

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

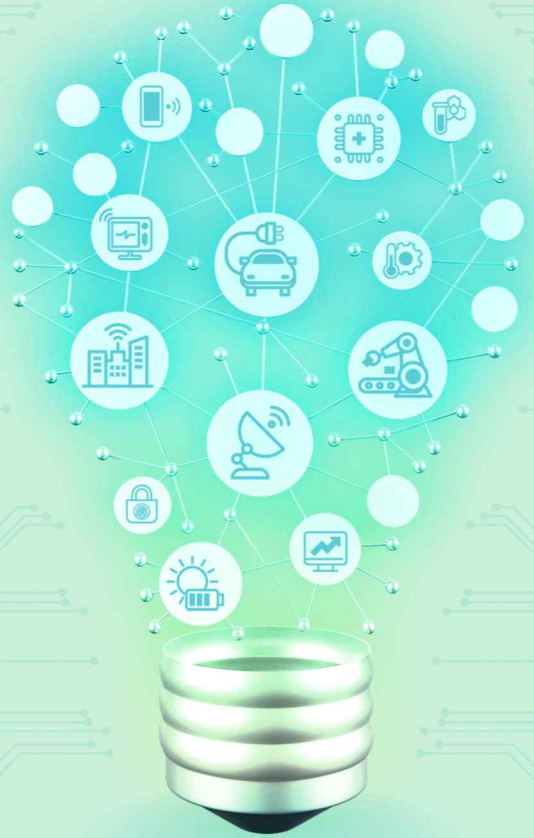
기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

에코마케팅(230360)

기타서비스

요약
기업현황
재무분석
주요 변동사항 및 전망



작성기관

(주)NICE디앤비

작성자

유수현 연구원

- 본 보고서는 「코스닥 시장 활성화를 통한 자본시장 혁신방안」의 일환으로 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해, 한국거래소와 한국예탁결제원의 후원을 받아 한국IR협의회가 기술신용평가기관에 발주하여 작성한 것입니다.
- 본 보고서는 투자 의사결정을 위한 참고용으로만 제공되는 것이므로, 투자자 자신의 판단과 책임하에 종목선택이나 투자시기에 대한 최종 결정을 하시기 바랍니다. 따라서 본 보고서를 활용한 어떠한 의사결정에 대해서도 본회와 작성기관은 일체의 책임을 지지 않습니다.
- 본 보고서는 '21.03.04에 발간된 동 기업의 기술분석보고서에 대한 연계보고서입니다.
- 본 보고서의 요약영상은 유튜브로도 시청 가능하며, 영상편집 일정에 따라 현재 시점에서 미게재 상태일 수 있습니다.
- 카카오톡에서 “한국IR협의회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 작성기관(TEL.02-2122-1300)로 연락하여 주시기 바랍니다.

에코마케팅(230360)

디지털 마케팅 역량을 기반으로 하는 비즈니스 부스팅 전문기업으로 성장

기업정보(2022/04/22 기준)

대표자	김철웅
설립일자	2003년 03월 24일
상장일자	2016년 08월 08일
기업규모	중소기업
업종분류	광고대행업
주요제품	디지털 광고 종합대행 서비스, 전자상거래, 의류 제조 및 판매

시세정보(2022/04/22 기준)

현재가	22,200원
액면가	100원
시가총액	7,170억 원
발행주식수	32,298,029주
52주 최고가	28,600원
52주 최저가	13,400원
외국인지분율	5.23%
주요주주	
김철웅 외 6인	47.22%
국민연금공단	5.05%

■ 디지털 마케팅 역량을 기반으로 사업 다각화

에코마케팅(이하 동사)은 디지털 광고 종합대행 서비스를 주요 사업으로 하고 있으며, 전자상거래 업체 (주)데일리엔코와 기능성 스포츠웨어(애슬레저) 전문 브랜드 (주)안다르, 투자 전담 법인 (주)에코투자파트너스를 종속기업으로 두고 있다. 동사는 디지털 마케팅 역량과 브랜드 사업의 성공 경험을 기반으로 잠재력 있는 기업을 발굴하여 성장시키는 비즈니스 부스팅 사업으로 사업영역을 확장하였으며, 종속회사 (주)데일리엔코를 통해 해외 시장에서 국내 브랜드의 성공적 안착을 위한 글로벌 플랫폼 사업도 수행하고 있다.

■ D2C 커머스와 글로벌 플랫폼의 성장을 바탕으로 외형 성장 중

동사는 유통마진을 절감할 수 있고, 판매자가 소비자의 구매 취향과 패턴 데이터를 직접 확보하고 이를 분석하여 마케팅 전략에 사용할 수 있는 D2C(Direct To Consumer) 커머스를 기반으로 하는 브랜드 운영을 통해 매출을 확보하고 있다. 또한, 동사의 주요 종속기업 (주)데일리엔코를 통해 국내의 브랜드를 해외 국가에 마케팅하여 D2C 방식으로 판매하기 위한 ‘베니티테이블’이라는 글로벌 뷰티 플랫폼도 구축하여 운영하고 있다. 동사는 D2C 커머스와 글로벌 플랫폼의 성장을 바탕으로 2020년과 2021년 각각 전년 대비 59.0%, 29.7% 증가한 매출을 실현하였다.

■ 비즈니스 부스팅 사업을 핵심 사업영역으로 지정

동사는 기업 발굴-투자-육성-투자금 회수로 이어지는 비즈니스 부스팅 사업을 통해서 (주)글루가의 셀프 젤네일 브랜드인 ‘오호라’를 업계 6개월 만에 업계 1위로 육성하고, (주)안다르를 인수한 뒤 흑자 기업으로 탈바꿈시키는 등 성공적인 성과를 거두었다. 이에 동사는 해당 사업영역을 핵심으로 지정하고, 투자 전담 법인인 (주)에코투자파트너스를 설립하였다. 현재는 ‘감탄브라’, ‘MEPET’, ‘TESSA’ 등을 대상으로 비즈니스 부스팅 사업을 확장하고 있다.

