



2013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
2012年11月

2013年3月期 第2四半期 決算概要

- 決算総括 P3～5
- 事業セグメント別決算概要 P6～8

2013年3月期 現状と今後の取り組み

- 事業セグメント別の現状と今後の取り組み P9～11

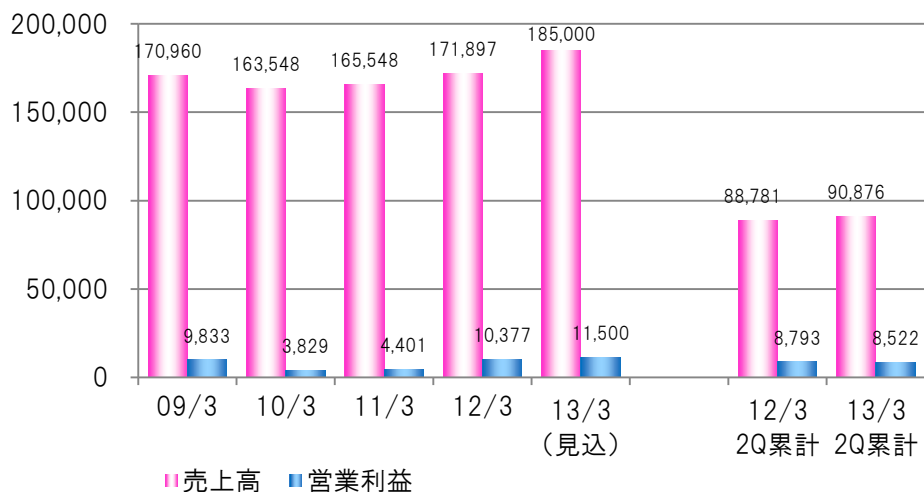
決算総括



<連結決算>	12/3期2Q 累計実績	13/3期2Q 累計実績	13/3期2Q 累計計画	対前年増減 (増減率)	対計画増減 (増減率)
売上高	88,781	90,876	92,500	2,095 2.4%	-1,624 -1.8%
売上原価 (%)	41,961 47.3%	42,040 46.2%	44,000 47.6%	79 0.2%	-1,960 -4.5%
売上利益 (%)	46,820 52.7%	48,836 53.8%	48,500 52.4%	2,016 4.3%	336 0.7%
販管費 (%)	38,027 42.8%	40,314 44.4%	41,000 44.3%	2,287 6.0%	-686 -1.7%
営業利益 (%)	8,793 9.9%	8,522 9.4%	7,500 8.1%	-271 -3.1%	1,022 13.6%
税引前当期純利益	8,562	8,456	7,700	-106 -1.2%	756 9.8%
当社株主に帰属する 当期純利益	5,157	5,158	4,500	1 0.0%	658 14.6%

(単位:百万円)

※前年度より一部子会社の決算期を変更したことに伴い、12/3期2Q実績を調整しています。



- ピーチ・ジョン等の苦戦により、売上は計画を下回ったものの、(株)ワコールや米国、中国の伸長とイヴィデン社新規連結により前年を上回った
- 売上原価率は前年から1.1%、計画から1.4%低減
- 営業利益は、販管費や物流運営体制再編費用の増加により前年を下回ったが、計画はクリア

決算総括(セグメント別)



(単位:百万円)

		12/3期2Q 累計実績	13/3期2Q 累計実績	13/3期2Q 計画	前年比	計画比	為替変動の影響額	
							前年レート差異	年次レート差異
売上高	ワコール事業(国内)	59,761	60,344	59,500	101%	101%		
	ワコール事業(海外)	11,319	12,043	12,400	106%	97%	-123	-279
	ピーチ・ジョン事業	7,010	6,153	7,400	88%	83%	-4	-5
	その他事業	10,691	12,336	13,200	115%	93%		-157
	合計	88,781	90,876	92,500	102%	98%	-127	-441
営業利益	ワコール事業(国内)	6,169	6,261	5,200	101%	120%		
	ワコール事業(海外)	1,364	1,296	940	95%	138%	-18	-38
	ピーチ・ジョン事業	629	207	670	33%	31%	2	3
	その他事業	631	758	690	120%	110%	1	-14
	合計	8,793	8,522	7,500	97%	114%	-15	-49

