

2022년 2분기 에코마케팅 경영실적 발표

2022. 8. 9

ECHO)))MARKETING®

Disclaimer

본 자료의 2022년 2분기 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.

Contents

1. '22년 2분기 Key Highlight
2. '22년 2분기 실적
3. '22년 2분기 사업부별 성과

비즈니스 부스팅 사업 순항과 더불어 각 사업부 실적 모두 개선되며, 역대 최대 실적 달성
 '22년 2분기 매출(연결) **1,082억**, 영업이익(연결) **212억**

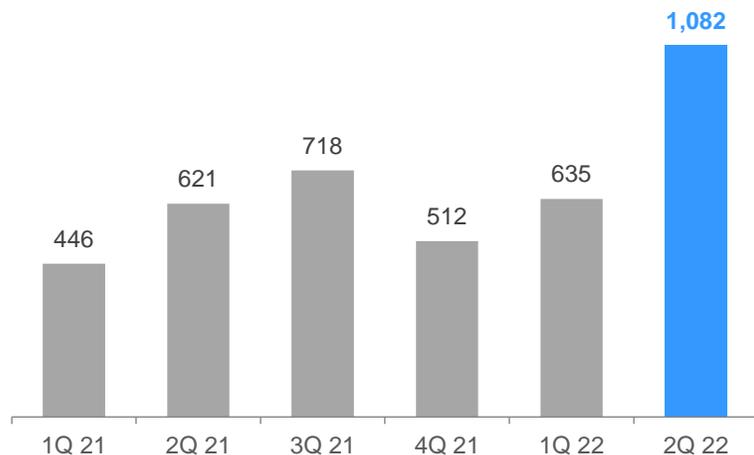
'22 2Q 연결 매출
1,082억

YoY **74%▲**
 QoQ **70%▲**

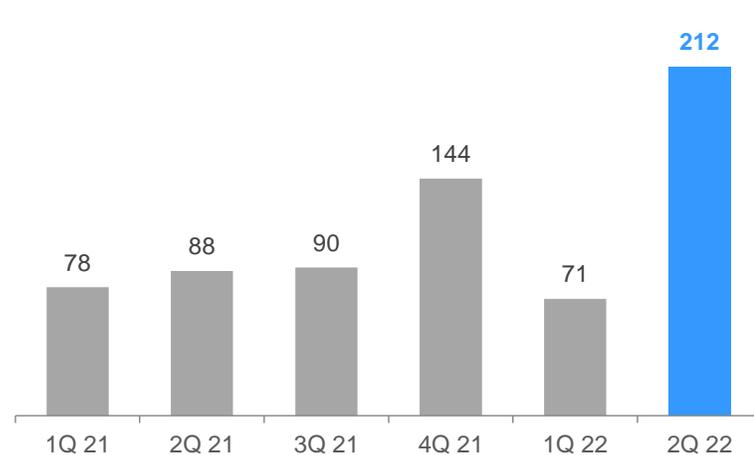
'22 2Q 연결 영업이익
212억

YoY **140%▲**
 QoQ **201%▲**

에코마케팅 분기별 매출 추이
 (단위: 억원)



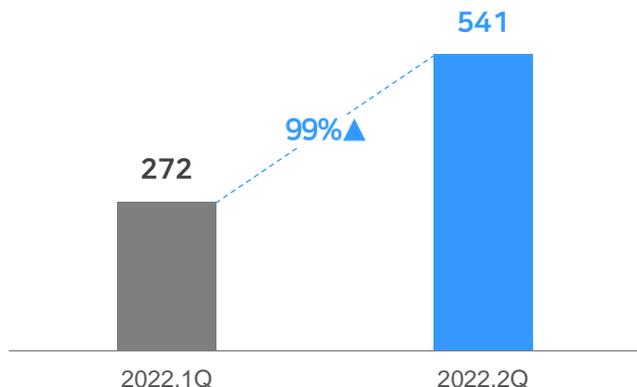
에코마케팅 분기별 영업이익 추이
 (단위: 억원)



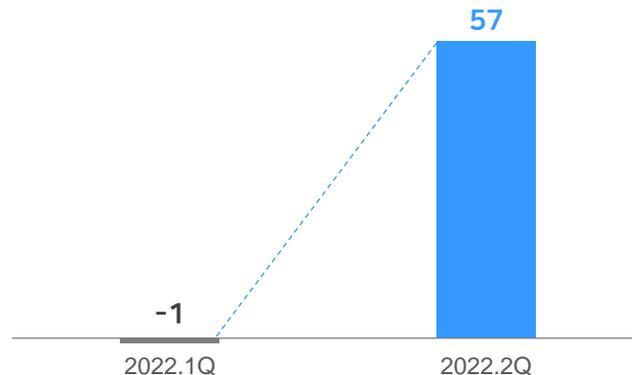
2분기 전망치 대비 매출 약 6%, 영업이익 21% 초과 달성하며 역대 최대 실적 기록
 2022년 연간 실적의 경우, 기존 최대 영업이익인 589억을 초과하는 역대 최대 연간 영업이익 달성할 것으로 예상

