

Cheil

2016년 4분기 및 연간 실적 발표

2017. 1. 26 (목)

(주)제일기획

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

본 자료에 포함된 “2016년 4분기 및 연간 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)
- 연간 주요 성과
- 2017 가이드런스 및 중장기 성장전략

(억원)

	2016년 연간	2015년 연간	성장률	2016년 4분기	2015년 4분기	성장률
영업총이익	9,974	9,487	5%	2,790	2,650	5%
판관비	8,479	8,215	3%	2,245	2,312	△3%
영업이익	1,495	1,272	18%	545	338	61%
영업외수지	△217	223	-	△239	119	-
세전이익	1,278	1,495	△15%	306	457	△33%
당기순이익	906	817	11%	221	122	81%

※ 영업외수지 : 일회성 비용인 영업권 등 무형자산 손상차손 △406억 인식. 자회사 인수대가 지급 예상액도 동반 감소되어(+119억) 순효과는 △287억

※ 2016 사업연도 기말 현금배당 : 주당 300원

영업총이익 : 2015년 연간 9,487억 → 2016년 연간 9,974억 (487억 ↑)
 2015년 4분기 2,650억 → 2016년 4분기 2,790억 (140억 ↑)

□ 본사 : 15년 연간 2,629억 → 16년 연간 2,851억 (222억 ↑)

- 삼성전자와 비계열 대행 물량 확대로 전년대비 8% 성장

□ 연결자회사 : 15년 연간 6,858억 → 16년 연간 7,123억 (265억 ↑)

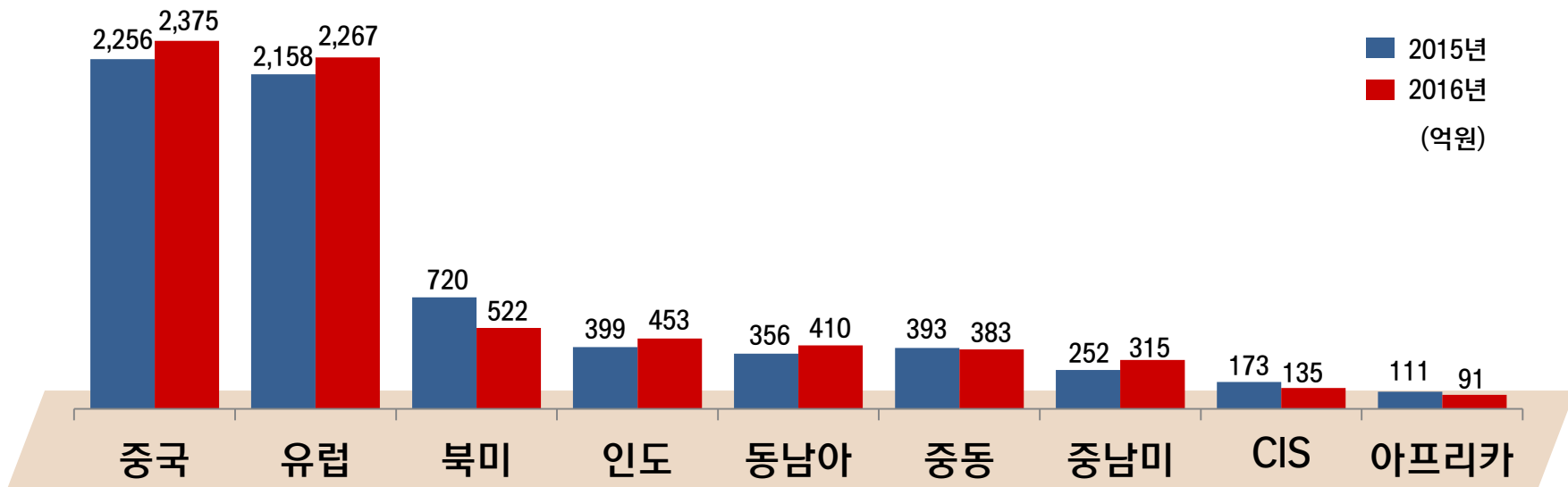
- 중남미, 동남아, 인도 등 신흥시장 성장세 지속

(억원)

	2016년 연간	2015년 연간	성장률	2016년 4분기	2015년 4분기	성장률
본 사	2,851	2,629	8%	854	789	8%
연결자회사	7,123	6,858	4%	1,936	1,861	4%
합 계	9,974	9,487	5%	2,790	2,650	5%

해외사업 비중 : 2015년 연간 72% → 2016년 연간 71%

- 중남미, 인도, 동남아 등 신흥 시장 고성장세 유지
 - 중남미(전년 대비 25% ↑), 동남아(15%), 인도(14%)
- 주요 국가인 중국, 유럽은 전년대비 성장한 반면, 북미는 비계열 대항 물량 축소로 실적 감소
 - ※ 평타이 6% ↑, 아이리스 4% ↑ (파운드 환율효과 제거 시, 15% ↑)



