



 WACOAL HOLDINGS CORP.

## 2025年3月期 第1四半期 決算説明資料

2024年8月7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代表取締役副社長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。



## 1. 2025年3月期 第1四半期の概況

WACOAL HOLDINGS CORP.

それでは、2025年3月期第1四半期の決算について、ご説明します。

## 25/3期 1Q（4月～6月）エグゼクティブサマリー

売上収益

**465億円**

<前年同期差> ▲23億円（▲4.8%）  
<計画差> ▲9億円（▲2.0%）

**各社ともにECは堅調に推移も、実店舗の来店客数が想定を下回り苦戦**

- ワコールは、肌着アイテム「シンクロブラトップ」が伸長も、ブラジャーアイテムが低迷
- 構造改革の一環として店頭在庫の適正化を目的に納品調整を実施
- 米国IO社の事業撤退による影響 約6百万ドル（24/3期1Q期間におけるIO社売上）

事業利益

**16億円**

<前年同期差> ▲8億円（▲34.2%）  
<計画差> ▲3億円（▲17.8%）

**販管費のコントロールに努めるも、減収や原価率の上昇により、計画未達**

- 減収影響や原材料費の高騰等により、売上利益率は前年同期、計画を下回る
- 売上利益率56.6%（前年同期、計画に対して▲0.5pt）
- 販管費率53.2%（前年同期に対して+1.0pt、計画に対して+0.1pt）

営業利益

**32億円**

<前年同期差> +5億円（+17.6%）  
<計画差> +3億円（+8.7%）

**第1四半期に計上した浅草橋ビルの売却益を「その他の収益」として計上したことにより、前年同期・計画数値を上回る**

3ページをご覧ください。当第1四半期のサマリーをまとめています。

売上については、主要各社ともにECは堅調に推移したものの、実店舗の来店客数が想定を下回った結果、前年同期に対して5%減収の465億円となりました。また、計画に対しては、2%の未達で終了しています。

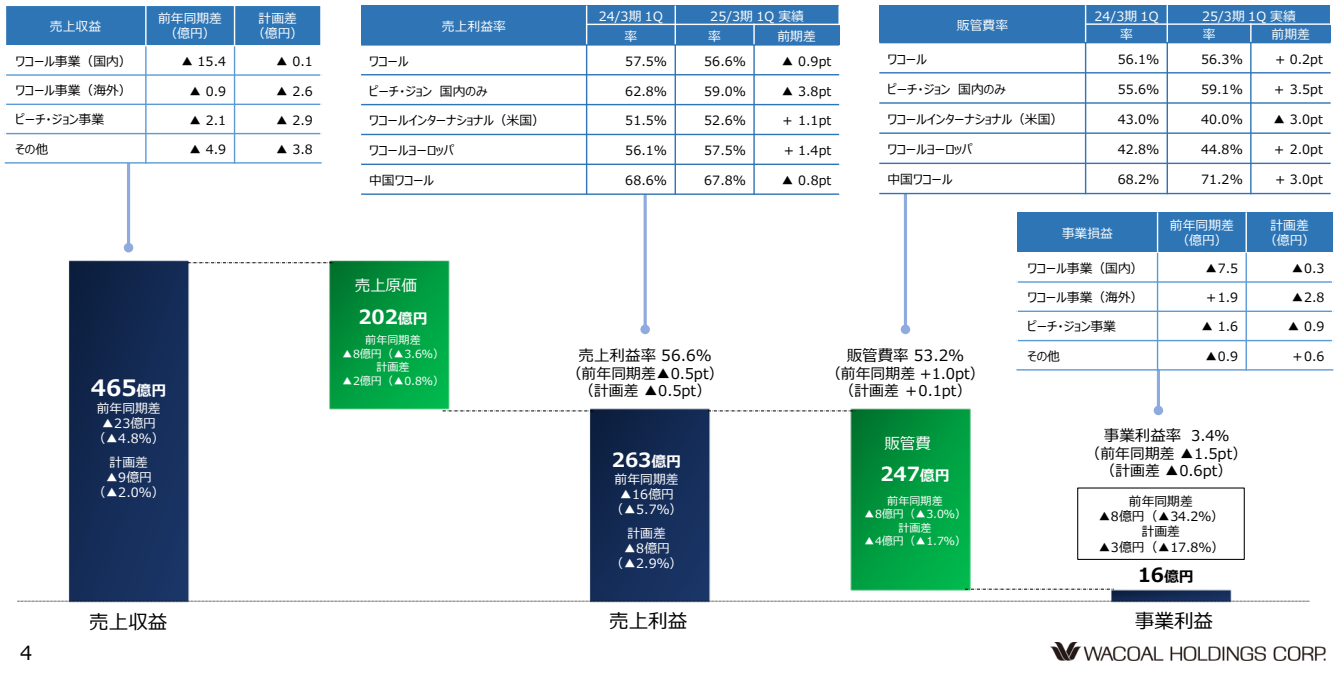
国内は、主力のブラジャーアイテムが低迷したことに加え、構造改革の一環として、店頭在庫の適正化を目的に納品調整を実施した影響もあり、減収となりました。海外は、欧米は円安進行が寄与し増収となりましたが、中国の苦戦に加え、米国IO社の事業撤退の影響もあり、減収となりました。

事業利益は16億円となりました。売上動向に応じて各社で販管費のコントロールに努めたものの、減収や原価率上昇の影響が大きく、前年同期、計画をともに下回る結果となりました。

営業利益は、アセットライト化の方針に沿って実施した浅草橋ビルの売却などが寄与したことから、32億円となり、前年同期、計画をともに上回りました。

## 25/3期 1Q 売上収益と事業利益

※ワコールヨーロッパは、ブランド償却費を除去して、算出



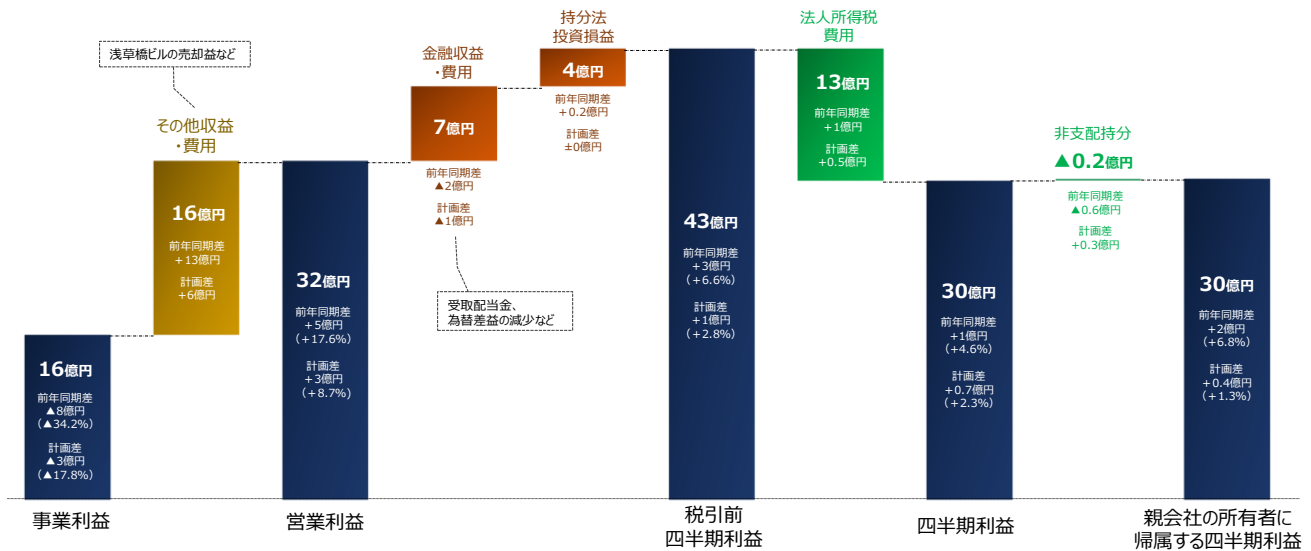
4ページです。売上収益から事業利益にかけて、各項目の実績数値を記載しています。

前ページで述べたとおり、主要各社が苦戦したことから、売上収益は465億円となり、前年同期、計画をともに下回る結果となりました。また、売上利益についても、減収影響に加え、ワコールやピーチ・ジョンなどの売上利益率が悪化したことから、前年同期、計画を下回っています。なお、ワコール、ピーチ・ジョンにおいては、為替影響による原材料費や仕入単価の高騰、中国事業においては、セール販売比率の高まりなどが、売上利益率を押し下げる要因となっています。一方で、ワコールインターナショナルについては、不採算事業であったIO社の撤退により、売上利益率が改善しています。

このような販売動向を受けて、各社で販管費のコントロールに努めたものの、売上利益の減少を補うに至らず、事業利益は前年同期、計画ともに下回って着地しました。

## 25/3期 1Q 四半期利益 影響項目

➤ 営業利益：当期に計上した浅草橋ビルの売却益の計上などにより増益



5

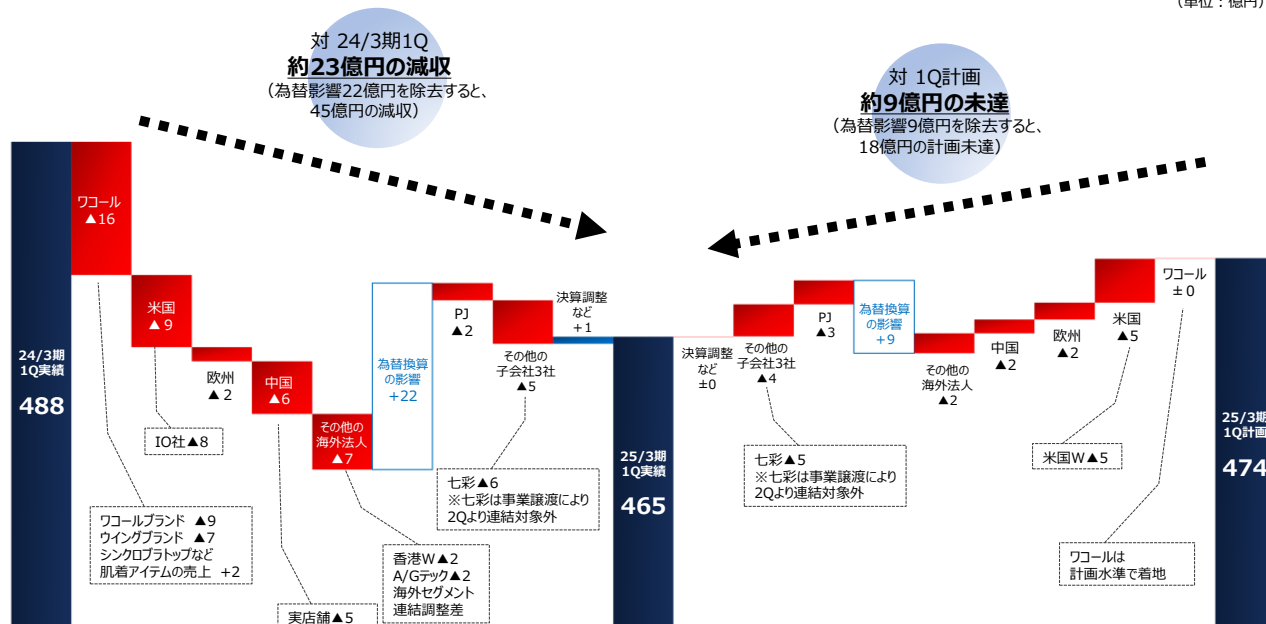
WACOAL HOLDINGS CORP.