※前年度より一部子会社の決算期を変更したことに伴い、12/3期2Q実績を調整しています。

- ワコール事業(国内)は、主力事業会社ワコールが順調に推移したことや経費見直しにより、売上、利益とも前年、計画を上回った
- ワコール事業(海外)は、売上は計画を下回ったものの、米国、中国の伸長により前年を上回った
利益は前年を下回ったが、各社の経費削減が奏功し計画を上回った
- ピーチ・ジョン事業は、アウター・雑貨の苦戦等により売上、利益とも前年、計画を下回った
- その他事業は、売上はルシアンのアウター事業一部撤退により減少したものの、イヴィデン社の連結により前年を上回った
利益は経費削減や収益性の改善により計画を上回った

決算総括(主な子会社の業績一覧)



(単位:百万円)

	売上高					営業利益				
	12/3期 2Q	13/3期 2Q				12/3期 2Q	13/3期 2Q			
	実績	実績	計画	前年比	計画比	実績	実績	計画	前年比	計画比
ワコール	58,718	59,119	59,500	101%	99%	5,100	5,162	4,320	101%	119%
ピーチ・ジョン	7,108	6,245	7,400	88%	84%	719	298	760	41%	39%
ルシアン	7,357	6,193	6,600	84%	94%	344	379	150	110%	253%
七 彩	4,641	4,588	4,500	99%	102%	131	117	50	89%	234%
ウンナナクール	1,920	1,993	2,000	104%	100%	39	28	30	72%	93%
ワコールインターナショナル(米国)	5,657	6,168	6,100	109%	101%	868	989	870	114%	114%
ワコールフランス	687	558	700	81%	80%	93	37	30	40%	123%
中国ワコール	3,201	3,489	3,700	109%	94%	1	-30	-100	-	-
香港ワコール	982	951	900	97%	106%	99	90	60	91%	150%
EVEDEN	-	2,700	3,000	-	90%	-	253	400	-	63%

【海外主要子会社業績(現地通貨ベース)】

											通貨
ワコールインターナショナル(米国)	71,766	78,658	76,400	110%	103%	11,010	12,622	10,800	115%	117%	千US\$
ワコールフランス	6,114	5,630	6,100	92%	92%	825	378	300	46%	126%	千Euro
中国ワコール	255,700	277,121	293,400	108%	94%	161	-2,412	-7,800	-	-	千元
香港ワコール	97,527	96,541	94,500	99%	102%	9,866	9,026	6,000	91%	150%	千HK\$
EVEDEN	-	21,977	23,100	-	95%	-	2,063	3,100	-	67%	千£

※各項目は連結調整前の数値です。

※前年度より一部子会社の決算期を変更したことに伴い、12/3期2Q実績を調整しています。

事業セグメント別決算概要 ワコール事業(国内)



ワコール

(単位:百万円)

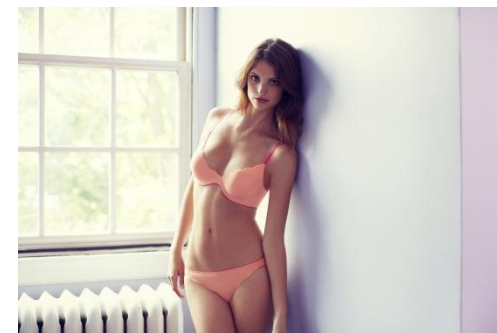
売上高	12/3期 2Q		13/3期 2Q				
	実績	構成比	実績	構成比	計画	前年比	計画比
ワコールブランド事業本部	30,161	51%	30,782	52%	30,900	102%	100%
ウイングブランド事業本部	14,986	26%	15,418	26%	15,200	103%	101%
ウエルネス事業部	4,387	7%	4,698	8%	5,100	107%	92%
小売事業本部	5,340	9%	6,211	11%	6,000	116%	104%
通信販売事業部	2,739	5%	2,851	5%	3,000	104%	95%
部門間取引他	1,105	2%	-841	-1%	-700	-	-
合計	58,718	100%	59,119	100%	59,500	101%	99%