자회사 안다르 '22년 SS 시즌 폭발적인 매출 증가로, 역대 최대 분기 실적 달성 '22년 2분기 매출 541억, 영업이익 57억

안다르 '22년 1Q, 2Q 매출
(단위: 억원)



안다르 '22년 1Q, 2Q 영업이익
(단위: 억원)



안다르 '22년 2Q 폭발적 성장 - 전분기 대비 매출 약 2배, 영업이익 58억 가량 증가하며 내실 있는 성장 추세를 증명함

- '22년 출시된 SS 제품들이 서머 시즌오프 기간인 7월 이전에 대다수 품절일 정도로 폭발적인 반응을 보이며, **매출 QoQ 약 2배 성장과 함께 영업이익 또한 큰 폭으로 증가**
- 경제력을 기반으로 애슬레저 라이프를 향유하는 30대를 메인 타겟으로 공략한 결과 자사 온라인스토어에서의 D2C 매출이 폭발적으로 성장하였으며, 고가의 명품 브랜드들과 견주어 손색없는 제품 퀄리티로 **주요 백화점 내에서 애슬레저 1위 브랜드**로의 포지션을 공고히 함
- 맨즈 라인에서는 팬츠류들의 착용감에 대한 남성들의 높은 만족도로 '중독 바지'라 입소문이 나며 남성 신규 고객 구매가 증가하였고, 결과적으로 상반기 자사 온라인 스토어에서만 **맨즈 매출 100억 달성**에 성공하며 안다르 신성장 동력으로써 기초를 다짐
- '22년 상반기, 타겟과 제품 카테고리의 적극 확장으로 전통적으로 강했던 레깅스 매출액 비중이 전체 매출액 중 ¼ 이하로 줄어들며, 안다르는 여성 요가복 브랜드가 아니라 **남녀 모두에게 사랑받는 K 애슬레저 리딩 브랜드로 확실히 자리매김함**

Contents

1. '22년 2분기 Key Highlight
2. '22년 2분기 실적
3. '22년 2분기 사업부별 성과

에코마케팅 '22년 2분기 실적 요약

에코마케팅 2분기 실적요약 (연결)

(단위:억원)

단위 : 억원	2Q21	2Q22	YoY
매출액	621	1,082	74%
- 광고대행수익	136	152	12%
- 제품매출	485	929	92%
영업비용	533	869	63%
- 매출원가	128	307	140%
- 종업원급여	42	49	17%
- 광고선전비	239	313	31%
- 운반비	32	21	-34%
- 지급수수료	35	55	62%
- 판매수수료	15	71	381%
- 주식보상비용	13	19	41%
영업이익	88	212	140%
기타이익/손실	19	36	86%
관계기업투자이익	-3	1	-142%
법인세차감전이익	104	250	139%
법인세비용	23	34	50%
순이익	81	215	165%
지배기업	79	185	135%
주당순이익(원)	243	572	135%

에코마케팅 2분기 실적요약 (별도)

(단위:억원)

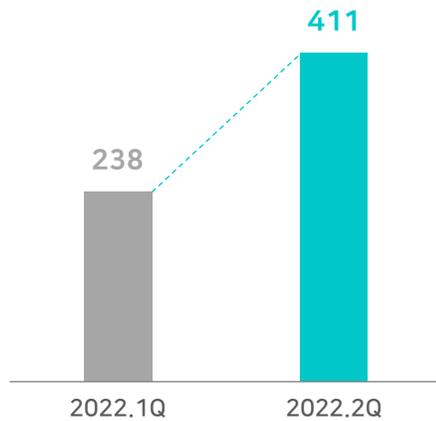
단위 : 억원	2Q21	2Q22	YoY
매출액	128	149	17%
- 광고대행수익	128	149	17%
영업비용	69	70	1%
- 종업원급여	30	35	16%
- 주식보상비용	13	19	41%
영업이익	59	79	36%
기타이익/손실	23	3	-94%
법인세차감전이익	82	83	0%
법인세비용	17	17	-18%
순이익	65	66	5%
주당순이익(원)	200	203	7%

'22년 2분기 에코마케팅 종속 회사별 실적

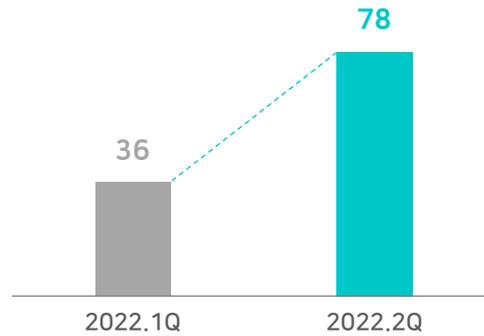
Beyond Commerce

Daily & Co.

