ONWARD

ANNUAL REPORT 2022

Year Ended February 28, 2022

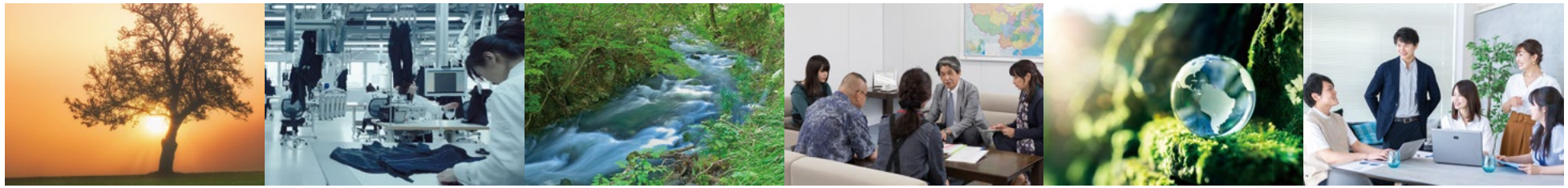






The next potential is in process

Onward Holdings Co., Ltd.



オンワードグループの存在意義
(ミッションステートメント)

ヒトと地球(ホシ)に潤いと彩りを

今、世界では、地球規模の環境・社会問題が浮き彫りになり、
サステナブル(持続可能)な世界の実現に向けての具体的な行動が求められています。
オンワードグループは、サステナブル経営の推進を企業活動の根幹をなす重要なテーマとして、
「ヒトと地球(ホシ)に潤いと彩りを」というミッションステートメントに基づき、
地球と共生する経営を推進してまいります。



CONTENTS



04 トップメッセージ
08 Our History
10 オンワードグループの
価値創造ストーリー
11 Onward at a Glance



13 サステナビリティビジョンと体制
14 オンワードグループの重要課題
20 ダイバーシティの取り組み
22 トレーサビリティの向上／
人権の尊重・労働環境の整備



25 事業セグメント紹介(サマリー)
26 アパレル関連事業
国内アパレル事業
海外アパレル事業
30 ライフスタイル関連事業
ウェルネス事業
ペット・ホームライフ事業
ビューティ・コスメ事業
グルメ事業
ギフト事業
35 オンワードグループ
主要展開ブランド



38 コーポレート・ガバナンス
42 社外取締役メッセージ
43 マネジメントチーム



45 11年間の主要財務データ
46 財政状態、経営成績および
キャッシュ・フローの状況の分析
48 連結財務諸表
52 Our Network
53 会社情報
54 株式情報

免責事項

本レポートのいかなる情報も、当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、本レポートに記載された意見や予測等は、レポート作成時点での当社の判断であり、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、当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。



Corporate Information

会社案内

トップメッセージ



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

グローバル事業構造改革を完了させ
新しい成長を目指して反転攻勢をかけます。

ごあいさつ

平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。また、新型コロナウイルス感染症により影響を受けられた皆さまに謹んでお見舞い申しあげますとともに、一日も早い状況の改善を心から願っております。

当社グループは、2021年4月に、2031年2月期を最終年度とする中長期経営ビジョン『ONWARD VISION 2030』を策定し、「ヒトと地球(ホシ)に潤いと彩りを」という新しいミッションステートメント(存在意義)を設定しました。現時点では、新型コロナウイルス感染症の終息の目処が立たず、また、外国為替相場での急激な円安の進行やロシア・ウクライナ情勢に起因する資源価格の高騰などもあり、景気の先行きは不透明な状況が続くと思われますが、『ONWARD VISION 2030』の実現に向け、各種の取り組みを加速させていきます。

『ONWARD VISION 2030』の概要

■ オンワードグループの存在意義（ミッションステートメント）

ヒトと地球(ホシ)に潤いと彩りを

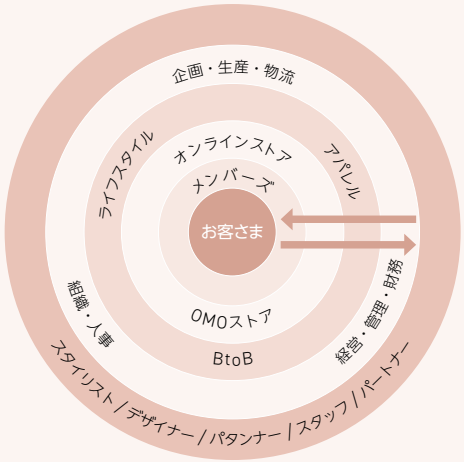
■ オンワードグループの目指す姿

「社員の多様な個性を生かした
お客さま中心の経営」への進化

■ 2030年度に向けた5つの戦略

1. アパレルセグメントのビジネスモデル改革
2. ライフスタイルセグメントの成長の加速
3. 法人ビジネスの強化
4. 多様で個性的な人財が活躍できる企業への進化
5. 地球と共生するサステナブル経営の推進

目指す姿(イメージ)



お客さまと社員の
コミュニケーションを
直接的／双方的に進化させ、
お客さまへの提供価値を
共創する

トップメッセージ

Q1 2022年2月期を振り返って評価をお聞かせください。

『ONWARD VISION 2030』の初年度となる2022年2月期は、2019年秋からスタートしたグローバル事業構造改革の一環としての不採算事業や不採算店舗の廃止・閉鎖を継続する一方で、リアル店舗とEコマースの融合(OMO戦略)を着実に推進しました。具体的には、『クリック&トライ』サービスを導入したOMO(Online Merges with Offline)型店舗数を拡大するとともに、在庫一元管理システムの本格稼働によって欠品による販売機会ロスを減少させ、リアル店舗、Eコマース双方の売上高伸長と粗利益率の向上を実現するなど、成長へ向けた施策を進展させることができた1年でした。

業績面におきましては、新型コロナウイルスの感染拡大による影響はあったものの、経常損益および最終損益はいずれも黒字転換し、営業損益についても前期実績から大幅に改善することができました。

アパレル関連事業では、上に述べたとおり国内事業では中核事業会社であるオンワード樫山で、『クリック&トライ』サービスの導入店舗数を大幅に拡大したことなどにより、売上高の伸長と粗利益率の向上を実現し、海外事業では、事業構造改革による不採算事業からの撤退等により収益性が改善したことで、アパレル関連事業は国内外ともに営業損益を大幅に改善することができました。

一方、ライフスタイル関連事業は、コロナ禍においても順調に業績を拡大し、増収増益となりました。

なお、コロナ禍で採算が悪化していたオンワードビーチリゾートグアムINC.につきましては、2022年3月に売却し、事業構造改革は順調に進んでいます。

以上のとおり、当期においては、2023年2月期を反転攻勢をかける年度とする準備を整えることができました。







※ OMO=Online Merges with Offline (リアル店舗とオンラインストアの融合)の略称

Q2 2023年2月期は、『ONWARD VISION 2030』の実現に向け、反転攻勢をかける年度とのことですが、具体的な戦略や施策はどのようなものでしょうか?

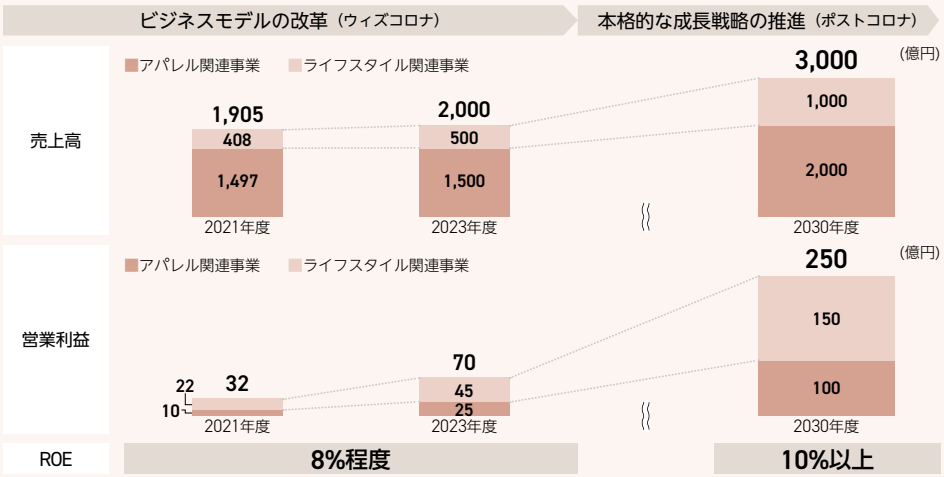
アパレル関連事業では、オンワード樫山が2021年4月にスタートした『クリック&トライ』サービスの導入店舗数は足元で約290店舗(2022年7月時点)まで増加していますが、今期はさらに拡大していく計画です。このサービスは、特に、イレギュラーサイズをお求めのお客さまや、ブランドや商品の取り扱いが十分でない地方のお客さまに好評をいただいています。今後は、課題である認知度の向上にも努めることで、一層の業績の押し上げ効果を狙っていきます。

また、PLM(製品ライフサイクル管理)を導入し、取引先との間で店頭での販売状況などに関する情報共有を通じて、無駄なモノづくりの削減による環境問題への貢献とともに、業務の効率化や生産体制の強化を推進していきます。

ライフスタイル関連事業においては、成長スピードのギアをもう一段上げるために経営体制を一層強化するとともに、今後、必要な投資を積極的に行っていきます。

以上の施策により、2023年2月期は、連結売上高1,687億円(前期比0.1%増)、連結営業利益21億円(前期は営業損失10億79百万円)と黒字転換を計画しています。

成長のロードマップ



※ 2021年度の数値は、『ONWARD VISION 2030』作成時点のものです。

トップメッセージ

Q3 今後のオンワードホールディングスの成長機会とリスク、事業戦略についてご説明ください。

『ONWARD VISION 2030』を策定した背景にあるのは、グローバル事業構造改革によって、旧来型の事業の仕組みを新たな仕組みへと変革し、筋肉質な体質に生まれ変わった後、時代のニーズに沿った新しい成長戦略を推進していくという視点です。国内市場は、本格的な人口減少時代に突入したことで、半世紀後には人口が半減するという予測も出ています。これは、国内市場を中心にビジネスを展開する企業が直面するリスクといえるでしょう。この人口減少時代に対応するために、多角化とグローバル化を視野に入れた、「アパレルセグメントのビジネスモデル改革」「ライフスタイルセグメントの成長の加速」「法人ビジネスの強化」の3つの事業戦略を推進していきます。

「アパレルセグメントのビジネスモデル改革」については、OMO型店舗の出店を加速するとともに、新たなブランドを開発し投入していきます。同時に、利便性の向上を通じてEコマースをさらに強化します。

「ライフスタイルセグメントの成長の加速」では、成長領域である美容、健康、いやし、なごみ、ギフトなどを事業領域とする、チャコット、KOKOBUY、クリエイティブヨーコ、大和などを中心に、各領域において市場ニーズを的確に把握し、これまで以上にお客さまに評価される商品・サービスを提供していきます、

「法人ビジネスの強化」では、現在、オンワード商事において、企業や学校などのユニフォームや販促品などのモノの製造・販売事業を主に行っていますが、今後は、オフィスやロゴのデザイン、サステナブル活動のコンサルティングなど、法人顧客の多様なニーズに応える新たな事業領域に進出してまいります。



また、当社グループの生産工場を活用して、当社グループ外のブランドにもモノづくりサービスを提供することなど、生産や物流面においても事業としてのサービスの提供の可能性を検討しています。

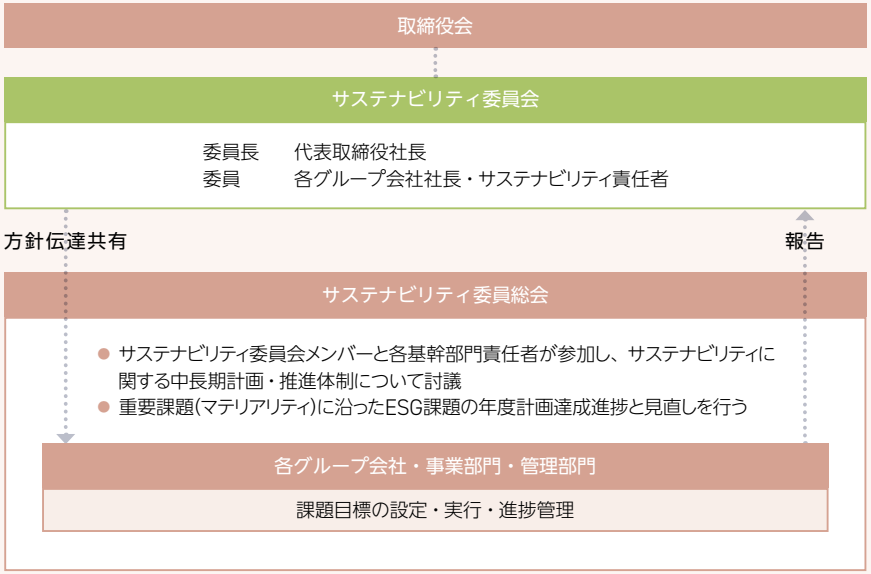
さらに中期的には、再び海外市場の開拓に挑戦したいと考えています。その際には、大きな初期投資を必要とするリアル店舗を展開するモデルから、効率的な事業展開が可能な、オンラインストアを中心としたグローバル事業へと、ビジネスモデルを転換していくことを視野に入れています。

Q4 サステナビリティの取り組み状況についてお聞かせください。

当社グループを取り巻く経営環境は、構造的に大きく変化しています。地球規模の環境・社会課題の解決と企業の持続的成長の両立を実現するサステナビリティへの取り組みは、当社グループの事業基盤を支える重要なテーマです。当社グループでは、これまでの活動を進化させるために専任担当組織を新設するとともに、2021年9月にサステナビリティ委員会を設置し、私が委員長として活動を推進しています。

また、サステナビリティ委員会で議論を重ね、5つの重要課題(マテリアリティ)を特定し、サステナビリティ推進活動を展開しています。うち、重要課題1の「地球と共生し、未来につながる事業活動」においては、「オンワード・グリーン・キャンペーン」を通じて回収した商品を軍手や毛布に再生し、それらを日本赤十字社の協力のもと、10年以上にわたり、国内外の被災地や開発途上国への支援に活用しています。さらに、無駄なモノづくりを排除するため、受注生産・オーダービジネスの拡大にも積極的に取り組んでいます。

オンワードグループサステナビリティ委員会体制図



トップメッセージ

Q5 株主還元に対する方針についてご説明ください。

当社グループは、2027年に創業100周年を迎えます。この長い歴史を通じ、当社は短期的な業績変動に左右されることなく、中長期的な目線で安定した株主配当を実施することが、株主の皆さまとの信頼関係を築くために重要だと考えています。

この方針のもと、当社では、創業以来最も厳しい決算となった2021年2月期および2022年2月期においても、配当を実施しました。

今後、業績が回復し当期純利益も増加していくフェーズに移行していく予定ですが、引き続き安定的かつ業績と連動した配当を実施してまいります。

株主還元の状況	20.2期	21.2期	22.2期
1株当たり配当金	24円	12円	12円
配当性向	–	–	19.0%



Q6 株主や投資家をはじめとするステークホルダーの皆さまへのメッセージをお願いいたします。

過去数年間は、大胆なグローバル事業構造改革の痛みに加え、コロナ禍の影響により、非常に厳しい決算を余儀なくされました。しかしながら、反転攻勢をかける年度と位置付ける今年度以降、各種の成長戦略の成果が本格的に表れてくるものと確信しております。

また、今後、当社グループの成長スピードをより一層加速するとともに、資本の効率的な運用を目指し、株主資本利益率(ROE)を重視した経営に取り組んでいく方針です。

今後も、株主や投資家の皆さまを始め、全てのステークホルダーの皆さまのご期待に応えられるよう尽力してまいりますので、引き続きご支援くださいますようお願いいたします。

Our History

95周年

**オンワードグループは、
1927年の創業以来、95年目を迎えています。
100年企業に向けて、私たちは今も未来を見据えて
歩み続けています。**



1927年–1940年代



創業者　樫山純三

創業

株式会社オンワード樫山は、1927年に創業者である樫山純三が大阪に設立した「樫山商店」から始まりました。

1950年代–1960年代

紳士服メーカーとして成長

第二次世界大戦後の1950年代に、紳士既製服の生産・販売を開始。米国の既製服産業を参考に、流れ作業式の生産体制やホフマンプレス機の導入を進め、既製服の生産性と品質を大幅に向上させました。

さらに、現在の百貨店取引の主流となる「消化取引※」等の制度を考案し、百貨店を中心とした流通戦略を確立しました。1960年代には、高度経済成長を背景に急成長を遂げて、日本を代表する紳士服メーカーとしての地位を固めました。



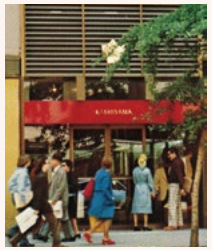
※消化取引とは
百貨店などへ商品を納めた段階では、商品の所有権の移転や売上の計上をせず、商品がお客さまに販売されたときに所有権が移転し、売上を計上する取引形態をいいます。

1970年代–1980年代

海外進出を推進

1970年代に日本のアパレルメーカーの中でもいち早く、世界3大ファッション都市であるニューヨーク・パリ・ミラノに現地法人を設立し、80年代には、各拠点で海外事業の基盤を確立しました。短い期間に海外拠点を相次いで設立することにより、世界のファッションビジネスの最先端の情報を収集し、グローバルビジネスの基礎を築くことに成功しました。

1970年代後半から若きジャンポール・ゴルチエ氏をパリのブティック「バスストップ」の専属デザイナーとして起用し、1978年には、パリにて初のファッションショーを開催しました。





昭和金融恐慌～戦後混乱期

主な出来事

- 女性の洋装化の促進（関東大震災以降）
- アメリカ発の世界大恐慌（1929年～1930年代後半）
- 第二次世界大戦（1941年～1945年）

戦後復興期～高度経済成長期

主な出来事

- 大量生産時代の幕開け（1950年代～）
- 紳士服・婦人服の既製服時代へ（1960年代～）
- オリンピック景気（1962年～1964年）
- 日本のGNP世界第2位へ（1968年）

安定成長期～バブル景気

主な出来事

- 第一次オイルショック（1973年）
- プラザ合意（1985年）
- 男女雇用機会均等法施行（1986年）
- 日本人デザイナーの躍進
- ラグジュアリーファッションの席巻

Our History

1990年代

基幹ブランドの確立

1990年代には、婦人服事業を本格的に拡大。

1992年にデビューした『組曲』を筆頭に、『23区』『ICB』の基幹ブランドやメンズ基幹ブランド『五大陸』を立ち上げました。

バブル経済によるラグジュアリーブランドの流行が一巡した1990年代において、日本の消費者は洗練された合理的な衣服に高い価値を見出すようになり、国内製品が再度見直されはじめました。

百貨店は婦人服売場を拡大し、日本メーカーの新ブランドを率先して展開しました。このような流れに乗り、オンワード樫山の新ブランドは立ち上がり当初から順調に店舗数を拡大し、その後につながる大きな成長を遂げました。





2000年– 2010年

グローバルアパレルグループへ

2001年以降は、百貨店を中心に国内事業を拡大するとともに、中国市場への本格参入やイタリアでの生産プラットフォームの構築、欧州の有力ブランド『ジョゼフ』のM&Aによる取得等、グローバル戦略を加速させました。

2007年にはホールディングス体制に移行。国内においても、ペットファッションのパイオニアである株式会社クリエイティブヨーコや高感度な女性から支持の高い『グレースコンチネンタル』を展開する株式会社アイランド等、ユニークな強みを持った企業のM&Aを進め、多様な領域でファッションビジネスを展開するグローバルアパレルグループとしての新たなスタートを切りました。





2010年代–現在

持続可能な成長に向けて

リーマンショック以降、ファストファッションの台頭やアジアの生産コスト上昇に加えて、国内百貨店の再編成やEコマースの拡大等、ファッションビジネスを取り巻く環境が変化し、アパレル業界のサプライチェーンは大きな変革期を迎えました。

オンワードグループは、2009年12月、直営Eコマースサイト『オンワード・クローゼット』を開設し、Eコマース事業に本格参入。

2014年にはブランド共通ポイントカード『オンワードメンバーズ』の運用をスタートしました。

これらの取り組みにより、顧客基盤の強化を図りながら、店頭とEコマースの強みを融合する、オムニチャネル戦略が加速しました。

2017年には、独自のファクトリーイノベーションにより低価格・短納期を実現したオーダーメイドスーツの新事業、『KASHIYAMA』ブランドの展開を開始しました。

2020年度には、コロナ禍により創業以来最大と言っても過言ではない影響を国内・海外の事業において受けました。また、2019年10月より実施しているグローバル事業構造改革のもと、不採算事業であったイタリア事業などからの撤退、不採算ブランドの廃止、国内外の不採算店舗の撤退等を遂行しました。2021年4月には、2030年度に向けた中長期経営ビジョン『ONWARD VISION 2030』を策定しました。





