

2025 年 2 月期 第 2 四半期決算説明会

【質疑応答要旨】

日時：2024 年 10 月 4 日（金） 11:00-12:00

説明者：代表取締役社長 保元 道宣

取締役 財務・経理・IR 担当 吉田 昌平

Q 1. 全体的なマクロ環境について、この秋冬シーズンの業界の見通しや御社の取り組みについて教えてほしい。

A 1. この秋冬シーズンは、10 月半ば頃までの残暑が厳しいと予想しており、今は夏対応の素材で秋らしいデザインを中心に展開しています。10 月の後半以降は昨年と比べ冷え込みが強まるとの予測もあるので、アウター等の重衣料の本格稼働を期待しています。

Q 2. 完全子会社化したウィゴーについて、将来的な売上や利益の規模感についてはどう見ているのか。

A 2. ウィゴーの現在の売上高 300 億円を、中長期的に 500 億円規模へ成長させることは十分可能だと考えています。

そのため 3 つの戦略を考えています。まず、現在 170 店舗あるリアル店舗については、店舗数を大幅に増やすことは考えておらず、平均単店舗売上を現在の 1.4 億円から 2 億円に向けて積み上げることにより成長を図ります。次に、現在 60 億円に留まっている EC 売上につきましては、今後、自社 EC を中心に倍増以上に拡大したいと考えています。最後に海外市場ですが、特に ASEAN での厳選したリアル店舗の出店と EC による展開を考えています。

利益面につきましては、最終的に営業利益率を 8% まで引き上げたいと考えています。

Q 3. 海外市場、特に欧州の事業環境と、今期黒字化に向け手応えを感じている施策について教えてほしい。

A 3. 欧州事業は、卸売り事業者の経営破綻等もあり苦戦しています。今後は卸売り事業のウェイトを下げながら、直営店、EC を問わずリテール事業を伸ばしていきたいと考えています。

Q 4. ウィゴーの子会社化によるシナジーについて、具体的な取り組みやスケジュール、中期経営

計画への影響を教えてください。

- A 4. まず、オンワードの強みを生かし、今後1年をかけて直営EC事業を強化し、成長を図ります。

リアル店舗については、現状ある基盤を活かし、商品戦略を練って単店舗売上の拡大を考えています。具体的には、雑貨類の商品ラインナップの強化、アパレルではユニセックスの商品から、メンズおよびレディースそれぞれの特徴を明確にした商品へのシフトなどです。さらに、今までは資金面から十分に商品を準備できなかった面もあるので、サポートしていきたいと考えています。

これら施策は、中長期経営ビジョン『ONWARD VISION 2030』で掲げた2030年度の売上3,000億円という目標には直ちに影響しませんが、今後の他のM&Aの可能性も含め、進捗によってはその早期達成や上方修正が視野に入ってくる可能性はあります。

以上