Cheil

2014년 2분기 기업설명회

'14. 7. 24 (목)

㈜ 제일기획

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

본 자료에 포함된 "2014년 2분기 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)

	'14년		'13년		성장률	
	상반기	2분기	상반기	2분기	상반기	2분기
영업수익	13,128	6,792	12,768	7,128	2.8	△4.7
영업총이익	3,796	2,082	3,382	1,927	12.2	8.0
판관비	3,148	1,645	2,792	1,519	12.8	8.3
영업이익	648	437	590	408	9.8	7.1
영업외손익	85	84	10	15	750.0	460.0
금융손익	23	6	47	12	△51.1	△50.0
관계기업투자손익	-	2	6	6	△100.0	△66.7
법인세차감전손익	756	529	653	441	15.8	20.0
당기순이익	506	369	456	319	11.0	15.7
비지배지분순이익	3	2	29	22	△89.7	△90.9
지배기업소유지분순이익	503	367	427	297	17.8	23.6

연결기준 영업총이익(매출총이익) 분석

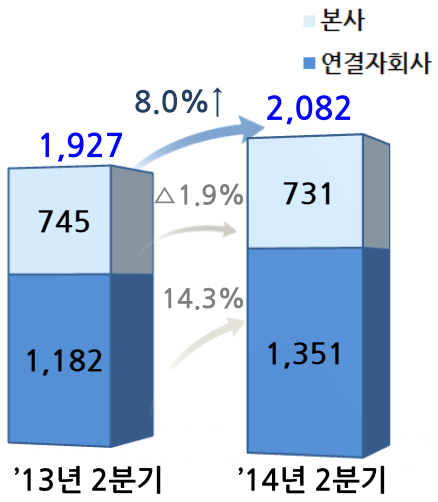
연결기준 영업총이익 전년동기 대비 8.0% 성장한 2,082억원 실현

본사 영업총이익 전년동기 대비 △1.9% 감소한 731억원

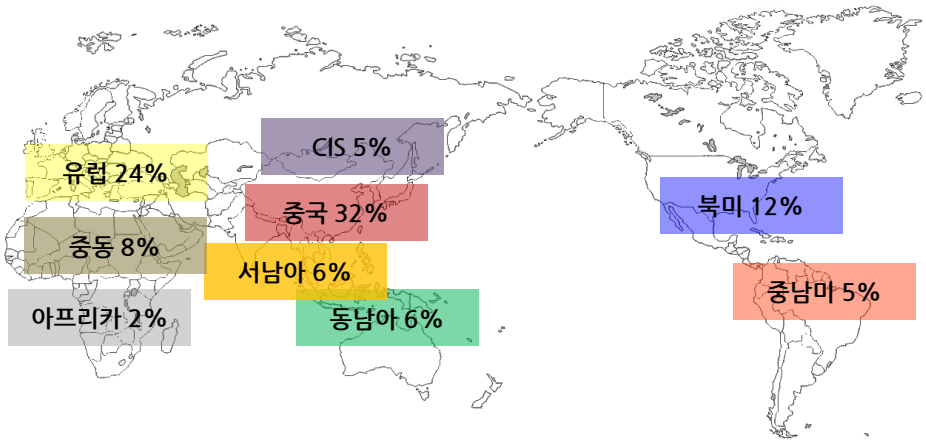
- 세월호 여파로 인한 내수 침체 등으로 마케팅 활동 위축

연결자회사 영업총이익 전년동기 대비 14.3% 성장한 1,351억원

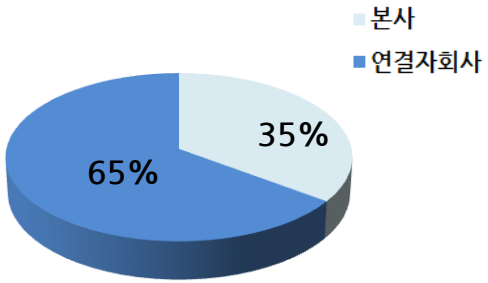
- 해외 삼성전자 전략제품 마케팅 활동 및 리테일 실적 증가
- M&A사 영업 활성화 등



〈 연결 영업총이익 〉



〈 해외 지역별 영업총이익 비중 〉



'14년 2분기

〈연결 영업총이익 비중 〉

연결기준 수익 분석

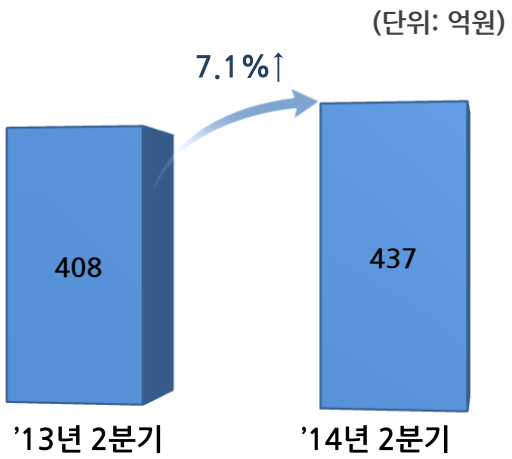
▌영업이익, 전년동기 대비 7.1% 성장한 437억원

- 판관비는 인력 충원, S-ERP 도입 등으로 전년동기 대비 8.3% 증가한 1,645억원
  - 인건비 5.7% 증가한 1,125억원, 경비 14.3% 증가한 520억원

