

Cheil

2018년 상반기 실적 발표

2018. 7. 27 (금)

(주)제일기획

본 자료의 재무정보는 한국채택국제회계기준에 따라 작성된 연결기준 영업실적입니다. 비교 표시된 과거 실적도 한국채택국제회계기준에 따라 재작성된 영업실적입니다.

본 자료에 포함된 “2018년 상반기 실적”은 본사 및 자회사 등에 대한 외부감사인의 회계검토가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위해 작성된 자료이므로, 그 내용 중 일부는 회계검토 과정에서 달라질 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

또한, 본 자료는 미래에 대한 “예측정보”를 포함하고 있습니다.

이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 것으로 회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고, 표현상으로는 ‘예상’, ‘전망’, ‘계획’ 등과 같은 단어를 포함합니다.

“**예**측정보”는 그 성격상 불확실한 사건들을 언급하는데, 회사의 향후 경영현황 및 재무실적에 긍정적 또는 부정적으로 영향을 미칠 수 있는 불확실성을 포함합니다.

환율, 이자율, 물가 등의 변동을 포함한 국내외 금융시장 동향, 신규사업 인수 및 매각 등을 포함한 회사의 전략적인 의사결정 등이 대상입니다.

이러한 불확실성으로 인해 회사의 실제 미래실적은 “예측정보”에 포함된 내용과 중대한 차이가 있을 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

- 요약 재무정보(K-IFRS 기준)
- 영업총이익 (연결 기준)
- 손익 (연결 기준)
- 상반기 주요 성과
- 2018 Outlook

(억원)

	'17. 2Q	'18. 2Q	성장률	'17. 1H	'18. 1H	성장률
영업총이익	2,560	2,728	7%	4,694	5,081	8%
판관비	2,037	2,146	5%	3,938	4,238	8%
영업이익	523	582	11%	756	843	12%
영업외수지	△10	67	-	△10	78	-
세전이익	513	649	27%	746	921	23%
당기순이익	388	462	19%	551	654	19%

영업총이익 : '17. 1H 4,694억 → '18. 1H 5,081억 (387억↑)

'17. 2Q 2,560억 → '18. 2Q 2,728억 (168억↑)

□ 본 사 : '17. 1H 1,266억 → '18. 1H 1,385억 (119억 ↑)

- 한국타이어 등 주요 광고주 대행 물량 증가와 신한은행 등 신규 광고주 실적화

□ 연결자회사 : '17. 1H 3,428억 → '18. 1H 3,696억 (268억 ↑)

- 유럽, 신흥시장 성장 및 중국과 북미의 회복세 지속

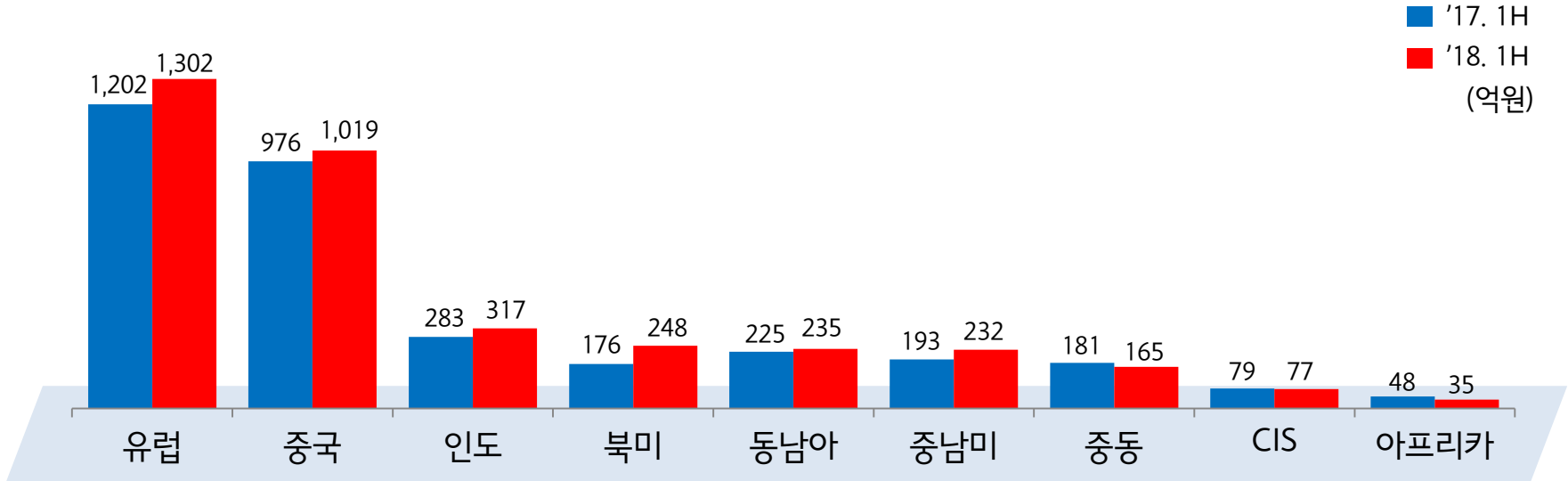
(억원)

