



본 조사분석자료는 인공지능(AI) 기술을 사용하여 생성되었으며, 당사가 정확성이나 완전성을 보장할 수 없습니다.

KOSDAQ | 커뮤니케이션서비스/미디어와엔터테인먼트

SM Life Design (063440)

Company Overview

설립일	1998년 12월 29일
상장일	2002년 05월 30일
특례 상장 유형	해당사항 없음
주요 사업	일반/공연 앨범 등 인쇄, 굿즈 물류 등
본사	경기도 파주시 직지길 376
홈페이지	www.smlifedesign.com
주요 주주	(주)에스엠엔터테인먼트 29.29%
수출 비중	

SM Life Design Investment Keywords

K-POP 콘텐츠 유통, MD 상품 기획 및 판매

한국거래소 공시

2026-04-14	07:30	신탁계약해지결과보고서
2026-04-13	17:54	주식소각 결정
2026-04-13	17:53	자기주식취득 신탁계약 해지 결정
2026-03-24	14:30	자기주식취득 신탁계약 체결 결정
2026-03-24	13:39	정기주주총회결과
2026-03-17	14:45	임원·주요주주특정증권등소유상황보고서
2026-03-16	14:18	[연결포함]사업보고서(일반법인)(2025.12)
2026-03-16	13:58	감사보고서 제출

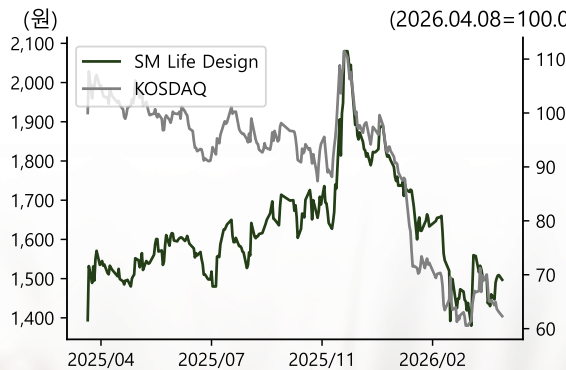
주요지표

연도	매출액(억 원)	영업이익(억 원)	지배주주순이익(억 원)	EPS(원)	P/E(배)	P/B(배)	ROE(%)
2023	473	27	47	103	18.8	1.6	8.7
2024	448	35	49	106	11.9	0.9	8.2
2025	533	46	55	119	15.8	1.3	8.5

Company Data

현재가 (04/20일)	1,497원
52주 최고가/최저가	2,080원/1,380원
액면가	500원
시가총액	69십억원
발행주식수	45백만주
평균거래량(60일)	18만주
1개월/6개월/12개월 수익률(%)	4.1/-8.0/-4.7
외국인 지분율	2.07%

Price & Relative Performance



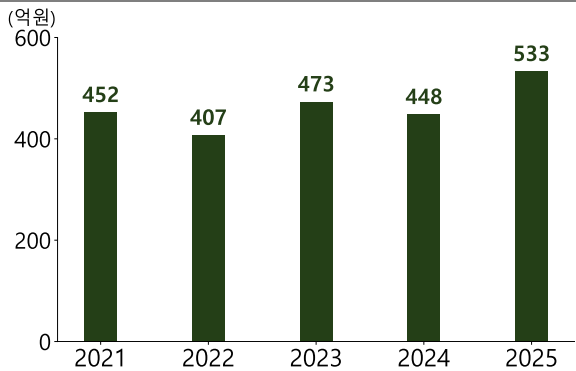
기업개요

1 주요 제품 및 연혁

SM Life Design은 인쇄 제조를 기반으로 물류, 스튜디오 임대까지 확장된 사업영역을 구축한 기업으로, 특히 엔터테인먼트 산업과 밀접하게 연계된 특화된 비즈니스 구조를 갖고 있다. 핵심 사업은 앨범, 화보집, 시즌 패키지 등 콘텐츠 기반 인쇄 제품이며, 단순 출력이 아닌 기획·후가공·패키징까지 포함한 통합 생산 체계를 통해 차별화된 경쟁우위를 확보하고 있다. 자체 인쇄 설비를 중심으로 외주 의존도를 낮추고 직접 생산 비중을 확대함으로써 원가 경쟁력과 품질 안정성을 동시에 확보한 점이 특징이다.

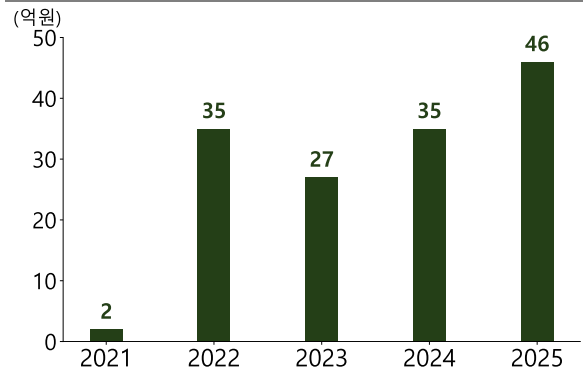
주요 제품인 앨범 및 화보집은 디자인 데이터 관리(Design Data Management, 제작 데이터의 체계적 관리)와 품질 관리 시스템을 기반으로 제작되며, 이는 고품질 콘텐츠 상품을 요구하는 엔터테인먼트 시장에서 핵심기술로 작용한다. 특히 SM엔터테인먼트와의 안정적인 거래 관계를 통해 대규모 앨범 인쇄 수요를 확보하고 있으며, 스마트 앨범(SMini)과 같은 디지털 결합형 제품을 통해 기술혁신을 반영한 제품 포트폴리오를 확장하고 있다. 이러한 제품군은 단순 인쇄물을 넘어 팬 경험을 강화하는 콘텐츠 상품으로 진화하며 시장 내 입지를 강화하고 있다.

