

ONWARD



2016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

日本発世界服



ONWARD

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
新規・廃止(子会社/ブランド)の状況...	11
国内事業計画.....	12-13
海外事業計画.....	14
今後の財務戦略について.....	15

DATA BOOK



売上高

2,635億円

(前年比 $\Delta 6.4\%$) (計画比 $\Delta 1.5\%$)

営業利益

38億円

(前年比 $\Delta 34.1\%$) (計画比 $\Delta 17.9\%$)

経常利益

55億円

(前年比 $\Delta 23.1\%$) (計画比 $\Delta 5.1\%$)

当期利益

43億円

(前年比 $+1.8\%$) (計画比 $\Delta 0.5\%$)

国内・海外事業ともに厳しい状況で推移
中期経営計画の始動に向けた
資産や事業の整理を実施

連結

- 国内事業は、冬物衣料の不振により下期売上回復ならず
- 海外事業は、アジアは収益改善がはかれたものの、欧州の苦戦が継続
- 中期経営計画の始動を見据え資産・事業の整理を実施

投資有価証券売却益 + 89億円
 固定資産/関係会社株式売却益 + 77億円
 減損損失(売場+のれん) △141億円

(百万円)

	上期実績			下期実績			通期実績			通期計画		
	2016年2月期	増減	前年比	2016年2月期	増減	前年比	2016年2月期	増減	前年比	2016年2月期	増減	計画比
売上高	125,495	△6,630	△5.0%	138,021	△11,355	△7.6%	263,516	△17,985	△6.4%	267,400	△3,884	△1.5%
売上総利益	57,755	△4,805	△7.7%	61,697	△4,806	△7.2%	119,452	△9,611	△7.4%	121,100	△1,648	△1.4%
(売上比)	46.0%		△1.3%	44.7%		0.2%	45.3%		△0.5%	45.3%		
営業費	57,530	△2,453	△4.1%	58,144	△5,205	△8.2%	115,674	△7,658	△6.2%	116,500	△826	△0.7%
(売上比)	45.8%		0.4%	42.1%		△0.3%	43.9%		0.1%	43.6%		0.3%
営業利益	225	△2,352	△91.3%	3,553	399	12.7%	3,778	△1,953	△34.1%	4,600	△822	△17.9%
(売上比)	0.2%		△1.8%	2.6%		0.5%	1.4%		△0.6%	1.7%		△0.3%
経常利益	1,347	△1,654	△55.1%	4,157	△4	△0.1%	5,504	△1,658	△23.1%	5,800	△296	△5.1%
(売上比)	1.1%		△1.2%	3.0%		0.2%	2.1%		△0.4%	2.2%		△0.1%
特別利益	4,516	1,540		12,022	8,992		16,538	10,532		7,600	8,938	
特別損失	373	△128		14,539	11,267		14,912	11,139		2,400	12,512	
当期純利益	1,920	218	12.8%	2,358	△144	△5.8%	4,278	74	1.8%	4,300	△22	△0.5%
(売上比)	1.5%		0.2%	1.7%			1.6%		0.1%	1.6%		

国内

- ・ オンワード樺山は、3月および11月以降の販売不振によりプロパー売上が減少し、粗利益率が低下
- ・ その他国内子会社は、不採算事業の廃止や新規事業等への投資が一巡し、下期利益の改善がはかれたものの、売上が伸長せず利益計画を下回る

海外

- ・ 欧州事業は、ジル・サンダー事業の不振が継続/ジョゼフグループの先行投資により利益計画を下回る
- ・ 北米、アジア事業は、事業再編および店舗の整理が進む

(百万円)

