WACOAL HOLDINGS CORP.

2022年3月期　第１四半期
決算説明資料

宮城　晃

㈱ワコールホールディングス
取締役　常務執行役員

2021年7月30日

1

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2022年3月期第1四半期の決算について、ご説明します。

変更点

①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、「ピーチ・ジョン事業」セグメントでの計上に変更し、過去のセグメント実績についても遡及修正しています。

②当期より、中国ワコールにおける百貨店等の売上について、総額表示（店頭価格ベース）に変更しています。当該変更の影響については遡及修正は行っていません。（当第1四半期における売上への影響額：613百万円）

2ページをご覧ください。はじめに、当期より適用となる会計基準の変更点についてご説明します。

１つめは、「ピーチ・ジョン」ブランドの中国国内の売上高についての計上先の変更です。これまで「ワコール事業（海外）」セグメントで計上していましたが、当期より「ピーチ・ジョン」セグメントへの計上となります。
当該変更については遡及適用され、本資料で表示する各数値についても遡及修正後の数値を記載しています。

２つめは、中国ワコールに係る収益認識についての変更です。これまで、中国ワコールにおける百貨店などの売上高については純額ベースで表示していましたが、当期より総額ベースの表示へ変更となります。当該変更による当第1四半期における中国ワコールの売上高への影響額は、およそ6億円です。なお、こちらの変更に関しては、遡及適用をおこないません。

22/3期 1Q（4月～6月） エグゼクティブサマリー

※中国のみ、1月～3月

- **国・地域のワクチン接種の進捗や経済活動の再開状況によって、売上回復に大きな格差**
- **米国事業の回復がグループ全体の売上及び営業利益に大きく貢献**
- **増収効果に加え、収益構造改革の取り組みが寄与し、営業利益は64億円の改善**

売上高 **423億円** **前年同期差 +138億円（+48.2%） 前々年同期差 ▲50億円（▲10.6%）**

- 米国・欧州は、感染症対策の規制緩和や政府支援を背景に感染症前の水準にまで回復
- ワコール（日本）は、来店客数の減少による都市部店舗の低迷が続き、未だ感染症流行前の水準には戻らず

営業利益 **19億円** **前年同期差 +64億円 前々年同期差 ▲17億円（▲46.8%）**

- ワコール（日本）は、増収効果と収益構造改革の一環として取り組む経費削減が寄与し、赤字幅を縮小
- 米国は、既存事業の増収と売上利益率の改善に加え、IO社の赤字幅縮小が寄与し、前々年同期の水準を超えて着地

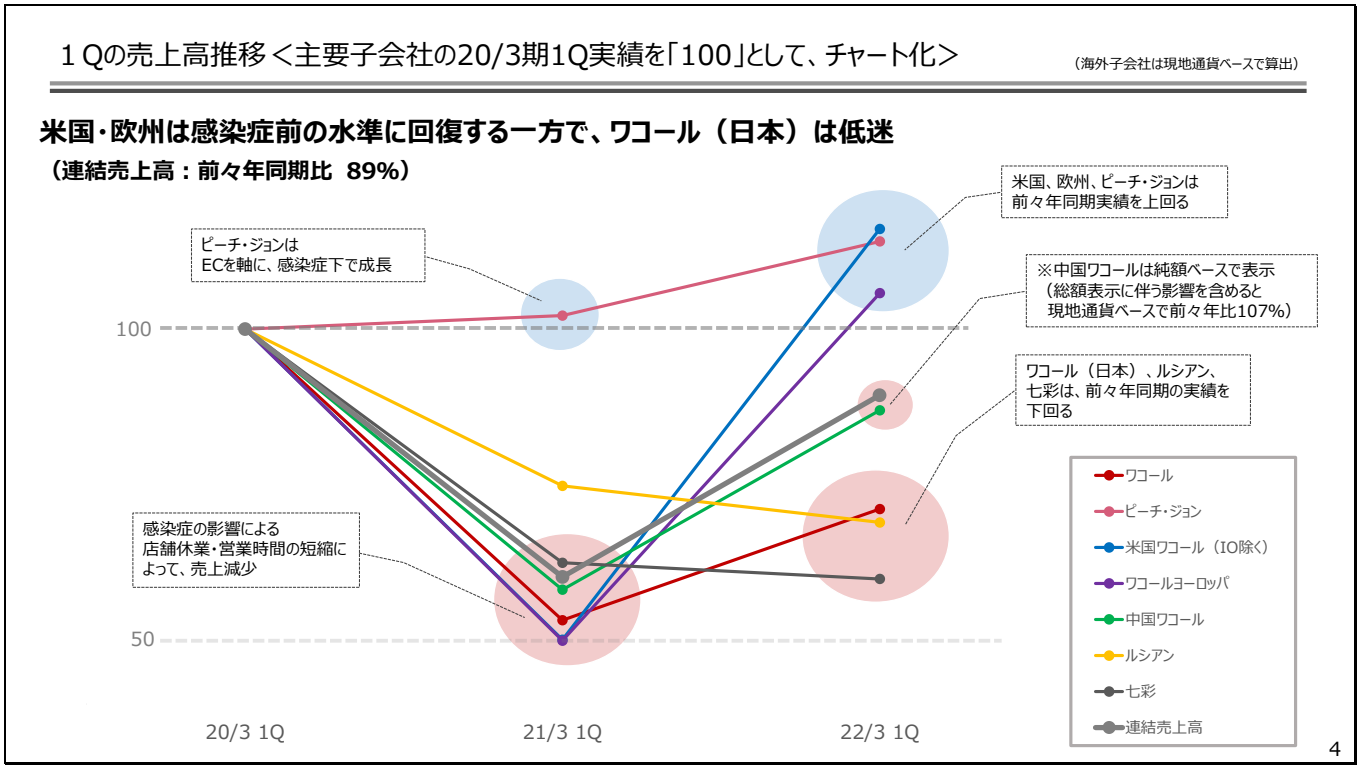
税引前四半期純利益 **11億円** **前年同期差 +40億円 前々年同期差 ▲4億円（▲27.0%）**

- 有価証券・投資評価損益（純額）については、評価損17億円を計上（前年同期は8億円の評価益）

3ページに移ります。それでは、第1四半期の決算についてご説明します。

当第1四半期については、国や地域のワクチン接種の進捗や経済活動の再開状況によって、売上の回復度に大きな差がある四半期となりました。米国は、ワクチンの普及や政府の経済政策を背景に、好調に推移しました。また、欧州についても地域差はあるものの、概ね回復傾向となっています。他方、日本国内においては、緊急事態宣言の発出やまん延防止等重点措置の適用などによって、都市部を中心に需要が落ち込みました。

以上の結果、売上高は423億円となりました。感染症の影響を強く受けた前年同期に対しては、138億円の増収となりましたが、日本国内を中心に感染症の影響が残ったことから前々年同期の水準を下回る結果となりました。
営業利益は19億円となりました。増収効果や経費削減によって、前年同期からは64億円の増益となりましたが、売上高同様、前々年同期の水準には達していません。
税引前四半期純利益は11億円となりました。有価証券・投資評価損益については17億円の評価損を計上したものの、営業損益の改善などにより前年同期を大幅に上回る結果となりました。

