

2021年3月期 第3四半期 決算説明資料【米国会計基準】

**2021年1月29日
株式会社ワコールホールディングス**

皆さま、こんにちは。

株式会社ワコールホールディングス取締役常務執行役員の宮城晃です。

この度は決算説明動画をご覧いただき、誠にありがとうございます。

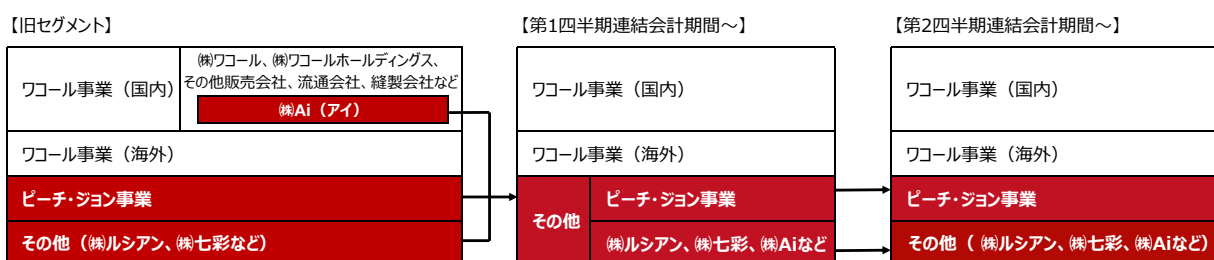
それでは、ワコールホールディングスの2021年3月期 第3四半期決算について、ご説明申し上げます。

スライド 2

報告セグメントの変更等に関する事項

第1四半期連結累計期間において、当社グループ内の業績管理区分の一部見直しに伴い、従来「ワコール事業（国内）」セグメントに含めていたA i 及び「ピーチ・ジョン事業」セグメントを「その他」セグメントへ含める変更を行いました。しかしながら、第2四半期連結累計期間において、「その他」セグメントに含まれていた「ピーチ・ジョン事業」が量的基準を満たしたため、報告セグメントとして記載する方法に変更しています。

事業セグメント変更の概要



2

2ページをご覧ください。

2020年10月30日にお知らせしたとおり、第1四半期および第2四半期におきまして、報告セグメントの変更を行っています。

本プレゼン資料内の数値は前期の数値を含め、新たなセグメントに組み替えて表示をしています。

**増税後の需要減少の裏返し、IO社・ピーチ・ジョンの成長により、売上は前期並みで推移
売上利益率の改善に加え、各社で経費削減に努めたことで大幅増益**

- 売上高 前年同期比▲2% （PJ+19%、米国+7%、ワコール+3%、中国+1%、欧州▲16%、その他▲33%）
- 営業利益 前年同期差+24億円 （ワコール（国内）+13億円、ワコール（海外）+6億円、PJ+5億円）

売上高 **417億円** 前年同期差▲8億円（▲2%） 修正計画差+15億円（+4%）

- 国内は、自社ECが好調（+56%）に推移。実店舗売上は、11月後半以降は感染者数の増加に伴って減速
- 海外は、米国のEC成長が牽引。ヨーロッパは、英国や欧州主要国における再度のロックダウン措置が売上に影響
- ピーチ・ジョンは、商品企画や販促施策が奏功し、自社ECが高い成長を維持
- 国内外およびピーチ・ジョンは、慎重に見立てた売上計画については上回る

営業利益 **27億円** 前年同期差+24億円（+776%） 修正計画差+32億円

- 売上利益率の改善（56.6%、前期差+1.0pt）に加え、経費削減に努めた結果、前年同期を大幅超過（売上原価に含まれる助成金など特殊要因を除く売上利益率は、56.2%（+0.6pt））
- 3Q期間における助成金や一時帰休影響を除いた実質ベースの営業利益は21億円（3Q期間の影響額6億円）
- 売上の計画超過（+4%）、売上利益率の計画超過（+2.2pt）による利益増加に加え、販管費削減により大幅増益

3ページをご覧ください。

当第3四半期 3か月間の業績について、まとめています。

売上高は、417億円となりました。世界的に感染症の影響が残る中、海外事業及びその他事業は減収となりましたが、前年の消費税増税後の需要減少の裏返しがあった国内事業や、自社EC中心に販売が好調に推移したピーチ・ジョン事業は増収となりました。その結果、グループ全体では前年同期に比べ2%の減収と前年同期並みの水準まで回復しました。

営業利益は27億円となりました。売上高を2%の減少に留めたことに加え、売上利益率の改善や各社の経費削減が寄与し、前年同期に比べ24億円の増益となりました。修正計画に対しては、売上高、営業利益ともに大きく上回りました。

スライド 4

21/3期 3Q期間（10月～12月）事業セグメントおよび主要子会社の売上高・営業利益

※中国のみ、7月～9月

※他子会社や決算調整の項目は、表示していません

- ルシアン・七彩・Aiは、感染症による事業環境の変化が影響し、引き続き低迷
- ワコール・米国・PJは、ECの高成長に加え、経費削減に努めたことから、大幅増益

		売上高					営業利益					(単位: 百万円)	第3四半期コメント		
		20/3期3Q		21/3期 3Q期間		前年同期差	修正計画差	20/3期3Q		21/3期 3Q期間				前年同期差	修正計画差
		実績	実績	修正計画	実績			実績	修正計画						
	卸売事業	18,305	19,561	18,778	+1,256	+783	2,376	3,830	3,125	+1,454	+705	・百貨店▲9%、直営店▲13% ・量販店 ワコール+6%、ウイング+5% ・自社ECは高い成長を維持（+56%） ・前年の増税後落ち込みの反動により増収増益 ・米国ワコール自社EC+46%、IO社+62% ・欧州:感染症拡大で実店舗低迷 ・中国:前期並み（百貨店+2%、EC▲1%） ・PJ: 自社EC伸長（+43%） ・ルシアン: インナーウェア事業苦戦（▲20%） ・七彩: 工事事業低迷（▲56%） ・Ai: 下着事業前期並みも、水着低迷			
	小売+WEB事業	6,442	6,863	6,975	+421	▲112	645	686	621	+41	+65				
	ワコール	23,383	24,096	23,250	+713	+846	▲64	1,566	285	+1,630	+1,281				
ワコール事業（国内）		25,110	25,904	24,869	+794	+1,035	839	2,095	387	+1,256	+1,708				
ワコールインターナショナル		4,013	4,279	3,911	+266	+368	▲668	▲136	▲188	+532	+521				
ワコールヨーロッパ		2,882	2,429	2,414	▲453	+15	82	73	▲227	▲9	+300				
中国ワコール		2,204	2,216	2,286	+12	▲70	▲19	74	▲25	+93	+99				
ワコール事業（海外）		10,857	10,143	9,595	▲714	+548	▲396	204	▲633	+600	+837				
ピーチ・ジョン事業		2,399	2,855	2,590	+456	+265	72	568	54	+496	+514				
ルシアン		1,378	1,006	1,146	▲372	▲140	▲34	52	▲87	+86	+139				
七彩		1,886	1,114	1,265	▲772	▲151	▲10	▲96	▲177	▲86	+81				
Ai		485	360	421	▲125	▲61	▲137	▲138	▲124	▲1	▲14				
その他		4,215	2,844	3,191	▲1,371	▲347	▲209	▲187	▲284	+22	+97				
合計		42,581	41,746	40,245	▲835	+1,501	306	2,680	▲476	+2,374	+3,156				

4

4ページをご覧ください。

事業セグメントならびに主要子会社の売上高と営業利益を記載しています。

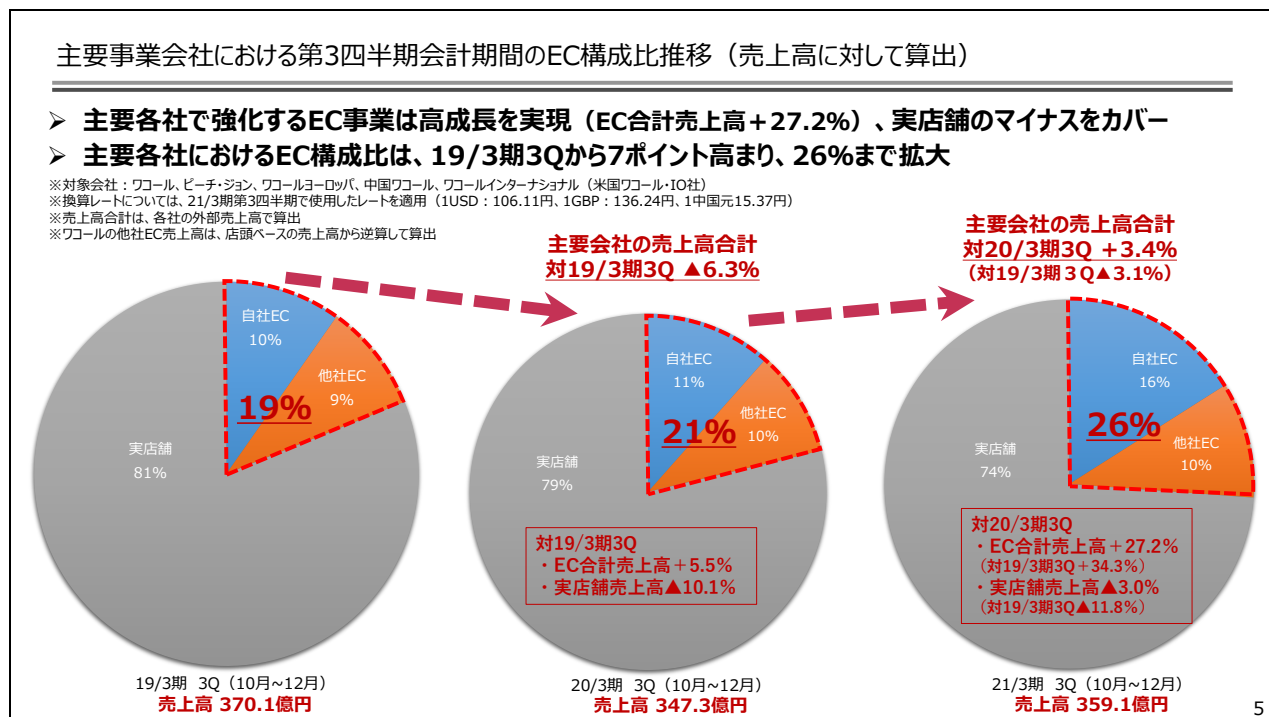
国内事業は、前年の消費税増税後の需要減少の裏返しに加え、自社ECが高い水準で推移したこと、ならびに、量販店での販売が堅調に推移した結果、増収となりました。営業利益については、引き続き、販管費の削減に努めたことで大幅な増益となりました。

海外事業は、米国事業が昨年買収したインティメイト・オンライン社の成長などで増収となったほか、中国事業も前期並みの水準を維持しました。しかし、イギリスなどでのロックダウンの影響で欧州事業が低迷し、海外事業全体では減収となりました。一方、営業利益は経費削減に加え、各国政府の支援策を活用した結果、前年同期に比べ6億円の増益となり、黒字を確保しました。

