



2012年3月期

第2四半期決算説明会

株式会社ワコールホールディングス
2011年11月



【第2四半期決算の要旨】	P.3
--------------	-----

2012年3月期 第2Q決算概要

●連結売上高と連結営業利益の推移	P.5
●上期連結業績数値のまとめ	P.6
●上期連結業績数値のまとめ(セグメント別)	P.7
●事業セグメント別の状況	P.8~11

2012年3月期 重点施策の進捗と課題	P.12~15
---------------------	---------

2012年3月期 通期業績見込み

●連結業績見込み	P.17
●事業セグメント別の業績見込み	P.18

参考数値資料

	P.19~
--	-------

第2四半期決算の要旨



【グループを取り巻く環境】

- 震災による国内マーケットへの影響は想定より軽微
- 円高による海外事業業績への影響あり
- 国内主力子会社ピーチ・ジョンの業績回復が進む

●ワコール事業(国内):

- 縮小を続けていた国内レディスインナー市場(金額)は下げ止まった ブラジャーの平均購入単価も向上
- 縮小を続けていた百貨店チャネルにおけるワコールの売上は前年同期を上回った
また、直営小売チャネルやウェブ通販チャネルも前年同期比20%を超えるペースで成長を続けている

●ワコール事業(海外)

- 米国事業は、既存店の好調により売上は前年同期を上回った
現地通貨ベースでは前年同期を上回る業績だったが、円高の影響で売上は前年同期に未達
- 中国事業は第1四半期は好調に推移したものの、不当表示についての行政指導が入ったことにより
大型商業施設への来店客数が減少、売上の伸びは鈍化した

