

個人投資家の皆様へ

説明会資料

2026.6.23

BAROQUE JAPAN LIMITED



01 / 代表者プロフィール

株式会社バロックジャパンリミテッド
代表取締役社長兼最高経営責任者

村井 博之

-
- | | |
|------|-------------------------|
| 1984 | 立教大学文学部卒業後、中国国立北京師範大学留学 |
|------|-------------------------|
-
- | | |
|------|------------|
| 1985 | キヤノン株式会社入社 |
|------|------------|
-
- | | |
|------|--|
| 1994 | キヤノンと合併でKAI LUNG CONSULTANTS LIMITEDを設立し社長就任 |
|------|--|
-
- | | |
|------|------------------------------------|
| 1997 | 株式会社日本エアシステム（現 日本航空株式会社）香港現地法人社長就任 |
|------|------------------------------------|
-
- | | |
|------|-------------------------------|
| 2006 | 株式会社フェイクデリックホールディングス代表取締役会長就任 |
|------|-------------------------------|
-
- | | |
|------|--|
| 2008 | 株式会社フェイクデリックホールディングスと株式会社バロックジャパンリミテッドの経営統合に伴い、現職に至る |
|------|--|
-



02 / 会社概要

会社名

株式会社バロックジャパンリミテッド

創業／設立

2000年3月／2003年8月

事業内容

主に女性向け衣料及び服飾雑貨の製造小売業（SPA）

資本金

8,258百万円（2026年2月末時点）

代表者

代表取締役社長兼最高経営責任者 村井 博之

従業員数

1,266名（連結従業員数、契約社員を含む 2026年2月末時点）



展開ブランド数

17ブランド（2026年2月末時点）

店舗数

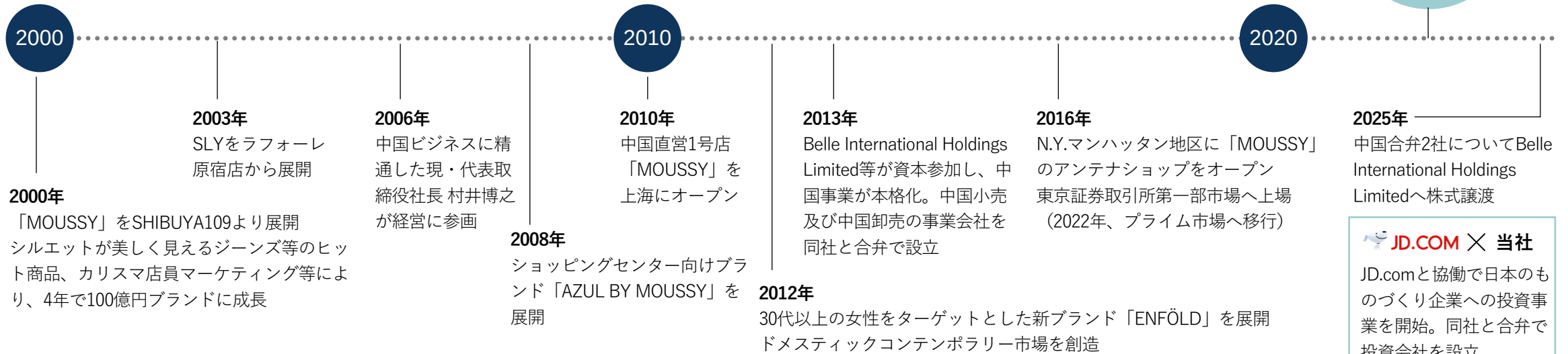
国内331店舗

米国1店舗 韓国4店舗

（国内：2026年2月末時点、海外：2026年2月末時点）

03 / 沿革

創業スピリットである「自分たちが欲しいもの」を徹底的にこだわって作り、国内海外問わず多くのファンに支えられながら事業活動を展開。



JD.COM × 当社

JD.comと協働で日本のものづくり企業への投資事業を開始。同社と合併で投資会社を設立

ブランドの展開

MOUSSY
SLY

SHEL'TTER

RODEO CROWNS
WIDE BOWL
rienda

AZUL
BY MOUSSY

ENFÖLD

R I M . A R K

HeRIN.CYE

STACCATO

någonstans

SHEL'TTER GREEN

LAGUA GEM
STYLEMIXER

TUIN greenery

04 / ブランド紹介



MOUSSY (マウジー)