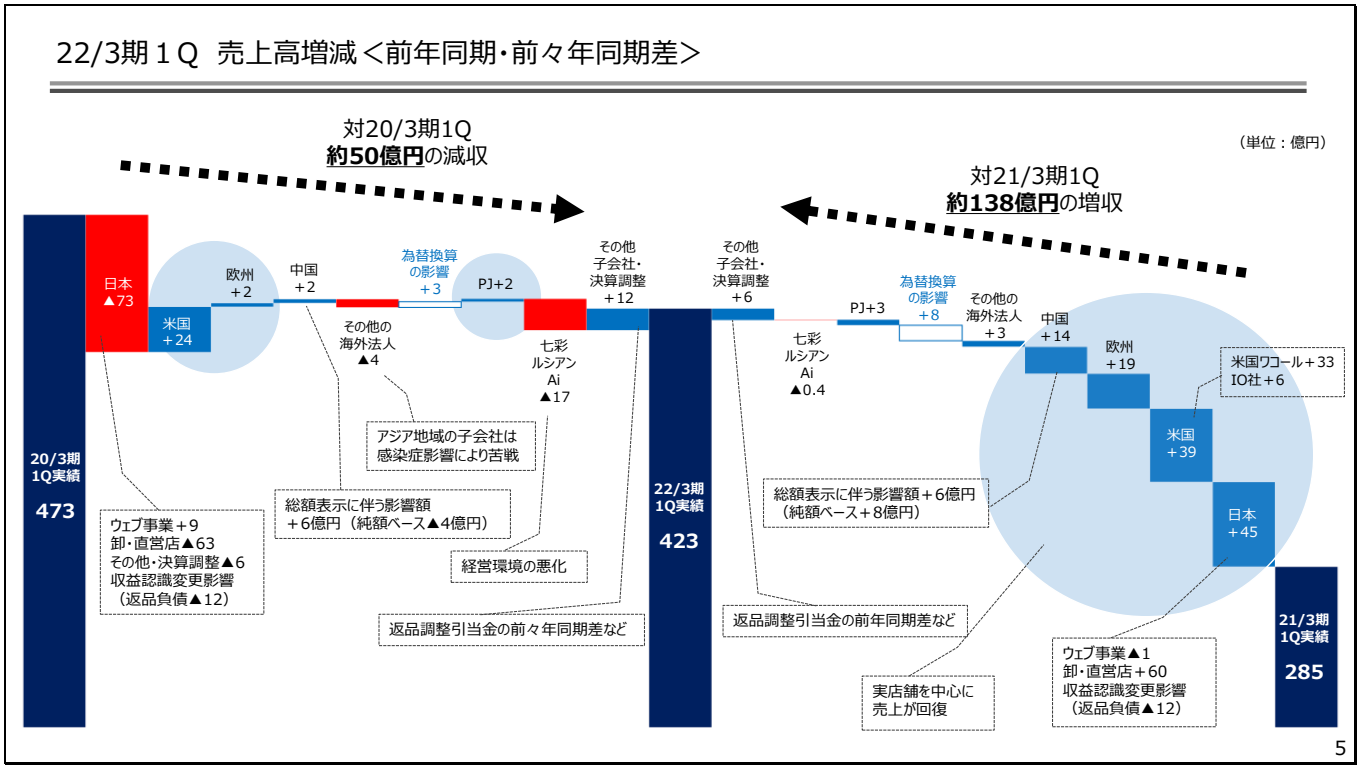


4ページです。さきほど、ご説明しましたように、当第1四半期は、ほぼすべての事業が前年同期に比べ増収となりましたが、回復の程度は、事業を展開する国や地域によって大きく異なりました。

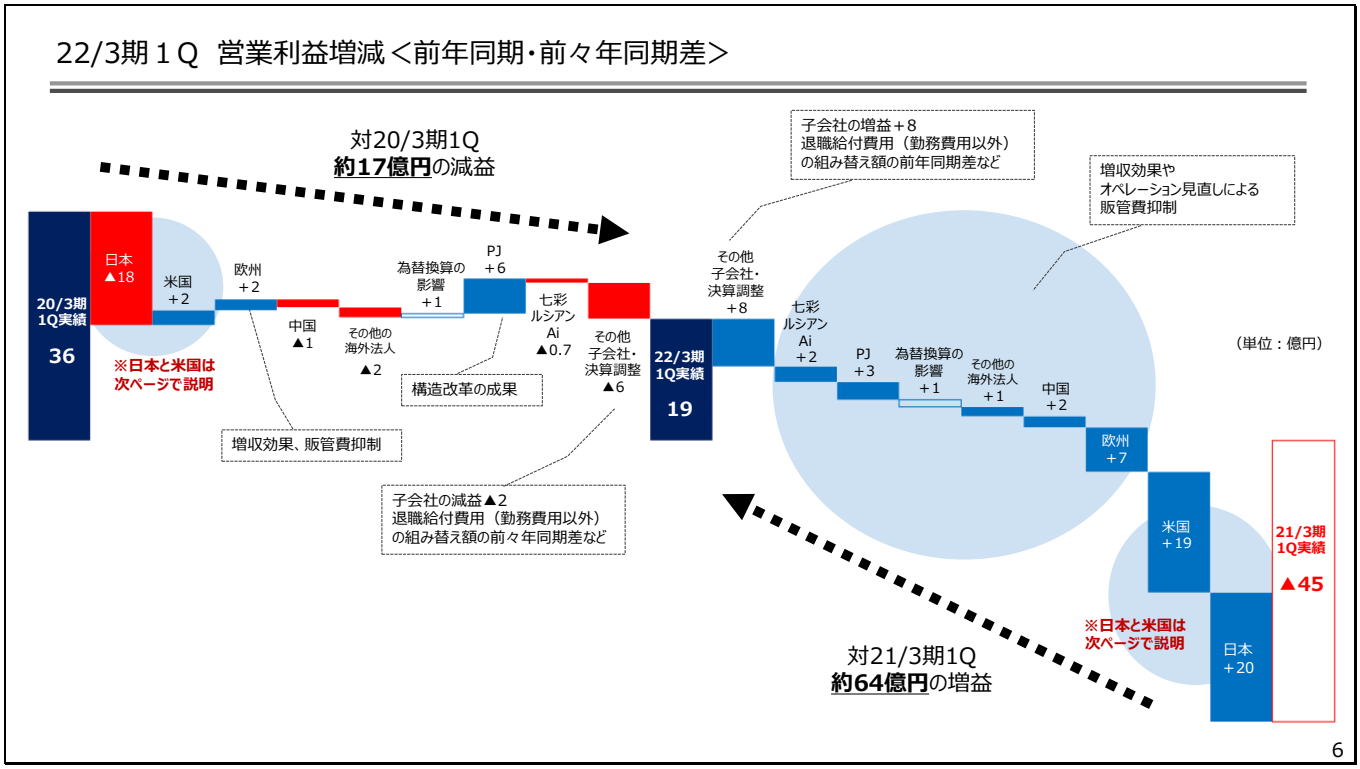
当ページには、20年3月期第1四半期の売上高をベースとして、前年同期・当第1四半期の主要子会社の売上状況をまとめています。まず、前々年同期の水準、つまり、感染症の拡大以前の水準まで回復しているグループが右上の青いサークルです。ワクチンの普及を背景に消費環境が大きく改善した米国や欧州がＶ字回復を果たしました。また、ピーチ・ジョンは、前年同期に続き、当第1四半期についても成長を維持することができました。

一方、ワコールについては、感染症の長期化に伴う店舗休業や来店客数の減少により、売上の回復が遅れています。また、ルシアンや七彩についても、厳しい経営環境が続いています。

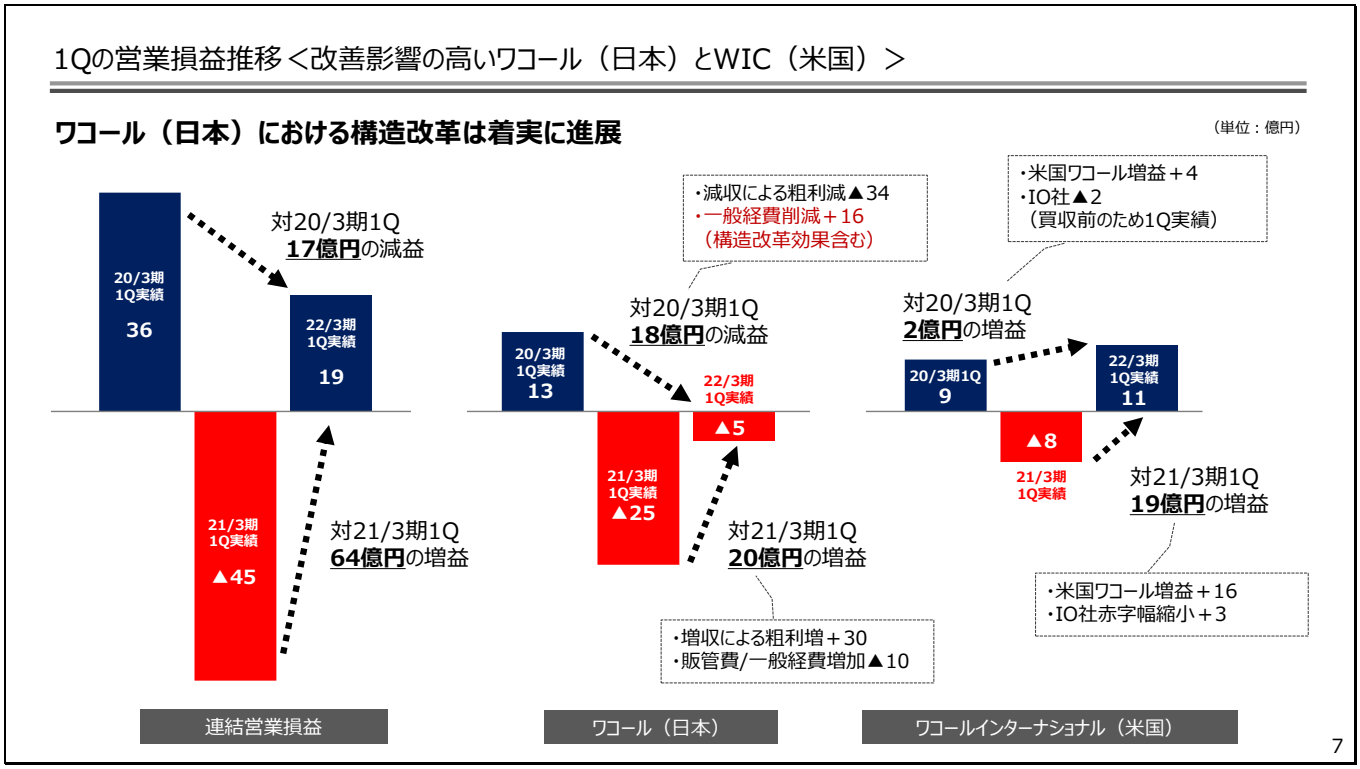
中国ワコールについては、過去実績と比較するため、純額ベースで表示していますが、新興ブランドとの競争環境の激化を受けて、ECでの苦戦が続いたことから、前々年同期の水準を下回っています。



