

2022년도 4분기

롯데쇼핑 실적발표

2023년 2월 8일

LOTTE SHOPPING CO., LTD.
INVESTOR RELATIONS



LOTTE SHOPPING

유의 사항

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 중대한 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 현행화 할 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.

FY2022 Q4 Highlights

■ 매출액 4분기 3조 7,901억원 (+0.2% YoY), 연간 15조 4,760억원 (-0.6% YoY)

- 국내 : 백화점 주요 상품군 고른 매출 신장세 / 할인점 간편식, 주류 매출 호조로 기존점 매출 증가
슈퍼 기존점 매출 소폭 증가 / 컬처웍스 영화관 입장객 및 매출 증가 / 하이마트 가전 시장 침체로 인한 매출 감소

· SSSG : (4Q) 백화점 +5.8% / 할인점 +6.0% (1Q-4Q) 백화점 +10.7% / 할인점 +3.2%

- 해외 : 백화점 동남아 사업 매출 증가 하였으나, 중국 코로나19 확진자 급증에 따른 매출 감소

할인점 전년동기 코로나19 관련 영업시간 규제 기저효과로 기존점 매출 증가

· SSSG : (4Q) 백화점 -11.5% [인니 +13.8%, 베트남 +13.6%, 중국 -40.4%] / 할인점 +9.3% [인니 +3.6%, 베트남 +31.2%]

(1Q-4Q) 백화점 -1.2% [인니 +30.3%, 베트남 +42.4%, 중국 -32.6%] / 할인점 +5.0% [인니 +1.0%, 베트남 +20.0%]

■ 영업이익 4분기 1,011억원 (-7.5% YoY), 연간 3,942억원 (+89.9% YoY)

- 국내 : 백화점 중장기 브랜딩 강화 및 일시적 비용 반영 등 판관비 증가 영향으로 영업이익 감소

할인점 기존점 매출 증가에 따른 영업이익 흑자전환 / 슈퍼 판관비 효율화로 영업적자 축소

컬처웍스 영화관 사업 회복 가속화로 영업적자 축소 / 하이마트 매출 부진 및 일시적 비용 증가 요인에 따른 영업적자 확대

- 해외 : 백화점 베트남 임차료 인상분 일시 반영 및 중국 코로나19 확진자 급증에 따른 영업이익 적자전환

할인점 기존점 매출 호조로 영업이익 증가

■ 당기순이익 4분기 -3,173억원 (전년 -5,036억원 대비 적자축소), 연간 -2,978억원 (전년 -2,730억 대비 적자확대)

- 손상차손 -6,126억 : CGU -3,736억(사용권 자산 -1,517억 등), 영업권 -665억, 투자주식 -1,725억(한샘 -1,444억 등)

실적 요약[연결기준]

[단위: 십억원]

	4Q21	4Q22	증감	1Q-4Q 21	1Q-4Q 22	증감
매출액	3,784	3,790	0.2%	15,574	15,476	-0.6%
[총매출액]	5,450	5,434	-0.3%	21,407	21,529	0.6%
영업이익	109	101	-7.5%	208	394	89.9%
EBITDA	406	376	-7.3%	1,376	1,540	11.9%
법인세차감전이익	-525	-602	-	-638	-534	-
당기순이익	-504	-317	-	-273	-298	-

※ 롯데쇼핑 K-IFRS 연결기준 대상 종속 회사 37개(롯데쇼핑 제외)

사업부별 실적 요약

[단위: 십억원]

