



2019年3月期 第2四半期 決算説明資料

2018年11月
株式会社ワコールホールディングス

1

●それでは、2019年3月期の「第2四半期の連結決算の概要」と、「通期の業績予想」について、ご説明を申し上げます。

オペレーティング・セグメントごとの概況：【計画対比】



■ 営業利益は、計画に比べ10億円上回って着地

国内事業：卸売、小売事業ともに売上利益率の改善と販管費抑制により営業利益率が向上
 海外事業：中国・欧州での増収および売上利益率の改善等が寄与

(単位：百万円)

	18/3期 2Q実績	19/3期 2Q実績	19/3期 2Q計画	前期比 増減額	計画比 増減額	為替換算の影響額 前年比 差異	計画比 差異
連結売上高	101,976	101,815	103,000	▲ 161	▲ 1,185	351	20
ワコル事業（国内）	60,427	58,585	61,000	▲ 1,842	▲ 2,415		
ワコル事業（海外）	27,744	28,821	28,000	1,077	821	353	18
ピーチ・ジョン事業	5,559	5,470	5,600	▲ 89	▲ 130	▲ 2	2
その他事業	8,246	8,939	8,400	693	539		
営業利益	9,511	8,994	8,000	▲ 517	994	▲ 43	4
ワコル事業（国内）	5,240	4,964	4,600	▲ 276	364		
ワコル事業（海外）	3,569	3,841	3,000	272	841	▲ 42	3
ピーチ・ジョン事業	394	182	300	▲ 212	▲ 118	▲ 1	1
その他事業	308	7	100	▲ 301	▲ 93		

5

● 連結の営業利益については、計画を約 10 億円上回って、終了することができました。

● 国内事業は、さきほどの説明のとおり、卸売事業・小売事業を中心に取り組んできた、事業効率の改善成果により、売上利益率が高まったほか、販管費の抑制にも結びつき、結果、売上高は計画を下回りましたが、営業利益は計画を上回って終了しました。

● 海外事業は、中国・ヨーロッパで増収を果たした効果に加え、売上利益率の改善が進んだことも寄与し、計画を大きく上回ることができました。

ワコール事業（国内）：【前年同期比】



売上高

585.9億円
▲3.0% ▲18.4億円

営業利益

49.6億円
▲5.3% ▲2.8億円

売上高：豪雨・台風・地震や酷暑で、卸売、小売ともに夏場の売上が苦戦↓

卸売事業：百貨店…高級ライン苦戦↓ 量販店…「ウイング」夏の主力ブラジャー低迷↓
小売事業：ブラジャー「BRAGENIC（ブラジェニック）」好調↑ セール販売の規模縮小↓ 災害により営業日数減少↓
WEB事業：1%減（自社EC10%増↑、カタログ14%減↓）
Ai：22%減 暑需要期の売上低迷↓

営業利益：売上利益率改善↑ 販管費の期ずれ↑ 補償金収入による前期の一時的収益の反動↓

(株)ワコール 売上	18/3期	19/3期	19/3期	前年比		計画比		(単位：百万円)
	2Q実績	2Q実績	2Q計画	増減額	増減率	増減額	増減率	
ワコールブランド	28,350	27,625	27,800	▲725	▲2.6%	▲175	▲0.6%	
ウイングブランド	12,265	11,991	12,100	▲274	▲2.2%	▲109	▲0.9%	
ウエルネス	3,145	2,576	2,900	▲569	▲18.1%	▲324	▲11.2%	
卸売事業本部（卸売上）小計	43,760	42,192	42,800	▲1,568	▲3.6%	▲608	▲1.4%	
その他（部門間取引含む）	1,163	1,128	1,300	▲35	▲3.0%	▲172	▲13.2%	
卸売事業本部 合計	44,923	43,320	44,200	▲1,603	▲3.6%	▲880	▲2.0%	
小売事業本部	8,342	8,460	8,900	118	▲1.4%	▲440	▲4.9%	
WEB卸売事業部	3,535	3,529	3,800	▲26	▲0.7%	▲271	▲7.1%	
部門間取引消去	▲1,839	▲1,896	▲2,100	▲57	—	204	—	
(株)ワコール 合計	54,981	53,413	54,800	▲1,568	▲2.9%	▲1,387	▲2.5%	

●続いて、オペレーション・セグメントごとの状況、まず、国内のワコール事業について、ご説明いたします。

●株式会社ワコールでは、卸売事業の連携強化と生産性の向上をねらいに、従前のワコールブランド事業本部、チェーンストア事業本部、ウエルネス事業部を、当期から「卸売事業本部」に再編し、小売事業者向けの営業を一元化しています。

