에이피알 (278470)

이승은 화장품/의료기기/유통
seungeun.lee@yuantakorea.com
김도엽 Research Assistant
doyub.kim@yuantakorea.com

Corporate Day 후기: 26년 성장 모멘텀은 많다

에이피알에 대해 투자의견 Buy, 목표주가는 330,000원을 유지한다. 당사는 11월 12일 동사 Corporate Day를 진행하였다.

동사는 4분기 매출 4,000억대 중후반에서 후반을 전망하며, 연말 기준 매출 1조 4천억 중반, 영업이익 3천억 중반대를 예상하고 있다.

미국 시장이 내년에도 가장 큰 성장 모멘텀을 제공할 것으로 예상된다. 내년에는 디바이스 비중을 한국과 일본 수준의 침투율로 끌어올릴 계획이다. 특히 부스터프로2가 내년 상반기 출시 예정이다.

오프라인 측면에서도 얼타뷰티 내 6위를 기록하고 있으나, 아직 로케이션 최적화, 프로모션 참여, 재고 확충, SKU 확대 등 개선 여지가 많아 업사이드가 크다. 내년 하반기부터는 오프라인 입점 채널이 복수로 증가하며 1,000억원 이상의 매출이 예상된다. 동사는 온·오프라인 간 카니발라이제이션 우려는 크지 않다고 밝혔다. 반복구매는 배송과 가격, 멤버십 혜택으로 인해 온라인을 선호하는 경향이 있어 각 채널이 독립적으로 성장할 수 있다는 판단이다. 제품 포트폴리오 측면에서는 현재 제품당 매출 기여도 천억 원을 넘는 제품이 5~6개이며, 내년에는 이를 10~12개까지 확대하는 것이 목표다. 페이셜 케어 외에도 현재 점유율이 약한 선스크린, 클렌저, 바디 부문에서 기회를 포착하고 있다.

일본 시장은 2~3분기 큐텐 메가와리에서 2분기 연속 브랜드 전체 매출 순위 1위를 차지하며 강력한 존재감을 과시하고 있다. 온라인에서 강세를 보이고 있으나, 오프라인은 벤더-파트너사-리테일러의 3중 구조로 인해 확장 속도가 상대적으로 느린 상황이다. 그럼에도 온라인 성과가 누적되면 결국 오프라인 수요로 이어질 수밖에 없어, 내년에는 한국과 비슷하거나 더 큰 매출을 기대하고 있다.

유럽 시장은 실리콘투 기준 매출액 500~600억원이 추정되며, 미국에서의 마케팅 없이도 바이럴 효과만으로 성장하고 있다. 내년부터는 영국, 프랑스, 독일을 중심으로 온라인 사업을 본격 전개하고 이후 오프라인으로 확대할 계획이다. 현재 팀세팅이 진행 중이며 기회와 리스크가 공존하는 상황이지만, 장기적으로는 2~3천억원 규모로 성장시켜 글로벌 시장에서 유의미한 기여를 만들어낼 계획이다.

Forecasts and valuations (K-IFRS 연결) (억원, 원, %, 배)

결산 (12월)	2023A	2024A	2025F	2026F
매출액	5,238	7,228	14,497	20,000
영업이익	1,042	1,227	3,532	5,020
지배순이익	815	1,076	2,869	4,210
PER	-	19.8	28.0	19.0
PBR	-	5.9	16.8	10.5
EV/EBITDA	-	14.7	21.2	14.7
ROE	54.9	41.3	71.9	68.3

자료: 유안타증권

BUY (M)

목표주가	330,000원 (M)
직전 목표주가	330,000원
현재주가 (11/13)	213,500원
상승여력	55%

시가총액	79,914억원
총발행주식수	37,430,655주
60일 평균 거래대금	1,246억원
60일 평균 거래량	536,030주
52주 고/저	276,000원 / 41,900원
외인지분율	26.62%
배당수익률	0.00%
주요주주	김병훈 외 5 인

주가수익률 (%)	1개월	3개월	12개월
절대	(17.6)	2.4	396.5
상대	(29.2)	(20.8)	187.8
절대 (달러환산)	(19.9)	(3.6)	375.8

금융투자분석사의 확인 및 중요 공시는 Appendix 참조

[Fig. 1] 에이피알 실적 추이 및 전망 (단위: 억원, %)

