

BAROQUE JAPAN LIMITED

2018年1月期 第1四半期決算補足資料

2017年6月14日

東京証券取引所 市場第一部

証券コード 3548

TOPIC 1: MOUSSY x ADIDAS コラボレーション

機能性に加えファッションの両面をサポートするスポーツとファッションの新たなスタイルを提案。



adidas | MOUSSY

**Topic 2: 通販だけで買えるブランド「AZUL ENCANTO」をローンチ**

株式会社スタートトゥデイ、伊藤忠商事株式会社と協業しアラフォー女性へ向けたクール&モードテイストなデイリーウェアブランド「AZUL ENCANTO」をリブランディング。ZOZOTOWNで販売を開始。

AZUL ENCANTO



COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

2018年1月期 第1四半期の事業におけるトピックスをご報告致します。

MOUSSYxAdidasのコラボレーションは、お客様にファッションを通じて新しいライフスタイルを提案するため、生活の一部となりつつあるスポーツに関連したアイテムの導入を検討するMOUSSYと、女性向け事業を強化し「一人でも多くの女性に、『スポーツに出会えて幸せ』と感じてもらおう」という使命のもとに、女性を輝かせていきたいと考えるAdidasがお互いの企業姿勢に共感し実現に至りました。

SNS上の情報リリースは大きな反響があり、MOUSSYのInstagramアカウントにおける拡散規模は過去最高となりました。

「Azul ENCANTO」は当社が商品開発、STARTTODAY社が販路、伊藤忠商事社が商品生産を担う、三社協業ブランドです。

Zozotownの中心顧客層より上の40代をターゲットとし、高評価を頂いております。現在はZOZOTOWNのみの取扱いですが、今後その他のECサイトでも販売する予定です。

Topic 3: SNSダイレクトコマース「AMEE+」 ローンチ

Instagramからお気に入りの商品をダイレクトに購入できるサービス。当社のファッションインフルエンサーたちがInstagramで発信する商品を1クリックで買い物カゴへ。

■従来のSNS閲覧からECサイトでの購入までの流れ



■AMEE+の流れ



COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

「AMEE+」は商品の問い合わせやWEBでの商品検索をしなくても、Instagram上からお気に入りの商品をダイレクトに購入できるサービスです。当社認定のインフルエンサーやブランドのInstagramのアカウントに記載されたURLをクリックすると、購入可能商品で構成されたWEBサイト「AMEE+」に画面遷移します。

また、AMEE+に参加しているインフルエンサーやブランドの投稿がタイムラインで閲覧できたり、コメント付きのトピックスを集めたメディア機能も搭載しており、気になるニュースや発信が一目でわかるようになります。

Topic 4: House CommuneがAmazon Fashion Week TOKYOスペシャルプログラム「AT TOKYO」*に参加
Amazonが選ぶ、東京らしさを表現している3ブランドのうちの1ブランドに。Amazonのスポンサーにより、ファッションショー、ビルボード広告等を実施。

