

BAROQUE REPORT 2022

2021.3.1 → 2022.2.28



TOP MESSAGE トップメッセージ

**オンラインとオフラインの融合戦略が成功し、国内外の販売が大幅に増加。
今後も企業体質の強化や更なる販路拡大に取り組みます。**

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、新型コロナウイルス感染症の状況に大きく影響され、景気の落ち込みと持ち直しを繰り返しました。さらに、原材料価格の高騰、原油価格や輸送費の上昇も懸念されるなど、依然として厳しい経営環境が継続しております。

当社グループの国内事業につきましては、上期までは外出自粛等の影響が及びましたが、第3四半期に入ると緊急事態宣言解除に伴う人流の回復がみられ、気温も低下し、業績は好調に推移しました。第4四半期にはオミクロン株の急拡大による影響を受けたものの、国内売上は前期比で増収となりました。EC売上についても、SNSを活用したOMO(オンラインとオフラインの融合)施策の推進が奏功し、大幅に伸長しました。この結果、当期の国内売上高は前期を大きく上回りました。また、経費削減への継続した取り組みによって、販売費及び一般管理費率が改善した結果、営業利益及び経常利益も前期を大きく上回りました。

海外事業では、米国では富裕層向けのブランド認知が高まり、主力の高級日本製デニムの需要も依然強かったことなどから、EC及び卸売を中心としたビジネスモデルの推進によって、収益は大幅に伸長しました。Belle International Holdings Limitedとの中国合併事業も、ECの伸長などによって、大幅な増収増益となりました。

当期末の店舗数は、国内367店舗(直営店278店舗、FC店89店舗)、海外6店舗(直営店4店舗)の合計373店舗になりました。中国合併小売事業の店舗数は332店舗となりました。

今後も先行き不透明な景況が続くものとみられます。国内事業では、選択と集中、利益率の向上、ブランド競争力の向上を重点戦略とするとともに、作り過ぎないものづくりの構築、OMO強化を通じたビジネスの効率化と顧客利便性の向上、新たな「文化」の発信とより豊かな人生の提案によるブランド価値・認知度の向上などの取り組みを推進してまいります。また、事業を支える基盤の整備として、基幹システム更改等、今後の成長基盤となる投資を積極的に行い、加えて、サプライチェーンマネジメントの改革など原価・コストの低減に向けた施策を推進してまいります。

海外事業では引き続き中国を重点戦略地域と位置付け、継続的な成長を維持しつつ、事業運営体制の強化を図ってまいります。ECに関しては、TikTokなどの新たな販路拡大を更に強化してまいります。米国事業に関しても、EC及び卸売での更なる販路拡大に取り組んでまいります。

また、新規事業につきましては、販売力及び中国展開力といった当社の強みを活かし、サステナブルな社会の実現に寄与する形での新規事業の創出を目指してまいります。

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、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

