

Cheil

I d e a s t h a t m o v e

2014년 3분기 기업설명회

‘14. 10. 23 (목)

(주)제일기획

본 자료의 재무정보는 한국채택국제회계기준에 따라 작성된 연결기준 영업실적입니다.

본 자료에 포함된 “2014년 3분기 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.

“예측정보”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.

- 연결기준 요약 재무정보(K-IFRS 기준)
- 연결기준 영업총이익(매출총이익) 분석
- 연결기준 수익 분석

연결기준 요약 재무정보(K-IFRS 기준)

(단위: 억원)

	'13년		'14년		성장률 (%)	
	3분기	3분기누계	3분기	3분기누계	3분기	3분기누계
영업수익	6,462	19,230	6,015	19,143	△6.9	△0.5
영업총이익	1,866	5,248	1,881	5,676	0.8	8.2
판관비	1,533	4,325	1,652	4,799	7.8	11.0
영업이익	333	923	229	877	△31.2	△5.0
영업외손익	4	14	△6	79	△250.0	464.3
금융손익	9	57	16	39	77.8	△31.6
관계기업투자손익	△1	4	1	1	200.0	△75.0
법인세차감전손익	345	998	240	996	△30.4	△0.2
당기순이익	266	722	166	672	△37.6	△6.9
비지배지분순이익	37	65	△1	2	△102.7	△96.9
지배기업소유지분순이익	229	657	167	670	△27.1	2.0

연결기준 영업총이익(매출총이익) 분석

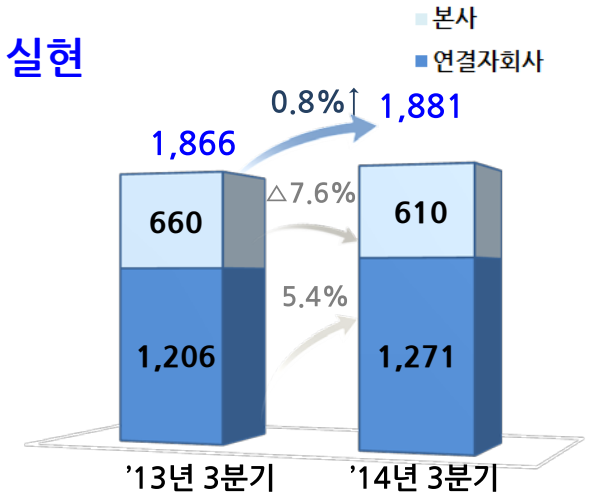
■ 연결기준 영업총이익 전년동기 대비 0.8% 성장한 1,881억원 실현

