

BAROQUE JAPAN LIMITED

2019年2月期 第1四半期決算補足資料

2018年6月14日

東京証券取引所 市場第一部

証券コード 3548

1 2019年2月期 第1四半期業績説明

2 通期業績見通し

売上高：	151 億円	前期比+ 1.9%	2.8億円増
営業利益：	6 億円	前期比+ 59.6%	2.3億円増
親会社株主に帰属する当期純利益：	0.9 億円		1.9億円増

**国内事業は増収増益
海外事業は引き続き好調
好調事業の伸張及び経費の効率化により
更なる売上高・利益の拡大を目指す**

国内事業総括

- 既存店客数の改善により 3月・4月度の既存店売上が回復
- サプライチェーンマネジメント改革、主要販管費科目の効率化により収益性が改善

3月・4月のSSS(既存店昨対比 通販込み) は100.0%超え

- ◆ 2018年2月はSSS 93.7%と苦戦したが、3月はSSS100.0%、4月はSSS100.5%まで回復
- ◆ 第1四半期の累計SSSは、98.5%
- ◆ 3月、4月の既存店客数は前年比102.4%、101.7%
- ◆ 客数の回復要因は、主軸商品の開発強化・商品構成の見直し ⇒ 強化品番の縦積みによる機会ロスの解消
- ◆ ポイント会員アプリ「SHEL'TTER PASS」を活用した販売促進の強化

サプライチェーンマネジメント改革による収益性の改善

- ◆ 主軸商品の開発を強化し、奥行きをつけた発注で、全体型数を絞り込むことによる仕入原価率の低減
- ◆ 商品開発・生産期間を確保し、閑散期生産を活用することによる仕入原価率の低減
- ◆ RFIDの導入・統一カートン、SCMラベルの導入（物流費）はスケジュール通りに進捗

主要販管費科目の抑制・効率化

- ◆ 物流センター・店舗間の出荷・返品作業の効率化、倉庫在庫点数の削減等による物流費率の低減
- ◆ デジタルマーケティングの活用等による宣伝・販促費率の低減

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。第1四半期期末店舗数は227店舗。下期に出店を加速させる。
- ◆ 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、毎年第1四半期に計上するAW（秋冬）商品の在庫評価減の影響により、第1四半期は赤字を計上。2Q以降、挽回し、通期の利益見通しは変わらない。
- ◆ 米国事業は、ブランド知名度向上に伴いMOUSSY NY店の売上、卸売ともに好調に推移している。

- 売上高は、前年比101.9%
- 売上高総利益率は、前年比1.3pt (57.9%→59.2%) 良化
- 販管費率は、前年比0.3pt (55.4%→55.1%) 良化
- これにより営業利益は前年比159.6%、経常利益は前年比200.5%となった

(JPY mil)	2019年2月期1Q実績 Actual	対売上 % of Sales	前年比 YoY
売上高/Sales	15,084	100.0%	101.9%
売上総利益/Gross Profit	8,922	59.2%	104.1%
販管費及び一般管理費/SG&A	8,316	55.1%	101.5%
営業利益/Operating Profit	606	4.0%	159.6%
経常利益/Recurring Profit	299	2.0%	200.5%
親会社株主に帰属する四半期 純利益/Net Profit	93	0.6%	-

- 国内では、FB/SBブランドのMOUSSY及びRIM.ARK、セレクトショップ・百貨店ブランドのENFÖLD等が好調に推移
- SCブランドのうち、RCWBは堅調に推移。AZUL BY MOUSSYは品揃えの充実、メンズ商品の強化により既存店売上の回復が進展。
- 海外事業は、中国卸売上の伸びが牽引し前年比107.7%

(単位:百万円)	2019年2月期1Q実績 Actual	2018年1月期1Q Previous Year	前年比 YoY
FB/SBブランド FB/SB Brands	4,977	4,894	101.7%
SCブランド SC Brands	6,605	6,780	97.4%
セレクトショップ・百貨店ブランド Select Shop・Dept Store Brands	1,313	1,062	123.6%
海外 Overseas	1,983	1,842	107.7%
その他 Others	206	222	92.8%