5ページをご覧ください。前ページにつづき、事業利益から四半期利益にかけて、各項目の実績数値を記載しています。

営業利益は、浅草橋ビルの売却益の計上などにより、前年同期に対し5億円の増益の32億円となりました。税引前四半期利益は、43億円となりました。受取配当金や為替差益の減少などが影響したことから、前年同期に比べて、3億円の増益にとどまりました。以上の結果、親会社の所有者に帰属する四半期利益は、前年同期に対し2億円増益の30億円となりました。

(参考) 25/3期 1Q 売上収益増減 前年同期・計画差

(単位：億円)



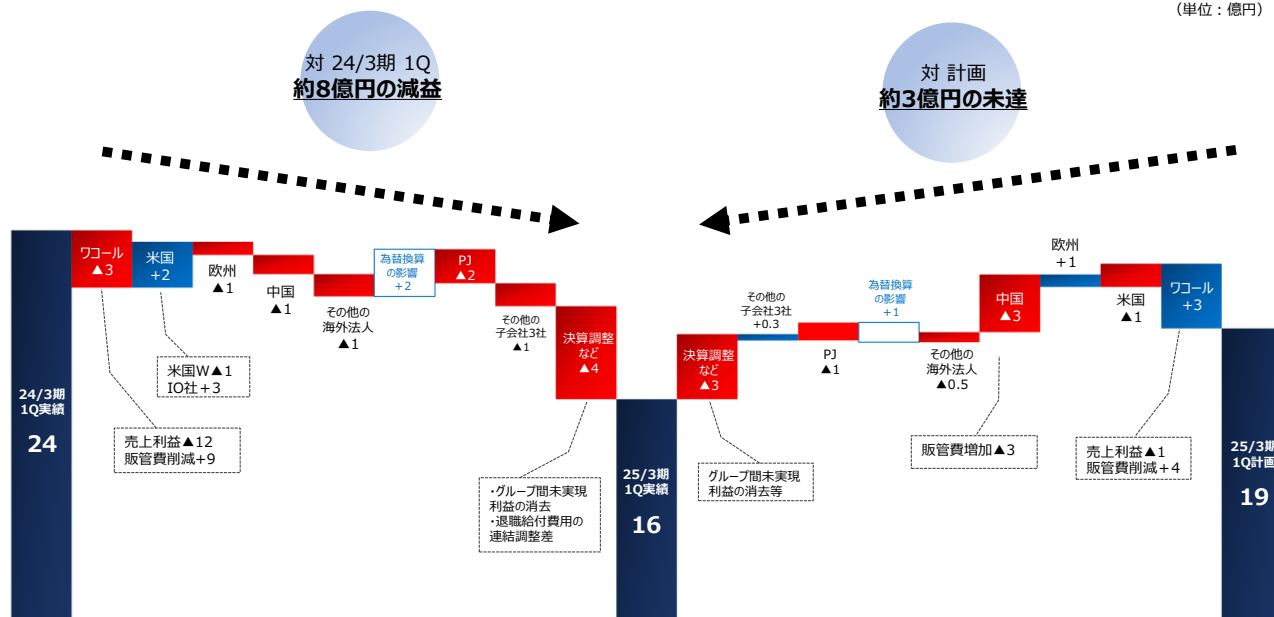
6

WACOAL HOLDINGS CORP.

6ページをご覧ください。参考として、主要各社における売上収益の前年同期差および計画差をウォーターフォールで記載しています。左のチャートは前年同期との差を示していますが、為替の押し上げ影響を除去すると、主要子会社が軒並み減収となっており、大変厳しい3か月となりました。なお、事業撤退したIO社に起因する減収影響は、約8億円です。また、右のチャートは期初計画との差を示していますが、構造改革を進めているワコールがほぼ計画水準での着地になったものの、その他の主要子会社はいずれも計画を下回る着地となりました。

(参考) 25/3期 1Q 事業利益増減 前年同期・計画差

(単位：億円)



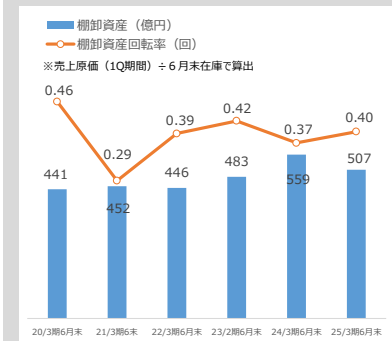
7ページです。こちらには、事業利益の前年同期差および計画差をウォーターフォールで記載しています。さきほどと同じく、右のチャートは期初計画との差を示しています。販管費抑制の効果もあり、ワコールや欧州で計画を上回ったものの、苦戦が続く中国で大幅な減益となったことに加え、決算調整影響がマイナスに働いたこともあり、計画に対しては3億円の未達となりました。

## 25/3期 1Q – 連結財政状態計算書

(単位：億円)

	24/3期期末	構成比	25/3期1Q	構成比	増減額
現金及び現金同等物	335		288		▲47
営業債権及びその他の債権（売掛債権）	221		205		▲16
棚卸資産	500		① 506		+6
その他	65		119		+53
流動資産 計	1,121	38.1	1,118	38.4	▲4
有形固定資産・無形資産	574		556		▲18
のれん	118		126		+8
その他の金融資産	545		② 527		▲18
その他	582		583		+2
非流動資産 計	1,819	61.9	1,792	61.6	▲26
資産合計	2,940	100.0	2,911	100.0	▲30
	24/3期期末	構成比	25/3期1Q	構成比	増減額
営業債務及びその他の債務（買掛債務）	174		148		▲26
借入金	91		95		+4
リース負債	115		110		▲5
繰延税金負債	169		170		+1
その他	240		199		▲41
負債 計	789	26.9	722	24.8	▲67
親会社の所有者に帰属する持分合計	2,118		2,155		+37
非支配持分	33		33		±0
資本 計	2,151	73.1	2,188	75.2	+37
負債及び資本 合計	2,940	100.0	2,911	100.0	▲30

① 円安進行に伴う棚卸資産の増加  
(為替影響+14)



② 政策保有株式は時価下落と売却により減少

WACOAL HOLDINGS CORP.

8ページです。連結財政状態計算書について、ご説明します。総資産は、前期末に比べ、30億円減少しました。主な要因は、配当金の支払いなどによる「現金及び現金同等物」の減少や、政策保有株式の時価下落と売却による「その他の金融資産」の減少などです。参考に、スライド右側に、直近6期の棚卸資産と、3か月ベースの在庫回転率の推移を記載しています。構造改革の一環として、前期末に在庫処分を実施したことで、棚卸資産、棚卸資産回転率は改善傾向にあります。引き続き、中計リバイズで掲げるサプライチェーンマネジメント改革の取り組みなどを通じて、継続的な改善を目指してまいります。

## 25/3期 1Q -連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：億円)

	24/3期 1Q	25/3期 1Q	増減
四半期利益	29	30	+1
減価償却費	30	30	+0
運転資本構成項目の増減額			
営業債権及びその他の債権の増減額 (▲は増加)	8	10	+2
棚卸資産の増減額 (▲は増加) ①	▲4	5	+9
営業債務及びその他の債務の増減額 (▲は減少)	▲26	▲23	+3
退職給付に係る資産及び負債の増減額	▲17	▲4	+13
その他 ②	▲10	▲59	▲49
営業活動によるキャッシュ・フロー	10	▲11	▲21
有形固定資産・無形資産の取得による支出	▲10	▲8	+2
有形固定資産の売却による収入	0	17	+17
その他	▲8	▲5	+3
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲18	4	+22
短期借入金の純増減額 (△は減少)	7	1	▲6
リース負債の返済による支出	▲14	▲14	+0
自己株式の取得による支出	0	▲1	▲1
親会社への所有者への配当金の支払額	▲23	▲28	▲4
その他	▲1	▲1	+0
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲31	▲42	▲11

① ✓ 海外事業を中心に棚卸資産は、減少  
(キャッシュ・フロー計算書では為替影響を考慮せず  
棚卸資産の増減額を記載)

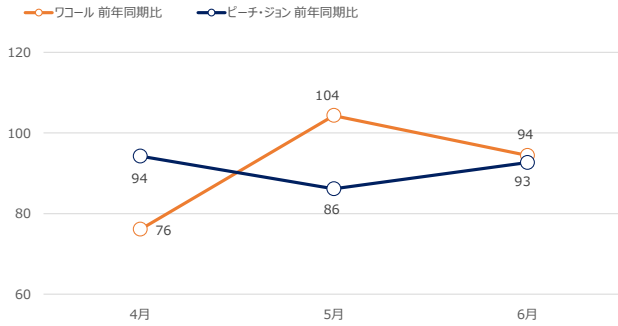
② ✓ 法人税の支払額などが増加

9ページです。次に、キャッシュフローの状況について記載しています。

営業活動によるキャッシュフローは、前期の政策保有株式の売却により法人税の支払額が増加した影響で、11億円の支出となりました。投資活動によるキャッシュフローは、浅草橋ビルや政策保有株式の売却収入などにより、4億円の収入となりました。財務活動によるキャッシュフローは配当金の支払やリース負債の返済などにより、42億円の支出となりました。

## 25/3期 1Q（4月～6月）主要子会社の商況（日本）

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む、ピーチ・ジョンは国内のみ）



「Wing」のホームページ

### ワコール 1Q期間の売上推移

売上収益：前年同期比 ▲8% 内部売上含む

- 「シンクロブラトップ」中心に肌着は好調も主力アイテムのブラジャー低迷
- 実店舗チャネルが苦戦する一方、ECは自社・他社ともに伸長

#### チャネル別の店頭ベースの売上高（増減率）

百貨店：▲4% 直営店：▲5%  
量販店：ワコール ▲5% ウイング ▲6% 自社EC：+9%

### ピーチ・ジョン 1Q期間の売上推移

売上収益：前年同期比 ▲9% 内部売上含む

- 他社ECは堅調に推移した一方、自社EC・直営店ともに苦戦
- 有名タレント起用のプロモーションなどの効果が想定を下回る

#### チャネル別の店頭ベースの売上高（増減率）

自社EC：▲13% 他社EC：+2%  
直営店：▲9%

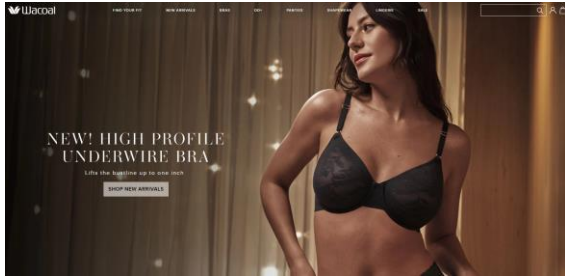
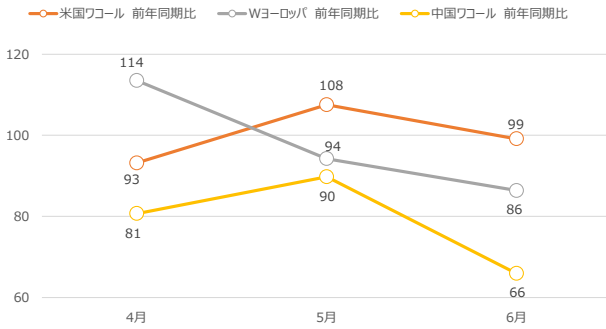
WACOAL HOLDINGS CORP.

10ページからは、主要子会社の第1四半期、3か月間の商況についてご説明します。

ワコールとピーチ・ジョンともに、商品やチャネル別に強弱が入り混じる状況が続きましたが、全体の売上は低水準で推移しました。事業の詳細については、セグメント業績のページでご説明します。

## 25/3期 1Q 海外主要子会社の商況

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む）



米国ワコールのホームページ

### 米国ワコール 1Q期間の売上推移

売上収益：前年同期比  $\pm 0\%$  内部売上含む・現地通貨ベース

- 一部得意先で仕入抑制や支払い遅延による納品停止発生
- 他社ECが好調な一方、自社ECは伸び悩み

#### チャネル別の店頭ベースの売上高（増減率）

卸売：▲7%  
EC計：▲0.3%（自社EC▲5% 百貨店EC：▲10% 専業EC：+23%）

### Wヨーロッパ 1Q期間の売上推移

売上収益：前年同期比 ▲3% 内部売上含む・現地通貨ベース

- 北米苦戦も、ドイツ・フランスを中心に欧州大陸の市場深耕を進める

#### エリア別の店頭ベースの売上高（増減率）

英国：▲9% 北米：▲11% 欧州：+15%

### 中国W 1Q期間の売上推移

売上収益：前年同期比 ▲22% 内部売上含む・現地通貨ベース

- 販促活動を展開するも、実店舗・ECとも苦戦が続く

#### チャネル別の店頭ベースの売上高（増減率）

実店舗：▲24% EC計：▲15%（自社EC：▲12% 他社EC：▲15%）

WACOAL HOLDINGS CORP.

