



2023年2月期（2022年度）

決算説明資料



2023年4月6日

株式会社 オンワードホールディングス

本日は2023年2月期の連結決算につきまして、パワーポイントの決算説明資料をベースにご説明いたします。
まず、資料の4ページをご覧ください。

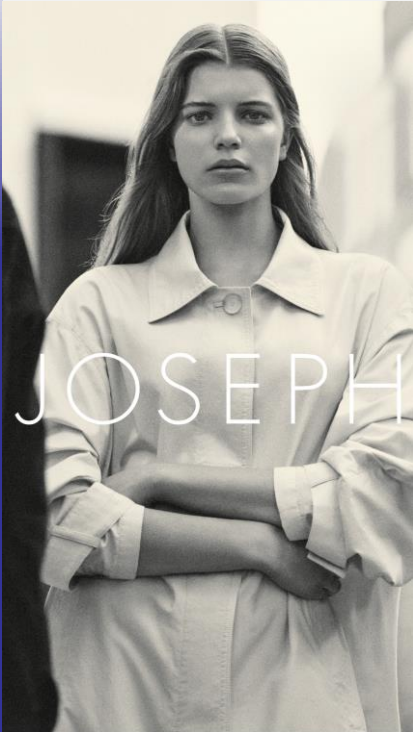
オンワードグループのミッションステートメント

ホ シ
ヒト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	P. 3
02	2022年度 連結実績	P. 7
03	2023年度 連結業績予想	P.12
04	TOPICS	P.18
05	サステナブル経営	P.25
06	働き方デザイン	P.27
07	財務状況	P.29
08	DATA BOOK	P.33



Copyright © ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

01

連結実績および連結業績予想ハイライト

2022年度 連結実績ハイライト



売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
1,761 億円	52 億円	53 億円	31 億円
〔前期比+76億円〕	〔前期比+63億円〕	〔前期比+48億円〕	〔前期比△55億円〕

- 2022年度の連結売上高は、オンワード樫山を中心に主力のブランド事業の復調が鮮明になったこと、OMOサービス「クリック&トライ」を導入した店舗の販売が好調に推移したことなどから、前期比76億円増となった。
- グローバル事業構造改革の成果に加え、在庫コントロールの徹底や値引き販売の抑制などにより売上総利益率が向上（52.0%→54.9%）し、販管費率も着実に低下（52.7%→52.0%）した。
- この結果、営業利益を含む全ての利益段階で黒字化を達成した。なお当期純利益は、2021年度に大きな不動産売却益の計上という特殊要因があり、その反動から減益となった。

こちらは、2022年度の連結実績ハイライトです。

売上高につきましては、前期比で76億円の1,761億円、4.5%の増収で着地をしました。また、営業利益につきましては、前期比で63億円改善し、52億円の黒字に転換しました。経常利益は前期比で48億円増え53億円、当期純利益は31億円となりました。当期純利益につきましては、前期に不動産売却益という特殊要因があったため、55億円の減益となっています。

2022年度の売上高につきましては、オンワード樫山を中心とする主力のブランド事業が復調したことが増収の最大の要因です。また、新しく開発したOMOサービス「クリック&トライ」につきましては、この3月に過去最高の利用件数を記録するなど順調に利用が進んでおり、増収の大きな要因となっています。

利益面につきましては、2019年度の下期からスタートしたグローバル事業構造改革の成果に加え、在庫コントロールの徹底、値引き販売の抑制などで、売上総利益率が前期の52.0%から54.9%に2.9ポイント上昇しました。また、販管費率につきましても、販売効率の向上などにより、前期の52.7%から52.0%に着実に低下しました。この結果、営業利益を含む全ての利益段階で黒字化を実現することができました。当期純利益の減少につきましては、先ほど申し上げたとおりです。

2023年度 連結業績予想ハイライト

ONWARD

売上高

1,850 億円

〔前期比+89億円〕

営業利益

70 億円

〔前期比+18億円〕

経常利益

63 億円

〔前期比+10億円〕

当期純利益

40 億円

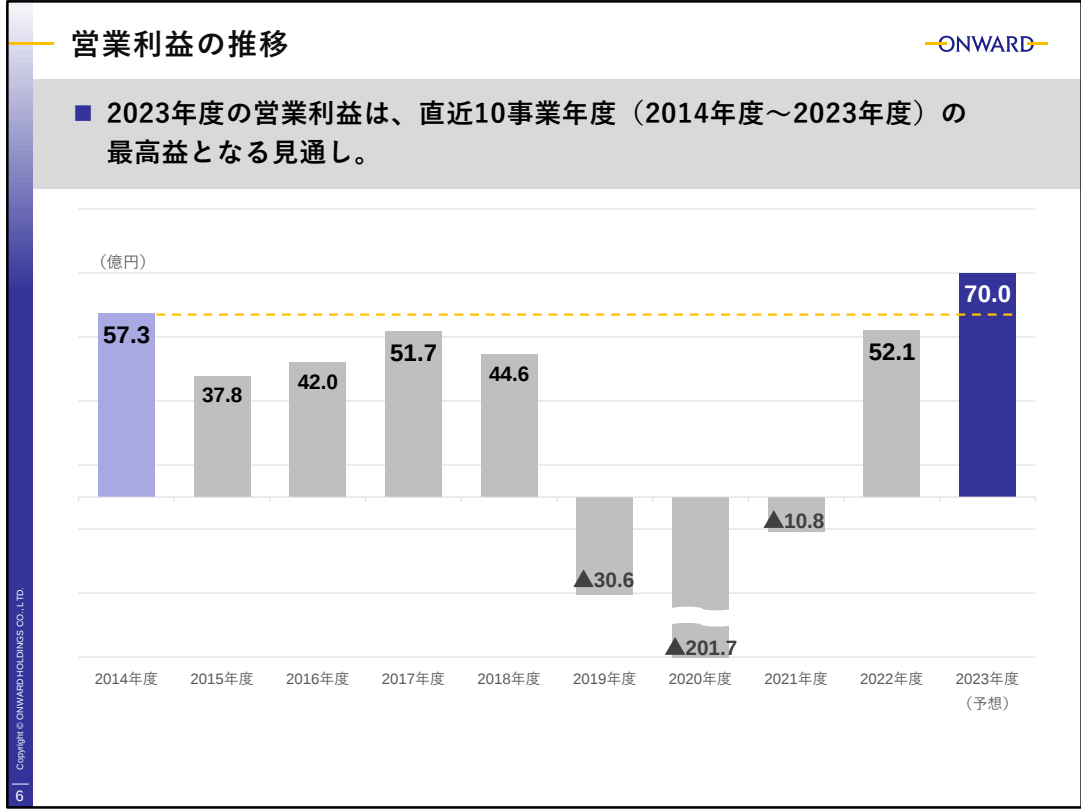
〔前期比+9億円〕

- 2023年度の連結売上高は、国内アパレル事業、国内ライフスタイル事業および海外事業が、いずれも好調に推移すると見込まれるため、前期比+89億円の1,850億円を予想する。
- 売上高の拡大に加えて、値引き販売の抑制などにより売上総利益率がさらに向上（54.9%→55.4%）し、店舗運営の効率化などにより販管費率も低下（52.0%→51.6%）することが見込まれるため、営業利益は前期比+18億円の70億円、当期純利益は同+9億円の40億円を予想する。
- 以上の結果、2023年度の営業利益は、直近10事業年度（2014年度～2023年度）においての最高益となる見通し。

続きまして、今期2023年度の業績予想のハイライトです。

売上高につきましては5.1%、89億円増収の1,850億円を計画しています。営業利益につきましては前期比34.3%、約18億円の増益で、70億円を計画しています。経常利益は、前期比18.4%、10億円増の63億円を計画しています。当期純利益につきましては40億円、前期比30.7%、9億円の増益を見込み、増収増益の計画です。

