



 WACOAL HOLDINGS CORP.

2024年3月期 決算説明資料

2024年5月15日
株式会社ワコールホールディングス

皆さま、こんにちは。株式会社ワコールホールディングス代表取締役副社長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2024年3月期の決算について、ご説明します。

中期経営計画（リバイズ）の基本方針に沿った、2つの取り組みについて

➤ 株式会社七彩の株式の一部譲渡について

当社の連結子会社である株式会社七彩の株式の一部譲渡について、センコーグループホールディングス株式会社と2024年5月13日付で株式譲渡契約を締結。本件株式譲渡に伴い、株式会社七彩は2Q以降、当社の連結範囲から除外される予定。なお、本件による影響については、本日（2024年5月15日）開示した2025年3月期通期連結業績予想に織り込み済み。

株式譲渡の理由

中期経営計画（リバイズ）の策定過程において、国内グループ会社の生産性を検証。子会社の株式会社ワコールがECを中心とした成長戦略を進めている中で、売場施工やマネキン等のリース・販売などを得意とする株式会社七彩とのシナジーが従来に比べて薄れたことから、本件株式譲渡を行うことを決定。

➤ 固定資産（浅草橋ビル）の譲渡について

中期経営計画（リバイズ）の基本方針で掲げる「アセットライト化の推進」に沿って、固定資産（浅草橋ビル）を譲渡することを決定。当該固定資産の譲渡に伴い、2025年3月期の当社連結業績において、固定資産売却益として約10億円を「その他の収益」に計上する見込み。なお、本件による影響については、本日（2024年5月15日）開示した2025年3月期通期連結業績予想に織り込み済み。

2ページです。はじめに、本日開示しました中計リバイズの基本方針に沿った2つの取り組みについてご説明します。

1つ目は、株式会社七彩の株式の一部譲渡についてです。

中計リバイズの基本方針で掲げる「ビジネスモデル改革」の一環として、当社の連結子会社である七彩の株式の一部を、センコーグループホールディングス株式会社へ譲渡することとしました。本件に伴い、七彩については25年3月期第2四半期以降、当社の連結範囲から除外します。なお、本件による影響については、本日開示した25年3月期通期連結業績予想に織り込み済みです。

2つ目は、固定資産の譲渡についてです。中計リバイズの基本方針で掲げる「アセットライト化の推進」に沿って、浅草橋ビルの譲渡を決定しました。当該固定資産の譲渡に伴い、2025年3月期の当社の連結業績において、固定資産の売却益“約10億円”を「その他の収益」として計上する予定です。なお、本件についても、本日開示した連結業績予想に織り込み済みです。

1. 24/3期 第4四半期会計期間（1月～3月）の概況

まず直近3カ月の実績についてご説明します。

24/3期 4Q（1月～3月）エグゼクティブサマリー

売上収益
458億円

<前年同期差> +11億円 (+2.5%)
<修正計画差> ▲46億円 (▲9.1%)
<当初計画差> ▲34億円 (▲6.9%)

主要国での販売が低迷し、第三四半期同様に、修正計画を大きく下回る

➤ (株)ワコールは自社ECが好調に推移するも、実店舗における販売は依然低迷

(単位：億円)

	24/3期 3Q累計			24/3期 4Q		
	実績	前年同期差	修正計画差	実績	前年同期差	修正計画差
ワコール事業（国内）	726	▲ 21 (▲2.8%)	▲ 16 (▲2.2%)	216	▲ 4 (▲1.9%)	▲ 12 (▲5.1%)
ワコール事業（海外）	503	+ 5 (+1.0%)	▲ 23 (▲4.4%)	174	+ 5 (+3.0%)	▲ 28 (▲13.6%)
ピーチ・ジョン事業	81	▲ 10 (▲10.9%)	▲ 6 (▲7.3%)	27	▲ 2 (▲6.8%)	▲ 7 (▲21.3%)
その他	105	+ 1 (+0.9%)	+ 4 (+3.7%)	40	+ 12 (+43.4%)	+ 0 (+1.0%)

事業損失
▲14億円

<前年同期差> ▲6億円 (-)
<修正計画差> +7億円 (-)
<当初計画差> ▲9億円 (-)

売上動向を踏まえた広告費抑制等の経費削減が奏功し、修正計画は上回る

➤ (株)ワコールは販管費の削減に加えて、決算調整が利益にプラスに動いたことから、修正計画を超過

(単位：億円)

	24/3期 3Q累計			24/3期 4Q		
	実績	前年同期差	修正計画差	実績	前年同期差	修正計画差
ワコール事業（国内）	26	+ 6.1 (+30.3%)	+ 5 (+25.2%)	▲ 18	▲ 4 (-%)	+ 17 (-%)
ワコール事業（海外）	20	▲ 2.3 (▲10.3%)	+ 7 (+54.5%)	+ 8	▲ 1 (▲7.7%)	▲ 3 (▲30.5%)
ピーチ・ジョン事業	3	▲ 7.3 (▲73.9%)	▲ 3 (▲57.2%)	▲ 1	▲ 1 (-%)	▲ 5 (-%)
その他	1	+ 3.2 (▲123.4%)	+ 3 (▲130.5%)	▲ 3	▲ 0 (-%)	▲ 2 (-%)

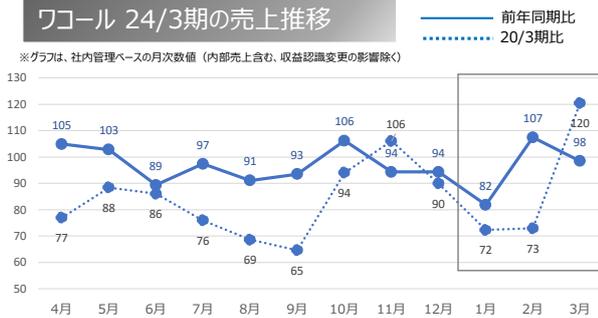
4ページをご覧ください。

直近3カ月間の売上収益は、前年同期に対して3%の増収となりました。一方、11月9日に開示した修正計画に対しては、国内・海外ともに主力事業であるインナーウェア販売の苦戦が続き、9%の計画未達となりました。事業利益は、ワコールにおける販管費削減および決算調整による利益増加が影響し、修正計画を7億円上回る結果となりました。

24/3期 4Q（1月～3月）主要子会社の商況（日本）

ワコール 24/3期の売上推移

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む、収益認識変更の影響除く）



4Q期間の売上収益（内部売上含む）

▶ 前年同期比▲2% 修正計画比▲4%

4Qのトピックス

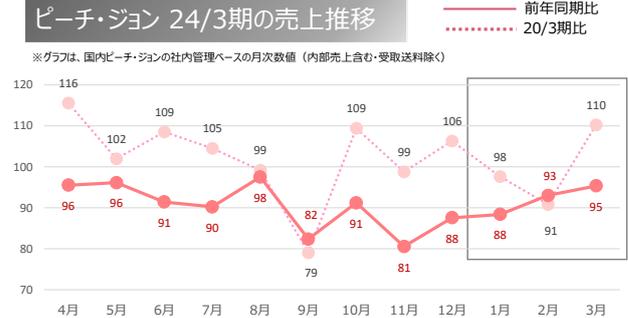
- ▶ リアル店舗を中心に中価格帯の商品の伸び悩みが続く
- ▶ 自社ECは2桁の伸長、他社ECも堅調に推移

チャネル別の店頭ベースの売上高（増減率）

※20/3期比=20/3期の4Q比
 百貨店：▲5%（20/3期比▲8%） 直営店：▲4%（20/3期比▲3%）
 量販店：ワコール ▲4%（20/3期比▲21%） ウイング ▲7%（20/3期比▲19%）
 自社EC：+13%（20/3期比+74%）

ピーチ・ジョン 24/3期の売上推移

※グラフは、国内ピーチ・ジョンの社内管理ベースの月次数値（内部売上含む、受取送料除く）



4Q期間の売上収益（国内のみ、内部売上含む）

▶ 前年同期比 ▲9% 修正計画比▲23%

4Qのトピックス

- ▶ プロモーション施策の実施も、自社ECへの集客が伸び悩み
- ▶ 新たな得意先との取引開始も奇与し、他社ECは高い成長を維持

チャネル別の売上高（増減率・国内のみ）

自社EC：▲23%（20/3期比▲20%）
 直営店：▲5%（20/3期比+4%）
 他社EC：+25%（20/3期比+46%）

5ページからは、主要子会社の3か月間の商況について、ご説明します。

まず、ワコールとピーチ・ジョンです。ワコールは、自社ECが大きく伸長したほか、他社ECも堅調に推移しましたが、リアル店舗については、卸売チャネルの苦戦に加えて、直営店の主力ショップである「アンフィ」でのセール売上が想定を下回るなど、苦戦が続きました。ピーチ・ジョンは、プロモーション活動の展開に加え、会員向けの販促施策を講じたものの、来店客数が伸び悩み、前年同期、修正計画ともに下回りました。

24/3期 4Q（1月～3月）主要子会社の商況（米国）

米国W 24/3期の売上推移



4Q期間の売上収益 内部売上含む、現地通貨ベース

➤ 前年同期比 ▲5% 修正計画比▲6%

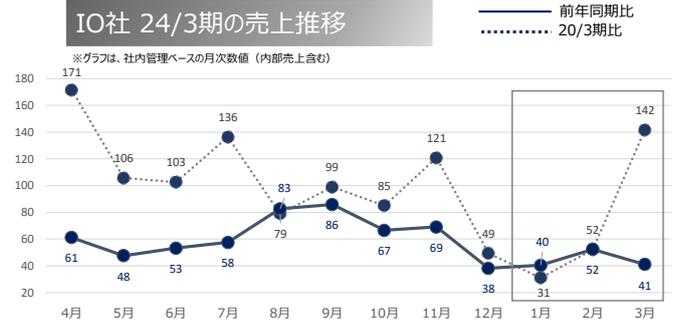
4Qのトピックス

- 実店舗チャンネル、自社ECは堅調に推移
- 得意先仕入れ抑制の継続により、他社ECの苦戦が続く

チャンネル別の店頭ベースの売上高（増減率）

実店舗：+5%
EC計：▲9%
(自社EC:+3% 百貨店EC:▲15% 専業EC:▲17%)

IO社 24/3期の売上推移



4Q期間の売上収益 内部売上含む、現地通貨ベース

➤ 前年同期比 ▲56% 修正計画比▲71%

4Qのトピックス

- 事業撤退の決定を受け、11月から割引プロモーションの実施による在庫の売り減らしを継続するものの、想定を大きく下回る

チャンネル別の売上高（増減率）

自社EC：▲48%
直営店：▲81%
卸：▲74%

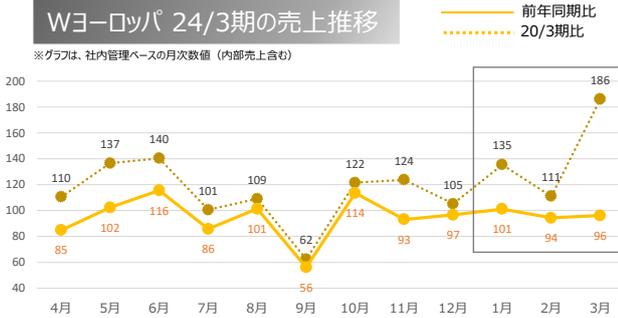
6ページです。次に、米国ワコールとIO社の商況をご説明します。

米国ワコールは、実店舗、自社ECは堅調に推移したものの、得意先の仕入抑制が継続したことにより他社ECが苦戦し、前年同期、修正計画ともに下回りました。また、LIVELY事業の撤退および会社清算を決定したIO社についても、割引プロモーションによる在庫の売り減らしを継続したものの、想定を下回る結果となりました。

24/3期 4Q（1月～3月）主要子会社の商況（欧州・中国）

Wヨーロッパ 24/3期の売上推移

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む）



4Q期間の売上収益 内部売上含む、現地通貨ベース

▶ 前年同期比 ▲3% 修正計画比▲11%

4Qのトピックス

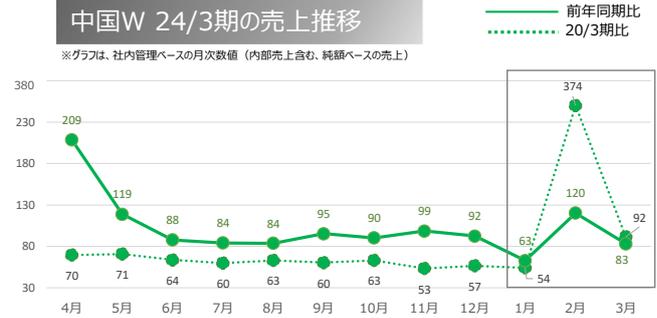
- ▶ 英国・欧州は堅調。実店舗チャンネルの販売に改善が見られる
- ▶ 米国やその他エリアでの販売が低調に推移

