

에코마케팅(230360)

Not rated

광고 업종의 트렌드 세터

퍼포먼스 마케팅에 경쟁력을 보유한 광고대행사

에코마케팅은 온라인 광고를 활용한 데이터 분석 기반의 퍼포먼스 마케팅에 강점을 보유한 업체다. 2003년 3월 설립됐으며 2016년 8월에 코스닥 시장에 상장됐다. 동종 업종 대비 높은 수익성을 보유했으며, 창립 이래 적자없이 안정적인 이익을 창출하고 있다. 2017년 8월 데일리앤코(구 유리카코스메틱)를 인수하며 최근 빠르게 성장하고 있는 비디오커머스 시장으로 영역을 확장해 신성장 동력을 확보했다.

타겟팅 광고 중심으로 성장성 강화

광고 시장은 과거 전통매체인 TV 등을 활용한 브랜드 마케팅이 주류를 이루었으나 기술의 발전 등으로 스마트폰이 보급되고 소비 패턴, 라이프스타일이 바뀌면서 온라인, 모바일 등 디지털 매체가 새로운 마케팅 채널로 떠올랐다. 에코마케팅은 사용자 데이터 분석을 통해 구매로 이어질 가능성이 큰 고객을 타겟팅해 광고를 노출시키는 방식으로 실시간 데이터에 기반해 최적화로 매출을 증대시킨다는 강점이 있다. 매출과 직결되는 타겟팅 광고에 대한 광고주들의 관심이 고조되면서 성장성이 강화되고 있다. 광고대행 서비스를 주로 하는 본사의 금년 매출액은 227억 원(+10.0% YoY), 영업이익은 93억원(+19.8% YoY)으로 전망한다.

비디오커머스 진출로 성장의 날개를 달다

2017년 8월 동영상 콘텐츠를 마케팅에 활용하는 전자상거래 업체 ‘데일리앤코’의 지분 51%를 106억원에 인수하며 연결자회사에 편입했다. 데일리앤코는 비디오커머스 노하우와 온/오프라인 유통채널을 보유하고 있는 업체다. 비디오커머스는 페이스북, 위챗 등의 소셜미디어를 통해 동영상 광고를 올리고 온라인 판매로 연결시키는 사업으로 시장 트렌드를 감안할 때 성장성이 높은 사업이다. 데일리앤코는 유리카, 레그미 등 다섯개 브랜드를 런칭했다(표 3). 추가적인 브랜드 런칭과 국내 오프라인 매장 및 중국, 동남아 등 해외 진출을 통한 수익 호전 가능성이 커 실적 개선에 따른 기업 가치 증대가 예상된다.

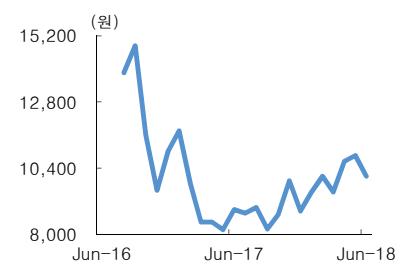
Stock Data

KOSPI(6/19)	2,340
주가(6/19)	10,100
시가총액(십억원)	164
발행주식수(백만)	16
52주 최고/최저가(원)	11,750/7,984
일평균거래대금(6개월, 백만원)	1,677
유동주식비율/외국인지분율(%)	38.6/0.8
주요주주(%)	김철웅 외 4 인 에이티넘인베스트먼트 외 1 인
	57.6 7.4

주가상승률

	1개월	6개월	12개월
절대주가(%)	(3.3)	9.3	14.9
KOSDAQ 대비(%p)	2.9	2.9	(5.8)

주가추이



자료: WISEfn

	매출액 (십억원)	영업이익 (십억원)	순이익 (십억원)	EPS (원)	증감률 (%)	EBITDA (십억원)	PER (x)	EV/EBITDA (x)	PBR (x)	ROE (%)	DY (%)
2014A	16	7	7	10	NM	7	NM	(1.1)	NM	42.1	NM
2015A	20	10	9	667	6736.4	10	NM	(2.0)	NM	44.6	NM
2016A	17	7	7	227	(66.0)	7	48.6	16.1	2.5	14.2	1.0
2017A	24	8	8	240	5.8	8	36.8	11.5	2.0	10.9	1.4
2018F	40	10	9	575	139.9	11	18.3	10.2	2.2	12.4	1.4

