



-ONWARD VISION 2030-

事業領域別計画（進捗および目標）

2026年4月9日

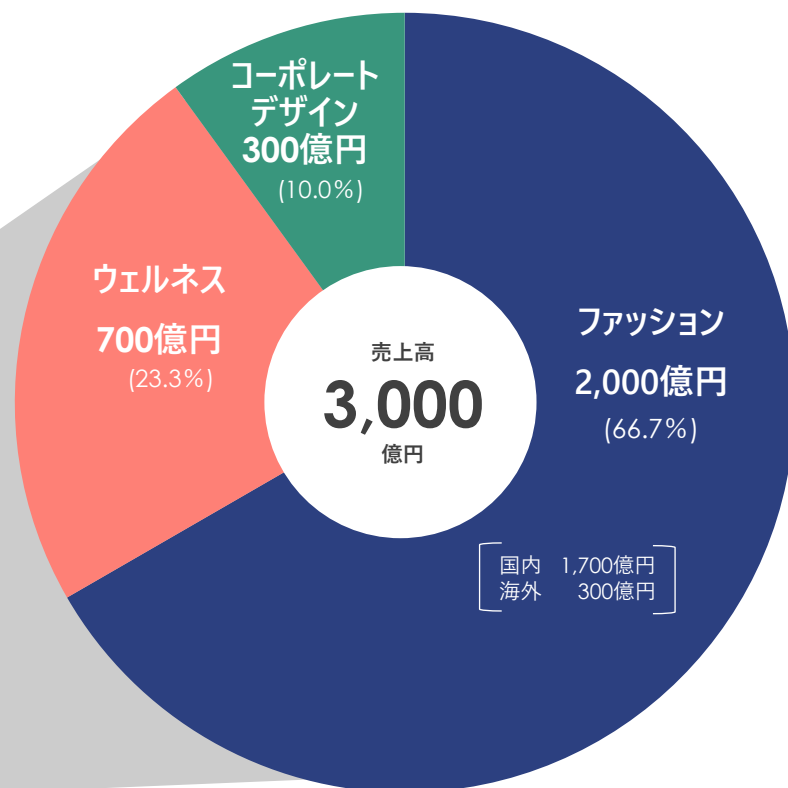
—ONWARD—

ONWARD VISION 2030

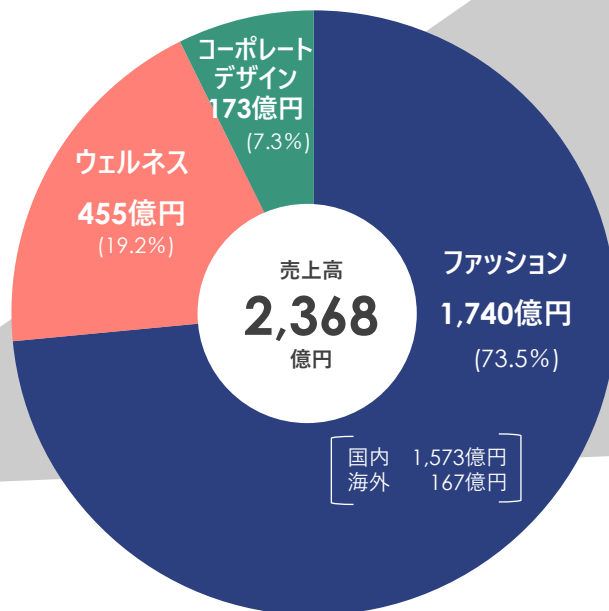
事業領域別計画（進捗および目標）

事業領域別売上高の状況

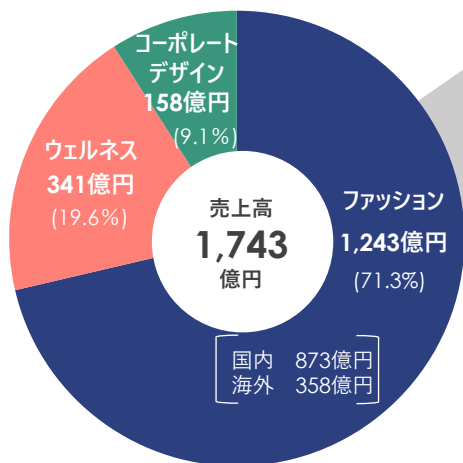
2030年度目標



2025年度実績



2020年度実績



- ※1 円グラフ内各領域売上高下の()は売上構成比
 ※2 海外売上およびコーポレートデザインはグループ会社間取引の相殺消去後の数値であり、『決算説明資料 主要事業会社別実績』と数字が異なる

