2023年12月期　通期

決算補足資料

株式会社ルックホールディングス

2024年2月14日

目次

1. 2023年12月期 通期 連結業績の概況
2. セグメント別概況
3. チャネル別 概況
4. 2023年度のトピックス
5. 2024年12月期 通期 連結業績計画

LOOK HOLDINGS INC.

1. 2023年12月期 通期 連結業績の概況

損益計算書の概況

売上高は、韓国事業においてセール販売が増加したことなどにより前年同期を上回りましたが、セール販売の増加に伴う利益率の低下や、急激な円安によるインポート商品のコスト上昇により粗利益率が悪化し、営業利益は前期を下回って終了しております

なお、新型コロナウイルス感染症の拡大により市況が厳しかった2020年から不採算店舗の閉鎖や不採算事業を終了するなど徹底した効率経営を推し進めた結果、2019年からスタートした中期経営計画で掲げた経常利益目標30億円を2022年度、2023年度と達成いたしました

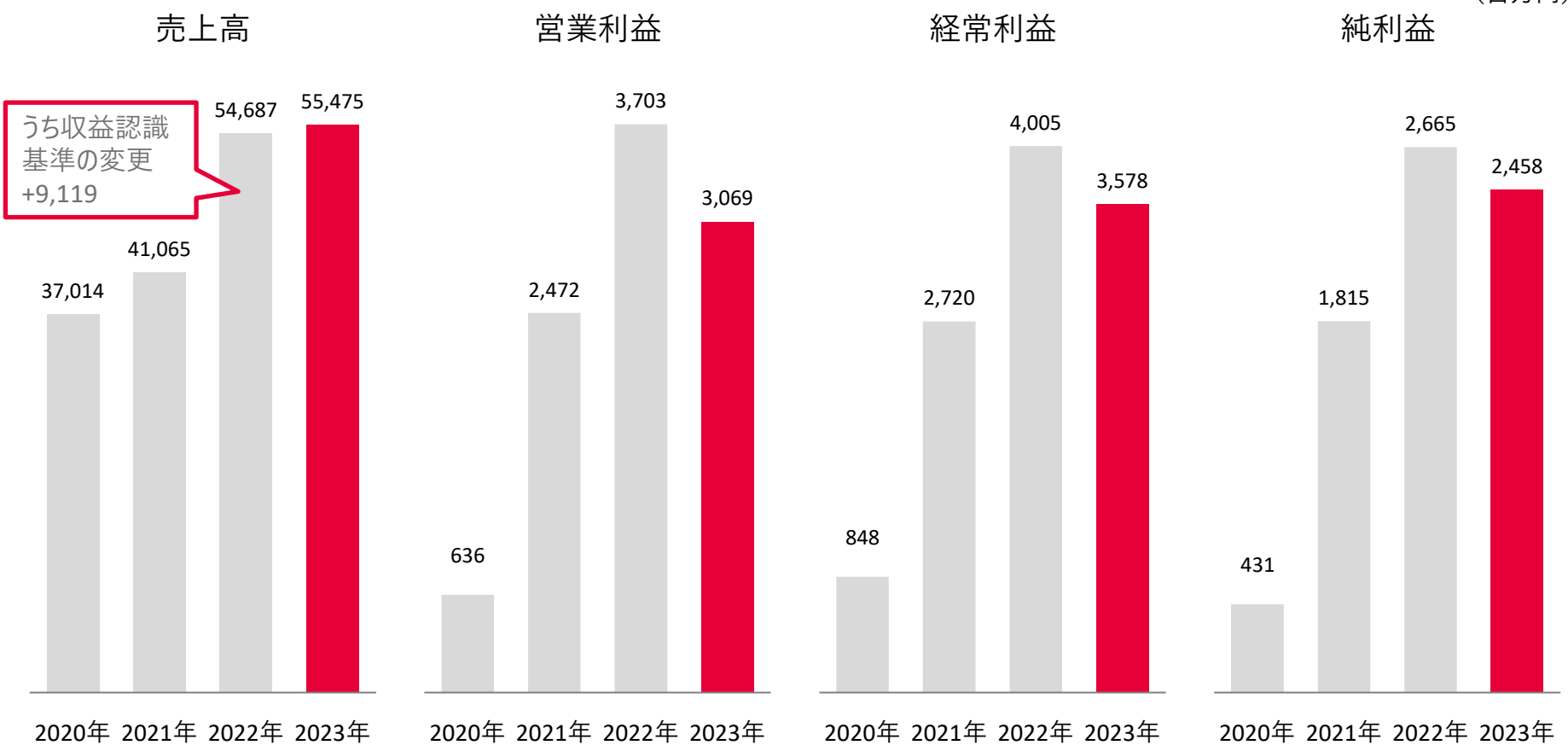
（単位：百万円）

	当期実績	計画差異						前期差異		
	2023年12月期	期初計画	計画差異	計画比(%)	11/10公表修正予想	予想差異	予想比(%)	2022年12月期	前期差異	前期比(%)
売上高	**55,475**	**55,000**	**475**	**100.9%**	**55,000**	**475**	**100.9%**	**54,687**	**788**	**101.4%**
売上総利益	33,070	34,200	-1,130	96.7%	33,600	-530	98.4%	33,611	-541	98.4%
売上総利益率（%）	59.6%	62.2%	-2.6%	-	61.1%	-1.5%	-	61.5%	-1.8%	--
販管費	30,001	30,400	-399	98.7%	30,500	-499	98.4%	29,907	94	100.3%
営業利益	**3,069**	**3,800**	**-731**	**80.8%**	**3,100**	**-31**	**99.0%**	**3,703**	**-634**	**82.9%**
営業利益率（%）	**5.5%**	**6.9%**	**-1.4%**	**-**	**5.6%**	**-0.1%**	**-**	**6.8%**	**-1.3%**	**-**
経常利益	3,578	4,100	-522	87.3%	3,500	78	102.3%	4,005	-427	89.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,458	2,800	-342	87.8%	2,200	258	111.8%	2,665	-207	92.3%

業績推移

2019年からスタートした中期経営計画で掲げた「収益基盤の確立」「EC事業の拡大」などの基本政策を推し進めた結果、コロナ禍においても売上高は拡大しております。2023年度は粗利益率低下の影響で利益額は前期を下回っておりますが、不採算店舗の閉鎖と主力ブランドの出店強化により、収益性の向上を引き続き押し進めております

（百万円）



1. 2023年12月期 通期　連結業績の概況

貸借対照表の概況

