

2023년도 3분기

롯데쇼핑 실적발표

2023년 11월 9일

LOTTE SHOPPING CO., LTD.
INVESTOR RELATIONS



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.

FY2023 Q3 Highlights

매출액 3분기 3조 7,391억원(-6.8% YoY), 누계 10조 9,230억원(-6.5% YoY)

국내 : 백화점 평년대비 높은 기온에 따른 F/W 상품 판매 부진하며 매출 감소 / 할인점&슈퍼 내식수요 증가로 기존점 매출 증가

e커머스 롯데ON 호조로 매출 증가 / 홈쇼핑 매출 감소 / 컬처웍스 흥행작 부족으로 매출 감소 / 하이마트 점포 효율화 작업으로 매출 감소

· SSSG : (3Q) 백화점 -1.6%, 할인점 +3.0% / (1~3Q) 백화점 +1.4%, 할인점 +0.9%

해외 : 백화점 베트남 웨스트레이크 하노이 오픈으로 매출 증가 / 할인점 베트남 중심 기존점 호조로 매출 증가

· SSSG : (3Q) 백화점 +8.7% [베트남 -11.4%, 인니 +18.2%, 중국 +26.2%] / 할인점 +5.6% [베트남 +16.9%, 인니 +1.6%]

· SSSG : (1~3Q) 백화점 +5.9% [베트남 -4.4%, 인니 +22.2%, 중국 +6.2%] / 할인점 +5.9% [베트남 +14.6%, 인니 +3.0%]

영업이익 3분기 1,420억원(-5.3% YoY), 누계 3,060억원(+4.4% YoY)

국내 : 백화점 물가상승에 따른 판관비 증가 영향으로 영업이익 감소 / 할인점&슈퍼 판관비 절감 및 매출총이익률 개선으로 영업이익 증가

e커머스 롯데ON 매출 호조 및 판관비 절감으로 영업적자 개선 / 컬처웍스 흥행작 부족으로 입장객 감소하며 영업이익 감소

홈쇼핑 매출 부진으로 영업이익 적자전환 / 하이마트 판관비 절감으로 영업이익 증가

해외 : 백화점 전년 동기 코로나 기저 효과로 영업이익 증가(신규점 제외 기준) / 할인점 베트남 중심 기존점 매출 증가하며 영업이익 증가

당기순이익 3분기 618억원(흑자전환), 누계 2,361억원(+1,112.9% YoY)

영업외손익 -627억(+1,786억 YoY) ※'22.3Q 손상차손 -2,594억(하이마트 CGU -279억, 하이마트 영업권 -2,315억) 등

실적 요약 [연결기준]

[단위: 십억원, %YoY]

	3Q 22	3Q 23	증감률	1~3Q 22	1~3Q 23	증감률
매출액	4,013	3,739	-6.8	11,686	10,923	-6.5
[총매출액]	5,436	5,125	-5.7	16,095	15,194	-5.6
영업이익	150	142	-5.3	293	306	4.4
EBITDA	445	416	-6.5	1,164	1,115	-4.2
법인세차감전이익	-91	79	-	68	274	303.1
당기순이익	-95	62	-	19	236	1,112.9

※ 롯데쇼핑 K-IFRS 연결기준 대상 종속 회사 35개(롯데쇼핑 제외)

사업부별 실적 요약

[단위: 십억원, %, %YoY]

