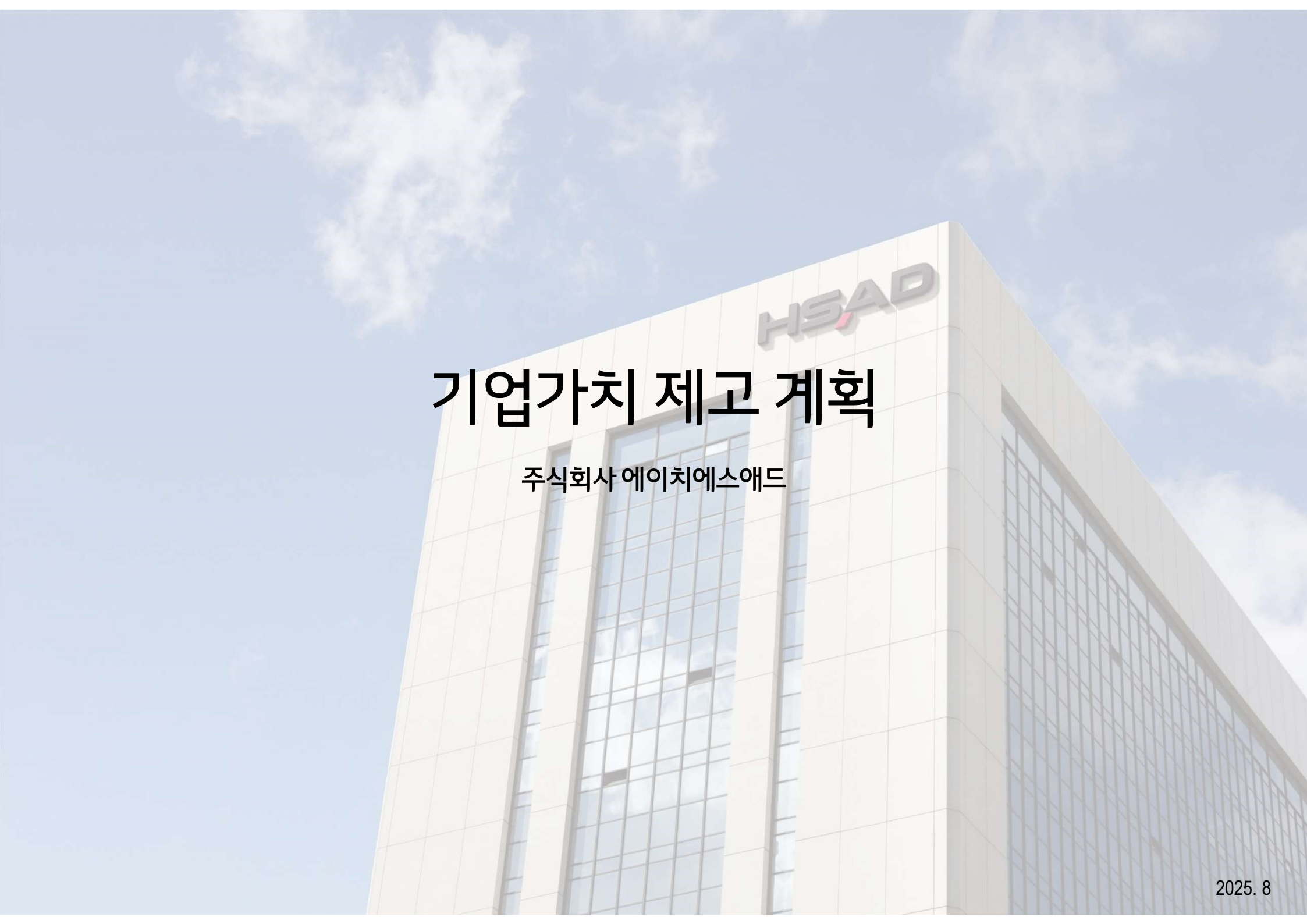




HSAD

기업가치 제고 계획

주식회사 에이치에스애드

Disclaimer

본 자료는 주식회사 에이치에스애드 (이하 '회사')의 기업가치 제고 계획 공시와 관련하여 투자자들에 대한 정보를 제공하기 위한 목적으로 회사에 의하여 작성된 것입니다.