주: 순이익, EPS 등은 지배주주지분 기준

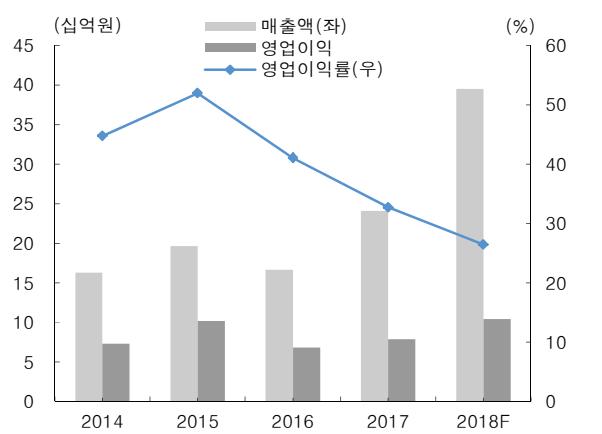
최민하

mhchoi@truefriend.com

연결 영업이익 전년대비 32.5% 증가 전망

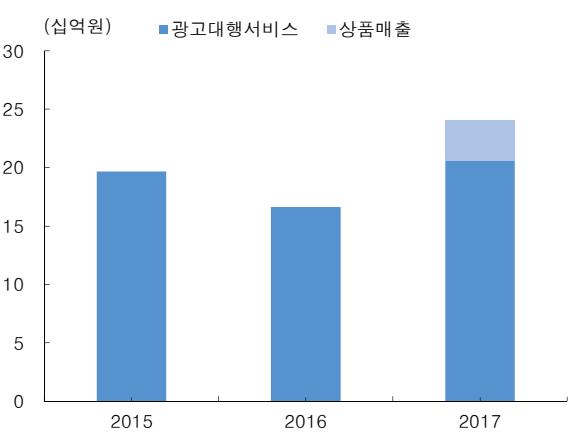
2018년 연결 기준 매출액은 395억원, 영업이익은 104억원으로 전년대비 각각 64.0%, 32.5% 늘어날 것으로 예상한다. 금년에는 17년 8월 인수한 데일리앤코 실적이 온기로 반영된다. 데일리앤코의 금년 매출액과 영업이익은 각각 168억원 (+381.2% YoY), 13억원(+3,641.4% YoY)으로 전망한다. 데일리앤코는 작년 말부터 비디오커머스 전략을 해외 시장으로 확대하는 등 유통 채널뿐 아니라 브랜드 확대도 도모하고 있어 추가 브랜드 런칭시 그에 따른 수익 증대 가능성도 존재한다.