為替レートが円安になったことでマーケティング関連資産等が増加しましたが、支払手形・買掛金や借入金の減少などで負債が減少しました。また、ROEは7.6%となりました

（単位：百万円）

	2021年末		2022年末				2023年末			
	実績	構成比	実績	構成比	前期差異	前期比	実績	構成比	前期差異	前期比
流動資産	25,413	50.2%	28,035	51.5%	+2,622	110.3%	27,932	49.1%	-103	99.6%
現金・預金	9,588	18.9%	9,240	17.0%	-348	96.4%	7,323	12.9%	-1,916	79.3%
受取手形・売掛金	5,303	10.5%	5,811	10.7%	+508	109.6%	6,150	10.8%	+339	105.8%
棚卸資産	8,834	17.5%	10,701	19.6%	+1,867	121.1%	11,710	20.6%	+1,009	109.4%
固定資産	25,188	49.8%	26,424	48.5%	+1,236	104.9%	28,925	50.9%	+2,501	109.5%
マーケティング関連資産*	10,516	20.8%	10,981	20.2%	+465	104.4%	11,736	20.6%	+755	106.9%
のれん	3,190	6.3%	3,259	6.0%	+69	102.2%	3,400	6.0%	+141	104.3%
資産合計	50,602	100.0%	54,459	100.0%	+3,857	107.6%	56,858	100.0%	+2,399	104.4%
流動負債	11,489	22.7%	12,219	22.4%	+730	106.4%	11,165	19.6%	-1,054	91.4%
支払手形・買掛金	2,721	5.4%	3,317	6.1%	+596	121.9%	2,360	4.2%	-957	71.1%
短期借入金	3,375	6.7%	2,530	4.6%	-845	74.9%	3,030	5.3%	+500	119.8%
1年以内返済予定長期借入金	1,435	2.8%	1,686	3.1%	+251	117.5%	1,636	2.9%	-50	97.0%
固定負債	13,031	25.8%	12,325	22.6%	-706	94.6%	11,268	19.8%	-1,057	91.4%
長期借入金	8,628	17.1%	7,669	14.1%	-959	88.9%	6,243	11.0%	-1,426	81.4%
負債合計	24,520	48.5%	24,545	45.1%	+25	100.1%	22,434	39.5%	-2,111	91.4%
純資産	26,081	51.5%	29,913	54.9%	+3,832	114.7%	34,423	60.5%	+4,510	115.1%
利益剰余金	17,005	33.6%	19,337	35.5%	+2,332	113.7%	21,332	37.5%	+1,995	110.3%
為替換算調整勘定	432	0.9%	2,232	4.1%	+1,800	516.5%	3,970	7.0%	+1,738	177.9%
自己株式（△）	△ 218	-0.4%	△ 677	-1.2%	-459	-	△ 647	-1.1%	+30	-
負債・純資産合計	50,602	100.0%	54,459	100.0%	+3,857	107.6%	56,858	100.0%	+2,399	104.4%

