

2025年12月期 通期

決算補足資料

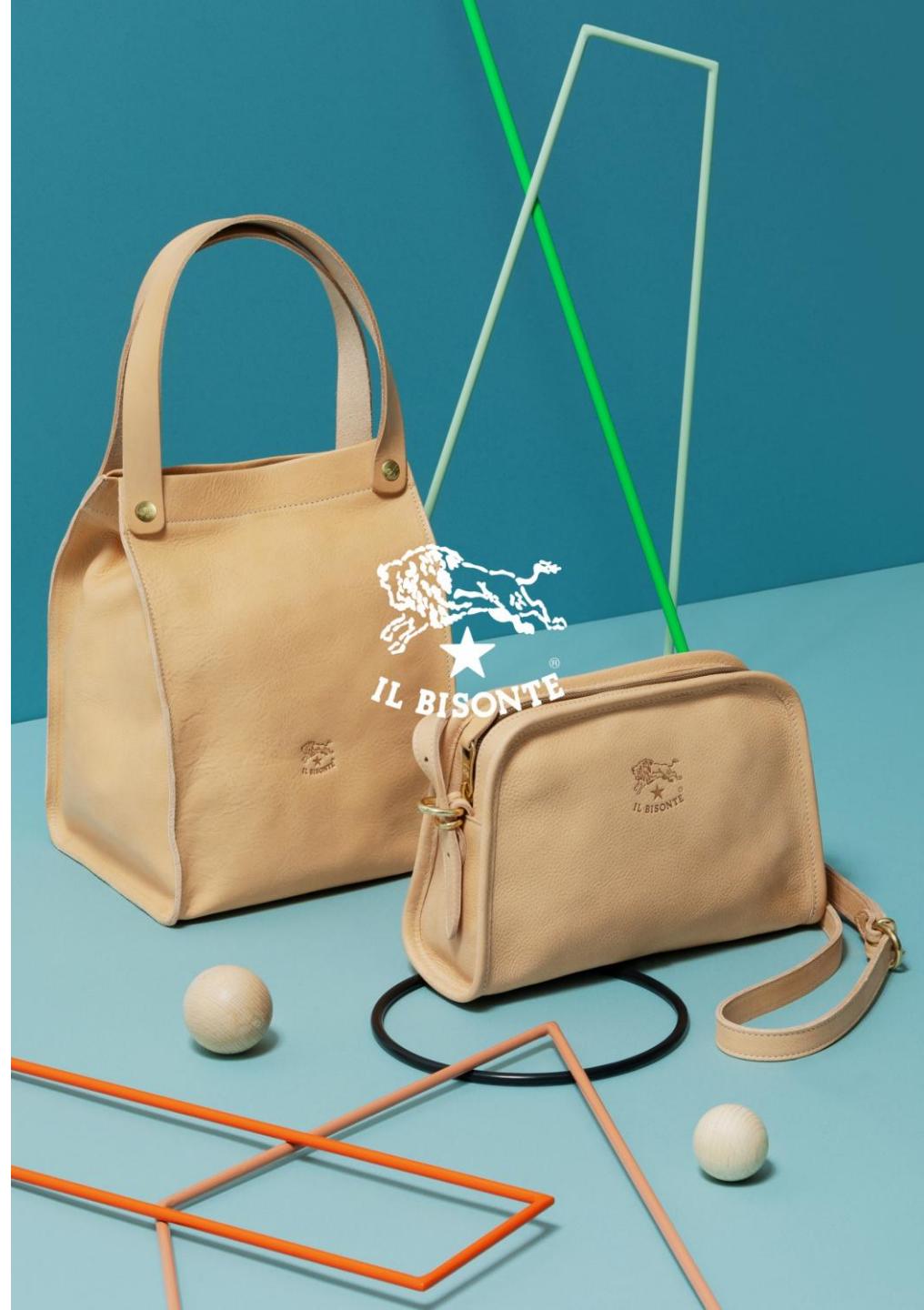
株式会社 ルックホールディングス

2026年2月13日



目次

1. 2025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. 2025年度のトピックス
5. 2026年度に向けた新規事業
6. 2026年12月期 通期 連結業績計画