		上期実績		下期実績		通期実績			通期計画	
		2016年2月期	前年比 (%)	2016年2月期	前年比 (%)	2016年2月期	2015年2月期	前年比 (%)	2016年2月期	計画比 (%)
HD + オンワード樺山	売上高	69,918	△7.6%	78,414	△5.1%	148,332	158,273	△6.3%	148,700	△0.2%
	営業利益	2,337	△41.3%	5,000	△25.8%	7,337	10,716	△31.5%	7,800	△5.9%
その他国内	売上高	37,313	△2.3%	37,846	△7.2%	75,159	78,998	△4.9%	76,481	△1.7%
	営業利益	191	△70.3%	69		260	258	0.8%	1,166	△77.7%
国内計	売上高	107,231	△5.8%	116,260	△5.8%	223,491	237,271	△5.8%	225,181	△0.8%
	営業利益	2,528	△45.3%	5,069	△20.2%	7,597	10,974	△30.8%	8,966	△15.3%
欧州	売上高	19,228	△7.7%	22,750	△16.9%	41,978	48,208	△12.9%	43,410	△3.3%
	営業利益	△1,183		953	△30.6%	△230	950		△138	
アジア	売上高	3,736	10.6%	3,598	△28.9%	7,334	8,439	△13.1%	7,391	△0.8%
	営業利益	△92		△214		△306	△687		△107	
米国	売上高	2,897	13.2%	2,841	△16.4%	5,738	5,957	△3.7%	5,744	△0.1%
	営業利益	26		△127		△101	△232		△104	
海外計	売上高	25,861	△3.4%	29,189	△18.6%	55,050	62,604	△12.1%	56,545	△2.6%
	営業利益	△1,249		612	10.5%	△637	31		△349	
単純合算合計	売上高	133,092	△5.3%	145,449	△8.7%	278,541	299,875	△7.1%	281,726	△1.1%
	営業利益	1,279	△68.8%	5,681	△17.7%	6,960	11,005	△36.8%	8,617	△19.2%

注: 連結業績には上記の他、連結調整が含まれております。

オンワード樫山

(百万円)

	売上高	(前年士)	(計画士)	営業利益	(前年士)	(計画士)	経常利益	(前年士)	(計画士)
HD+オンワード樫山	148,332	△6.3%	△0.2%	7,337	△31.5%	△5.9%	8,962	△26.3%	△3.6%

四半期業績の推移(期間計/前年対比)

(億円)

	第1四半期		第2四半期		上期計		第3四半期		第4四半期		下期計		通期計	
	実績	前年 (差額)												
売上高	390	△37	309	△20	699	△57	410	△26	374	△16	784	△42	1,483	△99
売上総利益	204	21	141	△9	344	△32	219	△18	158	△12	377	△30	722	△62
売上総利益率(%)	52.2%	△0.7%	45.6%	±0	49.3%	△0.4%	53.5%	△1.0%	42.2%	△1.4%	48.1%	△1.2%	48.6%	△0.9%
営業費	160	△7	161	△8	321	△15	166	△10	161	△3	327	△13	648	△28
営業利益	44	△16	△21	△1	23	△16	53	△8	△3	△9	50	△17	73	△34

1Q

3月のプロパー売上が消費増税の反動減で苦戦。4月以降、「23区」等の基幹ブランドやメンズスーツが復調となったが、ショッピングセンター向けブランドを中心に回復が遅れ、売上計画を下回る。

2Q

クリアランスセール分散化に対し、プロパー強化施策を推進。一定の成果は得られたものの、効果は限定的で、粗利益率は前年並に留まる。市場回復の遅れからショッピングセンターブランドの苦戦が継続。

3Q

9-10月は堅調に推移したものの、11月以降の暖冬の影響もあり冬物衣料が苦戦。プロパー売上計画を大幅に下回り、粗利益率が低下。

4Q

冬物衣料の苦戦がクリアランスセールまで継続し、セール販売および評価損の拡大により粗利益率が低下。プロパー販売においては、春物の新作の動きは早かったものの、モチベーション需要(卒業・入学等)が苦戦。

- Eビジネスは、計画以上に推移し、通期売上高 86億円(前年比+17.4%)を達成

国内子会社

(百万円)

	売上高	(前年±)	(計画±)	営業利益	(前年±)	(計画±)	経常利益	(前年±)	(計画±)
オンワード商事	15,579	△0.6%	△0.9%	1,119	△11.2%	△6.9%	1,132	△11.1%	△6.6%
チャコット	11,119	1.5%	△0.5%	663	31.8%	△8.9%	650	29.2%	△6.5%
クリエイティブヨーコ	6,694	△3.6%	2.7%	201	14.2%	171.6%	230	△22.8%	98.3%
アイランド	8,743	2.2%	△1.6%	1,029	△17.5%	△16.3%	1,021	△20.2%	△19.5%
バースグループ	2,259	△52.3%	△5.9%	△ 523			△ 612		
アクロストラנסポート	11,746	△0.7%	2.0%	293	64.6%	37.6%	311	76.7%	42.0%
オンワードクリエイティブセンター	3,308	△23.0%	△8.5%	69	35.3%	△29.6%	69	35.3%	△29.6%

