
DAUM COMMUNICATIONS

- 2005년 3분기 실적발표 -

2005년 11월 9일

(주) 다음커뮤니케이션 IR팀

◆ 총 연결 실적

2005년 3분기에는 총 연결 매출이 전년동기 대비 48.7%, 전분기 대비 5.0% 증가한 1,120억원을 달성하여 꾸준한 성장을 이어갔습니다. 3분기는 계절적으로 비수기임에도 불구하고 전 사업부문의 매출이 소폭 성장하였습니다.

다음 미디어 부문이 전년 대비 1.8%, 전분기 대비 2.6% 증가한 374억원, 다음 커머스는 전년 대비 34.2%, 전분기 대비 4.2% 증가한 208억원, 다음 파이낸스는 전년 대비 73.8%, 전분기 대비 9.6% 증가한 402억원, 다음 글로벌 부문이 전분기 대비 0.1% 증가한 137억원을 기록하였습니다. 이로써 저희 다음은 2005년 3분기 누적 연결거래총액 7,371억원과 누적 연결매출 3,147억원을 기록하였습니다.

3분기 매출 증가에도 불구하고, 마케팅 비용 및 일회성 비용의 증가로 총 연결 영업이익은 15억원의 적자를 기록하였습니다. 최근 마켓플레이스 사업을 중심으로 온라인쇼핑 산업의 경쟁이 심화되고 있는 가운데, 다음 커머스 부문의 마케팅 비용이 큰 폭으로 증가하였습니다. 다음 미디어 부문의 일시적인 사업준비금의 증가와 다음 글로벌 부문의 구조조정으로 인한 일회성 비용 상승도 3분기 총 연결 영업손실 발생의 주요 원인이 되었습니다.

4분기에는 검색부분 마케팅 강화와 커머스 부문의 마케팅 비용 집행의 지속에 따라, 3분기 대비 총 마케팅 비용이 증가할 것으로 예상됩니다. 그러나, 계절적 성수기인 4분기에는 3분기 대비 매출 및 매출총이익 성장률이 상승할 것으로 예상되어 총 연결 영업이익의 개선이 예상됩니다.

2005년 3분기 연결재무실적

- 매출액 전년동기 대비 48.7% 증가, 전분기 대비 5.0% 증가한 1,120억원
- 영업손실 15억원
- EBITDA 전년동기 대비 47.2% 감소, 전분기 대비 35.7% 감소한 69억원
- 상기 2005년 3분기 실적은 당사와 당사의 10개 자회사의 연결실적에 대한 추정치이며 회계감사(검토) 후의 확정치는 변경될 수 있습니다.
- 해외부문의 실적은 US GAAP 기준이며, 국내부문의 실적은 K GAAP 기준입니다.
- 상기 금융사업부문 중 다음다이렉트의 매출은 금융감독원 보고기준이 아닌 실제 회계처리 기준을 적용하였습니다.

- 연결대상에서 제외된 플렉서스와 커리어다음은 동등한 기준에서의 비교를 위해 과거실적도 이들 2개사를 제외하여 작성하였습니다.
- 2005년 1분기에 뉴미디어 부문에서 분사한 다음FN은, 비교가능성을 위해 과거 실적도 뉴파인낸스로 분리하여 동등한 기준에서 비교를 하였습니다.

◆ 부문별 실적

다음 미디어

다음 미디어 부문의 3분기 매출액은 전년동기 대비 1.8%, 전분기 대비 2.6% 성장한 374억 원을 기록하였습니다. 이번 분기에는 계절적 영향에 따라 온라인광고 매출은 소폭 감소하였으나 기타 포털 매출이 증가하면서 다음미디어 부문의 총 매출이 성장하였습니다.

배너광고 매출은 전분기 대비 약4% 감소한 162억원을 기록하였습니다. 계절적 비수기 요인이 마이너스 성장에 영향을 주었고, 서비스 강화 목적의 6월 초기화면 개편의 결과로 텍스트광고용 인벤토리가 축소됨에 따라 배너광고 매출이 일시적으로 감소하였습니다. 다음은 대형 광고주를 중심으로 온라인 브랜딩이라는 새로운 수요 창출을 시도하고 있습니다. 또한, 다음의 최대 강점인 로그인 플랫폼을 기반으로 한 TMP(Target Market Project)를 통해 경쟁사와의 차별화를 꾀하고 있으며 이번 분기에 런칭한 지역별 맞춤형 배너광고 '타운즈'가 좋은 예입니다.