1. 2025年12月期 通期 連結業績の概況

EST. 1887

SMYTHSON
OF BOND STREET



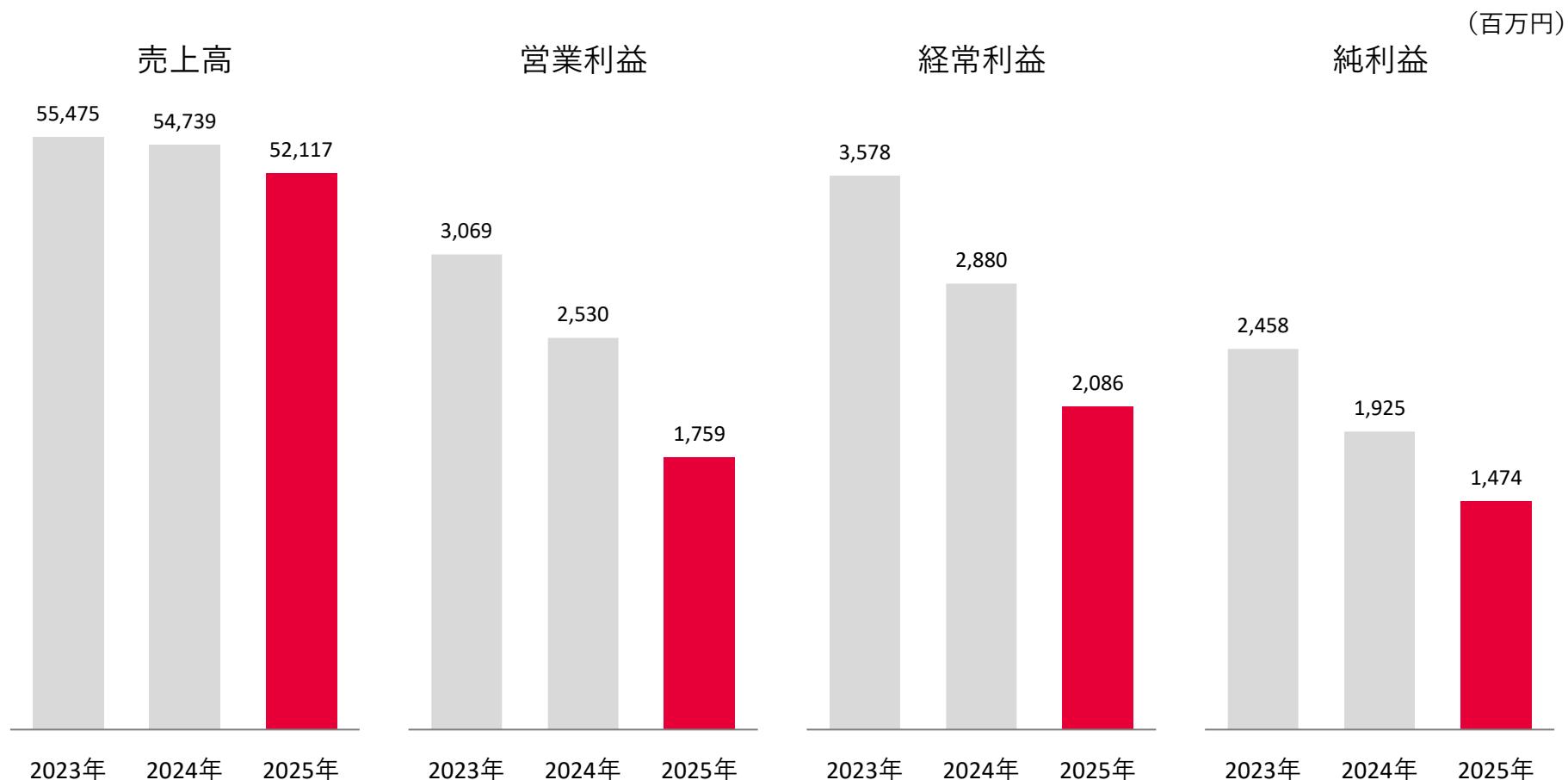
1. 2025年12月期 通期 連結業績の概況 損益計算書の概況

通期連結業績の売上高については、国内事業が堅調に推移した一方、海外における韓国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。利益については、セール販売の増加による利益率の低下などにより、修正予想も含め下回る結果となりました

(単位：百万円)	当期実績		計画差異				前期差異			
	2025年 12月期	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 12月期	前期 差異	前期比 (%)
売上高	52,117	55,000	△ 2,883	94.8%	52,000	117	100.2%	54,739	△ 2,622	95.2%
売上総利益	31,456	33,100	△ 1,644	95.0%	31,900	△ 444	98.6%	32,818	△ 1,362	95.9%
売上総利益率 (%)	60.4%	60.2%	0.2%	-	61.3%	△ 0.9%	-	60.0%	0.4%	-
販管費	29,697	30,500	△ 803	97.4%	29,700	△ 3	100.0%	30,287	△ 590	98.1%
営業利益	1,759	2,600	△ 841	67.7%	2,200	△ 441	80.0%	2,530	△ 771	69.5%
営業利益率 (%)	3.4%	4.7%	△ 1.3%	-	4.2%	△ 0.8%	-	4.6%	△ 1.2%	-
経常利益	2,086	2,900	△ 814	71.9%	2,400	△ 314	86.9%	2,880	△ 794	72.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,474	2,000	△ 526	73.7%	1,700	△ 226	86.7%	1,925	△ 451	76.6%

1. 2025年12月期 通期 連結業績の概況 業績推移

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、2025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。2026年度は、引き続き国内事業において主力インポートブランドの新規出店を実行することで、収益性の向上につなげてまいります



1. 2025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、棚卸資産、マーケティング関連資産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、支払手形、借入金の減少により前期末より減少しています。また、円安の進行により為替換算調整勘定が増加したことで純資産が増加しました

