

BAROQUE REPORT 2023

2022.3.1 → 2023.2.28



TOP MESSAGE トップメッセージ

国内・米国販売は好調を維持するものの、原材料費の高騰などが響き減益に。サプライチェーンの再構築や原価改善を強力に推進します。

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、コロナ禍からの回復に向けた動きが見られましたが、原材料・エネルギー価格の高騰、急激な円安進行など先行き不透明な状況が続き、個人消費も停滞しました。

当社グループの国内事業につきましては、人流の回復に伴って百貨店ブランドの店舗売上が著しく増進いたしました。また、EC売上高も伸長した結果、国内売上高は前期比増収となりました。しかしながら、原価高騰と急激な円安による為替影響により、営業利益及び経常利益については前期を下回りました。

海外事業につきましては、米国ではEC及び卸売を中心としたビジネスモデルによって事業が順調に拡大しており、日本製高級デニムを中心とした販売が好調を継続しました。その結果、米国事業は前期比で大幅な増収増益となりました。一方でBelle International Holdings Limitedとの中国合併事業については、現地における新型コロナウイルスの影響を大きく受け、大幅な減収減益となりました。これに伴い、中国合併事業からの持分法による投資損失9億400万円を計上いたしました。

以上の結果、当期の連結業績は減収減益となりました。この結果を真摯に受け止め、経営責任を明確にするために役員報酬を減額することといたしました。当期末の店舗数は、国内366店舗(直営店274店舗、FC店92店舗)、海外4店舗(直営店1店舗)の合計370店舗となりました。中国合併小売事業の店舗数は326店舗となりました。なお、アジア展開強化の一環として、2022年9月に韓国・ソウルにENFÖLDの新規出店を行いました。

今後の見通しにつきましては、世界経済の本格的な回復にはまだ時間を要すると見られるほか、原材料価格の高騰や円安傾向などの影響は依然大きく、先行き不透明な状況にあります。このような認識の下、次期の重点戦略として、サプライチェーンの再構築と原価改善推進、適正な利益確保のための体制構築を強力に推進してまいります。

このほか国内事業では、絞り込みと体質強化を推進しながら、成長ブランドを中心に新規店舗の出店を強化します。当社のグローバル旗艦店「The SHEL'TTER TOKYO東急プラザ表参道原宿店」のリニューアルを行い、高感度で特別なストア体験を提供するとともに、時代に合ったデジタル戦略の導入を行い、OMO(オンラインとオフラインの融合)戦略の拠点として活用します。また、基幹システムの更改など、今後の成長基盤となる投資を積極的に行います。

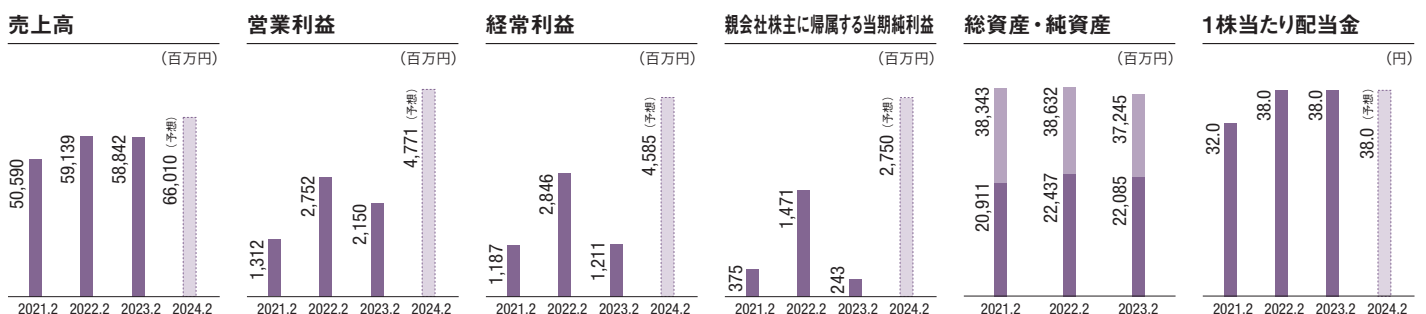
海外事業では引き続き、中国事業のさらなる成長に向けて、中国独自企画商品の強化を図りつつ、EC販路拡大を推進します。米国事業では、欧州市場の開拓やグローバルECサイトのリニューアルによるリテール拡大などに取り組みます。

