

# 2008年2月期 本決算説明会

株式会社 オンワードホールディングス

# 今期業績と重点施策総括

# 通期実績

## 単体

(単位:億円)

	2007年度	2006年度	増減額(比)
売上高	1,975	2,002	△27 (△1.3%)
営業利益 (率)	137 (7.0%)	165 (8.3%)	△28 (△17.0%)
経常利益 (率)	177 (9.0%)	204 (10.2%)	△27 (△13.5%)
当期純利益 (率)	129 (6.5%)	68 (3.4%)	+61 (89.2%)

※07年度、06年度 商事除く

## 連結

(単位:億円)

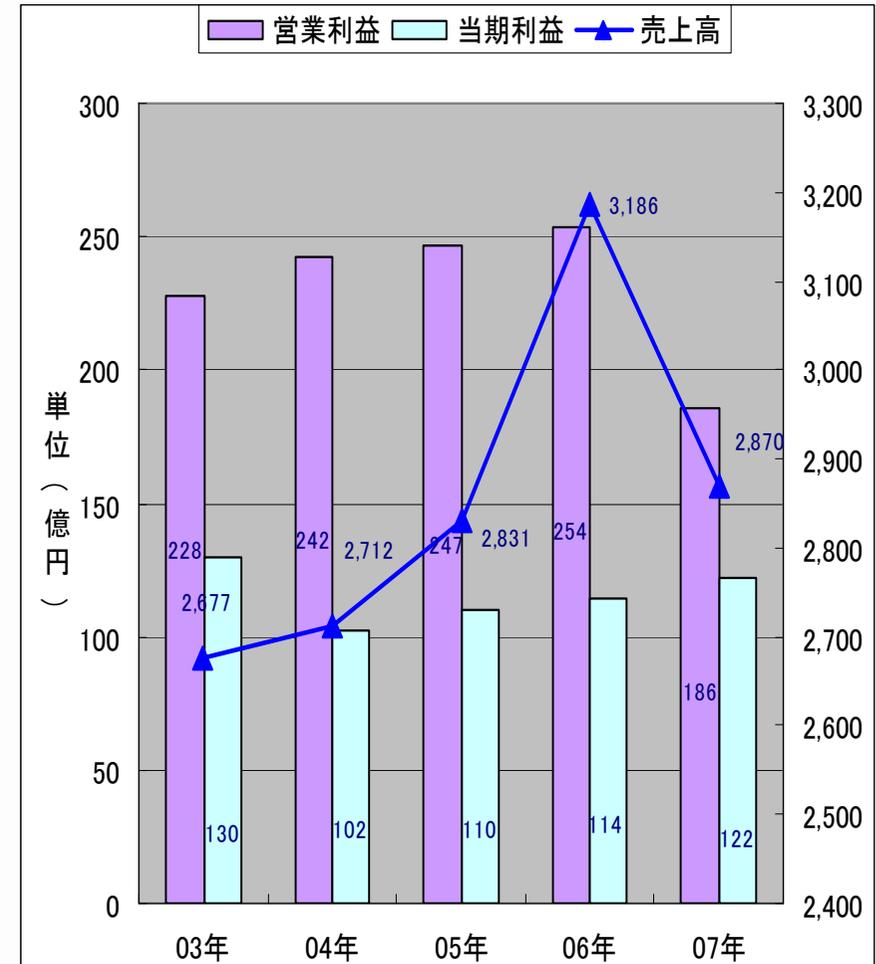
	2007年度	2006年度	増減額(比)
売上高	2,870	3,186	△316 (△9.9%)
営業利益 (率)	186 (6.5%)	254 (8.0%)	△68 (△26.8%)
経常利益 (率)	241 (8.4%)	274 (8.6%)	△33 (△12.0%)
当期純利益 (率)	122 (4.3%)	114 (3.6%)	+8 (6.8%)

## 参考

インパクト21  
2006年度実績

➢売上高	306億円	(△0.3%)
➢営業利益	38億円	(△13.5%)
➢経常利益	39億円	(2.8%)
➢当期利益	22億円	(32.6%)

## 連結



## 純粹持株会社によるホールディングス体制に移行(9月1日より)

～グループ経営力の強化、成長戦略の加速をはかるための新たな体制へ～

### アパレル関連事業

#### 国内

##### オンワード樫山

- 衣料品市場の低迷と競争激化により、収益力が低下
- 下期から経営資源の選択と集中を行い、来期に向けた基盤づくりに着手

- ・不採算ブランドを廃止し、基幹ブランドに経営資源(ヒト・モノ・カネ)を集中。
- ・最大ブランド「23区」は、下期から収益が回復。

(単位:百万円)

	上期実績		下期実績		通期実績	
	金額	増減比	金額	増減比	金額	増減比
売上高	94,469	△2.0%	103,071	△0.7%	197,540	△1.3%
営業利益 (内 新規ブランド)	4,748 (△1,681)	△29.6% ↘	9,028 (△1,350)	△8.4% ↗	13,776 (△3,031)	△17.0% ↘

▶ 下期は前年を下回ったが、改善がはかれた。

##### オンワード商事

- 無店舗販売事業の拡大と効率化の推進
- ・コアビジネスへの組織改編 ⇒ 旧オークのビジネス効率化。

## 海外

### 欧州地区

#### ■GIBO' CO. グループの生産プラットフォームの確立

- ・生産性の向上により、当初計画を上回る増収増益を達成。
- ・イタリアのフラッシネティ社(バッグ)、コーポレート社(アパレル)を傘下に収め、高いクオリティの生産プラットフォームを確立。

#### ■JOSEPHグループの収益化

- ・小売事業の安定的な売上拡大。
- ・イタリア、ドイツなど新規マーケットに向けた販売をスタート。

### アジア地区

#### ■利益のともなった成長性の加速

- ・既存店舗の売上拡大と新規出店により、当初計画を上回る増収増益を達成。

## その他関連事業

### リゾート関連事業

#### ■収益基盤の整備

- ・ホテル&ウォーターパークとゴルフ場のシナジー効果で収益性が改善。

# 事業セグメント別の営業概況

(単位:百万円)

	2007年度上期実績		2007年度下期実績		2007年度通期実績	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
	金額 (増減比)	金額(率) (増減比)	金額 (増減比)	金額(率) (増減比)	金額 (増減比)	金額(率) (増減比)
アパレル関連事業	135,534 (△9.9%)	6,724 (△34.3%) (5.0%)	143,829(△10.6%)	11,340 (△15.7%) (7.9%)	279,363(△10.3%)	18,064 (△23.7%) (6.5%)
サービス関連事業	11,545 (△5.6%)	303 (△39.6%) (2.6%)	10,159(△27.2%)	△22 (▼) (△0.2%)	21,704(△17.1%)	281 (△68.6%) (1.3%)
リゾート関連事業	3,236 (42.9%)	2 (↗) (0.1%)	2,807 (5.2%)	△23 (↗) (△0.8%)	6,043 (22.5%)	△21 (↗) (△0.3%)
単純合算計	150,315 (△8.9%)	7,029 (△33.2%) (4.7%)	156,795(△11.7%)	11,295 (△17.7%) (7.2%)	307,110(△10.3%)	18,324 (△24.4%) (6.0%)
相殺消去	△9,479 (—)	378 (—)	△10,599 (—)	△74 (—)	△20,078 (—)	304 (—)
連結合計	140,836 (△8.0%)	7,407 (△32.3%) (5.3%)	146,196(△11.7%)	11,221 (△22.5%) (7.7%)	287,032 (△9.9%)	18,628 (△26.8%) (6.5%)

