

BAROQUE REPORT 2024

2023.3.1 → 2024.2.29



TOP MESSAGE トップメッセージ

国内売上高は着実に回復。中期経営計画の期間を延長して 体質を徹底的に強化し、今後の飛躍に備えます。

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5類移行に伴う経済活動の正常化やインバウンド需要の増加など持ち直しの動きが見られましたが、一方で、原材料・エネルギー価格の高騰など先行き不透明な状況も続きました。このような環境の中、当社グループの国内事業は、夏物需要が高まったことなどから、店舗売上が前年同期比104.5%、EC売上が前年同期比100.6%と、いずれも前期を上回りました。また、セールを抑制して適正価額での販売に注力し、仕入原価率の低減などの取り組みも推進した結果、国内事業の売上総利益は前年同期比4.0%増となりました。しかしながら、主力ブランドの広告宣伝強化などに伴い販売費及び一般管理費が増加した結果、営業利益は前期を下回りました。

海外事業につきましては、戦略的パートナーであるBelle International Holdings Limitedとの中国合併事業は、販売状況の回復に伴って増収増益となりました。北京および上海を中心に店舗数を維持し、主に地方エリアの不採算店舗をスクラップした結果、店舗数は前期末から82店舗減となりました。米国事業では、個人消費の縮小など影響して減収減益となりましたが、今後の回復に向けた戦略・施策の推進に取り組んでいるところです。

当期末の店舗数は、国内店舗数が361店舗(直営店272店舗、FC店89店舗)、海外店舗数は6店舗(直営店1店舗、FC店5店舗)、中国合併

事業では244店舗になりました。

以上の結果、当期の売上高は60,290百万円(前期比2.5%増)、営業利益は1,954百万円(同9.1%減)、経常利益は2,022百万円(同67.0%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は945百万円(同287.7%増)となりました。

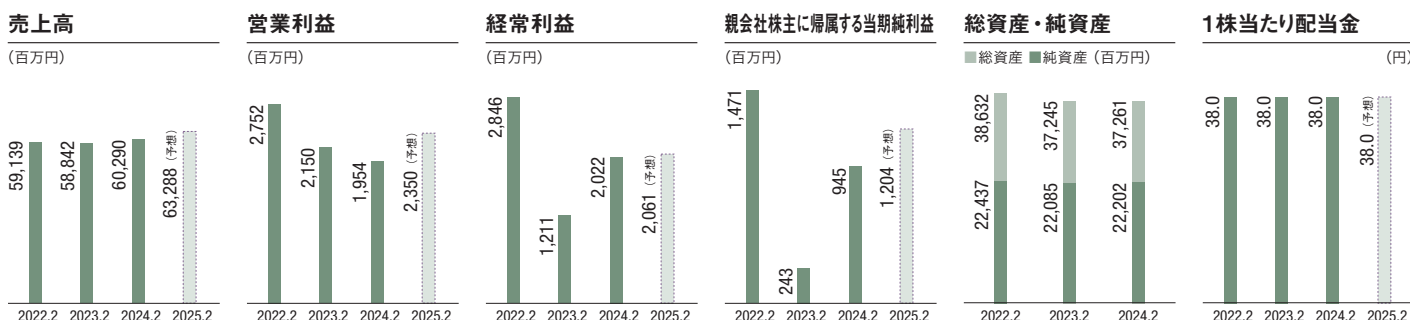


代表取締役社長兼最高経営責任者
村井 博之

当社グループが取り組んできた中期経営計画「Re-orientation Plan Phase1:飛躍の準備」では当初、当期までの3年間で、コロナ後の新常态を確立し再び軌道に乗せるための期間としていましたが、国内外で厳しい事業環境が続いていることを受け、計画期間を2026年2月期まで2年間延長させていただくことにいたしました。国内事業では、絞り込みと体質強化を重点戦略とし、選択と集中、利益率の向上、ブランド競争力の向上の各施策を推進します。海外事業につきましては、引き続き、中国を中長期的な重点戦略地域と位置付け、持続的な成長の維持、事業運営体制の強化に向けた施策に取り組めます。新規事業につきましては、今後、参入市場や投資規模などの方針をより明確にし、表参道のプライムロケーションにある旗艦店をテストマーケティング拠点として活用します。

