2020年3月期 第2四半期
決算説明会資料
【米国会計基準】

2019年11月
株式会社ワコールホールディングス

買収により子会社となった米国の「インティメイツ・オンライン社」は、当第2四半期より連結対象としており、
業績については、「ワコール事業（海外）」セグメントの“ワコールインターナショナル（米国）”に含めて、開示しています。
（本資料においては、「インティメイツ・オンライン社」を、「IO社」として表現しています）

2020年3月期
上期実績（4月-9月）
および通期見通し

宮城　晃

株式会社ワコールホールディングス
常務取締役　経営企画部長

20/3期　第2四半期（7月-9月）　エグゼクティブサマリー

- 売上高は、ワコールの売上拡大が寄与し、17.0億円の増収も、計画未達
- 営業利益は、計画通りに着地
- 7月~9月期間の有価証券・投資評価損益については、評価益（＋19.8億円）を計上
- 買収したIO社の売上3.5億円（営業損失▲2.0億円）を取り込み（※連結対象期間8月・9月）

売上高　541.4億円（前年同期比＋3.2%、前年同期差＋17.0億円）（計画比▲5.0%、計画差▲28.6億円）

- ワコールは、消費税増税前の駆け込み需要も寄与し、増収
- 米国の既存事業、タイの材料会社が苦戦。中国は、ピーチ・ジョン事業の不振により、計画未達

営業利益　58.5億円（前年同期比＋27.3%、前年同期差＋12.5億円）（計画比▲0.8%、計画差▲0.5億円）

- 増収効果により、増益
- IO社の営業損失の取り込みに加え、買収に係る一時的な経費を計上

税引前四半期純利益　78.1億円（前年同期比＋5.6%、前年同期差＋4.2億円）（計画比＋39.4%、計画差＋22.1億円）

※計画には、有価証券・投資評価損益による影響を未反映

- 1Q期間の評価損（▲29.4億円）に対し、2Q期間は評価益（＋19.8億円）を計上（上期累計：評価損▲9.6億円　）
（前期1Q期間：評価益＋31.6億円　2Q期間：評価益＋25.0億円　上期累計：評価益＋56.6億円）

20/3期　事業セグメント　四半期別　売上高・営業利益推移（前年同期比較）

➢ 売上高については、第1四半期の傾向から、改善

		第1四半期	第2四半期	上期
売上高	ワコール事業（国内）	▲ 0.3%	+6.0%	+3.0%
	ワコール事業（海外）	▲ 7.7%	▲ 3.1%	▲ 5.4%
	ピーチ・ジョン事業	▲ 4.4%	+4.2%	▲ 0.1%
	その他	▲ 16.4%	+3.7%	▲ 6.4%
	合計	▲ 4.2%	+3.2%	▲ 0.4%

		第1四半期	第2四半期	上期
営業利益	ワコール事業（国内）	▲ 5.7%	+48.4%	+26.7%
	ワコール事業（海外）	▲ 20.6%	▲ 22.4%	▲ 21.3%
	ピーチ・ジョン事業	－	+8.7%	▲ 47.3%
	その他	－	+3,525%	+1,157%
	合計	▲ 17.1%	+27.3%	+5.6%

※営業損失を計上した子会社の増減率は記載していません

20/3期　主要子会社　四半期別　売上高推移（前年同期比較）

- **ワコールの小売・WEB事業は成長を維持。Aiは7月の天候不順が影響**
- **ヨーロッパは、新規取引の開始などが貢献し、第2四半期に復調**

		第1四半期	第2四半期	上期
売上高	ワコール	+1.2%	+9.1%	+5.3%
	（卸売事業）	▲ 2.2%	+8.2%	+3.2%
	（小売・WEB事業）	+8.7%	+9.1%	+8.9%
	Ai	▲ 10.4%	▲ 18.5%	▲ 16.1%
	ピーチ・ジョン	▲ 4.4%	+4.2%	▲ 0.1%
	ルシアン	▲ 11.1%	▲ 4.2%	▲ 7.4%
	七彩	▲ 23.5%	+9.8%	▲ 7.5%
	ワコールインターナショナル（米国）★	▲ 6.8%	+3.7%	▲ 1.7%
	ワコールヨーロッパ★	▲ 6.8%	+11.0%	+1.6%
	中国ワコール★	+3.2%	+2.1%	+2.7%

★　現地通貨ベースの前年同期比

20/3期　主要子会社　四半期別　営業利益推移（前年同期比較）

- **ワコールは、増収効果によって第2四半期で増益**
- **米国は、IO社の営業損失・買収費用の計上などにより、大幅減益**

		第1四半期	第2四半期	上期
営業利益	ワコール	▲ 22.5%	+60.7%	+25.1%
	（卸売事業）	+1.5%	+26.3%	+15.2%
	（小売・WEB事業）	+14.6%	+68.9%	+37.2%
	Ai	–	▲ 30.1%	–
	ピーチ・ジョン	–	+8.7%	▲ 47.3%
	ルシアン	–	–	–
	七彩	▲ 90.8%	+86.3%	▲ 8.3%
	ワコールインターナショナル（米国）	▲ 26.4%	▲ 59.8%	▲ 38.7%
	ワコールヨーロッパ★	▲ 21.0%	+6.0%	▲ 9.2%
	中国ワコール★	▲ 12.9%	▲ 4.1%	▲ 9.3%

★　現地通貨ベースの前年同期比

※営業損失を計上した子会社の増減率は記載していません

20/3期　上期 エグゼクティブサマリー

- 売上高は、前年同期並みで終了。計画数値には未達（計画差▲35.5億円）
- 営業利益は、ワコールの増収が寄与し、計画を超過（計画比＋5.5%）
- 持分証券の評価額の期初からの変動額は、▲9.6億円（有価証券・投資評価損として計上）

売上高　1014.5億円（前年同期比▲0.4%、前年同期差▲3.7億円）（計画比▲3.4%、計画差▲35.5億円）

- ワコールは、上期通じて、小売・WEB事業が堅調に推移。駆け込み需要の効果も寄与し、卸売事業も増収。
- 米国は、百貨店チャネルが苦戦。欧州は第2四半期に持ち直す
- 国内子会社は、引き続き、苦戦

営業利益　95.0億円（前年同期比+5.6%、前年同期差+5.0億円）（計画比＋5.5%、計画差＋5.0億円）

- ワコールは、オムニチャネル構築に係るIT経費が増加するも、増収効果に加え、販管費の抑制も寄与し、増益
- 米国は、既存事業の減収に加え、IO社買収影響により大幅に減益

税引前四半期純利益　93.3億円（前年同期比▲42.8%、前年同期差▲69.9億円）（計画比▲1.8%、計画差▲1.7億円）

※計画には、有価証券・投資評価損益による影響を未反映

- 有価証券・投資評価損▲9.6億円を計上（前年同期は評価益＋56.6億円　前年同期比増減額▲66.2億円）

20/3期　上期　連結実績

（単位：百万円）

	19/3期　上期 実績	売上比	20/3期　上期 実績	売上比	20/3期　上期 計画	売上比	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率	計画比 増減額	計画比 増減率
連結売上高	101,815		101,450		105,000		▲ 365	▲ 0.4%	▲ 3,550	▲ 3.4%
売上原価	46,330	45.5	44,992	44.3	47,429	45.2	▲ 1,338	▲ 2.9%	▲ 2,437	▲ 5.1%
売上利益	55,485	54.5	56,458	55.7	57,571	54.8	973	+1.8%	▲ 1,113	▲ 1.9%
販管費	46,491	45.7	46,963	46.3	48,571	46.3	472	+1.0%	▲ 1,608	▲ 3.3%
営業利益	8,994	8.8	9,495	9.4	9,000	8.6	501	+5.6%	495	+5.5%
その他の収益･費用	1,657	–	789	–	500	–	▲ 868	▲ 52.4%	289	+57.8%
A：有価証券･投資評価損益（純額）	5,660	–	△ 958	–	0	–	▲ 6,618	–	▲ 958	–
税引前四半期純利益	16,311	16.0	9,326	9.2	9,500	9.0	▲ 6,985	▲ 42.8%	▲ 174	▲ 1.8%
当社株主に帰属する四半期純利益	11,391	11.2	6,668	6.6	7,000	6.7	▲ 4,723	▲ 41.5%	▲ 332	▲ 4.7%
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	10,651	10.5	10,284	10.1	9,500	9.0	▲ 367	▲ 3.4%	784	+8.3%

