

2015年2月期 中間決算説明会

株式会社 オンワードホールディングス



JIL SANDER Navy ベルリン店



「オープニングセレモニー大阪」

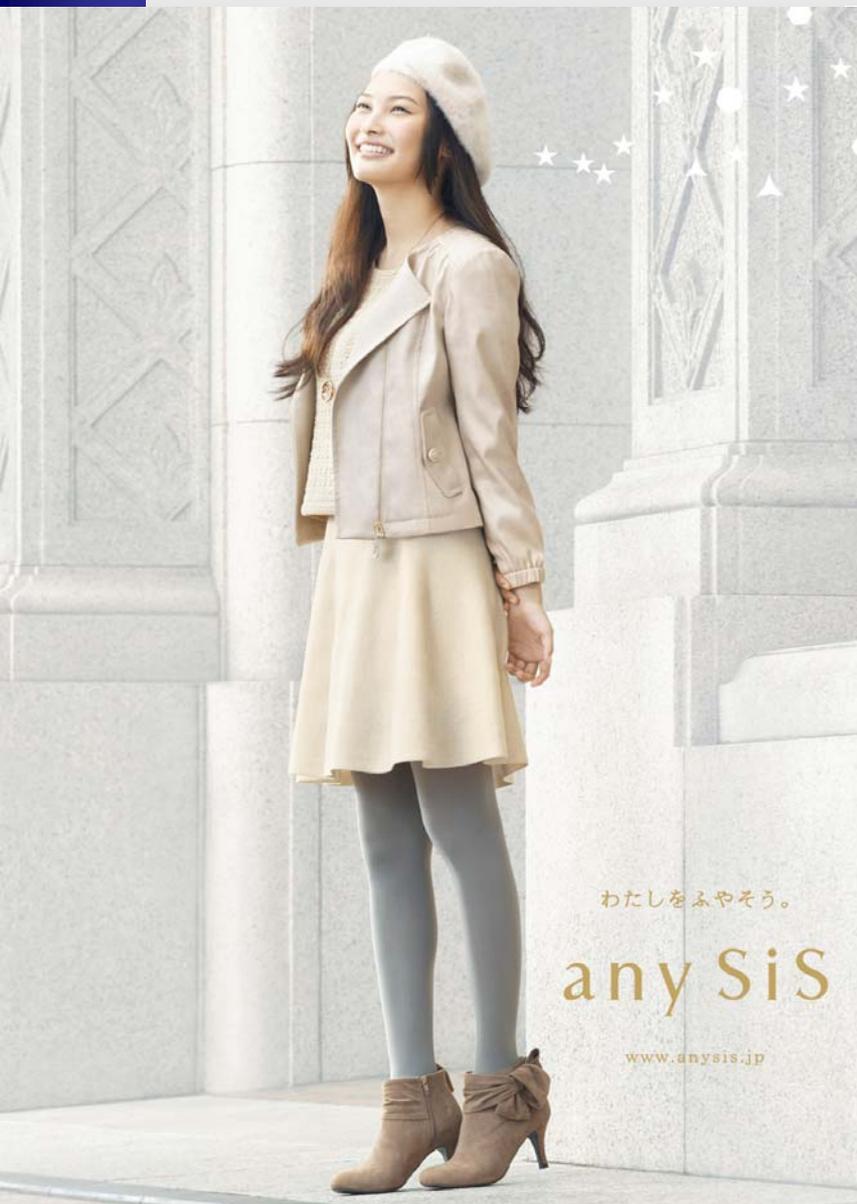
決算概要

| | |
|--------------|-----|
| 連結業績..... | 2 |
| 連結P/L実績..... | 3 |
| 地域別の実績..... | 4 |
| 国内事業実績..... | 5-6 |
| 海外事業実績..... | 7 |

業績予想

| | |
|----------------|-------|
| 連結業績予想..... | 8 |
| 連結P/L予想..... | 9 |
| 地域別の予想 | 10 |
| 営業利益の増減要因..... | 11 |
| 国内事業計画..... | 12-13 |
| 海外事業計画..... | 14 |

DATA BOOK



売上高

1,321億円

(前年比 $\Delta 0.4\%$) (計画比 $\Delta 3.2\%$)

営業利益

26億円

(前年比 $\Delta 29.4\%$) (計画比 $\Delta 35.6\%$)

経常利益

30億円

(前年比 $\Delta 37.1\%$) (計画比 $\Delta 37.5\%$)

国内事業は第2四半期が厳しい状況
海外事業は計画通り改善が進む

2015年2月期上期 連結P/L実績

(百万円)

| | 上期実績 | | | | 上期計画 | | |
|------------|---------|---------|--------|---------|---------|--------|---------|
| | 02/15 | 02/14 | 増減 | 前年比 (%) | 02/15 | 増減 | 計画比 (%) |
| 売上高 | 132,125 | 132,719 | △594 | △0.4% | 136,500 | △4,375 | △3.2% |
| 売上総利益 | 62,560 | 62,765 | △205 | △0.3% | 64,900 | △2,340 | △3.6% |
| 売上総利益率 (%) | 47.3% | 47.3% | | ±0% | 47.5% | | △0.2% |
| 営業費 | 59,983 | 59,114 | 869 | 1.5% | 60,900 | △917 | △1.5% |
| 営業费率 (%) | 45.4% | 44.5% | | 0.9% | 44.6% | | 0.8% |
| 営業利益 | 2,577 | 3,651 | △1,074 | △29.4% | 4,000 | △1,423 | △35.6% |
| 営業利益率 (%) | 2.0% | 2.8% | | △0.8% | 2.9% | | △0.9% |
| 経常利益 | 3,001 | 4,771 | △1,770 | △37.1% | 4,800 | △1,799 | △37.5% |
| 経常利益率 (%) | 2.3% | 3.6% | | △1.3% | 3.5% | | △1.2% |
| 特別利益 | 2,976 | 1,075 | 1,901 | 176.8% | 700 | 2,276 | 325.1% |
| 特別損失 | 501 | 125 | 376 | 300.8% | 300 | 201 | 67.0% |
| 当期純利益 | 1,702 | 1,651 | 51 | 3.1% | 1,700 | 2 | 0.1% |
| 当期純利益率 (%) | 1.3% | 1.2% | | 0.1% | 1.2% | | 0.1% |

