

롯데쇼핑 023530

4Q24 Review

음식료/유통

Analyst 김정욱
02. 6454-4874
6414@meritz.co.kr

RA 황홍진

02. 6454-4874
hongjin.hwang@meritz.co.kr

4Q24 실적은 매출액 3조4,771억원으로 전년비 -4.3% 감소. 영업이익은 1,472억원으로 전년비 -27.3% 감소하며 영업이익 기준 컨센서스 1,972억원 대비 25.3% 하회. 해외 사업의 성장세는 지속되었으나 소비 침체 장기화 등 비우호적인 영업 환경 영향으로 매출 감소. 통상임금 판례 변경과 걸쳐웍스 대손 비용 등 일회성 비용 641억원 제외 시 영업이익은 전년 대비 +4.3% 증가. 당기순이익은 자산 재평가에 따른 자산손상 -11,781억원 발생하며 적자 확대. 25년 연결기준 가이드스 매출액 14조원, 영업이익 6,000억원 제시

백화점

국내 - 4분기 기존점 성장률 -0.1%, 잠실점 3조 달성 등 대형점 매출은 증가했으나 고온 영향으로 패션 수요 정체. 식품, 리빙 등 저마진 상품군 비중 확대 및 인건비 증가 영향으로 감익. 일회성 비용 제외 시 영업이익 -11.5% 감소

해외 - 해외백화점 총매출 신장률은 베트남 +10.6%, 인도네시아 +8.8%. 롯데몰 웨스트레이크 하노이 +28.9% 신장. 영업이익 지속 개선(1Q24 -39억원, 2Q24 -35억원, 3Q24 -34억원, 4Q24 13억원)

그로서리

국내 - 4분기 기존점 마트 +1.0%, 슈퍼 +8.9% 기록. 그로서리 은평점 +9.3% 등 리뉴얼 점포 중심 기존점 매출 성장. 24년 10월부 e그로서리 마트 사업이관 영향 약 -70억원, 통상임금 영향 -152억원 등 일회성 비용 증가로 적자 확대

해외 - 4분기 기존점 +1.7%(베트남 +4.2%, 인도네시아 +0.8%). 베트남 매출총이익률 개선세 지속. 인도네시아 리뉴얼 점포 중심 트렌드 호조

e커머스

매출액 -7.1% 감소, 영업적자 141억원 축소. 패션/뷰티 등 버티컬 카테고리 거래액은 지속 신장했으나, 수익 개선 작업 영향으로 매출 감소, 롯데온 상품이익률 개선 및 IT 비용 효율화에 e그로서리 사업 이관 영향 -70억원 더해지며 영업적자 축소

기타사업

홈쇼핑: 취급고 -4.3%, 영업이익 +38.2% 증가. 판매가 부진한 직매입 브랜드 축소 운영하며 순매출 감소, 영업이익은 통상임금 영향 제외 시 전년비 +49% 증가. 라이브 TV 이익 중심 상품 포트폴리오 조정 및 비용 구조 개선 영향

컬처웍스: 매출 -45.7%, 영업적자 133억원 확대. 베트남 사업 매출 호조에도 국내 영화 시장 회복 부진, 주요 콘텐츠 투자 100억원, 작품 부채로 매출 부진. 판관비 절감 노력에도, 소송 관련 대손비용 -109억원 영향으로 감익

하이마트: 매출 -3.8%. 영업적자 -13.8% 감소. 기존점 및 온라인 자사몰 매출 증가에도 불구하고, 전체 오프라인 가전 시장 회복 지연으로 매출 감소. 영업이익은 매출 총이익률 개선 지속되며 통상임금 영향 제외 시 전년 대비 적자 39억원 감소

