업계 1위 자리 놓고 경쟁 치열안다르, 수익성 개선 박차젝시믹스, 日 나고야 2호점  
  
  
  
 브랜드엑스코퍼레이션 젝시믹스의 일본 나고야 파르코 매장 모습.[사진제공=브랜드엑스코퍼레이션]K-애슬레저(일상 운동복) 브랜드 ‘투톱’인 젝시믹스와 안다르가 업계 1위 자리를 놓고 엎치락뒤치락 경쟁을 펼치고 있다. 올해 1분기에는 젝시믹스가 안다르와 매출 격차를 더욱 벌리며 1위 자리 수성에 성공한 가운데 안다르가 반격에 나서는 모습이다.18일 관련 업계에 따르면 브랜드엑스코퍼레이션이 운영하는 젝시믹스는 지난해 매출액 2214억원, 영업이익 157억원을 기록해 업계 1위 자리를 지켰다. 같은 기간 에코마케팅이 운영하는 안다르 매출은 2026억원, 영업이익 184억원을 기록했다.지난해 매출은 젝시믹스가 약 190억원 높았지만 성장의 관점에서 보면 오히려 안다르에 밀렸다.젝시믹스는 지난해 영업이익 157억원으로 전년 대비 19% 감소한 반면, 안다르는 184억원으로 약 45% 증가했기 때문이다. 매출 차이가 크지 않은데다 안다르의 성장세가 가파르다는 점에서 올해 1위 다툼이 더욱 치열해질 전망이다.올해 1분기도 박빙이었다. 젝시믹스는 올해 1분기 매출 506억원을 기록, 안다르(348억원)와 매출 격차를 158억원 벌렸다. 지난해 1분기 젝시믹스가 119억원 차이로 안다르를 앞선 점을 감안하면 격차가 더 벌어진 셈이다.다만 올해 1분기에도 젝시믹스의 수익성은 떨어졌다. 젝시믹스의 1분기 영업이익은 35억원으로 전년 대비 27% 감소한 반면 안다르는 22억원으로 29% 증가했다.안다르는 2021년까지만 해도 수익성 악화로 고전을 면치 못했다. 2019년 122억원의 적자를 냈고, 2020년(-89억원)과 2021년(-107억)에도 마찬가지로 적자였다. 다만 2021년 에코마케팅이 인수한 이후 실적 개선에 성공, 2022년 영업이익 126억원을 기록하며 흑자로 돌아섰다.  
  
  
  
지난해 안다르는 역대 최대 실적을 냈다. 안다르 관계자는 “품질 경영과 애슬레저룩의 저변 확대를 위해 카테고리 다양화에 적극적으로 나서며 기존 충성고객을 지키고 신규 고객까지 유치했다”고 설명했다.안다르는 자체 R&D(연구·개발)조직 ‘안다르 AI랩’을 설립해 패션 트렌드부터 제품 기획, 디자인, 생산, 물류, 판매 등 운영 전반을 빅데이터화해 수익성을 높였다. 구매자 피드백 데이터를 제품 기획 단계에서부터 적용해 구매 전환율과 재구매율을 끌어올렸다.젝시믹스와 안다르의 경쟁 구도는 해외 시장으로 확대되고 있다. 지난달 젝시믹스는 일본 나고야에 정식매장 2호점을 오픈했다. 오사카에 1호 매장을 오픈한 후 2주만이다.젝시믹스 관계자는 “올해 일본에 정식매장 2개를 오픈하는 등 매출 150억원 달성을 목표로 하고 있다”며 “외형과 성장 모든 면에서 규모를 키워 일본 애슬레저 시장에서의 중장기 성장 기틀을 마련해 나가겠다”고 밝혔다.안다르는 작년 싱가포르를 시작으로 올해는 일본을 비롯한 다른 국가들도 적극 공략하겠다는 방침이다.안다르 관계자는 “일본은 안다르의 온라인 공식 쇼핑몰에서만 월 10억원 이상의 매출을 올릴 만큼 시장 경쟁력을 확인했다”며 “본격적으로 현지 물류와 오프라인 스토어 구축을 통해 안다르의 점유율을 빠르게 늘려가겠다”고 말했다.