



# 롯데쇼핑 2020년 3분기 실적

2020. 11

LOTTE SHOPPING CO., LTD.  
INVESTOR RELATIONS



본 자료에는 롯데쇼핑(이하 “회사”) 및 그 자회사들의 예측정보가 포함되어 있습니다. 이러한 예측정보는 회사의 실제 성과에 영향을 줄 수 있는 알려지지 않은 위험과 불확실성, 그리고 다른 요인들에 의해 변경될 수 있으며, 회사 및 계열사의 미래 실적 또는 성과 예측 정보는 실제 실적과 증대한 차이가 있을 수 있습니다.

본 자료는 투자자들의 투자결과에 대하여 어떠한 법적인 목적으로 사용되어서는 안되며, 회사는 본 자료에서 제공되는 정보에 의거하여 발생하는 투자결과에 대해 어떠한 책임이나 손해 또는 피해에 대한 보상책임을 지지 않음을 알려드립니다.

본 자료는 작성일 현재시점의 정보에 기초하여 작성된 것이며, 회사는 향후 변경되는 새로운 정보나 미래의 사건에 대해 공개적으로 현행화할 책임이 없습니다.

본 자료의 재무정보는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 따라 작성된 연결기준의 잠정 영업실적에 기초하여 작성되었습니다.

본 자료는 외부 감사인의 회계감사가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위해 작성된 자료이므로, 그 내용 중 일부는 회계감사과정에서 변경될 수 있습니다.

- 매출액 3분기 4조 1,059억원 (-6.8% YoY), 누계 12조 2,285억원 (-8.1% YoY)
  - 국내 : 코로나19 재확산에 따른 사회적 거리두기 2단계 조치(8.16~)로 백화점 및 컬처웍스 매출 부진 지속  
식료품/가전 수요 증가에 따른 할인점 기존점 신장 및 하이마트 매출 증가
    - SSSG : (3Q) 백화점 -10.3% / 할인점 +2.2%, (1Q-3Q) 백화점 -14.3% / 할인점 -4.6%
  - 해외 : 코로나19 펜더믹 상황 지속에 따른 백화점, 할인점 매출 부진
    - SSSG : (3Q) 백화점 -13.1% [중국 -4.2%, 인니 -38.6%, 베트남 -4.8%] / 할인점 -14.8% [인니 -12.6%, 베트남 -20.9%]  
(1Q-3Q) 백화점 -27.0% [중국 -24.3%, 인니 -41.1%, 베트남 -18.3%] / 할인점 -9.8% [인니 -7.6%, 베트남 -16.5%]
- 영업이익 3분기 1,111억원 (+26.8% YoY), 누계 1,646억원 (-57.2% YoY)
  - 국내 : 백화점·컬처웍스 매출 부진으로 영업이익 감소 / 할인점 기존점 매출 증가 및 판관비 절감으로 영업이익 증가  
슈퍼 매출 부진에도 구조조정 및 판관비 절감으로 흑자 전환 / 하이마트·홈쇼핑 매출 증가로 영업이익 증가
  - 해외 : 백화점 중국 총당금 환입 및 베트남 비용 절감으로 흑자 전환  
할인점 기존점 매출 부진으로 영업이익 감소
- 당기순이익 3분기 30억원 (전년 -233억원 比 흑자전환), 누계 -2,393억원 (전년 1,628억원 比 적자전환)
  - 영업이익 및 기타 영업외손익 증가에 따른 당기순이익 전환

# 실적 요약 [연결기준]

[단위 : 십억원]

	3Q19	3Q20	증감	1Q-3Q 19	1Q-3Q 20	증감
매출액	4,405	4,106	-6.8%	13,308	12,228	-8.1%
[총매출액]	5,816	5,391	-7.3%	17,683	16,090	-9.0%
영업이익	88	111	26.8%	384	165	-57.2%
EBITDA	435	417	-4.2%	1,418	1,086	-23.4%
법인세차감전이익	-32	82	-	160	-302	-
계속사업손익	-30	1	-	122	-254	-
중단사업손익*	7	2	-78.9%	41	15	-63.6%
당기순이익	-23	3	-	163	-239	-

