



INVESTOR RELATIONS

JUN 2019

DISCLAIMER

본 자료는 주주 및 투자자들의 이해를 위해 작성되고 제공되는 자료입니다.

본 자료의 CJ(주) 재무정보는 투자자의 편의를 위해 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 따른 재무제표를 바탕으로 작성되었습니다.

본 자료의 CJ올리브네트웍스(주) 분할 및 CJ올리브네트웍스(주)와 CJ(주)의 주식교환 결정에 관한 내용은

2019년 4월 29일 공시된 주요사항보고서를 기준으로 작성되었으며, 기준일 현재의 경영전략과 미래에 관한 예측 정보를 포함하고 있습니다.

해당 내용에 관한 사항들은 이사회 및/또는 주주총회 결의, 주주 동의가 필요한 사항으로,

그 결과에 따라 추진 여부 및 세부 내용이 변경될 수 있음을 유의하시기 바랍니다.

본 자료에 서술된 재무정보, 전망 및 미래에 관한 예측 정보는 별도의 표기가 없는 한 연결회계 기준이며, 경영 환경의 변화 등에 따라 영향을 받을 수 있습니다. 따라서, 실적 등은 예측 정보에 기재된 내용과 차이가 발생할 수 있습니다.

향후 전망 및 사업 전략은 현재를 기준으로 작성된 것이며, 외부 기관의 시장 전망 및 당사의 내부적인 사업 환경 분석에 기초한 것 입니다.

따라서, 시장 환경의 변화 및 사업 전략 수정 등에 따라 별도의 고지 없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

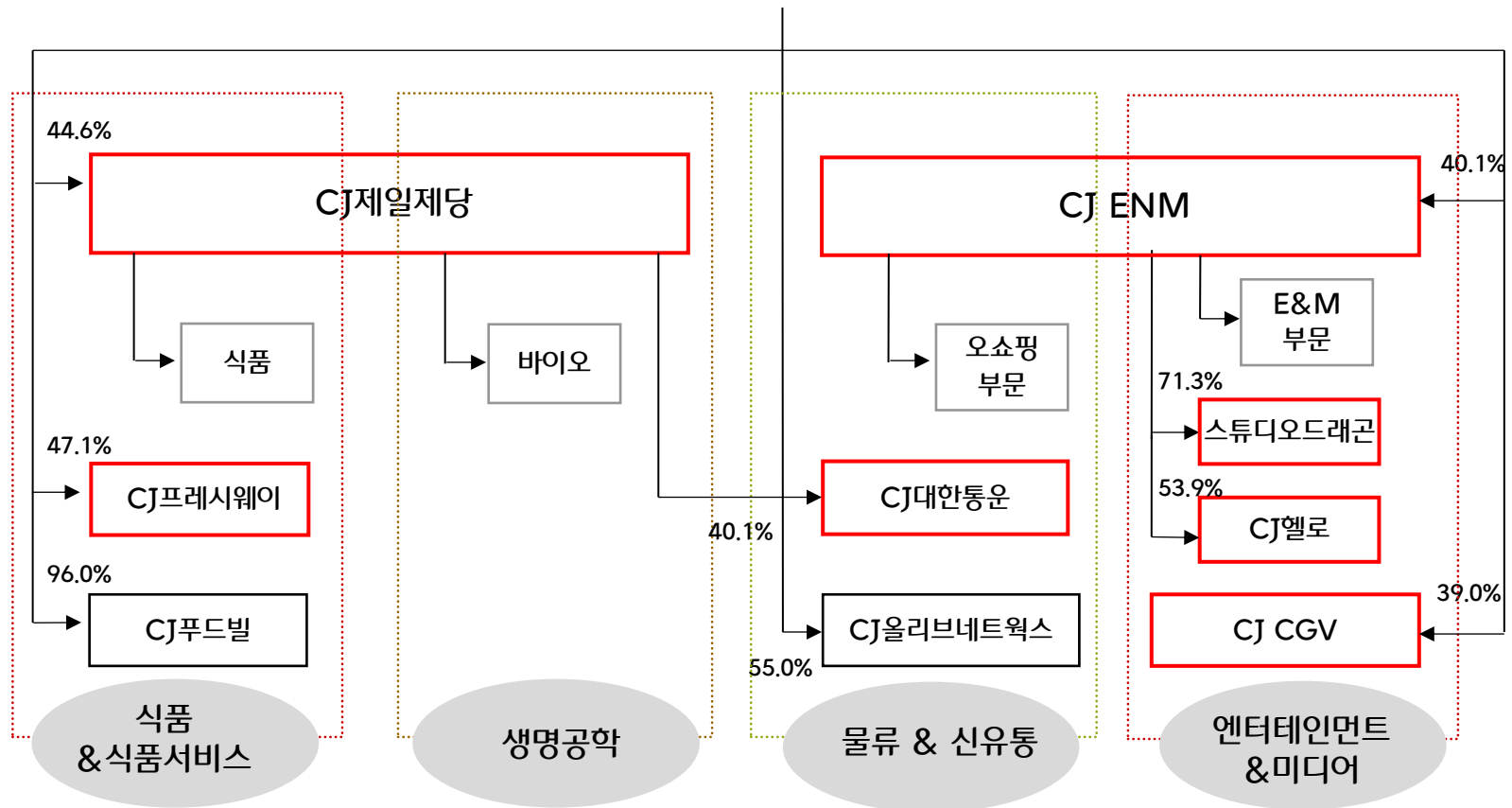
그룹 OVERVIEW 및 1분기 실적 동향

COMPANY OVERVIEW



[2019년 3월 31일 기준]

상장사

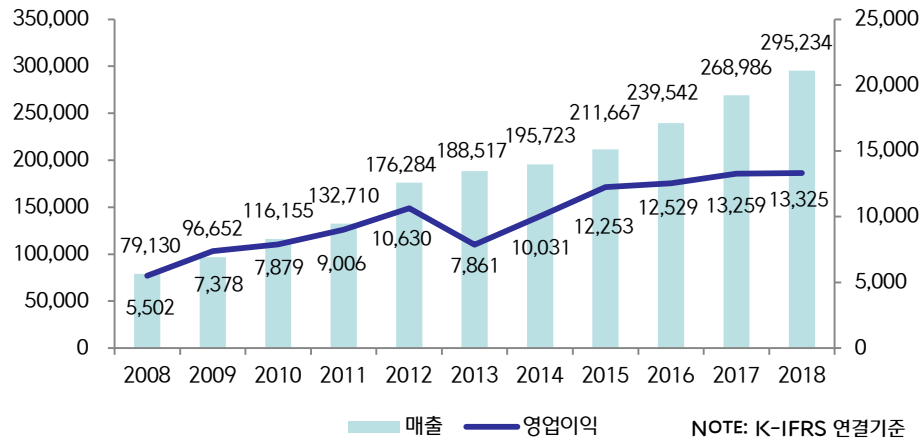


*NOTE: 보통주 기준 지분율

COMPANY OVERVIEW

FINANCIAL SUMMARY

(단위:억원)

