

# 2022年3月期 第3四半期 決算補足説明資料

2022年1月31日  
株式会社ワコールホールディングス

1

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2022年3月期第3四半期決算について、ご説明します。

## 【補足資料①】 前年同期からの変更点

---

- 当期より、これまで「ワコール事業（海外）」セグメント内で計上していた「ピーチ・ジョン」ブランドの中国国内の売上高を「ピーチ・ジョン事業」セグメントでの計上に変更（過去のセグメント実績については遡及修正）
- 当期より、中国ワコールの百貨店等の売上について、総額表示（店頭価格ベース）に変更（当該変更の影響についての遡及修正は行わない）  
※当第3四半期の売上高への影響額：1,543百万円

2

2ページをご覧ください。当期より適用となった会計処理の変更点について記載しております。

変更点の1つ目は、「ピーチ・ジョン」ブランドの中国国内の売上高についての計上先の変更です。

2つめは、中国ワコールに係る収益認識についての変更です。当該変更による当第3四半期の中国ワコールの売上高への影響額は、およそ15億円となっています。

## 【補足資料②】 前年同期における特殊要因

- 当社は米国会計基準を採用しているため、雇用調整助成金は「売上原価」及び「販売費及び一般管理費」への戻し入れとなり、前期の「営業損益」の押し上げ要因
- 前期（21/3期）における雇用調整助成金など各国政府の支援による効果は約53億円（3Q累計45億円）
- 当期（22/3期）においては、それらの利益貢献の裏返しによる影響が発生

		21/3期			
		上期	3Q	4Q	通期
家賃の減免	日本	2.5	0.0	0.0	2.5
社会保険料の減免	中国	1.6	0.8	0.3	2.7
一時帰休による人件費の抑制	米国・英国	8.0	0.8	0.2	9.0
雇用調整助成金	日本・英国など	27.4	3.9	7.9	39.2
感染症拡大の影響に対する一時的支援の総額	日本・英国など	39.6	5.5	8.4	53.5

3

3ページです。次に、前期実績に含まれている特殊要因についてご説明します。感染症が拡大した前期は、雇用調整助成金など各国政府の支援策が多くありました。当社は、米国会計基準を採用しているため、雇用調整助成金は「売上原価」及び「販売費及び一般管理費」への戻し入れとなり、前期の「営業損益」を押し上げています。また、家賃や社会保険料の減免、一時帰休の活用なども、前期の経費減少の要因となっています。これらの支援策により、前期の営業利益は約53億円押し上げられており、その内の約45億円が前期の第3四半期の実績に影響しています。当期においては、これらの利益貢献の裏返しによる影響が発生いたします。

- 欧州・米国の回復やピーチ・ジョンの好調持続により、前年同期に対し増収
- ワコールは緊急事態宣言の解除以降、緩やかな回復に留まる
- 営業利益は、ワコールの減収影響に加え、米国・中国の営業損失が響き、減益

売上高

**428億円** 前年同期差 +10億円 (+2.4%) 前々年同期差 +2億円 (+0.4%)

- 欧州は好調を維持するも、米国は欠品やデジタル規制の影響により、成長ペースが鈍化。中国は、EC・店舗ともに低迷
- ワコールは、主要チャネルの売上が前年同期並みの水準に留まったことに加え、得意先の仕入抑制などが影響し、減収
- ピーチ・ジョンは、10月に発売した有名タレントとのコラボアイテムが売上拡大に寄与

営業利益

**11億円** 前年同期差 ▲16億円 (▲59.7%) 前々年同期差 +8億円 (+253.3%)

- 欧州とピーチ・ジョンは、増収効果によって、高い利益水準を確保
- ワコールは、経費削減に継続して努めるも、減収が響き減益
- 米国は、原材料や製品仕入時の運送費の高騰による売上利益率の悪化や、成長投資の継続により、営業損失を計上
- 前期の雇用調整助成金や一時帰休などの一時的な影響（3Q期間：6億円）を除いた実質ベースでは、10億円の減益

4

4ページです。直近の3か月間の概況についてご説明いたします。

売上高は428億円と、前年同期に対して2.4%の増収となりました。

欧州やピーチ・ジョンが好調に推移したほか、米国も売れ筋商品の欠品による納品機会のロスが生じたものの、増収を確保しました。他方、国内ワコールは、緊急事態宣言解除後の回復が緩やかなものに留まった結果、減収となりました。また、中国にきましても、感染症の拡大による営業環境の悪化やECの苦戦が響き、低調に推移しました。

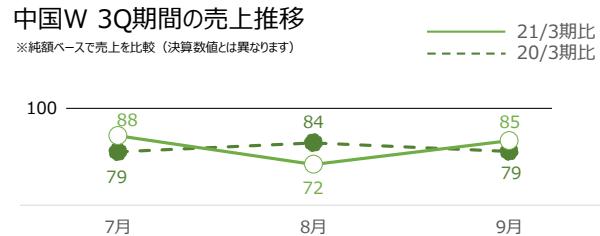
営業利益は11億円と、前期に対して59.7%の減益となりました。欧州やピーチ・ジョンは高い利益水準を確保しましたが、ワコールが減収影響から減益となったほか、米国と中国の営業損失も響き、トータルで大幅な減益となりました。主要子会社の概況については、次のページ以降で説明いたします。

- ワコール：3Q期間の売上高 ▲5% (1Q +33%、2Q ▲17%)
- 中国：総額表示への変更影響を除去した3Q期間の売上高（内部売上含む・現地通貨ベース）▲22%



## 【売上高】

- ✓ 主要チャネルの売上は、宣言の解除以降、徐々に回復
- ✓ 増税前の19/3期に対して、約9割程度の水準まで回復
- 【営業損益】
- ✓ 経費削減に努めるも、減収の影響により、減益
- ✓ 売上利益率は、ベトナム工場操業停止の影響を受け悪化
- ✓ 人員の適正化に向けた要員計画マネジメントを継続



## 【売上高】

- ✓ 店舗は、感染症拡大に対する規制強化の影響により、低迷
- ✓ ECは、ライブコマース等の施策に取り組むも、苦戦
- 【営業損益】
- ✓ 実質的な減収影響に加え、前期の政府支援の裏返しも影響し、3Q期間は営業損失

5

5ページをご覧ください。

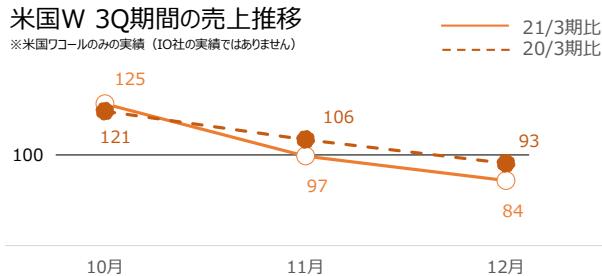
ワコールの売上高は、9月末の緊急事態宣言の解除以降、徐々に回復しましたが、得意先の仕入抑制も影響し、5%の減収となりました。なお、感染症や消費税増税の影響がない19年3月期に対しては、9割程度の水準まで回復しています。営業利益については、経費削減に努めたものの、減収影響やベトナム工場の操業停止に伴う売上利益率の悪化が響き、減益となりました。

中国ワコールの売上高は、7月以降の感染症対策の規制強化によって店頭の売上が苦戦したほか、ECについても低調に推移しました。3か月間の売上高は、会計処理の変更影響を除去した純額ベースで22%の大幅な減収となっており、大変厳しい結果となりました。

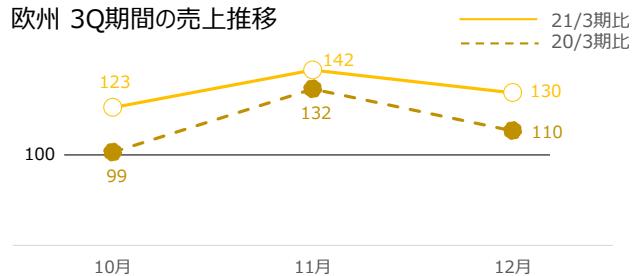
営業損益については売上の苦戦や、前期の政府支援の裏返しなどにより、営業損失となりました。

➤ 米国：3Q期間の売上高（内部売上含む・現地通貨ベース） + 3% ※米国W+4%、IO社+1%

➤ 欧州：3Q期間の売上高（内部売上含む・現地通貨ベース） + 23% ※英国+28%、欧州+10%、米国+6%



- 【売上高】**
- ✓ 米国W：売れ筋商品の欠品に伴う納品機会のロスが発生
  - ✓ IO社：デジタルプライバシーの規制等により、ECが伸び悩み
- 【営業損益】**
- ✓ 自社ECの成長に向けた戦略的な投資を継続
  - ✓ 運送費高騰による売上利益率の悪化も影響し、営業損失



- 【売上高】**
- ✓ 主要な展開地域である、英・米・欧ともに好調に推移
  - ✓ 主要チャネル（専門店、百貨店、EC）も高い水準で回復
- 【営業損益】**
- ✓ 増収効果により、増益を確保

6ページをご覧ください。

米国ワコールは、売れ筋商品の欠品の影響などが影響し、3か月間の売上は4%の増収に留まりました。また、インティメイツ・オンライン社（以下IO社と呼びます）についても、SNS広告費の高騰やデジタルプライバシーの規制強化によって、マーケティング効率が悪化した結果、前期並みの売上水準に留まりました。

営業損益は、原材料等の運送費の高騰を受けた原価の上昇に加え、成長に向けた戦略的な投資を継続した結果、営業損失となりました。

ワコールヨーロッパは、個人消費の力強い回復を背景に、第3四半期についても、英国、米国、欧州の主要エリアで感染症拡大前の売上水準を上回りました。また、営業利益についても、増収効果によって増益となっています。以上が、主要子会社の3か月間の概況となります。

