



2025年4月17日

各 位

会 社 名 株式会社バロックジャパンリミテッド
代 表 者 名 代表取締役社長 村井 博之
(コード番号： 3548 東証プライム)
問 合 せ 先 経営企画室長 関 達也
T E L 0 3 - 5 7 3 8 - 5 7 7 5

「2025年2月期 通期決算説明会」書き起こし記事および動画公開のお知らせ

当社は、2025年4月14日（月）に「2025年2月期 通期決算説明会」をオンラインにて開催しました。その書き起こし記事および動画を公開しましたので、お知らせいたします。詳細につきましては、下記の各記事と添付の資料をご参照ください。

記

1 概要

- 日 程 2025年4月14日（月）
- 登壇者 代表取締役社長 兼 最高経営責任者 村井 博之
取締役副社長 深澤 哲人
執行役員 財務業務本部長 史 婧
経営企画室長 関 達也

2 書き起こし記事 URL

<https://finance.logmi.jp/articles/381463>

3 動画 URL

<https://www.youtube.com/watch?v=ZmVwdN1VADU>



以上

【2025年2月期通期決算説明会動画書き起こし】

01 / 2025年2月期 エグゼクティブサマリー

BAROQUE JAPAN LIMITED



経営企画室室長の関です。初めに私から、2025年2月期の通期決算についてご説明します。連結売上高は581億8,000万円、前年同期比96.5パーセント、連結売上総利益331億円、前年同期比96.6パーセント、連結営業利益8億1,000万円、前年同期比41.6パーセント、親会社株主に帰属する当期純利益はマイナス25億7,000万円と、前年同期を下回りました。

各PL項目の概要をご説明します。売上高についてです。国内事業は、ファッションビル、百貨店ブランド事業の売上高、EC、免税売上高が前年を超えましたが、ショッピングセンターブランドの苦戦や不採算ブランドの整理、不採算店舗のスクラップの影響を受け、前年同期比で減収となりました。

現在、全社で推し進めている構造改革の中で、国内アパレル事業の企画、MD、生産、販売のあり方を抜本的に見直し、国内アパレル事業をさらに強化していきます。並行して、新規事業の開発にも積極的に投資していきます。具体的には、当社の旗艦店であるThe SHEL'TTER TOKYO 東急プラザ表参道「オモカド」店の立地を最大限に活用し、有名インフルエンサーのDtoCブランドの展開や海外ブランドの取り扱いを本格的に開始していきます。

Belle社のレディース靴ブランドである「73Hours」をECと百貨店それぞれで展開していきます。加えて「73Hours」以外の靴ブランドについても、積極的に開発を進めていきます。さらに、新たな大人世代向けのレディースアパレルブランドの開発も進めていきます。

中国事業は、個人消費の厳しい環境に加え、不採算店舗のスクラップなどの理由による中国小売会社の仕入抑制の影響を受け、中国卸売会社が減収となりました。

米国事業は、商品の安定供給化により卸受注が回復し、大きく増収しました。また、米国の自社ECについても、デジタルマーケティング強化などの取り組みにより、前年同期比 120 パーセント以上の増収となっています。今後、米国の「MOUSSY VINTAGE」のさらなるブランディングをしていくにあたり、マーケティングリサーチの強化や、世界的なメゾンブランドを手がけたデニムデザイナーとの商品開発など、取り組みの強化を推進していきます。

連結売上総利益についてです。例年、当社の売上総利益率は競合他社と比較しても高い水準を維持しています。2025 年 2 月期についても、引き続き国内事業で効率的な高い換金を意識した販売と、アウトレットなどの二次販路の活用による計画的な消化を行った結果、高い水準を維持することができました。

一方で、仕入原価の上昇は吸収しきれず、結果として売上総利益額が前年を下回るかたちとなりました。今後は、継続して計画的な高い換金および効率的な消化をするとともに、ブランド単位で適正な価格転嫁を行い、収益力をさらに強化していきます。

