



目次

1. 2024年12月期 中間期連結業績の概況
2. セグメント別概況
3. チャネル別 概況
4. 2024年度 上期 (1~6月) のトピックス
5. 2024年12月期 通期 連結業績計画



1. 2024年12月期 中間期 連結業績の概況



損益計算書の概況

売上高は、国内及び海外事業において概ね期初計画通りに推移しました。国内事業ではライフスタイルブランドの店舗での販売が伸長し、海外事業では、韓国においてアウトレット店舗でのセール販売が増加したことにより、前期を上回りました。

利益については、国内事業は期初の計画通りに推移したものの、韓国事業において、セール販売の増加に伴う利益率の低下や、欧州における卸売販売の減少などにより、営業利益は前期を下回って終了しております

当期実績		計画差異						前期差異		
(単位：百万円)	2024年 中間期	期初計画	計画 差異	計画比 (%)	8/5公表 修正予想	予想 差異	予想比 (%)	2023年 中間期	前期 差異	前期比 (%)
売上高	27,491	27,200	291	101.1%	27,450	41	100.2%	27,077	414	101.5%
売上総利益	16,151	16,240	-89	99.5%	16,150	1	100.0%	16,150	1	100.0%
売上総利益率（％）	58.8%	59.7%	-0.9%	-	58.8%	0.0%	-	59.6%	-0.8%	-
販管費	15,179	15,040	139	100.9%	15,200	-21	99.9%	14,770	409	102.8%
営業利益	972	1,200	-228	81.0%	950	22	102.3%	1,379	-407	70.5%
営業利益率（％）	3.5%	4.4%	-0.9%	-	3.5%	0.0%	-	5.1%	-1.6%	-
経常利益	1,222	1,500	-278	81.5%	1,200	22	101.9%	1,808	-586	67.6%
親会社株主に帰属する 中間純利益	707	1,000	-293	70.8%	700	7	101.1%	1,153	-449	61.3%

業績推移

前中期経営計画 (2019年～2023年)および本年度からスタートした中期経営計画で掲げた基本政策を推し進めており、売上高は概ね計画値通り推移しております。2023年度以降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を継続することで、収益性の向上につなげてまいります

