

2024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

2025年2月14日



目次

1. 2024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. 2024年度のトピックス
5. 2025年12月期 通期 連結業績計画



1. 2024年12月期 通期
連結業績の概況

SMYTHSON



1. 2024年12月期 通期 連結業績の概況

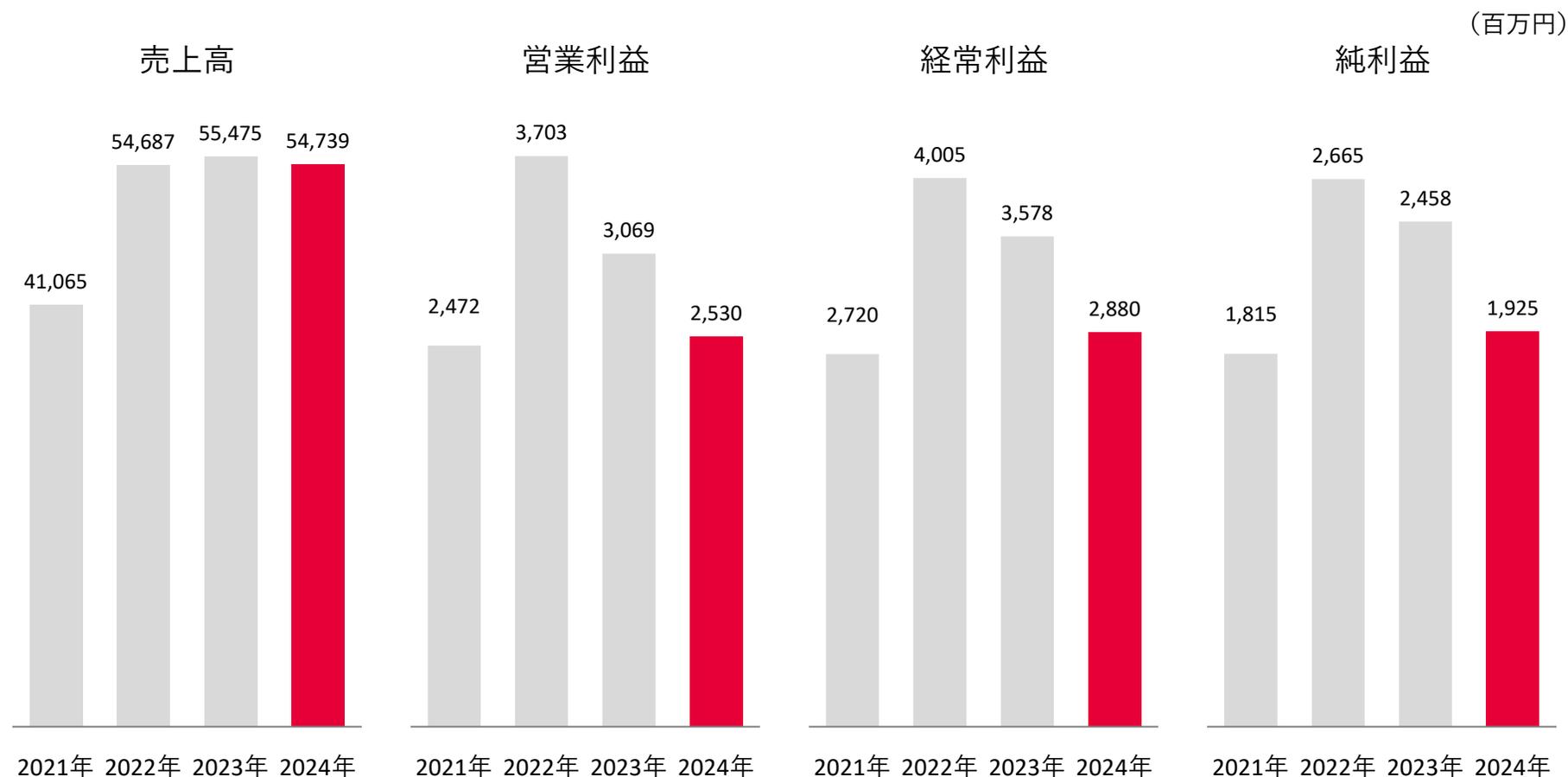
損益計算書の概況

通期連結業績は、海外事業の苦戦などの影響により、期初計画ならびに前年実績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				
	2024年 12月期		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 12月期	前期 差異	前期比 (%)
売上高	54,739		57,000	△ 2,261	96.0%	56,500	△ 1,761	96.9%	55,475	△ 736	98.7%
売上総利益	32,818		34,500	△ 1,682	95.1%	33,650	△ 832	97.5%	33,070	△ 252	99.2%
売上総利益率 (%)	60.0%		60.5%	△0.6%	-	59.6%	0.4%	-	59.6%	0.3%	-
販管費	30,287		31,100	△ 813	97.4%	30,750	△ 463	98.5%	30,001	286	101.0%
