KT&G (033780)

3Q25 Review & 2026 Capital Markets Day

음식료/유통
Analyst 김정욱
6414@meritz.co.kr
RA 황홍진
hongjin.hwang@meritz.co.kr

Meritz Research 2026. 11. 5

3Q26 연결 기준 매출액 1조 9,052억원(+4.3% YoY), 영업이익 5,301억원(+13.9% YoY)으로 컨센서스 5,078억원 대비 4.4% 상회. 담배 부문이 전체 성장을 견인하며 매출 +6.0%, 영업이익 +14.4%, OPM 32.6%로 분기 최고치 달성, 해외궐련은 10개 분기 연속 수량·매출·영업이익이 동반 성장. 증익 기여는 제품 믹스 개선과 프라이싱 효과 +237억원, 해외궐련·NGP 스틱 수량 증가 +128억원, 원가 등 비용 개선 +97억원, 환율 효과 +75억원으로 담배 부문에서만 +537억원 발생, 건기식 +87억원, 부동산 +41억원이 더해짐. 다만 순이익은 환율 변동 폭 차이에 기인한 외화자산 평가이익 감소 등으로 1,042억원(-75.1%)에 그침. EBITDA는 6,062억원(+12.2%), EBITDA 마진 31.8%.

실적 발표에 이어 개최된 캐피털 마켓 데이에서 신규 가치 창출 전략 'COMPOUND 2030' 발표. Key Point는 2030년까지 해외궐련 사업의 매출/이익 두 자리 수 성장 지속과 해외매출 비중 70% 달성, 원가절감 5,500억원으로 전사영업이익 mid-high single 성장세 지속. 주주환원은 2030년까지 향후 4년간 5조원+ α (특별주주환원) 제시, 배당성향은 75%로 확대, 자사주매입소각은 1.2조원 연중상시매입으로 진행, 26년 주당배당금은 8,000원으로 전년비 33% 증가

담배 부문

담배 부문 매출 +6.0% YoY, 영업이익은 매출 성장과 원가 개선 효과로 +14.4% 증가하며 분기 최대 매출과 이익 달성, 글로벌 판매 비중은 해외궐련 중심 수량 성장으로 64.8%까지 확대. 해외궐련은 수량 195.7억 개비(+6.2%), 매출 5,790억원(+10.5%) 등 모두 역대 최대 분기 실적 경신, 원가 개선 효과가 더해지며 영업이익이 +21.9%로 매출 성장률을 크게 상회, 10개 분기 연속 성장 지속. 국내궐련은 전년 동기 추석 연휴에 따른 선수요가 기저로 작용하며 총수요가 -5.4% 감소한 가운데 수량 101.2억 개비(-5.3%), 매출 4,297억원(-3.8%). 점유율 확대와 고단가 면세 채널 기여 확대로 매출 감소 폭 완화. NGP는 국내 스틱 수량이 +6.8% 증가한 가운데 고단가 릴 에이블 전용 스틱 비중 확대로 제품 믹스가 개선되며 시장 점유율 49.1% 달성, 9/15 예열 시간 3초를 구현한 릴 토니노 람보르기니를 출시해 11월 중 전국으로 판매를 확대할 계획. 해외 NGP는 러시아 등 주요 시장의 스틱·디바이스 신제품 출시 효과 이어지며 빅마켓 중심으로 수량·매출·이익 모두 증가

건기식/부동산 부문

건기식 부문 매출 +1.5% YoY, 영업이익 +61.3% YoY. 국내 가정의 달 프로모션, 고유가 피해 지원금에 따른 시장 활성화, 개별 브랜드 캠페인 효과로 전채널 판매 확대되며 매출 +7.8% 성장. 온라인 등 고수익 채널 비중 확대와 원가율 개선이 수익성 강화를 견인. 해외는 중국 내 유통 재고 조정 영향으로 매출 감소. 글로벌 뉴트리션은 B2C와 원료 B2B를 동시에 육성하는 방향, 알트리아 협업 음료 사업은 6월부터 미국 테스트 마켓을 진행 중이며 4분기까지 에너지드링크 등 5개 제품 테스트를 완료한 후 본격 출시 추진. 원료 B2B는 중국 스타벅스에 홍삼 원료를 공급해 신규 에너지드링크를 출시하며 레퍼런스 확보, 국내에서는 정관장 브랜드 자산을 활용해 주요 F&B 기업 및 유통 채널에 원료 공급, 콜라보와 PB 상품으로 사업 영역 확대. 부동산 부문 안양/미아/동대전 개발사업 공정률 상승에 따른 매출 인식액 증가, 매출 +10.2%, 영업이익 +15.8%

