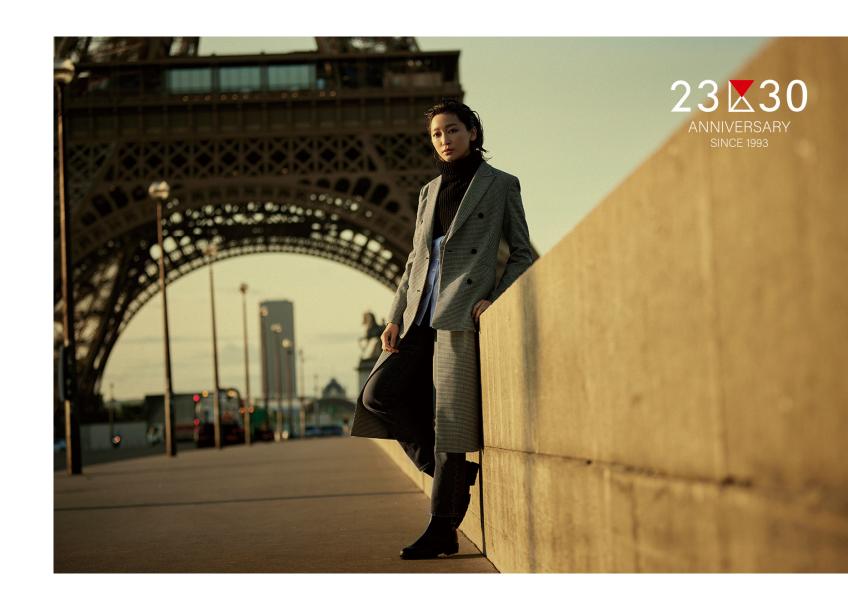
ONWARD

アニュアルレポート 2023 2023年2月期

株式会社オンワードホールディングス



目次

		環境	15 環境への取り組み15 地球にやさしいモノづくり16 サーキュラーエコノミー17 オンワードグループ TCFD提言に沿った情報開示
マネジメントメッセージ	03 オンワードグループの存在意義04 トップメッセージ07 社外取締役メッセージ	社会	 20 社会への取り組み 20 サプライヤーとの共生 20 コミュニティとの共生 21 働き方デザイン 22 ダイバーシティ 23 人的資本経営への取り組み 24 人権の尊重・労働環境の整備 26 ステークホルダーエンゲージメント
		コーポレート・ ガバナンス	28 コーポレート・ガバナンス 32 マネジメントチーム
	09 オンワードグループの価値創造モデル 10 事業環境認識	2022年度の実績	34 連結実績 35 アパレル関連事業 37 ライフスタイル関連事業
価値創造モデルと サステナブル経営	11 オンワードグループの強み12 サステナビリティビジョンと体制13 オンワードグループの重要課題	財務データと 会社案内	40 11年間の主要財務データ 41 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 43 連結財務諸表 47 Our History 49 オンワードグループ主要展開ブランド 51 Our Network 52 会社情報 53 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。

マネジメントメッセージ

オンワードグループの存在意義 トップメッセージ 社外取締役メッセージ

<<



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。

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の成果を基盤として、 新たな成長戦略を推進します。

2023年2月期は4期ぶりに営業黒字転換を達成

当社グループの2023年2月期の業績は、売上高が前期から76億円増の1,761億円、営業損益は前期から63億円改善し、52億円の黒字に転換しました。増収増益となった最大の要因は、オンワード樫山を中心とする国内アパレル事業が復調したことです。2019年度からスタートしたグローバル事業構造改革の成果に加え、在庫コントロールの徹底や値引き販売の抑制などで、売上総利益率が前期の52.0%から54.9%に2.9ポイント上昇しました。また、販管費率も前期の52.7%から52.0%へと0.7ポイント改善しました。この結果、全ての段階利益で黒字化を達成しました。

なお、当期純利益は、前期から55億円減少し31億円となりましたが、これは前期に大きな不動産 売却益を計上したという一過性の要因によるものです。

経営環境の変化を新たな成長機会に

ファッションビジネスを取り巻く経営環境については、コロナ禍以前から大きな構造変化が起こっています。具体的には、地球環境問題に対する消費者意識の高まりや、デジタルトランスフォーメーション (DX)の進展等です。

さらに、2020年初めに始まったコロナ禍は世界経済や人々の生活に甚大な影響を及ぼしましたが、 国内では2022年以降、行動制限の解除に伴う人流の回復傾向が次第に顕著になり、ファッションに 対する需要が回復してきています。

トップメッセージ

<価値観の多様化>

こうした経済環境の変化を背景に、消費者の価値観やニーズも多様化しつつありますが、この ことは、当社グループにとっての新たな成長のチャンスであると捉えています。

価値観の変化に関してキーワードを挙げると、まずひとつ目は、「上質志向」です。

コロナ禍でリモートワークが普及し働き方も変化した結果、ビジネススーツを例にとると、カジュアルなビジネスアイテムに対する需要が増加するなど、ニーズが多様化しています。この結果、ビジネススーツの購入着数は減ったものの、価格が高くても、高品質で満足度の高いものが選ばれる傾向が強くなっています。このような消費者ニーズの「上質志向」への変化は、当社グループの主力ブランド、とりわけ高価格帯の商品の販売数が大きく伸長していることにも表れています。

二つ目のキーワードは、「カスタマイズ」です。

当社グループでは、地球にやさしいモノづくりの一環として、無駄な在庫を生まないオーダーメイド 事業に注力しています。個々のお客さまの体型や好みにジャストフィットするオーダーメイド商品への ニーズは、男性向けだけでなく、女性向けのビジネススーツ市場においても顕著になっています。女性 の社会進出が進んでいることもあり、今後大きな市場へと成長するポテンシャルがあると感じています。

当社グループでは、このような高品質なファッションに対する需要の高まりに対して、創業以来培ってきた、品質の高い商品を生み出す企画・開発・技術力、販売スタッフの接客スキル等の当社グループが誇る総合力を活かしながら、適切に応えていきたいと考えています。

三つ目の変化のキーワードは、「サステナブル」です。

地球環境問題に対する消費者意識が高まる中、サステナブル経営の取り組みは、当社グループの事業基盤を支える重要なテーマです。

2009年にスタートした、「オンワード・グリーン・キャンペーン」では、お客さまから不要となった当社 グループの衣料品をお引き取りし、可能な限りリサイクル・リユースをすることで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、毛布、軍手、固形燃料にリサイクルし、毛布に ついては、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。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/EC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。

本年から、「オンワード・グリーン・キャンペーン」を量と質の両面で進化させ、不要になった衣料品を活かして新たな価値を創造する「Upcycle Action(アップサイクル・アクション)」をスタートします。

ファッション企業としてのクリエイション力を生かして、不要になった衣料品から新たな価値ある商品を 生み出していきます。

<デジタルトランスフォーメーション(DX)>

先ほど述べましたように、コロナ禍を通じてお客さまがステイホームを余儀なくされ、オンラインでの買い物需要が増大した結果、Eコマースの売上高が拡大しました。また、生成AIの活用を含めたデジタルトランスフォーメーションが進展しつつあります。

当社グループにおきましては、公式オンラインストア「ONWARD CROSSET(オンワード・クローゼット)」で取り扱う、オンワード樫山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」の浸透が進んでいます。

「クリック&トライ」を導入する以前は、お客さまが店舗を訪れても希望する商品の在庫がなく、購入を諦めるといったケースが少なからずありました。「クリック&トライ」は、「ONWARD CROSSET」に掲載されているほぼ全ての商品を、店舗で手に取って確かめていただけるよう導入したサービスで、あらかじめネットで興味のある商品をセレクトしていただき、それをお客さまご指定の店舗にお取り寄せできるというものです。実際に店舗で試着し、スタッフとのコミュニケーションを通じて、上質なファッションの購入体験を楽しんでいただくことができるなど、お客さまにとっての様々なメリットをご評価いただいた結果、このサービスのご利用件数が急拡大しています。

なお、「クリック&トライ」は、2023年5月末時点で、オンワード樫山の5割超の店舗(360店舗)に 導入済みで、今後更に導入店舗数を拡大していく予定です。

「クリック&トライ」と並んで当社グループが注力しているのが、ブランド複合型店舗「ONWARD CROSSET SELECT(オンワード・クローゼットセレクト)」の展開です。当社グループでは、リアル店舗は基本的にはブランドごとに展開してきましたが、この「ONWARD CROSSET SELECT」では、例えば『23区』、『自由区』や『ICB(アイ・シー・ビー)』などのブランドを横断して様々な商品を取り揃えており、幅広い品揃えのもと、多様なコーディネートを体験し、購入いただくことができます。

「ONWARD CROSSET SELECT」は2021年に展開をスタートしましたが、お客さまの利便性の向上やご提案の幅が広がるというメリットを販売スタッフが十二分に理解し、積極的に取り組んだ結果、売上は当初の想定を上回って推移しています。

今後、「ONWARD CROSSET SELECT」を、全国の百貨店やショッピングセンター(SC)などに 一層展開していきたいと考えています。

トップメッセージ



価値創造モデルとサステナブル経営

M&A戦略

当社グループは、2021年4月に、2030年を最終年度とする中長期経営ビジョン『ONWARD VISION 2030』を発表しました。『ONWARD VISION 2030』では、2030年度の売上高を3,000 億円、営業利益を250億円と計画し、そのうちアパレル事業の売上を2,000億円、営業利益を100億円、ライフスタイル事業の売上を1,000億円、営業利益を150億円としています。