# 国内外別の営業概況

## 国内

<売上高> (増減比)

オンワード樺山	1,975億円 (Δ1.3%)
オンワード商事	215億円 (Δ5.5%)
チャコット	111億円 (Δ1.3%)
バスストップ	46億円 (11.4%)
オンワードクリエイティブセンター	62億円 (Δ29.4%)
アクロストラנסポート	118億円 (Δ12.1%)
その他事業会社	89億円 (Δ78.7%)

### 国内合計

➤売上高	2,616億円 (Δ13.4%)
➤営業利益 (率)	154億円 (Δ29.5%) (5.9%)

## 海外

<売上高> (増減比)

### 欧州地区

GIBO' CO. グループ
JOSEPH グループ
その他事業会社

349億円 (7.4%)

### アジア地区

オンワード时尚貿易(中国)
上海オンワード时装
その他事業会社

63億円 (37.7%)

### 米国地区

J.プレス INC.
オンワードビーチリゾートGUAM
オンワードゴルフリゾートGUAM
その他事業会社

43億円 (35.2%)

### 海外合計

➤売上高	455億円 (13.0%)
➤営業利益 (率)	28億円 (25.3%) (6.2%)

「合計」: 相殺消去前の単純合算

# 中期三年経営計画（2008～2010）

代表取締役会長兼CEO

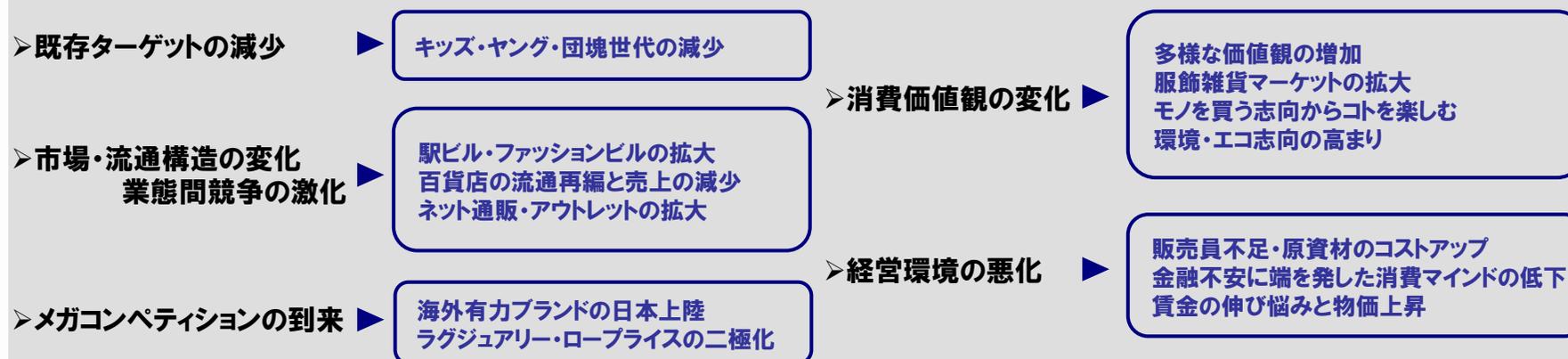
廣内 武

# 中期経営計画 策定の背景

## 外部環境の変化



## 業界の変化



変化に対する迅速な対応が必要

## 企業理念

「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

## 企業方針

ブランドを基軸とした経営

ブランド価値の創造

企業価値の向上

国内事業

安定的な収益拡大

海外事業

積極的な拡大

ボーダーレス化

海外の成功が国内の成功につながる

グループ経営力の強化

ホールディングス体制

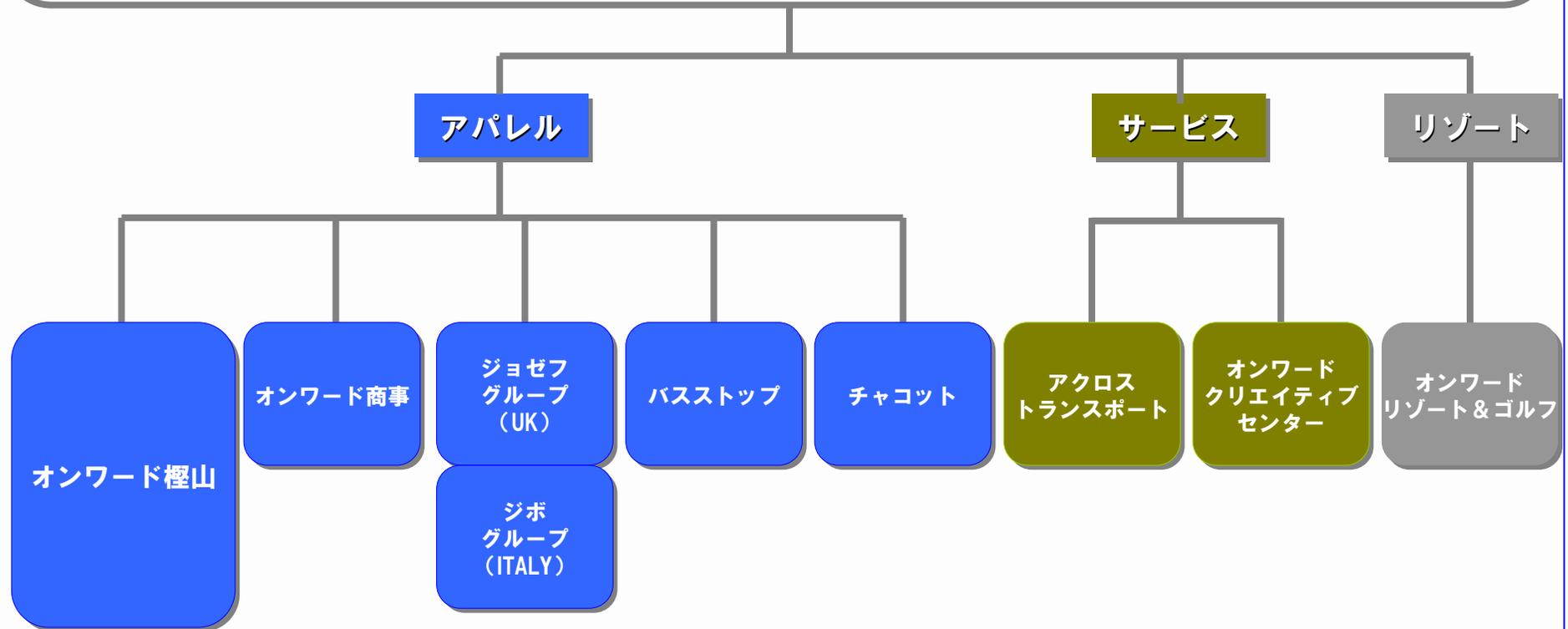
グループの成長戦略

経営効率のさらなる向上

- スピード感をもった各事業会社の拡大
- 事業領域の拡大（小売、雑貨等）
- 積極的なM&A

# グループ事業方針と関連図

- |                |                                  |
|----------------|----------------------------------|
| 【グループ企業の拡大戦略】  | ◇各事業領域におけるビジネス規模の拡大              |
| 【事業領域の拡大】      | ◇M & A ・ 海外事業戦略                  |
| 【事業間シナジーの発揮】   | ◇国内外企業との相乗効果                     |
| 【ステークホルダーへの貢献】 | ◇株主還元 ・ 社会貢献 ・ 環境保全 ・ コンプライアンス遵守 |