売上高につきましては、国内アパレル事業、国内ライフスタイル事業、海外事業がいずれも堅調に推移、あるいは改善するという見通しの下で増収を予想しています。また、粗利益率の向上に加え、店舗運営の効率化などにより販管費率も低下を見込んでおり、各利益段階での増益を見通しています。



この結果、6ページに記載の通り、2023年度の営業利益は、2014年度以降の直近10事業年度での最高益になる見通しです。営業利益は2014年度に57.3億円を計上し、その後、一度2017年度に50億円を超えましたが2022年度の52.1億円は2017年度を上回る水準です。

ご承知のとおり、当社グループは2019年度より事業構造改革をスタートし、2020年度からはコロナ禍に見舞われました。その結果、2019年度以降、3カ年連続して営業赤字という状況で大変ご心配をお掛けしましたが今期については安定化、正常化に向けた第一歩を踏み出すことができたと考えています。2023年度はこの基調を確かなものにする1年にしたいと考えています。以上、ハイライトでございます。

もう少し詳細に2022年度の連結実績のご説明をいたします。8ページをご覧ください。



02

2022年度 連結実績

2022年度 連結実績



- 売上高は、前期から76億円増加し、1,761億円に拡大。
- 営業損益は、前期から63億円改善し、52億円の黒字化を達成。
- EBITDAは、前期から65億円増加し、104億円に拡大。

(百万円)	2021年度		2022年度		前期比		
	通期	売上比	通期	売上比	増減額	増減率	売上比増減
1 売上高	168,453	-	176,072	-	+ 7,619	+4.5%	-
2 売上総利益	87,612	52.0%	96,751	54.9%	+ 9,139	+10.4%	+2.9%
3 販管費	88,691	52.7%	91,537	52.0%	+ 2,846	+3.2%	△0.7%
4 営業利益	△1,079	-	5,214	3.0%	+ 6,293	↗	↗
5 経常利益	507	0.3%	5,319	3.0%	+ 4,812	+949.1%	+2.7%
6 当期純利益	8,566	5.1%	3,061	1.7%	△5,505	△64.3%	△3.4%
7 EBITDA※	3,915	2.3%	10,373	5.9%	+6,458	+164.9%	+3.6%

※ EBITDA (営業利益+減価償却費およびのれん償却費)

まず、売上高につきましては、すでに申し上げた通り、76億円増の1,761億円となりました。売上総利益は10.4%、91億円増の968億円となり、売上総利益率は54.9%となりました。販管費は3.2%の伸びに抑え915億円、28億円増となり、販管費率は52.0%となりました。営業利益は63億円改善し52億円、営業利益率は3.0%となり、まだ低水準ではありますが3.0%に回復しました。経常利益は48億円増の53億円、当期純利益は55億円減の31億円、EBITDAにつきましては100億円台の大台に乗り、前期から65億円増の104億円となりました。このように、安定した基盤が形成されつつあると考えています。

2022年度

セグメント別売上高・営業利益

ONWARD

■ 国内事業は、アパレル事業が増収・営業黒字転換、ライフスタイル事業は増収・増益。

■ 海外事業は、イタリア事業の撤退等により減収したものの、損益は改善。

(百万円)			2021年度	2022年度	前期比		
					増減額	増減率	
1	アパレル	売上高	120,516	128,672	+8,156	+6.8%	
		営業利益	△1,254	5,014	+6,268	↗	
2	ライフスタイル	売上高	37,905	38,779	+874	+2.3%	
		営業利益	2,598	2,727	+129	+5.0%	
3	国内合計		売上高	158,421	167,451	+9,030	+5.7%
			営業利益	1,344	7,741	+6,397	+476.0%
4	アパレル	売上高	17,838	15,254	△2,584	△14.5%	
		営業利益	△679	△876	△197	↘	
5	ライフスタイル	売上高	1,750	1,996	+246	+14.1%	
		営業利益	△814	△214	+600	↗	
6	海外合計		売上高	19,588	17,250	△2,338	△11.9%
			営業利益	△1,493	△1,090	+403	↗
7	連結合計	売上高	168,453	176,072	+7,619	+4.5%	
		営業利益	△1,079	5,214	+6,293	↗	

※ 国内アパレル（オンワード樺山 オンワード商事 アイランド オンワードパーソナルスタイル 他7社 計11社）

※ 国内ライフスタイル（チャコット クリエイティブヨーコ 大和 他7社 計10社）

※ 海外アパレル（JOSEPHグループ8社 J.PRESS 恩瓦徳時尚貿易 他8社 計18社）

※ 海外ライフスタイル（フリードオブロンドン 他3社 計4社）

※ セグメントの内訳は各社の単独合算 連結合計には相殺消去含む

Copyright © ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

9ページに、セグメント別の売上高・営業利益を記載しています。

国内事業は、主力のアパレル事業が大幅に増収いたしました。売上高は82億円増加し、1,287億円に拡大しました。営業利益は63億円増加し50億円の黒字に転換しました。本業のアパレル事業の復調が連結業績の回復に大きく寄与しています。また、コロナ禍でも堅調に推移していましたライフスタイル事業も、8億7,000万円の増収、1億3,000万円の営業増益となり、堅調に増収・増益を実現しています。

一方、海外事業は合計で売上高は23億円の減収となっています。これはイタリア事業からの撤退による影響で、前年度の第1四半期にイタリア事業の売上高が計上されていたことによるものです。営業利益につきましては、11億円程度の赤字が残っていますが、前期から4億円改善しました。ヨーロッパについてはウクライナ情勢、アジアにおいては中国のゼロコロナ施策の影響等々で、2022年度の海外事業は依然として厳しい経営環境が続く赤字となりました、2023年度以降は海外事業の黒字転換が重要な経営課題と考えています。

10ページをご覧ください。

2022年度 事業会社別売上高・営業利益						ONWARD	
■ 売上高は、オンワード樫山の増収(+97億円)等が寄与し、76億円の増収。 ■ 営業利益は、オンワード樫山の増益(+64億円)等が寄与し、黒字転換を達成。							
(百万円)		2021年度	2022年度	前期比			
				増減額	増減率		
1	オンワード樫山+HD	売上高 91,395	101,109	+9,714	+10.6%		
		営業利益 △ 1,857	4,524	+6,381	↗		
2	オンワード商事	売上高 14,760	13,650	△ 1,110	△ 7.5%		
		営業利益 1,788	1,021	△ 767	△ 42.9%		
3	アイランド	売上高 5,753	6,285	+532	+9.2%		
		営業利益 △ 124	80	+204	↗		
4	チャコット	売上高 8,311	8,849	+538	+6.5%		
		営業利益 332	342	+10	+3.0%		
5	クリエイティブヨーコ	売上高 5,194	5,801	+607	+11.7%		
		営業利益 319	419	+100	+31.3%		
6	大和	売上高 20,326	20,629	+303	+1.5%		
		営業利益 1,280	1,489	+209	+16.3%		
7	国内グループ小計 (オンワード樫山+HD除く)	売上高 67,026	66,342	△ 684	△ 1.0%		
		営業利益 3,201	3,217	+16	+0.5%		
8	ヨーロッパ計	売上高 13,182	9,960	△ 3,222	△ 24.4%		
		営業利益 △ 156	△ 136	+20	↗		
9	アメリカ計	売上高 1,202	1,636	+434	+36.1%		
		営業利益 △ 1,155	△ 576	+579	↗		
10	アジア計	売上高 5,204	5,654	+450	+8.6%		
		営業利益 △ 182	△ 378	△ 196	↘		
11	海外グループ小計	売上高 19,588	17,250	△ 2,338	△ 11.9%		
		営業利益 △ 1,493	△ 1,090	+403	↗		
12	連結合計	売上高 168,453	176,072	+7,619	+4.5%		
		営業利益 △ 1,079	5,214	+6,293	↗		
※ グループの内訳は単純合算 連結合計には相殺消去含む							

