



롯데쇼핑 2018년 2분기 실적

2018. 8

LOTTE SHOPPING CO., LTD.
INVESTOR RELATIONS



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

본 자료의 2018년 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.

■ 매출액 2분기 4조 4,227억원 (+0.5% YoY), 상반기 8조 7,693억원 (-0.9% YoY)

– 국내 : [백화점] 대형점을 중심으로 기존점 매출 증가 / [할인점] 업황 부진 지속으로 기존점 매출 감소

· SSSG 백화점 +0.9% (2Q), +1.2% (1H) / 할인점 -4.0% (2Q), -2.4% (1H)

– 해외 : [백화점] 쏘지역 기존점 매출 증가 / [할인점] 중국 매출 감소, 동남아 사업 성장세 지속

· SSSG 백화점 +9.0% (2Q) [중국 +9.5%, 인도네시아 +9.2%, 베트남 +5.4%] / +2.4% (1H) [중국 -4.4%, 인도네시아 +12.3%, 베트남 +11.0%]

할인점 +2.4% (2Q) [중국 -72.4%, 인도네시아 +2.6%, 베트남 +13.5%] / -21.0% (1H) [중국 -95.9%, 인도네시아 +1.7%, 베트남 +13.4%]

■ 영업이익 2분기 349억원 (-17.0% YoY), 상반기 1,998억원 (+1.6% YoY)

– 국내 : [백화점] 효율적 판관비 집행으로 영업이익 증가 (+19.5%) / [할인점] 기존점 부진 및 판관비 증가로 영업이익 감소

– 해외 : [백화점] 중국·인도네시아 기존점 매출 증가 및 비용 최소화로 적자 개선, 베트남 전년 수준 영업손익 유지

[할인점] 중국 영업정지로 인한 판관비 감소에 따른 영업적자 축소

인니 브랜드 로열티 지급에 따른 영업이익 감소, 베트남 기존점 고산장에 따른 영업이익 증가

■ 당기순손익 2분기 -2,139억원 (적자전환)

– 영업외손익 전년比 -1,972억원

· 중국 할인점 매각 관련 총당금 -1,507억 (운전자금 796억, 폐점비용 506억, 소송비용 205억)

1. 2018년 2분기 경영실적
2. 2018년 2분기 사업부별 실적
3. 영업외손익
4. 주요 법인 지분법 평가손익

1. 2018년 2분기 경영실적

(단위 : 십억원)

	2Q 2017	2Q 2018	증감	1H 2017	1H 2018	증감
매출액	4,400	4,423	0.5%	8,847	8,769	-0.9
[총매출액]	5,959	5,926	-0.6%	11,977	11,828	-1.2
영업이익	42	35	-17.0%	197	200	1.6
EBITDA	231	206	-10.8%	578	543	-6.1
법인세차감전이익	12	-192	-	150	-133	-
계속사업손익	-27	-214	-	45	-224	-
중단사업손익*	33	-	-	72	-	-
당기순이익	5	-214	-	117	-224	-

* 17. 3Q 롯데지주 설립시, 인적분할 된 롯데쇼핑의 투자부문에서 발생한 손익

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

※ K-IFRS 연결기준 대상 회사 롯데쇼핑 외 57개

2. 2018년 2분기 사업부별 실적

(단위 : 십억원)

	2Q 2017		2Q 2018		증감	1H 2017		1H 2018		증감
매출액	4,400	(100.0%)	4,423	(100.0%)	0.5%	8,847	(100.0%)	8,769	(100.0%)	-0.9%
백화점	762	(17.3%)	770	(17.4%)	0.9%	1,559	(17.6%)	1,591	(18.1%)	2.1%
할인점	1,600	(36.4%)	1,581	(35.8%)	-1.2%	3,375	(38.2%)	3,134	(35.7%)	-7.2%
전자제품전문점	1,061	(24.1%)	1,087	(24.6%)	2.4%	1,957	(22.1%)	2,039	(23.3%)	4.2%
슈퍼	529	(12.0%)	503	(11.4%)	-4.8%	1,042	(11.8%)	993	(11.3%)	-4.7%
기타*	448	(10.2%)	482	(10.8%)	7.5%	914	(10.3%)	1,012	(11.6%)	10.7%
총매출액	5,959	(100.0%)	5,926	(100.0%)	-0.6%	11,977	(100.0%)	11,828	(100.0%)	-1.2%
백화점	2,004	(33.6%)	2,005	(33.8%)	0.1%	4,079	(34.1%)	4,113	(34.8%)	0.8%
할인점	1,865	(31.3%)	1,803	(30.4%)	-3.3%	3,897	(32.5%)	3,584	(30.3%)	-8.0%
전자제품전문점	1,061	(17.8%)	1,087	(18.3%)	2.4%	1,957	(16.3%)	2,039	(17.2%)	4.2%
슈퍼	561	(9.4%)	534	(9.0%)	-4.7%	1,106	(9.2%)	1,054	(8.9%)	-4.7%
기타*	468	(7.9%)	497	(8.4%)	6.1%	939	(7.8%)	1,037	(8.8%)	10.5%
영업이익	42	1.0%	35	0.8%	-17.0%	197	2.2%	200	2.3%	1.6%
백화점	40	5.2%	57	7.4%	42.5%	154	9.9%	200	12.6%	30.0%
할인점	-77	-	-78	-	-	-96	-	-122	-	-
전자제품전문점	61	5.8%	67	6.2%	9.3%	98	5.0%	108	5.3%	10.9%
슈퍼	2	0.4%	-14	-	-	4	0.4%	-24	-	-
기타*	16	3.4%	3	0.7%	-76.6%	37	4.1%	37	3.7%	-0.0%