●ピーチ・ジョン事業

- 経営体制の刷新及び前期に実施した構造改革により、上期での黒字化を達成
- 震災の影響を受けたものの、通信販売事業が回復、売上、営業利益共に前年を上回った

●その他事業

- 主要子会社のルシアンと七彩における収益性改善への取り組みが順調に進み、売上は前年同期を下回ったが
営業利益は前年同期を上回った

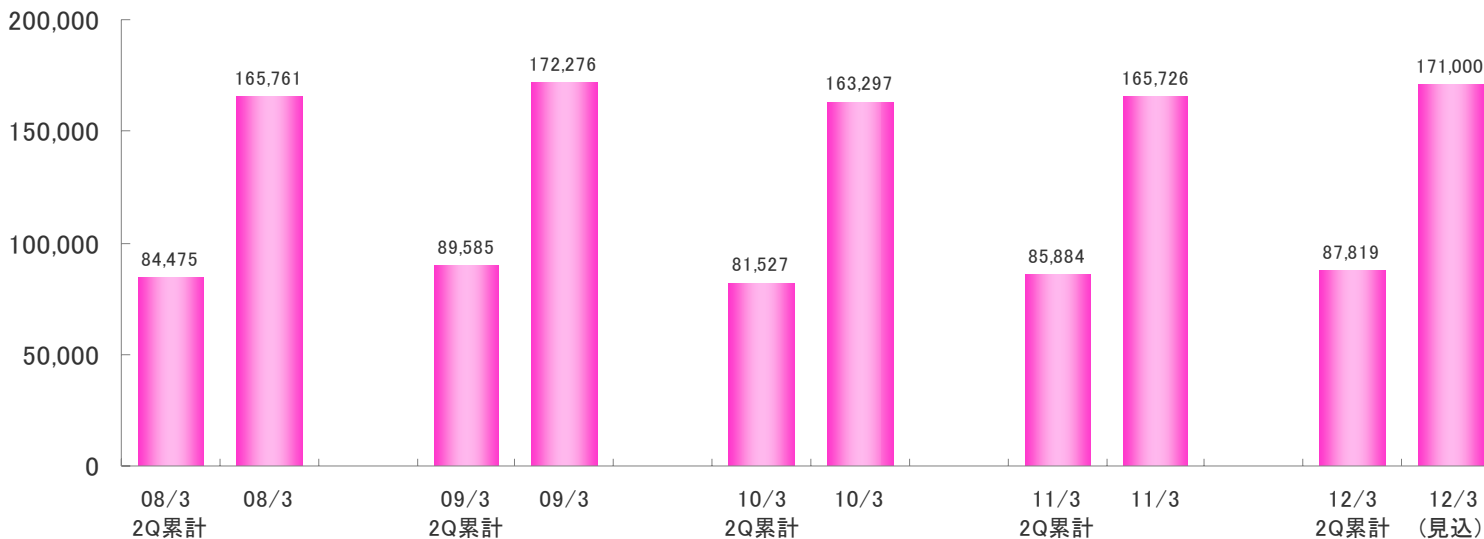


2012年3月期 第2Q決算概要

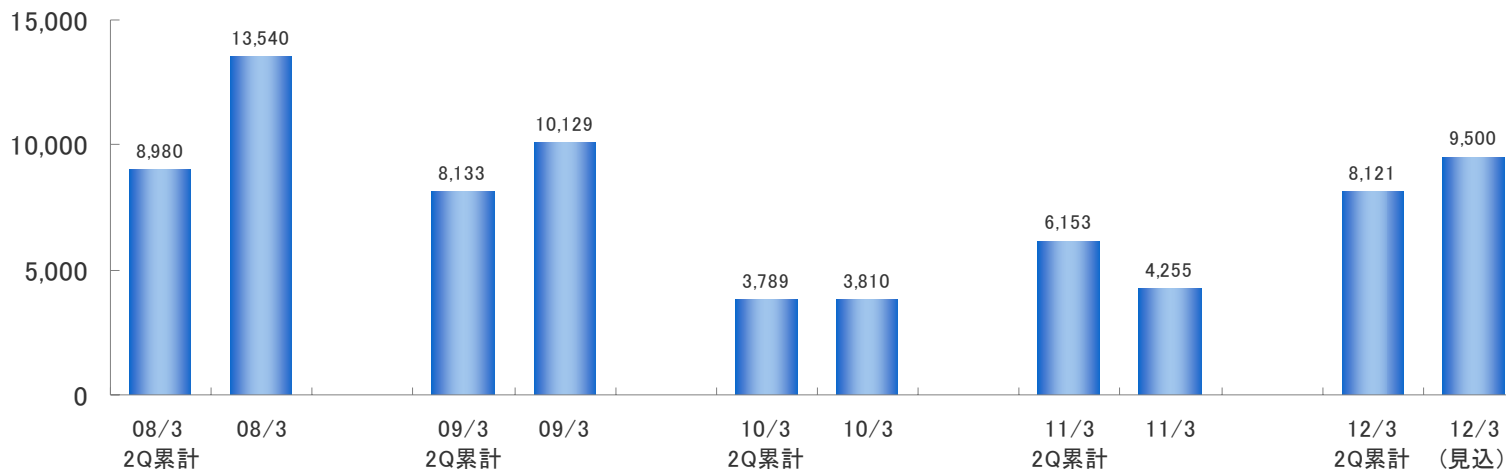


連結売上高の推移

(単位:百万円)



連結営業利益の推移





(単位:百万円)

	11/3期 2Q累計	12/3期 2Q累計	対前年増減 (前年比)
売上高	85,884	87,819	1,935 (+2.3%)
売上原価	41,638	41,679	41 (+0.1%)
<売上高原価率>	48.5%	47.5%	△1.0%
販管費	38,093	38,019	△74 (△0.2%)
<売上高販管费率>	44.3%	43.3%	△1.0%
営業費用計	79,731	79,698	△33 (△0.0%)
営業利益	6,153	8,121	1,968 (+32.0%)
<売上高営業利益率>	7.2%	9.2%	+2.0%
税引前四半期純利益	5,332	8,045	2,713 (+50.9%)
当社株主に帰属する 四半期純利益	2,782	4,626	1,844 (+66.3%)

