

BAROQUE JAPAN LIMITED

2018年1月期 第2四半期決算説明会資料

**2017年9月15日**

東京証券取引所 市場第一部

証券コード 3548

- 1 2018年1月期 第2四半期業績説明
- 2 2018年1月期 通期見通しと下期戦略
- 3 中期経営計画の修正に関して

**TOPIC 1: RODEO CROWNS WIDE BOWLが第19回デベロッパー&テナント大賞において「プロポーズ賞」を受賞\***

- ◆ 織研新聞社が主催する「第19回デベロッパー & テナント大賞」において『プロポーズ賞』（アパレル部門）を受賞
- ◆ デベロッパー & テナント大賞とは、業界の活性化を目的として株式会社織研新聞社が主催し、デベロッパーが優秀なテナントを選びテナントが優秀なデベロッパーを選ぶ企画
- ◆ 「プロポーズ賞」は、導入したいショップとしての支持が多かったテナントに贈られる
- ◆ アメカジをベースにしたリラックスカジュアルスタイルで、メンズやキッズも揃え、SCでファミリー層に支持されている点が評価



2016年度 第19回 デベロッパー大賞 テナント大賞贈呈式  
織研新聞社



\*『プロポーズ賞』（アパレル部門）は、RODEO CROWNS WIDE BOWLを含め、7ブランドが受賞

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

上期のトピックスをご報告致します。

1つめは当社のブランド「RODEO CROWNS WIDE BOWL」ブランドのプロポーズ賞受賞、です。織研新聞社が主催する第19回デベロッパー&テナント大賞において、デベロッパー（商業施設）が導入したいショップとして支持が高かったブランドとして表彰されました。

RODEO CROWNS WIDE BOWLはアメカジをベースにしたリラックスカジュアルスタイルで、メンズやキッズも揃え、SCでファミリー層に指示されている点が評価されました。

**TOPICS 2: 都心部の出店強化が進む**

- ◆ 中期的な戦略である都心部への出店強化は順調
- ◆ 特にAEVESやSTACCATOなど新規ブランドの都心部大手百貨店やセレクトショップ展開が進む
- ◆ 伊勢丹新宿店、阪急うめだ本店など



**TOPICS 3: rienda suelta がゴルフコレクションを発表**

- ◆ riendaがスポーツウェアとしての機能性と女性らしいグラマラスでファッション性も兼ね備えたデザインにこだわり、ライセンス契約でゴルフコレクションの販売を開始



COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

2つめは、中期的な戦略である都心部への出店強化進捗のご報告です。

特にAEVESやSTACCATOなど新規ブランドの都心部大手百貨店展開が順調に進んでおり、伊勢丹新宿店や阪急うめだ本店等で販売を開始しております。

3つめはrienda sueltaのゴルフコレクション発表です。

近年、スポーツは今まで以上に女性のライフスタイルに溶け込んできており、機能性のみではない、ファッション性も備えたスポーツウェアの需要は高まってきています。今までのゴルフウェアにはなかった、riendaの女性らしいグラマラスな世界観を表現しました。

**TOPIC 4:中国本土にて200店舗を達成**

- ◆2017年7月8日（土）、上海市中心部の新規商業施設「興業太古滙（HKRI Taikoo Hui）」に「MOUSSY & SLY総合店」をオープンし、中国本土200店舗を達成
- ◆「興業太古滙」は2017年5月にオープンした新規複合施設であり、その規模の大きさや店舗設計の美しさなど、商業活動の中心集積地である浦西地区で大きな注目を集めている。
- ◆「MOUSSY（マウジー）」と「SLY（スライ）」のブランド集客力を期待され、数ある小売テナントの中でも285㎡という大型店舗



COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

4つめは中国本土における200店舗の達成、です。

7月8日（土）に上海市中心部の新規商業施設「興業太古滙（HKRI Taikoo Hui）」に「MOUSSY & SLY総合店」をオープンし、中国本土200店舗を達成しました。

8月末時点では既に207店舗となっており、中国での出店は計画通りに推移しております。

## 国内事業総括

- ・MOUSSYやENFÖLD等が健闘するも、ショッピングセンター（SC）系ブランドの収益が悪化
- ・自社通販サイトの一過性のシステムトラブルにより苦戦

（下期の対策は、P17参照）

MOUSSYは計画通り、ENFÖLDは計画を大きく上回る進捗

一方で、国内売上高の5割超を占めるSC系ブランドが客数減により苦戦

- ◆ AZUL BY MOUSSY: 自社企画で開発したトレンド商品を増やし、客単価のアップを狙ったが、低価格志向のお客様の購買につながらず客数減（前年比：80%台）
- ◆ Rodeo Crowns: ショッピングセンター（SC）に展開する店舗数がファッションビル・駅ビル（FB/SB）に展開する店舗数を大きく上回った結果、SC店舗向け中心の商品開発になり、FB/SB店舗の売上効率が悪化
- ◆ 売上の下振れにより商品在庫過多となり、消化促進のための値引ロスと在庫ロスが発生（商品評価損：前期比+2億円）
- ◆ 客数増を狙って実施したTVCMの増収効果が限定的であった（広告宣伝費：前年比+2億円）
- ◆ 新規出店に伴う店舗人件費の増加（前年比+1億円）