(単位：百万円)	2023年末		2024年末				2025年末			
	実績	構成比	実績	構成比	前期差異	前期比	実績	構成比	前期末差異	前期比
流動資産	27,932	49.1%	29,826	48.6%	+1,894	106.8%	30,740	48.0%	+914	103.1%
現金・預金	7,323	12.9%	8,144	13.3%	+821	111.2%	8,690	13.6%	+546	106.7%
受取手形・売掛金	6,150	10.8%	5,961	9.7%	-189	96.9%	5,697	8.9%	-264	95.6%
棚卸資産	11,710	20.6%	13,250	21.6%	+1,540	113.1%	14,023	21.9%	+773	105.8%
固定資産	28,925	50.9%	31,558	51.4%	+2,633	109.1%	33,282	52.0%	+1,724	105.5%
マーケティング関連資産	11,736	20.6%	11,835	19.3%	+99	100.8%	12,687	19.8%	+852	107.2%
のれん	3,400	6.0%	3,338	5.4%	-62	98.2%	3,860	6.0%	+522	115.6%
投資有価証券	3,976	7.0%	6,186	10.1%	+2,210	155.6%	6,119	9.6%	-67	98.9%
資産合計	56,858	100.0%	61,410	100.0%	+4,552	108.0%	64,042	100.0%	+2,632	104.3%
流動負債	11,165	19.6%	8,521	13.9%	-2,644	76.3%	8,185	12.8%	-336	96.1%
支払手形・買掛金	2,360	4.2%	2,395	3.9%	+35	101.5%	2,090	3.3%	-305	87.2%
短期借入金	3,030	5.3%	445	0.7%	-2,585	14.7%	644	1.0%	+199	144.9%
1年以内返済予定長期借入金	1,636	2.9%	1,743	2.8%	+107	106.6%	1,460	2.3%	-283	83.8%
固定負債	11,268	19.8%	15,111	24.6%	+3,843	134.1%	15,400	24.0%	+289	101.9%
社債	0	0.0%	1,500	2.4%	+1,500	-	1,500	2.3%	0	100.0%
長期借入金	6,243	11.0%	7,559	12.3%	+1,316	121.1%	7,206	11.3%	-353	95.3%
負債合計	22,434	39.5%	23,633	38.5%	+1,199	105.3%	23,586	36.8%	-47	99.8%
純資産	34,423	60.5%	37,776	61.5%	+3,353	109.7%	40,456	63.2%	+2,680	107.1%
利益剰余金	21,332	37.5%	22,638	36.9%	+1,306	106.1%	23,336	36.4%	+698	103.1%
為替換算調整勘定	3,970	7.0%	4,207	6.9%	+237	106.0%	5,859	9.1%	+1,652	139.2%
自己株式 (△)	-647	-1.1%	-614	-1.0%	+33	-	-573	-0.9%	+41	-
負債・純資産合計	56,858	100.0%	61,410	100.0%	+4,552	108.0%	64,042	100.0%	+2,632	104.3%

ROE (純資産利益率)	7.6%	5.3%	-2.3%	3.8%	-1.6%
PER (株価収益率)	6.94	8.91	+ 1.98	12.71	+ 3.80
PBR (株価純資産倍率)	0.50	0.46	- 0.04	0.46	+ 0.00

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、主力インポートブランドが堅調に推移したものの、アパレルブランドの不振や、専門店からの受注減などにより営業利益は昨年を下回る結果となりました。海外において、韓国は、秋物販売の苦戦や為替レート変動によるマイナスの影響が業績を押し下げたことにより、売上高、営業利益ともに減少しました。欧州は、主力の卸売事業や、小売事業が堅調に推移した結果、売上高が増加し、営業損失が減少しました。その他海外につきましても、米国で「イル ビゾンテ」の卸売事業、小売事業、ともに堅調に推移した結果、売上高が増加し、営業損失が減少しました。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)

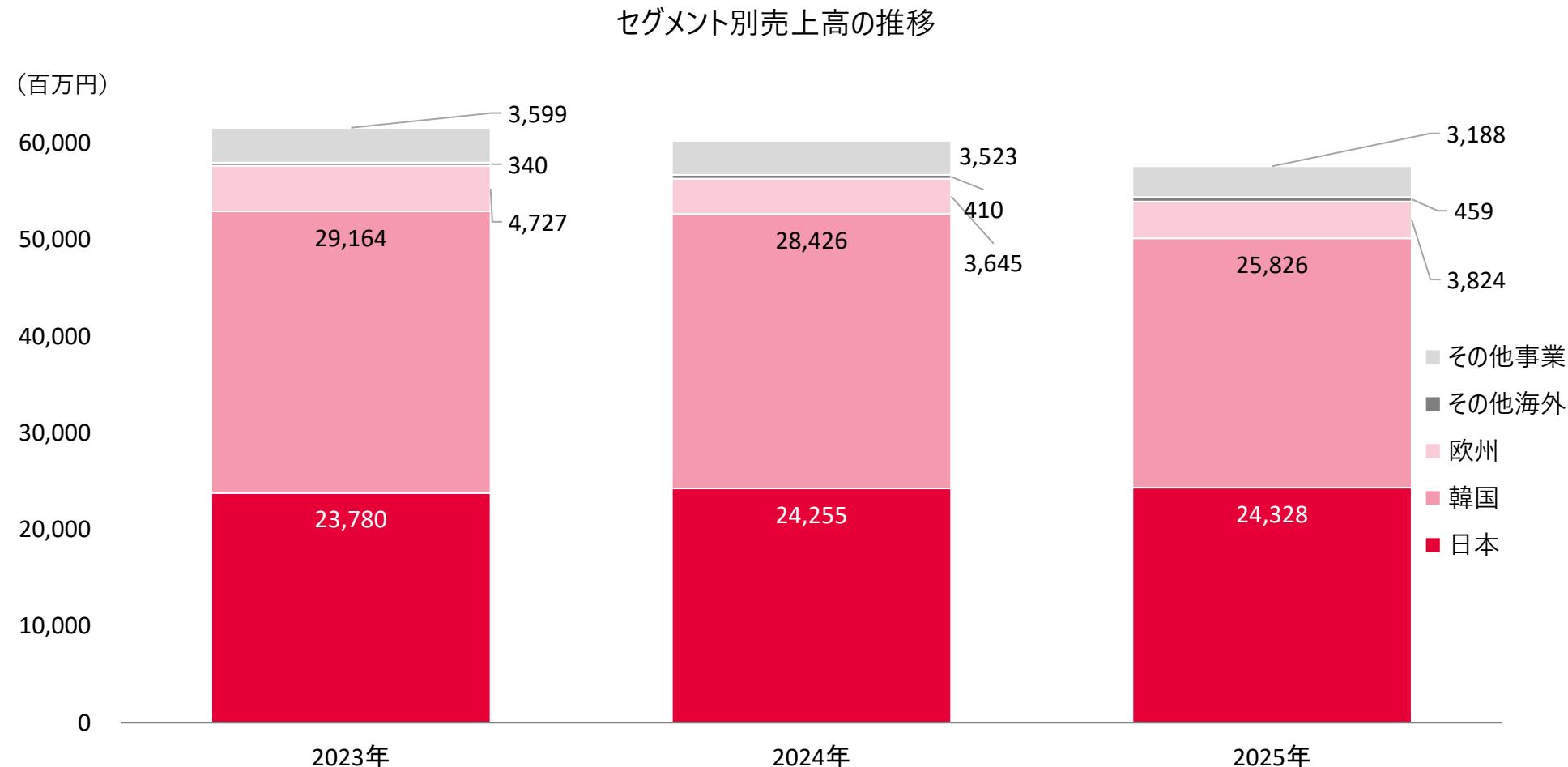
	売上高			営業利益		
	2025年12月期	2024年12月期	前期比(%)	2025年12月期	2024年12月期	前期比(%)
アパレル関連事業	日本	24,328	24,255	100.3%	1,738	1,805
	韓国	25,826	28,426	90.9%	902	1,635
	欧州	3,824	3,645	104.9%	△ 183	△ 236
	その他海外	459	410	112.0%	△ 26	△ 57
	計	54,438	56,738	95.9%	2,431	3,147
その他事業	3,188	3,523	90.5%	65	56	115.9%

