

2022년 4분기 및 연간 실적

2023년 2월

광주신세계

Contents

- 회사 현황
 - 4분기 및 22년 경영 실적
 - 향후 중점 추진 전략
- [별첨] 광주 상권 현황

유의 사항

본 자료에는 (주)광주신세계의 예측정보가 포함되어 있습니다. 이러한 예측정보는 회사의 실제성과에 영향을 줄 수 있는 알려지지 않은 위험과 불확실성, 그리고 다른 요인들에 의해 변경될 수 있으며, 예측정보에 표현되거나 내포된 회사 및 성과 예측 정보는 실제 실적과 중대한 차이가 있을 수 있습니다. 회사는 본 자료에 포함된 정보의 정확성과 완벽성에 대해서 암묵적으로든 또는 명시적으로든 보장할 수 없으며, 본 자료에서 진술된 내용은 과거 또는 미래에 대한 약속이나 진술로 간주될 수 없습니다. 따라서, 본 자료는 투자자들의 투자결과에 대해서 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 현재 시점의 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 영업실적에 기초하여 작성 되었습니다. 본 자료의 실적은 외부 감사인의 회계감사가 완료 되지 않은 상태에서 투자자 편의를 위하여 작성된 것으로 그 내용 중 일부는 회계감사 결과에 따라 변경 될 수 있음을 유의해 주시기 바랍니다. 또한, 일부 내용이 변경될 경우에는 해당 자료를 수정 및 보완할 책임이 당사에 없다는 점을 알려드립니다.

회사 현황



■ 광주신세계 (037710 KS)

- 광주광역시 독립 법인 백화점
- 자본: 80억
- 주식수: 8,000,000주 (유통주: 37.5%)
- (주)신세계 소유 지분 62.5%
- 임직원: 167명 (2022 4Q)
- 백화점 운영
- 위치: 광주 버스 터미널 (유스퀘어)

■ 연혁

- 2022 — 주식분할결정 (기존 1주 → 5주)
- 2019 — 전관 리뉴얼 (신관, 전문식당가, 생활관 OPEN)
- 2018 — 마트 사업부문 양도 (이마트)
- 2015 — 광주지역 랜드마크 개발 관련 광주시와 MOU체결
- 2013 — 백화점 건물 리스 갱신(~33년 5월)
- 2006 — (주)광주신세계로 상호 변경
- 2006 — 광주 E-Mart 오픈
- 2002 — 한국증권거래소 유가증권 상장
- 1999 — 업계 최초 윤리경영 선포
- 1995 — 주식회사 광주신세계백화점 설립

4분기 경영 실적

■ 총 매출액 1,479억(+5.8%), 영업이익 173억(Δ24억), 순이익 132억(Δ22억)

- 월별 총매출 신장률 : 10월 +8.8% → 11월 +1.6% → 12월 +7.2% ※ 23년 1월 +8.7%
- 장르별 신장(관리 기준) : 명품 Δ8%, 화장품 +21%, 여성 +7%, 남성 +6%, 스포츠/아웃도어 +19%, 골프 +16%
아동 +12%, 식품 +12%, 생활 Δ10%

(단위 : 억원)

	22.4Q	21.4Q	증 감	증감율	20.4Q	증 감	증감율
총 매출액 (순 매출액)	1,479 (494)	1,397 (496)	+82 (Δ2)	+5.8% (Δ0.3%)	1,214 (425)	+265 (+69)	+21.8% (+16.2%)
매출총이익 (%)	456 (30.8)	459 (32.8)	Δ3	Δ0.6% (Δ2.0)	387 (31.9)	+69	+17.9% (Δ1.1)
판매관리비 (%)	282 (19.1)	261 (18.7)	+21	+8.3% (+0.3)	223 (18.4)	+59	+26.8% (+0.7)
<u>영업이익</u> (%)	<u>173</u> (11.7)	<u>198</u> (14.1)	<u>Δ25</u>	<u>Δ12.5%</u> (Δ2.4)	<u>164</u> (13.5)	<u>+9</u>	<u>+5.3%</u> (Δ1.8)
세전이익 (%)	196 (13.2)	223 (16.0)	Δ27	Δ12.3% (Δ2.8)	189 (15.6)	+7	+3.7% (Δ2.4)
당기순이익 (%)	132 (8.9)	154 (11.0)	Δ22	Δ14.4% (Δ2.1)	130 (10.7)	+2	+1.4% (Δ1.8)

연간 경영 실적

■ 총 매출액 5,266억(+13.4%), 영업이익 656억(+50억), 순이익 569억(+45억)