営業利益	2,530		3,400	△ 870	74.4%	2,900	△ 370	87.3%	3,069	△ 539	82.5%
営業利益率 (%)	4.6%		6.0%	△1.3%	-	5.1%	△0.5%	-	5.5%	△0.9%	-
経常利益	2,880		3,600	△ 720	80.0%	3,100	△ 220	92.9%	3,578	△ 698	80.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,925		2,500	△ 575	77.0%	2,200	△ 275	87.5%	2,458	△ 533	78.3%

1. 2024年12月期 通期 連結業績の概況 業績推移

本年度からスタートした中期経営計画(2024年～2028年)で掲げた基本政策を推し進めておりますが、2024年度は売上高、利益額ともに前期を下回って終了しております。2025年以降、不採算事業の中止や主力ブランドのさらなる出店強化を実行することで、収益性の向上につなげてまいります



1. 2024年12月期 通期 連結業績の概況

貸借対照表の概況

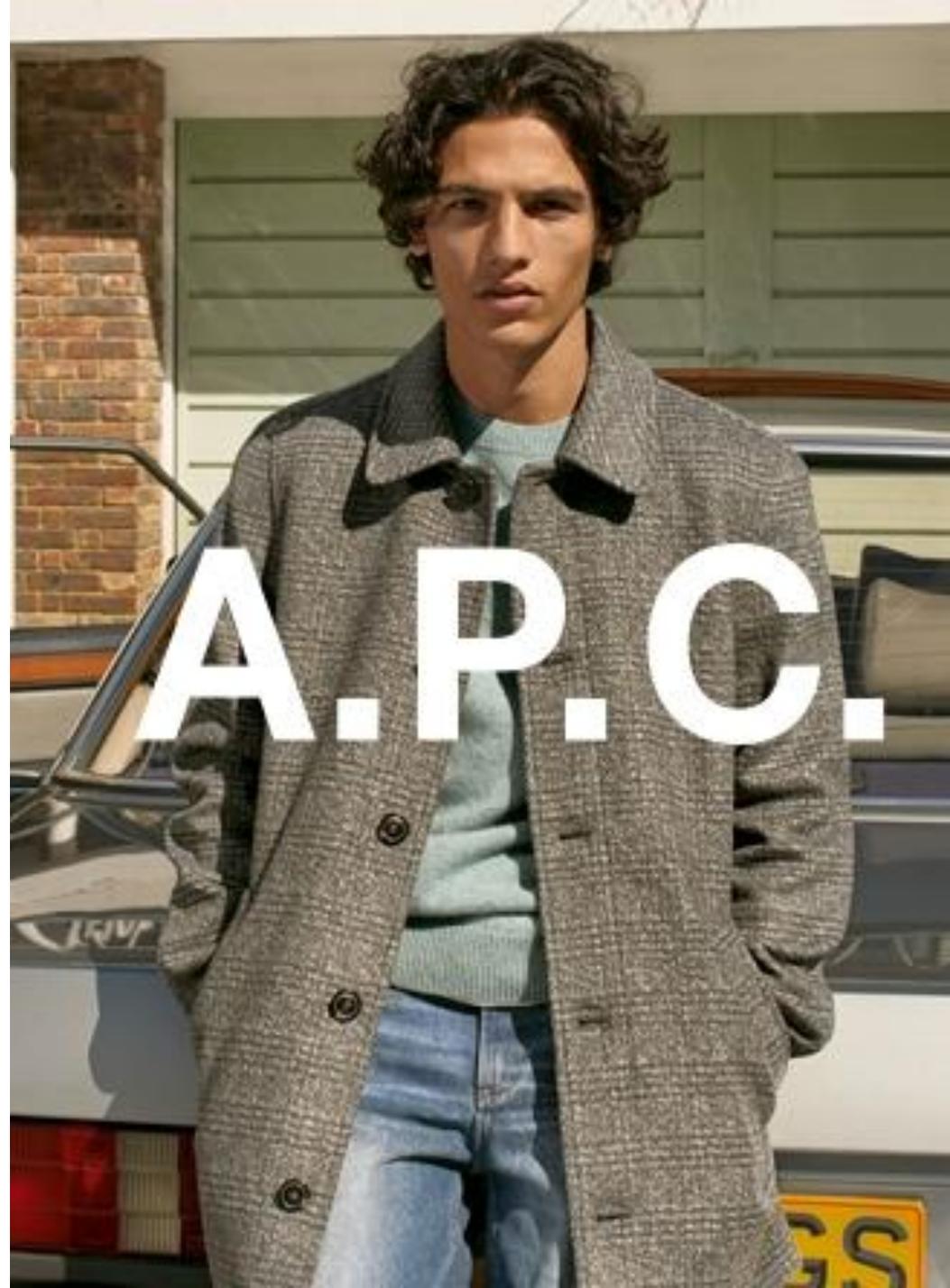
現金及び預金、商品及び製品、投資有価証券がそれぞれ増加したことで、資産が増加しています。負債につきましては、借入金は減少しましたが、社債を発行したことなどにより増加しています。また、その他有価証券評価差額金、利益剰余金などが増加したことで純資産が増加しました