自社通販サイトのシステム切換えに係る一過性のトラブルによる影響

- ◆ 自社通販サイトのシステム切換えの遅延と、切換え後のサーバー不安定により自社EC客数が大幅減（7月の自社通販サイト客数は60%台まで減少） ⇒ 8月のサーバー増設により対応済み

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

上期の国内事業の状況をご報告致します。

MOUSSYやENFÖLDなど健闘するブランドがある一方で、国内売上の5割強を占めるSC系ブランドが客数減により苦戦しております。

また自社通販サイトシステムの切り替えの遅延と、6月末に実施した切り替え直後のサーバー不安定により、自社通販の客数が大幅に減少した期間がございましたが8月にサーバーを増設し、対応は完了しております。

**海外事業総括****海外事業は、ほぼ計画通り**

- ◆ 中国事業は、引き続き出店が順調に進展（7月8日に200店舗達成、8月末時点 207店舗）
- ◆ 中国合弁事業を展開する2社（小売・卸）のうち、小売会社（持分49%の持分法適用会社）は在庫評価減の計上、利益計上の期ずれ等により、今上期は一時的な赤字を計上
- ◆ 一方、持分51%の卸売会社は、売上、利益ともに計画を上回る推移。
- ◆ 中国合弁事業全体では、ほぼ計画通りの利益貢献（詳細はP12参照）
- ◆ US事業はまだ赤字であるが、海外専用のハイエンド商品（国産デニム等）の投入により卸売事業が好調（卸売先100件以上、今秋よりBarney's NYでも販売開始）

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

海外事業はほぼ計画通りに推移しております。

中国は順調に出店がすすんでおり、7月8日に200店舗を達成、8月末時点では207店舗となっています。

中国合弁事業は2社、小売会社と卸売会社、で展開しておりますが、上期は小売会社が在庫評価減の計上と利益計上の期ずれ等により、一時的に赤字となりました。しかし卸売会社は売上も利益も計画超過で、中国合弁事業全体ではほぼ計画通りの利益貢献となりました。

US事業はまだ赤字ですが、国産デニムなど海外専用のハイエンド商品の投入により、卸売事業が好調です。米国全土で卸売先は100件以上となり、今秋からはBarney's NYでもお取扱い頂いています。

- 売上高は前年比94.8% 国内事業の苦戦で営業損失

(単位:百万円)	2018年1月期2Q実績 Actual	対売上 % of Sales	前年比 YoY
売上高/Sales	30,600	100.0%	94.8%
売上総利益/Gross Profit	16,398	53.6%	89.5%
販管費及び一般管理費/SG&A	16,661	54.4%	102.7%
営業利益/Operating Profit	△ 262	-0.9%	-
経常利益/Recurring Profit	△ 377	-1.2%	-
親会社株主に帰属する四半期純利益/Net Profit	△ 520	-1.7%	-

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

2018年1月期 上期の連結業績をご報告致します。

サマリーでご説明した通り、SCブランドを中心とした日本事業の苦戦により減収減益となりました。



(単位:百万円)	2018年1月期2Q末				2017年1月期末		2017年1月期2Q末	
	金額 Amount	構成比 %	前期末比 % to previous year end	前年比 YoY	金額 Amount	構成比 %	金額 Amount	構成比 %
現預金 Cash	14,111	39.5%	81.5%	153.0%	17,309	45.0%	9,221	31.8%
売掛金 Accounts Receivable	6,062	17.0%	98.2%	117.1%	6,172	16.0%	5,176	17.9%
商品 Inventories	5,285	14.8%	103.4%	95.2%	5,110	13.3%	5,551	19.1%
その他流動資産 Other Current Asset	1,939	5.4%	134.4%	137.9%	1,443	3.8%	1,406	4.8%
固定資産 Non Current Asset	8,361	23.4%	99.3%	109.4%	8,424	21.9%	7,642	26.4%
総資産 Total Asset	35,759	100.0%	93.0%	123.3%	38,459	100.0%	28,997	100.0%
負債 Liabilities	19,567	54.7%	91.2%	85.3%	21,456	55.8%	22,927	79.1%
純資産 Equity	16,191	45.3%	95.2%	266.8%	17,002	44.2%	6,069	20.9%

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

貸借対照表に関して、売上は計画を下回りましたが、仕入コストの低下やタイムリーな在庫の評価損計上等により、商品は前年を下回る数値となっています。

- 好調ブランドと苦戦ブランドが混在
- 自社通販は一時的なシステム不具合が発生したが復旧済み。他社通販は引き続き好調

(単位:百万円)	2018年1月期2Q実績 Actual	対売上 % of Sales	前年同期比 YoY
売上高/Sales	27,416	100.0%	92.4%
店舗売上/Store Sales	22,101	80.6%	91.2%
通販売上/EC Sales	3,456	12.6%	98.8%
売上総利益/Gross Profit	15,230	55.6%	88.2%
販管費及び一般管理費/SG&A	15,722	57.3%	102.0%
営業利益/Operating Profit	△ 491	-1.8%	-
経常利益/Recurring Profit	△ 510	-1.9%	-