SM Life Design 매출 (2021년 ~ 2025년)



자료: 전자공시시스템(DART)

SM Life Design 영업이익 (2021년 ~ 2025년)



자료: 전자공시시스템(DART)

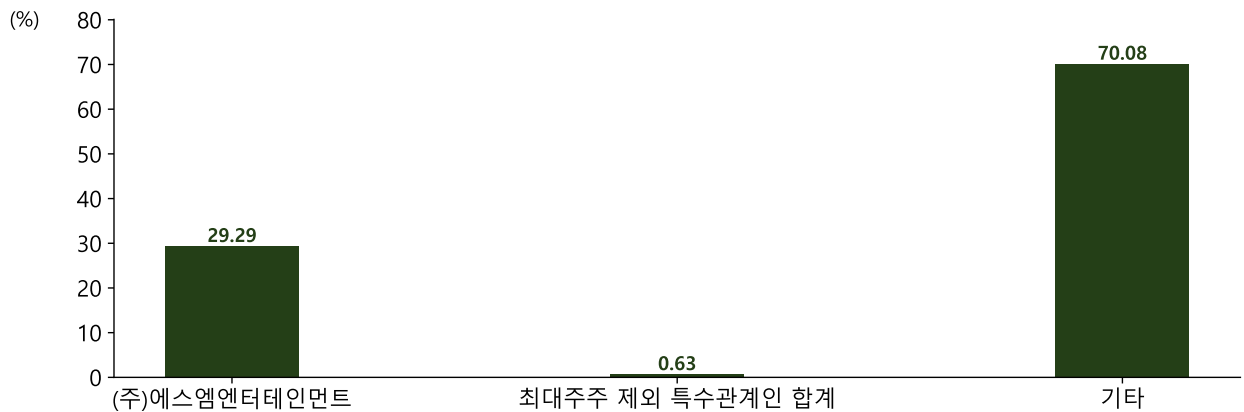
연혁 측면에서 보면, 1998년 12월 인쇄 및 미디어 사업을 기반으로 설립된 이후 2002년 5월 코스닥 상장을 통해 성장 기반을 확보하였다. 이후 안정적인 인쇄 사업을 중심으로 사업을 확장해 왔으며, 2022년 스튜디오 신축 부지 확보, 2024년 SM스튜디오 준공을 통해 콘텐츠 제작 인프라 사업으로 영역을 확대했다. 또한 2023년 카카오 계열 편입 등 지배구조 변화와 함께 산업 내 협업 기반을 강화하며, 단순 제조업에서 콘텐츠 제작 지원 플랫폼 기업으로의 전환을 추진하고 있다.

이처럼 SM Life Design은 인쇄 중심의 제조 기반에서 출발해 물류, 스튜디오, 콘텐츠 인프라로 이어지는 수직적 사업 구조를 구축하며 지속적으로 진화해 왔다. 핵심기술인 통합 제작 관리 역량과 엔터테인먼트 산업과의 긴밀한 연계는 경쟁우위로 작용하고 있으며, 스튜디오 사업 확대를 통해 콘텐츠 제작 전반을 지원하는 방향으로 사업 구조를 고도화하고 있다. 이는 단순 제품 공급을 넘어 콘텐츠 산업 내 가치사슬 전반에 참여하는 전략으로, 향후 글로벌 콘텐츠 시장에서도 확장 가능성을 내포한 성장 경로로 평가된다.

2 주주 구성

SM Life Design의 최대주주는 (주)에스엠엔터테인먼트로 13,483,865주(29.29%)의 지분을 보유하고 있으며, 기존 최대주주였던 (주)에스엠스튜디오스가 2025년 10월 흡수합병되면서 지배구조가 변경되었다. 특수관계인으로는 발행회사 임원인 남화민이 230,146주(0.50%), 계열회사 임원 박윤수가 59,000주(0.13%), 박병훈이 1주를 보유하고 있으며, 최대주주 및 특수관계인을 포함한 지분은 총 13,773,012주(29.92%)이다. 5% 이상 주요 주주로는 (주)에스엠엔터테인먼트 외에 (주)엔레벨이 4,771,647주(10.37%)를 보유하고 있다. 전체 발행주식수는 46,029,154주이며, 이 중 소액주주가 25,343,850주(55.06%)를 보유하고 있어 개인 및 기타 주주의 참여 비중도 일정 수준 존재한다.

