

2010年2月期 第2四半期決算説明会

株式会社 オンワードホールディングス

代表取締役社長
水野 健太郎

<目次>

◆2009年度 上期決算概要

➢2009年度 上期 P/L(連結)	P1
➢2009年度 上期 B/S(連結)	P2
➢2009年度 エリア別実績・計画	P3
➢国内アパレル関連事業 上期総括	P4~P5
➢海外アパレル関連事業 上期総括	P6

◆2009年度 下期事業計画

➢2009年度 下期業績計画(連結)	P7
➢国内アパレル関連事業 下期施策	P8~P10
➢海外アパレル関連事業 下期施策	P11~P12
➢オンワードの役割と責任	P13

◆主要財務数値資料

2009年度 上期決算概要

(単位:百万円)

	2009年度 上期	2008年度 上期	増減額(比)
売上高	121,821	132,469	△10,648 (△8.0%)
売上総利益 (率)	55,252 (45.4%)	59,916 (45.2%)	△4,664 (△7.8%) (0.2%)
営業費 (率)	54,989 (45.1%)	53,926 (40.7%)	1,063 (2.0%) (4.4%)
営業利益 (率)	263 (0.2%)	5,990 (4.5%)	△5,727 (△95.6%) (△4.3%)
経常利益 (率)	1,305 (1.1%)	6,825 (5.2%)	△5,520 (△80.9%) (△4.1%)
特別利益 (率)	2,066 (1.7%)	1,157 (0.9%)	909 (78.6%) (0.8%)
特別損失 (率)	446 (0.4%)	3,947 (3.0%)	△3,501 (△88.7%) (△2.6%)
当期純利益 (率)	960 (0.8%)	2,497 (1.9%)	△1,537 (△61.6%) (△1.1%)

<売上高>

・個人消費の低迷などによる低価格志向、消費動向の変化がさらに進み、オンワード樫山を含む既存の企業が、前年比84%と大幅な減少となった。新規子会社、約106億円が加わり、前年比92%の減収となった。

<売上総利益>

・売上高減少により売上総利益も同様に減少となったが、生産管理の徹底により期末在庫評価損の圧縮などから、オンワード樫山の粗利益率は改善、また高粗利益率の新規子会社の影響もあり、利益率が向上した。