ピーチ・ジョン事業は、消費者のニーズを捉えた商品企画や、販促施策が奏功し、EC、店舗ともに好調を維持し、増収増益となりました。

その他事業につきましては、感染症の影響で引き続き苦戦しましたが、経費削減により赤字幅は縮小しています。

スライド 5



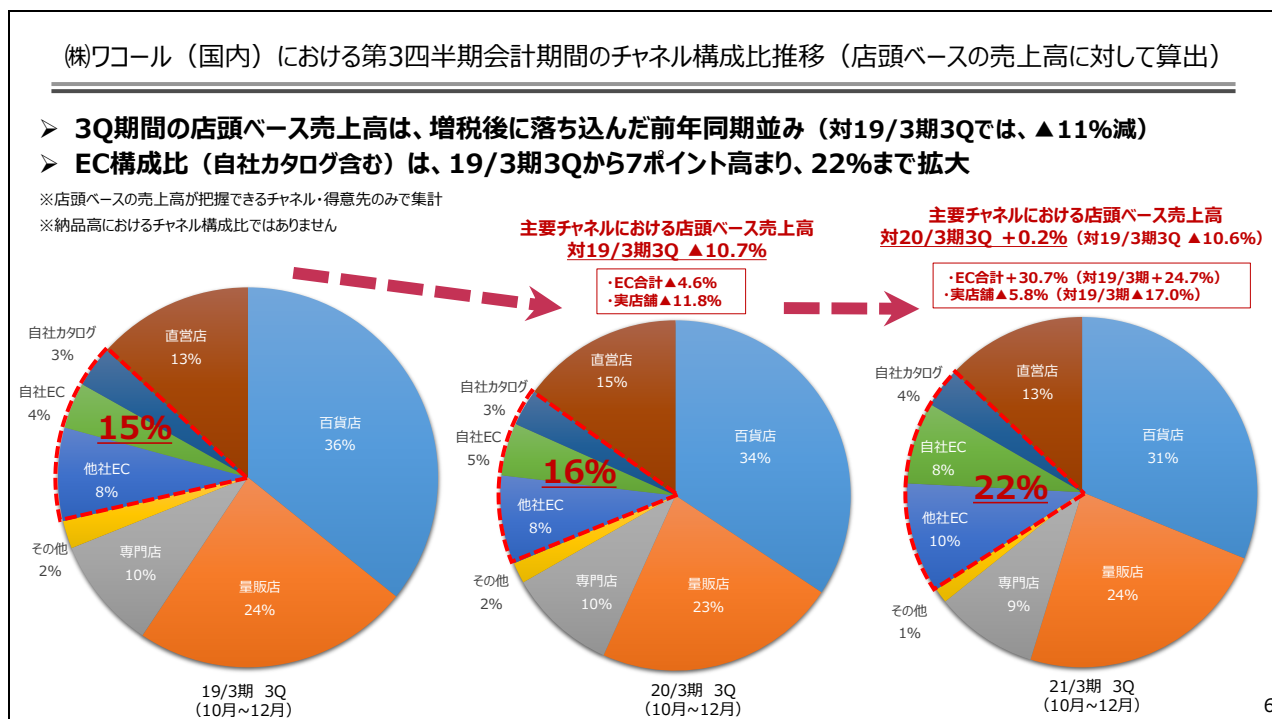
5ページをご覧ください。国内ワコール、ピーチ・ジョン、米国、欧州、中国、以上、主要事業会社5社合計の第3四半期におけるECの売上構成比の変化をまとめています。

ワコールグループでは、以前から、自社ECの強化に注力してきました。感染症の拡大影響により、消費者行動が大きく変化した結果、その取り組みが効果を発揮しています。

当第3四半期の主要事業会社合計のECの売上高は、前年同期に比べ27%の増収となり、大きく成長しました。その結果、店舗売上の減収分をカバーし、3%水準の成長を実現することが出来ました。また、売上に占めるEC比率は26%まで高めることができました。

今後、感染症が収束した場合においても、テレワークの浸透などによる外出機会の減少によって、実店舗の売上は感染症の拡大前の水準に戻らない可能性があります。どのような環境下においても売上高を維持・成長できるよう、現在進めているオンラインとオフラインの連携を更に推進し、お客さまの行動変化に対応してまいります。

スライド 6



6ページをご覧ください。次に、株式会社ワコールにおける当第3四半期の店頭ベースの売上について、チャネル構成比の変化をご覧ください。

なお、こちらの円グラフは、店頭ベースの売上高が把握できる得意先のみで算出しています。特に、量販店チャネルにおいては店頭売上高を把握できない得意先もあるため、実際の数値とは異なることをご理解いただければと思います。

実店舗の売上が6%程度減収となる中、EC売上高は前年同期と比べ30%以上成長し、合算では前年並みの水準を維持することができました。また、売上に占めるEC比率については、1年で6ポイント高まり、22%までに拡大しています。以上が、当第3四半期会計期間の報告となります。

スライド 7

21/3期 第3四半期（4月-12月） エグゼクティブサマリー

※中国のみ、1月～9月

感染症に端を発した外出自粛や店舗休業、その後の来店客数の減少が影響し、減収大幅減収も、経費削減や雇用調整助成金など活用、ピーチ・ジョンの増益により、黒字確保

- 売上高▲20%（ワコール▲21%、米国▲10%、欧州▲29%、中国▲22%、ピーチジョン+10%）
- 売上利益率計画の超過や経費削減により、営業利益計画を大幅超過

売上高 **1,149億円** 前年同期差▲291億円(▲20%) 修正計画差+15億円(+1%)

- ECが高い成長を維持するも、休業等による実店舗の減収が響き、ワコール（国内・海外）、その他事業ともに減収
- ピーチ・ジョンは、消費者ニーズを捉えた商品企画や販促施策が奏功し、ECが高伸長
- 修正計画の見込みに着地（修正計画比+1%）

営業利益 **40億円** 前年同期差▲58億円(▲60%) 修正計画差+32億円

- 経費の削減や雇用調整助成金などの政府支援が寄与し、黒字を確保
- ピーチ・ジョンは増収効果により、大幅増益（前年同期差+15億円（+861%増））
- 売上利益率計画の超過、追加の経費削減により、営業利益計画は大幅超過（計画差の詳細は、P.12～13）

税引前四半期純利益 **109億円** 前年同期差▲48億円(▲31%) 修正計画差+89億円

- 有価証券・投資評価損益（純額）については、評価益57億円を計上（前年同期は45億円の評価益計上）

7

7ページに移ります。次に、当第3四半期累計の業績について、ご報告いたします。

売上高は、1,149億円となりました。上期における大幅な減収が響き、前年同期に比べ20%の減収となりました。他方、ピーチ・ジョンについては消費者ニーズを捉えた商品企画や話題性の高いマーケティング活動が奏功し、力強い成長を成し遂げることができました。

営業利益は40億円となりました。減収の影響により、前年同期に比べ大幅な減益となりましたが、各社が経費削減に努めたことに加え、雇用調整助成金など各国政府の支援策を活用した結果、黒字を確保することが出来ました。

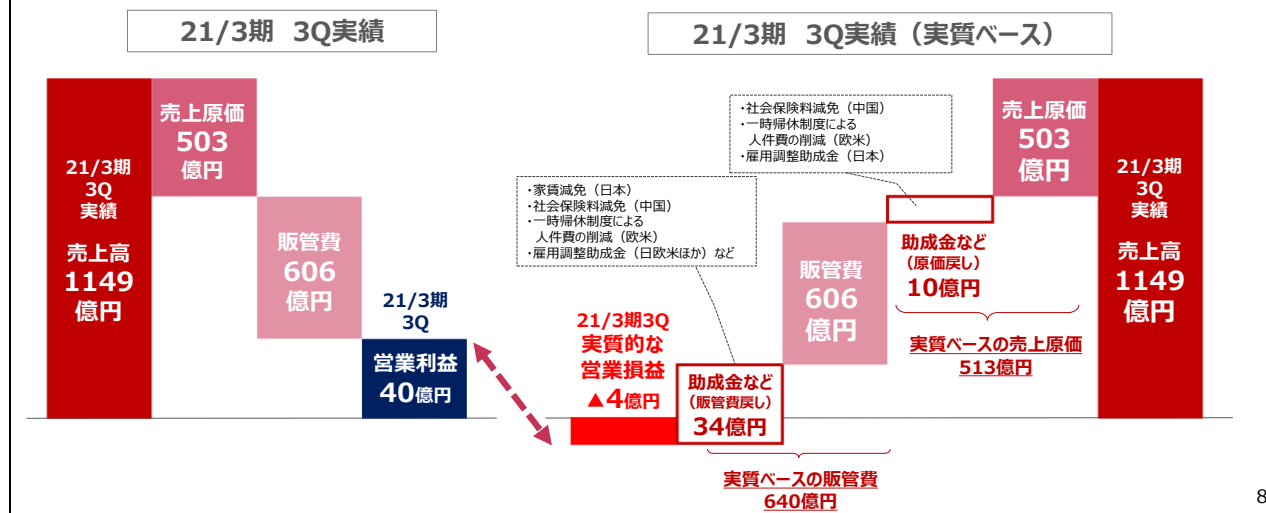
税引前四半期純利益は、有価証券・投資評価損益が57億円の評価益となったことから、109億円となりました。

スライド 8

21/3期 第3四半期（4月-12月） 実質ベースの営業損益

➤ **雇用調整助成金などを除去した実質ベースの営業損益は、▲4億円（損失）**

雇用調整助成金や一時休暇制度などによる削減額の合計は、約44億円（上期:38億円、3Q期間:6億円）



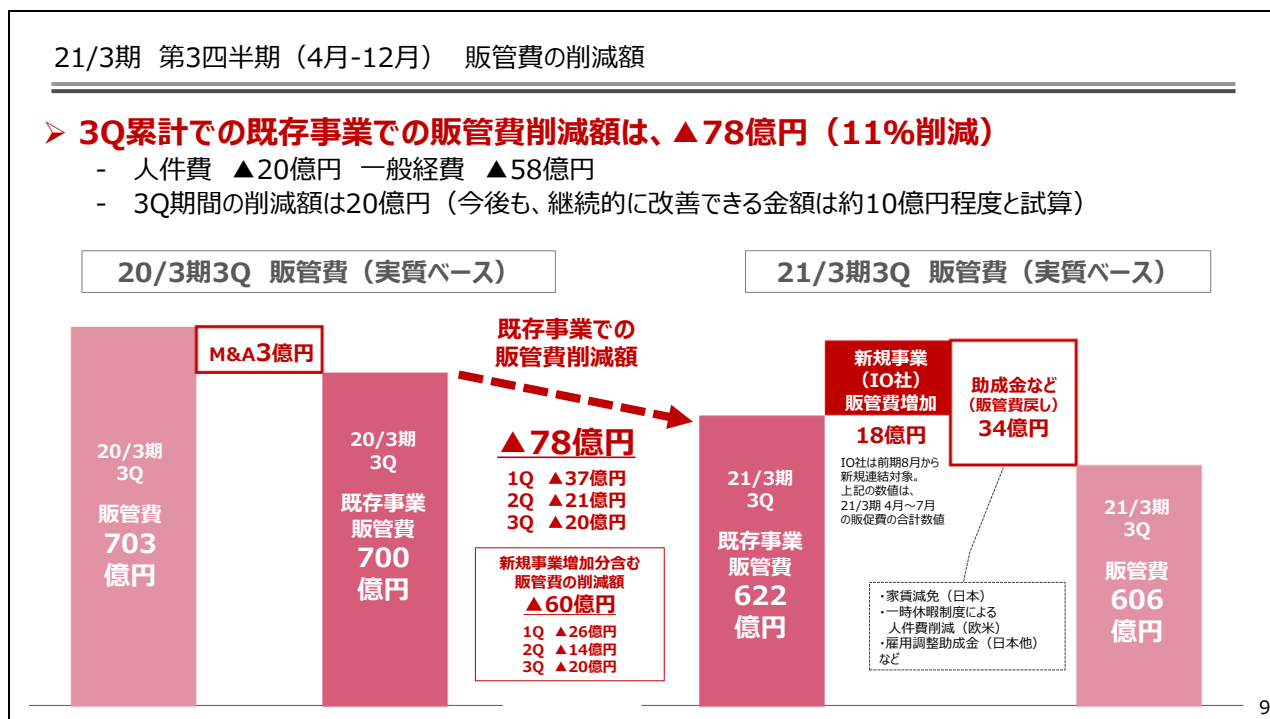
8

8ページをご覧ください。

当社は米国会計基準を採用していますので、雇用調整助成金などの感染症に関連する政府支援は、販管費や原価への戻入となります。また、欧米では政府による一時帰休制度を活用していますが、制度活用による人件費の削減についても、一過性の利益押し上げ要因となります。

こちらのページでは、それらの一過性要因を取り除いた実質ベースの営業利益をまとめています。当第3四半期の営業利益は40億円ですが、一過性の利益押し上げ効果は合計で約44億円ございました。それらの影響を控除した実質ベースの営業損益は、4億円の赤字となります。

