

롯데쇼핑 2017년 2분기 실적

2017년 7월

LOTTE SHOPPING CO., LTD

INVESTOR RELATIONS



Disclaimer

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

본 자료의 2017년 2분기 실적은 외부감사인의 검토가 완료되지 않은 수치를 포함하고 있습니다. 이러한 수치는 검토과정에서 다양한 요인들에 의해 변경될 수 있습니다. 롯데쇼핑은 본 자료의 내용을 보완, 수정할 책임이 없습니다.

Highlights FY17Q2

■ 매출 2분기 7조 4,013억원 (-1.4% YoY), 상반기 14조 8,929억원 (-0.5% YoY)

- 국내 : 백화점 매출 회복 지연, 중국인 관광객 감소 등으로 기존점 역신장 지속
할인점 소비 개선에 따른 매출 개선 및 프로모션 영향 등 기존점 매출 신장

· SSSG: [백화점 -5.2%(2Q), -5.0%(1H)] / [할인점 +4.2%(2Q), -0.7%(1H)]

- 해외 : 사드 이슈 영향 지속에 따른 중국 기존점 역신장폭 확대, 동남아 성장세 유지

· SSSG: [백화점 -18.5%(2Q), -11.1%(1H)] / [할인점 -38.0%(2Q), -24.5%(1H)]

■ 영업이익 2분기 873억원 (-49.0% YoY), 상반기 2,947억원 (-22.3% YoY)

- 국내 : 백화점 영업이익 축소, 할인점 매출 증가에 따른 영업적자 개선
- 해외 : 백화점 판관비 절감으로 영업적자 전년 수준 유지, 할인점 영업정지 영향 중국 적자폭 확대

※ 17년 추정 부동산세(국내, 별도) 총 990억(+40억 YoY):백화점 630억(+30억 YoY), 할인점 330억(+10억 YoY) 外

■ 법인세 차감전 이익 2분기 559억원 (-62.6% YoY), 상반기 2,461억원 (-12.0% YoY)

목차

- 1. 2017년 2분기 경영실적**
- 2. 2017년 2분기 사업부별 실적**
- 3. 영업외손익**

1. 경영실적 요약

(단위: 십억원)

	2Q 2016	2Q 2017	증감	1H 2016	1H 2017	증감
총매출	7,504	7,401	-1.4%	14,965	14,893	-0.5%
영업이익	171	87	-49.0%	379	295	-22.3%
EBITDA	371	283	-23.7%	780	690	-11.6%
법인세 차감전이익	149	56	-62.6%	280	246	-12.0%
당기순이익	82	4	-95.0%	148	116	-22.0%

* IFRS 연결기준 대상회사 76개

2. 사업 부문별 정보

(단위 : 십억원, %)

	2Q 2016		2Q 2017		증감	1H 2016		1H 2017		증감
매출액	7,504	(100.0%)	7,401	(100.0%)	-1.4%	14,965	(100.0%)	14,893	(100%)	-0.5%
백화점	2,126	(28.2%)	2,008	(27.1%)	-5.6%	4,293	(28.7%)	4,081	(27.3%)	-4.9%
할인점	2,070	(27.6%)	1,906	(25.8%)	-7.9%	4,261	(28.5%)	3,981	(26.7%)	-6.6%
전자소매업	951	(12.7%)	1,064	(14.3%)	11.9%	1,838	(12.3%)	1,961	(13.2%)	6.7%
금융	450	(6.0%)	419	(5.7%)	-6.8%	884	(5.9%)	980	(6.6%)	10.9%
편의점	942	(12.6%)	976	(13.2%)	3.6%	1,773	(11.8%)	1,841	(12.4%)	3.8%
기타*	965	(12.9%)	1,028	(13.9%)	6.5%	1,916	(12.8%)	2,049	(13.8%)	107.0%
영업이익	171	2.3%	87	1.2%	-49.0%	379	2.5%	295	2.0%	-22.3%
백화점	90	4.2%	40	2.0%	-55.6%	235	5.5%	154	3.8%	-34.4%
할인점	-63	-	-77	-	-	-61	-	-96	-	-
전자소매업	41	4.3%	61	5.8%	50.0%	69	3.7%	98	5.0%	42.0%
금융	62	13.7%	28	6.8%	-53.7%	94	10.6%	84	8.5%	-10.9%
편의점	18	1.9%	21	2.1%	14.8%	20	1.1%	21	1.2%	8.7%
기타*	23	2.4%	14	1.3%	-42.5%	22	2.3%	34	3.3%	153.1%