事業領域の変遷（ファッション領域）

■ 売上高の推移・予想：ファッション領域

	FY2020	FY2025	FY2030
3領域合計	1,743億円	2,368億円	3,000億円

	FY2020	FY2025	FY2030
ファッション領域	1,243億円	1,740億円	2,000億円
うち戦略強化ブランド (ファッション領域構成比)	294億円 (23.7%)	1,016億円 (58.4%)	1,600億円 (80.0%)
① 23区	190億円	361億円	450億円
② J.PRESS	75億円	141億円	200億円
③ カシヤマ	29億円	84億円	250億円
④ アンフィーロ ^{※1}	—	105億円	250億円
⑤ WEGO ^{※2}	—	325億円	450億円

- 5つの戦略強化ブランドを中心に、経営資源の集中を徹底し、各ブランド事業の生産性と収益性を向上
- 海外事業合計の黒字化達成を起点として、各ブランド事業のグローバル展開を加速

※1 2021年秋より販売を開始

※2 2024年10月より連結子会社化

※3 一部事業会社の売上数値はグループ会社間取引の相殺除去後の数値であり、『決算説明資料 主要事業会社別実績』と数字が異なる

2030年度に向けた施策（ファッション領域）

■ ファッション領域 2025年度売上実績：1,740億円 → 2030年売上目標：2,000億円

① 『23区』事業 2025年度売上実績：361億円 → 2030年度売上目標：450億円

- 顧客コミュニティ活性化のために、全国の主要都市に直営店を展開
- 百貨店や直営ECと合わせて、若者層や外国人を含む幅広い顧客を創造



② 『J.PRESS』事業 2025年度売上実績：141億円 → 2030年度売上目標：200億円

- ニューヨーク本部と東京本部が連携し、日米の主要都市に展開する直営店と、自社ECを中心に、百貨店や専門店等も含めて顧客基盤の拡大を加速



③ 『カシヤマ』事業 2025年度売上実績：84億円 → 2030年度売上目標：250億円

- 直営店、百貨店、ECと全方位の出店戦略を推進
- 合わせて、デジタル技術を活用した効率的な生産基盤を国内外で強化



