롯데쇼핑 2019년 4분기 실적

2020. 2

LOTTE SHOPPING CO., LTD.
INVESTOR RELATIONS

LOTTE SHOPPING

Disclaimer

LOTTE SHOPPING

본 자료의 재무정보는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 따라 작성된 영업실적입니다.

본 자료의 2019년 4분기 실적은 외부감사인의 검토가 완료되지 않은 수치를 포함하고 있습니다.

이러한 수치는 검토과정에서 다양한 요인들에 의해 변경될 수 있습니다.

롯데쇼핑은 본 자료의 내용을 보완 및 수정할 책임이 없습니다.

Highlights FY19Q4

LOTTE SHOPPING

- **매출액 4분기 4조 3,248억원 (-1.7% YoY), 연간 17조 6,328억원 (-1.1% YoY)**
  - 국내 : [백화점] 겨울 의류 판매 저조 영향 기존점 매출 부진 / [할인점] 업태 부진 심화 및 비식품군 매출부진으로 기존점 하락
    - SSSG : (4Q) 백화점 -3.3% / 할인점 -6.5%, (FY19) 백화점 -1.4% / 할인점 -6.0%
  - 해외 : [백화점/할인점] 베트남, 인도네시아 사업 기존점 高신장세 지속
    - SSSG : (4Q) 백화점 -1.0% [중국 -7.7%, 인니 +1.8%, 베트남 +11.8%] / 할인점 +3.8% [인니 +3.3%, 베트남 +5.3%]
      (FY19) 백화점 +1.2% [중국 -4.8%, 인니 +3.5%, 베트남 +14.0%] / 할인점 +2.2% [인니 +0.9%, 베트남 +6.2%]
- **영업이익 4분기 436억원 (-51.8% YoY), 연간 4,279억원 (-28.3% YoY)**

  ※ 해외 감가상각 내용연수 변경에 따른 '19년 감가상각비 증가분 일시 반영 458억 및 리츠자산 취득세 786억 감안시 4분기 영업이익 1,680억
  - 국내 : [백화점] 고마진 상품군 중심 매출 부진으로 영업이익 소폭 감소 / [할인점] 기존점 매출 부진으로 영업 적자 소폭 확대
  - 해외 : [백화점] '18.4Q 중국 사업 효율화에 따른 일회성 비용('18.4Q 466억) 반영 기저 효과로 영업 적자 대폭 개선

    [할인점] 베트남 및 인니소매 감가상각비 내용연수 변경에 따라 '19년 감가상각비 증가분 일시 적용으로 적자 전환
- **당기순손익 4분기 -10,164억원 (전년 -4,492억원 比 적자확대), 연간 -8,536억원 (전년 -4,650억원 比 적자확대)**
  - '19년 손상차손 -13,713억 : 자산손상 -11,050억 (사용권자산 -9,353억 外), 영업권 -1,448억 (하이마트 -997억, 슈퍼 -406억 外) 外

    ※ 리스회계기준 적용('19. 1. 1)에 따라 발생한 사용권자산에 대한 손상차손 인식 (p.17 참조)

목 차

LOTTE SHOPPING

1. 2019년 4분기 경영실적

2. 2019년 4분기 사업부별 실적

3. 영업외손익

1. 2019년 4분기 경영실적

LOTTE SHOPPING

(단위 : 십억원)

	4Q 2018	4Q 2019	증감	2018	2019	증감
매출액	4,398	4,325	-1.7%	17,821	17,633	-1.1%
[총매출액]	6,133	6,000	-2.2%	24,082	23,684	-1.7%
영업이익	90	44 (168)	-51.8%	597	428 (585)	-28.3%
EBITDA	256	444	73.1%	1,263	1,862	47.4%
법인세차감전이익	-448	-1,350 (-290)	-	-94	-1,189 (-97)	-
계속사업손익	-460	-1,043 (-268)	-	-254	-921 (-113)	-
중단사업손익*	11	26	147.5%	-211	67	-
당기순이익	-449	-1,016 (-242)	-	-465	-854 (-46)	-

* 중국 할인점 폐점 및 철수에 따른 중단사업손익 분류

※ ( ) 일시적 손익 제거 금액 : 롯데인천개발㈜ 外 지분매입에 따른 간주취득세(3Q19, 330억), 리츠자산취득세(4Q19, 786억), 해외 감가상각비 증가분(4Q19, 458억), 리스자산손상 (4Q19, 9,353억)