ライフスタイル事業は、バレエ用品を柱とするウェルネス事業の「チャコット」、ペット・ホームライフ事業の「クリエイティブヨーコ」、ギフト事業の「大和」、ビューティ・コスメ事業の「KOKOBUY」の4社が中心で、いずれの事業もコロナ禍においても堅調に推移していますが、こうしたライフスタイル事業の成長を加速するために、M&Aも視野に入れていきます。ただし、単に事業規模を拡大するためのM&Aではなく、ライフスタイル事業の各事業間の商品開発や販売ノウハウにおける人財面でのシナジーが期待でき、またアパレル事業との親和性や、こだわりのある上質な商品を取り扱っていることなどが前提となります。

海外事業

『ONWARD VISION 2030』がスタートして今年で3年目となりますが、コロナ禍の中で、この3年間はグローバル事業構造改革を進めることに重点を置き、「中長期の成長の基盤づくり」の期間と位置づけてきました。

2024年4月に発表予定の、『ONWARD VISION 2030』の改訂版では、2024年度以降の本格的な成長戦略をお示ししたいと考えていますが、その重要な柱の一つとなるのが海外戦略の再構築です。

当社グループでは、不採算の事業から撤退するなど、海外事業の構造改革に注力してきました。こうした改革にもようやく目途がつきつつあるため、今後は海外マーケットにおける成長戦略を推進してまいりたいと考えています。

ステークホルダーの皆様へ

当社グループがグローバル事業構造改革をスタートした2019年度から2022年度までの4ヵ年は、コロナ禍の大きな影響もあり、大変厳しい決算を余儀なくされました。しかし、その間に講じてきた様々な将来の成長に向けた施策の効果が本格的に表れてきています。

この結果、2024年2月期の売上高は、前期比で127億円の増収となる1,888億円、営業利益は48億円増の100億円の増収増益を見込んでいます。また、一株当たり配当金については、前期から4円増の16円を計画しています。

このように当社グループは、グローバル事業構造改革を通じて筋肉質な経営体質へと変化しており、今後は『ONWARD VISION 2030』の実現に向けて本格的に成長を加速してまいります。

最後になりましたが、株主や投資家の皆さまをはじめ、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、グループー丸となって一層の業績拡大と企業価値の向上に尽力してまいります。 引き続きご支援くださいますようお願い申し上げます。

社外取締役メッセージ

「働き方デザイン」の取り組みを、より一層推進していきます。

人財獲得競争に勝つ企業が成長する

私は2006年に株式会社ワーク・ライフバランスを創業し、約3,000社の働き方改革のコンサルティングに携わってきました。また、厚生労働省や内閣府、 経済産業省等において、生産性向上、仕事と生活の調和、育児支援、ダイバーシティに関する審議会等の委員を務め、政策提言を行ってきました。

当社の社外取締役には2019年に就任し、これまで得た知見を取締役会の議論に反映させています。

具体的には、日本社会における人口構造が人口ボーナス型(労働力の余っている時代)から、人口オーナス型(労働力不足が経済発展の障壁になる時代)に既に移行している中で、積極的に人的資本投資を行い、人財獲得競争に勝つ企業こそが成長していくことができるという認識を、社内で共有するための議論を進めてきました。

こうした社会背景において、男性育体や女性活躍の推進、働き方改革は、コンプライアンスのために取り組むのではなく、人財獲得競争を勝ち抜くための必須の経営戦略です。今後、人的資本の強化という観点で、経営はますます厳しく評価されるようになります。東京証券取引所のプライム市場に上場する企業については、女性役員比率を2030年までに30%以上とする目標が政府により設定されました。当社では、人口ボーナス期に、長時間労働をすることで成功した体験を持つマネジメント層もまだまだ多い中、単に女性の役職者を増やすだけでは、本当の意味での人的資本経営とは言えません。

男性も女性も、子育てや介護などをしながら、責任ある仕事を引き受けられるような仕事の進め方に変革することが重要です。そのため、業務の効率化とワーク・ライフバランスの実現により生産性を上げることを目的に、2019年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」をスタートしましたが、今後はより一層このプロジェクトを推進していきたいと考えています。

また、当社において管理職における女性比率は向上していますが、経営幹部の女性候補育成に関しても、更に取り組みが深まるよう貢献していきたいと考えます。

スピード感を持って有事に対応する取締役会

社外取締役に就任して4年が経ちましたが、取締役会に出席して感じていることは、当社の取締役会は多様なバックグラウンドを持つメンバーで 構成され、活発な意見交換がなされ、果敢な決断ができる態勢になっているということです。

就任した翌年に新型コロナウイルス感染症が流行し、働き方改革が外的要因から迫られることになりました。その際、当社は取締役会における重要な 意思決定を迅速に行えるよう、非常に早いタイミングでスピード感を持ってオンライン形式で開催しました。

さらに当社では、地震等の災害時にも現場への指示が滞らないような経営体制が構築できており、BCP(事業継続計画)の観点からも高く評価しています。 オンワードグループが、今後ますます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、創業以来の経営理念の上に、地球環境の潤いと彩りを大切にするサステナブル経営の理念を重ね合わせた、オンワードグループの存在意義「ヒトと地球に潤いと彩りを」の 実践に、より一層力を入れていくことが重要だと考えています。その前提としての、多様で個性的な人財が活躍できる企業への進化に向け、引き続き貢献していきたいと考えています。



社外取締役(独立役員) 小室 淑恵

略歴

1999年 4 月 株式会社資生堂入社

2006年7月 株式会社ワーク・ライフバランス代表取締役 社長(現任)

2008年4月 内閣府仕事と生活の調和連携推進・評価 部会委員

2009年10月 金沢工業大学大学院客員教授(現任)

2013年4月 内閣府子ども・子育て会議委員

2014年 9 月 産業競争力会議民間議員

2015年2月 文部科学省中央教育審議会委員

2017年6月 株式会社かんぽ生命保険社外取締役

2019年5月 当社取締役(現任)

2020年 4月 レッドフォックス株式会社社外取締役

2020年11月 ClipLine株式会社社外取締役(現任)

2020年12月 パシフィックコンサルタンツ株式会社社外 取締役

2022年 6 月 株式会社LITALICO社外取締役(現任)

価値創造モデルとサステナブル経営

オンワードグループの価値創造モデル 事業環境認識 オンワードグループの強み サステナビリティビジョンと体制 オンワードグループの重要課題

アニュアルレポート 2023

<<

オンワードグループの価値創造モデル

・ パワードグループの存在意義(ミッションステートメント) 「ヒトと地球に潤いと彩りを」

サステナビリティビジョン

環境変

人々の価値観の 多様化

- 「自分らしさ」を追求する消費行動
- ファッションだけでなく、ライフスタイル全般の満足感を追求

顧客の 多様なニーズを 満たす ブランドの拡大

アパレル業界における サステナビリティ

- ★量生産・大量消費モデルから の転換
- ロングライフデザイン・二次流 通の拡大
- サステナブルファッションの需 要増大

サステナブル ファッションに 関心を待つ 顧客層の拡大



製品の回収・再利用への取り組み回収衣類点数 約687万点(2009年度から

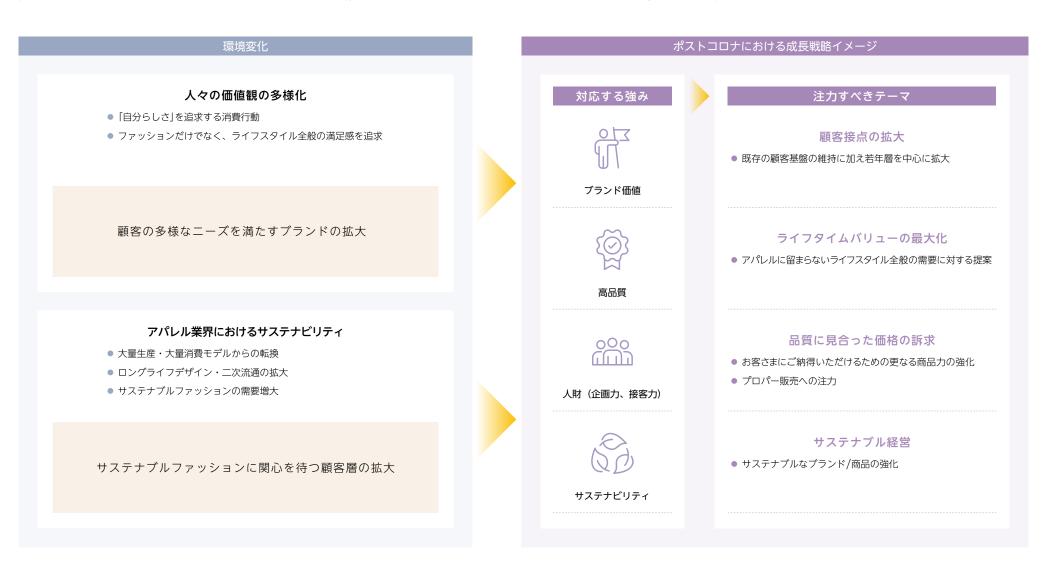
2022年度までの累計) ・無駄なモノづくりの排除



T ツ 3 日 を通じ 地球環境や社会の実現を目指 7 潤 1) と ŋ に 満ちた

事業環境認識

ポストコロナに向け、お客さまの価値観やニーズは確実に変化しています。 変化を機会と捉え、当社グループの強みを活かした戦略で持続的な成長を目指します。



アニュアルレポート 2023

社 会 コーポレート・ガバナンス マネジメントメッセージ 環境 2022年度の実績

オンワードグループの強み

人財を中心とした、当社グループの強みを源泉として、 お客さまとの価値共創を通じて「目指す姿」を実現します。

当社グループの価値創造の源泉

多様な人財

- 個性あふれるクリエイター
- 企画からデザイン、生産、販売まで一気通貫での価値創造
- チームで戦うデザインカ
- 高いクオリティの販売スタッフ
- お客さまのライフスタイルに合った商品の提案



