

2010年2月期 決算説明会

株式会社 オンワードホールディングス

代表取締役社長
水野 健太郎

<目次>

◆2009年度 決算概要

➢2009年度 P／L(連結)	P1
➢2009年度 P／L(連結)参考	P2
➢2009年度 B／S(連結)	P3
➢2009年度 エリア別実績	P4
➢国内アパレル関連事業 総括	P5～P6
➢海外アパレル関連事業 総括	P7

◆2010年度 事業計画

➢2010年度 業績計画(連結)	P8
➢経営の基本方針	P9
➢国内アパレル関連事業 施策	P10～13
➢海外アパレル関連事業 施策	P14～15
➢オンワードグループの使命と役割	P16～17

◆主要財務数値資料

2009年度 決算概要

2009年度 P/L(連結)

(単位:百万円)

	2009年度	2008年度	増減額(比)
売上高	248,634	261,005	△12,371 (△4.7%)
売上総利益 (率)	114,176 (45.9%)	118,329 (45.3%)	△4,153 (△3.5%) (0.6%)
営業費 (率)	109,793 (44.2%)	109,245 (41.9%)	548 (0.5%) (2.3%)
営業利益 (率)	4,383 (1.8%)	9,084 (3.5%)	△4,701 (△51.8%) (△1.7%)
経常利益 (率)	6,120 (2.5%)	6,285 (2.4%)	△165 (△2.6%) (0.1%)
特別利益 (率)	2,419 (1.0%)	924 (0.4%)	1,495 (↗) (0.6%)
特別損失 (率)	2,150 (0.9%)	37,805 (14.5%)	△35,655 (↘) (△13.6%)
当期純利益 (率)	2,187 (0.9%)	△30,895 (△11.8%)	33,082 (↗) (12.7%)

売上高

- ・ オンワード樫山については、下期より基幹ブランドを中心としたショップの移設・拡大並びに積極的な商品投入の成果があがり、回復基調となった
- ・ 新規子会社(3社)増加分 +168億円

売上総利益

- ・ オンワード樫山については、初期企画の精度を高め勝負商品の積極投入を行った結果、特に下期は商品消化率が向上し、粗利益率が改善
(上期)+0.1% (下期)+1.4% (通期)+0.7%

営業費

- ・ 経費の効率的な運営を推進

オンワード樫山	△79億円
その他既存子会社	△20億円
新規子会社(3社)	+96億円

小計	△3億円
のれん代償却	+8億円
営業費計	+5億円

営業利益

- ・ 上期は営業減益となったものの、下期は粗利益率の向上と経費の効率運営により、収益性が改善し増益となった

2009年度 P/L(連結) 参考

(単位:百万円)

	2009年度上期 (増減比)		2009年度下期 (増減比)		2009年度通期 (増減比)	
売上高	121,821	(△8.0%)	126,813	(△1.3%)	248,634	(△4.7%)
売上総利益 (率)	55,252 (45.4%)	(△7.8%)	58,924 (46.5%)	(0.9%)	114,176 (45.9%)	(△3.5%)
営業費 (率)	54,989 (45.1%)	(2.0%)	54,804 (43.2%)	(△0.9%)	109,793 (44.2%)	(0.5%)
営業利益 (率)	263 (0.2%)	(△95.6%)	4,120 (3.2%)	(33.2%)	4,383 (1.8%)	(△51.8%)
経常利益 (率)	1,305 (1.1%)	(△80.9%)	4,815 (3.8%)	(↗)	6,120 (2.5%)	(△2.6%)
当期純利益 (率)	960 (0.8%)	(△61.6%)	1,227 (1.0%)	(↗)	2,187 (0.9%)	(↗)

参考:公表対比

(単位:百万円)

