



IR MATERIAL

Your Trendy Lifestyle Shopper with Value

May 2015

CONTENTS

I. 시장 전망	-----	3
II. 국내 실적 현황	-----	5
III. 해외 실적 현황	-----	7
IV. 지분도(주요 계열사)	-----	8
V. 별첨	-----	9

I. 시장 전망

- ✓ 국내 경기는 전년比 회복될 것으로 전망되고 있으나 유통시장은 여전히 위축
- ✓ 그러나 홈쇼핑은 유통시장 성장률을 상회한 성장세를 시현할 것으로 전망

표1. 국내 유통시장 규모 및 성장률

(조원)

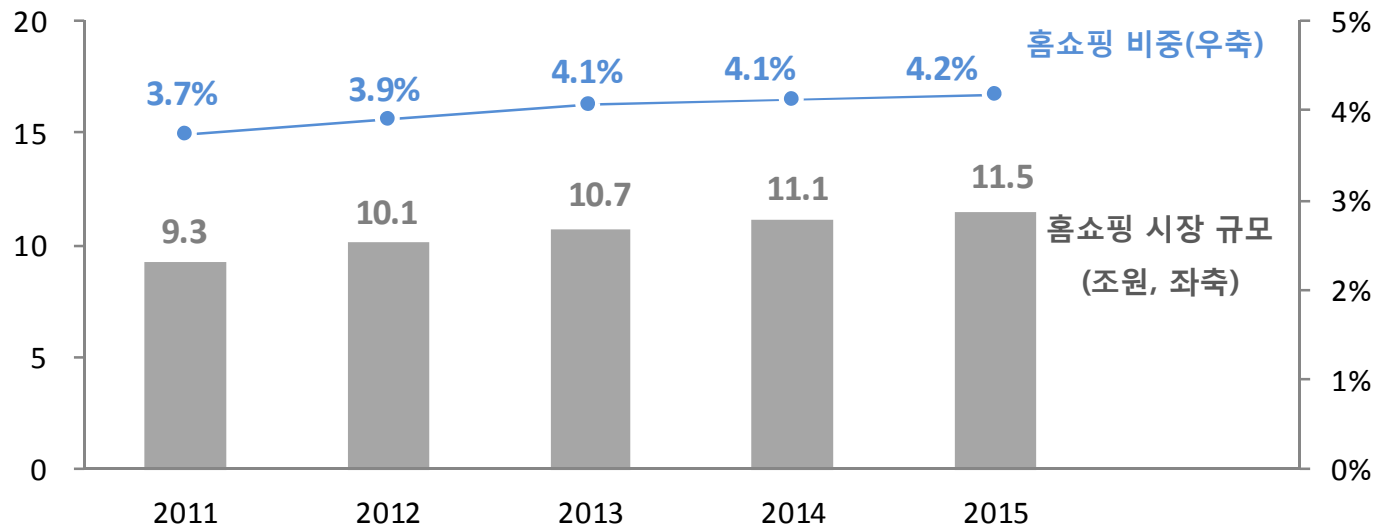
		2011	2012	2013	2014	2015(E)	
경제지표 (YoY, %)	GDP	3.7%	2.3%	3.0%	3.3%	3.4%	
	민간소비	2.9%	1.9%	2.0%	1.7%	2.6%	
유통 시 장	규모 (Tril. KRW)	합 계	249.5	259.8	263.9	269.7	276.1
		백화점	27.6	29.1	30.1	30.0	30.4
		대형마트	42.3	44.4	45.3	46.8	48.6
		슈퍼마켓	32.5	34.0	35.8	36.4	37.3
		사이버쇼핑몰	15.9	18.4	20.0	22.2	25.4
		홈쇼핑	9.3	10.1	10.7	11.1	11.5
	성장률 (YoY, %)	합 계	8.3%	4.1%	1.6%	2.2%	2.4%
		백화점	11.3%	5.4%	3.4%	-0.3%	1.3%
		대형마트	10.7%	5.0%	2.0%	3.3%	3.8%
		슈퍼마켓	8.7%	4.6%	5.3%	1.7%	2.3%
		사이버쇼핑몰	8.9%	15.7%	8.7%	11.0%	14.3%
홈쇼핑	22.4%	8.6%	5.9%	3.7%	3.2%		