* 기타 사업부 및 연결조정 포함된 금액

가. 백화점 사업부

(단위 : 십억원)

	2Q 2017		2Q 2018		증감	1H 2017		1H 2018		증감
매출액	762	(100.0%)	770	(100.0%)	0.9%	1,559	(100.0%)	1,591	(100.0%)	2.1%
국내	736	(96.6%)	742	(96.4%)	0.7%	1,500	(96.2%)	1,534	(96.4%)	2.3%
해외	26	(3.4%)	28	(3.6%)	6.4%	59	(3.8%)	57	(3.6%)	-2.9%
중국	16	(2.1%)	18	(2.4%)	11.8%	39	(2.5%)	38	(2.4%)	-3.2%
인도네시아	6	(0.8%)	6	(0.8%)	-3.1%	12	(0.8%)	11	(0.7%)	-3.2%
베트남	4	(0.5%)	4	(0.5%)	-1.5%	8	(0.5%)	8	(0.5%)	-0.9%
영업이익	40	5.2%	57	7.4%	42.5%	154	9.9%	200	12.6%	30.0%
국내	61	8.3%	73	9.9%	19.5%	196	13.1%	234	15.2%	19.3%
해외	-21	-	-17	-	-	-42	-	-34	-	-
중국	-19	-	-15	-	-	-35	-	-31	-	-
인도네시아	-2	-	-1	-	-	-6	-	-2	-	-
베트남	0	-	0	-	-	-1	-	-1	-	-
EBITDA	126	16.5%	132	17.1%	4.7%	329	21.1%	350	22.0%	6.2%
국내	138	18.7%	140	18.9%	1.9%	351	23.4%	367	23.9%	4.4%
해외	-12	-	-8	-	-	-22	-	-17	-	-
중국	-11	-	-9	-	-	-20	-	-19	-	-
인도네시아	-1	-	0	-	-	-4	-	0	-	-
베트남	1	23.2%	1	21.6%	-8.1%	2	22.2%	2	23.1%	3.2%

※ 총 66개점 ('18년 2분기 기준) : 국내 57개점 (아울렛 22개점 포함), 해외 9개점 (중국 5개점, 인도네시아 1개점, 베트남 2개점, 러시아 1개점)

국내 백화점

- ▶ **국내 기존점 신장률 : +0.9% YoY (2Q) / +1.2% YoY (1H)**
 - 여성 -0.7%, 남성스포츠 -2.1%, 잡화 -5.5%, 해외패션 +12.4%, 식품 +1.4%, 생활가전 +7.2%
- ▶ **기존점 매출 증가 및 판관비 감소 (-205억) 따른 영업이익 +19.5% 증가**
 - 광고판촉비 -120억, 지급수수료 -89억, 감가상각비 -82억, 임차료 +46억, 세금과공과외 -51억 ('18. 2Q 부동산세 +29억, 627억 → 656억), 인건비 +113억 ('18. 2Q 성과급 충당금 영향 +105억) 등
- ▶ **하반기 주요 전략**
 - 오프라인 점포 구조조정 전략 지속 (혁신점포 운영, 업태전환, 매각)
 - 차별화 MD 및 新컨텐츠 확대, 옴니채널 매장 구축 (리빙/뷰티/패션)

