



（代表取締役社長 保元道宣）

おはようございます。オンワードホールディングスの保元でございます。

本日は、大変お忙しい中、お集まりいただきまして、ありがとうございます。

決算のご説明に入ります前に、ひと言コメントさせていただきたいと思います。

第2四半期の半ばの7月28日に発生しました、令和8年熊本地震に伴う大変痛ましい事故によりまして、当社グループは、3人の仲間の尊い命を失うことになってしまいました。想定しえない事故とはいえ、私たちの痛恨の思いが消えることはありません。改めて3人の仲間たちのご冥福を心よりお祈りしたいと思います。

2026年度 第2四半期・上期 連結実績ハイライト

	売上高	営業利益	純利益	EBITDA*
2Q	541 億円 前年同期比 +3.0% +15.8億円	5 億円 前年同期比 +28.5% +1.1億円	6 億円 前年同期比 +5.6% +0.3億円	19 億円 前年同期比 +11.5% +2.0億円
上期	1,175 億円 前年同期比 +4.3% +48.9億円	61 億円 前年同期比 +7.0% +4.0億円	56 億円 前年同期比 +16.6% +8.0億円	90 億円 前年同期比 +6.6% +5.5億円

※ EBITDA＝営業利益＋減価償却費等

- 2Qは天候不順等で厳しい事業環境だったが、前年同期比3.0%の増収を確保した。その結果上期の売上高は、前年同期比4.3%増収の1,175億円となった。戦略強化ブランドの『カシヤマ』（42.5%増収）、『アンフィーロ』（13.5%増収）、『J.PRESS』（15.2%増収）、『チャコット・コスメティクス』（23.9%増収）が牽引した。
- 営業利益は2Qで28.5%増益の5億円、上期で7.0%増益の61億円となった。上期の売上総利益率は、原材料等コストの上昇や在庫水準の適正化等の結果、1.0%低下して54.5%となった。一方で上期の販管費率は、店舗運営や販促プロモーションの効率化の徹底等により、1.2%改善して49.2%となった。
- 以上の結果、上期の純利益は16.6%増益の56億円、上期のEBITDAは6.6%増の90億円となった。

まず、2026年度第2四半期、及び上期の連結実績ハイライトについてご説明を申し上げます。

第2四半期につきましては、記載のとおり、売上高が541億円、前年同期比3%の増収、営業利益につきましては、5億円、前年同期比28.5%の増益、純利益につきましては、6億円、前年同期比5.6%の増益、EBITDAにつきましては19億円、前年同期比11.5%の増という形で着地をいたしております。

第2四半期は、天候の不順や自然災害等も多発し、とりわけ6月度は業界全体大変苦戦をいたしました。海外でも、2026年度に入る直前に、イラン情勢が緊迫し、現在も続いています。ヨーロッパ、中東エリアの政情不安というのが、ビジネスにも影響しています。この環境下でも、第2四半期につきまして、さまざまな営業努力を重ねまして、売上につきましては、3%の増収を確保いたしました。また、営業利益につきましても、従来は第2四半期は、赤字となる期間が大変長かったわけですが、近年、黒字転換を果たし、今期につきましても、第2クォーターわずかではございますけれども、増益を果たすことができております。この要因として、いくつかございますが、戦略強化ブランドを明確にしまして、経営資源の集中を図っていることが、功を奏している面が一番大きいと考えております。とりわけオーダースーツを中心とします『カシヤマ』ブランドが42.5%の増収を果たしました。これは販売部門に加えまして、アジアの生産事業も非常に高収益化が図れているということで、生産面と販売面の両面で、当社グループの業績をけん引しております。『アンフィーロ』につきましては、機能美を売りにする、カジュアルを中心とする新しい戦略ブランドとして、大変期待をしておりますが、第2クォーターにつきましては、前年と比べますと比較的気温が低かったということもありまして、強みが発揮できず、第2クォーターは、第1クォーターと比べると、成長の伸びが若干鈍化しました。『J.PRESS』は15.2%の増収でございますけれども、日本はもとより、アメリカにおける事業が急成長しています。来年125周年を迎える最も古参ブランドではあるんですが、今後も成長が期待できると考えています。最後に、ウェルネス分野では、『チャコット・コスメティクス』が引き続き、23.9%の増収ということで、もともとは、夏に強い強みを持つブランドですので、その強みを発揮したということでございます。

