

실리콘투 (257720)

Corporate Day 후기: 글로벌 확장 지속

유럽 사상 최고 매출, 일부 권역 일시적 부진

동사 2026년 1분기 실적은 매출액 3,466억원(+41% YoY, +13% QoQ), 영업이익 645억원(OPM 18.6%)으로 연간 가이던스(OPM 18%) 수준의 수익성을 첫 분기부터 달성했다는 점에서 의미가 크다. 유럽은 1,618억원으로 사상 최고치를 경신했는데, 파편화된 시장 구조상 브랜드의 독자 진출이 구조적으로 어려운 특성상 동사의 독과점적 지위가 반복 수주와 신규 리테일러 유입으로 이어지는 선순환이 안정적으로 작동하고 있음을 확인했다. CIS/러시아의 +81.8% YoY 급성장 역시 미국·유럽 제품 수입 제한에 따른 K-뷰티 대체 수요라는 구조적 배경에 기인한 만큼 일회성으로 보기 어렵다. 반면 중동(-60% MoM)과 인도네시아(-16% YoY)의 부진은 각각 전쟁 리스크와 관세 사이클·라마단이라는 일시적 요인이 겹친 결과로, 두 권역 모두 4월 회복이 확인되어 실적 훼손 우려는 제한적이다. GPM은 내셔널 리테일러 비중 확대에 따른 거래처 믹스 변화로 30%(-1.6%p YoY)로 하락했으나, 이는 외형 확장 과정에서 수반되는 과도기적 현상으로 판단된다.

2분기 반등 가시화, 구조적 경쟁우위 유효

실리콘투에 대해 투자 의견 매수, 목표주가 56,000원을 유지한다. 1분기 중동·인도네시아의 매출 부진은 전쟁 및 계절적 요인에 따른 일시적 현상으로, 두 권역 모두 4월부터 회복이 확인된 만큼 2분기부터는 전사 매출 반등이 가시화될 전망이다. 멕시코 자회사 매출이 6월부터 본격 발생하고, iHerb의 3분기 Anniversary 행사 대비 사전 매집이 2분기에 집중되는 데다 북미 내셔널 리테일러들의 블랙프라이데이·크리스마스 대응 매집도 2~3분기에 집중되는 점을 감안하면 하반기로 갈수록 실적 모멘텀이 강화될 가능성이 높다. 브랜드 포트폴리오 측면에서도 더마코스메틱 트렌드 부상에 따른 신규 브랜드 성장이 기존 브랜드 쇠퇴 리스크를 상쇄할 것으로 판단된다. 중장기적으로는 유럽·중동·중남미 등 파편화 시장에서의 다브랜드 큐레이션 역량과 글로벌 물류 인프라가 경쟁사의 단기 진입을 차단하는 구조적 해자로 기능하며, GPM 역시 주요 내셔널 리테일러 내 입지 강화에 따른 협상력 제고로 점진적 해소 가능성이 있다.

Forecasts and valuations (K-IFRS 연결)

(억원, 원, %, 배)

결산 (12월)	2024A	2025A	2026F	2027F
매출액	6,915	11,163	15,000	18,500
영업이익	1,376	2,054	2,700	3,360
지배순이익	1,207	1,686	2,100	2,610
PER	14.5	15.0	11.9	9.7
PBR	6.7	5.9	3.9	2.9
EV/EBITDA	12.7	12.0	9.2	7.3
ROE	60.9	46.9	38.0	34.0

자료: 유안타증권



이승은 화장품/의료기기/유통

seungeun.lee@yuantakorea.com

조계철 Research Assistant

gyecheol.jo@yuantakorea.com

BUY (M)

목표주가 56,000원 (M)
직전 목표주가 56,000원
현재주가 (5/22) 38,800원
상승여력 44%

시가총액	25,444억원
총발행주식수	65,576,252주
60일 평균 거래대금	311억원
60일 평균 거래량	741,811주
52주 고/저	61,800원 / 35,200원
외인지분율	7.47%
배당수익률	0.79%
주요주주	김성운 외 14 인

주가수익률 (%)	1개월	3개월	12개월
절대	(20.2)	(10.8)	0.1
상대	(18.8)	(11.4)	(38.1)
절대 (달러환산)	(22.3)	(15.0)	(8.8)

[Fig. 1] 실리콘투 실적 추정

(단위: 억원, %)