連結営業利益についてです。国内の物流設備投資などの減価償却費と、新規事業開発に関連する費用が増加しました。こうした状況を踏まえ、全社で人件費などの抑制を行い、前年同期を下回る水準で販管費のコントロールに注力しましたが、売上総利益の減少の影響が大きく、結果として前年同期を下回るかたちとなりました。

一方で、1月に発表した修正計画比については、2025 年 1 月、2 月の国内販管費の圧縮などにより、修正計画を大きく上回るかたちとなりました。

最後に、親会社株主に帰属する当期純利益についてお話しします。こちらは中国事業における持分法による投資損失 24 億 3,000 万円の計上により、結果として前年同期を下回るかたちとなりました。

中国小売会社における2025年1月～2月の計上に伴う持分法による投資損失を追加計上。中国卸会社については売上高から当期純利益まで連結計上。

	中国小売会社	中国卸会社
種別	持分法適用会社（当社持分49%）	連結子会社（当社持分51%）
当社連結PL計上	営業外損益 持分法による投資損失 △12.3億円	売上高～当期純利益

当社と中国合弁2社の 決算期の違い

原則として、子会社は親会社の決算期と合わせる必要があるが、決算期のズレが3ヶ月以内であれば仮決算をせずに連結に取り込むことも会計原則上、可能であるため、従来は、中国合弁は決算締作業の影響により、2ヶ月遅れで連結に取り込んでいた。一方、2025年2月期は株式譲渡の必要性から早期に数字を入手し、その差異を解消した。親会社決算期に合わせて中国合弁の仮決算が可能となったため、原則論に従い、親会社決算期に合わせた数字を連結。

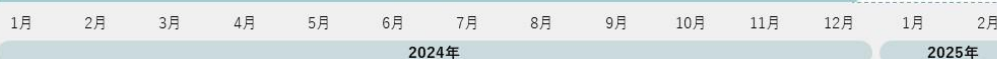
当社

2月決算

中国合弁2社

12月決算

計上



中国合弁事業の株式譲渡に付随した影響について触れます。まず、今回の株式譲渡に至った経緯についてご説明します。当社の中国合弁事業は、小売会社と卸会社の2社で中国でのレディースアパレル小売事業を展開しています。

昨今の中国小売市場については、中国の景気減速に伴う個人消費の低迷などの事業環境の変化により、厳しい状況が続いています。これまでグループ全体で収益改善に注力してきましたが、今回、中国事業に関しては抜本的なターンアラウンドを推進すべきタイミングであると判断しました。これを受け、中国合弁事業パートナーである Belle 社へすべての株式を譲渡し、両社の経営資源を有効活用していくことが最適であるという考えに至り、当社と Belle 社の間で株式譲渡を行うこととしました。

次に、本件に付随する会計処理への影響についてご説明します。当社の中国合弁事業は、先ほど申し上げたとおり、小売会社と卸会社の2社で運営されています。当社の連結上、中国小売会社が持分法適用会社、中国卸会社が連結子会社の取り扱いとなっています。

通常は、会計原則に従い子会社は親会社の決算期と合わせる必要がありますが、決算期のズレが3ヶ月以内であれば、仮決算せずに連結に取り込むことが会計原則上可能となっています。これまでは中国合弁事業の決算締め作業の影響もあり、2ヶ月遅れの12月期決算の数字を連結に取り込んでいました。

今期については、中国合弁事業の株式譲渡の必要性から、早期に中国合弁事業の数字を入手したことにより、決算期のズレが解消されることとなりました。これに伴い、親会社の決算期に合わせて中国合弁事業の仮決算が可能となったため、先ほど申し上げた会計原則に従い、適時性の高い財務情報提供の観点から、親会社の決算期に合わせた数字を今回の連結に取り込んでいます。