2015年2月期上期 地域別の実績

(百万円)

| 売上高 | 上期実績 | | | 上期計画 | |
|------------|---------|---------|--------|---------|--------|
| | 02/15 | 02/14 | 前年比(%) | 02/15計画 | 計画比(%) |
| HD+オンワード樫山 | 75,639 | 75,581 | 0.1% | 76,800 | △1.5% |
| その他国内 | 38,210 | 37,735 | 1.3% | 41,167 | △7.2% |
| 国内計 | 113,849 | 113,316 | 0.5% | 117,967 | △3.5% |
| 欧州 | 20,822 | 21,795 | △4.5% | 22,752 | △8.5% |
| アジア | 3,377 | 3,918 | △13.8% | 3,490 | △3.2% |
| 米国 | 2,559 | 2,383 | 7.4% | 2,371 | 7.9% |
| 海外計 | 26,758 | 28,096 | △4.8% | 28,613 | △6.5% |
| 単純合算計 | 140,607 | 141,412 | △0.6% | 146,580 | △4.1% |
| 連結消去 | △8,482 | △8,693 | | △10,080 | |
| 売上高合計 | 132,125 | 132,719 | △0.4% | 136,500 | △3.2% |

売上高

- オンワード樫山
 - ・消費回復の遅れから、主力のレディースブランドが第2四半期に前年を下回る
 - ・特にセール売上高は、開催時期の分散や盛夏商品の不足により盛り上がり欠ける結果
- その他国内および海外
 - ・各子会社ともに、特に第2四半期が不調
 - ・欧州は積極的な売上拡大を計画したジル・サンダー ネイビーの計画未達とジル・サンダー日本事業の移管(△6億円 ※連結合計に影響なし)による減少

売上総利益

- オンワード樫山
 - 生産コストの上昇と夏物在庫の増加による評価損により、前年比△0.5%となる
- 連結
 - 国内子会社は円安の影響はあったものの、海外子会社の改善もあり前年とイーブン

営業費

オンワード樫山を中心に売上の状況に対応した経費コントロールを実施

営業利益/経常利益

国内事業の厳しい状況により、前年・計画ともに大きく下回った

| 営業利益 | 上期実績 | | | 上期計画 | |
|------------|--------|--------|--------|---------|--------|
| | 02/15 | 02/14 | 前年比(%) | 02/15計画 | 計画比(%) |
| HD+オンワード樫山 | 3,980 | 4,187 | △4.9% | 4,300 | △7.4% |
| その他国内 | 643 | 1,487 | △56.8% | 1,506 | △57.3% |
| 国内計 | 4,623 | 5,674 | △18.5% | 5,806 | △20.4% |
| 欧州 | △423 | △685 | ↗ | △478 | ↗ |
| アジア | △98 | 8 | ↘ | 98 | ↘ |
| 米国 | △2 | △169 | ↗ | △9 | ↗ |
| 海外計 | △523 | △846 | ↗ | △389 | ↘ |
| 単純合算合計 | 4,100 | 4,828 | △15.1% | 5,417 | △24.3% |
| 連結消去 | △1,523 | △1,177 | | △1,417 | |
| 営業利益合計 | 2,577 | 3,651 | △29.4% | 4,000 | △35.6% |

☆ 地域別および子会社別については、相殺消去前の数値になります

オンワード樫山

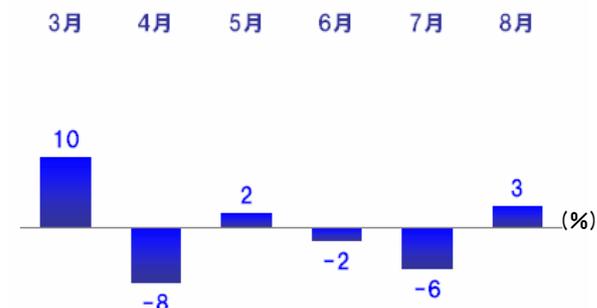
(百万円)

| | 売上高 | (前年±) | 営業利益 | (前年±) | 経常利益 | (前年±) |
|------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| HD+オンワード樫山 | 75,639 | 0.1% | 3,980 | △4.9% | 4,768 | △6.5% |

第1～2四半期業績の推移（期間計/前年対比）

| | 第1四半期 | | | 第2四半期 | | | 上期計 | | |
|-----------|-------|------|-------|-------|------|-------|------|------|-------|
| | 実績 | 前年 | | 実績 | 前年 | | 実績 | 前年 | |
| | | (差額) | (%) | | (差額) | (%) | | (差額) | (%) |
| 売上高 | 428 | +7 | +1.7% | 328 | △6 | △1.9% | 756 | +1 | +0.1% |
| 売上総利益 | 226 | +1 | +0.4% | 150 | △5 | △2.9% | 376 | △4 | △0.9% |
| 売上総利益率(%) | 52.9 | | △0.6% | 45.6 | | △0.5% | 49.7 | | △0.5% |
| 営業費 | 166 | △0.7 | △0.4% | 170 | △0.8 | △0.5% | 336 | △1.5 | △0.4% |
| 営業利益 | 60 | +2 | +2.9% | △20 | △4 | | 40 | △2 | △4.9% |

月次売上の推移（前年対比）



第1四半期

3～4月は消費税率引上げの影響をふまえた計画どおりに推移したが、5月は主力のレディスブランドの回復が遅れ計画を下回った/ メンズは、スーツを中心としたビジネスウェアが堅調に推移