事業会社別に見ると、オンワード樫山の97億円の増収、64億円の営業増益が連結業績改善のけん引役となっています。国内グループ会社計の営業利益は微増、海外事業計の営業利益は4億円改善しましたが、連結合計の営業増益の大半はオンワード樫山のブランド事業の復調、OMO施策の好調などに支えられました。11ページの販路別の売上高をご覧ください。

2022年度 販路別売上高

- リアル販路(百貨店+SCその他)は、8.4%増収。
- ECは、9.5%増収。EC化率は30.0%、自社EC比率は85.9%と高水準を維持。

(百万円)		百貨店	SCその他	リアル販路計	自社EC	他社ECモール	EC計	売上高計	EC化率	自社EC比率
1	オンワード樫山	39,832	32,404	72,236	25,175	3,698	28,873	101,109	28.6%	87.2%
2	売上構成比	39.4%	32.0%	71.4%	24.9%	3.7%	28.6%	100.0%		
3	前年同期比	+17.9%	+6.0%	+12.3%	+4.5%	+24.9%	+6.8%	+10.6%	△1.0%	△1.9%
4	国内EC対象事業会社8社※	9,797	22,604	32,401	13,320	2,605	15,925	48,326	33.0%	83.6%
5	国内EC対象事業会社計	49,629	55,008	104,637	38,495	6,303	44,798	149,435	30.0%	85.9%
6	売上構成比	33.2%	36.8%	70.0%	25.8%	4.2%	30.0%	100.0%		
7	前年同期比	+16.4%	+2.1%	+8.4%	+8.8%	+14.1%	+9.5%	+8.7%	+0.2%	△0.6%

※ Eコマースを運営している以下国内事業会社8社の合計

(アイランド、ティアクラッセ、オンワードパソナルスタイル、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)

Copyright © ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

11

黄色で枠囲いしたところがポイントですが、「百貨店」、「ショッピングセンターその他」を合計した「リアル販路計」については、構造改革による廃止店舗の影響を補って8.4%の増収を達成しました。既存店については2桁の増収を幅広いブランドが実現しています。また、Eコマースも9.5%増収し、リアルとオンラインそれぞれの販路がバランスよく増収を果たしたことは大きな成果だと考えています。コロナ禍で一時ECが大きく伸びましたが、それはリアル店舗の落ち込みと反比例したもので、ある意味アンバランスな状況が数年続いていました。その結果、EC化率が30%まで上がりましたが、2022年度は両販路を伸ばしながら、EC化率を30%という高いレベルで維持することができています。うち、自社ECサイト「ONWARD CROSSET」を経由した売上が85.9%と、業界の中でもトップレベルであり、これが「クリック&トライ」等の新しいOMOサービスの基盤になっています。この点において、2022年度にしっかりと基礎をつくることができたと考えています。以上が2022年度の実績です。

12ページ以降は2023年度の連結業績予想です。



Copyright © ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

12

03

2023年度 連結業績予想

2023年度

連結業績予想

ONWARD

■ 売上総利益率は、2022年度比0.5%向上し、55.4%と予想。

■ 販管費率は、2022年度比0.4%低下し、51.6%と予想。

■ EBITDAは、2022年度から17億円増加し、121億円と予想。

		2022年度		2023年度		前期比		
(百万円)		通期	売上比	通期	売上比	増減額	増減率	売上比増減
1	売上高	176,072	-	185,000	-	+ 8,928	+5.1%	-
2	売上総利益	96,751	54.9%	102,400	55.4%	+ 5,649	+5.8%	+0.5%
3	販管費	91,537	52.0%	95,400	51.6%	+ 3,863	+4.2%	△0.4%
4	営業利益	5,214	3.0%	7,000	3.8%	+ 1,786	+34.3%	+0.8%
5	経常利益	5,319	3.0%	6,300	3.4%	+ 981	+18.4%	+0.4%
6	当期純利益	3,061	1.7%	4,000	2.2%	+939	+30.7%	+0.5%
7	EBITDA※	10,373	5.9%	12,100	6.5%	+1,727	+16.6%	+0.6%

※ EBITDA（営業利益+減価償却費およびのれん償却費）

Copyright © ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

13

売上高は、前期比5.1%、89億円の増収となる1,850億円を見込んでいます。売上総利益は前期比5.8%、56億円増の1,024億円、売上総利益率は前期比0.5%上昇の55.4%を見込んでいます。販管費は954億円、販管費率は前期比0.4%改善の51.6%を計画しています。この結果、営業利益は70億円、営業利益率は3.8%、経常利益は63億円、経常利益率は3.4%、当期純利益は40億円、当期純利益率は2.2%、EBITDAは121億円 EBITDA比率は6.5%を予想し、2023年度は増収ならびにいずれの利益段階でも増益を予想しています。

14ページにセグメント別業績を記載しています。

2023年度

セグメント別売上高・営業利益予想

ONWARD

■ 国内事業は、アパレル事業が4.9%増収、36.1%営業増益の予想。ライフスタイル事業は7.0%増収、8.3%営業増益を予想。

■ 海外事業は、8.0%増収、7億円の営業損益改善を予想。

(百万円)			2022年度	2023年度	前期比	
					増減額	増減率
1	アパレル	売上高	128,672	134,967	+6,295	+4.9%
		営業利益	5,014	6,824	+1,810	+36.1%
2	ライフスタイル	売上高	38,779	41,501	+2,722	+7.0%
		営業利益	2,727	2,952	+225	+8.3%
3	国内合計	売上高	167,451	176,468	+9,017	+5.4%
		営業利益	7,741	9,776	+2,035	+26.3%
4	海外合計	売上高	17,250	18,631	+1,381	+8.0%
		営業利益	△ 1,090	△ 382	+708	
5	連結合計	売上高	176,072	185,000	+8,928	+5.1%
		営業利益	5,214	7,000	+1,786	+34.3%

※ 国内アパレル (オンワード樫山 オンワード商事 アイランド オンワードパーソナルスタイル 他7社 計11社)

※ 国内ライフスタイル (チャコット クリエイティブヨーコ 大和 他7社 計10社)

※ 海外 (JOSEPHグループ8社 J.PRESS 恩瓦徳時尚貿易 他12社 計22社)

※ セグメントの内訳は各社の単独決算 連結合計には相殺消去含む

Copyright © ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

14

国内はアパレル、ライフスタイルの両事業分野とも増収・増益を見込んでいます。アパレル事業は売上高が4.9%増、営業利益が36.1%増を見込み、ライフスタイル事業に関しても、売上高が7.0%増、営業利益は8.3%増と、両セグメントとも堅調に増収・増益を実現する予想です。

また、懸案の海外事業ですが、売上高は前期比8.0%、14億円増収の186億円、営業損益は約7億円の赤字の改善で3億8,000万の営業赤字を計画しております。まだ海外事業全体としては赤字が残りますが、ヨーロッパ事業については黒字転換を見込んでおり、それを足がかりに2024年度以降の海外事業全体の黒字転換を実現したいと考えています。

15ページをご覧ください。

2023年度

事業会社別売上高・営業利益予想

ONWARD

■ 海外事業は、全体としては赤字が残るものの、ジョゼフグループの黒字化により、ヨーロッパ事業が黒字転換する見通し。

(百万円)

2022年度

2023年度

前期比

増減額

増減率

1

オンワード樫山+HD

売上高

101,109

105,179

+4,070

+4.0%

営業利益

4,524

4,961

+437

+9.7%

2

オンワード商事

売上高

13,650

14,676

+1,026

+7.5%

営業利益

1,021

1,137

+116

+11.4%

3

アイランド

売上高

6,285

6,565

+280

+4.5%

営業利益

80

207

+127

+158.8%

4

チャコット

売上高

8,849

9,410

+561

+6.3%

営業利益

342

435

+93

+27.2%

5

クリエイティブヨーコ

売上高

5,801

6,028

+227

+3.9%

営業利益

419

476

+57

+13.6%

6

大和

売上高

20,629

21,721

+1,092

+5.3%

営業利益

1,489

1,650

+161

+10.8%

7

国内グループ小計

売上高

66,342

71,289

+4,947

+7.5%

(オンワード樫山+HD除く)