\* 중국 할인점 폐점 및 철수에 따른 중단사업손익 분류

※ 롯데쇼핑 K-IFRS 연결기준 대상 종속 회사 42개

# 사업부별 실적 요약

[단위 : 십억원]

	3Q19	(구성비) 이익률	3Q20	(구성비) 이익률	증감액	증감률	1Q-3Q 19	(구성비) 이익률	1Q-3Q 20	(구성비) 이익률	증감액	증감률
<b>매출액</b>	<b>4,405</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>4,106</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>[-299]</b>	<b>-6.8%</b>	<b>13,308</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>12,228</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>[-1,080]</b>	<b>-8.1%</b>
백화점	732	(16.6%)	619	(15.1%)	[-113]	-15.5%	2,264	(17.0%)	1,892	(15.5%)	[-372]	-16.4%
할인점	1,664	(37.8%)	1,590	(38.7%)	[-74]	-4.4%	4,857	(36.5%)	4,657	(38.1%)	[-199]	-4.1%
전자제품전문점	984	(22.3%)	1,047	(25.5%)	[+64]	6.5%	3,091	(23.2%)	3,088	(25.3%)	[-3]	-0.1%
슈퍼	476	(10.8%)	455	(11.1%)	[-21]	-4.4%	1,423	(10.7%)	1,376	(11.3%)	[-47]	-3.3%
홈쇼핑	239	(5.4%)	258	(6.3%)	[+19]	8.0%	707	(5.3%)	787	(6.4%)	[+80]	11.3%
기타*	311	(7.1%)	137	(3.3%)	[-174]	-56.0%	966	(7.3%)	428	(3.4%)	[-537]	-55.6%
<b>총매출액</b>	<b>5,816</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>5,391</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>[-425]</b>	<b>-7.3%</b>	<b>17,683</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>16,090</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>[-1,594]</b>	<b>-9.0%</b>
백화점	1,923	(33.1%)	1,666	(30.9%)	[-256]	-13.3%	5,960	(33.7%)	5,056	(31.4%)	[-904]	-15.2%
할인점	1,841	(31.7%)	1,739	(32.2%)	[-103]	-5.6%	5,396	(30.5%)	5,104	(31.7%)	[-293]	-5.4%
전자제품전문점	984	(16.9%)	1,084	(20.1%)	[+100]	10.2%	3,091	(17.5%)	3,194	(19.9%)	[+102]	3.3%
슈퍼	507	(8.7%)	488	(9.1%)	[-18]	-3.6%	1,516	(8.6%)	1,454	(9.0%)	[-62]	-4.1%
홈쇼핑	251	(4.3%)	277	(5.1%)	[+26]	10.5%	753	(4.3%)	853	(5.3%)	[+100]	13.3%
기타*	311	(5.3%)	137	(2.6%)	[-174]	-56.0%	967	(5.4%)	429	(2.7%)	[-538]	-55.6%
<b>영업이익</b>	<b>88</b>	<b>2.0%</b>	<b>111</b>	<b>2.7%</b>	<b>[+23]</b>	<b>26.8%</b>	<b>384</b>	<b>2.9%</b>	<b>165</b>	<b>1.3%</b>	<b>[-220]</b>	<b>-57.2%</b>
백화점	104	14.2%	78	12.6%	[-26]	-25.2%	337	14.9%	150	7.9%	[-187]	-55.4%
할인점	12	0.7%	32	2.0%	[+20]	160.5%	-2	-	-3	-	[-1]	-
전자제품전문점	33	3.4%	56	5.3%	[+22]	67.3%	104	3.3%	145	4.7%	[+41]	39.8%
슈퍼	-24	-	3	0.6%	[+27]	-	-61	-	-13	-	[+48]	-
홈쇼핑	25	10.4%	30	11.5%	[+5]	18.7%	91	12.9%	104	13.2%	[+13]	13.8%
기타*	-63	-	-87	-	[-24]	-	-84	-	-218	-	[-134]	-