*マーケティング関連資産・・・商標権等

ROE（純資産利益率）	7.2%	-	9.5%	-	+2.3%	-	7.6%	-	-1.9%	-
PER（株価収益率）	5.15	-	6.78	-	+1.62	-	6.94	-	+0.16	-
PBR（株価純資産倍率）	0.35	-	0.59	-	+0.24	-	0.50	-	-0.10	-

2. セグメント別概況

2. セグメント別概況

セグメント別 業績の概況

日本は概ね前期並みの結果となりましたが、韓国はセール販売の増加などによって粗利益率が低下し、営業利益は減少しました。欧州は観光客等の人の流れが活発化したことにより、売上高及び営業利益が増加しました。その他海外については、米国の業績が堅調な一方、採算性の悪化した香港・中国事業を終了したことにより売上高は減少しましたが、併せて営業損失も縮小しました。その他事業では、飲食事業を終了したことなどにより、営業利益が改善しました

（単位：百万円）

		売上高			営業利益		
		2023年12月期	2022年12月期	前期比(%)	2023年12月期	2022年12月期	前期比(%)
アパレル関連事業	日本	23,780	23,994	99.1%	1,818	1,772	102.6%
	韓国	29,164	28,381	102.8%	1,894	2,753	68.8%
	欧州	4,727	4,391	107.6%	142	127	111.8%
	その他海外	340	452	75.1%	△ 49	△ 99	-
	計	58,012	57,219	101.4%	3,806	4,554	83.6%
その他事業		3,599	3,595	100.1%	85	44	193.1%

