

CONNEC+

We Create Connected Experiences that Matter

2024년 3분기 실적 발표

2024. 10. 31 (목)

Cheil

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

본 자료에 포함된 “2024년 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 7%↑
영업이익 2% ↑

- ✓ BTL/디지털 사업 확대 및 국내/해외 동반 성장
- ✓ 인건비 투자 등 판관비 증가로 영업이익 2%↑

2

Service

디지털 비중 54%
(YoY 7%↑)

- ✓ 올림픽 프로젝트 등 해외 중심 BTL 실적 증가
- ✓ 닷컴/이커머스 등 디지털 중심으로 대행 물량/영역 확대

3

Clients

계열/비계열 순성장
(비계열 비중 26%)

- ✓ 디지털과 올림픽 프로젝트 등으로 계열 실적 방어
- ✓ 중국 매크로 영향으로 비계열 물량 감소

4

GEO Markets

북미/중남미/중동 중심
해외 6%↑

- ✓ BTL과 비계열 중심 북미/중남미/중동의 견조한 성장
- ✓ 일부 자회사 실적 부진에도 올림픽 중심 유럽 실적 방어

(억원)

	'23. 3분기	'24. 3분기	성장률	'23. 3분기 누적	'24. 3분기 누적	성장률
매출총이익	4,009	4,285	7%	11,897	12,727	7%
판관비	3,075	3,329	8%	9,582	10,344	8%
영업이익	934	956	2%	2,315	2,383	3%
영업외수지	69	△47	△167%	197	91	△54%
세전이익	1,003	909	△9%	2,512	2,474	△2%
당기순이익	662	608	△8%	1,728	1,695	△2%

매출총이익 : '23년 3분기 4,009억 → '24년 3분기 4,285억 (276억↑)

□ 본 사 : '23년 3분기 880억 → '24년 3분기 968억 (88억↑)

- 주요 광고주의 D2C/플랫폼 등 디지털 대행 영역 확대 및 비계열 신규 개발 등으로 10% 성장 달성

□ 해외법인+자회사 : '23년 3분기 3,129억 → '24년 3분기 3,317억 (188억↑)

- 일부 자회사 부진에도 올림픽 대행 물량 중심의 유럽과 중남미/서남아 등 신흥시장에서 성장 주도

(억원)

	'23. 3분기	'24. 3분기				
			성장률	'23.3분기누적	'24.3분기누적	성장률
본 사	880	968	10%	2,608	2,783	7%
해외법인+자회사	3,129	3,317	6%	9,289	9,944	7%
합 계	4,009	4,285	7%	11,897	12,727	7%

□ 서비스별 : 해외 중심의 디지털 영역 확대 및 올림픽 프로모션 등 BTL 물량 증가

	2020	2021	2022	2023	'24. 3분기 누적
디지털	43%	50%	53%	54%	54%
BTL	35%	30%	30%	29%	31%
리테일	21%	20%	19%	18%	18%
ATL	22%	20%	17%	17%	15%

□ 광고주별 : 북미/중국 등 광고주 전문성을 중심으로 비계열 광고주 서비스 대행 영역 확대

* 북미 : 제약/바이오/헬스케어, 중국 : 자동차

< 국내 >



< 해외 >



영업이익 : '23년 3분기 934억 → '24년 3분기 956억 (22억↑)

□ 매출총이익 7% 성장 및 디지털 중심 인력 투자로 판관비 8% 증가하여 영업이익 2% 성장

(억원, 명)

	'23. 3분기	'24. 3분기	성장률	'23. 3분기 누적	'24. 3분기 누적	성장률
매출총이익	4,009	4,285	7%	11,897	12,727	7%
판관비	3,075	3,329	8%	9,582	10,344	8%
인건비	2,182	2,446	12%	6,872	7,549	10%
경비	893	883	△1%	2,710	2,795	3%
영업이익	934	956	2%	2,315	2,383	3%

※ 인력 '23년 9월말 7,000명 → '23년 12월말 7,175명 → '24년 9월말 7,504명 (전년 3분기말 대비 +504명, 전년말 대비 +329명)
 (해외) (5,602) (5,712) (6,015)

디지털 사업 및 비계열 광고주 확대를 통해
대외 불확실성 영향 최소화 & 지속성장 가능한 사업기반 강화
매출총이익 연간 5%↑ 성장, 수익성 방어 목표

실적방어① : 디지털 사업 확대

- ✓ 닷컴/DTC 등 핵심사업의 서비스 고도화
- ✓ CRM/퍼포먼스 중심 대행 영역 확대

실적방어② : 비계열 확대

- ✓ 기존 광고주 대행 영역/국가 확대
- ✓ 북미/중국 중심 신규 광고주 개발

경기침체

실적방어③ : 내실 경영

- ✓ 경비 등 판관비 효율화 지속 추진
- ✓ 조직 재정비 등 리스크 관리 강화

핵심사업 강화

- ✓ M&A 등 투자 지속 검토
- ✓ AI 등 디지털 신사업 기회 발굴

감사합니다