● 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）

- ・ 中核事業であるユニフォームの大型受注が減少し、利益計画を下回る

● チャコット（舞台・演劇・バレエ用品等）

- ・ 商品開発強化によるヒット商品の創出やインターネットを活用した広告宣伝の拡大により、収益性が向上

● クリエイティブヨーコ（ペット関連用品等）

- ・ ペット複合店舗やキャラクター新業態店舗(しろたんフレンズミュージアム)の大型店舗が堅調に推移

● アイランド（婦人服・雑貨等）

- ・ 新規事業への先行投資により、利益計画を下回る

● バースグループ（ヤングカジュアル婦人服・雑貨等）

- ・ 不採算事業の廃止効果は出たものの、旧年品在庫処分の影響により粗利益率が低下

● アクロストラנסポート（ファッション物流事業等）

- ・ グループ外売上を拡大し、収益性が向上

● 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）

- ・ グループ内受託の減少により売上計画を下回ったものの、デンタル事業(外部売上)が拡大し、収益性が改善

>> 地域別の売上高・利益の実績は、P4を参照

欧州

※ 欧州は2014年12月～2015年11月の実績になります

(百万円)

	売上高	(前年士)	(計画士)	営業利益	(前年士)	(計画士)	経常利益	(前年士)	(計画士)
オンワードラグジュアリーグループ	26,411	△19.1%	△1.7%	△ 500			667	△18.8%	
ジョゼフグループ	13,621	△0.7%	△6.3%	80	△78.6%	△75.0%	378	△39.9%	△32.9%

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

- ・ グループ外ブランドとのライセンス契約に関連した特殊要因による営業外収益を計上
- ・ 新規子会社 フリーランド社(ラグジュアリースポーツシューズの製造・販売)を8-11月期間(4か月)分連結

■ ジル・サンダー事業

- ・ 内外両方の要因により、小売・卸売ともに売上が減少し、粗利益率が低下
外部要因 (ロシア・中東の富裕層顧客の減少/欧州の情勢不安等)
内部要因 (アジア市場進出の遅れ/生産コントロールのトラブルによる遅延)

ジョゼフ

- ・ 冬物の重衣料が伸び悩み粗利益率が低下
- ・ デザインチームの人員体制強化のため投資を実施

アジア

※ アジア・米国は2015年1月～12月の実績になります

- ・ 中国事業においては、不採算店舗の廃止が一巡し、既存店の収益性が改善
- ・ 東南アジア事業においては、店舗の整理を継続して推進

米国

- ・ ブランド事業は、コスト削減と在庫圧縮により赤字幅が縮小
- ・ リゾート事業(グアム)は、アジア人観光客の取込みにより、ホテル事業が堅調に推移



売上高 2,540億円
(前年比 Δ 3.6%)

営業利益 45億円
(前年比 +19.1%)

経常利益 56億円
(前年比 +1.7%)

当期利益 45億円
(前年比 +5.2%)

国内・海外事業ともに選択と集中を推進し
経営効率を高め収益性を改善

連結

- ・ 中期経営計画の初年度において、国内・海外事業ともに収益改善を最優先課題とし、戦略的な経営資源の集中と不採算事業および店舗の廃止を推進
- ・ グループ全体で収益性の高いEC事業を拡大 <グループ計画> 150億円(前年比+25%)

(百万円)

	上期予想			下期予想			通期予想			
	2017年2月期	増減	前年比	2017年2月期	増減	前年比	2017年2月期	2016年2月期	増減	前年比
売上高	121,000	△4,495	△3.6%	133,000	△5,021	△3.6%	254,000	263,516	△9,516	△3.6%
売上総利益	55,800	△1,955	△3.4%	60,000	△1,697	△2.8%	115,800	119,452	△3,652	△3.1%
(売上比)	46.1%		0.1%	45.1%		0.4%	45.6%	45.3%		0.3%
営業費	55,300	△2,230	△3.9%	56,000	△2,144	△3.7%	111,300	115,674	△4,374	△3.8%
(売上比)	45.7%		△0.1%	42.1%			43.8%	43.9%		△0.1%
営業利益	500	275	122.2%	4,000	447	12.6%	4,500	3,778	722	19.1%
(売上比)	0.4%		0.2%	3.0%		0.4%	1.8%	1.4%		0.4%
経常利益	1,400	53	3.9%	4,200	43	1.0%	5,600	5,504	96	1.7%
(売上比)	1.2%		0.1%	3.2%		0.2%	2.2%	2.1%		0.1%
当期純利益	2,000	80	4.2%	2,500	142	6.0%	4,500	4,278	222	5.2%
(売上比)	1.7%		0.2%	1.9%		0.2%	1.8%	1.6%		0.2%

