

ONWARD

2025年2月期(2024年度)上期
決算説明資料



2024年10月3日

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)

株式会社オンワードホールディングスの代表取締役社長保元でございます。本日は大変お忙しい中、お集まりいただきましてありがとうございます。それでは私の方から2025年2月期第2四半期の決算説明を始めさせていただきます。お手元のパワーポイント決算説明資料を中心にご説明を進めさせていただきますのでよろしくお願いいたします。

オンワードグループのミッションステートメント

ホ シ
ヒトと地球に潤いと彩りを

「社員の多様な個性をいかしたお客さま中心の経営」により
地球と共生する「潤いと彩り」のある生活づくりに貢献する

『生活文化創造企業』として前に進み続ける



| | | |
|----|--------------------|-----|
| 01 | 連結実績および連結業績予想ハイライト | P4 |
| 02 | 2024年度上期 連結実績 | P8 |
| 03 | 2024年度通期 連結業績予想 | P15 |
| 04 | 財務状況 | P18 |
| 05 | TOPICS | P21 |
| 06 | 補足資料 | P27 |



ラクだ。

UNF/LO

2024 AUTUMN & WINTER

01

連結実績および連結業績予想
ハイライト

2024年度2Q・上期 連結実績ハイライト

—ONWARD—

| | 売上高 | 営業利益 | 経常利益 | 当期純利益 |
|-----------|--|--|---|--|
| 2Q | 437 億円 前年同期比 +8.0% +32億円 | 2 億円 前年同期比 +5億円 | 0.2 億円 前年同期比 +5億円 | 1 億円 前年同期比 +6億円 |
| 上期 | 951 億円 前年同期比 +5.2% +47億円 | 53 億円 前年同期比 +4.6% +2億円 | 52 億円 前年同期比 +18.2% +8億円 | 41 億円 前年同期比 +43.5% +12億円 |

- 2Q期間の売上高は、酷暑に対応した機能性商品の販売好調や、OMOサービス「クリック&トライ」の利用拡大などにより、前年同期比で8.0%の増収となった。また、2Q期間としては、2008年2月期以来17期ぶりに全段階利益で黒字転換を実現した。
- 上期累計の売上高は、5.2%の増収となった。特に、UNFILOが92.1%、KASHIYAMAが38.5%、チャコットコスメティクスが27.1%の増収と大幅に伸長した。基幹ブランドも、23区が4.3%、五大陸が8.0%、ペットパラダイスが9.0%の増収と、堅調に推移した。上期累計の営業利益は4.6%の増益で着地した。
- コロナ禍からの回復期に増加した商品在庫水準の適正化を計画的に進めた結果、上期の売上総利益率は1.2%低下して55.4%となった。一方で、ブランド複合店の展開による店舗運営の効率化などにより、上期の販管費率は1.1%改善して49.9%となった。以上の結果、上期の営業利益率は0.1%低下して5.5%となった。
- 持分法投資利益の増加や為替差損の解消などにより、上期の経常利益は18.2%の増益、当期純利益は43.5%の大幅増益となった。

資料の5ページは2024年度第2四半期および上期の連結実績のハイライトを記載しています。まず上段の2Qですが、売上高は437億円で前年同期比32億円、8%の増収となりました。酷暑に対応した機能性商品の販売好調、あるいは注力しておりますOMOサービス「クリック&トライ」の利用拡大などにより、8%の増収となりました。また、昨年度2Qは赤字でありました営業利益、経常利益、当期純利益がそれぞれ2億円、2000万円、1億円の黒字となりました。前年同期比でそれぞれ5億円、5億円、6億円の改善です。2Qとしては、2008年2月期以来17期ぶりの黒字転換となりました。これまでかなり長い期間、2Qにかなりの金額の赤字を計上し、第1四半期、第3四半期で稼いで第2四半期と第4四半期で利益を減らすという波のある経営となっていました。これについては様々な構造改革を進める中で、時間をかけてでも平準化を進めていきたいと取り組んできましたが、商品面、顧客接点、サプライチェーン全てを根本から見直さないと変わりません。また、お取引先とのコミュニケーションも必要ですので、ずいぶん時間がかかりましたが、今年度の2Qでまずは黒字転換することができました。まだ第1四半期、第3四半期の利益水準と比べますと、利益額は小さいですが、まずはスタートラインに立てた、と考えております。その結果、上期の売上高は下段に記載しております951億円と47億円、5.2%の増収となりました。

5ページの上期のデータに戻りますと、利益面では営業利益が53億円、4.6%、2億円の増益となりました。

ブランド事業

ONWARD

UNFILO 【オンワード樺山】

新開発の機能性商品を販促と連動させ売上を拡大。



上期売上高
(前年同期比) + **92.1%**

23区 【オンワード樺山】

気候変動に対応した「即着」MDの積極投入が奏功。



上期売上高
(前年同期比) + **4.3%**

KASHIYAMA 【オンワードパーソナルスタイル】

デジタル広告によるプロモーション施策により、客数増、客単価向上。



上期売上高
(前年同期比) + **38.5%**

五大陸 【オンワード樺山】

盛夏対策アイテムがリアル店舗、ECともに好調に推移。



上期売上高
(前年同期比) + **8.0%**

チャコット・コスメティクス 【チャコット】

新規開発商品のプレストパウダーが売上を牽引。



上期売上高
(前年同期比) + **27.1%**

ペットパラダイス 【クリエイティブヨーコ】

ペットカート等の新規開発商品が高稼働。インバウンド売上も好調に推移。



上期売上高
(前年同期比) + **9.0%**

ブランド別のデータを資料の12ページに記載しております。

6つのブランドを記載していますが、左の3つが比較的新しい成長ブランド、右の3つが基幹ブランドです。左側の『UNFILO』は新開発の機能性商品と販促等を連動させ、売上高を前年同期比92.1%と倍増近くに伸ばすことができました。また『KASHIYAMA』につきましても、デジタル広告によるプロモーション施策により客数増、また客単価についても商品単価を少しずつ切り上げ、客単価も向上しました。上期は38.5%の大幅増収で着地しました。『チャコット・コスメティクス』につきましても、新規開発商品のプレストパウダーが売上を牽引しました。上期の売上高は27.1%の増収でした。一方で右側の基幹ブランドにつきましても、30周年を迎えた『23区』は上期に4.3%の増収となりました。気候変動に対応した「即着」MDの積極投入が功を奏しています。また、メンズの『五大陸』に関しても、盛夏対策アイテムがリアル店舗、ECともに好調に推移し、上期の売上は前年同期比8%の増収となりました。また、クリエイティブヨーコの『ペットパラダイス』につきましても、ペットカートなどの新規開発商品が高稼働し、インバウンドの売上も引き続き好調に推移しました。売上高は前年同期比9%の増収となりました。

