

ONWARD

2023年2月期 上期

# 決算説明資料



2022年10月6日

株式会社 オンワードホールディングス

オンワードグループの存在意義

ホ シ

# ヒトと地球に潤いと彩りを



# Contents

目次

01	決算の概要	P. 3
	1. 2023年2月期第2四半期決算実績	P. 3
	2. 2023年2月期通期業績予想	P.10
02	グループ経営の概況	P.13
	1. グローバル事業構造改革の成果	P.13
	2. アパレル事業	P.16
	（1）OMO戦略の推進	P.17
	（2）D2Cブランドの拡大	P.19
	（3）カスタマイズ等商品戦略の推進	P.21
	3. ライフスタイル事業	P.24
	4. サステナブル事業	P.29
	5. 『働き方デザイン』	P.33
	6. グループ・プラットフォームの再構築	P.36
03	財務状況	P.38
04	DATA BOOK	P.41





# 01

## 決算の概要

1. 2023年2月期 上期決算実績
2. 2023年2月期 通期業績予想

## 売上高

822億円

前年同期比+14億円  
期初予想比+52億円

## 営業利益

2億円

前年同期比+35億円  
期初予想比+20億円

## 経常利益

7億円

前年同期比+35億円  
期初予想比+24億円

## 当期純利益

5億円

前年同期比△70億円  
期初予想比+17億円

- 上期の売上高は、OMOサービスを導入した店舗の販売が特に好調に推移したことや、オーダーメイドを含めた顧客本位の商品施策で主力のブランド事業が復調したことなどから、中核事業会社のオンワード樫山を中心に期初の予想を上回った。
- 2019年度から進めているグローバル事業構造改革の成果として、連結ベースの売上総利益率が当初の予想を大きく上回る一方で、販管費率はさらに改善した。
- この結果、上期の営業利益、経常利益、当期純利益の全てにおいて、4期ぶりの黒字転換を達成した。
- なお、上期の当期純利益については、前年同期に大きな不動産売却益の計上という特殊要因があり、その反動から減益となった。

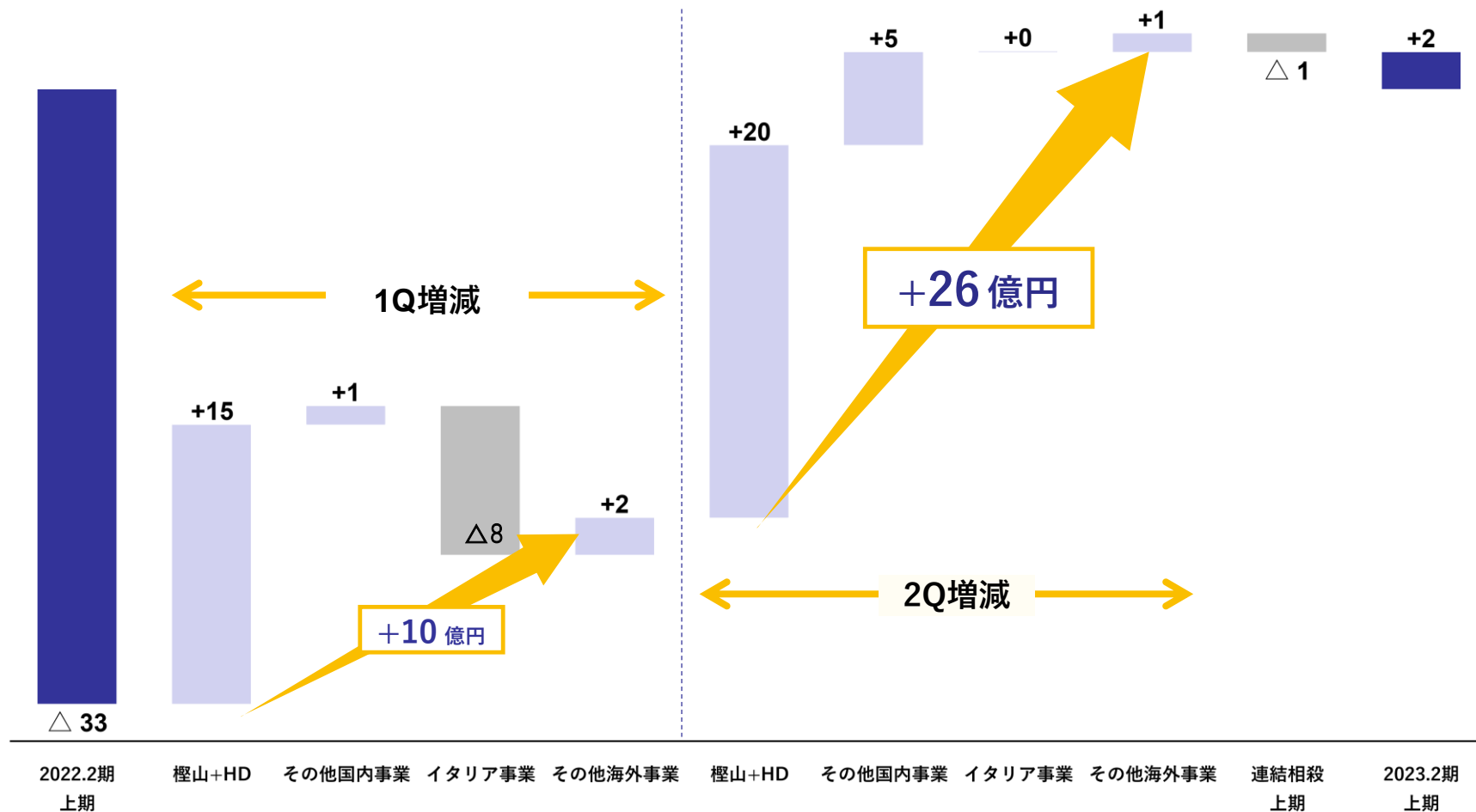
# 2023年2月期上期 連結決算実績（前年同期比）

- 売上高は、前年同期を14億円上回り、822億円に拡大。
- 営業損益は、前年同期から35億円改善し、4期ぶりに黒字転換を達成。

(百万円)	2022年2月期 実績		2023年2月期 実績		前年同期比			
	上期	売上比	上期	売上比	増減額	増減率	売上比増減	
1	売上高	80,785	-	<b>82,166</b>	-	+ 1,381	+ 1.7%	-
2	売上総利益	41,018	50.8%	<b>44,735</b>	<b>54.4%</b>	+ 3,717	+ 9.1%	+3.6%
3	販管費	44,312	54.9%	<b>44,542</b>	<b>54.2%</b>	+ 230	+ 0.5%	△0.7%
4	営業利益	△3,294	-	<b>193</b>	<b>0.2%</b>	+ 3,487		
5	経常利益	△2,862	-	<b>654</b>	<b>0.8%</b>	+ 3,516		
6	当期純利益	7,448	9.2%	<b>476</b>	<b>0.6%</b>	△6,972	△93.6%	△8.6%
7	EBITDA <sup>※</sup>	△687	-	<b>2,838</b>	<b>3.5%</b>	+ 3,525		


※ EBITDA（営業利益+減価償却費およびのれん償却費）

- 営業損益の改善幅が1Qから2Qにかけて拡大。



# 2023年2月期上期 セグメント別売上高・営業利益（前年同期比）

- 国内事業は、アパレル事業が増収・営業黒字転換、ライフスタイル事業は増収・増益。
- 海外事業は、ライフスタイル事業が増収となるも、イタリア事業の撤退によりアパレル事業は減収。
- 海外の営業損益は、前年1Qにイタリア事業撤退前の特需があったことにより、前年同期比で損失が一時的に拡大。同事業の営業損失は2Q以降解消。

		2022年2月期 上期	2023年2月期 上期	差額	前年同期比	
1	アパレル	売上高	55,920	59,704	+3,784	+6.8%
		営業利益	△3,331	484	+3,815	
	ライフスタイル	売上高	17,823	19,155	+1,332	+7.5%
		営業利益	1,191	1,484	+293	+24.6%
2	国内合計	売上高	73,743	78,859	+5,116	+6.9%
		営業利益	△2,140	1,968	+4,108	
3	アパレル	売上高	10,750	6,771	△3,979	△37.0%
		営業利益	△244	△963	△719	
	ライフスタイル	売上高	730	962	+232	+31.8%
		営業利益	△424	△169	+255	
4	海外合計	売上高	11,480	7,733	△3,747	△32.6%
		営業利益	△668	△1,132	△464	
5	連結合計	売上高	<b>80,785</b>	<b>82,166</b>	<b>+1,381</b>	<b>+1.7%</b>
		営業利益	<b>△3,294</b>	<b>193</b>	<b>+3,487</b>	

