



2025년 2분기 경영실적

'고객의 첫 번째 쇼핑 목적지' 롯데쇼핑 ('25. 08. 08)

Disclaimer

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.

Quarterly Review

전사 실적

2분기: 소비 양극화 심화 및 그로서리/컬처웍스 수요 둔화로 매출 및 영업이익 감소

상반기: 어려운 대내외 환경에도 백화점 및 해외 사업의 견조한 성과로 영업이익 전년비 11% 증가

백화점

국내: 대형 점포 매출 호조 (잠실점 +7% 등), 외국인 매출 기여 증가(본점 매출 구성비 17%, +2%p YoY)

해외: 베트남 롯데몰 웨스트레이크 하노이 첫 분기 흑자전환 이후 2개 분기 연속 흑자

그로서리

국내: ZETTA 앱 초기 비용 발생에 따른 이익 감소, 그랑그로서리 구리점 오픈 이후 실적 호조

해외: 베트남 매출 +5%, 영업이익 +28% 달성 (상반기 매출 +7%, 영업이익 +25%)

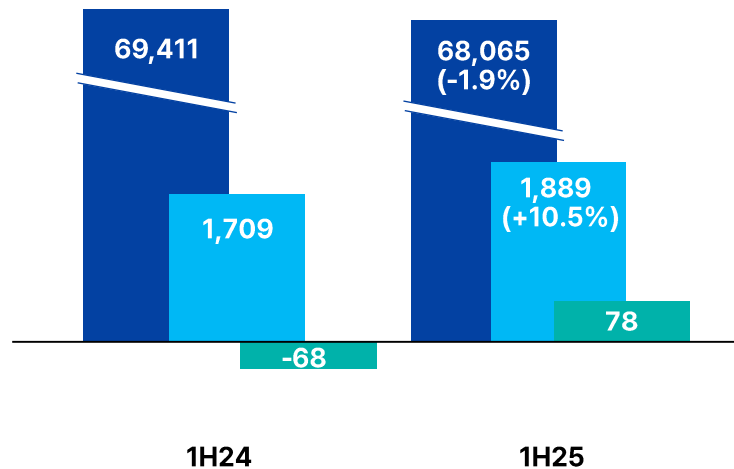
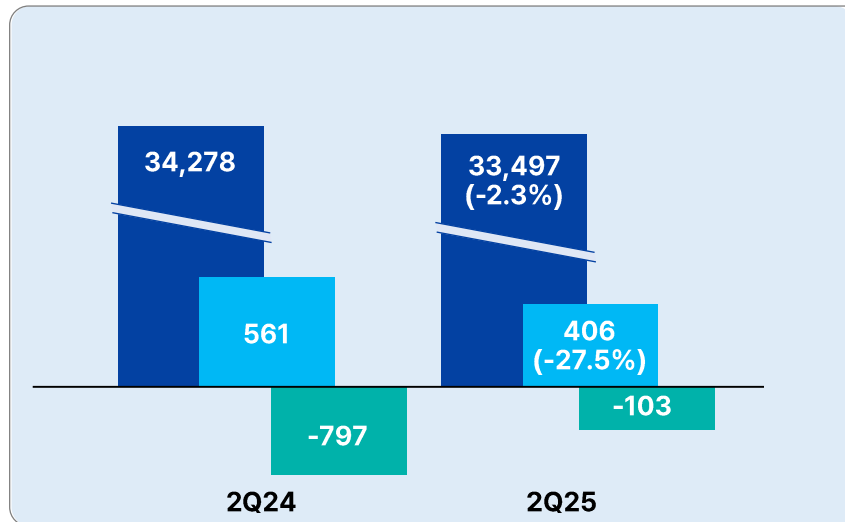
기타

e커머스 롯데온 GMV +15%, 비용 효율화 노력으로 5개 분기 연속 영업이익 개선

하이마트 2개 분기 연속 매출 및 영업이익 개선, 컬처웍스 국내 영화관 흥행작 부재로 실적 감소

경영실적 요약 (단위: 억원, YoY)

■ 매출액 ■ 영업이익 ■ 순이익



2분기 경영실적 분석

매출액	소비심리 회복 지연에 따른 국내 사업 수요 부진 및 인도네시아 전년동기 명절 시점차 영향 등으로 매출 감소
영업이익	매출 감소에 따른 고정비 부담으로 영업이익 감소 * 2Q25 부동산세: 1,520억원 (+1억 YoY)
당기순이익	전년동기 중국사업 손실 기저효과로 당기순손실 축소 (2Q24 심양GPT 손상차손 -593억, 청두백화점 처분손실 -112억)

