

ONWARD

2024年2月期（2023年度）上期  
決算説明資料



2023年10月5日

株式会社 オンワードホールディングス

（代表取締役社長 保元道宣）

本日は、ご多用の中お集まりいただきましてありがとうございます。

それでは私の方から、決算説明資料に沿いましてご説明をさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

オンワードグループのミッションステートメント

ホシ

人と地球に潤いと彩りを



01	連結実績および連結業績予想ハイライト	4
02	2023年度上期 連結実績	11
03	2023年度通期 連結業績予想	14
04	財務状況	17
05	人的資本経営への取り組み	20
06	サステナブル経営への取り組み	23
07	TOPICS	26
08	補足資料	30



# 01

連結実績および連結業績予想  
ハイライト

売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
904億円	50億円	44億円	29億円
前年同期比 +10.0% +82億円	前年同期比 26.0倍 +48億円	前年同期比 6.7倍 +38億円	前年同期比 6.0倍 +24億円

- ▶ 上期においては、顧客本位の商品開発と販売サービスの強化に注力した結果、23区、ペットパラダイスなどの主力ブランドが引き続き好調に推移。また、KASHIYAMA、UNFILOなどの新規ブランドも大きく伸長。
- ▶ OMOサービス「クリック&トライ」の利用拡大や、SNSを活用したマーケティング施策の精度が上がったことなどから、リアル店舗およびオンラインストアへの来客数が着実に増加。その結果、売上高が直近の予想を上回って伸長。
- ▶ グローバル事業構造改革の成果が顕著に現れたことや、商品サプライチェーンの効率化が進んだことなどにより、売上総利益率が引き続き上昇。一方で、ブランド複合店舗の展開による販売効率の改善などにより、販管費率が大幅に低下。
- ▶ この結果、営業利益、経常利益、当期純利益の全てにおいて、大幅な増益を実現。

まず資料の5ページに、今年度上期の連結実績のハイライトを記載しています。

売上高は904億円、前年同期比で10%、82億円の増収で着地しました。営業利益は50億円、前年同期比で26倍、48億円の増益です。経常利益は44億円、前年同期比6.7倍、38億円の増益。当期純利益は29億円、前年同期比6倍、24億円の増益という結果になりました。第1四半期に引き続き、上期を通じて『23区』、『ペットパラダイス』といった主カブランドが好調を維持し、『KASHIYAMA』、『UNFILO』などの新規ブランドも大きく伸長しました。

23区 【オンワード樫山】

オンワード樫山の中核ブランド『23区』が引き続き大幅増収。ブランドデビュー30周年を記念したプロモーションによる販促を強化しハイグレードラインの『estèta（エステータ）』を新たに展開。



上期売上高 (前年同期比) **+20.3%**

23区

UNFILO 【オンワード樫山】

収益性と独自性の高い商品開発や、ヒット商品ジョグパンの広告動画配信などのデジタル販促の効果で、引き続き拡大路線。OMO型店舗での取り扱いも拡大。



上期売上高 (前年同期比) **1.7倍**

UNFILO

KASHIYAMA 【オンワードパーソナルスタイル】

直営店舗の売上が大幅伸長。2023年4月にリニューアルオープンした都内最大級の吉祥寺店は好調な推移。顧客数が伸長すると同時に、顧客単価も上昇。法人ビジネスも企業ユニフォーム案件を獲得し、増収に貢献。



上期売上高 (前年同期比) **+19.2%**

KASHIYAMA

ペットパラダイス 【クリエイティブヨーコ】

新規出店施策が奏功し、2023年出店の3店舗はいずれも計画を上回る好調な推移。またカートやリード、暑さ対策雑貨など新規商品のヒットも増収に貢献。



上期売上高 (前年同期比) **+15.9%**

PET PARADISE

33ページに今申し上げた4つの基幹ブランドと新規ブランドの上期の売上状況を記載しています。『23区』が20%以上の増収、『ペットパラダイス』が16%の増収、新規ブランドの『UNFILO』は1.7倍、70%の増収となりました。『KASHIYAMA』も19%強の増収となりました。さまざまなジャンルのブランドが、いずれも好調に推移しました。

売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
904億円	50億円	44億円	29億円
前年同期比 +10.0% +82億円	前年同期比 26.0倍 +48億円	前年同期比 6.7倍 +38億円	前年同期比 6.0倍 +24億円

- ▶ 上期においては、顧客本位の商品開発と販売サービスの強化に注力した結果、23区、ペットパラダイスなどの主力ブランドが引き続き好調に推移。また、KASHIYAMA、UNFILOなどの新規ブランドも大きく伸長。
- ▶ OMOサービス「クリック&トライ」の利用拡大や、SNSを活用したマーケティング施策の精度が上がったことなどから、リアル店舗およびオンラインストアへの来客数が着実に増加。その結果、売上高が直近の予想を上回って伸長。
- ▶ グローバル事業構造改革の成果が顕著に現れたことや、商品サプライチェーンの効率化が進んだことなどにより、売上総利益率が引き続き上昇。一方で、ブランド複合店舗の展開による販売効率の改善などにより、販管費率が大幅に低下。
- ▶ この結果、営業利益、経常利益、当期純利益の全てにおいて、大幅な増益を実現。

5ページに戻りまして、当社独自のOMOサービス「クリック&トライ」の利用が第2四半期もさらに拡大しました。この結果、リアル店舗、オンラインストア双方への来客数が着実に増加し、売上高が直近の予想を上回って伸長する要因となりました。また、SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)を活用したマーケティング施策の精度も向上してきています。

第3パラグラフで利益面のポイントを書いています。粗利益率が上昇し、販管費率が大幅に低下しています。構造改革の成果、あるいはお取引先と連携したサプライチェーンの効率化により、粗利益率が上昇しています。また、「ONWARD CROSSET SELECT」を始めとする、ブランド複合店舗の経営が順調に稼働してきています。この結果、坪効率、あるいは販売スタッフ1人当たりの売上などの販売効率が上昇してきており、これらの結果、販管費率が低下し大幅な増益につながっている状況です。

## OMOサービス 「クリック&トライ」 ブランド複合型店舗「オンワード・クローゼットセレクト」



### ■ 「クリック&トライ」サービス

- ・導入店舗数は前年同期末から50店舗増加し360店舗。
- ・同サービス導入店舗(既存)の2023年度上期の売上高はコロナ前の2019年を13%上回り、未導入店舗を22ポイント上回る。

### ■ 「オンワード・クローゼットセレクト」

- ・「クリック&トライ」と併せ、ブランド複合型店舗「ONWARD CROSSET SELECT (オンワード・クローゼットセレクト)」(OCS)の展開を拡大。
- ・OMOサービスを実装し、オンワード樫山の複数ブランドを横断的に取り揃え、ご提供。2023年度上期売上高の前年同期比は、OCSを除く既存店舗を21ポイント上回る。

#### ■ クリック&トライ導入店舗数・予約件数の推移

	2023年度 上期末	2022年度 上期末	増減	増減率
店舗数	360	310	+50	-
導入率	51%	38%	+13%	
予約件数(千件)	58	29	+29	2.0倍

#### ■ オンワード・クローゼットセレクト売上高比較

	2023年度上期		
	百貨店流通	SC流通	計
オンワード・クローゼットセレクト(OCS)	132%	139%	134%
OCS除く店舗	116%	106%	113%
差	+16%	+33%	+21%

廃止ブランドを除く対比

#### ■ クリック&トライ導入店舗・未導入店舗の売上高比較

2019年度上期比	2023年度 上期	2022年度 上期
導入店舗	113%	96%
未導入店舗	91%	75%
差	+22%	+21%



イオンモール札幌発案店

31ページに、「クリック&トライ」とブランド複合型店舗「ONWARD CROSSET SELECT(オンワード・クローゼットセレクト)」の実績について記載しています。

