

BAROQUE JAPAN LIMITED

株式会社バロックジャパンリミテッド

証券コード:3548

BAROQUE INTERIM REPORT

2017 2017.2.1
→ 2017.7.31



TOP MESSAGE トップメッセージ

複数ブランドを展開する強みを最大限に発揮し、 国内事業の活性化及び海外事業の更なる発展に全力を注ぎます。

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。

当上期は、個人消費が不透明な状況で推移するなど厳しい事業環境の中、国内事業では主力ブランドであるMOUSSY、百貨店業態の中軸ブランドであるENFÖLDの業績が順調に推移しました。また、海外事業においても、7月に中国本土200店舗を達成するなど、ほぼ計画通りの成長を達成することができました。しかしながら、国内売上高の5割超を占めるショッピングセンター(SC)業態向けブランドが不振であったことなどから、上期の連結経営成績は遺憾ながら減収減益となりました。

今後の経営戦略につきましては、まずは国内事業の立て直しを急ぎたいと考えております。グループ共通のポイント会員サービス「SHELL'TER PASS」を導入し、複数ブランドを展開する当社の強みを活かすとともに、販促活動の効率化などを狙ってまいります。また、苦戦しているSC系ブランドについては、商品の大量投入や値引きによって増収を図る従来型のビジネスからの脱却を目指し、魅力的な店作りやストアオペレーションの強化に向けた人材強化などに注力します。このほか、通販事業の強化や当社が得意とする

「店舗起点経営」のさらなる強化なども進めたいと考えております。また海外事業に関しましては、中国において順調な店舗事業に加えて通販事業の本格化に着手いたします。米国においてはブランド認知が徐々に高まるにつれて卸事業が好調に推移する中、通販事業のプラットフォーム構築を進めてまいります。

こうした取り組みによって業績の立て直しを急ぐ所存ですが、2018年1月期の通期業績見通しにつきましては、上期の結果を反映して下方修正させていただきました。現在取り組んでいる中期経営計画につきましても、内容を一部修正する方向で検討中です。なお、当期の期末配当金につきましては、今回の業績低下は一過性のものであり、早期の立て直しが可能であるとの判断から、従来計画通り1株当たり38円とさせていただきます。

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

売上高

(百万円)

■第2四半期 ■期末



営業利益

(百万円)

■第2四半期 ■期末



経常利益

(百万円)

■第2四半期 ■期末



親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益

(百万円)

■第2四半期 ■期末



総資産・純資産

(百万円)

■総資産 ■純資産



1 国内戦略

市場の縮小が続く国内市場は、東京圏を中心とした出店と地方店舗のスクラップ&ビルドにより店舗事業の収益率向上、システム刷新による通販事業の拡大により安定的な成長を目指します。グローバル市場で成功するには日本市場において圧倒的なブランド力を維持することが重要であると考え、ブランド価値の強化戦略を推進してまいります。

具体的にはオリジナル原材料を利用した独自価値のある商品開発やグローバルブランドとのコラボレーションなどが挙げられます。また社内のみでなく社外応募者も対象とした新規ブランド・ビジネス立ち上げプロジェクト等により、自分たちが欲しいモノを自分たちで作りに上げるスピリットを徹底してまいります。

2 海外戦略

中国においてはJV[※]パートナーであるBelle社[※]と、既に約200店舗を展開しており、今後も年間50~60店舗程度の積極的な出店を進めてまいります。現在はMOUSSYとSLYの2ブランドを中心に展開しておりますが、他ブランド事業の展開も検討しております。

米国においては、ニューヨーク店舗及びSNS[※]を駆使した情報発信により、徐々にブランド認知度が高まってきていると考えます。既に開始している卸事業と今後本格稼働予定の通販事業を軸とした、収益性の高い事業を推進してまいります。



国内店舗の状況

(2017年7月末時点)

上期出店	17店舗
上期退店	16店舗
合計店舗数	359店舗

中国店舗の状況

(2017年6月末時点)