20/3期　上期 オペレーションセグメントごとの実績

（単位：百万円）

	19/3期　上期		20/3期　上期		20/3期　上期		前年同期比		計画比	
	実績	構成比	実績	構成比	計画	構成比	増減額	増減率	増減額	増減率
連結売上高	101,815	100	**101,450**	100	105,000	100	▲ 365	▲ 0.4%	▲ 3,550	▲ 3.4%
ワコール事業（国内）	58,585	57.5	**60,360**	59.5	61,600	58.7	1,775	+3.0%	▲ 1,240	▲ 2.0%
ワコール事業（海外）	28,821	28.3	**27,253**	26.9	29,200	27.8	▲ 1,568	▲ 5.4%	▲ 1,947	▲ 6.7%
ピーチ・ジョン事業	5,470	5.4	**5,466**	5.4	6,100	5.8	▲ 4	▲ 0.1%	▲ 634	▲ 10.4%
その他事業	8,939	8.8	**8,371**	8.3	8,100	7.7	▲ 568	▲ 6.4%	271	+3.3%

	19/3期　上期		20/3期　上期		20/3期　上期		前年同期比		計画比	
	実績	売上比	実績	売上比	計画	売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
営業利益	8,994	8.8	**9,495**	9.4	9,000	8.6	501	+5.6%	495	+5.5%
ワコール事業（国内）	4,964	8.5	**6,288**	10.4	5,600	9.1	1,324	+26.7%	688	+12.3%
ワコール事業（海外）	3,841	13.3	**3,023**	11.1	3,200	11.0	▲ 818	▲ 21.3%	▲ 177	▲ 5.5%
ピーチ・ジョン事業	182	3.3	**96**	1.8	200	3.3	▲ 86	▲ 47.3%	▲ 104	▲ 52.0%
その他事業	7	0.1	**88**	1.1	0	0.0	81	—	88	—

20/3期　上期 主要子会社の実績

（単位：百万円）

	売上高							営業利益						
	19/3期 上期 実績	20/3期 上期 実績	20/3期 上期 計画	前年同期比		計画比		19/3期 上期 実績	20/3期 上期 実績	20/3期 上期 計画	前年同期比		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	52,580	55,366	55,842	2,786	+5.3%	▲ 476	▲ 0.9%	3,989	4,991	4,200	1,002	+25.1%	791	+18.8%
Ａｉ	3,098	2,598	3,084	▲ 500	▲ 16.1%	▲ 486	▲ 15.8%	△ 58	19	216	77	－	▲ 197	▲ 91.2%
ピーチ･ジョン	5,470	5,466	6,100	▲ 4	▲ 0.1%	▲ 634	▲ 10.4%	182	96	200	▲ 86	▲ 47.3%	▲ 104	▲ 52.0%
ルシアン	3,223	2,985	3,093	▲ 238	▲ 7.4%	▲ 108	▲ 3.5%	△ 199	△ 128	△ 147	71	－	19	－
七彩	4,967	4,594	4,150	▲ 373	▲ 7.5%	444	+10.7%	204	187	60	▲ 17	▲ 8.3%	127	+211.7%
ワコールインターナショナル（米国）	10,565	10,228	10,469	▲ 337	▲ 3.2%	▲ 241	▲ 2.3%	1,896	1,147	1,597	▲ 749	▲ 39.5%	▲ 450	▲ 28.2%
ワコールヨーロッパ	7,398	6,993	7,407	▲ 405	▲ 5.5%	▲ 414	▲ 5.6%	789	668	664	▲ 121	▲ 15.3%	4	+0.6%
中国ワコール	6,250	6,084	6,437	▲ 166	▲ 2.7%	▲ 353	▲ 5.5%	874	752	573	▲ 122	▲ 14.0%	179	+31.2%
【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）	95,817	94,151	95,175	▲ 1,666	▲ 1.7%	▲ 1,024	▲ 1.1%	17,204	10,550	14,510	▲ 6,654	▲ 38.7%	▲ 3,960	▲ 27.3%
ワコールヨーロッパ	50,354	51,144	51,080	790	+1.6%	64	+0.1%	5,367	4,873	4,572	▲ 494	▲ 9.2%	301	+6.6%
中国ワコール	365,739	375,527	390,100	9,788	+2.7%	▲ 14,573	▲ 3.7%	51,107	46,355	34,753	▲ 4,752	▲ 9.3%	11,602	+33.4%

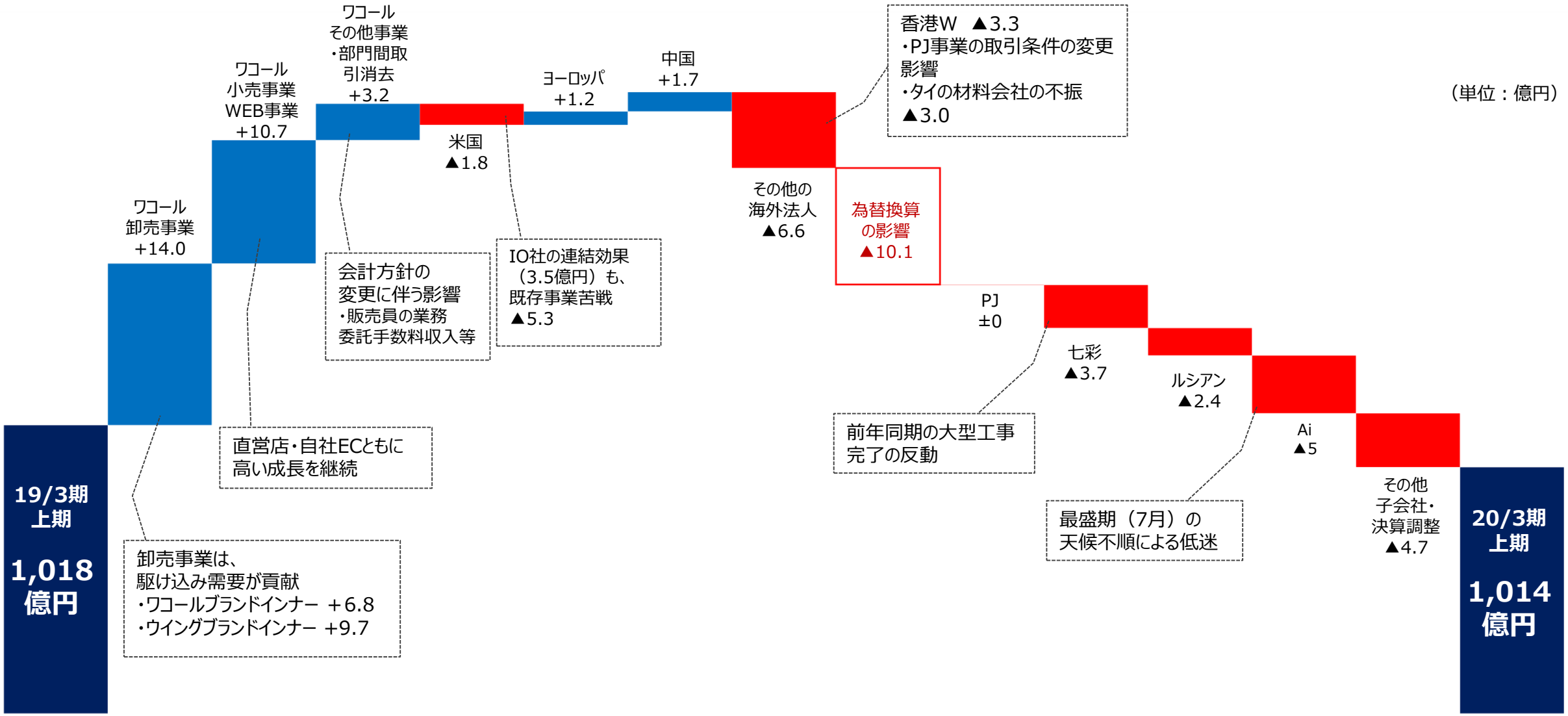
（※）2020年3月期より、中国ワコールの営業利益について集計方法を変更しております。2019年3月期の実数値は、これによる遡及修正を反映しています。

