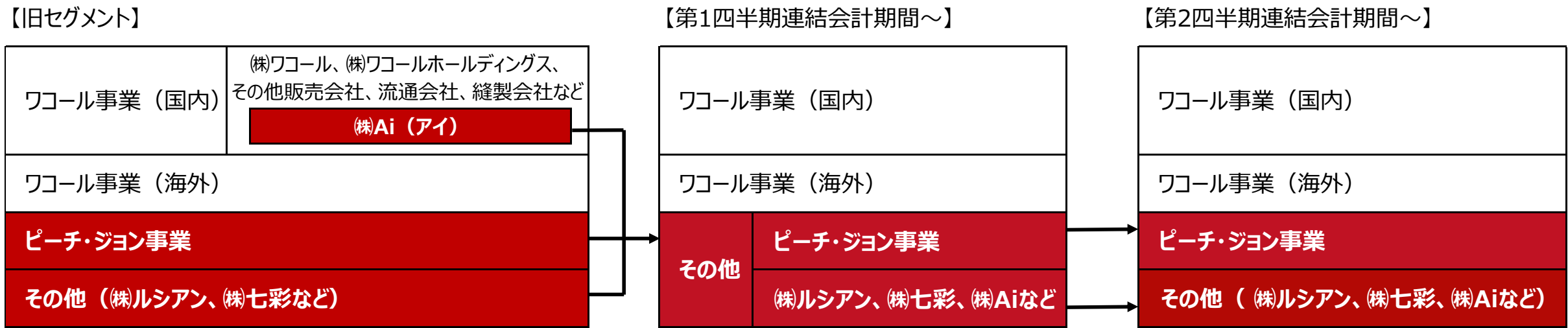

2021年3月期 第2四半期 決算説明資料【米国会計基準】

**2020年11月4日
株式会社ワコールホールディングス**

報告セグメントの変更等に関する事項

第1四半期連結累計期間において、当社グループ内の業績管理区分の一部見直しに伴い、従来「ワコール事業（国内）」セグメントに含めていたA i 及び「ピーチ・ジョン事業」セグメントを「その他」セグメントへ含める変更を行いました。しかしながら、当第2四半期連結累計期間において、「その他」セグメントに含まれていた「ピーチ・ジョン事業」が量的基準を満たしたため、報告セグメントとして記載する方法に変更しています。

事業セグメント変更の概要



2021年3月期 上期実績（4月-9月）及び通期見通し

宮城 晃

株式会社ワコールホールディングス
取締役 常務執行役員

**国内外ともに回復のペースは緩やかなものにとどまるも、売上高・営業利益ともに計画超過
（国内は、前年同期の消費税増税前の駆け込み需要の反動があったことも影響）**

- **売上高 前年同期比▲18%** <ワコール▲17%、米国▲2%、欧州▲16%、中国▲14%>
- **営業利益 57億円** <ワコール（国内）40億円、ワコール（海外）7億円、ピーチ・ジョン8億円、その他2億円>

売上高 **446億円** 計画差+27億円（+4%）前年同期差▲95億円（▲18%）

- 国内は、自社EC好調（+44%）も、実店舗は感染症や前年の増税前駆け込み需要の反動影響により苦戦
- 海外は、米国・中国でEC伸長。感染症や得意先の仕入枠の抑制の影響で欧米などの実店舗は苦戦
- 国内外ともに、慎重に見立てた売上計画については上回る
- ピーチ・ジョンは、自社ECが好調を維持したことに加え、営業再開した直営店事業についても堅調に推移

営業利益 **57億円** 計画差+45億円 前年同期差▲1億円（▲2%）

- 経費削減や雇用調整助成金をはじめとする各国政府の支援策を活用した結果、前年同期並みの水準を確保
- 売上原価に含まれる助成金など特殊要因を除く売上利益率は、56.2%（+1.6pt）
- 売上や売上利益率の計画を上回ったことによる利益増加や販管費の削減が進んだことにより、営業利益は計画を大幅に超過

※計画差の要因につきましては、P.14～15においてご説明いたします。

21/3期 第2四半期（7月～9月）事業セグメントおよび主要子会社の売上高・営業利益

※他子会社や決算調整の項目は、表示していません

- ワコール（国内・海外）は、8割を超える水準まで回復
- ピーチ・ジョンは、営業施策が奏功し、大幅増益

（単位：百万円）

		第2四半期コメント	売上高					営業利益				
			20/3期2Q	21/3期 2Q期間		前年同期比	計画比	20/3期2Q	21/3期 2Q期間		前年同期比	計画比
			実績	実績	計画			実績	実績	計画		
	卸売事業	・2Q百貨店：70%程度の回復	24,689	19,921	19,938	▲ 19.3%	▲ 0.1%	6,421	3,818	2,726	▲ 40.5%	+40.1%
	小売+WEB事業	・2Q直営店：90%まで回復	6,731	6,951	6,693	+3.3%	+3.9%	710	751	365	+5.8%	+105.8%
	ワコール	・自社EC：成長維持（+44%）	29,901	24,847	23,797	▲ 16.9%	+4.4%	3,669	1,558	▲ 457	▲ 57.5%	—
ワコール事業（国内）			31,179	25,502	23,971	▲ 18.2%	+6.4%	4,314	3,962	1,549	▲ 8.2%	+155.8%
	ワコールインターナショナル	・2Q実店舗：60%程度の回復	5,189	5,107	4,984	▲ 1.6%	+2.5%	279	▲ 78	▲ 108	—	—
	ワコールヨーロッパ	・2Q実店舗：70%程度の回復	3,476	2,930	2,260	▲ 15.7%	+29.6%	330	363	▲ 160	+10.0%	—
	中国ワコール	・2Q実店舗：90%程度まで回復	2,972	2,553	2,539	▲ 14.1%	+0.6%	323	292	242	▲ 9.6%	+20.7%
ワコール事業（海外）			13,656	11,858	11,053	▲ 13.2%	+7.3%	1,161	740	▲ 173	▲ 36.3%	—
ピーチ・ジョン事業			2,879	3,272	2,762	+13.7%	+18.5%	138	805	109	+483.3%	+638.5%
	ルシアン	・専門店への納品が持ち直し	1,656	1,428	1,134	▲ 13.8%	+25.9%	▲ 24	200	63	—	+217.5%
	七彩	・工事受注の低迷継続	2,621	1,600	1,927	▲ 39.0%	▲ 17.0%	177	▲ 22	▲ 75	—	—
	Ai	・夏期間のリゾートウェア需要の減少	1,780	765	904	▲ 57.0%	▲ 15.4%	86	▲ 114	▲ 102	—	—
その他			6,423	3,972	4,163	▲ 38.2%	▲ 4.6%	238	241	▲ 213	+1.3%	—
合計			54,137	44,604	41,949	▲ 17.6%	+6.3%	5,851	5,748	1,272	▲ 1.8%	+351.9%

(参考①) 主要事業会社の月次売上高推移 (増減率)

➤ 4・5月 (中国2・3月) を底に回復基調も、感染症の影響が各国で残り、先行きの不透明感は依然高い

	月次売上高 (増減率)											
	1月度	2月度	3月度	4Q (中国1Q)	4月度	5月度	6月度	1Q (中国2Q)	7月度	8月度	9月度	2Q (中国3Q)
卸売事業	▲ 1%	▲ 3%	▲ 33%	▲ 15%	▲ 72%	▲ 49%	▲ 22%	▲ 48%	▲ 1%	▲ 23%	▲ 30%	▲ 19%
小売+WEB事業	+5%	+3%	▲ 8%	+0%	▲ 43%	▲ 13%	+17%	▲ 13%	+6%	+3%	+1%	+3%
ワコール	▲ 1%	▲ 2%	▲ 29%	▲ 12%	▲ 72%	▲ 50%	▲ 16%	▲ 46%	▲ 4%	▲ 20%	▲ 26%	▲ 18%
米国ワコール	+9%	+3%	▲ 11%	+0%	▲ 68%	▲ 55%	▲ 27%	▲ 50%	▲ 9%	▲ 29%	▲ 5%	▲ 15%
ワコールヨーロッパ	▲ 10%	+9%	▲ 40%	▲ 15%	▲ 73%	▲ 55%	▲ 20%	▲ 50%	▲ 24%	▲ 17%	▲ 13%	▲ 19%
中国ワコール	▲ 3%	▲ 81%	▲ 48%	▲ 42%	▲ 37%	+11%	▲ 5%	▲ 10%	▲ 10%	+16%	▲ 7%	+0%
ピーチ・ジョン (国内のみ)	+18%	+21%	▲ 14%	+7%	▲ 19%	▲ 7%	+32%	+3%	+39%	+13%	▲ 9%	+14%
ルシアン (国内のみ)	+2%	▲ 14%	▲ 15%	▲ 11%	▲ 36%	▲ 29%	▲ 21%	▲ 28%	▲ 12%	▲ 21%	▲ 11%	▲ 15%
七彩	▲ 23%	▲ 8%	▲ 19%	▲ 27%	▲ 44%	▲ 41%	▲ 38%	▲ 41%	▲ 9%	▲ 23%	▲ 57%	▲ 41%
Ai (アイ)	▲ 1%	▲ 8%	▲ 35%	▲ 15%	▲ 84%	▲ 74%	▲ 51%	▲ 66%	▲ 61%	▲ 59%	▲ 38%	▲ 57%

★1 連結調整前の数値を記載しています。また、内部売上を含んだ前年同月比 (増減率) を記載しています

★2 米国ワコールは、IO社の売り上げを含んでいません

★3 米国ワコール、ワコールヨーロッパ、中国ワコールは、現地通貨ベースの前年同月比 (増減率) を記載しています

(参考②) (株)ワコール (国内) チャネル別、店頭ベースの売上高月次推移 (増減率)

- 自社ECは好調維持。実店舗は、6月に大きく回復するも、7月以降は感染症の再拡大により、回復ペースが鈍化
- 9月度は、前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動を受ける

		店頭ベースの売上高推移 (増減率)											
		1月度	2月度	3月度	4Q	4月度	5月度	6月度	1Q	7月度	8月度	9月度	2Q
卸売	百貨店	▲ 6%	▲ 16%	▲ 41%	▲ 23%	▲ 87%	▲ 73%	▲ 11%	▲ 56%	▲ 20%	▲ 22%	▲ 36%	▲ 27%
	量販店 (ワコールブランド)	▲ 8%	▲ 12%	▲ 23%	▲ 16%	▲ 71%	▲ 48%	+6%	▲ 36%	▲ 23%	+12%	▲ 42%	▲ 21%
	量販店 (ウイングブランド)	▲ 3%	▲ 10%	▲ 20%	▲ 11%	▲ 67%	▲ 40%	+9%	▲ 32%	▲ 21%	▲ 1%	▲ 36%	▲ 21%
	専門店 (実店舗)	▲ 1%	▲ 1%	▲ 28%	▲ 11%	▲ 72%	▲ 61%	▲ 15%	▲ 45%	+10%	+1%	▲ 22%	▲ 4%
	スポーツ量販店	▲ 16%	▲ 21%	▲ 50%	▲ 28%	▲ 72%	▲ 62%	▲ 37%	▲ 56%	▲ 35%	▲ 32%	▲ 47%	▲ 38%
	他社EC	▲ 6%	+3%	▲ 5%	▲ 3%	▲ 13%	+23%	+27%	+13%	+6%	+9%	▲ 5%	+3%
小売	直営店	+4%	+1%	▲ 12%	▲ 2%	▲ 78%	▲ 61%	+2%	▲ 44%	▲ 1%	▲ 4%	▲ 8%	▲ 4%
	自社EC	+14%	+15%	+21%	+17%	+76%	+106%	+85%	+91%	+42%	+57%	+34%	+44%
	自社カタログ	▲ 9%	▲ 2%	▲ 28%	▲ 13%	▲ 21%	+18%	+3%	▲ 3%	▲ 20%	▲ 48%	▲ 11%	▲ 26%
店頭ベースの売上高 合計		▲ 2%	▲ 7%	▲ 24%	▲ 12%	▲ 64%	▲ 44%	+3%	▲ 34%	▲ 9%	▲ 4%	▲ 26%	▲ 14%

※店頭ベースの売上高が、把握できる店舗のみの実績集計を開示しています

(参考③) 海外主要子会社のチャネル別売上高月次推移 (増減率)

➤ 中国は感染者数の減少とともに回復。欧米の百貨店（実店舗）については、なお厳しい状況が続く

		主要子会社チャネル別売上高推移 (増減率)											
		1月度	2月度	3月度	4Q (中国1Q)	4月度	5月度	6月度	1Q (中国2Q)	7月度	8月度	9月度	2Q (中国3Q)
米国ワコール	百貨店	▲ 2%	▲ 6%	▲ 10%	▲ 6%	▲ 93%	▲ 94%	▲ 61%	▲ 83%	▲ 33%	▲ 54%	▲ 34%	▲ 42%
	百貨店EC	▲ 3%	+30%	+3%	+9%	▲ 94%	▲ 48%	+25%	▲ 32%	+26%	+27%	+44%	+31%
	専業EC	▲ 10%	+33%	+38%	+19%	▲ 33%	+69%	▲ 5%	+6%	+38%	+17%	+44%	+33%
	自社EC	+57%	+40%	+6%	+35%	+35%	+78%	+80%	+62%	+72%	+47%	+67%	+63%
	合計	+9%	+3%	▲ 11%	+0%	▲ 68%	▲ 55%	▲ 27%	▲ 50%	▲ 9%	▲ 29%	▲ 5%	▲ 15%
ワコールヨーロッパ	百貨店	▲ 16%	+23%	▲ 45%	▲ 14%	▲ 92%	▲ 95%	▲ 56%	▲ 83%	▲ 45%	▲ 22%	▲ 25%	▲ 30%
	専門店	▲ 7%	+0%	▲ 44%	▲ 19%	▲ 79%	▲ 53%	▲ 24%	▲ 52%	▲ 32%	▲ 26%	▲ 19%	▲ 26%
	他社EC	▲ 17%	+15%	▲ 22%	▲ 9%	▲ 48%	▲ 41%	▲ 9%	▲ 32%	+4%	▲ 7%	+9%	+1%
	合計	▲ 10%	+9%	▲ 40%	▲ 15%	▲ 73%	▲ 55%	▲ 20%	▲ 50%	▲ 24%	▲ 17%	▲ 13%	▲ 19%
中国ワコール	百貨店	+1%	▲ 94%	▲ 66%	▲ 52%	▲ 31%	+8%	▲ 16%	▲ 14%	+1%	+17%	▲ 6%	+2%
	他社EC	▲ 6%	+29%	+19%	+1%	▲ 56%	+92%	+20%	+6%	▲ 23%	+57%	▲ 2%	▲ 1%
	合計	▲ 3%	▲ 81%	▲ 48%	▲ 42%	▲ 37%	+11%	▲ 5%	▲ 10%	▲ 10%	+16%	▲ 7%	+0%