	4Q21	(구성비) 이익률	4Q22	(구성비) 이익률	증감액	증감률	1Q-4Q 21	(구성비) 이익률	1Q-4Q 22	(구성비) 이익률	증감액	증감률
매출액	3,784	(100.0%)	3,790	(100.0%)	[+6]	0.2%	15,574	(100.0%)	15,476	(100.0%)	[-98]	-0.6%
백화점	835	(22.1%)	890	(23.5%)	[+55]	6.6%	2,888	(18.5%)	3,232	(20.9%)	[+344]	11.9%
할인점	1,335	(35.3%)	1,422	(37.5%)	[+86]	6.5%	5,716	(36.7%)	5,904	(38.2%)	[+188]	3.3%
e커머스	28	(0.7%)	36	(0.9%)	[+8]	28.8%	108	(0.7%)	113	(0.7%)	[+5]	4.5%
슈퍼	327	(8.6%)	310	(8.2%)	[-17]	-5.1%	1,452	(9.3%)	1,343	(8.7%)	[-109]	-7.5%
홈쇼핑	302	(8.0%)	274	(7.2%)	[-28]	-9.2%	1,103	(7.1%)	1,078	(7.0%)	[-25]	-2.3%
컬처웍스	72	(1.9%)	115	(3.0%)	[+43]	59.0%	235	(1.5%)	497	(3.2%)	[+263]	111.8%
전자제품전문점	885	(23.4%)	734	(19.4%)	[-151]	-17.1%	3,870	(24.8%)	3,337	(21.6%)	[-533]	-13.8%
기타및 연결조정	-1	-	9	(0.2%)	[+9]	-	202	(1.3%)	-28	-	[-230]	-
총매출액	5,450	(100.0%)	5,434	(100.0%)	[-16]	-0.3%	21,407	(100.0%)	21,529	(100.0%)	[+122]	0.6%
백화점	2,250	(41.3%)	2,336	(43.0%)	[+86]	3.8%	7,759	(36.2%)	8,458	(39.3%)	[+699]	9.0%
할인점	1,476	(27.1%)	1,571	(28.9%)	[+95]	6.4%	6,267	(29.3%)	6,462	(30.0%)	[+195]	3.1%
e커머스	28	(0.5%)	36	(0.7%)	[+8]	28.8%	108	(0.5%)	113	(0.5%)	[+5]	4.5%
슈퍼	343	(6.3%)	323	(5.9%)	[-20]	-5.7%	1,523	(7.1%)	1,398	(6.5%)	[-125]	-8.2%
홈쇼핑	320	(5.9%)	285	(5.2%)	[-35]	-11.1%	1,195	(5.6%)	1,138	(5.3%)	[-57]	-4.8%
컬처웍스	72	(1.3%)	115	(2.1%)	[+43]	59.0%	235	(1.1%)	497	(2.3%)	[+263]	111.8%
전자제품전문점	962	(17.6%)	760	(14.0%)	[-202]	-21.0%	4,119	(19.2%)	3,492	(16.2%)	[-627]	-15.2%
기타및 연결조정	-1	-	9	(0.2%)	[+9]	-	202	(0.9%)	-28	-	[-230]	-
영업이익	109	2.9%	101	2.7%	[-8]	-7.5%	208	1.3%	394	2.5%	[+187]	89.9%
백화점	205	24.6%	177	19.9%	[-28]	-13.7%	349	12.1%	498	15.4%	[+150]	42.9%
할인점	-18	-	12	0.9%	[+31]	-	-32	-	54	0.9%	[+86]	-
e커머스	-49	-	-24	-	[+25]	-	-156	-	-156	-	[-0]	-
슈퍼	-9	-	-5	-	[+4]	-	-5	-	-4	-	[+2]	-
홈쇼핑	13	4.4%	-2	-	[-15]	-	102	9.3%	78	7.2%	[-24]	-23.5%
컬처웍스	-25	-	-2	-	[+23]	-	-132	-	1	0.2%	[+133]	-
전자제품전문점	-3	-	-45	-	[-42]	-	107	2.8%	-52	-	[-159]	-
기타및 연결조정	-5	-	-11	-	[-6]	-	-25	-	-26	-	[-1]	-

백화점 사업부

[단위: 십억원]