	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	2025	1Q26	2Q26E	3Q26E	4Q26E	2026E
[연결] 매출액	2,457	2,653	2,994	3,059	11,163	3,466	3,650	4,000	3,884	15,000
YoY	64	46	60	76	61	41	38	34	27	34
QoQ	42	8	13	2		13	5	10	-3	
Europe	813	1,073	1,019	1,154	4,058	1,618	1,810	1,900	1,859	7,187
Asia	529	447	528	515	2,019	444	500	546	530	2,020
North America	452	489	726	663	2,331	643	700	900	840	3,083
Middle East	323	280	305	267	1,175	250	140	90	70	550
South America	124	139	153	164	581	179	150	171	180	680
CIS (Commonwealth of Independent States)	120	128	148	173	569	219	230	260	271	980
Oceania	68	67	82	85	302	76	80	90	94	340
Africa	27	30	33	40	130	36	40	43	40	159
영업이익	477	522	631	424	2,054	645	700	830	525	2,700
YoY	62	34	48	59	49	35	34	32	24	31
영업이익률	19.4	19.7	21.1	13.9	18.4	18.6	19.2	20.8	13.5	18.0

자료: 실리콘투, 유안타증권 리서치센터

[Fig. 2] 실리콘투 실적 추정 변경 내역

(단위: 억원, %, %p)

	변경 전			변경 후			변경 전 대비		
	2Q26E	2026E	2027E	2Q26E	2026E	2027E	2Q26E	2026E	2027E
매출액	3,450	14,450	17,000	3,650	15,000	18,500	5.8%	3.8%	8.8%
영업이익	660	2,600	3,100	700	2,700	3,360	6.1%	3.8%	8.4%
OPM	19.1%	18.0%	18.2%	19.2%	18.0%	18.2%	0.1%p	0.0%p	0.0%p

자료: 유안타증권 리서치센터

2026년 1분기 실적

- 1Q26 연결 매출액 3,466억 원 달성
- 전분기(4Q25) 대비 13% 성장
- 2026년 연간 가이드نس: 매출액 1.5조 원, 영업이익 2,700억 원, OPM 18%
- 2분기·3분기 지속 성장을 통해 가이드نس 달성 가능할 전망

권역별 매출 현황

유럽

- 1Q26 유럽 매출 1,618억 원으로 사상 최고 기록
- 유럽은 파편화된 시장 특성상 브랜드 및 타 유통사의 독자 진출이 구조적으로 어려운 시장
- 사실상 독과점적 위치에서 내셔널 리테일러 대상 반복 수주 및 신규 리테일러 유입 지속
- 유럽은 중장기 핵심 성장 권역으로 지목
- 유럽 창고: 기존 4,000평에서 2,000평 추가 임대하여 현재 6,000평 운영 중
- 이론상 2,500억 원 상당의 재고 적재 가능 → 현 성장 속도에 창고 용량은 충분
- 추가 창고 확보도 화장품 특성상 수개월 내 임대·운영 가능하여 캐파 리스크 없음

중동

- 1Q26 이란-이스라엘 전쟁 영향으로 3월 매출이 1·2월 대비 60% 급감
- 호르무즈 해협 봉쇄에도 대체 항구 확보로 수급에는 차질 없음 (배송 딜레이 +2주 발생)
- 소비 심리 위축이 일시적 원인으로, 4월부터 빠르게 회복
- 4월 중동 매출은 1·2·3월 중 가장 긍정적인 수준으로 회복 확인
- 추가 전쟁 격화만 없다면 중동 리스크는 현재 시점 대부분 해소된 것으로 판단
- 닥터엘시아: .크림 기반으로 중동 내 매출 1위 브랜드로 부상

중남미

- 멕시코 자회사 창고: 행정적 이슈로 지연되었으나 4월 중 해결 완료, 5월부터 입고 진행 중
- 6월부터 멕시코 자회사 매출 발생 예정
- 브라질·칠레 등 인접 국가에서도 K-뷰티 수요 급증 확인
- 브라질 자회사 설립 검토 중이며, 조건 충족 시 즉시 이행 예정

