

ワコールホールディングス決算説明資料

2021年3月期実績と 2022年3月期の見通しについて

宮城 晃

(株)ワコールホールディングス
取締役 常務執行役員

2021年5月14日

皆さま、こんにちは。

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。

それでは、ワコールホールディングスの2021年3月期実績と、2022年3月期の見通しについて、ご説明申し上げます。

事業セグメント変更の概要

第1四半期連結累計期間において、当社グループ内の業績管理区分の一部見直しに伴い、従来「ワコール事業（国内）」セグメントに含めていたA i 及び「ピーチ・ジョン事業」セグメントを「その他」セグメントへ含める変更を行いました。しかしながら、第2四半期連結累計期間において、「その他」セグメントに含まれていた「ピーチ・ジョン事業」が量的基準を満たしたため、報告セグメントとして記載する方法に変更しています。

オムニチャネル戦略の名称変更について（CX戦略）

当社は、これまでチャネルを超えて一人ひとりのお客様とのつながりを強化すべく「オムニチャネル戦略」を推進してきました。その結果、2021年3月期までにチャネルを超えて、一人ひとりのお客様を可視化できる環境が整ってきました。今後、取得したデータを活用し、お客様一人ひとりとのつながりをさらに深めるためには、より「顧客起点」を反映した戦略を推進していく必要があります。以上の点を踏まえ、2022年3月期より、「オムニチャネル戦略」を「CX戦略」に名称変更しています。

2ページをご覧ください。上期決算時にご説明した報告セグメントの変更と、当期からの戦略名称の変更について記載しておりますので、後程ご確認ください。

2021年3月期 第4四半期実績（1月-3月）

3ページです。まず初めに、当第4四半期 3か月間の業績についてご説明いたします。

**緊急事態宣言やロックダウン措置による外出自粛が営業活動に響き、売上見込みを下回る
Wヨーロッパの“のれん”の減損を計上するも、経費削減が寄与し、営業損益は見込み並みで着地**

売上高 ▶ **373億円** 前年同期差 ▲54億円 (▲13%) ※21/3期3Q決算時の4Q見込差 ▲38億円 (▲9.2%)

- ▶ 欧州の主要都市では長期間にわたるロックダウン措置により、実店舗の多くが休業。国内も緊急事態宣言の発令により、低迷
- ▶ 日本・米国はECの高い成長を維持。また、IO社は米国大手小売業者ターゲット (Target Corporation) との取引を開始
- ▶ ピーチ・ジョンは、商品企画や話題性の高いマーケティング施策が奏功し、好調を継続
- ▶ 中国は、ECイベント「双11 (ダブル・イレブン)」の後半期間の受注活動で失速

営業損失 ▶ **▲51億円** 前年同期差 ▲19億円 ※21/3期3Q決算時の4Q見込差 ▲1.2億円

- ▶ 売上利益の改善 (前年同期差+2.2pt)、販管費の削減 (前年同期差▲22億円) は進展 (売上原価に含まれる助成金などの特殊要因を除く売上利益率は52.2% (+1.4pt))
- ▶ 感染症の影響により、ワコールヨーロッパの“のれん” (27億円) や、その他のグループ会社における固定資産の減損を計上
- ▶ 結果、4Q期間の営業損失額は、第3四半期決算時の見込み並みで着地

4ページをご覧ください。当第4四半期の業績について、まとめています。

売上高は、373億円となりました。ピーチ・ジョン事業は好調を維持しましたが、感染症の影響による国内外のワコール事業の店頭売上の低迷が響き、グループ全体では前年同期に比べ13%の減収となりました。

営業損益は51億円の営業損失となりました。各社で経費削減を進めましたが、減収影響に加え、ワコールヨーロッパの“のれん”や、その他のグループ会社における直営店舗の減損損失が響き、第3四半期決算時の見込み並みの着地となりました。

21/3期 4Q（1月～3月） 売上高の推移（前年同期比）

- 実店舗のウエイトの高いワコール（日本）、ワコールヨーロッパへの影響が長期化
- 米国ワコールはEC好調も、得意先の仕入枠の抑制や天候不順による店頭売上の不振が影響し、4Qは減収

	2020年				2021年
	1月～3月	4月～6月	7月～9月	10月～12月	1月～3月
	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
ワコール	▲ 12%	▲ 46%	▲ 18%	+5%	▲ 18%
ピーチ・ジョン（国内のみ）	+7%	+3%	+14%	+20%	+16%
米国ワコール	+0%	▲ 50%	▲ 15%	+4%	▲ 10%
ワコールヨーロッパ	▲ 15%	▲ 50%	▲ 19%	▲ 14%	▲ 12%
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
中国ワコール	▲ 42%	▲ 10%	+0%	▲ 3%	+53%

5ページをご覧ください。主要子会社のクォーターごとの売上高の推移を記載しています。

当第4四半期におきましてもピーチ・ジョンは自社ECの高い成長を中心に好調を維持しました。他方、国内の緊急事態宣言や欧州のロックダウン措置の影響で店頭売上の構成比が高いワコールとワコールヨーロッパの売上高は低迷しました。米国ワコールについては、得意先の仕入枠の抑制や天候不順による店頭売上の苦戦が響き、減収となりました。また、中国事業は10月から12月の実績となりますが、EC事業者の大型販促キャンペーンであるダブル・イレブンの受注に苦戦した結果、減収となっています。

➤ 緊急事態宣言発令に伴う外出自粛や得意先の仕入れ枠の抑制により、ワコールが大幅減収

(単位：百万円)

	売上高			営業利益			第4四半期コメント
	20/3期 4Q	21/3期 4Q	前年同期差	20/3期 4Q	21/3期 4Q	前年同期差	
	実績	実績		実績	実績		
卸売事業	15,623	12,763	▲ 2,860	690	▲ 566	▲ 1,256	・百貨店▲9% ・量販店 ワコール▲10%、ウイング▲8% ・直営店▲20% ・自社ECは高い成長を維持（+34%） （自社EC比率10% +3.7pt） ・米国ワコールEC+21%（自社EC+49%） ・IO社+108% ・欧州：感染症拡大で実店舗低迷（卸売▲16%） 直営店・自社EC合計+46% ・中国：EC苦戦▲12%、百貨店+3% ・PJ：自社EC伸長（+32%） ・ルシアン：インナーウェア復調▲7% ・七彩：工事事業低迷▲50% ・Ai：下着事業低迷▲15% ※他子会社や決算調整の項目は、表示していません ※PJ中国事業の売上高のセグメント変更を反映
小売+WEB事業	6,167	5,826	▲ 341	4	▲ 107	▲ 111	
その他売上・調整など	▲ 1,315	▲ 1,258	+57	▲ 2,481	▲ 1,930	+551	
ワコール	20,475	17,331	▲ 3,144	▲ 1,787	▲ 2,603	▲ 816	
ワコール事業（国内）	23,240	19,198	▲ 4,042	▲ 1,030	▲ 2,381	▲ 1,351	
ワコールインターナショナル	4,953	4,859	▲ 94	▲ 78	137	+215	
ワコールヨーロッパ	3,113	2,869	▲ 244	257	454	+197	
のれんの減損損失					▲ 2,673	▲ 2,673	
中国ワコール	2,049	2,253	+204	190	142	▲ 48	
ワコール事業（海外）	11,698	11,507	▲ 191	▲ 1,134	▲ 2,520	▲ 1,386	
ピーチ・ジョン事業	3,359	3,535	+176	▲ 519	▲ 23	+496	
ルシアン	1,397	1,184	▲ 213	▲ 316	72	+388	
七彩	2,238	1,363	▲ 875	41	▲ 59	▲ 100	
Ai	514	323	▲ 191	▲ 151	▲ 172	▲ 21	
その他	4,432	3,063	▲ 1,369	▲ 486	▲ 147	+339	
合計	42,729	37,303	▲ 5,426	▲ 3,169	▲ 5,071	▲ 1,902	

6ページをご覧ください。事業セグメントならびに主要子会社の売上高と営業損益を記載しています。

国内においては、感染症の再拡大に伴う都市部店舗への来店客数の減少に加え、得意先の在庫抑制の影響もあり、慎重に見立てた計画をさらに下回る結果となりました。

2021年3月期の実績

7ページに移ります。続きまして2021年3月期通期の実績について、ご説明いたします。

**感染症により、都市部の来店客数が減少した半面、ECが伸長するなど、顧客行動が変化
感染症の長期化を受け、各社で経費削減に努めた結果、営業損益は修正計画並みで着地**

売上高 **1,522億円** 前期差 ▲346億円(▲19%) 修正計画差 ▲38億円 (▲2%)

- ロックダウン措置、緊急事態宣言による店舗休業や営業時間の短縮に加え、都市部店舗への来店客数の減少が影響し、減収
- 外出自粛に伴う「巣ごもり需要」の高まりによってECは各国で伸長
- ピーチ・ジョンは、消費者ニーズを捉えた商品企画や販促施策が奏功し、自社ECが高い成長を維持

営業損失 **▲11億円** 前期差 ▲77億円 修正計画差 ▲1億円

- 減収に加えてワコールヨーロッパののれんの減損損失を計上するも、経費削減と各国政府の支援策の活用により修正計画並みで着地
- ピーチ・ジョンは増収や収益性の改善により、大幅増益（前期差+19億円）

税引前当期純利益 **108億円** 前期差 +64億円(+148%) 修正計画差 +105億円

- 有価証券・投資評価損益（純額）については、評価益104億円を計上（前期は38億円の評価損を計上）

8ページをご覧ください。

この1年を振り返りますと、感染症をきっかけに、顧客の価値観、購買行動、流通構造、私たちの働き方など、さまざまなことが一気に変化すると改めて感じます。その中で、従業員やお客様の健康や安全の確保を第一優先に事業活動を続けてまいりましたが、感染症の影響は大きく、大変厳しい業績となりました。

売上高は1,522億円となり、前期を約350億円下回りました。「巣ごもり需要」の高まりによってECは伸長したものの、外出抑制措置による店舗休業や営業時間の短縮に加え、都市部店舗への来店客数の減少が影響し、大幅な減収となりました。

営業損益は11億円の営業損失となりました。減収やワコールヨーロッパののれんに対する減損損失の計上が響き営業損失となりましたが、各社が経費削減に努めたことや、雇用調整助成金など各国政府の支援策を活用した結果、修正計画並みの着地となりました。

税引前四半期純利益は、有価証券・投資評価損益が104億円の評価益となったことから、108億円となりました。

なお、決算概況につきましては、本資料の最後にございます参考資料に掲載していますので、後ほど、ご確認ください。

**感染症の影響などを踏まえ、公正価値を再評価し、26.7億円の減損損失を計上
ワコールヨーロッパののれんの残存価額は当期末の為替ベースで94.0億円（61.7百万ポンド）**

減損損失計上の背景

2012年の買収以降、付加価値の高い商品を開発するとともに、展開する国や流通チャネルの特性に応じたマーケティング活動を実行し、安定した成長を実現。

しかしながら、英国や欧州における感染症の影響などを踏まえ、今後の業績見通しからのれんの公正価値を再評価した結果、26.7億円の減損損失を計上。

今後のビジネス展開

- 日本発のデジタルサービスを現地直営店で展開するなど、ブランド認知の拡大に向けマーケティング活動を強化
- 市場変化に合わせブランド・ポートフォリオマネジメントを強化
- ドイツ市場での事業拡大に向けEC事業を強化

