

KOSDAQ | 내구소비재와의류

아가방컴퍼니 (013990)

영업실적 개선과 확대되는 자사주 매입

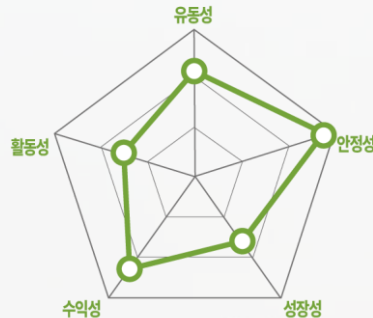
체크포인트

- 아가방컴퍼니는 1979년 4월 설립된 국내 최초의 유아 의류-용품 전문업체로, 2002년 1월 코스닥에 상장함. 2025년 연결 매출액 1,891억원 기준 부문별 비중은 국내 유아의류 및 용품 95.5%, 해외 유아의류 및 용품 2.6%, 임대 등 1.9%로 구성됨
- 동사의 투자포인트는 1) 해외 구조조정과 경영 효율화를 통한 이익률 개선, 2) 안정적인 재무구조를 바탕으로 한 자사주 매입 확대
- 동사 주가는 2022년 이후 PER Band 7.0x~24.0x, PBR Band 0.5x~1.6x 수준에서 형성. 현재 주가는 2026년 추정 실적 기준 PER 9.2x, PBR 0.9x로 PER은 Band 하단, PBR은 Band 중단 수준에 위치함

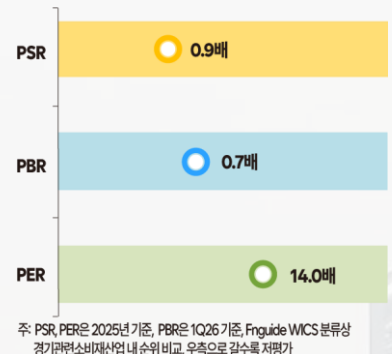
주가 및 주요이벤트



재무지표



밸류에이션 지표



아가방컴퍼니 (013990)

Analyst 채윤석 chaeyunseok@kirs.or.kr

RA 정수현 sh.jeong@kirs.or.kr

KOSDAQ

내구소비재와의류

유아의류·용품 중심의 브랜드 기업

아가방컴퍼니는 1979년 4월 출범한 국내 최초의 유아 의류·용품 전문업체로, 2002년 1월 코스닥에 상장함. 2025년 매출은 국내 유아의류 및 용품 95.5%, 해외 유아의류 및 용품 2.6%, 임대 등 1.9%로 구성되며, 제품·용역별로는 유아의류 71.3%, 유아용품 26.8%, 기타 1.9%로 구성됨. '아가방'과 '에프와'를 중심으로 '디즈니베이비', '퓨토', '디자인스킨' 등 브랜드를 전개하며, 전국 460개 이상의 온오프라인 유통채널을 보유함

순현금 재무구조 기반 자기주식 매입 확대

동사는 안정적인 재무구조를 기반으로 자기주식 매입을 지속 확대하고 있음. 2023년 9월부터 총 6차례에 걸쳐 누적 450억원 규모의 자기주식 취득 신탁계약을 체결하였으며, 이 중 2026년에는 1월과 5월 각각 100억원 규모의 계약을 체결함. 보유 자기주식은 2023년 말 174.2만주(발행주식총수의 5.3%)에서 2026년 6월 말 924.4만주(28.1%)로 확대됨. 2026년 상반기 자기주식 취득에 200억원을 집행한 이후에도 6월 말 부채비율 32.1%, 순현금(현금및현금성자산 254억원과 차입금 41억원을 감한)의 안정적인 재무구조를 유지함. 반기보고서 기준, 자기주식의 소각기한은 2027년으로, 향후 자기주식 소각과 배당 등 추가적인 주주환원이 구체화될 경우 주가가 제고로 이어질 것으로 기대됨

'26년 실적 전망: 매출액 2,025억원(+7.1%), 영업이익 168억원(+20.1%)

2026년 실적은 매출액 2,025억원(+7.1%, yoy), 영업이익 168억원(+20.1%, yoy)으로 전망됨. '아가방'의 안정적인 매출에 '에프와'와 프리미엄 유모차 '부가부'의 판매 확대가 더해지며 국내영업 성장이 지속될 것으로 예상됨. 중국 판매채널의 온라인 중심 재편으로 해외 부문의 적자 부담이 축소되고 있으며, 인력 효율화와 비용 통제로 판관비 증가율이 매출 증가율을 하회하면서 영업레버리지 효과도 확대되고 있음

Forecast earnings & Valuation

	2022	2023	2024	2025	2026F
매출액(억원)	1,743	1,864	1,827	1,891	2,025
YoY(%)	15.5	6.9	-2.0	3.5	7.1
영업이익(억원)	145	166	152	140	168
OP 마진(%)	8.3	8.9	8.3	7.4	8.3
지배주주순이익(억원)	104	134	112	116	178
EPS(원)	316	407	339	351	542
YoY(%)	-21.1	28.7	-16.6	3.5	54.4
PER(배)	10.8	9.6	15.1	12.8	9.2
PSR(배)	0.6	0.7	0.9	0.8	0.8
EV/EBITDA(배)	4.8	4.6	7.1	5.9	6.6
PBR(배)	0.7	0.8	1.0	0.8	0.9
ROE(%)	6.7	8.1	6.6	6.7	10.0
배당수익률(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (8/18)	4,670원
52주 최고가	5,370원
52주 최저가	3,240원
KOSDAQ (8/18)	834.20p
자본금	164억원
시가총액	1,536억원
액면가	500원
발행주식수	33백만주
일평균 거래량 (60일)	21만주
일평균 거래액 (60일)	9억원
외국인지분율	4.21%
주요주주	LANCY KOREA 31.86%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	438	6.0	-2.5
상대주가	30.4	35.6	-8.1

참고

1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '이자보상배율', 성장성 지표는 '매출액 증가율', 수익성 지표는 '영업이익률', 활동성지표는 '총자산회전율', 유동성지표는 '유동비율'임. 2) 표지 밸류에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 밸류에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 밸류에이션 매력도 높음.

기업 개요

연혁 및 지배구조

유아 라이프스타일 전반으로 사업 기반을 확장하는 아가방컴퍼니

아가방컴퍼니는 1979년 4월 출범한 국내 최초의 유아 의류 및 용품 전문업체로, 키즈 원스톱 쇼핑 개념을 도입하며 국내 유아 라이프스타일 시장을 선도해 왔다. 2002년 1월 코스닥시장에 상장한 동사는 같은 해 9월 프리미엄 유아복 브랜드 '에트와(ETTO)'를 런칭하며 브랜드 포트폴리오를 다각화하였다. 2009년에는 아토피 전문 스킨케어 브랜드 '퓨토(PUTTO)'를 출시하였다. 2015년에는 유아용 매트·소파 및 놀이용품을 제조·판매하는 '디자인스킨(Design Skin)'을 인수해 사업 영역을 유아 의류에서 라이프스타일 전반으로 확장하였다. 2020년대에는 온·오프라인 유통망을 다변화하며 소비자 접점을 강화하고 있다. 2020년 5월에는 키즈 원스톱 쇼핑스토어 '아가방팩토리'를 오픈하였으며, 10월에는 프리미엄 멀티샵 '아가방플렉스'를 런칭하며 오프라인 판매 기반을 강화하였다. 2025년에는 공식 자사몰 '에트와몰(ETTOI MALL)'을 오픈하며 온라인 직접 판매 채널을 확충하였다.

동사의 최대주주는 랑시코리아(주)이다. 2026년 6월 말 27.4%였던 지분율은 장내매수를 거쳐 8월 18일 기준 31.86%까지 확대되었다. 최대주주의 특수관계인은 없으며, 자기주식 비중은 28.1%이다. 랑시코리아(주)는 2014년 9월 창업주이자 당시 최대주주였던 김욱 전 대표이사로부터 경영권 참여를 위해 지분 15.3%(427만 2천주)를 약 320억원에 인수하였다. 이어 같은 해 10월 장내매수와 12월 제3자배정 유상증자에 참여하며 총 약 563억원을 추가로 투입하였다. 그 결과 2014년 11월 지분율이 26.5%까지 확대되며 최대주주에 올랐고, 이후 현재까지 지배구조를 유지해 왔다. 랑시코리아(주)는 랑자고분유한공사가 지분 100%를 보유한 한국 자회사로 여성 의류 사업을 영위하고 있으며, 랑자고분유한공사는 여성복 브랜드를 기반으로 의료미용까지 사업을 확장한 중국 패션·뷰티 그룹이다. 랑자고분유한공사의 최대주주는 신동일 회장으로 지분 47.82%를 보유하고 있으며, 상위 지배구조는 '신동일 → 랑자고분유한공사 → 랑시코리아(주) → 아가방컴퍼니'로 이어진다.

