

—ONWARD—

2025年2月期(2024年度)
決算説明資料



2025年4月3日

株式会社 オンワードホールディングス

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

「社員の多様な個性をいかしたお客さま中心の経営」により
地球と共生する「潤いと彩り」のある生活づくりに貢献する
『生活文化創造企業』として前に進み続ける



01	連結実績および連結業績予想ハイライト	P4
02	2025年度 重点施策	P8
03	2024年度 連結実績	P14
04	2025年度 連結業績予想	P21
05	財務状況	P24
06	Sustainability	P27
07	Appendix	P30



ラクだ。

UNF/LO
アンフィーロ

01

連結実績および連結業績予想
ハイライト

売上高

2,084 億円

前年同期比 +9.9%
+188億円

営業利益

102 億円

前年同期比 △9.8%
△11億円

当期純利益

85 億円

前年同期比 +28.8%
+19億円

EBITDA*

155 億円

前年同期比 △3.7%
△6億円

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費等

- 売上高は、前期比で9.9%増収の2,084億円となった。『23区』、『自由区』、『アンフィーロ』、『KASHIYAMA』、『チャコット・コスメティクス』、『ペットパラダイス』等のブランド事業が好調に推移した他、OMOサービス「クリック&トライ」の利用拡大が貢献したが、気候変動への対応等に課題が残り、計画値を下回って着地した。
- コロナ禍からの回復期に増加した旧年品在庫高の調整を進めたこと等により、粗利益率は前期比で1.3%低下した。賃上げ等のコスト増をブランド複合店の出店拡大による店舗運営効率の向上等で吸収した結果、販管費率は前期比で0.2%低下した。
- 以上の結果、営業利益は前期比で9.8%減益の102億円となった。当期純利益は繰延税金資産の計上等により前期比で28.8%増益の85億円となり、計画を達成した。
- 昨年10月から新たに連結対象になったウィゴー事業については、端境期の商品企画や販売施策の精度が向上したこと等から、売上高が128億円、営業利益が1.2億円となり、営業黒字化を実現した。
- 2024年度のROEは10.4%となり、「2026年度にROE10%以上」という中長期経営計画の目標を2年前倒しで達成した。

売上高

2,300 億円

前年同期比 +10.4%
+216億円

営業利益

115 億円

前年同期比 +13.3%
+13億円

当期純利益

100 億円

前年同期比 +17.4%
+15億円

EBITDA

170 億円

前年同期比 +10.0%
+15億円

- 売上高は前期比で10.4%増収の2,300億円を見込む。主要なブランド事業の成長を、新規出店の拡大等で加速する。また、気候変動に柔軟に対応できるよう商品企画力を高めつつ、端境期を含めた売上高の底上げを図る。昨年秋に連結したウィゴー事業も通年で寄与する。
- 営業利益は前期比で13.3%増益の115億円を計画する。値引販売の抑制や在庫管理の徹底等により、粗利益率を0.3%向上させる。新規出店やデジタル関連投資に伴う減価償却費が一時的に増加すること等から、販管費率は0.2%上昇する。特に海外事業については、2014年度以来11期ぶりとなる、ヨーロッパ事業、アメリカ事業、アジア事業合計での営業黒字化を見込む。
- 当期純利益は前期比で17.4%増益の100億円を予想する。中長期経営計画で掲げた「2026年度に当期純利益100億円以上」との目標を、1年前倒しで達成する見通し。

■ 配当方針

株主の皆さまへの利益還元を経営の最重要課題の一つと位置づけ、配当性向の目安を通期で40%以上とし、安定的で業績に連動した適正な利益配分を行う方針。

株主の皆さまへの利益還元の機会充実を図るため、2025年度より新たに中間配当制度を導入する予定。2025年度は中間配当として14円、期末配当として16円、合計30円の配当を予定(2024年度の26円から4円の増配を計画)。

		2025年度予想	2024年度
1株当たり配当金	中間	14円	-
	期末	16円	26円
	合計	30円	26円
配当金総額(百万円)		4,072	3,529
当期純利益(百万円)		10,000	8,516
配当性向		40.7%	41.4%

■ 譲渡制限付株式報酬制度の導入

2025年度より、取締役(社外取締役を除く)及び執行役員に対し、保有自己株式を活用した譲渡制限付株式報酬制度を導入する予定。役員報酬の一部を株価と連動させることで、資本効率と株価を意識した経営を一層強化。



ATON

02

2025年度 重点施策

23区 最大基幹ブランドの更なる進化

【気候変動マーケット施策】

- ・ 気候に左右されないシーズンレスアイテムを拡大。

【販路別施策】

- ・ ブランドの世界観を体現するフラッグシップショップの新設。
- ・ SC・駅ビル・路面店等の新たな販路の開拓。
- ・ 既存店舗・・・ニューリッチ層へのアプローチ強化、高感度・高価格MDの拡充。
- ・ EC・・・シーズンにとらわれない品揃え、実需に即したEC専用商品の拡大。



アンフィーロ 23区に次ぐ基幹ブランドへの成長

- ・ 『アンフィーロ』を軸としたOCSの出店の加速、展開坪数拡大。
- ・ 優位性のある機能性商品の拡充：東レとの共同開発素材「ブリーズムーブ」等。
- ・ 盛夏時期に新規展開商品を拡充（機能美アクセサリ・機能美Tシャツ等）。
- ・ 積極的な商品投入とブランド認知向上を図るためデジタルを軸とした広告宣伝の強化。



ATON 本格的な海外展開を見据えた流通の開拓

- ・ 海外拡大への基盤構築。卸売先の開拓のため、各国のバイヤーが集まるパリでの展示会へ出展。
- ・ 青山旗艦店のインバウンド比率を2024年度20%から2025年度30%へ拡大。