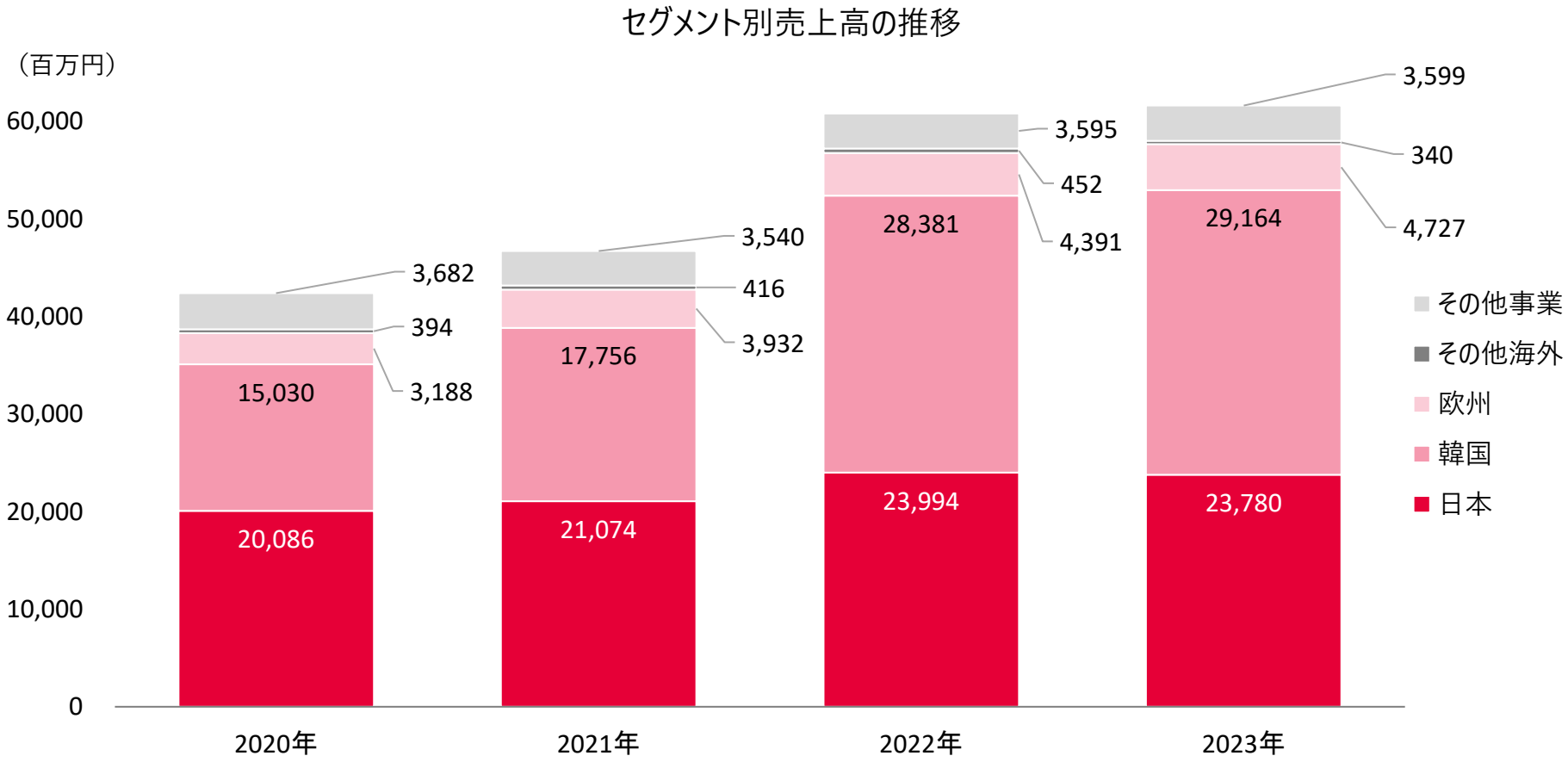
※セグメント間の取引消去前の数値となります。

※「その他事業合計」は、生産及びOEM事業、物流事業、飲食事業の合計となります。

2. セグメント別概況

業績推移

アパレル関連事業の国内比率は、2020年は51.7%、2021年は48.9%、2022年は45.7%、2023年は41.0%で推移しており、海外比率が増加しています