※ 国内アパレル（オンワード樫山 オンワード商事 アイランド オンワードパーソナルスタイル 他7社 計11社）

※ 国内ライフスタイル（チャコット クリエイティブヨーコ 大和 他7社 計10社）

※ 海外アパレル（JOSEPHグループ8社 J.PRESS 恩瓦徳時尚貿易 他8社 計18社）

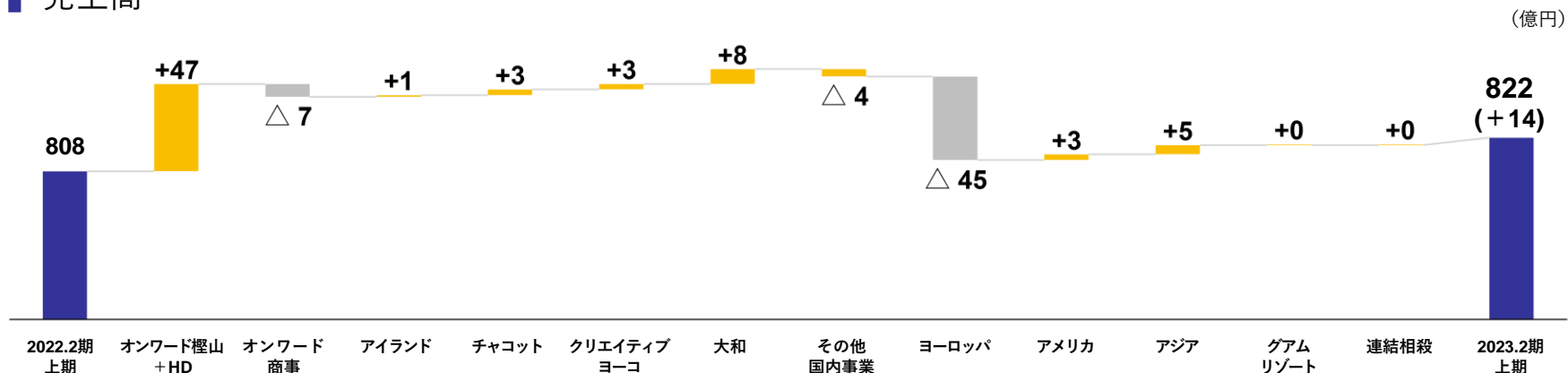
※ 海外ライフスタイル（フリードオプロンドン 他3社 計4社）

※ セグメントの内訳は各社の単純合算 連結合計には相殺消去含む

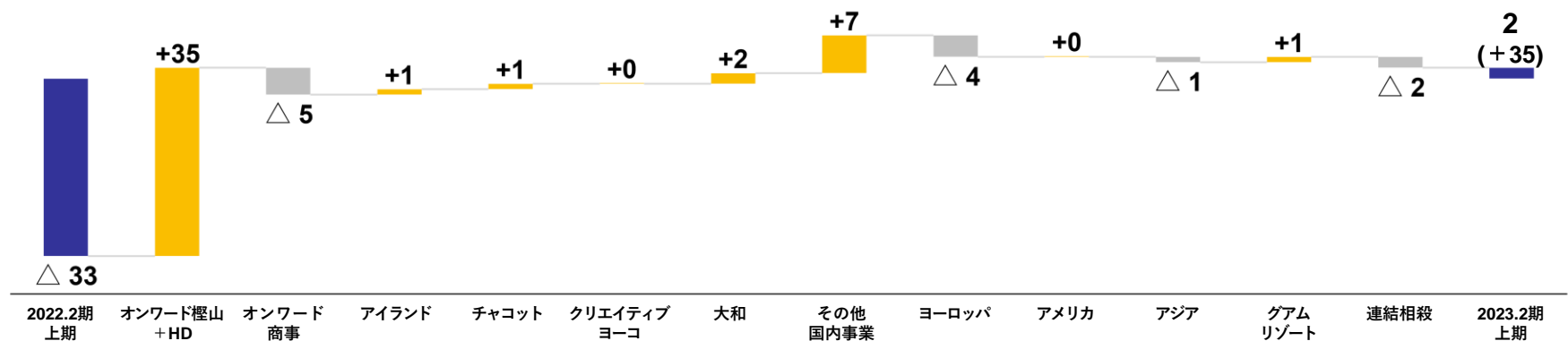


- 売上高は、イタリア事業撤退によるヨーロッパの減収(△45億円)をオンワード樫山の増収(+47億円)等で補い、14億円の増収を達成。
- 営業損益は、オンワード樫山の増益(+35億円)等により、4期ぶりに黒字転換。

## 売上高



## 営業利益



# 2023年2月期上期 販路別売上高

- リアル販路(百貨店+SCその他)が12%増収。  
(廃止店を除く既存店ベースでは19%増収)
- ECは7%伸長。EC化率は30%、自社EC比率は86%と高水準を維持。

(百万円)		百貨店	SCその他	リアル販路計	自社EC	他社ECモール	EC計	売上高計	EC化率	自社EC比率
1	オンワード樫山	17,950	14,891	32,841	11,560	1,654	13,214	46,055	28.7%	87.5%
2	売上構成比	39.0%	32.3%	71.3%	25.1%	3.6%	28.7%	100.0%		
3	前年同期比	+16.4%	+13.8%	+15.2%	△0.7%	+32.7%	+2.5%	+11.3%	△2.4%	△2.8%
4	国内EC対象事業会社8社 <sup>※</sup>	4,931	11,121	16,052	6,517	1,243	7,760	23,812	32.6%	84.0%
5	国内EC対象事業会社計	22,881	26,012	48,893	18,077	2,897	20,974	69,867	30.0%	86.2%
6	売上構成比	32.7%	37.2%	70.0%	25.9%	4.1%	30.0%	100.0%		
7	前年同期比	+14.1%	+10.8%	+12.3%	+4.8%	+20.2%	+6.7%	+10.6%	△1.1%	△1.5%

※ エコマースを運営している以下国内事業会社8社の合計

(アイランド、ティアクラッセ、オンワードパーソナルスタイル、チャコット、クリエイティブヨーコ、大和、インティメイツ、KOKOBUY)



uncrave  
WHITE

# 01

## 決算の概要

1. 2023年2月期 上期決算実績
2. 2023年2月期 通期業績予想


- 各種営業施策により堅調な推移が見込まれるものの、コロナ再流行の懸念や為替相場、原材料価格等の不透明さが残る。このため、第3四半期以降の売上高と営業利益は当初の予想を据え置き、上期上振れ分を期初通期業績予想に上乘せして、通期業績予想を上方修正。
- 株式相場の変動による投資有価証券評価損を想定して、特別損失の増加を見込む。

(百万円)	2023年2月期		増減額 (B-A)
	期初予想 (2022年4月発表)(A)	今回予想 (2022年9月発表)(B)	
1 売上高	168,700	<b>173,800</b>	<b>+5,100</b>
2 売上総利益	89,700	<b>94,000</b>	<b>+4,300</b>
3 販管費	87,600	<b>89,900</b>	<b>+2,300</b>
4 営業利益	2,100	<b>4,100</b>	<b>+2,000</b>
5 経常利益	2,050	<b>4,300</b>	<b>+2,250</b>
6 当期純利益	1,700	<b>2,200</b>	<b>+500</b>
7 EBITDA*	7,080	<b>9,080</b>	<b>+2,000</b>

\* EBITDA (営業利益+減価償却費およびのれん償却費)

# 2023年2月期 通期業績予想（前期比）

- 売上高は、前期比53億円の増加を予想。
- 営業利益は、前期から52億円改善し41億円を見込む。
- 当期純利益は、前期に大きな固定資産売却益の計上があったため、前期比では減少を予想。
- EBITDAは、前期比52億円増加し91億円を予想。

(百万円)	2022年2月期	2023年2月期	増減額 (B-A)	増減率 (B/A)
	実績(A)	今回予想 (2022年9月発表)(B)		
1 売上高	168,453	<b>173,800</b>	<b>+5,347</b>	<b>+3.2%</b>
2 売上総利益	87,612	<b>94,000</b>	<b>+6,388</b>	<b>+7.3%</b>
3 販管費	88,691	<b>89,900</b>	<b>+1,209</b>	<b>+1.4%</b>
4 営業利益	△1,079	<b>4,100</b>	<b>+5,179</b>	
5 経常利益	507	<b>4,300</b>	<b>+3,793</b>	<b>748.1%</b>
6 当期純利益	8,566	<b>2,200</b>	<b>△6,366</b>	<b>△74.3%</b>
7 EBITDA※	3,915	<b>9,080</b>	<b>+5,165</b>	<b>+131.9%</b>

※ EBITDA（営業利益+減価償却費およびのれん償却費）



# 02

## グループ経営の概況

1. グローバル事業構造改革の成果
2. アパレル事業戦略
  - (1)OMO戦略の推進
  - (2)D2Cブランドの拡大
  - (3)カスタマイズ等商品戦略の推進
3. ライフスタイル事業戦略
4. サステナブル経営の推進
5. 働き方デザインの推進
6. デジタル・プラットフォームの再構築



GRACE CONTINENTAL

- グローバル事業構造改革による営業利益改善効果は累計約210億円。

## グローバル事業構造改革【主な内容】

海外

### 不採算事業からの撤退

- 韓国事業（2020年2月）
- イタリア事業（2020年12月～2021年3月）
- グアムホテル事業（2022年3月） 他

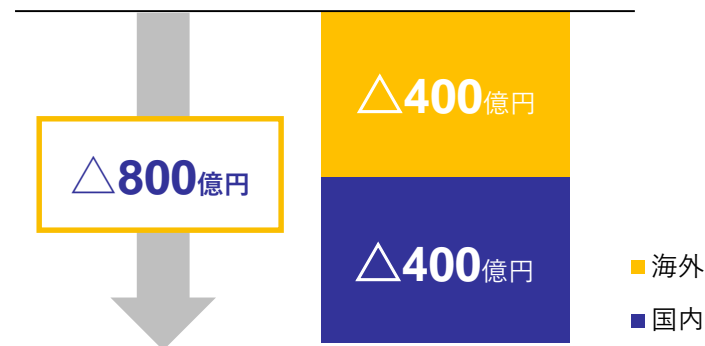
国内

### 不採算店舗の廃止・統合

- 約1,800店舗廃止・統合  
(2019年10月～2022年8月)