エリア別の売上高（増減率）

英国：+5% 欧州：+13% 北米：▲17%

中国W 24/3期の売上推移

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む、純額ベースの売上）



4Q期間の売上収益 内部売上含む、現地通貨ベース

▶ 前年同期比 ▲18% 修正計画比▲34%

4Qのトピックス

- ▶ 4Q期間も実店舗への来店客数の伸び悩みが続く
- ▶ 市場トレンドを捉えた商品開発の遅れにより他社ECも計画を下回る

チャネル別の売上高（増減率）

実店舗：▲21%（20/3期比+1%）
他社EC：▲3%（20/3期比▲31%）
自社EC：+49%

7ページをご覧ください。欧州と中国の商況です。

ワコールヨーロッパについては、英国・欧州エリアの売上は復調が見られましたが、米国エリアにおいては売上が伸び悩み、現地通貨ベースで前年同期を3%、修正計画を11%下回りました。

中国ワコールは、長引く景況悪化の影響による実店舗への来店客数の伸び悩みに加えて、ECでの競争激化や春節期間での販売が低調に推移した結果、売上は想定を下回りました。

2. 24/3期 連結累計期間（4月～3月）の概況

続きまして、2024年3月期通期の実績について、ご説明します。

24/3期 エグゼクティブサマリー

売上収益

1,872億円

<前期差> ▲14億円 (▲1%)
<修正計画差> ▲88億円 (▲4%)
<当初計画差> ▲18億円 (▲9%)

高インフレを受けた選別消費の流れを受け、主要国での販売に力強さを欠く

- ワコールは、高価格帯のブランドは堅調に推移するも、中価格帯商品の販売が苦戦
- 米国は得意先からの仕入抑制が継続、欧州は個人消費の減速もあり、低調に推移
- 中国はゼロコロナ政策解除後の需要回復が想定を下回る

事業利益

35億円

<前期差> ▲6億円 (▲14%)
<修正計画差> +18億円 (+106%)
<当初計画差> ▲25億円 (▲42%)

売上動向に応じたコストマネジメントの徹底により、修正計画を上回る

- 減収や原価率悪化などの影響を吸収すべく各社でコスト削減に努める
- 前期に実施したワコールにおけるフレックス定年制度の一部改定の裏返し（前期は利益にプラス影響）もあり、減益

営業損失

▲95億円

<前期差> ▲60億円 (-)
<修正計画差> +25億円 (-)
<当初計画差> ▲155億円 (-)

米国事業に係る減損損失や構造改革費用の計上が響き、営業損失

- IO社の事業撤退および会社清算に伴う減損損失の計上（78億円）
- ワコールを中心とした構造改革費用の計上（60億円）

9ページをご覧ください。売上収益は、1,872億円と、前期に対して1%の減収となりました。国内・海外ともに主力製品であるインナーウェアの販売に力強さを欠く一年となりましたが、為替相場が円安に進行したことが海外の売上をかさ上げした結果、邦貨換算後の売上収益は微減収にとどまりました。

事業利益は、35億円でした。前期にワコールで実施したフレックス定年制度の改定に伴う増益の裏返しなどが影響し、前期に対して14%の減益となりましたが、各社のコストマネジメントの徹底が奏功し、修正計画については18億円上回って着地しました。

営業損益は、米国事業に係る減損損失の78億円や構造改革費用60億円の計上により、95億円の営業損失となりました。

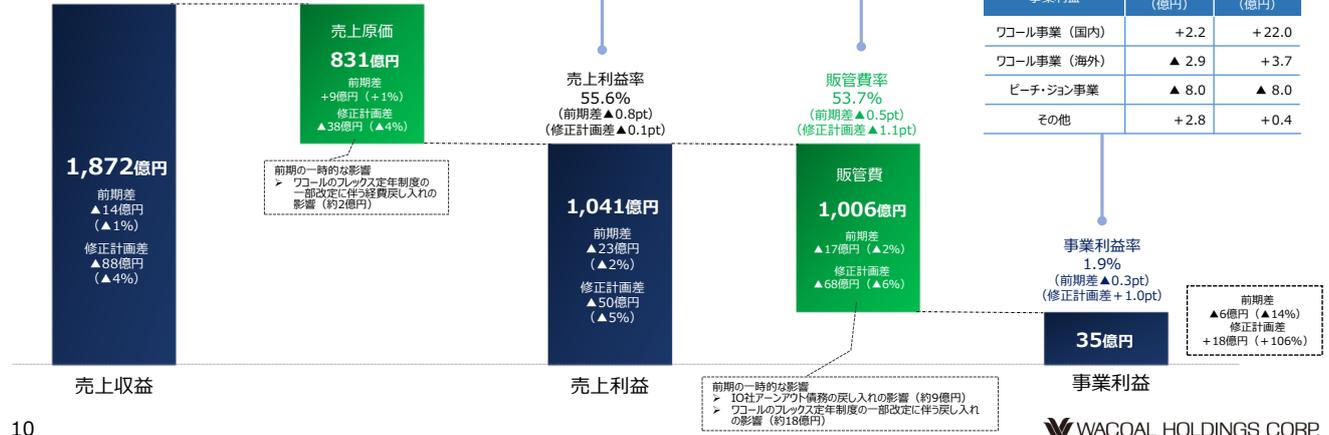
24/3期 売上収益と事業利益

※ワコールヨーロッパは、ブランド償却費を除去して、算出

売上収益	前期差 (億円)	修正計画差 (億円)
ワコール事業（国内）	▲ 25.5	▲ 28.0
ワコール事業（海外）	10.3	▲ 50.4
ピーチ・ジョン事業	▲ 11.8	▲ 13.6
その他	13.2	4.1

売上利益率	24/3期実績		
	23/3期 率	24/3期実績 率	前期差
ワコール	56.4%	56.1%	▲ 0.3pt
（上代振上や決算調整の影響除去）	51.9%	51.8%	▲ 0.1pt
ピーチ・ジョン 国内のみ	63.8%	60.4%	▲ 3.4pt
ワコールインターナショナル（米国）	49.5%	50.0%	+ 0.5pt
ワコールヨーロッパ	58.3%	56.8%	▲ 1.5pt
中国ワコール	68.7%	68.8%	+ 0.1pt

販管費率	24/3期実績		
	23/3期 率	24/3期実績 率	前期差
ワコール	56.6%	54.3%	▲ 2.3pt
ピーチ・ジョン 国内のみ	52.0%	58.0%	+ 5.9pt
ワコールインターナショナル（米国）	47.4%	46.8%	▲ 0.6pt
ワコールヨーロッパ	44.5%	46.7%	+ 2.2pt
中国ワコール	75.4%	73.9%	▲ 1.5pt

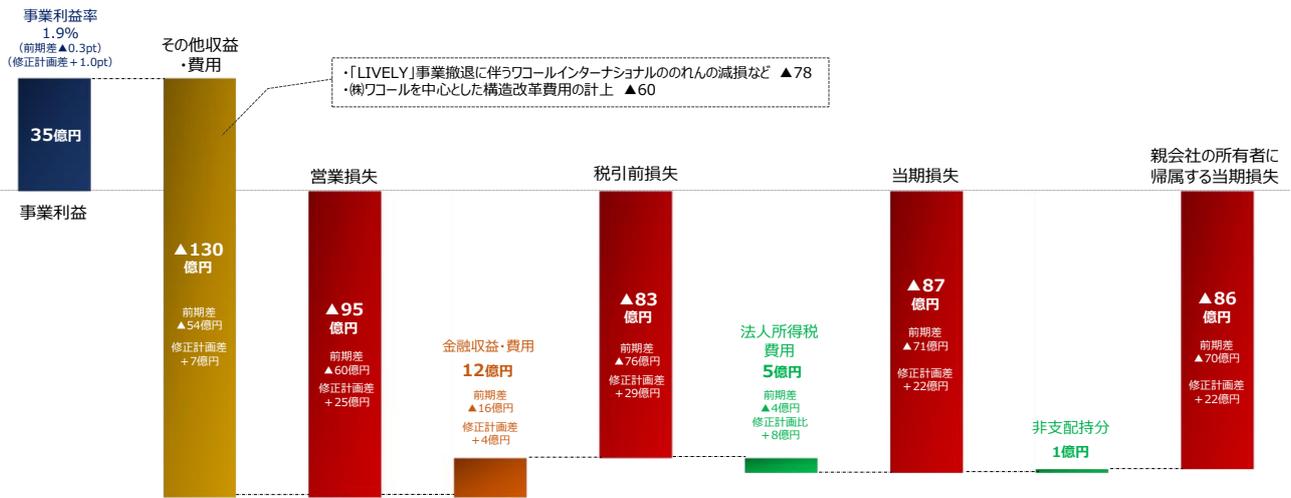


10ページです。売上収益から事業利益にかけて、各項目の実績数値を記載しています。

前ページで述べたとおり、売上収益は1,872億円と、前期に対し1%の減収となりました。売上利益は、減収影響に加え、原材料費や製造人件費の増加などによる原価率の上昇もあり、前期に対して2%の減益となりました。事業利益は、ワコールのフレックス定年制度の改定やIO社のアーンアウト債務の戻し入れなど、前期に発生した一時的な増益要因の裏返しがありましたが、各社がコストマネジメントに努めたことから、前期に対して6億円の減益にとどまりました。

24/3期 当期利益 影響項目

- 営業損益：事業利益の減益に加え、米国事業に係る減損損失と構造改革費用の計上が影響し、赤字
- 税引前損益：受取配当金や有価証券の評価益、為替差益などの金融収益が増加



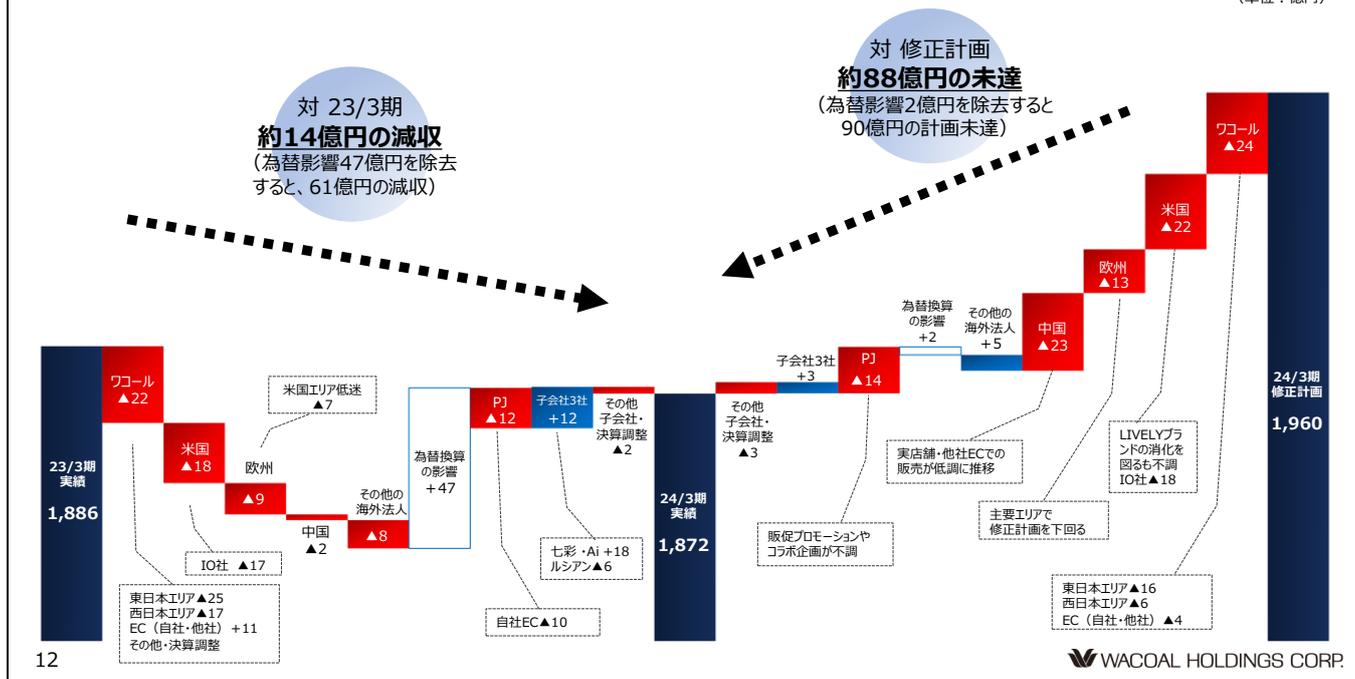
11

11ページをご覧ください。事業利益から当期利益にかけて、各項目の実績数値を記載しています。営業損益は、「その他の費用」として米国事業に係る減損損失の78億円、ワコールを中心とした構造改革費用60億円を計上し、営業損失となりました。

税引前損益は、配当金収入や投資有価証券の評価益などの金融収益を計上したものの、営業損失が響き、赤字となりました。同様に、親会社の所有者に帰属する当期損益についても、86億円の損失で終了しています。