	1Q.24	2Q.24	3Q.24	4Q.24	2024	1Q.25	2Q.25	3Q.25P	4Q.25E	2025E
매출액	1,489	1,555	1,741	2,442	7,228	2,660	3,277	3,859	4,700	14,497
YoY	*22*	*22*	*43*	*61*	*38*	*79*	*111*	*122*	*92*	*101*
QoQ	*-2*	*4*	*12*	*40*		*9*	*23*	*18*	*22*	
[사업부별 매출액]										
뷰티 디바이스	668	682	745	1,034	3,126	909	900	1,031	1,200	4,041
화장품/뷰티	654	716	850	1,163	3,385	1,650	2,271	2,723	3,350	9,994
기타(의류/즉석사진 부스)	168	157	147	245	716	101	106	105	150	462
[사업부별 매출액 성장률]										
뷰티 디바이스	*30*	*40*	*62*	*47*	*45*	*36*	*32*	*38*	*16*	*29*
화장품/뷰티	*37*	*33*	*54*	*103*	*58*	*152*	*217*	*220*	*188*	*195*
기타(의류/즉석사진 부스)	*-27*	*-37*	*-29*	*-0*	*-23*	*-40*	*-32*	*-28*	*-39*	*-35*
[국가별 매출액]										
한국	828	783	739	880	3,230	768	732	760	890	3,150
미국	247	249	396	690	1,583	709	962	1,505	1,800	4,976
일본	98	94	152	177	522	293	439	466	500	1,698
중화권(중국/홍콩/대만)	204	259	247	288	998	284	347	274	360	1,266
기타	112	170	207	407	896	607	797	854	1,150	3,408
[국가별 매출액 성장률]										
한국	*-2*	*-6*	*12*	*3*	*1*	*-7*	*-6*	*3*	*1*	*-3*
미국	*196*	*109*	*123*	*131*	*133*	*187*	*286*	*280*	*161*	*214*
일본	*16*	*13*	*79*	*125*	*57*	*198*	*366*	*207*	*182*	*226*
중화권(중국/홍콩/대만)	*-*	*-*	*-*	*-*	*-*	*39*	*34*	*11*	*25*	*27*
기타	*-*	*-*	*-*	*-*	*-*	*442*	*368*	*313*	*183*	*280*
영업이익	278	280	272	396	1,227	546	846	961	1,180	3,532
YoY	*20*	*13*	*25*	*15*	*18*	*97*	*202*	*253*	*197*	*188*
영업이익률	*19*	*18*	*16*	*16*	*17*	*21*	*26*	*25*	*25*	*24*

주: 3Q24~4Q24 중화권, 기타 국가별 매출액은 유안타증권 추정치, 자료: 에이피알, 유안타증권 리서치센터

1. 전체 실적 및 가이던스

- 3분기 매출 3,859억원으로 분기 최대 기록, 6분기 연속 계절성 없이 성장

- 4분기 매출 4,000억대 중후반~후반 전망

- 3분기 누적 매출 9,797억원, 영업이익 2,352억원

- 연말 기준 매출 1조 4천억 중반, 영업이익 3천억 중반대 전망

- 3분기 화장품 부문 220% 성장, 뷰티 디바이스 약 40% 성장

2. 수익성

- 3분기 영업이익률 24.9%, 관세 영향으로 1%p 감소 (30억대 중후반 관세 부담)

- 2분기 영업이익률 25.8% 대비 소폭 하락은 마케팅비, 운행비, 판매수수료 등 변동비 증가 영향

- 매출 증가로 고정비율 감소하며 관세 제외 시 영업이익률 유지

3. 뷰티 디바이스

- 누적 판매량 200만개 돌파, 연말 300만개 달성 전망 (작년까지 149만개)

- 국내 예상 판매량 100만대, 2-3위 기업 대비 10배 차이로 압도적 점유율

- 한국 · 일본 · 아시아 지역에서 경쟁자 없는 수준

- 부스터 프로2 내년 상반기 출시 예정 (부스터 프로1이 누적 판매 1위)

4. 미국 시장 (최대 성장 모멘텀)