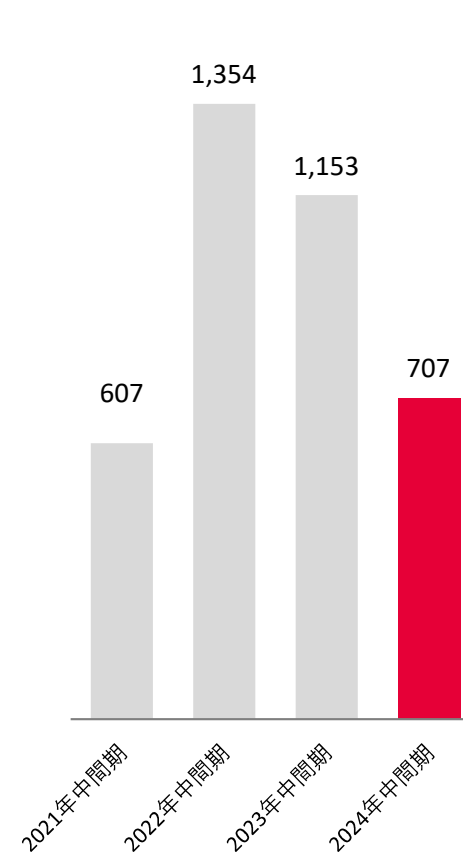
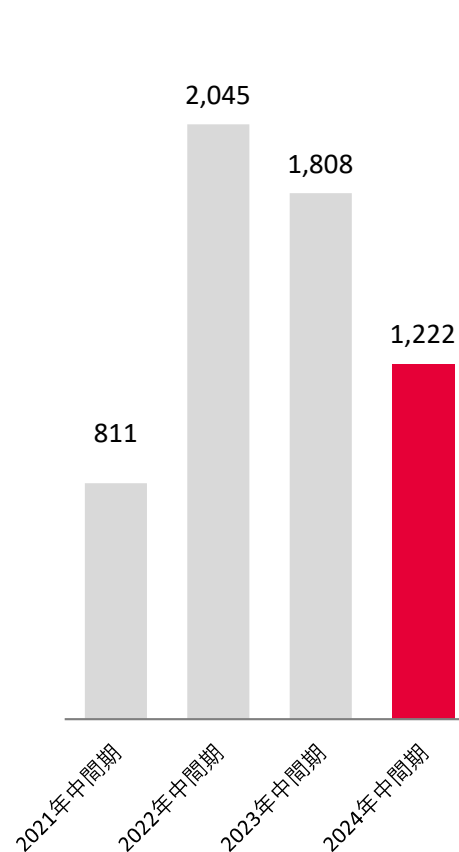
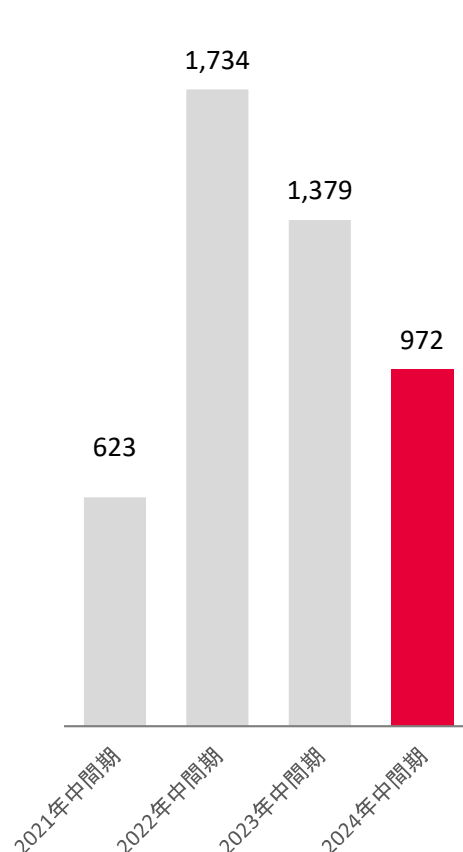
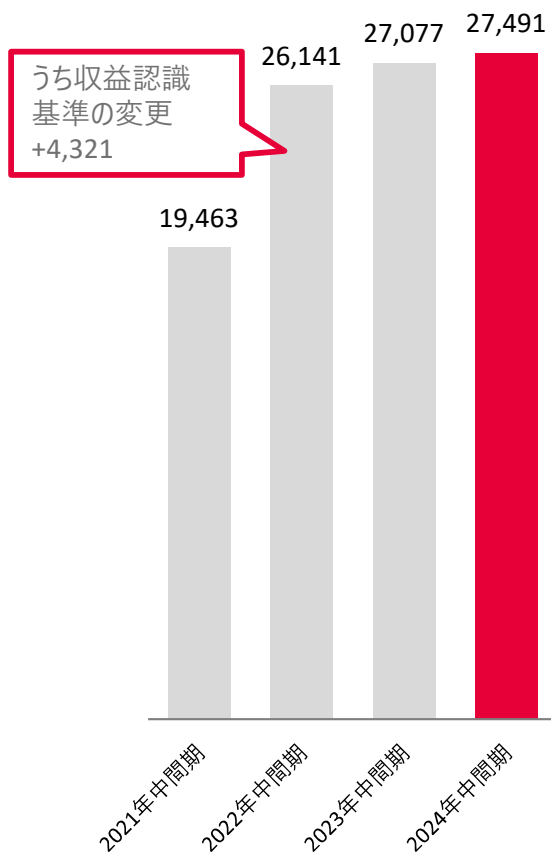
売上高

営業利益

経常利益

純利益

(百万円)



貸借対照表の概況

現金及び預金、マーケティング関連資産、投資有価証券がそれぞれ増加したことで、資産が増加しています。負債の増加は借入金が増加しましたが、社債を発行したことなどによるものです。また、為替換算調整勘定などが増加したことで純資産が増加しました