데일리앤코 분기 매출 (단위: 억원)

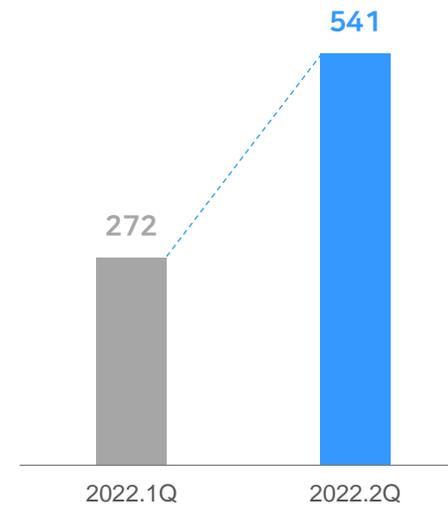


데일리앤코 분기 영업이익 (단위: 억원)



andar

안다르 분기 매출 (단위: 억원)



안다르 분기 영업이익 (단위: 억원)



Contents

1. '22년 2분기 Key Highlight
2. '22년 2분기 실적
3. '22년 2분기 사업부별 성과

① 광고 대행 사업 - 에코마케팅



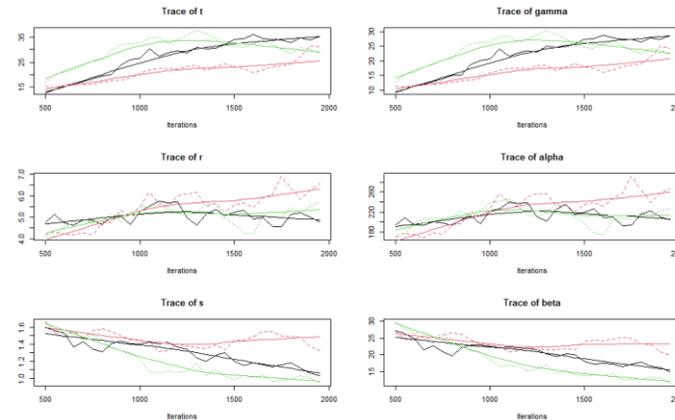
1. 신규 대형 광고주 수주 & 광고비 증대

- App 캠페인 성공 케이스 확대 및 역량 증대



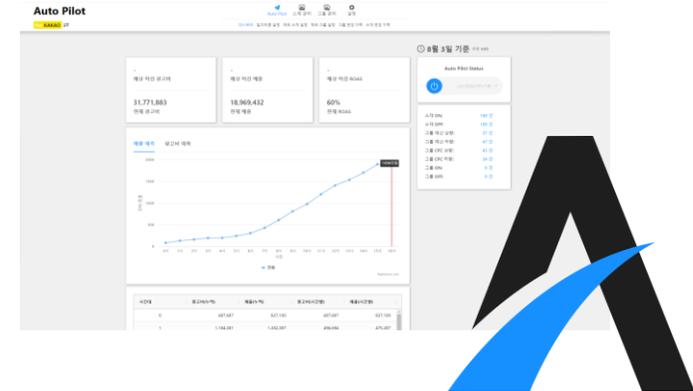
2. 그로스 마케팅 성과 가시화

- App 기반 서비스의 CLV 예측 모델 개발 및 성공 케이스 발굴



3. 서비스 차별화

- 자체 개발한 머신러닝 기반 미디어 자동 운영 솔루션 'Auto Pilot'

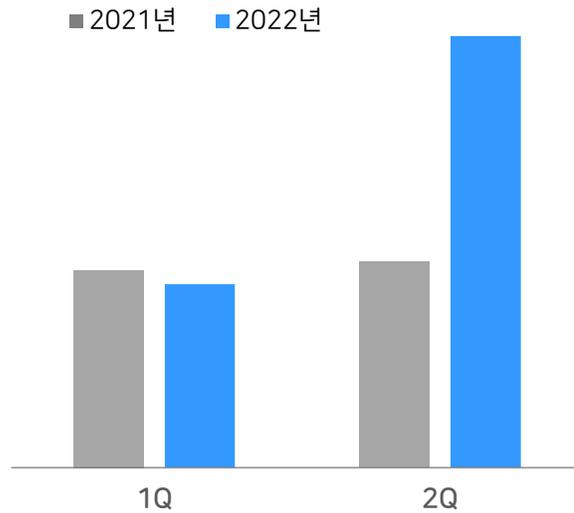


2분기 영업이익 전년 동기 대비 36%, 전 분기 대비 104% 성장

- 대형 OTT 서비스, 글로벌 BIG 클라이언트 등 신규 App 캠페인 수주 & 기존 클라이언트들의 매출을 증가시키며 광고비 증대
- 글로벌 클라이언트와 그로스 마케팅 성공 사례 확보 → 앱 서비스의 그로스 마케팅 역량 강화
 - : 카이스트 박사 출신의 그로스 팀 리드로 고객의 미래 행동을 예측한 CLV(Customer Lifetime Value) 모델 개발 및 적용을 통해 서비스를 성장시킨 사례 확보
- 에코마케팅 내 최고 미디어 전문가의 노하우로 만들어진 머신러닝 알고리즘에 따라 자동으로 미디어를 최적화해주는 Auto Pilot 솔루션의 성공적 안착
 - : 업계 최고 수준의 디지털 미디어 운영 노하우를 교육 & 훈련 시키는 시간을 획기적으로 줄여서 적은 리소스로 여러 캠페인에 적용 가능해지면서 광고 대행 경쟁력 강화됨

② 비즈니스 부스팅 R&D 사업 - 데일리앤코 클릭 Daily & Co.