以上の結果、売上高は上期累計では4.3%増収の1,175億円、営業利益が7%増益の61億円、純利益が16.6%増益の56億円、EBITDAが6.6%増の90億円ということで、全利益段階で増収増益を上期は果たすことができております。売上総利益率につきましては、1ポイント低下をして、54.5%となっております。原材料コスト等の上昇もございまして、在庫水準がコロナ禍以降高めに推移しておりましたのを適正化した結果もございまして。若干、粗利益率が低下をした上期でございました。

一方で、販管費率は、1.2%引き下げることができました。これにより、営業利益率は上昇させることができております。経費率の効率化、特にブランド複合店の運営力のアップ、それから、広告宣伝、販促プロモーションのスキルアップによる効率化が徹底できた結果だと考えております。営業利益61億円で7%の増益となりましたけれども、当初公表しておりました計画値には3億円未達で終わっております。その最大の要因は、後ほど詳しくご説明しますが、欧州事業、ヨーロッパ事業です。ロンドン拠点の『JOSEPH』事業は、もともと上期が赤字で下期に取り返す傾向ですが、上期の赤字が拡大をしまして、公表値よりも利益が4億円下振れしております。欧州事業が、下期以降に残された大きな課題の1つであると考えております。

第2四半期、上期のハイライトにつきましては、以上でございます。

2026年度 通期 連結業績予想ハイライト

	売上高	営業利益	純利益	EBITDA*
下期	1,295 億円 前年同期比 +4.3% +53.1億円	67 億円 前年同期比 +13.5% +7.9億円	56 億円 前年同期比 +5.7% +3.0億円	98 億円 前年同期比 +12.0% +10.5億円
通期	2,470 億円 前期比 +4.3% +102.0億円	128 億円 前期比 +10.3% +12.0億円	112 億円 前期比 +10.9% +11.1億円	188 億円 前期比 +9.3% +16.1億円

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費等

- 上期の業績が概ね計画通りに進捗していることから、通期の業績予想を据え置く。
- 引き続き事業環境の変化に対応した柔軟なマーケティング施策等を推進し、下期の売上高は前年同期比で4.3%増収の1,295億円、営業利益は13.5%増益の67億円、純利益は5.7%増益の56億円、EBITDAは12.0%増の98億円を予想する。
- 通期の売上高は4.3%増収の2,470億円、営業利益は10.3%増益の128億円、純利益は10.9%増益の112億円、EBITDAは9.3%増の188億円を予想する。

次に、通期の予想ハイライトに移りたいと思います。今申し上げましたとおり、上期の業績がおおむね計画どおりに進捗をしておりますので、通期の業績予想につきましては、据え置きさせていただきます。一方で、ヨーロッパ事業を中心に、課題もいくつか明確になっております。課題を着実にクリアしながら、下期につきましては、計画値を上回る業績を報告できるように頑張っていきたいと思います。幸い9月、10月第1週につきましては、気温の低下により、非常に商品の動きは良くなってきております。これは業界全体同じトレンドでありますけれども、私どもグループの強みを大いに発揮していけると、下期のスタート段階では手応えを感じているところでございます。

当初で公表した数字をしっかりと達成し、増収増益を確かなものにし、その上で来年の当社グループ創業100周年に向けた諸準備もしっかり進めていきたいと考えております。

■ 配当方針について（創業100周年記念配当の実施）

- 2027年に創業100周年を迎えるにあたり、株主の皆さまへの感謝の意を表するため、2027年2月期の期末配当において、普通配当17円に加えて3円の記念配当を実施。
- この結果、2027年2月期の期末配当は20円となり、中間配当16円と合わせて、通期合計で36円の配当を実施する予定。

	中間配当	期末配当	合計
前回予想 (2026年4月9日公表)	16円00銭	17円00銭	33円00銭
今回修正予想	16円00銭	20円00銭 (普通配当17円00銭) (記念配当3円00銭)	36円00銭
前期実績 (2026年2月期)	14円00銭	16円00銭	30円00銭

続きまして、配当方針でございますが、来年創業100周年を迎えるにあたりまして、長年ご支援いただいております株主の皆様への感謝の気持ちを形にしたいということで、2027年2月期の期末配当、これは、来年5月の株主総会を経て、配当させていただく部分でございますが、もともと期初には普通配当として17円を計画しておりましたけれども、これに加えて3円の100周年記念配当を実施させていただきたいと考えております。この結果、来年の5月の期末配当は、合計で20円を予定しております。