Source: 대한상공회의소, 한국은행

I. 시장 전망

- ✓ 홈쇼핑은 유통시장內 비중을 높여가며 상대적으로 높은 성장세 시현 전망
- ✓ 홈쇼핑 시장 규모 2011년 9.3조 → 2015년 11.5조, CAGR 5.5% 기록

그림1. 국내 홈쇼핑 산업 규모



Source: 대한상공회의소



II. 국내 실적 현황(1Q15Y)

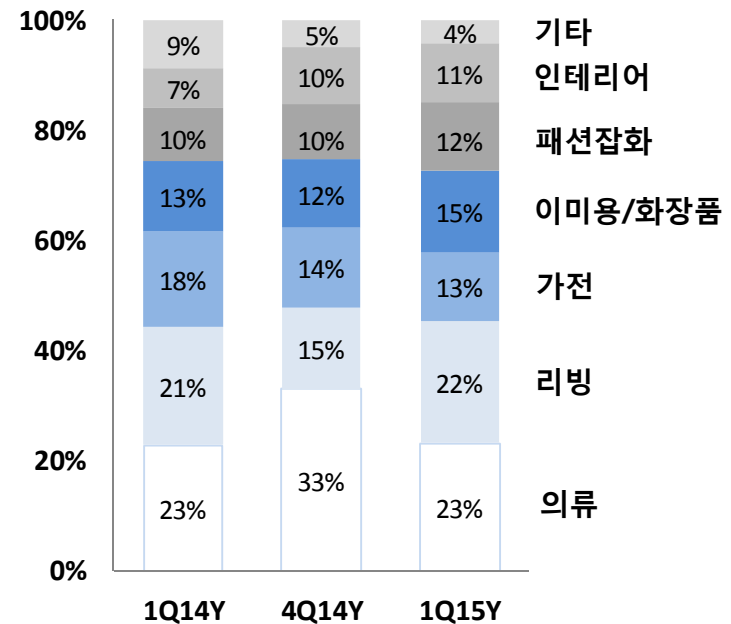
- ✓ 저마진 인터넷 상품 축소로 전년比 취급고는 감소했으나 TV상품 취급고는 성장 지속 ; TV상품은 인터넷 채널 판매 증가로 성장 지속
- ✓ 시장 트렌드 반영한 상품 포트폴리오 조정으로 인테리어/이미용/패션잡화 카테고리 증가 ; 전년동기比 인테리어 +4%p. , 이미용/화장품 +2%p. , 패션잡화 +2%p.

표2. 채널별 취급고

	1Q14Y	4Q14Y	1Q15Y	YoY	QoQ
취급고	7,827	8,460	7,726	-1.3%	-8.7%
- TV	4,498	4,818	4,470	-0.6%	-7.2%
- e-Commerce	2,998	3,341	2,927	-2.4%	-12.4%
(Mobile)	1,453	1,884	1,642	13.0%	-12.8%
- Catalogue	200	152	146	-27.0%	-3.7%
- 기타	131	149	183	40.0%	22.7%

Source: 회사 자료

그림3. 상품 포트폴리오



Source: 회사 자료

II. 국내 실적 현황(1Q15Y)

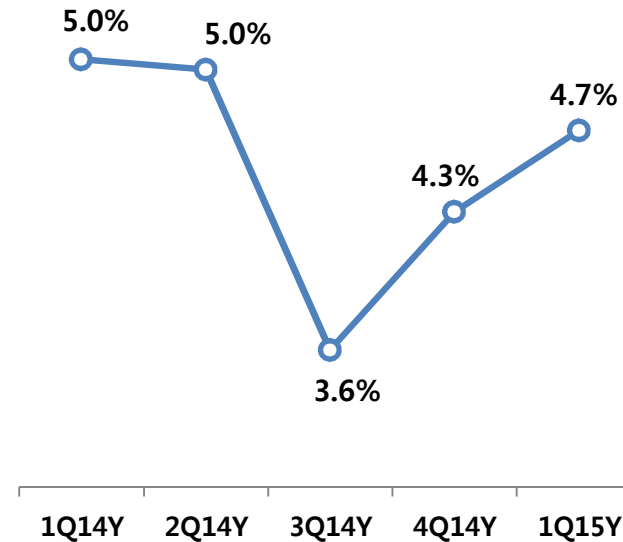
- ✓ 직매입 상품 축소로 매출액 감소
- ✓ e-Commerce 수익성 개선 불구 미래 성장을 위한 先투자 진행으로 영업이익 감소
 - ; TV고객 중심의 App 다운로드 마케팅 비용 증가(+25억)
 - ; IT투자 증가 등으로 감가상각비 증가(+8억)