(単位：百万円)		2022年末		2023年末				2024年6月末			
		実績	構成比	実績	構成比	前期差異	前期比	実績	構成比	前期末差異	前期比
流動資産	流動資産	28,035	51.5%	27,932	49.1%	-103	99.6%	28,794	46.3%	+862	103.1%
	現金・預金	9,240	17.0%	7,323	12.9%	-1,917	79.3%	8,640	13.9%	+1,317	118.0%
	受取手形・売掛金	5,811	10.7%	6,150	10.8%	+339	105.8%	5,346	8.6%	-804	86.9%
	商品・製品	10,701	19.6%	11,710	20.6%	+1,009	109.4%	12,147	19.5%	+437	103.7%
	固定資産	26,424	48.5%	28,925	50.9%	+2,501	109.5%	33,332	53.6%	+4,407	115.2%
	マーケティング関連資産	10,981	20.2%	11,736	20.6%	+755	106.9%	12,620	20.3%	+884	107.5%
	のれん	3,259	6.0%	3,400	6.0%	+141	104.3%	3,609	5.8%	+209	106.1%
	投資有価証券	3,140	5.8%	3,976	7.0%	+836	126.6%	6,368	10.2%	+2,392	160.1%
資産合計		54,459	100.0%	56,858	100.0%	+2,399	104.4%	62,156	100.0%	+5,298	109.3%
流動負債	流動負債	12,219	22.4%	11,165	19.6%	-1,054	91.4%	8,917	14.3%	-2,248	79.9%
	支払手形・買掛金	3,317	6.1%	2,360	4.2%	-957	71.1%	2,368	3.8%	+8	100.4%
	短期借入金	2,530	4.6%	3,030	5.3%	+500	119.8%	568	0.9%	-2,462	18.8%
	1年以内返済予定長期借入金	1,686	3.1%	1,636	2.9%	-50	97.0%	2,070	3.3%	+434	126.5%
	固定負債	12,325	22.6%	11,268	19.8%	-1,057	91.4%	14,792	23.8%	+3,524	131.3%
	社債	0	0.0%	0	0.0%	+0	-	1,500	2.4%	+1,500	-
	長期借入金	7,669	14.1%	6,243	11.0%	-1,426	81.4%	7,178	11.5%	+935	115.0%
負債合計		24,545	45.1%	22,434	39.5%	-2,111	91.4%	23,709	38.1%	+1,275	105.7%
純資産	純資産	29,913	54.9%	34,423	60.5%	+4,510	115.1%	38,446	61.9%	+4,023	111.7%
	利益剰余金	19,337	35.5%	21,332	37.5%	+1,995	110.3%	21,420	34.5%	+88	100.4%
	為替換算調整勘定	2232	4.1%	3,970	7.0%	+1,738	177.9%	6,009	9.7%	+2,039	151.4%
	自己株式 (△)	-677	-1.2%	-647	-1.1%	+30	-	-631	-1.0%	+16	-
負債・純資産合計		54,459	100.0%	56,858	100.0%	+2,399	104.4%	62,156	100.0%	+5,298	109.3%

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

日本は概ね期初計画通り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。欧州はイタリアの直営店が観光客等の増加により、順調に推移したものの、主力の卸売事業において受注が減少したことにより、営業損失になりました。その他海外については、米国で「イル ビゾンテ」の小売事業が堅調な一方、営業費用等が増加したことにより営業損失が増加しました。その他事業については、生産及びOEM事業において、製造費用等が増加したことにより、営業利益が減少しました

(単位：百万円)

		売上高			営業利益		
		2024年中間期	2023年中間期	前年同期比	2024年中間期	2023年中間期	前年同期比
アパレル関連事業	日本	12,158	11,994	101.4%	877	957	91.7%
	韓国	14,345	13,790	104.0%	565	765	73.9%
	欧州	1,713	2,150	79.7%	△ 143	13	-
	その他海外	179	159	112.5%	△ 61	△ 36	-
	計	28,396	28,095	101.1%	1,238	1,699	72.9%
その他事業		1,748	1,688	103.5%	8	42	19.6%

