

月次データ（2027年3月期）

■ 主要子会社の売上高 前年同期比（納品ベース）

（前年比,%）

	4月	5月	6月	1Q期間	7月	8月	9月	2Q期間	10月	11月	12月	3Q期間	1月	2月	3月	4Q期間	通期累計
（株）ワコール	94	90	109	97													97
ピーチ・ジョン（国内）	102	112	97	103													103
ワコールインターナショナル（米国）	129	122	119	124													124
ワコールヨーロッパ	104	100	120	108													108
中国ワコール	101	94	86	94													94

※ワコールインターナショナル、ワコールヨーロッパ、中国ワコールの前年同期比は現地通貨ベース

※中国ワコールは、23/3期より3月決算に変更

■ （株）ワコールの売上高 前年同期比（店頭売上ベース）

（前年比,%）

	4月	5月	6月	1Q期間	7月	8月	9月	2Q期間	10月	11月	12月	3Q期間	1月	2月	3月	4Q期間	通期累計
百貨店	97	102	90	96	100			100									97
量販店	99	107	90	98	84			84									94
店舗 計※1	98	101	89	96	93			93									95
自社EC	102	107	128	113	104			104									110
他社EC	115	117	105	112	106			106									110
EC 計	109	113	113	112	105			105									110

※1 （専門店・直営店等含む）

■ 売上概況

2026年7月度

概況

①ワコール（国内）の売上概況（店頭売上ベース） 2026年7月度

■ チヤネル別

・百貨店

前年同月比 100%
（分析コメントは25日頃に開示いたします）

・量販店

前年同月比 84%
（分析コメントは25日頃に開示いたします）

・店舗計（専門店・直営店等含む）

前年同月比 93%

・自社EC

前年同月比 104%
（分析コメントは25日頃に開示いたします）

・他社EC

前年同月比 106%
（分析コメントは25日頃に開示いたします）

・EC計

前年同月比 113%

②ピーチ・ジョン（国内）売上概況（納品ベース） 2026年7月度

③海外主要会社の売上概況（納品ベース） 2026年7月度

■ 売上概況

2026年6月度

概況

①ワコール（国内）の売上概況（店頭売上ベース） 2026年6月度

■ チャネル別

・百貨店

前年同月比 90%

百貨店チャネルについては、天候不順の影響を受け、苦戦しました。ブランド別では、コンディショニングウェアブランド「CW-X（シーダプリー・エックス）」が伸長しましたが、気温低下の影響により、盛夏対応の商品が伸び悩みました。

・量販店

前年同月比 90%

量販店チャネルについては、百貨店同様、天候不順の影響や、主要得意先における販促日の減少により、苦戦しました。アイテム別では、「WACOAL（ワコール）」のコレクションライン「重カケアブラ ノンワイヤー」が好調に推移しました。

・店舗計（専門店・直営店等含む）

前年同月比 89%

・自社EC

前年同月比 128%

自社ECは、販促施策が奏功し、訪問数・購買単価ともに増加し、伸長しました。ブランド別では、「CW-X」や中核ブランドである「WACOAL」、高価格ブランドの「Yue（ユエ）」に加え、ナイトウェア類が好調に推移しました。

・他社EC

前年同月比 105%

他社ECは、主要プラットフォームが販促日の減少により苦戦したものの、その他のプラットフォームが伸長し、全体としては堅調に推移しました。アイテム別では、「Wing（ウイング）」の「シンクロブラトップ」が引き続き大きく伸長しました。

・EC計

前年同月比 113%

②ピーチ・ジョン（国内）売上概況（納品ベース） 2026年6月度

ピーチ・ジョンの国内事業の売上は、前年同月比97%と伸び悩みました。

直営店は、前年の人気タレント着用商品発売による需要増の反動により、前年同月比98%となりました。自社ECも実店舗と同様に前年の反動により、前年同月比87%と苦戦しました。他社ECを含むその他のチャネルは、ビューティー商材が寄与し、前年同月比111%と伸長しました。