CIS / 러시아

- 1Q26 +81.8% YoY 성장
- 미국·유럽 제품의 수입 제한으로 K-뷰티 대체 수요가 구조적으로 발생
- 초기에는 헤어·바디 카테고리 중심이었으나 최근 스킨케어 카테고리로 유행 확산 중
- 현재는 페이퍼 컴퍼니 형태로 운영 중이며, 전쟁 종전 이후 물리적 자회사 투입 계획
- 자회사·창고 확보 시 현 20~30% 성장 속도 이상의 가속화 기대

아시아 (인도네시아)

- 1Q26 -16.0% YoY, -13.7% QoQ
- 주 매출 국가인 인도네시아 조인트벤처(지분 49%)의 매집 사이클 영향
- 인도네시아는 1·2월 입고 시 관세 부과, 3월 입고 시 관세 회피 가능한 구조
- 3월에 집중 입고된 물량은 4월부터 판매 재개 → 회복 확인
- 3월 라마단 기간 소비 위축도 일시적 요인으로 4월부터 정상화

북미

- 1Q26 +42.1% YoY, -3.1% QoQ
- iHerb 의존도 50% → 31%로 낮아지며 채널 다각화 진행 중 (Ulta, Nordstrom, Walgreens 등 내셔널 리테일 확장)
- iHerb는 3Q Anniversary 행사 대비 2분기부터 사전 매집 집중 → 2Q 매출 상승 예상
- 타 거래처들도 블랙프라이데이·할로윈·크리스마스 대응을 위해 2~3Q 중 매집 준비
- 북미 2·3분기 지속 성장 전망

브랜드 동향

브랜드별 현황

- 메디큐브: 4Q25에 조선미녀 추월하여 1위 등극, 유럽에서도 빠르게 점유율 확대 중
- 조선미녀: 기존 유럽 절대 강자였으나 메디큐브와의 격차 심화
- 닥터엘시아: 밀리 크림 기반 중동 시장 1위, 조선미녀를 추격하는 구도 형성 전망
- 바이오턴스: 콜라겐 마스크팩 단일 SKU로 고성장 주도, 추가 히어로 SKU(토너·스킨케어) 출시. 닥터엘시아와의 경쟁 가속화 예상
- 아누아: 토너류 장기 흥행 지속 중(4~5년 유지), 신규 히어로 SKU 출시 시 상위권 재진입 가능성 충분
- COSRX: 하반기 독자 운영 이탈 후 복귀, 이후 자체 실적 개선 지속 중 → 당사 복귀가 COSRX에 새로운 기회로 작용
- 셀리맥스: 수급 차질로 인한 일시적 성장 둔화 이후 정상화 → 현재 6위로 반등, 레티놀샷 중심 성장 지속 기대

더마코스메틱 트렌드 부상

- 2026년 더마코스메틱이 핵심 트렌드로 부상
- 닥터리쥬얼, 리쥬란, 닥터멜락신, 센텔리안24 등 주목
- 센텔리안24: 4Q25 소량 샘플에서 +60~80% QoQ 성장 기록
- 마데카 크림: 국내 마니아층 보유 제품으로 해외에서도 긍정적 반응 → 올해 내 차트권 진입 가능성 기대

브랜드 포트폴리오 전략

- K-뷰티 브랜드는 히어로 SKU에 대한 충성도가 6개월~1년 단위로 순환하는 특성
- 브랜드 라이프 사이클을 전제로 지속적 브랜드 믹스 다변화 추진
- 브랜드 이탈 리스크보다 신규 브랜드 발굴·교체를 통한 간극 보완이 핵심 전략

모이다(MOIDA) 오프라인

- 현재 인도네시아 추가 6개 포함 총 16개 모이다 매장 운영 중
- 가구 주문·인테리어 진행 중인 가시권 매장 25개
- 연내 총 40개 이상 목표 (대표이사 30~35개 추가 오픈 언급, 협의 진행 중)
- 오프라인 매장의 전략적 목적:
 - SNS 바이럴 → 오프라인 체험 → 구매 전환의 스노우볼 효과 창출
 - 매장 내 약 1,000개 SKU 순환 진열로 브랜드 락인 및 자연스러운 마케팅 효과
 - B2B 바이어 유입 채널로도 기능 (모이다 방문 → 거래 문의 증가)
- SUKOSHI MART: 지분 20% 보유 파트너사, 연내 20개 오픈 목표 (5월 현재 5개 오픈 완료)
- 지분법 이익 + 영업적 시너지 동시 확보 구조

