

# 中期経営計画について(2019~2023年)

株式会社ルックホールディングス 2019年2月14日



## 目次

I. 前中期経営計画の振り返り

P.3-

Ⅱ. 基本政策

P.9-

Ⅲ. 業績目標

P.16-





### 前中期経営計画最終年度 業績目標 実績対比

	2018年	
	目標	実績
売上高	450億円	440億円
経常利益	12億円	18億円
経常利益率	2.7%	4.1%

売上高は目標に届かなかったものの、 経常利益、経常利益率は当初計画を大きく上回る

「事業構造の変革により、安定的な収益基盤を構築」において、一定の成果



#### 重点施策の実施状況 ①

●「商品企画室」の設置による、NB事業の商品力向上

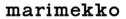
KEITH

ブリティッシュテイストのトラディショナルブランドとして堅調な成長

●経営資源を主力事業へ効果的に投資



グランフロント大阪店オープン



表参道店 リニューアルオープン



立川ルミネ店オープン



日本橋髙島屋SC店オープン



※KEITH 2018AW COLLECTIONより

A.P.C.

日比谷店(東京ミッドタウン)オープン







#### 重点施策の実施状況 ②

●顧客データシステムを刷新

実店舗とオンラインストア とのポイント共通化サービス「ルックメンバーシップ」をスタート (2016年10月)



対象店舗 : 170 対象サイト : 9

登録会員数 : 37万人

(2018年12月末現在)

#### ●お客さまの利便性が高まる各施策を着実に実施

「各オンラインストアと自社倉庫との在庫データ連携」による品揃えの充実、 「オンラインストアから実店舗への商品お取り寄せ」スタート













### 国内EC売上構成比 10%を達成



#### 重点施策の実施状況 ③

●積極的な新規事業開発により、将来に向けたブランドの育成

<国内事業>

BENSIMON AUTOUR DU MONDE

フランス発ライフスタイルブランド「ベンシモン」によるセレクトショップ 「ベンシモン オトゥール・ドュ・モンド」の販売を開始 (2018年2月)



代官山店オープン



横浜みなとみらい店オープン

<海外事業>

A.P.C.

韓国市場で、フランス発ブランド「A.P.C.」の販売を開始 (2016年9月)



韓国ソウル市 新世界百貨店本店



韓国ソウル市 ロッテ百貨店アヴニュエル チャムシル店



韓国ソンナム市 現代百貨店パンギョ店



#### 当社グループを取り巻く環境の変化

不透明な 国内消費環境 人口減少による 国内市場縮小リスク

アパレル・ファッション 市場の成熟化

消費者の価値観の 多様化

このような状況下において、当社グループは更なる成長のため、より一層の経営に係る意思決定の迅速化を図り、機動的かつ柔軟な経営判断を可能にするグループ運営体制を構築することを目指し、2018年1月1日をもって持株会社体制に移行しました







1. 収益基盤の確立

2. EC事業の拡大

## 4つの基本政策

3. 積極的な新規事業開発

4.経営基盤の構築



## 1. 収益基盤の確立

#### ●既存事業の収益性強化

前中期経営計画期間に構築した事業ポートフォリオをもとに、効果的に主力事業へ投資する

<国内事業> お客さまの"ライフスタイル"に密着したアイテムを軸とした事業の拡大

#### marimekko



A.P.C.

お客さまの"ライフスタイル"にフォーカスしたチャネルミックス構築

- 実店舗とEC、お取組み先との連携
- 新規顧客の獲得と相互送客

<海外事業> 韓国 「株式会社アイディールック」では、主力インポートブランドを 中心とした既存事業のさらなる拡大

maje

sandro

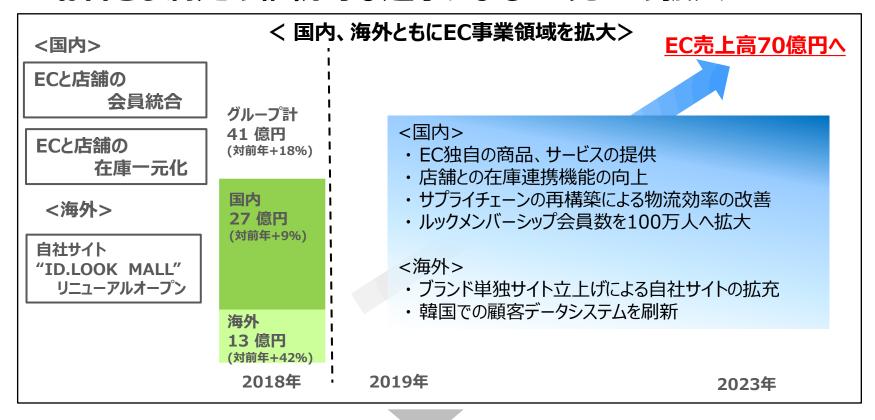
「株式会社アイディージョイ」では、既存ブランドでの新しい商品カテゴリーの導入による事業拡大 **L'ECCOVE** 