- 規制緩和後の個人消費の力強い回復を背景に、米国・欧州は大幅な増収
- ワコールは、感染症影響の長期化が影響し、前年同期並みの水準に留まる
- 営業利益は増益を確保するも、ワコールの回復の遅れが響き、計画（非開示）を下回る

**売上高** ➤ **1,302億円** 前年同期差 +153億円 (+13.3%) 前々年同期差 ▲138億円 (▲9.6%)

- 米国・欧州は、個人消費の力強い回復を背景に、感染症流行前の水準を上回る
- ピーチ・ジョンは、話題性の高いマーケティング施策が奏功し、前年同期の高いハードルを上回る

**営業利益** ➤ **51億円** 前年同期差 +11億円 (+27.8%) 前々年同期差 ▲47億円 (▲48.4%)

- 米国・欧州は、増収効果によって大幅な増益。好調が続くピーチ・ジョンは、前年同期の高い利益水準を維持
- ワコールは、収益構造改革の一環として要員計画マネジメント等を推進するも、売上回復の遅れから利益計画を下回る
- 雇用調整助成金や一時帰休などの一時的な影響を除いた実質ベースでは、56億円の利益改善

**税引前四半期純利益** ➤ **55億円** 前年同期差 ▲53億円 (▲49.1%) 前々年同期差 ▲101億円 (▲64.7%)

- 有価証券・投資評価損益（純額）については、評価損16億円を計上（前年同期は57億円の評価益）

7

7ページ以降は、当第3四半期累計の実績について、ご説明いたします。

連結売上高は1,302億円と、前期に対して13.3%の増収となりました。

感染症対策の規制緩和によって米国や欧州が大幅な増収となったほか、ピーチ・ジョンも好調を維持しました。

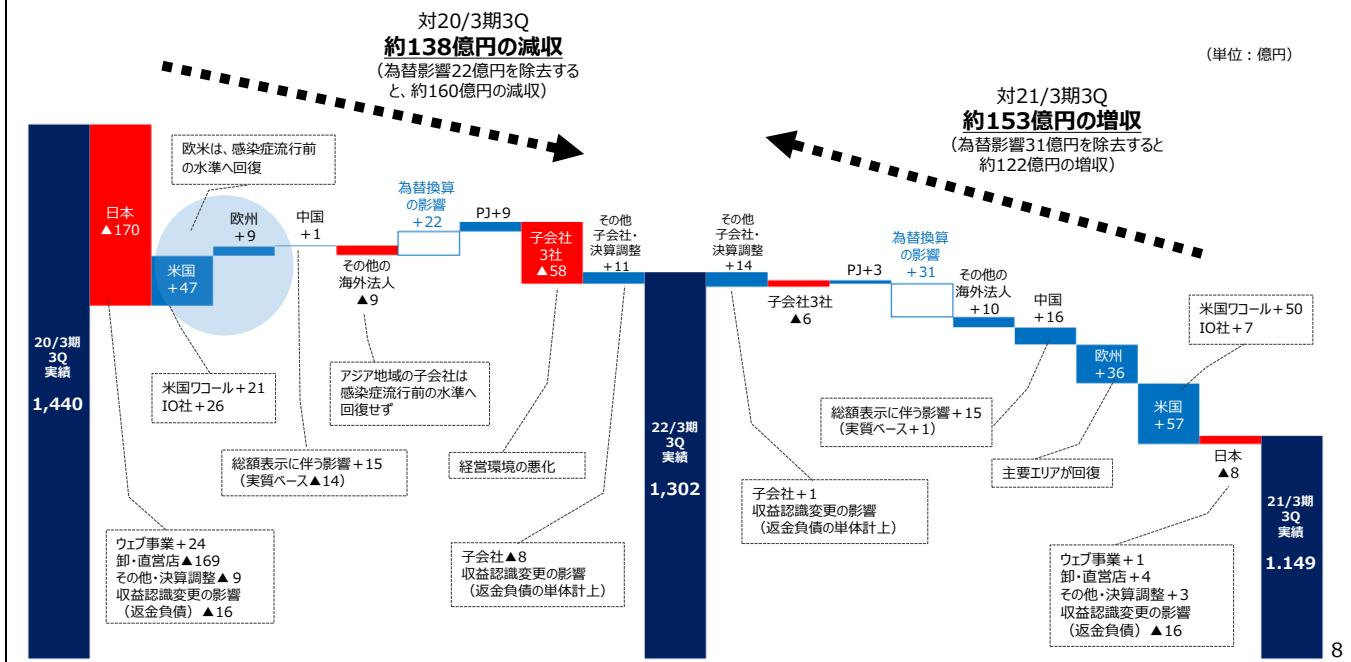
一方、ワコールについては、感染症影響の長期化により、前期並みの水準に留まりました。

営業利益は51億円と、前期に対して27.8%の増益となりました。雇用調整助成金などの利益貢献の裏返しがありましたが、欧米の増収効果に加え、ピーチ・ジョンの高い利益水準の維持や、ワコールの経費削減の進展が寄与しました。

税引前四半期純利益は、有価証券・投資評価損益が16億円の評価損となったことから、前期に対して49.1%の減益となっています。

繰り返しの説明になりますが、当社は米国会計基準を採用しており、当社グループが保有する有価証券については公正価値で評価し、期初からの変動を「有価証券・投資評価損益」として「その他の収益・費用」に計上しています。有価証券・投資評価損益について、前期は約57億円の評価益を計上していましたが、当期は16億円の評価損となった結果、税引前四半期純利益は大幅な減益となっています。

## 22/3期 第3四半期 売上高増減<前年同期・前々年同期差>



8ページをご覧ください。次に、売上高の増減要因をウォーターフォールでまとめています。

右側が前期との比較、左側が前々期との比較となっています。

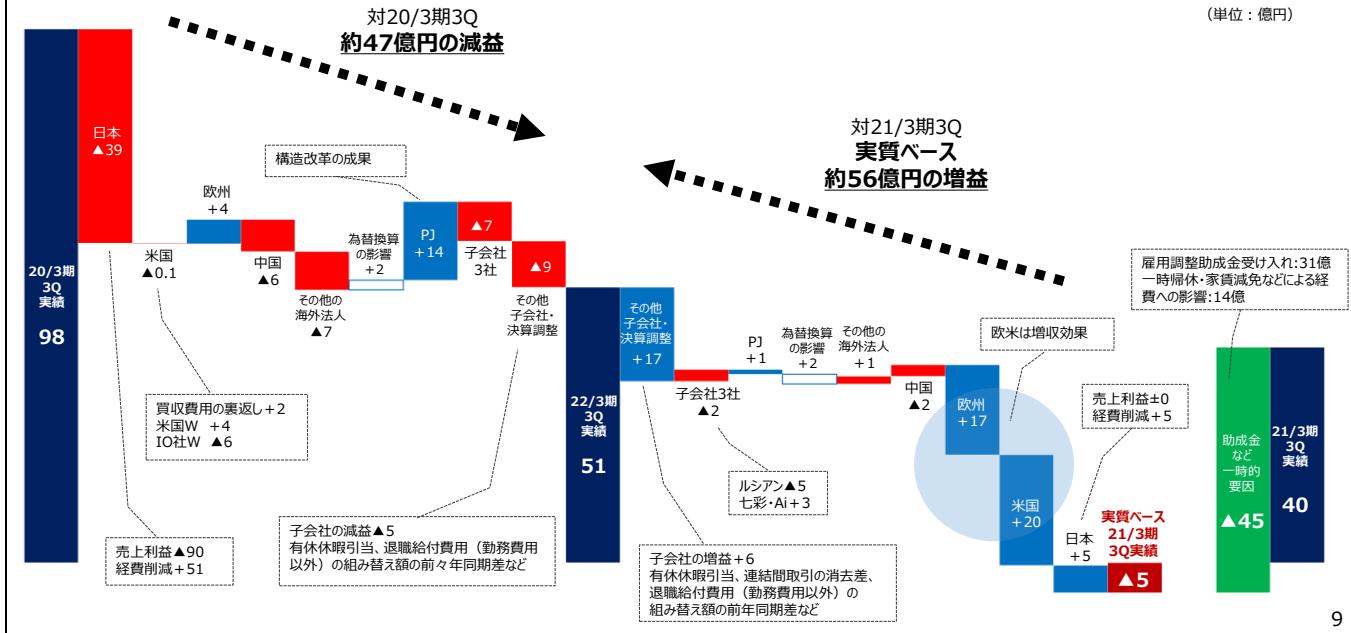
右側のボックスが示す通り、前期に対しては、米国や欧州の業績回復が寄与し、約153億円の増収となりました。

一方、左側のボックスが示す通り、米国や欧州、ピーチ・ジョンなどは感染症前の水準を超えていますが、ワコールやその他の子会社の回復が遅れていることもあり、前々期の売上水準には遠く及んでいません。

## 22/3期 第3四半期 営業利益増減<前年同期・前々年同期差>

※個社の前期差については、雇用調整助成金など一時的な影響を除去した実質ベースで算出しています

(単位：億円)



