

CONNEC+

We Create Connected Experiences that Matter

2022년 상반기 실적 발표

2022. 7. 28 (목)

Cheil

Disclaimer

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

본 자료에 포함된 “2022년 상반기 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.

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.

- 상반기 Summary
- 요약 재무정보
- 매출총이익 (연결 기준)
- 손익 (연결 기준)
- 2022 하반기 전망 및 경영 목표

1

Financial Performance

매출총이익 23%↑
영업이익 30%↑

- ✓ 디지털 중심의 사업 확대 및 BTL 등 오프라인 물량 정상화로 **국내외 전 지역 성장세 가속화**
- ✓ 인건비 투자에도 경비 효율화로 **역대 최대 영업이익 달성**

2

Service

디지털 비중 52%
(YoY 29%↑)

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

3

GEO Markets

북미 58%↑, 중남미 31%↑,
중국 29%↑, 동남아 28%↑

- ✓ 대행 품목 및 사업 영역 확대로 **북미 고성장세 지속**
- ✓ 중국/중남미/동남아 성장 가속화 **해외 전 지역 성장세 가속화**

4

Clients

계열 24%↑
비계열 21%↑

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

(억원)

	'21. 2분기	'22. 2분기	성장률	'21. 상반기	'22. 상반기	성장률
매출총이익	3,160	3,885	23%	5,873	7,234	23%
판관비	2,439	3,005	23%	4,743	5,769	22%
영업이익	721	880	22%	1,130	1,465	30%
영업외수지	12	48	300%	58	87	50%
세전이익	733	928	27%	1,188	1,552	31%
당기순이익	552	613	11%	881	1,065	21%

매출총이익 : '21년 상반기 5,873억 → '22년 상반기 7,234억 (1,361억↑)

'21년 2분기 3,160억 → '22년 2분기 3,885억 (725억↑)

□ 본 사 : '21년 상반기 1,528억 → '22년 상반기 1,763억 (235억 ↑)

- 플랫폼 중심의 디지털 사업 확대 및 비계열 대행 물량 확대로 성장세 지속

□ 연결자회사 : '21년 상반기 4,345억 → '22년 상반기 5,471억 (1,126억↑)

- 오프라인 행사 정상화 및 북미/중국/신흥시장 등 쏠 지역 실적 증가세 가속화

(억원)

	'21. 2분기	'22. 2분기	성장률	'21. 상반기	'22. 상반기	성장률
본 사	879	1,002	14%	1,528	1,763	15%
해외법인+자회사	2,281	2,883	26%	4,345	5,471	26%
합 계	3,160	3,885	23%	5,873	7,234	23%

디지털 사업 비중 : '21년 연간 50% → '22년 상반기 52% (성장률 : 전년 1H 대비 29%↑)