해외 백화점

- ▶ **해외 기존점 신장률 : +9.0% YoY (2Q) / +2.4% YoY (1H)**
 - 중국 +9.5%, 인도네시아 +9.2%, 베트남 +5.4%
- ▶ **중국 및 동남아 사업 영업적자 개선**
 - 중국/인니 기존점 매출 증가 및 비용 최소화로 적자 개선 (중국 +34억, 인니 +15억)
 - 베트남 전년 수준 영업손익 유지
- ▶ **하반기 주요 전략**
 - 인도네시아 : MD 개선을 통한 이익 제고 (인기 F&B확대, Key 테넌트 유치 등)
 - 베트남 : 기존점 MD 경쟁력 강화 통한 하노이/호치민 No.1 점포 구현, 1선 및 2선 도시 신규출점 검토

나. 할인점 사업부 - ①

(단위 : 십억원)

	2Q 2017		2Q 2018		증감	1H 2017		1H 2018		증감
매출액	1,600	(100.0%)	1,581	(100.0%)	-1.2%	3,375	(100.0%)	3,134	(100.0%)	-7.2%
국내	1,190	(74.4%)	1,197	(75.7%)	0.6%	2,408	(71.3%)	2,423	(77.3%)	0.6%
해외	410	(25.6%)	385	(24.3%)	-6.2%	967	(28.7%)	711	(22.7%)	-26.5%
중국	20	(1.3%)	10	(0.6%)	-52.1%	244	(7.2%)	22	(0.7%)	-90.8%
인도네시아	327	(20.4%)	308	(19.5%)	-5.8%	590	(17.5%)	550	(17.6%)	-6.7%
베트남	63	(3.9%)	67	(4.2%)	6.4%	133	(4.0%)	138	(4.4%)	3.3%
영업이익	-77	-	-78	-	-	-96	-	-122	-	-
국내	-22	-	-38	-	-	-14	-	-32	-	-
해외	-55	-	-41	-	-	-83	-	-90	-	-
중국	-65	-	-51	-	-	-97	-	-107	-	-
인도네시아	7	2.2%	7	2.2%	-8.5%	10	1.7%	9	1.7%	-11.4%
베트남	3	4.2%	4	5.7%	45.1%	4	3.0%	7	5.3%	83.8%
EBITDA	-19	-	-27	-	-	18	0.5%	-18	-	-
국내	21	1.8%	3	0.3%	-84.7%	71	2.9%	50	2.1%	-29.0%
해외	-40	-	-30	-	-	-53	-	-68	-	-
중국	-58	-	-47	-	-	-82	-	-98	-	-
인도네시아	12	3.7%	11	3.5%	-11.0%	20	3.3%	17	3.1%	-13.3%
베트남	5	8.7%	6	9.7%	19.1%	10	7.2%	13	9.2%	31.8%

※ 총 282개점 ('18년 2분기 기준) : 국내 123개점 / 해외 159개점 (중국 100개점, 인도네시아 46개점, 베트남 13개점)

국내 할인점 분석

▶ 국내 기존점 신장률 : -4.0% YoY (2Q) / -2.4% YoY (1H)

- 신선 -4.3%, 가공 +0.7%, 비식품 -10.0%
- 신선식품 부진: 과일/채소 직항부진 일부 품목(계란 등) 시세 하락, 신선식품질혁신센터 안정화 기간
- 패션 브랜드 매장 철수로 인한 매출 저조 → SPA 브랜드 입점 예정

▶ 판관비 증가 요인 (최저임금 인상 등) 불구하고 효율적 관리로 비용 증가 최소화

- 인건비/용역비 +72억 (최저임금 인상), 지급수수료 +17억 (지주 브랜드 사용료 등)
- 세금과공과외 -11억 ('18. 2Q 부동산세 +29억, 333억 → 362억) 등

해외 할인점 분석

▶ 해외 기존점 신장률 : +2.4% YoY (2Q) / -21.0% YoY (1H)

- 중국 -72.4%, 인도네시아 +2.6% (도매 +6.7%, 소매 -9.6%), 베트남 +13.5%
- 동남아 기존점 지속 성장에 따른 매출 증가

▶ 중국 영업적자 감소 / 인도네시아 영업이익 감소 / 베트남 영업이익 증가

- 중국 폐점 (할인점 8점), 법인별 매각 및 중국정부 승인 절차 진행 중
- 인도네시아 환율 (-8.8%) 및 해외 로열티 지급 (12억) 따른 영업이익 감소 (-6억)
- 베트남 기존점 성장에 따른 영업이익 증가 (+12억) ※ 해외 로열티 3억 지급