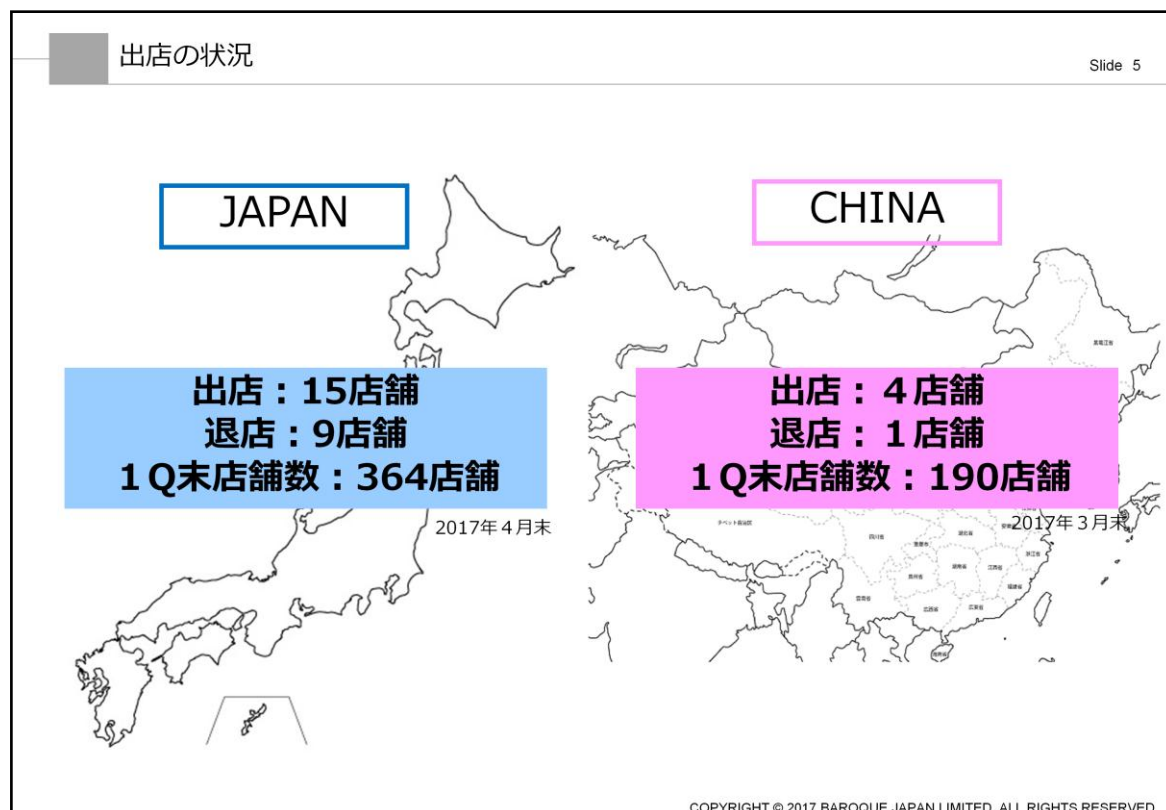
*「AT TOKYO」:Amazon Fashionが新たに立ち上げたプレゼンテーション基盤プロジェクト。
シーズン毎にピックアップされたデザイナーが、ショーやインスタレーション等でコレクションを発表するだけでなく、彼らのものづくりの背景にあるカルチャーも体験できるプレゼンテーションを行う。



COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

House Communeが東京ファッション・ウィークの冠スポンサーであるAmazonが行うスポンサー活動の一つ、「AT TOKYO」プロジェクトの参加ブランドに選ばれました。

アンダーズ東京でのファッションショー、原宿や表参道のビルボード広告を実施し、多くの方にブランドの世界観を体験いただく事ができました。



出店状況をご報告致します。

日本では東京周辺を中心に出店15店舗、退店9店舗となり、2018年1月期末店舗数は364店舗となりました。

中国では出店4店舗、退店1店舗となり、2018年1月期末店舗数は190店舗となりました。

中国において年間60店舗の出店計画に変更はなく、下期に出店が集中しております。

- 前期（2017年1月期第1四半期）は開示していないため、前期比の数値は記載無し
- 日本事業の苦戦により売上・利益計画を若干下回る

(単位:百万円)	2018年1月期1Q実績 Actual	対売上 % of Sales
売上高/Sales	14,800	100.0%
売上総利益/Gross Profit	8,572	57.9%
販管費及び一般管理費/SG&A	8,192	55.4%
営業利益/Operating Profit	380	2.6%
経常利益/Recurring Profit	149	1.0%
親会社株主に帰属する四半期 (当期) 純利益/Net Profit	-93	-0.6%

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

2018年1月期 第1四半期の連結業績をご報告致します。

日本における店舗事業の苦戦により、売上・利益計画を若干下回っておりますが、計画からの下振れは大きくなく、挽回可能であると考えております。

- 売上は若干計画を下回ったが商品毎に売上状況に応じたきめ細やかなコントロールで在庫適正化に取り組む

(単位:百万円)	2018年1月期1Q末	
	金額 Amount	構成比 %
現金/Cash	14,338	37.9%
売掛金/Accounts Receivable	6,252	16.5%
商品/Inventories	7,150	18.9%
その他流動資産/Other Current Asset	1,633	4.3%
固定資産/Non Current Asset	8,439	22.3%
総資産/Total Asset	37,813	100.0%
負債/Liabilities	21,130	55.9%
純資産/Equity	16,683	44.1%

