고 있다. 이는 브랜드 인지도 상승과 재구매 기반 확대에 따른 자연스러운 성장세로 판단된다. 따라서 2분기에도 추가적인 프로모션 없이도 미국 매출이 견조한 증가세를 이어갈 전망이며, 3~4분기에는 본격적인 마케팅과 수요 시즌 진입에 따라 성장 폭이 더 확대될 가능성이 높다.

메디큐브의 미국 시장에서 가장 주목할 변화는 오프라인 유통 채널의 본격적인 진입이며, 그 핵심은 Ulta Beauty 입점이다. 현재 메디큐브는 Ulta 의 전체 매장 1,400개 점포 중 95~98%에 해당하는 대다수 점포에 입점이 확정된 상태이며, 디바이스를 포함한 총 22개의 SKU를 선보일 예정이다. 이번 입점은 유통사를 통한 간접 입점이 아닌 브랜드 직진출 방식으로 이뤄졌다는 점에서도 의미가 있다. Ulta를 통한 제품 판매는 2분기 말부터 매출로 인식될 예정이며, 본격적인 sell-out(소비자 구매)은 8월부터 시작된다. 이에 따라 실제 유의미한 매출은 하반기부터 집중적으로 발생할 것으로 보이며, 2025년 Ulta Beauty 매출은 200억 원에 이를 것으로 추정된다. 그동안 미국 시장에서 메디큐브는 디지털 채널 중심으로 견조한 실적을 기록해왔으며, Ulta 입점은 이 같은 성과를 오프라인으로 확장시키는 첫 사례로 자리매김할 전망이다. 이는 단기 실적 향상뿐 아니라 브랜드 인지도, 재구매율, 미국 내 K-뷰티 위상 제고 등 다방면에서 긍정적인 파급 효과를 가져올 것으로 기대된다.

일본은 1분기 매출 293억 원을 기록하며 전년 동기 대비 198% 성장했고, 2월 프로모션 효과에 힘입어 전 분기 대비 매출도 증가하였다. 2분기 역시 긍정적인 흐름이 이어질 전망이다. 현재 일본 내 매출의 약 90%가 온라인 채널에서 발생하고 있으나, 6월부터 오프라인 채널 입점이 본격화되며 추가적인 성장 동력이 확보될 것으로 예상된다. 일본은 전체 뷰티 시장에서 오프라인 비중이 약 70%에 달하는 구조로, 오프라인 채널 안착은 메디큐브 전체 매출 확대에 중요한 기여를 할 것으로 기대된다. 실제로 메디큐브는 2025년 연간 기준 일본 내 약 3,000개 오프라인 매장 입점을 목표로 하고 있으며, 상황에 따라 최대 5,000개 매장까지 확장 가능성도 열려 있다. 입점 매장은 옛코스메, 로프트, 마츠모토키요시, 돈키호테 등 일본 주요 유통 채널을 중심으로 순차적으로 확대될 예정이며, 이는 단일 유통사에 집중된 한국과는 차별화되는 구조다.

현재 온라인 매출이 분기당 300억 원 수준으로 추정되는 가운데, 하반기부터는 오프라인 매출이 온라인의 50% 수준인 약 150억 원까지 점진적으로 추가될 수 있을 것으로 전망된다.