その結果、今期は中国小売会社の 2025 年 1 月から 2 月の持分法による投資損失と、中国御会社の売上高から当期純利益までを連結に取り込んでいます。

03/ 2025年2月期 通期連結業績

BAROQUE JAPAN LIMITED

(百万円)	2025年2月期				2024年2月期	
	金額	比率	前年同期比	増減	金額	比率
連結売上高	58,180	-	96.5%	-2,110	60,290	-
連結売上総利益	33,100	56.9%	96.6%	-1,164	34,264	56.8%
連結販売費及び一般管理費	32,287	55.5%	99.9%	-22	32,309	53.6%
連結営業利益	812	1.4%	41.6%	-1,142	1,954	3.2%
連結経常利益	△ 1,683	-	-	-3,706	2,022	3.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	△ 2,575	-	-	-3,520	945	1.6%

通期連結業績は、先ほどエグゼクティブサマリーの冒頭でお伝えしたため、割愛します。

(百万円)	2025年2月期				2024年2月期	
	金額	比率	前年同期比	増減	金額	比率
売上高	52,734	-	96.2%	-2,063	54,798	-
店舗売上	39,031	74.0%	96.0%	-1,634	40,666	74.2%
EC売上	10,867	20.6%	102.3%	+246	10,620	19.4%
売上総利益	30,778	58.4%	95.8%	-1,334	32,113	58.6%
販売費及び一般管理費	30,669	58.2%	99.1%	-292	30,961	56.5%
営業利益	109	0.2%	9.5%	-1,042	1,151	2.1%
経常利益	3	0.0%	0.2%	-1,665	1,668	3.0%
当期純利益	△ 525	-	-	-1,592	1,066	1.9%

通期国内業績についてご説明します。売上高 527 億 3,400 万円、前年同期比 96.2 パーセント、売上総利益 307 億 7,800 万円、前年同期比 95.8 パーセント、売上総利益率は前年同期比 58.4 パーセントと、前年同期を若干下回りました。

販管費は 306 億 6,900 万円、前年同期比 99.1 パーセント、営業利益は 1 億 900 万円、経常利益は 300 万円、当期純利益はマイナス 5 億 2,500 万円と、前年同期を下回るかたちとなりました。

中国事業

■ 中国小売会社の仕入抑制により、中国合併事業に関する売上は前年同期比87.6%。不採算店舗のスクラップ及び商品評価損が影響し持分法適用投資損失△24.3億円を計上。

■ 小売の伸び悩み等の影響もあり、ロイヤリティは前年同期比58.3%。

■ 店舗数は前期末に対し87店舗減の157店舗。

(百万円)	2025年2月期		2024年2月期	
	金額	前年同期比	金額	前年同期比
中国合併事業に関する売上				
売上	4,604	89.2%	5,164	105.3%
ロイヤリティ	158	58.3%	271	76.8%
売上合計	4,762	87.6%	5,435	103.4%
当期純利益に対する中国合併事業による利益				
小売会社の利益持分(持分法投資利益)	△ 2,436	-	△ 238	-
卸会社の利益持分(少数株主持分の51%相当)	185	76.3%	242	101.1%
ロイヤリティ税抜換算	110	58.3%	189	76.8%
利益合計額	△ 2,140	-	204	-

米国事業

■ 米国事業は商品の供給安定化に伴い受注が回復し、卸売が好調を維持。加えてECも伸長した結果、前年同期比で増収増益(売上高121.7%、営業利益159.1%)

通期海外事業総括についてご説明します。中国業績は、中国小売会社の仕入抑制の影響を受け、中国合併事業に関する売上は前年同期比 87.6 パーセントとなりました。不採算店舗のスクラップや商品評価損が影響し、中国小売会社の持分法による投資損失は 24 億 3,600 万円となりました。また、中国合併事業からのロイヤリティ収入については、中国小売会社の伸び悩みの影響を受け、前年同期比 58.3 パーセントとなりました。店舗数は前期末に対し 87 店舗減の 157 店舗となっています。