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

2018年1月期 上期の国内業績をご報告致します。

FB/SB系ブランドは、まだ全体的な客数の回復にはなっていませんが、商品力の改善等から前年を上回るブランドも出てきています。

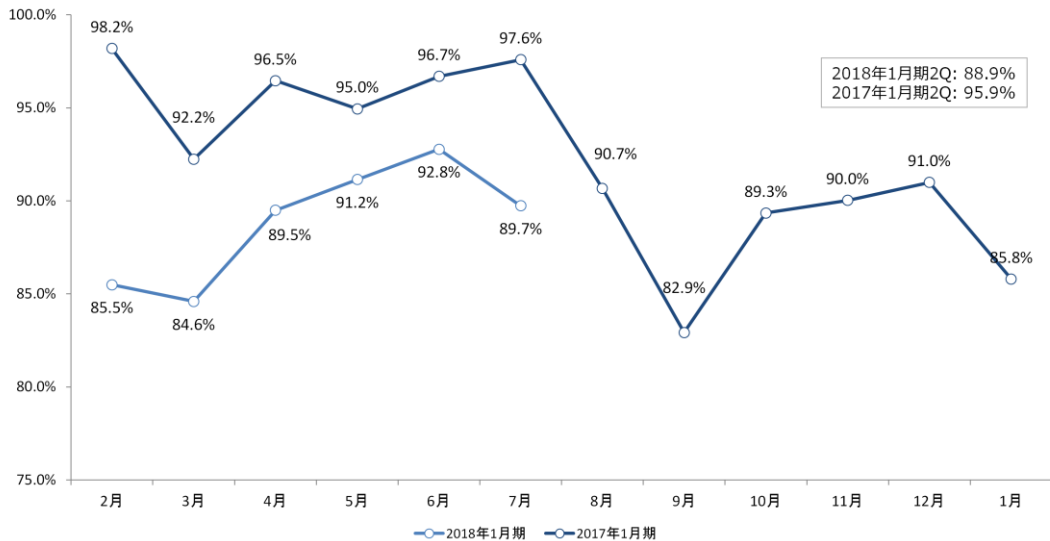
SC系ブランドは、特にAZUL by moussyが苦戦しております。付加価値の高い商品とTV広告でブランドイメージアップを図り、一定の新規顧客獲得には繋がりましたが既存顧客の離脱の影響が大きく、客数減が主な苦戦の理由となりました。

百貨店系ブランドのうち、ENFÖLDは、ブランド初の水着を含むクルーズコレクションがご好評を頂き、多くの商品が短期間で完売となりました。既存店売上も前年を上回り好調に推移しております。

通販売上に関しては自社通販サイトの不具合のため前年比98.8%となりましたが、一時的な影響であり、8月以降は回復基調となっています。

## 既存店月次売上高（前年同月比）の推移

(前年同月比)



※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。

5月ごろよりSCブランド以外のブランドは回復基調となり、MOUSSYやENFÖLDなど既存店昨年対比が100%を超えるブランドもでてまいりましたが全体の売上に対する割合の高いSCブランドが苦戦し、100%を下回る状況が続いております。

また7月は通販サイトの不具合による大幅な客数減が影響しております。

8月の数値は9月11日に開示しており、既存店売上高が94.1%とマイナス幅は縮小傾向にあります。

- 卸売上高、小売売上共に計画通り。順調な推移

日本円	
(単位:百万円)	2018年1月期2Q実績 Actual
中国合弁事業からの売上 Sales from China JV	
卸売/Wholesale	2,894
ロイヤリティ/Royalty	196
売上合計/Sales Total	3,090
当期純利益に対する 中国合弁事業による利益 Profit from China JV	
小売事業からの損失 (持分法投資損失) Equity method investment loss	△ 58
卸事業からの利益 (少数株主持分の51%相当) 51% of JV subsidiary	125
ロイヤリティ税抜換算 Royalty after tax	137
利益合計/Profit Total	204

人民元	
(単位:百万人民元)	2018年1月期2Q実績 Actual
中国合弁事業からの売上 Sales from China JV	
卸売/Wholesale	177
ロイヤリティ/Royalty	12
売上合計/Sales Total	189
当期純利益に対する 中国合弁事業による利益 Profit from China JV	
小売事業からの損失 (持分法投資損失) Equity method investment loss	△ 4
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	8
利益合計/Profit Total	12

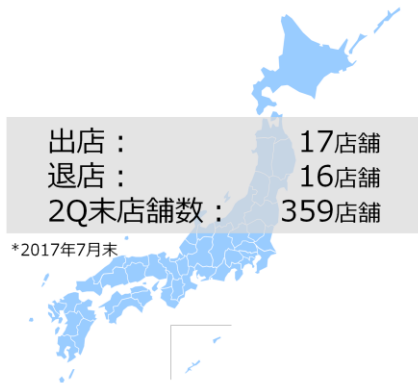
COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

中国合弁事業の状況をご報告致します。

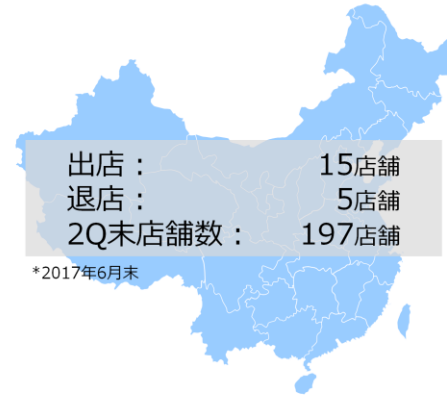
当社の連結会計に反映される卸売高、合弁パートナーのBelle社に連結される小売売上高共に計画通り推移しております。