손익계산서 주요 항목

매출총이익률 (GPM)

- 1Q26 GPM 30.0% (1Q25 GPM 31.6%)
- GPM 30~32% 수준 유지 목표
- 최근 내셔널 리테일러(Boots, Walgreens, CVS, 유럽 DM·로스만 등) 비중 확대로 거래처 믹스 변화 중
- 과도기적 마진 변동 가능성 있으나 하방 마진 기준을 설정하고 관리 중

판매비와 관리비

- 1Q26 판관비 394억 원 (매출 대비 11.4%)
- 운반비: 87억 원 (QoQ +5억원 수준)
 - 3월 중동 전쟁 리스크에 따른 선제적 재고 사입(사입액 전분기 대비 +20%). 물동량 증가
 - 당사는 해상 운송 중심 운영(에어 운송 30%는 주로 유럽에 한정)
 - 대형 화주 지위 기반 포워더사 우대 단가 수혜 + 높은 화물 적재율로 운반비 절감 가능
- 광고선전비: 42억 원 (QoQ 급증)
 - 스타일코리안 설립 11주년(4월 1~15일) 기념 행사 관련 3월 SNS 광고 집행 영향
 - 행사 기간 스타일코리안닷컴 일 최고 매출 기준 1억원 → 행사 기간 중 4~5억원으로 4~5배 증가
 - 잠재 고객의 실구매 전환 및 B2B 거래처 신규 유입 효과 확인

재고자산 및 재무 구조

- 재고자산: 전분기 대비 약 400억 원 증가 (중동 전쟁 리스크 선제 대응)
- 매입채무: 재고 사입 확대에 따라 자연 증가 → 상환 능력 충분
- 매입채무 제외 시 부채비율 56%
- 재고 회전일수: 전분기와 동일한 118일 수준 (유럽 성장 확대 시 자연 연장 예상)
- 부진 재고 충당금 및 재고 손실액 극히 적어 재고 부진화 리스크 낮음
- 당사 비즈니스 모델상 현금은 재고 사입(운전자본)으로 지속 순환 → 현금 보유 수준은 운전자본 성격

신규 사업

- K-팝 굿즈, K-푸드(드라이푸드) 카테고리 꾸준한 성장 지속
- K-뷰티 확장선상에서 K-웰니스(이너뷰티·서플리먼트) 카테고리 검토 중
- 에스더포물러, 푸드올로지 등 관련 브랜드 실적 발생 시작
- 88서울 인수: 중동 현지 네트워크 강화 및 런던(소호 'Bunsik') 집객 효과에서 착안한 중동 내 유사 마케팅 시도 목적, 투자 금액 자체는 소규모 수준
- 기 구축된 글로벌 물류 창고 인프라 활용을 전제로 부피 큰 신규 카테고리 수요 발생 시 선제 대응 가능한 구조

Q&A

Q. K-뷰티 이외 신규 카테고리(K-푸드 등) 사업 추진 현황은?

- K-팝 굿즈·K-푸드(드라이푸드) 꾸준한 성장 지속 중
- K-뷰티의 진화 방향인 웰니스(이너뷰티·서플리먼트) 카테고리로의 확장 가능성 주목
- 에스터포몰러, 푸드올로지 등 관련 브랜드에서 실적 성과 발생 시작
- 신규 카테고리는 기존 채널·인프라를 활용한 확장이므로 신규 투자 대비 효율 높음
- 글로벌 물류 창고 인프라 기 구축으로 수요 발생 시 가장 빠른 대응 가능

Q. 반도체 유통 경력 기업으로서 무분별한 신규 사업 투자에 대한 우려가 있음. 이사회 차원의 투자 검토 절차는?

- 내부적으로 투자·신규 사업에 대한 다단계 검토 절차를 강화하여 운영 중
- 과거 대비 더 신중한 접근 방식으로 전환
- 웰니스 등 신규 카테고리는 기존 인프라 활용 확장이라는 점에서 무관련 다각화와는 성격이 다름

