



東京証券取引所 プライム市場 証券コード 3548

2026年2月期 中間 決算補足説明資料

2025.10.15

BAROQUE JAPAN LIMITED



SLY



INDEX

2026年2月期 中間決算補足説明資料

01 / 2026年2月期 中間
エグゼクティブサマリー

02 / 2026年2月期 中間
連結業績

03 / 2026年2月期 中間
国内業績

04 / 事業別売上高（FB・SB、SC、百貨店）

05 / 2026年2月期 中間
連結業績 販売費及び一般管理費

06 / 2026年2月期 中間
連結貸借対照表

07 / SCブランド回復施策

08 / MOUSSYリブランディング（強みの強化）

09 / 新規事業の推進

10 / 中国ECマーケット環境

11 / JD.comについて

12 / JD.comとの合併会社設立

13 / 子会社2社の新規設立

14 / 連結業績（中国合併解消に伴う差異）

連結売上高

248.0億円

前年同期比

-29.1億円
(89.5%)

国内事業は、前年同期比96.3%（店舗97.1%、EC95.8%）。FBブランドは、MOUSSYがデニムヒットなどで前年比104.0%伸長。SCブランドは、RCWBがSSS110.4%と回復したが、AZULは客数減。対策として、企画・MD業務プロセスの刷新・PR力を強化していく。なお、中国合併事業の解消による連結売上高の減少が、今期の連結売上高に影響（一方で持分法による投資損失の解消により収益改善に寄与）。

連結売上総利益

150.7億円

前年同期比

-9.1億円
(94.3%)

計画的な仕入コントロールの厳格化、在庫状況に合わせた早期換金により、商品評価損は前年から大幅に圧縮。

連結営業利益

△0.7億円

前年同期比

-1.8億円
(一%)

売上連動に伴う販売委託費などの減少および固定費を抑制したが、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

0.1億円

前年同期比

+ 4.0億円
(一%)

国内事業における為替差益、中国合併事業の解消に伴う
・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により、当期純利益が黒字に転換。

(百万円)	2026年2月期 中間				2025年2月期 中間	
	金額	比率	前年同期比	増減	金額	比率
連結売上高	24,801	-	89.5%	-2,912	27,713	-
連結売上総利益	15,075	60.8%	94.3%	-915	15,991	57.7%
連結販売費及び一般管理費	15,152	61.1%	95.4%	-732	15,885	57.3%
連結営業利益	△ 77	-	-	-183	106	0.4%
連結経常利益	△ 15	-	-	+269	△ 284	-
親会社株主に帰属する当期純利益	11	0.0%	-	+401	△ 390	-

(百万円)	2026年2月期 中間				2025年2月期 中間	
	金額	比率	前年同期比	増減	金額	比率
売上高	24,410	-	96.3%	-930	25,340	-
店舗売上	18,272	74.9%	97.1%	-551	18,824	74.3%
EC売上	4,820	19.7%	95.8%	-209	5,030	19.9%
売上総利益	14,547	59.6%	97.6%	-351	14,898	58.8%
販売費及び一般管理費	14,727	60.3%	97.5%	-379	15,106	59.6%
営業利益	△ 179	-	-	+28	△ 208	-
経常利益	△ 158	-	-	+124	△ 282	-
当期純利益	△ 255	-	-	+38	△ 294	-

FB・SBブランドは、デニムが好調となったMOUSSYが大きく伸長。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110.4%となるが、主力ブランドの回復は道半ば。百貨店ブランドは主力ブランドのプロパー立ち上がりが苦戦し前年同期を下回る。

四半期毎各事業別売上高

	2025年2月期				2026年2月期	
	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
FB・SBブランド	103.7% 4,504	105.2% 4,953	94.6% 4,894	100.0% 19,077	100.1% 4,732	100.9% 4,546
SCブランド	97.0% 6,208	92.4% 6,409	96.2% 7,475	94.3% 25,995	99.3% 5,858	94.1% 5,844
百貨店ブランド	104.0% 1,374	97.9% 1,529	98.3% 1,360	100.4% 5,718	97.7% 1,420	90.0% 1,237