国内

- ・ オンワード樫山は、選択と集中による収益改善を推進するとともに、販売、生産、開発の強化策を実行
- ・ その他国内子会社は、成長分野での拡大とさらなる不採算事業の整理を推進

海外

- ・ 欧州事業は、中期戦略に基づいたジル・サンダー事業への投資を開始するとともに、新規子会社(シューズ・バッグ)を含めたグループシナジーを強化
- ・ アジア事業、米国事業は、事業整理の継続とEC強化により更なる収益改善をはかる

(百万円)

地域セグメント		上期予想		下期予想		通期予想		
		2017年2月期	前年比 (%)	2017年2月期	前年比 (%)	2017年2月期	2016年2月期	前年比 (%)
HD + オンワード樫山	売上高	69,200	△1.0%	77,300	△1.4%	146,500	148,332	△1.2%
	営業利益	2,400	2.7%	5,100	2.0%	7,500	7,337	2.2%
その他国内	売上高	31,147	△16.5%	32,580	△13.9%	63,727	75,159	△15.2%
	営業利益	698	265.4%	1,326	1,821.7%	2,024	260	678.5%
国内計	売上高	100,347	△6.4%	109,880	△5.5%	210,227	223,491	△5.9%
	営業利益	3,098	22.5%	6,426	26.8%	9,524	7,597	25.4%
欧州	売上高	20,264	5.4%	23,151	1.8%	43,415	41,978	3.4%
	営業利益	△614		957	0.4%	343	△230	
アジア	売上高	3,042	△18.6%	3,391	△5.8%	6,433	7,334	△12.3%
	営業利益	40		153		193	△306	
米国	売上高	2,539	△12.4%	2,695	△5.1%	5,234	5,738	△8.8%
	営業利益	0		△98		△98	△101	
海外計	売上高	25,845	△0.1%	29,237	0.2%	55,082	55,050	0.1%
	営業利益	△574		1,012	65.4%	438	△637	
単純合算合計	売上高	126,192	△5.2%	139,117	△4.4%	265,309	278,541	△4.8%
	営業利益	2,524	97.3%	7,438	30.9%	9,962	6,960	43.1%

注: 連結業績には上記の他、連結調整が含まれております。

2017年2月期 新規・廃止(子会社/ブランド)の状況

セグメント	<新規>		<廃止>		
	子会社/ブランド	概要	子会社/ブランド	概要	
国内	オンワード樺山	新規なし		不採算店舗等の廃止	
	国内子会社	オンワード・ジェイ・ブリッジ ティアクラッセ (※①)	新規子会社 ※ 2017年2月期より過期稼働 M&Aにより取得	アクロストランスポート	全株式を譲渡
海外	欧州	フリーランド (※②)	M&Aにより取得 ※ オンワードラグジュアリーグループに連結	廃止なし	
		モロー・バリ (※③)	M&Aにより取得 ※ オンワードラグジュアリーグループに連結		

※ 2016年4月現在の状況になります。2017年2月期の業績予想には、上記以外の進捗案件も一部含まれています。

- (※①) アパレル製品のECサイトの運営および企画・販売
- (※②) ラグジュアリースポーツシューズの製造・販売
- (※③) ラグジュアリーバッグの製造・販売

オンワード樫山

	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	146,500	△1.2%	7,500	2.2%	9,000	0.4%

