



BAROQUE JAPAN LIMITED

2024年2月期 1Q決算補足説明資料

2023年7月18日

東京証券取引所 プライム市場

証券コード 3548





1 2024年2月期 1Q業績説明

2 事業サマリー

(単位：百万円)	FY2024/02		FY2023/02
	1Q	前年同期比	1Q
連結売上高	14,590	103.7%	14,071
連結売上総利益	9,185	106.6%	8,617
売上総利益率	63.0%	+1.8pt	61.2%
連結販管費及び一般管理費	7,959	105.7%	7,527
販管費率	54.6%	+1.1pt	53.5%
連結営業利益	1,225	112.4%	1,090
営業利益率	8.4%	+0.7pt	7.7%
連結経常利益	1,101	131.5%	837
経常利益率	7.5%	1.5pt	6.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	684	171.9%	398
純利益率	4.7%	+1.9pt	2.8%

連結売上高 145.9億円（前年同期比103.7%）

- ◆ 国内事業は前年同期比105.9%
平年より気温が高く外出需要が高まり、店舗売上、EC売上共に前年同期比増加
- ◆ 中国事業はゼロコロナ政策終了後の経済活動回復に伴い、前年同期比増収増益
- ◆ 米国事業は、前年同期比減収減益

連結売上総利益 91.8億円（前年同期比106.6%）

- ◆ 国内事業：ASEAN生産シフトに伴うコスト改善、地域的な包括的経済連携（RCEP）協定効果等により、連結売上高総利益率は前年同期比増加

連結営業利益 12.2億円（前年同期比112.4%）

- ◆ 国内事業：旗艦店のリニューアルオープン、主カブランドの広告宣伝強化等に伴う販管費増加となったが、計画の範疇であり、売上総利益の増加に伴い、営業利益は前年同期比を上回った

親会社株主に帰属する当期純利益 6.8億円（前年同期比171.9%）

- ◆ 中国事業の持分法投資損失の縮小により、前年同期比171.9%

(単位：百万円)	FY2024/02		FY2023/02
	1Q	前年同期比	1Q
売上高	13,277	105.9%	12,536
(店舗売上)	9,939	106.7%	9,316
(EC売上)	2,543	108.6%	2,341
売上総利益	8,545	106.3%	8,040
売上総利益率	64.4%	+0.3pt	64.1%
販管費及び一般管理費	7,643	106.5%	7,179
販管費率	57.6%	+0.3pt	57.3%
営業利益	901	104.8%	860
営業利益率	6.8%	△0.1pt	6.9%
経常利益	896	100.8%	889
経常利益率	6.8%	△0.3pt	7.1%
当期純利益	610	105.6%	578
当期純利益率	4.6%	△0.0pt	4.6%

海外事業総括

中国事業

- 1Qでは、ゼロコロナ政策の終了に伴い、飲食・旅行に続き、小売り環境が回復しつつあり、中国合弁事業に関する売上は前年同期比92.5%
- 小売会社では昨年の上海ロックダウンによる一部商品の販売時期の変更を実施した結果、仕入れが抑止その影響を受け、卸売が90.7%で着地
- 中国EC売上は前年同期比69.5%
(EC比率：13.7%)

(単位：百万円)	FY2024/02		FY2023/02
	1Q	前年 同期比	1Q
中国合弁事業に関する売上			
卸売	1,149	90.7%	1,267
ロイヤリティ	87	125.5%	69
売上合計	1,237	92.5%	1,337

米国事業

- 北米におけるEC及び卸売（高級百貨店、セレクトショップ向け）を中心としたビジネスモデルでハイエンドの日本製デニムの販売に取り組んでいるが、コロナ前対比では売上拡大したものの、前年同期比減収減益
- 実店舗はNY1店舗
- 米国EC売上は前年同期比38.4%
(EC比率 [EC専業卸売先含む]：20.1%)
- 2024年2月期1Q累計の米国事業業績は、売上高は前年同期比57.7%
- コロナ前の2019年度同期対比で1Q累計の売上高は132.6%、営業利益は91.9%

