

2026年1月期 月次売上情報

ブランド事業別 実績

(単位:前年比)

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	上期累計
日本	アパレルブランド (*1)	101%	-	-	-	-	-	101%
	インポートブランド (*2)	117%	-	-	-	-	-	117%
	Il Bisonte	108%	-	-	-	-	-	108%
	日本計	108%	-	-	-	-	-	108%
韓国	アパレルブランド (*3)	194%	-	-	-	-	-	194%
	インポートブランド	131%	-	-	-	-	-	131%
	韓国計	141%	-	-	-	-	-	141%

- (*) 1、日本のアパレルブランドは、KEITH、SCAPAなどの合計値です。
- 2、日本のインポートブランドは、marimekko、A.P.C.、repetto、SMYTHSONなどの合計値です。
- 3、韓国のアパレルブランドは、KEITH、GIVY、L'ECCOVEなどの合計値です。

店舗・EC別 実績

(単位:前年比)

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	上期累計
日本	店舗	107%	-	-	-	-	-	107%
	EC	112%	-	-	-	-	-	112%
	日本計	108%	-	-	-	-	-	108%
	店舗	103%	-	-	-	-	-	103%
	EC	114%	-	-	-	-	-	114%
韓国	日本既存店	105%	-	-	-	-	-	105%
	店舗	135%	-	-	-	-	-	135%
	EC	180%	-	-	-	-	-	180%
	韓国計	141%	-	-	-	-	-	141%
	店舗	117%	-	-	-	-	-	117%
合計	EC	168%	-	-	-	-	-	168%
	韓国既存店	125%	-	-	-	-	-	125%
	店舗	121%	-	-	-	-	-	121%
	EC	135%	-	-	-	-	-	135%
	日本・韓国計	123%	-	-	-	-	-	123%
	店舗	110%	-	-	-	-	-	110%
	EC	132%	-	-	-	-	-	132%
	既存店計	114%	-	-	-	-	-	114%

- (注) ・ 上記のデータは、当社グループの月次で集計可能な国内・韓国における実店舗及びオンラインショップでの販売実績(小売価格)に基づいています。
- ・ 韓国における販売実績は、期中平均の為替レートを使用して円換算しています。

(1月の概況)

日本では、「イル ビゾンテ」において、革小物の定番アイテムやギフト需要に向けて展開した新作コレクションが堅調に推移したほか、インポートブランドの周年記念商材がECを中心に高稼働しました。また、冬物セール販売も売上拡大に寄与した結果、1月全体では店舗・ECともに前年実績を上回って終了しました。

韓国では、内需が少しずつ安定したことで商業施設への集客が増加し、冬物衣料の販売が好調に推移しました。また、アウトレットとECにおいては販促施策を強化したことでセール販売が伸長した結果、1月は前年同月を大きく上回りました。

以上の結果、1月単月の日本・韓国の合計は、前年比123%(店舗121%、EC135%)、既存店の前年比114%(店舗110%、EC132%)となりました。