営業利益

3,217

4,815

+1,598

+49.7%

8

ヨーロッパ計

売上高

9,960

10,476

+516

+5.2%

営業利益

△ 136

97

+233

↗

9

アメリカ計

売上高

1,636

1,459

△ 177

△ 10.8%

営業利益

△ 576

△ 237

+339

↗

10

アジア計

売上高

5,654

6,696

+1,042

+18.4%

営業利益

△ 378

△ 242

+136

↗

11

海外グループ小計

売上高

17,250

18,631

+1,381

+8.0%

営業利益

△ 1,090

△ 382

+708

↗

12

連結合計

売上高

176,072

185,000

+8,928

+5.1%

営業利益

5,214

7,000

+1,786

+34.3%

※ グループの内訳は単純合算 連結合計には相殺消去含む

Copyright © ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

15

Copyright © ONWARD HOLDINGS CO., LTD.
15

事業会社別の売上高・営業利益の予想です。

今申し上げたとおり、黄色い網掛けをしておりますヨーロッパ事業の売上高が105億円、営業損益は約1億円の黒字転換を見込んでいます。2019年度にグローバル事業構造改革に着手した背景には、ヨーロッパ事業の大きな営業赤字がありましたが、相当な困難を伴ったコロナ禍を経て、2023年度にはヨーロッパ事業の黒字転換をぜひ実現したいと考えています。その他の国内の事業会社については、おおむね増収・増益の計画を立てており、確実に推進していきたいと考えています。

次に、以上の事業計画に基づき株主の皆さまへの還元と人財への投資についてご説明させていただきます。

16ページに株主還元について記載しています。

- 株主還元を強化するとの方針のもと、2023年度の期末配当（2024年5月予定）は、**2円増配の14円**を計画。

■ 配当方針

株主の皆様への利益還元を経営の最重要施策の一つと位置づけ、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。

■ 配当の状況

	2022年度	2023年度(予想)
一株あたり配当金	12円	14円
配当総額	1,628百万	1,900百万
当期純利益	3,061百万	4,000百万
配当性向	53.2%	47.5%

当社は従来、配当方針としまして、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ということを、経営の最重要施策の一つに位置づけております。これに従いまして、2022年度につきましては、当初の計画どおり一株当たりの配当金を12円とさせていただく考えです。配当総額が16億円強、当期純利益が30億円強ですので、配当性向は53.2%となります。

2023年度に当期純利益を着実に伸ばすという前提で、来年5月に予定している期末配当を2年増配の14円と計画しています。配当総額19億円、配当性向が47.5%となりますので、35%以上という配当方針に則って適正な利益配分を実行したいと考えています。

- 経営資源としての人財の重要性が益々高まっていることに鑑み、2023年度は給与の改善を進めるとともに、ショップマイスター制度を新設。

■ 給与の改善

2023年度の給与改善率は、前年度比**6.7%増**を計画。

■ ショップマイスター制度の新設

60歳定年を迎えたスキルの高い販売人財が、『ショップマイスター』として、長期にわたって適切な待遇で働き続けられる仕組みを新設。

また、昨今、経営資源としての人財の重要性がますます高まっていることに鑑み、人財への投資については、まずは全般的な給与の改善を行います。2023年度の給与改善率は前年度比6.7%増を計画しています。特に若手人財への手厚い対応も踏まえながら、あらゆる職種、あらゆる世代の社員に向けた適正な配分、利益還元を行っていきます。

また、とりわけ販売職に関しましては、先ほど申し上げた「クリック&トライ」が順調に伸びている背景には、システムやその他の仕組みもありますが、この仕組みを使いこなす店頭の販売職の力量が非常に大きなポイントになっていまして、顧客基盤や顧客との信頼関係をしっかりと構築してくれているスキルの高い販売人財を確実に確保していくために投資をしたいと考えています。具体的には60歳定年を迎えたスキルの高い販売人財を「ショップマイスター」として社内で認定し、定年を超えても長期にわたって適正な処遇、待遇で仕事を続けていただける仕組みを新設し、今年の春以降、この制度を確実に運用していきたいと考えています。

以上、決算の説明および株主還元、人財投資についてご説明いたしました。

続きまして、18ページからはトピックスです。



04

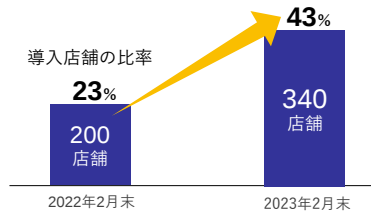
TOPICS

1. OMO戦略
2. アパレル事業
3. ライフスタイル事業

1. OMO戦略

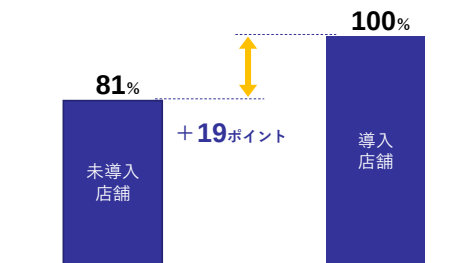
- オンワード樫山のOMOサービス「クリック＆トライ」導入店舗数が**340店舗**に増加。
- 「クリック＆トライ」での予約点数は、上期の**55千点**から下期は**116千点**に倍増、通期では**171千点**。
- 導入店舗(既存)の売上高は2019年度の水準に回復。未導入店舗の81%を**19ポイント**上回る。

■ クリック＆トライ導入店舗数の推移



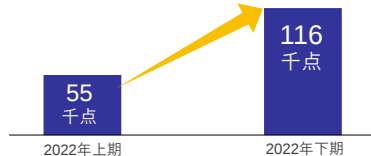
- ✓ オンワード樫山の4割超の店舗へ導入済み。今後更に導入拡大予定

■ 売上高：2022年度対2019年度の比較



- ✓ 「クリック＆トライ」導入により売上高を大きく押し上げ

■ クリック＆トライ 予約点数の推移



- ✓ 「クリック＆トライ」の利用は下期に急増
下期は上期から倍増し、通期では171千点の予約実績

四半期決算の度にご説明しています、OMO戦略が売上拡大の大きな柱になっています。記載のとおり、「クリック＆トライ」サービスの導入店舗数がこの1年で200店舗から340店舗に増え、導入率は23%から43%に上昇しています。未導入の57%の店舗には、今後、数年を掛け、お取引先とよくご相談をしながら、究極的には全店舗でこのサービスをご利用いただけるような環境をつくっていきたいと考えています。予約点数の推移をみていただくと、上期から下期にかけて倍増しており、導入店舗の売上高の伸び率は未導入店舗より19ポイント高いという状況が継続しており、導入店舗の売上高は2019年度の水準に既に回復しています。2023年度に入ってから、3月の利用件数は過去最高となっています。お客さまの認知度に加え、店頭スタッフの習熟度の両方が向上してきているため、「クリック＆トライ」サービスの利用件数は今後も安定的に増加していくと考えています。また、今後の導入店舗数の拡大に向け、現在、着々とお取引先と交渉をしながら水平展開を計画していますので、さらにOMO戦略での増収計画が進捗していくと考えています。

続きまして、20ページ以降にアパレル事業のブランド戦略を記載しています。

2. アパレル事業 基幹ブランド戦略

ONWARD

23区 【オンワード樫山】

- オンワード樫山における最大のブランド『23区』の売上高が大きく伸長し、ブランド事業の復調を牽引。既存店売上高は**+34.8%**。
- 通勤・外出需要を捉えた商品の拡充による顧客単価上昇。
- 「クリック＆トライ」導入拡大による販売機会の増加。