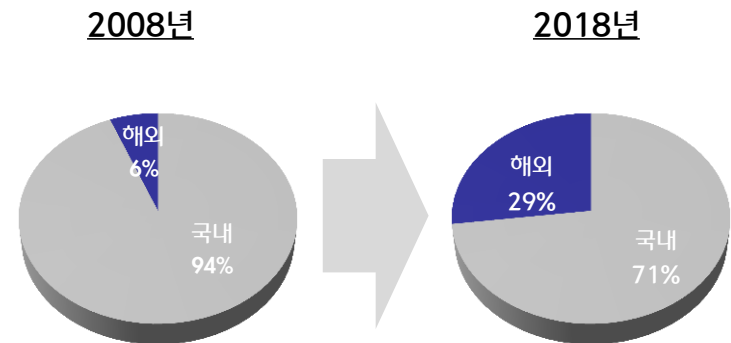


- 2007년 9월 지주회사 체제로 전환 이후, 4대 핵심 사업 포트폴리오 강화하며 매출 CAGR 15.8%, 영업이익 CAGR 10.3% 성장 달성
- 2018년 말 기준 자산규모 31.7조원으로 지난 10년간 262%의 상승률 기록, 매출 29.5조원으로 같은 기간 273% 상승

GLOBALIZATION의 가속화

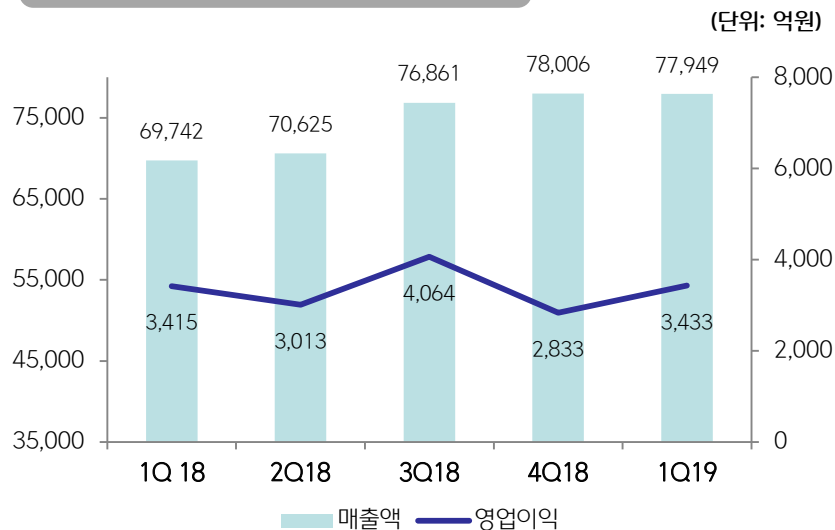
- 주요 계열사 CJ제일제당, CJ대한통운, CJ CGV 등 확고한 국내 1등 사업을 기반으로 글로벌 시장 확대 지속
- 2008년 연결 기준 해외 매출 6%에서 2018년 29%까지 성장하며 그룹 내 글로벌 사업 강화
- CJ제일제당 바이오부문의 주력 제품인 라이신, 핵산, 트립토판은 우수한 기술력을 바탕으로 세계 1위 시장점유율 달성
- CJ제일제당 식품 부문의 美 슈완스 인수, CJ대한통운의 해외 물류기업 인수, ENM의 콘텐츠 수출 등 타 부문도 글로벌 시장 입지 확대 지속

연결매출비중



CJ CORP. 1Q19 EARNINGS REVIEW

FINANCIAL HIGHLIGHTS



매출 7조 7,949억원 (YoY +11.8%), 영업이익 3,433억원 (YoY +0.5%)

- : 제일제당 가공식품, 대한통운 글로벌 및 택배, ENM 미디어 및 커머스 등 외형 성장 지속
- : ENM, 올리브영, 푸드빌 수익성 개선으로 영업이익 소폭 증가

포트폴리오의 안정화 - 4대 사업군 시장 경쟁력 강화

- : 글로벌 성장성 - 제일제당 가공식품 제품/경로 확장, 대한통운 해외 수주 확대에 기반한 글로벌 성장, ENM 콘텐츠 경쟁력 제고 등
- : 시너지 창출 - 생활문화기업으로서 식품, 엔터테인먼트, 물류 및 유통 등 시너지 향유 가능한 사업군 보유

1Q19 부문별 손익

(단위: 억원)

매출액	1Q18	1Q19	YoY
식품&식품서비스	20,942	25,380	21.2%
생명공학	12,157	11,005	-9.5%
물류&신유통	24,912	29,070	16.7%
엔터테인먼트&미디어	11,713	12,459	6.4%
기타	18	35	94.4%
계	69,742	77,949	11.8%

(단위: 억원)

영업이익	1Q18	1Q19	YoY
식품&식품서비스	1,168	1,123	-3.9%
생명공학	487	229	-53.0%
물류&신유통	963	1,139	18.3%
엔터테인먼트&미디어	674	683	1.3%
기타 (연결조정 포함)	123	259	110.6%
계	3,415	3,433	0.5%

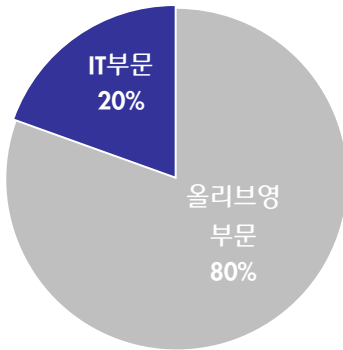
1Q19 실적 HIGHLIGHTS

(단위:억원)

회사명	구분	1Q19 실적		주요 내용
		금액	YoY	
제일제당	매출	28,107	+11.9%	· 미국 슈완스社 인수 효과 및 국내외 가공식품 고성장 (CJ헬스케어 제외 +17.2%yoy)
	영업이익	1,436	-15.9%	· 식품 원재료가 상승 부담 지속, 생물자원 가축 질병 영향으로 이익 감소 (CJ헬스케어 제외 -9.5%yoy)
대한통운	매출	24,327	+21.5%	· 글로벌(+32.2%yoy)과 택배(+10.1%yoy) 매출 성장 지속
	영업이익	453	+0.0%	· 택배 신규 수주 부진 및 안전 인프라 개선 등 추가 비용 반영, 리스 회계기준 도입으로 손익 개선 제한적
ENM	매출	11,048	+7.1%	· 미디어(+11.6%yoy), 커머스(+11.4%yoy), 영화(+30.2%yoy) 등 주요 사업부문 견조한 성장 지속
	영업이익	921	+2.4%	· 드라마 콘텐츠 투자 확대에 따른 상각비 증가 등으로 미디어 수익성 약화 불구 영화/음악 호조로 이익 증가
CGV	매출	4,646	+5.3%	· 국내(+13.0%yoy), 베트남(+42.8%yoy), 중국(+7.4%yoy) 스크린수 증가 및 로컬 콘텐츠 흥행으로 성장
	영업이익	235	+22.4%	· 터키 시장 위축에 따른 감익 불구 리스 회계기준 도입(임차료 재분류)에 따른 비용 감소 영향으로 이익 개선
프레시웨이	매출	7,477	+10.6%	· 신규 수주 확대 등 영향으로 식자재유통(+10.1%yoy), 단체급식(+21.8%yoy) 견조한 성장 지속
	영업이익	66	+10.0%	· 수익성 중심 전략 확대로 식자재유통 전 경로 GP마진을 상승, 단체급식 인력 효율화 등으로 이익 개선