2024年度上期 連結実績

ONWARD

- 売上高は、前年同期比5.2%増収(+47億円)の951億円。
- 営業利益は、4.6%増益(+2億円)の53億円。
- 当期純利益は、43.5%増益(+12億円)の41億円。
- EBITDAは、4.1%増加(+3億円)の77億円。

| (百万円) | 上期実績 | | | 対2023年度 | | 対公表値 | |
|---------------------|---------|---------|---------|---------|----------|-------|----------|
| | 2024年度 | 2023年度 | 公表値 | 増減額 | 増減率 | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 95,102 | 90,411 | 94,900 | +4,691 | +5.2% | +202 | +0.2% |
| 売上総利益 | 52,709 | 51,152 | 52,950 | +1,557 | +3.0% | △ 241 | △ 0.5% |
| (対売上高比率) | (55.4%) | (56.6%) | (55.8%) | | (△ 1.2%) | | (△ 0.4%) |
| 販管費 | 47,454 | 46,130 | 47,450 | +1,324 | +2.9% | +4 | +0.0% |
| (対売上高比率) | (49.9%) | (51.0%) | (50.0%) | | (△ 1.1%) | | (△ 0.1%) |
| 営業利益 | 5,255 | 5,022 | 5,500 | +233 | +4.6% | △ 245 | △ 4.5% |
| (対売上高比率) | (5.5%) | (5.6%) | (5.8%) | | (△ 0.1%) | | (△ 0.3%) |
| 経常利益 | 5,213 | 4,412 | 5,500 | +801 | +18.2% | △ 287 | △ 5.2% |
| (対売上高比率) | (5.5%) | (4.9%) | (5.8%) | | (+0.6%) | | (△ 0.3%) |
| 当期純利益 | 4,108 | 2,862 | 4,050 | +1,246 | +43.5% | +58 | +1.4% |
| (対売上高比率) | (4.3%) | (3.2%) | (4.3%) | | (+1.1%) | | (+0.0%) |
| EBITDA [※] | 7,690 | 7,390 | 8,000 | +300 | +4.1% | △ 310 | △ 3.9% |
| (対売上高比率) | (8.1%) | (8.2%) | (8.4%) | | (△ 0.1%) | | (△ 0.3%) |

※ EBITDA(営業利益+減価償却費およびのれん償却費)

Copyright © ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

営業利益率につきましては、9ページの営業利益の項目をご覧ください。2023年度の上期は5.6%の営業利益率でしたが、今年度上期は5.5%と、営業利益率としては若干の低下となりました。この要因については、前年度上期の売上総利益率56.6%が今期は55.4%と、1.2%低下しました。販管費につきましては、前年度上期の販管費率51%が今期は49.9%と、1.1%改善し、売上総利益率の低下を販管費率の改善によりほぼ取り返したとも言えますが、結果、営業利益率は0.1%の低下となりました。売上総利益率の低下要因につきましては、コロナ禍からの回復期の2022年度以降、それまで絞っていた在庫を急激に元に戻していく過程で、在庫が一時的に少し膨らんだことの反動です。今期につきましては、昨年度以前に作った旧年品の在庫高の適正化を進めながら運営をしてまいりました。その結果、売上総利益率の低下に繋がっているということです。このことはコロナ禍からの回復過程での急激な在庫増の影響の反動ですので、これが今後も長く続いていくとは考えていませんが、2024年度においては在庫水準の適正化を優先した運営をしているとご理解いただきたいと思います。

販管費につきましては、ブランド複合店「オンワード・クローゼットセレクト」の水平展開が順調に進んでいます。店舗運営の効率化を図り、販売職の人頭効率、売り場の坪効率ともに上昇し、非常に生産性が上がっています。この結果、販管費率が1.1%改善しました。

この複合店につきましては、地方の商業施設、百貨店さんを中心にスタートしていますが、10月2日に大丸さんの東京店の5階に60坪の大型OCSをオープンしました。銀座では松屋さんなどにも既に展開していますが、今後都心においても、ブランド複合店を百貨店、ショッピングセンター問わず展開を進めていくことで、さらに経営効率の改善、あるいは顧客満足の向上に繋がっていきたいと考えております。以上が営業利益段階のご説明でした。

経常利益につきましては、上期で52億円、前年同期比18.2%、8億円の増益となりました。当期純利益につきましては41億円、前年同期比43.5%、12億円の大増益となりました。この一つの要因は後ほどご説明します、株式会社ウィゴーなど持分法適用関連会社の投資利益の増加があります。また、昨年度急激な円安の進行で生じた為替差損の解消もあります。このような複合要因で、経常利益と当期純利益については高い伸びとなりました。以上が第2四半期上期の連結実績のハイライトです。

次に6ページをご覧ください。

2024年度通期 連結業績予想ハイライト

ONWARD

| | 売上高 | 営業利益 | 経常利益 | 当期純利益 |
|----|------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| 下期 | 1,149 億円 前年同期比 +15.8% +157億円 | 72 億円 前年同期比 +16.1% +10億円 | 70 億円 前年同期比 +22.3% +13億円 | 41 億円 前年同期比 +10.5% +4億円 |
| 通期 | 2,100 億円 前年同期比 +10.7% +204億円 | 125 億円 前年同期比 +11.0% +12億円 | 122 億円 前年同期比 +20.5% +21億円 | 83 億円 前年同期比 +24.8% +16億円 |

- 2023年5月に持分法適用会社となっていたウィゴアの残る株式を、2024年9月に追加取得し、完全子会社化した。
- その結果、ウィゴアの下期売上高100億円を上乗せし、通期の売上高予想を上方修正する。
- 通期の営業利益、経常利益、当期純利益については、直近の予想を据え置く。

Copyright © ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

通期の連結業績予想ハイライトの記載をしています。下段の通期の数字についてご説明します。売上高につきましては、当初の予想の2,000億円から100億円上方修正をしました。これは、株式会社ウィゴアを先月27日に完全子会社化・連結化したことに伴い、10月から2月までの5ヶ月分のウィゴア社の売上高を上積みしています。結果、売上高は2,100億円、前期比10.7%、204億円の増収予想となります。増収額のうち、半分は新しく連結したウィゴア社分ということになります。一方で、営業利益、経常利益、当期純利益につきましては、直近の予想を据え置いています。

ウィゴア社につきましては、ここ1年強での業務提携により経営が改善し、今後の5ヶ月も黒字化を目指して運営をしてまいります。一方で、新しい投資、例えばデジタル関連の人財の獲得や、ブランディングのための宣伝強化等の、現時点では見積もることができていない新しい経費が発生する可能性がありますので、その部分と差し引きをして、今後5ヶ月につきましては、利益はイーブンと予想しています。

2024年度通期 連結業績予想

- 通期の業績予想は、下期業績予想を据え置いた上で、10月から新たに連結されるウィゴアの業績予想を上乗せし、売上高を上方修正。
- 売上高は公表値より100億円増の、前年同期比10.7%の増収(+204億円)。(なお、売上総利益、販管費はいずれも+51億円を見込む。)
- 営業利益以下は公表値を据え置き。

| (百万円) | 2024年度 予想 | 2023年度 実績 | 公表値 | 対2023年度 | | 対公表値 | |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------|--------|---------|-------|
| | | | | 増減額 | 増減率 | 増減額 | 増減率 |
| 1 売上高 | 210,000 | 189,629 | 200,000 | +20,371 | +10.7% | +10,000 | +5.0% |
| 2 売上総利益 (対売上高比率) | 116,250 (55.4%) | 105,782 (55.8%) | 111,150 (55.6%) | +10,468 | +9.9% | +5,100 | +4.6% |
| 3 販管費 (対売上高比率) | 103,750 (49.4%) | 94,522 (49.8%) | 98,650 (49.3%) | +9,228 | +9.8% | +5,100 | +5.2% |
| 4 営業利益 (対売上高比率) | 12,500 (6.0%) | 11,260 (5.9%) | 12,500 (6.3%) | +1,240 | +11.0% | +0 | +0.0% |
| 5 経常利益 (対売上高比率) | 12,200 (5.8%) | 10,126 (5.3%) | 12,200 (6.1%) | +2,074 | +20.5% | +0 | +0.0% |
| 6 当期純利益 (対売上高比率) | 8,250 (3.9%) | 6,611 (3.5%) | 8,250 (4.1%) | +1,639 | +24.8% | +0 | +0.0% |
| 7 EBITDA [※] (対売上高比率) | 17,700 (8.4%) | 16,052 (8.5%) | 17,700 (8.9%) | +1,648 | +10.3% | +0 | +0.0% |