	1Q.24	2Q.24	3Q.24	4Q.24	2024	1Q.25P	2Q.25E	3Q.25E	4Q.25E	2025E
매출액	1,489	1,555	1,741	2,442	7,228	2,660	3,000	3,200	3,640	12,500
YoY	22	22	43	61	38	79	93	84	49	73
QoQ	-2	4	12	40		9	13	7	14	
[사업부별 매출액]										
뷰티 디바이스	668	682	745	1,034	3,126	909	980	1,050	1,200	4,139
화장품/뷰티	654	716	850	1,163	3,385	1,650	1,920	2,050	2,250	7,870
기타(의류/즉석사진 부스)	168	157	147	245	716	101	100	100	190	491
[사업부별 매출액 성장률]										
뷰티 디바이스	30	40	62	47	45	36	44	41	16	32
화장품/뷰티	37	33	54	103	58	152	168	141	93	132
기타(의류/즉석사진 부스)	-27	-37	-29	-0	-23	-40	-36	-32	-22	-31
[국가별 매출액]										
한국	828	783	739	880	3,230	768	700	660	750	2,878
미국	247	249	396	690	1,583	709	800	950	1,090	3,549
일본	98	94	152	177	522	293	400	410	440	1,543
중화권(중국/홍콩/대만)	204	254	247	288	993	284	350	310	350	1,294
기타	112	173	207	407	899	607	750	870	1,010	3,237
[국가별 매출액 성장률]										
한국	-2	-6	12	3	1	-7	-11	-11	-15	-11
미국	196	109	123	131	133	187	221	140	58	124
일본	16	13	79	125	57	198	325	170	148	196
중화권(중국/홍콩/대만)	-	-	-	-	-	39	38	26	22	30
기타	-	-	-	-	-	442	334	320	148	260
영업이익	278	280	272	396	1,227	546	600	634	720	2,500
YoY	20	13	25	15	18	97	114	133	84	104
영업이익률	19	18	16	16	17	21	20	20	20	20

주: 2Q24~4Q24 중화권, 기타 국가별 매출액은 유안타증권 추정치, 자료: 에이피알, 유안타증권 리서치센터

	변경 전			변경 후			변경 전 대비		
	2Q25E	2025E	2026E	2Q25E	2025E	2026E	2Q25E	2025E	2026E
매출액	2,820	12,000	16,000	3,000	12,500	16,300	+6.4%	+4.2%	+1.9%
영업이익	555	2,300	3,300	600	2,500	3,400	+8.1%	+8.7%	+3.0%
OPM	19.7%	19.2%	20.6%	20.0%	20.0%	20.9%	+0.3%p	+0.8%p	+0.2%p

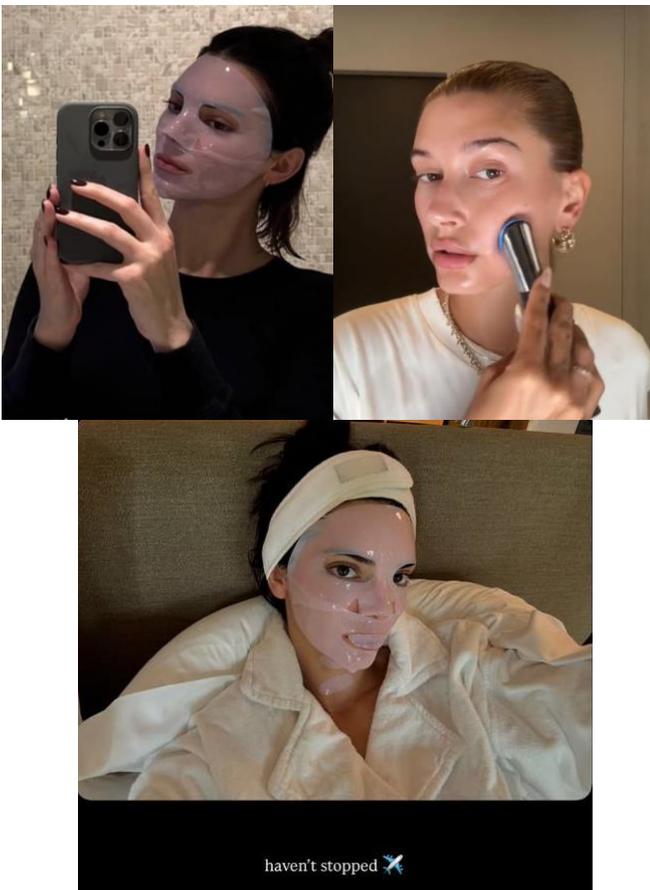
자료: 유안타증권 리서치센터

에이피알 목표주가 산정 PER Multiple

	2025F	2026F	비고
[지배주주]순이익 (억원)	2,100	2,980	
주식수 (만주)	3,724	3,724	보통주 기말 발행 주식수 (자기주식수 제외)
EPS (원)	5,639	8,002	25~26F 평균 EPS
적정 PER (배)	22	22	
적정주가 (원)	124,055	176,040	150,000원
상승여력 (%)	10	56	33%

