

BAROQUE REPORT 2019

2018.2.1 → 2019.2.28



MOUSSY

TOP MESSAGE トップメッセージ

**商品開発強化・構成見直しに取り組んだ主力ブランドの健闘や
販管費抑制の効果で営業利益率は大幅に改善。店舗運営の効率化と
好調ブランドへの中長期的な投資などで、さらなる利益の拡大を図ります。**

株主の皆様におかれましては、日頃より当事業へのご理解とともに厚いご支援を賜り、心より御礼申し上げます。

当期の国内経済は自然災害などの影響が景気を下押しする場面はありましたが、設備投資の増加、雇用環境の改善などにより緩やかな回復基調となりました。当社が属するカジュアルウェア専門店業界では、災害に加え気温の高止まりが秋冬物衣料の動き出しに影響し、厳しい消費環境で推移しました。

そうした中、当社グループの国内事業は主軸商品の開発強化、商品構成の見直しに取り組む「MOUSSY」「ENFÖLD」「STACCATO」などのブランドが売上を牽引しましたが「AZUL BY MOUSSY」などのブランドが売上伸長の重石となり国内既存店売上高は前年同期比で減収となりました。しかしながら、仕入原価率の改善及び値引き販売の抑制、デジタルマーケティング活用による広告宣伝費の抑制や人件費コントロールなどによる販管費抑制が奏功し、営業利益率は大幅な改善を達成しております。

海外では、戦略的事業パートナーであるBelle International Holdings Limitedとの中国合併事業で商品仕入の効率化に取り組んだほか人材確保難、中国景気悪化の影響もあり業績は前年を下回ることとなりました。一方で卸売事業が主体である「MOUSSY」の米国事業は米国のみならず世界での売上を拡大し、黒字化を達成しています。

当期末の店舗数は、国内352店舗(直営店263店舗、FC店89店舗)、海外3店舗(直営店3店舗)、合計355店舗に、またBelle International Holdings

Limitedとの合併会社による中国小売事業の店舗数は249店舗となっております。

今後は、国内事業では購入客数減が課題のブランドの商品力の強化、マーチャンダイジングの再構築に取り組み、集客力のある商業施設へ出店する戦略的なスクラップ&ビルド、RFID商品タグを活用した物流の効率化、店舗面積標準化などで店舗運営の効率化を推進します。好調ブランドは顧客層の拡大を図るべく中長期的な視野で投資を行います。また会員制ポイントアプリ「SHELLTTER PASS」を活用したデジタルマーケティングを強化し、自社ECサイトと店舗の連携を進め、お客様への利便性提供と合わせ収益性の改善を図ります。

海外事業は、中国合併事業において、マーチャンダイジング構成の適正化を意識し、年間20~30店舗の純増及びEC事業強化などで利益貢献の拡大を目指し、順調な「MOUSSY」の米国事業は引き続き欧州など世界各地の販路開拓に努めます。中長期的には2020年2月期を初年度とする新中期(5年)計画「GLOBAL NEW RETAIL 1stステージ2024」を策定し、企業価値の向上に取り組んでまいります。

株主の皆様におかれましては、今後ともご指導ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。



代表取締役社長兼最高経営責任者
村井 博之

FINANCIAL HIGHLIGHTS 決算ハイライト



※決算期変更の経過期間となる第20期(2019年2月期)は2018年2月1日から2019年2月28日までの13ヶ月決算となります。

新中期計画を策定

GLOBAL NEW RETAIL 1st Stage 2024

Innovationを通じた国内成長及び世界展開への挑戦

当社が目指す「将来像」

「Core Competence」×「Innovation」⇒ Global Challenge

全ての繋がりは、ICT※1・デジタルを介したプラットフォームの基に成り立つ。
AIと人とのバランスの良いビジネスこそが、あるべき姿。
バロックジャパンが考えるNEW RETAILとは『今』バロックジャパンで起きていること、全ての進化であり、拡大。



新中期計画の策定の背景は、①2018年1月期の業績不振により国内既存ビジネスの立て直しに奔走することとなったこと、②事業パートナーであるBelle社の大株主が変わり中国事業方針が変更となったこと、そして③当社を取り巻く事業環境の変化等2017年3月に策定した中期計画をゼロクリアで見直す必要が生じたこと、があります。

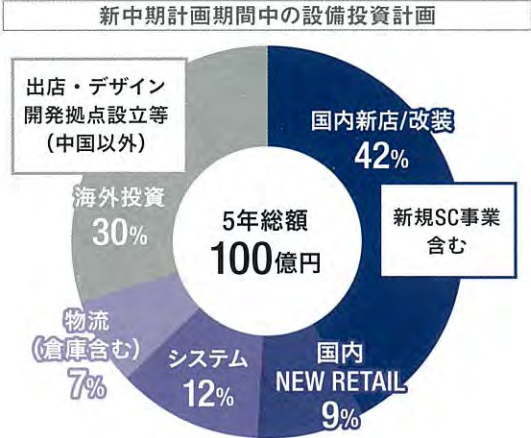
2020年から2024年までの5年間で「NEW RETAIL時代に相応しいバロックの変革・挑戦を実現するための計画」として、計画最終

