

## 月次データ（2017年3月期）

### ■ワコール（国内）の主な売上

（前年比,%）

チャンネル別店頭売上		4月	5月	6月	1Q	7月	8月	9月	上期	10月	11月	12月	3Q累計	1月	2月	3月	通期	
卸事業	百貨店	97	97	103	99	104	96	102	100	99	100	94	99	95	95	97	98	
	量販店	ワコールブランド	104	100	104	103	108	98	101	103	93	96	98	100	94	91	100	100
		ウイングブランド	109	102	106	105	103	101	103	104	98	108	96	103	102	93	103	102
	下着専門店	104	100	111	105	106	105	107	106	100	105	96	104	103	100	101	104	
	スポーツチェーン・専門店 ※1	101	103	98	101	108	96	89	99	95	86	92	96	92	91	94	95	
直営店事業	アンフィ・他 ※2	103	108	109	107	114	107	100	107	108	100	103	106	101	84	109	104	
通信販売事業	カタログ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	85	109	107	94	
	ワコールウェブストア（自社EC）	102	98	104	101	106	131	114	109	102	123	106	109	115	122	95	109	
	他社EC ※3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	113	113	112	113	

<b>(株)ワコール 売上計</b>	<b>102</b>	<b>90</b>	<b>100</b>	<b>97</b>	<b>100</b>	<b>103</b>	<b>96</b>	<b>98</b>	<b>100</b>	<b>106</b>	<b>93</b>	<b>99</b>	<b>93</b>	<b>105</b>	<b>92</b>	<b>98</b>
--------------------	------------	-----------	------------	-----------	------------	------------	-----------	-----------	------------	------------	-----------	-----------	-----------	------------	-----------	-----------

※1 スポーツチェーン・専門店：スポーツ関連衣料、水着、パンプスなど

※2 アンフィ・他：アンフィ、ワコール ファクトリー ストア（アウトレット）、ワコール・ザ・ストア、ブララ バイ ワコールなど

※3 他社EC：下着専門店のEC部門、EC専業企業

※（株）ワコール売上計：「卸事業」の卸売高＋「直営店事業」の店頭売上高＋「通信販売事業」の売上高前年同月比

※「カタログ」と「他社EC」前年比は、集計方法の変更に伴い2017年1月からの開示となります

### ■ワコール（海外）主要法人の売上

（現地通貨ベース・前年比,%）

	4月	5月	6月	1Q	7月	8月	9月	上期	10月	11月	12月	3Q累計	1月	2月	3月	通期
ワコールインターナショナル（アメリカ）	73	117	101	95	118	125	91	103	113	101	75	102	144	87	76	101
ワコールヨーロッパ	97	98	101	99	101	119	109	102	106	129	102	106	109	99	97	105
	4月	5月	6月	上期	7月	8月	9月	3Q累計	10月	11月	12月	通期	1月	2月	3月	1Q
中国ワコール	104	99	112	99	104	96	100	99	100	113	107	101	130	84	111	108

### ■ピーチ・ジョンの売上

（前年比,%）

	4月	5月	6月	1Q	7月	8月	9月	上期	10月	11月	12月	3Q累計	1月	2月	3月	通期
通販	64	77	98	81	91	91	91	86	93	100	82	88	82	98	96	88
店舗	99	104	110	105	116	109	112	109	118	111	104	109	100	99	111	108
他社EC・他	152	114	160	138	148	145	97	134	146	179	92	134	85	89	97	120
<b>計</b>	<b>84</b>	<b>90</b>	<b>107</b>	<b>94</b>	<b>106</b>	<b>102</b>	<b>100</b>	<b>98</b>	<b>109</b>	<b>110</b>	<b>93</b>	<b>100</b>	<b>90</b>	<b>97</b>	<b>103</b>	<b>99</b>

## ■ 売上概況 (2017年1月-3月)

### 2017年3月度

#### [国内]

##### ワコールブランド

- ・ブラジャーは、キャンペーン商品「GOCOCi」が好調、「ナイトアップ」「小さく見せる」が堅調に推移。
- ・ボトムは、キャンペーン商品「肌リフト」をリニューアルしたが、計画・前年共に未達。
- ・肌着は、秋冬物が好調に推移したことにより、前年を上回った。