	4Q21	(구성비) 이익률	4Q22	(구성비) 이익률	증감	1Q-4Q 21	(구성비) 이익률	1Q-4Q 22	(구성비) 이익률	증감
매출액	835	(100.0%)	890	(100.0%)	6.6%	2,888	(100.0%)	3,232	(100.0%)	11.9%
국내	820	(98.2%)	875	(98.3%)	6.7%	2,835	(98.2%)	3,174	(98.2%)	12.0%
해외	15	(1.8%)	15	(1.7%)	-0.2%	53	(1.8%)	58	(1.8%)	9.4%
중국	7	(0.8%)	4	(0.4%)	-40.8%	28	(1.0%)	20	(0.6%)	-28.7%
인도네시아	3	(0.4%)	5	(0.5%)	33.6%	11	(0.4%)	16	(0.5%)	46.3%
베트남	5	(0.6%)	6	(0.7%)	33.2%	14	(0.5%)	22	(0.7%)	54.3%
영업이익	205	24.6%	177	19.9%	-13.7%	349	12.1%	498	15.4%	42.9%
국내	205	25.0%	178	20.4%	-12.9%	340	12.0%	489	15.4%	43.6%
해외	0	3.2%	-1	-	-	8	16.0%	10	16.6%	14.0%
중국	0	-	-2	-	-	1	5.0%	-3	-	-
인도네시아	0	5.0%	0	-	-	5	40.6%	8	50.1%	80.5%
베트남	1	15.0%	1	9.3%	-17.2%	2	10.9%	4	20.2%	185.2%
EBITDA	369	44.2%	333	37.4%	-9.8%	966	33.4%	1,130	35.0%	17.0%
국내	364	44.4%	330	37.7%	-9.6%	941	33.2%	1,104	34.8%	17.2%
해외	5	31.0%	3	21.3%	-31.6%	24	46.0%	27	45.9%	9.0%
중국	1	15.1%	0	-	-	7	24.6%	3	13.3%	-61.3%
인도네시아	2	63.3%	2	42.9%	-9.4%	12	111.3%	17	102.3%	34.4%
베트남	1	29.7%	1	20.8%	-7.1%	4	29.4%	7	33.0%	72.9%

※ 총 64개점 ('22.4Q 기준) : 국내 60개점 (아울렛 22개점, 쇼핑몰 6개점 포함), 해외 4개점 (중국 1개점, 인도네시아 1개점, 베트남 2개점)
 ※ 국내 위탁점 3개점(대구, 영등포, 월드몰)은 경영관리수수료 수취, 해외 1개점(호치민) 지분법 인식

국내

- ▶ 기존점 신장률: +5.8% YoY (4Q) / +10.7% YoY (1Q-4Q)
 - 식품 +14.8%, 잡화 +9.0%, 남성스포츠아동 +8.7%, 여성패션 +8.3%, 해외패션 +7.8%, 생활가전 -15.6%
- ▶ 중장기 브랜딩 강화 및 일시적 비용 반영 등 판관비 증가(+764억 YoY) 영향으로 영업이익 감소 (1,783억, -265억 YoY)
 - ※ 주요 판관비 증감내역: 광고/이벤트 비용 증가+197억, 고객 쇼핑 환경 개선 비용 +98억, 희망퇴직 보상비 +100억 등

해외

- ▶ 기존점 신장률: -11.5% YoY (4Q) / -1.2% YoY (1Q-4Q) ※ 현지화 관리 총매출 기준
 - 인도네시아 +13.8%, 베트남 +13.6%, 중국 -40.4%
- ▶ 베트남 임차료 인상분 일시 반영 및 중국 코로나19 확진자 급증에 따른 매출 감소 영향으로 해외백화점 영업이익 적자전환
 - 인니 -2억 (-4억 YoY), 베트남 6억 (-1억 YoY), 중국 -15억 (-11억 YoY)

할인점 사업부

[단위: 십억원]