\* 주요 사업부 외 기타 사업부 및 연결조정 포함된 금액

[단위 : 십억원]

	3Q19	(구성비) 이익률	3Q20	(구성비) 이익률	증감	1Q-3Q 19	(구성비) 이익률	1Q-3Q 20	(구성비) 이익률	증감
<b>매출액</b>	<b>732</b>	(100.0%)	<b>619</b>	(100.0%)	<b>-15.5%</b>	<b>2,264</b>	(100.0%)	<b>1,892</b>	(100.0%)	<b>-16.4%</b>
<b>국내</b>	<b>713</b>	(97.4%)	<b>603</b>	(97.4%)	<b>-15.4%</b>	<b>2,200</b>	(97.2%)	<b>1,847</b>	(97.6%)	<b>-16.0%</b>
<b>해외</b>	<b>19</b>	(2.6%)	<b>16</b>	(2.6%)	<b>-16.1%</b>	<b>64</b>	(2.8%)	<b>45</b>	(2.4%)	<b>-29.9%</b>
중국	10	(1.3%)	8	(1.3%)	-18.7%	35	(1.6%)	21	(1.1%)	-39.5%
인도네시아	5	(0.7%)	4	(0.6%)	-34.2%	16	(0.7%)	11	(0.6%)	-28.7%
베트남	4	(0.5%)	4	(0.7%)	19.6%	13	(0.6%)	12	(0.6%)	-5.7%
<b>영업이익</b>	<b>104</b>	14.2%	<b>78</b>	12.6%	<b>-25.2%</b>	<b>337</b>	14.9%	<b>150</b>	7.9%	<b>-55.4%</b>
<b>국내</b>	<b>106</b>	14.9%	<b>74</b>	12.3%	<b>-30.3%</b>	<b>336</b>	15.3%	<b>153</b>	8.3%	<b>-54.5%</b>
<b>해외</b>	<b>-2</b>	-	<b>4</b>	23.9%	-	<b>1</b>	1.2%	<b>-3</b>	-	-
중국	-1	-	4	45.6%	-	2	6.7%	-5	-	-
인도네시아	0	1.2%	-1	-	-	-1	-	2	17.2%	-
베트남	-1	-	1	16.8%	-	-1	-6.1%	2	15.5%	-
<b>EBITDA</b>	<b>262</b>	35.7%	<b>219</b>	35.3%	<b>-16.4%</b>	<b>805</b>	35.5%	<b>587</b>	31.0%	<b>-27.0%</b>
<b>국내</b>	<b>257</b>	36.0%	<b>211</b>	34.9%	<b>-18.1%</b>	<b>782</b>	35.6%	<b>576</b>	31.2%	<b>-26.3%</b>
<b>해외</b>	<b>5</b>	25.0%	<b>8</b>	51.7%	<b>73.7%</b>	<b>22</b>	34.9%	<b>11</b>	24.2%	<b>-51.4%</b>
중국	2	16.2%	5	65.5%	229.2%	11	30.0%	0	0.5%	-98.9%
인도네시아	3	46.2%	2	43.1%	-38.6%	7	46.6%	9	74.7%	14.3%
베트남	1	17.0%	1	33.2%	134.3%	4	33.8%	4	32.9%	-8.3%

※ 총 56점 ('20.3Q 기준) : 국내 52점 (아울렛 21점 포함), 해외 4점 (중국 1점, 인도네시아 1점, 베트남 2점)

※ 국내 위탁점 2점, 해외 지분법 대상 1점 (호치민점)은 위 실적에 미포함

## 국내

▶ 기존점 신장률 : -10.3% YoY (3Q) / -14.3% YoY (1Q-3Q)

• 해외패션 +20.9%, 생활가전 +16.4%, 남성스포츠 -14.7%, 여성패션 -26.5%, 식품 -18.4%, 잡화 -24.5% ※ 7월 -7.5%, 8월 -12.2%, 9월 -11.1%