DENIM、STANDARD、VINTAGE、BLACKをキーワードに、あらゆるシーンのトレンドスタイルを提案。ジーンズと上質なベーシックアイテムを中心としたスタイリングは、着る人の内面の強さと美しさを引き出し、魅力的な女性像を造り上げる。常に流行を意識し、自分自身を表現し続ける全ての女性に向けた、ハイカジュアルブランド。



SLY (スライ)

コンセプトは「Casual」「Girly」「Mode」。ディテールへのこだわりと、どこか必ず女性らしさを感じるアーバンスタイル。さまざまな要素を集約し、時代毎のトレンドを体現するコレクションを展開。



rienda (リエンダ)

「いくつになっても自分らしくありたい」 エイジレスでアイデンティティを失わない、全ての女性のためのブランド。にじみ出るような色気と大人の女性らしさにエッジを効かせ、艶やかな花のように人を魅了するセンシュアルなデザインを表現。



RODEO CROWNS (ロデオクラウンズ) WIDE BOWL (ワイドボウル)

コンセプトは“Make Me Change” SKATERやSURF CULTUREといったアメカジに、トレンド感とエッジの効いたアイテムをMIX。レディース、メンズ、キッズの商品を取り揃えたデイリーユースなカジュアルウェアブランド。



AZUL (アズールバイマウジー) BY MOUSSY

「OUR NU STANDARD」いつまでも古きを知り、新しいスタンダードを創ることをコンセプトに、「心豊かになる価値観」を提案。メンズ、レディースのアパレル・デニム・アクセサリーや、クールなライフスタイルを創造するブランド。



STYLEMIXER (スタイルミキサー)

コンセプトは「I STYLE MYSELF」。「HIGH DESIGN LOW PRICE」を軸に、トレンドアイテムからベーシックなアイテムまで、他にないこだわりが見える高感度アイテムを提案。オリジナルのアイテムや、セレクトした一点もの、陶芸作品など、バラエティーに溢れたアイテムを展開。

ブランド紹介



ENFÖLD (エンフォールド)

"HIDDEN BEAUTY (隠された美)" 『誰かの為に無理をして装うのではなく服を纏う者が最高に贅沢な気持ちになれる服』ラテン語で「くるむ」「抱きしめる」を意味する "ENFÖLD" の洋服は、着る人だけが感じる着心地の良さや体のフィルムをあえて隠し創り上げるシルエットで、女性的な美しさを表現。



någonstans (ナゴンスタンス)

SOMEWHERE YOU BELONG “あなたが調和するどこかへ”スウェーデン語で「どこかへ」という意味の "någonstans" は、日常と離れた「どこか」で身に纏いたくなるような日常と非現実が交錯する服を表現。



R I M . A R K (リムアーク)

コンセプトは「着るほどに身体と心になじみ、年月を越えて愛することができる服」。無駄を削ぎ落としたシンプルでミニマルなデザインと、素材やシルエットへのこだわり。自立した女性の美しさを引き立てる、トレンドにとらわれないタイムレスなアイテムを展開。



HeRIN.CYE (ヘリンドットサイ)

現代を生きる女性の毎日を最高にしたい。HeRIN.CYEらしい色彩豊かなバリエーションでいつもの着こなしに絶妙なバランスやポイントを加えるオリジナリティのあるアイテムを提案。



STACCATO (スタッカート)

世界中の女性のために生まれたシューズブランド。スタイリッシュで洗練された高感度、高品質なレザーシューズを、デイリーに活躍するカジュアルからドレスラインまで幅広く展開。デザイン、履き心地にこだわったSTACCATOのシューズが、個性的で素敵な毎日を演出。



