

CONNEC+

We Create Connected Experiences that Matter

2023년 4분기 및 연간 실적 발표

2024. 1. 30 (화)

Cheil

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

본 자료에 포함된 “2023년 4분기 및 연간 실적”은 본사 및 자회사 등에 대한 외부감사인의 회계 검토가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위해 작성된 자료이므로, 그 내용 중 일부는 회계 검토 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 재무 실적을 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.

- Summary
- 요약 재무정보(K-IFRS 기준)
- 매출총이익 (연결 기준)
- 손익 (연결 기준)
- 2024 전망

1

Financial Performance

매출총이익 +5%
영업이익 Δ 1%

- ✓ 디지털 사업 확대 및 해외 비계열을 통한 외형 성장
- ✓ 인건비 투자 등 판관비 증가로 영업이익 Δ 1%

2

Service

디지털 비중 54%

- ✓ 닷컴, 이커머스 등 디지털 사업 지속 확대
- ✓ 사업 전반 디지털 가속화로 디지털 서비스 영역 다각화

3

Clients

비계열 +14%
(비중 30%)

- ✓ 북미/중국 자회사 중심 신규 광고주 개발 성과
- ✓ 해외 비계열 광고주 물량 및 대행 영역 확대

4

GEO Markets

북미, 중국, 중남미 성장
(비계열 중심)

- ✓ 북미, 중국, 중남미의 견조한 성장세 지속
- ✓ 반면, 본사, 유럽, 인도는 계열/비계열 물량 감소로 부진

(억원)

	'22. 4분기	'23. 4분기	성장률	'22. 연간	'23. 연간	성장률
매출총이익	4,130	4,292	4%	15,383	16,189	5%
판관비	3,412	3,532	4%	12,269	13,114	7%
영업이익	718	760	6%	3,114	3,075	△1%
영업외수지	△243	△424	-	△110	△227	-
세전이익	475	336	△29%	3,004	2,848	△5%
당기순이익	247	173	△30%	1,958	1,901	△3%

※ 4분기 영업외수지 △424억 : 아이리스 영업권 손상 △361억, 외환손익 △126억, 컬러데이터 조건부 대가 환입 +49억 등

※ 2023 사업연도 기말 현금배당 : 배당성향 60% (주당 배당금 1,110원)

매출총이익 : '22년 연간 15,383 억 → '23년 연간 16,189억 (806억↑)

□ 본 사 : '22년 연간 3,535억 → '23년 연간 3,492억 (43억↓)

- 주요 광고주 마케팅 효율화 영향으로 전년대비 역성장

□ 연결자회사 : '22년 연간 11,848억 → '23년 연간 12,697억 (849억↑)

- 디지털과 비즈니스 확대 및 맥키니, 핑타이 중심으로 성장

(억원)

	'22.4분기	'23.4분기	성장률	'22. 연간	'23. 연간	성장률
본 사	852	883	+4%	3,535	3,492	△1%
연결자회사	3,278	3,409	+4%	11,848	12,697	+7%
합 계	4,130	4,292	+4%	15,383	16,189	+5%

□ 디지털 사업 비중 : '22년 연간 53% → '23년 연간 54% (성장률 : 전년 대비 8%↑)

	2020	2021	2022	2023
디지털	43%	50%	53%	54%
BTL	35%	30%	29%	29%
리테일	21%	20%	19%	17%
ATL	22%	20%	18%	17%

□ 비계열 사업 비중 : '22년 연간 28% → '23년 연간 30% (성장률 : 전년 대비 14%↑)

< 본사 비계열 Top5 >



< 해외 비계열 Top5 >



영업이익 : '22년 연간 3,114억 → '23년 연간 3,075억 (△39억)

□ 디지털 중심 인력 투자로 판관비 7% 증가하여 영업이익 1% 역성장

(억원)

	'22. 4분기	'23. 4분기	성장률	'22. 연간	'23. 연간	성장률
매출총이익	4,130	4,292	4%	15,383	16,189	5%
판관비	3,412	3,532	4%	12,269	13,114	7%
인건비	2,309	2,447	6%	8,662	9,319	8%
경비	1,103	1,085	△2%	3,607	3,795	5%
영업이익	718	760	6%	3,114	3,075	△1%
OPM	17.4%	17.7%	+0.3%p	20.2%	19.0%	△1.2%p

※ 인력 : '22년 12월말 6,887명 → '23년 12월말 7,175명 (전년말 대비 +288명)
 (해외) (5,517) (5,776) (+259)

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

Operational
Excellence

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