표1 KT&G 연결 기준 분기 및 연간 실적 추이

(억원, %)	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25P	2024	2025P	2026E	2027E
매출액	12,923	14,238	16,363	15,564	14,911	15,479	18,269	17,137	59,088	65,796	68,279	71,557
(yoy %)	*-7.4*	*6.6*	*-3.1*	*7.3*	*15.4*	*8.7*	*11.6*	*10.1*	*0.6*	*11.4*	*3.8*	*4.8*
영업이익	2,366	3,220	4,177	2,085	2,856	3,499	4,653	2,488	11,848	13,496	14,427	15,455
(yoy %)	*-25.3*	*30.8*	*2.7*	*5.0*	*20.7*	*8.7*	*11.4*	*19.3*	*1.4*	*13.9*	*6.9*	*7.1*
당기순이익	2,856	3,128	2,415	3,017	2,579	1,435	4,187	2,742	11,416	10,944	11,836	12,615
(yoy %)	*4.1*	*54.9*	*-27.5*	*157.6*	*-9.7*	*-54.1*	*73.4*	*-9.1*	*23.2*	*-4.1*	*8.2*	*6.6*

자료: KT&G, 메리츠증권 리서치센터

2026 Capital Markets Day

2026 캐피털 마켓 데이에서 신규 가치 창출 전략 'COMPOUND 2030' 발표. 이익 성장을 주당 가치로 전환하고, 가치를 지속적으로 쌓아가는 것으로, 성장 전략(Growth Algorithm)과 자본 배분·주주환원 전략(Value Algorithm)을 연결.

2026그룹 매출은 역대 최대인 7조원, 영업이익은 1조 5,000억원으로 2023년 대비 약 28% 성장할 전망, 2021년 14%였던 부동산 매출 비중이 8%까지 낮아지고 본업이 채우면서 매출보다 이익이 더 빠르게 성장하는 구조로 전환. 해외담배 매출 비중 50% 이상, 해외 생산능력 2배 이상 확대, NGP 매출 연평균 15% 이상 성장 달성, 3년 평균 총주주환원율 100%, 2023년 말 대비 발행주식수 24% 감소 기록

'COMPOUND 2030'의 Key Point는 2030년까지 해외궐련 사업의 매출/이익 두 자리 수 성장 지속과 해외매출 비중 70% 달성, 원가절감 5,500억원으로 전사영업이익 mid-high single 성장세 지속. 주주환원은 2030년까지 향후 4년간 5조원+ α (특별주주환원) 제시, 배당성향은 75%로 확대, 자사주매입소각은 1.2조원 연중상시매입으로 진행, 26년 주당배당금은 8,000원으로 전년비 33% 증가

Growth Algorithm

1) 해외궐련 - 핵심 이익·현금 창출원. 첫 번째 동력은 가격과 제품 믹스 개선으로, 초슬림·캡슐·가향 등 다양해지는 세그먼트에서 에쎄의 브랜드 파워를 더 높은 가격과 제품 가치로 전환할 계획, 주요 시장에서 경쟁 제품 대비 가격 상승 여력 보유, 이미 인도네시아 캡슐 신제품을 통해 프리미엄 믹스 개선 가능성을 입증. 두 번째는 판매량 확대, 5 년간 해외궐련 매출 성장의 절반 이상을 14 개 법인 사업 시장이 견인, 현재 50% 유통 커버리지를 2030 년까지 70%로 확대, 30 개국이 넘는 신규 시장에 진출해 5,000 억 개비 잠재 시장 공략. 세 번째 수익성 연결, 법인 사업은 현지 유통망과 가격·제품 전략에 대한 통제력을 높이고 가치사슬에서 더 많은 이익을 확보하는 모델인 만큼 2030 년 매출을 2026 년 대비 50% 이상 확대, 해외 생산 비중 70% 이상으로 4 년 누적 5,500 억원 원가 절감. 2030 년까지 해외궐련 매출과 이익 모두 연평균 두 자릿수 성장 달성한다는 목표