(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	28,035	51.5%	27,932	49.1%	△103	99.6%	29,826	48.6%	+1,894	106.8%
現金・預金	9,240	17.0%	7,323	12.9%	△1,917	79.3%	8,144	13.3%	+821	111.2%
受取手形・売掛金	5,811	10.7%	6,150	10.8%	+339	105.8%	5,961	9.7%	△189	96.9%
棚卸資産	10,701	19.6%	11,710	20.6%	+1,009	109.4%	13,250	21.6%	+1,540	113.1%
固定資産	26,424	48.5%	28,925	50.9%	+2,501	109.5%	31,558	51.4%	+2,633	109.1%
マーケティング関連資産	10,981	20.2%	11,736	20.6%	+755	106.9%	11,835	19.3%	+99	100.8%
のれん	3,259	6.0%	3,400	6.0%	+141	104.3%	3,338	5.4%	△62	98.2%
投資有価証券	3,140	5.8%	3,976	7.0%	+836	126.6%	6,186	10.1%	+2,210	155.6%
資産合計	54,459	100.0%	56,858	100.0%	+2,399	104.4%	61,410	100.0%	+4,552	108.0%
流動負債	12,219	22.4%	11,165	19.6%	△1,054	91.4%	8,521	13.9%	△2,644	76.3%
支払手形・買掛金	3,317	6.1%	2,360	4.2%	△957	71.1%	2,395	3.9%	+35	101.5%
短期借入金	2,530	4.6%	3,030	5.3%	+500	119.8%	445	0.7%	△2,585	14.7%
1年以内返済予定長期借入金	1,686	3.1%	1,636	2.9%	△50	97.0%	1,743	2.8%	+107	106.6%
固定負債	12,325	22.6%	11,268	19.8%	△1,057	91.4%	15,111	24.6%	+3,843	134.1%
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%	7,559	12.3%	+1,316	121.1%
負債合計	24,545	45.1%	22,434	39.5%	△2,111	91.4%	23,633	38.5%	+1,199	105.3%
純資産	29,913	54.9%	34,423	60.5%	+4,510	115.1%	37,776	61.5%	+3,353	109.7%
利益剰余金	19,337	35.5%	21,332	37.5%	+1,995	110.3%	22,638	36.9%	+1,306	106.1%
為替換算調整勘定	2232	4.1%	3,970	7.0%	+1,738	177.9%	4,207	6.9%	+237	106.0%
自己株式 (△)	△ 677	△1.2%	△ 647	△1.1%	+30	-	△ 614	△1.0%	+33	-
負債・純資産合計	54,459	100.0%	56,858	100.0%	+2,399	104.4%	61,410	100.0%	+4,552	108.0%

ROE (純資産利益率)	9.5%	7.6%	△1.9%	5.3%	△2.3%
PER (株価収益率)	6.78	6.94	+0.16	8.91	+1.98
PBR (株価純資産倍率)	0.59	0.50	△0.10	0.46	△0.04

