



## 2018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



クリエイティブヨーコ「公式しろたんTV しろたんがいっぱい！」より

## 決算概要

連結業績.....	2
連結P/L実績.....	3
セグメントサマリー(実績).....	4
連結営業利益の増減要因.....	5
セグメント別実績.....	6-9

## 業績予想

連結P/L予想.....	10
セグメントサマリー(予想).....	11
各セグメントの事業計画.....	12
財務戦略について.....	13-14

## DATA BOOK



**売上高**

**1,154億円**

(前年比  $\Delta$ 3.4%) (計画比 +1.7%)

**営業利益**

**14億円**

(前年比 +170.1%) (計画比 +138.2%)

**経常利益**

**22億円**

(前年比 +87.0%) (計画比 +65.4%)

**当期純利益**

**23億円**

(前年比 +46.8%) (計画比 +33.5%)

上期売上計画を達成するとともに  
全ての利益段階で、大幅に計画を上回る

(百万円)

2018年2月期	上期実績				上期計画		
	当年	前年	増減	前年比	当年	増減	計画比
売上高	115,400	119,495	△4,095	△3.4%	113,500	1,900	1.7%
売上総利益	53,735	55,579	△1,844	△3.3%	53,700	35	0.1%
(売上比)	46.6%	46.5%		0.1%	47.3%		△0.7%
営業費	52,306	55,050	△2,744	△5.0%	53,100	△794	△1.5%
(売上比)	45.3%	46.1%		△0.8%	46.8%		△1.5%
営業利益	1,429	529	900	170.1%	600	829	138.2%
(売上比)	1.2%	0.4%		0.8%	0.5%		0.7%
経常利益	2,150	1,150	1,000	87.0%	1,300	850	65.4%
(売上比)	1.9%	1.0%		0.9%	1.1%		0.8%
特別利益	4,259	3,231	1,028		4,000	259	
特別損失	310	390	△80		500	△190	
当期純利益	2,269	1,546	723	46.8%	1,700	569	33.5%
(売上比)	2.0%	1.3%		0.7%	1.5%		0.5%

【売上高】 休止事業・廃止ブランドの影響⇒ 前年比△54億円  
影響を除く既存事業ベースでは、前年比+13億円(+1.1%)

【営業利益】 国内事業が好調に推移し、上期計画を上回る

【特別損益】 固定資産売却により、特別利益を計上(福岡/36億円)

# 2018年2月期上期 セグメントサマリー(実績)

(百万円)

事業セグメント		2018年2月期							
		上期実績				上期計画			
		当年	前年	増減	前年比	当年	増減	計画比	
HD+オンワード樫山	売上高	64,881	67,198	△2,317	△3.4%	65,000	△119	△0.2%	
	営業利益	3,078	2,142	936	43.7%	2,300	778	33.8%	
その他国内子会社	売上高	29,694	30,988	△1,294	△4.2%	28,729	965	3.4%	
	営業利益	1,388	84	1,304	↑	1,073	315	29.4%	
国内計	売上高	EC	8,028	5,650	2,378	42.1%	7,682	346	4.5%
		リアル等	86,547	92,536	△5,989	△6.5%	86,047	500	0.6%
		合計	94,575	98,186	△3,611	△3.7%	93,729	846	0.9%
	営業利益	4,466	2,226	2,240	100.6%	3,373	1,093	32.4%	
欧州	売上高	19,743	20,807	△1,064	△5.1%	18,974	769	4.1%	
	営業利益	△1,155	△557	△598	↓	△821	△334	↓	
アジア	売上高	2,870	2,575	295	11.5%	3,164	△294	△9.3%	
	営業利益	△146	61	△207	↓	△46	△100	↓	
米国	売上高	2,728	2,475	253	10.2%	2,899	△171	△5.9%	
	営業利益	66	129	△63	△48.8%	58	8	13.8%	
海外計	売上高	EC	633	513	120	23.4%	765	△132	△17.3%
		リアル等	24,708	25,344	△636	△2.5%	24,272	436	1.8%
		合計	25,341	25,857	△516	△2.0%	25,037	304	1.2%
	営業利益	△1,235	△367	△868	↓	△809	△426	↓	
合計(単純合算)	売上高	EC	8,661	6,163	2,498	40.5%	8,447	214	2.5%
		リアル等	111,255	117,880	△6,625	△5.6%	110,319	936	0.8%
		合計	119,916	124,043	△4,127	△3.3%	118,766	1,150	1.0%
	営業利益	3,231	1,859	1,372	73.8%	2,564	667	26.0%	

