



NEW ARRIVAL

Handkerchief · Towel · Others

COFFEE TIME WITH VAUGHAN

近年、様々なカフェが注目を集めています。日本のカフェ文化は進化を続け、コーヒーを消費する時代からコーヒーを楽しむ時代になってきました。そして、コーヒーの味を楽しむのみではなく、カフェデザインがインテリアやファッションなどライフスタイルの一部に取り入れられ、自分らしくお洒落を楽しむスタイルが確立されました。「COFFEE TIME WITH VAUGHAN」は、コーヒーブロッガー、ヴァン・オーン氏が深く称賛するコーヒーショップをご紹介しながら生活の一部にカフェデザインをご提案するライフスタイルブランドです。

Scarf · Stole · Muffler



NATURAL BASIC

大切にしたのは、“染めていない” そのままの心地よさ。ナチュラルベーシックは創設から約21年。こだわったのは、“無染色” “天然素材” ということ。サステイナブルにつながるナチュラルベーシックは、素材そのものの美しい色合いや風合いを大切に守りながら丁寧にもつくりしています。“染めないこと” で環境にも心にも優しい商品提案を続けていきます。

Fragrance



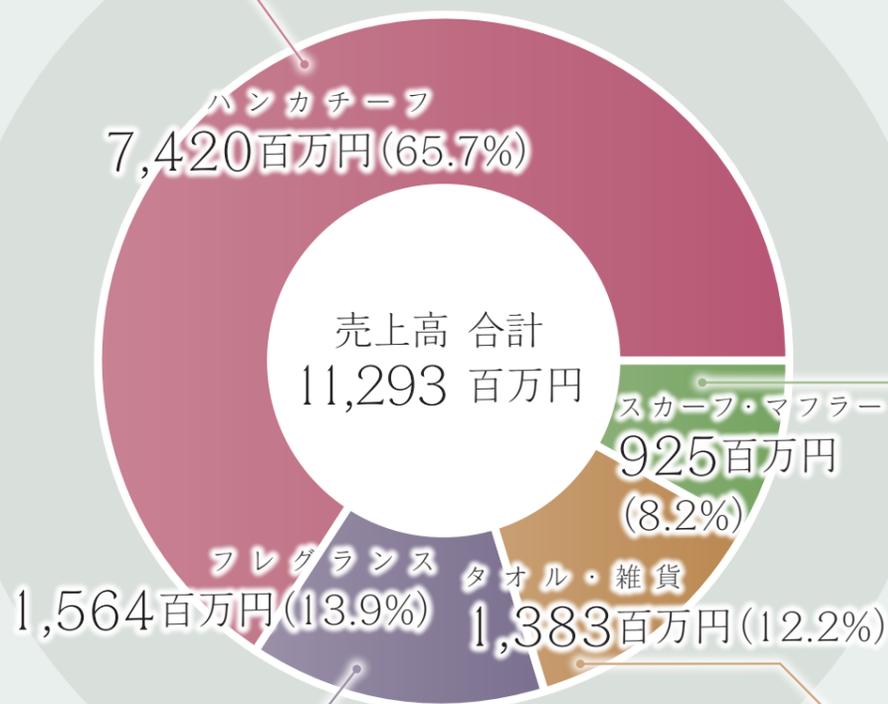
ANTIPODES

アンティポデイスは、サイエンスのアプローチで肌実感できるナチュラルビューティブランドです。クリーンなニュージーランドの自然の恵みあふれる植物由来の成分でスキンケアおよびメイクアップの製品を製造販売しています。最新の化学と自然由来のピュアな成分を用いて健やかな肌へと導くスキンケア製品を届けています。

Handkerchief

消費者の衛生意識向上によるマスク・ハンカチーフの需要増やエコバッグ需要がありましたが、年末に掛けて新型コロナウイルス感染症の再拡大の影響によるリアル店舗の売上鈍化により、前年比80.4%の結果となりました。

商品別 売上高



Fragrance

前年度好調でありましたメゾンブランドは引き続き比較的順調に推移いたしました。主カの商品ブランド商材に関しては非常に厳しい状況が継続したことから前年比80.5%の結果となりました。



Scarf / Muffler

新型コロナウイルス感染症再拡大の影響で在宅・リモートワークの推進等による外出頻度の減少からファッションアイテムの需要が減少した結果、前年比55.6%の結果となりました。

Others

巣ごもり需要拡大からTV通販・EC事業の販売が順調に推移いたしました。新型コロナウイルス感染症再拡大の影響により直営店における売上が減少した結果、前年比68.4%の結果となりました。