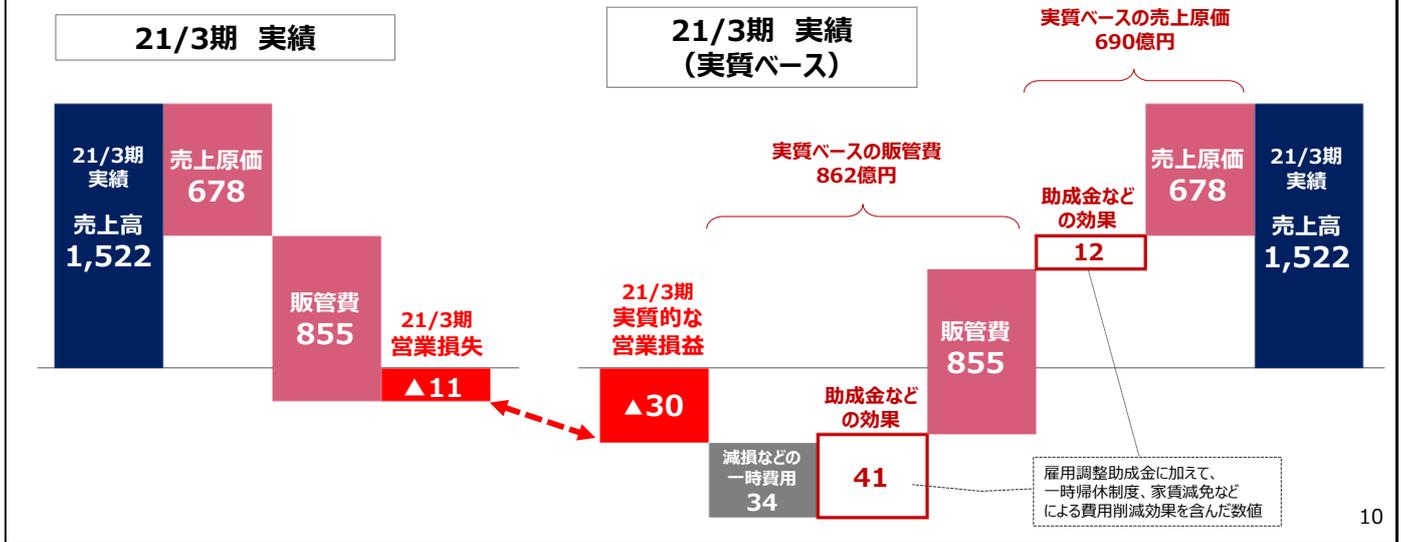


9ページです。当期の決算では、ワコールヨーロッパののれんに対して約27億円の減損損失を計上しましたので、その背景につきましてご説明いたします。ワコールヨーロッパは、2012年4月に買収した旧イヴィデン社を母体とする子会社であり、イギリスを中心に欧州、北米などで事業活動を行っています。顧客特性に応じた付加価値の高い商品開発に強みを持ち、展開する国や流通チャネルの特性に応じたマーケティング活動を実行することで、これまで安定した成長を続けてきました。しかしながら、世界的に拡大した感染症の影響やBREXIT後の通関費用などを考慮し、今後の業績見通しからのれんの公正価値を再評価した結果、27億円の減損損失を計上することとなりました。

今後につきましては、イギリスや北米など主要なマーケットではワクチンの接種が進んでおり、感染者数の減少とともに経済活動が徐々に回復していくものと見ています。ワコールヨーロッパにおいても、日本で開発した3Dボディスキャナーなどのデジタルサービスを現地で展開し、ブランドの認知拡大に向けたマーケティング活動を強化するほか、ドイツ市場での事業拡大に向けて現地のEC事業に力を入れる計画です。これらの施策を通して、更なる成長を図ってまいります。

➤ 雇用調整助成金などを除去した実質ベースの営業損益は、**▲30億円の赤字**
 (雇用調整助成金や一時帰休制度などの効果：約53億円)

(単位：億円)



10ページをご覧ください。当社は米国会計基準を採用しており、「減損損失」は営業損益の減少要因になります。反面、雇用調整助成金などの感染症に関連する政府支援は、販管費や原価への戻入となり、営業損益の増加要因となります。また、直接的な金銭収入は伴いませんが、欧米での一時帰休制度の活用による人件費の削減についても、一過性の押し上げ要因となります。

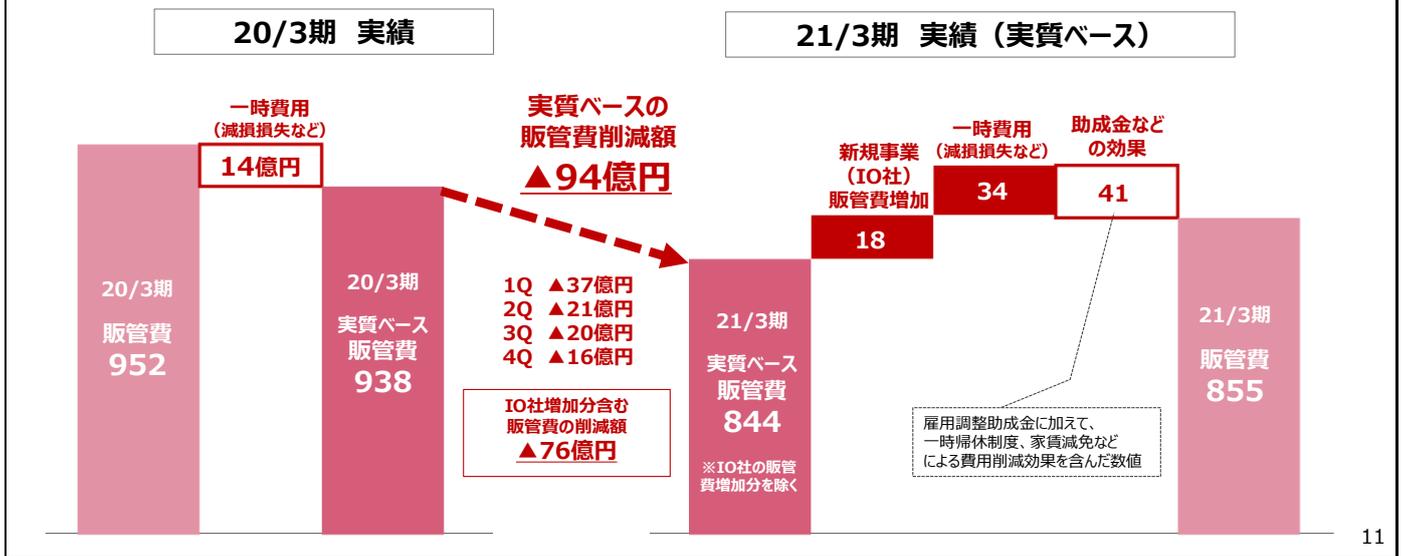
こちらのページでは、それらの一過性要因を取り除いた実質ベースの営業損益をまとめています。当期の営業損益は11億円の営業損失ですが、雇用調整助成金などの一過性の利益押し上げ要因が合計で約53億円あった一方で、減損損失など一過性の利益押し下げ要因が約34億円ございました。それらの影響を控除した実質ベースの営業損益は、30億円の赤字となります。

21/3期 販管費の削減額

➤ 支出計画の見直しによる実質ベースの販管費削減額は、▲94億円

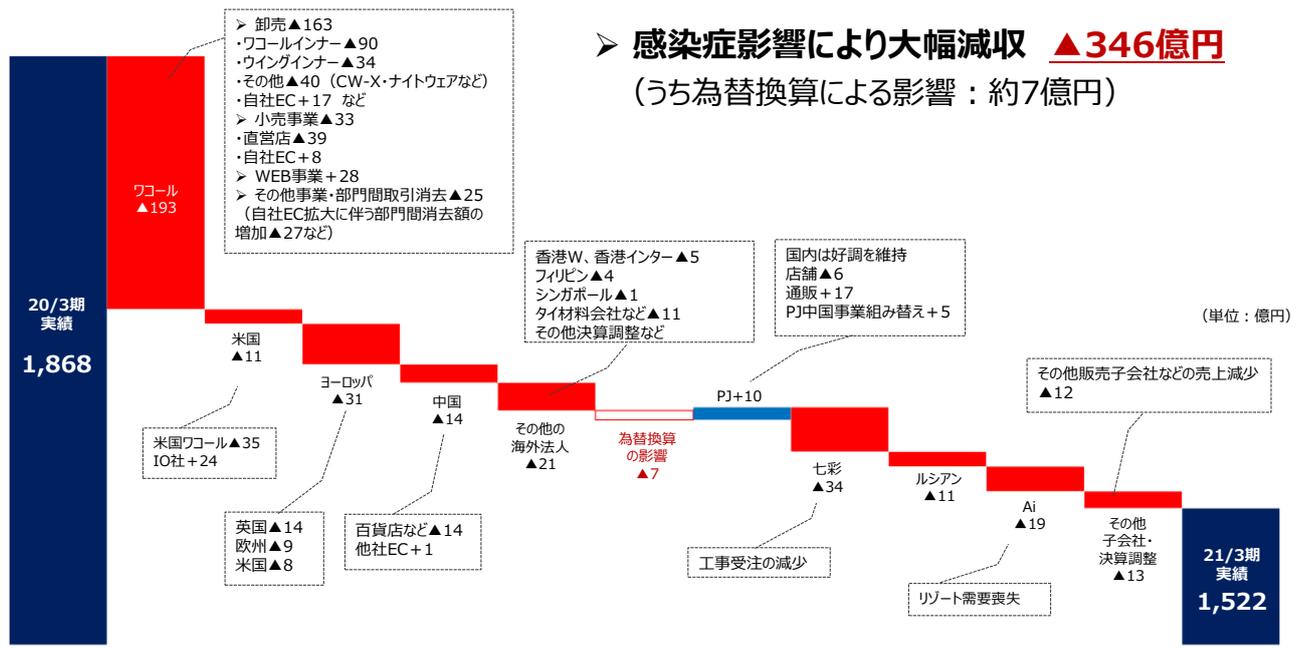
(上半期：▲58億円 下半期：▲36億円)

(単位：億円)



11ページをご覧ください。続きまして、当期における経費削減の進捗についてご説明いたします。先程申しましたとおり、当期の実績には、一過性の利益増減要因が含まれており、前期実績にも同じく一時費用が含まれています。また、IO社の早期成長に向けて、前期実績に対し18億円のマーケティング経費を戦略的に追加投入いたしました。これらの影響を控除した実質ベースの経費削減額は、94億円となりました。

21/3期 売上高増減<前期差>



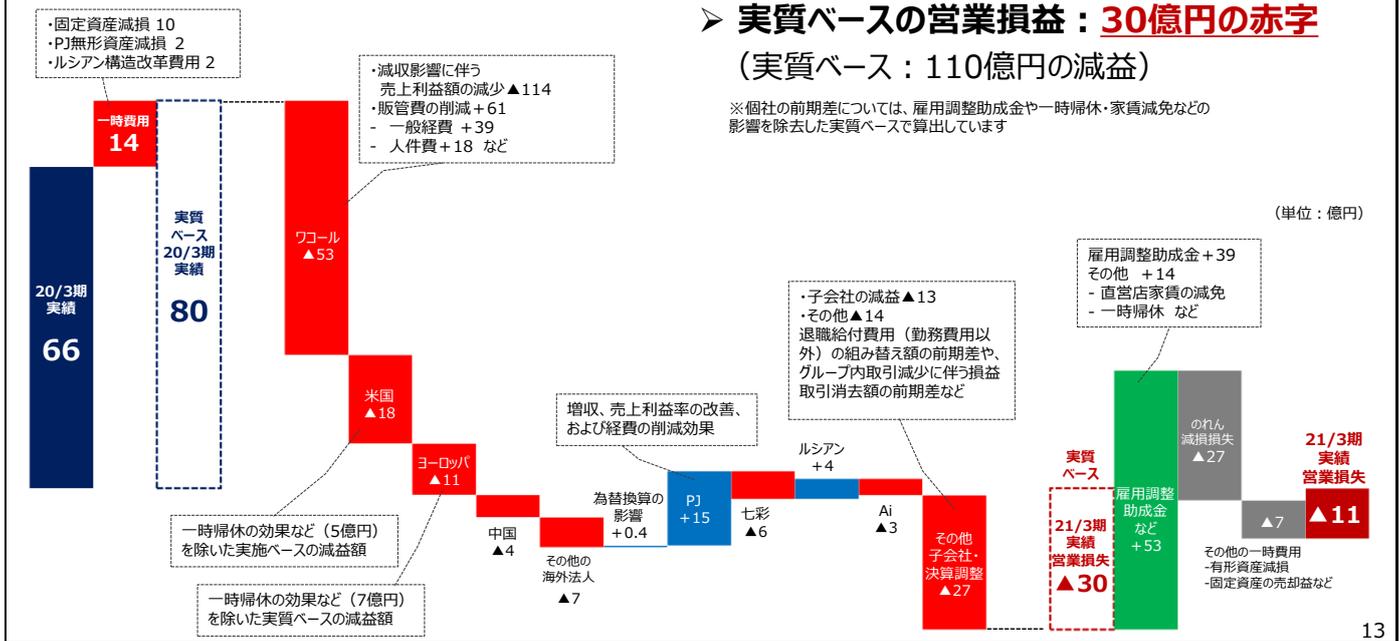
12ページをご覧ください。売上高の前期からの増減要因をウォーターフォールでまとめています。

売上高は前期に比べ346億円の減少となりました。赤いボックスの連続が示す通り、感染症に伴う休業や来店客数の減少による店頭売上の低迷が響き、ピーチ・ジョン事業を除くすべての事業が減収となりました。中でも国内の卸売事業については、休業要因に加え、テレワークの浸透や外出自粛により、百貨店などの都市部店舗への来店客数が低迷したことから、大幅な減収となりました。