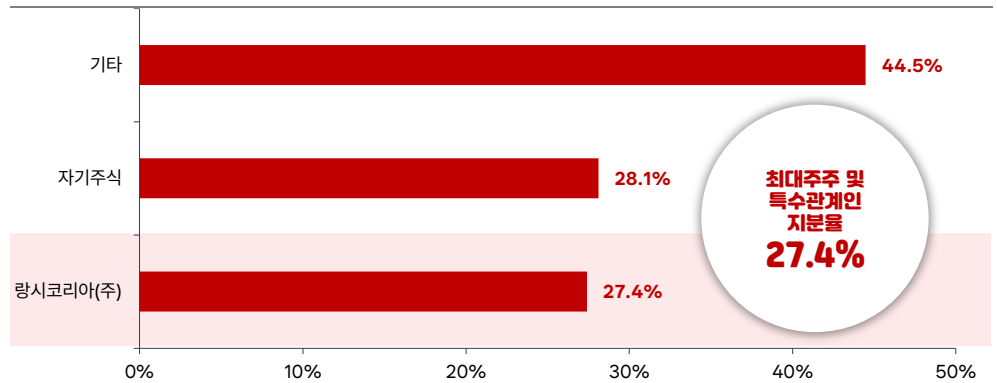
2026년 6월 말 기준 동사는 국내외 6개 종속기업을 보유하고 있으나, 연결 실적에 대한 기여도는 제한적이다. 2025년 매출이 발생한 종속기업은 북경아가방무역유한공사, (주)아펙스, (주)디자인스킨 3개사이다. 1) 북경아가방무역유한공사(지분율 66.02%)는 온라인을 중심으로 중국 내수 유통을 전개하고 있으며, 2025년 매출액 50억원(-2.3%, yoy), 영업손실 27억원(적지, yoy)을 기록하였다. 2) (주)아펙스(지분율 100%)는 이천 물류센터를 기반으로 물류 서비스 운수업을 영위하고 있으며, 2025년 매출액 31억원(+28.8%, yoy), 영업손실 2억원(적지, yoy)을 기록하였다. 3) (주)디자인스킨(지분율 100%)은 영·유아용 매트·소파·놀이용품 등을 제조·판매하고 있으며, 2025년 매출액 42억원(+48.3%, yoy), 영업이익 0.4억원(-83.0%, yoy)을 기록하였다. 이 외에 4) 미주 판매법인 AGABANG U.S.A., Inc.(지분율 100%), 5) 중국 생산법인 연태아가방복식유한공사(지분율 100%), 6) 경영컨설팅 법인 (주)에이앤씨아시아(지분율 100%)를 종속기업으로 보유하고 있다.

연혁

1979~1999 브랜드 인지도 확대	2000~2019 브랜드 및 제품군 다각화	2020~ 고객 접점 강화
1979.04 보리유통산업 주식회사 설립 1980.03 주식회사 아가방으로 상호 변경 1983.12 아가용물업계 최초로 Q마크 획득 1985.07 미국(로스앤젤레스) 아가방 상표 등록 1987.01 사보 장간 1987.02 고객관리시스템 도입 1989.04 의류 및 용품의 위생과 품질관리를 위한 기술개발실 발족 1989.06 AGABANG U.S.A Inc. 설립 (지분율 100%) 1994.08 DEARBABY 브랜드 도입 1995.11 제 32회 무역의 날 기념 <1,000만불 수출탑> 수상 1996.03 중국생산업인 연태아광 복식유한공사 설립 1996.08 ELLE POUPON 브랜드 도입 1997.11 중국판매법인 연태아가방 복식유한공사 설립 1998.05 (주)애와솔 흡수 합병 1999.12 엄마와 아기를 위한 전문 포털 사이트 www.agabang.com 오픈	2000.11 전환사태의 상황으로 2001년을 “무차입 경영의 원년”으로 선포 2001.11 BASIC ELLE 브랜드 도입 2002.01 베트남 현지법인 설립 코스닥 시장 상장 2002.09 아가방 에트와 (AGABANG etto) 런칭 : 디자이너 홍은주 (Enju Hong) 업무재휴 2004.09 홀소핑 전용 브랜드 Gymitt 런칭 2004.11 (구)차일드 케어 역삼점을 베이비 하우스로 직영화 및 리뉴얼 오픈 신갈 물류창고 증축 및 다스 시스템 도입 2007.03 주식회사 아가방엔컴퍼니로 상호 변경 2008.03 (주)아팩스 (롤루센다) 신규법인 출자 2008.08 데일리웨어 브랜드 아이아아오 런칭 2009.08 아토피 전문 스킨케어 퓨토(PUTTO) 런칭 2010.01 ELLE 브랜드 리뉴얼 2010.06 BASIC ELLE 브랜드 리뉴얼 2011.01 美 임부복 전문기업 [데스티네이션 마더니티]와 국내 독점 판매 계약 체결 및 국내 런칭 2012.01 에프와 브랜드 리뉴얼 2012.09 퓨토 마다스(임산부 전용) 발매 2013.02 퓨토 테라피 출시 2013.12 상해법인 '상해 아가방 무역 유한공사' 출범 2014.05 자연발효 스킨케어 에코뮤(ECOMU) 출시 2014.11 랑시코리아(주)(랑시그를 자회사)로 (주)아가방엔컴퍼니 최대주주 변경 2015.06 아천 롤루센더 준공 2015.09 영·유아용품업체 디자인스킨 인수 2016.04 퓨토, 모기진드기 기피제 디펜스 벅스 출시 2016.05 베트남 Coop 그룹과 유통 프랜차이즈 계약 체결 북유럽 감성 브랜드 타이니플렉스 런칭 프리미엄 유아용품 브랜드 엘치(eltz) 런칭 2017.04 유아 스킨케어 오투베베(O2bebe) 런칭 2017.08 유아동 편집숍 카리멜플라자 1호점 오픈	2020.05 아가방 팩토리 오픈 2020.10 아가방 플렉스 론칭 2021.06 안삼수유 출시 2021.12 무직타이거와 콜라보 2022.04 에프와 오가닉 런칭 2022.09 BT21과 콜라보 2023.02 디즈니베이비 런칭 2024.05 고통다베베 신규 브랜드 런칭 2024.06 더블하트 상품판매 계약체결 2025.06 에트와몰(ETTOI MALL) 공식 오픈 2025.10 기업 홈페이지 리뉴얼

자료: 아가방컴퍼니, 한국R협회의 기업리서치센터

주주 현황(2026년 6월 말 기준)



주: 8월 18일 기준, 최대주주의 지분율은 31.86%까지 확대, 자료: 아가방컴퍼니, 한국R협회의 기업리서치센터

종속기업 현황(2026년 6월 말 기준) 및 실적(2025년 연간 기준)

(단위: 억원)

종속기업명	주요 영업활동	소재지	지분율	매출액	영업손익
AGABANG U.S.A Inc	미주 판매	미국	100%	-	0
연태아가방복식유한공사	중국 생산	중국	100%	-	-1
북경아가방무역유한공사	중국 판매	중국	66.02%	50	-27
(주)아팩스	서비스 운수업	한국	100%	31	-2
(주)디자인스킨	영·유아용 매트, 소파, 놀이용품 제조·판매	한국	100%	42	0
(주)에이앤씨아시아	경영컨설팅	한국	100%	-	-1

주: (주)아팩스는 전체 지분율의 20%를 자기주식으로 보유함에 따라 지배기업의 유효지분율은 100%, 자료: 아가방컴퍼니, 한국R협회의 기업리서치센터

사업 현황

국내 유아의류·용품 중심

사업구조와 브랜드 포트폴리오

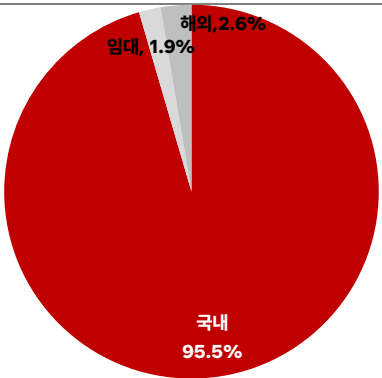
2025년 기준 동사의 사업부문별 매출 비중은 국내 유아의류 및 용품 95.5%, 해외 유아의류 및 용품 2.6%, 임대 등 1.9%이며, 제품·용역별로는 유아의류 71.3%, 유아용품 26.8%, 기타 1.9%로 구성된다. 국내부문은 동사 내수사업을 중심으로 물류법인 '아펙스', 영·유아용 매트·소파·놀이용품을 제조·판매하는 '디자인스킨', 경영컨설팅법인 '에이앤씨아시아'로 구성된다. 해외부문은 미주 판매법인 AGABANG U.S.A., 중국 생산법인 연태아가방복식유한공사, 중국 판매법인 북경아가방무역유한공사로 구성된다.