본 자료에 기재된 정보에 대해서 별도의 독립적인 외부 평가 혹은 확인 과정을 거치지 아니하였습니다.

본 자료에 포함된 정보나 의견의 공정성, 정확성 또는 완결성과 관련해서는 회사는 어떠한 진술 및/또는 보장도 제공하지 아니합니다.

본 자료에 포함된 정보는 본 자료 제공일 현재를 기준으로 작성된 것이며, 본 자료 제공 당시의 상황에 따라 해석되어야 합니다.

본 자료에 제시 또는 포함된 정보는 별도의 통지 없이 변경될 수 있으며, 그러한 변경이 있다고 하더라도 본 자료가 자료 제공 이후의 중대한 변화를 반영하도록 수정 또는 보완되지 아니할 수 있습니다.

회사 및 계열회사, 그 임직원 및 자문사 등 회사와 관련된 어떠한 자도 고의 또는 과실 여부를 불문하고 회사의 주주 또는 투자자 등이 본 자료 및/또는 그 기재 내용을 이용함으로써 인하여 발생하거나 기타 본 자료와 관련하여 발생하는 어떠한 손해에 대해서도 민, 형사상 및 행정상의 책임을 일체 부담하지 아니합니다.

본 자료는 장래에 관한 회사의 예측을 반영하는 정보를 포함할 수 있는 바, 이러한 예측 정보는 회사가 통제할 수 없는 미래에 관한 가정들에 근거한 것으로서 관련 예측 정보에 의하여 예정된 바와 중대하게 다른 결과가 초래될 위험 및 불확실성이 있습니다. 회사는 예측정보와 관련하여 본 자료 제공 이후에 발생하는 결과 및 새로운 변경사항을 반영하도록 수정 또는 보완할 의무를 부담하지 아니합니다.

본 자료의 정보 중 일부는 외부자료에 근거하여 작성된 것으로 회사는 외부 자료에 대한 독립적인 확인 과정을 거치지 아니하였습니다. 따라서 회사는 외부자료의 정확성 또는 완결성과 관련하여 어떠한 진술 및/또는 보장도 제공하지 아니하며, 그러한 외부 자료는 위험 및 불확실성을 내포하고 있고, 다양한 요소에 따라 변동될 수 있습니다.

본 자료는 회사가 발행하는 증권의 모집 또는 매매를 위한 권유를 구성하지 아니하며 자료의 어떠한 내용도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없습니다.

