



東京証券取引所 プライム市場 証券コード 3548

2026年2月期 1Q 決算補足説明資料

2025.07.15

BAROQUE JAPAN LIMITED



INDEX

2026年2月期 1Q決算補足説明資料

- | | |
|---|-----------------------------|
| 01 / 2026年2月期 1Q
エグゼクティブサマリー | 09 / 国内事業の推進（主力SCブランドの立て直し） |
| 02 / 2026年2月期 1Q
連結業績 | 10 / 国内事業の推進（売上総利益の最大化） |
| 03 / 2026年2月期 1Q
国内業績 | 11 / MOUSSYプロモーション強化 |
| 04 / 事業別売上高（FB・SB、SC、百貨店） | 12 / 海外事業の推進（米国） |
| 05 / 2026年2月期 1Q
連結業績 販売費及び一般管理費 | 13 / 資本コストを意識した経営 |
| 06 / 2026年2月期 1Q
連結貸借対照表 | 14 / 資本コストを意識した経営 |
| 07 / 新たな「稼ぐ力」の開発
（新たな大人世代向けアパレルブランド開発） | 15 / 株主優待の拡充 |
| 08 / 新たな「稼ぐ力」の開発
（Belle社との靴事業開発） | |

連結売上高

126.2億円

前年同期比

-12.3億円
(91.1%)

国内事業は前年同期比98.3%（店舗98.9%、EC97.7%）。FB・SBブランドは前年を上回ったが、SCブランドが不採算店舗のスクラップ等の影響により前年同期を下回る。米国事業はEC売上が伸長。なお、中国合併事業の解消による連結売上高の減少が、今期連結売上高に影響。

連結売上総利益

80.8億円

前年同期比

-5.0億円
(94.1%)

国内の売上総利益の減少、中国合併事業の解消による連結売上総利益の減少により、前年同期を下回る。

連結営業利益

5.0億円

前年同期比

-1.4億円
(78.1%)

国内販管費は前年同期を下回るが、中国合併事業の解消による連結営業利益の減少が影響し、前年同期を下回る。

親会社株主に帰属する
当期純利益

4.8億円

前年同期比

+ 4.8億円
(15,346.4%)

中国合併事業の解消により、

- 持分法による投資損失の解消
- 関係会社株式売却益の計上

となり、当期純利益は前年同期比で大幅増益。

(百万円)	2026年2月期 1Q				2025年2月期 1Q	
	金額	比率	前年同期比	増減	金額	比率
連結売上高	12,625	-	91.1%	-1,234	13,859	-
連結売上総利益	8,087	64.1%	94.1%	-504	8,591	62.0%
連結販売費及び一般管理費	7,582	60.1%	95.4%	-362	7,945	57.3%
連結営業利益	504	4.0%	78.1%	-141	646	4.7%
連結経常利益	511	4.0%	201.2%	+257	254	1.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	483	3.8%	15,346.4%	+480	3	0.0%

(百万円)	2026年2月期 1Q				2025年2月期 1Q	
	金額	比率	前年同期比	増減	金額	比率
売上高	12,397	-	98.3%	-208	12,606	-
店舗売上	9,263	74.7%	98.9%	-105	9,369	74.3%
EC売上	2,497	20.1%	97.7%	-58	2,555	20.3%
売上総利益	7,789	62.8%	97.0%	-240	8,029	63.7%
販売費及び一般管理費	7,374	59.5%	97.6%	-181	7,555	59.9%
営業利益	414	3.3%	87.6%	-58	473	3.8%
経常利益	465	3.8%	86.3%	-73	539	4.3%
当期純利益	297	2.4%	82.8%	-61	358	2.8%

FB・SBブランドは、デニムが好調となったMOUSSYが大きく伸長し前年同期を上回る。SCブランドは、RODEO CROWNS WIDE BOWLの既存店客数が大きく回復し、既存店売上高が114.8%となるが、主力ブランドの回復は道半ば。百貨店ブランドは、ENFÖLDの春物新作が好調であったが前年同期には届かず。

四半期毎各事業別売上高						
	1Q	2Q	3Q	4Q	2025年2月期 通期	2026年2月期 1Q
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	100.1% 4,732
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	99.3% 5,858
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	97.7% 1,420