※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は、2023年は41.0%、2024年は42.7%、2025年は44.7%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。

※「その他事業合計」は、生産及びOEM事業、物流事業の合計となります。

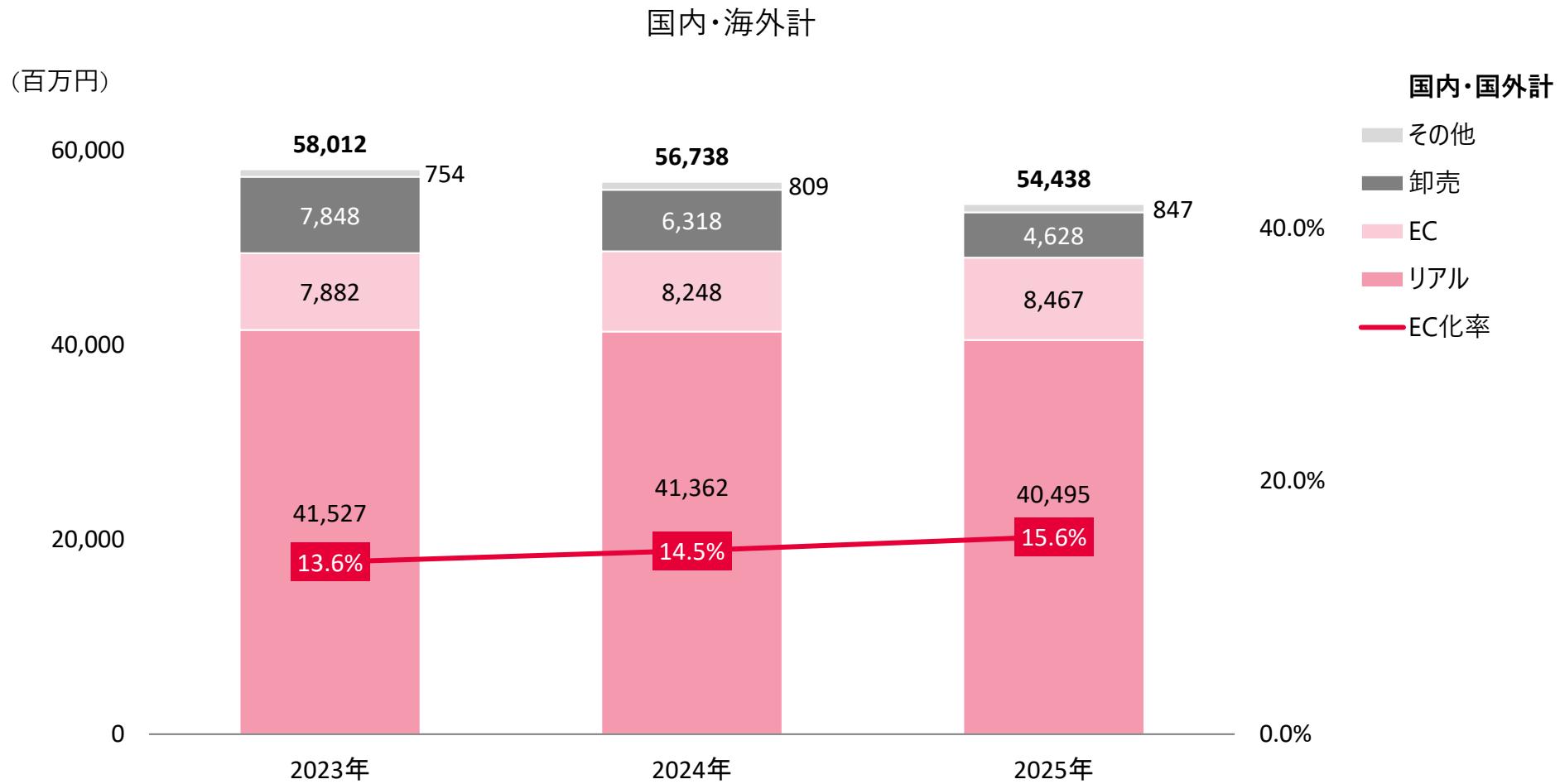
3. チャネル別概況



3. チャネル別概況

チャネル別 業績の概況 (グループ合計)