2) NGP — 제 2 의 성장축. 핵심 경쟁력은 변화하는 소비자 수요를 앞서 읽는 기술 혁신 역량으로, 핵심 기술에 집중한 효율적 R&D 로 약 9,500 건의 누적 특허 출원, 솔리드·하이브리드·에이블에 이어 4 세대 릴 토니노 람보르기니까지 플랫폼 진화. 신제품은 마이크로웨이브 기술을 적용해 예열 시간을 3 초로 단축. 시장이 성숙할수록 가격·성능·디자인에 걸쳐 소비자 요구가 세분화되는 만큼 서로 다른 특성의 플랫폼을 지속 출시하는 멀티 플랫폼 전략이 강력한 경쟁력, 2026 년 국내 HNB 시장 점유율은 약 50% 전망. 검증된 전략을 글로벌로 확장해 파트너십과 직접 진출 투트랙 전개, 기존 유통망을 갖춘 카자흐스탄, 인도네시아, 대만 등 법인 사업국을 시작으로 현지 반응을 확인하며 유럽 등 주요 시장으로 확대

2030년까지 15개국 이상에서 멀티 플랫폼 전략을 전개해 HNB 글로벌Top2 목표. 니코틴 파우치는 차별화된 제품 개발력과 IP 경쟁력, 스웨덴 생산 인프라, 글로벌 공급망 운영 역량을 기반으로 2028 년까지 제품 포트폴리오를 완성하고 생산능력을 확대. 북유럽 3 개국 기존 사업 강화를 시작으로 영국·UAE·남아공·한국·일본 등 권역별 핵심 국가에 진입한 뒤 인접 시장으로 확장하며, 세계 최대 시장인 미국 진출과 상업화도 중장기 핵심 과제. 2030 년까지 약 70 개국 진출, 글로벌 점유율 5% 이상으로 글로벌 Top5 목표

3) 건강기능식품 — 기업가치 멀티플 제고. 지난 몇 년간 외형보다 수익 구조 개선에 집중해 온라인 판매 비중을 늘리고 제품 포트폴리오와 생산·재고 운영을 효율화한 결과 2022 년 약 6%였던 영업이익률이 2026 년 약 10%로 올라설 전망. 체질 개선을 마친 만큼 이제는 수익성 회복을 넘어 글로벌 성장으로 전환하며, 정관장의 브랜드 경쟁력과 차별화된 홍삼 원료를 기반으로 기존 B2C 사업에 원료 B2B 라는 새로운 성장축을 추가. 이미 글로벌 선도 F&B·뷰티 기업들과 기술 검토 및 제품 적용 평가를 진행 중이며 이를 공동 개발과 상업적 협력으로 발전시킬 계획. 핵심은 선순환 구조로, B2B 협력으로 홍삼의 글로벌 인지도와 활용 저변을 넓히고 B2C 에서는 핵심 채널별 현지화 제형을 출시해 브랜드 경쟁력과 판매 성장으로 연결, 2030 년 해외 매출 비중을 30% 이상으로 끌어올린다는 목표

세 가지 성장 엔진의 성과는 두 가지 변화로 귀결. 1) 지속적인 이익 성장, 해외궐련의 수익 구조 개선과 NGP 사업 확대를 바탕으로 2026 년~ 2030 년까지 그룹 영업이익 연평균 7~9% 성장. 2) 사업 포트폴리오 전환, 2030 년 궐련 사업의 해외 매출 비중을 70% 이상으로, 담배 사업 내 NGP 매출 비중과 건기식 사업의 해외 매출 비중을 모두 30% 이상으로 높일 방침. 아울러 기존 글로벌 파트너십의 가치를 극대화함과 동시에 전략적 제휴의 대상과 영역도 적극 확대