# グループ中期数値目標

## 連結目標

(単位:百万円)

	2010年度計画	2007年度実績	増減額(比)
売上高	350,000	287,032	+62,968 (21.9%)
営業利益 (率)	30,000 (8.6%)	18,628 (6.5%)	+11,372 (61.0%)
経常利益 (率)	35,000 (10.0%)	24,128 (8.4%)	+10,872 (45.1%)
当期純利益 (率)	18,000 (5.1%)	12,213 (4.3%)	+5,787 (47.4%)
R O E	8%以上	6.1%	—

### 成長基盤の強化

- 事業基盤強化の設備投資:約300億円。
- M&Aを含む戦略的事業投資:枠を設定せず必要な投資を積極的に実施。

### 株主還元

- 配当性向の目安は35%以上とし、安定的で業績に連動した適正な利益配分を実施。
- 自己株式取得は資金需要等も勘案しながら積極的に実施。

# 事業セグメント別 中期数値目標

## 事業セグメント別目標

(単位:百万円)

	2010年度計画		2007年実績	
	売上高 金額 (増減比)	営業利益 金額(率) (増減比)	売上高 金額	営業利益 金額(率)
アパレル関連事業	350,500 (25.5%)	29,600 (63.9%) (8.4%)	279,363	18,064 (6.5%)
サービス関連事業	22,800 (5.0%)	600 (113.5%) (2.6%)	21,704	281 (1.3%)
リゾート関連事業	6,700 (10.9%)	300 (↗) (4.5%)	6,043	△21 (△0.3%)
単純合算計	380,000 (23.7%)	30,500 (66.4%) (8.0%)	307,110	18,324 (6.0%)

## 国内外別目標

(単位:百万円)

	2010年度計画		2007年実績	
	売上高 金額 (増減比)	営業利益 金額(率) (増減比)	売上高 金額	営業利益 金額(率)
国内事業	280,000 (7.0%)	21,000 (35.6%) (7.5%)	261,590	15,488 (5.9%)
海外事業	100,000 (119.7%)	9,500 (235.0%) (9.5%)	45,520	2,836 (6.2%)
単純合算計	380,000 (23.7%)	30,500 (66.4%) (8.0%)	307,110	18,324 (6.0%)

## マーケティングとテクノロジーの強化 → ブランド価値の創造

### 1 独自の企画力

- ・重点ブランドの再強化
- ・企画生産部門の商品開発力の強化

### 2 強力な販売力

- ・販売のプロ集団化の推進

### 3 魅力のある売場環境

- ・消費者に共感・支持され、ブランドをより素敵に演出するショップ創り

### 4 話題性のある宣伝広告

- ・感動を与え、印象に残る宣伝広告
- ・企業ブランド・メッセージの発信

### 5 売れ筋の追加体制

- ・売れ筋情報の迅速な収集・分析
- ・国内生産体制の開発と強化

### 6 クオリティとローコスト生産

- ・消費者に支持されるクオリティとローコスト生産
- ・価値と価格のバランス
- ・研究開発力の強化

### 7 機敏な物流体制

- ・より速く、より効率的な物流体制

### 8 最新の情報システムの活用

- ・経営数値および店頭情報の精度アップとスピード化

### 9 新規事業、新領域事業の開発

- ・消費者視点で発想した新しい領域への進出
- ・ポテンシャルマーケットに向けた大型新規ブランドの開発
- ・ファッショングッズ事業の拡大

## 基本方針

流通別ブランドポートフォリオの拡充とファッショングッズ事業強化  
による収益拡大

## 重点施策

### オンワード樺山

総合アパレルとしての強みを活かす

#### 流通別戦略

##### ◆百貨店流通

- 既存基幹ブランドの安定的な成長
- 成長性が見込めるゾーンへの参入

- ・ポテンシャルマーケットに向けた大型新規ブランドの開発。
- ・当社が展開していないゾーンへの新規参入。

##### ◆新流通(百貨店外)

##### ■駅ビル・ファッションビル及び直営路面店への出店加速

- ・既存ブランドの店舗効率の向上。
- ・新規ブランドの開発(自社開発・提携・M&A)。
- ・基幹ブランドの一等地でのフラッグシップショップ(路面店)の展開。
  - 海外売上拡大(アジアなど)につながるブランド発信。

#### カテゴリー別戦略

##### ◆ファッショングッズ事業

- 既存ブランドの服飾雑貨強化
- グローバルネットワークの活用による新たな服飾雑貨事業の開発



## 重点施策

### オンワード商事

#### ■成長軌道に向けたファッションの総合商事化の推進

- ・主力事業であるユニフォーム事業とSP(セールスプロモーション)事業の安定的拡大。
- ・新たな商品開発と流通開拓(ネットなど)の推進。
- ・自主海外生産・調達力強化による事業領域の拡大と収益性の向上。



### チャコット

#### ■ダンス市場におけるリーディングカンパニーとして、収益基盤を強化

- ・直営店舗を主体とした小売事業の強化による収益の拡大。

### バスストップ

#### ■セレクトショップ「ヴィアバスストップ」を主体とした収益拡大

- ・時代性のある海外クリエイター系ブランドに特化したセレクトショップの運営。



# アパレル関連事業(国内)

## アパレルセグメント 中期数値目標

### 流通別

(単位:百万円)

	2010年度計画				2007年度実績	
	売上高 金額 (増減比)	営業利益 金額(率) (増減比)	売上高 金額	営業利益 金額(率)	売上高 金額	営業利益 金額(率)
百貨店	164,200 (5.2%)	14,300 (28.8%) (8.7%)	156,100	11,100 (7.1%)		
新流通	42,200 (6.0%)	2,900 (20.8%) (6.9%)	39,800	2,400 (6.0%)		
その他流通	9,700 (5.4%)	600 (0.0%) (6.2%)	9,200	600 (6.5%)		
無店舗	33,500 (12.8%)	2,200 (100%) (6.6%)	29,700	1,100 (3.7%)		
合計	249,600 (6.3%)	20,000 (31.6%) (8.0%)	234,800	15,200 (6.5%)		

※専門店・チェーン

### カテゴリー別

(単位:百万円)

	2010年度計画				2007年度実績	
	売上高 金額 (増減比)	営業利益 金額(率) (増減比)	売上高 金額	営業利益 金額(率)	売上高 金額	営業利益 金額(率)
アパレル	224,600 (2.2%)	18,600 (24.8%) (8.3%)	219,800	14,900 (6.8%)		
服飾雑貨	25,000 (66.7%)	1,400 ( ) (5.6%)	15,000	300 (2.0%)		
合計	249,600 (6.3%)	20,000 (31.6%) (8.0%)	234,800	15,200 (6.5%)		

## 基本方針

### 成長基盤の強化と積極的な収益拡大

## 重点施策

### 欧州地区

#### ■GIBO' CO. グループ、JOSEPHグループを基軸とした事業規模の拡大

- ・GIBO' CO. グループの既存事業の拡大と、シナジー効果の高いM&Aを実施し、世界のファッション市場で存在感のある企業グループに育成。
- ・企画・開発部門の強化により、「JOSEPH」ブランドのグローバル化を加速。