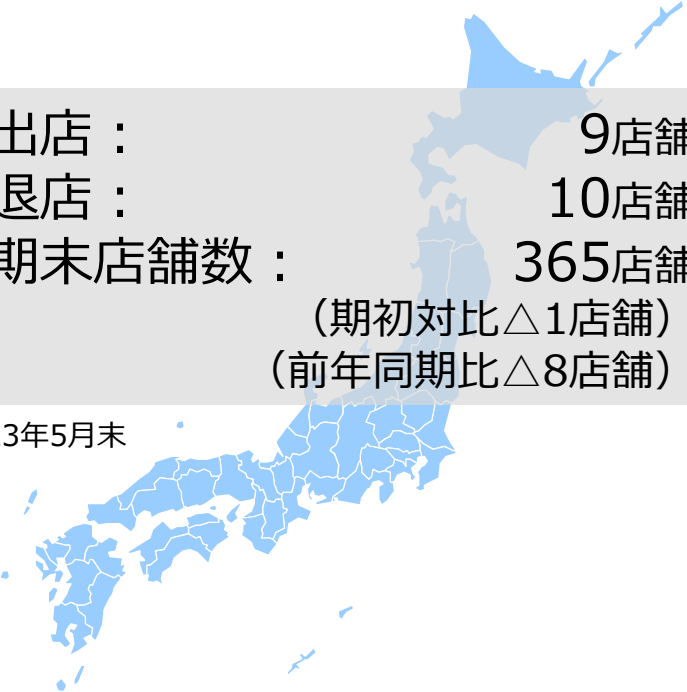
■インバウンド比率の上昇などにより、FBブランド及び百貨店ブランドを中心に回復傾向

(単位：百万円)	FY2024/02 1Q			FY2023/02 1Q	
	実績	構成比	前年同期比	実績	構成比
連結売上高	14,590		103.7%	14,071	
FB/SBブランド	4,852	33.3%	112.7%	4,306	30.6%
SCブランド	6,463	44.3%	102.7%	6,295	44.7%
百貨店ブランド	1,429	9.8%	110.6%	1,291	9.2%
海外	1,654	11.3%	82.3%	2,010	14.3%
その他	190	1.3%	113.6%	167	1.2%

(単位：百万円)	FY2024/02		FY2023/02
	1Q	前年同期比	1Q
連結売上高	14,590	103.7%	14,071
販売管理費	7,959	105.7%	7,527
	54.6%	+1.1pt	53.5%
広告費及び販売促進費	474	136.8%	346
	3.2%	+0.7pt	2.5%
給与手当	1,432	101.5%	1,411
	9.8%	△0.2pt	10.0%
販売手数料(店舗家賃及び販売委託手数料)	3,175	103.9%	3,055
	21.8%	+0.1pt	21.7%
減価償却費	217	131.3%	165
	1.5%	+0.3pt	1.2%
その他	2,660	104.4%	2,549
	18.2%	+0.1pt	18.1%

(単位：百万円)	FY2024/02 (2023/5/31)			FY2023/02 (2022/5/31)	
	金額	構成比	前年同期比	金額	構成比
現預金	11,661	31.2%	84.6%	13,789	35.5%
売掛金	9,715	26.0%	96.5%	10,071	25.9%
商品	6,863	18.4%	121.3%	5,658	14.6%
その他流動資産	455	1.2%	77.8%	584	1.5%
固定資産	8,639	23.2%	99.0%	8,728	22.5%
総資産	37,334	100.0%	96.1%	38,832	100.0%
負債	15,796	42.3%	94.0%	16,812	43.3%
純資産	21,538	57.7%	97.8%	22,019	56.7%

JAPAN



出店： 9店舗
退店： 10店舗
期末店舗数： 365店舗
(期初対比△1店舗)
(前年同期比△8店舗)

