

# CONNEC+

We Create Connected Experiences that Matter

# 2022년 4분기 및 연간 실적 발표

2023. 1. 31 (화)

**Cheil**

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

**본** 자료에 포함된 “2022년 4분기 및 연간 실적”은 본사 및 자회사 등에 대한 외부감사인의 회계 검토가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위해 작성된 자료이므로, 그 내용 중 일부는 회계검토 과정에서 달라질 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

**또**한, 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.

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

- Summary
- 요약 재무정보(K-IFRS 기준)
- 매출총이익 (연결 기준)
- 손익 (연결 기준)
- 2023 전망

1

## Financial Performance

매출총이익 +20%  
영업이익 +26%

- ✓ 디지털 사업 확대 등을 통한 두 자릿수 외형 성장
- ✓ 효율 경영 지속으로 수익성 개선

2

## Service

디지털 비중 53%

- ✓ 닷컴, 이커머스 등 디지털 사업 지속 확대
- ✓ 사업 전반 디지털 가속화로 디지털 서비스 영역 다각화

3

## Clients

계열 +22%  
비계열 +15%

- ✓ 디지털 중심으로 계열 및 비계열 동반 성장
- ✓ 비계열은 북미/중국 중심 신규 광고주 개발 성과

4

## GEO Markets

북미 중심으로  
해외 +25%

- ✓ 계열 및 비계열 동반 성장으로 북미 성장 지속

(억원)

	'21. 4분기	'22. 4분기	성장률	'21. 연간	'22. 연간	성장률
매출총이익	3,664	4,130	13%	12,796	15,383	20%
판관비	3,014	3,412	13%	10,314	12,269	19%
영업이익	650	718	10%	2,482	3,114	26%
영업외수지	21	△243	-	114	△110	-
세전이익	671	475	△29%	2,596	3,004	16%
당기순이익	288	247	△14%	1,676	1,958	17%

※ 4분기 영업외수지 △243억 : 환손실 △121억 + 아이리스 영업권 손상 △83억 등

※ 2022 사업연도 기말 현금배당 : 주당 1,150원 (전년 990원 대비 160원↑, 배당성향 60.1%)

매출총이익 : '21년 연간 12,796억 → '22년 연간 15,383억 (2,587억↑)

□ 본 사 : '21년 연간 3,293억 → '22년 연간 3,535억 (242억↑)

- 디지털 사업 및 주요 광고주 대행 영역 확대

□ 연결자회사 : '21년 연간 9,503억 → '22년 연간 11,848억 (2,345억↑)

- 디지털과 BTL 중심으로 계열/비계열 동반 성장

(억원)

	'21. 4분기	'22.4분기	성장률	'21. 연간	'22. 연간	성장률
본 사	896	852	△5%	3,293	3,535	+7%
연결자회사	2,768	3,278	+18%	9,503	11,848	+25%
합 계	3,664	4,130	+13%	12,796	15,383	+20%

□ 디지털 사업 비중 : '21년 연간 50% → '22년 연간 53% (성장률 : 전년 대비 27%↑)

	2015	2020	2021	2022
디지털	28%	43%	50%	53%
BTL	42%	35%	30%	30%
리테일	22%	21%	20%	19%
ATL	30%	22%	20%	18%

□ 비계열 사업 비중 : '21년 연간 29% → '22년 연간 28% (성장률 : 전년 대비 15%↑)

