

# BAROQUE REPORT 2020

2019.3.1 → 2020.2.29



MOUSSY

## TOP MESSAGE トップメッセージ

### プロパー販売の強化や新中期計画における重点戦略の推進に注力。 売上総利益率は改善し、国内販売管理費の抑制にも努めました。

このたびの新型コロナウイルス感染症に罹患された方々とご家族の皆様に、謹んでお見舞い申し上げますとともに一日も早いご快復をお祈り申し上げます。また、株主の皆様におかれましては、日頃より当社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、消費税率引き上げ等により景気に足踏み感が見られました。カジュアルウェア専門店業界は、秋口からの暖冬傾向による秋冬物衣料への顧客ニーズの変化などが見られ、厳しい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「プロパー販売の強化」を掲げ、実需に合わせた商品展開に注力しました。新中期計画において掲げた重点戦略「Innovation」をコンセプトとしたNEW RETAILの取り組みによる更なる魅力・利便性の提供も推進し「AZUL BY MOUSSY」へのRFIDの導入、自社ECサイトと店舗の連携強化等にも取り組んでおります。

百貨店ブランド及び草創期のブランドが拡大、ショッピングセンターブランドが客数主導で回復したものの、消費税増税、暖冬による影響が見られ、当期の既存店売上高は前年をわずかに下回りました。一方、国内売上総利益については継続的なサプライチェーンマネジメント改革による仕入原価率低減効果及び全社的なプロパー販売戦略推進により売上総利益率は改善、国内販売管理費も働き方改革推進から人件費が上振れたものの、業務委託費の見直し、歩合家賃や販売委託費等の削減に努めました。

海外事業は、Belle International Holdings Limitedとの中国合弁事

業での日本企画商品の構成増等により店舗、EC共々好調に推移しました。「MOUSSY」の米国事業は引き続きニューヨークを拠点に欧州等世界各地の販路を開拓し、「ENFÖLD」も世界各地の取引先開拓を進めました。

来期については、上期は新型コ

ロナウイルス感染拡大の影響を見据え、無駄を徹底的に省く守りの経営で利益確保を目指します。通期では「MOUSSY」20周年施策、販売価格の適正化、ECの強化、NEW RETAIL施策の推進等による売上拡大、ブランドの適時適量化運営の拡充、販管費の抑制等の効率化を推進します。なお、新型コロナウイルスの影響の合理的な見積もりは困難であるため、業績予想は未定とし算定が可能となった時点で速やかに公表することといたします。

また、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、2019年8月末権利確定分の「株主優待券」の有効期限を2020年5月末日から同年8月末日に延長いたします。こちらの優待券は、2020年5月下旬にお送りする株主優待券と併用可能です。

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、よろしく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。

※2021年2月期の業績見通しにつきましては、新型コロナウイルス感染症拡大により、国内外の消費者における購買行動への影響及び仕入の状況等、業績に与える影響につき現時点で合理的な見積もりが困難であることから、業績予想を未定とし、今後影響額の算定が可能となった時点で速やかに公表する所存です。

# GLOBAL NEW RETAIL 1<sup>st</sup> Stage 2024

Innovationを通じた国内成長及び世界展開への挑戦

重点戦略				業績進捗		
				2020年2月期 (新中計1年目)	2024年2月期 (最終年度目標)	
挑戦 1	よりグローバルなBaroqueへ (売上比率の逆転への基盤構築) <small>※海外売上は小売事業ベース</small>	挑戦 3	ブランド事業の進化・拡大 (強いブランドをより強く)	売上高	658.8億円	1,000億円
挑戦 2	Innovationをコンセプトとした NEW RETAILの取り組みによる 更なる魅力・利便性の提供	挑戦 4	より筋肉質な企業へと変貌し 『利益最大化』を追求	売上総利益	378.3億円	560億円
				営業利益	46.0億円	85億円
				営業利益率	7.0%	8.5%
				経常利益	45.8億円	87億円
				当期純利益	28.7億円	57億円
				海外売上比率 <sup>※</sup>	25.0%	33.0%
				ROE	14.5%	20.0%