注：2026年2月期よりBLACK BY MOUSSYの売上高をFB・SBブランドからブランド別・その他に変更。

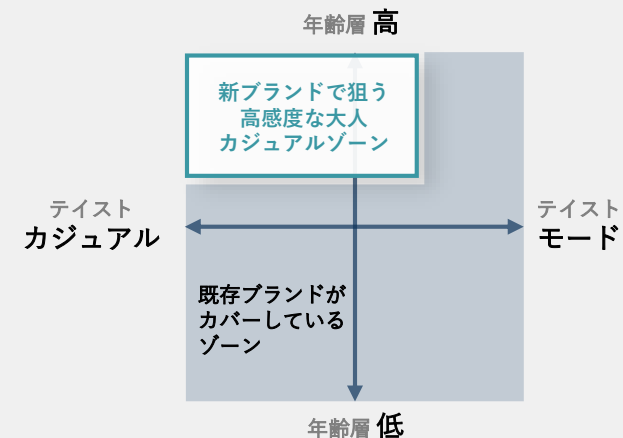
(百万円)	2026年2月期 1Q				2025年2月期 1Q	
	金額	比率	前年同期比	増減	金額	比率
連結売上高	12,625	-	91.1%	-1,234	13,859	-
連結販売費及び一般管理費	7,582	60.1%	95.4%	-362	7,945	57.3%
広告費及び販売促進費	447	3.5%	92.2%	-37	485	3.5%
給与手当	1,362	10.8%	95.9%	-58	1,420	10.2%
販売手数料 (店舗家賃及び販売委託手数料)	3,062	24.3%	98.7%	-41	3,104	22.4%
減価償却費	216	1.7%	89.3%	-25	242	1.7%
その他	2,493	19.8%	92.6%	-199	2,692	19.4%

(百万円)	2026年2月期 1Q			2025年2月期 1Q	
	金額	構成比	前年同期比	金額	比率
現預金	8,205	28.0%	80.4%	10,208	26.9%
売掛金	3,350	11.4%	30.0%	11,164	29.4%
商品	6,034	20.6%	95.9%	6,290	16.6%
その他流動資産	2,449	8.4%	618.2%	396	1.0%
固定資産	9,250	31.6%	93.3%	9,918	26.1%
総資産	29,290	100.0%	77.1%	37,978	100.0%
負債	14,720	50.3%	87.9%	16,750	44.1%
純資産	14,569	49.7%	68.6%	21,228	55.9%

TOKYO WEEKLY JOURNAL

5月24日からPOP UP STORE（フォレストゲート代官山）をオープン。

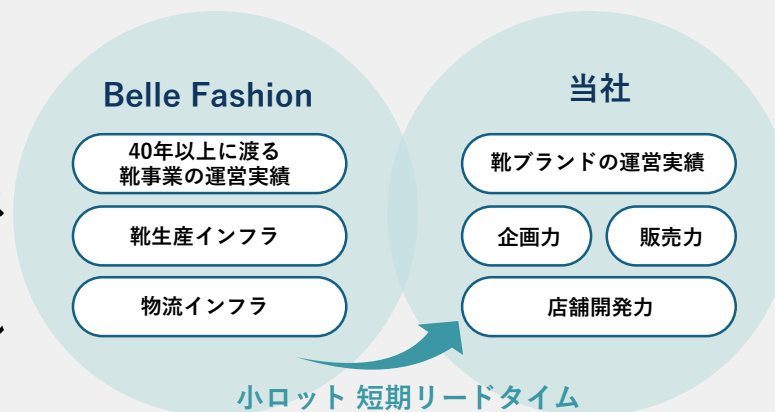
30～50代の女性に向けた「日常にある自分らしい楽しさの再発見」をテーマに、大人の女性が「こうあるべき」という固定観念から解放され、自由なファッションとライフスタイルを年齢に関係なく「楽しむ」ことを再確認できるブランド。



73Hours

6月4日～10日、伊勢丹新宿店、ジェイアール名古屋高島屋店で、POP UP STOREを開催。ブランドコンセプトは「Live what you love」。女性らしさ・ドラマティック・エレガンスの3つのキーワードを軸に、デイリーに使いやすい華やかなシューズから特別な日を彩るウエディングシューズまで、アジア人女性の足をベースに靴型を改良したファッショナブルかつ実用的な靴を展開。