	'17. 2Q	'18. 2Q	성장률	'17. 1H	'18. 1H	성장률
본 사	723	802	11%	1,266	1,385	9%
연결자회사	1,837	1,926	5%	3,428	3,696	8%
합 계	2,560	2,728	7%	4,694	5,081	8%

해외사업 비중 : '17. 1H 73% → '18. 1H 73%

□ 계열과 비계열 광고주 대행물량 동반 증가로 견조한 성장세 지속

- 유럽 (전년 상반기 대비 8%↑), 중남미 (20%) 등 해외사업 성장 견인
 ※ 전년 2분기 대비 5%↑ (아이리스 △3%↓) ※ 16%↑
- 북미 (전년 상반기 대비 41%↑), 중국 (4%) 순성장 지속
 ※ 전년 2분기 대비 37%↑ (맥키니 22%↑, TBG 78%↑) ※ 3%↑ (평타이 4%↑)



□ Non-Samsung 비중 : '17년 연간 31% → '18. 1H 30%

※ 삼성 외 광고주

- 본 사 : '17년 연간 27% → '18. 1H 26%

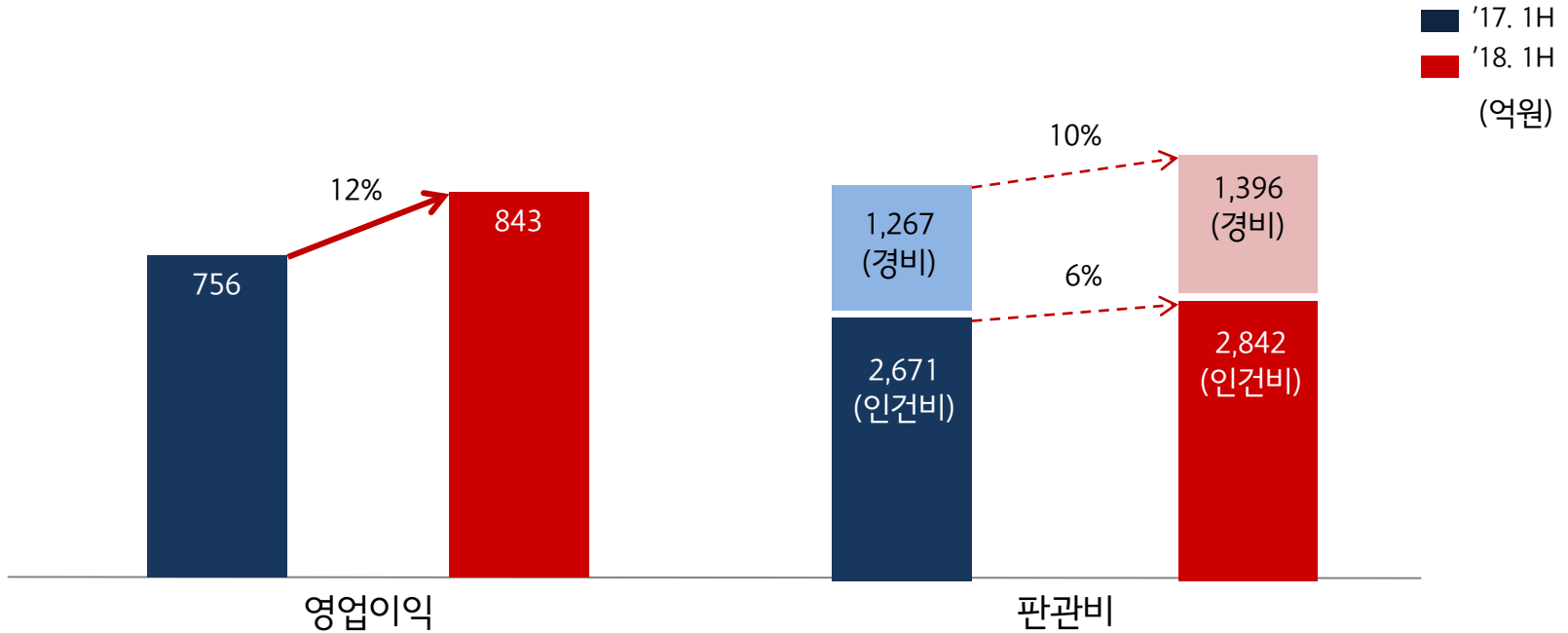
- 연결 자회사 : '17년 연간 33% → '18. 1H 32%

□ 디지털 사업 비중 : '17년 연간 30% → '18. 1H 32%

	2010	2013	2017	'18. 1H
디지털	19%	23%	30%	32%
BTL	32%	41%	45%	45%
리테일	13%	23%	23%	23%
ATL	49%	36%	25%	23%

영업이익 : '17. 1H 756억 → '18. 1H 843억 (87억↑)
 '17. 2Q 523억 → '18. 2Q 582억 (59억↑)

□ 인건비 투자 등 판관비 증가에도 영업총이익 성장으로 영업이익 증가



□ Kunlun, Wanda (중국), BVR (독일), Bosch (브라질) 등 신규 광고주 개발 지속

< '18년 상반기 개발 광고주 >

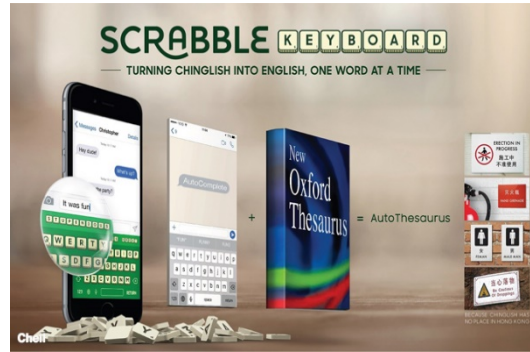


- Cannes Lions 10개 수상 : Gold 1, Silver 2, Bronze 7
- New York Festivals 13개 수상 : Gold 3, Silver 2, Bronze 8
- One Show(21개), AdFest(14개), D&AD(7개) 등