左側に「クリック&トライ」導入店舗数・予約件数の推移を記載しています。「クリック&トライ」導入店舗数は、この上期末で過半の360店舗、導入率が51%、お取り寄せ予約件数は5万8,000件となり、それぞれ前年度の上期末と比べると、導入店舗数が50店舗増、導入率が13ポイント増、予約件数が倍増となっています。その下の段に、「クリック&トライ」導入店舗と未導入店舗の売上高の比較がありますが、導入店舗は、未導入店舗と比べ、2019年度上期比の売上の伸び率が22ポイント上回っています。

また、右側をご覧くださいますと、ブランド複合型の「ONWARD CROSSET SELECT(オンワード・クローゼットセレクト)」の売上高の前年同期比の伸び率は、それ以外の店舗と比べ21ポイント高くなっています。うち、ショッピングセンターにある「ONWARD CROSSET SELECT」は33ポイントの差、百貨店の場合は16ポイントの差となっています。それらの平均が21ポイントということです。このブランド複合型店舗では、1人の販売スタッフがさまざまなブランドの商品を販売する形が浸透してきています。ブランドごとの特性により売上が高い月、低い月とばらつきがありますが、取り扱うブランドを複合することで販売スタッフ1人当たりの売上が毎月平準化し、効率のいい販売体制が定着しつつあります。また、商品も、初期に店頭で配分された商品のみならず、お客さまのご要望を聞きながら各店舗が中央物流センターからタイムリーに取り寄せて販売できることから、お客さまの来店頻度や販売効率が高まってきています。このように、接客販売において当社が長年培ったスキルとDX(デジタルトランスフォーメーション)がうまく融合して、店舗の運営効率が向上するとともに、オンラインストアの知名度あるいは利用数が拡大するという、両面で効果が表れており、売上好調の要因につながっていると分析しています。

以上が上期の連結実績のハイライトです。



売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
<b>1,892</b> 億円	<b>110</b> 億円	<b>100</b> 億円	<b>55</b> 億円
〔前期比 +7.5% +131億円〕	〔前期比 2.1倍 +58億円〕	〔前期比 1.9倍 +47億円〕	〔前期比 1.8倍 +24億円〕

- 上期の業績が直近の予想を上回って進捗したことを受けて、下期の業績予想を据え置いた上で、通期の業績予想を、第1四半期決算発表時に続き再度上方修正。
- その結果、通期の営業利益は110億円となり、2012年度以来11期ぶりに100億円を超える見通し。
- 経常利益は前期比1.9倍の100億円、当期純利益は前期比1.8倍の55億円を予想。

次に6ページ、通期の業績予想のハイライトです。

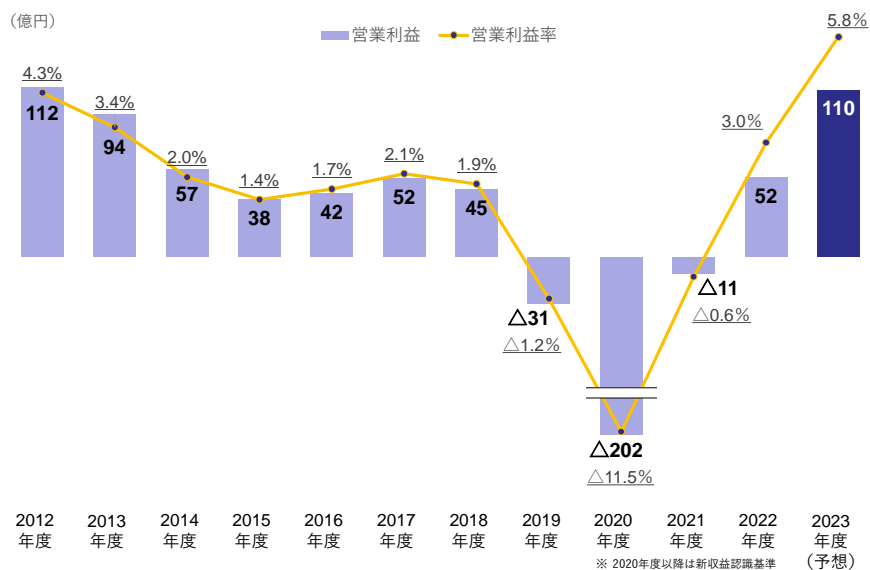
この通期予想は、上期の実績に今年4月に公表した下期の業績予想を合算したもので、下期の予想は据え置いております。通期の予想は、売上高が1,892億円、前期比で7.5%、131億円の増収を予想しています。営業利益は110億円、前期比で2.1倍、58億円の増益を予想しています。経常利益は100億円、前期比1.9倍、47億円の増益を予想しています。最後に当期純利益に関しましては55億円、前期比1.8倍、24億円の増益を予想しています。

営業利益が通期で100億円を超えるのは、2012年度以来11期ぶりになります。

## 営業利益および営業利益率の推移

ONWARD

- 2023年度の営業利益は、2012年度以来11期ぶりに100億円を超える見通し。
- 2023年度の営業利益率は、2012年度以降最高の5.8%となる見通し。



7ページに、当社グループが最後に100億円台の営業利益を記録した2012年度以降の営業利益及び営業利益率の推移を記載しています。

2019年度、20年度、21年度は、グローバル事業構造改革及びコロナ禍の影響もあり、3期連続の営業赤字という状況で大変ご心配をおかけしましたが、前期は52億円の黒字へと復帰し、今期はその倍増以上の110億円を見通しています。また、今期の営業利益率については、2012年度を上回る5.8%を予想しています。売上高は、グローバル事業構造改革やコロナ禍の影響で不採算事業、不採算店舗からの撤退等もあり、2012年度当時と比べると減少していますが、その分筋肉質な事業体質になり、営業利益率は上昇している状況です。

今後は、成長戦略により売上高を拡大していくことが、大きな課題だと認識しています。グローバル事業構造改革に一区切りをつけ、今後は成長戦略の推進フェーズに入っていく節目だと考えています。

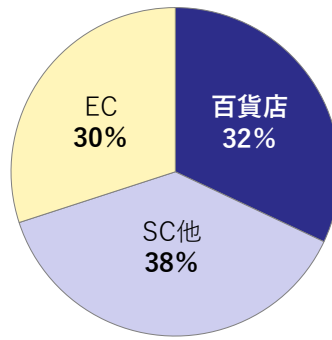
## 販路別売上高構成比

ONWARD

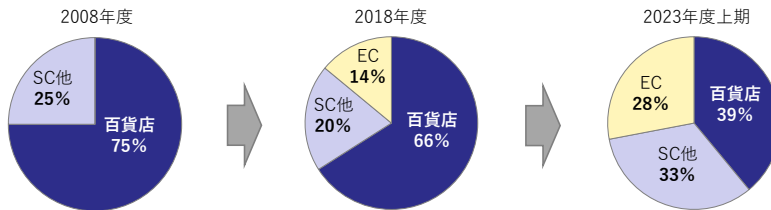
### ■ オンワードグループ国内9社計

(オンワード樺山、アイランド、ティアクラッセ、オンワードパーソナルスタイル、チャコット、クリエイティブヨーコ、大和、インディメイツ、KOKOBUY)

2023年度上期



(参考) オンワード樺山の販路別売上高構成比の推移



また、今後成長戦略を推進していくに当たり、8ページに記載しました国内における販路別売上高構成比をご覧ください。大きい円グラフは、2023年度上期のオンワードグループ国内9社の販路別売上高構成比を示していますが、百貨店が32%、Eコマースが30%、ショッピングセンターその他が38%という構成になっています。