Contents

1	기업 개요	<u>3</u>
2	현황 진단	<u>5</u>
3	목표 설정	<u>9</u>
4	계획 수립	<u>10</u>

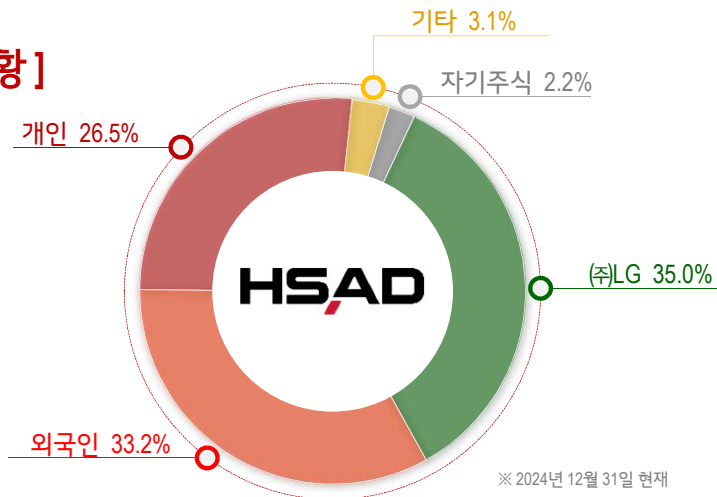
일반 현황

1. 기업 개요 | 2. 현황 진단 | 3. 목표 설정 | 4. 계획 수립

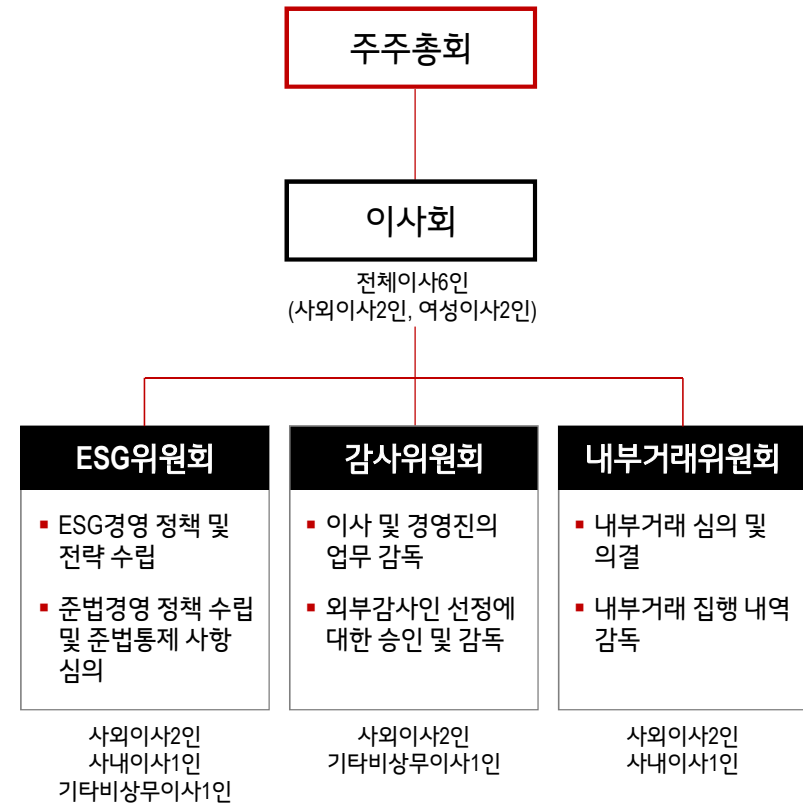
[기본 현황]

회사명	주식회사 에이치에스애드
