

# Cheil

## 2015년 4분기 및 연간 실적 발표

2016. 1. 28 (목)

(주)제일기획

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

**본** 자료에 포함된 “2015년 4분기 및 연간 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.

**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.

■ 요약 재무정보(K-IFRS 기준)

■ 영업총이익 (연결 기준)

■ 손익 (연결 기준)

■ 연간 주요 성과

■ 2016 영업전망

(억원)

	2015년 연간	2014년 연간	성장률	2015년 4분기	2014년 4분기	성장률
<b>영업총이익</b>	<b>9,487</b>	7,929	20%	<b>2,650</b>	2,252	18%
판관비	8,215	6,661	23%	2,312	1,861	24%
<b>영업이익</b>	<b>1,272</b>	1,268	-	<b>338</b>	391	△14%
영업외수지	223	133	68%	120	14	757%
<b>세전이익</b>	<b>1,495</b>	1,401	7%	<b>458</b>	405	13%
<b>당기순이익</b>	<b>959</b>	1,020	△6%	<b>264</b>	348	△24%

※ 2015 사업년도 **기말 현금배당** 결정 (주당 300원)

영업총이익 : 2014년 연간 7,929억 → 2015년 연간 9,487억 (1,558억 ↑)  
 2014년 4분기 2,252억 → 2015년 4분기 2,650억 ( 398억 ↑)

- **본사** : 14년 연간 2,593억 → 15년 연간 2,629억 (36억 ↑)
  - 아모레, 한국GM 등 비계열 대행 물량 확대 및 신규광고주 지속 개발
- **연결자회사** : 14년 연간 5,336억 → 15년 연간 6,858억 (1,522억 ↑)
  - 중국, 인도 등 신흥시장의 성장과 아이리스 인수 효과 등

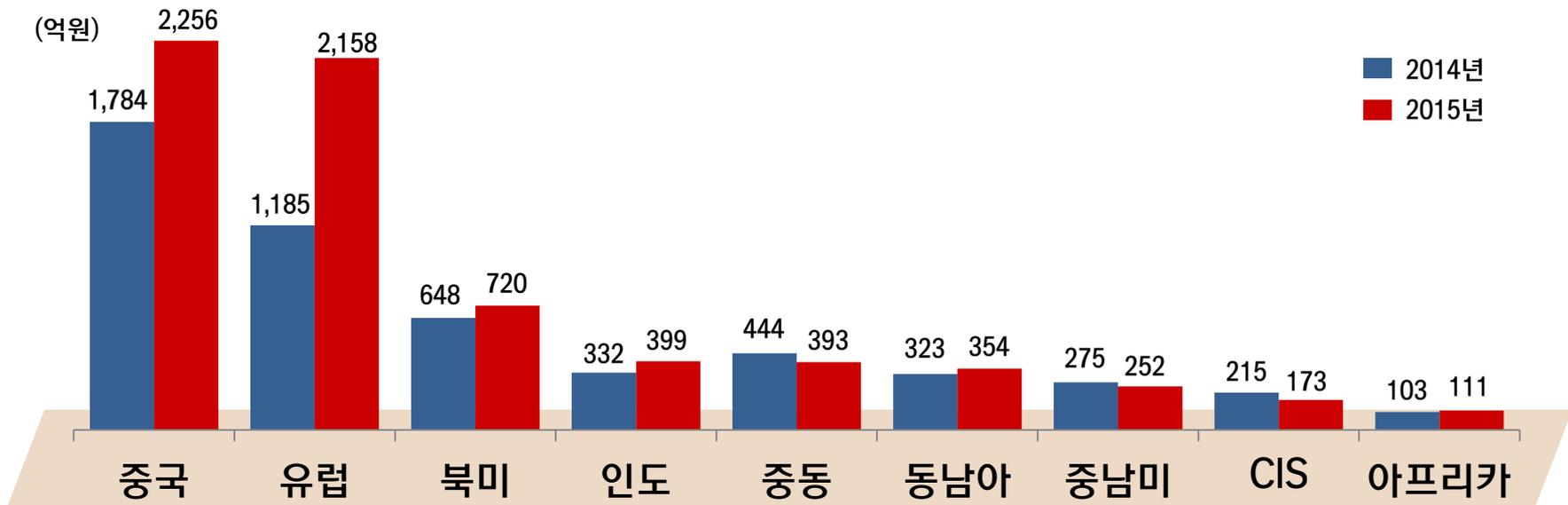
※ 연간 영업총이익 1,085억

(억원)

	2015년 연간	2014년 연간	성장률	2015년 4분기	2014년 4분기	성장률
본 사	2,629	2,593	1%	789	756	4%
연결자회사	6,858	5,336	29%	1,861	1,496	24%
합 계	9,487	7,929	20%	2,650	2,252	18%

해외사업 비중 : 2014년 연간 67% → 2015년 연간 72%

- 중국, 인도 지역 등 신흥 시장 실적 호조
  - 중국(전년 대비 26% ↑), 인도(20%), 동남아(10%), 아프리카(8%)
  - ※ 평타이 영업총이익 : 전년 대비 36% ↑ (1,616억), 전년 4분기 대비 50% ↑
- 아이리스 인수 등으로 유럽 지역 전년 대비 82% 성장



