

BAROQUE JAPAN LIMITED

2018年1月期 第3四半期決算補足資料

2017年12月14日

東京証券取引所 市場第一部

証券コード 3548

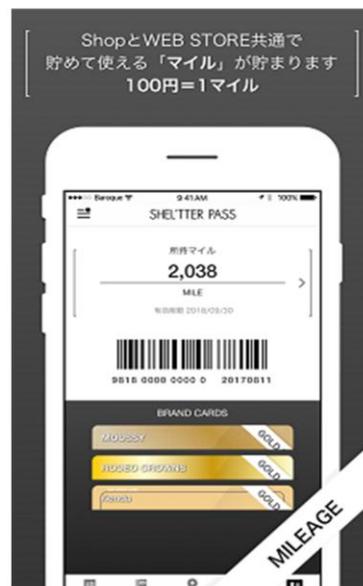
- 1 2018年1月期 第3四半期業績説明
- 2 2018年1月期 通期見通しと第4四半期戦略

日本 2018年1月期 第3四半期:2017年8月から10月まで
海外 2018年1月期 第3四半期:2017年7月から9月まで

TOPIC 1: SHEL'TTER PASSをローンチ

- ◆店舗および自社ECサイトでマイルをためる、使うことができるアプリ
- ◆100円で1マイル獲得。1マイル1円として利用可能
- ◆各ブランドが別々に発行していた会員証を一括管理

⇒今後、ユーザーデータベースマーケティングの強力なツールに



COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

2018年1月期 第3四半期のトピックスをご報告致します。

1つ目は お客様とブランドの繋がり強化やお客様の利便性を高めることを主な狙いとした各ブランドのサービスをワンストップで管理できる「SHEL'TTER PASS」アプリのローンチです。

従来各ブランドで実施していたポイントサービスや会員サービスを1つにまとめ、当社が展開するブランド(一部除く)の店舗および自社通販サイトでマイルを獲得、利用することができるようになりました。またお友達紹介キャンペーンやWEB広告を活用し、新規顧客獲得につなげてまいります。

第3四半期期末時点で17.8万人以上の方にダウンロードいただきました。

TOPICS 2：株式会社しまむらとの共同開発ブランド「STOUGE」をローンチ

- ◆当社の「MOUSSY」や「SLY」といった都心中心に展開するブランドのエッセンスを詰め込んだ商品を株式会社しまむらが展開するブランド「Avail」の生産背景を活用しお求め安い価格で提供。
- ◆「Avail」の一部の店舗で販売開始。全店舗での展開を目指す。
- ◆InstagramなどSNS上のマーケティングを重視。マーケティングは当社が監修。



COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

2つ目は、株式会社しまむらと共同で開発したブランド「STOUGE」(ストウージ)のローンチです。

当社の都心中心に展開するブランドのエッセンスを詰め込んだ商品を株式会社しまむらが展開するブランド「Avail」の生産背景を活用し、お求め安い価格で提供します。まずは「Avail」の一部の店舗(44店舗 2017年10月時点)で販売を開始し、今後の販売状況を見ながら全店舗(306店舗 2017年11月末時点)での展開を目指してまいります。

TOPIC 3: アメリカの卸売が好調

- ◆2017年秋冬の受注金額は前年比368%
- ◆Barneys New York, RON HERMANなど卸売先は100件を越える



Barneys New York Madison店舗



Barneys New York Madison店舗



Barneys New York カタログ

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

3つ目はMOUSSYのアメリカ卸売事業の好調です。

2017年9月にMOUSSYのNY店舗が1周年を迎えました。SNSを駆使したPR活動や、米国全土100件以上の卸売先での展開によりMOUSSYの知名度が上がってきております。2017年秋冬シーズンは卸売受注金額が前年比368%と大きく伸長しており、Barneys New York, RON HERMANなど有名な百貨店、セレクトショップにてお取り扱いいただいております。

国内事業総括

- 上期の苦戦要因に対する打ち手を講ずるも 第3四半期の効果は限定的
 - 第4四半期の本格的な回復への準備期間

(第4四半期の対策は、P17参照)

第3四半期の期間SSS(既存店昨対比 通販込み)は、92.1%

- ◆ 3Q期間(2017年8月~10月)SSSは92.1%と、2Q累計の88.9%より改善しているが、見通しを下回った。
- ◆ 3Q累計SSSは90.0%(P12参照)
- ◆ 主な要因は、上期商品の在庫調整により、7月~9月の商品仕入を抑制したこと(金額ベース:前年比約90%)
- ◆ 在庫調整を終えた10月~12月の商品仕入は同約108%。アウター類をはじめ実需に応える商品ラインナップの仕入ができています