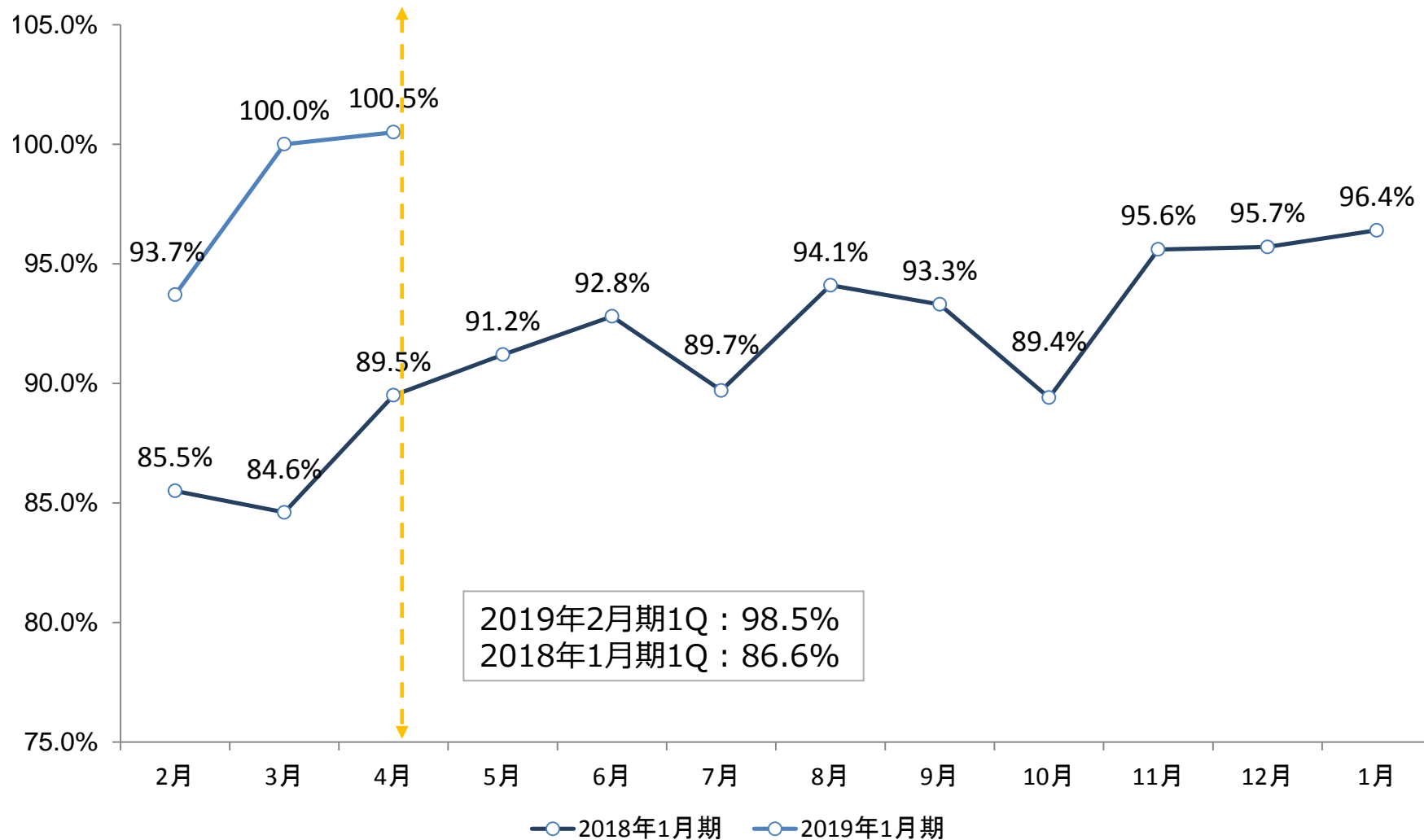
(単位:百万円)	2019年2月期1Q末				2018年1月期末	
	金額 Amount	構成比 %	前期末比 % to previous year end	前年比 YoY	金額 Amount	構成比 %
現預金 Cash	15,191	38.6%	81.1%	106.0%	18,743	45.4%
売掛金 Accounts Receivable	7,759	19.7%	99.4%	124.1%	7,804	18.9%
商品 Inventories	6,009	15.2%	133.1%	84.0%	4,514	10.9%
その他流動資産 Other Current Asset	1,763	4.5%	100.6%	107.9%	1,752	4.2%
固定資産 Non Current Asset	8,682	22.0%	102.1%	102.9%	8,502	20.6%
総資産 Total Asset	39,404	100.0%	95.4%	104.2%	41,317	100.0%
負債 Liabilities	22,272	56.5%	97.5%	105.4%	22,851	55.3%
純資産 Equity	17,132	43.5%	92.8%	102.7%	18,466	44.7%

