

■ 売上概況 (2019年4月-2020年3月)

2019年8月度

[国内]

ワコールブランド

- ・プロモーションを強化している睡眠時専用の「ナイトアップブラ」が好調に推移し、前年を上回る。
- ・ボトムは「肌リフト」シリーズが好調に推移し、前年を上回る。
- ・肌着は「薄い、軽い、涼しい」シリーズが売上を牽引し、春夏商品の売上が好調に推移。前年を上回る。
- ・定番商品である「ディアヒップ」シリーズなどの売上が計画数値に届かず、前年を下回る。

ウイングブランド

- ・「きれいのブラ 後ろ姿キレイ Type」の売上が牽引、また定番商品も好調に推移し、前年を上回る

小売事業

<AMPHI> (既存店 109%、新店込 109%)

- ・セール売上は苦戦した一方で、通常価格で販売する商品の売上が好調に推移した。
- ・人気商品の「ブラジェニック」「グラマリッチ」に加え、「ブラレット」が好調に推移し、計画を上回る。
- ・プロモーションを強化している「ナイトアップブラ」の売上が前年比200%を超える数値で推移し、新規顧客の獲得ならびに既存顧客の複数枚購入にもつながった。

<ファクトリーストア> (既存店 105%、新店込 102%)

- ・猛暑日が続き、ブラジャーや夏物肌着の売上が好調に推移。
- ・お盆休み期間や下旬のアウトレット施設のセールが堅調に推移し、前年を上回る。(免税売上97%、国内売上102%)

[ワコール (海外) 主要法人] ※前年比は現地通貨ベース

ワコールインターナショナル (アメリカ)

・チャンネル別

	8月 単月	累計	構成比
店舗 (Wacoal+B.tempt'd)			
店舗 (直営,アウトレット)			
百貨店EC			
専業EC			
自社EC			
輸出 (カナダ除)			
CW-X			

ワコールヨーロッパ

・チャンネル別

	8月 単月	累計	構成比
百貨店			
専門店			
直営店			
他社ECサイト			

・地域別

	8月 単月	累計	構成比
UK			
ヨーロッパ			
北米			
その他			

中国ワコール

・チャンネル別

	8月 単月	1-8月累計	構成比
百貨店			
他社EC			
その他			

・ブランド別

	8月 単月	1-8月累計	構成比
ワコール			
ザルト			
アンフィ	-	-	
ラ・ロッサベル			
PJ			

[ピーチ・ジョン]

・国内PJ

	8月 単月	4-8月累計	構成比	コメント
通販	102%	92%	38%	・秋の新製品「スマートブラ」が好調に推移。予算は未達も、前年同月は達成。
店舗	107%	101%	51%	・「ナイスバディブラ」と「スマートブラ」の売上が好調に推移し、予算、前年同月ともに達成。
他社EC・他	85%	83%	11%	・一部の他社ECモールの売上是好調に推移するも、一部の取引終了も影響し、予算、前年同月ともに未達。

・海外PJ [参考]

- ・上海PJ：97% プロパー売上が伸び悩み、店舗売上は前年同月を下回る。一方で、EC売上は他社ECモールのセールの上により、前年同月を上回るも、全体としては予算、前年同月ともに未達。
- ・PJ香港：60% 店舗売上の苦戦や定番商品の伸び悩みが影響し、予算、前年同月ともに未達。
- ・台湾PJ：112% 定番商品の売上が伸び悩み、予算、前年同月ともに未達。

2019年7月度

[国内]

ワコールブランド

- ・「SUHADA HALF」や快適性を高めたブラジャー「G O C O C i」の売上が伸び悩み、前年を下回る。
- ・ボトムは「肌リフト」シリーズが好調に推移し、前年を上回る。
- ・肌着は「G O C O C i」ブランドのパット入りキャミソールが好調に推移し、前年を上回る。
- ・夏対応のショーツなどの売上が伸び悩み、前年を下回る。

ウイングブランド

- ・「シンクロブラ」、「後ろ姿キレイブラ」や「ナチュラルアップブラ」の売上が牽引し、前年を上回る
- ・ボトムとニットは季節商品の売上が伸び悩み、前年を下回る。一方、ショーツは定番商品が好調に推移し、前年を上回る

小売事業

<AMPHI> (既存店 94%、新店込 94%)

- ・セール売上は計画並みに推移した一方で、「ブラジェニック」および「グラマリッチ」の新製品など、通常価格で販売する商品の売上が計画数値に届かず。
- ・天候不順による集客減も影響。

<ファクトリーストア> (既存店 101%、新店込 98%)

