

2026年2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 <sup>(※1)</sup>	101%	109%	-	-	-	-	104%
	インポートブランド <sup>(※2)</sup>	117%	113%	-	-	-	-	115%
	Il Bisonte	108%	106%	-	-	-	-	107%
	日本計	108%	109%	-	-	-	-	109%
韓国	アパレルブランド <sup>(※3)</sup>	194%	180%	-	-	-	-	188%
	インポートブランド	131%	115%	-	-	-	-	124%
	韓国計	141%	126%	-	-	-	-	135%

- (\*) 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%	110%	-	-	-	-	108%
	EC	112%	106%	-	-	-	-	109%
	日本計	108%	109%	-	-	-	-	109%
	店舗	103%	105%	-	-	-	-	104%
	EC	114%	107%	-	-	-	-	111%
	日本既存店	105%	106%	-	-	-	-	105%
韓国	店舗	134%	126%	-	-	-	-	131%
	EC	186%	125%	-	-	-	-	155%
	韓国計	141%	126%	-	-	-	-	135%
	店舗	117%	111%	-	-	-	-	115%
	EC	168%	107%	-	-	-	-	136%
	韓国既存店	124%	110%	-	-	-	-	118%
合計	店舗	120%	119%	-	-	-	-	120%
	EC	137%	115%	-	-	-	-	127%
	日本・韓国計	123%	118%	-	-	-	-	121%
	店舗	110%	108%	-	-	-	-	110%
	EC	132%	107%	-	-	-	-	121%
	既存店計	114%	108%	-	-	-	-	112%

- (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。

(2月の概況)

日本では、「イル ビゾンテ」において、革小物の定番商品やバレンタインデーに向けた新作コレクションが好調に推移したほか、インポートブランドの新作バッグや定番デニムが売上拡大に寄与しました。また、セール販売も順調に推移した結果、2月全体では前年実績を上回って終了しました。

韓国では、月間を通して気温の変動が大きく春物衣料の販売に苦戦しましたが、イベント施策を強化した旧正月期間を中心に商業施設への集客が増加したことで、冬物セール販売が堅調に推移しました。また、アウトレットとECにおけるセール販売も引き続き好調となった結果、2月は店舗・ECともに前年同月を大きく上回りました。

以上の結果、2月単月の日本・韓国の合計は、前年比118%(店舗119%、EC115%)、既存店の前年比108%(店舗108%、EC107%)となりました。