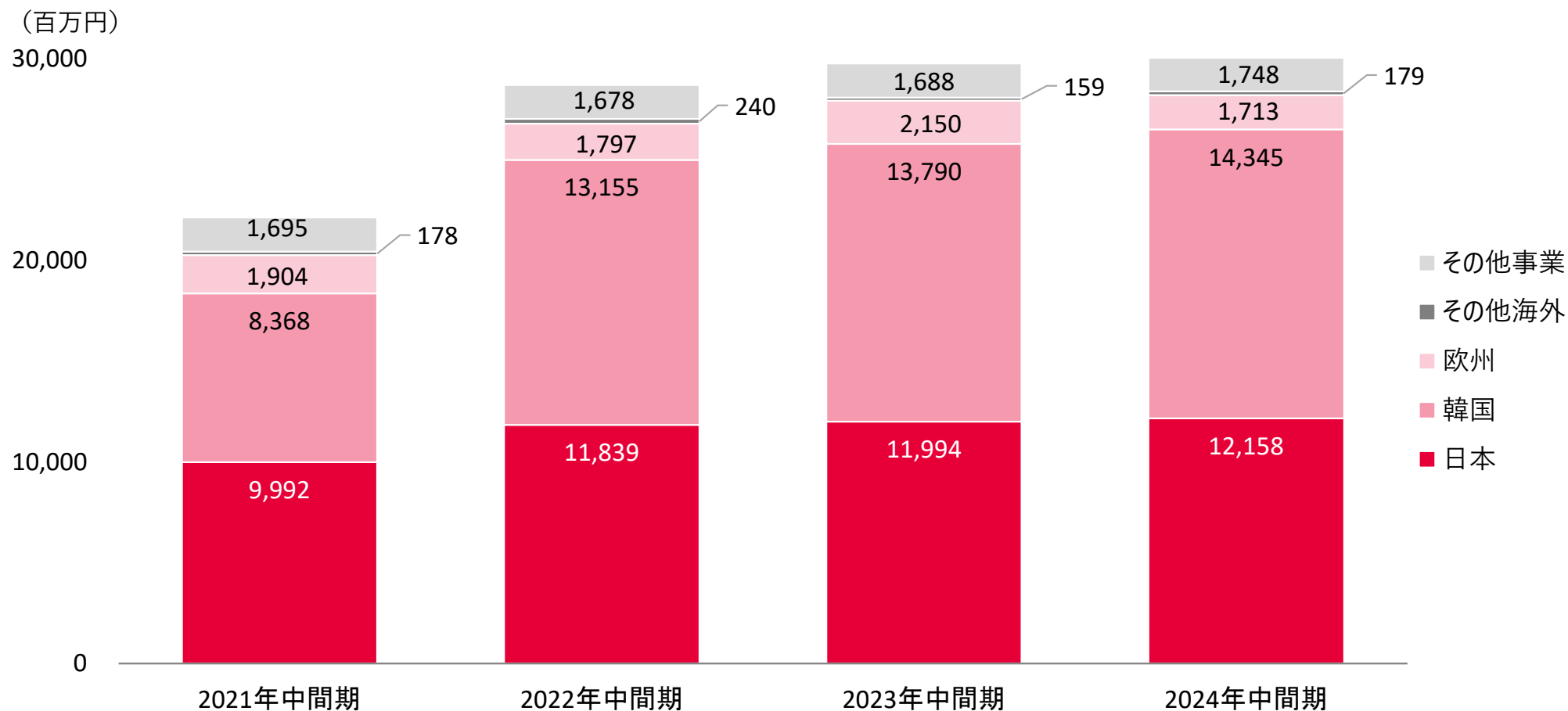
※セグメント間の取引消去前の数値となります。

※「その他事業」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、2021年は48.9%、2022年は43.8%、2023年は42.7%、2024年は42.8%で推移しております

セグメント別売上高の推移



※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」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. チャンネル別概況