□ Non-Samsung 비중 : 2014년 연간 24% → 2015년 연간 35%

※ 삼성 그룹 외 광고주

- 본 사 : 14년 27% → 15년 28%
- 연결 자회사 : 14년 22% → 15년 37%

□ 디지털 + 리테일 사업 비중 : 2014년 연간 49% → 2015년 연간 53%

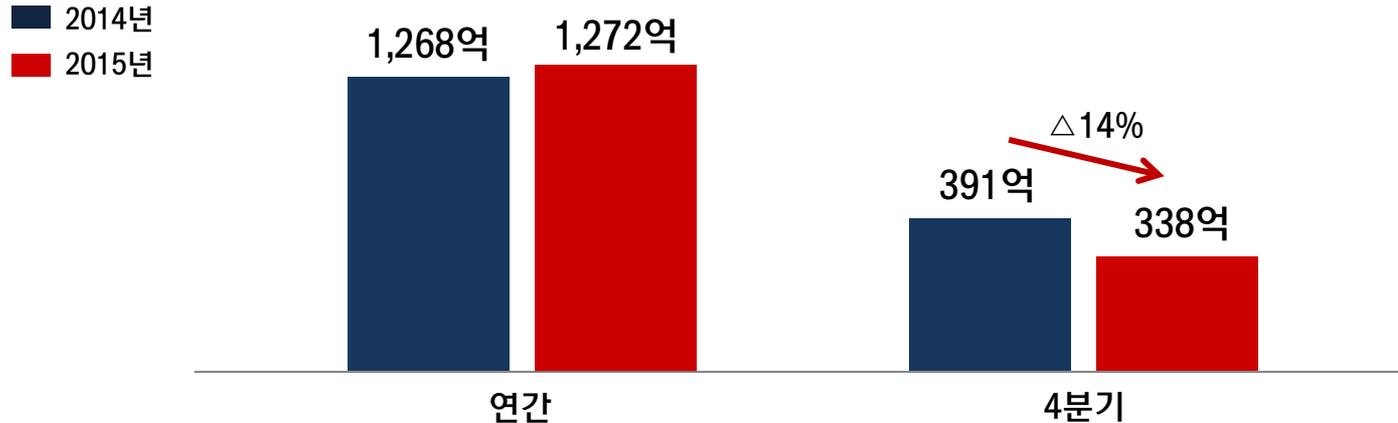
※ 디지털, 리테일 비중 합산

- 디지털 : 14년 25% → 15년 28%
- 리테일 : 14년 24% → 15년 25%

**영업이익 : 2014년 연간 1,268억 → 2015년 연간 1,272억 (4억 ↑)**  
**2014년 4분기 391억 → 2015년 4분기 338억(53억 ↓)**

□ 지역별 경제환경 불안 등으로 인한 CIS, 중동, 중미 등 일부 지역의 영업총이익 감소

※ 4분기 영업이익 감소는 프랑스 테러 등 구주 지역 경제환경의 영향과 중동지역 영업 악화가 주요인



## □ 2015년 신규 광고주



## □ 해외거점 확대를 통한 글로벌 비즈니스 강화

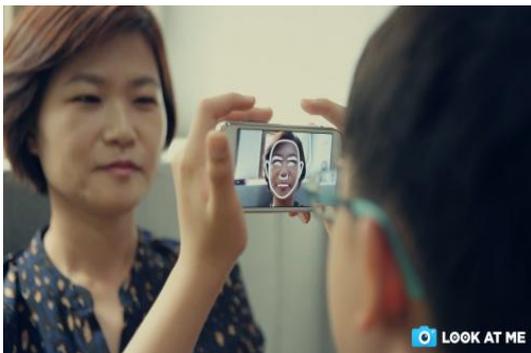
- 해외거점 : 14년말 47개 거점(40개 국가) → 15년말 51개 거점(42개 국가)

※ 가나, 칠레, 중국 무안, 서안 등 신흥 시장 중심 확대

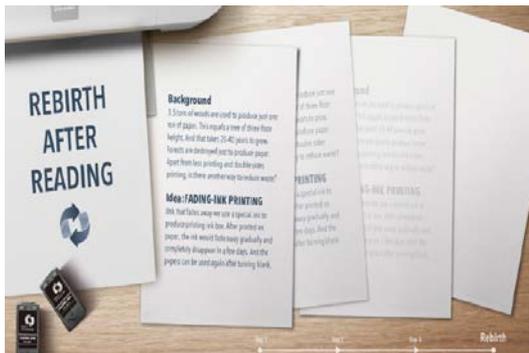
## 글로벌 주요 광고제 다수 수상

- 칸 광고제 : Gold 1개, Silver 5개, Bronze 6개 등 총 12개 수상
- 스파익스아시아 : Grand Prix 2개, Gold 3개, Silver 8개 등 총 19개 수상
- 기타 : AdFest(13개 수상), 원쇼(9개), Clio(4개), D&AD(9개) 등

### < 수상 캠페인 내역 >



<삼성전자, Look at Me>  
\* 스파익스아시아, Clio 등



<Friends of Nature, Rebirth After Reading>  
\* Clio, One Show



< 타이강생명보험, Taikang Moment >  
\* AdFest

## 영업총이익 목표 : 5% 이상 자체 성장과 M&A 등 추가 성장



### 경영환경

- 경제환경 : 중국 등 글로벌 경제 불확실성 확대
- 광고시장 : 글로벌 광고시장 연 5% 성장 (디지털 등 뉴미디어, 신흥국 중심)
- 경쟁환경 : 광고업계 M&A 지속, 중국 광고회사 성장 등 다양화

### 2016년 성장전략

- ① 지역 전략 : 인도 및 중국 신흥시장 지속 투자
- ② 사업 전략 : 디지털 등 뉴미디어와 리테일, 프로모션 등 非전통채널 중심 및 이커머스, 디지털 미디어, B2B 등 신규사업 기반 확대

### 적극적 M&A

- 신흥시장 중심(지역) + 디지털 등 非전통채널 중심(서비스)

**감사합니다**