5ページをご覧ください。次に、売上高の増減要因をウォーターフォールでまとめています。
右側が前年同期との比較、左側が前々年同期との比較となっています。
右側の青いボックスの連続が示す通り、前年同期に対しては、多くの国で経営環境の改善が進んだことから、138億円の増収となりました。一方、左側のボックスが示す通り、前々年同期に対しては、米国や欧州、中国などの海外事業が増収となったものの、ワコールの回復が遅れていることから、50億円の減収となっています。なお、前年同期に比べ、米国事業が24億円の増収となっていますが、内訳は、米国ワコールの増収効果が8億円、買収したインティメイツ･オンライン社（以下、IO社といいます）の連結効果が16億円です。



6ページをご覧ください。こちらのページには、営業損益の増減要因をウォーターフォールでまとめています。
売上高同様に、右側が前年同期との比較、左側が前々年同期との比較となります。
前年同期に対しては、増収効果や経費削減によってすべての事業が増益となったことから、約64億円の改善となりました。特に改善寄与度の高い日本と米国については、次ページで詳細にご説明します。
前々年同期に対しては、構造改革が進んだピーチ･ジョンが大幅な改善となったほか、欧米も増益となりました。しかしながら、売上高同様に感染症の拡大を受けたワコールの減収が響き、全体では約17億円の減益となっています。ワコールの前々年同期差についても、次ページで詳細にご説明します。



7ページをご覧ください。営業損益の増減要因のうち、全体への影響が大きかったワコールと米国の状況について、ご説明します。なお、資料には、第1四半期の営業損益額の推移を記載しており、中央がワコール、右側が米国となっています。

まず、米国事業の損益推移をご覧ください。米国事業は11億円の黒字に転換し、前々年同期に対しても増益となりました。米国ワコールの売上高が感染症前の水準以上に回復したことに加え、IO社の赤字幅縮小も貢献しました。

続いて、ワコールの損益推移をご覧ください。緊急事態宣言に伴う店舗休業を受け、売上が低迷した結果、当第1四半期における営業損益は5億円の赤字となりました。前年同期からは20億円の増益、前々年同期からは18億円の減益となります。減収影響によって売上利益は前々年同期から34億円減少しましたが、16億円の経費削減に努めたことで、減収影響を緩和しました。引き続き、固定費の削減や不採算事業の収益改善などに努めてまいります。

22/3期 1Q　セグメント別レポート　ワコール事業＜国内＞

※主要子会社の業績レポートは、参考資料（P23～）に記載しています

緊急事態宣言の発令やまん延防止等重点措置の適用などにより、都市部を中心に低迷

売上高 **207億円** 前年同期差＋51億円（＋33%）
前々年同期差▲59億円（▲22%）

営業損失 **▲4億円** 前年同期差＋27億円（前年同期は▲30億円の赤字）
前々年同期差▲23億円（前々年同期は＋20億円の黒字）

マーケット環境：

- 大都市の大規模商業施設（対象：百貨店、ショッピングセンターなど）の営業休止・時短営業
- テレワークの浸透に加え、外出を控える動きも強く、実店舗への来店客数は依然として低水準
- ECは、前年同期の緊急事態宣言の発出時の「巣ごもり需要」の急拡大の反動を受ける

ワコールの商況：前年同期比　+33%　　前々年同期比　▲29%

- 店舗：前年同期から回復も、都市部店舗では感染症の影響が残る
  ※店頭ベースの売上高　百貨店＋40%（前々年同期比▲38%）　直営店＋33%（前々年同期比▲25%）
  量販店　ワコール＋29%（前々年同期比▲20%）、ウイング＋16%（前々年同期比▲21%）
- 自社EC：新規顧客の獲得に苦戦するも、善戦　※自社EC▲6%（前々年同期比+79%）

ワコールの1Qの取り組み：

- 購買行動や流通構造の変化への対応力強化・事業効率の向上を目的した新しい組織をスタート（4/1～）

8

8ページです。

このページより、セグメントごとに当第1四半期のマーケット環境と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207億円でした。前年同期に比べ大幅な増収となりましたが、国内3度目となる緊急事態宣言の発出などを受け、都市部の店舗の売上回復が遅れたため、前々年同期に対しては59億円の減収と厳しい状況が続きました。

営業損益は4億円の営業損失となりました。増収効果や経費削減の進展により、前年同期に比べ赤字幅が縮小しましたが、感染症の長期化で売上高の回復が遅れたことが響き、前々年同期に比べ減益となりました。

22/3期 1Q　セグメント別レポート　ワコール事業＜海外＞

※主要子会社の業績レポートは、参考資料（P24～）に記載しています

経済活動の再開が進んだ欧米を中心に売上が回復し、感染症前の水準を超過

売上高 **161億円** 前年同期差＋83億円（＋108%）前々年同期差＋27億円（＋20%）

営業利益 **21億円** 前年同期差＋31億円（前年同期は▲10億円の赤字）前々年同期差＋2億円（＋9.6%）

マーケット環境：

- 欧米：ワクチン接種の普及による経済活動の再開や政府による給付金支給により、消費が大幅に回復
- 中国：感染予防を目的とした渡航制限もあり、域内消費が盛り上がる。他方、EC市場において新興ブランド台頭
- アジア：南アジアや東南アジアなどで感染症の影響がなおも拡大

主要各社の商況（数値は現地通貨ベース）：

- 米国：米国ワコール、IO社のECは高い成長を維持（米国W＋131%（前々年同期比＋16%）、IO社＋73%）
- 欧州：地域差はあるものの、概ね回復基調で推移（＋111%（前々年同期比＋6%））
- 中国：ECについては、新興ブランドの台頭などによる競争環境の激化を受けて、苦戦
  前年同期比＋83%（前々年同期比＋7%　※総額表示に伴う影響を除くと、前々年同期比▲13%）

1Qの取り組み：

- 米国：Digital First Strategy プロジェクトの一環として、デジタル計測アプリ「My Bra Fit」をリリース

9

9ページをご覧ください。ワコール事業（海外）の売上高は161億円となりました。経済活動の再開が進んだ米国、欧州を中心に売上が大きく回復した結果、セグメント合計では感染症前の水準を上回りました。なお、中国は収益認識の変更による押上効果もあり、前々年同期に比べ増収となっていますが、新興ブランドとの競争環境の激化によりECが苦戦しており、純額ベースで比較すると前々年同期の水準には達していません。
営業利益は21億円でした。増収効果により、感染症前の水準を上回りました。

22/3期 1Q　セグメント別レポート　PJ事業・その他

※主要子会社の業績レポートは、参考資料（P28～）に記載しています

ピーチ・ジョン：話題性の高いプロモーション施策の実施が来店客数の増加に寄与し、成長を維持

売上高 **30億円**　前年同期差＋3億円（＋12%）　前々年同期差＋2億円（＋6%）

営業利益 **5億円**　前年同期差＋3億円（＋132%）　前々年同期差＋6億円（前々年同期は▲57百万円の赤字）

各地域の商況：

- 日本：主力商品が直営店を中心に好調に推移。ECは前年同期のハードルが高く減収も堅調に推移
  ※直営店+91%（前々年同期比▲13%）　自社EC▲17%（前々年同期比+40%）
- 海外：上海PJは、訪問者獲得に苦戦。台湾PJは、感染症影響により、来店客数が減少