④ 『アンフィロ』事業 2025年度売上実績：105億円 → 2030年度売上目標：250億円

- ブランド認知度向上と顧客基盤の拡大のために、ブランド単独店舗の出店を強化



⑤ 『WEGO』事業 2025年度売上実績：325億円 → 2030年度売上目標：450億円

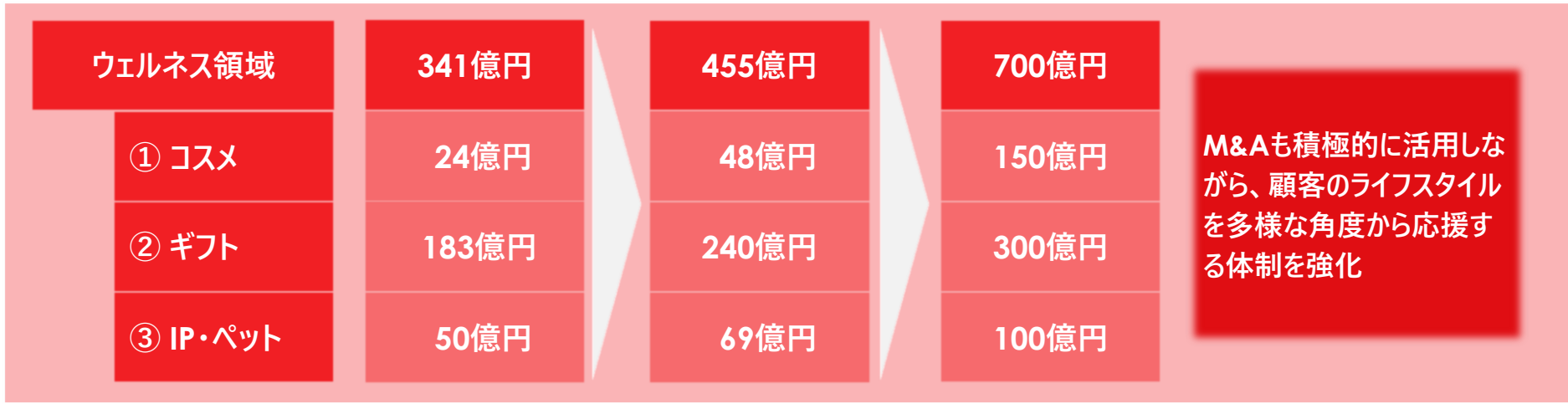
- アジアマーケットへの展開と自社ECの強化を中心に、新しい顧客基盤を拡大



※一部事業会社の売上数値はグループ会社間取引の相殺消去後の数値であり、『決算説明資料 主要事業会社別実績』と数字が異なる

事業領域の変遷（ウェルネス領域・コーポレートデザイン領域）

■ 売上高の推移・予想：ウェルネス領域およびコーポレートデザイン領域



※一部事業会社の売上数値はグループ会社間取引の相殺消去後の数値であり、『決算説明資料 主要事業会社別実績』と数字が異なる

2030年度に向けた施策（ウェルネス領域・コーポレートデザイン領域）

■ ウェルネス領域 2025年度売上実績：455億円 → 2030年売上目標：700億円

① コスメ事業 2025年度売上実績：48億円 → 2030年度売上目標：150億円

- コスメ関連3社（チャコット、KOKOBUY、コスメ・デ・ポータ）間での情報共有を強化し、事業運営面でのシナジー効果を追求



② ギフト事業 2025年度売上実績：240億円 → 2030年度売上目標：300億円

- 主力のカタログギフト事業に加えて、カジュアルギフト事業や、リアル店舗やECを活用した直販事業等を強化



③ IP・ペット事業 2025年度売上実績：69億円 → 2030年度売上目標：100億円

- テレビ朝日様等とのコラボレーションを活用して、自社IP『しろたん』の認知度と価値の向上を推進
- ペットライフスタイル事業の領域を、アパレルを中心にフードやインテリア等に拡大



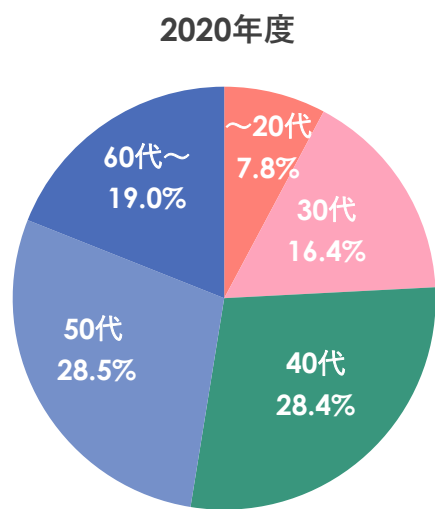
■ コーポレートデザイン領域 2025年度売上実績：173億円 → 2030年度売上目標：300億円 (うちスペースクリエイティブ事業100億円)

