オンワードグループ
中長期経営ビジョン

『ONWARD VISION 2030』

2021年４月8日

ONWARD
ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

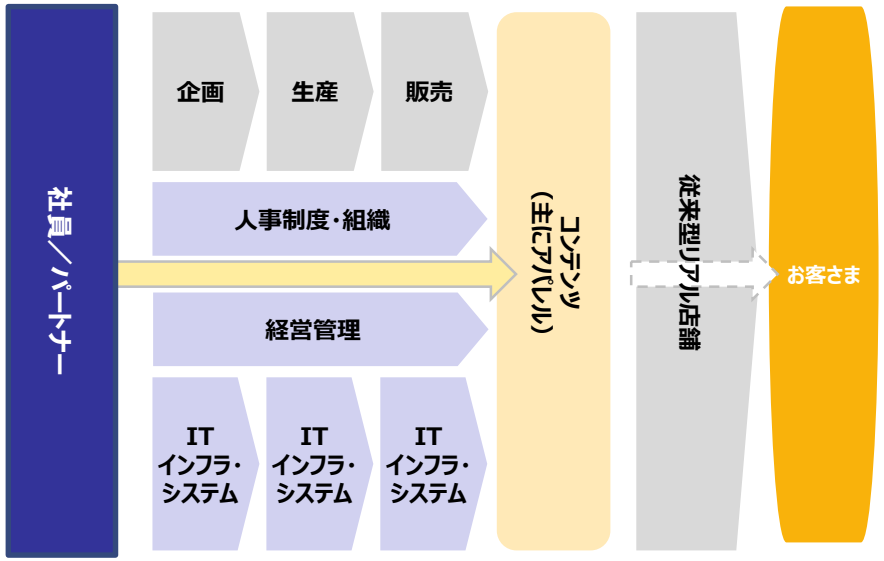
株式会社 オンワードホールディングス

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

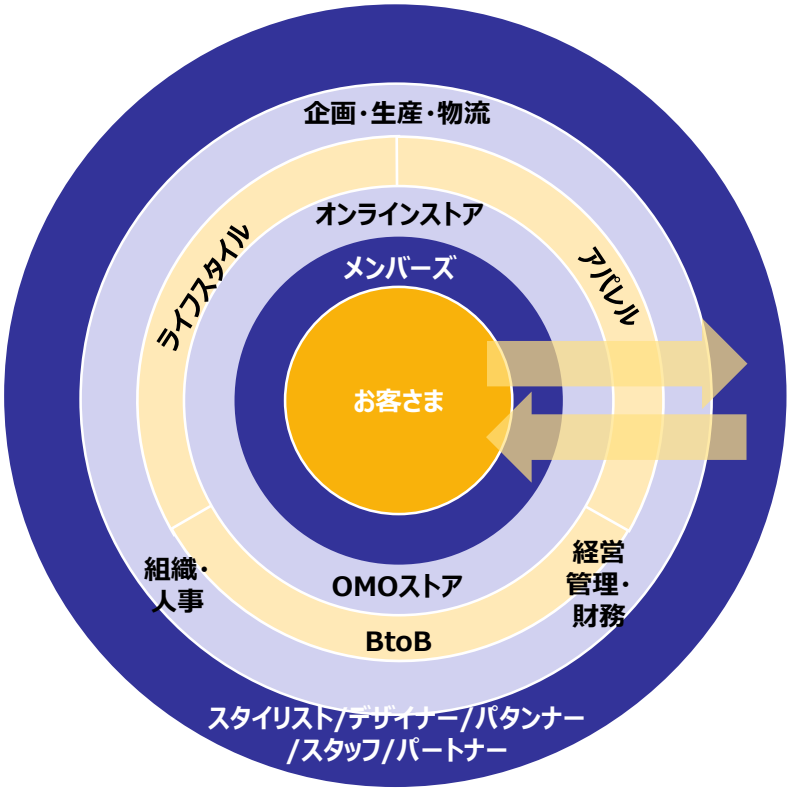
オンワードグループの目指す姿
～『社員の多様な個性を生かしたお客さま中心の経営』への進化

