

主な上場アパレルの最新連結業績と計画

(単位:百万円、カッコ内前期比伸び率%、▼赤字、減)

社名	決算期	売上高	営業利益	経常利益	純利益
オンワードホールディングス	14年2月	279,073(8.0)	9,422(▼15.8)	12,211(▼8.9)	4,658(3.5)
	15年2月	290,700(4.2)	12,300(30.5)	13,700(12.2)	5,400(15.9)
T S I ホールディングス	14年2月	181,972(▼1.9)	▼1,128(—)	1,430(44.6)	1,111(—)
	15年2月	181,500(▼0.3)	2,500(—)	3,800(165.6)	500(▼55.0)
三陽商会	13年12月	106,350(▼1.2)	7,053(20.5)	7,499(26.4)	3,648(70.1)
	14年12月	107,000(0.6)	7,200(2.1)	7,500(0.0)	4,200(15.1)
レナウン	14年2月	75,863(▼0.4)	▼146(—)	261(—)	▼164(—)
	15年2月	74,000(▼2.5)	700(—)	1,000(281.9)	600(—)
ルック	13年12月	41,463(11.9)	1,186(▼39.8)	1,680(▼21.1)	1,356(▼37.5)
	14年12月	45,000(8.5)	1,200(1.1)	1,400(▼16.7)	1,400(3.2)

国内はEC、直営で成長

円安、コスト増で損益明暗

百貨店向けの売り上げ規模が大きい上場アパレルの13年度連結業績は、景気回復感から国内事業が比較的堅調に推移したが、成長分野は直営店やEC（電子商取引）に移っている。百貨店向けは天候不順などの影響を受け、特に後半は苦戦が目

立った。海外事業は中国を除いて、円安や欧州の景気回復で収益に貢献した。一方、損益は円安に生産・調達コストの上昇、不採算ブランド・事業の撤退など構造改革も加わり、企業によって明暗が分かれた。

増収企業をみると、オンワードホールディングスの国内事業が前期比2.9%増で基幹ブランドを中心に堅調に推移。アジアは2.9%増にとどまったが、欧州の景気回復で海外合計は32%増、為替変動要素を除いても6%増となった。ルックは輸入雑貨など主力ブランドが好調で単体は6%増、関連会社もA・P・C・ジャパン15%増、物流のエル・ロジスティクス36%増などが貢献し、韓国のアイディールックも43%増と大幅に伸ばした。

増収企業でも、TSIホールディングスはケイト・スペード・ジャパン売却による減収分を除けば、実質0.3%増。百貨店や直営店が減収だったが、EC21%増、海外27%増などが貢献した。傘下の東京スタイルは不採算ブランド廃止や退店で単体は減収も、子会社はナノ・ユニバースやアルページュが2ケタ増収と貢献し6.9%の増収で合計は前年並み。サンエー・インターナショナル・グループは4%減収だが、ケイト・スペードの影響を除くと実質横ばい。三陽商会もEC・通販が22%増と伸びたが、主力の百貨店は3%減。レナウンは百貨店、GMS（総合小売業）向けともに前

年並みを確保し、直営店の12%増を上乗せして単体は1%増収だが、子会社レナウンインクスの4.2%減が響いた。粗利率を改善したのは3社で、営業増益は三陽商会のみ。営業損失は2社だった。三陽商会は素材の共有化や工場の集約で粗利率を0.4%改善し、人件費や本社移転などで経費も抑え、大幅な営業増益となった。レナウンは東南アジア生産の拡大や直接貿易の強化で単体の粗利率を1.5%改善した。しかし、販売・管理費は直営店の出店増で増加し、大幅に改善したものの営業損失が残った。TSIは、生産管理の改善や建値消化率の向上などで東京スタイル単体の粗利率が改善した効果が出た。しかし、サンエー・インターナショナルは下期の不採算ブランド・店舗の撤退により粗利率は1.3%悪化して50.7%となった。オンワードHDは上期の粗利率を0.6%悪化にとどめた

が、下期は在庫評価損が増えて2.5%悪化。経費管理を強化したが、営業利益は減少した。ルックは単体売上高の半分をインポートが占め、ユーロ高の影響を受けて粗利率は3.2%悪化。新規事業やシステム投資で経費も増えた。各社の今期の増収策もECと直営店が柱となる。オンワードは基幹ブランドとグローバルブランドの強化と並行してSCC向けも拡大。ECは30%増の売上高70億円を計画する。三陽商会もEC・通販は16%増の33億円が目標だ。レナウンは直営「アイノルドパーマー・タイムレス」で25%増、ECは28%増を目標にしている。ルックは直営店を7店増の55店とする。損益面の改善は引き続き、各社とも東南アジアからの調達拡大で仕入れコスト抑制を継続する。また、オンワードやルックは企画・生産から店頭までの情報システムを刷新し、全社的な効率化に力を入れる。