ビジネススーツ復権への起爆剤、急成長で売上高100億円を目指す

■ 主要都市中心に大型店舗展開

- ・ 主要都市の都心部を中心に50～100坪級の直営店舗の出店を計画。
- ・ 5月には横浜西口(50坪)、京都四条店(72坪)を出店予定。



■ ウィメンズの強化

- ・ オーダーメイド未経験の女性へのアプローチ。
 - メディアとのタイアップ、コラボ商品の開発
 - デジタル広告、動画広告、SNSの活用
- ・ ウィメンズ売上シェア2024年度24%から2025年度30%に拡大。



中長期ビジョンとして売上高500億円規模を目指す (国内400億円、海外100億円)

国内施策

- 都心店、郊外店それぞれの特性に合わせた商品展開、プロモーションを実行。
- 様々なコラボ企画を多様な客層の来店につなげる。
- インバウンド需要への訴求を今後の海外展開の布石とする。
- オンワードグループのノウハウを活かし、EC化率30%を目標。



海外施策

- 中国マーケットにおいて、「推し活事業」を成長ドライバーにEC・ポップアップショップ中心の展開。
- 東南アジアマーケットでは、ロゴTシャツや雑貨アイテムが人気、本格的な出店に向けマーケティングを進める。



2024年10月開催の上海「痛バッグ限定」POPUP

新たな流通開発、新たなビジネスモデルの確立

直販・新規流通

- 2025年秋オープンのNEWoMAN高輪出口を皮切りに、駅ビル展開を加速。
- 戦略事業『dōzo』の拡大(認知拡大フェーズから事業拡大フェーズに移行)。



『dōzo』とは・・・

『dōzo』は、もらった人が5つの選択肢からほしいものを選んで受け取れるギフトサービス。今すぐ贈りたいなら「SNS」、会って直接渡したいなら「手渡し」と、2パターンの贈り方からお選びいただけます。贈り手は100種類ものユニークなテーマから、相手の個性に合わせて贈ることができます。



GOOD
DESIGN
AWARD
2024



法人ビジネス

- 全国自治体との連携強化による公共法人ビジネスの拡大(子育て支援、防災関連事業等)。
- 企業オリジナルギフトモールの運営等、一般企業との取り組み強化。
- 大手百貨店グループのオリジナルカタログギフト受託、法人外商部門との連携強化。

■ ヨーロッパ（『JOSEPH』事業）

不採算店舗の閉鎖やロンドン本社にパリオフィスを統合等の事業構造改革を終え、新たな成長へ

- ・ ロンドン主導「一貫性のあるグローバル・ブランドマーケティング」の推進。
- ・ 新クリエイティブダイレクター、マリオ・アリーナ氏就任(2024年11月～)。
- ・ ロンドンファッションウィーク参加等によるブランディング戦略。
- ・ ECプラットフォームの強化。



Mario Arena氏 プダベスト発の「ナヌーシュカ」のデザイン・イノベーションディレクターや、「クリストファー ケイン」のウェア責任者、「JW アンダーソン」のウェア、アクセサリー、ランウェイのディレクターを歴任。

■ アメリカ（『J.PRESS』事業）

実績ある現地人財を登用、体制の再構築により黒字化に向けた事業構造改革を推進

- ・ ECを中核に据えた事業運営体制。
- ・ ブランド認知を高めるコラボレーション企画の拡充。
- ・ 影響力ある媒体や著名人によるデジタルマーケティング強化。



■ アジア

主要パートナーとの連携による販売事業、およびオーダースーツ生産事業の強化

- ・ 主要パートナーと連携による『23区』、『アンフィーロ』等、ブランド事業の展開。
- ・ 日本におけるオーダースーツの受注増に伴う大連工場の生産力強化。
- ・ ウィゴー等グループ会社のアジア展開の推進。



i c b

03

2024年度 連結実績

2024年度 連結実績

- 売上高は前期比で9.9%増収の2,084億円、営業利益は9.8%減益の102億円、経常利益は0.4%減益の100億円となった。繰延税金資産の計上等により、当期純利益は28.8%増益の85億円となった。
- 『23区』、『自由区』、『アンフィーロ』、『KASHIYAMA』、『チャコット・コスメティクス』、『ペットパラダイス』等のブランド事業が好調で、OMOサービスの利用も拡大したものの、気候変動への対応等に課題が残った。また、コロナ禍からの回復期に増加した旧年品在庫高の調整等により営業利益率が低下した。

		通期実績			対2023年度		対公表値	
		2024年度	2023年度	公表値	増減額	増減率	増減額	増減率
(百万円)								
1	売上高	208,393	189,629	210,000	+18,764	+9.9%	△ 1,607	△ 0.8%
2	売上総利益	113,575	105,782	116,250	+7,793	+7.4%	△ 2,675	△ 2.3%
	(対売上高比率)	(54.5%)	(55.8%)	(55.4%)		(△ 1.3%)		(△ 0.9%)
3	販管費	103,422	94,522	103,750	+8,900	+9.4%	△ 328	△ 0.3%
	(対売上高比率)	(49.6%)	(49.8%)	(49.4%)		(△ 0.2%)		(+0.2%)
4	営業利益	10,153	11,260	12,500	△ 1,107	△ 9.8%	△ 2,347	△ 18.8%
	(対売上高比率)	(4.9%)	(5.9%)	(6.0%)		(△ 1.0%)		(△ 1.1%)
5	経常利益	10,084	10,126	12,200	△ 42	△ 0.4%	△ 2,116	△ 17.3%
	(対売上高比率)	(4.8%)	(5.3%)	(5.8%)		(△ 0.5%)		(△ 1.0%)
6	当期純利益	8,516	6,611	8,500	+1,905	+28.8%	+16	+0.2%
	(対売上高比率)	(4.1%)	(3.5%)	(4.0%)		(+0.6%)		(+0.1%)
7	EBITDA	15,452	16,052	17,700	△ 600	△ 3.7%	△ 2,248	△ 12.7%
	(対売上高比率)	(7.4%)	(8.5%)	(8.4%)		(△ 1.1%)		(△ 1.0%)