【為替レート】

1＄	1￡	1元
108.63円	136.73円	16.20円

20/3期　上期　売上高増減

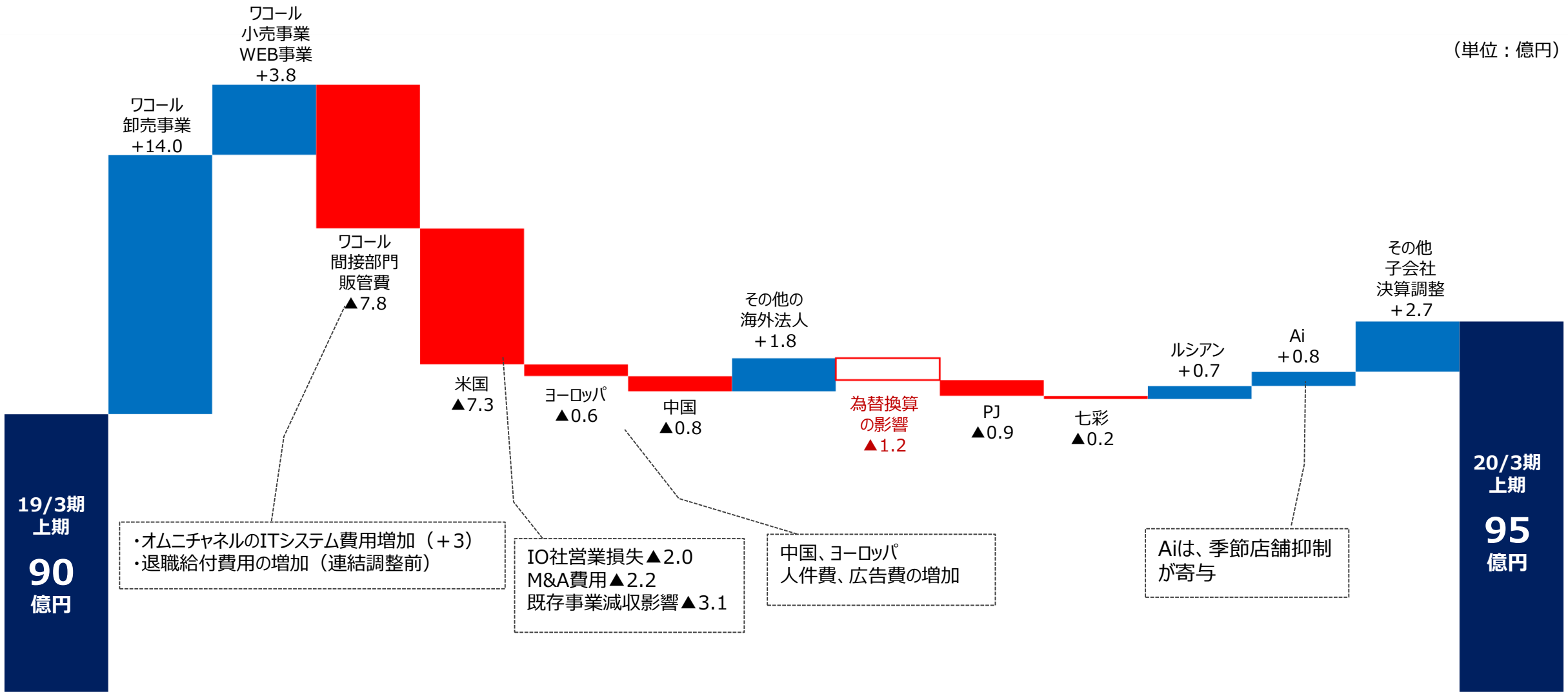
➢ 売上高：3.6億円の減収（為替換算による影響▲10.1億円）



20/3期　上期　営業利益増減

➢ 営業利益：5.0億円の増益（為替換算による影響▲1.2億円）

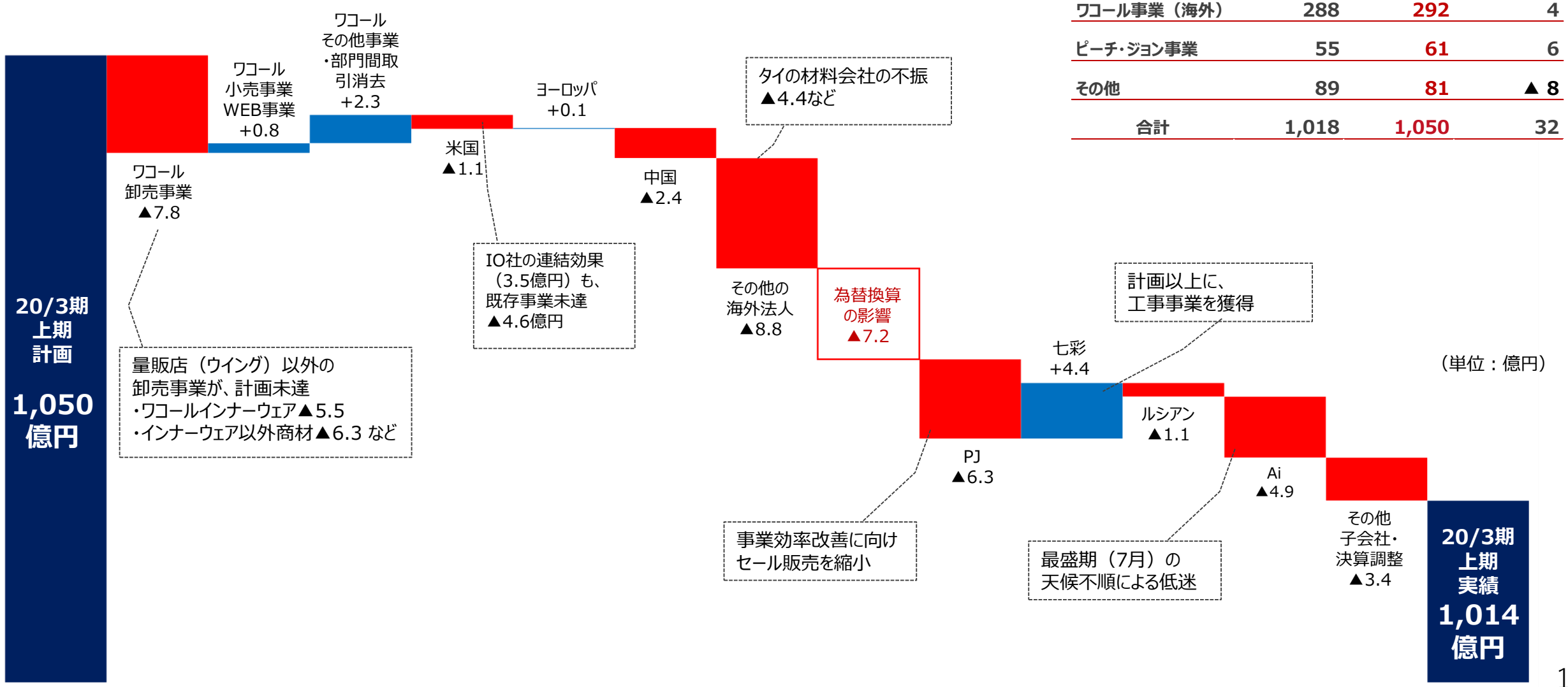
（単位：億円）



20/3期　上期　計画に対する売上高達成状況

➢ 売上高：36億円の未達（為替換算による影響▲7.2億円）

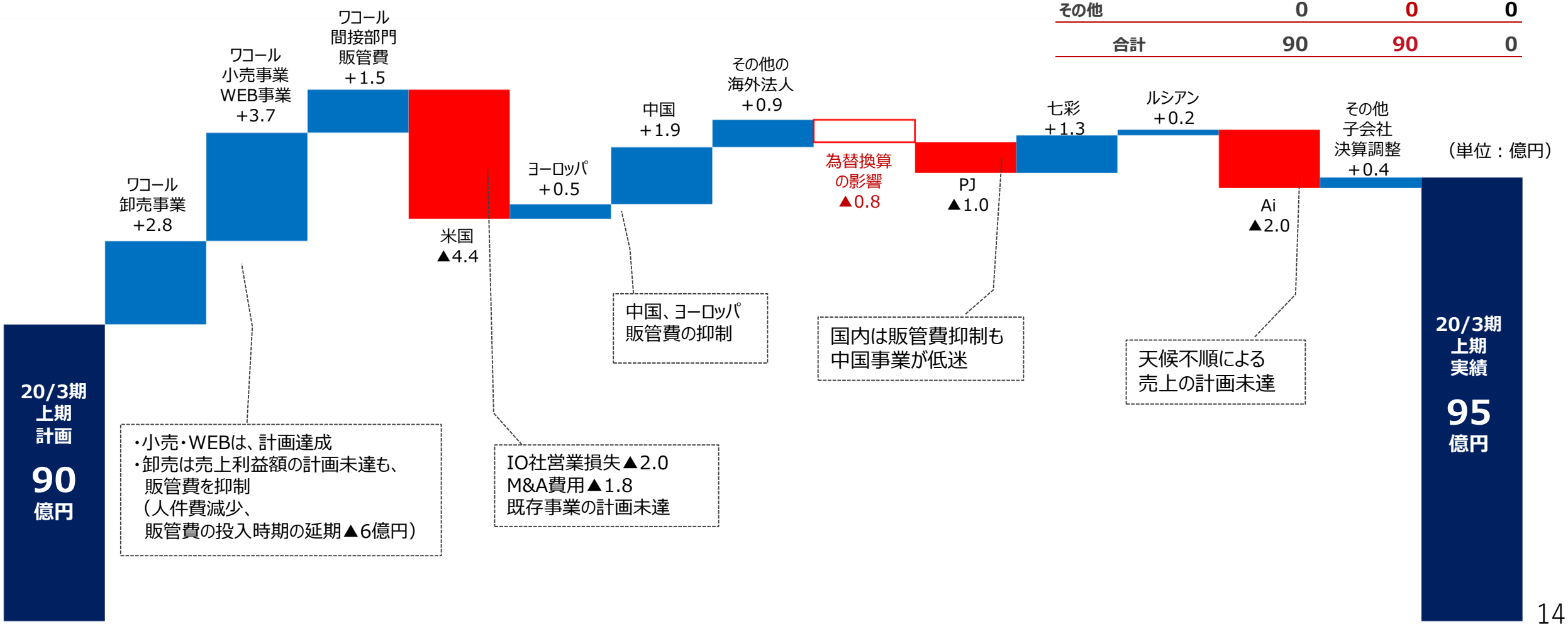
	19/3期上期 実績	20/3期上期 計画	増減差
ワコール事業（国内）	586	616	30
ワコール事業（海外）	288	292	4
ピーチ・ジョン事業	55	61	6
その他	89	81	▲ 8
合計	1,018	1,050	32



20/3期　上期　計画に対する営業達成状況

➢ 営業利益：5.0億円の計画超過（為替換算による▲0.8億円）

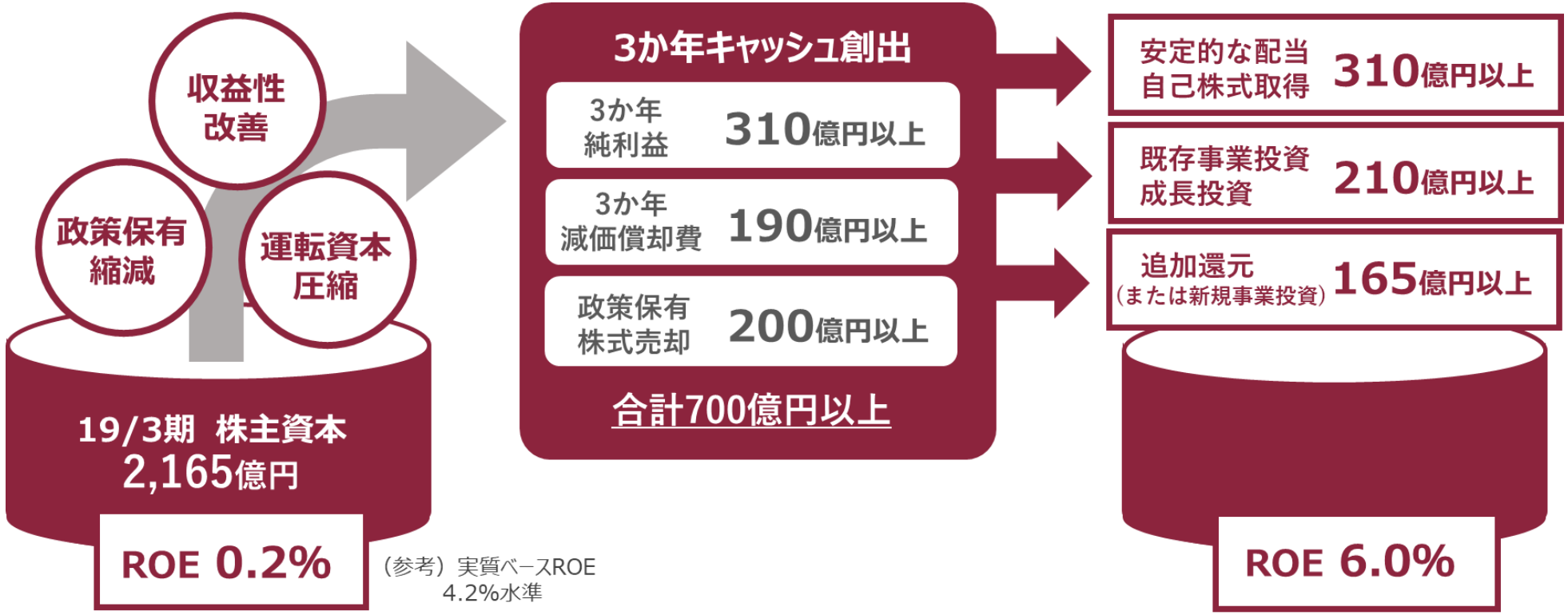
	19/3期上期 実績	20/3期上期 計画	増減差
ワコール事業（国内）	50	56	6
ワコール事業（海外）	38	32	▲ 6
ピーチ・ジョン事業	2	2	0
その他	0	0	0
合計	90	90	0



資本政策の基本的な方針

● 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）



➢ 政策保有株式の売却を、着実に実行

（IO社の取得についてはP43で説明）