연결 실적 요약

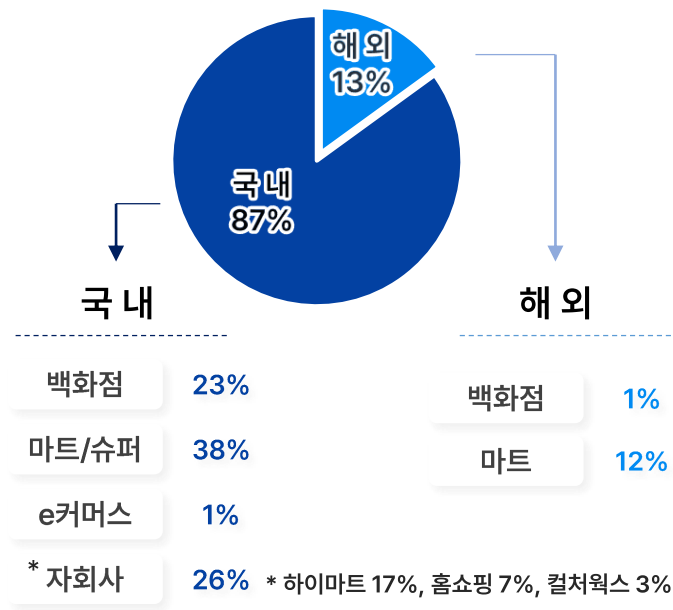
손익계산서

(단위 : 억원, %)

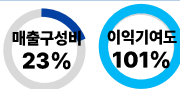
	2Q24	2Q25	YoY	1H24	1H25	YoY
매출액	34,278	33,497	-2.3	69,411	68,065	-1.9
총매출액	48,727	47,588	-2.3	98,261	96,497	-1.8
매출총이익	16,784	16,483	-1.8	33,199	32,652	-1.6
판매관리비	16,223	16,077	-0.9	31,490	30,763	-2.3
영업이익	561	406	-27.5	1,709	1,889	10.5
EBITDA	3,252	2,900	-10.8	7,108	6,860	-3.5
세전이익	-733	-241	-	97	204	109.7
당기순이익	-797	-103	-	-68	78	-

사업부문별 매출액 구성비 ('25년 상반기 누계)

연결 6조 8,065억원

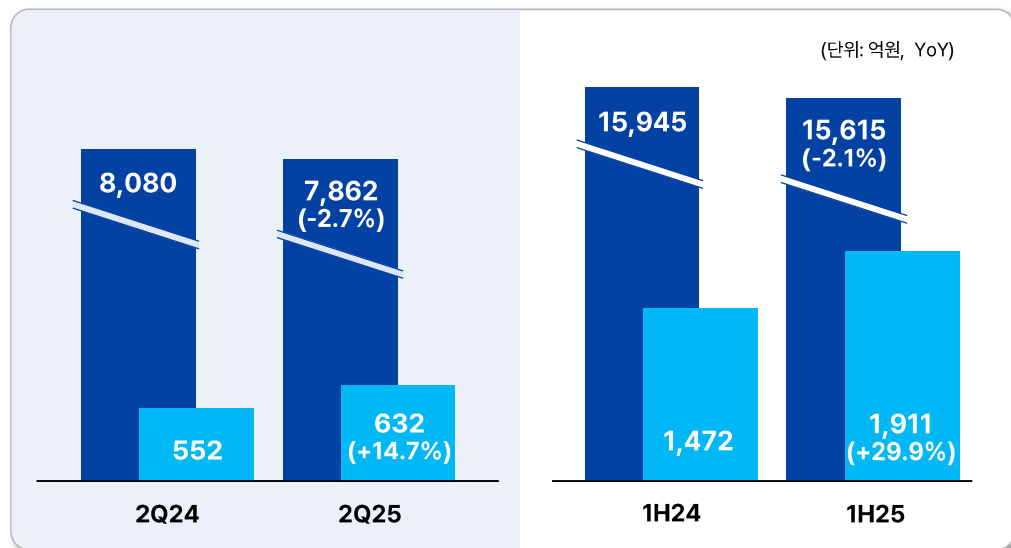


백화점 사업 (국내 백화점)



경영 실적 요약

■ 매출액 ■ 영업이익



- 기존점 매출 신장률(sssg): +0.5%
- 우수고객 실적 호조(+6.1%)로 전사 매출 견인하며 기존점 매출 증가
- 운영 경비 효율화 등 판매관리비 감소로 영업이익 증가

그로서리 사업 (국내 마트&슈퍼)

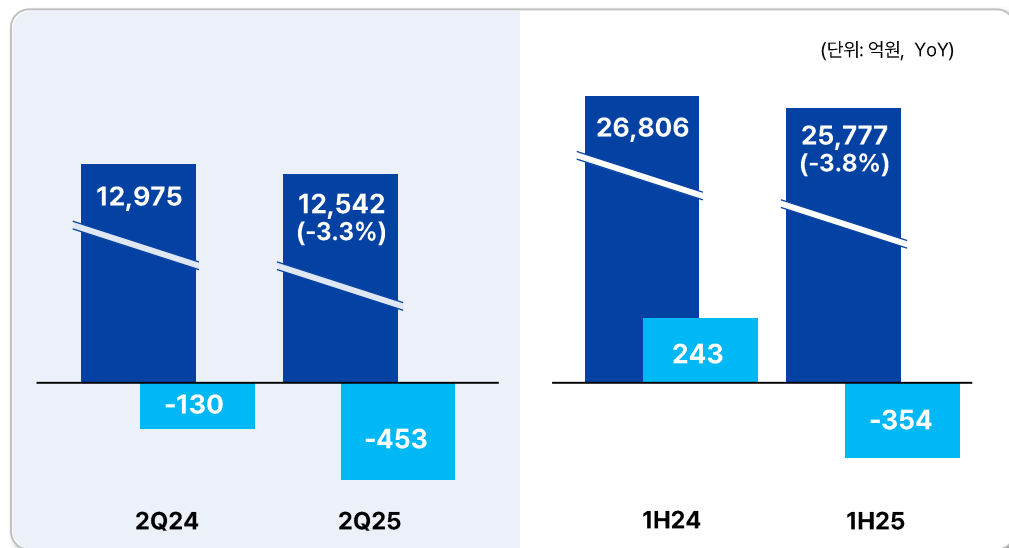
매출구성비
38%

이익기여도
-19%



경영 실적 요약

■ 매출액 ■ 영업이익



- 마트: 소비 심리 둔화로 매출 감소 및 e그로서리 이관 영향으로 영업적자 확대
- 슈퍼: 매출 감소 및 전년 일회성이익 역기저 영향으로 영업이익 감소

