

2026年5月25日
株式会社ワコールホールディングス

2026年3月期 決算説明会 質疑応答要旨 (QA形式)

【日時】5月15日(金) 11:00~12:00

【登壇者】

株式会社ワコールホールディングス 代表取締役 社長執行役員	矢島 昌明
株式会社ワコールホールディングス 取締役 執行役員	川西 啓介
株式会社ワコール 代表取締役 社長執行役員	
株式会社ワコールホールディングス 執行役員 グループ管理統括担当	廣岡 勝也
株式会社ワコール 取締役 執行役員 管理担当	

Q1: 2026年3月期の計画に対する着地はどうであったか。特に事業利益が約10億円上振れた要因を教えてください。

A1: 計画に対して売上は未達となった一方、事業利益は上振れて着地した。売上未達の主な要因は海外、特に米国および中国の影響が大きい。国内は概ね計画通りであった。

事業利益が上振れの要因としては、関税影響が当初想定より小さかったことに加え、各社においてコストコントロールを徹底したことが挙げられる。特に業績が厳しかった米国・中国では経費削減を進め、欧州でも広告宣伝費のコントロール強化により利益が改善した。

Q2: グラマライズ社の買収後のPMIおよびシナジーについて教えてください。

A2: グラマライズ社はプラスサイズ(大きなサイズ)に特化したメーカーで、商品はソフトカップ(ノンワイヤー)が中心。米国ワコールの既存商品とは価格帯や仕様が異なるため、すみ分けができています。プラスサイズ市場は顧客ロイヤリティが高く、また実店舗での展開が難しいサイズも多いためEC中心で展開している。そのため価格競争に陥りにくく、安定した利益率を確保できると考えています。

PMIについては人材面を含め統合を進めている。またグラマライズ社は自社工場を持たず、現在外注している生産を、当社のドミニカ工場への移管も検討している。評価プロセスは概ね完了しており、現地との連携も良好に進展している。

Q3: 2027年3月期の国内事業はどのブランドを強化していく方向か。

A3: インナーウェアは、市場としてもアフォーダブルとハイプレミアムの両極が伸長しており、当社としてもこの価格帯を中心に売上拡大を図る方針。ブランドごとに強弱はあるものの、価格改定も織り込みつつ全体売上の伸長を目指す。また、インナー以外ではCW-Xを中心としたコンディショニングウェアを強化していく。加えて、ドラッグストア等の新規チャネル拡大により販売機会の創出を図る。

Q4: 2027年3月期の事業利益計画が5億円と低水準に感じる。この水準となった背景について教えていただきたい。

A4: インナー市場全体で構造変化が起きており、過去3年間、想定ほど売上を伸長できていない。当社の主力である造形性重視の高単価の商品の需要が弱まり、よりカジュアル志向へのシフトが進んでいる。加えて百貨店を中心とした既存チャネル縮小も影響し、市場環境そのものが厳しくなっている。ブランドや品番の集約など内部の構造改革を実施し、ある程度の効果は出ているが、環境の変化に追いつききれない。このような環境を踏まえ、この先、インナー事業の売上を大きく伸ばすのは厳しいと捉えており、抜本的に考え方を变える必要がある。

まずは、利益面で課題のある中国について赤字店舗の撤退など改革を進めているが、店舗閉鎖に伴う費用等でコストが発生している。また、米国ではCW-Xの販売強化を実施しているが、27/3期は先行投資の段階で、利益への貢献は28/3期以降になる。こうした要因を踏まえ、5億円の計画としている。

Q5: 2026年3月期の粗利率は改善しているが、粗利額が計画に対しては未達であった要因は何か。

A5: 計画に対して粗利額が下振れた要因は、一部決算調整の見立てにおける原価と販管費の入り繰りがあったため。それを除いた実質的な要因としては、減収に加え、2025年11月以降に想定以上に円安進行が加速し粗利を押し下げた。

Q6: ドミニカから米国へのブラジャーの関税が0%になった影響について教えていただきたい。

A6: 関税については、2026年3月期は当初想定から米国で約2億円程度利益に対してプラスにはたらく、8億程度の影響で着地した。2027年3月期については約5億程度まで縮小する見込み。2026年3月期と比べて3億程度負担減になるとみている。

Q7: 2026年3月期の(株)ワコール単体の事業利益14億に対して、国内セグメントの事業利益がマイナス13億の事業赤字と大きな差があるが、その要因について教えていただきたい。

A7: 要因は2つある。1つは国内セグメントに(株)ワコールのほか業績が低迷している子会社が含まれていること。もう一つは、会計基準の違い。退職給付関連の数理差異の会計処理は日本基準とIFRSで異なり、(株)ワコール単体上は事業利益に対してプラス方向にはたらくが連結上はそれが取り消される。その結果、(株)ワコール単体と国内セグメントの事業利益で大きな差異が出た。

Q8: 国内セグメントで業績が低迷している連結子会社は具体的にどの会社か教えていただきたい。

A8: ウンナナクール、ランジェノエル等のブランド子会社に加え、ワコール流通やワコールマニファクチャリングジャパンといった機能子会社も影響している。

Q9: 米国ワコールについて、2027年3月期は利益改善をあまり見込まず、横ばいとの理解でよい

か。また中国は売上伸長の一方で利益が大きく減少する計画になっている。閉店影響だと売上が減少し利益が改善するようになるが、詳しく教えていただきたい。

A9: 米国ワコールは投資および構造改革を優先するフェーズ。グラマライズ社による利益貢献を見込む一方、CW-X やブランド強化への投資も実施する。また低下しているブランド認知を回復するための投資も行う。

中国の売上伸長は EC 領域での拡大を目指している。閉店店舗は売上が少ない店舗のため、売上に対するマイナス影響は大きくないが、一方で店舗閉鎖に伴う費用等のコストが発生するため利益は減少を見込む。

以上