<営業費>

・オンワード樫山を中心とした既存合計では、約64億円の削減を実施、一方、新規分+のれん代償却増加分が約74億円増加したことにより、前年比2%の増加となった。

<営業利益>

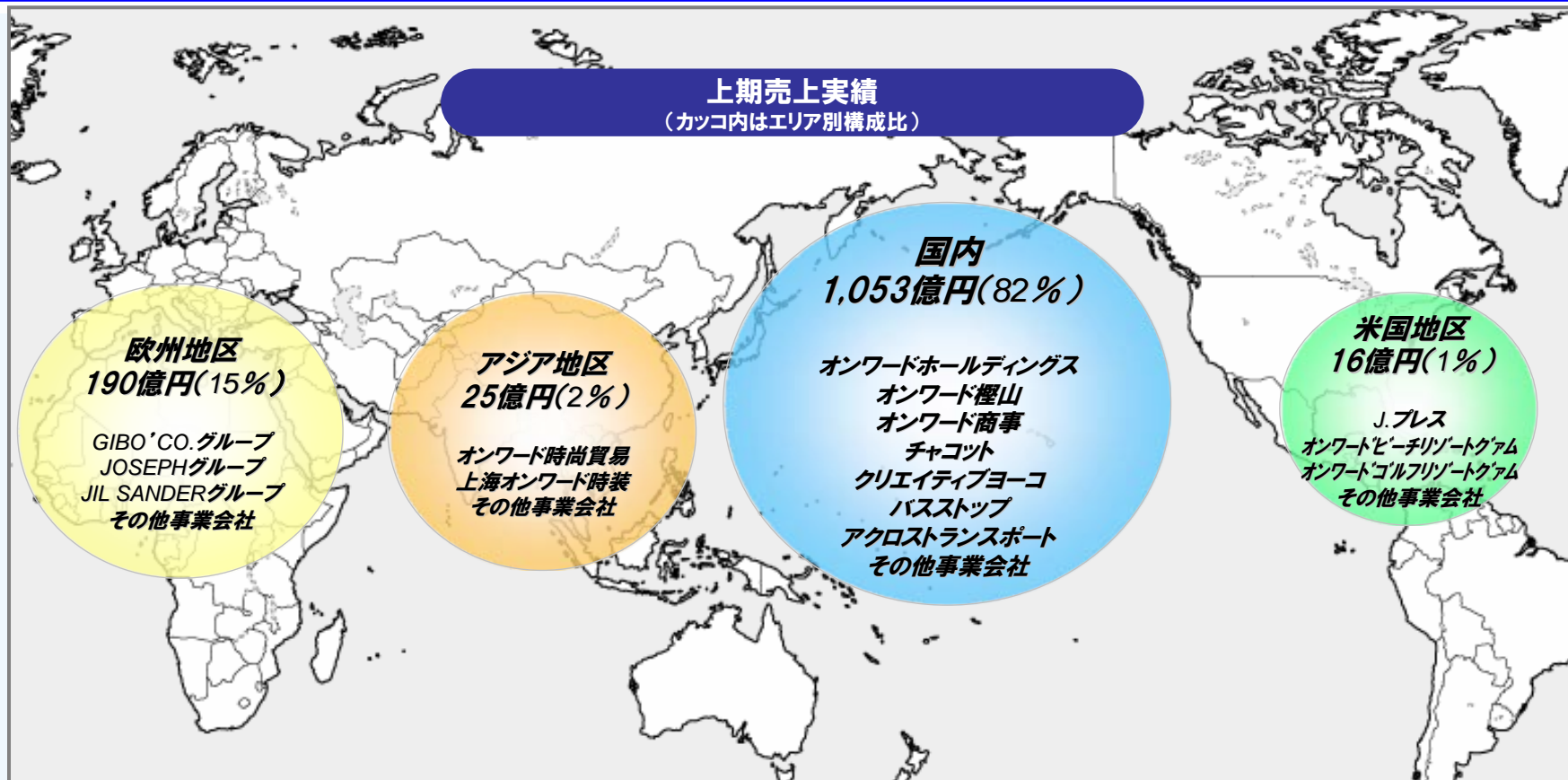
・オンワード樫山が約30億円の減益に加えて、新規子会社ジルサンダーを含めた海外子会社+のれん代償却増加により、大幅な減益となった。

2009年度上期 B/S(連結)

(単位:百万円)

	2009年度 上期	2008年度 上期	増減額
総資産	286,364	294,545	△8,181
現金及び預金	26,722	31,030	△4,308
流動資産	92,524	99,898	△7,374
有形固定資産合計	90,584	92,843	△2,259
無形固定資産合計	48,778	26,985	21,793
投資その他の資産合計	54,477	74,818	△20,341
固定資産	193,840	194,647	△807
支払手形及び買掛金	32,240	38,216	△5,976
短期借入金	34,993	25,782	9,211
流動負債	81,215	83,752	△2,537
固定負債	44,105	17,774	26,331
負債合計	125,321	101,527	23,794
株主資本合計	174,292	211,416	△37,124
評価・換算差額等合計	△14,840	△20,039	5,199
純資産	161,043	193,018	△31,975

2009年度 エリア別実績・計画



(単位:百万円)

単純合算計
(相殺消去前)