※ 제일제당 실적은 대한통운 실적 제외 기준

BUSINESS OVERVIEW



● 2018 매출 기준(국내)

FINANCIAL HIGHLIGHTS

(단위:억원)

구분	1Q 18	2Q 18	3Q 18	4Q18	1Q 19
매출액	4,653	5,245	5,384	5,558	5,581
올리브영	3,745	4,245	4,352	4,253	4,561
IT	908	1,000	1,032	1,305	1,020
당기순이익	184	170	225	-63	264
점포수(국내)	1,104	1,144	1,178	1,198	1,214
직영점	891	925	952	966	980
가맹점	213	219	226	232	234

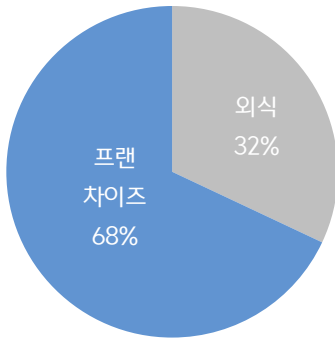
* NOTE: 별도기준

- CJ올리브네트웍스는 국내 1위 헬스&뷰티스토어인 올리브영 부문과 IT 시스템 구축 및 운영 사업을 영위하는 IT부문을 보유
- CJ올리브네트웍스의 올리브영 부문은 2019년 1분기말 기준 국내 1,214개 매장을 보유하고 있으며 뷰티케어, 헬스케어, 퍼스널케어, 건강식품, 잡화 등 트렌디한 상품을 제공

- **1Q19: 매출 5,581억원 (YOY +19.9%), 당기순이익 264억원 (YOY +43.5%)**
 - 국내 점포수는 1,214개 (직영 980개, 가맹 234개)로 전분기말 대비 16개, 전년도말 대비 110개 증가
 - [매출] 올리브영 온라인 고성장(+74.8%YOY), SI 프로젝트 신규수주 효과(IT부문 +12.3%YOY)로 전년 동기비 19.9% 성장
 - [이익] 올리브영 매장 취급고 확대로 점당 매출 증가, 온라인 고성장 영향으로 이익 개선
 - 질적 성장 중심의 출점, 점당 효율 강화를 통한 내실있는 성장 도모 (H&B MARKET 점유율 67.3%, 점포수 기준)

비상장 자회사 : CJ푸드빌

BUSINESS OVERVIEW



● 2018 매출 기준(국내)

FINANCIAL HIGHLIGHTS

(단위:억원)

구분	1Q 18	2Q 18	3Q 18	4Q 18	1Q 19
매출액	3,110	3,032	2,988	3,388	3,011
당기순이익	1,241	-341	5	-742	141
점포수	2,509	2,550	2,557	2,566	2,558
직영	279	279	274	252	230
가맹	2,230	2,271	2,283	2,314	2,328
해외점포	426	421	418	380	372

* K-IFRS 별도 기준

* 푸드빌, 투썸플레이스 실적 단순 합산

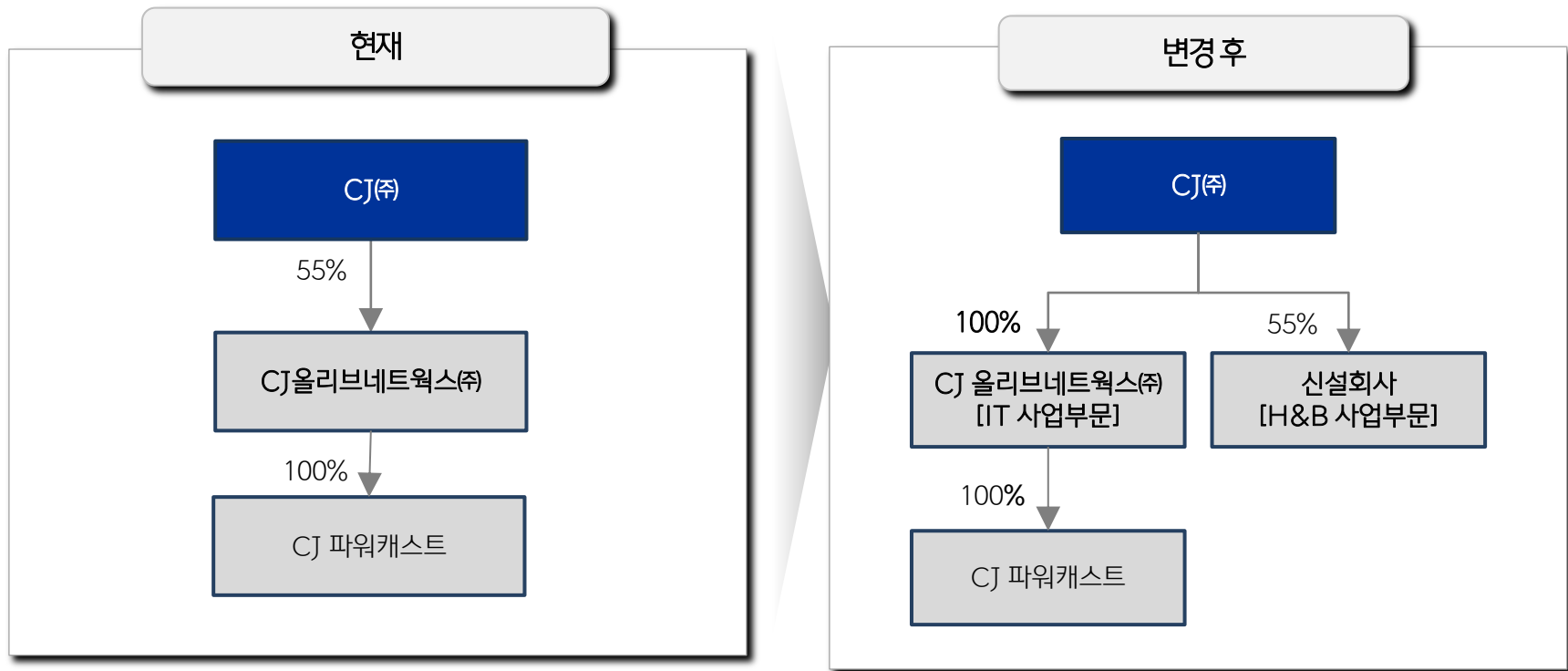
- 2019년 1분기말 국내 2,558개, 해외 372개 점포 운영
- <빔스>, <계절밥상>, <더플레이스>, <제일제면소> 등의 외식 브랜드와 <뚜레쥬르>, <투썸플레이스>의 프랜차이즈 브랜드 보유
- 국내외 사업 구조 개선 전략 시행, 차별화된 브랜드 콘셉트와 서비스를 제공하여 지속적인 성장 도모