[그림 1] 매출액과 영업이익률



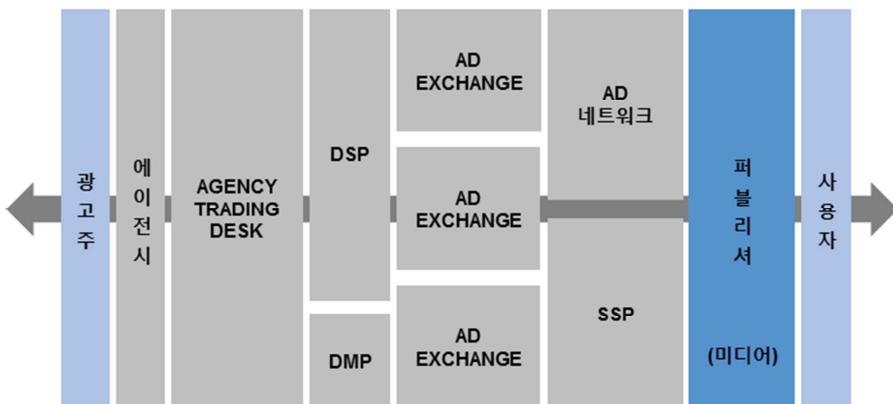
자료: 에코마케팅, 한국투자증권

[그림 2] 부문별 매출 비중



주: 연결기준
자료: 에코마케팅, 한국투자증권

[그림 3] 프로그래머틱바잉 생태계



자료: 에코마케팅, 한국투자증권

〈표 1〉 분기 실적 추이

	1Q16	2Q16	3Q16	4Q16	1Q17	2Q17	3Q17	4Q17	1Q18
매출액	4.3	4.0	4.0	4.4	4.7	5.0	6.7	7.8	8.9
본사	4.3	4.0	4.0	4.4	4.5	4.9	5.3	5.5	5.1
데일리앤코	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	2.2	3.7
영업이익	2.0	1.5	1.4	1.9	1.7	1.8	2.2	2.2	2.0
영업이익률	46.9	38.1	36.0	42.7	36.8	37.2	32.3	27.8	22.7
본사	2.0	1.5	1.4	1.9	1.6	1.7	2.1	2.3	2.0
데일리앤코	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	(0.0)	0.1	0.2
영업외	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.3	0.4	0.3
세전이익	2.4	1.9	1.8	2.3	2.2	2.2	2.6	2.5	2.4
순이익	1.9	1.5	1.5	1.9	1.8	1.7	2.1	2.1	1.8

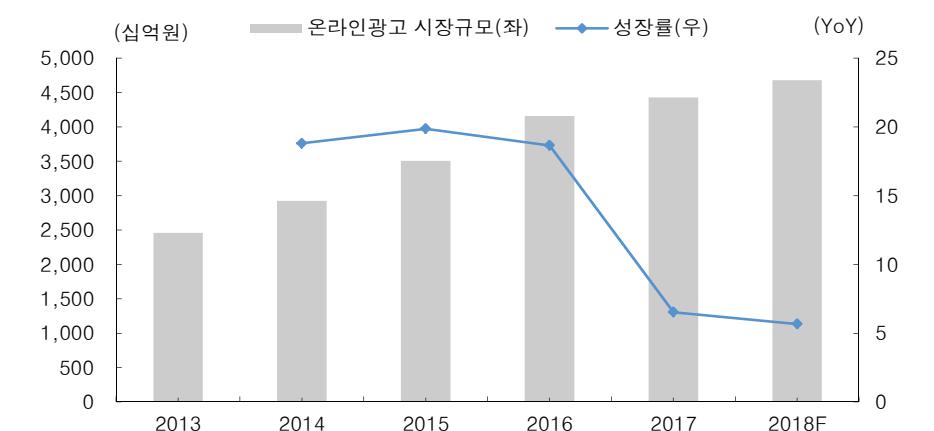
자료: 에코마케팅, 한국투자증권

〈표 2〉 연간 실적 추이와 전망

	2014	2015	YoY	2016	YoY	2017	YoY	2018F	YoY
매출액	16.3	19.7	20.6	16.6	(15.4)	24.1	44.8	39.5	64.0
본사	16.3	19.7	20.6	16.6	(15.4)	20.2	21.4	22.7	12.2
데일리앤코	–	–	–	–	–	3.5	NM	16.8	381.2
영업이익	7.3	10.2	40.1	6.8	(33.1)	7.9	15.5	10.4	32.5
영업이익률	44.7	52.0	7.2	41.0	(10.9)	32.7	(8.3)	26.4	(6.3)
본사	7.3	10.2	40.2	6.8	(33.2)	7.7	13.3	9.3	19.8
데일리앤코	–	–	–	–	–	0.0	NM	1.3	3,641.4
영업외	0.1	0.2	50.5	0.5	202.2	1.0	84.8	1.3	30.1
세전이익	8.6	11.9	39.1	8.5	(28.4)	9.6	12.2	11.8	23.0
순이익	6.8	9.3	36.8	6.7	(27.5)	7.7	14.2	9.3	21.2