9

9ページをご覧ください。こちらのページには、営業損益の増減要因をウォーターフォールでまとめています。

売上高同様に、右側が前期との比較、左側が前々期との比較となります。

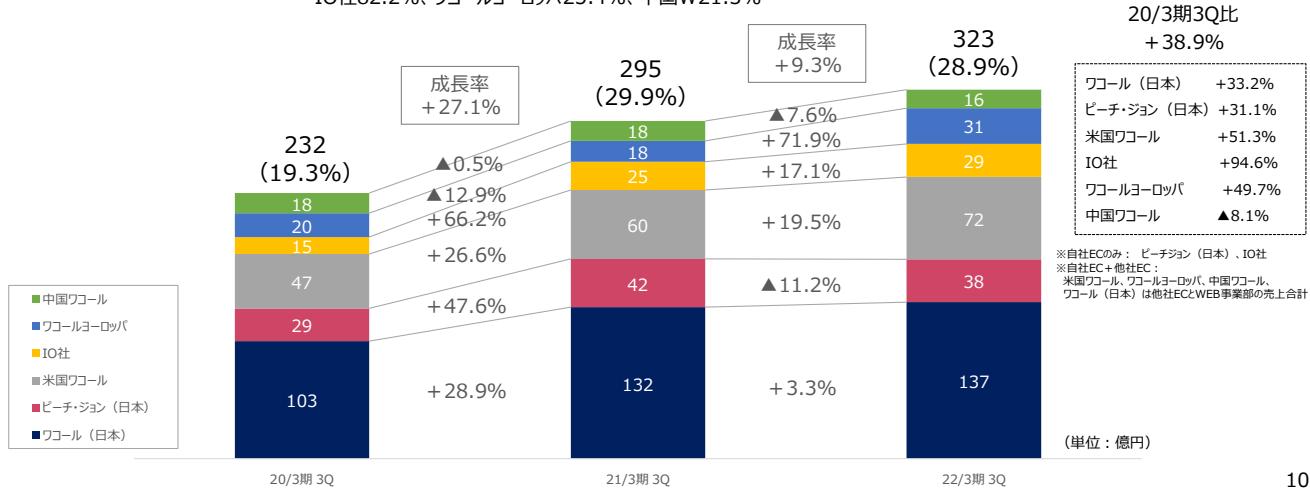
右側のボックスをご覧ください。前期の実績には、雇用調整助成金などの一時的な利益押し上げ要因を含んでいます。それらの一時的な影響を除去した、前期の実質ベースの営業損益は5億円の赤字でした。当第3四半期は、欧州・米国の回復が貢献し、営業利益は51億円となりましたので、実質ベースでは56億円の改善となりました。

次に左側のボックスです。感染症の影響を強く受け、ワコールの回復が遅れていることや中国、その他の子会社の苦戦が続いたことで、前々期からは約47億円の減益となりました。

## EC事業は、前年同期の高い水準をクリアし、成長を維持

- 主要6社合計の売上高に占めるEC比率は、28.9%

22/3期3Q累計のEC比率：ワコール（日本）21.7%、ピーチ・ジョン（日本）44.0%、米国W43.4%、IO社82.2%、ワコールヨーロッパ25.4%、中国W21.3%



10

10ページをご覧ください。このページでは、ワコール、ピーチ・ジョン、米国ワコール、IO社、ワコールヨーロッパ、中国ワコール、以上の6社のEC売上の変化をまとめています。

当社グループでは、感染症拡大前から自社ECの強化に注力してきました。感染症をきっかけとして巣ごもり需要が拡大する中、その取り組みが大きく効果を発揮し、前期の6社合計のEC売上は前々期に対して38.9%の増加となりました。

当期についても、アプリやECサイトの利便性向上、プロモーションの強化など、EC事業の強化に引き続き、注力した結果、EC売上高は、前期に対して9.3%の增收となり、成長を維持することができます。なお、6社合計の売上高に占めるEC比率は、28.9%となっています。

## 前年同期の雇用調整助成金による利益押し上の裏返しが影響し、セグメント営業利益は減益

**売上高** ➔ **673億円** 前年同期差 +4億円 (+0.6%)  
前々年同期差 ▲155億円 (▲19%)

**営業利益** ➔ **23億円** 前年同期差 ▲7億円 (▲25%)  
前々年同期差 ▲48億円 (▲68%)

### マーケット環境

- 宣言解除以降、高額消費活動についての意欲は高まるも、全体の消費回復のペースは緩やかなものに留まる
- 感染症の長期化を受け、得意先の一部では仕入れ枠を抑制する動きが顕著に
- 「おうち時間」の拡大・外出機会の減少によって、ファッションのカジュアル化がさらに進展

(株)ワコールの商況：前年同期比 ▲1%（収益認識変更の影響を除いた前年同期比：+1%） 前々年同期比 ▲22%

- 店舗：感染症の長期化に伴い、店頭ベースの売上高は低調に推移  
※店頭ベースの売上高 百貨店 +7%（前々年同期比▲28%） 直営店 +1%（前々年同期比▲20%）  
量販店 ワコール▲1%（前々年同期比▲20%）、ウイング▲4%（前々年同期比▲20%）
- 自社EC：新規顧客の獲得に苦戦するも、購買率の向上などにより、前年同期並みの水準で推移  
※自社ECの売上高 +1%（前々年同期比+65%）

(株)ワコールのコスト構造改革の取り組み

- コストコントロールと要員計画マネジメントを推進。経費を前年同期以下の水準に抑制することで、増益を確保

11ページです。

このページより、セグメントごとに当第3四半期のマーケット環境と業績を振り返ってまいります。

ワコール事業（国内）の売上高は、673億円となりました。感染症の長期化に伴う店頭売上の低迷と、得意先の仕入抑制などが影響し、感染症の影響を強く受けた前期並みの水準に留まる結果となりました。

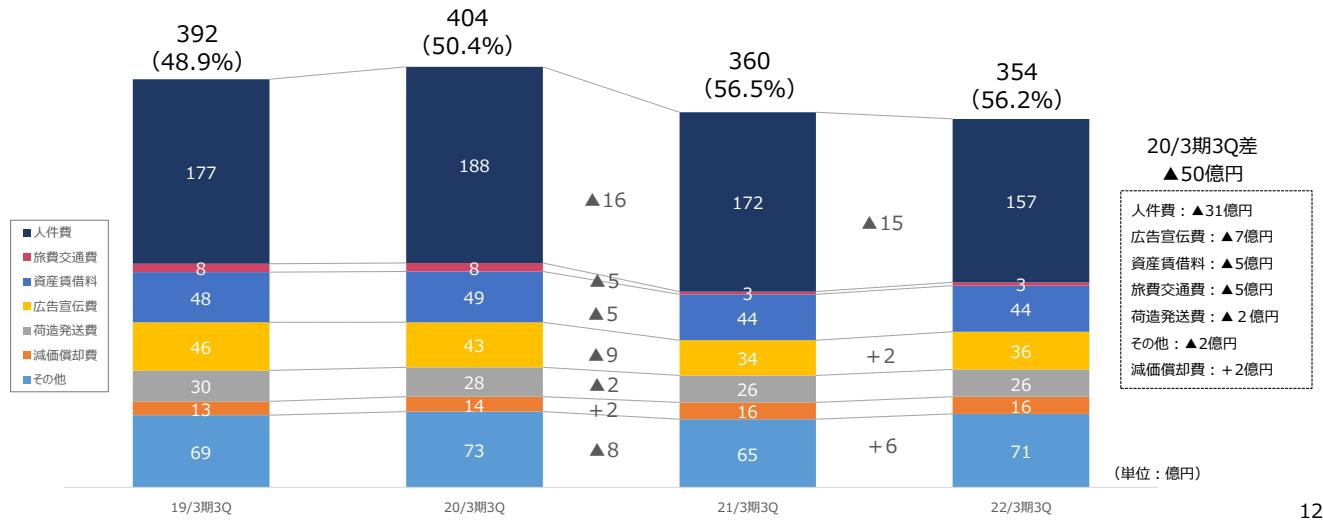
国内のマーケット環境は、緊急事態宣言の長期化に加え、宣言解除後も感染症の再拡大への懸念などから、商業施設への来店客数が伸び悩むなど、厳しい状況が続きました。また、外出自粛によって「おうち時間」が拡大しており、ファッションのカジュアル化がさらに進んでいます。

そのような環境のもと、自社ECについては既存顧客への販売が堅調に推移したことで前期の高いハードルを上回ることができましたが、実店舗の売上については計画を大きく下回る結果となりました。

営業利益は23億円となりました。雇用調整助成金による利益押し上げの裏返しがあり、前期実績は下回ったものの、収益構造改革の一環として経費削減に努めたことなどが寄与し、売上が低迷する中でも一定の利益を確保することができました。

### 要員計画マネジメントは計画通りに進捗するも、トップラインの低迷に伴い、コストは高止まり

- 販管費は、20/3期に対して50億円減少（一過性影響を除く、実質ベースの減少額：約40億円）



12ページをご覧ください。収益構造改革の進捗として、ワコールの販管費の削減状況についてご説明します。要員計画マネジメントの進捗による人件費の抑制を中心に、20年3月期対比で、販管費は約50億円減少しており、一過性の要因を除いた実質ベースでも約40億円減少しています。ワコールは、当期の収益構造改革の目標として「約40億円」の販管費削減を掲げていますが、計画を上回るペースで進めることができています。なお、売上原価に含まれる製造人件費の要員計画マネジメントの効果については、スライドの数値には含まれていません。

**経済活動の再開が進んだ欧米を中心に売上が回復し、感染症前の水準を上回る****売上高** **445億円**前年同期差+150億円 (+51%)  
前々年同期差+69億円 (+18%)**営業利益** **20億円**前年同期差+20億円 (前年同期:▲0.2億円の赤字)  
前々年同期差▲7億円 (▲26%)

## マーケット環境

- 欧米：新たな変異株の感染が拡大する中でも、多くの国や地域が経済活動を継続
- 中国：新たなマーケティング手法として、ライブコマースが急成長。インナーウェアEC市場で、中国国内の新興ブランドが台頭
- アジア：南アジアや東南アジアなどの感染影響が長期化

## 主要各社の商況（数値は現地通貨ベース）

- 米国：米国ワコールは、百貨店などの実店舗の売上が大幅に回復（百貨店実店舗+96%（前々期比▲2%））  
IO社は、デジタルプライバシー規制強化の影響等で自社ECの成長が鈍化するも、卸・直営店舗の売上が拡大
- 欧州：主要エリア（英国・北米・欧州）ともに好調に推移し、すべてのエリアで感染症前の水準を上回る
- 中国：ECにおける競争力が低下