□ 본사 및 해외 전 지역에서 디지털 사업 비중 지속 확대

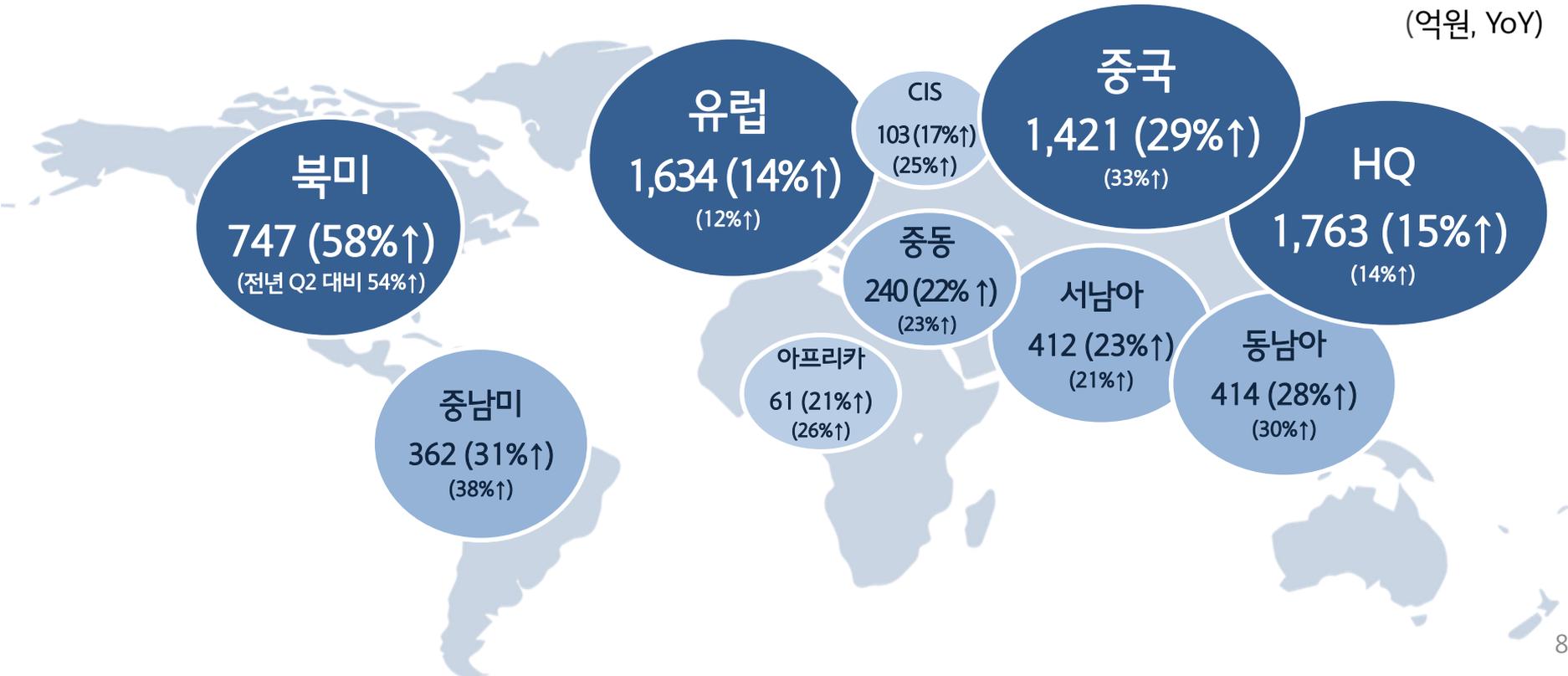
- 본 사 : '21년 연간 31% → '22년 상반기 34% (성장률 : 전년 상반기 대비 31%↑)
- 해 외 : '21년 연간 57% → '22년 상반기 58% (성장률 : 전년 상반기 대비 29%↑)

	2010	2020	2021	'22. 상반기
디지털	19%	43%	50%	52%
BTL	32%	35%	30%	30%
리테일	13%	21%	20%	19%
ATL	49%	22%	20%	18%

해외사업 비중 : '21년 연간 74% → '22년 상반기 76%

- 북미 (전년 상반기 대비 58%↑), 중국 (29%), 유럽 (14%) 등 해외사업 성장 견인
 - ※ TBG 69%↑
 - ※ 핑타이 25%↑
 - ※ BMB 42%↑, Iris 8%↑
- 중남미 (전년 상반기 대비 31%↑), 동남아 (28%), 서남아 (23%) 등 증가세 지속

(억원, YoY)



□ 계열 사업 비중 : '21년 연간 71% → '22년 상반기 73% (성장률 : 전년 대비 24%↑)

- 디지털 사업 및 북미 중심의 주요 광고주 대형 품목 및 사업 영역 확대

□ 비계열 사업 비중 : '21년 연간 29% → '22년 상반기 27% (성장률 : 전년 대비 21%↑)

- 북미(블루다이아몬드), 중국(창안/창청자동차) 등 비계열 개발을 통한 광고주 포트폴리오 강화

※ 비계열 광고주 성장률 : 전년 대비 본사 19%↑, 해외 21%↑

< 신규 광고주 : 본사 >



< 신규 광고주 : 해외 >



영업이익 : '21년 상반기 1,130억 → '22년 상반기 1,465억 (335억↑)
 '21년 2분기 721억 → '22년 2분기 880억 (159억↑)