サマリーでご説明致しました通り、小売事業からの損益である持分法投資損失を計上していますが、在庫評価減の計上、利益計上の期ずれ等が理由であり、中国合弁事業からの利益の進捗は計画通りとなっています。

## JAPAN



## CHINA



COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

出店状況をご報告致します。

日本では東京近辺を中心に、出店17店舗、退店16店舗となり、上期末店舗数は359店舗となりました。

中国では出店15店舗、退店5店舗となり、上期末店舗数は197店舗となりました。

7月8日には200店舗目をオープンしており、8月末時点で207店舗と順調に出店が進んでおります。

- 1 2018年1月期 第2四半期業績説明
- 2 2018年1月期 通期見通しと下期戦略
- 3 中期経営計画の修正に関して

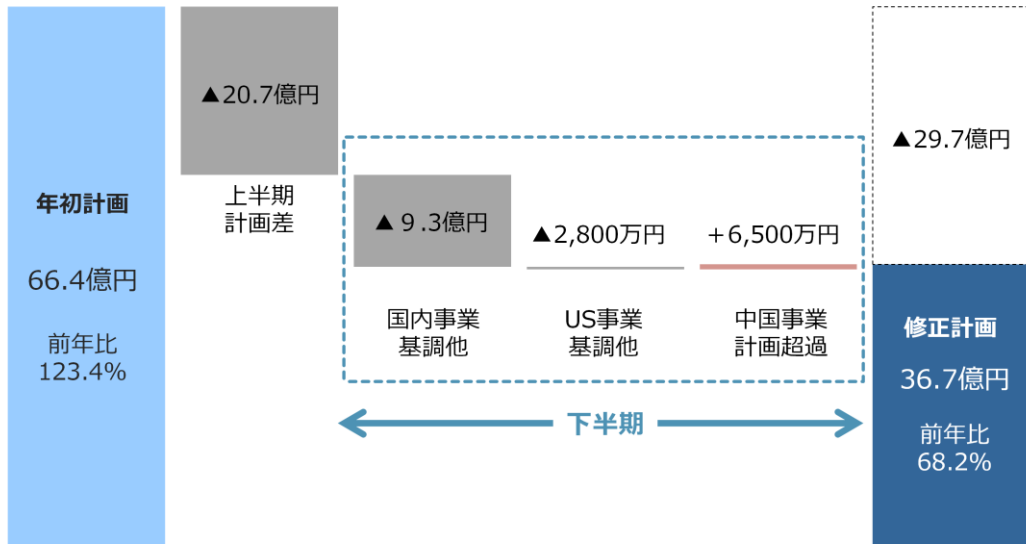
- 上期の結果を反映して2018年1月期通期の業績見直しを下方修正
- 通期配当予想は38円を据え置き（詳細P18 を参照）

(単位:百万円)	修正後通期計画 FY2018/01 Plan after Revision				修正前通期計画 FY2018/01 Plan before Revision		
	見直し Forecast	差異額 Difference	対修正前% % to before revision	前年比 YoY	見直し Forecast	対売上 % to Sales	前年比 YoY
売上高/Sales	68,842	▲ 7,366	90.3%	99.1%	76,208	100.0%	109.7%
売上総利益/Gross Profit	38,174	▲ 5,906	86.6%	98.9%	44,080	57.8%	114.1%
販管費/SG&A	34,695	▲ 3,071	91.9%	104.4%	37,767	49.6%	113.6%
営業利益/Operating Profit	3,478	▲ 2,834	55.1%	64.8%	6,312	8.3%	117.6%
経常利益/Recurring Profit	3,674	▲ 2,971	55.3%	68.2%	6,645	8.7%	123.4%
親会社株主に帰属する当期純利益 /Net Profit	2,208	▲ 2,270	49.3%	63.0%	4,479	5.9%	127.7%
1株当たり当期純利益/EPS	61円14銭				126円17銭		

\* 1株当たり当期純利益は2018年1月期第2四半期末の発行済み株数(36,125,000株) で計算

2018年1月期の業績見直しに関して、上期の結果を反映して下方修正致します。  
通期の配当予想は38円を据え置き致します。

- 国内事業の基調悪化、US事業の小幅赤字、中国事業の計画超過を織り込む
- 通期見通しは年初計画▲29.7億円の36.7億円（前年比68.2%）となる見込み



COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

経常利益の計画差要因ですが

上半期の計画差が▲20.7億円

国内事業の苦戦基調により▲9.3億円

US事業の基調等により▲2,800万円

中国事業の計画超過により+6,500万円

となり、通期見通しは年初計画▲29.7億円の36.7億円（前年比68.2%）となります。



## 国内事業に対する下期対策

## 1 ポイント会員サービス「SHEL'TTER Passport」を導入

- ◆ 共通プラットフォーム「SHEL'TTER Passport」を導入することにより、従来、ブランド毎に行っていた販促の無駄をなくし、販促効果の最大化を図る【ブランド間の買い回り】
- ◆ 店舗と通販の共通ポイントの付与により、店舗・通販双方の購買率アップにつなげる【店舗・通販間の買い回り】
- ◆ 店舗・通販双方で集積した顧客データを活用し、消費者個人のニーズをとらえたマーケティングを強化する