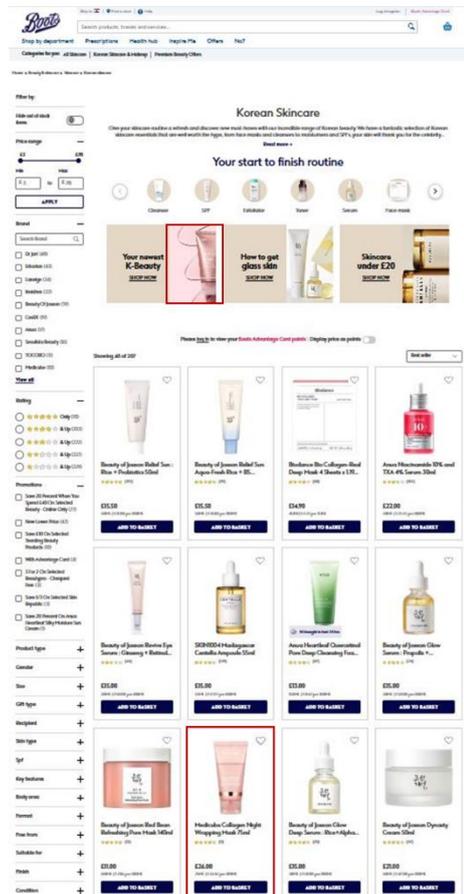
자료: 유안타증권 리서치센터

글로벌 셀럽이 선호하는 에이피알 제품



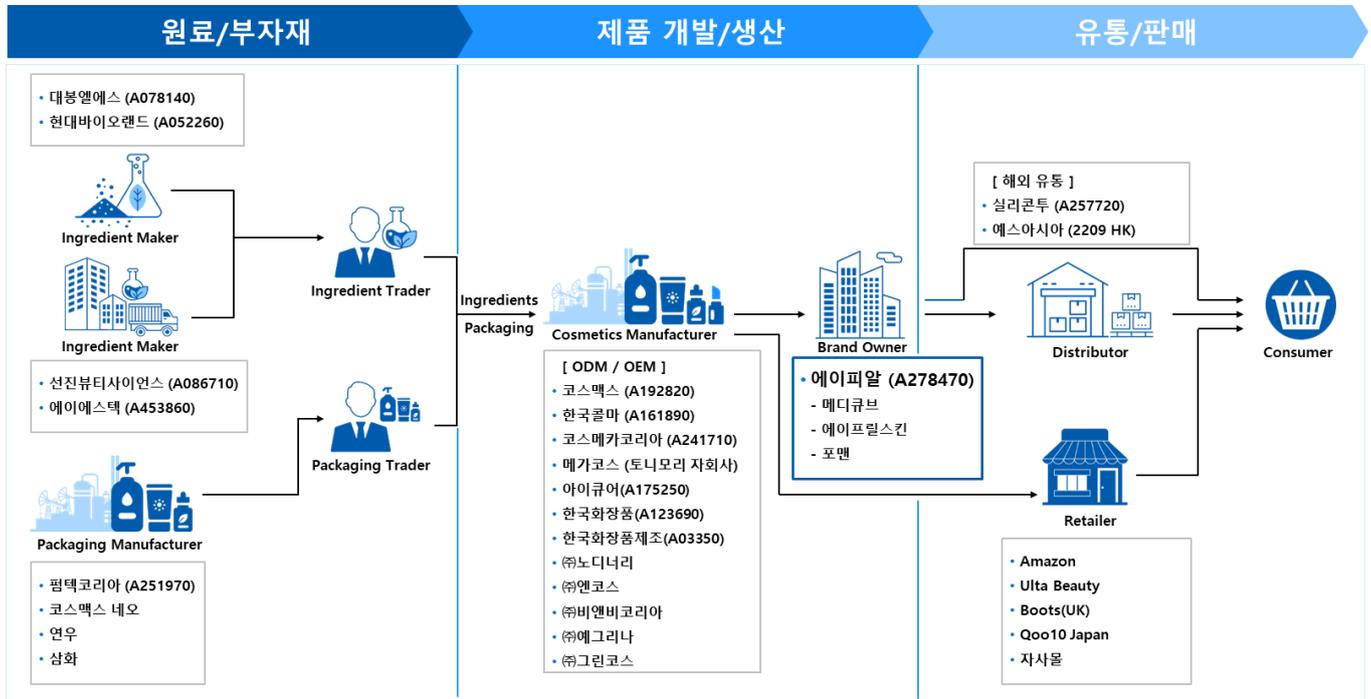
자료: TikTok, Instagram, 유안타증권 리서치센터

영국 부츠(Boots) Korean Skincare 베스트셀러 (메디큐브 10위)



자료: 영국 부츠(Boots) 홈페이지, 유안타증권 리서치센터

에이피알 Value chain



자료: 유안타증권 리서치센터

II. 관세 영향 추정

2025년 4월부터 미국의 화장품 관세(10%)가 적용되었다. 당사는 에이피알은 현재까지 해당 조치에 따른 실질적인 영향은 제한적이라고 판단하고 있다. 우선, 최근 중국과의 관세 협의 동향을 참고할 때 한국에 대한 관세율이 25%까지 상향되지는 않을 것으로 전망되며, 이에 따라 관세 인상이 물량 감소로 이어질 가능성은 낮은 상황이라고 판단된다.

현재 에이피알 미국향 매출은 직매출 구조가 100%이며, 관세 부담을 벤더사와 분담하는 구조는 적용되고 있지 않다. 현재 미국 내에는 제품 판매가 빠르게 진행되면서 재고가 빠르게 소진된 상태로 파악된다. 이에 따라 5월에는 Ulta 및 Amazon Prime Day 대응을 위해 추가 대량 선적이 이뤄졌고, 엑소솜, 제로모공 라인 등 일부 인기 제품의 경우 항공 운송까지 병행될 만큼 수요가 강한 상황이다.