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

売上が若干計画を下回りましたが、商品毎に売上状況に応じたきめ細やかなコントロールで在庫適正化に取り組んでおります。

- FB系、SC系ブランドは苦戦もセレクトショップ・百貨店系ブランドENFÖLDは引き続き好調
- 店舗売上は苦戦もEC売上は順調

(単位:百万円)	2018年1月期1Q実績 Actual	対売上 % of Sales
売上高/Sales	12,958	100.0%
店舗売上/Store Sales	10,283	79.4%
EC売上/EC Sales	1,721	13.3%
売上総利益/Gross Profit	7,887	60.9%
販管費及び一般管理費/SG&A	7,756	59.9%
営業利益/Operating Profit	131	1.0%
経常利益/Recurring Profit	116	0.9%

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

2018年1月期 第1四半期の国内業績をご報告致します。

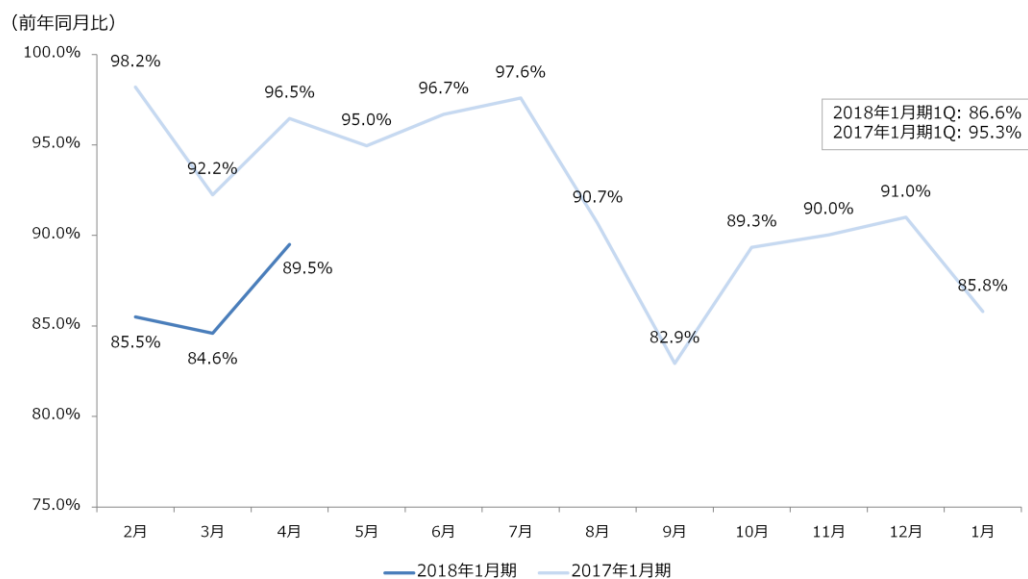
FB系ブランドは、売上計画を下回りましたが、値引きを抑えて粗利を稼ぐ戦略に取り組みました。

SC系ブランドは、他社商品との差別化に取り組みましたが、客数の回復までに時間がかかっております。

百貨店系ブランドのうち、ENFÖLDについては、売上が好調に推移しております。

EC売上に関しては国内売上対比13.3%と順調に推移しております。

既存店月次売上高（前年同月比）の推移



※既存店：前前期首から期末まで通年稼働した店舗および通信販売。ただし、改装等の理由により月中7日以上休業した店舗は除外。

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

国内の既存店売上高(SSS)をご報告致します。

2018年1月期 第1四半期は、客数が前年を割り込み、SSSが苦戦しましたが、足許では、FB系ブランド、SC系ブランドともに、オリジナリティの高い商品の投入により、徐々に客数を回復してきており、下期の商品施策と販促施策の連携を強化することにより、通期計画の達成を図ります。