검색광고 매출도 전분기 대비 약 2% 감소한 143억원의 매출을 기록하였습니다. 4분기 자체 CPC검색상품의 론칭을 위해 기존 CPM 상품인 파워사이트의 신규광고수주를 7월부터 제한하였고 이에 따라 CPM상품 매출이 감소된 것이 주요 매출감소 사유입니다. 향후 신규 론칭된 자체 CPC 매출이 증가하면서 검색광고 매출은 다시 성장세로 회복될 것으로 예상됩니다. 또한, 최근 들어 다음카페와 연계한 신지식검색이 사용자로부터 좋은 반응을 보이고 있는 가운데 검색 퀄리티가 꾸준히 향상됨에 따라 지속적인 성장이 예상되고 있습니다.

그러나, 온라인 광고 매출의 부진에도 불구하고 3분기에 상품권 매출과 게임 매출 등 기타 포털 매출이 증가하며 부문 매출 성장에 기여하였습니다.

다음 미디어 부문의 영업이익은 전년동기 대비 7.6% 증가, 전분기 대비 5.8% 감소한 92억 원을 기록하였습니다. 9월 시작된 상품권 사업의 확장과 관련하여 일회성 채널비용인 상품권 할인비용이 약 8억원 발생하였습니다. 그러나, 매출 발생 일부가 4분기인 10월 이후로 이연되어 부문 영업이익 감소에 영향을 미쳤습니다.

3분기에는 상품권 매출과 비용이 다음 미디어 부문 실적에 포함되었으나 매출이 더욱 늘어날 것으로 예상되는 4분기부터는 상품권 사업 실적을 사업관련성이 높은 다음 커머스 부문에 포함시켜 발표할 예정입니다.

다음 미디어 부문의 EBITDA는 전년동기 대비 6.9% 증가, 전분기 대비 5.7% 감소한 136억 원을 기록하였습니다.

다음 커머스

다음 커머스 부문의 3분기 매출액은 전년동기 대비 34.2%, 전분기 대비 4.2% 성장한 208억 원을 기록하였습니다. 이번 분기 다음 커머스 부문의 성장은 계절적 요인에도 불구하고 온라인 마켓플레이스 다음온켓의 매출이 전분기 대비 96.0% 성장한 16억 원을 기록한 것이 주요한 원인이 되었습니다. d&shop의 매출은 전년동기 대비 25.6% 증가, 전분기 대비 0.8% 증가한 155억 원을 기록하여, 비수기 매출 정체현상을 보였습니다. 상품총거래금액인 GMS 기준으로는 전년동기 대비 48.1%, 전분기 대비 3.9% 증가한 1,697억 원을 달성하였습니다.

전략적 성장동력인 다음온켓의 매출 성장 요인은 상품 수요측면에서는 다음 플랫폼의 풍부한 고객 접점의 활용, 상품 공급측면에서는 파워 셀러들의 적극적 유치를 통한 우수하고 저렴한 상품의 신속하고 다양한 공급으로 요약됩니다. 실제로 다음온켓에서 구매를 한 Active user가 75만명으로 전분기 대비 69% 증가하였습니다. 상품 등록자는 전분기 대비 16% 증가한 17,832명, 등록 상품수는 전분기 대비 77% 증가한 66만5천개를 기록하여 공급측면의 경쟁력도 지속적으로 향상되고 있습니다. d&shop은 마켓플레이스 모델과의 경쟁에서 우위를 확보하기 위하여 머천다이징 기능 강화를 통한 상품 구색의 차별화, 핵심고객 로열티 프로그램의 강화, 배송서비스의 개선 등의 서비스 전략을 취하고 있습니다.