##### ウイングブランド

- ・主力のブラジャーが全体を牽引し、合計で前年比103%。
- ・キャンペーン商材「きれいのブラ 後ろ姿タイプ」の好調に加え、3月下旬にエリア限定で「きちんと楽ブラ」のTVCFを放映し、拡販を図った。

##### 小売事業

<AMPHI> (既存店 88%、新店込 87%)

- ・キャンペーン商品の「BRAGENIC」は、3月単月で前比120%と好調に推移したが、他が押しなべて苦戦。□
- 一方、新規顧客入会キャンペーンは引き続き好調に推移。

出店： エスパル仙台（アンフィ）

退店： ららぽーと富士見（アンフィ）

<ファクトリーストア> (既存店 102%、新店込 104%)

- ・上旬～中旬にかけてのspringセールではブラジャーを中心に106%と好調に推移。下旬の連休明けの悪天候の影響、およびインバウンド商戦が苦戦したことにより、3月全体は104%で着地。

#### [ワコール（海外）主要法人] ※前年比は現地通貨ベース

※3月単月、[ ]内は2016年4月-2017年3月通期累計

##### ワコールインターナショナル（アメリカ）

- ・チャンネル別：百貨店 75%[97%]、百貨店EC 109%[108%]、自社EC 114%[130%]

##### ワコールヨーロッパ

- ・チャンネル別：百貨店 77%[99%]、専門店 100%[105%]、直営店 118%[101%]、他社ECサイト 102%[114%]
- ・地域別：UK 83%[98%]、ヨーロッパ 90%[103%]、北米 111%[108%]

※3月単月、[ ]内は2017年1月-3月1Q累計

##### 中国ワコール

- ・チャンネル別：百貨店 106%[106%]、他社EC 109%[110%]
- ・ブランド別：ワコール 112%[107%]、サルート 86%[96%]、ラ・ロッセベル 106%[106%]

#### [ピーチ・ジョン]

- ・通販：顧客回復傾向。インナープロパーは堅調に推移、但しアウターは前年を割る。
- ・店舗：売上好調。PJなんば店リニューアル、YUMMY MART原宿店、PJ柏店新規オープン。
- ・他社EC・他：ファッション系ECサイトを中心に好調。

#### [参考]

- ・PJ香港：85% YATA店の改装による閉店影響が大きく、前年割れ。
- ・上海PJ：145% 既存店は堅調。北京に新店オープン。ECはサービスエリア拡大により顧客増加。

## 2017年2月度

### [国内]

#### ワコールブランド

- ・ブラジャーは、キャンペーン商品「GOCOCi」や、フェアを開催したパルファージュ・インカラットが売上を牽引。「ナイトアップ」「小さく見せる」が堅調に推移。
- ・ボトムは、キャンペーン商品「肌リフト」、「マイナス5歳」が苦戦。
- ・前年好調だった申赤企画の反動により肌着とショーツ共に苦戦。
- ・肌着は、「思いの丈」「ふわ暖」が前年・計画共未達。

#### ウイングブランド

- ・ブラジャーは主力の「きれいのブラ 後ろ姿タイプ」「Miss スレング」「きちんと楽ブラ」がいずれも堅調だが、前年同期からのディーラー販促時期のずれ分を取り切れず、前年割れ。
- ・ボトムは1月から追加カラーを展開するも、依然として苦戦が続く。

#### 小売事業

<AMPHI> (既存店 92%、新店込 89%)

- ・2/15から発売したキャンペーン商品「BRAGENIC」が好調で、同商品だけで52百万の売上実績を上げた。
- しかし、キャンペーン以外の商品は苦戦し、全体としては前年比89%という結果に終わった。

出店： 池袋パルコ(アンフィ)

退店： イオンモール四條畷(ワコール・ザ・ストア)

<ファクトリーストア> (既存店 91%、新店込 93%)

- ・プレミアムフライデー効果もあり上旬および下旬は好調に推移したが、大雪の影響と春節休みの昨年とのずれで中旬は大きく落とした。インバウンド売上も77%と苦戦。

### [ワコール(海外) 主要法人] ※前年比は現地通貨ベース

※2月単月、[ ]内は2016年4月-2017年2月累計

#### ワコールインターナショナル(アメリカ)

- ・チャンネル別：百貨店 85%[99%]、百貨店EC 90%[108%]、自社EC 149%[132%]