	4Q21	(구성비) 이익률	4Q22	(구성비) 이익률	증감	1Q-4Q 21	(구성비) 이익률	1Q-4Q 22	(구성비) 이익률	증감
매출액	1,335	(100.0%)	1,422	(100.0%)	6.5%	5,716	(100.0%)	5,904	(100.0%)	3.3%
국내	1,037	(77.7%)	1,075	(75.6%)	3.7%	4,506	(78.8%)	4,514	(76.5%)	0.2%
해외	298	(22.3%)	346	(24.4%)	16.2%	1,210	(21.2%)	1,390	(23.5%)	14.9%
인도네시아	238	(17.9%)	260	(18.3%)	8.9%	963	(16.9%)	1,064	(18.0%)	10.4%
도매	194	(14.6%)	214	(15.0%)	9.8%	785	(13.7%)	866	(14.7%)	10.3%
소매	44	(3.3%)	46	(3.2%)	4.8%	178	(3.1%)	198	(3.4%)	11.1%
베트남	60	(4.5%)	87	(6.1%)	45.2%	246	(4.3%)	326	(5.5%)	32.5%
영업이익	-18	-	12	0.9%	-	-32	-	54	0.9%	-
국내	-19	-	10	1.0%	-	-37	-	27	0.6%	-
해외	1	0.2%	2	0.6%	233.8%	5	0.4%	27	2.0%	404.7%
인도네시아	0	-	-1	-	-	6	0.7%	7	0.7%	13.8%
도매	-1	-	0	0.0%	-	3	0.4%	7	0.8%	101.1%
소매	1	1.3%	-1	-	-	3	1.7%	0	0.2%	-86.7%
베트남	1	1.4%	4	4.1%	336.0%	-1	-	20	6.1%	-
EBITDA	46	3.4%	77	5.4%	68.2%	243	4.3%	309	5.2%	27.1%
국내	37	3.5%	67	6.2%	81.1%	205	4.5%	249	5.5%	21.5%
해외	9	3.1%	11	3.1%	16.8%	39	3.2%	61	4.4%	56.8%
인도네시아	5	2.2%	3	1.3%	-34.4%	26	2.7%	27	2.5%	1.8%
도매	3	1.6%	4	1.6%	12.7%	17	2.2%	21	2.4%	20.8%
소매	2	4.8%	0	-	-	9	5.1%	6	3.0%	-34.0%
베트남	4	6.8%	7	8.6%	82.2%	13	5.1%	34	10.5%	170.7%

※ 총 177개점 ('22.4Q 기준) : 국내 112개점 / 해외 65개점 (인도네시아 50개점, 베트남 15개점)

▶ 기존점 신장률 +6.0% YoY (4Q) / +3.2% YoY (1Q-4Q)

국 내

• Meal혁신 +20.8%, 주류 +11.5%, 가공식품 +10.5%, H&B +6.3%, 패션&Hobby +4.1%, 신선1(과일·채소·건식품) +0.8%, 신선2(축·수산) -0.6%, Home -4.8%

▶ 기존점 매출 호조 및 전년동기 일회성 비용(희망퇴직 보상비 106억) 기저효과로 영업이익 흑자전환 (104억, +291억 YoY)

▶ 기존점 신장률 +9.3% YoY (4Q) / +5.0% YoY (1Q-4Q)

※ 현지화 관리 총매출 기준

• 인도네시아 +3.6% (도매 +4.9%, 소매 -1.3%), 베트남 +31.2%

해 외

▶ 전년동기 코로나19 방역 정책 강화(영업시간 규제) 기저효과로 베트남 중심 기존점 매출 신장 및 영업이익 증가

• 인니 도매 1억(+8억 YoY), 인니 소매 -15억(-20억 YoY), 베트남 35억(+27억 YoY)