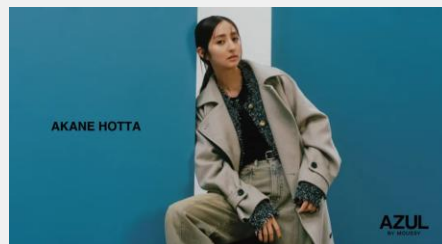
注：2026年2月期よりBLACK BY MOUSSYの売上高をFB・SBブランドからブランド別・その他に変更。

(百万円)	2026年2月期 中間				2025年2月期 中間	
	金額	比率	前年同期比	増減	金額	比率
連結売上高	24,801	-	89.5%	-2,912	27,713	—
連結販売費及び一般管理費	15,152	61.1%	95.4%	-732	15,885	57.3%
広告費及び販売促進費	889	3.6%	94.9%	-47	937	3.4%
給与手当	2,733	11.0%	94.2%	-168	2,902	10.5%
販売手数料 (店舗家賃及び販売委託手数料)	6,062	24.4%	97.7%	-142	6,204	22.4%
減価償却費	427	1.7%	89.9%	-48	475	1.7%
その他	5,040	20.3%	93.9%	-324	5,365	19.4%

(百万円)	2026年2月期 中間			2025年2月期 中間	
	金額	構成比	前年同期比	金額	比率
現預金	11,221	38.9%	108.2%	10,374	27.1%
売掛金	2,906	10.1%	24.8%	11,707	30.6%
商品	5,151	17.8%	91.8%	5,610	14.7%
その他流動資産	387	1.3%	105.0%	368	1.0%
固定資産	9,215	31.9%	90.8%	10,152	26.6%
総資産	28,882	100.0%	75.6%	38,215	100.0%
負債	14,919	51.7%	88.5%	16,866	44.1%
純資産	13,963	48.3%	65.4%	21,348	55.9%

AZUL BY MOUSSY

窪塚洋介氏 & 堀田茜氏を起用した関連品番が好調。下期もプロモーションを継続。客単価は価格見直し等により前年同期比良化。客数をさらに伸長させるため、多数のインフルエンサーを通じた認知拡大の取り組みを強化。



RODEO CROWNS WIDE BOWL

コラボレーションによる新規顧客の獲得、既存顧客の呼び戻しに成功。客数・SSSが回復 既存店売上高：110.4%、既存店客数：109.8%、既存店客単価：100.5%（前年同期比）。市場ニーズに即した臨機応変な売価変更も奏功。



08 / MOUSSYリブランディング（強みの強化）

BAROQUE JAPAN LIMITED

さらなるグローバル展開を見据えた
戦略的な変革の一環として**MOUSSY**の
リブランディングを実施。

MOUSSYのデニムは前年同期比**117.4%**と好調。
ブランドの原点であるデニムアイテムを核とした
製品構成へと一新。

Vaqueraとのダブルネームコレクションを
26SSパリコレで発表。

米国事業に関して、MOUSSY VINTAGEの
商品ラインナップを刷新。素材開発から見直す。
メゾン系デザイナー監修のハイエンドデニムを
順次展開。



MUS

新たなIPビジネス、MUS（エムユーエス）を7月からローンチ。メインのキャラクタービジネスでは、表情やポーズ、服装など細部まで緻密に設定した、オリジナルアートによる商品開発。アパレルを中心に、アートがリンクしている雑貨、ぬいぐるみなどの幅広いアイテムで、他では手に入らない唯一無二のコレクションを展開し、多様なIPとのシナジーの最大化へ。



中国のEC市場規模は大きく今後も成長が見込まれる。また、中国消費市場では日本製品の魅力が高く評価されている。

中国EC市場規模 (2023年)

