



BAROQUE JAPAN LIMITED

2025年2月期 3Q決算補足説明資料

2025年1月14日

東京証券取引所 プライム市場
証券コード 3548





1 2025年2月期 3Q業績説明

2 2025年2月期 通期業績予想修正について

(単位：百万円)	FY2025/02		FY2024/02
	3Q累計	前年同期比	3Q累計
連結売上高	42,667	96.5%	44,236
連結売上総利益	24,777	96.5%	25,678
売上総利益率	58.1%	+0.1pt	58.0%
連結販売費及び一般管理費	23,843	99.9%	23,878
販管費率	55.9%	+1.9pt	54.0%
連結営業利益	934	51.9%	1,800
営業利益率	2.2%	▲1.9pt	4.1%
連結経常利益	▲45	-	1,989
経常利益率	▲0.1%	▲4.6pt	4.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	▲464	-	1,188
純利益率	▲1.1%	▲3.8pt	2.7%

連結売上高 426.6億円（前年同期比96.5%）

- 国内事業の売上高は前年同期比96.7%。9月と10月は暖冬影響により厳しい結果となったものの、11月は気温の低下に伴いアウトターが稼働し客数が回復。さらに、FB/SBブランドは前年同期比102.0%、百貨店ブランドは前年同期比101.0%と伸長。なお、EC売上高は前年同期比103.1%と増加。一方で、引き続きSCブランドは苦戦
- 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（前期末に対し50店舗減）の影響により前年同期比で減収
- 米国事業は商品の供給安定化に伴い受注が回復し、前年同期比で増収

連結売上総利益 247.7億円（前年同期比96.5%）

- 国内事業は仕入原価率の高騰やセール売上の伸び悩み、商品評価損の拡大などの影響により、粗利は前年同期比96.1%

連結営業利益 9.3億円（前年同期比51.9%）

- 国内事業において販管費比率が1.4ポイント上昇した影響で、粗利の減少をカバーするには至らず

親会社株主に帰属する当期純損失 ▲4.6億円（前年同期は11.8億円の利益）

- 中国事業における持分法適用投資損失▲8.3億円の影響により前年同期を下回った

(単位：百万円)	FY2025/02		FY2024/02
	3Q累計	前年同期比	3Q累計
売上高	38,685	96.7%	40,026
店舗売上	28,577	96.5%	29,601
EC売上	7,922	103.1%	7,687
売上総利益	23,203	96.1%	24,156
売上総利益率	60.0%	▲0.4pt	60.4%
販売費及び一般管理費	22,685	99.0%	22,913
販管比率	58.6%	+1.4pt	57.2%
営業利益	517	41.6%	1,243
営業利益率	1.3%	▲1.8pt	3.1%
経常利益	417	32.5%	1,282
経常利益率	1.1%	▲2.1pt	3.2%
当期純利益	174	21.2%	822
純利益率	0.4%	▲1.7pt	2.1%

中国事業

- 仕入抑制により中国合弁事業に関する売上は前年同期比80.7%。不採算店舗のスクラップおよび商品評価損が影響し持分法適用投資損失▲8.3億円を計上
- 小売の伸び悩みでロイヤリティは前年同期比53.0%
- 店舗数は前期末に対し50店舗減の194店舗。中国経済不況の影響が少ない北京・上海を中心に店舗数を維持し、地方エリアの直営不採算店舗をスクラップする戦略を継続。加えて、店舗のFC化・ECへのシフトを強化

(単位：百万円)	FY2025/02 3Q累計		FY2024/02 3Q累計	
	金額	前年同期比	金額	前年同期比
連結売上に対する中国合弁事業による売上				
卸売	3,336	82.2%	4,057	115.6%
ロイヤリティ	120	53.0%	228	86.1%
売上合計額	3,457	80.7%	4,285	113.5%
当期純利益に対する中国合弁事業による利益				
小売会社の利益持分 (持分法投資利益)	▲ 834	-	▲ 37	-
卸会社の利益持分 (少数株主持分の51%相当)	83	46.2%	181	96.9%
ロイヤリティ税抜換算	84	53.0%	159	86.1%
利益合計額	▲ 665	-	303	-

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

(単位：百万円)	FY2025/02 3Q累計			FY2024/02 3Q累計	
	実績	構成比	前年同期比	実績	構成比
連結売上高	42,667		96.5%	44,236	
FB/SBブランド	14,183	33.2%	102.0%	13,903	31.4%
SCブランド	18,519	43.4%	93.5%	19,802	44.8%
百貨店ブランド	4,357	10.2%	101.0%	4,313	9.8%
海外	5,023	11.8%	90.9%	5,526	12.5%
その他	583	1.4%	84.4%	691	1.6%