다음 커머스 부문의 영업이익은 제휴 마케팅 활동, 할인쿠폰 발행 등 다양한 마케팅 및 프로모션 이벤트의 진행에 따른 마케팅 비용의 증가가 주요 원인이 되어 부문 영업손실이 전분기 대비 23억원 증가한 27억 원을 기록하였습니다.

다음 커머스 부문의 3분기 EBITDA는 16억원의 적자를 기록하였습니다.

다음 파이낸스

다음 파이낸스 부문의 3분기 매출액은 전년 동기대비 73.8%, 전분기 대비 9.6% 성장한 402억 원을 기록하였고 부문 매출 비중의 대부분을 차지하는 다음다이렉트 자동차보험이 389억원의 매출을 기록하며 계절적 비수기임에도 불구하고 전년 동기 대비 73.7%, 전분기

대비 9.1% 성장하였습니다.

최근 삼성을 제외한 모든 오프라인 보험사가 온라인 시장에 진출함으로써 경쟁이 심화되고 있습니다. 그러나, 기존 대형사업자의 온라인 시장 진출은 온라인 시장의 성장을 오히려 빠른 속도로 증가시키는 측면도 있습니다. 3분기 온라인 보험시장은 전분기 대비 18.6% 성장하며 전체 자동차 보험시장 내 점유율을 2분기 8.7%에서 3분기 10.1%로 끌어 올렸습니다. 다음은 강력하고 비용 효율적인 다음 포털 플랫폼을 이용한 신규고객 확보 마케팅, 최근 출시된 다음다이렉트 제휴카드를 통한 가입고객 유지전략 등 다양한 마케팅 활동으로 3분기에 업계 2위 자리를 굳건히 지켰습니다.

다음 파이낸스 부문의 영업손실은 전년동기 대비 1억원, 전분기 대비 2억원 감소한 14억원의 영업손실을 기록하였습니다. 다음다이렉트 자동차보험의 손익은 원수보험료의 증대와 마케팅 비용의 감소로 지난분기 19억원의 영업손실에서 3분기 15억원의 영업손실을 기록하며 지속적인 손익 개선을 이루어 내었습니다.

다음 파이낸스 부문의 이번 분기 EBITDA는 전분기 11억원에서 8억원으로 적자가 지속적으로 감소하고 있습니다.

다음 글로벌

다음 글로벌 부문의 3분기 매출액은 전분기 대비 0.1% 증가한 137억원을 기록하였습니다. 이 중 라이코스가 전분기 대비 매출액이 0.5% 증가한 133억원을 기록하였습니다.

다음 글로벌 부문의 영업손실은 전분기 대비 8억원 증가한 66억원을 기록하였습니다. 다음 글로벌 부문의 손익 악화는 라이코스의 구조조정 과정에서 발생한 일시적인 IT인프라 비용 증가가 주요 원인이었습니다.

다음 글로벌 부문의 EBITDA는 이번 분기 43억원의 손실을 기록하였습니다.

◆ 2005년 4분기 전망

2005년 4분기에는 3분기 대비 매출 성장세가 향상될 것으로 예상되며, 이에 따라 손익 측면에서도 총 연결 영업이익의 개선이 있을 것으로 예상됩니다.

광고 매출이 재성장하면서 다음 미디어 부문의 이익이 증가할 것으로 예상됩니다. 다음 파이낸스 부문 역시 현재의 매출 성장세를 이어가면서 손익개선에 공헌할 것으로 예상됩니다.

다음 글로벌 부문은 4분기에는 그간 추진된 구조조정 효과의 효과가 점차 반영되면서 비용이 다시 감소세로 돌아 설 것으로 예상됩니다.

다음 커머스 부문은 온라인쇼핑 산업의 치열한 경쟁으로 인한 마케팅 비용증가와 성장세에 있는 다음 온켓의 적극적 마케팅비용 집행으로 인하여 다음 분기 손익개선이 어려울 것으로 예상됩니다.

◆ 다음 커뮤니케이션 2005년 3분기 실적

2005년 3분기 다음커뮤니케이션 재무실적

- 매출액 전년동기 대비 5.1% 증가, 전분기 대비 1.9% 증가한 520억원
- 매출총이익 전년동기 대비 5.8% 감소, 전분기 대비 5.3% 감소한 260억원
- 영업이익 전년동기 대비 12.3% 감소, 전분기 대비 20.9% 감소한 88억원
- EBITDA 전년동기 대비 10.6% 감소, 전분기 대비 16.5% 감소한 137억원
- 경상손실 92억원
- 당기순손실 112억원

감사합니다.