下の段には、中核事業会社であるオンワード樺山の販路別売上高構成比の推移を記載しています。当社がオンラインの「ONWARD CROSSET」をスタートし、Eコマースに本格的に進出したのが2009年度です。その前年度の2008年度はリーマンショックの年で、まだEコマースがゼロ、百貨店が75%、ショッピングセンターその他が25%、という構成でした。その後ECを本格的に展開し、少しずつECの比率を上げてきました。約10年後の2018年度はコロナ禍の直前の時期ですが、Eコマースの比率が14%まで拡大しました。百貨店の比率は66%で、2008年度と比べますと10ポイントほど低下をしていますが、まだ3分の2は百貨店が占め、ショッピングセンターその他が20%と、約10年をかけてこのような構成に変化しました。その後の5年間は、コロナ禍がありEコマースの利用が飛躍的に伸びたことと、グローバル事業構造改革で不採算店舗の廃止や店舗の複合化などを進めた結果、今年度上期はEコマースの比率が28%にまで拡大しています。因みに、前年度のEコマース比率は30%でしたが、今年度上期はリアル店舗が非常に好調だったため、Eコマース比率が若干低下しています。一方で百貨店の比率が39%と、初めて40%を切っています。5年前と比べると、27ポイント縮小している状況です。ショッピングセンターその他は33%で、3分の1程度の構成になっています。オンワードグループ国内9社の構成比と比較しますと、まだオンワード樺山は百貨店の比率が若干高めになっていますが、オンワード樺山の販路別売上高構成が大きく変化したことが、グループ国内9社の販路別売上高構成比の変化に影響しています。

今年度上期のほぼ3分の1ずつの販路別売上高構成比については、非常にバランスがとれており、さまざまな事業環境の変化にも柔軟に対応しやすい形だと考えています。もちろん、どの販路でお買い求めになるかというのはお客さまがお決めになることですが、こうしたバランスのとれた販路別売上高構成比を維持しながら、この円グラフの大きさを拡大していくことを今後の成長戦略の1つのイメージと考えています。

百貨店は、ニューリッチも含めた富裕層に非常に強い販路です。これは他の販路にはなかなかまねのできませんので、百貨店販路の強みを十分理解した上で、それにフィットしたブランド戦略を展開していきたいと思っています。また、ショッピングセンターは、郊外はもちろんのことですが、都心部においてはさまざまなデベロッパーによる施設の開発が今後も予想されますので、都心、郊外、地方問わず、ショッピングセンターへの展開も、当社としてはまだまだ伸び代のある分野だと考え、成長戦略の大きな柱にしたいと考えています。Eコマースにつきましては、グループ全体で既に3割を占めています。特に、当社は自社ECの比率が9割弱と非常に高く、他社モールに依存しないEコマースができています。このことは、「クリック&トライ」サービスの開発の背景になっており、ECは当社グループの強みだと考えています。今後、ECを順調に拡大していくために、当社は確実に、着実にこの販路の接点も拡大していきたいと考えています。

## ■ 配当方針

株主の皆様への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。

2023年度の期末配当（2024年5月予定）は、当期純利益の通期予想を再度上方修正したことに伴い、直近の予想から1円増配の17円を予想。  
（2022年度の12円からは5円の増配）

## ■ 配当の状況

	2023年度			2022年度
	今回予想 (2023年10月)	直近予想 (2023年7月)	期初予想 (2023年4月)	
1株あたり配当金	17円	16円	14円	12円
配当金額	2,307百万	2,171百万	1,900百万	1,628百万
当期純利益	5,462百万	5,000百万	4,000百万	3,061百万
配当性向	42.2%	43.4%	47.5%	53.2%

次に9ページ、株主還元です。当社グループでは、配当方針である、配当性向35%以上、安定的で業績連動の適正な利益配分を実施していくことを経営の最重要課題の一つに位置づけています。

前期はこの考えに基づき、1株当たり12円の配当を実施しました。今年度の配当につきましては、今年4月時点で、当期純利益予想40億円を前提に、1株当たり配当金14円、配当性向47.5%を予想していました。その後、直近の今年7月の第1四半期の決算発表の際に、当期純利益予想を50億円に修正し、それに伴い1株当たり配当金予想を16円に引き上げました。今般、さらに当期純利益予想を50億から54億6,200万円に引き上げ、これに連動する形で1株当たり配当金予想をさらに1円増配の17円、配当性向42.2%に修正しました。1株当たり配当金は前年度比では、5円の増配になります。

今後も当期純利益を安定的に成長させながら、株主還元を強化していくことを株主還元政策の柱にしたいと考えています。

### ■財務方針と目標財務指標の考え方

- ・持続的な企業価値の向上にむけ、資本コストを上回るリターン（利益）の実現を目指す。
- ・株主資本コストおよび加重平均資本コスト（WACC）を意識しつつ、自己資本利益率（ROE）・投下資本利益率（ROIC）の目標値を設定する。
- ・目標値の実現に向けた具体策（キャッシュアロケーション等）を明示する。

上記については、2023年度通期決算発表時（2024年4月）に公表を予定している「ONWARD VISION 2030」のアップデート版、および中期3ヶ年経営計画と合わせて開示予定。

資本コストや株価を意識した経営に対するマーケットの要請は強まってきており、これに適切に対応していきたいと考えています。

来年4月上旬に、今年度の決算発表を予定していますが、その際に、2021年4月に発表したオンワードグループの中長期経営ビジョンである「ONWARD VISION 2030」を、その後の実績を踏まえてアップデートし公表することを予定しています。同時に、2024年度から2026年度までの3カ年の中期経営計画も発表する予定ですが、それと併せて総合的な財務方針、目標財務指標といった財務戦略についても公表したいと考えています。

その基本的な考え方を、10ページに記載しています。まずは持続的な企業価値の向上に向け、資本コストを上回るリターン(利益)の実現を目指します。当然のことですが、この点をしっかり主軸に据えながら、株主資本コスト及び加重平均資本コスト(WACC)を意識し、自己資本利益率(ROE)、投下資本利益率(ROIC)の目標値をしっかりと設定したいと考えています。また、こうした目標値の実現に向けた具体策(キャッシュアロケーション等)をしっかりとご提示したいと考えています。

今後、構造改革から成長戦略推進にギアチェンジをしていく上で、出店の拡大、商品やブランドの開発、DXの推進、M&Aなどのさまざまな成長に向けた戦略の推進に向け、資本をどのように使っていくのかといった財務戦略についても、オンワードグループとしての考え方を提示したいと考えています。

以上、私の方から、連結実績及び連結業績予想ハイライトについてご説明しました。



Copyright © ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

11

# 02

2023年度上期 連結実績

## 2023年度上期 連結実績

- 売上高は、前年同期から82億円増加し、904億円（+10.0％）に拡大。
- 営業利益は、売上総利益率の向上（+2.2％）と販管費率の低下（△3.2％）の結果、前年同期から48億円増加し50億円（26.0倍）、営業利益率は5.6％（+5.4％）となった。
- 当期純利益は、前年同期から24億円増加し、29億円（6.0倍）に伸長。
- EBITDAは、46億円増加し、74億円（2.6倍）に拡大。

(百万円)	上期実績						
	2023年度	2022年度	増減額	増減率	前回予想	増減額	増減率
1 売上高	90,411	82,166	+8,245	+10.0%	90,000	+411	+0.5%
2 売上総利益 (対売上高比率)	51,152 (56.6%)	44,735 (54.4%)	+6,417	+14.3% (+2.2%)	50,980 (56.6%)	+172	+0.3% (+0.0%)
3 販管費 (対売上高比率)	46,130 (51.0%)	44,542 (54.2%)	+1,588	+3.6% (△ 3.2%)	46,980 (52.2%)	△ 850	△ 1.8% (△ 1.2%)
4 営業利益 (対売上高比率)	5,022 (5.6%)	193 (0.2%)	+4,829	+2502.1% (+5.4%)	4,000 (4.4%)	+1,022	+25.6% (+1.2%)
5 経常利益 (対売上高比率)	4,412 (4.9%)	654 (0.8%)	+3,758	+574.6% (+4.1%)	3,400 (3.8%)	+1,012	+29.8% (+1.1%)
6 当期純利益 (対売上高比率)	2,862 (3.2%)	476 (0.6%)	+2,386	+501.3% (+2.6%)	2,400 (2.7%)	+462	+19.3% (+0.5%)
7 EBITDA <sup>※</sup> (対売上高比率)	7,390 (8.2%)	2,838 (3.5%)	+4,552	+160.4% (+4.7%)	6,600 (7.3%)	+790	+12.0% (+0.9%)