## 3Qの取り組み

- 米国：デジタル計測アプリ「My Bra Fit (5/18リリース)」は、ECサイトへの訪問者数や平均受注額の伸長に寄与
- 中国：EC売上回復に向けて、KOLによるライブ販売などを実施

13ページをご覧ください。ワコール事業（海外）の売上高は445億円となりました。経済活動の再開が進んだ米国、欧州を中心に売上が大きく回復した結果、セグメント合計でも感染症拡大前の水準を上回りました。なお、中国は総額表示の変更による売上高の押し上げ効果もあり、前々期に比べ増収となっていますが、新興ブランドとの競争環境の激化によるECの苦戦などが響き、当該要因を除去した比較では前々期の水準を下回っています。

営業利益は20億円でした。当第3四半期において、欧米で原材料の運送費の高騰による原価上昇が見られましたが、増収効果によって増益となりました。

## ピーチ・ジョン：直営店舗の売上拡大が伸長し、ECの減収をカバー

**売上高** **94億円**

前年同期差 +3億円 (+4%)  
前々年同期差 +9億円 (+11%)

**営業利益** **16億円**

前年同期差 ▲1百万円 (▲0.1%)  
前々年同期差 +14億円

### 各地域の商況

- 日本：10月発売の有名タレントとのコラボアイテムが話題となるなど、好調を継続  
ECは、前年同期のハードルが高く、減収（自社EC：前年同期比▲11% 前々年同期比+31%）
- 海外：感染症影響による来店客数の減少や、不採算店舗の閉店影響により低迷

## その他：感染症の長期化に伴う事業環境の悪化を受け、前年同期の水準を下回る

**売上高** **90億円**

前年同期差 ▲4億円 (▲5%)  
前々年同期差 ▲62億円 (▲41%)

**営業損失** **▲8億円**

前年同期差 ▲2億円 (前年同期:▲6億円の赤字)  
前々年同期差 ▲7億円 (前々年同期:▲1億円の赤字)

### 各社の商況

- ルシアン：大手衣料品チェーン向けのプライベートブランド商品の売上が低迷。減収影響が大きく、営業損失幅が拡大  
採算改善に向け、不採算の縫製子会社の整理に着手（譲渡済み1社、整理手続中1社）
- 七彩：10月以降、工事事業が復調し、3Q累計売上高は前年同期を上回る（前年同期比+5%）

14

14ページです。ピーチ・ジョン事業の売上高は、94億円でした。自社ECは巣ごもり需要があった前期のハードルが高く減収となりましたが、第1四半期における直営店の回復に加え、当第3四半期においてもプロモーションが話題となり来店客数が増加したことから、増収となりました。

営業利益は16億円でした。好調な売上を背景に高い利益水準を維持しています。

その他事業の売上高は90億円でした。感染症の拡大によって、各社ともに厳しい経営環境が続いているが、10月以降、七彩の工事事業が回復するなど、明るい兆しも見え始めています。

営業損益は8億円の営業損失でした。

収益構造改革の一環として、ルシアンで不採算子会社の整理を進めているほか、各社でオペレーションの見直しに取り組んでいますが、売上低迷の影響を大きく受ける結果となりました。

## 通期連結業績予想（再掲）

### 期初業績予想からの変更はなし

- 諸施策の実行により、当初計画の達成を目指す
- 変異株の影響などにより、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

	20/3期 実績		21/3期 実績		22/3期 計画		対20/3期		対21/3期	
		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	186,760	-	152,204	-	184,000	-	▲ 2,760	▲ 1.5%	31,796	+20.9%
売上原価	84,959	45.5	67,798	44.5	80,000	43.5	▲ 4,959	▲ 5.8%	12,202	+18.0%
売上利益	101,801	54.5	84,406	55.5	104,000	56.5	2,199	+2.2%	19,594	+23.2%
販管費	94,696	50.7	82,836	54.4	98,000	53.3	3,304	+3.5%	15,164	+18.3%
のれん及びその他の無形固定資産減損損失	473	0.3	2,685	1.8			-	-	-	-
営業利益	6,632	3.6	▲ 1,115	-	6,000	3.3	▲ 632	-	7,115	▲ 638.1%
その他の収益・費用	1,487	0.8	1,517	1.0	1,900	1.0	413	+27.8%	383	+25.2%
有価証券・投資評価損益（純額）	▲ 3,760	-	10,390	6.8			3,760	-	▲ 10,390	-
税引前純利益	4,359	2.3	10,792	7.1	7,900	4.3	3,541	+81.2%	▲ 2,892	▲ 26.8%
当社株主に帰属する純利益	3,472	1.9	7,025	4.6	5,500	3.0	2,028	+58.4%	▲ 1,525	▲ 21.7%

15

15ページをご覧ください。当期の通期業績予想については、現時点では変更はありません。

しかしながら、オミクロン株の世界的な流行など、先行き不透明な状況が続いています。今後、業績予想の修正が必要となった場合については、速やかに開示させていただきます。

## 22/3期 第4四半期のリスクについて

### ➤ 運送費や原材料の高騰などによるコストへの影響

1. 3Q期間 米国：原材料や製品仕入時の運送費の高騰が原価を押し上げ

日本：ベトナム工場操業停止による一時的な原価上昇

(※主要子会社の売上利益率は、P26に掲載しています)

2. 今後の見込みと対応 米国：運送費の高騰は継続。1月に小売価格の変更を予定（4～5%程度）※IO社は9月末に値上げ済み

日本：ベトナムの影響は継続する見通し。他方、原材料費の影響については当期は限定的

### ➤ その他のリスク

#### アップサイド リスク

- 感染症対策の緩和による消費活動の回復
- 国内事業の販管費抑制による上乗せ
- 海外事業やピーチ・ジョン事業の売上増加による売上利益の拡大
- 遊休資産の効率的な活用

#### ダウンサイド リスク

- 感染症対策の再強化に伴う消費マインドの低下、国内外の売上低迷と利益額の減少
- 国内の既存流通チャネルの縮小など、事業環境の更なる悪化
- 無形・有形固定資産減損損失
- コスト構造改革の追加施策に伴う一時的費用の増加
- 運送費や原材料価格の高騰による製造コストの上昇
- 縫製工場の操業再停止による生産遅延、それに伴う販売機会の消失
- 株価の下落に伴う評価損の計上

16ページをご覧ください。まず、運送費や原材料の高騰によるコストへの影響について、ご説明します。

米国において原材料や製品仕入れ時の運送費が高騰しており、原価の押し上げ要因となっています。また、日本においては、ベトナム工場の操業停止による生産地の振替影響等によって、一時的な原価上昇がありました。これらの影響は、今後も継続すると見込んでいますが、米国においては商品価格の改訂、日本においては調達方法の見直しなどに取り組むことで、影響を緩和させていきます。なお、参考として、決算補足資料の26ページに、主要子会社の売上利益率の動向を記載しています。

そのほかのリスクについては、記載内容をご確認ください。

**政策保有株式売却 188億円（進捗度94%）** ※19年3月末時点の簿価 ※実際の売却額は195億円

	22/3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	(単位：億円)	
				22/3期 3Q累計 実績	中計期間 (20/3期~22/3期) 累計
創出 キャッシュ	純利益*	46	136	310 以上	
	減価償却費	46	167	190 以上	
	政策保有株式の売却額	20	195	200 以上	
	合計	112	498	700 以上	

★無形固定資産の減損損失、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。

使用 キャッシュ	成長投資、および設備投資額	67	285	685 以上  ・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
	配当金支払額	25	99	
	自己株式の取得額	6	83	
	(取得株式数)	(278千株)	(3,075千株)	
	合計	98	467	

22/3期3Q累計の投資内容・投資額	
内容	金額
ワコール/IT関連投資ほか	23
ワコール/建物改修ほか	2
国内・子会社関連	4
海外・子会社関連	16
守山流通増築工事	22
合計	67

## ■主要KPI

(株)ワコール 政策保有株式の 売却状況 ★★	売却金額	26	188	200
	目標に対する進捗度合い	13%	94%	
	完全売却銘柄数	9	31	

★★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)

17ページをご覧ください。当期の投資実績、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を記載しています。投資については、国内の自社EC成長に向けた滋賀県守山市にある流通センターの拡張工事などがありました。また、当期の政策保有株式の売却につきましては、12月末時点で約26億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94%となっています。

なお、11月26日に開示しましたとおり、12月より自己株式の取得を再開しています。

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。

## 参考資料

 WACOAL HOLDINGS CORP.