海外事業（店舗の状況）は、以下の通りです。

PJ香港：91%

ECは、WEB広告の改善により前年を大きく上回りました。実店舗は、POP UPの終了や来店客数の減少により、苦戦しました。

台湾PJ：111%

タレントを活用したプロモーションやサマーセールが奏功し、実店舗、ECともに好調に推移しました。

③海外主要会社の売上概況（納品ベース） 2026年6月度

米国ワコールの売上は、買収したGlamorise社の売上が寄与し、前年同月比119%となりました。

チャネル別では、百貨店は、納品抑制や店舗数の減少等の影響もあり、苦戦しました。直営店・アウトレット店については規模が小さいものの、新規出店の効果により、伸長しました。自社ECは4月のシステム移行後も引き続き堅調でした。他社ECは、主要プラットフォームの大型販促の前倒し効果に加え、その他のプラットフォームも好調に推移しました。

ワコールヨーロッパの売上は、前年6月下旬に発生したBravissimo Group物流倉庫の火災の反動に加え、各エリアの堅調な販売も寄与し、前年同月比120%となりました。

チャネル別では、専門店、自社・他社ECが好調に推移しました。エリア別では、英国は、直営店は堅調だった一方、百貨店が苦戦しました。北米は主要プラットフォームの好調により、大きく伸長しました。欧州大陸は、全体的に好調に推移し、特にフランスが伸長しました。

中国ワコールの売上は、前年同月比86%となりました。

チャネル別では、実店舗は市況の悪化により伸び悩みました。ECについては、SNSでのライブの実施や、商品ページの改善などを進め、ライブ施策期間は前年実績を上回ったものの、市場環境の悪化や618商戦の長期化による購買意欲の低下もあり、苦戦しました。

■ 売上概況

2026年5月度

概況

①ワコール（国内）の売上概況（店頭売上ベース） 2026年5月度

■ チャネル別

・百貨店

前年同月比 102%

百貨店チャネルについては、高価格帯ブランド「Yue(ユエ)」の販促施策が寄与しました。ブランド別では、「Yue」や「CW-X（シーダブリュー・エックス）」が好調に推移しました。

・量販店

前年同月比 107%

量販店チャネルについては、主要得意先における販促施策が寄与し、伸長しました。アイテム別では、「WACOAL（ワコール）」のコレクションライン「ハグするブラ」「重カケアブラ ノンワイヤー」や、「Wing（ウイング）」のスター品番「シンクロブラ トップ」の盛夏対応のクールメッシュタイプが好調に推移しました。

・店舗計（専門店・直営店等含む）

前年同月比 101%

・自社EC

前年同月比 107%

自社ECは、半期に一度の大型セールが奏功し、好調に推移しました。ブランド別では、「AMPHI（アンフィ）」が苦戦した一方で、高価格ブランドの「Yue（ユエ）」、「Salute（サルート）」が引き続き大きく伸長しました。

・他社EC

前年同月比 117%

他社ECは、主要プラットフォームにおける販促日の増加により訪問客数が増加し、大きく伸長しました。アイテム別では、「Wing（ウイング）」の「シンクロブラトップ」が引き続き好調に推移しました。

・EC計

前年同月比 113%

②ピーチ・ジョン（国内）売上概況（納品ベース） 2026年5月度

ピーチ・ジョンの国内事業の売上は、前年同月比112%と伸長しました。

直営店は、引き続き人気タレントの起用などによる来店客数の増加や、接客の強化により購買単価の上昇により、前年同月比110%となりました。自社ECでもタレントの起用により訪問客数が増加も購買率を維持できたことにより前年同月比129%となりました。他社ECを含むその他のチャネルは、主要プラットフォームは好調に推移したものの、海外への卸売りが苦戦し、前年同月比94%と低調に終わりました。

海外事業（店舗の状況）は、以下の通りです。

PJ香港：96%

ECは好調に推移したものの、POP UPの終了による実店舗の不振が影響し、苦戦しました。

台湾PJ：111%

POP UPの実施や、タレントを活用したプロモーションが奏功し、実店舗、ECともに好調に推移しました。

③海外主要会社の売上概況（納品ベース） 2026年5月度

米国ワコールの売上は、買収したGlamorise社の売上が寄与し、前年同月比122%となりました。

チャネル別では、百貨店は、主要得意先における前年の大型セールスの反動により、伸び悩みました。直営店・アウトレット店については規模が小さいものの、伸長しました。自社ECは4月のシステム移行後、大きく伸長しました。他社ECは、主要プラットフォームにおいて仕入抑制により苦戦しましたが、その他のプラットフォームは好調に推移しました。