●卸売事業本部の売上高は、前年同期に比べ 4%の減少となりました。台風等の自然災害や酷暑の影響のほか、百貨店での高級ラインの販売苦戦、量販店での夏場の売上低迷による在庫調整などが影響する結果となりました。

●小売事業本部の売上高は、1%の増加となりました。直営店を横断展開するブラジャー「BRAGENIC（ブラジェニック）」は、好調を維持し倍増したものの、セール販売の規模を縮小したことや自然災害による営業日数の減少などが影響しました。

●WEB 販売事業部の売上高は、1%の減少となりました。ウェブストア事業は 10%増加しましたが、カタログ事業は、配送料の値上げ影響もあって苦戦しました

●このほか、株式会社 Ai（アイ）の売上高は、若年層の需要減少、低価格帯における新規メーカーの参入による競争の激化といった水着市場の変化を受けた結果、最需要期の第2四半期に大きく苦戦し 22%の減少となりました。

●以上の結果などから、当該セグメントの売上高は、前年同期に比べ 3%の減少となりました。

●営業利益は、株式会社ワコールは売上利益率の改善に伴って営業利益率も向上し増益となりました。しかしながら前年同期には、子会社工場用地の退去に伴う補償金収入を計上した反動もあり、前年同期に比べ 5%の減少となりました。

ワコール事業（海外）：【前年同期比】



売上高 288.2億円
+3.9% +10.8億円

営業利益 38.4億円
+7.6% +2.7億円

米国	売上高：EC販売好調↑ 百貨店の店頭販売苦戦↓ 前期の取扱い百貨店店舗増の反動↓ 営業利益：減収影響↓
欧州	売上高：英国の百貨店売上堅調↑ 他社ECの売上伸長↑ 「elomi」ブランド好調継続↑ 営業利益：増収効果↑ 英国希望小売価格の見直し等による売上利益率改善↑
中国	売上高：需要期の販促策により百貨店の店頭販売好調↑ 他社ECの売上伸長↑ 営業利益：EC売上比率と「ワコール」ブランド売上比率が高まり売上利益率が改善↑

(単位：百万円)

	18/3期 2Q実績	19/3期 2Q実績	19/3期 2Q計画	円ベース				現地通貨ベース			
				前期比		計画比		前期比		計画比	
				増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	ワコールインターナショナル(米国)	11,144	10,791	11,300	▲353	▲3.2%	▲509	▲4.5%	▲2.5%	▲4.5%	
	ワコールヨーロッパ	7,124	7,443	7,500	319	+4.5%	▲57	▲0.8%	+2.1%	+0.7%	
	中国ワコール	5,442	6,297	6,000	855	+15.7%	297	+5.0%	+11.0%	+5.2%	
営業利益	ワコールインターナショナル(米国)	2,091	1,896	1,900	▲195	▲9.3%	▲4	▲0.2%	▲8.7%	▲0.2%	
	ワコールヨーロッパ	606	789	520	183	+30.2%	269	+51.7%	+27.2%	+55.1%	
	中国ワコール	457	721	490	264	+57.8%	231	+47.1%	+51.3%	+47.9%	

7

●次に、海外のワコール事業について、主要3法人の状況をご説明申し上げます。

●米国・ワコールインターナショナルの現地通貨ベースの売上高は、前年同期に比べ2%減少しました。EC販売は9%増加しました。しかしながら、百貨店の店頭販売額が8%減少したことに加えて、一部百貨店の経営破たんによる閉店や、前年同期には取り扱い百貨店の店舗数の増加に伴う初回納品の上乗せがあったことへの反動が影響しました。

●現地通貨ベースの営業利益は、販管費を抑制しましたが、減収に伴い9%の減少となりました。

●ワコールヨーロッパの現地通貨ベースの売上高は、前年同期に比べ2%の増加となりました。主軸の英国・米国では、百貨店と他社ECが順調で、それぞれ8%、4%増加しました。また、豊満体型女性向けブランド「elomi（エロミ）」は下着・水着合わせて20%の増加となり、引き続き、全体をけん引しました。

●現地通貨ベースの営業利益は、増収効果に加えて、セール販売の縮小や英国での希望小売価格の見直しなどによる売上利益率改善が寄与し、27%の増加となりました。

●中国ワコールの現地通貨ベースの売上高は、前年同期に比べ 11%増加しました。春節、婦人節などの需要期の販促強化が奏功し、購買客数が増加した結果、百貨店の店頭販売額は4%の増加となりました。また他社 EC を通じた売上高は、同じく需要期の販売プロモーションが好調だったことなどから 54%伸長しました。