● 분기별 총매출 성장률 : 1Q +7.7% → 2Q +24.0% → 3Q +18.2% → 4Q +5.8%

● 장르별 성장(관리기준) : 명품 +3%, 화장품 +20%, 여성 +16%, 남성 +15%, 스포츠/아웃도어 +23%, 골프 +34%, 아동 +16%, 생활 +6%, 식품 +14%

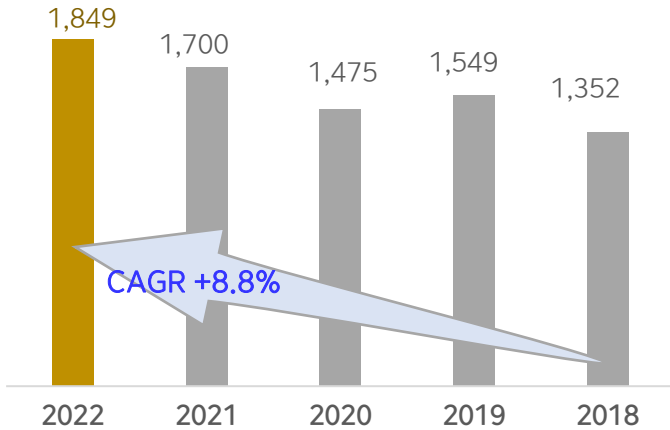
※ 온라인 성장율: +24%(구성비 5.3%)

(단위 : 억원)

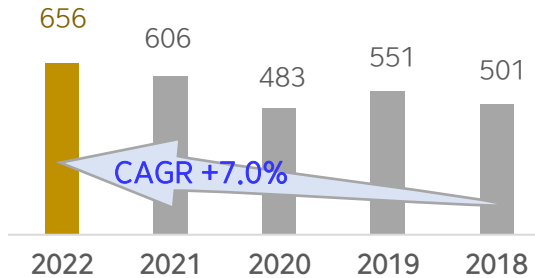
	FY22	FY21	증 감	증감율	FY20	증 감	증감율
총 매출액 (순 매출액)	5,266 (1,849)	4,643 (1,700)	+623 (+149)	+13.4% (+8.8%)	3,994 (1,475)	+1,272 (+374)	+31.8% (+25.3%)
매출 총 이익 (%)	1,694 (32.2)	1,547 (33.3)	+147	+9.5% (△1.1)	1,316 (32.9)	+378	+28.8% (△0.7)
판매 관리비 (%)	1,038 (19.7)	941 (20.3)	+97	+10.3% (△0.6)	833 (20.8)	+205	+24.7% (△1.1)
<u>영업 이익</u> (%)	<u>656</u> (12.5)	<u>606</u> (13.1)	<u>+50</u>	<u>+8.2%</u> (△0.6)	<u>483</u> (12.1)	<u>+173</u>	<u>+35.8%</u> (+0.4)
세 전 이익 (%)	769 (14.6)	707 (15.2)	+62	+8.6% (△0.6)	583 (14.6)	+186	+31.9% (-)
당기 순이익 (%)	569 (10.8)	524 (11.3)	+45	+8.7% (△0.5)	432 (10.8)	+137	+31.9% (-)

실적 KEY POINT

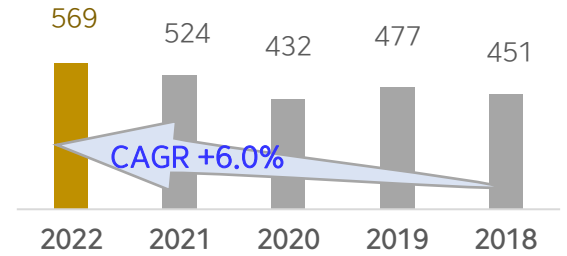
매출액



영업이익



당기순이익



※ 19. 영업 양도 (마트 부문)

(단위 : 억 원)

○ 광주 지역 M/S 지속 확대

(단위: %, 백화점 내 M/S)

	2022		2021		2020		2019	
	점유율	증감	점유율	증감	점유율	증감	점유율	증감
광주신세계	69.9	+0.5	69.4	+0.1	69.2	+5.6	63.7	△0.4
기타	30.1	△0.5	30.6	△0.1	30.8	△5.6	36.3	+0.4