売上高原価率及び売上高販管费率が1%改善し、営業利益率が2%向上



(単位:百万円)

	売上高			営業利益		
	11/3期 2Q	12/3期 2Q		11/3期 2Q	12/3期 2Q	
	金額	金額	前年比	金額	金額	前年比
ワコール事業(国内)	57,947	59,761	103.1%	5,032	6,169	122.6%
ワコール事業(海外)	10,567	11,163	105.6%	1,169	1,150	98.4%
ピーチ・ジョン事業	6,081	6,204	102.0%	△265	171	-
その他	11,289	10,691	93.9%	217	631	290.8%
合計	85,884	87,819	102.3%	6,153	8,121	132.0%

※ 上表セグメントに含まれる主な子会社は以下の通りです。

<ワコール事業(国内)> : (株)ワコール、(株)ウンナナクール、(株)ランジェノエル、(株)トリーカ、国内縫製会社など

<ワコール事業(海外)> : ワコールインターナショナル(米国)、ワコールフランス、香港ワコール、中国ワコールなど

<ピーチ・ジョン事業> : (株)ピーチ・ジョン、ピーチ・ジョン香港、上海PJなど

<その他事業> : (株)ルシアン、(株)七彩など

※ 「ピーチ・ジョン事業」の営業利益には、下記項目が含まれています。

(11/3期) 名簿償却費用 … △138

(12/3期) 名簿償却費用 … △91



■ワコール

- ワコールブランド事業本部は「からだのエイジング(加齢による体型変化)」をベースとしたプロモーションが奏功し、ブラジャーが順調に推移、ボトム商品も回復基調
- ウイングブランド事業本部はブラジャーやボトム商品が好調に推移したものの、肌着が他社商品の影響で苦戦
メンズインナーはクールビズ商材が好調に推移したが、「クロスウォーカー」が苦戦し、前年同期を下回った
- 小売事業本部は直営店舗「アンフィ」、「ワコールファクトリーストア」共に好調
- ウエルネス事業部はスポーツ、シューズ関連商品が好調に推移したものの、震災の影響でTV通販の放映中止が発生し、売上は前年同期を下回った
- 通信販売事業部はカタログ通販、WEB通販共に前年同期を上回った



アンフィ ルクア大阪店



ワコールブランド
『-5歳の着やせパンツ』



ウエルネス事業部 スポーツ用タイツ
『CW-X』 20周年記念モデル第2弾



■米国

- 補整機能のあるボトムを中心としたシェイプウェアが好調
- b.tempt'dは新規取引店舗が増加 既存店売上も順調
- 2010年8月に開始したウェブ通販は計画を大きく超えて推移
- コスト競争力のある材料の使用や、輸送費の低減などにより、売上利益率が向上
- 円高の影響を受け、売上は前年同期を下回った

■中国

- 売上は4月までは好調に推移したが、5月以降、不当表示に関する行政指導の影響により、大型商業施設への入店客数が減少、売上の伸びが鈍化
- ブランド認知度向上を目指し、2011年のイメージキャラクターに張静初(ジャン・チンチュ)氏を起用
- 利益面では出店拡大に伴う費用が増加したことなどにより、前年同期を下回った



米国ワコール
『iPant Anti-cellulite
Hi-Waist Long Leg Shaper』



中国国内の『サルート』ショップ



- 主力のカタログは春号において、震災による受注停止の影響があったものの、販売スケジュールの見直しが奏功したことや、TVCMが話題になったことなどにより、売上は前年同期を上回った
- 国内直営店舗は、不採算店の撤退により店舗数が減少したものの、品揃えの改善や個店別の施策を実施したことにより、売上は前年同期並みを維持
- カタログ、店頭、ウェブ通販において、商品による売場の鮮度維持を強化、新規・リピート購入者が増加
- 中国直営店7店舗はやや苦戦したものの、香港の直営店は、2店舗とも好調に推移
- 在庫の適正化による評価損の低減や、広告媒体の見直しに等による経費削減が進み黒字化を達成