年には売上高1,000億円、営業利益85億円、経常利益87億円の達成を目指すとともに、現在は24.0%の海外売上比率(小売事業ベース)を33.0%まで引き上げることも重要なテーマとしています。

設備投資に関しても、5年間で総額100億円程度を計画しており、これは国内の新店オープンや改装だけではなくシステムへの投資や物流といった効率化につながるものや、中国以外の海外への新店オープン、さらには新規事業やM&Aなど、“変化”のための投資を想定しています。

連結業績目標		
	2019年1月期 (12ヶ月参考実績)	2024年2月期 (新中期計画目標)
売上高	677.3億円	1,000億円
売上総利益	380.5億円	560億円
営業利益	46.7億円	85億円
営業利益率	6.9%	8.5%
経常利益	46.7億円	87億円
当期純利益	30.4億円	57億円
海外売上比率※	24.0%	33.0%
ROE	16.3%	20.0%

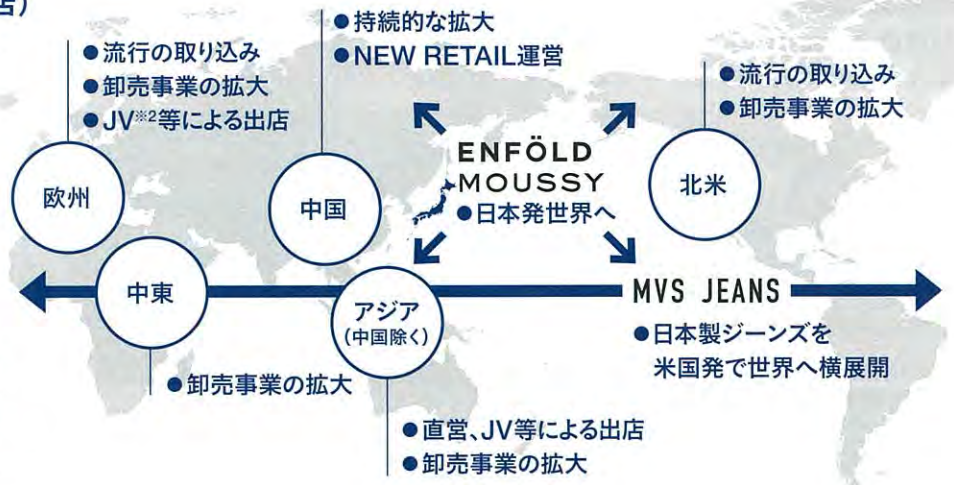
※海外売上は小売事業ベース



※1 ICT……Information and Communication Technology の略で、通信技術を活用したコミュニケーションのこと。

1 積極的なグローバル展開(卸+出店)

Made in Japan Denimとして海外で評価の高いストレッチジーンズなどをラインナップに揃える「MOUSSY」や、欧米ブランドと同等のモードテストデザインを手軽に買える価格で提供する「ENFÖLD」といったブランドを中心に海外展開を図ります。卸売事業で各国のテイステイングを実施し、これを足がかりに出店につなげていき、計画最終年にあたる2024年には「中国以外の国・地域において90店舗の出店」「海外売上1/3以上」の達成を目指します。日本ブランドとしての強みを最大限に生かし、最適形態での世界展開をスピーディーに図っていきます。



2 中国事業の持続的な拡大

中国の経済は踊り場局面を迎えています。再び景気が軌道に乗った際にスムーズに加速できるように、将来を見据え投資を行っていきます。慎重に判断しながらNEW RETAIL店舗の拡充を推進し、EC強化も引き続き行います。既存展開ブランド事業においては「巡航速度」と考える出店ペースである「年間純増20〜30」を維持し、加えて効率的な運営も目指していきます。

ECの強化を継続し
販売比率を伸ばす
「年間純増20〜30」を継続



4 NEW RETAILによるデータの蓄積・分析・活用

当社では約10年以上にわたりNEW RETAILに向けた実験を重ねてまいりました。取り組みを通じて見えてきたのは①RFID※3の導入により、店舗運営の大幅な効率化が見込める、②データを蓄積することはコスト次第で可能だが、活用にあたっては分析する人員の確保が重要、③中国では、キャッシュレス決済が社会インフラとなっており、データマーケティングの確かな基盤が存在している——といったことでした。これを鑑み、「RFIDを活用した商品・在庫データの把握を通じた業務の効率化」「蓄積した顧客購買データのデジタル・マーケティングへの活用」「キャッシュレス化」の順序で推進し、お客様への新たな利便性をもたらすとともに、我々の売上増や効率化につながっていく「NEW RETAILモデル」の確立を目指す施策を進めています。