スライド 9



9ページをご覧ください。続きまして、当第3四半期累計の経費削減の進捗についてご説明いたします。

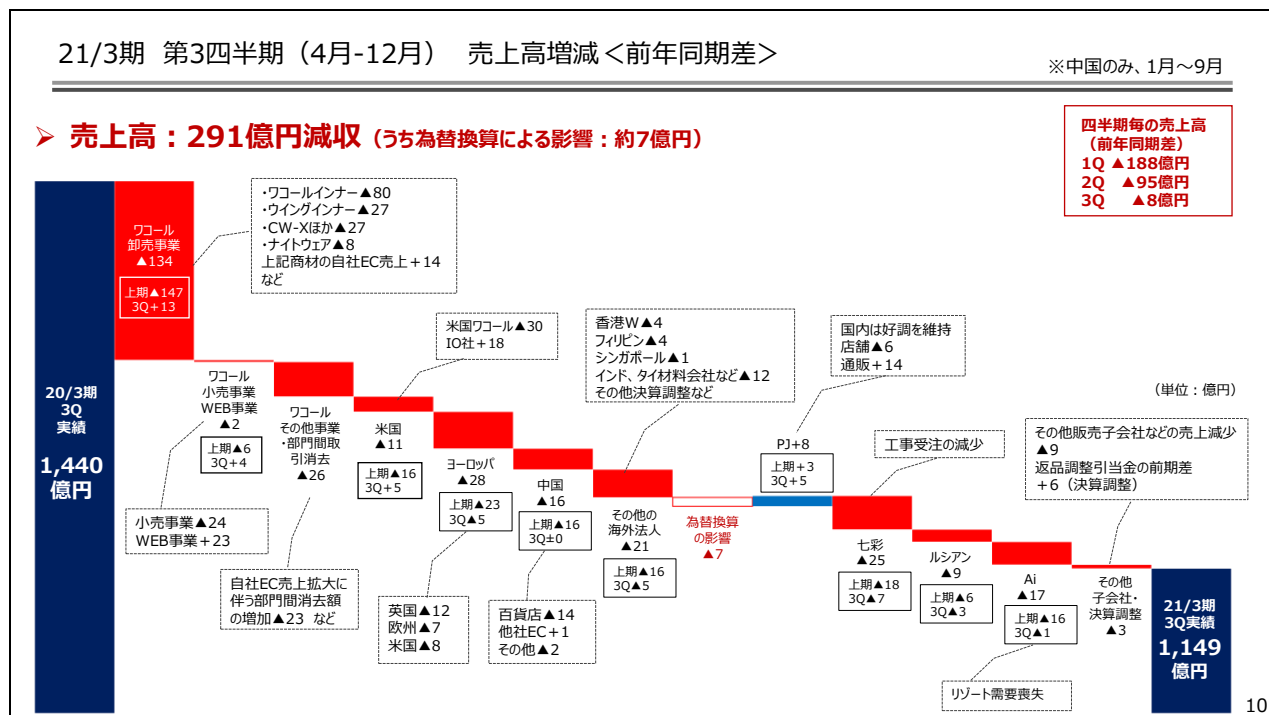
先程申しましたとおり、当期の実績には、助成金など一過性の利益押上げ要因が含まれており、前期実績にもM&Aの一時費用が含まれています。

これらの影響を控除した実質ベースの経費削減額は、78億円となりました。

なお、四半期ごとの実質ベースの経費削減額は、第1四半期で37億円、第2四半期で21億円、第3四半期で20億円となっています。

第2四半期の決算発表時にもご説明いたしましたが、各四半期の削減額20億円のうち約10億円程度は、来期以降も継続的に改善していくものと見ています。

スライド 10

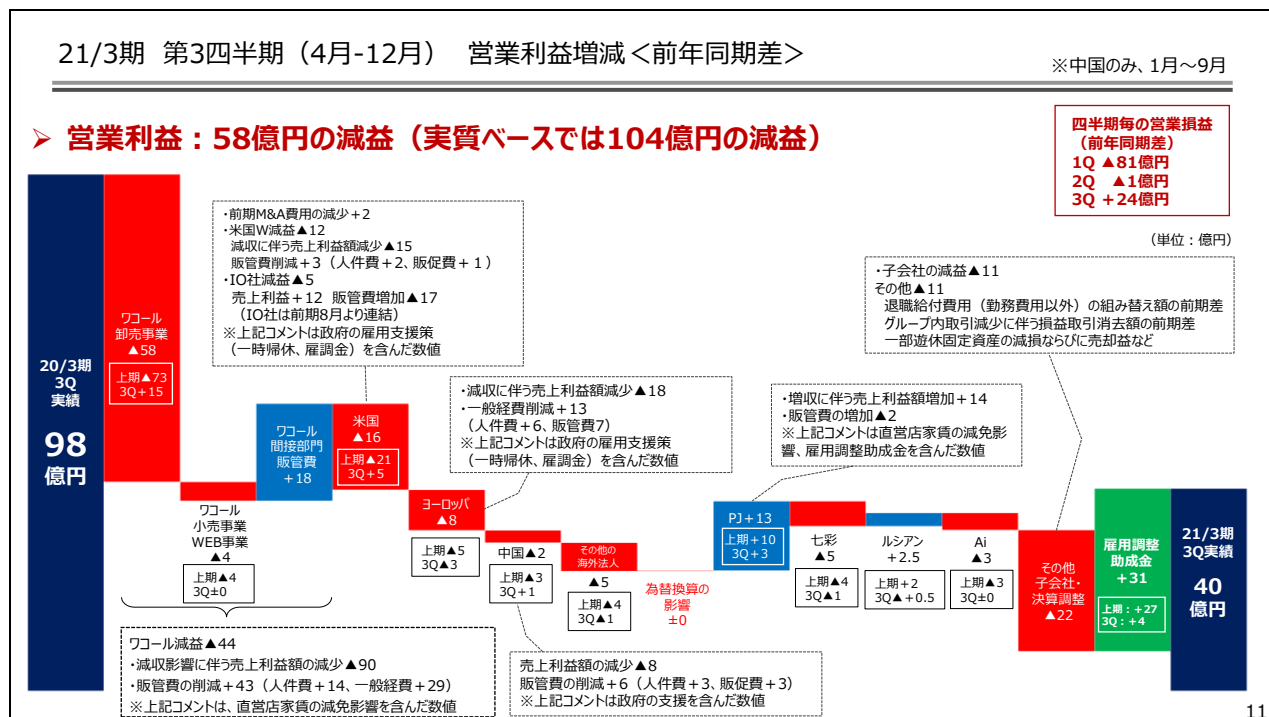


10ページをご覧ください。売上高の前年同期からの増減要因をウォーターフォールでまとめています。

売上高は前年同期に比べ291億円の減少となりました。赤いボックスの連続が示す通り、第1四半期に多くの国や地域において店舗休業を余儀なくされたことが影響し、ピーチ・ジョン事業を除くすべての事業が減収となりました。

なかでも国内の卸売事業については、休業要因に加え、店舗営業の再開後もテレワークの浸透や外出自粛により、百貨店などの都心部店舗への来店客数が低調に推移したことから、大幅な減収となりました。

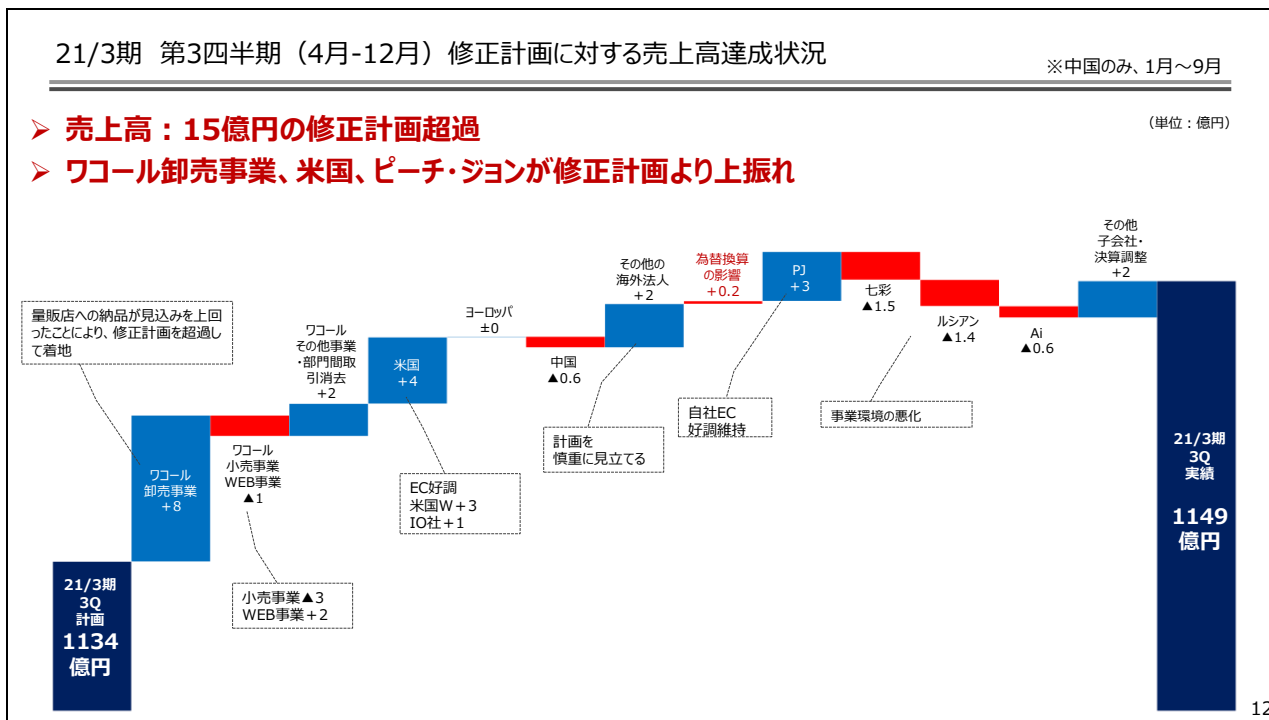
スライド 11



11ページをご覧ください。次に、営業利益の前年同期からの増減要因をウォーターフォールでご説明いたします。

営業利益は前年同期に比べ58億円減少いたしました。自社ECを中心に好調に推移したピーチ・ジョンの利益貢献に加え、ワコールの経費削減や、雇用調整助成金の受取額が増加要因となりました。しかしながら、各社の減収による影響を補うには至らず、大幅な減益となりました。

スライド 12

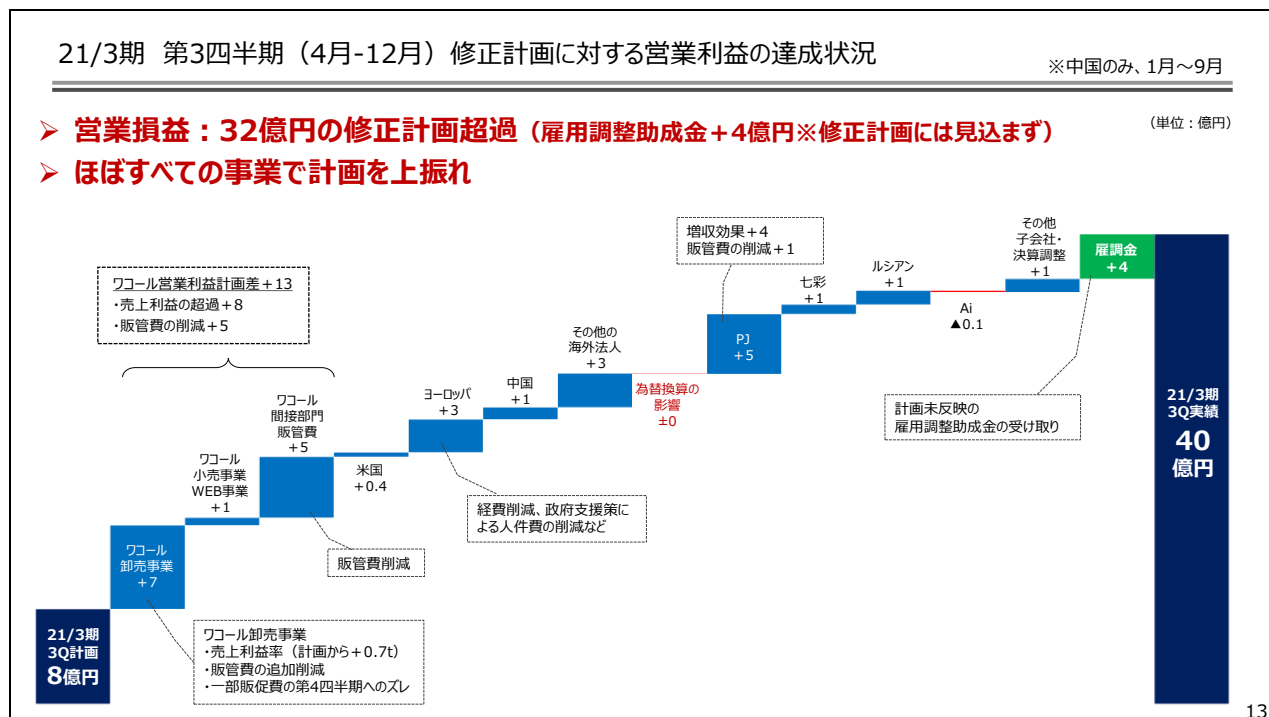


12ページをご覧ください。売上高の修正計画比での増減要因をウォーターフォールでご説明いたします。

売上高は修正計画に比べ、15億円増加しました。感染症の拡大影響が見通しづらい中、慎重に見積もり直した計画ではありますが、自社ECが引き続き好調を維持したほか、量販店チャネルも堅調に推移したことでワコールが修正計画を上回りました。