※ 2Q24 일회성이익: 광주 첨단 분양 수익 85억

e커머스 사업

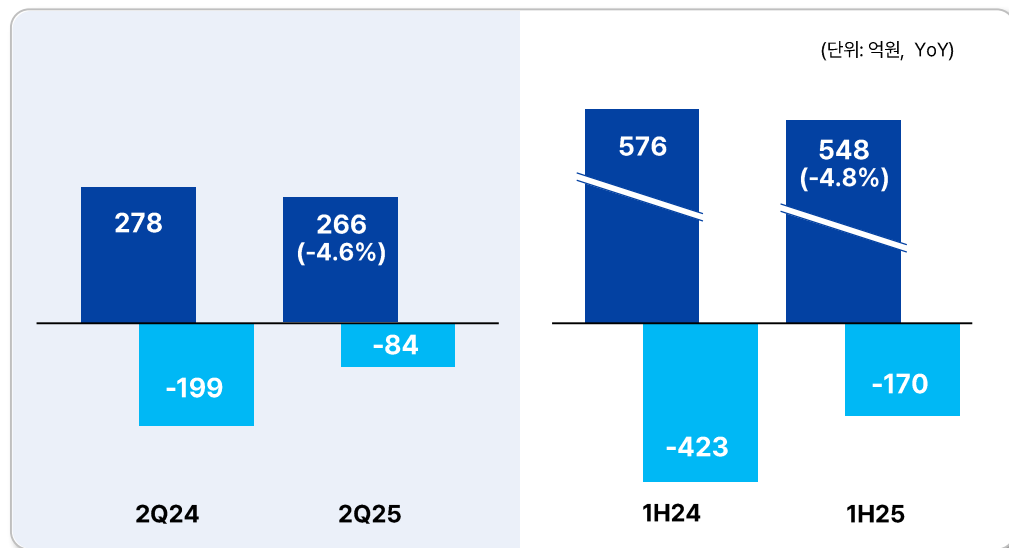
매출구성비
1%

이익기여도
-9%



경영 실적 요약

■ 매출액 ■ 영업이익

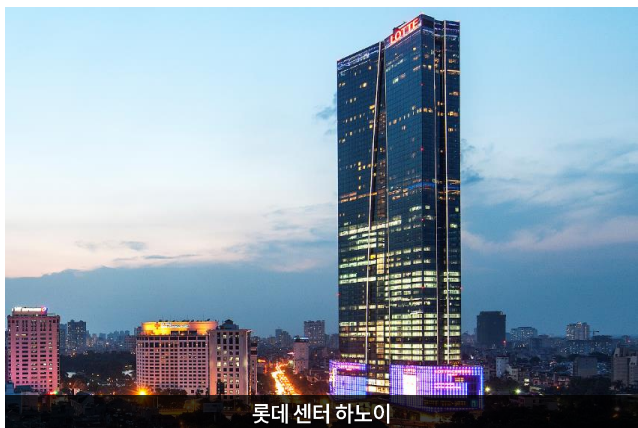


- 매출액 : *롯데ON 커머스 +25억, 사업 포트폴리오 조정 영향 -37억
*롯데ON 커머스 : 플랫폼 거래액 +14.8%, 상품순이익 개선, 광고수익 증가 등
- 사업구조 정비를 통한 매출총이익률 개선, 비용 최적화로 판관비 절감