SM Life Design 주요 주주 현황



자료: 전자공시시스템(DART)

3 실적 추이

SM Life Design의 연결기준 2025년 매출액은 533억원으로 전년(448억원) 대비 19.1% 증가했다. 영업이익은 46억원으로 전년(35억원) 대비 29.8% 증가했으며, 영업이익률은 7.9%에서 8.6%로 상승했다. (지배주주)당기순이익은 55억원으로 전년(49억원) 대비 12.9% 증가했다. 매출원가는 449억원으로 전년(376억원) 대비 19.3% 증가했으며, 매출원가율은 84.1%에서 84.2%로 거의 동일한 수준을 유지했다. 매출총이익은 84억원으로 전년(71억원) 대비 17.8% 증가했으나, 매출총이익률은 15.9%에서 15.8%로 소폭 하락했다. 판매관리비는 38억원으로 전년(36억원) 대비 6.1% 증가했으며, 판매비율은 8.1%에서 7.2%로 하락했다. 영업외손익은 8억원으로 전년(5억원) 대비 54.0% 증가했으며, 금융수익은 5억원으로 전년(7억원) 대비 32.5% 감소했고, 금융비용은 0.5억원으로 전년(0.5억원)과 동일한 수준을 유지했다. 기타영업외손익은 4억원으로 전년(-1억원)에서 흑자로 전환했다. 세전계속사업이익은 54억원으로 전년(41억원) 대비 32.9% 증가했다. 법인세비용은 -1억원으로 전년(-8억원) 대비 감소했으며, 계속사업이익은 55억원으로 전년(49억원) 대비 12.9% 증가했다. 중단사업이익은 2025년과 2024년 모두 발생하지 않았다. 순이익률은 10.9%에서 10.3%로 소폭 하락했다.

연간 실적

(단위: 백만 원)

해당 년도	매출액	영업손익	영업손익률 (%)
2025년	53,325	4,576	8.6
2024년	44,780	3,526	7.9
2023년	47,319	2,685	5.7

자료: 전자공시시스템(DART)



산업 현황

1 한눈에 보는 산업 현황

K-POP 및 엔터테인먼트 콘텐츠 유통 산업은 디지털 전환과 글로벌 한류 확산을 배경으로 성장하고 있다. 특히 K-POP 콘텐츠의 글로벌 수요 증가는 음반 유통, 굿즈(아티스트 관련 상품), MD(머천다이징, 아티스트 브랜드를 활용한 상품 기획·판매) 등 연관 사업 전반의 수요 확대에 이어지고 있다. 국내 음반 및 엔터테인먼트 유통 시장에서는 대형 기획사 중심의 유통 구조와 함께 독립 유통사들이 다양한 아티스트의 음반 및 콘텐츠를 공급하는 구조가 병존하고 있다. 한편 MD 및 라이선싱(아티스트 이미지·브랜드를 활용한 상품 제조·판매 권리 부여) 시장도 K-POP 팬덤의 글로벌 확산과 함께 성장하고 있으며, 온라인 채널을 통한 직접 판매 비중이 확대되고 있다. SM Life Design은 음반 유통 및 MD 사업을 핵심 축으로 하며, K-POP 콘텐츠 소비 확대와 팬덤 기반 상품 수요 증가라는 산업 흐름 속에서 사업을 영위하고 있다.

2 질의응답으로 살펴보는 산업 현황

Q1. SM Life Design은 어떤 산업에 속해 있으며, 산업 현황은 어떠한가?

A1. SM Life Design은 인쇄 제조를 기반으로 물류 및 콘텐츠 인프라가 결합된 엔터테인먼트 연계 산업에 속한다. 특히 앨범, 화보집 등 콘텐츠 기반 인쇄 시장은 K-콘텐츠 확산과 함께 안정적인 수요를 유지하고 있으며, 팬덤 중심 소비 구조가 시장규모를 지탱하는 핵심 성장동력으로 작용한다. 디지털 전환에도 불구하고 실물 앨범은 수집 가치와 팬 경험을 강화하는 상품으로 자리 잡으며 산업 내 독특한 위치를 형성하고 있다.

Q2. 해당 산업의 주요 특성과 SM Life Design의 역할은 무엇인가?

A2. 이 산업은 단순 인쇄를 넘어 기획, 제작, 물류까지 통합된 밸류체인 구조가 특징이다. SM Life Design은 자체 설비 기반의 생산과 디자인 데이터 관리(제작 데이터의 체계적 관리)를 통해 품질과 비용을 동시에 관리하는 구조를 구축했다. 또한 물류 대행과 해외 배송까지 수행하며 공급망 전반을 담당하고 있어, 콘텐츠 제작사와 유통사를 연결하는 핵심 역할을 수행한다는 점에서 산업 내 기능적 중요성이 크다.

Q3. SM Life Design이 속한 산업의 경쟁 구도는 어떻게 형성되어 있는가?

