

# 롯데쇼핑 2016년 2분기 실적

2016년 8월

**LOTTE SHOPPING CO., LTD**

INVESTOR RELATIONS



# Disclaimer

---

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

본 자료의 2016년 2분기 및 상반기 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 FY16Q2

---

- **매출 2분기 7조 5,041억원(+0.7% YoY), 상반기 14조 9,651억원(+2.3% YoY)**

- 국내 : 백화점 기존점 신장세 지속, 할인점 업계 부진 트렌드에 따른 기존점 역신장

- SSSG: [백화점 +2.6(2Q), +2.4%(1H)] / [할인점 -3.2%(2Q), -0.5%(1H)]

- 해외 백화점 : 기존점 매출 고신장 지속

- 해외 할인점 : 중국 역신장 지속에도 동남아 고신장에 따른 전체 할인점 기존점 신장

- SSSG: [백화점 +10.0%(2Q), +9.8%(1H)] / [할인점 +0.7%(2Q), -0.2%(1H)]

- **영업이익 2분기 1,710억원(-15.4% YoY), 상반기 3,792억원(-19.2% YoY)**

- 국내 백화점 : 기존점 신장 및 판관비 절감에 따른 영업이익률 상승

- 국내 할인점 : 매출 부진으로 인한 고정비 부담증가로 영업적자 확대

- 해외 : 효율성 개선에 따른 백화점, 할인점 전 지역 영업적자 소폭 개선

- **당기순이익 2분기 823억(-14.0% YoY), 상반기 1,483억원(-29.7% YoY)**

# 목차

---

- 1. 2016년 2분기 경영실적**
- 2. 2016년 2분기 사업부별 실적**
- 3. 영업외손익**

# 1. 경영실적 요약

(단위: 십억원)

	2Q 2015	2Q 2016	증감	1H 2015	1H 2016	증감
총매출	7,451	7,504	0.7%	14,629	14,965	2.3%
영업이익	202	171	-15.4%	469	379	-19.2%
<b>EBITDA</b>	408	371	-9.1%	878	780	-11.2%
법인세 차감전이익	174	149	-14.3%	366	280	-23.7%
당기순이익	96	82	-14.0%	211	148	-29.7%

\* IFRS 연결기준 대상회사 70개

## 2. 사업 부문별 정보

(단위 : 십억원, %)

	2Q 2015		2Q 2016		증감	1H 2015		1H 2016		증감
<b>매출액</b>	<b>7,451</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>7,504</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>0.7%</b>	<b>14,629</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>14,965</b>	<b>(100%)</b>	<b>2.3%</b>
백화점	2,055	(27.6%)	2,126	(28.3%)	3.5%	4,151	(28.4%)	4,293	(28.7%)	3.4%
할인점	2,091	(28.1%)	2,070	(27.6%)	-1.0%	4,254	(29.1%)	4,261	(28.5%)	0.2%
전자소매업	968	(13.0%)	951	(12.7%)	-1.8%	1,827	(12.5%)	1,838	(12.3%)	0.6%
금융	473	(6.3%)	450	(6.0%)	-4.9%	883	(6.0%)	884	(5.9%)	0.1%
편의점	868	(11.6%)	942	(12.5%)	8.6%	1,570	(10.7%)	1,773	(11.8%)	12.9%
기타*	996	(13.4%)	965	(12.9%)	-3.1%	1,944	(13.3%)	1,916	(12.8%)	-1.5%
<b>영업이익</b>	<b>202</b>	<b>2.7%</b>	<b>171</b>	<b>2.3%</b>	<b>-15.4%</b>	<b>469</b>	<b>3.2%</b>	<b>379</b>	<b>2.5%</b>	<b>-19.2%</b>
백화점	75	3.7%	90	4.2%	18.7%	219	5.3%	235	5.5%	7.3%
할인점	-43	-	-63	-	-	-33	-	-61	-	-
전자소매업	42	4.4%	41	4.3%	-3.2%	77	4.2%	69	3.7%	-11.3%
금융	79	16.7%	62	13.7%	-22.0%	121	13.8%	94	10.6%	-22.5%
편의점	23	2.6%	18	1.9%	-19.7%	32	2.0%	20	1.1%	-37.7%
기타*	26	2.6%	23	2.4%	-10.4%	53	2.7%	22	1.2%	-57.9%