요약 투자지표 (K-IFRS 연결 기준)

구분 년	매출액 (억 원)	증감 (%)	영업이익 (억 원)	이익률 (%)	순이익 (억 원)	이익률 (%)	ROE (%)	ROA (%)	부채비율 (%)	EPS (원)	BPS (원)	PER (배)	PBR (배)
2019	1,113.5	79.3	378.4	34.0	333.5	30.0	32.7	26.0	27.6	974	3,293	16.5	4.9
2020	1,770.3	59.0	588.6	33.2	547.7	30.9	42.2	32.7	30.6	1,635	4,452	18.4	6.7
2021	2,296.6	29.7	400.6	17.4	271.1	11.8	18.4	11.5	65.4	849	4,882	19.7	3.4

기업경쟁력

디지털 마케팅 역량 보유

- 데이터 기반의 마케팅 전략 보유
- 디지털 마케팅 역량을 바탕으로 한 D2C 커머스 기반의 브랜드 사업 성공 경험 보유

비즈니스 부스팅 사업 개척

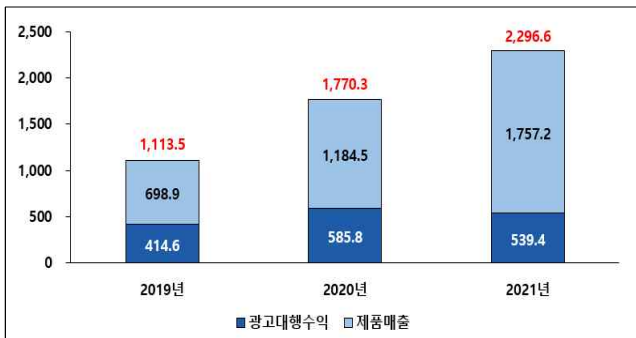
- 기업 발굴-투자-육성-투자금 회수로 이어지는 비즈니스 부스팅 사업 개시
- 비즈니스 부스팅 사업의 성공적 수행을 통한 매출 증대

핵심기술 및 적용제품

디지털 마케팅 역량

- 디지털 마케팅 역량
 - 빅데이터 기반의 마케팅
 - 토탈 마케팅 서비스
 - 소비 패턴 데이터 분석을 통한 마케팅 서비스
 - 실시간 소비자 데이터 수집 및 분석 등의 광고관리 솔루션 보유

동사의 최근 3개년 매출액 및 매출 구성 (단위: 억 원)



시장경쟁력

국내 디지털 광고 시장 규모

년도	시장 규모	연평균 성장률
2020년	7,519억 원	9.8% ▲
2023년(E)	9,944억 원	

국내 전자상거래 시장 규모

년도	시장 규모	연평균 성장률
2020년	161.1조 원	14.7% ▲
2022년(E)	211.9조 원	

시장 전망

- 기업경쟁력 확보를 위한 마케팅 및 브랜딩의 중요성 대두
- 인터넷 및 스마트폰 보급 확대에 의한 전 산업의 디지털화를 기반으로 디지털 광고 시장 규모 확대 전망
- COVID-19 팬데믹으로 인한 소비 방법의 패러다임 변화를 바탕으로 하는 전자상거래 시장 규모의 성장

ESG(Environmental, Social and Governance) 활동 현황

E

(환경경영)

- 동사는 주 사업으로 광고대행업을 영위하고 있으며 사업 특성상 환경 오염물질을 배출하지 않음.
- 동사의 종속회사 ㈜안다르는 천연 섬유로 제작한 의류와 재사용 소재의 포켓백을 공개하고 제품을 생산하는 과정에 친환경적 기술인 에델바이스 섬유 기술도 활용하고 있으며 친환경 마케팅인 에코 플로깅을 시행함.

S

(사회책임경영)

- 동사는 개인정보보호 취급방침을 제정하고 책임자와 관리자를 선임하여 고객의 개인정보를 보호하고 있음.
- 동사는 여성 임원을 보유하고 있으며 모든 임직원을 정규직으로 채용 중임.
- 동사의 여성 근로자 비율과 남성대비 여성 근로자의 근속연수 및 임금 수준은 동 산업 평균 이상임.

G

(기업지배구조)

- 동사는 내부거래 규제, 내부정보 관리, 공시의무 준수 등을 포함하는 내부정보관리규정을 제정하여 공개함.
- 동사는 최대주주와 특수관계인이 아닌 사외이사와 상근감사를 선임함.
- 동사는 주주이익 환원을 위해 2016년 이래로, 연속 결산 배당을 시행하고 있음.

NICE디앤비의 ESG 평가항목 중, 기업의 ESG 수준을 간접적으로 파악할 수 있는 항목에 대한 설문조사를 통해 활동 현황을 구성

I. 기업현황

디지털 마케팅 역량을 기반으로 사업 다각화

동사는 광고대행업, 전자상거래업, 의류제조판매업을 영위하는 기업이다. 동사는 디지털 마케팅 역량을 기반으로, D2C 커머스를 바탕으로 한 동사의 브랜드 사업을 성공적으로 수행하였으며, 해당 경험을 통해 잠재력 있는 기업을 폭발적으로 성장시키는 비즈니스 부스팅 사업 기업으로 거듭나고 있다.

■ 기업개요 및 주요제품

동사는 광고대행업을 시작으로 2003년 3월 설립되었고, 현재 디지털 광고대행 시장을 선도하는 디지털 마케팅 역량을 보유한 기업이다. 동사는 총 6개(국내 3개, 해외 3개)의 종속회사를 두고 있으며, 자회사로 (주)안다르와 ECHOMARKETING SG PTE. LTD.가 있고, 손자회사로 (주)에코투자파트너스, (주)데일리엔코, Daily&Co.JAPAN, ECHOMARKETING CHINA CO. LTD.가 있다. 동사는 이들 종속회사를 통해 D2C 커머스를 바탕으로 한 브랜드 사업과 글로벌 플랫폼 사업을 영위하고 있으며, 동사의 디지털 마케팅 역량과 브랜드 사업에서의 성공 경험을 바탕으로 잠재력 있는 기업을 발굴하여 성장시키는 비즈니스 부스팅 사업으로 사업영역을 확장하였다.