21/3期 営業利益増減<前期差>

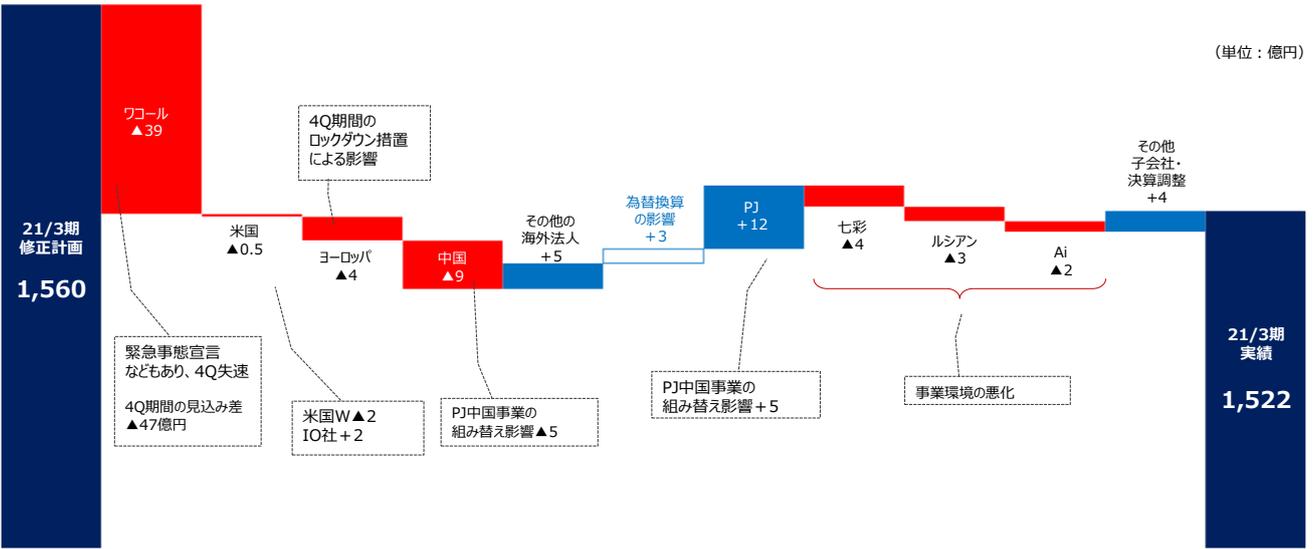
➤ 実質ベースの営業損益：30億円の赤字
(実質ベース：110億円の減益)

※個社の前期差については、雇用調整助成金や一時帰休・家賃減免などの影響を除去した実質ベースで算出しています



13ページをご覧ください。次に、営業損益の前期からの増減要因をウォーターフォールでご説明いたします。感染症に起因する減収影響により、営業損益は前期に比べ77億円減少いたしました。各社が減益となる中で、自社ECを中心に高い成長を果たしたピーチ・ジョン、前期に不採算事業の撤退を実行したルシアンについては、増益となりました。なお、一過性の利益増減要因を除いた実質ベースの営業損益は、前期に比べ110億円の減益となっています。

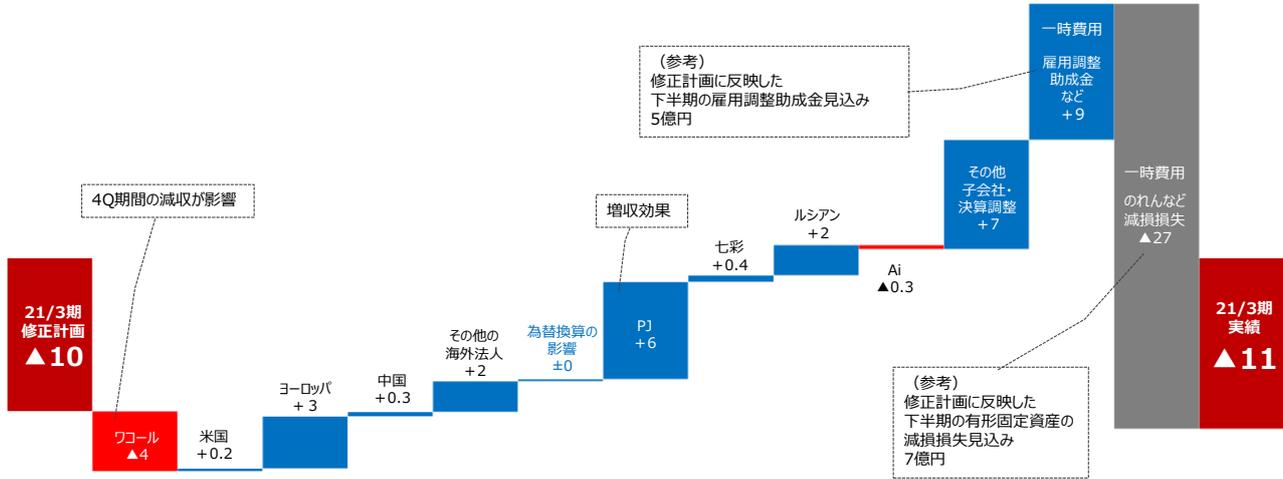
➤ 4Q期間の売上が低迷した結果、通期の売上高は修正計画に対して**38億円の未達**



14ページをご覧ください。10月30日に発表した売上高の修正計画比での増減要因をウォーターフォールでご説明いたします。売上高は修正計画に比べ、38億円の未達となりました。感染症の影響が見通しづらい中、慎重に見積もり直した計画ではありましたが、緊急事態宣言の再発令の影響で、ワコールの第4四半期の売上高が想定以上に落ち込んだ結果、修正計画を下回りました。

➤ 4Q期間の減収影響を受けるも、経費削減に努めた結果、**修正計画並みで着地**

(単位：億円)



15ページをご覧ください。修正計画に対する営業損益の増減要因をウォーターフォールでご説明いたします。

ウォールヨーロッパののれんに対する減損損失や減収の影響があったものの、各社で経費削減に努めた結果、修正計画並みで終わることができました。

- 感染症の拡大を受け、ECは高い成長を実現。他方、都市部の店舗は来店客数減少から低迷
- 大幅減収が影響するも、経費削減や雇用調整助成金などの活用により、黒字を確保

売上高 **861億円** 前期差▲200億円（▲19%）
修正計画差▲34億円（▲4%）

営業利益 **6億円** 前期差▲55億円（▲90%）
修正計画差+7億円

（単位：百万円）

	20/3期 実績		21/3期 実績		21/3期 修正計画		前期比		修正計画比	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率	増減額	増減率
卸売事業	79,111	74.6%	62,807	72.9%	65,500	73.2%	▲ 16,304	▲ 20.6%	▲ 2,693	▲ 4.1%
小売+WEB事業	25,666	24.2%	25,164	29.2%	26,582	29.7%	▲ 502	▲ 2.0%	▲ 1,418	▲ 5.3%
その他売上・消去等	▲ 5,553	-	▲ 8,094	-	▲ 8,350	-	▲ 2,541	-	256	-
ワコール	99,224	93.5%	79,877	92.7%	83,732	93.6%	▲ 19,347	▲ 19.5%	▲ 3,855	▲ 4.6%
他子会社・連結調整	6,888	6.5%	6,256	7.3%	5,768	6.4%	▲ 632	▲ 9.2%	488	+8.5%
売上高	106,112	100.0%	86,133	100.0%	89,500	100.0%	▲ 19,979	▲ 18.8%	▲ 3,367	▲ 3.8%
		売上比		売上比		売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
卸売事業	13,646	17.2%	6,556	10.4%	7,892	12.0%	▲ 7,090	▲ 52.0%	▲ 1,336	▲ 16.9%
小売+WEB事業	2,038	7.9%	1,567	6.2%	1,946	7.3%	▲ 471	▲ 23.1%	▲ 379	▲ 19.5%
間接部門販管費	▲ 12,544	-	▲ 10,145	-	▲ 11,468	-	2,399	-	1,323	-
ワコール	3,140	3.2%	▲ 2,022	-	▲ 1,630	-	▲ 5,162	-	▲ 392	-
他子会社・連結調整	2,943	42.7%	2,649	42.3%	1,520	26.4%	▲ 294	▲ 10.0%	1,129	+74.3%
営業利益（▲損失）	6,083	5.7%	627	0.7%	▲ 110	▲ 0.1%	▲ 5,456	▲ 89.7%	737	-

16

16ページです。このページより、セグメントごとに、当期業績を振り返ってまいります。

ワコール事業（国内）の売上高は861億円でした。緊急事態宣言に伴う店舗休業や外出自粛などの影響で、都市部の店頭売上が落ち込んだことが響き、前期に比べ19%の減収となりました。なお、自社ECの売上高は、前期に比べ55%の増収と大きく成長しました。

営業利益は6億円となりました。減収影響が大きく、前期に比べ90%と大幅な減益となりました。しかしながら、経費削減の進展に加え、雇用調整助成金などの活用により、黒字を確保することが出来ました。

なお、修正計画に対しては、第4四半期における緊急事態宣言の発令の影響もあり、売上高は計画を下回りましたが、経費削減に努めた結果、営業利益は計画を上回ることができました。

21/3期 セグメント別レポート（ワコール事業＜海外＞）

※これまで「ワコール事業（海外）」セグメント内で計上していた「ピーチ・ジョン」ブランドの中国国内の売上高については、当期より「ピーチ・ジョン事業」セグメントでの計上に変更し、前期実績についても遡及修正しています（当該変更に伴う「ワコール事業（海外）」セグメントの売上高への影響額 当期：約5.1億円、前期：約7.4億円（ともに売上高の減少要因））
 ※「ワコール事業＜海外＞」の業績レポートは、参考資料（P42～）に記載しています

- ECビジネスは高い成長を維持。他方、店舗については感染症影響の長期化により、低迷
- 経費削減や政府の支援策を活用にするも、減収や減損損失の影響が大きく、営業損失

売上高 **414億円** 前期差▲85億円（▲17%） 修正計画差▲6億円（▲2%） 営業損失 **▲26億円** 前期差▲41億円 修正計画差▲17億円

	20/3期 実績		21/3期 実績		21/3期 修正計画		前期比		修正計画比		(単位：百万円)
	実績	構成比	実績	構成比	修正計画	構成比	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	38.5	17,649	42.7	17,686	42.1	▲1,545	▲8.0%	▲37	▲0.2%	
ワコールヨーロッパ	12,988	26.1	9,896	23.9	10,148	24.2	▲3,092	▲23.8%	▲252	▲2.5%	
中国ワコール	10,337	20.8	8,755	21.2	9,588	22.8	▲1,582	▲15.3%	▲833	▲8.7%	
他子会社・連結調整	7,289	14.6	5,055	12.2	4,578	10.9	▲2,234	▲30.6%	477	+10.4%	
売上高	49,808	100.0	41,355	100.0	42,000	100.0	▲8,453	▲17.0%	▲645	▲1.5%	
		売上比		売上比		売上比	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）	401	2.1	▲914	-	▲954	-	▲1,315	-	40	-	
ワコールヨーロッパ	1,007	7.8	666	6.7	218	2.1	▲341	▲33.9%	448	+205.5%	
中国ワコール	923	8.9	625	7.1	555	5.8	▲298	▲32.3%	70	+12.6%	
他子会社・連結調整	▲838	-	▲2,980	-	▲689	-	▲2,142	-	▲2,291	-	
営業利益（▲損失）	1,493	3.0	▲2,603	-	▲870	-	▲4,096	-	▲1,733	-	

17

17ページをご覧ください。ワコール事業（海外）の売上高は414億円となり、修正計画を下回りました。昨年買収したIO社を含めて米国のEC事業は大きく成長しましたが、厳格なロックダウン措置が取られた欧州や米国の店頭売上の長期低迷が響きました。

営業損益は、減収に加え、ワコールヨーロッパののれんの減損損失が響き、26億円の営業損失となり、同じく、修正計画を下回りました。

なお、これまで「ワコール事業（海外）」セグメント内で計上していた「ピーチ・ジョン」ブランドの中国国内の売上高については、当期より「ピーチ・ジョン事業」セグメントでの計上に変更しており、前期実績についても遡及修正を行っています。この変更に伴う「ワコール事業（海外）」セグメントの売上高への影響額は、当期が約5億円、前期が約7億円となり、ともに売上高の減少要因となります。

➤ **ピーチ・ジョン事業：ニーズを捉えた商品企画やマーケティング施策によって、自社ECが高成長**

売上高 ➤ **122億円** 前期差+10億円（+9%）
修正計画差+12億円（+11%） **営業利益** ➤ **16億円** 前期差+19億円
修正計画差+6億円（+66%）

➤ **その他：ルシアン・七彩・Aiともに、事業環境の悪化を受けて、低迷**

売上高 ➤ **125億円** 前期差▲71億円（▲36%）
修正計画差▲10億円（▲7%） **営業損失** ➤ **▲7億円** 前期差▲1億円
修正計画差+3億円
(単位：百万円)