※ EBITDA(営業利益+減価償却費およびのれん償却費)

16ページに詳細を記載しています。黄色い枠内に今年度の通期予想を示していますが、表の中央に3ヶ月前の第1四半期決算発表時の業績予想を公表値として記載しています。売上高を2,000億円とみていたものを今回2,100億円に上昇修正しています。売上総利益につきましては1,111億5000万円と予想していたものを、51億円上積みをして1,162億5000万円としています。販管費も当初予想の986億5,000万円から51億上積みして、1,037億5000万円に修正しました。売上総利益と販管費は、それぞれ51億円と同額の増加を予想していますので、利益には影響が出ないということになります。

次に、ウィゴー社につきまして、22ページおよび23ページをご参照ください。

株式会社ウィゴの完全子会社化

—ONWARD—

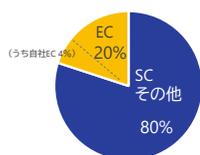
- 当社は2023年5月にウィゴとの資本業務提携を行い、同社発行済株式総数の20.27%を取得、持分法適用会社にした。
- 当社の有する経営ノウハウなどを活用することで、ウィゴの事業再生を進めた結果、ウィゴの2024年度の業績は5期ぶりに営業黒字に転換する見込み。
- 2024年9月に完全子会社化したことにより、DX投資や人的資本投資などを加速させ、ウィゴの企業価値の更なる向上を目指す。
- ウィゴは、10代～20代のZ世代を中心とする若年層を主要顧客とし、ショッピングセンターやファッションビル、EC等で事業を展開。
- 当社グループとは顧客層や主要販路において補完関係にあり、シナジー効果の追求により、更なる事業の拡大を期待。



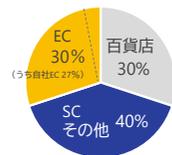
登録顧客
会員数

約340万人

販路別
売上比率



約530万人



22ページですが、当社は2023年の5月にウィゴ社との資本業務提携をスタートし、併せて発行済み株式の20.27%を取得し、持分法適用関連会社としました。その後1年強に亘って、人財の派遣、ノウハウの共有等を進めた結果、2024年度は営業黒字に転換する見込みです。ウィゴは、どちらかというカジュアル衣料が中心のため、上期・夏場に強く、秋冬が若干売り上げが低下するという、オンワード全体とは逆の動きをするブランドですが、通期では5期ぶりに営業黒字に転換する見込みとなっています。オンワードグループとのシナジーも相乗効果も大きいということを確認し、先月、完全子会社化に踏み切りました。今後、DX投資、人材投資などを加速させて、ウィゴ社の企業価値向上を目指してまいります。ご承知の通り、ウィゴ社の顧客基盤は、特に10代の中学生・高校生がメインですので、オンワードグループと比べると若い世代の顧客層を持っています。販路につきましても百貨店はなく、ショッピングセンター、ファッションビル、ECなどで事業を展開する、今年創業30年になるブランドです。オンワードグループとは顧客層や主要販路において重複がなく、それぞれ補完関係にあるため、完全子会社化はウィゴ社およびオンワード全体の成長戦略に寄与すると考え、今月以降、テコ入れを進めていきたいと考えています。登録顧客会員数が今年の2月末で、ウィゴ社は既に340万人、オンワードグループが530万人で、単純合算で900万人近くになります。また、販路別の売上比率はウィゴ社はSCファッションビルその他が8割、ECが2割となっています。オンワードは表の通り約3分の1ずつの構成ですので、販路で言うとSCのウエイトが大きく高まります。ただECについては、オンワードグループの方が構成比が高いという状況でして、これは今後の顧客接点の伸び代だと考えています。Z世代のデジタルネイティブがターゲットですので、むしろオンワードグループの平均よりも高いオンライン比率であっても全くおかしくないと考えています。特に自社EC比率が非常に小さい状態ですので、投資や人財の派遣も含めて、ウィゴ社が成長できる一つの切り口ではないかと考えています。

株式会社ウィゴの完全子会社化の目的

ONWARD

登録会員数

両社合算で
総会員数が
約870万人に拡大
(2024年2月末時点:単純合算)

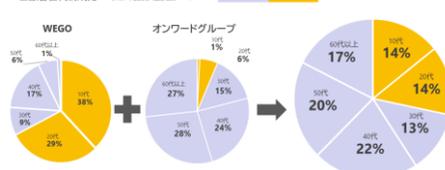
登録会員数の推移 単位:万人



顧客基盤

WEGOは顧客の7割が10代+20代
オンワードグループの主要顧客は30代~60代
世代バランスの取れた
顧客基盤を形成

顧客世代構成比 ※2023年度購入会員数ベース



アジア展開

インバウンド需要の高いWEGOのコンテンツと
オンワードグループのネットワークとのシナジーで
アジアマーケットへの
展開を加速

WEGO都心路店 インバウンド売上高比率



23ページ目をご覧ください。ウィゴ社完全子会社の目的を3点記載しています。既にお話しました通り、今年の2月末時点の登録会員数が約870万人で、900万人規模に近づいています。会員基盤を拡大することによって、非常に大きな価値を生むことができると考えています。2点目は、顧客基盤の世代バランスです。オンワードグループの顧客基盤の世代バランスは、10代と20代合わせて7%にとどまっていた。一方でウィゴ社は、10代と20代を合わせると7割近くの67%と非常に高く、両社を単純に合算しますと、10代と20代で約30%になります。オンワードは比較的40代以上に強く、ウィゴは若年層に強いということです。長期的に見た場合、ウィゴ社のお客様に、将来オンワードブランドの顧客になっていただくため、様々なデジタル施策も使いながら、例えば10代のお客様は必ず就活されますので、就活スーツを接点としてオンワードグループのお客様になっていただくというシナジー効果を出していけるのではないかと考え、様々な対策を検討しているところです。また、中長期でのグローバル戦略を考えたとき、特にアセアンの成長が今後加速していきたく見えています。このアセアン地域のマーケットは、従来オンワードグループはあまり得意ではありませんでした。非常に暑く、気候的には亜熱帯の国が多いということと、若い人の人口構成が非常に高い人口ピラミッドになっています。そういう中で、ウィゴ社のコンテンツがアジアマーケット、とりわけアセアン地域に展開していく上での重要コンテンツになりうると判断しています。実際にウィゴ社の原宿本店、心齋橋店、心齋橋3号店などでは、アジアも含むインバウンド売上比率は5割を超えるような状況となっており、またアジアの様々な事業者の方から提携などの申し入れも多くあり、今後アジアマーケットへの展開を加速する上で、非常に重要な戦力になっていくと考えています。このような目的を持ちまして今回、完全子会社を実行しました。