中間配当16円と合わせ、2026年度の通期合計では、36円の配当を実施させていただく予定でございます。前期の配当実績が30円でございますので、20%の増配を計画しております。

以上、ハイライトおよび配当方針についてご説明をいたしました。

2026年度 上期 主要事業会社別実績

上期実績				
	単位：百万円	2026年度	2025年度	増減額 増減率
1 オンワード樫山+HD	売上高	54,244	54,724	△ 480 △ 0.9%
	営業利益	3,029	2,516	+513 +20.4%
2 ウィゴー	売上高	16,357	15,715	+642 +4.1%
	営業利益	1,040	1,099	△ 59 △ 5.4%
3 オンワード パーソナルスタイル	売上高	5,463	3,834	+1,629 +42.5%
	営業利益	243	21	+222 +1057.1%
4 国内ファッション領域計	売上高	79,915	78,431	+1,484 +1.9%
	営業利益	4,361	3,587	+774 +21.6%
5 ヨーロッパ計	売上高	6,000	5,996	+4 +0.1%
	営業利益	△ 571	△ 211	△ 360 ▲
6 アメリカ計	売上高	1,385	728	+657 +90.2%
	営業利益	4	△ 41	+45 ▲
7 アジア計	売上高	4,531	3,871	+660 +17.0%
	営業利益	274	264	+10 +3.8%
8 海外ファッション領域計	売上高	11,916	10,595	+1,321 +12.5%
	営業利益	△ 293	12	△ 305 ▲
9 ファッション領域計	売上高	91,831	89,026	+2,805 +3.2%
	営業利益	4,068	3,599	+469 +13.0%
10 チャコット	売上高	6,381	5,754	+627 +10.9%
	営業利益	763	749	+14 +1.9%
11 クリエイティブヨーコ	売上高	3,337	3,199	+138 +4.3%
	営業利益	230	204	+26 +12.7%
12 大和	売上高	12,511	11,531	+980 +8.5%
	営業利益	753	973	△ 220 △ 22.6%
13 コスメ・デ・ボーテ	売上高	916	-	-
	営業利益	251	-	-
14 ウェルネス領域計	売上高	24,029	21,400	+2,629 +12.3%
	営業利益	2,127	2,054	+73 +3.6%
15 コーポレートデザイン領域計 (オンワード・コーポレートデザイン)	売上高	9,492	9,004	+488 +5.4%
	営業利益	954	908	+46 +5.1%
16 連結合計	売上高	117,525	112,636	+4,889 +4.3%
	営業利益	6,139	5,736	+403 +7.0%

※グループの内訳は半期合算 連結合計には相殺消去含む。なお、ウィゴーは、2026年度より、国内、海外（アジア計を含む）に分けて記載。

©Copyright ONWARD HOLDINGS CO.,LTD. 9

（取締役 財務・経理・IR担当 吉田昌平）

財務経理IR担当の吉田でございます。よろしくお願いします。私からは、まず026年上期の主要事業会社実績として、売上と営業利益の実績について、内訳ご説明申し上げます。

まず、国内ファッション領域について、オンワード樫山・HDにつきましては、百貨店自体の閉鎖等などの影響から若干減収となりましたが、販管比率の効率が改善し、5億円、20%の増益となりました。

ウィゴーの国内は、積極的な出店を進めることにより4%の増収、しかしながら、出店の一時費用といったところで費用が先行したことにより、上期としては若干減益となりましたが、通期ではしっかりと増益を計画します。

オーダーメイド事業のオンワードパーソナルスタイルでございますが、デジタルマーケティングの強化を維持、出店を加速することにより42.5%の増収、営業利益は約11倍の増益とすることができました。

この結果、国内ファッション領域合計では1.9%の増収、21.6%の増益という結果でした。

次に海外ですが、ヨーロッパでは売上は横ばいながら、一部為替の影響もあり3.6億円の減益となりました。これは、主に『JOSEPH』の影響で、EC等の売上が伸びたものの、中東情勢の悪化の影響が非常に大きく、値引きを含めたコストが膨らんでしまいました。アメリカについては、トピックスでも触れますが、『J.PRESS』のリアル店舗、ECともに非常に好調に推移し90%の増収、黒字化することができました。アジアでは、オンワードパーソナルスタイルの主力工場である大連工場、こちらがスーツの売上拡大に伴い、効率が向上し増収増益を継続しております。