★1 連結調整前の数値を記載しています。また、内部売上を含んだ前年同月比（増減率）を記載しています

★2 米国ワコールは、IO社の売り上げを含んでいません

★3 米国ワコール、ワコールヨーロッパ、中国ワコールは、現地通貨ベースの前年同月比（増減率）を記載しています

感染症の拡大影響により減収減益となるも、経費削減やピーチジョンの増益が寄与し、黒字化

- 売上高 ▲28% <ワコール▲31%、米国▲17%、欧州▲34%、中国▲30%、ピーチジョン+6%>
- 営業利益 13億円 <ワコール事業（国内）9億円、ワコール事業（海外）▲3億円、ピーチジョン10億円>
- 営業利益計画は、45億円の不振

売上高**732億円** 計画差+27億円（+4%） 前年同期差▲283億円(▲28%)

- 日本や米国を中心に、ECは高い成長を維持したものの、感染症拡大による休業や外出自粛等が響き、大幅減収
- ピーチ・ジョン事業は、話題性の高いマーケティング活動が奏功し、ECで高成長
- 国内外ともに、慎重に見立てた計画を上回って着地

営業利益**13億円** 計画差+45億円 前年同期差▲82億円(▲87%)

- 各社で経費削減を実施するも、減収による売上利益の減少を吸収できず、大幅減益
- 経費の削減や、雇用調整助成金をはじめとする各国政府の支援策が寄与し、黒字確保
- **売上計画や売上利益率計画の超過、追加の経費削減により、営業利益計画を大幅超過（計画差の詳細は、P.14～15）**

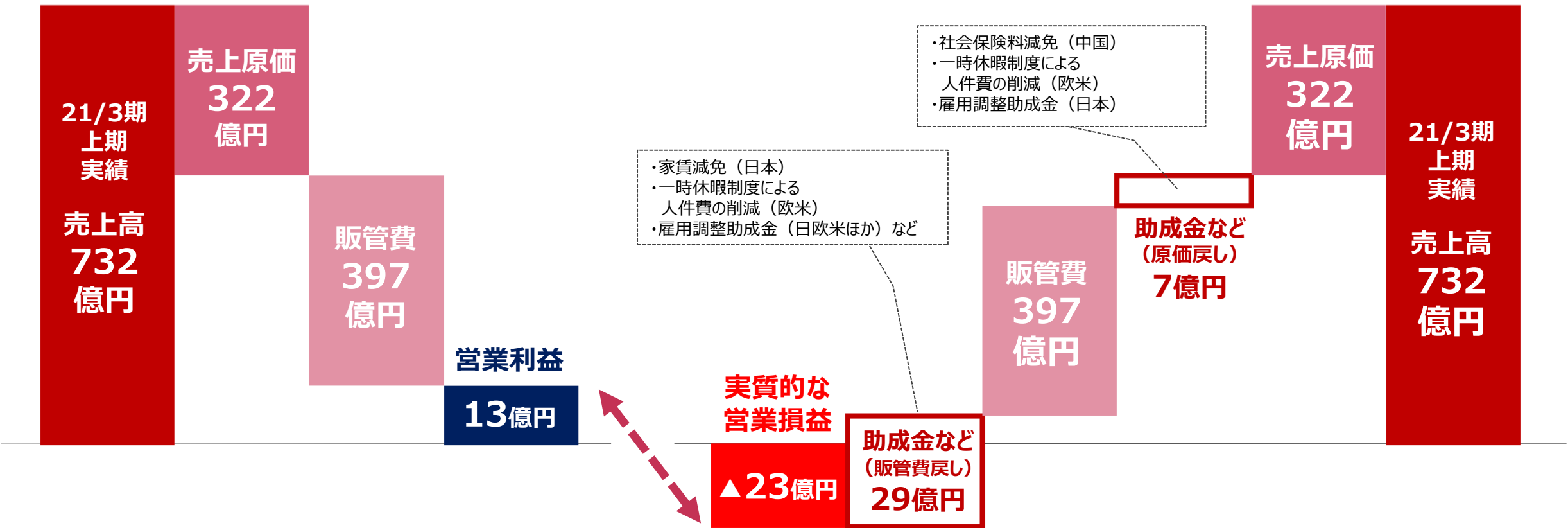
税引前四半期純利益**36億円** 計画差+61億円 前年同期差▲57億円(▲61%)

- 有価証券・投資評価損益（純額）については、評価益（+16億円）を計上

- **雇用調整助成金などを除去した実質ベースの営業損益は、▲23億円（損失）**
- 雇用調整助成金や一時休暇制度などによる人件費削減額の合計は、約36億円

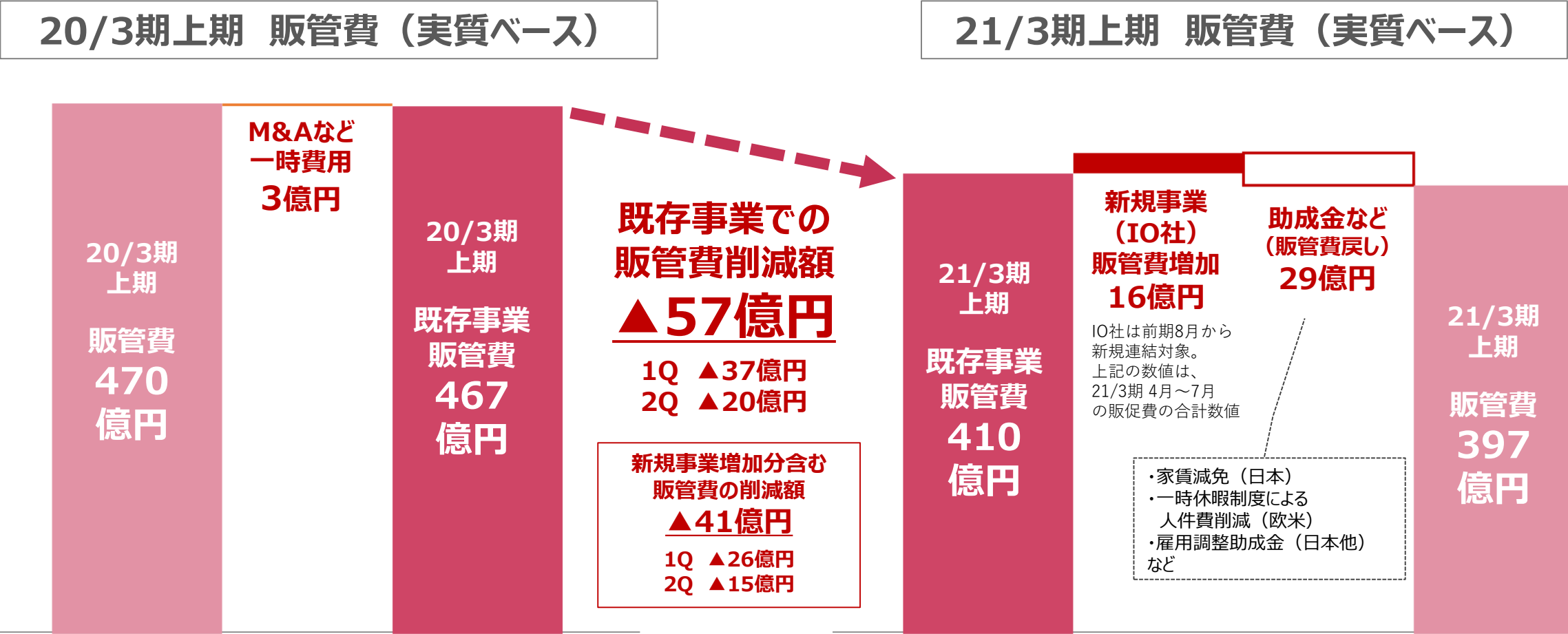
21/3期 上期実績

21/3期 上期実績（実質ベース）



➤ 上期における既存事業での販管費削減額は、▲57億円

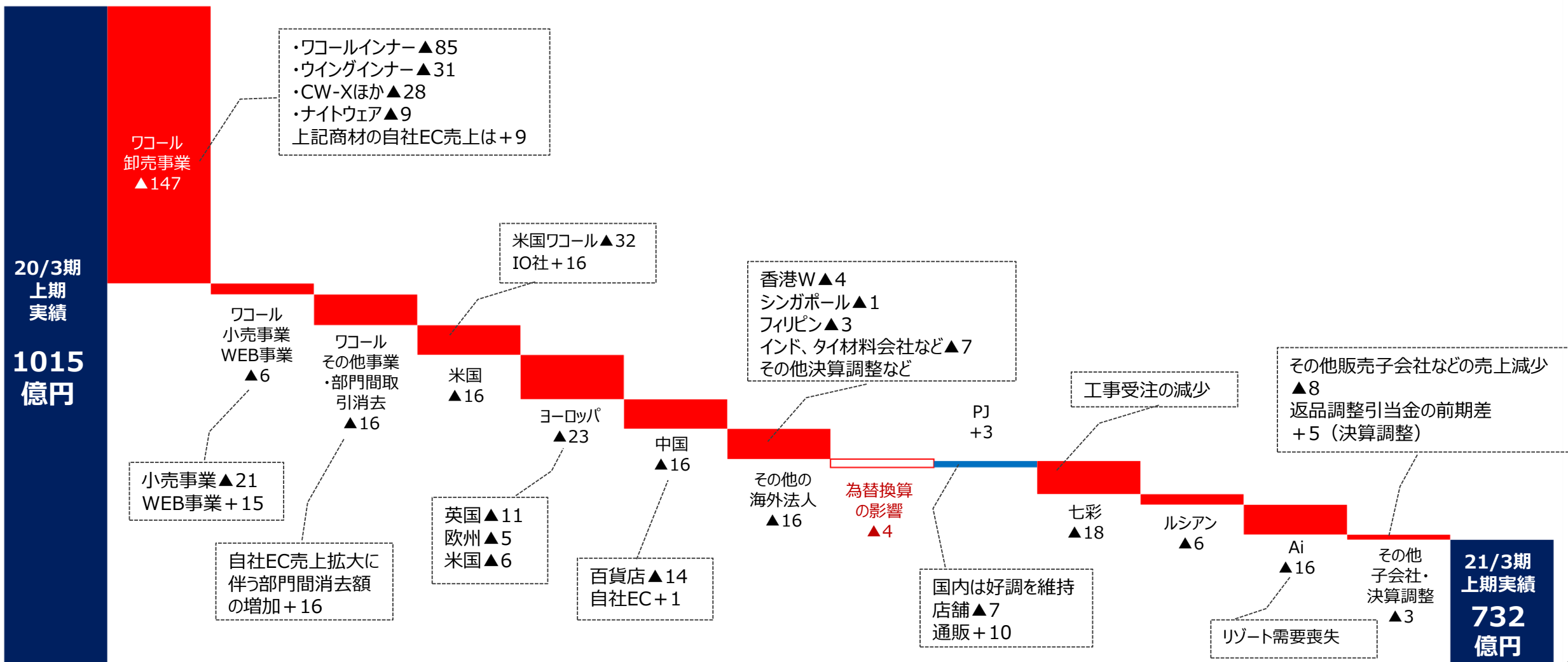
- 人件費 13億円 一般経費 44億円
- 2Q期間の削減額のうち、継続的に改善できる金額は約10億円程度と試算



