

CONNEC+

We Create Connected Experiences that Matter

2022년 3분기 실적 발표

2022. 10. 26 (수)

Cheil

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

본 자료에 포함된 “2022년 3분기 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.

- 3분기 Summary
- 요약 재무정보(K-IFRS 기준)
- 매출총이익 (연결 기준)
- 손익 (연결 기준)
- 경영 목표

1

Financial Performance

매출총이익 +23%
영업이익 +33%

- ✓ 경영환경 변화에 선제적으로 대응하여 안정적 성장세 지속
- ✓ 분기 사상 최초
4,000억대 매출총이익과
900억대 영업이익 달성

2

Service

디지털 비중 52%
(YoY 30%↑)

- ✓ 판매 중심의 마케팅 증가 및 리오프닝 수혜 등으로 BTL, 리테일도 높은 성장률 달성
- ✓ 닷컴, 미디어, 이커머스 등 통합 서비스와 DTC 마케팅 강화로 디지털 사업영역 확대

3

GEO Markets

북미 +56%, 중동 +46%,
동남아 +36%, 중국 +33%

- ✓ 지속 성장 가능한 사업구조로 디지털 중심 대행 확대를 통해 북미 고성장세 지속
- ✓ 중동/동남아/중국/중남미 등 신흥시장 성장세가속화

4

Clients

계열 +28%
비계열 +13%

- ✓ 주요 광고주 대행 영역 확대 등 계열/비계열 동반 성장
- ✓ 북미/유럽/중국 중심의 비계열 광고주 물량 증가

(억원)

	'21. 3분기	'22. 3분기	성장률	'21.3분기누적	'22.3분기누적	성장률
매출총이익	3,259	4,020	23%	9,132	11,254	23%
판관비	2,557	3,089	21%	7,300	8,858	21%
영업이익	702	931	33%	1,832	2,396	31%
영업외수지	35	46	31%	94	134	43%
세전이익	737	977	33%	1,926	2,530	31%
당기순이익	507	646	27%	1,388	1,711	23%

매출총이익 : '21년 3분기 3,259억 → '22년 3분기 4,020억 (761억↑)

□ 본 사 : '21년 3분기 870억 → '22년 3분기 919억 (49억 ↑)

- 주요 광고주의 디지털 및 삼성 금융공동광고 등 계열 대행물량 증가

□ 해외법인+자회사 : '21년 3분기 2,389억 → '22년 3분기 3,101억 (712억↑)

- 북미 고성장 지속 및 동남아/중남미/중국/중동 등 신흥시장 성장세 가속화

(억원)

	'21. 3분기	'22. 3분기				
			성장률	21.3분기누적	22.3분기누적	성장률
본 사	870	919	+6%	2,398	2,682	+12%
해외법인+자회사	2,389	3,101	+30%	6,734	8,572	+27%
합 계	3,259	4,020	+23%	9,132	11,254	+23%

디지털 사업 비중 : '21년 연간 50% → '22년 3분기 누적 52% (성장률 : 전년 3Q 누적 대비 30%↑)

□ 본사 및 해외 전 지역에서 디지털 사업 비중 지속 확대

- 본 사 : '21년 연간 31% → '22년 3분기 누적 34% (성장률 : 전년 3Q 누적 대비 24%↑)

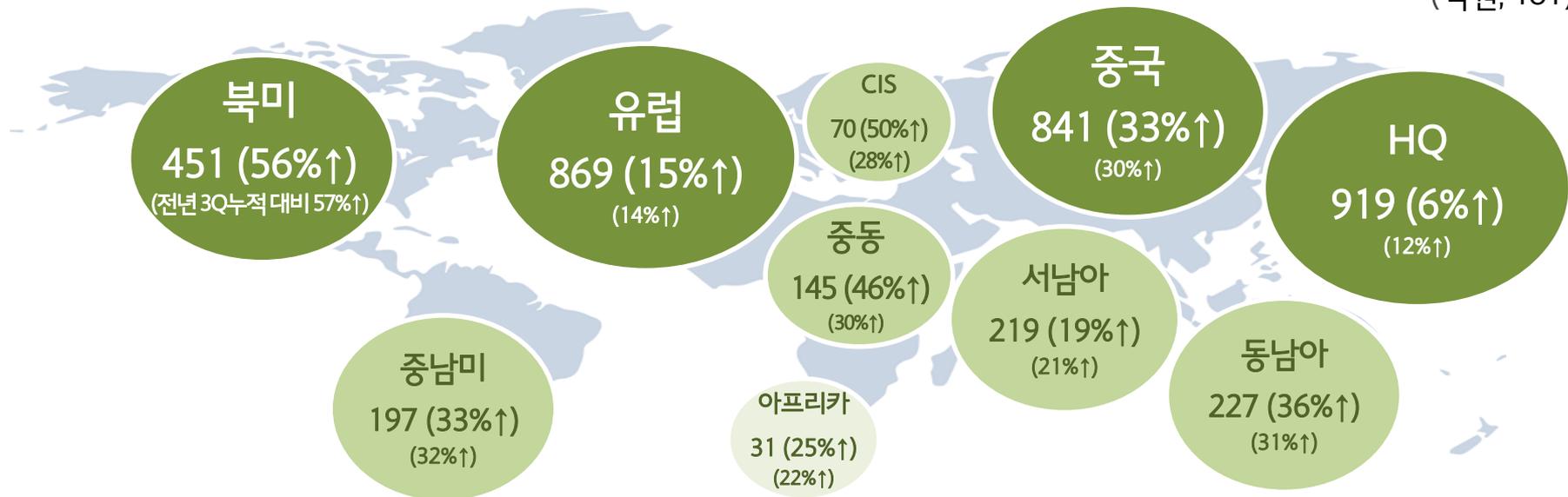
- 해 외 : '21년 연간 57% → '22년 3분기 누적 59% (성장률 : 전년 3Q 누적 대비 31%↑)