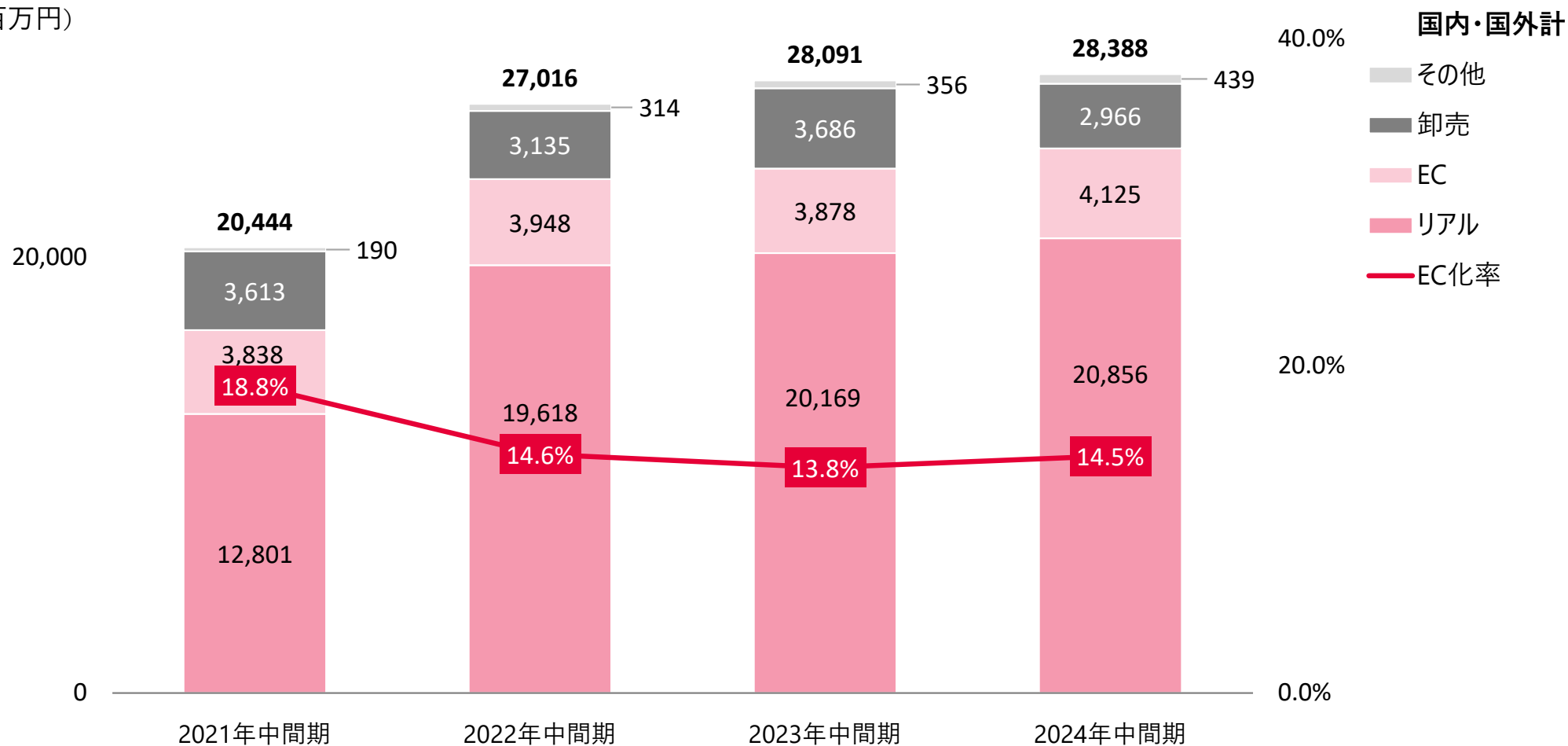
3. チャネル別概況

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に伴う行動制限の解除後、国内・海外ともにリアル店舗の売上高が増加しております。2024年中間期のルックグループの国内・海外計でのEC化率は14.5%となりました

国内・海外計

(百万円)