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

日本は店舗での販売は増加したものの、専門店からの受注減などにより売上高、営業利益ともに概ね前期並みの結果となりました。海外においては、韓国は冬物販売の苦戦に加えて、セール販売の増加などにより粗利益率が低下し、営業利益が減少しました。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、卸売事業ともに好調な一方、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12月期	2023年12月期	前期比(%)	2024年12月期	2023年12月期	前期比(%)
アパレル 関連事業	日本	24,255	23,780	102.0%	1,805	1,818	99.3%
	韓国	28,426	29,164	97.5%	1,635	1,894	86.3%
	欧州	3,645	4,727	77.1%	△ 236	142	-
	その他海外	410	340	120.6%	△ 57	△ 49	-
	計	56,738	58,012	97.8%	3,147	3,806	82.7%
その他事業		3,523	3,599	97.9%	56	85	66.0%

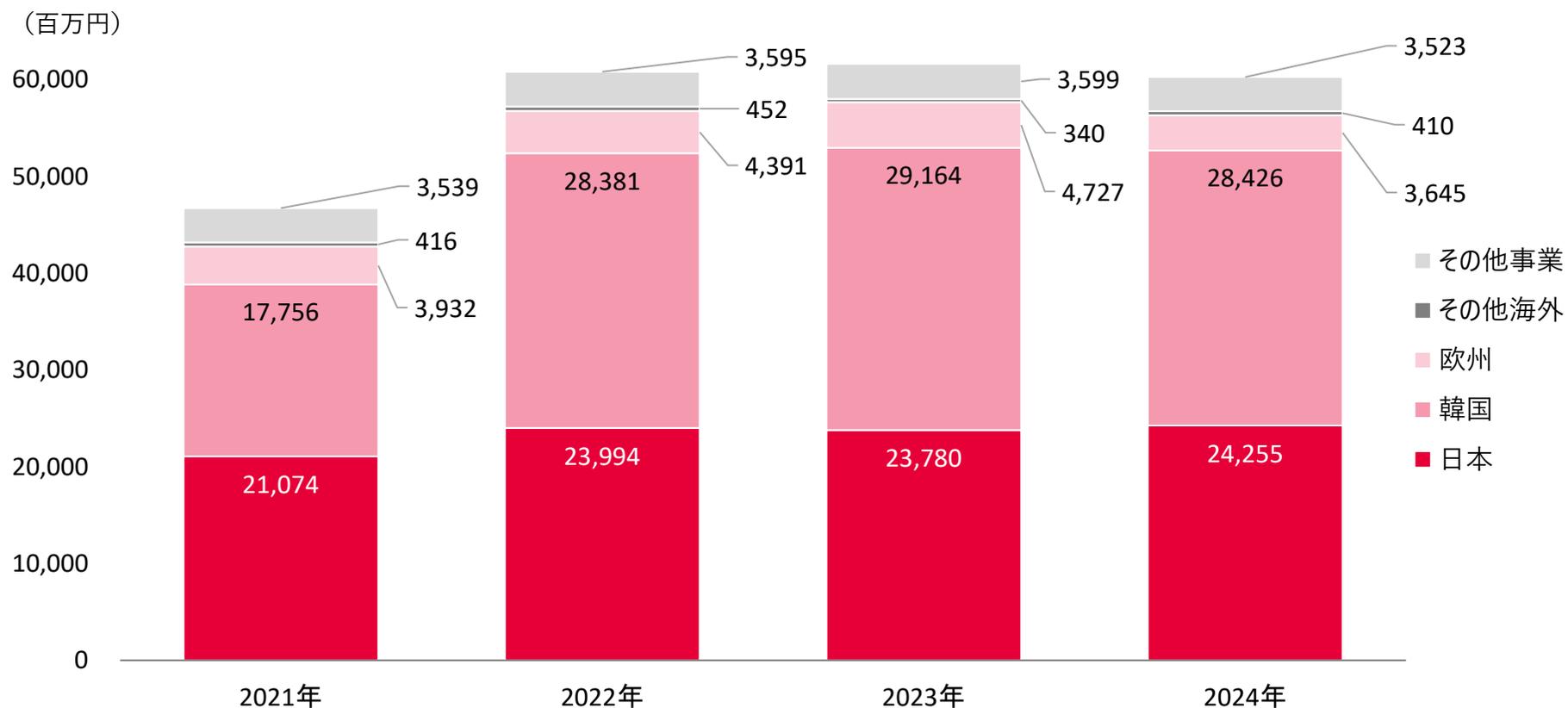
※セグメント間の取引消去前の数値となります。

※「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、2022年は41.9%、2023年は41.0%、2024年は42.7%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. チャンネル別概況