さらなる安定的な収益構造を確立する



### 2. EC事業の拡大

●お客さま満足の継続的な追求によるEC売上の拡大



2023年までに国内海外グループ計でのEC売上高を70億円へ



## 3. 積極的な新規事業開発

#### ●国内 新規事業

お客さまのニーズの変化に対応すべく、当社グループの強みである「目利き力」を活かして、「衣食住+美」の価値提供に寄与する魅力のあるブランド、事業開発を、M&Aや業務提携も視野に、ワールドワイドな観点から検討し、着実に実行

#### ●海外 新規事業

#### I.D. LOOK LTD.

「衣食住+美」をキーワードにしたライフスタイル型ブランドの韓国マーケットへの導入

I.D. JOY LTD.

「L'ECCOVE」に続く、あらゆる販路に向けたオリジナルブランドの開発

## 移り変わるお客さまのニーズに応え続けていく



## 4.経営基盤の構築

●経営理念のさらなる浸透

「お客さま第一主義」のもと、新しいライフスタイルや価値の創造を通じて、 お客様の満足を追求し、生活文化の向上に貢献する

#### ●創造性の豊かな人材の育成

さまざまな個性や感性を持った多様な人材が、年齢や性別にとらわれず、自由にチャレンジできる環境を整えることで、創造性の豊かな人材を育成していく

グループ間および店頭をはじめとするセクションを越えた多様な人材の流動化

意欲の高い人材の育成と登用および女性社員、若手社員等の多様な人材の活用

教育、研修制度の充実、ライフイベントに合わせた社員へのサポート体制の強化

多様な個性を活かし、魅力のあるブランド価値を共創する



#### ● 社会的責任への対応

従業員一人ひとりの コンプライアンスの徹底

CSRの推進

働きがいのある 職場環境の整備

社会的な要請、課題に真摯に向き合い、適切に対応していくことで、企業の社会的責任を果たしていく

## ● コーポレートガバナンス体制の継続的推進

一層のコーポレートガバナンスの徹底を推し進め、より健全な経営体制の確立を 図っていく

#### ● 財務政策

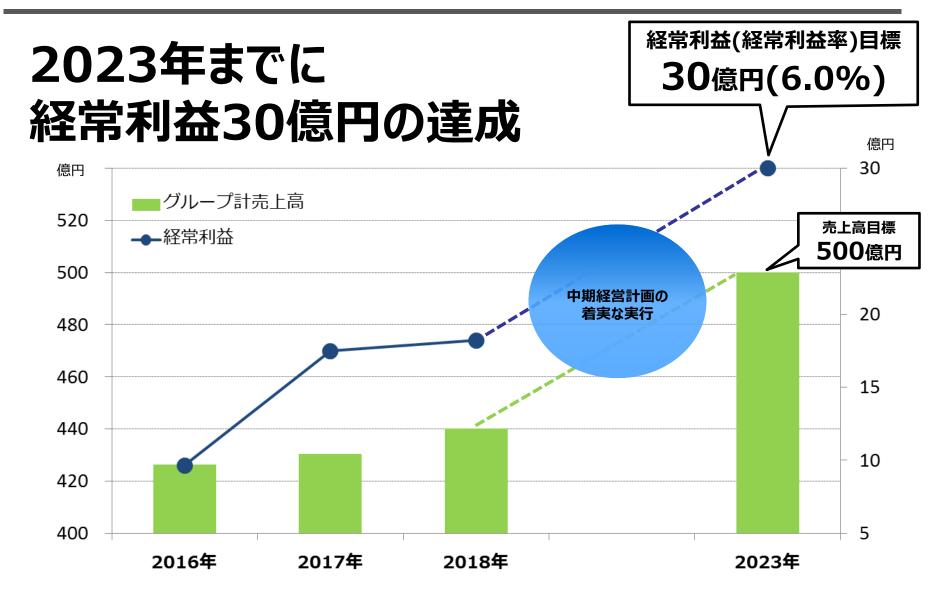
健全な財務基盤の維持と、安定的な株主還元を行いつつ、中長期的な企業 価値向上にむけた将来への投資を実行していく



## Ⅲ. 業績目標

## Ⅲ. 業績目標







本資料内の情報のうち、過去の事実以外のものは、当社グループの方針、期待および戦略などによる将来の予測や見通しであり、不確実性や変動可能性などを含んでおります。 本資料において、当社グループの将来の業績を保証するものではありません。