2023년 1분기
에코마케팅 경영실적 발표

2023. 5. 11

ECHO MARKETING®

Disclaimer

본 자료의 2023년 1분기 재무정보는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 따라 작성된 실적에 대한 추정치이며,
별도 재무제표를 제외한 모든 재무정보와 영업성과는 종속 회사를 포함한 연결 기준으로 작성되었습니다.
외부 감사인의 회계 검토가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위해 작성된 자료이므로,
그 내용 중 일부는 회계 검토 과정에서 달라질 수 있습니다.

이에 (주)에코마케팅은 본 자료에 서술된 재무정보 및 영업성과의 정확성과 완벽성에 대해 보장하지 않으며,
자료 작성일 현재의 사실을 기술한 내용에 대해 향후 업데이트 책임을 지지 않습니다.

또한, 본 자료 상에 회사가 예상한 결과 또는 사항이 실현되거나, 회사가 당초에 예상한 영향이 발생한다는 확신을 제공할 수 없습니다.
본 자료에 기재된 예측정보는 본 자료 작성 시점을 기준으로 작성한 것이며,
회사가 이러한 위험 요인이나 예측정보를 업데이트할 예정이 없음을 유의하시기 바랍니다.

따라서, 본 자료는 투자자들의 투자 결과에 대하여 어떠한 법적인 목적으로 사용되어서는 아니되며,
㈜에코마케팅은 본 자료에서 제공되는 정보에 의거하여 발생되는 투자 결과에 대해 어떠한 책임 또는 손해를 지지 않음을 알려드립니다.

Contents

1. ‘23년 1분기 실적
2. ‘23년 1분기 사업부별 성과

에코마케팅 ‘23년 1분기 실적 요약

에코마케팅 1분기 실적요약 (연결)

(단위:억원)

단위 : 억원	1Q22	1Q23	YoY
매출액	**635**	**687**	**8.1%**
- 광고대행수익	136	111	-18.5%
- 제품매출	499	576	15.3%
영업비용	**564**	**622**	**10.2%**
- 매출원가	167	192	15.2%
- 종업원급여	53	62	18.0%
- 광고선전비	200	207	3.5%
- 운반비	20	12	-39.1%
- 지급수수료	45	53	19.1%
- 판매수수료	38	47	25.5%
- 주식보상비용	15	18	22.1%
영업이익	**71**	**65**	**-8.6%**
기타이익/손실	8	7	-3.9%
관계기업투자이익	-	-1	-
법인세차감전이익	**79**	**71**	**-10.0%**
법인세비용	15	13	-11.8%
순이익	**64**	**58**	**-9.6%**
지배기업	61	49	-19.8%
주당순이익(원)	**190**	**154**	**-19.1%**

에코마케팅 1분기 실적요약 (별도)

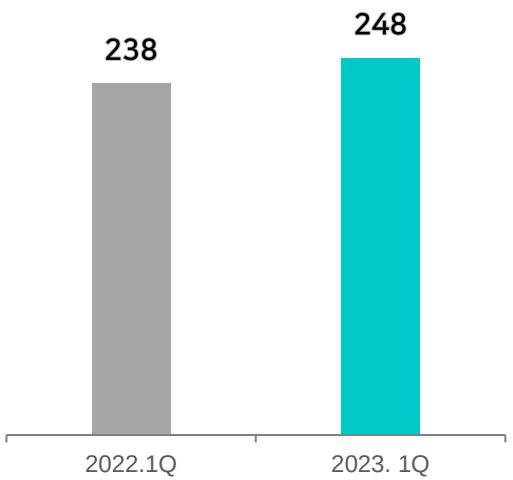
(단위:억원)

단위 : 억원	1Q22	1Q23	YoY
매출액	**104**	**95**	**-8.5%**
- 광고대행수익	104	95	-8.5%
영업비용	**64**	**72**	**12.3%**
- 종업원급여	33	37	12.0%
- 주식보상비용	15	17	17.3%
영업이익	**40**	**23**	**-42.2%**
기타이익/손실	8	11	27.4%
법인세차감전이익	**48**	**34**	**-30.2%**
법인세비용	7	6	-19.7%
순이익	**41**	**28**	**-32.0%**
주당순이익(원)	**125**	**86**	**-31.4%**