국내 할인점 신선품질혁신센터 현황



[신선품질혁신센터]

“신선식품 원물을 통합 구매하여 일괄 가공 및 포장 후 전국 할인점/슈퍼로 공급하는 신선식품 전용 물류센터”

▶ 개요

- 위치 : 충북 증평군 도안면 노암리 826-7 (제2일반 산업단지 內)
- 오픈 : '18. 1. 1부터 단계별로 오픈하여 '18. 4월 본격 가동
- 면적 및 구성 : 연면적 16,948평 / 농산물산지유통센터 (APC센터) 및 Meat센터
- 투자비 : 1,330억

▶ 운영 현황 및 목표

- 총 5개층 (B1F~4F)으로 APC센터 (1F~4F) / Meat센터 (1F~2F) 운영 中
- 가동률 : APC센터 38.4%, Meat센터 35.2% ('18. 6월 기준) → 80.0% ('18年末)
- 취급규모 : 할인점 (소매장 축산물 90%, 농산물 20%) / 슈퍼 (축산물 37%, 농산물 23%)

▶ 효과

- 품질 개선 : 입출고 Process 관리 / 최고수준 콜드체인 / 식품인증 취득 (HACCP 등)
- 가격 경쟁력 제고 : 생산자 직거래, 가공 규격화 등 방식 다변화를 통한 원가 절감

해외 할인점 전략

[인도네시아]

▶ 하반기 전략

- 도매 공격적 출점 (하반기 +2점 오픈) → 전국 Network 구축
- 소매 소형포맷 개발 (1,200㎡) ※ 2Type : Superant (Super+Restaurant)/Grocery Specific
- PB 매출 및 신선식품 직소싱 확대, 온라인플랫폼 제휴 확대

▶ 중장기 출점 계획

구 분	'18년	'19년	'20년
출점 계획	+2점	+18점	+16점
총 점포수	48점	66점	82점

[베트남]

▶ 하반기 전략

- 新컨셉 소형매장 대도시 중심 출점 (하반기 +12점 오픈 추진)
- 상품력 강화 및 PB매출 확대
- O2O 활성화 : 배달 App 'Speed L' 그랜드오픈 ('18. 6월), 한국직배송 서비스 TEST

▶ 중장기 출점 계획

구 분	'18년	'19년	'20년
출점 계획	+12점	+29점	+32점
총 점포수	25점	54점	86점

다. 전자제품전문점 사업부

(단위 : 십억원)

	2Q 2017		2Q 2018		증감	1H 2017		1H 2018		증감
매출액	1,061		1,087		2.4%	1,957		2,039		4.2%
영업이익	61	5.8%	67	6.2%	9.3%	98	5.0%	108	5.3%	10.9%
EBITDA	73	6.9%	79	7.3%	7.6%	123	6.3%	132	6.5%	8.1%
당기순이익	45	4.3%	50	4.6%	9.5%	71	3.6%	79	3.9%	12.2%

※ 총 462개店 ('18년 2분기 기준)

전자제품전문점 분석

▶ 2분기 전점 매출 +2.4% YoY

- '17. 2분기 대비 점포수 순증 +4店, 총 462店 운영
- 환경 관련 가전 (의류건조기, 공기청정기, 무선청소기) 등의 고성장 지속
- 온라인 쇼핑물, 옴니채널 지속 성장에 따른 온라인 매출 비중 증가

▶ 2분기 영업이익 +9.3% YoY

- 高마진 상품 비중 증가 및 低마진 상품 비중 축소에 따른 매출이익률 개선
- 효율적 판관비 집행으로 비용구조 안정화에 따른 영업이익 개선

전자제품전문점 전략

▶ 온라인 / 옴니세일즈 사업 확대를 통한 채널 경쟁력 강화

- 온라인쇼핑물 상품 구색 및 옴니세일즈 전용상품 확대를 통한 매출 증대
- 하이마트형 옴니스토어 자가店 중심 연간 총 12店 전개 ('18.2Q 기준 3店)

▶ PB 및 글로벌 브랜드 확대 통한 동업계 차별화 및 수익성 강화

- 제조사 협업 및 대형가전 추가 운영 통한 매출 확대

▶ 주거공간 관련 홈케어 서비스 품목 확대를 통한 매출 강화

▶ 정관 內 건설업 등록을 통한 B2B 영업 강화



옴니스토어 옴니존



옴니스토어

(단위 : 십억원)

	2Q 2017			2Q 2018			증감		
매출액	529			503			-4.8%		
영업이익	2	0.4%		-14	-		-		
EBITDA	9	1.6%		-8	-		-		