본사	서울시 마포구 마포대로 155 LG마포빌딩
설립일	1984년 5월 30일
대표이사	박애리
사업분야	광고물 제작, 매체 집행
상장시장	유가증권시장 (1999년 8월 11일 상장)
발행주식수	보통주 16,567,409주
최대주주	(주)LG (지분율 35%)
시가총액	1,319억 (2025년 8월 12일 기준)

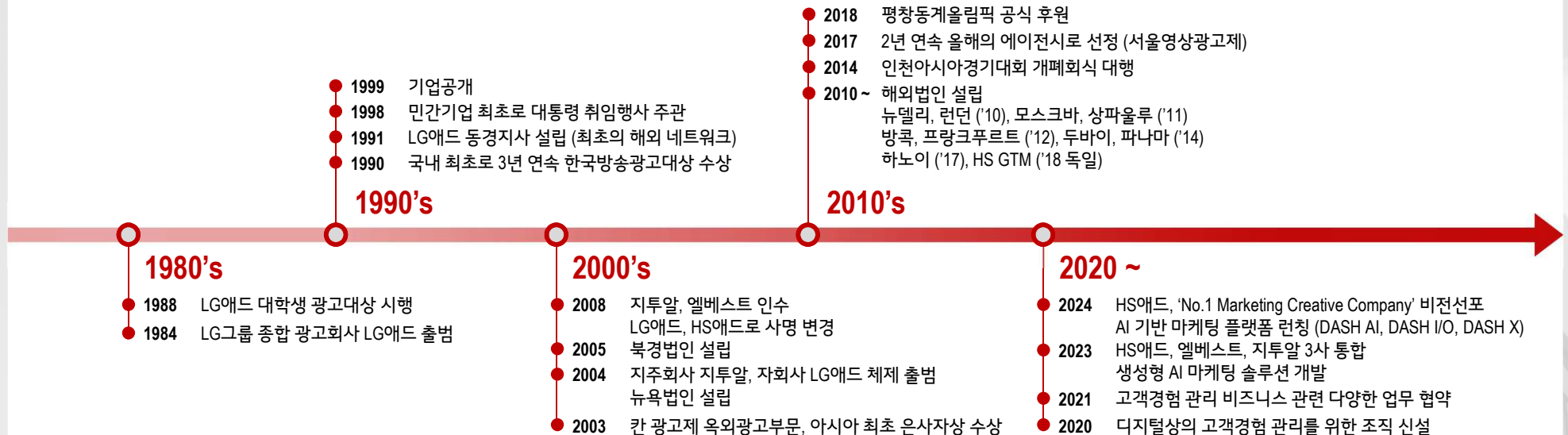
[주주 현황]