通期売上高
(前期比) **+23.4%**

23区



自由区 【オンワード樫山】

- 百貨店を中心にリアル店舗が売上拡大を牽引。既存店売上高は**+35.1%**。
- 上質感のある商品数を増やしたことによる顧客単価の上昇が増収に寄与。



通期売上高
(前期比) **+13.3%**

自由区

ICB 【オンワード樫山】

- リアル店舗の増収と共にECページの拡充により予約売上が拡大。既存店売上高は**+31.9%**
- 展開型数、バリエーション拡大路線に移行した成果で売上高が安定。



通期売上高
(前期比) **+14.2%**

ICB

20ページは基幹ブランド戦略です。

オンワード樫山の「23区」「自由区」「ICB」のいずれも前期において、堅調に2桁の増収を達成しました。プロパー販売の比率も高まっています。直近の2023年3月も、基幹ブランドの売上は非常に好調でした。基幹ブランドに加え、例えば「J.プレス」「any SiS」などのブランドも、ビジネス用途、スーツ、オケージョンといった目的のお客さまが、コロナの規制緩和と相まって増えてきていることを実感しています。

2. アパレル事業 D2Cブランド戦略

ONWARD

UNFILO 【オンワード樫山】

- ロングセラーのヒット商品（最愛ジョグパン、ジョーゼットジレ等）の誕生により売上高が大幅増。2022年秋冬よりメンズ・ユニセックスラインを本格稼働。
- 環境に配慮し、可能な限り再生素材を採用した高機能サステナブルシューズ『steppi by UNFILO』は2022年度のグッドデザイン賞を受賞。



通期売上高
(前期比)

+96.3%

UNFILO

uncrave 【オンワード樫山】

- Eコマースを主販路に、POPUP展開とSNSにより顧客接点を拡大するD2Cブランドの『アंकレイヴ』は、素材感にこだわったセットアップ商品に加え、ニットやカットソー、ブラウスなどが好調。
- インフルエンサーによるSNS拡散でフォロワー数が大幅に増加。2022年度からはホールセルの受注も好調。



通期売上高
(前期比)

+17.0%

uncrave

21ページはD2Cブランド戦略です。

D2Cブランドはここ数年で開発したオンラインを主戦場とするブランドです。「UNFILO」「uncrave」のいずれも2022年度の売上高は2桁増で、「UNFILO」にいたってはほぼ倍増しました。この3月も売上は大きな伸びを実現しており、このような新興ブランド群が今後の増収の柱になり、Eコマースの売上拡大にも貢献するという状況は2023年度以降も続いていくと考えています。

KASHIYAMA 【オンワードパーソナルスタイル】

- 直営店舗の売上高が2021年度比17%増加。直営店舗に加えFC店舗展開も加速。
- 下期に発売したフォーマルが好調に推移。黒の中でもより濃く見える濃染加工の生地をリーズナブルな価格でラインナップ。
- KASHIYAMA吉祥寺店を、セレクトショップやカフェなどが集まるエリアに移転リニューアルオープン（2023年4月1日）。訪れるビジネスパーソンや学生など、幅広い層のお客様に向けて、ブランドの世界観を発信する都内最大級の店舗。



KASHIYAMA 吉祥寺店

通期売上高
(前期比) +14.4%



KASHIYAMA

22ページには、カスタマイズ戦略として、オーダーメイドスーツの「KASHIYAMA」ブランドについて記載しています。

このブランドを開発して2023年度で5年目になります。コロナ禍でスーツの販売が思うように伸びない時期が続きましたが、今年の正月頃から売上の伸びが際立って加速してきています。2022年度の売上高は前期比14.4%増でしたが、特に直営店の売上が好調で、フランチャイズ店舗も順調に拡大しています。直近では4月1日に吉祥寺エリアの店舗を、約3倍のスペースに増床して移設リニューアルオープンしました。まだリニューアル後1週間程度ですが、売上は計画の倍増以上を計上しています。

今後も適切な立地への移設・拡大等も含め、店舗戦略を加速していく予定です。

3. ライフスタイル事業

ONWARD

チャコット



■主力のパレエ、フィットネスおよび『Chacott COSMETICS』の売上高は、2019年度と同水準まで回復。

■身体と心を芯から美しく整えるバランスウェア『Chacott BALANCE』の売上高は、2019年度比38%増と高成長。

■舞台、コンクール仕様のチャコット製のパレエ衣装を纏い、メイクアップアーティストによる本格的なパレエメイクと、プロフェッショナルなフォトグラファーが撮影するフォトアートサービス『Photo Shooting』を、2023年3月にリニューアルスタート。



通期売上高
(前年同期比) +6.5%

Chacott

また、アパレル以外のライフスタイル事業につきましても、チャコットでは2023年通期で前期比6.5%の増収となりました。コスメに加え、ウェルネス領域の提案ブランドである「BALANCE」などの、クラシックバレエ用品以外の新規領域が順調に伸びてきています。また、舞台やコンクール仕様のチャコット製のパレエ衣装を纏い、本格的なパレエメイクと、プロのフォトグラファーが撮影するフォトアートサービスの「Photo Shooting」を代官山の店舗で提供していますが、非常に高い人気を博しており、今年の3月にこのサービスをリニューアルスタートしました。このサービスにつきましても、新しい事業の一つの柱に育てていきたいと考えています。

24ページをご覧ください。

3. ライフスタイル事業

ONWARD

— クリエイティブヨーコ

- ペット事業は売上高が2021年度比14%増、しろたん事業は8%増と好調。リアル店舗の出店施策が奏功。
- 2023年1月、オリジナルキャラクター『しろたん』の専門店『しろたんフレンズパーク』を羽田エアポートガーデンにオープン。
- 2023年2月、ペットファッション、ペット用品の専門店『PET PARADISE』を原宿竹下通りにオープン。

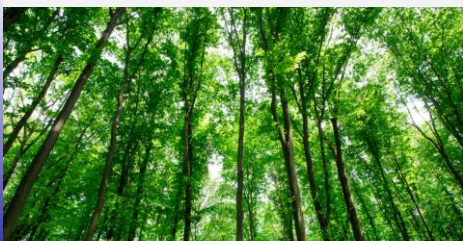


通期売上高
(前期比)

+11.7%

CREATIVE YOKO CO., LTD.
www.creativeyoko.co.jp

ライフスタイル事業の一つの柱である、クリエイティブヨーコのペットファッション事業を、「PET PARADISE」ブランドで展開しています。また、オリジナルキャラクター「しろたん」の専門店、「しろたんフレンズパーク」も展開しており、2023年度の売上高はペット事業が14%増収、「しろたん」が8%増収と、いずれも堅調に推移しています。また、クリエイティブヨーコはリアル店舗の出店施策を2022年度に積極的に推進し、非常に精度高く新しい店舗構築が進んできています。今年に入ってから、主にインバウンド需要を想定し、羽田エアポートガーデンに『しろたんフレンズパーク』を、原宿竹下通りに『PET PARADISE』をそれぞれ開設しました。これにより、売上の過半がインバウンド向けという店舗が実現してきています。今後も、インバウンド需要も含め、積極的な出店をアウトレット等も含め展開し、クリエイティブヨーコ事業の加速を図ってまいります。



Copyright © ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

05

サステナブル経営

— オンワードホールディングス / オンワード樫山

- 進化したサステナブル経営を推進するプロジェクト『Green Onward (グリーン・オンワード)』を始動。



ロゴに込めた思い

Greenの頭文字「G」を回転する矢印にデフォルメし、Onwardの「O」と重なり合ったとき「無限の循環」をイメージ。オンワードグループのサステナブル経営への前向きな姿勢と未来性を表現。