※海外売上は小売事業ベース

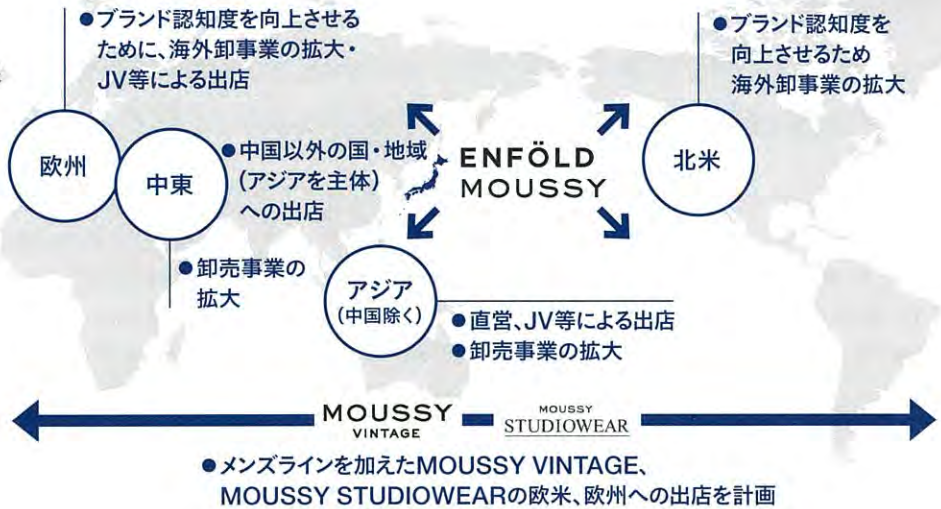
2020年2月期から2024年2月期にかけての新中期経営計画（新中計）では、4つの重点戦略を掲げ、企業価値向上のための施策に取り組んでいます。1年目は、海外展開を見据えた体制の構築、ICTによる業務の効率化・利便性の向上、新規事業立ち上げ、ブランド戦略の明確化、コスト削減への取り組み及びプロパー販売強化で、規模の拡張と利益最大化を追求してきました。2年目以降は、以下のような取り組みに注力してまいります。

## 2年目以降の重点取り組み ①

### 今後のグローバル展開の全体像

MOUSSY(オリジナルライン)、MOUSSY VINTAGEメンズライン、MOUSSY STUDIOWEARは欧州・北米への展開に注力します。ENFÖLDはアジアを主体としながら欧州、北米でもブランド認知度を向上させるために、海外卸売を含めた事業の拡大やJVなどによる出店も進めます。

新中計最終年度となる2024年2月期に、中国以外の地域で90店舗の展開を目指します。

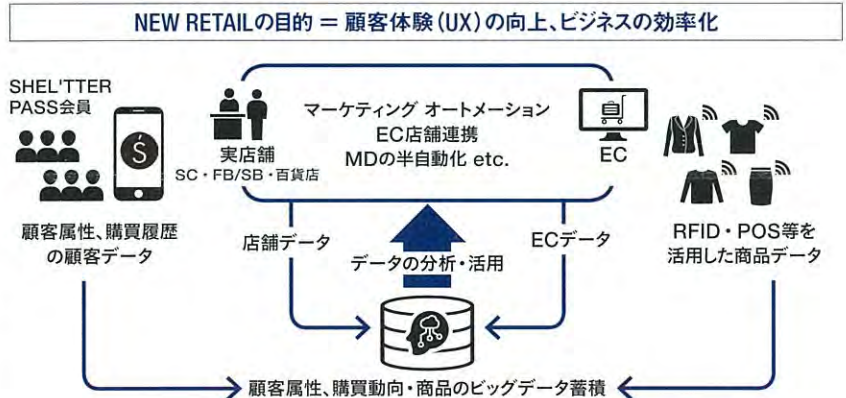


## 2年目以降の重点取り組み ②

### バロックにおけるNEW RETAIL

当社グループが目指すNEW RETAILとは、SHEL'TTER PASSアプリを通じた顧客データ、RFID・POS等を通じた商品データを分析・活用し、デジタルテクノロジーを組み合わせながら顧客体験(UX)の向上とビジネスの効率化を実現することです。

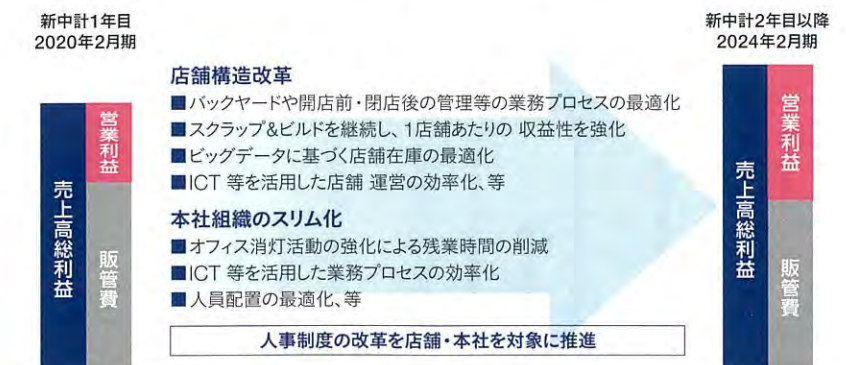
店舗とECのそれぞれが求める要素の導入を前提とし、両者を融合した顧客体験を向上するため、顧客情報を網羅的に収集する仕組みをつくり、各施策をスピーディーに導入するための投資を行います。実証実験と効果検証を繰り返しながら、2024年に向けて段階的なローンチを目指します。



## 2年目以降の重点取り組み ③

### 店舗構造改革と本社組織のスリム化

プロパー販売、仕入原価の低減活動による売上高総利益の改善、即効性がある店舗構造改革及び本社組織のスリム化により、販管費の抑制を図ります。店舗構造改革はバックヤードや開店前・閉店後の管理等の業務プロセスの最適化やスクラップ&ビルドによる店舗あたりの収益性の強化、ビッグデータやICT活用等の施策を通じ行い、本社組織スリム化は、オフィス消灯活動の強化による残業時間の削減、業務プロセスの効率化等の施策を通じ行っています。