また、米国のワコールインターナショナル、ピーチ・ジョンなども見込みを超えて推移しました。

スライド 13



13

13ページをご覧ください。修正計画に対する営業利益の増減要因をウォーターフォールでご説明いたします。

ウォールは、卸売事業の売上が修正計画を超過したことに加え、売上利益率の改善や経費削減が寄与し、営業利益計画を上回りました。

また、その他のグループ各社で引き続き経費削減に努めたことに加え、計画に反映していなかった雇用調整助成金を4億受け取ったことから、修正計画に対して32億円の超過となりました。

スライド 14

21/3期 第3四半期（4月-12月）決算概況							【為替レート】		
							1 \$	1 £	1 円
							106.11	136.24	15.37

(単位：百万円)										
	20/3期 3 Q実績		21/3期 3 Q実績		21/3期 3 Q修正計画		前年同期比		修正計画比	
		売上比		売上比		売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
連結売上高	144,031	—	114,901	—	113,400	—	▲ 29,130	▲ 20.2%	1,501	+1.3%
売上原価	63,915	44.4	50,279	43.8	50,500	44.5	▲ 13,636	▲ 21.3%	▲ 221	▲ 0.4%
売上利益	80,116	55.6	64,622	56.2	62,900	55.5	▲ 15,494	▲ 19.3%	1,722	+2.7%
販管費	70,315	48.8	60,666	52.8	62,100	54.8	▲ 9,649	▲ 13.7%	▲ 1,434	▲ 2.3%
営業利益	9,801	6.8	3,956	3.4	800	0.7	▲ 5,845	▲ 59.6%	3,156	+394.5%
その他の収益・費用	1,382	—	1,192	—	1,200	—	▲ 190	▲ 13.7%	▲ 8	▲ 0.7%
有価証券・投資評価損益（純額）(A)	4,486	—	5,725	—	0	—	1,239	+27.6%	5,725	—
税引前四半期純利益	15,669	10.9	10,873	9.5	2,000	1.8	▲ 4,796	▲ 30.6%	8,873	+443.7%
当社株主に帰属する四半期純利益	11,014	7.6	4,972	4.3	650	0.6	▲ 6,042	▲ 54.9%	4,322	+664.9%
実質ベース（参考情報）										
Aを考慮しない税引前四半期純利益	11,183	7.8	5,148	4.5	2,000	1.8	▲ 6,035	▲ 54.0%	3,148	+157.4%

14

14ページをご覧ください。当第3四半期累計の概況をまとめています。

15ページをご覧ください。セグメントごとの売上高と営業利益を示しています。
次のページより、セグメントごとに、当第3四半期累計の業績を振り返ってまいります。

15

21/3期 第3四半期（4月-12月）セグメント別レポート（ワコール事業＜国内＞）

上期の減収の影響大きく、減収減益となるも、戦略的に強化する自社ECは高成長を実現（+63%）

売上高 ▶ **669億円** 前年同期差▲159億円（▲19%）修正計画差+10億円（+2%）

- ▶ 臨時休業などに伴う上期の店頭販売の大幅な落ち込みが響き減収。11月下旬以降、実店舗売上は再び鈍化
- ▶ 量販店への納品が見込みを上回ったことにより、修正計画を超過して着地

営業利益 ▶ **30億円** 前年同期差▲41億円（▲58%）修正計画差+17億円

- ▶ 保守的に見立てた売上利益率計画の超過、および経費削減によって、計画数値を上回って着地

（単位：百万円）

	20/3期 3Q実績	構成比	21/3期 3Q実績	構成比	21/3期 3Q修正計画	構成比	前年同期比 増減額	修正計画比 増減額	コメント
卸売事業	63,488	76.6	50,044	74.8	49,261	74.8	▲ 13,444	783	■実店舗再開以降も、都心部店舗は来店客数の減少により苦戦
小売+WEB事業	19,499	23.5	19,338	28.9	19,450	29.5	▲ 161	▲ 112	店頭ベースの売上高：百貨店▲31%、直営店▲25%、量販店W▲18%、WI▲17%
その他売上・消去等	▲ 4,238	-	▲ 6,836	-	▲ 7,011	-	▲ 2,598	175	■自社EC：巣ごもり需要の恩恵や店舗からの送客施策により伸長（+63%）
ワコール	78,749	95.0	62,546	93.4	61,700	93.6	▲ 16,203	846	ー以上の結果、ワコール売上高は前年同期比▲21%、対修正計画+8.5億円
他子会社・連結調整	4,123	5.0	4,389	6.6	4,200	6.4	266	189	■その他の子会社は減収も、決算調整（返品調整引当金の前期差）が押し上げ要因に
売上高	82,872	100.0	66,935	100.0	65,900	100.0	▲ 15,937	1,035	ー以上の結果、ワコール事業（国内）の売上高は前年同期比▲19.2%、対修正計画+10.4億円
		売上比		売上比		売上比	増減額	増減額	
卸売事業	12,956	20.4	7,122	14.2	6,417	13.0	▲ 5,834	705	■卸売事業：保守的に見立てた売上利益率の計画超過や追加の経費削減により、計画を上回る
小売+WEB事業	2,034	10.4	1,674	8.7	1,609	8.3	▲ 360	65	■直営店は計画を下回るも、ECが計画を上回る。結果、合計では+0.7億円計画超過。
間接部門販管費	▲ 10,063	-	▲ 8,215	-	▲ 8,726	-	1,848	511	■間接部門の販管費削減効果
ワコール	4,927	6.3	581	0.9	▲ 700	▲ 1.1	▲ 4,346	1,281	ー減収影響で大幅減益。他方、売上の計画超過・経費削減により、利益の修正計画は大幅超過
他子会社・連結調整	2,186	53.0	2,427	55.3	2,000	47.6	241	427	■雇用調整助成金など政府の支援策が寄与
営業利益（▲損失）	7,113	8.6	3,008	4.5	1,300	2.0	▲ 4,105	1,708	ー以上の結果、ワコール（国内）の営業利益は減益となるも、修正計画を上回り着地

16

16ページをご覧ください。

当第3四半期累計のワコール事業（国内）の売上高は669億円でした。緊急事態宣言に伴う店舗の休業により、上期の売上高が大きく落ち込んだことが響き、前年同期に比べ19%の減収となりました。なお、自社ECの売上高は、前年同期に比べ63%の増収と大きく成長しました。

営業利益は30億円となりました。上期の減収影響が大きく、前年同期に比べ58%と大幅な減益となりました。しかしながら、経費削減の進展に加え、雇用調整助成金などの活用により、黒字を確保することが出来ました。

なお、修正計画に対しては量販店チャネルの納品が見込みを上回ったことなどから、売上高・営業利益ともに上回りました。

スライド 17

21/3期 第3四半期（4月-12月）セグメント別レポート（ワコール事業＜海外＞）

米国ワコールのEC事業、IO社の高成長が貢献し、修正計画超過（米国W自社EC +57%、IO社 +243%）

※IO社の前期実績は8月～12月で算出

売上高 298億円 前年同期差▲83億円（▲22%） 修正計画差+5億円（+2%）

➢ ヨーロッパは、感染症の長期化による影響を大きく受け、依然低迷（3Q期間 英国▲9% 欧州▲25%）

営業損失 ▲1億円 前年同期差▲27億円 修正計画差+8億円

➢ 経費削減への取り組みを継続しつつ、政府の支援策を継続して活用。慎重に見立てた修正計画を上回る

（単位：百万円）

	20/3期 3Q実績	構成比	21/3期 3Q実績	構成比	21/3期 3Q修正計画	構成比	前年同期比 増減額	修正計画比 増減額	コメント
ワコールインターナショナル（米国）	14,241	37.4	12,790	42.9	12,422	43.0	▲ 1,451	368	■米国：自社EC（+57%）は好調 ■IO社：積極的な広告投下による新規顧客増加が貢献
ワコールヨーロッパ	9,875	25.9	7,027	23.5	7,012	24.3	▲ 2,848	15	■欧州：感染症拡大に伴うロックダウンが実店舗販売に大きく影響
中国ワコール	8,288	21.7	6,502	21.8	6,572	22.7	▲ 1,786	▲ 70	■中国：EC堅調、店舗も感染者数の減少により回復基調
他子会社・連結調整	5,706	15.0	3,529	11.8	3,294	11.4	▲ 2,177	235	■ECを展開していないアジア地域の事業会社が苦戦。タイの材料会社も得意先不振により納品低迷
売上高	38,110	100.0	29,848	100.0	29,300	101.4	▲ 8,262	548	－以上の結果、ワコール（海外）の売上高は▲21.7%減少
	売上比		売上比		売上比		増減額	増減額	
ワコールインターナショナル（米国）	479	3.4	▲ 1,051	—	▲ 1,103	—	▲ 1,530	52	■米国：IO社の成長に向けた積極的な広告投下を継続
ワコールヨーロッパ	750	7.6	212	3.0	▲ 88	—	▲ 538	300	■欧州：経費削減に加え、政府の支援策の活用などにより黒字を確保
中国ワコール	733	8.8	483	7.4	384	5.8	▲ 250	99	■中国：経費削減に加え、政府の支援策の活用などにより黒字を確保
他子会社・連結調整	665	—	273	7.7	▲ 113	—	▲ 392	386	■政府の支援策の追加などもあり、修正計画は上振れて着地
営業利益（▲損失）	2,627	6.9	▲ 83	—	▲ 920	—	▲ 2,710	837	－以上の結果、ワコール（海外）は▲1億円の営業損失、計画より赤字幅縮小

17

17ページをご覧ください。

ワコール事業（海外）の売上高は298億円でした。国内同様にECは堅調に推移しましたが、欧州など感染症の拡大が深刻化した地域もあり、前年同期に比べ22%の減収となりました。

なお、昨年買収したインティメイト・オンライン社につきましては、積極的な広告投下による新規顧客の増加が売上拡大に寄与し、高い成長を実現することができました。

営業損益は1億円の営業損失でした。減収に加え、インティメイト・オンライン社への積極的な広告投資を継続したことから営業損失となりました。なお、修正計画に対しては売上高、営業利益ともに上回りました。

21/3期 第3四半期（4月-12月）セグメント別レポート（ピーチ・ジョン事業、その他）

ピーチ・ジョン事業：ニーズを捉えた商品企画やマーケティング施策によって、自社ECが高成長

売上高 ➡ **87億円** 前年同期差+8億円（+10%）**営業利益** ➡ **16億円** 前年同期差+14億円（+861%）
修正計画差+3億円（+3%）修正計画差+5億円（+47%）

その他：ルシアン・七彩・Aiともに、事業環境の悪化を受けて、低迷。営業損失幅が拡大

売上高 ➡ **95億円** 前年同期差▲57億円（▲38%）**営業損失** ➡ **▲6億円** 前年同期差▲5億円
修正計画差▲3億円修正計画差+1億円

（単位：百万円）

		20/3期		21/3期		21/3期		前年同期比		修正計画比	コメント
		3Q実績	構成比	3Q実績	構成比	3Q修正計画	構成比	増減額	増減率		
ピーチ・ジョン事業	売上高	7,865	—	8,665	—	8,400	—	800	265	▲	■マーケティング活動が奏功し、自社EC好調、店舗も堅調に推移
	営業利益	168	2.1	1,614	18.6	1,100	13.1	1,446	514	▲	■増収効果に加え、雇用調整助成金や臨時休業期間の店舗の賃料減免などが寄与
その他	ルシアン	4,363	28.7	3,430	36.3	3,570	36.4	▲ 933	▲ 140	■	■ルシアン：得意先の仕入枠の抑制の影響などで、PBブランド商品の売上が低調に推移
	七彩	6,480	42.7	3,949	41.8	4,100	41.8	▲ 2,531	▲ 151	■	■七彩：感染症拡大に伴う新規出店や各種イベントの中止などにより、工事事業低迷
	Ai	3,083	20.3	1,377	14.6	1,438	14.7	▲ 1,706	▲ 61	■	■Ai：感染症拡大によるリゾート需要の減少を受け低迷
	他子会社・連結調整	1,258	8.3	697	7.4	692	7.1	▲ 561	5	■	■その他子会社（人材派遣会社など）も減収
	売上高	15,184	100.0	9,453	100.0	9,800	100.0	▲ 5,731	▲ 347	—	■以上の結果、その他事業は減収
	ルシアン	▲ 162	—	149	4.3	10	—	311	139	■	■ルシアン：前期4Qに実施した不採算事業の撤退や経費削減により、黒字確保
	七彩	177	2.7	▲ 299	—	▲ 380	—	▲ 476	81	■	■七彩：経費削減も減収の影響を吸収できず▲3億円の営業損失
	Ai	▲ 118	▲ 3.8	▲ 441	—	▲ 427	—	▲ 323	▲ 14	■	■Ai：減収の影響が大きく営業損失
	他子会社・連結調整	▲ 4	▲ 0.3	8	—	117	—	12	▲ 109	■	■雇用調整助成金など政府の支援策活用に加え、他子会社でも経費削減を継続
	営業利益（▲損失）	▲ 107	▲ 0.7	▲ 583	—	▲ 680	—	▲ 476	97	—	■以上の結果、その他事業は営業損失