표3. 1분기 손익

	1Q14Y	4Q14Y	1Q15Y	YoY	QoQ
매출액	3,283	3,291	2,843	-13.4%	-13.6%
매출총이익	2,342	2,618	2,405	2.7%	-8.1%
판매관리비	1,950	2,255	2,044	4.8%	-9.3%
영업이익	392	363	361	-7.9%	-0.6%
영업외손익	11	-51	-31	-	-
세전이익	402	311	330	-17.9%	6.0%
당기순이익	308	244	240	-22.2%	-1.7%

Source: 회사 자료

그림4. 영업이익률(취급고비)



Source: 회사 자료

III. 해외 실적 현황

- ✓ 1Q15Y 누적 지분법 손익 흑자 기조 유지
; 시장 성장 잠재력이 큰 인도 SHOP CJ의 경쟁 비용 증가 등으로 전체 지분법 손익 규모 축소
- ✓ 시장 규모가 큰 중남미 국가 등 진출 계획

표4. 해외 계열사 실적 현황

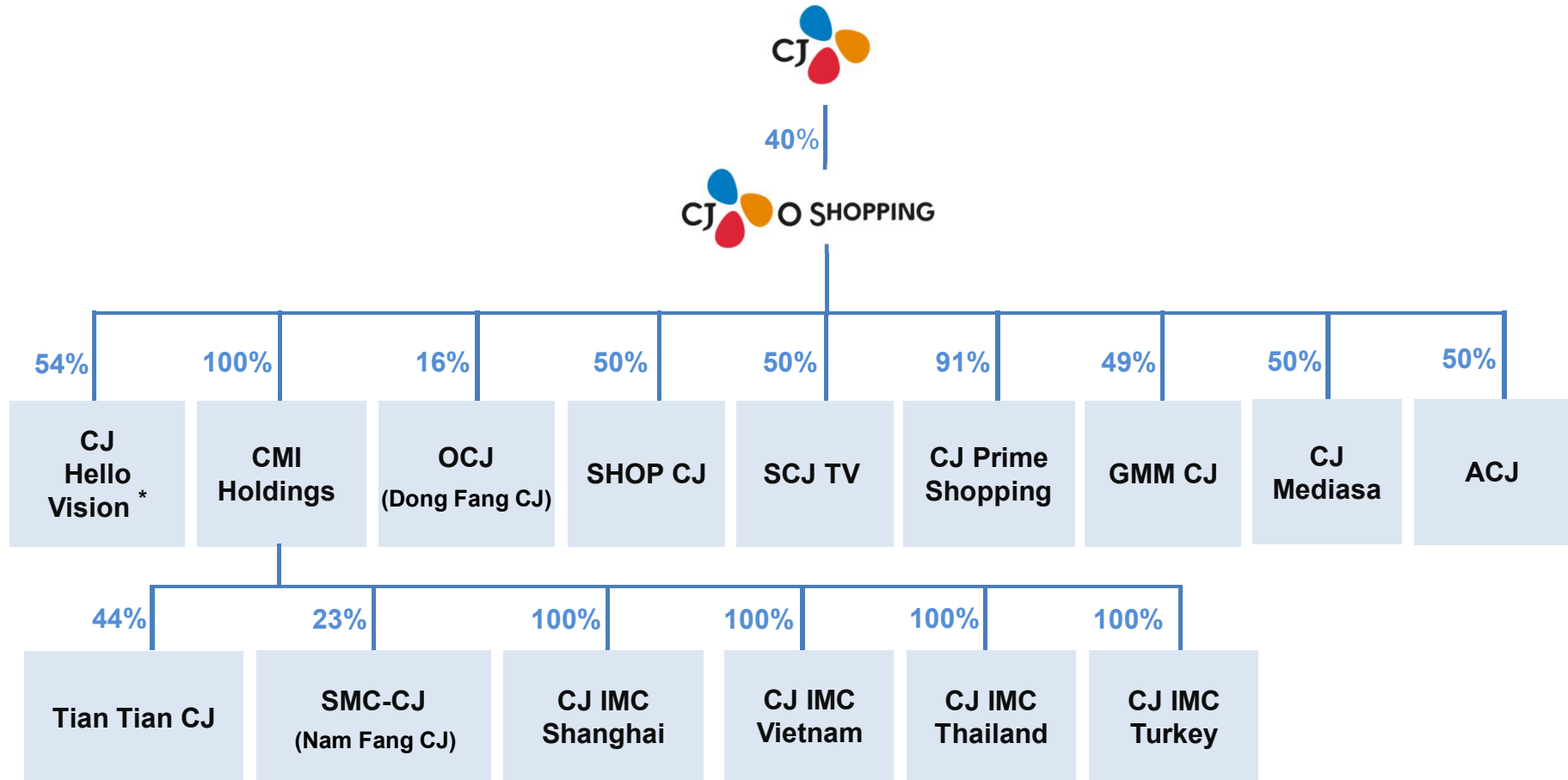
(억원)

