

2025年12月期 中間期

決算補足資料

株式会社ルックホールディングス

2025年8月7日



目次

1. 2025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. 2025年度 上期 (1~6月) のトピックス
5. 2025年12月期 通期 連結業績計画



1. 2025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、国内事業において主力のライフスタイルブランドは堅調だったものの、アパレルブランドの春夏商品の販売が低調に推移しました。海外事業では、韓国において国内の政情不安や米国の通商政策の影響等による継続的な内需の低迷により、百貨店への集客が減少しました。また、為替レートの変動による影響もあり、国内及び海外事業において期初計画を下回る推移となりました。

利益については、国内及び海外事業における春夏商品の販売不振による売上高減少に伴って、各段階利益は期初計画および前期を下回って終了しております

当期実績

計画差異

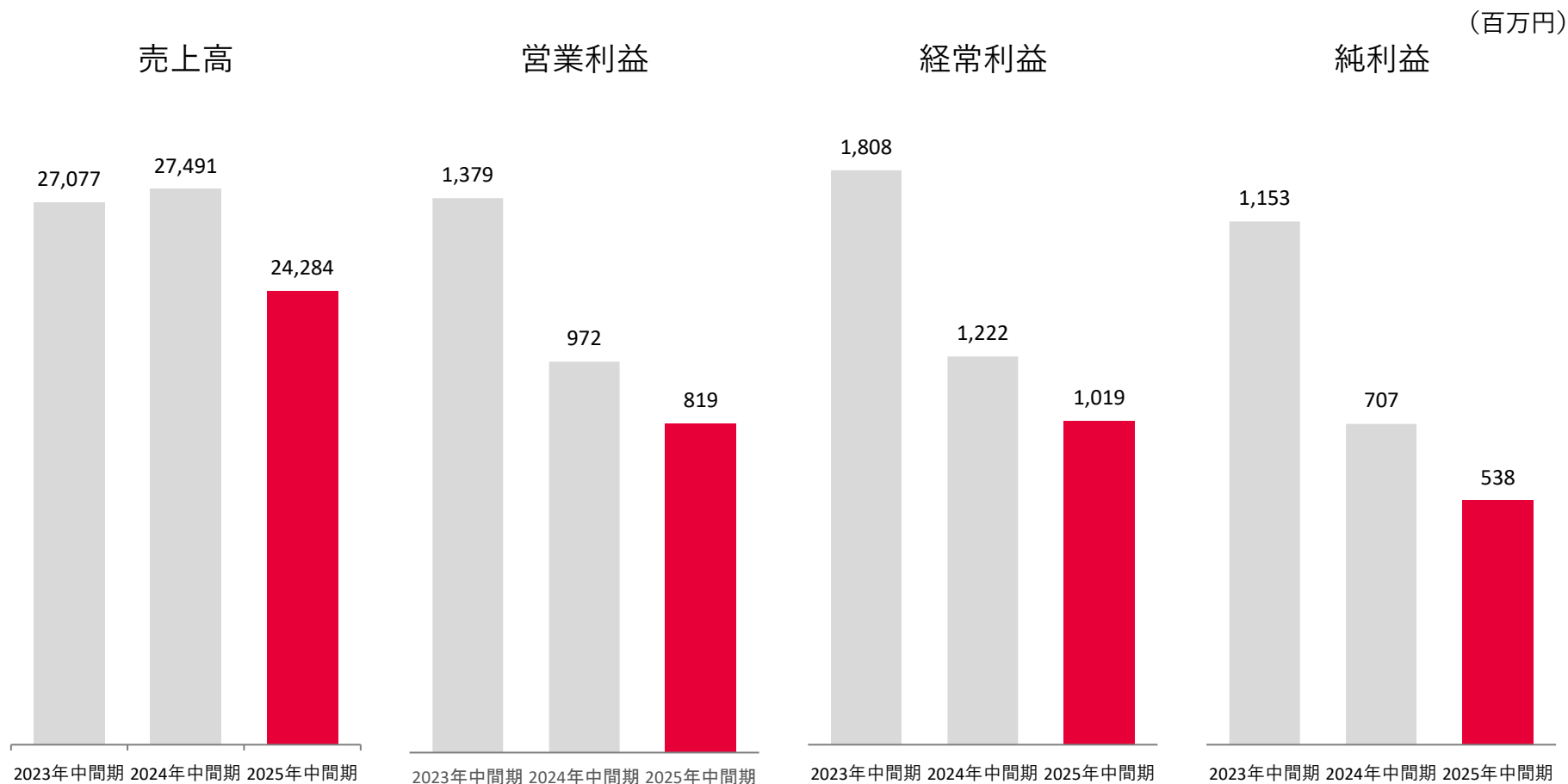
前期差異

(単位：百万円)