480万人の顧客基盤

- ■「ONWARD CROSSET(オンワード・クローゼット)」
- お客さまが実店舗とオンラインを行き来でき、実店舗でオン ラインストアの商品に触れることができるOMO戦略を推進
- 実店舗ならではの丁寧な対応と、オンラインのタイムリーな フィードバックにより品質とサービスの向上を実現



高品質・イノベーション・サステナビリティを 実現する生産体制

- 高品質を実現する国内生産
- 商品の製造プロセスにおいて、熟練工の高い技術力と最新 のデジタルテクノロジーの融合
- スマートファクトリー
- IoTシステムの導入による、受注から生産、配送までの効率 化と無駄のないモノづくりを実現



お客さまとの価値共創

アパレル事業の多種多様なブランド価値

ハイクオリティー・スタンダード事業

23 🗶 自由区







ユニーク・バリュー事業 **NCTA**

BEIGE,

JOSEPH

#Newans

財務データと会社案内

uncrave

UNF/LO

多様なシーンに対応する ライフスタイル事業

■ 様々なライフスタイルに応じた価値提供

- 商品開発力・販売力を活かしながら、様々な分野において、 新しい価値やライフスタイルを創造
- コロナ禍でも堅調な推移を見せ、ポストコロナにおける 基幹事業としての成長を期待



法人ビジネス

■ 安定的な事業成長を実現

● ユニフォーム事業に加えて、OEM・ODM事業を展開する プラットフォームサービス事業を新たに立ち上げ、スマート ファクトリー機能を外部に開放



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

オンワードグループは、

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、 ヒトと地球の未来にバトンをつなげます。

当社グループは、サステナビリティに関する取り組みを推進 するために、2021年9月にサステナビリティ委員会を発足し、 これまでに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)の策定を行いました。

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。



社 会

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(JAOC)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の 活躍できる企業であること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

委員長 代表取締役社長 各グループ会社社長・サステナビリティ責任者 方針伝達共有 報告 ● サステナビリティ委員会メンバーと各基幹部門責 任者が参加し、サステナビリティに関する中長期 計画・推進体制について討議 ● 重要課題(マテリアリティ)に沿ったESG課題の年 度計画達成進捗と見直しを行う 各グループ会社・事業部門・管理部門 課題目標の設定・実行・進捗管理

アニュアルレポート 2023

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、(3.20)13、潤いと彩りに満ちた働き方」および(4.80)43、移な個性と共に」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1 地球と共生し、 未来につながる事業活動 重要課題 5 誠実で オンワードグループは、 公正な経営 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、ヒトと地球の 未来にバトンをつなげます。 重要課題4 重要課題3 多様な個性と 潤いと彩りに満ちた 働き方

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

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

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

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

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。

環境

環境への取り組み 地球にやさしいモノづくり サーキュラーエコノミー オンワードグループ TOED提売に沿った情報開売

アニュアルレポート 2023

社 会

環境への取り組み

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。

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、リアル店舗とEコマースの在庫データを統合し、双方向の商品移動をスムーズに行うことによる商品の効率運営、適量生産の実現、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)」)

- ●全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。





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 (圧縮し密閉した梱包)を使用することにより、輸送時の積載率が大幅に向上します。
- ・スーツ配送時の梱包には紙袋を採用し、環境に配慮したコンパクトなパッケージでお届 けします。







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

実店舗・EC・倉庫間の在庫データ統合

実店舗における試着や接客サービス、Eコマースにおける幅広い商品の選択肢など、双方のサービスを融合したOMO型店舗を通じて、お客さまがそのメリットを最大限享受できる場を提供していきます。

オンライン上の商品を取り寄せ、試着・購入できる「クリック&トライ」サービスを導入したOMO型店舗を順次拡大し、更にリペア・メンテナンスの対応、自社商品をお引き取りし可能な限りリサイクル・リユースを行う「オンワード・グリーン・キャンペーン」の実施など、サステナブル機能も実装したブランド複合型店舗「ONWARD CROSSET SELECT(オンワード・クローゼットセレクト)」の展開も、順次拡大していきます。



サーキュラーエコノミー

地球にやさしいモノづくりを推進するとともに、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。

■ 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・リュ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や毛布、軍手などを生産。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、啓蒙活動など様々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て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・リュースパーク」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。

2022年度までに延べ約132万人のお客さまから約687万点の衣料品をお引き取りし、うち82%をリサイクル、18%をリユースとして活用しました。

Onward clothes

The blanket

あなたのオンワードの服が「希望をつなぐ毛布」に。

オンワード・
Green グリーン・
Campaign キャンペーン
Onward Green Campaign
365日衣料品引き取り

株式会社オンワードコーポレートデザイン(旧 オンワード商事株式会社)は、同社の「オンワード商事Re-make-upプロジェクト」と、ANAホールディングス株式会社の「ANA Future Promise」との共同プロジェクトの第1弾として、廃棄対象となった飛行機の座席のシートカバーを一つ一つ手作業でルームシューズに生まれ変わらせるアップサイクルの取り組みによって、「ANA特製ルームシューズ」を共同開発し、「ANA UP-CYCLE PROJECT SHOP」にて予約抽選販売を実施しました。本取り組みは、アパレル業界の「衣服の大量廃棄問題」を解決する目的で、同社の社員発案による新規事業としてスタートしました。またスリッパの生産量日本一の山形県河北町の職人が手作りするため、伝統産業活性化による地方創生にも貢献しています。



お客さまの声

- エコな取り組みに感銘した。
- 素晴らしい企画に賛同したいという思いから応募した。
- ●サステナブルが叫ばれる今の時代にこういう企画は非常にいいと思う。
- ●これまで廃棄していた材料が有効活用されていることは環境保護の観点からも大いに 評価できると感じた。
- ただ捨てるだけではなく別の形にして再び活用できるのは素晴らしい! これからも このようなステキな企画を楽しみにしています!

オンワードグループ TCFD提言に沿った情報開示

価値創造モデルとサステナブル経営

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「ヒトと船球に潤いと彩りを」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います。 近年、世界中で深刻化している環境課題、特に気候変動問題は、当社グループの事業活動においても最重要課題であるという認識のもと、2022年に「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)」 提言に賛同いたしました。

今後も地球と共生し、未来につながる事業活動を推進するため、気候変動への積極的な対応と情報開示を行っていきます。

■ ガバナンス

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推進のために、2021年より 代表取締役社長を最高責任者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、気候変動問題 に関する情報共有・進捗管理をグループ全体で構断的に推進しています。

サステナビリティ委員会 ▶ P12

■リスク管理

気候変動問題は、当社グループにとって様々なリスクが存在していますが、事前にそれらを 管理し適切に対応することで事業活動が持続的に成長する機会にもなると考えています。

サステナビリティ委員会が中心になり、気候変動が事業活動にどのような影響を与えるのか を詳細に分析し、各グループ会社とリスクを共有、取組みの検討および推進を行っています。

戦略

当社グループは、気候変動が事業活動に与えるリスクと機会を把握し、それに対する対応の シナリオ分析を行っています。シナリオ分析では、国際エネルギー機関(IEA)や気候変動に 関する政府間パネル(IPCC)の提言を参照し、世界が気候変動対策を着実に実行し、気温上昇 を2℃未満に抑えられた世界と、対応策が不十分で気温が4℃以上上昇してしまった世界という 2つの世界を想定しました。

2030年を基準とし、2℃未満シナリオではそれを実現する過程での政策・規制・技術や市場・ 評判などによる事業への影響を、4℃シナリオでは気温 上昇に伴う気象条件の急性・慢性的な変化や 災害による影響を分析しました。

■ 指標と目標

当社グループは、気候変動に対する取り組みとして温室効果ガス(Scope1・2・3)排出量を把握し、 サステナビリティ委員会を中心に各グループ会社と連動して温室効果ガス排出量の抑制につながる 行動を推進していきます。

2020年2月期-2023年2月期 オンワードグループ 温室効果ガス排出量推移

*国内連結対象グループ会社計

	2020年2月期	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期	2023年2月期/2	020年2月期対比
	GHG排出量 (t-CO₂)	GHG排出量 (t-CO₂)	GHG排出量 (t-CO₂)	GHG排出量 (t-CO₂)	削減量 (t-CO₂)	対比 (%)
Scope1 燃料使用における排出	出量 2,187	1,182	1,553	1,233	▲ 954	56.4%
Scope2 電気使用における調整 排出量	^{整後} 11,547	9,841	8,895	6,352	▲ 5,195	55.0%
Scope3 Scope1・2以外の事業 動に係る排出量	^{美活} 230,687	171,920	177,123	181,250	▲ 49,437	78.6%
温室効果ガス排出量合計	244,421	182,943	187,571	188,835	▲ 55,586	77.3%

[※] 環境省のサプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベース (Ver3.2) 参照

オンワードグループ 温室効果ガス排出量削減目標(2020年2月期対比)

*国内連結対象グループ会社計

2030年度 Scope1·2 : 50%削減 2030年度 Scope3 : 20%削減

2050年度 Scope1·2 : 実質0を目指します

オンワードグループは、2021年に開示した中長期経営ビジョン「ONWARD VISION 2030」の 重要なテーマとして地球と共生するサステナブル経営の推進をあげています。

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。 地球にやさしいモノづくりを推進し、受注生産の拡大・サステナブルな原材料の調達を行います。 また、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、気候変動の緩和に対する行動を積極的に行い、地球と共生する事業活動を推進 していきます。