- ・不安定な気候が影響し、中旬までは夏対応の肌着やガードル等が伸び悩む。
- ・下旬は、気温の上昇とともに夏対応の商品とブラジャーが好調に推移。また、アウトレット施設のセールも好調に推移したことが寄与し、前年同月を上回る。

[ワコール（海外）主要法人] ※前年比は現地通貨ベース

ワコールインターナショナル（アメリカ）

・チャンネル別

	7月 単月	累計	構成比
店舗 (Wacoal+B.tempt'd)	94%	90%	60%
店舗 (直営, アウトレット)	79%	77%	1%
百貨店EC	109%	101%	12%
専業EC	90%	96%	7%
自社EC	133%	121%	13%
輸出 (カナダ除)	95%	99%	6%
CW-X	86%	156%	1%

ワコールヨーロッパ

・チャンネル別

	7月 単月	累計	構成比
百貨店	84%	76%	18%
専門店	115%	100%	55%
直営店	92%	87%	7%
他社ECサイト	132%	122%	20%

・地域別

	7月 単月	累計	構成比
UK	101%	87%	38%
ヨーロッパ	116%	104%	24%
北米	112%	102%	28%
その他	111%	104%	10%

中国ワコール

・チャンネル別

	7月 単月	1-7月累計	構成比
百貨店	94%	100%	71%
他社EC	151%	149%	16%
その他	62%	74%	13%

・ブランド別

	7月 単月	1-7月累計	構成比
ワコール	101%	107%	82%
ザルト	76%	85%	8%
アンフィ	-	-	0%
ラ・ロッサベル	54%	66%	1%
PJ	66%	75%	9%

[ピーチ・ジョン]

・国内PJ

	7月 単月	4-7月累計	構成比	コメント
通販	98%	90%	39%	強化商品の「ナイスバディブラ」が好調に推移したことに加え、秋商品の「スマートブラ」も好調に推移するも、セール売上が伸び悩み、予算、前年同月ともに未達。
店舗	103%	99%	52%	通販と同じくセール商品が苦戦するも、強化商品の「ナイスバディブラ」「スマートブラ」の売上が牽引し、予算、前年同月ともに達成。
他社EC・他	73%	82%	8%	一部の他社ECモールは好調に推移するも、全体では伸び悩む。結果、予算、前年同月ともに未達。

・海外PJ [参考]

- ・上海PJ：68% プロパー売上が伸び悩み、予算、前年同月ともに未達。
- ・PJ香港：78% セール売上は前年並みであったが、プロパー売上が伸び悩み、予算、前年同月ともに未達。
- ・台湾PJ：94% 台中店オープンの効果により店舗事業は好調であったが、通販が苦戦。予算、前年同月ともに未達。

2019年6月度

[国内]

ワコールブランド

- ・「サルート」「ラゼ」の両ブランドや、快適性を高めたブラジャー「G O C O C i」が好調に推移するも、「SUHADA ONE」の売上が伸び悩み、全体としては前年を下回る。
- ・ボトムは、一部商品（「肌リフトSTEP」）が好調に推移するも、全体としては前年を下回る。
- ・夏対応の肌着が好調に推移し、前年を上回る。
- ・ロングセラー商品の「ディアヒップショーツ」が好調に推移するも、他商材が苦戦し、全体としては前年を下回る。

ウイングブランド

- ・ボトムとブラスリップは伸び悩んだが、ノンワイヤーブラジャー「シンクロブラ」に加え他商材も好調に推移し、全体で前年を上回る。

小売事業

<AMPHI> (既存店 103%、新店込 103%)

- ・ノンワイヤーブラ「ブラジェニック」の新製品発売も寄与し、6月累計のプロパー商品の売上高は前比107%と好調に推移。一方、6月末からはじまったクリアランスセールは客数・売上ともに伸び悩む。

<ファクトリーストア> (既存店 107%、新店込 104%)

- ・ブラジャー、ショーツに加え、スポーツ商品の売上が好調に推移。主要アウトレットモールのセール開催時期の変更も客数増加に寄与し、前年を上回る。

<出退店情報> 出店：アンフィ 沖縄パルコシティ

[ワコール（海外）主要法人] ※前年比は現地通貨ベース

ワコールインターナショナル（アメリカ）

・チャンネル別

	6月 単月	累計	構成比
店舗 (Wacoal+B.tempt'd)	93%	88%	57%
店舗 (直営,アウトレット)	79%	77%	1%
百貨店EC	103%	98%	13%
専業EC	165%	98%	13%
自社EC	122%	117%	11%
輸出 (カナダ除)	93%	101%	4%
CW-X	226%	190%	1%

ワコールヨーロッパ

・チャンネル別

	6月 単月	累計	構成比
百貨店	71%	73%	18%
専門店	93%	95%	52%
直営店	99%	85%	7%
他社ECサイト	123%	119%	23%