해외 백화점

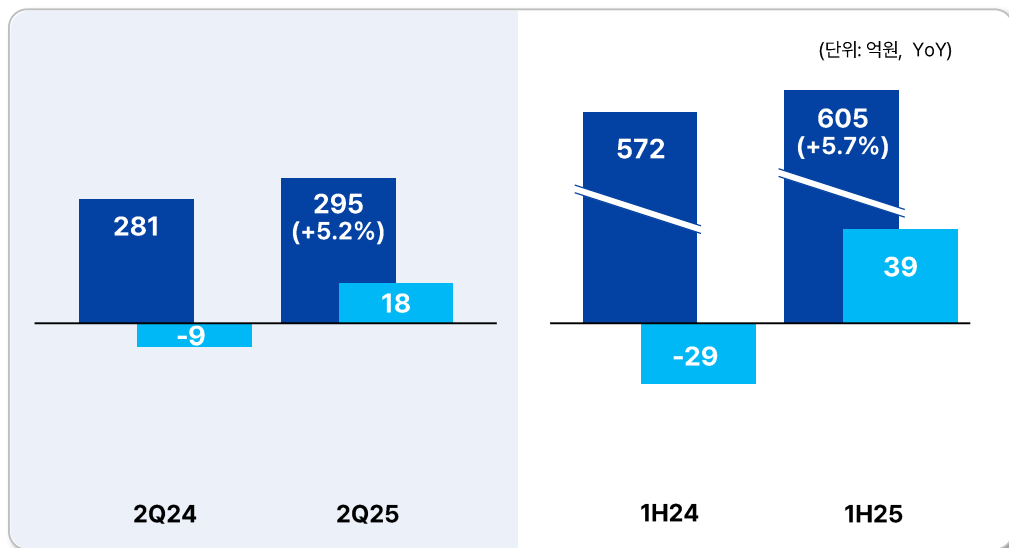
매출구성비
1%

이익기여도
2%



경영 실적 요약

■ 매출액 ■ 영업이익



- 기존점 매출 신장률(sssg): +19.9%
- 롯데몰 웨스트레이크 하노이(+25.1%) 포함 베트남 전점 총매출 신장
- 롯데몰 웨스트레이크 하노이 영업이익 2개 분기 연속 흑자 달성

* 총매출: 현지화 관리총매출 기준

* 1H24 -73억 → 1H25 7억

해외 할인점

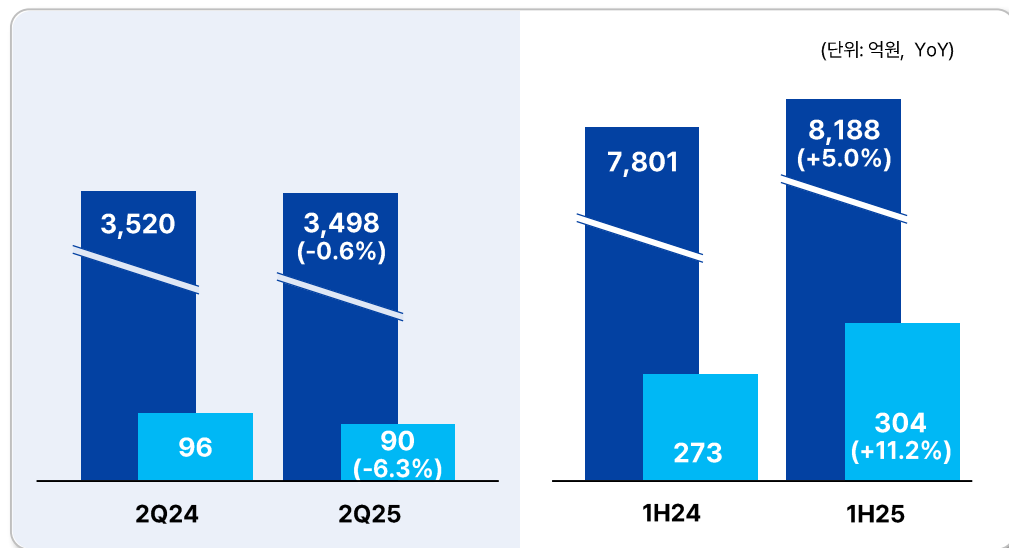
매출구성비
12%

이익기여도
16%



경영 실적 요약

■ 매출액 ■ 영업이익

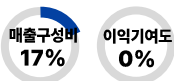


* 기존점 매출: 현지화 관리총매출

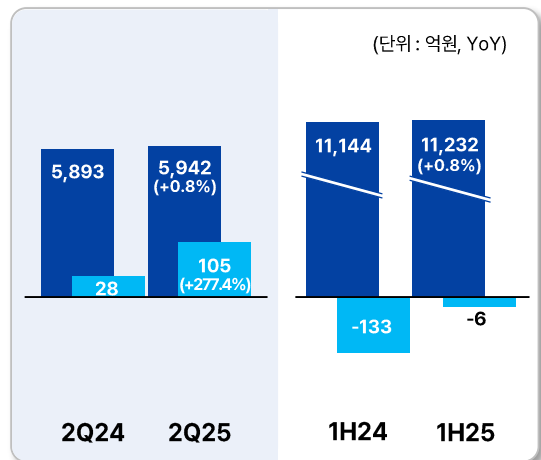
- 기존점 매출 신장률(SSSG): +0.4% (베트남 +8.8%, 인도네시아 -2.9%)
- 베트남 : 기존점 중심 안정적 성장 바탕으로 매출 및 영업이익 모두 증가
- 인도네시아: 리뉴얼점 매출 호조 불구, 르바란 명절 시점차 영향으로 매출 및 이익 감소