これまでの姿（イメージ）



お客さまと社員のコミュニケーションが
間接的/一方向になりがちで、
お客さまの求める価値とのギャップが拡大してきた

目指す姿（イメージ）

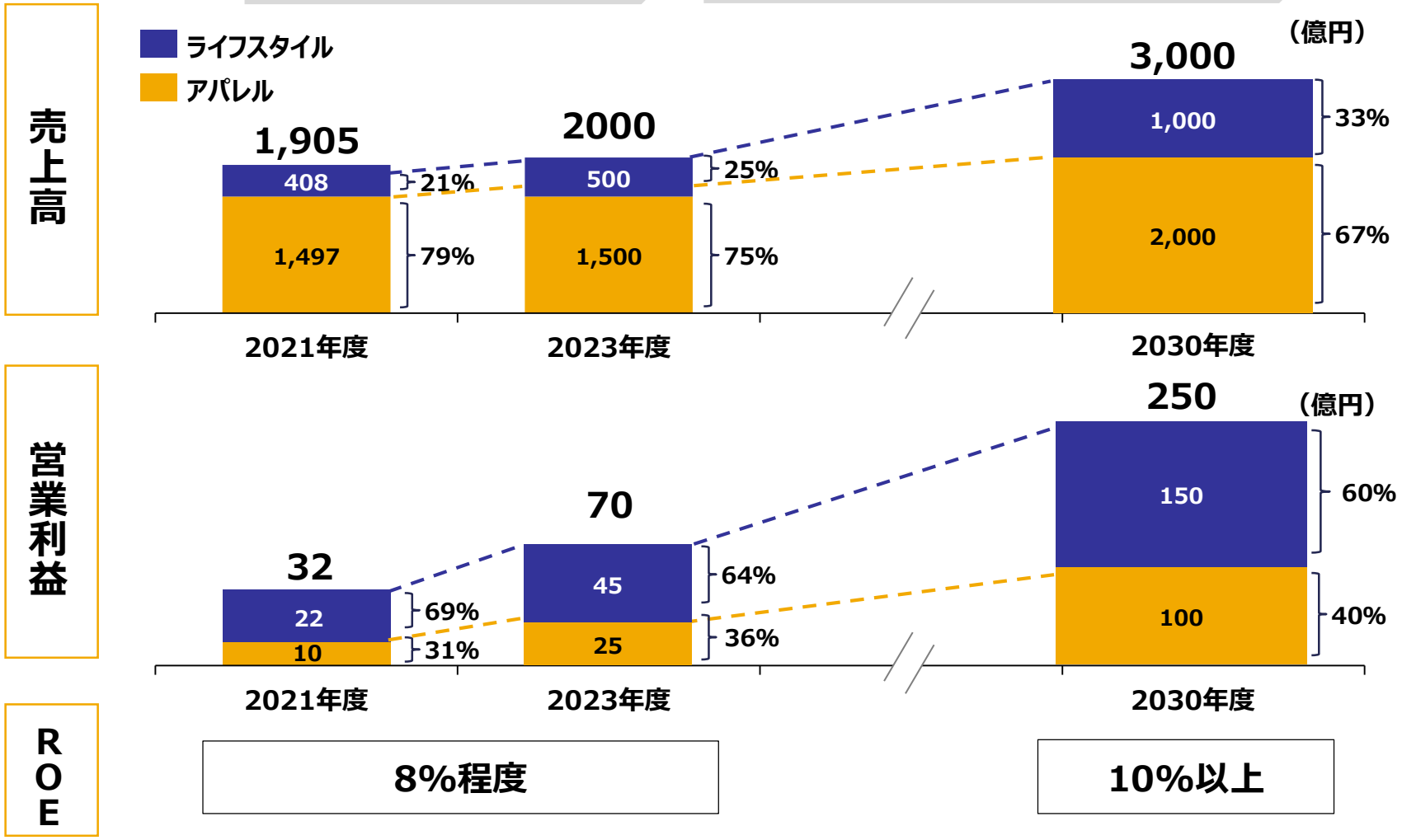