A3. 경쟁 구도는 일반 인쇄업체와 달리 엔터테인먼트 콘텐츠 특화 역량을 보유한 기업 중심으로 형성된다. 특히 대형 기획사와의 안정적인 거래 관계가 중요한 진입장벽으로 작용하며, 품질 관리와 납기 대응 능력이 핵심 경쟁요소다. SM Life Design은 주요 고객사와의 협력 관계를 기반으로 대량 생산 경험과 운영 노하우를 축적해 경쟁우위를 확보하고 있으며, 자체 생산 비중 확대를 통해 수익성과 대응력을 동시에 강화하고 있다.

Q4. 최근 산업 내 기술 트렌드와 변화는 무엇인가?

A4. 최근에는 디지털 콘텐츠 소비 증가와 함께 물리적 제품과 디지털 기술이 결합되는 기술트렌드가 두드러진다. 스마트 앨범과 같은 형태는 기존 CD 중심 구조를 넘어 콘텐츠 접근성을 높이는 방식으로 진화하고 있다. 동시에 스튜디오 인프라 구축을 통한 콘텐츠 제작 환경 개선 수요도 증가하고 있으며, 이는 촬영 공간과 제작 지원을 포함한 서비스 산업으로 확장되는 흐름을 보여준다. 이러한 변화는 단순 제조에서 콘텐츠 플랫폼으로의 전환을 촉진하고 있다.

Q5. 향후 산업 전망과 SM Life Design의 기회요인은 무엇인가?

A5. 향후 해당 산업은 글로벌 K-콘텐츠 확산과 팬덤 경제의 성장에 힘입어 안정적인 성장세를 유지할 것으로 전망된다. 특히 콘텐츠 제작과 유통을 아우르는 통합 서비스 수요가 증가하면서, 스튜디오 및 물류를 포함한 인프라 사업이 새로운 성장동력으로 부각되고 있다. SM Life Design은 인쇄 기반 경쟁력을 바탕으로 콘텐츠 제작 지원 영역까지 사업을 확장하고 있어, 글로벌 동향에 대응한 사업 다각화 측면에서 유의미한 기회를 확보하고 있다.



핵심포인트

1 한눈에 보는 핵심포인트

SM Life Design의 핵심 강점은 엔터테인먼트 콘텐츠 기반 인쇄 사업에서 축적된 생산·품질 관리 역량과 자체 설비 중심의 운영 구조에 있다. 앨범, 화보집 등 패키지 인쇄 전 공정을 통합 수행하며 디자인 데이터 관리와 공정 최적화를 통해 원가 경쟁력과 일정 대응력을 동시에 확보한 점이 경쟁우위로 작용한다. 또한 물류 대행과 해외 배송까지 포함한 통합 서비스 제공 구조를 구축해 단순 제조를 넘어 콘텐츠 유통 과정 전반을 지원한다는 점에서 사업 구조의 확장성이 나타난다. 주요 고객사로 SM엔터테인먼트와의 거래 관계를 기반으로 앨범 인쇄 매출 비중이 높은 안정적 수요 기반을 확보하고 있으며, 이는 일정 수준의 매출 가시성을 제공하는 요소로 작용한다. 중장기적으로는 스튜디오 신축 및 운영을 통해 콘텐츠 제작 인프라 사업으로 영역을 확대하고 있으며, 디지털 콘텐츠 소비 증가에 대응한 촬영 공간 및 제작 지원 서비스 수요 확대가 성장동력으로 연결될 가능성이 있다. 다만 특정 고객사 의존도가 높은 구조는 수요 변동 시 실적 변동성으로 이어질 수 있으며, 디지털 콘텐츠 중심 소비 확산에 따른 물리적 앨범 수요 변화, 인쇄 및 콘텐츠 제작 관련 경쟁 심화 등은 사업 환경의 불확실성을 높이는 요인으로 작용할 수 있다.

2 질의응답으로 살펴보는 핵심포인트

Q1. SM Life Design의 내부사업구조는 어떻게 구성되어 있으며 경쟁우위는 무엇인가?

A1. SM Life Design은 인쇄, 물류, 스튜디오 임대 사업이 결합된 수직적 사업구조를 기반으로 운영된다. 앨범 및 화보집 인쇄에서 시작해 보관, 유통, 배송까지 이어지는 통합 서비스 체계를 구축하고 있으며, 자체 설비를 통한 직접 생산 비중 확대가 운영 효율성과 품질 관리 측면에서 경쟁우위로 작용한다. 이러한 구조는 단일 공정 중심 기업 대비 공급망 통제력이 높아 콘텐츠 산업 내 안정적인 사업 기반을 형성하는 데 기여한다.

Q2. SM Life Design의 기술현황과 핵심 경쟁력은 무엇인가?

A2. SM Life Design은 디자인 데이터 관리(제작 데이터의 체계적 관리)와 품질 관리 시스템을 기반으로 인쇄 공정 전반을 통합 운영하는 역량을 보유하고 있다. 이는 다양한 후가공과 패키징이 요구되는 콘텐츠 상품 제작에서 일정 관리와 품질 일관성을 유지하는 핵심 요소로 작용한다. 또한 스마트 앨범과 같은 디지털 결합형 제품을 통해 기존 인쇄물의 기능을 확장하고 있어, 콘텐츠 소비 방식 변화에 대응 가능한 기술 기반을 확보하고 있다.