- 国内売上高は、前年比101.1%。主軸商品の開発強化、商品構成の見直し、ポイント会員アプリ「SHEL'TTER PASS」による販売促進の強化等が功奏
- 通販売上高は、前年比101.6%
- 売上総利益率は、前年比1.3pt改善（60.9%→62.4%）。主軸商品の奥行きをつけた発注、閑散期生産の活用等により仕入れ原価率の低減が功奏
- サプライチェーンマネジメント改革、主要販管費科目の効率化により、営業利益は前年比325.8%、経常利益は同258.2%

(単位:百万円)	2019年2月期1Q実績 Actual	対売上 % of Sales	前年同期比 YoY
売上高/Sales	13,101	100.0%	101.1%
店舗売上/Store Sales	10,437	79.7%	101.5%
通販売上/EC Sales	1,749	13.4%	101.6%
売上総利益/Gross Profit	8,175	62.4%	103.6%
販管費及び一般管理費/SG&A	7,746	59.1%	99.9%
営業利益/Operating Profit	428	3.3%	325.8%
経常利益/Recurring Profit	301	2.3%	258.2%

既存店月次売上高（前年同月比）の推移

(前年同月比)



※既存店：前期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。

- 卸売上高、小売売上共にほぼ計画通り。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1Qはマイナスも2Q以降挽回し、通期見通しは変わらず

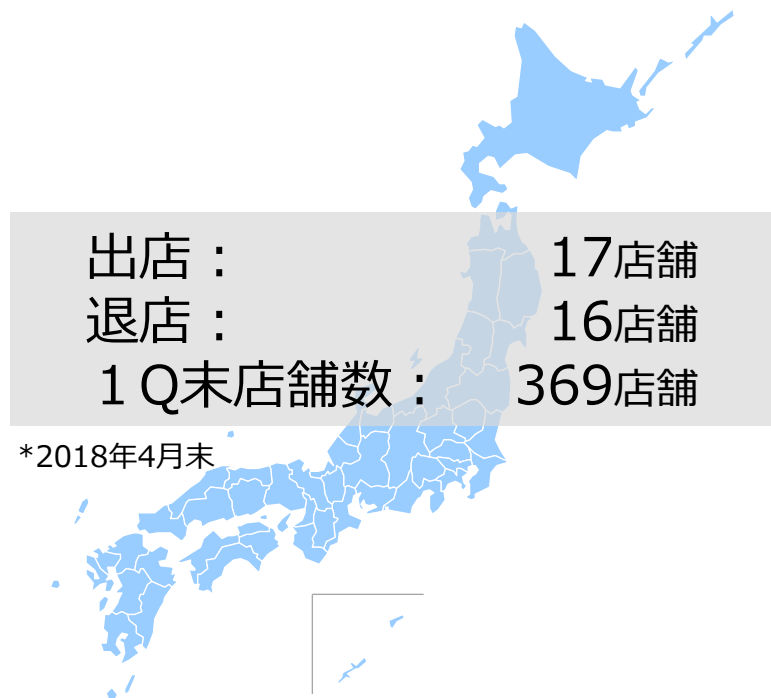
日本円

(単位:百万円)	2019年2月期 1Q実績 Actual	2018年1月期 1Q Previous Year	前年同期比 YoY
中国合弁事業からの売上 Sales from China JV			
卸売/Wholesale	1,630	1,613	101.1%
ロイヤリティ/Royalty	131	104	125.1%
売上合計/Sales Total	1,761	1,717	102.5%
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/Profit from Retail company (持分法投資利益) Equity method investment gain	△191	△129	-
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	58	111	52.0%
ロイヤリティ税抜換算 Royalty after tax	91	73	124.5%
利益合計/Profit Total	△42	55	-