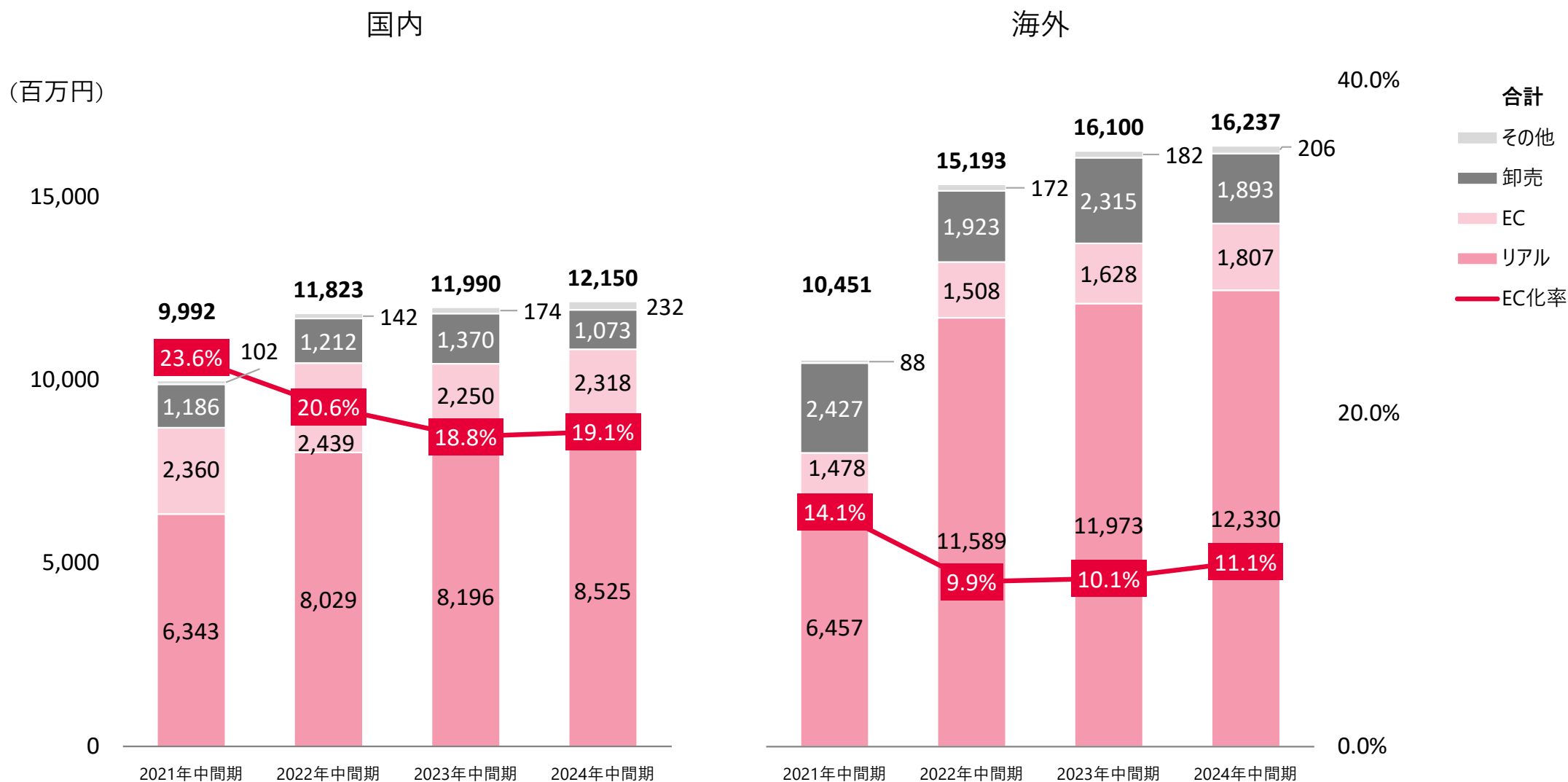


※セグメント間の取引消去前のアパレル関連事業の数値となります。

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に伴う行動制限の解除後、国内・海外ともにリアル店舗の売上高が増加しております。2024年中間期の国内EC化率は19.1%、海外EC化率は11.1%となりました