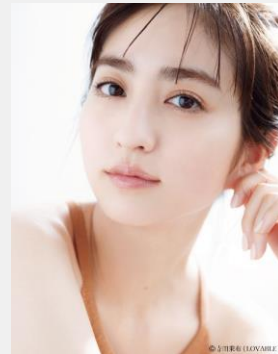
Belle社との靴事業開発



AZUL BY MOUSSY

ECが好調に推移。

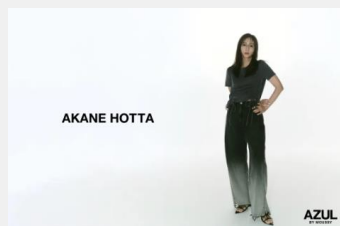
窪塚洋介氏 & 堀田茜氏の関連品番を活用したプロモーション強化により実店舗の客数回復を狙っていく。
在庫の早期換金を推進。



© 2018 BAROQUE JAPAN LIMITED



YOSUKE KUBOZUKA



AKANE HOTTA



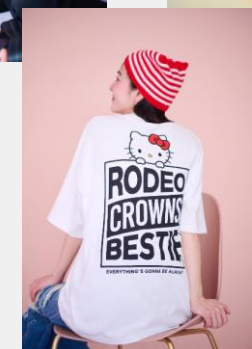
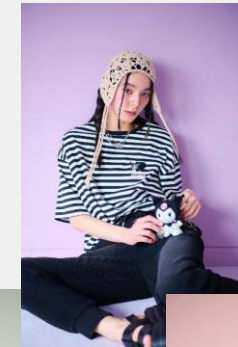
RODEO CROWNS WIDE BOWL

MD設計・販促の見直しが効果を発揮。

サンリオとのコラボレーション商品も売上増加に寄与。

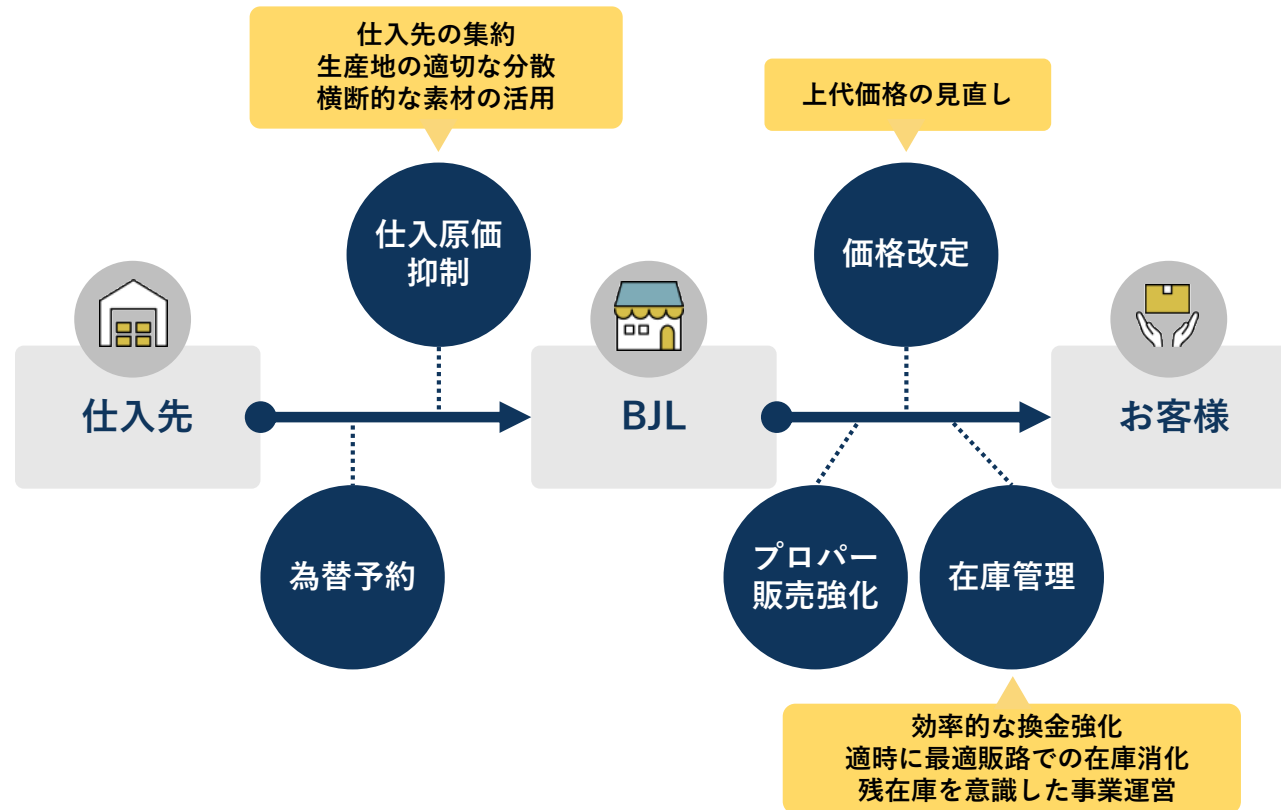
客数・SSSが回復 既存店売上高：114.8%、既存店客数：113.9%、
既存店客単価：100.8%（前年同期比）。