2兆9,875億米ドル (約444兆円)

CAGR

11.4%

全世界EC市場の

51%

2027年には
4兆米ドル
(約600兆円)
見込み

2兆9,875億
米ドル
(約444兆円)

2023年

4兆米ドル
(約600兆円)

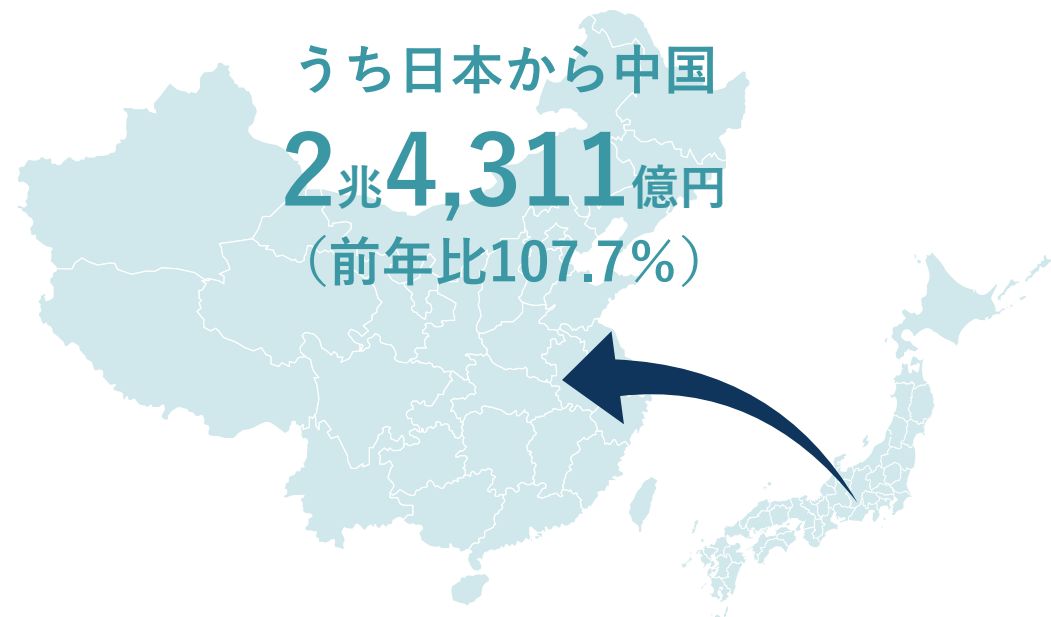
2027年見込み

中国越境EC市場規模 (2023年)

5兆3,911億円

うち日本から中国

2兆4,311億円
(前年比107.7%)





JD.comは、アリババと並ぶ中国2大ECプラットフォームの一角



NASDAQ上場 2014年5月

時価総額 約**494億米ドル** (約**7.6兆円**)

2024年度 売上高



1兆1,588億人民元
(約**23.1兆円**)

フォーチュングローバル500



2025年ランキング

第44位

(8年連続中国国内首位)

中国民間企業500

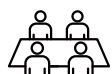


2025年ランキング

第1位

4年連続で首位 (2022、23、24、25年)

従業員数 (2025年9月時点)



約90万人

(中国民間企業従業員数1位)

アクティブユーザー数



約6億人

顧客企業数



累計800万社超

90%以上は大手企業及びグローバル企業中心、その他中小企業とも連携

「100億成長プラン」について

京東（JD.com）は、2025年7月「100億成長プラン」（10 Billion Growth Plan）を発表。今後3年間で1,000の海外ブランドを中国市場に誘致し、クロスボーダーECを通じて合計100億元（約2,000億円）の売上増を目指す。