- 既存顧客企業群とのネットワークを活用して、主力のユニフォーム事業やノベルティ事業と合わせて、新たにスペースクリエイティブ事業を拡大

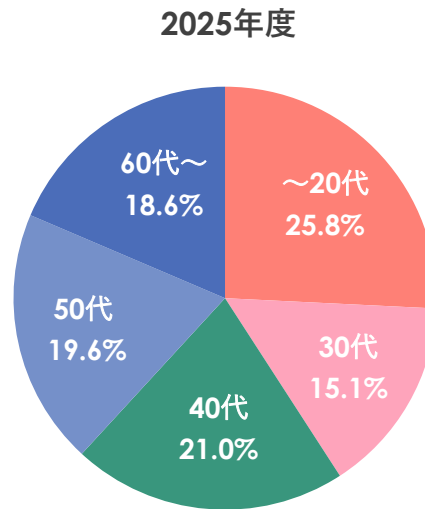


※一部事業会社の売上数値はグループ会社間取引の相殺消去後の数値であり、『決算説明資料 主要事業会社別実績』と数字が異なる

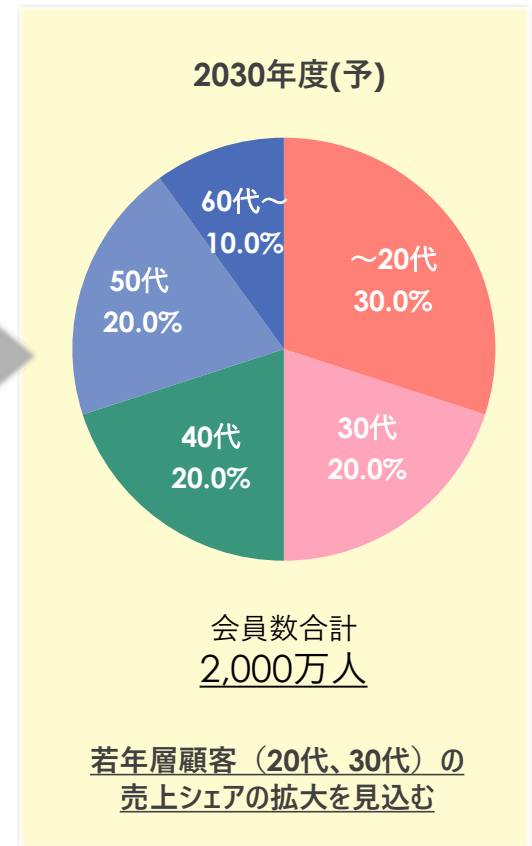
顧客年齢構成の推移



会員数合計
362万人

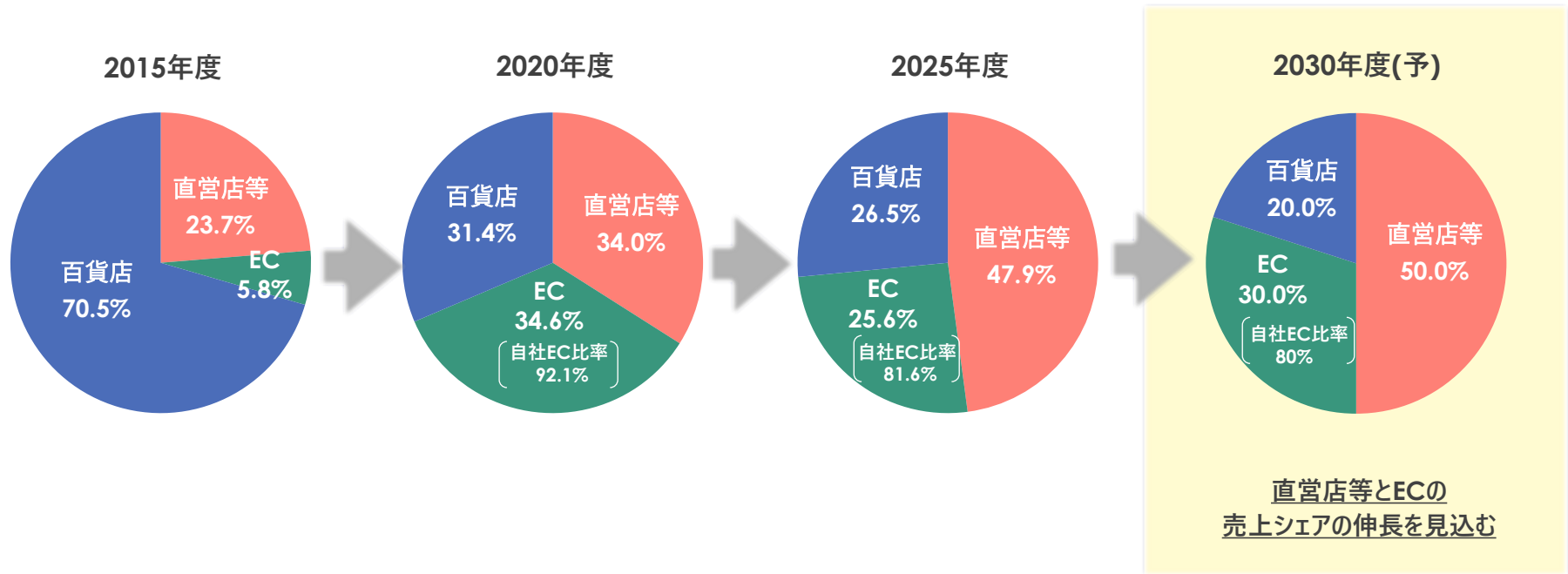


会員数合計
1,218万人



※ 円グラフは、各年度内に買い上げ実績のある会員の年齢構成比