※ 총매출액 = 매출액 + 특정매입원가 (일부 상품군에 한하여 매출과 원가를 총액으로 인식하는 방식)

※ 롯데쇼핑 K-IFRS 연결기준 대상 종속 회사 45개

2. 2019년 4분기 사업부별 실적

LOTTE SHOPPING

(단위 : 십억원)

	4Q 2018		4Q 2019		증감	2018		2019		증감
매출액	**4,398**	**(100.0%)**	**4,325**	**(100.0%)**	**-1.7%**	**17,821**	**(100.0%)**	**17,633**	**(100.0%)**	**-1.1%**
백화점	894	(20.3%)	866	(20.0%)	-3.1%	3,232	(18.1%)	3,130	(17.8%)	-3.1%
할인점	1,498	(34.1%)	1,474	(34.1%)	-1.6%	6,317	(35.4%)	6,331	(35.9%)	0.2%
전자제품전문점	960	(21.8%)	935	(21.6%)	-2.6%	4,113	(23.1%)	4,026	(22.8%)	-2.1%
슈퍼	461	(10.5%)	438	(10.1%)	-5.1%	1,975	(11.1%)	1,861	(10.6%)	-5.8%
홈쇼핑	248	(5.6%)	280	(6.5%)	13.1%	909	(5.1%)	987	(5.6%)	8.6%
기타*	337	(7.7%)	332	(7.7%)	-1.5%	1,275	(7.2%)	1,297	(7.3%)	1.7%
총매출액	**6,133**	**(100.0%)**	**6,000**	**(100.0%)**	**-2.2%**	**24,082**	**(100.0%)**	**23,684**	**(100.0%)**	**-1.7%**
백화점	2,388	(38.9%)	2,316	(38.6%)	-3.0%	8,474	(35.2%)	8,276	(34.9%)	-2.3%
할인점	1,703	(27.8%)	1,660	(27.7%)	-2.5%	7,170	(29.8%)	7,057	(29.8%)	-1.6%
전자제품전문점	960	(15.7%)	935	(15.6%)	-2.6%	4,113	(17.1%)	4,026	(17.0%)	-2.1%
슈퍼	491	(8.0%)	467	(7.8%)	-5.0%	2,099	(8.7%)	1,982	(8.4%)	-5.6%
홈쇼핑	253	(4.1%)	290	(4.8%)	14.8%	949	(3.9%)	1,043	(4.4%)	10.0%
기타*	337	(5.5%)	332	(5.5%)	-1.6%	1,277	(5.3%)	1,299	(5.5%)	1.7%
영업이익	**90**	**2.1%**	**44**	**1.0%**	**-51.8%**	**597**	**3.4%**	**428**	**2.4%**	**-28.3%**
백화점	136	15.2%	183	21.1%	34.5%	425	13.1%	519	16.6%	22.3%
할인점	-8	-	-23	-	-	8	0.1%	-25	-	-
전자제품전문점	13	1.4%	6	0.7%	-52.9%	186	4.5%	110	2.7%	-41.1%
슈퍼	-23	-	-43	-	-	-62	-	-104	-	-
홈쇼핑	26	10.5%	29	10.2%	10.0%	99	10.9%	120	12.2%	21.4%
기타*	-54	-	-109	-	-	-59	-	-193	-	-

* 기타 사업부 및 연결조정 포함된 금액

가. 백화점 사업부

(단위 : 십억원)