[지배 구조]

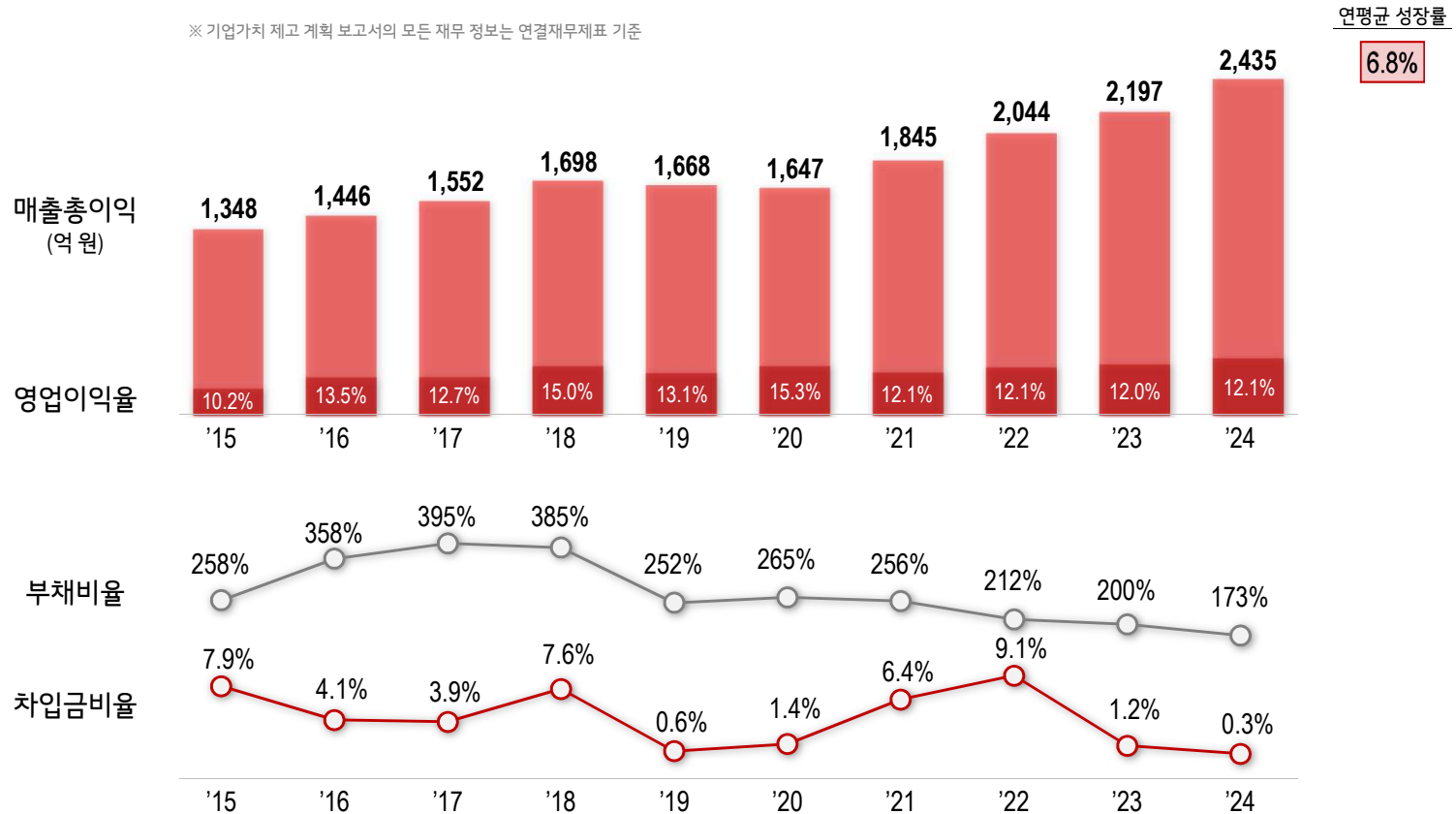


디지털시대의 광고회사를 넘어, 우리가 가진 **Storytelling**의 힘과 창의적인 방법론을 통해
차별적인 고객경험을 선사하는 **AX시대 No.1 Marketing Creative Company**를 지향