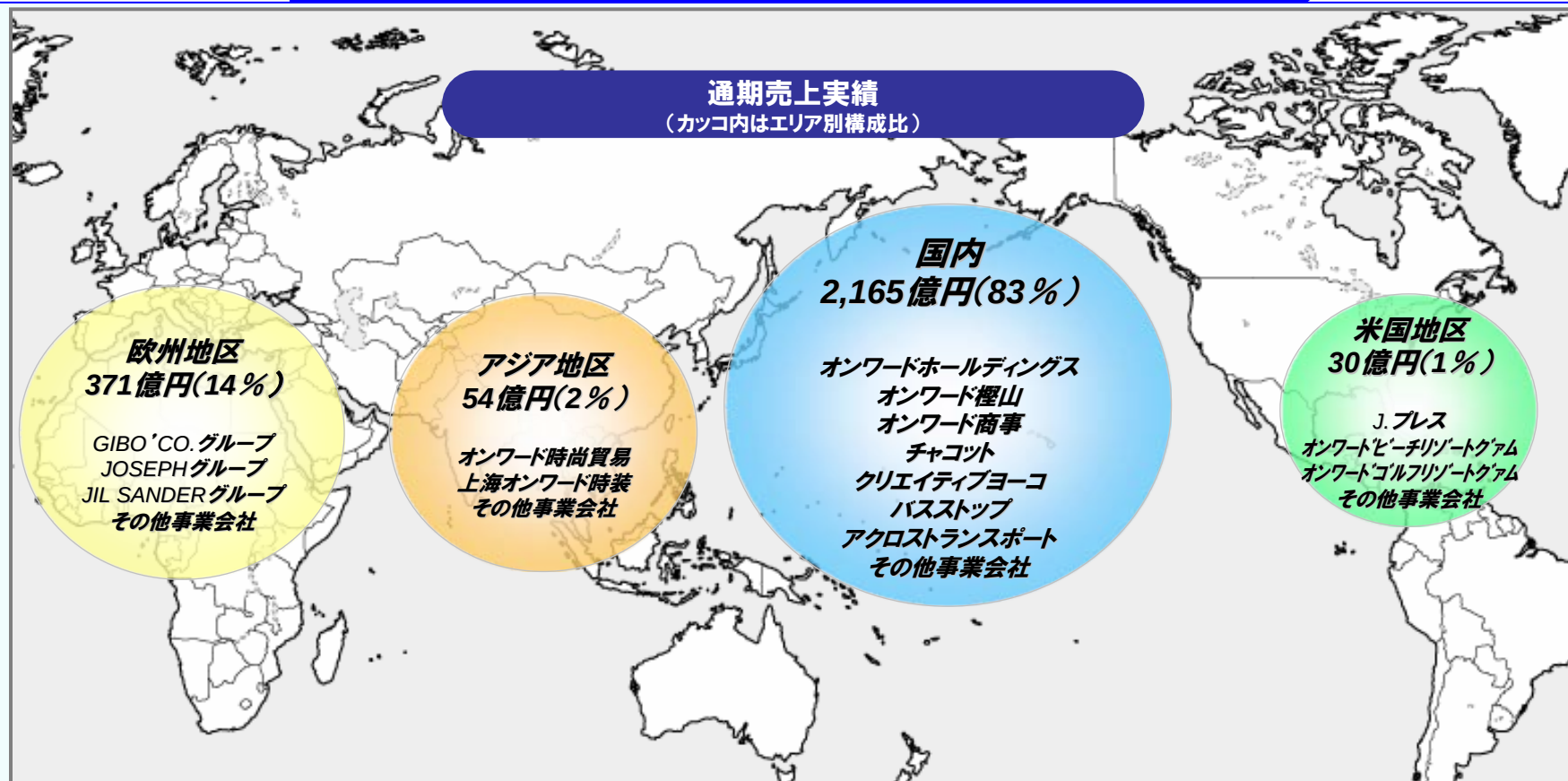
2009年度 公表	増減額(公表比)
247,600	1,034 (0.4%)
112,800 (45.6%)	1,376 (1.2%) (0.3%)
109,100 (44.1%)	693 (0.6%) (0.1%)
3,700 (1.5%)	683 (18.5%) (0.3%)
5,200 (2.1%)	920 (17.7%) (0.4%)
2,000 (0.8%)	187 (9.4%) (0.1%)

2009年度 B/S(連結)

(単位:百万円)

	2009年度	2008年度	増減額
総資産	292,568	296,282	△3,714
現金及び預金	34,330	23,415	10,915
流動資産	100,680	98,945	1,735
有形固定資産合計	89,741	90,174	△433
無形固定資産合計	50,811	50,374	437
投資その他の資産合計	51,335	56,788	△5,453
固定資産	191,888	197,336	△5,448
支払手形及び買掛金	35,961	39,620	△3,659
短期借入金	35,697	31,647	4,050
流動負債	90,929	92,368	△1,439
固定負債	43,475	45,496	△2,021
負債合計	134,404	137,864	△3,460
株主資本合計	175,450	178,023	△2,573
評価・換算差額等合計	△18,949	△21,156	2,207
純資産	158,164	158,418	△254

2009年度 エリア別実績・計画



(単位:百万円)

単純合算計 (相殺消去前)

	2009年度 上期実績		2009年度 下期実績		2009年度 通期実績	
	売上高 金額 (増減比)	営業利益 金額(率) (増減比)	売上高 金額 (増減比)	営業利益 金額(率) (増減比)	売上高 金額 (増減比)	営業利益 金額(率) (増減比)
国内事業	105,264 (Δ12.5%)	2,707 (Δ49.6%) (2.6%)	111,218 (Δ8.5%)	5,989 (24.7%) (5.4%)	216,482 (Δ10.5%)	8,696 (Δ14.5%) (4.0%)
海外事業	23,127 (8.2%)	Δ1,794 (Δ7.8%) (↘)	22,403 (52.0%)	Δ446 (Δ2.0%) (↗)	45,530 (26.1%)	Δ2,240 (Δ4.9%) (↘)
単純合算計	128,391 (Δ9.3%)	913 (Δ84.5%) (0.7%)	133,621 (Δ1.9%)	5,543 (40.4%) (4.1%)	262,012 (Δ5.7%)	6,456 (Δ34.3%) (2.5%)

国内 売上高：2,165億円

オンワード樫山

■ 上期は苦戦したものの、下期は収益改善が進んだ

- ・ 基幹ブランドを中心にした
ショップの移設・拡大の効果が下期に大きく表れた
- ・ 下期は主力ブランドにおいて積極的な商品投入を行ったことで
特に冬物商戦においては売上回復など大きな成果が上がった
- ・ 下期は初期企画の精度を高め勝負商品を積極投入したことにより
商品消化率が向上し、粗利益率の大幅な改善が図れた

■ 下期は売上高伸長率に見合った経費運営を実行

- ・ 経費の効率的な運用により、
営業費の削減と下期の経費率の改善を行った

粗利益率

上期	下期	通期
47.3%	48.6%	47.9%
+0.1%	+1.4%	+0.7%

2009年 百貨店バイヤーズ賞

全国主要百貨店が選ぶ
最も売上に貢献したブランド

◆ヤング・キャラクターゾーン◆

「23区」 2年連続第1位

◆ミッシー・ミセスゾーン◆

「自由区」 2年連続第1位

営業費削減

上期	下期	通期
△40億円	△39億円	△79億円
(45.8%)	(42.6%)	(44.1%)