Q3. SM Life Design의 사업구조 분석에서 확인되는 핵심 특징은 무엇인가?

A3. SM Life Design의 사업은 특정 고객사 중심의 콘텐츠 인쇄 수요와 연계된 구조를 보인다. 엔터테인먼트 기업과의 협업을 기반으로 안정적인 물량을 확보하고 있으며, 물류 및 해외 배송까지 연계된 운영을 통해 부가가치를 확대하고 있다. 다만 고객 집중도가 높은 구조는 외부 환경 변화에 영향을 받을 수 있어, 사업 다각화와 신규 고객 확보 전략이 중요한 과제로 인식된다.

Q4. 외부 환경 변화에 대해 SM Life Design은 어떻게 대응하고 있는가?

A4. 디지털 콘텐츠 소비 증가와 팬덤 중심 시장 확대에 대응하기 위해 SM Life Design은 물리적 제품과 디지털 요소를 결합한 제품 개발을 지속하고 있다. 동시에 스튜디오 인프라 구축을 통해 콘텐츠 제작 환경 수요 증가에 대응하고 있으며, 이는 단순 인쇄 사업에서 콘텐츠 제작 지원 영역으로 확장하는 전략으로 해석된다. 이러한 대응은 산업 구조 변화 속에서 새로운 사업 기회를 확보하기 위한 방향으로 볼 수 있다.

Q5. SM Life Design의 미래전략과 성장 방향은 어떻게 전개될 것으로 보이는가?

A5. SM Life Design은 인쇄 기반 경쟁력을 유지하면서 스튜디오와 물류를 포함한 콘텐츠 인프라 사업 확대를 통해 성장동력을 확보하는 방향으로 전략을 전개하고 있다. 특히 콘텐츠 제작 공간과 유통을 아우르는 통합 서비스 제공을 통해 산업 내 역할을 확장하고자 하며, 글로벌 콘텐츠 시장 확대 흐름과 맞물려 사업 기회가 형성될 가능성이 있다. 다만 콘텐츠 소비 방식 변화와 산업 내 경쟁 심화는 지속적으로 고려해야 할 변수로 작용한다.

Valuation

1 최근 주가

SM Life Design 주가는 2026년 4월 20일 기준 1,497원을 기록했으며, 최근 6개월 최고가 2,080원(2025년 11월 28일 및 12월 1일) 대비 28.0% 하락한 수준이다. 최근 6개월 최저가는 1,380원(2026년 3월 23일)으로, 현재 주가는 최저가 대비 8.5% 상승한 상태다. 2025년 10월 분석 시작 시점에는 1,660원대에서 거래되었으며, 11월 하순 들어 1,900원대로 상승한 후 11월 28일과 12월 1일 2,080원의 최고가를 기록했다. 이후 12월 중순부터 하락세로 전환하여 1,800원대로 내려섰고, 2026년 1월에는 1,700원대 중반에서 등락을 반복했다. 2026년 2월 이후에는 추가 하락하여 1,600원대를 거쳐 3월에는 1,400원대 초반까지 낮아졌으며, 3월 하순 일시 반등 후 4월에는 1,430원~1,510원 수준에서 거래되었다. 같은 기간 코스닥 지수는 2025년 10월 21일 879.15에서 2026년 4월 20일 기준 직전 거래일인 2026년 4월 16일 1,170.04로 33.1% 상승하였고, SM Life Design은 2025년 10월 21일 1,666원 대비 10.2% 하락하며 시장 대비 하회하는 성과를 나타내고 있다. 현재 SM Life Design의 시가총액은 주가 및 주식 수 기준 산출 시 약 690억원 수준이며, 60일 기준 일평균 거래량은 약 26만주, 일평균 거래액은 약 4억원 수준이다. 코스닥 지수가 2026년 4월 16일 기준 1,170.04포인트를 기록하는 가운데, SM Life Design은 시장 대비 상대적으로 큰 하락폭을 보이며 주가 조정을 겪고 있는 상황이다.

SM Life Design 주가 및 공시 이벤트



자료: 한국거래소 시장정보

한국거래소 공시 (최근 1년)

공시날짜	공시시각	보고서명
2026-04-14	07:30	신탁계약해지결과보고서
2026-04-13	17:54	주식소각 결정
2026-04-13	17:53	자기주식취득 신탁계약 해지 결정
2026-03-24	14:30	자기주식취득 신탁계약 체결 결정
2026-03-24	13:39	정기주주총회결과
2026-03-17	14:45	임원 · 주요주주특정증권등소유상황보고서
2026-03-16	14:18	[연결포함]사업보고서(일반법인)(2025.12)
2026-03-16	13:58	감사보고서 제출
2026-03-09	20:00	공매도 과열종목 지정(공매도 거래 금지 적용)
2026-03-09	13:48	참고서류
2026-03-09	13:44	주주총회소집공고
2026-03-03	15:07	주주총회소집결의
2026-02-04	14:43	수시공시의무관련사항(공정공시)(주주가치 제고를 위한 주주환원정책 안내)
2026-02-04	14:40	매출액 또는 손익구조 30%(대규모법인은 15%)이상 변동
2026-01-12	15:35	임원 · 주요주주특정증권등소유상황보고서
2026-01-12	15:32	주식등의대량보유상황보고서(약식)
2025-12-17	09:46	주식등의대량보유상황보고서(약식)