- **1Q19: 매출 3,011억원 (YOY -3.2%), 당기순이익 141억원 (YOY -88.6%)**
 - [매출] 뚜레쥬르/투썸플레이스 성장 불구 사업구조 개선 전략에 따른 국내외 부진점 폐점으로 매출 소폭 감소
 - [이익] 국내외 사업 구조 개선 전략으로 전년 동기 일회성 수익 제거 시 이익 개선 (1Q18: 투썸플레이스 지분 매각에 따른 일회성 이익 발생)
 - 외식시장 성장 둔화 下 수익성 회복 집중 및 핵심 브랜드 경쟁력 강화 지속
 - 재무구조개선을 위해 투썸플레이스 지분 45% 매각 결정 (잔여지분 15%)

올리브네트웍스 사업구조 개편 및 향후 전략 방향

CJ올리브네트웍스 사업 구조 재편 개요(1)

CJ올리브네트웍스(주)를 IT 사업부문과 H&B 사업부문으로 분할하고 IT 사업부문을 완전(100%) 자회사화



- 분할비율 및 방법 : IT 사업부문(45%, 존속회사)과 H&B 사업부문(55%, 신설회사)으로의 인적 분할

※ 분할비율은 각 부문의 실질적인 사업가치가 아닌 순자산가액으로 결정

CJ올리브네트웍스 사업 구조 재편 개요(2)

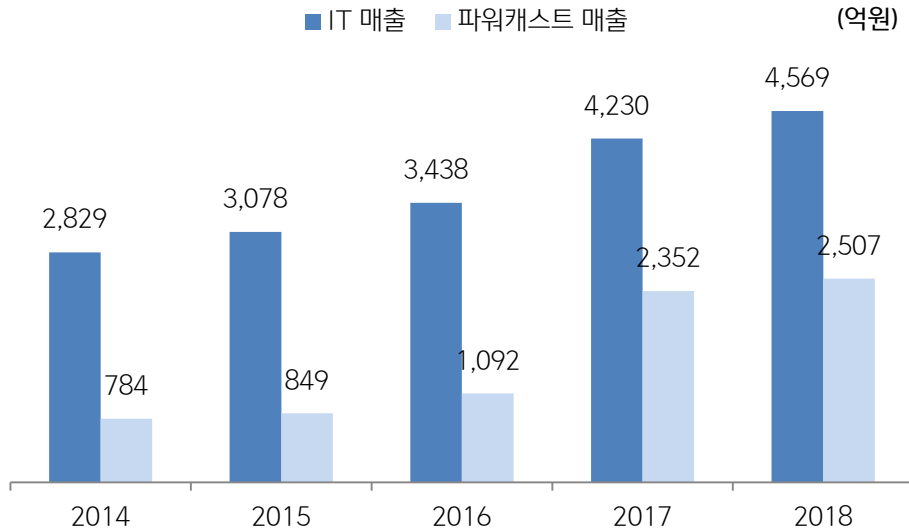
분할

- ✓ 그룹 차원 미래 시장 환경 변화 대응 및 신성장 가속화
- ✓ IT부문과 올리브영 각 사업부문 경영 효율성 제고 및 경쟁력 강화
 - 과거 합병 시점 대비 각 사업 역량 및 시장지위 향상, 경영 환경 변화에 신속/효율적 대응 구조 확립 필요
 - IT 부문: 그룹 전반적인 디지털 혁신 추진하고, 디지털 기반 미래 신사업 투자 위한 신속한 의사결정 및 자금 조달 구조 구축
 - 올리브영: 국내 H&B시장 1위 사업자로서의 입지 공고화 및 수익성 개선, 글로벌/온라인 사업 확대에 역량 집중

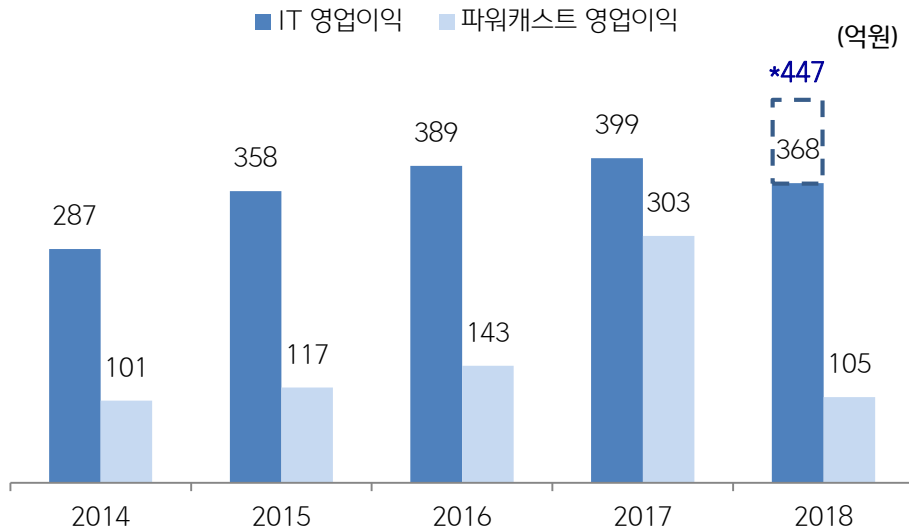
IT 사업부문 100% 자회사化

- ✓ 사업 초기 단계 투자 집중 필요, 투자 여력 확보에 용이한 구조 구축
 - 산업별 Digital 기술 활용이 본격화되는 상황으로, 그룹 Digital Transformation의 주도 역할 필요
 - 미래 Digital 신사업 추진 주체로 육성하기 위해 자체 현금 창출력 이상의 투자가 필요할 수 있으므로, 외부투자자 등으로부터 추가적 자금 유치 가능성을 고려할 때, 완전자회사 형태가 유리

IT사업부문 실적 추이 및 전망



- IT부문은 그룹의 외형 확대 및 그룹 내 IT 수행영역 확대를 통해 꾸준한 외형 성장세와 영업이익률 시현
- 계열사 주요 SI 구축 및 SM 운영 확대, 올리브영 온라인 IT서비스 확대 등 통해 연 14%의 매출성장세 시현 ('14~'18)
- 올리브영과의 내부거래(비용만 반영되고 매출 미인식) 및 일회성손익을 감안 시 10% 내외의 꾸준한 영업마진 시현
- 파워캐스트는 서울시 버스광고 계약 만료 등의 요인으로 '18년 이익 감소



[IT 사업부문 영업이익 조정 내역]