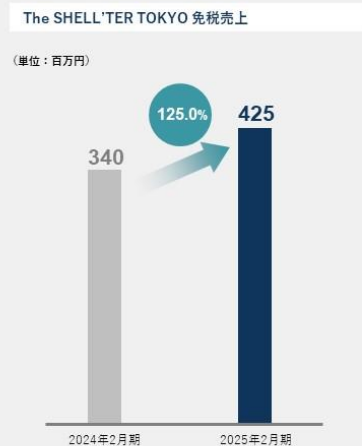
米国事業は、冒頭で申し上げたとおり、卸売と EC の好調を受け、売上高は前年同期比 121.7 パーセント、営業利益は前年同期比 159.1 パーセントと、前年同期比で大幅な増収増益となりました。

06 / 事業別売上高 (FB、SC、百貨店)、インバウンドの状況

BAROQUE JAPAN LIMITED

FB・SBブランド及び百貨店ブランドが前年同期比を上回る。インバウンド需要も拡大。

四半期毎各事業別売上高					
	1Q	2Q	3Q	4Q	2025年2月期
上段：前期比					
下段：売上高 (単位：百万円)					
FB・SBブランド	97.4% 4,725	103.7% 4,504	105.2% 4,953	94.6% 4,894	100.0% 19,077
SCブランド	91.3% 5,901	97.0% 6,208	92.4% 6,409	96.2% 7,475	94.3% 25,995
百貨店ブランド	101.7% 1,453	104.0% 1,374	97.9% 1,529	98.3% 1,360	100.4% 5,718



事業別売上高およびインバウンドの状況についてご説明します。スライド左側の図は、事業別売上高について四半期ごとの前年同期比の推移を、上からファッションビルとステーションビル、ショッピングセンター、百貨店ブランドの順に示しています。ファッションビルとステーションビルブランドについては、前年同期と同水準、百貨店ブランドについては前年同期を上回るかたちとなっています。図中央のショッピングセンターブランドについては、年間を通して客数が伸び悩み、前年同期を下回るかたちとなっています。

スライド右側のグラフは、当社の旗艦店である The SHELL'TER TOKYO 東急プラザ表参道「オモカド」店の免税売上について示しています。前年同期比 125 パーセントと大きく増収し、インバウンドのお客さまが着実に増加していることがわかります。

07 / 2025年2月期 通期連結業績 販売費及び一般管理費

BAROQUE JAPAN LIMITED

(百万円)	2025年2月期				2024年2月期	
	金額	比率	前年同期比	増減	金額	比率
連結売上高	58,180	-	96.5%	-2,110	60,290	-
連結販売費及び一般管理費	32,287	55.5%	99.9%	-22	32,309	53.6%
広告費及び販売促進費	1,941	3.3%	107.0%	+126	1,814	3.0%
給与手当	5,805	10.0%	101.0%	+56	5,749	9.5%
販売手数料 (店舗家賃及び販売委託手数料)	12,969	22.3%	99.3%	-95	13,065	21.7%
減価償却費	937	1.6%	108.6%	+74	862	1.4%
その他	10,633	18.3%	98.3%	-184	10,817	17.9%

通期連結の販売費についてご説明します。連結売上高が前年同期比 96.5 パーセントであるのに対し、販売費は前年同期比 99.9 パーセントと、売上高に対して高止まりしている状況です。主な要因としては、優秀な人材確保のための待遇改善や EC 広告販促の活動強化、物流設備の投資などによる販売費の増加が影響しています。

08 / 2025年2月期 連結貸借対照表

BAROQUE JAPAN LIMITED

(百万円)	2025年2月期			2024年2月期	
	金額	構成比	前年同期比	金額	比率
現預金	11,305	33.2%	92.8%	12,181	32.7%
売掛金	7,760	22.8%	80.7%	9,613	25.8%
商品	5,359	15.7%	97.6%	5,489	14.7%
その他流動資産	363	1.1%	99.2%	366	1.0%
固定資産	9,262	27.2%	96.4%	9,609	25.8%
総資産	34,051	100.0%	91.4%	37,261	100.0%
負債	15,254	44.8%	101.3%	15,058	40.4%
純資産	18,796	55.2%	84.7%	22,202	59.6%