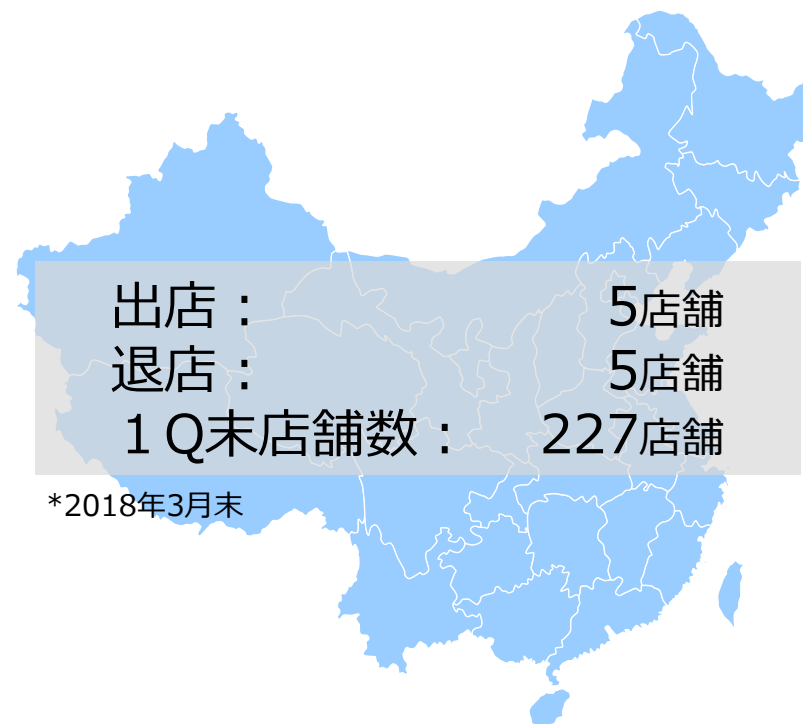
人民元

(単位:百万人民元)	2019年2月期 1Q実績 Actual	2018年1月期 1Q Previous Year	前年同期比 YoY
中国合弁事業からの売上 Sales from China JV			
卸売/Wholesale	96	97	98.2%
ロイヤリティ/Royalty	8	6	121.5%
売上合計/Sales Total	103	104	99.6%
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/Profit from Retail company (持分法投資利益) Equity method investment gain	△11	△8	-
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	3	7	50.5%
ロイヤリティ税抜換算 Royalty after tax	5	4	121.0%
利益合計/Profit Total	△2	3	-

JAPAN

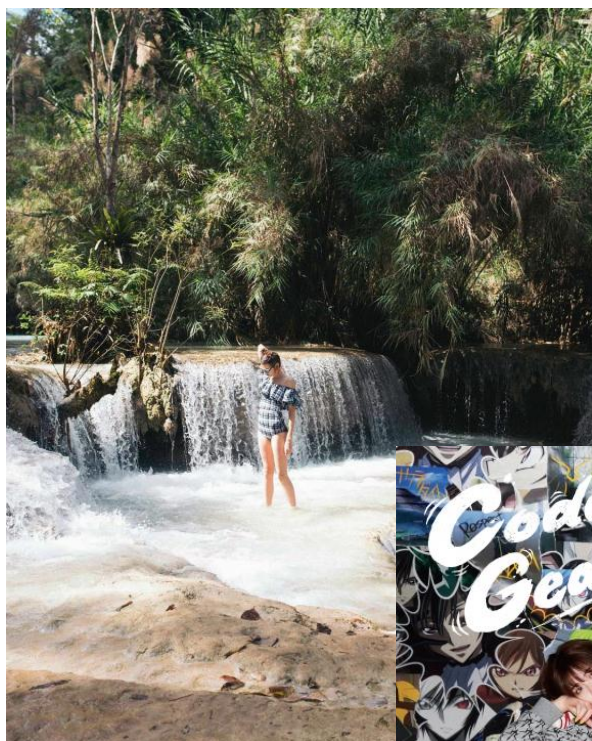


CHINA



TOPICS 1 : 新規顧客の獲得を狙った新規4ブランドをローンチ

- ◆「någonstans」: ENFÖLDディレクターによるリゾートラインが伊勢丹新宿本店、三越銀座店、JR名古屋高島屋でスタート
- ◆「Leory x EBLÓA」: トップインスタグラマーによる脱渋谷系ギャルをコンセプトにしたEC専門ブランドがスタート
- ◆「R4G」: SHIBUYA系（ファッション）とAKIBA系（アニメ）の融合をコンセプトにしたEC専門ブランドがスタート
- ◆「STYLEMIXER」: 50万人超の人気インフルエンサーをキュレーターに起用したファッションECサイトがスタート