Q. 유럽 내 국가별 매출 비중 및 영국 외 지역 확장 전략은?

- 유럽 1위: 영국 (부츠, 룩 판타스틱 UK 등 내셔널 리테일러 집중)
- 이후 독일, 폴란드(자회사 소재지), 덴마크, 스페인, 에스토니아 순
- 각 국가 거래처가 인접 국가로 재유통하는 구조 있어 국가별 수치가 해당 국가 최종 소비를 완전 반영하지 않음
- 독일 및 기타 유럽 전 지역 현지 유통사·리테일러와의 거래 확대 논의 적극 진행 중
- 영국 부츠 납품이 최초 진입 사례였을 뿐, 유럽 전역으로 K-뷰티 침투 확산 중
- 리테일러들이 특정 브랜드(메디큐브·조선크미)에 국한하지 않고 K-뷰티 섹션 전체를 채우고 싶어하는 수요 발생 → 당사의 다브랜드 큐레이션 역량이 핵심 경쟁력으로 부각

Q. 글랜우드 PE 의 CB 전환 청구 진행에 대한 소통 현황 및 오버행 우려는?

- 글랜우드PE는 주주총회에서 룡팀 투자자임을 재확인
- 전환 청구는 보호예수 종료 및 전환 청구 기간 도래에 따른 절차적 진행이며 별도 의미 없음
- 올리브영과의 거래 관련 루머는 사실 무근
- 글랜우드PE의 1,500억 원 투자 자금이 유럽 재고 사업의 기반이 되어 현재 1,618억 원 분기 매출 달성에 기여
- 기존 단기 차입금 상당 규모 및 이자 비용 발생을 해소하는 긍정적 효과
- 현재 시점 추가 오버행 액션에 대한 우려 없음

Q. 향후 영업이익률 추가 개선 여지가 있는지, 또는 신규 사업 확장으로 OPM 하락 압력이 있는지?

- 판관비 급증 요인은 제한적 (고정비 성격 강함)
- OPM 조정 요인은 주로 거래처 믹스 변화에 따른 GPM 변동 영향
- 세포라, 엘타, 부츠 등 주요 내셔널 리테일러의 당사 의존도 증가 시 협상력 제고 → GPM 개선 여지 존재
- 유럽·중동·중남미 파편화 시장에서 브랜드의 독자 진출이 어렵고, 리테일러는 다브랜드 공급 가능한 벤더 중심으로 파트너십 전환 중 → 당사 입지 구조적으로 강화 예상
- 현재 GPM이 소폭 조정되는 과도기이나 장기적으로 개선 가능성 충분

Q. 올리브영 미국 진출(400개 브랜드)에 따른 경쟁 및 협업 관계는?

- 올리브영과 현재 협업 관계 유지 중 (구체적인 거래 규모 등 상세 내용은 대외 공개 제한)
- 올리브영 미국 진출 시 당사와의 협업 구조로 진행되는 것으로 파악
- 전 세계 수요가 공급을 초과하는 현 시장 상황에서 올리브영의 성장이 K-뷰티 전체 파이 확대에 기여
- 경쟁 구도이지만 동시에 공동 성장 파트너로서의 성격도 존재
- 당사가 전 세계 모든 채널을 단독으로 감당하기 어렵기 때문에 다양한 플레이어의 공존이 산업 성장에 긍정적

Q. 올리브영·메디큐브 등 주요 파트너의 독자화·이탈 흐름 속에서 실리콘투의 장기 포지셔닝 전략은?

- 유통사는 한 브랜드에 과도하게 의존하지 않아야 하며, 브랜드 역시 거래처를 다원화하는 것이 당연한 구조
- 메디큐브의 직접 채널 운영은 자체 마케팅 효과를 내고, 그 결과 글로벌 타 채널에서 당사로의 주문이 증가하는 낙수 효과 발생
- 당사는 당사가 잘하는 영역(다브랜드 큐레이션·글로벌 물류·B2B 풀필먼트)에 집중하고, 브랜드사는 브랜드사가 잘하는 마케팅에 집중하면 전체 파이가 커지는 구조
- 브랜드들은 완전 이탈보다 거래처 다원화 차원에서 당사와 지속 협업 관계 유지 중
- 특정 브랜드 쇠퇴 시 신규 브랜드로 교체 가능 → ODM 4,000개·등록 브랜드 4만 개의 풍부한 공급 풀 존재
- 전 세계 K-뷰티 침투율 지속 상승 중이며, 수요가 공급을 초과하는 성장 국면에서 독자 플레이어 증가는 파이 확대에 귀결됨

실리콘투 (257720) 추정재무제표 (K-IFRS 연결)