『ピーチ・ジョン 2012年秋号カタログ』



中国の直営店『PEACH JOHN THE STORE 北京 西単店』



■ルシアン

- 主力のインナー事業はイトーヨーカドー様との共同開発NPB※『プレミアージュ』の展開拡大及び、グループ向けの商品供給の増加により好調に推移

※NPB=商標権をメーカーが保有し、小売企業とのコラボレーションで展開するブランド

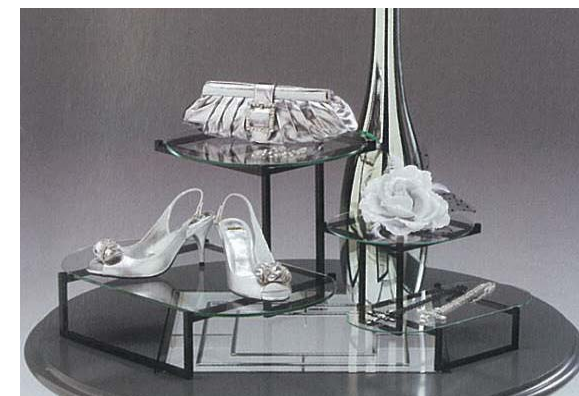
- アートホビー事業の売上は好調に推移
- アパレル事業及びマテリアル事業は前年を下回った
- 原価低減などにより、売上利益率が前年に比べ上昇
営業利益は前年同期を上回った



イトーヨーカドー様あべのキューズモール店
共同開発ブランド『プレミアージュ』売場

■七彩

- 百貨店の売場改装工事が一巡したこと、震災の影響により、マネキンレンタルが苦戦したことにより、売上は前年同期を下回った
- 経費の見直しや原価の見直しにより、営業利益は前年同期を上回った



七彩 商品ディスプレイ什器
『ステップライザー』

2012年3月期
重点施策の進捗状況と課題



(国内)

◆ 構造改革の推進

- ・BA※生産性向上、売上に応じた品番数/SKUの設定等により、10年3月期に対し11.6億円、11年3月期に対し、6.5億円の利益改善を見込む

※BA…「ビューティアドバイザー職(店頭販売員)」の略

◆ 小売事業の役割整理と拡大加速

- ・直営小売業態のコンセプトを見直し、「駅ビル・百貨店型」、「地下街・路面店型」、「中小駅ビル型」、「ショッピングモール型」の4つに分類
- オリジナル商品の展開等、商材面を強化することにより、ボリュームゾーン市場において、未獲得のターゲットを狙う
- ・既存店に関しては、立地に合わせ、最適な業態への転換を検討
- ・下期は新たなターゲット向けの商品企画及び新店舗モデルを開発予定

◆ サプライチェーンマネジメントの再構築

- ・ボリュームゾーン商材の材料調達と生産拠点をASEANに統合し、原価の低減と安定供給を実現する



(海外)

◆米国内でのブランドの育成強化と米国を拠点とした新市場への進出

- ・ウェブ通販における商品の拡充及び顧客囲い込み策を実施、通期で320万ドルの売上を目指す
- ・英国: 日本国内最高級ブランドの『WACOAL DIA』を8月より百貨店Harrodsで販売開始
- ・カナダ: 11年7月に販売会社設立 8月より小売店との直接取引を開始 (現在100店舗 内百貨店18店舗)
当面は単店あたりの売上拡大を目指し、販促強化を行う
- ・ブラジル: 代理店を通じ、新規で2店舗をオープンし、現在計5店舗展開 今期末で10店舗を目指す