## 【セグメント別進捗】

① EC

EC事業の成長の加速を実現

② 海外

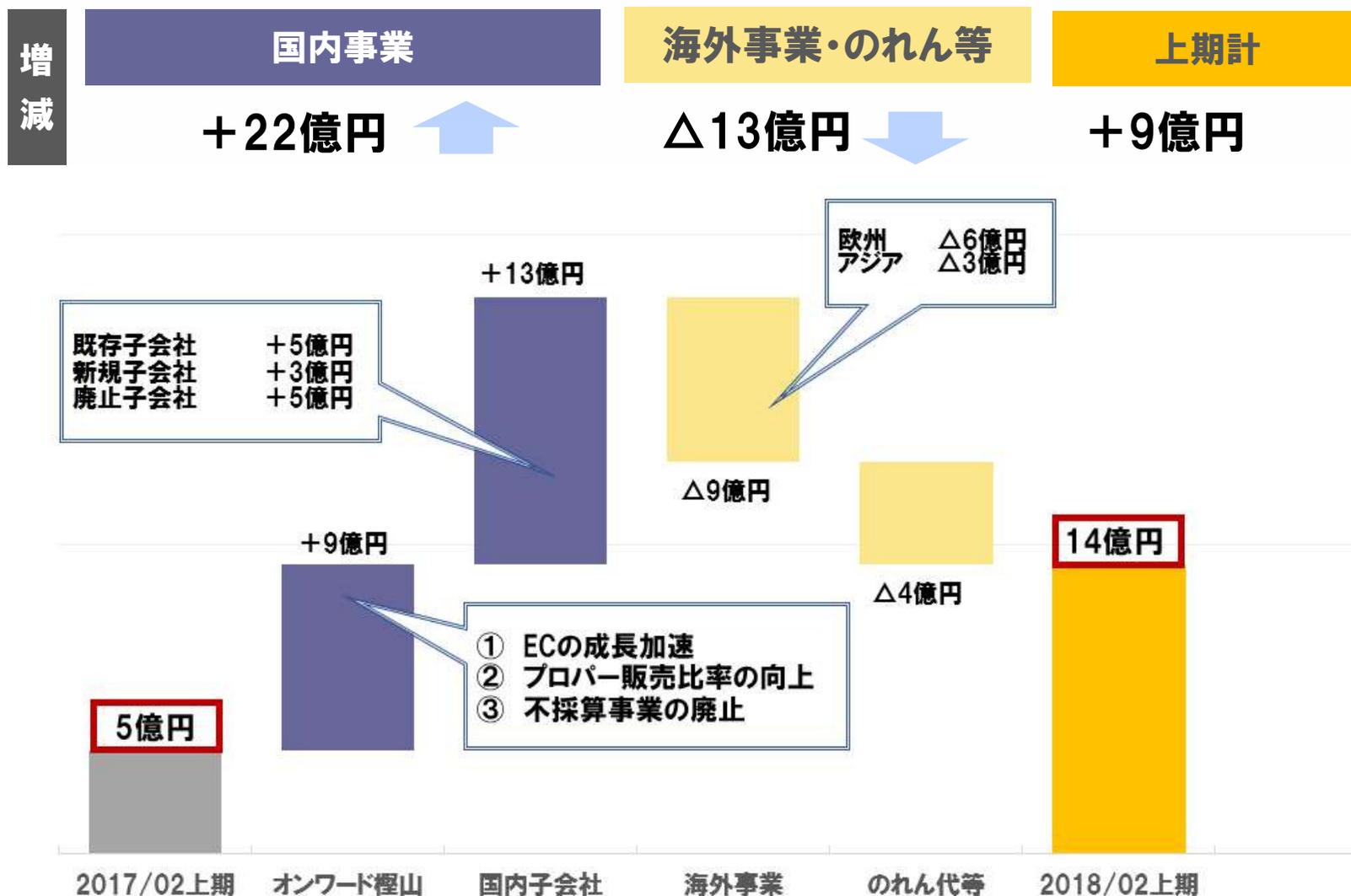
欧州、アジアが利益計画を下回る

③ 国内子会社

国内主要子会社が好調に推移

④ オンワード樫山

基幹・主力ブランドが堅調に推移し、収益性が向上



(百万円)