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



■ スタッフのSNS発信による国内EC事業の強化

当社グループでは国内売上高におけるEC化率のさらなる増加を目指し、自社ECサイト「SHEL'TTER WEBSTORE」を中心とした国内EC事業戦略を推進し、EC化率は2023年2月期末段階で19.9%（前年比1.2%増）へと伸長しています。今後、自社ECと連動したポイントアプリ「SHEL'TTER PASS」会員へのロイヤリティアップ施策のほか、OMO（ECと店舗の融合）強化によるお客様の利便性の向上を通じ、さらにEC化率を高め、店舗への送客も実現してまいります。

具体的なOMO施策では、SHEL'TTER WEBSTOREからの個々の商品の店舗在庫表示や、EC在庫商品の店舗決済と商品受取、店頭でのEC注文（スマートオーダー）などのオムニチャネル化を進めました。今後はブランドを跨いでECから店舗の「試着予約」ができるサービスも予定しています。また、OMOの一環としてEC化の強い推進力となる、スタッフのSNS活用も引き続き強化してまいります。

■ 国内ECサードパーティーでのOMO強化

ZOZOTOWNのOMOプラットフォーム「ZOZOMO」を導入

EC売上の増加は自社ECに加え、「ZOZOTOWN」をはじめとするECサードパーティーとの連携強化も寄与しています。2022年3月には、OMO強化の一環としてZOZOTOWNのOMOプラットフォーム「ZOZOMO」を導入し、ZOZOTOWNから実店舗の在庫確認や商品の取り置きが可能になったことで実店舗への送客効果が生まれています。Z世代の重要な購買接点であることを踏まえ、商品在庫の拡充や限定商品なども積極的に検討してまいります。

当社旗艦店にてZOZOTOWN POP UPスペースを設置

2023年3月3日にリニューアルオープンした当社のグローバル旗艦店「The SHEL'TTER TOKYO 東急プラザ表参道原宿店」では、1FにZOZOTOWNサポートによるPOP UPスペースを設置しました。ZOZOTOWNという認知度の高さと神宮前交差点という好立地を生かし、今まで取り込めていなかった新たな客層へのアプローチを行います。

第一弾は、ユーチューバーのげんじ氏による「WYM LIDNM（ウイム バイ リドム）」を出店。ZOZOTOWN内でも上位のオンライン専業ブランドを店舗に落とし込むことで、新たなシナジーを創出します。