## 売上高に対する影響額

(2019年10月～2022年8月 累計)



## 営業利益改善効果

(2019年10月～2022年8月 累計)

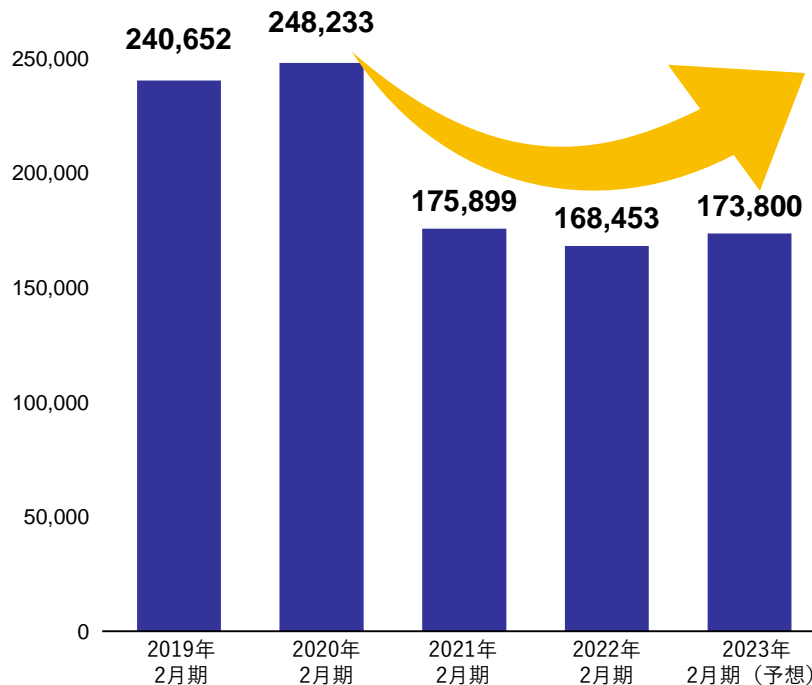


# グローバル事業構造改革期間(2019年10月～2022年8月)の業績推移

- 売上高は、2021年2月期に事業構造改革およびコロナ禍の影響から急減した後、2022年2月期を底に回復基調。
- 営業損益も、2021年2月期に事業構造改革およびコロナ禍の影響により大幅赤字を計上したが、2022年2月期から急回復トレンド入り。2023年2月期には2019年2月期の水準まで回復の見込み。

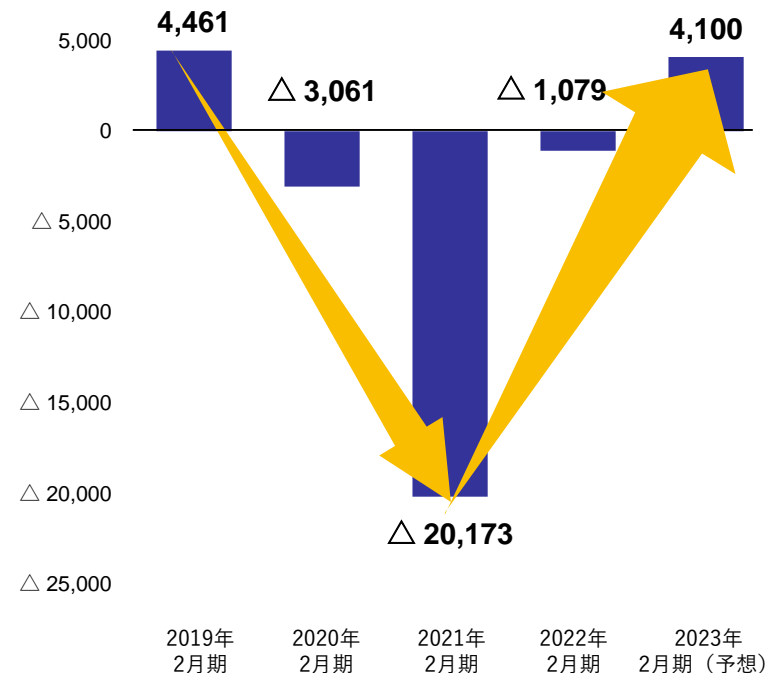
## 売上高

(百万円)



## 営業利益

(百万円)





# 02

## グループ経営の概況

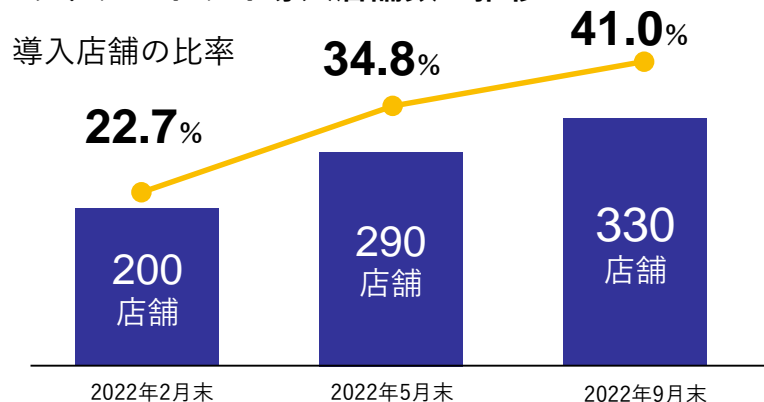
1. グローバル事業構造改革の成果
2. アパレル事業戦略
  - (1)OMO戦略の推進
  - (2)D2Cブランドの拡大
  - (3)カスタマイズ等商品戦略の推進
3. ライフスタイル事業戦略
4. サステナブル経営の推進
5. 働き方デザインの推進
6. デジタル・プラットフォームの再構築

自由区

# (1) OMO戦略の推進

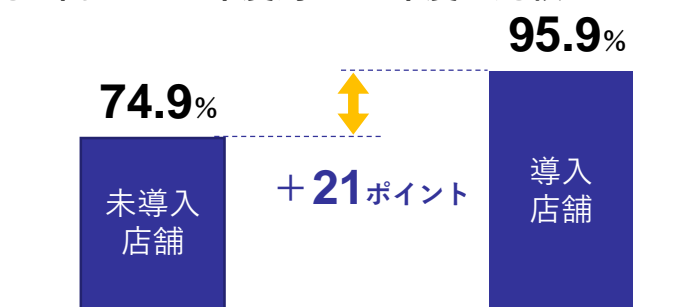
- オンワード樫山のOMOサービス「クリック＆トライ」導入店舗数が**330店舗**に拡大。
- 導入店舗(既存)の売上水準は2019年度の95.9%に回復。未導入店舗の74.9%を**21ポイント**上回る。
- 「クリック＆トライ」での予約点数は、上期の月間平均9,000点から9月は**18,500点**と倍増。

## クリック＆トライ導入店舗数の推移



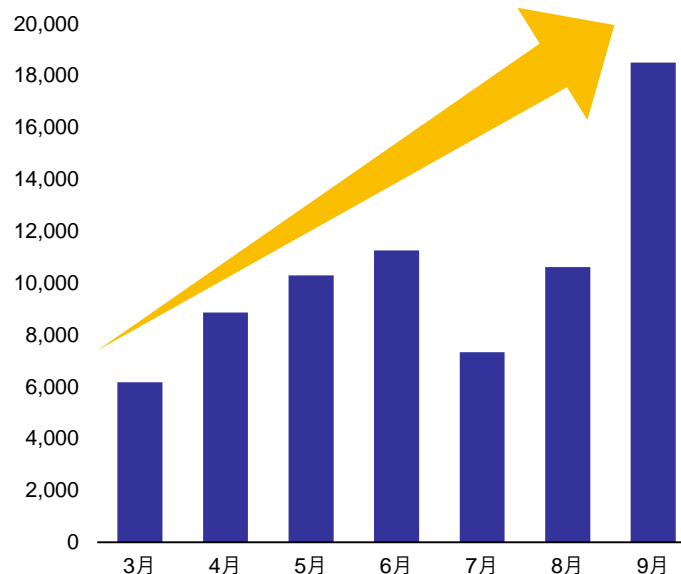
✓ オンワード樫山の4割超の店舗へ導入済  
今後更に導入拡大予定

## 売上高：2022年度対2019年度の比較



✓ 「クリック＆トライ」導入により売上高を大きく押し上げ

## クリック＆トライ 月次予約点数の推移



✓ 「クリック＆トライ」の利用は月を追うごとに増加  
(セール月という特殊要因の7、8月を除く)



## 「クリック＆トライ」で新しいショッピングのカタチ

### 「クリック＆トライ」概要

オンワードグループ公式ファッション通販サイト「ONWARD CROSSET (オンワード・クローゼット)」で展開するオンワード樫山のほぼすべての商品を、ブランドの垣根を越えて店舗に取り寄せ、試着・購入が可能な取り寄せサービス。



### ■ お客さまの声

ネットで見てほしかった商品のサイズ感・素材感・カラーがわかるので嬉しい。これからはどんどん試したい。



普段試すことの出来ないサイズやEC限定商品を店頭で着比べることが出来て、より自分に合ったものを慣れ親しんだスタッフさんと一緒に選べるのが嬉しい。



試着したい商品を予約して来店するサービスなので、時間がない中でも気軽に試せる。キャンセルしても問題ないのも嬉しい。



### ■ 店頭スタイリスト (販売スタッフ) の声

店頭で展開しているブランド以外の問い合わせも入るようになり、接客の幅が広がった。



お客様がとても喜んでくださったことが印象的で今まで以上に満足していただける接客をしていきたい。



## (2) D2Cブランドの拡大

# UNF / LO

【オンワード樫山】

- ロングセラーのヒット商品（最愛ジョグパン、ジョーゼットジレ等）が生まれ、売上高が前年同期から倍増。
- 機能性に優れたニットシューズライン「steppi」が好調。
- 更なる事業拡大への布石としてメンズ/ユニセックスラインを本格スタート。
- 有力なインフルエンサーとの協業によるSNS発信を実施。