E C	2018年2月期（売上高）						
	上期実績				上期計画		
	当年	前年	増減	前年比	当年	増減	計画比
国内	8,028	5,650	2,378	42.1%	7,682	346	4.5%
海外	633	513	120	23.4%	765	△132	△17.3%
合計	8,661	6,163	2,498	40.5%	8,447	214	2.5%

※ 社内基準の改定に合わせて前年値を変更しております

## EC事業の成長の加速を実現

- 直営EC比率70%以上を維持

オンワードグループ公式ファッション通販サイト「オンワード・クローゼット」を中心に高い直営EC比率を維持しながら成長を実現

- EC強化策が奏功

商品開発、在庫コントロール、販売促進の全ての側面から取組みを強化

	直営	他社
国内	76%	24%
海外	42%	58%
合計	直営EC 74%	他社モール 26%

強化策と効果

- 予約商品/オンライン限定商品の強化  
予約売上高が向上し、プロパー売上が拡大
- 在庫一元化による効率化  
欠品時のリクエスト対応等がスムーズに行えるようになり、販売効率が向上
- イベントと連動したキャンペーンの強化  
プレミアムフライデー等と連動した、販促キャンペーンを実施
- アイテム/ブランド追加による新規顧客の拡大  
食品やセレクト商品等、取扱い商品の領域を広げて、アプローチする顧客を拡大

※ 連結消去前 (百万円)

海外地域別		2018年2月期						
		上期実績				上期計画		
		当年	前年	増減	前年比	当年	増減	計画比
欧州	売上高	19,743	20,807	△1,064	△5.1%	18,974	769	4.1%
	営業利益	△1,155	△557	△598	↓	△821	△334	↓
アジア	売上高	2,870	2,575	295	11.5%	3,164	△294	△9.3%
	営業利益	△146	61	△207	↓	△46	△100	↓
米国	売上高	2,728	2,475	253	10.2%	2,899	△171	△5.9%
	営業利益	66	129	△63	△48.8%	58	8	13.8%
海外計	売上高	25,341	25,857	△516	△2.0%	25,037	304	1.2%
	営業利益	△1,235	△367	△868	↓	△809	△426	↓

## 欧州、アジアが利益計画を下回る

### 欧州

＜オンワードラグジュアリーグループ＞  
ライセンス契約ブランドおよびジル・サンダーの卸売が苦戦  
＜ジョゼフ＞  
コレクションラインの不振により、粗利益率が低下

### アジア

旧正月商戦において中国販売が苦戦

### 米国

北米は、店頭販売、ECともに安定的に推移  
リゾート事業は、アジア人観光客の取込みにより堅調

※ 連結消去前

(百万円)

国内子会社		2018年2月期						
		上期実績				上期計画		
		当年	前年	増減	前年比	当年	増減	計画比
オンワード商事	売上高	9,535	8,267	1,268	15.3%	8,320	1,215	14.6%
	営業利益	760	635	125	19.7%	651	109	16.7%
チャコット	売上高	5,851	5,849	2	0.0%	5,932	△81	△1.4%
	営業利益	469	496	△27	△5.4%	492	△23	△4.7%
クリエイティブヨーコ	売上高	2,908	2,847	61	2.1%	2,808	100	3.6%
	営業利益	9	△43	52		△30	39	
アイランド	売上高	4,269	3,970	299	7.5%	4,120	149	3.6%
	営業利益	485	376	109	29.0%	381	104	27.3%
オンワード クリエイティブセンター	売上高	1,488	1,849	△361	△19.5%	1,600	△112	△7.0%
	営業利益	42	39	3	7.7%	36	6	16.7%
その他	売上高	5,643	8,206	△2,563	△31.2%	5,949	△306	△5.1%
	営業利益	△377	△1,419	1,042		△457	80	
国内子会社計		29,694	30,988	△1,294	△4.2%	28,729	965	3.4%
		1,388	84	1,304	1,552.4%	1,073	315	29.4%