21년/22년 YOY 분기별 매출액 비교 (국내+해외 총매출 기준)



클릭 스트레칭 마사지기 네이버 쇼핑 라이브 전체 구매 TOP 확보

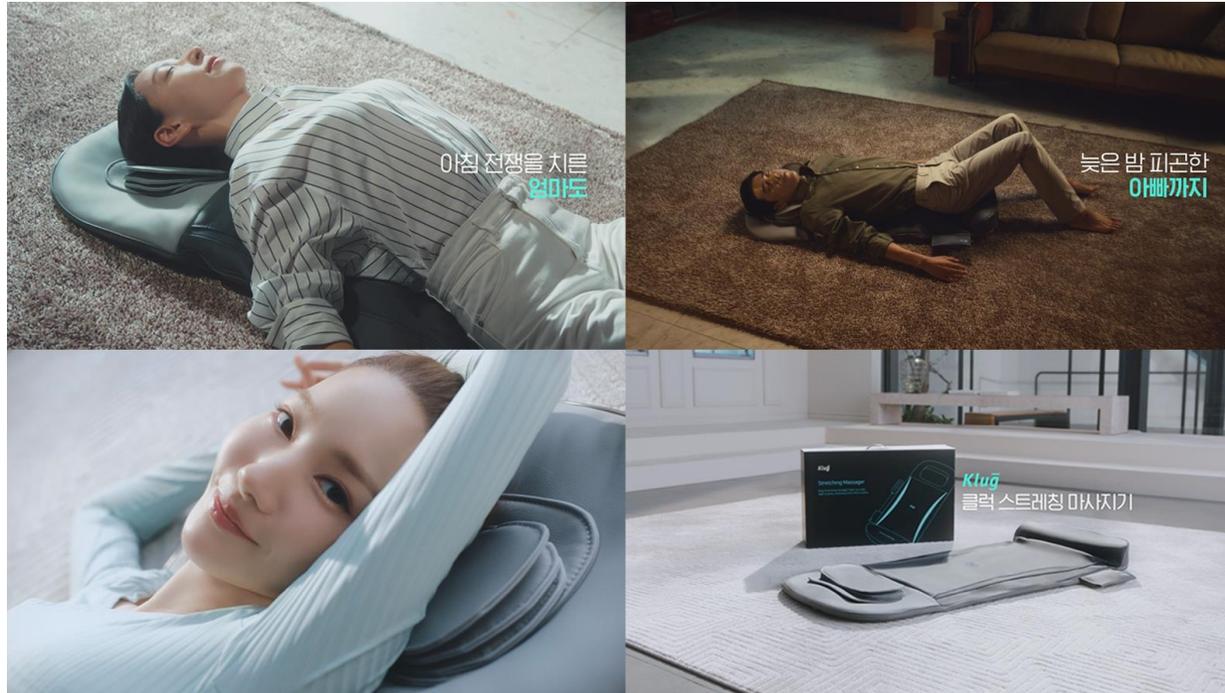


클릭 스트레칭 마사지기 출시 5개월 만에 단품 판매로만 매출 200억 돌파, 가정의 달 성수기 맞아 2Q 매출 전년 동기 대비 109% 성장

4월부터 가정의 달 선물 수요가 올라오며 약 한 달 여간의 품절 기간이 있었음에도 불구하고, 출시 5개월 만에 단품 매출 200억 돌파하며 폭발적인 속도로 성장 중

제품에 대한 높은 관심에 더불어 네이버 쇼핑 라이브 진행 시 매 방송마다 전체 라이브 상품 중 구매 순 1위를 차지, 실시간 방송 조회 또한 평균 20만 뷰 이상 확보하며 뜨거운 관심 높은 고객만족도와 함께 매출 급격 성장 중

② 비즈니스 부스팅 R&D 사업 - 데일리앤코 클럭 Daily & Co.