*기타는 기타 사업부 및 연결 조정 포함된 금액임

백화점 사업부

(단위 : 십억원)

	2Q 2016			2Q 2017			증감	1H 2016			1H 2017			증감
매출액	2,126	(100.0%)	2,008	(100.0%)	-5.6%	4,293	(100.0%)	4,081	(100.0%)	-4.9%				
국내	2,092	(98.4%)	1,981	(98.7%)	-5.3%	4,223	(98.4%)	4,022	(98.6%)	-4.8%				
해외	34	(1.6%)	27	(1.3%)	-22.5%	70	(1.6%)	59	(1.4%)	-15.6%				
영업이익	90	4.2%	40	2.0%	-55.6%	235	5.5%	154	3.8%	-34.4%				
국내	111	5.3%	61	3.1%	-44.8%	281	6.6%	196	4.9%	-30.2%				
해외	-21	-	-21	-	-	-46	-	-42	-	-				
EBITDA	176	8.3%	122	6.1%	-30.8%	408	9.5%	321	7.9%	-21.4%				
국내	186	8.9%	133	6.7%	-28.4%	431	10.2%	343	8.5%	-20.4%				
해외	-10	-	-11	-	-	-23	-	-22	-	-				

※ 총 63개점(17년 2분기 기준) : 국내 55개점(아울렛 20개점 포함), 해외 8개점(중국 5개점, 인니 1개점, 베트남 2개점)

국내

- ◆ **국내 기존점 신장률: -5.2%(2Q)/ -5.0%(1H)**
 - 의류 -6.0%, 잡화 -11.6%, 해외패션 -6.2%, 식품 -1.3%, 생활가전 +9.9%
 - 중국인 관광객 매출 감소(매출비중: 16년 연간 3.5% → 17.2Q 1.1%)
- ◆ **영업이익 감소: 매출 부진 및 판매관리비 증가(지급수수료, 임차료 등)**
- ◆ **손익 개선 대책**
 - 비용 효율 집행(온라인 프로모션, 사은행사, 일반 경비 등)
 - 투자심의 위원회 강화: 증축, 리뉴얼 등 경상투자 심의 강화

해외

- ◆ **해외 기존점 신장률: -18.5%(2Q)/ -11.1%(1H) (현지통화기준)**
 - 중국: -28.6%, 인도네시아 +13.3%, 베트남+16.9%
- ◆ **영업 적자 전년수준 유지**
 - 중국 판관비 절감으로 매출 하락에 따른 적자 확대 제한
- ◆ **국가별 현황 및 전략**
 - 중국 : 하반기 매출 Drive 및 비상경영(비용절감) 통한 사드영향 최소화
 - 인도네시아/베트남 : 효율MD 통한 영업흑자 달성 (베 '18년, 인 '19년)

할인점 사업부

(단위 : 십억원)

	2Q 2016			2Q 2017			증감	1H 2016			1H 2017			증감
매출액	2,070	(100.0%)	1,906	(100.0%)	-7.9%			4,261	(100.0%)	3,981	(100.0%)	-6.6%		
국내	1,398	(67.5%)	1,493	(78.3%)	6.8%			2,934	(68.9%)	3,006	(75.5%)	2.5%		
해외	672	(32.5%)	413	(21.7%)	-38.5%			1,327	(31.1%)	975	(24.5%)	-26.5%		
영업이익	-63	-	-77	-	-			-61	-	-96	-	-		
국내	-30	-	-22	-	-			0	-	-13	-	-		
해외	-33	-	-55	-	-			-61	-	-83	-	-		
EBITDA	-7	-	-20	-	-			51	1.2%	15	0.4%	-70.3%		
국내	10	0.7%	20	1.3%	107.6%			79	2.7%	68	2.3%	-13.3%		
해외	-17	-	-40	-	-			-28	-	-53	-	-		