본사 영업총이익 전년동기 대비 $\Delta 7.6\%$ 감소한 610억원

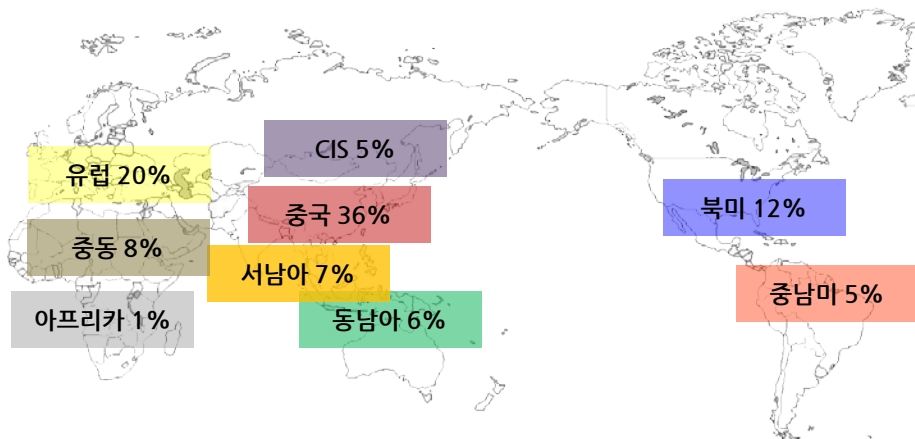
- 국내 광고시장 침체 및 계열 물량 감소

연결자회사 영업총이익 전년동기 대비 5.4% 성장한 1,271억원

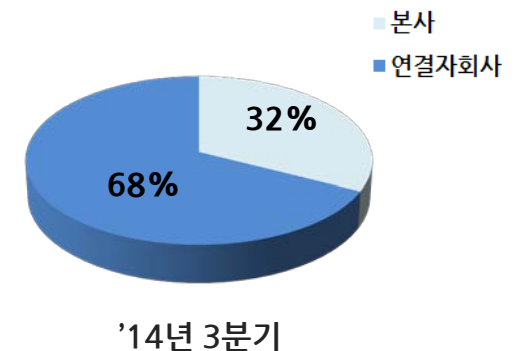
- 신규 광고주 개발 및 M&A사 영업 확대 등



< 연결 영업총이익 >



< 해외 지역별 영업총이익 비중 >



< 연결 영업총이익 비중 >

연결기준 수익 분석

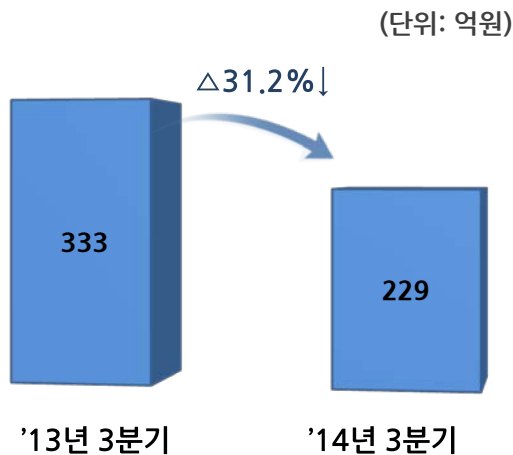
■ 영업이익, 전년동기 대비 $\Delta 31.2\%$ 감소한 229억원

- 판관비는 S-ERP 도입에 따른 전산유지비, 감가상각비 등으로 전년동기 대비 7.8% 증가한 1,652억원
 - 인건비 6.8% 증가한 1,122억원, 경비 10.0% 증가한 530억원

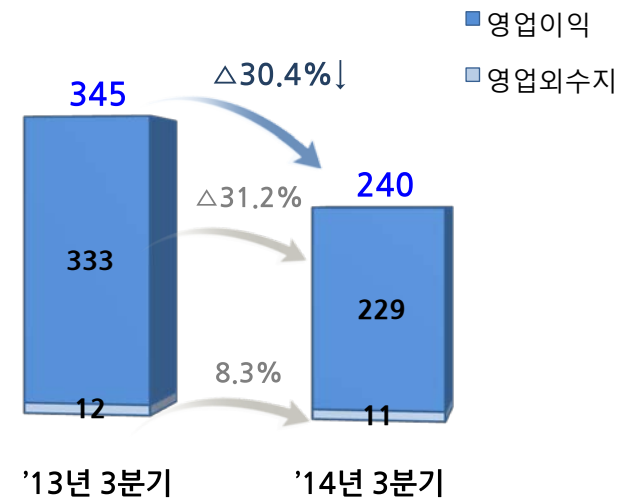
■ 영업외수지, 전년동기 대비 $\Delta 8.3\%$ 감소한 11억원