TOPICS 2 : 「MOUSSY」より、スペシャルコレクション「Disney SERIES CREATED by MOUSSY」をローンチ

- ◆ MICKEY MOUSEのスクリーンデビュー90周年を迎え、記念すべきアニバーサリーを前に発売する特別なコレクション「Disney SERIES CREATED by MOUSSY」を展開
- ◆ レディースサイズのみならず、ユニセックスサイズ、キッズサイズも展開し、友人や恋人、家族でのお揃いのコーディネートが可能



TOPIC 3 : 「ENFÖLD」が2017年度『ベストセラー賞レディス』を受賞

- ◆ 織研新聞社が主催する「17年度百貨店バイヤーズ賞レディス」において『ベストセラー賞』（ヤング・アダルト アドバンス部門）を受賞
- ◆ 百貨店バイヤーズ賞レディスでは41ブランドが選出され、「ENFÖLD」はブランドらしいデザインやシルエットの定番商品が強みを発揮したと評価



TOPIC 4 : 「本当に欲しい白衣・JOSAI×MOUSSY」発表

- ◆ 当社内公募によるコンペを実施し、城西大学の学生及び教員によるデザイン画選考、大学内での商品サンプル展示による選考を経て、MOUSSYの企画デザイナーである山岡奈津実のデザイン案オリジナルの白衣『JOSAI×MOUSSY』が完成
- ◆ オリジナル白衣は、限定商品として、5月中旬より、城西大学内で販売



MOUSSY企画デザイナー山岡奈津実 / 写真中央・右)城西大学 薬学研究科大学院生

- 1 2019年2月期 第1四半期業績説明
- 2 通期業績見通し

- 2018年3月15日発表の通期業績見通し（2019年1月期）は変更なし。

（注）2018年4月25日に開催された第19期定時株主総会で事業年度の変更に係る定款の一部変更が承認されたため、第20期事業年度は2018年2月1日より2019年2月28日までの13ヵ月となりました。

2019年2月期の業績見通しにつきましては、詳細が確定次第お知らせいたします。

(単位:百万円)	2019年1月期計画 FY2019/01 Outlook			2018年1月期 FY2018/01	
	見通し Forecast	対売上 % to Sales	前年比 YoY	実績 Actual	対売上 % to Sales
売上高/Sales	71,306	100.0%	104.9%	67,952	100.0%
売上総利益/Gross Profit	39,788	55.8%	109.3%	36,396	53.6%
販管費/SG&A	35,554	49.9%	105.1%	33,840	49.8%
営業利益/Operating Profit	4,233	5.9%	165.6%	2,556	3.8%
経常利益/Recurring Profit	4,780	6.7%	187.0%	2,556	3.8%
親会社株主に帰属する当期純利益 Net Profit	3,287	4.6%	265.9%	1,236	1.8%
1株当たり当期純利益/EPS	90.71			34.51	

* 1株当たり当期純利益は2018年1月期末の発行済み株数(36,240,600株)で計算

株主配当

- ◆ 2019年2月期は1株あたり38円の予定。配当性向42%
- ◆ 「連結業績に基づく配当性向約30～40%」の配当政策に変更なし

株主優待（変更あり）

- ◆ 当社株式への投資魅力をさらに高め、より多くの株主様に当社株式を長期的に保有していただけるように、株主優待制度の内容の一部を変更致します。
- ◆ 変更後の株主優待制度は、2018年7月31日時点の株主名簿に記載または記録された、100株以上を保有されている株主様より適用いたします。

1. 対象株主

- ◆ 毎年2月末日及び8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
- (注) 2019年2月期は、2018年7月末日及び2019年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5月下旬及び11月下旬の発送を予定
- (注) 2019年2月期は、2018年4月下旬（発送済）及び2018年10月下旬の発送を予定

3. 株主優待の内容

【変更前】

所有株式数	優待内容
100株以上	当社クーポン券 2枚（年間4,000円相当） 上期1枚、下期1枚、計2枚贈呈

【変更後】

所有株式数	優待内容
100株以上 （変更なし）	当社クーポン券 2枚（年間4,000円相当） 上期1枚、下期1枚、計2枚贈呈
200株以上	当社クーポン券 3枚（年間6,000円相当） 上期2枚、下期1枚、計3枚贈呈
500株以上	当社クーポン券 4枚（年間8,000円相当） 上期2枚、下期2枚、計4枚贈呈

※当社商品券は、店舗及び自社通販サイトで使用可能

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369店舗、中国に227店舗， 香港・マカオに8店舗、アメリカに1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.