『Green Onward』の概要

- これまでの「オンワード・グリーン・キャンペーン」においては、回収した衣料品は毛布や軍手、固形燃料にリサイクル。
- これからは、不要になった衣料品を活かして新たな価値を創造する『Upcycle Action (アップサイクル・アクション)』をスタート。
- 第一弾として、オンワード樫山において、「オンワード・グリーン・キャンペーン」を質と量の両面で進化させた、『アップサイクル・アクション』を展開。

次にサステナブル経営で、26ページに記載のとおり、オンワードホールディングス、オンワード樫山を中心に、「Green Onward (グリーン・オンワード)」というプロジェクトをスタートしています。

これはグループ内のさまざまなサステナブル活動の総称で、有機的に連携させながらグループ全体で取り組んでいこうという運動で、とりわけ2009年にスタートした当社のブランド衣料品の回収、リサイクル、リユースプロジェクトである「オンワード・グリーン・キャンペーン」を、本年、進化させる形で「Upcycle Action (アップサイクル・アクション)」を展開します。これまでは、回収した衣料品は軍手、毛布、固形燃料にリサイクルしていましたが、これからは、不用になった衣料品を活かして新たな価値を創造することを検討しています。社内のクリエイション人財の力を借りながら、あるいは社外の人財と連携しながら、「オンワード・グリーン・キャンペーン」を進化させたいと考えています。



06

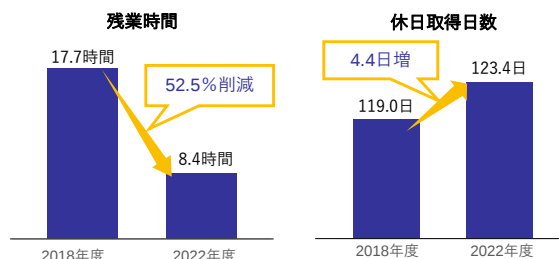
働き方デザイン

「働き方デザイン」の推進

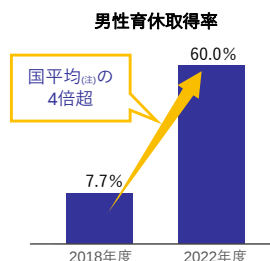
ONWARD

- 業務効率化とワーク・ライフバランスの実現により生産性を向上することを目的に、働き方改革プロジェクト「働き方デザイン」を推進。

- 自分たちがより良い働き方をするために何をすべきかを考える、通称「カエル会議」を中心に活動を推進し、2022年度の1ヶ月の平均残業時間は2018年度比52.5%減、年間の休日取得日数は4.4日増加を実現。



- さらに育児休業取得促進のための研修や「仕事と育児の両立支援ガイドブック」の制定等を行い、男性育児休業取得率は国平均の4倍超となる60%を達成。



「働き方デザイン」がスタートする前年度(2018年度)と2022年度の比較。

(注) 2021年度の国平均「男性育児休業取得率」は13.97%。

働き方デザインにつきましては28ページです。

業務効率化とワーク・ライフバランスの実現を通じて生産性を向上させることを目的に、当社グループでは働き方改革プロジェクト「働き方デザイン」を4年前から推進していますが、これを加速していきたいと考えています。

記載のとおり、残業時間、休日取得日数、男性育児休業取得率は、いずれもいい実績をだすことができていますが、コロナ禍が明けてからも継続的に展開をしていきたいと考えています。

以上で私からのご説明を終わらせていただきます。ありがとうございました。



Copyright © ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

29

07

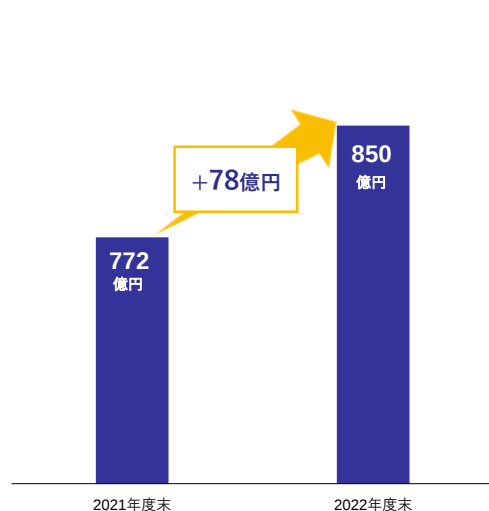
財務狀況

連結貸借対照表

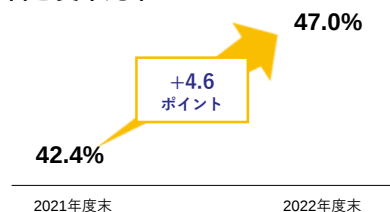
ONWARD

- 純資産は、2021年度末比78億円増加し850億円。
- 自己資本比率は、2021年度末比4.6ポイント上昇し47.0%。
- 流動比率は、2021年度末比8.7ポイント上昇し117.2%となり、経営の安全性がさらに向上。

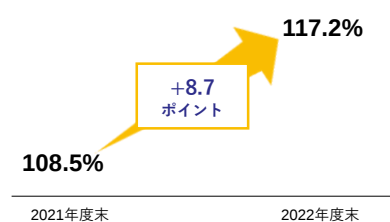
■ 純資産



■ 自己資本比率

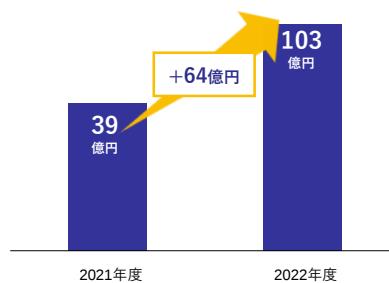


■ 流動比率



■ EBITDA

- EBITDAは、2021年度比64億円増の103億円に大幅拡大。



■ キャッシュ・フロー

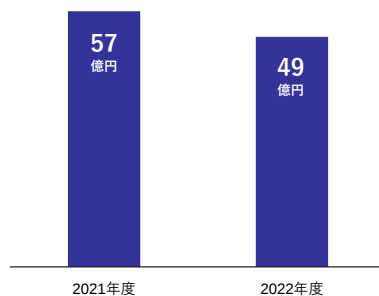
- 営業活動によるキャッシュ・フローは、営業損益が黒字化したことに伴い56億円。
- 投資活動によるキャッシュ・フローは、グアムのホテル事業売却により43億円。
- フリーキャッシュ・フロー（営業キャッシュ・フロー+投資キャッシュ・フロー）は100億円。

設備投資・減価償却費



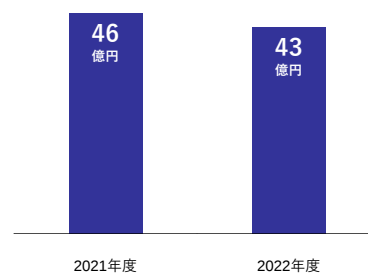
■ 設備投資

- 設備投資額は、2021年度から8億円減少の49億円。
- 大連などの工場設備投資が2021年度で一巡。
- 2022年度は、DX関連やOMO関連など投資を厳選し、効率的に実施。