- ワコールブランドは、「からだのエイジング」に基づいたブラジャーや、プロモーションを強化したショーツの好調などにより、堅調に推移
- ウイングブランドは、メンズインナーが苦戦したものの、ワコールブランド同様「からだのエイジング」に基づいたブラジャーの好調や、大手得意先との協働商品の展開拡大等により、前年、計画を上回った
- ウエルネス事業は、スポーツ用タイツが競合品の影響等により苦戦するも、他社との共同開発商品やビジネスパンプスの好調により前年を上回った
- 小売事業は、直営店舗「アンフィ」、アウトレットモールで展開する「ファクトリーストア」が新店、既存店共に好調
- 通販事業はカタログ販売インターネット販売ともに順調に推移したものの、客単価低下等の影響により計画を下回った
- 部門間取引他のマイナスは、主に社内取引消去及び消化取引の売上取り消しなど



米国

- 新製品の好調や、カラーの追加等により米国百貨店におけるブラジャーの売上が好調
- インターネット販売好調(イヴィデンブランドの取扱いやモバイルサイトを開始)
- カナダは主要得意先での販売強化により売上は順調に拡大
- 原価率、販管費比率低減により利益率向上



米国ワコール
b.tempt'd 「b.wow'd」

中国

- 売上は経済成長鈍化や、不採算店の整理を前倒しで実施したこと等により、計画には未達だったものの前年を上回った
- 中間層を狙った新ブランド「LA ROSABELLE(ラロッサベル)」の1号店を北京にオープンし、好調に推移
- 営業利益は、人件費や広告宣伝費など、経費コントロールを強化したことにより計画を上回った



中国ワコール 「LA ROSABELLE」北京1号店

その他

- ワコールフランスは、売上は欧州地域の景気低迷の影響を受け前年、計画ともに下回ったが、利益は計画を上回った
- 香港ワコールは店舗閉鎖等の影響により売上、利益ともに減少したが、計画は上回った
- アジアのその他子会社は、売上は順調だが、人件費等の増加により利益は前年より減少、計画は上回った



ピーチ・ジョン

- 前年のTVCMの反動に加え、アウター、雑貨が苦戦、経費削減により収益性確保を図るも、売上、営業利益は前年、計画ともに下回った
- 中国事業は、通販の売上増や不採算店の整理、経費削減により赤字幅縮小

ルシアン

- インナー事業は大手得意先の店頭売上が苦戦した影響等により、納品が低調に推移
- アウター事業は不採算商品の取扱い終了により売上は前年を下回ったが、収益性が改善
- 売上利益の向上や経費削減により営業利益は前年、計画ともに上回った

七 彩

- レンタル事業、物販事業は、得意先の閉店や発注減の影響を受け売上は前年を下回ったものの、工事事業の好調により全体では計画を上回った
- 営業利益は、経費削減により計画を上回った

イヴィデン

- 欧州地域の景気低迷の影響などにより、売上、営業利益はともに計画を下回った
 - 北米やオセアニア地域では順調に売上を拡大
- ※ ブランドの償却: 四半期56百万円(年間226百万)
(2013年3月期は9か月連結のため、176百万)



EVEDEN
「Freya」

(単位:百万円)

<連結決算>	13/3期2Q 累計実績	計画比	13/3期2Q 累計計画
売上高	2,700	90%	3,000
営業利益 (うち、ブランド償却)	253 (56)	63% -	400 -
純利益	172	115%	150



ワコール事業国内

- ワコールブランド、ウイングブランドにおいて、インナーウェア市場におけるシェア拡大への取り組みを下期も継続して実施
- 直営店は、「アンフィ」の首都圏での新規出店を強化
- インターネット販売は、顧客接点拡大、リピート率アップに取り組む
- メンズインナー、ウエルネスはブランドリニューアルや新機能商品の拡販により回復を図る