第2四半期

消費回復の遅れの影響から、7月は夏物セールが苦戦/ 特にレディスの主力ブランドが売上減となった

- Eビジネスは上期を通じて、自社サイトでの販売が好調に推移し、売上高33億円(前年比+37%)となった

国内子会社

| | 売上高 | (前年±) | 営業利益 | (前年±) | 経常利益 | (前年±) |
|------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| オンワード商事 | 7,636 | △7.4% | 610 | △7.4% | 617 | △7.6% |
| チャコット | 5,658 | 2.0% | 443 | △7.5% | 427 | △10.1% |
| クリエイティブヨーコ | 3,183 | 4.5% | 9 | △70.0% | 37 | △41.3% |
| アイランド | 4,012 | △0.4% | 519 | △14.9% | 503 | △16.4% |
| バースグループ | 2,506 | △19.2% | △ 579 | | △ 575 | |
| アクロストラנסポート | 5,758 | △0.4% | 40 | △60.4% | 40 | △65.5% |
| オンワードクリエイティブセンター | 2,099 | △20.9% | 10 | △58.3% | 11 | △54.2% |

● オンワード商事（ユニフォーム・セールスプロモーション商品等）

- ・ ユニフォームの新規大型受注が前年と比較して少なかったことにより、売上高・営業利益ともに前年を下回った
- ・ ただし、上期における商談/受注活動は順調に進行し、下期に向けて前年を大幅に上回る新規受注を獲得したことから、通期は増収増益を見込む

● チャコット（舞台・演劇・バレエ用品等）

- ・ 新体操の手具等、ヨーロッパを中心とした海外取引が順調に拡大
- ・ 生産コストの上昇と夏物在庫の評価損の増加により一時的に粗利益率が低下

● クリエイティブヨーコ（ペット関連用品等）

- ・ 大型店を中心に堅調に推移したものの、物流費等の製造経費の増加により粗利益率が低下

● アイランド（婦人服・雑貨等）

- ・ 第1四半期までは厳しい状況が続いたが、第2四半期以降は回復基調となった

● バースグループ（ヤングカジュアル婦人服・雑貨等）

- ・ 主力ブランドの売上不振とアジアにおける生産コストの上昇により赤字幅が拡大

● アクロストラנסポート（ファッション物流事業等）

- ・ 百貨店関連の輸送・納品代行の減少と事業拡大に伴う設備費用の増加により減益

● オンワードクリエイティブセンター（商業施設の設計・施工等）

- ・ グループ内の受託減少（連結影響なし）の影響を受けたものの、収益性の高いデンタル事業（外部売上）の拡大により、実質的な利益を確保

| | 売上高 | (前年±) | 営業利益 | (前年±) | 経常利益 | (前年±) |
|------------------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|
| オンワードラグジュアリーグループ | 14,156 | △10.2% | △ 235 | | △ 115 | |
| ジョゼフグループ | 5,870 | 10.1% | △ 180 | | △ 73 | |

>> 地域別の売上高・利益の上期実績は、P4 を参照

欧州

※ 欧州は12月～5月の実績になります

オンワードラグジュアリーグループ

<ジボ・コーグループ事業>

- ・ ライセンスブランドの増加により受注拡大がはかれたものの、出荷の期ずれにより売上高が減少
- ・ 運営の効率化により営業利益は計画通り

<ジル・サンダー事業>

- ・ 企画チームの変更もあり、ジル・サンダー ネイビーの小売が計画未達、また、日本事業の移管による影響(△6億円)により売上高が減少
- ・ 新体制による効率化やセールスキャンペーンの簡素化によるコスト削減で利益は計画以上に改善

ジョゼフ

- ・ 第1四半期のセール不振はあったものの、第2四半期のプロパー売上回復と上期を通じた卸売・Eコマースの好調により増収
- ・ 粗利益率の改善がはかれたものの、為替差損の影響により利益はマイナスとなった

アジア

※ アジア・米国は1月～6月の実績になります

- ・ 中国における高級品の消費低迷が継続し、特に春節商戦が不振
- ・ 不採算店舗の整理によるコスト削減の効果が第2四半期から実現

米国

- ・ ブランド事業は、企画生産機能の整理や経費コントロールにより、経営効率が改善
- ・ リゾート事業(ガム)は、施設利用率の増加等により収益性が向上

ONWARD



売上高

1,534億円

(前年比 +4.1%)

営業利益

85億円

(前年比 +30.1%)

経常利益

93億円

(前年比 +25.0%)

国内事業・海外事業ともに
主要な事業会社が回復し増収増益を見込む

2015年2月期下期 連結P/L予想

(百万円)

| | 上期実績 | | 下期予想 | | 通期予想 | | | 下期 (期初計画対比) | |
|------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-------------|---------|
| | 02/15 | 前年比 (%) | 02/15 | 前年比 (%) | 02/15 | 02/14 | 前年比 (%) | 02/15計画 | 計画比 (%) |
| 売上高 | 132,125 | △0.4% | 153,375 | 4.1% | 285,500 | 280,007 | 2.0% | 154,200 | △0.5% |
| 売上総利益 | 62,560 | △0.3% | 72,240 | 6.3% | 134,800 | 130,737 | 3.1% | 72,600 | △0.5% |
| 売上総利益率 (%) | 47.3% | ±0% | 47.1% | 1.0% | 47.2% | 46.7% | 0.5% | 47.1% | ±0% |
| 営業費 | 59,983 | 1.5% | 63,717 | 3.7% | 123,700 | 120,537 | 2.6% | 64,300 | △0.9% |
| 営業費率 (%) | 45.4% | 0.9% | 41.5% | △0.2% | 43.3% | 43.0% | 0.3% | 41.7% | △0.2% |
| 営業利益 | 2,577 | △29.4% | 8,523 | 30.1% | 11,100 | 10,200 | 8.8% | 8,300 | 2.7% |
| 営業利益率 (%) | 2.0% | △0.8% | 5.6% | 1.2% | 3.9% | 3.6% | 0.3% | 5.4% | 0.2% |
| 経常利益 | 3,001 | △37.1% | 9,299 | 25.0% | 12,300 | 12,211 | 0.7% | 8,900 | 4.5% |
| 経常利益率 (%) | 2.3% | △1.3% | 6.1% | 1.0% | 4.3% | 4.4% | △0.1% | 5.8% | 0.3% |
| 当期純利益 | 1,702 | 3.1% | 3,298 | 9.7% | 5,000 | 4,658 | 7.3% | 3,700 | △10.9% |
| 当期純利益率 (%) | 1.3% | 0.1% | 2.2% | 0.2% | 1.8% | 1.7% | 0.1% | 2.4% | △0.2% |

