

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		92													92
ピーチ・ジョン（国内）	102	112		107													107
ワコールインターナショナル（米国）	129	122		126													126
ワコールヨーロッパ	104	100		102													102
中国ワコール	101	94		97													97

※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		100													100
量販店	99	107		103													103
店舗 計※1	98	101		99													99
自社EC	102	107		105													105
他社EC	115	117		116													116
EC 計	109	113		111													111

※1 （専門店・直営店等含む）

■ 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（サルートル）」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。