▶ 판관비 절감(-14.4% YoY)하였으나, 기존점 매출 부진(-10.3% YoY)에 따른 영업이익 감소 (1,063억 → 741억, -322억)

## 해외

▶ 기존점 신장률 : -13.1% YoY (3Q) / -27.0% YoY (1Q-3Q) ※ 현지화 관리 총매출 기준

• 중국 -4.2%, 인도네시아 -38.6%, 베트남 -4.8% ※ 점포 수 -2점 : 중국 백 선양점 ('20.4월), 러시아 백 모스크바점 ('20.6월) 영업종료

▶ 중국 백화점 영업종료 관련 충당금 환입(+38억) 및 베트남 유형자산 내용연수 종료에 따른 감가상각비 감소(-10억)로 흑자 전환(-22억 → 38억)

• 중국 +48억 (-12억 → 36억), 베트남 +19억 (-11억 → 7억), 인니 -6억 (1억 → -6억)

[단위 : 십억원]

	3Q19	(구성비) 이익률	3Q20	(구성비) 이익률	증감	1Q-3Q 19	(구성비) 이익률	1Q-3Q 20	(구성비) 이익률	증감
<b>매출액</b>	<b>1,664</b>	(100.0%)	<b>1,590</b>	(100.0%)	<b>-4.4%</b>	<b>4,857</b>	(100.0%)	<b>4,657</b>	(100.0%)	<b>-4.1%</b>
<b>국내</b>	<b>1,282</b>	(77.1%)	<b>1,279</b>	(80.4%)	<b>-0.3%</b>	<b>3,710</b>	(76.4%)	<b>3,609</b>	(77.5%)	<b>-2.7%</b>
<b>해외</b>	<b>381</b>	(22.9%)	<b>311</b>	(19.6%)	<b>-18.4%</b>	<b>1,146</b>	(23.6%)	<b>1,048</b>	(22.5%)	<b>-8.6%</b>
인도네시아	294	(17.6%)	239	(15.0%)	-18.7%	889	(18.3%)	813	(17.4%)	-8.6%
도매	237	(14.3%)	192	(12.1%)	-19.3%	713	(14.7%)	653	(14.0%)	-8.4%
소매	56	(3.4%)	47	(3.0%)	-16.3%	176	(3.6%)	159	(3.4%)	-9.5%
베트남	88	(5.3%)	73	(4.6%)	-17.3%	257	(5.3%)	235	(5.1%)	-8.4%
<b>영업이익</b>	<b>12</b>	0.7%	<b>32</b>	2.0%	<b>160.5%</b>	<b>-2</b>	-	<b>-3</b>	-	-
<b>국내</b>	<b>2</b>	0.2%	<b>27</b>	2.1%	<b>1,034.5%</b>	<b>-38</b>	-	<b>-26</b>	-	-
<b>해외</b>	<b>10</b>	2.6%	<b>5</b>	1.5%	<b>-54.0%</b>	<b>36</b>	3.2%	<b>24</b>	2.2%	<b>-34.9%</b>
인도네시아	4	1.2%	0	0.1%	-90.7%	16	1.8%	9	1.1%	-44.0%
도매	4	1.7%	0	-	-	14	2.0%	5	0.8%	-60.8%
소매	0	-	0	1.0%	-	2	1.2%	3	2.2%	70.2%
베트남	6	7.1%	4	5.8%	-32.7%	20	7.8%	15	6.2%	-27.6%
<b>EBITDA</b>	<b>107</b>	6.4%	<b>104</b>	6.5%	<b>-2.9%</b>	<b>280</b>	5.8%	<b>228</b>	4.9%	<b>-18.5%</b>
<b>국내</b>	<b>86</b>	6.7%	<b>90</b>	7.0%	<b>4.6%</b>	<b>213</b>	5.7%	<b>177</b>	4.9%	<b>-17.0%</b>
<b>해외</b>	<b>21</b>	5.5%	<b>14</b>	4.4%	<b>-33.9%</b>	<b>67</b>	5.9%	<b>52</b>	4.9%	<b>-23.0%</b>
인도네시아	10	3.4%	6	2.3%	-43.9%	35	3.9%	25	3.1%	-27.3%
도매	7	3.1%	3	1.8%	-54.5%	24	3.4%	16	2.5%	-32.9%
소매	2	4.4%	2	4.6%	-11.4%	10	5.8%	9	5.5%	-13.8%
베트남	11	12.4%	8	11.3%	-24.9%	33	12.7%	27	11.3%	-18.5%