Growth Algorithm

1) 사업에서 창출한 현금은 주주환원을 최우선으로 하며 필요한 경상 투자를 충당한 후 남는 핵심 현금흐름, 즉 코어 캐시플로우는 전액 주주에게 환원해 기본 주주환원의 예측 가능성과 지속성을 제고. 2) 신규 성장 투자는 엄격한 투자 규율에 따라 선별하며 사업 전략에 부합하고 자본비용을 상회하는 수익성과 주당 가치 제고가 검증된 기회에만 집행. 3) 추가적인 특별 환원은 해당 시점의 주주가치를 고려해 탄력적으로 검토하되 내재가치와 글로벌 피어 대비 주가의 적정 수준을 종합 판단하고 필요 시 자산 유동화와 레버리지 활용도 고려

기본 주주환원 정책은 규모와 구조 모두 한 단계 도약. 배당은 2030 년까지 배당성향을 75% 이상으로 높여 글로벌 피어 수준의 배당 정책 실현, 배당 확대와 병행해 향후 4 년간 누적 1 조 2,000 억원의 자사주 매입·소각을 추진하고 연중 상시 매입 체계로 전환. 자사주 소각은 현재 기준 약 6% 수준의 주식 수 감소 효과가 예상되며 실제 규모는 향후 매입 가격에 따라 변동 가능. 이에 따라 지난 4 년간 약 4 조원이었던 기본 주주환원을 향후 4 년간 5 조원으로 25% 확대, 과거 특별 환원 포함 총 4 조 4,000 억원을 앞으로는 기본 주주환원만으로 상회할 계획. 단순한 규모 확대가 아니라 보다 안정적이고 예측 가능한 구조로 발전

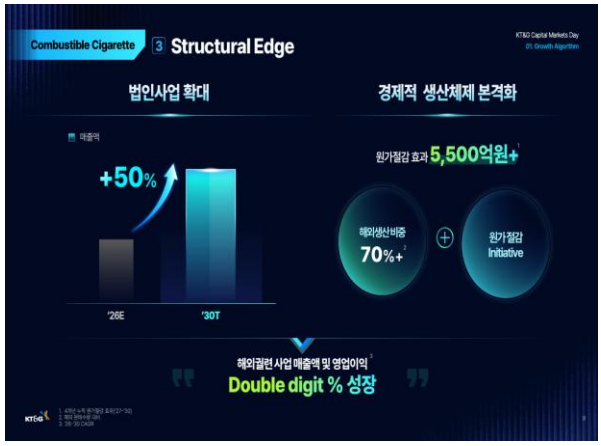
구체적 실행안으로 2026 년 주당 배당금을 전년 대비 33% 증가한 8,000 원으로 확대. 글로벌 피어 수준의 배당 정책을 향한 첫걸음이자 주주환원에 대한 의지를 보여주는 조치로, 2030 년까지 배당성향 75% 이상 달성과 향후 4 년간 총 5 조원의 기본 주주환원 실행을 함께 제시. 아울러 주가 적정 수준 등을 고려해 주주가치 제고 기회가 있다고 판단되면 추가 특별 환원도 유연하게 검토할 방침. 배당은 현금으로 가치를 환원하고 자사주 소각은 주식 수를 줄여 주당 가치를 높이는 방식으로, 두 가지를 특별 환원이 아닌 기본 환원 정책으로 지속