AZUL by moussyは、業績回復の途上

- ◆ 上期の反省から、商品戦略、価格戦略の見直しに取り組んだが、見直し後の商品が店頭に出そろったのは10月中旬以降
- ◆ 9月以降の新規開発商品の一部はヒット商品となったが、売上は見通しを下回った
- ◆ デザイン、素材の異なるアウター類のラインナップがそろい、スタイリング提案等が整った11月以降、売上が復調している

通販は自社通販のシステムトラブルの影響から脱し、第4四半期は完全回復を予想

- ◆ 通販事業3Q期間売上は、前年比107.1%、3Q累計は前年比98.8%
- ◆ 7月にシステムトラブルが発生した自社通販事業は、サーバーの増強と追加のシステム改修により、当四半期中に安定運用に至り、10月単月では、前年並みまで回復
- ◆ 他社通販は、引き続き前年比大幅伸長

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

2018年1月期 第3四半期の国内事業総括をご報告します。

国内事業においては上期の苦戦を反映し、さまざまな打ち手を講じております。徐々に結果が出てまいりましたが第3四半期への効果は限定的であり、当四半期は第4四半期の本格的な回復への準備期間となりました。

国内SSS(既存店昨年対比)は第3四半期累計で90.0%と開示済みですが、第3四半期期間は92.1%と第2四半期累計の88.9%から改善しております。上期商品の在庫調整や7月~9月の商品仕入を抑制(金額ベースで前年比約90.0%)したため見通しは下回りましたが、在庫調整を終えた10月~12月の商品仕入は前年比約108%になっており、アウター類をはじめ実需に応える商品ラインアップの仕入ができています。

上期の苦戦要因であったショッピングセンター(SC)系ブランドのAZUL by moussyですが、業績回復の途上にございます。

上期の反省から商品や価格戦略の見直しに取り組み、9月以降見直し後の商品が店頭に出始めましたが完全に出揃ったのは10月以降でございました。新規開発商品の一部はヒット商品となりましたが全体の売上は第3四半期期間もまだ見通しを下回っております。しかしアウター類のラインナップがそろい、11月以降は復調傾向にございます。

通販に関しては7月に発生した自社通販のシステムトラブルの影響から脱し、第4四半期は完全な回復を予想しております。

通販事業の第3四半期期間売上は前年比107.1%、第3四半期累計は前年比98.8%となりました。

海外事業総括

海外事業は、ほぼ計画通り

- ◆ 中国事業は、引き続き好調。3Q期間は26店舗出店、6店舗退店。3Q期末店舗数は217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、3Q累計は赤字を計上
- ◆ 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P13参照）
- ◆ 米国事業は2017年9月にMOUSSY NY店舗が1周年を迎えた。知名度向上に伴い店舗売上、客数が伸びてる。
- ◆ 卸売はトピックスで記載した通り好調に推移している。

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

2018年1月期 第3四半期の海外事業総括を報告します。

海外事業は上期同様、第3四半期もほぼ計画通りに推移いたしました。

中国事業は引き続き好調で、第3四半期期間は26店舗出店、6店舗退店し第3四半期期末は217店舗となりました。

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、第3四半期も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。

米国事業は2017年9月にMOUSSY NY店舗が1周年を迎えました。SNSを駆使した効果的なPR活動等により知名度が向上し店舗売上、客数が増加しています。卸売は冒頭でご紹介したとおり、好調に推移しております。

- 3Q累計の売上高は前年比97.1%。修正後売上計画はほぼ達成
- 売上総利益は、3Q期間の中国卸売高が前年比10億円ほど増え、売上高比率が5.9pt増加(9.7%→15.6%)したこと等の要因により、同期間の売上総利益率が前年比2.1pt悪化(58.2%→56.1%)
- 3Q期間の販管費率48.8%は前年比0.2pt良化しているが、売上総利益率の悪化をカバーできず、営業利益率が1.9pt悪化(9.2%→7.3%)
- 3Q期間に12.4億円の営業利益を計上したものの、上期の赤字により、3Q累計では9.8億円の営業利益にとどまった。

(JPY mil)	2018年1月期3Q実績 Actual	対売上 % of Sales	前年比 YoY
売上高/Sales	47,660	100.0%	97.1%
売上総利益/Gross Profit	25,962	54.5%	92.4%
販管費及び一般管理費/SG&A	24,979	52.4%	102.2%
営業利益/Operating Profit	982	2.1%	27.0%
経常利益/Recurring Profit	822	1.7%	24.0%
親会社株主に帰属する四半期 純利益/Net Profit	174	0.4%	7.8%