동사의 주요제품 및 서비스로는 광고대행, 전자상거래, 의류 제조 및 판매가 있다. 광고대행 부문에서 동사는 빅데이터와 마케팅 및 광고 역량을 기반으로 모든 디지털 매체를 대상으로 한 디지털 광고 종합대행 서비스를 제공하고 있으며, 전자상거래 부문에서 동사는 종속회사 (주)데일리엔코를 통해 비디오커머스 마케팅과 D2C 커머스를 기반으로 하는 여러 브랜드를 런칭하여 운영하고 있다. (주)데일리엔코의 대표 브랜드로는 미니 마사지기기 브랜드 ‘클럭’, 프리미엄 매트리스 브랜드 ‘몽제’, 비건 생활용품 브랜드 ‘티타드’ 등이 있다. 의류 제조 및 판매 부문에서 동사는 종속회사 (주)안다르를 통해 다양한 종류의 기능성 스포츠웨어를 제조 및 판매하고 있다. 또한, 동사는 (주)데일리엔코를 통해 국내의 브랜드를 해외 국가에 마케팅하여 D2C 방식으로 판매하기 위한 ‘베니티테이블’ 이라는 글로벌 뷰티 플랫폼도 구축하여 운영하고 있다.

[그림 1] 동사의 주요 사업영역



*출처: 동사 IR자료

한편, 동사는 마케팅 역량과 브랜드 성공 경험을 바탕으로 ‘기업발굴-투자-육성-투자금 회수’로 이어지는 사업 모델인 비즈니스 부스팅 사업을 개시하였다. 동사는 해당 사업을 동사의 핵심 사업영역으로 지정하고, 2021년 11월 투자 전담 법인인 (주)에코투자파트너스를 설립하여 운영 중이다.

■ D2C 커머스 매출 증대를 바탕으로 외형 성장 중

동사의 사업보고서(2021.12)에 의하면, 동사의 최근 3개년 매출은 2019년 1,113.5억 원, 2020년 1,770.3억 원, 2021년 2,296.6억 원으로 나타났다. 동사의 2020년 전년 대비 매출액증가율은 59.0%, 2021년 29.7%로 높은 매출 성장을 보였는데, 이는 D2C 커머스를 기반으로 하는 동사의 중속회사 제품매출 증가가 주 역할을 하였다.

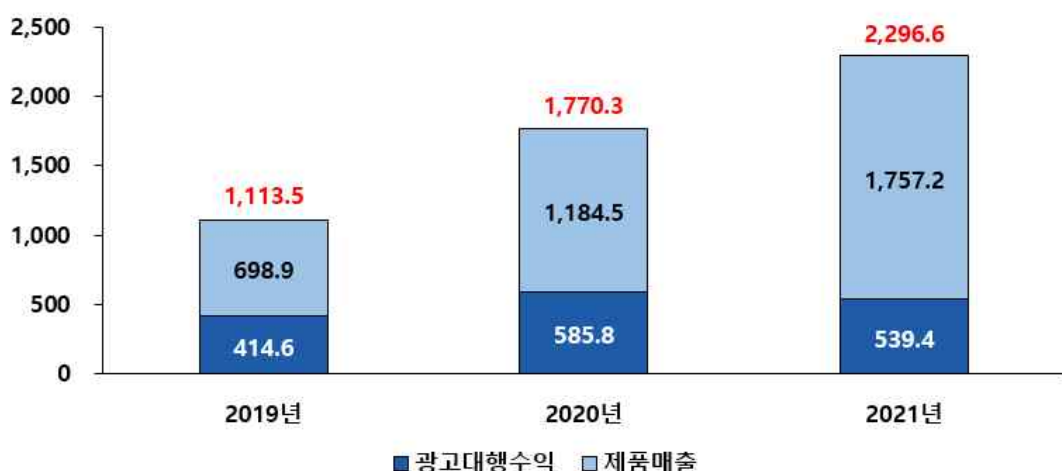
D2C 커머스 방식은 기존 방식에 비해 유통마진을 절감할 수 있고, 판매자가 소비자의 구매 취향과 패턴 데이터를 직접 확보하고 이를 분석하여 마케팅 전략에 사용할 수 있다는 장점이 있다. 따라서, 최근 글로벌 기업들도 D2C 커머스 방식을 채택하여 브랜드 경쟁력을 높이는 추세이다. 동사도 D2C 커머스 방식과 마케팅 역량을 결합하여 (주)데일리앤코의 대표 브랜드 ‘클릭’, ‘몽제’, ‘티타드’ 등을 시장에 안정적으로 안착시켰고, 거기에 2021년 6월에 인수한 (주)안다르의 의류 제품 판매 매출이 더해진 결과가 매출 증대로 나타났다.

COVID-19 팬데믹으로 인해 전체 광고 시장의 성장이 둔화되었으나, 디지털 마케팅을 주력으로 하는 동사의 광고대행수익 매출은 COVID-19 팬데믹 이전인 2019년에 비해 2020년과 2021년 증가세를 보였다. 이는 모바일 광고 시장의 성장과 디지털 동영상광고의 수요 증가에 따른 것으로 판단된다.

한편, 수출로 인해 발생한 매출은 2020년 227.2억 원에서 2021년 343.8억 원으로 51.3%나 증가하였고, 전체 매출에서 수출이 차지하는 비중도 2020년 12.8%에서 2021년 15.0%로 증가하였다. 이는 동사의 해외 플랫폼 사업의 확대와 국가 확장 및 입점 브랜드 확대에 의한 것으로 보인다.