롯데쇼핑 분기 및 연간 실적 추이											
(십억원, %)	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24P	2022	2023	2024P
순매출액	3,562.0	3,622.2	3,739.0	3,632.9	3,513.3	3,427.8	3,568.4	3,477.1	15,476.0	14,555.7	13,986.6
백화점	796.0	822.0	753.0	931.7	815.6	836.1	755.3	912.3	3,231.0	3,302.7	3,319.3
할인점	1,447.0	1,422.0	1,517.0	1,349.0	1,482.5	1,319.1	1,442.1	1,332.7	5,904.0	5,735.0	5,576.4
하이마트	626.0	680.0	726.0	578.5	525.1	589.3	685.9	556.4	3,336.0	2,610.5	2,356.7
슈퍼	326.0	325.0	347.0	308.6	328.7	330.3	334.5	302.6	1,343.0	1,306.6	1,296.1
홈쇼핑	231.0	231.0	219.0	260.1	227.5	232.3	208.1	91.9	1,077.0	941.1	759.8
컬처웍스	112.0	127.0	154.0	169.2	115.0	114.2	130.6	91.9	497.0	562.2	451.7
e커머스	29.0	36.0	32.0	38.0	29.8	27.8	26.9	35.3	113.0	135.0	119.8
기타/연결조정	-5.0	-20.0	-9.0	-2.2	-10.9	-21.3	-15.0	154.0	-24.3	-36.6	106.8
(% YoY)	-5.5	-7.2	-6.8	-4.1	-1.4	-5.4	-4.6	-4.3	-0.6	-5.9	-3.9
백화점	7.0	-0.7	-2.1	4.7	2.5	1.7	-0.8	-2.1	11.9	2.2	0.2
할인점	-2.3	-1.3	-2.8	-5.1	2.5	-7.2	-4.9	-1.2	3.3	-2.9	-2.8
하이마트	-25.6	-23.3	-16.9	-21.2	-16.1	-13.3	-5.5	-3.8	-13.8	-21.7	-9.7
슈퍼	-6.6	-2.1	-1.4	-0.5	0.8	1.6	-3.6	-1.9	-7.6	-2.7	-0.8
홈쇼핑	-16.0	-15.1	-14.5	-5.1	-1.5	0.6	-5.0	-64.7	-2.4	-12.6	-19.3
컬처웍스	53.4	5.0	-18.1	47.1	2.7	-10.1	-15.2	-45.7	112.4	13.1	-19.7
e커머스	11.5	38.5	28.0	5.6	2.8	-22.8	-15.9	-7.1	3.7	19.5	-11.3
영업이익	112.5	51.0	142.0	202.4	114.9	56.1	155.0	147.2	386.2	507.9	473.2
백화점	131.0	66.0	74.0	210.2	90.3	58.9	70.7	180.0	498.0	481.2	399.9
할인점	32.0	-3.0	51.0	7.5	43.2	-16.2	45.1	-7.1	53.0	87.5	65.0
하이마트	-26.0	8.0	36.0	-10.0	-16.0	2.8	31.2	-16.3	-52.0	8.0	1.7
슈퍼	8.0	5.0	14.0	-1.7	12.0	12.8	12.3	-7.8	-2.0	25.3	29.3
홈쇼핑	4.0	2.0	-8.0	10.0	9.8	16.3	9.8	13.9	78.0	8.0	49.8
컬처웍스	-11.0	2.0	3.0	-2.7	1.1	6.2	9.0	-16.0	1.0	-8.7	0.3
e커머스	-20.0	-21.0	-23.0	-21.1	-22.4	-19.9	-19.2	-7.0	-156.0	-85.1	-68.5
기타/연결조정	-5.5	-7.0	-6.0	10.1	-3.1	-4.8	-3.9	7.5	-33.8	-8.4	-4.3
(% YoY)	63.7	-31.4	-5.4	117.5	2.1	8.9	9.2	-27.3	86.0	31.5	-6.9
백화점	21.3	-36.5	-32.1	18.8	-31.1	-10.8	-4.5	-15.4	42.7	-3.4	-17.3
할인점	100.0	적지	59.4	-37.5	35.0	적지	-11.6	적전	흑전	65.1	-25.7
하이마트	적지	흑전	3,500.0	적지	적지	-65.0	-13.3	적지	적전	흑전	-78.8
슈퍼	166.7	흑전	133.3	적지	50.0	156.0	-12.1	적지	적지	흑전	15.8
홈쇼핑	-87.1	-92.9	적전	흑전	145.0	715.0	흑전	39.0	-23.5	-89.7	522.5
컬처웍스	적지	-81.8	-85.7	적지	흑전	210.0	200.0	적지	흑전	적전	흑전
e커머스	적지	적지	적지	적지	적지	적지	적지	적지	적지	적지	적지
OPM (%)	3.2	1.4	3.8	5.6	3.3	1.6	4.3	4.2	2.5	3.5	3.4
백화점	16.5	8.0	9.8	22.6	11.1	7.0	9.4	19.7	15.4	14.6	12.0
할인점	2.2	-0.2	3.4	0.6	2.9	-1.2	3.1	-0.5	0.9	1.5	1.2
하이마트	-4.2	1.2	5.0	-1.7	-3.0	0.5	4.5	-2.9	-1.6	0.3	0.1
슈퍼	2.5	1.5	4.0	-0.6	3.7	3.9	3.7	-2.6	-0.1	1.9	2.3
홈쇼핑	1.7	0.9	-3.7	3.8	4.3	7.0	4.7	15.1	7.2	0.9	6.6
컬처웍스	-9.8	1.6	1.9	-1.6	1.0	5.4	6.9	-17.4	0.2	-1.5	0.1
e커머스	-69.0	-58.3	-71.9	-55.5	-75.2	-71.6	-71.4	-19.8	-138.1	-63.0	-57.2
지배주주순이익	56.0	109.5	50.0	-33.3	77.9	-90.8	93.4	-967.5	-324.6	174.4	-887.0
(% YoY)	15.7	330.2	흑전	적지	38.4	적전	87.8	적지	적지	흑전	적전