- 영업외손익 $\Delta 6$ 억원, 금융손익 16억원, 관계기업투자손익 1억원

■ 세전이익 전년동기 대비 $\Delta 30.4\%$ 감소한 240억원 기록



< 영업이익 >



< 세전이익 >

■ 본사영업 현황

■ 해외영업 현황

본사영업 현황

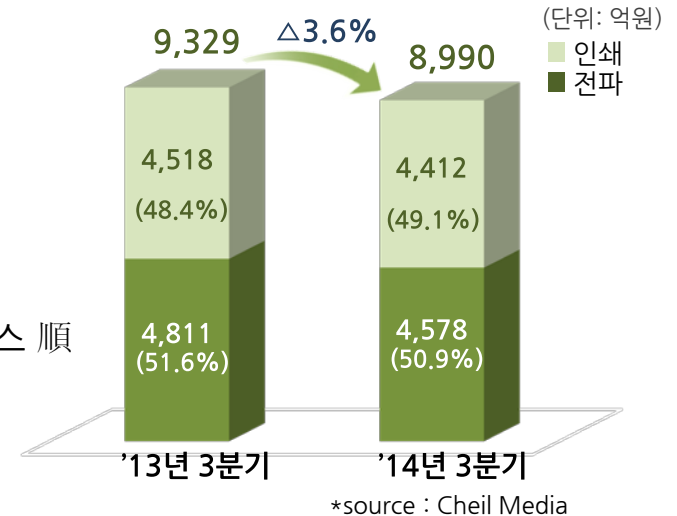
■ 3분기 국내 광고시장 현황

- 4매체 광고시장 전년동기대비 $\Delta 3.6\%$ 하락한 8,990억원
 - 전파광고 전년동기 대비 4.9%↓ 감소한 4,578억원 (종편제외)
 - 인쇄광고 전년동기 대비 2.3%↓ 감소한 4,412억원
 - 광고비 집행 : 컴퓨터 및 정보통신, 금융(보험 및 증권), 서비스 順

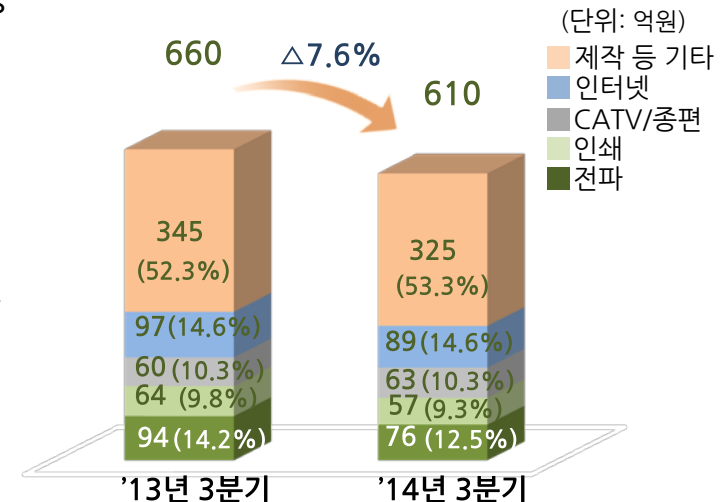
■ 당사 본사 영업실적 감소

- 본사 영업총이익 전년동기대비 $\Delta 7.6\%$ 감소한 610억원
 - 국내 경기회복세 둔화로 인한 소비 위축 및 기업 마케팅 활동 저조로 전년동기 대비 4매체 실적 감소
 - 4매체 영업총이익, 전년동기 대비 15.9%↓ 감소한 133억원
: 전파광고 76억원(19.1%↓), 인쇄광고 57억원(10.9%↓)
 - 기타 매체(뉴미디어) 전년동기 대비 3.2%↓ 감소한 152억원
: CATV/종편 63억원(5.0%↑), 인터넷 89억(8.2%↓)
 - 제작 등 기타 부문, 전년동기대비 5.8%↓ 감소한 325억원

〈 국내 광고시장(4매체) 추이 〉



〈 당사 부문별 실적 〉



본사영업 현황

■ 국내외 주요 광고제 수상을 통한 Creative 역량 입증 및 Brand Value 강화

- 부산국제광고제(Ad Stars) : 총 29개 수상 (GrandPrix 2, Gold 4, Silver 6, Bronze 6, Crystal 11)
 - ‘올해의 광고회사 상’ 수상
- Spikes Asia : 총 10개 수상 (Silver 2, Bronze 8)
 - 글로벌 인재 육성 프로그램 ‘스파익스 아카데미’ 6년 연속 개최
- Clio Awards : Clio Sports포함 총 6개 수상 (Silver 3, Bronze 3)