공시날짜	공시시각	보고서명
2025-12-15	13:07	주주명부폐쇄기간 또는 기준일 설정
2025-11-04	14:02	분기보고서(일반법인)(2025.09)
2025-10-22	17:52	임원·주요주주특정증권등소유상황보고서
2025-10-22	17:47	주식등의대량보유상황보고서(일반)
2025-10-22	17:15	임원·주요주주특정증권등소유상황보고서
2025-10-22	17:06	주식등의대량보유상황보고서(일반)
2025-10-17	17:17	최대주주변경
2025-08-05	09:29	반기보고서(일반법인)(2025.06)
2025-07-11	12:52	주식등의대량보유상황보고서(약식)
2025-05-20	10:17	임원·주요주주특정증권등소유상황보고서
2025-04-30	11:05	분기보고서(일반법인)(2025.03)

한국거래소 공시정보

2 전년도말 기준 밸류에이션

SM Life Design의 2025년말 기준 밸류에이션 지표는 전년(2024년) 대비 전반적으로 상향 조정되었다. P/E는 전년(2024년) 11.9배에서 2025년 15.8배로 높아졌으며, P/B는 0.9배에서 1.3배로, P/S는 1.3배에서 1.6배로 각각 상승했다. EV/EBITDA는 10.2배에서 11.3배로 높아졌다. ROE는 전년(2024년) 8.2%에서 2025년 8.5%로 소폭 상승했으며, ROA는 7.3%에서 7.7%로, ROIC는 15.9%에서 38.6%로 큰 폭으로 높아졌다. EPS는 전년(2024년) 106원에서 2025년 119원으로 증가했고, BPS는 1,343원에서 1,461원으로, SPS는 973원에서 1,159원으로 각각 상승했다. 배당수익률은 0.0%로 유지되었다.

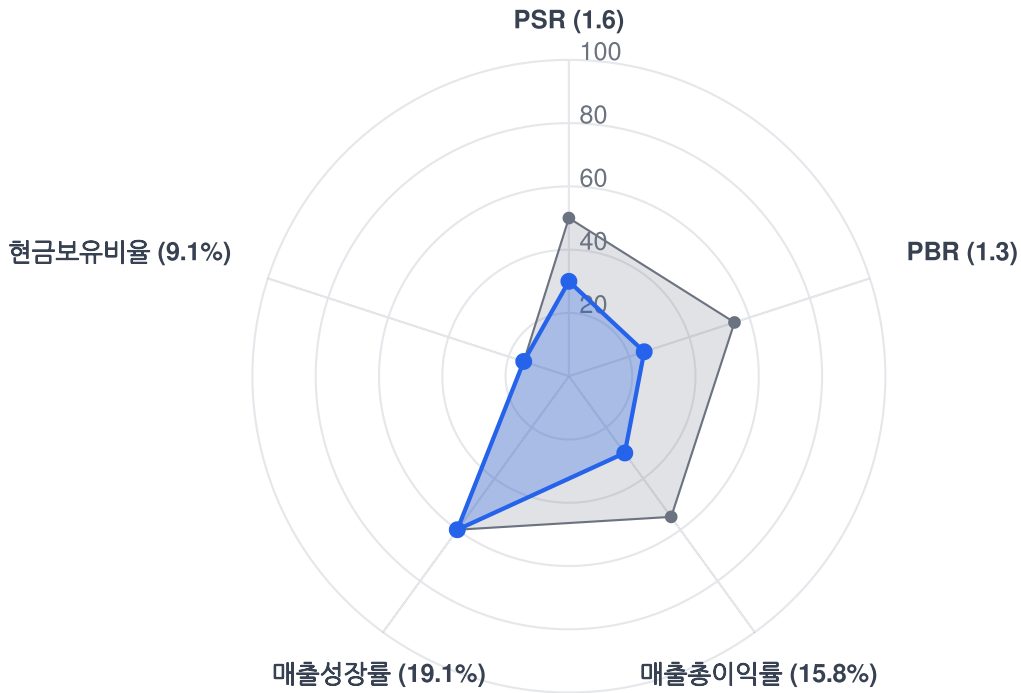
주요 투자지표

	2021	2022	2023	2024	2025
P/E(배)	75.9	41.3	18.8	11.9	15.8
P/B(배)	2.8	2	1.6	0.9	1.3
P/S(배)	3.0	2.5	1.9	1.3	1.6
EV/EBITDA(배)	79.6	18.6	17.5	10.2	11.3
배당수익률(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
EPS(원)	40	54	103	106	119
BPS(원)	1,068	1,136	1,239	1,343	1,461
SPS(원)	1,000	891	1,028	973	1,159
DPS(원)	0	0	0	0	0
수익성(%)					
ROE	3.8	4.9	8.7	8.2	8.5
ROA	3.0	3.9	7.2	7.3	7.7
ROIC	0.5	14.6	9.0	15.9	38.6