以上の結果から、海外ファッション領域では12.5%の増収、3億円の減益となり、ファッション領域合計では3.2%の増収、13%の増益とすることができました。

ウェルネスの領域では、チャコットの上期は、バレエ、ヨガ、フィットネス系のウェアである『Chacottバランス』も増収増益でしたが、特にコスメティクスの効果が大きく10.9%の増収。営業利益については、コスメ向けの広告宣伝費の先行投資もあり約2%の増益にはとどまりましたが、下期以降の利益につながるものと認識しております。

クリエイティブヨーコは、インバウンドの復調の影響が大きく4.3%の増収、営業利益は12.7%の増益となりました。『しろたん』のテレビ放映も始まりましたので、今後、ライセンス収入やグッズ販売のための取り組みを強化してまいります。

大和については、第1四半期で約4億円の減益という結果でございましたが、第2四半期、新規の大型案件の取り引きを一定程度戻すことができたことにより、上期では約2億円の対前年同期減益まで戻すことができました。

コスメ・デ・ボーテにつきましては、新規連結のセルフネイル商品を取り扱っている会社でございますけれども、売上で9億円、営業利益で2.5億円となり、順調にPMIを進めているところでございます。

以上の結果から、ウェルネス領域では12.3%の増収、3.6%の増益となりました。

最後に、コーポレートデザインにつきましては、特にノベルティや販促品を取り扱うインサイト事業のところで、大型の企業案件の獲得が進みまして5.4%の増収、5.1%の増益となりました。

上期、総合的に見まして、やはり戦略強化ブランドへの集中投資、そういったものが奏功しこのような結果になったものと認識しております。

2026年度 上期 販路別売上高

販路別売上高 上期実績				
単位：百万円		2026年度	2025年度	増減額
1	百貨店	24,174	24,895	△721
	構成比	23.4%	25.2%	△ 1.7%
2	直営店他	50,424	46,596	+3,828
	構成比	48.9%	47.1%	+1.8%
3	リアル販路計	74,598	71,491	+3,107
	構成比	72.4%	72.3%	+0.1%
4	自社EC	22,507	21,581	+926
	構成比	21.8%	21.8%	0.0%
5	他社EC	6,001	5,807	+194
	構成比	5.8%	5.9%	△ 0.1%
6	EC販路計	28,508	27,388	+1,120
	構成比	27.6%	27.7%	△ 0.1%
7	自社EC比率	78.9%	78.8%	+0.1%
8	売上高計	103,106	98,879	+4,227

※ECマースを運営している以下の国内事業会社10社
オンワード豊山、ウィゴー、オンワードバーソナルスタイル、アイランド、ティアクラッセ、チャコット、クリエイティブヨーコ、大和、
KOKOBUY、コスメ・デ・ボーテ

次ページ販路別の売上についてご説明しておきます。

まず、上段百貨店、リアル販路の百貨店につきましては、先ほど申し上げましたとおり、百貨店自体の閉鎖またはショッピングセンターへの切り替えなどもあり2.9%、7億円の減収。構成比は1.7%の低下となりました。一方でショッピングセンターを含む直営店他というところでは8.2%、38億円の増収、構成比は1.8%の上昇となりました。

その結果、リアル販路計では4.3%、31億円の増収、構成比は0.1%減少と、ほぼ横ばいとなりました。ECについては、合計で4.1%11億円の増収となり、EC構成比が27.6%、自社EC比率は78.9%という結果でした。