\*기타는 기타 사업부 및 연결 조정 포함된 금액임

# 백화점 사업부

(단위 : 십억원)

	2Q 2015			2Q 2016			증감	1H 2015			1H 2016			증감	
<b>매출액</b>	<b>2,055</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>2,126</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>3.5%</b>	<b>4,151</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>4,293</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>3.4%</b>	<b>4,088</b>	<b>(98.5%)</b>	<b>4,223</b>	<b>(98.4%)</b>	<b>3.3%</b>
국내	2,024	(98.5%)	2,092	(98.4%)	3.4%	4,088	(98.5%)	4,223	(98.4%)	3.3%	63	(1.5%)	70	(1.6%)	11.5%
해외	31	(1.5%)	34	(1.6%)	10.3%	63	(1.5%)	70	(1.6%)	11.5%					
<b>영업이익</b>	<b>75</b>	<b>3.7%</b>	<b>90</b>	<b>4.2%</b>	<b>18.7%</b>	<b>219</b>	<b>5.3%</b>	<b>235</b>	<b>5.5%</b>	<b>7.3%</b>	<b>269</b>	<b>6.6%</b>	<b>281</b>	<b>6.6%</b>	<b>4.2%</b>
국내	100	5.0%	111	5.3%	10.4%	269	6.6%	281	6.6%	4.2%	-50	-	-46	-	-
해외	-25	-	-21	-	-	-50	-	-46	-	-					
<b>EBITDA</b>	<b>163</b>	<b>7.9%</b>	<b>176</b>	<b>8.3%</b>	<b>8.1%</b>	<b>392</b>	<b>9.5%</b>	<b>408</b>	<b>9.5%</b>	<b>3.9%</b>	<b>422</b>	<b>10.3%</b>	<b>431</b>	<b>10.2%</b>	<b>2.1%</b>
국내	177	8.7%	186	8.9%	5.2%	422	10.3%	431	10.2%	2.1%	-30	-	-23	-	-
해외	-14	-	-10	-	-	-30	-	-23	-	-					

※ 총 61개점(16년 2분기 기준) : 국내 53개점(아울렛 17개점 포함), 해외 8개점(중국 5개점, 인니 1개점, 베트남 2개점)

## 국내

- ◆ **국내 기존점 신장률: +2.6%(2Q)/ +2.4%(1H)**
  - 전점 관리 총매출 +4.8%(2Q)/ +4.7%(1H)
  - 의류+1.2%, 식품+5.3%, 잡화+2.1%, 해외+7.6%, 생활·가전+4.0%
- ◆ **2분기 국내 영업이익 증가 +10.4%**
  - 매출 증가 및 판관비 일부 축소(광고비, 감가상각비)로 영업이익 신장
- ◆ **신사업 확대, 신규 출점을 통한 경쟁력 확보**
  - 전문점 출점 확대(홍대, 가로수길 등), 렌탈사업 런칭(살롱드살롱, 7월)
  - 하반기 아울렛 출점계획(+5점): 의정부, 남악, 진주점 外

## 해외

- ◆ **해외 기존점 신장률: +10.0%(2Q)/ +9.8%(1H)**
  - 2분기 SSSG: 중국 +5.7%, 인도네시아 +31.2%, 베트남 +20.8%
- ◆ **2분기 영업적자 개선폭 확대 +36억**
  - 광고판촉비 절감 및 임차료 축소 등 판관비 관리 강화를 통한 개선
- ◆ **매출 확대 및 이익률 개선을 위한 노력 지속**
  - 혁신 MD, 우수 해외 B/D 유치, 이슈성 대형행사, 멤버스·마케팅 강화 등
  - 임차료·경비 절감 및 인원 효율화를 통한 이익 개선