2015年2月期下期 地域別の予想

(百万円)

| 売上高 | 上期実績 | | 下期予想 | | 通期予想 | |
|------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------------|
| | 02/15 | 前年比 (%) | 02/15 | 前年比 (%) | 02/15 | 02/14 前年比 (%) |
| HD+オンワード樫山 | 75,639 | 0.1% | 85,861 | 1.8% | 161,500 | 159,930 1.0% |
| その他国内 | 38,210 | 1.3% | 42,159 | 15.9% | 80,369 | 74,100 8.5% |
| 国内計 | 113,849 | 0.5% | 128,020 | 6.1% | 241,869 | 234,030 3.3% |
| 欧州 | 20,822 | △4.5% | 25,656 | △6.5% | 46,478 | 49,220 △5.6% |
| アジア | 3,377 | △13.8% | 4,616 | △3.5% | 7,993 | 8,699 △8.1% |
| 米国 | 2,559 | 7.4% | 2,807 | 1.3% | 5,366 | 5,155 4.1% |
| 海外計 | 26,758 | △4.8% | 33,079 | △5.4% | 59,837 | 63,074 △5.1% |
| 単純合算計 | 140,607 | △0.6% | 161,099 | 3.5% | 301,706 | 297,104 1.5% |
| 連結消去 | △8,482 | | △7,724 | | △16,206 | △17,097 |
| 売上高 合計 | 132,125 | △0.4% | 153,375 | 4.1% | 285,500 | 280,007 2.0% |

売上高

- 国内
 - ・ オンワード樫山は、主カブランドおよび新流通の再強化により拡大
 - ・ その他国内子会社は、インポートブランド事業の新規子会社「オンワード グローバル ファッション」への移管により増加 (+33億円 ※連結影響なし)
 - ・ その他主力子会社の改善
- 海外
 - ・ 欧州は、ジル・サンダーの日本事業移管により減少 (△11億円 ※連結影響なし)
 - ・ アジアは、不採算店舗のスクラップをさらに進める

売上総利益

- 国内
 - ・ オンワード樫山は、原価率の低減とプロパー売上向上による改善
 - ・ その他子会社は、生産効率の向上/仕入コスト削減による改善

- 海外
 - ・ 欧州は、デザイナー関連費用の削減および効率化により大幅改善

営業費

- 国内
 - 売上状況に見合った経費コントロールを行い、経費率の低減をはかる
- 海外
 - アジア、米国は不採算の事業/店舗を廃止し、効率運営をはかる

営業利益 / 経常利益

- 国内
 - オンワード樫山をはじめ主要子会社が回復
- 海外
 - 欧州の各事業会社が収益改善

| 営業利益 | 上期実績 | | 下期予想 | | 通期予想 | |
|------------|--------|---------|--------|---------|--------|---------------|
| | 02/15 | 前年比 (%) | 02/15 | 前年比 (%) | 02/15 | 02/14 前年比 (%) |
| HD+オンワード樫山 | 3,980 | △4.9% | 8,220 | 10.1% | 12,200 | 11,655 4.7% |
| その他国内 | 643 | △56.8% | 1,841 | 105.7% | 2,484 | 2,382 4.3% |
| 国内計 | 4,623 | △18.5% | 10,061 | 20.3% | 14,684 | 14,037 4.6% |
| 欧州 | △423 | ↗ | 1,878 | 317.3% | 1,455 | △235 ↗ |
| アジア | △98 | ↘ | △232 | ↗ | △330 | △254 ↘ |
| 米国 | △2 | ↗ | △102 | ↗ | △104 | △482 ↘ |
| 海外計 | △523 | ↗ | 1,544 | ↗ | 1,021 | △971 ↗ |
| 単純合算計 | 4,100 | △15.1% | 11,605 | 40.9% | 15,705 | 13,066 20.2% |
| 連結消去 | △1,523 | | △3,082 | | △4,605 | △2,866 |
| 営業利益 合計 | 2,577 | △29.4% | 8,523 | 30.1% | 11,100 | 10,200 8.8% |

☆ 地域別および子会社別については、相殺消去前の数値になります

利益の改善要因

(単位：百万円)

