

2025년 1분기 에코마케팅 경영실적 발표

2025. 05. 15

No.1 Innovative Market Creator
ECHO)))MARKETING®

Disclaimer

본 자료의 2025년 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, (주)에코마케팅은 본 자료에서 제공되는 정보에 의거하여 발생하는 투자 결과에 대해 어떠한 책임 또는 손해를 지지 않음을 알려드립니다.

(단위: 백만원)		2024.1Q	2024.2Q	2024.3Q	2024.4Q	2025.1Q	Key Highlight
에코마케팅 (별도)	매출	9,614	12,047	14,518	15,184	12,046	① 1분기 매출 120억, 영업이익 41억으로 역대 최대 1분기 매출 달성 ② 글로벌 클라이언트 매출 성장하며, 전체 매출의 20% 이상 비중 차지함 ③ 수수료 할인 경쟁이 치열한 상황속에서, 업계 유일의 '통합마케팅 대행'모델 적용하여 할인 없이 매출 확대함 ④ 에코마케팅만의 탁월한 역량과 노하우를 직접 활용하는 AI Agent 모델 구축 - 타사가 따라할 수 없는 경쟁력 확보
	영업 이익	1,913	5,011	7,827	7,756	4,082	
안다르	매출	34,789	67,112	72,477	62,409	46,692	① 안다르의 연중 최대 비수기인 1분기, 467억원의 역대 최대 분기 매출액 달성 ② 패션업계 불황에도 불구하고 러닝, 골프, 비즈니스 애슬레저, 언더웨어 등 핵심 카테고리에서의 공격적 신상 확대로 성과 견인 ③ 프리미엄 키즈 애슬레저의 성공적 론칭으로 패밀리 애슬레저 브랜드 입지 강화 ④ 2025년 1분기 오프라인 매장 평균 구매액의 증대로 불경기에도 불구하고 안다르 오프라인 매장 매출 증대 추세 ⑤ 일본 '이세탄 백화점' 팝업을 비롯한 일본 매출의 성장과 호주 Westfield Sydney에 호주 첫 매장 오픈
	영업 이익	2,176	10,511	12,224	7,857	2,116	
데일리앤코	매출	15,702	15,666	18,277	15,467	14,317	① 국내 경제 위기에 대응한 비상 경영 선포 및 운영 효율화 추진 ② 핑거수트, '트와이스 나연' 모델 발탁으로 일본 시장 내 입지 강화
	영업 이익	1,468	569	219	-1,384	-984	

'25년 1분기 에코마케팅 실적 요약

에코마케팅 1분기 실적요약 (연결)

(단위:억원)

단위 : 억원	1Q24	1Q25	YoY
매출액	622	729	17%
- 광고대행수익	109	110	1%
- 제품매출	513	619	21%
영업비용	572	707	24%
- 매출원가	159	240	51%
- 종업원급여	58	69	19%
- 광고선전비	166	182	10%
- 운반비	15	17	13%
- 지급수수료	56	77	38%
- 판매수수료	51	57	12%
- 주식보상비용	14	12	-14%
영업이익	51	24	-53%
기타이익/손실	2	6	200%
관계기업투자이익	2	2	0%
법인세차감전이익	55	31	-44%
법인세비용	6	13	117%
순이익	49	18	-56%
지배기업	41	18	-56%
주당순이익(원)	129	58	

에코마케팅 1분기 실적요약 (별도)

(단위:억원)

단위 : 억원	1Q24	1Q25	YoY
매출액	96	120	25%
- 광고대행수익	96	120	25%
영업비용	77	80	4%
- 종업원급여	38	43	13%
- 주식보상비용	13	11	-15%
영업이익	19	41	116%
기타이익/손실	7	5	-29%
법인세차감전이익	26	46	77%
법인세비용	5	9	80%
순이익	21	37	76%
주당순이익(원)	66	116	

① 광고 대행 사업 - 에코마케팅

'25년 1분기, 매출 120억, 영업이익 41억, 역대 최고 1분기 매출 기록

1) 신규 클라이언트의 증가 및 기존 클라이언트의 성장

- 연말에 집중 확보한 국내외 신규 클라이언트들이 매출에 기여하며 1Q 역대 최대 매출로 이어짐
- 작년부터 투자해 온 브랜딩 및 글로벌마케팅 성공사례가 다수 확보되었고, 기존 클라이언트들과 브랜딩 협업 및 글로벌 협업으로 이어지며 매출 증가
특히, 1분기 글로벌 클라이언트 매출이 전체의 약 20% 이상을 차지하며 유의미한 비중으로 꾸준히 성장 중
- 커머스 클라이언트들의 경우 '광고 대행'의 범위를 넘어 '통합 마케팅 대행'으로 진행중, 특히 AI의 발전과 데이터 기반이 강화되며 더욱 높은 생산성으로 진행중

[통합 마케팅 대행 서비스 범위] : 데이터 기반 제품 및 서비스 디벨롭/신제품 출시 - 마케팅전략/브랜딩/모델/콜렉션/화보/인플루언서/PPL - 자사몰 기획/UXUI/제작/운영 - 프로모션 기획/운영 - 광고전략/제작/미디어 바이팅/바이럴/제휴 - 데이터 분석 및 인사이트 도출 - AI기반 CS/리뷰/환불 데이터 분석/고객 분석 - CRM마케팅 설계/진행

대행 업계 전반적으로 수수료 할인 경쟁이 매우 치열한 상황속에서 '통합 마케팅 대행'으로 수수료 할인 없이 진행, 클라이언트의 매출과 기업가치 함께 올려내며 동반 성장중