LAGUA GEM (ラグア ジェム)

LAGUA GEMの掲げる女性像は何ものにも縛られず自分らしいスタイルをもった女性。女性らしさとバランス感のある着こなしにこだわり、媚びない強さとしなやかな女性らしさが共存する新しいカジュアルスタイルを提案。

05 / 2026年2月期 連結業績

(百万円)	2026年2月期				2025年2月期	
	金額	比率	前年同期比	増減	金額	比率
連結売上高 Point 01	51,499	-	88.5%	-6,680	58,180	-
連結売上総利益 Point 02	30,927	60.1%	93.4%	-2,172	33,100	56.9%
連結販売費及び一般管理費	30,606	59.4%	94.8%	-1,681	32,287	55.5%
連結営業利益 Point 03	321	0.6%	39.5%	-491	812	1.4%
連結経常利益	383	0.7%	-	+2,067	△ 1,683	-
親会社株主に帰属する 当期純利益 Point 05	366	0.7%	-	+2,941	△ 2,575	-

Point 01 連結売上高

国内事業は、前年同期比96.3%（店舗：97.1%、EC：93.4%）。FB・SBブランドでは、MOUSSYがデニムやコラボ等の好調により、前年同期比103.8%と伸長。SCブランドでは、RODEO CROWNS WIDE BOWLが既存店前年対比112.3%と回復。一方、AZUL BY MOUSSYが年度を通して客数減少が続き、全体の売上高に影響。
なお、Belle社との中国合併事業の解消により連結売上高が減少。

Point 02 連結売上総利益

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、商品評価損を前年同期から大幅に圧縮。結果、前年同期比（93.4%）は、連結売上高の前年同期比（88.5%）から良化。

Point 03 連結営業利益

売上高の連動に伴う販売委託費等の減少や固定費の抑制により、販管費は前年同期を下回る。一方で、営業利益は、AZUL BY MOUSSY売上高の低迷、Belle社との中国合併事業の解消等が影響し、前年同期から減少。

Point 04 親会社株主に帰属する当期純利益

Belle社との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
により当期純利益は黒字に転換。

06 / 2026年2月期 国内業績

(百万円)	2026年2月期				2025年2月期	
	金額	比率	前年同期比	増減	金額	比率
売上高	50,771	-	96.3%	-1,962	52,734	-
店舗売上	37,900	74.6%	97.1%	-1,131	39,031	74.0%
EC売上	10,147	20.0%	93.4%	-719	10,867	20.6%
売上総利益	29,935	59.0%	97.3%	-843	30,778	58.4%
販売費及び一般管理費	29,728	58.6%	96.9%	-941	30,669	58.2%
営業利益	207	0.4%	189.8%	+98	109	0.2%
経常利益	399	0.8%	12669.9%	+396	3	0.0%
当期純利益	170	0.3%	-	+696	△ 525	-