손익계산서 (단위: 억원)					
결산(12월)	2024A	2025A	2026F	2027F	2028F
매출액	6,915	11,163	15,000	18,500	21,000
매출원가	4,587	7,695	10,540	12,980	14,720
매출총이익	2,328	3,468	4,460	5,520	6,280
판매비	953	1,414	1,760	2,160	2,430
영업이익	1,376	2,054	2,700	3,360	3,850
EBITDA	1,433	2,142	2,789	3,449	3,939
영업외손익	111	113	100	110	130
외환관련손익	102	115	-20	-110	-110
이자손익	-41	-60	-57	-45	-20
관계기업관련손익	13	13	-1	3	3
기타	37	45	178	261	257
법인세비용차감전순이익	1,487	2,167	2,800	3,470	3,980
법인세비용	280	481	700	860	990
계속사업순이익	1,207	1,686	2,100	2,610	2,990
중단사업순이익	0	0	0	0	0
당기순이익	1,207	1,686	2,100	2,610	2,990
지배지분순이익	1,207	1,686	2,100	2,610	2,990
포괄순이익	1,263	1,685	2,099	2,609	2,989
지배지분포괄이익	1,263	1,685	2,099	2,609	2,989

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

현금흐름표 (단위: 억원)					
결산(12월)	2024A	2025A	2026F	2027F	2028F
영업활동 현금흐름	601	11	949	1,656	2,386
당기순이익	1,207	1,686	2,100	2,610	2,990
감가상각비	57	88	88	88	88
외환손익	-52	6	20	110	110
중속, 관계기업관련손익	-13	-13	1	-3	-3
자산부채의 증감	-652	-1,913	-1,234	-1,116	-767
기타현금흐름	55	158	-26	-33	-33
투자활동 현금흐름	-721	-429	-293	-829	-600
투자자산	-65	56	-71	-64	-46
유형자산 증가 (CAPEX)	-758	-69	-100	-700	-500
유형자산 감소	124	0	32	77	50
기타현금흐름	-22	-416	-154	-142	-104
재무활동 현금흐름	808	336	-424	-379	-371
단기차입금	910	-997	-50	-5	3
사채 및 장기차입금	4	1,236	0	0	0
자본	9	271	0	0	0
현금배당	0	0	-200	-200	-200
기타현금흐름	-115	-174	-174	-174	-174
연결범위변동 등 기타	0	-5	-27	6	33
현금의 증감	688	-87	205	454	1,447
기초 현금	172	860	773	979	1,432
기말 현금	860	773	979	1,432	2,880
NOPLAT	1,376	2,054	2,700	3,360	3,850
FCF	-156	-57	849	956	1,886

자료: 유안타증권

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

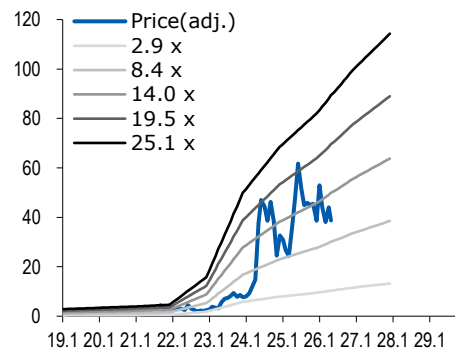
재무상태표 (단위: 억원)					
결산(12월)	2024A	2025A	2026F	2027F	2028F
유동자산	2,971	5,528	7,368	9,312	11,824
현금및현금성자산	860	773	979	1,432	2,880
매출채권 및 기타채권	504	1,194	1,604	1,978	2,246
재고자산	1,459	3,001	4,033	4,974	5,646
비유동자산	1,607	1,566	1,616	2,215	2,623
유형자산	1,065	1,083	1,063	1,598	1,959
관계기업 등 지분관련 자산	212	161	216	266	303
기타투자자산	38	51	67	81	91
자산총계	4,578	7,094	8,984	11,528	14,447
유동부채	1,893	1,216	1,206	1,340	1,470
매입채무 및 기타채무	83	177	166	204	232
단기차입금	1,451	415	415	415	415
유동성장기부채	0	0	0	0	0
비유동부채	68	1,304	1,305	1,306	1,307
장기차입금	1	0	0	0	0
사채	0	0	0	0	0
부채총계	1,962	2,520	2,511	2,646	2,777
지배지분	2,616	4,574	6,473	8,881	11,670
자본금	305	307	307	307	307
자본잉여금	308	578	578	578	578
이익잉여금	1,915	3,598	5,498	7,907	10,697
비지배지분	0	0	0	0	0
자본총계	2,616	4,574	6,473	8,881	11,670
순차입금	678	597	197	-393	-1,932
총차입금	1,552	1,791	1,741	1,736	1,738

