

2021 제일기획 기업설명회

Cheil

유의사항(Disclaimer)

- 본 자료는 투자자에게 제일기획(이하 회사)의 경영목표, 사업전략 등 정보제공을 목적으로 작성되었으며 이의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다.
- 본 자료에 포함된 예측 정보는 과거가 아닌 미래의 사건에 관계된 사항이며 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는바, 회사가 통제할 수 없는 시장환경의 변동 및 위험 등의 불확실성으로 인해 회사의 실제 영업실적 결과와 일치하지 않을 수 있음을 유의하시기 바랍니다.
- 마지막으로 본 자료는 투자자들의 투자판단을 위한 참고자료로 작성된 것이며, 당사는 이 자료의 내용에 대하여 투자자 여러분에게 어떠한 보증을 제공하거나 책임을 부담하지 않습니다.

목 차

- 01 시장의 변화
- 02 당사 사업 현황
- 03 중점 사업
- 04 역량 확보
- 05 사회적 책임 경영
- 06 사업 목표

팬더믹 영향 이후

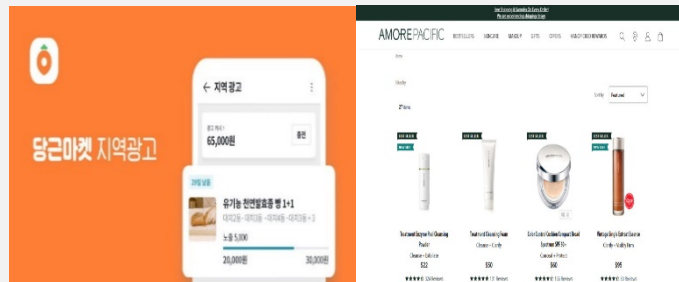
소비자

- 라이브/소셜커머스 등 소비자 구매 채널이 다각화
- MZ세대가 주요 소비층으로 부상
- MZ세대가 선호하는 콘텐츠, 경험 제공에 집중



광고주

- 디지털 중심의 성과에 기반한 퍼포먼스향 마케팅 요구 증대
- 소비자와 커넥트를 위한 자체 플랫폼 역량 강화
- 구매전환은 높이고 비용은 절감하는 방안 지속 모색