■ 配当方針

株主の皆さまへの利益還元を経営の最重要課題の一つと位置づけ、配当性向の目安を40%以上とし、安定的で業績に連動した適正な利益を配分。

| | 2024年度予想 | 2023年度実績 |
|------------|----------|----------|
| 1株あたり配当金 | 24円 | 20円 |
| 配当金総額(百万円) | 3,257 | 2,714 |
| 当期純利益(百万円) | 8,250 | 6,611 |
| 配当性向 | 39.5% | 41.1% |

■ 中間配当制度の導入

株主の皆さまへの利益還元の機会を充実させるために、2025年度より、定時株主総会の決議を経た上で、中間配当制度を導入する予定。

私からもう一点、株主還元についてお話をさせていただきます。7ページに記載の配当方針に関しましては、従来より配当性向の目安を40%以上として、安定的で業績連動して適正な利益配分を行うということを経営の最重要課題の一つと位置付けています。今年度の配当予想に変更はなく、1株当たり配当金24円、配当金総額32億5,700万円、当期純利益は現状の予想が82億5,000万円ですので、配当性向約40%、39.5%と予想をしています。これに加え、株主の皆様への利益還元の機会を充実させるために、2025年度より来春の定時株主総会の決議を経た上で、中間配当制度を導入することを本日（2024年10月3日）の取締役会で決議しました。この導入には定款の変更が必要になりますので、来年春の定時株主総会に定款変更を上程し、決議いただいた上で来年の中間決算の後に、中間配当を実施したいと考えています。これにつきましてはプレスリリースを別途出していますので、詳細はご参照ください。



自由区

Copyright © ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

02

2024年度上期 連結実績

2024年度上期 連結実績

- 売上高は、前年同期比5.2%増収(+47億円)の951億円。
- 営業利益は、4.6%増益(+2億円)の53億円。
- 当期純利益は、43.5%増益(+12億円)の41億円。
- EBITDAは、4.1%増加(+3億円)の77億円。

| (百万円) | 上期実績 | | | 対2023年度 | | 対公表値 | |
|---------------------|---------|---------|---------|---------|----------|-------|----------|
| | 2024年度 | 2023年度 | 公表値 | 増減額 | 増減率 | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 95,102 | 90,411 | 94,900 | +4,691 | +5.2% | +202 | +0.2% |
| 売上総利益 | 52,709 | 51,152 | 52,950 | +1,557 | +3.0% | △ 241 | △ 0.5% |
| (対売上高比率) | (55.4%) | (56.6%) | (55.8%) | | (△ 1.2%) | | (△ 0.4%) |
| 販管費 | 47,454 | 46,130 | 47,450 | +1,324 | +2.9% | +4 | +0.0% |
| (対売上高比率) | (49.9%) | (51.0%) | (50.0%) | | (△ 1.1%) | | (△ 0.1%) |
| 営業利益 | 5,255 | 5,022 | 5,500 | +233 | +4.6% | △ 245 | △ 4.5% |
| (対売上高比率) | (5.5%) | (5.6%) | (5.8%) | | (△ 0.1%) | | (△ 0.3%) |
| 経常利益 | 5,213 | 4,412 | 5,500 | +801 | +18.2% | △ 287 | △ 5.2% |
| (対売上高比率) | (5.5%) | (4.9%) | (5.8%) | | (+0.6%) | | (△ 0.3%) |
| 当期純利益 | 4,108 | 2,862 | 4,050 | +1,246 | +43.5% | +58 | +1.4% |
| (対売上高比率) | (4.3%) | (3.2%) | (4.3%) | | (+1.1%) | | (+0.0%) |
| EBITDA [※] | 7,690 | 7,390 | 8,000 | +300 | +4.1% | △ 310 | △ 3.9% |
| (対売上高比率) | (8.1%) | (8.2%) | (8.4%) | | (△ 0.1%) | | (△ 0.3%) |

※ EBITDA(営業利益+減価償却費およびのれん償却費)

2024年度上期 事業会社別実績

| | (百万円) | 上期実績 | | 対2023年度 | |
|-----------------------|-------|--------|--------|---------|---------|
| | | 2024年度 | 2023年度 | 増減額 | 増減率 |
| 1 オンワード樫山+HD | 売上高 | 54,722 | 51,566 | +3,156 | +6.1% |
| | 営業利益 | 2,938 | 3,210 | △ 272 | △ 8.5% |
| 2 オンワード コーポレートデザイン | 売上高 | 8,952 | 8,209 | +743 | +9.1% |
| | 営業利益 | 990 | 825 | +165 | +20.0% |
| 3 アイランド | 売上高 | 2,772 | 2,844 | △ 72 | △ 2.5% |
| | 営業利益 | 74 | △ 23 | +97 | ↗ |
| 4 チャコット | 売上高 | 5,358 | 5,059 | +299 | +5.9% |
| | 営業利益 | 645 | 565 | +80 | +14.2% |
| 5 クリエイトビヨコ | 売上高 | 3,140 | 2,969 | +171 | +5.8% |
| | 営業利益 | 303 | 235 | +68 | +28.9% |
| 6 大和 | 売上高 | 10,108 | 10,592 | △ 484 | △ 4.6% |
| | 営業利益 | 795 | 999 | △ 204 | △ 20.4% |
| 7 国内グループ会社小計 | 売上高 | 35,959 | 34,745 | +1,214 | +3.5% |
| | 営業利益 | 3,159 | 2,780 | +379 | +13.6% |
| 8 ヨーロッパ計 | 売上高 | 6,116 | 4,832 | +1,284 | +26.6% |
| | 営業利益 | △ 259 | △ 449 | +190 | ↗ |
| 9 アメリカ計 | 売上高 | 1,153 | 936 | +217 | +23.2% |
| | 営業利益 | △ 175 | △ 231 | +56 | ↗ |
| 10 アジア計 | 売上高 | 3,613 | 3,234 | +379 | +11.7% |
| | 営業利益 | 120 | 40 | +80 | +200.0% |
| 11 海外グループ会社小計 | 売上高 | 10,882 | 9,002 | +1,880 | +20.9% |
| | 営業利益 | △ 314 | △ 640 | +326 | ↗ |
| 12 連結合計 | 売上高 | 95,102 | 90,411 | +4,691 | +5.2% |
| | 営業利益 | 5,255 | 5,022 | +233 | +4.6% |

※グループの内訳は単純合算 連結合計には相殺消去含む

(取締役 財務・経理・IR担当 吉田昌平)

まず、10ページの2024年度上期の事業会社別実績のポイントについて、ご説明させていただきます。オンワード樫山+オンワードホールディングスの売上高は、「オンワード・クローゼットセレクト」の伸長に連動し、リアル店舗、ECともに売上を伸ばすことができ、2023年度比で約32億円増収しました。しかしながら、コロナ後に積み増した在庫の圧縮によりバーゲン構成比が高くなり、売上総利益率が計画よりも若干下回ったため、営業利益は2023年度比で減益となりました。今後は在庫の適正化が一巡していき、また「オンワード・クローゼットセレクト」の拡大に伴って、利益率は下期から来期にかけて改善していく計画となっています。

2番目のオンワードコーポレートデザインです。こちらはBtoBでユニフォーム、セールスプロモーション、スペースデザインなどを取り扱っている企業ですが、当上期において特にセールスプロモーション、オフィスデザインなどの事業において積極的な営業活動を行ったことにより、新規受注の獲得ができ、2023年度比で増収増益となりました。