\* 총 179개店 ('20.3Q 기준) : 국내 116店 / 해외 63店 (인도네시아 49店, 베트남 14店)

## 국내

- ▶ 기존점 신장률 +2.2% YoY (3Q) / -4.6% YoY (1Q-3Q)
  - 신선2(축·수산) +24.2%, 신선1(과일·채소·건식품) +11.3%, 가공 +5.0%, Meal혁신 +2.9%, 생활 -3.3%, 패션&토이 -20.0%
- ▶ 명절 세트판매 호조, 온라인 매출 증가에 따른 기존점 매출 신장 영향 및 판관비 절감(-10.1% YoY)으로 영업이익 증가 (24억 → 274억, +250억)

## 해외

- ▶ 기존점 신장률 -14.8% YoY (3Q) / -9.8% YoY (1Q-3Q) \* 현지화 관리 총매출 기준
  - 베트남 -20.9%, 인도네시아 -12.6% (도매 -16.4%, 소매 +2.6%) \* 코로나19 영향 -17.7% (베트남 -24.2%, 인도네시아 -15.5%)
- ▶ 기존점 매출 부진으로 인한 영업이익 감소 (99억→45억, -53억)
  - 베트남 -20억(62억→42억), 인니 도매 -41억(39억→-1억), 인니 소매 +8억(-3억→5억)

# 주요 사업 부문

## 전자제품전문점

[단위 : 십억원]

	3Q19	이익률	3Q20	이익률	증감	1Q-3Q 19	이익률	1Q-3Q 20	이익률	증감
매출액	984		1,047		6.5%	3,091		3,088		-0.1%
영업이익	33	3.4%	56	5.3%	67.3%	104	3.3%	145	4.7%	39.8%
EBITDA	66	6.7%	90	8.6%	37.1%	199	6.4%	248	8.0%	24.8%
당기순이익	21	2.2%	41	3.9%	89.8%	69	2.2%	95	3.1%	38.3%

※ 총 453개店 ('20.3Q 기준, 전년동기比 -12개店)

### ▶ 전점 매출 +6.5% YoY (3Q)

- 외출 자제와 재택 근무 영향으로 인도어 소비 트렌드가 가속화됨에 따라 고효율 및 프리미엄 가전에 대한 관심과 선호 증대로 매출 신장
  - ※ 영상가전 +21.7%, 백색가전 +10.1%, IT가전 +0.0%, 생활/주방가전 +4.7%
- '20.3Q 온라인쇼핑몰 지속 성장 +19.5% YoY (매출비중 13.4%)

### ▶ 영업이익 증가 +67.3% YoY

- 매출 고성장(+6.5%,YoY)에 따른 매출이익 증가(+120억,YoY) 및 인건비, 광고비 등 지속적인 판매관련비용의 절감 (-4.8%,YoY)을 통한 영업이익률 개선 (3.4% → 5.3%, +1.9%p)

## 슈퍼

[단위 : 십억원]

	3Q19	이익률	3Q20	이익률	증감	1Q-3Q 19	이익률	1Q-3Q 20	이익률	증감
매출액	476		455		-4.4%	1,423		1,376		-3.3%
영업이익	-24	-	3	0.6%	-	-61	-	-13	-	-
EBITDA	0	0.0%	17	3.8%	28,829%	8	0.5%	29	2.1%	278.2%