[※] 事業活動に関連しないcat3・8・9・10・11・13・14・15は今回算定除外

オンワードグループ TCFD提言に沿った情報開示

TCFD枠組みに沿ったシナリオ分析

117.0	機会分類	要因	オンワードグルー	プのリスク・機会	対応策	事業イ	ンパクト
り入り・	(成云刀)規 	安 <u>公</u>	リスク	機会	刈心 來	2℃未満	5 4℃
移行リスク	政策 規制 技術	・炭素税(カーボンプライシング)の導入 ・気候変動対応不備による罰金など ・再生可能エネルギー拡大 ・プラスチック規制強化 ・衣料リサイクル法・廃棄規制法の導入	・炭素税(カーボンプライシング)による利益減少 ・再生可能エネルギー導入によるコスト上昇 ・GHG排出抑制強化による物流コストの上昇 ・プラスチック商品の売上減	・新技術の導入によるエネルギー消費削減 ・物流の効率化進展 ・再生プラスチック使用商品の需要増大 ・適量生産による在庫圧縮 ・衣料回収増による新たなビジネスの創造	・サステナブル経営の推進によるGHG排出の低減 ・店舗、事業所における省エネ設備の導入(LEDなど) ・行政/業界団体と連携した対策強化 ・再生可能エネルギーの段階的導入 ・一括物流の拡大による輸送手段の効率化 ・再生プラスチック使用商品への切り替え、開発 ・受注生産強化による無駄のないモノづくり ・「オンワード・グリーン・キャンペーン」による衣料回収拡大	1	>
	評判	・サステナブル経営が投資家の判断材料へ ・サステナブル指標開示の厳格化 ・環境、社会課題の解決要求の強まり	・ESG評価低下による投資・融資への悪影響 ・消費者の嗜好変化、商品・サービスの需要減 ・対応不備による企業イメージ悪化、人財採用への影響	・ESG投資の取り込みによる経営体質強化 ・環境配慮型商品・サービスの需要増大 ・サステナブル経営による企業イメージ向上、人財の確保	・サステナブル経営発信の強化 ・適切でスピーディーな情報開示の徹底 ・工場監査/品質管理の徹底	>	→
	市場	・環境配慮型商品/サービスへの共感 ・循環型経済への関心の高まり	・環境配慮型商品以外への購買意欲の低下 ・循環型経済への意識の高まりによる買い控え	環境配慮型商品/ブランド開発による収益向上循環型経済を目指す衣料回収3Rの拡大循環型経済に対応したサービスの創造長く着られる高付加価値商品の需要増大	・環境配慮型商品/ブランドの拡充 ・「オンワード・グリーン・キャンペーン」による衣料回収拡大 ・新サービス(3R/アップサイクルなど)の提案強化	1	>
物理的リスク	急性慢性	・気候変動による自然災害増加 ・気候変動による海面上昇・雨量の増減 ・気候変動による平均気温の上昇	・自然災害での店舗休業・閉鎖による損害 ・天候不良による原材料コスト上昇 ・自然災害による生産工場・物流ルートの寸断 ・気候変動対応商品以外の需要減	・防災/防護アパレルの需要増大 ・気候変動対応商品/サービスの需要増大	・災害発生に備えた生産拠点の分散体制作り ・防災マニュアル策定/サプライチェーンの連携強化 ・気候変動対応商品/サービスの強化 ・機能素材を使用した商品群の拡大	>	1

事業への影響の大きさを3段階(矢印の傾き)で表示しています。

オンワードグループの事業への影響が 非常に大きくなると想定される

オンワードグループの事業への影響がやや大きくなると想定される

オンワードグループの事業への影響が 軽微であることが想定される



社 会

社会への取り組み サプライヤーとの

コミュニティとの共生

動き方デザイン

ダイバーシティ

人的資本経営への取り組み

人権の尊重・労働環境の整備

ステークホルダーエンゲージメント

アニュアルレポート 2023

社会への取り組み

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。

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いける企業を目指しています。

価値創造モデルとサステナブル経営





■ 日本アパレルクオリティセンター(JAQC)を通じた工場監査

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、工場監査をはじめ、QMD*、試験・分析、リペア等に係るサービスを提供 しています。

工場監査においては、社会に信頼される企業の育成と、高付加価値商品をお客さまに安定的に お届けできる生産体制を目指しています。 生産工場における「CSRI「QCI体制の不備は、社会 的な批判の対象となるばかりでなく、サプライヤーである工場の持続的な運営の大きな障害と なるため、グローバルスタンダードに基づいた「CSR監査要求事項」に加え、独自の「QC監査 要求事項|を用いた監査を行っています。

監査の結果、所定の基準を満たしている工場には認定証を発行しますが、基準に満たない 工場は切り捨てるのではなく、問題点を指摘し、理解を得たうえで改善の手助けをすることが、 ブランドホルダーとしての当社グループの社会的責任だと考えています。このため、JAQCは監査 対象の工場に対し、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。

※ 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。

コミュニティとの共生

■ 日本のモノづくりを支援

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、日本全国の 丁場・牛産者の販売やブランディングを支援する取り組みとして2021年にスタートし『CRAHUG (クラハグ) |を推進しています。

このプロジェクトでは、当社グループの公式オンラインストア「オンワード・クローゼット」で の既存商品の販売やプロモーションを支援する販売協業プランと、パートナー企業のオリジナル ブランドとして新商品開発を支援するブランディングプランの2つの協業プランのもと販売支援 を行っており、参加工場数は現在、44に上っています。

パートナー企業さまの声

- 今回の『CRAHUG』とのブランド開発の取り組みを通して、私達のような下請けの縫製 工場が自ら社会に発信していける仕事を作り、会社とスタッフがともに成長し、自社だけ でなく秋田県の魅力も発信し地域活性化につなげていければと思っております。
- 『CRAHUG』の皆さん主導でブランディングを進めて頂き、自分でも専門書を読むなど 積極的に情報収集に努めたことで、ブランディングやマーケティングの知識を深め、その 重要性を知るきっかけとなりました。





マネジメントメッセージ 価値創造モデルとサステナブル経営 環境 は コーポレート・ガバナンス 価値創造モデルとサステナブル経営 財務データと会社案内

働き方デザイン

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ことを目指します。

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。

「働き方デザイン」プロジェクト

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。

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 ●

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 ②

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

■ カエル会議

普段一緒に仕事をするチームで「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と なってトライ&エラーを繰り返しながら、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。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。「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」を意識することで、自由闊達な議論ができる風土を醸成しています。

「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	2022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	8.4時間
休⊟取得数*1	119.0⊟	125.1⊟	124.0⊟	124.9⊟	123.4⊟
マイゴールデンウィーク*2取得率	_	-	39.4%	39.0%	53.3%

- ※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

■ 新たな取り組み

前日の終業時刻と翌日の始業時刻との間を11時間確保する「勤務間インターバル制度」を、2022年9月に導入しました。一定の休息時間を確保することで労働者が十分な生活時間や睡眠時間を確保でき、ワーク・ライフバランスを保ちながら働き続けることをサポートします。



ダイバーシティ

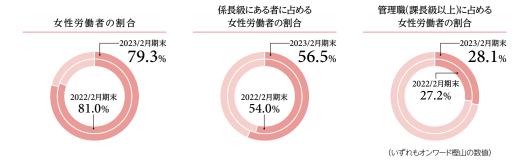
私たちは、多様性を歓迎し、多様で個性的な人財が活躍できる企業を目指します。

今後、多様化するお客さまの価値観・ニーズに応え、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の活躍できる企業であることが重要だと考えています。 全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。

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、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。



新たな取り組み

女性経営幹部候補の育成を行うため、2022年度に「メンター制度」を導入しました。

「メンター制度」とは、経験豊かな先輩社員(メンター)が双方向の対話を通じて、後輩社員(メン ティ)のキャリア形成上の課題解決や悩みの解消を援助して個人の成長をサポートする制度です。

初年度となる2022年度は、トライアルとして役員にメンターとしての面談スキルなどの研修を 行い、女性の部長(メンティ)とのメンタリングを隔週で実施。2023年度は更に多くの女性役職者 とのメンタリングを進めていく予定です。

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2022年度は、女性の育児休業取得率は100%、男性は 2021年度から大幅に向上し、60%が育児休業を取得しました。男件の育児休業取得率も100%を 目指し推進していきます。

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	2022年度実績
女性	100.0%	100.0%	97.0%	100.0%	100.0%
男性	7.7%	10.5%	20.0%	27.3%	60.0%
合計	59.3%	65.3%	79.1%	75.0%	86.2%

※「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)

新たな取り組み

2022年度に、13種類のシフトの中から勤務 時間を決定する「シフト選択制」を導入しました。

社員が仕事とプライベートのバランスをとりな がら充実感をもって働くことができる環境を目指 し、11時間の勤務間インターバル制度と併せて 運用しています。



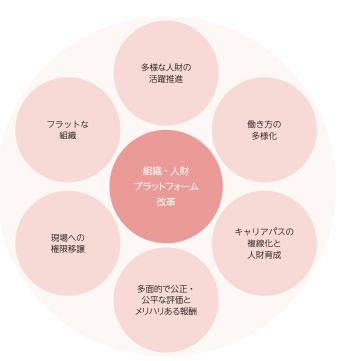
人的資本経営への取り組み

私たちは、持続的な企業価値向上に向けて多様で個性的な人財が活躍できる企業を目指します。

当社は、「社員の多様な個性を活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。

■ 多様で個性的な人財の活躍をサポートする様々な研修制度等の導入

体感型ダイバーシティ研修	チームをマネジメントする立場になった新任役職者を対象とした、ダイバーシティを活かした マネジメントの重要性への気づきを得る体験型研修
ハラスメント研修	ハラスメント全体に関する知識を役職者が持ち、ハラスメントを起こさない・起こりにくい環境 づくりを目指す研修
Hanjin Onward Learning	日々の接客で役立つ情報や知識を動画形式で紹介する当社オリジナルのコンテンツ
eラーニング	多様で個性的な人財をマネジメントする新しい時代に対応したスキルや、幅広く、また状況に 応じた知識を手軽にインプットすることを可能にするコンテンツ
心理的安全性研修	グループの役員以上を対象に、組織の中で自分の考えや気持ちを誰に対しても安心して 発言できる、心理的安全性が確保されたチーム作りのための研修