수출 통계상으로는 미국 관세 적용 이후 세관(Customs) 통관 대기 물량이 급감하며 전체 수출 물동량이 감소한 것으로 보이지만, 이는 일부 화장품 업체들이 Invoice 가격을 낮추는 방식으로 대응하고 있기 때문이라는 관측이 있다. 이러한 방식은 수출 수량(Q)은 유지되거나 오히려 증가하고 있음에도, 단가 하향 조정으로 인해 수출금액이 통계상 감소하는 왜곡 현상을 유발할 수 있다. 실제로 현장에서는 오히려 판매가 더 활발하게 이뤄지고 있다는 반응도 다수 존재하며, 미국향 실적이 당장 둔화되고 있다는 뚜렷한 정황은 확인되기 어렵다는 것이 업계 전반의 인식이다.

예를 들어 메디큐브의 경우를 대입해 본다면, 미국 관세 대응 과정에서 한국 법인은 이익이 감소할 수 있으나, 미국 법인은 오히려 이익이 발생하는 구조가 형성될 수 있다. 예를 들어, 메디큐브 한국 법인이 미국 법인에 제품을 수출할 때, 과거에는 제품당 10달러에 수출하던 것을 관세 부담을 줄이기 위해 인보이스 가격을 9달러로 낮춰 수출한다고 가정하자. 이 경우 한국 법인의 입장에서는 제품 한 개당 수출단가가 1달러 하락하기 때문에, 수출 마진은 줄어들어 이익이 감소하게 된다.