バブル崩壊～平成不況

主な出来事

- Windows95発売(1995年)
- インターネットの急速な一般普及
- 流通多様化・SPA時代の幕開け

成熟期

主な出来事

- 米リーマンショック・世界金融危機(2008年)
- 百貨店の統合・再編
- ファストファッションの隆盛

第四次産業革命期へ

主な出来事

- 東日本大震災(2011年3月)
- 訪日観光客3,000万人突破(2018年)
- 新型コロナウイルスの世界的な感染拡大(2020年1月～)

オンワードグループの価値創造ストーリー

中長期的な環境認識

- 気候変動問題の深刻化
- 資源消費水準の上昇
- 人口減少と少子高齢化
- テクノロジーの進歩
- 人権問題の深刻化
- ファッションに対する価値観・消費行動の変化

経営資本

（2022年2月末時点）

財務資本

- 総資産　1,577億円
- 純資産　772億円
- 自己資本比率　42.4%

事業資本

- グループ会社数（当社を含む）　58社
  - アパレル関連事業　33社
  - ライフスタイル関連事業　24社

知的資本

- 商標権
- 特許
- OMO型店舗の開発
- サプライチェーンのデジタル化

人的資本

- グループ従業員数　6,377名
- 多様な人財の活躍推進
- 働き方の多様化
- 女性従業員比率　81.0%
- 管理職（課長級以上）に占める女性労働者の割合　27.2%

社会関係資本

- トレーサビリティの向上
- 生産拠点での人権問題への取り組み

自然資本

- 生産現場でのCO_2削減への取り組み
- 製品の回収・再利用への取り組み
- 回収衣類点数　約605万点（2009年度から2021年度までの累計）
- 無駄なモノづくりの排除

経営理念

「人々の生活に潤いと彩りを提供するおしゃれの世界」を事業領域に生活文化企業として社会に貢献

オンワードグループの存在意義　ヒトと地球（ホシ）に潤いと彩りを

サステナビリティ経営

重要課題

（マテリアリティ）

重要課題 1

地球と共生し、未来につながる事業活動

重要課題 2

パートナー企業と共に

重要課題 3

潤いと彩りに満ちた働き方

重要課題 4

多様な個性と共に

重要課題 5

誠実で公正な経営

ONWARD VISION 2030 5つの戦略

- アパレルセグメントのビジネスモデル改革
- ライフスタイルセグメントの成長の加速
- 法人ビジネスの強化
- 多様で個性的な人財が活躍できる企業への進化
- 地球と共生するサステナブル経営の推進

ビジネスモデル

ライフスタイルセグメントをアパレルセグメントと並ぶグループ経営の両輪に成長させます

アパレルセグメント　ライフスタイルセグメント

グループ・プラットフォーム（仕組み）

- 商品企画・生産・物流
- 経営管理・財務
- 販売（オンワードクローゼット・OMOストア）
- 組織・人財
- マーケティング（オンワードメンバーズ）

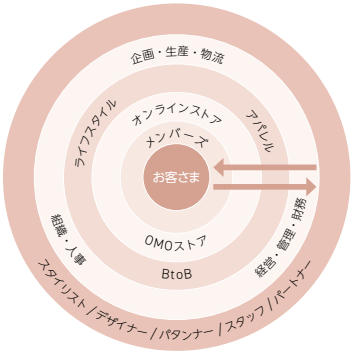
コーポレート・ガバナンス

提供する価値

お客さまと社員のコミュニケーションを直接的/双方向に進化させ、お客さまへの提供価値を共創する

目指す姿（イメージ）

「社員の多様な個性を生かしたお客さま中心の経営」への進化



Onward at a Glance

当社は、1927年に創業し、日本において既製服の製造・販売をいち早く手掛け、産業の基礎を築いたアパレルメーカーです。高品質・高付加価値の衣料品を強みとして、国内外の衣料品市場で高い競争力を誇っています。衣料品の企画・生産・販売まで一気通貫で手掛けるビジネスモデルをグループ内に有し、紳士服、婦人服、子供服、ユニフォーム等のアパレル関連事業、およびダンスウェア、ペットファッション、カタログギフト等のライフスタイル関連事業の領域において商品やサービスを展開しています。

売上高

1,685億円

主要財務データ等 ▶ P44

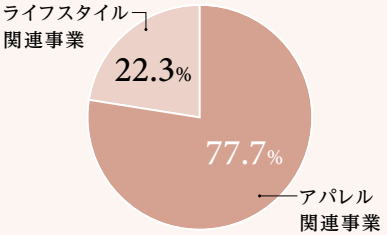
営業利益

−10億円

一株当たり年間配当金

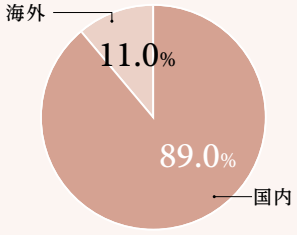
12円

セグメント別 売上構成比※1

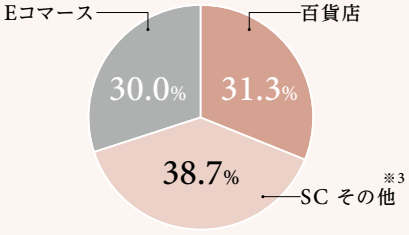


セグメント情報 ▶ P24

国内・海外別 売上構成比※1



国内販売チャネル別 売上構成比※2



創業

95年

Our History ▶ P08

グループ会社数

58社

Our Network ▶ P52

グループ従業員数

6,377名

(注)数値は2022年2月期(末)の実績です。
※1 比率は連結消去前の単純合算数値で算出しています。
※2 Eコマースを運営している事業会社を対象としています。
※3 SCは、ショッピングセンターを表わします。

アパレル関連事業







ライフスタイル関連事業







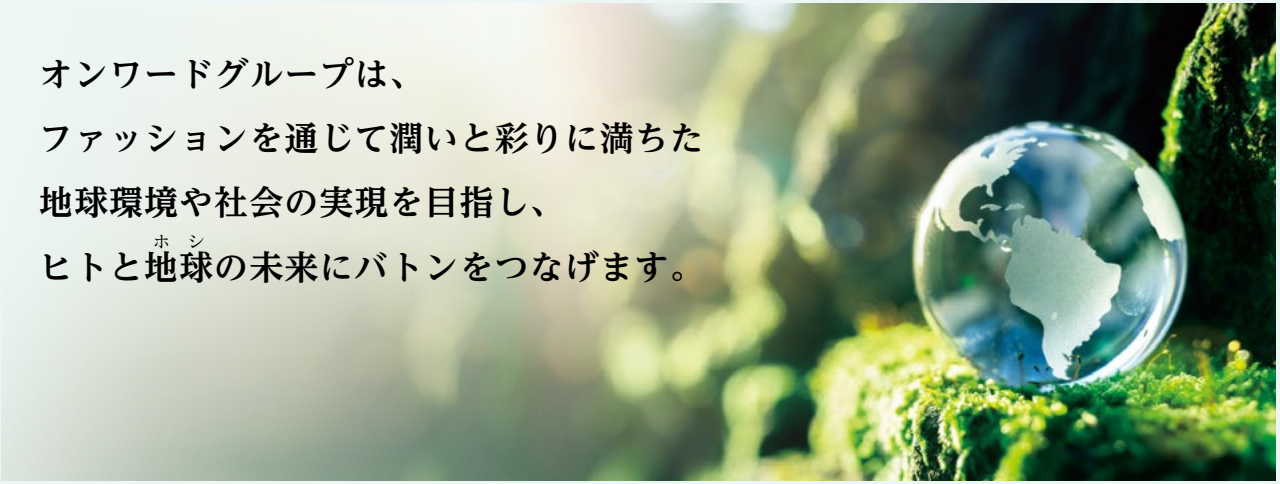


Sustainable Management

サステナブル経営

サステナビリティビジョンと体制

サステナビリティビジョン



当社グループは、サステナビリティに関する具体的な取り組みの推進のために、2021年9月にサステナビリティ委員会を発足しました。

今後、同委員会を中心に具体的なアクションプランとKPI(重要業績評価指標)の策定を行い、ファッションを通じて潤いと彩りに満ちた地球環境や社会の実現を目指し、ヒトと地球(ホシ)の未来にバトンをつなぐ、サステナブル経営を推進していきます。

地球と共生するサステナブル経営の推進

当社グループは、「オンワード・グリーン・キャンペーン」を通じた商品回収、リサイクル・リユース活動の取り組みを、10年以上にわたり実施しています。また、無駄なモノづくりを排除する、受注生産・オーダービジネスの拡大にも積極的に取り組んでいます。トレーサビリティ向上の観点では、当社グループ内の一般社団法人日本アパレルクオリティセンターが、国内外の工場監査を実施しています。

これらの活動を一層進化させるとともに、新たな活動にも積極的に取り組み、地球と共生するサステナブル経営を推進していきます。

多様で個性的な人財が活躍できる企業への進化

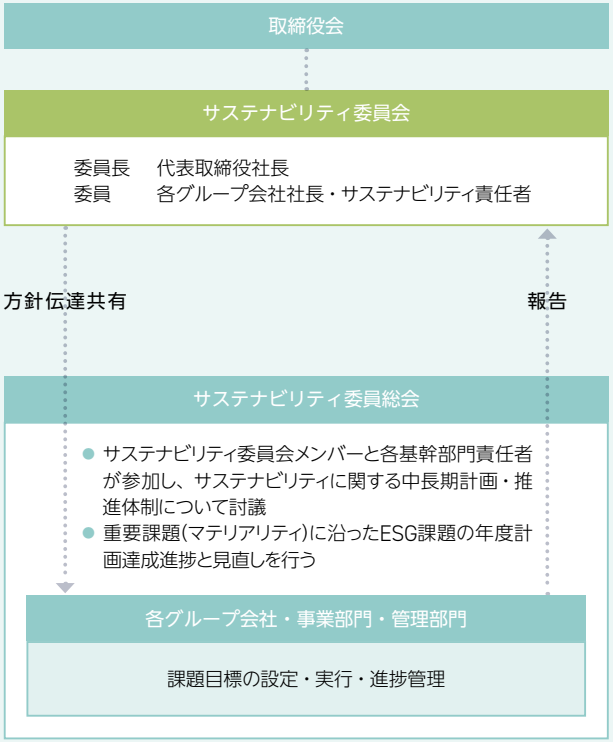
今後、多様化するお客さまのニーズ・価値観に応え、社会に貢献していくためには、当社グループが多様で個性的な人財が活躍できる企業である事が重要だと考えています。働き方改革プロジェクトの推進や各種人財制度の拡充により、社員のワーク・ライフシナジーを創出するとともに、多様な人財が活躍できる環境を整えていきます。

サステナビリティ体制

サステナビリティ委員会

当社グループでは、代表取締役社長を委員長とするサステナビリティ委員会を設置しています。委員会メンバーは各グループ会社社長とサステナビリティ責任者で構成され、サステナビリティリスクと機会を討議・決定する体制を取っています。

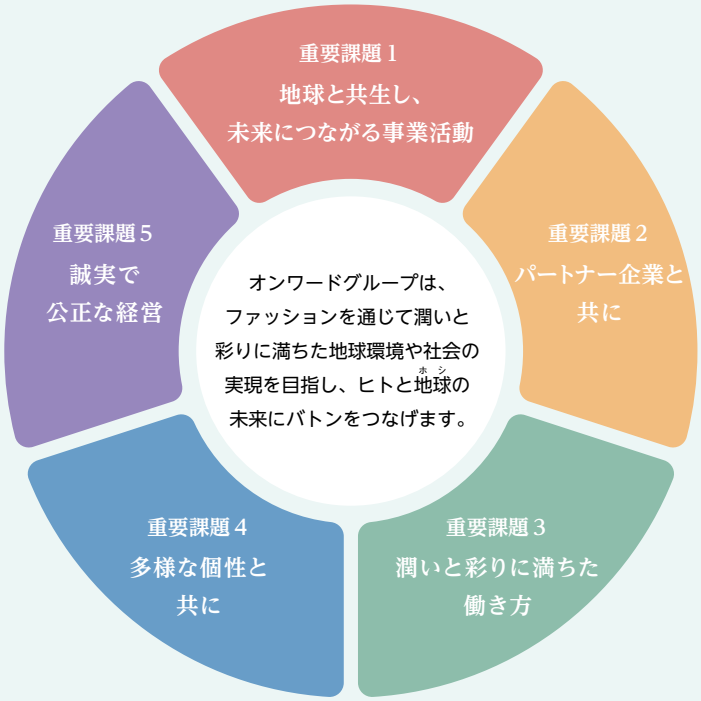
オンワードグループサステナビリティ委員会体制図



オンワードグループの重要課題

5つの重要課題

オンワードグループは、ミッションステートメントである「ヒトと地球(ホシ)に潤いと彩りを」に沿った5つの重要課題(マテリアリティ)を特定しました。
当社グループの事業活動やモノづくりに関する重要課題として、「1.地球と共生し、未来につながる事業活動」および「2.パートナー企業と共に」を定め、地球と共生するサステナブル経営を推進していきます。
また、多様で個性的な人財が活躍できる企業に進化するために、「3.潤いと彩りに満ちた働き方」および「4.多様な個性と共に」を重要課題に定め、社員の働き方や多様な人財が活躍できる環境作りに関する取り組みを進めていきます。
コーポレートガバナンスの観点においては、「5.誠実で公正な経営」を重要課題に定め、社会から信頼され必要とされ続けるための企業風土の醸成に努めていきます。



重要課題特定プロセス

課題(環境・社会・経済)の把握と整理 ロングリストの洗い出し 1

GRI(Global Reporting Initiative)スタンダード・SASB(米国サステナビリティ会計基準審議会)・SDGsやESG評価機関が求める評価項目などを参考に、インパクトが大きいと思われる課題(環境・社会・経済)を63項目抽出しました。

課題の優先順位付けと妥当性の確認 2

当社グループに対する期待と優先的に取り組むべき課題、またお客さま・ステークホルダーへの影響と期待を把握・整理し、社外有識者・グループ各部門の責任者の意見を取り込むことで、17項目への課題の絞り込みと妥当性の確認を行いました。

経営レベルの会議にて企業活動の根幹をなす重要課題の特定 3

代表取締役社長が委員長を務めるサステナビリティ委員会や社外有識者との議論を重ねて、5つの重要課題を特定しました。

具体的なアクションプランと目標の定量化 積極的・能動的活動 4

当社グループの重要課題に沿った具体的なアクションプラン立案と、中長期目標の定量化を行い、ステークホルダーとの協業による目標達成を積極的・能動的に行います。

オンワードグループの重要課題

重要課題 1 地球と共生し、未来につながる事業活動

私たちは、潤いと彩りに満ちた地球を未来につなぐために 低炭素社会・循環型社会の実現を目指します。

重点的に取り組むSDGs

地球にやさしいモノづくりを推進し、受注生産の拡大・サステナブルな調達を行います。また、循環型社会(サーキュラーエコノミー)の実現を目指し、商品の回収、リサイクル・リユースを進め、プラスチックの排出量削減・リサイクルにも積極的に取り組んでいきます。私たち一人ひとりが、気候変動の緩和策を積極的に行い、地球と共生する事業活動を推進していきます。

サーキュラーエコノミーの推進

オンワードグループでは、2009年からスタートした衣料品循環システムの構築を目指す活動「オンワード・グリーン・キャンペーン」(当社衣料品の回収とリサイクル・リユース)をはじめ、プラスチックの廃棄削減・リサイクルにも積極的に取り組んでいます。地球と共生する事業活動を推進し、循環型社会の実現を目指します。



衣料品循環システムの構築を目指す「オンワード・グリーン・キャンペーン」

オンワード樫山は、衣料品の循環を促すことを通じて限りある資源を有効に活用し、かけがえのない地球環境を未来に引き継いでいく活動として、「オンワード・グリーン・キャンペーン」を2009年よりスタートしました。ご愛用いただいた当社グループの衣料品をお客さまからお引き取りし、可能な限りリサイクル・リユースすることを通じて衣料品循環システムの構築を目指しています。

お引き取りした衣料品は、リサイクルして固形燃料への再生や毛布や軍手を生産。毛布は日本赤十字社の協力のもと、国内外の被災地や開発途上国への支援に活用しています。軍手は、災害支援、森林保全、啓蒙活動などさまざまな場面で配布しています。また、状態の良い衣料品を選別しクリーニングを施したものを、環境コンセプトショップ「オンワード・リユースパーク」(東京・吉祥寺/Eコマースサイト)にてチャリティー価格でご提供し、その収益をサステナブル活動に役立てています。

2009年のスタート以降、累計で1,149,508人のお客さまから6,057,819点の衣料品をご提供いただき、82%をリサイクル、18%をリユースとして活用しました。



オンワードグループの重要課題

重要課題1　地球と共生し、未来につながる事業活動

地球にやさしいモノづくり

オンワードグループでは、お客さまよりオーダーをいただいてから商品化する受注生産の拡大や、在庫データ統合によるリアル店舗とEコマース間の垣根を無くした商品の効率運営、またサステナブルな製品の開発など、地球環境への配慮とお客さま満足度・利便性向上を両立させたモノづくり・OMOサービスを推進しています。



■ スマートファクトリー・大連工場（オーダーメイドブランド『KASHIYAMA（カシヤマ）』）

●すべての製造工程を抜本的に改革した無駄のないモノづくり

・オーダーとCAM（自動裁断機）をデータ連動し、精密裁断により生地残布を減らしています。また、付属品（ボタン・裏地など）の自動発注システム導入により適正在庫を実現しています。

・RFID（Radio Frequency Identification）※とハンガーシステムを使った製品管理とタブレットでの工程管理により、お客さまのご希望を反映したカスタマイズな1着をスピーディーに縫製します。

※ RFIDとは、電波を用いてICタグの情報を非接触で読み書きする自動認識技術のこと。


生地のオートメーション管理


RFIDとハンガーシステムによる管理



カスタマイズなオーダーを迅速・丁寧に縫製

●効率的な物流体制

・無駄な倉庫拠点を省き、工場からお客さまの元へダイレクトに商品をお届けします。

・パックランナー（圧縮し密封した梱包）を使用することにより、輸送時の積載効率が大幅に向上します。

・スーツ配送時の梱包が段ボール箱から紙袋に変更され、今まで以上にさらに環境に配慮したコンパクトなパッケージへと生まれ変わりました。


パックランナー



紙製納品パッケージ



環境に配慮したコンパクトなパッケージ

●その他の環境・働き方への配慮

・紙使用の削減に対する取り組み（ペーパーレス化）を推進しています。紙の受注伝票を廃止し、タブレット受注・データ送信へ。紙製顧客カルテをデジタル化へ。

・LED照明を一部導入し、省エネルギーに努めています。

・一般社団法人日本アパレルクオリティセンターによる工場監査でCSR（企業の社会的責任）・QC（品質管理）認定されました。



縫製ラインのLED照明



社員がくつろげるカフェテリア


カフェテリア全景

オンワードグループの重要課題

重要課題 2　パートナー企業と共に

私たちは、サプライヤーや地域コミュニティと長期的な信頼関係を構築し、共に成長しながら共生していきます。

重点的に取り組むSDGs

私たち一人ひとりが「オンワードグループ行動指針」を遵守し、倫理的な事業活動を行うとともに、国内外サプライチェーンにおける人権・労働安全衛生などの確保を重視し、各お取引先と価値観を共有していきます。また、コミュニティとの共創や社会貢献活動を通じて、共に成長していける企業を目指していきます。

サプライヤーとの共生

オンワードグループでは、サプライチェーンにおけるパートナー企業の皆さまと価値観を共有し、長期的な信頼関係を構築し、共に成長し共生して行ける企業を目指しています。



■ 縫製工場の人権尊重・労働環境の整備

オンワードグループは、長年培ってきた品質管理に関するノウハウや見識を、アパレルファッションにかかわる企業や団体の皆さまに活用していただくための組織として、一般社団法人日本アパレルクオリティセンター（JAQC）を運営しています。JAQCは、2017年の設立以来、オンワードグループ内外の企業に対して、工場監査、QMD※、試験・分析、リペア等に係るサービスを提供しています。

※ QMDとは、「Quality Merchandising」（クオリティ・マーチャンダイジング）の略で、製品の企画段階から、素材の染色堅牢度、物理性能チェック、サンプル品の製品試験による外観確認、商品化までの品質をトータルにサポートすること。