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

2018年1月期 第3四半期の連結業績をご報告致します。

第3四半期累計連結売上高は476億円、前年比97.1%となりました。修正後の売上計画はほぼ達成しております。

第3四半期累計の売上総利益率は54.5%、売上総利益額は前年比92.4%となりました。第3四半期期間の中国卸売高が前年比で約11億円増加し、全体の売上高に対して前年第3四半期期間の7.9%から14.4%に増加しております。卸売の売上総利益率は小売の売上総利益率を下回るため、このような要因から同期間の売上総利益率は58.2%から56.1%と2.1pt悪化しました。

第3四半期累計の販売管理費率は52.4%、販売管理費額は前年比で102.2%となりました。第3四半期期間の販売管理費率は48.8%と前年比0.2pt良化しておりますが同期間の売上総利益率の低下をカバーできず、同期間の営業利益率は9.2%から7.3%と1.9pt悪化しました。

第3四半期期間に12.4億円の営業利益を計上したものの上期の赤字により第3四半期累計の営業利益は9.8億円となりました。

- 国内では、ENFÖLDをはじめとしたセレクトショップ・百貨店ブランドが好調
- FB/SBブランドのうち、上期好調であったMOUSSYは3Q後半から店舗売上がやや減速したが、通販売上は引き続き好調
- 上期苦戦したSCブランドのうちAZUL BY MOUSSYの売上状況については、スライド6に記載のとおり
- 海外事業は、中国卸売上が大きく伸び前年比142.5%

(単位:百万円)	2018年1月期3Q実績 Actual	2017年1月期3Q Previous Year	前年比 YoY
FB/SBブランド FB/SB Brands	14,892	16,075	92.6%
SCブランド SC Brands	22,660	24,671	91.8%
セレクトショップ・百貨店ブランド Select Shop・Dept Store Brands	3,537	3,444	102.7%
海外 Overseasa	6,011	4,217	142.5%
その他 Others	560	654	85.6%

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

ENFÖLDをはじめとするセレクトショップ・百貨店系ブランド売上、中国の卸売りを中心とする海外売上は引き続き好調に推移しております。

12月11日には、来春ENFÖLDのクリエイティブチームが新ブランドをローンチすることを発表しております。

SCブランドはサマリーでご説明したとおり、AZUL by moussyの苦戦が続いたことが大きな要因で前年売上を下回りました。しかし11月に入ってからアウターを中心とする冬物衣料が好調な動きを見せており、回復に兆しを確認しております。

海外は中国卸売上が大きく伸び、前年比142.5%となりました。

(単位:百万円)	2018年1月期3Q末				2017年1月期末		2017年1月期3Q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	15,658	37.8%	90.5%	100.9%	17,309	45.0%	15,514	40.1%
売掛金 Accounts Receivable	8,109	19.6%	131.4%	133.1%	6,172	16.0%	6,094	15.7%
商品 Inventories	7,014	17.0%	137.3%	95.3%	5,110	13.3%	7,362	19.0%
その他流動資産 Other Current Asset	2,222	5.4%	154.0%	129.9%	1,443	3.8%	1,710	4.4%
固定資産 Non Current Asset	8,367	20.2%	99.3%	104.1%	8,424	21.9%	8,039	20.8%
総資産 Total Asset	41,371	100.0%	107.6%	106.8%	38,459	100.0%	38,728	100.0%
負債 Liabilities	24,229	58.6%	112.9%	103.3%	21,456	55.8%	23,446	60.5%
純資産 Equity	17,141	41.4%	100.8%	112.2%	17,002	44.2%	15,281	39.5%

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

貸借対照表に関して、第3四半期末は第4四半期に向けてのセール商材など、商品在庫を多く抱える時期であり、期首と比較すると商品は137.3%となっておりますが、前年同期比は95.3%と適正水準となっております。

- 国内売上高は、上期に苦戦したブランドについて、商品戦略、価格戦略を見直すも、在庫調整による仕入れの抑制により、売上改善は想定を下回った
- 7月にシステムトラブルがあった自社通販事業はサーバーの増強と追加のシステム改修により、10月にほぼ前年水準まで回復。他社通販は引き続き好調で前年を大きく上回る
- 3Q期間の売上総利益率は、在庫調整の値引きコントロールがうまくいき、前年比0.3pt改善（61.5%→61.8%）したが、上期の売上総利益率の悪化をカバーできず、3Q累計では同1.6ptの悪化（59.3%→57.7%）
- 3Q期間の営業利益は9.7億円となったが、上期の赤字により、3Q累計では4.8億円にとどまった。