●現地通貨ベースの営業利益は、EC 売上と「ワコール」ブランド売上の比率が高まったことで売上利益率が改善し、51%の増加となりました。

●これらの結果、邦貨換算後の当該セグメントの売上高は 4%、営業利益は 8 %、ともに前年同期を上回りました。

ピーチ・ジョン（PJ）事業・その他事業：【前年同期比】



PJ 売上高 **54.7億円** 営業利益 **1.8億円**
 ▲1.6% ▲0.9億円 ▲53.8% ▲2.1億円

売上高：国内…通販事業復調↑ 店舗事業苦戦↓ 台湾…EC・直営店ともに好調維持↑
 営業利益：減収影響↓ 中国事業の売上伸び率の低下↓ EC広告等の販費増加↓

その他 売上高 **89.4億円** 営業利益 **7百万円**
 +8.4% +6.9億円 ▲97.7% ▲3.0億円

ルシアン 売上高：大手量販店のPB受注減少↓ マテリアル、アート・ホビー、アパレルの事業不振↓
 営業利益：減収影響↓ 海外工場の加工費上昇で売上利益率悪化↓

七彩 売上高：大手百貨店の本店改装工事完了↑
 営業利益：増収効果↑ 工事売上比率が高まり、売上利益率は低下↓

(単位：百万円)

	18/3期 2Q実績	19/3期 2Q実績	19/3期 2Q計画	前年比		計画比	
				増減額	増減率	増減額	増減率
売上高 PJ	6,250	6,135	6,600	▲115	▲1.8%	▲465	▲7.0%
売上高 ルシアン	5,014	4,284	4,900	▲730	▲14.6%	▲616	▲12.6%
売上高 七彩	4,098	5,435	4,600	1,337	+32.6%	835	+18.2%
営業利益 PJ	394	182	310	▲212	▲53.8%	▲128	▲41.3%
営業利益 ルシアン	159	▲199	▲10	▲358	-	▲189	-
営業利益 七彩	86	204	100	118	+137.2%	104	+104.0%

8

●ピーチ・ジョン事業については、プロガーとの取り組み強化などにより認知拡大が進んだ台湾が前年同期に比べ45%の増加となりました。一方、国内は、通販事業がSNS広告の強化から1%の増加に転じたものの、引き続き、店舗事業が苦戦した結果、前年同期を2%下回る結果となりました。

●営業利益は、国内での減収影響に加え、中国事業の伸び率の鈍化と他社EC広告費等の増加が響き54%減少しました。

●その他事業については、ルシアンの売上高は、前年同期に比べ15%の減少となりました。主力のインナーウェア事業が大手量販店向けPBの採用品番数の縮小などにより受注が減少し16%下回ったほか、マテリアル事業、アート・ホビー事業、アパレル事業ともに振るいませんでした。

●七彩の売上高は33%の増加となりました。第1四半期に工事を完了した大手百貨店の本店改装などによって、工事事業は49%増加し、物販事業も30%増加しました。

●これらの結果から、その他事業セグメントの売上高は前年同期に比べ8%の増加となりましたが、営業利益は、ルシアンが減収の影響から営業損失となったことに加えて、七彩が増収したものの、工事事業の比率の高まりから売上利益率が低下したことを受けて、98%の減少となりました。

重点課題・2019年3月期の取り組みと進捗(1)



基本方針	19/3期の取り組み	第2四半期の進捗
国内の収益確保	<ul style="list-style-type: none"> □ 生産性を高めつつ成長軌道へ回帰 ➢ 卸売の生産性、小売の収益性向上 <ul style="list-style-type: none"> ● 卸売事業本部体制の始動 ● パルチェーンの最適化、人員配達の効率化 ● 小売事業の収益基盤強化 <ul style="list-style-type: none"> - 共通商品・継続品の育成、RFID導入 ➢ 接客の強みをデジタル技術で進化 ● オムニチャネルサービスの具体的な展開 ● 次世代ショップの試験展開 ● アプリを活用した新サービス開始 ➢ 優位性ある戦略商品の企画開発 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 売上利益率改善状況 (卸売事業 0.6ポイント↑、小売事業 4.6ポイント↑) ➢ 卸売の生産性、小売の収益性向上 <ul style="list-style-type: none"> ● 適時適量の納品により量販店の返品率を低減 ● 直営店での共通商品のさらなる強化 <ul style="list-style-type: none"> - 「BRAGENIC」販売実績 約38万枚 (増率比197%) ● 直営店における通常価格での販売強化 (セール縮小) ➢ 接客の強みをデジタル技術で進化 <ul style="list-style-type: none"> ● お客さま情報の電子化と接客タブレットの運用開始 ● 次世代ショップの来春開店に向けた整備 ➢ 優位性ある戦略商品の企画開発 ● 量販店にて、快速性ブラジャー「シンクロブラ」発売
海外のさらなる成長	<ul style="list-style-type: none"> □ 効果的な成長投資の実施による成長性の強化 ➢ 企画開発力、商品競争力強化 <ul style="list-style-type: none"> ● 欧米でのブランド価値・商品企画と設計力強化 ● 中国アジアでの新規性・独創性の強化 ➢ EC対応力はじめチャネル開拓の継続 ● 自社ECの対応国や他社ECでの通常販売の拡大 ➢ サプライチェーンネットワークの拡充 <ul style="list-style-type: none"> ● ASEAN供給基地の整備 (タイ材料会社、ヨフマー) ● 多様なニーズに対応する設備環境の整備 ● PLMやCADの運用拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 海外事業・売上高 +3.9% 営業利益+7.6% ➢ 企画開発力、商品競争力強化 <ul style="list-style-type: none"> ● ものづくり構造改革として、企画部門のパターン技術向上の取り組みを継続 ➢ EC対応力はじめチャネル開拓の継続 <ul style="list-style-type: none"> ● 通常価格で販売する商品ラインアップを拡大 <主要3法人のEC売上伸び率> <ul style="list-style-type: none"> 米W+9% Wヨーロッパ+2.7% 中国W+5.4% ● EC拡大に伴い、「EC事業本部」を新設 (中国) ➢ サプライチェーンネットワークの拡充 <ul style="list-style-type: none"> ● タイ材料会社の構造改革による事業効率改善