3番目のアイランドは、『グレースコンチネンタル』、レザーグッズの「カービングドライブ」などを取り扱っているレディスアパレル企業です。上期においては店舗のスクラップアンドビルドの影響により、売上は減収となりましたが、その分店舗利益の改善、またはモノ作りの原価改善などが進み、営業利益は黒字転換することができました。

6番の大和ですが、M&A後の数年は好調な業容拡大を続けてきましたが、当上期においては構造改革、つまり多少鈍化してしまった既存の販路を切り替えるというアクションをとっていましたが、その効果が下期にずれ込んだために2023年度比で減収減益となりました。一方で、2023年度の上期に収益に関する一部会計基準の変更などもあって、その影響が売上と営業利益ともに2億円ありました。それを差し引くと、売上は先ほどご説明した通り、下期に取り戻す計画ですが、上期の利益はその他の部分の改善もあり、前年同期とほぼ同額という結果になりました。これらの結果として、国内グループ会社小計では2023年度比で売上高12億円、3.5%の増収となり、営業利益は約4億円、13.6%の増益となりました。

海外については、JOSEPHを中心とするヨーロッパで決算期の変更があり、その影響が数億円程度ありますが、それらを差し引いたとしても小売り部門が2Q期間で好調に推移し、2023年度比で増収、損益改善となりました。アジアについても、スーツ工場の稼働率アップおよび中国の販売事業の売上拡大により増収増益となりました。これらの結果、海外グループ小計では2023年度比で約19億円の増収、約3億円の赤字縮小となりました。上期の赤字は半減しましたので、通期では黒字転換を計画しています。

2024年度上期 販路別売上高

- リアル販路(百貨店+SC他)は、4.9%増収。
- ECは5.5%増収。EC化率は29.4%、自社EC比率は85.5%と高水準を維持。

| (百万円) | ①オンワード樺山 | | | | ②国内EC対象事業会社7社* | | | | 合計 (①+②) | | | |
|--------------------|--------------------|--------------------|--------|-------------------|--------------------|--------------------|------|-------------------|--------------------|--------------------|--------|-------------------|
| | 2024年度 | 2023年度 | 増減額 | 増減率 | 2024年度 | 2023年度 | 増減額 | 増減率 | 2024年度 | 2023年度 | 増減額 | 増減率 |
| 1 百貨店 (構成比) | 20,029 (36.6%) | 19,911 (38.6%) | +118 | +0.6% (△ 2.0%) | 5,524 (21.7%) | 4,894 (19.8%) | +630 | +12.9% | 25,553 (31.9%) | 24,805 (32.5%) | +748 | +3.0% (△ 0.6%) |
| 2 SC他 (構成比) | 19,019 (34.8%) | 17,171 (33.3%) | +1,848 | +10.8% (+1.5%) | 12,009 (47.2%) | 11,972 (48.4%) | +37 | +0.3% (△ 1.2%) | 31,028 (38.7%) | 29,143 (38.2%) | +1,885 | +6.5% (+0.5%) |
| 3 リアル販路計 (構成比) | 39,048 (71.4%) | 37,082 (71.9%) | +1,966 | +5.3% (△ 0.6%) | 17,533 (68.9%) | 16,866 (68.2%) | +667 | +4.0% (+0.7%) | 56,581 (70.6%) | 53,948 (70.7%) | +2,633 | +4.9% (△ 0.1%) |
| 4 自社EC (構成比) | 13,492 (24.7%) | 12,670 (24.6%) | +822 | +6.5% (+0.1%) | 6,688 (26.3%) | 6,643 (26.9%) | +45 | +0.7% (△ 0.6%) | 20,180 (25.2%) | 19,313 (25.3%) | +867 | +4.5% (△ 0.1%) |
| 5 自社EC比率 | 86.1% | 87.5% | | △1.4% | 84.5% | 84.4% | | +0.1% | 85.5% | 86.4% | | △0.9% |
| 6 他社ECモール (構成比) | 2,182 (4.0%) | 1,814 (3.5%) | +368 | +20.3% (+0.5%) | 1,231 (4.8%) | 1,226 (5.0%) | +5 | +0.4% (△ 0.1%) | 3,413 (4.3%) | 3,040 (4.0%) | +373 | +12.3% (+0.3%) |
| 7 EC計 (構成比) | 15,674 (28.6%) | 14,484 (28.1%) | +1,190 | +8.2% (+0.6%) | 7,919 (31.1%) | 7,869 (31.8%) | +50 | +0.6% (△ 0.7%) | 23,593 (29.4%) | 22,353 (29.3%) | +1,240 | +5.5% (+0.1%) |
| 8 売上高計 (構成比) | 54,722 (100.0%) | 51,566 (100.0%) | +3,156 | +6.1% | 25,452 (100.0%) | 24,735 (100.0%) | +717 | +2.9% | 80,174 (100.0%) | 76,301 (100.0%) | +3,873 | +5.1% |

*ECマースを運営している以下の国内事業会社7社
アイランド、ティアクラッセ、オンワードパーソナルスタイル、チャコット、クリエイティブヨーコ、大和、KOKOBUY

11ページは、販路別売上高です。オレンジ色の枠で囲ったところをご覧ください。リアル販路は4.9%、ECは5.5%の増収と、良いバランスが取れていると考えています。自社EC化率は85.5%と、2023年度から若干減少していますが高水準を維持しており、全体のEC化率についても約30%で推移しています。今後、自社EC化率については、相対的にEC化率が高くないウィゴー社が入ることにより、一時的に低下すると想定しています。しかしながら、ウィゴー社自体のEC売上の拡大とともに自社EC化率を改善していくことにより、売上高の拡大並びに利益率の改善を図っていけるものと考えています。

UNFILO 【オンワード樺山】

新開発の機能性商品を販促と連動させ売上を拡大。



上期売上高
(前年同期比) **+ 92.1%**

23区 【オンワード樺山】

気候変動に対応した「即着」MDの積極投入が奏功。



上期売上高
(前年同期比) **+ 4.3%**

KASHIYAMA 【オンワードパーソナルスタイル】

デジタル広告によるプロモーション施策により、客数増、客単価向上。



上期売上高
(前年同期比) **+ 38.5%**

五大陸 【オンワード樺山】

盛夏対策アイテムがリアル店舗、ECともに好調に推移。



上期売上高
(前年同期比) **+ 8.0%**

チャコット・コスメティクス 【チャコット】

新規開発商品のプレストパウダーが売上を牽引。



上期売上高
(前年同期比) **+ 27.1%**

ペットパラダイス 【クリエイティブヨーコ】

ペットカート等の新規開発商品が高稼働。インバウンド売上も好調に推移。



上期売上高
(前年同期比) **+ 9.0%**

- 「クリック&トライ」サービスの導入店舗数は前年同期末から47店舗増加の407店舗となり、導入率は63%に上昇。
- 予約点数は前年同期比18%増加の13万1千点。
- 導入店舗（既存）の売上高増減率（前年同期比）は未導入店舗を18%上回る。

■ 導入店舗数・予約点数の推移

| | 2024年度 上期 | 2023年度 上期 | 増減 |
|----------|--------------|--------------|------|
| 店舗数 | 407 | 360 | +47 |
| 導入率 | 63% | 51% | +12% |
| 予約点数(千点) | 131 | 111 | +20 |