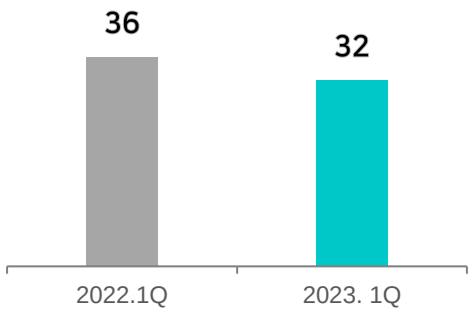
‘23년 1분기 에코마케팅 종속 회사별 실적

Beyond Commerce
Daily & Co.

데일리앤코 분기 매출 (단위: 억원)

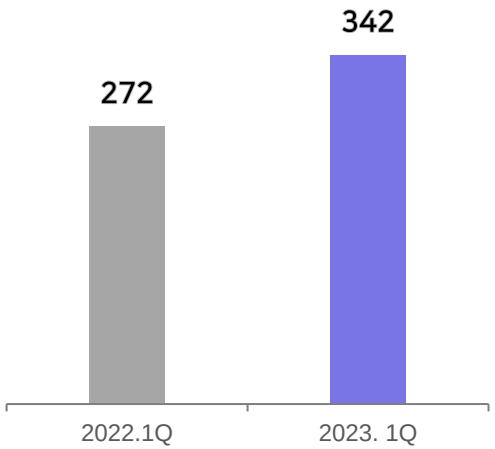


데일리앤코 분기 영업이익 (단위: 억원)

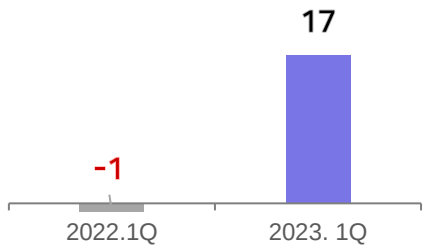


andar

안다르 분기 매출 (단위: 억원)



안다르 분기 영업이익 (단위: 억원)