	4Q21	이익률	4Q22	이익률	증감	1Q-4Q 21	이익률	1Q-4Q 22	이익률	증감
매출액	28		36		28.8%	108		113		4.5%
영업이익	-49	-	-24	-	-	-156	-	-156	-	-
EBITDA	-38	-	-20	-	-	-125	-	-119	-	-

롯데ON 플랫폼 성장 (버тика 커머스 중심 손익 구조개선)

▶ 롯데ON 플랫폼 사업 매출액 225억 (+79억, +54.3% YoY), 영업이익 -274억 (+265억 YoY)

- 영업적자 축소 [백화점 사업 +57억 / 마트 사업 +88억 / 3P사업 +120억]

※ '22.4Q 기타 매출액

- 계열사운영지원 79억 (-12.6% YoY), 전문사업 54억 (+42.6% YoY)

▶ 라이프 스타일 플랫폼으로의 전환 (버тика 서비스 OPEN)

- 카테고리별 거래액 고신장 ('22년 10~12월)
뷰티: 536→704억 (+31.4%) / 럭셔리: 174→200억 (+15.4%)
패션: 1,151→1,368억 (+18.9%)
* 롯데ON 내 버тика 서비스 거래액 비중 15.0% → 19.7%, (+4.7%p)
- '롯데ON' 앱 활동성 증가 ('22년 12월 월 마감 기준)
› Active 앱 수 3백만 (+20.9%, YoY), 일평균 트래픽 33만 (+21.5%, YoY)
- '온앤더뷰티 클럽' 회원 수 18만명 달성 (+463.3%, '22년말 기준)
- 버тика 플랫폼 광고수익 증대 (11억 → 16억, +5억, +44.1% YoY)

- 롯데ON 플랫폼 공헌이익 -20억 → 132억 (+152억 YoY, 4Q)

상품이익률 10.7% → 12.2% (+1.5%p YoY, 4Q)

※ 공헌이익: 매출총이익에서 판관비 중 변동비만 차감한 이익

▶ 롯데ON의 'Digital Engine' 작동: 커머스 플랫폼 고도화

- IT 역량 내재화를 통한 업무효율 강화
› IT 용역비 절감 78억 → 41억 (-37억, -46.7%, YoY)
- IT 용역 인원 수 278명 → 161명 (-117명, -42.1%, YoY 12월 말 기준)
- CS 대응 시스템 고도화 및 비용 효율 개선
› 롯데ON CS 운영 및 플랫폼 서비스 개선을 통한 인입 건 축소/응대율 개선
- 인입 건 21.6만 건 → 17만 건 / 처리율: 93.5% → 96.8% (연간 월 평균 비교)
- 롯데ON 콜센터 운영비: 28억 → 25억 (-4억, -13.4% YoY)
- 챗봇 사용률 증가 (이용자수 110만명 → 200만명, +82.3%)
(전체 방문자수 대비 챗봇 이용률 · 전체: 1.8% → 3.6%, · APP: 4.6% → 9.9%)
- 마트 근거리 배송 서비스 효율화
› 배송 차량 감축 (-129대, -18.8%p), 새벽 배송 중단, 물류센터 감축
- 마트 물류 운영비 243억 → 205억 (-38억, -15.8% YoY)

주요 사업 부문

슈퍼

[단위: 십억원]

	4Q21	이익률	4Q22	이익률	증감	1Q-4Q 21	이익률	1Q-4Q 22	이익률	증감
매출액	327		310		-5.1%	1,452		1,343		-7.5%
영업이익	-9	-	-5	-	-	-5	-	-4	-	-
EBITDA	3	0.9%	5	1.8%	84.4%	44	3.0%	43	3.2%	-2.2%

※ 총 367개점 ('22.4Q 기준)

▶ 기존점 신장률 +0.2% YoY (4Q) / -3.2% YoY (1Q-4Q)