		20/3期　上期 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
創出 キャッシュ	四半期純利益★	73	–	310　以上
	減価償却費	28	–	190　以上
	政策保有株式の売却額	33	–	200　以上
	合計	134	–	700　以上
使用 キャッシュ	成長投資、および設備投資額	126	–	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	24	–	
	自己株式の取得額	31	–	
	（取得株式数）	（1,176千株）	–	
	合計	181	–	

★有価証券・投資評価損益を考慮しない四半期純利益を算出しています。

■主要KPI

㈱ワコール 政策保有株式の売却状況 ★★	売却金額	33	–	200
	目標に対する進捗度合い	16%	–	
	完全売却銘柄数	8	–	

20/3期上期の主な投資内容・投資額	
内容	金額
IO社の取得	92
IT関連投資など(ワコール)	17
直営店改装など（ワコール）	3
建物改修など（ワコール）	2
国内子会社関係	2
海外子会社関係	10
合計	126

20/3期　通期の業績予想

➢ 通期の業績予想・配当予想は、期初計画どおり

（単位：百万円）

	20/3期		19/3期		前期比	
	通期見込み	対売上比	通期実績	対売上比	増減額	増減率
連結売上高	200,000		194,201		5,799	+3.0%
営業利益	11,000	5.5%	4,879	2.5%	6,121	+125%
税引前当期純利益	12,000	6.0%	2,203	1.1%	9,797	+445%
当社株主に帰属する当期純利益	9,000	4.5%	341	0.2%	8,659	+2,539%