11ページです。次に、海外の主要子会社の商況になります。

米国ワコールは、一部得意先で仕入抑制や支払遅延による納品停止が発生し、納品は想定を下回りましたが、他社ECは好調を維持したことから、現地通貨ベースの売上高は、前年同期並みの水準となりました。

ワコールヨーロッパについては、ドイツ・フランスを中心に欧州エリアは伸長したものの、北米における実店舗での販売が低調に推移し、前年同期を下回りました。

中国については、集客改善に向けた販促活動を展開するものの、実店舗、ECともに想定を大きく下回る水準となりました。

売上収益  
**222**億円

<前年同期差> ▲15億円（▲6.5%）  
<計画差> ▲0.1億円（▲0.1%）

### 肌着アイテム「シンクロブラトップ」が好調も、主力商品であるブラジャー低迷

- 「Wing（ウイング）」の肌着アイテム「シンクロブラトップ」が幅広いユーザー層から好評を博す
- 一方、主力商品であるブラジャーアイテムは、中価格帯商品を中心に伸び悩む
- 自社ECは高い成長を維持する一方で、百貨店や量販店、直営店など実店舗の売上は、欠品による機会ロスや話題商品の不足に起因する来店客数の伸び悩みもあり、低調に推移

顧客基盤の活用状況

**会員顧客による購買は前年同期を上回るも、非会員顧客の購買は低迷**

購買客の属性		購買金額 前期比	構成比
会員顧客	既存会員	+9%	28%（+4pt）
	復帰会員※	+15%	8%（+1pt）
	新規会員	▲27%	9%（▲3pt）
非会員顧客による購買金額		▲9%	55%（▲2pt）

※ 前年に購買実績のない会員

事業損益  
**▲4**億円

<前年同期期差> ▲7億円（-）  
<計画差> ▲0.3億円（-）

### 前年同期を下回るものの、原価動向などを慎重に見積もった計画並みの着地

- 前期の早期退職に伴う人件費の減少などがあったものの、減収や原価高騰の影響が大きく、前年同期からは減益
- コストコントロールに努めた結果、原価動向などを慎重に見積もった計画水準で着地

12ページです。セグメントごとの業績をご説明します。

ワコール事業（国内）の売上収益は、222億円と、前年同期に対し7%の減収となりました。

中核事業会社であるワコールは、中価格帯ブランド「Wacoal（ワコール）」、「Wing（ウイング）」のブラジャーアイテムは伸び悩んだものの、肌着アイテム「シンクロブラトップ」が幅広いユーザー層から好評を得るなど、ショーツ・ニットカテゴリが好調に推移しました。

チャネル別では、ECは自社・他社ともに売上が拡大しましたが、百貨店や量販店、直営店などの実店舗の売上は、売れ筋の欠品による販売機会ロスや、話題商品の不足に起因する来店客数の伸び悩みもあり、低調に推移しました。なお、構造改革に伴う減収影響などを慎重に見積もった計画に対しては、ほぼ見立て通りの水準となりました。

顧客別の動向については記載の通りです。会員顧客による購買は、復帰会員を含む既存会員は拡大したものの、新規会員と非会員顧客については、低調な推移となりました。SCANBEのデジタル計測や、骨格診断サービスを活用したタッチポイントの拡大、ブラ無料診断による新規会員の獲得を強化してまいります。

事業損益は4億円の損失となり、前年同期に対し7億円の減益となりました。売上動向に応じたコストコントロールや、早期退職による人件費減少などが寄与したものの、減収や円安進行による原価高騰の影響を吸収できず、減益となりました。一方、原価動向などを慎重に見積もった計画に対しては、販管費などのコストコントロールが寄与し、見立て通りの水準に着地しました。



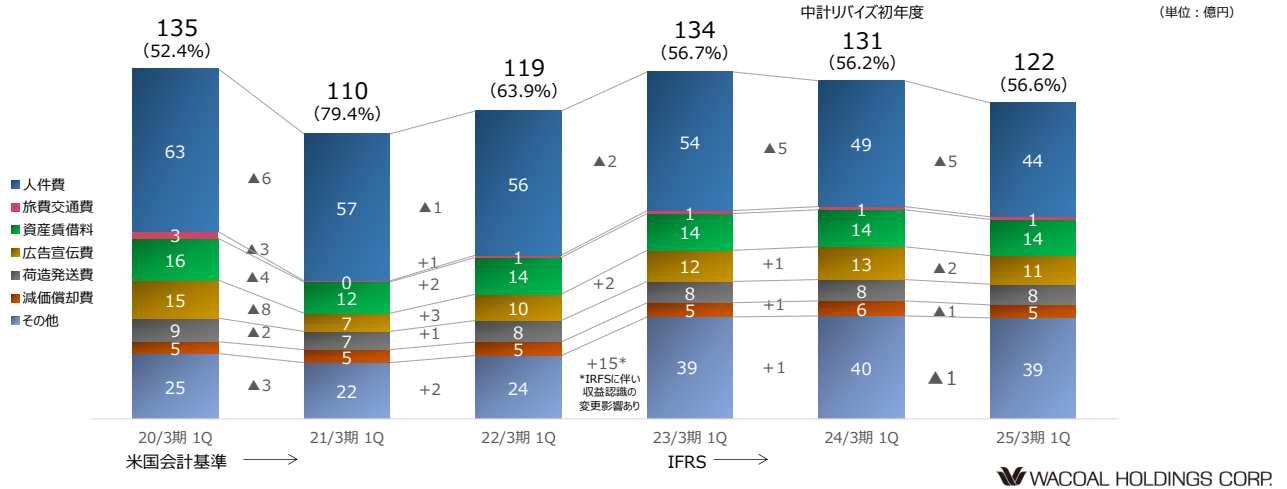
## 参考：(株)ワコールにおける販管費の推移

対23/3期 1Q  
販管費の削減額  
**12億円**

### コスト構造改革に加え、売上動向に応じたコストマネジメントを徹底

- ▶ 前期の早期退職の実施により、人件費は減少
- ▶ 売上苦戦を踏まえ、徹底したコストマネジメントを実行（一部の広告宣伝費は2Q以降に期ずれ）
- ▶ トップラインの低迷により、販管費率は悪化

※ワコール単体数値に基づいて作成  
(単位：億円)



13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記載しています。ワコールの販管費は、売上を踏まえたコストコントロールや、早期退職の実施による人件費の減少を受け、23年3月期第1四半期に対して、約12億円の削減となりました。他方、販管費率は、トップラインの低迷により、前年同期に対し0.4ポイント増加している状況です。引き続き、諸経費の抑制に努めるとともに、販促費や人員をより効果的に配分し、営業経費の費用対効果の改善を図ります。あわせて、中計リバイズのコスト構造改革で掲げる抜本的なコスト圧縮を進め、高い収益力を確保できる体質への転換を目指してまいります。

売上収益  
187億円

<前年同期差> ▲0.9億円（▲0.5%）  
<計画差> ▲3億円（▲1.4%）

### 主要各社は現通ベースでは減収も、為替影響により前年同期並みで着地

- 欧州はドイツ・フランスを中心に伸長したものの、英国・米国の実店舗での販売が苦戦
- 米国は他社ECは好調も、一部得意先の仕入抑制の影響により実店舗への納品が低調
- 中国は実店舗・ECともに集客改善に向けた販促活動を展開するも、来店客数が伸び悩む

(単位：億円)

子会社名	25/3期 1Q実績	前年同期差 (前年同期比)	計画差 (計画比)
ワコールインターナショナル（米国）	79.4	+0.8（+1.0%）	+0.3（+0.4%）
ワコールヨーロッパ	61.6	+6.1（+11.0%）	▲0.2（▲0.3%）
中国ワコール	25.8	▲4.0（▲13.4%）	▲1.1（▲4.0%）

事業利益  
20億円

<前年同期差> +2億円(+10.1%)  
<計画差> ▲3億円（▲12.3%）

### IO社の事業撤退に伴う利益改善や円安影響などが寄与するも、計画未達

- IO社の事業撤退による利益改善効果は、2.4百万ドル（IO社の24/3期1Q事業損失）

(単位：億円)

子会社名	25/3期 1Q実績	前年同期差 (前年同期比)	計画差 (計画比)
ワコールインターナショナル（米国）	10.3	+3.4（+50.0%）	▲0.4（▲3.7%）
ワコールヨーロッパ	7.0	+0.4（+5.8%）	+0.9（+13.9%）
中国ワコール	▲0.9	▲1.0（-）	▲2.8（-）

14ページをご覧ください。ワコール事業（海外）の売上収益は、各社とも現地通貨ベースでは減収となりましたが、為替影響により欧米は増収に転じたことから、セグメント合計では187億円と、前年同期をやや下回る水準に留まりました。計画に対しては、中国ワコールの回復が想定以上に遅れたことにより、2%の未達となりました。事業利益は、赤字が続いていた米国のIO社の事業撤退や、為替影響が寄与し、前年同期に対し10%増益の20億円となりました。他方、中国が想定を下回ったことから、計画に対しては未達に終わりました。

## ピーチ・ジョン事業の概況

売上収益  
**26億円**

<前年同期差> ▲2億円 (▲7.4%)  
<計画差> ▲3億円 (▲10.0%)

事業利益  
**0.1億円**

<前年同期差> ▲2億円 (▲92.7%)  
<計画差> ▲0.9億円 (▲87.0%)

販促プロモーションや  
キャンペーンの効果が  
想定を下回り、減収減益

## 国内

- 他社ECは堅調も、有名タレントを起用した販促プロモーションや30周年キャンペーンが振るわず、自社EC、直営店を中心に低迷し、前年同期・計画を下回る

## 海外

- 台湾、香港は実店舗を中心に販売が伸び悩み、減収

## その他事業の概況

売上収益  
**29億円**

<前年同期差> ▲5億円 (▲14.4%)  
<計画差> ▲4億円 (▲11.6%)

事業損失  
**▲0.4億円**

<前年同期差> ▲0.9億円 (-)  
<計画差> +0.6億円 (-)

ルシアン、Aiは増収  
七彩は内装工事の受注  
が低調に推移し、減収

## ルシアン

- 自社ブランド、刺しゅうなどの販売が堅調に推移し増収

## 七彩

- 内装工事の受注が低調に推移し、大幅な減収

## Ai (アイ)

- 水着需要が堅調に推移し、前年同期並み

15ページをご覧ください。ピーチ・ジョン事業の売上収益は、26億円と、前年同期に対して7%の減収となりました。他社ECの販売は堅調に推移したものの、各種販促プロモーションが振るわず、直営店・自社ECがともに苦戦したことから、前年同期、計画を下回りました。事業利益は1千万円と、前年同期に対して大幅な減益となりました。減収や仕入価格の高騰に加え、販促費の投下に伴う経費の増加が、利益を押し下げる結果となりました。

その他事業の売上収益は、29億円と、前年同期に対して14%の減収となりました。七彩は内装工事の受注が低調に推移し、大幅な減収となりましたが、自社ブランドや刺しゅうなどの販売が堅調に推移したルシアンは増収、Ai (アイ) も前年同期並みの着地となりました。事業損益は、前年同期より9千万円減少し、4千万円の事業損失となりました。なお、2024年5月15日に開示した通り、株式会社七彩は7月1日に実施した株式譲渡に伴い、第2四半期以降は当社の連結範囲から除外いたします。

## (参考) EC事業の進捗

主要5社合計の売上  
に占めるEC比率

**30.3%**

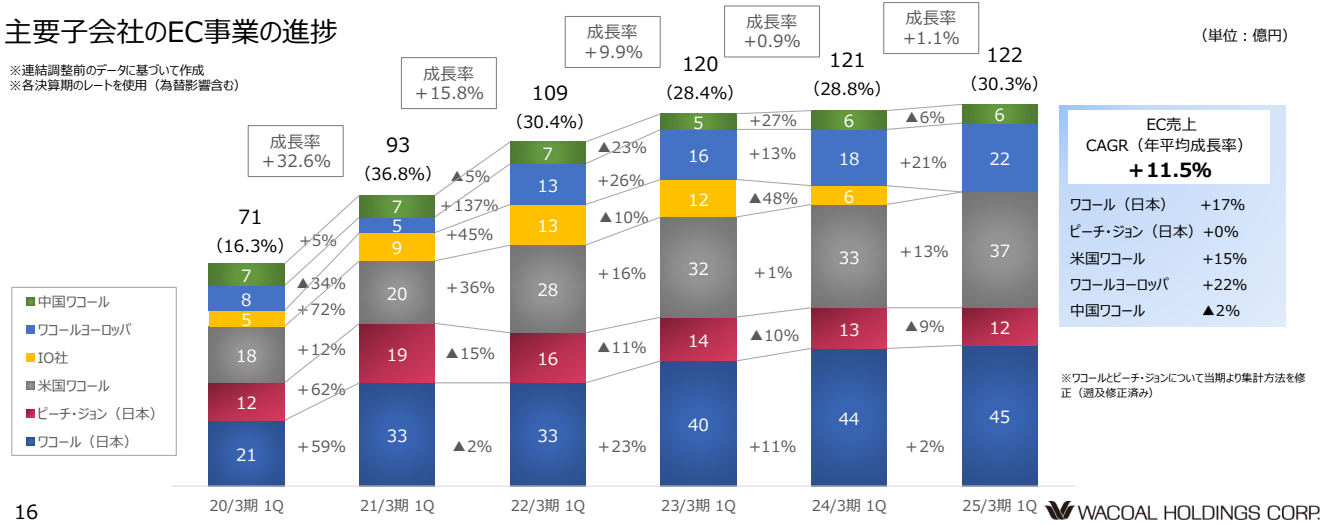
邦貨換算ベース（為替影響含む）

### IO社撤退によりEC売上拡大は鈍化も、EC比率は拡大

- 25/3期1Qの各社の売上に対するEC売上比率：  
ワコール 21%、ピーチ・ジョン 50%、米国W 46%、ワコールヨーロッパ 35%、中国W 29%

### 主要子会社のEC事業の進捗

※連結調整前のデータに基づいて作成  
※各決算期のレートを使用（為替影響含む）



16ページです。このページでは、ワコール、ピーチ・ジョン、米国ワコール、ワコールヨーロッパ、中国ワコール、以上5社のEC売上の変化をまとめています。米国IO社の事業撤退により、EC売上の拡大は鈍化したものの、ワコールや米国ワコール、ワコールヨーロッパでのEC拡大を背景に、全体の成長は維持しています。5社合計のEC比率は30.3%となり、この5年間の平均成長率は11%です。引き続き、オンライン・オフラインの連携や、WEBサイト・自社アプリの利便性向上、デジタルマーケティングの強化などに努め、更なる成長の実現に向けて取り組みを進めてまいります。



## 2.財務・株主還元

WACOAL HOLDINGS CORP.