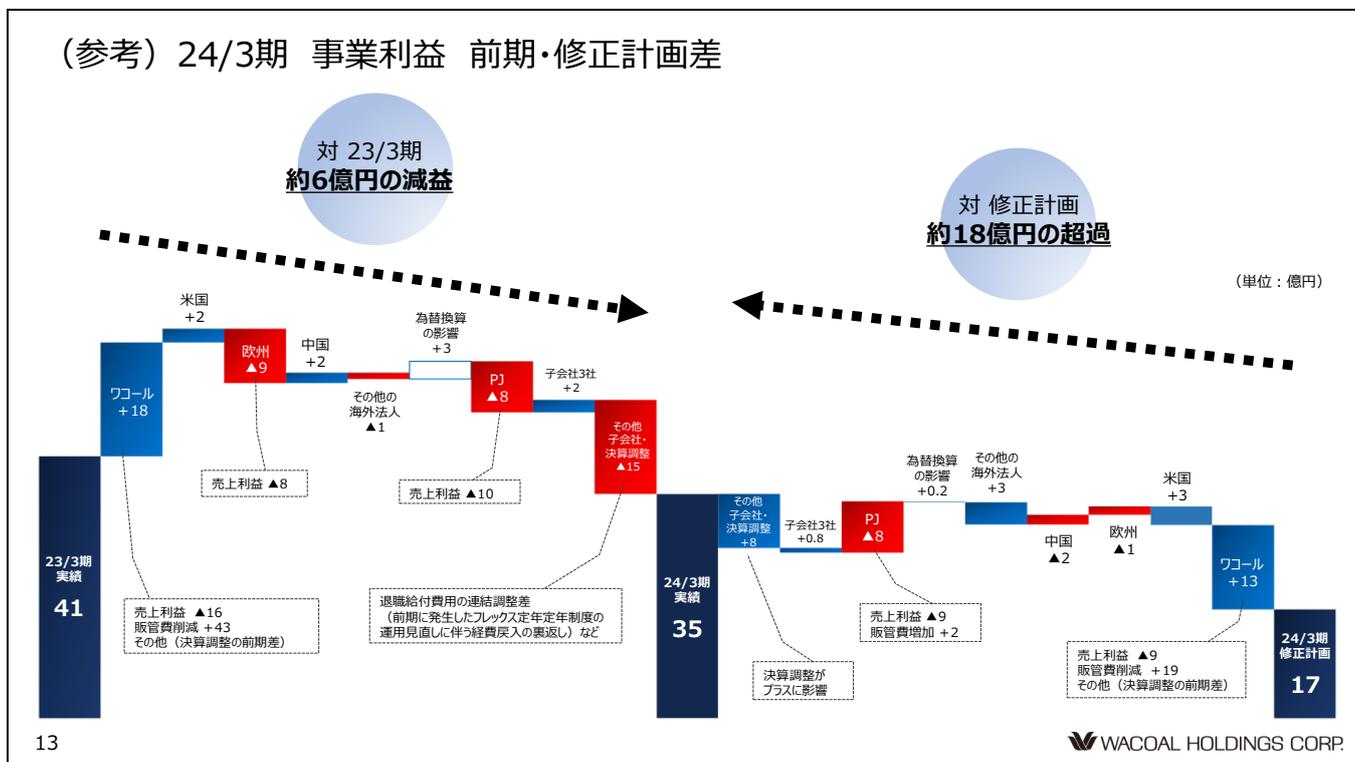
(参考) 24/3期 売上収益 前期・修正計画差

(単位：億円)



12ページをご覧ください。参考として、主要子会社における売上収益の前期差および修正計画差をウォーターフォールで記載しています。左のチャートは前期との差を示していますが、主要子会社の減収を為替影響が押し上げる形となり、前期に対して14億円の減収に留まりました。右のチャートは11月9日に開示した修正計画との差を示していますが、ワコール、IO社、中国、ピーチ・ジョンなどの主要子会社が軒並み計画を下回ったことにより、修正計画に対しては約88億円の未達となりました。

(参考) 24/3期 事業利益 前期・修正計画差



13ページです。事業利益の前期差および修正計画差をウォーターフォールで記載しています。売上収益同様に、右のチャートは11月9日に開示した修正計画との差を示しています。修正計画に対しては、ワコールの経費抑制や決算調整が大きく影響し、計画を上回る着地となりました。

24/3期 連結財政状態計算書

(単位：億円)

	23/3期末	構成比	24/3期末	構成比	増減額
現金及び現金同等物	268		335		+68
営業債権及びその他の債権（売掛債権）	202		221		+19
棚卸資産	537		① 500		▲37
その他	49		65		+16
流動資産 計	1,056	37.0	1,121	38.1	+65
有形固定資産・無形資産	597		574		▲24
のれん	163		② 118		▲45
その他の金融資産	502		545		+43
その他	538		583		+44
非流動資産 計	1,800	63.0	1,819	61.9	+19
資産合計	2,857	100.0	2,940	100.0	+84
	23/3期末	構成比	24/3期末	構成比	増減額
営業債務及びその他の債務（買掛債務）	175		174		▲1
借入金	81		91		+11
リース負債	123		115		▲8
繰延税金負債	139		169		+30
その他	203		239		+36
負債 計	722	25.3	789	26.9	+67
親会社の所有者に帰属する持分合計	2,102		2,118		+16
非支配持分	33		33		±0
資本 計	2,135	74.7	2,151	73.1	+17
負債及び資本 合計	2,857	100.0	2,940	100.0	+84

① ✓ 構造改革の一環として在庫処分を実施したことで棚卸資産、棚卸資産回転率は改善



② ✓ 「のれん」減損損失計上による減少
✓ 政策保有株式の売却が進むも、残保有分の時価が上昇

WACOAL HOLDINGS CORP.

14ページです。連結財政状態計算書について、ご説明します。総資産は前期末に比べ84億円増加しました。おもな要因は、政策保有株式の時価評価上昇に伴う「金融資産」の増加です。一方、棚卸資産については、通常の営業活動による減少に加え、構造改革の一環としてグループ合計で35億円程度の評価減を計上した結果、前期末に比べ37億円減少しました。なお、政策保有株式については、保有資産の時価の上昇により変化が見えにくいですが、方針に従って171億円分の売却を進めています。負債は、保有株式の評価上昇に伴う繰り延べ税金負債の増加などにより、前期末に比べ67億円増加しました。なお、右下には直近7期の棚卸資産と通期期間の在庫回転率の推移を記載しています。引き続き、中計リバイズで掲げるサプライチェーンマネジメント改革の取り組みなどを通じて、改善に繋げていく計画です。

24/3期 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：億円)

	23/3期 通期	24/3期 通期	増減
当期利益	▲16	▲87	▲71
減価償却費	124	119	▲5
減損損失	101	69	▲33
運転資本構成項目の増減額			
営業債権及びその他の債権の増減額（▲は増加）	11	▲10	▲20
棚卸資産の増減額（▲は増加）	▲67	66	133
営業債務及びその他の債務の増減額（▲は減少）	5	▲8	▲13
退職給付に係る資産及び負債の増減額	① ▲17	▲45	▲28
その他	▲67	11	+77
営業活動によるキャッシュ・フロー	73	113	+40
有形固定資産・無形資産の取得による支出	▲50	▲34	+17
有形固定資産の売却による収入	② 45	6	▲39
その他	③ 45	168	+123
投資活動によるキャッシュ・フロー	39	140	+101
短期借入金の純増減額（△は減少）	▲52	7	+59
リース負債の返済による支出	▲60	▲57	+3
自己株式の取得による支出	▲80	▲100	▲20
親会社の所有者への配当金の支払額	▲42	▲52	▲9
その他	9	▲0	▲10
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲225	▲202	+23

- ① ✓ フレックス定年制度の特別運用実施に伴う退職金支払いの増加
- ② ✓ 前年度に固定資産売却額（44億円）を計上
- ③ ✓ 政策保有株式の売却

15

WACOAL HOLDINGS CORP.

15ページです。キャッシュフローの状況について記載しています。営業活動によるキャッシュフローは、当期損益が前期を下回りましたが、当期減益の主要因が、キャッシュアウトを伴わない米国事業に係る減損や関連会社株式の減損、および構造改革費用として計上された棚卸資産の評価減であったことから、収入は前年同期に対して40億円増加し、113億円となりました。

投資活動によるキャッシュフローは、既存事業への投資を行った一方で、政策保有株式の売却が進んだことから、収入は前年同期に対して101億円増加し140億円となりました。

財務活動によるキャッシュフローは、配当金の支払額や自己株式の取得額が増加しましたが、前期発生の借入金の返済によるキャッシュアウトの裏返しから、支出は前年同期に対し23億円減少し202億円となりました。

売上収益

942億円

<前期差> ▲25億円（▲3%）
 <修正計画差> ▲28億円（▲3%）
 <当初計画差> ▲95億円（▲9%）

中核ブランド「Wacoal」「Wing」の実店舗での売上は、年間を通じて低迷

- 実店舗への来店客数の伸び悩みに加え、取引先の仕入抑制などの影響もあり、卸売苦戦
- 高価格帯ブランドの「Yue」「Salute」、メンズインナーウェアは堅調に推移
- 直営店「AMPHI」は苦戦も、「Wacoal The Store」やファクトリーストアは堅調に推移
- 自社EC・他社ECは、好調を維持

顧客基盤の活用状況

- ・会員顧客による購買は前期を上回る
- ・24/3期末のワコールメンバーズ人数：
599万人

購買客の属性		購買金額 前期比	構成比
会員顧客	既存会員	+23%	25% (+5pt)
	復帰会員※	+12%	6% (+0.8pt)
	新規会員	▲6%	13% (-0.4pt)
非会員顧客による購買金額		▲11%	56% (▲5pt)

※ 前年に購買実績のない会員

事業利益

8億円

<前期差> +2億円（+38%）
 <修正計画差> +22億円（-）
 <当初計画差> ▲4億円（▲34%）

人件費や広告宣伝費の抑制に努め、減収影響や売上利益率の悪化をカバー

- 原価高騰や主に直営店におけるセール販売比率の高まりから、売上利益率が悪化
- フレックス定年制度の特別運用による人件費の減少のほか、売上動向を踏まえて製作費を抑制

16ページです。このページより、セグメントごとに業績を振り返っていきます。

ワコール事業（国内）の売上収益は、942億円と、前期・修正計画に対してともに3%の減収となりました。高価格帯ブランドの「Yue（ユエ）」、「Salute（サルート）」が堅調に推移したことに加え、メンズインナーウェアも消費者からの高い評価を受けて伸長しましたが、主に中価格帯商品を展開する主力ブランドの「Wacoal（ワコール）」、「Wing（ウイング）」については物価上昇を背景とする消費者の選別消費の高まりもあり、低調な推移となりました。直営店については、若年層をターゲットとする「AMPHI（アンフィ）」が来店客数の伸び悩みから苦戦しましたが、ファクトリーストアなどの堅調な販売が寄与し、前期並みの売上となりました。また、自社EC・他社ECについては好調を維持しています。なお、顧客基盤である「ワコールメンバーズ」の会員数は期末時点で599万人となり、会員顧客による購買金額は前期を上回って推移しています。

事業利益は8億円となりました。中核事業会社であるワコールでは、売上利益率は悪化したものの、フレックス定年制度の特別運用を受けた人員の減少による人件費の削減や広告宣伝費の抑制が寄与し、前期に対して2億円の増益となりました。

売上収益
678億円

<前期差> +10億円 (+2%)
<修正計画差> ▲50億円 (▲7%)
<当初計画差> ▲57億円 (▲8%)

欧米中ともに現地通貨ベースでは減収も、主要通貨が円安に推移したことで増収

- 米国：実店舗チャネル・自社ECは堅調も、他社ECが苦戦し、現地通貨ベースで減収
- 欧州：米国の苦戦やサイバーインシデントの影響により、現地通貨ベースで減収
- 中国：実店舗への来店客数の伸び悩みや他社ECでの競争激化により低迷

(単位：億円)

子会社名	24/3期	前期差	修正計画差
ワコールインターナショナル（米国）	280	+ 0.2 (+0.1%)	▲ 23 (▲7.5%)
ワコールヨーロッパ	204	+ 11.7 (+6.1%)	▲ 11 (▲5.0%)
中国ワコール	104	+ 0.3 (+0.3%)	▲ 22 (▲17.4%)

事業利益
28億円

<前期差> ▲3億円 (▲10%)
<修正計画差> + 4 億円 (+16%)
<当初計画差> ▲7億円 (▲20%)

米国、欧州は利益確保も、中国は売上低迷の影響で事業損失が継続

- 米国：IO社の収益改善に加え、小売価格アップの実施により、増益
- 欧州：減収影響に加え、製造効率の低下による売上利益率の低下もあり、減益
- 中国：売上が計画を大幅に下回った結果、事業損失

(単位：億円)

子会社名	24/3期	前期差	修正計画差
ワコールインターナショナル（米国）	9	+ 2.7 (+43.9%)	+ 3 (+48.7%)
ワコールヨーロッパ	17	▲ 6.4 (▲27.3%)	▲ 1 (▲6.0%)
中国ワコール	▲5	+ 1.6 (▲22.7%)	▲ 2 (+42.6%)