□ Non-Samsung 비중 : 2015년 연간 35% → 2016년 연간 34%

※ 삼성 그룹 외 광고주

- 본 사 : 15년 28% → 16년 28%

- 연결 자회사 : 15년 37% → 16년 37%

□ 디지털 사업 비중 : 2015년 연간 28% → 2016년 연간 30%

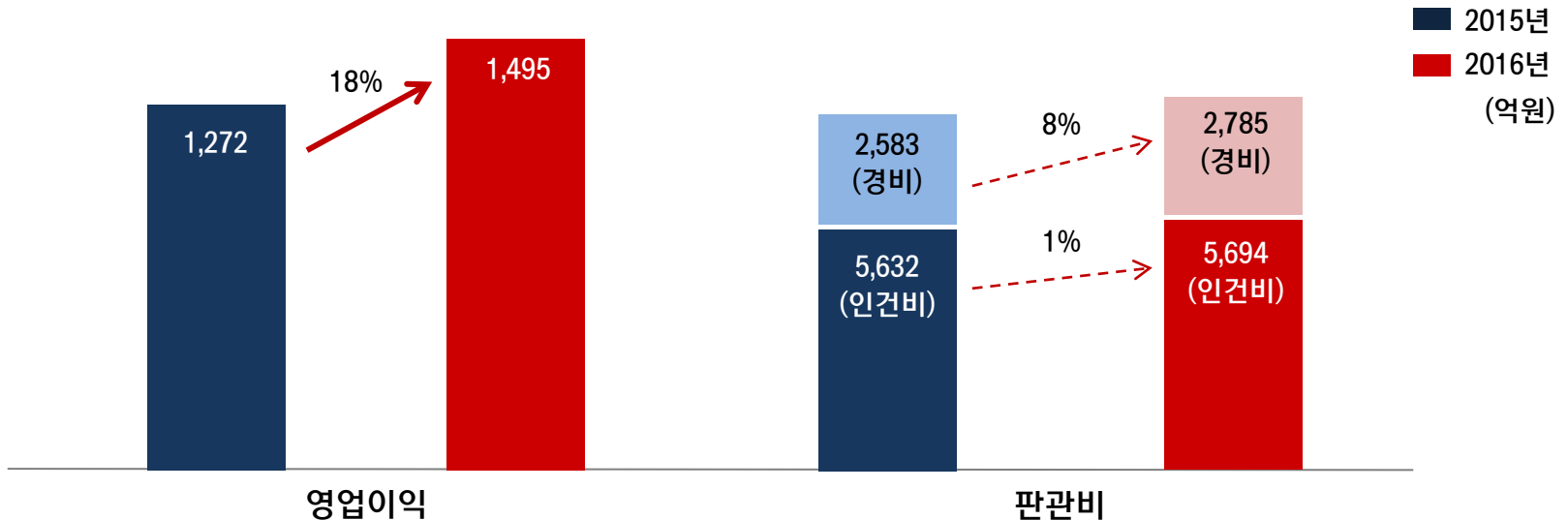
	2010	2012	2015	2016
디지털	19%	21%	28%	30%
BTL	32%	35%	43%	43%
리테일	13%	19%	25%	20%

영업이익 : 2015년 연간 1,272억 → 2016년 연간 1,495억 (223억 ↑)
 2015년 4분기 338억 → 2016년 4분기 545억 (207억 ↑)