売上高  
(前年同期比)

**+109.4%**

(倍増)



# uncrave

【オンワード樫山】

- 素材感にこだわったセットアップ商品に加え、カットソーやブラウス等の洋品アイテムが好調に推移。
- インフルエンサーによる拡散によりフォロワーが大幅に増加し、エンゲージメントの高いブランドファンを獲得。

売上高  
(前年同期比)

+25.7%



### (3) カスタマイズ等商品戦略の推進

- 店舗と直営スマートファクトリーをオンラインで連携させ、高品質なオーダーメイドスーツを最短1週間で提供する、先進的なビジネスモデルを開発。

#### ■ 樫山（大連）有限公司（大連工場）

- 全ての製造工程を抜本的に改革した無駄のないモノづくり。
- 効率的な物流体制。
- 環境・働き方への配慮。



生地のアートメーション管理



RFIDとハンガーシステムによる管理



カスタマイズなオーダーを迅速・丁寧に縫製

#### ■ (株) KASHIYAMA SAGA（佐賀工場）

- レディス高付加価値商品を生産する国内におけるグループのフラッグシップ工場。
- 多品種小ロットから大ロットまで柔軟かつ短納期で対応。





### (3) カスタマイズ等商品戦略の推進

## KASHIYAMA 【オンワードパーソナルスタイル】

KASHIYAMA

- 就活を軸としたオケーション対応商品の売上拡大により、新規顧客が増加。
- ウィメンズでは、特にEASYラインが好評を得ており、カスタマイズシューズと合わせ売上伸長。

売上高

(前年同期比)

+ 22.5%



## 五大陸 【オンワード樫山】



- 百貨店販路を主流通とする五大陸では、特にパターンメイドスーツが好調に推移し、売上高が大幅に増加。



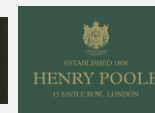
売上高

(前年同期比)

+ 27.0%

## パーソナルオーダー

【オンワード樫山】



- 高額なオーダースーツへの需要の高まりにより、平均商品単価が大きく上昇。



売上高

(前年同期比)

+ 15.0%



### (3) カスタマイズ等商品戦略の推進

#### ICB 【オンワード樫山】

ICB

- 新展開の機能性アクティブスーツが売上高を牽引。
- レディース用オーダースーツ『Made to Measure』を展開。



売上高

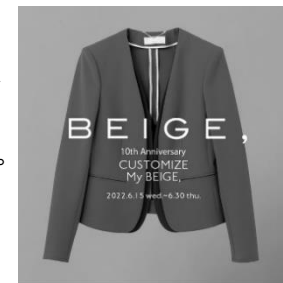
(前年同期比)

+ 7.0%

#### BEIGE, 【オンワード樫山】

BEIGE,

- ブランドデビュー10周年を迎え、強みを持つジャケットやブラウスがリアル店舗を中心に伸長。
- カスタマイズによるセットアップ商品の販売イベントを開催。



売上高

(前年同期比)

+ 19.3%

#### 23区 【オンワード樫山】

23区

- 通勤向けアイテムの需要増加に応えた商品構成の拡充により、販売単価がアップ。
- ブランドの強みである優秀な販売スタッフによる、「スタッフコーディネート」情報の発信を強化。



売上高

(前年同期比)

+ 22.3%

#### 自由区 【オンワード樫山】

自由区

- ブランドの上質化に向けた商品イメージ刷新により、プロパー販売が好調に推移し2桁増収。



売上高

(前年同期比)

+ 11.9%



# 02

## グループ経営の概況

1. グローバル事業構造改革の成果
2. アパレル事業戦略
  - (1)OMO戦略の推進
  - (2)D2Cブランドの拡大
  - (3)カスタマイズ等商品戦略の推進
- 3. ライフスタイル事業戦略**
4. サステナブル経営の推進
5. 働き方デザインの推進
6. デジタル・プラットフォームの再構築



- 主力のバレエ、フィットネス用品において、コラボ商品や新商品を中心に売上が好調に推移。
- 『Chacott BALANCE』では、ヨガやピラティスはもちろん、デイリーで楽しめるウェアも展開。
- ステージメイクから誕生した『Chacott COSMETICS』では、普段使いにも人気の高いパウダーや、ベースアイテムに加え、カラーアイテムもバリエーションを拡大。
- バレエ衣裳を着用して、舞台演出で活躍するメイクアップアーティストとプロフェッショナルなフォトグラファーにより、フォト・アートを提供。  
(チャコット代官山本店：『フォトシューティング』)

売上高  
(前年同期比)

**+6.1%**

Chacott



- ペット用品およびなごみ雑貨は引き続き売上が拡大。
- 猫用品専門ブランド『ペットパラダイスキャット』の展開をスタート。
- 人気急上昇のアニメキャラクター『MOLANG』の雑貨を「マザーガーデン」で販売をスタート。
- 東京駅一番街・東京キャラクターストリート“いちばんプラザ”等で、POP UP STORE 『しろたんふんわりストア』を展開。
- 海外においては、なごみ雑貨のライセンス事業およびペット用品の卸売り事業を推進。

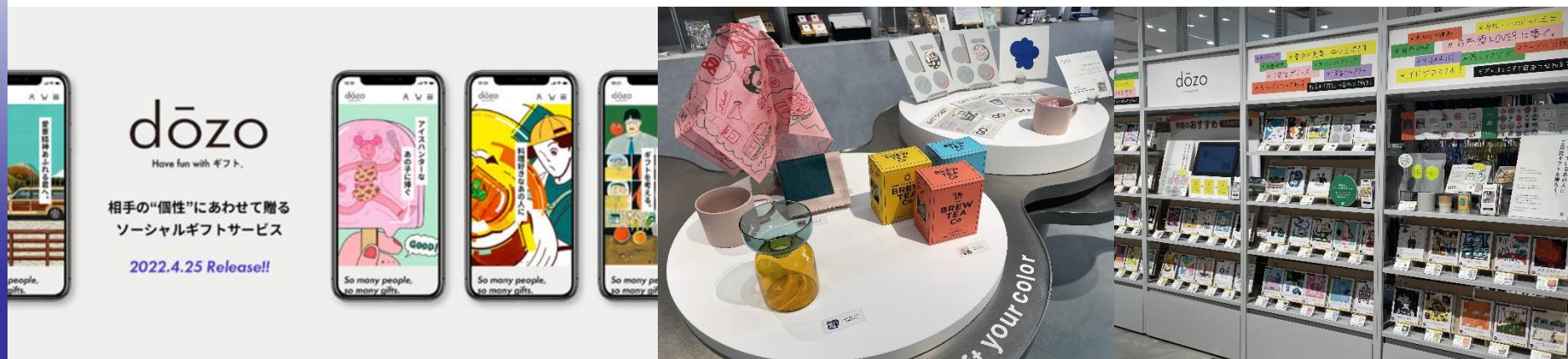
売上高  
(前年同期比)

+15.2%

CREATIVE YOKO CO., LTD.  
www.creativeyoko.co.jp







- 旺盛なブライダル需要が牽引したことにより、売上の高成長が継続。
- 4月よりSNSで贈れる新たなソーシャルギフトサービス『dōzo（どぞ）』を開始。
- メディア型OMOストア「CHOOSEBASE SHIBUYA」と「銀座ロフト（5F文具雑貨売場）」に期間限定のPOP UP SHOPを展開。

売上高  
(前年同期比)

+8.9%





- 主力のヘアワックスに加え、季節商品のドライシャンプーの高稼働により売上が順調に伸長。
- 全成分天然由来原料の『ザ・プロダクト カラーコントロール』の展開により、メイクアップ商品の展開を加速。
- 2022年度より、自社EC以外の手元ECモールへの出店を本格スタート。越境ECもスタートし、今後はアジアでの販売拡大も推進。

売上高  
(前年同期比)

**+22.9%**

**kokobuy**  
advanced organics



# 02

## グループ経営の概況

1. グローバル事業構造改革の成果
2. アパレル事業戦略
  - (1) OMO戦略の推進
  - (2) D2Cブランドの拡大
  - (3) カスタマイズ等商品戦略の推進
3. ライフスタイル事業戦略
- 4. サステナブル経営の推進**
5. 働き方デザインの推進
6. デジタル・プラットフォームの再構築

- オンワードグループは、サステナブル経営の推進を企業活動の根幹をなす重要なテーマとして、「ヒトと地球に潤いと彩りを」というミッションステートメントに基づき、地球と共生する経営を推進します。



## ■ 低炭素社会・循環型社会の実現に向けた取り組み等を実施。

### 循環型経済を目指すオンワード・グリーン・キャンペーンの拡大

- 2022年度上期実績(引取り衣料点数: 351,109点 前年比106%)。
- 今後、新しい仕組み作りを行い更に拡大。
- 今までにお引き取りした衣料は、リサイクル82%、リユース18%で活用。