주: 각 연도말 추가 기준
자료: FnGuide

SM Life Design의 피어그룹인 노머스(473980)는 2025년 연결 기준 매출액 757억원, 영업이익 123억원, 당기순이익 148억원을 기록했다. 밸류에이션 지표는 P/E 20.6배, P/B 3.0배, P/S 4.0배, EV/EBITDA 22.4배를 나타냈다. ROE는 15.6%를 기록했다. 또 다른 피어그룹인 YG PLUS(037270)는 2025년 연결 기준 매출액 2,360억원, 영업이익 323억원, 당기순이익 236억원을 기록했다. 밸류에이션 지표는 P/E 20.6배, P/B 2.5배, P/S 2.0배, EV/EBITDA 9.7배를 나타냈으며, ROE는 12.7%였다. SM Life Design의 2025년 P/E 15.8배는 노머스 20.6배, YG PLUS 20.6배 대비 낮은 수준이다. P/B는 SM Life Design 1.3배로 노머스 3.0배, YG PLUS 2.5배 대비 낮게 나타났다. P/S 역시 SM Life Design 1.6배로 노머스 4.0배, YG PLUS 2.0배 대비 낮은 수준이다. EV/EBITDA는 SM Life Design 11.3배로 노머스 22.4배 대비 낮으나 YG PLUS 9.7배와 유사한 수준이다. ROE는 SM Life Design 8.5%로 노머스 15.6%, YG PLUS 12.7% 대비 낮게 나타났다.

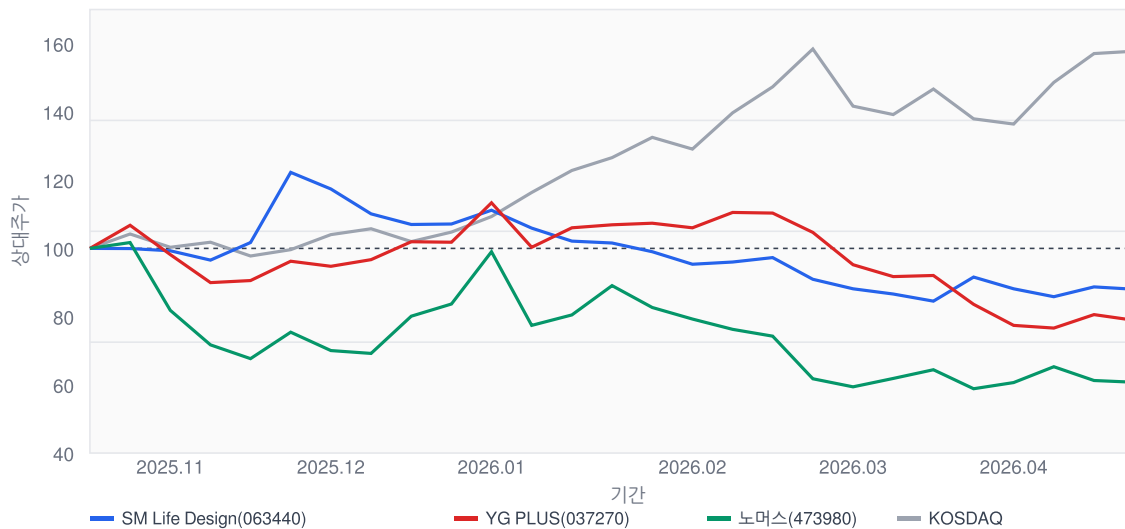
밸류에이션 레이더 차트 (2025년 기준)



■ SM Life Design ■ 피어그룹 평균 (YG PLUS, 노머스)

※ 적자 기업 대응: PSR, 매출총이익률, 현금보유비율 적용
 ※ 괄호 안은 실제 수치 (2025년 기준)

상대주가 성과 비교 (기준일 = 100)



포괄손익계산서

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025
매출액	452	407	473	448	533
증가율(%)	55.0	-9.9	16.2	-5.4	19.1
매출원가	353	338	410	376	449
매출원가율(%)	78.1	83.0	86.7	84.1	84.2
매출총이익	99	69	63	71	84
매출총이익률(%)	21.9	17.0	13.3	15.9	15.8
판매관리비	97	34	36	36	38
판매비율(%)	21.5	8.4	7.6	8.1	7.2
EBITDA	14	45	36	40	58
EBITDA 이익률(%)	3.0	11.1	7.7	9.0	10.9
증가율(%)	152.6	231.1	-19.7	10.4	45.3
영업이익	2	35	27	35	46
영업이익률(%)	0.4	8.6	5.7	7.9	8.6
증가율(%)	흑전	2,043.3	-23.5	31.3	29.8
영업외손익	18	9	24	5	8
금융수익	2	5	8	7	5
금융비용	1	0	1	0	0
기타영업외손익	17	4	17	-1	4
중속/관계기업관련손익	0	0	0	0	0
세전계속사업이익	20	44	51	41	54
증가율(%)	흑전	31.2	83.5	-14.9	32.9
법인세비용	2	1	0	-8	-1
계속사업이익	18	43	51	49	55
중단사업이익	0	-18	-4	0	0
당기순이익	18	25	47	49	55
당기순이익률(%)	3.9	6.1	10.0	10.9	10.3
증가율(%)	흑전	39.4	90.5	2.8	12.9
지배주주지분 순이익	18	25	47	49	55