브랜드 포트폴리오는 '아가방'과 '에프와'를 중심으로 구성된다. '아가방'은 자연친화적 소재와 부드러운 색상, 섬세한 디테일을 적용한 제품을 전개하는 동사의 대표 유아 브랜드이다. '에프와'는 백화점을 주요 판매채널로 하는 프리미엄 영유아 의류 브랜드로, 유럽의 로열·클래식 스타일을 현대적으로 재해석한 제품을 전개하고 있다. '디즈니베이비'는 디즈니 IP를 활용한 유아 의류·용품 브랜드이며, 이 외에도 '에프와 오가닉', '고똥드베베', '엘츠' 등 영유아 의류·용품 브랜드를 운영하고 있다. 의류 외 영역에서는 유아 스킨케어 브랜드 '퓨토'와 유아용 매트·소파 및 놀이용품을 담당하는 '디자인스킨'을 통해 제품군을 확대하고 있다. 이를 통해 유아의류 중심의 제품 포트폴리오를 스킨케어와 놀이용품 등 유아 라이프스타일 영역으로 확장하고 있다.

유아의류와 유아용품은 전량 외주가공 방식으로 생산하며, 국내업체를 중심으로 중국 등 해외업체를 병행하고 있다. 물류는 경기도 이천 물류시설을 기반으로 운영하고 있으며, 국내 판매는 일반 가두점과 할인점, 백화점 등 오프라인 채널과 온라인 채널을 병행하는 구조다. 전국 460개 이상의 온·오프라인 유통채널을 통해 브랜드별 가격대와 판매채널에 맞춰 제품을 판매하고 있다.

해외사업의 매출 기여도는 낮으며, 현재 해외 매출은 중국 판매법인인 북경아가방무역유한공사에서 발생하고 있다. 2025년 해외부문 매출액은 49.9억원으로 연결 매출의 2.6%를 차지하였다. 종속기업별로는 AGABANG U.S.A.와 연태아가방복식유한공사의 매출이 발생하지 않았으며, 북경아가방무역유한공사가 매출액 49.9억원, 영업손실 27.3억원을 기록하였다. 2026년 상반기에도 AGABANG U.S.A.와 연태법인의 매출은 발생하지 않았으며, 각각 0.2억원, 0.7억원의 영업손실을 기록하였다. 북경법인은 같은 기간 매출액 23.1억원, 영업손실 10.5억원을 기록하였다.

부문별 매출 비중(2025년 기준)



자료: 아가방컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

아가방컴퍼니 브랜드



자료: 아가방컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

산업 현황

1 저출생 속 변화하는 영유아 소비환경

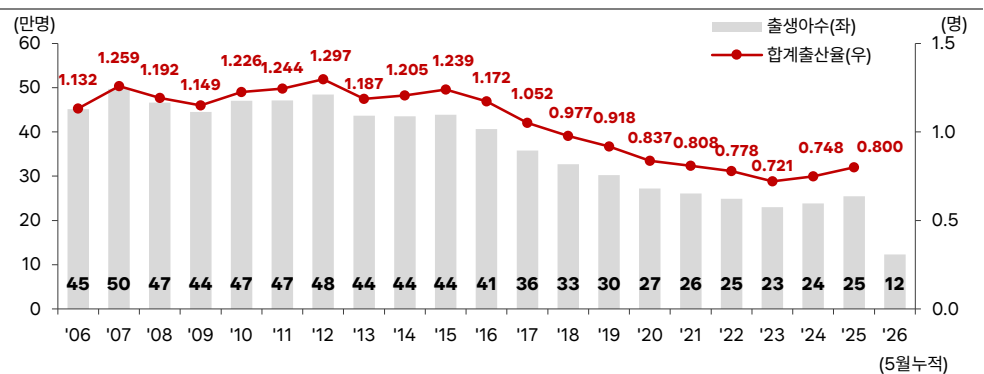
반등 중인 출생아 수와 증가하는 1인당 양육비

국내 영유아 관련 산업은 장기간 이어진 저출생으로 수요 기반이 축소되어 왔으나, 2024년 이후 출생아 수와 합계출산율이 반등하면서 감소 압력이 완화되고 있다. 국내 출생아 수는 2015년 43.8만명에서 지속적으로 감소해 2023년 23.0만명까지 축소되었으며, 합계출산율도 같은 기간 1.24명에서 0.72명까지 하락하였다. 이후 2024년 출생아 수는 23.8만명으로 전년 대비 3.6% 증가하며 9년 만에 반등하였고, 합계출산율도 0.75명으로 상승하였다. 2025년에는 출생아 수가 25.5만명으로 전년 대비 6.8% 증가하고 합계출산율도 0.80명으로 높아지며 2년 연속 증가하였다. 2026년에도 출생아 수 증가가 이어지고 있다. 출생아 수는 1월 2만6,916명(+11.7%, yoy), 2월 2만2,898명(+13.6%), 3월 2만5,200명(+19.4%), 4월 2만4,521명(+18.0%), 5월 2만3,160명(+13.6%)으로 1~5월 모두 두 자릿수 증가율을 기록하였다. 1~5월 누적 출생아 수는 12만2,694명으로 전년동기대비 15.2% 증가하였다. 장기적인 영유아 인구 감소 추세가 전환된 단계로 보기는 어렵지만, 최근 출생 지표의 반등으로 신규 영유아 소비층의 규모는 전년 대비 확대되고 있다.

영유아 1인당 지출액은 2018년 이후 증가하고 있다. 육아정책연구소의 'KICCE 소비실태조사 2025'에 따르면 영유아(영아: 만 0~3세, 유아: 만 4~6세) 1인당 월평균 양육비는 2018년 65.9만원에서 2023년 80.7만원까지 증가한 뒤 2024년 78.5만원을 기록하였다. 2024년에는 전년 대비 2.7% 감소하였으나 2018년 대비로는 19.1% 높은 수준이다. 2024년 영유아 1인당 월평균 지출은 식비 18.7만원, 교육·보육비 18.2만원, 여가 및 문화생활비 13.9만원, 피복비 7.3만원 순으로 나타나 식비와 교육비가 지출의 핵심 항목을 차지하고 있다.

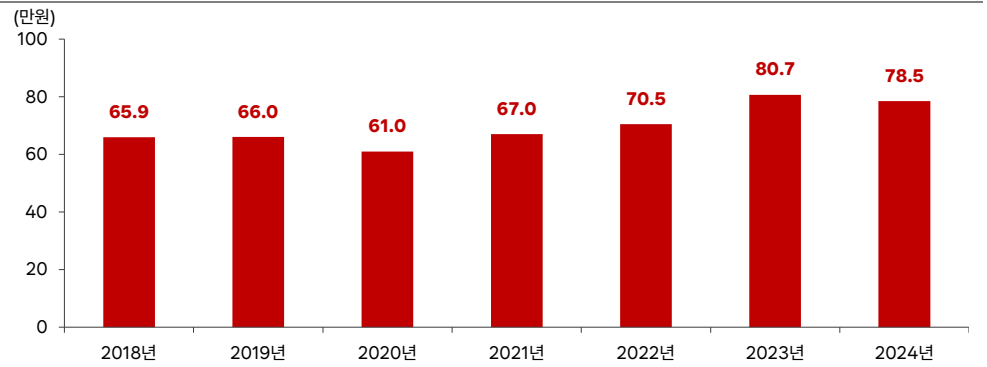
영유아 인구가 감소하는 가운데 자녀 한 명에게 지출을 집중하는 소비 형태도 나타나고 있다. 자녀에게 상대적으로 높은 수준의 상품과 서비스를 구매하는 '골드키즈(Gold Kids)'와 부모·조부모 등 가족 구성원의 지출이 한 자녀에게 집중되는 '텐포켓(Ten Pocket)'은 이러한 소비 형태를 설명하는 용어로 활용되고 있다. 이와 함께 영유아 의류·용품 시장에서는 안전성·기능성·친환경 소재와 브랜드 가치를 강조한 프리미엄 제품이 확대되고 있으며, 스킨케어·놀이용품·키즈테크·캐릭터 IP 등 관련 제품과 서비스 영역도 확대되고 있다.