オンワード商事

■ 主力のユニフォーム・SP事業が計画通りに拡大

- ・ スクール・メディカルユニフォームが順調に拡大
但し、企業ユニフォームは減少し、新たな商品提案が今後の課題
- ・ 事業全体の収益率の改善は、計画通りに進んだ

チャコット

■ 売上・利益ともに計画通りに推移

- ・ 主力直営店・ネット販売が順調に推移すると共に
効率的な事業運営により、計画通りの実績をあげた

クリエイティブヨーコ

■ ペット関連事業は順調に推移

- ・ 成長マーケットへの参入企業が増加し、競争が激化する中
ペットフード、ヘルスケアアイテム等の開発により競争力を強化
- ・ なごみ系雑貨の新規商品開発が今後の課題

バスストップ

■ インポートビジネスの市場低迷による売上高の減少

- ・ 低価格競争が厳しいマーケット環境で
価格と価値のバランスの対応が出来ず、売上高減少となった



「PET PARADISE」心斎橋店

欧州地区 売上高:371億円

GIBO' COグループ

- 売上高減少により、高い技術者等の固定経費を吸収できず減収減益となった
但し、来期以降の改善が見込める仕組みが整った

JOSEPHグループ

- 新成長戦略の「商品施策」「店舗施策」が
下期より本格的に稼動し始めたことで、売上高が計画通りに拡大

JIL SANDERグループ

- 経営構造改革による一時的な費用が増加したことで
大幅な営業損失となったが、経営基盤の強化が図れた

アジア地区 売上高:54億円

オンワード中国

- 上期は減収となったものの、経済環境の改善により
下期からは、回復基調となった

米国地区 売上高:30億円

J.プレスINC.

- 下期は売上高・利益ともに計画通りに推移



「JIL SANDER」 2010 S/S



「JOSEPH」 モンテーニュ店

2010年度 事業計画

2010年度 業績計画(連結)

(単位:百万円)

	2010年度 計画	2009年度 実績	増減額(比)
売上高	250,000	248,634	1,366 (0.5%)
売上総利益 (率)	115,600 (46.2%)	114,176 (45.9%)	1,424 (1.2%) (0.3%)
営業費 (率)	109,000 (43.6%)	109,793 (44.2%)	△793 (△0.7%) (△0.6%)
営業利益 (率)	6,600 (2.6%)	4,383 (1.8%)	2,217 (50.6%) (0.8%)
経常利益 (率)	9,000 (3.6%)	6,120 (2.5%)	2,880 (47.1%) (1.1%)
当期純利益 (率)	3,500 (1.4%)	2,187 (0.9%)	1,313 (60.0%) (0.5%)

売上高

- 個人消費の回復はまだ時間がかかり、厳しい環境が続くと予測

オンワード樫山 98%
 その他既存子会社 101%
 新規子会社(1社)増加分 42億円

売上総利益

- 粗利益率は既存子会社で+0.1%改善
 新規子会社で0.2%増加

営業費

- 経費の効率化は継続

オンワード樫山 △13億円
 その他既存子会社 △17億円
 新規子会社(1社) +20億円

小計 △10億円
 のれん代償却 +2億円

営業費計 △8億円

営業利益

- オンワード樫山の売上高は、減少するものの
 国内事業は増益の計画
 海外事業は、ジルサンダーグループを含む
 大幅な収益改善を見込む

2010年度は、次の10年に向けてオンワードグループの
新たな成長がスタートする節目となる年

厳しい経営環境の中で準備してきた様々な取り組みが浸透しはじめ
大きな飛躍のチャンスとなる年

重点施策

- 国内事業は収益性を改善して安定的な利益確保を目指す
- 都市型商業施設・Eビジネス・東南アジア等、新たな流通事業への挑戦
- 海外事業はM & A企業の収益改善と売上拡大

2010年度は中期3ヵ年経営計画の最終年度となるが
世界経済の激変により計画未達の見通し

新たな第2次中期計画を本年度内に策定する

オンワードグループで増収増益を目指す

オンワード樫山

百貨店流通

- 「基幹ブランド」を徹底的に磨き上げ、圧倒的で存在感のあるブランドを確立
⇒ 「レインボー作戦」を実施し主力ブランドの売上を拡大

《レインボー作戦》

商品力
価値価格の実現

販売力
魅力的な接客サービス

売場環境
1等地への移転・拡大

主力ブランドにおけるレインボー作戦の成果（2009年度実績）

ブランド	レインボー 実施店舗数	2009年度 下期売上		
		通常店舗	レインボー 実施店舗	増減比
23区	18	100%	106%	↑ 6%
組曲	7	87%	111%	↑ 25%
自由区	29	91%	117%	↑ 27%
ICB	12	90%	122%	↑ 32%



「23区」松屋銀座店
売場面積20坪→27坪 売上30%増



「自由区」高島屋新宿店
売場面積13坪→20坪 売上8%増

■消費者を感動させる価値ある商品と魅力的な仕掛けで差別化を図る

付加価値創造

あるものを探すのではなく、市場にないものを創り出す

“空気を着よう” エアージャケット

・上質なニットジャージー素材を使用したテーラード仕立てのジャケット

商品特性

- ① カーディガンのような軽さ(従来ジャケットの約半分)
- ② 伸縮性の高い表地と裏地でストレスフリーな着心地
- ③ ニットなのでシワになりにくい
- ④ 見た目はきちんとした印象なので汎用性が高い