■ 2007年から工場監査をスタート

2007年より、ライセンス契約をしていた海外ブランドからの要求で、生産工場の「CSR監査」が義務付けられています。

監査によって基準に満たない工場を切り捨てるのではなく、人権問題につながる可能性のある問題点を指摘し、理解を得たうえでレベルアップしてもらうことが本当の意味でのブランドホルダーの社会的責任ではないかと考えます。JAQCは現地監査員と共にすべての監査に立ち会い、監査の目的、要求事項の意味を説明し、さらには工場独自の事情を踏まえ、どのような方法で改善を進めていくか、などを提示しながら「育てる監査」を行っています。そして、所定の基準を満たしている場合、認定証を発行しています。

日本アパレルクオリティセンター ▶P23

コミュニティとの共生

オンワードグループは、地域社会との共創や、社会貢献活動、文化・芸術・教育への取り組みを通じて、地域コミュニティと共に成長し、共生していける企業を目指しています。

地域社会との共創

■ 生産者による直販新規事業『CRAHUG（クラハグ）』をスタート

オンワードグループのデジタル戦略を担う株式会社オンワードデジタルラボは、日本のモノづくり支援を目的に、全国のファクトリーブランドに加え、生産者や工場のオリジナル商品を開発し直販する新規事業『CRAHUG（クラハグ）』を開始しました。

『CRAHUG』は、CRAFTMAN（職人）、LIFE（暮らし）とHUG（ふれあう）を組み合わせた名称です。自販・自立することで、持続可能なビジネスモデルを構築したい全国の生産者や工場を対象に、2つの協業プランを提供し販売支援を行います。消費者に向けてオリジナル商品を直販することにより、工場の経営基盤の安定化を目指すとともに、将来的には海外への越境販売も計画しており、日本のモノづくりにおける高い技術力や商品の魅力を発信していきます。



オンワードグループの重要課題

重要課題３ 潤いと彩りに満ちた働き方

私たちは、社員一人ひとりが明るく自由で、快活に働くことができる環境を整え、仕事とプライベートの相乗効果を創出する事を目指します。

重点的に取り組むSDGs

すべての社員が、スキル・能力・新しい考え方を持ちながら活躍でき、また潤いと彩りに満ちた日々を過ごすために、働き方改革プロジェクト「働き方デザイン」の推進・各種人財制度の拡充を図っていきます。そして、仕事もプライベートも充実することにより相乗効果（ワーク・ライフシナジー）を創出し、お客さまの期待に応えていくとともに、社会への貢献を目指していきます。

働き方をデザインする

オンワードグループは、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あげることを目的に、社員が自発的に取り組み、働き方を変化させていく働き方改革プロジェクト「働き方デザイン」を進めています。

仕事とプライベートの相乗効果（ワーク・ライフシナジー）の実現によるビジネス面での成果も出始めています。



■ 取り組み内容の紹介

カエル会議

週に一度、普段一緒に仕事をするチーム単位で「自分たちがより良い働き方をするために何をすべきか」を考える会議を開催しています。単に業務の進捗を共有するだけの会議ではなく、メンバー全員が主体的になってトライ&エラーを繰り返すことで、働き方を変えるだけに留まらず、その先の「ありたい姿」の実現を目指します。そして、この会議は「全員が楽しむ」ことが最大のポイントです。職歴や役職に関係なく闊達に発言できる雰囲気のもと、全社をあげて取り組んでいます。

■ 働き方改革プロジェクト「働き方デザイン」

経営トップ自らが解説するオンライントークイベントを開催

「働き方デザイン」のおよそ2年の取り組みを経て、「残業 65%削減」「男性育休取得率は3倍増」「休日取得 5 日増（管理職は 18 日増）」を実現しました。社外取締役の小室淑恵氏の助言を基に、社長自らもカエル会議に参加することで、現場の社員との距離感が変わったことを実感。生活を楽しんでいるから、自分の個性を生かした仕事ができる、仕事の成果につながる、というシナジーを生み出し、ワーク・ライフバランスから、ワーク・ライフシナジーへと働き方デザインを進めています。



オンワードグループの重要課題

重要課題４　多様な個性と共に

**私たちは、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します。**

重点的に取り組むSDGs

今後、多様化するお客さまのニーズ・価値観に応え、そして社会に貢献していくためには、私たちオンワードグループが多様で個性的な人財が活躍できる企業であることが重要だと考えています。すべての人々の個性を歓迎し、イノベーションを創造することができる環境づくりを推進していきます。

仕事と育児の両立支援施策の推進

オンワードグループは、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、仕事と育児の両立を支援しています。その結果、女性社員の育児休業取得率は直近3年間の平均で99.0%と、ほぼ全ての女性社員が育児休業を取得しています。今後、女性社員の育児休業取得率100%の達成とともに、男性の取得率についても100%の実現を目指します。



男性育児休業取得推進のための取り組み

2021年度は、男性社員の育児休業取得を推進するためのマネジメント研修の実施、これからパパになる男性社員(プレパパ)およびこれからママになる女性社員(プレママ)を対象に、男性が育児休業を取得する必要性や夫婦での育児を学ぶ「プレパパママセミナー」の開催、「仕事と育児の両立支援ガイドブック」の制定等を行いました。結果として、オンワード樫山の男性育児休業取得率は2020年度の国平均12.65%を大きく上回る27.3%、平均取得日数は141日となりました。

育児休業取得率

	2018年度実績	2019年度実績	2020年度実績	2021年度実績
男性	7.7%	10.5%	20.0%	27.3%
女性	100.0%	100.0%	97.0%	100.0%
合計	59.3%	65.3%	79.1%	75.0%

※「働き方デザイン」対象者をもとに算出(株式会社オンワード樫山における社内勤務者)

ダイバーシティの取り組み ▶P20

重要課題５　誠実で公正な経営

**私たちは、社会から信頼され必要とされ続けるために、
誠実で公正な企業風土を醸成することが重要だと考えています。**

重点的に取り組むSDGs

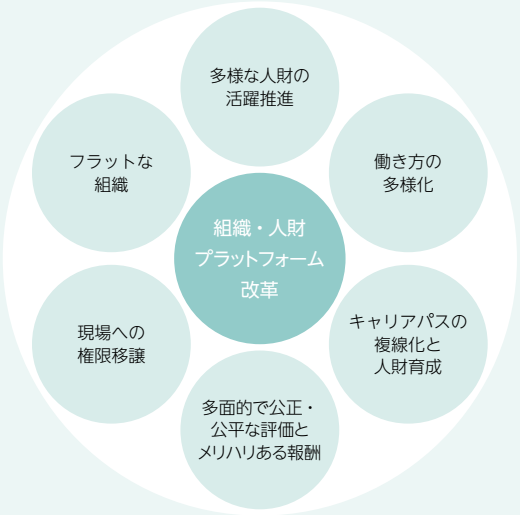
誠実で公正な経営を実践するために、コーポレート・ガバナンスの実効性を向上し、健全な経営基盤の確立に努めていきます。

コーポレート・ガバナンス ▶P37

ダイバーシティの取り組み

多様で個性的な人財が活躍できる企業へ

当社は、「社員の多様な個性を生かしたお客さま中心の経営」への進化に向け、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していきます。



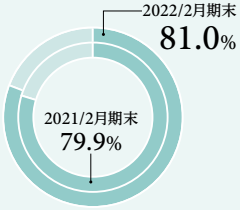
重要課題3　潤いと彩りに満ちた働き方 ▶P18

女性活躍の推進

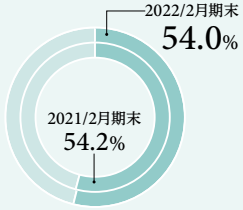
当社は、ファッションビジネスに必要な新しい発想や新しい価値の提案は、個人の“違い”を尊重し受け入れ、一人ひとりが能力を最大限に発揮することから生まれると考えています。

社員が働きがいを持ち、より高いパフォーマンスを発揮できる職場環境づくりを行うべく、人財部門にダイバーシティ推進セクションを設置しました。各部署において、これまでの業務内容を見直し、より生産性を向上させる働き方を継続的に推進しています。

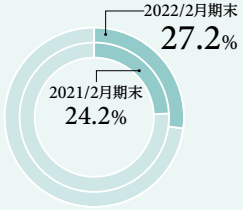
女性労働者の割合



係長級にある者に占める女性労働者の割合



管理職(課長級以上)に占める女性労働者の割合



(いずれもオンワード樫山の数値)

「働き方デザイン」プロジェクトのスタート

オンワードグループは、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あげることを目的に、社員が自発的に取り組み、働き方を変化させていく働き方改革プロジェクト「働き方デザイン」を推進しています。

「働き方デザイン」に取り組むまでは、会議や資料作成等に追われ、部署によっては長時間残業が慢性化していました。物理的な制限として閉館時間を設けるなどの対策を講じたものの、根本的な業務改善には至らず、ときには仕事を家に持ち帰るメンバーもいました。また、会議ではリーダーが多く発言し、メンバーは発言しづらいという雰囲気の部署もありました。

残業削減や休日取得、仕事の効率化だけが目的ではなく、それによってできた時間を、新たな発想を形にするチャンス創りに、またイノベーションの創出につなげていきたいという思いで、この取り組みをスタートしました。

「働き方デザイン」の目指すゴール ❶

生産性を意識した働き方
カエル会議によって自発的に働き方改革を進め、制度を整えることにより、効率的に働けるようになる

ワーク・ライフバランスの実現
空いた時間でプライベートを充実させる

ワーク・ライフシナジーの創出
充実したプライベートと仕事が、互いに影響し合い、相乗効果をもたらす

働き方デザインの目指すゴール ❷

心理的安全性の高い組織
カエル会議で、誰もが意見をしやすい環境を作り上げる

イノベーションの創出
新しいアイデアが自発的に生まれるようになり、新しいビジネスの芽につながる

「働き方デザイン」による変化

	2018年度実績	2019年度実績	2020年度実績	2021年度実績
残業時間※1	17.7時間	18.2時間	6.3時間	6.8時間
休日取得数※1	119.0日	125.1日	124.0日	124.9日
マイゴールデンウィーク※2取得率	–	–	39.4%	39.0%

※1「働き方デザイン」対象、社内勤務者のみ
※2 10日間の連休取得を推進する制度

ダイバーシティの取り組み

「働き方デザイン」の取り組み：「カエル会議」の実施

普段一緒に仕事をするチーム単位で「自分たちがより良い働き方をするために何をすべきか」を考える会議です。週ごと、もしくは、隔週のペースでチームごとに行っています。

カエル会議では、各自が課題に感じていることや困っていることを、どんなに小さなことでも議題にあげます。どんな課題でも原因を探っていくと、自分たちで変えられることが意外とあることに気づきました。そこで、「まずは自分たちで変えられることからやってみよう」とスタートしました。そのような小さな積み重ねが、自らの働き方をデザインすることにつながっていきます。

カエル会議を進めていくうえで、大事なことは心理的安全性※です。心理的安全性が低い状態だと、いつも発言している人に発言量が偏ってしまい、自由闊達な意見交換ができなくなってしまいます。具体的には「どんな意見も出そう、出た意見を否定しない、リアクションする」というとても簡単なことです。カエル会議を通して、自由闊達な議論ができる風土が醸成されたことにより、多様な人財が活躍できるチームへ成長していると実感しています。

※ チーム内は対人リスクがなく、安全な場所であるとメンバー間で共有された状態。

「カエル会議」の議論の事例

事例1 何でも話せる月次課会を実施

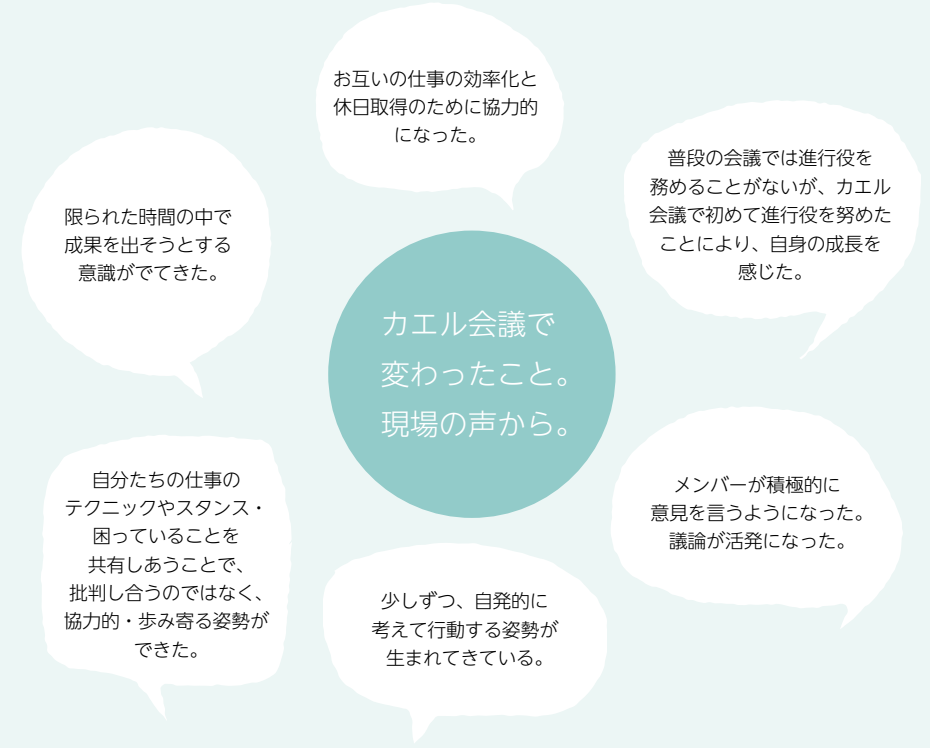
課　　題：在宅勤務が多く、個別チャットでのコミュニケーションが多く、全体で起こっていることの共有不足に陥っていた。
アクション：何でも話せる月次課会を実施。
成　　果：アイスブレイクの時間を長くとったことにより、報告・連絡・相談が増え、無駄なアクションが減り業務効率があがった。

事例2 業務の棚卸

課　　題：一人ひとりの業務が見えない、仕事を抱え込んでしまい、急な事態への対応ができない。
アクション：「この業務って本当に必要…?」「何のための業務なんだっけ…?」を念頭に、業務の棚卸を行う。
成　　果：不要な業務をあぶりだせたことにより、チームのありたい姿へのアクションの時間を生み出すことができた。

事例3 技術の伝承

課　　題：服作りに関する知識やスキルが属人的になってしまう。
アクション：熟練の技術者が、パソコン上でパターン(型紙)を仮縫い用生地(シーチング)データに置き換え、縫い合わせる箇所の情報を入力して、バーチャルのボディに着せ付けながら、パターンの作成方法をレクチャー。
成　　果：ブランドの品質向上につながった。





人財 Div.ダイバーシティ推進 Sec.
大竹 智恵美

「働き方デザイン」がスタートしてから、「風土の醸成」と「制度の改革」の両輪をまわしながら、推進してまいりました。さまざまな研修や「カエル会議」を行ってきた結果、現場の働き方への意識改革(風土醸成)が進んできています。残業時間や休日取得は、コロナ禍以前に後戻りすることない数値結果が出ており、社員のワーク・ライフバランスが実現されてきていると実感しています。今年度は新しい制度の導入や旧制度の改定を行い、多様な人財が活躍できる企業を目指してまいります。

トレーサビリティの向上／人権の尊重・労働環境の整備

『オンワード認定工場』制度

近年、社会から企業の社会的責任を求める声が高まっており、製品調達先の国や地域における環境汚染や生産工場での人権侵害など、様々な問題が事業運営におけるリスクとなっています。
当社は、2015年度より『オンワード認定工場』制度を運用しており、工場監査の結果、改善が必要な場合には、対象工場への是正項目のフィードバックおよび改善指導を行っています。この取り組みを通じ「CSR調達」を具現化し、社会の持続可能な成長に貢献していきます。

『オンワード認定工場』制度の目的

『オンワード認定工場』制度は、質の高い商品を持続的に供給できる生産システムの構築を目的としています。
モノづくりの現場において、安全で適正な労働環境の整備は、生産人員の定着率を向上し、生産技術や品質を安定化させるための重要な条件となります。当社は『オンワード認定工場』制度の取り組みを通じて、生産パートナーがCSR(企業の社会的責任)とQC(品質管理)両方の管理体制を強化していくことを推進し、優良工場の持続可能な成長をサポートしていきます。

監査の実施方法

CSR監査は、国際条約等をベースに、当社が独自に策定した「サプライヤー行動基準」に基づき監査を実施しています。監査実務は現地の監査機関が担当しますが、一般社団法人日本アパレルクオリティセンター(JAQC)の担当者も必ず同行し、事業環境をふまえた公正な監査を実施するとともに、発注者として改善のサポートができるように状況の理解に努めます。
QC監査は、JAQCの担当者が直接実施します。監査結果や是正項目は「監査報告書」にまとめられ、CSR、QCそれぞれの監査結果が提示されます。監査結果に大きな問題がない場合は、2年間有効の認定証が発行されます。改善の必要がある場合は、是正項目のフィードバックを行い、JAQCの担当者が改善指導を行った上で、1年後に是正監査を実施します。



認定証


監査風景

監査対象について

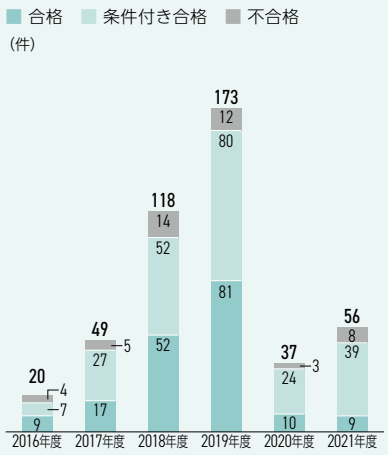
当社グループは、2015年度から、縫製工場を監査対象とした『オンワード認定工場』制度をスタートしました。
『オンワード認定工場』になるためには、JAQCが行うCSR監査、QC監査の両方に合格する必要があります。

JAQC監査実績の推移(国内、海外含む総実績数)

2015年より監査開始、年を積むごとに合格率が上昇傾向にあります。
基準を満たしていない工場を切り捨てるのではなく、問題を指摘し、理解を得た上で工場の事情を考慮し、どのような方法で改善を進めていくか、などを具体的に提示しながら行う指導型監査を目的として実践しています。
(※下表は各年度別の監査件数であり、工場総数とは異なります)

	監査工場数	合格		条件付き合格※2		不合格	
2016年度	20	9	45%	7	35%	4	20%
2017年度	49	17	35%	27	55%	5	10%
2018年度	118	52	44%	52	44%	14	12%
2019年度	173	81	47%	80	46%	12	7%
2020年度※1	37	10	27%	24	65%	3	8%
2021年度※1	56	9	16%	39	70%	8	14%
合計	453	178	39%	229	51%	46	10%

※1 2020年度、2021年度の海外工場については、現地監査員のみのCSR監査を行いました。
※2 条件付き合格とは、労働時間や賃金、労働安全など、比較的重要な要素の不適合が発見された場合の速やかな「是正」を前提とした「合格」のこと。「条件付き合格」の場合は、1年後に是正の状況を確認するための「是正監査」を行います。



トレーサビリティの向上／人権の尊重・労働環境の整備

日本アパレルクオリティセンター

お客さまの厳しい目によって培われた「日本品質」は、世界にも類を見ないほど精緻なものであり、世界に向けてアピールできる日本独自の文化であると考えています。
一般社団法人日本アパレルクオリティセンターは、オンワードグループにおいて長年培ってきた品質管理に関するノウハウや見識を、アパレルファッションに関わる企業や団体の皆さまに活用していただくことにより、業界全体の発展に寄与することを目的に、2017年3月、前身であるオンワード樫山の品質管理部門が独立して、設立されました。
安心・安全な「日本品質」の製品を広くお客さまへ提供する一助になることが、私たちの社会的な使命であると考えています。

日本アパレルクオリティセンターの事業内容

一般社団法人日本アパレルクオリティセンターでは、長年培ってきた工場監査のノウハウを業界全体の取り組みとして活用できるよう、監査要求事項や判定基準などを日本国内の業界団体である一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会に提供し、他のアパレル繊維商社へのアドバイスや監査実務の代行も行っています。

また、製品の企画段階から、素材の染色堅牢度・物理性能チェック、サンプル品の製品試験による外観確認、商品化までの品質をトータルにサポートするQMD(Quality Merchandising)を実施しています。 法規制にも対応した適正な取り扱い表示のアドバイスも行います。

また、製品販売後のアフターフォローも重要な企業責任です。お客さまの声は今後の品質向上に繋がります。依頼品を多角度から、調査・検証し、お客さまからの申し出現象の原因を探ります。