その他：感染症拡大の長期化に伴って、低調に推移

売上高 **26億円**　前年同期差▲32百万円（▲1%）　前々年同期差▲19億円（▲43%）

営業損失 **▲3億円**　前年同期差＋4億円（前年同期は▲6億円の赤字）　前々年同期差▲1億円（前々年同期は▲1億円の赤字）

各社の商況：

- ルシアン：得意先の仕入枠の抑制などにより、プライベートブランド商品の売上が低調に推移
- 七彩：新規出店や各種イベントの中止・延期による工事事業の低迷が影響

10

10ページです。ピーチ・ジョン事業の売上高は、30億円でした。消費者のニーズを捉えた主力商品が好調に推移したほか、直営店売上の回復も寄与し、増収となりました。
営業利益は5億円でした。増収効果に加え、経費削減に努めたことから、増益となりました。

その他の売上高は26億円でした。感染症の長期化に伴い、ルシアン、七彩、Aiともに厳しい状況が続いており、前年同期並みの売上となりました。
営業損益は3億円の営業損失でした。感染症により売上は低迷していますが、収益構造改革の一環としてオペレーションの見直しを進めたことにより、赤字幅は縮小しました。

ESGの取り組み進捗

温室効果ガスの排出量削減に向けて、サプライチェーンにおける排出量（スコープ3）を初算出

環境：

- 脱炭素社会の実現に向けた取り組みを進め、サプライチェーンにおける温室効果ガスの排出量削減をより確実なものにするため、スコープ３排出量（ワコール事業（国内）を対象）の算出を実施（当期中に削減目標を開示予定）
- 当社グループとしてはじめて、NGOである「CDP」からの質問書に回答（21年7月回答）

CDPについて

CDP は、世界の企業や組織の「気候変動」「水」「森林」などの環境問題への取り組みについて、調査、分析を行い、その評価結果を公開している国際的な環境非営利団体です。CDP の環境情報開示とその評価プロセスは、企業の環境情報開示においてグローバルスタンダードとして広く認知されています。

サステナビリティ推進プロジェクト：

- 21年4月～、経営陣・従業員、双方参加による「サステナビリティ推進プロジェクト」を立ち上げ、持続的成長と企業価値向上を実現するための重要課題、ならびに課題解決に向けた長期的な目標値について議論をスタート
- 執行役員をリーダーに、20代～30代のグループ会社の従業員30名が参加

11ページをご覧ください。当第1四半期におけるESGに関する取り組みの進捗についてご説明します。
脱炭素社会の実現に向けた取り組みを進め、サプライチェーンにおける温室効果ガスの排出量削減をより確実なものにするため、スコープ３排出量の算出をはじめて実施しました。また、環境NGO「CDP」の調査に初めて回答しています。温室効果ガスの排出量の削減目標については、当期中に設定し、開示する計画です。
また、経営陣、従業員双方参加型の「サステナビリティ推進プロジェクト」を発足し、持続的成長と企業価値向上を実現するための重要課題、ならびに課題解決に向けた長期的な目標値について議論をスタートさせています。

通期の見込みについて

2022年3月期通期業績予想の変更なし

第2四半期以降のリスク：

アップサイド

- 緊急事態宣言やロックダウン措置の早期解除などによる消費行動の回復

ダウンサイド

- 感染症の影響長期化に伴う、売上減少と売上利益額の減少
- 海外子会社の無形固定資産減損損失の可能性（※）
- 東南アジアの感染症拡大に伴う生産工場（ベトナム工場など）の長期休業

※当期の業績推移に応じて、減損損失についての再評価を行う必要があります。
なお、顕在化してもキャッシュフローの減少につながらないため、設備投資や株主還元への影響はありません。

➡ 今後、業績予想の修正が必要となった場合は、速やかに開示いたします

12

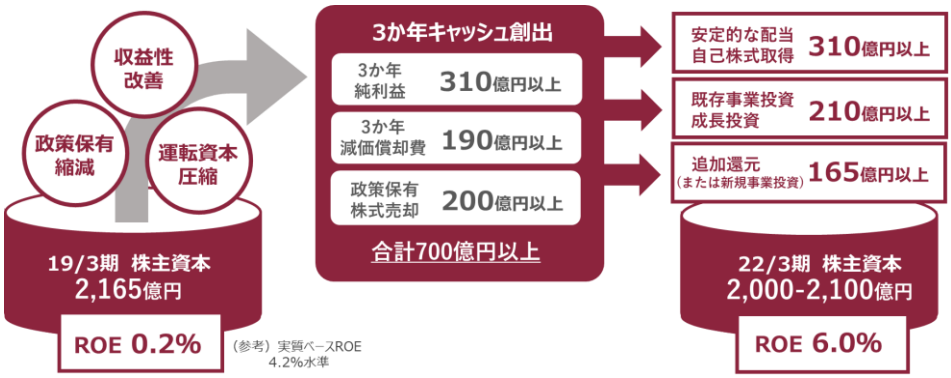
12ページをご覧ください。

当期の通期業績予想について、現時点での変更はありません。しかしながら、感染症の変異株は世界で流行しており、先行きは依然不透明な状況にあります。資料には、第2四半期以降のアップサイド、ならびにダウンサイドのリスクを記載しておりますが、東南アジアの感染症拡大に伴う生産工場の長期休業の可能性についても、新たなリスクとなります。今後、業績予想の修正が必要となった場合については、速やかに開示させていただきます。

現中期経営計画における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）



※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

13

13ページをご覧ください。資本政策と株主還元について、ご説明します。こちらは、2019 年6 月に発表しました、現中期経営計画における資本政策の基本的な方針です。現時点で基本方針について変更はありません。

22/3期1Q　資本政策と株主還元

政策保有株式売却　167億円（進捗度83%）　※19年3月末時点の簿価　※実際の売却額は177億円

（単位：億円）

		22/3期 1Q 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★	17	107	310 以上
	減価償却費	15	136	190 以上
	政策保有株式の売却額	2	177	200 以上
	合計	34	420	700 以上

★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。

使用キャッシュ	成長投資、および設備投資額	19	237	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	12	87	
	自己株式の取得額	0	77	
	（取得株式数）	0	（2,797千株）	
	合計	31	400	

■主要KPI

㈱ワコール政策保有株式の売却状況★★	売却金額	4	167	200
	目標に対する進捗度合い	–	83%	
	完全売却銘柄数	2	24	

★★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）

22/3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	7.7
ワコール・建物改修ほか	7.7
国内・子会社関連	1.9
海外・子会社関連	1.7
合計	19

14ページをご覧ください。最後のページになります。こちらは当第1四半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。
当第1四半期における投資内容に特段大きなものはございません。
また、当第1四半期における政策保有株式の売却につきましては、2銘柄、計4億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83%となっています。

私からのご説明は以上になります。
ご視聴頂きありがとうございました。

参考資料

WACOAL HOLDINGS CORP.

参考1： 22/3期第1四半期 決算概況□ …… P.16
参考2： 22/3期第1四半期 決算概況（セグメント別） …… P.17
参考3： 22/3期第1四半期 主要子会社の実績□ …… P.18
参考4： 主要事業会社の月次売上高推移（増減率） …… P.19
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） …… P.20
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） …… P.21
参考7： 22/3期第1四半期 主要子会社のEC比率□ …… P.22
参考8： 22/3期第1四半期 ワコールの概況① ＜主要事業部の売上高・営業利益＞ …… P.23
参考9： 22/3期第1四半期 ワコールインターナショナル（米国）の概況 …… P.24
参考10：22/3期第1四半期 ワコールヨーロッパの概況 …… P.25
参考11：22/3期第1四半期（1月～3月） 中国ワコールの概況 …… P.26
参考12：22/3期第1四半期 その他アジアの概況 …… P.27
参考13：22/3期第1四半期 ピーチ・ジョンの概況 …… P.28
参考14：22/3期第1四半期 国内子会社の概況 （ルシアン・七彩・Ai）□ …… P.29
参考15：22/3期 通期計画 …… P.30
参考16：22/3期 通期計画（セグメント別） …… P.31
参考17：22/3期 通期計画（主要子会社） …… P.32