- 卸売上高、小売売上共に計画通り。順調な推移
- 小売事業からの利益（持分法投資利益）は在庫評価減の影響でマイナスも、計画通り

日本円

(単位:百万円)	2018年1月期1Q実績 Actual
中国合弁事業からの売上 Sales from China JV	
卸売/Wholesale	1,613
ロイヤリティ/Royalty	104
売上合計/Sales Total	1,717
当期純利益に対する 中国合弁事業による利益 Profit from China JV	
小売事業からの利益 (持分法投資利益) Equity method investment gain	-129
卸事業からの利益 (少数株主持分の51%相当) 51% of JV subsidiary	111
ロイヤリティ税抜換算 Royalty after tax	73
利益合計/Profit Total	55

人民元

(単位:百万人民元)	2018年1月期1Q実績 Actual
中国合弁事業からの売上 Sales from China JV	
卸売/Wholesale	110
ロイヤリティ/Royalty	7
売上合計/Sales Total	117
当期純利益に対する 中国合弁事業による利益 Profit from China JV	
小売事業からの利益 (持分法投資利益) Equity method investment gain	-9
卸事業からの利益 (少数株主持分の51%相当) 51% of JV subsidiary	8
ロイヤリティ税抜換算 Royalty after tax	5
利益合計/Profit Total	4

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

中国合弁事業のご報告を致します。

当社の連結会計に反映される卸売上高、合弁パートナーのBelle社に連結される小売売上高共に計画通り推移しております。

小売事業からの利益である持分法投資利益がマイナスとなっておりますが、中国合弁会社の第1四半期は在庫評価減の発生時期であり、会計上は利益がほぼ発生しない四半期であるため、計画通りです。

- 国内事業の回復、中国事業の継続成長で売上は2017年1月期比109.7%、純利益は127.7%を計画
- 配当は38円の予想（配当性向30%）

(単位:百万円)	2018年1月期業績予想			2017年1月期実績	
	見通し Forecast	対売上 % to Sales	前年同期比 YoY	実績 Actual	対売上 % to Sales
売上高/Sales	76,208	100.0%	109.7%	69,493	100.0%
営業利益/Operating Profit	6,312	8.3%	117.6%	5,368	7.7%
経常利益/Recurring Profit	6,645	8.7%	123.4%	5,385	7.7%
親会社株主に帰属する当期 (四半期)純利益/Net Profit	4,479	5.9%	127.7%	3,507	5.0%
1株当たり当期（四半期）純利益/EPS	126円17銭			108円37銭	

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

2018年1月期の業績見通しは変更ございません。

株主配当

- 2018年1月期は38円を予定 (配当性向30%)
- 2018年1月期以降は「連結業績に基づく配当性向30~40%」を配当の基本方針とし、安定配当を実施予定

株主優待

- 日頃の株主の皆様のご支援にお応えすることを目的として、新たに株主優待制度を導入

①対象株主

- 毎年1月末日及び7月末日の株主名簿に記録された、100株以上の株式を保有されている株主様

②贈呈時期

- 毎年4月下旬及び10月下旬の発送を予定

③株主優待の内容

- 以下の通りに贈呈させていただきます

所有株式数	優待内容
100株以上の株主様	当社商品券 (2,000円分) ※店舗/当社通販サイトどちらでもご利用可能

配当及び株主優待に関しても変更ございません。

Appendix



「挑戦」BAROQUE発 世界へ

「BAROQUE発のファッションブランドを日本の代表的なファッションブランドとして世界へ飛躍させる」

私たちは、この企業理念の実現に向けて、スタッフ一人ひとりが国籍の違いを超えて
自由に活躍し、世界中のお客さまから支持されるグローバル企業を目指して参ります。

会社名	株式会社パロックジャパンリミテッド
創業/設立	2000年3月/2003年8月
事業内容	主に女性向け衣料及び服飾雑貨の製造小売業（SPA）
資本金	7,904百万円
代表	代表取締役社長 CEO 村井 博之
本店所在地	東京都目黒区
従業員数	1,652名
売上高	69,493百万円
展開ブランド数	アパレル13、靴1、自社ブランド編集ストア・ブランド（店舗、EC）1
店舗数	国内364、中国190、香港・マカオ8、米国2（2018年1月期 第1四半期末）