연결 자회사 – 하이마트, 홈쇼핑, 컬처웍스

하이마트

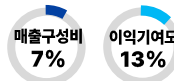


■ 매출액 ■ 영업이익

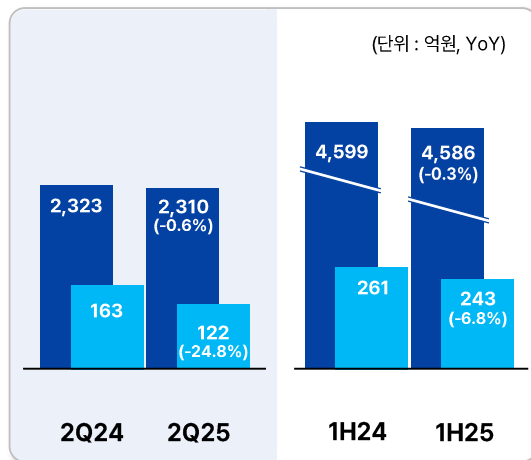


- 국내 가전시장 부진에도 온오프라인 매출 성장세 지속
- 인기PB 및 안심케어 서비스, 생활/주방 카테고리 중심 매출 신장하며 영업이익 증가

홈쇼핑

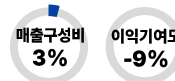


■ 매출액 ■ 영업이익

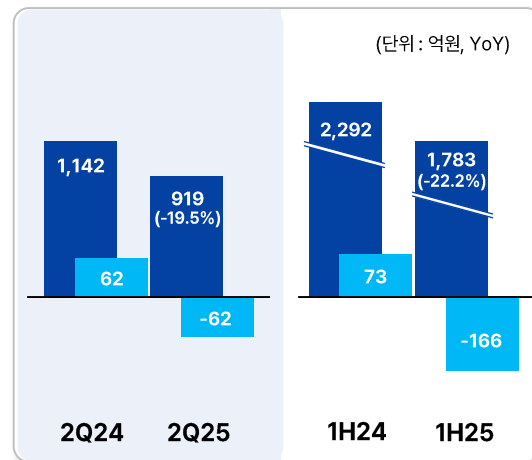


- 총매출 -3.7% (LiveTV -4.9%, e커머스 -9.9%, T커머스 +5.9%)
- 상품 포트폴리오 조정(무형상품 축소) 노력에도, TV 시청인구 저조로 총매출 및 영업이익 감소

컬처웍스



■ 매출액 ■ 영업이익



- 국내 대형 작품 부재에 따른 영화시장 축소 (2Q24 흥행작 범죄도시4, 인사이드아웃 등)
- 판관비 효율화 노력에도 불구하고, 국내 영화관 사업 매출 부진으로 영업이익 적자전환

영업외손익

영업외손익 현황

(단위: 억원)

	2Q24	2Q25	증감액	1H24	1H25	증감액
영업이익	561	406	-154	1,709	1,889	180
영업외손익	-1,294	-648	646	-1,612	-1,685	-73
이자손익	-1,166	-1,131	35	-2,347	-2,304	44
외화·파생손익	37	-43	-80	101	-36	-137
지분법손익	557	486	-71	904	546	-358
기타영업외손익	-722	41	763	-270	110	380
세전이익	-733	-241	491	97	204	107
당기순이익	-797	-103	694	-68	78	146

영업외손익 분석

· 외화·파생손익

- 2Q25 매매목적 파생상품 평가손실 -20억, 외화차입금 외환차손 -14억 등
- 2Q24 홈쇼핑 외화매도분 외환차익 +53억 등

· 지분법손익

- 2Q25 FRL코리아 354억(+50억 YoY), 롯데카드 45억(-18억 YoY), 한샘 18억(-25억 YoY), KDB오픈이노베이션펀드 3억(-31억 YoY) 등

· 기타영업외손익

- 2Q25 배당수익 131억 등
- 2Q24 심양GPT 손상차손 -593억, 청두백화점 처분손실 -112억 등

Appendix

01

주요회사 지분 구조

02

사업부별 실적 요약

03

재무요약 (연결)