展開計画

・メンズ 7 ブランド横断キャンペーン

▶ 百貨店30店舗で展開

AIR JACKET



“世界中の色彩をまとう” オンワードカラーミュージアム

・ショッピングを、まるで美術館でアートを選ぶように楽しむ

商品特性

百貨店を美術館に見立てて、ゴッホやルノアール等の著名な「印象派絵画」から抽出した魅力的なカラーの衣服を展開

展開計画

・主要メンズ&レディースブランド横断キャンペーン

▶ 百貨店13店舗が『オンワードカラーミュージアム』に変身



■百貨店との“共生”による新たなブランドビジネスの開発

共生事業

双方が強みとする各分野の情報力・企画力を融合させて
消費者視点で進化させた新ブランドを開発

“デザインも価格も等身大のスーツ” エンターG

・ヤングビジネスマンに向けたスーツを軸としたライフスタイルブランド

商品特性

- ①モード感あふれる細身のシルエット
- ②ヒップ高効果、スリム効果が得られる美脚パンツ仕様
- ③若者が買いやすいリーズナブルなプライス設定

展開計画

・阪急百貨店との取り組みでメンズ館に2月19日デビュー

▶ 売上は計画通り順調に推移



「エンターG」阪急梅田メンズ館

“日常生活をもっと豊かに” リ・アース

・50代女性に向けた上質で衝動買いできる価格のカジュアルブランド

商品特性

- ①ミセスの日常生活をベースとしたデイリーライフスタイルMD
- ②従来の百貨店婦人服価格の約70%に設定
- ③最新の50代女性の体型データ分析にもとづく独自パターン

展開計画

・藤崎／名鉄／天満屋／井筒屋とのコラボレーション

▶ 婦人フロア1等地にショップを構え4月中旬デビュー

ブランド運営の新たな枠組み

百貨店

売場作り・販売・売上分析・顧客分析

情報共有化

オンワード樫山

企画・生産・トレンド分析・物流

新流通

■既存主力ブランドの収益改善

any FAM (ファミリーブランド) ▶ トренд性+ヴァリュープライスの徹底開発
any SiS (ヤングブランド) ▶ 小売発想に基づく店舗運営力の強化

■次世代型SCストアの開発

ファッション性とライフスタイルが融合した新業態を開発

国内グループ会社

■都市型ファッションビルへの攻勢

アイランド社 「グレースコンチネンタル」

38
店舗

- ① 都市型ファッションビルを中心に一等地で展開
- ② 高い「オリジナリティ商品」「単店舗売上高」で存在感のある展開
- ③ 企画・生産・販売・宣伝プレスまで自前主義を貫く体制

キャンデラインターナショナル社 「クルーン ア ソング」

16
店舗

- ① 都市型ファッションビルを中心に“オリジナルブランドをコアにした品揃型ショッブ”を展開
- ② 独自の企画生産体制を活用する差別化されたセレクトショッブ運営

売上高(上代ベース)100億円へ

■Eビジネスの本格拡大

リアル店舗と相乗効果のあるEビジネスの展開

《オンワード樫山》 直営ネットショッブ売上高10億円へ
《グループ各社》 ZOZOTOWN等の人気ネットモールに出店

グループ売上高(上代ベース)25億円へ



「グレースコンチネンタル」相鉄ジョイナス



「クルーン ア ソング」大丸心斎橋



「ONWARD CROSSET」

欧州地区

オンワードグループの「海外事業」のコアである欧州事業において
M & A 等による投資事業を収益化し新たな成長軌道へ

GIBO' COグループ

収益性の改善を進める

- ラグジュアリー市場における安定的な売上の獲得
 - ・ 「ジル・サンダー」ブランドの本格的な生産体制
 - ・ 新規大型ブランドとの取り組み
 - ・ 既存契約ブランドの受注回復('10A/W)
- 生産効率を高め、粗利益率の改善
 - ・ グループシナジー効果による効率化
 - ・ 効率的な人員配置による生産体制の見直し

JIL SANDERグループ

経営体質の強化により収益の大幅改善をはかる

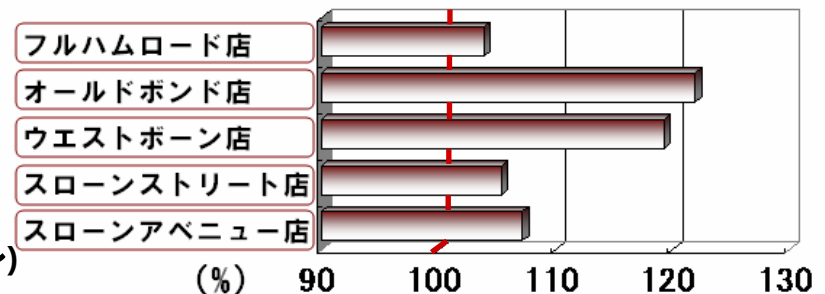
- 世界マーケットを見据えた売上・生産体制
 - ・ フランチャイズ店舗の見直し・エリア別強化
 - ・ 卸売ビジネスの下期回復('10A/W受注回復)
- 利益率の大幅改善
 - ・ グループシナジー効果の実現
 - ・ 直営ショップのプロパー消化率向上と在庫管理の徹底
 - ・ 人員体制の見直しと経費の効率的な運用
 - ・ ライセンスビジネスの拡大によるロイヤリティ収入の増加