※セグメント間の取引消去前の数値となります。
※「その他事業合計」は、生産及びOEM事業、物流事業、飲食事業の合計となります。

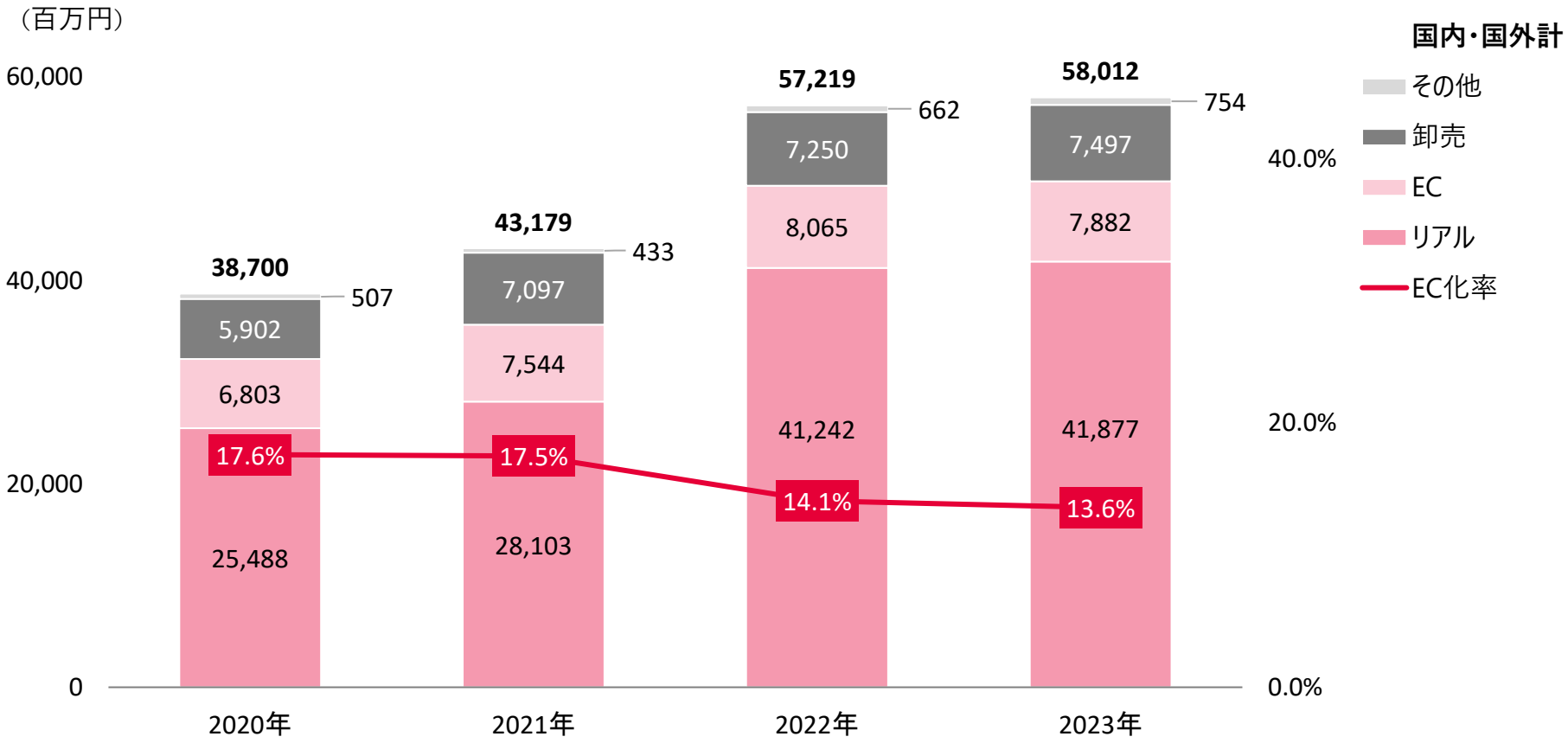
3. チャネル別概況

3. チャネル別概況

チャネル別 業績の概況（グループ合計）

新型コロナウイルス感染症の収束に伴う行動制限の解除による人流の回復で、国内・海外ともにリアル店舗の売上高が増加したことで、2023年のルックグループのEC化率は13.6%となりました