| | セグメント | 対前年増減額 | 主な改善要因 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|------------------|-----------------------|--|------------------|----------|----------------------|----------|--------|-----------------------|------------|--------|-------------------|-------|--------|------------------|---------|--------|-------------------|--|--|-------------------|--|--|
| 国内 | HD+オンワード樺山 | +750 | <ul style="list-style-type: none"> ・ プロパー売上向上による営業利益の改善（営業利益率を2013/02期水準へ） ・ 収益性の高いECビジネスの拡大 ・ 新流通既存ブランド（any SiS）のブランディング強化・拡大 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | アパレル主要子会社 | +910 | <table border="0"> <tr> <td>オンワード商事</td> <td>(+270)</td> <td>新規受注の大幅拡大（大型案件の確定）</td> </tr> <tr> <td>チャコット</td> <td>(+180)</td> <td>生産の構造改革と収益性の高い商品の販売拡大</td> </tr> <tr> <td>クリエイティブヨーコ</td> <td>(+160)</td> <td>仕入れの見直しによる粗利益率の改善</td> </tr> <tr> <td>アイランド</td> <td>(+130)</td> <td>不採算店舗の閉鎖によるコスト削減</td> </tr> <tr> <td>パースグループ</td> <td>(+170)</td> <td>主力店舗の売場拡大と販売体制の強化</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>不採算店舗の廃止による収益性の改善</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>主力ブランドのMD見直し</td> </tr> </table> | オンワード商事 | (+270) | 新規受注の大幅拡大（大型案件の確定） | チャコット | (+180) | 生産の構造改革と収益性の高い商品の販売拡大 | クリエイティブヨーコ | (+160) | 仕入れの見直しによる粗利益率の改善 | アイランド | (+130) | 不採算店舗の閉鎖によるコスト削減 | パースグループ | (+170) | 主力店舗の売場拡大と販売体制の強化 | | | 不採算店舗の廃止による収益性の改善 | | |
| オンワード商事 | (+270) | 新規受注の大幅拡大（大型案件の確定） | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| チャコット | (+180) | 生産の構造改革と収益性の高い商品の販売拡大 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| クリエイティブヨーコ | (+160) | 仕入れの見直しによる粗利益率の改善 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| アイランド | (+130) | 不採算店舗の閉鎖によるコスト削減 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| パースグループ | (+170) | 主力店舗の売場拡大と販売体制の強化 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 不採算店舗の廃止による収益性の改善 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 主力ブランドのMD見直し | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 国内合計 | | +1,660 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 海外 | 欧州 | +1,400 | <table border="0"> <tr> <td>オンワードラグジュアリーグループ</td> <td>(+1,100)</td> <td>ジル・サンダーのデザイナー関連費用の減少</td> </tr> <tr> <td>ジョゼフグループ</td> <td>(+300)</td> <td>新体制による経営の効率化</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>ジョゼフブランドの拡大</td> </tr> </table> | オンワードラグジュアリーグループ | (+1,100) | ジル・サンダーのデザイナー関連費用の減少 | ジョゼフグループ | (+300) | 新体制による経営の効率化 | | | ジョゼフブランドの拡大 | | | | | | | | | | | |
| | オンワードラグジュアリーグループ | (+1,100) | ジル・サンダーのデザイナー関連費用の減少 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ジョゼフグループ | (+300) | 新体制による経営の効率化 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | ジョゼフブランドの拡大 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 米国 | +200 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 北米事業の収益性の改善 ・ リゾート事業における高級志向の顧客層の拡大 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 海外合計 | | +1,600 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 合計 | | +3,260 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| その他増減 | | +110 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 下期増減額合計 | | + 3,370 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

オンワード樫山

| | 売上高 | (前年±) | 営業利益 | (前年±) | 経常利益 | (百万円) (前年±) |
|------------|--------|--------|-------|--------|-------|----------------|
| HD+オンワード樫山 | 85,861 | 101.8% | 8,220 | 110.1% | 8,832 | 108.2% |

徹底的にプロパーを考え、プロパー売上を向上 <適時/適量/適価/適品>

選択と集中

①【新流通の拡大】『any SiS』のブランディング強化

SC（ショッピングセンター）チャネルでの事業拡大を目的として
新たなブランドミューズを起用し、TVCMを含めた広告宣伝・販促キャンペーンを強化
『23区』『組曲』等のブランドファン予備軍のエントリーブランドと位置づけ
若い世代を含めた生活動線上にいる幅広い顧客層にアピール



『any SiS』広告宣伝・販促キャンペーン

②【新ブランド】『シェアパーク』の出店拡大

今下期、新規1店舗の立ち上げ → 2016年度の代官山 本店オープンを含め10店舗体制へ

③【ブランド・店舗の整理】不採算ブランド・店舗の廃止および改善を推進

赤字ブランドや将来性が見込めない事業の整理/不採算店舗のスクラップ

④【顧客接点の強化】共通ポイントカードの本格導入によりお客様との接点を強化

2014年9月より従来のブランド別ポイントカードを統合し、
ブランド共通ポイントカード『オンワードメンバーズ』の運用を全国2,000店舗超にてスタート
顧客データの分析により、メーカーとしての開発力（中枢）とお客様との接点強化をはかり、
消費者の価値観の変化をいち早く捉えた、一步先の『価値』の提供を可能にする



『シェアパーク』

● 売場の新規/リニューアル/中止(下期レインボー作戦)

| | | |
|--------|------|---------------------------------|
| 新規 | 52店舗 | |
| リニューアル | 88店舗 | |
| 廃止 | 81店舗 | ※ ブランド廃止 3店舗 出店先の業態変更/閉店 9店舗を含む |

国内子会社

(百万円)

| | 売上高 | (前年±) | 営業利益 | (前年±) | 経常利益 | (前年±) |
|------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| オンワード商事 | 8,235 | 14.0% | 678 | 65.0% | 688 | 62.3% |
| チャコット | 5,579 | 7.9% | 272 | 180.4% | 304 | 192.3% |
| クリエイティブヨーコ | 4,030 | 1.8% | 438 | 58.1% | 444 | 75.5% |
| アイランド | 4,632 | 5.6% | 740 | 21.9% | 741 | 23.7% |
| バースグループ | 2,399 | △21.0% | △ 274 | | △ 330 | |
| アクロストラנסポート | 6,178 | 3.0% | 129 | 61.3% | 125 | 54.3% |
| オンワードクリエイティブセンター | 2,301 | 8.1% | 60 | | 59 | |

● オンワード商事（ユニフォーム・セールスプロモーション商品等）

- ・ユニフォーム事業、セールスプロモーション事業ともに新規受注案件の増加による売上拡大を見込む
- ・利益率の高いユニフォーム事業の新規拡大と生産工場への早期・閑散期投入の推進により、粗利益率を改善

● チャコット（舞台・演劇・バレエ用品等）

- ・生産体制の構造改革による粗利益率の改善
- ・ヒット商品の創出等、収益性の高い商品の売上拡大
- ・スタジオ・飲食等を併設した大型路面店のスタート（2014年11月 東京 勝どきにオープン予定）