**2018年4月末時点



- 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、カリスマ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、中国合併事業が本格化 	
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 	
	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	

時期

沿革

2017年

- Belle International Holdings Limitedとの合併会社が展開する、中国小売り事業の店舗数が中国本土200店舗を達成

- アディダス・ジャパン株式会社との共同開発コレクション「adidas × MOUSSY」を販売開始

- 店舗のお買い物でもEC（電子商取引）でのお買い物でも、マイルが貯まって使える会員制ポイントサービス「SHEL'TTER PASS」の配信開始



- MOUSSYのアメリカEC戦略本格始動にあたり「MOUSSY GLOBAL EC」サイトが誕生

2018年

- 30代、40代のファッション感度の高い女性へ向けた、大人のリゾートスタイルを提案する新ブランド「någonstans」を展開

- バロックジャパンリミテッドの人気インフルエンサー2人をデザイナーに起用し、渋谷系ギャルからの卒業をコンセプトとした新ブランド「Leory x EBLÓA」を公式サイト上で展開

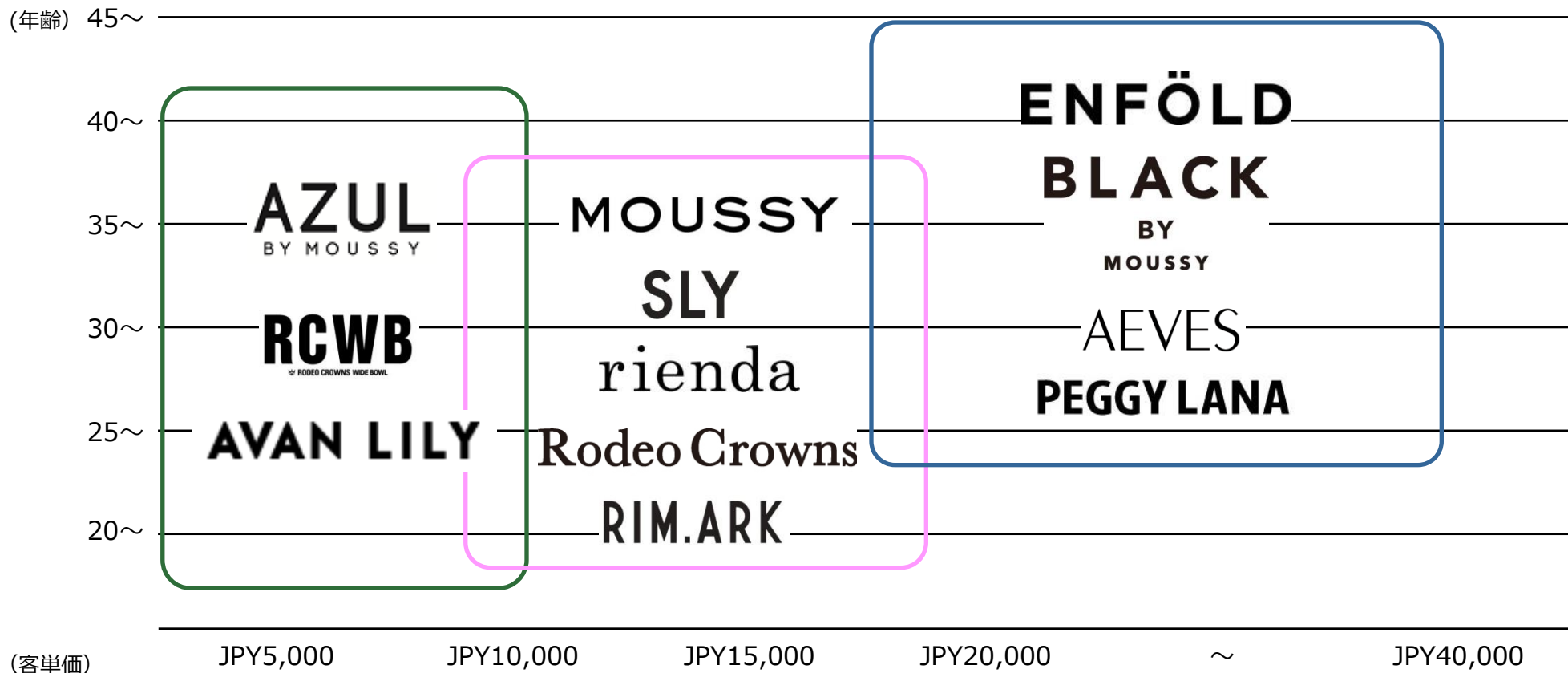


- 新規事業発掘コンテスト「NEXT IS YOU」から誕生し、アニメとファッションの融合という新しいコンセプトのブランド「R4G」を自社通販サイトより展開



- 人気インフルエンサーがキュレーターを務める編集型ECプラットフォーム「STYLEMIXER」を公式サイト上で展開

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 NEW YORK	STELLA/McCARTNEY MARNI