2026年度 通期 主要事業会社別予想

通期予想

		単位：百万円	2026年度	2025年度	増減額	増減率
1	オンワード樺山+HD	売上高	116,730	115,850	+880	+0.8%
		営業利益	7,750	7,240	+510	+7.0%
2	ワイゴー	売上高	31,547	31,310	+237	+0.8%
		営業利益	1,415	1,297	+118	+9.1%
3	オンワード パーソナルスタイル	売上高	11,310	8,283	+3,027	+36.5%
		営業利益	420	258	+162	+62.8%
4	国内ファッション領域計	売上高	167,367	163,809	+3,558	+2.2%
		営業利益	9,775	8,704	+1,071	+12.3%
5	ヨーロッパ計	売上高	14,730	13,562	+1,168	+8.6%
		営業利益	180	124	+56	+45.2%
6	アメリカ計	売上高	3,200	2,257	+943	+41.8%
		営業利益	10	△ 47	+57	✕
7	アジア計	売上高	10,533	8,435	+2,098	+24.9%
		営業利益	425	365	+60	+16.4%
8	海外ファッション領域計	売上高	28,463	24,254	+4,209	+17.4%
		営業利益	615	442	+173	+39.1%
9	ファッション領域計	売上高	195,830	188,063	+7,767	+4.1%
		営業利益	10,390	9,146	+1,244	+13.6%
10	チャコット	売上高	12,200	10,669	+1,531	+14.3%
		営業利益	1,050	991	+59	+6.0%
11	クリエイティブヨーコ	売上高	7,000	6,875	+125	+1.8%
		営業利益	730	670	+60	+9.0%
12	大和	売上高	24,530	24,085	+445	+1.8%
		営業利益	1,230	1,461	△ 231	△ 15.8%
13	コスメ・デ・ボーテ	売上高	1,670	-	-	-
		営業利益	380	-	-	-
14	ウェルネス領域計	売上高	47,240	43,428	+3,832	+8.8%
		営業利益	3,610	3,329	+281	+8.4%
15	コーポレートデザイン領域計 (オンワードコーポレートデザイン)	売上高	19,370	19,121	+249	+1.3%
		営業利益	2,000	1,822	+178	+9.8%
16	連結合計	売上高	247,000	236,804	+10,196	+4.3%
		営業利益	12,800	11,604	+1,196	+10.3%

※グループの内訳は半端合算 連結合計には相殺消去含む。なお、ワイゴーは、2026年度より、国内、海外（アジア計に含む）に分けて記載。

©Copyright ONWARD HOLDINGS CO.,LTD.

13

最後13ページお願いいたします。

通期の業績予想につきましては、先ほどからありますとおり、上期実績の進捗を考慮したうえで、通期予想は全体としては変更しておりませんので、個別の会社については、説明を省略させていただきますが、改めて国内ファッション領域合計では2.2%の増収、12.3%の増益を予想。海外ファッション領域では17.4%の増収、39%の増益を計画し、ファッション領域合計では4.1%の増収、13.6%の増益を計画しています。一方、ウェルネス領域合計では8.8%の増収、8.4%の増益を計画。BtoBのコーポレートデザインでは1.3%の増収と9.8%の増益を計画。以上の内訳をもって、連結合計で4.3%の増収と、10.3%2桁の増加を達成する計画です。

中東情勢が与える『JOSEPH』への影響のことを踏まえたと、若干、会社間の入りくりはあるかと思っておりますが、合計としては、十分に達成できるものと考えております。

以上、ご説明を終えさせていただきます。ありがとうございます。

TOPICS①

カシヤマ | 多様な顧客接点の開発と商品ラインナップの強化により 大幅な増収増益を達成

- オーダーメイドブランド『カシヤマ』を展開するオンワードパーソナルスタイルの上期業績は、売上高が前年同期比42.5%の大幅増収、営業利益は前年同期比10.6倍の大幅増益となった。
- 従来からの都心旗艦店や郊外や地方におけるSC内店舗に加えて、オンワード樫山の百貨店オーダースーツ事業を継承した『カシヤマ プレミアム』を今春より展開中。客単価は『カシヤマ』の約3倍の実績となっており、エグゼクティブ等の客層を拡大していく計画。今夏からアウトレットモール内でトライアル展開している店舗も好調に推移。今後も引き続き、オンラインを含めた多様な顧客接点の構築に注力していく。
- 商品面では、オーダーシャツのスピーディーな生産体制を強化し、売上が前年同期比で倍増。またビジネス用のレディメイド商品（カットソー、シャツ・ブラウス、パンツ等）の販売も開始。今後はコートやニット等も展開し、オーダーメイドだけでは対応しきれないビジネス需要を取り込む。



「カシヤマ」アーバンバンクからぽーと豊洲店



（代表取締役社長 保元道宣）

戦略強化ブランドの1つである『カシヤマ』事業の現況ですが、上期に42.5%という大幅な増収を果たしました。利益面でも、10倍以上の大幅な増益で、損益分岐点を突破し、今後は売上が利益に直結してくる見込みです。今後当社グループの利益成長をけん引する戦略ブランドとして大変期待をしています。