		20/3期		21/3期		21/3期		前期比		修正計画比	
		実績	構成比	実績	構成比	修正計画	構成比	増減額	増減率	増減額	増減率
ピーチ・ジョン事業	売上高	11,224	-	12,200	-	11,030	-	976	+8.7%	1,170	+10.6%
	営業利益	▲351	▲3.1	1,591	13.0	960	8.7	1,942	-	631	+65.7%
その他	ルシアン	5,760	29.4	4,614	36.9	4,880	36.2	▲1,146	▲19.9%	▲266	▲5.5%
	七彩	8,718	44.4	5,312	42.4	5,700	42.3	▲3,406	▲39.1%	▲388	▲6.8%
	Ai	3,597	18.3	1,700	13.6	1,901	14.1	▲1,897	▲52.7%	▲201	▲10.6%
	他子会社・連結調整	1,541	7.9	890	7.1	989	7.3	▲651	▲42.2%	▲99	▲10.0%
	売上高	19,616	100.0	12,516	100.0	13,470	100.0	▲7,100	▲36.2%	▲954	▲7.1%
	ルシアン	▲478	-	221	4.8	▲20	-	699	-	241	-
	七彩	218	2.5	▲358	-	▲400	-	▲576	-	42	-
	Ai	▲269	▲7.5	▲613	-	▲586	-	▲344	-	▲27	-
他子会社・連結調整	▲64	▲4.2	20	2.2	26	2.6	84	-	▲6	▲23.1%	
	営業利益（▲損失）	▲593	▲3.0	▲730	-	▲980	-	▲137	-	250	-

18ページをご覧ください。ピーチ・ジョン事業、その他事業についてご説明します。

ピーチ・ジョン事業の売上高は122億円でした。消費者のニーズを捉えた商品企画と話題性のあるコンテンツ開発に加え、新規顧客数と年間購買回数の増加に繋げるためのマーケティング戦略が奏功し、自社ECが高い成長を果たしました。また、下半期の実店舗も堅調に推移した結果、前期に比べ9%の増収となりました。

営業利益は16億円でした。増収効果に加え、自社EC売上の構成比の高まりやセールスの抑制などによる売上利益率の改善、経費削減などが増益に寄与しました。

さきほど、ご説明いたしました「ピーチ・ジョン」ブランドの中国国内の売上高の計上変更についてですが、「ピーチ・ジョン事業」セグメントに対しては、売上高の増加要因となります。

その他セグメントの売上高は125億円でした。感染症の影響によって事業環境が悪化したことから、各社とも苦戦が続き、前期に比べ36%の減収となりました。

営業損失は7億円の営業損失でした。ルシアンは前期の不採算事業撤退の効果や経費削減により黒字を確保することが出来ましたが、七彩やAiは、経費削減を進めたものの、減収影響を吸収することが出来ず、営業損失となりました。

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）



※感染症拡大に伴い、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

19ページをご覧ください。資本政策と株主還元についてご説明いたします。こちらは、2019年6月に発表いたしました、現中期経営計画における資本政策の基本的な方針です。

感染症の影響下、経費削減に努めつつ、CX戦略やEC強化に向けて成長投資を実行
 当期の実質ベースの配当性向は、**100%**



20ページをご覧ください。財務政策について、当期の概況を簡単にご説明いたします。2021年3月期の実質的な当期純利益は25億円、減価償却費は61億円、政策保有株式の売却は22億円となり、合計で約108億円のキャッシュ創出となりました。一方、投資については、既存事業への投資に加え、国内のCX戦略や流通体制の強化に向けた成長投資を行ったことから、投資額は合計で56億円となりました。

株主還元につきましては、配当金の支払いとして25億円を充てています。減損損失などの影響を除去した純利益が25億円となっていますので、実質ベースの配当性向は、ちょうど100%となりました。

なお、自社株買いについては、財務の見通しを慎重に見極める必要があり、当期は実施しておりません。

21/3期 資本政策と株主還元（中計2年目を終わっての進捗報告）

政策保有株式売却 162億円（進捗度81%） ※19年3月末時点の簿価 ※実際の売却額は175億円

(単位：億円)

(単位：億円)

		21/3期 累計 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	純利益★	25	90	310 以上
	減価償却費	61	121	190 以上
	政策保有株式の売却額	22	175	200 以上
	合計	108	386	700 以上
使用 キャッシュ	成長投資、および設備投資額	56	218	685 以上 <small>・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</small>
	配当金支払額	25	74	
	自己株式の取得額	0	77	
	(取得株式数)	0	(2,797千株)	
	合計	81	369	

★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。

21/3期 累計の主な投資内容・投資額	
内容	金額
ワコールIT関連投資ほか	25
ワコール・直営店改装ほか	3
ワコール・建物改修ほか	5
流通倉庫の拡張工事関係	7
国内・子会社関連	4
海外・子会社関連	13
合計	56

■主要KPI

株ワコール 政策保有株式 の売却状況 ★★		26	162	200
売却金額				
目標に対する進捗割合	13%		81%	
完全売却銘柄数	10		22	

★★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)

21ページをご覧ください。こちらは当期における投資実績、ならびに現中計期間における政策保有株式の売却計画に対する進捗度となります。

政策保有株式の売却状況につきましては、2019年3月末の簿価ベースで当期までに計162億円の売却を完了しており、現中計で掲げた売却目標に対する進捗率は81%となっています。

引き続き目標達成に向け、着実に取り組んでいきます。

当初の予想通り、期末配当は1株20円とさせていただきます

中間配当20円と合わせて、年間では40円の配当となります

	1株あたりの配当金			配当金総額 (百万円)	実質ベースの 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	40円	20円	60円	3,808	58.6%
2021年3月期	20円	20円	40円	2,496	100.3%
前期比	▲20円	-	▲20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。

22ページをご覧ください。当社は、連結業績を考慮しつつ、安定的な配当を実施させていただくことを基本方針としています。当期の期末配当については、直近の配当予想どおり、1株当たり20円とし、中間配当の20円と合わせまして、年間では40円の配当とさせていただきます。

2022年3月期の通期の見通し

23ページです。それでは2022年3月期の通期の見通しにつきましてご説明いたします。

※22ページまでは、2021年3月期を「当期」としていますが、23ページから31ページにおいては、2022年3月期を「当期」、2021年3月期を「前期」、2020年3月期を「前々期」としています。

**感染症の売上高への影響は、上半期まで継続するものと想定
感染症以外では中国の収益計上の変更や為替のインパクトが大きい**

感染症の売上高への影響

- これまで顕在化している業績への影響が上半期まで続くと想定
- 4月23日に発令された国内の緊急事態宣言については、政府発表などを踏まえ、5月末まで継続されるものと想定し、その影響を業績予想に反映

感染症以外で影響の大きいもの

- 中国ワコールにおける百貨店等の売上の総額表示（店頭価格ベース）への変更（現状は卸値ベース）
想定影響額：約20億円の売上高押上げ要因
- 為替水準の変動影響（適用レート：1ドル＝108円、1英ポンド＝150円、1中国元＝16.5円）
想定影響額：約26億円の売上高押上げ要因

24ページをご覧ください。通期計画の策定における売上高の主な前提条件についてご説明いたします。

感染症の収束時期を見通すことが非常に困難な状況ですが、おおよそ上半期まで国内事業を中心に影響が継続すると想定しています。なお、4月23日より国内で発令されている緊急事態宣言については、政府の発表を踏まえ、5月末まで継続すると想定して、その影響を業績見込みに反映いたしました。

このほか、感染症以外の前提条件で影響の大きいものとしては、中国における売上の収益計上の変更と為替水準の変動があります。影響額などは後程ご説明します。

高収益の経営体質の構築に向けた構造改革を継続して実行 将来成長に向けCX戦略を推進（積極的なデジタル投資の実施）

売上高 **1,840億円** 対21/3期 +318億円(+21%) 対20/3期 ▲28億円 (▲2%)

- ワコール事業（国内）：20/3期比▲68億円（▲6%）…上半期まで感染症の影響が残るものとして計画
- ワコール事業（海外）：20/3期比+74億円（+15%）…為替 約20億円押し上げ 収益認識の変更 約20億円押し上げ

営業利益 **60億円** 対21/3期 +71億円 対20/3期 ▲6億円 (▲10%)

- 21/3期の実質ベースの営業損失（▲30億円）からは、90億円の改善
- 収益改善に努めつつ、EC事業やCX戦略など、将来成長に向けて積極的なマーケティング投資を継続

税引前当期純利益 **79億円** 対21/3期 ▲29億円(▲27%) 対20/3期 +35億円 (+81%)

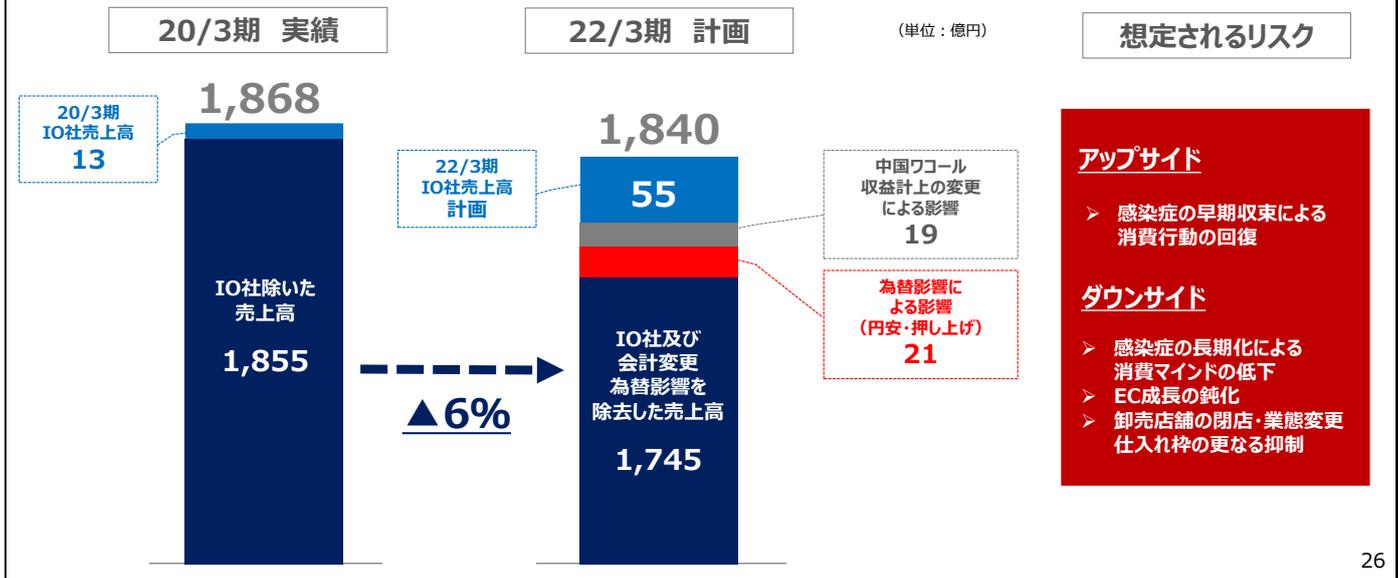
- 有価証券・投資評価損益（純額）に関する評価損益については計画に未反映
（21/3期：評価益104億円 20/3期：評価損38億円）

25ページをご覧ください。通期見通しのサマリーです。売上高は1840億円と前期に対して21%の増加を見込んでいます。ワコール事業（国内）においては先程申しあげました通り、直近の緊急事態宣言、ならびに上半期まで感染症の影響が残ることを踏まえ、6%の減収を見込んでいます。他方、ワコール事業（海外）については米国におけるEC事業の成長に加え、前提条件でも触れた通り、為替水準の変動と中国の収益計上の変更による売上の押し上げ影響などを踏まえ、15%の増収を見込んでいます。営業利益は60億円を見込んでいます。成長投資を継続しつつも、高コスト体質の是正に向けた収益構造改革を進めることで、目標水準の確保に努めます。