(単位：百万円)	FY2025/02		FY2024/02
	3Q累計	前年同期比	3Q累計
連結売上高	42,667	96.5%	44,236
連結販売費及び一般管理費	23,843	99.9%	23,878
	55.9%	+1.9pt	54.0%
広告費及び販売促進費	1,438	106.1%	1,356
	3.4%	+0.3pt	3.1%
給与手当	4,342	100.7%	4,310
	10.2%	+0.5pt	9.7%
販売手数料（店舗家賃及び販売委託手数料）	9,495	99.6%	9,529
	22.3%	+0.8pt	21.5%
減価償却費	682	102.1%	668
	1.6%	+0.1pt	1.5%
その他	7,884	98.4%	8,013
	18.5%	+0.4pt	18.1%

(単位：百万円)	FY2025/02(2024/11/30)			FY2024/02(2023/11/30)	
	金額	構成比	前年同期比	金額	構成比
現預金	7,916	21.4%	76.8%	10,304	25.7%
売掛金	11,667	31.5%	98.0%	11,909	29.8%
商品	7,227	19.5%	91.4%	7,909	19.8%
その他流動資産	457	1.2%	89.3%	511	1.3%
固定資産	9,799	26.4%	104.4%	9,386	23.5%
総資産	37,068	100.0%	92.6%	40,022	100.0%
負債	16,448	44.4%	94.8%	17,351	43.4%
純資産	20,620	55.6%	91.0%	22,670	56.6%

JAPAN



出店： 12店舗
退店： 15店舗
期末店舗数： 358店舗
(期初対比▲3店舗)
(前年同期比▲4店舗)

*2024年11月末時点

CHINA JV



出店： 14店舗
退店： 64店舗
期末店舗数： 194店舗
(期初対比▲50店舗)
(前年同期比▲74店舗)

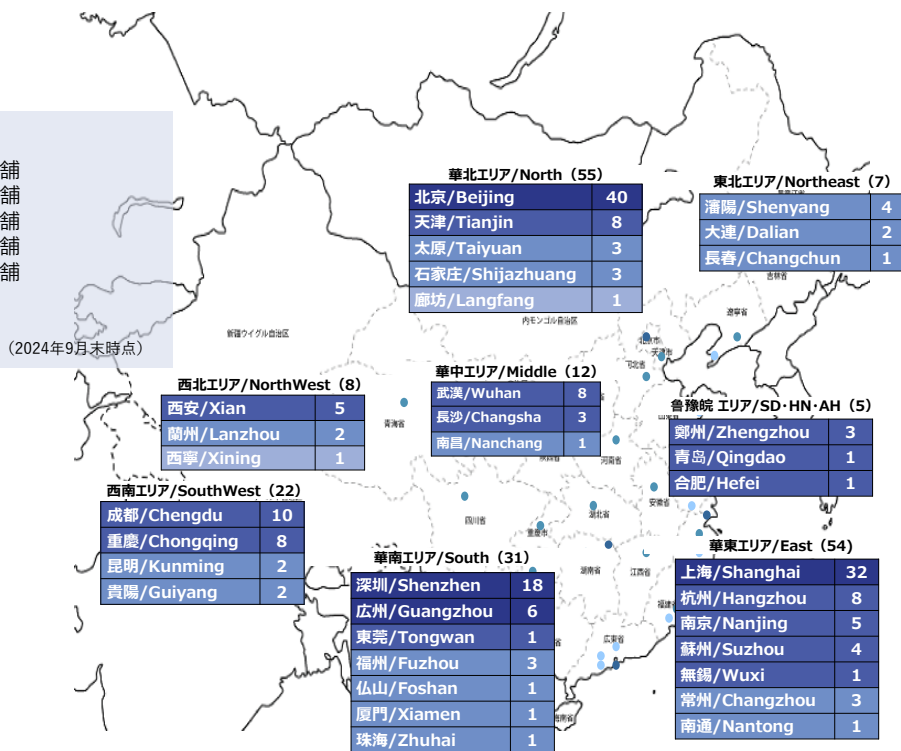
*連結決算に組み込む2024年9月末時点

- 中国店舗数：194店舗（2024年9月末時点）
- 2023年9月1日よりエリア再編に伴い、5エリア（東・西・南・北・中）より8エリア（華東・華南・華北・華中・東北・西北・西南・魯豫皖）に変更
- 中国の第一財経及び新一線都市研究所が例年公表する「都市の商業的魅カランキング」に基づく都市の級分けが一般的

■ 店舗数：194店舗

- ・ 1級都市：4都市 96店舗
- ・ 新1級都市：14都市 66店舗
- ・ 2級都市：15都市 30店舗
- ・ 3級都市：1都市 1店舗
- ・ 4級都市他：1都市 1店舗