JOSEPHグループ

新成長戦略を推進する

- 売上高の積極的な拡大
 - ・ 旗艦路面店のリニューアルによる売上拡大
 - ・ 卸売ビジネスのエリア拡大・フランチャイズビジネスの推進
- 商品力の充実によるブランドエクイティの向上
 - ・ パリの新企画チームによる新コレクションの効果('09A/W～)
 - ・ ファッショングッズの充実と店舗の活性化
 - ・ 雑誌・プレスへの露出増加によるブランド認知の向上

UK主力路面店の売上計画
(2009年度対比)



UK 110%(上記5店舗) フランス 120%(3店舗)

アジア地区

オンワード発ジャパンファッションをアジアへ積極拡大

中国

■ 旗艦店の立ち上げ・新規出店による店舗拡大

- ・ 既存店の好立地への移設・拡大
- ・ 中国をエリア別に管理する体制を強化(上海・北京・重慶)

東南アジア地域

■ 東南アジアへの事業展開エリアの拡大

- ・ ASEAN市場での販売拠点づくり(目標10店舗)
- ・ 新たな生産拠点としての準備

米国地区

北米事業の再構築を進める

■ J.プレス事業の発展

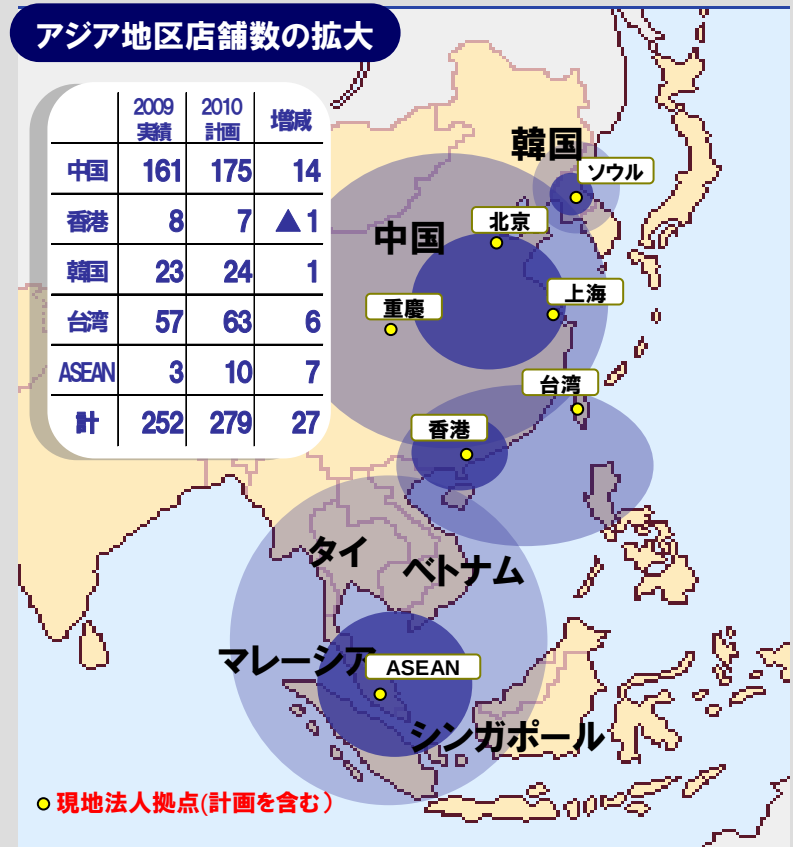
- ・ ニューヨークの旗艦店の強化
- ・ Eビジネスの拡大

■ オンワードグループ企業の新たな進出

- ・ チャコットグループ(FREED社他)の拡大・新規ビジネスの進出
- ・ 新たな卸売ビジネスの検討

アジア地区店舗数の拡大

	2009 実績	2010 計画	増減
中国	161	175	14
香港	8	7	▲1
韓国	23	24	1
台湾	57	63	6
ASEAN	3	10	7
計	252	279	27



良いもの創り

- 日本のもの創りに携わる会社として、常にお客様が満足するクオリティを追及

オンワードクオリティ

時間と手間と想いをかけて、ひとつの素敵な服を創り上げる

厳しい品質基準

- ・トップレベルの厳しい品質基準を設け、1000人に及ぶ世界でも屈指の企画・生産チームが、素材の耐久性、機能性、最新のボディによる着心地感やフィット感を追求

最新のテクノロジー

- ・衣料関連業界を代表する11社で「オンワード先端技術研究所」を運営し衣料技術を垂直的に研究開発
- ・ウオッシュブルスーツ、スタイリッシュアップパンツ、バイオテックスーツ等マーケットの注目を集める数々の商品を開発

最先端のファッション

- ・パリ、ミラノ、ロンドン、ニューヨーク等、世界のファッション都市に拠点をづくり、オンワード独自のグローバルマーケティングを展開
- ・最新の情報をベースに、各事業拠点から最先端のファッションを提供



オンワード先端技術研究所



環境経営

■ 環境活動を経営施策の1つに掲げ、地球と人々との共生を目指したチャレンジを続ける

環境コンセプト

ほし
この地球を想う。この服をまとう。



オンワード・グリーン・キャンペーン

- ・不要となった当社の衣料を引き取り、回収衣料から毛布等の繊維製品を生産して世界の難民キャンプに寄贈するキャンペーンを年に2回実施
- ・09年度は13万点を回収、10年度は20万点を見込む