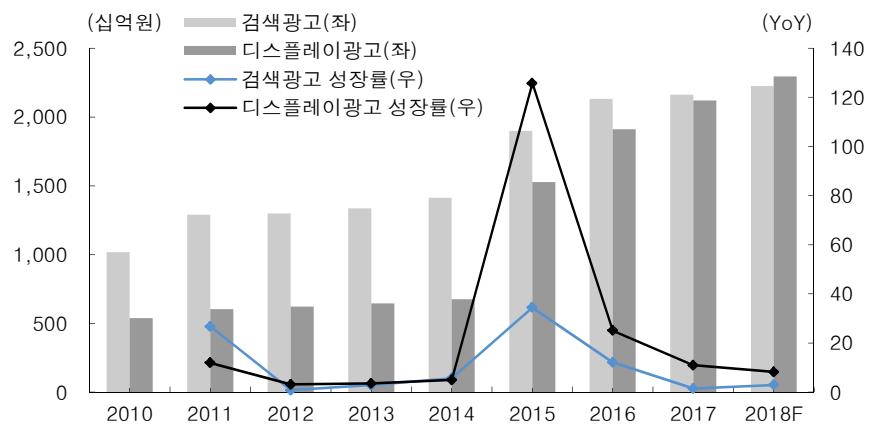
자료: 에코마케팅, 한국투자증권

[그림 4] 국내 온라인 광고시장 규모



자료: 에코마케팅, 한국인터넷진흥원, 한국온라인광고협회, 한국투자증권

[그림 5] 국내 온라인광고 유형별 시장 규모



자료: 에코마케팅, 한국인터넷진흥원, 한국온라인광고협회, 한국투자증권

<표 3> 데일리앤코 실적 추이

(단위: 백만원)

	2015	2016	2017	2018F	3Q17	4Q17	1Q18
매출액	30	5,196	11,400	16,848	1,273	2,228	3,743
영업이익	5	1,190	1,300	1,347	(29)	65	196

주: 1. 2017년 8월 인수해 17년 3분기중에 연결 실적 계상

2. 데일리앤코는 18년 2월 21일부로 변경된 사명으로 기존 사명은 '유리카코스메틱' 이었음

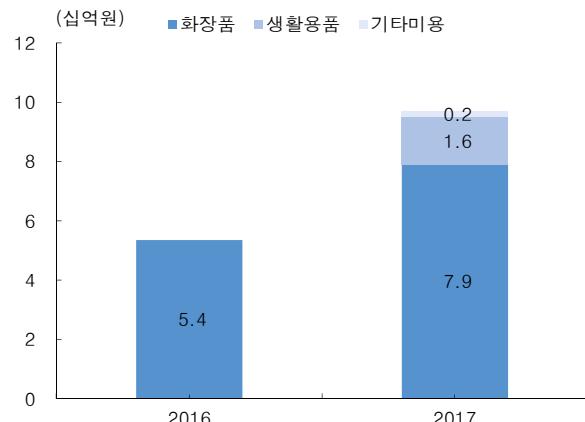
자료: 에코마케팅, 한국투자증권

[그림 6] 데일리앤코에서 런칭한 브랜드



자료: 데일리앤코, 한국투자증권

[그림 7] 데일리앤코의 부문별 영업수익

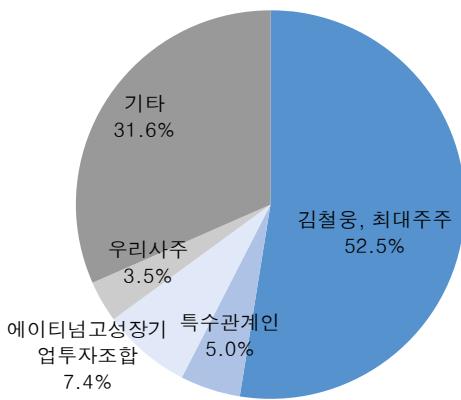
주: 공식쇼핑몰 제품 판매가 기준
자료: 에코마케팅, 한국투자증권

<표 4> 데일리앤코 런칭 브랜드

구분	런칭시기	브랜드 종류	주요제품
유리카	2016년 1월	화장품	립타투펜, 립실드, 헤어실드
레그미	2017년 8월	다리미용	코끼리다리팩
マイ노벨	2017년 9월	생활용품	원샷버블, 얼룩아웃, 잠이솔솔
라이프클리닉	2018년 2월	건강전문	꿀잼밴드, 스마트워시
비스티	2018년 3월	남성전문	핏메이커, 셔츠락

자료: 에코마케팅, 한국투자증권

[그림 8] 주주구성



주: 2018년 3월 31일 기준
자료: 에코마케팅, 한국투자증권

기업개요 및 용어해설

에코마케팅은 온라인광고 대행을 주요 사업으로 하고 있으며 빅데이터 분석 기반의 타겟팅 광고인 퍼포먼스 마케팅 (performance marketing) 사업을 주력으로 한다. 2018년 6월 현재 대일리앤코(구 유리카코스메틱, 18년 2월 사명 변경), 그로스해커스그룹, 에코마케팅 SG PTE. LTD, 에코마케팅 China Co.LTD 등 4개의 자회사를 보유하고 있다. 에코마케팅은 2003년 3월에 설립됐으며, 2016년 8월 8일에 코스닥 시장에 상장됐다.