※有価証券・投資評価損益による業績の変動は織り込んでいません。

※主要な為替レートは、1米ドル=110.00円　1英ポンド＝145.00円　1中国元＝16.50円として、計算しています。

中間配当	40円	普通配当36円 記念配当4円	36円
期末配当（予定）	40円	普通配当36円 記念配当4円	36円

20/3期　下期の営業利益計画

- **IO社の営業損失見込みを反映（下期で▲4~5億円を計画）**
- **既存事業については、当初計画の20億円を見込む**

＜計画未反映のリスク＞

- ◆ 消費税増税による国内消費の想定以上の落ち込み（国内流通チャネルのさらなる縮小）
- ◆ 不透明感が続くEU離脱問題（brexit）影響
- ◆ 子会社の固定資産減損リスク（タイの材料会社）
- ◆ IO社のブランド及び顧客名簿に係る償却費（当期より計上。時期ならびに、当期への影響額は算定中）

（単位：百万円）

	20/3期			20/3期 期初計画		
	上期　実績	下期　見込み	通期　見込み	上期　実績	下期　見込み	通期　見込み
営業利益	9,495	1,505	11,000	9,000	2,000	11,000
増減額	495	▲ 495	0			

2020年3月期
上期の商況（4月-9月）
および下期の取り組み

安原　弘展

株式会社ワコールホールディングス
代表取締役社長

2019年11月1日に、創立70周年を迎えました

100年を超えて社会から存続を期待され続ける企業であるために、不断の前進を続けてまいります

＜社是＞

わが社は相互信頼を基調とした
格調の高い社風を確立し
一丸となって世界のワコールを目指し
不断の前進を続けよう

創業者　塚本幸一

20/3期上期　振り返り

- **3Dボディスキャナー・接客AIを活用した新しい接客システムを、2店舗（表参道、心斎橋）に導入**
- **ECの成長機会の創出と競争力の強化に向けて、Intimates Online, Inc.（ブランド名：LIVELY）を買収**

- 国内は、消費税増税前の駆け込み需要が寄与
- 海外は、ECの成長が続くも、実店舗が減速
- 為替換算による押し下げも影響
- 国内子会社は、収益性改善に向けた取り組みを実行
- 買収経費、およびIO社の営業損失を取り込むも、営業利益は計画超過

20/3期下期　重点施策

- 各国において、ブランド力強化に向けた取り組みを継続
- 進捗に対するモニタリング強化
- 収益性の更なる改善（コスト管理の徹底）

➢ 国内：オムニチャネル戦略の推進を通した、顧客との関係性の再構築
（3Dボディスキャナー・接客AIの導入加速）

➢ 海外：自社EC強化（欧米）、ECモール事業者とのアライアンス強化（中国）

➢ 国内子会社：事業の選択と集中、収益性改善に向けた事業構造の見直し

➢ ESG推進（CSR調達など）

株式会社ワコール
上期の商況と下期の取り組み

伊東　知康

株式会社ワコール
代表取締役　社長執行役員

ワコール　20/3期上期の概況＜チャネル別店頭売上の状況＞

- **自社ECは力強い成長を継続し、直営店も安定した成長を維持**
  - **百貨店：前年同期並み（ワコールブランド　インナーウェアのみ：＋2%）**
  - **量販店：ウイングブランドの商品力の強化が奏功。上期では、12%の増加**

◆販売チャネル別の店頭ベースの売上高・四半期単位の増減率

		第1四半期	第2四半期	上期
卸売	百貨店	▲ 6%	+8%	+0%
	量販店（ワコールブランド）	▲ 4%	+15%	+6%
	量販店（ウイングブランド）	+4%	+19%	+12%
	専門店（実店舗）	+4%	+6%	+5%
	スポーツ量販店	▲ 11%	+11%	+0%
	他社EC	▲ 7%	+5%	▲ 1%
小売	直営店	+6%	+6%	+6%
	自社EC	+18%	+24%	+21%
	自社カタログ	+10%	+6%	+7%

ワコール　20/3期上期の概況＜卸売事業の状況＞

- **主力のインナーウェア事業は、ウイングブランドを中心に堅調に推移**
  - **快適性を高めた「シンクロブラ」、睡眠時専用のブラジャー「ナイトアップブラ」が伸長**
  - **インナーウェア以外の商材は、主力チャネル（百貨店）での苦戦により、低迷**

◆卸売事業本部事業別　売上高　四半期単位の増減率

		第1四半期	第2四半期	上期
インナーウェア事業	ワコール	▲ 4%	+11%	+3%
	ウイング	+11%	+8%	+9%
パーソナルウェア事業	ワコール	▲ 10%	+6%	▲ 3%
	ウイング	▲ 38%	▲ 10%	▲ 25%
ファミリーウェア事業	ワコール	▲ 17%	▲ 6%	▲ 12%
グッドエイジ事業	ワコール	▲ 2%	▲ 8%	▲ 5%
レッグ・カルソン事業	ワコール	▲ 3%	▲ 2%	▲ 2%
メンズインナー事業	ワコール・ウイング	▲ 9%	+2%	▲ 3%
ウエルネス事業	CW-X、ワコール	▲ 8%	+3%	▲ 2%
卸売事業部　合計		▲ 2%	+8%	+3%

ワコール　20/3期上期の概況＜売上高＞

売上高　**553.7億円**（前年同期比＋5.3%、前年同期差＋27.9億円）（計画比▲0.9%、計画差▲4.8億円）

- **卸売事業部は、インナーウェアの売上拡大により、増収**
- **小売・WEB事業は、上期通じて好調を維持したことで、計画数値を達成**

（単位：百万円）

		19/3期　上期 実績	20/3期　上期 実績	20/3期　上期 計画	前年同期比 増減額	計画比 増減額
インナーウェア事業	ワコール	21,516	22,191	22,738	675	▲ 547
	ウイング	10,529	11,496	11,445	967	51
パーソナルウェア事業	ワコール	2,781	2,689	2,844	▲ 92	▲ 155
	ウイング	400	301	165	▲ 99	136
ファミリーウェア事業	ワコール	1,876	1,657	1,685	▲ 220	▲ 28
グッドエイジ・レッグカルソン・メンズインナー事業	ワコール	2,513	2,428	2,768	▲ 85	▲ 340
ウエルネス事業	CW-X、ワコール	2,576	2,523	2,768	▲ 53	▲ 244
その他（消化調整、自社EC売上）		1,127	1,435	1,088	308	347
卸売事業本部　計		**43,320**	**44,721**	**45,500**	1,401	▲ 779
小売事業本部・WEB事業部		**11,989**	**13,057**	**12,980**	1,067	77
その他売上・内部消去・調整など		**▲ 1,896**	**▲ 1,573**	**▲ 2,050**	322	476
ワコール売上高　合計★		**53,413**	**56,204**	**56,430**	2,791	▲ 226

★連結調整前の数値となります（内部売上を含んでいます）

ワコール　20/3期上期の概況＜営業利益＞

営業利益　**49.9億円**（前年同期比＋25.1%、前年同期差＋10億円）（計画比＋18.8%、計画差＋7.9億円）

- 卸売：増収効果。返品率の低下により、売上利益率の改善（+0.9pt）も寄与
- 小売：増収効果。セール販売の縮小などによる売上利益率が改善（+0.7pt）も寄与
- 間接部門販管費：オムニチャネル構築に係るITシステム費用増加、退職給付費用の増加（連結調整前）
  一部広告宣伝費の投入を第3四半期に延期

（単位：百万円）

	19/3期　上期 実績	20/3期　上期 実績	20/3期　上期 計画	前年同期比 増減額	計画比 増減額
卸売事業本部	9,182	10,580	10,300	1,398	280
小売事業本部･WEB事業部	1,018	1,398	1,033	380	365
間接部門　販管費★	▲ 6,211	▲ 6,987	▲ 7,133	▲ 776	146
ワコール　営業利益合計	3,989	4,991	4,200	1,002	791

ワコール　20/3期上期のトピックス

- **３Dボディスキャナー、接客AIによる新サービス「3Dsmart&try」を導入開始（2019年5月東急プラザ表参道原宿、2019年9月大丸心斎橋店）**
- **下期は、計5店舗以上に導入予定**