さらに、ミシン、プレス機などの縫製機器の他、様々な修理設備を事業所内に有しており、専任の担当者が丁寧かつ迅速にリペア対応します。2022年6月に、法人向けの事業として衣類の修理や補修、シミ抜き、プレスを行い、製品を再生させる「芝浦リペア工房」をオープンしました。リフォームする事業を展開することで、アパレル・ファッション業界のサステナビリティや環境保全に寄与していきます。

縫製工場の人権・労働環境の尊重への取り組み

前身であるオンワード樫山において、ライセンス契約をしていた海外ブランドからの要請で2007年から生産工場の「CSR監査」が義務付けられました。海外ブランドからの要求によるCSR監査を始めたころは、児童労働を懸念する海外ブランドが多く、法律の定めた最低賃金を支払われていない、残業加算が不足しているなどの課題がありました。監査後の指導によって賃金の面では改善されましたが、労働環境の面では消火設備がなかったり、食堂やトイレ、社員寮などの衛生面が劣悪な工場もありました。

監査によって基準に満たない工場を切り捨てるのではなく、人権問題につながる可能性のある問題点を指摘し、理解を得たうえでレベルアップしてもらうことが、ブランドホルダーの社会的責任だと考えています。私たちの監査は現地の監査員と共にすべての監査に立ち会い、監査の目的、要求事項の意味をしっかりと説明し、さらには工場独自の事情を踏まえ、どのような方法で改善を進めていくか、などを提示しながら監査を行っています。そして、所定の基準を満たしている場合、認定証を発行します。また、QC(品質管理)監査も同時並行で行っています。

サプライヤー行動基準

A 法令の遵守・マネジメント	オンワードのビジネス・パートナーは、現地の関係する全ての法令を遵守しなければならないものとする。 またビジネス・パートナーは、事業に関係するあらゆる法的要件を当然に遵守し、その従業員の法的権利と道徳権を尊重すると共に、法的要件を遵守するための、文書による管理システムを構築、維持するものとする。
B 未成年者の就労	オンワードのビジネス・パートナーは、現地の法律で規定されている最少年齢以下または15歳未満の労働者を雇用しないものとする。本条項はビジネス・パートナーの全ての施設に適用されるものとする。
C 強制労働	オンワードのビジネス・パートナーは、その事業のいかなる部分においてであれ、監禁または強制労働を利用するビジネス・パートナーと協力せず、また、そのようなことをするビジネス・パートナーといかなる取引もしないものとする。
D 賃金と各種手当、厚生福利	オンワードのビジネス・パートナーは、現地の賃金、労働時間及び手当を規制する全ての法令を遵守しなければならないものとする。賃金及び手当に関する基本方針は、現地の法令・基準を満たすことはもとより、国際的な了解という基準の下においても受け入れられるものでなければならない。 オンワードは、その賃金体系が現地法令又は業界の一般的慣行に違反している企業とは取引しないものとする。
E ハラスメントと虐待	オンワードのビジネス・パートナーは、いかなる態様のものであれ労働者に対して肉体的若しくは精神的強制又は懲罰を加えないものとし、また、そのようなことをするビジネス・パートナーといかなる取引もしないものとする。
F 労働時間	オンワードのビジネス・パートナーは、現地の労働時間を規制する全ての法令を遵守しなければならないものとする。
G 差別の不在	オンワードのビジネス・パートナーは、雇用及び採用において、年齢、国籍、人種、肌の色、性又は宗教を理由とするものを含む何らかの態様の不当な差別をしないものとし、また、そのような差別をするビジネス・パートナーと取引しないものとする。
H 健康と安全衛生	オンワードのビジネス・パートナーは、その労働者が安全で健康的な労働環境の提供を受けること、また、非衛生的で危険な環境下におかれないことを確実にするものとする。
I 結社の自由	オンワードのビジネス・パートナーは、労働組合を含む労働者の結社に関し、現地法律の定めに従い、その自由を保障するものとする。
J 下請けと家内労働	オンワードのビジネス・パートナーは、業務の一部、または全部を外注業者に委託する場合、その内容をオンワードに開示すると共に、外注先に対してもこのサプライヤー行動基準を遵守させるものとする。
K 環境要件	オンワードのビジネス・パートナーは、環境保護に関する基本的な関心を抱かなければならないものとし、その事業を現地の、また、国際的に認知された環境に関する慣行と調和するように遂行しなければならないものとする。

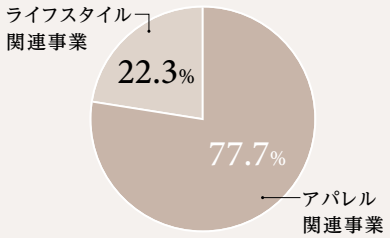


Segment Info.

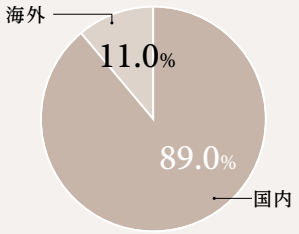
セグメント情報

事業セグメント紹介（サマリー） 2022年2月期

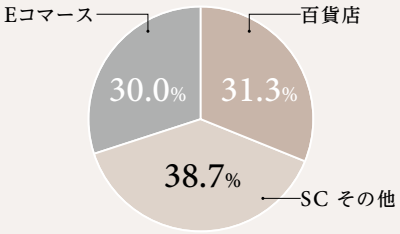
セグメント別 売上構成比※1



国内・海外別 売上構成比※1



国内販売チャネル別 売上構成比※2※3



セグメント別 売上※4

アパレル関連事業

138,354百万円
（33社合計）

オンワード樫山+オンワードホールディングス	91,395百万円
オンワード商事	14,760百万円
アイランド	5,753百万円

ライフスタイル関連事業

39,655百万円
（24社合計）

チャコット	8,311百万円
クリエイティブヨーコ	5,194百万円
大和	20,326百万円

国内・海外別 売上※4

国内売上
158,421百万円

海外売上
19,588百万円

国内販売チャネル別 売上※4

百貨店
42,630百万円

SC その他
52,632百万円

Eコマース
40,897百万円

※1 比率は連結消去前の単純合算数値で算出しています。
※2 Eコマースを運営している事業会社を対象としています。
※3 SCは、ショッピングセンターを表します。
※4 数値は、連結消去前の単純合算数値で表示しています。

アパレル関連事業





ライフスタイル関連事業







アパレル関連事業

概要および当期の業績

アパレル関連事業は、事業会社33社で構成され、連結売上高の77.7%を占める主力事業です。主に繊維製品の企画、製造および販売を行っています。中核事業会社である株式会社オンワード樫山をはじめとした国内アパレル事業と、欧州、アジア、北米の各地域でグローバルビジネスを展開する海外アパレル事業の2つのセグメントに分かれています。

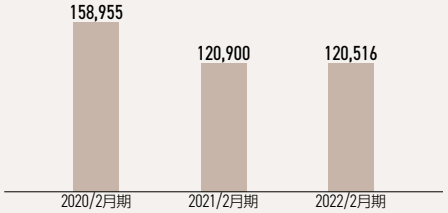
国内アパレル事業は、株式会社オンワード樫山において、不採算事業の廃止や不採算店舗の閉鎖を継続する一方、OMO型店舗数の拡大等の販売戦略を着実に遂行することで、増収を達成するとともに営業損益の赤字幅を大幅に縮小しました。BtoB事業を手掛けるオンワード商事株式会社は、減収ながらも利益率の高いユニフォーム事業の売上高が堅調に推移し増益となりました。また、Eコマースを販路とするティアクラッセ株式会社、就活スーツで高い評価を獲得しているオーダースーツ『KASHIYAMA』を展開する株式会社オンワードパーソナルスタイルで増収となりました。

海外アパレル事業は、グローバル事業構造改革による不採算事業からの撤退等により、収益性が改善し、営業損益が大幅に改善しました。

以上の結果、アパレル関連事業全体では減収ながらも赤字幅を大幅に縮小しました。

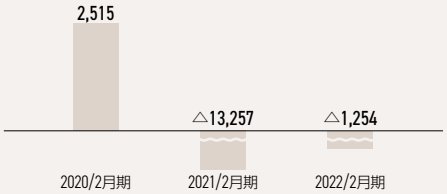
売上高推移（国内アパレル事業）

(百万円)



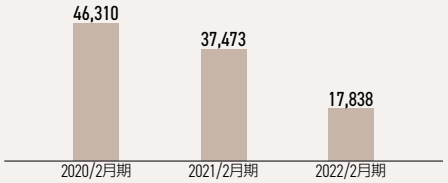
営業利益推移（国内アパレル事業）

(百万円)



売上高推移（海外アパレル事業）

(百万円)



営業利益推移（海外アパレル事業）

(百万円)





国内アパレル事業
株式会社オンワード樫山



国内アパレル事業（法人ビジネス）
オンワード商事株式会社



海外アパレル事業（ヨーロッパ）
JOSEPH LTD.



海外アパレル事業（アジア）
恩瓦德時尚貿易（中国）有限公司



海外アパレル事業（アメリカ）
J.PRESS INC.

アパレル関連事業

国内アパレル事業

中核会社　株式会社オンワード樫山

事業内容　紳士服、婦人服、子供服などを取り扱う総合アパレルメーカー



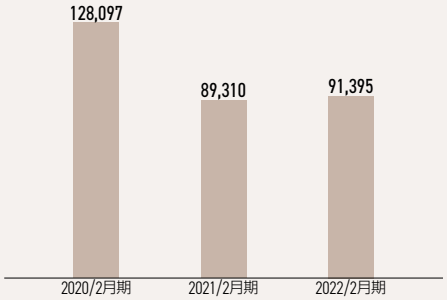
オンワード樫山は、『23区』『ICB(アイ・シー・ビー)』『自由区』『J.プレス』『五大陸』などのレディス・メンズの基幹・主力ブランドを百貨店を中心に展開し、ショッピングセンターにおいては、『any SiS(エニィ スィス)』『any FAM(エニィ ファム)』などのブランドを展開しています。また、『JOSEPH(ジョゼフ)』『Paul Smith(ポール・スミス)』『TOCCA(トッカ)』ブランドなどの直営店を商業施設などに出店し、ブランドの世界観・メッセージを消費者に向けて発信しています。

Eコマースを主販路とするブランド『uncrave(アンクレイヴ)』『#Newans(ハッシュニュアンス)』『ANEVER(アンエバー)』『UNFILO(アンフィーロ)』は、将来の主力事業への成長を目指し、新しいビジネスモデルによってお客さまに革新的な顧客体験を提供しています。

店舗運営面においては、リアル店舗とオンラインストアで提供しているサービスを融合した新業態となるOMO型店舗を通じて、お客さまが双方のメリットを最大限享受できる場を創出し、店舗の新しいスタイルを確立していきます。

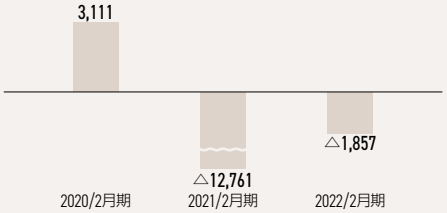
売上高推移

(百万円)



営業利益推移

(百万円)



Topic

"ネットで取り寄せ、お店で試着・購入"
OMOサービス『クリック＆トライ』リニューアル
44都道府県278店舗※へ導入拡大で、より便利でより身近なサービスへ

オンワード樫山は、2022年春に当社ブランドの商品をブランドの垣根を越えて店舗に取り寄せ、試着・購入ができるOMOサービス『クリック&トライ』をリニューアルしました。

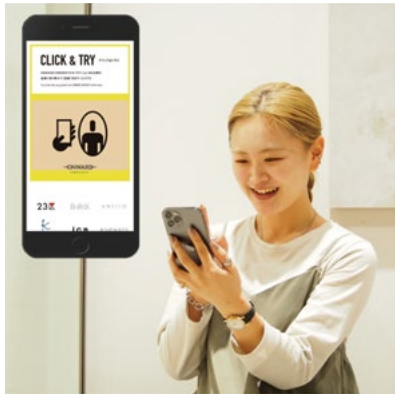
『クリック&トライ』サービスは、オンワードグループ公式ファッション通販サイト『ONWARD CROSSET(オンワード・クローゼット)』の商品を、リアル店舗で試着・購入できるお取り寄せサービスです。サービスが導入されている全国の各店舗で、お取り寄せしたアイテムを着て、納得して買い物を楽しむことができます。

携帯やPCからますます簡単・便利に利用が可能になり、44都道府県278店舗で同サービスを提供しています。「WEBで見たコーディネートをそのまま試したい」「コロナ禍で複数の店舗に行くのは不安なので、商品を一度に試したい」「パートナーとの買い物を同じ場所で済ませたい」といった多くのお客さまにご利用いただいています。

さらに今後、より身近な店舗で便利にご利用いただける環境を提供し、オンラインとオフラインのメリットを融合した新しい購入体験機会を全国へ拡大していきます。

※ 2022年4月現在





アパレル関連事業

国内アパレル事業(法人ビジネス)

中核会社　オンワード商事株式会社

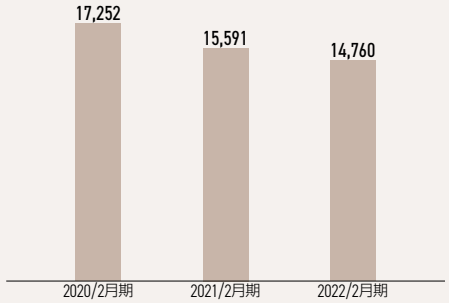
事業内容　一般法人向けにユニフォーム事業(企業ユニフォーム、学生服、メディカルウェアなど)、セールスプロモーション事業を展開

オンワード商事はアパレルをベースに、一般法人向けにそれぞれの分野でブランディングやプロモーションの課題を解決するソリューション型の提案を行っています。お客さまのご要望をダイレクトに伺い、社内のさまざまな部門が連携し、課題はもちろん、潜在的なニーズも汲み取り、チームで解決に導きます。さらに、デザイン・パターンをはじめ素材や資材の開発も自社で行い、完全オリジナルのご提案をします。また、在庫管理・運用・クリーニング・再発注など、納品後もしっかりとサポートします。当社グループの強みを活かして、顧客企業のあらゆるご要望に高いレベルでお応えしています。



売上高推移

(百万円)



営業利益推移

(百万円)



Topics

ユニフォーム製作におけるDXの取り組み
アパレル3D着装シミュレーションシステム「CLO(クロ)」を2021年3月に導入し、効率的なサンプル作製を実現。

「CLO」上で色・柄替えや仕様の修正が即時に可能になり、サンプル作製数の削減を実現しました。当社の医療従事者向けカタログ「Raffiria(ラフィーリア)」の2022年度第1四半期社内サンプル検討会においても「CLO」を活用した結果、40%のサンプル削減に成功しました。2Dのパターンデータのみではデザインサンプルとしての活用が限定的で、実物サンプルは保存できるスペースや期限に限りがあるため、廃棄せざるを得ません。「CLO」の導入で、3Dのパターンデータが残り、実物サンプルがなくてもパターンデータの効果的なアーカイブができ、デザインの参考資料として活用しています。

また、アバターにサンプルを着用させて、動きやデザイン、店舗等の空間での見え方を確認できます。同一空間での様々な年齢、性別、体型の方がユニフォームを着用しているシチュエーションをバーチャル上で表現します。着用シーンが想像しやすいプレゼンテーションの実現に貢献しています。

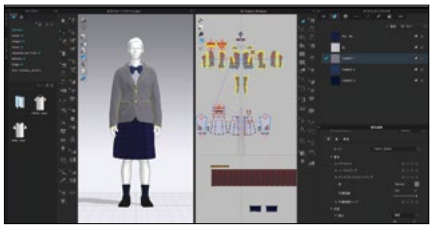
サイズ推奨からオーダー集計業務までリモート採寸を実現する「UOS(ウオス)」を導入。適正サイズのレコメンド機能により、サイズ違い等のロスを減少。

従来、企業や学校のユニフォームの採寸業務は、多くの着用者が集まって実際にサンプルを着用のうえ、データをアナログ集計しなければならないため、多大なる時間と労力がかかり、さらに手作業での集計による人為的なミスの発生も避けられない状況でした。そこで、ユニフォームの採寸やオーダー集計業務のデジタル化を推進するため、ユニフォームオーダーシステム「UOS」を2020年10月に導入しました。

機械学習アルゴリズム(AI)を用い、スマートフォン端末で撮影した正面と側面の全身写真から、腕の長さや肩幅などの体型を採寸します。従来のように会場に赴き対面で採寸することなく、リモートでの採寸を実現しました。

また、採寸会場の手配や時間調整、採寸スタッフの人件費、集計データの取りまとめなど、今までかかっていた時間・手間・コストを大幅に削減しました。

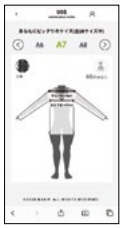
従来行われてきた採寸情報の管理は、人為的な作業ミスにつながるリスクがありましたが、「UOS」ならオーダー受付時に自動集計されます。さらに生産サイズ明細の精度向上により、発注後の返品・交換を減らし、商品の廃棄数を削減しました。



「CLO」で二次元のデータを三次元化



「UOS」による
写真撮影画面
イメージ



「UOS」の
レコメンド画面
イメージ

アパレル関連事業

海外アパレル事業

<ヨーロッパ>

中核会社 JOSEPH LTD.

事業内容 イギリス・ロンドンを拠点にグローバルブランド『JOSEPH（ジョゼフ）』事業を展開

JOSEPHは、1972年にジョゼフ・エデッドギー氏によって設立された英国ブランド『JOSEPH』の企画・販売を行っています。ラグジュアリーなエッセンスが加味された、コンテンポラリーでタイムレスなワードローブを世界に発信。自社Eコマースによるネットビジネス強化とともに、今後はマーケットにおけるブランドポジショニングを一層確立し、アジアを含めたグローバルでの事業拡大を図っていきます。



<アジア>

中核会社 恩瓦徳時尚貿易（中国）有限公司

事業内容 『23区』『ICB（アイ・シー・ビー）』などのブランドビジネスを展開

恩瓦徳時尚貿易（中国）は、中国における販売事業において現地パートナー企業との取り組みを行っており、現地企画を含めた商品展開のほか、Eコマースの拡大や新たな販路の開拓を進めています。また、上海エリアにおいて、オーダーメイドブランド『KASHIYAMA（カシヤマ）』の店舗を運営。デジタルマーケティングの強化によりお客さまとの接点を拡大し、新しいオーダーメイドスタイルを提案していくとともに、今後は上海エリア以外にも順次展開していく予定です。

Topic

オーダーメイドブランド『KASHIYAMA』中国における事業エリアを拡大

2022年8月に、南京市の中心街の地下鉄駅から徒歩5分に位置する有名国営ホテル内に「KASHIYAMA 南京金陵店」をオープンいたしました。近隣には中国で売上規模2位を誇る“徳基広場”などの商業施設やオフィスビルが立ち並び、ビジネスやショッピングに訪れる多くの人々に向けてオーダースーツ（メンズ・レディス）、オーダーシャツ（メンズ）、オーダーコート（メンズ・レディス）を展開します。



<アメリカ>

中核会社 J.PRESS INC.