今後は、まず販路の多様化を進めていきます。もともとのカシヤマスマートテラーは、リーズナブルプライスで、コストパフォーマンスの高いオーダースーツをスピーディーにご提供していくというコンセプトでスタートし、知名度アップのために都心での展開と、郊外・地方のSC内店舗が中心でした。今期から、オンワード樫山が長らく百貨店で展開しておりました。オーダースーツ事業を株式会社オンワードパーソナルスタイルが継承しまして、『カシヤマプレミアム』というブランド名で、今春より新たな生産体制のもとで展開しております。客単価はスマートテラーと比べますと約3倍となっております。エグゼクティブ層など、スマートテラーではカバーできない客層まで拡大し、エグゼクティブから、就活生まで、幅広いお客様に商品提供を進めていきたいということでございます。また、今年の夏にはトライアルとして、アウトレットモール内で、アウトレットモールの集客力をいかした出店を佐野で行っております。非常に順調で、引き続き全国展開に向けて研究していきます。オーダースーツは、オンラインで2着目以降の注文がいただけますが、オンラインも注力し、路面店、ショッピングセンター、百貨店、アウトレット、それからオンラインストアと、すべての販路でお客様の接点を拡大していきたいと考えております。

商品面では、どうしてもオーダースーツに売上のシェアが偏っておりますが、オーダーシャツの生産体制を強化し、今年度は売上が前年同期比で倍増で推移しております。従来はスーツの納期よりも、ワイシャツの納期の方が長かったため、セット購入が難しかったのですが、同梱して同じ納期でお届けできる体制が整いました。同時購入により客単価も上がり、お客様の満足度も高まっています。また、既成商品、カットソー、シャツ、ブラウス、パンツですが、オーダーに拘らず、スーツとのコーディネートを楽しめるようなものもラインナップしていく予定でございます。

それに合わせて店舗の大型化も進めてまいります。コートやニットなど、オーダーメイドだけでは対応しきれないビジネス需要も合わせて取り組みます。このように、出店のお客様との接点を拡大し、店舗数も増やし、かつ、単店舗の売上、客単価も上昇することで、この『カシヤマ』事業の成長のスピードをこの下期以降も加速していきたいというふうに考えております。

TOPICS②

J.PRESS INC. | J.PRESSのブランド価値向上により、 上期においてアメリカ事業の営業黒字転換を達成

- デジタルマーケティング強化の成果により、アメリカJ.PRESS事業の上期売上高は、前年同期比で約1.9倍と急成長を実現し、営業黒字転換を達成。高価格帯のスーツやブレザーの需要喚起、定番商品の在庫拡充が奏功。
- 9月上旬のニューヨーク・ファッション・ウィークに合わせてランウェイショーを開催。9月18日にニューヨーク旗艦店を移設リニューアルオープンし、ブランドの発信力を強化。売上高は前年同期間比（9/18-10/4）で約65%増収で、事前の計画を30%上回る好調なスタート。
- 今後は、ロサンゼルス、サンフランシスコ、シカゴ、ボストン等の主要都市における新規出店を検討。



ニューヨーク旗艦店

Fall/Winter '26 Collection

2つめは、海外事業の『J.PRESS』です。来年は125周年。1902年スタートの歴史のある、トラッドブランドです。

昨年CEO兼クリエイティブディレクター、ジャック・カールソンさんにジョインしていただき、彼のデジタルマーケティングスキルの成果が如実に表れています。この上期のアメリカの『J.PRESS』事業の売上高は、前年同期比約1.9倍で急成長を実現しております。商品は型数を絞り込みましたが、一番強い定番の『J.PRESS』らしいブレザー、ボタンダウン、パンツといった非常にベーシックなアイテムが、非常に多くの客を引きつけています。その結果、事業効率も上がってきています。上期では黒字に転換しましたが、これはアメリカにおいて久方ぶりのことです。当社グループの海外事業をけん引する事業として期待をしております。