17ページをご覧ください。ワコール事業（海外）の売上収益は678億円でした。米・欧・中とも現地通貨ベースでは減収となりましたが、主要通貨が円安に推移したことから、邦貨ベースでのセグメント合計は前期に対して2%の増収となりました。また、主要各社とも下期の売上が低調に推移したことから、修正計画に対しては7%の未達となりました。

事業利益は、28億円でした。前期の事業利益を3億円下回ったものの、修正計画に対しては4億円上回る着地となりました。米国については、前期アーンアウト債務の戻し入れによる利益影響が9億円発生していた裏返しがある一方で、価格改定などにより利益を確保し、事業利益ベースでは増益となりました。欧州については減収影響と売上利益率の悪化により前期からは減益、中国については減収影響が響き、事業損失が継続しています。

24/3期 ピーチ・ジョン事業/その他事業の概況

※主要子会社の業績レポートは、参考資料（P43～）に記載しています

ピーチ・ジョン事業の概況

売上収益
107億円

<前期差> ▲12億円 (▲10%)
<修正計画差> ▲14億円 (▲11%)
<当初計画差> ▲19億円 (▲15%)

事業利益
1億円

<前期差> ▲8億円 (▲86%)
<修正計画差> ▲8億円 (▲86%)
<当初計画差> ▲9億円 (▲87%)

プロモーションの集客効果が
想定を下回り減収減益

国内

▶ 有名タレントを起用した広告活動
やコラボレーション企画が振るわず、
直営店・自社ECともに苦戦

海外

▶ 台湾PJ、香港PJともに新規出店の
寄与により増収も、想定を下回る
水準に留まる

その他の概況

売上収益
145億円

<前期差> +13億円 (+10%)
<修正計画差> +4億円 (+3%)
<当初計画差> ▲7億円 (▲5%)

事業損失
▲2億円

<前期差> +3億円 (-)
<修正計画差> +0.4億円 (-)
<当初計画差> ▲5億円 (-)

物販事業と内装工事事業が
堅調に推移した七彩、リゾート
ウェアが伸長したAiが寄与し、
増収

ルシアン

▶ 大手衣料品チェーン向けのPB商
品の販売が低迷

七彩

▶ デジタル分野での物販事業拡大と
、商業施設への来客数の増加を
背景とした各事業が堅調に推移

Ai (アイ)

▶ 旅行関連需要の回復などを受けて
増収

18ページをご覧ください。ピーチ・ジョン事業の売上収益は、107 億円でした。国内においては、有名タレントを起用した広告活動やコラボレーション企画が振るわず、直営店・自社ECとも苦戦が続きました。

事業利益は1億円と、前期、修正計画とも下回りました。売上動向をふまえ、広告宣伝費の抑制に努めたものの、減収影響に加え、円安に伴う原価上昇、ECシステムの更改による経費増などが事業利益を押し下げる結果となりました。

その他事業の売上収益は145億円でした。ルシアンについては大手衣料チェーン向けのPB商品の販売が低迷しましたが、七彩の物販事業・内装工事事業、Aiのリゾートウェア事業が堅調に推移した結果、セグメント合計では10%の増収となりました。

事業損益は、増収の影響はあったものの、七彩およびルシアンの収益性が悪化した結果、2億円の事業損失となりました。

(参考) EC事業の進捗

- 主要6社合計の売上収益に占めるEC比率 29.7% (対前期比+0.9pt)
- 24/3期の各社の売上に対するEC売上比率：
ワコール 23%、ピーチ・ジョン 34%、米国W 45%、IO社 75%、ワコールヨーロッパ 32%、中国W 24%

主要子会社のEC事業の進捗

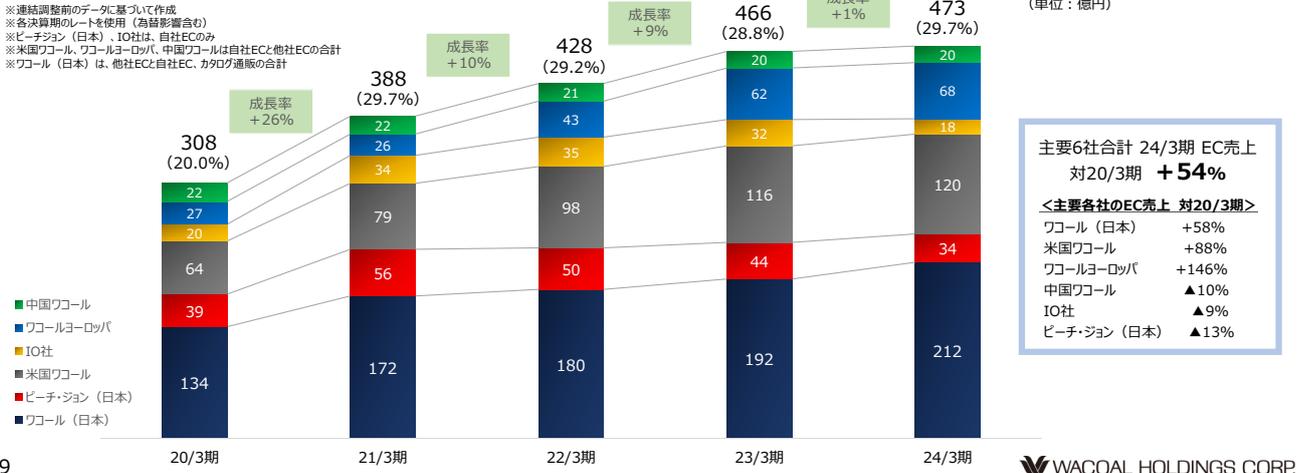
※連結調整前のデータに基づいて作成

※各決算期のレートを使用 (為替影響含む)

※ピーチジョン (日本)、IO社は、自社ECのみ

※米国ワコール、ワコールヨーロッパ、中国ワコールは自社ECと他社ECの合計

※ワコール (日本) は、他社ECと自社EC、カタログ通販の合計



19ページです。このページでは、ワコール、ピーチ・ジョンなど主要6社のEC売上の変化をまとめています。

6社合計のEC売上は、前期に対して7億円の増収となりました。ワコール、米国、欧州を中心に成長を続け、2020年比のEC売上は54%拡大しました。引き続き、オンライン・オフラインの連携や自社アプリ、WEBサイトの利便性向上などに努め、更なる成長の実現に向けて取り組みを進めていきます。

3. 2025年3月期 業績予想の概況

20ページです。ここからは2025年3月期の通期見通しについて、ご説明します。
このページ以降、25年3月期を当期、24年3月期を前期としてご説明します。

25/3期 通期計画 エグゼクティブサマリー

売上収益
1,830億円
<前期差> ▲42億円 (▲2%)

(株)ワコールにおける構造改革の影響や七彩の株式譲渡により、減収を計画

- (株)ワコールにおける構造改革（ブランドの選択と集中や赤字店舗の撤退）に伴う減収や一時的な返品計上ならびに取引先の減少・売場縮小リスクを考慮
- 七彩は、株式譲渡に伴って2Q以降連結範囲から除外（業績見込みに反映済み）

事業利益
2億円
<前期差> ▲33億円 (▲94%)

構造改革は進展も為替などによる原価率の悪化をカバーできず、大幅減益

- (株)ワコールは、コスト構造改革が進展も、減収に伴う利益減少に加え、為替影響や原材料コストアップなどによる原価率の悪化、ITインフラ整備に伴う一時的な経費計上から大幅な減益
- IO社の事業撤退、中国の構造改革の取り組みにより、海外事業は増益見込み

営業利益
20億円
<前期差> +115億円

24/3期の構造改革経費の計上、米国の減損損失の裏返しなどから黒字回復見込み

21ページをご覧ください。2025年3月期の計画数値になります。

売上収益は、1,830億円を見込んでいます。ワコールの構造改革の一環として取り組む品番集約、赤字店舗の撤退等の影響や、七彩の連結除外を反映した結果、前期からは2%の減収を見込んでいます。

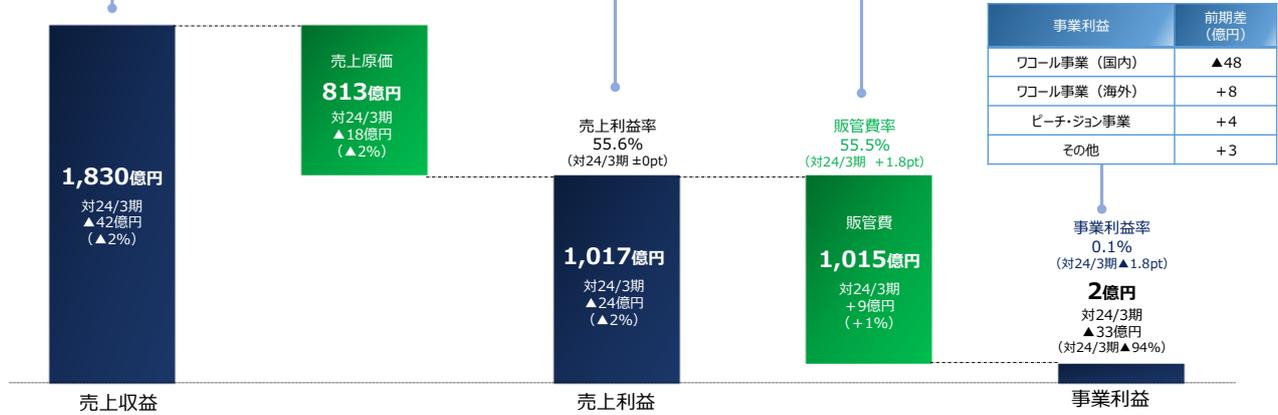
事業利益は2億円と、前期から大幅な減益を見込んでいます。海外事業については、IO社の事業撤退や中国ワコールの構造改革などによって増益を計画する一方、国内事業をけん引するワコールについては、コスト構造改革を進めるものの、減収影響および原材料費の高騰や為替の円安進行による原価率の悪化に加え、IT費用の一時的な費用計上から、大幅な減益を見込んでいます。

営業利益については、前期から115億円増益の20億円を計画しています。前期の米国事業に係る減損損失、ワコールを中心とした構造改革費用の裏返しの影響に加え、冒頭にご説明しました固定資産の売却益などを計画に織り込んだ結果、黒字回復を見込んでいます。

25/3期 通期計画 売上収益と事業利益

※ワコールヨーロッパは、ブランド償却費を除去して、算出

売上収益	前期差 (億円)	売上利益率		25/3期計画		販管費率		24/3期	25/3期計画
		24/3期	25/3期計画	24/3期	25/3期計画	24/3期	25/3期計画		
ワコール事業（国内）	▲20	ワコール	56.1%	54.2%	▲1.9pt	ワコール	54.3%	57.1%	+2.8pt
ワコール事業（海外）	+22	ピーチ・ジョン 国内のみ	60.4%	60.2%	▲0.2pt	ピーチ・ジョン 国内のみ	58.0%	55.6%	▲2.4pt
ピーチ・ジョン事業	+11	ワコールインターナショナル（米国）	50.0%	50.6%	+0.6pt	ワコールインターナショナル（米国）	46.8%	45.4%	▲1.4pt
その他	▲55	ワコールヨーロッパ	56.8%	58.5%	+1.7pt	ワコールヨーロッパ	46.7%	48.2%	+1.5pt
		中国ワコール	68.8%	62.0%	▲6.8pt	中国ワコール	73.9%	61.6%	▲12.3pt



22ページです。こちらのページには、売上収益から事業利益に至る各項目の計画数値を記載しています。

前ページで述べたとおり、売上収益は1,830億円と、前期に対し2%の減収計画です。

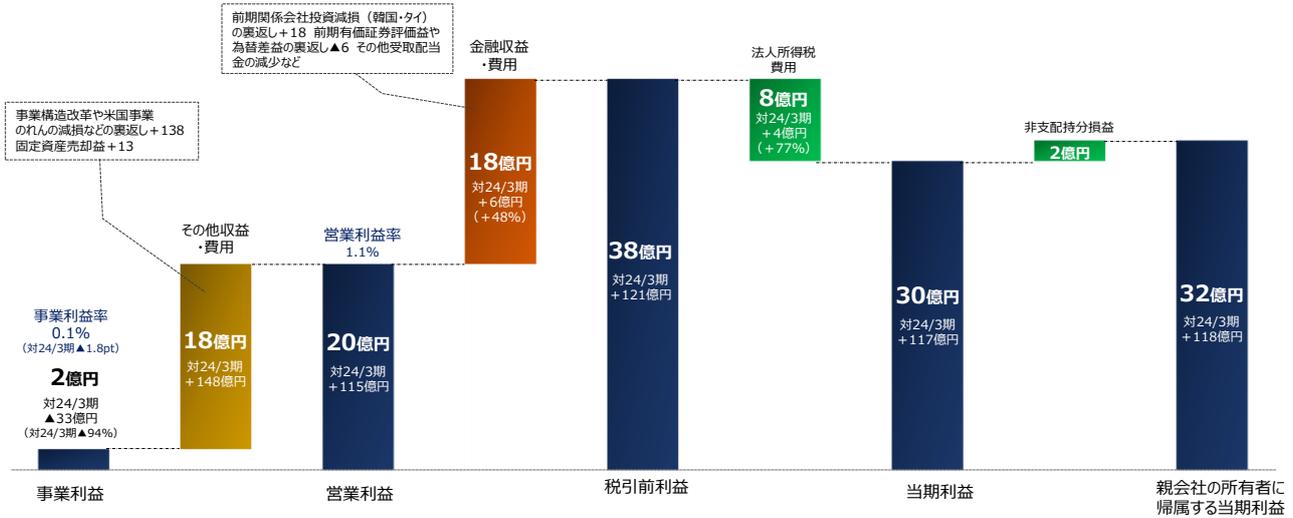
売上利益は1,017億円と、前期からは2%の減益を見込んでいます。主要子会社の売上利益率の見通しは記載の通りです。減収と原価高騰の影響を考慮し、ワコール、ピーチ・ジョン、中国ワコールについては前期より低い水準としています。