(単位:百万円)	2018年1月期3Q実績 Actual	対売上 % of Sales	前年同期比 YoY
売上高/Sales	41,649	100.0%	92.9%
店舗売上/Store Sales	33,614	80.7%	91.9%
通販売上/EC Sales	5,151	12.4%	98.8%
売上総利益/Gross Profit	24,032	57.7%	90.3%
販管費及び一般管理費/SG&A	23,546	56.5%	101.4%
営業利益/Operating Profit	486	1.2%	14.4%
経常利益/Recurring Profit	503	1.2%	16.0%

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

2018年1月期 第3四半期の国内業績をご報告致します。

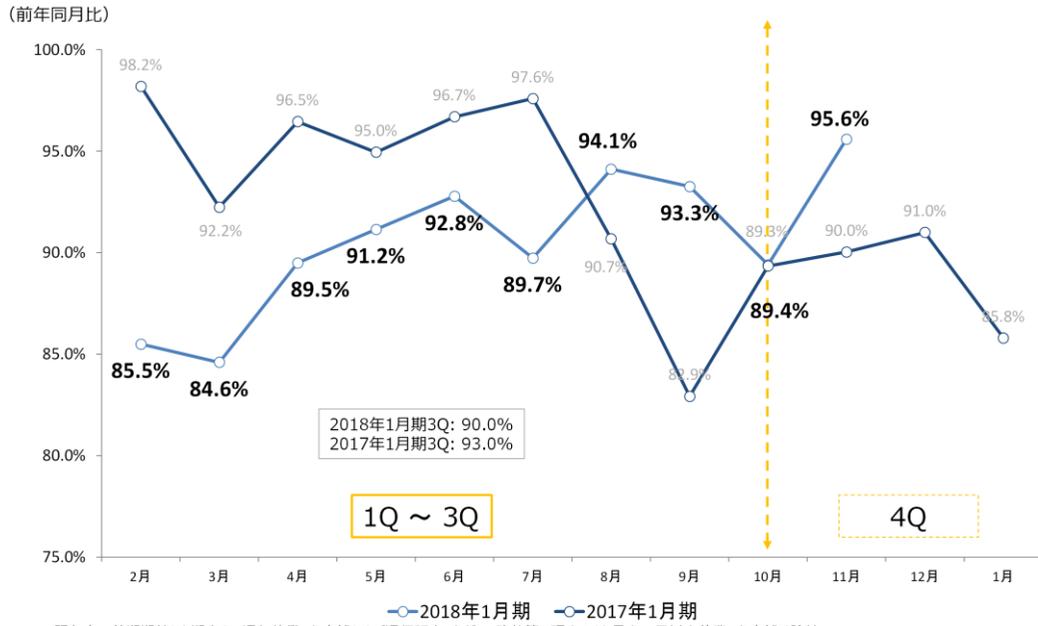
国内売上高は416億円、前年比で92.9%となりました。AZUL by moussyなど上期に苦戦したブランドについて様々な見直しを行いました。在庫調整による仕入抑制などのため、売上改善は想定を下回りました。

通販売上は国内売上の12.4%となりました。7月にシステムトラブルがあった自社通販事業はサーバーの増強と追加のシステム改修により、10月にほぼ前年水準まで回復しました。他社通販は引き続き好調で前年を大きく上回っています。

第3四半期期間の売上総利益率は在庫調整の値引きコントロールが功を奏し前年同期の61.5%から61.8%と0.3ptの改善となりました。しかし第3四半期累計では上期の悪化をカバーできず59.3%から57.7%と1.6ptの悪化となりました。

第3四半期期間の営業利益は9.7億円となりましたが、上期の赤字により第3四半期累計では4.8億円となりました。

既存店月次売上高（前年同月比）の推移



国内の既存店売上高(SSS)をご報告致します。

第3四半期は引き続き百貨店・セレクトショップ系ブランドが好調でENFÖLDなど既存店昨年対比が100%を超えましたが全体の売上に対する割合の高いSCブランドの苦戦がまだ続いており、100%を下回る状況が続いております。

11月のSSSは既に関示しており、95.6%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
- 通期では小売事業からも利益貢献を想定