9

● 当社は、現在の中期経営計画の最終年度となる当期において、事業効率を高めるための基盤整備の完了や、成長が期待できる領域への投資に取り組んでいます。同時に、効果的な資本政策を行うことによる、企業価値の向上を目指しております。

● それでは、中期経営計画に掲げる 5 つの基本方針、「国内事業の収益確保」、「海外事業のさらなる成長」、「グループ内のシナジー発揮による競争力強化」、「事業ポートフォリオ拡大への挑戦」、「グループ経営基盤の整備」に沿って、戦略課題に対する進捗状況を、ご説明申し上げます。

● 「国内事業」につきましては、引き続き、卸売事業の生産性と小売事業の収益性向上に力を注いでいます。適時適量の納品によって量販店の返品率を低減したほか、直営店での共通商品の展開を強化しました。結果、卸売事業、小売事業ともに売上利益率の改善が進みました。

● また接客の強みをデジタル技術で進化させる、独自のオムニチャネルサービスの実現に取り組んでおり、一部百貨店にて、お客さま情報の電子化と接客タブレットの運用を開始しました。来春には、3D ボディスキャナーや接客 AI などを活かした次世代型ショップのオープンを予定しています。引き続き、事業生産性を高め、早期に成長軌道へ回帰するよう努めてまいります。

●「海外事業」は、効果的な戦略投資の実施による成長性の強化を図っています。とくに、著しい伸長を見せる世界の EC 市場への対応力を強化しています。米国、ヨーロッパにおける自社 EC の利便性向上をはじめ、他社 EC が主力の中国では、通常価格で販売する商品ラインアップの拡充と同時に、大きなセール商戦期に的確に対応できる事業体制の整備に取り組んでいます。一方、タイの材料会社・A テックテキスタイルでは、製造拠点の一元化や不採算事業の撤退による構造改革を進めた結果、事業効率が改善しています。

重点課題・2019年3月期の取り組みと進捗(2)