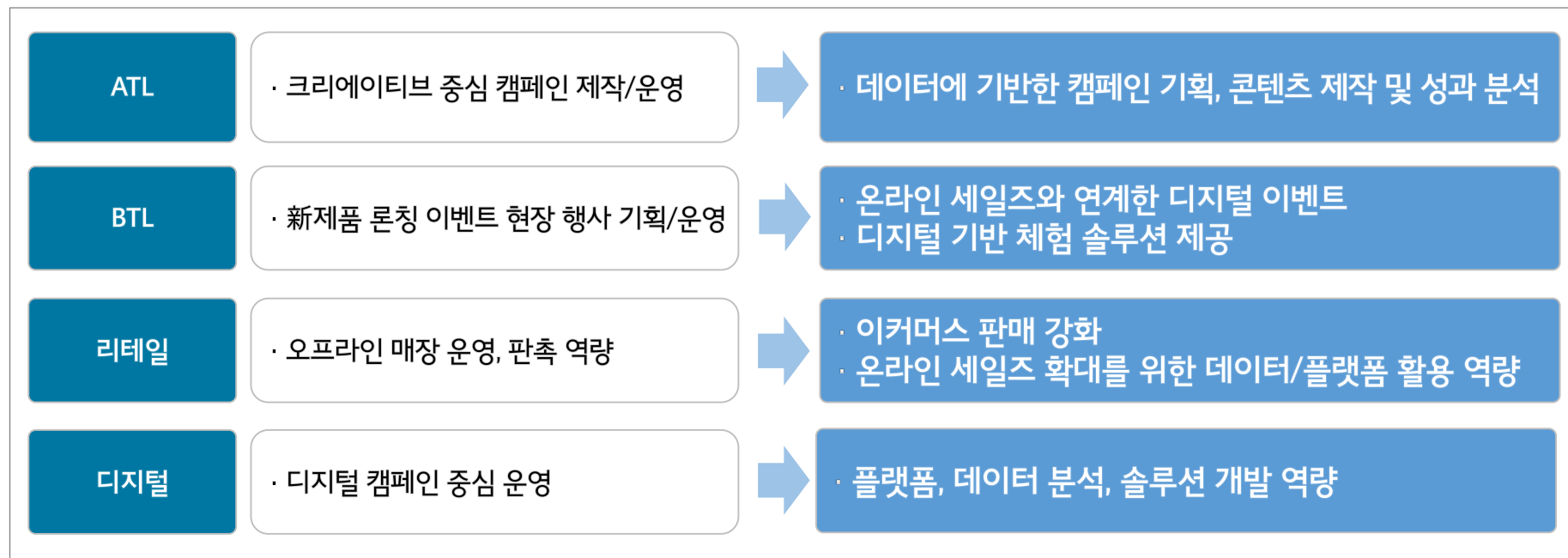


광고 업계

- 글로벌 광고시장은 디지털을 중심으로 회복세
- 데이터/테크 역량 강화를 위한 M&A, 인력 확보에 주력
- 메타버스 관련 콘텐츠 분야 경쟁력 강화도 적극 추진



전 사업영역의 디지털화를 지속 추진 중



[중장기 성장 방향]

데이터 · 테크 · 콘텐츠 역량 강화로 퍼포먼스 마케팅 사업 확대

중점
사업

① 디지털 기반의
퍼포먼스 마케팅
서비스 제공

② 메타버스 등
테크 기반 콘텐츠
제작 역량 강화

③ 계열
신규사업기회 발굴로
未대행 영역 확대

④ 비계열
선택과 집중 통한
성장

역량
확보

① M&A / 지분투자 적극 추진 ② 디지털 인력 확보 및 조직 구축

사회적
책임 경영

① ESG 경영 체제 확립 ② 리스크 대응 관리 강화

① 디지털 기반의 퍼포먼스 마케팅 서비스 제공

사업영역

커뮤니케이션

온·오프라인 광고, 콘텐츠

* 콘텐츠 제작 역량 내재화 등으로 경쟁력 강화

익스피리언스

전시/이벤트 등

* 몰입감 높은 경험 제공을 위한 테크 연계 확대

커머스

이커머스, 옴니채널

* 데이터 기반 마케팅 서비스 강화

대응방향

디지털 전환

성과 예측 및 입증

운영 혁신

② 메타버스 등 테크 기반 콘텐츠 제작 역량 강화

메타버스 등 신규 플랫폼 활용 콘텐츠 비즈니스 확대

- 광고주의 메타버스 플랫폼 확장 계획에 따른 신규 서비스 확대
- 기존 O2O 비즈니스도 메타버스 기술을 적용, 사업 확대 추진



< 메타버스 플랫폼 활용 갤럭시 팬파티 >

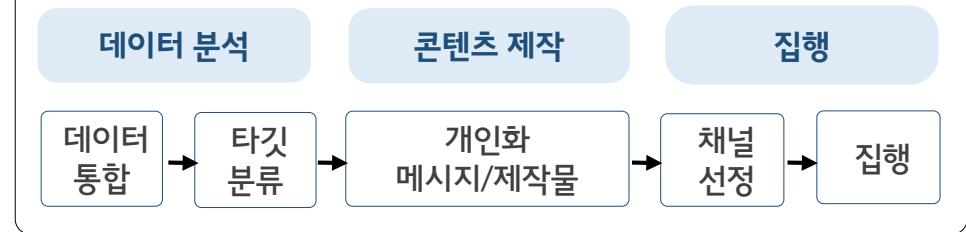


< 삼성 버츰얼 스토어 >

데이터 기반 콘텐츠 성과 제고

- 개인화 콘텐츠 제작을 위한 분석 시스템 개발
- 분석데이터 기반 최적화된 콘텐츠 제공 솔루션 구축

< 콘텐츠 제작 업무 프로세스 >



③ 계열: 신규 사업기회 발굴로 未대행영역 확대

본사: 광고 캠페인 대응 역량 강화

- ✓ MZ 세대 취향/선호/사용 경험 등 소비자 데이터 분석, 광고에 반영
- ✓ 전통매체 외 다양한 광고 채널을 활용한 캠페인 추진
- ✓ 금융 업종 대상 디지털마케팅 대행 확대