# 할인점 사업부

(단위 : 십억원)

	2Q 2015			2Q 2016			1H 2015			1H 2016		
						증감					증감	
<b>매출액</b>	<b>2,091</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>2,070</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>-1.0%</b>		<b>4,254</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>4,261</b>	<b>(100.0%)</b>	<b>0.2%</b>	
국내	1,438	(68.8%)	1,398	(67.5%)	-2.8%		2,947	(69.3%)	2,934	(68.9%)	-0.4%	
해외	653	(31.2%)	672	(32.5%)	3.0%		1,307	(30.7%)	1,327	(31.1%)	1.5%	
<b>영업이익</b>	<b>-43</b>	-	<b>-63</b>	-	-		<b>-33</b>	-	<b>-61</b>	-	-	
국내	-7	-	-30	-	-		30	1.0%	0	-	-	
해외	-36	-	-33	-	-		-63	-	-61	-	-	
<b>EBITDA</b>	<b>13</b>	<b>0.6%</b>	<b>-7</b>	-	-		<b>78</b>	<b>1.8%</b>	<b>51</b>	<b>1.2%</b>	<b>-35.1%</b>	
국내	33	2.3%	10	0.7%	-70.6%		109	3.7%	79	2.7%	-27.9%	
해외	-20	-	-17	-	-		-31	-	-28	-	-	

※ 총 288개 점포(16년 2분기 기준) - 국내: 117개점 / 해외 171개점(중국 116개점, 인니 43개점, 베트남 12개점)

## 국내

- ◆ **국내 기존점 신장률: -3.2%(2Q)/ -0.5%(1H)**
  - 전점 관리 총매출 -2.1%(2Q)/ 0.7%(1H)
  - 2Q SSSG: 신선 -4.2%, 가공·생활 -3.9%, 의류·잡화 -0.1%
- ◆ **2분기 매출 부진에 따른 영업적자 확대**
- ◆ **하반기 개선 전략**
  - 하반기 리뉴얼 특화샵 확대(상반기 3점 완료 /하반기 12점 예정)
    - ※ 상반기 특화샵 매출 신장율 +20.6% (YoY)
  - 규격상품 \*PLC/신선 정상판매율 개선을 통한 상품이익률 관리 강화
    - \* PLC(Product Life Cycle): 제품수명주기 관리
  - 온라인물류센터 운영(5월 오픈) 조기 안정화 및 매출 확대

## 해외

- ◆ **2분기 기존점 신장률: 중국 -7.6%, 인니 +7.5%, 베트남 +6.1%**
  - 중국: 경쟁 심화 및 온라인 급성장에 따른 대형마트 산업 성장 정체
  - 동남아 : 우호적 소비 환경에 따른 매출 고 신장세 지속
- ◆ **2분기 영업적자 소폭 개선 +30억**
  - 중국: 북경 지역 실적 개선 및 산둥 지역 폐점('15년)영향 적자 축소
    - 화동법인 부진 지속(매출 부진, 저온물류센터 운영 비용 증가 등)
  - 동남아: 신규출점 지속에도 불구하고 매출이익 개선을 통한 영업이익 증가



# 하이마트 사업부

(단위 : 십억원)

	2Q 2015			2Q 2016			증감	1H 2015			1H 2016			증감
매출액	968	100.0%		951	100.0%		-1.8%	1,827	100.0%		1,838	100.0%		0.6%
영업이익	42	4.4%		41	4.3%		-3.2%	77	4.2%		69	3.7%		-11.3%
EBITDA	55	5.6%		53	5.5%		-3.7%	103	5.6%		93	5.0%		-9.8%
당기순이익	29	3.0%		29	3.0%		0.4%	53	2.9%		48	2.6%		-9.9%