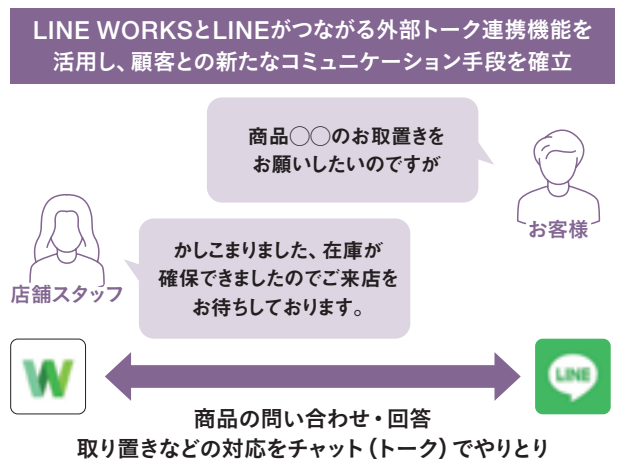
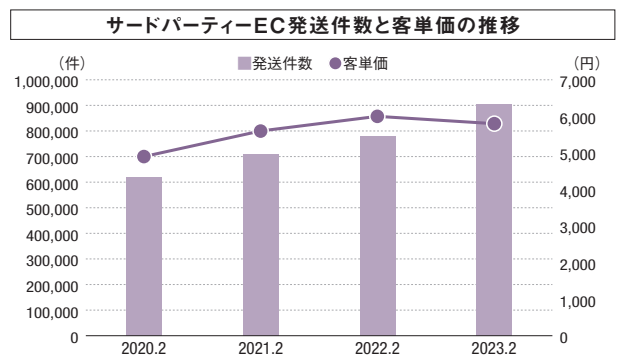
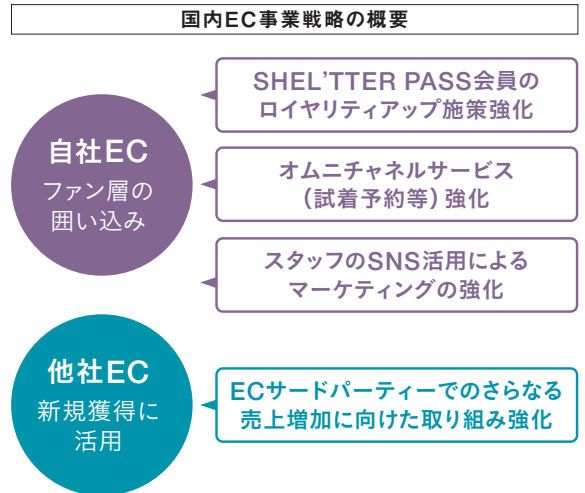


■ お客様とのコミュニケーション手段として直営100店舗以上に「LINE WORKS」を導入

当社グループでは、店舗における商品のお問い合わせや取り置きなどの対応を電話でのみ受け付けていましたが、2023年3月より直営100店舗以上に「LINE WORKS」を通じたお客様対応を開始しました。「LINE WORKS」による、お客様のLINEとの外部トーク連携機能を活用することで、商品のお問い合わせと回答、取り置き商品に関する連絡などが円滑になり、お客様の利便性を高めるとともにオペレーションの効率化が実現しています。

当社ブランド内でも、とりわけLINEを通じた情報発信頻度の高い「riendau」「RODEO CROWNS WIDE BOWL」は相性が良く、お問い合わせに対する在庫や入荷予定のご連絡をタイムリーに行うことで、お客様満足度の向上につながっています。

今後、全店舗での導入を検討するとともに、キャンペーン案内による効果測定などCRMの観点での検証を進めてまいります。

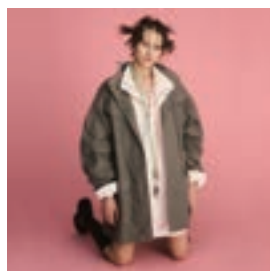


ファッションビル・駅ビル系ブランド

個性的でファッション性に富んだカジュアルウェア



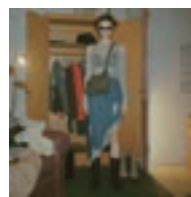
MOUSSY
[マウジー]



SLY
[スライ]



rienda
[リエンダ]



LAGUA GEM
[ラグア ジェム]



SHEL'TTER
[シェルター]

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]

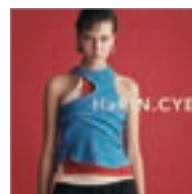


RODEO CROWNS
WIDE BOWL
[ロデオクラウンズ ワイドボウル]

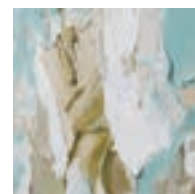


STYLEMIXER
[スタイルミキサー]

主にECサイトで展開するブランド



HERIN.CYE
[ヘリン ドット サイ]



y/m
[イム]



AZUL ENCANTO
[アズールエンカント]



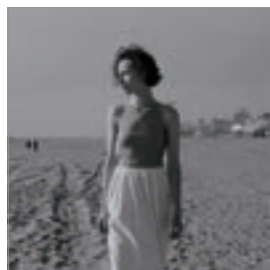
R4G
[アールフォージー]