- 화장품 85%, 뷰티 디바이스 15% 비중

- 내년에도 가장 큰 성장률 예상, 절대적 매출 증분은 올해와 동일하거나 더 높을 전망

- 온라인: 아마존 · 틱톡샵 채널 모두 상위 순위 유지, 미국 뷰티산업 온라인 비중은 30~35%로 전세계 가장 낮은 수준이나 빠르게 성장 중

- 틱톡샵: 2년 내외로 만들어졌으나 거래액이 이베이 수준까지 성장, 틱톡커 콜라보레이션 적극 활용

- 오프라인: 얼타뷰티 내 6위, 로케이션 최적화 · 프로모션 참여 · 재고 · SKU 확대 여지 많아 업사이드 충분

- 내년 하반기부터 오프라인 입점 채널 복수 증가, 1,000억원 이상 매출 전망

- 온 · 오프라인 카니발라이제이션 우려는 크지 않음 (반복구매는 온라인 선호, 각각 독립적 성장)

- 제품당 매출 기여도 천억 넘는 제품 5~6개, 내년 목표 10~12개

5. 일본 시장

- 2~3분기 큐텐 메가와리에서 2분기 연속 브랜드 전체 매출 순위 1위

- 온라인에서 강세, 오프라인은 벤더-파트너사-리테일러 3중 구조로 확장 속도 느림

- 내년 한국과 비슷하거나 더 큰 매출 기대

6. 유럽 시장

- 올해 매출 500~600억원 추정, 미국 마케팅 없이도 바이럴 효과로 성장

- 내년부터 영국 · 프랑스 · 독일 중심 온라인 사업 본격 전개, 이후 오프라인 확대

- 현재 원년으로 팀세팅 진행 중, 기회와 리스크 공존

- 장기적으로 2~3천억원 규모 목표

7. 국내 시장

- 전체 매출은 비슷한 수준 유지, 메디큐브는 증가, 나머지 브랜드는 감소

- 올리브영 내 인바운드 외국인 매출이 전체의 1/3, 메디큐브가 1위 브랜드

- 올리브영 셀인 방식으로 매출 50%만 인식

8. 기타 지역

- 중화권: 내년 큰 성장 기대 안 함, 경쟁우위 불명확 (단, 홍콩 · 대만은 성장 중)

- 비주력 사업(널디, 포토그레이): 매출 지속 감소 추세

Q&A

Q. APR이 섹터 내 다른 기업들과 달리 미국, 유럽에서 내년에도 더 성장할 수 있다고 보는 이유는?

A. 모든 국가가 가능성이 열려 있다고 생각함. 개별 회사마다 중요하게 생각하는 전략들이 다름. 개별 회사마다 잘하는 국가가 다르기 때문에 타 회사들이 들어가는 국가에서 다 할 필요는 없다고 생각함. 미국, 일본, 유럽은 단일 시장에서 가장 규모가 크기 때문에 해당 시장에 더 주력한다고 보면 됨.

Q. 1,000억 이상 되는 제품을 올해 5~6개에서 내년 12개로 늘리려고 한다고 했는데 성장 동력이 어떤 것이 있는지?

A. 페이셜 케어 쪽에서도 기회가 있을 것이라고 보고 있으며, 현재 섹터 내 점유율이 약한 선스크린, 클렌저, 바디 쪽에서도 기회를 보고 있음. 다만 색조는 내년에 계획이 없음.

Q. 최근 미국의 뷰티 브랜드들 실적 발표 내용을 보면 회사별로 뷰티 경기에 대한 평가가 갈리는데, 미국 내의 뷰티 경기가 어떻다고 생각하는지와 우리가 잘할 수 있다고 생각하는 이유는?

A. 내년 뷰티 소비 경기가 어찌 될지 체감적으로 느끼지는 못했음. 경기가 어려운 중에도 소비자들이 찾는 브랜드는 있을 것이라고 생각함. 경기가 어려워도 가성비 제품은 괜찮을 것이라고 보며, 메디큐브의 화장품은 가성비에 속함. 디바이스의 경우 200 달러 정도 되는 가격대가 나가는 제품이기 때문에 구매를 주저할 분도 있을 것이라고 생각함. 다만 이러한 부분은 시장에 대응하는 것이 더 중요하다고 생각함.