23





人権の尊重・労働環境の整備

私たちは、国内外の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ます。

『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、一般社団法人日本アパレルクオリティセンター(以下JAQC)による工場監査を通じ、モノづくりの現場における安全で快適な労働環境の整備を推進しています。

縫製工場の人権・労働環境の尊重への取り組み

価値創造モデルとサステナブル経営

JAQCの前身であるオンワード樫山の品質管理部門において、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。

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、現地の監査機関が実務を担当し、JAQCの担当者も必ず同行し、事業環境を踏まえた公正な監査を実施するとともに、発注者に対して改善のサポートができるように状況の理解に務めます。

監査を通じ、人権問題につながる可能性のある問題点を指摘し、理解を得たうえで改善してもらうことがブランドホルダーとしての社会的責任であるという考え方の下で監査を行い、所定の基準を満たしている場合は「オンワード認定工場」の認定証を発行します。基準に満たない工場は切り捨てるのではなく、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改善を支援しています。





監査対象について

JAQC監査実績の推移(国内、海外含む総実績数)

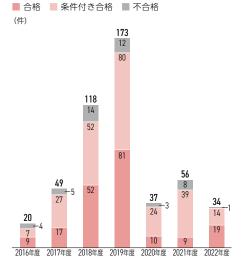
監査の結果、基準を満たしていない工場に対しては、問題点を指摘し、理解を得たうえで当該 工場の事情を考慮し、どのような方法で改善を進めていくのか、などを具体的に提示しながら行う、 指導的監査を目的として実践しています。

この結果、監査の合格および条件付き合格の割合は、監査を開始した翌2016年度の80%から 2022年度には97%まで上昇しています。

※下記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	Ê	참		付き ì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%
2022年度	34	19	56%	14	41%	1	3%
合計	487	197	40%	243	50%	47	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。



人権の尊重・労働環境の整備

一般社団法人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。

JAQCは、オンワード樫山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、株式会社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。

オンワード認定工場の監査業務の他にも、監査要求事項や判定基準などを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、業界全体でその見識を活用できるような取り組みや、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などを行っています。また素材の染色堅牢度、物理性能チェック、製品試験による外観確認など、企画から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。

さらに、2022年6月に法人向けの事業として衣類の修理や補修、染み抜き、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、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ともに、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ともに、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。

アニュアルレポート 2023

ステークホルダーエンゲージメント

私たちは、「ヒトと地球に潤いと彩りを」というミッションステートメントを定め、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を目指していきます。 そのためには、当社が企業活動を行う上で関わる顧客をはじめとする全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。

ファッションを通じて子どもたちへ潤いと彩りを

コミュニティ

株式会社オンワード樫山は、サステナブル経営推進の一環として、ファッションを通じて子どもたちに潤いと彩りをお届けするべく支援活動に取り組んでいます。毎年春に、里親・里子をサポートする特定非営利活動法人「東京養育家庭の会」への支援活動として、子どもたちへ小学校入学のお祝いの洋服をプレゼントしています。東京養育家庭の会は歴史・規模ともに国内を代表する組織であることから、同会を通じた支援が子どもたちを支援する第一歩であると考え、2014年より活動をスタートしました。今後も子どもたちの健やかな成長と自立のための一助となるべく、「東京養育家庭の会」と連携し、支援活動に取り組んでいきます。

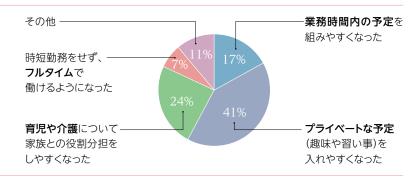


ONWARD

働き方デザインを通じて仕事とプライベートの相乗効果を創出



株式会社オンワード樫山は、「働き方デザイン」の一環として、2022年度に新たに「シフト選択制」と「勤務間インターバル制度」を導入しました。その結果趣味に費やす時間の創出や、育児・介護の時間確保、育児や介護の都合による時短勤務からフルタイム勤務への切り替えなど、様々なワーク・ライフバランスを実現しています。



制服の企画生産とSDGs教育



株式会社オンワードコーポレートデザイン(旧 オンワード商事株式会社)は、学校制服の企画・生産・販売事業を行っています。2022年度は学校向けに、新制服の企画生産とともに、企業ならではの体系的な「学び」の機会を提供する新サービスを開始しました。第一弾として、筑波大学附属坂戸高等学校において、新制服の企画生産を行うとともに、環境問題について学習するSDGs学習ボードゲームを使った体験型授業を実施しました。参加した2年生の生徒たち27名は、SDGsへの理解を深め、授業の満足度は97.6%でした。



コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンス マネジメントチーム

2022年度の実績

コーポレート・ガバナンス

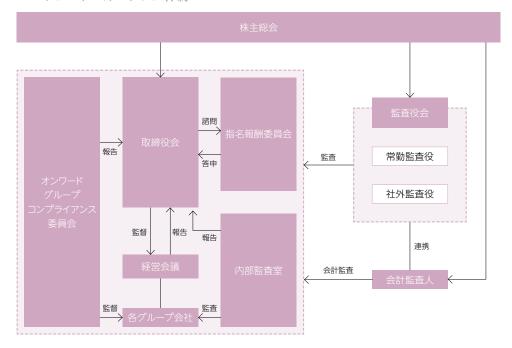
基本的な考え方

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。

環境

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、2022年度は取締役会を13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2022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13回/13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13回/13回(100%)。

取締役会のスキルマトリクス

		当社が期待する知見・経験						
氏名	社外 独立役員	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	0	•	•	•		•		
小室 淑恵	. 0	•				•	•	

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、2022年度は監査役会を16回開催しています。

社外監査役選任理由

氏名	社外監査役選任理由と2022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13回/13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13回/13回(100%)、監査役会出席回数は16回/16回(100%)。



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。

グループガバナンス

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図っています。

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6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

3.2022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。

29

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

● 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。

環境

価値創造モデルとサステナブル経営

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。

口. 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。

八. 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。

② 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。

③ 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

		報酬等			
役員区分	報酬等の総額	固定	報酬	業績連動報酬	対象となる役員の
1文具凸刀	(百万円)	基本報酬	自社株取得 目的報酬	賞与	員数(名)
取締役 (うち社外取締役)	299 (27)	165 (27)	47(-)	86(-)	7(3)
監査役 (うち社外監査役)	52 (16)	52 (16)	-(-)	-(-)	6(2)
合計	351 (43)	217 (43)	47(-)	86(-)	13(5)

(注) 当事業年度末現在の人員は、取締役6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。

● 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。

② 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/

マネジメントチーム



2022年度の実績

連結実績

アパレル関連事業

ライフスタイル関連事業

アニュアルレポート 2023

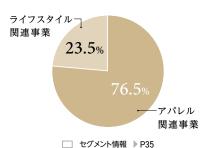
連結実績

売上高

1,761億円

□ 11年間の主要財務データ ▶ P40

セグメント別 売上構成比*1



創業

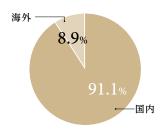
96_#

☐ Our History ▶ P47

営業利益

52億円

国内・海外別 売上構成比*1



グループ会社数

51社

Our Network P51

アパレル関連事業



一株当たり年間配当金

12_□

国内販売チャネル別 売上構成比**2



グループ従業員数

6,061₃

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。

当社は、1927年に創業し、日本において既製服の製造・

- (注)数値は2023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国内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。

ライフスタイル関連事業







社 会 コーポレート・ガバナンス マネジメントメッセージ 価値創造モデルとサステナブル経営 環境 財務データと会社案内

アパレル関連事業

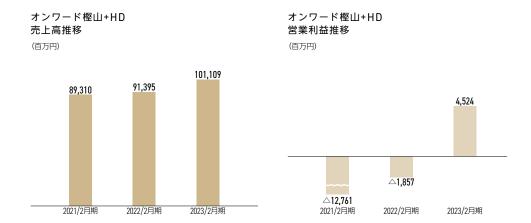
国内アパレル事業

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

当社グループにおける中核事業会社のオンワード樫山は、『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)』『TOCCA(トッカ)』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。近年は Eコマースを主販路とするブランド『UNFILO(アンフィーロ)』『steppi(ステッピ)』『uncrave (アンクレイヴ)』『#Newans(ハッシュニュアンス)』などを開発し、将来の主力事業を目指し、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OMO*1型店舗における「クリック& トライ*2|サービスを通じて、お客さまがリアル店舗とEコマース、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。

※1 Online Merges with Offlineの略称





^{※2} ECサイト「ONWARD CROSSET」内で取り扱う様々なブランド商品から、気になる商品を最寄りのリアル店舗に取り寄せてご試着いただけるサービス

マネジメントメッセージ 価値創造モデルとサステナブル経営 社 会 コーポレート・ガバナンス 財務データと会社案内 環境

アパレル関連事業

国内アパレル事業(法人ビジネス)

申核会社 株式会社オンワードコーポレートデザイン(旧 オンワード商事株式会社)

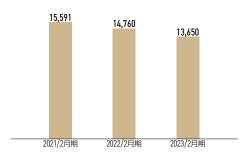
事業内容 一般法人向けにユニフォーム事業(企業ユニフォーム、学生服、メディカルウェアなど)、 セールスプロモーション事業を展開

