

CONNEC+

We Create Connected Experiences that Matter

2022년 1분기 실적 발표

2022. 4. 28 (목)

Cheil

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

본 자료에 포함된 “2022년 1분기 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.

- 1분기 Summary
- 요약 재무정보(K-IFRS 기준)
- 매출총이익 (연결 기준)
- 손익 (연결 기준)
- 2022년 Outlook

1

Financial Performance

매출총이익 23%↑
영업이익 43%↑

- ✓ 서비스/지역/광고주 기준 **모든 영역에서 순성장** 하며, 전년동기 대비 23% 성장 달성
- ✓ 인건비 투자에도 경비 효율화로 1분기 사상 **최대 영업이익 달성**

2

Service

디지털 비중 51%
(YoY 31%↑)

- ✓ 주요 광고주 디지털 대행 강화로 디지털 사업 지속 확대
- ✓ BTL/리테일 등 디지털 전환으로 **디지털 서비스 영역 다각화**

3

GEO Markets

북미 63%↑, 동남아 25%↑,
중국 25%↑, 유럽 17%↑

- ✓ 계열 및 비계열 동반 성장으로 **북미 고성장세 지속**
- ✓ 중국/동남아/유럽 등 포함 **해외 쉐어 지역 성장** 가속화

4

Clients

계열 21%↑
비계열 30%↑

- ✓ 주요 광고주 대행영역 확대 등 **계열/비계열 동반 성장** 달성
- ✓ 본사/북미/중국 중심의 신규 비계열 광고주 물량 증가

(억원)

	'21. 1분기	'22. 1분기	성장률
매출총이익	2,713	3,349	23%
판관비	2,303	2,764	20%
영업이익	410	585	43%
영업외수지	46	40	△ 13%
세전이익	456	625	37%
당기순이익	329	452	37%

매출총이익 : '21.1분기 2,713억 → '22.1분기 3,349억 (636억↑)

- 본사 : '21.1분기 649억 → '22.1분기 760억 (111억↑)
 - 주요 광고주 신제품 출시 효과 및 비계열 신규 광고주 영입 등 계열과 비계열 동반 성장
- 연결자회사 : '21.1분기 2,064억 → '22.1분기 2,589억 (525억↑)
 - 북미 고성장 지속 및 유럽/동남아/중국 등 전 지역 성장세 지속

(억원)

	'21. 1분기	'22. 1분기	성장률
본 사	649	760	17%
해외법인+자회사	2,064	2,589	25%
합 계	2,713	3,349	23%

디지털 사업 비중 : '21년 연간 50% → '22년 1분기 51% (성장률 : 전년 1Q 대비 31%↑)

□ 본사 및 해외 전 지역에서 디지털 사업 비중 지속 확대

- 본 사 : '21년 연간 31% → '22년 1분기 33% (성장률 : 전년 1Q 대비 30%↑)
- 해 외 : '21년 연간 57% → '22년 1분기 57% (성장률 : 전년 1Q 대비 31%↑)

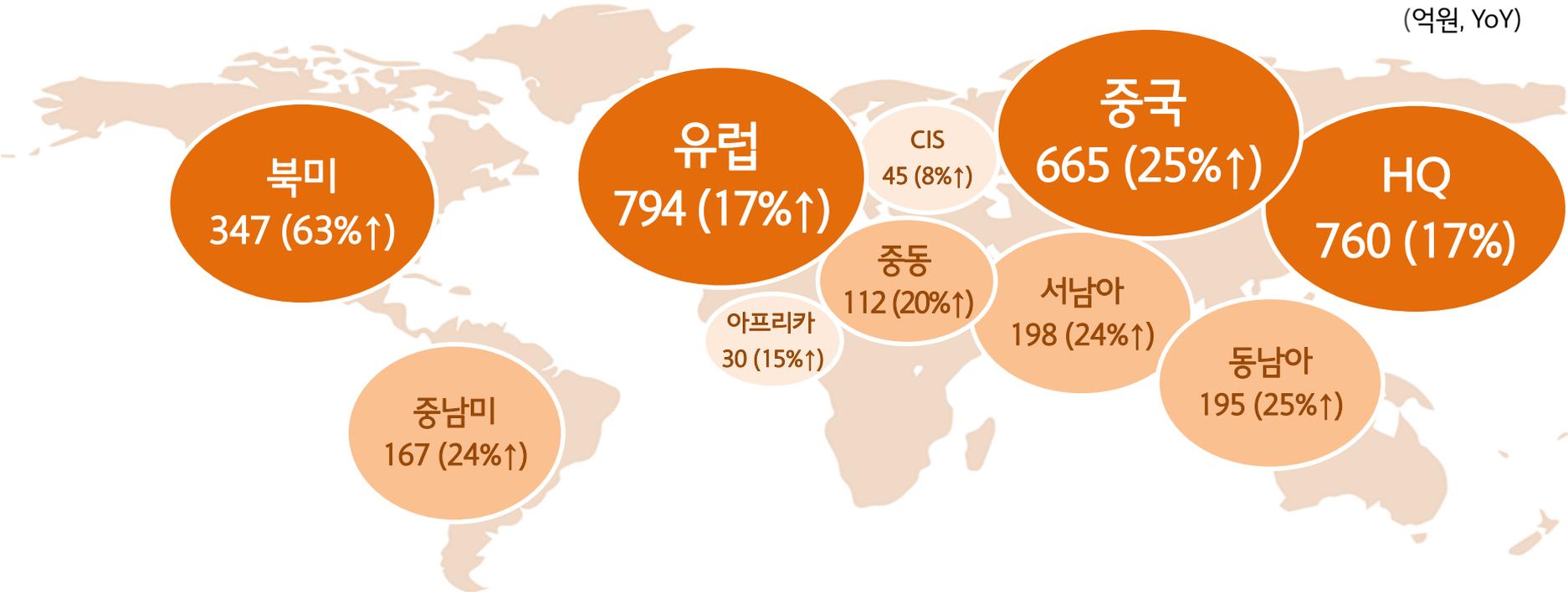
	2010	2015	2020	2021	'22. 1분기
디지털	19%	28%	43%	50%	51%
BTL	32%	42%	35%	30%	30%
리테일	13%	22%	21%	20%	19%
ATL	49%	30%	22%	20%	19%