[그림 2] 동사의 최근 3개년 매출실적 및 구성

(단위: 억 원)



*출처: 동사 사업보고서(2021.12), NICE디앤비 재구성

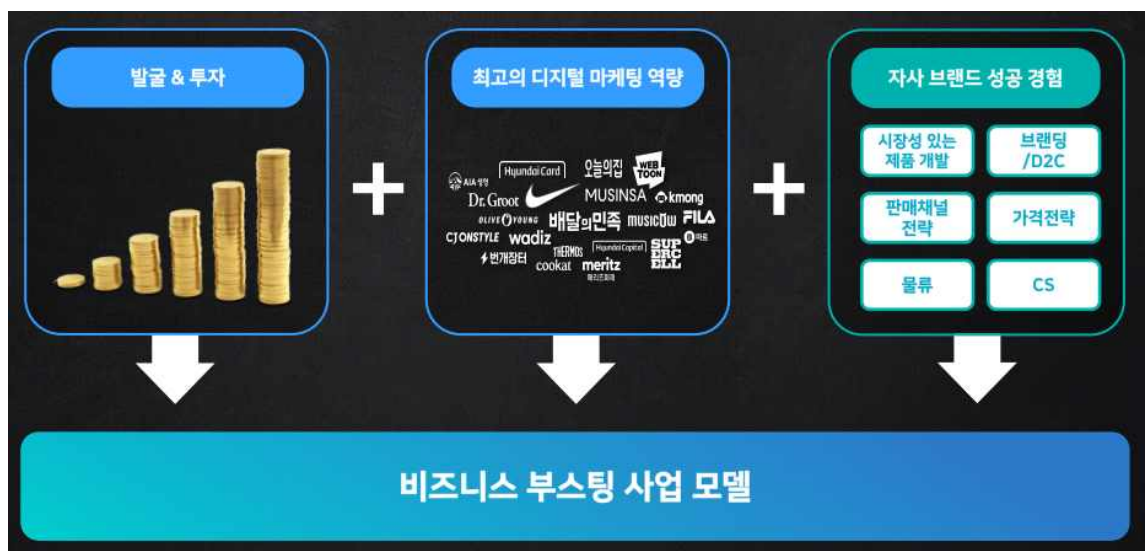
■ 비즈니스 부스팅 사업을 핵심 사업영역으로 지정

동사는 마케팅 역량을 바탕으로 D2C 커머스를 기반한 브랜드들을 성공적으로 런칭하여 시장에 안착시켰다. 동사는 이와 같이 저평가된 기업을 발굴하여 투자, 마케팅, 육성 후 투자금을 회수할 수 있는 비즈니스 부스팅 사업을 시작하였다.

동사는 첫 번째 비즈니스 부스팅 사업의 대상으로 2019년 9월 ㈜글루가를 발굴하여 투자를 진행하였으며, 해당 기업의 셀프 젤네일 브랜드인 ‘오호라’를 6개월 만에 업계 1위로 육성하였다. 또한, 2021년 6월 ㈜안다르를 인수하며 두 번째 비즈니스 부스팅 사업을 진행하였고, 2020년 -88.8억 원의 영업적자를 기록했던 해당 기업을 2021년 46.0억 원의 영업흑자를 기록하는 기업으로 변모시켰다.

동사는 비즈니스 부스팅 사업을 핵심으로 지정하고, ㈜에코투자파트너스를 설립하면서 해당 사업을 본격적으로 확대해 나가고 있으며, 현재는 ‘감탄브라’, ‘MEPET’, ‘TESSA’ 등 여러 브랜드를 대상으로 하는 비즈니스 부스팅 사업을 수행하고 있다.

[그림 3] 동사의 비즈니스 부스팅 사업 모델



*출처: 동사 IR자료

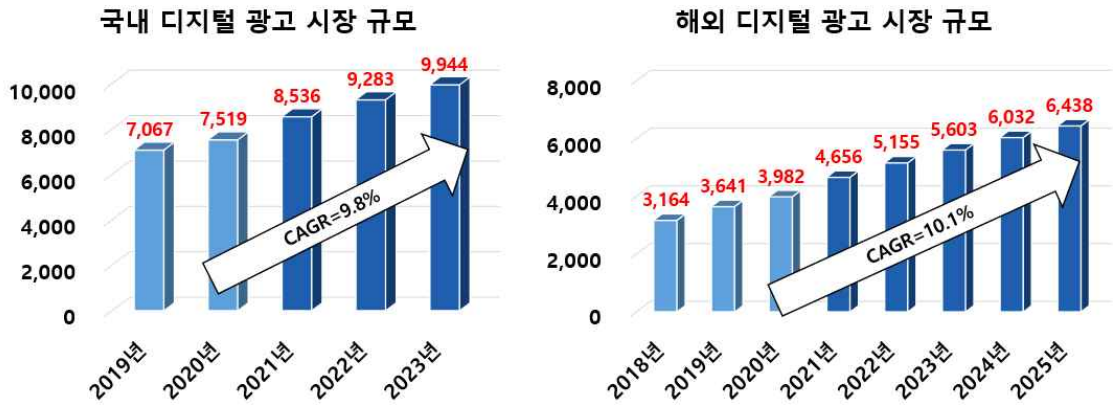
■ 디지털 광고 시장과 전자상거래 시장 규모의 확대 전망

동사는 디지털 광고대행업을 영위하고 있고, 해당 사업은 디지털 광고 시장과 직접적 연관이 있다. 또한, 동사는 D2C 커머스를 중심으로 하는 전자상거래로 주요 매출을 실현하고 있으므로 전자상거래 시장과 깊은 연관성이 있다.

기술 발전과 COVID-19 팬데믹으로 인해 전 산업에 걸쳐 디지털 매체의 보급이 이루어졌고, 이에 전통적인 광고 방식에서 디지털 광고 방식으로의 전환이 급속도로 진행되었다. Statista의 자료에 의하면, 2020년 국내 디지털 광고 시장은 약 7조 5,190억 원 규모를 형성하고 있으며, 2023년에는 약 9조 9,440억 원에 이를 것으로 전망된다. 또한, 전 세계 디지털 광고 시장은 2020년 3,982억 달러 규모를 형성하고 있으며, 2025년에는 6,438억 달러 규모를 형성할 것으로 예상된다.