## 国内主要子会社が好調に推移

国内  
主要子会社

- オンワード商事  
ユニフォームの大型案件受注により、売上・利益ともに計画を上回る
- チャコット  
EC販売、コスメ事業が伸長
- クリエイティブヨーコ  
ペット関連の主力商品が好調に推移/なごみ系雑貨のヒット商品創出
- アイランド  
商品戦略の強化により、プロパー売上が拡大/EC売上が倍増
- オンワードクリエイティブセンター  
デンタル事業が堅調に推移し、外部受託の拡大により粗利益率が改善

## その他

廃止/新規子会社に加えて、既存子会社の収益性が改善

(百万円)

オンワード樫山	2018年2月期						
	上期実績				上期計画		
	当年	前年	増減	前年比	当年	増減	計画比
売上高	64,881	67,198	△2,317	△3.4%	65,000	△119	△0.2%
売上総利益	33,409	33,565	△156	△0.5%	32,700	709	2.2%
(売上比)	51.5%	49.9%		1.6%	50.3%		1.2%
営業費	30,331	31,423	△1,092	△3.5%	30,400	△69	△0.2%
(売上比)	46.7%	46.8%		△0.1%	46.8%		△0.1%
営業利益	3,078	2,142	936	43.7%	2,300	778	33.8%
(売上比)	4.7%	3.2%		1.5%	3.5%		1.2%

## 基幹・主力ブランドが伸長し、収益性が向上

- 基幹・主力ブランドが好調に推移**  
 基幹ブランド合計売上(前年比+1%)に加え、ジョゼフ、トッカ、エニスイス等の主力ブランドも好調に推移
- ECの成長加速**  
 オンワード・クローゼットが好調に推移し、上期EC売上高65億円(前年比+42%)を達成
- プロパー販売比率の向上**  
 ブランド事業部ごとに企画生産と店頭・ECの連動性が高まり、投入精度が向上  
 ▶ 春夏商品の初回投入を抑え、売上動向に応じた期中生産を拡充
- ブランドの休止・店舗撤退によるコスト削減 △6億円**

## 通期予想変更なし

(百万円)

2018年2月期	上期実績			下期予想			通期予想			
	当年	増減	前年比	当年	増減	前年比	当年	前年	増減	前年比
売上高	115,400	△4,095	△3.4%	123,900	△1,505	△1.2%	239,300	244,900	△5,600	△2.3%
売上総利益	53,735	△1,844	△3.3%	58,965	1,282	2.2%	112,700	113,262	△562	△0.5%
(売上比)	46.6%		0.1%	47.6%		1.6%	47.1%	46.2%		0.9%
営業費	52,306	△2,744	△5.0%	54,694	685	1.3%	107,000	109,059	△2,059	△1.9%
(売上比)	45.3%		△0.8%	44.1%		1.0%	44.7%	44.5%		0.2%
営業利益	1,429	900	170.1%	4,271	597	16.2%	5,700	4,203	1,497	35.6%
(売上比)	1.2%		0.8%	3.4%		0.5%	2.4%	1.7%		0.7%
経常利益	2,150	1,000	87.0%	4,950	523	11.8%	7,100	5,577	1,523	27.3%
(売上比)	1.9%		0.9%	4.0%		0.5%	3.0%	2.3%		0.7%
当期純利益	2,269	723	46.8%	3,031	△167	△5.2%	5,300	4,744	556	11.7%
(売上比)	2.0%		0.7%	2.4%		△0.2%	2.2%	1.9%		0.3%

- 通期売上高は、休止事業・廃止ブランドの影響(通期 82億円)を除く既存事業ベースでは26億円(前年比+1.1%)の増収
- 通期においても、全利益段階での増益を見込む

# 2018年2月期 セグメントサマリー(予想)



(百万円)