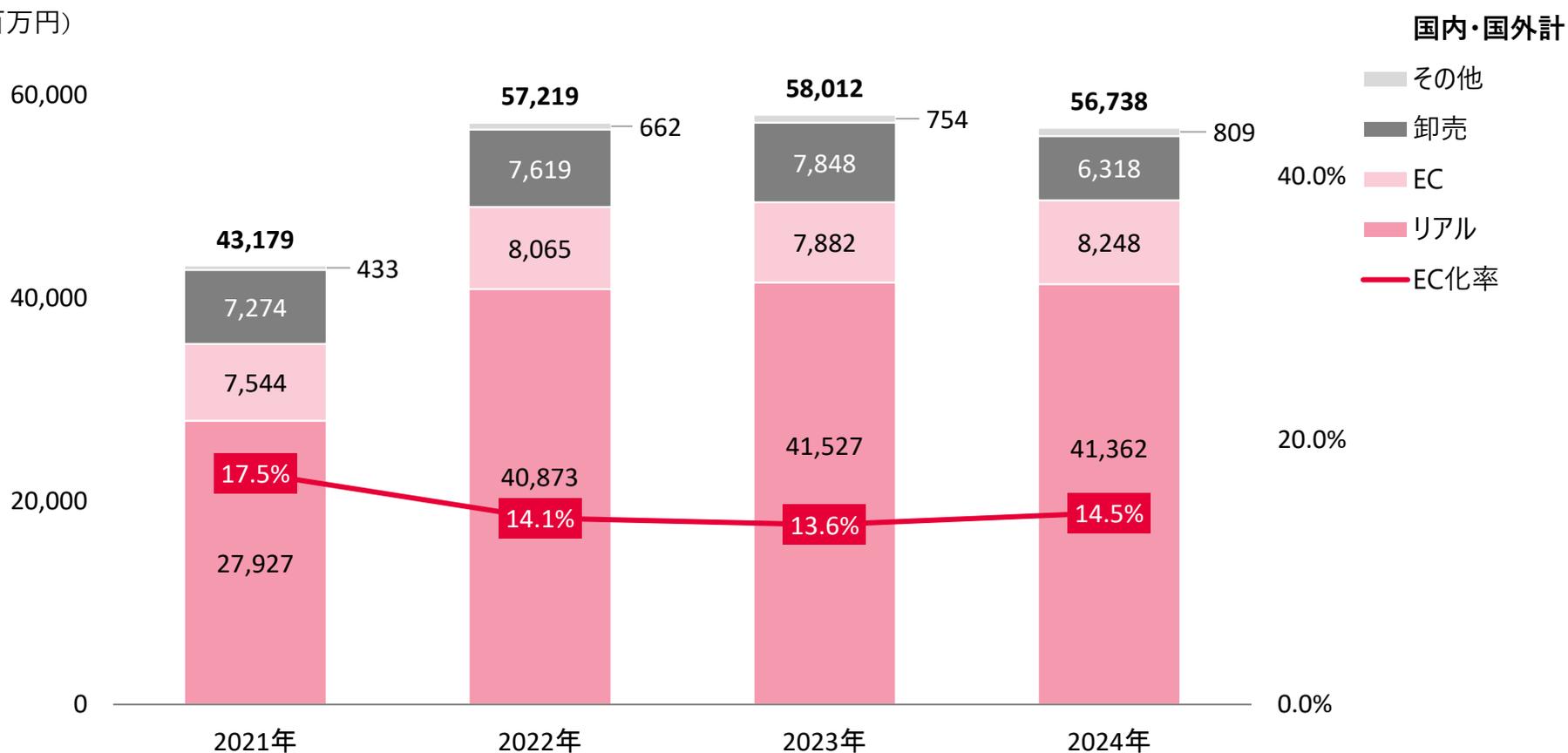
3. チャンネル別概況

チャンネル別 業績の概況（グループ合計）

国内・海外ともにECの売上高が増加しております。2024年通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)