事業内容 オーセンティックアメリカントラディショナルブランド『J.PRESS（ジェイ.プレス）』事業を展開

J.PRESSは、アイビー・リーガーから絶大な支持を受け、フォード元大統領にも愛用された1902年創業のブランド『J.PRESS』の直営路面店を、ニューヘブン、ワシントンD.C.、ニューヨークで運営しています。北米から世界に向けて一層のブランドプレゼンスの強化を推進していきます。

Topic

『J.PRESS』ブランド創業120周年を記念し
生誕の地 米国・ニューヘブンにフラッグシップショップ
「J.PRESS NEW HAVEN」オープン

J.PRESS INC.は、永年にわたりアイビー・リーガーに服を仕立ててきたグローバルヘリテージブランド『J.PRESS（J.プレス）』の創業120周年を記念して、2022年6月3日（金）、生誕の地である米国・コネチカット州ニューヘブンにフラッグシップショップ「J.PRESS NEW HAVEN（J.プレス ニューヘブン店）」を移転リニューアルオープンしました。



ライフスタイル関連事業

概要および当期の業績

ライフスタイル関連事業は事業会社24社で構成され、当社の連結売上高の22.3%を占めています。

このセグメントでは、オンワードグループの製品開発および販売能力を活用して、さまざまな分野でファッショナブルな提案を行い、新しい価値とライフスタイルを創造します。ライフスタイル関連事業のセグメントは、コスメティクスやバレエ・ダンス、リゾートといったウェルネス事業、ペット・ホームライフ事業、ビューティ・コスメ事業、ギフト事業の他、グルメ事業、不動産賃貸事業で構成されています。

ウェルネス事業を手掛けるチャコット株式会社では、前期は新型コロナウイルス感染症の影響で厳しい情勢にあった主力のバレエ用品の受注が回復したことにより、大幅に増収し黒字に転換しました。ギフト事業の株式会社大和、ペット・ホームライフ事業の株式会社クリエイティブヨーコ、ビューティ・コスメ事業を行う株式会社KOKOBUYで増収増益となりました。

グアム島でホテル事業を行うオンワードビーチリゾートグアムINC.等は、グアム島への来島者数の激減の影響により引き続き減収となりました。

以上の結果、ライフスタイル関連事業全体では増収増益となりました。

なお、2022年3月にはオンワードビーチリゾートグアムINC.を売却いたしました。



ウェルネス事業
チャコット株式会社



ビューティ・コスメ事業
株式会社KOKOBUY



ペット・ホームライフ事業
株式会社クリエイティブヨーコ

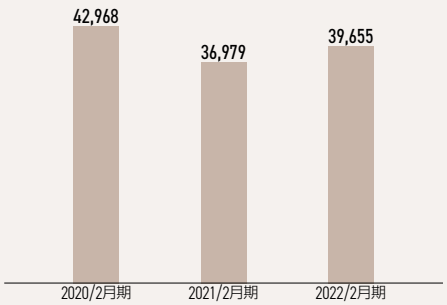


グルメ事業
株式会社オンワードデジタルラボ



ギフト事業
株式会社大和

売上高推移
(百万円)



営業利益推移
(百万円)



ライフスタイル関連事業

ウェルネス事業

中核会社　チャコット株式会社

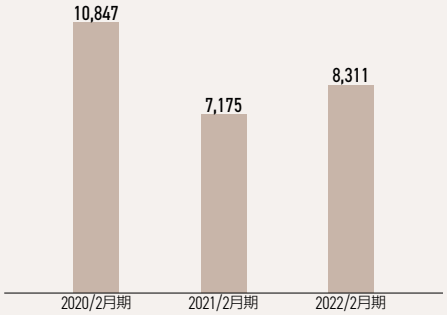
事業内容　バレエ・ダンス用品・コスメティクスの提供、バレエ教室の運営等の事業を展開

チャコットは、"人生を、芯から美しく"をブランドフィロソフィーに掲げ、"クローズからオープンへ"のテーマのもと、バレエ・ダンス・フィットネス用品・コスメティクスの提供、バレエ教室の運営などの事業を総合的に展開しています。創業以来のコア事業であるバレエを発展させつつ、ウェルネス領域への提案ブランド『Chacott BALANCE(チャコット・バランス)』と『Chacott COSMETICS(チャコット・コスメティクス)』の強化により、新たなステージへさらなる一歩を踏み出しています。



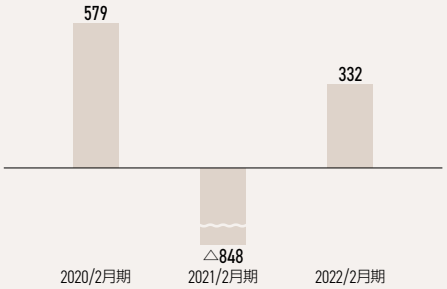
売上高推移

(百万円)



営業利益推移

(百万円)



Topics

新国立劇場バレエ団×Chacottが協働
日本人の顔に合った新たなバレエメイクを開発

2021年春に、一般のユーザーにも使いやすくリニューアルした『Chacott COSMETICS(チャコット・コスメティクス)』において、新国立劇場バレエ団と新たなバレエメイクを開発。2021/2022シーズン開幕公演バレエ『白鳥の湖』にてデビューしました。

日本のバレエメイクは、無個性になりがちで、演じる表情が観客に伝わりにくいという課題がありました。新国立劇場の舞踊芸術監督に就任した吉田都氏は、これまで個人任せだったバレエのメイクにもサポート体制が必要との認識を持ち、この認識はまさにバレエを一般に開いていく方向性であり、チャコットが推進する「クローズからオープンへ」の戦略と合致しているため、新国立劇場の要望に応えるべく、新たなバレエメイク開発のプロジェクトをスタート。遠くから見ても近くで見ても美しく、自然に見えながらも映えるメイク、日本人の顔に合った新たなバレエメイクです。



Chacott COSMETICS

次世代型グローバル・フラッグシップストア
グランドオープン

ブランドフィロソフィーに掲げる"人生を、芯から美しく。"を具現化する、「チャコット代官山本店」を2022年3月にグランドオープンしました。

元「KASHIYAMA DAIKANYAMA」に、渋谷から店舗とバレエレッスンスタジオを移設した、次世代型グローバル・フラッグシップストアです。

創業以来のコア事業であるバレエを堅持しつつ、ウェルネス領域への提案ブランド〈チャコット・バランス〉と〈チャコット・コスメティクス〉の展開を強化。カフェ、レストランも運営し、生活シーン全般に向けてブランドフィロソフィーをトータルに発信します。

世界的に不安な情勢が続く中、「チャコット代官山本店」はバレエ文化を通じて世界をつなぐ、国際文化交流の懸け橋となることを目指します。





ライフスタイル関連事業

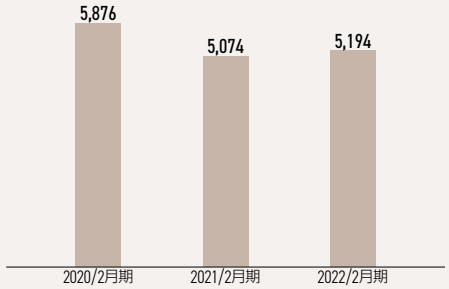
ペット・ホームライフ事業

中核会社　株式会社クリエイティブヨーコ
事業内容　なごみ雑貨、ペット関連用品の展開

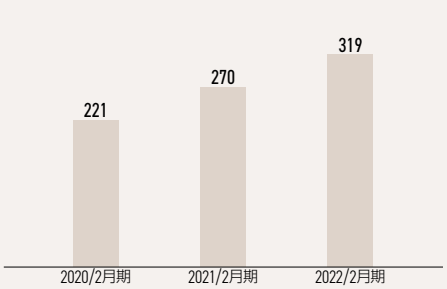
クリエイティブヨーコは、ペット関連用品、なごみ雑貨の企画・販売を行っており、『ペットパラダイス』や『マザーガーデン』『しろたんフレンズミュージアム』などのショップを展開しています。同社の理念である「なごみ・いやし・はげまし・ふれあい」を表現する"たてごとあざらし"をモデルとしたオリジナルキャラクター『しろたん』は、やわらかな手触りの抱きぐるみ・ぬいぐるみが主力商品です。『しろたん』は、ライセンスビジネスも行い、商品化だけでなくキャンペーンやプロモーションにも起用され、2022年度は、30社との取り組みを予定しています。

また、SDGs達成に向けた取り組みを積極的に行っており、2020年には長野県よりSDGs推進企業に認定されました。2022年には、様々なライフスタイルやニーズに合わせた働き方ができる企業として、長野県から「ワーク・ライフバランスコース」において認証を受けました。

売上高推移
(百万円)



営業利益推移
(百万円)



Topics

テーマは“猫との暮らしに+α”『ペットパラダイスキャット』デビュー





株式会社クリエイティブヨーコは、当社初となる猫用品専門ブランド『ペットパラダイスキャット』の展開をスタートし、全国の『ペットパラダイス』直営店並びにオンラインショップにて販売を開始しました。

新型コロナウイルス感染症の拡大により、テレワークや外出自粛によるイエナカ時間が増えたことで、ペットを飼う方、ペットと過ごす時間も増えました。ペットは大切な家族の一員であり、“癒し”“生活の喜び”を感じる存在として、重要視する意識が高まっています。

当社は、犬用品を中心に展開してきましたが、このようなペット飼育事情の変化を受け、猫用品開発プロジェクトチームを結成。“猫との暮らしに+α”をテーマにした猫用品専門ブランド『ペットパラダイスキャット』を立ち上げ、販売を開始しました。

2022 年秋冬シーズンには、猫首輪やフード、ケア用品など30 型以上のアイテムを追加しラインアップを拡充、『ペットパラダイス』における猫用品の認知度を高め、市場の開拓とブランドの浸透を図っていきます。

人気急上昇の『MOLANG』の雑貨が国内初登場『マザーガーデン』より販売スタート





株式会社クリエイティブヨーコは、Amazon プライムビデオ、Netflix、ディズニーチャンネルで人気急上昇中のキャラクター『MOLANG(モラン)』の国内および台湾、香港、マカオ、タイにおける商品化権を取得。国内初となる『MOLANG』の雑貨販売を、全国の『マザーガーデン』直営店並びにオンラインショップで開始しました。

優しくて愛情深い『MOLANG』は、共感・柔らかさ・優しさ・喜びのすべてを表現し、国籍がなく年齢も性別も関係ありません。親友ピウピウとのユニークな絆は、どんな障害もユーモアと優しさで幸せの瞬間に変えてしまうのです。

当社は、なごみ・いやし・はげまし・ふれあいを与えられる商品を提供することを理念とし、『マザーガーデン』において木製おままごと、着せ替え知育玩具、文具などの“なごみ雑貨”を展開しています。国境のない、ジェンダーニュートラルで年齢を問わない『MOLANG』の世界観は、当社の理念を具現化できるものです。日本のお客さまに広く知っていただくとともに、『マザーガーデン』の新たな顧客の獲得を目指します。

ライフスタイル関連事業

ビューティ・コスメ事業

中核会社　株式会社KOKOBUY
事業内容　ナチュラル・オーガニックコスメブランド『product』を展開

KOKOBUYは、2007年にアメリカ・カリフォルニア州に誕生したナチュラル・オーガニックブランド『product(ザ・プロダクト)』を展開しています。ヘアケア製品は、ヘアスタイリストなどのプロからも絶大な信頼を得ており、今では性別・年齢問わず幅広いお客さまに認知され、愛される存在になっています。高い品質と価値の商品を、お求めやすい価格で提供していくことで、ナチュラル・オーガニックのデイリーユース化を目指しています。機能的でありながら、人の髪や肌だけでなく自然環境にもやさしい、サステナブルな製品を提案していきます。

調達・製品開発においては、「USDA(米国農務省) オーガニック認証」を取得している原料を中心に、世界中から適正な原料を選定し使用しています。

すべての商品が、全成分天然由来の成分のみを使用しており、ヒトにも環境にもやさしい製品開発をブランドフィロソフィーにしております。

2022年4月に、「人にも地球にもやさしいコスメ」を表彰する「サステナブルコスメアワード2021」にて、SDGsの取り組みに前向きな企業に授与される「企業部門：インターナショナル賞」を受賞しました。

Topics

ザ・プロダクトの人気商品にディズニーデザインが登場、限定発売！



オーガニック&ワイルドクラフテッドの『product(ザ・プロダクト)』から、幅広い世代に人気の高い「ミッキーマウス」「ミニーマウス」の限定パッケージ商品を2021年9月に発売しました。

ザ・プロダクト史上初、大人気のヘアワックスがメイクバームに！全成分天然由来原料のメイクアイテムが誕生



輝くようなツヤ感でしっとりと肌になじむハイライター「ナチュラルフェイスバーム(全2色)」と、ミネラル由来の自然な色で肌になじみアイシャドウにもチークにも使えるマルチカラーバーム「ナチュラルグロウカラー（5色)」。全成分天然由来「product」こだわりの処方で、肌荒れを防ぎ、肌をやさしく守ります。心地よい伸びで自由にカラーを楽しめるマルチカラーバーム。ツヤとうるおいが続き、きれいな肌を保ちます。

グルメ事業

中核会社　株式会社オンワードデジタルラボ
事業内容　上質・高感度なグルメEコマースサイト『ONWARD MARCHE(オンワード・マルシェ)』の運営



『オンワード・マルシェ』は、上質で高感度なグルメ通販サイトです。おしゃれを楽しむように、食べるものにもこだわりたい。

ファッションの世界で新しい価値・ライフスタイルを提案してきたオンワードが贈る、新たなグルメへの窓口が『オンワード・マルシェ』です。

オンワードのバイヤーが、国内の産地へ伺って、生産者の方々と話をし、目で見て、舌で味わい、選りすぐった逸品を食卓にお届けします。パレットに絵の具を足していくように、毎日の生活に潤いと彩りを与える、こだわりの食材が豊富に並ぶマルシェ(市場)です。

Topic

全国の逸品を集めたグルメ通販サイト『オンワード・マルシェ』にて、「eギフト」サービスを開始

現在、『オンワード・マルシェ』を利用しているお客さまの約半数がギフト利用をしています。その特長を活かして、ギフトの中心顧客層である40歳代以上に加え、若年層にあたる20~30歳代のお客さまにも手軽にギフトを楽しんで贈っていただけるよう、2022年春より「eギフト」サービスをスタートしました。

「eギフト」とは、人と人との繋がり方やライフスタイルの変化に対応した次世代型のギフトサービスです。住所を知らない相手にも、LINEやメールなどを使ってギフトを贈ることができ、ソーシャルギフト、デジタルギフト、オンラインギフトなどとも呼ばれています。

『オンワード・マルシェ』は、「eギフト」導入にあたり“手軽にギフトを”をコンセプトに、贈る側・贈られた側の双方にとってのユーザビリティを追求したサイトリニューアルを実施しました。また、日本全国の上質グルメからおしゃれな雑貨まで、「eギフト」に適した商品の品揃えも拡充いたしました。



ライフスタイル関連事業

ギフト事業

中核会社　株式会社大和

事業内容　カタログギフト等のギフトソリューション事業

2019年にギフト専門・大手カタログギフト会社である株式会社大和がオンワードグループに加わりました。

1940年に長野県で創業した大和は、ガラス器の卸売りからスタートし、カタログギフトなどのギフトソリューション事業を展開しています。ギフト市場で培った「企画提案力」と、本社サポートセンターにおける「管理・物流機能」の大きな2つの強みを最大限に活用し、多様に変化するギフトニーズに対応できるシステムを構築しています。

現在はギフト市場の継続的な変革を通じて、より豊かなコミュニティの発展に貢献することを目標に、ギフトおよびカタログギフトの専任プランナーおよびプロデューサーとして事業を進めています。また、法人ギフトニーズに対応し、株主還元用贈答品、ふるさと納税プログラム、およびその他のスキームに関連する代理サービスを提供しています。

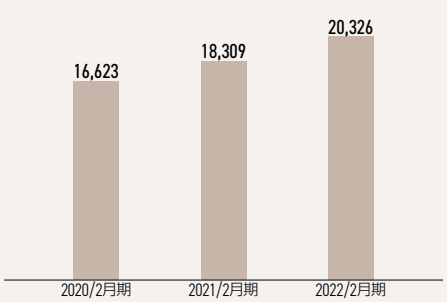
Eコマースの強化、ソーシャルギフト分野への参入など、新規商品・サービスの開発により、お客さまに新しい価値を提供していきます。プランニング(企画)、バイイング(商品)、アウトプット(編集)、ロジスティクス(物流)のギフトソリューションに必要なすべての機能を兼ね備えています。

お取引先様から「そこに行けば何でも揃う、要望が叶う」と評価いただけるように、本社(長野県安曇野)に物流センターを設置しています。

【総敷地面積:26,000m² ／ 総床面積:19,000m²】

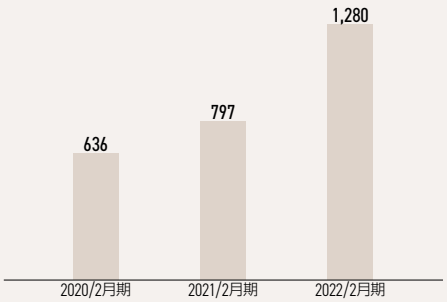
売上高推移

(百万円)

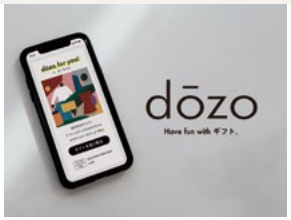


営業利益推移

(百万円)



Topics



SNSで贈れるソーシャルギフトサービス『dōzo（どーぞ）- Have fun with ギフト.』を開始

株式会社大和は、2022年4月より、対面で手渡ししたり配送しなくても、SNSを使って気軽に贈り物ができる新しい形のサービス『dōzo』を開始しました。カタログギフトで培ったノウハウを活用し、受注から商品発送までを自社内でシームレスに完結するサービスになっています。

「dōzo」では、80種類以上の「ギフトテーマ」を設定し、51名の人気イラストレーターがユニークなイラストデザインをテーマごとに書き下ろしました。ギフトは、ミレニアル・Z世代をターゲット層に据えて、ユーザー世代のバイヤーが「リアルに贈りたいもの」を厳選。贈り方は、「SNSで贈る」と「手渡しで贈る」の2種類。受け取った方は、受け取り専用サイトにて、5点のギフトからお好きな1点を選べます。今後は、ギフトテーマを順次拡大し、贈る側も受け取る側も楽しめる、新たなギフトの贈り方をご提案していきます。



メディア型OMOストア「CHOOSEBASE SHIBUYA」にて初のリアル店舗が期間限定で登場

『dōzo』は、初のリアル店舗販売として、株式会社そごう・西武が運営するメディア型OMOストア「CHOOSEBASE SHIBUYA(チューズベース シブヤ)」にて、2022年7月1日(金)~9月30日(金)の期間限定で出店しました。

『dōzo』が持つ80種類超のギフトテーマの中から、いつも頑張っている大切な人に贈る「#ご自愛プリーズ!」やビールラバーに贈る「#三度の飯よりBEERでしょ!」など人気の12テーマを販売しました。

「銀座ロフト(5F文具雑貨売場)」にて期間限定POPUPSHOPを展開



『dōzo』は、リアル店舗販売として、株式会社ロフトの銀座ロフト5F文具雑貨売場にて、2022年8月1日(月)~9月2日(金)の期間限定でPOPUPSHOPを展開しました。期間中は、『dōzo』が持つ80種類超のギフトテーマのなかから、肉至上主義のあの人へ贈る「#肉しか勝たん。」や、夏の贈り物に最適な「#暑中お見舞い申し上げます」など、人気のギフトテーマ70種類が、大型ディスプレイにて展示・販売されました。なお、今回は手渡しで贈るギフトチケットのみの販売となりました。

オンワードグループ主要展開ブランド

アパレル関連事業

ブランド ロゴ	(読み方) 展開ジャンル	コンセプト・概要 [取り扱い事業会社]
23区	(ニジュウサンク) ウィメンズ ゴルフ	JAPANESE WOMEN'S STANDARD 23区にとって、Japanese Women とは― 内面から醸し出される、凛として、上品な美しさを楽しみたいと、願う女性。時に奔放であり、時に控え め。時に強く、時に優しい。自分のスタイルを持ち続ける女性。 23区にとって、Standard とは― 世代を越えて、時代を越えて、広く永く愛されるシンプルで、上質、心地よい服、どこまでもシックで、美しいデザイン。 [株式会社オンワード樫山]
K 組曲	(クミキョク) ウィメンズ 子供	仕事もプライベートも大切な働く女性に向けて、ガーリーでカジュアルなスタイルを提案します。伝統的な素材やアイテムに常に新しいエッセンスを加えた"進化する定番"をコンセプトとして、上質さ、可愛らしさ、時代性をあわせ持ったアイテムをお届けします。 [株式会社オンワード樫山]
ICB	(アイ・シー・ビー) ウィメンズ	自分、を生きる一人ひとりの個性がフォーカスされる時代。着飾るより自分らしさを。流行っているより自分に似合うものを。働く女性のためのジャケットにこだわったオンでもオフでも着こなせるエフォートレスなスタイルを提案します。一人ひとり、のこうありたいを叶える服。一人ひとり、のなりたい自分になれる服。 [株式会社オンワード樫山]
自由区	(ジユウク) ウィメンズ	Be Happy For the smile of contemporary woman. ―すべての女性の笑顔の為に― 上品 classy 上質 quality 日常 daily 自由区は大人世代の女性に向けて自然体で輝くワードロープを提案します。 [株式会社オンワード樫山]
BEIGE,	(ベイジ,) ウィメンズ	何も染められていない本質を語源にもつ言葉。その言葉は過剰に飾らずとも自らを自由に表現できる真の大人の女性を表し", (カンマ)"はこのブランドとの出会いを通し、これからの未来に向かいさらに豊かに美しく進化し続けていく女性たちを表現。凛とした気品、媚びない艶やかさ、洗練された上質さを提案するブランド。 [株式会社オンワード樫山]
GOTAIRIKU SINCE 1992	(ゴタイリク) メンズ	英国の伝統、フランスの華やぎ、イタリアの粋、アメリカの合理性... 各国の良いところを取り入れ、日本の繊細さによって仕立てる、スタンダード服。 現代のリーダーにふさわしい"Japanese Gents Style" [株式会社オンワード樫山]
J.PRESS	(ジェイ.プレス) ウィメンズ メンズ 子供	1902年、アメリカ東部ニューヘブンでイエール大学の門前に創業。永年に亘り、アメリカの歴史を彩るエリートたちに愛されてきた、オーセンティックアメリカントラディショナルを代表するブランド。 [株式会社オンワード樫山] [J.PRESS INC.]
JOSEPH	(ジョゼフ) ウィメンズ メンズ	ラグジュアリーなエッセンスが加味された、コンテンポラリーでタイムレスなワードローブを世界に発信する英国ブランド。 [株式会社オンワード樫山] [JOSEPH LTD.]