### ▶ 기존점 신장률 -1.5% YoY (3Q) / -3.0% YoY (1Q-3Q)

- 신선 +2.6% (수산 +7.2%, 축산 +2.6%, 농산 +1.9%)  
가공생활 -4.4% (Deli +10.1%, HMR +2.9%, 유제품/음료 -3.6%,  
테넨트 -4.8%, 스낵/시즈닝 -6.4%, 홈케어 -13.5%,)
- 점포수(직영+FC가맹) -56店 ('19.3Q 533店 → '20.3Q 477店)

### ▶ 영업이익 흑자전환 (-238억 → 29억, +267억)

※ 총 477개店 ('20.3Q 기준)

- 판관비 절감(-20.4% YoY) 및 부진점 폐점으로 흑자전환



# 주요 사업 부문

## 홈쇼핑

[단위 : 십억원]

	3Q19	이익률	3Q20	이익률	증감	1Q-3Q 19	이익률	1Q-3Q 20	이익률	증감
매출액	239		258		8.0%	707		787		11.3%
영업이익	25	10.4%	30	11.5%	18.7%	91	12.9%	104	13.2%	13.8%
EBITDA	31	13.0%	36	14.1%	16.8%	110	15.5%	123	15.7%	12.5%

### ▶ 취급고 +10.1% YoY (3Q) / +9.8% YoY (1Q-3Q)

- TV +5.3%, e커머스 +17.1%, OneTV(T커머스) +27.3% 외
- 고마진 건강식품 상품 확대 +323억 (507억 → 830억)
- 직매입 상품 강화 +90억 (218억 → 308억)

### ▶ 영업이익 +18.7% YoY

- 매출총이익 증가 +6.3% (+128억, 2,048억 → 2,177억)  
 ※ TV +6.6% (+106억, 1,614억 → 1,720억), e커머스 +19.1% (+24억, 126억 → 150억), OneTV +27.4% (+59억, 215억 → 274억)
- 지급수수료, 인건비 등 판관비 증가 +4.6% (+82억, 1,799억 → 1,881억)  
 ※ 채널 개선으로 방송수수료 증가 +82억 [KT ('19.6月), LG ('19.12月)]

## 컬처웍스 [기타 사업부문]

[단위 : 십억원]

	3Q19	이익률	3Q20	이익률	증감	1Q-3Q 19	이익률	1Q-3Q 20	이익률	증감
매출액	201		66		-67.4%	580		200		-65.5%
영업이익	9	4.3%	-44	-	-	21	3.7%	-129	-	-
EBITDA	39	19.4%	-14	-	-	112	19.3%	-40	-	-

### ▶ 매출액 -67.4% YoY (3Q)

※ 국내 영화 시장 객수 -71.6% 감소

- 코로나로 인한 관객수 감소, 대형작품 미개봉 등으로 영화관 -74.0% 감소
- 국내 콘텐츠사업 (영화, 공연 등) 전년 대비 객수 저조 등으로 -19.7% 감소
- 해외 베트남 등 관객수 감소 영향 -60.2%

### ▶ 영업적자 전환 (86억 → -440억, -525억)

- 매출 부진 및 판관비 절감 한계로 적자 전환
- 국내 영화관 매출 감소에 따른 적자 전환 (130억 → -381억, -511억)
- 국내 콘텐츠사업 (영화 <강철비2>, 공연 <오페라의 유령> 등) 흑자전환 (-31억 → 6억, +37억)

# 영업외손익

[단위 : 십억원]

	3Q19	3Q20	증감	1Q-3Q 19	1Q-3Q 20	증감
<b>영업이익</b>	<b>88</b>	<b>111</b>	<b>26.8%</b>	<b>384</b>	<b>165</b>	<b>-57.2%</b>
이자손익	-101	-100	-	-289	-299	-
외화·파생손익	9	-10	-	3	-15	-
기타 영업외손익	-7	94	-	54	-141	-
지분법손익	-21	-13	-	8	-12	-
<b>법인세차감전이익</b>	<b>-32</b>	<b>82</b>	<b>-</b>	<b>160</b>	<b>-302</b>	<b>-</b>
계속사업손익	-30	1	-	122	-254	-
중단사업손익	7	2	-78.9%	41	15	-63.6%
<b>당기순이익</b>	<b>-23</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>163</b>	<b>-239</b>	<b>-</b>