반면 미국 법인은 해당 제품을 여전히 소비자에게 30달러에 판매하고 있다고 가정할 경우, 매입 원가는 9달러로 낮아진 반면, 판매가는 유지되므로 오히려 제품당 마진이 증가하게 된다. 즉, 미국 내 소비자 판매가격은 변동이 없고, 원가만 낮아진 셈이므로 미국 법인의 이익률은 오히려 개선될 수 있다. 이러한 구조는 메디큐브가 수출 및 현지 판매를 자체적으로 수행하는 자체 유통 구조(Direct-to-Consumer)를 갖추고 있기 때문에 가능한 전략이며, 실제로는 연결 재무제표 기준에서 이익이 일정 부분 상쇄될 수 있지만, 한국 법인의 수익 감소와 미국 법인의 수익 증가가 동시에 발생하는 양면적 구조로 이해할 수 있다.

따라서, 2분기에는 미국 관세의 영향이 동사 손익에 미치는 부정적 영향은 크지 않을 것으로 판단되며, 효율적인 재고 관리 및 유통 채널 대응을 통해 관세 이슈를 충분히 흡수 가능한 구조를 유지하고 있는 것으로 파악된다.

III. B2B (실리콘투)

2025년 1분기 기준 전체 B2B 매출은 약 550억 원으로 추정되며, 이는 전체 매출의 21%를 차지하는 핵심 채널이다. 주요 성장 요인은 실리콘투, 예스아시아, 그리고 현지 벤더를 통한 수출 확대다. 이 중 실리콘투를 통한 매출은 약 220억 원으로 추정되며, 실리콘투와의 협업은 유럽·아시아·중동 등 다양한 지역에서 강화되고 있다.

실제 B2B 매출에서 실리콘투와 예스아시아의 비중은 약 6:4로, 실리콘투가 더 높은 비중을 보이고 있다. 특히 실리콘투의 유럽 매출 비중은 2025년 기준 27%로 전년 대비 10%포인트 상승할 것으로 예상되며, UAE 비중 역시 8%로 2.3%포인트 증가할 전망이다. 2분기 이후에도 실리콘투 매출의 지속적인 성장세가 예상된다.

실리콘투는 단일 국가 중심이 아닌, 글로벌 분산 유통망을 기반으로 한 체계적인 sell-thru(소비자 판매 실적) 운영을 강점으로 한다. 특히 유럽은 인증과 통관 절차가 국가별로 상이한 복잡한 구조를 지니고 있으나, 실리콘투는 이를 안정적으로 관리하며 재고 운영과 물류 측면에서도 높은 실행력을 보여주고 있다.

현재 실리콘투는 미국, 유럽, 중동 시장을 중심으로 K-뷰티 글로벌 유통의 핵심 파트너로 자리매김하고 있으며, 동사 역시 실리콘투와의 협업이 가장 효율적인 선택이라는 판단을 내리고 있다. 특히 시장 점유율은 아직 낮지만 성장 잠재력이 높은 유럽 및 중동 지역에서 실리콘투의 유통 전략과 현지 대응 역량은 더욱 두드러지고 있으며, 단순한 물류 창구를 넘어 브랜드의 글로벌 확장과 현지 정착을 이끄는 전략적 파트너로 기능하고 있다.

또한 실리콘투는 단순 공급처가 아닌, 실제 수요를 발굴하고 글로벌 유통사와 직접 연계하여 sell-in(유통 입점)을 유도하는 방식으로 운영된다. 이에 따라 브랜드가 강제로 물량을 밀어넣기 보다는, 실질 수요에 기반한 유통이 이뤄지는 구조다. 예를 들어, 3월은 B2B 실적이 가장 우수한 달로 나타났는데, 이는 미국 아마존 등 주요 채널에서 소비자 반응이 선순환되며 발생한 결과로 해석된다.

2024년 4분기 기준으로 B2B 매출은 300억 원, 연간 누적 기준으로는 약 600억 원을 기록한 바 있으며, 실리콘투와의 본격적인 협업은 2024년 하반기부터 시작되었다. 실질적인 B2B 성장 국면은 이 시점부터 본격화된 것으로 평가된다.