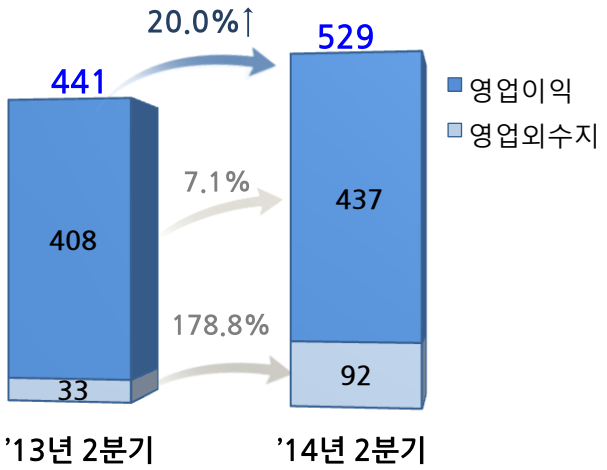
▌영업외수지, 전년동기 대비 178.8% 성장한 92억원

- 영업외손익 84억원, 금융손익 6억원, 관계기업투자손익 2억원

▌세전이익 전년동기 대비 20.0% 성장한 529억원 기록



〈 영업이익 〉



〈 세전이익 〉

본사영업 현황

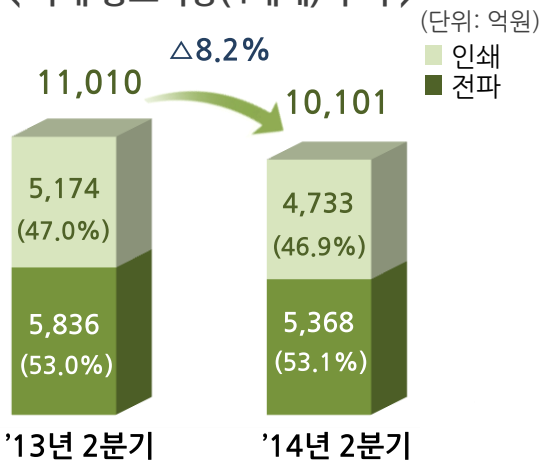
해외영업 현황

본사영업 현황

2분기 국내 광고시장 현황

- **4매체 광고시장 전년동기대비 △8.2% 하락한 1조101억원**
  - 전파광고 전년동기 대비 8.0%↓ 감소한 5,368억원 (종편제외)
  - 인쇄광고 전년동기 대비 8.5%↓ 감소한 4,733억원
  - 광고비 집행 : 컴퓨터 및 정보통신 , 금융(보험 및 증권), 서비스 順

〈 국내 광고시장(4매체) 추이 〉

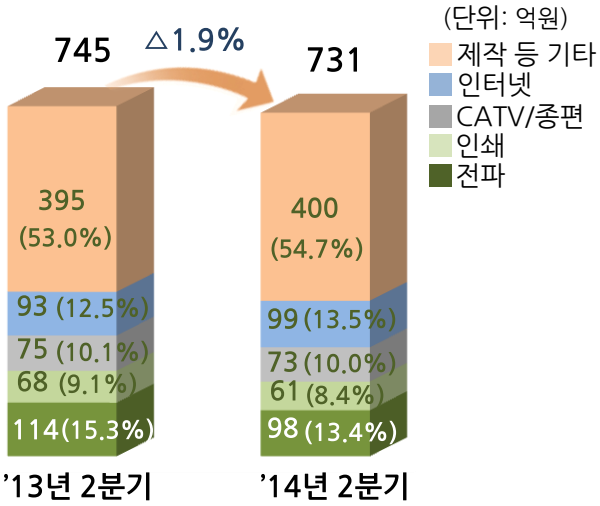


*source : Cheil Media

당사 본사 영업실적 소폭 감소

- **본사 영업총이익 전년동기대비 △1.9% 감소한 731억원**
  - 세월호 여파로 인한 국내 광고시장 침체, 기업의 마케팅 활동 위축으로 전년동기 대비 4매체 실적 감소
  - 4매체 영업총이익, 전년동기 대비 12.6%↓ 감소한 159억원
    : 전파광고 98억원(14.0%↓) , 인쇄광고 61억원(10.3%↓)
  - 기타 매체(뉴미디어) 전년동기 대비 2.4% 증가한 172억원
    : CATV/종편 73억원(2.7%↓), 인터넷 99억(6.5%↑),
  - 제작 등 기타 부문, 전년동기대비 1.3% 증가한 400억원