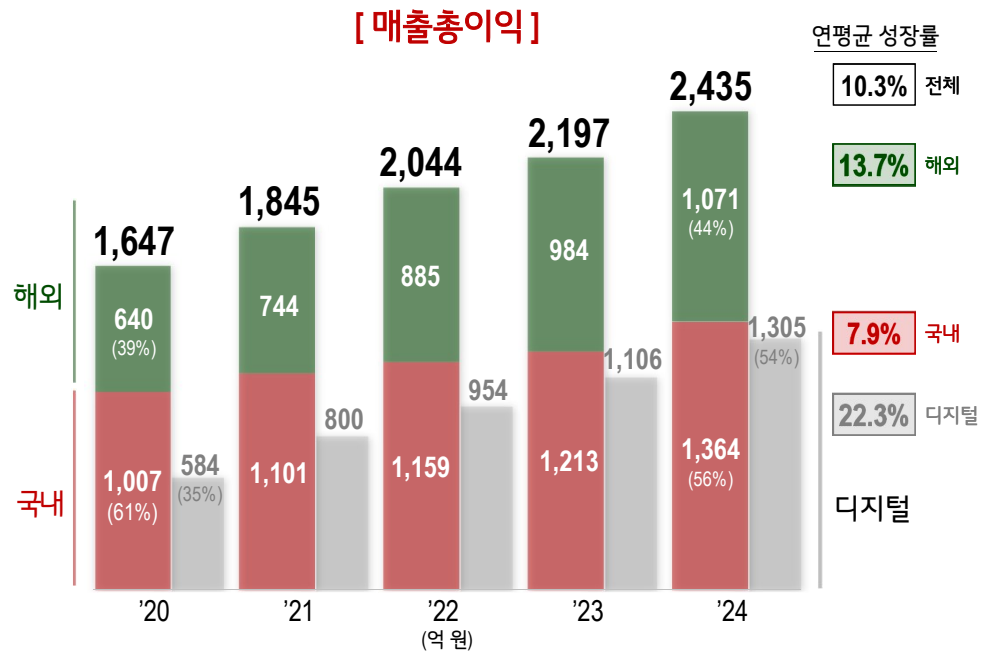


디지털 영역 성장 등을 통해 견고한 수익성 및 재무 안정성 확보

※ 기업가치 제고 계획 보고서의 모든 재무 정보는 연결재무제표 기준



디지털 중심 사업 전환 및 글로벌 수행 확대 통한 안정적인 성장 지속



- 디지털 영역은 연평균 성장률 22.3%로 꾸준히 확대
- '24년 매출총이익 54% 비중

- 해외는 리테일 외에 북미/유럽 중심으로 디지털 물량 확대

- 국내는 D2C¹⁾, IMC²⁾ 강화하여 안정적인 성장 기반 확보

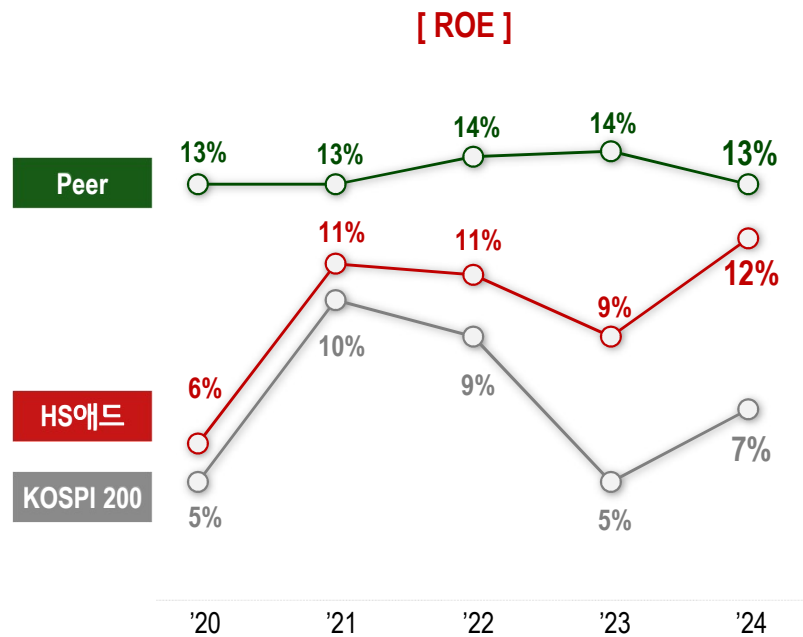
1) D2C (Direct to Consumer) : 중간 유통 단계 없이 소비자에게 직접 제품을 판매하고 소통하는 방식

2) IMC (Integrated Marketing Communications) : 다양한 고객접점에 일관되고 통합적인 커뮤니케이션을 통해 마케팅 효과를 극대화하는 방식