以上の結果、税引前当期純利益につきましては、79億円を見込んでいます。

なお、事業計画の詳細につきましては、本資料の最後に掲載しております参考資料をご確認ください。

➤ IO社と為替・会計影響を除くと、対20/3期で▲約110億円の減収計画（▲6%）



26ページをご覧ください。

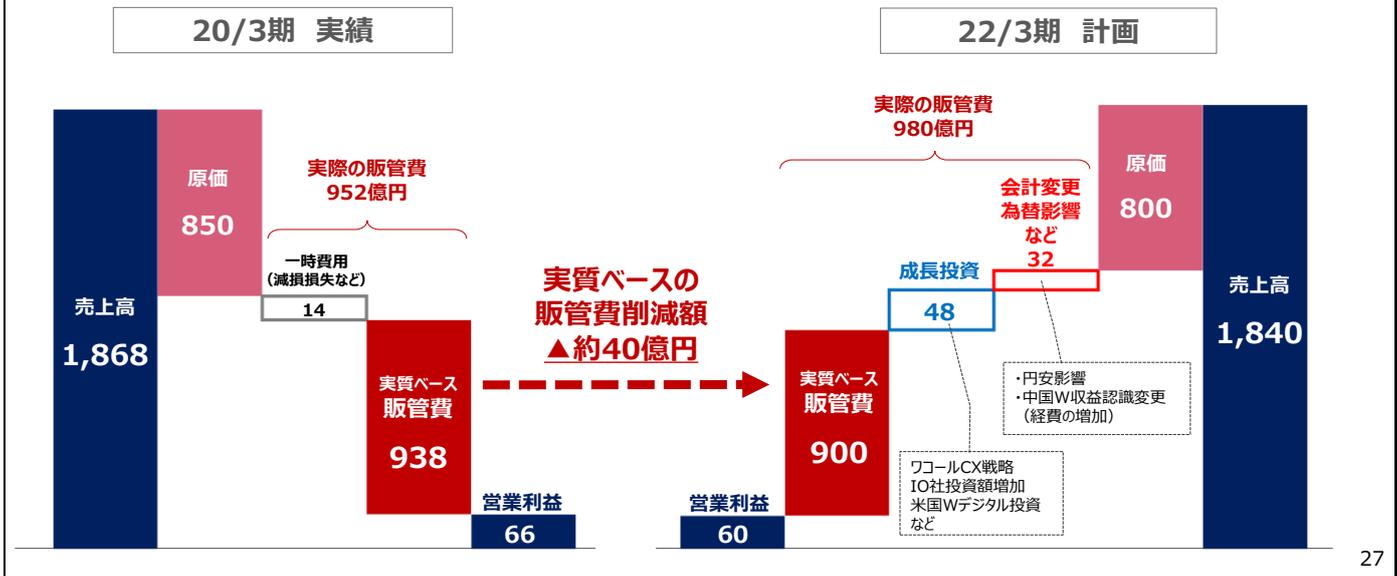
22年3月期の売上計画について、感染症の影響が少なかった前々期と比較しています。金額を単純比較するだけでは、前々期に比べ28億円の減収となり、当期においては感染症の影響がさほど大きくないように見えますので、誤解のないように、このページでは当期の実力ベースの売上高の水準についてご説明します。

当期の売上高計画には前々期にはなかった為替による押し上げ効果が21億円、中国の収益計上の変更による押し上げ影響が19億円、高い成長を見込むIO社の売上高55億円などが含まれています。仮にこれらの売上高の押し上げ要因がなく、会計基準や為替水準などが前々期と同じであったと想定した場合の売上高は、1745億円程度となり、前々期からは約100億円の減収計画となっています。

なお、右側に、当期に売上面で想定されるリスクを記載しています。ワクチン接種の加速による消費マインドの改善が大きな岐路となるとは思いますが、収束時期を見通すことは困難です。状況を判断しながら、丁寧に事業活動を進めてまいります。

➤ 新中計に向けて、コスト構造改革を継続して実行

(単位：億円)



27ページをご覧ください。次に、22年3月期の販管費見込みについて、前々期との比較でご説明します。

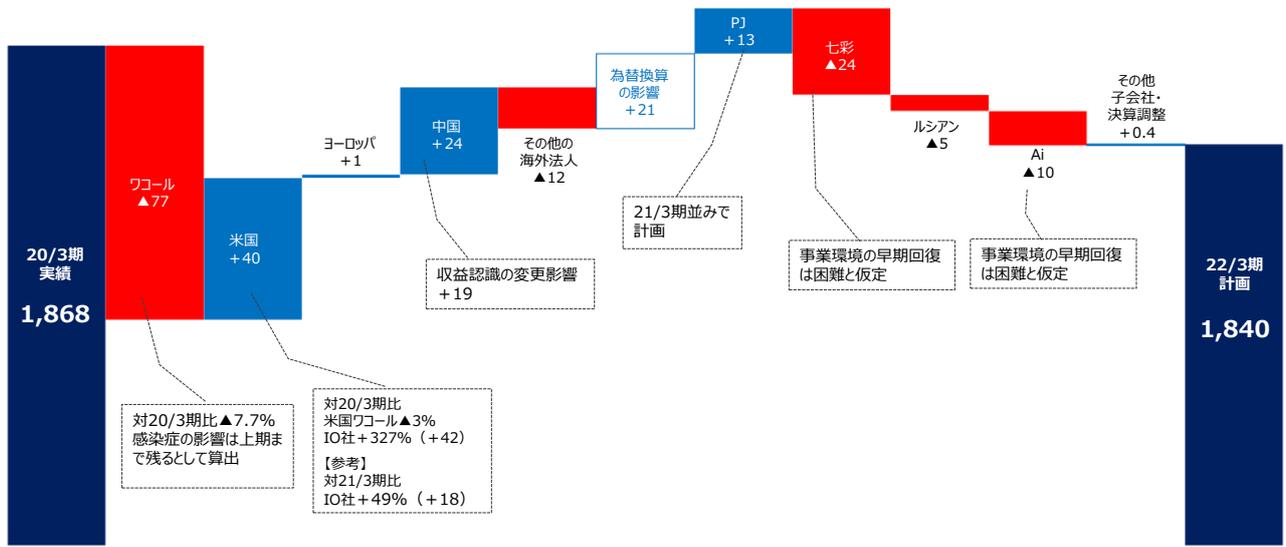
前々期の販管費952億円に対し、当期の販管費は980億円を見込んでいます。単純に比較すると、減収にも関わらず経費が増加しているように見えますが、当期の販管費の中には、前々期との前提条件の違いによるコストの押し上げ要因がございます。ひとつは為替水準の変動影響によるものです。もう一つが、中国ワコールの収益計上の変更によるもので、売上の増加分と同額が販管費の押し上げ要因となっています。また、IO社の成長投資について、前々期に比べて約23億円のマーケティングコストの増加を見込んでいるほか、米国ワコールや国内のCX戦略の推進に向けて、25億円程度の成長投資を計画しています。それらの要因を除去した、既存事業ベースの販管費は900億円となり、前々期からの削減額はおよそ40億円となります。収益構造改革の成果は徐々に表れてきているものの、目標として掲げる水準にはまだ至っておりませんので、継続して取り組みを進めてまいります。

また、感染症の影響次第では、トップラインの水準が低下する恐れもありますが、状況に応じた経費コントロールを実行することで、目標とする営業利益60億円の達成を目指してまいります。

22/3期 売上高計画と20/3期実績の差異

➤ 売上高：20/3期の実績に対して、▲28億円の減収計画

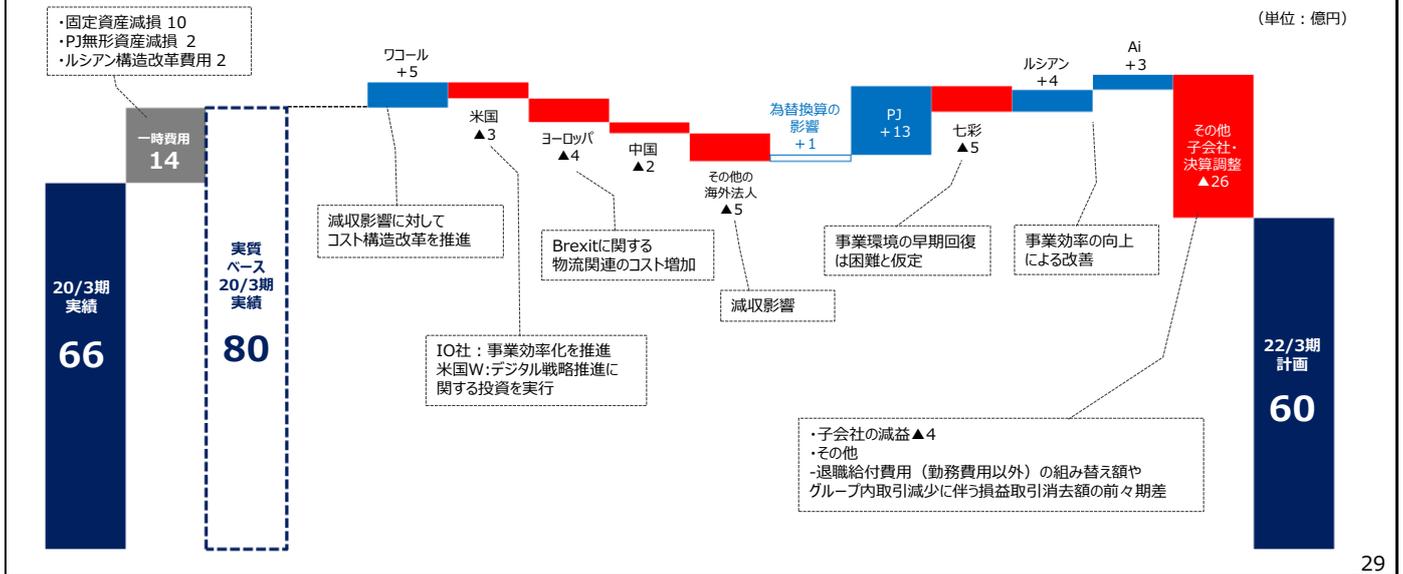
(単位：億円)



28ページをご覧ください。ここでは前々期と比べた売上高の増減要因をご説明させていただきます。売上高は前々期に比べ28億円の減少を見込んでいます。米国やピーチ・ジョンが前々期比で増収となるほか、会計処理の変更による中国の増収を見込んでいます。他方、ワコール、七彩、ルシアン、Aiなどは、減収を見込んでいます。

22/3期 営業利益計画と20/3期実績の差異

➤ 営業利益：20/3期の実績に対して、▲6億円の減益計画（実質ベース▲20億円）



29ページをご覧ください。同じく前々期からの営業利益の増減要因についてご説明いたします。

営業損益は前々期に比べ6億円の減少を見込んでいます。前々期との比較ですので、ピーチ・ジョンやルシアンの経費改善効果が大きく表れています。なお、一番右の赤いボックスが大きく損益計画を押し下げていますが、これは、連結決算で調整している退職給付費用の組み替え額やグループ内取引減少に伴う損益取引消去額の前々期差がマイナスにでているものです。

➤ 投資（無形固定資産・有形固定資産の取得）については、**約100億円**を計画

【主な投資内容】

- 国内におけるCX戦略や、米国のデジタル戦略の推進など、将来成長に向けたIT投資（約30億円）
- 自社ECの成長強化と発送業務の効率化に向けた物流倉庫の拡張（約30億円）



2022年秋の稼働を目指し、守山流通センターを拡張



拡張工事の様子

30ページをご覧ください。当期の投資計画についてご説明いたします。

当期の投資については、約100億円を計画しています。既存事業の投資に加え、国内のCX戦略推進や米国のEC事業の強化、前期から取り組んでいる自社ECの成長に向けた流通センターの拡張など、将来に向けた投資を実行する計画です。

- **年間配当予想：期末配当を10円増配し、1株あたり50円**
 - 中間配当予想は前期実績と同額の1株あたり20円
 - 期末配当予想は前期実績から10円増配し、1株あたり30円
- **自己株式の取得については、今後の経営状況を見極めたうえで判断**

	1株あたりの配当金			配当金総額 (百万円)	実質ベースの 配当性向 (※)
	中間	期末	通期		
2021年3月期	20円	20円	40円	2,496	100.3%
2022年3月期	20円	30円	50円	-	-
前期比	-	+10円	+10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。

31ページをご覧ください。当期の配当及び自社株買いの予定についてご説明します。

当期の配当につきましては、基本方針や業績見通しを踏まえ、中間配当を1株あたり20円、期末配当を10円増配の1株あたり30円とし、年間50円の配当を実施する予定です。

自社株買いについては、今後の経営状況を見極めた上で、再開を判断したいと考えています。

以上で、私からのご説明を終わらせていただきます。感染症の収束を安易に見通すことはできませんが、再成長に向けた取り組みを着実に進めるとともに、構造改革についても継続して取り組んでまいります。