## 2 SC系ブランドの打ち手

- ◆ 商品を大量投入し、値引きによる販促で増収を図る従来型ビジネスから脱却し、理想的なストアビジネスを再構築する
  - ✓ 魅力的な店づくり…商業施設の中でお客様を惹きつける店舗リノベーション（お店の広告塔機能）
  - ✓ 買いやすい店づくり…接客重視型からお客様が欲しくなるセルフ購入型へ、VMD（ビジュアルマーチャンダイジング）の強化
  - ✓ 真にお客様のニーズに応える商品づくり…差別化された商品の開発強化
  - ✓ スタアオペレーション強化のための幅広い人材強化
- ※ RODEO CROWNは、SC業態とファッションビル・駅ビル業態の運営を完全に分離し、それぞれの客層ニーズに応える。

## 3 通販事業強化

- ◆ 効果的なマーケティング・WEB接客の強化により、自社通販サイトの訪問者数の大幅改善（先行テストでは前年比120%の実績）  
⇒ 「SHEL'TTER Passport」による顧客データ活用による購買率アップ
- ◆ 通販事業の運営体制強化…IT人材の登用

## 4 店頭起点経営の更なる強化

- ◆ 顧客ニーズの変化に迅速に対応するため、店頭起点のアイデア、改善提案が直ちに実行される仕組みの強化  
・マネジメントチームとスタッフの情報一元化      ・企業理念ワークアウトプロジェクト

以上により、上期累計SSS 88% → 通期 SSS 94%以上に改善

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

下期の対策をご報告致します。

1つ目は、複数ブランドを展開する当社の強みを活かすべく、また従来ブランド毎に行っていた販促の無駄をなくすためにブランド間、店舗・EC間で利用できるポイント会員サービス「SHEL'TTER Passport」を導入致します。

2つ目は苦戦しているSC系ブランドの問題解決です。

商品を大量投入し、値引きによる販促で増収を図る従来型ビジネスから脱却し、理想的なストアビジネスを再構築いたします。

具体的には、商業施設の中でお客様を惹きつける「魅力的な店づくり」、接客重視からセルフ購入型への「買いやすい店づくり」、「真にお客様のニーズに応える商品づくり」、またストアオペレーション強化のための人材強化、です。

3つ目は通販事業の強化、です。

システムの切り替えで立ち上がりは不安定となりましたが、従来は外部システムを利用しており、今回の切り替えで自社システムとなったため、様々なカスタマイズ（特別仕様）が可能になりました。効果的なマーケティングやWEB接客を強化し、自社通販サイトへの訪問客数を大幅改善していく方針です。また通販事業の運営体制を強化しており、積極的にIT人材を登用してまいります。

4つめは、当社が得意とする「店舗起点経営」の更なる強化を進めます。顧客ニーズの変化に迅速に対応するため、マネジメントチームとスタッフの情報一元化を徹底し、企業理念をスタッフ全員で考え直すプロジェクトを開始いたしました。

以上により、上期累計SSSの88%を、通期は94%以上を目指します。

## 株主配当

- ◆2018年1月期は1株あたり38円を据え置き
- ◆通期計画修正後の配当性向は62.1%
- ◆基本方針である「連結業績に基づく配当性向30～40%」を上回るが、当期純利益の下振れ要因が主に上期の業績によるものであり、今後の業績回復を見通して金額を据え置く

## 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た株主優待制度

## 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

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

通期業績見通しを下方修正致しましたが、2018年1月期通期の配当は38円の据え置きと致します。修正後の配当性向は62.1%となり、基本方針である配当性向30%～40%を上回りますが、今回の修正は一時的な計画乖離であり、今後の回復を見込んで金額は据え置きと致しました。

株主優待は引き続き、年2回、100株以上の株式を保有されている株主様に2,000円の当社商品券を贈呈いたします。

- 1 2018年1月期 第2四半期業績説明
- 2 2018年1月期 通期見通しと下期戦略
- 3 中期経営計画に関して

- 今期の業績見通しの修正に伴い、本年3月に策定した中期経営計画(FY2018/01～FY2021/01)を以下の方針で見直します

### 国内事業戦略の見直し

- ◆ 国内のアパレル市場が縮小している中で、新規出店による成長モデルを見直し、実店舗と通販をあわせた既存店売上の改善に最優先で取り組む
- ◆ SHEL'TTER PASSPORTを核とした、顧客の囲い込みと効率的な販促により、実店舗および自社通販サイトでの購入客数増を図る
- ◆ 主力のSC系ブランドにおいて、理想的なストアビジネスの確立させ、値引き、販促費を抑制し、人員効率を改善することで、店舗貢献利益の最大化を図る
- ◆ 新規事業はスモールサイズでローンチし、マーケット検証を経て、投資アクセルを踏む、二段階方式により、年間3～5件の新規事業を継続的に開発する
- ◆ 成長支援型のM&A案件の発掘