参考１：22/3期第1四半期 決算概況

【為替レート】

1＄	1£	1元
109.49	153.2	16.36

（単位：百万円）

	20/3期 1Q実績	売上比	21/3期 1Q実績	売上比	22/3期 1Q実績	売上比	対20/3期 1Q 増減額	対20/3期 1Q 増減率	対21/3期 1Q 増減額	対21/3期 1Q 増減率
連結売上高	47,313	–	28,551	–	42,305	–	▲ 5,008	▲ 10.6%	13,754	+48.2%
売上原価	20,406	43.1	13,271	46.5	17,594	41.6	▲ 2,812	▲ 13.8%	4,323	+32.6%
売上利益	26,907	56.9	15,280	53.5	24,711	58.4	▲ 2,196	▲ 8.2%	9,431	+61.7%
販管費	23,263	49.2	19,752	69.2	22,773	53.8	▲ 495	▲ 2.1%	3,021	+15.3%
営業利益（▲損失）	3,644	7.7	▲ 4,472	–	1,938	4.6	▲ 1,701	▲ 46.7%	6,410	▲ 143.3%
その他の収益・費用	814	1.7	730	2.6	886	2.1	67	+8.2%	156	+21.4%
有価証券・投資評価損益（純額）(A)	▲ 2,938	–	824	–	▲ 1,714	–	1,224	▲ 41.7%	▲ 2,538	▲ 308.0%
税引前四半期純利益（▲損失）	1,520	3.2	▲ 2,918	–	1,110	2.6	▲ 410	▲ 27.0%	4,028	▲ 138.0%
当社株主に帰属する四半期純利益（▲損失）	1,192	2.5	▲ 3,195	–	472	1.1	▲ 720	▲ 60.4%	3,667	▲ 114.8%

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（▲損失）	4,458	9.4	▲ 3,742		2,824	6.7	▲ 1,634	▲ 36.7%	6,566	▲ 175.5%

参考２： 22/3期第1四半期　決算概況（セグメント別）

【為替レート】

1＄	1£	1元
109.49	153.2	16.36

（単位：百万円）

	20/3期 1Q実績	構成比	21/3期 1Q実績	構成比	22/3期 1Q実績	構成比	対20/3期 1Q 増減額	対20/3期 1Q 増減率	対21/3期 1Q 増減額	対21/3期 1Q 増減率
ワコール事業（国内）	26,583	56.2	15,529	54.4	20,665	48.8	▲ 5,918	▲ 22.3%	5,136	+33.1%
ワコール事業（海外）	13,390	28.3	7,742	27.1	16,085	38.0	2,695	+20.1%	8,343	+107.8%
ピーチ・ジョン事業	2,794	5.9	2,643	9.3	2,950	7.0	156	+5.6%	307	+11.6%
その他事業	4,546	9.6	2,637	9.2	2,605	6.2	▲ 1,941	▲ 42.7%	▲ 32	▲ 1.2%
売上高	47,313	100	28,551	100	42,305	100	▲ 5,008	▲ 10.6%	13,754	+48.2%

	20/3期 1Q実績	売上比	21/3期 1Q実績	売上比	22/3期 1Q実績	売上比	対20/3期 1Q 増減額	対20/3期 1Q 増減率	対21/3期 1Q 増減額	対21/3期 1Q 増減率
ワコール事業（国内）	1,960	7.4	▲ 3,049	–	▲ 360	–	▲ 2,320	▲ 118.4%	2,689	–
ワコール事業（海外）	1,877	14.0	▲ 1,004	–	2,058	12.8	181	+9.6%	3,062	–
ピーチ・ジョン事業	▲ 57	–	218	8.2	505	17.1	562	–	287	+131.7%
その他事業	▲ 136	–	▲ 637	–	▲ 265	–	▲ 129	–	372	–
営業利益（▲損失）	3,644	7.7	▲ 4,472	–	1,938	–	▲ 1,706	▲ 46.8%	6,410	▲ 143.3%

参考３： 22/3期第1四半期　主要子会社の実績

【為替レート】

1＄	1£	1元
109.49	153.2	16.36

（単位：百万円）

		売上高 20/3期 1Q実績	21/3期 1Q実績	22/3期 1Q実績	対20/3期 増減額	対20/3期 増減率	対21/3期 増減額	対21/3期 増減率	営業利益（▲損失） 20/3期 1Q実績	21/3期 1Q実績	22/3期 1Q実績	対20/3期 1Q 増減額	対20/3期 1Q 増減率	対21/3期 1Q 増減額	対21/3期 1Q 増減率
ワコール事業（国内）	ワコール	25,465	13,603	18,128	▲ 7,337	▲ 28.8%	4,525	+33.3%	1,322	▲ 2,543	▲ 488	▲ 1,810	–	2,055	–
ワコール事業（海外）	ワコール インターナショナル	5,039	3,404	7,435	2,396	+47.5%	4,031	+118.4%	868	▲ 837	1,099	231	+26.6%	1,936	–
	ワコールヨーロッパ	3,517	1,668	4,037	520	+14.8%	2,369	+142.0%	338	▲ 224	566	228	+67.5%	790	–
	中国ワコール	3,112	1,733	3,325	213	+6.8%	1,592	+91.9%	429	117	304	▲ 125	▲ 29.1%	187	+159.8%
ピーチ・ジョン事業		2,794	2,643	2,950	363	+14.0%	307	+11.6%	▲ 57	218	505	562	–	287	+131.7%
その他	ルシアン	1,329	996	918	▲ 411	▲ 30.9%	▲ 78	▲ 7.8%	▲ 104	▲ 103	▲ 27	77	–	76	–
	七彩	1,973	1,235	1,184	▲ 789	▲ 40.0%	▲ 51	▲ 4.1%	10	▲ 181	▲ 119	▲ 129	–	62	–
	Ａｉ	818	252	341	▲ 477	▲ 58.3%	89	+35.3%	▲ 67	▲ 189	▲ 83	▲ 16	–	106	–

【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	45,855	31,629	67,906	22,051	+48.1%	36,277	+114.7%	7,894	▲ 7,778	10,040	2,146	+27.2%	17,818	–
	ワコールヨーロッパ	24,914	12,495	26,348	1,434	+5.8%	13,853	+110.9%	2,388	▲ 1,679	3,689	1,301	+54.5%	5,368	–
	中国ワコール	190,567	111,096	203,245	12,678	+6.7%	92,149	+82.9%	26,341	7,449	18,566	▲ 7,775	▲ 29.5%	11,117	+149.2%

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～6月の下段は、対20/3期比															
	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）	4月度	5月度	6月度	1Q（中国2Q）
ワコール	▲ 4%	▲ 20%	▲ 26%	▲ 18%	+10%	▲ 1%	+4%	+5%	▲ 20%	▲ 25%	▲ 8%	▲ 18%	+168% ▲ 25%	+39% ▲ 30%	+5% ▲ 12%	+46% ▲ 23%
米国ワコール	▲ 9%	▲ 29%	▲ 5%	▲ 15%	▲ 3%	+9%	+11%	+4%	▲ 2%	▲ 27%	+5%	▲ 10%	+284% +22%	+149% +12%	+56% +14%	+131% +16%
ワコールヨーロッパ	▲ 24%	▲ 17%	▲ 13%	▲ 19%	▲ 19%	▲ 7%	▲ 15%	▲ 14%	▲ 36%	▲ 32%	+49%	▲ 12%	+287% +2%	+124% +1%	+64% +31%	+121% +11%
中国ワコール	▲ 10%	+16%	▲ 7%	+0%	+13%	▲ 11%	▲ 4%	▲ 3%	▲ 17%	+547%	+52%	+53%	+22% ▲ 23%	▲ 3% +7%	▲ 10% ▲ 14%	+21% ▲ 11%
ピーチ・ジョン（国内のみ）	+39%	+13%	▲ 9%	+14%	+14%	+23%	+23%	+20%	+9%	+21%	+19%	+16%	+40% +13%	+9% +1%	▲ 9% +20%	+8% +11%
ルシアン（国内のみ）	▲ 12%	▲ 21%	▲ 11%	▲ 15%	▲ 26%	▲ 26%	▲ 31%	▲ 28%	▲ 6%	▲ 27%	▲ 20%	▲ 18%	+18% ▲ 25%	▲ 10% ▲ 36%	▲ 4% ▲ 24%	+1% ▲ 28%
七彩	▲ 9%	▲ 23%	▲ 57%	▲ 41%	▲ 45%	▲ 47%	▲ 15%	▲ 38%	▲ 35%	▲ 31%	▲ 41%	▲ 37%	+8% ▲ 39%	▲ 12% ▲ 48%	▲ 7% ▲ 43%	▲ 2% ▲ 43%
Ai（アイ）	▲ 61%	▲ 59%	▲ 38%	▲ 57%	▲ 22%	▲ 25%	▲ 27%	▲ 24%	▲ 48%	▲ 51%	▲ 12%	▲ 39%	+181% ▲ 54%	+48% ▲ 61%	▲ 18% ▲ 59%	+23% ▲ 59%