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。

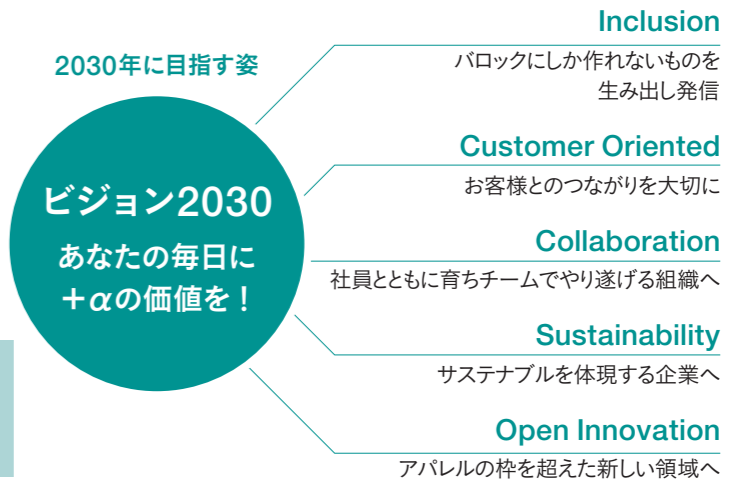
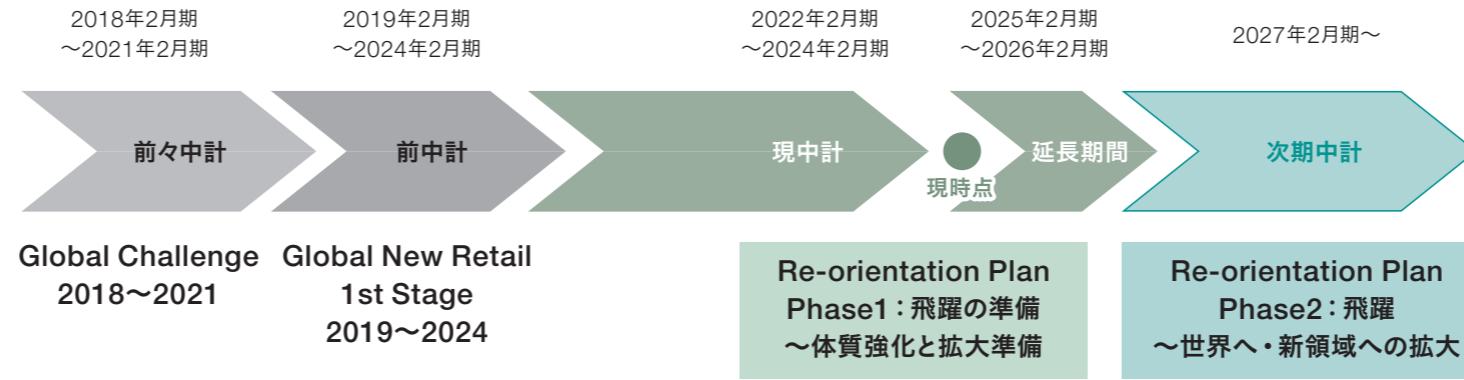
FINANCIAL HIGHLIGHTS 決算ハイライト



2030年に向けたロードマップの見直し

当社グループは2021年、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う混乱から、進行中であった中期経営計画を再構築しました。改めて2024年2月期を期限とし、3年間をかけてコロナ後の新常态を確立し、再び成長軌道に乗せるための新しい中計「Re-orientation Plan Phase1：飛躍の準備～体質強化と拡大準備」を発表しました。

しかし、当該計画期間における国内外の環境変化は著しく、業績の苦戦からPhase1の各経営指標における数値目標に達していません。これでは、Phase2での飛躍に向けた体質強化・拡大の準備は不十分と考え、Phase1の計画期間を見直すことといたしました。飛躍の準備期間を3年から5年に延長し、最終年度を2026年2月期としたうえで、2030年に目指す姿に向けた新たな成長のステップを踏んでまいります。