在庫の早期換金を推進。

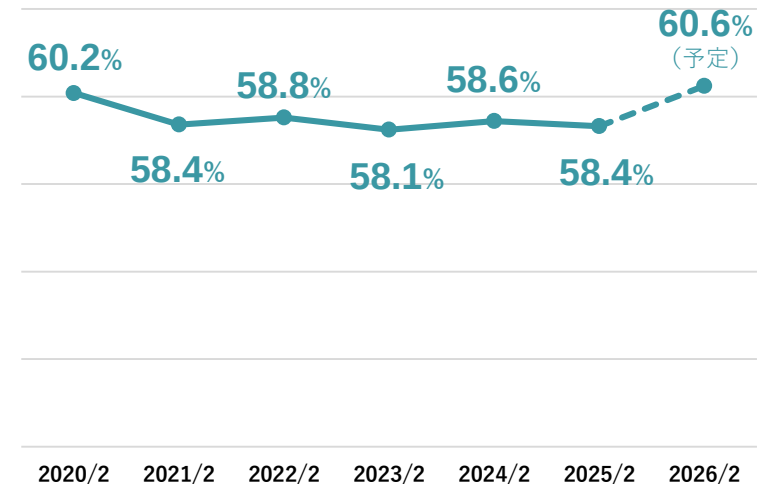


国内事業の売上総利益率60.6%を目標とし、前年同期をさらに上回る水準を狙っていく。

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推進に向けた施策を推進。



売上総利益率の推移



11 / MOUSSYプロモーション強化

BAROQUE JAPAN LIMITED

プロモーション強化に加えて、SNS効果もあり、
デニムが前年同期比128.2%と伸長。



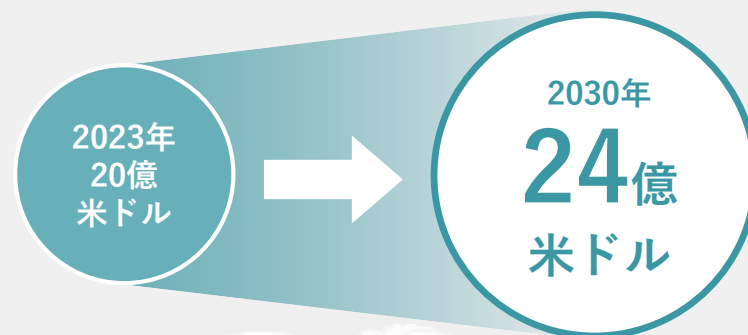
BlackEyePatch WOMEN | MOUSSY COLLABORATION COLLECTION
BlackEyePatchと2000sのガールズカルチャーを
牽引してきたMOUSSY2度目のコラボレーションを
実施し、好評完売。



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



MOUSSY
VINTAGE

欧州

中東

中国
(上海)