※ EBITDA（営業利益+減価償却費およびのれん償却費）

（常務取締役 財務・経理・IR担当 佐藤修）

それでは私からは、12ページ以降で決算の詳細をご説明させていただきます。

オレンジで囲った部分が、今年度上期の実績数値になります。保元のご説明と重なる部分がありますが、実績を改めてご説明します。

下側の表の、項目番号1番、売上高は前年同期比10%増、82億円の904億円となりました。2番の売上総利益は、前年同期比14.3%増、64億円増の512億円となりました。グローバル事業構造改革の成果が顕著に現れたことや、商品サプライチェーンの効率化、値引き販売の抑制などにより、売上総利益率が前年同期から2.2ポイント改善し、56.6%に上昇しました。3番の販管費は、461億円となりました。金額は前年同期比16億円増となりましたが、対売上比率では3.2%改善しました。固定費は圧縮できており、適切に経費コントロールができています。結果として4番、営業利益は前年同期比26倍の50億円となり、営業利益率も5.4ポイントの改善となりました。5番の経常利益は、前年同期比6.7倍の44億円。6番の当期純利益については、前年同期比6倍の29億円となりました。7番のEBITDAは、前年同期比160.4%増の74億円となりました。

## 2023年度上期 セグメント別実績

- 国内については、アパレルセグメント、ライフスタイルセグメントともに増収。営業利益はアパレルセグメントが8.2倍、ライフスタイルセグメントも+36%と大幅な増益を達成。
- 海外については、前年同期比16%の増収となり、営業損失が残るものの、営業損益は5億円の改善。

		上期実績							
		2023年度	2022年度	増減額	増減率	前回予想	増減額	増減率	
1	アパレル	売上高	65,909	59,704	+6,205	+10.4%	65,922	△ 13	△ 0.0%
		営業利益	3,968	484	+3,484	+719.8%	3,279	+689	+21.0%
2	ライフスタイル	売上高	20,402	19,155	+1,247	+6.5%	20,557	△ 155	△ 0.8%
		営業利益	2,022	1,484	+538	+36.3%	1,968	+54	+2.7%
3	国内合計	売上高	86,311	78,859	+7,452	+9.4%	86,479	△ 168	△ 0.2%
		営業利益	5,990	1,968	+4,022	+204.4%	5,247	+743	+14.2%
4	海外合計	売上高	9,002	7,733	+1,269	+16.4%	8,613	+389	+4.5%
		営業利益	△ 640	△ 1,132	+492	↗	△ 728	+88	↗
5	連結合計	売上高	90,411	82,166	+8,245	+10.0%	90,000	+411	+0.5%
		営業利益	5,022	193	+4,829	+2502.1%	4,000	+1,022	+25.6%

※グループの内訳は単純合算 連結合計には相殺消去含む

13ページがセグメント別の上期実績です。

こちら、オレンジで囲った部分が実績数値です。国内については、アパレルセグメント、ライフスタイルセグメントともに増収となりました。営業利益は、アパレルセグメントが前年同期比8.2倍の40億円、ライフスタイルセグメントも前年同期比36%増の20億円と、大幅な増益を達成しました。また、海外については前年同期比16%の増収となり、営業損失は残るものの、5億円の収支改善となりました。

以上が上期の実績のご説明です。





Copyright © ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

14

03

2023年度通期 連結業績予想

- 通期の業績予想は、上期の実績に、前回の下期予想を合算。
- 売上高は、前期から131億円増加の1,892億円（+7.5%）、営業利益は同58億円増加の110億円（2.1倍）、当期純利益は同24億円増加の55億円（1.8倍）を予想。

(百万円)	通期予想						
	2023年度	2022年度	増減額	増減率	前回予想	増減額	増減率
1 売上高	189,211	176,072	+13,139	+7.5%	188,800	+411	+0.2%
2 売上総利益 (対売上高比率)	105,952 (56.0%)	96,751 (54.9%)	+9,201	+9.5% (+1.1%)	105,780 (56.0%)	+172	+0.2% (+0.0%)
3 販管費 (対売上高比率)	94,930 (50.2%)	91,537 (52.0%)	+3,393	+3.7% (△1.8%)	95,780 (50.7%)	△ 850	△ 0.9% (△ 0.5%)
4 営業利益 (対売上高比率)	11,022 (5.8%)	5,214 (3.0%)	+5,808	+111.4% (+2.8%)	10,000 (5.3%)	+1,022	+10.2% (+0.5%)
5 経常利益 (対売上高比率)	10,012 (5.3%)	5,319 (3.0%)	+4,693	+88.2% (+2.3%)	9,000 (4.8%)	+1,012	+11.2% (+0.5%)
6 当期純利益 (対売上高比率)	5,462 (2.9%)	3,061 (1.7%)	+2,401	+78.4% (+1.2%)	5,000 (2.6%)	+462	+9.2% (+0.3%)
7 EBITDA <sup>*</sup> (対売上高比率)	16,100 (8.5%)	10,373 (5.9%)	+5,727	+55.2% (+2.6%)	15,100 (8.0%)	+1,000	+6.6% (+0.5%)

※ EBITDA（営業利益+減価償却費およびのれん償却費）

続きまして15ページ、ここから通期の業績予想についてご説明します。

先ほど保元が申し上げたとおり、今年度上期の実績が当初の予想を上回って進捗したことを受けて、通期の公表予想値を再度上方修正いたします。今回修正した公表予想値につきましては、売上高は前期比7.5%増の1,892億円。前期に対して売上総利益率が1.1ポイント増の56.0%、販管費比率が1.8ポイント改善の50.2%にそれぞれ改善することで、営業利益は前期比2.1倍の110億円、当期純利益は前年比1.8倍の55億円、EBITDAは前期比55%増の161億円を予想いたします。

## 2023年度通期 セグメント別業績予想

- 国内については、アパレルセグメントの売上高が前期比94億円増（+7.2%）、営業利益は44億円増（1.9倍）、ライフスタイルセグメントの売上高は同25億円増（+6.6%）、営業利益は7億円増（+26.3%）の増収増益を予想。
- 海外については、売上高が25億円増（+14.5%）、営業損失は残るものの、営業損益は7億円の改善を予想。

(百万円)			通期予想						
			2023年度	2022年度	増減額	増減率	前回予想	増減額	増減率
1	アパレル	売上高	138,877	129,525	+9,352	+7.2%	139,113	△ 236	△ 0.2%
		営業利益	9,421	5,000	+4,421	+88.4%	8,960	+461	+5.1%
2	ライフスタイル	売上高	40,431	37,926	+2,505	+6.6%	40,481	△ 50	△ 0.1%
		営業利益	3,461	2,741	+720	+26.3%	3,239	+222	+6.9%
3	国内合計	売上高	179,308	167,451	+11,857	+7.1%	179,594	△ 286	△ 0.2%
		営業利益	12,882	7,741	+5,141	+66.4%	12,199	+683	+5.6%
4	海外合計	売上高	19,743	17,250	+2,493	+14.5%	19,358	+385	+2.0%
		営業利益	△ 407	△ 1,090	+683	↗	△ 300	△ 107	↗
5	連結合計	売上高	189,211	176,072	+13,139	+7.5%	188,800	+411	+0.2%
		営業利益	11,022	5,214	+5,808	+111.4%	10,000	+1,022	+10.2%

※グループの内訳は単純合算 連結合計には相殺消去含む

16ページは、セグメント別の通期業績予想です。

国内アパレルセグメントの売上高は前期比94億円増、営業利益は44億円増。国内ライフスタイルセグメントの売上高は前期比25億円増、営業利益は7億円増と、増収増益を予想します。海外については、売上高は25億円増、営業損失は残るものの7億円の損益改善を予想いたします。



Copyright © GUNVARD HOLDINGS CO., LTD.