あなたのオンワードの服が「希望をつなぐ毛布」に。

Onward Green Campaign  
オンワード・グリーン・キャンペーン

Onward Green Campaign  
365日衣料品引き取り

### 『KASHIYAMA』のスーツ配送時の梱包を段ボール箱から紙袋へ

- パックランナー(圧縮し密閉した梱包)の使用で配送時積載率を向上。
- 環境に配慮したコンパクトな紙製納品パッケージを利用。

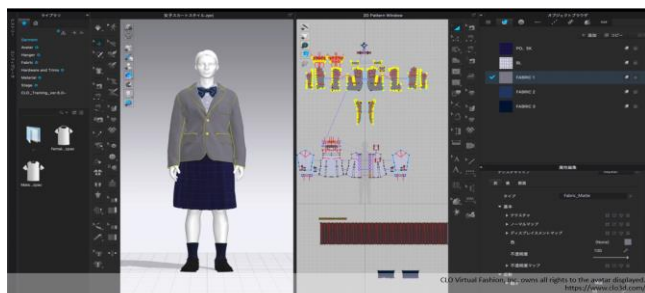




## ■ 低炭素社会・循環型社会の実現に向けた取り組み等を実施。

### — リモート採寸システムの導入によりサンプル作製数の削減へ

- アパレル3D着装シミュレーションシステムを導入し、効率的なサンプル作製を実現。
- サイズ推奨からオーダー集計業務までリモート採寸を実現し、適正サイズのレコメンド機能により、サイズ違い等のロスを減少。



▲「CLO」で二次元のデータを三次元化している画面

### — 衣料品の廃棄削減に向けて衣料品リフォーム『芝浦リペア工房』オープン

- 衣料品の修理及びリフォームを請け負う工房。
- 衣料品の廃棄量を減らしていくことの一助となることを目指し、“大切な一着をいつまでも着心地良く着てほしい”という思いを込めて、スタート。







# 02

## グループ経営の概況

1. グローバル事業構造改革の成果
2. アパレル事業戦略
  - (1)OMO戦略の推進
  - (2)D2Cブランドの拡大
  - (3)カスタマイズ等商品戦略の推進
3. ライフスタイル事業戦略
4. サステナブル経営の推進
- 5. 働き方デザインの推進**
6. デジタル・プラットフォームの再構築

- 業務効率化とワーク・ライフバランスの実現により生産性を上げることを目的に、働き方改革プロジェクト「働き方デザイン」を推進。

## ■ 主要な取り組み内容

### 「カエル会議」

- 週に一度、普段一緒に仕事をするチーム単位で「自分たちがより良い働き方をするために何をすべきか」を考える会議を開催。
- メンバー全員が主体的に試行錯誤を繰り返すことで、働き方を変えるだけに留まらず、その先の「ありたい姿」の実現を目指す。



実際のカエル会議の様子 声に出しにくいことも、付箋だと言いやすくなります

### 管理職研修・共有会

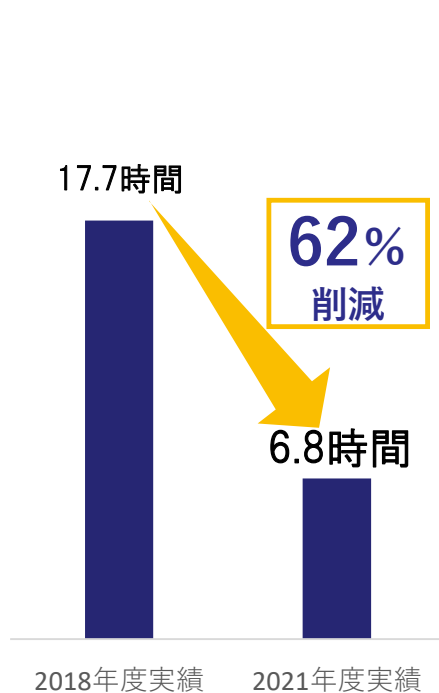
- 働き方をデザインするための第一歩として、管理職の意識改革を行うべく、外部コンサルタントによる管理職研修を継続的に実施。
- カエル会議での成果を報告する情報共有会では役員も参加し、役職を越えてこれからの働き方について議論。



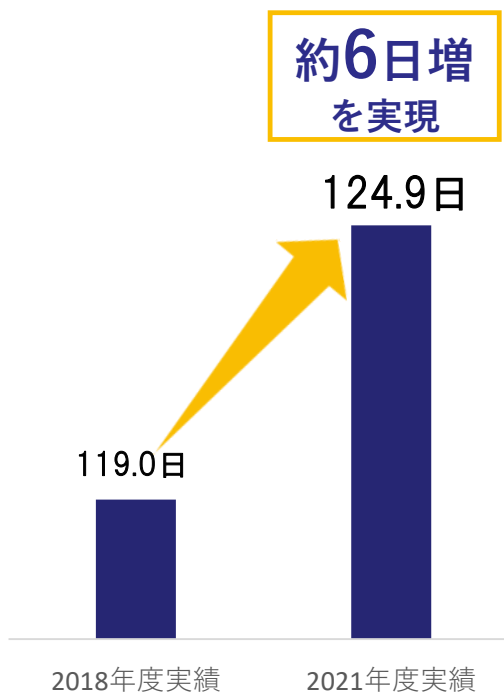
2021年2月に行われた「働き方デザイン情報共有会」の様子

- 業務効率化とライフバランスの実現により、生産性を上げることを目的に、働き方改革プロジェクト「働き方デザイン」を推進。

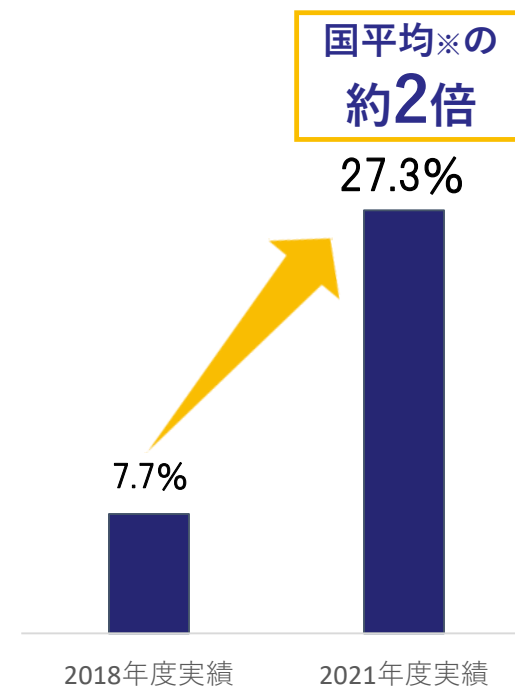
## ■ 残業時間



## ■ 休日取得数



## ■ 男性育休取得率



※ 「働き方デザイン」がスタートする前年(2018年度)と2021年度の比較  
※ 「働き方デザイン」対象者(社内勤務者のみ)  
※ 2021年度の国平均「男性育休取得率」は、13.97%

# 02

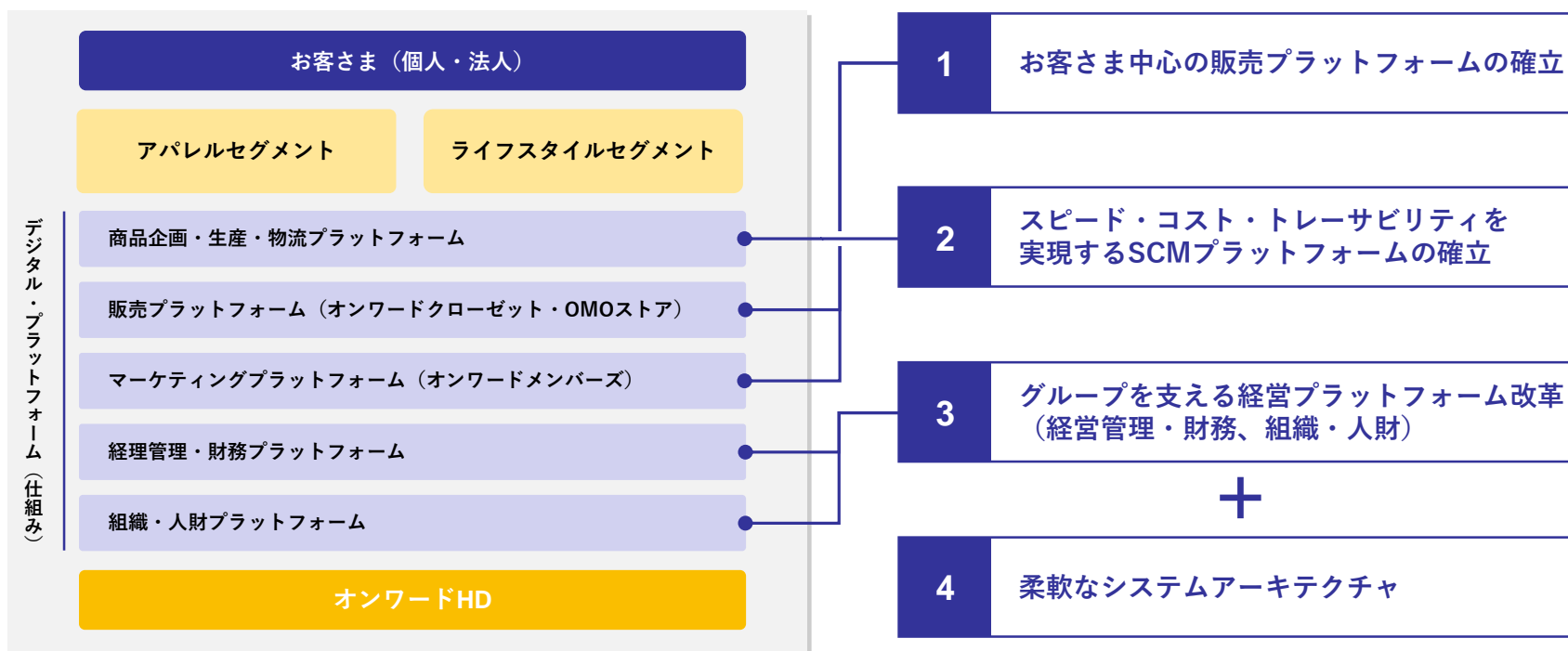
## グループ経営の概況

1. グローバル事業構造改革の成果
2. アパレル事業戦略
  - (1)OMO戦略の推進
  - (2)D2Cブランドの拡大
  - (3)カスタマイズ等商品戦略の推進
3. ライフスタイル事業戦略
4. サステナブル経営の推進
5. 働き方デザインの推進
- 6. デジタル・プラットフォームの再構築**