21/3期 上期 売上高増減＜前年同期差＞

➤ 売上高：283億円の減少（うち為替換算による影響：約4.4億円）

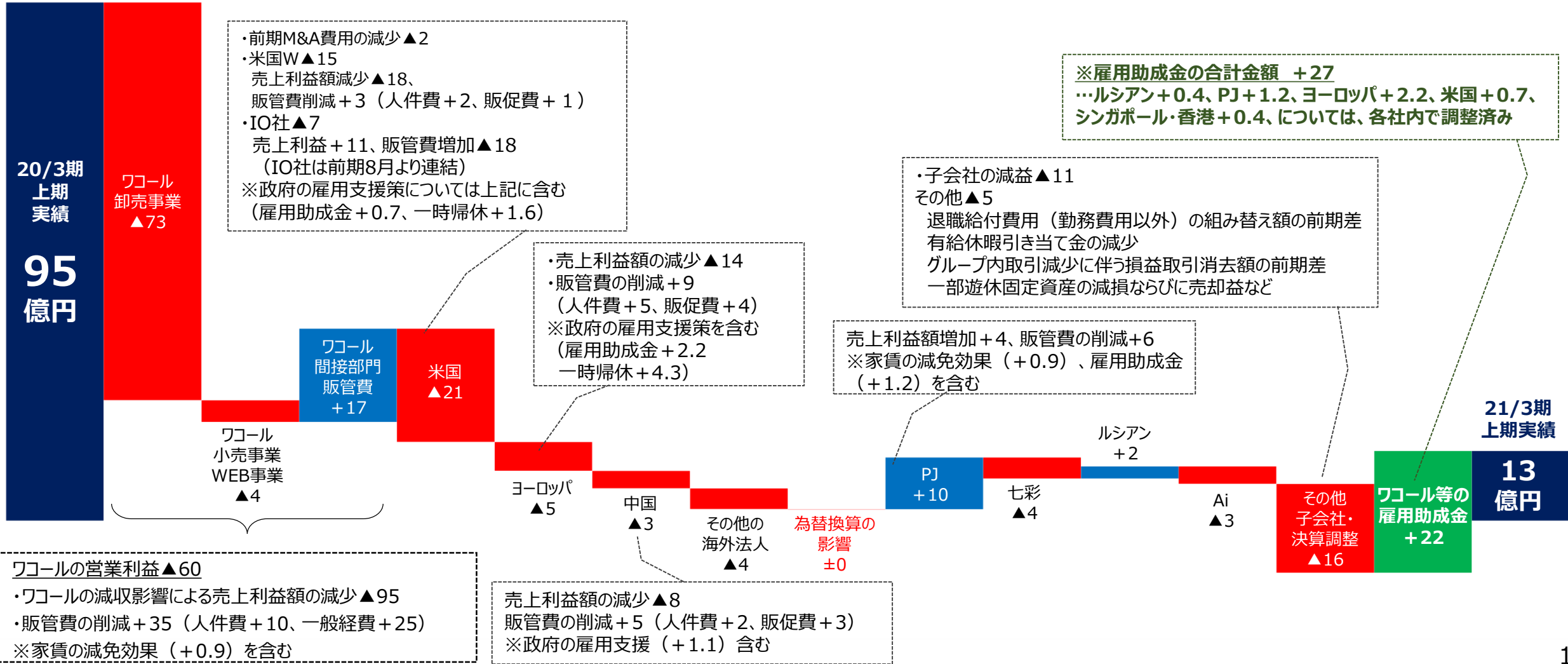
（単位：億円）



21/3期 上期 営業利益増減＜前年同期差＞

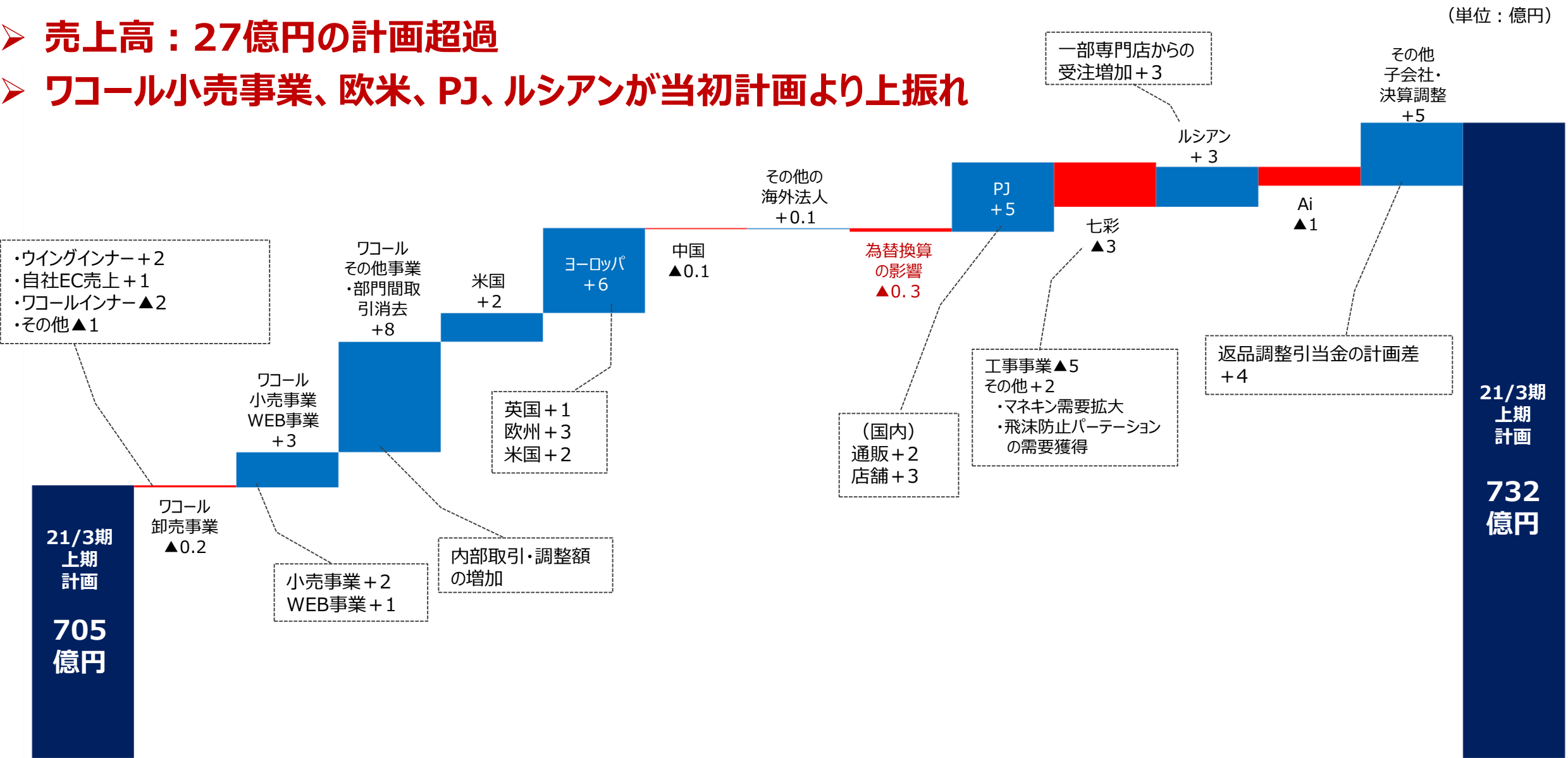
➤ 営業利益：82億円の減少（一時費用を除く実質ベースでは、121億円の減少）

（単位：億円）



21/3期 上期 計画に対する売上高達成状況

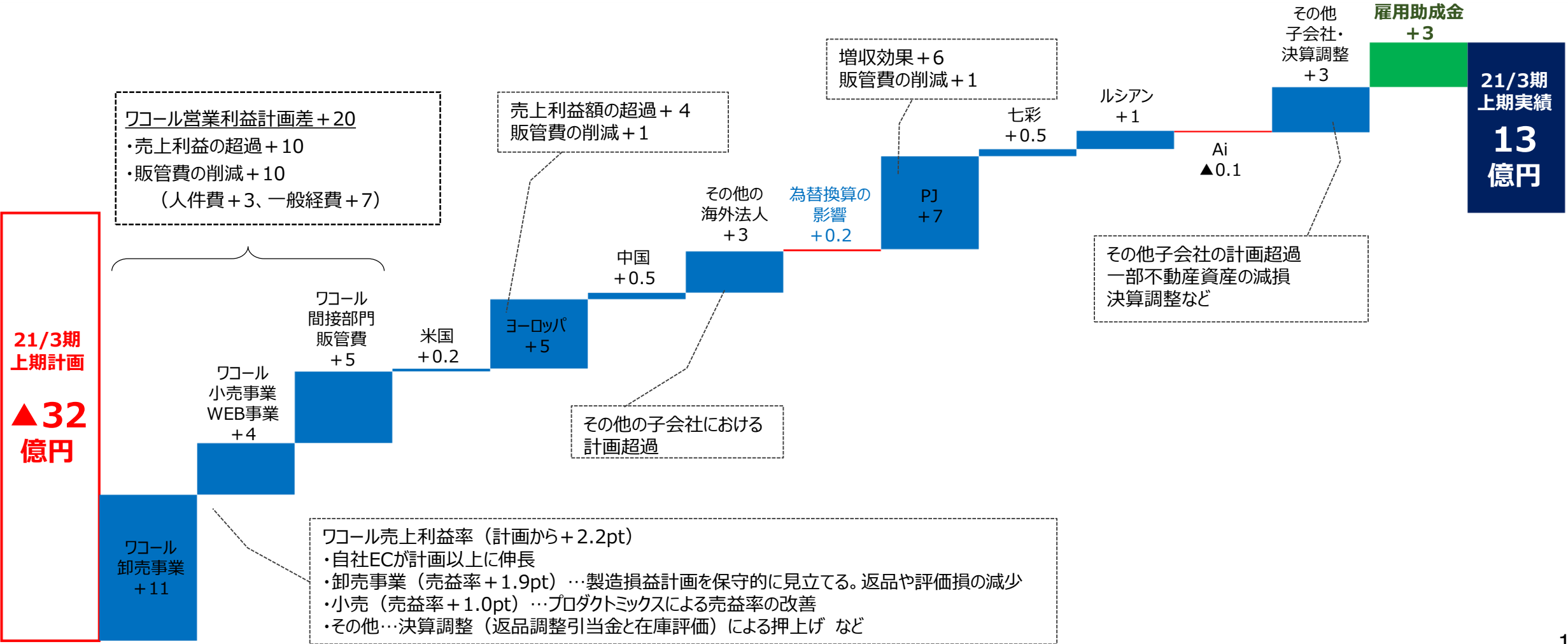
- 売上高：27億円の計画超過
- ワコール小売事業、欧米、PJ、ルシアンが当初計画より上振れ



21/3期 上期 計画に対する営業利益の達成状況

(単位：億円)

- 営業損益：45億円の計画超過（雇用助成金の計画差+4億円）
- ほぼすべての事業で計画を上振れ



21/3期 上期 決算概況

【為替レート】	1 \$	1 £	1 元
	106.92	135.38	15.38

(単位：百万円)

		20/3期 上期実績		21/3期 上期実績		21/3期 上期計画		前年同期比		計画比	
		売上比		売上比		売上比		増減額	増減率	増減額	増減率
連結売上高		101,450	—	73,155	—	70,500	—	▲ 28,295	▲ 27.9%	2,655	+3.8%
	売上原価	44,992	44.3	32,159	44.0	33,000	46.8	▲ 12,833	▲ 28.5%	▲ 841	▲ 2.5%
売上利益		56,458	55.7	40,996	56.0	37,500	53.2	▲ 15,462	▲ 27.4%	3,496	+9.3%
	販管費	46,963	46.3	39,720	54.3	40,700	57.7	▲ 7,243	▲ 15.4%	▲ 980	▲ 2.4%
営業利益（▲損失）		9,495	9.4	1,276	4.0	▲ 3,200	—	▲ 8,219	▲ 86.6%	4,476	—
	その他の収益・費用	789	—	703	—	700	—	▲ 86	▲ 10.9%	3	+0.4%
	有価証券・投資評価損益（純額）(A)	▲ 958	—	1,624	—	0	—	2,582	—	1,624	—
税引前四半期純利益（▲損失）		9,326	9.2	3,603	4.9	▲ 2,500	—	▲ 5,723	▲ 61.4%	6,103	—
当社株主に帰属する四半期純利益（▲損失）		6,668	6.6	1,782	2.4	▲ 2,400	—	▲ 4,886	▲ 73.3%	4,182	—

実質ベース（参考情報）

Aを考慮しない税引前四半期純利益（▲損失）	10,284	10.1	1,979	2.7	▲ 2,500	—	▲ 8,305	▲ 80.8%	4,479	—
-----------------------	--------	------	-------	-----	---------	---	---------	---------	-------	---

21/3期 上期 決算概況（セグメント別）

【為替レート】	1 \$	1 £	1 元
	106.92	135.38	15.38

（単位：百万円）

	20/3期 上期実績		21/3期 上期実績		21/3期 上期計画		前年同期比		計画比	
		構成比		構成比		構成比	増減額	増減率	増減額	増減率
ワコール事業（国内）	57,762	56.9	41,031	56.1	39,500	56.0	▲ 16,731	▲ 29.0%	1,531	+3.9%
ワコール事業（海外）	27,253	26.9	19,705	26.9	18,900	26.8	▲ 7,548	▲ 27.7%	805	+4.3%
ピーチ・ジョン事業	5,466	5.4	5,810	8.0	5,300	7.5	344	+6.3%	510	+9.6%
その他事業	10,969	10.8	6,609	9.0	6,800	9.7	▲ 4,360	▲ 39.7%	▲ 191	▲ 2.8%
売上高	101,450	100	73,155	100	70,500	100	▲ 28,295	▲ 27.9%	2,655	+3.8%

	20/3期 上期実績		21/3期 上期実績		21/3期 上期計画		前年同期比		計画比	
		構成比		構成比		構成比	増減額	増減率	増減額	増減率
ワコール事業（国内）	6,274	10.9	913	2.2	▲ 1,500	—	▲ 5,361	▲ 85.4%	2,413	—
ワコール事業（海外）	3,023	11.1	▲ 287	—	▲ 1,200	—	▲ 3,310	—	913	—
ピーチ・ジョン事業	96	1.8	1,046	18.0	350	6.6	950	+989.6%	696	+198.9%
その他事業	102	0.9	▲ 396	—	▲ 850	—	▲ 498	—	454	—
営業利益（▲損失）	9,495	9.4	1,276	1.7	▲ 3,200	—	▲ 8,219	▲ 86.6%	4,476	—

自社EC好調も、感染症影響や前期の増税前の駆け込み需要の反動で実店舗が苦戦

売上高

410億円 計画差+15億円（+4%） 前年同期差▲167億円（▲29%）

- 緊急事態宣言期間の臨時休業に加え、営業再開後も都心部への来店客数が減少し、苦戦
- 自社ECは、快適系ブラジャーが好調に推移し、高成長を維持（+66%）

営業利益

9億円 計画差+24億円 前年同期差▲54億円（▲85%）

- 継続した経費削減への取り組みにより、計画を上回って着地。黒字を確保

（単位：百万円）

	20/3期 上期実績		21/3期 上期実績		21/3期 上期計画		前年同期比	計画比	コメント
		構成比		構成比		構成比	増減率	増減率	
卸売事業	45,183	78.2	30,483	74.3	30,500	77.2	▲ 32.5%	▲ 0.1%	■ 卸売事業：感染防止やテレワークの定着による都心部の人出減少が百貨店などに影響
小売+WEB事業	13,057	22.6	12,475	30.4	12,217	30.9	▲ 4.5%	+2.1%	■ 小売事業：都市近郊の店舗中心に店舗営業再開後は順調に回復
その他売上・消去等	▲ 2,874	—	▲ 4,508	—	▲ 5,317	—	—	—	■ 自社EC：巣ごもり需要の恩恵を受け引き続き好調（前年同期+65.9%）
ワコール	55,366	95.9	38,450	93.7	37,400	94.7	▲ 30.6%	+2.8%	—以上の結果、ワコールの売上高は▲30.6%減少
他子会社・連結調整	2,396	4.1	2,581	6.3	2,100	5.3	+7.7%	+22.9%	■ その他の事業会社の減収も、決算調整（返品調整引当金の前期差など）がプラス要因に
売上高	57,762	100.0	41,031	100.0	39,500	100.0	▲ 29.0%	+3.9%	—以上の結果、ワコール（国内）の売上高は▲29.0%減少