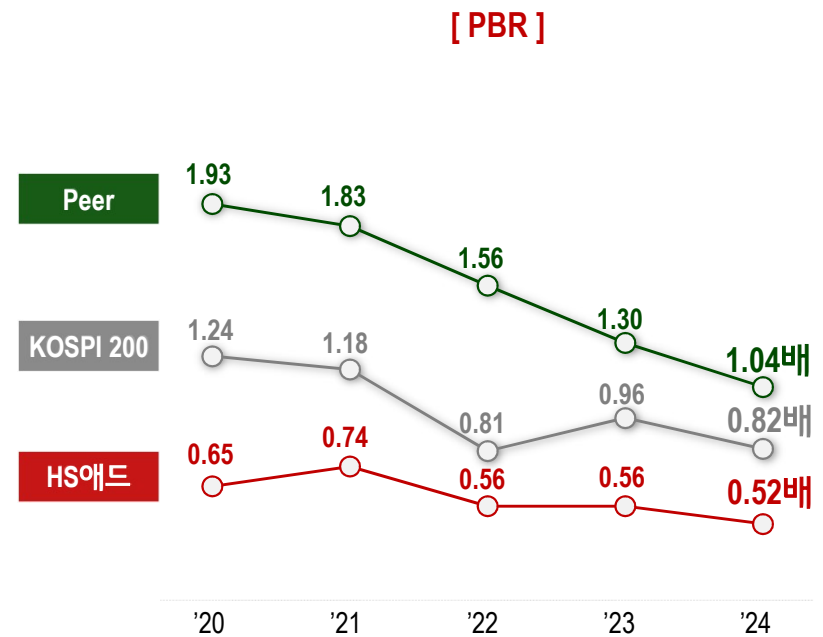
수익성 및 시장평가

1. 기업 개요 | 2. 현황 진단 | 3. 목표 설정 | 4. 계획 수립

수익성 제고를 통해 ROE 개선 중이며 PBR은 시장평균 대비 낮은 수준



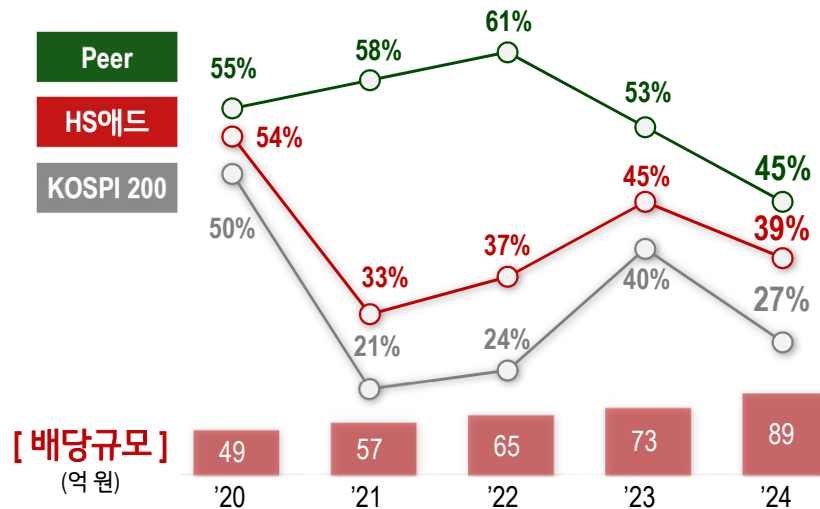
※ KOSPI 200 ROE : KOSIS 국가통계포털
Peer : 제일기획, 이노션



※ KOSPI 200 PBR : KOSIS 국가통계포털
Peer : 제일기획, 이노션

영업성과에 따라 지속적으로 배당규모 확대해왔으나 배당성향은 Peer 대비 낮은 수준

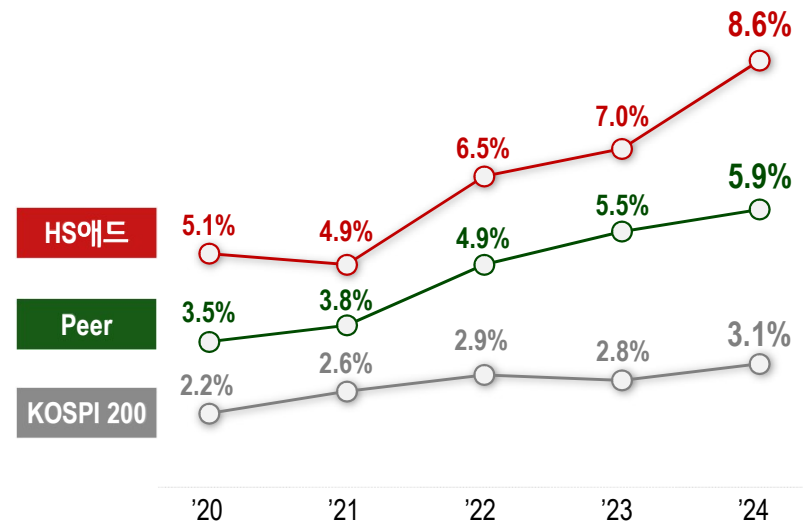
[배당성향]



[배당규모]
(억 원)

※ KOSPI 200 배당성향 : 미래에셋증권
Peer : 제일기획, 이노션

[시가배당율]



※ KOSPI 200 시가배당율 : 한국상장회사협의회
Peer : 제일기획, 이노션



■ 사업 포트폴리오 고도화

사업경쟁력 제고와 신규 수익 모델 발굴하여 포트폴리오를 다각화함으로써 지속 가능한 성장 기반 확보

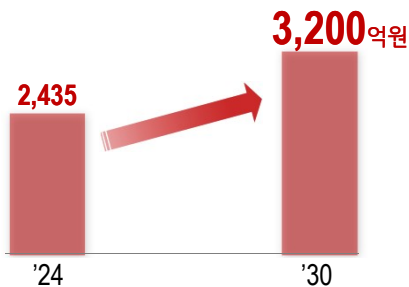
- Full Funnel 마케팅¹⁾ 역량 고도화 및 서비스 Coverage 지속 확대
- AI 기반 신규 수익 모델 발굴
 - 브랜드별 Agent 등 AI 솔루션 서비스 확대 등