※ 2017年1月期末時点

※ 中国店舗はBelle International Holdings Limitedとの合併会社（持分法適用関連会社）が運営する直営店舗になります。

- 創業スピリットである「自分たちが欲しいもの」を徹底的にこだわって作り、国内海外問わず多くのファンに支えられながら事業活動を展開

時期	沿革
2000年	<ul style="list-style-type: none"> ● 自分たちが着たい服が市場にないことに不満を持った創業者6名が「MOUSSY」をSHIBUYA109より展開 ➢ シルエットが美しく見えるジーンズ等のヒット商品により、4年で100億円ブランドに成長
2006年	<ul style="list-style-type: none"> ● 中国ビジネスに精通した現・代表取締役社長 村井博之が経営に参画
2007年	<ul style="list-style-type: none"> ● CLSA及び当社経営陣によるMBO
2008年	<ul style="list-style-type: none"> ● ショッピングセンター向けブランドでありながらも、店舗内装、音楽、フレグランスなどブランドの世界観に拘った「AZUL by moussy」を展開
2010年	<ul style="list-style-type: none"> ● 中国直営1号店「MOUSSY」を上海にオープン
2012年	<ul style="list-style-type: none"> ● 30代以上の女性をターゲットとした新ブランド「ENFÖLD」を展開。 ➢ 国内キャリアブランドよりもエッジのきいたスタイルで、欧米インポートブランドよりはお求めやすい価格帯のドメスティックコンテンポラリー市場（通称ドメコン市場）を創造
2013年	<ul style="list-style-type: none"> ● CLSAがBelle社等に株式を譲渡し、中国合併事業が本格化
2016年	<ul style="list-style-type: none"> ● ノームコアトレンドをより進化させた、普通を楽しむファッションスタイルのノームモードブランド、「RIM.ARK」をEC限定で展開（後に店舗販売も開始） ● N.Y.マンハッタン地区に「MOUSSY」「ENFÖLD」のアンテナショップをオープン



ブランドロゴ / イメージ

マインドエイジ / テイスト

主なコンセプト等

MOUSSY



ヤングアダルト
トランスアダルト

ワーキングガール
(ワークモードキャラクター)

- 「DENIM」 「STANDARD」 「VINTAGE」 「BLACK」という4つのキーワードを掲げ、Work、Weekend、Luxuryなど、あらゆるシーンのTrend Styleを提案
- MOUSSYの代名詞であるDenimと上質なベーシックアイテムを中心に魅せるスタイリングは、内面の強さと美しさを引き出し、魅力的な女性像を造り上げる
- 常に流行を意識し、自分自身を表現し、追求し続けるすべての女性たちへ向けたカジュアルブランド

SLY



ヤングアダルト
トランスアダルト

ワーキングガール
(ワークモードキャラクター)

- 「NEW SEXY」をキーワードに、見せる所は見せ、隠す所は隠す、品のあるセクシーなスタイルで魅了する新たな女性像を提案
- 異性だけでなく同性からも支持される、自分らしい考え方や生き方を持ち、知的さも兼ね備えた女性像を演出

rienda



ヤングアダルト

ワーキングガール
(セクシーエレガンス
キャラクター)

- エイジレスでアイデンティティを失わない女性のために、女性らしい魅力を感じる分引き出ししてくれるスタイルを提案
- 繊細なレースを使用した魅惑的なランジェリー、女性らしい魅力を強調するスィムウェアも展開

ブランドロゴ / イメージ	マインドエイジ / テイスト	主なコンセプト等
 <p>AZUL by moussy</p>	<p>ヤング ヤングアダルト トランスアダルト</p> <p>SC展開 (モードカジュアル系カップル ・ファミリーSPA)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ ジーンズを軸にした着こなしを提案 ■ ウエアやファッション雑貨のみならず、音楽&アート等カルチャー発信まで行うライフスタイルストア
 <p>RODEO CROWNS</p>	<p>ヤング ヤングアダルト トランスアダルト</p> <p>セクシーガール (アメカジ・キャラクター) SC展開 (ギャル系母子キャラクター)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ メンズアイテムにアレンジを加え、女性でも着こなせるスタイルにドレスアップして提案 ■ ファッションに欠かせないフェス（フェスティバルの略。野外音楽の祭典）等の音楽シーンでも引き立つ要素を取り込んだオリジナリティあふれるブランド
<p>Avan Lily</p>	<p>Avan Lily</p> <p>ヤング ヤングアダルト</p> <p>セクシーガール (トレンドキャラクター)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 今必要なのは、イマドキなトレンドアイテムをキャッチする敏感さと、自分に必要なファッションを見抜く審美眼。型にはまらない、自由でリラックスできるミックススタイル。 ■ 時代のファッションミューズが愛したヴィンテージアイテム。そのこだわりアイテムたちがお手頃価格で手に入るのもおしゃれガールには大事なコト。 ■ ファッションを愛するすべての女のこたえ贈るエネルギーギッシュで遊び心ある新時代のファッションアイコンブランド、Avan Lily