표1. [연결실적요약]

(단위:백만원)

| 과 목 | | 3Q 05 | 2Q 05 | 3Q 04 | QoQ (%) | YoY (%) |
|--------------------|---------|----------------|----------------|---------------|---------------|---------------|
| 매 출 액 | | 112,047 | 106,724 | 75,356 | 5.0 | 48.7 |
| 국내 | 다음 미디어 | 37,409 | 36,461 | 36,753 | 2.6 | 1.8 |
| | 다음 커머스 | 20,792 | 19,952 | 15,490 | 4.2 | 34.2 |
| | 다음 파이낸스 | 40,165 | 36,642 | 23,114 | 9.6 | 73.8 |
| 해외 | 다음 글로벌 | 13,681 | 13,668 | - | 0.1 | - |
| 영 업 이 익 | | (1,509) | 1,917 | 6,907 | | |
| 국내 | 다음 미디어 | 9,211 | 9,775 | 8,559 | (5.8) | 7.6 |
| | 다음 커머스 | (2,749) | (401) | (149) | 586.1 | 1748.9 |
| | 다음 파이낸스 | (1,399) | (1,630) | (1,503) | (14.1) | (6.9) |
| 해외 | 다음 글로벌 | (6,571) | (5,827) | - | 12.8 | - |
| E B I T D A | | 6,913 | 10,747 | 13,091 | (35.7) | (47.2) |
| 국내 | 다음 미디어 | 13,599 | 14,424 | 12,720 | (5.7) | 6.9 |
| | 다음 커머스 | (1,589) | 915 | 1,198 | | |
| | 다음 파이낸스 | (816) | (1,080) | (827) | (24.5) | (1.3) |
| 해외 | 다음 글로벌 | (4,281) | (3,512) | - | 21.9 | - |

표2. [부문별 경영지표]

| | 3Q05 | 2Q05 | 3Q04 | QoQ | YoY |
|----------------------|---------|---------|---------|--------|--------|
| 다음 미디어 | | | | | |
| 카페 수 (천개) | 5,972 | 5,824 | 5,175 | 2.5% | 15.4% |
| 카페월평균PV (억) | 94.5 | 90.4 | 85.6 | 4.5% | 10.4% |
| 메일월평균PV (억) | 28.9 | 31.7 | 27.0 | -8.8% | 7.0% |
| 뉴스월평균PV (억) | 34.3 | 35.2 | 21.5 | -2.6% | 59.5% |
| 부문 직원수 (정직원) | 831 | 805 | NA | 3.2% | |
| 다음 커머스 | | | | | |
| d&shop | | | | | |
| GMS(백만원) | 110,797 | 126,369 | 100,398 | -12.3% | 10.4% |
| 구매건수(천) | 2,320 | 2,403 | 2,068 | -3.5% | 12.2% |
| Unique 구매고객수(천명) | 1,248 | 1,246 | 1,125 | 0.2% | 10.9% |
| 인당 구매회수 | 1.86 | 1.93 | 1.84 | -3.6% | 1.1% |
| 객단가 (원) | 47,623 | 52,333 | 48,545 | -9.0% | -1.9% |
| 월평균 구매자수 (천명) | 542 | 565 | 483 | -4.1% | 12.2% |
| 월평균최초구매자수 (천명) | 82 | 90 | 99 | -8.9% | -17.2% |
| 구매전환율(구매자/UV) | 7.26 | 7.76 | 7.03 | -0.8% | 3.3% |
| 다음 온켓 | | | | | |
| GMS(백만원) | 36,841 | 19,140 | - | 92.5% | |
| Active Users | 750,962 | 445,038 | | 68.7% | |
| 등록상품수 | 665,909 | 375,968 | - | 77.1% | |
| 체결 거래건수 | 994,661 | 589,928 | | 68.6% | |
| 부문 직원수 (정직원) | 254 | 230 | NA | 10.4% | |
| 다음 파이낸스 | | | | | |
| 원수보험료(억원) | 286 | 268 | 179 | 6.7% | 59.8% |
| 신규계약건수(건) | 41,856 | 40,123 | 37,016 | 4.3% | 13.1% |
| Direct시장 M/S(%) | 10.1 | 8.7 | 6.9 | 16.1% | 46.4% |
| Direct시장 내 다음 M/S(%) | 12.9 | 14.3 | 12.0 | -9.8% | 7.5% |
| 부문 직원수 (정직원) | 128 | 112 | NA | 14.3% | |
| 다음 글로벌 | | | | | |
| Lycos 월평균UV(천) | 26,144 | 26,392 | | | |
| 부문 직원수 (정직원) | 259 | 281 | NA | -7.8% | |