	1H 2017			1H 2018			증감		
매출액	1,042			993			-4.7%		
영업이익	4	0.4%		-24	-		-		
EBITDA	17	1.6%		-12	-		-		

※ 총 562개店 ('18년 2분기 기준)

슈퍼 분석

▶ 기존점 신장률 : -2.8% YoY (2Q) / -3.0% YoY (1H)

- 신선식품 -0.3%, 가공·생활 -4.3%
 - 미세먼지, 우천 등 기상 영향 (-1.1%), 리뉴얼로 인한 영업일수 감소 영향 (-0.8%), 온라인 제휴 매출 감소 (-0.3%)
- ※ 리뉴얼 : 프리미엄 1店, 상권 맞춤형 11店 진행

▶ 2분기 영업이익 적자전환

- 기존점 매출 부진 및 판관비율 +2.2%p 증가 (인건비 +0.9%p)

슈퍼 점포 리뉴얼 및 리포지셔닝 전략

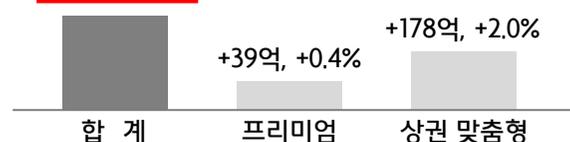
▶ 프리미엄 및 상권 맞춤형 점포 확대

- 고품위 상품 차별화 및 고객 트렌드 대응
- 매장 환경개선을 통한 브랜드 이미지 제고

구 분	1분기	2분기	하반기	'18年末
프리미엄	1店	1店	5店	7店
상권 맞춤형	6店	11店	13店	30店
합 계	7店	12店	18店	37店

프리미엄 및 상권 맞춤형 점포 하반기 매출 예상 효과

+217억, +2.4%



▶ 슈퍼 X 립스 Cross 점포

- 일본 'Cosmos' 벤치마킹
- 장보기형 슈퍼 + H&B 스토어 결합
- 향후 점포 추가 확대 예정

시흥은행점 1호점 ('18. 7. 19 오픈)

- 영업면적 277평 (슈퍼 221평, 립스 56평)
- 매출목표 일평균 24백만 (+4.4백만)
- 상품운영 : 공산품 위주, Cross 상품 강화
- 高회전 상품 + PB, 기본 잡화류
- [슈퍼] 20~30대 선호 카테고리 (젤리, 수입과자 등)
- [립스] 40~50대 선호 기초 화장품군 (링클케어, 보습 등)

※ 프리미엄 및 상권 맞춤형 점포



※ 슈퍼 x 립스 Cross 점포 (시흥은행점 1호점)



마. 기타 사업부 - ①

(단위 : 십억원)

	2Q 2017	2Q 2018	증감	1H 2017	1H 2018	증감
매출액	448	482	7.5%	914	1,012	10.7%
홈쇼핑	235	221	-5.7%	460	452	-1.8%
컬처웍스	150	150	-0.2%	311	325	4.4%
기타	63	111	74.6%	143	235	65.1%
영업이익	16	3	-76.6%	37	37	-0.0%
홈쇼핑	36	22	-37.7%	65	54	-17.0%
컬처웍스	0	-6	-	2	1	-62.5%
기타	-21	-13	-	-30	-18	-

홈쇼핑 분석

(단위 : 십억원)

구 분	'17.2Q	'18.2Q	증 감
매출액	234	221	-5.7%
수수료매출	136	114	✓ -15.9%
직매입매출	27	25	-5.8%
기 타	71	82	15.5%
판매관리비	166	166	0.2%
SO수수료	63	70	11.7%
영업이익	36	22	✓ -37.7%

- ▶ 2분기 TV 위탁상품 실적 부진으로
취급고 감소 → 수수료매출 부진
- TV 위탁상품 취급고 -1,384억
(4,883억 → 3,499억, -28.3%)
- 수수료매출 -216억
(1,361억 → 1,145억, -15.9%)
- ▶ SO수수료 LG U+ 상반기 소급분
43억 반영

