2020年3月期
決算説明資料-確定版【米国会計基準】

（2020年3月期の業績報告については、5月15日に開示した資料と同じ内容です）

2020年5月20日
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、2020年3月期　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）

2021年3月期の連結業績予想について

新型コロナウイルス感染症の拡大防止に向けた店舗の営業停止や外出制限などの措置により、当社グループの事業活動は大きな影響を受けており、感染症拡大防止策の当面の継続に加え、今後想定される雇用や所得環境の悪化による個人消費の低迷は、当社グループの経営や売上・利益に対して引き続きマイナス影響を与えることが考えられます。

現時点においては、新型コロナウイルス感染症による当社グループへの影響を見極め、合理的に業績の見通しを算定することは困難であるため、2021年３月期の連結業績予想については未定とさせていただき、詳細が明らかになり次第、速やかに公表いたします。

2020年3月期
第4四半期実績（1月-3月）
および通期の商況

宮城　晃

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

20/3期　第4四半期期間（1月-3月）　エグゼクティブサマリー

感染症拡大影響を受け、3月度の日本・欧州・米国における売上が大幅減少

- **修正計画に対して、売上高▲42億円、営業利益▲4億円それぞれ未達**
- **タイの材料会社などの無形固定資産の減損損失（5億円）を計上（修正計画には未反映）**
- **販管費抑制に努めるも、営業利益は修正計画に未達（減損損失幅の縮小により前期からは増益）**

売上高　**427億円**　【前年同期比】▲42億円(▲9%)　【当初計画比】▲67億円(▲14%)　【修正計画比】▲42億円(▲9%)

- 外出自粛に伴う来店客数の減少、インバウンド需要の減少、海外主要都市におけるロックダウン措置が事業を直撃
  （1月度~3月度からの主要各社の売上状況については、P7 参照）
- 増税後の消費低迷・記録的な暖冬・感染症の3要素が直撃した、国内の百貨店チャネルは大きく低迷
  （ワコール：百貨店チャネルの店頭ベースの販売額　3月度▲41%　第4四半期合計▲23%　（P39参照））

営業損失　**▲32億円**　【前年同期比】＋31億円　【当初計画比】▲41億円　【修正計画比】▲4億円

- 減収に伴う売上利益の減少額は修正計画比で▲20億円、減損損失の計上額 5億円（修正計画未反映）＝25億円減益
- 急激な事業悪化に伴う販管費の抑制、修正計画に反映したバッファなど　＝約21億円削減　**修正計画に▲4億円の未達**
- 当期計上した無形固定資産の内訳（ピーチ・ジョン商標権2億円　タイの材料会社ののれん等3億円）
  （前年同期は、ピーチ・ジョンなどの無形固定資産の減損損失（58億円）計上）

20/3期　事業セグメントの四半期別 売上高推移（前年同期からの増減）

（単位：百万円）

		第1四半期		第2四半期		第3四半期		第4四半期		第4四半期コメント
		増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	
売上高	卸売事業	▲ 454	▲ 2.2%	1,855	+8.2%	▲ 2,725	▲ 13.1%	▲ 2,756	▲ 15.1%	●卸売事業は、増税後の消費低迷の長期化、感染症拡大に伴う来店数の減少が影響
	小売＋WEB事業	508	+8.7%	560	+9.1%	▲ 32	▲ 0.5%	14	+0.2%	●WEB事業は、引き続き、好調に推移
	その他売上・調整など	249	–	68	–	▲ 49	–	▲ 244	–	●直営店は新規出店が寄与するものの、3月度の来店数の減少影響により、4Q微減
	ワコール	303	+1.0%	2,483	+9.1%	▲ 2,806	▲ 10.7%	▲ 2,986	▲ 12.7%	
	他子会社・決算調整	▲ 380	–	▲ 631	–	405	–	▲ 79	–	**●ワコール事業（国内）は、ワコール卸売の低迷により、31億円減収**
	ワコール事業（国内）	▲ 77	▲ 0.3%	1,852	+6.0%	▲ 2,401	▲ 8.6%	▲ 3,065	▲ 11.4%	**（卸売事業の通期減収額は、約40億円（▲5%））**
	ワコールインターナショナル	▲ 329	▲ 6.1%	▲ 8	▲ 0.2%	514	+14.7%	531	+12.0%	●IO社の4Q売上高は、5.5億円
	ワコールヨーロッパ	▲ 452	▲ 11.4%	47	+1.4%	▲ 44	▲ 1.5%	▲ 669	▲ 17.7%	（会計統合に伴うEC売上調整や返品調整引当など、約1百万ドルを計上）
	中国ワコール	▲ 37	▲ 1.2%	▲ 129	▲ 4.2%	▲ 263	▲ 10.7%	▲ 107	▲ 3.7%	●現地通貨ベースの米国ワコールの4Q売上高は、前年同期並み
	他子会社・決算調整	▲ 313	–	▲ 347	–	▲ 453	–	▲ 489	–	●ヨーロッパは百貨店の苦戦や感染症影響により現地通貨ベースで15%減収
	ワコール事業（海外）	▲ 1,131	▲ 7.7%	▲ 437	▲ 3.1%	▲ 246	▲ 2.2%	▲ 734	▲ 5.6%	●中国の4Q（10月~12月）は、現地通貨ベースで2%増収
	ピーチ・ジョン事業	▲ 120	▲ 4.4%	116	+4.2%	▲ 143	▲ 5.6%	136	+5.5%	●ピーチ・ジョンの前年同期は通販を中心に低迷。その反動により、増収
	ルシアン	▲ 166	▲ 11.1%	▲ 72	▲ 4.2%	▲ 58	▲ 4.0%	▲ 228	▲ 14.0%	●ルシアンは、製品事業・素材事業ともに受注が減少
	七彩	▲ 607	▲ 23.5%	234	+9.8%	▲ 3	▲ 0.2%	▲ 320	▲ 12.5%	●七彩は、前年同期の工事引き渡し完了の反動や得意先からの受注減少が影響
	他子会社・決算調整	41	–	2	–	0	–	▲ 14	–	
	その他	▲ 732	▲ 16.4%	164	+3.7%	▲ 61	▲ 1.6%	▲ 562	▲ 12.5%	（参考）感染症拡大による売上高への影響は ▲30億円程度と推測
	合計	▲ 2,060	▲ 4.2%	1,695	+3.2%	▲ 2,851	▲ 6.3%	▲ 4,225	▲ 9.0%	

20/3期　事業セグメントの四半期別 営業利益推移（前年同期からの増減）

（単位：百万円）※前期・当期に営業損失を計上している項目については、増減率は記載していません

		第1四半期		第2四半期		第3四半期		第4四半期		第4四半期コメント
		増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	
営業利益	卸売事業	62	+1.5%	1,338	+26.3%	▲ 1,522	▲ 39.1%	▲ 1,581	▲ 69.6%	●卸売事業は、減収影響により売上利益が約17億円減少（約1億円経費削減）
	小売＋WEB事業	87	+14.6%	292	+68.9%	▲ 148	▲ 18.4%	▲ 153	▲ 87.4%	●小売とWEB事業は、販管費増加が影響し、4Q期間は減益
	間接部門販管費など	▲ 533	－	▲ 244	－	▲ 169	－	612	－	●その他、感染症拡大を受けた全社広告費や出張旅費などの経費圧縮に努めるも、
	ワコール	▲ 384	▲ 22.5%	1,386	+60.7%	▲ 1,839	－	▲ 1,122	－	4Q期間のワコールの営業利益は前期から約11億円減少
	他子会社・決算調整	271	－	51	－	283	－	811	－	●連結調整前期差（在庫評価・退職費用など）、前期のAi減損損失の裏返し
	ワコール事業（国内）	▲ 113	▲ 5.7%	1,437	+48.4%	▲ 1,556		▲ 311	－	**●ワコール事業（国内）は、約3億円減益**
	ワコールインターナショナル	▲ 302	▲ 25.8%	▲ 447	▲ 61.6%	▲ 432	－	▲ 513	－	●IO社の4Q期間の営業損失は、約6億円（減価償却含む）
	ワコールヨーロッパ	▲ 111	▲ 24.7%	▲ 10	▲ 2.9%	25	+43.9%	▲ 304	▲ 54.2%	●ヨーロッパは、売上減少影響と販管費の増加により減益
	中国ワコール	▲ 86	▲ 16.7%	▲ 36	▲ 10.0%	▲ 48	－	180	－	●中国の4Q（10月～12月）は、不採算店舗撤退による販管費減少が寄与
	他子会社・決算調整	16	－	158	－	▲ 206	－	▲ 972	－	●タイ材料会社の減損損失内訳（有形固定資産7.6億円＋無形固定資産2.8億円）
	ワコール事業（海外）	▲ 483	▲ 20.6%	▲ 335	▲ 22.4%	▲ 661	－	▲ 1,609	－	**●ワコール事業（海外）は、約17億円減益**
	ピーチ・ジョン事業	▲ 97	－	11	+8.7%	283	－	5,311	－	●ピーチジョンで商標権の減損損失（1.9億円）を計上
	ルシアン	26	－	45	－	101	－	▲ 275	－	（前期の無形固定資産の減損損失56.4億円の裏返しにより増益）
	七彩	▲ 99	▲ 90.8%	82	+86.3%	▲ 36	－	▲ 11	▲ 21.2%	●ピーチジョン国内はカタログ休止や店舗撤退が寄与し増益も、海外が低迷
	他子会社・決算調整	13	－	14	－	▲ 5	－	21	－	●ルシアンは、一部事業の撤退に伴う事業構造改革費用を計上
	その他	▲ 60	－	141	－	60	－	▲ 265		
	合計	▲ 753	▲ 17.1%	1,254	+27.3%	▲ 1,874	▲ 86.0%	3,126	－	

（参考）感染症拡大の影響による
売上利益額の減少は、▲15億円程度と推測

（参考）20/3期　主要会社１月度～３月度の売上高推移（前年同月からの増減）

3月度大幅減収。EC売上は伸長するも、実店舗の落ち込みをカバーするに至らず

※2020/3期の主要各社のEC売上比率は、P46に記載しています

単位；百万円

	売上高★1					
	1月度		2月度		3月度	
	増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率
卸売事業	▲ 51	▲ 1.1%	▲ 162	▲ 2.8%	▲ 2,544	▲ 32.7%
小売事業	67	+3.6%	9	+0.9%	▲ 163	▲ 11.5%
WEB事業	54	+9.3%	37	+5.3%	11	+1.8%
※WEB事業のうち、自社ECのみの増減率		+13.7%		+15.4%		+21.1%
ワコール（★２）	▲ 58	▲ 0.9%	▲ 133	▲ 1.8%	▲ 2,280	▲ 29.2%
ピーチ･ジョン（国内のみ）	151	+17.5%	125	+20.6%	▲ 119	▲ 14.1%
Ai（アイ）	▲ 2	▲ 1.1%	▲ 14	▲ 7.5%	▲ 74	▲ 34.9%
ルシアン（国内のみ）	13	+2.4%	▲ 90	▲ 14.1%	▲ 120	▲ 14.8%
七彩	▲ 117	▲ 23.1%	▲ 57	▲ 7.9%	▲ 345	▲ 19.0%
米国ワコール（★３）　＜現地通貨ベース　単位:千ドル＞	982	+9.1%	425	+2.6%	▲ 1,539	▲ 10.8%
※米国ワコールのうち、自社･他社含むEC売上の増減率		+16.7%		+34.5%		+14.3%
ワコールヨーロッパ　＜現地通貨ベース　単位:千￡＞	▲ 806	▲ 9.6%	721	+8.8%	▲ 3,955	▲ 39.9%