2024年度 主要事業会社別 実績

- 昨年秋から連結したウィゴーについては、端境期の商品企画や販売施策の精度が向上し、売上高が128億円、営業利益は1.2億円と営業黒字化を実現した。
- オンワードパーソナルスタイルは、積極的な店舗展開と効果的なデジタル広告が奏功し営業黒字に。
- コスメ領域が好調なチャコットや、ペット衣料領域が好調なクリエイティブヨーコが、営業増益を達成した。

			通期実績			
(百万円)			2024年度	2023年度	増減額	増減率
1	オンワード樫山+HD	売上高	113,613	109,491	+4,122	+3.8%
		営業利益	7,190	8,189	△ 999	△ 12.2%
2	オンワード パーソナルスタイル	売上高	6,215	4,536	+1,679	+37.0%
		営業利益	18	△ 211	+229	↗
3	ウィゴー	売上高	12,828	-	-	-
		営業利益	123	-	-	-
4	オンワード コーポレートデザイン	売上高	18,452	17,188	+1,264	+7.4%
		営業利益	1,726	1,485	+241	+16.2%
5	チャコット	売上高	10,169	9,613	+556	+5.8%
		営業利益	845	649	+196	+30.2%
6	クリエイティブヨーコ	売上高	6,798	6,486	+312	+4.8%
		営業利益	821	660	+161	+24.4%
7	大和	売上高	20,832	21,037	△ 205	△ 1.0%
		営業利益	1,234	1,728	△ 494	△ 28.6%
8	国内グループ会社小計 (オンワード樫山+HD除く)	売上高	86,123	70,567	+15,556	+22.0%
		営業利益	5,431	4,970	+461	+9.3%
9	ヨーロッパ計	売上高	12,407	11,355	+1,052	+9.3%
		営業利益	173	156	+17	+10.9%
10	アメリカ計	売上高	2,374	1,890	+484	+25.6%
		営業利益	△ 379	△ 414	+35	↗
11	アジア計	売上高	7,047	6,682	+365	+5.5%
		営業利益	91	47	+44	+93.6%
12	海外グループ会社小計	売上高	21,828	19,927	+1,901	+9.5%
		営業利益	△ 115	△ 211	+96	↗
13	連結合計	売上高	208,393	189,629	+18,764	+9.9%
		営業利益	10,153	11,260	△ 1,107	△ 9.8%

※グループの内訳は単純合算 連結合計には相殺消去含む

2024年度 販路別売上高

- リアル販路(百貨店+SC他)については、前期比で13.3%の増収となった。
- ECについては9.2%の増収となった。EC化率は29.0%、自社EC比率は81.6%となった。

(百万円)		①オンワード樫山				②国内EC対象事業会社8社※				合計(①+②)			
		2024年度	2023年度	増減額	増減率	2024年度	2023年度	増減額	増減率	2024年度	2023年度	増減額	増減率
1	百貨店 (構成比)	41,199 (36.3%)	41,517 (37.9%)	△318 (△ 1.7%)	△0.8%	10,957 (16.9%)	9,154 (18.5%)	+1,803 (△ 1.5%)	+19.7%	52,156 (29.3%)	50,671 (31.9%)	+1,485 (△ 2.6%)	+2.9%
2	SC他 (構成比)	39,736 (35.0%)	36,616 (33.4%)	+3,120 (+1.5%)	+8.5%	34,709 (53.7%)	24,413 (49.3%)	+10,296 (+4.4%)	+42.2%	74,445 (41.8%)	61,029 (38.4%)	+13,416 (+3.4%)	+22.0%
3	リアル販路計 (構成比)	80,935 (71.2%)	78,133 (71.4%)	+2,802 (△ 0.1%)	+3.6%	45,666 (70.6%)	33,567 (67.8%)	+12,099 (+2.8%)	+36.0%	126,601 (71.0%)	111,700 (70.3%)	+14,901 (+0.8%)	+13.3%
4	自社EC (構成比)	27,803 (24.5%)	27,332 (25.0%)	+471 (△ 0.5%)	+1.7%	14,338 (22.2%)	13,336 (26.9%)	+1,002 (△ 4.8%)	+7.5%	42,141 (23.6%)	40,668 (25.6%)	+1,473 (△ 1.9%)	+3.6%
5	他社ECモール (構成比)	4,875 (4.3%)	4,026 (3.7%)	+849 (+0.6%)	+21.1%	4,643 (7.2%)	2,608 (5.3%)	+2,035 (+1.9%)	+78.0%	9,518 (5.3%)	6,634 (4.2%)	+2,884 (+1.2%)	+43.5%
6	EC計 (構成比)	32,678 (28.8%)	31,358 (28.6%)	+1,320 (+0.1%)	+4.2%	18,981 (29.4%)	15,944 (32.2%)	+3,037 (△ 2.8%)	+19.0%	51,659 (29.0%)	47,302 (29.7%)	+4,357 (△ 0.8%)	+9.2%
7	自社EC比率	85.1%	87.2%	△2.1%		75.5%	83.6%	△8.0%		81.6%	86.0%	△4.4%	
8	売上高計	113,613	109,491	+4,122	+3.8%	64,647	49,511	+15,136	+30.6%	178,260	159,002	+19,258	+12.1%