セグメント合計		2018年2月期									
		上期実績			下期予想			通期予想			
		当年	増減	前年比	当年	増減	前年比	当年	増減	前年比	
HD+オンワード樫山	売上高	64,881	△2,317	△3.4%	74,419	521	0.7%	139,300	△1,796	△1.3%	
	営業利益	3,078	936	43.7%	4,922	226	4.8%	8,000	1,162	17.0%	
その他国内子会社	売上高	29,694	△1,294	△4.2%	28,254	△1,549	△5.2%	57,948	△2,843	△4.7%	
	営業利益	1,388	1,304	↑	1,387	1,224	↑	2,775	2,528	↑	
国内計	売上高	EC	8,028	2,378	42.1%	11,647	3,566	44.1%	19,675	5,944	43.3%
		リアル等	86,547	△5,989	△6.5%	91,026	△4,385	△4.6%	177,573	△10,374	△5.5%
		合計	94,575	△3,611	△3.7%	102,673	△1,028	△1.0%	197,248	△4,639	△2.3%
	営業利益	4,466	2,240	100.6%	6,309	1,450	29.8%	10,775	3,690	52.1%	
欧州	売上高	19,743	△1,064	△5.1%	23,126	3,172	15.9%	42,869	2,108	5.2%	
	営業利益	△1,155	△598	↓	450	75	20.0%	△705	△523	↓	
アジア	売上高	2,870	295	11.5%	4,173	365	9.6%	7,043	660	10.3%	
	営業利益	△146	△207	↓	12	153	↑	△134	△54	↓	
米国	売上高	2,728	253	10.2%	2,619	△510	△16.3%	5,347	△257	△4.6%	
	営業利益	66	△63	△48.8%	△175	0		△109	△63	↓	
海外計	売上高	EC	633	120	23.4%	762	189	33.0%	1,395	309	28.5%
		リアル等	24,708	△636	△2.5%	29,156	2,833	10.8%	53,864	2,197	4.3%
		合計	25,341	△516	△2.0%	29,918	3,027	11.3%	55,259	2,511	4.8%
	営業利益	△1,235	△868	↓	287	228	386.4%	△948	△640	↓	
合計(単純合算)	売上高	EC	8,661	2,498	40.5%	12,409	3,755	43.4%	21,070	6,253	42.2%
		リアル等	111,255	△6,625	△5.6%	120,182	△1,552	△1.3%	231,437	△8,177	△3.4%
		合計	119,916	△4,127	△3.3%	132,591	1,999	1.5%	252,507	△2,128	△0.8%
	営業利益	3,231	1,372	73.8%	6,596	1,678	34.1%	9,827	3,050	45.0%	

## 【セグメント別計画】

① EC

国内、海外ともに更なる拡大をはかり、通期売上高210億円達成へ

② 海外

新規事業の拡大により、通期増収を計画

③ 国内子会社

既存、新規、廃止子会社の全てにおける収益改善を継続

④ オンワード樫山

ECの成長とオムニチャネル戦略の加速により、基幹・主要ブランドの売上拡大

## EC

- 下期売上予想 123億円（前年比 +40%）を計画
- 予約/限定商品の拡充やオンライン販促の強化により、更なる成長へ

## 海外

### （欧州）

- オンワードラグジュアリーグループは、新規ライセンスブランドの販売開始により増収
- 2018春夏コレクションより、ジル・サンダー新クリエイティブディレクターにメイヤー夫妻が就任し、卸売の受注が改善
- ジョゼフは、2017秋冬コレクションが順調に推移し、売上が改善

### （アジア）

- 中国市場における23区の集中拡大のため、専属チームを設置
- 韓国で23区GOLFの販売を開始し、2017年秋冬シーズンに14店舗を展開

### （米国）

- 北米にてJ.プレスの新規店舗をオープン予定（2017年10月 ニューヨーク エール クラブ店）
- リゾートは、グアムの地政学リスクによる来島者の減少から減収を見込む

## 国内子会社

- 新規・廃止子会社の寄与に加えて、既存子会社においても増益を見込む
- 新たな成長分野への拡大を推進
  - （クリエイティブヨーコ）⇒ なごみキャラクター「しろたん」のライセンス事業をスタート
  - （チャコット）⇒ コスメ事業の拡大

## オンワード樺山

- ECの伸長とオムニチャンネル戦略の推進により、基幹・主要ブランドの売上拡大を見込む
- 自由区にて、お客様に直接アプローチする「オウンドメディア戦略」として、自由区マガジン“アナザードア”を創刊  
同時にWEBサイト、店頭販促のリニューアルも実施し、オムニチャンネル化を加速