※ SO수수료 : 종합유선방송사업자 (System Operator)에 지급하는 송출수수료

컬처웍스 분석

- ▶ 2분기 국내 매출 +0.6% YoY ※ '17. 2Q 대비 직영관 수 +2店, 총 92店
- 영화관 사업 객단가 상승으로 매출 +4.9% 증가
- 영화 사업 전년比 흥행 저조로 매출 -26.8% 감소
- ▶ 2분기 해외 매출 -8.4% YoY ※ '17. 2Q 대비 직영관 수 +6店 (베트남), 총 38店
- 베트남 프로모션 확대, 객단가 하락에 따른 매출 -7.1% 감소 (115억→107억) 외
- ▶ 2분기 영업적자 전환
- [국내] 영화관 사업 직영관 입장객 -5.1% 감소, 영화 사업 흥행 저조 영향 -31억
- [해외] 베트남 신규점 증가(+6店)에 따른 적자전환 -17억 (4억→-13억)
- ▶ 하반기 전망
- [국내] '미션 임파서블(7/25)', '신과 함께2(8/1)' 등 흥행으로 영화 사업 매출 증가 전망
※ 라인업 : 상류사회(8/29), 물괴(9월), 오버로드(11월), 완벽한 타인(11월), 범블비(12월)
- [해외] 신규관 6店 오픈, '신과 함께' 및 로컬영화 배급으로 이익 확대 전망

시네마 사업부 분리 개요 및 전략

사업부 분리 개요

▶ 분할기일 : '18. 6. 1부 (물적분할)



▶ 신설법인 개요

구 분	내 용
법인명	· 롯데컬처웍스
C.I.	
재무현황	· 자산 6,700억 / 부채 1,700억 / 순자산 5,000억
자본금	· 22,116,362,500원
발행주식	· 44,232,725주 (액면가 500원)

※ 점포 현황 ('18.2Q 기준)

- 점포 : 총 165店, 국내 115店, 해외 50店 (중국 12店/베트남 37店/홍콩 1店)

중장기 전략

▶ [플랫폼] Offline → Online 및 방송 확장

- 패러다임 전환 (영화관 리포지셔닝, 출판/부대사업 강화)
- 온라인 콘텐츠 플랫폼 (OTT) 사업 확대

▶ [콘텐츠] 경쟁력 강화 및 장르 확대

- 투자/배급 → 기획개발/제작, 해외스튜디오 제휴 강화
- 콘텐츠 장르 확대
- 공연사업모델 다양화 (해외공연 공동제작 등)
- 웹콘텐츠 제작 (OTT플랫폼 연계)

▶ [해외] 국가별 선택과 집중을 통한 성장 가속화

- 베트남 : 투자/제작 사업 강화, 新성장 동력 확보
- 인도네시아 : 계열사/복합몰 동반출점, 투자제작사업 추진
- 신규국가 : 미얀마 진출 및 Tier 2 지역 신규진출 검토

※ 해외 점포 수 현황 및 출점 계획 (중국법인 지분법 적용 대상으로 제외)

구 분	'17年末	'18. 2Q	'18年末
베트남	33	37 (+4)	43 (+6)
인도네시아	-	-	1 (+1)
홍콩	1	1	1
합 계	34	38 (+4)	45 (+7)

3. 영업외손익

(단위 : 십억원)

	2Q 2017	2Q 2018	증감	1H 2017	1H 2018	증감
영업이익	42	35	-17.0%	197	200	+1.6%
이자손익	-38	-41	-	-76	-78	-
외화·파생손익	-5	15	-	9	3	-64.0%
기타 영업외손익	-16	-226	-	-27	-290	-
지분법손익	29	25	-12.8%	48	32	-33.1%
법인세차감전이익	12	-192	-	150	-133	-
법인세비용	40	22	-44.7%	106	91	-14.3%
중단사업손익	33	-	-	72	-	-
당기순이익	5	-214	-	117	-224	-

영업외손익 분석

▶ 이자손익 -35억 YoY ('17. 2Q -375억 → '18. 2Q -410억)

- 롯데쇼핑 (별도) 만기도래 차입금 저금리 전환 등에 따른 이자손익 +19억
- 중국 백화점/할인점 차입금 증가에 따른 이자손익 -45억 외

▶ 외화·파생손익 +202억 YoY ('17. 2Q -48억 → '18. 2Q 154억)

- 쇼핑 외화사채 및 해외중속사 차입금 외화환산손익 +303억
- 관련 차입금 파생상품 평가손익 -101억

▶ 기타 영업외손익 -2,103억 YoY ('17. 2Q -161억 → '18. 2Q -2,264억)

- 중국 할인점 청산 및 매각 예상비용 인식 -1,507억
 - 운전자금 (미지급 임차료 지급 등) 796억, 폐점비용 506억, 소송비용 205억
- 인천터미널점 추가 부지 임대차계약 종료에 따른 건설중인 자산 손실처리 -505억