ブランド ロゴ	(読み方) 展開ジャンル	コンセプト・概要 [取り扱い事業会社]
DAKS LONDON	(ダックス) メンズ ゴルフ	英国ダックス社のブリティッシュトラッドブランド。英国の伝統の中に現代性を盛り込んだ本物を愛する大人のためのトータルコーディネートブランド。 [株式会社オンワード樫山]
Paul Smith	(ポール・スミス) ウィメンズ	サー・ポール・スミスは、伝統とモダンを融合した独創的なスピリットで名高い英国を代表するデザイナー。ポール・スミスは洋服とアクセサリーのコレクションで広く知られており、伝統的なクラフツマンシップと最先端のデザインを独創的に組み合わせ、美しくモダンなアイテムを生み出しています。 [株式会社オンワード樫山]
JOSEPH ABBOUD	(ジョセフ・アブード) メンズ	ジョセフ・アブードが提案する感性で着る大人のカジュアル。自然の中からインスピレーションをうけ、様々な観点からモノづくりをし、天然素材志向・ナチュラル・オーガニックといった『自然との共存』を永遠のテーマとしている「服をデザインすることだけではなく、着る人のライフスタイルも提案」していくインターナショナルアメリカンブランド。 [株式会社オンワード樫山]
TOCCA	(トッカ) ウィメンズ 子供	"TOCCA"というイタリア語のネーミングは、英語の"TOUCH"の意味。思わず触れてみたくなるようなクラシカルで美しい刺繍がブランドアイコン。"TOUCH(手触り)"にこだわったロマンティックでエレガントな上質スタイル、心に"TOUCH(響く)"するタイムレスな世界観を表現します。 [株式会社オンワード樫山]
any SiS	(エニィスィス) ウィメンズ	"Lady to Wear, Ready for Feminine" any SiSは日本の働く女性に向けてNEXT FEMININE BASIC(ネクストフェミニンベーシック)を提案します。 [株式会社オンワード樫山]
any FAM	(エニィファム) ウィメンズ 子供	しあわせな明日のための服。忙しく過ぎていく、ありふれた日々。「明日、この服、着てみよう」そんな風に想像してみるだけで、あたりまえだった1日が、少しだけ特別なものに思えてくる。any time , any wear , any fam. any FAMはこれからもずっと、着る人の「しあわせのきっかけ」をつくり続けます。 [株式会社オンワード樫山]
Feroux	(フェルゥ) ウィメンズ	流行と遊び心を持ちつつも、品のある服。 「時代に敏感な女性のためのレディライクモードスタイル」。 [株式会社オンワード樫山]
ATON	(エイトン) ウィメンズ メンズ	"ここにしかないもの" 自分のスタイルを確立した大人だからこそ着こなせるリアル・スタンダード。着心地が良いのにツヤっぽい、カチッとしているのに軽いという、フォルムとコンフォートの妙技。 素材本来の特徴を最大限に生かす工夫や、経験に裏付けされた妥協のないものづくりこそが、ATON のプライドです。 [株式会社オンワード樫山]
uncrave	(アンクレイヴ) ウィメンズ	本物志向のテーラリングと素材感にこだわった、新しいバランスのベーシックを展開。 "ほどよいトレンド"を加えた様々なアイテムの組み合わせによる新たなセットアップを提案。 [株式会社オンワード樫山]

オンワードグループ主要展開ブランド

アパレル関連事業

ブランド ロゴ	(読み方) 展開ジャンル	コンセプト・概要 [取り扱い事業会社]
#Newans	(ハッシュ・ニュアンス) ウィメンズ	4つのポリシーをもとに、働く女性に寄り添う新しい時代のワークウェアを提案します。「Co-Creation共につくる」着る人と共に、本当に欲しいものをつくること。「Universal 誰にでも似合う」どんなシーンにも、どんな人にも似合う服が見つかること。「Sustainability 未来を考える」必要なものだけつくり、廃棄しない、良いものが適正価格であること。「Easy care イージーケア」洗って、干して、そのまま美しく着られること。 [株式会社オンワード樫山]
ANEVER	(アンエバー) グッズ ウィメンズ メンズ	花の一瞬を永遠に閉じ込めたブランド、ANEVER。ブランド名には、「一瞬=A NEVER」と「永遠=AN EVER」という対極の時間が共存しています。ロゴマークは0と9の組み合わせによる花の形。樹脂の中では時がとまったかのように、花が美しく咲いた瞬間がとどまっています。部屋に花を飾るのと同じ気持ちで、花を纏い自然の一部を持ち運ぶ—そんな感覚で身につけてほしい「本当の花柄」。野に咲く花のように、ひとつとして同じものはありません。 [株式会社オンワード樫山]
UNFILO	(アンフィーロ) ウィメンズ メンズ	朝目覚める、深呼吸をする、今日の予定を思い浮かべたとき手に取ってしまう服がある。たとえば愛犬と公園へ、軽やかさの次に欲しいのは気持ちまで上がるアイデア。ちょっとそこまでにも自分らしさと今の気分を添えて。365日ふつうの、いろいろある、でも愛おしい毎日。季節や天気も味方につけて、自分にやさしい服を、UNFILOから。 [株式会社オンワード樫山]
KASHIYAMA	(カシヤマ) ウィメンズ メンズ	"オーダーメイドの民主化"を目指し、2017年10月よりオムニチャネル進化形の新事業としてオーダーメイドスーツの販売を開始。全国にある店舗・ガイドショップに加え、自宅やオフィスへの出張採寸も採り入れており、2着目からはオンラインストアからもオーダーが可能です。 [株式会社オンワードパーソナルスタイル]
GRACE CONTINENTAL	(グレースコンチネンタル) ウィメンズ	こだわった素材を見つけるため、作るため、どのような手間も惜しまずに世界中を駆け巡ります。デザイナー達は納得のいくまで自らの足で各国を訪れ、手にした素材とインスピレーションを大切に持ち帰ります。そうして丁寧に仕上げた商品の美しさを確信しているからです。「本当にファッション好きの為の洋服」をテーマに、エレガントでいるために妥協を許さない女性をターゲットとしています。 [株式会社アイランド]
Tiaclasse	(ティアクラッセ) ウィメンズ	年齢と共に、品格を重ねていく。そんな上品なスタイリングを提案したい。美しく輝く30代からの大人の上品服をお届けしたい。毎日頑張る女性を応援したい。そんな思いを込めて。 [ティアクラッセ株式会社]
Mulberry	(マルベリー) グッズ ウィメンズ	時代や流行に左右されないオーセンティックなスタイルに、エッジの効いたひねりを加えることで、新たな魅力を引き出しています。伝統と反逆がぶつかり合い、ルールを打ち破ることで新しいものを生み出す。これがマルベリーのアプローチです。 [マルベリージャパン株式会社]
Chut! INTIMATES	(シュット!インティメイツ) インナー	日々を素敵にするもの・・・それは何気ない秘密。そんな秘密をChut！INTIMATESはあなたとシェアします。ランジェリーもファッションのように楽しんでもらいたい、そんな願いを込めて作られたインティメイトウェア=ランジェリーのブランドです。 [インティメイツ株式会社]

ライフスタイル関連事業

ブランド ロゴ	(読み方) 展開ジャンル	コンセプト・概要 [取り扱い事業会社]
Chacott	(チャコット) バレエ フィットネス コスメ	"人生を、芯から美しく"をブランドフィロソフィーに掲げ、"クローズからオープンへ"のテーマのもと、ウェルネス事業を運営。バレエ用品の『Chacott BALLET』、フィットネス用品の『Chacott BALANCE』、新体操用品などの『Chacott ARTSPORT』、コスメティクスの『Chacott COSMETICS』、カルチャースタジオを運営する『Chacott STUDIO』、5つのブランドを展開しています。 [チャコット株式会社]
product	(ザ・プロダクト) ヘアケア コスメ	ナチュラル・オーガニックブランド『product』は、高い品質と価値の商品を、お求めやすい価格で提供していくことで、ナチュラル・オーガニックのデイリーユース化を目指しています。機能的でありながら、人の髪や肌だけでなく自然環境にもやさしい、サステナブルな製品を提案しています。 [株式会社KOKOBUY(ココバイ)]
PET PARADISE	(ペットパラダイス) ペット用品	大切な家族に快適な生活を。PET(ペット)との心地よい日常とワクワクするライフスタイルを提案。 ペット雑貨、ペットウエア、ドッグフード、ケア用品などを展開しています。 [株式会社クリエイティブヨーコ]
Sirotan	(シロタン) なごみ雑貨	『しろたん』は、当社の理念である「なごみ・いやし・はげまし・ふれあい」を表現する「たてごとあざらし」をモデルとしたオリジナルキャラクターです。1999 年に誕生して以来、やわらかな手触りの抱きぐるみ・ぬいぐるみを主力商品として展開しています。 [株式会社クリエイティブヨーコ]



Corporate Governance

コーポレート・ガバナンス

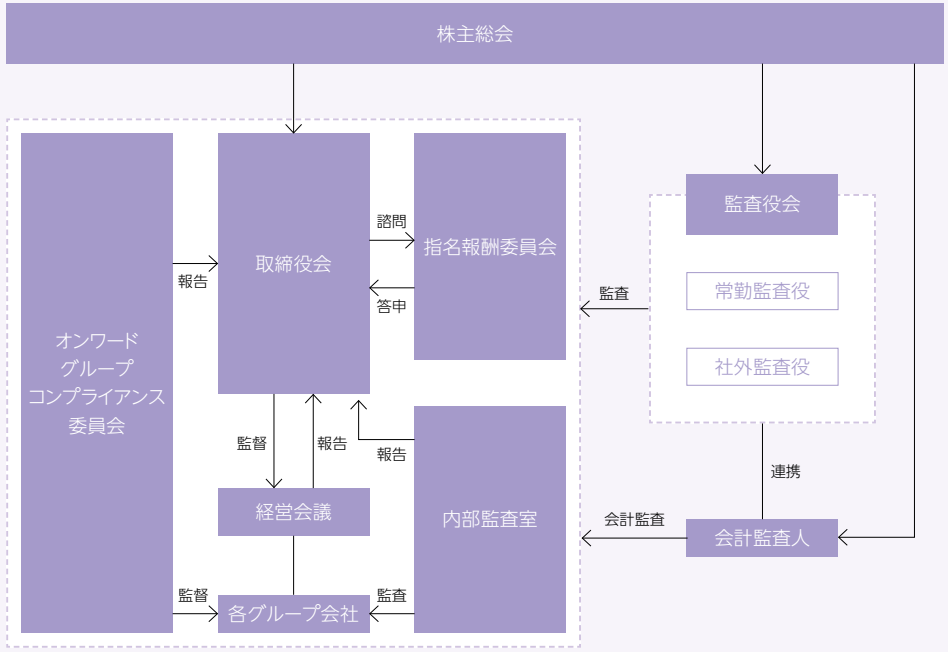
コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

当社グループは、経営環境の変化に迅速に対応するとともに、経営の健全性、公平性、透明性、遵法性を向上させるコーポレート・ガバナンスの確立が、企業価値すなわち株主価値を高める重要な経営課題の一つと認識しています。

当社は、「人々の生活に潤いと彩りを与えるおしゃれの世界」を事業領域に定め、「ファッション」を生活文化として提案することによって新しい価値やライフスタイルを創造し、人々の豊かな生活づくりへ貢献することを経営の基本方針としています。この経営の基本方針を実現、達成するためには、当社が企業活動を行う上で関わる顧客をはじめとするすべてのステークホルダーとの良好なネットワークおよび関係を構築・維持することが大切であると考えます。

コーポレート・ガバナンス体制



取締役・取締役会

当社は取締役の経営責任をより一層明確にし、株主からの信任の機会を増やすため、更には経営環境の変化に即応できる最適な経営体制を機動的に確立するため、取締役の任期を1年としています。また、取締役6名（男性5名、女性1名）のうち、2名を独立性の高い社外取締役とし、取締役会の経営監督機能を強化しています。

なお、2021年度は取締役会を11回（別途書面取締役会4回）開催しています。

社外取締役選任理由

氏名	社外取締役選任理由と2021年度の出席状況
川本　明	長年にわたる行政での豊富な経験と学識経験者としての幅広い知識と見識を当社の経営に活かしてもらいたいため、社外取締役として選任しています。取締役会出席回数は11回／11回（100%）。
小室　淑恵	経営者としての専門的見地と、政府関係の各種会議における有識者委員等を歴任している経験と見識を当社の経営に活かしてもらいたいため、社外取締役として選任しています。取締役会出席回数は11回／11回（100%）。

取締役会のスキルマトリクス

氏名	社外独立役員	当社が期待する知見・経験					
		会社経営 事業運営	国際経験 海外ビジネス	財務 会計 M&A	法務 コンプライアンス リスク管理	IT デジタル	人財 ダイバーシティ 環境 社会貢献
保元　道宣		●	●			●	●
知識　賢治		●		●	●		
佐藤　修		●		●	●		
池田　大介		●			●		●
川本　明	○	●	●	●		●	
小室　淑恵	○	●				●	●

コーポレート・ガバナンス

監査役・監査役会

当社は監査役制度を採用しており、監査役4名(男性3名、女性1名)のうち、2名を独立性の高い社外監査役とし、また、監査役の職務を補助する監査役スタッフを設置し、経営の監視機能を強化しています。各監査役は、監査役会で定めた監査方針ならびに分担に従って取締役会、決算会議、予算会議などの重要会議への出席、その他重要決議書類を閲覧するなど、取締役の職務遂行の監査を行っています。また、内部監査室、各業務部門より定期的にモニタリングを行い、効率的で適法な企業体制が構築されるよう監視しています。

監査役会は、代表取締役、会計監査人と定期的に会合を持ち、情報・意見交換を行うことにより監査が実効的に行われることを確保する体制を構築しています。また、監査方針ならびに分担に従って各監査役より報告を受け、必要に応じて協議又は決議を行っています。

なお、2021年度は監査役会を16回開催しています。

社外監査役選任事由

氏名	社外監査役選任理由と2021年度の出席状況
梅津　立	弁護士としての豊富な知識と高い見識・専門性を有しており、特に資本市場取引とファイナンス取引における豊富な知識と経験を当社の監査に活かしてもらいたいため、社外監査役として選任しています。取締役会出席回数は11回／11回(100%)、監査役会出席回数は16回／16回(100%)。
草野　満代	長年メディア業界で活躍している他、政府関係の各種会議における有識者委員等を歴任している幅広い経験と豊富な知識を当社の監査に活かしてもらいたいため、社外監査役として選任しています。取締役会出席回数は11回／11回(100%)、監査役会出席回数は16回／16回(100%)。

WEB 社外役員の独立性基準については当社ホームページの「コーポレートガバナンス・ポリシー」をご覧ください。
https://www.onward-hd.co.jp/company/policy.pdf

指名報酬委員会

「指名報酬委員会」は、指名委員会と報酬委員会の双方の機能を担っています。本委員会は、取締役会からの諮問に応じ、取締役の指名・報酬等に関する事項について審議し、取締役会への答申を行います。

なお、本委員会は、取締役会が選定した3名以上の取締役で構成し、その過半数は、独立社外取締役としています。

業務執行の仕組み

当社グループは、当社取締役会が戦略的な意思決定および事業会社の監督を行うホールディングス体制をとっており、監督機能と執行機能の分離を行うことにより、各事業会社の責任と権限を明確にし、戦略的意思決定の迅速化をはかっています。

緊急を要する場合は臨時の取締役会を適宜開催し、経営環境の急速な変化に対応できる体制をとっています。

その他に、経営の意思決定機能と業務執行機能を明確にするために、執行役員(男性5名、女性0名)制度を導入しています。さらに、グループ全体として機動的な意思決定を行うために、取締役および各事業会社執行責任者を中心に構成する経営会議を設置し、各事業会社の経営戦略ならびに経営に関する重要案件を検討するとともに業務執行状況を確認しています。

なお、複数の弁護士と顧問契約を締結し、法律上の助言を受けています。

取締役会の実効性評価

当社の取締役は、取締役会による経営の監督の実効性および適正性、ならびに自らの取締役としての職務の遂行状況について、毎年自己評価等を実施し、その結果を取締役会に報告します。取締役会では、各取締役の自己評価に基づき、取締役会全体の実効性について、分析、評価を行い、その結果の概要を開示します。

1. 実施対象
- 全ての取締役、監査役

2. 実施した手続き
- 書面質問方式による自己評価
- 外部アドバイザーによる評価実施のサポート

3. 2021年度における取締役会の実効性に関する分析・評価の結果概要
- 当社取締役会は、当社コーポレートガバナンス基本方針に定める経営戦略・経営目標の策定、経営課題の解決および業務執行者の監督のそれぞれの機能を十分発揮していると判断しました。
- 現在の当社取締役会の構成、議論の質、運営等は概ね適切と判断されました。
- 取締役会の実効性を一層高めるために、効率的運営に加え、次年度は特に「取締役会の多様性」や「業務執行状況のモニタリング」、「取締役会の議案数、資料」について引き続き検討を行ってまいります。

コーポレート・ガバナンス

役員報酬

役員報酬の額またはその算定方法の決定方針

❶ 役員の報酬等の決定に関する方針

当社の役員報酬は、固定報酬である基本報酬、自社株取得目的報酬、業績連動報酬である賞与で構成しています。

なお、社外取締役および監査役の報酬は、独立性維持の観点から基本報酬のみとしています。

また、当社は取締役会の任意の諮問機関として委員の過半数を独立社外取締役で構成する指名報酬委員会を設置しています。各取締役への配分については、指名報酬委員会において取締役の指名・報酬等に関する事項についての審議、取締役会への答申を行った上で、取締役会にて決定します。

イ．基本報酬

取締役および監査役を対象として、常勤・非常勤、担当役割、職位、在任年数、個人別評価等を勘案してあらかじめ定められた基準に従い決定しています。取締役については取締役会にて、監査役については監査役の協議にて決定します。

ロ．自社株取得目的報酬

取締役（社外取締役を除く）を対象として、株価上昇および業績向上への意欲や士気を高めることを目的として、従来の株式報酬型ストックオプションに替えて、2015年6月より支給しています。

ハ．賞与

取締役（社外取締役を除く）を対象として、当該事業年度の連結業績等に基づき支給しています。

当社の取締役の報酬等の額またはその算定方法の決定に関する方針の決定権限は取締役会が有しており、株主総会で決議された報酬総額の範囲内において、担当職務、各期の業績、貢献度等を総合的に勘案して決定しています。

監査役の報酬等は、株主総会で決議された報酬総額の範囲内において、常勤・非常勤の別、業務分担の状況を考慮して、監査役の協議により決定しています。

❷ 役員の報酬等に関する株主総会の決議

当社の取締役の報酬は、2007年5月24日開催の第60回定時株主総会において「年額5億円以内（うち社外取締役3千万円以内）」と決議されました。決議時における取締役の員数は7名です。

また、2021年5月27日開催の第74回定時株主総会において取締役の報酬の総額（年額5億円以内）は変更せず、社外取締役の報酬額のみを年額3千万円以内から年額5千万円以内への改定が決議されました。決議時における取締役の員数は7名です。

当社の監査役の報酬は、1995年5月25日開催の第48回定時株主総会において「年額60百万円以内」と決議されました。決議時における監査役の員数は4名です。

❸ 業績連動報酬に係る指標および当該業績連動報酬の額の決定方法

業績連動報酬と位置付けている賞与は、単年度の業績を反映するという観点や、業績向上への意欲を高めること、管理目標達成への意識づけ強化、成果に対する考課の明確化等を目的としています。

賞与の額は一般社員と同一の算定基準による全体的な業績に基づいた金額を基礎とし、年初に設定した各取締役の担当領域における管理会計上の売上高、損益等の目標指標に対する達成度を総合的に勘案した業績考課に基づいて決定しています。

なお、業績考課については、取締役、監査役、執行役員等の出席する経営会議により決定しています。

役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額および対象となる役員の員数

役員区分	報酬等の総額（百万円）	報酬等の種類別の総額（百万円）			対象となる役員の員数（名）
		固定報酬		業績連動報酬	
		基本報酬	自社株取得目的報酬	賞与	
取締役（うち社外取締役）	236（33）	162（33）	49（－）	23（－）	7（3）
監査役（うち社外監査役）	52（16）	52（16）	－（－）	－（－）	4（2）
合計	288（49）	215（49）	49（－）	23（－）	11（5）