	4Q 2018		4Q 2019		증감	2018		2019		증감
매출액	**894**	(100.0%)	**866**	(100.0%)	**-3.1%**	**3,232**	(100.0%)	**3,130**	(100.0%)	**-3.1%**
국내	**867**	(97.0%)	**843**	(97.3%)	**-2.8%**	**3,120**	(96.5%)	**3,043**	(97.2%)	**-2.5%**
해외	**27**	(3.0%)	**23**	(2.7%)	**-14.0%**	**112**	(3.5%)	**88**	(2.8%)	**-21.4%**
중국	17	(1.9%)	11	(1.3%)	-35.6%	73	(2.2%)	46	(1.5%)	-36.2%
인도네시아	6	(0.7%)	7	(0.8%)	18.5%	23	(0.7%)	23	(0.7%)	0.4%
베트남	4	(0.5%)	5	(0.6%)	23.8%	16	(0.5%)	18	(0.6%)	13.7%
영업이익	**136**	15.2%	**183**	21.1%	**34.5%**	**425**	13.1%	**519**	16.6%	**22.3%**
국내	**196**	22.6%	**187**	22.2%	**-4.8%**	**534**	17.1%	**523**	17.2%	**-2.2%**
해외	**-61**	-	**-4**	-	**-**	**-110**	-	**-4**	-	**-**
중국	-60	-	-2	-	-	-104	-	1	1.4%	-
인도네시아	-1	-	-2	-	-	-3	-	-3	-	-
베트남	0	-	1	11.4%	-	-2	-	0	-	-
EBITDA	**207**	23.2%	**349**	40.3%	**68.5%**	**720**	22.3%	**1,154**	36.9%	**60.3%**
국내	**262**	30.3%	**344**	40.9%	**31.2%**	**800**	25.6%	**1,127**	37.0%	**40.8%**
해외	**-55**	-	**5**	21.5%	**-**	**-81**	-	**27**	31.3%	**-**
중국	-56	-	1	8.9%	-	-84	-	12	25.0%	-
인도네시아	0	5.7%	3	48.1%	-	0	0.5%	11	47.1%	-
베트남	1	17.0%	2	32.1%	133.8%	3	19.4%	6	33.3%	95.4%

※ 총 59店 ('19년말 기준) : 국내 53店 (아울렛 21店 포함), 해외 6店 (중국 2店, 인도네시아 1店, 베트남 2店, 러시아 1店) ※ 국내 위탁점 2店, 해외 지분법 대상 1店 (호치민店)은 위 실적에 미포함

국내 백화점 분석

▶ **국내 기존점 신장률 : -3.3% YoY (4Q) / -1.4% YoY (FY19)**
- 겨울 아우터 등 의류 판매 부진으로 매출 소폭 감소
- 해외패션 +17.5%, 생활가전 +5.1%,
  잡화 -2.2%, 식품 -2.8%, 남성스포츠 -8.2%, 여성패션 -11.0%

▶ **고마진 겨울 의류 중심 매출 부진으로 영업이익 소폭 감소**

해외 백화점 분석

▶ **해외 기존점 신장률 : -1.0% YoY (4Q) / +1.2% YoY (FY19)**
- 중국 -7.7%, 인도네시아 +1.8%, 베트남 +11.8%

▶ **중국 일회성 구조조정 비용 기저 효과 및 영업 종료 영향으로 해외 영업 적자 대폭 개선**
- 중국 '18.4Q 일회성 구조조정 비용 (466억) ※ '19.4Q 중국 백화점 충당금 환입 (+22억)
  ※ 영업종료 : 톈진 동마로점 ('18.12月), 톈진 문화중심점 ('19.3月), 웨이하이점 ('19.3月)
- 중국 잔여 2店 中 청두백화점 '19年 흑자전환 (-70억 → 29억, +99억)
- 인도네시아 백화점 감가상각 내용연수 변경에 따른 '19년 감가상각비 일시 증가분 32억

나. 할인점 사업부

(단위 : 십억원)

	4Q 2018		4Q 2019		증감	2018		2019		증감
매출액	**1,498**	(100.0%)	**1,474**	(100.0%)	**-1.6%**	**6,317**	(100.0%)	**6,331**	(100.0%)	**0.2%**
국내	**1,176**	(78.5%)	**1,158**	(78.5%)	**-1.6%**	**4,974**	(78.7%)	**4,868**	(76.9%)	**-2.1%**
해외	**322**	(21.5%)	**316**	(21.5%)	**-1.7%**	**1,343**	(21.3%)	**1,463**	(23.1%)	**8.9%**
인도네시아	251	(16.7%)	230	(15.6%)	-8.2%	1,060	(16.8%)	1,120	(17.7%)	5.6%
도매	203	(13.5%)	195	(13.2%)	-3.9%	850	(13.5%)	908	(14.3%)	6.8%
소매	48	(3.2%)	35	(2.4%)	-26.3%	210	(3.3%)	211	(3.3%)	0.7%
베트남	71	(4.8%)	86	(5.8%)	21.0%	283	(4.5%)	343	(5.4%)	21.2%
영업이익	**-8**	-	**-23**	-	**-**	**8**	0.1%	**-25**	-	**-**
국내	**-8**	-	**-10**	-	**-**	**-16**	-	**-48**	-	**-**
해외	**0**	-	**-13**	-	**-**	**25**	1.8%	**24**	1.6%	**-4.6%**
인도네시아	-2	-	-4	-	-	10	0.9%	12	1.0%	18.8%
도매	1	0.6%	1	0.7%	10.2%	16	1.9%	15	1.7%	-3.7%
소매	-4	-	-6	-	-	-6	-	-4	-	-
베트남	2	3.1%	-8	-	-	15	5.3%	12	3.5%	-19.9%
EBITDA	**40**	2.7%	**97**	6.6%	**143.5%**	**200**	3.2%	**377**	6.0%	**88.8%**
국내	**34**	2.9%	**82**	7.1%	**145.4%**	**149**	3.0%	**295**	6.1%	**98.4%**
해외	**6**	2.0%	**15**	4.6%	**133.0%**	**51**	3.8%	**82**	5.6%	**60.7%**
인도네시아	1	0.5%	8	3.5%	483.6%	25	2.4%	42	3.8%	68.9%
도매	4	1.8%	5	2.6%	41.4%	25	3.0%	29	3.2%	15.8%
소매	-2	-	3	8.3%	-	0	-	13	6.2%	-
베트남	5	6.9%	7	7.7%	35.5%	26	9.1%	39	11.5%	52.7%