07 / 新中期経営計画 ロードマップの更新と目指す姿

直近の業績状況を踏まえて前中期経営計画を刷新。

新たに策定した中期経営計画では、2027年2月期からの2年間で
業績の回復・新規事業の創出期間と位置付ける。

前中期経営計画

2022年2月期 - 2026年2月期

新中期経営計画

2027年2月期 - 2028年2月期

アパレル事業の業績回復
安定的な経営基盤の整備
異業種への進出

2028年2月期
目指す姿

筋肉質な経営体制への
転換と収益性の高い
新たな成長事業の創出

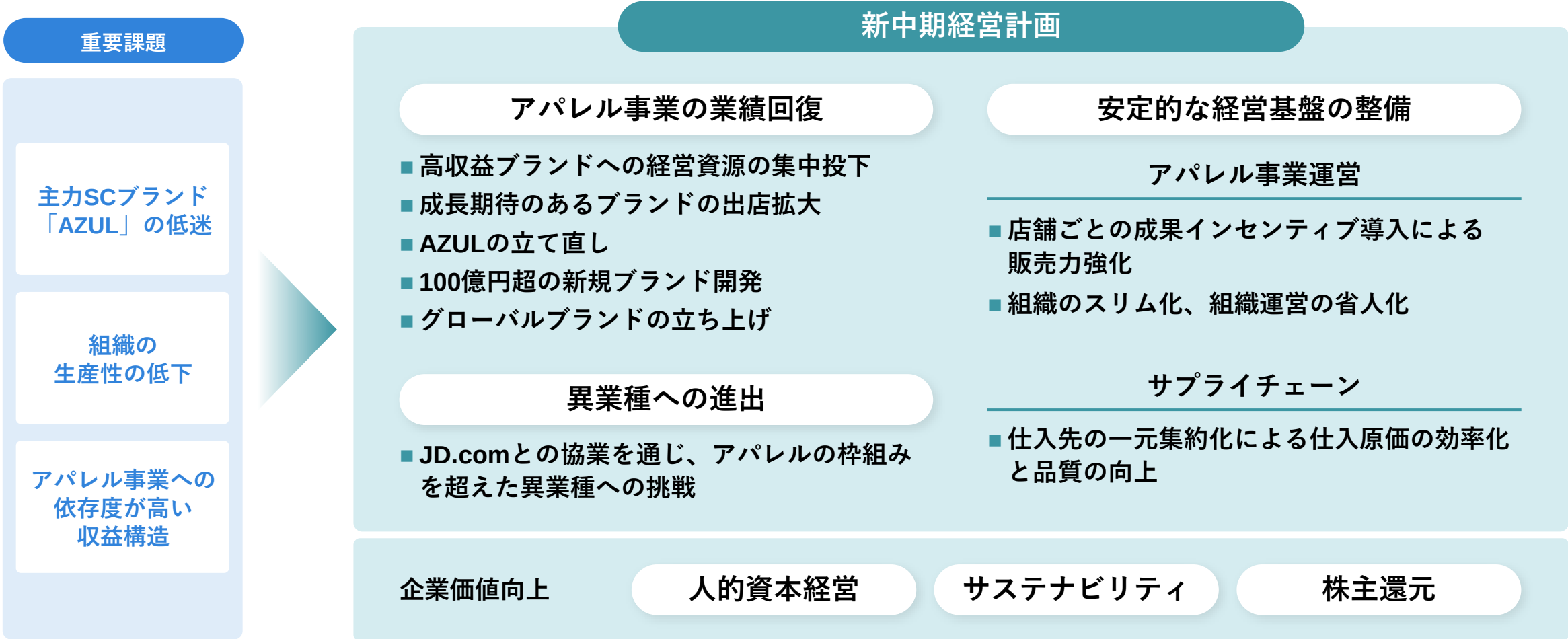
新中期経営計画 経営指標

新中期経営計画の最終年度（2028年2月期）に向けて目指す経営指標は以下のとおり。

	新中期経営計画		
	2026年2月期 実績	2027年2月期 通期業績見通し	2028年2月期 経営指標
連結売上高	514.9億円	529.7億円	570.0億円
連結営業利益	3.2億円	13.5億円	26.0億円
連結営業利益率	0.6%	2.6%	4.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3.6億円	7.4億円	15.0億円
ROE	2.4%	5.1%	10.6%

新中期経営計画 全体像

抜本的な経営構造の改革を断行し、**売上高の向上と収益性を改善**する。



新中期経営計画 AZUL BY MOUSSYの立て直し **アパレル事業の業績回復**

ヒット商品を創出する企画力・ブランド発信力があるMOUSSYと前年から客数二桁回復のRCWBのノウハウをAZULに応用し**ブランド価値・集客力を高め、売上高を回復させる。**

MOUSSY

SSS

106.6%
(2026年2月期)

- デニムは前年を上回り好調に推移し、その勢いはリブランディング後も継続。構成比率も増加
- アジアNo1ジーンズブランドに向けたブランディング活動・商品開発・PRが奏功

RODEO CROWNS
WIDE BOWL

SSS

112.3%
(2026年2月期)