< 수상 캠페인 내역 >



<삼성전자, 스마트 슈트>
* Cannes 금상, 동상,
One Show 은상, 동상 등



<스크래블 클럽, Scrabble Keyboard>
* AdFest 금상, D&AD 동상 등



<하만 JBL, Block out the Chaos>
* New York Festivals 금상,
One Show 은상, AdFest 은상 등

북미

- 인수 자회사 전문성 강화 : 맥키니(브랜딩), TBG(디지털) 아이리스(Experience)
- M&A를 통한 신사업 투자 ex) B2B, 디지털미디어 등

유럽

- Digital Transformation 성공적 수행 및 성과
- 닷컴, B2B, 이커머스 등 디지털 분야 서비스 확대
- Centrade M&A (5월)

중국

- 디지털 서비스 고도화 : 데이터/테크놀로지 중심
- 이커머스 등 신사업 육성 : 바오준V 영업개시 (8월)

중남미

- 디지털(데이터/미디어), 리테일(전략/분석) 분야 서비스 확대
- 대항지역 확대

동남아

- 국가별 전문성 강화 : 태국 (리테일), 베트남 (디지털)

인도

- 디지털 중심 통합 서비스 제공
- 인도 남부지역 네트워크 강화
- Experience Commerce M&A * 뭄바이 디지털 광고社 (6월)

“글로벌 기업으로 지속 성장하기 위한 펀더멘털 강화”

외형성장 재개

- 북미/중국 회복세, 유럽, 중남미 안정적 성장
- 주요 광고주 대행물량 증가
- 닷컴 등 디지털 사업 성장

미래사업 기반 강화

- 소형 로컬 M&A 지속 추진 : B2B, 데이터 등 디지털 분야 ('16~'18년, 5건 진행 완료)
- 대형 글로벌 M&A도 적극 검토 중

수익성 개선

- 연결자회사 및 프로젝트 관리수준 제고
- 프로세스 혁신 등 업무 효율성 제고

주주환원 제고

- 배당 등 주주환원 지속 강화

기회요인

- 주요 광고주 대행물량 증가, 신규 광고주 개발 지속
- 중국/북미 등 부진지역 회복세
- M&A를 통한 신사업 기회 발굴 및 핵심역량 강화 지속
- 주주환원 지속 확대

위험요인

- 중국 등 외부 변수로 인한 실적 회복 지연 우려
- 국내 광고경기 회복 지연
- 광고산업 내 경쟁 및 규제 심화

감사합니다