04

백화점/그로서리 사업 점포 현황

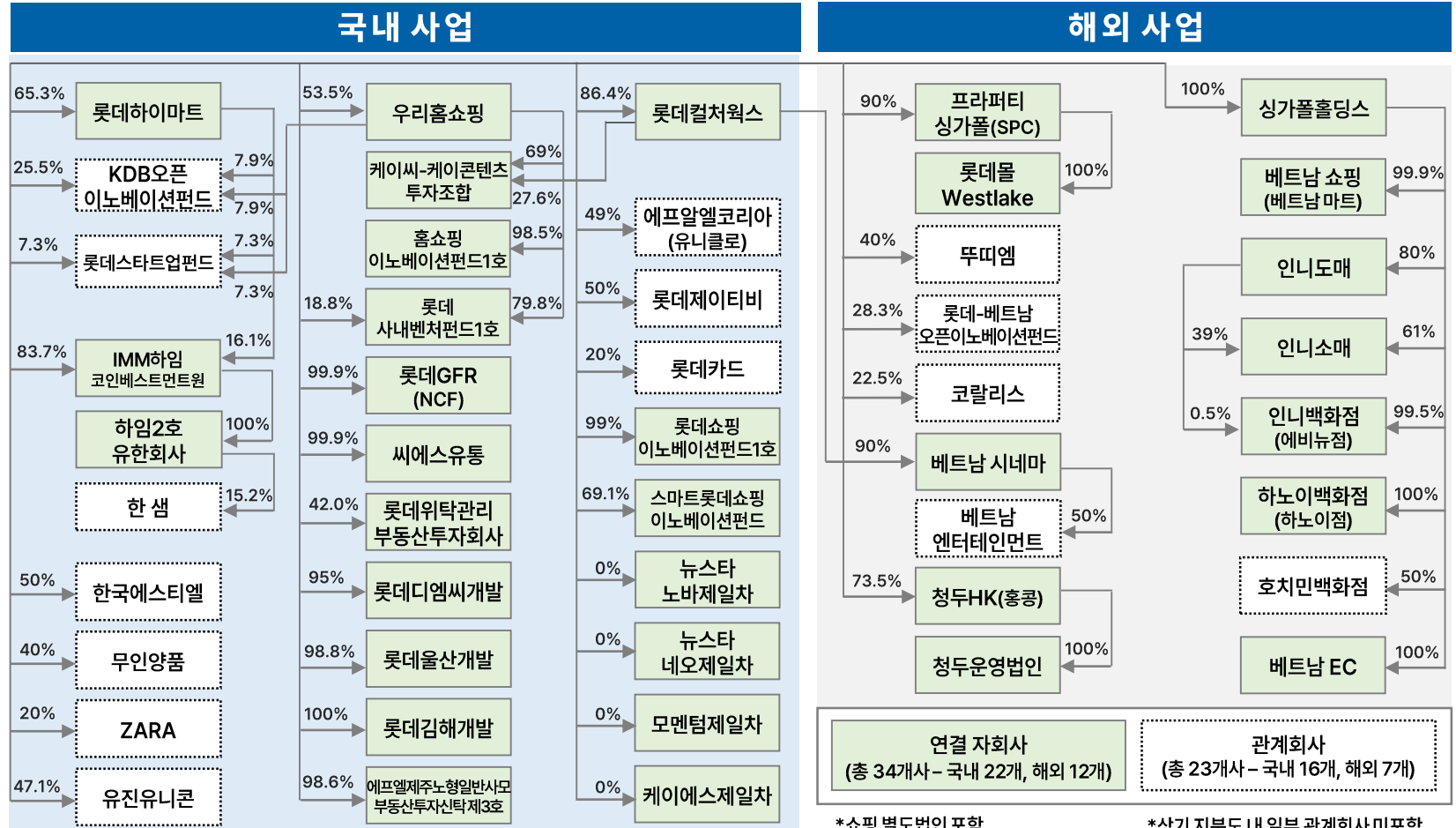
05

ESG 성과

06

배당 현황

주요회사 지분구조



사업부별 실적요약 - 순매출액

(단위 : 억원, %)

	2Q24	(구성비)	2Q25	(구성비)	증감액	증감률	1H24	(구성비)	1H25	(구성비)	증감액	증감률
순매출액	34,278	(100.0)	33,497	(100.0)	-781	-2.3	69,411	(100.0)	68,065	(100.0)	-1,346	-1.9
백화점	8,361	(24.4)	8,158	(24.4)	-203	-2.4	16,517	(23.8)	16,221	(23.8)	-296	-1.8
국내	8,080	(23.6)	7,862	(23.5)	-218	-2.7	15,945	(23.0)	15,615	(22.9)	-329	-2.1
해외	281	(0.8)	295	(0.9)	15	5.2	572	(0.8)	605	(0.9)	33	5.7
중국	28	(0.1)	0	-	-28	-	76	(0.1)	0	-	-76	-
인도네시아	52	(0.2)	51	(0.2)	-1	-2.4	105	(0.2)	106	(0.2)	0	0.1
베트남	201	(0.6)	244	(0.7)	44	21.8	391	(0.6)	500	(0.7)	108	27.7
할인점	13,191	(38.5)	12,954	(38.7)	-237	-1.8	28,016	(40.4)	27,827	(40.9)	-189	-0.7
국내	9,672	(28.2)	9,456	(28.2)	-216	-2.2	20,215	(29.1)	19,639	(28.9)	-576	-2.8
해외	3,520	(10.3)	3,498	(10.4)	-22	-0.6	7,801	(11.2)	8,188	(12.0)	386	5.0
인도네시아	2,596	(7.6)	2,526	(7.5)	-69	-2.7	5,800	(8.4)	6,051	(8.9)	250	4.3
베트남	924	(2.7)	972	(2.9)	48	5.2	2,001	(2.9)	2,137	(3.1)	136	6.8
슈퍼	3,303	(9.6)	3,086	(9.2)	-217	-6.6	6,591	(9.5)	6,138	(9.0)	-453	-6.9
e커머스	278	(0.8)	266	(0.8)	-13	-4.6	576	(0.8)	548	(0.8)	-28	-4.8
전자제품전문점	5,893	(17.2)	5,942	(17.7)	49	0.8	11,144	(16.1)	11,232	(16.5)	88	0.8
홈쇼핑	2,323	(6.8)	2,310	(6.9)	-14	-0.6	4,599	(6.6)	4,586	(6.7)	-13	-0.3
컬처웍스	1,142	(3.3)	919	(2.7)	-223	-19.5	2,292	(3.3)	1,783	(2.6)	-509	-22.2
기타 및 연결조정	-215	-	-138	-	77	-	-323	-	-270	-	54	-

사업부별 실적요약 - 영업이익

(단위 : 억원, %)