環境配慮型衣料の開発

- ・環境への負荷を低減する様々な環境配慮型衣料を提案

ウォッシュブルスーツ

家庭で洗濯機洗いが可能な高機能スーツ

リサイクルユニフォーム

使用済みユニフォームを原料に戻し再度繊維に利用

バイオテックスーツ

土に埋めると水と二酸化炭素に分解されるスーツ

社会貢献活動

- ・高知県土佐山の森45haの保全活動、低公害型車両の導入
繰り返し使える折り畳みコンテナの使用等、様々な社会貢献活動を実施

ONWARD

「1枚の毛布があれば、寒さから身を守る…」
オンワード・グリーン・キャンペーンでは、ご不用になった衣料を回収し、毛布などを作る「衣料品循環システム」の構築をめざしています。再生された毛布は、UNHCR（国連難民高等弁務官事務所）の協力のもと、世界の難民支援のために寄贈される予定です。



オンワード・グリーン・キャンペーン (衣料アイテム引き取りキャンペーン)

クローゼットに眠っているオンワード難山の衣料品を、下記の百貨店にお持ち下さい。
1点につき1枚、お持ちいただいた百貨店内のオンワード難山商品のご購入にご利用いただけるクーポン券
オンワードグリーンチケット1,050円分 (※A)
とお引き換えいたします。
詳しくはWEBをご覧ください。

www.onward.co.jp/green_campaign/



主要財務數值資料

2009年度 業績(連結)

(単位: 百万円)

	上期実績				下期実績				通期実績			
	2009年度 実績	2008年度 実績	差 引	増減比	2009年度 実績	2008年度 実績	差 引	増減比	2009年度 実績	2008年度 実績	差 引	増減比
売上高	121,821	132,469	△10,648	(△8.0%)	126,813	128,536	△1,723	(△1.3%)	248,634	261,005	△12,371	(△4.7%)
売上総利益 (率)	55,252 (45.4%)	59,916 (45.2%)	△4,664 (0.2%)	(△7.8%)	58,924 (46.5%)	58,413 (45.4%)	511 (1.1%)	(0.9%)	114,176 (45.9%)	118,329 (45.3%)	△4,153 (0.6%)	(△3.5%)
営業費 (率)	54,989 (45.1%)	53,926 (40.7%)	1,063 (4.4%)	(2.0%)	54,804 (43.2%)	55,319 (43.0%)	△515 (0.2%)	(△0.9%)	109,793 (44.2%)	109,245 (41.9%)	548 (2.3%)	(0.5%)
営業利益 (率)	263 (0.2%)	5,990 (4.5%)	△5,727 (△4.3%)	(△95.6%)	4,120 (3.2%)	3,094 (2.4%)	1,026 (0.8%)	(33.2%)	4,383 (1.8%)	9,084 (3.5%)	△4,701 (△1.7%)	(△51.8%)
経常利益 (率)	1,305 (1.1%)	6,825 (5.2%)	△5,520 (△4.1%)	(△80.9%)	4,815 (3.8%)	△540 (△0.4%)	5,355 (4.2%)	(↗)	6,120 (2.5%)	6,285 (2.4%)	△165 (0.1%)	(△2.6%)
当期純利益 (率)	960 (0.8%)	2,497 (1.9%)	△1,537 (△1.1%)	(△61.6%)	1,227 (1.0%)	△33,392 (△26.0%)	34,619 (27.0%)	(↗)	2,187 (0.9%)	△30,895 (△11.8%)	33,082 (12.7%)	(↗)

2010年度 業績計画(連結)

(単位:百万円)

	上期計画				下期計画				通期計画			
	2010年度 計画	2009年度 実績	差 引	増減比	2010年度 計画	2009年度 実績	差 引	増減比	2010年度 計画	2009年度 実績	差 引	増減比
売上高	121,900	121,821	79	(0.1%)	128,100	126,813	1,287	(1.0%)	250,000	248,634	1,366	(0.5%)
売上総利益 (率)	55,600 (45.6%)	55,252 (45.4%)	348 (0.2%)	(0.6%)	60,000 (46.8%)	58,924 (46.5%)	1,076 (0.3%)	(1.8%)	115,600 (46.2%)	114,176 (45.9%)	1,424 (0.3%)	(1.2%)
営業費 (率)	54,100 (44.4%)	54,989 (45.1%)	△889 (△0.7%)	(△1.6%)	54,900 (42.9%)	54,804 (43.2%)	96 (△0.3%)	(0.2%)	109,000 (43.6%)	109,793 (44.2%)	△793 (△0.6%)	(△0.7%)
営業利益 (率)	1,500 (1.2%)	263 (0.2%)	1,237 (1.0%)	(↗)	5,100 (4.0%)	4,120 (3.2%)	980 (0.8%)	(23.8%)	6,600 (2.6%)	4,383 (1.8%)	2,217 (0.8%)	(50.6%)
経常利益 (率)	2,600 (2.1%)	1,305 (1.1%)	1,295 (1.0%)	(99.2%)	6,400 (5.0%)	4,815 (3.8%)	1,585 (1.2%)	(32.9%)	9,000 (3.6%)	6,120 (2.5%)	2,880 (1.1%)	(47.1%)
当期純利益 (率)	1,100 (0.9%)	960 (0.8%)	140 (0.1%)	(14.6%)	2,400 (1.9%)	1,227 (1.0%)	1,173 (0.9%)	(95.6%)	3,500 (1.4%)	2,187 (0.9%)	1,313 (0.5%)	(60.0%)