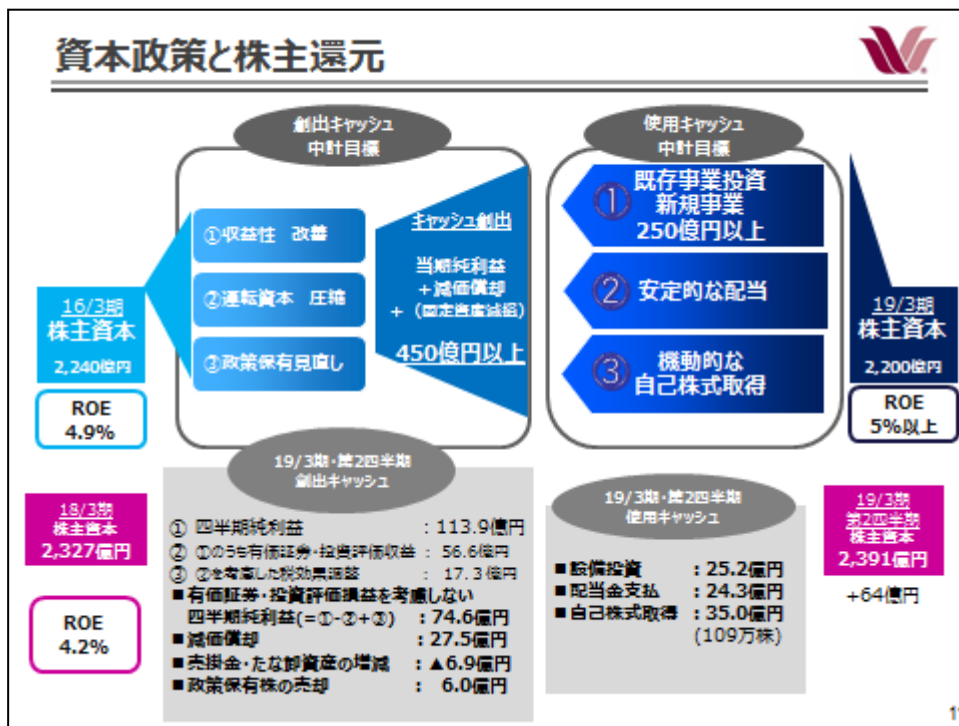
基本方針	19/3期の取り組み	第2四半期の進捗
グループシナジーの発揮と競争力強化	<ul style="list-style-type: none"> □ 事業構造の抜本的見直しを促した収益性改善 ▶ 収益改善 <ul style="list-style-type: none"> ● AI: 自社企画商品の比率拡大、原価低減 ● PJ: Uと型あたりの売上拡大、原価低減 ● ルシアン: 自ブランド商品の競争力向上、基幹材料の集約による原価低減 ● 七彩: アパレル以外の顧客開拓 ▶ 海外事業の連携 <ul style="list-style-type: none"> - PJ: 中国ワコールと連携した海外販売の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 収益改善 <ul style="list-style-type: none"> ● AI: ワコールと共同しノンフイヤー水着開発 ● PJ: 新商品のノンフイヤー「自由のブラ」がEC・店舗で好調に推移 ● 七彩: 化粧品メーカーなどから受注を獲得
事業ポートフォリオ拡大への挑戦	<ul style="list-style-type: none"> ● 京町家営業部始動 <ul style="list-style-type: none"> - 京町家を活用した宿泊事業をスタート 	<ul style="list-style-type: none"> ● 京都市内で宿泊事業を開始 (4月 岡崎地区 8月 釜屋地区) ● デサントとの包括的業務提携契約を締結
グループ経営基盤の整備	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 製造委託先との協働によるCSR調達 <ul style="list-style-type: none"> - CSR調達委員会の新設 - 公開工場リストの更新・透明性確保、社会的責任 - 継続的なモニタリング・是正改善の実施 ▶ コーポレートガバナンスの継続的改善 <ul style="list-style-type: none"> - CGコード改定への対応 ▶ 働き方・休み方改革の促進 <ul style="list-style-type: none"> - テレワーク導入、ITインフラの整備 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 製造委託先との協働によるCSR調達 <ul style="list-style-type: none"> - 人権や労働慣行などの遵守状況を把握・是正・改善する一連のサイクルの確立と運用開始 - 製造委託先の工場リストを公開 ▶ コーポレートガバナンスの継続的改善 <ul style="list-style-type: none"> - 買収防衛策の非継続 - 政策保有株式や役員指名・報酬等のCGガイドラインの整備を推進 ▶ 働き方・休み方改革 <ul style="list-style-type: none"> - 自己開発や配偶者希同に対応する休職制度導入

10

●「グループシナジーの発揮と競争力強化」については、収益力の改善を目的に、ワコールのノウハウや事業インフラを活かしながら、会社ごとに自社ブランドの商品競争力向上に取り組みました。しかしながら、国内の流通構造や消費ニーズの変化に対応しきれず厳しい状況が続いています。

●「事業ポートフォリオ拡大への挑戦」については、京都市内において京町家を活用した宿泊事業を4月より開始いたしました。素晴らしい施設になっておりますので、ぜひ、京都にお越しの際は、宿泊いただきますようお願いいたします。また8月末に株式会社デサントと包括的業務提携を締結しました。デサントとの取り組み状況は、後ほどご説明いたします。

●「グループ経営基盤の整備」は、持続可能な発展を目指して、社会課題に対して、一層の責任を果たす取り組みを高めております。人権や労働慣行などの遵守状況を把握・是正・改善する、CSR 調達の一連のサイクルを確立し運用を開始しました。このほか、買収防衛策を継続しない決議を終えております。コーポレート・ガバナンスのさらなる改善に向けて、引き続き取り組んでまいります。