	対売上		対売上		対売上		増減率	増減率	コメント
卸売事業	10,580	23.4	3,292	10.8	2,200	7.2	▲ 68.9%	+49.6%	■ 卸売事業：保守的に見立てた売上利益率の計画超過や経費削減により、計画を上回る
小売+WEB事業	1,389	10.6	988	7.9	602	4.9	▲ 28.9%	+64.1%	■ 小売事業：プロダクトミックスにおける売上利益率の改善や経費削減により、計画を上回る
間接部門販管費	▲ 6,978	—	▲ 5,265	—	▲ 5,802	—	—	—	■ 間接部門の販管費削減効果
ワコール	4,991	9.0	▲ 985	▲ 2.6	▲ 3,000	—	—	—	—減収影響で減益も、計画対比での赤字幅は縮小
他子会社・連結調整	1,283	53.5	1,898	73.5	1,500	71.4	+47.9%	+26.5%	■ 雇用調整助成金などの政府の支援策が、プラスに寄与
営業利益（▲損失）	6,274	10.9	913	2.2	▲ 1,500	▲ 3.8	▲ 85.4%	—	—以上の結果、ワコール（国内）の営業利益は54億円の減益も、黒字を確保

店舗営業再開後も、欧米の感染症の再拡大など、依然として不透明感が漂う

- 売上高
- 197億円 計画差+8億円（+4%） 前年同期差▲75億円（▲28%）
- ECは堅調に推移するも、来店客数の減少や得意先の仕入枠抑制により、売上苦戦（為替影響は▲4億円）
- 営業損失
- ▲3億円 計画差+9億円 前年同期差▲33億円
- 政府の支援策を活用しつつ、経費削減への取り組みを継続した結果、計画より営業損失幅を縮小

（単位：百万円）

	20/3期 上期実績		21/3期 上期実績		21/3期 上期計画		前年同期比 増減率	計画比 増減率	コメント
		構成比		構成比		構成比			
ワコールインターナショナル（米国）	10,228	37.5	8,511	43.2	8,388	44.4	▲16.8%	+1.5%	■米国W：売上に占めるEC比率は60%超に（自社+62%） ■IO社の新規連結が寄与
ワコールヨーロッパ	6,993	25.7	4,598	23.3	3,928	20.8	▲34.2%	+17.1%	■Wヨーロッパ：各地とも苦戦（英▲45%、欧▲28%、米28%）、自社ECは計画超過
中国ワコール	6,084	22.3	4,286	21.8	4,272	22.6	▲29.6%	+0.3%	■中国W：感染者数の減少に伴い、回復基調。ECは堅調に推移（ワコール+11%）
他子会社・連結調整	3,948	14	2,310	11.7	2,312	12	▲41.5%	▲0.1%	■香港W▲4億円、フィリピン▲3億円、シンガポール▲1億円、材料子会社（タイ）▲6億円
売上高	27,253	100.0	19,705	100.0	18,900	100.0	▲27.7%	+4.3%	ー以上の結果、ワコール（海外）の売上高は▲27.7%減少
	対売上		対売上		対売上		増減率	増減率	
ワコールインターナショナル（米国）	1,147	11.2	▲915	—	▲945	—	—	—	■米国：政府の支援策を活用する一方で、IO社の成長に向けて積極的な投資を継続
ワコールヨーロッパ	668	9.6	139	3.0	▲384	—	▲79.2%	—	■欧州：経費削減に加え、政府の支援策の活用などにより黒字確保
中国ワコール	752	12.4	409	9.5	359	8.4	▲45.6%	+13.9%	■中国：経費削減に加え、政府の支援策の活用などにより黒字確保
他子会社・連結調整	456	—	80	3.5	▲230	—	▲82.5%	—	■その他の子会社における計画超過
営業利益（▲損失）	3,023	11.1	▲287	—	▲1,200	—	—	—	ー以上の結果、ワコール（海外）は3億円の営業損失、計画より赤字幅は縮小

ピーチ・ジョン事業：前期の構造改革効果により、大幅改善。営業利益額は10億円を超過

売上高➡ **58億円** 計画差+5億円（+10%）
前年同期差+3億円（+6%）

営業利益➡ **10億円** 計画差+7億円（+199%）
前年同期差+19億円（+990%）

その他：ルシアンは、前期の不採算事業撤退の効果により、黒字確保。七彩は、事業環境悪化。

売上高➡ **66億円** 計画差▲2億円
前年同期差▲44億円（▲40%）

営業損失➡ **▲4億円** 計画差+5億円
前年同期差▲5億円

（単位：百万円）

		20/3期 上期実績		21/3期 上期実績		21/3期 上期計画		前年同期比 増減率	計画比 増減率	コメント
			構成比		構成比		構成比			
ピーチ・ジョン 事業	売上高	5,466	-	5,810	-	5,300	-	+6.3%	+9.6%	－マーケティング活動が奏功し、増収。自社EC好調に加え、営業再開した店舗も堅調に推移。
			売上比		売上比		売上比	増減率	増減率	
	営業利益	96	1.8	1,046	18.0	350	6.6	+989.6%	+198.9%	－増収効果に加え、雇用調整助成金や臨時休業期間の店舗の賃料減免などが寄与
		20/3期 上期実績		21/3期 上期実績		21/3期 上期計画		前年同期比 増減率	計画比 増減率	コメント
			構成比		構成比		構成比			
その他	ルシアン	2,985	27.2	2,424	36.7	2,130	31.3	▲ 18.8%	+13.8%	■得意先の仕入枠の抑制の影響などで、PBブランド商品の売上が低調に推移
	七彩	4,594	41.9	2,835	42.9	3,162	46.5	▲ 38.3%	▲ 10.3%	■感染症拡大に伴う新規出店や各種イベントの中止などにより、工事事業低迷
	他子会社・連結調整	3,390	30.9	1,350	20.4	1,508	22.2	▲ 60.2%	▲ 10.5%	■その他子会社（人材派遣会社など）も減収
	売上高	10,969	100.0	6,609	100.0	6,800	100.0	▲ 39.7%	▲ 2.8%	－以上の結果、その他事業は減収
			売上比		売上比		売上比	増減率	増減率	
	ルシアン	▲ 128	-	97	4.0	▲ 40	-	-	-	■前期4Qに実施した不採算事業の撤退や経費削減により、黒字確保
	七彩	187	4.1	▲ 203	-	▲ 256	-	-	-	■経費削減も減収の影響を吸収できず▲2億円の営業損失
	他子会社・連結調整	43	1.3	▲ 290	-	▲ 554	-	-	-	■雇用調整助成金など政府の支援策活用に加え、他子会社でも経費削減を継続
	営業利益（▲損失）	102	0.9	▲ 396	-	▲ 850	-	-	-	－以上の結果、その他事業は営業損失

上期計画の超過を反映し、通期の営業損益計画を上方修正

感染症再拡大の懸念など市場環境の不透明感を考慮し、下期計画は当初より慎重に見立て

- 売上高…主要国での都市部商業施設への来店客数の戻りの弱さを考慮し、20億円の下方修正
- 営業損益…当初計画から40億円の上方修正（営業損失の修正計画▲10億円）

売上高

1,560億円 計画差▲20億円（▲1%） 前期差▲308億円（▲17%）

- 対当初計画 ワコール事業（国内）▲25億円 ワコール事業（海外）+5億円 PJ+9億円 その他▲9億円
- 下期の売上計画は、当初計画に対して▲47億円（▲5%）

営業損失

▲10億円 計画差+40億円 前期差▲76億円

- 対当初計画 ワコール事業（国内）+20億円 ワコール事業（海外）+9億円 PJ+8億円 その他+3億円
- 上期の計画超過分+45億円に対し、下期は当初計画から▲5億円引き下げ（下期当初計画▲18億円⇒▲23億円）

税引前当期純利益

3億円 計画差+40億円 前期差▲41億円

- 有価証券・投資評価損益の影響は、計画に未反映

当期純損失

▲5億円 計画差+32億円 前期差▲40億円

21/3期 下期の計画について（一時的な要因を除く実質的な数値で比較）

➤ 21/3期下期の売上計画
当初計画：前々年比▲5%（前年比+3%）⇒ 前々年比▲10%（前年比▲3%）に見直し

（単位：百万円）

	19/3期 下期実績 （実質ベース）		20/3期 下期実績 （実質ベース）		21/3期 下期 当初計画 （実質ベース）		21/3期 下期 修正見込み （実質ベース）		対19/3期下期		対20/3期下期		対21/3期下期計画	
		売上比		売上比		売上比		売上比	増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率
連結売上高	92,386	—	85,310	—	87,500	—	82,845	—	▲ 9,541	▲ 10.3%	▲ 2,465	▲ 2.9%	▲ 4,655	▲ 5.3%
売上原価	43,474	47.1	39,967	46.8	41,600	47.5	38,661	46.7	▲ 4,813	▲ 11.1%	▲ 1,306	▲ 3.3%	▲ 2,939	▲ 7.1%
売上利益	48,912	52.9	45,343	53.2	45,900	52.5	44,184	53.3	▲ 4,728	▲ 9.7%	▲ 1,159	▲ 2.6%	▲ 1,716	▲ 3.7%
販管費	47,193	51.1	47,067	55.2	47,000	53.7	45,760	55.2	▲ 1,433	▲ 3.0%	▲ 1,307	▲ 2.8%	▲ 1,240	▲ 2.6%
営業利益 （▲損失）	1,719	1.9	▲ 1,724	▲2.0	▲ 1,100	▲1.3	▲ 1,576	▲1.9	▲ 3,295	—	148	—	▲ 476	—
販管費から除去した 一時費用	PJ減損 5,834		PJ減損 191 ルシアン構造改革 201 材料会社減損 1,051 IO社アーンアウト戻し ▲304		有形固定資産などの 減損リスク 700		有形固定資産などの 減損リスク 700							
合計数値	5,834		1,139		700		700							

➤ 主要事業部の売上計画の修正状況

ワコール（卸売事業）、ワコールインターナショナル（米国）の計画を修正

	対 19/3期 下期実績		対 20/3期 下期実績		対 21/3期 下期 当初計画
	当初計画比	修正計画比	当初計画比	修正計画比	修正計画比
卸売事業	▲ 4.4%	▲ 10.3%	+9.9%	+3.2%	▲ 6.1%
小売+WEB事業	+11.4%	+11.7%	+11.6%	+11.9%	+0.3%
ワコール	▲ 1.4%	▲ 9.0%	+12.0%	+3.2%	▲ 7.8%
ワコールインターナショナル	+19.5%	+15.8%	+5.6%	+2.3%	▲ 3.1%
ワコールヨーロッパ	▲ 18.6%	▲ 17.3%	▲ 8.9%	▲ 7.4%	+1.6%
中国ワコール	▲ 2.2%	▲ 1.2%	+5.1%	+6.1%	+1.0%
ピーチ・ジョン	▲ 3.6%	+4.0%	▲ 3.5%	+4.1%	+7.9%

➤ 計画未反映のリスク

アップサイド リスク	➤ 感染症の早期収束に伴う、売上回復と売益額の拡大 ➤ 販管費の更なる抑制 ➤ アーンアウト対価の変動	
ダウンサイド リスク	共通	➤ 感染症の影響長期化に伴う、売上減少と売益額の減少
	海外	➤ IO社、ワコールヨーロッパの無形固定資産減損損失の可能性 ➤ アーンアウト対価の変動

※当期の業績推移に応じて、減損損失についての再評価を行う必要があります。
なお、顕在化してもキャッシュフローの減少につながらないため、設備投資や株主還元への影響はありません。

(参考) 21/3期 通期計画数値

【修正計画の為替レート】	1 \$	1 £	1元
	106.00	136.00	15.40

(単位：百万円)

		20/3期 実績		売上比		21/3期 当初計画 (2020年7月31日 開示)		売上比		21/3期 修正計画 (2020年10月30日 開示)			
										前期比		前期比	
										増減額	増減率	増減額	増減率
連結売上高		186,760	—	158,000	—	▲ 28,760	▲ 15.4%	156,000		▲ 30,760	▲ 16.5%		
	売上原価	84,959	45.5	74,600	47.2	▲ 10,359	▲ 12.2%	70,820	45.4	▲ 14,139	▲ 16.6%		
売上利益		101,801	54.5	83,400	52.8	▲ 18,401	▲ 18.1%	85,180	54.6	▲ 16,621	▲ 16.3%		
	販管費	94,696	50.7	88,400	55.9	▲ 6,296	▲ 6.6%	86,180	55.2	▲ 8,516	▲ 9.0%		
	のれん及びその他の無形固定資産減損損失	473	—	0	—	▲ 473	—	0	—	▲ 473	—		
営業利益（▲損失）		6,632	3.6	▲ 5,000	—	▲ 11,632	—	▲ 1,000	—	▲ 7,632	—		
	その他の収益・費用	1,487	—	1,300	—	▲ 187	▲ 12.6%	1,370	—	▲ 117	▲ 7.9%		
	有価証券・投資評価損益（純額）	▲ 3,760	—	0	—	3,760	—	▲ 70	—	3,690	—		
税引前当期純利益（▲損失）		4,359	2.3	▲ 3,700	—	▲ 8,059	—	300	0.2	▲ 4,059	▲ 93.1%		
当社株主に帰属する当期純利益（▲損失）		3,472	1.9	▲ 3,700	—	▲ 7,172	—	▲ 500	—	▲ 3,972	—		

(参考) 21/3期 セグメント別 通期計画数値

【修正計画の為替レート】

1 \$	1 £	1 元
106.00	136.00	15.40

(単位：百万円)

	20/3期 実績★		21/3期 当初計画 (2020年7月31日 開示)				21/3期 修正計画 (2020年10月30日 開示)			
			構成比	構成比	前期比		構成比	構成比	前期比	
					増減額	増減率			増減額	増減率
ワコール事業（国内）	106,112	56.8	92,000	58.2	▲ 14,112	▲ 13.3%	89,500	57.4	▲ 16,612	▲ 15.7%
ワコール事業（海外）	50,552	27.1	41,500	26.3	▲ 9,052	▲ 17.9%	42,000	26.9	▲ 8,552	▲ 16.9%
ピーチ・ジョン事業	10,480	5.6	10,140	6.4	▲ 340	▲ 3.2%	11,030	7.1	550	+5.2%
その他事業	19,616	10.5	14,360	9.1	▲ 5,256	▲ 26.8%	13,470	8.6	▲ 6,146	▲ 31.3%
売上高	186,760	100	158,000	100	▲ 28,760	▲ 15.4%	156,000	100	▲ 30,760	▲ 16.5%