자료: FnGuide

재무상태표

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025
유동자산	441	406	367	271	287
현금성자산	70	96	74	60	67
단기투자자산	228	123	193	120	150
매출채권	66	117	48	52	54
재고자산	68	64	46	34	14
기타유동자산	9	5	6	5	3
비유동자산	160	270	268	424	447
유형자산	99	214	229	75	96
무형자산	4	7	11	6	7
투자자산	3	3	2	3	2
기타비유동자산	53	47	25	340	342
자산총계	601	677	635	695	735
유동부채	90	134	54	75	59
단기차입금	12	20	8	8	4
매입채무	54	93	37	40	41
기타유동부채	23	21	8	27	14
비유동부채	26	20	11	2	3
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	0	0	0	0	0
기타비유동부채	26	20	11	2	3
부채총계	116	154	65	77	62
지배주주지분	485	523	570	618	673
자본금	231	234	234	234	234
자본잉여금	523	536	536	536	340
기타자본	5	0	0	0	0
기타포괄이익누계액	-5	-5	-5	-5	-5
이익잉여금	-269	-242	-195	-147	104
자본총계	485	523	570	618	673

자료: FnGuide

현금흐름표

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025
영업활동으로인한현금흐름	40	30	77	73	68
당기순이익	18	25	47	49	55
유형자산 상각비	12	10	9	5	12
무형자산 상각비	0	0	0	0	0
외환손익	0	0	0	0	0
운전자본의감소(증가)	19	-11	22	15	-11
기타	-9	6	-2	5	11
투자활동으로인한현금흐름	-1	-20	-95	-88	-56
투자자산의 감소(증가)	0	0	0	0	1
유형자산의 감소	0	0	0	0	6
유형자산의 증가(CAPEX)	-10	-127	-28	-1	-26
기타	9	107	-68	-87	-36
재무활동으로인한현금흐름	-4	16	-4	0	-5
차입금의 증가(감소)	-5	8	0	0	-4
사채의 증가(감소)	0	0	0	0	0
자본의 증가	0	0	0	0	0
배당금	0	0	0	0	0
기타	2	8	-4	0	-1
기타현금흐름	0	0	0	0	0
현금의증가(감소)	35	26	-22	-14	7
기초현금	35	70	96	74	60
기말현금	70	96	74	60	67

자료: FnGuide

주요투자지표

	2021	2022	2023	2024	2025
P/E(배)	75.9	41.3	18.8	11.9	15.8
P/B(배)	2.8	2	1.6	0.9	1.3
P/S(배)	3.0	2.5	1.9	1.3	1.6
EV/EBITDA(배)	79.6	18.6	17.5	10.2	11.3
배당수익률(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
EPS(원)	40	54	103	106	119
BPS(원)	1,068	1,136	1,239	1,343	1,461
SPS(원)	1,000	891	1,028	973	1,159
DPS(원)	0	0	0	0	0
수익성(%)					
ROE	3.8	4.9	8.7	8.2	8.5
ROA	3.0	3.9	7.2	7.3	7.7
ROIC	0.5	14.6	9.0	15.9	38.6
안정성(%)					
유동비율	491.2	302.6	685.6	360.4	483.4
부채비율	23.8	29.5	11.4	12.5	9.2
순차입금비율	-56.6	-36.9	-45.2	-27.7	-31.2
이자보상배율	1.9	72.1	53.1	72.8	91.9
활동성(%)					
총자산회전율	0.8	0.6	0.7	0.7	0.7
매출채권회전율	7.7	4.4	5.7	9.0	10.0
재고자산회전율	7.0	6.2	8.6	11.1	22.2

자료: FnGuide

Compliance Notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국IR협의회가 사업보고서 및 반기/분기 보고서의 데이터를 사용하여 인공지능(AI) 기술을 통해 작성한 기업분석보고서입니다.

AI가 생성한 기업분석보고서는 자체 검증과정을 거쳤으나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 투자 참고 자료로만 활용하되, 투자자 자신의 판단과 책임하에 투자여부, 종목 선택이나 투자시기에 대한 결정을 하시기 바랍니다.

본 보고서는 어떠한 경우에도 투자자의 투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

- ▣ 당사는 본 보고서를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- ▣ 당사와 검수자는 자료작성일 현재 해당 회사와 관련하여 특별한 이해관계가 없습니다.
- ▣ 본 보고서의 검수자는 자료 작성일 현재 해당 회사의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- ▣ 본 보고서는 AI 기술을 활용한 기업 소개를 위해 작성되었으며, 매수 및 매도 추천 의견은 포함하고 있지 않습니다.
- ▣ 본 보고서에 게재된 내용은 AI 시스템이 객관적 데이터를 기반으로 생성한 것이며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 알고리즘에 따라 작성되었습니다.
- ▣ 본 보고서의 지적재산권은 당사에 있으므로, 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.