- 次に「資本政策と株主還元」への取り組みについて、進捗状況を簡単にご説明申し上げます。
- 準拠する米国会計基準の改正に伴い、四半期純利益は 114 億円となりましたが、有価証券・投資評価収益を考慮せず、またそれに係る税効果調整を反映した、実質的な四半期純利益は 75 億円となります。一方、減価償却費は 28 億円となりました。
- このほか、棚卸資産や売掛金が 7 億円の増加、政策保有株の売却は 6 億円となりました。設備投資は、オムニチャネルサービス実現に向けた IT 投資などがあったものの、25 億円にとどまりました。
- 株主の皆さまへの還元としましては、配当金支払には 24 億円、自己株式の取得には 35 億円を充てております。しかしながら会計基準の改正を受けて、持分証券の未実現利益等を利益剰余金への累積影響額として計上したことなどから、株主資本の金額は、前期末に比べおよそ 64 億円増加しております。
- 引き続き、国内事業における生産性向上や顧客に対するサービス基盤の整備、海外事業のさらなる成長に向けて、積極的かつ戦略的に投資機会を見出してまいります。同時に、一層の資本効率の向上と、株主の皆さまへの還元拡充を進めてまいります。

2019年3月期 通期業績予想



売上高 **2,000億円** +2.2% 営業利益 **100億円** ▲13.0%

- 通期の業績予想、配当予想に変更はありません。
- 有価証券・投資評価損益による変動影響は、業績予想に織り込んでいません。

(単位：百万円)

	18/3期		19/3期 2Q実績	19/3期 通期見直し	19/3期 通期計画	前期比		計画比
	1Q実績	通期実績				増減額	増減率	
売上高	101,976	195,725	101,815	200,000	200,000	4,275	+2.2%	0
営業利益	9,511	11,494	8,994	10,000	10,000	▲1,494	▲13.0%	0
当社株主に帰属する 当期純利益	7,437	9,745	11,391	10,000	10,000	255	+2.6%	0
注釈1-1	18-111.0億円 18-143.6億円 18-16.3億円	18-110.9億円 18-147.0億円 18-16.6億円	18-110.3億円 18-146.9億円 18-17.0億円		18-110.0億円 18-150.0億円 18-17.0億円			

□ひと株当たり配当：中間36円、期末36円（予定）

13

- 続きまして、通期の連結業績予想および、配当の状況について、ご説明申し上げます。
- 通期の連結業績予想につきましては、5月15日に公表した予想数値から変更はありません。また業績予想には、有価証券・投資評価損益による変動影響を、織り込んでおりません。
- 中間配当につきましては、ひと株当たり36円とさせていただきました。期末配当も同様にひと株当たり36円を予定しております。いずれも期初の配当予想からの変更はありません

通期業績予想【営業損益】下半期のリスクについて



「アップサイド」：国内・海外事業の経営効率の向上による上振れの公算
 「ダウンサイド」：国内子会社の売上不振、無形固定資産の減損可能性

	■ダウンサイドのリスク	□アップサイドのリスク
国内事業	<ul style="list-style-type: none"> ■例ワコール：国内流通チャネルの縮小 ■Ai：ソフトウェアの減損（※） 	<ul style="list-style-type: none"> □例ワコール：経営効率の向上（完益率改善、販管費抑制）
海外事業		<ul style="list-style-type: none"> □主要法人：販管費の抑制 □中国：EC商戦期の売上増
ピーチ・ジョン事業	<ul style="list-style-type: none"> ■無形固定資産の減損（※） 	
その他	<ul style="list-style-type: none"> ■ルシアン：PB受注の不振 	

※当期の業績推移に応じて、減損損失についての再評価を行う必要があります。
 なお、顕在化してもキャッシュフローの減少につながらないため、設備投資や株主還元への影響はありません。

14

●続いて、通期業績予想を修正しなかった背景に関して、現時点で認識している営業損益リスクのご説明を申し上げます。

●株式会社ワコールの経営効率の向上、海外事業の上振れの公算が少なくありませんが、反面で国内子会社 2 社、「Ai（アイ）」と「ピーチ・ジョン」に関わる固定資産の再評価を実施する予定としています。

●まず「Ai」につきましては、IT システムなどの無形固定資産の再評価を実施する予定ですが、いまのところ当期における減損損失の計上は回避できないものと考えております。

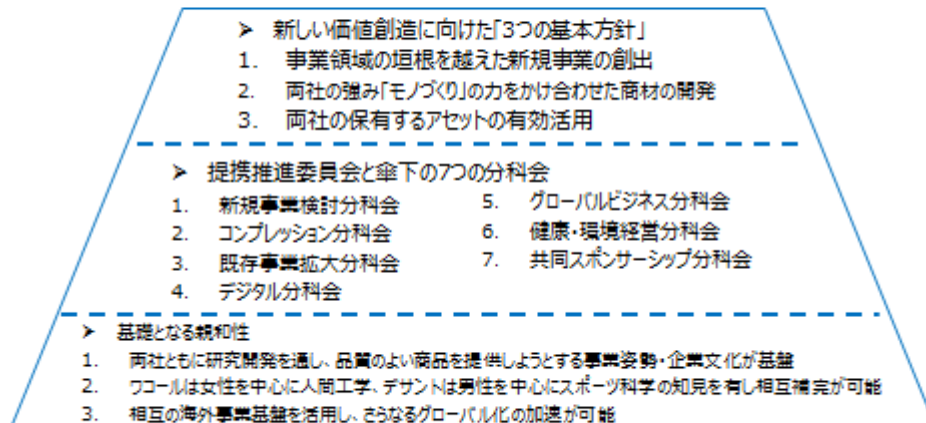
●「ピーチ・ジョン」につきましては、のれん、商標権の再評価を実施いたしますが、今後の事業計画の前提となる、当期の業績推移によっては、減損損失の発生が回避できない可能性があります。