	3Q22	(구성비) 이익률	3Q23	(구성비) 이익률	증감액	증감률	1~3Q 22	(구성비) 이익률	1~3Q 23	(구성비) 이익률	증감액	증감률
매출액	4,013	(100.0)	3,739	(100.0)	[-274]	-6.8	11,686	(100.0)	10,923	(100.0)	[-763]	-6.5
백화점	769	(19.2)	753	(20.1)	[-16]	-2.0	2,342	(20.0)	2,372	(21.7)	[+30]	1.3
할인점	1,560	(38.9)	1,517	(40.6)	[-43]	-2.8	4,482	(38.4)	4,386	(40.2)	[-97]	-2.2
e커머스	25	(0.6)	32	(0.8)	[+7]	26.1	77	(0.7)	97	(0.9)	[+20]	25.9
슈퍼	352	(8.8)	347	(9.3)	[-5]	-1.3	1,033	(8.8)	998	(9.1)	[-35]	-3.4
홈쇼핑	256	(6.4)	219	(5.9)	[-37]	-14.3	804	(6.9)	682	(6.2)	[-122]	-15.2
컬처웍스	188	(4.7)	154	(4.1)	[-34]	-18.2	382	(3.3)	393	(3.6)	[+10]	2.7
전자제품전문점	874	(21.8)	726	(19.4)	[-148]	-16.9	2,602	(22.3)	2,032	(18.6)	[-571]	-21.9
기타 및 연결조정	-10	-	-9	-	[+1]	-	-37	-	-35	-	[+2]	-
총매출액	5,436	(100.0)	5,125	(100.0)	[-310]	-5.7	16,095	(100.0)	15,194	(100.0)	[-901]	-5.6
백화점	1,998	(36.8)	1,956	(38.2)	[-42]	-2.1	6,122	(38.0)	6,101	(40.2)	[-21]	-0.3
할인점	1,700	(31.3)	1,660	(32.4)	[-41]	-2.4	4,891	(30.4)	4,806	(31.6)	[-84]	-1.7
e커머스	25	(0.5)	32	(0.6)	[+7]	26.1	77	(0.5)	97	(0.6)	[+20]	25.9
슈퍼	365	(6.7)	359	(7.0)	[-6]	-1.6	1,075	(6.7)	1,034	(6.8)	[-42]	-3.9
홈쇼핑	271	(5.0)	230	(4.5)	[-41]	-15.1	853	(5.3)	708	(4.7)	[-145]	-17.0
컬처웍스	188	(3.5)	154	(3.0)	[-34]	-18.2	382	(2.4)	393	(2.6)	[+10]	2.7
전자제품전문점	898	(16.5)	743	(14.5)	[-155]	-17.3	2,731	(17.0)	2,090	(13.8)	[-641]	-23.5
기타 및 연결조정	-10	-	-9	-	[+1]	-	-37	-	-35	-	[+2]	-
영업이익	150	3.7	142	3.8	[-8]	-5.3	293	2.5	306	2.8	[+13]	4.4
백화점	109	14.2	74	9.9	[-35]	-31.8	321	13.7	268	11.3	[-54]	-16.7
할인점	32	2.1	51	3.4	[+19]	57.3	42	0.9	80	1.8	[+38]	89.9
e커머스	-38	-	-23	-	[+15]	-	-132	-	-64	-	[+68]	-
슈퍼	6	1.6	14	4.0	[+8]	146.6	2	0.2	27	2.7	[+26]	1,496.0
홈쇼핑	21	8.3	-8	-	[-29]	-	80	9.9	-2	-	[-82]	-
컬처웍스	21	11.3	3	2.1	[-18]	-85.1	2	0.6	-6	-	[-8]	-
전자제품전문점	1	0.1	36	5.0	[+36]	5,179.9	-7	-	18	0.9	[+25]	-
기타 및 연결조정	-2	-	-6	-	[-3]	-	-15	-	-15	-	[-0]	-

백화점 사업부

[단위: 십억원, %, %YoY]