	2009年度 上期実績		2009年度 下期計画		2009年度 通期計画	
	売上高 金額 (増減比)	営業利益 金額(率) (増減比)	売上高 金額 (増減比)	営業利益 金額(率) (増減比)	売上高 金額 (増減比)	営業利益 金額(率) (増減比)
国内事業	105,264 (Δ12.5%)	2,722 (Δ49.3%) (2.6%)	111,637 (Δ8.1%)	4,400 (Δ8.4%) (3.9%)	216,901 (Δ10.3%)	7,122 (Δ30.0%) (3.3%)
海外事業	23,127 (8.2%)	Δ1,794 (Δ7.8%) (↘)	21,538 (46.2%)	Δ35 (Δ0.2%) (↗)	44,665 (23.7%)	Δ1,829 (Δ4.1%) (↘)
単純合算計	128,391 (Δ9.3%)	928 (Δ84.2%) (0.7%)	133,175 (Δ2.3%)	4,365 (10.5%) (3.3%)	261,566 (Δ5.9%)	5,293 (Δ46.1%) (2.0%)

国内 売上高:1,053億円

オンワード樺山

■市況が低迷するなか、生産管理、経費管理を徹底し、効率運営を推進

- ・非効率なブランド・店舗を廃止し、基幹ブランドについては最適なショップ環境への移設拡大を引き続き進めた
- ・生産管理の徹底により、期末在庫と評価損の圧縮が図られ、下期に向けた積極的な商品作りが可能となった
- ・売上高の減少による影響を軽減するため、効率運営に努めたが、計画以上の減少額となり、営業利益は前年を下回った



■基幹ブランド「23区」は回復基調となる

- ・店舗の移設拡大が進み、商品施策と店舗運営との連動が強化された
- ・初期企画の精度を高めた上で、期中でマーケット動向の検証を行い修正した勝負商品を積極投入



国内 売上高:1,053億円

オンワード商事

■主力のユニフォーム・SP事業が堅調に推移

- ・ユニフォーム事業はスクール&メディカルユニフォーム分野を拡大
SP事業は取引先の拡大と取扱高の増加により、収益拡大が図れた

チャコット

■売上・利益ともに計画通り推移

- ・主力直営店を中心に経営効率の向上を図るとともに、コスメティック及びネット通販を拡大した

クリエイティブヨーコ

■雑貨事業は拡大基調で推移

- ・ペット関連事業はフード、ヘルスケアなどの新規アイテムの開発を行い
店舗のスクラップ&ビルドにより、店舗当たりの売上拡大による効率化を進めた

バスストップ

■既存のインポートビジネスの修正と、新たなビジネスの開発

- ・既存のインポートビジネスは苦戦したが、今期から本格的にスタートした「MMIX」の拡大に努めた



ハーネスドッグ 代官山店

欧州地区 売上高:190億円

GIBO' COグループ

■ラグジュアリー市場の大幅な縮小から、事業収益の改善が減速

JOSEPHグループ

■マーケットの回復が遅れていることから、事業全体では計画を下回ったが設備投資をした主力路面店は増収基調

JIL SANDERグループ

■経済不況の影響などにより収益の改善が遅れているが、組織の集約化を含む事業構造の変革に着手し、経営基盤を強化

アジア地区 売上高:25億円

オンワード中国

■経済成長が鈍化した影響もあり、状況に対応した運営を行ったことから一時的に成長率が弱まる

米国地区 売上高:16億円

J.プレスINC.

■J. プレスの小売事業は前年を下回ったが、ネット事業は拡大基調



「JOSEPH」 オールドボンドストリート店



「JIL SANDER」 バリ店

2009年度 下期事業計画

2009年度 下期業績計画(連結)

(単位:百万円)

	2009年度 下期計画	2008年度 下期実績	増減額(比)
売上高	125,779	128,536	△2,757 (△2.1%)
売上総利益 (率)	57,548 (45.8%)	58,413 (45.4%)	△865 (△1.5%) (0.4%)
営業費 (率)	54,111 (43.0%)	55,319 (43.0%)	△1,208 (△2.1%) (±0)
営業利益 (率)	3,437 (2.7%)	3,094 (2.4%)	343 (11.1%) (0.3%)
経常利益 (率)	3,895 (3.1%)	△540 (△0.4%)	4,435 (↗) (3.5%)
当期純利益 (率)	1,040 (0.8%)	△33,392 (△26.0%)	34,432 (↗) (26.8%)