※ 총 291개 점포(17년 2분기 기준) - 국내: 121개점 / 해외 170개점(중국 112개점, 인니 45개점, 베트남 13개점)

국내

- ◆ **국내 기존점 신장률: +4.2%(2Q)/ -0.7%(1H)**
 - 신선 +10.8%, 가공 +5.5%, 생활 +2.5%, 의류잡화 -4.2% (2Q)
 - 신선 매출 호조, 4월 프로모션(창립 50주년) 등으로 매출 신장
- ◆ **영업 적자 축소:** 기존점 매출 성장에 따른 손익 개선
- ◆ **신규 출점 현황 및 출점 계획**
 - 서울 양평점 오픈(4월): 도심 속 힐링공간 컨셉의 차별화 점포
 - 하반기 계획: 서초(7월), 김포한강(9월), 대구칠성(9월), 경기양평(11월), 포항두호(12월)

해외

- ◆ **해외 기존점 신장률: -38.0%(2Q)/ -24.5%(1H)** (현지통화기준)
 - 중국 -94.9%, 인니 +0.8%, 베트남 +1.0%
 - 중국 사드영향 영업정지 74점, 임시휴업 13점(6월말 기준)
- ◆ **영업적자 확대:** 중국 영업정지 영향 적자 확대, 동남아 실적 개선 지속
- ◆ **하반기 대책 및 전략**
 - 중국: 비용 최소화 (인건비, 상품재고축소, 기타비용 절감 등)
 - 인도네시아: 신선 혁신(도/소매 공동소싱 등), PB개발 확대
 - 베트남: PB 해외소싱 확대, 판매채널 확대(PB 상품 인근국가 수출)

하이마트 사업부

(단위 : 십억원)

	2Q 2016		2Q 2017		증감	1H 2016		1H 2017		증감
매출액	951	100.0%	1,064	100.0%	11.9%	1,838	100.0%	1,961	100.0%	6.7%
영업이익	41	4.3%	61	5.8%	50.0%	69	3.7%	98	5.0%	42.0%
EBITDA	53	5.5%	72	6.8%	36.7%	93	5.0%	120	6.1%	29.3%
당기순이익	29	3.0%	45	4.3%	57.2%	48	2.6%	71	3.6%	47.9%

※ 총 458개점 ('17년 2Q 기준)

Key Factors

◆ 2분기 전점 매출 +11.9% YoY

- 16년 2Q 대비 점포수 +16점 순증, 총 458점 운영
- 온라인 쇼핑몰, 옴니채널 지속 성장에 따른 온라인 부문 비중 증가
- 백색가전 성장 지속: 세탁기(드럼세탁기, 의류건조기), 에어컨 등
- 소형가전 고성장: 공기청정기, 청소기 등 건강 및 환경 관련 제품

◆ 2분기 영업이익 +50.0% YoY

- 고마진 상품 매출비중 증가에 따른 매출이익률 증가(26.5% → 28.0%)

◆ '17년 하반기 전망

- 프리미엄폰(갤럭시노트8, 아이폰8 등) 출시로 모바일 매출 신장 기대
- 3분기 날씨 영향(장마 등)에 따른 계절가전 지속 성장 기대

◆ '17년 주요 전략

- 온라인 선제적 투자 통한 사업 확대 (옴니세일즈 기반 온라인 강화)
- PB 및 글로벌 브랜드 확대를 통한 차별화 및 수익성 강화
- 고객과의 지속적 관계 구축을 위한 'Home & Lifestyle Retailer'로 변화