	2025年 中間期	期初計画	計画 差異	計画比 (%)	8/1公表 修正予想	予想 差異	予想比 (%)	2024年 中間期	前期 差異	前期比 (%)
売上高	24,284	27,200	-2,916	89.3%	24,200	84	100.3%	27,491	-3,207	88.3%
売上総利益	15,187	16,100	-913	94.3%	15,150	37	100.2%	16,151	-964	94.0%
売上総利益率 (%)	62.5%	59.2%	3.3%	-	62.6%	-0.1%	-	58.8%	3.8%	-
販管費	14,367	15,100	-733	95.2%	14,350	17	100.1%	15,179	-812	94.7%
営業利益	819	1,000	-181	81.9%	800	19	102.4%	972	-153	84.3%
営業利益率 (%)	3.4%	3.7%	-0.3%	-	3.3%	0.1%	-	3.5%	-0.2%	-
経常利益	1,019	1,250	-231	81.6%	1,000	19	102.0%	1,222	-203	83.4%
親会社株主に帰属する 中間純利益	538	750	-212	71.7%	530	8	101.5%	707	-169	76.0%

業績推移

2024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ますが、売上高、各段階利益ともに前年同期を下回る推移となっています。引き続き、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



貸借対照表の概況

現金及び預金、受取手形及び売掛金、投資有価証券がそれぞれ減少したことで、資産が減少しています。負債については、支払手形及び買掛金、借入金が減少したことで前期末から減少しています。また、配当金の支払いなどで利益剰余金が減少したことで純資産が減少しました

(単位：百万円)		2023年末		2024年末				2025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	前期末比
流動資産	流動資産	27,932	49.1%	29,826	48.6%	+1,893	106.8%	28,859	47.7%	-966	96.8%
	現金・預金	7,323	12.9%	8,144	13.3%	+820	111.2%	7,683	12.7%	-460	94.3%
	受取手形・売掛金	6,150	10.8%	5,961	9.7%	-188	96.9%	4,277	7.1%	-1,684	71.8%
	商品・製品	11,710	20.6%	13,250	21.6%	+1,539	113.1%	14,329	23.7%	+1,079	108.1%
	固定資産	28,925	50.9%	31,558	51.4%	+2,632	109.1%	31,634	52.3%	+76	100.2%
	マーケティング関連資産	11,736	20.6%	11,835	19.3%	+98	100.8%	11,931	19.7%	+96	100.8%
	のれん	3,400	6.0%	3,338	5.4%	-61	98.2%	3,737	6.2%	+398	111.9%
	投資有価証券	3,976	7.0%	6,186	10.1%	+2,209	155.6%	5,770	9.5%	-415	93.3%
資産合計		56,858	100.0%	61,410	100.0%	+4,551	108.0%	60,516	100.0%	-893	98.5%
流動負債	流動負債	11,165	19.6%	8,521	13.9%	-2,644	76.3%	8,311	13.7%	-210	97.5%
	支払手形・買掛金	2,360	4.2%	2,395	3.9%	+35	101.5%	2,257	3.7%	-138	94.2%
	短期借入金	3,030	5.3%	445	0.7%	-2,584	14.7%	509	0.8%	+63	114.4%
	1年以内返済予定長期借入金	1,636	2.9%	1,743	2.8%	+107	106.6%	1,857	3.1%	+114	106.6%
	固定負債	11,268	19.8%	15,111	24.6%	+3,843	134.1%	14,800	24.5%	-311	97.9%
	社債	0	0.0%	1,500	2.4%	+1,500	-	1,500	2.5%	+0	100.0%
	長期借入金	6,243	11.0%	7,559	12.3%	+1,316	121.1%	7,253	12.0%	-305	96.0%
負債合計		22,434	39.5%	23,633	38.5%	+1,199	105.3%	23,111	38.2%	-521	97.8%
純資産	純資産	34,423	60.5%	37,776	61.5%	+3,352	109.7%	37,405	61.8%	-371	99.0%
	利益剰余金	21,332	37.5%	22,638	36.9%	+1,305	106.1%	22,400	37.0%	-237	98.9%
	為替換算調整勘定	3,970	7.0%	4,207	6.9%	+237	106.0%	4,396	7.3%	+189	104.5%
	自己株式 (△)	-647	-1.1%	-614	-1.0%	+33	-	-593	-1.0%	+21	-
負債・純資産合計		56,858	100.0%	61,410	100.0%	+4,551	108.0%	60,516	100.0%	-893	98.5%