## 1. 財務戦略の考え方

「安定した財務基盤」に基づく、「積極的な成長投資」と「適切な株主還元」の実施による資本効率性向上の推進

- (1) 安定した財務基盤
  - ・高い自己資本比率による継続的な運用（2017年2月期 59.8%）
  - ・保有資産の効率的な運用と、潤沢な資金の積極的な活用
  - ・有利子負債の圧縮
- (2) 積極的な成長投資
  - ・事業拡大に向けた売場設備の新設、改装および新規事業への投資
  - ・必要に応じてM&Aを検討
- (3) 適切な株主還元
  - ・ROE向上の推進（2017年2月期 2.8% ⇒ 2019年2月期 5.0%目標）
  - ・配当性向の目安を35%以上に設定
  - ・継続的、安定的で、業績に連動した適切な利益配分の実施

## 2. 現状の財務内容

### (1) 現金及び預金・借入金の内訳

	2015年2月期	2016年2月期	2017年2月期
現金及び預金	311億円	294億円	261億円
借入金	667億円	652億円	408億円
(借入金の増減)	(+78億円)	(△15億円)	(△244億円)
ネットキャッシュ	△356億円	△358億円	△147億円

### (3) その他の経営指標

	2016年2月期	2017年2月期	2018年2月期予想
1株当たり配当金	24円	24円	24円
配当性向	86.5%	74.0%	64.5%
配当利回り	3.5%	2.9%	-
総還元性向	139.9%	206.8%	130.5%

### (2) 株主還元状況

	2016年2月期	2017年2月期	2018年2月期予想
自己資本比率	54.2%	59.8%	59.0%
1株当たり当期純利益(EPS)	28.27円	31.47円	36.64円
1株当たり純資産(BPS)	1,101.21円	1,116.47円	1,131.94円
株価純資産倍率(PBR)	0.6倍	0.7倍	0.8倍

### 3. 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、保有資産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、株主還元を推進することでROEを向上させる。

(1) 目標: 2019年2月期にROE5.0%を目指す

<b>&lt;予想&gt;</b>	<b>2018年2月期</b>	<b>ROE 3.3%</b>		
	売上高 2,393億円	当期純利益 53億円	自己資本 1,611億円	
↓				
<b>&lt;目標&gt;</b>	<b>2019年2月期</b>	<b>ROE 5.0%</b>		
	売上高 2,800億円	当期純利益 80億円	自己資本 1,600億円	

(2) 今後の実施内容

① 自己株式の取得 ⇒ 自己株式の取得を積極的に行い、株主還元の充実を図る

【自己株式の推移および計画】

2016年2月期	取得	300万株	消却 Δ500万株
2017年2月期	取得	797万株	
2018年2月期上期	取得実績	100万株	
2018年2月期下期	取得予定	300万株	
<計>	(取得)	1,500万株	(消却) Δ500万株
2018年2月末予定		2,560万株	(株式構成比 15.3%)