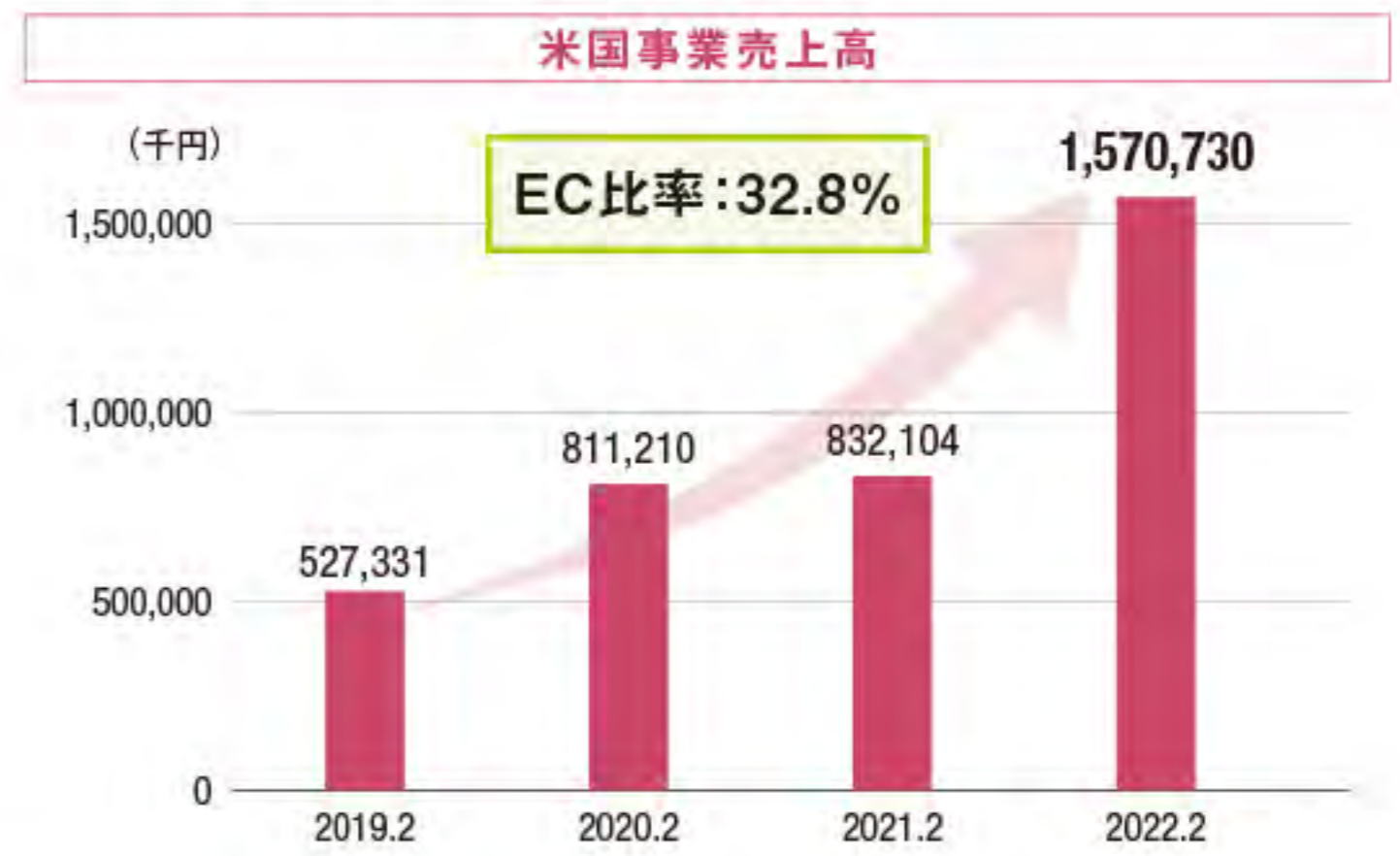
FINANCIAL HIGHLIGHTS 決算ハイライト



■ 高級日本製デニム「MOUSSY VINTAGE」が米国事業の業績アップを牽引

当期の米国事業業績は売上高で前年比188.8%を記録し、コロナ禍が本格化する以前、2019年2月期の約3倍に伸ばしました。これは、北米における当社グループのブランドの認知度向上に加え、コロナ禍で低迷した富裕層の個人消費が堅調な回復を見せており、高まる高級日本製デニムへのニーズにおいて当社の「MOUSSY VINTAGE」が高い支持を受けていることが要因です。

また、実店舗はN.Y.の1店舗ながら、売上構成比で32.8%を占めるEC販売、及び卸売（高級百貨店、セレクトショップ等）を中心とした、ニーズに対応できる効率的な販売チャネルを構築しています。



グローバル・ラグジュアリー市場拡大の波をつかむ「MOUSSY VINTAGE」とは？

2016年に海外市場向けに立ち上げた「MOUSSY VINTAGE」は、日本で素材・製造・加工を行う「ジャパンクラフト」にこだわり、価格帯は3万円～5万円で海外のメゾンブランドに引けを取らないクオリティを追求したラインです。米国では「サックスフィフスアベニュー」「バーグドルフグッドマン」「ノードストローム」などの高級百貨店チェーンに卸売を行う一方、「ショップポップ」など幅広いECに展開。品質を追求し、セールなしでも求められる商品力が強みです。

米国のみならず、展開国数は2019年の14カ国から2022年2月現在は17カ国に拡大。世界的にグローバル・ラグジュアリー市場は急速な回復を見せており、米国市場と同様に各国で富裕層を中心とした「MOUSSY VINTAGE」の販路拡大に取り組んでいます。



■ 当社グループのサステナビリティへの取り組み

アパレル企業のサステナビリティとは、「環境配慮素材で服を作ること」だけではありません。当社グループは、過剰仕入れによる廃棄問題等のアパレル業界の悪循環から脱却するため、ブランドの競争力を向上させ、良い商品を適正量で製造して売り切り、無駄を作らず廃棄ゼロを目指す「作りすぎないものづくり」を実現します。

また、以下にご紹介する環境・社会・人の3つの重点テーマを設定し、サステナブルな経営にグループ一丸となって取り組んでまいります。

国内アパレル業界の課題

大量生産し、余ったらセール販売を行い、
大量に廃棄する悪循環からの脱却

「作りすぎないものづくり」の実現

品番数・SKU数の削減、QR等による適正量の
商品調達を行い、「作りすぎないものづくり」に取り組む

重点テーマ

取り組み事例

環境 ENVIRONMENT

**作りすぎないものづくりの実現
資源の有効活用と再利用**

- 作りすぎないものづくり
- 環境配慮素材の積極活用
- 地球にやさしい生産の実現
- プラ素材のショッピングバッグの削減・禁止
- 物流関連のサステナブルな取り組み 等