	3Q 22	(구성비) 이익률	3Q 23	(구성비) 이익률	증감률	1~3Q 22	(구성비) 이익률	1~3Q 23	(구성비) 이익률	증감률
매출액	769	(100.0)	753	(100.0)	-2.0	2,342	(100.0)	2,372	(100.0)	1.3
국내	754	(98.1)	732	(97.2)	-2.9	2,299	(98.2)	2,320	(97.8)	0.9
해외	15	(1.9)	21	(2.8)	43.0	43	(1.8)	52	(2.2)	20.4
중국	5	(0.6)	5	(0.6)	2.6	16	(0.7)	15	(0.7)	-1.7
인도네시아	5	(0.6)	5	(0.7)	8.9	12	(0.5)	15	(0.6)	29.5
베트남	5	(0.7)	11	(1.5)	105.0	16	(0.7)	21	(0.9)	35.7
영업이익	109	14.2	74	9.9	-31.8	321	13.7	268	11.3	-16.7
국내	109	14.4	82	11.2	-25.0	310	13.5	273	11.8	-12.0
해외	0	0.5	-7	-	-	11	25.1	-6	-	-
중국	-1	-	0	-	-	-1	-	3	18.5	-
인도네시아	0	2.9	0	-	-	8	72.2	0	2.9	-94.8
베트남	1	22.0	-7	-	-	4	24.4	-9	-	-
EBITDA	268	34.8	234	31.1	-12.4	797	34.0	736	31.0	-7.7
국내	263	34.9	232	31.6	-12.1	774	33.7	722	31.1	-6.7
해외	4	30.7	3	14.2	-33.7	23	54.3	14	27.2	-39.8
중국	0	4.6	1	21.4	377.0	3	17.6	7	42.5	138.2
인도네시아	2	50.8	2	45.8	-1.9	15	126.0	7	49.2	-49.5
베트남	2	35.4	0	-	-	6	37.8	0	0.5	-98.3

※ 총 65개점 ('23.3Q 기준) : 국내 60개점 (아울렛 22개점, 쇼핑몰 6개점 포함), 해외 5개점 (중국 1개점, 인도네시아 1개점, 베트남 3개점)
 ※ 국내 위탁점 3개점 (대구, 영등포, 월드몰)은 경영관리수수료 수취, 해외 1개점 (호치민) 지분법 인식

▶ **기존점 신장률: -1.6% YoY (3Q) / +1.4% YoY (1Q-3Q)**

국내

· 평년 대비 높은 기온으로 F/W 판매부진 및 전년 동기 높은 베이스 부담으로 매출 감소

▶ **물가상승으로 인한 고정비 증가 부담으로 판매관리비 증가하며 영업이익 감소(817억, -272억 YoY)**

▶ **기존점 신장률: +8.7% YoY (3Q) / +5.9% YoY (1Q-3Q) ※ 현지화 관리 총매출 기준**

해외

· 베트남 -11.4%, 인도네시아 +18.2%, 중국 +26.2%

▶ **전년 동기 코로나 기저 효과로 영업이익 증가 ※ 베트남 신규점 오픈 영향으로 일시적 영업이익 적자전환**

· 기존점 기준 : 베트남 9억 (-3억 YoY), 인니 0억 (-1억 YoY), 중국 -2억(+10억 YoY)

할인점 사업부

[단위: 십억원, %, %YoY]

	3Q 22	(구성비) 이익률	3Q 23	(구성비) 이익률	증감률	1~3Q 22	(구성비) 이익률	1~3Q 23	(구성비) 이익률	증감률
매출액	1,560	(100.0)	1,517	(100.0)	-2.8	4,482	(100.0)	4,386	(100.0)	-2.2
국내	1,218	(78.1)	1,171	(77.2)	-3.9	3,439	(76.7)	3,282	(74.8)	-4.6
해외	342	(21.9)	346	(22.8)	1.2	1,044	(23.3)	1,104	(25.2)	5.8
인도네시아	257	(16.5)	253	(16.7)	-1.5	804	(17.9)	832	(19.0)	3.4
인니(도매)	209	(13.4)	205	(13.5)	-1.9	653	(14.6)	675	(15.4)	3.4
인니(소매)	49	(3.1)	49	(3.2)	0.2	152	(3.4)	157	(3.6)	3.5
베트남	84	(5.4)	92	(6.1)	9.5	239	(5.3)	272	(6.2)	13.7
영업이익	32	2.1	51	3.4	57.3	42	0.9	80	1.8	89.9
국내	27	2.2	42	3.6	57.8	17	0.5	46	1.4	173.1
해외	6	1.7	9	2.6	55.3	25	2.4	34	3.0	33.8
인도네시아	1	0.4	1	0.6	58.2	9	1.1	12	1.5	39.4
인니(도매)	1	0.5	1	0.6	20.4	7	1.1	10	1.4	39.7
인니(소매)	0	-	0	0.5	-	2	1.2	3	1.6	38.2
베트남	5	5.7	7	8.1	54.8	16	6.8	21	7.8	30.8
EBITDA	97	6.2	111	7.3	14.5	232	5.2	255	5.8	10.2
국내	82	6.7	93	7.9	13.2	182	5.3	196	6.0	8.0
해외	15	4.2	18	5.1	21.9	50	4.8	59	5.4	18.3
인도네시아	6	2.3	6	2.4	3.7	23	2.9	26	3.1	11.0
인니(도매)	5	2.2	4	2.2	-1.8	17	2.6	19	2.8	11.5
인니(소매)	1	2.7	2	3.3	22.9	6	4.0	7	4.2	9.6
베트남	9	10.3	12	12.6	34.1	27	11.2	33	12.2	24.6