※ 총 442개점 ('16년 2분기 기준)

## Key Factors

### ◆ 2분기 전점 매출 -1.8% YoY

- 15년 2Q 대비 점포수 순증 +4점, 총 442점 운영 (2Q 로드샵 4개점 오픈)
- 주요 대형가전(냉장고, TV 등)의 트렌드 하락세 따른 매출 감소
- 에어컨, 선풍기 등 계절가전의 고신장

### ◆ 2분기 영업이익 -3.2% YoY

- 매출액 감소와 판매관리비 소폭 증가에 따른 영업이익 감소

### ◆ '16년 하반기 전망

- 「에너지 고효율 가전 인센티브 지원」정책 에 따른 수혜 기대(7~9월)
- 3분기 여름가전 신장 지속 전망
- 모바일 신제품 출시(갤럭시노트7, 아이폰7)에 따른 매출 신장 기대
- 온라인 쇼핑몰의 공격적 SKU증대와 판촉을 통한 고성장 지속
- 스마트픽, 옴니세일즈 등 온-오프라인 시너지 강화(옴니채널 활성화)

# 금융사업부

## 요약손익 계산서

(단위: 십억원, %)	2Q FY'15	2Q FY'16	증감률	1H FY'15	1H FY'16	증감률
영업수익	473	449	▲4.9	883	884	0.1
신판수익	215	223	3.6	422	435	3.3
금융수익	134	135	0.7	268	270	0.9
기타수익	123	91	▲26.0	193	179	▲7.8
영업비용	394	388	▲1.5	762	790	3.7
인건비	30	33	8.6	62	64	3.8
금융비용	42	43	2.1	85	87	1.9
대손비용	50	54	7.1	102	113	11.3
카드비용	205	225	9.9	392	430	9.8
일반경비	66	33	▲50.7	121	96	▲21.2
영업이익	79	62	▲22.0	121	94	▲22.5

\* 파생상품관련 손익, 자회사 손익 : 기타수익 및 일반경비에 반영  
\* 금융사업부 : 롯데카드, 범용전자화폐사업부(이비카드 외 3개사)

## Key Factors

### ◆ 영업수익

- 신판수익(+78억, +3.6%), 금융수익(+9억, +0.7%) 소폭 증가
- 가맹점 수수료 인하 영향 -95억, 기타수익 중 파생관련 수익 -171억

### ◆ 영업비용

- 모집비용 +24억, 마케팅비용 +112억, 인건비 +26억(희망퇴직 비용 반영)
- 일반경비 중 파생관련 비용 전년비 195억 감소

## 취급고 및 회원 수 현황(롯데카드)

(단위: 조, 천명, %)

	FY'14	FY'15	1Q FY'16	2Q FY'16
총취급고	53.5	56.6	14.0	15.2
회원수	7,225	7,255	7,232	7,263
연체율	1.48	1.68	1.58	1.60

\* 총취급고, 회원수는 금감원 업무보고서 기준

## 채권 비중(롯데카드)

(단위: %)

	FY'14	FY'15	1Q FY'16	2Q FY'16
신판	59.6	58.6	56.9	56.9
카드론	25.8	27.0	28.0	27.7
현금서비스	9.5	7.8	7.9	7.5
기타	5.1	6.6	7.2	8.0

### ◆ 하반기 중점 계획

#### - 신규 결제시장 선점 추진

- 공과금 결제시장 RP 서비스(아파트관리비/도시가스 등) 확대

\* RP : Recurring Payment

- 핀테크 관련 신규상품(국내 최초 스티커카드 출시 등) 강화

#### - 비용집행 효율 강화

- 온라인 유치 활성화를 통한 유치채널 다변화 (회원효율 극대화)
- 프로세스 개선을 통한 효율화 (VAN수수료 인하, 온라인청구서 확대)