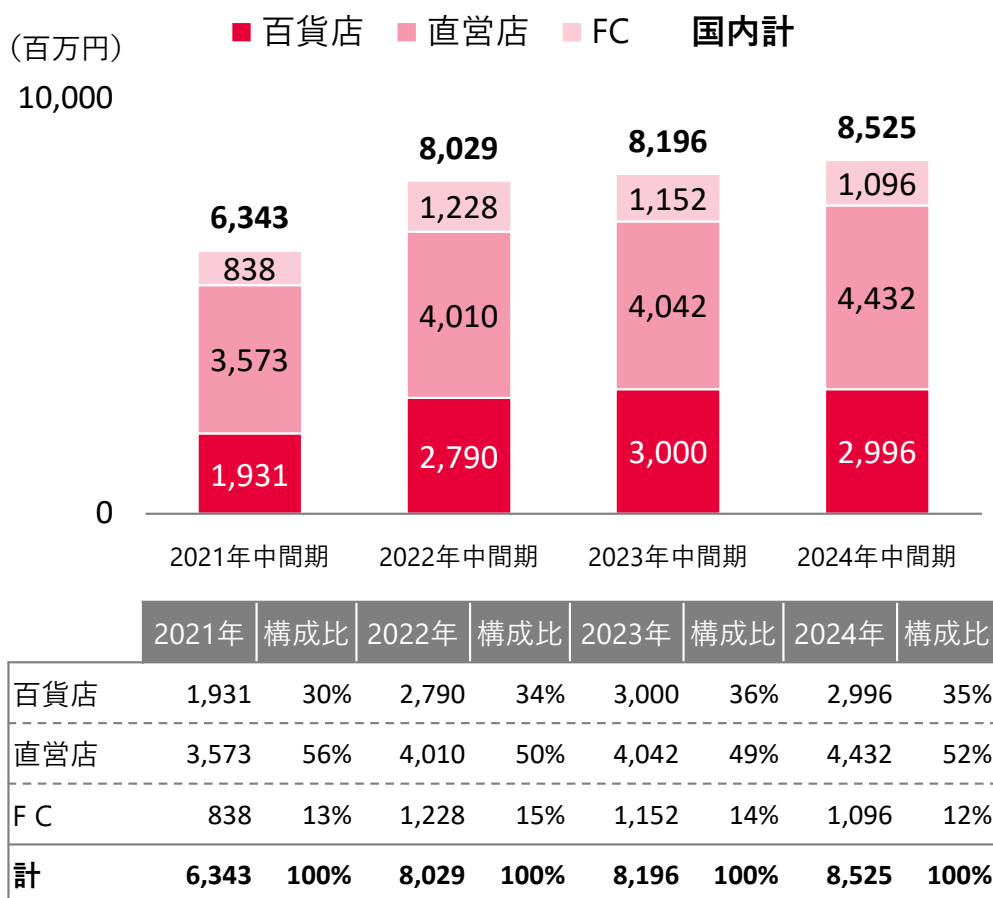


3. チャネル別概況

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52％が直営店となっています。EC事業は、販促施策を強化したことにより、国内、海外ともに前期を上回りました

国内リアル店舗（販路別）



EC（販路別）

(単位：百万円)

		国内		海外		合計	
			前期比(%)		前期比(%)		前期比(%)
2021年 中間期	自社EC	1,625	122.6%	1,310	122.4%	2,936	122.5%
	他社EC	734	98.3%	167	109.7%	901	100.2%
	計	2,360	113.9%	1,478	120.8%	3,838	116.4%
2022年 中間期	自社EC	1,472	91.4%	1,391	106.6%	2,863	97.5%
	他社EC	967	116.2%	117	70.3%	1,084	120.3%
	計	2,439	99.8%	1,508	102.5%	3,948	100.8%
2023年 中間期	自社EC	1,328	90.2%	1,518	109.2%	2,846	99.4%
	他社EC	922	95.3%	110	93.7%	1,032	95.1%
	計	2,250	92.2%	1,628	107.9%	3,878	98.2%
2024年 中間期	自社EC	1,389	104.6%	1,669	109.9%	3,059	107.5%
	他社EC	928	100.7%	138	125.7%	1,066	103.4%
	計	2,318	103.0%	1,807	111.0%	4,125	106.4%

※2022年の前期比は、収益認識の変更前の前期比を記載しています。

4. 2024年度上期 (1~6月) の トピックス



4. 2024年度上期 (1～6月) のトピックス

店舗数推移

国内店舗数は、新規出店と並行して不採算店舗の閉鎖を進めたことで前期末から5店舗減少しましたが、2024年下期も主力事業のIL BISONTEやMarimekko、A.P.C.などで直営店を中心とした新規出店を進めてまいります

	2023年 12月末	増加	減少	2024年 6月末	増加	減少	2024年 12月末 (予定)
百貨店	129	0	-5	124	2	-4	122
直営店	84	7	-5	86	5	-4	87
FC店	30	0	-2	28	1	0	29
国内店舗数 計	243	7	-12	238	8	-8	238

■セグメント別店舗数

国内： 238店舗
 韓国： 288店舗
 欧州： 5店舗
 北米： 1店舗
 計： 532店舗

■国内ブランド別店舗数

IL BISONTE： 50店舗
 Marimekko： 40店舗
 A.P.C： 35店舗
 その他ブランド： 113店舗
 計： 238店舗

■2024年新規オープンの店舗

IL BISONTE 京都ポルタ店
(5月オープン)



A.P.C. アミュプラザ博多店
(3月オープン)



Marimekko 仙台パルコ 店
(3月オープン)



4. 2024年度上期 (1～6月) のトピックス

ブランド別 トピックス (1/2)

Marimekko



- Marimekkoは、日本のファッションシーンをエンパワーメントするプロジェクト「by R」を通じて、Unikkoの誕生60周年を祝したアニバーサリー・セレブレーションの一環として、「Rakuten Fashion Week TOKYO 2024 A/W」に初参加し、ランウェイショーを開催しました。
- ランウェイショーは、楽天が運営するファッション通販サイト「Rakuten Fashion」のウェブサイトにおいて一般向けに無料ライブ配信され、併せて限定商品を販売しました。

IL BISONTE



- 総合スポーツメーカーMIZUNO（ミズノ）とのコラボレーションを継続的に実施。第4弾となる今回は、ファッションスニーカーとしての地位を築きあげた「スカイメダル（SKYMEDAL）」と第1弾以来のコラボレーションが実現しました。
- 革新と伝統のなかで生まれてきた製品に、現代的な解釈をこめてつくりあげるミズノのスタイルは、伝統と革新を重んじるイルビゾンテと通ずる要素。両社のこだわりを随所に加え、履く人のクリエイティビティを刺激する特別仕様のスニーカーをご堪能いただけます。

A.P.C.