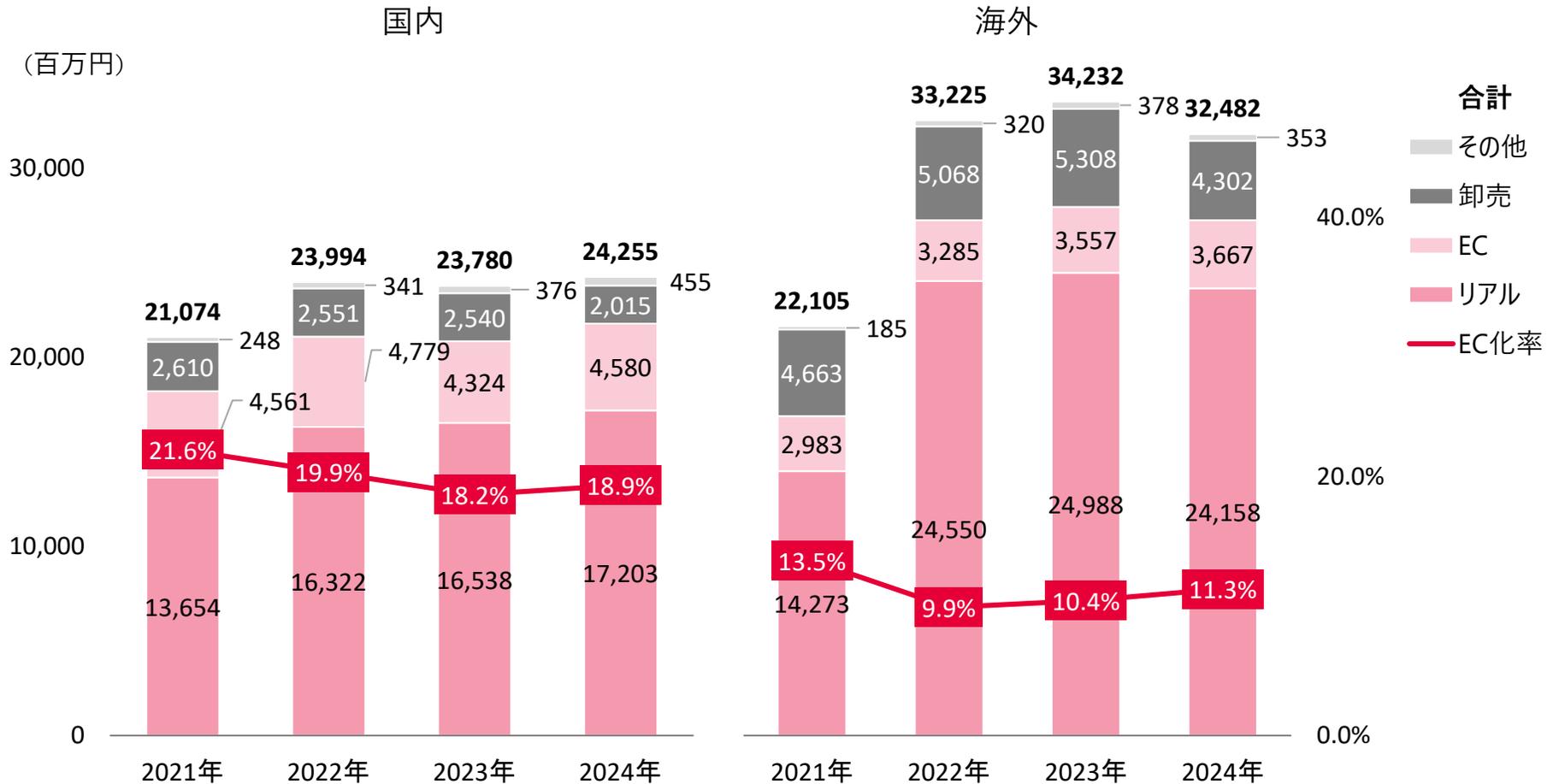


※セグメント間の取引消去前のアパレル関連事業の数値となります。

3. チャンネル別概況

チャンネル別 業績の概況 (国内・海外)