国内・海外計

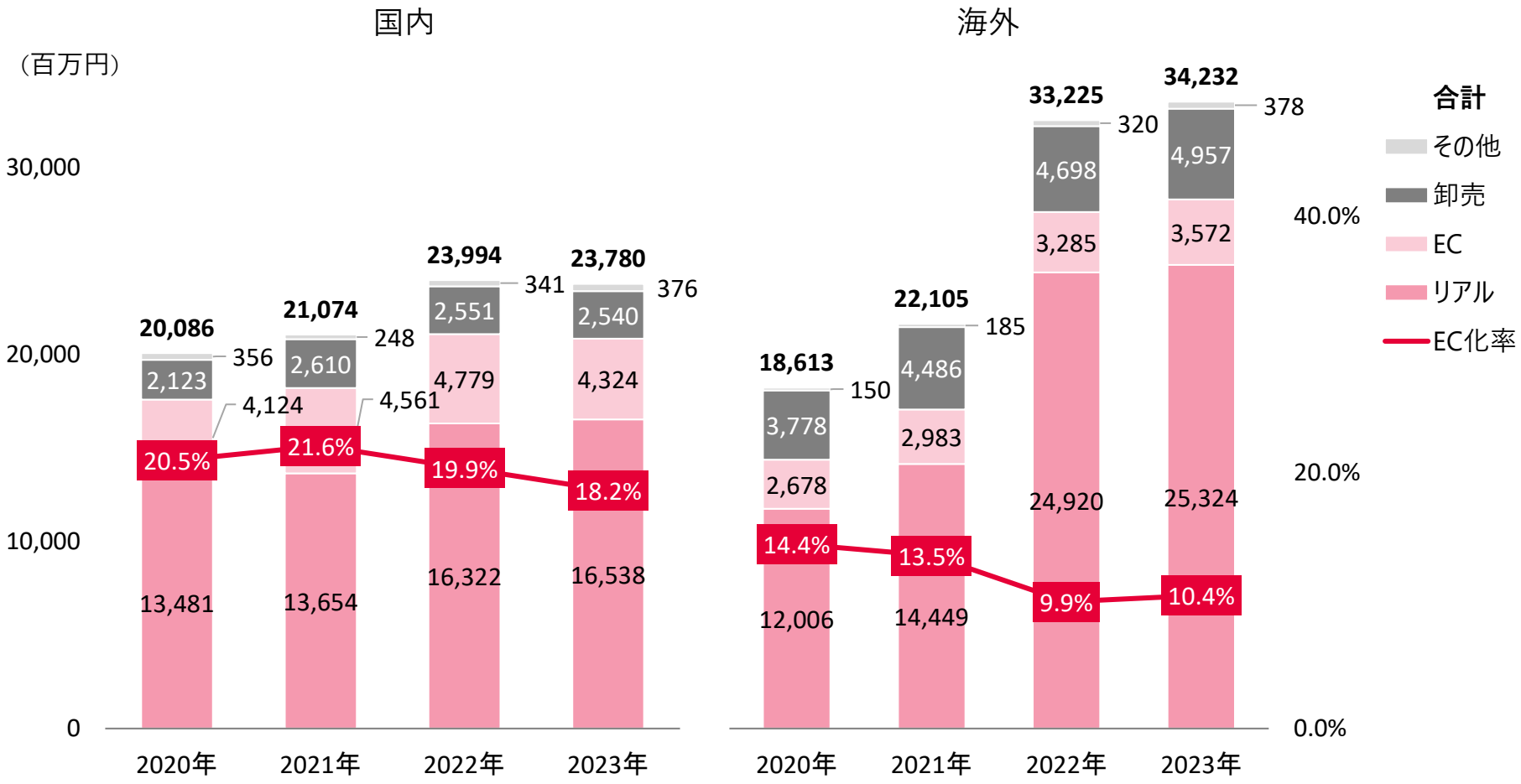


※セグメント間の取引消去前のアパレル関連事業の数値となります。

3. チャネル別概況

チャネル別 業績の概況（国内・海外）

新型コロナウイルス感染症の収束に伴う行動制限の解除による人流の回復で、リアル店舗の売上高が増加したことで、2023年の国内EC化率は18.2％、海外EC化率は10.4％となりました



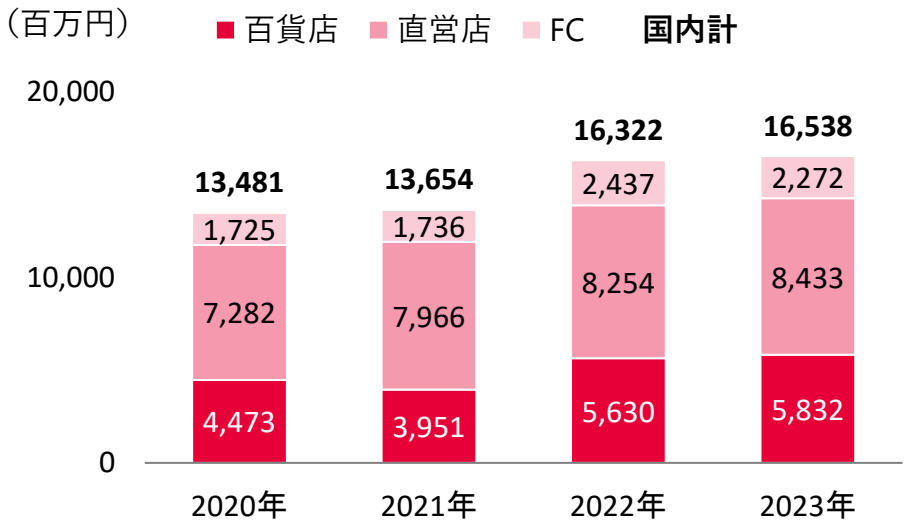
3. チャネル別概況

チャネル別 業績の概況（販路別詳細）

国内では、リアル店舗売上高の51.0%が直営店となっています。EC事業は、国内は店舗での売上高が回復したことで前期を下回りましたが、海外は前期を上回りました

2019年からスタートした中期経営計画で掲げたEC売上高70億円は、期間中に前倒しで達成しました

国内リアル店舗（販路別）



	2020年	構成比	2021年	構成比	2022年	構成比	2023年	構成比
百貨店	4,473	33%	3,951	29%	5,630	35%	5,832	35%
直営店	7,282	54%	7,966	58%	8,254	51%	8,433	51%
F C	1,725	13%	1,736	13%	2,437	15%	2,272	14%
計	**13,481**	**100%**	**13,654**	**100%**	**16,322**	**100%**	**16,538**	**100%**