※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、KOKOBUY、ウィゴー
(百貨店とSCの区分についてグループ内で統一した結果、2023年度の数字を2024年度に合わせて修正)

アンフィーロ

【 オンワード樫山 】

機能美商品の開発とデジタルを軸とした販促施策により新規を中心に客数増加。



2024年度売上高
(前期比)

+ **93.1%**

23区

【 オンワード樫山 】

新規開発素材の新たなヒット品番の創出と、定番主力品のWEBプロモーション強化により売上伸長。



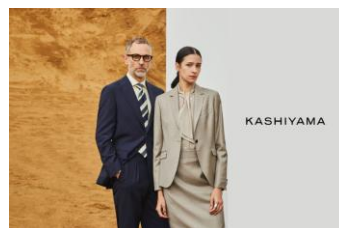
2024年度売上高
(前期比)

+ **3.6%**

KASHIYAMA

【 オンワードパーソナルスタイル 】

デジタルプロモーション施策により客数が大幅増加。単店舗売上の拡大に成功。



2024年度売上高
(前期比)

+ **37.2%**

自由区

【 オンワード樫山 】

プロモーションが奏功し、端境期のヒット商品で、リアル、EC共にプロパー売上が好調に推移。



2024年度売上高
(前期比)

+ **5.2%**

チャコット・コスメティクス

【 チャコット 】

新商品×PR・SNS強化の連動奏功。「コンプレクシオンクリエイター」のヒットが牽引し、既存定番品の売上拡大にも波及。



2024年度売上高
(前期比)

+ **27.9%**

ペットパラダイス

【 クリエイティブヨーコ 】

フィッティングキャンペーンにより衣料品売上好調。カート、ハーネスが牽引し、雑貨も拡大。



ペットと人間の、新しいカンタイ
PET PARADISE

2024年度売上高
(前期比)

+ **7.5%**

- 「クリック＆トライ」サービスの導入店舗数は、2023年度末から16店舗増加して413店舗となり、導入率は64%に上昇した。
- 2024年度の予約点数は、前期比で15%増加の28万2千点となった。
- 導入店舗（既存）の売上高増減率（前期比）は、未導入店舗を15%ポイント上回った。

■ 導入店舗数・予約点数の推移

	2024年度末	2023年度末	増減
店舗数	413	397	+16
導入率	64%	58%	+6%
予約点数(千点)	282	245	+37

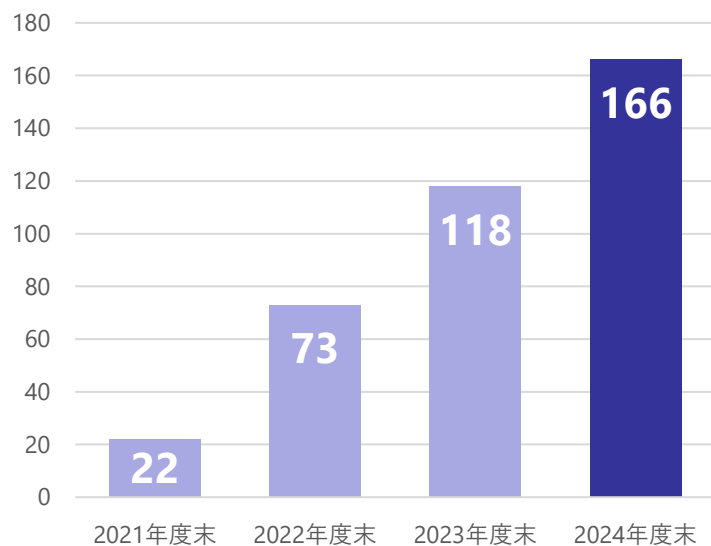
■ 導入店舗・未導入店舗の売上高（前期比）

	2024年度	2023年度
導入店舗	112%	116%
未導入店舗	97%	91%
差	+15%	+25%

「オンワード・クローゼットセレクト（OCS）」

- 2024年度末では、2023年度末から48店舗増加し、全国166店舗を展開する。
- 2024年度売上高の前期比は、OCS以外の店舗を23%ポイント上回った。

OCS店舗数の推移



OCS売上高（前期比）

	2024年度
オンワード・クローゼットセレクト(OCS)	118%
OCS除く店舗	95%
差	+23%



2024年2月オープン以来好調の
「イオンモール幕張新都心OCS」

JOSEPH
ABBOUD

04

2025年度 連結業績予想

2025年度 連結業績予想

- 売上高は前期比で10.4%増収の2,300億円、営業利益は13.3%増益の115億円、当期純利益は17.4%増益の100億円を予想。海外事業全体での営業利益黒字化を見込む。

(百万円)	通期予想		対2024年度	
	2025年度	2024年度	増減額	増減率
1 売上高	230,000	208,393	+21,607	+10.4%
2 売上総利益	126,000	113,575	+12,425	+10.9%
(対売上高比率)	(54.8%)	(54.5%)		(+0.3%)
3 販管費	114,500	103,422	+11,078	+10.7%
(対売上高比率)	(49.8%)	(49.6%)		(+0.2%)
4 営業利益	11,500	10,153	+1,347	+13.3%
(対売上高比率)	(5.0%)	(4.9%)		(+0.1%)
5 経常利益	11,000	10,084	+916	+9.1%
(対売上高比率)	(4.8%)	(4.8%)		(+0.0%)
6 当期純利益	10,000	8,516	+1,484	+17.4%
(対売上高比率)	(4.3%)	(4.1%)		(+0.2%)
7 EBITDA	17,000	15,452	+1,548	+10.0%
(対売上高比率)	(7.4%)	(7.4%)		(+0.0%)