출생아수 및 합계출산율 추이



주: 2026년 5월 월간 합계출산율 0.85, 자료: 국가데이터처, 한국IR협회의 기업리서치센터

월평균 양육비 추이



자료: 육아정책연구소, 한국IR협회의 기업리서치센터

영유아복 시장의 수요 및 생산 구조 현황과 유통채널 다변화

영유아복은 반복구매 수요를 기반으로 국내 생산 축소, 수입 확대와 유통채널 다변화가 진행되고 있음

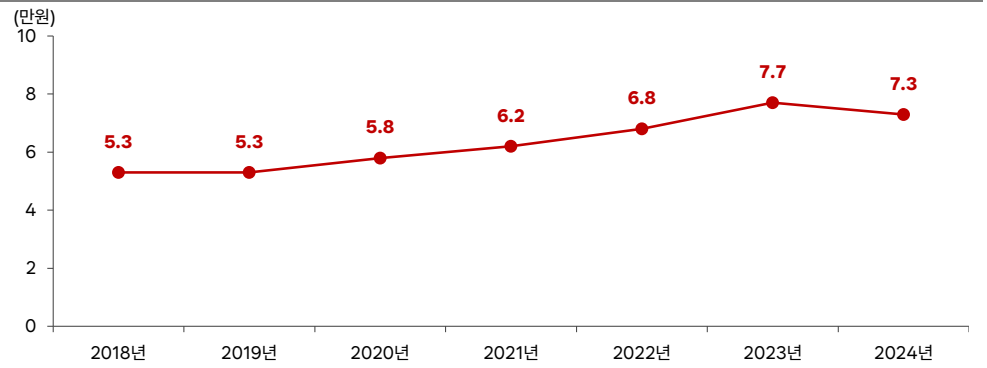
영유아복은 빠른 신체 성장에 따라 의류 교체 수요가 반복적으로 발생하며, 소재와 안전성, 착용 편의성 등이 제품 선택에 중요하게 작용하는 시장이다. 영유아는 성장 과정에서 의류 사이즈가 빠르게 변화해 교체주기가 짧고, 내의·상하의·아우터 등 계절별 의류와 출산·백일·돌 등 성장 단계별 선물 수요도 형성되어 있다. 육아정책연구소의 'KICCE 소비실태조사 2025'에 따르면 영유아 1인당 월평균 피복비는 2018년 5.3만원에서 2020년 5.8만원, 2022년 6.8만원, 2023년 7.7만원으로 증가한 뒤 2024년 7.3만원을 기록하였다. 2024년에는 전년 대비 5.2% 감소하였으나 2018년 대비로는 37.7% 높은 수준이며, 같은 기간 전체 양육비에서 피복비가 차지하는 비중도 8.0%에서 9.3%로 상승하였다.

국내 영유아복의 국내 생산 규모는 과거 대비 축소되었으며, 수입 규모는 증가하였다. 국가데이터처 광업제조업조사 기준 '유아용 의복 및 부속품' 출하액은 2019년 9,140억원에서 2022년 5,882억원까지 감소한 뒤 2023년 5,965억원(+1.4%, yoy), 2024년 6,182억원(+3.6%, yoy)으로 소폭 회복하였다. 2024년 출하액은 2019년 대비 32.4% 낮은 수준이며, 해당 품목의 10인 이상 사업체 수도 2017년 57개사에서 2024년 44개사로 감소하였다. 관세청 기준 유아용 의류(HS 6111-6209) 수입액은 2020년 3,876만달러에서 2021년 5,412만달러, 2022년 6,938만달러, 2023년 7,155만달러, 2024년 8,381만달러, 2025년 9,343만달러로 증가하였다. 2025년 국가별 수입액은 중국 4,177만달러(44.7%), 베트남 3,523만달러(37.7%)로 두 국가가 전체의 82.4%를 차지하였다. 해당 수입액에는 해외 브랜드 완제품뿐 아니라 국내 브랜드가 해외 OEM·ODM 방식으로 생산한 제품도 포함된다.

국내 영유아복은 브랜드의 가격대와 포지셔닝에 따라 주력 유통채널이 차별화되어 있다. '에프와', '밍크뮤', '블루독베비', '압소바' 등 프리미엄 영유아복 브랜드는 백화점을 주요 판매채널로 활용하는 반면, '아가방', '해피랜드' 등은 지역 전문매장과 대리점, 대형마트·아울렛 등 폭넓은 오프라인 유통망을 구축해 왔다. 최근 일부 업체는 여러 브랜드와 유아용품을 함께 구성하는 복합매장을 통해 오프라인 판매 접점을 확대하고 있다. 아가방컴퍼니는 자사 브랜드와 프리미엄 유아용품을 함께 구성한 '아가방플러스'를 운영하고 있으며, 한세엠케이에는 '모이몰론'을 중심으로 한 체험형 콘텐츠숍 '모이모키'를 확대하고 있다. 해피랜드코퍼레이션 역시 '해피랜드'·'압소바'·'비키즈'와 유아용품을 함께 판매하는 '해피랜드 하우스'를 전개하고 있다. 온라인에서는 자사몰과 종합 이커머스, 패션 플랫폼 등을 병행하면서 기존 오프라인 유통

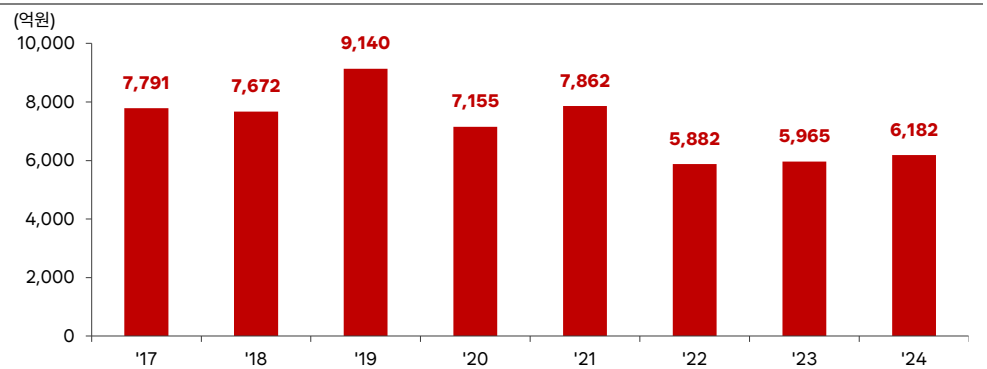
통망과 온라인 판매채널을 함께 운영하는 다채널 구조가 확대되고 있다.

영유아 1인당 월평균 피복비 추이



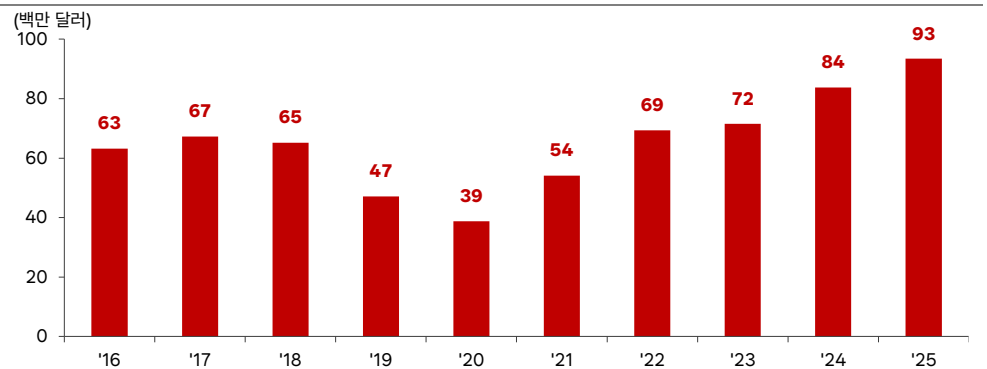
자료: 육아정책연구소, 한국IR협회의 기업리서치센터

국내 유아의류 제조 출하액 추이



자료: 국가데이터처, 한국IR협회의 기업리서치센터

국내 유아용 의류 수입액 추이



자료: 관세청, 한국IR협회의 기업리서치센터



투자포인트

1 해외 구조조정과 경영 효율화를 통한 이익률 개선

해외 구조조정과 인력 효율화로 수익성 개선 진행 중

동사의 첫 번째 투자포인트는 1) 해외 부문의 구조조정, 2) 경영 효율화를 바탕으로 한 수익성 개선이다. 2026년 상반기 매출액은 989억원(+11.2%, yoy), 영업이익은 93억원(+49.4%, yoy)을 기록하였으며, 영업이익률은 전년동기 7.0%에서 9.4%로 2.4%p 상승하였다. 특히 2026년 상반기에는 재고자산평가손실 27억원을 인식한 반면, 전년동기에는 8억원의 평가손실 환입이 발생해 재고평가 관련 비용 부담이 전년동기 대비 35억원 증가하였다. 이러한 일시적 비용 증가에도 영업이익은 전년동기 대비 31억원 증가하였으며, 해외 부문의 적자 축소와 비용 효율화가 전반적인 이익 체력 개선으로 이어지고 있는 것으로 판단된다.

1) 해외 부문의 구조조정

해외 부문은 중국 판매채널을 오프라인에서 온라인 중심으로 재편하며 적자 부담을 축소하고 있다. 해외영업은 2023년 30억원, 2024년 31억원, 2025년 28억원의 영업손실을 기록하며 연결 수익성을 제약해왔다. 2026년 상반기 해외 영업 매출액은 23억원으로 전년동기 29억원 대비 20.6% 감소하였으나, 영업손실은 14억원에서 11억원으로 3억원 축소되었다. 해외 매출 감소와 함께 영업손실 규모도 축소되면서 연결 실적에 미치는 적자 부담이 완화되고 있다.