ワコール3Dsmart＆try 東急プラザ表参道原宿

フロア：4階　　3Dボディスキャナー：3台
坪数：約33坪　　タブレット：8台

「ワコール3Dsmart＆try
東急プラザ表参道原宿」の進捗状況（5/30~10/10）

- ✓ **3Dボディスキャナーによる累計計測者数：約5,400人**
  （月平均　約1,050人）
- ✓ **うち、購入に至ったお客さまの割合：約30%**
- ✓ **うち、初めてワコール商品を購入されたお客さま：約60%**
- ✓ **平均購買単価　2.2万円（コンサルティング後に購入）**
  1.3万円（セルフ購入）
- ✓ **年代別構成比　6割が、20~34歳**

■ 顧客情報の電子化により、店舗で計測後、ワコールECサイトや、他店舗での購入される行動形態や時期についても、把握・分析が可能に

ワコール　オムニチャネルで目指すこと

➢ ボディデータを軸にしたサービス網の拡大、顧客との関係性の再構築（深く、広く、長く）

パーソナルデータを基とした新商品・サービスの創出

●研究開発への活用　●新商品やサービス開発　●他産業との共創を含めた利活用

↑

パーソナライズされた顧客サービスの提供

●固定客比率の拡大　●若年層の獲得　●販売機会の最大化

↑

競争優位性の強化

インナーウェア顧客体験の「未来」をつくる

- パーソナライズアプリ
- 3D ボディスキャナー
- 接客AI

事業生産性の向上

リアル店舗のオペレーションを革新

- 顧客カルテの電子化
- 接客タブレット

↑

全社一元のデータベース（オムニチャネル基盤）

顧客情報　商品情報　在庫情報

ワコール　20/3期下期の重点施策

“MEET YOUR JUST.” マーケティング強化による企業ブランド力向上

- **卸売：3Dボディスキャナー・接客AIの導入を通じた売場改革**
- **小売：新規＆既存顧客の需要を喚起する商品・プロモーション**
- **収益性の更なる改善**

- **ボディケアの視点を取り入れた新商品による顧客接点拡大(ワコールブランド)**
- **新規取引先の開拓(ウイングブランド)**
- **顧客データを基にした購買行動分析の実行とアプローチ強化(小売・WEB)**
- **収益性改善に向けた、「選択と集中」の実行(インナーウェア以外)**
- **要員管理マネジメントの導入**

（参考）ワコール　9月・10月度の店頭販売状況（増減率・速報ベース）

◆販売チャネル別の店頭ベースの売上高（速報値）

		9月	10月
卸売	百貨店	+26%	▲ 24%
	量販店	+55%	▲ 26%
	専門店	+24%	▲ 13%
小売	直営店	+17%	▲ 3%
	自社EC	+34%	+16%

※速報値であり、WEB上で公開している、月次情報の集計方法とは異なります。

※10月の月次情報は、11月20日ころに、WEB上に公開いたします。

国内子会社
上期の商況と下期の取り組み

ピーチ・ジョン　20/3期上期の概況　＜国内子会社＞

売上高　**54.7億円（前年同期比▲0.1%、前年同期差▲4百万円）（計画比▲10.4%、計画差▲6.3億円）**

- **国内：第2四半期に復調。増税前の来客数増加が寄与し、店舗事業増収。収益改善に向けてセール販売縮小**
- **海外：香港は、定番商品の不振が影響し、低迷。台湾は、台中への新規出店が寄与。**

営業利益　**1.0億円（前年同期比▲47.3%、前年同期差▲0.9億円）（計画比▲52.0%、計画差▲1.0億円）**

- **国内：セール縮小による売上利益率の改善、販管費の削減などにより増益。**
- **海外：中国事業は、営業損失**

◆PJ国内の直営店・ECの売上高　四半期単位の増減率

		第1四半期	第2四半期	上期	構成比★
国内	通販事業	▲ 13%	▲ 3%	▲ 8%	43%
	店舗事業	▲ 3%	+10%	+4%	57%

★構成比は、上期の値であり、他社EC・輸出への売上を除いて算出いています。

◆PJ海外の直営店・ECの売上高　四半期単位の増減率

		第1四半期	第2四半期	上期
海外★★	香港	▲ 24%	▲ 31%	▲ 27%
	台湾（店舗＋EC）	+5%	+2%	+3%
	上海・北京他（直営店）	▲ 19%	▲ 24%	▲ 22%
	上海・北京他（他社EC）	+9%	▲ 48%	▲ 29%
	上海・北京他 合計	▲ 2%	▲ 41%	▲ 26%

★★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~6月の数値）

Ai（アイ）　20/3期上期の概況　＜国内子会社＞

売上高　**26.0億円（前年同期比▲16.1%、前年同期差▲5.0億円）（計画比▲15.8%、計画差▲4.9億円）**

- **最需要期の7月の天候不順により、水着需要が低迷**
- **新規提案のリゾートウェアグループは売上を拡大。下着事業も前年同期並みで終了**

営業利益　**0.2億円（前年同期：損失▲0.6億円　前年同期差＋0.8億円）（計画比▲91.2%、計画差▲2.0億円）**

- **減収影響**
- **出店戦略の見直しによる販管費削減により、営業黒字に転換**

◆Ai（アイ）　売上高　四半期単位の増減率

	第1四半期	第2四半期	上期	構成比★
リゾートウェア事業（旧水着事業）	▲ 12%	▲ 21%	▲ 19%	82%
下着事業	+0%	+0%	+0%	18%

★構成比は、上期の値です

ルシアン　20/3期上期の概況　＜国内子会社＞

売上高　**29.9億円（前年同期比▲7.4%、前年同期差▲2.4億円）（計画比▲3.5%、計画差▲1.1億円）**

- **収益重視の観点から、服飾生地やレースを取り扱う素材事業を縮小**
- **量販店PBは、受注が増加**

営業損失　**▲1.3億円（前年同期：損失▲2.0億円　前年同期差＋0.7億円）（計画：損失▲1.5億円　計画差＋0.2億円）**

- **減収影響**
- **販管費の削減により、前年同期から営業損失幅は縮小**

◆ルシアン　売上高　四半期単位の増減率

	第1四半期	第2四半期	上期	構成比★
製造事業（旧インナーウェア・アパレル）	+3%	+3%	+3%	75%
素材事業（旧マテリアル・アートホビー）	▲ 9%	▲ 3%	▲ 6%	23%
EC企画販売（自社EC・他社EC）	+20%	+24%	+22%	2%

★構成比は、上期の値です

七彩　20/3期上期の概況　＜国内子会社＞

売上高　**45.9億円（前年同期比▲7.5%、前年同期差▲3.7億円）（計画比＋10.7%、計画差＋4.4億円）**

- **前年同期の大手百貨店の本店改装工事完了の反動影響**
- **旺盛な工事需要を背景に、新規案件を獲得。計画超過。**

営業利益　**1.9億円（前年同期比▲8.3%、前年同期差▲0.2億円）（計画比+212%、計画差＋1.3億円）**

- **減収影響**
- **工事事業の新規受注が寄与し、営業利益は計画超過**

◆七彩　売上高　四半期単位の増減率

	第1四半期	第2四半期	上期	構成比★
レンタル事業	▲ 13%	▲ 8%	▲ 10%	20%
物販事業	▲ 21%	▲ 21%	▲ 21%	16%
工事事業	▲ 27%	+33%	+1%	64%

★構成比は、上期の値です

国内子会社　事業構造改革の進捗・下期の取り組み

ピーチ・ジョン

収益改善に向けて、カタログの発行中止、不採算店舗8店舗の閉店を決定

- 2019年4月より、新しいマネジメント体制へ移行
- 新しい顧客層である20代半ばのターゲットに向けて新ラインを展開開始（20年1月~）
- キャンペーンブラジャー「スマートブラ」の継続拡販

Ai（アイ）

夏期偏重型のビジネスからの脱却を目指し、リゾートウェア事業へ転換

- 出店戦略の見直しによる、販管費削減
- 自社開発商品の構成比率の向上（当期の見込み　61%）
- 中国のECチャネルでの販売

ルシアン

収益重視の観点から、服飾生地やレース等の素材事業を縮小

- ワコールと協働して量販店のインナーウェア売場改革を提案、PB受注獲得
- 海外を含めたワコールグループへの商品供給の拡大
- 一歩踏み込んだ収益性改善策の検討