그림1 Shift to Profit



자료: KT&G

그림2 Structural Edge



자료: KT&G

그림3 What to Expect by 2030



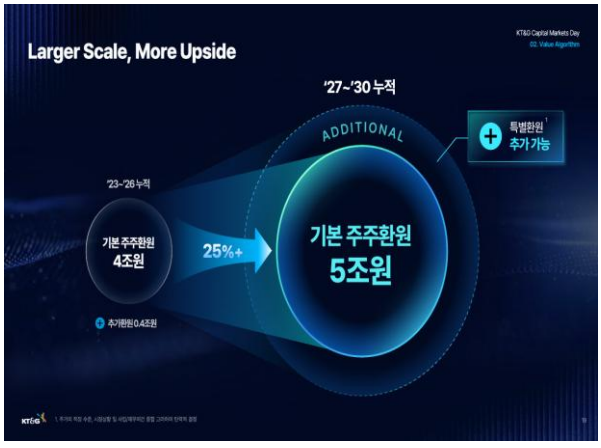
자료: KT&G

그림4 Improved Regular Shareholer Return



자료: KT&G

그림5 Larger Scale, More Upside



자료: KT&G

그림6 Compounding Value 2030



자료: KT&G

KT&G 3Q26 Conference Call Q&A

(KT&G 컨퍼런스콜 참고)

Q1 **3분기 실적에서 가장 의미 있게 본 부분**

A1 3분기 역시 담배 사업 부문이 전체 성장을 이끌었으며, 지난 3년간 본업 경쟁력 강화를 추진하면서 사업을 하는 힘을 제대로 키웠다는 점을 확인. 해외궐련은 10개 분기 연속 판매량·매출·영업이익이 동반 성장했는데, 2년이 넘는 기간 동안 물량을 늘리면서 매출과 이익을 함께 키워온 것은 사업 전략과 실행이 옳았음을 보여주는 결과. 국내 HNB 사업도 혁신적인 신규 플랫폼을 지속 출시하며 1위를 유지하고 2위와의 점유율 격차를 더 벌리고 있어 멀티 플랫폼 전략이 경쟁 우위 강화에 유효했다고 판단. 해외궐련과 국내 HNB 모두에서 경쟁력을 확인했다는 점이 이번 분기 실적의 가장 큰 의미

Q2 **본업 경쟁력 강화의 핵심**

A2 가장 중요한 것은 현지 완결형 사업 구조를 완성하는 것. SCM부터 원료 생산, 유통까지 모든 밸류체인이 현지에서 이루어져야 사업 대응력과 수익성 등 모든 면에서 경쟁력이 생김. 이를 위해 해외 직접 사업 역량을 높여 법인 사업을 강화했고, 동시에 비용이 들더라도 생산 기반을 갖춰야 했기에 2.4조원 규모의 CAPEX 투자를 진행하고 글로벌 5각 생산 체제를 완성해 경제적 생산이 가능해짐. 핵심 기반을 갖춘 만큼 앞으로는 그 역량을 실제 이익과 현금 창출로 연결하는 데 집중할 계획

Q3 **성숙한 글로벌 궐련 시장에서 두 자릿수 성장이 가능한 근거**

A3 글로벌 궐련 시장이 성숙한 것은 맞으나 규모가 크고 아직 닿지 않은 곳이 많이 남아 있다는 점이 핵심. 이미 신시장을 개척하고 법인 사업을 확대하며 성장 기회를 실제 성과로 연결하는 역량을 증명해옴. 앞으로는 기존 진출 국가의 유통 커버리지를 넓히고 에쎄와 같은 경쟁력 있는 브랜드를 통해 가격 인상과 프리미엄 제품 비중 확대를 이어갈 계획이며, 여기에 새롭게 갖춘 현지 생산 기반의 원가 경쟁력이 더해져 이익을 키워갈 수 있음. 두 자릿수 성장 목표는 이러한 역량을 종합 고려할 때 충분히 달성 가능하다고 판단

Q4 **가격 인상 시기와 폭의 결정 기준**

A4 가격 전략은 시장별 경쟁 환경과 소비자 수용성 등을 종합적으로 고려해 정교하게 추진해야 하는 영역. 시장별 브랜드 경쟁력, 현지 소비자 구매력, 판매량에 미치는 영향까지 살펴 인상 시기와 폭을 결정할 방침. 다만 가격만으로 수익성을 높이는 데는 한계가 있다고 보며, 차별화된 제품 혁신을 통해 소비자가 더 높은 가치를 인정하는 제품을 선보이고 이를 프리미엄 제품 비중 확대로 연결하는 것이 보다 중요한 전략