事業利益は、国内事業におけるワコールの減益の影響が大きく、前期に対して大幅な減益を計画しています。

25/3期 通期計画 当期利益 影響項目

- 営業利益：米国事業に係る減損損失や国内の構造改革経費計上の裏返しもあり、大幅増益
- 税引前利益：営業利益の黒字化に加え、関連会社投資減損※の裏返しもあり、大幅増益

※投資減損：関連会社投資の一株当たり株価が簿価を一定条件下回った場合、減損を計上



23ページです。事業利益から当期利益に至る各項目の計画数値を記載しています。営業利益は、前期の米国事業に係る減損損失、構造改革費用の裏返しの影響と、固定資産の売却益などを見込み、前期に対して115億円増加し、20億円となる計画です。税引前利益、親会社の所有者に帰属する当期利益については、前期の関連会社投資減損の裏返しの影響などにより、さらなる増益を見込んでいます。

25/3期 売上収益計画

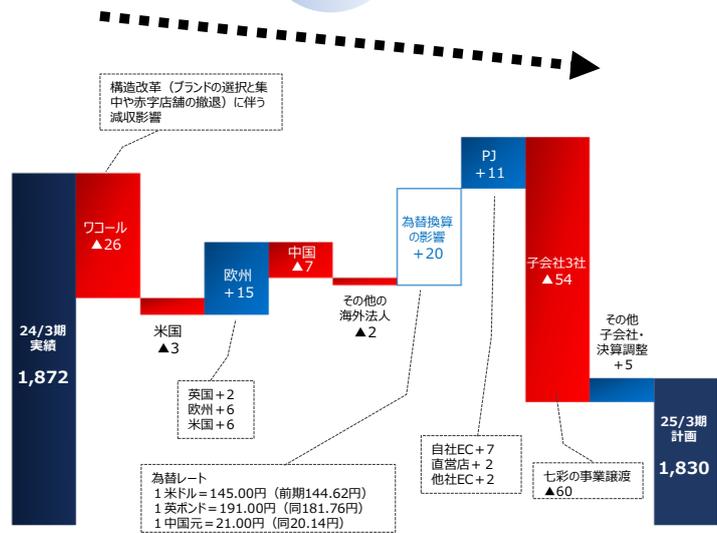
➤ 為替円安の影響による押し上げ効果はあるものの、(株)ワコールにおける構造改革（ブランドの選択と集中や赤字店舗の撤退）の影響に加えて、七彩の株式譲渡により減収を計画

◆ 主要各社の売上計画の前提 ※海外子会社は、現地通貨ベースの前期比

事業会社名	25/3期 売上計画（前期比）		
	通期	上期	下期
ワコール	▲3%	▲7%	+1%
ワコールインターナショナル（米国）	▲1%	▲3%	+1%
ワコールヨーロッパ	+7%	+7%	+7%
中国ワコール	▲7%	▲11%	▲3%
ピーチ・ジョン	+10%	+5%	+15%

対 24/3期
約42億円の減収計画
(為替影響20億円を除去すると、
62億円の減収)

(単位：億円)



WACOAL HOLDINGS CORP.

24ページをご覧ください。主要子会社の売上収益の計画数値に対する前期差をウォーターフォールで記載しています。ワコールは構造改革により減収を見込むほか、IO社の事業撤退を受けた米国、構造改革に着手する中国も減収となる見込みです。また、冒頭にご説明したとおり、当期の第2四半期から七彩を連結除外とすることも、減収要因となります。他方、欧州は現地通貨ベースで増収を計画しています。

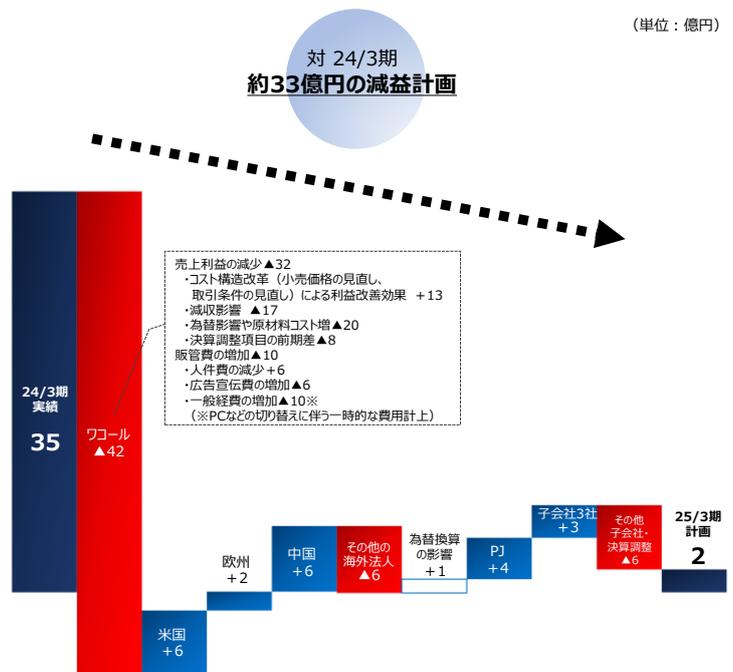
25/3期 事業利益計画

(単位：億円)

➤ (株)ワコールはコスト構造改革が進展するも、減収に伴う利益減少に加え、為替影響や原材料コストアップなどによる原価率の悪化のほか、一時的な経費の計上もあり、大幅な減益となる見込み

◆主要各社の事業利益計画

事業会社名	25/3期 事業利益計画		
	通期	上期	下期
ワコール	▲26億円	▲18億円	▲8億円
ワコールインターナショナル(米国)	14億円	15億円	▲1億円
ワコールヨーロッパ	20億円	10億円	10億円
中国ワコール	0.4億円	0.4億円	0億円
ピーチ・ジョン	5億円	2億円	3億円



WACOAL HOLDINGS CORP.

25ページです。主要子会社の事業利益の計画数値に対する前期差をウォーターフォールで記載しています。前期に対して33億円の減益計画としていますが、主な要因はワコールにおける42億円の減益です。ワコールにおいては、コスト構造改革による利益改善効果は出るものの、減収影響に加え、原材料高騰や為替影響、IT費用の一時的な費用計上の影響し、減益を見込んでいます。

中期経営計画（リバイズ）に対する25/3期の位置づけ

➤ 為替影響や原価高騰の影響が大きく、25/3期の事業利益計画は2億円に留まるものの、コスト構造改革や成長戦略を着実に実行することで、中期経営計画（リバイズ）の利益計画の達成を目指す

■ 25/3期の計画				■ 中計リバイズ最終年度の計画	
	(単位：億円)			(単位：億円)	
	24/3期 実績	25/3期 計画値	対24/3期 実績	26/3期 計画値※	対25/3期 計画値
売上収益	1,872	1,830	▲42	2,030	+200
参考：(株)ワコアル売上収益	887	861	▲26	940	+79
事業利益	35	2	▲33	130	+128
その他収益・その他費用	▲130	18	+148	—	—
営業利益	▲95	20	+115	130	+110
金融収益・金融費用・持ち分 法による投資損益	12	18	+6	5	▲13
税引前利益	▲83	38	+121	135	97
当社株主に帰属する 当期利益	▲86	32	+118	100	68
ROE	—	1~2%	—	7%	—
ROIC	—	1~2%	—	6%~7%	—

26

※26/3期の事業計画については、七彩の株式譲渡の影響を考慮していません

WACOAL HOLDINGS CORP.

26ページです。ここからは11月に公表したリバイズ後の中期経営計画における当期の位置づけについてご説明します。なお、以降は「中計リバイズ」という呼称でご説明します。

中計リバイズの最終年度である2026年3月期は、130億円の事業利益を計画しており、現時点でこの数値に変更はありません。中間年度となる当期は、構造改革に伴う減収影響や原材料費の高騰・為替の影響などを受け、事業利益は大きく落ち込みますが、コスト構造改革や成長戦略を着実に実行することで、最終年度に向けてV字回復を目指します。

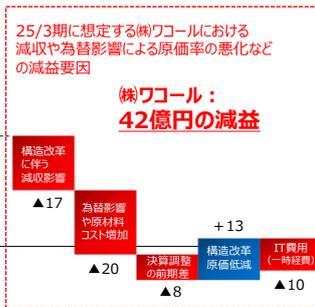
中期経営計画（リバイズ）の事業利益計画

- 25/3期は大幅な減益となるものの、26/3期は成長戦略の実施に伴う増収効果やSCM改革を通じた返品品の減少効果に加え、コスト構造改革に伴う原価低減や販管費の削減のほか、25/3期に発生する一時的な経費計上の裏返しによる寄与などもあり、V字回復を計画

(単位：億円)

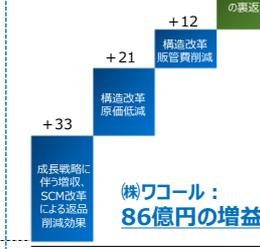
25/3期の役割：
構造改革のスピードアップとコスト構造の最適化に向けた追加アクションの検討・実施

対 24/3期
約33億円の減益計画



対 25/3期
約128億円の増益計画

26/3期に発現する(株)ワコールにおける成長戦略と構造改革成果



26/3期計画
130億円

27

WACOAL HOLDINGS CORP.

27ページをご覧ください。中計リバイズの最終年度に向けて実行する構造改革と成長戦略に伴う効果を、ウォーターフォールで記載しています。当期の事業利益は、ワコールにおける減収および原価率の悪化、一時的なIT費用などにより、前期から大幅な減益となりますが、2026年3月期において発現する成長戦略の成果やサプライチェーンマネジメント改革に伴う返品削減に加え、構造改革の実施に伴う原価低減や販管費の削減、当期に発生する一時的な費用計上の裏返しもあり、来期は86億円の利益改善を目指す考えです。海外事業の成長に向けた活動に加え、原価改善に向けた追加施策の実施により、中計リバイズで掲げる130億円の事業利益の創出につなげていきます。

(株)ワコール コスト構造改革の進捗状況

➤ コスト構造改革の効果は、為替影響や原材料の高騰もあり60億円程度にとどまる見込み。追加施策を実施

実施項目	具体的な取り組み	実施時期	中計リバイズ 当初目標	24/3期～ 25/3期	26/3期	3カ年効果 見込み	
ブランドの集中と選択	<ul style="list-style-type: none"> 品番集約等による返品・値引き損削減（構成ライン約4割、品番数1割超の削減） 販売価格設定の見直し 	<ul style="list-style-type: none"> 構成ラインの集約については、24AWから開始し、25/3期中に完了 	19億円	5億円	19億円	24億円	
製造コストの低減	<ul style="list-style-type: none"> 検査工程の効率化 品番集約による工数削減など 	<ul style="list-style-type: none"> 25/3期までに完了 	6億円	3億円	3億円	6億円	
生産や材料のコストダウン	<ul style="list-style-type: none"> 生産体制の見直し 資材やマスターカラーの集約 	<ul style="list-style-type: none"> 25/3期までに完了 	4億円	2億円	6億円	8億円	
店舗損益の改善	<ul style="list-style-type: none"> 得意先との取引条件の見直し 赤字店舗の撤退（最大32店舗） 生産性改善に向けた人員の適正化 	<ul style="list-style-type: none"> 24/3期中に、赤字店舗及び取引条件の改定が見込めない店舗の撤退検討 	9億円	10億円	3億円	13億円	
希望退職の募集	<ul style="list-style-type: none"> 生産性改善に向けた人員の適正化 	<ul style="list-style-type: none"> 24/3期までに完了 	9億円	4億円	2億円	6億円	
その他販促費などの適正化	<ul style="list-style-type: none"> IT費用の適正化 広告販促費の適正化 	<ul style="list-style-type: none"> 25/3期までに完了 	16億円	9億円	11億円	20億円	
流通コストの低減ほか	<ul style="list-style-type: none"> 流通事業収益性改善 	<ul style="list-style-type: none"> 25/3期までに完了 	6億円	0億円	4億円	4億円	
為替影響・原価高騰による2024年3月期の原価悪化影響					▲20億円	—	▲20億円
合計			約70億円	約13億円	約48億円	約61億円	