17

# 04

財務状況

- EBITDAは、前年同期比46億円増の74億円に拡大。
- 純資産は、少数株主持分の減少により前期末から50億円減少。
- 自己資本比率は、前期末から0.5ポイント低下の46.5%。
- 流動比率は、100%以上を維持。借入金の増加により前期末から15ポイント低下。

## EBITDA

(百万円)

2023年度 上期	2022年度 上期	増減	増減率
7,390	2,838	+4,552	+160.4%

## 自己資本比率

2023年度 上期	2022年度 期末	増減
46.5%	47.0%	△ 0.5%

## 純資産

(百万円)

2023年度 上期	2022年度 期末	増減	増減率
80,029	85,073	△ 5,044	△ 5.9%

## 流動比率

2023年度 上期	2022年度 期末	増減
102.2%	117.2%	△ 15.0%

18ページで、今年度上期の財務状況の実績についてご説明します。

EBITDAにつきましては前述のとおり、前年同期比2.6倍の74億円となりました。

純資産については、配当金の支払いなどによりまして、前期末比で約50億円減の800億円となりました。

自己資本比率については、前年度末の47.0%より0.5ポイント減少し46.5%となりましたが、適正水準を維持しています。

流動比率については、短期借入金の増加に伴い一時的に低下しましたが、安全性の目安である100%以上を維持しています。

## 2023年度上期 キャッシュ・フロー/設備投資/減価償却費

### ■ キャッシュ・フロー

- 営業活動によるキャッシュ・フローは、税金等調整前利益、および棚卸資産の増加などにより11億円の収入。
- 投資活動によるキャッシュ・フローは、投資有価証券の取得などにより19億円の支出。
- 財務活動によるキャッシュ・フローは、借入金の増減および配当金の支払い等により10億円の支出。

### ■ 設備投資

- 設備投資額は、前年同期から3億円減少の16億円。
- DX関連やOMO関連など投資を厳選し、効率的に実施。

(百万円)	2023年度 上期	2022年度 上期	増減	増減率
設備投資	1,641	1,918	△ 277	△ 14.4%

### ■ 減価償却費

- 減価償却費は、前年同期から3億円減少の20億円。

(百万円)	2023年度 上期	2022年度 上期	増減	増減率
減価償却費	1,957	2,243	△ 286	△ 12.8%

19ページは、キャッシュ・フローです。

営業キャッシュ・フローについては、税金等調整前利益の増加によって収入が増える一方、秋冬物の仕入れに伴う支出などもあり、11億円の収入となりました。

投資活動によるキャッシュ・フローは、業務提携を発表した株式会社ウイゴアの投資有価証券の取得による支出などにより19億円の支出。

財務活動によるキャッシュ・フローは、借入金の増減や配当金の支払いなどにより10億円の支出となりました。

設備投資につきましては、2023年上期で16億4,100万円実施しました。内訳は、通常の売り場設備、物流設備等に係る投資が約8億円、IT関係の投資が約6億円などです。設備投資につきましては、引き続き内容を厳選し、投資対効果を見極め、効率的に実施してまいります。

私からの説明は以上になります。



(代表取締役社長 保元道宣)

それでは引き続きまして、私の方から20ページ以降、人的資本経営への取り組みとサステナブル経営の取り組みについて説明をさせていただきます。

## 人的資本経営への取り組み

ONWARD

### ■ダイバーシティへの取り組み

#### 女性の活躍推進「メンター制度の導入」

経営幹部候補者を育成するため、役員（メンター）が双方向の対話を通じて女性管理職（メンティ）のキャリア形成上の課題解決や悩み解消の援助をして、個人の成長をサポート。



#### LGBTQ理解への取り組み （オンワードコーポレートデザイン）

株式会社オンワードコーポレートデザインは、全社員対象と管理職対象のLGBTQセミナーを開催。LGBTQ等のマイノリティがアクセスしやすい窓口を設置。



人的資本経営につきましては当社経営の最重要事項の1つと位置づけて、取締役会を始めさまざまな角度で取り組みを進めております。

1つはダイバーシティへの取り組みです。女性の活躍推進に向け、女性の経営幹部候補者を育成するために、現在役員がメンターとして、双方の対話を通じて女性管理職（メンティ）のキャリア形成上の課題解決や悩み解消の援助をするメンター制度を導入しています。担当役員、場合によっては私自身もこれに参画して、未来の女性の経営幹部候補者を育成していく取り組みを既に毎月進めている状況です。

また、LGBTQ理解の取り組みとして、今年9月1日に発足した法人ビジネスの中核会社であります、株式会社オンワードコーポレートデザインにおいて、全社員対象と管理職対象のLGBTQセミナーを開催し、アクセスしやすい窓口の設置等の活動を始めております。



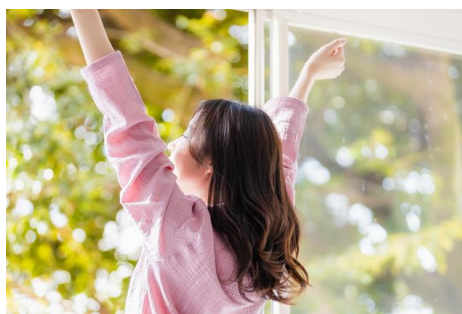
■働き方デザイン

男性育休の推進

男性社員の育休取得を推進するため、プレバママセミナーや個別面談を実施。2023年度は、取得者のうち2名が10カ月～1年の長期育休を取得。

勤務間インターバル制度

前日の終業時刻と翌日の始業時刻との間を11時間確保する  
「勤務間インターバル制度」を2022年9月に導入。社員の休息時間や睡眠時間を確保し、ワークライフバランスのとれた働き方をサポート。



22ページ目に、働き方改革の「働き方デザイン」についてお示しています。

1つ目の取り組みは男性育休の推進です。既に今年度の男性育休取得者のうち2名は10カ月から1年の長期の育休を取得するなど、着実に根づき始めている状況です。

また、勤務間インターバル制度を昨年9月に導入し、前日の就業時間と翌日の始業時間との間を11時間以上確保することを進め、社員のワークライフバランスの向上につながっています。



# 06

サステナブル経営への取り組み

## サステナブル経営への取り組み

—ONWARD—

### ■ オンワード・グリーン・キャンペーンの拡大

衣料品のリサイクル・リユースによる循環システムを目指す「オンワード・グリーン・キャンペーン」。  
2023年度上期は、衣料品回収点数が前年同期から23%増加。これまでの累計で約730万点を回収。

回収した衣料を毛布にリサイクルし寄贈



### ■ 回収衣料のアップサイクル・アクションをスタート

回収した衣料品を新たに生まれ変わらせる「アップサイクル・アクション」をスタート。  
展示・販売イベントなどを通じて新しいサーキュラーエコノミーを提案。

### • Upcycle Action •



サステナブル経営につきましては、24ページと25ページに記載しています。

24ページの左側ですが、2009年度から連綿と続けている取り組みで、衣料品の回収、リサイクル、リユースを行う「オンワード・グリーン・キャンペーン」を着実に拡大していきます。今年度上期は衣料品の回収点数が前年同期から23%増加し、累計で約730万点を回収しました。

当社グループでは、回収した衣料品を毛布や軍手、固形燃料等々にリサイクルしていますが、今年度からこの回収衣料品をファッション衣料としてアップサイクルして展示・販売イベントを開催していくという、「アップサイクル・アクション」という取り組みを新たにスタートし、サステナブル経営の進化を目指しています。

## サステナブル経営への取り組み

—ONWARD—

### ■受注生産の拡大

メンズ基幹ブランド『五大陸』において、スーツの売上高に占めるオーダーメイドの比率が、2019年度の32%から80%に上昇。無駄な在庫の削減に寄与。



### ■リサイクル素材の活用

ニットシューズブランド『steppi (ステッピ)』は、使用済みペットボトルやプラスチック廃材から生まれるリサイクル素材を使用。洗濯ネットになる専用ショッパーもサステナブル素材で生産。