●なお、通期の業績予想の修正が必要となる場合には、速やかに適時開示いたします。また、減損損失の計上リスクは、顕在化しましてもキャッシュフローの減少にはつながらないため、設備投資や株主還元に対する影響はありません。



「業務提携のねらい」

- 両社の強み・経営資源を活用することによって、スポーツ・健康・ファッションの領域で、新しい価値の創造と新規マーケットの創出を表現し、相互の事業拡大とグローバル化を加速させる。



「3つの基本方針」を受けて、7つの分科会がテーマに沿った成果の実現に向けて検討を行い、月例の両社による提携推進委員会では、両社の社長が進捗状況を確認しながら主導している。

16

●最後に、株式会社デザートとの取り組みについて、簡単にご報告いたします。

●8月末に包括的業務提携を締結しました。提携のねらいは、両社の強み・経営資源を活用することによって、スポーツ・健康・ファッションの領域で、新しい価値の創造と新規マーケットの創出を実現し、相互の事業拡大とグローバル化を加速させることにあります。

●両社の提携にあたって、新しい価値創造に向けた「3つの基本方針」を掲げています。ひとつは「新規事業を創出しよう」という取り組み、次に両社の強みをかけ合わせて補完し合える「商品開発を進めよう」という取り組み、そしてお互いが保有するアセットを「最大限に有効活用しよう」という取り組みです。

●これを受けて、両社の社員が7つの分科会ごとのテーマに沿った成果の実現に向けて検討を始めております。また月に一度開催している提携推進委員会では、私自身も出席し進捗状況を確認しながらプロジェクトを主導しております。

●この提携を通して、より一層、お客さまに支持される商品やサービスの実現を目指すと同時に、当社の企業価値の維持・向上につなげていく考えでおりますので、ご支援とご理解をよろしくお願い申し上げます。



- 以上で、わたくしからの説明は終了いたします。
- これより先は、ご参考資料としまして、主な子会社の業績一覧、業績予想一覧、株式会社ワコールの事業部門別売上高予想を添付しておりますので、ご確認いただきますよう、お願いいたします。 ご清聴ありがとうございました。

会計基準等の改正に伴う会計方針の変更



●米国会計基準の改正に伴い、当期より、連結財務諸表において、以下の規定を適用しています。

①顧客との契約から生じる収益に関する規定

企業が顧客との契約で引き渡した財またはサービスとの交換で得られると見込まれる金額を収益として認識しています。この規定の適用により、前期まで流動資産の「返品調整引当金及び貸倒引当金」に含めて表示していた返品にかかる負債を、当期より流動負債の「返金負債」として計上するとともに、返品される商品を回収する権利を流動資産の「返品資産」に計上しています。

②金融商品の認識と測定に関する規定

持分証券（持分法投資及び連結される投資を除く）を公正価値で評価し、その変動を純損益において認識しています。この規定の適用により、当第2四半期の連結損益計算書におけるその他の収益・費用には、有価証券・投資評価収益を約57億円を計上しています。

③期間年金費用及び期間退職後給付費用の表に関する規定

期間年金費用及び期間退職後給付費用のうち勤務費用以外の構成要素をその他の収益・費用として計上しています。この規定は遡及適用されるため、前年同期の連結累計期間において、営業費用から581百万円をその他の収益・費用へ組み替えています。

※詳細については、決算短信の添付資料・9ページをご覧ください。

19年3月期・第2四半期 主な子会社の業績一覧



(単位：百万円)