国内・海外ともにECの売上高が増加しております。2024年通期の国内EC化率は18.9%、海外EC化率は11.3%となりました

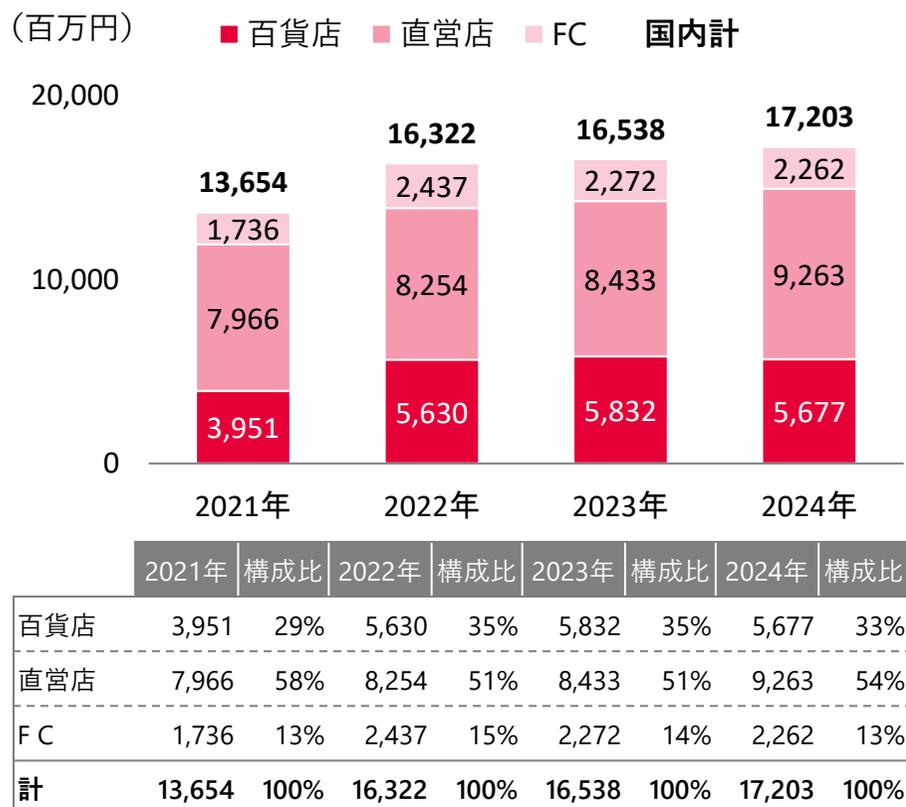


3. チャネル別概況

チャネル別 業績の概況 (販路別詳細)

国内では、直営店を中心に新規出店を行ったこともあり、リアル店舗売上高の54%が直営店となっています。EC事業はアプリのリニューアルやオンラインショップのシステム改修などお客さまの利便性向上に取り組んだ結果、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	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%
2024年	自社EC	2,717	105.7%	3,462	103.7%	6,179	104.6%
	他社EC	1,863	106.2%	205	93.4%	2,069	104.8%
	計	4,580	105.9%	3,667	103.1%	8,248	104.6%

4. 2024年度のトピックス



4. 2024年度のトピックス 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、2025年は、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引続き進めてまいります

	2023年 12月末	増加	減少	2024年 12月末	増加	減少	2025年 12月末 (予定)
百貨店	129	2	-9	122	3	-5	120
直営店	84	12	-9	87	10	-5	92
FC店	30	1	-2	29	1	-1	29
国内店舗数 計	243	15	-20	238	14	-11	241

■セグメント別店舗数

国内：238店舗
 韓国：279店舗
 欧州：5店舗
 北米：1店舗

計：523店舗

※24/12月末 参考

■国内ブランド別店舗数

IL BISONTE：52店舗
 marimekko：40店舗
 A.P.C：34店舗
 その他ブランド：112店舗

計：238店舗

■2024年新規オープンの店舗

IL BISONTE千葉店
(10月オープン)



A.P.C.西宮ガーデンズ店
(3月オープン)



Marimekko池袋東武店
(10月オープン)



4. 2024年度のトピックス ブランド別トピックス (1/2)

Marimekko



- 新デニムコレクション Marimekko Maridenimのデビューを記念して、古民家をリノベーションした集合施設「裏参道ガーデン」にて、「Maridenim Pop-up in Tokyo」を開催いたしました。Maridenimの全ラインナップ等を発売した他、同施設1階の「和カフェ」では、期間中「和」をテーマにしたスペシャルメニューがMarimekkoのテーブルウェアで提供される等、特別な空間を演出いたしました。
- フィンランド発のジュエリーブランド「カレワラ (kalevala)」と、昨年60周年を迎えたウニッコプリントにインスパイアされたコラボレーションコレクションを販売いたしました。