★1　各社ともに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を記載しています
★2　記載している3事業に加え、その他事業部の売上や事業部間消去などの増減額を含めた数値です
★3　米国ワコール社のみの売上数値（IO社の数値は含まれていません）

20/3期 エグゼクティブサマリー

消費税増税後の個人消費の停滞、感染症拡大影響により、非常に厳しい一年に

- **売上高▲74億円減少　＜ワコール事業（国内）▲37億円　（海外）▲25億円（うち、為替換算影響18億円）＞**
- **実質ベースの営業利益（※）▲36億円減少　＜ワコール事業（国内）▲5億円　（海外）▲31億円＞**

（※）のれん及びその他の無形固定資産の減損損失を除去した数値

売上高　**1,868億円**【前期比】▲74億円(▲4%)【当初計画比】▲132億円(▲7%)【修正計画比】▲42億円(▲2%)

- ワコールの小売・WEB事業は増収（＋11億円）も、卸売事業で大幅減収（▲41億円）
- 増税後の消費停滞の長期化に伴い、卸売主力チャネルは下期を通じて振るわず（卸売事業 上期＋14億円　下期　▲55億円）
- 海外事業は、IO社の新規連結（13億円）が貢献するも、低迷したタイの材料会社などが押し下げ

営業利益　**66億円**【前期比】+18億円(+36%)【当初計画比】▲44億円(▲40%)【修正計画比】▲4億円(▲5%)

のれん及びその他の無形固定資産の減損損失を除く実質ベースの営業利益　71億円【前期比】▲36億円（▲34%）【当初計画比】▲39億円（▲35%）

- 米国▲17億円…IO社の営業損失▲12.5億円　買収に係る一時費用2億円　既存事業減益など
- ヨーロッパ▲4億円…ブランドの認知拡大に向けた宣伝活動の強化、自社ECサイトの構築費用の計上により減益
- 海外ほか▲10億円…タイの材料会社の固定資産の減損損失8億円の計上など

税引前当期純利益　**44億円**【前期比】+22億円(+98%)【当初計画比】▲76億円(▲64%)【修正計画比】▲51億円(▲54%)