「時勢を鑑みた選択と集中」による収益改善

主力ブランドの強化	 <p>23区 日本を代表するグローバルブランドへ圧倒的地位の確立</p>	 <p>自由区 ニュージェネレーションウーマンの核ブランドへ</p>	 <p>gotairiku メンズビジネスブランドの寡占化</p>	 <p>JOSEPH ライフスタイル軸へ領域の拡大</p>	 <p>シェアパーク 次世代核ブランドへの戦略的投資による拡大</p>
	販売	<p>■【EC】 オムニチャネル戦略推進により、リアルショップとの融合を進め、100億円事業へ</p> <p>■【店舗運営】 主力百貨店における大型売場を拡大(23区・五大陸)/不採算店舗の更なる削減</p>			
生産	<p>■【メーカー機能深化】 MD業務と生産管理業務の合理化や集中仕入によるローコスト化を推進するとともにメーカーとしての開発力を強化</p>				
開発	<p>■ アイテム特化型の新プロジェクトを複数推進</p>				

● 売場の新規/リニューアル/廃止 (上期レインボー作戦)

(新規) 12店舗 (リニューアル) 85店舗 (廃止) 113店舗 ※出店先の閉店 24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	15,800	1.4%	1,251	11.8%	1,261	11.4%
チャコット	11,353	2.1%	712	7.4%	758	16.6%
クリエイティブヨーコ	6,600	△1.4%	276	37.3%	289	25.7%
アイランド	9,009	3.0%	1,064	3.4%	1,049	2.7%
バースグループ	1,925	△14.8%	△248		△315	
オンワードクリエイティブセンター	3,250	△1.8%	69		69	

● 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)

- ・提案力強化や品質向上による基幹事業(企業ユニフォーム・セールスプロモーショングッズ)の安定的拡大
- ・拡大分野(スクール・メディカルユニフォーム)の新規開拓の強化

● チャコット(舞台・演劇・バレエ用品等)

- ・ダンス市場でのシェア拡大と次期成長領域のウェルネス分野(ヨガ/エクササイズ等)における商品力の強化

● クリエイティブヨーコ(ペット関連用品等)

- ・大型複合ショップおよび「モノ+コト」を融合した体験型店舗の開発・運営を強化

● アイランド(婦人服・雑貨等)

- ・バッグの新ブランド「カービングトライブス」の拡大

● バースグループ(ヤングカジュアル婦人服・雑貨等)

- ・基幹ブランドLibre(リーブル)の集中強化

● 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)

- ・デンタル事業を中心とした新規受注の積極拡大

>> 地域別の売上高・利益の予想は、P10を参照

欧州

※ 欧州は2015年12月～2016年11月の計画になります

(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	28,832	9.2%	△ 145		△ 86	
ジョゼフグループ	12,853	△5.6%	357	346.3%	546	44.4%

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

- ・ 新規子会社や新たなライセンス契約の開始による売上拡大を見込む
- ・ 2016年秋冬シーズンより、既存大型ブランドが卸売からOEM契約へと移行するため、粗利益率が低下

■ ジル・サンダー事業

- ・ ブランド価値の拡大に向けた投資を実施 (店舗環境/広告宣伝の強化:約10億円)
- ・ 人員体制の強化

ジョゼフ

- ・ 北米およびアジアでの売上拡大
- ・ MDの精度を高め、プロパー消化率の向上により、粗利益率を改善

アジア

※ アジア・米国は2016年1月～12月の計画になります

- ・ 中国事業は、主力店舗の売上強化とECの拡大
- ・ 東南アジア事業は、不採算店舗の廃止を推進

米国

- ・ ブランド事業は、オンワード樫山との事業連携を推進
- ・ リゾート事業は、総合リゾートの強みを活かした知名度をさらに高め、安定的な収益性を維持

1. 現状の財務内容

(1) 株主還元施策

利益還元を経営の最重要課題の一つと位置づけ、配当性向の目安を35%以上とし、安定的で業績に連動した適正な利益配分を実施することを基本方針として実行している。

	2014年2月期	2015年2月期	2016年2月期
一株当たり配当金	24円	24円	24円
配当性向	80.8%	89.6%	86.5%
配当利回り	3.4%	3.0%	3.5%

(2) 財務指標

充実した株主資本と機動的な資金調達手段の確保により財務リスクを回避し、安定的な自己資本比率を維持している。

	2014年2月期	2015年2月期	2016年2月期
自己資本比率	55.2%	53.8%	54.2%
デット・エクイティ・レシオ	0.34	0.36	0.38
ネット・デット・エクイティ・レシオ	0.18	0.19	0.21