ブランドロゴ / イメージ

マインドエイジ / テイスト

主なコンセプト等

ENFÖLD



トランスアダルト
アダルト

トランスキャリア
(コンテンポラリーモード
キャラクター)

- 「HIDDEN BEAUTY」(隠された美)をキーワードに、誰かのために無理をして装うのではなく、服を纏う者が華やかな気持ちになれる服をスタイルで提案

BLACK

BY
MOUSSY



トランスアダルト
アダルト

トランスキャリア
(ワークモードキャラクター)

- 自分らしく生きることの美しさを知っている女性たちに向けて、「BLACKコーヒーが似合う女性」「BASICなアイテム」「徹底的に着心地にこだわった素材選び」「人間工学に基づいた美しいシルエット」をコンセプトにした洋服を提案

PEGGY LANA



トランスアダルト
アダルト

ワーキングガール
(ナチュラルモード系/パーツ)

- Flair yourself フレア ユアセルフ
- 女性のもって生まれたしなやかさ 美しさ、自分自身にしか持ち合わせないエレガンスを日常の行まいに、リラックスしたエレガンス枠にとらわれない自由なベシック ヘルシーな色気のあるカジュアル
- 身に纏うことで自分への自信を引き出すブランド
- ファッションは自分のために “ 自分自身のために ”

卸専門ブランド

House__Commune



- ファッションだけでなく、ライフスタイル全てに美しさを求める人のブランド
- 決して華美ではないけれど、存在感を發揮し人を引きつけるような 魅力をもったウェアラブルな商品を提案

AEVES

- クリエイティブディレクター古舘郁が体現する女性像をもとに、Parisのリアルなライフスタイルを通じて「ありのまま」「知的」「美しく」ありたいと願う大人の女性に向けたエッセンシャルなワードローブを提案
【2016 Spring Summerデビュー】

ECブランド

RIM.ARK



- 『NORM MODE』
無駄なものが削ぎ落とされたNORM COREなスタイルでRELAXさを表現
- デザイン、カラー、スタイリングで最新の流行・スタイルを取り入れたカジュアルウェアを提案
【2016 Spring Summerデビュー】
- 2018年1月期より店舗オープン

靴専門ブランド

STACCATO



- Belle International Holdingsの事業子会社が展開する靴ブランド
- スタイリッシュで洗練された高感度、高品質なレザーシューズを、毎日活躍するカジュアルから特別な日のおしゃれラインまで幅広く取りそろえる
- デザインはもちろん、履き心地にもこだわったシューズを提案