※ 총 189개店 ('19년말 기준) : 국내 125개店 / 해외 64개店 (인도네시아 50개店, 베트남 14개店)

국내 할인점 분석

▶ **국내 기존점 신장률 : -6.5% YoY (4Q) / -6.0% YoY (FY19)**

- 신선1(과일/채소/건식품) +1.7%, 신선2(축 · 수산) +4.4%, 밀솔루션 +5.5%, 가공 -4.5%, 퍼스널케어(일상생활용품 等) -4.1%, 홈 -6.6%, 하비&패션 -19.5%
- 경쟁력 악화 카테고리 매출 부진(의류 -24.3%, 토이저러스 -9.4%)

▶ **업태 부진 심화에 따른 기존점 매출 부진으로 영업적자 확대**

해외 할인점 분석

▶ **해외 기존점 신장률 : +3.8% YoY (4Q) / +2.2% YoY (FY19)**

- 베트남 +5.3%, 인도네시아 +3.3% (도매 +3.3%, 소매 +3.4%)

▶ **감가상각 내용연수 변경에 따른 '19년 감가상각비 증가분 일시 반영 (162억)으로 영업 적자 전환**

- 관련 비용(162억) 제외시 해외 할인점 4분기 영업이익 흑자전환 (-1억 → 36억)

※ 베트남 -1억 (22억 → 21억), 인니 소매 +37억 (-36억 → 1억), 인니 도매 +1억 (13억 → 14억)

※ '19년 감가상각비 일시 증가분 (162억) : 베트남 102억, 인니소매 60억

다. 전자제품전문점 사업부

(단위 : 십억원)

	4Q 2018		4Q 2019		증감	2018		2019		증감
매출액	960		935		-2.6%	4,113		4,026		-2.1%
영업이익	13	1.4%	6	0.7%	-52.9%	186	4.5%	110	2.7%	-41.1%
EBITDA	25	2.6%	46	5.0%	84.1%	234	5.7%	245	6.1%	4.7%
당기순이익	-42	-	-169	-	-	85	2.1%	-100	-	-

※ 총 466개店 ('19년말 기준)

전자제품전문점 분석

▶ **4분기 전점 매출 -2.6% YoY**
- '18년말 대비 점포수 +3店, '19년 총 466店 운영
- 국내 가전시장 성장률 둔화와('19년 -1.3% 하락 예상, 통계청 기준) 경기부진 심화로 인한 소비심리 위축 지속되며 4분기 매출 소폭 역신장
- '19.4Q 온라인쇼핑몰 지속 성장 (매출비중 14.5%, +36% YoY)

▶ **4분기 영업이익 -52.9% YoY**
- 매출의 감소(-2.6%) 및 매출총이익률 감소(-0.4%p, 24.2% → 23.8%)에 따른 영업이익 하락