海外子会社
上期の商況と下期の取り組み

ワコールインターナショナル（米国）　20/3期上期の概況　＜海外子会社＞

売上高　**102.3億円（前年同期比▲3.2%、前年同期差▲3.4億円）（計画比▲2.3%、計画差▲2.4億円）**

- **百貨店（実店舗）の在庫調整が納品に影響。自社ECは、引き続き、高成長を維持**
- **IO社の8月･9月売上（3.5億円）を取り込み**

営業利益　**11.5億円（前年同期比▲39.5%、前年同期差▲7.5億円）（計画比▲28.2%、計画差▲4.5億円）**

- **既存事業の減収影響も、自社EC比率の向上により売上利益率は改善（0.3pt）**
- **IO社営業損失（▲2.0億円）、及びM&Aに係る一時的な費用を計上（約2.2億円）**

◆チャネル･地域別の売上高･四半期単位の増減率 ＜現地通貨ベース＞

			第1四半期	第2四半期	上期	構成比★
チャネル	店舗	百貨店	▲ 12.0%	▲ 9.3%	▲ 10.6%	66%
		アウトレット･直営店	▲ 23.0%	▲ 29.9%	▲ 26.7%	
		店舗計	▲ 12.0%	▲ 9.6%	▲ 10.8%	
	EC	百貨店EC	▲ 2.0%	+18.7%	+7.3%	34%
		専業EC	▲ 2.0%	+4.6%	+0.7%	
		自社EC	+17.0%	+33.1%	+24.2%	
		EC計	+4.0%	+19.2%	+10.5%	
地域		米国	▲ 7.0%	▲ 2.0%	▲ 4.0%	96%
		カナダ	+2.0%	▲ 5.0%	▲ 2.0%	4%

★チャネル構成比は、上期の値であり、輸出売上を除いて算出しています。

【参考】
現地通貨ベース
（前年同期比）

売上高▲1.7%
営業利益▲38.7%

ワコールヨーロッパ　20/3期上期の概況　＜海外子会社＞

売上高　**69.9億円（前年同期比▲5.5%、前年同期差▲4.1億円）（計画比▲5.6%、計画差▲4.1億円）**

- **多様なサイズニーズに応える「Fantasie」、「elomi」、「Freya」の各ブランドの展開強化が奏功**
- **英国は百貨店低迷により苦戦も、ほか地域は堅調（UK▲7%、ヨーロッパ＋8%、北米＋5%、その他地域＋6%）**

営業利益　**6.7億円（前年同期比▲15.3%、前年同期差▲1.2億円）（計画比＋0.6%、計画差+4百万円）**

- **アウトレット取引縮小による在庫評価引当額の増加が影響し、売上利益率悪化**
- **スペインの百貨店新規取引に伴う販売員の増強、広告費の増加により、減益**

◆チャネル・ブランド別の売上高・四半期単位の増減率 ＜現地通貨ベース＞

			第1四半期	第2四半期	上期	構成比★
チャネル	店舗	百貨店	▲ 27%	+7%	▲ 12%	21%
		専門店	▲ 5%	+10%	+2%	52%
		直営店	▲ 15%	▲ 6%	▲ 11%	6%
	EC	他社EC	+19%	+29%	+24%	21%
ブランド★★		Fantasie	▲ 5%	+20%	+7%	34%
		Freya	▲ 17%	+1%	▲ 10%	24%
		Goddess	▲ 13%	+3%	▲ 5%	6%
		Elomi	+6%	+15%	+11%	23%
		Wacoal	▲ 8%	+8%	+1%	12%
		B.Tempted	▲ 16%	▲ 17%	▲ 17%	1%

【参考】
現地通貨ベース
（前年同期比）

売上高＋1.6%
営業利益▲9.2%

★各構成比は上期の値です　★★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集計しています。

中国ワコール　20/3期上期の概況　＜海外子会社＞

売上高　**60.8億円（前年同期比▲2.7%、前年同期差▲1.7億円）（計画比▲5.5%、計画差▲3.5億円）**

- **百貨店の閉店と、ピーチ・ジョン事業の低迷が、売上に影響**
- **ECモール事業者とのアライアンス強化や需要期の販売プロモーションの展開により、ECは高成長を維持**

営業利益　**7.5億円（前年同期比▲14.0%、前年同期差▲1.2億円）（計画比+31.2%、計画差＋1.8億円）**

- **EC売上の比率が高まったことにより、売上利益率は改善（1.3pt）**
- **ECの売上拡大に向けた広告宣伝費の増加に加え、倉庫移転に伴う一時的な費用を計上**

◆チャネル・ブランド別の売上高・四半期単位の増減率＜現地通貨ベー

		第1四半期	第2四半期	上期	構成比★
チャネル	百貨店	+2%	▲ 3%	▲ 0%	77%
	他社EC	+22%	+26%	+24%	23%
ブランド	ワコール	+6%	+11%	+8%	83%
	サルート	▲ 11%	▲ 16%	▲ 14%	9%
	ラロッサ	▲ 42%	▲ 19%	▲ 31%	1%
	ピーチ・ジョン	+3%	▲ 38%	▲ 23%	7%

★チャネル構成比は、上期（1月~6月）の値であり、代理商売上を除いて算出しています。

【参考1】
現地通貨ベース
（前年同期比）

売上高＋2.7%
営業利益▲9.3%

【参考2】
ピーチ・ジョンを除く
中国ワコールの売上高
（現地通貨ベース　前年同月比）

売上高 +5%

その他アジア　上期の概況

＜ 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 ＞

売上高　**39.5億円（前年同期比▲14.3%、前年同期差▲6.6億円）（計画比▲19.2%、計画差▲9.4億円）**

- **タイの材料工場の経編・丸編素材の受注減少（▲3.3億円）**
- **香港ワコールとピーチ・ジョン香港の取引条件の変更影響**
  （香港地区のピーチ・ジョンの店頭売上の計上先を、香港ワコールからピーチ・ジョンセグメントに変更

営業利益　**4.6億円（前年同期比+61.7%、前年同期差+1.7億円）（計画比＋24.6%、計画差+0.9億円）**

- **無縫製製品の生産拠点である大連工場の生産性が向上**

ワコールインディア　上期の概況

売上高　**1.0億円（計画比＋9%）**　**営業損失**　**▲0.5億円（計画差＋3百万円）**

- **7月から百貨店との取引を開始**
  - **直営店：上期既存店 前年同期比+48%、計画比 +22%（現地通貨ベース）**
  - **他社EC：展開開始時期の遅れにより、計画を下回る**

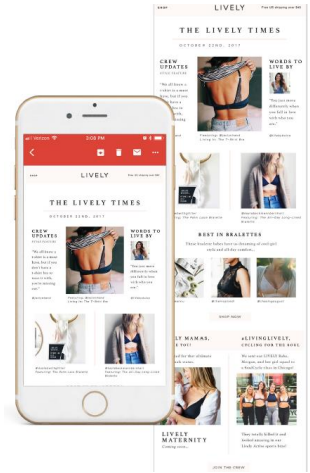
展開ドア数（19/9末時点）

直営店	18
EC	4
百貨店	8

ワコール事業（海外）上期のトピックス

- **米国の Intimates Online, Inc.（ブランド名：「LIVELY」）を完全子会社化**
- **買収金額：85百万ドル（約92億円）** ※別途、アーンアウト対価（業績達成度合いに応じた対価）を設定
- **DNVB★企業の取得により、米国Eコマースでの成長機会の創出と競争力を強化**

企業理念：
「商品や体験によって、女性たちが活き活きとし、自ら情熱的に、意図的に、自信を持って人生をおくることができるよう、彼女たちをインスパイアすること」



特徴：
独自の世界観による商品ラインナップと、SNSを活用した独特のデジタルマーケティングを展開

創業者・CEO
Michelle Cordeiro Grant
(ミシェル・コルデロ・グラント)