Phase1 経営指標	2024年2月期 数値目標	考え方	2024年2月期 実績
営業利益率	7.5～8.0%	グループ連結での利益体質の重要指標 →利益率を向上することで、利益額の向上も実現する	3.2%
在庫回転率	5.5～6.0回転	事業構造の変化・進化を測る重要指標 →利益率向上、作りすぎないものづくりの成果を測る指標 →効率性・MD的確性の実現度も検証	4.6回転
海外成長指標	①+20店舗／年 ②展開30カ国	海外アパレル事業成長の重要指標 →まずは中国で着実・継続的な成長を実現(指標①) →定期的に展開する先を30カ国に拡大(指標②)	①▲82店舗 ②展開30カ国
ROE	13.0～15.0%	資本をもとにした利益創出を測る重要指標 →利益体質を実現し、ステークホルダーの期待に応える	4.9%

中期経営計画の振り返り・今後の取り組み(抜粋)

2024年2月期終了時点における中期経営計画の進捗状況、ならびに2026年2月期の最終年度に向けた取り組み予定を一部抜粋でご紹介します。振り返り・今後の取り組みの全容は、当社コーポレートサイトより「2024年2月期通期決算補足説明資料」をご覧ください。

https://www.baroque-global.com/jp/ir/library/financial_results/

領域	重点戦略	重点施策	施策内容	振り返り・今後の取り組み
国内アパレル事業	体質強化	利益率の向上	作りすぎないものづくり構築	品番数の絞り込みやQR体制を構築したが、過剰在庫を解消しきれず。ブランド単位で事業戦略をより明確にし、最適な仕入れバランスを設計する。
中国アパレル事業	着実な成長	持続的な成長の維持	店舗純増スピード維持	消費マインドの低迷、輸出の低迷、不動産不況などにより、中国経済成長が踊り場に来ているため、従来の売上高成長から利益追求への戦略に切り替え、不採算店舗のスクラップを推進中。
新規事業	新規事業の創出	新規事業方針の整備		GREEN事業を立ち上げて以来、採算性・成長性ある新規事業の創出は、まだ道半ば。参入市場、投資規模・期間などの新規事業方針をより明確にする。また、「The SHEL'TTER TOKYO(表参道)」を新規事業のテストマーケティングの拠点として活用する。
サステナビリティ	取り組み	目標の明確化	課題の明確化	環境・社会・人のテーマ毎にサステナビリティの中長期的な定量目標を設定。また、目標達成に向けた取り組み内容を全社で策定し、関係部門と連携しながら推進中。さらに、CDPスコアがDマイナスからBにランクアップ。
事業基盤	事業を支える基盤の整備	サプライチェーンの更新	部門横断・事業部別取り組み	生産・事業部門が連携・推進
				ASEAN生産・中国直接貿易シフトにより仕入原価を低減したが、売上総利益率の強化・リードタイムの短縮が課題として残る。ブランド事業戦略に基づく最適な生産商流の設計、企画・MD・生産の一体運営により、作りすぎないものづくりを徹底する。

TOPICS 1

「バロックジャパンリミテッド人権方針」の策定

当社グループは2024年2月22日の取締役会において、人権尊重の取り組みをグループ全体で推進し、その責務を果たすため、「バロックジャパンリミテッド人権方針」の制定を決議しました。今後は、本方針に関する取り組みや進捗、およびその結果をコーポレートサイトなどで開示してまいります。

バロックジャパンリミテッド人権方針 基本的な考え方

バロックは、企業理念として「挑戦」を掲げ、バロック発の「文化」を世界へ発信する価値提案企業を目指しています。また、バロックのサステナブルな取り組みとは環境配慮素材で服を作るだけでなく、持続可能な社会、会社を作るための取り組みです。バロックは、それらの実現に向け、事業活動にかかわるすべてのステークホルダーの人権が尊重されなければならないことを理解しています。また、自社の事業活動に関わるサプライチェーン全体が、直接または間接的に人権に負の影響を及ぼし得ることを理解し、人権尊重の責任の重要性を認識しています。