日本円

(単位:百万円)	2018年1月期 3Q実績 Actual	2017年1月期 3Q Previous Year	前年同期比 YoY
中国合併事業からの売上 Sales from China JV			
卸売/Wholesale	5,555	4,094	135.7%
ロイヤリティ/Royalty	306	232	131.9%
売上合計/Sales Total	5,861	4,326	135.5%
当期純利益に対する 中国合併事業による利益 Profit from China JV			
小売事業からの利益/Profit from Retail company (持分法投資利益) Equity method investment gain	△ 95	88	-108.0%
卸事業からの利益・Profit from Wholesale company (少数株主持分の51%相当) 51% of JV subsidiary	231	100	231.0%
ロイヤリティ税抜換算 Royalty after tax	214	162	132.1%
利益合計/Profit Total	350	351	99.7%

人民元

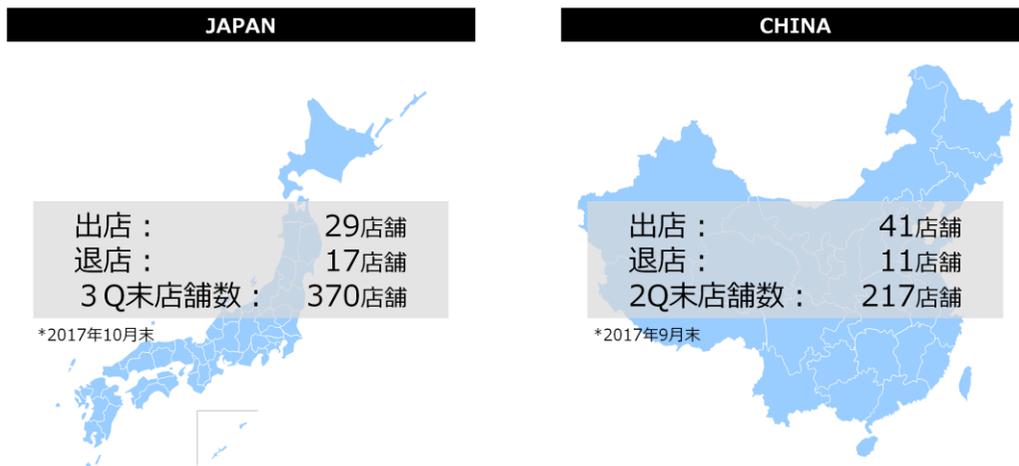
(単位:百万人民元)	2018年1月期 3Q実績 Actual	2017年1月期 3Q Previous Year	前年同期比 YoY
中国合併事業からの売上 Sales from China JV			
卸売/Wholesale	337	248	136.0%
ロイヤリティ/Royalty	19	14	132.7%
売上合計/Sales Total	356	262	135.8%
当期純利益に対する 中国合併事業による利益 Profit from China JV			
小売事業からの利益/Profit from Retail company (持分法投資利益) Equity method investment gain	△ 6	5	-115.4%
卸事業からの利益/Profit from Wholesale company (少数株主持分の51%相当) 51% of JV subsidiary	14	6	233.8%
ロイヤリティ税抜換算 Royalty after tax	13	10	129.9%
利益合計/Profit Total	21	21	101.2%

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

中国合併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、合併パートナーの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。

P7でご説明いたしました通り、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、中国合併事業からの利益の進捗は計画通りとなっています。中国合併事業の評価減計上は第1四半期と第3四半期に実施しているため通期では小売事業からの利益(持分法投資利益)も黒字化し、合併事業からの利益合計も計画通りの成長となることを想定しております。



COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

出店状況をご報告致します。

日本では出店29店舗、退店17店舗となり、第3四半期 期末店舗数は370店舗となりました。

中国では出店41店舗、退店11店舗となり、第3四半期 期末店舗数は217店舗となりました。

香港・マカオ、米国の第3四半期 期末店舗数はそれぞれ8店舗、2店舗となりました。

- 1 2018年1月期 第2四半期業績説明
- 2 2018年1月期 通期見通しと第4四半期戦略

- 年末年始商戦の換金コントロールとセール明けの正価販売、期末のキャリー在庫販売により、売上及び売上総利益を最大化。販管費コントロールにより、営業利益を確保。
- 売上高688億円、経常利益36億円、純利益22億円の見通しを据え置き
- 通期配当予想は38円を据え置き

(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		
	見通し Forecast	差異額 Difference	対修正前% % to before revision	前年比 YoY	見通し 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