### 海外事業の強化

- ◆ 中国事業は、中期経営計画通り進捗している実店舗事業に加え、通販事業の本格展開を中期経営計画に新たに織り込む。
- ◆ 米国事業は、好調な卸事業に加え、通販事業の展開拡大に向けたビジネスプランを策定中

### SCM改革の更なる促進

- ◆ 店舗事業の効率化、通販事業の拡大に資するよう一層の強化促進を図る

**現在、来期の年度計画とともに、中期経営計画の見直しに着手しており、  
来年3月の通期決算発表の際に、見直し後の中期経営計画を発表予定**

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

2018年1月期通期の業績見直し修正に伴い、3月15日に発表した中期経営計画(FY2018/01～FY2021/01)を見直します。

主な見直し事項は国内事業戦略の見直し、海外事業の強化、SCM改革の更なる促進です。

国内事業に関しては、国内のアパレル市場が縮小していく中で、従来の新規出店による成長モデルを見直し、実店舗と通販をあわせた既存店売上改善に取り組みます。また下期から始まるポイント会員サービスでの客数増、主力SCブランドのビジネスモデル見直し、新規事業と成長支援型のM&A案件発掘などを反映いたします。

。

海外事業に関しては、中国事業の実店舗事業が計画通りに進捗していることに加えて、通販事業の本格展開を織り込みます。

米国事業は好調な卸売事業に加えて、通販事業の拡大にむけたビジネスプランを策定します。

SCM改革は、店舗事業の効率化への注力だけではなく、通販事業の拡大に資するよう一層の強化促進を図ります。

新しい中期経営計画は来年3月の通期決算発表時に発表する予定です。

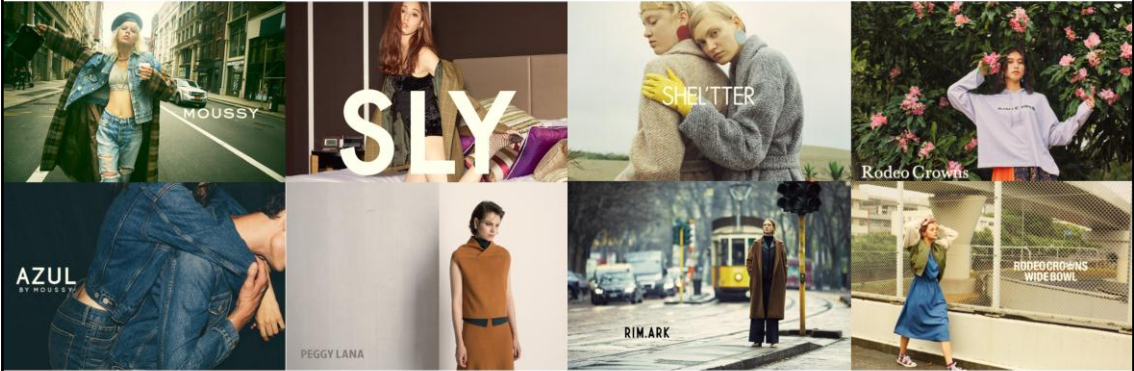
Appendix

**女性向けアパレル及び服飾雑貨の製造小売企業（SPA）\***

- 日本に359店舗、中国に197店舗、香港・マカオに8店舗、アメリカに2店舗、15ブランドを展開\*\*
- 安定した日本事業+ 急成長する中国事業
- 効率的なビジネスモデルで高い棚卸在庫回転率と売上総利益率




\*Specialty store retailer of Private label.

\*\*日本は2017年7月末時点、海外は2017年6月末時点



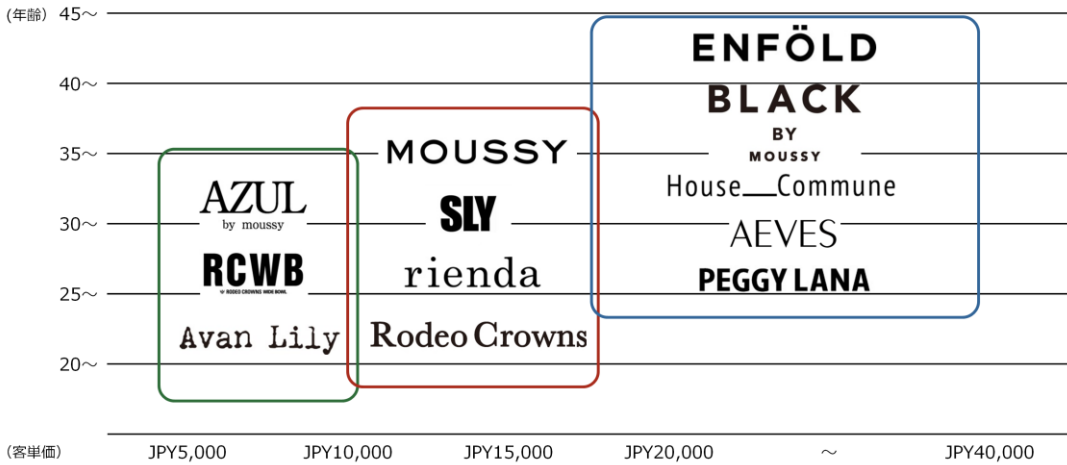
COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