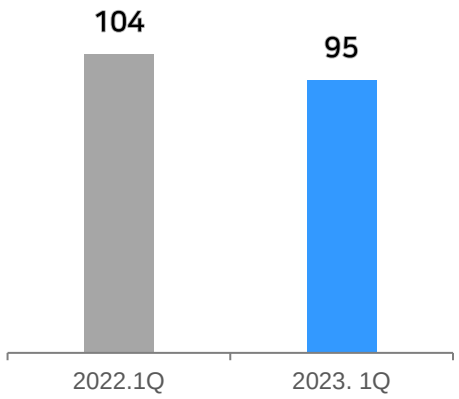
Contents

1. ‘23년 1분기 실적
2. ‘23년 1분기 사업부별 성과

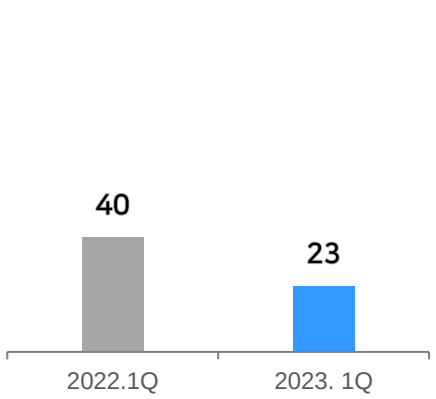
① 광고 대행 사업 - 에코마케팅

ECHO MARKETING

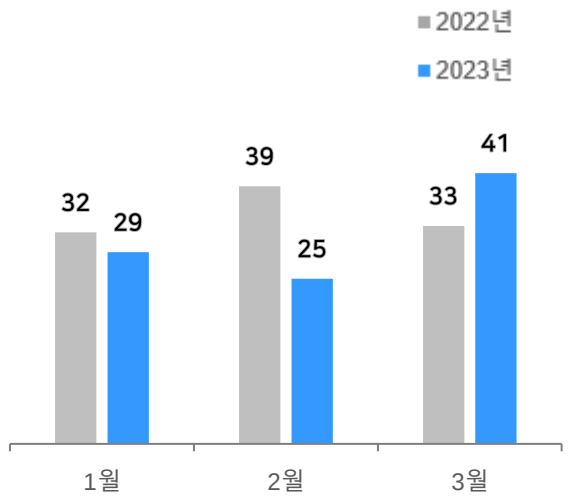
에코마케팅 '23년 1분기 매출(별도)
(단위: 억원)



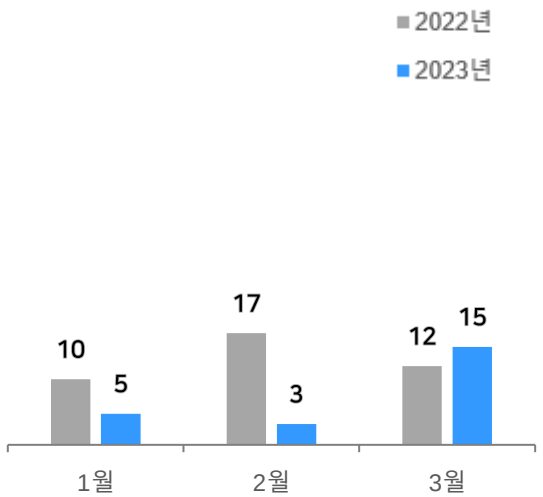
에코마케팅 '23년 1분기 영업이익(별도)
(단위: 억원)



에코마케팅 '23년 1분기 월별 매출(별도)
(단위: 억원)



에코마케팅 '23년 1분기 월별 영업이익(별도)
(단위: 억원)



광고 대행 사업은 체질 개선 중, 3월부터 빠르게 회복 중

조달 금리 상승으로 인한 금융 클라이언트의 예산 감소는 올해 내 회복되기 어려울 것으로 예상됨

경기둔화 & 소비심리 위축과 불안해진 경영 환경으로 1분기 클라이언트들의 선제적 광고 비용 축소

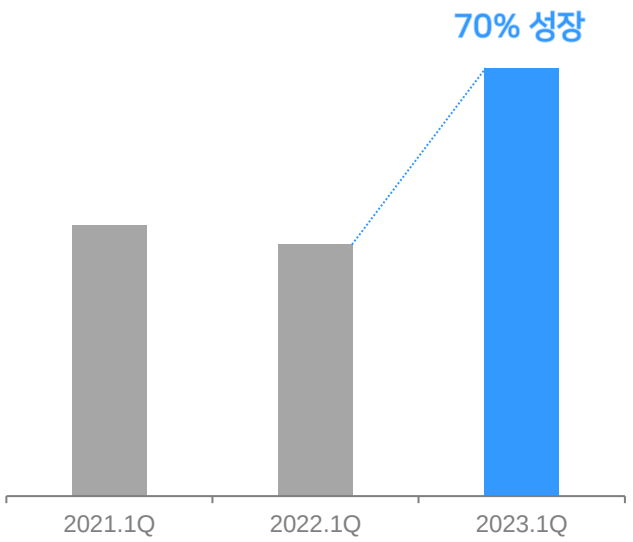
비금융 대형 클라이언트들을 다수 확보하며 체질 개선에 집중한 결과, 신규 클라이언트들의 실적이 본격 반영되기 시작한 3월부터 큰 폭으로 매출 확보 중

작년 대비 준수한 3월 매출 성과를 기록했으며 2분기 역시 꾸준히 성장할 것으로 기대됨

② 비즈니스 부스팅 R&D 사업 – 데일리앤코

Daily & Co.