◆中国事業における新規出店の加速と価格戦略の強化

- ・内陸部を中心に出店を加速したものの、人的なオペレーションが不安定なため、出店のスピードを抑制し、店舗運営の安定化を図り、改めて拡大戦略に取り組む
- ・内陸部でのブランド認知度が不十分なため、今後の広告宣伝はイベント中心型から店頭中心型の販売促進にシフト
- ・価格戦略については、ワコール及びサルートブランドの価格を2011年秋冬新製品から10%アップ
また今後のボリュームゾーン市場拡大を見据え、100元台のブラジャーを2012年春夏から展開予定
- ・ローカル素材へのシフトを行い、原価低減を目指す

◆新興国、新規市場への積極投資

- ・ドイツ: 専門店での展開をスタート 百貨店については、欧州経済環境を見ながら進出方法を精査
- ・インド: 2013年展開を見据え、パートナーとしての代理店を検討中
- ・ロシア: 代理店ビジネスを強化する



ピーチ・ジョン事業

◆ 経営体制の刷新と利益構造の立て直し

- ・国内事業は通期で黒字化の見込み
- ・新規顧客獲得とリピート購入促進のため、CMの実施を予定(下期は2月に春のCM実施予定)
- ・シーズン初期に偏重している売上を平準化するための方法を検討

◆ 中国事業の基盤確立

- ・早期黒字化を目指し、店舗ごとの採算性を再度精査する
- ・ウェブモールへの出店や、品揃えの強化を行い、安定的な売上獲得を目指す

その他事業

ルシアン

◆ ワコールグループの中・低価格帯におけるサプライチェーンの中核を担う

- ・ワコールグループの国内販売向け商品を本格的に供給開始

◆ 利益構造の安定化

- ・イトーヨーカドー様との共同企画NPB『プレミアージュ』を通じ、安定的な売場を確保
- ・下期にアパレル事業の不採算商材から撤退し、売上利益率の改善を目指す
- ・退職年金の積み立て不足により、通期では営業損失を計上する見込み

七彩

◆ 安定的な収益力の維持

- ・営業力を強化し、売上利益率の高いレンタル事業及び物販事業の売上比率を高める
- ・関西の物流拠点を再編成し、コスト削減を実施する



2012年3月期
通期業績見込み



(単位:百万円)

	11/3期 実績		12/3期 予想	
	金額	前年比	金額	前年比
売上高	165,726	102%	171,000	103%
営業利益	4,255	112%	9,500	223%
税引前当期純利益	3,739	120%	9,200	246%
当社株主に帰属する 当期純利益	2,615	104%	5,400	207%
(為替レート)	1ドル = 86.81円		1ドル = 77.35円	

<11/3期との差額と主な差異内容>

	差額	主な差異内容
売上高	約 53億円	ワコル+48億、ピッチ・ジョン+18億、中国ワコル+11億、ウンナナクル+4億、ルシアン+2億、 ワコルインターナショナル(米国)+2億 七彩△21億、香港ワコル△1億、米国会計基準の調整等△18億
営業利益	約 52億円	ピッチ・ジョン+17億、ワコル+9億、ウンナナクル+3億、ランジェノエル+1億、ワコルインターナショナル(米国)+2億、 中国ワコル+1億、ワコル流通+1億、ピッチ・ジョン名簿消却費+1億、米国会計基準の調整等+19億 七彩△1億
税引前当期純利益	約 55億円	
当社株主に帰属する当 期純利益	約 28億円	



(単位:百万円)

	売上高				営業利益			
	11/3期		12/3期 見込		11/3期		12/3期 見込	
	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比
ワコール事業(国内)	110,856	97%	114,300	103%	5,620	124%	7,060	126%
ワコール事業(海外)	20,052	106%	21,900	109%	1,321	99%	1,700	129%
ピーチ・ジョン事業	11,711	89%	13,600	116%	△3,024	—	540	—
その他	23,107	134%	21,200	92%	338	—	200	59%
合計	165,726	101%	171,000	103%	4,255	112%	9,500	223%