■ 導入店舗・未導入店舗の売上高（前年同期比）

| | 2024年度 上期 | 2023年度 上期 |
|-------|--------------|--------------|
| 導入店舗 | 114% | 113% |
| 未導入店舗 | 96% | 91% |
| 差 | +18% | +22% |

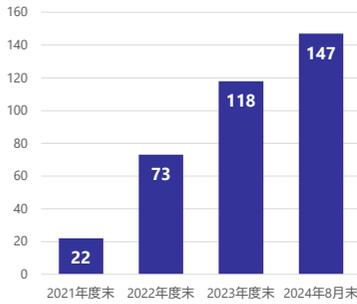
13ページは、オンワード樫山の店舗機能である「クリック&トライ」についての状況です。対象店舗が47店舗増加し、407店舗まで増やすことができました。予約点数についても前年同期比で18%増加、売上高は導入店舗の方が未導入店舗よりも18%高くなっています。

「オンワード・クローゼットセレクト（OCS）」

—ONWARD—

- OMOサービス「クリック&トライ」を実装し、オンワード樫山の複数ブランドを取り揃え展開。
- 2024年8月末では、2023年度末から29店舗増加し、全国147店舗展開。
- 上期の売上高前年同期比は、OCS以外の既存店舗を21%上回る。

■ OCS店舗数の推移



■ OCS売上高（前年同期比）

| | 2024年上期 |
|-----------------------|---------|
| オンワード・クローゼットセレクト(OCS) | 120% |
| OCS除く店舗 | 99% |
| 差 | +21% |



2024年8月オープンの浦和伊勢丹オンワード・クローゼットセレクト（メンズ）。メンズOCSの店舗も増加。

14ページはオンワード樫山の複合店舗である「オンワード・クローゼットセレクト」の状況です。売り場の事情もありますので、当社都合での積極的な計画を立てにくいところですが、結果としては上期で29店舗増加し、147店舗まで拡大することができました。今後も重要な流通営業戦略として、「オンワード・クローゼットセレクト」の拡大を推進していきます。



iCB

03

2024年度通期 連結業績予想

2024年度通期 連結業績予想

—ONWARD—

- 通期の業績予想は、下期業績予想を据え置いた上で、10月から新たに連結されるウィゴアの業績予想を上乗せし、売上高を上方修正。
- 売上高は公表値より100億円増の、前年同期比10.7%の増収(+204億円)。(なお、売上総利益、販管費はいずれも+51億円を見込む。)
- 営業利益以下は公表値を据え置き。

| (百万円) | 2024年度 予想 | 2023年度 実績 | 公表値 | 対2023年度 | | 対公表値 | |
|-----------------------|--------------|--------------|---------|---------|----------|---------|----------|
| | | | | 増減額 | 増減率 | 増減額 | 増減率 |
| 1 売上高 | 210,000 | 189,629 | 200,000 | +20,371 | +10.7% | +10,000 | +5.0% |
| 2 売上総利益 | 116,250 | 105,782 | 111,150 | +10,468 | +9.9% | +5,100 | +4.6% |
| (対売上高比率) | (55.4%) | (55.8%) | (55.6%) | | (△ 0.4%) | | (△ 0.2%) |
| 3 販管費 | 103,750 | 94,522 | 98,650 | +9,228 | +9.8% | +5,100 | +5.2% |
| (対売上高比率) | (49.4%) | (49.8%) | (49.3%) | | (△ 0.4%) | | (+0.1%) |
| 4 営業利益 | 12,500 | 11,260 | 12,500 | +1,240 | +11.0% | +0 | +0.0% |
| (対売上高比率) | (6.0%) | (5.9%) | (6.3%) | | (+0.1%) | | (△ 0.3%) |
| 5 経常利益 | 12,200 | 10,126 | 12,200 | +2,074 | +20.5% | +0 | +0.0% |
| (対売上高比率) | (5.8%) | (5.3%) | (6.1%) | | (+0.5%) | | (△ 0.3%) |
| 6 当期純利益 | 8,250 | 6,611 | 8,250 | +1,639 | +24.8% | +0 | +0.0% |
| (対売上高比率) | (3.9%) | (3.5%) | (4.1%) | | (+0.4%) | | (△ 0.2%) |
| 7 EBITDA [※] | 17,700 | 16,052 | 17,700 | +1,648 | +10.3% | +0 | +0.0% |
| (対売上高比率) | (8.4%) | (8.5%) | (8.9%) | | (△ 0.1%) | | (△ 0.5%) |

※ EBITDA(営業利益+減価償却費およびのれん償却費)

2024年度通期 事業会社別業績予想

| (百万円) | | 2024年度 予想 | 2023年度 実績 | 対2023年度 | | |
|-------|------------|--------------|--------------|---------|---------|---------|
| | | | | 増減額 | 増減率 | |
| 1 | オンワード樫山+HD | 売上高 | 114,966 | 109,491 | +5,475 | +5.0% |
| | | 営業利益 | 8,741 | 8,189 | +552 | +6.7% |
| 2 | オンワード | 売上高 | 18,346 | 17,188 | +1,158 | +6.7% |
| | コーポレートデザイン | 営業利益 | 1,593 | 1,485 | +108 | +7.3% |
| 3 | アイランド | 売上高 | 6,002 | 5,716 | +286 | +5.0% |
| | | 営業利益 | 99 | △ 83 | +182 | ↗ |
| 4 | チャコット | 売上高 | 10,500 | 9,613 | +887 | +9.2% |
| | | 営業利益 | 719 | 649 | +70 | +10.8% |
| 5 | クリエイティブヨーコ | 売上高 | 6,902 | 6,486 | +416 | +6.4% |
| | | 営業利益 | 706 | 660 | +46 | +7.0% |
| 6 | 大和 | 売上高 | 22,583 | 21,037 | +1,546 | +7.3% |
| | | 営業利益 | 1,756 | 1,728 | +28 | +1.6% |
| 7 | ウィゴー | 売上高 | 10,000 | - | - | - |
| | | 営業利益 | 0 | - | - | - |
| 8 | 国内グループ会社小計 | 売上高 | 85,366 | 70,567 | +14,799 | +21.0% |
| | | 営業利益 | 5,669 | 4,970 | +699 | +14.1% |
| 9 | ヨーロッパ計 | 売上高 | 12,499 | 11,355 | +1,144 | +10.1% |
| | | 営業利益 | 366 | 156 | +210 | +134.6% |
| 10 | アメリカ計 | 売上高 | 2,330 | 1,890 | +440 | +23.3% |
| | | 営業利益 | △ 145 | △ 414 | +269 | ↗ |
| 11 | アジア計 | 売上高 | 7,137 | 6,682 | +455 | +6.8% |
| | | 営業利益 | 100 | 47 | +53 | +112.8% |
| 12 | 海外グループ会社小計 | 売上高 | 21,966 | 19,927 | +2,039 | +10.2% |
| | | 営業利益 | 321 | △ 211 | +532 | ↗ |
| 13 | 連結合計 | 売上高 | 210,000 | 189,629 | +20,371 | +10.7% |
| | | 営業利益 | 12,500 | 11,260 | +1,240 | +11.0% |