主要連結会社の業績内訳

(単位: 百万円)

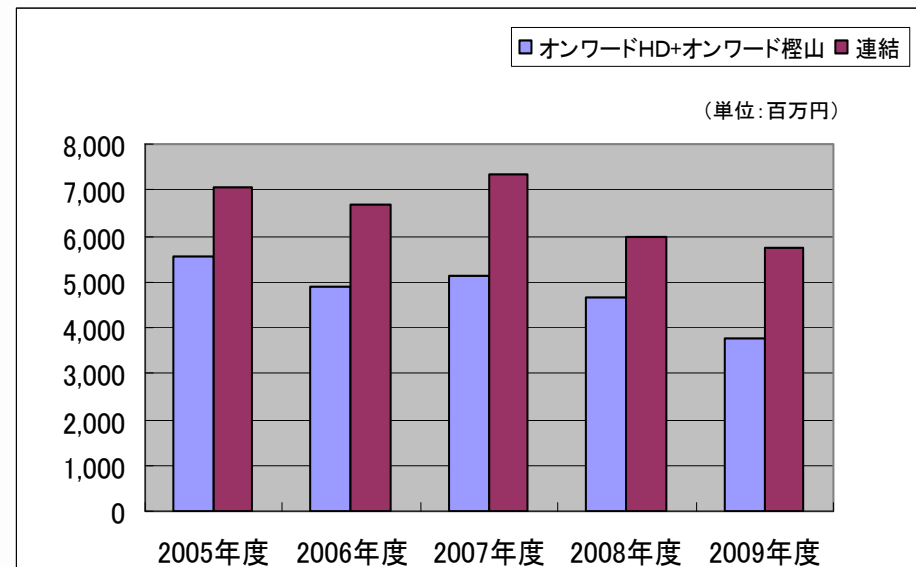
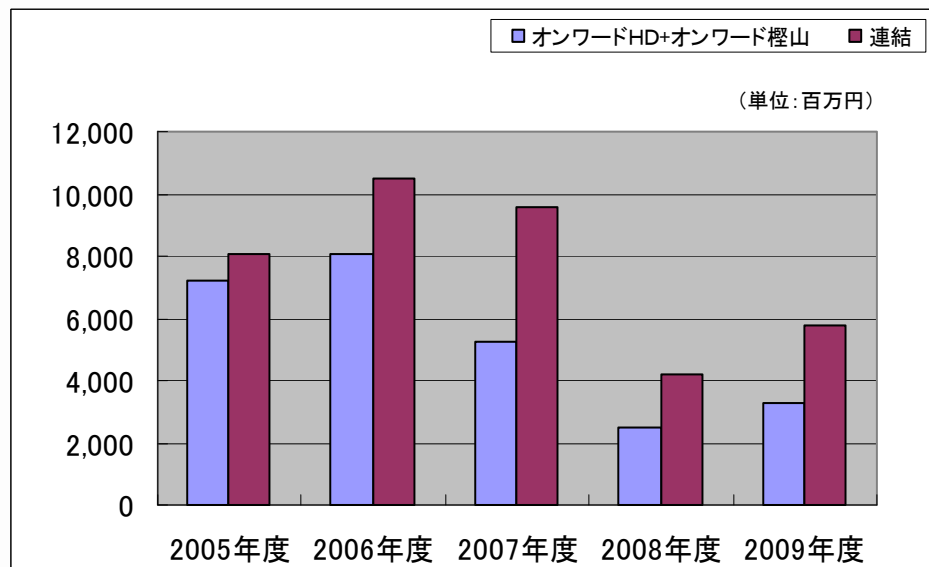
<売上高>

	2009年度 上期実績			2009年度 下期実績			2009年度 通期実績			2010年度 通期計画		
	金額	増減額	増減比	金額	増減額	増減比	金額	増減額	増減比	金額	増減額	増減比
オンワードHD+オンワード樫山	75,478	△15,024	△16.6%	81,352	△8,977	△9.9%	156,830	△24,001	△13.3%	153,400	△3,430	△2.2%
オンワード商事	8,994	△1,300	△12.6%	7,030	△2,027	△22.4%	16,024	△3,327	△17.2%	15,827	△197	△1.2%
チャコット	5,242	△332	△6.0%	4,808	△358	△6.9%	10,050	△690	△6.4%	10,057	+7	0.1%
クリエイティブヨーコ	3,733	+3,733	—	4,601	+258	5.9%	8,334	+3,991	91.9%	8,380	+46	0.6%
アイランド	—	—	—	1,672	+1,672	—	1,672	+1,672	—	5,920	+4,248	↗
アクロストランスポート	5,537	△299	△5.1%	5,602	△341	△5.7%	11,139	△640	△5.4%	10,712	△427	△3.8%
オンワードクリエイティブセンター	1,144	△600	△34.4%	1,494	△416	△21.8%	2,638	△1,016	△27.8%	3,000	+362	13.7%
オンワードリゾートグループ	1,848	△874	△32.1%	1,619	+542	50.3%	3,467	△332	△8.7%	3,604	+137	4.0%
ジョゼフグループ	4,608	△1,502	△24.6%	4,670	+1,978	73.5%	9,278	+476	5.4%	10,561	+1,283	13.8%
ジボ・コーグループ	6,885	△2,709	△28.2%	7,007	+976	16.2%	13,892	△1,733	△11.1%	13,791	△101	△0.7%
ジルサンダーグループ	6,834	+6,834	—	5,742	+4,309	↗	12,576	+11,143	↗	11,090	△1,486	△11.8%