- SCマーケットで絶大な支持を誇る、誰もが知っているIPコンテンツとの積極的なアパレル・雑貨商品のコラボ施策を展開
- ブランドらしさを追求した商品企画、VMD設計見直しを実施

ヒット商品の創出力

ブランド発信力

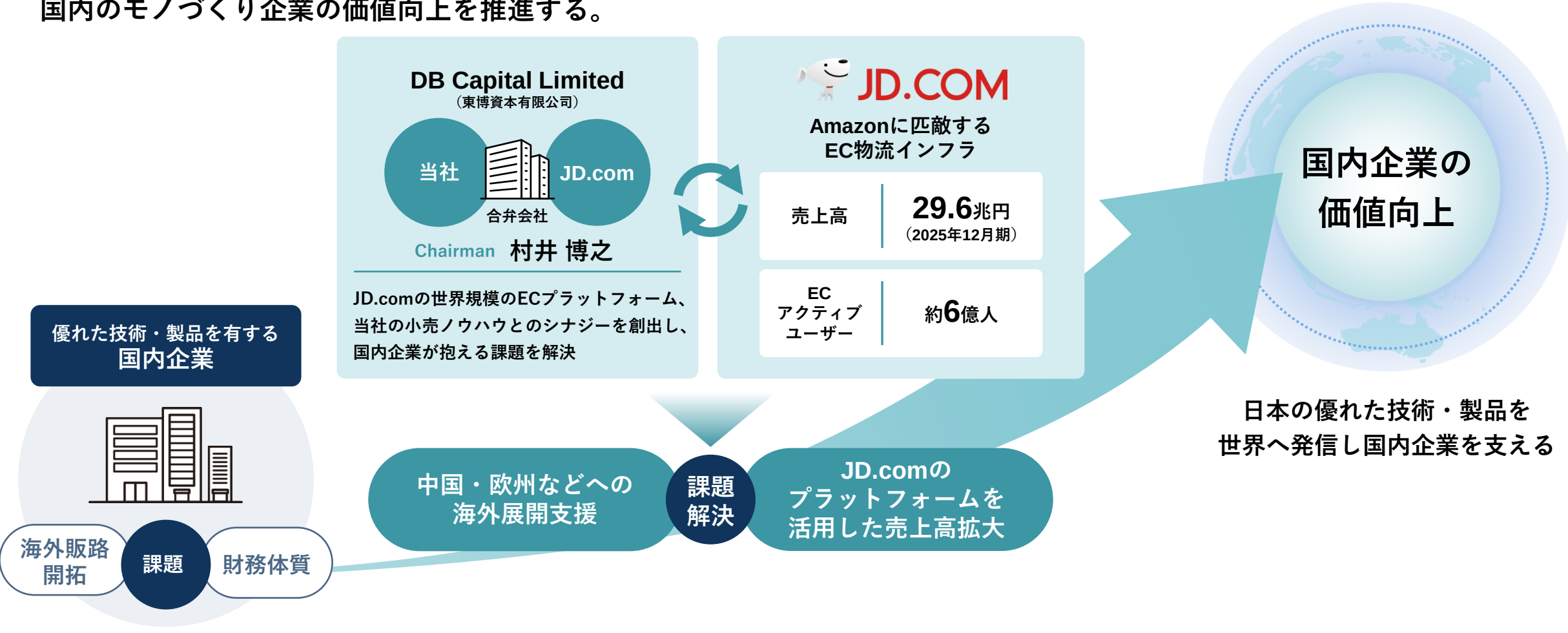
集客力

生産の効率化

AZUL
BY MOUSSY**ブランド価値の再構築による**
客数回復・売上高向上

新中期経営計画 アパレルの枠組みを超えた異業種への挑戦 異業種への進出