2) 에코마케팅만의 탁월한 역량과 노하우가 반영된 AI Agent

- AI Agent 발전하며, 주니어 레벨이 하던 모든 업무들을 AI로 대체하고 있음. AI는 업무 히스토리 및 에코마케팅이 가진 노하우 기반으로 일하기 때문에 판단과 액션이 상향 평준화 됨.
기존: 사원급이 데이터 취합, 분석 후 액션 제안 (낮은 레벨의 분석, 에코 노하우 일부 포함) → 실무책임자가 판단 후 피드백 및 액션 컨펌 (책임자 단에서 캠페인 히스토리 및 에코 노하우 반영됨)
현재: AI Agent가 데이터 취합, 분석 후 액션 제안 (높은 레벨의 분석, 에코 노하우 및 캠페인 히스토리 모두 포함) → 책임자가 판단 및 액션 (액션까지 AI Agent가 진행하는 모델 개발중, 연말 완료 예정)
* 에코의 노하우와 히스토리를 기반으로 AI Agent가 학습/제안하는 방식 → 타사가 AI Agent를 잘 개발해도 따라할 수 없음. 탁월한 노하우가 계속 발굴되고, 이를 데이터로 실시간 적재하며, AI가 학습할 수 있도록 빅데이터 인프라를 구축해야 가능한 모델
- 기존 에코마케팅이 보유하고 있던 다양한 마케팅 솔루션들 역시 마케터가 직접 활용하던 모델에서 → [AI 마케터 Agent]가 알아서 활용하고 운영하는 방식으로 진화중
- 갈수록 운영 중심의 주니어 레벨 마케터의 역할이 필요치 않은 상황으로, '마케팅 전략가'수준의 인재 확보에 집중하고 있음. '전략가' 인재 확보가 곧 신규 캠페인 확대, 매출 확대로 이어질 것으로 기대

② 비즈니스 부스팅 사업 - 안다르

전통적 연중 최대 비수기인 1분기, 역대 최대 분기 성과 달성 (매출액 467억 원, 영업이익 21억 원)

1) 패션업계 불황에도 불구하고 러닝웨어, 골프웨어, 비즈니스 애슬레저, 언더웨어 등 핵심 카테고리에서의 공격적 신상 확대로 성과 견인

- 경기침체와 고환율 상황에도 불구하고 글로벌 최고급 수입 원사만을 고집하여 생산한 안다르만의 고품질 시그니처 원단으로 만든 다양한 애슬레저 제품들의 인기 확대로 소비자 수요가 오히려 증가하여 매출 증대
- 일상에서도 활용 가능한 스타일리시한 디자인의 러닝웨어, 골프웨어, 비즈니스 애슬레저, 언더웨어 등의 카테고리화 퀄리티 높은 신상 확대



2) 오프라인 매장의 매출 증대 추세

- 불경기로 인하여 오프라인 매장들의 절대적인 방문자수는 줄어들었으나 안다르의 경우, 2025년 1분기 매장 방문자별 평균 구매액이 증가하며 오프라인 매장 매출 증대 추세
- 외국인 관광객들의 브랜드 선호도 상승으로, 국내 주요 오프라인 매장에서의 매출 기여도 큰 폭으로 증가



[코엑스 파르나스몰 안다르 매장 전경]

② 비즈니스 부스팅 사업 - 안다르

전통적 연중 최대 비수기인 1분기, 역대 최대 분기 성과 달성 (매출액 467억 원, 영업이익 21억 원)

3) 프리미엄 키즈 애슬레저 성공적 론칭으로 패밀리 애슬레저 브랜드로서의 입지 강화

- 아이들의 활동성을 고려한 기능적 패턴 설계와 고품질 원단으로 프리미엄 키즈 애슬레저 성공적 론칭함



4) 일본 '이세탄 백화점' 팝업을 비롯한 일본 매출의 성장과 호주 Westfield Sydney에 호주 첫 매장 오픈

- 일본 대표 프리미엄 백화점인 '이세탄 백화점'에서의 팝업 이후 브랜드 인지도가 큰 폭으로 상승하였으며 일본 매출 증가 추세
- 호주 Westfield Sydney에 1호 매장 오픈과 현지 물류 구축으로 싱가포르, 일본에 이은 고소득 타겟 국가인 호주 시장에 성공적으로 진출함



[웨스트필드 시드니 1호 안다르 매장 전경]

③ 비즈니스 부스팅 R&D 사업 - 데일리앤코

불확실성 극복을 위한 운영 효율화 및 글로벌 시장 확장

1) 1분기, 국내 경제 위기에 대응한 비상 경영 조치 시행

- 조직 슬림화와 손익 개선을 위한 기존 브랜드들의 운영 효율화
- 클럭 두피 마사지기, 몽제 매트리스, 티타드 물염색 등 메인 상품 중심의 전략적 마케팅 전개
→ 핵심 상품 중심으로 선택과 집중하며, 시장 점유율 및 고객 접점 확대를 지속 추진
- 비주력 상품들의 재고 자산 현금화 및 비용 최적화를 통한 유동성 확보



2) 핑거슈트, '트와이스 나연' 발탁을 통한 일본 시장 내 브랜드 확장 가속화

- 일본 네일 카테고리 1위 브랜드 입지 강화 및 온·오프라인 시너지를 극대화하여 인지도 및 판매량 증대 목표
- 한국, 일본에서 브랜드 얼굴로 활동하며, '붙이기만 하면 스타일 완성'이라는 메시지로 K-Fashion 트렌드 확산



[핑거슈트 모델 '트와이스 나연']

E.O.D

No.1 Innovative Market Creator
ECHO)))**MARKETING**[®]