*2023年5月末

CHINA JV



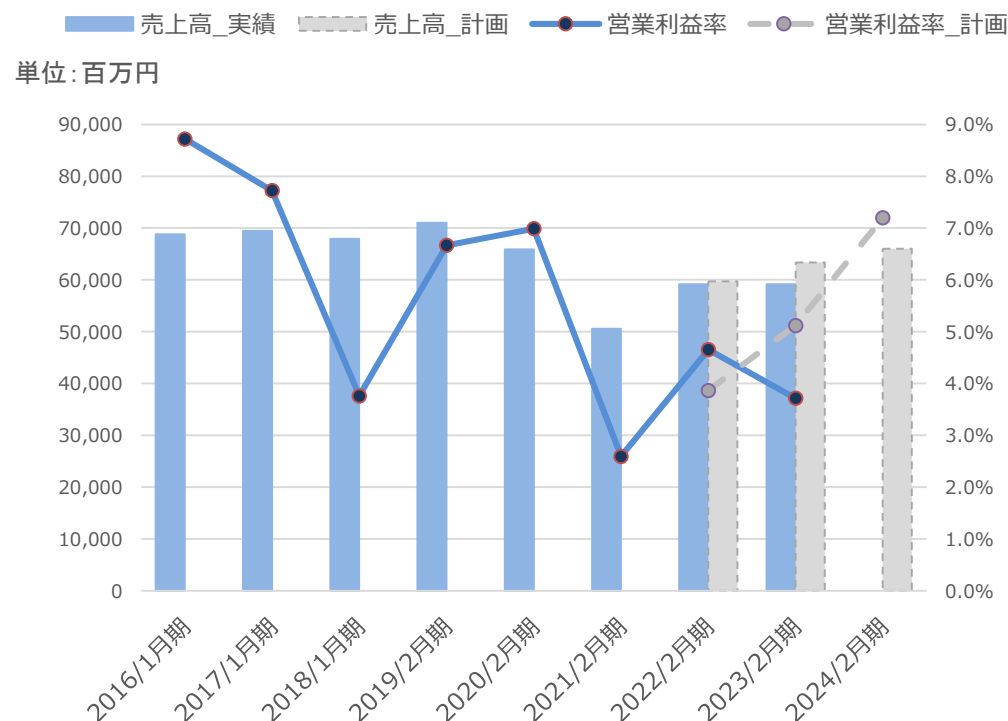
出店： 4店舗
退店： 36店舗
期末店舗数： 294店舗
(期初対比△32店舗)
(前年同期比△36店舗)

*連結決算に組み込む2023年3月末現在

- 国内事業は攻めの姿勢で事業構造を見直し、中国事業は前期一時的に落ち込んだが、コロナ影響からの回復を想定。連結業績としてはグローバルに収益性の改善を目指す

(単位：百万円)	FY2024/02	FY2023/02
売上高	66,010	58,842
売上総利益	39,033	33,410
総利益率	59.1%	56.8%
販管費	34,262	31,259
営業利益	4,771	2,150
営業利益率	7.2%	3.7%
経常利益	4,585	1,211
経常利益率	6.9%	2.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,750	243
純利益率	4.2%	0.4%
1株当たり当期純利益	76.35	6.77

通期業績及び見通し推移



株主配当

- 2024年2月期の年間配当金額については、1株当たり38円を予定（期末配当）

なお、上記業績予想は本資料発表時現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は様々な要因によって変動する可能性があります。