# 편의점 사업부

(단위 : 십억원)

	2Q 2015			2Q 2016			1H 2015			1H 2016		
					증감						증감	
매출액	868	100.0%	942	100.0%	8.6%	1,570	100.0%	1,773	100.0%	12.9%		
영업이익	23	2.6%	18	1.9%	-19.7%	32	2.0%	20	1.1%	-37.7%		
EBITDA	38	4.3%	32	3.4%	-14.6%	62	3.9%	47	2.7%	-23.2%		

※ 총 8,227점 ('16년 2분기 기준)

## Key Factors

### ◆ 2분기 매출액 +8.6%, YoY

- 15년 2분기 대비 점포 수 증가 +743점, 총 8,227점 운영
- 점당 매출 효율증가
  - 1인 가구 증가에 따른 도시락 등 HMR상품 매출 증가
  - 실용 중심 소비트렌드 확산에 따른 PB상품 매출 증가

### ◆ 2Q 영업이익 -19.7%, YoY

- 직영/위탁 점포 증가에 따른 초기 비용 증가
- 카드매출 비중 확대에 따른 수수료 등 비용 증가
- 전년 담배재고평가이익 및 Van 수수료 수입 base 영향

### ◆ '16년 하반기 주요 전략

- PB상품 집중개발
  - 유명브랜드 연계, 파트너사 제휴를 통한 우수PB상품 개발
- 컨비니언스 푸드스토어 확립
  - 도시락 신상품 개발 및 품질 향상을 통한 경쟁력 제고
  - 세븐카페 도입점 확대 및 판매 집중
- 1인 가구 증가에 따른 소용량/소포장 상품 구색 강화
- 그룹사 연계 '스마트픽' 서비스 시행을 통한 옴니채널 강화

# 기타사업부

(단위 : 십억원)

	2Q 2015	2Q 2016	증감	1H 2015	1H 2016	증감
<b>매출액</b>	<b>996</b>	<b>965</b>	<b>-3.1%</b>	<b>1,944</b>	<b>1,916</b>	<b>-1.5%</b>
슈퍼	601	577	-4.1%	1,174	1,154	-1.7%
홈쇼핑	213	225	5.9%	438	431	-1.5%
기타 및 연결조정	182	163	-10.3%	332	331	-0.5%
<b>영업이익</b>	<b>26</b>	<b>23</b>	<b>-10.4%</b>	<b>53</b>	<b>22</b>	<b>-57.9%</b>
슈퍼	10	-1	-	11	0	-
홈쇼핑	23	29	22.5%	48	39	-19.8%
*기타 및 연결조정	-7	-5	-	-6	-17	-

### 3. 영업외손익 (K-IFRS 연결기준)

(단위 : 십억원)

	2Q 2015	2Q 2016	증감	1H 2015	1H 2016	증감
<b>영업손익</b>	<b>202</b>	<b>171</b>	<b>-15.4%</b>	<b>469</b>	<b>379</b>	<b>-19.2%</b>
이자손익	-39	-36	-	-79	-77	-
외화·파생손익	2	17	725.2%	-15	17	-
기타 영업외손익	-12	-12	-	-30	-45	-
지분법적용주식 손익지분	21	9	-57.6%	21	6	-73.1%
<b>세전이익</b>	<b>174</b>	<b>149</b>	<b>-14.3%</b>	<b>366</b>	<b>280</b>	<b>-23.7%</b>
법인세비용	78	67	-14.7%	155	132	-15.4%
<b>당기순이익</b>	<b>96</b>	<b>82</b>	<b>-14.0%</b>	<b>211</b>	<b>148</b>	<b>-29.7%</b>

# Appendix

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

# 요약 손익계산서(K-IFRS 연결기준)

(단위: 십억원)