2025年度 主要事業会社別 予想

		(百万円)	上期予想				下期予想				通期予想			
			2025年度	2024年度	増減額	増減率	2025年度	2024年度	増減額	増減率	2025年度	2024年度	増減額	増減率
1	オンワード樫山+HD	売上高	55,000	54,722	+278	+0.5%	61,500	58,891	+2,609	+4.4%	116,500	113,613	+2,887	+2.5%
		営業利益	3,000	2,938	+62	+2.1%	4,600	4,252	+348	+8.2%	7,600	7,190	+410	+5.7%
2	オンワード パーソナルスタイル	売上高	3,630	3,051	+579	+19.0%	3,920	3,164	+756	+23.9%	7,550	6,215	+1,335	+21.5%
		営業利益	△ 30	△ 38	+8	↗	130	56	+74	+132.1%	100	18	+82	+455.6%
3	ウィゴー	売上高	12,800	-	-	-	13,500	12,828	+672	+5.2%	26,300	12,828	+13,472	+105.0%
		営業利益	450	-	-	-	50	123	△ 73	△ 59.3%	500	123	+377	+306.5%
4	オンワード コーポレートデザイン	売上高	9,100	8,952	+148	+1.7%	9,600	9,500	+100	+1.1%	18,700	18,452	+248	+1.3%
		営業利益	1,000	990	+10	+1.0%	750	736	+14	+1.9%	1,750	1,726	+24	+1.4%
5	チャコット	売上高	5,800	5,358	+442	+8.2%	5,200	4,811	+389	+8.1%	11,000	10,169	+831	+8.2%
		営業利益	660	645	+15	+2.3%	200	200	+0	+0.0%	860	845	+15	+1.8%
6	クリエイティブヨーコ	売上高	3,420	3,140	+280	+8.9%	4,030	3,658	+372	+10.2%	7,450	6,798	+652	+9.6%
		営業利益	320	303	+17	+5.6%	530	518	+12	+2.3%	850	821	+29	+3.5%
7	大和	売上高	11,810	10,108	+1,702	+16.8%	11,890	10,724	+1,166	+10.9%	23,700	20,832	+2,868	+13.8%
		営業利益	1,160	795	+365	+45.9%	480	439	+41	+9.3%	1,640	1,234	+406	+32.9%
8	国内グループ会社小計 (オンワード樫山+HD除く)	売上高	52,140	35,959	+16,181	+45.0%	53,840	50,164	+3,676	+7.3%	105,980	86,123	+19,857	+23.1%
		営業利益	4,030	3,159	+871	+27.6%	2,410	2,272	+138	+6.1%	6,440	5,431	+1,009	+18.6%
9	ヨーロッパ計	売上高	6,200	6,116	+84	+1.4%	7,600	6,291	+1,309	+20.8%	13,800	12,407	+1,393	+11.2%
		営業利益	△ 240	△ 259	+19	↗	540	432	+108	+25.0%	300	173	+127	+73.4%
10	アメリカ計	売上高	740	1,153	△ 413	△ 35.8%	1,160	1,221	△ 61	△ 5.0%	1,900	2,374	△ 474	△ 20.0%
		営業利益	△ 50	△ 175	+125	↗	△ 10	△ 204	+194	↗	△ 60	△ 379	+319	↗
11	アジア計	売上高	3,750	3,613	+137	+3.8%	3,950	3,434	+516	+15.0%	7,700	7,047	+653	+9.3%
		営業利益	130	120	+10	+8.3%	10	△ 29	+39	↗	140	91	+49	+53.8%
12	海外グループ会社小計	売上高	10,690	10,882	△ 192	△ 1.8%	12,710	10,946	+1,764	+16.1%	23,400	21,828	+1,572	+7.2%
		営業利益	△ 160	△ 314	+154	↗	540	199	+341	+171.4%	380	△ 115	+495	↗
13	連結合計	売上高	110,400	95,102	+15,298	+16.1%	119,600	113,291	+6,309	+5.6%	230,000	208,393	+21,607	+10.4%
		営業利益	5,700	5,255	+445	+8.5%	5,800	4,898	+902	+18.4%	11,500	10,153	+1,347	+13.3%

※グループの内訳は単純合算 連結合計には相殺消去含む



NEW YORK  NEW HAVEN

05

財務状況

- EBITDAは、前期比3.7%減少の155億円。
- 純資産は、非支配株主持分の減少等により、前期末より0.8%減少(△7億円)の843億円。
- 自己資本比率は、前期末より0.4%上昇の47.0%。
- 流動比率は、前期末より10.0%上昇の127.7%。

EBITDA

(百万円)

2024年度	2023年度	増減	増減率
15,452	16,052	△ 600	△ 3.7%

自己資本比率

2024年度末	2023年度末	増減
47.0%	46.6%	+0.4%

純資産

(百万円)

2024年度末	2023年度末	増減	増減率
84,287	84,995	△ 708	△ 0.8%

流動比率

2024年度末	2023年度末	増減
127.7%	117.7%	+10.0%

ROE (自己資本利益率)

2024年度	2023年度	増減
10.4%	8.6%	+1.8%

ROIC (投下資本利益率)

2024年度	2023年度	増減
5.5%	6.9%	△ 1.4%

■ 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等により31億円の収入。
- 投資活動によるキャッシュ・フローは、固定資産の取得、子会社株式の取得等により54億円の支出。
- 財務活動によるキャッシュ・フローは、借入金の増加および配当金の支払い等の結果、36億円の収入。