Q. 인하우스 글로벌 마케팅 인력이 제일 많은 것으로 알고 있는데 타 경쟁사 대비 경쟁 우위는?

A. 우선 As-is 가 잘 되어 있고 경영진이 마케팅에 대한 노하우와 경험이 많음. 동영상이나 광고 포트폴리오를 보면 컨택 리스트에 있는 미국 인플루언서 숫자가 몇십만 명 수준이고, 올라오는 영상의 개수나 콜라보 숫자들은 업로드 숫자 기준으로 천 대 단위임. 또한 예산도 가장 많이 쓰고 있음. 11 년간 마케팅 경험으로 최적화가 잘 되어 있음.

Q. APR 의 연구 조직이나 R&D, 캐파와 조직이 상장 이후 많이 커졌는데 관련 내용 업데이트는?

A. R&D 인력은 의료기기와 홈뷰티 미용기기에 포커스가 되어 있음. 실제로 화장품을 만드는 기획 인력들은 R&D 라고 하지 않음. 의료기기 R&D 인력들은 40 명 정도로 석박사급이 절반 이상임. 국내 모 대학교와 산학 협력을 하고 있는데 관련해서 연구비 지원 금액이 연간 30~40 억원 수준임. 추가로 임상 연구 센터 인원 100 명 수준, 연구 논문 관련 리서치 인력도 보유 중임.

Q. 에이피알에서 최근 다양한 ODM 사에 수주를 많이 줬는데 ODM 과 거래선과의 전략 변화가 있는지?

A. 특별히 어떤 ODM 을 많이 쓰라는 가이던스는 없음. 여전히 코스맥스가 가장 많이 쓰고 있는 업체이고 한국콜마와도 최근에 많이 협업을 시작하려고 하고 있음. 중견 혹은 신생 ODM 업체들의 좋은 제안이 있으면 채택함. 글로벌 시장으로 갔을 때 납기, 양산, 품질 관리 측면에서 해외 ODM 사들의 경쟁 우위도 있다고 생각하기 때문에 특별히 정해 놓은 ODM 은 없다고 생각함.

Q. 유럽 지역 B2B 오프라인 관련해서 속도감에 대한 코멘트는?

A. 의도적으로 속도감을 조절하지는 않음. 2 분기에 실리콘투가 예상보다 많이 유럽향으로 가져갔고, 3 분기에는 유사한 수준으로 들어간 것임. 물량 조절은 조금이라도 가격이 무너질 것 같으면 공급하지 않음.

Q. 미국 매출 볼륨이 2026 년에 9,000 억 수준 달성과 오프라인 비중이 20~30% 수준이 내년에 가능한 것인지?

A. 가이던스는 9,000 억보다 훨씬 보수적으로 나올 것이지만, 경영 계획상으로는 할 수 있다고 생각함. 하반기에 오프라인에 추가적으로 나갈 채널들을 다 합해서 오프라인 비중 20~30%를 제시함.

Q. 마케팅 예산 국가별 비중은?

A. 마케팅 예산 비중은 국가별 매출 비중과 비슷한 수준임.

에이피알 (278470) 추정재무제표 (K-IFRS 연결)

손익계산서 (단위: 억원)

결산(12월)	2023A	2024A	2025F	2026F	2027F
매출액	**5,238**	**7,228**	**14,497**	**20,000**	**24,000**
매출원가	1,284	1,792	3,430	4,550	5,300
매출총이익	3,954	5,436	11,067	15,450	18,700
판관비	2,913	4,209	7,534	10,430	12,550
영업이익	**1,042**	**1,227**	**3,532**	**5,020**	**6,150**
EBITDA	1,181	1,452	3,750	5,309	6,521
영업외손익	16	106	-133	-70	-50
외환관련손익	-5	63	-131	-138	-170
이자손익	22	17	3	43	78
관계기업관련손익	0	0	0	0	0
기타	-1	26	-5	25	43
법인세비용차감전순손익	1,058	1,333	3,400	4,950	6,100
법인세비용	243	257	530	740	900
계속사업순손익	815	1,076	2,869	4,210	5,200
중단사업순손익	0	0	0	0	0
당기순이익	815	1,076	2,869	4,210	5,200
지배지분순이익	**815**	**1,076**	**2,869**	**4,210**	**5,200**
포괄순이익	815	1,058	2,852	4,192	5,183
지배지분포괄이익	815	1,058	2,852	4,192	5,183