参考1 : 22/3期 第3四半期 決算概況.....	P.19
参考2 : 22/3期 第3四半期 決算概況（セグメント別）.....	P.20
参考3 : 22/3期 第3四半期 主要子会社の実績.....	P.21
参考4 : 主要事業会社の月次売上高推移（増減率）.....	P.22
参考5 : 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.23
参考6 : 海外主要子会社のチャネル別売上高月次推移（増減率）.....	P.24
参考7 : 22/3期 第3四半期 主要子会社のEC比率.....	P.25
参考8 : 22/3期 第3四半期 主要子会社の売上利益率.....	P.26
参考9 : 22/3期 第3四半期 ワコールの概況 <主要事業部の売上高・営業利益>.....	P.27
参考10 : 22/3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.28
参考11 : 22/3期 第3四半期 ワコールヨーロッパの概況.....	P.29
参考12 : 22/3期 第3四半期（1月～9月）中国ワコールの概況.....	P.30
参考13 : 22/3期 第3四半期 その他アジアの概況.....	P.31
参考14 : 22/3期 第3四半期 ピーチ・ジョンの概況.....	P.32
参考15 : 22/3期 第3四半期 国内子会社の概況（ルシアン・七彩・Ai）.....	P.33
参考16 : 22/3期 通期計画.....	P.34
参考17 : 22/3期 22/3期 セグメント別・通期計画.....	P.35
参考18 : 22/3期 主要子会社別・通期計画.....	P.36

18

## 参考1 : 22/3期 第3四半期 決算概況

【為替レート】 

1 \$	1 £	1 元
111.1	152.76	16.78

(単位：百万円)

	20/3期 3Q実績	売上比	21/3期 3Q実績	売上比	22/3期 3Q実績	売上比	対20/3期 3Q		対21/3期 3Q	
							増減額	増減率	増減額	増減率
連結売上高	144,031	-	114,901	-	130,187	-	▲ 13,844	▲ 9.6%	15,286	+13.3%
売上原価	63,915	44.4	50,279	43.8	56,585	43.5	▲ 7,330	▲ 11.5%	6,306	+12.5%
売上利益	80,116	55.6	64,622	56.2	73,602	56.5	▲ 6,514	▲ 8.1%	8,980	+13.9%
販管費	70,315	48.8	60,666	52.8	68,545	52.7	▲ 1,770	▲ 2.5%	7,879	+13.0%
営業利益（▲損失）	9,801	6.8	3,956	-	5,057	3.9	▲ 4,744	▲ 48.4%	1,101	+27.8%
その他の収益・費用	1,382	1.0	1,192	1.0	2,055	1.6	673	+48.7%	863	+72.4%
有価証券・投資評価損益（純額）(A)	4,486	-	5,725	-	▲ 1,575	-	▲ 6,061	-	▲ 7,300	-
税引前四半期純利益（▲損失）	15,669	10.9	10,873	9.5	5,537	4.3	▲ 10,132	▲ 64.7%	▲ 5,336	▲ 49.1%
当社株主に帰属する四半期純利益（▲損失）	11,014	7.6	4,972	4.3	3,493	2.7	▲ 7,521	▲ 68.3%	▲ 1,479	▲ 29.7%

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（▲損失）	11,183	7.8	5,148	4.5	7,112	5.5	▲ 4,071	▲ 36.4%	1,964	+38.2%
-----------------------	--------	-----	-------	-----	-------	-----	---------	---------	-------	--------

19

参考2：22/3期 第3四半期 決算概況（セグメント別）

【為替レート】	1\$	1£	1元
	111.1	152.76	16.78

			20/3期 3Q実績		21/3期 3Q実績		22/3期 3Q実績		対20/3期 3Q		対21/3期 3Q	
									増減額	増減率	増減額	増減率
ワコール事業（国内）		82,872	57.5	66,935	58.3	67,340	51.7	▲ 15,532	▲ 18.7%	405	+0.6%	
ワコール事業（海外）		37,531	26.1	29,475	25.7	44,454	34.1	6,923	+18.4%	14,979	+50.8%	
ピーチ・ジョン事業		8,444	5.9	9,038	7.9	9,365	7.2	921	+10.9%	327	+3.6%	
その他事業		15,184	10.5	9,453	8.2	9,028	6.9	▲ 6,156	▲ 40.5%	▲ 425	▲ 4.5%	
売上高		144,031	100	114,901	100	130,187	100	▲ 13,844	▲ 9.6%	15,286	+13.3%	
			20/3期 3Q実績		21/3期 3Q実績		22/3期 3Q実績		対20/3期 3Q		対21/3期 3Q	
									増減額	増減率	増減額	増減率
ワコール事業（国内）		7,113	8.6	3,008	4.5	2,268	3.4	▲ 4,845	▲ 68.1%	▲ 740	▲ 24.6%	
ワコール事業（海外）		2,686	7.2	▲ 22	—	2,002	4.5	▲ 684	▲ 25.5%	2,024	—	
ピーチ・ジョン事業		109	1.3	1,553	17.2	1,552	16.6	1,443	+1,323.9%	▲ 1	▲ 0.1%	
その他事業		▲ 107	—	▲ 583	—	▲ 765	—	▲ 658	—	▲ 182	—	
営業利益（▲損失）		9,801	6.8	3,956	3.4	5,057	3.9	▲ 4,744	▲ 48.4%	1,101	+27.8%	

20

参考3：22/3期 第3四半期 主要子会社の実績

【為替レート】	1\$	1£	1元
	111.1	152.76	16.78

			売 上 高						営 業 利 益（▲損失）							
			20/3期 3Q実績	21/3期 3Q実績	22/3期 3Q実績	対20/3期 3Q期		対21/3期 3Q		20/3期 3Q実績	21/3期 3Q実績	22/3期 3Q実績	対20/3期 3Q		対21/3期 3Q	
						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	78,749	62,546	61,766	▲ 16,983	▲ 21.6%	▲ 780	▲ 1.2%		4,927	581	996	▲ 3,931	▲ 79.8%	415	+71.4%
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	19,331	5,090	+35.7%	6,541	+51.1%		479	▲ 1,051	480	1	+0.2%	1,531	—
	ワコールヨーロッパ	9,875	7,027	11,937	2,062	+20.9%	4,910	+69.9%		750	212	1,349	599	+79.9%	1,137	+536.3%
	中国ワコール	8,288	6,502	8,845	557	+6.7%	2,343	+36.0%		733	483	150	▲ 583	▲ 79.5%	▲ 333	▲ 68.9%
ピーチ・ジョン事業		7,865	9,038	9,365	1,500	+19.1%	327	+3.6%		168	1,553	1,552	1,384	+823.8%	▲ 1	▲ 0.1%
その他	ルシアン	4,363	3,430	2,470	▲ 1,893	▲ 43.4%	▲ 960	▲ 28.0%		▲ 162	149	▲ 350	▲ 188	—	▲ 499	—
	七彩	6,480	3,949	4,157	▲ 2,323	▲ 35.8%	208	+5.3%		177	▲ 299	▲ 215	▲ 392	—	84	—
	A i	3,083	1,377	1,498	▲ 1,585	▲ 51.4%	121	+8.8%		▲ 118	▲ 441	▲ 260	▲ 142	—	181	—

【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	173,995	42,951	+32.8%	53,455	+44.3%		4,406	▲ 9,914	4,306	▲ 100	▲ 2.3%	14,220	—
ワコールヨーロッパ	71,670	51,579	78,141	6,471	+9.0%	26,562	+51.5%		5,433	1,559	8,833	3,399	+62.6%	7,274	+466.5%
中国ワコール	521,231	423,008	527,090	5,859	+1.1%	104,082	+24.6%		46,145	31,440	8,954	▲ 37,191	▲ 80.6%	▲ 22,486	▲ 71.5%

21

## 参考4：主要事業会社の月次売上高推移（増減率）

月次売上高（増減率）※4月～12月の下段は、対20/3期比																
	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)
ワコール	▲ 20%	▲ 25%	▲ 8%	▲ 18%	+168%	+39%	+5%	+46%	▲ 12%	▲ 17%	▲ 18%	▲ 15%	▲ 21%	+8%	▲ 4%	▲ 6%
米国ワコール	▲ 2%	▲ 27%	+5%	▲ 10%	+284%	+149%	+56%	+131%	+37%	+47%	+29%	+37%	+25%	▲ 3%	▲ 16%	+4%
ワコールヨーロッパ	▲ 36%	▲ 32%	+49%	▲ 12%	+287%	+124%	+64%	+121%	+31%	+36%	+21%	+30%	+23%	+42%	+30%	+32%
中国ワコール	▲ 17%	+547%	+52%	+53%	+22%	▲ 3%	▲ 10%	+21%	▲ 12%	▲ 28%	▲ 15%	▲ 19%	▲ 14%	▲ 19%	+26%	▲ 5%
ビーチ・ジョン（国内のみ）	+9%	+21%	+19%	+16%	+40%	+9%	▲ 9%	+8%	▲ 13%	▲ 3%	+3%	▲ 5%	+15%	+6%	+5%	+8%
ルシアン（国内のみ）	▲ 6%	▲ 27%	▲ 20%	▲ 18%	+18%	▲ 10%	▲ 4%	+1%	▲ 27%	▲ 34%	▲ 29%	▲ 30%	▲ 37%	▲ 20%	▲ 24%	▲ 27%
七彩	▲ 35%	▲ 31%	▲ 41%	▲ 37%	+8%	▲ 12%	▲ 7%	▲ 2%	+0%	▲ 22%	▲ 14%	▲ 13%	+153%	▲ 5%	+2%	+39%
Ai（アイ）	▲ 48%	▲ 51%	▲ 12%	▲ 39%	+181%	+48%	▲ 18%	+23%	+43%	▲ 3%	▲ 23%	+9%	▲ 15%	▲ 8%	▲ 0%	▲ 7%