▶ **4분기 당기순손실**
- '19년 영업권 및 유형자산(CGU) 손상차손 -1,787억 반영

전자제품전문점 '20년 전략

▶ **오프라인 채널 차별화**
- 적극적 비효율 점포 폐점(11店)과 점포 대형화를 통한 점포 효율화 및 수익성 개선
- 상권과 고객 유형을 고려한 점포 컨셉 다변화를 통한 오프라인 경쟁력 강화
  - 가전을 비롯한 다양한 라이프스타일 상품을 제안하는 메가스토어 잠실점 1月 오픈 ('20년 메가스토어 추가 9店 오픈 예정)
  - 온·오프가 융합된 프리미엄 가전 매장 '20년 총 81店 운영 계획 (+39店, '19년말 42店)

▶ **온라인 사업 강화**
- 다양한 상품 확대(신규 소싱, 온라인 전용 상품 등) 및 지속적 투자를 통한 온라인 사업 확대
  - 매출 및 SKU 증가에 따른 온라인 물류 단계적 확장 ('20년~)
- 온라인 트래픽 증가 기반 차별화 서비스 제안
  - 라이프스타일관 : 고객과 양방향 소통 기능 강화를 통한 라이프스타일 상품 제안 강화
  - A/S 플랫폼앱 (A/S신청 및 상품관련 지식 공유) 구축으로 A/S 데이터 수집 및 서비스 활용

▶ **상품 경쟁력 강화**
- 프리미엄 중심 MD 운영
  - 해외 프리미엄 상품 지속 개발 및 프리미엄 매장 확대
  - 프리미엄 전담 설치팀 확대 및 프리미엄 상담 및 관리 서비스 제공
- 차별화 상품 운영(PB)을 통한 상품 경쟁력 및 수익성 강화

라. 슈퍼 사업부

(단위 : 십억원)

	4Q 2018		4Q 2019		증감	2018		2019		증감
매출액	461		438		-5.1%	1,975		1,861		-5.8%
영업이익	-23	-	-43	-	-	-62	-	-104	-	-
EBITDA	-15	-	-18	-	-	-36	-	-10	-	-

※ 총 521개店 ('19년말 기준)

슈퍼 분석

▶ **기존점 신장률 : -6.4% YoY (4Q) / -2.8% YoY (FY19)**

- 신선 -6.3% (축산 -0.6%, 농산 -7.1%, 수산 -11.5%, 조리식품 -12.8%)
- 가공생활 -6.4% (가공식품 -6.1%, 일일배송 -4.3%, 일상/생활 -11.0%)
- 점포수(직영+FC가맹) -17店 ('18年末 538店 → '19年末 521店)

▶ **4분기 영업적자 확대**

- 오프라인 구조조정 (폐점 및 휴점)으로 매출감소에 따른 영업적자 확대

슈퍼 운영 현황

▶ **온라인 운영 실적**

구분	'16년	'17년	'18년	'19년
온라인 매출액	887억	1,082억	1,406억	1,969억
프레시센터 (구성비)	232억 (26.1%)	379억 (35.0%)	636억 (45.2%)	1,337억 (67.9%)
센터 수	7店	8店	15店	15店
신장률 (YoY)	+47.5%	+22.0%	+30.0%	+40.0%

※ CAGR ('16~'19) : 30.5%

※ 매출액 : 관리매출 기준

▶ **'19년 점포 구조조정**

구분	1분기	2분기	3분기	4분기
점포수 변화	▲2점	+1점	▲4점	▲12점
폐점 수	▲5점	▲7점	▲9점	▲15점
오픈 수	+3점	+8점	+5점	+3점
총 점포 수	536店	537店	533店	521店

※ 점포수 : 직영점 + FC가맹 기준

마. 홈쇼핑 사업부

LOTTE SHOPPING

(단위 : 십억원)

	4Q 2018		4Q 2019		증감	2018		2019		증감
매출액	248		280		13.1%	909		987		8.6%
영업이익	26	10.5%	29	10.2%	10.0%	99	10.9%	120	12.2%	21.4%
EBITDA	29	11.6%	35	12.5%	22.0%	111	12.2%	145	14.7%	30.9%

홈쇼핑 분석

▶ **취급고 +10.5% YoY**

- e커머스 +15.8%, TV -0.8%, T커머스 (OneTV) +33.1% 外

▶ **영업이익 +10.0% YoY**

- 판관비 증가(+10.0%)하였으나, 매출 증가에 따른 매출총이익 증가(+10.0%)로 영업이익 증가
  - · 채널개선으로 인한 방송수수료 증가 +14.0% (+96억)
  - · 물동량 증가에 따른 물류비 증가 +18.9% (+28억)