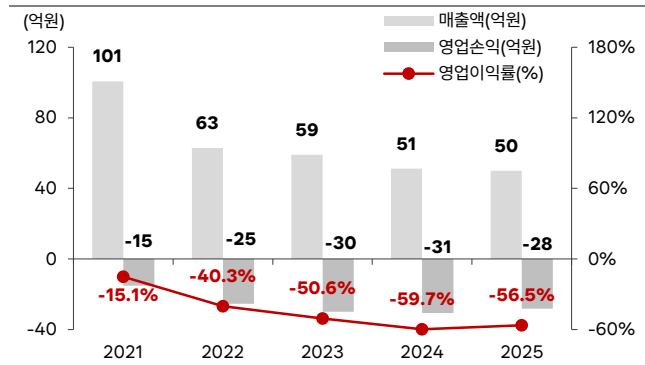
중국 판매법인인 기존 오프라인 중심의 판매망을 축소하고 2026년부터 온라인 중심으로 판매구조를 전환하고 있다. 오프라인 채널 축소에 따라 임차료와 인건비 등 판매망 운영에 수반되는 고정비 부담이 완화되면서 해외영업의 손실 규모도 감소하고 있다. 향후 온라인 채널의 매출 확대가 더해질 경우 고정비 부담이 낮아진 비용 구조를 바탕으로 해외 부문의 추가적인 손익 개선이 가능할 것으로 기대된다.

2) 인력 효율화를 통한 비용 구조 개선

인력 운영 효율화가 비용 구조 개선으로 이어지고 있다. 동사의 별도 기준 직원 수는 2023년 말 155명에서 2024년 말 146명, 2025년 말 122명, 2026년 6월 말 103명으로 감소하였다.

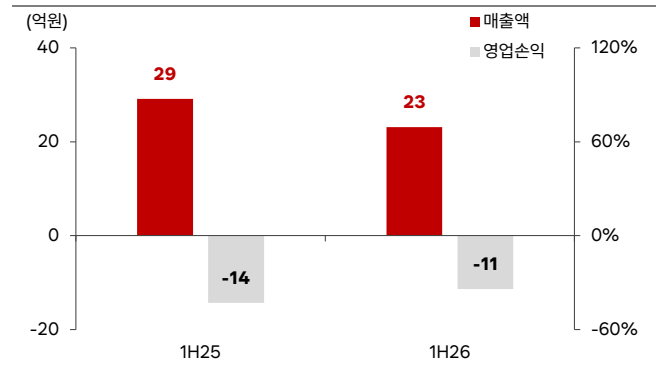
국내 부문은 매출 증가율이 비용 증가율을 상회하며 수익성이 개선되고 있다. 2026년 상반기 국내 부문(임대 포함) 매출액은 966억원(+12.3%, yoy), 영업비용은 861억원(+10.0%, yoy)을 기록하였다. 영업이익은 105억원(+36.4%, yoy)으로 증가하였으며, 영업이익률은 전년동기 8.9%에서 10.8%로 1.9%p 상승하였다. 특히 2026년 상반기에는 재고자산평가손실 27억원이 반영되었음에도 영업이익 증가율이 매출 증가율을 크게 상회하였다. 향후 매출 성장이 지속될 경우 인력 효율화를 통해 낮아진 비용 부담을 바탕으로 영업레버리지 효과가 확대될 것으로 기대된다.

해외부문 영업실적 추이(연간)



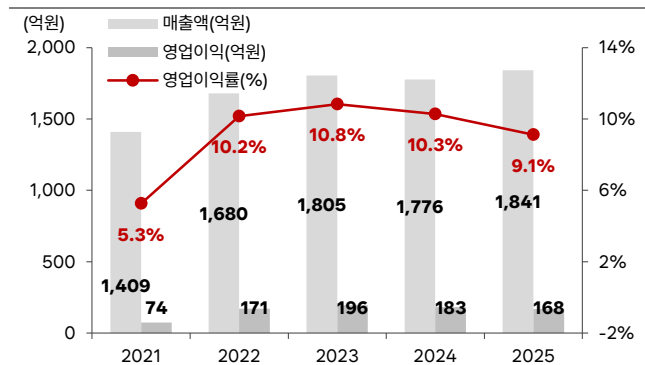
자료: 아가방컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

해외부문 영업실적 상반기 비교



자료: 아가방컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

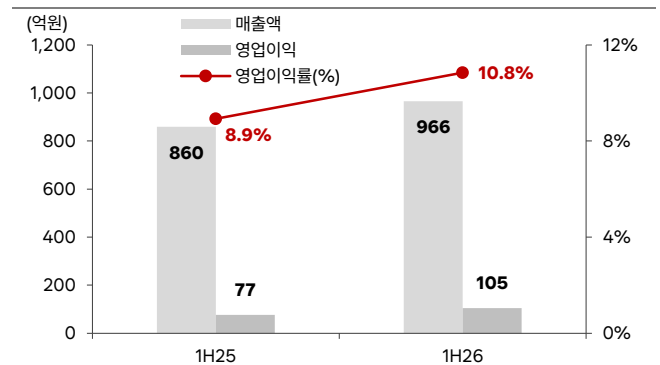
국내부문 영업실적 추이(연간)



주: 국내에 임대매출 포함

자료: 아가방컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

국내부문 영업실적 상반기 비교



주: 국내에 임대매출 포함

자료: 아가방컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

안정적인 재무구조를 바탕으로 한 자사주 매입 확대

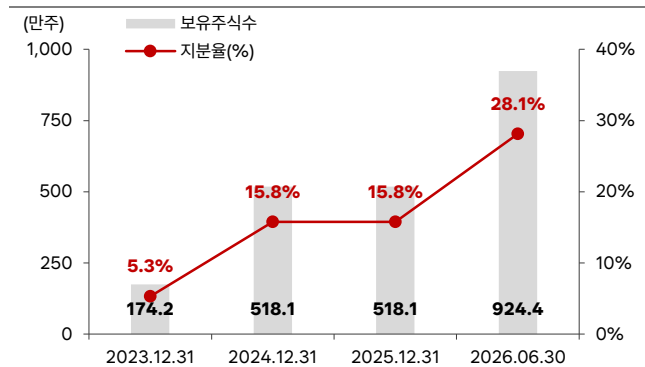
순현금 재무구조 기반 자기주식 매입 지속 확대

동사의 두 번째 투자포인트는 안정적인 재무구조를 기반으로 자기주식 매입을 확대하고 있다는 점이다. 동사는 2023년 9월 이후 총 6차례의 자기주식 취득 신탁계약을 체결하였으며, 누적 계약금액은 450억원이다. 2026년에도 1월과 5월 각각 100억원 규모의 자기주식 취득 신탁계약을 추가로 체결하였다. 이에 따라 보유 자기주식은 2023년 말 174.2만주(발행주식총수의 5.3%)에서 2024년 말 518.1만주(15.8%), 2025년 말 518.1만주(15.8%), 2026년 6월 말 924.4만주(28.1%)로 확대되었다.

자기주식 매입 확대 이후에도 재무구조는 안정적인 수준을 유지하고 있다. 동사의 부채비율은 2021년 30.6%, 2022년 28.3%, 2023년 30.1%, 2024년 33.5%, 2025년 32.0%를 기록하였으며, 2026년 6월 말에도 32.1%로 유사한 수준을 유지하였다. 2026년 6월 말 유동자산은 1,070억원, 유동부채는 375억원으로 유동비율은 285.3%이며, 현금 및현금성자산 254억원과 차입금 41억원을 감한 순현금은 213억원이다. 2026년 상반기 자기주식 취득에 200억원을 집행하면서 현금및현금성자산은 2025년 말 400억원에서 2026년 6월 말 254억원으로 감소하였으나, 자기주식 취득 이후에도 213억원의 순현금을 유지하고 있다.

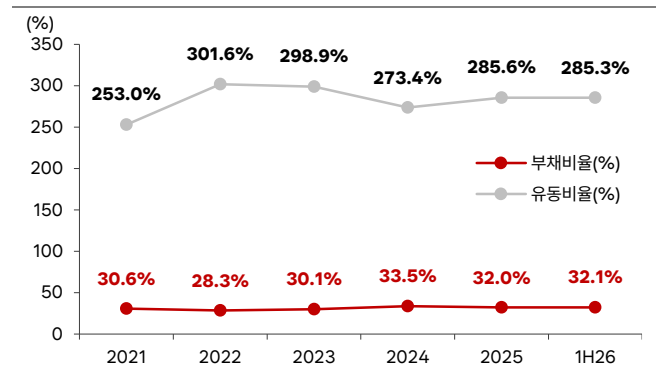
보유 자기주식의 소각은 향후 주주환원 확대와 연결될 수 있다. 2026년 3월 시행된 개정 상법에 따라 동사가 보유한 자기주식은 원칙적으로 정해진 기한 내 소각해야 하며, 동사는 2026년 반기보고서에서 보유 자기주식 924.4만주(발행주식총수의 28.1%)의 소각기한을 2027년으로 기재하였다. 다만 법에서 정한 사유에 따라 자기주식보유처분계획을 주주총회에서 승인받은 경우에는 예외적으로 보유하거나 처분할 수 있다. 동사는 보유 자기주식을 주가 안정 목적으로 계속 보유하고 있으며, 향후 시장 상황과 주주환원 정책에 따라 처리방안을 결정할 예정이다. 향후 보유 자기주식 소각이 진행되고 안정적인 재무구조를 바탕으로 배당 등 추가적인 주주환원 정책까지 구체화될 경우, 2023년 이후 확대해 온 자기주식 매입은 주주가치 제고로 이어질 것으로 기대된다.