※ 各項目は連結調整後の数値です。

※ 上表セグメントに含まれる主な子会社は以下の通りです。

- ＜ワコール事業(国内)＞： (株)ワコール、(株)ウンナナクール、(株)ランジェノエル、(株)トリーカ、国内縫製会社など
- ＜ワコール事業(海外)＞： ワコールインターナショナル(米国)、ワコールフランス、香港ワコール、中国ワコールなど
- ＜ピーチ・ジョン事業＞： (株)ピーチ・ジョン、ピーチ・ジョン香港、上海PJなど
- ＜その他事業＞： (株)ルシアン、(株)七彩など

※ 「ピーチ・ジョン事業」の営業利益には、下記項目が含まれています。

- (11/3期) 無形固定資産減損損失、名簿償却費用 …… △2,050
- (12/3期) 名簿償却費用 …… △180



參考資料



(単位:百万円)

	12/3期 2Q 累計実績	7月29日修正予想		年次予算	
		金額	増減額 (増減率)	金額	増減額 (増減率)
売上高	87,819	86,000	1,819 (+2.1%)	85,300	2,519 (3.0%)
営業利益	8,121	6,000	2,121 (+35.4%)	4,700	3,421 (72.8%)
税引前四半期純利益	8,045	6,500	1,545 (+23.8)	4,900	3,145 (+64.2%)
当社株主に帰属する 四半期純利益	4,626	3,800	826 (+21.7%)	2,600	2,026 (+78.0%)



(単位:百万円)

	12/3期 通期見込み	7月29日 修正予想		年次予算	
	金額	金額	増減額 (増減率)	金額	差額
売上高	171,000	167,700	3,300 (+2.0%)	167,000	4,000 (+2.4%)
営業利益	9,500	7,800	1,700 (+21.8%)	6,500	3,000 (+46.2%)
税引前当期純利益	9,200	8,400	800 (+9.5%)	6,800	2,400 (+35.3%)
当社株主に帰属する 当期純利益	5,400	5,200	200 (+3.8%)	4,000	1,400 (+35.0%)



(単位:百万円)

	売上高				営業利益				当社株主に帰属する四半期純利益			
	11/3期 2Q累計		12/3期2Q累計		11/3期 2Q累計		12/3期2Q累計		11/3期 2Q累計		12/3期2Q累計	
	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比
ワコール	55,042	97%	56,669	103%	4,135	129%	5,243	127%	2,777	101%	3,551	128%
ピーチ・ジョン	6,081	95%	6,204	102%	△127	—	261	—	△49	—	65	—
ルシアン	6,180	—	6,195	100%	89	—	344	387%	△243	—	228	—
七 彩	4,584	126%	3,963	86%	37	—	131	354%	11	—	110	1000%
ウンナナクール	1,608	105%	1,823	113%	△74	—	39	—	△114	—	32	—
ワコールインターナショナル (米国)	5,565	106%	5,518	99%	698	166%	738	106%	410	139%	485	118%
中国ワコール	2,556	129%	3,194	125%	83	213%	1	1%	46	307%	10	22%
香港ワコール	1,057	97%	982	93%	112	114%	99	88%	97	97%	92	95%

※ 各項目は連結調整後の数値です。

※ ワコールの数値は、ワコール及びワコールホールディングスの合算数値です。

※ ルシアンは09年8月17日付で子会社化しました。10/3期の売上高8月～9月の2か月分となり、11/3期の前年比較はできません。

※ ワコールインターナショナルは、米国における持株会社です。

※ ワコールインターナショナル、中国ワコール、香港ワコールの決算月は12月、ピーチ・ジョンは2月です。

※ ピーチ・ジョンの営業利益および当社株主に帰属する四半期純利益には、下記項目が含まれていません。

(11/3期) 名簿償却費用…△138 (12/3期) 名簿償却費用…△91



(単位:百万円)