★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社の売上を含んでいません
★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
★4　中国ワコールは、純額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～6月の下段は、対20/3期比															
	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	4月度	5月度	6月度	1Q
百貨店	▲ 20%	▲ 22%	▲ 36%	▲ 27%	+6%	▲ 15%	▲ 15%	▲ 9%	▲ 33%	▲ 17%	+27%	▲ 9%	+393% ▲ 36%	+73% ▲ 53%	▲ 17% ▲ 23%	+40% ▲ 38%
量販店（ワコールブランド）	▲ 23%	+12%	▲ 42%	▲ 21%	+18%	+16%	▲ 14%	+6%	▲ 15%	▲ 8%	▲ 8%	▲ 10%	+156% ▲ 26%	+36% ▲ 30%	▲ 9% ▲ 4%	+29% ▲ 20%
量販店（ウイングブランド）	▲ 21%	▲ 1%	▲ 36%	▲ 21%	+21%	+6%	▲ 8%	+5%	▲ 14%	▲ 7%	+0%	▲ 8%	+138% ▲ 20%	+16% ▲ 30%	▲ 17% ▲ 9%	+16% ▲ 21%
専門店（実店舗）	+10%	+1%	▲ 22%	▲ 4%	▲ 5%	▲ 6%	▲ 4%	▲ 5%	▲ 2%	▲ 5%	+10%	+1%	+162% ▲ 13%	+62% ▲ 26%	▲ 15% ▲ 22%	+30% ▲ 21%
スポーツ量販店	▲ 35%	▲ 32%	▲ 47%	▲ 38%	▲ 38%	▲ 36%	▲ 29%	▲ 34%	▲ 47%	▲ 42%	+18%	▲ 31%	+31% ▲ 63%	+43% ▲ 46%	▲ 41% ▲ 62%	▲ 2% ▲ 57%
他社EC	+6%	+9%	▲ 5%	+3%	+27%	+18%	+30%	+25%	+30%	+1%	+20%	+18%	+43% +24%	+1% +25%	+15% +46%	+11% +32%
直営店	▲ 1%	▲ 4%	▲ 8%	▲ 4%	+1%	▲ 8%	▲ 15%	▲ 9%	▲ 33%	▲ 10%	▲ 7%	▲ 20%	+232% ▲ 27%	+71% ▲ 33%	▲ 18% ▲ 16%	+33% ▲ 25%
自社EC	+42%	+57%	+34%	+44%	+29%	+58%	+79%	+56%	+38%	+45%	+22%	+34%	▲ 8% +62%	▲ 13% +79%	+5% +94%	▲ 6% +79%
自社カタログ	▲ 20%	▲ 48%	▲ 11%	▲ 26%	+2%	+10%	+21%	+9%	+39%	▲ 10%	+2%	+5%	+20% ▲ 6%	▲ 10% +6%	+3% +6%	+4% +1%
店頭ベースの売上高　合計	▲ 9%	▲ 4%	▲ 26%	▲ 14%	+9%	+0%	▲ 5%	+1%	▲ 15%	▲ 7%	+9%	▲ 5%	+121% ▲ 20%	+27% ▲ 27%	▲ 11% ▲ 7%	+23% ▲ 18%

※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
※21年4月以降の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売上を除いて、算出しています

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～6月の下段は、対20/3期比

		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)	4月度	5月度	6月度	1Q (中国2Q)
米国ワコール	百貨店	▲ 33%	▲ 54%	▲ 34%	▲ 42%	▲ 25%	▲ 3%	▲ 6%	▲ 14%	▲ 8%	▲ 49%	▲ 24%	▲ 32%	+1,260% ▲ 8%	+1,540% ▲ 5%	+185% +7%	+495% ▲ 2%
	百貨店EC	+26%	+27%	+44%	+31%	+14%	+33%	+11%	+19%	▲ 9%	▲ 13%	+30%	+3%	+1,957% +24%	+235% +73%	+15% +43%	+114% +45%
	専業EC	+38%	+17%	+44%	+33%	+39%	+51%	+35%	+42%	▲ 18%	▲ 6%	+31%	+4%	+202% +102%	▲ 22% +31%	▲ 17% ▲ 21%	+27% +34%
	自社EC	+72%	+47%	+67%	+63%	+37%	+53%	+49%	+46%	+36%	+33%	+81%	+48%	+34% +80%	▲ 4% +72%	▲ 4% +72%	+8% +75%
	合計	▲ 9%	▲ 29%	▲ 5%	▲ 15%	▲ 3%	+9%	+11%	+4%	▲ 2%	▲ 27%	+5%	▲ 10%	+284% +22%	+149% +12%	+56% +14%	+131% +16%
ワコールヨーロッパ	百貨店	▲ 45%	▲ 22%	▲ 25%	▲ 30%	▲ 17%	▲ 36%	▲ 39%	▲ 30%	▲ 57%	▲ 51%	+16%	▲ 36%	+682% ▲ 40%	+1,232% ▲ 36%	+216% +40%	+393% ▲ 15%
	専門店	▲ 32%	▲ 26%	▲ 19%	▲ 26%	▲ 27%	▲ 5%	▲ 8%	▲ 15%	▲ 38%	▲ 35%	+34%	▲ 18%	+331% ▲ 8%	+118% +4%	+72% +30%	+127% +9%
	他社EC	+4%	▲ 7%	+9%	+1%	+6%	+24%	▲ 26%	+0%	▲ 16%	▲ 10%	+64%	+11%	+274% +49%	+167% +12%	+54% +5%	+142% +21%
	合計	▲ 24%	▲ 17%	▲ 13%	▲ 19%	▲ 19%	▲ 7%	▲ 15%	▲ 14%	▲ 36%	▲ 32%	+49%	▲ 12%	+287% +2%	+124% +1%	+64% +31%	+121% +11%
中国ワコール	百貨店・MALL・アウトレットなど	▲ 7%	+10%	▲ 8%	▲ 2%	+5%	▲ 6%	+2%	+0%	+26%	+1,244%	+117%	+79%	+117% +27%	+3% +4%	▲ 6% ▲ 21%	+6% ▲ 10%
	他社EC	▲ 23%	+57%	▲ 2%	+7%	+80%	▲ 18%	▲ 29%	▲ 10%	▲ 7%	▲ 14%	▲ 27%	▲ 13%	▲ 27% +31%	▲ 29% +36%	▲ 15% +2%	▲ 18% ▲ 11%
	合計	▲ 10%	+16%	▲ 7%	+0%	+13%	▲ 11%	▲ 4%	▲ 3%	▲ 17%	+547%	+52%	+53%	+22% ▲ 23%	▲ 3% +7%	▲ 10% ▲ 14%	+21% ▲ 11%

★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社の売上を含んでいません
★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
★4　中国ワコールは、純額ベースの前年同月比（増減率）を記載しています

参考７：　22/3期第1四半期　主要子会社のEC比率

		20/3期					21/3期					22/3期				
		1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
ワコール（日本）	自社EC	5%	5%	5%	6%	5%	17%	8%	8%	10%	10%	11%	–	–	–	–
ピーチ・ジョン（日本）	自社EC	39%	39%	38%	43%	40%	64%	46%	45%	49%	50%	49%	–	–	–	–
米国ワコール	自社EC・他社EC	35%	31%	36%	36%	34%	78%	52%	47%	49%	54%	45%	–	–	–	–
IO社	自社EC	100%	100%	100%	100%	100%	100%	97%	91%	83%	92%	85%	–	–	–	–
ワコールヨーロッパ	自社EC・他社EC	22%	19%	20%	24%	21%	39%	29%	27%	32%	31%	29%	–	–	–	–
中国ワコール	他社EC	19%	26%	18%	31%	24%	33%	31%	18%	28%	27%	19%	–	–	–	–
主要会社のEC比率（上位6社合計）★		14%	13%	14%	18%	15%	35%	21%	18%	24%	23%	25%	–	–	–	–

★売上集計は、各決算時のレートを使用

参考８： 22/3期第1四半期　ワコールの概況①　＜主要事業部の売上高・営業利益＞

増収となるも、消費者の行動範囲の縮小が継続し店頭売上は苦戦、増収効果や経費削減で赤字幅は縮小

売上高 **181億円** **前年同期差+45億円(+33%)　前々年同期差▲73億円（▲29%）**

- 緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の断続的な発出により、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」などによる前年同期のハードルが高く減収