オンワードコーポレートデザインは、一般法人向けにユニフォーム事業(企業ユニフォーム、 学牛服、メディカルウェアなど)、セールスプロモーション事業の分野で、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きめ細かく 汲み取りながら、高い品質と機能性を実現し、さらにはオンワードグループの強みであるファッション 性までも満たしたご提案を特徴とする、営業・企画・生産部門を有するアパレルメーカーです。



オンワードコーポレートデザイン (旧 オンワード商事株式会社) 売上高推移

(百万円)



オンワードコーポレートデザイン (旧 オンワード商事株式会社) 営業利益推移 (百万円)

1,021 2022/2月期 2023/2月期 2021/2月期

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、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 恩瓦德時尚貿易(中国)有限公司 樫山(大連)有限公司

事業内容 恩瓦徳時尚貿易: 『23区』 『ICB (アイ・シー・ビー) 』などのブランドビジネスを展開 樫山大連:主にオーダーメイドスーツを製造する工場

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。

樫山(大連)は、IoTやRPA(Robotic Process Automation)など最新機器・システムの導 入による自動化と、蓄積された職人の縫製技術・ノウハウを融合し、最短1週で高品質なオー ダーメイドスーツを提供できるスマートファクトリーです。

<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

I.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 『I.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。



コーポレート・ガバナンス マネジメントメッセージ 価値創造モデルとサステナブル経営 環境 社 会 財務データと会社案内

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。



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。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。



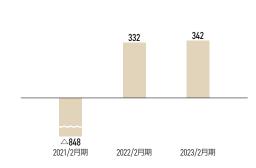


チャコット 売上高推移

(百万円) 8,849 8,311 7,175 2021/2月期 2022/2月期 2023/2月期

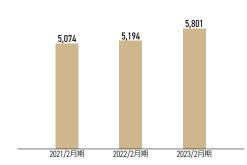
チャコット 営業利益推移

(百万円)



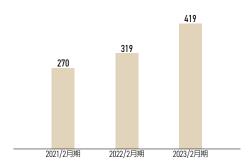
クリエイティブヨーコ 売上高推移

(百万円)



クリエイティブヨーコ 営業利益推移

(百万円)



社 会 コーポレート・ガバナンス マネジメントメッセージ 価値創造モデルとサステナブル経営 環境 財務データと会社案内

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 (ザ・プロダクト) 』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』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。高い品質と価値を持つ 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。



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。"美味しい!をコーディネート"をコン セプトに、バイヤーが全国の産地に伺って生産者 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。

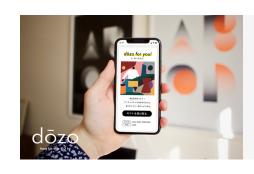


ギフト事業

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。また、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。

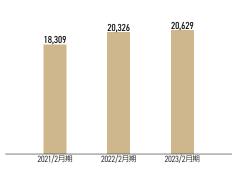






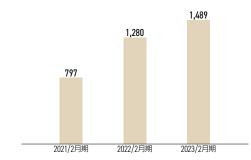
大和 売上高推移

(百万円)



大和 営業利益推移

(百万円)



財務データと会社案内

11年間の主要財務デーク

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

連結財務諸表

Our History

オンワードグループ主要展開ブランド

Our Network

会計情報

株式情報

アニュアルレポート 2023

11年間の主要財務データ

(百万円)	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	2023年2月期
売上高	258,369	280,007	281,501	263,516	244,900	243,075	240,652	248,233	175,899	168,453	176,072
売上原価	133,878	149,270	152,438	144,063	131,638	129,498	129,019	135,550	105,196	80,841	79,320
販売費及び一般管理費	113,298	120,537	123,332	115,674	109,059	108,409	107,171	115,744	90,876	88,691	91,537
営業利益	11,192	10,200	5,731	3,778	4,203	5,167	4,461	△ 3,061	△ 20,173	△ 1,079	5,214
経常利益	13,405	12,211	7,162	5,504	5,577	5,928	5,161	△ 3,835	△ 20,174	507	5,319
法人税、住民税及び事業税	7,398	3,111	5,033	8,679	1,533	3,305	1,244	1,653	814	2,695	1,387
親会社株主に帰属する当期純利益	4,503	4,658	4,204	4,278	4,744	5,366	4,948	△ 52,135	△ 23,181	8,566	3,061
営業活動によるキャッシュ・フロー	10,137	13,361	16,490	3,632	6,844	13,228	4,635	8,003	△ 19,614	7,814	5,685
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 10,682	△ 14,300	△ 15,656	1,782	25,270	△ 7,299	△ 10,305	△ 10,758	6,091	21,685	4,390
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 7,848	2,121	757	△ 6,357	△ 32,856	△ 6,593	11,542	△ 1,595	5,860	△ 36,173	△11,955
フリーキャッシュ・フロー	△ 545	△ 939	834	5,414	32,114	5,929	△ 5,670	△ 2,755	△ 13,523	29,499	10,075
設備投資費	8,948	16,750	26,884	15,955	10,599	12,058	13,472	9,533	6,501	5,657	4,921
減価償却費	5,721	6,800	7,218	7,799	6,662	6,334	6,510	6,392	5,659	4,605	4,366
現金及び預金	24,677	27,375	31,122	29,407	26,096	26,334	31,284	28,795	21,301	15,209	13,805
流動資産	100,321	110,349	117,051	121,468	103,572	105,977	114,324	106,782	80,460	60,508	62,255
有形固定資産	86,861	102,878	109,658	106,695	92,268	93,714	96,717	83,231	71,825	58,042	53,130
総資産	286,779	313,430	340,854	313,454	273,226	278,133	287,554	234,316	196,052	157,727	159,198
流動負債	100,740	101,009	109,619	106,109	85,684	86,384	105,405	108,743	99,549	55,761	53,124
株主資本	177,141	178,077	179,879	176,263	169,027	168,341	167,429	105,023	68,926	75,030	75,721
純資産	165,372	175,028	185,315	172,337	165,670	168,152	162,210	94,036	59,509	77,257	85,073
1株当たり当期純利益 (円)	28.71	29.69	26.78	28.27	31.47	36.97	35.24	△ 383.97	△ 171.18	63.17	22.57
1株当たり純資産 (円)	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	550.76
年間配当金 (円)	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00	12.00	12.00	12.00
配当性向 (%)	83.6	80.8	89.6	86.5	74.0	63.7	66.9	_	_	19.0	53.2
ROE (%)	2.8	2.8	2.4	2.4	2.8	3.3	3.1	△ 42.0	△ 31.6	13.9	4.3
ROA (%)	4.8	4.1	2.2	1.7	1.9	2.2	1.8	△ 1.5	△ 9.4	0.3	3.4
営業利益率 (%)	4.3	3.6	2.0	1.4	1.7	2.1	1.9	△ 1.2	△ 11.5	△ 0.6	3.0
粗利益率 (%)	48.2	46.7	45.8	45.3	46.2	46.7	46.4	45.4	40.2	52.0	54.9
販管費/売上高(%)	43.9	43.0	43.8	43.9	44.5	44.6	44.5	46.6	51.7	52.7	52.0
自己資本比率 (%)	57.1	55.2	53.8	54.2	59.8	59.2	55.1	38.3	28.9	42.4	47.0
従業員数(連結)	5,208	5,224	4,973	5,119	4,456	4,530	4,643	5,153	7,498	6,377	6,061

⁽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。

環境

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による行動制限の緩和 により、経済活動の正常化が進み、景気に持ち直しの動きが見られました。しかしながら、資源価格 や原材料の高騰、円安の影響による物価の上昇等、先行きは不透明な状況が続いています。

このような状況の中、当社グループは『社員の多様な個性を活かしたお客さま中心の経営』への進化を目指してきました。2021年4月に策定した中長期経営ビジョン『ONWARD VISION 2030』の実現に向けて、コア事業であるアパレル事業においては、リアル店舗の運営に加えて、グループECサイト「ONWARD CROSSET (オンワード・クローゼット)」を通じた積極的なEC戦略を推進してきました。特に、リアル店舗とオンラインストアで提供するサービスを融合したOMO(Online Merges with Offline)型店舗の展開が強化され、利用者数が高水準で推移したことにより、リアル店舗での販売の拡大に貢献しました。また、グローバル事業構造改革の成果に加え、値引き販売の抑制に努めたことにより、売上総利益率が2.9%向上し、販管費率が0.7%低減しました。この結果、営業利益を含む全ての利益段階で黒字となりました。なお、親会社株主に帰属する当期純利益は、前連結会計年度に不動産売却益の計上があり、その反動から減益となりました。

以上の結果、連結売上高は1,760億72百万円(前期比4.5%増)、連結営業利益は52億14百万円(前期は営業損失10億79百万円)、連結経常利益は53億19百万円(前期比948.7%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は30億61百万円(前期比64.3%減)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、リアル店舗への来客数が増加したことに加え、中核事業会社である株式会社オンワード樫山の基幹ブランド『23区』『ICB(アイ・シー・ビー)』『自由区』などの売上が好調に推移し、D2Cブランド『UNFILO(アンフィーロ)』がヒット商品を創出するなどにより増収となりました。また『KASHIYAMA(カシヤマ)』を展開する株式会社オンワードパーソナルスタイルでは、直営店舗に加えフランチャイズ店舗展開も加速し、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の撤退等により、既存事業の収益性は、 大幅に改善されました。

以上の結果、売上高は1,347億61百万円(前期比4.4%増)、営業利益は23億89百万円(前期は営業損失32億79百万円)となりました。

[ライフスタイル関連事業]

ウェルネス事業を展開するチャコット株式会社は、主力のバレエ、フィットネス用品および『Chacott COSMETICS (チャコット・コスメティクス)』『Chacott BALANCE (チャコット・バランス)』が堅調に