<売上高>

・9月までの売上状況と前年のリーマンショック以降の下期実績を勘案し、オンワード樺山は前年比91%で計画。その他子会社を前年比101%とし、新規増加額、約51億円を加算して、前年比98%で計画。

<売上総利益>

・利益率は、オンワード樺山は上期と同様に0.1%の改善、高粗利益率の新規増加分を勘案し、利益率0.4%向上を計画。

<営業費>

・既存合計では約35億円の削減計画、新規約23億円の増加計画により、約12億円の削減計画。

<営業利益>

・オンワード樺山は前年を下回るが、上期より約23億円改善、ならびに海外子会社を中心に収益改善を進め、下期は増益計画。

オンワード樫山

「ブランド軸経営」の推進

消費者が価値を認める「価値価格」の実現

百貨店流通

■「東京発」のモード・クオリティ・バリュープライスの商品提案

消費者ニーズを先取りした商品企画を理想のショップ環境で展開・検証

東京の企画・販売を統合した組織体制で運営

■基幹ブランドショップの移設・拡大をさらに推進

・ブランドの理想とする環境・フロアへ移設拡大

実施店舗 ⇒ 上期実績／約120ショップ 下期計画／約70ショップ

■百貨店流通のグレードとの「共生」によるビジネス構築

・両社の「強さ」「機能」を消費者視点で進化させた新たな取組

オンワード樫山 ⇒ 商品開発 モード・クオリティ・ヴァリュープライス

百貨店 ⇒ 売場開発 フロアの一等地・販売力・サービス・販促

・お客様の購買意欲を喚起させる“仕掛け”“プロモーション”

アイテム戦略で「価値価格」を提案 ⇒ オンワードの「意志」をお客様に伝えられる店舗に限定

脚を美しく見せる⇒進化した美脚パンツ

軽くて機能的なアウター⇒超・軽量ダウン

「スタイリッシュアップパンツ」キャンペーン

「軽量ダウン」キャンペーン



ブラッシュアップ

新たな条件での取組

消費者視点で、戦略・条件を合意できる百貨店との取組

百貨店流通

■新ブランドの発信

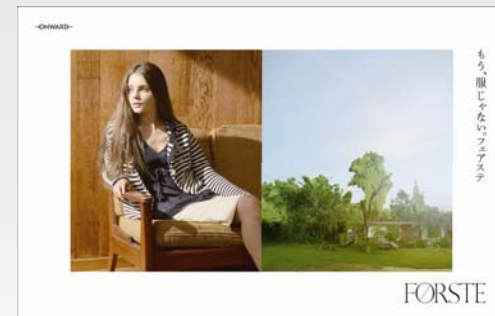
◆消費者に対する新しい価値の提案

フェアステ “20代女性に向けたライフスタイル型ブランド”

・当初計画通り主要百貨店15店舗でオープン

オープニングセレモニー “米国で人気の高感度ファッションストア”

・日本1号店となる渋谷に大型旗艦店をオープン、ファッションストアの新しいカタチを提案



新流通

■ファミリー・カップル・ヤングブランドの収益拡大

・SCを中心とした既存ブランドは回復から拡大へ

アイテム戦略強化 **トレンド+機能+ヴァリュープライス** ⇒ 「**価値価格**」の実現

積極的な「仕掛け」と「商品供給」⇒ 小売体制の強化

■新規ブランドの開発

・新世代へのライフスタイル提案型

ファッション性・グローバル性・エンターテインメント性

ヴァリュープライス・大型ショッパ

■都心の駅ビル・ファッションビルへ向けた事業拡大

オンワードグループの事業拡大戦略を推進



オープニングセレモニー 西武渋谷店MOVIDA館

新規取組事業

新規ブランド開発

新流通

■路面店戦略の推進

オンワードグループの旗艦店を都心の路面店に出店

小売事業強化、情報発信をダイレクトにお客様へ

オンワード樺山

⇒ iCB丸の内店、フェアステ代官山店(今秋予定)、23区(来春予定)