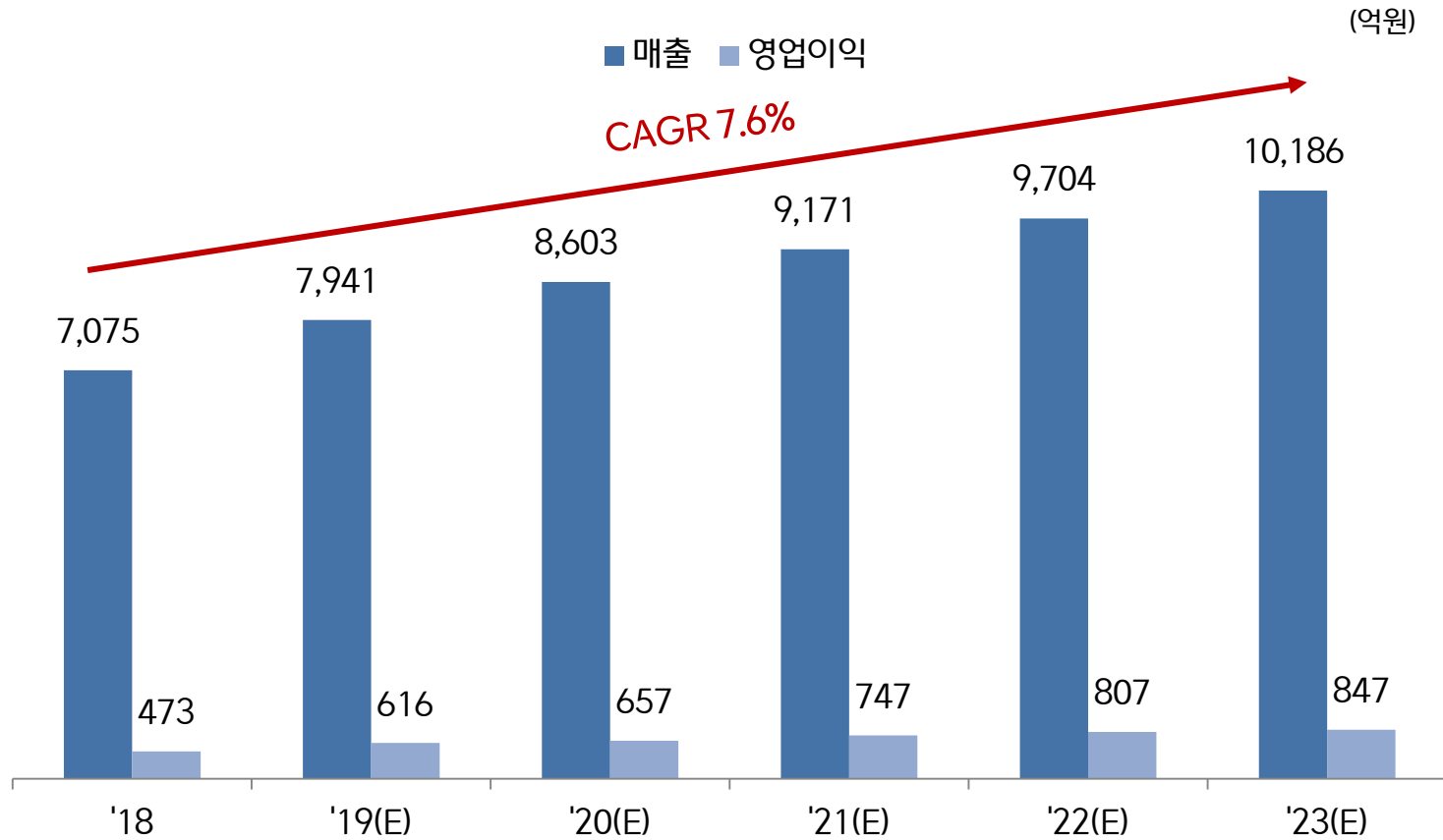
(단위:억원)	'14	'15	'16	'17	'18
감사보고서주식 영업이익	283	298	281	167	68
사내거래 등 ¹	4	60	109	231	300
조정영업이익	287	358	389	399	368
일회성 손실 ²					80
Normalized 영업이익	287	358	389	399	447
(영업이익률%)	10.1%	11.6%	11.3%	9.4%	9.8%

¹ IT사업부가 올리브영 부문에 제공하였으나 비용만 인식되고 매출은 인식되지 않은 IT 사내거래 매출('18년 241억원), 기존 영업외수익에서 영업이익으로 CJ One 수익의 계정 재분류('18년 28억원), 기존에 IT사업부가 부담한 통합법인 전사 공통비를 매출액 비율로 배부해 조정('18년 31억원)한 금액의 합계

² IT사업부가 '16년 컨소시엄 형태로 국방부 프로젝트에 참여했으나, 업체간 분쟁 및 납기 지연으로 발생한 손실(당기손실 및 충당금 등) 80억원을 일시에 인식, 추가 수주계획 없음

IT부문과 파워캐스트의 실적 전망

- 향후 올리브영 온라인 사업 확대, 슈완스¹ 등 M&A 및 사업 확대에 따른 그룹 외형 확대로 IT서비스(SI, SM, ICD 등)에서 업계 평균 이상의 실적 성장이 예상되며, Digital 기반 신사업 본격화 시 추가적인 실적 성장 가능
- 기존('14~'18년) CAGR 18.3% (IT 12.7%, 파워캐스트 33.7%) ⇒ 향후('18~'23) CAGR 7.6% (IT 7.5%, 파워캐스트 7.7%)²



※ 외부평가보고서의 기준 IT부문 및 파워캐스트 실적 추정

¹ 슈완스(Schwan's Company) 인수에 따른 IT 매출액 증가는 282억원('21년)⇒409억원('24년) 추정

² 한영회계법인이 시장조사 기관(Gartner)의 전망자료에 근거한 추정치로 슈완스 등 인수 효과나 Digital 기반 신사업에 따른 성장분은 반영되지 않은 수치임

IT사업부문 중장기 전략 – IT 역량 강화 필요성

Digital 기술의 산업별 활용 본격화, 산업간 융합 및 경계 재창조되는 환경 하
 그룹 기존 사업의 Digital 진화 및 Digital 기반 신성장 동력 발굴/육성 주도할 새로운 Entity 필요

외부환경

디지털 혁신 시대

• AI, Big Data, Cloud, 5G 등 디지털 기술의 산업별 탐색 본격화

노라인 시대 (산업융합)

• 디지털 혁신 기반 Disrupter들에 의한 전통적 사업모델 위기, 업종간 경계 붕괴

산업경계 재창조 시대

• 전통적 산업분야 세분화 및 융합화로 산업경계 재창조 급격화

내부니즈

유망기술 기반 신성장 동력

• 그룹 WBC 2030¹ 대도약 위해 미래 유망기술 기반 新 성장동력 발굴 필요

그룹 사업의 경쟁력 진화

• 식품, 미디어, 유통 등 그룹 주력 산업에서 최상위 수준의 Digital 경쟁력 요구 증대

글로벌 진출 가속화

• Digital 경쟁력 기반 글로벌 시장 진출 가속화로 지속 성장 가능 포트폴리오 구축

¹ World Best CJ 2030

그룹 DT(Digital Transformation) 추진 주체 육성 필요

- 미래형 ‘선택과 집중’ 구조 구축, Digital 기반 그룹 혁신 및 신사업 추진, WBC 2030 대도약 기반 마련
- IT 사업 독립 법인화로 Digital 역량 확보/강화 통한 그룹 사업의 진화 추진과 Digital 신사업 육성 위한 그룹 역량 집중