2. ROE（自己資本利益率）向上の推進

収益性の向上に加えて、投資有価証券の売却等による資産の流動化や自己株式の取得、増配を含めた資本政策の見直しを継続的に実行し、さらに株主還元を推進する。

【計 画】 2019年2月期 ROE5% （2016年2月期 ROE 2.4%）

- 【対 策】
- ① 自己株式の取得 ⇒ 今期中に500万株（40億円）の取得（公表済み）
自己株式の取得を積極的に行い、株主還元の充実を図る
 - ② 保有株式の売却 ⇒ 持ち合い株式解消も含め継続して売却を推進する
 - ③ 配当政策 ⇒ 継続的に安定的な業績に連動した適正な利益配分の実施
業績向上による増配の検討

DATA BOOK

＜主要連結子会社＞ 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		2016年2月期 上期実績			2016年2月期 下期実績			2016年2月期 通期実績						売上 構成比	2017年2月期 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			売上高	営業利益		経常利益		
		当年	当年	当年	当年	当年	当年	当年	前年士	当年	前年士	当年	前年士		当年	前年士	当年	前年士	当年	前年士
国内	HD+オンワード樺山	69,918	2,337	3,196	78,414	5,000	5,766	148,332	△9,941	7,337	△3,379	8,962	△3,202	53.3%	146,500	△1,832	7,500	163	9,000	38
	国内子会社																			
	オンワード商事	7,968	609	614	7,611	510	518	15,579	△96	1,119	△141	1,132	△142	5.6%	15,800	221	1,251	132	1,261	129
	チャコット	5,738	432	410	5,381	231	240	11,119	163	663	160	650	147	4.0%	11,353	234	712	49	758	108
	クリエイティブヨーコ	2,968	△115	△103	3,726	316	333	6,694	△250	201	25	230	△68	2.4%	6,600	△94	276	75	289	59
	アイランド	4,183	472	494	4,560	557	527	8,743	189	1,029	△218	1,021	△259	3.1%	9,009	266	1,064	35	1,049	28
	バースグループ	1,228	△286	△308	1,031	△237	△304	2,259	△2,476	△523	697	△612	598	0.8%	1,925	△334	△248	275	△315	297
	アクロストランスポート	5,699	99	104	6,047	194	207	11,746	△84	293	115	311	135	4.2%	0	△11,746	0	△293	0	△311
	オンワードクリエイティブセンター	1,664	31	32	1,644	38	37	3,308	△988	69	18	69	18	1.2%	3,250	△58	69	0	69	0
その他	7,865	△1,051	△1,102	7,846	△1,540	△1,581	15,711	△297	△2,591	△654	△2,683	△649	5.6%	15,790	79	△1,100	1,491	△1,290	1,393	
国内子会社計	37,313	191	141	37,846	69	△23	75,159	△3,839	260	2	118	△220	27.0%	63,727	△11,432	2,024	1,764	1,821	1,703	
国内計	107,231	2,528	3,337	116,260	5,069	5,743	223,491	△13,780	7,597	△3,377	9,080	△3,422	80.2%	210,227	△13,264	9,524	1,927	10,821	1,741	
海外	欧州																			
	オンワードラグジュアリーグループ	11,967	△929	△499	14,444	429	1,166	26,411	△6,219	△500	△1,031	667	△154	9.5%	28,832	2,421	△145	355	△86	△753
	ジョゼフグループ	6,267	△323	△261	7,354	403	639	13,621	△97	80	△293	378	△251	4.9%	12,853	△768	357	277	546	168
	その他	994	69	△16	952	121	96	1,946	86	190	144	80	46	0.7%	1,730	△216	131	△59	44	△36
	欧州計	19,228	△1,183	△776	22,750	953	1,901	41,978	△6,230	△230	△1,180	1,125	△359	15.1%	43,415	1,437	343	573	504	△621
アジア計	3,736	△92	△94	3,598	△214	△304	7,334	△1,105	△306	381	△398	200	2.6%	6,433	△901	193	499	91	489	
米国計	2,897	26	97	2,841	△127	△148	5,738	△219	△101	131	△51	118	2.1%	5,234	△504	△98	3	△59	△8	
海外計	25,861	△1,249	△773	29,189	612	1,449	55,050	△7,554	△637	△668	676	△41	19.8%	55,082	32	438	1,075	536	△140	
合計(単純合算)	133,092	1,279	2,564	145,449	5,681	7,192	278,541	△21,334	6,960	△4,045	9,756	△3,463	100.0%	265,309	△13,232	9,962	3,002	11,357	1,601	
連結消去	△7,597	△1,054	△1,217	△7,428	△2,128	△3,035	△15,025	3,349	△3,182	2,092	△4,252	1,805		△11,309	3,716	△5,462	△2,280	△5,757	△1,505	
連結合計	125,495	225	1,347	138,021	3,553	4,157	263,516	△17,985	3,778	△1,953	5,504	△1,658		254,000	△9,516	4,500	722	5,600	96	