百貨店・セレクトショップ系ブランド

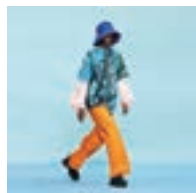
30代から40代を主要な顧客層とした大人レディースウェア



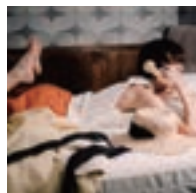
ENFÖLD
[エンフォルド]



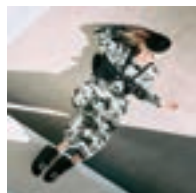
RIM.ARK
[リムアーク]



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]

ライフスタイル

観葉植物やガーデニング雑貨を販売



SHEL'TTER GREEN
[シェルターグリーン]



TUIN greenery
[チュイン グリーナリー]

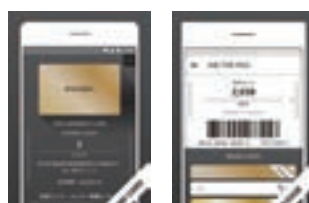
ECサイト/スマートフォンアプリ

自社ECサイト



SHEL'TTER WEBSTORE
[シェルターウェブストア]

店舗とECサイトで使え、マイルが貯まるスマートフォンアプリ



SHEL'TTER PASS
[シェルターパス]

The SHEL'TTER TOKYO東急プラザ表参道原宿店 2023年3月、OMO戦略の拠点としてRE-OPEN

当社のグローバル旗艦店「The SHEL'TTER TOKYO東急プラザ表参道原宿店」が2023年3月3日にRE-OPENしました。「国内外にバロックのアイデンティティやブランドイメージを訴求する場所に」をテーマに掲げ、①旗艦店として高感度で特別なストア体験の提供、②時代に合ったデジタル戦略の導入、③OMO戦略の拠点化、④立地に見合う店舗の再構成、という4つの戦略を推進してまいります。



植物のコンセプトショップ「TUIN greenery」 2023年4月以降、続々オープン

国内9店舗を展開するグリーンビジネス「SHEL'TTER GREEN」のコンセプトショップであり旗艦店として「TUIN greenery(チュイン グリーナリー)」を新たにローンチ。2023年4月4日「イオンモール豊川」、4月28日「THE OUTLETS SHONAN HIRATSUKA」にオープンしました。同ブランドでは植物だけでなく、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ご提案いたします。



当社ブランドが「22年度百貨店バイヤーズ賞」「第25回ディベロッパが選んだテナント大賞」を受賞

織研新聞社主催の「22年度百貨店バイヤーズ賞」において、当社ブランド「STACCATO」がレディス靴部門 ベストセラー賞、「第25回ディベロッパが選んだテナント大賞」において、「rienda」がデジタル活用賞、「SHEL'TTER GREEN」が新人賞を受賞しました。全国の百貨店・ディベロッパ様から推薦の多かった優良ブランドに贈られる賞であり、売上伸び率や顧客満足度の高さ、SNSを駆使した情報発信による店舗への集客力、新規テナントとしての存在感、話題性をそれぞれご評価いただき、選出されました。



店舗数の状況

国内店舗の状況

(2023年2月末現在)



出店 25店舗
退店 26店舗
合計店舗数 **366店舗**
(前年同期比△1店舗)

中国店舗の状況

(連結決算に組み込む2022年12月末現在)



出店 48店舗
退店 54店舗
合計店舗数 **326店舗**
(前年同期比△6店舗)

CORPORATE INFORMATION 会社情報

■ 会社概要

(2023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	1,488名 (連結従業員数、アルバイト社員を含む)

■ 株式の状況

(2023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	37,814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 同事務取扱場所	みずほ信託銀行株式会社 〒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 電子提供制度 (書面交付請求)について	みずほ信託銀行株式会社 電子提供制度専用ダイヤル 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、みずほ銀行及びみずほ信託銀行の本支店でお支払いいたします。