取り組み事例

2021年10月にアリオ川口にオープンした「SHEL'TTER GREEN/DELI」では、CO₂削減に寄与する観葉植物や健康的な食事（惣菜）を提供。

13 気候変動に
具体的な対策を

社会 SOCIETY

**“捨てるもの”を“捨てないもの”に
スタイルとしてのEthical提案**

- リメイク商品の提案・販売
- リサイクル素材を活用した事業展開
- ブランド「M_」等の事業展開
- 社会貢献活動 等

取り組み事例

2021年12月にプレローンチした「re:juu」では、フェムテック商品の展開をはじめとした社会貢献の取り組みを推進します。

3 すべての人に
健康と福祉を

5 ジェンダー平等を
実現しよう

人 PEOPLE

**働きやすい・挑戦しやすい
環境の整備**

- ダイバーシティの推進
- リモートワークの環境の整備
- ウェルネスへの取り組み 等

取り組み事例

2020年10月より「y/m」をEC専門ブランドとして再始動。ママ・パパが子育てと仕事を両立しやすい「Eコンテンツ開発部」を新設し、担当領域化しました。

8 働きがいも
経済成長も

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
[マウジー]



SLY
[スライ]



rienda
[リエンダ]



LAGUA GEM
[ラグア ジェム]



erie conforto
[クリー コンフォルト]

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
[エンフォルド]



RIM.ARK
[リムアーク]

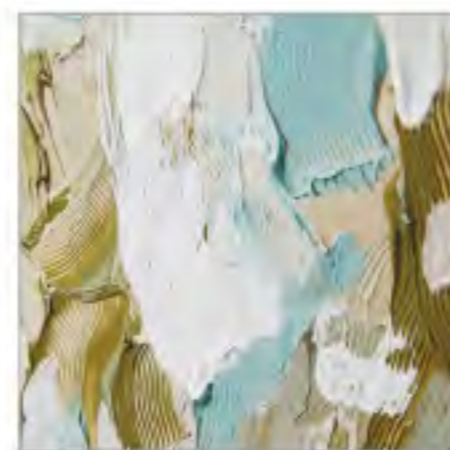
主に通販サイトで展開するブランド



sm
STYEMIXER
[スタイルミキサー]



HəRIN.CYE
[ヘリン ドット サイ]



y/m
[イム]



någonstans
[ナゴンスタンス]



BLACK
BY MOUSSY
[ブラックバイマウジー]



STACCATO
[スタッカート]

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



LILIDIA
[リリディア]



AZUL ENCANTO
[アズールエンカント]



R4G
[アールフォージー]



SHEL'TTER
[シェルター]



ライフスタイル・フード

「緑」と「食」のセレクトショップ



SHEL'TTER GREEN/DELI
[シェルターグリーン/デリ]

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]

ナンバーワンアパレル販売員として 情報番組「ZIP!」に当社グループ販売スタッフが出演

オンライン接客技術を競うコンテスト「STAFF OF THE YEAR」でグランプリを受賞した当社グループ販売スタッフの村岡美里が、2021年12月9日に日本テレビ系の情報番組「ZIP!」のコーナー企画「今年活躍!さまざまな分野の日本ナンバーワンを探せ!」に出演。2021年のアパレル販売ナンバーワンとして、インスタライブによるオンライン接客を披露しました。



多機能素材を活用したフェムテック商品を取り扱う 新ブランド「re:juu」がスタート

女性の悩みに寄り添うフェムテック商品の新ブランド「re:juu」(リジュー)が2021年12月よりスタートしました。同ブランドで取り扱う吸水ショーツは、第一紡績株式会社と共同開発した多機能素材「リアルドライ」を使用し、吸水時の不快感を軽減することができます。今後、商品拡充を視野に入れ、女性や社会に寄り添うブランドを目指します。



ファッションECマガジン「SHEL'TTER」にて 総勢493人の当社スタッフを特集した特別号を刊行

当社グループが刊行するファッションECマガジン「SHEL'TTER」では、初の試みとして当社グループの人気販売スタッフや、デザイナーやプレス、さらに新領域で活躍するOGまで総勢493人のスタイルサンプルを公開する特別号を刊行。新たな「文化」の発信と、より豊かな人生の提案によるブランド価値向上施策の一環として、2021年11月よりSHEL'TTER WEBSTOREで販売しました。



中国Z世代にアプローチする 新たなECチャンネルとしてTikTokに参入

当社グループでは中国事業の新たなECチャンネルとして、当期よりTikTokをスタート。インスタライブよりも短時間でアピール可能な特性を活かし、購買層を拡大しています。2021年11月のECイベント「ダブルレブン(独身の日)」ではTikTok経由でMOUSSY及びSLYは前年比138.9%の期間売上を記録。TikTokでのランキングも果たし、中国Z世代へのプレゼンスを高めています。



店舗数の状況

国内店舗の状況

(2022年2月末現在)

出店	15店舗
退店	18店舗
合計店舗数	367店舗
	(前年同期比-3店舗)

中国店舗の状況

(連結決算に組み込む2021年12月末現在)

出店	82店舗
退店	49店舗
合計店舗数	332店舗
	(前年同期比+33店舗)

CORPORATE INFORMATION 会社情報

■ 会社概要

(2022年2月28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	1,502名 (連結従業員数、アルバイト社員を含む)

■ 株式の状況

(2022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	36,676,300株
株主数	33,175名

■ 株主メモ

上場市場	東京証券取引所 プライム市場
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	〒100-8241 東京都千代田区丸の内一丁目3番3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支店でお支払いいたします。