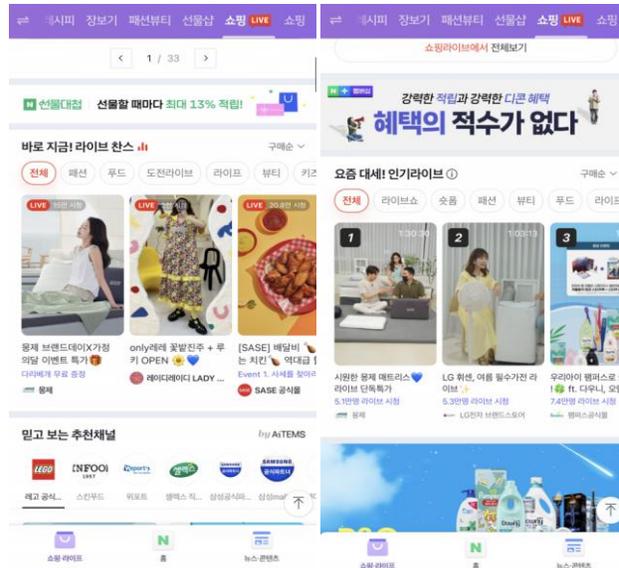
8월 TV 광고 온에어와 함께 매출과 화제성 상승 중, '22년 3Q 추석 시즌 선물 수요까지 흡수하여 역대급 매출 달성할 것으로 예상됨

안마의자 대비 뛰어난 가성비로 온 가족이 함께 사용할 수 있는 혁신적인 아이템인 '클럭 스트레칭 마사지기'를 TV 광고를 통해 소비자들에게 알리고자, 클럭과 4년간 함께하고 있는 뮤즈 배우 박민영과 함께한 클럭 스트레칭 마사지기 TV 광고 온에어 ('22.8.1)

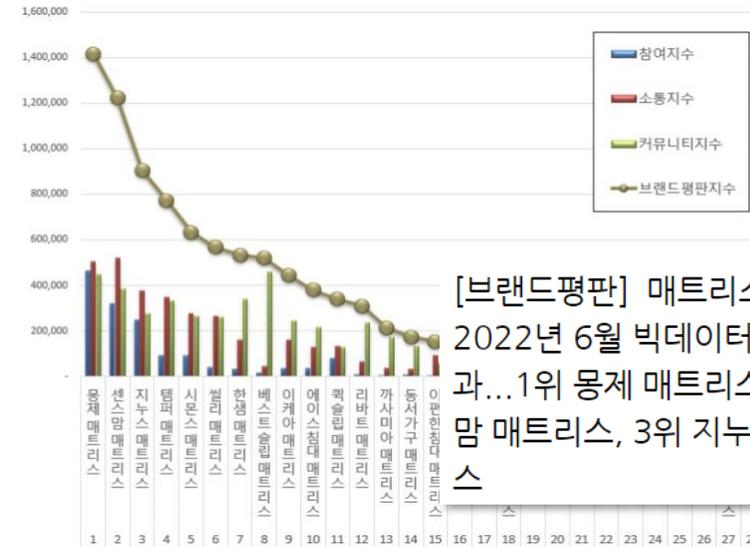
② 비즈니스 부스팅 R&D 사업 - 데일리앤코 몽제

Daily & Co.

몽제는 2분기 진행한 쇼핑 라이브 모두 실시간 구매 1위 성과



기업 브랜드 평판 지수 매트리스 부문 1위



[브랜드평판] 매트리스 브랜드 2022년 6월 빅데이터 분석결과... 1위 몽제 매트리스, 2위 센스맘 매트리스, 3위 지누스 매트리스

몽제 매트리스의 두터운 팬덤으로 쇼핑 라이브 진행 건마다 실시간 구매 1위 달성

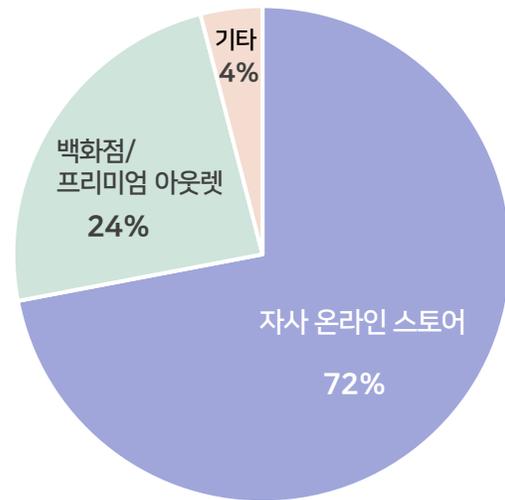
실고객들의 높은 제품 만족도로 인해 본인의 간증급 사용 경험과 함께 몽제 매트리스의 장점을 적극 홍보하고 있는 두터운 팬층을 확보하고 있음