お客さまと社員のコミュニケーションを
直接的/双方向に進化させ、
お客さまへの提供価値を共創する

成長のロードマップ

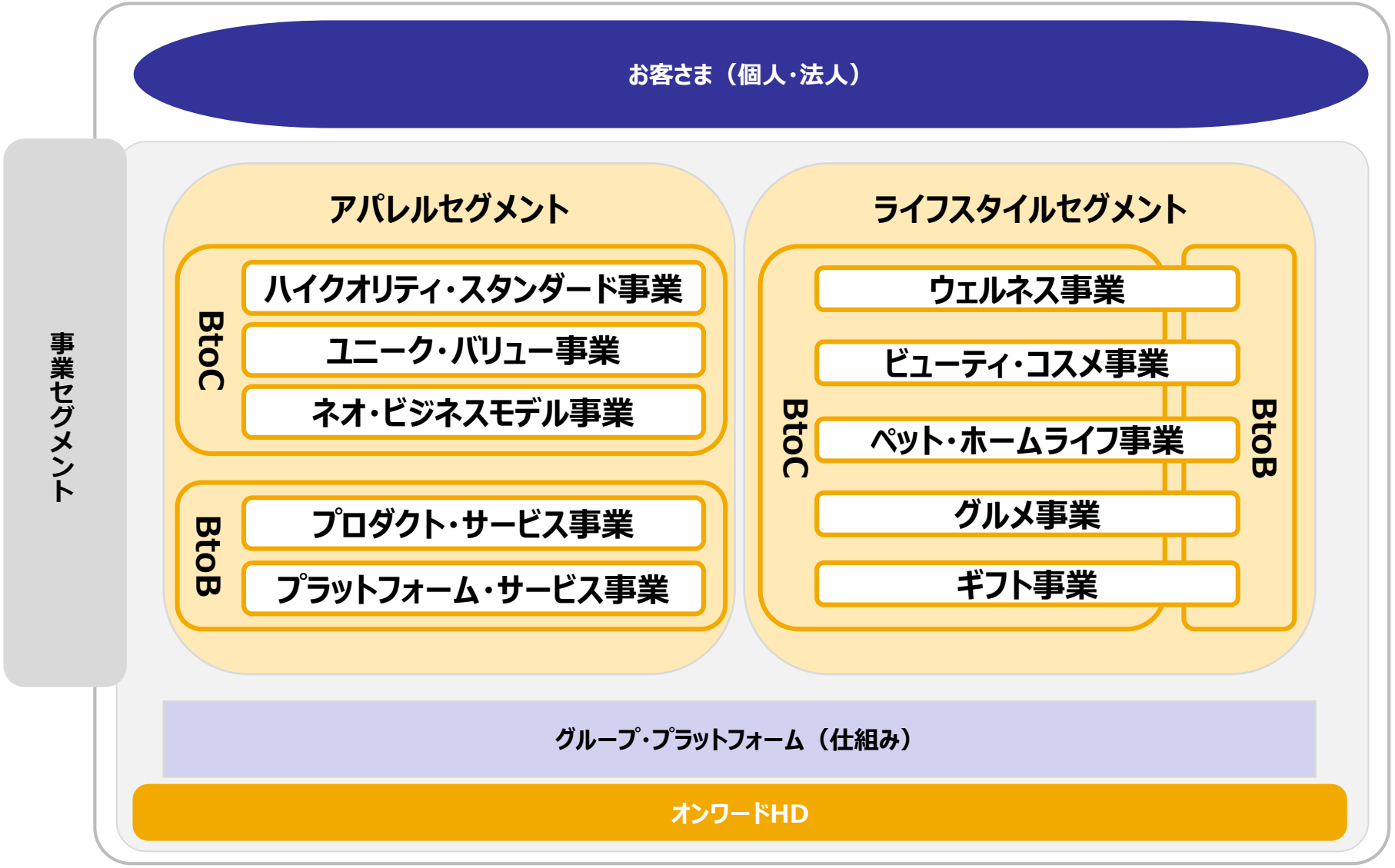
ビジネスモデルの改革
（ウィズコロナ）

本格的な成長戦略の推進