- 퍼포먼스 마케팅: 온라인상에서 다양한 경로로 고객이 사이트로 유입되어 움직이는 동선과 매출로 전환되는 것을 파악하고 그 정보를 바탕으로 새로운 광고 기획과 전략으로 고객들의 구매나 행동 등을 이끌어내는 마케팅 방식
- 비디오커머스: 페이스북 등 소셜미디어를 통해 동영상 광고를 올리고 온라인 판매로 연결시키는 '전자상거래'와 '소셜 미디어'를 접목한 형태

재무상태표

(단위: 십억원)

	2014A	2015A	2016A	2017A	2018F
유동자산	25	38	79	79	87
현금성자산	5	16	7	14	18
매출채권및기타채권	15	14	12	16	13
재고자산	0	0	0	1	1
비유동자산	1	1	1	14	14
투자자산	1	1	1	1	1
유형자산	0	0	0	1	2
무형자산	0	0	0	11	12
자산총계	26	38	80	93	101
유동부채	10	13	10	14	16
매입채무및기타채무	7	9	8	12	14
단기차입금및단기사채	0	0	0	0	0
유동성장기부채	0	0	0	0	0
비유동부채	0	0	0	7	7
사채	0	0	0	0	0
장기차입금및금융부채	0	0	0	6	6
부채총계	10	13	10	21	22
지배주주지분	16	26	70	71	78
자본금	1	1	1	1	1
자본잉여금	0	0	38	33	33
기타자본	0	0	(1)	(0)	(0)
이익잉여금	15	25	32	38	44
비지배주주지분	0	0	0	1	1
자본총계	16	26	70	72	79

손익계산서

(단위: 십억원)

	2014A	2015A	2016A	2017A	2018F
매출액	16	20	17	24	40
매출원가	0	0	0	0	0
매출총이익	16	20	17	24	40
판매관리비	9	9	10	16	29
영업이익	7	10	7	8	10
금융수익	0	0	1	1	1
이자수익	0	0	0	1	1
금융비용	0	0	0	0	0
이자비용	0	0	0	0	0
기타영업외손익	1	2	1	1	0
관계기업관련손익	0	0	0	0	0
세전계속사업이익	9	12	9	10	12
법인세비용	2	3	2	2	2
연결당기순이익	7	9	7	8	9
지배주주지분순이익	7	9	7	8	9
기타포괄이익	0	0	0	(0)	(0)
총포괄이익	7	9	7	8	9
지배주주지분포괄이익	7	9	7	8	9
EBITDA	7	10	7	8	11

현금흐름표

(단위: 십억원)

	2014A	2015A	2016A	2017A	2018F
영업활동현금흐름	6	13	6	7	12
당기순이익	7	9	7	8	9
유형자산감가상각비	0	0	0	0	0
무형자산상각비	0	0	0	0	1
자산부채변동	(1)	3	(1)	(2)	2
기타	0	0	0	1	0
투자활동현금흐름	(1)	(2)	(51)	4	(5)
유형자산투자	(0)	(0)	(0)	(1)	(1)
유형자산매각	0	0	0	0	0
투자자산순증	(1)	(2)	(51)	6	1
무형자산순증	(0)	(0)	(0)	(0)	(1)
기타	(0)	(0)	0	(1)	(4)
재무활동현금흐름	0	0	37	(4)	(2)
자본의증가	0	0	39	0	0
차입금의순증	0	0	0	0	0
배당금지급	0	0	0	(2)	(2)
기타	0	0	(2)	(2)	0
기타현금흐름	0	0	0	(0)	0
현금의증가	5	11	(9)	7	5