連結貸借対照表についてはスライドに記載のとおりとなっています。
以上、2025年2月期業績についてのご説明となります。

利益面の改善を強力に推進

(百万円)	2026年2月期			2025年2月期	
	予想	比率	前年同期比	実績	比率
連結売上高	57,602	-	99.0%	58,180	-
連結売上総利益	35,434	61.5%	107.1%	33,100	56.9%
連結販売費及び一般管理費	33,206	57.6%	102.8%	32,287	55.5%
連結営業利益	2,227	3.9%	274.1%	812	1.4%
連結経常利益	2,139	3.7%	-	△1,683	-
親会社株主に帰属する当期純利益	1,338	2.3%	-	△2,575	-

みなさま、こんにちは。代表取締役社長兼最高経営責任者の村井博之です。ここからは私がお説明します。

まず、2026年2月期の通期業績見通しについてです。連結売上高 576 億 200 万円、連結売上総利益 354 億 3,400 万円、連結営業利益 22 億 2,700 万円、連結経常利益 21 億 3,900 万円、親会社株主に帰属する当期純利益 13 億 3,800 万円と計画しています。

当初、Phase1において3年をかけコロナ後の新常态を確立し、再び成長軌道に乗せる計画であった。
国内外の業績苦戦を受け、飛躍の準備期間を3年から5年に延長し、Phase1最終年度を2026年2月期とする。



中期経営計画の現時点での進捗状況です。当初、Phase1において3年かけてコロナ禍後の新常态を確立して再び成長軌道に乗せるというストーリーを書いていました。

しかし、国内外の業績苦戦を受けて、飛躍の準備期間を3年から5年に延長して、Phase1の最終年度を2026年2月期とすることになっていました。ただし、業績苦戦といっても全体的に苦戦しているというより、国内では郊外のショッピングセンターの事業、海外では今までバロックのグローバル事業の牽引役であった中国の業績不振によるものです。2030年までに、売上高1,000億円を達成し史上最高益を目指すという目標は変わりありません。

	Phase1最終年度 (2026年2月期)	Phase2最終年度 (2030年2月期)
連結営業利益率	3.0~4.0%	8.9%
在庫回転率	5.5~6.5回転	6.5回転
ROE	4.0~5.0%	15.0%

中期経営計画のKPIです。今期はPhase1の最終年度であり、営業利益が3パーセントから4パーセント、在庫回転率は5.5回転から6.5回転、ROEは4パーセントから5パーセントというところが目標値です。

2030年2月期には、連結営業利益率が8.9パーセントと、過去の最高業績とほぼ同じ水準まで戻していきます。在庫回転率は6.5回転、ROEは15パーセントと、これらも過去にトラックレコードのある数値で、この数値以上に持っていきたいというのが2030年2月期までの現在の計画です。

2026年2月期 売上総利益の最大化

売上総利益率60.6%を目指す。前年同期をさらに上回る水準を狙っていく。

適正な価格設計と全社的な仕入原価抑制による確定利益の最大化。効率的な換金を意識した在庫消化。



既存アパレル販管費の効率化

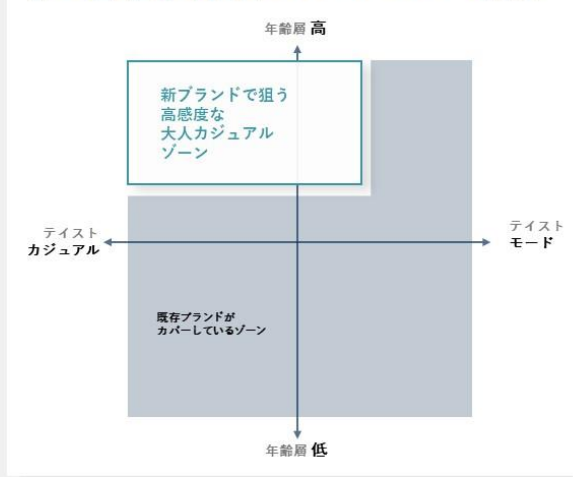
新規事業開発費用・システム費用・人件費等の費用をカバーするため、既存事業・管理間接部門の不要な経費削減による販管費の効率化。不採算ブランド・店舗の棚卸による経営資源の再配分。