18

18ページをご覧ください。ピーチ・ジョン事業、その他事業について説明します。

ピーチ・ジョン事業の売上高は87億円でした。消費者ニーズを捉えた商品企画や話題性の高い販促施策が寄与し、自社ECが高い成長を維持したことに加え、営業再開後の実店舗も堅調に推移した結果、前年同期に比べ10%の増収となりました。

営業利益は16億円でした。増収効果に加え、前期に不採算店舗や事業を撤退したこと、セールの抑制が奏功し、採算が大きく改善しました。

その他セグメントの売上高は95億円でした。感染症の影響によって各社ともに事業環境が悪化したことから、各社とも苦戦が続き、前年同期に比べ40%の減収となりました。

営業損益は6億円の営業損失でした。ルシアンは前期の不採算事業撤退の効果で黒字を確保することが出来ましたが、七彩やAiは、経費削減を進めたものの、減収影響を吸収することが出来ず、営業損失となりました。

なお、修正計画に対してはピーチ・ジョンが売上高、営業利益ともに上回ったほか、その他事業につきましても、売上高は下回りましたが、経費削減などが寄与し営業利益の計画値は上回っています。

21/3期 通期計画

通期の連結業績予想については、2020年10月31日に公表した数値から変更なし

感染症の拡大の影響は長期化しており、先行きは極めて不透明な状況が続く。
今後、業績予想の見直しが必要と判断した場合は、速やかに新たな見通しを開示。

各国・地域の営業状況

日本	北米	ヨーロッパ	中国 (中国ワコールは12月決算)
(1/25時点) 緊急事態宣言発出地域に おける一部店舗は、時短営業	(1/22時点) 原則、営業中 ※カナダ一部地域で店舗閉店	(1/19時点) 英国含む主要ヨーロッパ諸国は 1月よりロックダウン措置を再開。 店舗営業は原則閉店（EC継続）	第4四半期期間は、通常営業 【参考】 1月以降、一部地域の店舗で閉店
1月度店頭ベースの売上高状況 (ワコール 1/1~24) 百貨店・直営店 30%~40%減 量販店 20%減 自社EC 40%~50%増	1月度店頭ベースの売上高 (米国ワコール 1/1~24) 百貨店（実店舗） 30%減 百貨店EC 40%増 専業EC 20%増 自社EC 30%増	1月度の売上見込み (ワコールヨーロッパ) 全体で30%程度の減収 (店頭ベースの売上データは未把握)	第4四半期の売上高 前期比▲3%（計画比9%未達） 【参考】1月度店頭ベースの売上高状況 (中国ワコール 1/1~24) 百貨店 40%減 他社EC 前年同月並み

※シンガポール、インドネシアで、フィリピンは営業時間を短縮して営業。マレーシアのロックダウン措置対象地域の店舗は閉店中

19

19ページをご覧ください。続きまして、通期見通しについてご説明いたします。

通期の連結業績予想につきましては、2020年10月30日に公表した数値から変更はございません。
当第3四半期までの業績は修正計画を上回り推移していますが、1月に入り、国内11都府県に対して
再度の緊急事態宣言が発令されたほか、イギリスでも3度目のロックダウン措置が実施されており、足元
において、先行に対する不透明感がより一層増しています。

また、記載の通り、1月中旬時点の主要国の店頭売上については、緊急事態宣言やロックダウン措置の
影響を受けて、非常に低い水準で推移しています。

足元の販売動向を踏まえ、第4四半期業績を丁寧に整理した結果、現在公表している数値を据え置く
ことといたしました。

なお、今後、業績予想の見直しが必要と判断した場合は、速やかに新たな見通しを開示いたします。

➤ 計画未反映のリスク

アップサイド リスク	➤ 緊急事態宣言やロックダウン措置の早期解除などによる消費行動の回復 ➤ 販管費の更なる抑制 ➤ アーンアウト対価の変動	
ダウンサイド リスク	共通	➤ 感染症の影響長期化に伴う、売上減少と売益額の減少
	海外	➤ IO社、ワコールヨーロッパの無形固定資産減損損失の可能性 ➤ アーンアウト対価の変動

※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。

20ページをご覧ください。

現時点の業績見通しに未反映のリスクを記載しています。世界的な感染症の拡大状況など、懸念材料は多く存在しており、アップサイド・ダウンサイドともに、リスクは存在しています。

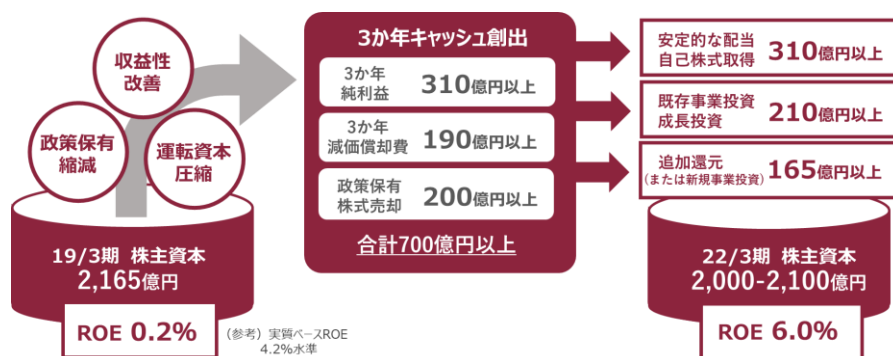
開示すべき重要な事項が発生した場合には、速やかに業績への影響を公表いたします。

現中期経営計画における資本政策の基本的な方針（2019年6月13日開示）

※感染症の長期化に伴い、業績や資金需要に大きな変動が生じた場合は、基本方針の見直しも検討

将来成長への投資を優先すると同時に、株主還元の充実に努める

- 資本コストを上回るROE 6%の達成
- 総還元性向100%の維持
- 政策保有株式の縮減（目標：3割縮減）



21

21ページをご覧ください。

資本政策と株主還元についてご説明いたします。

こちらは、2019年6月に発表いたしました、現中期経営計画における資本政策の基本的な方針です。現時点で基本方針について変更はありませんが、感染症の長期化に伴い、業績や資金需要に大きな変化が更に生じた場合は、基本方針の見直しを検討してまいります。

資本政策と株主還元

- **21/3期3Q累計の政策保有株式の売却額 9億円**（1月度は13億円の売却を実行）
- **中計期間の政策保有株式の売却額合計 145億円**（進捗率73% ※1月度の売却分を含めると80%）

※ともに19年3月末時点の簿価で記載

※ともに19年3月末時点の簿価で記載

(単位：億円)

		21/3期 3Q 累計 実績	中計期間 (20/3期～22/3期) 累計	中計期間 (20/3期～22/3期) 計画	21/3期 3Q累計の主な投資内容・投資額	
					内容	金額
創出 キャッシュ	純利益★	10	75	310 以上	ワコールIT関連投資ほか	19
	減価償却費	46	106	190 以上	ワコール・直営店改装ほか	2
	政策保有株式の売却額	7	160	200 以上	ワコール・建物改修ほか	5
	合計	63	341	700 以上	国内・子会社関連	3
★未実現の有価証券・投資評価損益を考慮しない純利益を算出しています。					海外・子会社関連	10
使用 キャッシュ	成長投資、および設備投資額	39	201	685 以上		
	配当金支払額	12	62			
	自己株式の取得額	0	77			
	(取得株式数)	0	(2,797千株)			
	合計	51	340	・配当/自己株取得 310億円以上 ・既存事業投資/成長投資 210億円以上 ・追加還元または新規事業投資165億円	合計	39

■主要KPI

(株)ワコール 政策保有株式 の売却状況 ★★	売却金額	9	145	200
	目標に対する進捗度合い	5%	73%	
	完全売却銘柄数	4	16	

★★2019年3月末時点の簿価で、比較しています。(実際の売却額とは異なります)

22ページをご覧ください。

こちらは当第3四半期における投資実績、ならびに現中計期間における政策保有株式の売却計画に対する進捗度となります。当第3四半期における投資内容に特段大きなものはございません。

当期の政策保有株式の売却状況につきましては、当第3四半期までに4銘柄、計9億円の売却を完了しており、現中計で掲げた売却目標に対する進捗率は73%となっています。

なお、第4四半期におきまして、既に1月時点で3銘柄、計13億円の売却が完了しています。1月度の売却分を含めると、目標に対する進捗率は80%程度となります。

引き続き目標達成に向け、着実に取り組んでいきます。

なお、今説明しました売却額については、2019年3月末時点の簿価となり、実際の売却額と異なりますので、ご注意ください。

中期経営計画、ならびにCOVID-19の拡大を踏まえた当社の方針（2020年5月20日開示）

現実を直視し、将来需要を見極めた上で、果敢に改革をおこなう

【基本方針】

お客さま・従業員・お取引先の「健康・安全」を最優先として対応

（※従来のフィッティングなどのサービスの維持と、健康・安全の配慮・バランスは特に重要課題と認識）

【短期的な方針】

経営悪化を踏まえたコスト削減の実行と、財務基盤の安定性確保

1. 事業領域全般にわたり、これまでの施策や支出計画の見直しの実行
2. 感染症の長期化に備えた、手元流動性の強化
3. 売上減少に伴う過剰在庫の回避に向けた生産調整

【中長期的な方針】

バリューチェーンの徹底的な点検と改革の実行 ～「高収益の経営体質」に向けた転機に～

1. 現状のコストストラクチャーの見直し（固定費削減に向けた取り組みの推進）
2. デジタル・トランスフォーメーションの取り組み加速
3. お客さまとのタッチポイントの見直し・再整備（変化する主要チャネルへの対応）
4. 「新しい生活様式」で顧客が待ち望む商品・サービスの開発、新たな接客や販売スタイルへの対応力強化

23

23ページをご覧ください。最後になります。

こちらには感染症拡大を踏まえた当社グループの基本方針を掲載しています。引き続き、本方針に基づき、高収益の経営体質の構築に向けた取り組みを進めていきます。

また個社の取り組みについては、7月31日の決算説明会で公表したとおりであり、引き続き、粛々と進めてまいります。

私からのご説明は以上になります。ご視聴頂きありがとうございました。

スライド 24

参考資料

WACOAL HOLDINGS CORP.