当社が目指すNEW RETAIL構想の優先順位

- 1 店舗運営コストの効率化
- 2 蓄積データの有効活用
- 3 キャッシュレス化
- 4 効果的なNEW RETAILモデルの採用

5 OpenInnovationによる新規事業・業態開発(M&A等含む)

ICT化の進展などにより、数多くの新しいビジネスモデルが台頭する昨今だけに、アパレルブランド事業の補完・強化が望める新事業であれば当社は積極的な投資を行っていきます。当社のNEW RETAIL構想に資するECインフラ強化のための投資も積極的に行い、自前のみならず提携やJV、ベンチャー出資、M&Aといった手段も含め最適な方法を選択してまいります。また、全社を挙げて新たな事業を発掘する次世代コンテンツ開発プロジェクト「NEXT IS YOU」の募集も開始しており、今後の社会で広く人々から必要とされる新しいビジネスの構築につながる採用アイデアに対しては、中長期の視野で最大100億円規模のサポートを行う予定としております。

8 サプライチェーンマネジメント(SCM)改革の推進

9 店舗構造改革及び本社組織のスリム化

国内少子高齢化による潜在購入層の減少、若年人口減少による人材確保難など当社を取り巻く事業環境は厳しさが増すことが予想される中、当社としてはより「利益の最大化」を追求する経営を実践することが求められます。売上を伸ばすことは勿論のこと、SCM改革の推進による売上総利益の最大化、店舗構造改革及び本社組織のスリム化を通じて販売管理費の低減を図り、より筋肉質な企業へと変貌することで企業価値の最大化を図ってまいります。

当社の新事業領域概念図



※2 JV……Joint Ventureの略で、複数の企業が相互の利益のために共同で事業を行うこと。

※3 RFID……Radio Frequency Identificationの略で、ID情報を埋め込んだRFタグから、電磁界や電波などを用いた近距離（周波数帯によって数cm〜数m）の無線通信によって情報をやりとりすること。

BRAND PORTFOLIO ブランドポートフォリオ

ファッションビル・駅ビル系ブランド

個性的でファッション性に
富んだカジュアルウェア



MOUSSY
SLY

rienda
LAGUA GEM
AVAN LILY

ショッピングセンター系ブランド

ファミリーで着られる
カジュアルウェア



AZUL
BY MOUSSY
RODEO CROWNS
WIDE BOWL

百貨店・セレクトショップ系ブランド

30代から40代を主要な顧客層とした
大人レディースウェア



ENFÖLD
någonstans
BLACK
BY MOUSSY



RIM.ARK
y/m

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

ECサイト、ファッションマガジンで情報を発信し、
顧客を集客

SHEL'TTER



スマートフォンアプリ

店舗とECサイトで使い、
マイルが貯まる



SHEL'TTER PASS ⑤

主に通販サイトで展開するブランド

Leory / EBLÓA

R4G
REPTER FOR EYES

AZUL ENCANTO

STYLEMIXER

靴専門ブランド



STACCATO

織研新聞社主催「18年
春夏百貨店バイヤーズ賞
レディス部門賞 ベストセ
ラー賞」受賞

「MOUSSY」が織研新聞社主催「第21回ディベロッパーが選んだテナント大賞」において『平成特別賞』を受賞しました

当社ブランド「MOUSSY」は、織研新聞社が主催する2018年度「第21回ディベロッパーが選んだテナント大賞」において『平成特別賞』を受賞いたしました。同賞は、30年に及んだ平成から新たな年号に変わることを記念し、「SC（ショッピングセンター）と共に成長した平成30年間を代表するテナント」に贈られる大変名誉な賞であり、MOUSSYを含む6テナントが選出されました。

CORPORATE INFORMATION 会社情報

■ 会社概要

(2019年2月28日現在)

社名(商号)	株式会社パロックジャパニミテッド
創業／設立	2000年3月／2003年8月
所在地	〒153-0042 東京都目黒区青葉台4丁目7番7号 住友不動産青葉台ヒルズ
資本金	8,234百万円
従業員数	1,513名 (連結従業員数、契約社員を含む)

■ 株式の状況

(2019年2月28日現在)

発行可能株式総数	120,000,000 株
発行済株式総数	36,622,400 株
株主数	23,143 名

■ 株主メモ

(2019年2月28日現在)

上場市場	東京証券取引所 市場第一部
証券コード	3548
事業年度	毎年3月1日から翌年2月末日まで
定時株主総会	毎年5月
株主確定基準日	毎年2月末日
剰余金の配当の基準日	毎年2月末日、毎年8月末日
株式の売買単位	100株
公告掲載方法	電子公告により行う。ただし電子公告により行うことができない事故その他やむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載する方法により行う。
株主名簿管理人	みずほ信託銀行株式会社
同事務取扱場所	〒103-8670 東京都中央区八重洲一丁目2番1号 みずほ信託銀行株式会社 本店証券代行部
同連絡先・郵便物送付先	〒168-8507 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 みずほ信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-288-324 (フリーダイヤル) (受付時間 平日9:00～17:00)
各種事務手続き	詳しくは、こちらのページにてご確認ください。 https://www.mizuho-tb.co.jp/daikou/

(ご注意) 株主様の住所変更、買取請求その他各種手続きにつきましては、口座を開設されている証券会社等に
間合わせください。株主名簿管理人(みずほ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。なお、
未払配当金につきましては、みずほ銀行及びみずほ信託銀行の本支店でお支払いいたします。