国内・海外合計のECの売上高が増加しました。2025年通期のルックグループの国内・海外計でのEC化率は1.1ポイント上昇し15.6%となりました

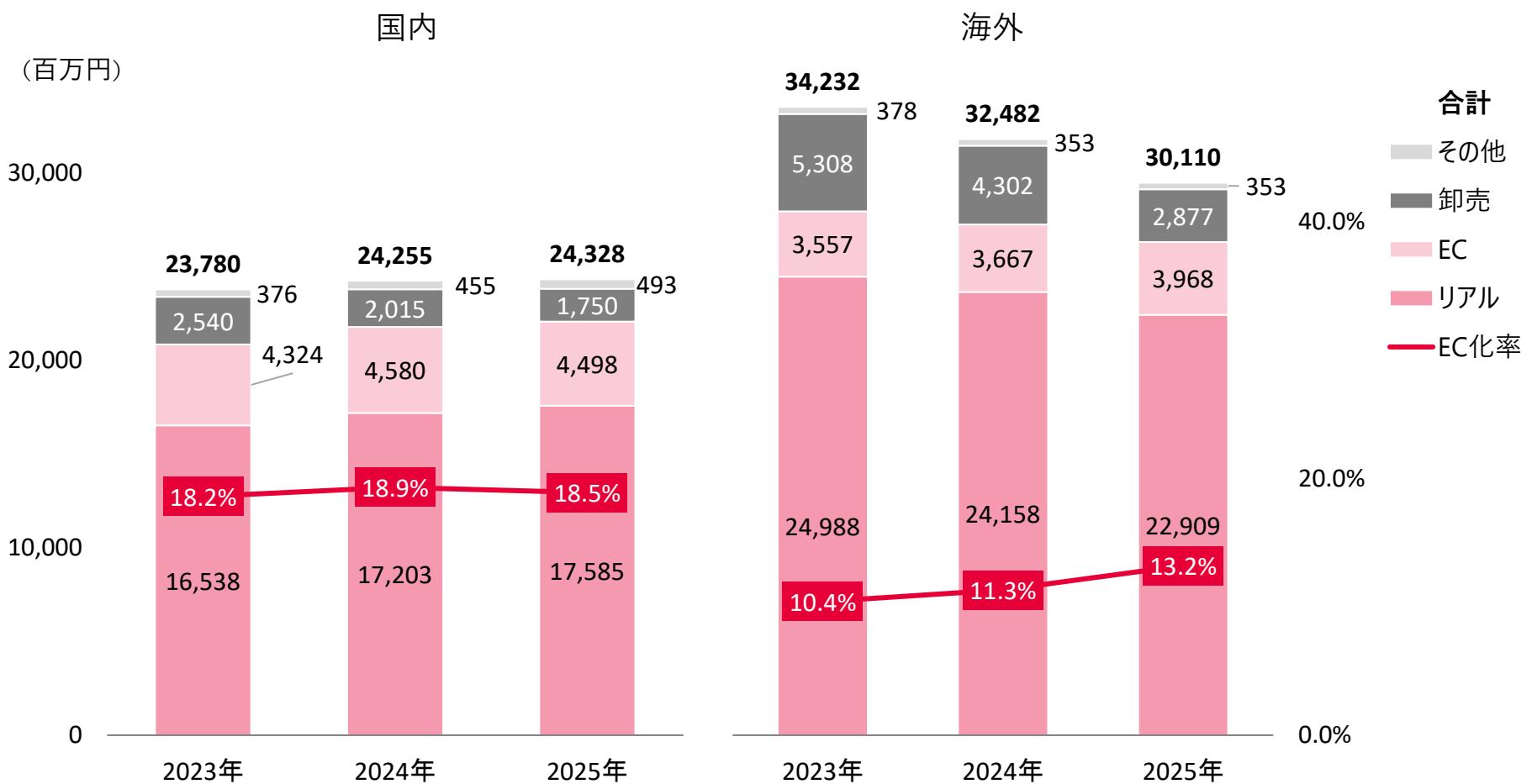


※セグメント間の取引消去前のアパレル関連事業の数値となります。

3. チャネル別概況

チャネル別 業績の概況 (国内・海外)