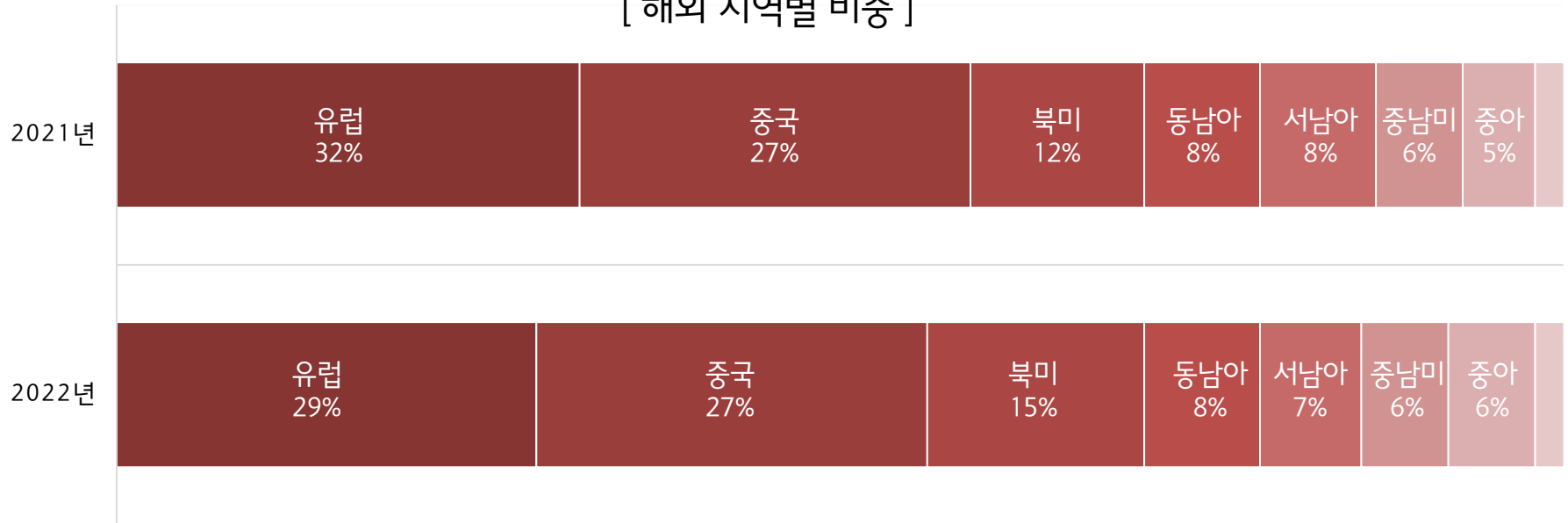
- 본 사 : '21년 연간 23% → '22년 연간 21%

- 해 외 : '21년 연간 32% → '22년 연간 30%

□ 연결 자회사 비중 : '21년 연간 74% → '22년 연간 77% (성장률 : 전년 대비 25%↑)

- 디지털/BTL 중심으로 계열/비계열 동반 성장하며 해외사업 비중 지속 확대
- 북미 고성장세 지속 및 중국·중아 등 비계열 비중 높은 신흥시장의 안정적 성장

[ 해외 지역별 비중 ]





영업이익 : '21년 연간 2,482억 → '22년 연간 3,114억 (632억↑)

□ 매출총이익 20% 성장 및 디지털 중심 인력 투자로 판관비 19% 증가, 영업이익 26% 성장

(억원)

	'21. 4분기	'22. 4분기	성장률	'21. 연간	'22. 연간	성장률
<b>매출총이익</b>	3,664	4,130	13%	12,796	15,383	20%
판관비	3,014	3,412	13%	10,314	12,269	19%
인건비	2,188	2,309	6%	7,455	8,662	16%
경비	826	1,103	34%	2,859	3,607	26%
<b>영업이익</b>	<b>650</b>	<b>718</b>	10%	<b>2,482</b>	<b>3,114</b>	26%
OPM	17.7%	17.4%	△0.4%p	19.4%	20.2%	+0.8%p

## □ M&A 등 신사업 투자

- EVR 지분투자(5월), August United 사업부 인수(12월)

## □ 메타버스, DTC 등 디지털 대행 영역 확대

- 가상 전시/체험관 운영, 버추얼 캐릭터 개발 및 론칭 등 메타버스 분야 대행 영역 확대
- 라이브커머스 등 DTC 분야 신규 서비스 발굴을 통해 DTC 사업 기반 확보

## □ 비계열 광고주 영입 성과

- 본사 : 한섬닷컴, 코오롱몰, 밀당영어, K뱅크, 네이버웹툰 등
- 해외 : 블루다이아몬드(북미), 프리나우(유럽), 장안 자동차(중국) 등

## □ 신규 법인 설립 등 해외 사업 기반 확대

- 마그레브 법인('23.1월), 호주 법인('23.2월 예정)

DTC 채널과 퍼포먼스 마케팅 사업을 통해 대외 불확실성 영향 최소화  
매출총이익 연간 5%↑ 성장, 수익성 방어 목표

## 실적방어① : 외형성장

- ✓ DTC 등 디지털 서비스 영역 확대
- ✓ 신규 광고주 개발 등 대행 품목 확대

## 실적방어② : 내실경영

- ✓ 경비 등 판관비 효율화 지속 추진
- ✓ 조직 재정비 등 리스크 관리 강화

## 경기침체

## 핵심사업 강화

- ✓ M&A 등 투자 지속 검토
- ✓ 메타버스 등 디지털 신사업 기회 발굴

## 사회적 책임경영 강화

- ✓ 적극적 주주환원 지속
- ✓ ESG 경영체제 확립

**감사합니다**