- 『ONWARD VISION 2030』の5つの戦略を実現するため、デジタル・プラットフォームの再構築『SMILEプロジェクト』を実行中。

## 『SMILEプロジェクト』の目的

- 「プロダクトアウトとカスタマーインの両立」
- 「PLMを軸としたモノづくり改革」
- 「経営管理の高度化」（ブランド軸経営とストア軸経営の両立）





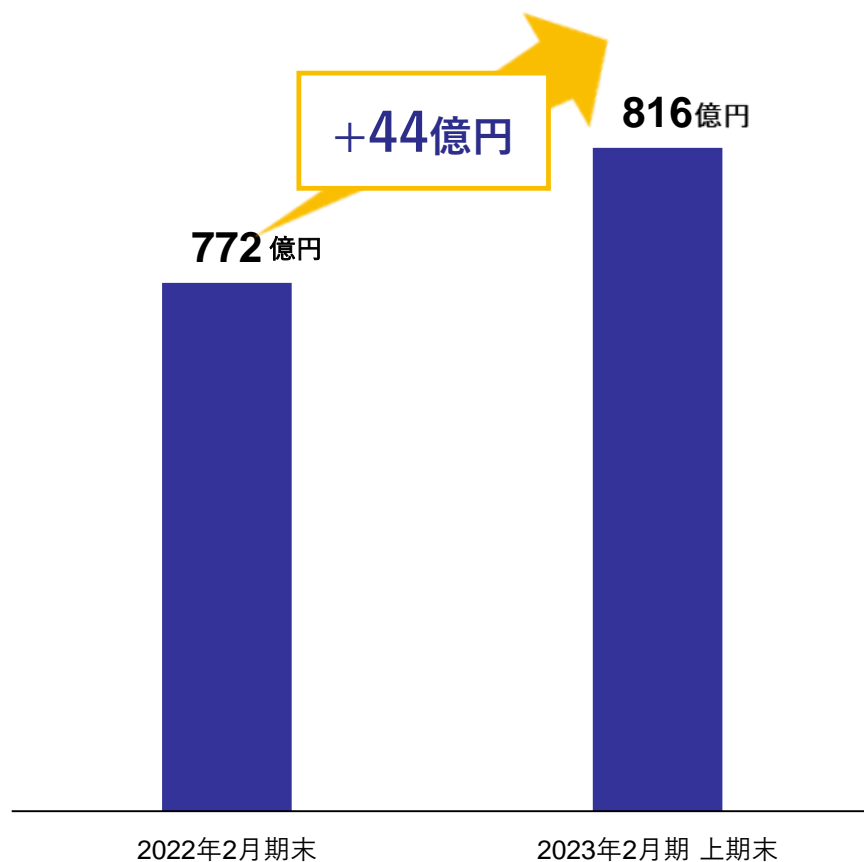


# 03

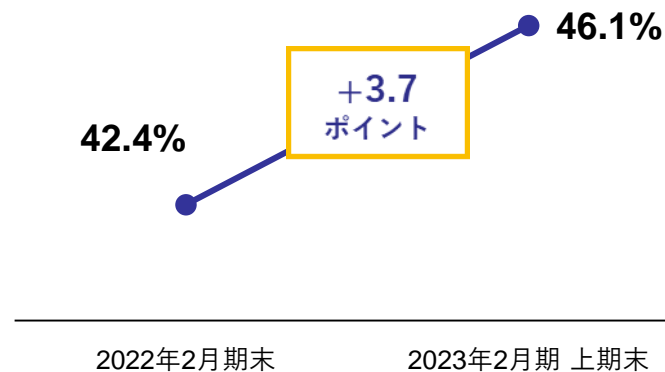
## 財務狀況

- 純資産は、前期末比44億円増加し816億円に増加。
- 自己資本比率は、前期末比3.7ポイント上昇し46.1%。
- 流動比率は、前期末比7.0ポイント上昇し115.5%となり、経営の安全性がさらに向上。

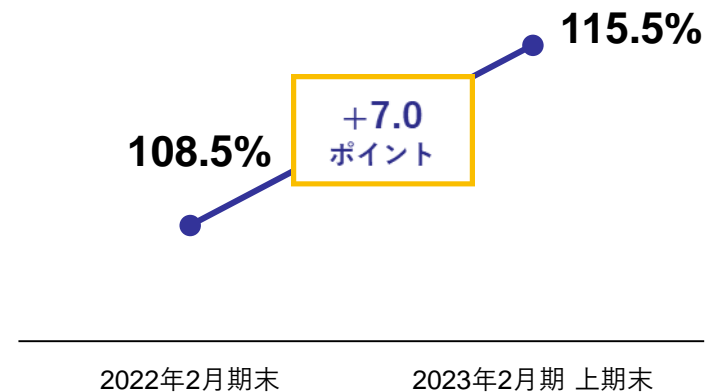
## ■ 純資産



## ■ 自己資本比率

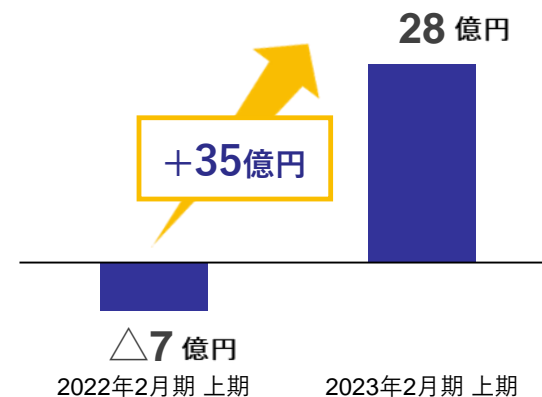


## ■ 流動比率



## EBITDA

- EBITDAは、前年同期から35億円改善し、28億円の黒字化を達成。  
(通期では91億円に拡大する見込み)



## キャッシュ・フロー

- 営業活動によるキャッシュ・フローは、営業損益・経常損益が黒字化したことに伴い14億円のプラス。
- 投資活動によるキャッシュ・フローは、グアムのホテル事業売却により59億円のプラス。
- フリーキャッシュ・フロー（営業キャッシュ・フロー + 投資キャッシュ・フロー）は、73億円のプラス。

## 設備投資

- 設備投資額は、前年同期から5億円減の19億円。
- 減価償却費は、前年同期から1億円減の22億円。



The global wall of Onward presents a highly sensitive and  
universal brand for contemporary fashion/interior scenes.

# 04

DATA BOOK

# 2023年2月期上期 連結決算実績（期初予想比）

		2023年2月期 期初予想		2023年2月期 実績		期初予想比		
		上期	売上比	上期	売上比	増減額	増減率	売上比増減
(百万円)								
1	売上高	77,000	-	<b>82,166</b>	-	+ 5,166	+ 6.7%	-
2	売上総利益	40,500	52.6%	<b>44,735</b>	<b>54.4%</b>	+ 4,235	+ 10.5%	+1.8%
3	販管費	42,300	54.9%	<b>44,542</b>	<b>54.2%</b>	+ 2,242	+ 5.3%	△0.7%
4	営業利益	△1,800	-	<b>193</b>	<b>0.2%</b>	+ 1,993		
5	経常利益	△1,750	-	<b>654</b>	<b>0.8%</b>	+ 2,404		
6	当期純利益	△1,250	-	<b>476</b>	<b>0.6%</b>	+ 1,726		
7	EBITDA※	650	0.8%	<b>2,838</b>	<b>3.5%</b>	+ 2,188	336.6%	+2.7%

※ EBITDA（営業利益+減価償却費およびのれん償却費）



# 2023年2月期上期 セグメント別売上高・営業利益 (期初予想比)

		2023年2月期 上期 期初予想	2023年2月期 上期 実績	差額	期初予想比	
(百万円)						
1	アパレル	売上高	55,406	59,704	+ 4,298	+7.8%
		営業利益	△1,728	484	+ 2,212	
2	ライフスタイル	売上高	18,783	19,155	+ 372	+2.0%
		営業利益	1,370	1,484	+ 114	+8.3%
3	国内合計	売上高	74,189	78,859	+ 4,670	+6.3%
		営業利益	△358	1,968	+ 2,326	
4	アパレル	売上高	6,270	6,771	+ 501	+8.0%
		営業利益	△839	△963	△124	
5	ライフスタイル	売上高	932	962	+ 30	+3.2%
		営業利益	△192	△169	+ 23	
6	海外合計	売上高	7,202	7,733	+ 531	+7.4%
		営業利益	△1,031	△1,132	△101	
7	連結合計	売上高	<b>77,000</b>	<b>82,166</b>	<b>+ 5,166</b>	<b>+6.7%</b>
		営業利益	<b>△ 1,800</b>	<b>193</b>	<b>+ 1,993</b>	