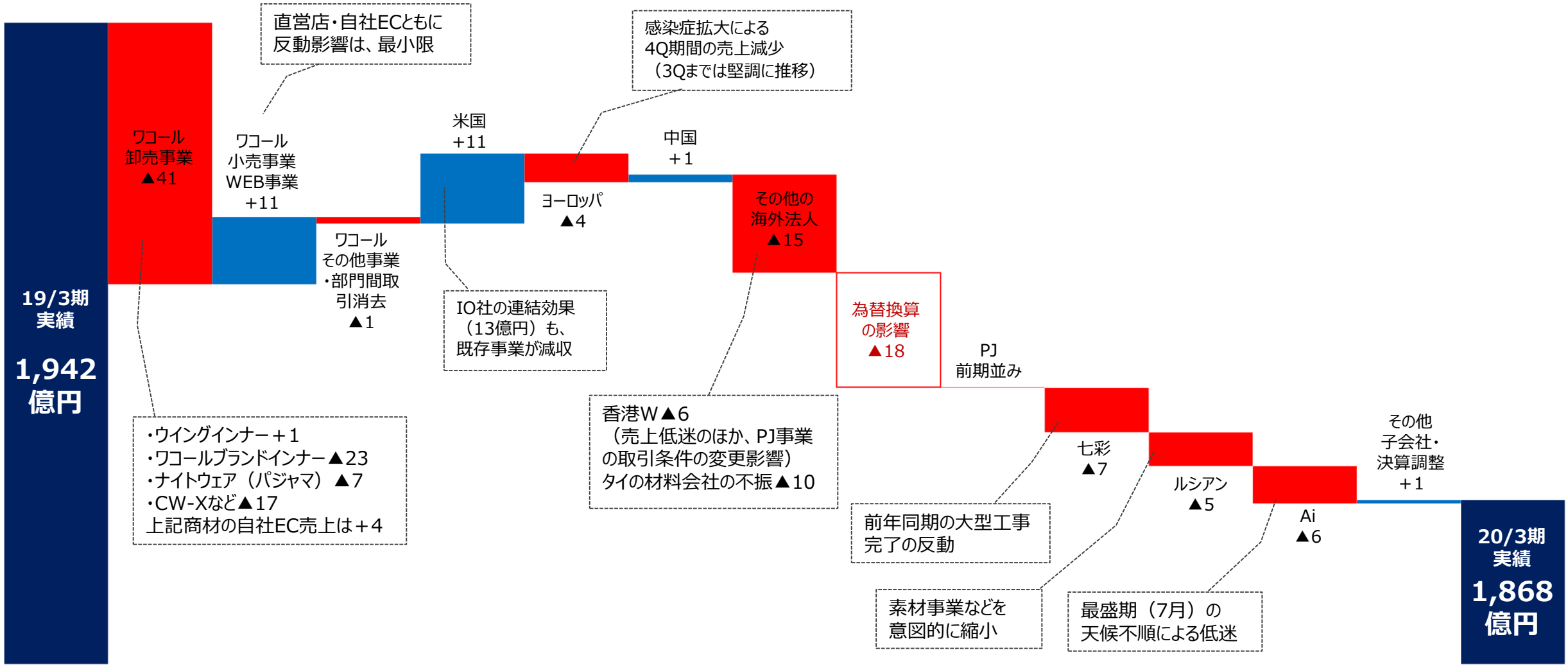
※未実現の有価証券・投資評価損益については、当初計画・修正計画ともに未反映

- 当期の有価証券・投資評価損益は、損失として▲38億円計上（前期の損失計上額▲56億円　前期差＋18億円）
- 退職給付費用の増加（12億円）

20/3期　売上高増減＜前期差＞

（単位：億円）

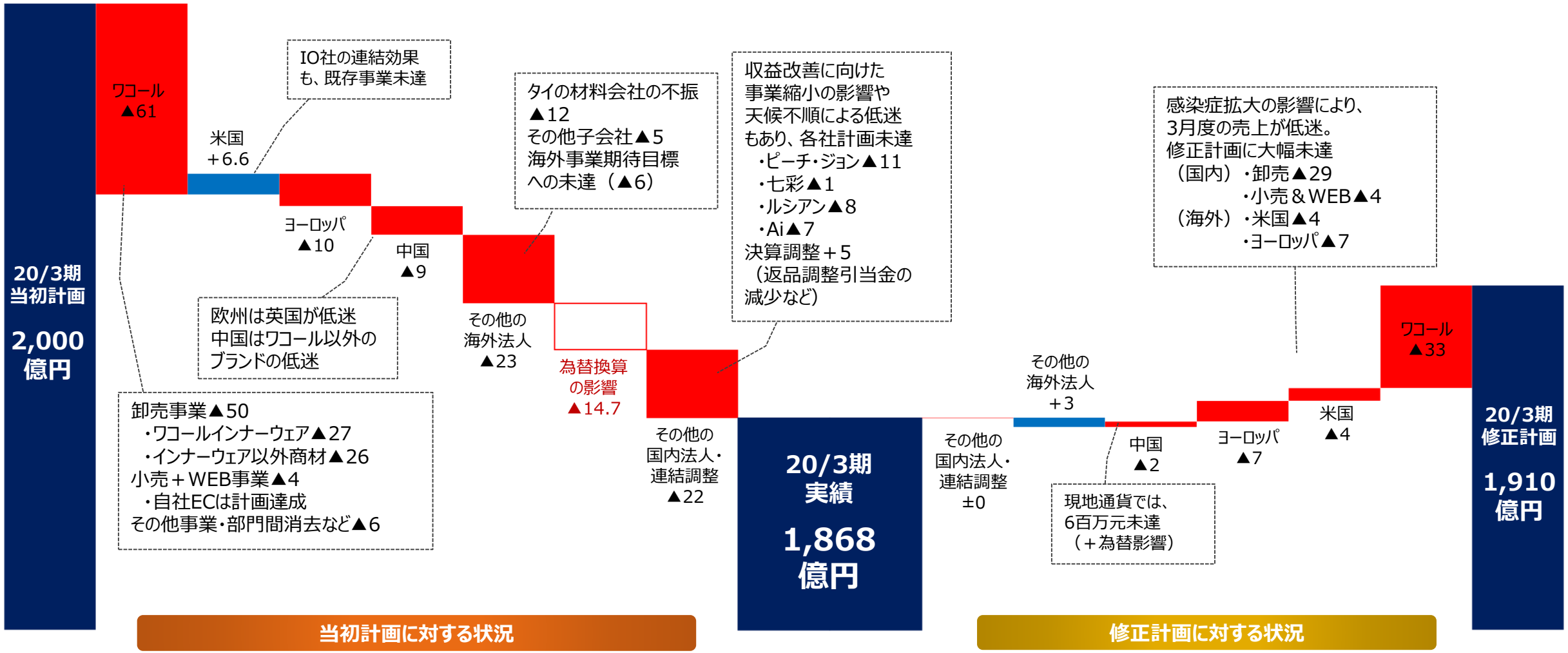
➢ 売上高：約74億円の減少（うち為替換算による影響：約18億円）



20/3期　計画に対する売上高達成状況

➢ **売上高：（当初計画）132億円の未達（うち為替換算による影響：約15億円）**
（修正計画）　42億円の未達

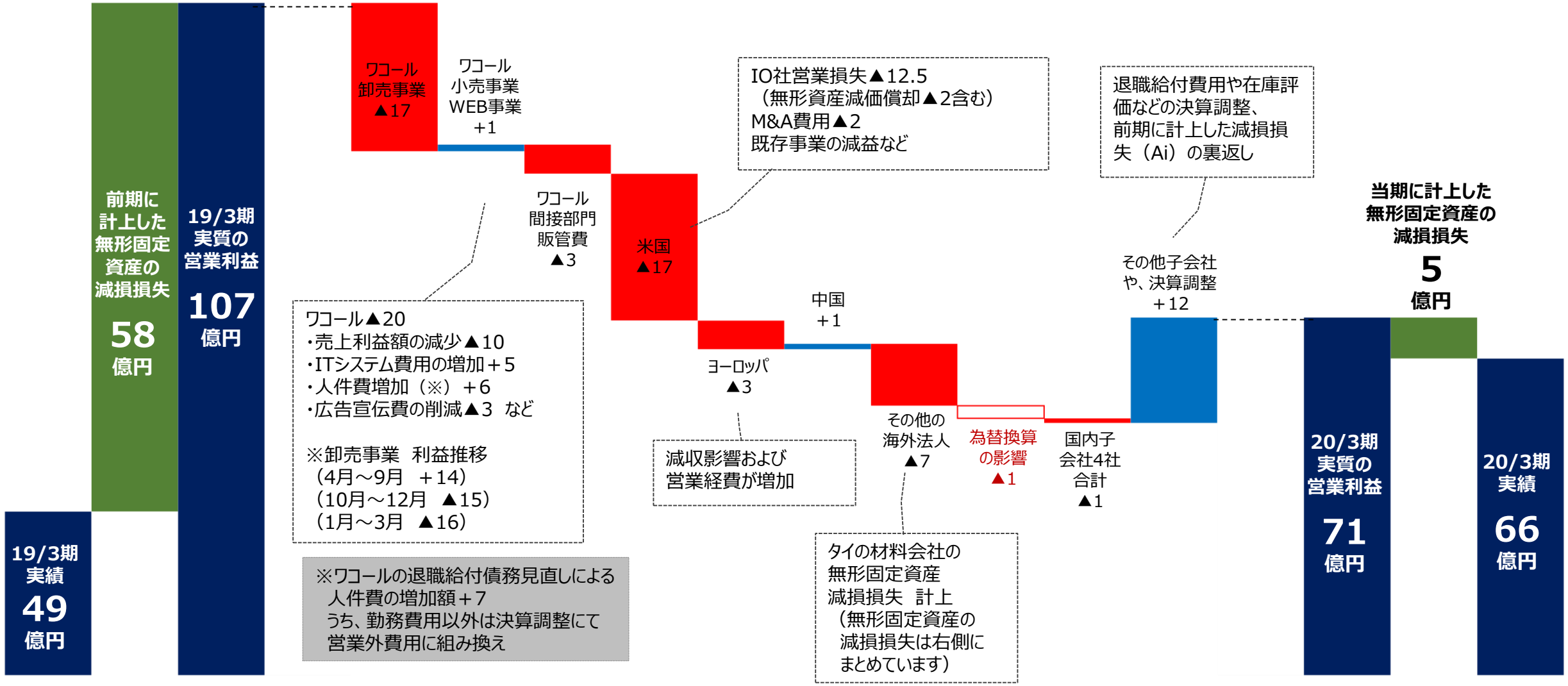
（単位：億円）



20/3期　営業利益増減＜前期差＞

➢ 実質の営業利益：36億円の減少

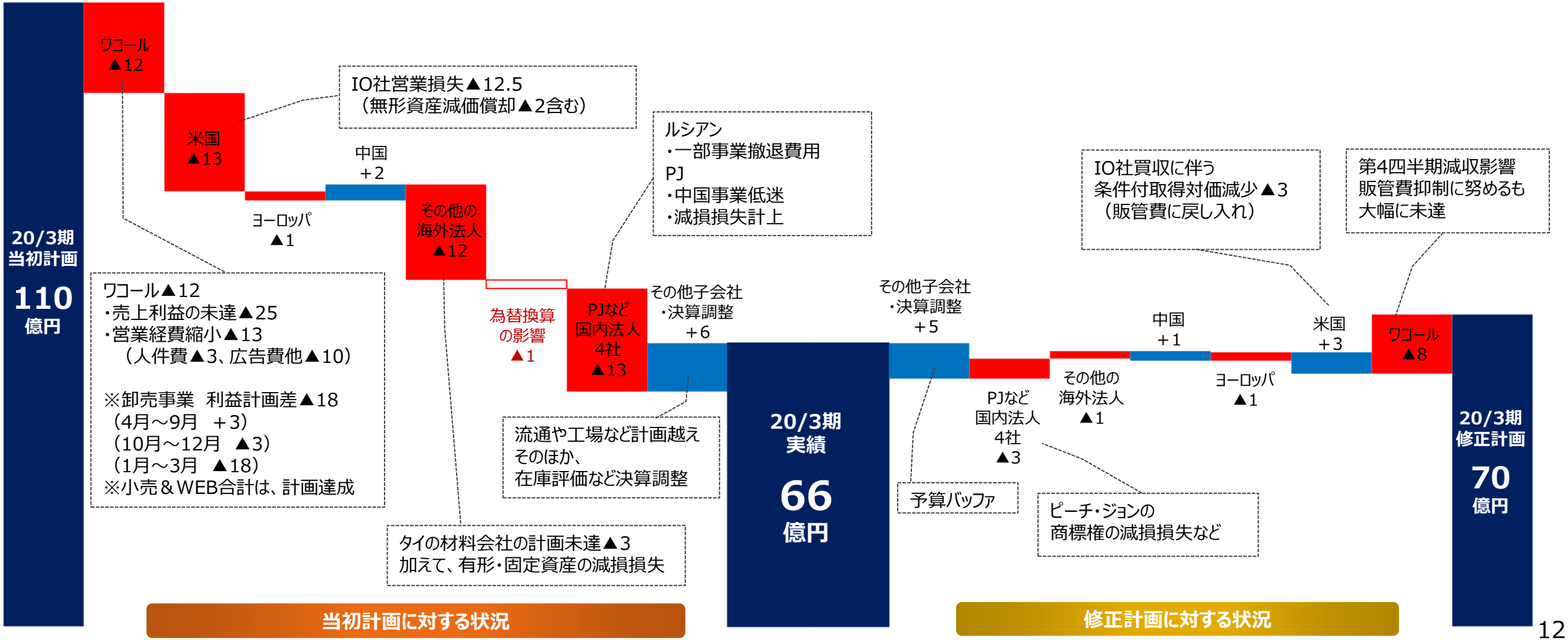
（単位：億円）



20/3期　計画に対する営業利益達成状況

（単位：億円）

➢ 営業利益：（当初計画）44億円の未達（うち為替換算による影響：約1億円）
（修正計画）　4億円の未達



20/3期　連結実績

（単位：百万円）

	19/3期 実績	売上比	20/3期 実績	売上比	20/3期 計画 (19年6月13日開示)	売上比	20/3期 修正計画 (20年1月31日開示)	売上比	前期比		計画比		修正計画比	
									増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率
連結売上高	194,201		186,760		200,000		191,000		▲ 7,441	▲ 3.8%	▲ 13,240	▲ 6.6%	▲ 4,240	▲ 2.2%
売上原価	89,804	46.2	84,959	45.5	92,100	46.1	87,200	45.7	▲ 4,845	▲ 5.4%	▲ 7,141	▲ 7.8%	▲ 2,241	▲ 2.6%
売上利益	104,397	53.8	101,801	54.5	107,900	54.0	103,800	54.3	▲ 2,596	▲ 2.5%	▲ 6,099	▲ 5.7%	▲ 1,999	▲ 1.9%
販管費	93,684	48.2	94,696	50.7	96,900	48.5	96,800	50.7	1,012	+1.1%	▲ 2,204	▲ 2.3%	▲ 2,104	▲ 2.2%
のれん及びその他の無形固定資産減損損失(A)	△ 5,834	–	△ 473	–					5,361	–	▲ 473	–	▲ 473	–
営業利益	4,879	2.5	6,632	3.5	11,000	5.5	7,000	3.7	1,753	+35.9%	▲ 4,368	▲ 39.7%	▲ 368	▲ 5.3%
その他の収益・費用	2,894	–	1,487	–	1,000	–	1,424	–	▲ 1,407	▲ 48.6%	487	+48.7%	63	+4.4%
有価証券・投資評価損益（純額）(B)	△ 5,570	–	△ 3,760	–		–	1,076	–	1,810	–	▲ 3,760	–	▲ 4,836	–
税引前当期純利益	2,203	1.1	4,359	2.3	12,000	6.0	9,500	5.0	2,156	+97.9%	▲ 7,641	▲ 63.7%	▲ 5,141	▲ 54.1%
当社株主に帰属する当期純利益	341	0.2	3,472	1.8	9,000	4.5	6,500	3.4	3,131	–	▲ 5,528	▲ 61.4%	▲ 3,028	▲ 46.6%
実質ベース（参考情報）														
Aを考慮しない営業利益	10,713	5.5	7,105	3.8	11,000	5.5	7,000	3.7	▲ 3,608	▲ 33.7%	▲ 3,895	▲ 35.4%	105	+1.5%
AとBを考慮しない税引前当期純利益	13,607	1.1	8,592	4.6	12,000	6.0	8,424	4.4	▲ 5,015	▲ 36.9%	▲ 3,408	▲ 28.4%	168	+2.0%

20/3期　セグメント別連結実績

（単位：百万円）

	19/3期　実績		20/3期　実績		20/3期当初計画（19年6月13日開示）		20/3期修正計画（20年1月31日開示）		前期比		計画比		修正計画比	
		構成比		構成比		構成比		構成比	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）	113,400	58.4	109,709	58.7	116,200	58.1	112,800	59.1	▲ 3,691	▲ 3.3%	▲ 6,491	▲ 5.6%	▲ 3,091	▲ 2.7%
ワコール事業（海外）	53,100	27.3	50,552	27.1	55,500	27.8	51,500	27.0	▲ 2,548	▲ 4.8%	▲ 4,948	▲ 8.9%	▲ 948	▲ 1.8%
ピーチ・ジョン事業	10,491	5.4	10,480	5.6	11,600	5.8	10,400	5.4	▲ 11	▲ 0.1%	▲ 1,120	▲ 9.7%	80	+0.8%
その他事業	17,210	8.9	16,019	8.6	16,700	8.4	16,300	8.5	▲ 1,191	▲ 6.9%	▲ 681	▲ 4.1%	▲ 281	▲ 1.7%
連結売上高	194,201	100	186,760	100	200,000	100	191,000	100	▲ 7,441	▲ 3.8%	▲ 13,240	▲ 6.6%	▲ 4,240	▲ 2.2%

	19/3期　実績		20/3期　実績		20/3期当初計画（19年6月13日開示）		20/3期修正計画（20年1月31日開示）		前期比		計画比		修正計画比	
		売上比		売上比		売上比		売上比	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）	6,325	5.6	5,782	5.3	6,600	5.7	6,100	5.4	▲ 543	▲ 8.6%	▲ 818	▲ 12.4%	▲ 318	▲ 5.2%
ワコール事業（海外）	4,581	8.6	1,493	3.0	4,000	7.2	1,300	2.5	▲ 3,088	▲ 67.4%	▲ 2,507	▲ 62.7%	193	+14.8%
ピーチ・ジョン事業	△ 5,859	－	△ 351	－	170	1.5	△ 270	－	5,508	—	▲ 521	－	▲ 81	－
その他事業	△ 168	－	△ 292	－	230	1.4	△ 130	－	▲ 124	—	▲ 522	－	▲ 162	－
営業利益	4,879	2.5	6,632	3.6	11,000	5.5	7,000	3.7	1,753	+35.9%	▲ 4,368	▲ 39.7%	▲ 368	▲ 5.3%

20/3期　セグメント別レポート①　**ワコール事業（国内）**

※ワコールの概況は、参考資料P37-39でも説明しています

引き続き、卸売事業は低迷（直近2年間のCAGR▲4%）、小売・WEBの成長でカバーできず

売上高　**1,097億円**【前期比】▲40億円(▲3%)【当初計画比】▲65億円(▲6%)【修正計画比】▲31億円(▲3%)