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**  
[マウジー]



**SLY**  
[スライ]



**rienda**  
[リエンダ]



**LAGUA GEM**  
[ラグア ジェム]



**AVAN LILY**  
[アヴァンリリィ]

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  
[アズールバイマウジー]



**RODEO CROWNS**  
WIDE BOWL  
[ロデオクラウンズワイドボウル]

**RODEO CROWNS**  
[ロデオクラウンズ]

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**  
[エンフォールド]



**RIM . A R K**  
[リムアーク]

主に通販サイトで展開するブランド



**sm**  
STYLE MIXER  
[スタイルミキサー]



**R4G**  
[アールフォージー]



**någonstans**

[ナゴスタンス]



**BLACK**  
BY MOUSSY

[ブラックバイマウジー]

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**  
[シェルター]



靴専門ブランド



**STACCATO**  
[スタッカート]

スマートフォンアプリ

店舗とECサイトで使え、マイルが貯まる



**SHEL'TTER PASS**   
[シェルターパス]

## 「MOUSSY」ブランド創立20周年に伴い商品施策を強化

ハイカジュアルブランド「MOUSSY」は、2020年4月に20周年を迎えました。記念すべきアニバーサリーイヤーを盛り上げるべく、様々なブランド、アーティストとの特別コラボレーションやイベント、新プロジェクトのローンチなど、様々な企画を発表してまいりますので、ぜひご期待ください。



## 「AZUL BY MOUSSY」ディベロッパーが選んだテナント大賞パワーアップ賞受賞

2020年3月、織研新聞社が発表する「第22回ディベロッパーが選ぶテナント大賞」で「AZUL BY MOUSSY」がパワーアップ賞を受賞しました。暖冬傾向に合わせた販売戦略見直しや、データから顧客像を明確化しニーズに対応するなど、独自性を磨いたことなどが評価されました。



## デッドストックを用いたコーディネート提案型のECサイト「AUNE」がローンチ

当社グループは2020年4月、環境に配慮したサステナブル事業の一環としてコーディネート提案型のECサイト「AUNE」をローンチしました。



アパレルの倉庫に眠る発売シーズンを過ぎ評価減となったデッドストックは、セールやアウトレットでも消化できないこともあり、倉庫費用や焼却代などの管理コストを高め、環境負荷にもなっています。「AUNE」はそんなデッドストックでコーディネートを組み、新たな価値をつけて提供するECサイトです。シーンや系統、キーアイテムからの検索が可能で、気軽に好みのコーディネートと出会えるサイトに仕上がっています。

## サステナビリティ活動に向けた取り組みを開始

この度当社グループでは、「環境、社会」の角度からアパレル業界が抱える課題を認識し、バロックだからこそできる、感性・個性を活かしたファッションを通じたサステナビリティ活動を推進していくことといたしました。

- 社員のサステナビリティ意識の向上
- ジェンダー平等の活躍を推進する人事制度



- サプライチェーンにおけるCO2排出量の削減
- 環境配慮素材を取り入れた商品の拡大
- 循環素材を取り入れた営業資材の拡大
- 在庫焼却の削減



- 地域活性化イベントの開催



## 店舗数の状況

### 国内店舗の状況

(2020年2月末時点)

出店	31店舗
退店	27店舗
合計店舗数	356店舗
	(前年同期比+4店舗)

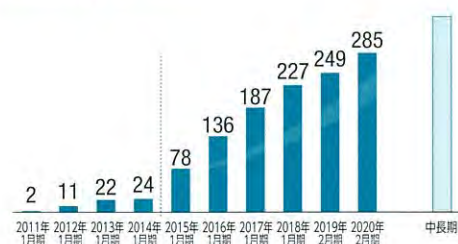
### 中国店舗の状況

(2019年12月末時点)

出店	64店舗
退店	28店舗
合計店舗数	285店舗
	(前年同期比+36店舗)

### 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



## CORPORATE INFORMATION 会社情報

### ■ 会社概要

(2020年2月29日現在)

社名(商号)	株式会社バロックジャパンリミテッド
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	8,258百万円
従業員数	1,511名 (連結従業員数、アルバイト社員を含む)

### ■ 株式の状況

(2020年2月29日現在)

発行可能株式総数	120,000,000 株
発行済株式総数	36,676,300 株
株主数	25,748 名

### ■ 株主メモ

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る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
各種事務手続き	電話 0120-288-324 (フリーダイヤル) (受付時間 平日9:00~17:00) 詳しくは、こちらのページにてご確認ください。 <a href="https://www.mizuho-tb.co.jp/daikou/">https://www.mizuho-tb.co.jp/daikou/</a>

(ご注意) 株主様の住所変更、買取請求その他各種お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お問合わせください。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店支店でお支払いいたします。