(単位: 百万円)

<営業利益>

	2009年度 上期実績			2009年度 下期実績			2009年度 通期実績			2010年度 通期計画		
	金額	増減額	増減比	金額	増減額	増減比	金額	増減額	増減比	金額	増減額	増減比
オンワードHD+オンワード樫山	1,112	△2,955	△72.7%	4,845	+697	△16.8%	5,957	△2,258	△27.5%	6,800	+843	14.2%
オンワード商事	1,034	+212	25.8%	203	△23	△10.2%	1,237	+189	18.0%	1,267	+30	2.4%
チャコット	401	±0	±0	154	△52	△25.2%	555	△52	△8.6%	621	+66	11.9%
クリエイティブヨーコ	78	+78	—	676	+172	34.1%	754	+250	49.6%	762	+8	1.1%
アイランド	—	—	—	258	+258	—	258	+258	—	781	+523	↗
アクロストランスポート	157	+43	37.7%	126	△43	△25.4%	283	±0	±0	173	△110	△38.9%
オンワードクリエイティブセンター	△53	△4	↘	△47	+6	↗	△100	+2	↗	△21	+79	↗
オンワードリゾートグループ	△52	△2	↘	△133	+12	↗	△185	+10	↗	△40	+145	↗
ジョゼフグループ	△695	△380	↘	△51	+403	↗	△746	+23	↗	△244	+502	↗
ジボ・コーグループ	125	△982	△88.7%	391	△99	△20.2%	516	△1,081	△67.7%	562	+46	8.9%
ジルサンダーグループ	△1,071	△1,071	—	△839	+33	↗	△1,910	△1,038	↘	△810	+1,100	↗



<設備投資>

(単位: 百万円)

	2005年度 実績	2006年度 実績	2007年度 実績	2008年度 実績	2009年度 実績	2010年度 計画
連結	8,053	10,506	9,566	4,178	5,794	6,200
オンワード HD + 樫山	7,238	8,046	5,255	2,470	3,273	4,000

<減価償却費>

(単位: 百万円)

	2005年度 実績	2006年度 実績	2007年度 実績	2008年度 実績	2009年度 実績	2010年度 計画
連結	7,053	6,697	7,340	5,986	5,747	6,000
オンワード HD + 樫山	5,542	4,890	5,109	4,639	3,764	3,900

オンワード樫山 売場面積・月次売上高推移

<売場面積推移>

(%:増減比)

		2005年度実績		2006年度実績		2007年度実績		2008年度実績		2009年度実績		2010年度計画	
百貨店	売上高(百万円)	139,376	4.0%	148,911	6.8%	148,608	△0.2%	135,031	△9.1%	119,663	△11.4%	117,161	△2.1%
	売場面積(㎡)	174,310	△0.4%	182,480	4.7%	175,200	△4.0%	173,500	△1.0%	165,800	△4.4%	163,900	△1.1%
新流通	売上高(百万円)	30,064	2.5%	32,138	6.9%	33,263	3.5%	32,066	△3.6%	28,218	△12.0%	28,449	0.8%
	売場面積(㎡)	92,190	5.4%	95,830	3.9%	93,060	△2.9%	92,400	△0.7%	86,900	△6.0%	87,200	0.3%

<月次売上増減比推移>

(単位:%)

2009年度	3月	4月	5月	6月	7月	8月	上期計	9月	10月	11月	12月	1月	2月	下期計	年度計
紳士服	△25	△15	△13	△19	△17	△17	△18	6	△15	△20	△12	△3	△8	△11	△14
婦人服	△23	△13	△18	△15	△15	△11	△17	1	△17	△16	△7	△4	△7	△9	△13
子供服	△14	△10	△3	△13	△12	△17	△12	6	△14	△17	△2	±0	△8	△7	△9
和装	△17	△15	△4	△22	△23	△21	△19	△17	△22	△25	△17	△14	△11	△17	△18
その他	△15	△4	△10	△13	△8	△16	△11	△22	△25	△58	△12	△8	△10	△17	△14
合計	△23	△13	△16	△16	△15	△12	△17	±0	△17	△18	△8	△4	△7	△10	△13

<品種別>

(単位:百万円)

	2009年度 上期実績		2009年度 下期実績		2009年度 通期実績	
	金額	増減比	金額	増減比	金額	増減比
紳士服	17,714	△17.8%	20,334	△11.0%	38,048	△14.3%
婦人服	50,846	△16.7%	54,195	△9.3%	105,041	△13.0%
子供服	2,984	△11.7%	3,521	△6.6%	6,505	△9.0%
和装	1,366	△19.0%	1,070	△17.3%	2,436	△18.3%
その他	2,568	△10.8%	2,232	△16.9%	4,800	△13.8%
合計	75,478	△16.6%	81,352	△9.9%	156,830	△13.3%

<チャネル別>

(単位:百万円)

	2009年度 上期実績		2009年度 下期実績		2009年度 通期実績	
	金額	増減比	金額	増減比	金額	増減比
百貨店	56,715	△15.5%	62,948	△7.3%	119,663	△11.4%
新流通	13,800	△14.2%	14,418	△9.8%	28,218	△12.0%
専門店	2,349	△15.1%	2,111	△22.3%	4,460	△18.7%
チェーンストア	645	△39.6%	602	△40.8%	1,247	△40.2%
その他	1,969	△43.2%	1,273	△52.8%	3,242	△47.4%
合計	75,478	△16.6%	81,352	△9.9%	156,830	△13.3%



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。