	2Q24	(구성비)	2Q25	(구성비)	증감액	증감률	1H24	(구성비)	1H25	(구성비)	증감액	증감률
영업이익	561	1.6	406	1.2	-154	-27.5	1,709	2.5	1,889	2.8	179	10.5
백화점	543	6.5	650	8.0	108	19.9	1,443	8.7	1,950	12.0	507	35.1
국내	552	6.8	632	8.0	81	14.7	1,472	9.2	1,911	12.2	440	29.9
해외	-9	-	18	6.0	27	-	-29	-	39	6.4	67	-
중국	17	61.8	0	-	-17	-	20	26.5	0	-	-20	-
인도네시아	3	4.9	7	14.0	5	178.8	9	8.8	15	14.1	6	59.5
베트남	-29	-	11	4.4	39	-	-58	-	24	4.8	82	-
할인점	-162	-	-390	-	-227	-	269	1.0	-108	-	-378	-
국내	-258	-	-479	-	-221	-	-4	-	-412	-	-408	-
해외	96	2.7	90	2.6	-6	-6.3	273	3.5	304	3.7	31	11.2
인도네시아	32	1.2	9	0.3	-23	-72.7	108	1.9	97	1.6	-10	-9.7
베트남	63	6.9	81	8.3	17	27.6	165	8.3	206	9.7	41	24.7
슈퍼	128	3.9	27	0.9	-101	-79.2	247	3.8	59	1.0	-189	-76.3
e커머스	-199	-	-84	-	114	-	-423	-	-170	-	253	-
전자제품전문점	28	0.5	105	1.8	77	277.4	-133	-	-6	-	127	-
홈쇼핑	163	7.0	122	5.3	-40	-24.8	261	5.7	243	5.3	-18	-6.8
컬처웍스	62	5.5	-62	-	-124	-	73	3.2	-166	-	-239	-
기타 및 연결조정	-2	-	38	-	40	-	-29	-	87	-	116	-

사업부별 실적요약 - EBITDA

(단위 : 억원, %)

	2Q24	(구성비)	2Q25	(구성비)	증감액	증감률	1H24	(구성비)	1H25	(구성비)	증감액	증감률
EBITDA	3,252	9.5	2,900	8.7	-352	-10.8	7,108	10.2	6,860	10.1	-249	-3.5
백화점	2,206	26.4	2,213	27.1	7	0.3	4,807	29.1	5,062	31.2	255	5.3
국내	2,087	25.8	2,073	26.4	-14	-0.7	4,578	28.7	4,773	30.6	195	4.3
해외	119	42.5	140	47.4	21	17.4	229	40.0	290	47.9	61	26.5
중국	20	73.2	0	-	-20	-	31	41.6	0	-	-31	-
인도네시아	25	47.8	26	50.3	1	2.6	54	51.7	53	50.2	-1	-2.7
베트남	74	36.9	114	46.8	40	54.6	143	36.6	237	47.4	94	65.4
할인점	414	3.1	136	1.1	-278	-67.1	1,423	5.1	941	3.4	-482	-33.9
국내	222	2.3	-50	-	-272	-	957	4.7	441	2.2	-516	-53.9
해외	192	5.5	186	5.3	-6	-3.3	467	6.0	501	6.1	34	7.3
인도네시아	84	3.2	57	2.2	-27	-32.2	210	3.6	195	3.2	-15	-7.0
베트남	109	11.8	129	13.3	21	19.0	256	12.8	305	14.3	49	19.1
슈퍼	237	7.2	135	4.4	-102	-43.0	466	7.1	273	4.4	-193	-41.4
e커머스	-186	-	-80	-	106	-	-397	-	-161	-	236	-
전자제품전문점	319	5.4	385	6.5	66	20.7	453	4.1	553	4.9	100	22.1
홈쇼핑	216	9.3	173	7.5	-44	-20.2	369	8.0	344	7.5	-25	-6.7
컬처웍스	236	20.6	111	12.1	-125	-53.0	423	18.5	181	10.1	-243	-57.3
기타 및 연결조정	-191	-	-174	-	18	-	-436	-	-334	-	102	-

사업부별 실적요약 - 총매출액

(단위 : 억원, %)

	2Q24	(구성비)	2Q25	(구성비)	증감액	증감률	1H24	(구성비)	1H25	(구성비)	증감액	증감률
총매출액	48,727	(100.0)	47,588	(100.0)	-1,140	-2.3	98,261	(100.0)	96,497	(100.0)	-1,764	-1.8
백화점	21,035	(43.2)	20,376	(42.8)	-660	-3.1	41,958	(42.7)	41,064	(42.6)	-894	-2.1
국내	20,755	(42.6)	20,080	(42.2)	-675	-3.3	41,386	(42.1)	40,459	(41.9)	-927	-2.2
해외	281	(0.6)	295	(0.6)	15	5.2	572	(0.6)	605	(0.6)	33	5.7
중국	28	(0.1)	0	-	-28	-	76	(0.1)	0	-	-76	-
인도네시아	52	(0.1)	51	(0.1)	-1	-2.4	105	(0.1)	106	(0.1)	0	0.1
베트남	201	(0.4)	244	(0.5)	44	21.8	391	(0.4)	500	(0.5)	108	27.7
할인점	14,676	(30.1)	14,420	(30.3)	-256	-1.7	30,854	(31.4)	30,628	(31.7)	-226	-0.7
국내	11,157	(22.9)	10,922	(23.0)	-235	-2.1	23,053	(23.5)	22,440	(23.3)	-612	-2.7
해외	3,520	(7.2)	3,498	(7.4)	-22	-0.6	7,801	(7.9)	8,188	(8.5)	386	5.0
인도네시아	2,596	(5.3)	2,526	(5.3)	-69	-2.7	5,800	(5.9)	6,051	(6.3)	250	4.3
베트남	924	(1.9)	972	(2.0)	48	5.2	2,001	(2.0)	2,137	(2.2)	136	6.8
슈퍼	3,419	(7.0)	3,204	(6.7)	-215	-6.3	6,824	(6.9)	6,373	(6.6)	-451	-6.6
e커머스	278	(0.6)	266	(0.6)	-13	-4.6	576	(0.6)	548	(0.6)	-28	-4.8
전자제품전문점	6,036	(12.4)	6,202	(13.0)	166	2.7	11,404	(11.6)	11,730	(12.2)	326	2.9
홈쇼핑	2,355	(4.8)	2,339	(4.9)	-16	-0.7	4,676	(4.8)	4,640	(4.8)	-36	-0.8
컬처웍스	1,142	(2.3)	919	(1.9)	-223	-19.5	2,292	(2.3)	1,783	(1.8)	-509	-22.2
기타 및 연결조정	-215	-	-138	-	77	-	-323	-	-270	-	54	-