販売チャネル別売上構成比の推移



※1 2015年度、2020年度はオンワード樫山、2025年度、2030年度はオンワード樫山+EC対象事業会社8社

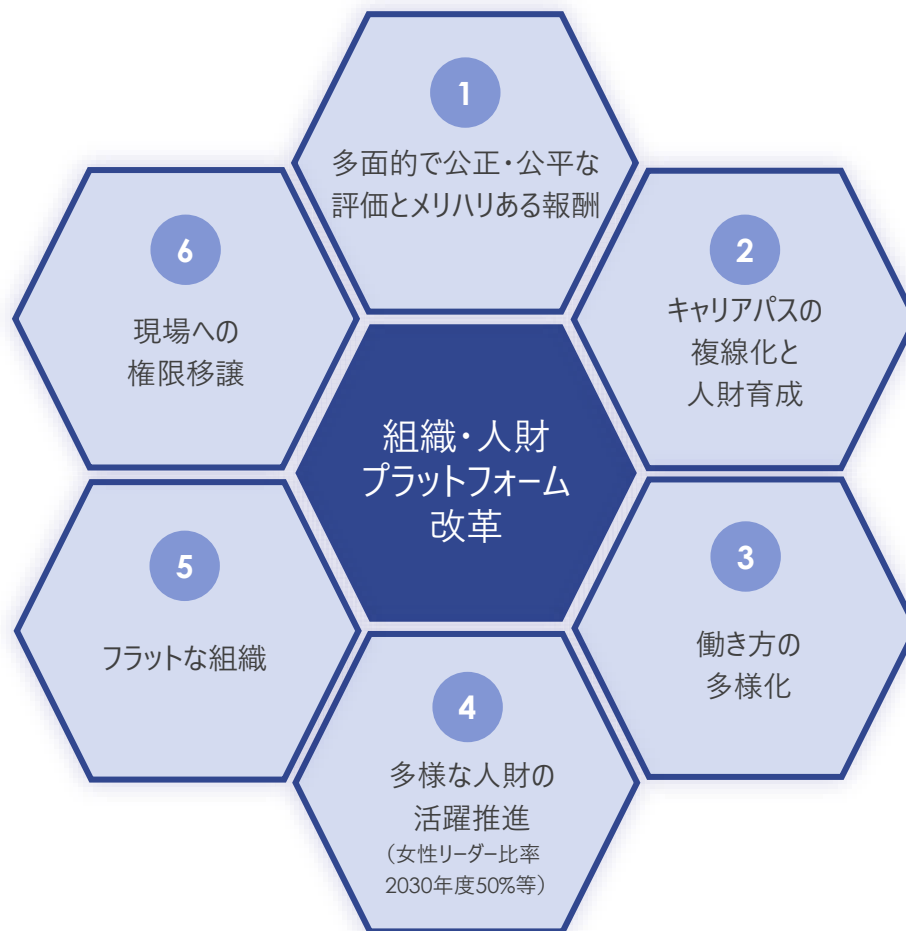
※2 「直営店等」=ショッピングセンター、ファッションビル、駅ビル、アウトレット、路面店および卸売等

—ONWARD—

ONWARD VISION 2030

人的資本經營

組織・人財プラットフォーム改革の推進①



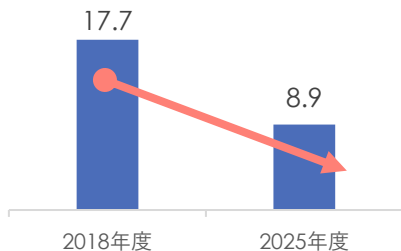
変革を担う人財を内部育成、外部採用し、組織・人財プラットフォーム改革を進めることで、
多様で個性的な人財が活躍できる企業へと進化