마진 측면에서는 브랜드가 직접 유통할 경우 더 높은 수익률을 기록할 수 있으나, 실리콘투를 통한 유통은 글로벌 시장 내 브랜드 확산, 지속적인 sell-thru 관리, 현지 마케팅 효과 측면에서 높은 전략적 가치를 제공한다. 실제로 경쟁 브랜드인 CosRX는 B2B 비중이 50%를 상회하며, OPM(영업이익률)이 30%에 육박하는 구조를 유지하고 있다.

에이피알 (278470) 추정재무제표 (K-IFRS 연결)

손익계산서 (단위: 억원)					
결산(12월)	2023A	2024A	2025F	2026F	2027F
매출액	5,238	7,228	12,500	16,300	20,300
매출원가	1,284	1,792	3,000	3,900	4,820
매출충이익	3,954	5,436	9,500	12,400	15,480
판매비	2,913	4,209	7,000	9,000	11,080
영업이익	1,042	1,227	2,500	3,400	4,400
EBITDA	1,181	1,452	2,729	3,679	4,679
영업외손익	16	106	70	100	390
외환관련손익	-5	63	-10	-20	-5
이자손익	22	17	28	111	225
관계기업관련손익	0	0	0	0	0
기타	-1	26	52	9	171
법인세비용차감전순손익	1,058	1,333	2,570	3,500	4,790
법인세비용	243	257	500	550	600
계속사업순손익	815	1,076	2,070	2,950	4,190
중단사업순손익	0	0	0	0	0
당기순이익	815	1,076	2,070	2,950	4,190
지배지분순이익	815	1,076	2,070	2,950	4,190
포괄순이익	815	1,058	2,052	2,932	4,173
지배지분포괄이익	815	1,058	2,052	2,932	4,173

주: 영업이익의 산출 기준은 기존 k-GAAP과 동일. 즉, 매출액에서 매출원가와 판매비만 차감

현금흐름표 (단위: 억원)					
결산(12월)	2023A	2024A	2025F	2026F	2027F
영업활동 현금흐름	1,078	791	1,356	2,674	3,865
당기순이익	815	1,076	2,070	2,950	4,190
감가상각비	135	216	220	270	270
외환손익	-2	-54	10	20	5
중속, 관계기업관련손익	0	0	0	0	0
자산부채의 증감	11	-583	-1,134	-736	-772
기타현금흐름	119	136	190	171	172
투자활동 현금흐름	-283	-1,097	-965	-1,590	-1,192
투자자산	-161	-453	114	-68	-71
유형자산 증가 (CAPEX)	-97	-450	-300	-500	-600
유형자산 감소	0	1	16	18	20
기타현금흐름	-26	-195	-795	-1,040	-541
재무활동 현금흐름	-115	-48	-3,023	-2,270	-2,278
단기차입금	-139	70	-23	61	64
사채 및 장기차입금	23	825	-691	-40	-50
자본	90	759	0	0	0
현금배당	0	0	0	0	0
기타현금흐름	-89	-1,703	-2,310	-2,291	-2,292
연결범위변동 등 기타	0	4	2,744	2,237	2,309
현금의 증감	681	-350	111	1,052	2,705
기초 현금	573	1,253	904	1,015	2,067
기말 현금	1,253	904	1,015	2,067	4,772
NOPLAT	1,042	1,227	2,500	3,400	4,400
FCF	982	341	1,056	2,174	3,265

자료: 유안타증권

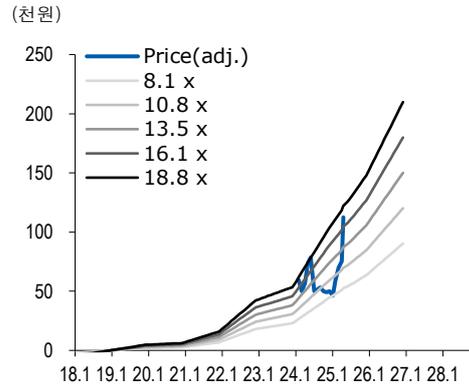
주: 1. EPS, BPS 및 PER, PBR은 지배주주 기준임
 2. PER 등 valuation 지표의 경우, 확정치는 연평균 증가 기준, 전망치는 현재주가 기준임
 3. ROE, ROA의 경우, 자본, 자산 항목은 연초, 연말 평균을 기준으로 함