ご清聴、ありがとうございました。

参考1：21/3期 決算概況 P.33

参考2：21/3期 決算概況（セグメント別） P.34

参考3：21/3期 主要子会社の実績 P.35

参考4：主要事業会社の月次売上高推移（増減率） P.36

参考5：ワコール（国内）チャンネル別、店頭ベースの売上高月次推移（増減率） P.37

参考6：海外主要子会社のチャンネル別売上高月次推移（増減率） P.38

参考7：21/3期 主要子会社のEC比率 P.39

参考8：21/3期 ワコールの概況① <主要事業部の売上高・営業利益> P.40

参考9：21/3期 ワコールの概況② <卸売事業の状況> P.41

参考10：21/3期 ワコールインターナショナル（米国）の概況 P.42

参考11：21/3期 ワコールヨーロッパの概況 P.43

参考12：21/3期（1月～12月）中国ワコールの概況 P.44

参考13：21/3期 その他アジアの概況 P.45

参考14：21/3期 ピーチ・ジョンの概況 P.46

参考15：21/3期 国内子会社の概況（ルシアン・七彩・Ai） P.47

参考16：22/3期 通期計画 P.48

参考17：22/3期 通期計画（セグメント別） P.49

参考18：22/3期 通期計画（主要子会社） P.50

参考1：21/3期 決算概況

【為替レート】	1\$	1£	1元
	106.06	138.68	15.48

（単位：百万円）

	20/3期 実績		21/3期 実績		21/3期 修正計画		前期比		修正計画比	
	売上高	売上比	売上高	売上比	売上高	売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
連結売上高	186,760	-	152,204	-	156,000	-	▲ 34,556	▲ 18.5%	▲ 3,796	▲ 2.4%
売上原価	84,959	45.5%	67,798	44.5%	70,820	45.4%	▲ 17,161	▲ 20.2%	▲ 3,022	▲ 4.3%
売上利益	101,801	54.5%	84,406	55.5%	85,180	54.6%	▲ 17,395	▲ 17.1%	▲ 774	▲ 0.9%
販管費	94,696	50.7%	82,836	54.4%	86,180	55.2%	▲ 11,860	▲ 12.5%	▲ 3,344	▲ 3.9%
のれん及びその他の無形固定資産減損損失（A）	473	0.3%	2,685	1.8%	0.0	0.0%	2,212	+467.7%	2,685	-
営業利益	6,632	3.6%	▲ 1,115	-	▲ 1,000	-	▲ 7,747	-	▲ 115	-
その他の収益・費用	1,487	0.8%	1,517	1.0%	1,370	0.9%	30	+2.0%	147	+10.7%
有価証券・投資評価損益（純額）（B）	▲ 3,760	-	10,390	6.8%	▲ 70	-	14,150	-	10,460	-
税引前純利益	4,359	2.3%	10,792	7.1%	300	0.2%	6,433	+147.6%	10,492	+3,497.3%
当社株主に帰属する純利益	3,472	1.9%	7,025	4.6%	▲ 500	-	3,553	+102.3%	7,525	-

実質ベース（参考情報）

Aを考慮しない営業利益	7,105	3.8%	1,570	1.0%	▲ 1,000	-	▲ 5,535	▲ 77.9%	2,570	-
AとBを考慮しない税引前純利益	8,592	4.6%	3,087	2.0%	370	0.2%	▲ 5,505	▲ 64.1%	2,717	+734.3%

参考2：21/3期 決算概況（セグメント別）

【為替レート】	1 \$	1 £	1 元
	106.06	138.68	15.48

(単位：百万円)

	20/3期 実績		21/3期 実績		21/3期 修正計画		前期比		修正計画比	
		構成比		構成比		構成比	増減額	増減率	増減額	増減率
ワコール事業（国内）	106,112	56.8%	86,133	56.6%	89,500	57.4%	▲ 19,979	▲ 18.8%	▲ 3,367	▲ 3.8%
ワコール事業（海外）	49,808	26.7%	41,355	27.2%	42,000	26.9%	▲ 8,453	▲ 17.0%	▲ 645	▲ 1.5%
ピーチ・ジョン事業	11,224	6.0%	12,200	8.0%	11,030	7.1%	976	+8.7%	1,170	+10.6%
その他事業	19,616	10.5%	12,516	8.2%	13,470	8.6%	▲ 7,100	▲ 36.2%	▲ 954	▲ 7.1%
売上高	186,760	100%	152,204	100%	156,000	100%	▲ 34,556	▲ 18.5%	▲ 3,796	▲ 2.4%

	20/3期 実績		21/3期 実績		21/3期 修正計画		前期比		修正計画比	
		売上比		売上比		売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
ワコール事業（国内）	6,083	5.7%	627	0.7%	▲ 110	-	▲ 5,456	▲ 89.7%	737	-
ワコール事業（海外）	1,493	3.0%	▲ 2,603	-	▲ 870	-	▲ 4,096	-	▲ 1,733	-
ピーチ・ジョン事業	▲ 351	-	1,591	13.0%	960	8.7%	1,942	-	631	+65.7%
その他事業	▲ 593	-	▲ 730	-	▲ 980	-	▲ 137	-	250	-
営業利益（▲損失）	6,632	3.6%	▲ 1,115	-	▲ 1,000	-	▲ 7,747	-	▲ 115	-

34

参考3：21/3期 主要子会社の実績

【為替レート】	1 \$	1 £	1 元
	106.06	138.68	15.48

(単位：百万円)

		売上高								営業利益（▲損失）							
		20/3期 実績	21/3期 実績	21/3期 修正計画	前期比		修正計画比		20/3期 実績	21/3期 実績	21/3期 修正計画	前期比		修正計画比			
					増減額	増減率	増減額	増減率				増減額	増減率	増減額	増減率		
ワコール事業（国内）	ワコール	99,224	79,877	83,732	▲ 19,347	▲ 19.5%	▲ 3,855	▲ 4.6%	3,140	▲ 2,022	▲ 1,630	▲ 5,162	▲ 164.4%	▲ 392	-		
ワコール事業（海外）	ワコール インターナショナル	19,194	17,649	17,686	▲ 1,545	▲ 8.0%	▲ 37	▲ 0.2%	401	▲ 914	▲ 954	▲ 1,315	-	40	-		
	ワコールヨーロッパ	12,988	9,896	10,148	▲ 3,092	▲ 23.8%	▲ 252	▲ 2.5%	1,007	666	218	▲ 341	▲ 33.9%	448	+205.5%		
	中国ワコール	10,337	8,755	9,588	▲ 1,582	▲ 15.3%	▲ 833	▲ 8.7%	923	625	555	▲ 298	▲ 32.3%	70	+12.6%		
ピーチ・ジョン事業		11,224	12,200	11,030	976	+8.7%	1,170	+10.6%	▲ 351	1,591	960	1,942	-	631	+65.7%		
その他	ルシアン	5,760	4,614	4,880	▲ 1,146	▲ 19.9%	▲ 266	▲ 5.5%	▲ 478	221	▲ 20	699	-	241	-		
	七彩	8,718	5,312	5,700	▲ 3,406	▲ 39.1%	▲ 388	▲ 6.8%	218	▲ 358	▲ 400	▲ 576	-	42	-		
	A i	3,597	1,700	1,901	▲ 1,897	▲ 52.7%	▲ 201	▲ 10.6%	▲ 269	▲ 613	▲ 586	▲ 344	-	▲ 27	-		

【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	176,508	166,402	166,850	▲ 10,106	▲ 5.7%	▲ 448	▲ 0.3%	3,694	▲ 8,621	▲ 9,000	▲ 12,315	-	379	-
ワコールヨーロッパ	93,954	71,360	74,619	▲ 22,594	▲ 24.0%	▲ 3,259	▲ 4.4%	7,290	4,796	1,596	▲ 2,494	▲ 34.2%	3,200	+200.5%
中国ワコール	655,073	565,585	622,567	▲ 89,488	▲ 13.7%	▲ 56,982	▲ 9.2%	58,468	40,246	36,000	▲ 18,222	▲ 31.2%	4,246	+11.8%

35

参考4：主要事業会社の月次売上高推移（増減率）

	月次売上高（増減率）															
	4月度	5月度	6月度	1Q (中国2Q)	7月度	8月度	9月度	2Q (中国3Q)	10月度	11月度	12月度	3Q (中国4Q)	1月度	2月度	3月度	4Q (中国1Q)
卸売事業	▲72%	▲49%	▲22%	▲48%	▲1%	▲23%	▲30%	▲19%	+9%	+2%	+10%	+7%	▲15%	▲28%	▲10%	▲18%
小売+WEB事業	▲43%	▲13%	+17%	▲13%	+6%	+3%	+1%	+3%	+7%	+9%	+4%	+7%	▲16%	+1%	+3%	▲6%
ワコール	▲72%	▲50%	▲16%	▲46%	▲4%	▲20%	▲26%	▲18%	+10%	▲1%	+4%	+5%	▲20%	▲25%	▲8%	▲18%
米国ワコール	▲68%	▲55%	▲27%	▲50%	▲9%	▲29%	▲5%	▲15%	▲3%	+9%	+11%	+4%	▲2%	▲27%	+5%	▲10%
ワコールヨーロッパ	▲73%	▲55%	▲20%	▲50%	▲24%	▲17%	▲13%	▲19%	▲19%	▲7%	▲15%	▲14%	▲36%	▲32%	+49%	▲12%
中国ワコール	▲37%	+11%	▲5%	▲10%	▲10%	+16%	▲7%	+0%	+13%	▲11%	▲4%	▲3%	▲17%	+547%	+52%	+53%
ピーチ・ジョン（国内のみ）	▲19%	▲7%	+32%	+3%	+39%	+13%	▲9%	+14%	+14%	+23%	+23%	+20%	+9%	+21%	+19%	+16%
ルシアン（国内のみ）	▲36%	▲29%	▲21%	▲28%	▲12%	▲21%	▲11%	▲15%	▲26%	▲26%	▲31%	▲28%	▲6%	▲27%	▲20%	▲18%
七彩	▲44%	▲41%	▲38%	▲41%	▲9%	▲23%	▲57%	▲41%	▲45%	▲47%	▲15%	▲38%	▲35%	▲31%	▲41%	▲37%
Ai（アイ）	▲84%	▲74%	▲51%	▲66%	▲61%	▲59%	▲38%	▲57%	▲22%	▲25%	▲27%	▲24%	▲48%	▲51%	▲12%	▲39%

- ★1 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（増減率）を記載しています
- ★2 米国ワコールは、IO社の売り上げを含んでいません
- ★3 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）を記載しています

参考5：ワコール（国内）チャネル別、店頭ベースの売上高月次推移（増減率）

		店頭ベースの売上高推移（増減率）															
		4月度	5月度	6月度	1Q	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
卸売	百貨店	▲87%	▲73%	▲11%	▲56%	▲20%	▲22%	▲36%	▲27%	+6%	▲15%	▲15%	▲9%	▲33%	▲17%	+27%	▲9%
	量販店（ワコールブランド）	▲71%	▲48%	+6%	▲36%	▲23%	+12%	▲42%	▲21%	+18%	+16%	▲14%	+6%	▲15%	▲8%	▲8%	▲10%
	量販店（ウイングブランド）	▲67%	▲40%	+9%	▲32%	▲21%	▲1%	▲36%	▲21%	+21%	+6%	▲8%	+5%	▲14%	▲7%	+0%	▲8%
	専門店（実店舗）	▲72%	▲61%	▲15%	▲45%	+10%	+1%	▲22%	▲4%	▲5%	▲6%	▲4%	▲5%	▲2%	▲5%	+10%	+1%
	スポーツ量販店	▲72%	▲62%	▲37%	▲56%	▲35%	▲32%	▲47%	▲38%	▲38%	▲36%	▲29%	▲34%	▲47%	▲42%	+18%	▲31%
	他社EC	▲13%	+23%	+27%	+13%	+6%	+9%	▲5%	+3%	+27%	+18%	+30%	+25%	+30%	+1%	+20%	+18%
小売	直営店	▲78%	▲61%	+2%	▲44%	▲1%	▲4%	▲8%	▲4%	+1%	▲8%	▲15%	▲9%	▲33%	▲10%	▲7%	▲20%
	自社EC	+76%	+106%	+85%	+91%	+42%	+57%	+34%	+44%	+29%	+58%	+79%	+56%	+38%	+45%	+22%	+34%
	自社カタログ	▲21%	+18%	+3%	▲3%	▲20%	▲48%	▲11%	▲26%	+2%	+10%	+21%	+9%	+39%	▲10%	+2%	+5%
店頭ベースの売上高 合計		▲64%	▲44%	+3%	▲34%	▲9%	▲4%	▲26%	▲14%	+9%	+0%	▲5%	+1%	▲15%	▲7%	+9%	▲5%

- ※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しています
- ※直営店の売上高については、直営店で展開するブランドの自社EC売上を含んでいます