SUSTAINABLE



WASHABLE



また、25ページに記載のとおり、通常の営業活動の中でもオーダーメイドビジネス、受注生産を拡大することで無駄な在庫を削減する取り組みに注力しています。

販売してからつくるビジネスモデルは、『KASHIYAMA』などで先行してやっていましたが、メンズの基幹ブランド『五大陸』におきましても、スーツの売上高に占めるオーダーメイドの比率が2019年度の32%から80%に上昇しています。『五大陸』は既制服のブランドでしたが、このように最近ではオーダーメイドブランドに変貌しつつあります。

また、ニットシューズブランドの『steppi』が今急成長をしています。『steppi』は、使用済みペットボトルやプラスチック廃材から生まれるリサイクル素材を使用したり、洗濯ネットにもなる専用ショッパーにサステナブル素材を活用したり、商品そのものの素材としてリサイクル素材を活用しています。このように、通常の企画・生産・販売活動にサステナブル経営の発想を取り入れていく活動も拡大していきたいと考えています。

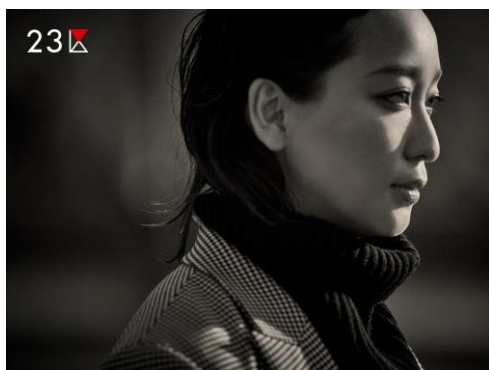


最後に、26ページ目以降で直近のトピックスを3点ご紹介します。

## 創設30周年を迎えた『23区』の更なる成長への取り組み ONWARD

### ■ プロモーションの強化

ブランド創設30周年を記念し、俳優の杏さんをブランドアンバサダーに起用。様々なメディアを活用したグローバルなプロモーション活動を展開。



### ■ 『estèta(エステータ)』のスタート

顧客の多様なニーズに応えるため、ハイグレードな新ライン『estèta(エステータ)』をスタート。当社の素材調達力・生産ネットワークを駆使して、国内の縫製工場を中心に生産。



27ページに、オンワード樫山の基幹ブランドであり、今年創設30周年を迎えた『23区』の更なる成長への取り組みをご紹介します。

今後10年、20年、30年を見据えた新しい成長への取り組みをスタートしています。まず、最初の取り組みがプロモーションの強化で、30周年を機に俳優の杏さんをブランドアンバサダーに起用しました。オンラインやリアルメディアを含めさまざまなメディアを活用した、かつ日本国内にとどまらない、アジアも含めたグローバルなブランドプロモーション活動を今年度から展開してまいります。『23区』の新しい世代のお客さまを含め、ファンを増やしていきたいと考えています。

右側は、『estèta』のスタートです。『23区』を始め、当社グループのお客さまの多様なニーズにお応えするために、『23区』からさらにハイグレードな新ラインとして『estèta』をスタートしました。都心部の高感度の百貨店を中心に展開を開始しており、順調に滑り出しているところです。また、国内の縫製工場を中心に「メイド・イン・ジャパン」にもこだわったブランド展開を進めていきたいと考えています。

## 法人ビジネスの強化

—ONWARD—

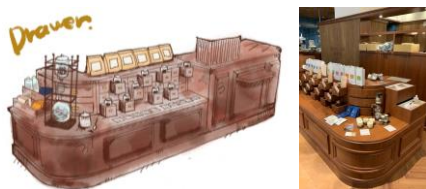
2023年9月1日にオンワード商事株式会社と株式会社オンワードクリエイティブセンターを合併し、法人ビジネスを担う中核事業会社「株式会社オンワードコーポレートデザイン」を設立。

旧オンワード商事のユニフォーム事業などの豊富なノウハウと顧客基盤、旧オンワードクリエイティブセンターの空間デザイン力を融合し、顧客企業に向けたトータルなデザインサービスを提供。

**ユニフォーム事業** ANAホールディングス株式会社の国際線新ブランド「Air Japan(エアージャパン)」の初代制服



**スペースクリエイティブ事業**「株式会社倉式珈琲」様



**セールスプロモーション事業**「株式会社ファンケル」様



28ページは、「ONWARD VISION 2030」にも記載しています「法人ビジネス」の強化です。

今年9月1日に旧オンワード商事と旧オンワードクリエイティブセンターを合併し、法人ビジネスの中核事業会社、株式会社オンワードコーポレートデザインを発足しました。旧オンワード商事は、ユニフォームやセールスプロモーショングッズ等々で長い法人ビジネスの歴史があり、幅広い法人のお客さまの営業基盤を持っています。この旧オンワード商事と、ファッション関係のショップの空間デザイン等を手掛ける旧オンワードクリエイティブセンターのノウハウを融合することで、顧客企業のトータルなコーポレートブランディングを支援するサービスを強化することを目的に、新会社を設立しました。

## ラグビーワールドカップ2023フランス大会日本代表の支援

ONWARD

- 株式会社オンワードパーソナルスタイルは、公益財団法人日本ラグビーフットボール協会とオフィシャルサポーター契約を締結し、ラグビー日本代表を支援。
- オーダーメイドブランド『KASHIYAMA（カシヤマ）』を通じて、ラグビー日本代表の全選手にオリジナルモデルスーツを提供。



最後に29ページですが、オーダーメイドブランド『KASHIYAMA』を通じ、ラグビーワールドカップ2023フランス大会の日本代表を支援させていただいています。オフィシャルサポーターとして、日本ラグビーフットボール協会様と契約を締結し、日本代表の全選手にオリジナルモデルスーツをご提供しています。

以上、直近の当グループをめぐるトピックスについて、3点ご紹介させていただきました。

私からのご説明は以上です。





08

補足資料

## OMOサービス 「クリック&トライ」 ブランド複合型店舗「オンワード・クローゼットセレクト」

ONWARD

- 「クリック&トライ」サービス
  - ・導入店舗数は前年同期末から50店舗増加し360店舗。
  - ・同サービス導入店舗(既存)の2023年度上期の売上高はコロナ前の2019年を13%上回り、未導入店舗を22ポイント上回る。
- 「オンワード・クローゼットセレクト」
  - ・「クリック&トライ」と併せ、ブランド複合型店舗「ONWARD CROSSET SELECT (オンワード・クローゼットセレクト)」(OCS)の展開を拡大。
  - ・OMOサービスを実装し、オンワード樫山の複数ブランドを横断的に取り揃え、ご提供。2023年度上期売上高の前年同期比は、OCSを除く既存店舗を21ポイント上回る。

### クリック&トライ導入店舗数・予約件数の推移

	2023年度 上期末	2022年度 上期末	増減	増減率
店舗数	360	310	+50	-
導入率	51%	38%	+13%	
予約件数(千件)	58	29	+29	2.0倍

### オンワード・クローゼットセレクト売上高比較

	2023年度上期		
	百貨店流通	SC流通	計
オンワード・クローゼットセレクト(OCS)	132%	139%	134%
OCS除く店舗	116%	106%	113%
差	+16%	+33%	+21%

廃止ブランドを除く対比

### クリック&トライ導入店舗・未導入店舗の売上高比較

2019年度上期比	2023年度 上期	2022年度 上期
導入店舗	113%	96%
未導入店舗	91%	75%
差	+22%	+21%



イオンモール札幌発楽店

- リアル販路（百貨店+SC他）は、11%増収。
- ECは8%増収。EC化率は30%、自社EC比率は86%と高水準を維持。

(百万円)	①オンワード樫山			②国内EC対象事業会社8社 <sup>※</sup>			合計 (①+②)		
	売上高	構成比	前年同期比	売上高	構成比	前年同期比	売上高	構成比	前年同期比
百貨店	19,911	38.6%	+10.9%	4,894	19.5%	△ 0.8%	24,805	32.4%	+8.4%
SC他	17,171	33.3%	+15.3%	12,090	48.2%	+8.7%	29,261	38.2%	+12.5%
<b>リアル販路計</b>	<b>37,082</b>	<b>71.9%</b>	<b>+12.9%</b>	<b>16,984</b>	<b>67.7%</b>	<b>+5.8%</b>	<b>54,066</b>	<b>70.5%</b>	<b>+10.6%</b>
自社EC	12,670	24.6%	+9.6%	6,808	27.1%	+4.5%	19,478	25.4%	+7.8%
自社EC比率		87.5%			83.9%			86.2%	
他社ECモール	1,814	3.5%	+9.7%	1,305	5.2%	+5.0%	3,119	4.1%	+7.7%
<b>EC計</b>	<b>14,484</b>	<b>28.1%</b>	<b>+9.6%</b>	<b>8,113</b>	<b>32.3%</b>	<b>+4.5%</b>	<b>22,597</b>	<b>29.5%</b>	<b>+7.7%</b>
<b>売上高計</b>	<b>51,566</b>	<b>100.0%</b>	<b>+12.0%</b>	<b>25,097</b>	<b>100.0%</b>	<b>+5.4%</b>	<b>76,663</b>	<b>100.0%</b>	<b>+9.7%</b>