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

2017年9月に2018年1月期の業績を下方修正致しましたが、今回は変更ございません。

年末年始商戦の値引きコントロール、セール終了後の正価販売、福袋などを活用した期末の前シーズン商品在庫販売等により、売上、売上総利益の最大化に着手しております。

また販売管理費のコントロールにより営業利益を確保してまいります。

以上より売上高688億円、経常利益36億円、純利益22億円の見通しを据え置きます。また通期の配当予想は引き続き38円と致します。

国内事業に対する第4四半期の戦略

1 AZUL by moussyの戦略

- ◆ 商品戦略、価格戦略の見直しが整った10月中旬以降、アウター衣料を中心とした新作商品の打ち出しで、既存顧客の取り戻し、新規顧客の獲得を狙う
- ◆ 従来のSNS、ブランドアプリ、メルマガによる情報発信に加え、シェルパス（下記）会員向けの商品・PR情報の提供による店舗および自社ECサイトへの集客
- ◆ 外部専門チームを活用した買いやすい売場作りによる購買率の改善
- ◆ 自社通販の運営チーム強化による通販での購買率の改善

2 通販事業の更なる強化

- ◆ 自社通販： 従来、店舗用の倉庫在庫から移動指示が必要であった通販在庫を、店舗・通販共用とすることにより、通販での欠品を解消
- ◆ 他社通販： 運営体制を強化し、在庫補充を機動的に行うことにより他社通販売上の最大化を図る

3 売上総利益の最大化

- ◆ 前年は、第3四半期が在庫過多となり、第4四半期の仕入を抑制した結果、アウター類を中心に商品が不足し、12月、1月の売上が落ちたが、今年は第4四半期の仕入を強化し、アウター類をはじめ実需に応える商品ラインナップによる値引きを抑制した販売で、12月、1月の売上および売上総利益の最大化を図る。
- ◆ 継続的なSCM改革により、仕入原価率を改善

4 SHEL'TTER PASS (シェルパス) の取り組み

- ◆ 10月初旬にローンチし、10月末（第3四半期末）時点でのダウンロード数は17.8万件。その後も順調にダウンロード数を伸ばしている
- ◆ 現在、店舗お客様の3人に1人は、シェルパス利用でのお買い上げ
- ◆ 店舗および自社通販で、日々、ユーザーデータベースを蓄積し、データベースマーケティングの強力なツールとして活用。顧客セグメント毎の最適マーケティングを選択し、実行。現在、手動で実施しているが、来期は自動化（マーケティングオートメーション化）に取り組む。

以上により、通期計画（修正後）の達成を目指す

COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

通期修正計画を達成するための第4四半期対策をご報告いたします。

1つ目はAZUL by moussyの戦略です。商品見直しが整ったアウター衣料を中心とした商品構成で既存顧客の取り戻しと新規顧客の獲得を狙います。またSNSマーケティングチームの運用強化による商品情報の拡散に注力します。さらに、主要店舗を中心に商品陳列などVMD(ビジュアルマーケティング)の外部専門チームを活用し、買いやすい売場作りによる購買率の改善を進めます。また自社通販の運営チーム強化による通販での購買率を改善してまいります。

2つ目は通販事業の更なる強化です。

自社通販はすでに一部で開始されていた店舗在庫と通販在庫の一元化を全体に広げ、さらに通販での欠品を解消いたします。

好調な他社通販は在庫補充を機動的に行うことにより売上の最大化を図ります。

3つ目は売上総利益の最大化です。

前年は第3四半期が在庫過多となり、第4四半期の仕入抑制によるアウター類欠品、およびセール時期の後ろ倒しにより12月、1月の売上が落ちてしまいました。今年は第4四半期の仕入を強化し、アウター類など第4四半期の実需に応える商品ラインナップと値引きを抑制した販売で12月、1月の売上および売上総利益の最大化を図ります。また継続的なSCM改革により仕入原価率は改善傾向が続いております。

4つ目はSHEL'TTER PASSの取り組みです。

第3四半期期末時点でのダウンロード数は17.8万件となり、現在店舗のお客様3人に1人はシェルパスをご利用してお買い上げいただいております。ユーザーデータベースは今後のマーケティングにおける強力なツールとして活用ができ、マーケティングオートメーション化に取り組んでまいります。

以上の施策より修正後の通期目標達成に取り組んでまいります。

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.

2018年1月期の期末配当予想は変更なく、1株につき38円の予定です。

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。

以上で2018年1月期 第3四半期の決算補足説明とさせていただきます。

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370店舗、中国に217店舗、香港・マカオに8店舗、アメリカに2店舗、18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10月末時点、海外は2017年9月末時点