※ [참고] 타 그룹 사례 : IT 계열사가 그룹 차원의 Digitalization 주도



롯데정보통신: 계열사 IT서비스, 스마트팩토리, 스마트물류(물류데이터분석 등), 스마트리테일(인공지능 결제로봇 등)



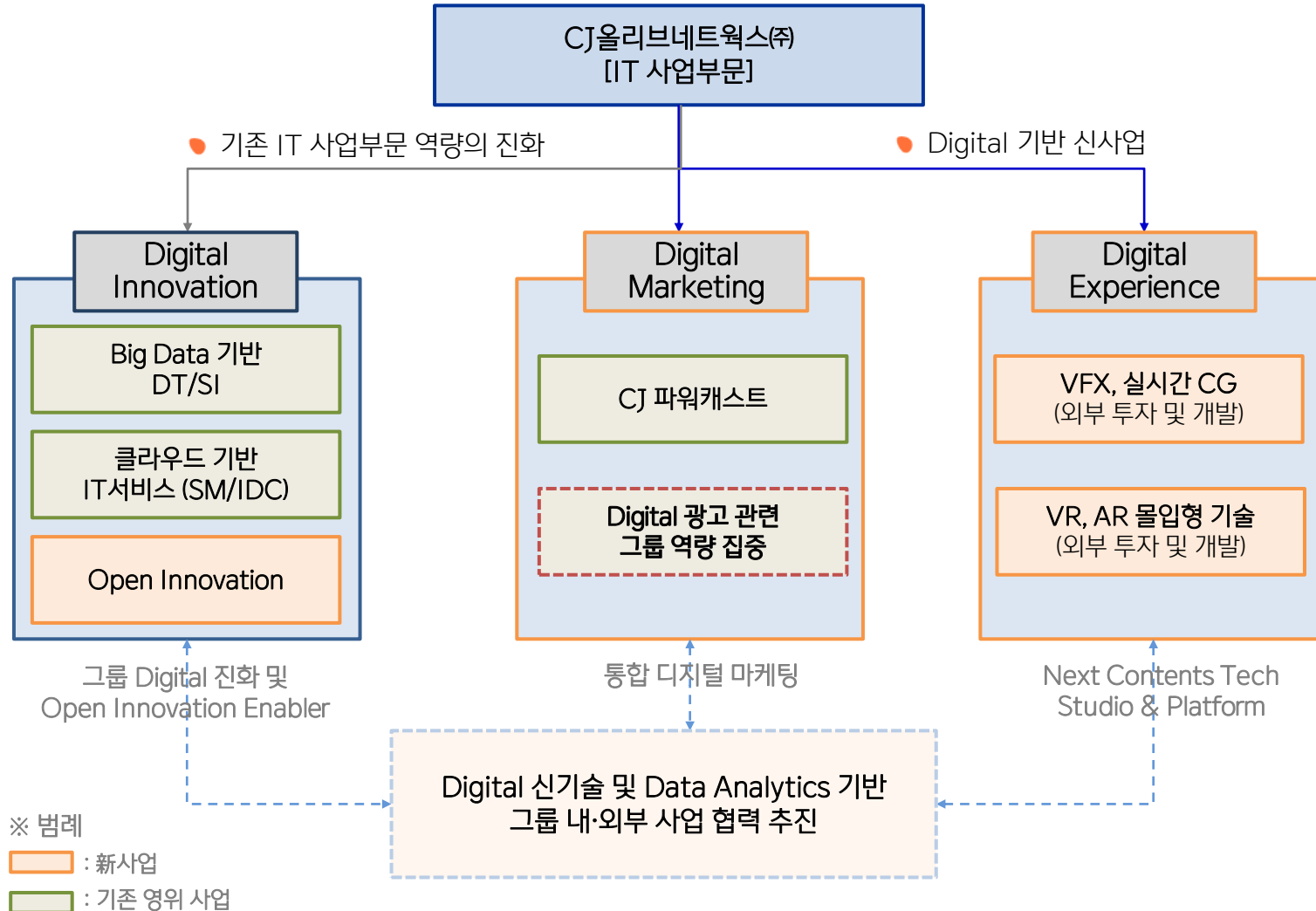
신세계I&C: 계열사 IT서비스, IT유통(크롬 캐스트, 구글 시스피커 독점 판매 등), IT플랫폼(간편결제플랫폼 등)



현대오트모터: 계열사 IT서비스, 스마트팩토리(원가 혁신), 스마트 오피스/홈(GBC IT 시스템 구축) 등

IT사업부문 중장기 전략 – 향후 사업 구조

Data Analytics 역량 활용한 그룹 DT 주도 및 Digital 기반 신사업(Marketing & Experience) 추진 예정



IT사업부문 중장기 전략 – DIGITAL INNOVATION

빅데이터/AI/클라우드 등 Data Analytics 역량 강화 통해, 그룹 주요 사업들의 Digital Transformation 주도

“주요 사업의 Operational Excellence 및 고객경험 개선”

[적용사례]

콘텐츠, 택배, 식품·외식 등 소비트렌드를 파악할 수 있는 그룹의 차별화된 데이터와 AI 접목

- ✓ CJ One Data
(구매/카드소비정보, 위치, 광고반응, 웹/앱 로그 정보)
- ✓ 콘텐츠 소비 Data
(CGV, 티빙 등)
- ✓ 매장/플랫폼 Data
(올리브영/오쇼핑/푸드빌 등)
- ✓ 지역별 택배 물동량 Data
(대한통운)
- ✓ 각 사업별 생산/제작/유통 등 Operation 관련 Data

식품

- 고객 데이터 기반 식품 마케팅
- 수요예측 기반 가격결정 시스템
- 스마트 팩토리 주요 영역별 플랫폼 서비스 구축

물류

- 물류센터 전영역 자동화
 - 지능형 물류 운영/관제 시스템
 - 물류 자동화 설비 및 제어시스템 구축

E&M

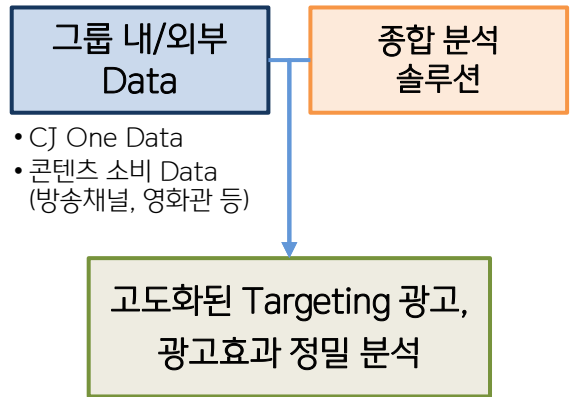
- Vision AI를 활용한 영상 메타데이터 생성/관리 및 콘텐츠 제작 활용