営業損失 **▲5億円** **前年同期差+21億円　前々年同期差▲18億円**

- 売上低迷により赤字となるも、増収効果や経費削減に努めた結果、赤字幅は縮小

（単位：百万円）

	20/3期 1Q実績	21/3期 1Q実績	22 /3期 1Q実績	対20/3期		対21/3期	
				増減額	増減率	増減額	増減率
第１ブランドグループ	10,926	5,268	7,998	▲ 2,928	▲ 26.8%	2,730	+51.8%
第２ブランドグループ	8,149	5,021	7,023	▲ 1,126	▲ 13.8%	2,002	+39.9%
第３ブランドグループ	4,144	2,385	3,182	▲ 962	▲ 23.2%	797	+33.4%
ウエルネス事業部	1,145	473	811	▲ 334	▲ 29.2%	338	+71.5%
WEB事業部	2,082	3,139	3,013	931	+44.7%	▲ 126	▲ 4.0%
その他売上・内部消去・調整など	▲ 981	▲ 2,683	▲ 3,899	▲ 2,918	–	▲ 1,216	–
売上高合計（外部売上のみ）	25,465	13,603	18,128	▲ 7,337	▲ 28.8%	4,525	+33.3%
売上高合計（内部売上含む）	25,817	13,848	18,604	▲ 7,213	▲ 27.9%	4,756	+34.3%
第１ブランドグループ	1,612	873	1,228	▲ 384	▲ 23.8%	355	+40.7%
第２ブランドグループ	739	387	559	▲ 180	▲ 24.3%	172	+44.4%
第３ブランドグループ	556	▲ 76	179	▲ 377	▲ 67.8%	255	–
ウエルネス事業部	71	▲ 81	49	▲ 22	▲ 31.1%	130	–
WEB事業部	126	369	247	121	+95.5%	▲ 122	▲ 33.1%
間接部門　販管費	▲ 1,782	▲ 4,015	▲ 2,750	▲ 968	–	1,265	–
ワコール　営業利益（▲損失）合計	1,322	▲ 2,543	▲ 488	▲ 1,810	▲ 136.9%	2,055	▲ 80.8%

参考9： 22/3期第1四半期　ワコールインターナショナル（米国）の概況

ワクチンの普及や給付金の支給による個人消費の伸びを背景に米国ワコール、IO社ともに好調に推移

売上高 **74億円** **前年同期差+40億円(+118%)　※現地通貨ベースの前年同期比+116%　前々年同期差+24億円（+48%）**

- 米国ワコール：実店舗チャネル+507%　ECチャネル＋35%（内訳：百貨店EC+114%　専業EC＋27%　自社EC＋8%）
- IO社：14.1百万ドル（参考値：前年同期8.2百万ドル）

営業利益 **11億円** **前年同期差+19億円　※現地通貨ベースの前年同期差+18百万ドル　前々年同期差+2億円（＋27%）**

- 戦略的に強化している自社ECに関連した成長投資が増加するも、増収効果や売上利益率の改善が寄与
- IO社についても増収効果により赤字幅縮小　※現地通貨ベース▲1.8百万ドル（参考：前年同期▲4.3百万ドル）

			21/３期					22/3期　1Q		構成比★
			1Q	2Q	3Q	4Q	累計	対20/3期	対21/3期	
チャネル	店舗	百貨店	▲ 83%	▲ 42%	▲ 14%	▲ 32%	▲ 32%	▲ 2%	+495%	54%
		アウトレット・直営店	▲ 98%	▲ 33%	▲ 2%	+55%	+55%	+85%	+10,142%	
		店舗計	▲ 83%	▲ 41%	▲ 14%	▲ 31%	▲ 31%	▲ 1%	+507%	
	EC	百貨店EC	▲ 32%	+31%	+19%	+3%	+3%	+45%	+114%	46%
		専業EC	+6%	+33%	+42%	+4%	+4%	+34%	+27%	
		自社EC	+62%	+63%	+46%	+48%	+48%	+75%	+8%	
		EC計	+13%	+43%	+35%	+21%	+21%	+52%	+35%	
地域		米国	▲ 47%	▲ 12%	+5%	▲ 11%	▲ 11%	+19%	+124%	95%
		カナダ	▲ 85%	▲ 51%	+11%	▲ 26%	▲ 26%	▲ 3%	+527%	3%
		他地域	▲ 91%	▲ 40%	▲ 16%	+39%	+39%	▲ 29%	+274%	2%

★構成比は22/3期　１Qの値であり、チャネル構成比は輸出売上を除いて算出しています。

（単位：千ドル）

	米国ワコール	IO社
売上高	54,804	14,080
対20/3期　1Q	+16%	–
対21/3期　1Q	+131%	+73%
営業損益	11,905	▲ 1,860
対20/3期　1Q	+46%	–
（21/3期　1Q実績）	（▲3,477）	（▲4,344）

ブランド名	21/３期				22/3期　1Q		構成比
	1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対21/3期	
WACOAL	▲ 51%	▲ 18%	+1%	▲ 9%	+10%	+125%	71%
B.tempt'd	▲ 50%	+9%	+37%	▲ 28%	+106%	+309%	8%
CW-X	+41%	+5%	+18%	+22%	+45%	+3%	1%
LIVELY	–	+198%	+62%	+108%	–	+69%	20%

参考10： 22/3期第1四半期　ワコールヨーロッパの概況

地域差はあるが米国・欧州を中心に概ね各国・地域が回復

売上高 **40億円** **前年同期差+24億円(+142%)　※現地通貨ベースの前年同期比+111%　前々年同期差+5億円（+15%）**

- 各地域で回復基調（英国+155%（▲11%）、北米+130%（+29%）　欧州+89%（+12%）※（）内は前々年同期比）
- 20/3期にスタートした自社ECチャネルも計画を超えて進捗

営業利益 **6億円** **前年同期差+8億円　※現地通貨ベースの前年同期差+5百万ポンド　前々年同期差+2億円（+68%）**

- 増収効果により営業黒字に回復

			21/3期				22/3期 1Q		構成比★
			1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対21/3期	
チャネル	店舗	百貨店	▲ 83%	▲ 30%	▲ 30%	▲ 36%	▲ 15%	+393%	16%
		専門店	▲ 52%	▲ 26%	▲ 15%	▲ 18%	+9%	+127%	50%
		直営店	+3%	+22%	▲ 6%	+37%	▲ 8%	▲ 11%	5%
	EC	他社EC	▲ 32%	+1%	+0%	+11%	+43%	+107%	29%
ブランド★★		Fantasie	▲ 63%	▲ 28%	▲ 16%	▲ 20%	+6%	+188%	33%
		Freya	▲ 49%	▲ 9%	▲ 29%	▲ 13%	+0%	+97%	27%
		Goddess	▲ 29%	▲ 8%	+13%	▲ 9%	+11%	+56%	5%
		Elomi	▲ 42%	▲ 11%	▲ 9%	▲ 1%	+28%	+119%	24%
		Wacoal	▲ 44%	▲ 27%	▲ 10%	▲ 15%	+18%	+113%	11%
		B.Tempted	▲ 63%	▲ 21%	▲ 14%	▲ 46%	▲ 63%	+0%	0%

★各構成比は22/3期 1Q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。

	21/3期				22/3期 1Q		構成比
	1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対21/3期	
英国	▲ 65%	▲ 25%	▲ 9%	▲ 28%	▲ 11%	+155%	29%
欧州	▲ 41%	▲ 16%	▲ 25%	▲ 21%	+12%	+89%	24%
北米	▲ 44%	▲ 12%	▲ 18%	▲ 2%	+29%	+130%	37%
その他	▲ 38%	▲ 23%	▲ 6%	+29%	+29%	+108%	10%

参考11： 22/3期第1四半期（1月～3月）　中国ワコールの概況

前年同期の感染症による売上低迷の反動から店舗を中心に回復。ECは競争激化

売上高 **33億円** **前年同期差+16億円(+92%)　※現地通貨ベースの前年同期比+83%　前々年同期差+2億円（+7%）**

- 総額表示に伴う売上への影響は6億円（邦貨換算：純額ベース前年同期比＋49%　前々年同期比▲13%）
- 前年同期の感染症影響の反動もあり百貨店を中心に店舗売上が回復
- ECについては、新興ブランドの台頭による競争激化を受けて、苦戦