17

17ページです。次に財務・株主還元などにつきまして、ご説明します。

1. ビジネスモデル改革と成長戦略を通じた収益力の改善を最優先課題として取り組むと同時に、棚卸資産（在庫）の圧縮や、政策保有株式の縮減、保有不動産の整理を進めることで、資本効率の改善を実現しROE向上を実現
2. 将来成長への投資を優先すると同時に、資本効率の改善に向けて積極的な株主還元を実施



18ページをご覧ください。中計リバイズで掲げている財務戦略の基本方針となります。こちらは、2023年11月に発表しました内容から変更はありません。

## 25/3期 1Q 資本政策と株主還元

➤ 1Q期間における成長投資や設備投資に大きなものはなし

内訳		24/3期 実績	25/3期 計画	25/3期 1Q実績	中計期間 (~26/3期) 目標数値	25/3期 1Qの投資内容・投資額	
創出 キャッシュ	当期利益※1	7億円	約32億円	15億円	100億円	ワコール / IT関連	2億円
	減価償却費※2	62億円	約60億円	16億円	200億円	ワコール / 直営店・建物関連	1億円
	アセットライト化・デットの活用※3	171億円	約300億円	21億円	800億円	国内子会社関連	3億円
	合計	240億円	約392億円	52億円	1,100億円	海外・子会社関連	2億円
使用 キャッシュ	成長投資、および設備投資額	34億円	約50億円	8億円	400億円	合計	
	配当金支払額	52億円	約50億円	28億円	150億円	8億円	
	自己株式の取得額	100億円	約250億円	-	550億円		
	合計	186億円	約350億円	36億円	1,100億円		

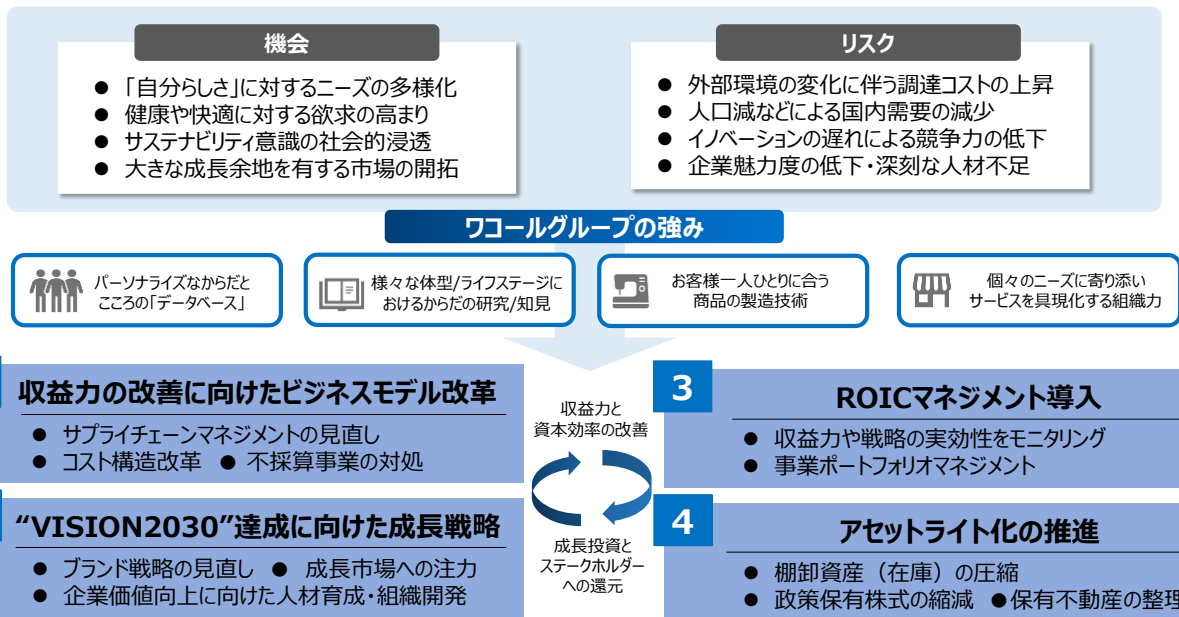
内訳		24/3期 実績	25/3期 計画	25/3期 1Q実績	中計期間 (~26/3期) 目標数値
政策保有 株式の 売却状況	売却金額※4	171億円	約200億円	4億円	300億円
	完全売却銘柄数	10	-	0	-
	政策保有株式の純資産比率	22.1%	-	20.7%	10%未満

※1 キャッシュに影響しない減損損失および別掲するアセットライトの影響を除く  
 ※2 減価償却費から、リース負債の返済による支出額をネットした数値を記載  
 ※3 政策保有株式の売却含む  
 ※4 当期より売却時の時価表記へ変更

19ページをご覧ください。当第1四半期における資本政策と株主還元の状況になります。この第1四半期期間において、成長投資や設備投資に大きなものはございません。内容は、のちほど、ご覧ください。



20ページ以降は、当期の取り組みの進捗を報告いたします。



21ページには、2023年11月に公表した中計リバイズの基本戦略を再掲しました。

中期経営計画（リバイズ）の取り組み項目	24/3期の進捗	25/3期の取り組み
<b>収益力の改善に向けたビジネスモデル改革</b> > サプライチェーンマネジメントの見直し > コスト構造改革 > 不採算事業の対処	> サプライチェーンマネジメント（㈱ワコール） ・店頭商品構成の実証実験の結果をもとに、3月までに対象ディーラーの他店舗での展開を拡大 ・需要運動型生産スキームの実証実験を準備 ・25SSシーズン企画スケジュールの短縮化に向けた検証 他 > コスト構造改革（㈱ワコール） ・赤字店舗（約32店舗）の撤退時期の決定 ・取引条件の見直し ・希望退職の実施 ・希望小売価格の見直し 他	> 新しいサプライチェーンマネジメント構築を推進（㈱ワコール） ・直営店をはじめとするリアル店舗、ECにおける定番品育成と充足率向上 ・量販店（セルブ店）での自動発注の正常化 ・企画・開発リードタイムの短縮 > コスト構造改革の推進（㈱ワコール） ・コスト構造改革で掲げる施策を推進 > 子会社の株式譲渡（㈱七彩） > 中国事業の計画の見直し
<b>“VISION2030”達成に向けた成長戦略</b> > ブランド戦略の見直し > 成長市場への注力 > 企業価値向上に向けた人材育成・組織開発	> 強化セグメントにおける事業方針の検討・策定（㈱ワコール） ・リブランドを実施する「Wacoal」のガイドライン策定 ・ハイプレミアム市場やアフォーダブル市場強化に向けた施策の決定 ・LTV向上に向けた3D計測サービスやブランド連携方針の検討 他 > ブランド戦略の実効性向上に向けてブランドマネジメント体制の見直し（㈱ワコール）	> 魅力あるブランドの育成と顧客ニーズに応える商品の開発（㈱ワコール） ・ブランドマネジメント体制の導入（24年4月～） ・中核ブランド「Wacoal」のリブランド（24年秋冬） > デジタルの活用による最適な顧客体験の提供（㈱ワコール） ・WEBで商品を予約し店頭で試着・確認できる「取り置き取り寄せ」強化 ・店頭販売員によるレビュー「スタッフレビュー」の活用 など
<b>ROICマネジメント導入</b> > 収益力や戦略の実効性をモニタリング > 事業ポートフォリオマネジメント	> 24年4月からのROIC経営の開始に向けて「ROIC経営の浸透・推進」、「ROICツリーの整備・構築」、「㈱ワコール業績管理改善」の各プロジェクトを並行して開催	> グループ内でROIC改善にコミットできるよう、管理プロセスを整備し、事業計画の作成方法を改善（全体） > 感応度分析によるROIC改善施策の策定。ならびに管理機能の再構築を進め、PDCAをスピードアップする基盤構築（㈱ワコール）
<b>アセットライト化の推進</b> > 棚卸資産（在庫）の圧縮 > 政策保有株式の縮減 > 保有不動産の整理	> 政策保有株式の売却額 約171億円 > 構造改革の一環として在庫処分を実施 > ファシリテコスト削減とオフィススペースの有効活用、ならびに働きやすいオフィス環境の実現に向けて、「REBORN：（オフィス改革）プロジェクト」を発足 > 事業所再編による効率化（福岡・札幌営業所の閉鎖決定）	> 政策保有株式の売却計画 約200億円 > 保有不動産（浅草橋ビル）の売却 その他の保有不動産についても、基本方針に沿って売却を検討 > 「REBORN：（オフィス改革）プロジェクト」のもと、事業所再編を加速

22ページをご覧ください。こちらは、2024年5月に開示した決算資料の再掲になります。中計リバイズの基本戦略に沿った、当期の取り組み内容を掲載しています。こちらの内容に沿って、サプライチェーンマネジメント改革などを進行しておりますが、上期決算で進捗状況を改めてご報告いたします。

中計リバイズ：スター品番を育成するとともに、柔軟な供給体制を構築することで、販売機会のロスを軽減

■ウイング「シンクロブラトップ」

- アンダーのしめつけ感を軽減と、きれいなバストシルエットを両立
- 「下着メーカーが本気でつくったブラトップ」
- 販売価格（中心価格）：2,970円

■プロモーション品番に選んだ理由

- ブランド戦略における注カセグメント「**アフォーダブル**」層へアプローチ。
- 顧客分析による上位購買者の特徴として、「ウェブで商品・レビューを閲覧してから店舗で購入する」ことが判明。**他社ECでベストセラーを獲得し、数多くのレビューが溜まっている商品**を選定



■強い定番品にリソースを集中

<生産>

- 顧客反応もよく、計画以上に販売が進捗したことで一部商品の欠品が発生したが、増産により7月末から徐々に解消

<プロモーション>

- TVCF、デジタル広告、起用タレントのPRイベントを実施
- 広告施策にあわせ、店頭プロモーションを強化



販売状況  
販売目標

<月次計画比> 5月：141% 6月：172%  
<上期目標販売枚数> 30万枚以上

23ページです。このページより、当第1四半期におけるトピックスを報告いたします。

まず、サプライチェーンマネジメント改革の進捗として、「Wing（ウイング）」の「シンクロブラトップ」の取り組みをご紹介します。

国内ワコールでは、需要連動型のサプライチェーンマネジメントを構築するために、強い商品をつくり、柔軟な生産・供給体制を構築することで、機会ロスなく販売する体制への転換を図っています。

「シンクロブラトップ」は、「下着屋が本気でつくったブラトップ」をキャッチコピーに、量販店やECにおいて、幅広い世代から高い評価をいただいているアイテムです。このような強い定番品に、生産やプロモーションのリソースを集中させ、機会ロスなく販売する取り組みをおこなった結果、当第1四半期は計画を大きく上回る進捗で推移しています。

現在はまだ、取り組みの対象品番は一部に限定されていますが、プロジェクトの中で実証実験を繰り返しながら、主力定番品を中心に需要連動生産の仕組みを構築してまいります。

人権方針で定める人権デュー・ディリジェンスの運用開始に向けて、優先的に取り組むべき人権テーマを特定

■人権尊重の取り組み

- ワコールグループ人権方針のもと人権尊重の取り組みをグループ全体で推進
- 人権デュー・ディリジェンスの運用開始に向けた準備を推進しており、2023年10月に当社グループのサプライチェーンにおける潜在的な人権リスクの把握を行うため、社外専門家の知見を活用し、「人権リスクアセスメント」を実施
- 「人権リスクアセスメント」では、デスクトップ調査に加え、取締役、執行役員、マネジメント層が参加する部門横断型のワークショップを開催
- 調達過程から販売、消費に至るまでの過程における人権リスクに関して、ディスカッションを実施
- その後、第三者機関との協議を経て、優先的に取り組むべき人権テーマを特定



■人権テーマ①「調達サプライチェーン上の人権課題の継続的な把握」

すでに一連のモニタリングの仕組みが構築・運用されているが、原材料生産・染色工場への調査、継続的なモニタリングの実施、労働者へのヒアリング調査（インパクトアセスメント）、サプライヤー向けのホットラインの設置・運用が求められる

■人権テーマ②「従業員や店頭の販売員における職場環境の改善」

既存の健康経営の推進やコンプライアンス研修に加えて、会社の体制制度の見直し、企業倫理ホットラインの普及推進、e-learningなどによるビジネスと人権に関する研修、店頭販売員へのヒアリング調査等を図っていくことが求められる