Q5 **법인 사업·해외 생산 투자 이후 기대되는 변화**

A5 이제는 수확의 시기로, 지난 3년간 확대한 법인 사업과 생산 기반을 통해 얼마나 많은 이익과 현금을 창출하느냐가 중요. 지난 5년간 해외궐련 매출 성장의 절반 이상을 14개 해외 법인이 이끌었는데, 이는 현지 경영·운영 역량이 전체 성장의 핵심 동력이라는 의미. 앞으로도 법인 사업 확대를 통해 시장별 특성에 맞는 가격 전략과 제품 포트폴리오를 구축하고 유통 경쟁력을 강화해 지속적인 이익 성장을 이끌어낼 계획. 여기에 경제적 생산 체제가 본격화되며 원가 경쟁력이 더해지는데, 해외 생산 비중을 70% 이상으로 높이고 단위당 고정비를 낮춰 향후 4년간 5,500억원 이상의 원가를 절감할 계획

Q6 NGP 국내 성공의 해외 확장 가능성

A6 국내 사업을 통해 확인한 것은 소비자가 원하는 니즈를 적시에 제공하면 시장의 경쟁 구도를 바꾸고 우위를 차지할 수 있다는 점. HNB 시장이 성숙할수록 가격·성능·디자인에 대한 수요가 세분화되는데, 이러한 세분화된 수요에 맞는 플랫폼을 개발하고 시장에 효과적으로 전개하는 역량을 보유. 해외는 국가별 시장 성숙도와 소비자 선호에 맞는 개별 전략도 필요하나, 혁신적인 기술력과 해외궐련 사업에서 쌓은 현지 운영 경험이라는 두 가지 역량을 결합하면 국내의 성공을 해외에서도 충분히 이어갈 수 있다고 판단

Q7 글로벌 파트너십과 직접 진출 사업의 관계

A7 투트랙으로 진행하는 이유는 가장 탁월한 방식을 선택하기 위함이며, 내부 기준은 얼마나 빠르고 효과적이냐는 점. 글로벌 파트너십은 기존 사업 기반을 활용하기 때문에 최신 플랫폼을 주요 시장에 빠르게 선보일 수 있어 앞으로도 꾸준히 강화할 계획. 직접 진출 사업은 현지 수요에 맞춰 멀티 플랫폼 전략을 세밀하게 운영할 수 있고 해외궐련 사업에서 확보한 현지 기반과 경험도 활용 가능. 두 방식은 대체 관계가 아니라 상호 보완적인 성장 전략으로, 각 시장에 맞는 방식을 활용해 성장 기회를 넓히고 수익성과 가치를 높일 방침

Q8 니코틴 파우치 70개국 목표의 실현 기준

A8 글로벌 진출의 핵심은 단순히 진출 국가를 늘리는 것이 아니라 수익성 있는 사업 모델을 만드는 것. 먼저 북유럽에서 확보한 제품 개발 역량과 생산 기반을 바탕으로 권역별 핵심 시장에 진출해 제품·가격·유통 경쟁력을 철저히 검증할 계획. 단순한 초기 매출보다 반복 구매, 점포당 생산성, 비용을 반영한 실질적 수익성을 기준으로 사업성을 판단하며, 경쟁력이 확인된 제품과 채널에 자원을 집중하고 검증된 성공 모델을 인접 시장으로 빠르게 확장해 성장의 속도와 효율을 높일 방침. 특히 미국은 시장 중요성이 큰 만큼 필요한 규제 대응과 상업화 준비를 차질 없이 진행하고 준비가 되면 구체적으로 소통할 예정

