

제일기획(030000)

1분기 컨퍼런스콜 요약

1분기 실적 관련 comment

- 국내, 중국 등에서 경영 불확실성이 지속되고 1분기가 비수기임에도 내실 경영의 성과로 국내 물량 증가와 해외 성장으로 외형과 이익 개선 모두 달성
- 본사 매출총이익은 삼성생명, KT, 코웨이 등 주요 광고주 대행 물량 증가와 평창조직위, 신한은행 등 신규 광고주 영입 효과로 7% 증가
- 연결자회사 매출총이익은 11% 늘었는데 신흥 시장과 유럽의 실적 호조가 지속됐고 작년 4분기 성장 전환한 북미, 중국 등의 회복세 지속
- 해외 사업 비중: 75%로 전년동기와 동일
- 비계열 비중: 30%로 전년 31%대비 하락했는데 비계열 광고주의 성장도 견조했지만 해외에서 캠퍼스 대행 물량 성장세가 더 크게 나타났기 때문
- 디지털: 북미, 중국 등의 디지털 실적 회복으로 32%로 전년대비 2%p 상승

18년 경영 전망

- 대내외 경영 환경의 불확실성이 여전히 존재해 글로벌 클라이언트는 비용 효율적이고 판매에 도움이 되는 마케팅 활동을 더욱 강조
- 기록치 않은 시장 환경 속에서도 1분기 실적에 비추어 볼 때 연초 제시한 영업총이익 7% 이상 성장, 수익성 지속 개선은 충분히 달성 가능하다고 판단
- 1. 외형 성장 재개: 북미, 중국의 안정적 회복세와 계열사 대행 물량 관련해 커버리지 영역 확대로 현재의 실적 회복 추이를 다음 분기에도 이어갈 것
- 2. 수익성의 지속 개선: 외형 성장으로 인건비 투자 증가를 수반한 상황에서도 OPM 전년대비 개선, 비효율성 제거 추진해 안정적 이익 성장할 것
- 3. 미래 사업 강화를 위한 인수 합병 추진 중
- 4. 배당 등 주주환원 등도 제고하고 있음

	2016A	2017A	2018F	2019F	2020F
매출액(십억원)	3,233	3,375	3,762	3,993	4,232
증가율(%)	15.2	4.4	11.5	6.2	6.0
영업이익(십억원)	150	157	177	195	214
순이익(십억원)	88	127	127	140	154
EPS(원)	871	1,255	1,254	1,387	1,521
증가율(%)	13.1	44.1	(0.0)	10.6	9.6
EBITDA(십억원)	188	193	218	238	257
PER(x)	18.1	16.9	15.3	13.8	12.6
EV/EBITDA(x)	6.0	9.3	7.2	6.5	6.0
PBR(x)	1.7	2.2	1.9	1.8	1.8
ROE(%)	11.4	15.8	14.7	15.5	16.2
DY(%)	1.9	3.6	4.0	4.4	4.8

주: 순이익, EPS 등은 지배주주지분 기준

매수(유지)

목표주가: 26,000원(유지)

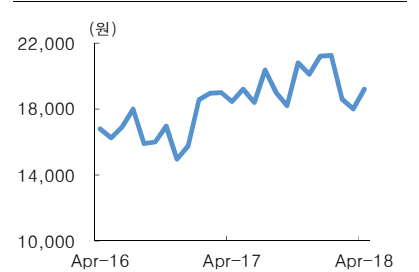
Stock Data

KOSPI(4/26)	2,476
주가(4/26)	19,200
시가총액(십억원)	2,209
발행주식수(백만)	115
52주 최고/최저(원)	21,800/17,800
일평균거래대금(6개월, 백만원)	7,354
유동주식비율/외국인지분율(%)	59.7/31.7
주요주주(%)	삼성전자 외 4 인 28.4
	국민연금 8.2

주가상승률

	1개월	6개월	12개월
절대주가(%)	7.0	7.0	4.9
KOSPI 대비(%p)	5.4	7.2	(7.2)

주가추이



자료: WISEfn

최민하

mhchoi@truefriend.com

주요 Q&A

Q1. 1분기 영업총이익이 10% 성장했는데 하반기 실적 감안하면 영업총이익 가이던스 7~10% 초과 달성이 가능할 것 같은데 가이던스 상향 계획이 있는지?

- 1분기까지 실적이 나온 상황이기 때문에 상반기까지 실적 발표를 보고 상향 조정이 필요하면 2분기 실적 발표 이후에 조정하겠습니다

Q2. M&A 전략은? 타겟 지역 및 규모 등은?

- 디지털 미디어, 프로그래머틱 바이닝, 이커머스, 등 미래 사업 역량 확보 추진 중
- 소규모 M&A의 경우는 현지 자회사 중심으로 하는 인수 합병 지속 검토 중
- 지역은 인도, 중남미 등 디지털 잠재력이 있는 신흥 시장 위주로 검토

Q3. M&A가 성사되면 배당 정책은 어떻게 바뀔지?

- 배당 성향은 작년에 60.5%로 상향했음
- M&A가 성사된다 하더라도 M&A 투자 재원과는 별개로 주주 환원 실시할 것
- 기본적으로 주주 가치를 제고하는 방향이 될 것이고 대규모 M&A를 했다고 배당 재원을 줄이거나 하지는 않을 예정
- 구체적인 정책은 연말이 가까워지는 시점에 시장과 소통 예정

Q4. 중국 매출총이익이 전체 7%, 평타이가 14% 늘었는데 계열뿐 아니라 비계열 회복이 예상보다 빠르는데 연간으로 이 정도 수준 기대하는가?

- 사드 이슈로 국내 광고주 대형 물량 감소는 있으나, 연간 개발한 신규 로컬 광고주의 실적화로 인해서 계열은 10%, 비계열은 13% 늘었음
- 중국은 시장이 회복되면 효율화를 통해 지속 성장 가능할 전망

Q5. 북미 지역의 자회사 TBG 매출총이익이 90% 늘었는데 어느 부문에서 턴어라운드 나온 것인가?

- 하만, JBL 등 신규 광고주의 실적 기여와 과거 이탈한 광고주의 기저 부담이 사라졌기 때문
- 북미 지역은 향후에도 하만, JBL, 듀폰 등 신규 광고주 대형 물량 증가로 두자리수 성장세 유지할 것

Q6. 인도는 1분기에도 견조했는데 금년 전망은?

- 인도 지역의 주요 광고주는 삼성전자인데 제일기획은 마케팅 파트너로서 적극적으로 지원하고 있음
- 디지털, 프로모션 등 판매에 도움이 되는 것 위주로 지원하고 있으며, 현지에서 삼성전자가 성장한다면 제일기획 역시 외형 증가 수혜를 누릴 것

Q7. 2분기 전망은?

- 4월이라 아직 조심스럽지만 1분기와 유사한 흐름 예상
- 실적이 견조했던 지역은 계속 양호하고, 중국, 북미, 본사 등은 회복세 보일 가능성이 큼