[그림 4] 국내외 디지털 광고 시장 규모

(단위: 억 원, 억 달러)

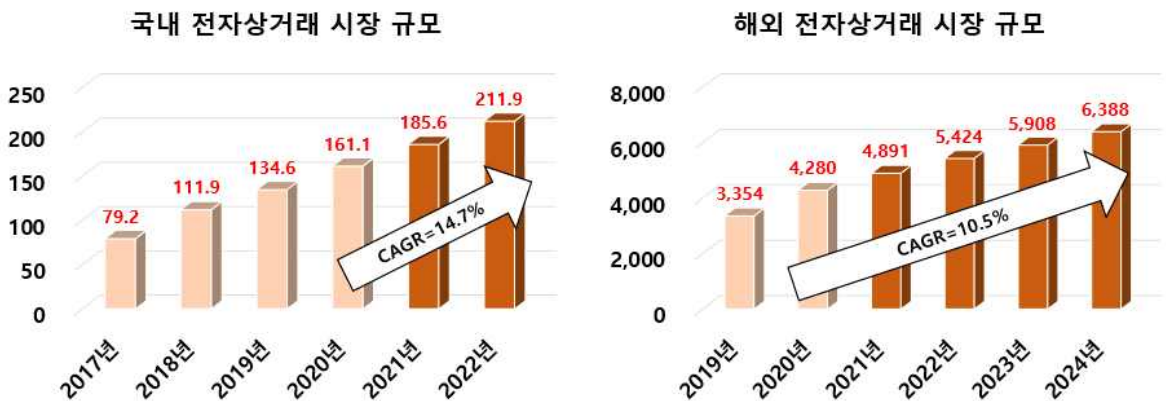


*출처: Statista(2021), NICE디앤비 재구성

인터넷 및 스마트폰 보급의 확산과 COVID-19 팬데믹으로 인한 소비 형태의 변화로 전자상거래 시장 역시 꾸준한 성장세를 보이고 있다. 한국온라인쇼핑협회의 조사에 따르면, 2020년 국내 전자상거래 시장 규모는 161조 1,234억 원 규모로 형성되어 있으며, 2022년에는 211조 8,600억 원 규모에 이를 것으로 전망된다. eMarketer의 자료에 따르면, 해외 전자상거래 시장은 2020년 4조 2,800억 달러 규모를 형성하고 있고, 2024년에는 6조 3,880억 달러 규모를 형성할 것으로 예상된다.

[그림 5] 국내외 전자상거래 시장 규모

(단위: 조 원, 십억 달러)



*출처: 한국온라인쇼핑협회(2021), eMarketer(2021), NICE디앤비 재구성

■ 경쟁사 현황

동사의 경쟁사로는 (주)플레이디, (주)FSN, (주)오리콤이 있다. (주)플레이디는 디지털 광고 중심의 대행업을 영위하는 기업이며, (주)FSN은 동사와 가장 유사하게 광고대행업과 D2C 커머스 사업을 영위하는 기업이다. (주)오리콤은 광고대행, 광고물 제작, 잡지 및 정기 간행물 발행으로 매출을 시현하는 기업이다.

2021년 결산 기준 매출액을 비교하면(K-IFRS 연결 기준), 동사가 2,296.6억 원, (주)플레이디가 346.8억 원, (주)FSN이 2,118.3억 원, (주)오리콤이 1,573.6억 원으로, 경쟁사

대비 동사 매출 규모가 가장 큰 수준이다. 상기 업체들의 수익성을 비교해 보면, 2021년 결산 기준 동사의 매출액영업이익률은 17.4%, (주)플레이디 9.6%, (주)FSN 4.8%, (주)오리콤 4.2%로, 동사가 수익성이 우세하였으며, 전반적인 매출 규모와 수익성이 경쟁사 대비 양호한 수준을 나타냈다.

회사명	설립일	매출액(2021년)	주요제품
(주)에코마케팅(동사)	2003.03.24	2,296.6억 원	디지털 광고 종합대행 서비스, 전자상거래, 의류 제조 및 판매
(주)플레이디	2010.03.12	346.8억 원	디지털 광고대행
(주)FSN	2007.06.22	2,118.3억 원	종합광고대행, 광고 플랫폼 운영, D2C 커머스
(주)오리콤	1975.02.24	1,573.6억 원	광고대행, 광고물 제작, 잡지 및 정기 간행물 발행

*출처: 각 업체 사업보고서 및 홈페이지, NICE디앤비 재구성

동사의 SWOT 분석

[그림 6] SWOT 분석



■ 동사의 ESG 활동



동사는 주 사업으로 광고대행 사업을 수행하고 있으며 자회사를 통해 전자상거래업과 의류 제조 및 판매업 또한 영위하고 있다. 동사의 전자상거래 사업 및 광고대행 사업은 그 특성상 대기오염, 수질오염 등 환경오염 물질의 배출과는 무관하다. 동사는 환경(E) 부문에서 활동으로, 동사의 종속회사 (주)안다르를 통해 환경경영을 실천하고 있다. (주)안다르는 에슬레저 전문 브랜드로 실용성은 물론 친환경까지 고려한 제품을 개발하고 있다. (주)안다르는 천연 섬유로 제작한 소프트모달 슬리브리스를 출시하였으며, 제품이 생산되는 동안 에너지를 회수해 다른 부산물의 재활용을 수행하는 에텔 바이스 섬유 기술도 활용하고 있다. 또한, 제로 웨이스트를 실천하기 위해 텀블러와 재사용 소재의 올웨이즈 멀티 포켓백을 공개하고 조깅하면서 쓰레기를 줍는 에코 플로깅 등의 친환경 마케팅도 시행하고 있다.