日本

北米

北米を起点に、日本国内をはじめ、中国・中東・欧州でのグローバルな展開を加速。

直近のROEは株主資本コストを下回る水準。

PBRに関しては、前期1.58倍と1倍を上回る水準を維持。

今後、ROE15%及びPBR 5 倍を将来的な目標として取り組みを強化する。

現在

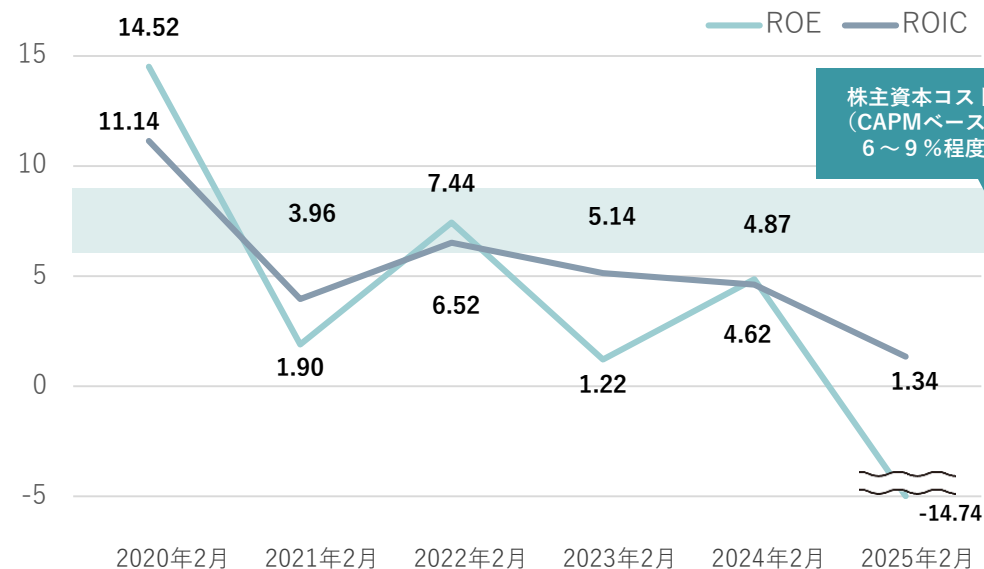
PBR 1.58倍

将来

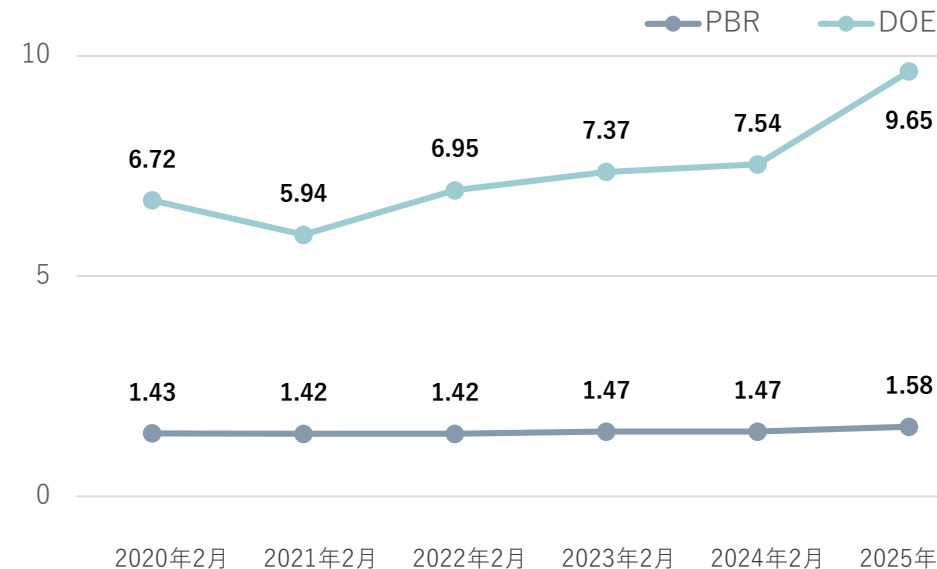
PBR 5倍

= ROE 15% × PER 20倍

ROE・ROIC



PBR・DOE



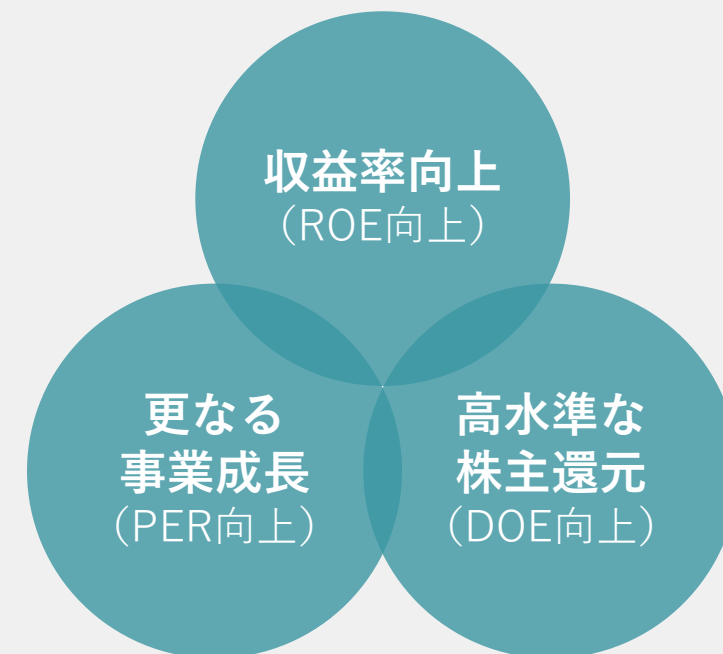
当社が認識する株主資本コスト（CAPMベース）は6～9％程度。

資本コストを上回るROEの実現に向け、2030年2月期までにROE 15％を目指す取り組みを推進。

一方、株主還元に関しては、DOE 9.65％と高水準を維持。

収益性の向上、高水準な株主還元の維持等により、ROE・PERの更なる向上を目指す。

	過去実績	Phase2最終年度 (2030年2月期)
連結営業利益率	8.7% (2016年1月期)	8.9%
在庫回転率	6.6回転 (2018年1月期)	6.5回転
ROE	15.9% (2019年2月期)	15.0%



1単元（100株）以上保有の株主様に半年に1回、2,000円クーポン券として株主優待券を進呈。
優待額拡充、長期保有制度新設、利用枚数上限変更等の見直しにより、今期から株主還元を更に充実。

株主優待券（クーポン券）を進呈

会計毎のご利用枚数上限を変更（最大13枚）

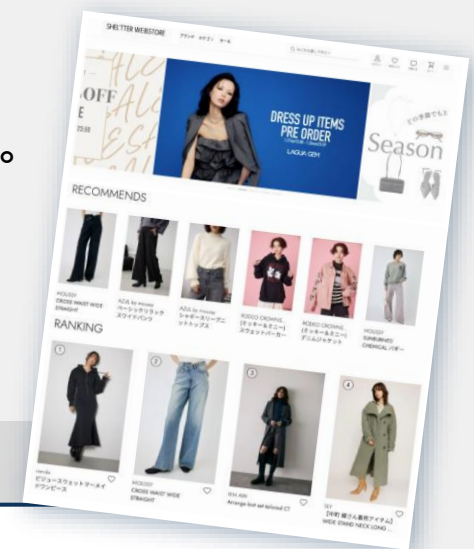