- **卸売…3Dシステムの導入（6店舗）に加え、顧客データの基盤整備を完了（マーケティングや優良顧客育成への活用を今後本格化）**

営業利益　**58億円**【前期比】▲5億円(▲9%)【当初計画比】▲8億円(▲12%)【修正計画比】▲3億円(▲5%)

- **トップライン低下に伴い固定費割合が上昇。経費コントロールに向けて要員計画マネジメントに着手**

（単位：百万円）

	20/3期 実績	前期比		計画比（6/13開示）		修正計画比（1/31開示）		通期コメント
		増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	
卸売事業	78,266	▲ 4,080	▲ 5.0%	▲ 5,034	▲ 6.0%	▲ 2,930	▲ 3.6%	■卸売の主要チャネルの売上低迷が長期化（10月以降）
小売+WEB事業	25,666	1,050	+4.3%	▲ 441	▲ 1.7%	▲ 399	▲ 1.5%	■インナーウェア以外の商材の立て直しについても、課題を残す
その他売上・消去等	△ 4,708	▲ 102	–	▲ 628	–	53	–	■小売・WEB事業は会員データのマーケティング運用が効率化
ワコール	99,224	▲ 3,132	▲ 3.1%	▲ 6,103	▲ 5.8%	▲ 3,276	▲ 3.2%	ー以上の結果、ワコールの売上高は▲3%減少
他子会社・連結調整	10,485	▲ 559	▲ 5.1%	▲ 388	▲ 3.6%	185	+1.8%	■Ai（アイ）は夏場の天候不順が影響し、減収
売上高	**109,709**	▲ 3,691	▲ 3.3%	▲ 6,491	▲ 5.6%	▲ 3,091	▲ 2.7%	**■ワコール事業（国内）の売上高は▲3%減少**
卸売事業	13,646	▲ 1,703	▲ 11.1%	▲ 1,804	▲ 11.7%	▲ 1,204	▲ 8.1%	■卸売は減収に伴って、大幅減益
小売＋WEB事業	2,075	78	+3.9%	105	+5.3%	▲ 140	▲ 6.3%	■小売・WEB事業合計では、計画達成
間接部門販管費	△ 12,581	▲ 334	–	539	–	584	–	■オムニチャネル構築に係るIT費用などの増加
ワコール	3,140	▲ 1,959	▲ 38.4%	▲ 1,160	▲ 27.0%	▲ 760	▲ 19.5%	（※ワコールにおける退職給付債務の見直いに伴う人件費増加は約7億円。
他子会社・連結調整	2,642	1,416	+115.5%	342	+14.9%	442	+20.1%	会計方針により、うち約5億円は連結調整にて、営業外に組み換え）
営業利益	**5,782**	▲ 543	▲ 8.6%	▲ 818	▲ 12.4%	▲ 318	▲ 5.2%	**■ワコール事業（国内）の営業利益は▲9%減少**

20/3期　セグメント別レポート②　**ワコール事業（海外）**

※主要各社の概況は、参考資料P40-43で説明しています

米国におけるEC強化と、若年層顧客の獲得を目的にIO社（LIVELY）を買収

売上高　**506億円**【前期比】▲25億円(▲5%)【当初計画比】▲49億円(▲8.9%)【修正計画比】▲9億円(▲2%)

- **欧米を中心に百貨店チャネル（実店舗）の低迷。注力するECチャネルは各国で伸長（米国＋18%　欧州＋10%　中国＋17%）**

営業利益　**15億円**【前期比】▲31億円(▲67%)【当初計画比】▲25億円(▲63%)【修正計画比】+2億円(+15%)

- **IO社の営業損失の取り込み、買収に係る一時費用、タイの材料会社低迷および有形固定資産の減損損失計上**

（単位：百万円）

	20/3期 実績	前期比		計画比（6/13開示）		修正計画比（1/31開示）		通期コメント
		増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	
ワコールインターナショナル（米国）	19,194	708	+3.8%	444	+2.4%	▲ 412	▲ 2.1%	■米国の現地通貨ベース＋6%　■「LIVELY」ブランド買収により、ブランドポートフォリオ拡充
ワコールヨーロッパ	12,988	▲ 1,118	▲ 7.9%	▲ 1,667	▲ 11.4%	▲ 661	▲ 4.8%	■欧州の現地通貨ベース▲3%　■百貨店チャネルの減速に伴い英国事業は苦戦▲10%
中国ワコール	11,081	▲ 536	▲ 4.6%	▲ 1,426	▲ 11.4%	▲ 177	▲ 1.6%	■中国の現地通貨ベース＋1%　■不採算百貨店からの撤退を推進
他子会社・連結調整	7,289	▲ 1,602	▲ 18.0%	▲ 2,299	▲ 24.0%	302	+4.3%	■タイの材料会社（主力商材の受注減少）　2社合計▲10億円
売上高	50,552	▲ 2,548	▲ 4.8%	▲ 4,948	▲ 8.9%	▲ 948	▲ 1.8%	■香港ワコール（政情不安に伴う売上低迷、及びPJ事業の取引条件の変更）▲6億円
ワコールインターナショナル（米国）	401	▲ 1,694	▲ 80.9%	▲ 1,266	▲ 75.9%	275	+218.3%	■IO社の営業損失▲12.5億円　■買収に係る一時経費2億円　■既存事業減益
ワコールヨーロッパ	1,007	▲ 400	▲ 28.4%	▲ 182	▲ 15.3%	▲ 110	▲ 9.8%	■人件費増加　■ブランドの認知拡大に向けた宣伝活動や自社ECサイトの刷新に伴う経費増加
中国ワコール	923	10	+1.1%	165	+21.8%	126	+15.8%	■不採算店舗からの撤退に伴う人件費や賃借料の削減が寄与
他子会社・連結調整	△ 838	▲ 1,004	–	▲ 1,224	–	▲ 98	–	■タイの材料会社の無形・有形固定資産の減損損失を計上
営業利益	1,493	▲ 3,088	▲ 67.4%	▲ 2,507	▲ 62.7%	193	+14.8%	**■ワコール事業（海外）の営業利益は、67%減少**

20/3期　セグメント別レポート③ 【ピーチ・ジョン事業・その他】

※主要各社の概況は、参考資料P44-45で説明しています

ピーチ・ジョン事業 / 不採算店舗閉店・カタログ発刊の休止により国内改善。中国事業に課題残す

売上高 **105億円** ほぼ前期並み 【当初計画比】▲11億円(▲10%) 【修正計画比】＋1億円(＋1%)

営業損失 **▲4億円** 【前期比】＋55億円 【当初計画比】▲5億円 【修正計画比】▲1億円

その他 / ルシアンの不採算事業撤退を判断（今後は、製品事業（OEM受注など）と素材事業（刺繍糸・レース）に集中）

売上高 **160億円** 【前期比】▲12億円(▲7%) 【当初計画比】▲7億円(▲4%) 【修正計画比】▲3億円(▲2%)

営業損失 **▲3億円** 【前期比】▲1億円 【当初計画比】▲5億円 【修正計画比】▲2億円

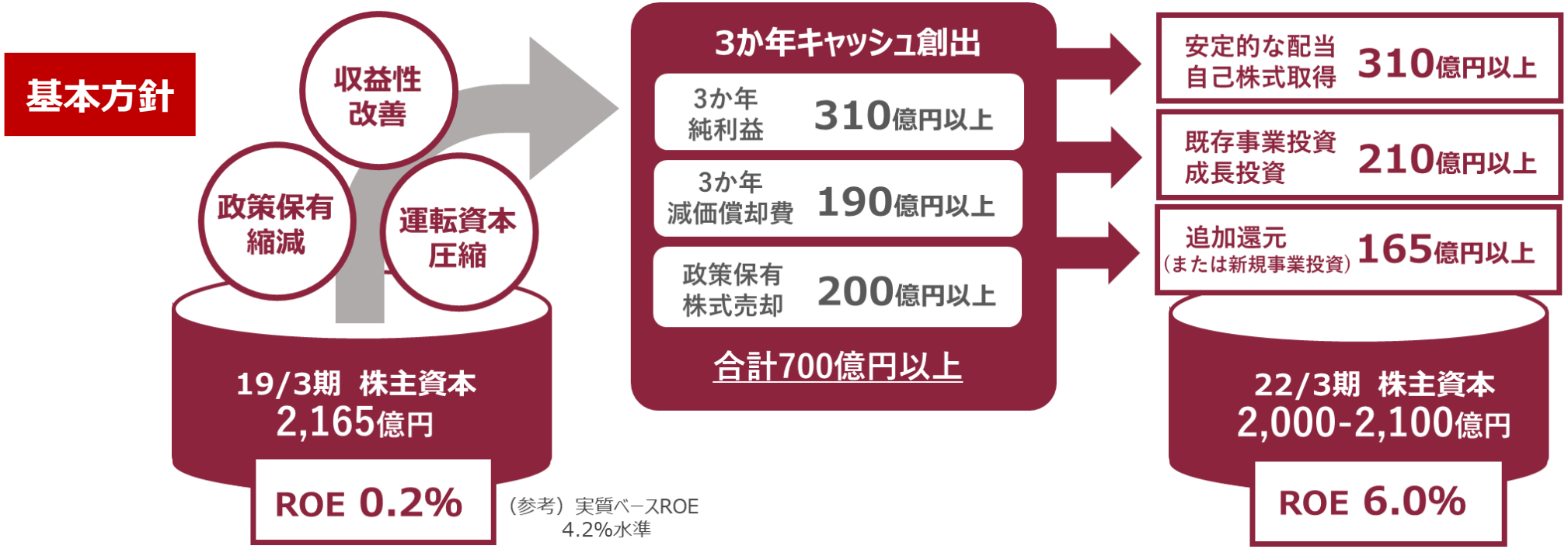
（単位：百万円）

		20/3期 実績	前期比		計画比（6/13開示）		修正計画比（1/31開示）		通期コメント
			増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	
ピーチ・ジョン事業	売上高	10,480	▲ 11	▲ 0.1%	▲ 1,120	▲ 9.7%	80	+0.8%	■国内　カタログ休止・不採算店舗撤退　■香港は低迷
	営業利益	△ 351	5,508	–	▲ 521	–	▲ 81	–	■中国事業低迷　■商標権の減損損失1.9億円計上（残4.9億円）
その他	ルシアン	5,760	▲ 524	▲ 8.3%	▲ 768	▲ 11.8%	▲ 75	▲ 1.3%	■OEM販売については前期を上回ったものの、素材事業が減収
	七彩	8,717	▲ 697	▲ 7.4%	▲ 83	▲ 0.9%	▲ 283	▲ 3.1%	■前期に計上した大型工事案件の裏返しにより減収
	他子会社・連結調整	1,541	29	+1.9%	169	+12.3%	76	+5.2%	
	売上高	16,019	▲ 1,191	▲ 6.9%	▲ 681	▲ 4.1%	▲ 281	▲ 1.7%	**■その他セグメントの売上高は、▲7%減少**
	ルシアン	△ 478	▲ 103	–	▲ 469	–	▲ 10	–	■アパレルなどの一部事業の撤退に伴い一時経費を計上
	七彩	218	▲ 64	▲ 22.7%	▲ 12	▲ 5.2%	▲ 37	▲ 14.5%	■減収影響により、減益
	他子会社・連結調整	△ 32	43	–	▲ 41	–	▲ 115	–	
	営業利益	△ 292	▲ 124	–	▲ 522	–	▲ 162	–	**■その他セグメント合計では、営業損失**