### アジア地区

#### ■「ナショナルブランド」を主体とした販売事業の拡大

- ・経営基盤の強化と収益のともなう店舗の拡大。

### 米国地区

#### ■J.プレス、JOSEPHブランドに特化した収益基盤の整備

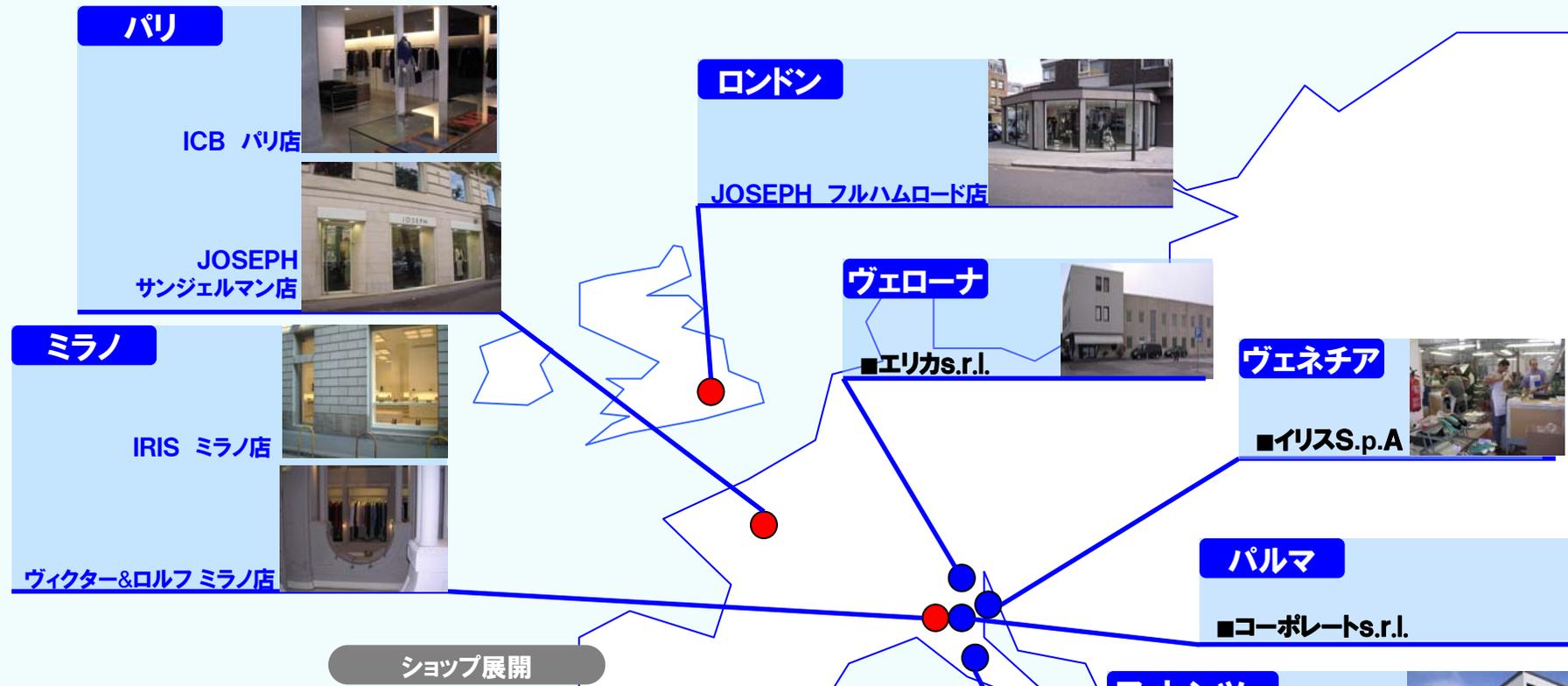
- ・ブランド競争力を高め、収支バランスのとれた売上拡大をめざす。

(単位:百万円)

	2010年度計画				2007年度実績	
	売上高	(増減比)	営業利益(率)	(増減比)	売上高	営業利益(率)
欧州地区	83,600	(139.6%)	8,300 (9.9%)	(164.2%)	34,898	3,142 (9.0%)
アジア地区	10,700	(69.5%)	1,100 (10.3%)	(112.8%)	6,312	517 (8.2%)
米国地区	5,700	(32.3%)	100 (1.8%)	( ↘ )	4,310	△823 (△1.9%)
海外合計	100,000	(119.7%)	9,500 (9.5%)	(235.0%)	45,520	2,836 (6.2%)

※米国地区はグアムリゾート事業を含む

# グローバルネットワーク(欧州)



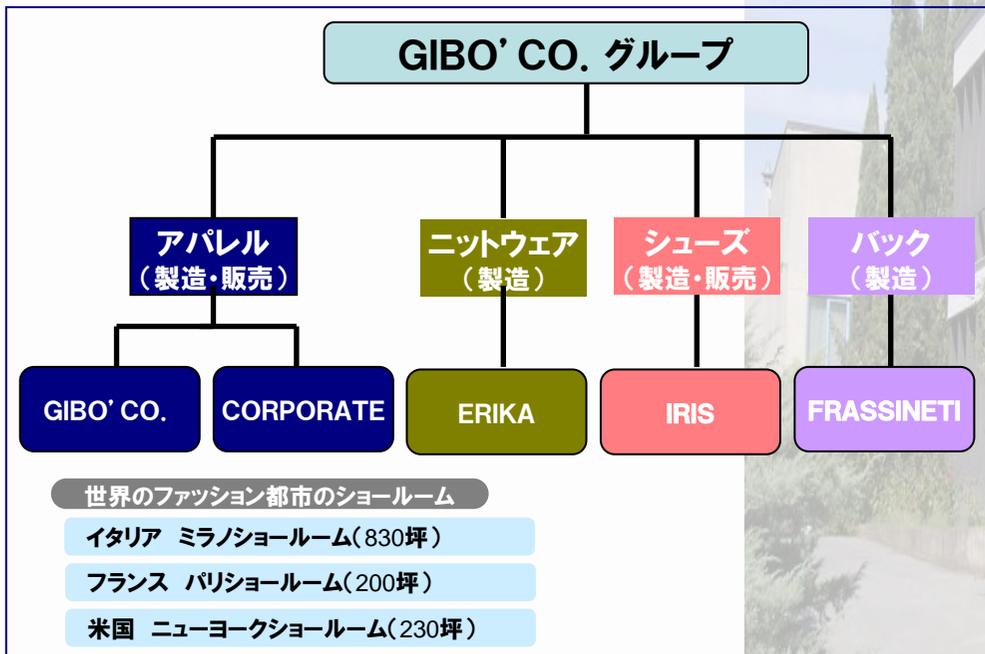
	JOSEPH	JOSEPH CAFE	ICB	IRIS	ヴィクター & ロルフ	レストラン 円	合計
イギリス	29	2	1	1	—	—	33
フランス	11	—	1	—	—	1	13
イタリア	—	—	—	1	1	—	2
合計	40	2	2	2	1	1	48

※2007年度現在

## 主な事業内容

- ジボ・コー グループは、世界のハイエンドなデザイナーブランドを全世界に向けて生産・販売しているイタリアのアパレルメーカー。
- 企画ノウハウは、デザイナーのクリエイションを熟練したモデリストの強力体制。
- 生産は布帛からニット・シューズ・バッグまでデザイナーブランドに欠かせない主要アイテムを高いクオリティで実現する生産プラットホーム ▼ John Galliano を確立。
- 販売はミラノ・パリ・NYに大型ショールームを設け、年間売上は約200億円規模に達する。