（ポストコロナ）



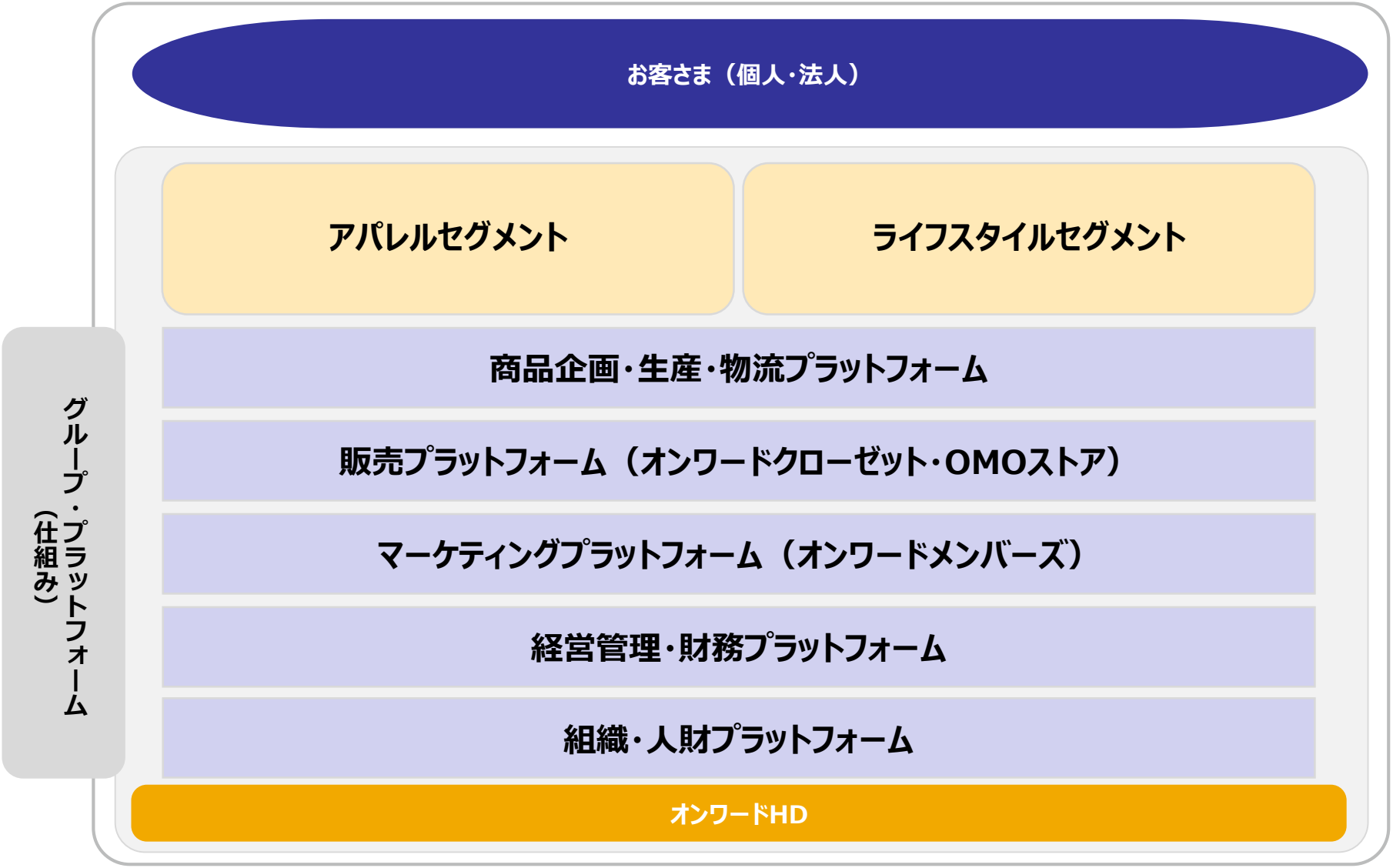
ポストコロナを見すえて、アパレルセグメントのビジネスモデル改革を図りつつ、ライフスタイルセグメントを拡大することで、売上高・営業利益の成長を目指します