※ 총 175개점 ('23.3Q 기준) : 국내 111개점 / 해외 64개점 (인도네시아 48개점, 베트남 16개점)

▶ **기존점 신장률 +3.0% YoY (3Q) / +0.9% YoY (1Q-3Q)**

국내

- 신선식품(과일, 채소, 축/수산) 및 가공식품, 주류 카테고리 중심으로 기존점 지속 신장 중

▶ **매출총이익률 증가(+1.4%p YoY) 및 판관비 절감 노력(-134억 YoY)으로 영업이익 증가(421억, +154억 YoY)**

▶ **기존점 신장률 +5.6% YoY (3Q) / +5.9% YoY (1Q-3Q) ※ 현지화 관리 총매출 기준**

- 베트남 +16.9%, 인도네시아 +1.6% (도매 +0.4%, 소매 +7.3%)

해외

▶ **베트남 중심 기존점 매출 신장에 따른 영업이익 증가**

- 베트남 75억(+26억 YoY), 인니 도매 13억(+2억 YoY), 인니 소매 2억(+3억 YoY)

[단위: 십억원, %, %YoY]

	3Q 22	이익률	3Q 23	이익률	증감률	1~3Q 22	이익률	1~3Q 23	이익률	증감률
매출액	25		32		26.1	77		97		25.9
영업이익	-38	-	-23	-	-	-132	-	-64	-	-
EBITDA	-27	-	-22	-	-	-100	-	-61	-	-

롯데ON 플랫폼 성장 - 버티컬 커머스 중심 손익 구조개선

라이프 스타일 플랫폼으로의 전환

버티컬 서비스 OPEN

- 라이프스타일 플랫폼 강화 (버티컬 서비스 중심 개편)
 - 롯데ON 버티컬 운영 현황 : 뷰티, 명품, 패션, 키즈
 - '23.3Q 버티컬몰 GMV +22.6% YoY ('23년 누계 +22.9% YoY)
 - * 뷰티 +28.1%, 럭셔리 +43.7%, 패션 +17.3%, 키즈 +16.0% YoY
 - 롯데ON 플랫폼 내 버티컬몰 GMV 구성비(32.7%, +5.4%p YoY)
- 롯데ON 이익 건전성 중심 채널 및 상품 운영
 - 마트 판촉 효율화를 통한 이익률 제고 +2.5%p YoY
 - 마트 배송 Capa 축소를 통한 물류비 절감 -8.9% YoY
 - 생활/가전 등 저마진 상품군 매출 비중 축소 -4.8%p YoY

롯데ON 'Digital Engine' 작동

커머스 플랫폼 고도화

- IT 역량 내재화를 통한 업무효율성 개선
 - IT 용역비 절감 -50.9% YoY / IT 용역 인원 수 감축 -23.0% YoY
 - 서버 임차비 효율화 -37.2% YoY
- CS 대응 시스템 고도화 및 비용 효율 개선
 - CS 운영&플랫폼 고도화를 통한 CS 인입 건수 축소 및 응대율 개선
 - * CS 인입 건 -24.5% YoY / 처리율: 98.2% → 98.8%(분기 월 평균)
 - 롯데ON 콜센터 운영비 절감 -42.9% YoY

주요 사업 부문

슈퍼

[단위: 십억원, %, %YoY]