シナジー効果が期待できるM&Aを積極的に行



▲ Viktor & Rolf



Marc Jacobs ▶

## 展開ブランド

※赤字はOEM

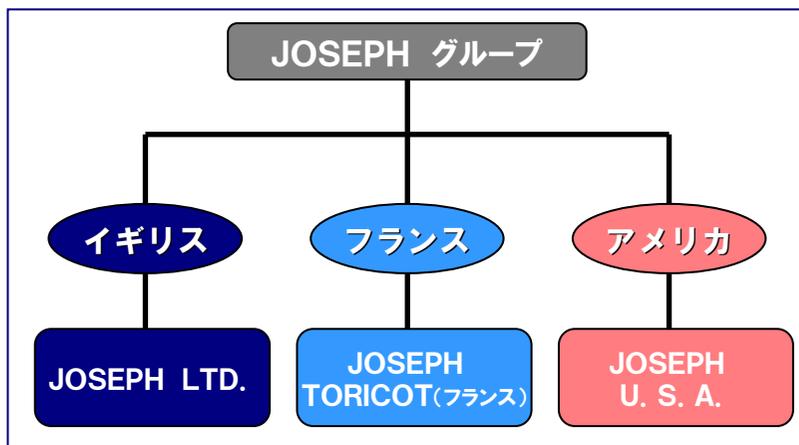
ブランド名	GIBO' CO. 社 (アパレル製造・販売)	CORPORATE社 (アパレル製造・販売)	ERIKA社 (ニットウェア製造)	IRIS社 (シューズ製造・販売)	FRASSINETI社 (バック製造)
マイケル・コース	●		●		
ポール・スミス	●		●	●	
ヴィクター&ロルフ	●		●	●	
フセイン・チャラヤン	●		●		
アントニオ・ベラルディ		●			
ジョゼフ	●			●	●
マーク・ジェイコブス	●		●	●	
ジョン・ガリアーノ	●		●	●	
クロエ			●	●	
アントニオ・マラス	●				
クリスチャン・ディオール			●		
フェラガモ			●		
ルイ・ヴィトン			●		
プラダ			●		●
エルメス			●		

※2007年度現在

## 主な事業内容

- ▶ ジョゼフはエッセンシャルニート(小綺麗さを必須とした)をコンセプトに都会の洗練された男女に向けて、上質で着心地の良いカジュアルウェアを展開。ロンドンを拠点に世界の主要都市でショップ展開しているグローバルファッションブランド。
- ▶ 8シーズンMDの導入など日本のMDノウハウとJOSEPH社が持つクリエイティブ力を融合させて、商品企画力を強化。
- ▶ イギリス、フランス主体から東欧、ロシア、アジアなど新たな地域へ販売を拡大し、年間売上は約150億円規模に達する。

- 本格的ファッショングッズのビジネス拡大
- 業務提携等によるグローバル戦略の推進



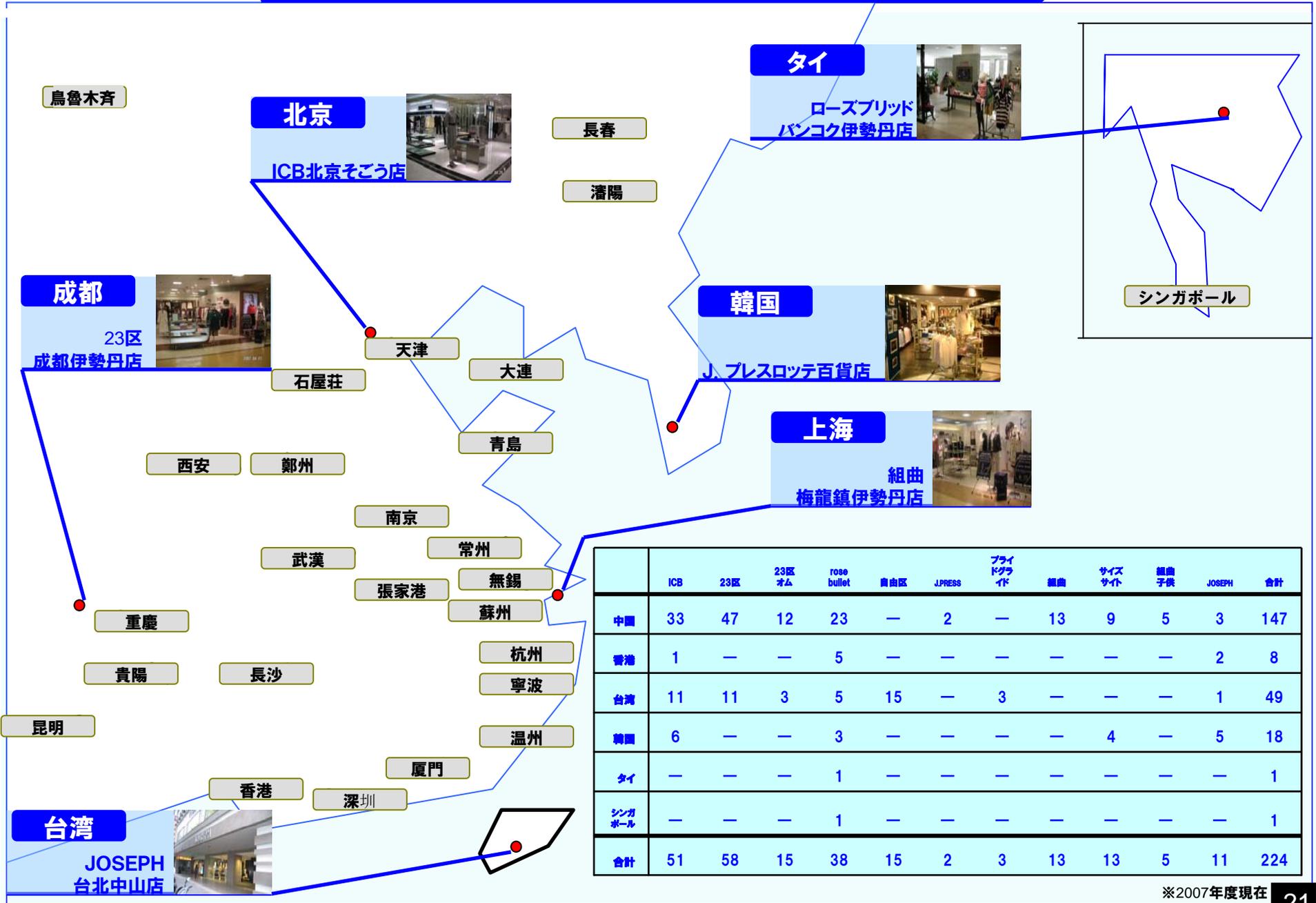
▼ JOSEPH パリ・サンジェルマン店

ショップ展開

	路面店	インショップ	カフェ	アウトレット	合計
イギリス	13	12	2	4	31
フランス	6	5	—	—	11
アメリカ	2	—	—	—	2
アジア	1	8	—	—	9
日本	2	60	—	—	62
合計	24	85	2	4	115