	2Q FY'15	2Q FY'16	증감	1H FY'15	1H FY'16	증감
매출액	7,451	7,504	0.7%	14,629	14,965	2.3%
매출총이익	2,258 (30.3%)	2,280 (30.4%)	1.0%	4,428 (30.3%)	4,501 (30.1%)	1.7%
판매관리비	2,056 (27.6%)	2,109 (28.1%)	2.6%	3,959 (27.1%)	4,122 (27.5%)	4.1%
영업이익	202 (2.7%)	171 (2.3%)	-15.4%	469 (3.2%)	379 (2.5%)	-19.2%
<b>EBITDA</b>	408 (5.5%)	371 (5.0%)	-9.1%	878 (6.0%)	780 (5.2%)	-11.2%
법인세 차감전 이익	174 (2.3%)	149 (2.0%)	-14.3%	366 (2.5%)	280 (1.9%)	-23.7%
당기순이익	96 (1.3%)	82 (1.1%)	-14.0%	211 (1.4%)	148 (1.0%)	-29.7%
지배주주지분 순이익	65 (0.9%)	65 (0.9%)	0.4%	171 (1.2%)	123 (0.8%)	-28.1%
비지배주주지분 순이익	31 (0.4%)	17 (0.2%)	-43.7%	40 (0.3%)	25 (0.2%)	-36.6%

# 요약 재무상태표 (K-IFRS 연결기준)

(단위: 십억원)

	1Q '15	2Q '15	3Q '15	4Q '15	1Q '16	2Q '16
<b>자산</b>	<b>39,750</b>	<b>39,785</b>	<b>41,387</b>	<b>40,693</b>	<b>40,357</b>	<b>40,350</b>
현금 및 예금	2,096	2,157	2,934	3,033	2,796	2,615
재고자산	3,268	3,138	3,336	3,266	3,333	3,289
토지 및 건물	13,302	13,174	13,114	13,052	13,005	13,041
<b>부채</b>	<b>22,189</b>	<b>22,113</b>	<b>23,663</b>	<b>23,605</b>	<b>23,300</b>	<b>23,252</b>
차입금 및 사채	12,424	13,123	13,731	14,084	13,807	13,953
<b>자본</b>	<b>17,561</b>	<b>17,672</b>	<b>17,724</b>	<b>17,088</b>	<b>17,057</b>	<b>17,098</b>
자본금	158	158	158	158	158	158



# 할인점 해외사업 (2016년 2분기)

(단위: 십억원)

	점포수	2Q FY'15	2Q FY'16	YoY	YoY**
중 국	116*	320	284	-11.5%	-7.3%
인 니	43	283	325	15.0%	10.8%
베 트 남	12	50	64	27.4%	25.0%
합 계	171	653	673	3.0%	4.1%

\* 중국 내 롯데슈퍼 점포(16점) 포함

\*\* 환율효과를 제외한 현지화 기준(관리기준)

# Store Network

<b>Domestic</b>		2014	2015	2016				2016
		Year End	Year End	Openings				Year End
		Total	Total	1Q	2Q	3Q(E)	4Q(E)	Total(E)
Department Store	full-line store	31	31					*30
	franchise store	2	3					3
	young plaza	2	2					2
	outlet mall	14	17			2	3	22
Hypermarket		114	117			1	4	122

\*잠실점, 에비뉴엘월드타워점 통합운영 ('16년~)

<b>Overseas</b>		2014	2015	2016				2016
		Year End	Year End	Openings				Year End
		Total	Total	1Q	2Q	3Q(E)	4Q(E)	Total(E)
Department Store	Russia	1	1					1
	China	5	5					5
	Vietnam	1	2					2
	Indonesia	1	1					1
Hypermarket (Supermarket)	China	119	116*				1	117*
		(16)	(16)					(16)
	Vietnam	10	11		1	1		13
	Indonesia	38	41		2		3	46
		(1)	(2)					(2)

\* 중국 내 롯데슈퍼 점포(16점) 포함