1 2024年2月期 1Q業績説明

2 事業サマリー

サプライチェーンの再構築と原価改善推進

▶ 東南アジアでの生産比率向上

中国に集中している生産拠点を分散し、ASEANに2割シフト済み
地域的な包括的経済連携（RCEP）協定も活用

▶ コンテナ積載率・倉庫オペレーション効率化

港集約・出港予定日の調整、倉庫内の機械化等を通じて、物流関連の効率を高める

適正な利益確保のための体制構築

▶ 国内での事業創造

新たな価値創出に向けて社内コンテストの開催、M&Aの加速など様々な形で取り組む

▶ 海外販路拡大/東南アジア進出加速

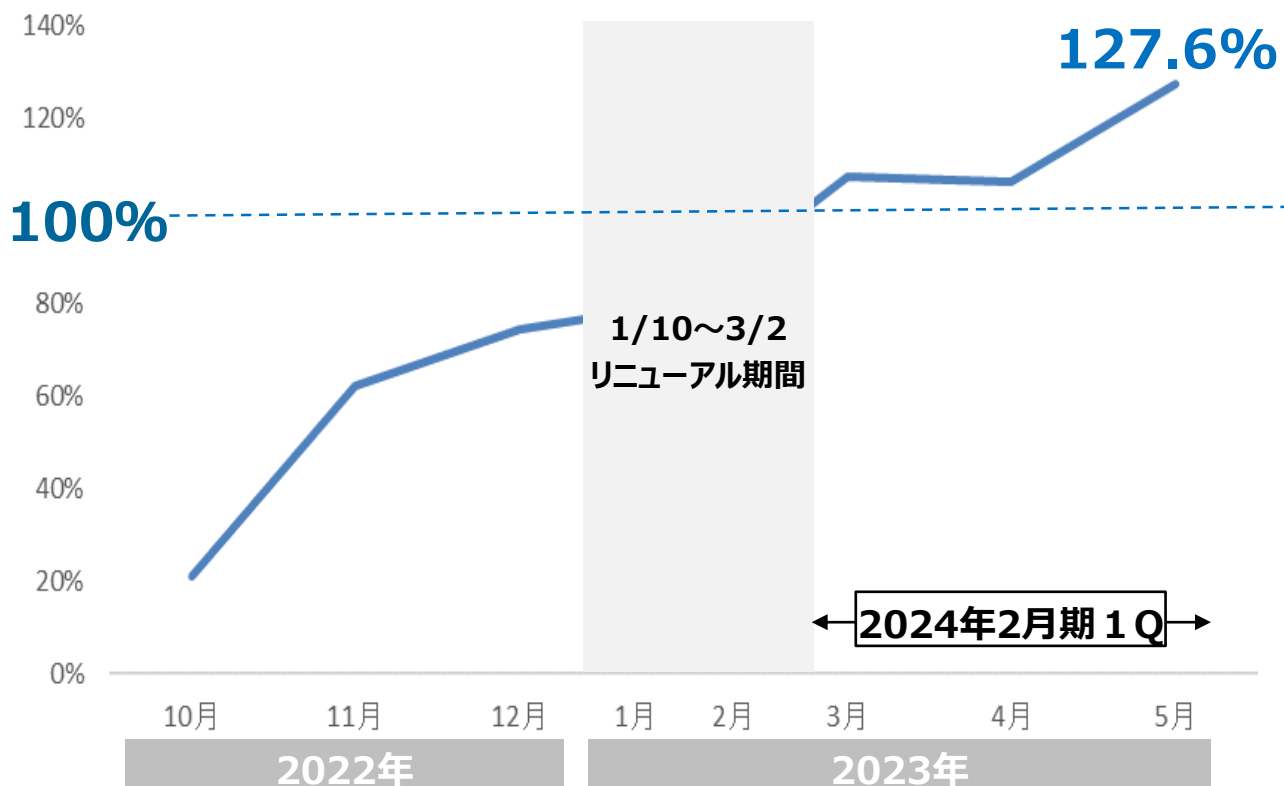
現在海外出店、ホールセールを含め、約30ヶ国で展開し、今後は東南アジア進出の加速を加えて
引き続き販路拡大を推進

- リニューアル後の売上が好調に推移し、1Q累計売上は前年同期比238.4%、コロナ前比125.4%
- 4月29日より水際対策が緩和され、5月8日より新型コロナウイルス感染症の位置づけが「5類感染症」へ移行されたことに伴い、インバウンド比率が急上昇し、免税実績はコロナ前を上回った

The SHEL'TTER TOKYO直近免税実績のコロナ前比



The SHEL'TTER TOKYO
東急プラザ表参道原宿店



- 「TUIN greenery」は「SHEL'TTER GREEN」のコンセプトショップ・旗艦店として、植物だけでなく、ガーデニング雑貨・鉢・オーガニックフレグランス・ファッション雑貨などを幅広く取り扱い、お客様のライフスタイル全般を提案
- 4月4日「イオンモール豊川店」の新規出店に続き、4月28日に「THE OUTLETS SHONAN HIRATSUKA店」もグランドオープン

▼外売り場併設で80坪を超える大型店舗▼

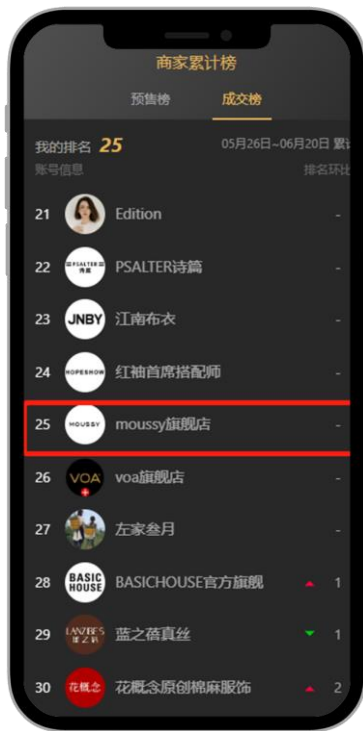


イオンモール豊川店



THE OUTLETS SHONAN HIRATSUKA店

- 5月31日より、中国恒例の大規模ECイベント「618セール」が開催
 - 全ECチャネルの合計売上高は2年連続で過去最高記録を更新し、前年同期比101.6%
 - TikTokにおけるライブコマースの売上高が前年同期比126%
- 期間中、MOUSSYの会員購入率が84%且つ新規入会数が約1万2千人増で、レディースファッションのTop3にランクイン。