< MZ 세대 디자인/라이프스타일을 반영 >

* 제품 기능 설명 중심 광고



< 갤럭시 S10 >

* MZ세대 선호 디자인/사용성 강조

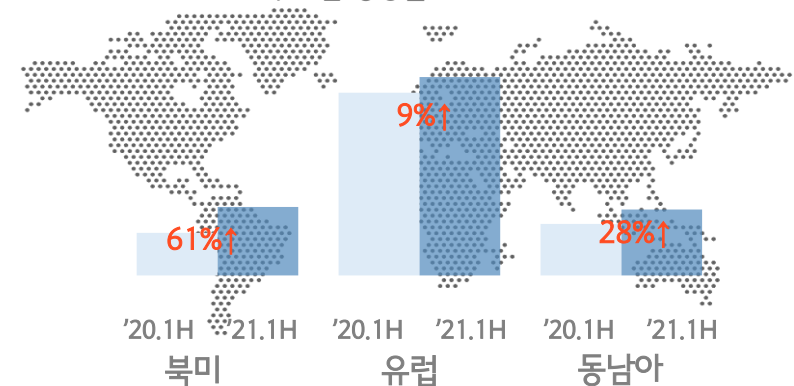


< Z 폴드3 >

해외: 퍼포먼스향 디지털 사업 확대

북미	✓ 디지털사업 확대: 콘텐츠 제작 → 소셜/CRM/이커머스 등
유럽	✓ 디지털 퍼포먼스 마케팅 확대 및 중동구 본격대행
동남아	✓ 권역 디지털 통합대행 서비스 확장 (닷컴 → 이커머스 등)

< '21.1H 주요 지역 계열 성장률 >



④ 비계열 : 선택과 집중을 통한 성장

본사: 자체 플랫폼 보유, 코로나 수혜 업종 및 ESG 분야 광고주 공략

- ✓ 자체 플랫폼 보유 광고주 → 데이터 기반 캠페인 확대
- ✓ 코로나 관련 수혜 업종인 헬스/제약/게임 광고주 및 ESG 관련 사업 기회 발굴

해외: 비계열 노하우 보유한 중국 및 북미 중심 지속 확대

- ✓ 중국, 자동차/금융 등 특화 업종 중심 확대
- ✓ 북미, 자회사 특화 역량 활용 신규 비계열 광고주 영입 추진
- ✓ 이외 지역에서는 중대형 광고주에 집중하여 수익성 제고

① M&A / 지분투자 적극 추진

퍼포먼스 마케팅 경쟁력 강화 위한 투자 적극 추진

디지털
전환

BE/리테일 오프라인 서비스의
디지털 전환

성과 예측
및 입증

데이터 기반
성과 예측 인프라 구축

퍼포먼스향
운영 혁신

메타버스 등
디지털 콘텐츠 제작 역량 강화

✓ 데이터·테크·콘텐츠 분야
M&A / 지분투자 적극 추진

② 디지털 인재 확보 및 조직 구축

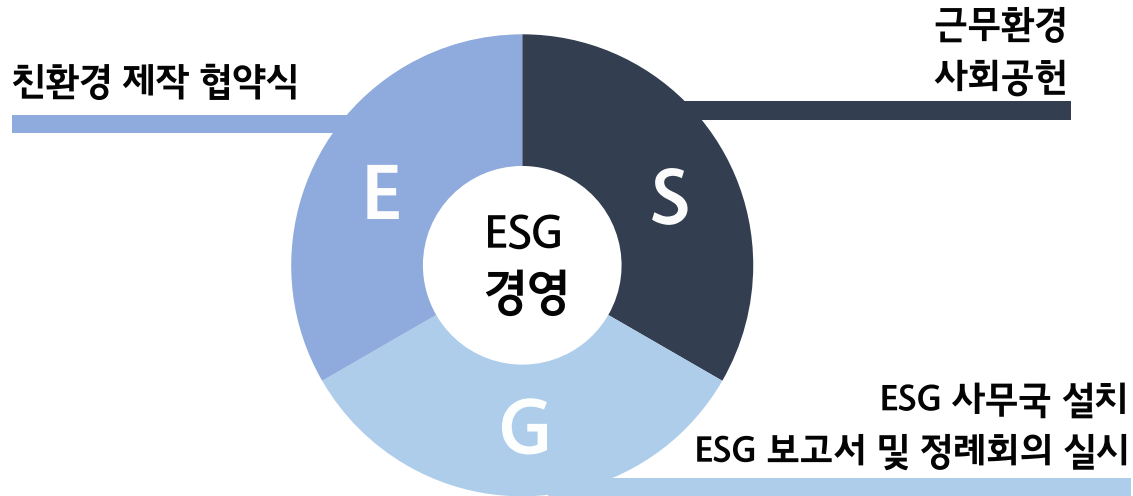
Organic 성장을 주도할 디지털 전문 인력 확보

- 디지털 테크 조직을 신설하고 CTO 영입을 통한 국내 테크 기능 강화
- 메타버스/데이터/테크 등 핵심분야 업계 전문 인력 확보

디지털 경쟁력 확보를 위한 조직 구축

- 미래 사업인 메타버스 전사적 대응을 위한 '메타버스 위원회' 구성
- 디지털 콘텐츠 제작 전문성 강화를 위한 전담 조직 구축 및 운영 확대

① ESG 경영 체제 확립



② 리스크 대응 관리 강화

안전 관리 강화
(중대재해처벌법)