클럭 브랜드 21년~23년 YOY 1Q 매출



[설 선물] 관련 네이버 검색결과 장악

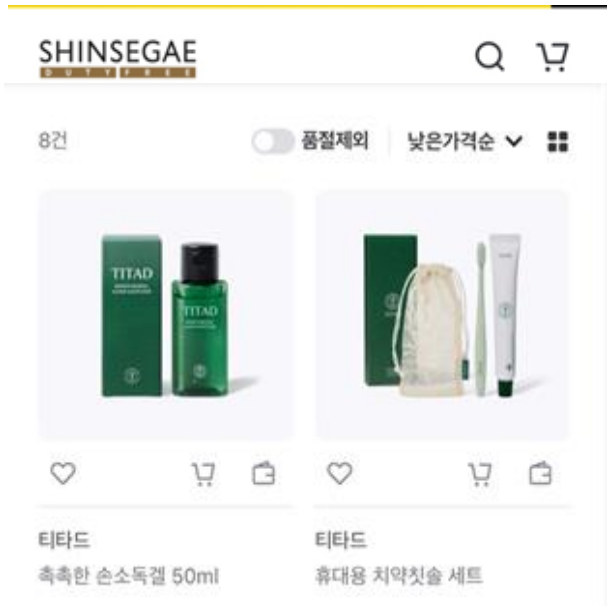
신제품 "클럭 스트레칭 마사지기 울트라" 설 선물 아이템으로 급부상하며 1분기 매출 견인, 2Q 가정의 달 매출 기대감 증폭

더 커지고 강력해지며, 온열 기능을 추가한 업그레이드 제품 “클럭 스트레칭 마사지기 울트라” 버전이 판매가 40만원대의 고가임에도 불구, 출시 한달 만에 2023 설 명절 선물로 큰 사랑을 받으며 1분기 매출 성장을 견인함. “가만히 누워만 있어도 하루의 피로를 풀어주는 아이템”으로 입소문 나며, 부모님, 직장 동료, 청소년까지 다양한 타겟을 포괄하는 선물로서 입지를 굳힌 “클럭 스트레칭 마사지기”는 5월 가정의 달을 맞아 2분기 선물 시장을 장악할 것으로 기대됨.

② 비즈니스 부스팅 R&D 사업 – 데일리앤코

Daily & Co.

올리브영 1위 장악 및 신세계 온라인 면세점 입점



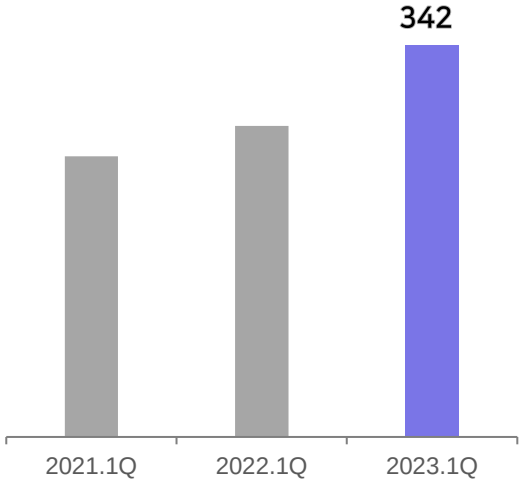
티타드 치약 올리브영 입점과 동시에 1위 석권, 급증하는 해외 여행 수요에 맞춰 신세계 면세점까지 확장하면서 치열한 유통 경쟁 속 브랜드 파워 입증

2030 고객이 60% 이상을 차지하는 H&B 채널 올리브영의 온라인 및 전국 오프라인 1천 이상의 매장에 동시 입점. 5일 만에 수 천개에 달하는 전 카테고리 상품 중 판매 2위를 기록하는 기염을 토했으며, 구강건강 카테고리 1위를 연속적으로 차지하면서 저연령 타겟 확보 및 오프라인 고객 접점 확보에 성공. 이와 동시에 해외 여행지나 기내 활용도가 높은 제품 위주로 면세점 입점을 통해, 구매 니즈가 다른 잠재 고객까지 섭렵하는 것으로 확장 중이며, 그간 쌓아온 티타드 브랜드 파워를 근간으로 소비자가 더 쉽고 많이 구매할 수 있도록 판매채널 확대 중