※Eコマースを運営している以下の国内事業会社8社  
 アイランド、ティアクラッセ、オンワードパーソナルスタイル、チャコット、クリエイティブヨーコ、大和、インティメイツ、KOKOBUY

23区 【オンワード桜山】

オンワード桜山の中核ブランド『23区』が引き続き大幅増収。ブランドデビュー30周年を記念したプロモーションによる販促を強化しハイグレードラインの『estèta (エステータ)』を新たに展開。



上期売上高  
(前年同期比) **+20.3%**

23区

UNFILO 【オンワード桜山】

収益性と独自性の高い商品開発や、ヒット商品ジョグパンの広告動画配信などのデジタル販促の効果で、引き続き拡大路線。OMO型店舗での取り扱いも拡大。



上期売上高  
(前年同期比) **1.7倍**

UNFILO

KASHIYAMA 【オンワードパーソナルスタイル】

直営店舗の売上が大幅伸長。2023年4月にリニューアルオープンした都内最大級の吉祥寺店は好調な推移。顧客数が伸長すると同時に、顧客単価も上昇。法人ビジネスも企業ユニフォーム案件を獲得し、増収に貢献。



上期売上高  
(前年同期比) **+19.2%**

KASHIYAMA

ペットパラダイス 【クリエイティブヨーコ】

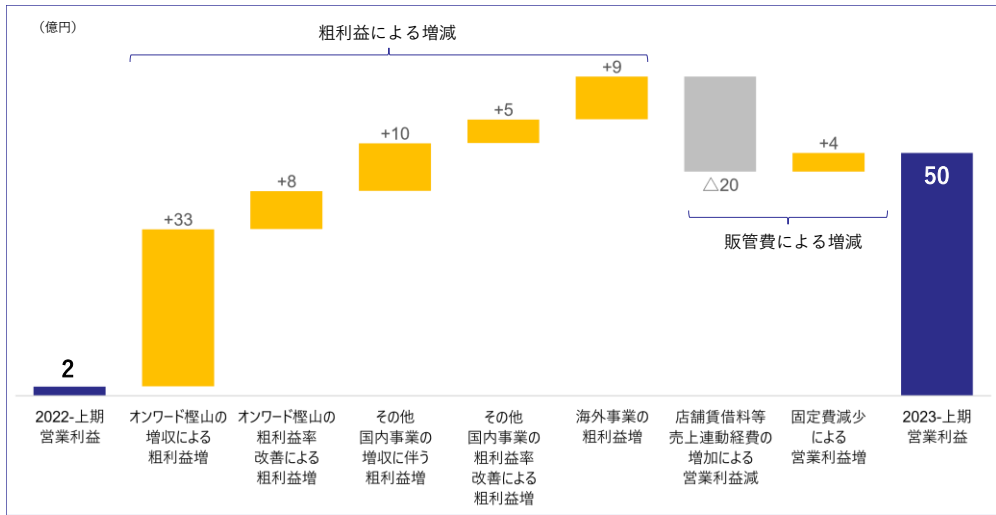
新規出店施策が奏功し、2023年出店の3店舗はいずれも計画を上回る好調な推移。またカートやリード、暑さ対策雑貨など新規商品のヒットも増収に貢献。



上期売上高  
(前年同期比) **+15.9%**

PET PARADISE

## 2023年度上期 営業利益増減分析（対前年同期）



## 2023年度上期 事業会社別実績

(百万円)		上期実績							
		2023年度	2022年度	増減額	増減率	前年同期	増減額	増減率	
1	オンワード樞山+HD	売上高	51,566	46,055	+5,511	+12.0%	51,419	+147	+0.3%
		営業利益	3,210	332	+2,878	+866.9%	2,401	+809	+33.7%
2	オンワード	売上高	7,353	6,865	+488	+7.1%	7,228	+125	+1.7%
		営業利益	822	523	+299	+57.2%	750	+72	+9.6%
3	アイランド	売上高	2,844	2,970	△ 126	△ 4.2%	2,947	△ 103	△ 3.5%
		営業利益	△ 23	22	△ 45		34	△ 57	
4	国内アパレル計	売上高	65,909	59,704	+6,205	+10.4%	65,922	△ 13	△ 0.0%
		営業利益	3,968	484	+3,484	+719.8%	3,279	+689	+21.0%
5	チャコット	売上高	5,059	4,714	+345	+7.3%	4,976	+83	+1.7%
		営業利益	565	342	+223	+65.2%	530	+35	+6.6%
6	クリエイティブヨーコ	売上高	2,969	2,562	+407	+15.9%	2,933	+36	+1.2%
		営業利益	235	108	+127	+117.6%	184	+51	+27.7%
7	大和	売上高	10,592	10,106	+486	+4.8%	10,837	△ 245	△ 2.3%
		営業利益	999	703	+296	+42.1%	1,018	△ 19	△ 1.9%
8	国内ライフスタイル計	売上高	20,402	19,155	+1,247	+6.5%	20,557	△ 155	△ 0.8%
		営業利益	2,022	1,484	+538	+36.3%	1,968	+54	+2.7%
9	国内小計	売上高	86,311	78,859	+7,452	+9.4%	86,479	△ 168	△ 0.2%
		営業利益	5,990	1,968	+4,022	+204.4%	5,247	+743	+14.2%
10	ヨーロッパ計	売上高	4,832	4,244	+588	+13.9%	4,637	+195	+4.2%
		営業利益	△ 449	△ 514	+65		△ 462	+13	
11	アメリカ計	売上高	936	759	+177	+23.3%	880	+56	+6.4%
		営業利益	△ 231	△ 407	+176		△ 271	+40	
12	アジア計	売上高	3,234	2,730	+504	+18.5%	3,096	+138	+4.5%
		営業利益	40	△ 211	+251		5	+35	+700.0%
13	海外小計	売上高	9,002	7,733	+1,269	+16.4%	8,613	+389	+4.5%
		営業利益	△ 640	△ 1,132	+492		△ 728	+88	
14	連結合計	売上高	90,411	82,166	+8,245	+10.0%	90,000	+411	+0.5%
		営業利益	5,022	193	+4,829	+2502.1%	4,000	+1,022	+25.6%

※グループの内訳は単純合算 連結合計には相殺消去含む

# 2023年度通期 事業会社別業績予想

(百万円)