자료: 롯데쇼핑, 메리츠증권 리서치센터

4Q24 Conference Call Q&A

Q1 사업부문별 1월 영업동향

A1 백화점, 현재 1월 매출은 전년 대비 +10% 신장, 백화점 +12%, 교외형 아울렛 +27%, 명품 가격 인상 효과로 +16%, 키즈 및 아웃도어 패션 +8% 신장 등 카테고리 전반 고른 신장세

할인점, 해외 여행 위축으로 인한 명절 선물 세트 수요 증가와 내식 선호도 증가로 마트 슈퍼 두자리수 매출 신장

이커머스, 체질 개선 이후 1월 커머스 두자리 수 성장, 패션/뷰티 등 버티컬 부문은 전사 신장률의 1.5배 성장

Q2 25년 사업부문별 전략 공유 부탁

A2 백화점, 본점, 잠실점, 인천점, 노원점, 전주점 등 리뉴얼 예정. 반응 좋았던 크리스마스 마켓 등 시즌별 이벤트 계획

할인점, 금년 경기침체 본격화 예상, PB/신선식품 원재료 중심으로 차별화된 전략 추진 계획. 해외 사업 확장 지속과 국내는 기존 오프라인 매장을 그랑그로서리 등 뉴포맷 리뉴얼 확대, 그로서리 온라인 비즈니스의 성공적인 안착 목표

이커머스, 구조조정 속도 높일 것. 특히 패션/뷰티 조직개편을 통한 집중 강화. 광고사업도 30% 성장 계획

Q3 해외 사업 관련 진행상황 공유 부탁

A3 지난 IR 데이에서 발표했던 싱가포르 SPC 법인 IHQ 설립 차질없이 진행 중. 주재원 파견을 위한 교육 절차도 진행 중, 1분기말~2분기초 정상 운영 계획

Q4 마트·슈퍼 해외 확장 계획은?

A4 마트, 25년에도 베트남, 인도네시아에서 24년 이상의 성장 계획. 하노이, 호치민 중심 다양한 사이즈의 포맷 출점 예정. 인도네시아에서는 작년에 성과를 거둔 K푸드 컨셉 확대 적용. 올해말 하이브리드 매장 등 현지 리테일 시장 선도 계획

Q5 자산손상 관련 감가상각비 얼마나 절감가능할지?

A5 손상차손 7천450억 관련해 건물, 비품, 사용권자산 등 내용연수가 달라 정확한 금액 추정 필요

Q6 e그로서리 마트 사업이관 영향은 약 -70억원 수준으로 매분기 지속될지?

A6 작년 4분기 일회성 비용 포함해서 70억 수준. 올해는 마트 부문에서 그로서리 사업을 운영하며 지속적인 비용 효율화와 매출 활성화 추진 중, 작년에 이관된 금액 수준보다는 개선될 전망. 사업초기라 정확한 금액 측정은 어려운 상황

Q7 2025년 영업이익 가이드언스 제시했는데, 사업부별로 나눠서 설명 부탁

A7 올해 가이드언스 6천억, 전년 일회성 대손비용 등을 감안하면 24년에는 5,370억원, 25년 600~700억 증가 목표. 사업부별 세부내용은 공시 규정상 제한이 있지만, 자산 재평가로 인한 감가상각비 절감 효과 등을 반영한 목표. 자산 재평가는 포트폴리오 재분배와 점포 효율성 개선을 위한 전략의 일환, 실적·매각·재개발 등 다양하게 추진 예정

Q8 점포 구조조정 목표치 공유 부탁

A8 자산 재평가 이후 점포 구조조정은 필수적인 조치가 아니라, 포트폴리오 최적화 차원에서 지속적으로 검토. 이에 따라 점포별 실적을 분석해 매각, 재개발 등 다양한 전략을 추진할 계획

Q9 이자비용 절감 등 신용 절감은 언제부터 가능할지?

A9 부채 비율은 128%까지 낮아졌고, 차입금 의존도도 37%로 감소. 신용등급 상승 가능성과 이자 비용 절감도 기대

Compliance Notice

본 조사분석자료는 제3자에게 사전 제공된 사실이 없습니다. 당사는 자료작성일 현재 본 조사분석자료에 언급된 종목의 지분을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다. 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 추천 종목과 재산적 이해관계가 없습니다. 본 자료에 게재된 내용은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.

본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다. 본 자료를 이용하시는 분은 본 자료와 관련한 투자의 최종 결정은 자신의 판단으로 하시기 바랍니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 투자 결과와 관련한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료는 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로 당사의 허락 없이 복사, 대여, 배포 될 수 없습니다.