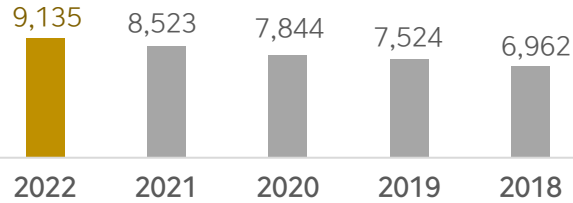
※ 통계청 17개 시도별 대형소매점 판매액 기준

- 럭셔리·컨템 장르 확대 / YOUNG 타겟 신규 브랜드 도입 등 지속적 MD 경쟁력 강화로 M/S 확대

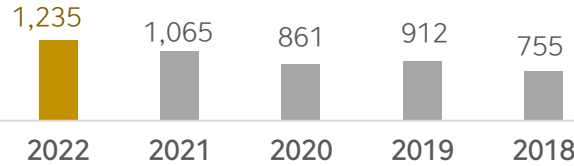
: 18년 명품관 R/N → 19년 전관 R/N 및 생활전문관 오픈 → 21-22년 컨템/골프/향수 트렌디 MD 유치

재무상태표

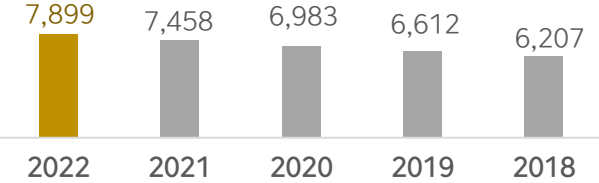
자산



부채



자본



(단위 : 억원)

	2022	2021	증감
자산총계	9,135	8,523	+612
유동자산	2,514	2,135	+379
현금과예금	1,921	1,693	+228
비유동자산	6,621	6,387	+234
유형자산	2,534	2,278	+256
매출 / 기타채권	4,080	3,911	+169
부채총계	1,235	1,065	+170
유동부채	948	912	+36
매입및기타채무	753	726	+27
단기차입금 / 사채	-	-	-
비유동부채	288	153	+135
장기차입금 / 사채	-	-	-
자본총계	7,899	7,458	+441
자본금	80	80	-
이익잉여금	7,701	7,260	+441

향후 중점 추진 전략

○ 상권 니즈 및 트렌드를 반영한 독보적 MD 경쟁력을 확보하여 확고한 M/S 구축

- 효율적 MD조정을 통한 매장의 최적화 및 영업 효율화 집중
- MZ세대의 트렌드 및 고객 선호도 반영한 신규 브랜드 유치
- 지속적 글로벌 명품 라인업 보강을 통한 확고한 명품 백화점 위상 강화
- 매장 영업 한계를 극복한 온라인 및 라이브 커머스 확대 등 다각적 영업 강화

○ 새로운 공간 “ART & CULTURE PARK” 복합개발 계획 본격 추진

- 지구단위계획 등 인허가 절차 착수 및 구체적 사업 추진을 통한 새로운 도약의 원년
- 지하7층, 지상 7층, 영업면적 약 10만여㎡ 규모

○ 지속 가능한 ESG 경영 체질화를 통한 기업가치 강화

- 주주 친화 정책 지속화, 친환경 정책 및 안전 책임경영, 지역과 함께 하는 상생 경영 활동

향후 중점 추진 전략

【 예상 도면 】



[별첨] 상권 및 고객 현황

■ 광주 인구 및 소득 현황

- 광주광역시 인구 143.1만명(△0.8%), 동구 감소 低(용산지구 유입), 광산구 인구 高
- 1인당 개인소득 17개 시도 中 4위 (21.6백), 가계 구매력 高, 명품 소비 多
- 6대 광역시 중 가장 젊은 도시(40대 이하 가족多), 트렌디한 소비 성향 (인지도 높은 브랜드 선호)

광주광역시 인구분포 현황

[광산구] 인구 40.4만 (△0.9%)
산정 공공택지지구 선정 (51만평)

[북구] 인구 42.5만(△0.7%)
첨단2지구 택지지구 비율 高

[서구] 인구 29.7만(▲1.5%)
터미널위치로 접근성 유리

[남구] 인구 21.3만(△0.9%)
광주의 대치동(봉선)/교육열 高

[동구] 인구 10.6만(△0.1%)
구도심 및 외곽 도시개발사업

연령

- 10~30대 △1% 감소 ↔ 50~70대 +1% 증가
- 당사 고객층 20~30대 감소 ↔ 40~50대 증가

	20대 ↓	30대	40대	50대	60대 ↑
연령	24%	13%	17%	17%	20%
고객	12%	29%	27%	21%	10%

지역별

- 상권내 고객 비중 소폭 감소, 지역외 고객 증가 추세

	광주	전남북	상권내	상권외	수도권	충청	기타
고객비중	55%	23%	78%	22%	9%	2%	3%
전년비	△1.7	+0.4	△1.3	+1.3	+0.3	+0.1	+0.1