■ 出店都市数：35都市



都市ランキングの概要	
選定指標	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商業施設の充実度 ・ 都市のハブとしての機能性 ・ 市民の活性度 ・ 生活様式の多様性 ・ 将来の可能性 等 <p>上記指標に基づき総合的に中国国内337都市を、1級、新1級、2級、3級、4級、5級までランク付け</p>
開始年	2016年～（年一回発表）
備考	ランキングの変動は毎年有り、2024年度のランキングは、2023年度から2024年初のデータを基に作成

当社グループ定義

- 1級都市（4都市）：上海・北京・深セン・広州
- 新1級都市（15都市）：成都・杭州・重慶・蘇州・武漢・西安・南京・長沙・天津・鄭州・東莞・無錫・寧波・青島・合肥
- 2級都市（30都市）：佛山・瀋陽・昆明・濟南・厦門・福州・温州・常州・大連・石家荘・南寧・ハルビン・金華・南昌・長春・南通・泉州・貴陽・嘉興・太原・惠州・徐州・紹興・中山・台州・煙台・珠海・保定・濰坊・蘭州
- 3級都市（70都市）：烏魯木齊・臨沂・海口・湖州・揚州・塩城・洛陽・唐山・濟寧・廊坊・泰州・カン州・呼和浩特・鎮江・蕪湖・汕頭・邯鄲・江門・淄博・銀川・南陽・淮安・綿陽・連雲港・阜陽・新郷・咸陽・三亞・威海・桂林・漳州・遵義・宜昌・宿遷・滄州・衡陽・柳州・襄陽・莆田・九江・菏泽・滁州・湛江・上饒・德州・肇慶・揭陽・邢台・泰安・周口・株洲・岳陽・聊城・寧徳・商丘・荊州・常德・宜春・六安・蚌埠・東莞・棗庄・馬鞍山・麗水・鄂爾多斯・安慶・信陽・包頭・南充・安陽



1 2025年2月期 3Q業績説明

2 2025年2月期 通期業績見通しの修正について

(単位：百万円)	2025年2月期 前回見通し	対売上	2025年2月期 今回見通し	対売上	対前回 見通し増減	対前回 見通し
連結売上高	63,288	100.0%	57,714	100.0%	▲5,574	91.2%
連結売上総利益	37,059	58.6%	32,881	57.0%	▲4,178	88.7%
連結販管費	34,708	54.8%	32,438	56.2%	▲2,270	93.5%
連結営業利益	2,350	3.7%	443	0.8%	▲1,907	18.9%
連結経常利益	2,061	3.3%	▲676	—	▲2,737	—
親会社株主に帰属する当期純利益	1,204	1.9%	▲1,090	—	▲2,294	—
1株当たり当期純利益	33.42		▲30.31		—	—

- 第3四半期連結累計期間の業績を受けて、2024年4月15日に公表した2025年2月期の通期連結業績見通しを上記のとおり修正
- 主力SCブランドの客数減に伴う国内売上高の減少および商品評価損の計上により売上高、売上総利益ともに計画に届かず。さらに、リテンションのための待遇改善、EC強化に伴う広告販促の活動強化、システム関連などによる販管費の増加が影響し、営業利益が減少
- 中国事業では、地方を中心に不採算店舗のスクラップを積極的に推進したが、個人消費の冷え込みが想定以上に厳しく、小売会社の収益改善が追いつかず。米国事業は伸長したものの、連結を下支えるまでには至らず

株主配当

- 2025年2月期の年間配当額については、従来予想の1株当たり38円を据え置き



Appendix

- 旗艦店「The SHEL'TTER TOKYO 東急プラザ表参道「オモカド」店」にて、2024年11月23日より、D2Cブランド『SINSS』のLIMITED STOREをオープン。ポテンシャルあるコンテンツとの協業を推進



- STACCATOは、2024年10月30日より日本上陸10周年を記念し、～STACCATO JAPAN 10th Anniversary Fair第二弾～を開催
- 中国合弁パートナーである中国レディース靴市場シェア12%以上を誇るSPA最大手のBelle Fashion社との協業を今後も更に強化



中国のお客様



持分法適用関連会社 49% / *BELLE社持分51%
巴洛克(上海)服饰有限公司 (小売)



連結子会社 51% / *BELLE社持分49%
巴洛克(上海)企业发展有限公司 (卸売)



当社



仕入先



↑ : 商品

↓ : 発注

↩ : ロイヤリティ

*BELLE社 : BELLE INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED

本資料には、当社およびそのグループ会社に関連する見通し、目標、計画など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およ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、実際の業績など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。