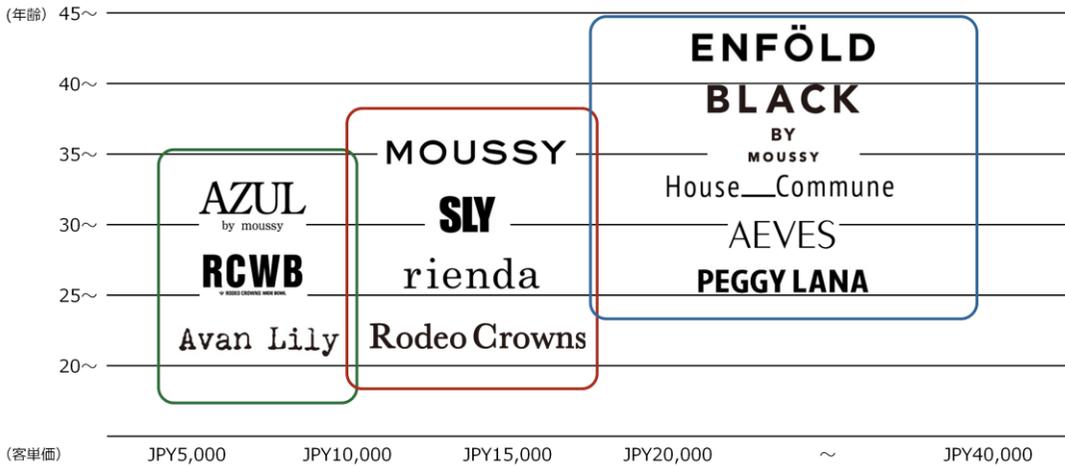


COPYRIGHT © 2017 BAROQUE JAPAN LIMITED. ALL RIGHTS RESERVED.

- 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"> ● 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 ➢ 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 	
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を実施。経営体制を強化。 	
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ナポラー市場（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、中国合弁事業が本格化 	
2016年	<ul style="list-style-type: none"> ● 社内コンテストの優勝者が「RIM.ARK」を展開 ➢ 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 ● 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 	

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

国内企業 ランキング	名前	ロゴ	フォロワー数	投稿数
4	KENZO		1,575,978	1,826
7	Comme des Garçons		1,358,834	225
9	UNIQLO		1,203,071	978
10	A Bathing Ape		1,114,506	6,428
15	MUJI無印良品		827,279	656
22	GU		698,075	617
29	MOUSSY		526,156	5,779
35	Yoji Yamamoto		472,625	500
36	UNDERCOVER		471,900	1,220
45	SLY		384,419	6,292
47	EMODA		379,740	4,851

社員インスタグラマー

corina_718

- rienda
- フォロワー #92,800



wadarisa

- rienda
- フォロワー #87,400



marinakamura

- RIM.ARK
- フォロワー #76,000



marie_0905

- MOUSSY
- フォロワー #63,400



2017年10月31日時点, Instagram

2017年10月31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：217店舗

- 1級都市： 4都市 90店舗
- 2級都市： 20都市 102店舗
- 3級都市： 11都市 25店舗

■出店都市数：35都市

(2017年9月末時点)

西南エリア/West

成都/Chengdu	15
重慶/Chongqing	9
西安/Xian	6
昆明/Kunming	4
貴陽/Guiyang	2
西寧/Xining	1

華南エリア/South

深圳/Shenzhen	13
広州/Guangzhou	8
武漢/Wuhan	7
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/North

北京/Beijing	29
天津/Tianjin	10
沈陽/Shenyang	7
太原/Taiyuan	3
石家荘/Shijiazhuang	2
長春/Changchun	3
大連/Dalian	2
瀋陽/Shenyang	1

華東エリア/East

上海/Shanghai	40
杭州/Hangzhou	12
南京/Nanjing	5
鄭州/Zhengzhou	5
合肥/Hefei	1
寧波/Ningbo	4
蘇州/Suzhou	5
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