Jディレクション

⇒ モノエ디션自由が丘店、モノエ디션白金店

クリエイティブヨーコ

⇒ ハンナリ白金店

■基幹ブランドを活用したネット販売を本格化

・既存のサイトを全面刷新し年内に新たなEビジネスをスタートする

“オンワードの強み”を活かしたEビジネス

全国のショップ網を通じた膨大な顧客数、ブランド知名度を活用

バーチャル・フラッグシップ・ショップ構想
ネット上に基幹ブランドの旗艦店を開設

“リアルショップ”とのシナジー効果も追求

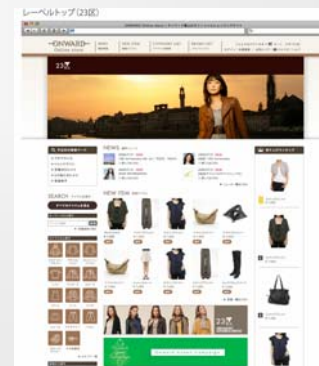
既存店舗の商品・販促情報をネットから発信し売場に動員



モノエ디션 自由が丘店



ハンナリ 白金店



トップページデザイン例

欧州地区

GIBO' COグループ

■ 欧州地区のグループ企業のシナジー効果を増幅

生産プラットフォームをさらに活用し、開発強化とブランド価値を高める

経営効率と売上拡大を進め、収益性を改善

JOSEPHグループ

■ 企画刷新したコレクションを市場に投入し成長を加速させる

- ・「スリック & シック」の新ブランドコンセプトに基づくコレクションの本格的スタート
- ・商品カテゴリーの充実とリニューアルした基幹店舗のさらなる売上拡大

JIL SANDERグループ

■ 経営基盤の整備を完了させ、来期黒字化へ

- ・経営効率の徹底を図り収益性の向上を目指す
- ・ジボコーグループの活用によるカテゴリーの充実と生産効率の改善を図る

ニット

ERIKA社

シューズ

IRIS社

バッグ

FRASSINETI社

ジボコーグループ生産
2010年 春から展開



JIL SANDER '09A/Wコレクション

アジア地区

■中国市場は回復基調にあり、拡大路線の継続と新たな仕組作り

生産

◆自主生産体制の強化・推進

- ・ローコスト生産の推進、現地管理体制強化を図る
- ・日本の企画生産チームとの情報共有(材料・工場)

◆「新ブランド」の開発・生産体制作り



rosebullet 上海梅龍鎮伊勢丹店

販売

既存ビジネス

⇒ 既存エリアでの店舗拡大と単店舗の売上拡大による収益性の向上

新規開拓

⇒ 未開発の販売エリアへの進出

成長性の高いマーケットで、収益性を重視し積極的な売上拡大戦略を推進

北米地区

■J. プレスNY本店の売上拡大とインターネットビジネスを強化

“良い物づくり”の深耕

■クオリティのさらなる向上

- ・トップレベルの厳しい品質基準を設け、業界屈指の企画生産チームが機能性、着心地感、フィット感、素材感を追求

■ファッション性の追求

- ・欧州を拠点に海外7カ国14拠点に広がるネットワークをベースにしたグローバルマーケティングの活用

■テクノロジーの開発

- ・素材、副資材、縫製機器、家電、洗剤、アパレルなど、衣料関連業界を代表する11社で組織した「オンワード先端技術研究所」で、次世代の衣料技術を垂直的に研究開発

環境経営の推進

■衣料品循環システムの構築

- ・オンワードの衣料を店頭で引き取り、回収衣料から再生繊維製品を生産する「オンワード・グリーン・キャンペーン」を本格的にスタート

■再生繊維製品を社会貢献活動に活用

- ・毛布をUNHCRの協力のもと、世界の難民支援のために寄贈
- ・軍手を森林保全活動を行うグリーンセイバーなどに寄贈

■オンワードグループの環境PRを強化

- ・「エコプロダクツ2009」に出展し環境への取組を紹介

企画生産チーム



オンワード総合研究所



「技術開発センター」と「オンワード先端技術研究所」「人財開発センター」で構成。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」。