資本政策の基本的な方針（2019年6月13日開示）

- **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）

※新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、業績や資金需要に大きな変動が生じた場合は、基本方針の見直しも検討



米国のEC強化に向けた成長投資を実行。総還元性向は100%超を維持

1. 実質的な当期純利益▲31億円減少

…企業体としての「収益力」が相対的に低下
…「収益力」の回復は、絶対課題

2. 現在は、財務基盤の安定性を重視する局面

…感染症の影響長期化を想定し、目先は「守り」重視に転換
…金融機関からの借入枠拡大、新規投資のスケジュール見直し、報酬減額
…グループ全体でより一層「事業の選択と集中」に取り組む

- **連結営業利益率 3.6%（+1.1pt）**
  減損影響を除く実質ベース 3.8%（▲1.7pt）
- **連結ROE 1.6%（+1.4pt）**
  減損・評価損を除く実質ベース 3.0%（▲1.2pt）

20/3期 主要数値

19/3期　株主資本
2,165億円
ROE 0.2%
（実質ベース4.2%水準）

20/3期 純利益※	65億円
20/3期 減価償却費	60億円
20/3期 政策保有株式売却	153億円

20/3期キャッシュ創出　合計278億円

※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。

配当 自己株式取得	126億円
既存事業投資 成長投資	162億円

20/3期 使用キャッシュ 288億円

20/3期　株主資本
2,054億円
ROE 1.6%
（実質ベース3.0%水準）

20/3期　資本政策と株主還元（中計期間の進捗状況）

政策保有株式売却　136億円（進捗度68%）※19年3月末時点の簿価で算定　※実際の売却額は153億円

単位：億円

		20/3期 4Q会計期間 実績	20/3期 通期 実績	中計期間（20/3期~22/3期） 計画
創出キャッシュ	純利益★	-22	65	310　以上
	減価償却費	16	60	190　以上
	政策保有株式の売却額	50	153	200　以上
	合計	45	278	700　以上

★未実現の有価証券・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	19	162	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	0	49	
	自己株式の取得額	27	77	
	（取得株式数）	（969千株）	（2,797千株）	
	合計	46	288	

■主要KPI

㈱ワコール 政策保有株式の売却状況 ★★	売却金額	44	136	200
	目標に対する進捗度合い	22%	68%	
	完全売却銘柄数	2	12	

★★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）

単位：億円

20/3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)	32
直営店改装など（ワコール）	6
建物改修など（ワコール）	5
国内子会社関係	5
海外子会社関係	22
合計	162

誠に遺憾ながら、期末配当について、1株20円（記念配当４円含む）に修正

- 直近の配当予想１株40円 → 1株20円
- 中間配当40円と合わせて、年間では60円の配当
- 感染症収束時期が見通せない状況、手元流動性の確保を優先
- 次期の配当は、現段階では未定（合理的な業績予想の開示が可能となった時点で速やかに公表します）

	1株あたりの配当金			配当金総額（百万円）	配当性向（※）
	中間	期末	通期		
2019年3月期	36円	36円	72円	4,732	49.1%
2020年3月期（従来予想）	40円	40円	80円	－	－
2020年3月期（修正）	40円	20円	60円	3,808	58.6%
修正額	±0	▲20円	▲20円		
前年比	＋4円	▲16円	▲12円		

（※） 配当性向については、無形固定資産の減損損失および有価証券・投資評価損益を考慮しない実質の当期純利益で算出しています。

全世界のグループ社員が、「危機感」と「未来への想い」を一つとし、
この未曽有の危機を乗り切ってまいりますので、
引き続き、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

【今後の開示方針】

- 2021年３月期の連結業績予想は、詳細が明らかになり次第、速やかに公表いたします
- このほか、重大な影響が見込まれる事案が発生した際についても、速やかに開示いたします
- 第1四半期、第3四半期における決算説明会を、オンライン配信にて新規に開催します。
  （なお、開催日時については、原則、決算発表当日の夕刻を予定します）
- 月次情報については、数値のみならず、営業情報も簡潔にレポートします。
  （更新日時については、国内は15日前後、海外は25日前後となります）
- 役員は積極的にIR活動に取り組み、投資家の皆さまとのエンゲージメントに努めます。

ワコールグループの再出発に向けて

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　執行役員

1. 当社経営へのインパクトは、極めて高い

- 世界各地で非常事態宣言が発令されたことにより、世界規模で経済活動が大きく停滞。
  感染症の拡大防止に向けた店舗の営業停止や外出制限などの措置により、当社グループの事業活動はグローバルで非常に大きな影響を受ける。また、今後想定される雇用や所得環境の悪化による個人消費の低迷などは、売上・利益に対して引き続きマイナス影響を与えることが想定される。

2. 各国の営業状況 （※2020/3期　主要各社のEC売上比率は、P46に記載しています）

- ECチャネルは伸長するも、実店舗の休業影響により、各国で大幅減少
- 4月度の自社EC売上　ワコール＋76%　ピーチ・ジョン＋77%　米国ワコール＋33%

	営業状況	3月度売上		4月度売上（速報値）	
		売上高	EC売上のみ	売上高	EC売上のみ
ワコール（日本）	●緊急事態宣言（4/7）以降、百貨店・直営店は全店舗休業（一部量販店のみ営業） ●５月11日以降、一部地域で営業再開	▲29%	自社EC＋21%	▲72%	自社EC＋76%
ピーチ・ジョン（日本）	●緊急事態宣言（4/7）以降、直営店は全店舗休業 ●５月11日以降、一部地域で営業再開	▲14%	自社EC▲13%	▲19%	自社EC＋77%
米国ワコール※	●４月末日時点で、すべての店舗が休業	▲11%	EC＋14% （自社・他社含む）	▲68%	自社EC＋33%
ワコールヨーロッパ	●４月末日時点でほぼすべての地域の店舗休業（オーストラリアの一部店舗営業）	▲40%	他社EC▲22%	▲74%	他社EC±0%
中国ワコール	●１月23日の都市封鎖以降、3月末にかけて順次営業再開 （営業時間短縮や集客活動の禁止の規制有） ●４月20日時点で全店営業再開（改装予定2店舗除く）	売上状況はP25に掲載			

※IO社の売上は含まれていません（IO社を含んだワコールインターナショナル（米国）の売上：▲47%）

3. 中国の回復状況

- 1月23日から各都市が封鎖され、2月中旬では３割程度(約100店)しか営業しておらず、春節休暇も延長されたことから、売上高は**8割減収**となる
- 3月は残りの店舗が営業再開も、営業時間制限や集客活動の禁止もあり客足は鈍く、売上高は**5割減収**
- 4月に入り、すべての店舗が再開、店頭ベースの売上高は**70%程度まで回復**

	1月度売上	2月度売上	3月度売上	1Q	4月度売上（速報値）
	売上高	売上高	売上高	売上高	売上高
店舗	＋1%	▲94%	▲66%	▲51%	▲32%
他社EC	▲6%	+29%	＋19%	+15%	▲56%（※）
その他	▲32%	▲69%	▲52%	▲50%	－
中国ワコール　合計	▲4%	▲81%	▲48%	▲42%	▲37%

※2019年4月の中国ワコールは、ECモール事業者のプロモーション施策により大幅な増収（＋182%）。20年4月はその反動により、減収。

- **中国を先例としてみると、感染症拡大からの回復まで数か月を要し、それでも7割程度の回復と推測**
- **日本の9月～12月については、前期の増税影響の裏返し（駆け込み需要と反動）の考慮が必要**

4. 流通チャネルや、消費価値・購買行動が急激に変化

➢ 「不可逆の変化」と「一時的な影響」の見極めが重要。仮説は立てるが、早急な判断は危険

■中計発表資料における事業を取り巻く環境（消費行動の変化・動向）　19年6月発表

	■流通チャネルの動向	■消費者の変化	■テクノロジーの革新	■業界、産業構造の動向
1年前	・百貨店/量販店の低迷 ・ECやグローバルSPA躍進	・社会で活躍する女性の増加 ・装いのカジュアル化　・節約志向	・消費時のデジタル化の加速 ・生活者同士が直接につながる社会	・販売員の人材確保が困難 ・高品質なものづくり企業の減少
今	既存流通チャネルの衰退、ECシフトが加速。店舗の役割がどう変わるか、現時点では未知。	在宅勤務が働くスタイルの一つに。それとともに、カジュアルも変化。一方、消費の節約志向は継続。	デジタル変革できない企業は　生き残れない。変化の先を見据えた顧客発想型の変革がより重要に。	・中高級アパレル市場の低迷と、業界内における優勝劣敗加速 ・新たなカントリーリスク（材料）

5. グループ全体で、「健全な危機感」が一気に醸成

➢ 従来のワコールの強みや提供価値は、新しい生活様式の中で通用するのだろうか？

・「これまでの密接した接客スタイルによる販売方法は、この先、受け入れられるのだろうか？」
・「新しい生活様式でお客さまが求める商品やサービスに、私たちは応えられるだろうか？」
・「販売チャネルの大変革に、従来のビジネスモデルで対応できるのだろうか？」

【基本方針】

お客さま・従業員・お取引さまの、「健康・安全」を最優先として対応

（※従来のフィッティングなどのサービスの維持と、健康・安全の配慮・バランスは特に重要課題と認識）

【短期的な方針】

経営悪化を踏まえた徹底的なコスト削減の実行と、財務基盤の安定性確保

1. 事業領域全般にわたり、これまでの施策や支出計画の大胆な見直しの実行
2. 感染症の長期化に備えた、手元流動性の強化
3. 売上減少に伴う過剰在庫の回避に向けた生産調整

【中長期的な方針】

バリューチェーンの徹底的な点検と改革の実行 ～「高収益の経営体質」に向けた転機に～

1. 現状のコストストラクチャーの見直し（固定費削減に向けた取り組みの推進）
2. 国内・海外ともに、デジタル・トランスフォーメーションの取り組み加速
3. お客さまとのタッチポイントの見直し・再整備（変化する主要チャネルへの対応）
4. 「新しい生活様式」で顧客が待ち望む商品・サービスの開発、新たな接客や販売スタイルへの対応力強化

【短期的な方針】

経営悪化を踏まえた徹底的なコスト削減の実行と、財務基盤の安定性確保

1. 事業領域全般にわたり、これまでの施策や支出計画の大胆な見直しの実行

- マーケティング活動の見直しによる、広告宣伝費等の経費削減
- 展示会などのイベント中止、働き方改革推進、その他出張等の経費削減
- 役員報酬の減額（会長と社長が月額報酬：30%減額、その他取締役・監査役：20%減額）
- 新規投資の実施時期の見直し