홈쇼핑 전략

▶ **NEW VISION : 「First & True Media Commerce Creator」**

- TV홈쇼핑을 넘어 미디어커머스 리딩 컴퍼니 도약

▶ **기반사업**

- **경쟁력 강화 :** PB·라이선스·단독상품 확대, VVIP 회원제 프리미엄 L.CLUB 론칭
- **채널 고도화 : e커머스** (APP사용성 개선, 고이익 상품확대, 해외 직구 확대 外)
  T커머스 (고객 맞춤 상품 확대, 모바일 콘텐츠 강화 外)
- **공감 경영 :** Fun&Info. 콘텐츠, 고객공감경영 (Good Listener, Backward Worker)

▶ **미래 성장 사업**

- **몰입경험 서비스 :** 핑거쇼핑 (VR/AR 기술 활용), **페이스쇼핑** (안면인식 기술 활용) 外
  ※ 핑거쇼핑 : 모바일 APP에서 가상(VR) 매장을 구경할 수 있는 서비스
  ※ 페이스쇼핑 : 모바일 APP 사용시 안면인식 기술 활용을 통한 상품 추천 서비스
- **모바일 콘텐츠 강화 :** 모바일 전문방송 신설, 포터블 방송시스템 구축,
  캐릭터 크리에이터 「벨리곰」 론칭
- **플랫폼 신사업 : ① V커머스 플랫폼 EF3 론칭** (크리에이터 참여型 미디어 커머스)
  ② 패션 플랫폼 fly β 론칭 (취향·체형별 超개인화 패션 커머스)

바. 기타 사업부

LOTTE SHOPPING

(단위 : 십억원)

	4Q 2018	4Q 2019	증감	2018	2019	증감
매출액	**337**	**332**	**-1.5%**	**1,275**	**1,297**	**1.7%**
컬처웍스	**187**	**191**	**2.6%**	**774**	**771**	**-0.4%**
국내	179	182	2.0%	735	723	-1.6%
해외	8	9	14.2%	39	48	23.2%
기타 및 연결조정*	**150**	**140**	**-6.7%**	**501**	**526**	**5.0%**
영업이익	**-54**	**-109**	**-**	**-59**	**-193**	**-**
컬처웍스	**-2**	**-20**	**-**	**25**	**1**	**-94.4%**
국내	2	11	613.2%	32	35	9.5%
해외	-4	-31	-	-7	-34	-
기타 및 연결조정*	**-52**	**-89**	**-**	**-84**	**-194**	**-**

* e커머스사업부, 롭스 사업부 등 포함

컬처웍스 분석

▶ **국내 사업**

- **매출 +2.6% YoY** ※ '18. 4Q 대비 직영관 수 +4店, 총 99店
  - 영화관 사업 입장객 증가로 매출 +2.7% 증가 ※ 국내 영화 시장 객수 +5.2% 증가
  - 엔터 사업 전년 〈완벽한 타인〉 흥행 기저 효과로 매출 -1.5% 감소
- **영업이익 +94억** (15억 → 109억), **+613.2% 증가**
  - 입장객 증가로 인한 영화관 사업 영업이익 증가
  - 엔터 사업 (영화 「82년생 김지영」, 공연 「스위니토드」 등) 영업이익 증가

▶ **해외 사업**

- **베트남 신규 출점으로 매출 +14.2% YoY** ※ '18. 4Q 대비 직영관 수 +5店(베트남), 총 48店
- **감가상각 기준 변경에 따른 '19년 감가상각비 증가분** (264억) **일시 반영으로 해외 적자 확대**

▶ **감가상각 관련 비용**(264억) **제외시 컬처웍스 4분기 영업이익 흑자전환** (-23억 → 64억)

기타 및 연결조정

▶ **연결조정 : 리츠자산 취득세 786억**

3. 영업외손익

(단위 : 십억원)

	4Q 2018	4Q 2019	증감	2018	2019	증감
영업이익	**90**	**44**	**-51.8%**	**597**	**428**	**-28.3%**
이자손익	-36	-92	-	-144	-381	-
외화 · 파생손익	-8	0	-	14	3	-79.0%
기타 영업외손익	-550	-1,381	-	-650	-1,326	-
지분법손익	55	79	44.0%	89	87	-1.8%
법인세차감전이익	**-448**	**-1,350**	**-**	**-94**	**-1,189**	**-**
계속사업손익	-460	-1,043	-	-254	-921	-
중단사업손익	11	26	147.5%	-211	67	-
당기순이익	**-449**	**-1,016**	**-**	**-465**	**-854**	**-**