재무상태표 (단위: 억원)					
결산(12월)	2023A	2024A	2025F	2026F	2027F
유동자산	2,193	2,860	4,946	7,876	11,997
현금및현금성자산	1,253	904	1,015	2,067	4,772
매출채권 및 기타채권	236	491	849	1,107	1,378
재고자산	565	1,097	1,898	2,475	3,082
비유동자산	680	2,791	1,871	2,232	2,654
유형자산	142	514	578	790	1,100
관계기업 등 지분관련 자산	0	0	0	0	0
기타투자자산	177	620	506	574	645
자산총계	2,873	5,651	6,817	10,108	14,651
유동부채	823	1,451	1,276	1,656	2,056
매입채무 및 기타채무	398	701	750	978	1,218
단기차입금	75	0	0	0	0
유동성장기부채	0	0	0	0	0
비유동부채	81	965	253	233	203
장기차입금	0	0	0	0	0
사채	0	0	0	0	0
부채총계	904	2,416	1,529	1,888	2,259
지배지분	1,969	3,235	5,288	8,220	12,393
자본금	36	38	38	38	38
자본잉여금	611	1,368	1,368	1,368	1,368
이익잉여금	1,237	2,291	4,361	7,310	11,501
비지배지분	0	0	0	0	0
자본총계	1,969	3,235	5,288	8,220	12,393
순차입금	-1,092	-60	-1,640	-3,671	-6,853
총차입금	234	1,129	416	437	451

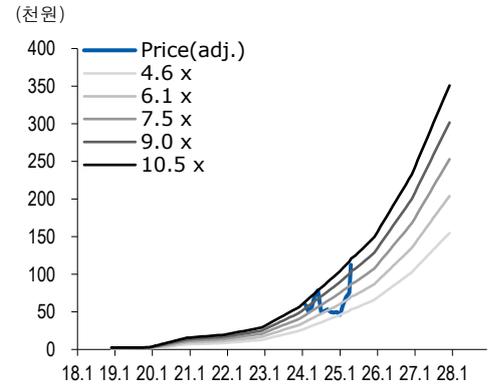
Valuation 지표 (단위: 원, 배, %)					
결산(12월)	2023A	2024A	2025F	2026F	2027F
EPS	2,249	2,842	5,511	7,849	11,150
BPS	5,414	9,599	14,303	22,235	33,523
EBITDAPS	3,257	3,836	7,266	9,789	12,450
SPS	14,445	19,092	33,284	43,372	54,016
DPS	0	0	0	0	0
PER	-	19.8	20.4	14.3	10.1
PBR	-	5.9	7.9	5.1	3.4
EV/EBITDA	-	14.7	14.9	10.5	7.6
PSR	-	2.9	3.4	2.6	2.1

재무비율 (단위: 배, %)					
결산(12월)	2023A	2024A	2025F	2026F	2027F
매출액 증가율 (%)	31.7	38.0	72.9	30.4	24.5
영업이익 증가율 (%)	165.6	17.8	103.7	36.0	29.4
지배순이익 증가율 (%)	172.2	31.9	92.4	42.5	42.1
매출총이익률 (%)	75.5	75.2	76.0	76.1	76.3
영업이익률 (%)	19.9	17.0	20.0	20.9	21.7
지배순이익률 (%)	15.6	14.9	16.6	18.1	20.6
EBITDA 마진 (%)	22.5	20.1	21.8	22.6	23.0
ROIC	193.0	137.0	113.5	98.5	101.8
ROA	34.6	25.2	33.2	34.9	33.8
ROE	54.9	41.3	48.6	43.7	40.7
부채비율 (%)	45.9	74.7	28.9	23.0	18.2
순차입금/자기자본 (%)	-55.4	-1.8	-31.0	-44.7	-55.3
영업이익/금융비용 (배)	82.3	32.6	58.5	144.3	179.4