事業セグメントのありかた



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

経営プラットフォーム（仕組み）のありかた



グループ内シナジーを強化するために、
時代性のあるグループ・プラットフォーム（仕組み）を再構築します

2030年度に向けた5つの戦略

2030年度 売上高3,000億円、営業利益250億円を目指す

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

1 アパレルセグメントのビジネスモデル改革 ～3つの改革方針

（1）お客さまコミュニケーション改革

**自律的に拡大するコミュニティ創造と
お客さまとの価値共創**

（2）商品企画・生産・物流改革

**ものづくりプロセスのデジタル化による
スピード化・価格の適正化・トレーサビリティ向上**

KASHIYAMA EASY

スマホで簡単
あなたサイズ
洗える

（3）販売改革

＊ Online Merges with Offline

**OMO*ストア開発による
リアル店舗とオンラインストアのメリット融合**

1 アパレルセグメントのビジネスモデル改革
（参考）アパレルセグメント（BtoC）の展開ブランド群

ハイクオリティ・スタンダード事業

長年培ってきたモノづくりの
ノウハウが可能にする、
品質×価格のバランスを武器にして、
“進化する定番”を
生み出すブランド群

23区
自由区
gotairiku 五大陸
any SiS
SHARE PARK
iCB
any FAM
Feroux

ユニーク・バリュー事業

独自の強い個性や
世界観を発信しながら、
唯一無二のブランドとして
お客さまを魅了し続けるブランド群

JOSEPH
Paul Smith
DAKS LONDON
BEIGE,
GRACE CONTINENTAL
J.PRESS
TOCCA
JOSEPH ABBOUD
ATON

ネオ・ビジネスモデル事業

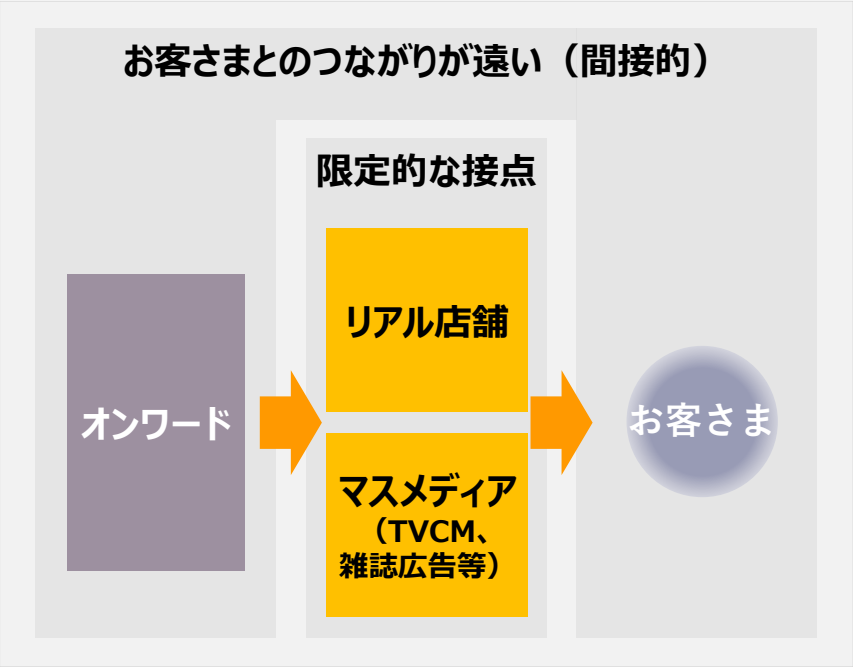
将来の主力事業を目指し、
最新のデジタル技術等を活用した
新しいビジネスモデルによって、
お客さまに革新的な顧客体験を
提供するブランド群

KASHIYAMA
uncrave
Tiaclasse STYLISH FASHION DESIGN
Chut! INTIMATES
#Newans
ANEVER
ONWARD DD