영업외손익 분석

▶ **이자손익**

- K-IFRS 제1116호 리스 회계 도입에 따른 이자 비용 증가 영향 626억 外

▶ **지분법손익**

- 롯데카드 지분매입 염가매수차익 +1,109억

▶ **기타 영업외손익**

- '19년 손상차손 : -13,713억 (자산손상-11,050억 , 주식손상 -1,215억, 영업권 -1,448억)
  - ※ 자산손상 中 K-IFRS 제1116호 리스 회계 도입에 따른 사용권자산 손상차손 -9,353억 (p.17)
  - ※ 주식손상 (롯데카드 -1,109억 外)
  - ※ 영업권 (하이마트 -997억, 슈퍼 -406억 外)
- 마트 공정위 과징금 -412억

LOTTE SHOPPING

Appendix

- 요약 손익계산서
- 요약 재무상태표
- 백화점/할인점 운영 점포 현황
- 손상 차손 관련

요약 손익계산서 (K-IFRS 연결기준)

LOTTE SHOPPING

(단위 : 십억원)

	4Q 2018		4Q 2019		증감	2018		2019		증감
매출액	4,398	(100.0%)	4,325	(100.0%)	-1.7%	17,821	(100.0%)	17,633	(100.0%)	-1.1%
[총매출액]	6,133	-	6,000	-	-2.2%	24,082	-	23,684	-	-1.7%
매출총이익	1,903	(43.3%)	1,895	(43.8%)	-0.4%	7,508	(42.1%)	7,448	(42.2%)	-0.8%
판매관리비	1,813	(41.2%)	1,852	(42.8%)	2.1%	6,911	(38.8%)	7,020	(39.8%)	1.6%
영업이익	90	(2.1%)	44	(1.0%)	-51.8%	597	(3.4%)	428	(2.4%)	-28.3%
EBITDA	256	(5.8%)	444	(10.3%)	73.1%	1,263	(7.1%)	1,862	(10.6%)	47.4%
법인세차감전이익	-448	-	-1,350	-	-	-94	-	-1,189	-	-
계속사업손익	-460	-	-1,043	-	-	-254	-	-921	-	-
중단사업손익	11	(0.2%)	26	(0.6%)	147.5%	-211	-	67	(0.4%)	-
당기순이익	-449	-	-1,016	-	-	-465	-	-854	-	-
지배주주지분순이익	-449	-	-1,027	-	-	-545	-	-969	-	-
비지배주주지분순이익	-1	-	11	(0.2%)	-	80	(0.4%)	74	(0.4%)	-6.8%

요약 재무상태표 (K-IFRS 연결기준)

LOTTE SHOPPING

(단위 : 십억원)

	2015*	2016*	2017**	2018	2019***
자산	**40,693**	**41,916**	**27,948**	**26,259**	**33,912**
현금 및 예금	3,036	3,185	3,711	2,710	3,216
재고자산	3,266	3,324	1,354	1,267	1,459
토지 및 건물	13,052	13,115	12,677	12,425	13,030
사용권자산***	-	-	-	-	6,099
부채	**23,605**	**24,652**	**14,597**	**13,832**	**22,023**
차입금 및 사채	14,084	14,483	7,668	7,795	9,551
리스부채***	-	-	-	-	6,663
자본	**17,088**	**17,264**	**13,351**	**12,427**	**11,888**
자본금	158	158	141	141	141

* K-IFRS 제1018호 (舊 기준)

** '17. 4Q 롯데지주 설립 : 롯데쇼핑, 롯데제과, 롯데푸드, 롯데칠성 투자부문/사업부문 분할 후 각 투자부문을 합병하여 롯데지주 설립

*** '19. 1. 1부로 K-IFRS 1116호를 적용하여 계약에 의해 빌려서 사용하고 있는 유·무형 자산의 사용권과 사용료를 자산과 부채로 인식함. 이에 따라 회계상 부채비율 상승 효과가 있으나, 글로벌 신용평가사의 경우 이미 위 내용에 대해 자산과 부채로 인식하고 있으므로 회계 정책 변경에 따른 신용 등급 하락 우려는 없음