■人権テーマ③「消費者の人権と多様性の尊重」

既存の品質管理体制の強化に加えて、多様な消費者に対するガイドラインの策定・対応できる店頭設計の見直し、店頭販売員に対する研修による意識向上、そして多様性に配慮した情報発信等を行っていくことが求められる

- 2025年3月期は、人権方針で定める人権デュー・ディリジェンスの運用開始に向けて、調達活動におけるライツホルダーの実態調査と対話（インパクトアセスメント）を実施する計画。また、人権方針で定める人権教育の実施を進めると同時に、継続して消費者の人権と多様性の尊重に向けた取り組みを推進

24ページです。続いて、ワコールグループの人権課題に関する取り組みについてご説明します。

当社グループでは、「ワコールグループ人権方針」のもと、人権尊重の取り組みを推進しています。現在、人権デュー・ディリジェンスの運用開始に向けて準備を進めており、前年度に実施した「人権リスクアセスメント」の結果をもとに、第三者機関と優先的に取り組むべき人権テーマについて協議したのち、課題の特定をおこないました。

当社グループが特定した重要人権テーマは3つです。まず、1つ目は、「調達サプライチェーン上の人権課題の継続的な把握」、2つ目は「従業員や店頭の販売員における職場環境の改善」、3つ目は「消費者の人権と多様性の尊重」です。

当期は、人権デュー・ディリジェンスの運用開始に向けて、調達活動におけるライツホルダーの実態調査と対話を実施する計画です。また、人権方針で定める人権教育の実施を進めると同時に、継続して消費者の人権と多様性の尊重に向けた取り組みを推進いたします。

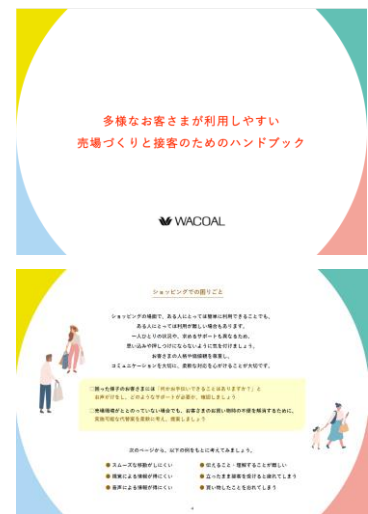
(株)ワコールにて、従業員向け「多様なお客さまが利用しやすい売場づくりと接客のためのハンドブック」を制作

■多様なお客さまが利用しやすい売場づくりと接客のためのハンドブック

- 本ハンドブックは有識者監修のもと、障がいの有無や性のあり方に関らず、多様なお客さまが安心してお買い物いただけるよう、従業員を対象に売場設計や接客時の心がけの基本方針として制作（法律事務所にも法的な観点から助言）
- 引き続き、消費者の人権について役員・従業員が理解を深めるとともに、さまざまなお客さまが利用しやすい売場環境の整備に努めていく
- 本ハンドブックでは、さまざまなお客さまに安心して、お買い物時の「お困りごと」を中心に選定した対応を説明。ただ、同じお困りごとであっても、一人ひとり状況は異なるため、ハンドブックの事例を参考にしつつも、一人ひとりのお客さまに寄り添い、それぞれのお困りごとに合わせた柔軟な対応を心がけていくことが基本方針
- 本ハンドブックでは、従業員の人権尊重のため、カスタマーハラスメントに関する 方針も掲載

■従業員への教育

- 2024年6月から本ハンドブックを利用して従業員向けに社内教育を開始
- 特に店頭において接客を行うビューティーアドバイザー（販売員）やお客様センターのスタッフ、販売部門のスタッフに対して、優先的に教育を実施。
- 今後は、全国のビューティーアドバイザーによる売場環境の確認とお取引先との連携を行い、性別にかかわらず利用できるフィッティングルームなどの情報をホームページに掲載する予定



25ページです。最後に、今ほどご説明した3つの人権テーマのうち、「消費者の人権と多様性の尊重」に関する取り組みをご紹介します。本日、ニュースリリースを配信しておりますが、このたび、株式会社ワコールの従業員向けに「多様なお客さまが利用しやすい売場づくりと接客のためのハンドブック」を制作いたしました。このハンドブックは、有識者監修のもと、障がいの有無や性のあり方に関らず、多様なお客さまが安心してお買い物いただけるよう、従業員を対象に売場設計や接客時の心がけの基本方針として制作したものです。また、従業員の人権尊重のため、カスタマーハラスメントに関する方針も掲載しています。引き続き、消費者の人権について従業員全員が理解を深めるとともに、さまざまなお客さまが利用しやすい売場環境の整備に努めていく所存です。

私からのご説明は以上になります。ステークホルダーの皆さまには、今後とも一層のご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

ご清聴ありがとうございました。



参考1： 25/3期 第1四半期 決算概況…………… P.28

参考2： 25/3期 第1四半期 決算概況（セグメント別）…………… P.29

参考3： 25/3期 第1四半期 主要子会社の実績…………… P.30

参考4： 主要事業会社の月次売上推移（増減率）…………… P.31

参考5： ワコール（国内）チャネル別、店頭ベースの売上月次推移（増減率）…………… P.32

参考6： 海外主要子会社のチャネル別売上月次推移（増減率）…………… P.33

参考7： 25/3期 第1四半期 主要子会社のEC比率…………… P.34

参考8： 25/3期 第1四半期 ワコールの概況 <主要事業部の売上収益・事業利益>…………… P.35

参考9： 25/3期 第1四半期 ワコールインターナショナル（米国）の概況…………… P.36

参考10： 25/3期 第1四半期 ワコールヨーロッパの概況…………… P.37

参考11： 25/3期 第1四半期 中国ワコールの概況…………… P.38

参考12： 25/3期 第1四半期 その他アジアの概況…………… P.39

参考13： 25/3期 第1四半期 ビーチ・ジョンの概況…………… P.40

参考14： 25/3期 第1四半期 国内子会社の概況（ルシアン・七彩・Ai）…………… P.41

参考15： 25/3期 通期計画…………… P.42

参考16： 25/3期 セグメント別・通期計画…………… P.43

参考17： 25/3期 主要子会社別・通期計画…………… P.44

参考1：25/3期 第1四半期 決算概況

為替レート	1\$	1£	1元
24/3期 1Q実績	137.37	171.91	19.56
25/3期 1Q実績	155.88	196.85	21.48

(単位：百万円)

	24/3期 1Q実績	売上比	25/3期 1Q計画	売上比	25/3期 1Q実績	売上比	対24/3期 1Q実績		対25/3期 1Q計画	
							増減額	増減率	増減額	増減率
連結売上収益	48,789	-	47,400	-	46,462	-	▲ 2,327	▲ 4.8%	▲ 938	▲ 2.0%
売上原価	20,939	42.9	20,350	42.9	20,187	43.4	▲ 752	▲ 3.6%	▲ 163	▲ 0.8%
売上利益	27,850	57.1	27,050	57.1	26,275	56.6	▲ 1,575	▲ 5.7%	▲ 775	▲ 2.9%
販売費及び一般管理費	25,479	52.2	25,150	53.1	24,714	53.2	▲ 765	▲ 3.0%	▲ 436	▲ 1.7%
事業利益	2,371	4.9	1,900	4.0	1,561	3.4	▲ 810	▲ 34.2%	▲ 339	▲ 17.8%
その他の収益	446	0.9	1,250	2.6	1,733	3.7	1,287	+288.6%	483	+38.6%
その他の費用	90	0.2	200	0.4	88	0.2	▲ 2	▲ 2.2%	▲ 112	▲ 56.0%
営業利益	2,727	5.6	2,950	6.2	3,206	6.9	479	+17.6%	256	+8.7%
金融収益	1,020	2.1	910	1.9	800	1.7	▲ 220	▲ 21.6%	▲ 110	▲ 12.1%
金融費用	79	0.2	70	0.1	94	0.2	15	+19.0%	24	+34.3%
持分法による投資利益	336	0.7	360	0.8	356	0.8	20	+6.0%	▲ 4	▲ 1.1%
税引前四半期利益	4,004	8.2	4,150	8.8	4,268	9.2	264	+6.6%	118	+2.8%
親会社の所有者に帰属する四半期利益	2,844	5.8	3,000	6.3	3,038	6.5	194	+6.8%	38	+1.3%

28

WACOAL HOLDINGS CORP.

参考2：25/3期 第1四半期 決算概況（セグメント別）

為替レート	1\$	1£	1元
24/3期 1Q実績	137.37	171.91	19.56
25/3期 1Q実績	155.88	196.85	21.48

(単位：百万円)

	24/3期 1Q実績	構成比	25/3期 1Q計画	構成比	25/3期 1Q実績	構成比	対24/3期 1Q実績		対25/3期 1Q計画	
							増減額	増減率	増減額	増減率
ワール事業 (国内)	23,774	48.7	22,250	46.9	22,237	47.9	▲ 1,537	▲ 6.5%	▲ 13	▲ 0.1%
ワール事業 (海外)	18,836	38.6	19,000	40.1	18,742	40.3	▲ 94	▲ 0.5%	▲ 258	▲ 1.4%
ピーチ・ジョン事業	2,770	5.7	2,850	6.0	2,565	5.5	▲ 205	▲ 7.4%	▲ 285	▲ 10.0%
その他事業	3,409	7.0	3,300	7.0	2,918	6.3	▲ 491	▲ 14.4%	▲ 382	▲ 11.6%
売上収益	48,789	100	47,400	100	46,462	100	▲ 2,327	▲ 4.8%	▲ 938	▲ 2.0%
	24/3期 1Q実績	売上比	25/3期 1Q計画	売上比	25/3期 1Q実績	売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
ワール事業 (国内)	311	1.3	▲ 400	-	▲ 434	-	▲ 745	-	▲ 34	-
ワール事業 (海外)	1,833	9.7	2,300	12.1	2,018	10.8	185	+10.1%	▲ 282	▲ 12.3%
ピーチ・ジョン事業	177	6.4	100	3.5	13	0.5	▲ 164	▲ 92.7%	▲ 87	▲ 87.0%
その他事業	50	1.5	▲ 100	-	▲ 36	-	▲ 86	-	64	-
事業利益 (▲損失)	2,371	4.9	1,900	4.0	1,561	3.4	▲ 810	▲ 34.2%	▲ 339	▲ 17.8%
	24/3期 1Q実績	売上比	25/3期 1Q計画	売上比	25/3期 1Q実績	売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
ワール事業 (国内)	561	2.4	680	3.1	1,089	4.9	528	+94.1%	409	+60.1%
ワール事業 (海外)	1,887	10.0	2,320	12.2	2,101	11.2	214	+11.3%	▲ 219	▲ 9.4%
ピーチ・ジョン事業	134	4.8	80	2.8	▲ 7	-	▲ 141	-	▲ 87	-
その他事業	145	4.3	▲ 130	-	23	0.8	▲ 122	▲ 84.1%	153	-
営業利益 (▲損失)	2,727	5.6	2,950	6.2	3,206	6.9	479	+17.6%	256	+8.7%

29

WACOAL HOLDINGS CORP.

参考3：25/3期 第1四半期 主要子会社の実績

為替レート	1\$	1£	1元
24/3期 1Q実績	137.37	171.91	19.56
25/3期 1Q実績	155.88	196.85	21.48

(単位：百万円)

事業	子会社	売上収益								事業利益 (▲損失)								営業利益 (▲損失)													
		24/3期 1Q実績		25/3期 1Q計画		25/3期 1Q実績		対24/3期 1Q実績		対25/3期 1Q計画		24/3期 1Q実績		25/3期 1Q計画		25/3期 1Q実績		対24/3期 1Q実績		対25/3期 1Q計画		24/3期 1Q実績		25/3期 1Q計画		25/3期 1Q実績		対24/3期 1Q実績		対25/3期 1Q計画	
		増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	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	22,552	20,969	20,959	▲1,593	▲7.1%	▲10	▲0.0%			337	▲250	61	▲276	▲81.9%	311	-			799	816	1,399	600	+75.1%	583	+71.4%					
ワコール事業 (海外)	ワコール インターナショナル	7,857	7,908	7,939	82	+1.0%	31	+0.4%			686	1,069	1,029	343	+50.0%	▲40	▲3.7%			680	1,069	1,030	350	+51.5%	▲39	▲3.6%					
	ワコールヨーロッパ	5,551	6,183	6,164	613	+11.0%	▲19	▲0.3%			658	611	696	38	+5.8%	85	+13.9%			628	781	642	14	+2.2%	▲139	▲17.8%					
	中国ワコール	2,982	2,690	2,582	▲400	▲13.4%	▲108	▲4.0%			12	190	▲87	▲99	-	▲277	-			15	170	▲83	▲98	-	▲253	-					
ピーチ・ジョン事業		2,770	2,850	2,565	▲205	▲7.4%	▲285	▲10.0%			177	100	13	▲164	▲92.7%	▲87	▲87.0%			134	80	▲7	▲141	-	▲87	-					
その他	ルシアン	563	620	666	103	+18.3%	46	+7.4%			5	▲40	▲13	▲18	-	27	-			46	▲100	▲1	▲47	-	99	-					
	七彩	1,877	1,701	1,251	▲626	▲33.4%	▲450	▲26.5%			11	▲71	▲101	▲112	-	▲30	-			29	▲56	▲83	▲112	-	▲27	-					
	Ai	620	600	621	1	+0.2%	21	+3.5%			▲2	▲15	18	20	-	33	-			▲5	▲15	17	22	-	32	-					
【海外主要子会社】(現地通貨ベース) (単位: 米ドル: 千US\$ ヨーロッパ: 千£ 中国: 千元)																															
ワコール事業 (海外)	ワコール インターナショナル	57,197	54,541	50,933	▲6,264	▲11.0%	▲3,608	▲6.6%			4,992	7,375	6,594	1,602	+32.1%	▲781	▲10.6%			4,953	7,375	6,604	1,651	+33.3%	▲771	▲10.5%					
	ワコールヨーロッパ	32,291	32,371	31,313	▲978	▲3.0%	▲1,058	▲3.3%			3,824	3,196	3,530	▲294	▲7.7%	334	+10.4%			3,651	4,086	3,292	▲358	▲9.8%	▲794	▲19.4%					
	中国ワコール	152,437	128,100	120,207	▲8,230	▲21.1%	▲7,893	▲6.2%			676	9,036	▲4,116	▲4,792	-	▲13,152	-			787	8,091	▲3,864	▲4,651	-	▲11,955	-					