T-mallライブコマースが**過去最高売上**を更新
 MOUSSYのライブコマース視聴者数累計が
 レディースファッションのセクターにおいて、
25位にランクイン

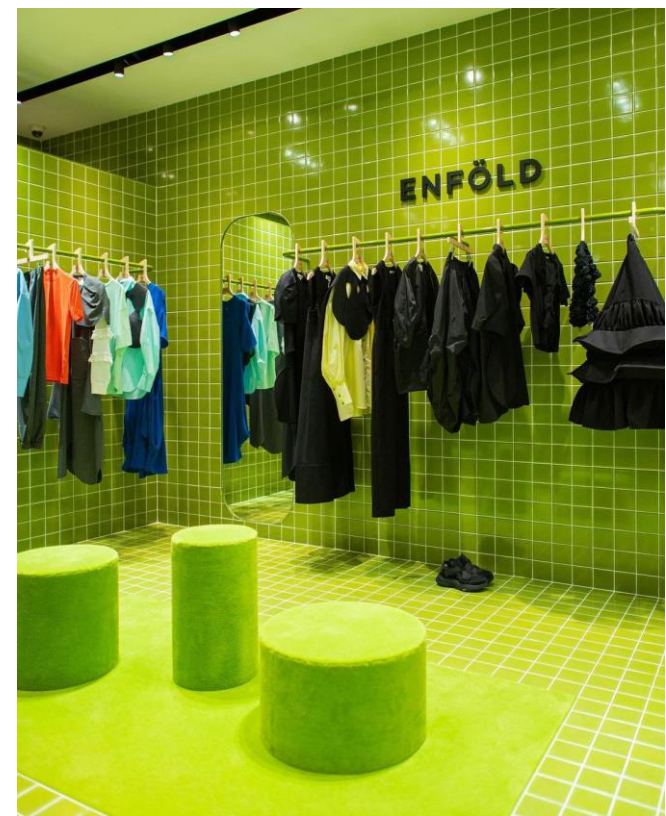


TikTokが過去最高売上を更新
 期間中、新規入会数が上位にランクイン



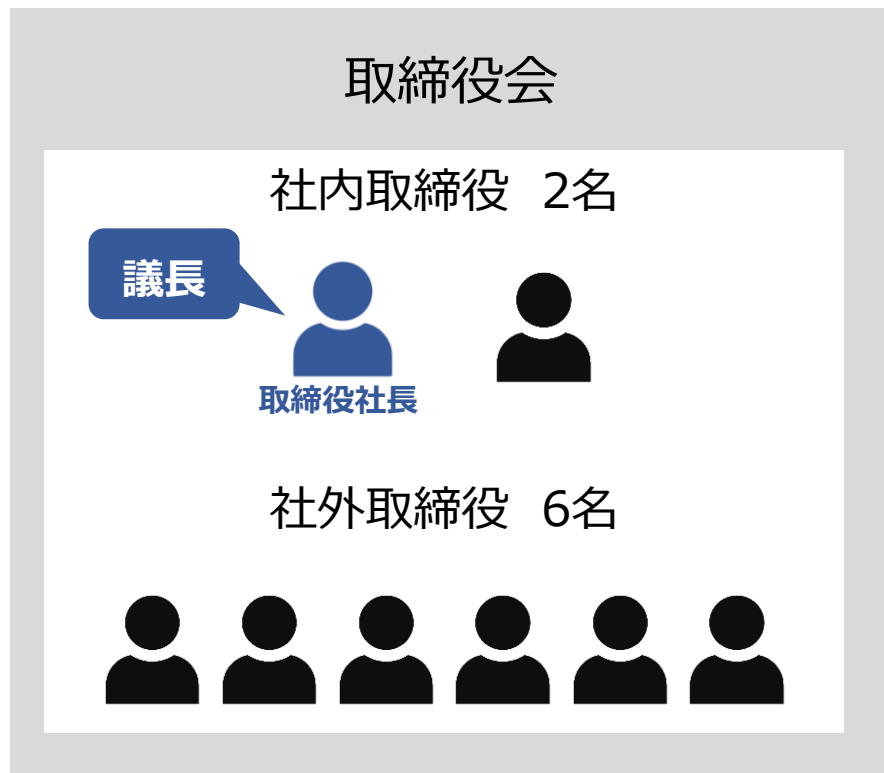
期間中、売上高100万RMB超えの
 商品が多数あり、売上に貢献

- 2023年5月24日に、海外単独店舗3号店を韓国・明洞にオープン
- ENFÖLDの世界観とブランド名の「ENFÖLD = 包む、抱きしめる」という意味からインスピレーションを受け考えられた内装は、江南店はイエロー、釜山店はブルーといったように、グリーン1色で店内をラッピングするデザイン