参考6：海外主要子会社のチャネル別売上高月次推移（増減率）

		主要子会社チャネル別売上高推移（増減率）															
		4月度	5月度	6月度	1Q (中環2Q)	7月度	8月度	9月度	2Q (中環3Q)	10月度	11月度	12月度	3Q (中環4Q)	1月度	2月度	3月度	4Q (中環1Q)
米国ワコール	百貨店	▲93%	▲94%	▲61%	▲83%	▲33%	▲54%	▲34%	▲42%	▲25%	▲3%	▲6%	▲14%	▲8%	▲49%	▲24%	▲32%
	百貨店EC	▲94%	▲48%	+25%	▲32%	+26%	+27%	+44%	+31%	+14%	+33%	+11%	+19%	▲9%	▲13%	+30%	+3%
	専業EC	▲33%	+69%	▲5%	+6%	+38%	+17%	+44%	+33%	+39%	+51%	+35%	+42%	▲18%	▲6%	+31%	+4%
	自社EC	+35%	+78%	+80%	+62%	+72%	+47%	+67%	+63%	+37%	+53%	+49%	+46%	+36%	+33%	+81%	+48%
	合計	▲68%	▲55%	▲27%	▲50%	▲9%	▲29%	▲5%	▲15%	▲3%	+9%	+11%	+4%	▲2%	▲27%	+5%	▲10%
ワコールヨーロッパ	百貨店	▲92%	▲95%	▲56%	▲83%	▲45%	▲22%	▲25%	▲30%	▲17%	▲36%	▲39%	▲30%	▲57%	▲51%	+16%	▲36%
	専門店	▲79%	▲53%	▲24%	▲52%	▲32%	▲26%	▲19%	▲26%	▲27%	▲5%	▲8%	▲15%	▲38%	▲35%	+34%	▲18%
	他社EC	▲48%	▲41%	▲9%	▲32%	+4%	▲7%	+9%	+1%	+6%	+24%	▲26%	+0%	▲16%	▲10%	+64%	+11%
	合計	▲73%	▲55%	▲20%	▲50%	▲24%	▲17%	▲13%	▲19%	▲19%	▲7%	▲15%	▲14%	▲36%	▲32%	+49%	▲12%
中国ワコール	百貨店	▲31%	+8%	▲16%	▲14%	+1%	+17%	▲6%	+2%	+9%	▲3%	+7%	+3%	▲36%	+2,096%	+126%	+62%
	その他実店舗	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+17%	+2,010%	+166%	+166%
	他社EC	▲56%	+92%	+20%	+6%	▲23%	+57%	▲2%	▲1%	+80%	▲18%	▲29%	▲12%	+39%	▲14%	▲27%	▲13%
	合計	▲37%	+11%	▲5%	▲10%	▲10%	+16%	▲7%	+0%	+13%	▲11%	▲4%	▲3%	▲17%	+547%	+52%	+53%

★1 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（増減率）を記載しています
 ★2 米国ワコールは、IO社の売り上げを含んでいません
 ★3 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）を記載しています

参考7：21/3期 主要子会社のEC比率

（単位：％）

		1Q		2Q		3Q		4Q		累計		前期				
		構成比	前年同期 前期差	構成比	前年同期 前期差	構成比	前年同期 前期差	構成比	前年同期 前期差	構成比	前年同期 前期差	構成比	前年同期 前期差			
ワコール（日本）	自社ECチャネルのみ	16.4	4.6	+11.8	7.7	4.4	+3.3	8.0	5.2	+2.8	10.1	6.4	+3.7	9.8	5.1	+4.7
ピーチ・ジョン（日本）★	自社ECチャネルのみ	74.2	43.7	+30.5	51.2	43.1	+8.1	49.7	42.4	+7.3	53.8	47.8	+6.0	56.4	44.2	+12.2
米国ワコール	自社・他社ECチャネルの合計	78.4	34.4	+44.0	52.1	30.5	+21.6	47.1	32.7	+14.4	48.8	36.2	+12.6	54.4	34.3	+20.1
ワコールヨーロッパ	他社専業ECチャネルのみ	30.6	22.5	+8.1	24.0	19.2	+4.8	23.1	19.7	+3.4	26.2	20.7	+5.5	25.5	20.5	+5.0
中国ワコール	他社ECチャネルのみ	32.6	18.7	+13.9	30.5	26.0	+4.5	18.4	18.4	+0.0	28.4	31.2	▲2.8	27.3	20.5	+6.8

★ピーチ・ジョン（国内）の数値は他社EC・輸出の売上を除いて算出しています。

参考8：21/3期 ワコールの概況① <主要事業部の売上高・営業利益>

自社ECについては高成長を維持したものの、消費者の行動範囲の縮小などから店頭売上が低迷

売上高 **799億円** 前期差▲193億円(▲20%) 修正計画差▲39億円(▲5%)

- テレワークの浸透や人混みを回避する消費者の意識や行動の変化に伴って、都市部に展開する店舗は苦戦
- 自社ECについては、巣ごもり需要の高まりや、店舗との連携強化、顧客特性に適したマーケティング施策などの寄与で成長

営業損失 **▲20億円** 前期差▲52億円 修正計画差▲4億円(※決算調整前のため、雇用調整助成金の受取額は営業外収益で計上)

- 経費削減に努めるも、感染症の長期化による想定以上の減収影響で営業損失、計画も下回る

(単位：百万円)

	20/3期 実績	21/3期 実績	21/3期 修正計画	前期比		修正計画比	
				増減額	増減率	増減額	増減率
卸売事業本部	79,111	62,807	65,500	▲16,304	▲20.6%	▲2,693	▲4.1%
小売事業本部+WEB事業部	25,666	25,164	26,582	▲502	▲2.0%	▲1,418	▲5.3%
その他売上・内部消去・調整など	▲5,553	▲8,094	▲8,350	▲2,541	-	256	-
売上高合計(外部売上のみ)	99,224	79,877	83,732	▲19,347	▲19.5%	▲3,855	▲4.6%
売上高合計(内部売上含む)	100,946	81,409	85,300	▲19,537	▲19.4%	▲3,891	▲4.6%
卸売事業本部	13,646	6,556	7,892	▲7,090	▲52.0%	▲1,336	▲16.9%
小売事業本部+WEB事業部	2,038	1,567	1,946	▲471	▲23.1%	▲379	▲19.5%
間接部門 販管費	▲12,544	▲10,145	▲11,468	2,399	-	1,323	-
ワコール 営業利益(▲損失)合計	3,140	▲2,022	▲1,630	▲5,162	-	▲392	-

40

参考9：21/3期 ワコールの概況② <卸売事業の状況>

- 緊急事態宣言の再発令による外出自粛により4Qは再び苦戦
- 都市部の百貨店への来店客数が伸びず、「ワコール」ブランドは高価格帯ブランドなどが苦戦

(単位：百万円)

		20/3期 累計	21/3期 累計	前期比		1Q	2Q	3Q	4Q	累計
				増減額	増減率					
インナーウェア事業	ワコール	38,750	29,732	▲9,018	▲23.3%	▲57%	▲20%	+5%	▲16%	▲23%
	ウイング	20,416	16,976	▲3,440	▲16.9%	▲44%	▲16%	+11%	▲16%	▲17%
パーソナルウェア事業	ワコール	4,752	3,870	▲882	▲18.6%	▲33%	▲30%	▲3%	+0%	▲19%
	ウイング	561	620	+59	+10.5%	▲6%	+2%	+46%	+12%	+11%
ファミリーウェア事業	ワコール	2,817	2,223	▲594	▲21.1%	▲48%	▲25%	+2%	▲2%	▲21%
グッドエイジ事業	ワコール	1,504	1,213	▲291	▲19.4%	▲41%	▲14%	+0%	▲24%	▲19%
レッグ・カロン事業	ワコール	725	388	▲337	▲46.5%	▲62%	▲61%	▲23%	+2%	▲46%
メンズインナー事業	ワコール	2,029	1,860	▲169	▲8.3%	▲33%	▲22%	+31%	+1%	▲8%
上記3事業合計		4,257	3,461	▲797	▲18.7%	-	-	-	-	▲38%
ウエルネス事業	CW-X、ワコール	4,611	2,845	▲1,766	▲38.3%	▲63%	▲45%	▲7%	▲33%	
その他(消化調整、自社EC売上)		2,947	3,081	-	-	-	-	-	-	-
卸売事業本部 計		79,111	62,807	▲16,303	▲20.6%	▲48%	▲19%	+7%	▲18%	▲21%

41

参考10：21/3期 ワコールインターナショナル（米国）の概況

IO社が高成長を維持。「Wacoal」や「b.tempt'd」などのブランドを展開する米国ワコールもECが伸長

売上高

176億円 前期差▲15億円(▲8%) ※現地通貨ベースの前期比▲6% 修正計画差▲0.4億円(▲0.2%)

- 米国ワコール：実店舗チャンネル▲45% ECチャンネル+27%（内訳：百貨店EC+4% 専業EC+18% 自社EC+55%）
- IO社：34.2百万ドル（参考値：前年同期12.0百万ドル（※前年同期4月～7月は連結対象外））

営業損失

▲9億円 前期差▲13億円 ※現地通貨ベースの前期差▲12百万ドル 修正計画差+0.4億円

- 経費削減や政府の支援策を活用するも、上期の減収による影響が大きく、大幅減益
- IO社「LIVELY」ブランドの早期成長に向けて、成長投資を継続 ※現地通貨ベース▲12.2百万ドル（参考：前年同期▲11.5百万ドル）

		1Q	2Q	3Q	4Q	累計	構成比★
チャンネル	店舗	百貨店	▲83%	▲42%	▲14%	▲32%	▲46%
		アウトレット・直営店	▲98%	▲33%	▲2%	+55%	▲31%
		店舗計	▲83%	▲41%	▲14%	▲31%	▲45%
	EC	百貨店EC	▲32%	+31%	+19%	+3%	+4%
		専業EC	+6%	+33%	+42%	+4%	+18%
自社EC		+62%	+63%	+46%	+48%	+55%	
EC計		+13%	+43%	+35%	+21%	+27%	
地域	米国	▲47%	▲12%	+5%	▲11%	▲18%	94%
	カナダ	▲85%	▲51%	+11%	▲26%	▲44%	2%
	他地域	▲91%	▲40%	▲16%	+39%	▲34%	4%

★構成比は21/3期 累計の値であり、チャンネル構成比は輸出売上を除いて算出しています。

	米国ワコール	IO社
売上高	135,932	34,235
(前期比)	▲19%	+186%
営業損益	4,605	▲12,194
(前期比)	▲69%	-

ブランド別の売上状況

ブランド名	21/3期 1Q	21/3期 2Q	21/3期 3Q	21/3期 4Q	21/3期 累計	構成比
WACOAL	▲51%	▲18%	+1%	▲9%	▲21%	72%
B.tempt'd	▲50%	+9%	+37%	▲28%	▲9%	7%
CW-X	+41%	+5%	+18%	+22%	+22%	1%
LIVELY	-	+198%	+62%	+108%	+187%	20%

参考11：21/3期 ワコールヨーロッパの概況

事業を展開する主要国で複数回に渡るロックダウンが実施されるなど感染症の影響を強く受けた

売上高

99億円 前期差▲31億円(▲24%) ※現地通貨ベースの前期比▲24% 修正計画差▲3億円(▲2.5%)

- 各地域で感染症の影響を大きく受ける（英国▲34%、北米▲20% 欧州▲25%）
- 前期にスタートした自社ECチャンネルは計画を超えて進捗

営業利益

7億円 前期差▲3億円 ※現地通貨ベースの前期差▲3百万ポンド 修正計画差+4億円

- 諸経費の削減に加え、政府の支援策の活用により黒字を確保（感染症の拡大を受け、修正計画は慎重に見立てる）

		1Q	2Q	3Q	4Q	累計	構成比★
チャンネル	店舗	百貨店	▲83%	▲30%	▲30%	▲36%	▲45%
		専門店	▲52%	▲26%	▲15%	▲18%	▲28%
		直営店	+3%	+22%	▲6%	+37%	+14%
	EC	他社EC	▲32%	+1%	+0%	+11%	▲7%
ブランド★★	Fantasia	▲63%	▲28%	▲16%	▲20%	▲33%	30%
	Freya	▲49%	▲9%	▲29%	▲13%	▲26%	24%
	Goddess	▲29%	▲8%	+13%	▲9%	▲10%	7%
	Elomi	▲42%	▲11%	▲9%	▲1%	▲16%	26%
	Wacoal	▲44%	▲27%	▲10%	▲15%	▲24%	12%
	B.Tempted	▲63%	▲21%	▲14%	▲46%	▲36%	1%

★各構成比は21/3期 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・スリムウェアを合計して集計しています。

エリア	21/3期 1Q	21/3期 2Q	21/3期 3Q	21/3期 4Q	21/3期 累計	構成比
英国	▲65%	▲25%	▲9%	▲28%	▲34%	30%
欧州	▲41%	▲16%	▲25%	▲21%	▲25%	25%
北米	▲44%	▲12%	▲18%	▲2%	▲20%	33%
その他	▲38%	▲23%	▲6%	+29%	▲10%	12%