금융사업부

요약손익 계산서

(단위: 십억원, %)	2Q FY'16	2Q FY'17	증감률	1H FY'16	1H FY'17	증감률
영업수익	449	419	▲6.7	884	980	10.9
신판수익	223	238	6.5	435	467	7.3
금융수익	135	131	▲2.8	270	261	▲3.5
기타수익	91	50	▲45.1	178	252	41.6
(외화환산이익)	-11	-13		7	94	
영업비용	387	390	0.8	790	897	13.5
인건비	34	34	▲0.7	67	66	▲-1.7
금융비용	43	44	1.5	87	88	1.5
대손비용	54	57	5.2	113	114	0.6
카드비용	225	237	5.4	430	471	9.4
일반경비	31	18	▲41.9	93	158	69.9
파생상품손실	-11	-13		19	94	
영업이익	62	28	▲53.7	94	84	▲10.9

* 파생상품관련 손익, 자회사 손익 : 기타수익 및 일반경비에 반영

* 금융사업부 : 롯데카드, 범용전자화폐사업부(이비카드 외 3개사)

취급고 및 회원 수 현황(롯데카드)

(단위: 조, 천명, %)

	FY'15	FY'16	1Q FY'17	2Q FY'17
총취급고	56.6	61.3	16.0	16.6
회원수	7,255	7,470	7,466	7,493
연체율	1.68	1.62	1.54	1.62

* 총취급고, 회원수는 금감원 업무보고서 기준

채권 비중(롯데카드)

(단위: %)

	FY'15	FY'16	1Q FY'17	2Q FY'17
신판	59.6	58.2	56.4	56.2
카드론	25.8	26.2	26.8	26.3
현금서비스	9.5	7.0	7.0	6.9
기타	5.1	8.5	9.8	10.4

Key Factors

◆ 영업수익

- 신판수익(+144억, +6.5%), 금융수익(-38억, -2.8%)
- ※ 가맹점 수수료 인하 영향 -41억, 16.2Q 채권매각이익 +318억

◆ 영업비용

- 카드비용 中 모집비용 (+31억, +10.5%) : 회원 유치 증대
- 카드비용 中 마케팅비용 (+82억, +7.5%) : 할인서비스, 포인트 비용 증가

◆ 하반기 중점 계획

- 모집구조 개선
 - 온라인 모집구조 체계화 : 편의성 확대, 전용상품 개발
 - 관계사 점포망을 활용한 회원 모집 활성화
- 수익 다변화 전략
 - 법인 일반신판 확대 : 신상품 출시 및 서비스 강화, 법인 유치 전담 조직 확대
 - 금융수익 최적화 : 금융 Needs 고객군 지속 확대, 신규 금융사업 발굴 등

편의점 사업부

(단위 : 십억원)

	2Q 2016			2Q 2017			증감	1H 2016			1H 2017			증감
매출액	942	100.0%		976	100.0%		3.6%	1,773	100.0%		1,841	100.0%		3.8%
영업이익	18	1.9%		21	2.1%		14.8%	20	1.1%		21	1.2%		8.7%
EBITDA	32	3.4%		35	3.5%		7.8%	47	2.7%		49	2.7%		3.6%

※ 총 8,943점 (17년 2분기 기준)

Key Factors

◆ 2분기 매출액 +3.6%, YoY

- 16년 2분기 대비 점포수 증가 +716점, 총 8,943점 운영
- 점당 일 평균매출 전년 동기 대비 감소
- : 담뱃갑 경고 그림 영향 및 금연 증가에 따른 담배 매출 감소

◆ 2Q 영업이익 +14.8%, YoY

- 일반 상품 이익률 개선에 따른 영업이익 증가
- 수익 부진점포 구조조정을 통한 이익 개선

◆ '17년 하반기 주요 전략

- 점포 구조개선 (Process Reengineering)
 - 일판 및 수익 부진점포 폐점 및 개선활동 강화
- 점포 차별화 (Store Transformation)
 - 카페형, In-Office형, 복합 MD형 등 상권별 차별화 점포 전개
- MD이노베이션 (MD Innovation)
 - 소용량 HMR 상품 강화 : 반찬 및 안주류 구색 강화
 - 그룹사 연계 : 백화점 유명디저트 상품 개발

기타사업부

(단위 : 십억원)