	3Q 22	이익률	3Q 23	이익률	증감률	1~3Q 22	이익률	1~3Q 23	이익률	증감률
매출액	352		347		-1.3	1,033		998		-3.4
영업이익	6	1.6	14	4.0	146.6	2	0.2	27	2.7	1,496.0
EBITDA	18	5.0	25	7.3	42.9	38	3.6	62	6.2	63.9

※ 총 363개점 ('23.3Q 기준)

▶ 기존점 신장률 +2.0% YoY (3Q) / +0.4% YoY (1Q-3Q)

- 마트/슈퍼 통합소싱 효과로 식품 상품군 중심 트렌드 신장
- 점포수(직영+가맹) -12개점 ('22.3Q 375 개점 → '23.3Q 363개점)

▶ 영업이익 증가 (139억, +82억 YoY)

- 판매비 절감 노력(-86억 YoY) 및 매출총이익률 개선(+0.3%p YoY)으로 영업이익 증가

홈쇼핑

[단위: 십억원, %, %YoY]

	3Q 22	이익률	3Q 23	이익률	증감률	1~3Q 22	이익률	1~3Q 23	이익률	증감률
매출액	256		219		-14.3	804		682		-15.2
영업이익	21	8.3	-8	-	-	80	9.9	-2	-	-
EBITDA	29	11.2	-1	-	-	103	12.8	21	3.1	-79.4

▶ 취급고 -13.2% YoY (3Q) / -9.2% YoY (1Q-3Q)

- Live TV -6.4% (8,212억 → 7,689억)
- e커머스 -44.8% (3,206억 → 1,770억)
 - 온라인 포트폴리오 재구성 영향(온라인 저이익 상품군 축소 등)
- OneTV(T커머스) +14.1% (1,833억 → 2,092억)

▶ 영업이익 적자전환 (-76억, -288억 YoY)

- 매출총이익 감소 -19.0% (1,769억, -415억 YoY)
 - TV -17.8%, e커머스 -14.8%, OneTV -8.7%
- 판매관리비 절감(1,845억, -127억 YoY)
 - 판매촉진비 -46억, 결제수수료 -39억, IT운영비 -11억, 감가 -8억 등

주요 사업 부문

컬처웍스

[단위: 십억원, %, %YoY]

	3Q 22	이익률	3Q 23	이익률	증감률	1~3Q 22	이익률	1~3Q 23	이익률	증감률
매출액	188		154		-18.2	382		393		2.7
영업이익	21	11.3	3	2.1	-85.1	2	0.6	-6	-	-
EBITDA	41	21.8	22	14.6	-45.3	62	16.3	51	13.1	-17.9

※ 총 188개점('23.3Q기준) : 국내 143개점 / 해외 45개점

▶ 매출액 -18.2% YoY (3Q) / +2.7% YoY (1Q-3Q)

- 국내
 - 영화관 사업: 흥행작 부족으로 입장객 감소(-15.0%)하며 매출 감소(-12.7% YoY)
 - 콘텐츠 사업(영화, 공연 등): 투자/배급 작품 부진으로 매출 감소(-31.6% YoY)
- 해외
 - 베트남 로컬작품 흥행 부진으로 매출 감소(80억, -31.9% YoY)

▶ 영업이익 감소 (32억, -182억 YoY)

- 국내
 - 영화관 사업: 성수기 작품 흥행 부진으로 영업이익 감소(16억, -107억 YoY)
 - 콘텐츠 사업: 투자/배급 작품 흥행 부진으로 영업이익 감소 (26억, -51억 YoY)
- 해외
 - 베트남 로컬작품 흥행 부진으로 적자 전환(-9억, -23억 YoY)

전자제품전문점 (하이마트)

[단위: 십억원, %, %YoY]

	3Q 22	이익률	3Q 23	이익률	증감률	1~3Q 22	이익률	1~3Q 23	이익률	증감률
매출액	874		726		-16.9	2,602		2,032		-21.9
영업이익	1	0.1	36	5.0	5,179.9	-7	-	18	0.9	-
EBITDA	35	4.0	66	9.1	90.9	97	3.7	111	5.5	14.3
당기순이익	-370	-	27	3.7	-	-380	-	11	0.5	-