参考1：主要事業会社の月次売上高推移（増減率）	P.25
参考2：ワコール（国内）チャネル別、店頭ベースの売上高月次推移（増減率）	P.26
参考3：海外主要子会社のチャネル別売上高月次推移（増減率）	P.27
参考4：21/3期 第3四半期 主要子会社のEC比率	P.28
参考5：21/3期 第3四半期 主要子会社の実績	P.29
参考6：21/3期 第3四半期 ワコールの概況① <主要事業部の売上高・営業利益>	P.30
参考7：21/3期 第3四半期 ワコールの概況② <卸売事業の状況>	P.31
参考8：21/3期 第3四半期 ワコールインターナショナル（米国）の概況	P.32
参考9：21/3期 第3四半期 ワコールヨーロッパの概況	P.33
参考10：21/3期 第3四半期（1月～9月） 中国ワコールの概況	P.34
資料11：21/3期 第3四半期 その他アジアの概況	P.35
資料12：21/3期 第3四半期 ピーチ・ジョンの概況	P.36
資料13：21/3期 第3四半期 国内子会社の概況（ルシアン・七彩・Ai）	P.37
資料14：21/3期 通期計画数値（10月30日発表）	P.38
資料15：21/3期 セグメント別 通期計画数値（10月30日発表）	P.39
資料16：21/3期 主要子会社 通期計画数値（10月30日発表）	P.40

24

スライド 25

参考1：主要事業会社の月次売上高推移（増減率）

➤ 4・5月を底に回復基調。第3四半期期間の感染症拡大によって、ワコール、ヨーロッパの売上は再び鈍化

	月次売上高（増減率）															
	1月度	2月度	3月度	4Q (中国1Q)	4月度	5月度	6月度	1Q (中国2Q)	7月度	8月度	9月度	2Q (中国3Q)	10月度	11月度	12月度	3Q (中国4Q)
卸売事業	▲ 1%	▲ 3%	▲ 33%	▲ 15%	▲ 72%	▲ 49%	▲ 22%	▲ 48%	▲ 1%	▲ 23%	▲ 30%	▲ 19%	+9%	+2%	+10%	+7%
小売+WEB事業	+5%	+3%	▲ 8%	+0%	▲ 43%	▲ 13%	+17%	▲ 13%	+6%	+3%	+1%	+3%	+7%	+9%	+4%	+7%
ワコール	▲ 1%	▲ 2%	▲ 29%	▲ 12%	▲ 72%	▲ 50%	▲ 16%	▲ 46%	▲ 4%	▲ 20%	▲ 26%	▲ 18%	+10%	▲ 1%	+4%	+5%
米国ワコール	+9%	+3%	▲ 11%	+0%	▲ 68%	▲ 55%	▲ 27%	▲ 50%	▲ 9%	▲ 29%	▲ 5%	▲ 15%	▲ 3%	+9%	+11%	+4%
ワコールヨーロッパ	▲ 10%	+9%	▲ 40%	▲ 15%	▲ 73%	▲ 55%	▲ 20%	▲ 50%	▲ 24%	▲ 17%	▲ 13%	▲ 19%	▲ 19%	▲ 7%	▲ 15%	▲ 14%
中国ワコール	▲ 3%	▲ 81%	▲ 48%	▲ 42%	▲ 37%	+11%	▲ 5%	▲ 10%	▲ 10%	+16%	▲ 7%	+0%	+13%	▲ 11%	▲ 4%	▲ 3%
ピーチ・ジョン（国内のみ）	+18%	+21%	▲ 14%	+7%	▲ 19%	▲ 7%	+32%	+3%	+39%	+13%	▲ 9%	+14%	+14%	+23%	+23%	+20%
ルシアン（国内のみ）	+2%	▲ 14%	▲ 15%	▲ 11%	▲ 36%	▲ 29%	▲ 21%	▲ 28%	▲ 12%	▲ 21%	▲ 11%	▲ 15%	▲ 26%	▲ 26%	▲ 31%	▲ 28%
七彩	▲ 23%	▲ 8%	▲ 19%	▲ 27%	▲ 44%	▲ 41%	▲ 38%	▲ 41%	▲ 9%	▲ 23%	▲ 57%	▲ 41%	▲ 45%	▲ 47%	▲ 15%	▲ 38%
Ai（アイ）	▲ 1%	▲ 8%	▲ 35%	▲ 15%	▲ 84%	▲ 74%	▲ 51%	▲ 66%	▲ 61%	▲ 59%	▲ 38%	▲ 57%	▲ 22%	▲ 25%	▲ 27%	▲ 24%

★1 連結調整前の数値を記載しています。また、内部売上を含んだ前年同月比（増減率）を記載しています

★2 米国ワコールは、IO社の売り上げを含んでいません

★3 米国ワコール、ワコールヨーロッパ、中国ワコールは、現地通貨ベースの前年同月比（増減率）を記載しています

25

スライド 26

参考2：ワコール（国内）チャネル別、店頭ベースの売上高月次推移（増減率）

- 自社ECは高い成長を維持。実店舗は、4月・5月を底に回復基調
- 国内の感染者数の急増により、11下旬以降は再び来店客数が急減し、店頭販売が苦戦

		店頭ベースの売上高推移（増減率）															
		1月度	2月度	3月度	4Q	4月度	5月度	6月度	1Q	7月度	8月度	9月度	2Q	10月度	11月度	12月度	3Q
卸売	百貨店	▲ 6%	▲ 16%	▲ 41%	▲ 23%	▲ 87%	▲ 73%	▲ 11%	▲ 56%	▲ 20%	▲ 22%	▲ 36%	▲ 27%	+6%	▲ 15%	▲ 15%	▲ 9%
	量販店（ワコールブランド）	▲ 8%	▲ 12%	▲ 23%	▲ 16%	▲ 71%	▲ 48%	+6%	▲ 36%	▲ 23%	+12%	▲ 42%	▲ 21%	+18%	+16%	▲ 14%	+6%
	量販店（ウイングブランド）	▲ 3%	▲ 10%	▲ 20%	▲ 11%	▲ 67%	▲ 40%	+9%	▲ 32%	▲ 21%	▲ 1%	▲ 36%	▲ 21%	+21%	+6%	▲ 8%	+5%
	専門店（実店舗）	▲ 1%	▲ 1%	▲ 28%	▲ 11%	▲ 72%	▲ 61%	▲ 15%	▲ 45%	+10%	+1%	▲ 22%	▲ 4%	▲ 5%	▲ 6%	▲ 4%	▲ 5%
	スポーツ量販店	▲ 16%	▲ 21%	▲ 50%	▲ 28%	▲ 72%	▲ 62%	▲ 37%	▲ 56%	▲ 35%	▲ 32%	▲ 47%	▲ 38%	▲ 38%	▲ 36%	▲ 29%	▲ 34%
	他社EC	▲ 6%	+3%	▲ 5%	▲ 3%	▲ 13%	+23%	+27%	+13%	+6%	+9%	▲ 5%	+3%	+27%	+18%	+30%	+25%
小売	直営店	+4%	+1%	▲ 12%	▲ 2%	▲ 78%	▲ 61%	+2%	▲ 44%	▲ 1%	▲ 4%	▲ 8%	▲ 4%	+1%	▲ 8%	▲ 15%	▲ 9%
	自社EC	+14%	+15%	+21%	+17%	+76%	+106%	+85%	+91%	+42%	+57%	+34%	+44%	+29%	+58%	+79%	+56%
	自社カタログ	▲ 9%	▲ 2%	▲ 28%	▲ 13%	▲ 21%	+18%	+3%	▲ 3%	▲ 20%	▲ 48%	▲ 11%	▲ 26%	+2%	+10%	+21%	+9%
店頭ベースの売上高 合計		▲ 2%	▲ 7%	▲ 24%	▲ 12%	▲ 64%	▲ 44%	+3%	▲ 34%	▲ 9%	▲ 4%	▲ 26%	▲ 14%	+9%	+0%	▲ 5%	+1%

※店頭ベースの売上高が、把握できる店舗のみの実績集計を開示しています

※直営店の売上高については、直営店で展開するブランドの自社EC売上を含んでいます

26

スライド 27

参考3：海外主要子会社のチャネル別売上高月次推移（増減率）

- 米国はEC好調継続。中国のECは、販促イベントの成功可否により浮き沈み。欧州はロックダウンの影響で苦戦

		主要子会社チャネル別売上高推移（増減率）															
		1月度	2月度	3月度	4Q (中1Q)	4月度	5月度	6月度	1Q (中2Q)	7月度	8月度	9月度	2Q (中3Q)	10月度	11月度	12月度	3Q (中4Q)
米国ワコール	百貨店	▲ 2%	▲ 6%	▲ 10%	▲ 6%	▲ 93%	▲ 94%	▲ 61%	▲ 83%	▲ 33%	▲ 54%	▲ 34%	▲ 42%	▲ 25%	▲ 3%	▲ 6%	▲ 14%
	百貨店EC	▲ 3%	+30%	+3%	+9%	▲ 94%	▲ 48%	+25%	▲ 32%	+26%	+27%	+44%	+31%	+14%	+33%	+11%	+19%
	専業EC	▲ 10%	+33%	+38%	+19%	▲ 33%	+69%	▲ 5%	+6%	+38%	+17%	+44%	+33%	+39%	+51%	+35%	+42%
	自社EC	+57%	+40%	+6%	+35%	+35%	+78%	+80%	+62%	+72%	+47%	+67%	+63%	+37%	+53%	+49%	+46%
	合計	+9%	+3%	▲ 11%	+0%	▲ 68%	▲ 55%	▲ 27%	▲ 50%	▲ 9%	▲ 29%	▲ 5%	▲ 15%	▲ 3%	+9%	+11%	+4%
ワコールヨーロッパ	百貨店	▲ 16%	+23%	▲ 45%	▲ 14%	▲ 92%	▲ 95%	▲ 56%	▲ 83%	▲ 45%	▲ 22%	▲ 25%	▲ 30%	▲ 17%	▲ 36%	▲ 39%	▲ 30%
	専門店	▲ 7%	+0%	▲ 44%	▲ 19%	▲ 79%	▲ 53%	▲ 24%	▲ 52%	▲ 32%	▲ 26%	▲ 19%	▲ 26%	▲ 27%	▲ 5%	▲ 8%	▲ 15%
	他社EC	▲ 17%	+15%	▲ 22%	▲ 9%	▲ 48%	▲ 41%	▲ 9%	▲ 32%	+4%	▲ 7%	+9%	+1%	+6%	+24%	▲ 26%	+0%
	合計	▲ 10%	+9%	▲ 40%	▲ 15%	▲ 73%	▲ 55%	▲ 20%	▲ 50%	▲ 24%	▲ 17%	▲ 13%	▲ 19%	▲ 19%	▲ 7%	▲ 15%	▲ 14%
中国ワコール	百貨店	+1%	▲ 94%	▲ 66%	▲ 52%	▲ 31%	+8%	▲ 16%	▲ 14%	+1%	+17%	▲ 6%	+2%	+9%	▲ 3%	+7%	+3%
	他社EC	▲ 6%	+29%	+19%	+1%	▲ 56%	+92%	+20%	+6%	▲ 23%	+57%	▲ 2%	▲ 1%	+80%	▲ 18%	▲ 29%	▲ 12%
	合計	▲ 3%	▲ 81%	▲ 48%	▲ 42%	▲ 37%	+11%	▲ 5%	▲ 10%	▲ 10%	+16%	▲ 7%	+0%	+13%	▲ 11%	▲ 4%	▲ 3%

★1 連結調整前の数値を記載しています。また、内部売上を含んだ前年同月比（増減率）を記載しています

★2 米国ワコールは、IO社の売り上げを含んでいません

★3 米国ワコール、ワコールヨーロッパ、中国ワコールは、現地通貨ベースの前年同月比（増減率）を記載しています

27

スライド 28

参考4：21/3期 第3四半期 主要子会社のEC比率

(単位：％)

		1Q			2Q			3Q			累計		
		前年同期		前期差	前年同期		前期差	前年同期		前期差	前年同期		前期差
		構成比	前期差		構成比	前期差		構成比	前期差		構成比	前期差	
ワコール（日本）	自社ECチャネルのみ	16.4	4.6	+11.8	7.7	4.4	+3.3	8.0	5.2	+2.8	9.7	4.7	+5.0
ピーチ・ジョン（日本）★	自社ECチャネルのみ	74.2	43.7	+30.5	51.2	43.1	+8.1	49.7	42.4	+7.3	57.2	43.1	+14.1
米国ワコール	自社・他社ECチャネルの合計	78.4	34.4	+44.0	52.1	30.5	+21.6	47.1	32.7	+14.4	56.6	33.1	+23.5
ワコールヨーロッパ	他社専業ECチャネルのみ	30.6	22.5	+8.1	24.0	19.2	+4.8	23.1	19.7	+3.4	21.0	20.5	+0.5
中国ワコール	他社ECチャネルのみ	32.6	18.7	+13.9	30.5	26.0	+4.5	18.4	18.4	+0.0	26.9	21.2	+5.7

★ピーチ・ジョン（国内）の数値は他社EC・輸出の売上を除いて算出しています。

28

スライド 29

参考5：21/3期 第3四半期 主要子会社の実績

【為替レート】

1\$	1£	1元
106.11	136.24	15.37

(単位：百万円)