■ 設備投資

- 設備投資額は、前期から10億円増加の56億円。
- DX関連やOMO関連など投資を厳選し、効率的に実施。

(百万円)

2024年度	2023年度	増減	増減率
5,564	4,613	+951	+20.6%

■ 減価償却費

- 減価償却費は、前期から4億円増加の44億円。

(百万円)

2024年度	2023年度	増減	増減率
4,357	3,978	+379	+9.5%



BEIGE,

06

Sustainability

■ 「サステナビリティレポート」を公開 （株式会社オンワードコーポレートデザイン 2024年9月）

株式会社オンワードコーポレートデザインは、持続可能な社会の実現を目的に、2020年よりサステナブル素材の使用促進や人権課題への取り組み等を推進。2024年9月に、新たに方針や指針を策定した「サステナビリティレポート」を公開した。

https://onward-cd.co.jp/sustainability/sdgs_report/



■ オンワードの回収衣料品から生産した リサイクル毛布4,000枚をタジキスタンの貧困世帯へ寄贈 （株式会社オンワードホールディングス2024年11月）

当社の回収衣料品から生産したリサイクル毛布4,000枚を、日本赤十字社の協力のもとタジキスタン赤新月社へ寄贈した。

当社では、「オンワード・グリーン・キャンペーン」を2009年から実施し、回収した衣料品の一部から生産したリサイクル毛布（累計45,500枚）を、国内外の被災地や開発途上国へ寄贈している。

https://www.onward-hd.co.jp/release/2024/20241129_1.html



「D&I AWARD 2024」において、2年連続の最高ランク「ベストワークプレイス」に認定

(株式会社オンワードホールディングス 2024年12月)

当社の女性活躍推進の取り組みや仕事と育児・介護の両立支援等の取り組みが評価され、2年連続で「D&I AWARD」最高ランクの「ベストワークプレイス」として認定された。

今後も、お客さまのニーズ・価値観に応え社会に貢献していくために、多様な人財が活躍できる環境を整えていく。

https://www.onward-hd.co.jp/release/2024/20241218_3.html



「マイナビ転職BEST VALUE AWARD」において「アワード大賞」を受賞

(株式会社オンワードホールディングス 2025年1月)

「マイナビ転職BEST VALUE AWARD」において、社員が主体的に働き方の改善に取り組める仕組みが評価され、「アワード大賞」を受賞した。評価ポイントは下記の通り。

- ・販売職で上限なく高い給与水準を目指すことが可能な仕組みへの変更
- ・生産性向上プロジェクト「働き方デザイン」を通して業務効率化とWLB※を実現
- ・社員が主体的に働き方の改善に取り組める仕組み導入により心理的安全性が向上

※WLB: ワーク・ライフ・バランス

<https://www.onward-hd.co.jp/release/2025/20250114.html>





07

Appendix

					ウィゴー社除く	
	(百万円)	2024年度	2023年度	増減率	2024年度	増減率
1	人件費	37,820	35,387	+6.9%	35,633	+0.7%
2	賃借料	28,362	25,336	+11.9%	25,966	+2.5%
3	運賃運搬費	6,861	6,448	+6.4%	6,498	+0.8%
4	広告宣伝費	7,362	6,607	+11.4%	7,022	+6.3%
5	減価償却費	3,542	3,194	+10.9%	3,406	+6.6%
6	その他	19,475	17,550	+11.0%	18,518	+5.5%
7	販管費計	103,422	94,522	+9.4%	97,043	+2.7%

【増減要因】

- 人件費 … 主にオンワード樫山での給与水準引き上げ、人員補強に伴う人件費の増加
- 賃借料 … 売上高の増加に連動し増加
- 運賃運搬費 … 不採算事業撤退や店舗の運用効率化により前年と同水準を維持
- 広告宣伝費 … タイアップ広告、プロモーション施策により増加
- 減価償却費 … 店舗出店・DX投資に伴い減価償却費が増加

2024年度 当期純利益影響項目

(百万円)		2024年度	2023年度	増減率
1	営業利益	10,153	11,260	△ 9.8%
2	営業外収益	805	494	+63.0%
3	受取利息・配当金	325	283	+14.8%
4	持分法による投資利益	180	-	-
5	その他	298	211	+41.2%
6	営業外費用	874	1,628	△ 46.3%
7	支払利息	414	896	△ 53.8%
8	為替差損	109	109	+0.0%
9	持分法による投資損失	-	249	-
10	その他	350	373	△ 6.2%
11	営業外損益計	△69	△1,133	-
12	経常利益	10,084	10,126	△ 0.4%
13	特別利益	4,885	433	+1028.2%
14	投資有価証券売却益	2,131	363	+487.1%
15	固定資産売却益	1,012	69	+1366.7%
16	関係会社株式売却益	1,122	-	-
17	リース解約益	617	-	-
18	特別損失	4,162	4,395	△ 5.3%
19	減損損失	906	3,586	△ 74.7%
20	関係会社整理損	1,454	-	-
21	災害による損失	-	195	-
22	段階取得に係る差損	1,088	-	-
23	その他	713	614	+16.1%
24	特別損益	722	△3,962	-
25	税前利益	10,807	6,164	+75.3%
26	法人税等	2,228	△713	-
27	少数株主損益	61	266	△ 77.1%
28	当期純利益	8,516	6,611	+28.9%

【 当期純利益影響項目 】

- 投資有価証券売却益、固定資産売却益、グアム子会社株式売却による売却益、米国リース期間の見直しによる特別利益49億円。
- 関係会社整理損、減損損失等による特別損失42億円。今期ウィゴ一株式の追加取得による評価の洗替を実施、発生した評価損11億円を「段階取得に係る差損」として計上。
- 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85億円となった。