【自己株式の活用方法】 ◇ 継続保有 ◇ 消却処理 ◇ M&Aでの株式交換他

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

③ 保有資産の売却 ⇒ ・建物、土地の効率的運用および有効活用

<保有資産の売却実施>

2018年2月期上期実績 売却額61.5億円 売却益 36.0億円

④ 配当政策 ⇒ ・継続的かつ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		2018年2月期 上期実績				2018年2月期 下期予想				2018年2月期 通期予想						
		売上高		営業利益		売上高		営業利益		売上高			営業利益			
		当年	増減	当年	増減	当年	増減	当年	増減	当年	前年	増減	当年	前年	増減	
国内	オンワードHD+オンワード樺山	64,881	△2,317	3,078	936	74,419	521	4,922	226	139,300	141,096	△1,796	8,000	6,838	1,162	
	国内子会社	オンワード商事	9,535	1,268	760	125	7,050	△490	467	△157	16,585	15,807	778	1,227	1,259	△32
		チャコット	5,851	2	469	△27	5,508	229	249	30	11,359	11,128	231	718	715	3
		クリエイティブヨーコ	2,908	61	9	52	3,505	△109	298	31	6,413	6,461	△48	307	224	83
		アイランド	4,269	299	485	109	4,733	312	594	△3	9,002	8,391	611	1,079	973	106
		オンワードクリエイティブセンター	1,488	△361	42	3	1,662	70	42	6	3,150	3,441	△291	84	75	9
		その他	5,643	△2,563	△377	1,042	5,796	△1,561	△263	1,317	11,439	15,563	△4,124	△640	△2,999	2,359
	国内子会社計	29,694	△1,294	1,388	1,304	28,254	△1,549	1,387	1,224	57,948	60,791	△2,843	2,775	247	2,528	
国内計	94,575	△3,611	4,466	2,240	102,673	△1,028	6,309	1,450	197,248	201,887	△4,639	10,775	7,085	3,690		
海外	欧州	オンワードドラッグジュアリーグループ	14,424	△275	△595	△466	16,656	2,341	68	△122	31,080	29,014	2,066	△527	61	△588
		ジョゼフグループ	4,552	△810	△599	△114	5,714	902	308	170	10,266	10,174	92	△291	△347	56
		その他	767	21	39	△18	756	△71	74	27	1,523	1,573	△50	113	104	9
	欧州計	19,743	△1,064	△1,155	△598	23,126	3,172	450	75	42,869	40,761	2,108	△705	△182	△523	
	アジア計	2,870	295	△146	△207	4,173	365	12	153	7,043	6,383	660	△134	△80	△54	
	米国計	2,728	253	66	△63	2,619	△510	△175	0	5,347	5,604	△257	△109	△46	△63	
海外計	25,341	△516	△1,235	△868	29,918	3,027	287	228	55,259	52,748	2,511	△948	△308	△640		
合計(単純合算)		119,916	△4,127	3,231	1,372	132,591	1,999	6,596	1,678	252,507	254,635	△2,128	9,827	6,777	3,050	
連結消去		△4,516	32	△1,802	△472	△8,691	△3,504	△2,325	△1,081	△13,207	△9,735	△3,472	△4,127	△2,574	△1,553	
連結合計		115,400	△4,095	1,429	900	123,900	△1,505	4,271	597	239,300	244,900	△5,600	5,700	4,203	1,497	

<設備投資>

(百万円)

	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	2018年 2月期 上期実績	2018年 2月期 通期予想
連結	5,405	6,230	8,948	16,750	26,884	15,955	10,599	5,257	10,300
HD+樺山	3,232	3,320	5,044	12,309	22,626	11,106	3,711	3,636	6,800

<減価償却>

(百万円)

	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	2018年 2月期 上期実績	2018年 2月期 通期予想
連結	5,642	5,478	5,721	6,202	7,218	7,799	6,662	3,020	6,300
HD+樺山	3,590	3,374	3,263	3,168	3,495	4,056	4,079	1,815	3,800

# <オンワード樫山> 売上/売場面積 (品種・チャネル別)/月次売上高の推移



## <品種別>

(百万円)

	2018年2月期 上期実績			2018年2月期 下期予想			2018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
紳士服	14,551	15,177	△4.1%	17,852	18,117	△1.5%	32,403	33,294	△2.7%
婦人服	45,892	47,435	△3.3%	51,142	50,398	1.5%	97,034	97,833	△0.8%
子供服	2,971	2,980	△0.3%	3,635	3,739	△2.8%	6,606	6,719	△1.7%
その他	1,466	1,606	△8.7%	1,791	1,644	8.9%	3,257	3,250	0.2%
合計	64,881	67,198	△3.4%	74,419	73,898	0.7%	139,300	141,096	△1.3%

## <チャネル別>

	2018年2月期 上期実績			2018年2月期 下期予想			2018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
百貨店	44,242	46,623	△5.1%	51,680	52,918	△2.3%	95,922	99,541	△3.6%
新流通	16,912	16,868	0.3%	19,276	17,652	9.2%	36,188	34,520	4.8%
専門店	1,682	1,669	0.8%	1,841	1,786	3.1%	3,523	3,455	2.0%
チェーンストア	116	131	△11.5%	146	161	△9.3%	262	292	△10.3%
その他	1,929	1,907	1.2%	1,476	1,381	6.9%	3,405	3,288	3.6%
合計	64,881	67,198	△3.4%	74,419	73,898	0.7%	139,300	141,096	△1.3%