	売上高						営業利益							
	18/3Q 2018年	19/3Q 2019年	19/3Q 2019年	増減 円高	増減 %	対売上 %	18/3Q 2018年	19/3Q 2019年	19/3Q 2019年	増減 円高	増減 %	対売上 %		
ホール	94,991	53,413	94,900	▲1,998	▲2.9%	▲1,287	▲2.9%	3,582	3,990	3,150	▲608	+11.4%	860	+26.7%
ビエラ	6,280	8,135	6,600	▲115	▲1.8%	▲465	▲7.0%	394	352	210	▲212	+23.8%	▲128	▲61.2%
ルネサ	5,014	4,284	4,900	▲790	+16.6%	▲616	+12.6%	189	▲399	▲10	▲388	-	▲189	-
七海	4,098	5,435	4,600	1,237	+32.6%	825	+18.2%	86	204	100	118	+127.2%	104	+106.0%
△1	3,986	3,105	4,200	▲883	+22.2%	▲1,197	+27.8%	8	▲58	270	▲66	-	▲228	-
ホール・インターナショナル(米国)	11,464	10,791	11,200	▲263	+2.2%	▲209	+6.7%	2,091	1,898	1,900	▲193	+9.2%	▲6	+0.2%
ホール・ロビン	7,124	7,445	7,500	219	+6.5%	▲57	+0.8%	606	759	520	183	+30.2%	269	+51.7%
★国ホール	5,643	8,297	6,000	855	+15.7%	287	+6.0%	457	721	490	264	+57.8%	231	+51.1%
★国ホール	1,566	1,449	1,500	▲117	+7.5%	▲51	+2.6%	161	341	120	▲20	+12.6%	21	+17.5%
【海外主要子会社（仮称）(百万円)】 (19-110,267,12-166,919,18-170,994,149-16,098)														
ホール・インターナショナル(米国)	100,226	97,887	102,500	▲2,489	+2.5%	▲623	+6.5%	18,224	17,204	17,240	▲1,620	+8.7%	▲26	+0.2% 平US\$
ホール・ロビン	49,605	50,857	50,200	1,052	+2.1%	257	+0.7%	4,220	5,388	3,460	1,148	+27.2%	1,908	+52.1% 平\$
★国ホール	321,974	368,420	360,200	36,426	+11.0%	18,220	+8.2%	27,885	42,391	38,520	14,206	+51.2%	12,671	+47.9% 平\$
★国ホール	108,205	104,490	108,400	▲3,815	+2.5%	▲2,910	+2.6%	11,207	10,249	8,800	▲958	+8.5%	1,649	+16.5% 平\$

※各項目は連結連結前の数値です。

19年3月期・通期 主な子会社の損益計画



(単位：百万円)

	売上高				営業利益			
	18/3期	19/3期	前期比		18/3期	19/3期	前期比	
	通期実績	通期計画	増減額	増減率	額	通期計画	増減額	増減率
ワコール	106,535	107,600	1,065	+1.0%	4,851	4,100	▲751	▲15.5%
ビーチ・スタイル	12,076	13,200	1,124	+9.3%	441	450	9	+2.0%
ルシアン	9,342	10,400	1,058	+11.3%	73	200	127	+174.0%
七彩	9,320	9,200	▲120	▲1.3%	222	200	▲22	▲9.9%
A1	5,114	5,600	486	+9.5%	▲351	60	411	▲115.5%
ワコ・インナー・ウェア (米国)	19,123	19,700	577	+3.0%	2,042	1,900	▲142	▲7.0%
ワコールヨーロッパ	14,062	14,900	838	+6.0%	1,226	900	▲326	▲26.6%
中国ワコール	10,593	11,800	1,207	+11.4%	519	650	131	+25.2%
香港ワコール	2,924	2,800	▲124	▲4.2%	168	150	▲18	▲10.7%
【海外主要子会社（現地通貨ベース）】 (1\$=110.00円, 1£=150.00円, 1元=17.00円, 1HK\$=13.68円)								
ワコ・インナー・ウェア (米国)	172,514	178,700	6,186	+3.6%	18,418	17,500	▲918	▲5.0% 千US\$
ワコールヨーロッパ	95,641	99,300	3,659	+3.8%	8,339	6,000	▲2,339	▲28.0% 千€
中国ワコール	636,936	692,000	55,064	+8.6%	31,293	38,000	6,707	+21.4% 千¥
香港ワコール	203,053	206,000	2,947	+1.5%	11,729	11,000	▲729	▲6.2% 千HK\$

※各項目は連結調整前の数値です。

19

19年3月期・通期 (株)ワコール事業部門別売上計画



(単位：百万円)

(株)ワコール 売上	18/3期	19/3期	前期比	
	通期実績	通期計画	増減額	増減率
ワコールブランド	53,150	53,400	250	+0.5%
ウイングブランド	23,115	22,700	▲415	▲1.8%
ウエルネス	6,040	6,300	260	+4.3%
卸売事業本部（卸売上）小計	82,305	82,400	95	+0.1%
その他（部門間取引など）	2,702	2,800	98	+3.6%
卸売事業本部 合計	85,007	85,200	193	+0.2%
小売事業本部	16,952	18,000	1,048	+6.2%
WEB販売事業部	7,567	8,200	633	+8.4%
部門間取引消去	▲2,991	▲3,800	▲809	—
(株)ワコール 合計	106,535	107,600	1,065	+1.0%

※各項目は連結調整前の数値です。

18

20