기업 브랜드 평판 지수에서도 매트리스 부문 1위. 높은 커뮤니티 지수와 참여 지수로 3분기 성수기까지 장악 예정

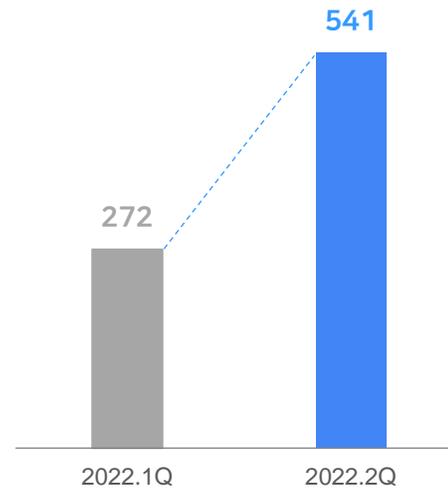
③ 비즈니스 부스팅 사업 - 안다르

ECHO Investment Partners × andar × ECHO MARKETING®

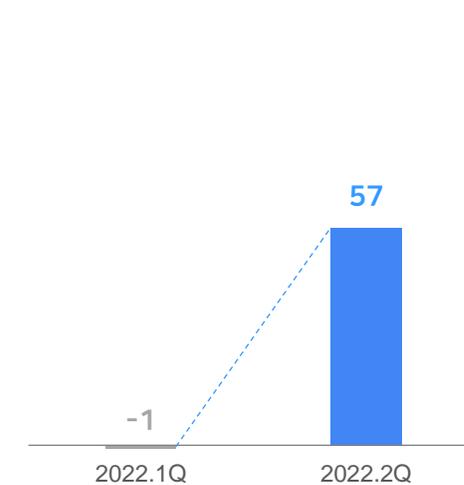
판매채널 별 매출 비중 (22.2Q)



안다르 분기 매출 (단위: 억원)



안다르 분기 영업이익 (단위: 억원)



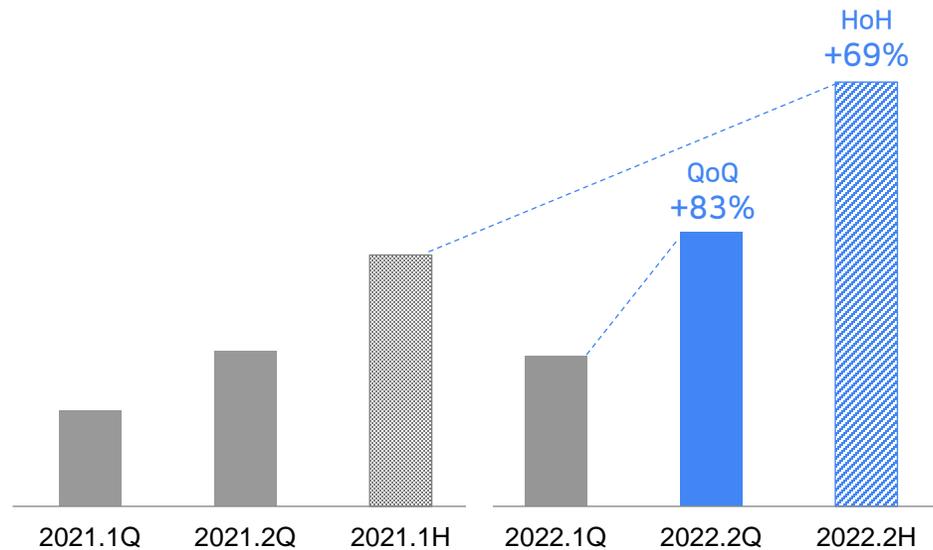
안다르의 판매 채널을 '자사 온라인스토어와 백화점/프리미엄 아울렛' 두 채널로만 집중하여 브랜드 가치를 제고시킨 판매 전략 성공

높은 수수료와 가격 통제가 불가능하다는 문제가 있는 유통 채널의 의존도를 최소화하고, 브랜드 가치 제고를 위해 자사몰과 백화점/프리미엄 아울렛 두 채널 집중 판매전략을 고수한 결과, **전체 매출의 72%가 고객과 소통할 수 있는 D2C**를 통해 발생함. 고객 니즈 수렴을 통한 제품 개발, 발주량 및 판매가 선정부터 유통 수수료를 고객 혜택으로 치환하여 고품질의 제품을 합리적인 가격으로 제공하고, 고객과 직접 소통하며 즉각적인 피드백 반응을 통한 고객만족도 증대로 이어지는 선순환 구조 확립됨에 따라 재구매 꾸준히 증가, 영업이익 증가로까지 이어짐

③ 비즈니스 부스팅 사업 - 안다르

ECHO Investment Partners × andar × ECHO MARKETING®

백화점 / 프리미엄 아울렛 (오프라인) 매출 추이



주요 백화점 / 프리미엄 아울렛 입점 현황



- 신세계 백화점 강남점 / 본점 / 영등포점 / 대전점 / 하남점
- 롯데백화점 본점 / 잠실점 / 강남점 / 동탄점 / 부산본점 / 센텀점 / 광복점
- 더현대 서울점
- 갤러리아백화점 광고점 / 타임월드점
- 롯데프리미엄아울렛 타임빌라스점 / 동부산점 / 광고점 / 기흥점 / 파주점
- 현대프리미엄아울렛 스페이스원 / 송도점