ワコール事業海外

米州事業

- 百貨店やインターネット販売においてイヴィデンブランドの取扱いアイテムを増やし、売上拡大を図る
- 中級百貨店でのカウンター数増加に取り組む
- ブラジルは既存店が順調に推移(展開店舗数18店舗)

欧州事業

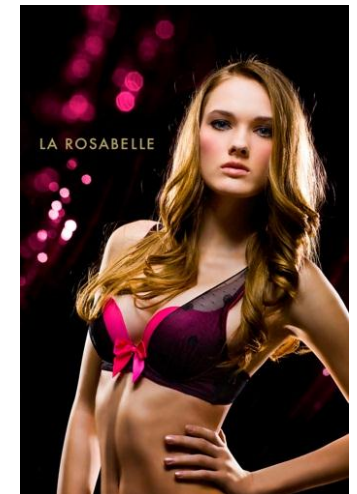
- フランスでは、欧州地域景気低迷の影響が想定されるものの、黒字確保を目指す
- イヴィデン社との連携による既存販路活用に向けた計画を立案し、順次実施

中国事業

- 売上については反日デモや経済成長鈍化による影響を想定
- 販売価格見直し(アップ)や、新アイテムの展開により売上拡大を図る
- 「LA ROSABELLE(ラロッサベル)」2号店を11月8日にオープン(西単大悦城)
- 利益面では引き続き原価率の低減と、売上の進捗に応じた経費コントロールを実施



直営店「AMPHI」



中国ワコール
「LA ROSABELLE」

ピーチ・ジョン事業

- 売上拡大に向けて、販売スケジュールの改善とブランド再編を実施
- 更なる経費コントロールの強化
- 中国では7月に新店オープン(ラッフルズシティ)
- 日本、中国の店舗間での、売上進捗に応じた適正な在庫コントロール

その他事業

ルシアン

- ルシアンブランドの拡販と、プライベートブランドの取り組みを強化
- 株式会社ワコールとの連携による百貨店での売場確保
- 製造原価低減(素材集約、アセアン地域への生産シフトなど)

七彩

- レンタル事業の強化
- 物販事業、工事事業の利益率改善



PJカタログ「冬号」



ルシアン「ヒップの魔法」

事業セグメント別の現状と今後の取り組み(その他事業)



その他事業

イヴィデン

- 地域別、チャネル別にシナジー創出の具体的実行計画を立案、順次実施

売上拡大の基本方向性

- 米州……………米国ワコールとイヴィデン社双方が得意とする販売チャネルへの相互乗り入れ
- 欧州……………販路と取扱いブランドを整理し、イヴィデン社の影響力を活かした展開拡大
- 中国・アジア……………ワコール現地法人を通じたイヴィデンブランド「Huit(ユイト)」の市場開拓
- 日本……………輸入品営業部・インターネット販売を通じたイヴィデンブランド「Huit」の拡販
- オセアニア・他……………イヴィデン社の販売拠点を活かしたワコールグループブランドの拡大

実施済項目

地域	国	チャネル	内容
米州	米国	アウトレット	イヴィデンブランドのアウトレット店での「ワコール」取扱い
		ウェブ	米国ワコール直営サイトでのイヴィデンブランド取扱い
		百貨店	米国ワコールの販売員に向けたイヴィデンブランド教育と販売支援
欧州	英国	直営店・ウェブ	イヴィデン直営店・サイトでの「b.tempt'd」取扱い
中国・アジア	香港 他	百貨店・直営店	主要百貨店と直営店での「Huit(ユイト)」取扱い
	中国	百貨店	サルートショップを通じた「Huit」取扱い
日本		百貨店	輸入品営業部を通じた「Huit」「Elomi」取扱い
オセアニア・他	イスラエル	販売拠点	イヴィデンの直営店を通じた「b.tempt'd」取扱い

今後の検討課題

- サプライチェーンの効率化(生産インフラ相互利用、材料の合理的なグループ調達体制の確立、物流体制の再構築)
- 新規市場への進出



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。