※2007年度現在

# グローバルネットワーク(アジア)



※2007年度現在

# グローバルネットワーク(米国)



## 重点施策

### アクロストラנסポート

#### ■ファッション物流NO.1企業としての収益基盤の確立

- ・ファッション物流に特化した総物流サービス企業をめざす。
- ・上海拠点などを活用したグローバルロジスティクスへの対応強化。



### オンワードクリエイティブセンター

#### ■ファッション性の高い店舗環境の設計施工会社としての存在感の確立

- ・オンワードグループショップの施工ノウハウを活かした「トータル空間プロデュース」への事業拡大。

### オンワードリゾート&ゴルフ

#### ■グアム総合リゾート事業としての収益基盤の確立

- ・オンワードビーチリゾートとオンワードゴルフリゾートのシナジー効果を活かしてグアムNO. 1リゾートをめざす。



## ■ブランディングの強化

- ・企業ブランド・商品ブランドのシンクロ型宣伝戦略の継続的推進。
- ・消費者起点のマーケティングに基づく研究開発力・商品開発力の強化。

## ■業務の効率化によるローコスト運営の推進

- ・生産業務の構造改革によるローコスト生産の推進。
- ・仕事の仕組み、業務改善による固定費の効率化。

## ■CSR(社会的責任)の向上

- ・地域環境保全に向けた取組み強化。
  - ISO14001取得(2004年)から範囲の拡大と内容の充実。
  - エコ活動をグループ事業に連動した取組み。
- ・コンプライアンス体制のさらなる強化。

## ■経営管理体制の強化

- ・内部統制システムの整備とリスク管理体制強化によるコーポレートガバナンスの向上。

### 研究開発

オンワード総合研究所



新しい生産技術や製品の総合的な研究開発に取り組む「技術開発センター」と「オンワード先端技術研究所」、「人材開発センター」で構成され、オンワードグループのファッションビジネスを支える重要な「基盤」となっている。

### 商品開発

業界屈指の企画生産体制

企画生産チーム

デザイナー 約220名

パタンナー 約230名

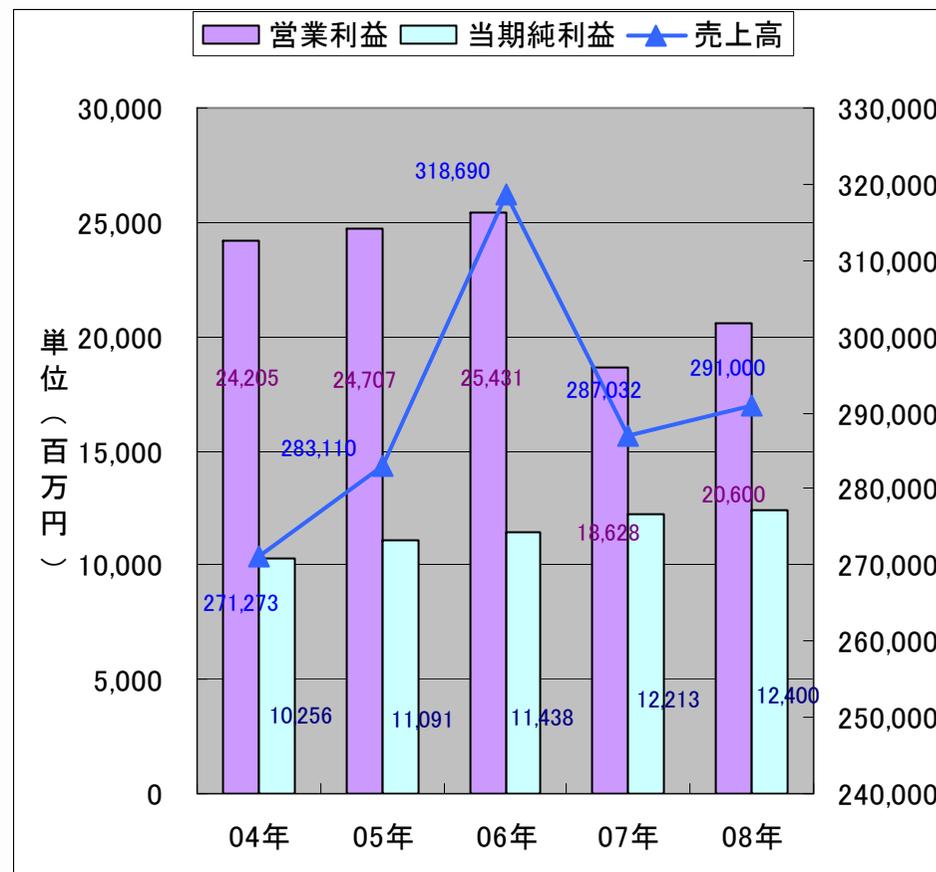
MD・VMD 約220名

# 2008年度 事業方針

# 2008年度業績計画

## 連結

(単位:百万円)			
	2008年度計画	2007年度実績	増減額(比)
売上高	291,000	287,032	+3,968 (1.4%)
売上総利益 (率)	134,000 (46.0%)	130,190 (45.4%)	+3,810 (2.9%)
営業費 (率)	113,400 (39.0%)	111,562 (38.9%)	+1,838 (1.6%)
営業利益 (率)	20,600 (7.1%)	18,628 (6.5%)	+1,972 (10.6%)
経常利益 (率)	24,200 (8.3%)	24,128 (8.4%)	+72 (0.3%)
当期純利益 (率)	12,400 (4.3%)	12,213 (4.3%)	+187 (1.5%)



# 事業セグメント別来期数値目標

## 事業セグメント別目標

(単位:百万円)

	2008年度計画		2007年度実績	
	売上高 金額 (増減比)	営業利益 金額(率) (増減比)	売上高 金額	営業利益 金額(率)
アパレル関連事業	284,309 (1.8%)	20,643 (14.3%) (7.3%)	279,363	18,064 (6.5%)
サービス関連事業	20,846 (Δ4.0%)	526 (87.2%) (2.5%)	21,704	281 (1.3%)
リゾート関連事業	5,934 (Δ1.8%)	180 ( → ) (3.0%)	6,043	Δ21 (Δ0.3%)
単純合算計	311,089 (1.3%)	21,349 (16.5%) (6.9%)	307,110	18,324 (6.0%)

## 国内外別目標

(単位:百万円)

	2008年度計画		2007年度実績	
	売上高 金額 (増減比)	営業利益 金額(率) (増減比)	売上高 金額	営業利益 金額(率)
国内事業	263,025 (0.5%)	17,587 (13.6%) (6.7%)	261,590	15,488 (5.9%)
海外事業	48,064 (5.6%)	3,762 (32.7%) (7.8%)	45,520	2,836 (6.2%)
単純合算計	311,089 (1.3%)	21,349 (16.5%) (6.9%)	307,110	18,324 (6.0%)

## オンワード樫山

### 基本方針

## ブランドポートフォリオの整備と基幹ブランドへの集中

### 重点施策

#### ■基幹ブランドの再強化

- ・「23区」を最重点ブランドとし、「組曲」「ICB」「自由区」のブランド価値のさらなる向上をめざす。

#### ■重点拡大ブランドの強化

- ・「CKメンズ」「DKNYウィメンズ」「JOSEPH」「Jプレス」「any FAM」「any SiS」を重点拡大ブランドとし、企画・販売強化による売上拡大を推進。