28ページをご覧ください。続きまして、ワコールのコスト構造改革の進捗をご説明します。

中計リバイズでは、蓋然性リスクを考慮し、70億円の構造改革を進めることを公表しています。しかしながら、想定外の円安進行に伴う為替影響や原材料価格の高騰による原価への影響が当期において20億円程度見込まれることから、現時点におけるコスト構造改革の効果は、60億円に留まる見込みです。当初計画の70億円とのギャップを埋めるべく、原価低減に向けた追加施策を講じていきます。

中期経営計画（リバイズ）の進捗状況

中期経営計画（リバイズ）の取り組み項目	24/3期の進捗	25/3期の取り組み
収益力の改善に向けたビジネスモデル改革 > サプライチェーンマネジメントの見直し > コスト構造改革 > 不採算事業の対処	> サプライチェーンマネジメント（㈱ワコール） ・店頭商品構成の実証実験の結果をもとに、3月までに対象ディーラーの他店舗での展開を拡大 ・需要運動型生産スキームの実証実験を準備 ・25SSシーズン企画スケジュールの短縮化に向けた検証 他 > コスト構造改革（㈱ワコール） ・赤字店舗（約32店舗）の撤退時期の決定 ・取引条件の見直し ・希望退職の実施 ・希望小売価格の見直し 他	> 新しいサプライチェーンマネジメント構築を推進（㈱ワコール） ・直営店をはじめとするリアル店舗、ECにおける定番品育成と充足率向上 ・量販店（セルフ店）での自動発注の正常化 ・企画・開発リードタイムの短縮 > コスト構造改革の推進（㈱ワコール） ・コスト構造改革で掲げる施策を推進 > 子会社の株式譲渡（㈱七彩） > 中国事業の計画の見直し
“VISION2030”達成に向けた成長戦略 > ブランド戦略の見直し > 成長市場への注力 > 企業価値向上に向けた人材育成・組織開発	> 強化セグメントにおける事業方針の検討・策定（㈱ワコール） ・リブランドを実施する「Wacoal」のガイドライン策定 ・ハイプレミアム市場やアフォーダブル市場強化に向けた施策の決定 ・LTV向上に向けた3D計測サービスやブランド連携方針の検討 他 > ブランド戦略の実効性向上に向けてブランドマネジメント体制の見直し（㈱ワコール）	> 魅力あるブランドの育成と顧客ニーズに応える商品の開発（㈱ワコール） ・ブランドマネジメント体制の導入（24年4月～） ・中核ブランド「Wacoal」のリブランド（24年秋冬） > デジタルの活用による最適な顧客体験の提供（㈱ワコール） ・WEBで商品を予約し店頭で試着・確認できる「取り置き取り寄せ」強化 ・店頭販売員によるレビュー「スタッフレビュー」の活用 など
ROICマネジメント導入 > 収益力や戦略の実効性をモニタリング > 事業ポートフォリオマネジメント	> 24年4月からのROIC経営の開始に向けて「ROIC経営の浸透・推進」、「ROICツリーの整備・構築」、「㈱ワコール業績管理改善」の各プロジェクトを並行して開催	> グループ内でROIC改善にコミットできるよう、管理プロセスを整備し、事業計画の作成方法を改善（全体） > 感応度分析によるROIC改善施策の策定。ならびに管理機能の再構築を進め、PDCAをスピードアップする基盤構築（㈱ワコール）
アセットライト化の推進 > 棚卸資産（在庫）の圧縮 > 政策保有株式の縮減 > 保有不動産の整理	> 政策保有株式の売却額 約171億円 > 構造改革の一環として在庫処分を実施 > ファシリテイトコスト削減とオフィススペースの有効活用、ならびに働きやすいオフィス環境の実現に向けて、「REBORN：（オフィス改革）プロジェクト」を発足 > 事業所再編による効率化（福岡・札幌営業所の閉鎖決定）	> 政策保有株式の売却計画 約200億円 > 保有不動産（浅草橋ビル）の売却 ・その他の保有不動産についても、基本方針に沿って売却を検討 > 「REBORN：（オフィス改革）プロジェクト」のもと、事業所再編を加速

29ページをご覧ください。最後に、中計リバイズの進捗状況についてご説明します。

前期に取り組んだ施策は記載のとおりです。前ページで説明したコスト構造改革を進めるとともに、新しいサプライチェーンマネジメントの構築に向けて実証実験に取り組みました。また、今後強化する市場セグメントを設定したほか、ブランド戦略の実効性向上に向けてブランドマネージャー制度の導入を決定しました。また、ROICマネジメントの導入に向けたプロジェクトを進行したほか、アセットライト化の方針のもと、政策保有株式の売却や事業所再編の動きを加速させました。

2025年3月期については、中計リバイズで掲げる基本方針に沿って、各施策のスピードを高める計画です。まず、「サプライチェーンマネジメント改革」については、ECや直営店をはじめとするリアル店舗において定番商品の育成と店頭充足率の改善に努めるほか、企画や開発のリードタイム短縮に取り組みます。「コスト構造改革」については、赤字店舗の撤退を進めつつ、継続して取引条件の見直しを進めていきます。また、継続的な円安の影響により原材料をはじめとするコスト高騰が今後も見込まれるため、価格改定や原価低減に関する追加対策を検討・実施することで、これらの影響の最小化に努めます。不採算事業への対処としては、冒頭でお伝えの通り、七彩の株式をよりシナジーを発揮できる企業へ譲渡する予定です。あわせて、低迷が続く中国事業の戦略見直しに着手します。

次に、成長戦略については、継続して、魅力あるブランドの育成と顧客ニーズに応える商品の開発を進めていきます。ブランドマネージャーが中心となり、それぞれのブランドの個性を生かしたブランド戦略を実行するほか、デジタル技術を活用した顧客体験の提供をおこないます。なお、主幹ブランドである「Wacoal」は、この秋に、リブランドをおこなうことをすでに決定しています。

「ROICマネジメントの導入」については、グループ全体でROIC改善にコミットできるよう、社内管理プロセスの整備、事業計画の策定方法の改善を進めています。さらに、感応度分析によるROIC改善施策の策定および管理機能の再構築を進めていきます。「アセットライト化の推進」については、前期に引き続き政策保有株式の売却を進めるほか、冒頭で申しあげました通り浅草橋ビルを売却することを決定しているほか、基本方針に沿ってすすめ

ていきます。

なお、2025年3月期の事業方針に関する資料は、別途、5月23日に当社ホームページへ開示する予定です。成長戦略についても、取り組みの進捗をご説明していますので、ご覧ください。

4. 財務・株主還元

30ページです。このページより、財務と株主還元についてご説明します。

1. ビジネスモデル改革と成長戦略を通じた収益力の改善を最優先課題として取り組むと同時に、棚卸資産（在庫）の圧縮や、政策保有株式の縮減、保有不動産の整理を進めることで、資本効率の改善を実現しROE向上を実現
2. 将来成長への投資を優先すると同時に、資本効率の改善に向けて積極的な株主還元を実施



31ページです。中計リバイズで掲げている財務戦略の基本方針となります。こちらは、2023年11月に発表しました内容から変更はありません。

資本政策と株主還元

- > 24/3期 実績 政策保有株式の売却額：約171億円 自己株式の取得額：約100億円
 > 25/3期 計画 同上：約200億円 同上：約250億円

内訳		24/3期	25/3期目標	中計期間の目標数値	24/3期の投資内容・投資額	
創出 キャッシュ	当期利益（減損損失を除く）	7億円	約32億円	100億円	ワコール / IT関連	12億円
	減価償却費※1	62億円	約60億円	200億円	ワコール / 直営店・建物関連	4億円
	政策保有株式の売却額	171億円	約200億円	300億円	国内子会社関連	7億円
	アセットライト化・デットの活用	－	約100億円	500億円	海外・子会社関連	11億円
	合計	240億円	約392億円	1,100億円	合計	34億円
使用 キャッシュ	成長投資、および設備投資額	34億円	約50億円	400億円		
	配当金支払額	52億円	約50億円	150億円		
	自己株式の取得額	100億円	約250億円	550億円		
	合計	186億円	約350億円	1,100億円		

内訳		24/3期	25/3期目標	中計期間の目標数値
政策保有株式の 売却状況※2	売却金額	148億円	約200億円	300億円
	完全売却銘柄数	10	－	26/3期までに純資産比率10%未満まで縮減

※1 減価償却費から、リース負債の返済による支出額をネットした数値を記載しています
 ※2 2023年3月末時点の時価金額を記載しています（実際の売却額とは異なります）

32ページです。2024年3月期における資本政策と株主還元の状況になります。前期の投資については、顧客戦略の推進に向けてIT投資を継続しましたが、その他に大きな案件はありませんでした。自己株式の取得については、100億円分の取得をおこなっています。また、政策保有株式の縮減に向けて、約171億円の売却を行いました。

次に、当期のキャッシュアロケーションの計画についてご説明します。当期については、約200億円の政策保有株式の売却を予定するほか、アセットライト化やデットの活用により、合計で約390億円のキャッシュ創出を計画しています。また、キャッシュの使用用途については、成長投資や配当金に加えて、約250億円の自己株式の取得を計画しています。

配当金について

- 24/3期 期末配当：1株当たり50円で決定（中間配当50円と合わせて、年間では100円の配当）
- 25/3期 年間配当予想：24/3期同様に年間100円（中間・期末配当ともに1株当たり50円）

	1株当たりの配当金			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	3,096	179.7%
2023年3月期	40円	40円	80円	4,720	65.9%
2024年3月期	50円	50円	100円	5,601	763.1%
2025年3月期	50円	50円	100円	—	172.1%

※ 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
23/3期より国際財務報告基準（IFRS）を任意適用しているため、22/3期の配当性向については、IFRSに組み替えた数値で算出しています

33ページをご覧ください。最後に、2024年3月期の期末配当についてご説明します。期末配当については、直近の配当予想どおり、1株当たり50円とし、中間配当の50円と合わせまして、年間では100円の配当とさせていただきます。

また、当期についても前期同様、100円の配当金を予定しています。

私からのご説明は以上になります。ステークホルダーの皆さまには、今後とも一層のご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

ご清聴ありがとうございました。

5. 参考資料

参考1： 24/3期 決算概況	P.36
参考2： 24/3期 決算概況（セグメント別）	P.37
参考3： 24/3期 主要子会社の実績	P.38
参考4： 主要事業会社の月次売上推移（増減率）	P.39
参考5： ワコール（国内）チャンネル別、店頭ベースの売上月次推移（増減率）	P.40
参考6： 海外主要子会社のチャンネル別売上月次推移（増減率）	P.41
参考7： 主要子会社のEC比率の四半期推移	P.42
参考8： 24/3期 ワコールの概況 <主要事業部の売上収益・事業利益>	P.43
参考9： 24/3期 ワコールインターナショナル（米国）の概況	P.44
参考10： 24/3期 ワコールヨーロッパの概況	P.45
参考11： 24/3期 中国ワコールの概況	P.46
参考12： 24/3期 その他アジアの概況	P.47
参考13： 24/3期 ピーチ・ジョンの概況	P.48
参考14： 24/3期 国内子会社の概況（ルシアン・七彩・Ai）	P.49
参考15： 25/3期 通期計画	P.50
参考16： 25/3期 セグメント別・通期計画	P.51
参考17： 25/3期 主要子会社別・通期計画	P.52

参考1：24/3期 決算概況

為替レート	1 \$	1 £	1 円
23/3期 実績	135.47	163.15	19.75
24/3期 実績	144.62	181.76	20.14
修正計画	145.00	180.00	20.00

(単位：百万円)

	23/3期 実績	売上比	24/3期 修正計画 (11月9日開示)	売上比	24/3期 実績	売上比	対23/3期 実績		対24/3期 修正計画	
							増減額	増減率	増減額	増減率
連結売上収益	188,592	-	196,000	-	187,208	-	▲ 1,384	▲ 0.7%	▲ 8,792	▲ 4.5%
売上原価	82,189	43.6	86,900	44.3	83,123	44.4	934	+1.1%	▲ 3,777	▲ 4.3%
売上利益	106,403	56.4	109,100	55.7	104,085	55.6	▲ 2,318	▲ 2.2%	▲ 5,015	▲ 4.6%
販管費	102,301	54.2	107,400	54.8	100,575	53.7	▲ 1,726	▲ 1.7%	▲ 6,825	▲ 6.4%
事業利益	4,102	2.2	1,700	0.9	3,510	1.9	▲ 592	▲ 14.4%	1,810	+106.5%
その他の収益	5,254	2.8	2,600	1.3	1,990	1.1	▲ 3,264	▲ 62.1%	▲ 610	▲ 23.5%
その他の費用	12,846	6.8	16,300	8.3	15,003	8.0	2,157	+16.8%	▲ 1,297	▲ 8.0%
営業利益 (▲損失)	▲ 3,490	-	▲ 12,000	-	▲ 9,503	-	▲ 6,013	-	2,497	-
金融収益	1,517	0.8	1,800	0.9	2,529	1.4	1,012	+66.7%	729	+40.5%
金融費用	795	0.4	400	0.2	328	0.2	▲ 467	▲ 58.7%	▲ 72	▲ 18.0%
持分法による投資利益 (▲損失)	2,069	1.1	▲ 600	-	▲ 988	-	▲ 3,057	-	▲ 388	-
税引前利益 (▲損失)	▲ 699	-	▲ 11,200	-	▲ 8,290	-	▲ 7,591	-	2,910	-
親会社の所有者に帰属する当期利益 (▲損失)	▲ 1,643	-	▲ 10,800	-	▲ 8,632	-	▲ 6,989	-	2,168	-

36

WACOAL HOLDINGS CORP.