● クリエイティブヨーコ（ペット関連用品等）

- ・生産スケジュール、コスト管理による粗利益率の改善
- ・大型複合ショップの店舗拡大による収益性の高い事業の強化

● アイランド（婦人服・雑貨等）

- ・主力取引先を中心に店舗の大型化を推進するとともに販売力をさらに強化
- ・アクセサリー等の新規ビジネスによる新たな売上の拡大

● バースグループ（ヤングカジュアル婦人服・雑貨等）

- ・不採算店舗の閉店による収益性の改善

● アクロストラנסポート（ファッション物流事業等）

- ・物流・輸送事業ともに新規取引先の拡大をはかる

● オンワードクリエイティブセンター（商業施設の設計・施工等）

- ・収益性の高いデンタル事業を拡大

(百万円)

| | 売上高 | (前年±) | 営業利益 | (前年±) | 経常利益 | (前年±) |
|------------------|--------|--------|-------|--------|-------|-------|
| オンワードラグジュアリーグループ | 16,678 | △15.0% | 1,274 | | 1,165 | |
| ジョゼフグループ | 7,968 | 16.9% | 568 | 112.7% | 672 | 25.8% |

>> 地域別の売上高・利益の下期予想は、P10を参照

欧州

※ 欧州は6月～11月の計画になります

オンワードラグジュアリーグループ

<ジボ・コーグループ事業>

- ・新体制への移行の影響により、2014 年秋冬商品の受注は減少したものの、2015年春夏商品は回復基調

<ジル・サンダー事業>

- ・デザイナー関連の製造費用の減少による粗利益率の改善
- ・ジル・サンダー ネイビーの欧米小売の拡大(スイス、ドイツ、北米に直営店をオープン)
- ・新体制による効率化に伴うコスト削減

ジョゼフ

- ・ジョゼフブランドの拡大、プロパー売上の強化、北米2店舗の拡大、卸売の受注増により売上の2桁増と営業利益の改善を見込む

アジア

※ アジア・米国は7月～12月の計画になります

- ・中国において、優良既存店舗への経営資源の集中と不採算事業の廃止をさらに推進
- ・ヤングカジュアルブランド(オンワードグループのブランドを活用)のアジアにおける展開拡大

米国

- ・ブランド事業は、運営の効率化等により収益性を改善
- ・リゾート事業(ガム)は、予約システム等の強化をはかり、アジアの高級志向の顧客を獲得

DATA BOOK

主要連結子会社の実績・予想 (連結) 設備投資/減価償却

<主要連結子会社の実績・予想>

(百万円)

| セグメント別業績 | | 02/15期 上期実績 | | | | | | 02/15期 下期予想 | | | | | | 02/15期 通期予想 | | | | | | |
|----------|-----------------|------------------|--------|--------|--------|--------|---------|-------------|--------|--------|--------|-------|---------|-------------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|
| | | 売上高 | | 営業利益 | | 経常利益 | | 売上高 | | 営業利益 | | 経常利益 | | 売上高 | | 営業利益 | | 経常利益 | | |
| | | 当年 | 前年± | 当年 | 前年± | 当年 | 前年± | 当年 | 前年± | 当年 | 前年± | 当年 | 前年± | 当年 | 前年± | 当年 | 前年± | 当年 | 前年± | |
| 国内 | オンワードHD+オンワード樺山 | 75,639 | 58 | 3,980 | △207 | 4,768 | △332 | 85,861 | 1,512 | 8,220 | 752 | 8,832 | 668 | 161,500 | 1,570 | 12,200 | 545 | 13,600 | 336 | |
| | 国内子会社 | オンワード商事 | 7,636 | △612 | 610 | △49 | 617 | △51 | 8,235 | 1,013 | 678 | 267 | 688 | 264 | 15,871 | 401 | 1,288 | 218 | 1,305 | 213 |
| | | チャコット | 5,658 | 112 | 443 | △36 | 427 | △48 | 5,579 | 407 | 272 | 175 | 304 | 200 | 11,237 | 519 | 715 | 139 | 731 | 152 |
| | | クリエイティブヨーコ | 3,183 | 137 | 9 | △21 | 37 | △26 | 4,030 | 71 | 438 | 161 | 444 | 191 | 7,213 | 208 | 447 | 140 | 481 | 165 |
| | | アイランド | 4,012 | △16 | 519 | △91 | 503 | △99 | 4,632 | 246 | 740 | 133 | 741 | 142 | 8,644 | 230 | 1,259 | 42 | 1,244 | 43 |
| | | ハースグループ | 2,506 | △594 | △579 | △336 | △575 | △330 | 2,399 | △637 | △274 | 167 | △330 | △27 | 4,905 | △1,231 | △853 | △169 | △905 | △357 |
| | | アクロストラנסポート | 5,758 | △23 | 40 | △61 | 40 | △76 | 6,178 | 178 | 129 | 49 | 125 | 44 | 11,936 | 155 | 169 | △12 | 165 | △32 |
| | | オンワードクリエイティブセンター | 2,099 | △556 | 10 | △14 | 11 | △13 | 2,301 | 173 | 60 | 72 | 59 | 70 | 4,400 | △383 | 70 | 58 | 70 | 57 |
| | | その他 | 7,358 | 2,027 | △409 | △236 | △407 | △264 | 8,805 | 4,343 | △202 | △78 | △210 | △89 | 16,163 | 6,370 | △611 | △314 | △617 | △353 |
| | 国内子会社 計 | 38,210 | 475 | 643 | △844 | 653 | △907 | 42,159 | 5,794 | 1,841 | 946 | 1,821 | 795 | 80,369 | 6,269 | 2,484 | 102 | 2,474 | △112 | |
| 国内 計 | 113,849 | 533 | 4,623 | △1,051 | 5,421 | △1,239 | 128,020 | 7,306 | 10,061 | 1,698 | 10,653 | 1,463 | 241,869 | 7,839 | 14,684 | 647 | 16,074 | 224 | | |
| 海外 | 欧州 | オンワードラグジュアリーグループ | 14,156 | △1,602 | △235 | 283 | △115 | 380 | 16,678 | △2,954 | 1,274 | 1,109 | 1,165 | 986 | 30,834 | △4,556 | 1,039 | 1,392 | 1,050 | 1,366 |
| | | ジョセフグループ | 5,870 | 537 | △180 | △10 | △73 | 48 | 7,968 | 1,154 | 568 | 301 | 672 | 138 | 13,838 | 1,691 | 388 | 291 | 599 | 186 |
| | | その他 | 796 | 92 | △8 | △11 | △7 | △49 | 1,010 | 31 | 36 | 18 | 38 | 39 | 1,806 | 123 | 28 | 7 | 31 | △10 |
| | 欧州 計 | 20,822 | △973 | △423 | 262 | △195 | 379 | 25,656 | △1,769 | 1,878 | 1,428 | 1,875 | 1,163 | 46,478 | △2,742 | 1,455 | 1,690 | 1,680 | 1,542 | |
| | アジア 計 | 3,377 | △541 | △98 | △106 | △111 | △169 | 4,616 | △165 | △232 | 30 | △221 | △42 | 7,993 | △706 | △330 | △76 | △332 | △211 | |
| | 米国 計 | 2,559 | 176 | △2 | 167 | 60 | 160 | 2,807 | 35 | △102 | 211 | △118 | 205 | 5,366 | 211 | △104 | 378 | △58 | 365 | |
| 海外 計 | 26,758 | △1,338 | △523 | 323 | △246 | 370 | 33,079 | △1,899 | 1,544 | 1,669 | 1,536 | 1,326 | 59,837 | △3,237 | 1,021 | 1,992 | 1,290 | 1,696 | | |
| 合計(単純合算) | 140,607 | △805 | 4,100 | △728 | 5,175 | △869 | 161,099 | 5,407 | 11,605 | 3,367 | 12,189 | 2,789 | 301,706 | 4,602 | 15,705 | 2,639 | 17,364 | 1,920 | | |
| 連結 消去 | △8,482 | 211 | △1,523 | △346 | △2,174 | △901 | △7,724 | 680 | △3,082 | △1,393 | △2,890 | △930 | △16,206 | 891 | △4,605 | △1,739 | △5,064 | △1,831 | | |
| 連結 合計 | 132,125 | △594 | 2,577 | △1,074 | 3,001 | △1,770 | 153,375 | 6,087 | 8,523 | 1,974 | 9,299 | 1,859 | 285,500 | 5,493 | 11,100 | 900 | 12,300 | 89 | | |