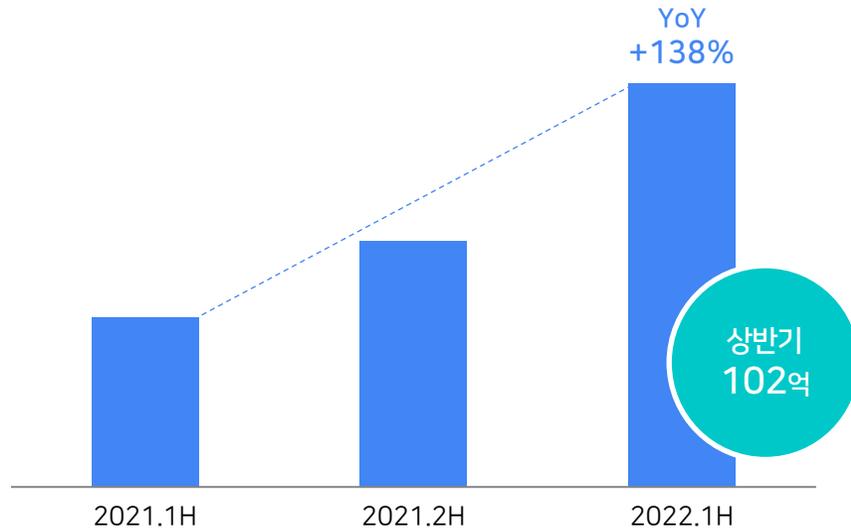
고품질 제품 식별 가능하며 경제력 있는 3040대가 백화점/프리미엄 아울렛의 안다르 제품 메인 고객층

안다르는 백화점 명품 브랜드의 고가의 제품들과 견주어 손색없는 고품질의 제품력으로 인해, 직접 만져보고 구매가 가능한 메이저 백화점, 프리미엄 아울렛에서의 반응이 폭발적이며, 꾸준한 재구매로 이어지는 양상. 또한 수준 높은 경제력과 애슬레저 라이프를 누리는 3040대의 긍정적인 반응으로 아웃도어/스포츠 브랜드들이 판매 부진으로 줄 퇴점하는 가운데 전국 프리미엄 백화점 상권의 입점 러브콜 쇄도 중

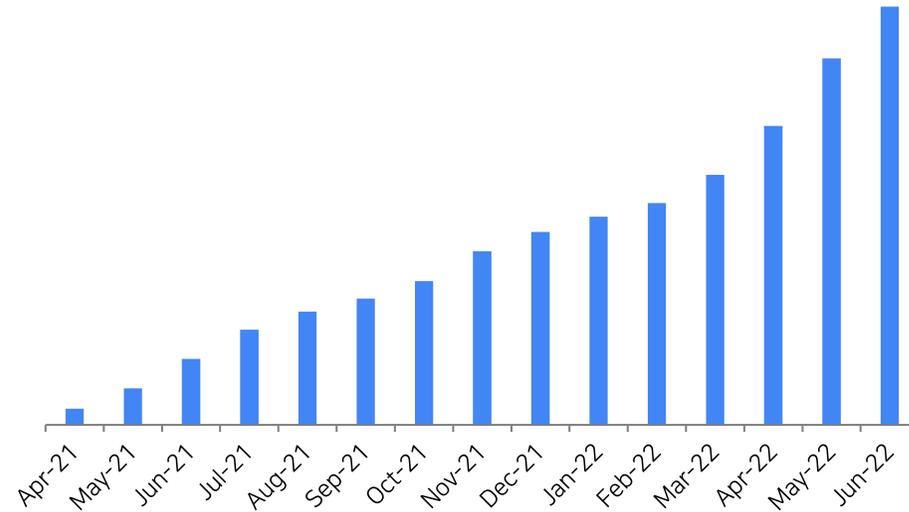
③ 비즈니스 부스팅 사업 - 안다르 맨즈

ECHO Investment Partners × andar × ECHOMARKETING®

안다르 맨즈 매출 추이(자사 온라인 스토어 기준)



안다르 맨즈 누적 구매자 수 (22년 상반기, 자사 온라인 스토어 기준)



일명 '중독 바지'로 출근부터 골프까지 운동과 일상의 경계를 넘나드는 맨즈 팬츠 인기-재구매 폭발, 22년 상반기 맨즈 매출만 100억 돌파

맨즈 라인은 1년여 만에 상반기 자사 온라인 스토어에서만 100억 이상의 매출 확보하며 신규 타깃 확장에 성공

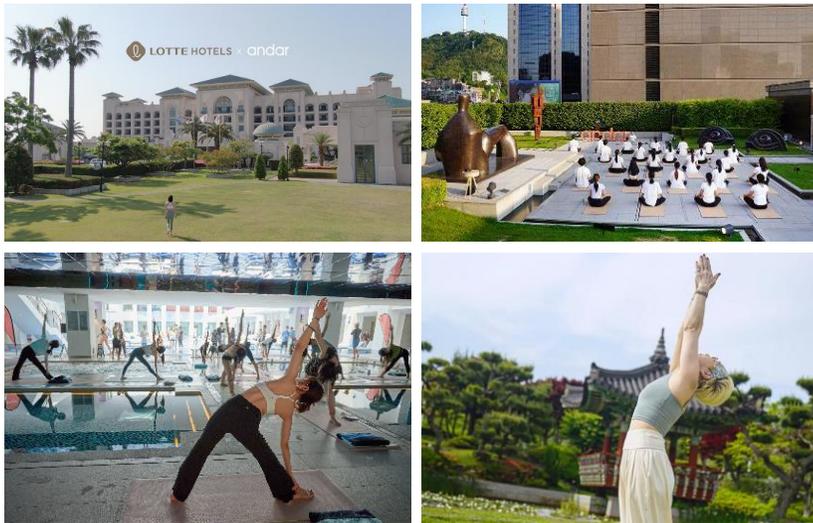
특히, 편안함을 기반으로 운동뿐 아니라 일상의 모든 상황에서 입을 수 있는 팬츠류의 경우, 착용감에 대한 높은 고객 만족도로 '중독 바지'라 입소문 나며 남성 신규 고객과 재구매가 꾸준히 증가.