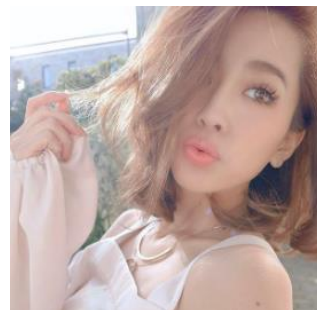
日本国内アパレル企業 インスタグラムフォロワー数ランキング

国内企業 ランキング	名前	ロゴ	フォロワー数	投稿数
4	Comme des Garçons	COMME des GARÇONS	1,862,636	2,100
5	KENZO	KENZO PARIS	1,712,375	2,100
9	UNIQLO	UNI QLO	1,573,650	1,185
10	A Bathing Ape	A BATHING APE® SINCE 1989	1,326,915	6,950
15	MUJI無印良品	MUJI 無印良品	1,004,045	617
21	GU	GU	804,349	345
31	Yoji Yamamoto		593,464	562
32	UNDERCOVER		572,987	1,339
35	MOUSSY	MOUSSY	563,412	6,307
54	sacai	sacai	421,622	1,551
57	SLY	SLY	398,749	6,832
59	LOWRYS FARM	LOWRYS FARM	383,126	4,963

社員インスタグラマー

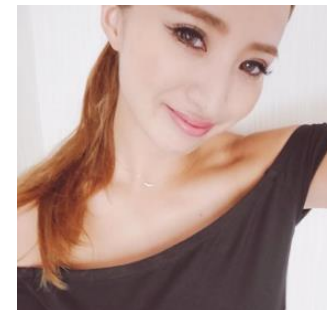
corina_718

- EBLÓA
- フォロワー #98,200



wadarisa

- la vie de Leory
- フォロワー #86.,700



marinakamura

- RIM.ARK
- フォロワー#79,800



aoi186

- Rodeo Crowns
- フォロワー #165,000



2018年6月6日時点, Instagram

- 2018年1月期出店数は53店舗、退店数は13店舗となり純増40店舗
- 積極的な出店を継続し今後も年間約40～50店舗の純増を予定

■ 店舗数：227店舗

- 1級都市： 4都市 94店舗
- 2級都市： 21都市 108店舗
- 3級都市： 11都市 25店舗

■ 出店都市数：36都市

(2018年3月末時点)

華北エリア/North

北京/Beijing	33
天津/Tianjin	9
沈陽/Shenyang	7
太原/Taiyuan	3
石家荘/Shijazhuang	2
長春/Changchun	3
哈爾濱/Harbin	1
大連/Dairen	2
唐山/Tangshang	1

華南エリア/South

深圳/Shenzhen	14
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

華東エリア/East

上海/Shanghai	39
杭州/Hangzhou	13
南京/Nanjing	6
鄭州/Zhengzhou	5
合肥/Hefei	1
寧波/Ningbo	4
蘇州/Suzhou	6
青島/Qingdao	1
無錫/Wuxi	2
温州/Wenzhou	1