※ウィゴー10月より連結。

※グループの内訳は単純合算 連結合計には相殺消去含む。

※オンワードコーポレートデザインの前年値および前回予想(下期)には、旧オンワード商事に加え、旧オンワードクリエイティブセンターの数値を含む。

17ページの事業会社別業績予想をご覧ください。今年度通期の事業会社別の業績予想については、ウィゴー社を除いて変更はしていません。オンワード樫山では2023年度比で売上高約55億円、5%の増収、営業利益5.5億円、6.7%の増益となります。国内グループ会社小計は、ウィゴー社込みで2023年度比で売上高約148億円、21%の増収、営業利益は7億円、14.1%の増益を計画しています。海外グループ小計は、2023年度比で売上高は約20億円、10.2%の増収、営業利益は約5億円の増益で、通期での海外事業黒字化を目標としています。



04

財務状況

- EBITDAは、前年同期比4.1%増加の77億円。
- 純資産は、非支配株主持分の減少により前期末より4.3%減少(△36億円)の813億円。
- 自己資本比率は、前期末より1.3%増加の47.9%。
- 流動比率は、前期末より0.7%増加の118.4%。

EBITDA

(百万円)

| 2024年度 上期 | 2023年度 上期 | 増減 | 増減率 |
|--------------|--------------|------|-------|
| 7,690 | 7,390 | +300 | +4.1% |

自己資本比率

| 2024年度 上期 | 2023年度 期末 | 増減 |
|--------------|--------------|-------|
| 47.9% | 46.6% | +1.3% |

純資産

(百万円)

| 2024年度 上期 | 2023年度 期末 | 増減 | 増減率 |
|--------------|--------------|---------|--------|
| 81,347 | 84,995 | △ 3,648 | △ 4.3% |

流動比率

| 2024年度 上期 | 2023年度 期末 | 増減 |
|--------------|--------------|-------|
| 118.4% | 117.7% | +0.7% |

19ページ、20ページは上期の財務状況の指標になります。EBITDAは77億円で前期比3億円、4.1%の増加となりました。純資産については813億円、期初から36億円、4.3%の減少です。これは主に、資金調達のために発行した優先株式を当年度の5月に計画通り償還したことにより減少したもので、自己資本比率は47.9%、1.3%の増加、流動比率は118.4%と0.7%改善しました。

■ キャッシュ・フロー

- 営業活動によるキャッシュ・フローは、税金等調整前利益、および棚卸資産の増加などにより63億円の収入。
- 投資活動によるキャッシュ・フローは、固定資産の取得、政策保有株式の縮減などより0.3億円の支出。
- 財務活動によるキャッシュ・フローは、借入金の増減および配当金の支払い等により48億円の支出。

■ 設備投資

- 設備投資額は、前年同期から11億増加の28億円。
- DX関連やOMO関連など投資を厳選し、効率的に実施。

(百万円)

| 2024年度 上期 | 2023年度 上期 | 増減 | 増減率 |
|--------------|--------------|--------|--------|
| 2,761 | 1,641 | +1,120 | +68.3% |

■ 減価償却費

- 減価償却費は、前年同期と同水準の20億円。

(百万円)

| 2024年度 上期 | 2023年度 上期 | 増減 | 増減率 |
|--------------|--------------|-----|-------|
| 2,007 | 1,957 | +50 | +2.6% |

20ページのキャッシュフローについては、営業キャッシュフローで63億円の収入、投資活動によるキャッシュフローは0.3億円の支出、財務活動については主に借入金の返済または配当金の支払いで48億円の支出となりました。設備投資は2023年度上期比で11億円の増加となりましたが、それに伴う減価償却費としては5,000万円の増加にとどまりました。今後成長投資等に伴って設備投資並びに減価償却費は上昇していくものと考えております。



(代表取締役社長 保元道宣)

トピックスについてご説明します。24ページ以降になります。

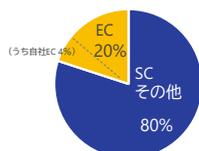
株式会社ウィゴの完全子会社化

- 当社は2023年5月にウィゴとの資本業務提携を行い、同社発行済株式総数の20.27%を取得、持分法適用会社に。
- 当社の有する経営ノウハウなどを活用することで、ウィゴの事業再生を進めた結果、ウィゴの2024年度の業績は5期ぶりに営業黒字に転換する見込み。
- 2024年9月に完全子会社化したことにより、DX投資や人的資本投資などを加速させ、ウィゴの企業価値の更なる向上を目指す。
- ウィゴは、10代~20代のZ世代を中心とする若年層を主要顧客とし、ショッピングセンターやファッションビル、EC等で事業を展開。
- 当社グループとは顧客層や主要販路において補完関係にあり、シナジー効果の追求により、更なる事業の拡大を期待。



登録顧客
会員数

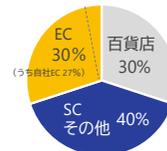
約340万人



販路別
売上比率



約530万人



株式会社ウィゴの完全子会社化の目的

登録会員数

両社合算で
総会員数が
約870万人に拡大
(2024年2月末時点:単純合算)

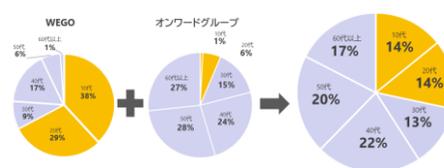
登録会員数の推移 単位:万人



顧客基盤

WEGOは顧客の7割が10代+20代
オンワードグループの主要顧客は30代~60代
世代バランスの取れた
顧客基盤を形成

顧客世代構成比 ※2023年度購入会員数ベース



アジア展開

インバウンド需要の高いWEGOのコンテンツと
オンワードグループのネットワークとのシナジーで
アジアマーケットへの
展開を加速

WEGO都心路店 インバウンド売上高比率



『product(ザ・プロダクト)』がリブランディング

—ONWARD—

株式会社KOKOBUYの、オーガニック&ナチュラルブランド『product(ザ・プロダクト)』は、2024年7月にリブランディングを実施。主要販路であるヘアサロン販売に加え、ドラッグストア・バラエティストア等のマス流通を強化し、事業拡大を推進。女優・森七菜さんをブランド初のアンバサダーとして起用し、Z世代をコアターゲットに認知拡大を図る。ロゴやデザインも刷新し、独自性のある商品開発で、オーガニック・ナチュラル市場において確かな存在感を示していく。



Copyright © ONWARD HOLDINGS CO., LTD.

24

ウェルネス領域のトピックスとして、24ページは株式会社KOKOBUYのオーガニック&ナチュラルブランドである『product(ザ・プロダクト)』、ですが、この7月に大規模なリブランディングをスタートしました。これまでヘアサロンへの販売、卸売が主要な販路でしたが、今後の成長を考え、ドラッグストアやバラエティストアなどのマス流通を小売として強化し、事業拡大を推進したいということです。ブランド初のアンバサダーとして、Z世代に高い知名度を誇る女優、森七菜さんを起用しました。Z世代をコアターゲットに認知拡大を図っていきます。ロゴやデザインを刷新し、独自性のある商品開発でオーガニック・ナチュラルマーケットにおいて確かな存在感を示していきたいと考えております。

25ページをご覧ください。

【 販売人財の年収10%アップ、初任給24万円(3.3万円アップ)を実現 】

株式会社オンワード樫山は、ファッションスタイリスト(販売職)として働く人財への投資を強化するため、2024年3月に人事制度を改定した。販売の最前線で活躍するファッションスタイリスト2,451名の年収を平均10%引き上げ、モチベーションアップを図り、接客や販売力の強化を通じて顧客満足度の向上を目指す。また、2025年卒採用より、初任給も24.0万円(3.3万円アップ、+16%)に引き上げ、採用面も強化する。*首都圏/4年制大学卒