〈 당사 부문별 실적 〉



본사영업 현황

주요 광고제 수상을 통한 Creative 역량 입증 및 브랜딩 강화

- **Canne Lions (Young Lion 포함 총 7개 수상 : Gold 1, Silver 2, Bronze 4)**
  - 중국법인 미디어부문 Young Lion 금상, BMB 필름부문 은상 수상 등 해외거점 수상작 다수
  - 35개 작품 본선 진출로 역대 최다 본선 진출 기록 경신
  - 7년 연속 칸 세미나 개최 'Lifeshare, The New Normal for Brands'
- **APAC Effie Award(아시아태평양 에피 어워드) 금상 수상 :** 동서식품 '세상에서 가장 작은 카페'
- **One Show Interactive 은상 수상 :** 홍콩법인 'NFC Charity Stickers'

성공적인 광고 캠페인 수행

- **동원참치** '2014 내 마음 참치에 담아', **G9** '쇼핑의 의리' , **동아제약 박카스** '29초 영화제' 등

〈동원참치 '2014 내 마음 참치에 담아'〉

〈G9 '쇼핑의 의리'〉

〈동아제약 박카스 '29초 영화제'〉

해외영업 현황

▌해외 비계열 광고주 신규개발 지속

- **해외 신규 광고주 개발로 광고주 Portfolio 다양화**

• du(UAE, 리테일), Coca Cola Dobry(러시아 주스, Creative AOR), Disney(홍콩, 통합), GM Ravon(러시아, 전략 컨설팅) 등

〈해외 신규광고주〉

▌삼성전자 글로벌 론칭, 프로모션 마케팅 수행

- **Samsung Galaxy 11 World Tour** : 영국, 브라질 등 10개국
- **Samsung Galaxy Premiere 2014** : Samsung Tab S

〈삼성전자 갤럭시 11 World Tour〉

〈Samsung Galaxy Premiere 2014〉

▌지속적인 해외 사업 역량 강화

- **해외 사업 강화를 위한 거점 확대 지속** : 콜롬비아 지점(4월) 설립

- ’14년 하반기 광고시장 전망
- ’14년 하반기 당사 영업 전망

하반기 국내외 광고시장 전망

▌세계 광고시장 : 경기회복 전망에 따른 상승 기대

- ’14년 경기회복 기대감으로 글로벌 광고시장 성장 전망
  - ’14년 글로벌 광고시장 성장률 전망 : ZenithOptimedia 5.2%, eMarketer 5.5%
  - 모바일 중심의 디지털 미디어 성장세 지속

▌국내 광고시장 : 세월호 여파로 인한 내수 침체 등으로 상반기 대비 보합세 전망

- 한국은행 경제성장률 소폭 하향 조정 : 4.0% → 3.8%
  - 세월호 사고의 영향으로 2분기 성장률 둔화, 3분기 이후 점차 회복 전망
- 하반기 광고 경기 예측지수(KAI: Korea Advertising Index) : 106.4
  - 지상파 TV 95.6, 인터넷 124.5, 케이블 TV 109.3, 라디오 93.8, 신문 99.9
- 업종별 예상
  - 음료 및 기호식품(150.2), 공공기관, 단체 및 기업광고(146.5), 금융 및 보험(138.1), 여행 및 레저(128.9), 패션(123.7) 등에서 광고비 집행이 늘어날 전망

하반기 영업전망

▮ 하반기 광고 성수기를 맞아 국내외 광고주 마케팅 활동 증가 전망

- 정부 경기부양 정책 등으로 하반기 국내 광고시장 점차 회복 전망
- 아시안게임(9~10월)관련 기업 광고 수요 증가 기대
- 하반기 신규 제품 출시, 신규 캠페인 론칭 등에 따른 마케팅 활동 증가
- 글로벌 전시, 프로모션 대행 확대 : IFA(독일, 9월), Photokina(독일, 9월) 등

▮ 해외 비지니스 지속 확대

- 글로벌 경쟁력 제고를 통한 글로벌 영업 지속 확대
  - 핵심 인력 확보(global digital and creative head) 및 M&A 등을 통한 글로벌 경쟁력 제고
- 중국, 인도, 브라질, 중동, 아프리카 등 신흥국 영업 확대 전망
- 해외 성장동력인 리테일 및 디지털 마케팅 지속 확대
- 신규거점 설립을 통한 대행지역 확대 : 요르단, 사우디, 과테말라, 인도네시아, 나이지리아

Cheíl

Thank You

and we welcome your questions