사전 안전점검 실시

사고 제로化 추진

상생 협력

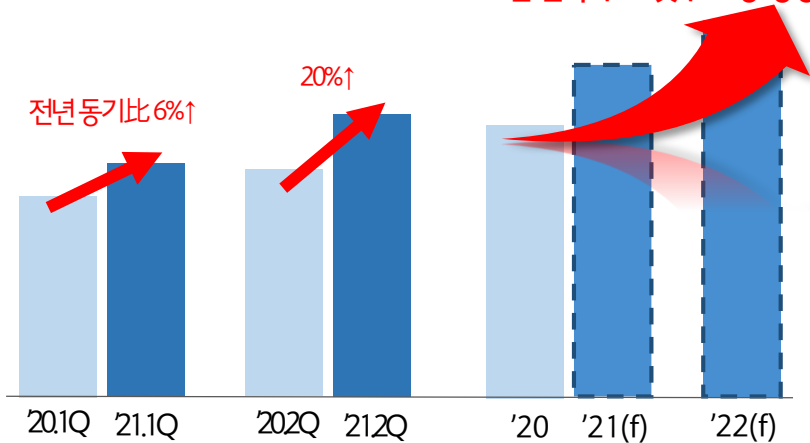
공정거래협약
최우수 등급

동반성장지수
최우수 등급

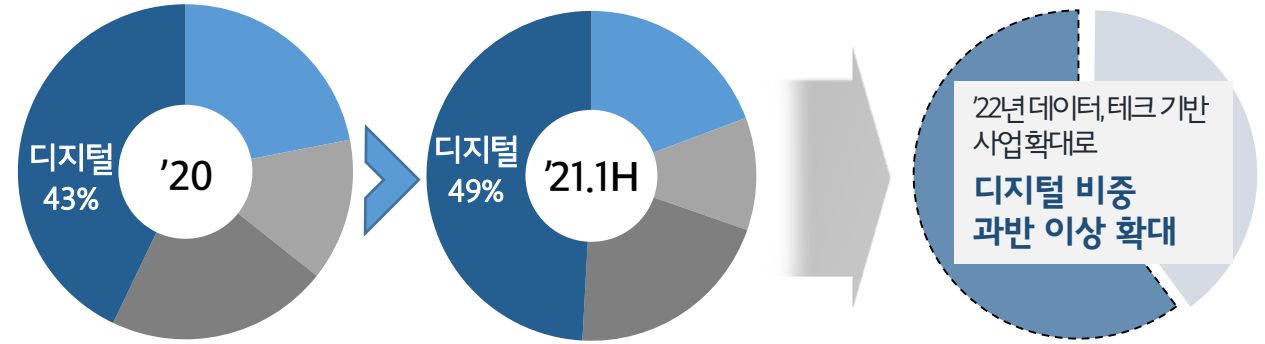
06. 사업 목표

□ 디지털 중심의 매출총이익 성장 지속

2년 연속 두 자릿수 이상 성장 목표

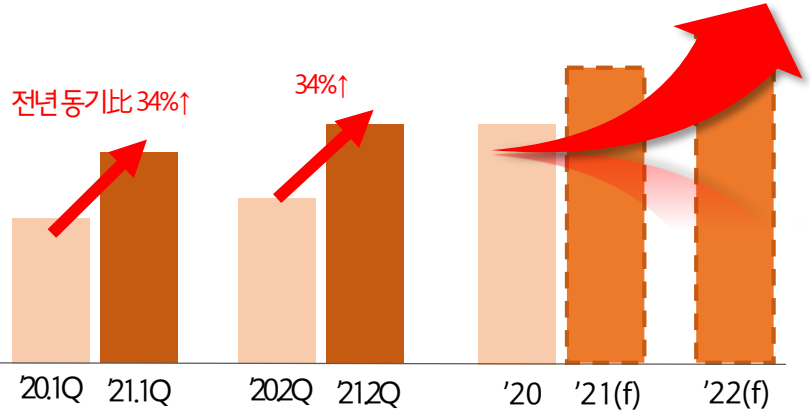


□ 서비스별 : 데이터, 테크 기반 디지털 사업 증가로 디지털 비중 지속 확대



□ 효율경영 지속 통한 수익성 개선

2년 연속 최대 영업이익 지속 경신