■ 減価償却費

- 減価償却費は、2021年度から3億円減少の43億円。



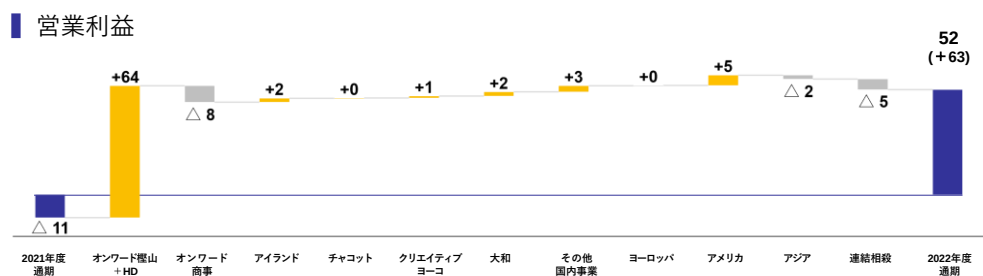
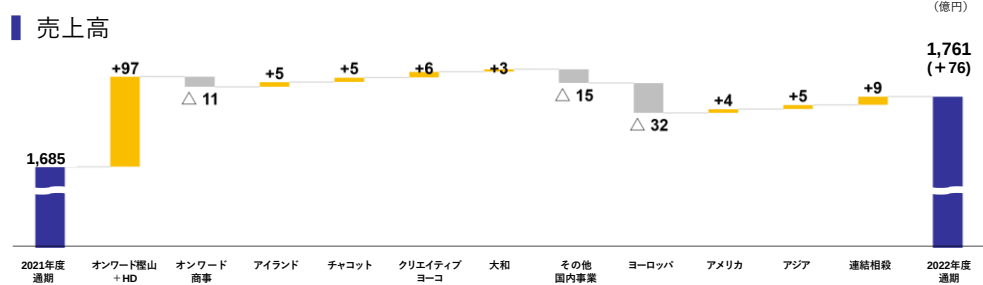


08

DATA BOOK

2022年度 通期 事業会社別売上高・営業利益増減

ONWARD



2022年度 通期 連結 販管費/営業外損益・特別損益の内訳



(百万円)	2021年度	2022年度	前期比 (増減率)
1 人件費	35,312	35,036	△0.8%
2 賃借料	23,277	24,499	+5.3%
3 運賃運搬費	6,195	6,238	+0.7%
4 広告宣伝費	4,778	5,505	+15.2%
5 減価償却費	3,461	3,595	+3.9%
6 その他	15,668	16,664	+6.4%
7 販管費計	88,691	91,537	+3.2%
8 特別損失振替額	1,620	5	△99.7%
9 (参考) 実質販管費	90,311	91,542	+1.4%

(百万円)	2021年度	2022年度	前期比 (増減率)
10 営業外収益	3,423	1,380	△59.7%
11 受取利息・配当金	1,392	233	△83.3%
12 為替差益	99	789	+697.0%
13 助成金収入	1,013	134	△86.8%
14 その他	917	220	△76.0%
15 営業外費用	1,836	1,274	△30.6%
16 支払利息	391	363	△7.2%
17 持分法による投資損失	73	46	△37.0%
18 その他	1,370	863	△37.0%
19 営業外損益計	1,587	106	△93.3%
20 特別利益	21,327	1,878	△91.2%
21 固定資産売却益	17,921	21	△99.9%
22 投資有価証券売却益	105	527	+401.9%
23 関係会社株式売却益	2,944	1,300	△55.8%
24 その他	356	29	△91.9%
25 特別損失	7,921	3,388	△57.2%
26 臨時休業等による損失	1,620	5	△99.7%
27 関係会社株式売却損	1,829	-	-
28 関係会社整理損	1,968	-	-
29 減損損失	1,741	2,906	+66.9%
30 その他	761	475	△37.6%
31 特別損益	13,406	△1,510	-

2022年度末 連結貸借対照表



(億円)	2021年度末	2022年度末	増減	増減要因
1 資産合計	1,577	1,591	+14	
2 流動資産	605	622	+17	
3 現金及び預金	152	138	△14	
4 売掛金	142	139	△3	
5 棚卸資産	268	307	+39	売上高拡大に向けた仕入増加
6 固定資産	972	969	△3	
7 有形固定資産	580	531	△49	グアムのホテル売却
8 無形固定資産	93	91	△2	
9 投資その他の資産	298	347	+49	評価替えに伴う投資有価証券の増加
10 負債合計	804	741	△63	
11 買掛金	182	214	+32	売上高拡大に向けた仕入増加
12 借入金	351	272	△79	借入金の返済
13 その他	271	255	△16	
14 純資産合計	772	850	+78	
15 自己資本比率	42.4%	47.0%	+4.6%	
16 流動比率	108.5%	117.2%	+8.7%	

2023年度 連結業績予想



(百万円)	上期予想				下期予想				適期予想			
	2022年度	2023年度	増減額	増減率	2022年度	2023年度	増減額	増減率	2022年度	2023年度	増減額	増減率
1 売上高	82,166	86,200	+4,034	+4.9%	93,906	98,800	+4,894	+5.2%	176,072	185,000	+8,928	+5.1%
2 売上総利益	44,735	47,600	+2,865	+6.4%	52,016	54,800	+2,784	+5.4%	96,751	102,400	+5,649	+5.8%
(売上比)	(54.4%)	(55.2%)		(+0.8%)	(55.4%)	(55.5%)		(△ 0.1%)	(54.9%)	(55.4%)		(+0.5%)
3 販管費	44,542	46,600	+2,058	+4.6%	46,995	48,800	+1,805	+3.8%	91,537	95,400	+3,863	+4.2%
(売上比)	(54.2%)	(54.1%)		(△ 0.1%)	(50.0%)	(49.4%)		(△ 0.6%)	(52.0%)	(51.6%)		(△ 0.4%)
4 営業利益	193	1,000	+807	+418.1%	5,021	6,000	+979	+19.5%	5,214	7,000	+1,786	+34.3%
(売上比)	(0.2%)	(1.2%)		(+1.0%)	(5.3%)	(6.1%)		(+0.8%)	(3.0%)	(3.8%)		(+0.8%)
5 経常利益	654	700	+46	+7.0%	4,665	5,600	+935	+20.0%	5,319	6,300	+981	+18.4%
6 当期純利益	476	1,400	+924	+194.1%	2,585	2,600	+15	+0.6%	3,061	4,000	+939	+30.7%
7 EBITDA※	2,838	3,600	+762	+26.8%	7,535	8,500	+965	+12.8%	10,373	12,100	+1,727	+16.6%

※ EBITDA（営業利益+減価償却費およびのれん償却費）

2023年度 セグメント別売上高・営業利益予想



(百万円)			上期予想				下期予想				通期予想			
			2022年度	2023年度	増減額	増減率	2022年度	2023年度	増減額	増減率	2022年度	2023年度	増減額	増減率
アパレル	売上高	59,704	63,086	+3,382	+5.7%	68,968	71,881	+2,913	+4.2%	128,672	134,967	+6,295	+4.9%	
	営業利益	484	1,179	+695	+143.6%	4,530	5,645	+1,115	+24.6%	5,014	6,824	+1,810	+36.1%	
ライフスタイル	売上高	19,155	20,267	+1,112	+5.8%	19,624	21,234	+1,610	+8.2%	38,779	41,501	+2,722	+7.0%	
	営業利益	1,484	1,645	+161	+10.8%	1,243	1,307	+64	+5.1%	2,727	2,952	+225	+8.3%	
国内合計	売上高	78,859	83,353	+4,494	+5.7%	88,592	93,115	+4,523	+5.1%	167,451	176,468	+9,017	+5.4%	
	営業利益	1,968	2,824	+856	+43.5%	5,773	6,952	+1,179	+20.4%	7,741	9,776	+2,035	+26.3%	
海外合計	売上高	7,733	7,886	+153	+2.0%	9,517	10,745	+1,228	+12.9%	17,250	18,631	+1,381	+8.0%	
	営業利益	△ 1,132	△ 810	+322	↗	42	428	+386	+919.0%	△ 1,090	△ 382	+708	↗	
連結合計	売上高	82,166	86,200	+4,034	+4.9%	93,906	98,800	+4,894	+5.2%	176,072	185,000	+8,928	+5.1%	
	営業利益	193	1,000	+807	+418.1%	5,021	6,000	+979	+19.5%	5,214	7,000	+1,786	+34.3%	