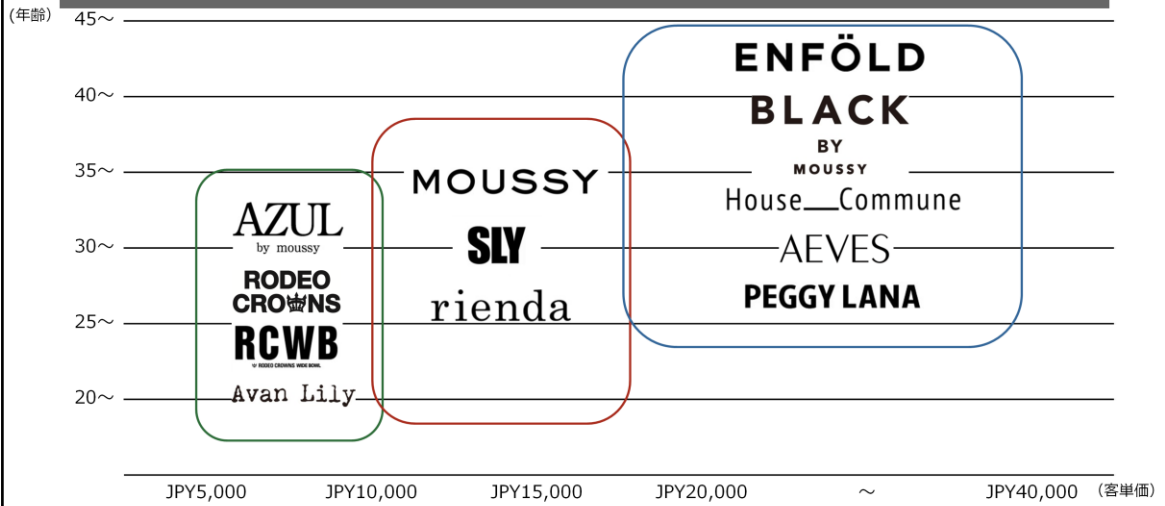
自社ブランド編集型ストア / オンラインショッピングモール

SHEL'TTER



- 「MOUSSY」をはじめ「SLY」「RODEO CROWNS」「rienda」等の自社ブランド商品とインポート商品等がMIXされた洋服いっぱい
のクローゼット
- 自分らしい、他人と差がつくコーディネート提案
- セレクト・ショップ型の実店舗とオンラインストアを展開










年齢層・客単価別 ブランドポートフォリオ



売上割合	50%	40%	10%
平均店舗面積	40 ~ 150坪	20 ~ 50坪	15 ~ 20坪
グローバル類似ブランド	TOPSHOP ZARA	ALLSAINTS rag & bone <small>NEW YORK</small>	STELLA McCARTNEY MARNI

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

日本国内アパレル企業 インスタグラムフォロワー数ランキング

国内企業 ランキング	名前	ロゴ	フォロワー数	投稿数
4	KENZO		1,521,552	1,662
8	Comme des Garcons	COMME des GARÇONS	1,117,050	196
9	A Bathing Ape		962,274	6,247
10	UNIQLO		931,742	824
17	MUJI無印良品		674,158	552
23	GU		538,743	1,460
28	MOUSSY		500,149	5,261
38	SLY		376,651	6,069
40	EMODA		370,466	4,624
41	Yoji Yamamoto		368,940	445