#### ワコールヨーロッパ

- ・チャンネル別：百貨店 93%[101%]、専門店 100%[106%]、直営店 108%[100%]、他社ECサイト 104%[115%]
- ・地域別：UK 93%[100%]、ヨーロッパ 95%[106%]、北米 102%[108%]

※2月単月、[ ]内は2017年1月-2月累計

#### 中国ワコール

- ・チャンネル別：百貨店 74%[106%]、他社EC 157%[110%]
- ・ブランド別：ワコール 80%[104%]、サルート 73%[102%]、ラ・ロッセベル 120%[106%]

### [ピーチ・ジョン]

- ・通販：春シーズンスタート。カタログ2月27日発刊。売上は前年(ほぼ横ばい)。
- ・店舗：都内既存店を中心に順調。2月24日新宿三丁目店リニューアルオープン。売上前年横ばい。
- ・他社EC・他：コンビニエンスストアへの納品が3月にずれ込み、前年割れ。

[参考]

- ・PJ香港：101% YATA店閉店セールにより顧客集中。他店の売上減要因。
- ・上海PJ：136% 既存店は堅調。ECはサービスエリア拡大により顧客増加。

## 2017年1月度

### [国内]

#### ワコールブランド

- ・ブラジャーは、キャンペーン商品「GOCOCi」好調、「ナイトアップ」「小さく見せる」が堅調に推移。
- ・ボトムは、キャンペーン商品「肌リフト」が苦戦。

- ・前年好調だった申赤企画の裏返しにより肌着とショーツ共に苦戦。
- ・肌着は、「思いの丈」「ふわ暖」が前年・計画共未達。

### ウイングブランド

- ・ブラジャーは「きれいのブラ 後ろ姿タイプ」、レシアー・ジュが好調。「きちんと楽ブラ」、「Missスレンダ」は計画未達も対前年増。
- ・ボトムは前期新発売の「スタイルサイエンスふともも」分が取り切れず前年割れ。
- ・ニットは梅春物が好調。

### 小売事業

<AMPHI> (既存店 99%、新店込 96%)

- ・プロパー、バーゲンともに苦戦。(特に低価格帯ブランドの「A by amphi」が不振)
- ・セールでの値引率抑制により、売上利益率は前比2.2%改善。

出店： なし

退店： エソラ池袋(アンフィ)、ららぽーと新三郷(アンフィ)、イオンモール堺北花田(アンフィ)

<ファクトリーストア> (既存店 99%、新店込 101%)

- ・3月日は天候に恵まれ福袋商戦も含め前年同期並みに推移、中旬は積雪の影響を受け苦戦、下旬はアウトレットセールが好調に推移。

### [ワコール (海外) 主要法人] ※前年比は現地通貨ベース

※1月単月、[ ]内は2016年4月-2017年1月累計

#### ワコールインターナショナル (アメリカ)

- ・チャネル別：百貨店 133%[101%]、百貨店EC 105%[111%]、自社EC 129%[130%]

#### ワコールヨーロッパ

- ・チャネル別：百貨店 94%[102%]、専門店 114%[107%]、直営店 106%[99%]、他社ECサイト 115%[117%]
- ・地域別：UK 98%[101%]、ヨーロッパ 103%[107%]、北米 122%[108%]

※1月単月

#### 中国ワコール

- ・チャネル別：百貨店 133%、他社EC 85%
- ・ブランド別：ワコール 125%、サルート 127%、ラ・ロッサベル 90%

### [ピーチ・ジョン]

- ・通販：昨年のLINEスタンプの効果の反動もありセール苦戦。但しプロパー商材は前年並み。
- ・店舗：都内既存店を中心に順調。インバウンド実績は台湾、中国を中心に継続して高水準を確保。
- ・他社EC・他：ファッション専門ECを中心に好調。

[参考]

- ・PJ香港：128% セール好調。
- ・上海PJ：136% 店舗、EC(サービスエリア拡大による顧客増)により好調。