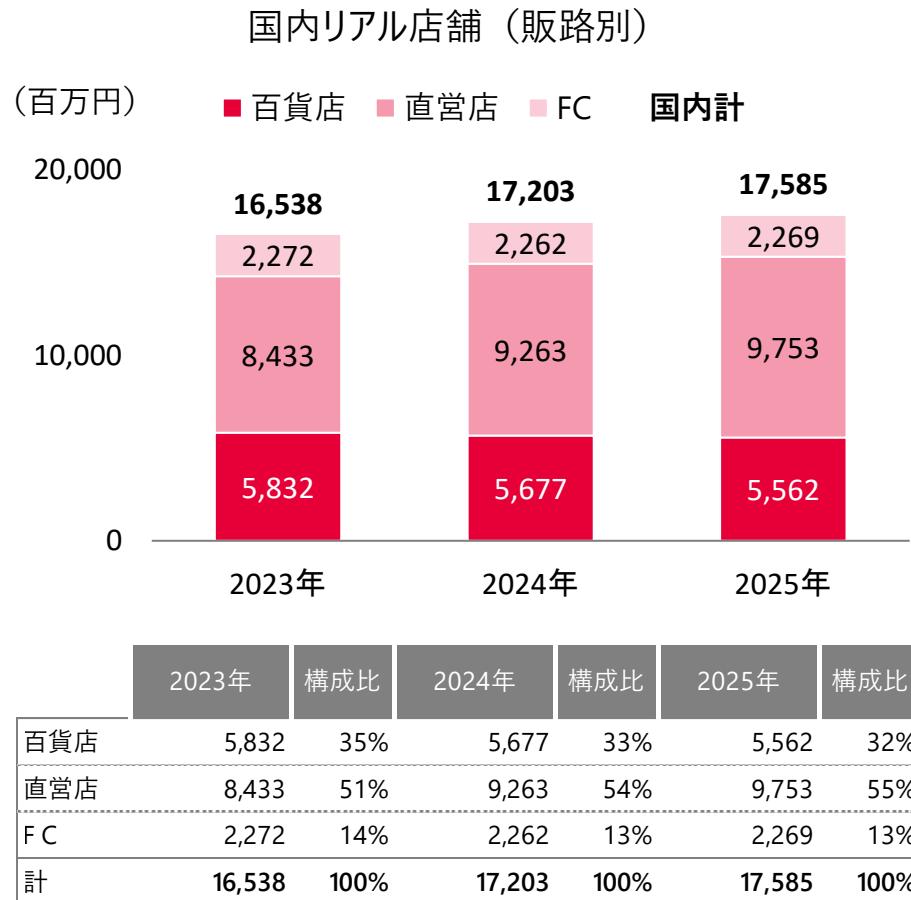
国内は新規出店によりリアル店舗の売上高が増加した一方、海外はECの売上高が増加しました。2025年通期の国内EC化率は18.5%、海外EC化率は13.2%となりました



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進めた結果、リアル店舗売上高に占める直営店の比率は55%となりました。EC事業は、海外において、オンラインモールでのセール販売が拡大したことなどにより前期を上回りました



EC (販路別)

(単位：百万円)

年	販路	国内		海外		合計	前期比(%)
		売上	前期比(%)	売上	前期比(%)		
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%
2025年	自社EC	2,630	96.8%	3,745	108.2%	6,375	103.2%
	他社EC	1,868	100.3%	223	108.4%	2,091	101.1%
	計	4,498	98.2%	3,968	108.2%	8,467	102.7%

3. チャネル別概況

チャネル別 業績の概況（主力市場）

国内では、アパレルブランドが天候不順の影響などにより苦戦しましたが、主力インポートブランドが堅調に推移したことで、前期を上回りました。韓国においては、新政権による支援策により、民間消費における持ち直しの動きが下期に見られましたが、為替レート変動の影響などもあり、通期では前期を下回って終了しました

ブランド事業別販売実績

(昨年対比)

		上期累計	下期累計	通期累計
日本	アパレルブランド (*1)	92%	98%	95%
	インポートブランド (*2)	102%	105%	104%
	Il Bisonte	110%	109%	109%
	日本計	100%	103%	102%
韓国	アパレルブランド (*3)	79%	148%	112%
	インポートブランド	88%	101%	95%
	韓国計	85%	107%	96%

*1 日本のアパレルブランドは、KEITH、SCAPAなどの合計値です。

*2 日本のインポートブランドは、marimekko、A.P.C.、repetto、SMYTHSONなどの合計値です。

*3 韓国のアパレルブランドは、KEITH、GIVY、L'ECCOVEなどの合計値です。

店舗・EC別販売実績

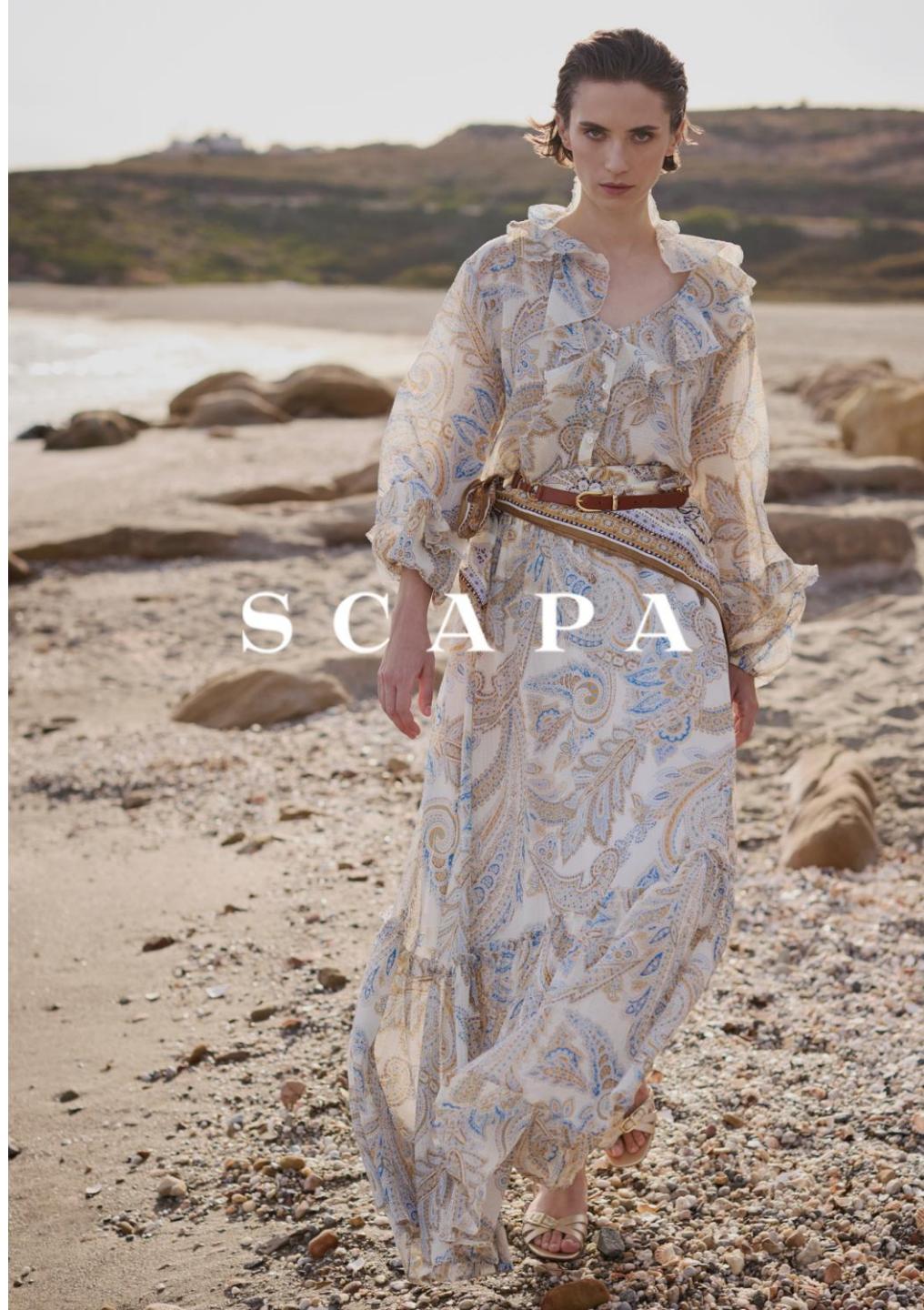
(昨年対比)