ワコールヨーロッパの売上は、前年同月比100%となりました。

チャネル別では、直営店と他社ECが好調に推移しました。エリア別では、英国は、直営店は伸長したものの、百貨店・専門店が苦戦しました。北米は主要プラットフォームが好調で、大きく伸長しました。欧州大陸は、フランスは低調な推移となりましたが、全体的には好調に推移しました。

中国ワコールの売上は、前年同月比94%となりました。

チャネル別では、実店舗について既存店は堅調に推移したものの、閉店影響により前年を下回りました。ECについては、主要プラットフォームにおいて販促施策を強化し顧客誘引を図ったものの、効果が想定を下回り、苦戦しました。

■ 売上概況

2026年4月度

概況

①ワコール（国内）の売上概況（店頭売上ベース） 2026年4月度

■ チャンネル別

・百貨店

前年同月比 97%

百貨店チャネルについては、来店客数の減少が影響し、苦戦しました。ブランド別では、コンディショニングウェアの「CW-X（シーダブリュー・エックス）」が好調に推移した一方で、ナイトウェア類の販売が伸び悩みました。

・量販店

前年同月比 99%

量販店チャネルについては、主要ディーラーにおける販促日が前年同月対比で減少した反動により、前年同月をやや下回りました。アイテム別では、「WACOAL（ワコール）」のコレクションライン「ハグするブラ」「重カケアブラ ノンワイヤー」が引き続き好調に推移しました。

・店舗計（専門店・直営店等含む）

前年同月比 98%

・自社EC

前年同月比 102%

自社ECは、訪問回数や単価が伸長するなど販促施策が奏功し、堅調に推移しました。ブランド別では、「AMPHI（アンフィ）」が苦戦した一方で、中核ブランドである「WACOAL」が好調、高価格ブランドの「Yue（ユエ）」、「Salute（サルーツ）」は大きく伸長しました。

・他社EC

前年同月比 115%

他社ECは、主要プラットフォームにおける大型販促により訪問客数が増加し、大きく伸長しました。アイテム別では、「Wing（ウイング）」の「シンクロブラトップ」や、「CW-X」の「アームサポーター」が引き続き好調に推移しました。

・EC計

前年同月比 109%

②ピーチ・ジョン（国内）売上概況（納品ベース） 2026年4月度

ピーチ・ジョンの国内事業の売上は、前年同月比102%と堅調に推移しました。

直営店は、人気タレントの起用などによる来店客数の増加や、販促施策が奏功し、前年同月比105%となりました。自社ECでも新規タレントの起用による訪問客数の増加やルームウェアの好調により前年同月比102%となりました。他社ECを含むその他のチャネルは、前年同月比103%と好調に推移しました。

海外事業（店舗の状況）は、以下の通りです。

PJ香港：75%

ECは好調に推移したものの、実店舗の不振が影響し、苦戦しました。

台湾PJ：145%

人気商品の新色追加や、タレントを活用したプロモーションが奏功し、実店舗、ECともに好調に推移しました。

③海外主要会社の売上概況（納品ベース） 2026年4月度

米国ワコールの売上は、買収したGlamorise社の売上が寄与し、前年同月比129%となりました。

チャネル別では、百貨店は新製品が好調に推移したものの、全体としては低調に推移しました。直営店・アウトレット店については規模が小さいものの、引き続き伸長しました。ECについては、自社ECは、システム移行後は好調に推移するも、システム移行前の広告費削減の影響により、4月としては前年同月を下回りました。他社ECは主要プラットフォームにおける仕入抑制により苦戦しましたが、百貨店ECは好調に推移しました。

ワコールヨーロッパの売上は、前年同月比104%となりました。

チャネル別では、直営店と他社ECが好調に推移しました。エリア別では、英国は、イースター休暇の時期が前年と異なったことにより、納品が3月に前倒しとなった影響で当月は伸び悩みました。北米は主要プラットフォームにおける仕入抑制の緩和により納品が進行し、大きく伸長しました。欧州大陸は、フランスは伸長しましたが、全体的には低調に推移しました。

中国ワコールの売上は、前年同月比101%となりました。

実店舗は商業施設における客数減少の影響を受け、苦戦しました。ECについては、主要プラットフォームにおける大型販促の実施や、ライブコマースでの販売強化により、前年同月を上回りました。