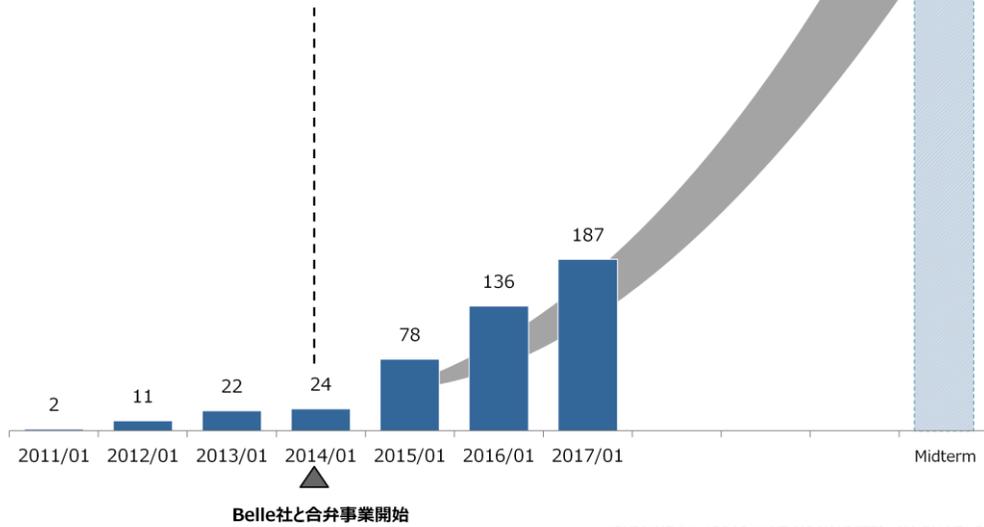
中国出店の状況

Slide 25

- 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

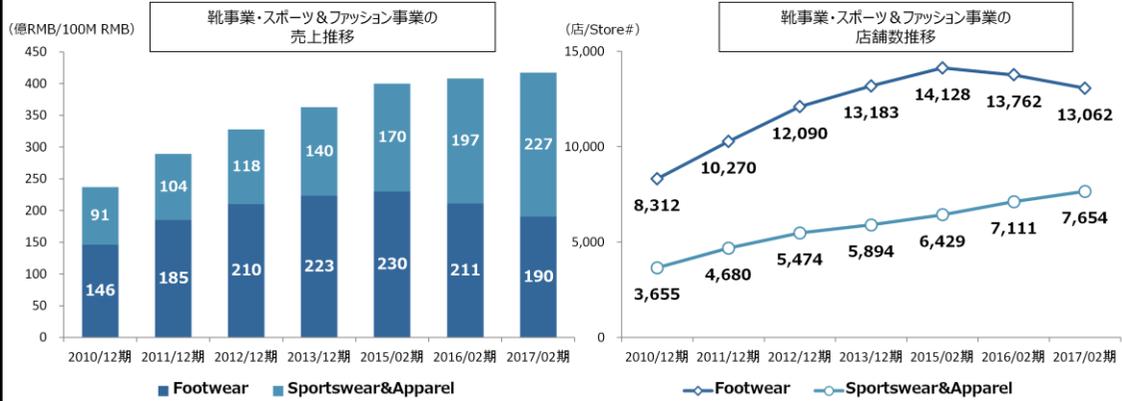
年間平均オープン数：54.3店



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

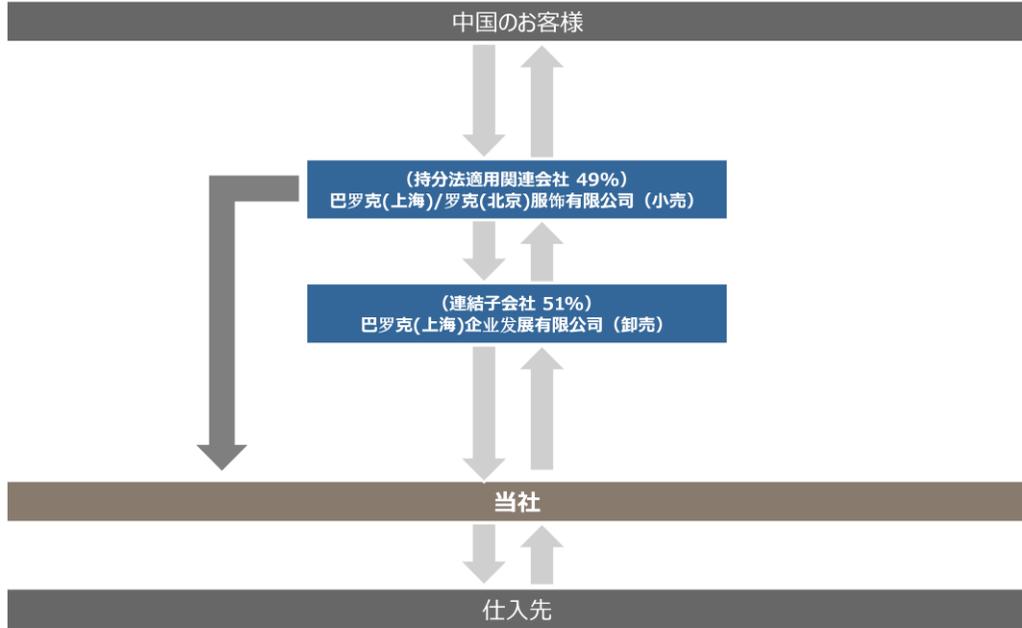
- Belle社の物流網を活用しコスト低減
- 中国に自社の検品所を設置



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。