▶ 지분법손익 -36억 YoY ('17. 2Q 286억 → '18. 2Q 250억)

- FRL코리아 (유니클로) 계절상품 매출 호조에 따른 이익 +31억 (216억 → 247억)
- '17. 3Q 인적분할로 인해 지주로 이관된 투자주식 관련 -78억
 - ※ '17. 2Q 대흥기획 +39억, 롯데캐피탈 +38억 외

4. 주요 법인 지분법 평가손익

(단위 : 십억원)

		2015	2016	2017	1Q 2017	1Q 2018	증감	2Q 2017	2Q 2018	증감	1H 2017	1H 2018	증감
FRL코리아* (49.00%)	매출액	1,107	1,209	1,330	225	245	9.0%	310	319	3.0%	535	565	5.5%
	영업이익	132	127	224	11	20	81.4%	50	57	14.7%	61	77	26.7%
	당기순이익	92	105	168	-5	10	-	44	50	14.4%	39	61	56.0%
	지분법 평가손익	45	51	82	-3	5	-	22	25	14.4%	19	30	56.0%
ZARA 리테일코리아** (20.00%)	매출액	294	341	354	79	83	5.1%	91	95	4.4%	169	177	4.7%
	영업이익	-4	21	15	-2	-5	-	8	8	4.5%	6	3	-41.4%
	당기순이익	-5	17	13	-3	-6	-	8	8	6.1%	5	2	-62.0%
	지분법 평가손익	-1	4	3	-1	-1	-	2	2	6.1%	1	0	-62.0%

* 에프알엘코리아주식회사는 2004년 12월 16일 설립되어, 대한민국 내에서의 유니클로(UNIQLO) 브랜드 의류 및 잡화, 장식품의 수입 및 판매를 주요사업으로 영위하고 있으며, 2018년 6월 30일 기준 총 186개의 판매장을 운영하고 있습니다. 일본 주식회사 패스트리테일링(Fast Retailing Co., Ltd.)과 롯데쇼핑㈜가 각각 51%와 49%의 지분을 보유하고 있습니다.

** 자라리테일코리아주식회사는 2007년 10월 29일자로 의류 무역 및 도소매를 목적으로 설립되었으며, 2018년 6월 30일 기준 42개의 매장을 운영하고 있습니다. 스페인의 Industria de Diseno Textil, S.A.와 롯데쇼핑㈜가 각각 80%와 20%의 지분을 보유하고 있습니다.

- 요약 손익계산서
- 요약 재무상태표
- 백화점/할인점 출점 계획
- 중국 할인점 현황

요약 손익계산서 (K-IFRS 연결기준)



(단위 : 십억원)

	2Q 2017			2Q 2018			1H 2017			1H 2018		
					증감						증감	
매출액	4,400	(100.0%)	4,423	(100.0%)	0.5%	8,847	(100.0%)	8,769	(100.0%)	-0.9%		
[총매출액]	5,959	-	5,926	-	-0.6%	11,977	-	11,828	-	-1.2%		
매출총이익	1,864	(42.4%)	1,834	(41.5%)	-1.6%	3,736	(42.2%)	3,690	(42.1%)	-1.2%		
판매관리비	1,822	(41.4%)	1,799	(40.7%)	-1.3%	3,539	(40.0%)	3,490	(39.8%)	-1.4%		
영업이익	42	(1.0%)	35	(0.8%)	-17.0%	197	(2.2%)	200	(2.3%)	1.6%		
EBITDA	231	(5.3%)	206	(4.7%)	-10.8%	578	(6.5%)	543	(6.0%)	-6.1%		
법인세차감전이익	12	(0.3%)	-192	-	-	150	(1.7%)	-133	-	-		
계속사업손익	-27	-	-214	-	-	45	(0.5%)	-224	-	-		
중단사업손익	33	(0.7%)	-	-	-	72	(0.8%)	-	-	-		
당기순이익	5	(0.1%)	-214	-	-	117	(1.3%)	-224	-	-		
지배주주지분순이익	-31	-	-242	-	-	58	(0.6%)	-278	-	-		
비지배주주지분순이익	36	(0.8%)	28	(0.6%)	-22.9%	59	(0.7%)	54	(0.6%)	-7.2%		

요약 재무상태표 (K-IFRS 연결기준)



(단위 : 십억원)