2. 感染症の長期化に備えた、手元流動性の強化

- グループ各社の手元流動性の確保に向けて、金融機関からの借入枠を拡大
- 今回の事態を教訓に、今後の手元のキャッシュ水準の在り方についても、検討

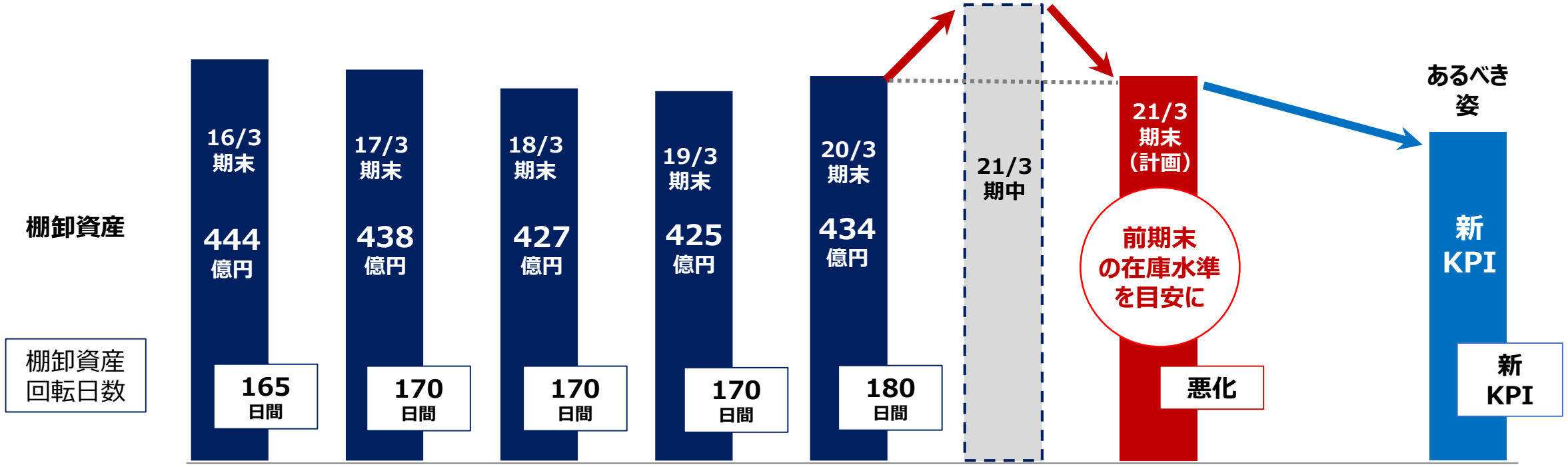
	16年3月期	17年3月期	18年3月期	19年3月期	20年3月期
現金及び現金同等物	34,059	33,995	29,487	30,133	27,905
定期預金	2,131	2,722	4,296	4,004	797
有価証券	1,880	1,457	1,567	446	656
手元流動性	38,070	38,174	35,350	34,583	29,358
手元流動性比率	2.25	2.34	2.17	2.14	1.89

検討
新KPI

経営悪化を踏まえた徹底的なコスト削減の実行と、財務基盤の安定性確保

3. 売上減少に伴う過剰在庫の回避に向けた生産調整（運転資本の管理強化）

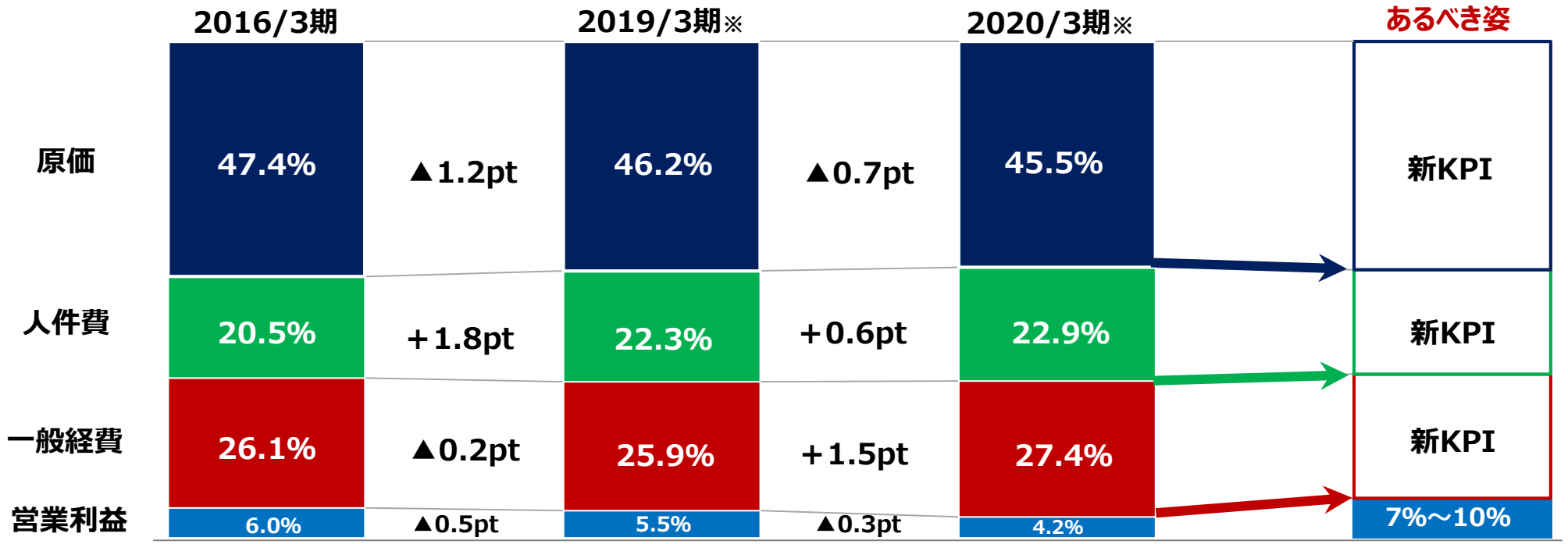
- 感染症による販売不振に伴い、一時的に在庫は過剰になるも、
  秋冬商品・翌春夏商品の生産調整を実施し、前期末（20年3月末）の在庫水準に低下計画
  （※ワコール事業（国内）では、2割を目安に生産調整を指示済み）
- 在庫水準はここ数年低下傾向も、トップラインの低下に伴い、棚卸在庫回転日数は過去最長の水準に
  （※中長期的な戦略の見直しの中で、在庫水準の「あるべき姿（KPI)」や、達成プロセスも検討）



バリューチェーンの徹底的な点検と改革の実行 ～「高収益の経営体質」に向けた転機に～

1．現状のコストストラクチャーの見直し（固定費削減に向けた取り組みの推進）

- 各社で固定費の在り方を含めて、ビジネスモデルの点検と見直し（損益分岐点比率の引き下げ）
- すべての事業で将来需要を見極め、より一層「事業の選択と集中」を実行
  「きっぱりやめること」、「未来に向けて新たにはじめること」、「続けるが軌道修正すること」を明確に
- 一歩踏み込んだ要員計画マネジメントの実践
- コストストラクチャーの「あるべき姿（KPI）」の設定・達成プロセスを検討



※固定資産の減損損失の影響を除去し、算出しています。

バリューチェーンの徹底的な点検と改革の実行 ～「高収益の経営体質」に向けた転機に～

2. 国内・海外ともに、デジタル・トランスフォーメーション（DX）の取り組み加速（顧客データベースの活用、店舗とECの連携強化、CX（顧客体験）の向上）

【国内】

顧客と「深く、広く、長く」つながるオムニチャネル戦略を強化継続（購買変化の見極め＋必要に応じた軌道修正）

- **顧客体験重視のサービスや価値提供に向けて、全事業を徹底的に点検**
- リアル店舗とECの連携・融合（相互送客）の推進、
- 全事業で顧客データベースの効率的な運用方法を確立（アクティブカスタマーの戦略的な獲得）
- **新しい生活様式への対応に向け、3DシステムやAIなどの接客システムの活用方法を軌道修正**

【海外】

EC事業の強化継続。国内同様、「顧客体験ドリブン」の発想に基づいて、各事業を徹底的に点検

- **ECシフトが進んでいない米中欧以外のアジア法人については、スピードを上げてプラットフォームを整備**
  （※ECシフトが全く進んでいなかったため、コロナ禍で大きなダメージを受ける）
- 各地域の事情に応じて、EC事業の成長加速
  - 「LIVELY」の成長加速　- 中国におけるECモール事業者の連携など

バリューチェーンの徹底的な点検と改革の実行 ～「高収益の経営体質」に向けた転機に～

3. お客さまとのタッチポイントの見直し・再整備（変化する主要チャネルへの対応）-収益重視の店舗運営に向けて、管理体制の点検・見直し

【国内】

百貨店のビジネスモデル転換を見据えた対応の検討（自主運営型（定借）ビジネスへの切り替えなど）

- 課題は収益重視の店舗運営。効率的な人員配置や店舗損益の管理手法の構築が必須
- 従来の卸売・自主運営型（定借）・直営店・自社ECの各ビジネスのバランスを今後、検討
  ＜「あるべき姿（KPI)」の設定・達成プロセスを検討＞

【海外】

EC強化（オフラインのマイナスをEC強化でカバー）、事業規模の小さな国・地域の開拓推進

- 米英だけでなく、各地域で実店舗はさらに厳しい局面に
  ＜「あるべき姿（KPI)」の設定・達成プロセスを検討＞

4. 「新しい生活様式」で顧客が待ち望む商品・サービスの開発、新たな接客や販売スタイルへの対応力強化

- ブランド・ポートフォリオの再点検と、新しい価値観に応じたウェイトの組み換えの実行
- 新しい接客方法の検討・テストマーケティングの実施（ライブコマースやチャットコンサルなど）
- 世界中の女性の「美しい」という価値判断がどこに向かうのか、注意して見守り、方向性を判断

今後のスケジュール（予定）

感染症影響を受けた中長期的な方針に関する具体的な取り組み、および、
中期経営計画の最終年度の方向性については、21年春に説明会を開催を予定。

	基本方針	2020年の取り組み
短期方針	1 これまでの施策や支出計画の大胆な見直しの実行	●コスト削減については、対応中 ●生産調整については、秋冬シーズンで販売する商品から随時、コントロールを実施
	2 感染症の長期化に備えた、手元流動性の強化	
	3 売上減少に伴う過剰在庫の回避に向けた生産調整	
中長期的な方針	1 現状のコストストラクチャーの見直し（固定費削減に向けた取り組みの推進）	●環境認識の共有 ●変化の先の見極めを慎重に実施し、課題に対する仮説を構築 ●需要予測を冷静に行い、「継続するべきもの」「やめるべきもの」を判断 ●顧客の価値観の変化について、仮説を検証 ●あるべき姿、KPI、達成に向けたプロセスを設定
	2 国内・海外ともに、デジタル・トランスフォーメーション（DX）の取り組み加速	
	3 お客さまとのタッチポイントの見直し・再整備	
	4 「新しい生活様式」で顧客が待ち望む 商品・サービスの開発、新たな接客や販売スタイルへの対応力強化	

今後の予定	
2020年7月31日	2021年3月期　第1四半期　決算発表、説明会 2021年3月期　通期業績の予想開示 ※オンライン説明会を開催いたします。
2020年10月30日 2020年11月4日	2020年3月期　第2四半期　決算発表 2020年3月期　第2四半期　決算説明会
2020年1月29日	・2020年3月期　第3四半期　決算発表・説明会 ※オンライン説明会を開催いたします。