参考2：24/3期 決算概況 (セグメント別)

為替レート	1 \$	1 £	1 円
23/3期 実績	135.47	163.15	19.75
24/3期 実績	144.62	181.76	20.14
修正計画	145.00	180.00	20.00

(単位：百万円)

	23/3期 実績	構成比	24/3期 修正計画 (11月9日開示)	構成比	24/3期 実績	構成比	対23/3期 実績		対24/3期 修正計画	
							増減額	増減率	増減額	増減率
ワコール事業 (国内)	96,746	51.3	97,000	49.5	94,198	50.3	▲ 2,548	▲ 2.6%	▲ 2,802	▲ 2.9%
ワコール事業 (海外)	66,732	35.4	72,800	37.1	67,757	36.2	1,025	+1.5%	▲ 5,043	▲ 6.9%
ピーチ・ジョン事業	11,918	6.3	12,100	6.2	10,741	5.7	▲ 1,177	▲ 9.9%	▲ 1,359	▲ 11.2%
その他事業	13,196	7.0	14,100	7.2	14,512	7.8	1,316	+10.0%	412	+2.9%
売上収益	188,592	100	196,000	100	187,208	100	▲ 1,384	▲ 0.7%	▲ 8,792	▲ 4.5%
	23/3期 実績	売上比	24/3期 修正計画 (11月9日開示)	売上比	24/3期 実績	売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
ワコール事業 (国内)	572	0.6	▲ 1,410	-	791	0.8	219	+38.3%	2,201	-
ワコール事業 (海外)	3,067	4.6	2,400	3.3	2,773	4.1	▲ 294	▲ 9.6%	373	+15.5%
ピーチ・ジョン事業	935	7.8	940	7.8	136	1.3	▲ 799	▲ 85.5%	▲ 804	▲ 85.5%
その他事業	▲ 472	-	▲ 230	-	▲ 190	-	282	-	40	-
事業利益 (▲損失)	4,102	2.2	1,700	0.9	3,510	1.9	▲ 592	▲ 14.4%	1,810	+106.5%
	23/3期 実績	売上比	24/3期 修正計画 (11月9日開示)	売上比	24/3期 実績	売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
ワコール事業 (国内)	2,862	3.0	▲ 6,660	-	▲ 4,193	-	▲ 7,055	-	2,467	-
ワコール事業 (海外)	▲ 7,397	-	▲ 6,110	-	▲ 5,145	-	2,252	-	965	-
ピーチ・ジョン事業	915	7.7	600	5.0	▲ 239	-	▲ 1,154	-	▲ 839	-
その他事業	130	1.0	170	1.2	74	0.5	▲ 56	▲ 43.1%	▲ 96	▲ 56.5%
営業利益 (▲損失)	▲ 3,490	-	▲ 12,000	-	▲ 9,503	-	▲ 6,013	-	2,497	-

37

WACOAL HOLDINGS CORP.

参考3：24/3期 主要子会社の実績

為替レート	1 \$	1 £	1元
23/3期 実績	135.47	163.15	19.75
24/3期 実績	144.62	181.76	20.14
修正計画	145.00	180.00	20.00

(単位：百万円)

		売上収益						営業利益 (▲損失)						営業利益 (▲損失)								
		23/3期 実績	24/3期 修正計画 (11月9日開示)	24/3期 実績	対23/3期 実績		対24/3期 修正計画		23/3期 実績	24/3期 修正計画 (11月9日開示)	24/3期 実績	対23/3期 実績		対24/3期 修正計画		23/3期 実績	24/3期 修正計画 (11月9日開示)	24/3期 実績	対23/3期 実績		対24/3期 修正計画	
				増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	増減額	増減率	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	90,948	91,086	88,701	▲ 2,247	▲ 2.5%	▲ 2,385	▲ 2.6%	▲ 157	300	1,623	1,780	-	1,323	+441.0%	2,753	▲ 4,490	▲ 3,061	▲ 5,814	-	1,429	-
ワコール事業 (海外)	ワコール インターナショナル	28,014	30,309	28,038	24	+0.1%	▲ 2,271	▲ 7.5%	620	600	892	272	+43.9%	292	+48.7%	▲ 9,448	▲ 6,789	▲ 6,884	2,564	-	▲ 95	-
	ワコールヨーロッパ	19,184	21,432	20,353	1,169	+6.1%	▲ 1,079	▲ 5.0%	2,355	1,823	1,713	▲ 642	▲ 27.3%	▲ 110	▲ 6.0%	1,680	1,816	1,816	136	+8.1%	0	+0.0%
	中国ワコール	10,365	12,588	10,396	31	+0.3%	▲ 2,192	▲ 17.4%	▲ 688	▲ 373	▲ 532	156	-	▲ 159	-	▲ 698	▲ 493	▲ 998	▲ 300	-	▲ 505	-
ビーチ・ジョン事業		11,918	12,100	10,741	▲ 1,177	▲ 9.9%	▲ 1,359	▲ 11.2%	935	940	136	▲ 799	▲ 85.5%	▲ 804	▲ 85.5%	915	600	▲ 239	▲ 1,154	-	▲ 839	-
その他	ルシアン	3,189	2,800	2,583	▲ 606	▲ 19.0%	▲ 217	▲ 7.8%	▲ 214	▲ 280	▲ 212	2	-	68	-	111	▲ 64	▲ 167	▲ 278	-	▲ 103	-
	七彩	6,196	7,112	7,723	1,527	+24.6%	611	+8.6%	▲ 60	▲ 50	2	62	-	52	-	9	20	94	85	+944.4%	74	+370.0%
	A i	2,608	2,959	2,891	283	+10.9%	▲ 68	▲ 2.3%	▲ 77	100	55	132	-	▲ 45	▲ 45.0%	▲ 65	96	59	124	-	▲ 37	▲ 38.5%
【海外主要子会社】 (現地通貨ベース) (単位：米ドル：千US\$ ヨーロッパ：千£ 中国：千円)																						
ワコール事業 (海外)	ワコール インターナショナル	206,790	209,024	193,871	▲ 12,919	▲ 6.2%	▲ 15,153	▲ 7.2%	4,568	4,140	6,166	1,598	+35.0%	2,026	+48.9%	▲ 69,743	▲ 48,817	▲ 47,602	22,141	-	1,215	-
	ワコールヨーロッパ	117,582	119,066	111,976	▲ 5,606	▲ 4.8%	▲ 7,090	▲ 6.0%	14,431	10,128	9,423	▲ 5,007	▲ 34.7%	▲ 704	▲ 7.0%	10,295	10,089	9,990	▲ 304	▲ 3.0%	▲ 98	▲ 1.0%
	中国ワコール	524,832	629,381	516,177	▲ 8,655	▲ 1.6%	▲ 113,204	▲ 18.0%	▲ 34,929	▲ 18,686	▲ 26,384	8,545	-	▲ 7,698	-	▲ 35,376	▲ 24,686	▲ 49,606	▲ 14,230	-	▲ 24,920	-

参考4：主要事業会社の月次売上推移 (増減率)

	24/3期															
	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
ワコール	+5%	+3%	▲ 11%	▲ 1%	▲ 3%	▲ 9%	▲ 7%	▲ 6%	+6%	▲ 6%	▲ 6%	▲ 2%	▲ 18%	+7%	▲ 2%	▲ 4%
	▲ 23%	▲ 12%	▲ 14%	▲ 16%	▲ 24%	▲ 31%	▲ 35%	▲ 31%	▲ 6%	+6%	▲ 10%	▲ 3%	▲ 28%	▲ 27%	+20%	▲ 11%
米国ワコール	▲ 7%	+10%	▲ 7%	▲ 2%	▲ 2%	▲ 5%	▲ 6%	▲ 4%	▲ 4%	+1%	+18%	+3%	▲ 13%	+3%	▲ 2%	▲ 5%
	+25%	+16%	▲ 6%	+12%	+7%	▲ 13%	+1%	▲ 2%	+16%	+14%	+13%	+14%	+27%	▲ 10%	+6%	+6%
ワコールヨーロッパ	▲ 15%	+2%	+16%	+1%	▲ 14%	+1%	▲ 44%	▲ 18%	+14%	▲ 7%	▲ 3%	+1%	+1%	▲ 6%	▲ 4%	▲ 3%
	+10%	+37%	+40%	+29%	+1%	+9%	▲ 38%	▲ 8%	+22%	+24%	+5%	+17%	+35%	+11%	+86%	+39%
中国ワコール	+109%	+19%	▲ 12%	+19%	▲ 16%	▲ 16%	▲ 5%	▲ 13%	▲ 10%	▲ 1%	▲ 8%	▲ 6%	▲ 37%	+20%	▲ 17%	▲ 17%
	▲ 30%	▲ 29%	▲ 36%	▲ 32%	▲ 40%	▲ 37%	▲ 40%	▲ 39%	▲ 37%	▲ 47%	▲ 43%	▲ 43%	▲ 46%	+274%	▲ 8%	▲ 7%
ビーチ・ジョン (国内のみ)	▲ 4%	▲ 3%	▲ 9%	▲ 6%	▲ 10%	▲ 3%	▲ 18%	▲ 10%	▲ 9%	▲ 19%	▲ 10%	▲ 13%	▲ 12%	▲ 7%	▲ 5%	▲ 8%
	+16%	+2%	+9%	+8%	+5%	▲ 1%	▲ 21%	▲ 6%	+9%	▲ 1%	+9%	+6%	▲ 2%	▲ 9%	+10%	▲ 1%
ルシアン (国内のみ)	+6%	▲ 15%	▲ 17%	▲ 8%	▲ 28%	+32%	▲ 5%	▲ 1%	▲ 23%	▲ 42%	▲ 36%	▲ 35%	▲ 23%	▲ 11%	▲ 36%	▲ 25%
	▲ 33%	▲ 41%	▲ 57%	▲ 44%	▲ 52%	▲ 16%	▲ 39%	▲ 36%	▲ 57%	▲ 57%	▲ 67%	▲ 60%	▲ 54%	▲ 38%	▲ 52%	▲ 49%
七彩	+31%	+28%	▲ 20%	+11%	+0%	▲ 26%	+1%	▲ 9%	▲ 34%	+52%	+44%	+13%	+24%	+104%	+64%	+66%
	▲ 6%	▲ 1%	▲ 30%	▲ 13%	▲ 9%	▲ 37%	▲ 58%	▲ 45%	▲ 26%	▲ 11%	+44%	▲ 10%	▲ 0%	+25%	+2%	+8%
Ai (アイ)	+20%	+20%	+12%	+17%	+15%	+10%	+7%	+12%	+8%	+19%	+14%	+13%	+3%	+10%	+11%	+8%
	▲ 27%	▲ 17%	▲ 25%	▲ 23%	▲ 10%	▲ 30%	▲ 21%	▲ 21%	▲ 18%	▲ 13%	▲ 14%	▲ 15%	▲ 34%	▲ 19%	+25%	▲ 14%

※連結調整前の数値を記載。また、内部売上を含んだ前年同月比 (増減率) を記載
 ※米国ワコールのみの実績を記載 (IO社の売上は含まれない)
 ※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
 ※中国ワコールは、純額ベースの前年同月比 (増減率) を記載。また、ビーチ・ジョンの中国国内の売上を除去して記載