★DNVB（デジタル・ネイティブ・ヴァーティカル・ブランド）
自社で商品の企画開発を行い、製造品質にも責任を持ち、その商品を自社Eコマースチャネルを中心に直販するブランドのこと。
川上から川下まで「垂直的」にすべてのバリューチェーンの責任を担うブランドを指し、顧客情報を直接保有するのが特徴。

ワコール事業（海外）上期のトピックス

● 想定するシナジー効果

- ワコールの事業基盤を活かして、「LIVELY」成長のスピードを高める
- グループ全体のデジタルマーケティングの強化
- デジタルにより変化する市場における、競争力の強化

● 当期の計画数値（19/8~20/3）

売上高 **約15~16百万ドル**

営業損失 **▲約6~7百万ドル**

- 24/3期の計画数値：売上高100百万ドル、営業利益率12-15%
- 21/3期までは、ブランド認知向上に向けたマーケティング投資を優先
- BSに計上される「のれんの計上額」は、第3四半期会計期間に最終確定
- ブランド及び顧客名簿に係る減価償却費は当期より発生（当期への影響額は算定中）

海外子会社　下期の取り組み

米国

将来成長の実現に向け、ブランド力の強化と事業基盤の整備を優先

- 「LIVELY」含む、自社ECの継続的強化
- IO社との業務統合（経理・財務などの管理系業務、および物流業務の統合を先行）
- ものづくりプロセスの改善による生産性向上、ドミニカ工場の拡張

ヨーロッパ

多様なサイズニーズに応える主要ブランドの強化・展開拡大

- 自社EC強化（下期に、展開ブランドを拡大）
- 専門店向けのB2Bシステムのカバー範囲拡大（米国）
- スペインの百貨店との取引強化、新規取引先の開拓

中国

ECモール事業者とのアライアンス強化による、EC成長の維持

- 顧客データベースなど、ビッグデータの活用と分析
- Wイレブンの売上拡大に向けたマーケティング戦略の実行（広告、在庫確保）
- 新しい顧客開拓に向けて、日本のアンフィ、ワコールヨーロッパの商品の展開を開始

ESG課題への取り組み

ESG課題への取り組み

● 相互信頼と協働に基づくCSR調達の推進

- ➢ 9月にAi(アイ)の工場リストを公開（「ワコール」「ウイング」、ピーチ・ジョン、ルシアンの工場リストは更新）
- ➢ 当期は、㈱ワコール卸売事業（インナーウェア以外）と、小売事業本部を対象範囲に拡大
- ➢ 及び、対象工場の2割の現地監査を予定

● 多様な価値観を尊重した広告・コミュニケーション表現の制作意識の向上

- ➢ 前期の広告活動において、配慮を欠いた表現を行い、多数のご批判をいただく
- ➢ 取締役会で原因の追究と、再発防止に向けた取り組みを審議
- ➢ 広報・宣伝・販促活動における表現物制作のガイドラインと運用体制を整備
- ➢ ㈱ワコール、㈱ピーチ・ジョンで運用開始、その他の国内外子会社にも水平展開し、20/3までに体制整備

統合レポート2019(PDF版：和文）を、11月1日に当社WEBサイトに公開
（英訳公開は12月予定）

Wacoal

（参考）20/3期　期初計画（2019年5月15日発表）

（単位：百万円）

	19/3期 実績	売上比	20/3期 計画	売上比	前期比 増減額	前期比 増減率
連結売上高	**194,201**		**200,000**		**5,799**	**+3.0%**
売上原価	**89,804**	**46.2**	**92,100**	**46.0**	2,296	+2.6%
売上利益	**104,397**	**53.8**	**107,900**	**54.0**	3,503	+3.4%
販管費	**93,684**	**48.2**	**96,900**	**48.5**	3,216	+3.4%
A：のれん及びその他の無形固定資産減損損失	**5,834**	**3.0**	**0**		▲ 5,834	–
営業利益	**4,879**	**2.5**	**11,000**	**5.5**	**6,121**	**+125.5%**
その他の収益・費用	**2,894**		**1,000**		▲ 1,894	▲ 65.4%
B：有価証券・投資評価損益（純額）	**△ 5,570**		**0**		5,570	–
税引前当期純利益	**2,203**	**1.1**	**12,000**	**6.0**	**9,797**	**+444.7%**
当社株主に帰属する当期純利益	**341**	**0.2**	**9,000**	**4.5**	**8,659**	**–**
実質ベース（参考情報）						
Aを考慮しない営業利益	**10,713**		**11,000**		287	+2.7%
AとBを考慮しない税引前当期純利益	**13,607**		**12,000**		▲ 1,607	▲ 11.8%
AとBを考慮しない当期純利益	**9,636**		**9,000**		▲ 636	▲ 6.6%

為替レート　1米ドル＝110.00円、1英ポンド＝145.00円、1中国元＝16.50円として計画

（参考）20/3期　事業セグメント別　売上高、営業利益の期初計画（2019年6月13日発表）

（単位：百万円）

	20/3期 計画	構成比	19/3期 実績	構成比	19/3期　対比 増減額	19/3期　対比 増減率
連結売上高	**200,000**	**100**	**194,201**	**100**	**5,799**	**+3.0%**
ワコール事業（国内）	116,200	58.1	113,400	58.4	2,800	+2.5%
ワコール事業（海外）	55,500	27.8	53,100	27.3	2,400	+4.5%
ピーチ・ジョン事業	11,600	5.8	10,491	5.4	1,109	+10.6%
その他事業	16,700	8.4	17,210	8.9	▲ 510	▲ 3.0%

	20/3期 計画	対売上高	19/3期 実績	対売上高	19/3期　対比 増減額	19/3期　対比 増減率
営業利益	**11,000**	**5.5**	**4,879**	**2.5**	**6,121**	**+125.5%**
ワコール事業（国内）	6,600	5.7	6,325	5.6	275	+4.3%
ワコール事業（海外）	4,000	7.2	4,581	8.6	▲ 581	▲ 12.7%
ピーチ・ジョン事業	170	1.5	▲ 5,859	–	6,029	–
その他事業	230	1.4	▲ 168	–	398	–

為替レート　1米ドル＝110.00円、1英ポンド＝145.00円、1中国元＝16.50円として計画

（参考）20/3期　主要子会社の売上高、営業利益の期初計画（2019年6月13日発表）

（単位：百万円）

	売上高				営業利益				
	19/3期 実績	20/3期 計画	19/3期 対比 増減額	19/3期 対比 増減率	19/3期 実績	20/3期 計画	19/3期 対比 増減額	19/3期 対比 増減率	
ワコール	**102,356**	**105,327**	2,971	+2.9%	**5,099**	**4,300**	▲ 799	▲ 15.7%	
ピーチ・ジョン	**10,491**	**11,600**	1,109	+10.6%	**▲ 220**	**170**	390	–	
七彩	**9,414**	**8,800**	▲ 614	▲ 6.5%	**282**	**230**	▲ 52	▲ 18.4%	
ルシアン	**6,284**	**6,528**	244	+3.9%	**▲ 375**	**▲ 9**	366	–	
Ａｉ	**4,181**	**4,290**	109	+2.6%	**▲ 321**	**53**	374	–	
ワコールインターナショナル(米国)	**18,486**	**18,750**	264	+1.4%	**2,095**	**1,667**	▲ 428	▲ 20.4%	
ワコールヨーロッパ	**14,106**	**14,655**	549	+3.9%	**1,407**	**1,189**	▲ 218	▲ 15.5%	
中国ワコール	**11,617**	**12,507**	890	+7.7%	**746**	**758**	12	+1.6%	
【海外主要子会社（現地通貨ベース）】									
ワコールインターナショナル(米国)	**166,679**	**170,465**	3,786	+2.3%	**18,900**	**15,150**	▲ 3,750	▲ 19.8%	千US$
ワコールヨーロッパ	**96,826**	**101,062**	4,236	+4.4%	**9,658**	**8,198**	▲ 1,460	▲ 15.1%	千￡
中国ワコール（※）	**694,776**	**758,000**	63,224	+9.1%	**44,594**	**45,900**	1,306	+2.9%	千元

為替レート　1米ドル＝110.00円、1英ポンド＝145.00円、1中国元＝16.50円として計画

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。