＜設備投資＞

(百万円)

	2010年 2月期	2011年 2月期	2012年 2月期	2013年 2月期	2014年 2月期	2015年 2月期	2016年 2月期	2017年 2月期 (予想)
連結	5,794	5,405	6,230	8,948	16,750	26,884	15,955	12,200
HD+樺山	3,273	3,232	3,320	5,044	12,309	22,626	11,106	5,000

＜減価償却＞

(百万円)

	2010年 2月期	2011年 2月期	2012年 2月期	2013年 2月期	2014年 2月期	2015年 2月期	2016年 2月期	2017年 2月期 (予想)
連結	5,747	5,642	5,478	5,721	6,202	7,218	7,799	7,700
HD+樺山	3,764	3,590	3,374	3,263	3,168	3,495	4,056	4,400

<オンワード樫山> 売上/売場面積 (品種・チャネル別)

ONWARD

<品種別>

(百万円)

	2016年2月期 上期実績			2016年2月期 下期実績			2016年2月期 通期実績				2017年2月期 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	金額	前年	増減比
紳士服	15,474	16,644	△7.0%	19,497	20,395	△4.4%	34,971	37,039	△5.6%	23.6%	34,695	34,971	△0.8%
婦人服	49,261	52,786	△6.7%	53,291	56,215	△5.2%	102,552	109,001	△5.9%	69.1%	101,431	102,552	△1.1%
子供服	3,065	3,176	△3.5%	3,797	3,735	1.7%	6,862	6,911	△0.7%	4.6%	6,691	6,862	△2.5%
和装	0	694		0	368		0	1,062		0.0%	0	0	
その他	2,118	2,339	△9.4%	1,829	1,921	△4.8%	3,947	4,260	△7.3%	2.7%	3,683	3,947	△6.7%
合計	69,918	75,639	△7.6%	78,414	82,634	△5.1%	148,332	158,273	△6.3%	100.0%	146,500	148,332	△1.2%

<チャネル別>

	2016年2月期 上期実績			2016年2月期 下期実績			2016年2月期 通期実績				2017年2月期 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	金額	前年	増減比
百貨店	48,281	53,361	△9.5%	56,274	60,508	△7.0%	104,555	113,869	△8.2%	70.6%	104,221	104,555	△0.3%
新流通	17,085	17,217	△0.8%	18,125	17,850	1.5%	35,210	35,067	0.4%	23.7%	34,569	35,210	△1.8%
専門店	1,729	1,850	△6.5%	1,829	1,964	△6.9%	3,558	3,814	△6.7%	2.4%	3,426	3,558	△3.7%
チェーンストア	218	250	△12.8%	281	323	△13.0%	499	573	△12.9%	0.3%	243	499	△51.3%
その他	2,605	2,961	△12.0%	1,905	1,989	△4.2%	4,510	4,950	△8.9%	3.0%	4,041	4,510	△10.4%
合計	69,918	75,639	△7.6%	78,414	82,634	△5.1%	148,332	158,273	△6.3%	100.0%	146,500	148,332	△1.2%

<百貨店・新流通の売場面積の推移>

		2010年2月期		2011年2月期		2012年2月期		2013年2月期		2014年2月期		2015年2月期		2016年2月期		2017年2月期予想	
百貨店	売上高(百万円)	119,663	△11.4%	119,051	△0.5%	115,579	△2.9%	119,376	3.3%	117,429	△1.6%	113,869	△3.0%	104,555	△8.2%	104,221	△0.3%
	売場面積(m ²)	165,800	△4.4%	162,105	△2.2%	159,682	△1.5%	155,986	△2.3%	146,215	△6.3%	140,767	△3.7%	134,861	△4.2%	131,086	△2.8%
新流通	売上高(百万円)	28,218	△12.0%	27,160	△3.7%	26,361	△2.9%	29,564	12.2%	33,395	13.0%	35,067	5.0%	35,210	0.4%	34,569	△1.8%
	売場面積(m ²)	86,900	△6.0%	85,567	△1.5%	84,500	△1.2%	86,449	2.3%	84,257	△2.5%	86,254	2.4%	86,204	△0.1%	73,154	△15.1%