안다르 전체 매출에서 전통적인 레깅스 매출 비중은 1/4 이하로 줄어든 상황으로, 안다르는 여성 요가복 브랜드가 아니라 남녀 모두에게 사랑받는 K 애슬레저 리딩 브랜드로 확실히 자리매김함

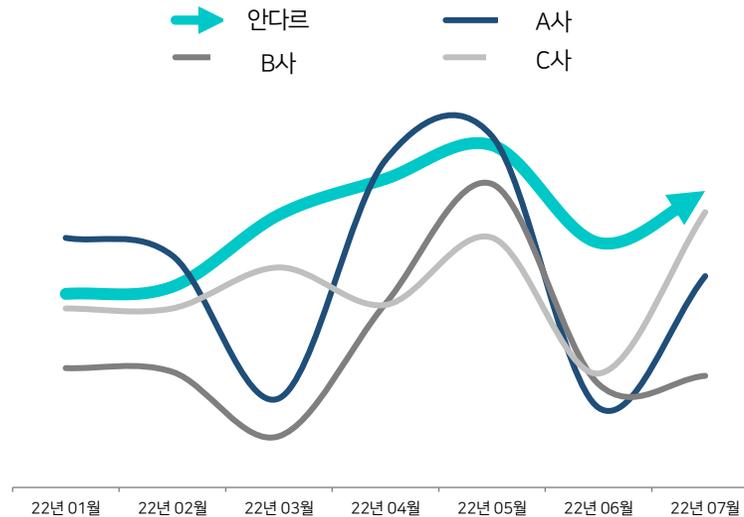
③ 비즈니스 부스팅 사업 - 안다르

ECHO Investment Partners × andar × ECHO MARKETING®

안다르 브랜드 애슬레저 문화 행사



브랜드 평판 지수 추이 (한국기업평판연구소)



2022 수상 내역



2022 포브스 선정 고객신뢰도 1위 프리미엄 브랜드 대상
 한국표준협회 프리미엄브랜드지수(KS-PBI) 1위
 K-ESG 경영혁신 대상
 대한민국 친환경상품 그린스타 인증
 대한민국 패션품질대상 애슬레저 부문 대상

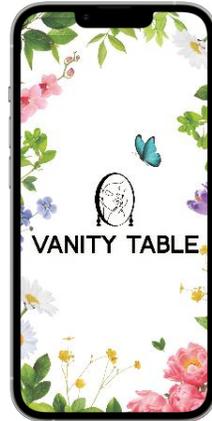
5성급 호텔&리조트와의 협업, 백화점 VIP 고객 대상 애슬레저 문화 행사를 통해 프리미엄의 건강한 애슬레저 문화를 확산 중, 브랜드 평판 1위 쾌거

안다르 공식 앰배서더와 함께 '건강하고 여유로운 삶'이라는 브랜드 아이덴티티를 체험하는 다양한 대면 브랜딩 활동을 활발히 전개하며 브랜드 밸류에이션을 높여가는 중
 제품력, 고객 신뢰는 물론, ESG 경영을 아우르며 다양한 방면에서 K-애슬레저 리딩 브랜드임을 증명해 내고 있으며, 각종 어워즈에서 품질과 사회 공헌을 인정받아 애슬레저 부문 대상 및 1위에 선정되는 쾌거를 이룸

④ 글로벌 플랫폼 사업 - 데일리앤코 Daily & Co.

Vanity Table 2022-2분기 실적

303만 트래픽
13.4만 누적 앱 다운로드 수
82만 누적 회원 수
+102% 웹 대비 앱 재구매율



타투 스티커, 코스메틱 등 뷰티 카테고리 입점 확대



글로벌 K-뷰티 플랫폼으로서 다양한 뷰티 카테고리 입점 확대

Vanity Table 북미 충성 고객 중심으로 높은 앱 리텐션 유지 중이며 K-뷰티가 대세인 일본에서도 Vanity Table 빠르게 성장 중

2분기에는 네일과 크로스셀 가능한 타투 브랜드 '인스턴트 타투'와 비건 코스메틱 브랜드 '딘토' 입점 완료, 지속적으로 카테고리 입점 확장 예정

E.O.D

ECHO)))MARKETING®