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

日本はアパレルブランドの不振や卸売販売が減少した結果、前年同期を下回る結果となりました。韓国は内需の低迷が続
き、百貨店への集客が減少したことで売上高、営業利益ともに大きく減少しました。欧州はイタリアの直営店が順調に推移し
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、営業損失となっています。その他海外については、米国で「イル
ビゾンテ」の小売、卸売事業とも堅調に推移しました。その他事業については、生産及びOEM事業で売上が減少したものの、
物流事業においてグループ外への売上が増加した結果、営業利益が増加しました

(単位：百万円)

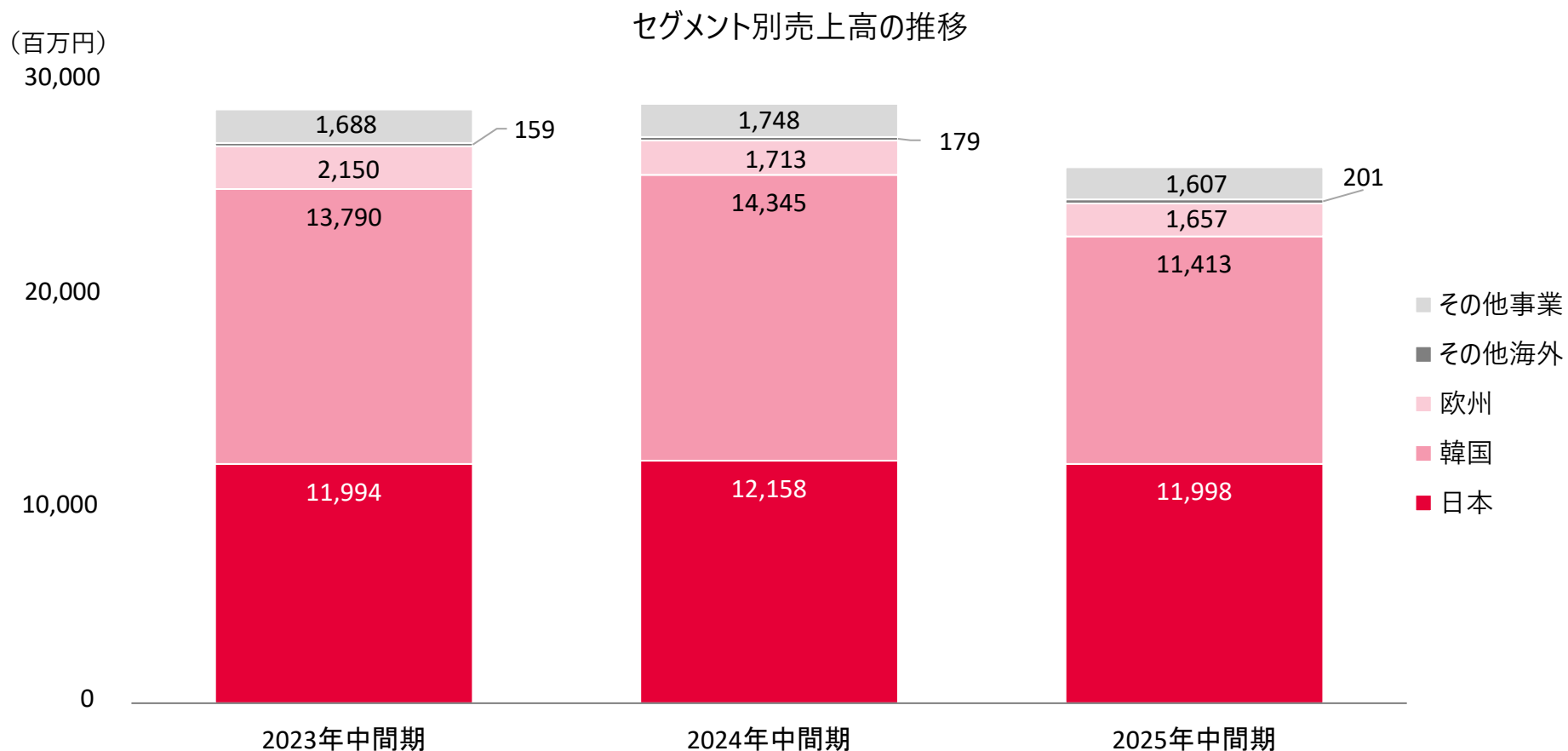
		売上高			営業利益		
		2025年中間期	2024年中間期	前年同期比	2025年中間期	2024年中間期	前年同期比
アパレル 関連事業	日本	11,998	12,158	98.7%	855	877	97.5%
	韓国	11,413	14,345	79.6%	415	565	73.5%
	欧州	1,657	1,713	96.7%	△ 154	△ 143	-
	その他海外	201	179	112.5%	△ 38	△ 61	-
	計	25,270	28,396	89.0%	1,077	1,238	87.0%
その他事業		1,607	1,748	91.9%	32	8	395.1%