JD.comと設立した合併会社「DB Capital Limited」を通じて、日本が誇る技術と文化を世界へ発信し、国内のモノづくり企業の価値向上を推進する。



JD.comについて



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

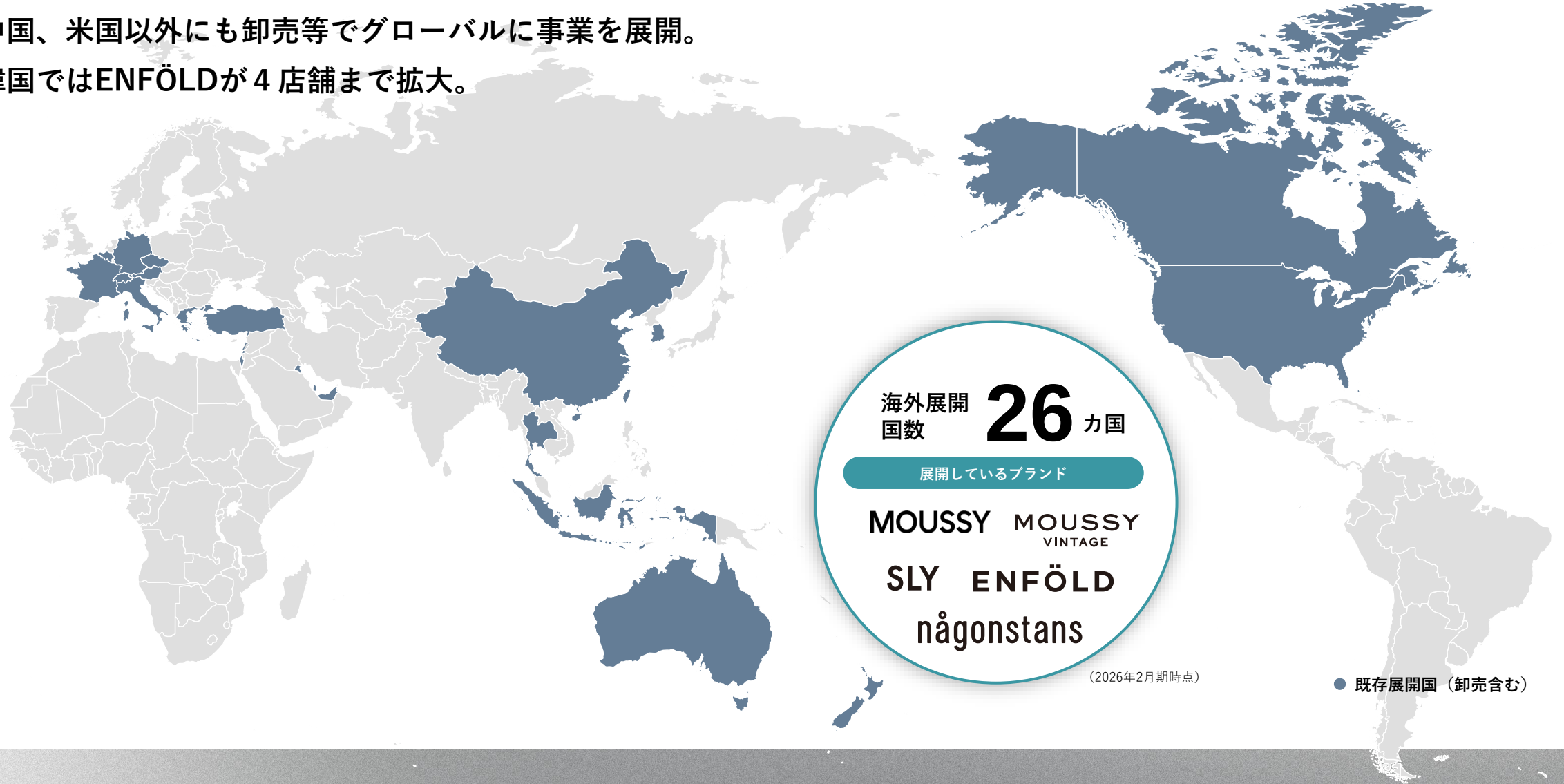
欧州での展開



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)