		通期予想						
		2023年度	2022年度(実績)	増減額	増減率	前回予想	増減額	増減率
1	オンワード樺山+HD	売上高 107,964	101,109	+6,855	+6.8%	107,858	+106	+0.1%
		営業利益 7,801	4,524	+3,277	+72.4%	6,887	+914	+13.3%
2	オンワード	売上高 16,205	14,503	+1,702	+11.7%	16,279	△ 74	△ 0.5%
		営業利益 1,527	1,007	+520	+51.6%	1,386	+141	+10.2%
3	アイランド	売上高 6,235	6,285	△ 50	△ 0.8%	6,341	△ 106	△ 1.7%
		営業利益 35	80	△ 45	△ 56.3%	152	△ 117	△ 77.0%
4	国内アパレル計	売上高 138,877	129,525	+9,352	+7.2%	139,113	△ 236	△ 0.2%
		営業利益 9,421	5,000	+4,421	+88.4%	8,960	+461	+5.1%
5	チャコット	売上高 9,573	8,849	+724	+8.2%	9,473	+100	+1.1%
		営業利益 631	342	+289	+84.5%	573	+58	+10.1%
6	クリエイティブヨーコ	売上高 6,307	5,801	+506	+8.7%	6,246	+61	+1.0%
		営業利益 582	419	+163	+38.9%	545	+37	+6.8%
7	大和	売上高 21,593	20,629	+964	+4.7%	21,836	△ 243	△ 1.1%
		営業利益 1,806	1,489	+317	+21.3%	1,827	△ 21	△ 1.1%
8	国内ライフスタイル計	売上高 40,431	37,926	+2,505	+6.6%	40,481	△ 50	△ 0.1%
		営業利益 3,461	2,741	+720	+26.3%	3,239	+222	+6.9%
9	国内小計	売上高 179,308	167,451	+11,857	+7.1%	179,594	△ 286	△ 0.2%
		営業利益 12,882	7,741	+5,141	+66.4%	12,199	+683	+5.6%
10	ヨーロッパ計	売上高 10,965	9,960	+1,005	+10.1%	10,694	+271	+2.5%
		営業利益 69	△ 136	+205	↗	108	△ 39	△ 36.1%
11	アメリカ計	売上高 1,966	1,636	+330	+20.2%	1,615	+351	+21.7%
		営業利益 △ 416	△ 576	+160	↗	△ 302	△ 114	↘
12	アジア計	売上高 6,812	5,654	+1,158	+20.5%	7,049	△ 237	△ 3.4%
		営業利益 △ 60	△ 378	+318	↗	△ 106	+46	↗
13	海外小計	売上高 19,743	17,250	+2,493	+14.5%	19,358	+385	+2.0%
		営業利益 △ 407	△ 1,090	+683	↗	△ 300	△ 107	↘
14	連結合計	売上高 189,211	176,072	+13,139	+7.5%	188,800	+411	+0.2%
		営業利益 11,022	5,214	+5,808	+111.4%	10,000	+1,022	+10.2%

※グループの内訳は単純合算 連結合計には相殺消去含む。

※オンワードコーポレートデザインの前年値および前回予想(下期)には、旧オンワード商事に加え、旧オンワードクリエイティブセンターの数値を含む。

## 2023年度上期 連結販管費 / 当期純利益影響項目

(百万円)	2023年度上期	2022年度上期	増減率
1 人件費	18,103	18,276	△ 0.9%
2 賃借料	12,201	11,563	+5.5%
3 運賃運搬費	3,162	3,083	+2.6%
4 広告宣伝費	2,935	1,844	+59.2%
5 減価償却費	1,565	1,870	△ 16.3%
6 その他	8,164	7,906	+3.3%
7 販管費計	46,130	44,542	+3.6%

### 【当期純利益影響項目】

- 受取利息・受取配当金等による営業外収益3億円
- 為替差損、支払利息等により営業外費用は9億円
- 投資有価証券売却による特別利益4億円
- 減損損失等による特別損失4億円
- 法人税等は、業績向上により将来課税所得の増加が見込まれ、繰延税金資産の計上に伴い税負担率が低下。
- 以上の結果、当期純利益は29億円となった。

(百万円)	2023年度上期	2022年度上期	増減率
8 営業利益	5,022	193	+2502.1%
9 営業外収益	317	1,116	△ 71.6%
10 受取利息・配当金	150	119	
11 為替差益		708	
12 その他	166	287	
13 営業外費用	927	655	+41.5%
14 支払利息	269	131	
15 為替差損	473		
16 持分法による投資損失		34	
17 その他	183	489	
18 営業外損益計	△609	461	-
19 経常利益	4,412	654	+574.6%
20 特別利益	362	1,455	
21 投資有価証券売却益	362	120	
22 関係会社株式売却益		1,306	
23 その他		28	
24 特別損失	385	485	
25 減損損失	242	470	
26 その他	142	15	
27 特別損益	△23	970	
28 税引前利益	4,390	1,624	+170.3%
29 法人税等	1,382	1,342	
30 少数株主損益	144	△194	
31 当期純利益	2,862	476	+501.2%



## 2023年度上期 連結貸借対照表

(億円)	2023年度上期末	2022年度末	前期末比±	増減要因
1 資産合計	1,607	1,591	+16	
2 流動資産	641	622	+19	
3 現金及び預金	123	138	△ 15	
4 売掛金	123	139	△ 16	
5 棚卸資産	349	307	+42	売上高拡大に向けた積極的な仕入による増加
6 固定資産	965	969	△ 4	
7 有形固定資産	535	531	+4	
8 無形固定資産	87	91	△ 4	
9 投資その他の資産	342	347	△ 5	
10 負債合計	807	741	+66	
11 買掛金	211	214	△ 3	
12 借入金	355	272	+83	新規借り入れによる増加
13 その他	240	255	△ 15	
14 純資産合計	800	850	△ 50	少数株主持分の減少
15 自己資本比率	46.5%	47.0%	△ 0.5%	
16 流動比率	102.2%	117.2%	△ 15.0%	

## 2023年度 グループ別上期実績・通期予想

(百万円)		上期実績				通期予想				
		2023年度	2022年度	増減額	増減率	2023年度	2022年度	増減額	増減率	
オン ワ ー ド 樺 山 + H D	1	売上高	51,566	46,055	+5,511	+12.0%	107,964	101,109	+6,855	+6.8%
	2	売上総利益	31,245	27,158	+4,087	+15.0%	64,969	60,068	+4,901	+8.2%
		(売上比)	(60.6%)	(59.0%)		(+1.6%)	(60.2%)	(59.4%)		(+0.8%)
	3	販管費	28,035	26,826	+1,209	+4.5%	57,168	55,544	+1,624	+2.9%
	(売上比)	(54.4%)	(58.2%)		(Δ 3.9%)	(53.0%)	(54.9%)		(Δ 2.0%)	
4	営業利益	3,210	332	+2,878	+866.9%	7,801	4,524	+3,277	+72.4%	
	(売上比)	(6.2%)	(0.7%)		(+5.5%)	(7.2%)	(4.5%)		(+2.8%)	
国 内 小 計 (S P R E D D I N G S C O. L T D.)	5	売上高	34,745	32,804	+1,941	+5.9%	71,344	66,342	+5,002	+7.5%
	6	売上総利益	17,626	16,156	+1,470	+9.1%	35,858	32,516	+3,342	+10.3%
		(売上比)	(50.7%)	(49.3%)		(+1.5%)	(50.3%)	(49.0%)		(+1.2%)
	7	販管費	14,846	14,520	+326	+2.2%	30,777	29,299	+1,478	+5.0%
	(売上比)	(42.7%)	(44.3%)		(Δ 1.5%)	(43.1%)	(44.2%)		(Δ 1.0%)	
8	営業利益	2,780	1,636	+1,144	+69.9%	5,081	3,217	+1,864	+57.9%	
	(売上比)	(8.0%)	(5.0%)		(+3.0%)	(7.1%)	(4.8%)		(+2.3%)	
海 外 小 計	9	売上高	9,002	7,733	+1,269	+16.4%	19,743	17,250	+2,493	+14.5%
	10	売上総利益	4,047	3,161	+886	+28.0%	9,147	7,552	+1,595	+21.1%
		(売上比)	(45.0%)	(40.9%)		(+4.1%)	(46.3%)	(43.8%)		(+2.6%)
	11	販管費	4,687	4,293	+394	+9.2%	9,554	8,642	+912	+10.6%
	(売上比)	(52.1%)	(55.5%)		(Δ 3.4%)	(48.4%)	(50.1%)		(Δ 1.7%)	
12	営業利益	Δ 640	Δ 1,132	+492	↗	Δ 407	Δ 1,090	+683	↗	
	(売上比)	-	-			-	-			

# 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。