※ 총 353개점 ('23.3Q기준)

▶ 매출액 -16.9% YoY (3Q) / -21.9% YoY (1Q-3Q)

- 경기 침체로 인한 내구재 소비 감소 및 점포 효율화 작업으로 매출 감소
- ※ 점포 효율화: 23.3Q -14개점 YoY, 23.3Q 누계 -38개점 YoY

▶ 영업이익 증가 (362억, +356억 YoY)

- 매출총이익률 증가 및 판관비 구조적 개선(-303억 YoY) 으로 영업이익 증가
- ※ 23.3Q 부가세 환급 일회성 수익 +266억

영업외손익

[단위: 십억원, %YoY]

	3Q 22	3Q 23	증감률	1~3Q 22	1~3Q 23	증감률
영업이익	150	142	-5.3	293	306	4.4
이자손익	-97	-116	-	-289	-319	-
외화·파생손익	36	8	-77.9	95	40	-57.7
기타 영업외손익	-213	27	-	-135	126	-
지분법손익	32	19	-42.2	104	121	16.9
법인세차감전이익	-91	79	-	68	274	303.1
당기순이익	-95	62	-	19	236	1,112.9

▶ 기타 영업외손익

- '23.3Q 백화점/홈쇼핑 자산 처분이익 230억 등
- '22.3Q 손상차손 -2,594억(하이마트 CGU -279억, 하이마트 영업권 -2,315억) 등

▶ 지분법 손익

- '23.3Q 롯데카드 114억(-67억 YoY), FRL코리아 22억(-102억 YoY) 등

- 요약 재무제표
- 백화점/할인점 운영 점포 현황

요약 재무제표

연결손익계산서

[단위: 십억원]

	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23	3Q23
매출액	4,013	3,848	3,562	3,622	3,739
[총매출액]	5,436	5,377	4,990	5,078	5,125
매출총이익	1,739	1,678	1,612	1,693	1,694
판매관리비	1,589	1,496	1,499	1,641	1,552
영업이익	150	182	113	51	142
EBITDA	445	470	385	314	416
법인세차감전이익	-91	-467	105	90	79
당기순이익	-95	-432	58	117	62
지배주주지분	-113	-438	56	110	50
비지배주주지분	18	6	2	7	12

연결재무상태표

[단위: 십억원]

	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23	3Q23
자산총계	32,670	31,704	31,885	31,023	31,068
현금 및 예금	3,776	3,139	3,148	2,667	2,613
재고자산	1,499	1,386	1,482	1,331	1,293
토지 및 건물	12,912	12,785	12,778	12,714	13,389
사용권자산	4,375	4,059	3,993	3,807	3,745
부채총계	21,345	20,668	20,847	19,975	20,057
차입금 및 사채	10,123	9,761	10,228	10,228	10,228
리스부채	5,509	5,381	5,256	5,024	4,849
자본총계	11,325	11,035	11,038	11,047	11,011
자본금	141	141	141	141	141

백화점/할인점 운영 점포 현황

국내		2021년말	2022년말	2023년				2023년말(e)
				1Q	2Q	3Q	4Q(e)	
백화점	백화점	30	30					30
	위탁점*	3	3					3
	영플라자	-	-					-
	아울렛	22	22					22
	쇼핑몰	5	5					5
	계	60						
할인점	마트	112	112	-1				111
	롭스	49	-					-
	계	161	112	111	111	111	111	111

* 위탁점 : 영등포점/대구점 (역사), 잠실 월드몰 (물산)

해외		2021년말	2022년말	2023년				2023년말(e)
				1Q	2Q	3Q	4Q(e)	
백화점	중국	1	1					1
	베트남*	2	2			+1		3
	인도네시아	1	1					1
	계	4	4	4	4	5	5	5
할인점	베트남	14	15			+1		16
	인도네시아	49	50			-2		48
	인니(도매)	35	36					36
	인니(소매)	14	14			-2		12
	계	63	65	65	65	64	64	64

* 지분법 손익 반영 점포 : 호치민점 (베트남)