보유 자사주 추이



자료: 아가방컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

주요 재무안정성 비율 추이



자료: 아가방컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

실적 추이 및 전망

2025년 실적 Review

2025년 전년 대비 영업실적

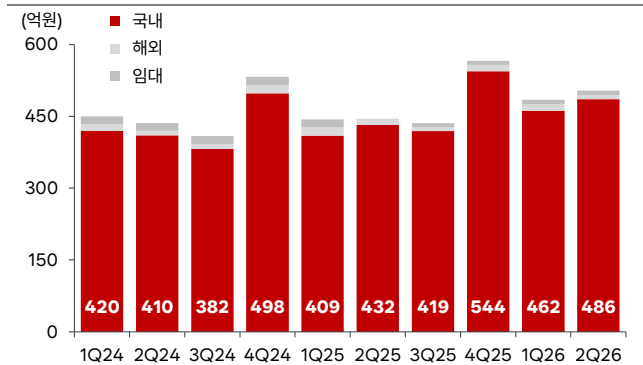
매출액 +3.5%,

영업이익 -8.0% 기록

2025년 실적은 매출액 1,891억원(+3.5%, yoy), 영업이익 140억원(-8.0%, yoy)을 기록하였다. 국내 매출액은 1,841억원(+3.6%, yoy)을 기록하였으며, 이 가운데 유아의류 및 용품 매출액은 1,805억원(+5.6%, yoy)으로 전사 매출 성장을 상회하였다. 반면 임대 등 매출액은 36억원(-46.3%, yoy), 해외영업 매출액은 50억원(-2.6%, yoy)으로 감소하며 전사 외형 성장폭을 제한하였다. 임대매출 감소는 기존 물류센터 임대공간 일부를 온라인 전용 물류 거점으로 전환한 영향으로, 임대수의 감소를 제외한 본업의 매출 증가율은 상대적으로 양호하였다.

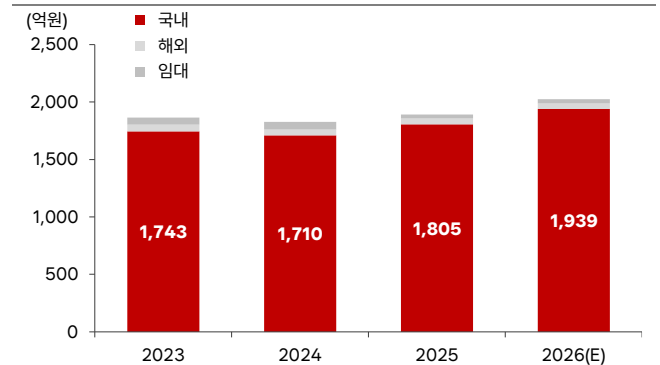
영업이익률은 7.4%(-0.9%p, yoy)로 하락하였다. 매출원가는 712억원(+7.4%, yoy)으로 매출 성장률을 상회하였으며, 판매비와관리비도 1,039억원(+2.6%, yoy)으로 증가하였다. 특히 2025년에는 재고자산평가손실 13억원이 반영된 반면 2024년에는 7억원의 환입이 발생하면서 재고 관련 손익 부담이 전년 대비 약 19억원 증가하였다. 감가상각비 및 무형자산상각비 등은 65억원(+18.6%, yoy)으로 증가한 반면, 인력 효율화가 지속되면서 종업원급여는 115억원(-12.6%, yoy)으로 감소하였다.

부문별 매출액 추이(분기)



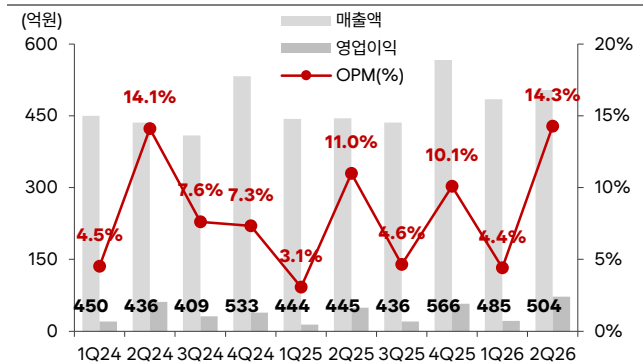
자료: 아가방컴퍼니, 한국IR협의회 기업리서치센터

부문별 매출액 추이(연간)



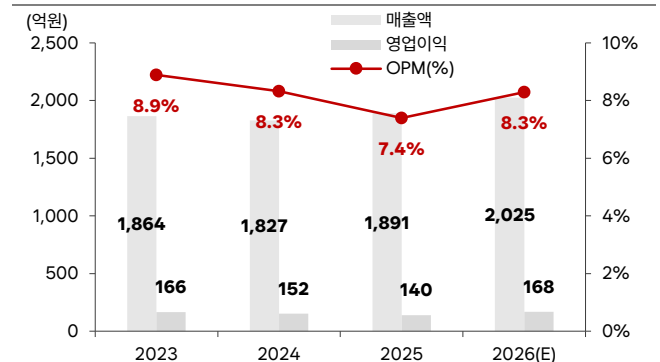
자료: 아가방컴퍼니, 한국IR협의회 기업리서치센터

영업실적 추이(분기)



자료: 아가방컴퍼니, 한국IR협의회 기업리서치센터

영업실적 추이(연간)



자료: 아가방컴퍼니, 한국IR협의회 기업리서치센터

2026년 실적 전망

국내 매출 성장과 원가 개선으로 이익률 확대 전망

2026년 2분기 실적은 매출액 504억원(+13.2%, yoy), 영업이익 72억원(+47.0%, yoy)을 기록하였다. 상반기 누적 실적은 매출액 989억원(+11.2%, yoy), 영업이익 93억원(+49.4%, yoy)을 기록하였다. 공시 사업부문 기준 국내 매출액은 948억원(+12.5%, yoy), 임대 매출액은 18억원(+2.0%, yoy)을 기록한 반면 해외 매출액은 23억원(-20.6%, yoy)으로 감소하였다. 국내 외형 성장은 기존 주력 브랜드 '아가방'의 안정적인 매출을 바탕으로 '에프와'와 프리미엄 유모차 '부가부' 판매 확대가 더해진 결과이다. 2분기 영업이익률은 14.3%(+3.3%p, yoy), 상반기 누적 영업이익률은 9.4%(+2.4%p, yoy)로 개선되었다. 상반기 국내 부문 영업이익은 95억원(+35.2%, yoy), 임대 부문 영업이익은 10억원(+49.1%, yoy)으로 증가하였다. 해외 부문은 영업손실 11억원을 기록했으나 전년동기 14억원의 영업손실 대비 적자 폭이 20.6% 축소되었다. 1분기에 장기재고 관련 재고자산평가손실을 반영한 이후 2분기에는 추가적인 대규모 평가손실이 발생하지 않았으며, 국내 매출 확대와 비용 효율화가 더해지면서 2분기 수익성이 개선되었다.

2026년 영업실적은 매출액 2,025억원(+7.1%, yoy), 영업이익 168억원(+20.1%, yoy)으로 전망한다. 국내영업 매출액은 1,976억원(+7.4%, yoy)으로 예상하며, 이 가운데 유아의류 및 용품 매출액은 1,939억원(+7.4%, yoy), 임대 등 매출액은 38억원(+5.6%, yoy)으로 추정한다. 해외영업 매출액은 중국 오프라인 사업 축소 영향을 반영해 49억원(-2.5%, yoy)으로 전망한다. '아가방'의 안정적인 매출 기반에 '에프와'와 '부가부'의 판매 확대가 더해지면서 국내 사업이 외형 성장을 견인할 것으로 예상한다. 영업이익률은 8.3%(+0.9%p, yoy)로 개선될 것으로 전망한다. 연간 매출원가는 779억원(+9.5%, yoy)으로 증가할 것으로 예상되나, 상반기에 반영된 재고자산평가손실 27억원의 영향이 포함되어 있다. 판매비와관리비는 1,078억원(+3.7%, yoy)으로 매출 증가율을 하회할 것으로 예상된다. 인력 효율화와 해외 사업 구조 조정을 통한 비용 부담 축소로 영업레버리지 효과가 나타나면서 영업이익 증가율은 매출 증가율을 상회할 것으로 전망한다.