Valuation 지표 (단위: 원, 배, %)					
결산(12월)	2024A	2025A	2026F	2027F	2028F
EPS	1,990	2,734	3,270	3,980	4,559
BPS	4,297	6,976	9,889	13,569	17,829
EBITDAPS	2,362	3,315	4,252	5,259	6,006
SPS	11,399	17,272	22,874	28,211	32,024
DPS	0	306	306	306	306
PER	14.5	15.0	11.9	9.7	8.5
PBR	6.7	5.9	3.9	2.9	2.2
EV/EBITDA	12.7	12.0	9.2	7.3	6.0
PSR	2.5	2.4	1.7	1.4	1.2

재무비율 (단위: 배, %)					
결산(12월)	2024A	2025A	2026F	2027F	2028F
매출액 증가율 (%)	101.7	61.4	34.4	23.3	13.5
영업이익 증가율 (%)	187.8	49.3	31.5	24.4	14.6
지배순이익 증가율 (%)	217.6	39.6	24.6	24.3	14.6
매출총이익률 (%)	33.7	31.1	29.7	29.8	29.9
영업이익률 (%)	19.9	18.4	18.0	18.2	18.3
지배순이익률 (%)	17.5	15.1	14.0	14.1	14.2
EBITDA 마진 (%)	20.7	19.2	18.6	18.6	18.8
ROIC	53.2	42.7	37.3	36.0	34.0
ROA	35.9	28.9	26.1	25.4	23.0
ROE	60.9	46.9	38.0	34.0	29.1
부채비율 (%)	75.0	55.1	38.8	29.8	23.8
순차입금/자기자본 (%)	25.9	13.1	3.0	-4.4	-16.6
영업이익/금융비용 (배)	24.7	24.5	30.5	38.6	44.3

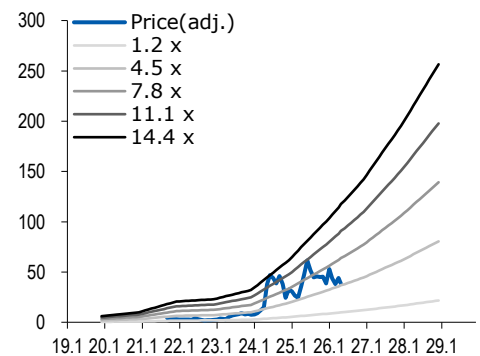
P/E band chart

(천원)

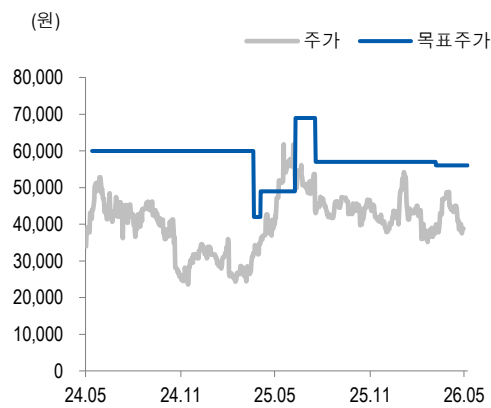


P/B band chart

(천원)



실리콘투 (257720) 투자등급 및 목표주가 추이



일자	투자 의견	목표가 (원)	목표가격 대상시점	과리율	
				평균주가 대비	최고(최저) 주가 대비
2026-05-26	BUY	56,000	1년		
2026-04-01	BUY	56,000	1년		
2025-08-12	BUY	57,000	1년	-24.26	-4.91
2025-07-04	BUY	69,000	1년	-25.38	-18.70
2025-04-28	BUY	49,000	1년	-1.87	26.12
2025-04-15	BUY	42,000	1년	-21.01	-17.26
2024-06-07	BUY	60,000	1년	-39.62	-12.00

자료: 유안타증권

주: 과리율 = (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)	95.6
Hold(중립)	4.4
Sell(비중축소)	0
합계	100.0

주: 기준일 2026-05-25

※ 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.