		上期累計	下期累計	通期累計
日本	店舗	101%	104%	102%
	E C	98%	99%	99%
	日本計	100%	103%	102%
	店舗	98%	99%	99%
韓国	E C	99%	100%	100%
	日本既存店	98%	99%	99%
	韓国	店舗	83%	105%
韓国	E C	100%	114%	107%
	韓国計	85%	107%	96%
	店舗	81%	91%	86%
合計	E C	99%	101%	100%
	韓国既存店	84%	93%	88%
	店舗	90%	105%	98%
日本・韓国計	E C	99%	105%	102%
	日本・韓国計	92%	105%	98%
	店舗	89%	95%	92%
既存店計	E C	99%	101%	100%
	既存店計	90%	96%	93%

*上記のデータは、当社グループの月次で集計可能な国内・韓国における実店舗及びオンラインショップでの販売実績（小売価格）に基づいています。

*韓国における販売実績は、期中平均の為替レートを使用して円換算しています。

4. 2025年度のトピックス



4. 2025年度のトピックス 店舗数推移

国内店舗数は、主力インポートブランドの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3店舗の増加しました。2026年につきましても、引き続き積極的な新規出店および不採算店舗の閉鎖を進めてまいります

	2024年 12月末	増加	減少	2025年 12月末	増加	減少	2026年 12月末 (予定)
百貨店	122	7	-8	121	7	-5	123
直営店	87	10	-6	91	5	-6	90
FC店	29	1	-1	29	2	-4	27
国内店舗数 計	238	18	-15	241	14	-15	240

■セグメント別店舗数

国内： 241店舗
韓国： 289店舗
欧州： 4店舗
北米： 1店舗

計： 535店舗

※25/12月末 参考

■国内ブランド別店舗数

IL BISONTE : 55店舗
marimekko : 41店舗
A.P.C. : 37店舗
その他ブランド : 108店舗

計： 241店舗

■2025年新規オープンの店舗

IL BISONTE高輪ゲートウェイ店
(9月オープン)



A.P.C.熊本店
(10月オープン)



Marimekko大丸東京店
(10月オープン)



4. 2025年度のトピックス ブランド別 トピックス (1/2)

IL BISONTE



- IL BISONTEでは、米国カリフォルニア発アウトドアブランド「GREGORY（グレゴリー）」とのコラボレーションを2年ぶりに実施しました。新たに1型を追加し、全3型を展開するとともに、ファブリックにはIL BISONTE別注のブラウン生地が採用され、贅沢で唯一無二の仕上がりになりました。
- 日本初開催となるショッピングイベント「アルザンコーナー」を、全国3店舗で開催しました。イタリアより熟練職人が来日し、刻印サービス等のライブデモンストレーションを通じてブランドの世界観をお客さまにご体感いただきました。

Marimekko



- マリメッコは、東京・四谷にある老舗ジャズ喫茶・バー「イーグル」にて、「バー・ウニッコ」イベントを開催しました。2024年ミラノ・デザイン・ウィークで初披露された「バー」コンセプトのもと、店内にウニッコモチーフの装飾やホームウェアを展示し、音楽とデザインが響き合うひとときを演じました。
- 創業90周年を迎えるフィンランドのインテリアブランド「アルテック」とのコラボレーション商品を発表しました。マリメッコの象徴的なパターンと、アルテックのタイムレスな家具デザインが融合したスツール等のコレクションを展開しました。

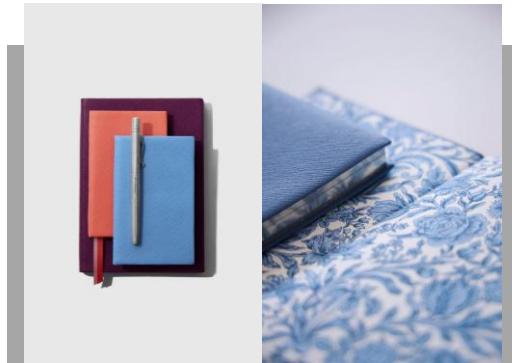
A.P.C.