동사는 사회(S) 부문에서 고객의 개인정보를 보호하고 그와 관련된 고객 불만을 처리하기 위해 개인정보보호 책임자 및 관리자를 선임하였으며 개인정보 보호취급방침을 제정하여 홈페이지에 공개하고 있다.

동사 사업보고서(2021.12)에 의하면 동사는 여성 임원을 보유하고 있으며 여성 임원의 비율은 25.0%로 이는 2021년 1분기 사업보고서 제출한 상장법인 2,246개의 여성 임원 비율인 5.2%를 크게 웃도는 수준이다. 동사는 모든 직원을 정규직으로 채용하였으며, 동사의 여성 근로자의 비율은 73.1%로 고용노동부 자료(2021.02)에 따른 동 산업(M71, 전문 서비스업)의 여성 근로자 비율인 41.5% 이상이다. 또한, 동사의 남성대비 여성 근로자의 임금 수준과 근속연수는 85.1%와 91.7%로 각각 동 산업 평균인 62.8%와 60.2%에 상회하는 수치로, 동사는 고용 수준에 있어 성별에 따른 평등을 실천하는 것으로 확인된다.

[표 2] 동사 근로자 성별에 따른 근속연수 및 급여액 (단위: 명, 년, 천 원)

성별	직원 수		평균근속연수		1인당 연평균 급여액	
	동사	동 산업	동사	동 산업	동사	동 산업
남	66	213,319	2.4	8.3	47,447	68,136
여	179	151,062	2.2	5.0	40,370	42,804
합계	245	364,381	-	-	-	-

*출처: 고용노동부 「고용형태별근로실태조사」 보고서 (2021.02), 동사 사업보고서(2021.12), NICE디앤비 재구성



동사는 지배구조(G) 부문에서 내부자거래에 대한 규제와 내부정보 관리 및 공개, 공시책임자 등을 포함하는 내부정보관리규정을 제정하고 공개하여 내부거래를 방지하고 상장기업으로서 공시의무를 준수하고 있다.

동사의 사업보고서(2021.12)에 의하면 동사의 이사회는 총 4인으로, 사내이사 3인, 사외이사 1인으로 구성되어 있으며 상근감사를 선임하였다. 동사의 감사와 사외이사는 최대주주와 특수관계인이 아니며, 동사는 감사와 사외이사가 전문적인 직무수행이 가능하도록 충분한 자료를 제공하고 있다. 동사는 주주의결권 지원제도로 서면투표제와 전자투표제를 도입하여 실시한 바 있으며 주주환원 정책으로 2016년 코스닥 시장 상장 이후 매년 결산 배당을 시행하고 있다.

[표 3] 동사의 지배구조 (단위: 명, %)

이사회		감사		주주	
의장, 대표이사의 분리	-	회계 전문성	-	최대주주 지분율	44.71
사내/사외	3/1	특수관계인	-	소액주주 지분율	39.90
사외이사 재직기간	6년 미만	내부통제 제도	○	3년 이내 배당	○
내부위원회	-	감사 지원조직	-	의결권 지원제도	○

*출처: 동사 사업보고서(2021.12), NICE디앤비 재구성

II. 재무분석

사업구조 다각화로 최근 3개년 양호한 성장세 지속, 안정적 실적 기대

동사는 2021년 6월 에슬레저 전문 브랜드 (주)안다르를 인수하여 매출 성장세를 시현하였고, 하반기 투자법인 (주)에코투자파트너스를 설립하여 비즈니스 부스팅 사업을 본격화하였다. 이것으로 인하여, 동사는 2021년 매출 성장세가 지속되며 양호한 영업수익성을 유지하고 있다.

■ (주)안다르 지분인수와 글로벌 뷰티 플랫폼 '베니티테이블' 실적 호조로 매출 증가

동사의 사업 분야는 광고대행 용역을 제공하는 광고대행서비스 부문, 전자상거래 부문, 의류 제조 및 판매 부문, 투자업 등의 기타 부문으로 구분된다. 2021년 연결 기준 (주)데일리엔코를 통해서 발생한 화장품 및 생활용품 매출이 49.2%, (주)안다르를 통해서 발생한 의류 매출이 30.8%, 광고대행서비스 부문 20.8%, 기타 부문 0.2% 순으로 차지하였다.

이 외, 동사의 종속회사 (주)데일리엔코의 글로벌 뷰티 플랫폼 '베니티테이블'을 런칭하여 미국, 일본 시장에 진출하였고, 출시 1년여만에 북미, 일본 누적 회원 수 56만 명, 재구매율 40%를 기록하며 수출 매출을 견인하고 있다. 2021년 연결 매출액 기준 수출 비중은 15.4%로, 총 수출액이 전년 227.2억 원에서 343.8억 원으로 1.5배 가량 증가하였다.

■ 최근 2개년간 견조한 매출 성장세 시현

동사는 COVID-19 팬데믹의 영향으로 인한 비대면 마케팅에 대한 수요가 확대되면서, 광고 수익 증가에 힘입어 2020년 전년 대비 59.0% 증가한 1,770.3억 원의 매출을 기록한 바 있다. 이후, 2021년에는 종속회사 (주)데일리엔코의 글로벌 뷰티 플랫폼 '베니티테이블'의 영업실적 호조와 새롭게 인수한 자회사 (주)안다르의 매출실적 반영으로 전년 대비 29.7% 증가한 2,296.6억 원의 매출을 기록하며 최근 2개년간 견조한 매출 성장세를 나타내었다.

