

2023年2月期決算説明会

【質疑応答要旨】

日時：2023年4月7日（金） 10:00-11:00
説明者：代表取締役社長 保元道宣
常務取締役 財務・経理・IR担当 佐藤 修

Q1. 昨日、決算発表と同時に「『ONWARD VISION 2030』実現に向けて」という資料が開示されたが、2年前に『ONWARD VISION 2030』を発表した時から、何か変わった点があれば教えてください。また、今後の再成長に向けて、何か芽が見えてきているか。

A1. 『ONWARD VISION 2030』を公表してから2年が経ち、コロナ禍が落ち着きつつあるなど環境に大きな変化があります。このため、来年の4月に『ONWARD VISION 2030』をアップデートして発表する予定です。

2年前の想定との違いにつきましては、まず一つは、本業のアパレル事業の回復がより早く進んでいることです。当時は、ライフスタイル事業の売上や利益の比重を大きめに見通していましたが、この2年間のアパレル事業の回復スピードが想定以上に早かったという点です。

二点目は、2年前は海外事業に関しては構造改革に主軸があり、グローバル戦略における位置づけを十分に示すことができていなかったことです。この点は、来年4月に発信させていただく考えです。

Q2. 『ONWARD VISION 2030』の進捗度合いを計るKPI（重要業績評価指標）として、どのような指標を使っているのか。また、来年4月に、外部からわかる形で新たにKPIを示すことはあるのか。

A2. 2年前に、2024年2月期の営業利益目標として掲げた70億円を最重要KPIとし、その確保に注力してきました。この目標は、今回発表した2024年2月期の営業利益予想の通り達成する見通しですので、『ONWARD VISION 2030』発表後のウィズコロナの3年間は、想定通りに進捗していると考えています。また、売上高、営業利益、当期純利益などの損益面に加え、バランスシートやキャッシュフローについても健全化を進められていると考えています。

来年度以降のポストコロナの7年間は、いかに成長を加速していくかが重要なテーマになりますので、売上と利益の拡大に最大限注力してまいります。

さらに、現状では1倍未満となっているPBR（株価純資産倍率）の改善も重要な課題だと認識しており、ROEの向上を含めしっかりと対応していきたいと考えています。

Q 3. オンワード樫山の売上高は今期（2024年2月期）、4%増が計画されているが、販売戦略や販売チャネル別の見通しなどについて教えてほしい。

A 3. 当社では他社と比べ売上構成比が低いショッピングセンターへの出店を拡大することで、主力の百貨店、従来から注力しているEコマースと合わせ、3つの販路をバランスよく成長させていく計画です。

百貨店については、「クリック&トライ」サービスを導入したOMO型店舗「ONWARD CROSSET STORE/Select（オンワード・クロゼットストア/セレクト）」の売上が大きな伸びを示しており、今後も全国的にOMO型店舗の出店を拡大していきます。

Eコマースは、広告宣伝の強化、Eコマース専用のD2Cブランドの成長を加速することなどにより、成長を促していきます。

ショッピングセンターについては、まだ出店できていない有力な施設がありますので、流通開発や店舗開発チームの体制強化を図り、積極的に出店していきます。

Q 4. 今期（2024年2月期）の営業利益予想において、国内グループ会社の収益性の改善が重要なポイントとなるが、収益性改善のためどのようなことに注力しているのか。

A 4. オーダーメイドスーツを中心に事業展開をしているオンワードパーソナルスタイルの黒字転換を重要なポイントとして取り組んでいます。コロナ禍でスーツの需要が縮小していましたが、足元では売上は非常に好調に推移しており、婦人用オーダーメイドスーツやシューズなどの新機軸を加えて、同社の経営改善に邁進しているところです。

Q 5. 「2023年2月期（2022年度）決算説明資料」の28ページに、男性社員の育休取得率（2022年度 60.0%）が示されているが、このような高い取得率が実現できる理由は何か。

A 5. 当社では人財部の中に、男性育休の取得を推進する専門チームを設置し積極的に取り組んでいます。また、当社の取締役会に社外取締役として株式会社ワーク・ライフバランスの社長である小室淑恵氏に入っただき、働き方改革に関する議論を進めています。このようなことが男性育休取得率の上昇につながっているものと考えています。

Q 6. 「2023年2月期（2022年度）決算説明資料」の17ページに、「ショップマイスター」制度について記載されているが、この制度を新設した背景と、それがオンワードホールディングスの競争力にどうつながっていくのかについて教えてほしい。

A 6. 当社には、お客さまとの距離が近く、お客さま単価も高い優秀なベテラン販売員が多くいます。このような販売専門職の方々は当社の大きな経営資源ですが、60歳の定年を迎える方が増えてきている状況です。販売専門職員の経験やスキルは容易に継承することができないこともあり、定年を迎えた後も、健康で働くことができる間は長く一緒に働いていただきたいとの思いが、この制度の導入の背景にあります。

とりわけ、より直接的な要因としましては、「クリック&トライ」サービスが好調に推移していることに関連しており、販売員が現場でこのサービスを効果的に運用しインパクトを与えてくれていることがあります。

以上