国内事業の推進についてです。まず、売上総利益の最大化を目指します。単体粗利率は60パーセント前後をキープしているものの、利益につながっていないというのがここ数年の状況です。粗利で確保できている利益を、営業利益まできちんと大きく出せるかたちにどのように変えていくかということで、新しい取り組みではありませんが、従前の取り組みが成果を見せる時期に来ています。

あわせて、既存アパレルの販管費の効率化を実施していきます。販管費はそこまで大きく上昇していませんが、直近では人件費の増加、さらに新たなシステムを導入するため、そのようなものの償却、店舗等のリニューアル、新規事業の開発などに投資していきます。その中でも販管費の効率化を図って費用増を最小限にとどめていく計画です。

既存アパレル事業の強化と同時並行で、次を担う収益事業の開発に着手する。

新たな大人世代向けアパレルブランド開発



Belle社との靴事業開発



新たな事業についてです。1つは、新たな大人向けアパレルブランドの開発です。今年は創立25周年を迎え、中心ブランドである「MOUSSY」が誕生した年から25年が経ち、「MOUSSY」第1世代のお客さまが40代から50代を迎える時期になっています。そのようなファッション感度の高い40代、50代のお客さまをターゲットとした新しい大人向けブランドを開発していきます。

一方で、今まで中国の合弁パートナーであった Belle 社とは、日本における靴事業を拡大していきます。Belle 社は中国最大の靴のSPAであると同時に、世界最大規模の靴のSPAです。彼らのリソースを使って、現在の「STACCATO」のみの展開から複数ブランドに拡大し、日本での靴事業の成長につなげていきます。これを新たな機能、新たなチャレンジとして計画しています。



海外事業の方針です。今までバロックのグローバル事業の成長ドライブだった中国が、このところ経済リセッションによって売上利益が大きく後退しています。このような時期にどう対処していくか、そして中国の経済が悪いとはいうものの、マーケットとしてはいまだ世界一のマーケットのため、これをどう維持するかという課題があります。そのような難しい観点から、現在合弁で進めている「MOUSSY」「SLY」の中国での生産販売事業の合弁会社の株式を、中国がパートナーである Belle 社に譲渡するかたちで、いったん合弁を解消します。

今後の中国事業の展望

MOUSSY・SLY

- ✓ Belle社とのブランドライセンス契約は継続
Belle社が中国で販売するMOUSSY・SLYの売上高に対するロイヤリティ収入は継続。
- ✓ 独占的販売代理店契約に基づく日本企画商品の卸売も継続

MOUSSY・SLY以外の中国事業

- ✓ 強力な中国パートナーとの提携を推進
実店舗に依存しない、効率的な収益事業であるECを展開するための強力な中国パートナーとの提携を推進。
中国未導入が15ブランドあり、今後の展開を加速。
- ✓ アパレルに限定しない事業展開

Belle社との資本関係

- ✓ 総代理店契約を維持しアライアンス継続
MOUSSY・SLY事業はBelle社との総代理店契約を維持し協業関係を継続。
- ✓ Belle社の靴ブランドの日本展開
BELLE社レディース靴ブランドの日本展開のさらなる強化。

中国市場からの撤退ではなく、一旦リスクを解消し、新たな展開を推進

そして Belle 社を、中国の「MOUSSY」「SLY」の総代理店とするかたちで、今後ともビジネスを継続していく計画です。中国市場から撤退するのではなく、リスクをいったん回避して、新たな展開を推進していきます。