계열사	지역	지분율 (%)	순이익		지분법손익	
			1Q14Y	1Q15Y	1Q14Y	1Q15Y
Dong Fang CJ	중국(상해)	15.84	191	177	30	28
Tian Tian CJ	중국(톈진)	44.0	19	11	9	5
Nam Fang CJ	중국(광저우)	23.0	(8)	(1)	(2)	(0)
SHOP CJ *	인도	50.0	(20)	(42)	(10)	(21)
CJ Prime Shopping	일본	90.73	(5)	(2)	연결대상	
SCJ TV	베트남	50.0	(1)	2	(0)	1
CJ Mediasa Shopping	터키	50.0	(10)	(12)	(5)	(6)
CJ Mediasa TV	터키	50.0	(3)	(0)	(1)	(0)
GMM CJ	태국	49.0	(6)	(3)	(3)	(1)
ACJ	필리핀	50.0	(2)	1	(1)	1
CJ IMC (합계)	중국, 베트남, 태국, 터키	100.0	(10)	(8)	연결대상	
CMI Holdings	홍콩	100.0	(1)	(1)	연결대상	
합 계			146	123	17	6

Source: 회사 자료, 참고: STAR CJ의 사명이 SHOP CJ로 변경되었음



IV. 지분도(주요 계열사 기준)



➢ 2015년 3월 말 기준

* CJ헬로비전은 KOSPI에 상장된 회사로서, 시가총액은 9,565억 (2015년 3월 말 기준)



V. 별첨 1

✓ 현금성 자산

	Number of Shares	Price	Value
	(주)	(원)	(억원)
자사주	186,320	229,100	427
삼성생명	1,000,000	96,700	967
KT스카이라이프	120,000	18,500	22
현대HCN	82,500	4,930	4
기타 *	-	-	149
합 계			1,569

➢ 2015년 3월 말 기준

* 공정가치 또는 순자산가치 기준

V. 별첨 2

✓ 주식 및 주주현황

구 분	내 용
발행주식수(보통주)	6,207,268
시가총액(억원)	14,221
배당금(원)	2,500
배당수익률	0.9%
배당성향	15.0%
신용등급	AA-

주 주 명	지분율
CJ(주)	40.1%
이재현	0.3%
(주)CJ 오쇼핑	3.0%
국민연금공단	8.3%
외국인	24.4%

- 2015년 3월 말 기준
- 국민연금의 지분율은 가장 최근 공시 기준
- Source: 사업보고서, 한신평

V. 별첨 3

✓ 재무상태표

	(억원)			
	별도		연결	
	2013	2014	2013	2014
유동자산	3,323	3,587	7,712	8,025
비유동자산	8,046	8,194	22,597	23,511
자산총계	11,369	11,781	30,309	31,537
유동부채	4,539	3,718	9,161	9,073
비유동부채	1,158	1,673	9,457	9,800
부채총계	5,697	5,391	18,618	18,873
자본금	310	310	310	310
이익잉여금	6,075	5,194	8,349	7,387
자본총계	5,672	6,390	11,692	12,664