	売上高				営業利益				当社株主に帰属する当期純利益			
	11/3期		12/3期 見込		11/3期		12/3期 見込		11/3期		12/3期 見込	
	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比
ワコール	104,538	100%	109,300	105%	5,102	128%	5,990	117%	3,760	129%	4,300	114%
ピーチ・ジョン	11,712	89%	13,600	116%	△976	—	730	—	△685	—	260	—
ルシアン	11,717	—	11,900	102%	△52	—	△70	—	△412	—	△150	—
七 彩	10,308	138%	8,200	80%	191	—	70	37%	123	—	20	16%
ウンナナクール	3,197	101%	3,600	113%	△247	—	20	—	△281	—	20	—
ワコールインターナショナル (米国)	10,219	98%	10,400	102%	994	111%	1,230	124%	707	122%	680	96%
中国ワコール	5,179	128%	6,300	122%	△213	—	△70	—	△175	—	△100	—
香港ワコール	1,989	96%	1,900	96%	133	118%	130	98%	114	116%	120	105%

※ 各項目は連結調整後の数値です。

※ ワコールの数値は、ワコール及びワコールホールディングスの合算数値です。

※ ルシアンは09年8月17日付で子会社化しました。10/3期の売上高8月～9月の2か月分となり、11/3期の前年比較はできません。

※ ワコールインターナショナルは、米国における持株会社です。

※ ワコールインターナショナル、中国ワコール、香港ワコールの決算月は12月、ピーチ・ジョンは2月です。

※ ピーチ・ジョンの営業利益および当社株主に帰属する当期純利益には、下記項目が含まれていません。

(11/3期) 無形固定資産減損損失、名簿償却費用 …… △2,050

(12/3期) 名簿償却費用 …… △180



	11/3期 2Q累計		12/3期 2Q累計		
	売上高	構成比	売上高	構成比	前年比
ワコールブランド事業本部	29,731	52.0%	30,161	51.4%	101%
ウイングブランド事業本部	15,463	27.1%	15,529	26.4%	100%
ウエルネス事業部	4,536	7.9%	4,238	7.2%	93%
小売事業本部	4,267	7.5%	5,340	9.1%	125%
通信販売事業部	2,561	4.5%	2,739	4.7%	107%
スパイラル営業部	768	1.3%	823	1.4%	107%
その他	△172	△0.3%	△112	△0.2%	—
合計	57,154	100%	58,718	100%	103%

※ 各項目は連結調整前の数値です。

※ グループ子会社の再編に伴い、11/3期2Qの実績数値を組替えています。

※ 旧SPA事業部にワコールブランド事業本部よりクレール営業部を移管し、新しく小売事業本部を設立しました。



	11/3期 実績		12/3期 予想		
	売上高	構成比	売上高	構成比	前年比
ワコールブランド事業本部	55,356	51%	56,400	50%	102%
ウイングブランド事業本部	29,003	27%	29,800	26%	103%
ウェルネス事業部	8,751	8%	9,300	8%	106%
小売事業本部	8,644	8%	10,600	9%	123%
通信販売事業部	5,341	5%	5,800	5%	109%
スパイラル営業部	1,721	2%	1,800	2%	105%
震災の影響	△800	—	—	—	—
その他	692	1%	△400	△1%	—%
合計	108,708	100%	113,300	100%	104%



(億円)

主な取り組み	2011/3期 実績	2012/3期 見込み	2013/3期 計画
インナーウェア卸事業構造改革		4.9	5.0
◆百貨店ビジネス構造改革 BA※の生産性向上や、返品率の改善による損金圧縮 など	0.03	4.0	5.0
◆ものづくり生産性向上 ・適正な品番・SKU数の設定や、企画設計業務の効率化 など	4.57	0.9	
◆物流効率化 ・グループ全体の流通体制の最適化、国内流通拠点の再編 など		—	3.0
◆ビジネスインフラ改革 ・外部流出コストの見直し、経費削減、総労働時間減の推進 など	0.5	1.5	—
単年度利益改善額	5.1	6.4	8.0
想定される利益改善額(10/3期に対し)	約5億円	約11億円	約19億円

※BA…「ビューティアドバイザー職(店頭販売員)」の略

※2011/3期の実績を一部修正しています

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。