★ 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

★ 米国ワコールは、10社の売上を含んでいません

★ 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

★ 中国ワコールは、純額ベースの前年同月比（増減率）を記載しています

22

## 参考5：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）

店頭ベースの売上高推移（増減率）※4月～12月の下段は、対20/3期比																
	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
百貨店	▲ 33%	▲ 17%	+27%	▲ 9%	+393%	+73%	▲ 17%	+40%	+14%	▲ 25%	▲ 26%	▲ 7%	▲ 4%	+3%	▲ 1%	▲ 1%
量販店（ワコールブランド）	▲ 15%	▲ 8%	▲ 8%	▲ 10%	+156%	+36%	▲ 9%	+29%	+10%	▲ 44%	▲ 24%	▲ 20%	▲ 10%	+9%	▲ 5%	▲ 1%
量販店（ウイングブランド）	▲ 14%	▲ 7%	+0%	▲ 8%	+138%	+16%	▲ 17%	+16%	▲ 2%	▲ 30%	▲ 12%	▲ 18%	▲ 10%	+7%	▲ 6%	▲ 2%
専門店（実店舗）	▲ 2%	▲ 5%	+10%	+1%	+162%	+62%	▲ 15%	+30%	▲ 8%	▲ 18%	▲ 17%	▲ 14%	▲ 4%	▲ 4%	+0%	▲ 2%
スポーツ量販店	▲ 47%	▲ 42%	+18%	▲ 31%	+36%	+40%	▲ 12%	+13%	+81%	▲ 19%	▲ 15%	+14%	+0%	▲ 13%	+3%	▲ 4%
他社EC	+30%	+1%	+20%	+18%	+43%	+1%	+15%	+11%	+18%	+15%	+2%	+12%	▲ 9%	+11%	▲ 3%	+2%
直営店	▲ 33%	▲ 10%	▲ 7%	▲ 20%	+232%	+71%	▲ 18%	+33%	▲ 5%	▲ 24%	▲ 26%	▲ 19%	▲ 7%	▲ 5%	+0%	▲ 4%
自社EC	+38%	+45%	+22%	+34%	▲ 8%	▲ 13%	+5%	▲ 6%	+7%	+12%	+7%	+9%	+6%	+11%	▲ 6%	+3%
自社カタログ	+39%	▲ 10%	+2%	+5%	+21%	▲ 11%	+5%	+5%	+47%	+33%	+0%	+20%	▲ 9%	+2%	▲ 1%	▲ 3%
店頭ベースの売上高 合計	▲ 15%	▲ 7%	+9%	▲ 5%	+121%	+27%	▲ 11%	+23%	+6%	▲ 20%	▲ 15%	▲ 9%	▲ 6%	+4%	▲ 2%	▲ 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示しています

\* 21年4月以降の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売上を除いて、算出しています

23

## 参考6：海外主要子会社のチャネル別売上高月次推移（増減率）

		主要子会社チャネル別売上高月次推移（増減率）※4月～12月の下段は、対20/3期比															
		1月度	2月度	3月度	4Q (中間1Q)	4月度	5月度	6月度	1Q (中間2Q)	7月度	8月度	9月度	2Q (中間3Q)	10月度	11月度	12月度	3Q (中間4Q)
米国ワコール	百貨店	▲ 8%	▲ 49%	▲ 24%	▲ 32%	+1,260%	+1,540%	+185%	+495%	+69%	+89%	+36%	+62%	+75%	+1%	▲ 14%	+21%
	百貨店EC	▲ 9%	▲ 13%	+30%	+3%	+1,957%	+235%	+15%	+114%	▲ 1%	▲ 16%	▲ 13%	▲ 9%	+28%	▲ 2%	▲ 19%	+5%
	専業EC	▲ 18%	▲ 6%	+31%	+4%	+202%	▲ 22%	▲ 17%	+27%	+37%	+46%	+35%	+47%	▲ 19%	▲ 62%	+46%	▲ 18%
	自社EC	+36%	+33%	+81%	+48%	+34%	▲ 4%	▲ 4%	+8%	+4%	+11%	+39%	+16%	▲ 5%	+17%	▲ 34%	▲ 8%
	合計	▲ 2%	▲ 27%	+5%	▲ 10%	+284%	+149%	+56%	+131%	+37%	+47%	+29%	+37%	+25%	▲ 3%	▲ 16%	+4%
ワコールヨーロッパ	百貨店	▲ 57%	▲ 51%	+16%	▲ 36%	+682%	+1,232%	+216%	+393%	+70%	+5%	+21%	+26%	+15%	+77%	+49%	+42%
	専門店	▲ 38%	▲ 35%	+34%	▲ 18%	+331%	+118%	+72%	+127%	+42%	+60%	+33%	+45%	+31%	+50%	+15%	+32%
	他社EC	▲ 16%	▲ 10%	+64%	+11%	+274%	+167%	+54%	+142%	+5%	+62%	+2%	+20%	+4%	+3%	+135%	+35%
	合計	▲ 36%	▲ 32%	+49%	▲ 12%	+287%	+124%	+64%	+121%	+31%	+36%	+21%	+30%	+23%	+42%	+30%	+32%
	百貨店・MALL・アウトレットなど	▲ 24%	+2,061%	+137%	+88%	+33%	+5%	▲ 1%	+10%	▲ 9%	▲ 33%	▲ 15%	▲ 20%	▲ 6%	▲ 21%	▲ 17%	▲ 15%
中国ワコール	他社EC	+39%	▲ 14%	▲ 27%	▲ 13%	▲ 7%	▲ 29%	▲ 15%	▲ 18%	▲ 27%	▲ 6%	▲ 4%	▲ 11%	▲ 47%	▲ 17%	▲ 7%	▲ 21%
	合計	▲ 17%	+547%	+52%	+53%	+22%	▲ 3%	▲ 10%	+21%	▲ 12%	▲ 28%	▲ 15%	▲ 19%	▲ 14%	▲ 19%	+26%	▲ 5%
						▲ 23%	+7%	▲ 14%	▲ 11%	▲ 21%	▲ 16%	▲ 21%	▲ 19%	▲ 3%	▲ 28%	+21%	▲ 8%

\* 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

\* 米国ワコールは、IO社の売上を含んでいません

\* 米国ワコール・ワコールヨーロッパ・中国ワコールは、現地通販ベースの前年同月比（増減率）を記載しています

\* 中国ワコールは、純額ベースの前年同月比（増減率）を記載しています

\* 中国ワコールの前期比は、中国国内のピーチ・ジョン売り上げの実績を除去して、算出しています

## 参考7：22/3期 第3四半期 主要子会社のEC比率

♪ ワコール（日本）の集計方法を変更し、自社EC（カタログ通販含む）と他社ECの合計の売上高比率を記載しています

		20/3期					21/3期					22/3期				
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
ワコール（日本）	自社EC（カタログ通販含む）・他社EC	13%	12%	15%	15%	13%	35%	16%	19%	19%	21%	24%	22%	20%	—	22%
ピーチ・ジョン（日本）	自社EC	39%	39%	38%	43%	40%	64%	46%	45%	49%	50%	49%	43%	40%	—	44%
米国ワコール	自社EC・他社EC	35%	31%	36%	36%	34%	78%	52%	47%	49%	54%	45%	44%	41%	—	43%
IO社	自社EC	100%	100%	100%	100%	100%	100%	97%	91%	83%	92%	85%	84%	74%	—	82%
ワコールヨーロッパ	自社EC・他社EC	22%	19%	20%	24%	21%	39%	29%	27%	32%	31%	29%	25%	24%	—	25%
中国ワコール	他社EC	19%	26%	18%	31%	24%	33%	31%	18%	28%	27%	19%	25%	20%	—	21%
主要会社のEC比率（上位6社合計）★		20%	18%	20%	23%	20%	45%	26%	26%	30%	30%	32%	30%	25%	—	29%

## 参考8：22/3期 第3四半期 主要子会社の売上利益率

	21/3期 3Q累計	22/3期			
		3Q累計	前年同期差	ポイント	
ワコール（日本）	56.5%	57.0%	+0.5%	・売上利益率の改善は、収益認識基準の変更によるもの（返金負債の計上） ・実質ベースは、1.0ポイント程度悪化 ・ベトナム工場操業停止による原価高騰や廃止ブランドの消化促進等による影響	
ピーチ・ジョン（日本）	68.5%	67.5%	-1.0%	・円安影響や、低迷する海外事業の在庫に関する評価損計上などによる影響	
ワコールインターナショナル（米国）	52.2%	51.7%	-0.5%	・米国W：原材料等の運送費の高騰、利益率の低い店舗売上の拡大（自社EC構成比低下）の影響 ・IO社：自社EC構成比の低下、卸ウェイトの拡大、評価損計上などの影響 ・物価上昇を受けて、小売価格の変更を計画（IO社9月実施済み、米国W1月予定）	
ワコールヨーロッパ	54.6%	56.3%	+1.7%	増収効果により売上利益率改善も、運送料の値上げ等の影響もあり、計画は未達	
中国ワコール	61.2%	68.3%	+7.1%	・売上利益率の大幅な改善は、総額表示（店頭価格ベース）への変更によるもの ・純額ベースにおいても粗利率は、0.9ポイント改善 ・他社EC売上の構成比の低下、定価店舗の売上比率の拡大	
ワコールホールディングス	56.2%	56.5%	+0.3%		

26

## 参考9：22/3期 第3四半期 ワコールの概況 <主要事業部の売上高・営業利益>

### 実店舗は復調も足元では再び感染症が影響、ECは前年の高いハードルを上回る

**売上高** ➔ **618億円** 前年同期差▲8億円(▲1%) ※収益認識変更の影響を除いた前年同期比：+1% 前々年同期差▲170億円 (▲22%)

➢ 度重なる緊急事態宣言の発出などにより、感染症拡大前に比べ店舗への来店客数は低調に推移

➢ 自社ECについては、計画を上回る購買率の確保により「巣ごもり需要」があった前年同期のハードルをクリア

**営業利益** ➔ **10億円** 前年同期差+4億円(+71%) 前々年同期差▲50億円(▲80%)

➢ 売上低迷が響くも、経費削減に努めた結果、増益を確保

(単位：百万円)

	20/3期 3Q実績	21/3期 3Q実績	22/3期 3Q実績	対20/3期		対21/3期	
				増減額	増減率	増減額	増減率
第1ブランドグループ	32,767	25,880	25,918	▲6,849	▲20.9%	38	+0.1%
第2ブランドグループ	26,116	21,701	21,931	▲4,185	▲16.0%	230	+1.1%
第3ブランドグループ	13,247	10,809	10,659	▲2,588	▲19.5%	▲150	▲1.4%
ウェルネス事業部	3,622	2,322	2,536	▲1,086	▲30.0%	214	+9.2%
WEB事業部	6,252	8,529	8,601	2,349	+37.6%	72	+0.8%
その他売上・内部消去・調整など	▲3,256	▲6,697	▲7,879	▲4,623	—	▲1,182	—
売上高合計（外部売上のみ）	78,749	62,546	61,766	▲16,983	▲21.6%	▲780	▲1.2%
売上高合計（内部売上含む）	80,053	63,719	62,969	▲17,084	▲21.3%	▲750	▲1.2%
第1ブランドグループ	4,536	3,780	3,495	▲1,041	▲23.0%	▲285	▲7.5%
第2ブランドグループ	1,848	1,294	1,355	▲493	▲26.7%	61	+4.7%
第3ブランドグループ	1,763	920	801	▲962	▲54.6%	▲119	▲12.9%
ウェルネス事業部	263	17	111	▲152	▲57.8%	94	—
WEB事業部	289	790	436	147	+50.6%	▲354	▲44.8%
間接部門 販管費	▲3,774	▲6,221	▲5,202	▲1,428	—	1,019	—
ワコール 営業利益（▲損失）合計	4,927	581	996	▲3,931	▲79.8%	415	+71.4%