주: 영업이익 산출 기준은 기존 k-GAAP과 동일. 즉, 매출액에서 매출원가와 판관비만 차감

현금흐름표 (단위: 억원)

결산(12월)	2023A	2024A	2025F	2026F	2027F
영업활동 현금흐름	**1,078**	**791**	**1,912**	**3,515**	**4,915**
당기순이익	815	1,076	2,869	4,210	5,200
감가상각비	135	216	210	282	365
외환손익	-2	-54	131	138	170
종속,관계기업관련손익	0	0	0	0	0
자산부채의 증감	11	-583	-1,496	-1,294	-984
기타현금흐름	119	136	197	178	163
투자활동 현금흐름	**-283**	**-1,097**	**-460**	**-537**	**-2,336**
투자자산	-161	-453	-14	50	-1,700
유형자산 증가 (CAPEX)	-97	-450	-200	-400	-500
유형자산 감소	0	1	0	0	0
기타현금흐름	-26	-195	-246	-187	-136
재무활동 현금흐름	**-115**	**-48**	**-4,066**	**-3,894**	**-3,880**
단기차입금	-139	70	-23	-50	-50
사채 및 장기차입금	23	825	-381	-200	-200
자본	90	759	0	0	0
현금배당	0	0	-1,344	-1,344	-1,344
기타현금흐름	-89	-1,703	-2,318	-2,300	-2,286
연결범위변동 등 기타	0	4	2,482	1,623	1,218
현금의 증감	**681**	**-350**	**-133**	**707**	**-83**
기초 현금	573	1,253	904	771	1,478
기말 현금	1,253	904	771	1,478	1,396
NOPLAT	**1,042**	**1,227**	**3,532**	**5,020**	**6,150**
FCF	**982**	**341**	**1,712**	**3,115**	**4,415**

재무상태표 (단위: 억원)

결산(12월)	2023A	2024A	2025F	2026F	2027F
유동자산	**2,193**	**2,860**	**4,569**	**6,702**	**7,656**
현금및현금성자산	1,253	904	771	1,478	1,396
매출채권 및 기타채권	236	491	898	1,239	1,486
재고자산	565	1,097	2,201	3,037	3,644
비유동자산	680	2,791	2,146	2,207	4,536
유형자산	142	514	504	621	756
관계기업등 지분관련자산	0	0	0	0	0
기타투자자산	177	620	634	584	2,284
자산총계	**2,873**	**5,651**	**6,714**	**8,909**	**12,192**
유동부채	823	1,451	1,426	976	626
매입채무 및 기타채무	398	701	800	500	300
단기차입금	75	0	0	0	0
유동성장기부채	0	0	0	0	0
비유동부채	81	965	545	341	136
장기차입금	0	0	0	0	0
사채	0	0	0	0	0
부채총계	**904**	**2,416**	**1,971**	**1,317**	**761**
지배지분	1,969	3,235	4,743	7,592	11,431
자본금	36	38	38	38	38
자본잉여금	611	1,368	1,368	1,368	1,368
이익잉여금	1,237	2,291	3,516	6,383	10,239
비지배지분	0	0	0	0	0
자본총계	**1,969**	**3,235**	**4,743**	**7,592**	**11,431**
순차입금	**-1,092**	**-60**	**-577**	**-1,721**	**-2,024**
총차입금	234	1,129	726	476	226

Valuation 지표 (단위: 원, 배, %)

결산(12월)	2023A	2024A	2025F	2026F	2027F
EPS	2,249	2,842	7,631	11,247	13,893
BPS	5,414	9,599	12,672	20,283	30,540
EBITDAPS	3,257	3,836	9,974	14,183	17,421
SPS	14,445	19,092	38,558	53,432	64,119
DPS	0	0	3,590	3,590	3,590
PER	-	**19.8**	**28.0**	**19.0**	**15.4**
PBR	-	**5.9**	**16.8**	**10.5**	**7.0**
EV/EBITDA	-	**14.7**	**21.2**	**14.7**	**11.9**
PSR	-	**2.9**	**5.5**	**4.0**	**3.3**