オンワードグリーンキャンペーン

主要財務數值資料

2009年度 実績・計画(連結)

(単位:百万円)

	上期実績				下期計画				通期計画			
	2009年度 実績	2008年度 実績	差 引	増減比	2009年度 計画	2008年度 実績	差 引	増減比	2009年度 計画	2008年度 実績	差 引	増減比
売上高	121,821	132,469	△10,648	(△8.0%)	125,779	128,536	△2,757	(△2.1%)	247,600	261,005	△13,405	(△5.1%)
売上総利益 (率)	55,252 (45.4%)	59,916 (45.2%)	△4,664 (0.2%)	(△7.8%)	57,548 (45.8%)	58,413 (45.4%)	△865 (0.4%)	(△1.5%)	112,800 (45.6%)	118,329 (45.3%)	△5,529 (0.3%)	(△4.7%)
営業費 (率)	54,989 (45.1%)	53,926 (40.7%)	1,063 (4.4%)	(2.0%)	54,111 (43.0%)	55,319 (43.0%)	△1,208 (±0)	(△2.2%)	109,100 (44.1%)	109,245 (41.9%)	△145 (2.2%)	(△0.1%)
営業利益 (率)	263 (0.2%)	5,990 (4.5%)	△5,727 (△4.3%)	(△95.6%)	3,437 (2.7%)	3,094 (2.4%)	343 (0.3%)	(11.1%)	3,700 (1.5%)	9,084 (3.5%)	△5,384 (△2.0%)	(△59.3%)
経常利益 (率)	1,305 (1.1%)	6,825 (5.2%)	△5,520 (△4.1%)	(△80.9%)	3,895 (3.1%)	△540 (△0.4%)	4,435 (3.5%)	(↗)	5,200 (2.1%)	6,285 (2.4%)	△1,085 (△0.3%)	(△17.3%)
当期純利益 (率)	960 (0.8%)	2,497 (1.9%)	△1,537 (△1.1%)	(△61.6%)	1,040 (0.8%)	△33,392 (△26.0%)	34,432 (26.8%)	(↗)	2,000 (0.8%)	△30,895 (△11.8%)	32,895 (12.6%)	(↗)

主要連結会社の業績内訳

(単位:百万円)