27

## 参考10：22/3期 第3四半期 ワコールインターナショナル（米国）の概況

### 売れ筋商品の欠品に伴う納品機会のロスに加え、デジタルプライバシーの規制等により自社ECの成長鈍化

**売上高** ➤ **193億円** 前年同期差+65億円(+51%) ※現地通貨ベースの前年同期比+44% 前々年同期差+51億円 (+36%)

- 米国ワコール：実店舗チャネル+98% ECチャネル+14% (百貨店EC+21% 専業EC+21% 自社EC+6%)
- IO社：デジタルプライバシーの規制影響等で、自社ECが伸び悩む (3Q累計売上高：30.4百万ドル (+27%) )

**営業利益** ➤ **5億円** 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 前々年同期差+1百万円 (+0.2%)

- 米国ワコール：運送費など原価の上昇影響があるものの、增收効果により増益
- IO社：マーケティング効率の低下により、計画値を下回る ※現地通貨ベース▲11.5百万ドル (前年同期▲10.4百万ドル)

(単位：千ドル)

チャネル	店舗	対20/3期			対21/3期			構成比★	米国ワコール		IO社	
		1Q	2Q	3Q	1Q	2Q	3Q		売上高	145,971	30,396	
		百貨店	▲ 2%	▲ 5%	+5%	+495%	+62%		対21/3期 3Q	+48%	+27%	
		アウトレット・直営店	+85%	+80%	+71%	+10,142%	+170%	+75%	対20/3期 3Q	+14%	+332%	
		店舗計	▲ 1%	▲ 5%	+6%	+507%	+63%	+22%	営業損益	15,968	▲ 11,545	
	EC	百貨店EC	+45%	+20%	+11%	+114%	▲ 9%	▲ 7%	(21/3期 3Q実績)	541	▲ 10,364	
		専業EC	+34%	+95%	+16%	+27%	+47%	▲ 18%	(20/3期 3Q実績)	12,476	▲ 6,022	
		自社EC	+75%	+88%	+36%	+8%	+16%	▲ 8%				
		EC計	+52%	+66%	+22%	+35%	+16%	▲ 10%				
	地域	米国	+19%	+18%	+9%	+124%	+34%	+3%	構成比			
		カナダ	▲ 3%	+11%	+77%	+527%	+127%	+60%	WACOAL	+10%	+14%	
		他地域	▲ 29%	+1%	▲ 45%	+274%	+70%	▲ 24%		+5%	+3%	

★構成比は22/3期 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

28

## 参考11：22/3期 第3四半期 ワコールヨーロッパの概況

### 新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和によって、商況が大きく改善

**売上高** ➤ **119億円** 前年同期差+49億円(+70%) ※現地通貨ベースの前年同期比+52% 前々年同期差+21億円 (+21%)

- 各地域で好調に推移 英国+58% (+16%)、北米+55% (+6%) 欧州+48% (+10%) ※ () 内は前々年同期比
- 20/3期にスタートした自社ECチャネルも計画を超えて進捗

**営業利益** ➤ **13億円** 前年同期差+11億円 ※現地通貨ベースの前年同期差+7百万ポンド 前々年同期差+6億円 (+80%)

- 増収効果により増益

チャネル	店舗	対20/3期			対21/3期			構成比★	対20/3期		対21/3期		
		1Q	2Q	3Q	1Q	2Q	3Q		1Q	2Q	3Q	構成比	
		百貨店	▲ 15%	▲ 12%	▲ 1%	+393%	+26%	+42%	18%				
		専門店	+9%	+7%	+12%	+127%	+45%	+32%	52%	対20/3期			
		直営店	▲ 8%	▲ 18%	▲ 17%	▲ 11%	▲ 50%	▲ 12%	5%	1Q	2Q	3Q	構成比
	EC	EC	+43%	+27%	+33%	+107%	+25%	+34%	25%	対21/3期			
		Fantasia	+6%	+5%	+2%	+188%	+47%	+21%	32%	1Q	2Q	3Q	33%
	ブランド★★	Freya	+0%	▲ 8%	▲ 2%	+97%	+2%	+39%	22%	英国	▲ 11%	+7%	+16%
		Goddess	+11%	▲ 5%	+12%	+56%	+4%	+0%	5%		+155%	+41%	+28%
		Elomi	+28%	+34%	+38%	+119%	+50%	+52%	29%	欧州	+12%	+2%	+10%
		Wacoal	+18%	▲ 12%	+8%	+113%	+22%	+20%	12%		+89%	+22%	+47%
		B.Tempted	▲ 63%	▲ 82%	▲ 32%	+0%	▲ 77%	▲ 21%	0%	北米	+29%	+10%	+6%

★各構成比は22/3期 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・スイムウェアを合計して算出しています

29

## 参考12：22/3期 第3四半期（1月～9月）中国ワコールの概況

### 実店舗は復調も足元では再び感染症が影響。ECは、新興ブランドとの競争激化により苦戦

#### 売上高

#### 88億円

前年同期差+23億円(+36%) ※現地通貨ベースの前年同期比+25% 前々年同期差+6億円 (+7%)

- 総額表示に伴う売上への影響は15億円（邦貨換算：純額ベース前年同期比+12% 前々年同期比▲12%）
- 前年同期の感染症影響の反動で百貨店を中心に店舗は回復基調だったものの、7月以降の感染症拡大で再び低迷
- ECについては、新興ブランドの台頭などによる競争環境の悪化を受けて、苦戦

#### 営業利益

#### 2億円

前年同期比▲3億円 ※現地通貨ベースの前年同期比▲78% 前々年同期差▲6億円 (▲80%)

- 前年同期の政府の支援策の裏返しや、事業活動の再開に伴う諸経費の増加などにより減益

チャネル	百貨店・MALL・アウトレット 代理商 他社EC	対20/3期			対21/3期			構成比★
		1Q	2Q	3Q	1Q	2Q	3Q	
チャネル	百貨店・MALL・アウトレット 代理商 他社EC	▲ 10%	▲ 6%	▲ 20%	+86%	+9%	▲ 21%	76%
ブランド	ワコール サルート アンフィ ピーチ・ジョン	▲ 9%	▲ 8%	▲ 17%	+54%	+1%	▲ 18%	85%
		▲ 3%	+10%	▲ 4%	+93%	+9%	▲ 32%	10%
		+227%	+169%	+42%	▲ 13%	▲ 5%	+12%	1%
		▲ 45%	▲ 49%	▲ 55%	+3%	▲ 34%	▲ 35%	4%

★構成比は22/3期1月～9月累計の値です。また、店舗売上・他社EC売上ともにピーチ・ジョン売上を含んでいます

## 資料13：22/3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、ワコールインディア（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

### 前年同期から営業環境は改善するも、依然として多くの国・地域で感染症の影響が残る

#### 売上高

#### 43億円

前年同期差+12億円(+38%) 前々年同期差▲8億円 (▲15%)

- 香港、シンガポール、フィリピン、インド：感染症拡大の影響を大きく受けた前年同期から回復し、増収
- Aテックは、タイ国内向けは低調に推移したものの、グループ向けを中心に輸出が回復し増収を確保

#### 営業利益

#### 0.2億円

前年同期差▲3億円 (▲93%) 前々年同期差▲7億円 (▲97%)

- ベトナム工場の操業停止の影響が大きく、大幅減益

	対20/3期			対21/3期			
	1Q	2Q	3Q	1Q	2Q	3Q	
香港ワコール★	▲ 4%	+11%	+5%	+28%	+22%	+13%	
シンガポール	▲ 26%	▲ 16%	▲ 6%	+321%	▲ 17%	+6%	
フィリピン	▲ 42%	▲ 37%	▲ 11%	+365%	+53%	+27%	
インド	▲ 27%	+44%	+119%	+426%	+163%	+16%	
Aテック★	▲ 16%	▲ 20%	+6%	▲ 5%	+91%	+91%	
Gテック★	▲ 63%	▲ 55%	▲ 55%	▲ 52%	+18%	+2%	

★香港ワコール・Aテック・Gテックは12月決算です

## 資料14：22/3期 第3四半期 ピーチ・ジョンの概況

### ECは伸長した前年同期の水準を下回るも、店舗は好調。営業利益も高い水準を維持

**売上高**

**94億円**

前年同期差+3億円（+4%） 前々年同期差+9億円（+11%）

- 店舗は3Qにおいてもプロモーションが話題となり来店客が増加したことで好調に推移
- 自社ECは、「巣ごもり需要」が急拡大した前年同期のハードルが高く減収

**営業利益**

**16億円**

前年同期差▲1百万円（▲0.1%） 前々年同期差+14億円

- 増収効果により前期並みの高い利益水準を維持

		対20/3期			対21/3期			構成比*
		1Q	2Q	3Q	1Q	2Q	3Q	
国内	通販事業	+40%	+20%	+36%	▲ 17%	▲ 11%	▲ 5%	44%
	店舗事業	▲ 13%	▲ 8%	+17%	+91%	▲ 5%	+11%	44%
	海外事業	▲ 44%	+552%	▲ 36%	▲ 71%	+952%	▲ 45%	0%
	その他事業	+24%	+47%	+72%	▲ 9%	+11%	+63%	12%