- ロッククライミングから受けたインスピレーションを軸にアイテムを展開するブランド「topologie（トポロジー）」との初のコラボレーションが実現。5つの新しいバッグと4つのアクセサリからなるコレクションを展開しました。
- A.P.C.では、初となるボディケアライン「SELF-CARE」を発表。ブランドのシグネチャーであるオレンジブロッサムの香りのハンドクリームやボディローションなど6つのプロダクトを発売しました。

4. 2024年度上期 (1～6月) のトピックス ブランド別 トピックス (2/2)

SCAPA/KEITH



- ファッション都市アントワープ発信のブランド「SCAPA」とブリティッシュトラディショナルブランドの「KEITH」では、「LOOK MEMBERSHIP」会員を対象に、ご愛用いただいたSCAPA/ KEITH商品(衣料品)を回収し、それらをリユース・リサイクルにつなげる、リサイクル活動を行いました。
- ご不要になりました衣料品をお買い上げいただいた店舗へお持ち込みいただいたお客様に対し、1点につき「1,000円クーポン券」を進呈しました。

Repetto



- サイモン・ジャックムスが手掛けるフランスのファッションブランド「Jacquemus(ジャックムス)」とのコラボレーションシューズ『Zizi Jacquemus(ジジ ジャックムス)』の販売を開始。“Les Sculptures（彫刻）”と題されたジャックムスの新コレクションにて、レペットのタイムレスなオックスフォードシューズ『Zizi（ジジ）』を新解釈。
- ジャックムスらしい幾何学的ディテールであるスクエアトゥのアップーと、サーキュラーヒールを加えたユニークで遊び心溢れるデザインをお楽しみいただけます。

Marimekko



- Unikko誕生60周年を記念し、原宿駅前の複合施設「WITH HARAJUKU」にてファッションイベント「Marimekko Day in Tokyo」を開催し、マリメッコとして日本初となるパブリックでのファッションショーを開催しました。
- ファッションショーの様子は、マリメッコ日本公式インスタグラム@marimekkojapanとマリメッコ日本公式オンラインストア内の「LIVE STORE」にてライブ配信され、併せて開催記念ノベルティの配布を行いました。

5. 2024年12月期 通期
連結業績計画



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

通期業績は、国内では引続きライフスタイルブランドの新規出店を下期も推し進めることで、期初計画通りの推移となる見込みです。海外事業におきましては、欧州における卸売販売の減少や韓国でのセール販売比率の上昇が引続き見込まれるため、売上高565億円（前期比101.8%）、営業利益29億円（前期比94.5%）を見込んでおります。

なお、2024年12月期の期末配当（予想）は、1株当たり100円からの変更はありません（配当性向35%）

通期計画

（単位：百万円）

	8/5公表 修正予想	2/14公表 業績予想	前回 公表比 (%)	2023年 実績	前期 差異	前期比 (%)
売上高	56,500	57,000	99.1%	55,475	+1,025	101.8%
売上総利益	33,650	34,500	97.5%	33,070	+580	101.8%
売上総利益率（%）	59.6%	60.5%	-	59.6%	0.0%	-
販管費	30,750	31,100	98.9%	30,001	+749	102.5%
営業利益	2,900	3,400	85.3%	3,069	-169	94.5%
営業利益率（%）	5.1%	6.0%	-	5.5%	-0.4%	-
経常利益	3,100	3,600	86.1%	3,578	-478	86.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,200	2,500	88.0%	2,458	-258	89.5%

上期実績 (1～6月)、下期修正 (7～12月)

上期実績 (1～6月)	前年上期 実績	前期比 (%)	下期修正 (7～12月)	前年下期 実績	前期比 (%)
27,491	27,077	101.5%	29,009	28,397	102.2%
16,151	16,150	100.0%	17,499	16,920	103.4%
58.8%	59.6%	-	60.3%	59.6%	-
15,179	14,770	102.8%	15,571	15,231	102.2%
972	1,379	70.5%	1,928	1,689	114.1%
3.5%	5.1%	-	6.6%	6.0%	-
1,222	1,808	67.6%	1,878	1,770	106.1%
707	1,153	61.3%	1,493	1,304	114.4%

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。