※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」は、生産及びOEM事業、物流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（いずれも中間期）は、2023年は42.7%、2024年は42.8%、2025年は47.5%で推移しております



※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」は、生産及びOEM事業、物流事業、飲食事業（2023年）の合計となります。

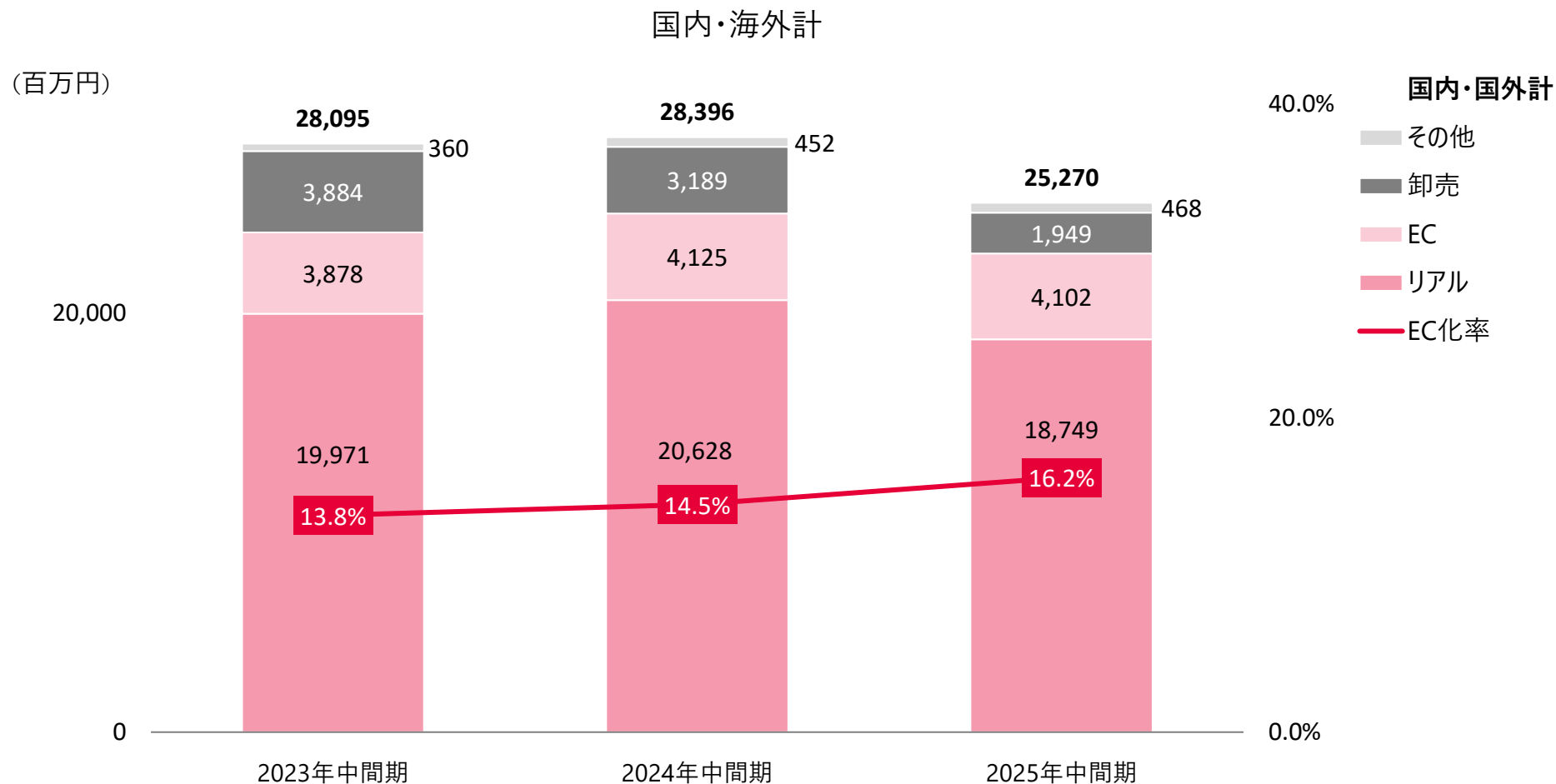
3. チャンネル別概況



Repetto

チャネル別 業績の概況（グループ合計）

2025年中間期のルックグループの国内・海外計でのEC化率は16.2%となりました

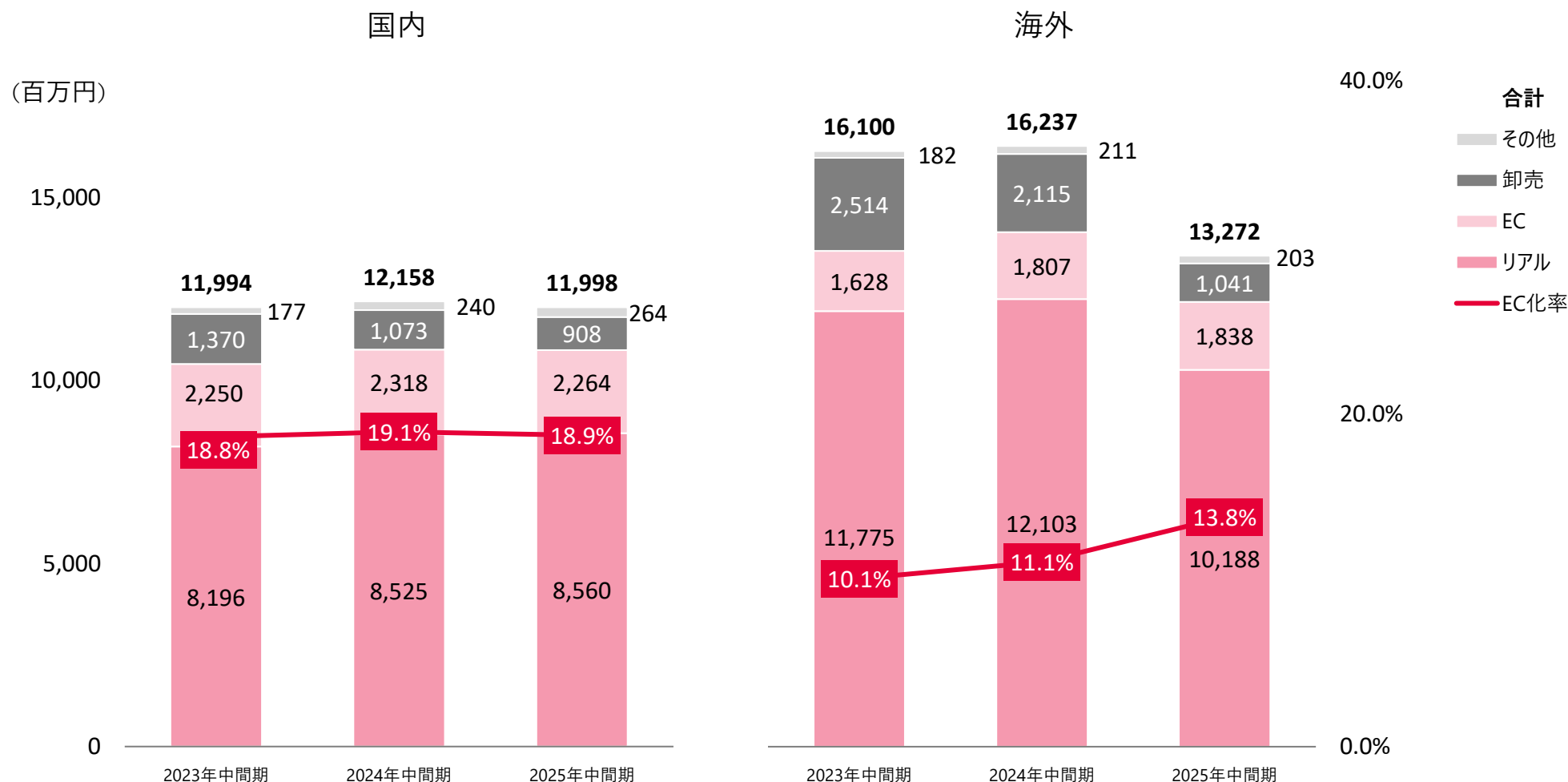


※セグメント間の取引消去前のアパレル関連事業の数値となります。

3. チャネル別概況

チャネル別 業績の概況（国内・海外）