参考4：主要事業会社の月次売上推移 (増減率)

事業	月次売上収益 (増減率) ※下段は、対20/3期比															
	24/3期												25/3期			
	7月度	8月度	9月度	2Q	10月度	11月度	12月度	3Q	1月度	2月度	3月度	4Q	4月度	5月度	6月度	1Q
ワコール	▲3%	▲9%	▲7%	▲6%	+6%	▲6%	▲6%	▲2%	▲18%	+7%	▲2%	▲4%	▲24%	+4%	▲6%	▲8%
	▲24%	▲31%	▲35%	▲31%	▲6%	+6%	▲10%	▲3%	▲28%	▲27%	+20%	▲11%	▲41%	▲8%	▲19%	▲23%
米国ワコール	▲2%	▲5%	▲6%	▲4%	▲4%	+1%	+18%	+3%	▲13%	+3%	▲2%	▲5%	▲7%	+8%	▲1%	▲0%
	+7%	▲13%	+1%	▲2%	+16%	+14%	+13%	+14%	+27%	▲10%	+6%	+6%	+16%	+25%	▲6%	+11%
ワコールヨーロッパ	▲14%	+1%	▲44%	▲18%	+14%	▲7%	▲3%	+1%	+1%	▲6%	▲4%	▲3%	+14%	▲6%	▲14%	▲3%
	+1%	+9%	▲38%	▲8%	+22%	+24%	+5%	+17%	+35%	+11%	+86%	+39%	+25%	+29%	+21%	+25%
中国ワコール	▲16%	▲16%	▲5%	▲13%	▲10%	▲1%	▲8%	▲6%	▲37%	+20%	▲17%	▲17%	▲19%	▲10%	▲34%	▲22%
	▲40%	▲37%	▲40%	▲39%	▲37%	▲47%	▲43%	▲43%	▲46%	+274%	▲8%	▲7%	▲44%	▲36%	▲58%	▲47%
ピーチ・ジョン (国内のみ)	▲10%	▲3%	▲18%	▲10%	▲9%	▲19%	▲10%	▲13%	▲12%	▲7%	▲5%	▲8%	▲6%	▲14%	▲7%	▲9%
	+5%	▲1%	▲21%	▲6%	+9%	▲1%	+9%	+6%	▲2%	▲9%	+10%	▲1%	+9%	▲12%	+1%	▲2%
ルシアン (国内のみ)	▲28%	+32%	▲5%	▲1%	▲23%	▲42%	▲36%	▲35%	▲23%	▲11%	▲36%	▲25%	▲8%	▲10%	▲16%	▲11%
	▲52%	▲16%	▲39%	▲36%	▲57%	▲57%	▲67%	▲60%	▲54%	▲38%	▲52%	▲49%	▲38%	▲47%	▲62%	▲49%
七彩	+0%	▲26%	+1%	▲9%	▲34%	+52%	+44%	+13%	+24%	+104%	+64%	+66%	▲39%	▲12%	▲33%	▲30%
	▲9%	▲37%	▲58%	▲45%	▲26%	▲11%	+44%	▲10%	▲0%	+25%	+2%	+8%	▲43%	▲13%	▲53%	▲39%
Ai (アイ)	+15%	+10%	+7%	+12%	+8%	+19%	+14%	+13%	+3%	+10%	+11%	+8%	▲1%	▲2%	▲1%	▲1%
	▲10%	▲30%	▲21%	▲21%	▲18%	▲13%	▲14%	▲15%	▲34%	▲19%	+25%	▲14%	▲28%	▲19%	▲26%	▲24%

※連結調整前の数値を記載。また、内部売上を含んだ前年同月比 (増減率) を記載  
 ※米国ワコールのみの実績を記載 (10社の売上は含まれない)  
 ※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  
 ※中国ワコールは、純額ベースの前年同月比 (増減率) を記載。また、ピーチ・ジョンの中国国内の売上を除去して記載

参考5：ワコール（国内）チャネル別、店頭ベースの売上月次推移（増減率）

	店頭ベースの売上収益推移（増減率）												上段は前年同月比、下段は20/3期比			
	24/3期												25/3期			
	7月度	8月度	9月度	2Q	10月度	11月度	12月度	3Q	1月度	2月度	3月度	4Q	4月度	5月度	6月度	1Q
百貨店	+3%	+0%	▲ 6%	▲ 1%	▲ 9%	▲ 2%	▲ 5%	▲ 6%	▲ 3%	▲ 3%	▲ 9%	▲ 5%	▲ 6%	▲ 7%	+0%	▲ 4%
	▲ 15%	▲ 34%	▲ 49%	▲ 34%	▲ 10%	▲ 27%	▲ 26%	▲ 22%	▲ 8%	▲ 16%	+1%	▲ 8%	▲ 35%	▲ 37%	▲ 30%	▲ 34%
量販店（ワコールブランド）	+3%	▲ 6%	▲ 4%	▲ 1%	▲ 8%	▲ 7%	+1%	▲ 5%	▲ 1%	▲ 5%	▲ 5%	▲ 4%	▲ 8%	▲ 9%	+3%	▲ 5%
	▲ 11%	▲ 46%	▲ 54%	▲ 34%	▲ 5%	+5%	▲ 25%	▲ 9%	▲ 23%	▲ 25%	▲ 18%	▲ 21%	▲ 24%	▲ 30%	▲ 11%	▲ 21%
量販店（ウイングブランド）	+1%	▲ 8%	▲ 9%	▲ 5%	▲ 13%	▲ 15%	▲ 8%	▲ 12%	▲ 11%	▲ 1%	▲ 7%	▲ 7%	▲ 10%	▲ 11%	+1%	▲ 6%
	▲ 17%	▲ 31%	▲ 52%	▲ 34%	+0%	▲ 10%	▲ 22%	▲ 12%	▲ 24%	▲ 20%	▲ 14%	▲ 19%	▲ 38%	▲ 41%	▲ 27%	▲ 36%
専門店（実店舗）	▲ 1%	▲ 4%	▲ 5%	▲ 3%	▲ 6%	+3%	▲ 11%	▲ 5%	▲ 5%	▲ 2%	▲ 6%	▲ 5%	▲ 13%	▲ 2%	▲ 2%	▲ 5%
	▲ 38%	▲ 43%	▲ 53%	▲ 45%	▲ 36%	▲ 31%	▲ 41%	▲ 37%	▲ 45%	▲ 34%	▲ 29%	▲ 37%	▲ 46%	▲ 32%	▲ 53%	▲ 44%
スポーツ量販店	+10%	+4%	+15%	+10%	▲ 4%	▲ 3%	▲ 5%	▲ 4%	▲ 1%	+18%	▲ 1%	+5%	+15%	▲ 5%	+8%	+5%
	▲ 7%	▲ 36%	▲ 7%	▲ 17%	▲ 5%	▲ 24%	▲ 20%	▲ 16%	▲ 20%	▲ 1%	+53%	+3%	▲ 18%	▲ 31%	▲ 23%	▲ 24%
他社EC	+17%	▲ 8%	+9%	+6%	+32%	+13%	+9%	+17%	+8%	+14%	▲ 9%	+3%	▲ 7%	▲ 3%	▲ 4%	▲ 5%
	+75%	+60%	+23%	+51%	+84%	+79%	+75%	+79%	+66%	+54%	+34%	+50%	+38%	+45%	+54%	+46%
直営店（実店舗）	+6%	+0%	▲ 2%	+2%	▲ 6%	▲ 1%	▲ 2%	▲ 3%	▲ 2%	▲ 1%	▲ 8%	▲ 4%	▲ 10%	▲ 9%	+6%	▲ 5%
	▲ 1%	▲ 10%	▲ 19%	▲ 9%	▲ 1%	▲ 4%	▲ 19%	▲ 9%	▲ 13%	▲ 2%	+13%	▲ 3%	▲ 18%	▲ 7%	▲ 16%	▲ 14%
自社EC	+10%	+13%	+3%	+8%	+19%	+17%	+5%	+13%	+9%	+35%	+3%	+13%	+9%	+14%	+4%	+9%
	+68%	+92%	+75%	+77%	+39%	+117%	+99%	+86%	+55%	+90%	+82%	+74%	+77%	+100%	+140%	+106%
カタログ	▲ 20%	▲ 4%	▲ 26%	▲ 17%	▲ 9%	▲ 12%	+14%	▲ 6%	▲ 10%	▲ 1%	▲ 7%	▲ 5%	▲ 3%	+10%	▲ 21%	▲ 4%
	▲ 36%	▲ 19%	▲ 34%	▲ 29%	▲ 15%	+33%	+48%	+14%	+41%	▲ 15%	▲ 3%	▲ 2%	▲ 15%	▲ 1%	▲ 14%	▲ 10%
合計	▲ 3%	▲ 9%	▲ 7%	▲ 6%	+6%	▲ 6%	▲ 6%	▲ 2%	▲ 18%	+7%	▲ 2%	▲ 4%	▲ 24%	+4%	▲ 6%	▲ 8%
	▲ 24%	▲ 31%	▲ 35%	▲ 31%	▲ 6%	+6%	▲ 10%	▲ 3%	▲ 28%	▲ 27%	+20%	▲ 11%	▲ 41%	▲ 8%	▲ 19%	▲ 23%