		売 上 高								営 業 利 益 （ ▲ 損 失 ）							
		20/3期 3Q実績	21/3期 3Q実績	21/3期 3Q修正計画	前年同期比		修正計画比		20/3期 3Q実績	21/3期 3Q実績	21/3期 3Q修正計画	前年同期比		修正計画比			
					増減額	増減率	増減額	増減率				増減額	増減率	増減額	増減率		
ワコール事業 （国内）		78,749	62,546	61,700	▲ 16,203	▲ 20.6%	846	+1.4%	4,927	581	▲ 700	▲ 4,346	▲ 88.2%	1,281	—		
ワコール事業 （海外）	ワコール インターナショナル	14,241	12,790	12,422	▲ 1,451	▲ 10.2%	368	+3.0%	479	▲ 1,051	▲ 1,103	▲ 1,530	—	52	—		
	ワコールヨーロッパ	9,875	7,027	7,012	▲ 2,848	▲ 28.8%	15	+0.2%	750	212	▲ 88	▲ 538	▲ 71.7%	300	—		
	中国ワコール	8,288	6,502	6,572	▲ 1,786	▲ 21.5%	▲ 70	▲ 1.1%	733	483	384	▲ 250	▲ 34.1%	99	+25.8%		
ピーチ・ジョン事業		7,865	8,665	8,400	800	+10.2%	265	+3.2%	168	1,614	1,100	1,446	+860.7%	514	+46.7%		
その他	ルシアン	4,363	3,430	3,570	▲ 933	▲ 21.4%	▲ 140	▲ 3.9%	▲ 162	149	10	311	—	139	—		
	七彩	6,480	3,949	4,100	▲ 2,531	▲ 39.1%	▲ 151	▲ 3.7%	177	▲ 299	▲ 380	▲ 476	—	81	—		
	A i	3,083	1,377	1,438	▲ 1,706	▲ 55.3%	▲ 61	▲ 4.2%	▲ 118	▲ 441	▲ 427	▲ 323	—	▲ 14	—		

【海外主要子会社】（現地通貨ベース）（単位：米国：千US\$ ヨーロッパ：千£ 中国：千元）

ワコール インターナショナル	131,044	120,540	117,193	▲ 10,504	▲ 8.0%	3,347	+2.9%	4,406	▲ 9,914	▲ 10,400	▲ 14,320	—	486	—
ワコールヨーロッパ	71,670	51,579	51,558	▲ 20,091	▲ 28.0%	21	+0.0%	5,433	1,559	▲ 646	▲ 3,874	▲ 71.3%	2,205	—
中国ワコール	521,231	423,008	426,780	▲ 98,223	▲ 18.8%	▲ 3,772	▲ 0.9%	46,145	31,440	25,000	▲ 14,705	▲ 31.9%	6,440	+25.8%

29

スライド 30

参考6：21/3期 第3四半期 ワコールの概況① <主要事業部の売上高・営業利益>

自社ECについては高成長を維持したものの、消費者の行動範囲の縮小などから店頭売上が低迷

売上高 **625億円** 前年同期差▲162億円(▲21%) 修正計画差+8億円(+1%)

- テレワークの浸透や人混みを回避する消費者の意識や行動の変化に伴って、都心部に展開する店舗は苦戦
- 自社ECについては、巣ごもり需要の高まりを受け、睡眠時専用ブラジャー「ナイトアップブラ」などの商品が好調に推移

営業利益 **6億円** 前年同期差▲43億円 修正計画差+13億円(※決算調整前のため、雇用調整助成金の受取額は営業外収益で計上)

- 減収に伴い売上利益額▲89億円減少。経費削減(▲46億円)に取り組んだものの、大幅減益
- 卸売事業にて、保守的に見立てた売上・売上利益率の計画を超過した結果、修正計画を大幅に上回る

(単位：百万円)

	20/3期 3Q実績	21/3期 3Q実績	21/3期 3Q修正計画	前年同期比		修正計画比	
				増減額	増減率	増減額	増減率
卸売事業本部	63,488	50,044	49,261	▲ 13,444	▲ 21.2%	783	+1.6%
小売事業本部+WEB事業部	19,499	19,338	19,450	▲ 161	▲ 0.8%	▲ 112	▲ 0.6%
その他売上・内部消去・調整など	▲ 4,238	▲ 6,836	▲ 7,011	▲ 2,598	—	175	—
売上高合計(外部売上のみ)	78,749	62,546	61,700	▲ 16,203	▲ 20.6%	846	+1.4%
売上高合計(内部売上含む)	80,053	63,719	63,000	▲ 16,334	▲ 20.4%	719	+1.1%
卸売事業本部	12,956	7,122	6,417	▲ 5,834	▲ 45.0%	705	+11.0%
小売事業本部+WEB事業部	2,034	1,674	1,609	▲ 360	▲ 17.7%	65	+4.0%
間接部門 販管費	▲ 10,063	▲ 8,215	▲ 8,726	1,848	—	511	—
ワコール 営業利益(▲損失)合計	4,927	581	▲ 700	▲ 4,346	▲ 88.2%	1,281	—

30

スライド 31

参考7：21/3期 第3四半期 ワコールの概況② <卸売事業の状況>

- 前年の消費税増税後の落ち込みの反動から、第3四半期は概ね前年を超える
- 都心部の百貨店への来店客数が伸びず、「ワコール」ブランドは高価格帯ブランドなどが苦戦

(単位：百万円)

		20/3期 3Q累計	21/3期 3Q累計	前年同期比		1Q	2Q	3Q
				増減額	増減率			
インナーウェア事業	ワコール	32,313	24,327	▲ 7,986	▲ 24.7%	▲ 57%	▲ 20%	+5%
	ウイング	15,466	12,815	▲ 2,652	▲ 17.1%	▲ 44%	▲ 16%	+11%
パーソナルウェア事業	ワコール	4,000	3,114	▲ 886	▲ 22.1%	▲ 33%	▲ 30%	▲ 3%
	ウイング	390	428	+38	+9.8%	▲ 6%	+2%	+46%
ファミリーウェア事業	ワコール	2,287	1,703	▲ 585	▲ 25.6%	▲ 48%	▲ 25%	+2%
グッドエイジ事業	ワコール	1,232	1,005	▲ 226	▲ 18.4%	▲ 41%	▲ 14%	+0%
レッグ・カルソン事業	ワコール	670	333	▲ 338	▲ 50.4%	▲ 62%	▲ 61%	▲ 23%
メンズインナー事業	ワコール	1,581	1,408	▲ 173	▲ 11.0%	▲ 33%	▲ 22%	+31%
上記3事業合計		3,483	2,746	▲ 737	▲ 21.2%	—	—	—
ウエルネス事業	CW-X、ワコール	3,476	2,080	▲ 1,396	▲ 40.2%	▲ 63%	▲ 45%	▲ 7%
その他(消化調整、自社EC売上)		2,072	2,832	—	—	—	—	—
卸売事業本部 計		63,488	50,044	▲ 13,444	▲ 21.2%	▲ 48%	▲ 19%	+7%

31

スライド 32

参考8：21/3期 第3四半期 ワコールインターナショナル（米国）の概況

IO社が高成長を維持。「Wacoal」や「b.tempt'd」などのブランドを展開する米国ワコールもECが伸長

売上高

128億円 前年同期差▲15億円(▲10%) ※現地通貨ベースの前年同期比▲8% 修正計画差+4億円(+3%)

- 米国ワコール：実店舗チャネル▲50% ECチャネル+29%（内訳：百貨店EC+5% 専業EC+23% 自社EC+57%）
- IO社：24.0百万ドル（参考値：前年同期7.0百万ドル（※前年同期4月～7月は連結対象外））

営業損失

▲11億円 前年同期差▲15億円 ※現地通貨ベースの前年同期差▲14百万ドル 修正計画差+1億円

- 経費削減や政府の支援策を活用するも、上期の減収による影響が大きく、大幅減益
- IO社「LIVELY」ブランドの早期成長に向けて、成長投資を継続 ※現地通貨ベース▲10.4百万ドル（参考：前年同期▲1.8百万ドル）

		1Q	2Q	3Q	累計	構成比★				
チャネル	店舗	百貨店	▲83%	▲42%	▲14%	▲50%	42%			(単位：千ドル)
		アウトレット・直営店	▲98%	▲33%	▲2%	▲49%				米国ワコール
		店舗計	▲83%	▲41%	▲14%	▲50%				IO社
	EC	百貨店EC	▲32%	+31%	+19%	+5%	58%			売上高
		専業EC	+6%	+33%	+42%	+23%				(前期比)
		自社EC	+62%	+63%	+46%	+57%				▲23%
		EC計	+13%	+43%	+35%	+29%				+241%
地域	米国		▲47%	▲12%	+5%	▲20%	95%			営業損失
	カナダ		▲85%	▲51%	+11%	▲49%	2%			(前期比)
	他地域		▲91%	▲40%	▲16%	▲49%	3%			541
										▲10,364

★構成比は21/3期4月～12月累計の値であり、チャネル構成比は輸出売上を除いて算出しています。

32

スライド 33

参考9：21/3期 第3四半期 ワコールヨーロッパの概況

事業を展開する主要国で感染症再拡大の懸念は色濃く残る

売上高

70億円 前年同期差▲28億円(▲29%) ※現地通貨ベースの前年同期比▲28% 修正計画差±0億円(±0%)

- 各地域で感染症の影響を大きく受ける（英国▲35%、北米▲25% 欧州▲27%）
- 前期にスタートした自社ECチャネルは計画を超えて進捗

営業利益

2億円 前年同期差▲5億円 ※現地通貨ベースの前年同期差▲4百万ポンド 修正計画差+3億円

- 諸経費の削減に加え、政府の支援策の活用により黒字を確保（感染症の拡大を受け、修正計画は慎重に見立てる）

			1Q	2Q	3Q	累計	構成比★							
チャネル	店舗	百貨店	▲ 83%	▲ 30%	▲ 30%	▲ 48%	16%	エリア	21/3期 1Q	21/3期 2Q	21/3期 3Q	21/3期 累計	構成比	
		専門店	▲ 52%	▲ 26%	▲ 15%	▲ 32%	50%		英国	▲ 65%	▲ 25%	▲ 9%	▲ 35%	31%
		直営店	+3%	+22%	▲ 6%	+8%	9%		ヨーロッパ	▲ 41%	▲ 16%	▲ 25%	▲ 27%	25%
	EC	他社EC	▲ 32%	+1%	+0%	▲ 12%	25%		北米	▲ 44%	▲ 12%	▲ 18%	▲ 25%	32%
ブランド★★	Fantasie		▲ 63%	▲ 28%	▲ 16%	▲ 37%	29%	その他						
	Freya		▲ 49%	▲ 9%	▲ 29%	▲ 30%	24%							
	Goddess		▲ 29%	▲ 8%	+13%	▲ 10%	7%							
	Elomi		▲ 42%	▲ 11%	▲ 9%	▲ 21%	26%							
	Wacoal		▲ 44%	▲ 27%	▲ 10%	▲ 27%	13%							
	B.Tempted		▲ 63%	▲ 21%	▲ 14%	▲ 34%	1%							

★各構成比は21/3期4月～12月累計の値です ★★ブランドの増減率・構成比は、インナーウェア・スリムウェアを合計して集計しています。

33

スライド 34

参考10：21/3期 第3四半期（1月～9月） 中国ワコールの概況

「Wacoal」ブランドが堅調に推移するも、中国における「PEACH JOHN」ブランドの売上が低調に推移

売上高 **65億円** 前年同期差▲18億円(▲22%) ※現地通貨ベースの前年同期比▲19% 修正計画差▲1億円

- 感染症拡大の影響から先行して回復
- ミレニアル世代をターゲットに昨年度から販売を開始した「AMPHI」ブランドは好調を維持。「Salute」も復調

営業利益 **5億円** 前年同期比▲3億円 ※現地通貨ベースの前年同期比▲32% 修正計画差+1億円

- 経費削減に加え、政府支援策の活用などにより黒字を維持

		1Q	2Q	3Q	累計	構成比★
チャネル	百貨店	▲ 52%	▲ 14%	+2%	▲ 24%	72%
	他社EC	+1%	+6%	▲ 1%	+3%	28%
ブランド	ワコール	▲ 41%	▲ 9%	+1%	▲ 18%	84%
	サルート	▲ 50%	+0%	+22%	▲ 14%	9%
	ラロッサベル	+0%	+0%	+0%	+0%	0%
	アンフィ	+278%	+183%	+26%	+124%	1%
	ピーチ・ジョン	▲ 47%	▲ 22%	+31%	▲ 33%	6%

★構成比は21/3期1月～9月累計の値であり、チャネル構成比は代理商売上を除いて算出しています。

34

スライド 35

資料11：21/3期 第3四半期 その他アジアの概況

香港ワコール、ワコールインターナショナル香港、ワコールシンガポール、フィリピンワコール、ワコールインド
（以下、工場）大連ワコール、広東ワコール、ベトナムワコール、ミャンマーワコール、Aテック、Gテック、
ほか1社の売上及び、ワコール事業（海外）の決算調整を含んだ数値