<設備投資>

(百万円)

| | 02/08 | 02/09 | 02/10 | 02/11 | 02/12 | 02/13 | 02/14 | 02/15 上期 | 02/15 通期予想 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------------|---------------|
| 連結 | 9,566 | 4,178 | 5,794 | 5,405 | 6,230 | 8,948 | 16,750 | 17,006 | 28,200 |
| HD+樺山 | 5,255 | 2,470 | 3,273 | 3,232 | 3,320 | 5,044 | 12,309 | 14,826 | 24,200 |

<減価償却>

(百万円)

| | 02/08 | 02/09 | 02/10 | 02/11 | 02/12 | 02/13 | 02/14 | 02/15 上期 | 02/15 通期予想 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------------|---------------|
| 連結 | 7,340 | 5,986 | 5,747 | 5,642 | 5,478 | 5,721 | 6,202 | 3,408 | 6,800 |
| HD+樺山 | 5,109 | 4,639 | 3,764 | 3,590 | 3,374 | 3,263 | 3,168 | 1,716 | 3,600 |

<オンワード樫山> 売上/売場面積 (品種・チャネル別)

☆ インポート事業移管のため、前年値を一部調整して対比を行っています

<品種別>

(百万円)

| | 02/15期 上期実績 | | | 02/15期 下期予想 | | | 02/15期 通期予想 | | | |
|-----|-------------|--------|--------|-------------|--------|--------|-------------|---------|--------|--------|
| | 金額 | 前年 | 増減比 | 金額 | 前年 | 増減比 | 金額 | 前年 | 増減比 | 構成比 |
| 紳士服 | 16,644 | 16,314 | 2.0% | 21,328 | 20,758 | 2.7% | 37,972 | 37,072 | 2.4% | 23.5% |
| 婦人服 | 52,786 | 53,053 | △0.5% | 57,921 | 57,350 | 1.0% | 110,707 | 110,403 | 0.3% | 68.6% |
| 子供服 | 3,176 | 3,065 | 3.6% | 3,840 | 3,720 | 3.2% | 7,016 | 6,785 | 3.4% | 4.3% |
| 和装 | 694 | 796 | △12.8% | 436 | 612 | △28.8% | 1,130 | 1,408 | △19.7% | 0.7% |
| その他 | 2,339 | 2,353 | △0.6% | 2,336 | 1,909 | 22.4% | 4,675 | 4,262 | 9.7% | 2.9% |
| 合計 | 75,639 | 75,581 | 0.1% | 85,861 | 84,349 | 1.8% | 161,500 | 159,930 | 1.0% | 100.0% |

<チャネル別>

| | 02/15期 上期実績 | | | 02/15期 下期予想 | | | 02/15期 通期予想 | | | |
|---------|-------------|--------|-------|-------------|--------|--------|-------------|---------|--------|--------|
| | 金額 | 前年 | 増減比 | 金額 | 前年 | 増減比 | 金額 | 前年 | 増減比 | 構成比 |
| 百貨店 | 53,361 | 54,712 | △2.5% | 62,725 | 62,717 | 0.0% | 116,086 | 117,429 | △1.1% | 71.9% |
| 新流通 | 17,217 | 16,124 | 6.8% | 18,149 | 17,271 | 5.1% | 35,366 | 33,395 | 5.9% | 21.9% |
| 専門店 | 1,850 | 1,668 | 10.9% | 2,191 | 1,885 | 16.2% | 4,041 | 3,553 | 13.7% | 2.5% |
| チェーンストア | 250 | 264 | △5.3% | 293 | 378 | △22.5% | 543 | 642 | △15.4% | 0.3% |
| その他 | 2,961 | 2,813 | 5.3% | 2,503 | 2,098 | 19.3% | 5,464 | 4,911 | 11.3% | 3.4% |
| 合計 | 75,639 | 75,581 | 0.1% | 85,861 | 84,349 | 1.8% | 161,500 | 159,930 | 1.0% | 100.0% |