今以上に社会から必要とされる存在、信頼される存在のワコールグループへ

ワコール新京都ビル（京都駅八条口）を青い光で照らす「応援ライトアップ」（5/1～）

参考資料

20/3期 主要子会社の実績

（単位：百万円）

		売上高										営業利益									
		19/3期 実績	20/3期 実績	20/3期 計画		前期比		計画比		修正計画比		19/3期 実績	20/3期 実績	20/3期 計画		前年比		計画比		修正計画比	
				当初計画（6/13開示）	修正計画（1/31開示）	増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率			当初計画（6/13開示）	修正計画（1/31開示）	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	102,356	99,224	105,327	102,500	▲ 3,132	▲ 3.1%	▲ 6,103	▲ 5.8%	▲ 3,276	▲ 3.2%	5,099	3,140	4,300	3,900	▲ 1,959	▲ 38.4%	▲ 1,160	▲ 27.0%	▲ 760	▲ 19.5%
	Ａｉ	4,181	3,597	4,290	3,750	▲ 584	▲ 14.0%	▲ 693	▲ 16.2%	▲ 153	▲ 4.1%	△ 321	△ 269	53	▲ 141	52	–	▲ 322	–	▲ 128	–
ワコール事業（海外）	ワコール インターナショナル（米国）	18,486	19,194	18,750	19,606	708	+3.8%	444	+2.4%	▲ 412	▲ 2.1%	2,095	401	1,667	126	▲ 1,694	▲ 80.9%	▲ 1,266	▲ 75.9%	275	+218.3%
	ワコールヨーロッパ	14,106	12,988	14,655	13,649	▲ 1,118	▲ 7.9%	▲ 1,667	▲ 11.4%	▲ 661	▲ 4.8%	1,407	1,007	1,189	1,117	▲ 400	▲ 28.4%	▲ 182	▲ 15.3%	▲ 110	▲ 9.8%
	中国ワコール	11,617	11,081	12,507	11,258	▲ 536	▲ 4.6%	▲ 1,426	▲ 11.4%	▲ 177	▲ 1.6%	913	923	758	797	10	+1.1%	165	+21.8%	126	+15.8%
ピーチ・ジョン事業	ピーチ・ジョン	10,491	10,480	11,600	10,400	▲ 11	▲ 0.1%	▲ 1,120	▲ 9.7%	80	+0.8%	△ 220	△ 160	170	▲ 270	60	–	▲ 330	–	110	–
その他	ルシアン	6,284	5,760	6,528	5,835	▲ 524	▲ 8.3%	▲ 768	▲ 11.8%	▲ 75	▲ 1.3%	△ 375	△ 478	▲ 9	▲ 468	▲ 103	–	▲ 469	–	▲ 10	–
	七彩	9,414	8,717	8,800	9,000	▲ 697	▲ 7.4%	▲ 83	▲ 0.9%	▲ 283	▲ 3.1%	282	218	230	255	▲ 64	▲ 22.7%	▲ 12	▲ 5.2%	▲ 37	▲ 14.5%

【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）	166,679	176,508	170,465	180,421	9,829	+5.9%	6,043	+3.5%	▲ 3,913	▲ 2.2%	18,900	3,694	15,150	1,167	▲ 15,206	▲ 80.5%	▲ 11,456	▲ 75.6%	2,527	+216.5%
	ワコールヨーロッパ	96,826	93,954	101,062	99,509	▲ 2,872	▲ 3.0%	▲ 7,108	▲ 7.0%	▲ 5,555	▲ 5.6%	9,663	7,290	8,198	8,105	▲ 2,373	▲ 24.6%	▲ 908	▲ 11.1%	▲ 815	▲ 10.1%
	中国ワコール	694,776	702,223	758,000	708,066	7,447	+1.1%	▲ 55,777	▲ 7.4%	▲ 5,843	▲ 0.8%	54,594	58,468	45,900	50,114	3,874	+7.1%	12,568	+27.4%	8,354	+16.7%

（※）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。

20/3期　ワコールの概況①　＜主要事業部の売上高・営業利益＞

顧客データを積極的に活用した小売・WEBは、増収確保。卸売事業は、3Dや顧客データの活用に課題を残す

売上高　**992億円**【前期比】▲31億円(▲3%)【当初計画比】▲61億円(▲6%)【修正計画比】▲33億円(▲3%)

- 卸売事業の低迷継続（19/3期　前期差▲27億円　20/3期　前期差▲41億円）　直近2年間のCAGR▲4%
- 小売・WEB事業は堅調（19/3期　前期差＋2億円　20/3期　前期差＋10億円）　直近2年間のCAGR＋2.5%

営業利益　**31億円**【前期比】▲20億円(▲38%)【当初計画比】▲12億円(▲27%)【修正計画比】▲8億円(▲20%)

- 売上利益率は継続して改善（卸売事業0.1ポイント、小売事業0.4ポイントそれぞれ改善）
- 退職給付債務見直し（※連結調整前）に伴う人件費増加も影響し、販管費率は53%まで上昇（前期から＋2.5ポイント）
  （※販管費率は、内部売上含む売上高に対して、試算）

（単位：百万円）

	20/3期 実績	前期差		計画比（6月13日開示）		修正計画比（1月31日開示）	
		増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率
卸売事業本部	78,266	▲ 4,080	▲ 5.0%	▲ 5,034	▲ 6.0%	▲ 2,930	▲ 3.6%
小売事業本部・WEB事業部	25,666	1,050	+4.3%	▲ 441	▲ 1.7%	▲ 399	▲ 1.5%
その他売上・内部消去・調整など	△ 2,985	▲ 13	+0.4%	▲ 78	+2.7%	▲ 24	+0.8%
売上高合計（内部売上含む）	100,946	▲ 3,043	▲ 2.9%	▲ 5,554	▲ 5.2%	▲ 3,354	▲ 3.2%
売上高合計（外部売上のみ）	99,224	▲ 3,132	▲ 3.1%	▲ 6,103	▲ 5.8%	▲ 3,276	▲ 3.2%
卸売事業本部	13,646	▲ 1,703	▲ 11.1%	▲ 1,804	▲ 11.7%	▲ 1,204	▲ 8.1%
小売事業本部・WEB事業部	2,075	78	+3.9%	105	+5.3%	▲ 140	▲ 6.3%
間接部門　販管費	△ 12,481	▲ 234	+1.9%	1,619	▲ 11.5%	684	▲ 5.2%
ワコール　営業利益合計	3,140	▲ 1,959	▲ 38.4%	▲ 180	▲ 5.4%	▲ 760	▲ 19.5%

20/3期　ワコールの概況②　＜卸売事業の状況＞

- **百貨店を中心に展開する事業が、総じて低調に推移（インナーウェア以外のほぼすべての商材が2桁減収）**
- **量販店を中心に展開するウイングのインナーウェアは、積極的なプロモーション施策が奏功し、計画達成**

卸売事業本部事業別　売上高状況（四半期単位の増減率・通期の業績）

（単位：百万円）

		第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	20/3期 実績	前期比		計画比	
							増減額	増減率	増減額	増減率
インナーウェア事業	ワコール	▲ 4%	+11%	▲ 15%	▲ 18%	37,930	▲ 2,334	▲ 5.8%	▲ 2,731	▲ 6.7%
	ウイング	+11%	+8%	▲ 3%	▲ 7%	20,414	450	+2.3%	14	+0.1%
パーソナルウェア事業	ワコール	▲ 10%	+6%	▲ 18%	▲ 25%	4,739	▲ 622	▲ 11.6%	▲ 491	▲ 9.4%
	ウイング	▲ 38%	▲ 10%	▲ 26%	+18%	562	▲ 104	▲ 15.6%	292	+108.3%
ファミリーウェア事業	ワコール	▲ 17%	▲ 6%	▲ 26%	+21%	2,811	▲ 595	▲ 17.5%	▲ 354	▲ 11.2%
グッドエイジ事業	ワコール	▲ 2%	▲ 8%	▲ 10%	▲ 56%	–	–	–	–	–
レッグ・カルソン事業	ワコール	▲ 3%	▲ 2%	▲ 27%	▲ 23%	–	–	–	–	–
メンズインナー事業	ワコール	▲ 9%	+2%	▲ 13%	▲ 10%	–	–	–	–	–
上記3事業合計		–	–	–	–	4,254	▲ 341	▲ 7.4%	▲ 865	▲ 16.9%
ウエルネス事業	CW-X、ワコール	▲ 8%	+3%	▲ 25%	▲ 27%	4,610	▲ 801	▲ 14.8%	▲ 1,160	▲ 20.1%
その他（消化調整、自社EC売上）		–	–	–	–	2,946	267	+10.0%	262	+9.7%
卸売事業本部　計		▲ 2%	+8%	▲ 13%	▲ 15%	78,266	▲ 4,080	▲ 5.0%	▲ 5,034	▲ 6.0%

20/3期　ワコールの概況③　＜店頭ベースの販売額推移（増減）＞

- **消費税増税後の需要低迷の長期化に加え、3月以降の外出自粛に伴う来店客数の減少**
- **小売事業（直営店）は、商品施策・会員顧客へのマーケティング強化が奏功**
- **自社ECは、年間通して、2桁の成長を維持**

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	第3四半期	第4四半期	累計
卸売	百貨店	▲ 6%	+8%	▲ 14%	▲ 23%	▲ 9%
	量販店（ワコールブランド）	▲ 4%	+15%	▲ 18%	▲ 16%	▲ 5%
	量販店（ウイングブランド）	+4%	+19%	▲ 5%	▲ 11%	+0%
	専門店（実店舗）	+4%	+6%	▲ 6%	▲ 11%	▲ 2%
	スポーツ量販店	▲ 11%	+11%	▲ 22%	▲ 28%	▲ 12%
	他社EC	▲ 7%	+5%	▲ 8%	▲ 3%	▲ 3%
小売	直営店	+6%	+6%	+0%	▲ 2%	+3%
	自社EC	+18%	+24%	+11%	+17%	+17%
	自社カタログ	+10%	+6%	▲ 13%	▲ 13%	▲ 4%

20/3期　ワコールインターナショナル（米国）の概況

ECでの成長機会の創出と競争力の強化に向けた取り組みを推進、IO社「LIVELY」を買収

売上高　**192億円**【前期比】＋7億円(＋4%)【当初計画比】＋4億円(＋2%)【修正計画比】▲4億円(▲2%)

（※参考）現地通貨ベース【前期比】＋6%【当初計画比】＋4%

- 米国ワコール：実店舗▲8%　EC＋18%　（百貨店EC＋16%　専業EC＋9%　自社EC＋27%）EC比率34%（＋5.4pt）
- IO社：主力SNSにおける広告運用方法の変更に伴う集客効果の低下や、会計基準の統一化に伴う引当金計上等により、当初計画（売上高16億円）から3億円下振れ（※参考：8月～9月のIO社の前期との比較＋31%）