- 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"> <li>● 自分たちが着たい服が市場にないので自分たちで創りだそう、と創業者6名が「MOUSSY」をSHIBUYA109より展開</li> <li>➢ シルエットが美しく見えるジーンズ等のヒット商品、クリスマス店員マーケティング等により、4年で100億円ブランドに成長</li> </ul>	
2006年	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> </ul>	
2007年	<ul style="list-style-type: none"> <li>● CLSA及び当社経営陣によるMBOを実施。経営体制を強化。</li> </ul>	
2008年	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> </ul>	
2010年	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 中国直営1号店「MOUSSY」を上海にオープン</li> </ul>	
2012年	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> <li>➢ 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ナポラー市場（通称ドメコン市場）を創造</li> </ul>	
2013年	<ul style="list-style-type: none"> <li>● CLSAがBelle社等に株式を譲渡し、中国合弁事業が本格化</li> </ul>	
2016年	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 社内コンテストの優勝者が「RIM.ARK」を展開</li> <li>➢ 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</li> <li>● 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</li> </ul>	




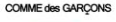








年齢層・客単価別 ブランドポートフォリオ



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 NEW YORK	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

Japanese Company Ranking	Name	Logo	Follower#	Post#
4	KENZO		1,534,692	1,729
8	Comme des Garcons		1,198,488	211
9	UNIQLO		1,094,310	871
10	A Bathing Ape		1,030,437	6,403
16	MUJI無印良品		737,535	613
23	GU		587,721	1,614
29	MOUSSY		505,281	5,373
37	Yoji Yamamoto		418,441	477
41	SLY		376,364	6,139
42	EMODA		370,990	4,744

社員インスタグラマー

corina\_718

- rienda
- フォロワー #85,000



wadarisa

- rienda
- フォロワー #83,600



\_marinakamura\_

- RIM.ARK
- フォロワー #63,900



marie\_0905

- MOUSSY
- フォロワー #63,400



2017年8月1日時点, Instagram

2017年8月1日時点, User Local Instagram Ranking

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

- 2017年1月期出店数は56店舗、退店数は5店舗となり純増51店舗
- 積極的な出店を継続し今後も年間約60店舗の純増を予定

■ 店舗数：197店舗

- 1級都市： 4都市 83店舗
- 2級都市： 20都市 90店舗
- 3級都市： 11都市 24店舗

■ 出店都市数：35都市

(2017年6月末時点)

西南エリア

成都/Chengdu	15
重慶/Chongqing	9
西安/Xian	5
昆明/Kunming	3
貴陽/Guiyang	2
西寧/Xining	1

華南エリア

深圳/Shenzhen	11
広州/Guangzhou	8
武漢/Wuhan	6
長沙/Changsha	4
福州/Fuzhou	2
南昌/Nanchang	2
南寧/Nanning	2
東莞/Dongguan	2
佛山/Fushan	2
廈門/Xiamen	3
珠海/Zhuhai	1

華北エリア

北京/Beijing	26
天津/Tianjin	7
沈陽/Shenyang	4
太原/Taiyuan	3
石家荘/Shijiazhuang	2
長春/Changchun	1
大連/Dalian	2
唐山/Tangshan	1

華東エリア

上海/Shanghai	38
杭州/Hangzhou	10
南京/Nanjing	5
鄭州/Zhengzhou	6
合肥/Hefei	1
寧波/Ningbo	4
蘇州/Suzhou	4
青島/Qingdao	2
無錫/Wuxi	2
溫州/Wenzhou	1

当社グループ定義

1級都市（4都市）：上海・北京・広州・深セン

2級都市（27都市）：ハルビン・沈陽・長春・フホト・石家荘・太原・天津・杭州・合肥・南京・福州・海口・南昌・南寧・武漢・長沙・済南・鄭州・蘭州・ウルムチ・西安・西寧・銀川・

成都・重慶・貴陽・昆明

3級都市：その他の都市

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

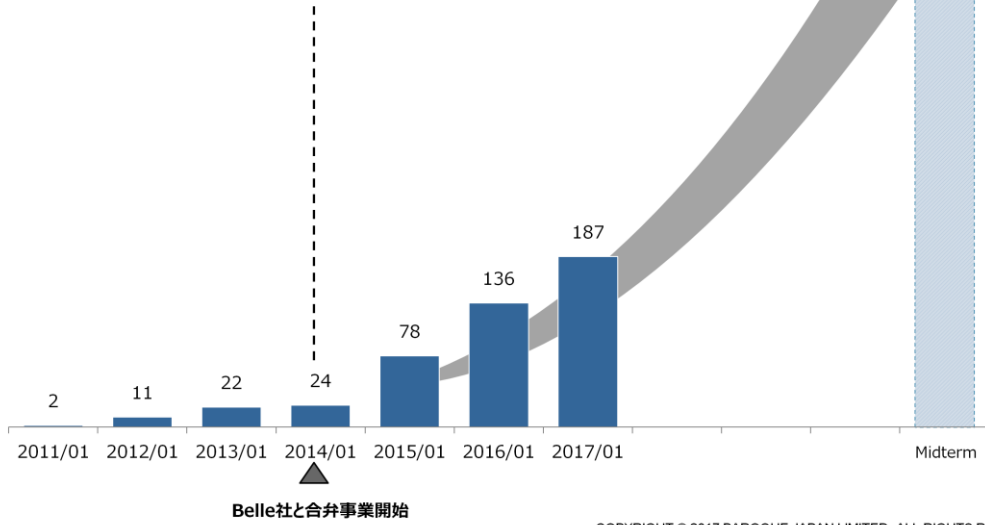
## 中国出店の状況

Slide 27

- 直営からBelle社との合併事業切り替え(2013年)以降、出店が大幅に加速
  - Belle社の店舗開発力(中国国内で20,716店舗展開)による交渉が可能
  - Belle社の既存店舗の売上データを活用し、効率的に新店舗ロケーションを選別