- 신선식품 -5.9% (축산 -4.3%, 농산 -7.0%, 수산 -3.9%)
- 그로서리 +4.7% (조리혁신 +12.7%, 유제품/음료 +2.8%, HMR +7.0%, 스낵/시즈닝 +8.4%, 홈케어 -6.3%, 테넨트 +2.7%)
- 점포수(직영+FC가맹) -33개점 ('21.4Q 400개점 → '22.4Q 367개점)

▶ 영업적자 축소 (-53억, +40억 YoY)

- 매출총이익률 증가 +1.2%p(27.4→28.6%) 및 구조조정 노력에 따른 판관비 절감(-49억 YoY)으로 영업적자 축소

홈쇼핑

[단위: 십억원]

	4Q21	이익률	4Q22	이익률	증감	1Q-4Q 21	이익률	1Q-4Q 22	이익률	증감
매출액	302		274		-9.2%	1,103		1,078		-2.3%
영업이익	13	4.4%	-2	-	-	102	9.3%	78	7.2%	-23.5%
EBITDA	21	7.0%	6	2.3%	-70.4%	132	12.0%	109	10.1%	-17.7%

▶ 취급고 +0.4% YoY (4Q) / +2.9% YoY (1Q-4Q)

- Live TV +6.4% (8,365억 → 8,902억)
- 여행대기수요 관련 매출 증가 +1,639억 YoY 효과 등
- e커머스 -4.7% (4,277억 → 4,075억)
- OneTV(T커머스) -11.2% (2,302억 → 2,045억)
- 취급고 증가하였으나, 고마진 상품(패션, 건강식 등) 비중 감소하며 순매출액 감소

▶ 영업이익 적자전환 (-19억, -151억 YoY)

- 매출총이익 감소 -8.9% (2,134억, -208억 YoY)
- TV -9.6%, e커머스 -9.7%, OneTV -3.0%
- 판매관리비 절감(2,153억, -57억 YoY)
- 보험 관리비 -38억, 물류비 -14억 등

주요 사업 부문

컬처웍스

[단위: 십억원]

	4Q21	이익률	4Q22	이익률	증감	1Q-4Q 21	이익률	1Q-4Q 22	이익률	증감
매출액	72		115		59.0%	235		497		111.8%
영업이익	-25	-	-2	-	-	-132	-	1	0.2%	-
EBITDA	-1	-	18	15.6%	-	-35	-	80	16.2%	-

※ 총 189개점 ('22.4Q 기준) : 국내 143개점 / 해외 46개점

▶ 매출액 +59.0% YoY (4Q) / +111.8% YoY (1Q-4Q)

- 국내
 - 영화관 사업
 - : 아바타2 등大作 개봉으로 입장객 증가(+30.7%) 및 매출 증가(+62.1%)
 - 콘텐츠 사업(영화, 공연 등)
 - : 『인생은 아름다워』, 『자백』 등 당사투자배급 작품 매출 전년동기대비 감소(-11.2%)
- 해외
 - 베트남 전년동기 임시 휴점 기저효과로 매출 증가(93억, +899.2%)

▶ 영업적자 축소 (-17억, +233억 YoY)

- 국내 영화관 사업: 매출 증가에 따른 흑자전환 24억(+240억 YoY)
- 국내 콘텐츠 사업: 당사 투자배급 작품 흥행 부진으로 적자전환 -32억(-41억 YoY)
- 해외 사업: 베트남 매출 증가에 따른 영업적자 축소 -9억(+34억 YoY)

전자제품전문점 (하이마트)

[단위: 십억원]

	4Q21	이익률	4Q22	이익률	증감	1Q-4Q 21	이익률	1Q-4Q 22	이익률	증감
매출액	885		734		-17.1%	3,870		3,337		-13.8%
영업이익	-3	-	-45	-	-	107	2.8%	-52	-	-
EBITDA	34	3.8%	-12	-	-	248	6.4%	86	2.6%	-65.3%
당기순이익	-134	-	-148	-	-	-57	-	-528	-	-

※ 총 391개점 ('22.4Q 기준)