・地域別

	6月 単月	累計	構成比
UK	73%	82%	31%
ヨーロッパ	104%	100%	25%
北米	111%	99%	35%
その他	107%	101%	9%

中国ワコール

・チャンネル別

	6月 単月	1-6月累計	構成比
百貨店	104%	100%	58%
他社EC	154%	149%	30%
その他	71%	77%	12%

・ブランド別

	6月 単月	1-6月累計	構成比
ワコール	119%	108%	84%
ザルート	91%	86%	6%
アンフィ	-	-	1%
ラ・ロッセパベル	79%	69%	1%
PJ	64%	77%	8%

[ピーチ・ジョン]

・国内PJ

	6月 単月	4.-6月累計	構成比	コメント
通販	83%	87%	40%	「ナイスバディブラ」の売上は好調であったが、他商材及びセール商品の売上が伸び悩み、予算、前年同月ともに未達。
店舗	98%	97%	49%	通販と同じく、「ナイスバディブラ」の売上が全体を牽引するも、セール商品が苦戦し、予算、前年同月ともに未達。
他社EC・他	76%	85%	11%	自社ECサイトの売上は好調であったが、他社ECサイトの売上が伸び悩み、予算、前年同月ともに未達。

・海外PJ [参考]

- ・上海PJ：59% 昨年までのヒット商品の売上が伸び悩み、予算、前年同月ともに未達。
- ・PJ香港：56% 定番商品の売上の減少し、予算、前年同月ともに未達。
- ・台湾PJ：89% 台中店オープンも影響し店舗売上は好調であった一方、通販が苦戦。予算、前年同月ともに未達。

2019年5月度

〔国内〕

ワコールブランド

- ・「ラゼ」ブランドやブラジャー「G O C O C i」が好調に推移するも、「SUHADA ONE」の苦戦し、全体としては前年を下回る。
- ・「肌リフトSTEP」が好調に推移するも、他商材が苦戦し、全体としては前年を下回る。
- ・肌着は、不安定な気候の影響により春夏物が伸び悩み、前年を下回る。
- ・ロングセラー商品の「ディアヒップショーツ」が好調に推移するも、全体では前年を下回る。

ウイングブランド

- ・ノンワイヤーブラジャー「シンクログラ」ならびに定番商品が前年同月を大きく上回り、全体で前年を上回る。
- ・ニットはシーズン商材が売上を牽引、ショーツは定番商品が好調に推移し、前年同月を上回った。

小売事業

<AMPHI> (既存店 104%、新店込 103%)

- ・大型連休期間は好調に推移し、前年を大きく上回ったが、連休後は客数が伸び悩み、5月累計の売上高は前比104%にとどまる。
- ・下旬以降は、人気ワイヤーブラ「グラマリッチ」の発売も寄与し、客数・売上ともに回復傾向。

<ファクトリーストア> (既存店 110%、新店込 108%)

- ・大型連休期間のアウトレット施設への国内顧客の来場の増加により、前年同月を大きく上回る。(免税売上：96%、国内売上：109%)

〔ワコール（海外）主要法人〕※前年比は現地通貨ベース

ワコールインターナショナル（アメリカ）

・チャンネル別

	5月 単月	累計	構成比
店舗 (Wacoal+B.tempt'd)	92%	86%	64%
店舗 (直営,アウトレット)	76%	76%	1%
百貨店EC	99%	95%	9%
専業EC	71%	77%	9%
自社EC	110%	115%	11%
輸出 (カナダ除)	183%	105%	5%
CW-X	520%	180%	1%

ワコールヨーロッパ

・チャンネル別

	5月 単月	累計	構成比
百貨店	80%	74%	22%
専門店	86%	95%	48%
直営店	73%	79%	6%
他社ECサイト	112%	117%	24%

・地域別

	5月 単月	累計	構成比
UK	93%	87%	42%
ヨーロッパ	90%	98%	20%
北米	84%	94%	30%
その他	83%	97%	8%

中国ワコール

・チャンネル別

	5月 単月	1-5月累計	構成比
百貨店	91%	100%	76%
他社EC	128%	147%	11%
その他	73%	78%	13%

・ブランド別

	5月 単月	1-5月累計	構成比
ワコール	96%	106%	81%
ザルト	78%	86%	9%
アンフィ	-	-	0%
ラ・ロッサベル	97%	67%	2%
PJ	69%	83%	8%

[ピーチ・ジョン]