1 アパレルセグメントのビジネスモデル改革
（1）お客さまコミュニケーション改革

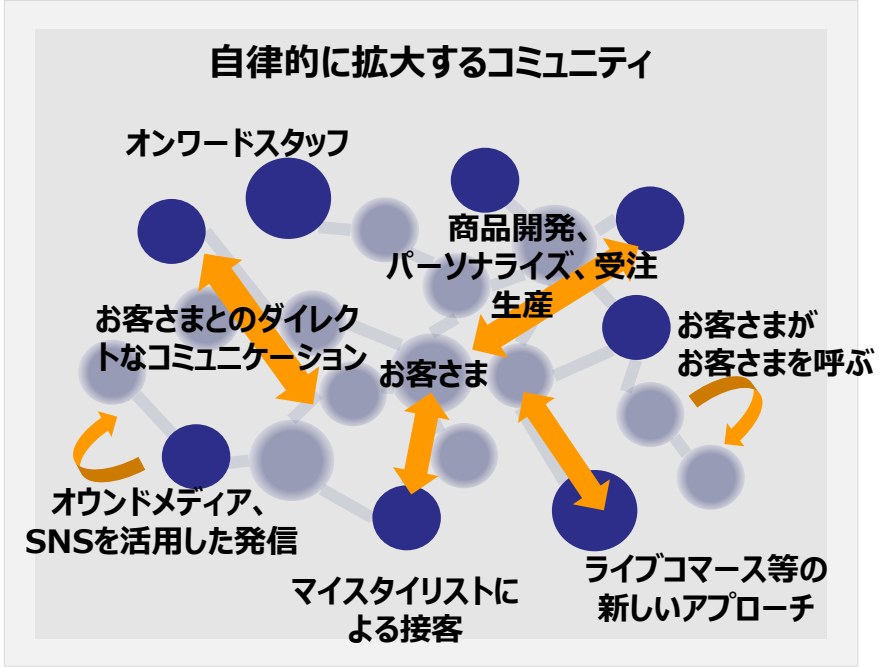
これまでの姿（イメージ）

お客さまとの距離が遠く、
間接的/一方向のコミュニケーション



2030年度の目指す姿（イメージ）

お客さまと社員のダイレクトなコミュニケーション、
お客さま同士の交流を通じて、
自律的にお客さまが増えていくコミュニティ



**オウンドメディア、SNS、ライブコマース等の新しい手法を通じて、
お客さまと社員の直接的/双方向なコミュニケーションによる価値の共創を推進します**

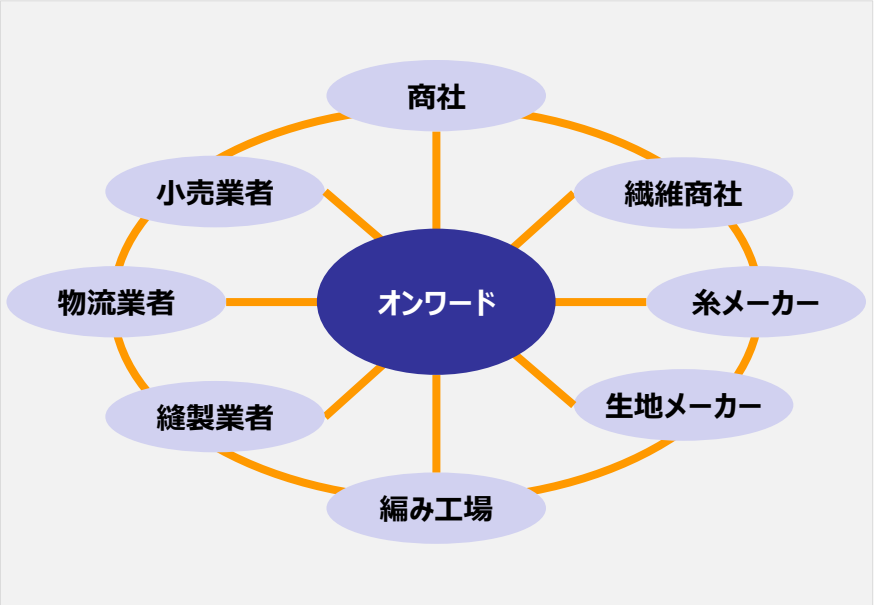
1 アパレルセグメントのビジネスモデル改革
（2）商品企画・生産・物流改革

これまでの姿（イメージ）

**分断され、不透明かつ非効率な
サプライチェーン**

2030年度の目指す姿（イメージ）

**情報共有・データ連携がなされ、
可視化・効率化されたサプライチェーン**



**サプライチェーンのデジタル化を通じて、プロセスの可視化やデータ連携を推進し、
納期の短縮、価格の適正化、トレーサビリティの向上を実現します**

1 アパレルセグメントのビジネスモデル改革（3）販売改革

*BtoC領域

リアル店舗

- 店舗在庫が限られている
- 開店時間・ロケーションに制約がある
- （人によっては）接客が煩わしく、自分のペースで買い物ができない

OMOストア

- お店の雰囲気を楽しみながらショッピングを体感できる
- 商品に触れたり試着できる
- スタイリストの丁寧な接客を受けられる
- 購入した商品をすぐに持ち帰れる

- 24時間365日営業
- どこでも購入できる
- ほぼ全在庫から商品を選択することができる
- 好きなスタイリストを選べる
- 自分のペースで買い物できる

オンラインストア

- 商品に触れたり、雰囲気を体感することができない
- 試着ができない
- 接客が受けられない
- 手元に商品が届くまでにリードタイムがある

【2030年度のEC売上目標】

1,000億円
（EC化率50%*）

【OMOストアの立地戦略】

都心中心型から
都心・郊外バランス型へ

リアル店舗・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ストアを通じて、お客さまが双方のメリットを最大限享受できる場を創り上げます