▶ 전점 매출 -17.1% YoY (4Q) / -13.8% YoY (1Q-4Q)

- 코로나19 역기지 영향 및 금리인상에 따른 부동산 경기 침체에 따라 내구재 소비 감소가 지속되며 매출 감소

※ AV(영상)가전 -17.6%, 백색가전 -23.6%, IT가전 -8.5%, 생활/주방가전 -18.6% 등

▶ 영업적자 확대 (-448억, -419억 YoY)

- 매출 감소 및 희망퇴직 위로금 반영 등 일회성 비용 영향으로 영업적자 확대

영업외손익

[단위 : 십억원]

	4Q21	4Q22	증감	1Q-4Q 21	1Q-4Q 22	증감
영업이익	109	101	-7.5%	208	394	89.9%
이자손익	-97	-93	-	-410	-382	-
외화·파생손익	9	-52	-	64	43	-33.1%
기타 영업외손익	-594	-592	-	-596	-727	-
지분법손익	49	34	-29.2%	96	138	43.1%
법인세차감전이익	-525	-602	-	-638	-534	-
당기순이익	-504	-317	-	-273	-298	-

▶ 기타 영업외손익

- '22.4Q 손상차손 -6,126억(CGU -3,736억, 영업권 -665억, 주식 -1,725억)
- '21.4Q 손상차손 -5,481억(CGU -4,175억, 영업권 -1,193억, 주식 -113억)

▶ 지분법 손익

- '22.4Q FRL코리아 290억(-73억 YoY), 롯데카드 2억(-61억 YoY) 등

- 요약 재무제표
- 백화점/할인점 운영 점포 현황

요약 재무제표

연결손익계산서

[단위: 십억원]

	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22
매출액	3,784	3,771	3,902	4,013	3,790
[총매출액]	5,450	5,237	5,423	5,436	5,434
매출총이익	1,668	1,587	1,737	1,739	1,763
판매관리비	1,558	1,519	1,663	1,589	1,662
영업이익	109	69	74	150	101
EBITDA	406	356	363	445	376
법인세차감전이익	-525	102	57	-91	-602
당기순이익	-504	69	45	-95	-317
지배주주지분	-480	48	25	-113	-267
비지배주주지분	-24	21	20	18	-50

연결재무상태표

[단위: 십억원]

	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22
자산총계	33,427	32,678	32,477	32,670	31,604
현금 및 예금	4,335	3,364	3,400	3,776	3,253
재고자산	1,395	1,587	1,552	1,499	1,399
토지 및 건물	13,072	13,095	12,914	12,912	12,785
사용권자산	4,700	4,600	4,520	4,375	4,046
부채총계	21,630	21,229	21,045	21,345	20,552
차입금 및 사채	9,953	9,887	9,914	10,123	9,654
리스부채	5,946	5,755	5,684	5,509	5,367
자본총계	11,797	11,448	11,432	11,325	11,052
자본금	141	141	141	141	141

백화점/할인점 운영 점포 현황

국 내		2020년말	2021년말	2022년				2022년말
				1Q	2Q	3Q	4Q	
백화점	백화점	29	30					30
	위탁점*	2	3					3
	영플라자	-	-					-
	아울렛	21	22					22
	쇼핑몰	-	5					5
	계	52	60					60
할인점	마트	113	112					112
	롭스	101	49	-13	-17	-14	-5	-
	계	214	161	148	131	117	112	112

* 위탁점 : 영등포점/대구점 (역사), 잠실 월드몰(물산)

해 외		2020년말	2021년말	2022년				2022년말
				1Q	2Q	3Q	4Q	
백화점	중 국	1	1					1
	베트남*	2	2					2
	인도네시아	1	1					1
할인점	베트남	14	14			1		15
	인도네시아	49	49				1	50
	도매	35	35				1	36
	소매	14	14					14

* 지분법 손익 반영 점포 : 호치민점 (베트남)