拡充

当社の日本国内の店舗（一部除く）及びECサイト「SHEL'TTER WEBSTORE」でご利用頂ける、2,000円クーポン券を半年に1回贈呈。

保有株式数	新設 継続保有期間	優待内容	枚数
100株以上 200株未満	3年未満 ※1 3年以上 ※2	年間 4,000円 相当	年間2枚（上期1枚／下期1枚）の株主優待券を進呈
200株以上 500株未満	3年未満 ※1 3年以上 ※2	年間 6,000円 相当	年間3枚（上期2枚／下期1枚）の株主優待券を進呈
拡充 500株以上 1,000株未満	3年未満 ※1 3年以上 ※2	年間 12,000円 相当 年間 24,000円 相当	年間6枚（上期3枚／下期3枚）の株主優待券を進呈 年間12枚（上期6枚／下期6枚）の株主優待券を進呈
新設 1,000株以上	3年未満 ※1 3年以上 ※2	年間 20,000円 相当 年間 52,000円 相当	年間10枚（上期5枚／下期5枚）の株主優待券を進呈 年間26枚（上期13枚／下期13枚）の株主優待券を進呈

※1「継続保有期間3年未満」とは、毎年2月末日及び8月末日の当社株主名簿に記載または記録された株主様を対象とする。

※2「継続保有期間3年以上」とは、毎年2月末日及び8月末日の当社株主名簿に同一株主番号で7回以上連続して記載または記録された株主様を対象とする。



注意事項

本資料には、当社及びそのグループ会社に関連する見通し、目標、計画等の将来に関する記述が含まれています。これらは、現時点で当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づくものであり、実際の業績等は今後の様々な要因によって大きく異なる可能性があります。