西南エリア/West

成都/Chengdu	16
重慶/Chongqing	11
西安/Xian	7
昆明/Kunming	4
貴陽/Guiyang	2
西寧/Xining	1

当社グループ定義

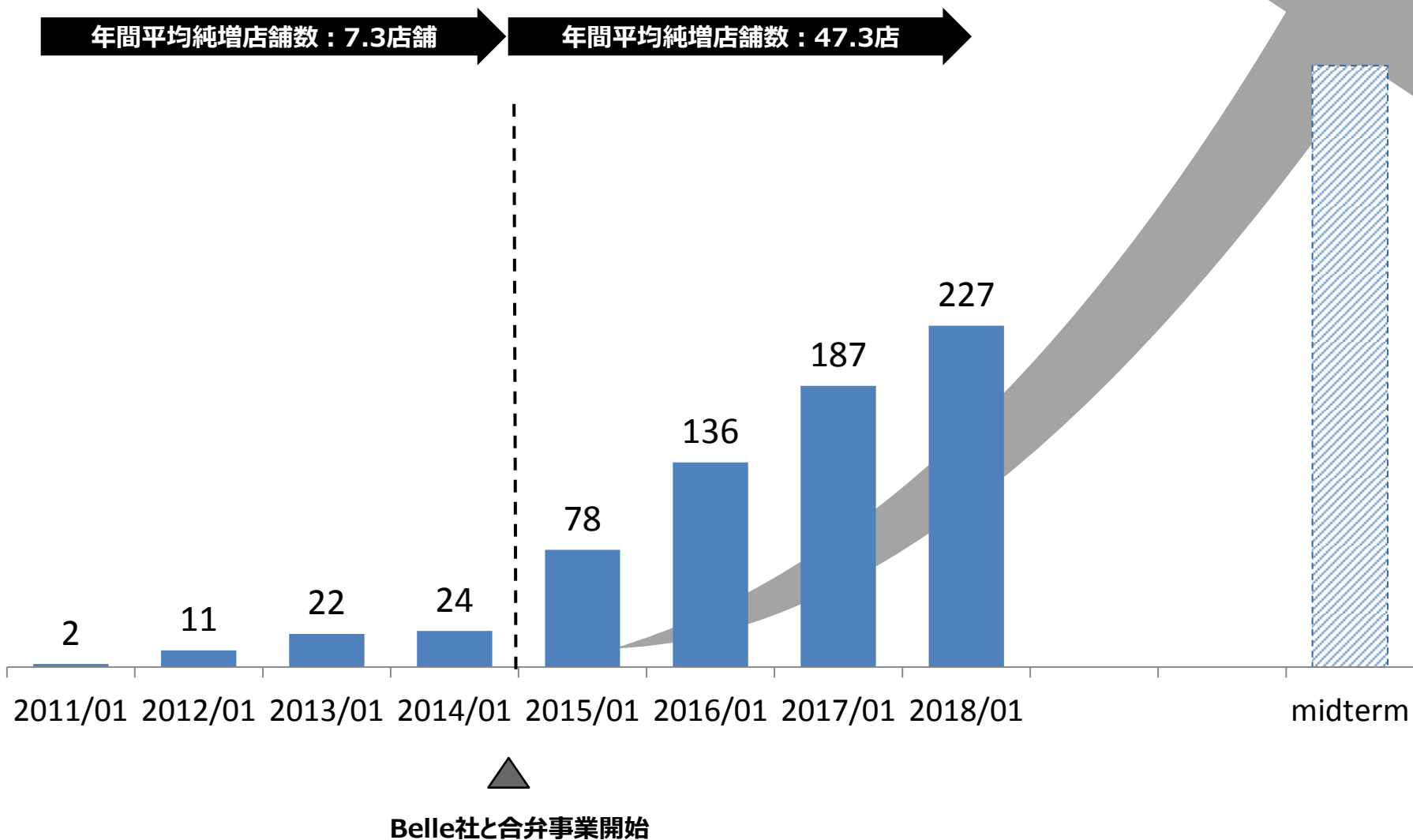
1級都市（4都市）：上海・北京・広州・深セン

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

- 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
 - 2019年2月期は収益性を重視した40店舗程度の出店見込み



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のインセンティブプログラム



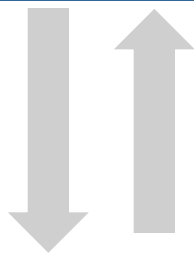
中国のお客様



(持分法適用関連会社 49%)
巴罗克(上海)/罗克(北京)服饰有限公司 (小売)



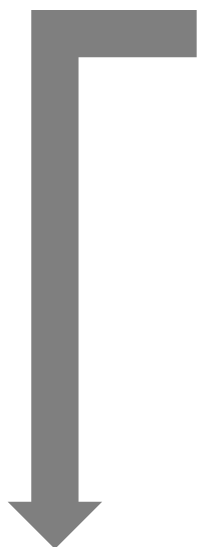
(連結子会社 51%)
巴罗克(上海)企业发展有限公司 (卸売)



当社



仕入先



↑ : 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を更新し、変更する義務を負うものではありません。