표3. [다음커뮤니케이션 실적요약]

(단위:백만원)

| 과 목 | 3Q 05 | 2Q 05 | 3Q 04 | QoQ | YoY |
|------------------|----------|---------|---------|--------|--------|
| 매 출 | 51,968 | 50,985 | 49,452 | 1.9% | 5.1% |
| 온라인 광고 | 30,474 | 31,393 | 27,457 | -2.9% | 11.0% |
| 거래형 서비스 | 5,966 | 4,195 | 10,339 | 42.2% | -38.1% |
| 온라인 쇼핑 | 15,527 | 15,396 | 12,358 | 0.8% | 25.6% |
| 거래액 | 110,797 | 126,369 | 100,398 | -12.3% | 10.4% |
| 매 출 원 가 | 26,000 | 23,561 | 21,883 | 10.4% | 18.8% |
| 외주가공비 | 2,232 | 1,880 | 4,624 | 18.7% | -51.7% |
| 지급수수료 | 9,697 | 8,776 | 6,000 | 10.5% | 61.6% |
| 광고대행수수료 | 5,518 | 6,027 | 4,532 | -8.5% | 21.7% |
| 인건비 | 1,640 | 1,478 | 1,214 | 11.0% | 35.1% |
| 감가상각비 | 4,071 | 4,535 | 4,724 | -10.2% | -13.8% |
| 판매비와 관리비 | 17,180 | 16,315 | 17,555 | 5.3% | -2.1% |
| 마케팅비 | 5,046 | 3,994 | 4,774 | 26.3% | 5.7% |
| 인건비 | 5,159 | 5,078 | 4,101 | 1.6% | 25.8% |
| 지급수수료 | 1,944 | 1,734 | 2,726 | 12.1% | -28.7% |
| 감가상각비 | 872 | 793 | 622 | 10.0% | 40.3% |
| 영업이익 | 8,787 | 11,109 | 10,014 | -20.9% | -12.3% |
| 영업이익률(%) | 16.9 | 21.8 | 20.3 | - | - |
| 경상이익 | (9,156) | (2,322) | 2,889 | 294.2% | |
| EBITDA | 13,730 | 16,437 | 15,360 | -16.5% | -10.6% |
| EBITDA margin(%) | 26.4 | 32.2 | 31.1 | - | - |
| 당기순이익 | (11,185) | (5,321) | 2,120 | 110.2% | |

- ‘판매비와 관리비’의 ‘마케팅비’는 광고선전비와 판매수수료의 합계입니다.

표4. [다음커뮤니케이션 요약 대차대조표]

(단위: 백만원)

| | 3Q05 | 2Q05 | FY2004 |
|-------------|----------------|----------------|----------------|
| 유동자산 | 157,782 | 153,787 | 118,527 |
| 현금성 자산 | 64,892 | 63,905 | 50,594 |
| 고정자산 | 161,889 | 176,119 | 194,556 |
| CAPEX | 5,954 | 3,577 | 24,462 |
| 자산총계 | 319,671 | 329,906 | 313,083 |
| 유동부채 | 177,889 | 127,410 | 118,338 |
| 고정부채 | 59,291 | 110,493 | 85,785 |
| 부채총계 | 237,181 | 237,903 | 204,123 |
| 자본총계 | 82,490 | 92,003 | 108,960 |