해외사업 비중 : '21년 연간 74% → '22.1분기 77%

- 북미 (전년 대비 63%↑), 중국 (25%↑), 유럽 (17%↑) 등 해외사업 성장 견인
※ TBG 72%↑ ※ 평타이 23%↑ ※ BMB 48%↑, Iris 12%↑

- 동남아 (전년 대비 25%↑), 서남아 (24%↑), 중남미 (24%↑), 중동 (20%↑) 등 높은 성장세 지속

(억원, YoY)



□ 계열 사업 비중 : '21년 연간 71% → '22년 1분기 72% (성장률 : 전년 대비 21%↑)

- 디지털 및 북미 중심의 주요 광고주 대행 영역 확대

□ 비계열 사업 비중 : '21년 연간 29% → '22년 1분기 28% (성장률 : 전년 대비 30%↑)

- 북미, 중국 및 본사 등 글로벌 대형 광고주 영입을 통한 비계열 비중 확대

※ 비계열 광고주 성장률 : 전년 대비 본사 80%↑, 해외 22%↑

< 신규 광고주 : 본사 >

< 신규 광고주 : 해외 >



영업이익 : '21.1분기 410억 → '22.1분기 585억 (175억↑)

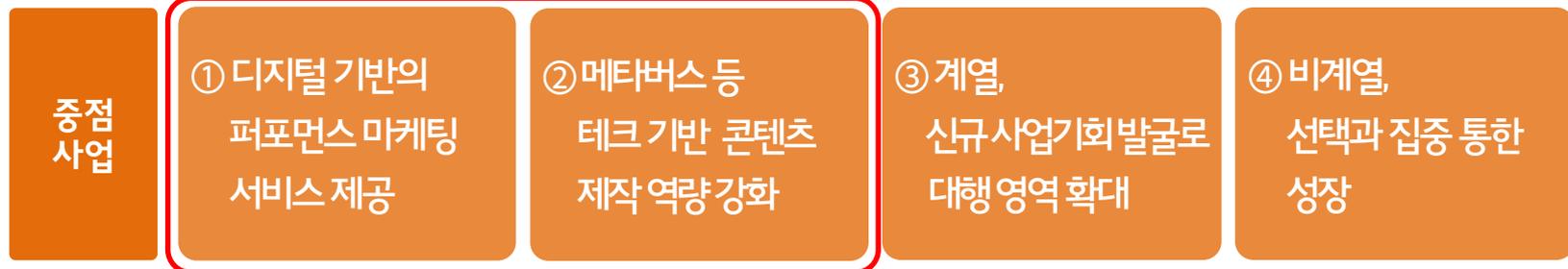
□ 매출총이익 23% 성장 및 디지털 중심 인력 투자로 판관비 20% 증가, 영업이익 43% 성장

(억원, 명)

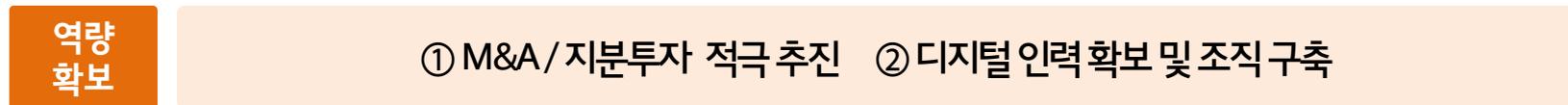
	Q1 2021	Q1 2022	성장률
매출총이익	2,713	3,349	23%
판관비	2,303	2,764	20%
인건비	1,630	1,993	22%
경비	673	771	15%
영업이익	410	585	43%
OPM	15.1%	17.5%	2.4%p

데이터 · 테크 · 콘텐츠 역량 강화로 퍼포먼스 마케팅 사업 확대

매출총이익 두 자릿수 이상 성장, 영업이익률 전년비 개선 목표



※ CEO 주관 디지털 사업전략 설명회 실시 (4/21, 자료는 홈페이지 참조)



사회적 책임 경영

① ESG 경영 체제 확립 ② 리스크 대응 관리 강화

감사합니다