2 ライフスタイルセグメントの成長の加速

グループ内シナジーの創出

経営資源の重点配分

ブランド価値の向上

コミュニティと販路の拡大

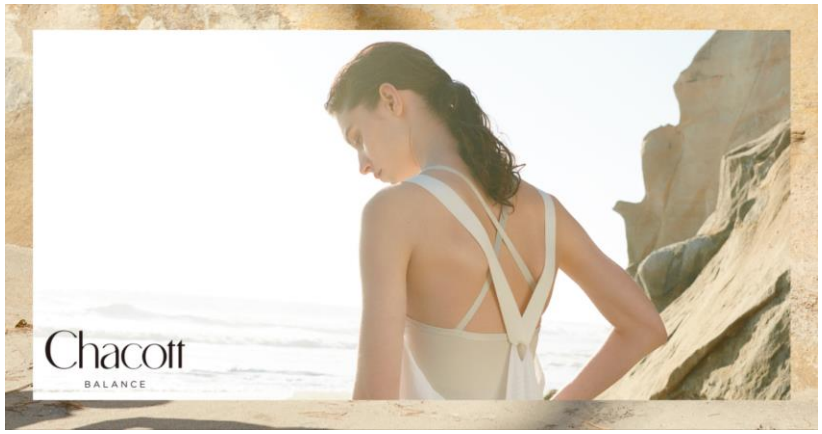
M&Aの推進

当グループが展開するライフスタイルセグメントの5つの事業は、コロナ禍でも堅調に推移しており、ポストコロナにおける基幹セグメントとして、成長戦略を強力に推進します

2 ライフスタイルセグメントの成長の加速 ～領域別のリーディングカンパニーの戦略

ウェルネス事業

Chacott



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、総合的に事業展開

- ✓ 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」の強化により、ブランドフィロソフィである'人生を、芯から美しく。'の世界観を表現
- ✓ 2022年春には次世代グローバルフラッグシップストアを代官山に開設予定

ビューティ・コスメ事業

kokobuy
advanced organics

事業内容：
オーガニックヘアケア・スキンケアブランド「product」を展開

- ✓ スキンケア・ボディケア等の商品カテゴリー拡充を加速
- ✓ リアル・EC両面での販路拡大（グローバル展開を含む）、コラボ等のPRを通して、ブランド認知度を向上
- ✓ オーガニックコスメブランドの地位をスピーディーに確立していく

2 ライフスタイルセグメントの成長の加速 ～領域別のリーディングカンパニーの戦略

ペット・ホームライフ事業

CREATIVE YOKO CO., LTD.
www.creativeyoko.co.jp

事業内容：
なごみ雑貨、ペット関連用品の展開

- ✓ 雑貨事業は在宅時間増加、生活の充実に向けた生活雑貨を拡充
- ✓ ペット事業は主力の犬グッズに加え猫グッズを強化
- ✓ 衛生的に安心して暮らす為のライフスタイルブランド「Hinami」も新たに展開

グルメ事業

美味しい！をコーディネート
ONWARD MARCHE

事業内容：
上質・高感度なグルメECサイトの運営

- ✓ お客さまの「おうち時間」の充実と生産者の販路拡大に貢献
- ✓ 取扱カテゴリーの拡大、オリジナル商品の開発等により、サイトの価値向上と独自性強化
- ✓ 今後、美味しく安心安全な日本のグルメの越境ECを計画