※ 国内アパレル（オンワード樫山 オンワード商事 アイランド オンワードパーソナルスタイル 他7社 計11社）
※ 国内ライフスタイル（チャコット クリエイティブヨーコ 大和 他6社 計9社）
※ 海外（JOSEPHグループ8社 J.PRESS 恩五徳時尚貿易 他12社 計22社）
※ セグメントの内訳は各社の単純合算 連結合計には相殺消去含む

2023年度 事業会社別売上高・営業利益予想



(百万円)		上期予想				下期予想				通期予想				
		2022年度	2023年度	増減額	増減率	2022年度	2023年度	増減額	増減率	2022年度	2023年度	増減額	増減率	
1	オンワード樫山+HD	売上高	46,055	48,740	+2,685	+5.8%	55,054	56,439	+1,385	+2.5%	101,109	105,179	+4,070	+4.0%
		営業利益	332	475	+143	+43.1%	4,192	4,486	+294	+7.0%	4,524	4,961	+437	+9.7%
2	オンワード商事	売上高	6,865	6,935	+70	+1.0%	6,785	7,741	+956	+14.1%	13,650	14,676	+1,026	+7.5%
		営業利益	523	537	+14	+2.7%	498	600	+102	+20.5%	1,021	1,137	+116	+11.4%
3	アイランド	売上高	2,970	3,171	+201	+6.8%	3,315	3,394	+79	+2.4%	6,285	6,565	+280	+4.5%
		営業利益	22	89	+67	+304.5%	58	118	+60	+103.4%	80	207	+127	+158.8%
4	チャコット	売上高	4,714	4,913	+199	+4.2%	4,135	4,497	+362	+8.8%	8,849	9,410	+561	+6.3%
		営業利益	342	392	+50	+14.6%	0	43	+43	↗	342	435	+93	+27.2%
5	クリエイティブ ヨコ	売上高	2,562	2,715	+153	+6.0%	3,239	3,313	+74	+2.3%	5,801	6,028	+227	+3.9%
		営業利益	108	115	+7	+6.5%	311	361	+50	+16.1%	419	476	+57	+13.6%
6	大和	売上高	10,106	10,722	+616	+6.1%	10,523	10,999	+476	+4.5%	20,629	21,721	+1,092	+5.3%
		営業利益	703	841	+138	+19.6%	786	809	+23	+2.9%	1,489	1,650	+161	+10.8%
7	国内グループ小計 (オンワード樫山+HD除く)	売上高	32,804	34,613	+1,809	+5.5%	33,538	36,676	+3,138	+9.4%	66,342	71,289	+4,947	+7.5%
		営業利益	1,636	2,349	+713	+43.6%	1,581	2,466	+885	+56.0%	3,217	4,815	+1,598	+49.7%
8	ヨーロッパ計	売上高	4,244	4,419	+175	+4.1%	5,716	6,057	+341	+6.0%	9,960	10,476	+516	+5.2%
		営業利益	△ 514	△ 473	+41	↗	378	570	+192	+50.8%	△ 136	97	+233	↗
9	アメリカ計	売上高	759	724	△ 35	△ 4.6%	877	735	△ 142	△ 16.2%	1,636	1,459	△ 177	△ 10.8%
		営業利益	△ 407	△ 206	+201	↗	△ 169	△ 31	+138	↗	△ 576	△ 237	+339	↗
10	アジア計	売上高	2,730	2,743	+13	+0.5%	2,924	3,953	+1,029	+35.2%	5,654	6,696	+1,042	+18.4%
		営業利益	△ 211	△ 131	+80	↗	△ 167	△ 111	+56	↗	△ 378	△ 242	+136	↗
11	海外グループ小計	売上高	7,733	7,886	+153	+2.0%	9,517	10,745	+1,228	+12.9%	17,250	18,631	+1,381	+8.0%
		営業利益	△ 1,132	△ 810	+322	↗	42	428	+386	+919.0%	△ 1,090	△ 382	+708	↗
12	連結合計	売上高	82,166	86,200	+4,034	+4.9%	93,906	98,800	+4,894	+5.2%	176,072	185,000	+8,928	+5.1%
		営業利益	193	1,000	+807	+418.1%	5,021	6,000	+979	+19.5%	5,214	7,000	+1,786	+34.3%

※ 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 グループ別業績予想



(百万円)		上期予想				下期予想				通期予想			
		2022年度	2023年度	増減額	増減率	2022年度	2023年度	増減額	増減率	2022年度	2023年度	増減額	増減率
オンワード + HD + 山	1 売上高	46,055	48,740	+2,685	+5.8%	55,054	56,439	+1,385	+2.5%	101,109	105,179	+4,070	+4.0%
	2 売上総利益	27,158	28,812	+1,654	+6.1%	32,910	33,991	+1,081	+3.3%	60,068	62,803	+2,735	+4.6%
	(売上比)	(59.0%)	(59.1%)		(+0.1%)	(59.8%)	(60.2%)		(+0.4%)	(59.4%)	(59.7%)		(+0.3%)
	3 販管費	26,826	28,337	+1,511	+5.6%	28,718	29,505	+787	+2.7%	55,544	57,842	+2,298	+4.1%
国内グループ 小計	(売上比)	(58.2%)	(58.1%)		(△ 0.1%)	(52.2%)	(52.3%)		(+0.1%)	(54.9%)	(55.0%)		(+0.1%)
	4 営業利益	332	475	+143	+43.1%	4,192	4,486	+294	+7.0%	4,524	4,961	+437	+9.7%
	(売上比)	(0.7%)	(1.0%)		(+0.3%)	(7.6%)	(7.9%)		(+0.3%)	(4.5%)	(4.7%)		(+0.2%)
海外グループ 小計	1 売上高	32,804	34,613	+1,809	+5.5%	33,538	36,676	+3,138	+9.4%	66,342	71,289	+4,947	+7.5%
	2 売上総利益	16,156	17,356	+1,200	+7.4%	16,360	18,436	+2,076	+12.7%	32,516	35,792	+3,276	+10.1%
	(売上比)	(49.3%)	(50.1%)		(+0.7%)	(48.8%)	(50.3%)		(+1.5%)	(49.0%)	(50.2%)		(+0.7%)
	3 販管費	14,520	15,007	+487	+3.4%	14,779	15,970	+1,191	+8.1%	29,299	30,977	+1,678	+5.7%
海外グループ 小計	(売上比)	(44.3%)	(43.4%)		(△ 0.9%)	(44.1%)	(43.5%)		(△ 0.6%)	(44.2%)	(43.5%)		(△ 0.7%)
	4 営業利益	1,636	2,349	+713	+43.6%	1,581	2,466	+885	+56.0%	3,217	4,815	+1,598	+49.7%
	(売上比)	(5.0%)	(6.6%)		(+1.8%)	(4.7%)	(6.7%)		(+2.0%)	(4.8%)	(6.8%)		(+2.0%)
海外グループ 小計	1 売上高	7,733	7,886	+153	+2.0%	9,517	10,745	+1,228	+12.9%	17,250	18,631	+1,381	+8.0%
	2 売上総利益	3,161	3,296	+135	+4.3%	4,391	4,616	+225	+5.1%	7,552	7,912	+360	+4.8%
	(売上比)	(40.9%)	(41.8%)		(+0.9%)	(46.1%)	(43.0%)		(△ 3.1%)	(43.8%)	(42.5%)		(△ 1.3%)
	3 販管費	4,293	4,106	△ 187	△ 4.4%	4,349	4,188	△ 161	△ 3.7%	8,642	8,294	△ 348	△ 4.0%
海外グループ 小計	(売上比)	(55.5%)	(52.1%)		(△ 3.4%)	(45.7%)	(39.0%)		(△ 6.7%)	(50.1%)	(44.5%)		(△ 5.6%)
	4 営業利益	△ 1,132	△ 810	+322	↗	42	428	+386	+919.0%	△ 1,090	△ 382	+708	↗
	(売上比)	-	-			(0.4%)	(4.0%)		(+3.6%)	-	-		

※ 単純合算



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。