	20/3期 実績★		21/3期 当初計画 (2020年7月31日 開示)				21/3期 修正計画 (2020年10月30日 開示)			
			売上比	売上比	前期比		売上比	売上比	前期比	
					増減額	増減率			増減額	増減率
ワコール事業（国内）	6,083	5.7	▲ 2,100	—	▲ 8,183	—	▲ 110	—	▲ 6,193	—
ワコール事業（海外）	1,493	3.0	▲ 1,800	—	▲ 3,293	—	▲ 870	—	▲ 2,363	—
ピーチ・ジョン事業	▲ 351	—	150	—	501	—	960	8.7	1,311	—
その他事業	▲ 593	—	▲ 1,250	—	▲ 657	—	▲ 980	—	▲ 387	—
営業利益（▲ 損失）	6,632	3.6	▲ 5,000	—	▲ 11,632	—	▲ 1,000	—	▲ 7,632	—

★セグメント変更に伴い、20/3期 実績の修正を行っていますが、数値は暫定値です。

(参考) 21/3期 主要子会社 通期計画数値

【修正計画の為替レート】	1 \$	1 £	1元
	106.00	136.00	15.40

(単位：百万円)

		売 上 高							営 業 利 益 (▲ 損 失)								
		20/3期 実績	2020年7月31日 開示				2020年10月30日 開示			20/3期 実績	2020年7月31日 開示				2020年10月30日 開示		
			21/3期 当初計画				21/3期 修正計画				21/3期 当初計画				21/3期 修正計画		
			前期比								前期比						
				増減額	増減率		増減額	増減率			増減額	増減率		増減額	増減率		
ワコール事業 (国内)	ワコール	99,224	86,500	▲ 12,724	▲ 12.8%	83,732	▲ 15,492	▲ 15.6%	3,140	▲ 3,300	▲ 6,440	—	▲ 1,630	▲ 4,770	—		
ワコール事業 (海外)	ワコール インターナショナル (米国)	19,194	17,856	▲ 1,338	▲ 7.0%	17,686	▲ 1,508	▲ 7.9%	401	▲ 972	▲ 1,373	—	▲ 954	▲ 1,355	—		
	ワコールヨーロッパ	12,988	9,391	▲ 3,597	▲ 27.7%	10,148	▲ 2,840	▲ 21.9%	1,007	▲ 261	▲ 1,268	—	218	▲ 789	▲ 78.4%		
	中国ワコール	11,081	9,522	▲ 1,559	▲ 14.1%	9,588	▲ 1,493	▲ 13.5%	923	444	▲ 479	▲ 51.9%	555	▲ 368	▲ 39.9%		
ピーチ・ジョン事業		10,480	10,140	▲ 340	▲ 3.2%	11,030	550	+5.2%	▲ 351	150	501	—	960	1,311	—		
その他	ルシアン	5,760	4,570	▲ 1,190	▲ 20.7%	4,880	▲ 880	▲ 15.3%	▲ 478	▲ 10	468	—	▲ 20	458	—		
	七彩	8,718	6,570	▲ 2,148	▲ 24.6%	5,700	▲ 3,018	▲ 34.6%	218	▲ 493	▲ 711	—	▲ 400	▲ 618	—		
	A i	3,597	2,240	▲ 1,357	▲ 37.7%	1,901	▲ 1,696	▲ 47.2%	▲ 269	▲ 490	▲ 221	—	▲ 586	▲ 317	—		

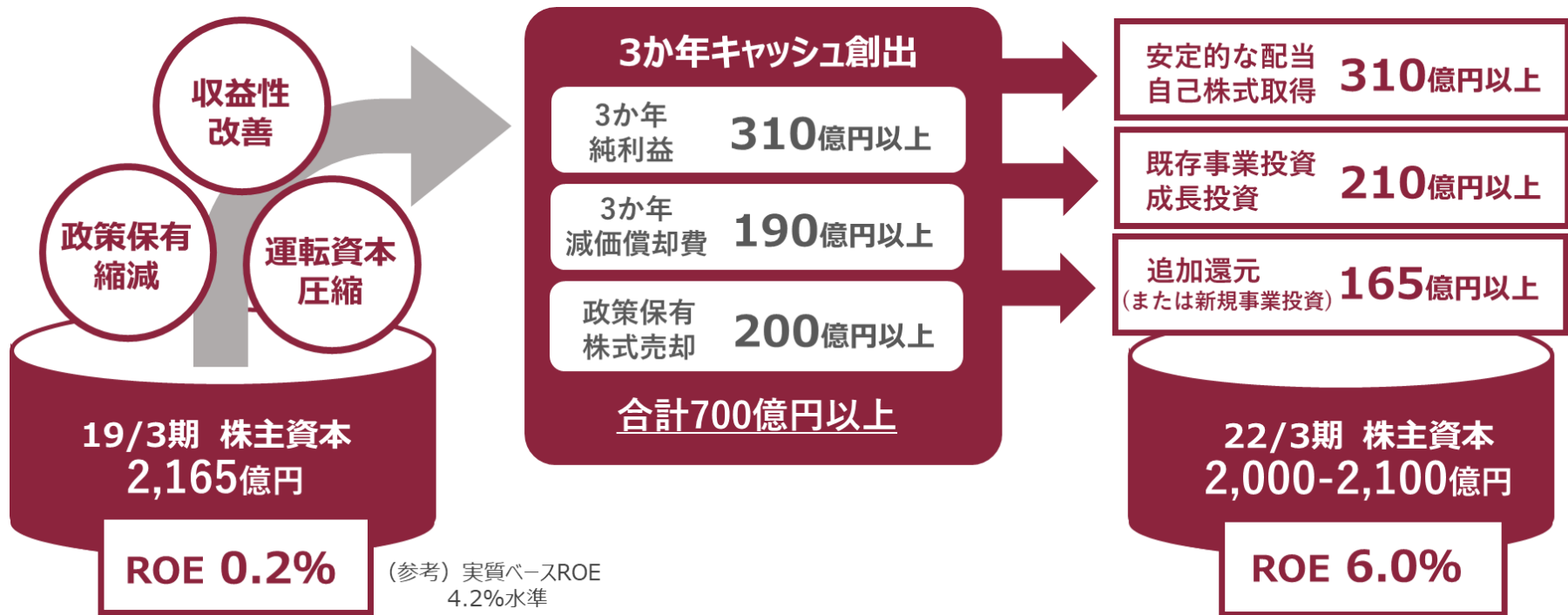
【海外主要子会社（現地通貨ベース）】 (単位 米国：千US\$ ヨーロッパ：千£ 中国：千元)

ワコール インターナショナル (米国)	176,508	165,336	▲ 11,172	▲ 6.3%	166,850	▲ 9,658	▲ 5.5%		3,694	▲ 9,000	▲ 12,694	—	▲ 9,000	▲ 12,694	—	
ワコールヨーロッパ	93,954	70,079	▲ 23,875	▲ 25.4%	74,619	▲ 19,335	▲ 20.6%		7,290	▲ 1,940	▲ 9,230	—	1,596	▲ 5,694	▲ 78.1%	
中国ワコール	702,223	622,367	▲ 79,856	▲ 11.4%	622,567	▲ 79,656	▲ 11.3%		58,468	29,000	▲ 29,468	▲ 50.4%	36,000	▲ 22,468	▲ 38.4%	

※感染症拡大に伴い、業績や資金需要に大きな変動が生じた場合は、基本方針の見直しも検討

将来成長への投資を優先すると同時に、株主還元の充実に努める

- 資本コストを上回るROE 6%の達成
- 総還元性向100%の維持
- 政策保有株式の縮減（目標：3割縮減）



配当予想は期初計画通り

中間配当：予想通り、1株当たり20円
期末配当：同様に1株当たり20円（予定）

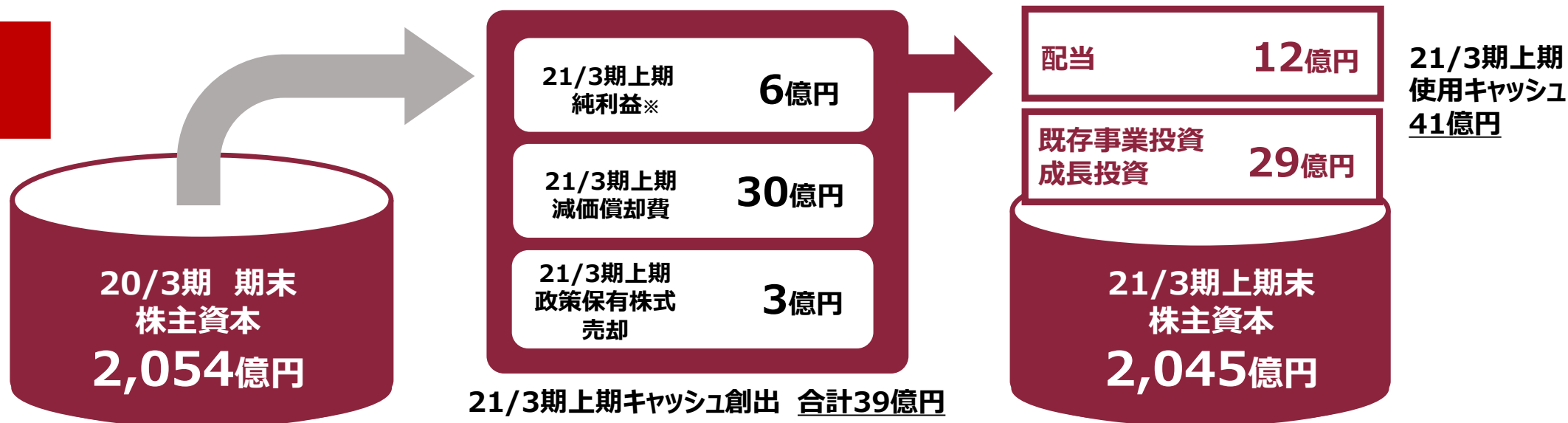
1. 引き続き、財務基盤の安定性を重視

- …感染症の再拡大を想定し、目先は「守り」重視で事業運営
- …グループ全体でより一層の「事業の選択と集中」に取り組む

2. 自己株式取得については、今後の状況を見極めた上で、再開を判断

- …政策保有株式の売却は再開

21/3期 上期 主要数値



21/3期上期キャッシュ創出 合計39億円

※有価証券・投資評価損益を考慮しない純利益を算出しています。

21/3期上期の政策保有株式の売却については、3銘柄のみ

単位：億円

		21/3期 上期 実績	中計期間 (20/3期~22/3期) 累計	中計期間 (20/3期~22/3期) 計画
創出 キャッシュ	純利益★	6	71	310 以上
	減価償却費	30	90	190 以上
	政策保有株式の売却額	3	156	200 以上
	合計	39	317	700 以上

★未実現の有価証券・投資評価損益を考慮しない純利益を算出しています。

使用 キャッシュ	成長投資、および設備投資額	29	191	685 以上 ・配当/自己株取得 310億円以上 ・既存事業投資/成長投資 210億円以上 ・追加還元または新規事業投資165億円
	配当金支払額	12	62	
	自己株式の取得額	0	77	
	(取得株式数)	0	(2,797千株)	
	合計	41	330	

■ 主要KPI

(株)ワコール 政策保有株式の 売却状況 ★★	売却金額	0	136	200
	目標に対する進捗度合い	0%	68%	
	完全売却銘柄数	3	15	

単位：億円

21/3期上期の主な投資内容・投資額	
内容	金額
ワコールIT関連投資ほか	12
ワコール・直営店改装ほか	2
ワコール・建物改修ほか	5
国内・子会社関連	2
海外・子会社関連	7
合計	29

現実を直視し、将来需要を見極めた上で、果敢に改革をおこなう

【基本方針】

お客さま・従業員・お取引先の「健康・安全」を最優先として対応

（※従来のフィッティングなどのサービスの維持と、健康・安全の配慮・バランスは特に重要課題と認識）

【短期的な方針】

経営悪化を踏まえたコスト削減の実行と、財務基盤の安定性確保

1. 事業領域全般にわたり、これまでの施策や支出計画の見直しの実行
2. 感染症の長期化に備えた、手元流動性の強化
3. 売上減少に伴う過剰在庫の回避に向けた生産調整

【中長期的な方針】

バリューチェーンの徹底的な点検と改革の実行 ～「高収益の経営体質」に向けた転機に～

1. 現状のコストストラクチャーの見直し（固定費削減に向けた取り組みの推進）
2. デジタル・トランスフォーメーションの取り組み加速
3. お客さまとのタッチポイントの見直し・再整備（変化する主要チャネルへの対応）
4. 「新しい生活様式」で顧客が待ち望む商品・サービスの開発、新たな接客や販売スタイルへの対応力強化