海外事業について

中国、米国以外にも卸売等でグローバルに事業を展開。
韓国ではENFÖLDが4店舗まで拡大。



新中期経営計画 人的資本の強化

当社にとって人材は新たな価値創造の源泉であると捉え、**従業員の個性や能力が最大限発揮できる環境を整備する。**

基本方針

多様な人材に対して成長の機会を与えるとともに、その人材同士が共鳴・共感する企業文化を醸成することで、新たな価値を創造し、これにより豊かな社会の実現を目指す

採用・育成

データドリブン人事の推進とタレントマネジメントの強化

必要な人材の質と量を軸にした戦略的な採用・育成活動を推進する

エンゲージメント強化

従業員株式報酬制度の導入

次世代リーダーの育成や若手人材のリテンション、経営戦略へのエンゲージメント向上、企業価値向上の意識醸成を目指す

働き方

時間有給休暇制度の導入・時短勤務制度の拡張

働き方の多様性の確保と柔軟性を上げることにより、業務効率と生産性を向上させる

新中期経営計画 サステナビリティ 重点テーマ及び取り組み内容・目標

引き続き、「環境」「社会」「人」の具体的な施策の実行と情報開示に取り組み、企業価値向上を目指す。

	重点テーマ	取り組み内容・目標
 環境	・ 作りすぎないものづくりの実現	・ 2030年度までに最終残在庫廃棄ゼロ、焼却ゼロ
	・ CO ₂ 排出量の削減	・ SCOPE1,2：2030年度までにCO ₂ 排出量を50%削減（2023年度比） ・ SCOPE 3：2030年度までに衣料品一点当たりのCO ₂ 排出量を20%削減（2023年度比）
	・ 資源の有効活用と再利用 ・ 地球にやさしい生産の実現	・ 2030年度までに環境配慮素材を使用した衣料品の割合を50%以上
 社会	・ 「捨てるもの」を「捨てないもの」に	・ 子会社を活用したリユース・リサイクルの推進
	・ スタイルとしての「Ethical」提案	・ 環境配慮型素材を使用した衣料品の拡充
	・ 社会貢献活動	・ 地域活動への貢献、人道支援活動への協賛などの推進 ・ （公財）バロック村井博之財団を通じた学生支援
 人	・ 働きやすい・挑戦しやすい環境の整備	・ 女性管理職比率45%以上を維持 ・ ダイバーシティの推進と社内環境の整備 ・ 従業員エンゲージメントの向上