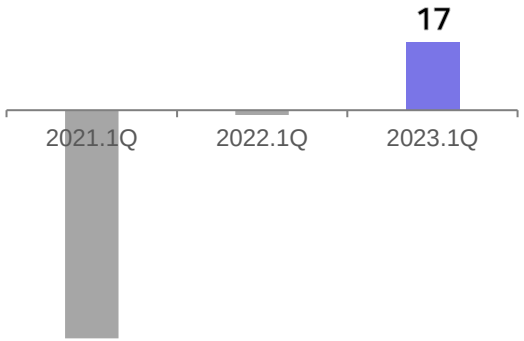
③ 비즈니스 부스팅 사업 - 안다르

andar

21년~23년 YOY 1Q 매출
(국내+해외 총 매출 기준)

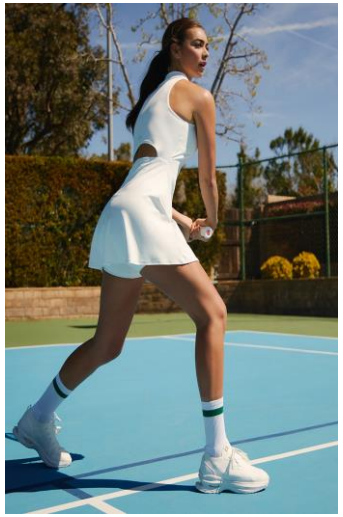


21년~23년 YOY 1Q 영업이익
(국내+해외 총 매출 기준)

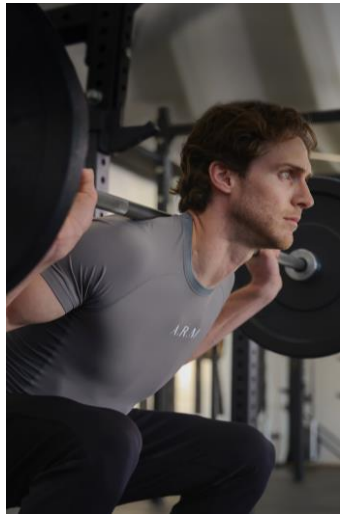


23년 상반기 런칭한 신규 사업 카테고리

테니스



안다르 맨즈 서브 브랜드
A.R.M



주니어

꾸준하게 성공적인 제품군 발굴로 타겟 고객을 넓혀가며 역대 분기 최대 매출, 영업이익 달성. 2분기 신규 사업 카테고리 추가 출격 대기중

고객들의 높은 만족감을 기반으로 꾸준히 재구매 매출 증대. 23년도 맨즈 카테고리의 폭발적 성장으로 안다르 1분기 역대 최대 매출과 영업이익 달성.

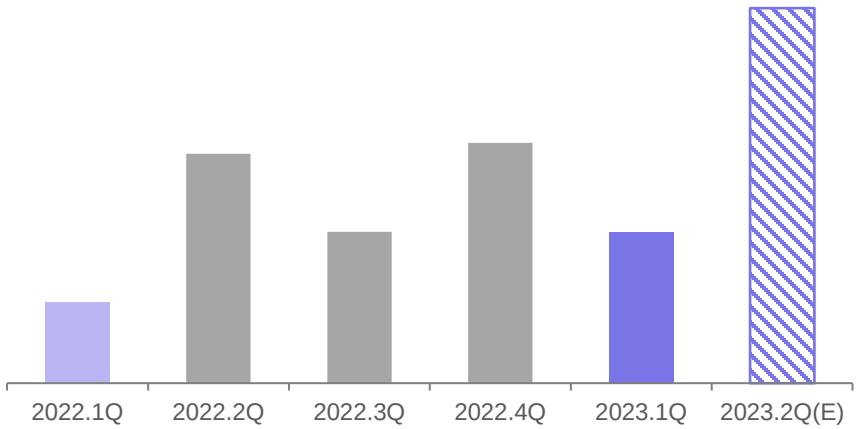
23년 본격적인 SS시즌인 2분기에는 이미 론칭하여 폭발적인 고객 반응을 얻고 있는 안다르 테니스, 안다르 맨즈의 프리미엄 짐웨어 A.R.M의 본격 부스팅과 함께

5월 주니어 카테고리까지 확대하면서 새로운 시장을 개척해 나갈 예정이며, 상반기 중 언더웨어 사업까지 추가로 연이어 선보일 계획.