- 店内中央には2人の人が座って抱擁しているような什器を設置し、誰かを愛すること、誰かから愛されていること、自分自身を愛すること。ENFÖLD（＝「抱きしめる」「包み込む」）という言葉をも素直にかたちにしたものである

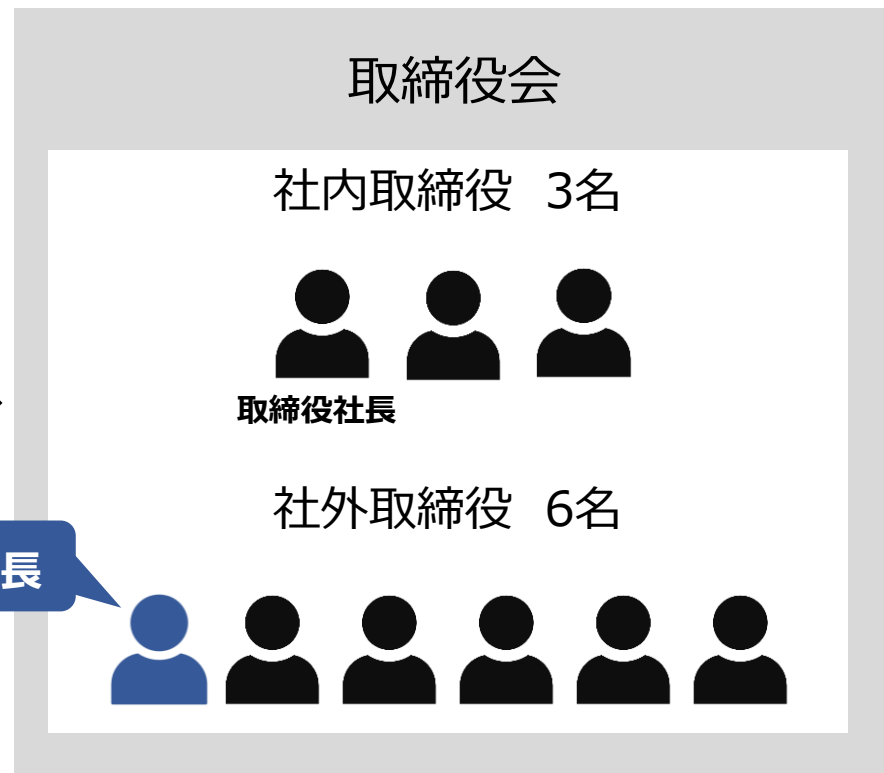


- 取締役会の招集権者及び議長が取締役社長に限定されていたが、社外取締役を含むその他取締役が招集権者及び議長となることを可能とするよう、2023年5月26日に開催した第24期定時株主総会にて定款を変更し、同日の取締役会から取締役会議長を社外取締役が務める新体制をスタート
- 先行する米国、英国などの海外では監督と執行機能を分離するのが一般的であり、当社としても、取締役会が経営を監督する「モニタリング・ボード」としての体制を強化し、企業統治の実効性向上に向けた取り組みを推進する