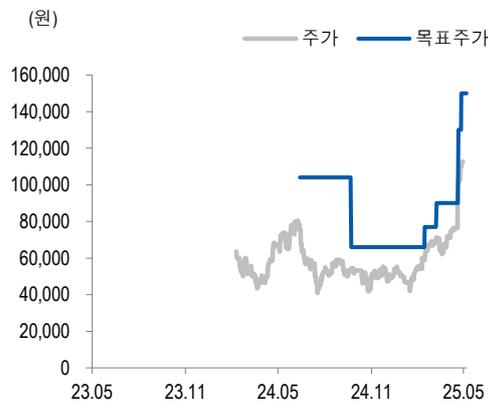
P/E band chart



P/B band chart



에이피알 (278470) 투자등급 및 목표주가 추이



일자	투자 의견	목표가 (원)	목표가격 대상시점	과리율	
				평균주가 대비	최고(최저) 주가 대비
2025-05-19	BUY	150,000	1년		
2025-05-15	BUY	150,000	1년		
2025-05-09	BUY	130,000	1년	-17.69	-15.85
2025-03-27	BUY	90,000	1년	-21.33	9.33
2025-03-04	BUY	77,000	1년	-12.95	-9.35
2024-10-10	BUY	66,000	1년	-22.42	-8.94
2024-07-01	BUY	104,000	1년	-47.30	-27.31

자료: 유안타증권

주: 과리율 = (실제주가 - 목표주가) / 목표주가 X 100

* 1) 목표주가 제시 대상시점까지의 "평균주가"

2) 목표주가 제시 대상시점까지의 "최고(또는 최저) 주가"

구분	투자여건 비율(%)
Strong Buy(매수)	0
Buy(매수)	93.7
Hold(중립)	6.3
Sell(비중축소)	0
합계	100.0

주: 기준일 2025-05-19

※ 해외 계열회사 등이 작성하거나 공표한 리포트는 투자등급 비율 산정시 제외

Appendix

- 이 자료에 게재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며 타인의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인함. (작성자 : 이승은)
- 당사는 자료공표일 현재 동 종목 발행주식을 1%이상 보유하고 있지 않습니다.
- 당사는 자료공표일 현재 해당 기업과 관련하여 특별한 이해관계가 없습니다.
- 당사는 동 자료를 전문투자자 및 제 3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 동 자료의 금융투자분석사와 배우자는 자료공표일 현재 대상법인의 주식관련 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 종목 투자등급 (Guide Line): 투자기간 12개월, 절대수익률 기준 투자등급 4단계(Strong Buy, Buy, Hold, Sell)로 구분한다
- Strong Buy: +30%이상 Buy: 15%이상, Hold: -15% 미만 ~ +15% 미만, Sell: -15%이하로 구분
- 업종 투자등급 Guide Line: 투자기간 12개월, 시가총액 대비 업종 비중 기준의 투자등급 3단계(Overweight, Neutral, Underweight)로 구분
- 2014년 2월21일부터 당사 투자등급이 기존 3단계 + 2단계에서 4단계로 변경

본 자료는 투자자의 투자를 권유할 목적으로 작성된 것이 아니라, 투자자의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 작성된 참고 자료입니다. 본 자료는 금융투자분석사가 신뢰할만 하다고 판단되는 자료와 정보에 의거하여 만들어진 것이지만, 당사와 금융투자분석사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수는 없습니다. 따라서, 본 자료를 참고한 투자자의 투자의사결정은 전적으로 투자자 자신의 판단과 책임하에 이루어져야 하며, 당사는 본 자료의 내용에 의거하여 행해진 일체의 투자행위 결과에 대하여 어떠한 책임도 지지 않습니다. 또한, 본 자료는 당사 투자자에게만 제공되는 자료로 당사의 동의 없이 본 자료를 무단으로 복제 전송 인용 배포하는 행위는 법으로 금지되어 있습니다.