（注）当事業年度末現在の人員は、取締役7名、監査役4名です。

コーポレート・ガバナンス

取締役・監査役・執行役員のトレーニング

当社は、取締役・監査役および執行役員がその役割・責務を適切に果たせるよう、職務執行上不可欠な知識の習得と継続的な研鑽機会の提供を行います。また、取締役・監査役または執行役員への就任時に、当社の経営・事業・財務等の戦略や関連する重要事項や法令等および当社グループの課題の特定と解決策に関するディスカッションを実施します。その他、社外取締役・社外監査役が新たに就任する際は、当社の事業内容、組織体制等の説明を行うとともに、定期的に事業課題等について必要な情報提供を行います。

政策保有株式の保有方針および議決権行使

当社は、純投資以外に、取引先等との事業上の関係を維持・強化することにより、中長期的な企業価値の向上を目的として、当社取引先である上場会社の株式を保有することがあります。政策保有株式については、株式保有リスクの抑制や資本の効率性等の観点から、成長性、収益性、取引関係強化等を勘案し、保有意義・経済合理性を毎年取締役会で検証し、保有の妥当性が認められない場合には、取引先企業の十分な理解を得た上で、売却することを基本方針とします。なお、政策保有株式のうち保有の妥当性が認められる場合にも、市場環境や経営・財務戦略等を考慮し、売却することがあります。

また、当社は、政策保有株式の議決権行使については、適切な対応を確保するために、議案ごとに、保有先企業の中長期的な企業価値の向上、当社およびグループ会社の中長期的な経済的利益の増大等の観点から以下の基準に沿った審議を行い、毎年取締役会で賛否を総合的に判断します。

(1) 業績の著しい悪化が継続していないか
(2) 反社会的行為もしくは社会的信用の失墜が発生していないか
(3) 株主の利益を害する可能性がある議案が提案されていないか

コンプライアンス体制

コンプライアンスにつきましては、社会全体からコンプライアンス体制の充実がますます求められており、これを経営上の重要課題と位置付け、またコーポレート・ガバナンスの体制強化を図ることにより、顧客や株主の皆さまはもとより、社会全体から高い信頼を得るよう努めていきます。

当社はコンプライアンス体制の統括組織として、オンワードグループコンプライアンス委員会を設置しています。

コンプライアンスへの取り組み

コンプライアンスへの取り組みにつきましては、コンプライアンス活動のあり方や倫理上の規範を示した「コンプライアンスマニュアル」を作成し、オンワードグループコンプライアンス委員会が中心となり、社内研修の実施など継続的な啓蒙活動をおこない、周知徹底をはかっています。また、当社グループは、一般社団法人日本アパレルクオリティセンターを通じて、品質管理等に関するノウハウを活用した製品品質の維持および向上につとめ、顧客の満足度をさらに高めていくとともに、SCMにおいても、『オンワード認定工場』制度を通じて、協力工場の労働環境の改善に取り組んでいます。

個人情報保護法につきましても、「個人情報保護ガイドライン」を作成し、全役員および全従業員を対象に研修を実施し、継続的な啓蒙を行っています。

リスク管理体制

当社は、リスク管理体制の構築のために「オンワードグループリスク管理規定」を定め、所管部門をコンプライアンス部として、リスク管理体制の整備、問題点の把握、リスク管理体制に係る計画を策定し、取締役会に報告し、天災リスク、情報システムリスク、その他事業の継続に著しく大きな影響を及ぼすリスク等に対して適切な体制を整備しています。また取締役会は、必要に応じて外部専門家等との連携を図り、適切なリスク対応を行っています。

株主との対話

当社は、さまざまなIR活動を行っており、こうした活動を有効に機能させるために専門部署としてIR部署を設け、経営企画、経理、法務など関連部署との緊密な連携を図るとともに、IR活動等を通じて得た意見や要望等については、経営会議や取締役会にて報告し、企業価値向上に向けた議論に活用しています。

❶ アナリスト・機関投資家向けに定期的説明会を開催
当社は、IR情報開示担当役員を中心に、アナリスト・機関投資家向けの説明会を定期的に実施しており、決算概要や事業戦略について説明しています。

❷ IR資料をウェブサイトに掲載
当社は、ウェブサイト上で充実した情報開示を行っています。各コンテンツは、ウェブサイトをご覧ください。

WEB **https://www.onward-hd.co.jp/ir/financ.html**

社外取締役メッセージ



社外取締役（独立役員）　川本　明

略歴

1981年４月	通商産業省（現：経済産業省）入省
1995年８月	経済協力開発機構（パリ）
2001年１月	資源エネルギー庁 電力・ガス事業部電力市場整備課長
2009年７月	経済産業省 経済産業政策局大臣官房審議官
2012年10月	アスパラントグループ（株） シニアパートナー（現任）
2013年４月	慶應義塾大学経済学部教授（現任）
2014年３月	フューチャー（株） 社外取締役（監査等委員）（現任）
2018年５月	当社取締役（現任）

経営の転換点である今、自ら培った知見とスピード感で取締役会の議論に貢献します

Q1 ご経歴やご経験を、社外取締役としてどのように活かしておられますか？

私は、経済産業省やOECD（経済協力開発機構）での官僚時代は産業政策、マクロ経済、環境問題、規制改革など様々な政策分野で働いてきました。また、退官後はファンドの経営に従事するとともに、大学で教鞭を執ってきました。2018年5月に当社の社外取締役に就任し、こうした経験を通じて得た知見を、当社の取締役会の議論に反映させるよう努めてきたつもりです。

具体的には、先ずは多様な視点に基づくリスク管理です。人権問題が地政学的に重要なイシューになってサプライチェーンに影響が出る、コロナ禍の中で感染状況が深刻化して需要が激減するといった、「バッドシナリオ」を言語化し、蓋然性のある様々なリスクを「見える化」して、取締役会で対策を提言することを意識しています。

もう1つは、プライベートエクイティ・ファンドでの経験を活かした貢献です。経営モニタリングをきめ細かく行うための注意喚起、さらに事業ポートフォリオを構築する上でのM&Aなどのアドバイスが例として挙げられます。

Q2 取締役会の運営状況について、どのように評価しておられますか？

当社グループでは、2019年秋に開始された事業構造の改革、そしてコロナ禍への対応と、グループ経営にとって厳しい日々が続き、様々な意味で転換点を迎えています。当社の取締役会は、多様な観点から活発な意見交換を行い、果敢な決断ができる体制になっていると考えています。社外取締役に就任後、最も印象に残っている議論としては、グローバル事業構造改革という、前例を見ない大きな改革を決断したことが挙げられます。この議論の過程で、私が強く申し上げたことは、スピード感を持って議論し、実行することの重要性です。

ガバナンスについては、昨年2月に設置した指名報酬委員会が透明性の向上に役立っています。ガバナンスに完成形はありませんが、今後も環境の変化や必要性に応じ、当社グループにとっての最適な体制を不断に検討を続けることが重要です。

Q3 持続的な成長に向けた当社グループへの期待や課題には、どのようなものがありますか？

当社グループは、消費者を始め多くのステークホルダーとのつながりがあります。また、早くからリサイクル事業に取り組むなど、社員一人ひとりがサステナビリティに対する高い意識をもっていると感じています。2021年4月に発表したオンワードグループの存在意義『ヒトと地球（ホシ）に潤いと彩りを』の下で、環境への取り組みなどが強調されていますが、今後も、一層これらを深化させていくことが大事です。



ダイバーシティについては、女性活躍を中心に積極的に取り組んでいますが、今後も社内人財の育成を地道に積み重ねるとともに、取締役会としても定期的にその進捗状況をモニタリングしてまいります。

マネジメントチーム



取締役	取締役	社外取締役	社外取締役	代表取締役社長	取締役副社長	社外監査役	社外監査役	常勤監査役	常勤監査役
池田　大介	佐藤　修	小室　淑恵	川本　明	保元　道宣	知識　賢治	梅津　立	草野　満代	小野木　伸良	清家　彦三郎



Corporate Data

主要財務データ等

11年間の主要財務データ

(百万円)	2012年2月期	2013年2月期	2014年2月期	2015年2月期	2016年2月期	2017年2月期	2018年2月期	2019年2月期	2020年2月期	2021年2月期	2022年2月期
売上高	242,402	258,369	280,007	281,501	263,516	244,900	243,075	240,652	248,233	175,899	**168,453**
売上原価	127,288	133,878	149,270	152,438	144,063	131,638	129,498	129,019	135,550	105,196	**80,841**
販売費及び一般管理費	104,159	113,298	120,537	123,332	115,674	109,059	108,409	107,171	115,744	90,876	**88,691**
営業利益	10,953	11,192	10,200	5,731	3,778	4,203	5,167	4,461	△ 3,061	△ 20,173	**△ 1,079**
経常利益	13,329	13,405	12,211	7,162	5,504	5,577	5,928	5,161	△ 3,835	△ 20,174	**507**
法人税、住民税及び事業税	7,528	7,398	3,111	5,033	8,679	1,533	3,305	1,244	1,653	814	**2,695**
親会社株主に帰属する当期純利益	3,529	4,503	4,658	4,204	4,278	4,744	5,366	4,948	△ 52,135	△ 23,181	**8,566**
営業活動によるキャッシュ・フロー	13,180	10,137	13,361	16,490	3,632	6,844	13,228	4,635	8,003	△ 19,614	**7,814**
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,961	△ 10,682	△ 14,300	△ 15,656	1,782	25,270	△ 7,299	△ 10,305	△ 10,758	6,091	**21,685**
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 7,449	△ 7,848	2,121	757	△ 6,357	△ 32,856	△ 6,593	11,542	△ 1,595	5,860	**△ 36,173**
フリーキャッシュ・フロー	11,219	△ 545	△ 939	834	5,414	32,114	5,929	△ 5,670	△ 2,755	△ 13,523	**29,499**
設備投資費	6,230	8,948	16,750	26,884	15,955	10,599	12,058	13,472	9,533	6,501	**5,657**
減価償却費	5,478	5,721	6,800	7,218	7,799	6,662	6,334	6,510	6,392	5,659	**4,605**
現金及び預金	33,192	24,677	27,375	31,122	29,407	26,096	26,334	31,284	28,795	21,301	**15,209**
流動資産	98,895	100,321	110,349	117,051	121,468	103,572	105,977	114,324	106,782	80,460	**60,508**
有形固定資産	82,987	86,861	102,878	109,658	106,695	92,268	93,714	96,717	83,231	71,825	**58,042**
総資産	276,939	286,779	313,430	340,854	313,454	273,226	278,133	287,554	234,316	196,052	**157,727**
流動負債	84,091	100,740	101,009	109,619	106,109	85,684	86,384	105,405	108,743	99,549	**55,761**
株主資本	176,320	177,141	178,077	179,879	176,263	169,027	168,341	167,429	105,023	68,926	**75,030**
純資産	157,302	165,372	175,028	185,315	172,337	165,670	168,152	162,210	94,036	59,509	**77,257**
1株当たり当期純利益 (円)	22.52	28.71	29.69	26.78	28.27	31.47	36.97	35.24	△ 383.97	△ 171.18	**63.17**
1株当たり純資産 (円)	995.11	1,043.64	1,102.99	1,166.89	1,101.21	1,116.47	1,155.04	1,148.30	665.17	418.32	**493.14**
年間配当金 (円)	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00	12.00	**12.00**
配当性向 (%)	106.6	83.6	80.8	89.6	86.5	74.0	63.7	66.9	—	—	**19.0**
ROE (%)	2.3	2.8	2.8	2.4	2.4	2.8	3.3	3.1	△ 42.0	△ 31.6	**13.9**
ROA (%)	4.8	4.8	4.1	2.2	1.7	1.9	2.2	1.8	△ 1.5	△ 9.4	**0.3**
営業利益率 (%)	4.5	4.3	3.6	2.0	1.4	1.7	2.1	1.9	△ 1.2	△ 11.5	**△ 0.6**
粗利益率 (%)	47.5	48.2	46.7	45.8	45.3	46.2	46.7	46.4	45.4	40.2	**52.0**
販管費/売上高 (%)	43.0	43.9	43.0	43.8	43.9	44.5	44.6	44.5	46.6	51.7	**52.7**
自己資本比率 (%)	56.3	57.1	55.2	53.8	54.2	59.8	59.2	55.1	38.3	28.9	**42.4**
従業員数(連結)	3,993	5,208	5,224	4,973	5,119	4,456	4,530	4,643	5,153	7,498	**6,377**

(注) 1. 2022年2月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号2020年3月31日)および「収益認識に関する会計基準の適用指針」(企業会計基準適用指針第30号2021年3月26日)を早期適用しています。
2. 2022年2月期より表示方法の変更を行ったため、前年度の売上高、営業利益も当該表示方法の変更を反映した組替え後の数値を記載しています。
3. 2021年2月期以降の従業員数(連結)は、主に当社および株式会社オンワード樫山の雇用区分の変更により増加しています。

財政状態、経営成績およびキャッシュ・フローの状況の分析

経営成績等の状況の概要

当連結会計年度におけるわが国経済は、新型コロナウイルス感染症の影響が長期化する中、ワクチン接種率の向上等により一時的に感染の拡大を抑制できたものの、オミクロン株の急速な感染拡大に伴うまん延防止等重点措置の適用による外出自粛や、原材料価格の高騰など厳しい状況が続きました。

このような状況の中、当社グループではアパレル関連事業の重点施策であるリアル店舗とEコマースの融合を着実に推進し、「クリック&トライ」サービスを導入したOMO(Online Merges with Offline)型店舗数を拡大するとともに、在庫一元管理システムの本格稼働によって欠品による販売機会ロスを減少させ、既存リアル店舗、Eコマース双方の売上高伸長と粗利益率の向上を実現しました。

また、2020年2月期より取り組んできたグローバル事業構造改革として、不採算事業や不採算店舗の廃止・閉鎖を進めたことにより、営業損益が大幅に改善しました。加えて、固定資産の流動化、資金運用の効率化等による財務体質の健全化に努め、当期末の自己資本比率は前期末比13.5ポイント上昇し42.4%となりました。

以上の結果、連結売上高は1,684億53百万円(前期比4.2%減)、連結営業損失は10億79百万円(前期は営業損失201億73百万円)、連結経常利益は5億7百万円(前期は経常損失201億74百万円)、親会社株主に帰属する当期純利益は85億66百万円(前期は親会社株主に帰属する当期純損失231億81百万円)となりました。

セグメント別の状況

[アパレル関連事業]

国内事業は、中核事業会社である株式会社オンワード樫山では、不採算事業や不採算店舗の廃止・閉鎖や、OMO型店舗の拡大等の販売戦略を着実に遂行することで増収し、赤字幅を大幅に縮小しました。BtoB事業を手掛けるオンワード商事株式会社は、減収ながらも利益率の高いユニフォーム事業の売上高が堅調に推移し増益となりました。また、Eコマースを販路とするティアクラッセ株式会社、就活スーツで高い評価を獲得しているオーダースーツ『KASHIYAMA』を展開する株式会社オンワードパーソナルスタイルで増収となりました。

海外事業は、グローバル事業構造改革による不採算事業からの撤退等により、収益性が改善し、大幅に収支が改善しました。

以上の結果、アパレル関連事業全体では減収ながらも赤字幅を大幅に縮小しました。

[ライフスタイル関連事業]

ウェルネス事業を手掛けるチャコット株式会社では、前期は新型コロナウイルス感染症の影響で厳しい状況にあった主力のバレエ用品の受注が回復したことにより、大幅に増収し黒字に転換しました。また、ギフト事業の株式会社大和、ペット・ホームライフ事業の株式会社クリエイティブヨーコ、ビューティ・コスメ事業を行う株式会社KOKOBUYで増収増益となりました。

一方、グアム島でホテル事業を行うオンワードビーチリゾートグアムINC.等は、グアム島への来島者数の激減の影響により引き続き減収となりました。

以上の結果、ライフスタイル関連事業全体では増収増益となりました。

キャッシュ・フローの状況

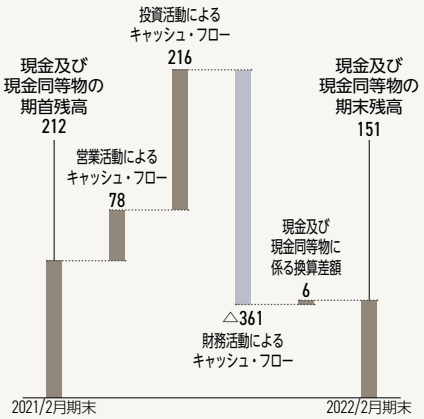
営業活動によるキャッシュ・フローは、税金等調整前当期純利益、減損損失、売上債権の減少、仕入債務の減少等により78億14百万円の収入(前期は196億14百万円の支出)となりました。

投資活動によるキャッシュ・フローは、有形固定資産の売却および連結範囲の変更を伴う子会社株式の売却等により216億85百万円の収入(前期は60億91百万円の収入)となりました。

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長期借入金の返済による支出が主なもので361億73百万円の支出(前期は58億60百万円の収入)となりました。

これらの結果、現金及び現金同等物の当連結会計年度末残高は前連結会計年度末に比べて60億70百万円減少し、151億99百万円となりました。

キャッシュ・フロー



生産、受注および販売の実績

a. 生産実績

当連結会計年度におけるセグメントごとの生産実績は、次のとおりです。

なお、ライフスタイル関連事業セグメントについては、生産実績を定義することが困難なため、「生産実績」は記載していません。

セグメントの名称	金額(百万円)	前期比(%)
アパレル関連事業	17,572	45.3

(注) 1 金額は製造原価です。
2 上記の金額には、消費税等は含まれていません。

財政状態、経営成績およびキャッシュ・フローの状況の分析

b. 受注実績

当社グループは、ほとんどが受注生産ではなく見込生産を行っています。

また、受注生産につきましても、同一品目において受注生産と見込生産を行っており、区分して算出することが困難なため、記載を省略しています。

c. 販売実績

当連結会計年度における販売実績をセグメントごとに示すと、次のとおりです。

セグメントの名称		金額(百万円)	前期比(%)
アパレル関連事業	国内	120,516	99.7
	海外	17,838	47.6
	計	138,354	87.4
ライフスタイル関連事業		39,655	107.2
連結合計		168,453	95.8

(注) 1 セグメントの内訳は各社の単純合算数値で、連結合計には相殺消去を含みます。
2 上記の金額には、消費税等は含まれていません。

経営成績の分析

a. 売上高および売上総利益

グローバル事業構造改革に伴う事業廃止等の影響により、売上高は74億45百万円減少し、1,684億53百万円となりました。

売上総利益は、グローバル事業構造改革の効果および在庫一元化システムの稼働による販売機会ロスの減少効果で、前連結会計年度に比べ169億9百万円増加、売上総利益率は11.8%向上し、876億12百万円となりました。

b. 営業損失および経常利益

販売費及び一般管理費は、前連結会計年度から21億84百万円減少の886億91百万円となりました。新収益認識基準適用により97億52百万円増加し、固定費削減とグローバル事業構造改革の効果により119億36百万円減少しました。

その結果、営業損失は前連結会計年度から190億94百万円改善の10億79百万円となり、経常利益は前連結会計年度から206億81百万円増加の5億7百万円となりました。

c. 税金等調整前当期純利益および親会社株主に帰属する当期純利益

特別利益は、固定資産売却益および関係会社株式売却益等により213億27百万円となりました。特別損失は、グローバル事業構造改革による関係会社株式売却損、関係会社整理損や減損損失に加え、緊急事態宣言下の休業期間中に発生した固定費を「臨時休業等による損失」として特別損失に計上したことにより79億21百万円となりました。税金等調整前当期純利益は、前連結会計年度に比べ394億73百万円増加し、139億12百万円となり、親会社株主に帰属する当期純利益は、前連結会計年度に比べ317億48百万円増加し、85億66百万円となりました。



財政状態の分析

a. 資産

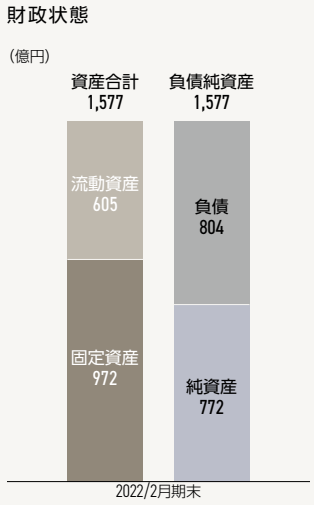
資産の部は、前連結会計年度末に比べ383億24百万円減少し、1,577億27百万円となりました。流動資産は、現金及び預金、受取手形、売掛金及び契約資産の減少等により199億52百万円減少しました。固定資産は、有形固定資産の売却等により183億72百万円減少しました。

b. 負債

負債の部は、前連結会計年度末に比べ560億73百万円減少し、804億70百万円となりました。流動負債は、短期借入金、支払手形及び買掛金の減少等により437億88百万円減少し、固定負債は、長期リース債務、長期借入金の減少等により122億84百万円減少しました。

c. 純資産

純資産の部は、前連結会計年度末に比べ177億48百万円増加し、772億57百万円となりました。株主資本は、親会社株主に帰属する当期純利益、剰余金の配当、会計方針の変更による期首利益剰余金の増加等により、61億4百万円増加しました。その他の包括利益累計額は、為替換算調整勘定の増加等により40億58百万円増加しました。