国内においては、主力ブランドの新規出店を推し進めており、リアル店舗の売上高が増加しております。2025年中間期の国内EC化率は18.9%、海外EC化率は13.8%となりました



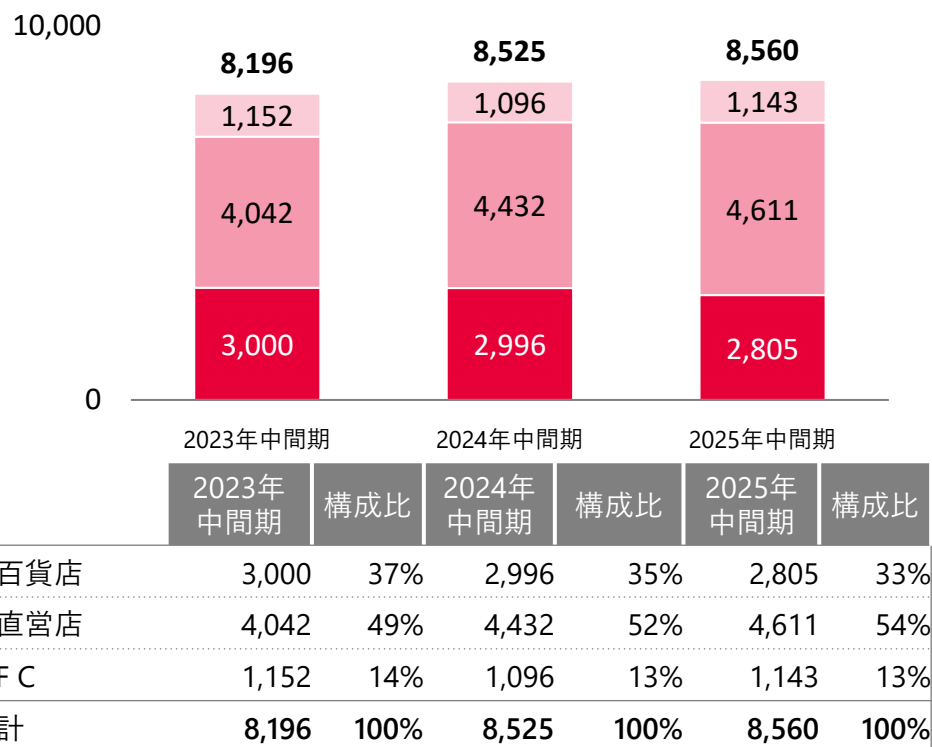
3. チャネル別概況

チャネル別 業績の概況（販路別詳細）

国内では、主力ブランドの新規出店の影響もあり、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、海外において、販促施策を強化したことにより前期を上回りました