□ 핵심 사업 역량 강화를 위한 투자에도 매출총이익의 높은 성장으로 영업이익 성장 지속
 → 사상 최대 2분기 및 상반기 영업이익 달성

(억원, 명)

	'21. 2분기	'22. 2분기	성장률	'21. 상반기	'22. 상반기	성장률
매출총이익	3,160	3,885	23%	5,873	7,234	23%
판관비	2,439	3,005	23%	4,743	5,769	22%
인건비	1,772	2,182	23%	3,402	4,175	23%
경비	667	823	23%	1,341	1,594	19%
영업이익	721	880	22%	1,130	1,465	30%
OPM	23%	23%	-	19%	20%	+1%p

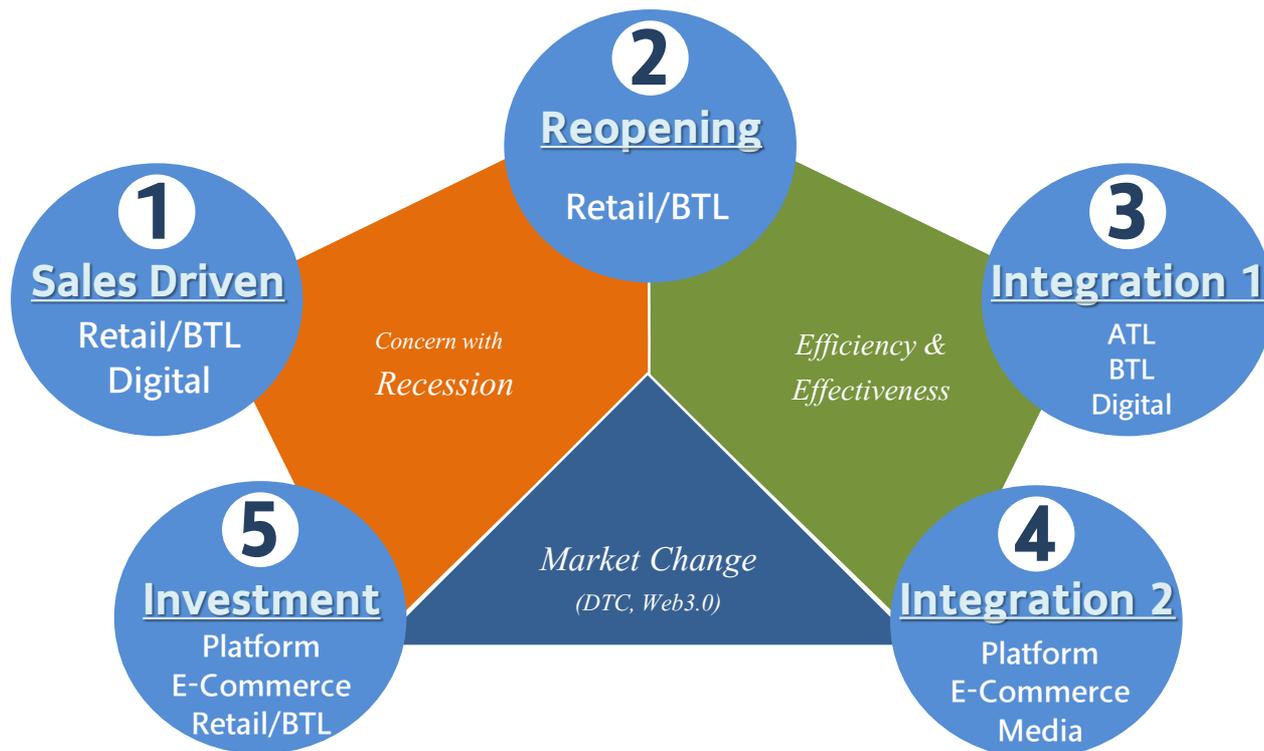
※ 인력 '21년 6월말 6,277명 → '22년 6월말 6,614명 (+337명)
 (해외) (4,924) (5,245) (+321)