BEFORE



AFTER





Appendix

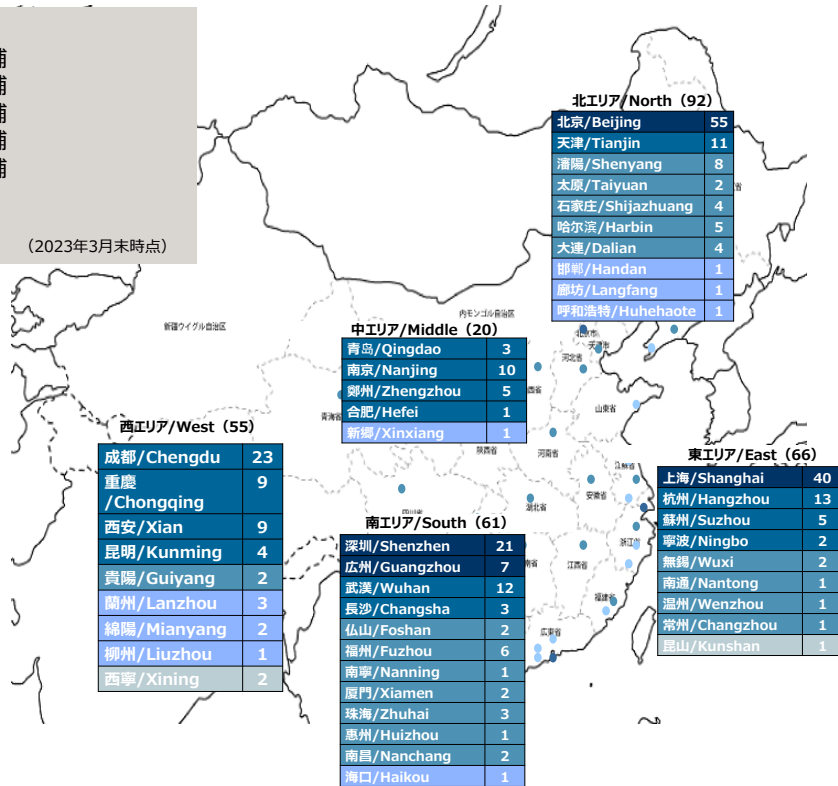
- 中国店舗数：294店舗（2023年3月末時点）
- 中国の第一財経及び新一線都市研究所が例年公表する「都市の商業的魅カランキング」に基づく都市の級分けが一般的

■ 店舗数：294店舗

- ・ 1級都市：4都市 123店舗
- ・ 新1級都市：14都市 110店舗
- ・ 2級都市：17都市 47店舗
- ・ 3級都市：8都市 11店舗
- ・ 4級都市他：2都市 3店舗

■ 出店都市数：45都市

(2023年3月末時点)



都市ランキングの概要	
選定指標	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商業施設の充実度 ・ 都市のハブとしての機能性 ・ 市民の活性度 ・ 生活様式の多様性 ・ 将来の可能性 等 <p>上記指標に基づき総合的に中国国内337都市を、1級、新1級、2級、3級、4級、5級までランク付け</p>
開始年	2016年～（年一回発表）
備考	<p>ランキングの変動は毎年有り、2023年度のランキングは、2022年度から2023年初のデータを基に作成</p> <p>今回の新1級都市では、急成長していた仏山に代わって、昆明が再び新1級都市へランクイン</p>

当社グループ定義

- 1級都市（4都市）：上海・北京・広州・深セン
- 新1級都市（15都市）：成都・重慶・杭州・武漢・蘇州・西安・南京・長沙・天津・鄭州・東莞・青島・昆明・寧波・合肥
- 2級都市（30都市）：仏山・瀋陽・濟南・無錫・厦門・福州・温州・金華・ハルビン・大連・貴陽・南寧・泉州・石家荘・長春・南昌・惠州・常州・嘉興・徐州・南通・太原・保定・珠海・中山・台州・臨沂・濰坊・煙台・紹興
- 3級都市：蘭州・海口・烏魯木齊・洛陽・廊坊・汕頭・湖州・咸陽・塩城・濟寧・呼和浩特・揚州・カン州・阜陽・唐山・鎮江・邯鄲・銀川・南陽・桂林・泰州・遵義・江門・揚陽・蕪湖・商丘・連雲港・新郷・淮安・淄博・綿陽・荷沢・漳州・周口・滄州・信陽・衡陽・湛江・三亞・上饒・邢台・莆田・柳州・宿遷・九江・襄陽・駐馬店・宜昌・岳陽・肇慶・滁州・威海・德州・泰安・安陽・荊州・常德・安慶・潮州・清遠・黄岡・宿州・株州・蚌埠・南充・寧徳・六安・宜春・聊城・渭南

※「2023年都市の商業的魅カランキング」（第一財経及び新一線都市研究所、2023年6月1日発表）に基づいて上記をグループ分け

中国のお客様

(持分法適用関連会社 49%)
巴罗克(上海)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。