ワコールグループの現状と 課題に対する取り組み状況

安原 弘展

株式会社ワコールホールディングス
代表取締役 社長執行役員

➤ 商況は改善傾向にあるものの、世界的な感染者数の増加を受け、先行きの不透明感が増しており、売上動向には注視が必要

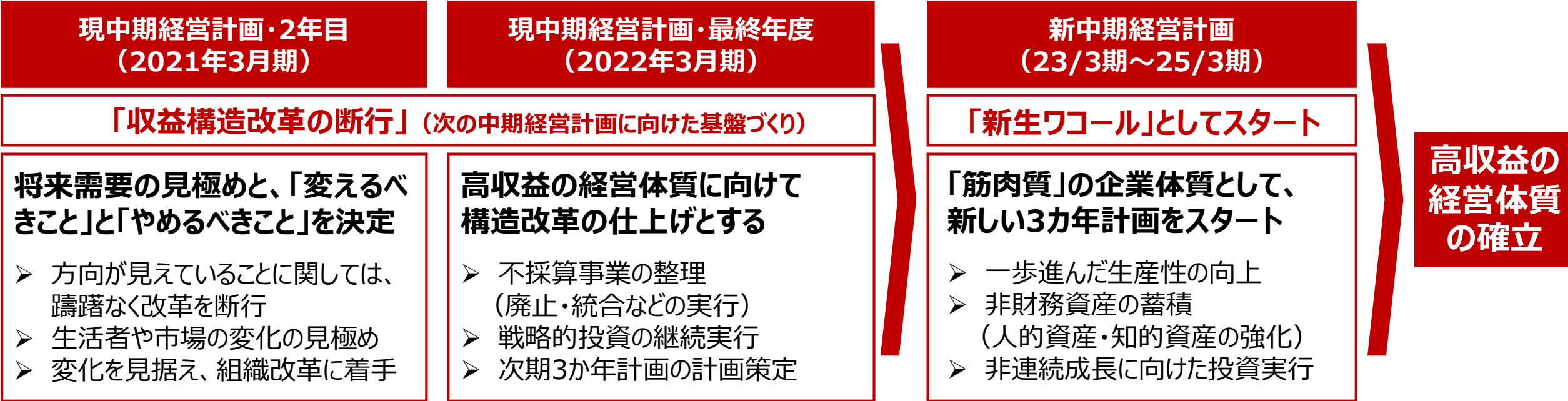
	売上高 増減率											
	1月度	2月度	3月度	4Q (中国W・香港Wは1Q)	4月度	5月度	6月度	1Q (中国W・香港Wは2Q)	7月度	8月度	9月度	2Q (中国W・香港Wは3Q)
米国ワコール	+9%	+3%	▲ 11%	+0%	▲ 68%	▲ 55%	▲ 27%	▲ 50%	▲ 9%	▲ 29%	▲ 5%	▲ 15%
ワコールヨーロッパ	▲ 10%	+9%	▲ 40%	▲ 15%	▲ 73%	▲ 55%	▲ 20%	▲ 50%	▲ 24%	▲ 17%	▲ 13%	▲ 19%
中国ワコール	▲ 3%	▲ 81%	▲ 48%	▲ 42%	▲ 37%	+11%	▲ 5%	▲ 10%	▲ 10%	+16%	▲ 7%	+0%
香港ワコール	▲ 4%	▲ 72%	▲ 48%	▲ 37%	▲ 47%	▲ 11%	▲ 22%	▲ 26%	▲ 33%	▲ 23%	▲ 3%	▲ 21%
シンガポール	+2%	▲ 42%	▲ 32%	▲ 18%	▲ 87%	売上ゼロ	▲ 56%	▲ 83%	+17%	+12%	▲ 19%	+1%
フィリピン	+5%	±0	▲ 63%	▲ 22%	売上ゼロ	▲ 93%	▲ 74%	▲ 86%	▲ 62%	▲ 67%	▲ 52%	▲ 61%
インド	+100%	+105%	+2%	+71%	売上ゼロ	売上ゼロ	▲ 39%	▲ 86%	▲ 95%	▲ 39%	+10%	▲ 45%

※米国ワコールの売上高には、IO社の売上は含まれていません

次の3カ年計画を見据え、現中計の期間内で「収益構造改革」を断行

- 21/3期…①将来需要の見極めと、「変えるべきこと」「やめるべきこと」の決定
②方向が見えていることについては、改革に着手
 - 22/3期…次の3カ年を見据えた構造改革の仕上げ（新中計の施策を策定）
- ⇒体質転換・構造改革を完了し、23/3期より持続的成長への回帰を目指す

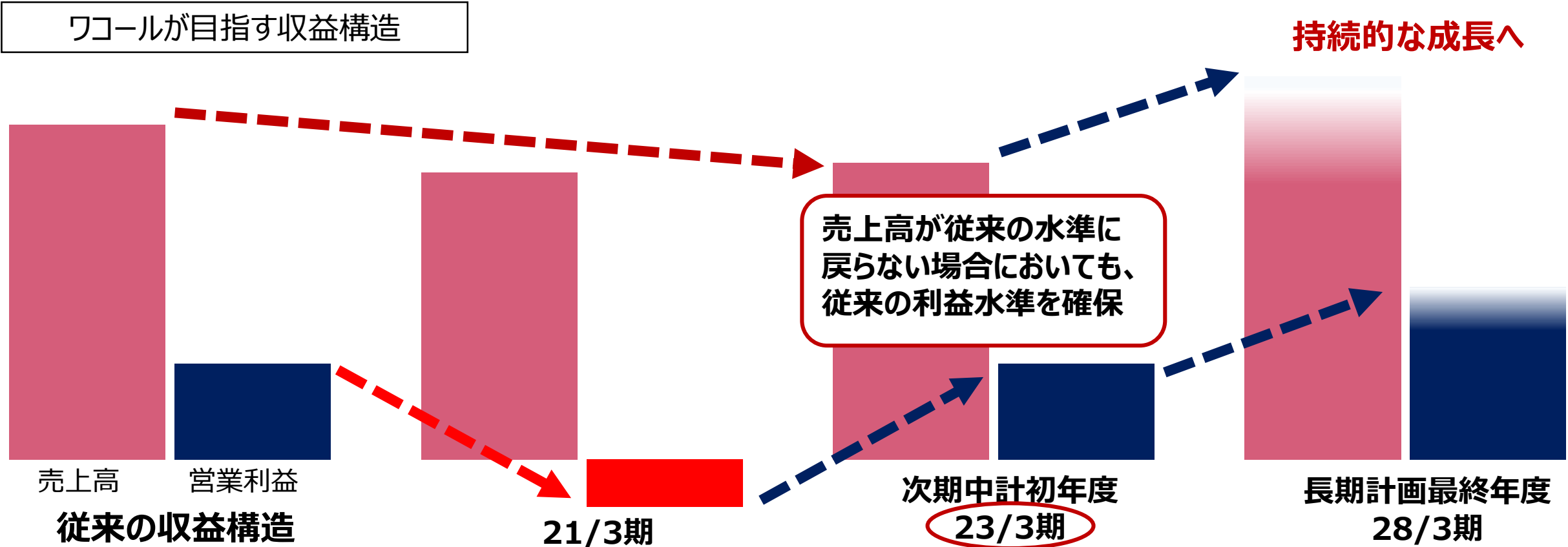
【今後のプロセス】



次期中計初年度（23/3期）より持続的成長へ回帰できる収益構造

➤ 持続的成長へ回帰できる収益構造とは…

⇒仮に新型コロナウイルス感染症の影響が長引き、トップラインの回復に時間を要する場合でも、従来通りの成長投資を行えるだけのキャッシュフローを創出できる収益構造



「収益構造改革」の具体的な取り組み

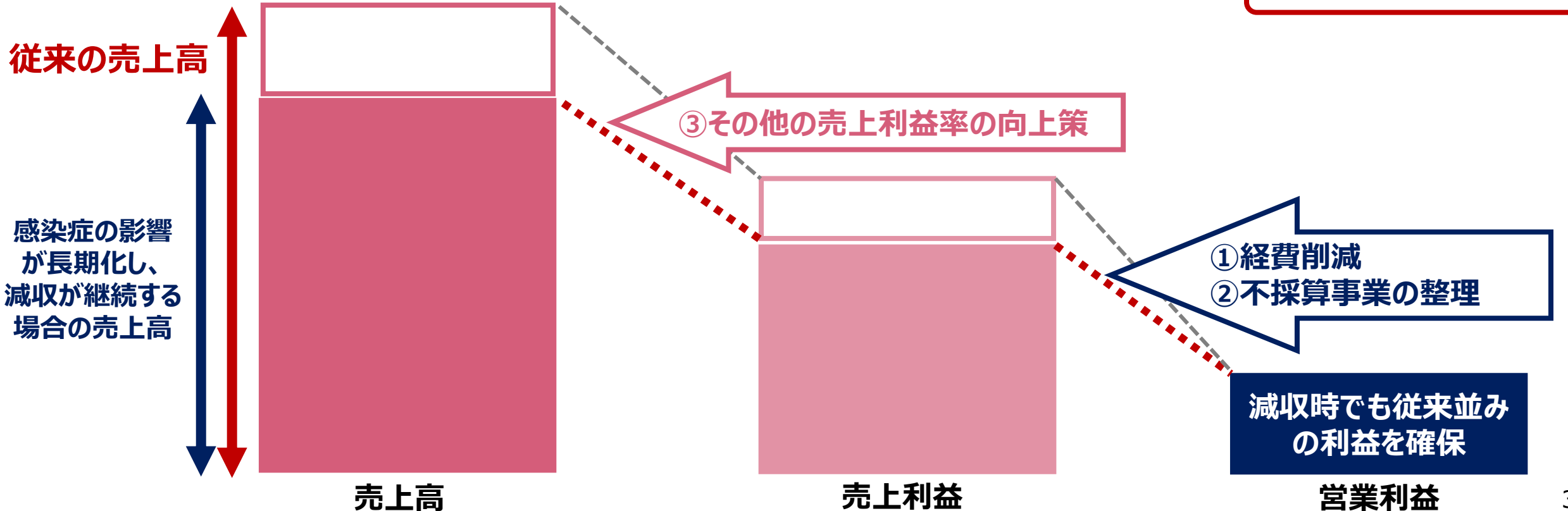
- ① 人件費をはじめとする経費の削減
- ② 不採算事業の整理・立て直し
- ③ その他の売上利益率の向上策

収益構造
改革効果の目標値
(23/3期まで)

約100億円

収益構造改革の効果

..... 構造改革の効果



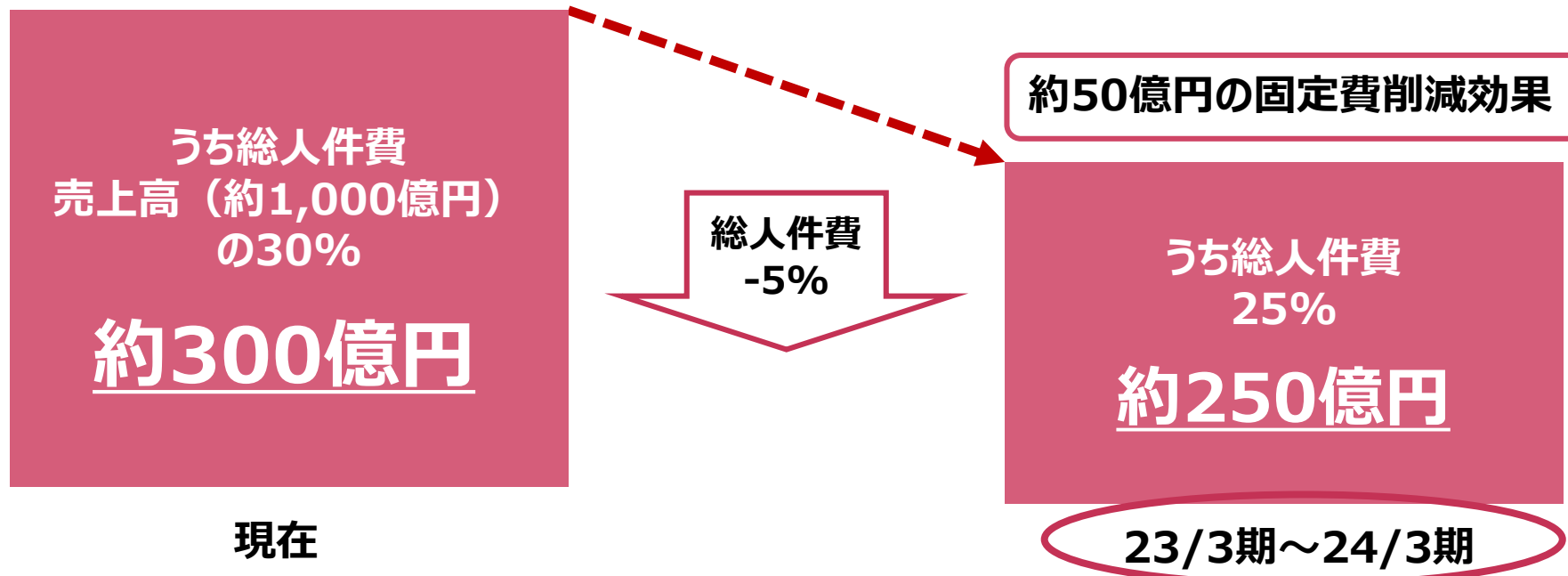
①人件費をはじめとする経費の削減

(株)ワコール：人員の適正配置などによる経費削減

⇒**総人件費率を25%（約50億円の人件費削減）**まで抑制

- 退職者の不補充を、人件費削減策の基本線に
- 想定外の退職者の減少や売上水準の更なる低下も想定し、代替手段を検討中
- 21/3期上期の自然退職者数を目安に、代替手段の発動時期と効果額を決定