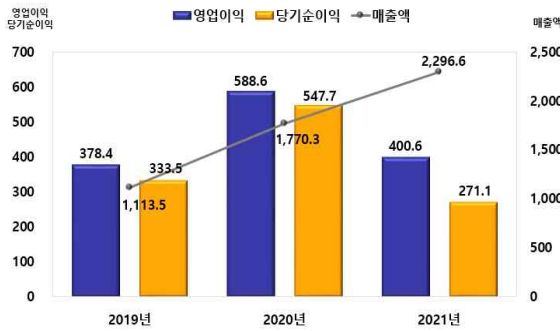
■ 최근 3개년간 우수한 영업수익성 유지

동사는 최근 3개년간 17% 상회하는 우수한 영업수익성을 유지한 가운데, 2021년에는 원가 부담 확대와 인건비, 지급수수료, 광고선전비 증가 등에 따른 고정성경비 부담 확대로 매출액영업이익률이 전년 33.2%에서 17.4%로 하락하였다. 또한, 영업이익은 전년 대비 31.9% 감소한 400.6억 원을 기록하였으나, 동사의 영업수익성은 업계 대비 여전히 우수한 수준을 유지하였다.

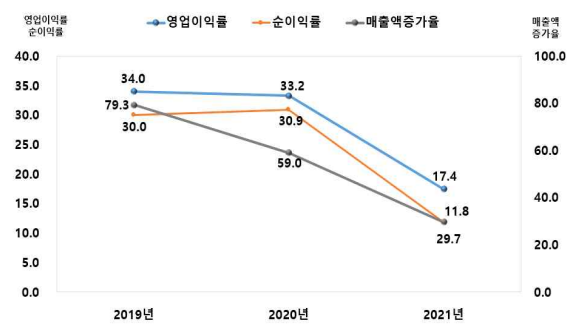
한편, 당기손익-공정가치측정 금융자산 평가손실, 파생상품 평가손실 증가로 영업외수익이 저하되면서 매출액순이익률은 2020년 30.9%에서 2021년 11.8%로 큰 폭으로 하락하였다. 상기 파생상품 평가손실은 자회사 (주)안다르에 대한 전환사채, 상환전환우선주 평가손실로 기업에 실질적인 손실이나 현금유출을 발생시키지 않지만 장부상 손실로 처리된다. 전환사채, 상환전환우선주 발행 당시보다 주가가 급등해 전환권의 가치가 상승한 점을 회계에 반영하는 것이다.

[그림 7] 동사 연간 요약 포괄손익계산서 분석

(단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)



매출액/영업이익/당기순이익 추이



증가율/이익률 추이

*출처: 동사 사업보고서(2021.12), NICE디앤비 재구성

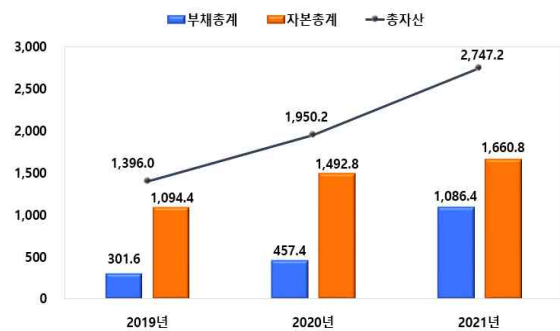
■ 우수한 수익창출력 기반으로 안정적 재무구조 유지, 현금유동성 양호

동사가 2021년 (주)안다르를 자회사로 편입시키면서 (주)안다르가 기발행한 전환사채, 전환상환우선주부채 및 파생상품부채 발생 등으로 부채 규모가 확대되었고, 이로 인해 주요 재무안정성 지표는 전년대비 저하된 부채비율 65.4%, 자기자본비율 60.5%를 기록하였으나, 동업계 대비 양호한 수준을 유지하였다.[2020년 부채비율 30.6%, 자기자본비율 76.5%].

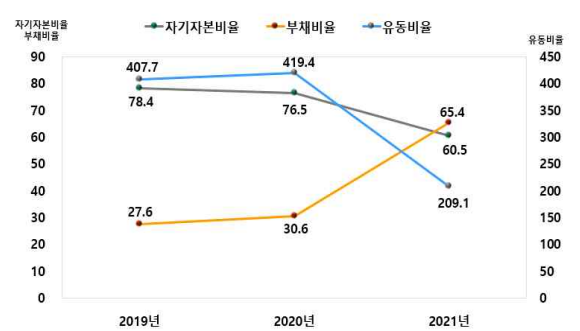
더불어 동사는 2021년 기말 현금 및 현금성자산이 총자산의 42.7%로 양호한 수준의 현금유동성도 갖추고 있는 것으로 보인다. 또한, 영업활동현금흐름 규모가 전년 510.6억 원에서 424.1억 원으로 감소하였으나, 양(+)의 현금흐름을 유지하였고, 금융상품 처분 등 투자활동을 통해 유입된 자금으로 배당금 지급, 차입금 상환 등에 운용하였다.

[그림 8] 동사 연간 요약 재무상태표 분석

(단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)



자산/부채/자본 비교



자본구조의 안정성

*출처: 동사 사업보고서(2021.12), NICE디앤비 재구성

■ 기타 이슈

2022년 2월 8일, 동사의 공시자료에 따르면, 이사회 결의에 의하여 자사주 585,000주 소각을 결정하였다. 자사주 소각의 목적은 주주가치 제고이며, 이는 발행주식총수의 1.79%에 해당되며, 발행주식 총수는 32,733,029주에서 32,148,029주로 감소하였다. 소각일은 2022년 2월 14일이다.

한편, 2022년 2월 18일 임원진의 주식매수선택권 행사로 150,000주의 주식이 3월 11일자로 상장되었고, 동사의 발행주식 총수는 32,148,029주에서 32,298,029주로 변동되었다.