2024年度 連結貸借対照表

	(億円)	2024年度末	2023年度末	前期末比±
1	資産合計	1,792	1,713	+79
2	流動資産	801	734	+67
3	現金及び預金	135	141	△ 6
4	売掛金	159	159	+0
5	棚卸資産	458	389	+69
6	固定資産	991	979	+12
7	有形固定資産	476	504	△ 28
8	無形固定資産	128	88	+40
9	投資その他の資産	385	386	△ 1
10	負債合計	949	863	+86
11	買掛金	197	226	△ 29
12	借入金	485	376	+109
13	その他	267	261	+6
14	純資産合計	842	849	△ 7
15	自己資本比率	47.0%	46.6%	+0.4%
16	流動比率	127.7%	117.7%	+10.0%

■ 棚卸資産

ウィゴー連結化等による増加。

■ 無形固定資産

ウィゴー連結化に伴うのれん、DX投資に伴うソフトウェアの増加。

■ 借入金

新規借入による増加。

■ 純資産

子会社の資金調達の際に発行した優先株の償却もあり、当期純利益の計上後も同水準に。

■ 自己資本比率

前年度末より0.4%増加の47.0%。

■ 流動比率

前年度末より10.0%増加の127.7%。安全性の目安である100%以上を維持。

2024年度 セグメント別実績

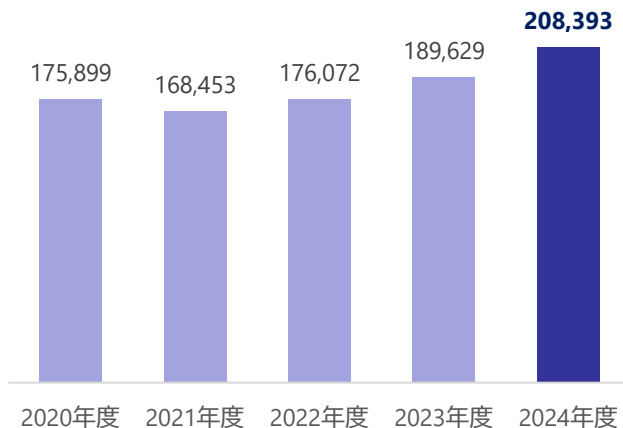
		通期実績			
		(百万円)	2024年度	2023年度	増減額 増減率
オンワード + HD 榎山	1	売上高	113,613	109,491	+4,122 +3.8%
	2	売上総利益 (売上比)	65,311 (57.5%)	65,428 (59.8%)	△ 117 (△ 2.3%)
	3	販管費 (売上比)	58,121 (51.2%)	57,239 (52.3%)	+882 (△ 1.1%)
	4	営業利益 (売上比)	7,190 (6.3%)	8,189 (7.5%)	△ 999 (△ 1.2%)
(国内グループ会社小計 (オンワード榎山+HD除く))	5	売上高	86,123	70,567	+15,556 +22.0%
	6	売上総利益 (売上比)	42,388 (49.2%)	35,076 (49.7%)	+7,312 (△ 0.5%)
	7	販管費 (売上比)	36,957 (42.9%)	30,106 (42.7%)	+6,851 (+0.2%)
	8	営業利益 (売上比)	5,431 (6.3%)	4,970 (7.0%)	+461 (△ 0.7%)
海外グループ会社小計	9	売上高	21,828	19,927	+1,901 +9.5%
	10	売上総利益 (売上比)	9,947 (45.6%)	9,158 (46.0%)	+789 (△ 0.4%)
	11	販管費 (売上比)	10,062 (46.1%)	9,369 (47.0%)	+693 (△ 0.9%)
	12	営業利益 (売上比)	△ 115 -	△ 211 -	+96 ↗