(株)ワコールの総人件費率の目標値

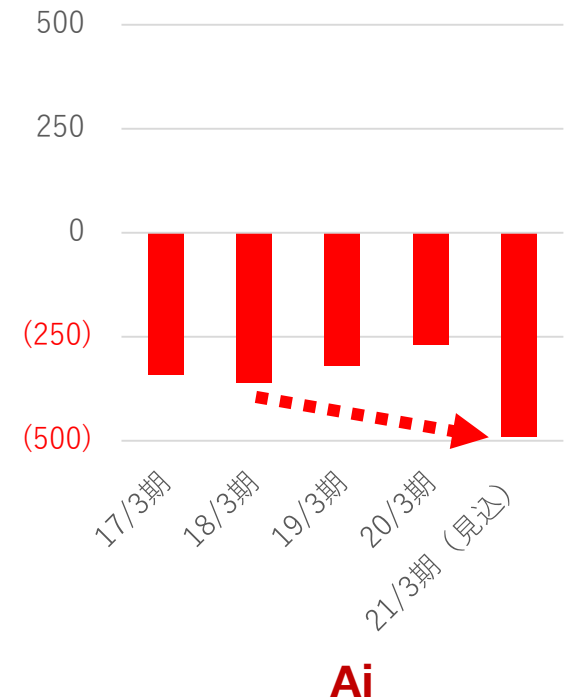
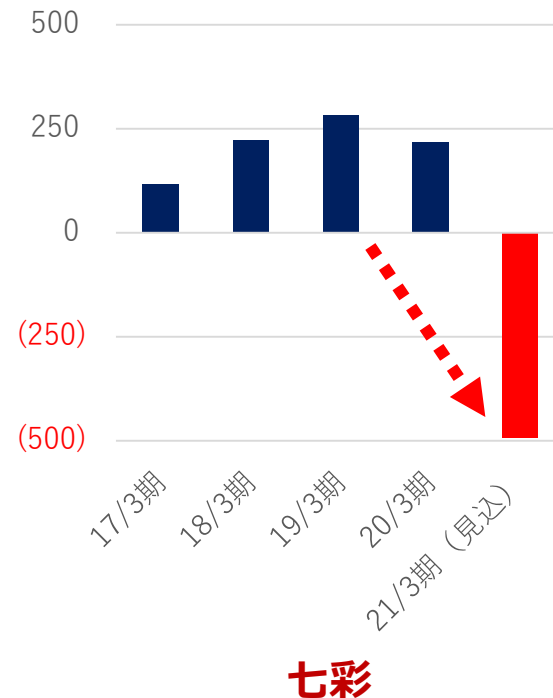
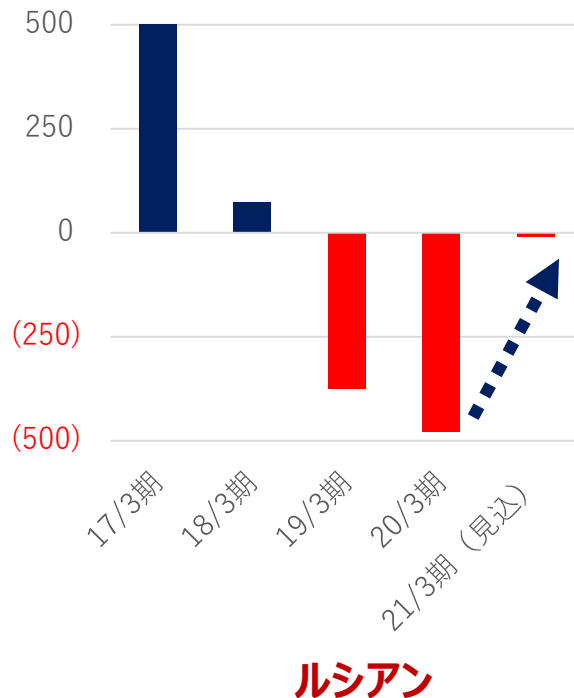
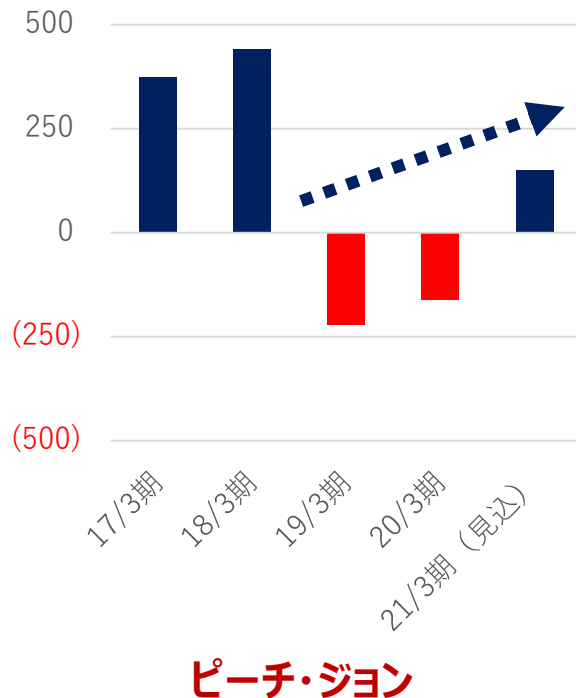


②不採算事業の整理・立て直し

次期中計に不採算事業を持ち越さない

- 既に構造改革が進行しているピーチ・ジョンやルシアンは採算が改善
- 21/3期：将来需要の見極め、グループ内の役割と最適な在り方の検討
- 22/3期：必要に応じて、撤退・切り離しや再編の実行

【参考】国内主要子会社の営業利益の推移（減損除く）



以下をはじめとする各種施策の実施

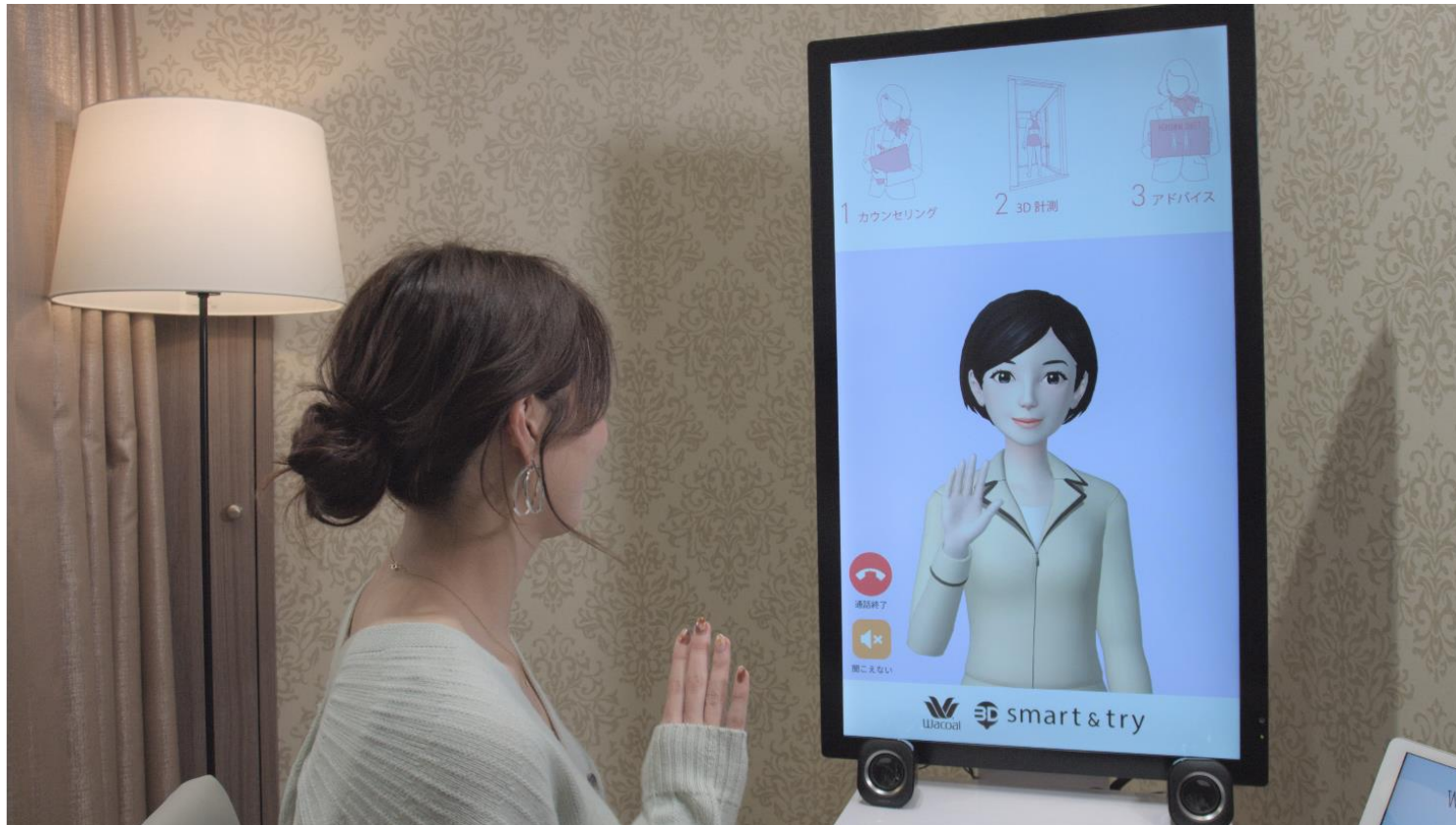
- 品番集約による生産性の向上および品番数減少に応じた評価損の減少
- オムニチャネル戦略の構築に伴う返品減少による売上利益率の改善
- 自社ECの売上構成比の拡大による売上利益率の改善



売上が減少した場合でも、売上利益率を維持・向上できる構造への変革

⇒売上利益率1%の向上＝売上利益20億円弱の改善効果

徹底的な顧客視点によるバリューチェーン改革の実行とともに、
価値創造プロセスを進化させることで、
豊かな社会の実現に資する商品やサービスを継続的に提供



“アバター”を活用した接客システム「Ava.COUNSELINGパルレ」は、お客様に、より便利に、よりストレスフリーに
インナーウェア選びを体験していただくことを目的に開発した非対面型のカウンセリングシステム
(10月29日(木)より「3D smart & try東急プラザ表参道原宿店」に導入)

參考資料

21/3期 上期 主要子会社の実績

【為替レート】	1 \$	1 £	1元
	106.92	135.38	15.38

(単位：百万円)

		売 上 高								営 業 利 益 (▲ 損 失)							
		20/3期 上期実績	21/3期 上期実績	21/3期 上期計画	前年同期比		計画比		20/3期 上期実績	21/3期 上期実績	21/3期 上期計画	前年同期比		計画比			
					増減額	増減率	増減額	増減率				増減額	増減率	増減額	増減率		
ワコール事業 (国内)	ワコール	55,366	38,450	37,400	▲ 16,916	▲ 30.6%	1,050	+2.8%	4,991	▲ 985	▲ 3000	▲ 5,976	—	2,015	—		
ワコール事業 (海外)	ワコール インターナショナル	10,228	8,511	8,388	▲ 1,717	▲ 16.8%	123	+1.5%	1,147	▲ 915	▲ 945	▲ 2,062	—	30	—		
	ワコールヨーロッパ	6,993	4,598	3,928	▲ 2,395	▲ 34.2%	670	+17.1%	668	139	▲ 384	▲ 529	▲ 79.2%	523	—		
	中国ワコール	6,084	4,286	4,272	▲ 1,798	▲ 29.6%	14	+0.3%	752	409	359	▲ 343	▲ 45.6%	50	+13.9%		
ピーチ・ジョン事業		5,466	5,810	5,300	344	+6.3%	510	+9.6%	96	1,046	350	950	+989.6%	696	+198.9%		
その他	ルシアン	2,985	2,424	2,130	▲ 561	▲ 18.8%	294	+13.8%	▲ 128	97	▲ 40	225	—	137	—		
	七彩	4,594	2,835	3,162	▲ 1,759	▲ 38.3%	▲ 327	▲ 10.3%	187	▲ 203	▲ 256	▲ 390	—	53	—		
	A i	2,598	1,017	1,156	▲ 1,581	▲ 60.9%	▲ 139	▲ 12.0%	19	▲ 303	▲ 291	▲ 322	—	▲ 12	—		

【海外主要子会社】（現地通貨ベース）（単位 米国：千US\$ ヨーロッパ：千£ 中国：千元）

ワコール インターナショナル	94,151	79,608	77,668	▲ 14,543	▲ 15.4%	1,940	+2.5%		10,550	▲ 8,560	▲ 8,751	▲ 19,110	—	191	—	
ワコールヨーロッパ	51,144	33,962	29,310	▲ 17,182	▲ 33.6%	4,652	+15.9%		4,873	1,018	▲ 2,862	▲ 3,855	▲ 79.1%	3,880	—	
中国ワコール	375,527	278,693	279,234	▲ 96,834	▲ 25.8%	▲ 541	▲ 0.2%		46,355	26,589	23,500	▲ 19,766	▲ 42.6%	3,089	+13.1%	

21/3期 上期 ワコールの概況① <主要事業部の売上高・営業利益>

自社ECは高成長を維持。百貨店を中心とする実店舗の苦戦から、卸売事業は低迷（前年同期比▲33%）

- 売上高
- 385億円 計画差+11億円（+3%） 前年同期差▲169億円(▲31%)
- 営業損失

▲10億円 計画差+20億円 前年同期差▲60億円（※決算調整前のため、雇用調整助成金の受取額は営業外収益で計上）
- 減収額▲169億円のうち、▲147億円は臨時休業とその後の都心部への来店数減少を受けた卸売事業の減収

➢ 自社ECビジネスは、前年同期比+65.9%と好調を維持

➢ 減収に伴い売上利益額は▲95億円減少、経費削減（▲35億円）に取り組んだものの、大幅減益

➢ 売上計画、売上利益計画は上回って着地。また追加の経費削減効果もあり、計画の赤字幅からは改善

（単位：百万円）

	20/3期 上期実績	21/3期 上期実績	21/3期 上期計画	前年同期比		計画比	
				増減額	増減率	増減額	増減率
卸売事業本部	45,183	30,483	30,500	▲ 14,700	▲ 32.5%	▲ 17	▲ 0.1%
小売事業本部+WEB事業部	13,057	12,475	12,217	▲ 582	▲ 4.5%	258	+2.1%
その他売上・内部消去・調整など	▲ 2,874	▲ 4,508	▲ 5,317	▲ 1,634	—	809	—
売上高合計（外部売上のみ）	55,366	38,450	37,400	▲ 16,916	▲ 30.6%	1,050	+2.8%
売上高合計（内部売上含む）	56,204	39,130	38,800	▲ 17,074	▲ 30.4%	330	+0.9%
卸売事業本部	10,580	3,292	2,200	▲ 7,288	▲ 68.9%	1,092	+49.6%
小売事業本部+WEB事業部	1,389	988	602	▲ 401	▲ 28.9%	386	+64.1%
間接部門 販管費	▲ 6,978	▲ 5,265	▲ 5,802	1,713	—	537	—
ワコール 営業利益（▲損失）合計	4,991	▲ 985	▲ 3,000	▲ 5,976	—	2,015	—

21/3期 上期 ワコールの概況② <卸売事業の状況>

- 店舗営業再開により、売上高は21/3期1Qからは回復基調も、緩やかな改善に留まる
- 都心部の百貨店への来店客数が伸びず、「ワコール」ブランドはインナー、パジャマなど全体で苦戦

卸売事業本部事業別 売上高状況（四半期単位の増減率・通期の業績） (単位：百万円)