분기 영업실적 Table

(단위: 억원)

	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26
매출액	450	436	409	533	444	445	436	566	485	504
국내	420	410	382	498	409	432	419	544	462	486
해외	14	10	10	17	17	12	8	13	14	9
임대	16	16	17	17	17	1	9	9	9	10
영업이익	20	61	31	39	14	49	20	57	21	72
OPM(%)	4.5%	14.1%	7.6%	7.3%	3.1%	11.0%	4.6%	10.1%	4.4%	14.3%

자료: 아가방컴퍼니, 한국IR협의회 기업리서치센터

연간 영업실적 Table

(단위: 억원)

	2023	2024	2025	2026(E)
매출액	1,864	1,827	1,891	2,025
국내	1,743	1,710	1,805	1,939
해외	59	51	50	49
임대	62	66	36	38
영업이익	166	152	140	168
OPM(%)	8.9%	8.3%	7.4%	8.3%

자료: 아가방컴퍼니, 한국IR협의회 기업리서치센터

Valuation

Historical Valuation 추이

현재 동사 주가는

PER 9.2x, PBR 0.9x로

과거 Band 하단에 위치

아가방컴퍼니의 주가는 2022년 이후 PER Band 7.0x~24.0x, PBR Band 0.5x~1.6x 수준에서 형성되었다. 2026년 추정 실적 기준 현재 동사 주가는 PER 9.2x, PBR 0.9x로 PER은 Band 하단, PBR은 Band 중단 수준에 위치하고 있다.

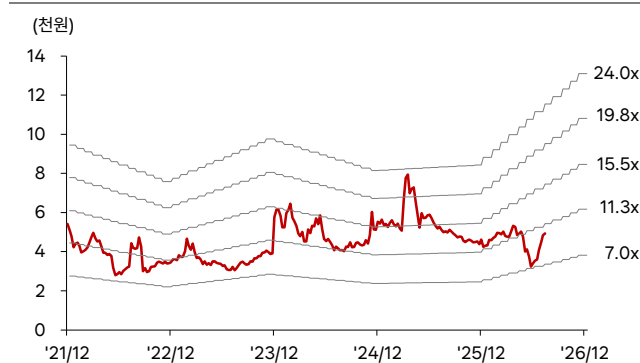
동사 주가는 2022년 이후 저출산 정책 발표와 관련 기대가 반영되는 시기에 높은 변동성을 나타냈다. 2021년 말 5,190원이었던 주가는 2022년 코스닥지수 하락과 함께 연중 2,620원까지 낮아졌다. 8월 서울시의 '엄마아빠 행복 프로젝트'와 9월 정부의 저출산 정책 개편 기대가 반영되며 4,675원까지 반등했으나, 연말에는 3,410원으로 마감하였다. 2023년에도 저출산 정책 관련 뉴스에 따라 주가 변동이 이어졌으며, 연말 종가는 3,915원으로 전년 말 대비 14.8% 상승하였다.

2024년에는 정부의 출산·육아 지원 확대와 저출산 대책 기대로 1월 장중 7,180원까지 상승하였으나, 4월 말에는 4,520원 수준까지 조정되었다. 하반기에는 8월과 10월, 11월 각각 50억원 규모의 자기주식 취득 신탁계약을 체결했으며, 연말 주가는 4,490원을 기록하였다.

2025년에는 조기 대선 국면에서 저출산 정책 기대가 확대되며 4월 22일 장중 9,300원까지 상승해 2022년 이후 최고 수준을 기록하였다. 이후 정책 기대가 약화되면서 주가는 조정되었고, 연말에는 3,780원 수준까지 하락하였다.

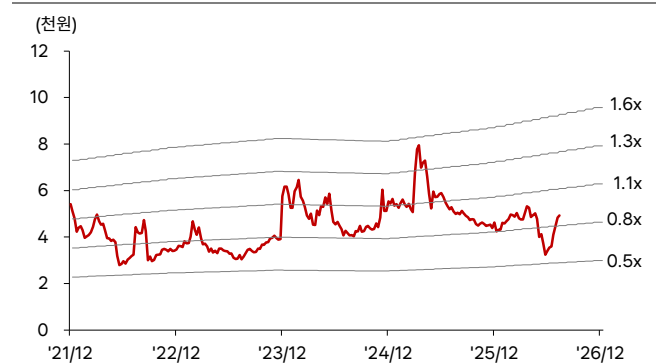
2026년에는 실적 개선과 자기주식 매입, 최대주주의 지분 확대가 진행되고 있다. 상반기 누적 실적은 매출액 989억원(+11.2%, yoy), 영업이익 93억원(+49.4%, yoy)을 기록하였다. 동사는 1월과 5월 각각 100억원 규모의 자기주식 취득 신탁계약을 체결하였으며, 최대주주 LANCY KOREA의 지분율도 2026년 8월 18일 기준 31.86%까지 확대되었다. 현재 주가는 4,700원 수준으로 2025년 고점 대비 낮은 수준이며, 향후 안정적인 실적 성장과 자기주식 소각·배당 등 주주환원 확대가 구체화될 경우 주가 회복의 모멘텀으로 작용할 것으로 판단한다.

PER Band



자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

PBR Band



자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

PEER 그룹 Valuation 비교

PEER 평균을 상회하는 수익성이 반영된 PBR 밸류에이션

아가방컴퍼니의 PEER 그룹으로는 영유아·아동 소비시장과 관련된 사업을 영위하는 제로투세븐, 꿈비, 에르코스, 메디앙스, 토박스코리아, 뉴키즈온을 선정하였다. 다만 PEER 기업 대부분에 대한 2026년 실적 컨센서스가 부재하고 일부 기업은 적자를 기록하고 있어 PER을 활용한 직접적인 밸류에이션 비교에는 한계가 있다. 이에 따라 최근 실적을 반영할 수 있는 2026년 2분기 기준 PBR·ROE를 중심으로 비교하였다.

2026년 2분기 기준 PEER 그룹의 평균 밸류에이션은 PBR 0.6x(ROE -1.3%)이며, 동사는 PBR 0.9x(ROE 11.9%)로 PEER 그룹 대비 높은 PBR을 적용받고 있다. 다만 동사의 수익성 지표도 PEER 그룹 대비 높은 수준이다. TTM 기준 동사의 영업이익률은 8.6%로 제로투세븐 4.0%, 꿈비 -3.5%, 에르코스 -3.4%, 메디앙스 -3.4%, 토박스코리아 3.4%, 뉴키즈온 1.8%를 모두 상회하였으며, 2026년 2분기 ROE도 11.9%로 PEER 그룹 평균 -1.3%를 13.2%p 상회한다. 동사의 높은 PBR에는 이러한 이익 창출력과 수익성 격차가 반영된 것으로 판단된다.

PEER 그룹 실적 및 Valuation Table

(단위: 원, 억원, 배, %)

		아가방컴퍼니	제로투세븐	꿈비	에르코스	메디앙스	토박스코리아	뉴키즈온	평균
코드		A013990	A159580	A407400	A435570	A014100	A215480	A462310	
현재 주가 (08/18)		4,670	2,245	1,968	6,900	1,763	2,090	3,940	
시가총액		1,536	450	288	526	208	224	311	
매출액	2023	1,864	694	289	330	660	486	459	
	2024	1,827	669	395	365	490	442	504	
	2025	1,891	710	864	356	488	397	490	
	2026F	2,025	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
영업이익	2023	166	23	-26	31	-13	29	26	
	2024	152	15	4	32	-88	17	45	
	2025	140	25	-42	3	-11	0	7	
	2026F	168	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
영업이익률	2023	8.9	3.3	-9.1	9.3	-2.0	6.1	5.7	
	2024	8.3	2.3	1.0	8.9	-18.0	3.9	9.0	
	2025	7.4	3.5	-4.9	0.8	-2.3	0.0	1.5	
	TTM	8.6	4.0	-3.5	-3.4	-3.4	3.4	1.8	-0.2
	2026F	8.3	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
순이익	2023	134	10	-23	4	70	24	15	
	2024	112	5	-27	9	-138	-5	22	
	2025	116	35	-86	-62	-60	-12	-40	
	2026F	178	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
EPS 성장률	2023	28.7	-76.7	적전	-93.1	흑전	-37.8	흑전	
	2024	-16.6	-47.9	적지	107.7	적전	적전	47.9	
	2025	3.5	588.0	적지	적전	적지	적지	적전	
	2026F	54.4	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
PER	2023	9.6	132.8	N/A	N/A	5.5	15.5	N/A	
	2024	15.1	217.5	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	2025	12.8	23.1	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
	TTM	7.4	10.0	N/A	N/A	N/A	935.3	N/A	
	2026F	9.2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
PBR	2023	0.8	1.6	3.9	N/A	0.4	1.1	N/A	
	2024	1.0	1.4	2.9	N/A	0.4	0.8	N/A	
	2025	0.8	1.0	1.5	2.1	0.3	0.6	1.0	
	2Q26	0.9	0.5	0.6	0.9	0.3	0.7	0.7	0.6
	2026F	0.9	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
ROE	2023	8.1	1.2	-10.4	1.5	8.3	7.6	8.6	
	2024	6.6	0.6	-7.7	2.7	-17.2	-1.5	8.3	
	2025	6.7	4.2	-21.3	-13.4	-8.5	-3.8	-10.3	
	2Q26	11.9	5.4	-9.2	-3.0	-0.8	0.1	-0.2	-1.3
	2026F	10.0	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
PSR	2023	0.7	1.8	4.6	N/A	0.6	0.8	N/A	
	2024	0.9	1.6	2.6	N/A	0.6	0.6	N/A	
	2025	0.8	1.1	0.8	3.1	0.4	0.5	0.9	
	TTM	0.8	0.6	0.2	1.4	0.4	0.5	0.6	0.6
	2026F	0.8	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	