③ 비즈니스 부스팅 사업 - 안다르

andar

22년~23년 맨즈 분기별 매출
(온라인 스토어 + 오프라인 기준)



안다르 맨즈 주요 제품 라인업 (출근부터 퇴근 후 골프, 짐웨어까지 애슬레저 라이프의 표준을 제시)

애슬레저 시장을 선도하며 매 분기 폭발적으로 성장해 온 안다르 맨즈에서 프리미엄 짐웨어 "A.R.M" 런칭

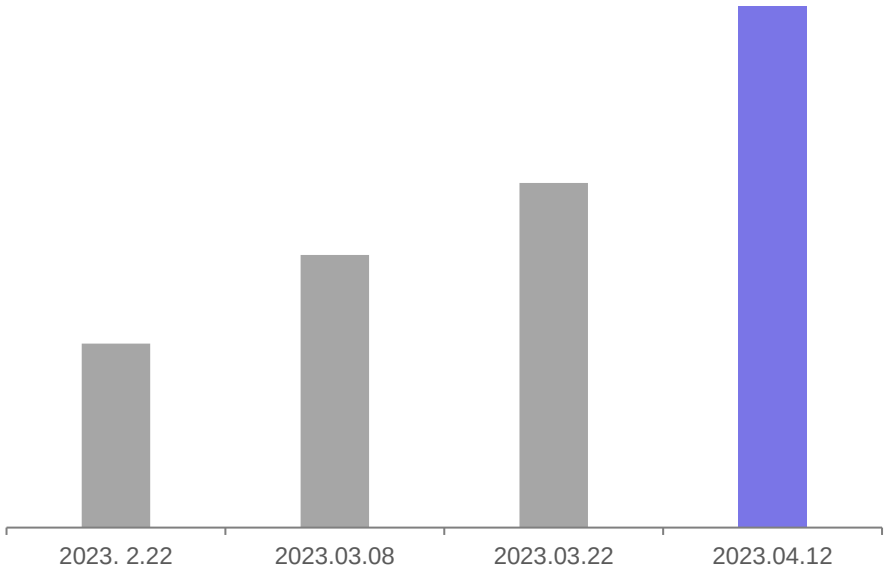
뛰어난 기능성과 멋진 핏으로 폭발적으로 성장중인 안다르 맨즈에서 프리미엄 짐웨어 "A.R.M"을 런칭함.

3050 남성들의 회사 출근과 일상, 골프부터 짐운동까지 편안하고 쾌적한 애슬레저 라이프의 로망을 실현케 함.

③ 비즈니스 부스팅 사업 - 안다르

andar

라이브 방송 회차별 조회수(PV)



안다르 자사몰 내 쇼핑 라이브 (실제 방송 화면)

안다르 공식 온라인 스토어, 고객들이 안다르 정보를 얻고, 쌍방향으로 소통하며, 즐길 거리가 있는 플랫폼으로서 첫걸음 – 자체 라이브 쇼핑 도입

광고 미디어를 통한 일방적인 홍보가 아닌 고객들이 가진 브랜드와 제품에 대한 궁금증을 실시간으로 해결해 주고, 온라인 쇼핑의 한계를 해소시키기 위한 다양한 프로그램을 구성하여 자체 라이브 방송을 설계 진행 중. 고객들의 뜨거운 관심으로 지속적으로 조회 수가 증가하여 최근 방송 1회 기준 시청자 수 14만명을 기록함.

E.O.D

ECHO MARKETING®