		1Q	2Q	上期	21/3期 上期実績	前年同期比	計画比	
						増減額	増減額	増減率
インナーウェア事業	ワコール	▲ 57%	▲ 20%	▲ 37%	14,163	▲ 8,477	▲ 173	▲ 1.2%
	ウイング	▲ 44%	▲ 16%	▲ 27%	8,425	▲ 3,072	231	+2.8%
パーソナルウェア事業	ワコール	▲ 33%	▲ 30%	▲ 32%	1,847	▲ 850	▲ 209	▲ 10.2%
	ウイング	▲ 6%	+2%	▲ 1%	296	▲ 3	20	+7.4%
ファミリーウェア事業	ワコール	▲ 48%	▲ 25%	▲ 36%	1,063	▲ 597	▲ 104	▲ 8.9%
グッドエイジ事業	ワコール	▲ 41%	▲ 14%	▲ 28%	574	▲ 228	15	+2.7%
レッグ・カルソン事業	ワコール	▲ 62%	▲ 61%	▲ 62%	178	▲ 290	▲ 53	▲ 22.7%
メンズインナー事業	ワコール	▲ 33%	▲ 22%	▲ 26%	854	▲ 305	▲ 85	▲ 9.1%
上記3事業合計		—	—	—	1,606	▲ 824	▲ 123	▲ 7.1%
ウエルネス事業	CW-X、ワコール	▲ 63%	▲ 45%	▲ 53%	1,192	▲ 1,332	▲ 32	▲ 2.6%
その他（消化調整、自社EC売上）		—	—	—	1,891	455	373	+24.5%
卸売事業本部 計		▲ 48%	▲ 19%	▲ 33%	30,483	▲ 14,700	▲ 17	▲ 0.1%

- 快適系ブラジャーや、睡眠時専用ブラジャーなど、巣ごもり消費の恩恵を受けた自社ECが好調
- 前年9月度の消費税増税の駆け込み需要の反動も、2Qの押し下げ要因

販売チャネル別の店頭ベースの売上高・四半期単位の増減率

		1Q	2Q	上期
卸売	百貨店	▲ 56%	▲ 27%	▲ 42%
	量販店（ワコールブランド）	▲ 36%	▲ 21%	▲ 28%
	量販店（ウイングブランド）	▲ 32%	▲ 21%	▲ 26%
	専門店（実店舗）	▲ 45%	▲ 4%	▲ 25%
	スポーツ量販店	▲ 56%	▲ 38%	▲ 47%
	他社EC	+13%	+3%	+8%
小売	直営店	▲ 44%	▲ 4%	▲ 23%
	自社EC	+91%	+44%	+66%
	自社カタログ	▲ 3%	▲ 26%	▲ 13%

IO社、米国ワコールともに、ECチャネルは高い成長を維持。一方で、実店舗（百貨店）は感染症影響が残る

売上高

85億円 計画差+1億円（+2%） 前年同期差▲17億円(▲17%) （※現地通貨ベースの前年同期比▲15%）

➢ 米国ワコール：実店舗チャネル▲62% ECチャネル+27%（内訳：百貨店EC▲1% 専業EC+17% 自社EC+62%）

➢ IO社：18.8百万ドル（参考値：前年同期3.2百万ドル（※前年同期4月～7月は連結対象外））

営業損失

▲9億円 計画差+0.3億円 前年同期差▲21億円 （※現地通貨ベースの前年同期差▲19百万ドル）

➢ 米国ワコール：現地通貨ベース▲0.6百万ドル、IO社：現地通貨ベース▲8.6百万ドル（参考：前年同期▲1.8百万ドル）

➢ IO社は「LIVELY」ブランドの早期成長に向けて、戦略的な成長投資を実施

◆米国ワコールのチャネル・地域別の売上高・四半期単位の増減率

			1Q	2Q	上期	構成比★
チャネル	店舗	百貨店	▲ 83%	▲ 42%	▲ 62%	37%
		アウトレット・直営店	▲ 98%	▲ 33%	▲ 67%	
		店舗計	▲ 83%	▲ 41%	▲ 62%	
	EC	百貨店EC	▲ 32%	+31%	▲ 1%	63%
		専業EC	+6%	+33%	+17%	
		自社EC	+62%	+63%	+62%	
		EC計	+13%	+43%	+27%	
地域		米国	▲ 47%	▲ 12%	▲ 29%	96%
		カナダ	▲ 85%	▲ 51%	▲ 66%	2%
		他地域	▲ 91%	▲ 40%	▲ 64%	2%

現地通貨ベースにおける増減率 ★チャネル構成比は、21/3期 上期の値であり、輸出売上を除いて算出しています。

主要子会社の上期業績（単位：千ドル）

	米国ワコール	IO社
売上高	63,179	17,835
（前期比）	▲ 32%	—
営業損益	▲ 29	▲ 8,564
（前期比）	—	—

ブランド別の売上状況

ブランド名	21/3期 1Q	21/3期 2Q	21/3期 上期	構成比
WACOAL	▲ 51%	▲ 18%	▲ 35%	71%
B.tempt'd	▲ 50%	+9%	▲ 16%	7%
CW-X	+41%	+5%	+25%	1%
LIVELY	—	—	—	22%

感染症再拡大の懸念は色濃く残るものの、1Qの急激な落ち込みからは回復

売上高 **46億円** 計画差+7億円 (+17%) 前年同期差▲24億円(▲34%) (※現地通貨ベースの前年同期比▲34%)

- 英国▲45%減少、北米▲28%減少 欧州▲28%減少（百貨店、専門店の実店舗が苦戦）
- 前期にスタートした自社ECチャネルは計画を超えて進捗（上期における売上構成比は6%まで上昇）

営業利益 **1億円** 計画差+5億円 前年同期差▲5億円 (※現地通貨ベースの前年同期差▲4百万ポンド)

- 諸経費の削減に加え、政府の支援策の活用により黒字を確保

◆チャネル・ブランド別の売上高・四半期単位の増減率 <現地通貨ベース>

			1Q	2Q	上期	構成比★
チャネル	店舗	百貨店	▲ 83%	▲ 30%	▲ 55%	15%
		専門店	▲ 52%	▲ 26%	▲ 39%	48%
		直営店	+3%	+22%	+13%	11%
	EC	他社EC	▲ 32%	+1%	▲ 16%	26%
ブランド★★		Fantasia	▲ 63%	▲ 28%	▲ 45%	28%
		Freya	▲ 49%	▲ 9%	▲ 30%	26%
		Goddess	▲ 29%	▲ 8%	▲ 18%	7%
		Elomi	▲ 42%	▲ 11%	▲ 26%	26%
		Wacoal	▲ 44%	▲ 27%	▲ 34%	12%
		B.Tempted	▲ 63%	▲ 21%	▲ 40%	1%

地域別の売上状況

エリア	21/3期 1Q	21/3期 2Q	21/3期 上期	構成比
英国	▲ 65%	▲ 25%	▲ 45%	30%
ヨーロッパ	▲ 41%	▲ 16%	▲ 28%	27%
北米	▲ 44%	▲ 12%	▲ 28%	33%
その他	▲ 38%	▲ 23%	▲ 30%	10%

★各構成比は21/3期 上期の値です ★★ブランドの増減率・構成比は、インナーウェア・スвимウェアを合計して集計しています。

感染症拡大の影響から先行して回復。2Qの実店舗売上も他地域に比較すると健闘

売上高

43億円 計画差±0 前年同期差▲18億円(▲30%) （※現地通貨ベースの前年同期比▲26%）

- ECモール事業者との連携強化により、EC売上は堅調に推移
- ミレニアル世代をターゲットに、昨年度から販売を開始した日本ブランド「AMPHI」販売は好調を維持

営業利益

4億円 計画差+0.5億円（+14%） 前年同期比▲3億円（▲46%）（※現地通貨ベースの前年同期比▲43%）

- 経費削減に加え、政府支援策の活用などにより黒字を維持

◆チャネル・ブランド別の売上高・四半期単位の増減率＜現地通貨ベース＞

		1Q	2Q	上期	構成比★
チャネル	百貨店	▲ 52%	▲ 14%	▲ 34%	68%
	他社EC	+1%	+6%	+4%	32%
ブランド	ワコール	▲ 41%	▲ 9%	▲ 25%	84%
	サルート	▲ 50%	+0%	▲ 28%	9%
	ラロッサベル	+0%	+0%	+0%	0%
	アンフィ	+278%	+183%	+227%	1%
	ピーチ・ジョン	▲ 47%	▲ 22%	▲ 34%	6%

★チャネル構成比は、21/3期 上期の値であり、代理商売上を除いて算出しています。

感染症の世界規模の拡大影響は、中国以外のアジア圏の事業会社の経営にも直撃

売上高

23億円 計画差±0 前年同期差▲16億円(▲42%)

- 香港：感染症の拡大影響に加え、政治情勢の不安定さも重なり、苦戦
- シンガポール、フィリピン：EC事業の展開がないため、前年同期を大きく下回る
- タイの材料会社（Aテック・Gテック）は、得意先の仕入枠抑制による受注減少を受けて、低迷

営業利益

1億円 計画差+3億円 前年同期差▲4億円

- 各社とも経費削減に取り組んだものの、減収の影響を吸収しきれず営業損失

◆その他アジア（販売会社）の売上高・四半期単位の増減率＜現地通貨ベース＞

★香港ワコールは12月決算です

	20/3期				21/3期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	上期
香港ワコール★	▲ 24%	+23%	▲ 49%	▲ 16%	▲ 37%	▲ 26%	▲ 31%
シンガポール	+2%	▲ 13%	+8%	▲ 18%	▲ 83%	+1%	▲ 41%
フィリピン	+15%	▲ 24%	+37%	▲ 29%	▲ 88%	▲ 59%	▲ 75%
インド	+57%	+113%	+75%	+71%	▲ 86%	▲ 45%	▲ 62%

21/3期 上期 国内子会社4社の概況（ピーチ・ジョン&Ai（アイ））

ピーチ・ジョン：国内の自社EC・既存店ともに主力商品の販売が好調に推移し、増収増益

売上高

58億円

計画差+5億円（+10%）
前年同期差+3億円（+6%）

営業利益

10億円

計画差+7億円（+199%）
前年同期差+10億円（+990%）

■ 国内の直営店・ECの売上高 四半期単位の増減率

		1Q	2Q	上期	構成比★
国内	通販事業	+68%	+34%	+50%	61%
	店舗事業	▲ 54%	▲ 4%	▲ 27%	39%

★構成比は、21/3期 上期の値であり、他社EC・輸出への売上を除いて算出しています。

■ 海外の直営店・ECの売上高 四半期単位の増減率

		1Q	2Q	上期
海外★★	香港	▲ 53%	▲ 11%	▲ 22%
	台湾（店舗+EC）	▲ 12%	+1%	▲ 6%
	上海・北京他（直営店）	▲ 62%	▲ 46%	▲ 53%
	上海・北京他（他社EC）	▲ 44%	▲ 12%	▲ 28%
	上海・北京他 合計	▲ 50%	▲ 24%	▲ 37%

★★現地通貨ベースでの増減率です。各地域における直営店・ECの売上の増減率であり、連結子会社のPJ香港、PJ上海の売上増減率とは異なります（上海・北京他は、1月～6月の数値）

Ai（アイ）：感染症拡大による夏場の旅行減少でリゾートウェア需要が大幅に減少

売上高

10億円

計画差▲1億円（▲12%）
前年同期差▲16億円（▲61%）

営業損失

▲3億円

計画差▲0.1億円
前年同期差▲3億円

◆Ai（アイ） 売上高 四半期単位の増減率

	1Q	2Q	上期	構成比★
リゾートウェア事業（旧水着事業）	▲ 80%	▲ 70%	▲ 73%	54%
下着事業	▲ 37%	+0%	▲ 17%	46%

★構成比は、21/3期 上期の値です

ルシアン：得意先の在庫抑制等により売上低迷も、前期に実施した事業撤退が効果し、黒字化

売上高

24億円

計画差+3億円 (+14%)
前年同期差▲6億円 (▲19%)

営業利益

1億円

計画差+1億円
前年同期差+2億円

◆ルシアン 売上高 四半期単位の増減率

	1Q	2Q	上期	構成比★
インナー	▲ 25%	▲ 5%	▲ 15%	79%
刺しゅう	+2%	+14%	+8%	10%
レース	▲ 54%	▲ 56%	▲ 55%	11%

★構成比は、21/3期 上期の値です

七彩：感染症拡大に伴う得意先の新規出店の見直しや延期により、工事受注が大幅に減少

売上高

28億円

計画差▲3億円 (▲10%)
前年同期差▲18億円 (▲38%)

営業損失

▲2億円

計画差▲0.5億円
前年同期差▲4億円

◆七彩 売上高 四半期単位の増減率

	1Q	2Q	上期	構成比★
レンタル事業	▲ 43%	▲ 26%	▲ 35%	22%
物販事業	▲ 39%	▲ 10%	▲ 24%	20%
工事業	▲ 41%	▲ 50%	▲ 47%	58%

★構成比は、21/3期 上期の値です

21/3期 上期 EC比率

(単位：％)

		1 Q			2Q			上期		
		前年同期			前年同期			前年同期		
		比率	前期差		比率	前期差		比率	前期差	
ワコール（日本）	自社ECチャネルのみ	16.4	4.6	+11.8	7.7	4.4	+3.3	10.8	4.5	+6.3
ピーチ・ジョン（日本）★	自社ECチャネルのみ	63.7	39.1	+24.6	45.9	39.2	+6.7	53.8	39.2	+14.6
米国ワコール	自社・他社ECチャネルの合計	78.4	34.4	+44.0	52.1	30.5	+21.6	61.9	32.4	+29.5
ワコールヨーロッパ	他社ECチャネルのみ	30.6	22.5	+8.1	24.0	19.2	+4.8	26.4	20.8	+5.6
中国ワコール	他社ECチャネルのみ	32.6	18.7	+13.9	30.5	26.0	+4.5	31.4	22.3	+9.1

★ピーチ・ジョン（国内）の数値は他社ECへの卸売も含んだ数値であり、P50の数値とは異なります。

この資料に掲載されている情報のうち、将来の業績に関する見通しについては、本資料の作成時点において入手可能な情報に基づいて作成したものであり、その実現・達成を保証又は約束するものではありません。また今後、予告なしに変更されることがあります。これらの情報の掲載にあたっては細心の注意を払っておりますが、掲載された情報の誤りに関しまして、当社は一切責任を負うものではありませんのでご了承ください。