下期には、9月上旬に、ニューヨーク、ファッション・ウィークにてランウェイショーを開催し、また、18日にそれと合わせて、ニューヨークの旗艦店、これまでイェールクラブの1階に出してございましたけれども、そこから移りまして、マディソン・アベニューに新旗艦店をリニューアルオープンいたしました。もともと『J.PRESS』が出店していた通りに原点回帰で出店し、まだ半月ではありますが、9月18日から10月4日までの期間で、売上高が前年のこのイェールクラブ時代の売上から65%増収、事前の計画も3割上回る好調なスタートが切れております。店舗イメージは記載のとおりですが、既存のお客様に加えて、新しいお客様を誘引するランドマークになってきており、非常に期待しています。また、今年中にワシントンDCの店舗も移設、リニューアルオープンします。創業地のイェール大学のニューヘイブンの旗艦店は、4年前にリニューアルオープン済みですので、既存3店舗のリニューアルオープンを今年中に完了することになります。来年以降は、全米の中でも、ロサンゼルス、サンフランシスコ、シカゴ、ボストン、あるいはテキサス州、マンハッタンでまずは10店舗程度にまで店舗を拡大する予定ですが、いたずらに店舗数を増やすということではなく、オンラインストアとの相乗効果を最大化するための新規出店を今進めていきたいと考えております。これも物件ありきということもありますので、『J.PRESS』にふさわしい店舗物件が見つかり次第、順不同で進めていきます。

まずは既存のこの3店舗で、しっかり新しいリアル店舗運営、それから、オンラインストアとのシナジー、OMO、このテクニックも含めまして『J.PRESS』らしい運用をしていきたいと考えております。

TOPICS③

しろたん | 地上波テレビのショートアニメ放送開始をいかした事業成長を加速

- 10月3日からテレビ朝日様の地上波でショートアニメ放送がスタート。また各種動画配信サービスでの配信もスタートし、想定以上の反響を獲得。これを契機として、商品ラインナップの拡大やプロモーション施策の強化を実行。
- しろたんライセンス事業の上期売上高は、前年同期比で10%増収と堅調。今春以降、様々な業種の大手企業からのライセンス契約に関する問い合わせが急増中。
- しろたんグッズ販売の新たな拠点として、11月にルクア大阪に「しろたんふんわりストア」をオープン予定。またペット用品ブランド『ペットパラダイス』店舗の活用や業態転換により、しろたんグッズの販売拠点を全国に拡大する予定。



TVアニメ「しろたん」メインビジュアル



「しろたん×サンリオキャラクターズ」限定商品



「しろたんふんわりストア」池袋サンシャイン60の通り店
(ペットパラダイス内、ポップアップスペース)

©Copyright ONWARD HOLDINGS CO.,LTD.

17

IP事業では、ペット、あるいはなごみ・いやし雑貨で事業を長らく展開しているクリエイティブヨーコ社の、たてごとアザラシのキャラクター『しろたん』事業の拡大を目指します。『しろたん』は1999年に誕生し、27年既に展開しており、非常に熱烈なファン、シロタニストが多数全国に存在していますが、より認知度、知名度をアップしていきたいということで、テレビ朝日様とのコラボレーションがスタートいたしました。

10月3日の土曜日の夕方16時29分の1分間のショートアニメで、今日まではまだ初回が放映されただけですが、想定以上の反響がありました。YouTube等でも動画配信しておりますが、1週間で約24万回の再生回数になっています。いろんなアニメ事業をやっている方に聞くと、1週間未満でその再生回数は非常に高い数字とこのことで、想定以上の反響を獲得した、と資料では書かせていただいております。認知度を高めながら、ものづくりと販売については、私どもの得意とするところでございますので、クリエイティブヨーコ社のストアを中心に、販売を拡大していきたいと考えております。商品ラインナップも、アニメの製作委員会様とのコラボレーションで広げ、さまざまなプロモーションを強化していきたいと考えております。

ライセンス事業がIP事業の肝になりますが、これはテレビ朝日様のさまざまなネットワークで、グローバルに、国ごとにマスターライセンスの契約の締結を進めておりまして、日本にとどまらず、この『しろたん』が世界中で知名度を上げて、物販等の事業にもつながっていくと、我々としては製作委員会様と一緒に、このライセンス事業を拡大していき、海外でのライセンス事業を今後の大きな柱にしていきたいと考えています。まだこのアニメ効果は数字としては表れていないのですが、これから加速していきたいと考えております。

国内においては、しろたんグッズ販売の新たな拠点を、ルクア大阪様を皮切りに、拡大していきます。非常に引き合いも多いということで、これからが楽しみです。

以上、国内のファッションアパレル事業、海外事業、それからウェルネス事業の中のアニメキャラクター事業ということで3つ、当社の今下期以降、成長をけん引する候補として期待しております事業についてご説明をさせていただきました。

以上、説明を終えさせていただきます。



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。