

ONWARD

『ONWARD VISION 2030』 実現に向けて

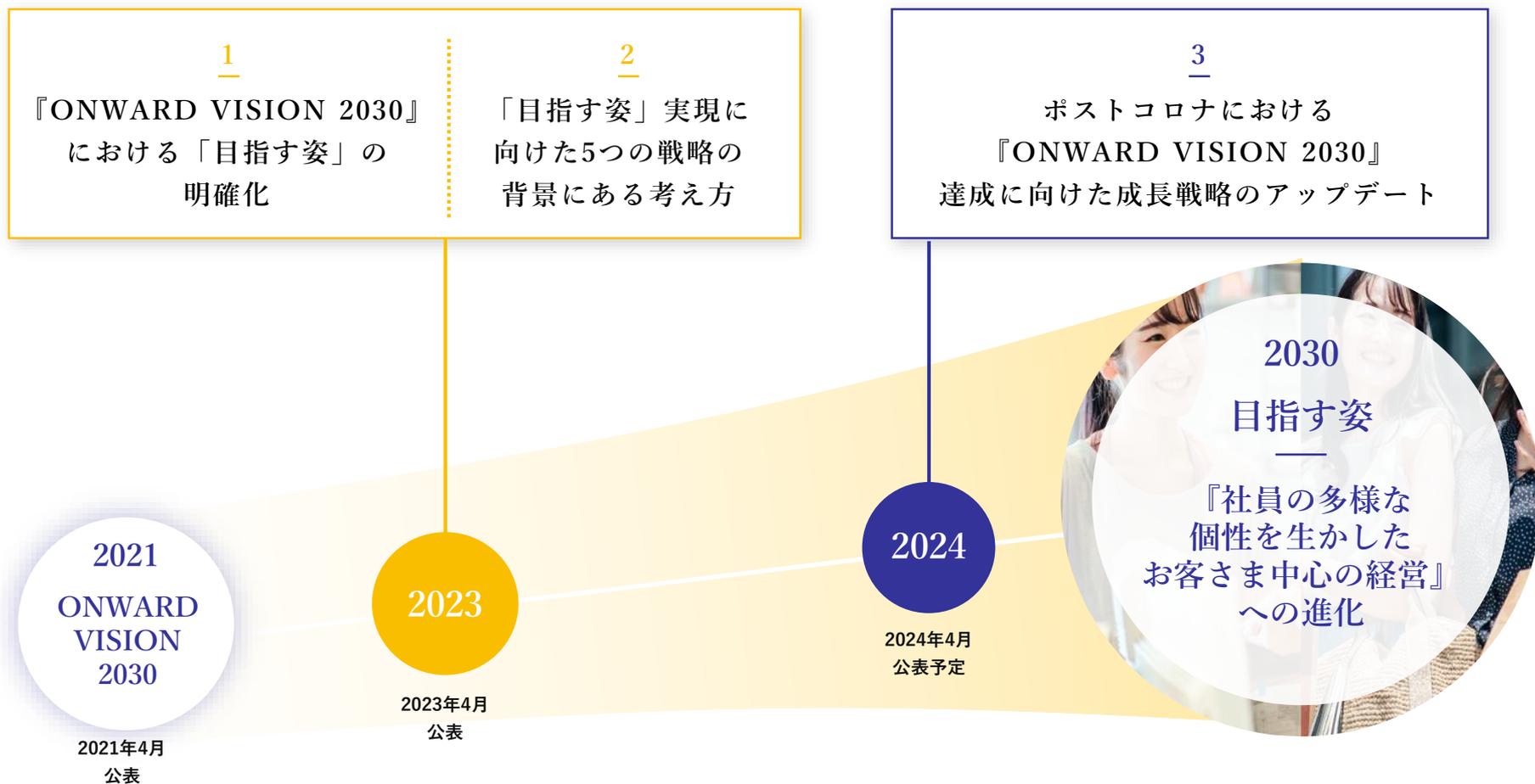


2023年4月6日

株式会社 オンワードホールディングス

『ONWARD VISION 2030』 実現に向けて

- 当資料は、2021年4月の『ONWARD VISION 2030』発表後、国内外の主要機関投資家より聴取したご意見を踏まえ、ステークホルダーとの相互理解を深めるための情報を補足するものです。
- 2024年4月に、『ONWARD VISION 2030』のアップデート版を発表する予定です。



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。

着目する環境変化

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

- 大量生産・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

ポストコロナにおける成長戦略イメージ

対応する強み



ブランド価値



高品質



人財
(企画力、接客力)



サステナビリティ

注力すべきテーマ

顧客接点の拡大

- 既存の顧客基盤の維持に加え若年層を中心に拡大

ライフタイムバリューの最大化

- アパレルに留まらないライフスタイル全般の需要に対する提案

品質に見合った価格の訴求

- お客さまにご納得いただけるための更なる商品力の強化
- プロパー販売への注力

サステナブル経営

- サステナブルなブランド/商品の強化

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力
- 高いクオリティの販売人財
 - ・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」
 - ・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・スタンダード事業



ユニーク・バリュー事業



ネオ・ビジネスモデル事業

#Newans
uncrave
UNF/LO

シーンの
拡大

多様なシーンに対応する ライフスタイル事業

- さまざま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、さまざまな分野において、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



「目指す姿」実現のための基本方針に基づき、お客さまと当社グループ人財との直接的、双方向的なコミュニケーションを通じ、社員の多様な個性を活かしたお客さま中心の経営へと進化します。

人々の毎日の生活を
より豊かにする
企業グループを目指します。

ヒト



地球

地球環境に配慮した
持続的な価値提供を行います。

「目指す姿」 実現のための 基本方針

上質な品物や
体験価値を提供し、
人々の生活を
豊かにする

多様化する人々の
“こだわり”に応え、
生活に寄り添う



2030年度
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

「目指す姿」実現に向けた目標および5つの戦略

『ONWARD VISION 2030』で打ち出した「5つの戦略」を押し進め、「目指す姿」を実現します。

基本方針

上質な品物や体験価値を提供し、
人々の生活を豊かにする

多様化する人々の“こだわり”に
応え、生活に寄り添う

目標 1

ファッションに
“こだわり”を持つ
顧客基盤の維持・拡大

- 上質な品物や体験を求める既存顧客との繋がり強化
- 顧客接点の拡大による新規顧客の獲得
- 法人領域における顧客基盤の維持・拡大

目標 2

ライフスタイル全般に
おける“こだわり”に
応える商品・価値提供

- コロナウイルスの流行を経て、一層多様化した人々の生活様式や好みに応える多彩な商品・価値の提供
- ハレの日の服を着て出掛けるだけが豊かさでない時代に

目標 3

サステナブルな
経営の実践

- 日本を代表する老舗アパレル企業として、サステナブルなファッションを実践
- 当社強みの一つである多様な人材。そのさらなる活躍の実現のため、人的資本経営を実践

目標

シーンの拡大

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
の成長加速

3

多様で個性的な人材が
活躍できる企業への進化

4

法人ビジネスの強化

5

地球と共生する
サステナブル経営の推進