## <百貨店・新流通の売場面積の推移>

		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		2018年2月期上期		2018年2月期下期	
		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)	115,579	△2.9%	119,376	3.3%	117,429	△1.6%	113,869	△3.0%	104,555	△8.2%	99,541	△4.8%	44,242	△5.1%	95,922	△3.6%
	売場面積 (㎡)	159,682	△1.5%	155,986	△2.3%	146,215	△6.3%	140,767	△3.7%	134,861	△4.2%	130,410	△3.3%	127,342	△4.8%	126,366	△3.1%
新流通	売上高 (百万円)	26,361	△2.9%	29,564	12.2%	33,395	13.0%	35,067	5.0%	35,210	0.4%	34,520	△2.0%	16,912	0.3%	36,188	4.8%
	売場面積 (㎡)	84,500	△1.2%	86,449	2.3%	84,257	△2.5%	86,254	2.4%	86,204	△0.1%	69,438	△19.4%	65,626	△16.0%	65,293	△6.0%

## <月次売上高の推移>

月	3月	4月	5月	1Q	6月	7月	8月	2Q	上期
%	-8	-2	-4	-5	-1	-5	3	-2	-3

# ＜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	2018年2月期 上期実績			2018年2月期 下期予想			2018年2月期 通期予想			構成比 (通期予想)
	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)	13,241	13,085	1%	14,986	14,079	6%	28,227	27,164	4%	41%
組曲 (レディス)	4,816	4,840	±0%	5,482	5,085	8%	10,298	9,925	4%	
ICB (レディス)	3,843	3,857	±0%	5,310	4,975	7%	9,153	8,832	4%	
自由区 (レディス)	4,500	4,420	2%	5,529	4,992	11%	10,029	9,412	7%	
<b>基幹ブランド 計</b>	<b>26,400</b>	<b>26,202</b>	<b>1%</b>	<b>31,307</b>	<b>29,131</b>	<b>7%</b>	<b>57,707</b>	<b>55,333</b>	<b>4%</b>	77%
J. プレス (メンズ・レディス・子供)	4,277	4,321	△1%	4,829	4,845	±0%	9,106	9,166	△1%	
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)	1,971	2,009	△2%	2,455	2,431	1%	4,426	4,440	±0%	
五大陸 (メンズ)	2,566	2,618	△2%	2,106	2,016	4%	4,672	4,634	1%	
ソニア・リキエル コレクション (レディス)	1,306	1,370	△5%	1,651	1,689	△2%	2,957	3,059	△3%	
ダックス (メンズ・ゴルフ)	1,232	1,308	△6%	1,411	1,483	△5%	2,643	2,791	△5%	
ボール・スミス (レディス)	2,073	1,962	6%	2,519	2,338	8%	4,592	4,300	7%	
ジョゼフ (メンズ・レディス)	2,309	2,212	4%	2,821	2,694	5%	5,130	4,906	5%	
ジェーンモア (レディス)	1,032	1,151	△10%	1,110	1,124	△1%	2,142	2,275	△6%	
トッカ (レディス・子供)	1,771	1,710	4%	2,132	1,965	8%	3,903	3,675	6%	
パーソナルオーダー (メンズ)	2,545	2,645	△4%	2,749	2,697	2%	5,294	5,342	△1%	
23区メンズカジュアル (メンズ・ゴルフ)	2,366	2,474	△4%	2,620	2,632	±0%	4,986	5,106	△2%	
<b>百貨店主要ブランド 計</b>	<b>49,848</b>	<b>49,982</b>	<b>±0%</b>	<b>57,710</b>	<b>55,045</b>	<b>5%</b>	<b>107,558</b>	<b>105,027</b>	<b>2%</b>	
エニィファム (レディス・子供)	3,229	3,269	△1%	3,430	3,598	△5%	6,659	6,867	△3%	
エニィスイス (レディス)	4,371	4,224	3%	4,893	4,734	3%	9,264	8,958	3%	
<b>新流通主要ブランド 計</b>	<b>7,600</b>	<b>7,493</b>	<b>1%</b>	<b>8,323</b>	<b>8,332</b>	<b>±0%</b>	<b>15,923</b>	<b>15,825</b>	<b>1%</b>	
<b>基幹・主要ブランド 計</b>	<b>57,448</b>	<b>57,475</b>	<b>±0%</b>	<b>66,033</b>	<b>63,377</b>	<b>4%</b>	<b>123,481</b>	<b>120,852</b>	<b>2%</b>	<b>89%</b>

※ 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。