올리브영/푸드빌

- O2O 체험형 고객경험 솔루션
- 디지털 사이니지 활용 상품 판촉
- 빅데이터 기반 큐레이션 제공
- 빅데이터/AI/IoT 접목한 무인매장/매대관리 솔루션

IT사업부문 중장기 전략 – DIGITAL MARKETING / DIGITAL EXPERIENCE

[Digital Marketing] 사용자의 관심사·선호도 등 Big Data 기반 실시간 관심도 높은 광고를 제공(“Ad Tech”)



그룹 내/외부 Data

- CJ One Data
- 콘텐츠 소비 Data (방송채널, 영화관 등)

종합 분석 솔루션

고도화된 Targeting 광고, 광고효과 정밀 분석


- 디지털 광고 시장의 급격한 성장에 따라, 빅데이터 및 분석 역량을 기반으로 한 IBM, 엑센츄어 등 IT/컨설팅 기업들이 디지털 광고/마케팅 업계에서 급부상
- CJ의 IT부문은 내부 데이터 통합 및 외부 데이터 수집 통해 고객을 360도 관점에서 관찰하고, 고객의 관심사, 선호도 등에 기반한 소비행태 예측 및 맞춤형 마케팅 가능
- 보유 데이터 활용과 분석 역량 강화를 통해 ‘프로그래매틱 바이잉’ 등 Ad Tech 내 유망 분야 진출 가능

[Digital Experience] VFX, 실시간 CG 등 미래형·몰입형 콘텐츠 기술과 Digital 미디어 플랫폼 사업 육성

Digital Studio

- VFX/실시간CG 등 혁신적 제작 기술 역량 구축

[사례]
“Digital Domain”




→ 제임스 카메론 등이 설립한 글로벌 최고의 VFX, CG 기업

Digital Platform

- Data, VR/AR 기반 미래형 Platform 육성/투자

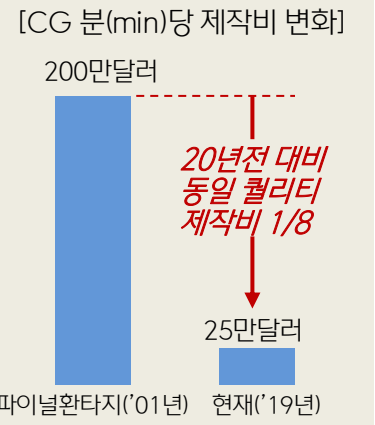
“Amaze VR”



→ 글로벌 VR영상 앱 플랫폼

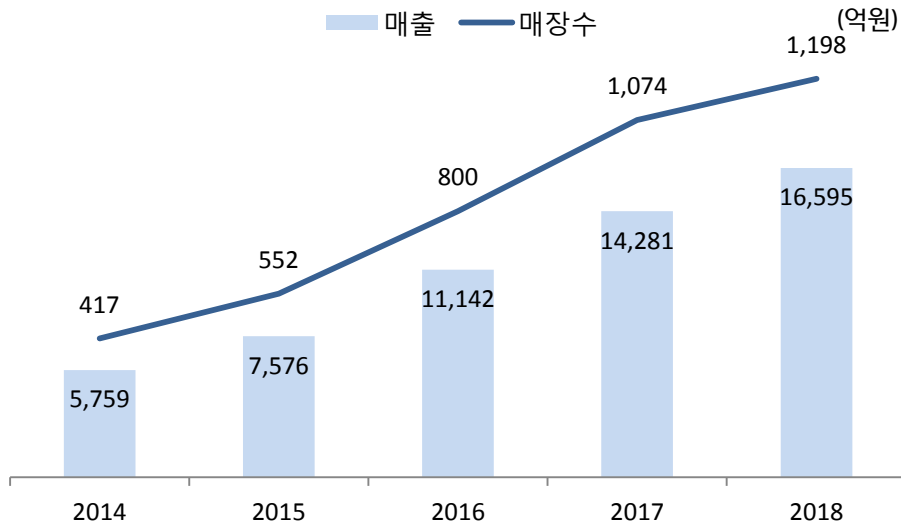
✓ 실시간 CG는 기존 CG 제작 프로세스 대비 시간/비용을 큰 폭으로 절감 가능

- 사전 렌더링 없이 CG 작업물을 곧바로 최종 결과물로 산출하는 기술
- 게임엔진 성능 및 그래픽 데이터 처리 속도 향상으로 실시간 CG 품질이 영화/드라마 수준 근접

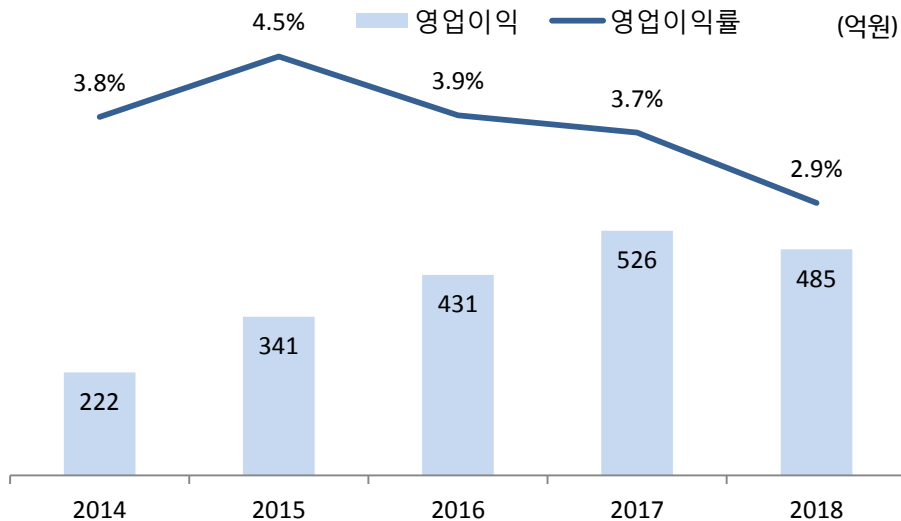


¹ 프로그래매틱 광고는 사이트 방문 기록 등을 기반해 소비행태를 예측, 이용자가 원할 것 같은 개인맞춤형 광고를 선별해 제공하는 것. 이를 위해 중요한 개념인 Programmatic Buying은 광고주의 광고 구매가 알고리즘에 따라 자동으로 이루어 지도록 하는 것임. 정교화 된 타겟팅 광고를 통해 광고 예산 절감과 효율적인 광고 구매/평가/집행이 가능하다는 장점

올리브영 실적 추이



- H&B 시장 성장 및 올리브영의 적극적 출점 전략으로 매장수 375개('13년)에서 1,198개('18년)로 5년 만에 3배 이상 증가
- 그러나, 상권 선점을 위한 공격적 점포 출점 기조에 따른 인건비/임차료/인프라투자 등 고정비 부담 증가와 매장 운영 효율성 저하로 영업이익률은 점진적으로 하락



[올리브영 부문¹ 영업이익조정 내역²]

(단위:억원)	'14	'15	'16	'17	'18
감사보고서주식 영업이익	225	401	539	745	758
사내거래 등 ²	-4	-60	-109	-219	-272
조정영업이익	222	341	431	526	485
(영업이익률%)	3.8%	4.5%	3.9%	3.7%	2.9%