個性を活かし多様な人財が輝く職場づくり

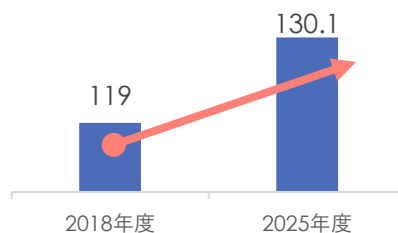
- 給与アップ／働き方改善／キャリア支援に取り組む企業を表彰する「マイナビ転職BEST VALUE AWARD」において2025年「アワード大賞」を受賞。
- ヘルスキーパー制度や社屋における点字ブロック、多目的トイレの設置などの取り組みが認められ、東京都「心のバリアフリー」サポート企業に登録（オンワード樫山）
- 多様性を歓迎し、多様で個性的な人財が活躍できる企業を目指すための施策として、女性活躍推進に取り組み、2026年3月に新たに女性役員を1名登用。役員的女性比率は14.3%、リーダーにおける女性比率は34.1%に（オンワード樫山）。



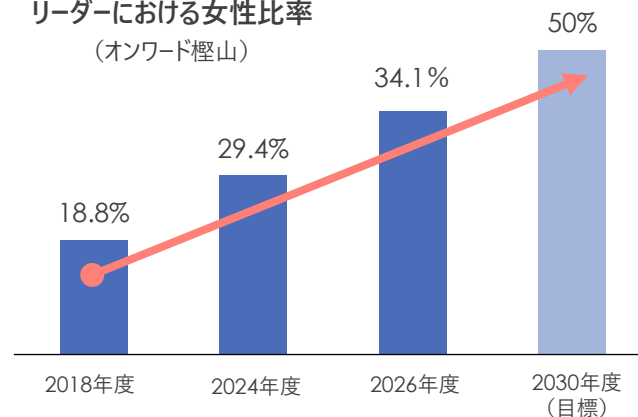
月の平均残業時間
(働き方デザイン対象者)



1年間の平均休日休暇取得日数
(働き方デザイン対象者)



リーダーにおける女性比率
(オンワード樫山)



※各年度の期首実績

■ グループ横断の人財交流と育成強化の取り組み

- オンワード樫山で取り組みを開始した「メンター制度」を、2024年度にチャコットや大和、アイランドへ対象を拡大
・オンワードグループ全体の経営人財育成とともに、事業会社の枠を超えた人財交流に
- キャリア支援のための多様な施策と離職率の低さなどの実態が評価され、「マイナビ転職BEST VALUE AWARD 2026」において「キャリア支援優良企業賞」を受賞



■ 多様な働き方に対応した人財戦略の実践

- 多様な働き方へのニーズに応える人財戦略が評価され「キャリアオーナーシップ経営 AWARD 2025」優秀賞を受賞
- 「D&I AWARD 2025」において、3年連続の最高ランク「ベストワークプレイス」に認定
- 社員の健康の維持・向上と生産性の向上を目的に、2022年より「勤務間インターバル制度」を導入
 - ・ 前日の終業時間に応じて、翌日の始業までに11時間を確保できるように、13種類のシフトのなかから個人で勤務時間を選択する勤怠制度「シフト選択制」と合わせて運用



■ 働きやすい組織づくりの取り組み

- 男性社員の育休取得を促進し、2025年度には取得率100%を達成
(オンワードホールディングス、オンワード樫山、オンワードデジタルラボ)

—ONWARD—

ONWARD VISION 2030

サステナブル経営

■ 自社衣料品の循環活動

- 「オンワード・グリーン・キャンペーン（2009年度～）」による、リユース・リサイクル・アップサイクル活動の拡大
 - ・ 2026年2月までに190万人のお客様から982万点の衣料品を回収
 - ・ 2030年度の衣料回収目標を200万点とし、回収促進策として引き取り対象店舗の拡大やオンラインでの引き取りなどの強化を進める（2025年度回収実績：97.5万点）
 - ・ 日本赤十字社との取り組みを通じて、回収した衣料品から生産したリサイクル毛布やリサイクル軍手を開発途上国や被災地の支援等に活用



■ ロスのない生産体制の推進

- オーダーメイド生産の拡大による生産ロスの削減を推進
 - ・ 2030年度オーダーメイド生産数量目標：4.0倍（2023年度対比）
→2025年度生産数量：1.4倍（2023年度対比）



大連工場は2025年8月から2工場体制とし生産能力を増強

■ トレーサビリティの向上

- PLMシステムによるモノづくりの可視化を実現し、サプライチェーンにおけるトレーサビリティを深化
 - ・ オンワードが中心のPLM連携パートナー：2024年度5月 25社→2025年度3月 81社