参考12：21/3期（1月～12月） 中国ワコールの概況

感染症の影響から早期回復。他方、EC市場における競争環境が激化

売上高 **88億円** 前期差▲16億円(▲15%) ※現地通貨ベースの前期比▲14% 修正計画差▲8億円

- 感染症拡大の影響から先行して回復
- EC市場の拡大などで、ダブル・イレブンの大型施策は競争が激化

営業利益 **6億円** 前期比▲3億円 ※現地通貨ベースの前期比▲31% 修正計画差+1億円

- 経費削減に加え、政府支援策の活用などにより黒字を維持

		1Q	2Q	3Q	4Q	累計	構成比★
チャネル	百貨店	▲ 52%	▲ 14%	+2%	+3%	▲ 17%	72%
	他社EC	+1%	+6%	▲ 1%	▲ 12%	▲ 2%	28%
ブランド	ワコール	▲ 41%	▲ 9%	+1%	▲ 2%	▲ 14%	84%
	サルート	▲ 50%	+0%	+22%	+15%	▲ 7%	9%
	ラロッサベル	+0%	+0%	+0%	+0%	+0%	0%
	アンフィ	+278%	+183%	+26%	▲ 38%	+31%	1%
	ピーチ・ジョン	▲ 47%	▲ 22%	+31%	▲ 21%	▲ 31%	6%

★構成比は21/3期1月～12月累計の値であり、チャネル構成比は代理商売上を除いて算出しています。

資料13：21/3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

感染症の拡大が続く中、EC展開が遅れている中国以外のアジア圏の国々の事業は、低迷

売上高 **51億円** 前期差▲22億円(▲31%) 修正計画差+5億円

- 香港：感染症の拡大影響による店舗閉店や観光客の減少などにより、低迷
- シンガポール、フィリピン：EC展開がないため、実店舗の閉店が経営に与える影響が大きく、前年同期を下回る
- インドは、3Q期間にEC事業者の営業再開や百貨店との新規取引開始により、復調
- タイの材料会社（Aテック・Gテック）は、得意先の販売不振による受注減少を受けて、低迷

営業利益 **▲3億円** 前期差+3億円 修正計画差+4億円

- 各社とも経費削減に取り組みつつ、政府支援を活用するも、減収の影響を吸収しきれず減益（修正計画は超過）

★香港ワコール・Aテック・Gテックは12月決算です

	20/3期				21/3期				累計
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
香港ワコール★	▲ 24%	+23%	▲ 49%	▲ 16%	▲ 37%	▲ 26%	▲ 20%	▲ 9%	▲ 24%
シンガポール	+2%	▲ 13%	+8%	▲ 18%	▲ 83%	+1%	▲ 11%	+15%	▲ 20%
フィリピン	+15%	▲ 24%	+37%	▲ 29%	▲ 88%	▲ 59%	▲ 30%	▲ 9%	▲ 50%
インド	+57%	+113%	+75%	+71%	▲ 86%	▲ 45%	+89%	+86%	+17%
Aテック	▲ 12%	▲ 37%	▲ 30%	▲ 37%	▲ 38%	▲ 13%	▲ 58%	▲ 8%	▲ 34%
Gテック	▲ 24%	▲ 8%	▲ 19%	▲ 41%	▲ 48%	▲ 24%	▲ 62%	▲ 58%	▲ 49%

資料14：21/3期 ピーチ・ジョンの概況

消費者のニーズを捉えた商品企画や話題性のあるマーケティング活動により、自社ECを中心に高成長を維持

売上高 **122億円** 前期差+10億円 (+9%) 修正計画差+12億円 (+11%)

- 自社ECは新規顧客が大幅に増加したことから、伸長
- 店舗についても、来店客数の回復に伴い、休業明け以降は回復

営業利益 **16億円** 前期差+19億円 修正計画差+6億円 (+66%)

- 増収効果に加え、売上利益率の改善などが増益に寄与

		1Q	2Q	3Q	4Q	累計	構成比★
国内	通販事業	+68%	+34%	+43%	+32%	+43%	56%
	店舗事業	▲54%	▲4%	+6%	+4%	▲12%	44%

★構成比は、21/3期 累計の値であり、他社EC・輸出の売上を除いて算出しています。

		1Q	2Q	3Q	4Q	累計
海外★★	香港	▲53%	▲11%	▲8%	▲4%	▲16%
	台湾(店舗+EC)	▲12%	+1%	+7%	+10%	+0%
	上海・北京他(直営店)	▲62%	▲46%	▲43%	▲23%	▲42%
	上海・北京他(他社EC)	▲44%	▲12%	▲16%	▲20%	▲24%
	上海・北京他 合計	▲50%	▲24%	▲24%	▲21%	▲30%

★★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)

資料15：21/3期 国内子会社の概況 (ルシアン・七彩・Ai)

ルシアン：得意先の在庫抑制等により売上低迷も、前期に実施した事業撤退が奏功し、黒字化

売上高 **46億円** 前期差▲11億円 (▲20%) 修正計画差▲3億円 (▲6%)

営業利益 **2億円** 前期差+7億円 修正計画差+2億円

	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	構成比★
インナー	▲25%	▲5%	▲20%	▲7%	▲14%	80%
刺しゅう	+2%	+14%	+28%	+5%	+12%	10%
レース他	▲54%	▲56%	▲68%	▲67%	▲61%	10%

★構成比は、21/3期 累計の値です

七彩：感染症拡大に伴う得意先の新規出店の見直しや延期により、工事受注が大幅に減少

売上高 **53億円** 前期差▲34億円 (▲39%) 修正計画差▲4億円 (▲7%)

営業損失 **▲4億円** 前期差▲6億円 修正計画差+0.4億円

	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	構成比★
レンタル事業	▲43%	▲26%	▲23%	▲19%	▲28%	25%
物販事業	▲39%	▲10%	▲6%	▲5%	▲15%	23%
工事事業	▲41%	▲50%	▲56%	▲50%	▲49%	52%

★構成比は、21/3期 累計の値です

Ai (アイ)：感染症拡大による夏場の旅行の減少や海水浴場の閉鎖が影響しリゾートウェア需要が大幅に減少

売上高 **17億円** 前期差▲19億円 (▲53%) 修正計画差▲2億円 (▲11%)

営業損失 **▲6億円** 前期差▲3億円 修正計画差▲0.3億円

	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	構成比★
リゾートウェア事業	▲80%	▲70%	▲60%	▲80%	▲72%	40%
下着事業	▲37%	+0%	+0%	▲15%	▲12%	60%

★構成比は、21/3期 累計の値です

参考16：22/3期 通期計画

【為替レート】	1 \$	1 £	1 元
	108.00	150.00	16.50

(単位：百万円)

	20/3期 実績		21/3期 実績		22/3期 計画		対20/3期		対21/3期	
	売上高	売上比	売上高	売上比	売上高	売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
連結売上高	186,760	-	152,204	-	184,000	-	▲ 2,760	▲ 1.5%	31,796	+20.9%
売上原価	84,959	45.5	67,798	44.5	80,000	43.5	▲ 4,959	▲ 5.8%	12,202	+18.0%
売上利益	101,801	54.5	84,406	55.5	104,000	56.5	2,199	+2.2%	19,594	+23.2%
販管費	94,696	50.7	82,836	54.4	98,000	53.3	3,304	+3.5%	15,164	+18.3%
のれん及びその他の無形固定資産減損損失 (A)	473	0.3	2,685	1.8	-	-	-	-	▲ 2,685	-
営業利益	6,632	3.6	▲ 1,115	-	6,000	3.3	▲ 632	▲ 9.5%	7,115	-
その他の収益・費用	1,487	0.8	1,517	1.0	1,900	1.0	413	+27.8%	383	+25.2%
有価証券・投資評価損益 (純額) (B)	▲ 3,760	-	10,390	6.8	-	-	3,760	-	▲ 10,390	-
税引前純利益	4,359	2.3	10,792	7.1	7,900	4.3	3,541	+81.2%	▲ 2,892	▲ 26.8%
当社株主に帰属する純利益	3,472	1.9	7,025	4.6	5,500	3.0	2,028	+58.4%	▲ 1,525	▲ 21.7%

実質ベース (参考情報)

Aを考慮しない営業利益	7,105	3.8	1,570	1.0	6,000	3.3	▲ 5,535	▲ 77.9%	4,430	+282.2%
AとBを考慮しない税引前純利益	8,592	4.6	3,087	2.0	7,900	4.3	▲ 5,505	▲ 64.1%	4,813	+155.9%

48

参考17：22/3期 通期計画 (セグメント別)

【為替レート】	1 \$	1 £	1 元
	108.00	150.00	16.50

(単位：百万円)

	20/3期 実績		21/3期 実績		22/3期 計画		対20/3期		対21/3期	
	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比	増減額	増減率	増減額	増減率
ワークル事業 (国内)	106,112	56.8	86,133	56.6	99,300	54.0	▲ 6,812	▲ 6.4%	13,167	+15.3%
ワークル事業 (海外)	49,808	26.7	41,355	27.2	57,250	31.1	7,442	+14.9%	15,895	+38.4%
ピーチ・ジョン事業	11,224	6.0	12,200	8.0	12,500	6.8	1,276	+11.4%	300	+2.5%
その他事業	19,616	10.5	12,516	8.2	14,950	8.1	▲ 4,666	▲ 23.8%	2,434	+19.4%
売上高	186,760	100	152,204	100	184,000	100	▲ 2,760	▲ 1.5%	31,796	+20.9%

	20/3期 実績		21/3期 実績		22/3期 計画		対20/3期		対21/3期	
	売上高	売上比	売上高	売上比	売上高	売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
ワークル事業 (国内)	6,083	5.7	627	0.7	4,000	4.0	▲ 2,083	▲ 34.2%	3,373	+538.0%
ワークル事業 (海外)	1,493	3.0	▲ 2,603	-	1,140	2.0	▲ 353	▲ 23.6%	3,743	-
ピーチ・ジョン事業	▲ 351	-	1,591	13.0	1,100	8.8	1,451	-	▲ 491	▲ 30.9%
その他事業	▲ 593	-	▲ 730	-	▲ 240	-	353	-	490	-
営業利益 (▲損失)	6,632	3.6	▲ 1,115	-	6,000	-	▲ 632	▲ 9.5%	7,115	-

49

参考18：22/3期 通期計画（主要子会社）

【為替レート】	1 \$	1 £	1元
	108.00	150.00	16.50

（単位：百万円）

		売上高							営業利益（▲損失）						
		20/3期 実績	21/3期 実績	22/3期 計画	対20/3期		対21/3期		20/3期 実績	21/3期 実績	22/3期 計画	対20/3期		対21/3期	
					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	99,224	79,877	91,548	▲ 7,676	▲ 7.7%	11,671	+14.6%	3,140	▲ 2,022	3,600	460	+14.6%	5,622	-
ワコール事業 （海外）	ワコール インターナショナル	19,194	17,649	23,009	3,815	+19.9%	5,360	+30.4%	401	▲ 914	108	▲ 293	▲ 73.1%	1,022	-
	ワコールヨーロッパ	12,988	9,896	14,188	1,200	+9.2%	4,292	+43.4%	1,007	666	642	▲ 365	▲ 36.2%	▲ 24	▲ 3.6%
	中国ワコール★	10,337	8,755	13,367	3,030	+29.3%	4,612	+52.7%	923	625	759	▲ 164	▲ 17.8%	134	+21.4%
ピーチ・ジョン事業		11,224	12,200	12,500	1,276	+11.4%	300	+2.5%	▲ 351	1,591	1,100	1,451	-	▲ 491	▲ 30.9%
その他	ルシアン	5,760	4,614	5,300	▲ 460	▲ 8.0%	686	+14.9%	▲ 478	221	124	602	-	▲ 97	▲ 43.9%
	七彩	8,718	5,312	6,300	▲ 2,418	▲ 27.7%	988	+18.6%	218	▲ 358	▲ 250	▲ 468	-	108	-
	A i	3,597	1,700	2,636	▲ 961	▲ 26.7%	936	+55.1%	▲ 269	▲ 613	3	272	-	616	-

★中国ワコールは22/3期計画より、百貨店等の売上高を総額表示（店頭価格ベース）に変更しています（21/3期以前は純額表示（卸値ベース））

【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	176,508	166,402	213,042	36,534	+20.7%	46,640	+28.0%	3,694	▲ 8,621	1,000	▲ 2,694	▲ 72.9%	9,621	-
ワコールヨーロッパ	93,954	71,360	94,589	635	+0.7%	23,229	+32.6%	7,290	4,796	4,279	▲ 3,011	▲ 41.3%	▲ 517	▲ 10.8%
中国ワコール★	655,073	565,585	810,100	155,027	+23.7%	244,515	+43.2%	58,468	40,248	46,000	▲ 12,468	▲ 21.3%	5,754	+14.3%

★中国ワコールは22/3期計画より、百貨店等の売上高を総額表示（店頭価格ベース）に変更しています（21/3期以前は純額表示（卸値ベース））

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。