・国内PJ

	5月 単月	4-5月累計	構成比	コメント
通販	87%	89%	40%	・「ナイスバディブラ」の売上は好調であったが、ルームウェア及びセール商品の売上が伸び悩み、予算、前年同月ともに未達。
店舗	97%	97%	49%	・通販と同じく、プロパー売上は「ナイスバディブラ」が牽引して前年越え。一方、セール商品が苦戦し、予算、前年同月ともに未達。
他社EC・他	94%	89%	11%	・一部取引先との取引終了に伴う売上減少に加えて、他社ECサイトも苦戦。予算、前年同月ともに未達。

・海外PJ [参考]

- ・上海PJ：59% ・「ナイスバディブラ」の在庫切れに加え、昨年までのヒット商品の売上が伸び悩み、予算、前年同月ともに未達。
- ・PJ香港：75% 定番商品の売上が伸び悩み、予算、前年同月ともに未達。
- ・台湾PJ：108% 台中店オープンの影響により、通販が苦戦。結果、前年同月の売上は超えるも、予算未達。

2019年4月度

[国内]

ワコールブランド

- ・快適性を高めたブラジャー「GOGOC i」が、都心百貨店でインバウンド需要により好調に推移するも、全体としては前年を下回る。
- ・ボトムは、一部商品（「肌リフトSTEP」）が好調に推移するも、全体としては前年を下回る。
- ・肌着は、不安定な気候の影響により春夏物が伸び悩み、前年を下回る。
- ・ショーツは、ロングセラー商品「ディアヒップショーツ」が好調に推移するも、全体は前年を下回る。

ウイングブランド

ボトムとニットが伸び悩んだが、ノンワイヤーブラジャー「シンクロブラ」が前年同月を大きく上回り、全体で前年を上回る

小売事業

<AMPHI> (既存店 117%、新店込 115%)

- ・「ブラジェニック」（ノンワイヤーブラ）、および「グラマリッチ」（ワイヤーブラ）がともに好調に推移し、客数および客単価の上昇に貢献。
- ・拠点店舗25店の売上は、前年同月の数値を20%上回って推移、全体売上が牽引した。

<ファクトリーストア> (既存店 105%、新店込 103%)

- ・気候の影響を受けて、4月前半の売上は苦戦したものの、下旬以降は気温の上昇ともに売上回復。
- ・連休期間のアウトレット施設への国内顧客の来場が増加により、前年同月を上回る。（免税売上：93% 国内売上107%）

[ワコール（海外）主要法人] ※前年比は現地通貨ベース

ワコールインターナショナル（アメリカ）

・チャンネル別

	4月 単月	累計	構成比
店舗 (Wacoal+B.tempt'd)	80%	-	60%
店舗 (直営,アウトレット)	75%	-	1%
百貨店EC	92%	-	11%
専業EC	83%	-	11%
自社EC	119%	-	14%
輸出 (カナダ除)	62%	-	3%
CW-X	120%	-	1%

ワコールヨーロッパ

・チャンネル別

	4月 単月	累計	構成比
百貨店	69%	-	20%
専門店	105%	-	53%
直営店	88%	-	6%
他社ECサイト	124%	-	21%

・地域別

	4月 単月	累計	構成比
UK	80%	-	34%
ヨーロッパ	106%	-	27%
北米	106%	-	30%
その他	117%	-	9%

中国ワコール

・チャンネル別

	4月 単月	1-4月累計	構成比
百貨店	99%	102%	69%
他社EC	282%	150%	21%
その他	63%	80%	10%

・ブランド別

	4月 単月	1-4月累計	構成比
ワコール	118%	109%	79%
ザルト	84%	88%	10%
アンフィ	0%	0%	0%
ラ・ロッサベル	64%	59%	0%
PJ	48%	88%	11%

[ピーチ・ジョン]

・国内PJ

	4月 単月	累計	構成比	コメント
通販	93%	—	35%	・「ナイスバディブラ」の売上好調によってプロバー売上は前年並み。一方、セール売上が減少したことにより、予算、前年同月ともに未達。
店舗	97%	—	54%	・通販と同じく、プロバー売上は「ナイスバディブラ」が牽引して前年越え。しかしながら、全体売上はセール苦戦により前年を下回る。
他社EC・他	83%	—	11%	・一部得意先との取引終了に伴う売上減少に加えて、他社ECサイトも苦戦。予算、前年共に未達。

・海外PJ [参考]

・上海PJ：68% ・店舗、通販共に定番商品の売上が苦戦し、予算、前年同月ともに未達。

・PJ香港：99% ・会員限定のキャンペーン実施により売上は回復傾向も、キャンペーン期間外の売上が苦戦したことで、予算、前年同月ともに未達。

・台湾PJ：126% ・店舗売上は、台中店のオープン効果も寄与し、予算越え。一方、通販売上は広告効果が薄く、苦戦。結果、前年同月の売上は超えるも、予算未達。