	2Q 2016	2Q 2017	증감	1H 2016	1H 2017	증감
매출액	965	1,028	6.5%	1,916	2,049	7.0%
슈퍼	577	581	0.6%	1,154	1,147	-0.6%
홈쇼핑	225	254	12.8%	432	483	12.1%
기타 및 연결조정	163	193	18.8%	330	419	26.9%
영업이익	23	14	-42.5%	22	34	53.1%
슈퍼	-1	1	-	0	3	1,293.5%
홈쇼핑	29	36	24.9%	39	65	69.1%
기타 및 연결조정	-5	-23	-	-17	-34	-

3. 영업외손익 (K-IFRS 연결기준)

(단위 : 십억원)

	2Q 2016	2Q 2017	증감	1H 2016	1H 2017	증감
영업손익	171	87	-49.0%	379	295	-22.3%
이자손익	-36	-37	-	-77	-75	-
외화·파생손익	15	-4	-	17	8	-36.3%
기타 영업외손익	-10	-19	-	-45	-31	-
지분법적용주식 손익지분	9	29	221.6%	6	49	749.0%
세전이익	149	56	-62.6%	280	246	-12.0%
법인세비용	67	52	-22.9%	132	130	-0.6%
당기순이익	82	4	-95.0%	148	116	-22.0%

Appendix

- 요약 손익계산서
- 요약 재무상태표
- 해외 할인점 현황
- 점포 현황

요약 손익계산서(K-IFRS 연결기준)

(단위: 십억원)

	2Q FY'16		2Q FY'17		증감	1H FY'16		1H FY'17		증감
매출액	7,504		7,401		-1.4%	14,965		14,893		-0.5%
매출총이익	2,280	(30.4%)	2,279	(30.8%)	-0.1%	4,501	(30.1%)	4,561	(30.6%)	1.3%
판매관리비	2,109	(28.1%)	2,192	(29.6%)	3.9%	4,122	(27.5%)	4,266	(28.6%)	3.5%
영업이익	171	(2.3%)	87	(1.2%)	-49.0%	379	(2.5%)	295	(2.0%)	-22.3%
EBITDA	371	(5.0%)	283	(3.8%)	-23.7%	780	(5.2%)	690	(4.6%)	-11.6%
법인세 차감전 이익	149	(2.0%)	56	(0.8%)	-62.6%	280	(1.9%)	246	(1.7%)	-12.0%
당기순이익	82	(1.1%)	4	(0.1%)	-95.0%	148	(1.0%)	116	(0.8%)	-22.0%
지배주주지분 순이익	65	(0.9%)	-33	-	-	123	(0.8%)	57	(0.4%)	-53.6%
비지배주주지분 순이익	17	(0.2%)	37	(0.5%)	110.3%	25	(0.2%)	59	(0.4%)	129.8%

요약 재무상태표 (K-IFRS 연결기준)

(단위: 십억원)

	2Q '16	3Q '16	4Q '16	1Q '17	2Q '17
자산	40,350	40,992	41,914	42,045	41,867
현금 및 예금	2,618	3,076	3,185	3,821	3,549
재고자산	3,289	3,414	3,324	3,221	3,124
토지 및 건물	13,041	13,124	13,115	13,092	13,150
부채	23,252	23,843	24,652	24,786	24,575
차입금 및 사채	13,953	13,851	14,483	14,998	15,038
자본	17,098	17,149	17,262	17,259	17,292
자본금	158	158	158	158	158

할인점 해외사업 (2017년 2분기)

(단위: 십억원)

	점포수	2Q FY'16	2Q FY'17	YoY	YoY**
중 국	112*	284	21	-92.6%	-94.9%
인 니	45	325	329	1.1%	4.7%
베 트 남	13	64	64	-0.1%	9.6%
합 계	170	673	414	-38.5%	-34.6%

* 중국 내 롯데슈퍼 점포(13점) 포함

** 환율효과를 제외한 현지화 기준(관리기준)

Store Network

		2015	2016	2017				2017
		Year End	Year End	Openings				Year End
Domestic		Total	Total	1Q	2Q	3Q(E)	4Q(E)	Total(E)
		Department Store	full-line store	31	*30			
	franchise store	3	3					3
	young plaza	2	2					2
	outlet mall	17	20				1	21
Hypermarket		117	120		1	3	2	126