■ 성공적인 광고 캠페인 수행

- KT ‘광대역 품질개런티’, G9 ‘이국주, 에이핑크의 쇼핑송’, 삼성카드 ‘홀가분 프로젝트’ 등



〈KT ‘광대역 품질개런티’〉



〈G9 ‘이국주, 에이핑크의 쇼핑송’〉



〈삼성카드 ‘홀가분 프로젝트’〉

해외영업 현황

■ 해외 비계열 광고주 신규개발 지속

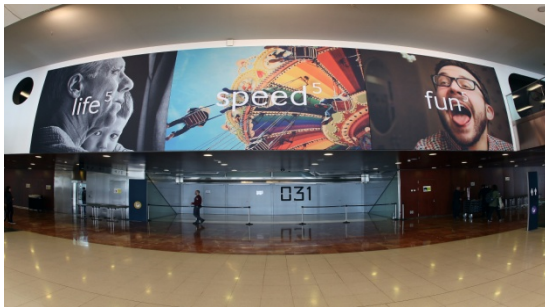
- 해외 신규 광고주 개발로 광고주 Portfolio 다양화
 - SingTel 통신사(싱가폴, 디지털), VTB24 은행(러시아, 통합), Herbalife 화장품(중국, ATL), 9F Bank 금융 캐피탈(중국, ATL), Timex Group 시계(인도, 리테일) 등



〈해외 신규광고주〉

■ 삼성전자 글로벌 전략 제품 론칭, 프로모션 마케팅 수행

- 글로벌 이벤트 : Unpacked 2014
- 글로벌 전시 : IFA 2014



〈Unpacked 2014〉



〈IFA 2014〉

■ 지속적인 해외 사업 역량 강화

- 해외 사업 강화를 위한 거점 확대 지속 : 인도네시아 법인(7월), 과테말라 지점(8월), 요르단 법인(9월) 설립

■ 국내외 광고시장 전망

■ 당사 영업 전망

국내외 향후 광고시장 전망

■ 세계 광고시장

- 글로벌 광고시장 규모 전망 : '14년 \$523B(5.3%↑) → '15년 \$551B(5.3%↑)
 - 신흥국과 디지털(e.g. 모바일) 성장세 지속으로 '15년 광고 시장 5.3%↑ 전망
 - * 디지털 시장 규모 전망 : '14년 \$122B → '15년 \$142B * 출처 : ZenithOptimedia

■ 국내 광고시장

- 한국은행 경제성장률 전망 : '14년 3.5% → '15년 3.9%
 - '14년은 하반기 소비 개선 미흡, 설비투자 부진 등으로 경기회복세 연초대비 지속 하향 조정
 - * 연초 4.0% → 7月 3.8% → 10月 3.5%
 - '15년은 전년대비 상승한 3.9% 예상
- 국내 광고시장 규모
 - '14년 국내 광고시장은 세월호 여파 등 국내 경기 침체로 정체
 - '15년은 모바일 등 뉴미디어 중심 성장으로 점진적 상승 전망

당사 영업전망

■ 신규 비즈니스 개발 추진

- 리테일/디지털 등의 핵심경쟁력 강화를 통한 신규 사업 발굴

■ 글로벌 비계열 개발 강화

- 국내외 비계열 광고주 확대를 통한 계열사 의존도 축소
- 신규 M&A를 통한 광고주 Portfolio 다각화

■ 중국의 Cheil Worldwide 양적 성장을 견인하는 '제2본사화' 추진

- 중국 광고시장 성장세를 감안한 중국 성장 전략 재정립

※ '14년 중국 광고시장 규모 글로벌 2위 진입 예상 * 출처 : ZenithOptimedia

'13년 글로벌 광고시장 : 1위 미국(\$167B) 2위 일본(\$43B) 3위 중국(\$41B)

'14년 글로벌 광고시장 : 1위 미국(\$175B) 2위 중국(\$46B) 3위 일본(\$44B)

- M&A사와의 협업 강화로 시너지 창출 도모

감사합니다