※ 4분기 : 삼성전자 등 영업총이익 140억 ↑, 판관비 △67억 ↓

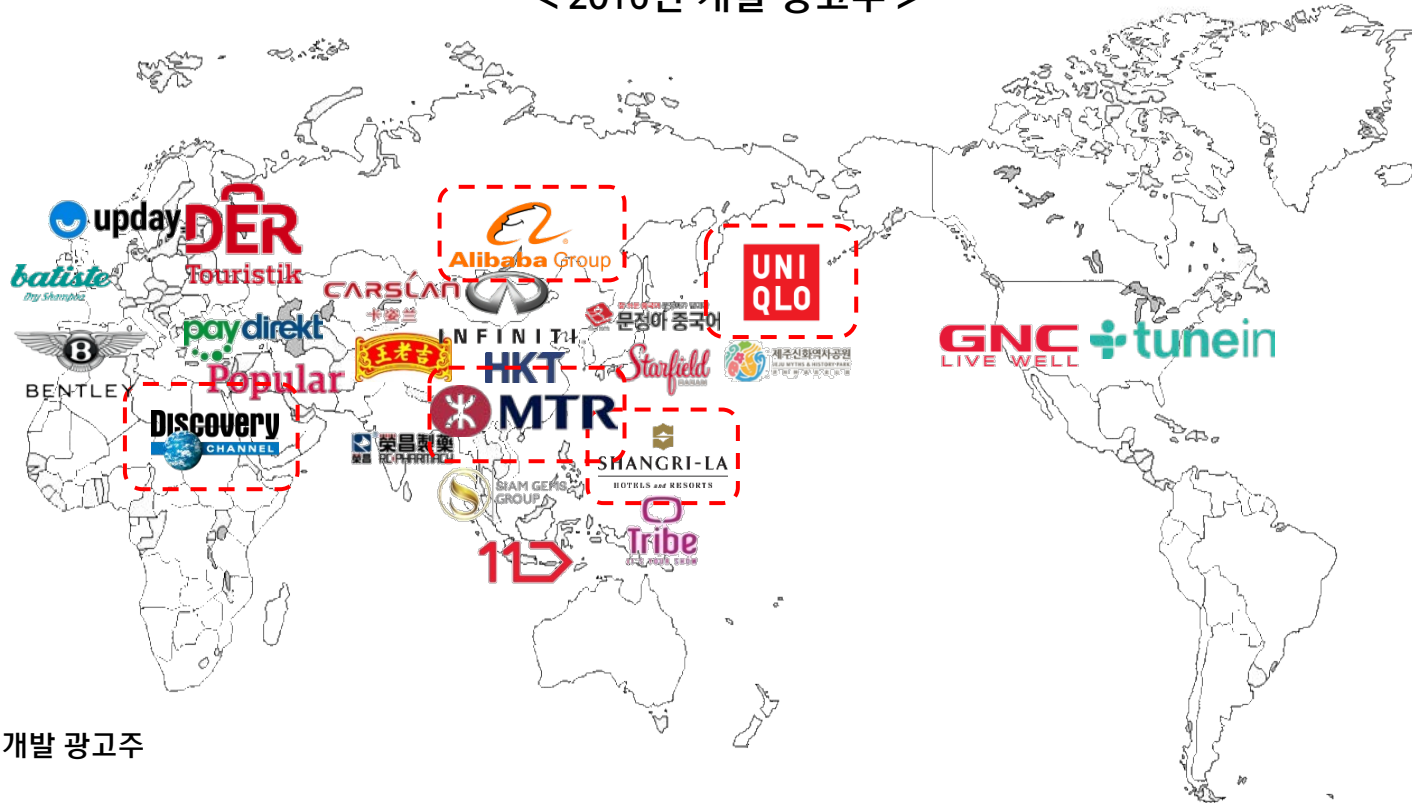
□ 연간 : 영업총이익 증가 및 판관비 효율화로 영업이익 증가

- 연간 영업이익률도 15년 13.4% → 16년 15.0%로 전년 대비 1.6%p 개선



- 벤틀리(영국), GNC(미국), 인피니티(중국) 등 신규 광고주 개발 지속

< 2016년 개발 광고주 >



4분기 개발 광고주

주요 광고제 다수 수상

- Cannes Lions 7개 수상 : Gold 1, Silver 1, Bronze 5
- 런던국제광고제 8개 수상 : Gold 1, Silver 4, Bronze 3
- 기타 : AdFest(12개 수상), 원쇼(18개), Spikes Asia(5개), Ad Stars(18개) 등

< 수상 캠페인 내역 >



< 삼성그룹, 마지막 소원 >
* 런던국제광고제 금상 등



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



< 통일부, 통일의 피아노 >
* Cannes, One Show, Spikes Asia 등

“ 2017 경영 목표 : 영업총이익 5% + M&A 등 추가 성장, 영업이익률 지속 개선 ”

2020 경영 목표 : 영업총이익 2조 규모의 글로벌 Top Tier 광고그룹

성장 전략

- ① 사업 : 이커머스, 디지털미디어, CRM 등 신사업을 통한 주요 광고주 대형 확대 추진
- ② 역량 : Data, Tech, 전략 등 핵심역량을 지속 강화하여 디지털 환경 변화에 선제적 대응
- ③ 지역 : Top Tier 달성(중국/인도), 사업기반 강화(영국/미국/독일), 주요 광고주 공략(신흥시장)

투자 확대

[M&A 등 Inorganic 성장 지속]

- 본사 : 전사의 핵심역량 강화 목적의 대규모 M&A
- 거점/자회사 : 지역 사업 강화 목적, 로컬 광고주 대응 목적의 로컬 M&A

관리 강화

[자회사 관리 강화 등 내실경영을 통한 영업이익률 지속 개선]

주주보상

[배당 지속 추진을 통해 주주 가치 제고]

감사합니다