国内リアル店舗（販路別）

（百万円） ■ 百貨店 ■ 直営店 ■ FC 国内計



EC（販路別）

（単位：百万円）

		国内		海外		合計	
			前期比(%)		前期比(%)		前期比(%)
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%
2025年 中間期	自社EC	1,363	98.1%	1,738	104.2%	3,102	101.4%
	他社EC	901	97.1%	99	71.7%	1,000	93.8%
	計	2,264	97.7%	1,838	101.7%	4,102	99.4%

4. 2025年度上期 (1~6月) の トピックス



STRATHBERRY

4. 2025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結果、前期末から変動はありませんでした。2025年下期も主力事業のIL BISONTEやMarimekko、A.P.C.などで新規出店を進めてまいります

	2024年 12月末	増加	減少	2025年 6月末	増加	減少	2025年 12月末 (予定)
百貨店	122	2	-5	119	5	-3	121
直営店	87	7	-4	90	3	-2	91
FC店	29	1	-1	29	0	0	29
国内店舗数 計	238	10	-10	238	8	-5	241

■セグメント別店舗数

国内： 238店舗
韓国： 289店舗
欧州： 4店舗
北米： 1店舗
計： 532店舗

■国内ブランド別店舗数

IL BISONTE： 54店舗
Marimekko： 41店舗
A.P.C： 35店舗
その他ブランド： 108店舗
計： 238店舗

■2025年新規オープンの店舗

IL BISONTE 大阪EXPOCITY店
(3月オープン)



Marimekko 日比谷店
(3月オープン)



A.P.C. 御殿場プレミアムアウトレット 店
(6月オープン)



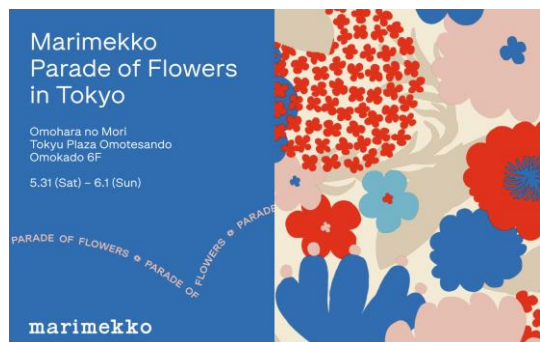
4. 2025年度上期 (1～6月) のトピックス ブランド別 トピックス (1/2)

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。今シーズンは、真摯なモノづくりにこだわる両ブランドの持ち味を生かした、Tシャツ、キャップ、ハットの3型を展開しました。Tシャツは、ハリ・コシある素材感にUVカット機能と吸汗速乾性も兼ね備え、快適な着心地を実現。耐水性和防風性、優れた透湿性で人気の「GORE-TEX」を使用したキャップとハットは、軽くやわらかな質感に。アウトドアシーンや日常のお出かけに、クラス感を漂わせつつ機能面も優秀な逸品を提案しました。

Marimekko



- 「Marimekko（マリメッコ）」では、Spring/Summer2025コレクションのプリントが会場を鮮やかに彩るイベント「Parade of flowers in Tokyo」を東急プラザ表参道「オモカド」にて開催しました。昨年10月のコペンハーゲンファッションウィークで披露されたランウェイショーの世界観をイメージし、マリメッコを代表する花々のプリントがフラッグやパラソルとして会場全体を演出しました。イベントでは、ご来場のマリメッコ日本公式アプリ会員様にラッピングフラワーをプレゼントしました。

A.P.C.