□ 지역별 : 지역별 상황에 맞는 성장전략으로 외형의 지속 성장

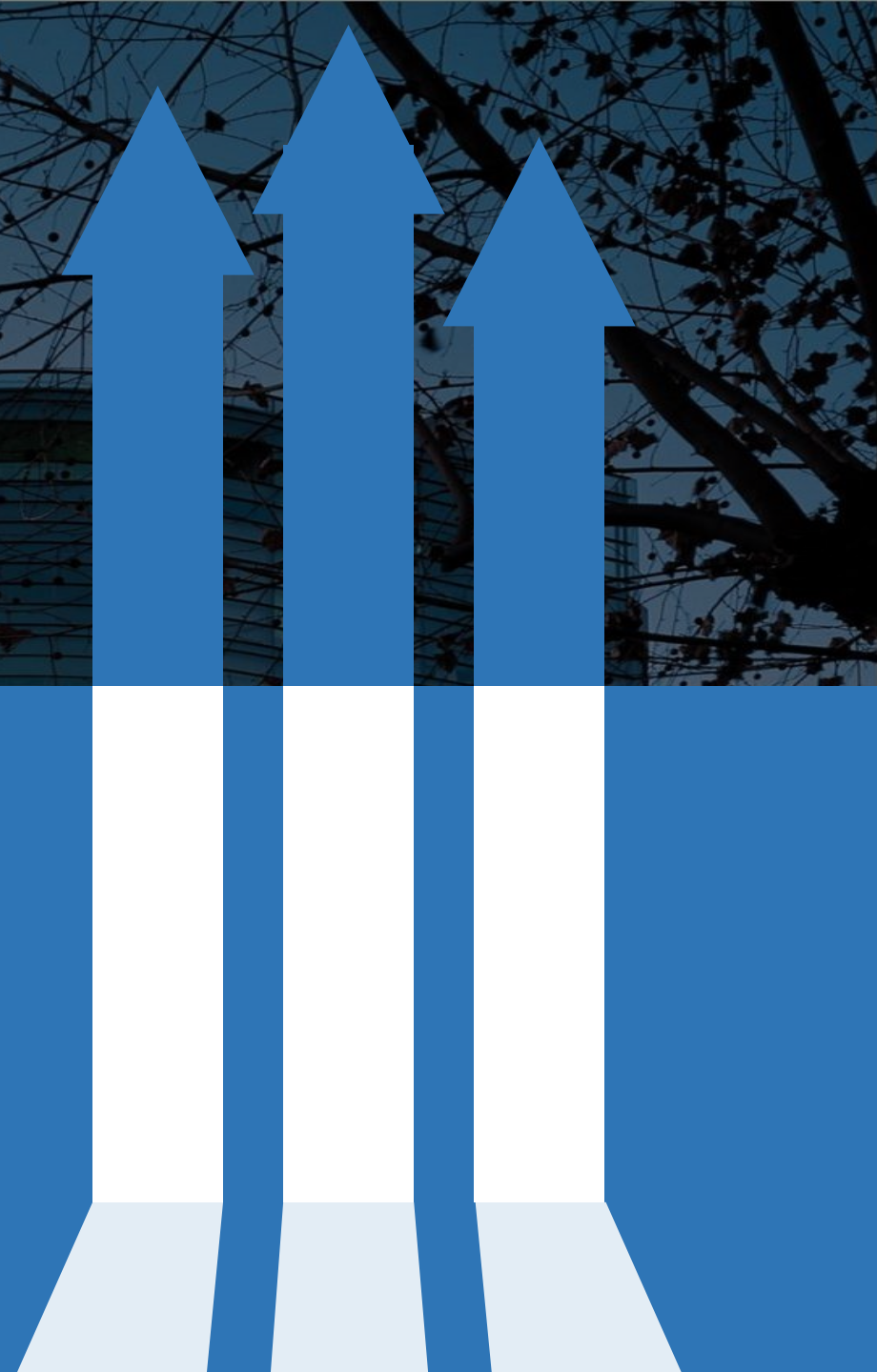
지역	성장 전략
본사	미대행 영역 적극 개발
북미	디지털 콘텐츠 및 플랫폼 사업 확대
유럽	디지털, BTL 물량 확대, 중동구 지역 사업 확대
중국	북경올림픽, 비계열 포트폴리오 확대
신흥시장	이커머스 등 디지털 대행 확대

주주환원정책

투자 재원을 감안함과 동시에 주주환원을 최대한으로 하는 정책 유지

데이터 · 테크 · 콘텐츠 역량 강화로
퍼포먼스 마케팅 사업 확대

국내외 전사 차원에서,
계열/비계열 동반 성장을 통해,
매년 Double-Digit 이상의 성장





감사합니다.