- 「Marc Jacobs（マーク ジェイコブス）」とのコラボレーションコレクションを展開しました。1980年代の伝統とカレッジスタイルに着想を得た本コレクションでは、ダブルネームのカットソー、デニム、トートバッグ等をラインナップし、発売を記念したポップアップイベントを開催しました。
- 米国カリフォルニア発のアウトドアブランド「GREGORY」とのコラボレーション商品3型を発売しました。同ブランドのアウトドア由来の機能性に、A.P.C.のデニムのエッセンスを融合させ、「アーバンハイキング（都市型ハイキング）」という独自の美学を表現しました。

4. 2025年度のトピックス ブランド別 トピックス (2/2)

SMYTHSON



- 英国発のステーショナリー、レザーグッズブランドSMYTHSON（スマイソン）は、1875年創業のプレミアムライフスタイルブランド「Liberty」とのコラボレーション商品を、発表し、ポップアップイベントにて先行販売を実施しました。本コレクションは、ロンドンの老舗百貨店「Liberty」にスマイソンショップがオープンしたことを記念して企画されたもので、両ブランドが受け継いできた伝統を讃える洗練されたコレクションとなりました。

SCAPA



- ベルギー発ファッショングループSCAPAは、公式オンラインストアにおいて、青木 裕子さんを起用した2025年秋冬のコレクションの特集ページを公開しました。フリーアナウンサー、そしてモデルとして活躍の幅を広げる青木裕子さんが、モダンなタッチを加えた上質なブリティッシュスタイルをニュアンス豊かに着こなし、コレクションテーマ「THE CELEBRATION OF OUR ROOTS」に通ずる、タイムレスなスタイルを表現し、SCAPAならではの洗練された世界観を発信しました。

KEITH



- 伝統的なブリティッシュスタイルのマインドやテイストを受け継いできたKEITH（キース）は、2025年にブランド40周年を迎える記念コレクションのお披露目としてモデルの浜島直子さんを起用した特集ページを展開しました。40周年を機に、ブランド名およびアイデンティティのルーツを再確認し、KEITH（キース）らしい時代を超えて愛されるオーセンティックなスタイルを提案しました。



5. 2026年度に向けた新規事業

s o e u r



5. 2026年度に向けた新規事業 ブランド別 トピックス

STRATHBERRY



SOEUR (韓国事業)



A.P.C.GOLF (韓国事業)



- ・ タイムレスな美しさと機能性を兼ね備えたデザイン、そしてクラフトマンシップあふれるものづくりで知られるスコットランド発のレザーブランド「STRATHBERRY（ストラスベリー）」は、2025年9月に日本国内初となるポップアップイベントを銀座三越にて開催したほか、同年10月には阪急うめだ本店においても開催しました。2026年度においても、引き続き複数のポップアップイベントを計画しており、ブランド認知の拡大に努めてまいります。

- ・ 株式会社アイディールック（I.D.LOOK LTD）は、2026年春より、フレンチコンテンポラリーブランド「SOEUR（スール）」の独占輸入販売を開始いたします。「SOEUR（スール）」は、2008年に設立された、パリの感性と現代的なシルエットを融合させたレディースブランドで、フランス語で「姉妹」を意味する「soeur」に由来しています。現在は、パリ、ロンドン、アントワープなどに展開しており、ヨーロッパ各地で高い感度と品質において高い評価を得ています。

- ・ 株式会社アイディールック（I.D.LOOK LTD）は、A.P.C. GOLFにおいて、新規エリアへの販路拡大の一環として、2026年より、アジア・オセアニア（中国、東南アジア、豪州、NZ）での卸売りを開始することについて、APCフランス社と合意しました。これに伴い、2026年AWシーズンより、3か国において卸売販売を予定しております。

6. 2026年12月期 通期
連結業績計画



6. 2026年12月期 通期 連結業績計画

2026年12月期 通期 連結業績計画

2026年は、国内では引き続き主力インポートブランドの新規出店を推し進める計画ですが、海外では I.D.LOOKにおけるSMCP Holding SASとの独占販売契約終了の影響により、韓国事業の売上高が前年に対して80億円減少する見込みです。この状況を踏まえ、通期連結業績は、売上高460億円(前期比88.3%)、営業利益17億円(前期比96.6%)を計画しています。

なお、2026年12月期の期末配当(予想)は、1株当たり100円(配当性向48.7%)を予定しております

通期計画

(単位：百万円)

	2026年12月期 計画	2025年12月期 実績	前期 差異	前期比 (%)
売上高	46,000	52,117	-6,117	88.3%
売上総利益	28,300	31,456	-3,156	90.0%
売上総利益率 (%)	61.5%	60.4%	+1.1%	-
販管費	26,600	29,697	-3,097	89.6%
営業利益	1,700	1,759	-59	96.6%
営業利益率 (%)	3.7%	3.4%	+0.3%	-
経常利益	2,000	2,086	-86	95.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,600	1,474	+126	108.5%

上期 (1~6月)、下期 (7~12月) 別計画

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 (%)
22,500	24,284	92.7%	23,500	27,833	84.4%
14,000	15,187	92.2%	14,300	16,269	87.9%
62.2%	62.5%	-	60.9%	58.5%	-
13,400	14,367	93.3%	13,200	15,329	86.1%
600	819	73.2%	1,100	939	117.0%
2.7%	3.4%	-	4.7%	3.4%	-
700	1,019	68.6%	1,300	1,066	121.9%
500	538	92.9%	1,100	936	117.5%

中期経営計画

2028年12月期 計画
70,000
-
-
-
5,000
7.1%
-
-

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。