IL BISONTE



- 独自の感性で人々を魅了する画家の山口一郎さんと初のコラボレーションを実現。山口一郎さんが特別に描き下ろしたバイソンロゴとブランドネームを配し、クラシックとモダンが見事に融合したスペシャルコレクションを販売いたしました。
- 総合スポーツメーカー「MIZUNO」とコラボレーションし、機能的でスタイリッシュなコレクションが誕生。数多くのアウトドアブランドが採用する高機能素材メーカー・ポーラテック社製のフリースを使用したキャップ、グローブ、フリースマフラーの3型を販売いたしました。

A.P.C.



- A.P.C.では、年間を通じて様々なコラボレーションの取り組みを実施いたしました。
- 11月に、電機機器メーカー「カシオ」が手掛ける腕時計ブランド「CASIO CLASSIC」に、独自のエッセンスを組み合わせ磨き上げたコラボレーションモデルを発売いたしました。
 - 12月には、130年の歴史を誇る英国ライフスタイルブランド「Barbour」とアウターウェアを中心に両ブランドのアイコンモデルをミックスさせたカプセルコレクションを展開いたしました。

4. 2024年度のトピックス ブランド別トピックス (2/2)

KEITH



- KEITHでは、2025年にブランド40周年を迎えるにあたり、アーカイブプリントのカスタマイズオーダーを実施いたしました。過去の展開において特にご好評をいただいた「クローバープリント」と「ウィンテージパイズリープリント」の2柄を復刻し、ドレス、ブラウス、スカートの3アイテムをご用意いたしました。

SCAPA



- SCAPAでは、公式オンラインストアにおいて、女優の伊藤歩さんをお迎えし、2024年秋冬のコレクションを打ち出す特集ページを公開いたしました。コレクションテーマに通ずる、庭園や絵画を思わせる深く美しい色合いを醸し出すタイムレスなスタイルを魅力的に演出し、SCAPAならではの洗練された世界観を発信いたしました。

A.P.C. GOLF



- 「URBAN GOLF」をコンセプトに掲げスタイリッシュなアイテムを展開する「BRIEFING GOLF」とのカプセルコレクションを販売いたしました。コレクションは、キャディバッグやトートバッグ等6型をラインナップし、ミニマルで飽きのこないスタイルを提案いたしました。また、発売に先駆け公式オンラインストア等での受注会を実施いたしました。

5. 2025年12月期 通期
連結業績計画



5. 2025年12月期 通期 連結業績計画



2025年12月期 通期 連結業績計画

2025年は、国内では新規ブランド「SMYTHSON (スマイソン)」の販売を開始するとともに、ライフスタイルブランドの新規出店を引続き推し進める計画ですが、海外事業においては、韓国での物価上昇や高金利等による内需回復の遅れが引続き見込まれるため、通期連結業績は、概ね前期並みの売上高550億円(前期比100.5%)、営業利益26億円(前期比102.7%)を見込んでおります。

なお、2025年12月期の期末配当(予想)は、1株当たり100円(配当性向38.8%)を予定しております

通期計画

上期(1~6月)、下期(7~12月)別計画

中期経営計画

(単位：百万円)

	2025年 12月期 計画	2024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	55,000	54,739	+261	100.5%	27,200	27,491	98.9%	27,800	27,247	102.0%	70,000
売上総利益	33,100	32,818	+282	100.9%	16,100	16,151	99.7%	17,000	16,666	102.0%	-
売上総利益率(%)	60.2%	60.0%	+0.2%	-	59.2%	58.8%	-	61.2%	61.2%	-	-
販管費	30,500	30,287	+213	100.7%	15,100	15,179	99.5%	15,400	15,107	101.9%	-
営業利益	2,600	2,530	+70	102.7%	1,000	972	102.9%	1,600	1,558	102.6%	5,000
営業利益率(%)	4.7%	4.6%	+0.1%	-	3.7%	3.5%	-	5.8%	5.7%	-	7.1%
経常利益	2,900	2,880	+20	100.7%	1,250	1,222	102.3%	1,650	1,657	99.5%	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,000	1,925	+75	103.9%	750	707	106.0%	1,250	1,217	102.7%	-

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。

Repetto