	2015	2020	2021	22. 3분기 누적
디지털	28%	43%	50%	52%
BTL	42%	35%	30%	30%
리테일	22%	21%	20%	19%
ATL	30%	22%	20%	18%

해외사업 비중 : '21년 연간 74% → '22년 3분기 누적 76%

□ 북미 지역 고성장 지속 및 해외 전 지역 성장세 가속화

- 북미 (전년 3분기 대비 56%↑), 중국 (33%↑), 유럽 (15%↑) 등 해외사업 성장 견인
 ※ TBG 59%↑, Mckinney 41%↑ ※ 핑타이 25%↑ ※ BMB 76%↑
- 중동 (전년 3분기 대비 46%↑), 동남아(36%↑), 중남미 (33%↑), 서남아(19%↑) 등 높은 성장세 지속
 (억원, YoY)



□ 계열 사업 비중 : '21년 연간 71% → '22년 3분기 누적 73% (성장률 : 전년 3분기 누적 대비 25%↑)

- 디지털 사업영역 확대, BTL/리테일 대행 물량 증가 등 주요 광고주 대행 확대

□ 비계열 사업 비중 : '21년 연간 29% → '22년 3분기 누적 27% (성장률 : 전년 3분기 누적 대비 18%↑)

- 신규 비계열 광고주 영입 지속을 통한 포트폴리오 다각화

※ 성장률 : 전년 3분기 누적 대비 본사 5%↑, 해외 21%↑

< 신규 광고주 : 본사 >



< 신규 광고주 : 해외 >



영업이익 : '21년 3분기 702억 → '22년 3분기 931억 (229억↑)

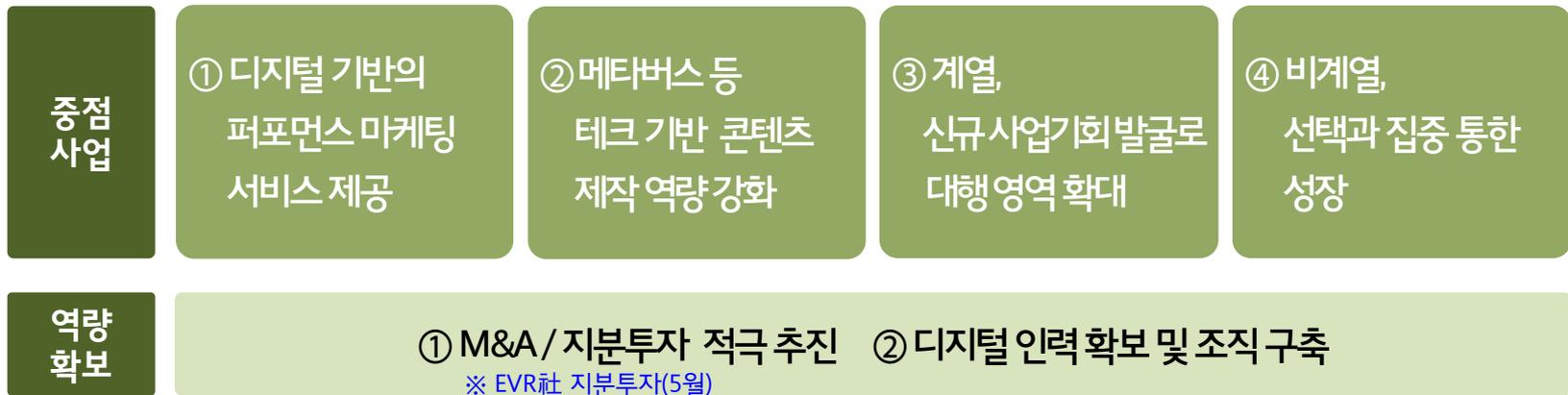
□ 매출총이익 성장률 內 판관비 관리로 영업이익 33% 성장

(억원)

	'21. 3분기	'22. 3분기	성장률			
			21.3분기누적	22.3분기누적	21.3분기누적	22.3분기누적
매출총이익	3,259	4,020	23%	9,132	11,254	23%
판관비	2,557	3,089	21%	7,300	8,858	21%
인건비	1,865	2,178	17%	5,267	6,353	21%
경비	692	911	32%	2,033	2,505	23%
영업이익	702	931	33%	1,832	2,396	31%
OPM	21.5%	23.2%	+1.7%p	20.1%	21.3%	+1.2%p

데이터 · 테크 · 콘텐츠 역량 강화로 퍼포먼스 마케팅 사업 확대

매출총이익 두 자릿수 이상 성장, 사상 최대 영업이익 달성, 영업이익률 전년비 개선



사회적 책임 경영

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

감사합니다