推移し、新型コロナウイルス感染症の影響前と同水準まで売上が回復しました。ペット・ホームライフ 事業を展開する株式会社クリエイティブヨーコは、リアル店舗の出店施策が奏功し、売上高が好調に 推移しました。

以上の結果、売上高は413億10百万円(前期比4.8%増)、営業利益は37億56百万円(前期比56.3%増)となりました。

キャッシュ・フローの状況

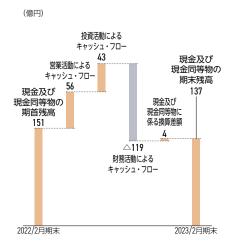
営業活動によるキャッシュ・フローは、税金等調整前当期純利益、減損損失、棚卸資産の増加、仕入債務の増加等により56億85百万円の収入(前期は78億14百万円の収入)となりました。

投資活動によるキャッシュ・フローは、投資有価証券の売却および連結範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入等により43億90百万円の収入(前期は216億85百万円の収入)となりました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、短期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119億55百万円の支出(前期は361億73百万円の支出)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14億3百万円減少し、137億95百万円となりました。

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生産実績をセグメントごとに示すと、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	13,654	77.7

(注) 金額は製造原価です。

2022年度の実績

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、受注生産についても、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(%)
	国内	121,337	107.6
アパレル関連事業	海 外	13,424	82.6
	計	134,761	104.4
ライフスタイル関連事業		41,310	104.8
連結	合計	176,072	104.5

(注) セグメント間取引については、相殺消去しています。

経営成績の分析

a. 売上高および売上総利益

売上高は、中核事業会社の株式会社オンワード樫山を中心に主力のブランド事業の復調が鮮明に なったこと、OMOサービス「クリック&トライ」を導入した店舗の販売が好調に推移したことなどから、 前連結会計年度に比べ76億18百万円増加し、1,760億72百万円となりました。

売上総利益は、在庫コントロールの徹底や値引き販売の抑制に努めたことにより売上総利益率が 2.9%向上、前連結会計年度に比べ91億39百万円増加し、967億51百万円となりました。

b. 営業利益および経常利益

販売費及び一般管理費は、グローバル事業構造改革の成果等により販管費率が低下し、前連結会 計年度から28億45百万円増加の915億37百万円となりました。

その結果、営業利益は前連結会計年度から62億93百万円増加の52億14百万円となり、経営利益 は前連結会計年度から48億12百万円増加の53億19百万円となりました。

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、投資有価証券売却益および関係会社株式売却益等により18億78百万円となり ました。特別損失は、減損損失等により33億88百万円となりました。税金等調整前当期純利益は、 前連結会計年度に比べ101億2百万円減少し、38億9百万円となり、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55億5百万円減少し、30億61百万円となりました。



(注) 1億円未満を切り捨てて表示しています。

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14億71百万円増加 し、1.591億98百万円となりました。流動資産は、商品及び製 品、原材料及び貯蔵品の増加等により17億46百万円増加しま した。固定資産は、有形固定資産の売却等により2億75百万 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63億45百万円減少 し、741億25百万円となりました。流動負債は、借入金の減少 等により26億37百万円減少し、固定負債は、長期借入金の減 少等により37億8百万円減少しました。

c. 純資産

純資産の部は、前連結会計年度末に比べ78億16百万円増 加し、850億73百万円となりました。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減少等により、6億90百万円増加しました。 その他の包括利益累計額は、その他有価証券評価差額金の増 加等により71億70百万円増加しました。

財政状態



アニュアルレポート 2023

連結財務諸表

連結貸借対照表 (百万円)

连 和貝旧对眾 农		(日方片
	前連結会計年度 2022年2月28日	当連結会計年度 2023年2月28日
資産の部	2022 1 =73202	2020 -/3202
流動資産		
現金及び預金	15,209	13,805
受取手形、売掛金及び契約資産	14,204	13,981
商品及び製品	23,908	27,297
仕掛品	449	486
原材料及び貯蔵品	2.478	2,935
その他	4,509	4,185
貸倒引当金	4,307 △252	4,183 △437
流動資産合計	60.508	62,255
	00,000	02,233
有形固定資産		
建物及び構築物	58,027	40,719
減価償却累計額	56,027 △35,019	40,717 △21,220
		△21,220 19,498
建物及び構築物(純額) 土地	23,008	
エ心 リース資産	23,371	23,328
	9,998	9,988
減価償却累計額	△6,239	△6,784
リース資産 (純額)	3,759	3,204
その他	25,158	18,548
減価償却累計額	△17,254	△11,449
その他(純額)	7,903	7,099
有形固定資産合計	58,042	53,130
無形固定資産		
のれん	4,631	4,025
その他	4,717	5,081
無形固定資産合計	9,349	9,106
投資その他の資産		
投資有価証券	14,117	16,433
長期貸付金	1,683	2,882
長期前払費用	524	383
退職給付に係る資産	3,248	5,441
繰延税金資産	4,338	3,454
その他	6,078	6,442
貸倒引当金	△163	△331
投資その他の資産合計	29,827	34,706
固定資産合計	97,219	96,943
資産合計	157,727	159,198

(百万円)

	前連結会計年度 2022年2月28日	当連結会計年度 2023年2月28日
負債の部	2022427320	2023427320
流動負債		
支払手形及び買掛金	6,361	8,154
電子記録債務	11,860	13,236
短期借入金	18,705	14,880
25.00mm 1年内返済予定の長期借入金	4,053	3,720
リース債務	4,033 854	3,720 887
未払法人税等	2,022	1,129
賞与引当金	626	914
役員賞与引当金	50	179
その他	11,225	10,021
流動負債合計	55.761	53,124
	30,701	33,124
長期借入金	12,377	8,657
リース債務	3,676	3,902
再評価に係る繰延税金負債	241	241
退職給付に係る負債	2,858	2,886
役員退職慰労引当金	247	262
資産除去債務	2,503	2,563
その他	2,804	2,485
固定負債合計	24,709	21,000
負債合計	80,470	74.125
純資産の部	00,470	77,120
株主資本		
資本金	30,079	30,079
資本剰余金	50,390	50,347
利益剰余金	15.391	16,042
自己株式	△20,831	△20,748
株主資本合計	75,030	75,721
その他の包括利益累計額	, 0,000	
その他有価証券評価差額金	△1,646	2.620
繰延ヘッジ損益	1	30
土地再評価差額金	△5,698	△5,698
為替換算調整勘定 	△328	1,441
退職給付に係る調整累計額	△472	631
その他の包括利益累計額合計	△8,144	△973
新株予約権	122	82
非支配株主持分	10,248	10,243
純資産合計	77,257	85,073
負債純資産合計	157,727	159,198

<<

連結財務諸表

連結損益計算書(日万円)

建柏掛金計昇音		(百万円)
	前連結会計年度	当連結会計年度
	自2021年3月1日	自2022年3月1日
	至2022年2月28日	至2023年2月28日
売上高	168,453	176,072
売上原価	80,841	79,320
売上総利益	87,612	96,751
販売費及び一般管理費合計	88,691	91,537
営業利益又は営業損失(△)	△1,079	5,214
営業外収益		
受取利息	52	28
受取配当金	1,340	205
為替差益	99	789
助成金収入	1,013	136
その他	917	219
営業外収益合計	3,423	1,380
営業外費用		
支払利息	391	363
売場什器等除却損	96	45
持分法による投資損失	73	46
支払手数料	176	186
その他	1,098	632
営業外費用合計	1,836	1,274
経常利益	507	5,319
特別利益		
投資有価証券売却益	105	527
固定資産売却益	17,921	21
関係会社株式売却益	2,944	1,300
雇用調整助成金等	289	_
その他	67	29
特別利益合計	21,327	1,878
特別損失		
関係会社株式売却損	1,829	_
減損損失	1,741	2,906
関係会社整理損	1,968	_
臨時休業等による損失	1,620	5
その他	761	475
特別損失合計	7,921	3,388
税金等調整前当期純利益	13,912	3,809
法人税、住民税及び事業税	2,695	1,387
法人税等調整額	2,523	△688
法人税等合計	5,218	698
当期純利益	8,693	3,111
非支配株主に帰属する当期純利益	127	49
親会社株主に帰属する当期純利益	8,566	3,061

連結包括利益計算書

(百万円)

	前連結会計年度 自2021年3月1日 至2022年2月28日	当連結会計年度 自2022年3月1日 至2023年2月28日
当期純利益	8,693	3,111
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	292	4,267
繰延ヘッジ損益	△13	29
土地再評価差額金	1,042	_
為替換算調整勘定	1,370	2,256
退職給付に係る調整額	272	1,103
その他の包括利益合計	2,963	7,656
包括利益	11,657	10,767
(内訳)	•	•
親会社株主に係る包括利益	11,501	10,231
非支配株主に係る包括利益	155	535

連結財務諸表

前連結会計年度(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								
	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	新株予約権	非支配株主 持分	純資産合計
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利益			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

当連結会計年度(自2022年3月1日至2023年2月28日)

(百万円)

45

		株主資本			その他の包括利益累計額				その他の包括利益累計額			その他の包括利益累計額					
	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	新株予約権	非支配株主 持分	純資産合計			
当期首残高	30,079	50,390	15,391	△20,831	75,030	△1,646	1	△5,698	△328	△472	△8,144	122	10,248	77,257			
会計方針の変更による累積的影響額			△782		△782									△782			
会計方針の変更を反映した当期首残高	30,079	50,390	14,608	△20,831	74,247	△1,646	1	△5,698	△328	△472	△8,144	122	10,248	76,474			
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利益			3,061		3,061									3,061			
自己株式の取得				△0	△0									△0			
自己株式の処分		△43		82	39									39			
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)						4,267	29	_	1,770	1,103	7,170	△39	△5	7,125			
当期変動額合計	_	△43	1,433	82	1,473	4,267	29	-	1,770	1,103	7,170	△39	△5	8,598			
当期末残高	30,079	50,347	16,042	△20,748	75,721	2,620	30	△5,698	1,441	631	△973	82	10,243	85,073			