#### ■生産技術改革の推進

- ・オンワード総合研究所との連動強化、国内協力工場の再構築、海外協力工場の新規開拓などによる高品質ローコスト生産の実現。



## オンワード樺山 基幹ブランドの再強化策

### 具体策

「23区」のブランド価値向上をめざし、  
商品企画・宣伝広告・ショップ環境の刷新による“ブランド若返り策”を実施

～5年ぶりとなる大型広告キャンペーン「Walk.23区」を3月からスタート～

### 商品企画

- ▶ブランドコンセプト“東京リアルクローズ”の明確化。
- ▶30歳前後の女性をターゲットにした商品企画の若返り策を実施。



### 宣伝広告

- ▶イメージキャラクターに菅野美穂さんを起用。
- ▶全国でテレビCMオンエア。



### ショップ環境

- ▶新ショップ環境を導入。  
昨年の2倍にあたる主要40店舗を改装。



## 基本方針

エリア特性と各社の強みを明確化し事業基盤を拡大

## 重点施策

### 欧州地区

- **GIBO' CO. グループの安定的な収益基盤の確立**
  - ・提携デザイナーブランドへの直接投資による収益安定化をめざす。
  - ・有力なグローバルブランドの自社保有の実現(M&A)。
- **JOSEPHのグローバル戦略ブランド化への基盤作り**
  - ・ロンドンを拠点とした、企画生産機能の強化。
  - ・基幹店舗の拡充と、販売エリアの拡大。



### アジア地区

- **ナショナルブランドによる事業規模の拡大**

### 米国地区

- **J.プレス、JOSEPHブランドに特化した収益基盤の確立**
  - ・J.プレスN. Y. フラグシップショップを筆頭とする単店舗の売上拡大。
  - ・JOSEPHの売上拡大。

## <参考資料> 主要財務数值

# 2007年度 連結業績

(単位: 百万円)

	上期実績				下期実績				通期実績			
	2007年度	2006年度	差引	増減比	2007年度	2006年度	差引	増減比	2007年度	2006年度	差引	増減比
売上高	140,836	153,097	△12,261	(△8.0%)	146,196	165,593	△19,397	(△11.7%)	287,032	318,690	△31,658	(△9.9%)
売上総利益 (率)	63,252 (44.9%)	68,910 (45.0%)	△5,658 (△0.1%)	(△8.2%)	66,938 (45.8%)	73,985 (44.7%)	△7,047 (1.1%)	(△9.5%)	130,190 (45.4%)	142,895 (44.8%)	△12,705 (0.6%)	(△8.9%)
営業費 (率)	55,845 (39.7%)	57,967 (37.9%)	△2,122 (1.8%)	(△3.7%)	55,717 (38.1%)	59,497 (35.9%)	△3,780 (2.2%)	(△6.4%)	111,562 (38.9%)	117,464 (36.9%)	△5,902 (2.0%)	(△5.0%)
営業利益 (率)	7,407 (5.3%)	10,943 (7.1%)	△3,536 (△1.8%)	(△32.3%)	11,221 (7.7%)	14,488 (8.7%)	△3,267 (△1.0%)	(△22.5%)	18,628 (6.5%)	25,431 (8.0%)	△6,803 (△1.5%)	(△26.8%)
経常利益 (率)	10,948 (7.8%)	11,906 (7.8%)	△958 (0.0%)	(△8.0%)	13,180 (9.0%)	15,501 (9.4%)	△2,321 (△0.4%)	(△15.0%)	24,128 (8.4%)	27,407 (8.6%)	△3,279 (△0.2%)	(△12.0%)
当期純利益 (率)	6,357 (4.5%)	△534 (△0.3%)	6,891 (4.8%)	—	5,856 (4.0%)	11,972 (7.2%)	△6,116 (△3.2%)	(△51.1%)	12,213 (4.3%)	11,438 (3.6%)	775 (0.7%)	(6.8%)

# 2008年度 連結 業績計画

(単位: 百万円)

	上期計画				下期計画				通期計画			
	2008年度 計画	2007年度 実績	差 引	増減比	2008年度 計画	2007年度 実績	差 引	増減比	2008年度 計画	2007年度 実績	差 引	増減比
売上高	141,000	140,836	164	(0.1%)	150,000	146,196	3,804	(2.6%)	291,000	287,032	3,968	(1.4%)
売上総利益 (率)	64,500 (45.7%)	63,252 (44.9%)	1,248 (0.8%)	(2.0%)	69,500 (46.3%)	66,938 (45.8%)	2,562 (0.5%)	(3.8%)	134,000 (46.0%)	130,190 (45.4%)	3,810 (0.6%)	(2.9%)
営業費 (率)	56,700 (40.2%)	55,845 (39.7%)	855 (0.5%)	(1.5%)	56,700 (37.8%)	55,717 (38.1%)	983 ( <span style="color: red;">△0.3%</span> )	(1.8%)	113,400 (39.0%)	111,562 (38.9%)	1,838 (0.1%)	(1.6%)
営業利益 (率)	7,800 (5.5%)	7,407 (5.3%)	393 (0.2%)	(5.3%)	12,800 (8.5%)	11,221 (7.7%)	1,579 (0.8%)	(14.1%)	20,600 (7.1%)	18,628 (6.5%)	1,972 (0.6%)	(10.6%)
経常利益 (率)	9,500 (6.7%)	10,948 (7.8%)	<span style="color: red;">△1,448</span> ( <span style="color: red;">△1.1%</span> )	( <span style="color: red;">△13.2%</span> )	14,700 (9.8%)	13,180 (9.0%)	1,520 (0.8%)	(11.5%)	24,200 (8.3%)	24,128 (8.4%)	72 ( <span style="color: red;">△0.1%</span> )	(0.3%)
当期純利益 (率)	4,400 (3.1%)	6,357 (4.5%)	<span style="color: red;">△1,957</span> ( <span style="color: red;">△1.4%</span> )	( <span style="color: red;">△30.8%</span> )	8,000 (5.3%)	5,856 (4.0%)	2,144 (1.3%)	(36.6%)	12,400 (4.3%)	12,213 (4.3%)	187 (0.0%)	(1.5%)

# 連結会社の内訳

(単位: 百万円)

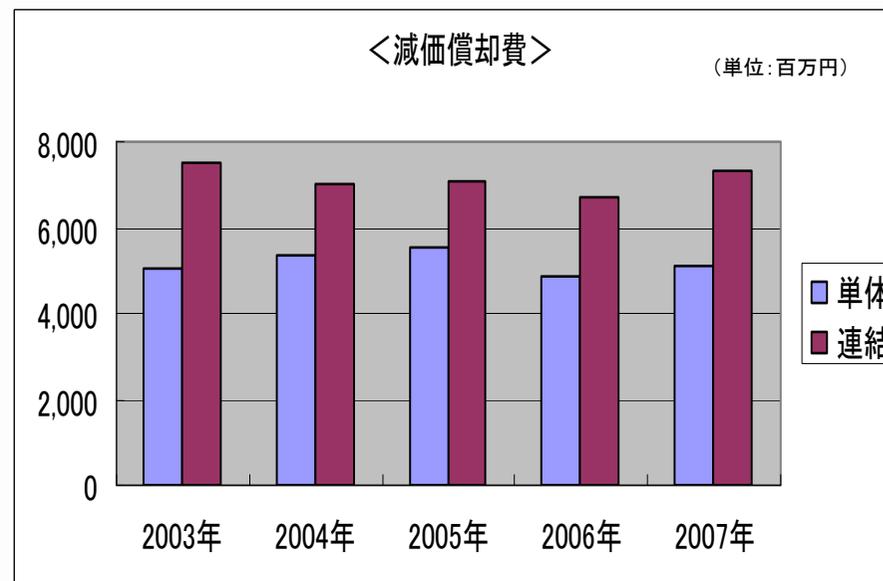
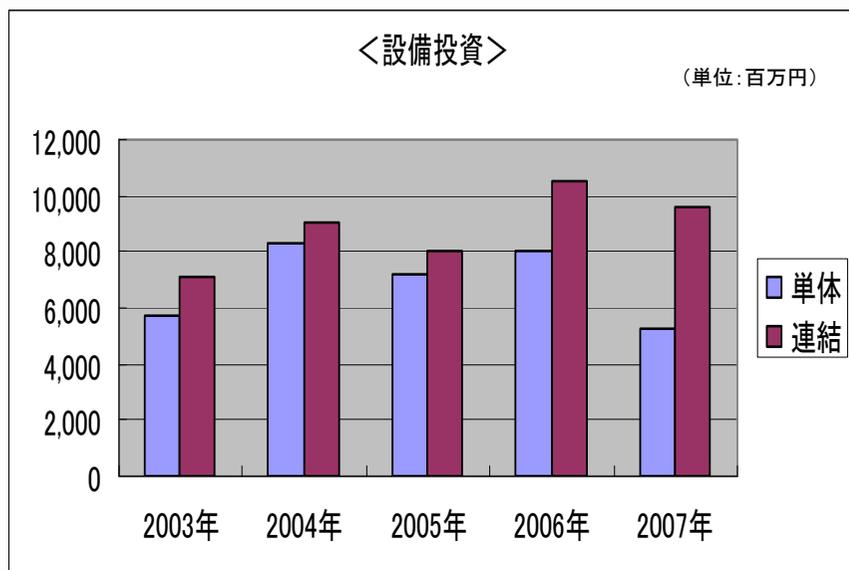
## <売上高>