재무요약 (연결)

재무상태표

(단위 : 억원)	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25
자산총계	305,117	309,190	390,030	387,206	381,660
현금 및 예금	25,897	28,535	25,657	23,441	23,366
재고자산	14,933	15,086	15,405	15,842	15,304
토지 및 건물	133,861	134,321	226,157	224,078	222,454
사용권자산	35,572	34,705	31,090	30,572	29,905
부채총계	198,619	202,703	219,694	217,203	215,253
차입금 및 사채	102,746	107,490	104,203	104,192	105,671
리스부채	45,570	44,090	43,452	42,253	41,631
자본총계	106,498	106,487	170,336	170,003	166,407
자본금	1,414	1,414	1,414	1,414	1,414

주요 재무지표

(단위 : 억원)	FY21	FY22	FY23	FY24	2Q25
*실차입금 /EBITDA	7.6배	7.0배	6.7배	7.2배	-
실차입금	115,640	120,033	116,494	121,998	123,936
총차입금	158,991	151,421	142,580	147,655	147,302
리스부채	59,461	53,808	48,458	43,452	41,631
예금	43,351	31,388	26,086	25,657	23,366
* EBITDA	15,297	17,223	17,591	17,233	-
부채비율	183%	187%	183%	129%	129%
차입금의존도	47.6%	47.8%	46.5%	37.9%	38.6%
이자보상배율	0.4배	0.8배	0.9배	0.8배	-

* 한국신용평가 기준 반영

백화점/그로서리 사업 점포 현황

백화점 사업

(단위: 점포 수)	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25
국 내	60	59	59	59	59
* 백화점	32	31	31	31	31
아울렛	22	22	22	22	22
** 쇼핑몰	6	6	6	6	6
해 외	4	4	4	4	4
*** 베트남	3	3	3	3	3
인도네시아	1	1	1	1	1

* 국내 백화점: 위탁점 영등포점/대구점(역사) 포함 **쇼핑몰: 위탁점 월드몰(물산) 포함

*** 베트남 백화점: 지분법 손익 반영 점포 1개점(호치민점) 포함

그로서리 사업

(단위: 점포 수)	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25
국 내	467	467	462	460	455
할인점	111	111	110	111	112
* 슈퍼	356	356	352	349	343
해 외	64	64	63	63	63
베트남	16	16	15	15	15
** 인도네시아	48	48	48	48	48

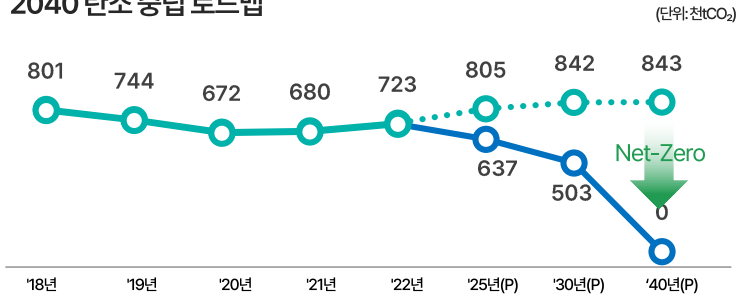
* 슈퍼 점포수(343개점): 직영(195개점) + 가맹(148개점)

** 인도네시아마트: 도매 36, 소매 12

ESG 성과

ESG 추진 전략

2040 탄소 중립 로드맵



- ✓ 2040 전 사업장 100% 재생에너지 전환, Net-Zero 목표
- ✓ 지속가능경영보고서 LACP 비전 어워즈* 3년 연속 수상
- ✓ 한국ESG기준원 ESG평가 7년 연속 종합 A등급

탄소 감축 목표, SBTi 승인 완료 ('25.3월)



DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

BUSINESS AMBITION FOR 1.5°C

✓ 승인 의미

SBTi(Science Based Targets initiatives)는 전 세계에서 가장 공신력 있는 검증 기관
탄소 감축 목표에 대한 적절성, 정확성, 신뢰성 확보

✓ 국내 유통사 중 최초 승인

CDP(환경 정보 국제비영리단체), DJSI ESG rating 등
지속가능성 평가시스템에 긍정적 영향 기대

* LACP(The League of American Communications Professionals) Vision Awards : 마케팅 조사 기관인 미국 커뮤니케이션 연맹에서 주관하는 글로벌 ESG 보고서 경연대회