백화점/할인점 운영 점포 현황

LOTTE SHOPPING

국 내

		2017년말	2018년말	2019년 1Q	2019년 2Q	2019년 3Q	2019년 4Q	2019년말
백화점	백화점	30	31	-2				29
	위탁점	3	2	1	-1			2
	영플라자	2	2	-1				1
	아울렛	21	22			-1		21
	계	**56**	**57**	**55**	**54**	**53**		**53**
할인점		**123**	**124**	**126**	**125**	**126**	**125**	**125**

※ 2019년 영업종료 (인천, 안양, 부평, 영플라자 대구, 아울렛 인천점), 지분매입 (위탁점 → 운영점포 전환 / 인천터미널점, '19.5月)
※ 위탁점 : 영등포점, 대구점

해 외

		2017년말	2018년말	2019년 1Q	2019년 2Q	2019년 3Q	2019년 4Q	2019년말
백화점	러시아*	1	1					1
	중 국	5	4	-2				2
	베트남*	2	2					2
	인도네시아	1	1					1
할인점 (슈퍼)	베트남	13	13	1				14
	인도네시아	46	47	-1			4	50
	도매	29	31				4	35
	소매	17	16	-1				15
		(2)	(1)					(1)

* 지분법 손익 반영 점포 : 호치민점 (베트남) / 모스크바점(러시아)는 19.7月 부로 100% 연결 자회사로 편입
※ '18. 3Q 할인점 중국 사업 철수

손상 차손 관련

LOTTE SHOPPING

리스회계기준 (IFRS 16호) 도입에 따른 손상 차손 인식

당사는 K-IFRS '제1036호 자산손상' 에 의거하여 매 회계연도마다 손상 검토를 실시하며, 이에 따라, 리스회계기준 도입('19. 1. 1)으로 발생한 사용권자산에 대해서도 추가적으로 손상 검토를 실시하여 '19年 연결기준 ▲9,353억의 손상차손을 인식하였습니다.

※ 리스회계기준 도입(IFRS16호, '19. 1. 1부) : 일정 조건을 충족하는 계약에 의해 빌려서 사용하고 있는 유·무형 자산의 사용권과 사용료를 자산과 부채로 인식함

'19年 사업부별 사용권자산 손상 금액

[단위 : 억]

	백화점 (국내)	마트 (국내)	슈퍼	컬처웍스	기타 (내부거래외)	쇼 핑 (연결)
기 초 ('18年末)	32,835	20,681	2,434	6,783	6,570	69,303
감가상각	▲3,181	▲1,781	▲638	▲683	▲781	▲7,064
손 상	▲2,386	▲5,630	▲1,393	▲484	+540	▲9,353
신 규 ('19年中)	5,392	1,983	612	1,703	▲5,020	4,670
기 말 ('19年末)	32,660	15,253	1,015	7,319	1,309	57,556

※ 기타 (내부거래외) 신규 : 리츠 ▲6,722억, 마트 수지물 ▲760억 外

리스회계기준(IFRS 16호) 도입 영향

▶'19年 부채 비율 대폭 증가

['19년 연결 기준]

IFRS 16호 未반영	반영시
121.1% (부채 15.4조 / 자본총계 12.7조)	185.3% (부채 22.0조 / 자본총계 11.9조)

※ 리스회계기준(IFRS 16호) 도입에 따라 부채 증가(6.6조) 및 자본감소(0.8조)로 부채비율 대폭 증가

→ 현금흐름을 동반하지 않는 손실로 재무적 영향 제한적

▶ 사용권자산 손상차손에 따른 '20年 이후 영업 이익 증가 효과

※ '20年 감가상각비 감소에 따른 영업이익 증가 효과 추정 (별도기준)

백화점	마트	슈퍼	롭스	쇼 핑
+208억	+452억	+434억	+36억	+1,130억

※ 추정 기준 : 각 사업부별 평균 잔여연수로 산출한 연평균 감가상각비

향후 영업 효율화 노력 지속 및 부실한 임차 점포 리포지셔닝을 통해 추가 손실 최소화 할 것

MISSION

사랑과 신뢰를 받는
제품과 서비스를 제공하여
인류의 풍요로운 삶에 기여한다

We enrich people's lives by providing
superior products and services that
our customers love and trust

LOTTE SHOPPING

이 종목의 더 많은 IR정보 확인하기

IR GO 주주와 기업을 연결하고 응원합니다.