\*構成比は、22/3期 累計の値です。

		対20/3期			対21/3期			構成比*
		1Q	2Q	3Q	1Q	2Q	3Q	
海外★★	香港	▲ 34%	▲ 10%	▲ 24%	▲ 7%	+1%	+22%	
	台湾（店舗+EC）	▲ 33%	▲ 15%	▲ 24%	▲ 23%	▲ 16%	+10%	
	上海・北京他（直営店）	▲ 53%	▲ 68%	▲ 61%	+25%	▲ 42%	▲ 66%	
	上海・北京他（他社EC）	▲ 44%	▲ 32%	▲ 38%	▲ 2%	▲ 22%	▲ 20%	
	上海・北京他 合計	▲ 47%	▲ 45%	▲ 46%	+5%	▲ 27%	▲ 37%	

\*★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）

32

## 資料15：22/3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：得意先向けのPB商品の売上低迷などが響き、経費削減に努めるも赤字幅が拡大

**売上高**

**25億円**

前年同期差▲10億円（▲28%）  
前々年同期差▲19億円（▲43%）

**営業損失**

**▲4億円**

前年同期差▲5億円  
前々年同期差▲2億円

	対20/3期			対21/3期			構成比*
	1Q	2Q	3Q	1Q	2Q	3Q	
インナー	▲ 23%	▲ 35%	▲ 45%	+2%	▲ 31%	▲ 31%	78%
刺しゅう	+10%	▲ 2%	+7%	+8%	▲ 14%	▲ 16%	11%
レース他	▲ 22%	▲ 72%	▲ 72%	+25%	▲ 36%	▲ 11%	11%

\*構成比は、22/3期 累計の値です

### 七彩：事業環境は徐々に改善し、3Q以降、工事受注が増加傾向

**売上高**

**42億円**

前年同期差+2億円（+2%）  
前々年同期差▲23億円（▲36%）

**営業損失**

**▲2億円**

前年同期差+0.8億円  
前々年同期差▲4億円

	対20/3期			対21/3期			構成比*
	1Q	2Q	3Q	1Q	2Q	3Q	
レンタル事業	▲ 37%	▲ 31%	▲ 29%	+11%	▲ 6%	▲ 7%	23%
物販事業	▲ 30%	▲ 23%	▲ 32%	+16%	▲ 15%	▲ 28%	19%
工事業	▲ 49%	▲ 58%	+0%	▲ 14%	▲ 15%	+126%	58%

\*構成比は、22/3期 累計の値です

### Ai（アイ）：リゾートウェア需要の回復は半ばも、経費削減により赤字幅縮小

**売上高**

**15億円**

前年同期差+1億円（+9%）  
前々年同期差▲16億円（▲51%）

**営業損失**

**▲3億円**

前年同期差+2億円  
前々年同期差▲1億円

	対20/3期			対21/3期			構成比*
	1Q	2Q	3Q	1Q	2Q	3Q	
リゾートウェア事業	▲ 76%	▲ 59%	▲ 66%	+20%	+35%	▲ 14%	53%
下着事業	▲ 21%	▲ 24%	▲ 5%	+25%	▲ 23%	▲ 5%	47%

\*構成比は、22/3期 累計の値です

33

参考16：22/3期 通期計画（2021年5月14日発表・再掲）

	1 \$	1 £	1 元
	108.00	150.00	16.50

(単位：百万円)

	20/3期 実績		21/3期 実績		22/3期 計画		対20/3期		対21/3期	
	売上高	売上比	売上高	売上比	売上高	売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
連結売上高	186,760	—	152,204	—	184,000	—	▲ 2,760	▲ 1.5%	31,796	+20.9%
売上原価	84,959	45.5	67,798	44.5	80,000	43.5	▲ 4,959	▲ 5.8%	12,202	+18.0%
売上利益	101,801	54.5	84,406	55.5	104,000	56.5	2,199	+2.2%	19,594	+23.2%
販管費	94,696	50.7	82,836	54.4	98,000	53.3	3,304	+3.5%	15,164	+18.3%
のれん及びその他の無形固定資産減損損失（A）	473	0.3	2,685	1.8			—	—	—	—
営業利益	6,632	3.6	▲ 1,115	—	6,000	3.3	▲ 632	—	7,115	▲ 638.1%
その他の収益・費用	1,487	0.8	1,517	1.0	1,900	1.0	413	+27.8%	383	+25.2%
有価証券・投資評価損益（純額）（B）	▲ 3,760	—	10,390	6.8			3,760	—	▲ 10,390	—
税引前純利益	4,359	2.3	10,792	7.1	7,900	4.3	3,541	+81.2%	▲ 2,892	▲ 26.8%
当社株主に帰属する純利益	3,472	1.9	7,025	4.6	5,500	3.0	2,028	+58.4%	▲ 1,525	▲ 21.7%

実質ベース（参考情報）

Aを考慮しない営業利益	7,105	3.8	1,570	1.0	6,000	3.3	▲ 1,105	▲ 15.6%	4,430	+282.2%
AとBを考慮しない税引前純利益	8,592	4.6	3,087	2.0	7,900	4.3	▲ 692	▲ 8.1%	4,813	+155.9%

34

参考17：22/3期 セグメント別・通期計画（2021年5月14日発表・再掲）

	1 \$	1 £	1 元
	108.00	150.00	16.50

(単位：百万円)

	20/3期 実績		21/3期 実績		22/3期 計画		対20/3期		対21/3期	
	構成比		構成比		構成比		増減額	増減率	増減額	増減率
ワコール事業（国内）	106,112	56.8	86,133	56.6	99,300	54.0	▲ 6,812	▲ 6.4%	13,167	+15.3%
ワコール事業（海外）	49,808	26.7	41,355	27.2	57,250	31.1	7,442	+14.9%	15,895	+38.4%
ピーチ・ジョン事業	11,224	6.0	12,200	8.0	12,500	6.8	1,276	+11.4%	300	+2.5%
その他事業	19,616	10.5	12,516	8.2	14,950	8.1	▲ 4,666	▲ 23.8%	2,434	+19.4%
売上高	186,760	100	152,204	100	184,000	100	▲ 2,760	▲ 1.5%	31,796	+20.9%
	20/3期 実績		21/3期 実績		22/3期 計画		対20/3期		対21/3期	
	売上比		売上比		売上比		増減額	増減率	増減額	増減率
ワコール事業（国内）	6,083	5.7	627	0.7	4,000	4.0	▲ 2,083	▲ 34.2%	3,373	+538.0%
ワコール事業（海外）	1,493	3.0	▲ 2,603	—	1,140	2.0	▲ 353	▲ 23.6%	3,743	—
ピーチ・ジョン事業	▲ 351	—	1,591	13.0	1,100	8.8	1,451	—	▲ 491	▲ 30.9%
その他事業	▲ 593	—	▲ 730	—	▲ 240	—	353	—	490	—
営業利益（▲損失）	6,632	3.6	▲ 1,115	—	6,000	—	▲ 632	▲ 9.5%	7,115	—

35

参考18：22/3期 主要子会社別・通期計画（2021年5月14日発表・再掲）

【為替レート】	1 \$	1 £	1 元
	108.00	150.00	16.50

		売 上 高				営 業 利 益 ( ▲損 失 )									
ワコール事業 (国内)	ワコール	20/3期 実績	21/3期 実績	22/3期 計画	対20/3期		対21/3期		20/3期 実績	21/3期 実績	22/3期 計画	対20/3期		対21/3期	
		増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	増減額			増減額	増減率	増減額	増減率	
ワコール事業 (海外)	ワコール インターナショナル	19,194	17,649	23,009	3,815	+19.9%	5,360	+30.4%	3,140	▲ 2,022	3,600	460	+14.6%	5,622	-
	ワコールヨーロッパ	12,988	9,896	14,188	1,200	+9.2%	4,292	+43.4%	401	▲ 914	108	▲ 293	▲ 73.1%	1,022	-
	中国ワコール★	10,337	8,755	13,367	3,030	+29.3%	4,612	+52.7%	1,007	666	642	▲ 365	▲ 36.2%	▲ 24	▲ 3.6%
ピーチ・ジョン事業		11,224	12,200	12,500	1,276	+11.4%	300	+2.5%	923	625	759	▲ 164	▲ 17.8%	134	+21.4%
その他	ルシアン	5,760	4,614	5,300	▲ 460	▲ 8.0%	686	+14.9%	▲ 351	1,591	1,100	1,451	-	▲ 491	▲ 30.9%
	七彩	8,718	5,312	6,300	▲ 2,418	▲ 27.7%	988	+18.6%	▲ 478	221	124	602	-	▲ 97	▲ 43.9%
	A i	3,597	1,700	2,636	▲ 961	▲ 26.7%	936	+55.1%	218	▲ 358	▲ 250	▲ 468	-	108	-

\*中国ワコールは22/3期計画より、百貨店等の売上高を総額表示（店頭価格ベース）に変更しています（21/3期以前は純額表示（卸値ベース））

【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	176,508	166,402	213,042	36,534	+20.7%	46,640	+28.0%	3,694	▲ 8,621	1,000	▲ 2,694	▲ 72.9%	9,621	-
ワコールヨーロッパ	93,954	71,360	94,589	635	+0.7%	23,229	+32.6%	7,290	4,796	4,279	▲ 3,011	▲ 41.3%	▲ 517	▲ 10.8%
中国ワコール★	655,073	565,585	810,100	155,027	+23.7%	244,515	+43.2%	58,468	40,246	46,000	▲ 12,468	▲ 21.3%	5,754	+14.3%

\*中国ワコールは22/3期計画より、百貨店等の売上高を総額表示（店頭価格ベース）に変更しています（21/3期以前は純額表示（卸値ベース））

36

 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。

37