連結財務諸表

連結貸借対照表

(百万円)

	前連結会計年度 2021年２月28日	当連結会計年度 2022年２月28日
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	21,301	15,209
受取手形及び売掛金	18,251	–
受取手形、売掛金及び契約資産	–	14,204
商品及び製品	28,909	23,908
仕掛品	1,010	449
原材料及び貯蔵品	4,435	2,478
その他	6,829	4,509
貸倒引当金	△277	△252
流動資産合計	80,460	60,508
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	61,909	58,027
減価償却累計額	△37,592	△35,019
建物及び構築物(純額)	24,316	23,008
土地	35,259	23,371
リース資産	9,969	9,998
減価償却累計額	△5,618	△6,239
リース資産(純額)	4,351	3,759
その他	26,766	25,158
減価償却累計額	△18,868	△17,254
その他(純額)	7,898	7,903
有形固定資産合計	71,825	58,042
無形固定資産		
のれん	5,251	4,631
その他	5,416	4,717
無形固定資産合計	10,667	9,349
投資その他の資産		
投資有価証券	14,312	14,117
長期貸付金	1,662	1,683
長期前払費用	440	524
退職給付に係る資産	2,814	3,248
繰延税金資産	7,486	4,338
その他	6,674	6,078
貸倒引当金	△292	△163
投資その他の資産合計	33,099	29,827
固定資産合計	115,592	97,219
資産合計	196,052	157,727

(百万円)

	前連結会計年度 2021年２月28日	当連結会計年度 2022年２月28日
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	13,472	6,361
電子記録債務	8,484	11,860
短期借入金	56,566	18,705
1年内返済予定の長期借入金	5,052	4,053
リース債務	2,040	854
未払法人税等	669	2,022
賞与引当金	589	626
役員賞与引当金	25	50
返品調整引当金	125	–
ポイント引当金	636	–
その他	11,887	11,225
流動負債合計	99,549	55,761
固定負債		
長期借入金	16,430	12,377
リース債務	11,615	3,676
再評価に係る繰延税金負債	761	241
退職給付に係る負債	3,482	2,858
役員退職慰労引当金	232	247
資産除去債務	1,661	2,503
その他	2,809	2,804
固定負債合計	36,993	24,709
負債合計	136,543	80,470
純資産の部		
株主資本		
資本金	30,079	30,079
資本剰余金	50,390	50,390
利益剰余金	9,321	15,391
自己株式	△20,865	△20,831
株主資本合計	68,926	75,030
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	△1,939	△1,646
繰延ヘッジ損益	15	1
土地再評価差額金	△7,864	△5,698
為替換算調整勘定	△1,669	△328
退職給付に係る調整累計額	△744	△472
その他の包括利益累計額合計	△12,202	△8,144
新株予約権	138	122
非支配株主持分	2,646	10,248
純資産合計	59,509	77,257
負債純資産合計	196,052	157,727

連結財務諸表

連結損益計算書

(百万円)

	前連結会計年度 自2020年３月１日 至2021年２月28日	当連結会計年度 自2021年３月１日 至2022年２月28日
売上高	175,899	168,453
売上原価	105,196	80,841
売上総利益	70,702	87,612
販売費及び一般管理費	90,876	88,691
営業損失(△)	△20,173	△1,079
営業外収益		
受取利息	55	52
受取配当金	193	1,340
為替差益	–	99
助成金収入	884	1,013
その他	820	917
営業外収益合計	1,954	3,423
営業外費用		
支払利息	595	391
売場什器等除却損	213	96
為替差損	443	–
持分法による投資損失	70	73
控除対象外消費税等	166	252
その他	466	1,022
営業外費用合計	1,955	1,836
経常利益又は経常損失(△)	△20,174	507
特別利益		
投資有価証券売却益	8	105
固定資産売却益	8,416	17,921
関係会社株式売却益	154	2,944
雇用調整助成金等	1,696	289
その他	237	67
特別利益合計	10,513	21,327
特別損失		
投資有価証券評価損	1,685	–
関係会社株式売却損	5,171	1,829
減損損失	3,299	1,741
関係会社整理損	–	1,968
事業整理損	953	–
臨時休業等による損失	3,893	1,620
その他	896	761
特別損失合計	15,899	7,921
税金等調整前当期純利益又は税金等調整前当期純損失(△)	△25,560	13,912
法人税、住民税及び事業税	814	2,695
法人税等調整額	△3,706	2,523
法人税等合計	△2,892	5,218
当期純利益又は当期純損失(△)	△22,668	8,693
非支配株主に帰属する当期純利益	513	127
親会社株主に帰属する当期純利益又は親会社株主に帰属する当期純損失(△)	△23,181	8,566

連結包括利益計算書

(百万円)

	前連結会計年度 自2020年３月１日 至2021年２月28日	当連結会計年度 自2021年３月１日 至2022年２月28日
当期純利益又は当期純損失(△)	△22,668	8,693
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	2,642	292
繰延ヘッジ損益	△7	△13
土地再評価差額金	1,064	1,042
為替換算調整勘定	△1,081	1,370
退職給付に係る調整額	17	272
その他の包括利益合計	2,635	2,963
包括利益	△20,032	11,657
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	△20,529	11,501
非支配株主に係る包括利益	497	155

(注) 1. 2022年2月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号2020年3月31日)および「収益認識に関する会計基準の適用指針」(企業会計基準適用指針第30号2021年3月26日)を早期適用しています。
2. 2022年2月期より表示方法の変更を行ったため、前年度の売上高、営業利益も当該表示方法の変更を反映した組替え後の数値を記載しています。

連結財務諸表

前連結会計年度（自2020年３月１日至2021年２月28日）

（百万円）

	株主資本					その他の包括利益累計額						新株予約権	非支配株主持分	純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券評価差額金	繰延ヘッジ損益	土地再評価差額金	為替換算調整勘定	退職給付に係る調整累計額	その他の包括利益累計額合計			
当期首残高	30,079	50,043	46,338	△21,437	105,023	△4,581	22	△9,285	△604	△762	△15,211	484	3,740	94,036
会計方針の変更による累積的影響額			△10,011		△10,011									△10,011
会計方針の変更を反映した当期首残高	30,079	50,043	36,326	△21,437	95,012	△4,581	22	△9,285	△604	△762	△15,211	484	3,740	84,025
当期変動額														
剰余金の配当			△3,240		△3,240									△3,240
親会社株主に帰属する当期純損失(△)			△23,181		△23,181									△23,181
自己株式の取得				△0	△0									△0
自己株式の処分			△225	571	345									345
土地再評価差額金の取崩			△356		△356									△356
非支配株主との取引に係る親会社の持分変動		347			347									347
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)						2,642	△7	1,421	△1,065	17	3,008	△345	△1,093	1,569
当期変動額合計	－	347	△27,005	571	△26,085	2,642	△7	1,421	△1,065	17	3,008	△345	△1,093	△24,516
当期末残高	30,079	50,390	9,321	△20,865	68,926	△1,939	15	△7,864	△1,669	△744	△12,202	138	2,646	59,509

当連結会計年度（自2021年３月１日至2022年２月28日）

（百万円）

	株主資本					その他の包括利益累計額						新株予約権	非支配株主持分	純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券評価差額金	繰延ヘッジ損益	土地再評価差額金	為替換算調整勘定	退職給付に係る調整累計額	その他の包括利益累計額合計			
当期首残高	30,079	50,390	9,321	△20,865	68,926	△1,939	15	△7,864	△1,669	△744	△12,202	138	2,646	59,509
会計方針の変更による累積的影響額			272		272									272
会計方針の変更を反映した当期首残高	30,079	50,390	9,594	△20,865	69,198	△1,939	15	△7,864	△1,669	△744	△12,202	138	2,646	59,781
当期変動額														
剰余金の配当			△1,627		△1,627									△1,627
親会社株主に帰属する当期純損失(△)			8,566		8,566									8,566
自己株式の取得				△0	△0									△0
自己株式の処分			△18	34	16									16
土地再評価差額金の取崩			△1,124		△1,124									△1,124
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)						292	△13	2,166	1,341	272	4,058	△16	7,601	11,644
当期変動額合計	－	－	5,797	34	5,831	292	△13	2,166	1,341	272	4,058	△16	7,601	17,475
当期末残高	30,079	50,390	15,391	△20,831	75,030	△1,646	1	△5,698	△328	△472	△8,144	122	10,248	77,257

連結財務諸表

連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

	前連結会計年度 自2020年３月１日 至2021年２月28日	当連結会計年度 自2021年３月１日 至2022年２月28日
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益又は税金等調整前当期純損失(△)	△25,560	13,912
減価償却費	5,659	4,605
減損損失	3,299	1,741
のれん償却額	786	766
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△56	△123
退職給付に係る資産の増減額(△は増加)	△109	△434
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	23	△217
受取利息及び受取配当金	△249	△1,392
支払利息	595	391
持分法による投資損益(△は益)	70	73
固定資産処分損益(△は益)	△8,135	△17,778
売場什器等除却損	213	96
投資有価証券売却損益(△は益)	△4	△104
投資有価証券評価損益(△は益)	1,685	－
関係会社株式売却損益(△は益)	5,017	△1,114
売上債権の増減額(△は増加)	8,418	1,004
たな卸資産の増減額(△は増加)	6,578	3,405
仕入債務の増減額(△は減少)	△10,112	△1,013
その他	△8,691	3,703
小計	△20,572	7,523
利息及び配当金の受取額	252	245
利息の支払額	△421	△425
法人税等の支払額	△743	△2,064
法人税等の還付額	1,871	2,536
営業活動によるキャッシュ・フロー	△19,614	7,814
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入による支出	△91	△32
定期預金の払戻による収入	75	55
有形固定資産の取得による支出	△4,249	△2,929
有形固定資産の売却による収入	17,755	32,270
投資有価証券の取得による支出	△88	△10
投資有価証券の売却による収入	520	687
長期前払費用の取得による支出	△48	△27
差入保証金の差入による支出	△276	△662
差入保証金の回収による収入	687	1,099
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による支出	△5,612	△8,286
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入	－	1,620
その他	△2,581	△2,098
投資活動によるキャッシュ・フロー	6,091	21,685

(百万円)

	前連結会計年度 自2020年３月１日 至2021年２月28日	当連結会計年度 自2021年３月１日 至2022年２月28日
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額(△は減少)	12,122	△38,471
長期借入れによる収入	10,390	－
長期借入金の返済による支出	△10,292	△5,052
自己株式の取得による支出	△0	△0
配当金の支払額	△3,240	△1,627
非支配株主への配当金の支払額	△739	△2
その他	△2,379	8,980
財務活動によるキャッシュ・フロー	5,860	△36,173
現金及び現金同等物に係る換算差額	52	602
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△7,609	△6,070
現金及び現金同等物の期首残高	28,780	21,270
連結の範囲の変更に伴う現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	100	－
現金及び現金同等物の期末残高	※ 21,270	※ 15,199

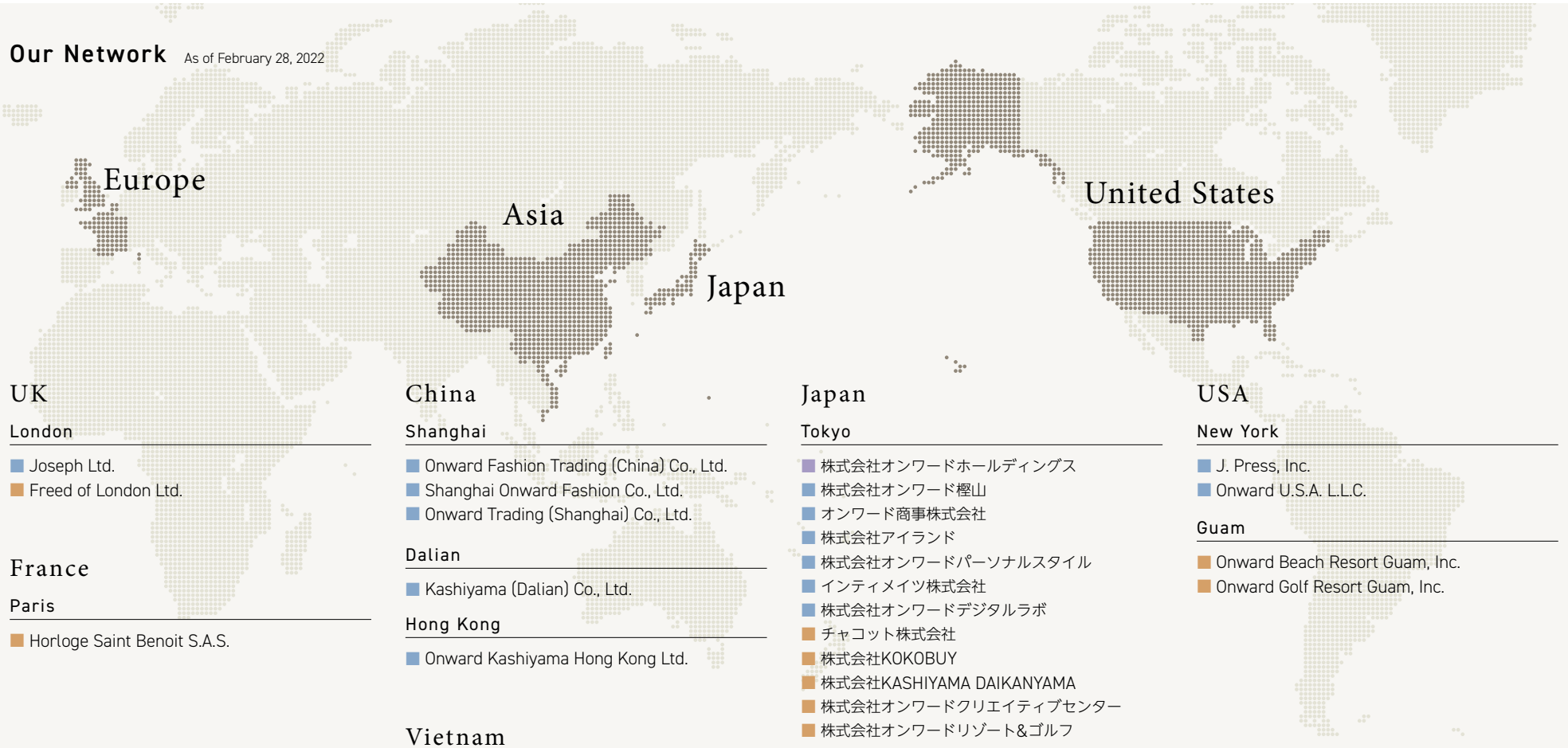
※ 現金及び現金同等物の期末残高と連結貸借対照表に掲記されている科目の金額との関係は次のとおりです。

(百万円)

	前連結会計年度 自2020年３月１日 至2021年２月28日	当連結会計年度 自2021年３月１日 至2022年２月28日
現金及び預金勘定	21,301	15,209
預入期間が3ヶ月を超える定期預金	△31	△10
現金及び現金同等物	21,270	15,199

Our Network

As of February February 28, 2022



UK

London

- Joseph Ltd.
- Freed of London Ltd.

France

Paris

- Horloge Saint Benoit S.A.S.

China

Shanghai

- Onward Fashion Trading (China) Co., Ltd.
- Shanghai Onward Fashion Co., Ltd.
- Onward Trading (Shanghai) Co., Ltd.

Dalian

- Kashiyama (Dalian) Co., Ltd.

Hong Kong

- Onward Kashiyama Hong Kong Ltd.

Vietnam

Ho Chi Minh City

- Onward Kashiyama Vietnam Ltd.

Japan

Tokyo

- 株式会社オンワードホールディングス
- 株式会社オンワード樫山
- オンワード商事株式会社
- 株式会社アイランド
- 株式会社オンワードパーソナルスタイル
- インティメイツ株式会社
- 株式会社オンワードデジタルラボ
- チャコット株式会社
- 株式会社KOKOBUY
- 株式会社KASHIYAMA DAIKANYAMA
- 株式会社オンワードクリエイティブセンター
- 株式会社オンワードリゾート&ゴルフ
- 株式会社オーアンドケー

Osaka

- ティアクラッセ株式会社

Nagano

- 株式会社クリエイティブヨーコ
- 株式会社大和

Saga

- 株式会社KASHIYAMA SAGA

USA

New York

- J. Press, Inc.
- Onward U.S.A. L.L.C.

Guam

- Onward Beach Resort Guam, Inc.
- Onward Golf Resort Guam, Inc.

- 持株会社
- アパレル関連事業
- ライフスタイル関連事業

会社情報

会社の概要 2022年2月28日現在

商　　号	株式会社オンワードホールディングス
本　　社	〒103-8239 東京都中央区日本橋3丁目10番5号 オンワードパークビルディング
電　　話	(03)4512-1051(IRディビジョン)
設　　立	1947年9月
資 本 金	300億79百万円
従業員数	6,377名(連結)

取締役、監査役および執行役員 2022年5月26日現在

取締役	代表取締役社長	保元　道宣
	取締役副社長	知識　賢治
	取締役	佐藤　修
	取締役	池田　大介
	取締役（社外取締役）	川本　明
	取締役（社外取締役）	小室　淑恵
監査役	常勤監査役	清家　彦三郎
	常勤監査役	小野木　伸良
	監査役（社外監査役）	梅津　立
	監査役（社外監査役）	草野　満代

執行役員	常務執行役員	武内　健司
	常務執行役員	江頭　毅
	常務執行役員	樋口　剛宏
	執行役員	村上　哲
	執行役員	小田切　潤

(注) 1. 取締役 川本明、小室淑恵の両氏は、社外取締役です。
2. 監査役 梅津立、草野満代の両氏は、社外監査役です。
3. 小室淑恵氏の戸籍上の氏名は石川淑恵です。

会社組織 2022年3月1日現在



株式情報

株式の状況 2022年2月28日現在

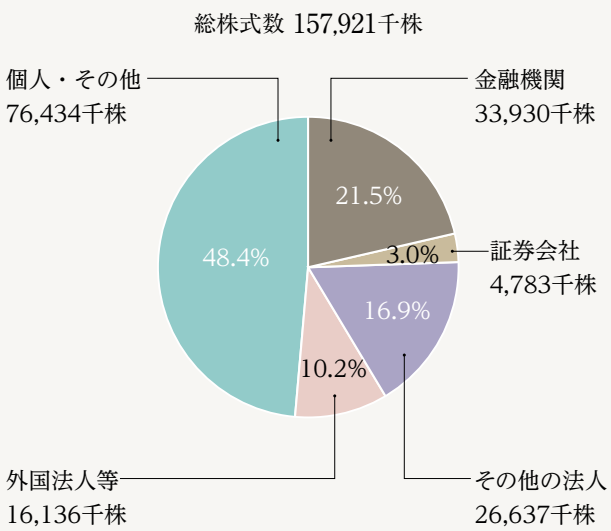
発行可能株式総数	400,000,000株
発行済株式の総数	157,921,669株 （自己株式22,287千株を含む）
株 主 数	41,991名
上場証券取引所	東京証券取引所プライム市場 （2022年4月4日以降）
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社 東京都府中市日鋼町1-1

大株主

株主名	持株数	持株比率
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	12,231千株	9.0%
公益財団法人樫山奨学財団	8,710千株	6.4%
オンワードホールディングス取引先持株会	4,907千株	3.6%
日本生命保険相互会社	4,671千株	3.4%
第一生命保険株式会社	4,200千株	3.0%
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	3,197千株	2.3%
株式会社三井住友銀行	2,931千株	2.1%
株式会社三越伊勢丹	2,301千株	1.6%
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	2,159千株	1.5%
株式会社ダイドーリミテッド	2,149千株	1.5%

（注）1. 持株数は、千株未満を切り捨てて表示しています。
2. 当社は、自己株式22,287千株を保有しています。
3. 持株比率は、自己株式22,287千株を控除して計算しています。
4. 持株比率は、表示桁未満の端数を切り捨てて表示しています。

所有者別株式分布状況



（注）1. 株式数は千株未満を切り捨てて表示しています。
2. 個人・その他には、自己株式が含まれています。

株価と出来高（月間）