	2007年上期実績		2007年下期実績		2007年通期実績		2008年度計画	
	金額	増減比	金額	増減比	金額	増減比	金額	増減比
㈱オンワード樺山	94,469	△2.0%	103,071	△0.7%	197,540	△1.3%	200,000	1.2%
㈱オンワード商事	11,497	△4.4%	10,025	△6.7%	21,522	△5.5%	21,642	0.6%
チャコット㈱	5,712	0.2%	5,408	△2.9%	11,120	△1.3%	11,450	3.0%
アクロストランスポート㈱	5,966	△10.2%	5,925	△14.0%	11,891	△12.1%	11,877	△0.1%
㈱オンワードクリエイティブセンター	3,780	2.1%	2,471	△52.1%	6,251	△29.4%	5,200	△16.8%
オンワードリゾートグループ	3,236	42.9%	2,807	5.2%	6,043	22.5%	5,934	△1.8%
ジョゼフグループ	7,385	9.2%	7,043	△17.0%	14,428	△5.3%	13,991	△3.0%
ジボ・コーグループ	8,588	37.0%	9,890	13.4%	18,478	23.3%	20,168	9.1%

## <営業利益>

	2007年上期実績		2007年下期実績		2007年通期実績		2008年度計画	
	金額	増減比	金額	増減比	金額	増減比	金額	増減比
㈱オンワード樺山	4,748	△29.6%	9,028	△8.4	13,776	△17.0%	15,200	10.3%
㈱オンワード商事	862	△5.3%	309	2.3%	1,171	△3.4%	1,291	10.2%
チャコット㈱	424	△11.5%	352	△36.5%	776	△24.9%	851	9.7%
アクロストランスポート㈱	68	△71.7%	△54	↘	14	△96.2%	178	↗
㈱オンワードクリエイティブセンター	86	△30.1%	△34	↘	52	△78.9%	55	5.8%
オンワードリゾートグループ	2	↗	△23	↗	△21	↗	180	↗
ジョゼフグループ	△148	↘	368	△40.4%	220	△68.8%	222	0.9%
ジボ・コーグループ	1,295	57.2%	1,612	△0.2%	2,907	19.1%	3,017	3.8%

# 設備投資・減価償却費推移



## ＜設備投資＞

(単位:百万円)

	2003年度実績	2004年度実績	2005年度実績	2006年度実績	2007年度実績	2008年度計画
連結	7,145	9,076	8,053	10,506	9,566	8,000
単体	5,716	8,280	7,238	8,046	5,255	5,000

## ＜減価償却費＞

(単位:百万円)

	2003年度実績	2004年度実績	2005年度実績	2006年度実績	2007年度実績	2008年度計画
連結	7,530	7,041	7,053	6,697	7,340	7,500
単体	5,057	5,353	5,542	4,890	5,109	5,100

# オンワード樫山 売場面積・月次売上高推移

## <売場面積推移>

		2003年度実績		2004年度実績		2005年度実績		2006年度実績		2007年度通期実績		2008年度計画	
百貨店	売上高(百万円)	126,016	4.3%	133,973	6.3%	139,376	4.0%	148,911	6.8%	145,263	△2.4%	147,500	1.5%
	売場面積(m <sup>2</sup> )	157,970	4.9%	175,000	10.8%	174,310	△0.4%	182,480	4.7%	175,200	△4.0%	178,200	1.7%
新流通	売上高(百万円)	25,713	39.6%	29,318	14.0%	30,064	2.5%	32,138	6.9%	33,263	3.5%	34,400	3.4%
	売場面積(m <sup>2</sup> )	73,450	29.3%	87,470	19.1%	92,190	5.4%	95,830	3.9%	93,060	△2.9%	94,000	1.0%

## <月次売上増減比推移>

(単位: %)

2007年度	3月	4月	5月	6月	7月	8月	上期計	9月	10月	11月	12月	1月	2月	下期計	年度計
紳士服	△4	△4	△2	8	△5	△2	△1	±0	△2	5	5	△5	11	3	1
婦人服	△5	△6	△3	13	△8	2	△2	△8	△3	4	±0	1	△5	△2	△2
子供服	△11	△7	△9	△2	△14	△9	△9	△13	△8	△5	△10	△1	△2	△7	△8
和装	△8	△9	19	2	△12	△12	△6	1	±0	△17	△11	△9	△20	△13	△9
その他	7	△1	△16	13	7	3	2	△1	△2	7	4	△3	△3	2	2
合計	△4	△5	△3	11	△7	±0	△2	△6	△3	3	1	△1	△2	△1	△1

# オンワード樫山 品種別・チャネル別売上高

(上・下期 商事除く)

## <品種別>

	2007年度 上期実績		2007年度 下期実績		2007年度 通期実績	
	金額	増減比	金額	増減比	金額	増減比
紳士服	22,771	△1.5%	27,822	3.0%	50,593	0.9%
婦人服	63,294	△2.0%	66,690	△1.6%	129,984	△1.8%
子供服	3,607	△9.1%	4,089	△7.3%	7,696	△8.1%
和装	1,877	△5.7%	1,353	△13.4%	3,230	△9.1%
その他	2,920	5.2%	3,117	2.2%	6,037	3.6%
合計	94,469	△2.0%	103,071	△0.7%	197,540	△1.3%

## <チャネル別>

	2007年度 上期実績		2007年度 下期実績		2007年度 通期実績	
	金額	増減比	金額	増減比	金額	増減比
百貨店	68,422	△3.1%	76,841	△1.9%	145,263	△2.4%
新流通	15,873	3.0%	17,390	4.0%	33,263	3.5%
専門店	2,963	△5.2%	2,949	△6.8%	5,912	△6.0%
チェーンストア	1,265	△4.2%	1,332	△17.1%	2,597	△11.2%
その他	5,946	△0.6%	4,559	14.5%	10,505	5.5%
合計	94,469	△2.0%	103,071	△0.7%	197,540	△1.3%