バロックには「MOUSSY」「SLY」以外にもまだ10数ブランドがあり、これらをどのタイミングで、どのようなかたちで中国にローンチしていくかということも現在検討しており、そのような中で中長期的に見れば、中国事業は後退するのではなく発展します。発展のための1つの手段として、現在持分損益の大きい合弁会社の株式を中国側に譲渡するというスキームをとっていきます。

そして、パートナーである Belle 社に株式を譲渡し、合弁は解消しますが、日本において引き続き靴事業で提携していきますし、資本関係は今後も継続していきます。

グローバル高級デニムジーンズの市場規模



北米の高級デニムジーンズ市場規模



米国事業／今期の主な施策

- ☑ マーケティングリサーチの強化
- ☑ ラグジュアリーデニムデザイナーの起用
- ☑ 独自性を追求した商品開発

卸

- ・バイヤーへの訴求力を強化
- ・日本にはない、米国現地ニーズを反映した商品開発力の強化

直営店舗

- ・MOUSSY VINTAGEの仕入構成比を上げることによる、プロパー売上高の強化

自社EC

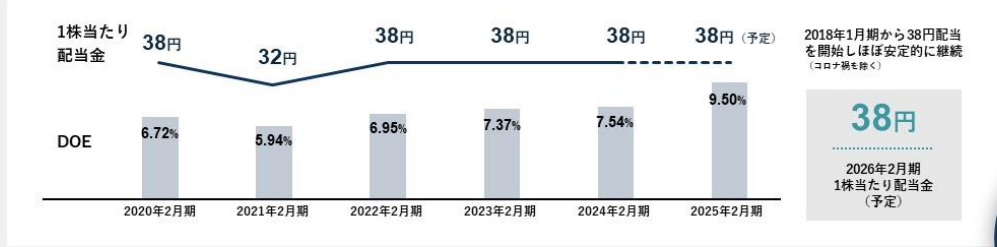
- ・直営店舗と同様に、MOUSSY VINTAGEの仕入構成比を上げることによる、プロパー売上高の強化
- ・お客様にカスタマイズした検索、商品レコメンド、カテゴリーマッチング等の機能の追加実装による訴求力の強化

米国事業です。こちらはまだ規模は小さいですが、少しずつ伸びていく、バロックにとって重要なグローバルビジネスです。市場予測としては、グローバル高級デニムジーンズの市場規模は2030年までに60億米ドル、北米だけをとっても24億米ドルの規模になっていきます。

そのような中で、まだ小さな存在である「MOUSSY」の米国向け品番「MOUSSY VINTAGE」をどのようにして大きくしていくかが課題です。これについては、まず商品開発に投資していきます。素材や、ラグジュアリーブランドで経験のあるデザイナーの起用により、ラグジュアリーマーケットできちんと競争力のあるブランドに成長させていきます。

継続して安定的な株主還元を行うことが基本方針。2026年2月期も配当金38円を予定。

株主優待は、1単元（100株）以上保有の株主様に年2回、2,000円クーポン券として株主優待券を進呈。



総合利回り
10%超

株主優待券（クーポン券）を進呈	保有株数	クーポン内容	進呈枚数
当社の日本国内の店舗（一部除く）及び通販サイト「SHEL'TTER WEBSTORE」でご利用頂ける、2,000円分のクーポンを半年に1回贈呈いたします。 <small>毎年2月末日時点及び8月31日時点での株主名簿に記載または記録された1単元（100株）以上保有の株主様を対象といたします。 株主優待券は6月・12月から各6ヵ月間有効です。</small>	100株以上	年間 4,000円 相当	2枚贈呈（上期に1枚/下期に1枚）
	200株以上	年間 6,000円 相当	3枚贈呈（上期に2枚/下期に1枚）
	500株以上	年間 8,000円 相当	4枚贈呈（上期に2枚/下期に2枚）

株主還元です。当社は継続して安定的な株主還元を行うことを基本方針としています。2026年2月期についても38円の配当を行います。株主優待も含め、引き続き株主のみなさまへの還元に向けて努めていきます。

以上をもちまして、私からのご説明とします。ご清聴ありがとうございました。