	2015*	2016*	2017**	2Q 2018
자산	40,693	41,916	27,949	27,843
현금 및 예금	3,036	3,185	3,711	3,379
재고자산	3,266	3,324	1,354	1,434
토지 및 건물	13,052	13,115	12,677	12,520
부채	23,605	24,652	14,597	14,861
차입금 및 사채	14,084	14,483	7,668	8,310
자본	17,088	17,264	13,352	12,982
자본금	158	158	141	141

* K-IFRS 제1018호 (舊 기준)

** '17. 3Q 롯데지주 설립 : 롯데쇼핑, 롯데제과, 롯데푸드, 롯데칠성 투자부문/사업부문 분할 후 각 투자부문을 합병하여 롯데지주 설립

백화점/할인점 출점 계획

국 내		2016년말	2017년말	2018년				2018년말
				1Q	2Q	3Q(E)	4Q(E)	
백화점	백화점	30*	30	1**				31
	위탁점	3	3	-1**				2
	영플라자	2	2					2
	아울렛	20	21		1		1	23
	계	55	56		1		1	58
할인점		120	123	1	-1		1	124

* 잠실점/월드타워점 통합 운영

** 롯데백화점마산 흡수합병 ('18. 2月)

해 외		2016년말	2017년말	2018년				2018년말
				1Q	2Q	3Q(E)	4Q(E)	
백화점	러시아*	1	1					1
	중 국	5	5					5
	베트남*	2	2					2
	인도네시아	1	1					1
중 국**		115	112	-4	-8***	-88****	-12*****	-
		(16)	(13)	(-2)		(-11)		-
할인점 (슈퍼)	베트남	13	13				12	25
	인도네시아	46	46				2	48
		(2)	(2)					(2)

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

** 중국 내 롯데슈퍼 점포 (11店) 포함

*** '18.2Q 기간중 8店 폐점 완료 [화동법인 5店, 화북법인 1店, 동북법인(심양) 2店]

**** '18.5月 계약 체결한 화동법인, 화북법인의 경우 3분기 内 점포 소유권 이전 및 폐점 목표

***** '18.7月 계약 체결한 화중법인 외 기타 잔여 법인의 경우 '18年末까지 점포 정리 예정

중국 할인점 현황

점포 현황

- ▶ '17. 4Q 기준 중국 롯데 할인점 총 6개 지역 (화북, 화동, 심양, 중경, 길림, 성도), 총 112店 (할인점 99店, 슈퍼 13店) 운영
- ▶ '18. 2Q 기준 잔여 점포 수 총 100店 (할인점 89店, 슈퍼 11店) [매각 계약 체결 74店, 폐점 결정 15店, 협상 중 11店]
- ▶ '18. 4Q 기준 추정 점포 수 총 0店 [매각 77店, 폐점 15店, 정리절차 8店]

(단위 : 店)

구 분		'17年末	'18年 상반기				'18年 하반기			
		점포수	폐점 완료	잔여 점포수	매각 결정	폐점 결정	협상 중	매각 완료	폐점 완료	정리절차 완료
계약체결 완료	화북	24	3	21	21			21		
	화동	74	7	67	53	14		53	14	
	중경	4		4		1	3	3	1	
미 정	성도	2		2			2			2
	심양	5	2	3			3			3
	길림	3		3			3			3
계		112	12	100	74	15	11	77	15	8

법인별 매각 개요

구 분	매각 대상	매각 대상	폐점 대상	매수 업체	매각 대금	계약 체결일	매각완료시점
화북법인	LOTTEMART. CO.,LTD. (낙천초시유한공사)	할인점 10店 슈퍼 11店	할인점 1店 (폐점 완료)	Wumei Holdings (우메이홀딩스)	RMB 14.2억 (약 2,485억원)	'18. 5. 2	'18. 8月 內 완료 (양사 합의)
화동법인	Swift Harvest Ltd. 외 11개사	53店	21店 (폐점 7店 완료)	Liqun Group (리친그룹)	RMB 16.65억 (약 2,914억원)	'18. 5. 11 ※ 계약 효력 발생 위해 리친그룹 주주총회 진행 ('18. 5. 28)	'18. 8月 內 완료 (양사 합의)
화중법인 (중경)	Lotte Mart (Chongqing) Commercial Co., Ltd.	3店	1店	우메이그룹 자회사 B&T	0원	'18. 7. 18	'18年 하반기

- ▶ 기타 법인 [성도 2店, 심양 3店, 길림 3店]의 경우, '18年 內 정리절차 진행 예정
- ▶ 매각 및 청산과 관련한 매각/청산 관련 손익은 '18年 하반기에 발생할 것으로 예상 (매각완료시점에 회계상 반영)