■ 사업운영 개선을 통한 비용 효율화

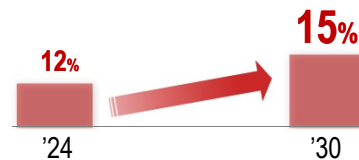
AI 기반 마케팅 솔루션 활용 및 비용 구조 효율화로 생산성 높은 사업 운영 방식 전환

- AI 기반 일하는 방식 전환
 - 인력 중심 서비스 구조에서 “솔루션+전문성(Human)” 구조 전환 등을 통한 인당 생산성 제고
- Alliance 활용 체계를 강화하여 내/외부 자원 배분 효율화

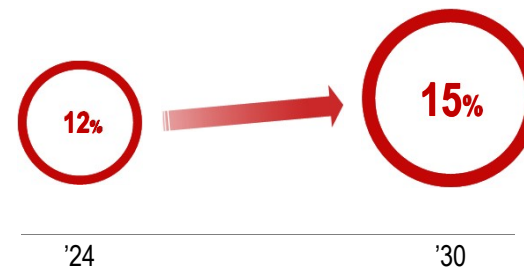
[매출총이익]



[영업이익률]



[ROE]



1) Full Funnel 마케팅 : 브랜딩(Upper) - 유입, 콘텐츠 제작/운영(Mid) - 퍼포먼스, 프로모션, 개인화 마케팅(Low funnel) 통합 운영하는 마케팅 체계

주주환원 확대 및 지배구조 개선

1. 기업 개요 | 2. 현황 진단 | 3. 목표 설정 | 4. 계획 수립

■ 배당규모의 전략적 확대

- 기본 배당성향 상향 및 전략적 추가 배당
 - 향후 3년간¹⁾ 연결재무제표 기준 당기순이익(일회성 비경상 이익 제외)의 50% 이상으로 상향 유지하고, 최종적으로 Peer 수준인 60% 수준 달성
 - 기본 배당성향 상향과 별개로, 그동안 축적한 재무성과를 재원으로 재무 건전성을 해치지 않는 범위 내에서 향후 3년간²⁾ 매년 주당 300원의 추가 배당 실시



- 중간배당 실시
 - '25년부터 정기 배당 외에 중간 배당 실시

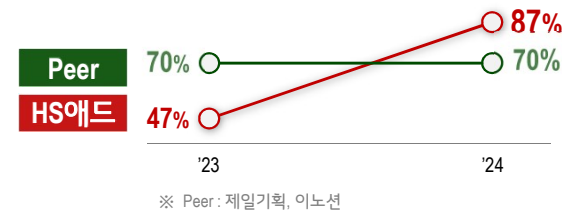
■ 자기주식 소각

- 보유 중인 자기주식 359,765주 (지분율 2.2%)를 '25년 내 전량 소각

1) 제 42기~제 44기, 2025~2027 회계연도, 2) 2026~2028년 배당지급 기준

■ 지배구조 핵심지표 준수를 유지

- '24년 기준 기업지배구조 핵심지표 준수를 경쟁사 상회



- 기업지배구조 핵심지표 준수율 현재 수준 유지 및 핵심지표 외 세부 항목 지속 점검 및 개선

■ 소통 강화

- 배당기준일 전 배당안 결의 공시 등 배당 예측가능성 제공 강화
- 분기, 연간 실적 등 정기 및 수시 공시
- 영문 공시 및 홈페이지 IR 정보 제공 활성화



HSAD

Heat of **S**torytelling, **A**rt of **D**ifference