<オンワード樺山> 基幹・主要ブランドの売上高

ONWARD

※ 2016年2月期実績より、百貨店主要ブランドに「トッカ」「パーソナルオーダー」「23区メンズカジュアル」を追加しています。

<基幹・主要ブランドの売上高>

ブランド	2016年2月期 上期実績			2016年2月期 下期実績			2016年2月期 通期実績			2017年2月期 通期予想			構成比 (実績)
	当年	前年	増減比	当年	前年	増減比	当年	前年	増減比	当年	前年	増減比	
23区(レディス)	12,763	12,783	±0	14,029	14,095	±0	26,792	26,878	±0	28,110	26,792	5%	38%
組曲(レディス)	5,220	5,575	△6%	5,454	5,962	△9%	10,674	11,537	△7%	10,660	10,674	±0	
ICB(レディス)	3,783	3,951	△4%	5,064	4,963	2%	8,847	8,914	△1%	8,580	8,847	△3%	
自由区(レディス)	4,400	4,546	△3%	4,954	4,841	2%	9,354	9,387	±0	9,740	9,354	4%	
基幹ブランド 計	26,166	26,855	△3%	29,501	29,861	△1%	55,667	56,716	△2%	57,090	55,667	3%	
J. プレス (メンズ・レディス・子供)	4,475	4,800	△7%	4,994	5,047	△1%	9,469	9,847	△4%	9,510	9,469	±0	72%
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)	2,146	2,347	△9%	2,597	2,787	△7%	4,743	5,134	△8%	4,640	4,743	△2%	
五大陸(メンズ)	2,616	2,706	△3%	2,087	2,086	±0	4,703	4,792	△2%	4,900	4,703	4%	
ソニア・リキエル コレクション (レディス)	1,548	1,790	△14%	1,673	1,855	△10%	3,221	3,645	△12%	3,170	3,221	△2%	
ダックス(メンズ・ゴルフ)	1,380	1,497	△8%	1,586	1,706	△7%	2,966	3,203	△7%	2,870	2,966	△3%	
ボール・スミス(レディス)	2,024	2,084	△3%	2,308	2,300	±0	4,332	4,384	△1%	4,555	4,332	5%	
ジョゼフ(メンズ・レディス)	2,245	2,174	3%	2,703	2,728	△1%	4,948	4,902	1%	5,200	4,948	5%	
ジェーンモア(レディス)	1,318	1,428	△8%	1,260	1,404	△10%	2,578	2,832	△9%	2,400	2,578	△7%	
トッカ(レディス・子供)	1,692	1,595	6%	1,936	1,781	9%	3,628	3,376	7%	3,793	3,628	5%	
パーソナルオーダー(メンズ)	2,549	2,520	1%	2,871	2,845	1%	5,420	5,365	1%	5,501	5,420	1%	
23区メンズカジュアル(メンズ・ゴルフ)	2,416	2,600	△7%	2,755	2,936	△6%	5,171	5,536	△7%	4,990	5,171	△4%	
百貨店主要ブランド 計	50,575	52,396	△3%	56,271	57,336	△2%	106,846	109,732	△3%	108,619	106,846	2%	
エニファム(レディス・子供)	3,670	4,002	△8%	3,723	4,153	△10%	7,393	8,155	△9%	6,910	7,393	△7%	
エニスィス(レディス)	4,132	4,191	△1%	4,543	4,570	△1%	8,675	8,761	△1%	8,620	8,675	△1%	
フィールドドリーム(メンズ・レディス)	1,709	1,834	△7%	1,593	1,835	△13%	3,302	3,669	△10%	2,375	3,302	△28%	
新流通主要ブランド 計	9,511	10,027	△5%	9,859	10,558	△7%	19,370	20,585	△6%	17,905	19,370	△8%	
基幹・主要ブランド 計	60,086	62,423	△4%	66,130	67,894	△3%	126,216	130,317	△3%	126,524	126,216	±0	85%

※ 通期売上高(上代)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。