2025年度 セグメント別予想

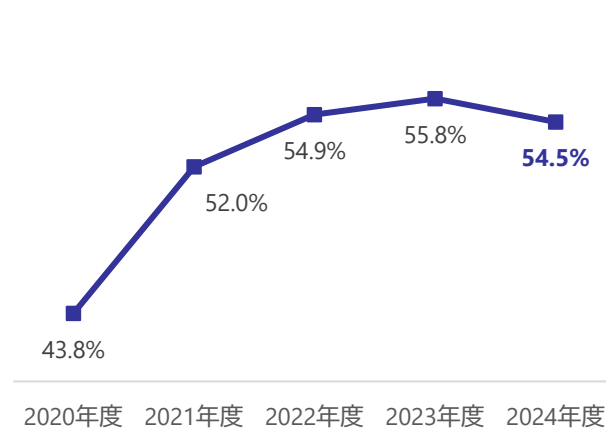
		(百万円)	上期予想				下期予想				通期予想			
			2025年度	2024年度	増減額	増減率	2025年度	2024年度	増減額	増減率	2025年度	2024年度	増減額	増減率
オンワード +HD 榎山	1	売上高	55,000	54,722	+278	+0.5%	61,500	58,891	+2,609	+4.4%	116,500	113,613	+2,887	+2.5%
	2	売上総利益 (売上比)	32,400 (58.9%)	31,898 (58.3%)	+502 (+0.6%)	+1.6%	34,550 (56.2%)	33,413 (56.7%)	+1,137 (△ 0.5%)	+3.4%	66,950 (57.5%)	65,311 (57.5%)	+1,639 (△ 0.0%)	+2.5%
	3	販管費 (売上比)	29,400 (53.5%)	28,960 (52.9%)	+440 (+0.6%)	+1.5%	29,950 (48.7%)	29,161 (49.5%)	+789 (△ 0.8%)	+2.7%	59,350 (50.9%)	58,121 (51.2%)	+1,229 (△ 0.3%)	+2.1%
	4	営業利益 (売上比)	3,000 (5.5%)	2,938 (5.4%)	+62 (+0.1%)	+2.1%	4,600 (7.5%)	4,252 (7.2%)	+348 (+0.3%)	+8.2%	7,600 (6.5%)	7,190 (6.3%)	+410 (+0.2%)	+5.7%
(国内グループ会社小計 +HD除く)	5	売上高	52,140	35,959	+16,181	+45.0%	53,840	50,164	+3,676	+7.3%	105,980	86,123	+19,857	+23.1%
	6	売上総利益 (売上比)	27,140 (52.1%)	18,051 (50.2%)	+9,089 (+1.9%)	+50.4%	26,000 (48.3%)	24,337 (48.5%)	+1,663 (△ 0.2%)	+6.8%	53,140 (50.1%)	42,388 (49.2%)	+10,752 (+0.9%)	+25.4%
	7	販管費 (売上比)	23,110 (44.3%)	14,892 (41.4%)	+8,218 (+2.9%)	+55.2%	23,590 (43.8%)	22,065 (44.0%)	+1,525 (△ 0.2%)	+6.9%	46,700 (44.1%)	36,957 (42.9%)	+9,743 (+1.2%)	+26.4%
	8	営業利益 (売上比)	4,030 (7.7%)	3,159 (8.8%)	+871 (△ 1.1%)	+27.6%	2,410 (4.5%)	2,272 (4.5%)	+138 (+0.0%)	+6.1%	6,440 (6.1%)	5,431 (6.3%)	+1,009 (△ 0.2%)	+18.6%
海外グループ会社小計	9	売上高	10,690	10,882	△ 192	△ 1.8%	12,710	10,946	+1,764	+16.1%	23,400	21,828	+1,572	+7.2%
	10	売上総利益 (売上比)	4,500 (42.1%)	4,718 (43.4%)	△ 218 (△ 1.3%)	△ 4.6%	5,920 (46.6%)	5,229 (47.8%)	+691 (△ 1.2%)	+13.2%	10,420 (44.5%)	9,947 (45.6%)	+473 (△ 1.1%)	+4.8%
	11	販管費 (売上比)	4,660 (43.6%)	5,032 (46.2%)	△ 372 (△ 2.6%)	△ 7.4%	5,380 (42.3%)	5,030 (46.0%)	+350 (△ 3.7%)	+7.0%	10,040 (42.9%)	10,062 (46.1%)	△ 22 (△ 3.2%)	△ 0.2%
	12	営業利益 (売上比)	△ 160 -	△ 314 -	+154 ↗	↗	540 (4.2%)	199 (1.8%)	+341 (+2.4%)	+171.4%	380 (1.6%)	△ 115 -	+495 -	↗

過去5年の推移

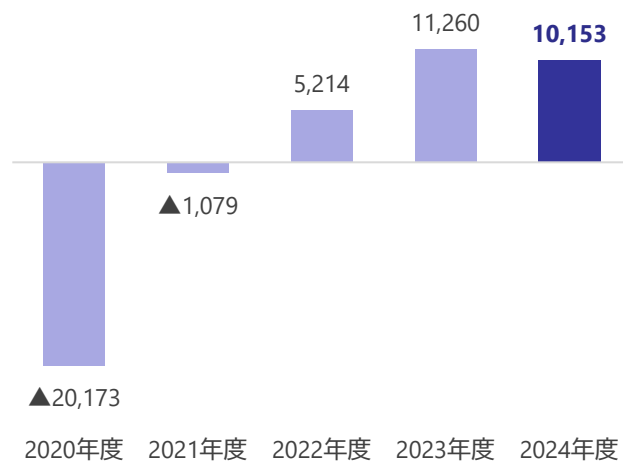
■ 連結売上高 (単位：百万円)



■ 連結売上総利益率

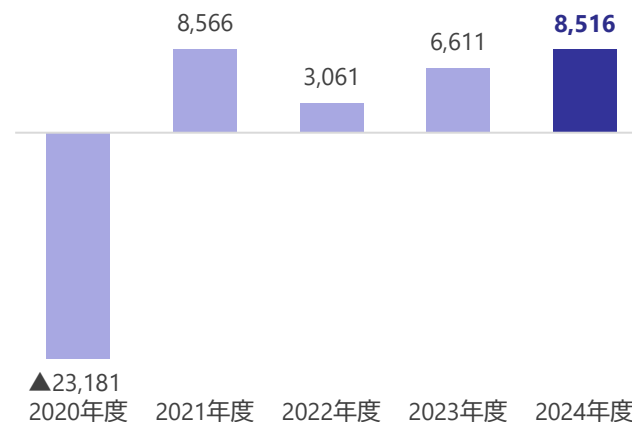


■ 連結営業利益 (単位：百万円)



■ 親会社株主に帰属する当期純利益

(単位：百万円)



■ 株価・ROE・PBR推移



	2021年 2月末	2022年 2月末	2023年 2月末	2024年 2月末	2025年 2月末
株価	253	275	335	513	539
ROE	-31.6%	13.9%	4.3%	8.6%	10.4%
PBR	0.6	0.6	0.6	0.9	0.9

- 株価は2024年3月1日から2025年2月末日の1年間で6.9%上昇。
PBR1倍が視野に。
- ROE10%以上の目標は達成したが、引き続き資本効率重視の財務戦略を実行していく。



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。