

Cheil

2016년 상반기 실적 발표

2016. 7. 20 (수)

(주)제일기획

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

본 자료에 포함된 “2016년 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
- 2016 전망

(억원)

	16년 상반기	15년 상반기	성장률	16년 2분기	15년 2분기	성장률
영업총이익	4,822	4,471	8%	2,561	2,416	6%
판관비	4,159	3,808	9%	2,123	1,994	7%
영업이익	663	663	-	438	422	4%
영업외수지	34	87	△61%	25	56	△55%
세전이익	697	750	△7%	463	478	△3%
당기순이익	431	518	△17%	287	338	△15%

※ 세전이익 : 15년 2분기 종합화학 지분매각 이익(36억원)

영업총이익 : 15년 상반기 4,471억 → 16년 상반기 4,822억 (351억 ↑)
 15년 2분기 2,416억 → 16년 2분기 2,561억 (145억 ↑)

- **본사** : 15년 상반기 1,208억 → 16년 상반기 1,328억 (120억 ↑)
 - 삼성전자 대행 물량 확대로 전년대비 10% 성장
- **연결자회사** : 15년 상반기 3,263억 → 16년 상반기 3,494억 (231억 ↑)
 - 동남아, 중남미 등 신흥시장 성장 및 유럽 실적 회복 등

(억원)

	16년 상반기	15년 상반기	성장률	16년 2분기	15년 2분기	성장률
본 사	1,328	1,208	10%	777	692	12%
연결자회사	3,494	3,263	7%	1,784	1,724	3%
합 계	4,822	4,471	8%	2,561	2,416	6%

해외사업 비중 : 2015년 연간 72% → 2016년 상반기 73%

- 동남아, 중남미 등 신흥시장의 견고한 성장세 유지
 - 동남아(전년 상반기 대비 20% ↑), 중남미(20%), 인도(12%), 중국(11%) 등
 - ※ 평타이(14% ↑)
- 유럽 지역 실적 개선 중인 반면, CIS, 아프리카 등 일부 지역 실적 하락 지속
 - ※ 아이리스(9% ↑)

(억원)



□ Non-Samsung 비중 : 2015년 연간 35% → 2016년 상반기 35%

※ 삼성 그룹 외 광고주

- 본 사 : 15년 28% → 16년 상반기 27%

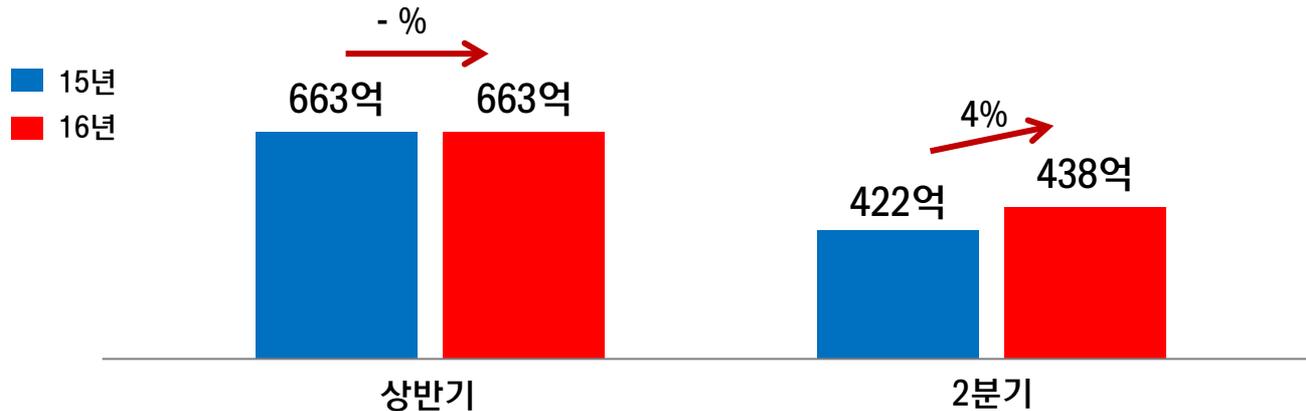
- 연결 자회사 : 15년 37% → 16년 상반기 38%

□ 디지털 사업 비중 : 2015년 연간 28% → 2016년 상반기 29%

	2010	2012	2015	2016.1H
디지털	19%	21%	28%	29%
BTL	32%	35%	43%	44%
리테일	13%	19%	25%	21%

영업이익 : 15년 상반기 663억 → 16년 상반기 663억 (-)
 15년 2분기 422억 → 16년 2분기 438억 (16억 ↑)

- 중동, CIS, 북미 등 일부 지역 영업총이익 감소 및 해외 인력 증가에 따른 인건비 증가 등



B2B마케팅 기반 강화

- B2B마케팅 전문회사 파운디드 인수(4월)
 - B2B마케팅 서비스 고도화, 대항지역 확대, 신규 클라이언트 영입 등

디지털 미디어 사업 경쟁력 강화

- 구글과 파트너십 체결(4월) ※ 페이스북(7월)
 - 디지털 광고상품 공동 연구 및 실제 적용
 - 워크샵 등 교류 확대로 디지털 역량 강화

디지털PPL 사업 확대

- 케이블협회와 업무협약 체결(5월)
 - 디지털PPL 활성화 캠페인, 프로그램 유통 기반 구축 등 다방면 협력 진행

VR 마케팅사업 본격 진출

- VR 마케팅사업 개시(6월)
 - 갤럭시 언팩, CES 등 운영 경험을 활용, 국내외 광고주 대상 사업 확대

국내



중국



유럽



기타



글로벌 주요 광고제 다수 수상

- Cannes Lions 7개 수상 : Gold 1, Silver 1, Bronze 5
- One Show 18개 수상 : Silver 1, Bronze 3, Merit 14
- AdFest 12개 수상 : Grand Prix 1, Gold 2, Silver 6, Bronze 2, Innova 1
- 국민이 선택한 좋은 광고상(13개), 올해의 광고상(6개) 등 다수

< 수상 캠페인 내역 >



< 삼성전자, Blind Cap >
* Cannes 금상 등



< KT, 안부알림TV >
* Adfest 대상, One Show 동상 등



< 통일부, 통일의 피아노 >
* Cannes, One Show, Adfest 등

영업총이익 목표 : M&A 포함 연간 10% 이상 성장

경영환경

- 경제환경 : 유럽, 중국 등 글로벌 경제 불확실성 지속 확대
- 광고시장 : 글로벌 광고시장 연 4%로 하향 추세
- 경쟁환경 : 광고업계 M&A 지속, IT 기반 디지털 광고회사 성장

2016년 성장전략

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

적극적 투자

- 신흥시장 중심(지역) + 디지털 등 非전통채널 중심(서비스) M&A 지속 추진
- 구글, 페이스북 등 미디어 파트너십 강화, 이커머스 등 신사업 분야 지속 투자

감사합니다