※ 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

参考6：海外主要子会社のチャネル別売上月次推移（増減率）

		主要子会社チャネル別売上収益推移（増減率）												上段は前年同月比、下段は20/3期比			
		24/3期												25/3期			
		7月度	8月度	9月度	2Q	10月度	11月度	12月度	3Q	1月度	2月度	3月度	4Q	4月度	5月度	6月度	1Q
米国ワコール	百貨店	+7%	+4%	▲ 8%	+1%	▲ 11%	+0%	+42%	+1%	▲ 21%	+13%	+43%	+6%	▲ 3%	▲ 6%	▲ 13%	▲ 7%
		▲ 11%	▲ 33%	▲ 22%	▲ 22%	+10%	▲ 1%	▲ 5%	▲ 11%	+10%	▲ 29%	▲ 19%	▲ 17%	▲ 6%	▲ 11%	▲ 29%	▲ 15%
	百貨店EC	▲ 16%	+26%	▲ 25%	▲ 8%	▲ 20%	▲ 18%	+27%	▲ 5%	+5%	▲ 21%	▲ 29%	▲ 15%	▲ 35%	+6%	▲ 2%	▲ 10%
		▲ 21%	+15%	+15%	+0%	▲ 7%	▲ 6%	+45%	+17%	+50%	▲ 12%	▲ 4%	+9%	+3%	+127%	▲ 16%	+28%
	専業EC	▲ 13%	▲ 42%	▲ 4%	▲ 20%	+126%	+38%	+30%	▲ 7%	▲ 5%	▲ 14%	▲ 33%	▲ 17%	▲ 4%	+68%	+28%	+23%
+87%		▲ 2%	+36%	+40%	+37%	+36%	+169%	+29%	+114%	+22%	+11%	+44%	+25%	+42%	+7%	+23%	
自社EC	+14%	▲ 12%	+16%	+5%	+2%	+0%	+5%	+5%	+10%	+8%	▲ 7%	+3%	▲ 4%	▲ 2%	▲ 11%	▲ 5%	
	▲ 7%	+65%	+85%	+83%	+51%	+95%	+20%	+74%	+37%	+57%	+102%	+60%	+73%	+87%	+65%	+75%	
ワコールヨーロッパ	百貨店	▲ 9%	▲ 6%	▲ 50%	▲ 18%	+3%	▲ 11%	▲ 4%	▲ 3%	▲ 19%	▲ 4%	+50%	+6%	▲ 15%	▲ 14%	+1%	▲ 10%
		+8%	▲ 18%	▲ 60%	▲ 22%	+5%	▲ 6%	▲ 8%	▲ 3%	+8%	▲ 25%	+78%	+9%	▲ 5%	+20%	+18%	+11%
	専門店	▲ 18%	▲ 20%	▲ 47%	▲ 28%	+8%	▲ 22%	▲ 28%	▲ 13%	+6%	+17%	+2%	+8%	+10%	▲ 4%	▲ 18%	▲ 5%
		▲ 27%	▲ 14%	▲ 41%	▲ 27%	+5%	+12%	▲ 17%	+1%	+5%	+5%	+64%	+21%	+3%	+20%	+1%	+8%
	EC	▲ 14%	+44%	▲ 38%	▲ 3%	+43%	+32%	+42%	+39%	+3%	▲ 25%	▲ 20%	▲ 15%	+39%	▲ 2%	+11%	+6%
+80%		+114%	▲ 3%	+68%	+119%	+97%	+81%	+98%	+170%	+90%	+165%	+138%	+131%	+70%	+87%	+94%	
中国ワコール	実店舗	▲ 12%	▲ 12%	+17%	▲ 4%	▲ 11%	+27%	▲ 9%	+0%	▲ 43%	+23%	▲ 20%	▲ 21%	▲ 23%	▲ 23%	▲ 28%	▲ 24%
		▲ 30%	▲ 39%	▲ 37%	▲ 35%	▲ 36%	▲ 40%	▲ 40%	▲ 39%	▲ 53%	+603%	+22%	+209%	▲ 41%	▲ 47%	▲ 53%	▲ 47%
	他社EC	▲ 24%	▲ 17%	▲ 49%	▲ 31%	+25%	▲ 18%	+0%	▲ 10%	▲ 5%	+7%	▲ 6%	▲ 3%	▲ 7%	+48%	▲ 46%	▲ 15%
		▲ 56%	+8%	▲ 35%	▲ 31%	▲ 18%	▲ 49%	▲ 45%	▲ 45%	+5%	+1%	▲ 48%	▲ 31%	▲ 45%	+77%	▲ 59%	▲ 34%
自社EC	▲ 26%	+44%	+15%	+30%	+40%	+93%	▲ 6%	+46%	+113%	+29%	+24%	+49%	+133%	▲ 55%	+1%	▲ 12%	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

※ 連結調整前の数値。また、内部売上を含んだ前年同月比（増減率）を記載

※ 米国ワコール単体の数字を掲載（IO社は含まれない）

※ 現地通貨ベースの前年同月比（増減率）を記載

※ 中国ワコールは、純額ベースの前年同月比（増減率）を記載

※ 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

参考7：主要子会社のEC比率の四半期推移

		23/3期					24/3期					25/3期
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
ワコール（日本）	自社EC/他社EC	17%	24%	20%	22%	21%	19%	20%	20%	20%	20%	21%
ピーチ・ジョン（日本）	自社EC/他社EC	53%	50%	51%	53%	52%	50%	46%	48%	50%	49%	50%
米国ワコール	自社EC/他社EC	45%	45%	41%	50%	46%	47%	38%	43%	43%	43%	46%
ワコールヨーロッパ	自社EC/他社EC	30%	30%	24%	41%	32%	32%	38%	24%	35%	32%	35%
中国ワコール	自社EC/他社EC	25%	22%	29%	18%	23%	26%	17%	28%	22%	24%	29%
主要会社のEC比率（上位6社合計）		28%	28%	22%	31%	25%	29%	28%	29%	29%	28%	30%

※個社のEC比率は、現地通貨ベースで算出。6社合計の売上高比率のみ、各決算時のレートを使用して、算出  
 ※ワコール（日本）、ピーチ・ジョン（日本）の集計方法を変更し、自社ECと他社ECの合計売上高比率を記載  
 ※IFRS適用により、中国ワコールは23/3期から3月決算に変更のため、過去実績も集計し直して掲載  
 ※IO社は2024年3月にて営業を終了

参考8：25/3期 第1四半期 ワコールの概況 <主要事業部の売上収益・事業損益>

<p>売上収益 <b>210億円</b> 前年同期差:▲16億円(▲7%) 計画差:▲0.1億円(▲0%)</p>	<p><b>肌着アイテム「シンクロブラトップ」が好調も、主力商品であるブラジャー低迷</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「Wing」の肌着アイテム「シンクロブラトップ」が好調に推移した一方で、「Wacoal」、「Wing」のブラジャーアイテムが苦戦</li> <li>ECは自社・他社ともに伸長も、実店舗は百貨店、量販店、専門店は来店客数が伸び悩んだことから苦戦</li> </ul>
<p>事業利益 <b>0.6億円</b> 前年同期差:▲3億円(▲82%) 計画差:+3億円</p>	<p><b>前年同期を下回るものの、原価動向などを慎重に見積もった計画並みの着地</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>早期退職に伴う人件費の減少などがあつたものの、減収や原価高騰が響き、前年同期からは減益</li> <li>売上動向を踏まえたコストコントロールの強化などを背景に、原価動向などを慎重に見積もった計画は超過</li> </ul>

(単位：百万円)

売上収益	24/3期	25/3期	対24/3期 1Q実績		事業利益	24/3期	25/3期	対24/3期 1Q実績	
	1Q実績	1Q実績	増減額	増減率		1Q実績	1Q実績	増減額	増減率
ワコールブランド商品部	5,633	4,774	▲ 859	▲ 15.3%	ワコールブランド商品部	1,015	1,143	128	+12.6%
ウイングブランド商品部	3,252	2,536	▲ 717	▲ 22.0%	ウイングブランド商品部	353	419	66	+18.7%
シューズ・ニット戦略商品部	2,395	2,551	156	+6.5%	シューズ・ニット戦略商品部	146	132	▲ 14	▲ 9.8%
アンフィ営業部	2,106	2,147	41	+1.9%	アンフィ営業部	▲ 114	▲ 136	▲ 22	-
サルトブランド・Yueブランド※	1,502	1,488	▲ 14	▲ 0.9%	サルトブランド・Yueブランド※	151	220	69	+45.7%
その他売上・内部消去・調整など	9,769	9,610	▲ 159	▲ 1.6%	その他売上・内部消去・調整など	▲ 1,328	▲ 1,852	▲ 524	-
売上収益合計（外部売上のみ）	22,552	20,959	▲ 1,593	▲ 7.1%	事業利益（▲損失）合計	337	61	▲ 276	▲ 81.9%
売上収益合計（内部売上含む）	23,242	21,519	▲ 1,723	▲ 7.4%					

※サルトブランド・Yueブランドを合計した数値を記載

参考9：25/3期 第1四半期 ワコールインターナショナル（米国）の概況

売上収益  
79億円

前年同期差：+0.8億円(+1%)  
(現地通貨ベース：▲11%)  
計画差：+0.3億円(+0.4%)

IO社の事業撤退により現地通貨ベースで減収、米国ワコールは前年同期並みの着地

- 米国ワコール：実店舗チャネル▲7% ECチャネル +0% (百貨店EC▲10% 専業EC+23% 自社EC▲5%)
- 他社ECは好調も、一部得意先の仕入抑制の影響により実店舗への納品が低調

事業利益  
10億円

前年同期差：+3億円(+50%)  
(現地通貨ベース：+32%)  
計画差：▲0.4億円(▲3.7%)

赤字が続いていたIO社の撤退により、前年同期から利益改善

- IO社の事業撤退により、事業利益率は13%と高い水準へ回帰

			24/3期 (対23/3期 増減率)				25/3期 1Q		構成比
			1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対24/3期	
チャネル	店舗	百貨店	▲1%	+1%	+3%	+6%	▲15%	▲7%	50%
		アウトレット・直営店	▲5%	▲3%	▲59%	▲45%	+95%	+23%	
	店舗計		▲1%	+1%	+2%	+5%	▲14%	▲7%	46%
	EC	百貨店EC	+0%	▲8%	▲8%	▲15%	+28%	▲10%	
		専業EC	▲25%	▲20%	+58%	▲17%	+23%	+23%	
自社EC		▲4%	+5%	+2%	+3%	+75%	▲5%		
輸出		▲7%	▲40%	▲39%	▲51%	+17%	▲9%	4%	
地域	米国		+2%	+0%	+6%	+0%	+13%	+0%	94%
	カナダ		▲68%	▲29%	+10%	▲44%	▲54%	+13%	2%
	他地域		▲7%	▲40%	▲39%	▲51%	+30%	▲9%	4%

※各構成比は25/3期 1Qの数値  
※LIVELY売上を除いて算出

(単位：千ドル)

		24/3期 1Q	25/3 1Q
米国ワコール	売上収益	52,718	52,634
	事業利益 (▲損失)	7,237	6,425
IO社	売上収益	5,898	-
	事業利益 (▲損失)	▲2,400	-

ブランド名	24/3期				25/3期		構成比
	1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対24/3期	
WACOAL	▲1%	▲6%	+2%	▲7%	+1%	▲4%	89%
B.tempt'd	▲17%	+8%	+10%	+8%	+92%	▲5%	10%
CW-X	+14%	+41%	+16%	+17%	+29%	▲2%	1%

36

WACOAL HOLDINGS CORP.

参考10：25/3期 第1四半期 ワコールヨーロッパの概況

売上収益  
61億円

前年同期差：+6億円(+11%)  
(現地通貨ベース：▲3%)  
計画差：▲0.2億円(▲0.3%)

英国・米国の実店舗での販売が伸び悩み、現地通貨ベースで前年同期を下回る

- 地域別：ドイツ・フランスを中心に欧州エリアは伸長したものの、英国・米国における専門店や百貨店での販売が低調に推移
- アイテム別：女性用インナーウェアが堅調に推移した一方で、スィムウェアの販売が前年同期を大きく下回る

事業利益  
7億円

前年同期差：+0.4億円(+6%)  
(現地通貨ベース：▲8%)  
計画差：+0.9億円(+14%)

現地通貨ベースでは前年同期をやや下回るものの、為替影響により増益

- 事業利益率※は、10%を超える利益水準を維持

※：ブランド償却費を除去した数値

			24/3期				25/3期 1Q		構成比
			1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対24/3期	
チャネル	店舗	百貨店	+7%	▲18%	▲3%	+6%	+11%	▲10%	18%
		専門店	▲10%	▲28%	+6%	+8%	+8%	▲5%	44%
	直営店	▲3%	▲5%	▲12%	▲23%	▲35%	▲12%	3%	
ブランド	EC	EC	+15%	▲3%	▲1%	▲15%	+94%	+6%	35%
		Fantasia	+14%	▲15%	+5%	▲0%	+38%	▲4%	38%
		Freya	▲16%	▲31%	▲5%	+8%	▲10%	▲3%	19%
		Goddess	▲33%	▲33%	+28%	+11%	▲14%	+12%	4%
		Elomi	+7%	▲15%	+1%	▲14%	+54%	▲8%	28%
Wacoal		▲3%	▲7%	▲4%	+6%	+35%	+9%	11%	

※各構成比は25/3期 1Qの数値

※ブランドの増減率・構成比は、インナーウェア・スィムウェアを合計した数値を記載

	24/3期				25/3期 1Q		構成比
	1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対24/3期	
英国	+10%	▲12%	▲5%	+5%	+30%	▲9%	37%
欧州	+0%	▲4%	▲12%	+13%	+51%	+15%	29%
北米	▲9%	▲32%	+23%	▲17%	+1%	▲11%	26%
その他	▲4%	▲21%	+2%	▲25%	+22%	+1%	8%

37

WACOAL HOLDINGS CORP.