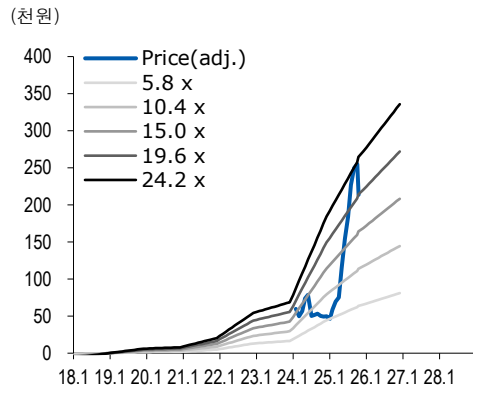
재무비율 (단위: 배, %)

결산(12월)	2023A	2024A	2025F	2026F	2027F
매출액 증가율 (%)	**31.7**	**38.0**	**100.6**	**38.0**	**20.0**
영업이익 증가율 (%)	**165.6**	**17.8**	**187.9**	**42.1**	**22.5**
지배순이익 증가율 (%)	**172.2**	**31.9**	**166.7**	**46.7**	**23.5**
매출총이익률 (%)	75.5	75.2	76.3	77.3	77.9
영업이익률 (%)	**19.9**	**17.0**	**24.4**	**25.1**	**25.6**
지배순이익률 (%)	15.6	14.9	19.8	21.0	21.7
EBITDA 마진 (%)	22.5	20.1	25.9	26.5	27.2
ROIC	193.0	137.0	162.9	122.2	104.1
ROA	34.6	25.2	46.4	53.9	49.3
ROE	**54.9**	**41.3**	**71.9**	**68.3**	**54.7**
부채비율 (%)	45.9	74.7	41.6	17.3	6.7
순차입금/자기자본 (%)	-55.4	-1.8	-12.2	-22.7	-17.7
영업이익/금융비용 (배)	82.3	32.6	68.9	151.1	317.1

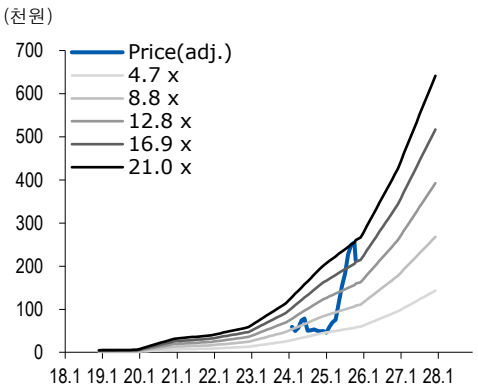
자료: 유안타증권

주: 1. EPS, BPS 및 PER, PBR은 지배주주 기준임
2. PER등 valuation 지표의 경우, 확정치는 연평균 주가 기준, 전망치는 현재주가 기준임
3. ROE,ROA의경우, 자본,자산 항목은 연초,연말 평균을 기준일로 함

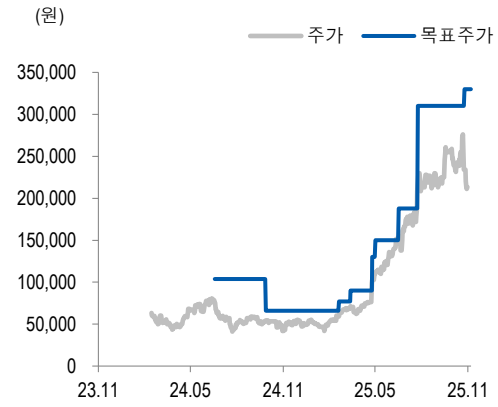
P/E band chart



P/B band chart



에이피알 (278470) 투자등급 및 목표주가 추이



일자	투자 의견	목표가 (원)	목표가격 대상시점	괴리율	
				평균주가 대비	최고(최저) 주가 대비
2025-11-14	BUY	330,000	1년		
2025-11-07	BUY	330,000	1년		
2025-08-07	BUY	310,000	1년	-25.14	-10.97
2025-06-30	BUY	188,000	1년	-9.67	10.90
2025-05-15	BUY	150,000	1년	-15.25	1.07
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

자료: 유안타증권

주: 괴리율 = (실제주가* - 목표주가) / 목표주가 X 100

* 1) 목표주가 제시 대상시점까지의 "평균주가"
2) 목표주가 제시 대상시점까지의 "최고(또는 최저) 주가"

구분	투자의견 비율(%)
Strong Buy(매수)	0
Buy(매수)	94.2
Hold(중립)	5.8
Sell(비중축소)	0
합계	100.0

주: 기준일 2025-11-14

※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.