*잠실점/월드타워점 통합 운영

		2015	2016	2017				2017
		Year End	Year End	Openings				Year End
Overseas		Total	Total	1Q	2Q	3Q(E)	4Q(E)	Total(E)
		Department Store	Russia**	1	1			
	China	5	5					5
	Vietnam**	2	2					2
	Indonesia	1	1					1
Hypermarket	China***	116	115					112
	(Supermarket)	(16)	(16)	(-3)				(13)
	Vietnam	11	13					13
	Indonesia	41	46	-1			2	47
		(2)	(2)					(2)

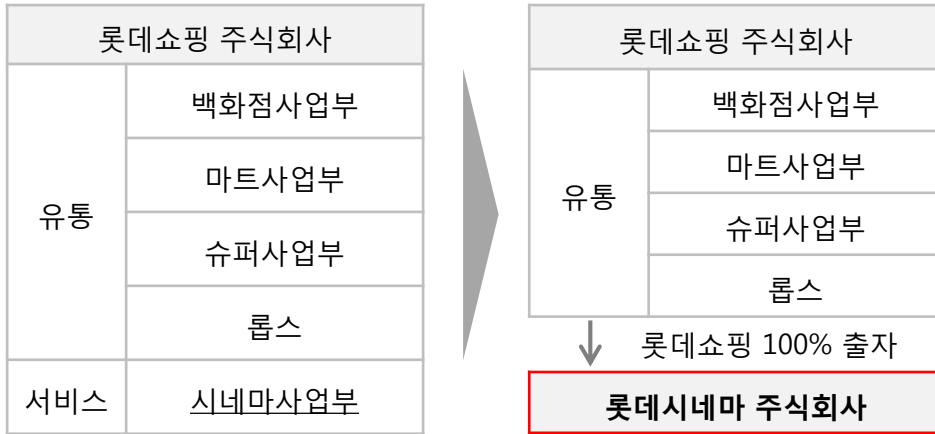
** 지분법 손익 반영 점포(모스크바점(러시아), 호치민점(베트남))

*** 중국 내 롯데슈퍼 점포(13점) 포함

롯데쇼핑 시네마 사업 분리

방식

쇼핑이 시네마 순자산을 100% 현물출자하여 신설법인 설립 결정 ('17.6.8)



목적 및 기대 효과

- 사업 전문성 강화를 통한 독자적인 엔터테인먼트 기업으로 도약
- 콘텐츠 사업, 해외 사업 등 사업다각화

영화관	출점기반 → 혁신기반 질적성장
영화사업	前단계 영역 확장 : IP확보 등
신사업	온라인 영화 유통 플랫폼 확장
해외사업	인도네시아 등 신규국가 진출

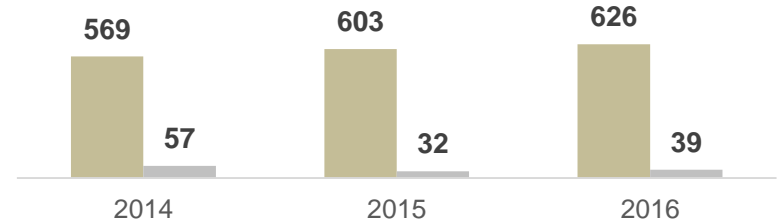
<롯데시네마 개요>

· 개요

- 설립일 : 1999년 9월 9일 **LOTTE CINEMA**
- 사업영역
 - ① 영화관 운영(롯데시네마) : 국내 112점 外
 - ② 영화 콘텐츠 투자배급(롯데엔터테인먼트)
 - 대표작 : 해적('14), 덕혜옹주('16) 外

· 매출 및 영업이익 (국내)

(단위:십억원)



· 점포 현황

	2014	2015	2016
국내	103	107	112
직영	75	81	89
위탁	28	26	23
* 해외(중국/베트남)	11/16	10/22	11/29

* 종속회사 및 지분법적용