As of May 2017, User Local Instagram Ranking

社員インスタグラマー

wadarisa
 ■ rienda
 ■ フォロワー #82,200



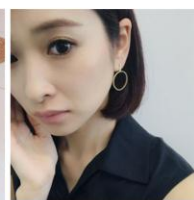
corina_718
 ■ rienda
 ■ フォロワー #80,000



marie_0905
 ■ MOUSSY
 ■ フォロワー #60,300



marinakamura
 ■ RIM.ARK
 ■ フォロワー #59,100

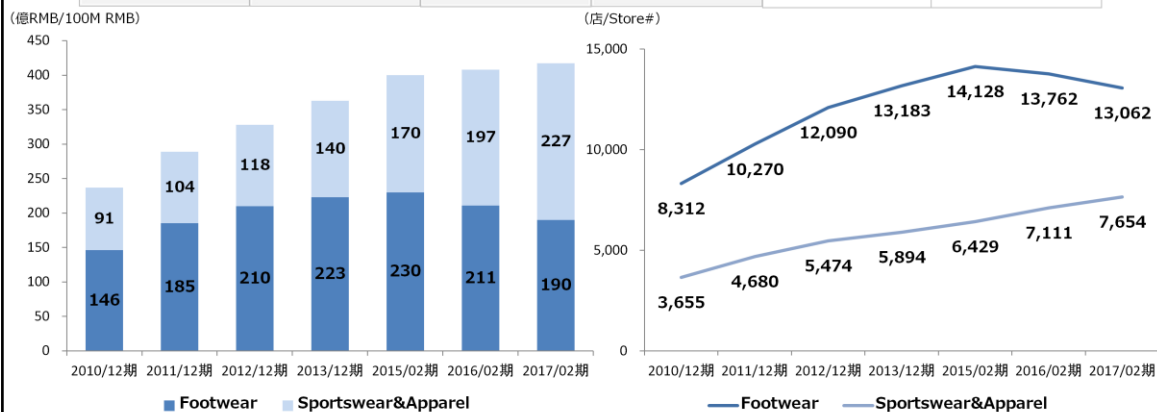


As of May 2017, Instagram

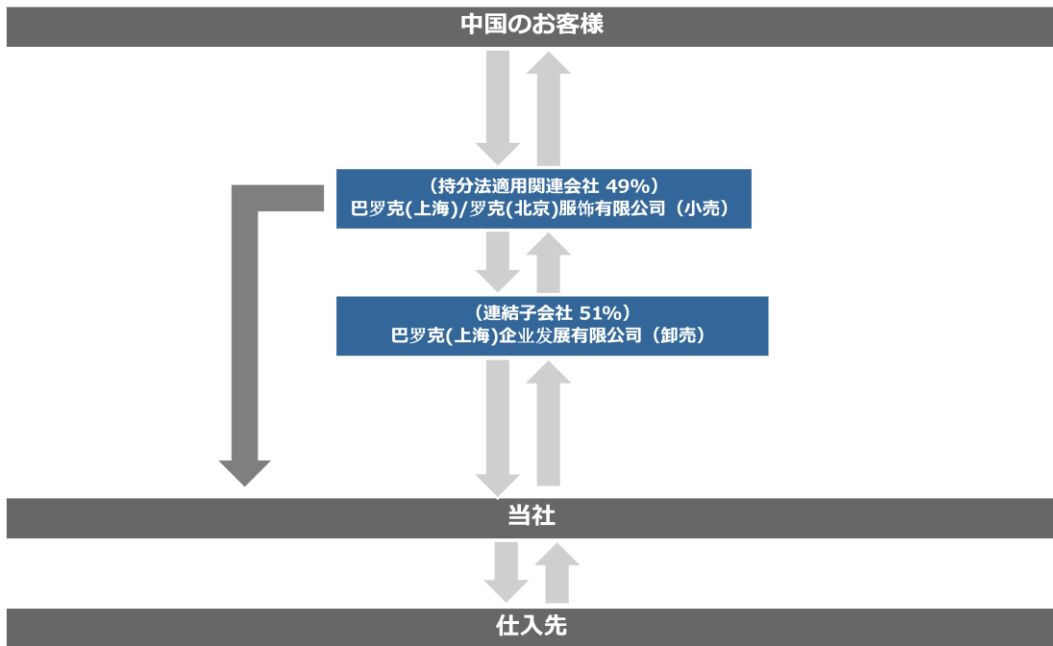
COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

- 中国深圳市にて1991年に設立、2007年に香港上場。2017年に経営陣のMBOにより非上場化（予定）
- 靴専門店として中国内最大規模を誇り、靴及びスポーツウェア・アパレルの二つのセグメントを保有
- 2017/2期末店舗数は20,716店舗（うち 靴13,062店舗、スポーツウェア&アパレル7,654店舗）
- 2017/2期業績（※ 1RMB=16.12JPY）
売上高41,706百万RMB（6,725億円）営業利益3,555百万RMB（573億円）当期利益2,416百万RMB（389億円）

(Belle社展開 スポーツウェア & アパレルブランド例)



COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.



↑ : 商品 ↓ : 発注 ↓ : ロイヤリティ

- 本資料は、株式会社バロックジャパンリミテッドがかかわる業界動向及び事業内容について、株式会社バロックジャパンリミテッドによる現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望についても言及しております。
- これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。既に知られた、もしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。
- 株式会社バロックジャパンリミテッドの実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。
- 本資料における将来展望に関する表明は、利用可能な情報に基づいて、株式会社バロックジャパンリミテッドによりなされたものであり、今後、新しい情報、将来のできごと等があった場合であっても、本資料に含まれる将来展望に関するいかなる表明の記載も更新し、変更する義務を負うものではありません。