[표 4] 동사 연간 요약 재무제표 (단위: 억 원, K-IFRS 연결기준)

항목	2019년	2020년	2021년
매출액	1,113.5	1,770.3	2,296.6
매출액증가율(%)	79.3	59.0	29.7
영업이익	378.4	588.6	400.6
영업이익률(%)	34.0	33.2	17.4
순이익	333.5	547.7	271.1
순이익률(%)	30.0	30.9	11.8
부채총계	301.6	457.4	1,086.4
자본총계	1,094.4	1,492.8	1,660.8
총자산	1,396.0	1,950.2	2,747.2
유동비율(%)	407.7	419.4	209.1
부채비율(%)	27.6	30.6	65.4
자기자본비율(%)	78.4	76.5	60.5
영업현금흐름	212.9	510.6	424.1
투자현금흐름	263.0	-273.8	200.7
재무현금흐름	-208.2	-218.9	-235.9
기말 현금	396.6	414.3	817.4

*출처: 동사 사업보고서(2021.12)

Ⅲ. 주요 변동사항 및 향후 전망

비즈니스 부스팅 사업을 핵심 사업영역으로 전개, 2022년에도 성장세 지속 전망

동사는 디지털 마케팅 역량을 바탕으로 동사의 브랜드 사업을 성공적으로 수행하였다. 또한, 비즈니스 부스팅 사업을 통해 (주)글루가 및 (주)안다르의 매출 신장을 이끌었다. 동사는 비즈니스 부스팅 사업을 핵심 사업영역으로 지정하고, 투자 전담 법인을 설립하였으며, 해당 사업의 확장과 관련 시장 규모의 확대를 발판으로 지속적 성장을 도모하고 있다.

■ 디지털 광고 시장과 전자상거래 시장의 성장으로 동사의 매출 증대 기대

COVID-19 팬데믹의 영향으로 전체 광고 시장의 성장은 둔화되었으나, 모바일 광고 시장을 포함한 디지털 광고 시장은 전 산업의 디지털화로 인해 규모가 확대되었다. 또한, COVID-19 팬데믹은 소비 방법의 패러다임까지 변화시켰고, 이에 따라 전자상거래 시장은 급속도로 성장하였다. 동사는 디지털 광고대행 서비스와 D2C 커머스를 기반으로 하는 전자상거래 사업을 주요 사업으로 영위하고 있으며, 동사가 핵심 사업영역으로 지정한 비즈니스 부스팅 사업도 대부분 대상 기업의 전자상거래를 기반으로 하는 바, 해당 시장의 규모 확대를 발판으로 동사의 매출 증대가 전망된다.

■ 비즈니스 부스팅 사업 확장 및 글로벌 플랫폼 경쟁력 강화로 성장세 지속 전망

동사는 최근 투자 전담 법인인 (주)에코투자파트너스를 설립하고, 비즈니스 부스팅 사업을 본격적으로 확대하였다. (주)글루가와 (주)안다르에 이어서 현재는 ‘감탄브라’, ‘MEPET’, ‘TESSA’ 등 여러 브랜드를 대상으로 하는 비즈니스 부스팅 사업을 수행하고 있다. ‘감탄브라’는 (주)그리티의 이너웨어 브랜드로써, 온라인스토어 제작, 브랜딩, 퍼포먼스 마케팅, 라이브 커머스, CRM(Customer Relationship Management) 등 동사의 마케팅 전략을 통해 포털 검색량 1위를 달성하였고, 매출에서도 호실적을 기록하는 등의 성과를 획득하였다. 이에 동사는 (주)그리티 내 다른 브랜드도 추가 부스팅 할 예정이다. ‘MEPET’은 반려동물 영양제 브랜드로써, 동사의 비즈니스 부스팅을 통해 런칭 1년 만에 반려동물 영양제 시장에서 점유율 1위를 달성하였고, 매출은 60억 원을 돌파하였으며, 2년 차 200억 원의 매출을 목표로 급격히 성장하고 있다. ‘TESSA’는 미술품 재테크 플랫폼으로, 동사는 브랜드 마케팅, 퍼포먼스 마케팅, 그로스 마케팅 등 마케팅 전 영역 컨설팅을 통해 해당 브랜드의 비즈니스 부스팅을 시작하였다.

비즈니스 부스팅 사업 외에도 동사는 (주)데일리엔코의 글로벌 뷰티 플랫폼 ‘베니티테이블’의 북미, 일본, 대만, 호주, 동남아 등 진출 국가 확대를 진행하고 있다. 또한, 글로벌 뷰티산업에서 트렌드로 떠오르고 있는 클린 뷰티 카테고리를 확장하는 등 다양한 브랜드들을 추가 입점시켜서 플랫폼 경쟁력을 강화할 예정이며, 이는 향후 동사의 매출 성장을 견인할 것으로 예상된다. 동사는 비즈니스 부스팅 사업 확장과 글로벌 뷰티 플랫폼의 경쟁력 강화를 기반으로 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망된다.

■ 증권사 투자 의견

작성기관	투자 의견	목표주가	작성일
DB금융투자	Buy	29,000원	2022. 04. 01.
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2022년 1Q 매출액은 735억 원(+64.8%, yoy), 영업이익은 115억 원(+47.7%, yoy)로 컨센션스에 부합되는 실적이 예상 ■ 본사 매출은 광고 비수기지만, 커머스 등 광고주 집행 이어지고, 종속회사 (주)데일리엔코의 클릭 신상품이 1월과 3월말에 일부 반영되어 양호한 실적 전망 ■ 클릭 신제품인 스트레칭 마사지가 지난 1월초 1만대 완판, 3월 21일 사전 예약 주문이 재개되며 주문량 증가하고 있는 것으로 파악 ■ (주)안다르는 일본 라쿠텐 등을 시작으로 글로벌 판매 시작 		
하나금융투자	Buy	23,000원	2022. 02. 17.
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 오호라의 역 기저효과와 (주)안다르 정상화 과정에서의 실적 부진으로 영업이익 전년 대비 31.9% 감소 ■ 본업의 높은 레버리지로 클릭/센스맘/오호라 등의 흥행을 통해 매년 고성장으로 (주)안다르 인수까지 이어짐 ■ (주)에코투자파트너스를 출범해 (주)데일리엔코의 티타드 외 (주)그리티(이너웨어), 미펫(반려동물), 테사(아트테크)에 투자 ■ 이 외에도, 블록체인, AR/VR, NFT, 메타버스 등에 투자할 계획 		

■ 시장정보(주가 및 거래량)

[그림 9] 동사 1개년 주가 변동 현황



*출처: 네이버금융(2022년 04월 18일)