주요투자지표

	2014A	2015A	2016A	2017A	2018F
주당지표(원)					
EPS	10	667	227	240	575
BPS	1,158	1,831	4,401	4,472	4,897
DPS	0	0	105	125	145
성장성(% YoY)					
매출증가율	NM	20.6	(15.4)	44.8	64.0
영업이익증가율	NM	40.1	(33.1)	15.5	32.5
순이익증가율	NM	36.8	(27.5)	14.2	20.6
EPS증가율	NM	6,736.4	(66.0)	5.8	139.9
EBITDA증가율	NM	39.6	(32.8)	20.1	35.7
수익성(%)					
영업이익률	44.7	52.0	41.0	32.7	26.4
순이익률	41.7	47.3	40.5	32.0	23.5
EBITDA Margin	45.4	52.5	41.7	34.6	28.6
ROA	25.9	28.8	11.4	8.8	9.6
ROE	42.1	44.6	14.2	10.9	12.4
배당수익률	NM	NM	1.0	1.4	1.4
배당성향	0.0	0.0	25.0	26.2	25.3
안정성					
순차입금(십억원)	(8)	(21)	(63)	(51)	(59)
차입금/자본총계비율(%)	0.0	0.0	0.0	9.4	8.6
Valuation(X)					
PER	NM	NM	48.6	36.8	18.3
PBR	NM	NM	2.5	2.0	2.2
EV/EBITDA	(1.1)	(2.0)	16.1	11.5	10.2

주: K-IFRS (연결) 기준

투자의견 및 목표주가 변경내역

종목(코드번호)	제시일자	투자의견	목표주가	괴리를	
				평균주가 대비	최고(최저) 주가대비
에코마케팅(230360)	2016.12.29	NR	—	—	—
	2017.12.29	1년경과	—	—	—



■ Compliance notice

- 당사는 2018년 6월 20일 현재 에코마케팅 종목의 발행주식을 1%이상 보유하고 있지 않습니다.
- 당사는 동 자료의 내용 일부를 기관투자가 또는 제3자에게 사전에 제공한 사실이 없습니다.
- 동 자료의 금융투자분석서와 배우자는 상기 발행주식을 보유하고 있지 않습니다.
- 당사는 에코마케팅 발행주식의 유가증권(코스닥)시장 상장을 위한 대표 주관업무를 수행한 증권사입니다.

■ 기업 투자의견은 향후 12개월간 시장 지수 대비 주가등락 기준입니다

- 매수 : 시장 지수 대비 15%p 이상의 주가 상승 예상
- 중립 : 시장 지수 대비 -15~15%p의 주가 등락 예상
- 비중축소 : 시장 지수 대비 15%p 이상의 주가 하락 예상
- 중립 및 비중축소 의견은 목표가 미제시

■ 투자등급 비율 (2018.3.31 기준)

매수	중립	비중축소(매도)
80.3%	19.2%	0.5%

* 최근 1년간 공표한 유니버스 종목 기준

■ 업종 투자의견은 향후 12개월간 해당 업종의 유가증권시장(코스닥) 시가총액 비중 대비 포트폴리오 구성 비중에 대한 의견입니다

- 비중확대 : 해당업종의 포트폴리오 구성비중을 유가증권시장(코스닥)시가총액 비중보다 높이 가져갈 것을 권함
- 중립 : 해당업종의 포트폴리오 구성비중을 유가증권시장(코스닥)시가총액 비중과 같게 가져갈 것을 권함
- 비중축소 : 해당업종의 포트폴리오 구성비중을 유가증권시장(코스닥)시가총액 비중보다 낮게 가져갈 것을 권함

- 본 자료는 고객의 증권투자를 돋기 위하여 작성된 당사의 저작물로서 모든 저작권은 당사에게 있으며, 당사의 동의 없이 어떤 형태로든 복제, 배포, 전송, 변형할 수 없습니다.
- 본 자료는 당사 리서치센터에서 수집한 자료 및 정보를 기초로 작성된 것이나 당사가 그 자료 및 정보의 정확성이나 완전성을 보장할 수는 없으므로 당사는 본 자료로써 고객의 투자 결과에 대한 어떠한 보장도 행하는 것이 아닙니다. 최종적 투자 결정은 고객의 판단에 기초한 것이며 본 자료는 투자 결과와 관련한 법적 분쟁에서 증거로 사용될 수 없습니다.
- 이 자료에 게재된 내용들은 작성자의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다.