連結財務諸表

連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

理結イヤッンユ・ノロー計算者		(百万円
	前連結会計年度 自2021年3月1日 至2022年2月28日	当連結会計年度 自2022年3月1日 至2023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	13,912	3,809
減価償却費	4.605	4,366
減損損失	1.741	2,906
のれん償却額	766	794
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△123	330
退職給付に係る資産の増減額(△は増加)	△434	△2,192
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	△217	26
受取利息及び受取配当金	△1,392	△234
支払利息	391	363
持分法による投資損益(△は益)	73	46
固定資産処分損益(△は益)	△17,778	4
売場什器等除却損	96	45
投資有価証券売却損益(△は益)	△104	△505
投資有価証券評価損益(△は益)	_	166
関係会社株式売却損益(△は益)	△1,114	△1,300
売上債権の増減額(△は増加)	1,004	358
棚卸資産の増減額(△は増加)	3,405	△3,653
仕入債務の増減額(△は減少)	△1,013	3,077
その他	3,703	△1,032
小計	7,523	7,377
利息及び配当金の受取額	245	1,414
利息の支払額	△425	△414
法人税等の支払額	△2,064	△2,726
法人税等の還付額	2,536	35
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,814	5,685
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	△32	△11
定期預金の払戻による収入	55	11
有形固定資産の取得による支出	△2,929	△2,164
有形固定資産の売却による収入	32,270	0
投資有価証券の取得による支出	△10	△3
投資有価証券の売却による収入	687	3,238
長期前払費用の取得による支出	△27	△69
差入保証金の差入による支出	△662	△878
差入保証金の回収による収入	1,099	474
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による支出	△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	7,644
その他	△2,098	△3,851
投資活動によるキャッシュ・フロー	21,685	4,390

(百万円)

	前連結会計年度 自2021年3月1日 至2022年2月28日	当連結会計年度 自2022年3月1日 至2023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)	△38,471	△4,796
長期借入金の返済による支出	△5,052	△4,053
自己株式の取得による支出	△0	△0
配当金の支払額	△1,627	△1,627
非支配株主からの払込みによる収入	10,000	_
非支配株主への配当金の支払額	△2	△248
その他	△1,019	△1 ,22 9
財務活動によるキャッシュ・フロー	△36,173	△11,955
現金及び現金同等物に係る換算差額	602	475
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△6,070	△1,403
現金及び現金同等物の期首残高	21,270	15,199
現金及び現金同等物の期末残高	* 15,199	* 13,795

※ 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2021年3月1日 至2022年2月28日	当連結会計年度 自2022年3月1日 至2023年2月28日
現金及び預金勘定	15,209	13,805
預入期間が3ヵ月を超える定期預金	△10	△10
現金及び現金同等物	15,199	13,795

<<

Our History

オンワードグループは、1927年の創業以来、96周年を迎えました。 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

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。



創業者 樫山純三

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)

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。

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)

96 周年

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。







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

アニュアルレポート 2023 《 47

コーポレート・ガバナンス マネジメントメッセージ 価値創造モデルとサステナブル経営 環境 社 会 2022年度の実績

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(アイ・ シー・ビー)』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。





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

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『JOSEPH (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「GRACE CONTINENTAL (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。





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

2010年代一現在

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月の直営Eコマースサイト 「ONWARD CROSSET (オンワード・クローゼット) | 開設を 皮切りに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 (カシヤマ)』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 **FONWARD VISION** 2030」を策定しました。







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主要展開ブランド

アパレル関連事業

アハレル関連事業						
ブランド (読み方)		コンセプト・概要				
בם	展開ジャンル	[取り扱い事業会社]				
23🛚	(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 とは一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 とは一世代を越えて、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]				
ісв	(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. ーすべての女性の笑顔の為にー 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ブを提案します。 【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)で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	(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]				
	(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.]				
DAKS	(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」				
		Server part of the labeled				

ブランド					
DI	(読み方)	コンセプト・概要 [取り扱い事業会社]			
J O S E P H A B B O U D'	展開ジャンル (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プランド。 [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」一そんなふう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]			
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]			
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活かす工夫や、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]			
uncr∧ve	(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]			
#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。「Univers.) 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」			

アニュアルレポート 2023

<<

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

アパレル関連事業		
ブランド (読み方)		コンセプト・概要
בם	展開ジャンル	[取り扱い事業会社]
UNF/LO	(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]
PW CIRCUL UJ	(ピーダブリュサーキュラス) ゴルフ	「POP & WIT & YOU」をテーマに、POPでカラフル、ひねりのきいたグラフィックアイテムでゴルフシーンを楽しく盛り上げる、日常着にも取り入れやすいゴルフウエアブランドです。ブランド名の"CIRCULUS"はラテン語で「輪」という意味を表し、仲間と過ごす楽しい時間を共有し、さらにその輪を広げていきたいという思いを込めています。 [株式会社オンワード樫山]
NAVE	(ネイヴ) ウィメンズ メンズ グッズ	いつの時代もファッションは、"ワクワク"人をハッピーにさせるもの。 NAVEは新しい時代を生きる人たちが、ファッションにそれぞれ何かを感じる、心動かされる。そんなブランドコンテンツを提案するファッションプラットフォームです。 [株式会社オンワード樫山]
steppi	(ステッピ) ウィメンズ メンズ 子供	ニットだから、ひたすら心地いい靴。 衣服のように、毎日履いても、何回でも洗えるニットシューズ。 steppiはニットシューズで多くの人々の毎日を足元から支えていきます。 [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]
අමුරුව 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 STILBH FABBON SCHICK	(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]
Chut.	(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		コンセプト・概要				
בם	(読み方) 展開ジャンル	[取り扱い事業会社]				
Chacott	(チャコット) パレエ 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(チャコット・バレエ)』、フィットネス用品の『Chacott BALANCE(チャコット・バランス)』、新体操用品などの『Chacott ARTSPORT(チャコット・アートスポーツ)』、ダンス用品の『Chacott DANCE(チャコット・ダンス)』、コスメティクスの『Chacott COSMETICS(チャコット・コスメティクス)』、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 Mortelatique & search	(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、ペットウェア、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]				

Our Network Europe **United States** Asia Japan USA UK China Japan London Shanghai Tokyo New York Onward Fashion Trading (China) Co., Ltd. Joseph Ltd. ■ 株式会社オンワードホールディングス J. Press, Inc. ■ Shanghai Onward Fashion Co., Ltd. Freed of London Ltd. ■株式会社オンワード樫山 Onward U.S.A. L.L.C. ■ 株式会社オンワードコーポレートデザイン Onward Trading (Shanghai) Co., Ltd. Guam (旧 オンワード商事株式会社) Dalian ■ 株式会社アイランド Onward Golf Resort Guam, Inc. Kashiyama (Dalian) Co., Ltd. ■ 株式会社オンワードパーソナルスタイル Onward Mangilao Guam, Inc. ■インティメイツ株式会社 Hong Kong ■株式会社オンワードデジタルラボ ■チャコット株式会社 Onward Kashiyama Hong Kong Ltd. ■ 株式会社KOKOBUY ■ 株式会社オンワードクリエイティブセンター ■ 株式会社ビエン Vietnam ■ 株式会社オンワードリゾート&ゴルフ Ho Chi Minh City ■ 株式会社オーアンドケー Onward Kashiyama Vietnam Ltd. 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 ■ 持株会社 ■株式会社大和 ■アパレル関連事業 Saga ■ ライフスタイル関連事業

アニュアルレポート 2023

■ 株式会社KASHIYAMA SAGA

会社情報

会社の概要 2023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 6,061名(連結)

取締役、監査役および執行役員 2023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

常務取締役 佐藤修

常務取締役 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

(注) 小室淑恵氏の戸籍上の氏名は石川淑恵です。

会社組織 2023年3月1日現在

	株主	上総会	
監査役会	取叙	- 辞役会	
	代表取	- 締役社長	
	取締行	设副社長	
内部監査室			 人財制度
秘書・広報室			 ライフスター
サステナブル経営推進室			 国際事
経営企画室			 ヨーロッ
戦略企画室			 アメリ
DX推進室			 アジフ
人財・総務担当			 マーケティング
財務・経理・IR担当			 SCM
			 法人ビジ

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 村上 哲 行 役 行 小田切 潤 役 員 行 西森 浩文 役 員

アニュアルレポート 2023

株式情報 2023年2月28日現在

株式の状況

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22,204千株を含む)

株 主 数 48,140名

上場証券取引所 東京証券取引所プライム市場

株主名簿管理人 三菱UFJ信託銀行株式会社

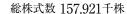
東京都府中市日鋼町1-1

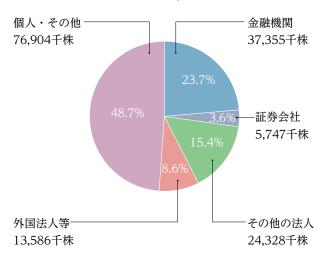
大株主

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)	14,435千株	10.6%
公益財団法人樫山奨学財団	8,710千株	6.4%
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	5,751千株	4.2%
オンワードホールディングス取引先持株会	5,162千株	3.8%
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	3,360千株	2.4%
株式会社三井住友銀行	2,931千株	2.1%
SMBC日興証券株式会社	2,640千株	1.9%
株式会社三越伊勢丹	2,301千株	1.6%
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22,204千株を保有しています。
 - 3. 持株比率は、自己株式22,204千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)