ギフト事業

YAMATO

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を展開

- ✓ WEB直販の強化、拡大が予想される「ソーシャルギフト」分野への参入
- ✓ 新規商材・サービス開発により、お客さまに新しい価値を提供

3 法人ビジネスの強化

プロダクト・サービス事業（一般法人向け）

一般法人向けに、ユニフォーム、販促品、サービス等を提供。グループ内のアセットを共有し、シナジーを最大化する

※：オンワード商事「ユニフォーム事業」

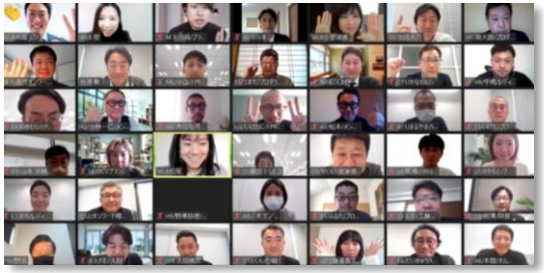
プラットフォーム・サービス事業（小売・アパレル等法人向け）

小売・アパレル等法人向けに、OEM/ODM事業を展開。情報共有・データ連携により可視化・効率化された商品企画・生産・物流プラットフォーム等を活用する

※：KASHIYAMA DALIAN

コロナ禍においても堅調な事業であり、ポストコロナの安定成長事業として、2030年度において、売上高600億円（売上シェア20%）を目指します

4 多様で個性的な人財が活躍できる企業への進化



組織・人財プラットフォーム改革

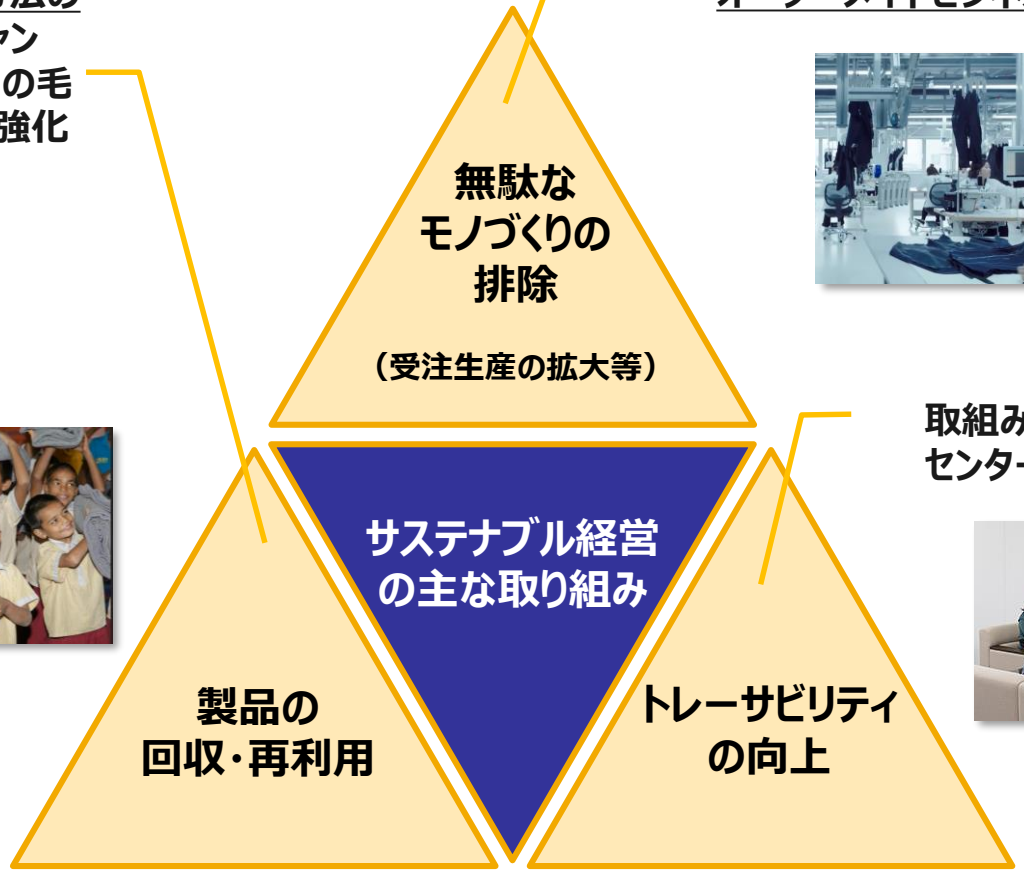
- **多様な人財の活躍推進**
  (女性リーダー比率の2030年度50%等)
- **働き方の多様化**
- **キャリアパスの複線化と人財育成**
- **多面的で公正・公平な評価とメリハリある報酬**
- **現場への権限移譲**
- **フラットな組織**

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

5 地球と共生するサステナブル経営の推進

取組み例：回収製品の使用方法の拡大（オンワード・グリーン・キャンペーンを通した日本赤十字社との毛布寄贈活動、リユースパークの強化等）

取組み例：KASHIYAMA DALIANを中心としたオーダーメイドビジネスの拡大



取組み例：日本アパレルクオリティーセンターでの工場監査認知度向上

サステナブル経営の推進は、企業活動の根幹をなす重要なテーマであるという認識のもと、2021年度より専任担当組織を新設し、取り組みを加速します

ONWARD

ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

本資料のいかなる情報も、弊社株式の購入や売却などを勧誘するものではありません。
また、本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点での弊社の判断であり、
その情報の正確性を保証するものではなく、今後予告なしに変更されることがあります。
この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、弊社および情報提供者は
一切責任を負いませんのでご承知おきください。