**海外ブランド
1,000社**

中国市場にまだ参入していない、または新たな成長を目指す海外ブランドが対象

**クロスボーダー
ECの活用**

JD.comが持つ強力な越境輸入サプライチェーンの強みを活かす

**百年の
ブランド**

100年以上の歴史を持つ老舗海外ブランドを中国に紹介する取り組み

背景：中国の消費者の間での、高品質な海外製品に対する需要の高まり

欧州での展開



英国で食品EC「Joybuy」立ち上げ（2025年5月）
ドイツの家電量販大手「セコノミー」買収（2025年7月）

海外展開が可能な日本のモノ創りにフォーカスした投資事業を、中国最大のリテラー且つ先端技術サービス・プロバイダーであるJD.comと共同で今後推進。

合併会社の概要

合併会社社名

東博資本有限公司
(DB Capital Limited)

所在地

香港

代表者

Chairman
村井博之

資本金

1 億米ドル
(約150億円)



ECプラットフォーム（中国最大手）



日本製品

日本食材、健康食品、酒類、
美容用品、ゲーム、
コンテンツなど



BAROQUE JAPAN LIMITED

中国知見・人材
日本のコンシューマービジネス・ノウハウ

投資先企業（日本国内のモノ創り）の
バリューアップ

JD.comへの
日本製品供給

グローバルに通用する日本
製品の発掘及び成長に寄与

事業承継などで喪失リスクの
ある日本のモノ創り企業を支援し、
海外販路拡大にも取り組む

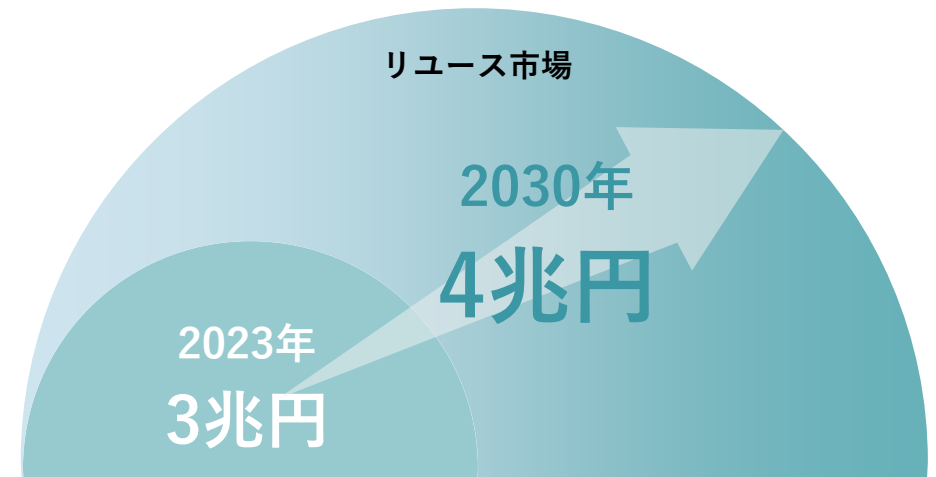
株式会社バロックトレーディング

アパレル以外の物販を目的とした
トレーディングカンパニー。



株式会社バロックサステナブル

CO₂削減など環境問題への取
組みを当社として強化中。
リユース市場も拡大傾向にあ
り、アパレルのリユースも含
めたサステナブル事業を推進。



科目	当中間実績	前年中間実績 （中国JV含）	当中間実績vs 前年中間実績 （中国JV含）	前年中間実績 （中国JV除）	当中間実績vs 前年中間実績 （中国JV除）	前年中間実績差異 （中国JV除－ 中国JV含）
連結売上高	24,801	27,713	89.5%	25,835	96.0%	-1,878
連結売上総利益	15,075	15,991	94.3%	15,564	96.9%	-426
連結販売費及び一般管理費	15,152	15,885	95.4%	15,553	97.4%	-332
連結営業利益	△77	106	-	11	-	-94
連結経常利益	△15	△284	-	△4	-	279
親会社株主に帰属する当期純利益	11	△390	-	△43	-	346
連結売上総利益率	60.8%	57.7%	3.1%	60.2%	0.5%	2.5%

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。