



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
매출액	4,405	(100.0%)	4,106	(100.0%)	[-299]	-6.8%	13,308	(100.0%)	12,228	(100.0%)	[-1,080]	-8.1%
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%
총매출액	5,816	(100.0%)	5,391	(100.0%)	[-425]	-7.3%	17,683	(100.0%)	16,090	(100.0%)	[-1,594]	-9.0%
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%
영업이익	88	2.0%	111	2.7%	[+23]	26.8%	384	2.9%	165	1.3%	[-220]	-57.2%
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
매출액	732	(100.0%)	619	(100.0%)	-15.5%	2,264	(100.0%)	1,892	(100.0%)	-16.4%
국내	713	(97.4%)	603	(97.4%)	-15.4%	2,200	(97.2%)	1,847	(97.6%)	-16.0%
해외	19	(2.6%)	16	(2.6%)	-16.1%	64	(2.8%)	45	(2.4%)	-29.9%
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%
영업이익	104	14.2%	78	12.6%	-25.2%	337	14.9%	150	7.9%	-55.4%
국내	106	14.9%	74	12.3%	-30.3%	336	15.3%	153	8.3%	-54.5%
해외	-2	-	4	23.9%	-	1	1.2%	-3	-	-
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%	-
EBITDA	262	35.7%	219	35.3%	-16.4%	805	35.5%	587	31.0%	-27.0%
국내	257	36.0%	211	34.9%	-18.1%	782	35.6%	576	31.2%	-26.3%
해외	5	25.0%	8	51.7%	73.7%	22	34.9%	11	24.2%	-51.4%
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
매출액	1,664	(100.0%)	1,590	(100.0%)	-4.4%	4,857	(100.0%)	4,657	(100.0%)	-4.1%
국내	1,282	(77.1%)	1,279	(80.4%)	-0.3%	3,710	(76.4%)	3,609	(77.5%)	-2.7%
해외	381	(22.9%)	311	(19.6%)	-18.4%	1,146	(23.6%)	1,048	(22.5%)	-8.6%
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%
영업이익	12	0.7%	32	2.0%	160.5%	-2	-	-3	-	-
국내	2	0.2%	27	2.1%	1,034.5%	-38	-	-26	-	-
해외	10	2.6%	5	1.5%	-54.0%	36	3.2%	24	2.2%	-34.9%
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%
EBITDA	107	6.4%	104	6.5%	-2.9%	280	5.8%	228	4.9%	-18.5%
국내	86	6.7%	90	7.0%	4.6%	213	5.7%	177	4.9%	-17.0%
해외	21	5.5%	14	4.4%	-33.9%	67	5.9%	52	4.9%	-23.0%
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
영업이익	88	111	26.8%	384	165	-57.2%
이자손익	-101	-100	-	-289	-299	-
외화·파생손익	9	-10	-	3	-15	-
기타 영업외손익	-7	94	-	54	-141	-
지분법손익	-21	-13	-	8	-12	-
법인세차감전이익	-32	82	-	160	-302	-
계속사업손익	-30	1	-	122	-254	-
중단사업손익	7	2	-78.9%	41	15	-63.6%
당기순이익	-23	3	-	163	-239	-

▶ 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.