EC（販路別）

（単位：百万円）

		国内	前期比(%)	海外	前期比(%)	合計	前期比(%)
2020年	自社EC	2,686	165.3%	2,387	136.0%	5,073	150.1%
	他社EC	1,438	121.5%	290	131.2%	1,729	123.0%
	計	4,124	146.8%	2,678	135.4%	6,803	142.1%
2021年	自社EC	3,093	115.2%	2,684	112.4%	5,778	113.9%
	他社EC	1,467	102.0%	298	102.7%	1,765	102.1%
	計	4,561	110.6%	2,983	111.4%	7,544	110.9%
2022年	自社EC	2,877	93.8%	3,062	114.4%	5,940	102.8%
	他社EC	1,901	114.2%	223	74.8%	2,124	120.3%
	計	4,779	100.9%	3,285	110.4%	8,065	104.6%
2023年	自社EC	2,570	89.3%	3,337	109.0%	5,907	99.5%
	他社EC	1,754	92.3%	220	98.6%	1,974	92.9%
	計	**4,324**	**90.5%**	**3,557**	**108.3%**	**7,882**	**97.7%**

4. 2023年度のトピックス

4. 2023年度のトピックス

店舗数推移

国内店舗数は、不採算店舗の閉鎖を進めたことで前期末から8店舗減少しましたが、主力事業のIl Bisonte やmarimekko、A.P.C.などの新規出店も進めており、2024年も直営店の出店を進めてまいります

		2022年12月末	増加	減少	2023年12月末	増加	減少	2024年12月末(予定)
	百貨店	137	6	-14	129	2	-6	125
	直営店	84	6	-6	84	10	-6	88
	FC店	30	0	0	30	2	-2	30
国内店舗数 計		**251**	**12**	**-20**	**243**	**14**	**-14**	**243**

■セグメント別店舗数

国内： 243店舗
韓国： 289店舗
欧州： 5店舗
北米： 1店舗

計 ： 538店舗

※23/12月末 参考

■国内ブランド別店舗数

IL BISONTE ： 50店舗
marimekko ： 38店舗
A.P.C ： 34店舗
その他ブランド ： 121店舗

計 ： 243店舗

■2023年新規オープンの店舗

Il BISONTE ルクア大阪店
（3月オープン）

A.P.C.GOLF 梅田阪急店
（5月オープン）

marimekko 高槻阪急店
（8月オープン）

ブランド別 トピックス (1/2)

IL BISONTE

- 米国カルフォルニア発アウトドアブランド「GREGORY」と初コラボレーション。シックなブラックにイル ビゾンテのアクセントが加わった都会的なフォルムが目を惹きます。
- ハワイ発のリゾートサンダルメーカー「ISLAND SLIPPER」と初コラボレーション。モノづくりに対する信念、卓越したクラフトマンシップなど、イル ビゾンテと通ずる要素が随所に感じられる。

IL BISONTE JEWELRY

- 日本発アクセサリーブランド「ETSUSHI (エツシ) 」とイル ビゾンテ ジュエリーが初のタッグを組み、コラボレーションジュエリーをリリース。
- 身につける人のライフスタイルに寄り添い、永く愛用できる日用品のようなアクセサリーを提供するエツシ。同じ想いを持つことから、今回の限定コラボレーションが実現。インラインにはないデザインに、イル ビゾンテ伝統のバケッタレザーを配した洗練された仕上がり。レザーとシルバーが共存し、唯一無二の魅力を表現しています。

KEITH

- アパレルブランドのKEITHは、国内産地の倉庫に眠るデッドストック生地を買い取り、ジャケットやブラウスの生産に有効活用。手間はかかるが、製作スタンスを消費者や取引先に周知することで、環境へ配慮しながらブランドの付加価値を高めていきます。