参考11：25/3期 第1四半期 中国ワコールの概況

<b>売上収益</b> <b>26億円</b> <small>前年同期差: ▲4億円(▲13%)                  (現地通貨ベース: ▲21%)                  計画差: ▲1億円(▲4%)</small>	<b>長引く景気低迷により個人消費が伸び悩み、想定を下回る回復に留まる</b> > 実店舗：集客改善に向けた販促活動を展開するものの、来店客数の戻りは弱く低調に推移（前年同期比▲24%） > 他社EC：注力先の選択と集中をおこなうも、厳しい競争環境が続く中で低調に推移（前年同期比▲15%）
<b>事業損失</b> <b>▲0.9億円</b> <small>前年同期差: ▲1億円                  (現地通貨ベース: ▲4.8百万円)                  計画差: ▲3億円(-)</small>	<b>売上低迷の影響により前年同期・計画ともに下回り、赤字が続く</b> > 利益確保を優先した販売先の絞り込みに着手するも、売上低迷が響き前年、計画ともに下回る水準で着地

		24/3期				25/3期 1Q		構成比
		1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対24/3期	
チャネル	実店舗	+22%	▲4%	+0%	▲21%	▲6%	▲24%	72%
	他社EC	+26%	▲31%	▲10%	▲3%	+73%	▲15%	27%
	自社EC	+71%	+19%	+46%	+49%	▲74%	▲12%	1%
ブランド	ワコール	+24%	▲8%	▲3%	▲16%	▲42%	▲20%	92%
	サルート	+28%	▲17%	+10%	▲24%	▲42%	▲33%	8%
	アンフィ	▲41%	▲46%	▲11%	▲41%	-	-	-

※構成比は25/3期 1Qの数値。23/3期より、ピーチ・ジョン売上を除いて算出  
 ※IFRS適用により、23/3期から3月決算のため、過去実績を集計し直して記載

資料12：25/3期 第1四半期 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、  
 ほかに1社の売上及び、ワコール手帳(海外)の決算調整を含んだ数値

<b>売上収益</b> <b>21億円</b> <small>前年同期差: ▲4億円(▲16%)                  計画差: ▲2億円(▲7%)</small>	<b>フィリピンは好調も、多くの国で前年同期を下回り推移</b> > 香港、シンガポール、インド等：現地通貨ベースで前年同期を下回り推移 > Aテック・Gテック：日本国内向けの取引の増加などからGテックは増収、Aテックはグループ外取引の苦戦により減収
<b>事業利益</b> <b>4億円</b> <small>前年同期差: ▲1億円(▲20%)                  計画差: ▲0.5億円(▲12%)</small>	<b>アジア子会社の減収影響などにより、減益</b>

	24/3期				25/3期 1Q	
	1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対24/3期
香港ワコール	▲2%	▲3%	▲9%	▲13%	▲18%	▲25%
シンガポール	▲21%	▲19%	▲12%	▲4%	▲30%	▲18%
フィリピン	▲11%	▲2%	+1%	▲11%	+8%	+10%
インド	▲10%	▲15%	+21%	+20%	+324%	▲1%
Aテック	▲5%	▲34%	▲28%	▲20%	▲13%	▲18%
Gテック	+19%	▲19%	▲41%	▲35%	▲44%	▲31%

※IFRS適用により、23/3期から3月決算のため、過去実績を集計し直して記載

資料13：25/3期 第1四半期 ピーチ・ジョンの概況

<b>売上収益</b> <b>26億円</b> <small>前年同期差:▲2億円 (▲7%) 計画差:▲3億円 (▲10%)</small>	<b>販促プロモーションやキャンペーンの効果が想定を下回り、減収、計画を下回る</b> > 他社ECでの販売は堅調に推移 > 自社EC、直営店は有名タレントを起用した販促プロモーションや周年キャンペーンが振るわず、前年同期を下回る
<b>事業利益</b> <b>0.1億円</b> <small>前年同期差:▲2億円 (▲93%) 計画差:▲1億円 (▲87%)</small>	<b>減収影響に加え、経費増加から減益</b> > 減収影響に加え、広告販促費などの経費増加により減益

		24/3期				25/3期 1Q		構成比
		1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対23/3期	
国内	通販事業	▲12%	▲24%	▲31%	▲23%	▲9%	▲13%	36%
	店舗事業	▲3%	▲5%	▲7%	▲5%	▲5%	▲9%	49%
	海外事業	—	—	+325%	—	+362%	+13%	1%
	その他事業	▲2%	+1%	+21%	+25%	+37%	+2%	14%

※構成比は、24/3期 累計の値です。

		24/3期				25/3期 1Q		構成比
		1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対23/3期	
海外	香港	+13%	+17%	▲12%	+0%	▲36%	▲20%	
	台湾 (店舗)	+26%	+12%	+12%	+17%	▲12%	▲7%	
	台湾 (EC)	▲18%	▲6%	+0%	+5%	▲5%	+5%	
	台湾 (店舗+EC)	+11%	+7%	+8%	+14%	▲10%	▲4%	

※現地通貨ベースでの増減率

※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る

※上海PJは2022年11月に営業を終了

資料14：25/3期 第1四半期 国内子会社の概況 (ルシアン・七彩・Ai)

ルシアン：自社ブランド、刺しゅうなどの販売が堅調に推移し増収

<b>売上収益</b> <b>7億円</b> <small>前年同期差:+1億円 (+18%) 計画差:+0.5億円 (+7%)</small>	<b>事業損失</b> <b>▲0.1億円</b> <small>前年同期差:▲0.2億円 (-) 計画差:+0.3億円 (-)</small>
--	--

	24/3期				25/3期 1Q		構成比
	1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対24/3期	
インナー	▲8%	+4%	▲40%	▲33%	▲52%	▲17%	70%
刺しゅう	▲7%	+7%	▲6%	▲2%	▲4%	+1%	13%
レース他	▲12%	▲31%	▲23%	+4%	▲56%	+13%	17%

※構成比は、25/3期 1Qの数値を記載

七彩：内装工事の受注が低調に推移し、大幅な減収 (株式譲渡に伴い、2Q以降は連結範囲から除外)

<b>売上収益</b> <b>13億円</b> <small>前年同期差:▲6億円 (▲33%) 計画差:▲5億円 (▲27%)</small>	<b>事業損失</b> <b>▲1億円</b> <small>前年同期差:▲1億円 (-) 計画差:▲0.3億円 (-)</small>
--	--

	24/3期				25/3期 1Q		構成比
	1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対24/3期	
レンタル事業	+6%	+1%	+1%	▲3%	▲36%	▲8%	25%
物販事業	▲27%	▲22%	+39%	+233%	▲45%	▲8%	16%
工事事業	+24%	▲8%	+11%	+42%	▲39%	▲40%	59%

※構成比は、25/3期 1Qの数値を記載

Ai (アイ)：水着需要が堅調に推移し、前年同期と同水準で推移

<b>売上収益</b> <b>6億円</b> <small>前年同期差:+0億円 (+0%) 計画差:+0.2億円 (+4%)</small>	<b>事業利益</b> <b>0.2億円</b> <small>前年同期差:+0.2億円 (-) 計画差:+0.3億円 (-)</small>
---	---

	24/3期				25/3期 1Q		構成比
	1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対24/3期	
リゾートウェア事業	+26%	+15%	+41%	+20%	▲30%	▲1%	63%
下着事業	+4%	▲1%	+3%	▲2%	▲12%	▲2%	37%

※構成比は、25/3期 1Qの数値を記載

参考15：25/3期 通期計画（再掲）

為替レート	1 \$	1 £	1元
25/3期 計画	145.00	191.00	21.00

(単位：百万円)

	24/3期 実績	売上比	25/3期 計画	売上比	対23/3期		25/3期 上期計画	売上比	25/3期 下期計画	売上比
					増減額	増減率				
連結売上収益	187,208	-	183,000	-	▲ 4,208	▲ 2.2%	92,400	-	90,600	-
売上原価	83,123	44.4	81,300	44.4	▲ 1,823	▲ 2.2%	40,500	43.8	40,800	45.0
売上利益	104,085	55.6	101,700	55.6	▲ 2,385	▲ 2.3%	51,900	56.2	49,800	55.0
販管費	100,575	53.7	101,500	55.5	925	+0.9%	50,700	54.9	50,800	56.1
事業利益	3,510	1.9	200	0.1	▲ 3,310	▲ 94.3%	1,200	1.3	▲ 1,000	-
その他の収益	1,990	1.1	2,600	1.4	610	+30.7%	1,500	1.6	1,100	1.2
その他の費用	15,003	8.0	800	0.4	▲ 14,203	▲ 94.7%	500	0.5	300	0.3
営業利益	▲ 9,503	-	2,000	1.1	11,503	-	2,200	2.4	▲ 200	-
金融収益	2,529	1.4	1,300	0.7	▲ 1,229	▲ 48.6%	700	0.8	600	0.7
金融費用	328	0.2	300	0.2	▲ 28	▲ 8.5%	200	0.2	100	0.1
持分法による投資利益（▲損失）	▲ 988	-	800	0.4	1,788	-	600	0.6	200	0.2
税引前利益（▲損失）	▲ 8,290	-	3,800	2.1	12,090	-	3,300	3.6	500	0.6
親会社の所有者に帰属する当期利益（▲損失）	▲ 8,632	-	3,200	1.7	11,832	-	1,700	1.8	1,500	1.7

42

WACOAL HOLDINGS CORP.

参考16：25/3期 セグメント別・通期計画（再掲）

為替レート	1 \$	1 £	1元
25/3期 計画	145.00	191.00	21.00

(単位：百万円)

	24/3期 実績	構成比	25/3期 計画	構成比	対23/3期 実績		25/3期 上期計画	構成比	25/3期 下期計画	構成比
					増減額	増減率				
ワコール事業（国内）	94,198	50.3	92,200	50.4	▲ 1,998	▲ 2.1%	44,500	48.2	47,700	52.6
ワコール事業（海外）	67,757	36.2	70,000	38.3	2,243	+3.3%	36,100	39.1	33,900	37.4
ピーチ・ジョン事業	10,741	5.7	11,800	6.4	1,059	+9.9%	5,800	6.3	6,000	6.6
その他事業	14,512	7.8	9,000	4.9	▲ 5,512	▲ 38.0%	6,000	6.5	3,000	3.3
売上収益	187,208	100	183,000	100	▲ 4,208	▲ 2.2%	92,400	100	90,600	100
	24/3期 実績	売上比	計画	売上比	増減額	増減率	上期計画	売上比	下期計画	売上比
ワコール事業（国内）	791	0.8	▲ 4,000	-	▲ 4,791	-	▲ 1,800	-	▲ 2,200	-
ワコール事業（海外）	2,773	4.1	3,600	5.1	827	+29.8%	2,700	7.5	900	2.7
ピーチ・ジョン事業	136	1.3	500	4.2	364	+267.6%	200	3.4	300	5.0
その他事業	▲ 190	-	100	1.1	290	-	100	1.7	0	0.0
事業利益（▲損失）	3,510	1.9	200	0.1	▲ 3,310	▲ 94.3%	1,200	1.3	▲ 1,000	-
	24/3期 実績	売上比	計画	売上比	増減額	増減率	上期計画	売上比	下期計画	売上比
ワコール事業（国内）	▲ 4,193	-	▲ 2,300	-	1,893	-	▲ 890	-	▲ 1,410	-
ワコール事業（海外）	▲ 5,145	-	3,700	5.3	8,845	-	2,800	7.8	900	2.7
ピーチ・ジョン事業	▲ 239	-	500	4.2	739	-	190	3.3	310	5.2
その他事業	74	0.5	100	1.1	26	+35.1%	100	1.7	0	0.0
営業利益（▲損失）	▲ 9,503	-	2,000	1.1	11,503	-	2,200	2.4	▲ 200	-

43

WACOAL HOLDINGS CORP.

参考17：25/3期 主要子会社別・通期計画（再掲）

為替レート	1 \$	1 £	1元
25/3期 計画	145.00	191.00	21.00

(単位：百万円)

		売上収益				事業利益（▲損失）				営業利益（▲損失）			
		24/3期 実績	25/3期 計画	対24/3期 実績		24/3期 実績	25/3期 計画	対24/3期 実績		24/3期 実績	25/3期 計画	対24/3期 実績	
				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	88,701	86,142	▲ 2,559	▲ 2.9%	1,623	▲ 2,600	▲ 4,223	-	▲ 3,061	▲ 601	2,460	-
ワコール事業 (海外)	ワコール インターナショナル	28,038	27,765	▲ 273	▲ 1.0%	892	1,449	557	+62.4%	▲ 6,884	1,449	8,333	-
	ワコールヨーロッパ	20,353	22,951	2,598	+12.8%	1,713	1,992	279	+16.3%	1,816	2,002	186	+10.2%
	中国ワコール	10,396	10,080	▲ 316	▲ 3.0%	▲ 532	41	573	-	▲ 998	41	1,039	-
ピーチ・ジョン事業		10,741	11,800	1,059	+9.9%	136	500	364	+267.6%	▲ 239	500	739	-
その他	ルシアン	2,583	3,100	517	+20.0%	▲ 212	100	312	-	▲ 167	50	217	-
	七彩	7,723	1,701	▲ 6,022	▲ 78.0%	2	▲ 71	▲ 73	-	94	▲ 56	▲ 150	-
	A i	2,891	2,955	64	+2.2%	55	100	45	+81.8%	59	100	41	+69.5%
【海外主要子会社】（現地通貨ベース）（単位：米：千US\$、ヨーロッパ：千£、中国：千元）													
ワコール事業 (海外)	ワコール インターナショナル	193,871	191,480	▲ 2,391	▲ 1.2%	6,166	10,000	3,834	+62.2%	▲ 47,602	10,000	57,602	-
	ワコールヨーロッパ	111,976	120,164	8,188	+7.3%	9,423	10,431	1,007	+10.7%	9,990	10,483	492	+4.9%
	中国ワコール	516,177	480,000	▲ 36,177	▲ 7.0%	▲ 26,384	2,000	28,384	-	▲ 49,606	2,000	51,606	-

44

WACOAL HOLDINGS CORP.

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。

45