<売上高>

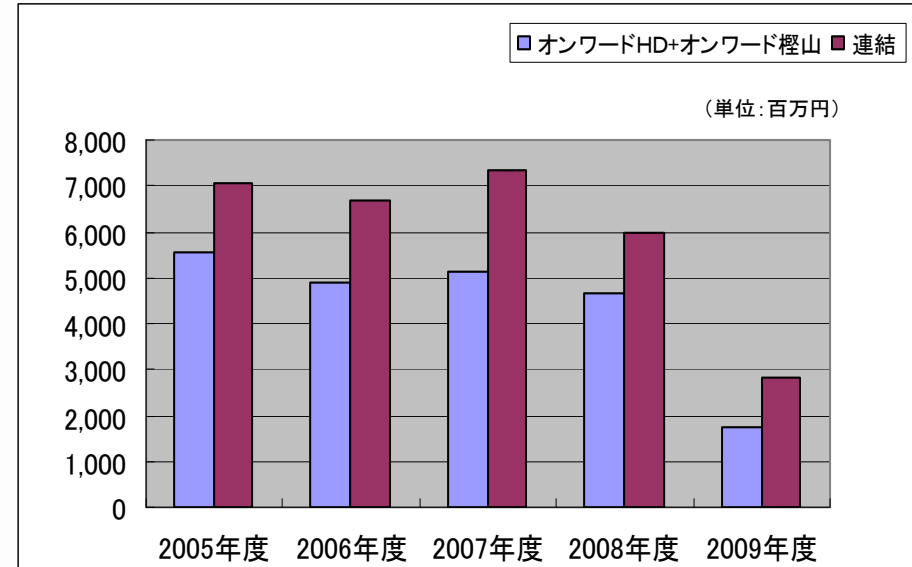
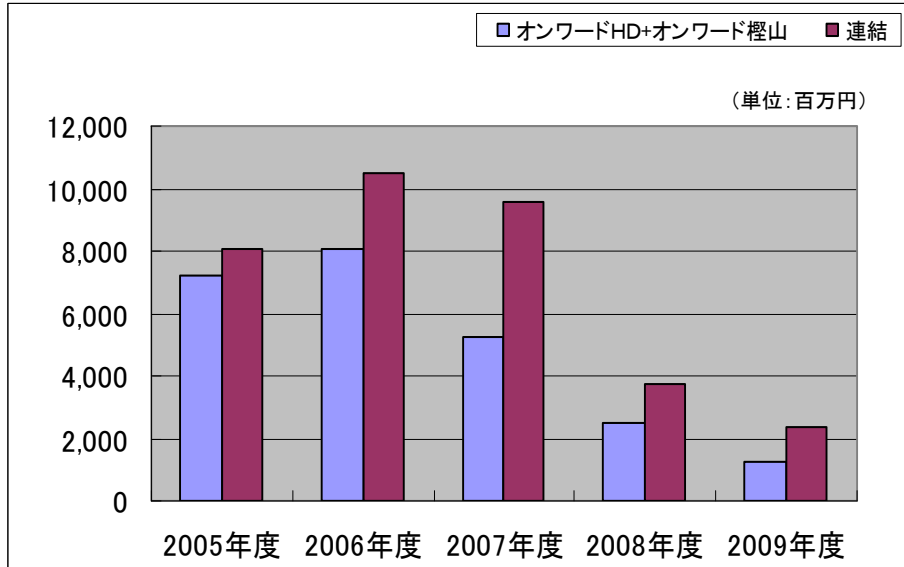
	2009年度 上期実績			2009年度 下期計画			2009年度 通期計画		
	金額	増減額	増減比	金額	増減額	増減比	金額	増減額	増減比
オンワードHD+オンワード樺山	75,478	△15,024	△16.6%	82,022	△8,307	△9.2%	157,500	△23,331	△12.9%
オンワード商事	8,994	△1,300	△12.6%	7,710	△1,347	△14.9%	16,704	△2,647	△13.7%
チャコット	5,242	△332	△6.0%	4,853	△313	△6.1%	10,095	△645	△6.0%
アクロストラנסポート	5,537	△299	△5.1%	5,439	△504	△8.5%	10,976	△803	△6.8%
オンワードクリエイティブセンター	1,144	△600	△34.4%	1,670	△240	△12.6%	2,814	△840	△23.0%
オンワードリゾートグループ	1,848	△874	△32.1%	1,550	+473	43.9%	3,398	△401	△10.6%
ジョゼフグループ	4,608	△1,502	△24.6%	4,604	+1,912	71.0%	9,212	+410	4.7%
ジボコーグループ	6,885	△2,709	△28.2%	6,372	+341	5.7%	13,257	△2,368	△15.2%

(単位:百万円)

<営業利益>

	2009年度 上期実績			2009年度 下期計画			2009年度 通期計画		
	金額	増減額	増減比	金額	増減額	増減比	金額	増減額	増減比
オンワードHD+オンワード樺山	1,112	△2,955	△72.7%	3,388	△760	△18.3%	4,500	△3,715	△45.2%
オンワード商事	1,034	+212	25.8%	285	+59	+26.1%	1,319	+271	25.9%
チャコット	401	±0	±0	164	△42	△20.4%	565	△42	△6.9%
アクロストラנסポート	157	+43	37.7%	103	△66	△39.1%	260	△23	△8.1%
オンワードクリエイティブセンター	△53	△4	↘	△32	+21	↗	△85	+17	↗
オンワードリゾートグループ	△37	+13	↗	△158	△13	↘	△195	±0	±0
ジョゼフグループ	△695	△380	↘	15	+469	↗	△680	+89	↗
ジボコーグループ	125	△982	△88.7%	169	△321	△65.5%	294	△1,303	△81.6%