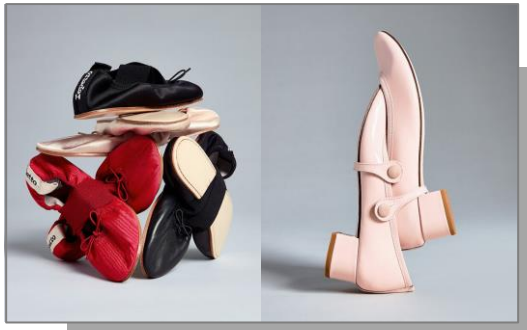
4. 2023年度のトピックス

ブランド別 トピックス (2/2)

SCAPA

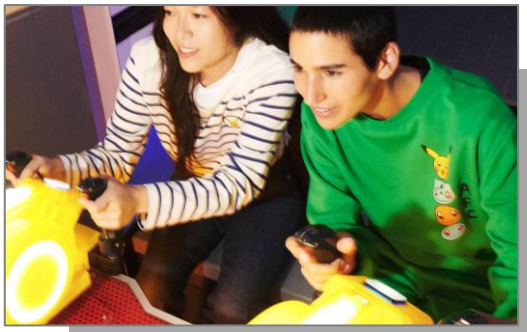
- 総合スポーツ用品メーカーMIZUNO（ミズノ）とのコラボレーションを継続的に実施。昨年発売して瞬く間に売り切れた「ダウンコート」が、さらにパワーアップして登場。本格派に嬉しい〔総合スポーツ用品メーカーMIZUNO（ミズノ）〕とのコラボレーションだから、機能面を充実させながら、毎日のファッションも楽しめます。

repetto



- Repetto（レペット）は、『〈オペラ座ガラ〉-ヌレエフに捧ぐ-』開催を記念したダンスカテゴリーのポップアップイベントを伊勢丹新宿店にて開催。オペラ座のトップバレエダンサーを招いてのイベントはインパクトがあり好評を博しました。

A.P.C.



- Pokémon とA.P.C.のコラボレーション。異なる精神性と美学にもとづき、それぞれに強いアイデンティティを有する2つのブランド― このコラボレーションを通して、ポケモンがA.P.C.のミニマリストに遊び心あるタッチをもたらす。

5. 2024年12月期 通期
連結業績計画

2024年12月期 通期 連結業績計画

上期は、主力インポートブランドにおける年初の上代改定(値上げ)を前にした前期末の駆け込み需要などの影響を見込んでいますが、下期は国内・海外ともに収益性の高い主力ブランドの積極的な新規出店を予定しております。これにより、中期経営計画の初年度2024年の通期連結業績目標は、売上高570億円（前期比102.7%）、営業利益34億円（前期比110.8%）を見込んでおります

また、2024年12月期の期末配当(予想)は、１株当たり100円(配当性向31.0%)を予定しております

（単位：百万円）

	通期計画				上期 (1～6月)、下期 (7～12月) 別計画						中期経営計画
	2024年12月期計画	2023年12月期実績	前期差異	前期比(%)	上期計画(1～6月)	前年上期実績	前期比(%)	下期計画(7～12月)	前年下期実績	前期比(%)	2028年12月期計画
売上高	**57,000**	**55,475**	**+1,525**	**102.7%**	**27,200**	**27,077**	**100.5%**	**29,800**	**28,397**	**104.9%**	**70,000**
売上総利益	34,500	33,070	+1,430	104.3%	16,400	16,150	101.5%	18,100	16,920	107.0%	-
売上総利益率（%）	60.5%	59.6%	+0.9%	-	60.3%	59.6%	-	60.7%	59.6%	-	-
販管費	31,100	30,001	+1,099	103.7%	15,200	14,770	102.9%	15,900	15,231	104.4%	-
営業利益	**3,400**	**3,069**	**+331**	**110.8%**	**1,200**	**1,379**	**87.0%**	**2,200**	**1,689**	**130.2%**	**5,000**
営業利益率（%）	**6.0%**	**5.5%**	**+0.4%**	**-**	**4.4%**	**5.1%**	**-**	**7.4%**	**6.0%**	**-**	**7.1%**
経常利益	3,600	3,578	+22	100.6%	1,500	1,808	82.9%	2,100	1,770	118.6%	-
親会社株主に帰属する当期純利益	2,500	2,458	+42	101.7%	1,000	1,153	86.7%	1,500	1,304	114.9%	-

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。