- 総合スポーツメーカー「asics（アシックス）」とコラボレーションし、オンコートとオフコートそれぞれのシーンに合わせたテニス・コレクション18型を販売しました。品質とクラフトマンシップを追求する両ブランドは、A.P.C.のシグネチャーであるモノクロームの美学を忠実に表現した鮮やかなブルーとホワイトのカラーパレットで、ユニセックスなデザインコレクションをつくり上げました。アシックス原宿店において発売を記念したローンチパーティーを開催し、また、伊勢丹新宿店メンズ館にてポップアップイベントを実施するなどし、ブランド価値向上に取り組みました。

4. 2025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)

SMYTHSON



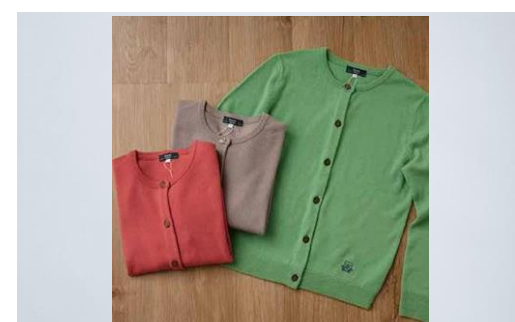
- 英国の老舗ステーションリー・レザーグッズブランド「スマイソン」の販売を開始し、公式オンラインストア、伊勢丹新宿店メンズ館、GINZA SIX（期間限定店舗）に店舗をオープンしました。熟練の職人が伝統的な手法を用いて施すゴールドスタンピングサービスを実施する等、ブランドならではのパーソナルなサービスを展開しております。
- パリを拠点に活動するアーティスト、Thomas Lélúとのコラボレーション・コレクションを展開し、代表的なフレーズが刻まれたノートやラゲージタグ等を販売しました。

Repetto



- 新時代のファッションシーンを牽引するフランスのブランド「Marine Serre（マリーン・セル）」とのコラボレーションを実施しました。「マリーン・セル」を象徴する三日月モチーフをプリントやエンボスなど多彩な技法で表現し、レペットの代名詞であるバレリーナスタイル2型に落とし込んだ特別なコレクションが誕生しました。コラボレーションに際し、ドーバーストリートマーケットギンザにて期間限定のポップアップストアを開催し、ブランドの新たな世界観を発信しました。

KEITH



- 「KEITH」では、ブランド生誕40周年の記念企画として、本年6月にカーディガンのイニシャルカスタムオーダーを店舗において実施しました。お買い上げいただいたカーディガンにお好きな2文字の刺繍を施し、お渡しは10月上旬以降を予定しております。ブランドの節目をお客様とともに祝う特別なサービスを展開しました。

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

通期業績は、国内では引続き主力ブランドの新規出店を下期も推し進めてまいります、海外事業におきましては、韓国での百貨店市場の回復の遅れが見込まれることなどにより、売上高520億円（前期比95.0%）、営業利益22億円（前期比86.9%）を見込んでおります。なお、8/1公表の当社連結子会社である株式会社アイディールック（韓国）とSMCP Holding SAS（フランス）との間で締結しております独占販売契約終了の影響につきましては、織り込み済みであります。

また、2025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45.7%）

通期計画

上期実績 (1～6月)、下期修正 (7～12月)

（単位：百万円）

	8/1公表 修正予想	2/14公表 業績予想	前回 公表比 (%)	2024年 実績	前期 差異	前期比 (%)
売上高	52,000	55,000	94.5%	54,739	-2,739	95.0%
売上総利益	31,900	33,100	96.4%	32,818	-918	97.2%
売上総利益率 (%)	61.3%	60.2%	-	60.0%		-
販管費	29,700	30,500	97.4%	30,287	-587	98.1%
営業利益	2,200	2,600	84.6%	2,530	-330	86.9%
営業利益率 (%)	4.2%	4.7%	-	4.6%	-0.4%	-
経常利益	2,400	2,900	82.8%	2,880	-480	83.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,700	2,000	85.0%	1,925	-225	88.3%

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 (%)
24,284	27,491	88.3%	27,716	27,247	101.7%
15,187	16,151	94.0%	16,713	16,666	100.3%
62.5%	58.8%	-	60.3%	61.2%	-
14,367	15,179	94.7%	15,333	15,107	101.5%
819	972	84.3%	1,380	1,558	88.5%
3.4%	3.5%	-	5.0%	5.7%	-
1,019	1,222	83.4%	1,381	1,657	83.3%
538	707	76.0%	1,162	1,217	95.4%

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。

EST. 1887
SMYTHSON
OF BOND STREET