2024年4月1日にオンワードベイパークビルディングにて開催された「2024年度オンワードグループ入社式」



2024年4月25日に東京會館にて開催された「2023年度オンワードグループ表彰式」

人的資本経営の取り組みです。既に発表しておりますが、販売人財の年収を平均10%アップ、それと初任給を24万円から3.3万円、16%の引き上げを実現しました。これはオンワード樫山における取り組みで、全ての職種の処遇改善を今期以降も進めていきますが、まずは顧客接点をつかさどる販売職、ファッションスタイリストへの人財投資を強化したいということで、今年の3月から制度を改定しています。2,451名の販売職の年収を平均で10%引き上げました。成果連動の部分も含めまして、モチベーションアップを図っています。また採用につきましては、10月1日に来年度入社社員のグループ内定式を行いました。初任給を大きく引き上げることで、採用強化を図っていきたく考えています。

最後に26ページは、サステナブル経営の取り組みです。

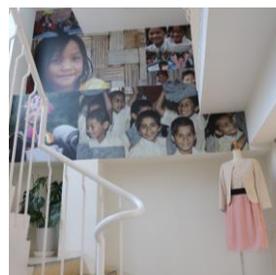
【 オンワード・リユースパーク吉祥寺10周年 】

環境コンセプトショップ「オンワード・リユースパーク吉祥寺」は、2014年に業界初の環境・社会貢献型店舗として出店し、2024年3月に10周年を迎えた。衣料品循環システム「オンワード・グリーン・キャンペーン」で回収した当社衣料品の中から、状態の良いものを選別し、クリーニング後リユース衣料品として販売。オンワードグループが取り組むサステナブル活動の発信拠点であり、収益は全て当社のサステナブル活動に活用。

「オンワード・グリーン・キャンペーン」は、スタートした2009年から2024年8月末の累計で830万点の衣料品を回収。



オンワード・リユースパーク吉祥寺(外観)



オンワード・リユースパーク吉祥寺(店内)

10年前の2014年に業界初の環境社会貢献型店舗として、吉祥寺に出店しました「オンワード・リユースパーク」が今年3月に10周年を迎えることができました。衣料品循環システム「オンワード・グリーンキャンペーン」で全国の百貨店さんなどの店頭や、最近ではオンラインでの引き取りもスタートしていますが、その中から状態の良いものを選別し、クリーニングの後、リユース商品としてチャリティー販売をしています。このリユースパークの収益は、全て当社のサステナブル活動に活用しています。2009年から2024年8月までの累計で830万点の衣料品の回収実績があります。当社グループのサステナブル経営の柱として、今後とも「オンワード・グリーンキャンペーン」を継続していきたいと考えています。

以上がトピックスのご説明です。



06

補足資料

2024年度上期 連結販管費 / 当期純利益影響項目

—ONWARD—

| (百万円) | 2024年度上期 | 2023年度上期 | 増減率 |
|---------|----------|----------|--------|
| 1 人件費 | 18,378 | 18,103 | +1.5% |
| 2 賃借料 | 12,719 | 12,201 | +4.2% |
| 3 運賃運搬費 | 3,149 | 3,162 | △0.4% |
| 4 広告宣伝費 | 3,258 | 2,935 | +11.0% |
| 5 減価償却費 | 1,606 | 1,565 | +2.6% |
| 6 その他 | 8,344 | 8,164 | +2.2% |
| 7 販管費計 | 47,454 | 46,130 | +2.9% |

【当期純利益影響項目】

- 受取利息・受取配当金等による営業外収益3億円。
- 支払利息等による営業外費用3億円。
- 固定資産売却益、投資有価証券売却益による特別利益18億円。
- 関係会社整理損、減損損失等による特別損失17億円。
- 法人税等は、業績向上により将来課税所得の増加が見込まれ、繰延税金資産の計上に伴い税負担率が低下。
- 以上の結果、当期純利益は41億円となった。

| (百万円) | 2024年度上期 | 2023年度上期 | 増減率 |
|---------------|----------|----------|---------|
| 8 営業利益 | 5,255 | 5,022 | +4.6% |
| 9 営業外収益 | 306 | 317 | △3.5% |
| 10 受取利息・配当金 | 172 | 150 | +14.7% |
| 11 持分法による投資利益 | 65 | 15 | +333.3% |
| 12 その他 | 68 | 150 | △54.7% |
| 13 営業外費用 | 349 | 927 | △62.4% |
| 14 支払利息 | 173 | 269 | △35.7% |
| 15 為替差損 | 8 | 473 | △98.3% |
| 16 その他 | 166 | 183 | △9.3% |
| 17 営業外損益計 | △42 | △609 | - |
| 18 経常利益 | 5,213 | 4,412 | +18.2% |
| 19 特別利益 | 1,767 | 362 | +388.1% |
| 20 固定資産売却益 | 902 | - | - |
| 21 投資有価証券売却益 | 865 | 362 | +139.0% |
| 22 特別損失 | 1,700 | 385 | +341.6% |
| 23 減損損失 | 243 | 242 | +0.4% |
| 24 災害損失引当金繰入額 | - | 137 | - |
| 25 関係会社整理損 | 1,445 | - | - |
| 26 その他 | 10 | 5 | +100.0% |
| 27 特別損益 | 67 | △23 | - |
| 28 税前利益 | 5,280 | 4,390 | +20.3% |
| 29 法人税等 | 1,110 | 1,382 | △19.7% |
| 30 少数株主損益 | 61 | 144 | △57.6% |
| 31 当期純利益 | 4,108 | 2,862 | +43.5% |

2024年度上期 連結貸借対照表

| | (億円) | 2024年度上期末 | 2023年度末 | 前期末比± |
|----|----------|-----------|---------|-------|
| 1 | 資産合計 | 1,697 | 1,713 | △ 16 |
| 2 | 流動資産 | 721 | 734 | △ 13 |
| 3 | 現金及び預金 | 136 | 141 | △ 5 |
| 4 | 売掛金 | 142 | 159 | △ 17 |
| 5 | 棚卸資産 | 406 | 389 | +17 |
| 6 | 固定資産 | 976 | 979 | △ 3 |
| 7 | 有形固定資産 | 505 | 504 | +1 |
| 8 | 無形固定資産 | 90 | 88 | +2 |
| 9 | 投資その他の資産 | 379 | 386 | △ 7 |
| 10 | 負債合計 | 883 | 863 | +20 |
| 11 | 買掛金 | 233 | 226 | +7 |
| 12 | 借入金 | 393 | 376 | +17 |
| 13 | その他 | 257 | 261 | △ 4 |
| 14 | 純資産合計 | 813 | 849 | △ 36 |
| 15 | 自己資本比率 | 47.9% | 46.6% | +1.3% |
| 16 | 流動比率 | 118.4% | 117.7% | +0.7% |

■ 棚卸資産

秋冬商材の仕入による
季節的な要因による増加。

■ 借入金

新規借入による増加。

■ 純資産

優先株式取得に伴う
少数株主持分の減少。

■ 自己資本比率

前年度末より1.3%増加の47.9%。

■ 流動比率

前年度末より0.7%増加の118.4%。
安全性の目安である100%以上を
維持。

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さください。