設備投資・減価償却費推移



<設備投資>

(単位: 百万円)

	2005年度 実績	2006年度 実績	2007年度 実績	2008年度 実績	2009年度 上期実績	2009年度 通期計画
連結	8,053	10,506	9,566	3,719	2,372	5,000
オンワード HD + 樫山	7,238	8,046	5,255	2,470	1,238	2,700

<減価償却費>

(単位: 百万円)

	2005年度 実績	2006年度 実績	2007年度 実績	2008年度 実績	2009年度 上期実績	2009年度 通期計画
連結	7,053	6,697	7,340	5,986	2,809	6,100
オンワード HD + 樫山	5,542	4,890	5,109	4,639	1,728	3,600

<売場面積推移>

(%:増減比)

		2005年度実績		2006年度実績		2007年度実績		2008年度通期実績		2009年度上期実績		2009年度計画	
百貨店	売上高(百万円)	139,376	4.0%	148,911	6.8%	148,608	△0.2%	135,031	△9.1%	56,715	△15.5%	119,099	△11.8%
	売場面積(㎡)	174,310	△0.4%	182,480	4.7%	175,200	△4.0%	173,500	△1.0%	167,600	△3.4%	165,200	△1.4%
新流通	売上高(百万円)	30,064	2.5%	32,138	6.9%	33,263	3.5%	32,066	△3.6%	13,800	△14.2%	28,532	△11.0%
	売場面積(㎡)	92,190	5.4%	95,830	3.9%	93,060	△2.9%	92,400	△0.7%	87,500	△5.3%	86,400	△1.3%

<月次売上増減比推移>

2009年度	3月	4月	5月	6月	7月	8月	上期計
紳士服	△25	△15	△13	△19	△17	△17	△18
婦人服	△23	△13	△18	△15	△15	△11	△17
子供服	△14	△10	△3	△13	△12	△17	△12
和装	△17	△15	△4	△22	△23	△21	△19
その他	△15	△4	△10	△13	△8	△16	△11
合計	△23	△13	△16	△16	△15	△12	△17

オンワード樫山 品種別・チャネル別売上高

<品種別>

(単位:百万円)

	2009年度 上期実績		2009年度 下期計画		2009年度 通期計画	
	金額	増減比	金額	増減比	金額	増減比
紳士服	17,714	△17.8%	18,974	△16.9%	36,688	△17.3%
婦人服	50,846	△16.7%	55,925	△6.4%	106,771	△11.6%
子供服	2,984	△11.7%	3,344	△11.3%	6,328	△11.5%
和装	1,366	△19.0%	1,215	△6.1%	2,581	△13.4%
その他	2,568	△10.8%	2,564	△4.6%	5,132	△7.8%
合計	75,478	△16.6%	82,022	△9.2%	157,500	△12.9%

<チャネル別>

(単位:百万円)

	2009年度 上期実績		2009年度 下期計画		2009年度 通期計画	
	金額	増減比	金額	増減比	金額	増減比
百貨店	56,715	△15.5%	62,384	△8.1%	119,099	△11.8%
新流通	13,800	△14.2%	14,732	△7.9%	28,532	△11.0%
専門店	2,349	△15.1%	2,236	△17.7%	4,585	△16.4%
チェーンストア	645	△39.6%	610	△40.0%	1,255	△39.8%
その他	1,969	△43.2%	2,060	△23.6%	4,029	△34.6%
合計	75,478	△16.6%	82,022	△9.2%	157,500	△12.9%



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。