※ 国内アパレル (オンワード樫山 オンワード商事 アイランド オンワードパーソナルスタイル 他7社 計11社)

※ 国内ライフスタイル (チャコット クリエイティブヨーコ 大和 他7社 計10社)

※ 海外アパレル (JOSEPHグループ8社 J.PRESS 恩瓦徳時尚貿易 他8社 計18社)

※ 海外ライフスタイル (フリードオブロンドン 他3社 計4社)

※ セグメントの内訳は各社の単純合算 連結合計には相殺消去含む

# 2023年2月期上期 事業会社別売上高・営業利益（前年同期比）

		2022年2月期 上期	2023年2月期 上期	差額	前年同期比	
(百万円)						
1	オンワード樫山+HD	売上高	41,392	46,055	+4,663	+11.3%
		営業利益	△3,238	332	+3,570	
2	オンワード商事	売上高	7,578	6,865	△713	△9.4%
		営業利益	1,067	523	△544	△51.0%
3	アイランド	売上高	2,813	2,970	+157	+5.6%
		営業利益	△124	22	+146	
4	チャコット	売上高	4,445	4,714	+269	+6.1%
		営業利益	283	342	+59	+20.8%
5	クリエイティブヨーコ	売上高	2,223	2,562	+339	+15.2%
		営業利益	68	108	+40	+58.8%
6	大和	売上高	9,282	10,106	+824	+8.9%
		営業利益	548	703	+155	+28.3%
7	国内グループ小計 (オンワード樫山+HD除く)	売上高	32,351	32,804	+453	+1.4%
		営業利益	1,098	1,636	+538	+49.0%
8	ヨーロッパ合計	売上高	8,822	4,244	△4,578	△51.9%
		営業利益	△47	△514	△467	
9	アメリカ合計	売上高	297	587	+290	+97.6%
		営業利益	△231	△251	△20	
10	アジア合計	売上高	2,211	2,730	+519	+23.5%
		営業利益	△78	△211	△133	
11	グアムリゾート合計	売上高	150	172	+22	+14.7%
		営業利益	△312	△156	+156	
12	海外グループ小計	売上高	11,480	7,733	△3,747	△32.6%
		営業利益	△668	△1,132	△464	
13	連結合計	売上高	80,785	82,166	+1,381	+1.7%
		営業利益	△3,294	193	+3,487	

※ グループの内訳は単純合算 連結合計には相殺消去含む

# 2023年2月期上期 事業会社別売上高・営業利益(期初予想比)

(百万円)		2023年2月期 上期 期初予想	2023年2月期 上期 実績	差額	期初予想比	
1	オンワード樫山+HD	売上高	41,300	46,055	+4,755	+11.5%
		営業利益	△1,955	332	+2,287	
2	オンワード商事	売上高	7,190	6,865	△325	△4.5%
		営業利益	898	523	△375	△41.8%
3	アイランド	売上高	2,973	2,970	△3	△0.1%
		営業利益	△94	22	+116	
4	チャコット	売上高	4,680	4,714	+34	0.7%
		営業利益	289	342	+53	+18.3%
5	クリエイティブヨーコ	売上高	2,343	2,562	+219	+9.3%
		営業利益	73	108	+35	+47.9%
6	大和	売上高	9,755	10,106	+351	+3.6%
		営業利益	557	703	+146	+26.2%
7	国内グループ小計 (オンワード樫山+HD除く)	売上高	32,889	32,804	△85	△0.3%
		営業利益	1,597	1,636	+39	+2.4%
8	ヨーロッパ合計	売上高	3,969	4,244	+275	+6.9%
		営業利益	△525	△514	+11	
9	アメリカ合計	売上高	543	587	+44	+8.1%
		営業利益	△224	△251	△27	
10	アジア合計	売上高	2,544	2,730	+186	+7.3%
		営業利益	△164	△211	△47	
11	グアムリゾート合計	売上高	146	172	+26	+17.8%
		営業利益	△118	△156	△38	
12	海外グループ小計	売上高	7,202	7,733	+531	+7.4%
		営業利益	△1,031	△1,132	△101	
13	連結合計	売上高	77,000	82,166	+5,166	+6.7%
		営業利益	△1,800	193	+1,993	

※ グループの内訳は単純合算 連結合計には相殺消去含む

# 2023年2月期通期 セグメント別業績予想（期初予想比）

		2023年2月期		増減額 (B-A)	
		期初予想 (2022年4月発表) (A)	今回予想 (2022年9月発表) (B)		
(百万円)					
1	アパレル	売上高	121,045	<b>128,070</b>	<b>+7,025</b>
		営業利益	1,072	<b>3,614</b>	<b>+2,542</b>
2	ライフスタイル	売上高	38,583	<b>39,068</b>	<b>+485</b>
		営業利益	2,924	<b>2,868</b>	<b>△56</b>
3	国内合計	売上高	159,628	<b>167,138</b>	<b>+7,510</b>
		営業利益	3,996	<b>6,482</b>	<b>+2,486</b>
4	アパレル	売上高	16,296	<b>16,319</b>	<b>+23</b>
		営業利益	△416	<b>△1,022</b>	<b>△606</b>
5	ライフスタイル	売上高	2,179	<b>2,214</b>	<b>+35</b>
		営業利益	△295	<b>△146</b>	<b>+149</b>
6	海外合計	売上高	18,475	<b>18,533</b>	<b>+58</b>
		営業利益	△711	<b>△1,168</b>	<b>△457</b>
7	連結合計	売上高	168,700	<b>173,800</b>	<b>+5,100</b>
		営業利益	2,100	<b>4,100</b>	<b>+2,000</b>

※ 国内アパレル（オンワード樫山 オンワード商事 アイランド オンワードパーソナルスタイル 他7社 計11社）

※ 国内ライフスタイル（チャコット クリエイティブヨーコ 大和 他7社 計10社）

※ 海外アパレル（JOSEPHグループ8社 J.PRESS 恩瓦徳時尚貿易 他8社 計18社）

※ 海外ライフスタイル（フリードオブロンドン 他3社 計4社）

※ セグメントの内訳は各社の単純合算 連結合計には相殺消去含む

# 2023年2月期通期 セグメント別業績予想（前期比）

		2022年2月期	2023年2月期	増減額 (B-A)	増減率 (B/A)
		実績(A)	今回予想 (2022年9月発表)(B)		
(百万円)					
1	アパレル	売上高	120,516	128,070	+7,554 +6.3%
		営業利益	△1,254	3,614	+4,868
2	ライフスタイル	売上高	37,905	39,068	+1,163 +3.1%
		営業利益	2,598	2,868	+270 +10.4%
3	国内合計	売上高	158,421	167,138	+8,717 +5.5%
		営業利益	1,344	6,482	+5,138 +382.3%
4	アパレル	売上高	17,838	16,319	△1,519 △8.5%
		営業利益	△679	△1,022	△343
5	ライフスタイル	売上高	1,750	2,214	+464 +26.5%
		営業利益	△814	△146	+668
6	海外合計	売上高	19,588	18,533	△1,055 △5.4%
		営業利益	△1,493	△1,168	+325
7	連結合計	売上高	168,453	173,800	+5,347 +3.2%
		営業利益	△1,079	4,100	+5,179

※ 国内アパレル（オンワード樫山 オンワード商事 アイランド オンワードパーソナルスタイル 他7社 計11社）  
 ※ 国内ライフスタイル（チャコット クリエイティブヨーコ 大和 他7社 計10社）  
 ※ 海外アパレル（JOSEPHグループ8社 J.PRESS 恩瓦徳時尚貿易 他8社 計18社）  
 ※ 海外ライフスタイル（フリードオブロンドン 他3社 計4社）  
 ※ セグメントの内訳は各社の単純合算 連結合計には相殺消去含む



# 2023年2月期通期 事業会社別業績予想 (期初予想比)

		2023年2月期		増減額 (B-A)	
		期初予想 (2022年4月発表)(A)	今回予想 (2022年9月発表)(B)		
(百万円)					
1	オンワード樫山+HD	売上高	91,406	98,914	+7,508
		営業利益	79	2,643	+2,564
2	オンワード商事	売上高	15,220	14,625	△595
		営業利益	1,811	1,216	△595
3	アイランド	売上高	6,158	6,214	+56
		営業利益	△108	73	+181
4	チャコット	売上高	8,930	8,924	△6
		営業利益	343	346	+3
5	クリエイティブヨーコ	売上高	5,339	5,674	+335
		営業利益	353	381	+28
6	大和	売上高	20,003	20,383	+380
		営業利益	1,320	1,368	+48
7	国内グループ小計 (オンワード樫山+HD除く)	売上高	68,222	68,224	+2
		営業利益	3,917	3,839	△78
8	ヨーロッパ合計	売上高	9,733	10,074	+341
		営業利益	△151	△154	△3
9	アメリカ合計	売上高	1,682	1,420	△262
		営業利益	△270	△542	△272
10	アジア合計	売上高	6,663	6,541	△122
		営業利益	6	△234	△240
11	グアムリゾート合計	売上高	397	498	+101
		営業利益	△296	△238	+58
12	海外グループ合計	売上高	18,475	18,533	+58
		営業利益	△711	△1,168	△457
13	連結合計	売上高	168,700	173,800	+5,100
		営業利益	2,100	4,100	+2,000