주1) 아가방컴퍼니의 미래전망치는 당사 전망치, 2) 시가총액과 주가는 8월 18일 종가 기준, 3) TTM은 2025년 3분기~2026년 2분기 기준

자료: FnGuide, 한국IR협회의 기업리서치센터

리스크 요인

브랜드 포트폴리오 확대 및 관련 불확실성 존재

동사는 브랜드 포트폴리오를 지속적으로 확대해왔으나, 일부 브랜드는 기대한 판매 성과를 확보하지 못해 운영이 중단된 상황이다. 과거 '디어베이비', '이야이야오', '타이니플렉스' 등 유아동복 브랜드를 출시하며 제품군과 타겟 고객층을 확대하였으나, 해당 브랜드들은 현재 사업을 종료하였다. 현재도 '아가방', '에프와'를 중심으로 '디즈니베이비', '퓨토' 등 다수의 브랜드를 운영하고 있다. 과거 일부 브랜드의 운영이 중단된 이력을 감안하면 향후 브랜드·제품 포트폴리오 확대 과정에서도 소비자 수요 확보와 판매 규모 확대 여부에 따라 성과가 달라질 가능성이 존재한다.

다만 동사는 '아가방'과 '에프와' 등 장기간 안정적인 판매 기반을 확보한 주력 브랜드와 전국 단위의 오프라인 유통망을 보유하고 있다. 새롭게 출시하는 브랜드와 제품은 기존 유통망에서 우선 판매해 소비자 반응과 판매 성과를 확인한 뒤 판매 채널과 제품군을 확대할 수 있다. 기존 판매망을 활용해 초기 시장 반응을 확인할 수 있다는 점에서 브랜드 포트폴리오 확장 과정의 유통망 구축과 판매 확대에 따른 비용 부담은 상대적으로 제한적인 것으로 판단된다.

포괄손익계산서

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
매출액	1,743	1,864	1,827	1,891	2,025
증가율(%)	15.5	6.9	-2.0	3.5	7.1
매출원가	683	707	663	712	779
매출원가율(%)	39.2	37.9	36.3	37.7	38.5
매출총이익	1,061	1,157	1,165	1,179	1,246
매출이익률(%)	60.8	62.1	63.7	62.4	61.5
판매관리비	915	991	1,013	1,039	1,078
판매비율(%)	52.5	53.2	55.4	54.9	53.2
EBITDA	188	214	207	205	233
EBITDA 이익률(%)	10.8	11.5	11.3	10.8	11.5
증가율(%)	90.3	13.8	-3.6	-1.0	13.7
영업이익	145	166	152	140	168
영업이익률(%)	8.3	8.9	8.3	7.4	8.3
증가율(%)	146.0	14.1	-8.3	-8.0	20.1
영업외손익	3	5	-1	13	56
금융수익	7	14	17	30	74
금융비용	6	6	11	16	17
기타영업외손익	1	-2	-7	-1	-1
종속/관계기업관련손익	0	0	0	0	0
세전계속사업이익	149	171	151	153	224
증가율(%)	156.2	15.2	-11.7	1.3	46.3
법인세비용	50	44	49	47	49
계속사업이익	99	127	102	106	175
중단사업이익	0	0	0	0	0
당기순이익	99	127	102	106	175
당기순이익률(%)	5.7	6.8	5.6	5.6	8.6
증가율(%)	-24.5	28.8	-19.7	4.4	64.4
지배주주지분 순이익	104	134	112	116	178

현금흐름표

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
영업활동으로인한현금흐름	74	221	136	134	90
당기순이익	99	127	102	106	175
유형자산 상각비	43	48	54	63	63
무형자산 상각비	0	1	1	2	2
외환손익	1	0	1	0	0
운전자본의감소(증가)	-51	29	-33	-62	-103
기타	-18	16	11	25	-47
투자활동으로인한현금흐름	-37	-152	-20	-56	-108
투자자산의 감소(증가)	-10	-46	-33	-7	-43
유형자산의 감소	1	2	0	0	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-36	-39	-51	-47	-58
기타	8	-69	64	-2	-7
재무활동으로인한현금흐름	-15	-60	-141	-2	-78
차입금의 증가(감소)	-30	0	12	24	122
사채의증가(감소)	0	0	0	0	0
자본의 증가	32	19	13	0	0
배당금	0	0	0	0	0
기타	-17	-79	-166	-26	-200
기타현금흐름	0	1	3	0	-6
현금의증가(감소)	22	10	-22	77	-102
기초현금	313	335	345	323	400
기말현금	335	345	323	400	298

재무상태표

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
유동자산	1,079	1,176	1,154	1,228	1,137
현금성자산	335	345	323	400	298
단기투자자산	6	77	23	5	65
매출채권	173	175	158	130	138
재고자산	513	537	606	644	618
기타유동자산	52	42	44	49	17
비유동자산	1,005	1,042	1,083	1,129	1,164
유형자산	379	376	392	463	458
무형자산	8	9	10	13	13
투자자산	43	85	107	138	181
기타비유동자산	575	572	574	515	512
자산총계	2,084	2,218	2,238	2,357	2,301
유동부채	358	393	422	430	379
단기차입금	0	0	12	37	39
매입채무	99	109	111	106	104
기타유동부채	259	284	299	287	236
비유동부채	102	120	140	141	161
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	0	0	0	0	0
기타비유동부채	102	120	140	141	161
부채총계	459	513	562	571	540
지배주주지분	1,614	1,694	1,668	1,788	1,766
자본금	164	164	164	164	164
자본잉여금	433	445	453	453	453
자본조정 등	0	-64	-213	-213	-413
기타포괄이익누계액	-25	-24	-19	-18	-18
이익잉여금	1,042	1,172	1,283	1,401	1,580
자본총계	1,624	1,705	1,676	1,786	1,760

주요투자지표

	2022	2023	2024	2025	2026F
P/E(배)	10.8	9.6	15.1	12.8	9.2
P/B(배)	0.7	0.8	1.0	0.8	0.9
P/S(배)	0.6	0.7	0.9	0.8	0.8
EV/EBITDA(배)	4.8	4.6	7.1	5.9	6.6
배당수익률(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
EPS(원)	316	407	339	351	542
BPS(원)	4,909	5,151	5,072	5,435	5,370
SPS(원)	5,300	5,668	5,557	5,749	6,157
DPS(원)	0	0	0	0	0
수익성(%)					
ROE	6.7	8.1	6.6	6.7	10.0
ROA	4.9	5.9	4.6	4.6	7.5
ROIC	16.3	15.2	12.7	10.7	11.9
안정성(%)					
유동비율	301.6	298.9	273.4	285.6	299.7
부채비율	28.3	30.1	33.5	32.0	30.7
순차입금비율	-13.5	-18.2	-13.2	-14.3	-5.3
이자보상배율	58.3	72.1	52.6	42.4	33.2
활동성(%)					
총자산회전율	0.9	0.9	0.8	0.8	0.9
매출채권회전율	10.5	10.7	11.0	13.1	15.1
재고자산회전율	3.7	3.6	3.2	3.0	3.2

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정 여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자주의 환기 등을 통해 불공정거래를 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
아가방컴퍼니	○	X	X

2026년 7월 24일 기준 매매관여과다종목으로 지정된 바 있음

발간 History

발간일	제목
2026.08.20	아가방컴퍼니-영업실적 개선과 확대되는 자사주 매입

Compliance notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국IR협의회 산하 독립 (리서치) 조직인 기업리서치센터가 작성한 기업분석 보고서입니다. 본 자료는 투자자들에게 국내 상장기업에 대한 양질의 투자정보 제공 및 건전한 투자문화 정착을 위해 무상으로 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 중 소형 기업 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 발생될 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다.
- 본 조사자료는 투자 참고 자료로만 활용하시기 바라며, 어떠한 경우에도 투자자의 투자 결과에 대한 법적 책임 소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.
- 본 조사자료의 지적재산권은 당사에 있으므로, 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.
- 본 자료는 텔레그램에서 "한국IR협의회(<https://t.me/krirsofficial>)" 채널을 추가하시어 보고서 발간 소식을 안내받으실 수 있습니다.
- 한국IR협의회가 운영하는 유튜브 채널 'IRTV'에서 1) 애널리스트가 직접 취재한 기업탐방으로 CEO인터뷰 등이 있는 '小中한탐방'과 2) 기업보고서 심층해설방송인 '小中한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.