<百貨店・新流通の売場面積の推移>

| | | 02/09 | | 02/10 | | 02/11 | | 02/12 | | 02/13 | | 02/14 | | 02/15上期 | | 02/15予想 | |
|-----|-----------------------|----------|-------|----------|--------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|
| | | 売上高(百万円) | 増減比 | 売上高(百万円) | 増減比 | 売上高(百万円) | 増減比 | 売上高(百万円) | 増減比 | 売上高(百万円) | 増減比 | 売上高(百万円) | 増減比 | 売上高(百万円) | 増減比 | 売上高(百万円) | 増減比 |
| 百貨店 | 売上高(百万円) | 135,031 | △9.1% | 119,663 | △11.4% | 119,051 | △0.5% | 115,579 | △2.9% | 119,376 | 3.3% | 117,429 | △1.6% | 53,361 | △2.5% | 116,086 | △1.1% |
| | 売場面積(m ²) | 173,500 | △1.0% | 165,800 | △4.4% | 162,105 | △2.2% | 159,682 | △1.5% | 155,986 | △2.3% | 146,215 | △6.3% | 146,155 | △2.6% | 142,377 | △2.6% |
| 新流通 | 売上高(百万円) | 32,066 | △3.6% | 28,218 | △12.0% | 27,160 | △3.7% | 26,361 | △2.9% | 29,564 | 12.2% | 33,395 | 13.0% | 17,217 | 6.8% | 35,366 | 5.9% |
| | 売場面積(m ²) | 92,400 | △0.7% | 86,900 | △6.0% | 85,567 | △1.5% | 84,500 | △1.2% | 86,449 | 2.3% | 84,257 | △2.5% | 86,545 | 0.2% | 87,392 | 3.7% |

<オンワード樫山> 基幹・主要ブランドの売上高

<基幹・主要ブランドの売上高>

(百万円)

| ブランド | 02/15 上期実績 | | | 02/15 下期予想 | | | 02/15 通期予想 | | | 構成比 |
|-------------------------------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|-------------|----------------|----------------|-------------|------------|
| | 金額 | 前年 | 増減比 | 金額 | 前年 | 増減比 | 金額 | 前年 | 増減比 | |
| 23区 (レディス) | 12,783 | 12,872 | △0.7% | 14,787 | 14,412 | 2.6% | 27,570 | 27,284 | 1.0% | 36% |
| 組曲 (レディス) | 5,575 | 5,526 | 0.9% | 6,150 | 6,019 | 2.2% | 11,725 | 11,545 | 1.6% | |
| ICB (レディス) | 3,951 | 4,125 | △4.2% | 5,094 | 4,965 | 2.6% | 9,045 | 9,090 | △0.5% | |
| 自由区 (レディス) | 4,546 | 4,438 | 2.4% | 5,019 | 4,858 | 3.3% | 9,565 | 9,296 | 2.9% | |
| 基幹ブランド 計 | 26,855 | 26,961 | △0.4% | 31,050 | 30,254 | 2.6% | 57,905 | 57,215 | 1.2% | |
| J. プレス (メンズ・レディス・子供) | 4,800 | 4,523 | 6.1% | 5,385 | 5,153 | 4.5% | 10,185 | 9,676 | 5.3% | 61% |
| カルバン・クライン プラティナム・レーベル (メンズ・レディス) | 2,347 | 2,370 | △1.0% | 3,003 | 2,987 | 0.5% | 5,350 | 5,357 | △0.1% | |
| 五大陸 (メンズ) | 2,706 | 2,435 | 11.1% | 2,234 | 2,024 | 10.4% | 4,940 | 4,459 | 10.8% | |
| ソニア・リキエル コレクション (レディス) | 1,790 | 1,925 | △7.0% | 2,100 | 2,098 | 0.1% | 3,890 | 4,023 | △3.3% | |
| ダックス (メンズ・ゴルフ) | 1,497 | 1,480 | 1.1% | 1,728 | 1,710 | 1.1% | 3,225 | 3,190 | 1.1% | |
| ポール・スミス (レディス) | 2,084 | 2,135 | △2.4% | 2,436 | 2,327 | 4.7% | 4,520 | 4,462 | 1.3% | |
| ジョゼフ (メンズ・レディス) | 2,174 | 2,036 | 6.8% | 2,766 | 2,506 | 10.4% | 4,940 | 4,542 | 8.8% | |
| ジェーンモア (レディス) | 1,428 | 1,445 | △1.2% | 1,507 | 1,490 | 1.1% | 2,935 | 2,935 | ±0.0 | |
| 百貨店主要ブランド 計 | 45,681 | 45,310 | 0.8% | 52,209 | 50,549 | 3.3% | 97,890 | 95,859 | 2.1% | |
| エニィ ファム (レディス・子供) | 4,002 | 4,118 | △2.8% | 4,498 | 4,430 | 1.5% | 8,500 | 8,548 | △0.6% | |
| エニィ スイス (レディス) | 4,191 | 4,058 | 3.3% | 5,014 | 4,479 | 11.9% | 9,205 | 8,537 | 7.8% | |
| フィールド・ドリーム (メンズ・レディス) | 1,834 | 1,802 | 1.8% | 2,036 | 1,875 | 8.6% | 3,870 | 3,677 | 5.2% | |
| 新流通主要ブランド 計 | 10,027 | 9,978 | 0.5% | 11,548 | 10,784 | 7.1% | 21,575 | 20,762 | 3.9% | |
| 基幹・主要ブランド 計 | 55,708 | 55,288 | 0.8% | 63,757 | 61,333 | 4.0% | 119,465 | 116,621 | 2.4% | 74% |

※ 通期売上高が30億円以上のブランドを記載しております。

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。