上期出店	15店舗
上期退店	5店舗
合計店舗数	197店舗

3 SCM戦略

業務の効率化や収益性の向上のため、SCM[※]改革に取り組んでおります。特に生産面と物流面の改革に注力し、商社等への商品発注を直接工場に発注することで商品コストを低減し、コスト削減は価格への反映、品質向上、マーケティングへの投資など市場環境に応じて活用します。

場環境に応じて活用します。

物流においては国内物流インフラの統合はほぼ完了し、主力生産地であり拡大消費地でもある中国の物流インフラ最適化に取り組んでまいります。

	デザイン・開発	生産	物流	販売
課題	<ul style="list-style-type: none"> 独自のテキスタイルや素材の開発 	<ul style="list-style-type: none"> 商社への発注による生産コスト高 	<ul style="list-style-type: none"> 外部委託による物流コストの増大 	<ul style="list-style-type: none"> 販売スタッフの育成 通販事業の成長鈍化
対策	<p>商品価値の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> 独自のテキスタイルや素材開発に着手 	<p>生産コストの低減</p> <ul style="list-style-type: none"> 工場への直接発注 JVパートナーであるBelle社のネットワークを活用し新規の取引先を開拓 	<p>物流コストの低減</p> <ul style="list-style-type: none"> Belle社の物流網を活用しコスト低減 	<p>販売力の向上とEC改善</p> <ul style="list-style-type: none"> バラエティに富んだ販売員向け研修の充実 年1回の販売スキルコンテストを開催 通販システムの機能強化

※ JV=ジョイントベンチャー。合併事業の略。

※ Belle社=百麗国際控股 (BELLE INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED 本社：中華人民共和國広東省深圳市) 中国における合併事業のパートナー。靴の製造小売、スポーツアパレル・ファッションアパレルの小売事業を展開し、2017年2月期末の中国店舗数は20,716店舗。

※ SNS=ソーシャルネットワークサービス。フェイスブックやインスタグラムなどWEB上で社会的ネットワークを構築可能にするサービス。

※ SCM=サプライチェーンマネジメントの略。供給業者から最終消費者までの流れを統合的に見直し、プロセス全体の効率化と最適化を実現するための経営管理手法。

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
Rodeo Crowns
RIM.ARK

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
RCWB
Avan Lily

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



BLACK
BY MOUSSY
ENFÖLD
PEGGY LANA
House__Commune
AEVES

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



通販事業専用ブランド

AZUL ENCANTO

靴専門ブランド



STACCATO

BAROQUE NEWS DIGEST

MOUSSYとアディダスが 共同開発商品を販売



2017年2月にMOUSSYとマルチスポーツブランドのアディダスジャパン株式会社が共同開発した商品の販売を開始いたしました。両社の強みを活かした、スポーツの機能性とファッションの両面をサポートする新たなスタイルを提案し「心地良く纏い、美しく魅せる」といった動きやすく且つスタイリッシュなシーンレスウェアを目指しました。2017年9月には第2弾の商品の販売を開始しております。

2017年7月に中国本土 200店舗達成



当社の中国事業における合併事業パートナー、Belle社と展開する中国市場において、2017年7月8日、上海市中心部の新規商業施設「興業太古滙 (HKRI Taikoo Hui)」に「MOUSSY & SLY総合店」をオープンし、中国本土200店舗を達成いたしました。「MOUSSY (マウジー)」と「SLY (スライ)」のブランド集客力を期待され、数ある小売テナントの中でも285㎡という大型店舗での出店となりました。今後も積極的な出店を進めて参ります。

ENFÖLDクルーズコレクション を販売



30代以上の大人レディースウェアを得意とするENFÖLDから、海やプール、パカンスで大人が夏を楽しむための服を中心としたクルーズコレクションを発表いたしました。お客様から好評を頂き、特にブランド初となる水着は販売後すぐに完売するなど、話題となりました。