感染症の拡大が続く中、EC展開が遅れている中国以外のアジア圏の国々の事業は、低迷

売上高 **35億円** 前年同期差▲22億円(▲38%) 修正計画差+2億円

- 香港：感染症の拡大影響による店舗閉店や観光客の減少などにより、低迷
- シンガポール、フィリピン：EC展開がないため、実店舗の閉店が経営に与える影響が大きく、前年同期を下回る
- インドは、3Q期間にEC事業者の営業再開や百貨店との新規取引開始により、復調
- タイの材料会社（Aテック・Gテック）は、得意先の販売不振による受注減少を受けて、低迷

営業利益 **3億円** 前年同期差▲4億円 修正計画差+4億円

- 各社とも経費削減に取り組みつつ、政府支援を活用するも、減収の影響を吸収しきれず減益（修正計画は超過）

★香港ワコールは12月決算です

	20/3期				21/3期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	累計
香港ワコール★	▲ 24%	+23%	▲ 49%	▲ 16%	▲ 37%	▲ 26%	▲ 20%	▲ 24%
シンガポール	+2%	▲ 13%	+8%	▲ 18%	▲ 83%	+1%	▲ 11%	▲ 30%
フィリピン	+15%	▲ 24%	+37%	▲ 29%	▲ 88%	▲ 59%	▲ 30%	▲ 59%
インド	+57%	+113%	+75%	+71%	▲ 86%	▲ 45%	+89%	▲ 5%

35

スライド 36

資料12：21/3期 第3四半期 ピーチ・ジョンの概況

消費者のニーズを捉えた商品企画や話題性のあるマーケティング活動により、自社ECを中心に高成長を維持

売上高 **87億円** 前年同期差+8億円 (+10%) 修正計画差+3億円 (+3%)

- 自社ECは新規顧客が大幅に増加したことから、伸長
- 第3四半期期間においては、店舗事業についても来店客の購買率の向上が寄与

営業利益 **16億円** 前年同期差+14億円 (+861%) 修正計画差+5億円 (+47%)

- 増収効果に加え、売上利益率の改善、店舗の臨時休業に伴う賃借料の減免などが増益に寄与

		1Q	2Q	3Q	累計	構成比★
国内	通販事業	+68%	+34%	+43%	+48%	57%
	店舗事業	▲ 54%	▲ 4%	+6%	▲ 17%	43%

★構成比は、21/3期 累計の値であり、他社EC・輸出の売上を除いて算出しています。

		1Q	2Q	3Q	累計
海外★★	香港	▲ 53%	▲ 11%	▲ 8%	▲ 19%
	台湾（店舗+EC）	▲ 12%	+1%	+7%	▲ 3%
	上海・北京他（直営店）	▲ 62%	▲ 46%	▲ 24%	▲ 42%
	上海・北京他（他社EC）	▲ 44%	▲ 12%	▲ 16%	▲ 24%
	上海・北京他 合計	▲ 50%	▲ 24%	▲ 24%	▲ 30%

★★現地通貨ベースでの増減率です。各地域における直営店・ECの売上の増減率であり、連結子会社のPJ香港、PJ上海の売上増減率とは異なります（上海・北京他は、1月～9月の数値）

36

スライド 37

資料13：21/3期 第3四半期 国内子会社の概況 （ルシアン・七彩・Ai）

ルシアン：得意先の在庫抑制等により売上低迷も、前期に実施した事業撤退が効果し、黒字化

売上高 **34億円** 前年同期差▲9億円 (▲21%) 修正計画差▲1億円 (▲4%)

営業利益 **1億円** 前年同期差+3億円 修正計画差+1億円

	1Q	2Q	3Q	累計	構成比★
インナー	▲ 25%	▲ 5%	▲ 20%	▲ 16%	79%
刺しゅう	+2%	+14%	+28%	+14%	10%
レース他	▲ 54%	▲ 56%	▲ 68%	▲ 60%	11%

★構成比は、21/3期 累計の値です

七彩：感染症拡大に伴う得意先の新規出店の見直しや延期により、工事受注が大幅に減少

売上高 **39億円** 前年同期差▲25億円 (▲39%) 修正計画差▲2億円 (▲4%)

営業損失 **▲3億円** 前年同期差▲5億円 修正計画差+1億円

	1Q	2Q	3Q	累計	構成比★
レンタル事業	▲ 43%	▲ 26%	▲ 23%	▲ 31%	25%
物販事業	▲ 39%	▲ 10%	▲ 6%	▲ 19%	22%
工事事業	▲ 41%	▲ 50%	▲ 56%	▲ 49%	53%

★構成比は、21/3期 累計の値です

Ai（アイ）：感染症拡大による夏場の旅行の減少や海水浴場の閉鎖が影響しリゾートウェア需要が大幅に減少

売上高 **14億円** 前年同期差▲17億円 (▲55%) 修正計画差▲1億円 (▲4%)

営業損失 **▲4億円** 前年同期差▲3億円 修正計画差±0億円

	1Q	2Q	3Q	累計	構成比★
リゾートウェア事業	▲ 80%	▲ 70%	▲ 60%	▲ 72%	45%
下着事業	▲ 37%	+0%	+0%	▲ 12%	55%

★構成比は、21/3期 累計の値です

37

スライド 38

資料14：21/3期 通期計画数値（10月30日発表）

【修正計画の為替レート】

1 \$	1 £	1 円
106.00	136.00	15.40

（単位：百万円）

	20/3期 実績		21/3期 当初計画 (2020年7月31日 開示)				21/3期 修正計画 (2020年10月30日 開示)			
			売上比	増減額	増減率	前期比	売上比	増減額	増減率	前期比
連結売上高	186,760	—	158,000	—	▲ 28,760	▲ 15.4%	156,000	▲ 30,760	▲ 16.5%	—
売上原価	84,959	45.5	74,600	47.2	▲ 10,359	▲ 12.2%	70,820	▲ 14,139	▲ 16.6%	—
売上利益	101,801	54.5	83,400	52.8	▲ 18,401	▲ 18.1%	85,180	▲ 16,621	▲ 16.3%	—
販管費	94,696	50.7	88,400	55.9	▲ 6,296	▲ 6.6%	86,180	▲ 8,516	▲ 9.0%	—
のれん及びその他の無形固定資産減損損失	473	—	0	—	▲ 473	—	0	▲ 473	—	—
営業利益（▲損失）	6,632	3.6	▲ 5,000	—	▲ 11,632	—	▲ 1,000	▲ 7,632	—	—
その他の収益・費用	1,487	—	1,300	—	▲ 187	▲ 12.6%	1,370	▲ 117	▲ 7.9%	—
有価証券・投資評価損益（純額）	▲ 3,760	—	0	—	3,760	—	▲ 70	3,690	—	—
税引前当期純利益（▲損失）	4,359	2.3	▲ 3,700	—	▲ 8,059	—	300	▲ 4,059	▲ 93.1%	—
当社株主に帰属する当期純利益（▲損失）	3,472	1.9	▲ 3,700	—	▲ 7,172	—	▲ 500	▲ 3,972	—	—

38

スライド 39

資料15：21/3期 セグメント別 通期計画数値（10月30日発表）

【修正計画の為替レート】

1 \$	1 £	1 円
106.00	136.00	15.40

（単位：百万円）

	20/3期 実績★		21/3期 当初計画 (2020年7月31日 開示)				21/3期 修正計画 (2020年10月30日 開示)			
			構成比	増減額	増減率	前期比	構成比	増減額	増減率	前期比
ワコール事業（国内）	106,112	56.8	92,000	58.2	▲ 14,112	▲ 13.3%	89,500	57.4	▲ 16,612	▲ 15.7%
ワコール事業（海外）	50,552	27.1	41,500	26.3	▲ 9,052	▲ 17.9%	42,000	26.9	▲ 8,552	▲ 16.9%
ピーチ・ジョン事業	10,480	5.6	10,140	6.4	▲ 340	▲ 3.2%	11,030	7.1	550	+5.2%
その他事業	19,616	10.5	14,360	9.1	▲ 5,256	▲ 26.8%	13,470	8.6	▲ 6,146	▲ 31.3%
売上高	186,760	100	158,000	100	▲ 28,760	▲ 15.4%	156,000	100	▲ 30,760	▲ 16.5%
ワコール事業（国内）	6,083	5.7	▲ 2,100	—	▲ 8,183	—	▲ 110	—	▲ 6,193	—
ワコール事業（海外）	1,493	3.0	▲ 1,800	—	▲ 3,293	—	▲ 870	—	▲ 2,363	—
ピーチ・ジョン事業	▲ 351	—	150	—	501	—	960	8.7	1,311	—
その他事業	▲ 593	—	▲ 1,250	—	▲ 657	—	▲ 980	—	▲ 387	—
営業利益（▲損失）	6,632	3.6	▲ 5,000	—	▲ 11,632	—	▲ 1,000	—	▲ 7,632	—

★セグメント変更に伴い、20/3期 実績の修正を行っていますが、数値は暫定値です。

39

スライド 40

資料16：21/3期 主要子会社 通期計画数値（10月30日発表）

【修正計画の為替レート】

1 \$	1 £	1 元
106.00	136.00	15.40

（単位：百万円）

		売 上 高							営 業 利 益 (▲ 損 失)								
		20/3期 実績	21/3期 当初計画 (2020年7月31日 開示)				21/3期 修正計画 (2020年10月30日 開示)			20/3期 実績	21/3期 当初計画 (2020年7月31日 開示)				21/3期 修正計画 (2020年10月30日 開示)		
			前期比		増減額	増減率		前期比			増減額	増減率	前期比		増減額	増減率	
			増減額	増減率				増減額	増減率				増減額	増減率			
ワコール事業 (国内)	ワコール	99,224	86,500	▲ 12,724	▲ 12.8%	83,732	▲ 15,492	▲ 15.6%	3,140	▲ 3,300	▲ 6,440	—	▲ 1,630	▲ 4,770	—		
ワコール事業 (海外)	ワコール インターナショナル (米国)	19,194	17,856	▲ 1,338	▲ 7.0%	17,686	▲ 1,508	▲ 7.9%	401	▲ 972	▲ 1,373	—	▲ 954	▲ 1,355	—		
	ワコールヨーロッパ	12,988	9,391	▲ 3,597	▲ 27.7%	10,148	▲ 2,840	▲ 21.9%	1,007	▲ 261	▲ 1,268	—	218	▲ 789	▲ 78.4%		
	中国ワコール	11,081	9,522	▲ 1,559	▲ 14.1%	9,588	▲ 1,493	▲ 13.5%	923	444	▲ 479	▲ 51.9%	555	▲ 368	▲ 39.9%		
ピーチ・ジョン事業		10,480	10,140	▲ 340	▲ 3.2%	11,030	550	+5.2%	▲ 351	150	501	—	960	1,311	—		
その他	ルシアン	5,760	4,570	▲ 1,190	▲ 20.7%	4,880	▲ 880	▲ 15.3%	▲ 478	▲ 10	468	—	▲ 20	458	—		
	七彩	8,718	6,570	▲ 2,148	▲ 24.6%	5,700	▲ 3,018	▲ 34.6%	218	▲ 493	▲ 711	—	▲ 400	▲ 618	—		
	A i	3,597	2,240	▲ 1,357	▲ 37.7%	1,901	▲ 1,696	▲ 47.2%	▲ 269	▲ 490	▲ 221	—	▲ 586	▲ 317	—		
【海外主要子会社（現地通貨ベース）】（単位：米国：千US\$ ヨーロッパ：千£ 中国：千元）																	
	ワコール インターナショナル (米国)	176,508	165,336	▲ 11,172	▲ 6.3%	166,850	▲ 9,658	▲ 5.5%	3,694	▲ 9,000	▲ 12,694	—	▲ 9,000	▲ 12,694	—		
	ワコールヨーロッパ	93,954	70,079	▲ 23,875	▲ 25.4%	74,619	▲ 19,335	▲ 20.6%	7,290	▲ 1,940	▲ 9,230	—	1,596	▲ 5,694	▲ 78.1%		
	中国ワコール	702,223	622,367	▲ 79,856	▲ 11.4%	622,567	▲ 79,656	▲ 11.3%	58,468	29,000	▲ 29,468	▲ 50.4%	36,000	▲ 22,468	▲ 38.4%		

40

スライド 41

WACOAL HOLDINGS CORP.

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。

41