営業利益 **3億円** **前年同期比+2億円　※現地通貨ベースの前年同期比＋149%　前々年同期差▲1億円（▲29%）**

- 売上の回復の寄与により増益

		21/3期				22/3期 1Q		構成比★
		1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対21/3期	
チャネル	百貨店・MALL・アウトレット	▲ 52%	▲ 14%	+2%	+3%	▲ 10%	+86%	78%
	代理商	▲ 55%	▲ 36%	▲ 35%	▲ 34%	▲ 38%	+39%	3%
	他社EC	+1%	+6%	▲ 1%	▲ 12%	▲ 10%	▲ 12%	19%
ブランド	ワコール	▲ 41%	▲ 9%	+1%	▲ 2%	▲ 9%	+54%	85%
	サルート	▲ 50%	+0%	+22%	+15%	▲ 3%	+93%	10%
	アンフィ	+278%	+183%	+26%	▲ 38%	+227%	▲ 13%	1%
	ピーチ・ジョン	▲ 47%	▲ 22%	+31%	▲ 21%	▲ 45%	+3%	4%

資料12： 22/3期第1四半期　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

前年同期の感染症拡大による低迷の反動で増収も、感染症影響が残る国・地域が多く、厳しい環境が継続

売上高　**13億円**　**前年同期差+4億円(+38%)　前々年同期差▲4億円（▲25%）**

- 香港：旧正月における消費回復などを背景に復調
- フィリピン、シンガポール：感染症拡大の影響を受けた前年同期の水準からは回復
- インド：感染症の再拡大の影響を受け苦戦
- タイの材料会社（Aテック・Gテック）：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　**1億円**　**前年同期差+1億円　前々年同期差▲2億円（▲63%）**

- 各国で状況は異なるが、前年同期の感染症拡大による売上低迷からの回復や経費削減の継続により黒字転換

★香港ワコール・Aテック・Gテックは12月決算です

	21/3期				22/3期 1Q	
	1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対21/3期
香港ワコール★	▲ 24%	▲ 37%	▲ 20%	▲ 9%	▲ 4%	+28%
シンガポール	▲ 83%	+1%	▲ 11%	+15%	▲ 26%	+321%
フィリピン	▲ 88%	▲ 59%	▲ 30%	▲ 9%	▲ 42%	+365%
インド	▲ 86%	▲ 45%	+89%	+86%	▲ 27%	+426%
Aテック★	▲ 38%	▲ 13%	▲ 58%	▲ 8%	▲ 16%	▲ 5%
Gテック★	▲ 48%	▲ 24%	▲ 62%	▲ 58%	▲ 63%	▲ 52%

資料13： 22/3期第1四半期　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、好調を維持

売上高　**30億円**　**前年同期差+3億円（+12%）　前々年同期差+2億円（+6%）**

- 店舗は緊急事態宣言の再発出の影響を受けるも、前年同期に比べると対象が限定的であったこともあり大幅に回復
- 自社ECは「巣ごもり需要」が急拡大した前年同期のハードルが高く減収も、主力商品の販売などは堅調に推移

営業利益　**5億円**　**前年同期差+3億円（＋132%）　前々年同期差+6億円**

- 増収効果に加え、販促費の抑制などにより増益

		21/3期				22/3期 1Q		構成比★
		1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対21/3期	
国内	通販事業	+68%	+34%	+43%	+32%	+40%	▲ 17%	49%
	店舗事業	▲ 54%	▲ 4%	+6%	+4%	▲ 13%	+91%	39%
	その他事業	+38%	+31%	+6%	+2%	+22%	▲ 11%	12%

★構成比は、22/3期　1Qの値です。

		21/3期				22/3期 1Q	
		1Q	2Q	3Q	4Q	対20/3期	対21/3期
海外★★	香港	▲ 53%	▲ 11%	▲ 8%	▲ 4%	▲ 34%	▲ 7%
	台湾（店舗＋EC）	▲ 12%	+1%	+7%	+10%	▲ 33%	▲ 23%
	上海・北京他（直営店）	▲ 62%	▲ 46%	▲ 43%	▲ 23%	▲ 53%	+25%
	上海・北京他（他社EC）	▲ 44%	▲ 12%	▲ 16%	▲ 20%	▲ 44%	▲ 2%
	上海・北京他 合計	▲ 50%	▲ 24%	▲ 24%	▲ 21%	▲ 47%	+5%

★★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～3月の数値）

資料14： 22/3期第1四半期　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、経費削減により赤字幅は縮小

売上高　**9.2億円**　前年同期差▲0.8億円（▲8%）　前々年同期差▲4.1億円（▲31%）

営業損失　**▲0.3億円**　前年同期差+0.8億円　前々年同期差+0.8億円

	21/3期 1Q	21/3期 2Q	21/3期 3Q	21/3期 4Q	22/3期 1Q 対20/3期	22/3期 1Q 対21/3期	構成比★
インナー	▲ 25%	▲ 25%	▲ 5%	▲ 20%	▲ 23%	+2%	79%
刺しゅう	+2%	+2%	+14%	+28%	+10%	+8%	10%
レース他	▲ 54%	▲ 54%	▲ 56%	▲ 68%	▲ 22%	+25%	11%

★構成比は、21/3期　1Q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　**11.8億円**　前年同期差▲0.5億円（▲4%）　前々年同期差▲7.9億円（▲40%）

営業損失　**▲1.2億円**　前年同期差+0.6億円　前々年同期差▲1.3億円

	21/3期 1Q	21/3期 2Q	21/3期 3Q	21/3期 4Q	22/3期 1Q 対20/3期	22/3期 1Q 対21/3期	構成比★
レンタル事業	▲ 43%	▲ 43%	▲ 26%	▲ 23%	▲ 37%	+11%	26%
物販事業	▲ 39%	▲ 39%	▲ 10%	▲ 6%	▲ 30%	+16%	22%
工事事業	▲ 41%	▲ 41%	▲ 50%	▲ 56%	▲ 49%	▲ 14%	52%

★構成比は、21/3期　1Qの値です

Ai（アイ）：感染症拡大によりリゾートウェア需要が大幅に減少、経費削減により赤字幅は縮小

売上高　**3.4億円**　前年同期差+0.9億円（+35%）　前々年同期差▲4.8億円（▲58%）

営業損失　**▲0.8億円**　前年同期差+1.3億円　前々年同期差▲0.2億円

	21/3期 1Q	21/3期 2Q	21/3期 3Q	21/3期 4Q	22/3期 1Q 対20/3期	22/3期 1Q 対21/3期	構成比★
リゾートウェア事業	▲ 80%	▲ 80%	▲ 70%	▲ 60%	▲ 76%	+20%	39%
下着事業	▲ 37%	▲ 37%	+0%	+0%	▲ 21%	+25%	61%

★構成比は、21/3期　1Qの値です

参考15：22/3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	売上比	21/3期 実績	売上比	22/3期 計画	売上比	対20/3期 増減額	対20/3期 増減率	対21/3期 増減額	対21/3期 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			–	–	–	–
営業利益	6,632	3.6	▲ 1,115	–	6,000	3.3	▲ 632	–	7,115	▲ 638.1%
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	▲ 1,105	▲ 15.6%	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	▲ 692	▲ 8.1%	4,813	+155.9%

参考16：22/3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	構成比	21/3期 実績	構成比	22/3期 計画	構成比	対20/3期 増減額	対20/3期 増減率	対21/3期 増減額	対21/3期 増減率
ワコール事業（国内）	106,112	56.8	86,133	56.6	99,300	54.0	▲ 6,812	▲ 6.4%	13,167	+15.3%
ワコール事業（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	売上比	21/3期 実績	売上比	22/3期 計画	売上比	対20/3期 増減額	対20/3期 増減率	対21/3期 増減額	対21/3期 増減率
ワコール事業（国内）	6,083	5.7	627	0.7	4,000	4.0	▲ 2,083	▲ 34.2%	3,373	+538.0%
ワコール事業（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	–

参考17：22/3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 20/3期 実績	売上高 21/3期 実績	売上高 22/3期 計画	売上高 対20/3期 増減額	売上高 対20/3期 増減率	売上高 対21/3期 増減額	売上高 対21/3期 増減率	営業利益（▲損失） 20/3期 実績	営業利益 21/3期 実績	営業利益 22/3期 計画	営業利益 対20/3期 増減額	営業利益 対20/3期 増減率	営業利益 対21/3期 増減額	営業利益 対21/3期 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	–
	Ａｉ	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	40,246	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。