서비스별

지역별

□ 하반기 경영환경 변화에 따른 광고주 니즈 변화와 광고회사의 대응 서비스

※ Sales Driven, Re-opening, Integration, Marketing Investment



서비스별

지역별

□ 지역별 기회 요인

북미

- 통합 마케팅 서비스 영역 확장 (CoE)
- 주요 광고주 대행 영역, 물량 확대
※ 디지털 미디어, 메타버스 등
- 콘텐츠, BTL 대행 물량 증가
- 신규 광고주 개발

유럽

- 디지털 통합 마케팅 서비스 강화 (CoE)
※ 닷컴+이커머스+소셜+CRM+미디어
- 디지털 미디어 대행 확대
- 콘텐츠, BTL 대행 물량 증가
- 신규 광고주 개발

중국

- 이커머스/닷컴 고도화 및 확대
- 비계열 확대 (Auto/Health/Beauty)
- 통합 캠페인 물량 증가 및 영역 확대
- BTL/리테일 분야 디지털전환

신 흥 시장

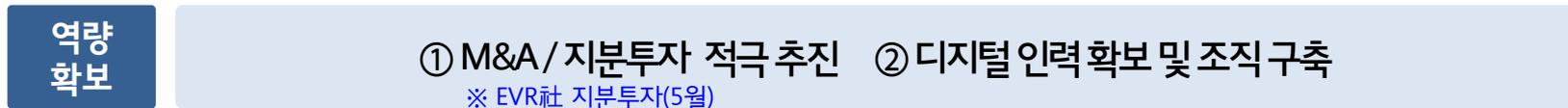
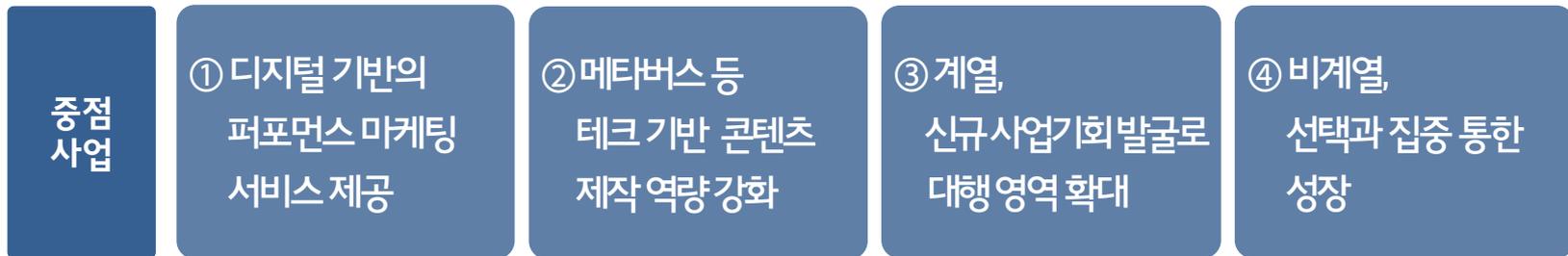
- 디지털 통합 마케팅 서비스 확대
※ 닷컴+이커머스+소셜+디지털미디어
- 이커머스 고도화 및 확대
- 콘텐츠, BTL 대행 물량 증가

본사

- 리테일/BTL 메타버스向 신규 서비스
- 디지털 신사업 지속 추진
- 신규 광고주 개발

데이터 · 테크 · 콘텐츠 역량 강화로 퍼포먼스 마케팅 사업 확대

매출총이익 두 자릿수 이상 성장, 영업이익률 전년비 개선 목표



사회적
책임 경영

- ① ESG 경영 체제 확립 ※ ESG 리포트 발간 (6월)
- ② 리스크 대응 관리 강화

감사합니다