¹ 분할법인(올리브영 국내부문) 기준임

² IT사업부가 올리브영 부문에 제공하였으나 비용만 인식되고 매출은 인식되지 않은 IT 사내거래 매출('18년 241억원), 기존에 IT사업부가 부담한 통합법인 전사 공통비를 매출액 비율로 배부해 조정('18년 31억원)한 금액의 합계

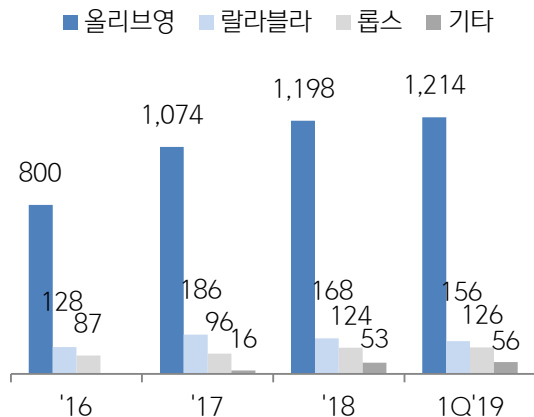
올리브영 중장기 전략 방향

기존의 스피드 중심의 성장에서 내실 있는 성장 추구로 전략의 중심 축을 이동하면서 수익을 동반한 질적 성장 전망

오프라인 매장 질적 성장

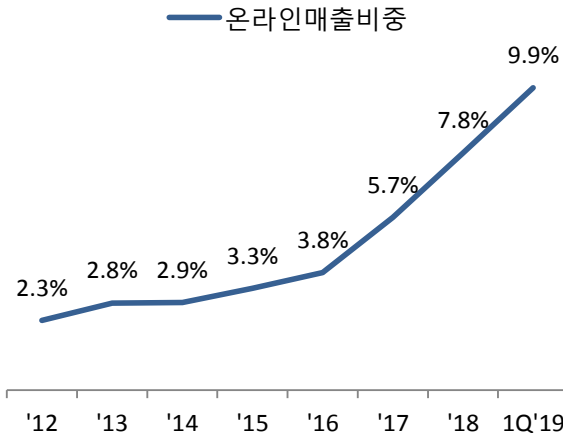
- 기 확보된 매장수 규모 및 상권 기반 H&B업계 내 독보적인 경쟁력 보유
- 색조 등 고효율 상품 확대, 뷰티 기반 New MD(리빙/식품 등) 확대
- 저수익점 폐점 및 수익성 기반 신규 출점, 리뉴얼/대형화 등 상권최적화
- 매장/인력운영 최적화 등 인건비 절감, 브랜드/집객력 기반 임차료 효율화
- 임차료/인건비가 매장판관비 중 약70%로 효율화에 따른 수익성 개선 여지 높음

[주요 H&B업체 매장 수]



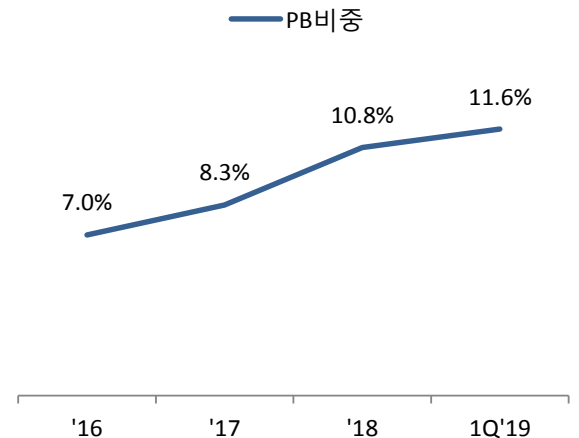
O2O 등 차별화된 온라인

- 오프라인과 통합 MD로 구매 측면에서 타 전문몰 대비 높은 경쟁력 보유
 - 매장 배송 및 디지털 콘텐츠 활용한 매장 체험 강화 등 O2O 서비스 차별화
 - 온·오프라인 고객 통합 DB를 활용한 개인화 큐레이션 서비스 강화
- ※ 해외 주요 H&B기업들도 디지털 콘텐츠 및 O2O 서비스 통해 온라인 성장 추구 : 온라인 성장율 Ulta 56%, 세포라 65%¹



신성장동력(글로벌/브랜드)

- 자체 브랜드의 대외경쟁력 확보 통해 글로벌 중심의 외부채널 확장 가속화
 - WakeMake: 상품포트폴리오 재정립
 - 보타닉힐boH: 신규라인 육성, 고객층 확대
 - 컬러그램: '아이즈원' 등 K-pop 연계
- 글로벌 유명 유통 플랫폼 제휴 및 동남아 중심 신규시장 진출
 - 중국: Tmall 등 제휴 입점몰 확대
 - 베트남: 현지업체와 JV 통한 옴니채널 구축
 - 미국: K뷰티 시장 타겟 역직구몰 추진



¹ '13~'17년 CAGR(연평균성장률) 기준, 전체 매출 중 온라인 비중은 '17년 기준 Ulta 9.7%, 세포라 20.4%

APPENDIX - 분할 후 요약 재무제표

[분할 전 재무상태표]

(단위:억원)	CJ올리브네트웍스(주)
자산	16,357
부채	11,019
차입금	1,849
자본	5,338
부채비율	206.4%

※ '19년3월31일 기준

※ '19년부터 회계 기준 변경에 따라 장래 임차료를 자산 및 부채로 인식, 매장 수가 많은 올리브영은 자산/부채 증가에 따라 부채비율 상승

[IT 사업부문¹ 손익]

(단위:억원)	2016	2017	2018
매출	4,530	6,582	7,075
영업이익	533	702	473
(OPM %)	11.8%	10.7%	6.7%
EBITDA	721	945	765

※ 본 부문 요약 손익계산서는 회사 작성 재무제표로 외부 회계법인의 감사를 받지 아니하였음

※ 부문 영업이익에서 기존 연결감사보고서 손익계산서 주식사향과의 차이가 발생하는 것은 IT부문이 올리브영 부문에 제공한 IT서비스 매출 등 未인식된 내부거래 반영(기업회계기준서상 기업 선택사항), CJ One 관련 이익(기존에는 기타수익)의 영업이익 반영 등이 요인임

[분할 후 재무상태표]

(단위:억원)	IT사업부문		H&B사업부문	
	회계변경 전	회계변경 후	회계변경 전	회계변경 후
자산	4,244	4,296	7,971	12,066
부채	1,713	1,766	5,144	9,253
차입금	300	300	1,549	1,549
자본	2,531	2,530	2,827	2,813
부채비율	67.7%	69.8%	182.0%	328.9%

[H&B 사업부문² 손익]

(단위:억원)	2016	2017	2018
매출	11,142	14,281	16,595
영업이익	431	526	485
(OPM %)	3.9%	3.7%	2.9%
EBITDA	793	924	982

¹ 파워캐스트 실적 포함

² 국내 실적 기준

감사합니다.