対外報告・開示
（2026年2月期）

CDPスコア

B（気候変動）を取得

TCFD提言に基づく情報開示

「リスク／機会」のレビュー・取り組み状況を開示、「CO₂排出量の算定結果」及び「各サステナビリティ関連目標に対する実績」を開示

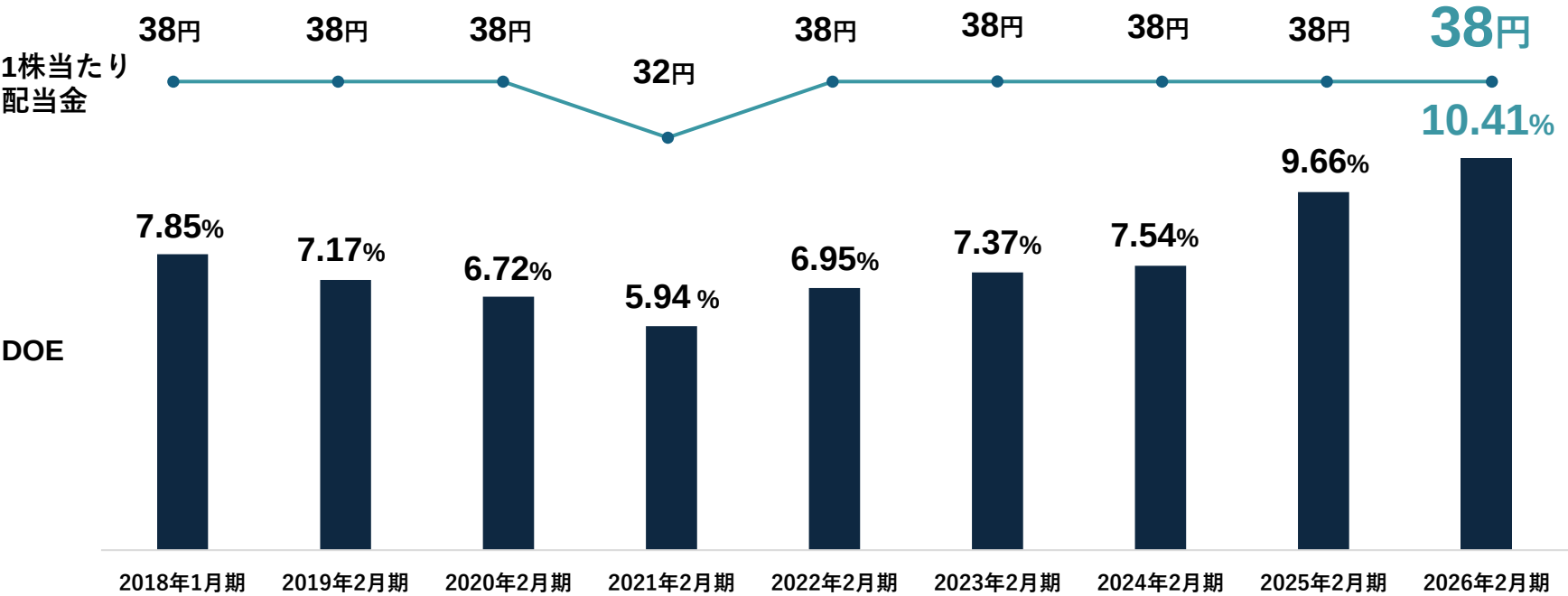
有価証券報告書への情報開示

2024年2月期から「サステナビリティに関する考え方及び取組」を開示

08 / 株主還元方針・配当利回り推移（配当実績）

配当方針については、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月期も従来同様に配当金38円を実施。

2018年1月期から38円配当を開始し安定的に継続（コロナ禍を除く）



配当利回り **5.25%**

最大総合利回り
12.43%

※2026年6月16日終値
724円を前提に算出

最大優待利回り **7.18%**
(次ページ参照)

09 / 株主優待の拡充

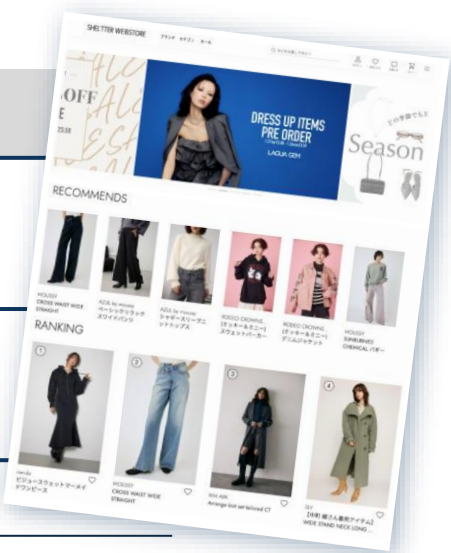
優待額拡充、長期保有制度新設、利用枚数上限変更等の見直しにより、株主還元を更に充実。

株主優待券
(クーポン券) を進呈

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。

会計毎のご利用枚数上限を変更（最大13枚）
拡充

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	年間 4,000円 相当	年間2枚（上期1枚／下期1枚）
	3年以上		
200株以上 500株未満	3年未満	年間 6,000円 相当	年間3枚（上期2枚／下期1枚）
	3年以上		
拡充 500株以上 1,000株未満	3年未満	年間 12,000円 相当	年間6枚（上期3枚／下期3枚）
	3年以上	年間 24,000円 相当	年間12枚（上期6枚／下期6枚）
新設 1,000株以上	3年未満	年間 20,000円 相当	年間10枚（上期5枚／下期5枚）
	3年以上	年間 52,000円 相当	年間26枚（上期13枚／下期13枚）



注意事項

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。