年間平均オープン数：7.3店舗

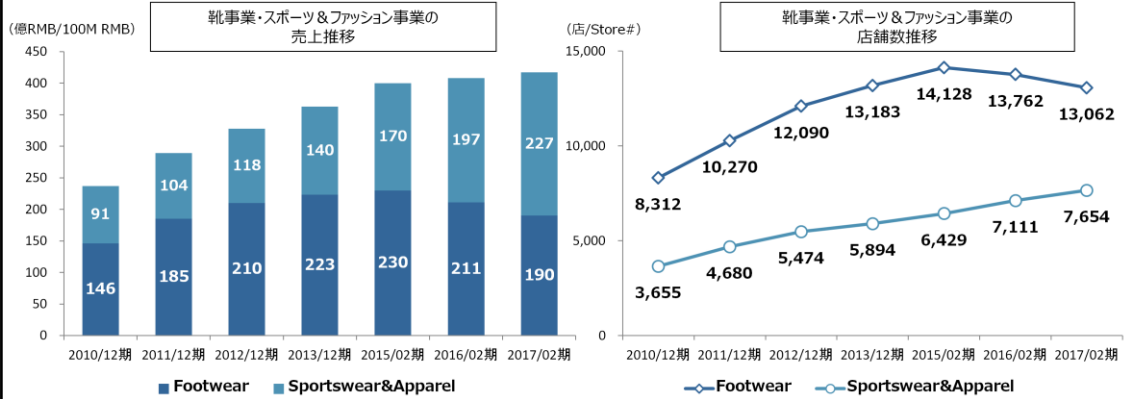
年間平均オープン数：54.3店



COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

- 中国深圳市にて1991年に設立。
- 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・ファッション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.

高い棚卸在庫回転率

- 毎週新しい商品を導入
- 平均年間品番数は13,000~14,000品番



- 導入から2~3週間でアウトレット店舗等へ移動
- 高い接客力の販売員



高い売上総利益率

デザイン・開発

- R&D部が独自のテキスタイルや素材を開発



生産

- 工場への直接発注を推進
- JVパートナーであるBelle社のネットワークを活用し新規の取引先を開拓



物流

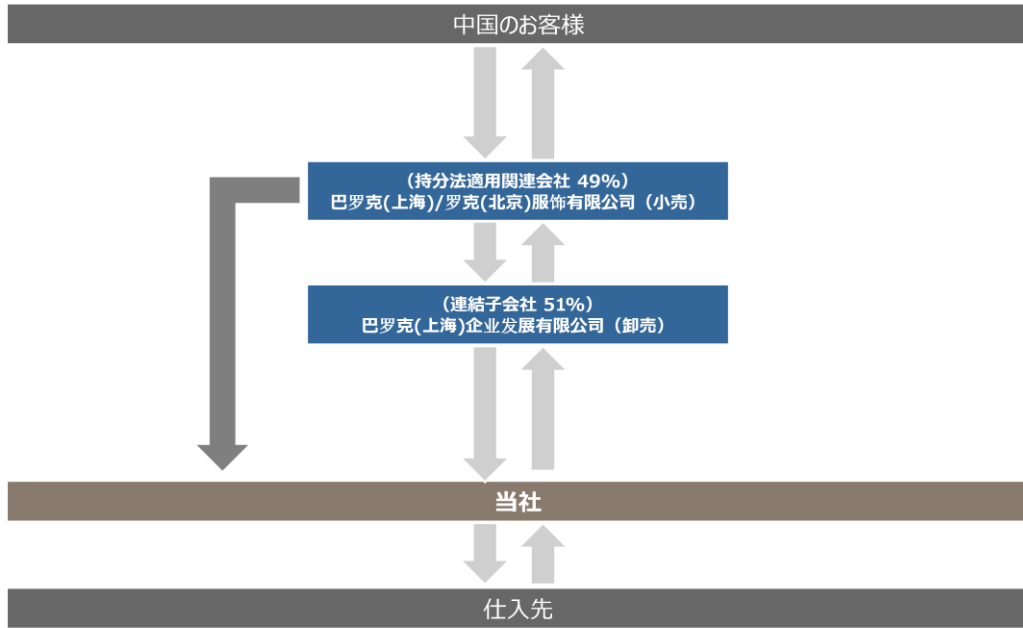
- Belle社の物流網を活用しコスト低減
- 中国に自社の検品所を設置



販売

- バリエティに富んだ接客力向上研修
- 販売コンテストなどインセンティブプログラム





↑ : 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ございます。
- 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。