## ▶ 기타 영업외손익

- 구조조정 등 리스기간 변경에 따른 리스관련손익 967억 반영

- 요약 재무제표
- 백화점/할인점 운영 점포 현황

## 연결손익계산서

[단위 : 십억원]

	**3Q19	**4Q19	**1Q20	2Q20	3Q20
매출액	4,405	4,314	4,077	4,046	4,106
[총매출액]	5,816	5,990	5,320	5,378	5,391
매출총이익	1,821	1,885	1,618	1,628	1,617
판매관리비	1,733	1,841	1,566	1,626	1,506
영업이익	88	44	52	1	111
EBITDA	435	444	365	304	417
법인세차감전이익	-32	-1,294	-26	-358	82
계속사업손익	-30	-1,005	-43	-213	1
중단사업손익	7	26	0	14	2
당기순이익	-23	-979	-43	-199	3
지배주주지분	-41	-996	-73	-237	-22
비지배주주지분	18	16	30	38	25

## 연결재무상태표

[단위 : 십억원]

	**3Q19	**4Q19	**1Q20	2Q20	3Q20
자산총계	34,136	33,973	33,263	33,647	34,145
현금 및 예금	2,348	3,216	2,477	2,976	3,784
재고자산	1,564	1,459	1,518	1,471	1,413
토지 및 건물	13,228	12,699	12,669	12,397	12,580
사용권자산*	7,043	6,127	5,944	5,674	5,500
부채총계	21,787	22,182	21,676	22,011	22,486
차입금 및 사채	9,042	9,551	9,693	10,145	10,557
리스부채*	6,565	6,663	6,590	6,554	6,322
자본총계	12,349	11,791	11,587	11,635	11,659
자본금	141	141	141	141	141

\* '19. 1. 1부로 K-IFRS 1116호를 적용하여 계약에 의해 빌려서 사용하고 있는 유·무형자산의 사용권과 미래 납부할 사용료를 자산과 부채로 인식함.

\*\* '19. 3Q, '19. 4Q, '20. 1Q 연결재무제표 재작성 및 관련 검토·감사보고서 재발행을 통한 정정 공시 진행 ('20. 8. 14)

# 백화점/할인점 운영 점포 현황

국 내		2018년말	2019년말	2020년				2020년말 (E)
				1Q	2Q	3Q	4Q(E)	
백화점	백화점	31	29					
	위탁점	2	2					
	영플라자	2	1		-1			-
	아울렛	22	21					
	계	57	53	53	52	52		
할인점		124	125	125	122	116		

※ '20.3Q 영업종료 : [할인점] 천안, 의정부, VIC 킨텍스(7月), 서현, 금정(8月), 마장휴게소(9月) / '20.2Q 영업종료 : [백화점] 영플라자 청주, [할인점] 천안아산, 양주, VIC신영통

※ 위탁점 : 영등포점, 대구점

해 외		2018년말	2019년말	2020년				2020년말 (E)
				1Q	2Q	3Q	4Q(E)	
백화점	러시아**	1	1		-1			-
	중 국**	4	2		-1			1
	베트남*	2	2					2
	인도네시아	1	1					1
할인점		13	14				1	15
		47	50		-1			49
(슈퍼)	도매	31	35					35
	소매	16	15		-1			14
	(1)	(1)						(1)

\* 지분법 손익 반영 점포 : 호치민점 (베트남)

\*\* 중국 백화점 선양점 영업종료 ('20.4月), 러시아 모스크바점 영업종료 ('20.6月)

## 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



이 종목의 더 많은 IR정보 [확인하기](#)

**IR GO** 주주와 기업을 연결하고 응원합니다.