バロックは、「国際人権章典」「国際労働機関(ILO)の中核的労働基準」および「ビジネスと人権に関する国連の指導原則」を基盤として本方針を定め、すべての役員および従業員がこれを理解・遵守し、人権の尊重に向けて主体的に行動することを目指します。

バロックは、事業活動を行うそれぞれの国または地域における法と規制を遵守します。国際的に承認された人権原則と各国の法令が相反する場合には、国際的な人権原則を最大限に尊重するための方法を追求します。

TOPICS 2

SCM改革の推進

当社グループでは、サプライチェーンの再構築による原価改善を現中計における重点戦略として掲げ、SCM(サプライチェーンマネジメント)改革を推進しています。従来の「ASEAN生産比率向上」「貿易経費削減」「QR体制最適化」の取り組みに加え、当期は「仕入れ先の選択と集中」を新たな施策として実施しました。現中計の延長期間においても、引き続きSCM改革を進化させ、国内外の事業環境の変化にあっても利益を最大化できる経営を実践してまいります。

※ RCEP：地域的な包括的経済連携

ASEAN 生産比率向上	ASEANの生産比率は前年同期比+7%、生産拠点の最適化により生産コストを抑制
貿易経費削減	RCEP [※] 活用に伴う関税率軽減、港集約・コンテナ積載率向上等により全体の貿易経費が前年同期比▲1.9%
QR体制最適化	生産拠点の適正化やリードタイムの短縮を通じて、マーケットのニーズに速やかに対応
NEW 仕入れ先の選択と集中	第3四半期より、仕入れ先の選択と集中を行い、さらなる生産効率化を図る

上記取り組みの推進により原価改善を実施

BRAND LIST ブランドリスト



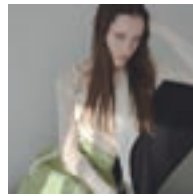
MOUSSY



SLY



SHEL'TTER



rienda



AZUL
BY MOUSSY



RODEO CROWNS
WIDE BOWL



ENFÖLD



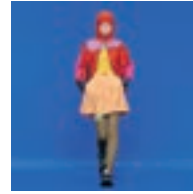
STYLEMIXER



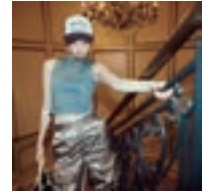
STACCATO



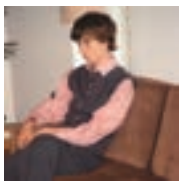
R I M . A R K



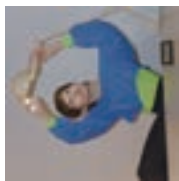
någonstans



LAGUA GEM



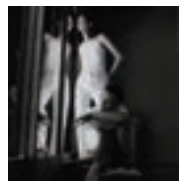
BLACK
BY
MOUSSY



HeRIN.CYE



y/m



MOUSSY
VINTAGE



R4G



SHEL'TTER GREEN



TUIN greenery

店舗数の状況

国内店舗の状況

(2024年2月末時点)



中国店舗の状況

(連結決算に組み込む2023年12月末時点)



CORPORATE INFORMATION 会社情報

■ 会社概要

(2024年2月末時点)

社名(商号)	株式会社パ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	1,424名 (連結従業員数、契約社員を含む)

■ 株式の状況

(2024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	56,219名

■ 株主メモ

上市市場	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の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: 土・日・祝日を除く 9:00~17:00)
株主総会資料	お取引の証券会社または下記までお問い合わせをお願いします。
電子提供制度	みずほ信託銀行株式会社 電子提供制度専用ダイヤル
(書面交付請求)について	電話 0120-524-324 (フリーダイヤル) (受付時間: 土・日・祝日を除く 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い合わせください。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、みずほ銀行およびみずほ信託銀行の本店でお支払いいたします。