Q9 건기식 해외 성장에서 달라지는 점

A9 해외 성장 자체는 새로운 과제가 아니며 달라지는 것은 성장의 접근 방식. 그동안 정관장 제품을 해외에 알리고 판매하는 데 집중했다면, 앞으로는 홍삼 자체의 글로벌 수요를 키우는 것부터 시작할 계획. B2B를 통해 홍삼의 활용 영역과 소비자 접점을 넓히고 현지에 맞는 B2C 제품을 통해 정관장의 판매 성장으로 연결하는 방식. 이를 위해 이미 글로벌 F&B·뷰티 기업들과 제품 적용을 위한 기술 검토와 평가를 진행 중이며 원료 공급뿐 아니라 공동 브랜딩 및 제품 개발 등 다양한 협력 가능성을 모색. 핵심은 실제 사업 성과로 연결하는 것으로, B2B로 홍삼 시장을 키우고 B2C로는 정관장의 실질적 매출·이익 성장으로 연결할 방침

Q10 사업별 성장률과 그룹 영업이익 목표(연평균 5~8%)의 관계

A10 사업마다 규모와 성장 단계, 그룹 내 역할이 다르기 때문에 목표를 다르게 설정. 국내외 궐련 사업이 안정적으로 그룹 실적을 뒷받침하는 가운데 해외궐련은 점유율 확대와 가격·믹스 개선, 원가 절감으로 이익과 현금을 빠르게 키워갈 수 있는 영역. NGP는 성장 기회가 큰 만큼 투자도 병행해야 하는 단계여서 판매 기반 확대와 이익 확보 사이의 균형을 고려하며 키워갈 계획. 건기식은 개선된 수익 구조를 바탕으로 글로벌 성장을 추진해 그룹 이익 기여를 확대. 그룹 목표는 이러한 사업별 성장 단계와 역할을 종합한 것으로, 미래를 위한 투자를 이어가면서도 전체로는 안정적인 이익 성장을 실현하겠다는 방향

Q11 기본 주주환원 5조원 확대의 의미와 배당·자사주의 효과

A11 COMPOUND 2030의 핵심은 이익 성장을 주당 가치로 전환하고 그 가치를 지속적으로 쌓아가는 것으로, 주주가 기대할 수 있는 기본 주주환원의 수준도 함께 높임. 이전에는 특별 환원을 포함해도 4조 4,000억원 수준이었으나 앞으로는 기본 환원만으로 5조원을 실행할 계획, 그 바탕에는 사업에서 창출하는 현금흐름이 있음. 필요한 경상 투자 후 남는 코어 캐시플로우 전액을 주주에게 환원하는 것이 자본 배분의 핵심 원칙. 배당은 현금으로 가치를 환원하는 것이고 자사주 소각은 주식 수를 줄여 주당 가치를 높이는 방식으로, 향후 4년간 1조 2,000억원 규모의 자사주를 매입·소각하면 현재 기준 약 6% 수준의 주식 수 감소 효과가 발생(실제 규모는 매입 가격에 따라 변동 가능). 이 두 가지를 특별 환원이 아닌 기본 환원 정책으로 지속한다는 점이 핵심

Q12 특별 환원의 결정 기준과 추진 범위

A12 특별 환원은 해당 시점에서 주주가치를 얼마나 높일 수 있는지를 보고 탄력적으로 결정할 방침. 회사의 성장성을 반영한 내재가치와 글로벌 피어 대비 주가 수준을 함께 살펴보며, 회사 가치에 비해 주가가 충분히 평가받지 못한다고 판단되면 적극적으로 추가 자사주 매입과 소각을 추진할 계획. 이때 재무 건전성을 유지하는 범위 내에서 자산 유동화와 레버리지 활용도 유연하게 고려

Compliance Notice

본 조사분석자료는 제3자에게 사전 제공된 사실이 없습니다. 당사는 자료작성일 현재 본 조사분석자료에 언급된 종목의 지분을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다. 본 자료에서 해당 추천 종목을 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 추천 종목과 재산적 이해관계가 없습니다. 본 자료에 게재된 내용은 본인의 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 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다. 본 자료를 이용하시는 분은 본 자료와 관련한 투자의 최종 결정은 자신의 판단으로 하시기 바랍니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 투자 결과와 관련한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료는 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로 당사의 허락 없이 복사, 대여, 배포 될 수 없습니다.