営業利益　**4億円**【前期比】▲17億円(▲81%)【当初計画比】▲13億円(▲76%)【修正計画比】＋3億円（＋218%）

（※参考）現地通貨ベース　【前期比】▲81%【当初計画比】▲76%

- IO社：当初計画（営業損失▲7億円）から▲5.5億円下振れ（減収影響・販管費増加・減価償却費計上）

◆チャネル・地域別の売上高・四半期単位の増減率

			第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	累計	構成比★
チャネル	店舗	百貨店	▲ 12%	▲ 9%	▲ 4%	▲ 6%	▲ 8%	62%
		アウトレット・直営店	▲ 23%	▲ 30%	▲ 11%	▲ 22%	▲ 23%	
		店舗計	▲ 12%	▲ 10%	▲ 4%	▲ 6%	▲ 8%	
	EC	百貨店EC	▲ 2%	+19%	+62%	+9%	+16%	34%
		専業EC	▲ 2%	+5%	+25%	+19%	+9%	
		自社EC	+17%	+33%	+24%	+35%	+27%	
		EC計	+4%	+19%	+36%	+22%	+18%	
地域		米国	▲ 7%	▲ 2%	+7%	+3%	▲ 1%	92%
		カナダ	+2%	▲ 5%	+2%	+0%	▲ 1%	4%
		他地域	+1%	▲ 16%	+6%	▲ 47%	▲ 17%	4%

現地通貨ベースにおける増減率　★チャネル構成比は、累計の値であり、輸出売上を除いて算出しています。

主要子会社の業績（単位：千ドル）

	米国ワコール	IO社
売上高	168,685	11,967
（前期比）	▲ 1%	–
営業損益	14,830	-11,494
（前期比）	▲ 22%	–

※IO社の売上は、8月～3月のみを計上

20/3期　ワコールヨーロッパの概況

英国苦戦も、北米や欧州圏での伸長により、3Qまで増収。感染症影響により、4Qで減収に転じる

売上高　**130億円**【前期比】▲11億円(▲8%)【当初計画比】▲17億円(▲11%)【修正計画比】▲7億円(▲5%)

（※参考）現地通貨ベース【前期比】▲3%【当初計画比】▲7%

- 地域別では、英国が主力百貨店の低迷により苦戦（英国▲10%　欧州▲1%　北米＋3%　）
- 他社EC売上＋10%（他社EC比率21%　＋3ポイント）　※自社ECの刷新完了に伴い、下期より本格稼働

営業利益　**10億円**【前期比】▲4億円(▲28%)【当初計画比】▲2億円(▲15%)【修正計画比】▲1億円（▲10%）

（※参考）現地通貨ベース　【前期比】▲25%【当初計画比】▲11%

- 売上利益率は0.4ポイント低下（第3四半期まで改善傾向も、第4四半期で悪化）
- ブランドの認知拡大に向けた宣伝活動の強化、自社ECサイトの刷新費用の計上などの経費増加

◆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	第3四半期	第4四半期	累計	構成比★
チャネル	店舗	百貨店	▲ 27%	+7%	+0%	▲ 14%	▲ 10%	21%
		専門店	▲ 5%	+10%	+2%	▲ 19%	▲ 4%	52%
		直営店	▲ 15%	▲ 6%	▲ 1%	▲ 3%	▲ 7%	6%
	EC	他社EC	+19%	+29%	+4%	▲ 9%	+10%	21%
ブランド★★		Fantasie	▲ 5%	+20%	▲ 2%	▲ 17%	▲ 2%	34%
		Freya	▲ 17%	+1%	▲ 8%	▲ 18%	▲ 11%	24%
		Goddess	▲ 13%	+3%	▲ 2%	▲ 1%	▲ 4%	5%
		Elomi	+6%	+15%	+16%	▲ 7%	+7%	24%
		Wacoal	▲ 8%	+8%	+10%	▲ 24%	▲ 4%	12%
		B.Tempted	▲ 16%	▲ 17%	▲ 17%	▲ 29%	▲ 19%	1%

★各構成比は累計の値です　★★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集計しています。

20/3期　中国ワコールの概況

ECモール事業者との連携強化により、ECの高い成長を維持

売上高　**111億円**【前期比】▲5億円(▲5%)【当初計画比】▲14億円(▲11%)【修正計画比】▲2億円(▲2%)

（※参考）現地通貨ベース【前期比】＋1%【当初計画比】▲7%

- ピーチ・ジョンを除いたEC売上＋35%　EC売上の比率 20%（+5ポイント）
- 新たな顧客層の開拓を目的に日本の「AMPHI」ブランドの販売を開始

営業利益　**9億円**【前期比】＋1%【当初計画比】＋2億円(＋22%)【修正計画比】1億円（＋16%）

（※参考）現地通貨ベース【前期比】＋7%【当初計画比】＋27%

- 利益率の低いブランド（ピーチジョン）の売上構成比率の低下による売上利益率の改善
- 不採算店舗からの撤退に伴う人件費や賃借料の削減

◆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	第3四半期	第4四半期	累計	構成比★
チャネル	百貨店	+2%	▲ 3%	▲ 4%	+1%	▲ 1%	75%
	他社EC	+22%	+26%	+17%	+7%	+17%	25%
ブランド	ワコール	+6%	+11%	+1%	+5%	+6%	84%
	サルート	▲ 11%	▲ 16%	▲ 15%	▲ 7%	▲ 13%	8%
	ラロッサベル	▲ 42%	▲ 19%	▲ 74%	▲ 92%	▲ 57%	1%
	ピーチ・ジョン	+3%	▲ 38%	▲ 28%	▲ 28%	▲ 25%	7%

★チャネル構成比は、累計（1月～12月）の値であり、代理商売上を除いて算出しています。

20/3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

主力商材（経編や丸編）などの受注減少に伴うタイの材料会社の売上不振に伴い、減損損失を計上

売上高　**73億円**【前期比】▲16億円(▲18%)【当初計画比】▲23億円(▲24%)【修正計画比】▲3億円(▲4%)

- 香港ワコール▲6億円：政情不安による売上不振、ピーチ・ジョン香港の取引条件変更影響
  （香港地区のピーチ・ジョンの店頭売上の計上先を、ピーチ・ジョン事業セグメントに変更）
- タイの材料会社▲10億円：得意先の在庫過多に伴う主力商材の受注減少、新製品開発の遅れ

営業損失　**▲8億円**【前期比】▲10億円【当初計画比】▲12億円【修正計画比】▲1億円

- タイの材料会社の固定資産の減損損失を計上（約11億円）

タイの材料会社2社（Aテック、Gテック）　2020年3月期の概況

売上高　**24億円（前期差▲10億円　計画差▲11億円）**

営業損失　**▲4億円（ほぼ前年並み　計画差　▲3億円）**

ワコールインディア　2020年3月期の概況

売上高　**2.1億円（前期差+0.9億円　計画差▲0.2億円）**

営業損失　**▲1.3億円（前期差▲0.5億円　計画差　▲0.1億円）**

20/3期　国内子会社4社の概況（ピーチ・ジョン＆Ai（アイ））

ピーチ・ジョン　定番商品の好調に加え、不採算店舗閉店・カタログ休止により、国内改善。中国事業に課題残す

売上高　**105億円**　前期並み　【当初計画比】▲11億円(▲10%)　【修正計画比】＋1億円(＋1%)

営業損失　**▲4億円**　【前期比】＋55億円　【当初計画比】▲5億円　【修正計画比】▲1億円

（※参考）減損損失除く　▲1.6億円【前期比】＋0.6億円　【当初計画比】▲3.3億円

■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	第3四半期	第4四半期	累計	構成比★
国内	通販事業	▲ 13%	▲ 3%	▲ 11%	+14%	▲ 4%	44%
	店舗事業	▲ 3%	+10%	+4%	▲ 1%	+3%	56%

★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。

■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	第3四半期	第4四半期	累計
海外★★	香港	▲ 24%	▲ 31%	▲ 36%	▲ 23%	▲ 29%
	台湾（店舗＋EC）	+5%	+2%	+0%	+30%	+8%
	上海・北京他（直営店）	▲ 19%	▲ 24%	▲ 23%	▲ 23%	▲ 22%
	上海・北京他（他社EC）	+9%	▲ 48%	▲ 23%	▲ 33%	▲ 29%
	上海・北京他 合計	▲ 2%	▲ 41%	▲ 23%	▲ 30%	▲ 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～12月の数値）

Ai（アイ）　天候不順により7月低迷も、それ以外はほぼ計画通りに推移。水着事業をリゾートウェア事業に転換

売上高　**36億円**【前期比】▲6億円(▲14%)【当初計画比】▲7億円(▲16%)【修正計画比】▲2億円(▲4%)

営業損失　**▲3億円**【前期比】＋0.5億円　【当初計画比】▲3億円　【修正計画比】▲1億円

◆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	第3四半期	第4四半期	累計	構成比★
リゾートウェア事業（旧水着事業）	▲ 12%	▲ 21%	+3%	▲ 27%	▲ 18%	68%
下着事業	+0%	+0%	▲ 2%	▲ 1%	▲ 1%	32%

★構成比は、累計の値です

20/3期　国内子会社の概況　＜ルシアン・七彩＞

ルシアン　アパレル事業など不採算事業を撤退。主力インナーウェア商材のOEM受注はプラスに転じる

売上高　**58億円**【前期比】▲5億円(▲8%)【当初計画比】▲8億円(▲12%)【修正計画比】▲1億円(▲1%)

営業損失　**▲5億円**【前期比】▲1億円【当初計画比】▲5億円【修正計画比】計画通り

◆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	第3四半期	第4四半期	累計	構成比★
製造事業（旧インナーウェア・アパレル）	+3%	+3%	+13%	▲ 10%	+2%	75%
素材事業（旧マテリアル・アートホビー）	▲ 9%	▲ 3%	▲ 19%	▲ 14%	▲ 11%	23%
EC企画販売（自社EC・他社EC）	+20%	+24%	+16%	+22%	+20%	2%

★構成比は、累計の値です

七彩　前期に発生した百貨店の大型内装工事完了の裏返しにより、減収

売上高　**87億円**【前期比】▲7億円(▲7%)【当初計画比】▲1億円(▲1%)【修正計画比】▲3億円(▲3%)

営業利益　**2億円**【前期比】▲23%【当初計画比】▲5%【修正計画比】▲15%

◆七彩　売上高　四半期単位の増減率	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	累計	構成比★
レンタル事業	▲ 13%	▲ 8%	▲ 10%	▲ 17%	▲ 12%	21%
物販事業	▲ 21%	▲ 21%	▲ 16%	▲ 32%	▲ 23%	16%
工事事業	▲ 27%	+33%	▲ 7%	▲ 13%	▲ 4%	63%

★構成比は、累計の値です

20/3期　主要各社のEC売上比率まとめ

		20/3期	
		EC比率	前期比
ワコール（日本）	自社ECチャネルのみ	5.0%	+0.8pt
ピーチ・ジョン（日本）	自社ECチャネルのみ	39.8%	▲1.2pt
米国ワコール	自社・他社ECチャネルの合計	33.7%	+5.4pt
ワコールヨーロッパ	他社ECチャネルのみ	20.5%	+2.4pt
中国ワコール	他社ECチャネルのみ	23.8%	+3.3pt

※ワコール（日本）の他社EC売上は、現時点で未集計です。

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。