※ グループの内訳は単純合算 連結合計には相殺消去含む

# 2023年2月期通期 事業会社別業績予想（前期比）

		2022年2月期	2023年2月期	増減額 (B-A)	増減率 (B/A)	
		実績 (A)	今回予想 (2022年9月発表)(B)			
(百万円)						
1	オンワード樫山+HD	売上高	91,395	98,914	+7,519	+8.2%
		営業利益	△1,857	2,643	+4,500	▲
2	オンワード商事	売上高	14,760	14,625	△135	△0.9%
		営業利益	1,788	1,216	△572	△32.0%
3	アイランド	売上高	5,753	6,214	+461	+8.0%
		営業利益	△124	73	+197	▲
4	チャコット	売上高	8,311	8,924	+613	+7.4%
		営業利益	332	346	+14	+4.2%
5	クリエイティブヨーコ	売上高	5,194	5,674	+480	+9.2%
		営業利益	319	381	+62	+19.4%
6	大和	売上高	20,326	20,383	+57	+0.3%
		営業利益	1,280	1,368	+88	+6.9%
7	国内グループ小計 (オンワード樫山+HD除く)	売上高	67,026	68,224	+1,198	+1.8%
		営業利益	3,201	3,839	+638	+19.9%
8	ヨーロッパ合計	売上高	13,182	10,074	△3,108	△23.6%
		営業利益	△156	△154	+2	▲
9	アメリカ合計	売上高	803	1,420	+617	+76.8%
		営業利益	△451	△542	△91	▲
10	アジア合計	売上高	5,204	6,541	+1,337	+25.7%
		営業利益	△182	△234	△52	▲
11	グアムリゾート合計	売上高	399	498	+99	+24.8%
		営業利益	△704	△238	+446	▲
12	海外グループ合計	売上高	19,588	18,533	△1,055	△5.4%
		営業利益	△1,493	△1,168	+325	▲
13	連結合計	売上高	168,453	173,800	+5,347	+3.2%
		営業利益	△1,079	4,100	+5,179	▲

※ グループの内訳は単純合算 連結合計には相殺消去含む

# 2023年2月期上期末 貸借対照表

(億円)	2022年2月期	2023年2月期	増減	増減要因	
	期末	上期末			
1	資産合計	1,577	1,545	△32	
2	流動資産	605	580	△25	
3	現金及び預金	152	147	△5	
4	売掛金	142	113	△29	季節要因
5	棚卸資産	268	275	+7	
6	固定資産	972	964	△8	
7	有形固定資産	580	562	△18	グアムホテル売却
8	無形固定資産	93	85	△8	
9	投資その他の資産	298	317	+19	評価替えに伴う投資有価証券の増加
10	負債合計	804	728	△76	
11	買掛金	182	180	△2	
12	借入金	351	305	△46	借入金返済
13	その他	271	242	△29	
14	純資産合計	772	816	+44	
15	自己資本比率	42.4%	46.1%	+3.7%	
16	流動比率	108.5%	115.5%	+7.0%	

## ■ 連結キャッシュ・フロー

(百万円)		2022年度 上期	2023年度 上期	増減
1	営業活動によるキャッシュ・フロー	962	<b>1,399</b>	+437
2	投資活動によるキャッシュ・フロー	20,022	<b>5,935</b>	△14,087
3	財務活動によるキャッシュ・フロー	△23,966	△ <b>8,332</b>	+15,634
4	現金及び現金同等物	19,261	<b>14,739</b>	△4,522

## ■ 設備投資の状況

(百万円)		2022年度 上期	2023年度 上期	増減
5	設備投資	2,385	<b>1,918</b>	△467
6	減価償却費	2,392	<b>2,243</b>	△149

# 2023年2月期上期 販管費/営業外損益・特別損益の内訳 (連結) ONWARD

	(百万円)	2022年2月期	2023年2月期	前年同期比
		実績	実績	(増減率)
		上期	上期	上期
1	人件費	18,134	<b>18,276</b>	0.8%
2	賃借料	10,870	<b>11,563</b>	6.4%
3	運賃運搬費	3,083	<b>3,083</b>	0.0%
4	広告宣伝費	2,810	<b>1,844</b>	△34.4%
5	減価償却費	1,843	<b>1,870</b>	1.5%
6	その他	7,572	<b>7,906</b>	4.4%
7	販管費計	44,312	<b>44,542</b>	0.5%
8	特別損失振替額	1,062	<b>4</b>	△99.6%
9	(参考) 実質販管費	45,374	<b>44,538</b>	△1.8%

	(百万円)	2022年2月期	2023年2月期	前年同期比
		実績	実績	(増減率)
		上期	上期	上期
10	営業外収益	1,244	<b>1,116</b>	△10.3%
11	受取利息・配当金	111	<b>119</b>	7.2%
12	為替差益	109	<b>708</b>	549.5%
13	助成金収入	450	<b>109</b>	△75.8%
14	その他	573	<b>178</b>	△68.9%
15	営業外費用	812	<b>655</b>	△19.3%
16	支払利息	221	<b>131</b>	△40.7%
17	持分法による投資損失	42	<b>34</b>	△19.0%
18	その他	548	<b>489</b>	△10.8%
19	営業外損益計	432	<b>461</b>	6.7%
20	特別利益	20,370	<b>1,455</b>	△92.9%
21	固定資産売却益	17,089	-	-
22	投資有価証券売却益	92	<b>120</b>	30.4%
23	関係会社株式売却益	2,944	<b>1,306</b>	△55.6%
24	その他	244	<b>28</b>	△88.5%
25	特別損失	5,393	<b>485</b>	△91.0%
26	臨時休業等による損失	1,062	<b>4</b>	△99.6%
27	関係会社株式売却損	1,829	-	-
28	関係会社整理損	1,968	-	-
29	減損損失	222	<b>470</b>	111.7%
30	その他	310	<b>11</b>	△96.5%
31	特別損益	14,977	<b>970</b>	△93.5%



# 2023年2月期上期 グループ別実績

(百万円)		2022年2月期実績			2023年2月期			前年同期比 (増減比)			
		1Q	2Q	上期	1Q	2Q	上期	1Q	2Q	上期	
オンワード +HD 榎山	1	売上高	22,704	18,688	41,392	26,135	19,920	46,055	15.1%	6.6%	11.3%
	2	売上総利益	13,244	9,611	22,855	15,815	11,343	27,158	19.4%	18.0%	18.8%
		(売上比)	(58.3%)	(51.4%)	(55.2%)	(60.5%)	(56.9%)	(59.0%)	(2.2%)	(5.5%)	(3.8%)
	3	販管費	13,047	13,046	26,093	14,063	12,763	26,826	7.8%	△2.2%	2.8%
	(売上比)	(57.5%)	(69.8%)	(63.0%)	(53.8%)	(64.1%)	(58.2%)	(△3.7%)	(△5.7%)	(△4.8%)	
4	営業利益	197	△3,435	△3,238	1,752	△1,420	332	789.3%			
	(売上比)	(0.9%)	-	-	(6.7%)	-	(0.7%)	(5.8%)	-		
国内グループ 小計 (オンワード榎山+HD除く)	5	売上高	17,202	15,149	32,351	17,116	15,688	32,804	△0.5%	3.6%	1.4%
	6	売上総利益	8,439	7,749	16,188	8,346	7,810	16,156	△1.1%	0.8%	△0.2%
		(売上比)	(49.1%)	(51.2%)	(50.0%)	(48.8%)	(49.8%)	(49.3%)	(△0.3%)	(△1.4%)	(△0.7%)
	7	販管費	7,379	7,711	15,090	7,217	7,303	14,520	△2.2%	△5.3%	△3.8%
	(売上比)	(42.9%)	(50.9%)	(46.6%)	(42.2%)	(46.6%)	(44.3%)	(△0.7%)	(△4.3%)	(△2.3%)	
8	営業利益	1,060	38	1,098	1,129	507	1,636	6.5%	1234.2%	49.0%	
	(売上比)	(6.2%)	(0.3%)	(3.4%)	(6.6%)	(3.2%)	(5.0%)	(0.4%)	(2.9%)	(1.6%)	
海外グループ 小計	9	売上高	8,643	2,837	11,480	3,732	4,001	7,733	△56.8%	41.0%	△32.6%
	10	売上総利益	3,352	1,032	4,384	1,437	1,724	3,161	△57.1%	67.1%	△27.9%
		(売上比)	(38.8%)	(36.4%)	(38.2%)	(38.5%)	(43.1%)	(40.9%)	(△0.3%)	(6.7%)	(2.7%)
	11	販管費	3,339	1,713	5,052	2,050	2,243	4,293	△38.6%	30.9%	△15.0%
	(売上比)	(38.6%)	(60.4%)	(44.0%)	(54.9%)	(56.1%)	(55.5%)	(16.3%)	(△4.3%)	(11.5%)	
12	営業利益	13	△681	△668	△613	△519	△1,132				
	(売上比)	(0.2%)	-	-	-	-	-	-	-	-	

※ 単純合算



# ONWARD

ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

本資料のいかなる情報も、弊社株式の購入や売却などを勧誘するものではありません。  
また、本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点での弊社の判断であり、  
その情報の正確性を保証するものではなく、今後予告なしに変更されることがあります。  
この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、弊社および情報提供者は  
一切責任を負いませんのでご承知おきください。