参考5：ワコール（国内）チャネル別、店頭ベースの売上月次推移（増減率）

	24/3期															
	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
	百貨店	▲3% ▲33%	▲6% ▲32%	▲4% ▲28%	▲4% ▲31%	+3% ▲15%	+0% ▲34%	▲6% ▲49%	▲1% ▲34%	▲9% ▲10%	▲2% ▲27%	▲5% ▲26%	▲6% ▲22%	▲3% ▲8%	▲3% ▲16%	▲9% +1%
量販店（ワコールブランド）	▲2% ▲33%	▲12% ▲29%	▲16% ▲18%	▲10% ▲20%	+3% ▲11%	▲6% ▲46%	▲4% ▲54%	▲1% ▲34%	▲8% ▲5%	▲7% +5%	▲5% ▲25%	▲2% ▲9%	▲1% ▲23%	▲5% ▲25%	▲5% ▲18%	▲4% ▲21%
量販店（ウイングブランド）	▲2% ▲16%	▲8% ▲26%	▲16% ▲22%	▲9% ▲21%	+1% ▲17%	▲8% ▲31%	▲9% ▲52%	▲5% ▲34%	▲13% +0%	▲15% ▲10%	▲8% ▲22%	▲12% ▲12%	▲11% ▲24%	▲1% ▲20%	▲7% ▲14%	▲7% ▲19%
専門店（実店舗）	▲15% ▲34%	+15% ▲30%	▲10% ▲50%	▲4% ▲39%	▲1% ▲38%	▲4% ▲43%	▲5% ▲53%	▲3% ▲45%	▲6% ▲36%	+3% ▲31%	▲11% ▲41%	▲5% ▲37%	▲5% ▲45%	▲2% ▲34%	▲6% ▲29%	▲5% ▲37%
スポーツ量販店	+8% ▲29%	+11% ▲28%	+15% ▲27%	+11% ▲28%	+10% ▲7%	+4% ▲36%	+15% ▲7%	+10% ▲17%	▲4% ▲5%	▲3% ▲24%	▲5% ▲20%	▲4% ▲16%	▲1% ▲20%	+18% ▲1%	▲1% +53%	+5% +3%
他社EC	+4% +60%	+15% +51%	+14% +61%	+11% +57%	+17% +75%	▲8% +60%	+9% +23%	+6% +51%	+32% +84%	+13% +79%	+9% +75%	+17% +79%	+8% +66%	+14% +54%	▲9% +34%	+3% +50%
直営店（実店舗）	+1% ▲9%	+7% +3%	▲4% ▲20%	+1% ▲9%	+6% ▲1%	+0% ▲10%	▲2% ▲19%	+2% ▲9%	▲6% ▲1%	▲1% ▲4%	▲2% ▲19%	▲3% ▲9%	▲2% ▲13%	▲1% ▲2%	▲8% +13%	▲4% ▲3%
自社EC	▲6% +62%	▲1% +75%	+29% +131%	+7% +89%	+10% +68%	+13% +92%	+3% +75%	+8% +77%	+19% +39%	+17% +117%	+5% +99%	+13% +86%	+9% +55%	+35% +90%	+3% +82%	+13% +74%
カタログ	▲8% ▲12%	▲23% ▲10%	+1% +9%	▲12% ▲7%	▲20% ▲36%	▲4% ▲19%	▲26% ▲34%	▲17% ▲29%	▲9% ▲15%	▲12% +33%	+14% +48%	▲6% +14%	▲10% +41%	▲1% ▲15%	▲7% ▲3%	▲5% ▲2%
合計	+3% ▲23%	+3% ▲12%	▲11% ▲14%	▲2% ▲16%	▲3% ▲24%	▲9% ▲31%	▲7% ▲35%	▲6% ▲31%	+6% ▲6%	▲6% +6%	▲6% ▲10%	▲2% ▲3%	▲18% ▲28%	+7% ▲27%	▲2% +20%	▲4% ▲11%

※ 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

参考6：海外主要子会社のチャネル別売上月次推移（増減率）

		主要子会社チャネル別売上収益推移（増減率） 上段は前年同月比、下段は20/3期比															
		24/3期															
		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
米国ワコール	百貨店	▲17% ▲3%	+16% ▲4%	+6% ▲19%	▲1% ▲9%	+7% ▲11%	+4% ▲33%	▲8% ▲22%	+1% ▲22%	▲11% ▲10%	+0% ▲5%	+42% ▲1%	+1% ▲11%	▲21% +10%	+13% ▲29%	+43% ▲19%	+6% ▲17%
	百貨店EC	▲2% +57%	+34% +114%	▲26% ▲14%	+0% +42%	▲16% ▲21%	+26% +15%	▲25% +15%	▲8% +0%	▲20% ▲7%	▲18% ▲6%	+27% +45%	▲5% +17%	+5% +50%	▲21% ▲12%	▲29% ▲4%	▲15% +9%
	専業EC	▲18% +30%	▲17% ▲16%	▲37% ▲16%	▲25% ▲1%	▲13% +87%	▲42% ▲2%	▲4% +36%	▲20% +40%	+126% +37%	+38% +36%	+30% +169%	▲7% +29%	▲5% +114%	▲14% +22%	▲33% +11%	▲17% +44%
	自社EC	+14% +81%	+3% +89%	+5% +85%	+7% +85%	+14% +97%	▲12% +65%	+16% +85%	+5% +83%	+2% +51%	+0% +95%	+5% +20%	+5% +74%	+10% +37%	+8% +57%	▲7% +102%	+3% +60%
ワコールヨーロッパ	百貨店	▲14% +10%	+20% +39%	+20% +11%	+7% +21%	▲7% +8%	▲6% ▲18%	▲50% ▲60%	▲18% ▲22%	+3% +5%	▲11% ▲6%	▲4% ▲8%	▲3% ▲3%	▲19% +8%	▲4% ▲25%	+50% +78%	+6% +9%
	専門店	▲16% ▲5%	▲12% +14%	▲3% +16%	▲10% +8%	▲18% ▲27%	▲20% ▲14%	▲47% ▲41%	▲28% ▲27%	+8% +5%	▲22% +12%	▲28% ▲17%	▲13% +1%	+6% +5%	+17% +5%	+2% +64%	+8% +21%
	EC	▲15% +63%	+17% +96%	+44% +129%	+15% +97%	▲14% +80%	+15% +114%	▲38% ▲3%	▲3% +68%	+43% +119%	+32% +97%	+42% +81%	+39% +98%	+3% +170%	▲25% +90%	▲20% +165%	▲15% +138%
中国ワコール	実店舗	+66% ▲24%	+27% +31%	▲9% +35%	+22% ▲30%	▲12% ▲30%	▲12% ▲39%	+17% ▲37%	▲4% ▲35%	▲11% ▲36%	+27% ▲40%	▲9% ▲40%	+0% ▲39%	▲43% ▲53%	+23% +603%	▲20% +22%	▲21% +209%
	他社EC	— ▲41%	+3% +20%	▲8% ▲24%	+26% ▲22%	▲24% ▲56%	▲17% +8%	▲49% ▲35%	▲31% ▲31%	+25% ▲18%	▲49% ▲49%	+0% ▲45%	▲10% ▲45%	▲5% +5%	+7% +1%	▲6% ▲48%	▲3% ▲31%
	自社EC	+153% —	+118% —	+15% —	+71% —	▲26% —	+44% —	+15% —	+30% —	+40% —	+93% —	▲6% —	+46% —	+113% —	+29% —	+24% —	+49% —

※ 連結調整前の数値。また、内部売上を含んだ前年同月比（増減率）を記載

※ 米国ワコール単体の数字を掲載（10社は含まれない）

※ 現地通貨ベースの前年同月比（増減率）を記載

※ 中国ワコールは、純額ベースの前年同月比（増減率）を記載

※ 中国ワコールの前期比は、中国国内のピーチ・ジョン売り上げの実績を除去して、算出

参考7：主要子会社のEC比率の四半期推移

		22/3期					23/3期					24/3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（カタログ通販含む）/他社EC	25%	21%	20%	22%	22%	20%	21%	20%	22%	21%	23%	22%	24%	24%	23%
ピーチ・ジョン（日本）	自社EC	49%	43%	40%	44%	44%	40%	38%	41%	41%	40%	37%	32%	32%	35%	34%
米国ワコール	自社EC/他社EC	45%	43%	41%	52%	45%	45%	45%	41%	50%	46%	45%	45%	44%	48%	45%
IO社	自社EC	85%	84%	74%	68%	79%	84%	82%	69%	72%	78%	77%	70%	72%	85%	75%
ワコールヨーロッパ	自社EC/他社EC	29%	23%	24%	28%	26%	31%	26%	23%	44%	32%	35%	34%	24%	35%	32%
中国ワコール	自社EC/他社EC	24%	19%	23%	22%	22%	25%	22%	29%	18%	24%	26%	17%	28%	22%	24%
主要会社のEC比率（上位6社合計）		33%	28%	26%	30%	29%	29%	28%	26%	32%	29%	31%	29%	28%	31%	30%

※個社のEC比率は、現地通貨ベースで算出。6社合計の売上高比率のみ、各決算時のレートを使用して、算出
 ※ワコール（日本）の集計方法を変更し、自社EC（カタログ通販含む）と他社ECの合計売上高比率を記載
 ※IFRS適用により、中国ワコールは23/3期から3月決算に変更のため、過去実績も集計し直して掲載

参考8：24/3期 ワコールの概況 <主要事業部の売上収益・事業損益>

<p>売上収益 887億円 前期差 ▲22億円(▲3%) 修正計画差 ▲24億円(▲3%)</p>	<p>高価格帯は堅調も、主カブランドの中価格帯が苦戦。前期・修正計画を下回る</p> <ul style="list-style-type: none"> 高価格帯ブランドやメンズの販売が堅調に推移した一方で、主カブランド「Wacoal」「Wing」の販売が苦戦 ECは自社・他社が堅調に推移するも、実店舗チャネルの（百貨店、量販店、直営店）は来店客数が伸び悩む
<p>事業利益 16億円 前期差 +13億円(-) 修正計画差 13億円(-)</p>	<p>人件費や広告宣伝費の減少が寄与し、事業利益ベースでは4年ぶりに黒字化</p> <ul style="list-style-type: none"> 前期のフレックス定年制度の特別運用による人件費の減少のほか、売上動向を踏まえて広告製作費を抑制 原価高騰や主に直営店におけるセール比率の高まりから、売上利益率は悪化

（単位：百万円）

売上収益	23/3期 実績	24/3期 実績	対23/3期 実績		事業利益	23/3期 実績	24/3期 実績	対23/3期 実績	
			増減額	増減率				増減額	増減率
第1ブランドグループ	35,947	33,577	▲ 2,369	▲ 6.6%	第1ブランドグループ	2,390	1,913	▲ 477	▲ 20.0%
第2ブランドグループ	20,655	19,341	▲ 1,314	▲ 6.4%	第2ブランドグループ	▲ 436	▲ 760	▲ 324	-
第3ブランドグループ	8,647	9,048	401	+4.6%	第3ブランドグループ	▲ 317	▲ 450	▲ 133	-
第4ブランドグループ	11,221	11,446	225	+2.0%	第4ブランドグループ	▲ 3	▲ 99	▲ 96	-
その他売上・内部消去・調整など	14,478	15,288	810	+5.6%	その他売上・内部消去・調整など	▲ 1,792	1,018	2,810	-
売上収益合計（外部売上のみ）	90,948	88,701	▲ 2,247	▲ 2.5%	事業利益（▲損失）合計	▲ 157	1,623	1,780	-
売上収益合計（内部売上含む）	93,188	90,666	▲ 2,522	▲ 2.7%					

参考9：24/3期 ワコールインターナショナル（米国）の概況

売上収益
280億円
前期差 +0.2億円(+0.1%)
(現地通貨ベース: ▲6%)
修正計画差 ▲23億円(▲8%)

事業利益
9億円
前期差 +3億円(+44%)
(現地通貨ベース: +35%)
修正計画差 +3億円(+49%)

IO社は大幅に減収、米国ワコールは減収となるものの回復の兆し

- 米国ワコール：実店舗チャネル・自社ECは堅調に推移するも、他社ECは得意先の仕入れ抑制の継続により想定を下回る
- IO社：事業撤退の決定を受け、割引プロモーションの実施により在庫圧縮に注力

米国ワコールの増益に加え、IO社の赤字幅が縮小

- 賃金アップによる製造コスト増等が発生したものの、小売価格アップや材料コストダウン等の効果で増益を確保
- IO社は減収も、販管費の削減により、赤字幅が縮小

		24/3期 2Q		24/3期 3Q		24/3期 4Q		24/3期 通期		構成比	
		対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期		
チャネル	店舗	百貨店	▲22%	+1%	+2%	+3%	▲17%	+6%	▲12%	+2%	51%
		アットレット・直営店	+54%	▲3%	▲36%	▲59%	+17%	▲45%	+28%	▲25%	
		店舗計	▲21%	+1%	+2%	+2%	▲16%	+5%	▲12%	+2%	
	EC	百貨店EC	+0%	▲8%	+6%	▲8%	+9%	▲15%	+15%	▲7%	45%
		専業EC	+40%	▲20%	+68%	+58%	+44%	▲17%	+33%	▲10%	
		自社EC	+83%	+5%	+53%	+2%	+60%	+3%	+71%	+5%	
EC計		+42%	▲6%	+41%	+11%	+40%	▲9%	+41%	▲3%		
	輸出	▲22%	▲40%	▲13%	▲39%	+21%	▲51%	+2%	▲35%	4%	
地域	米国	+0%	+0%	+14%	+6%	+33%	+0%	+8%	+2%	93%	
	カナダ	▲16%	▲29%	+86%	+10%	+18%	▲44%	▲14%	▲35%	3%	
	他地域	▲22%	▲40%	▲13%	▲39%	+29%	▲51%	+2%	▲35%	4%	

(単位：千ドル)

	米国ワコール	IO社
売上収益	180,625	17,063
対23/3期 実績	▲2%	▲43%
事業利益 (▲損失)	12,027	▲6,072
対23/3期 実績	+13%	(前期実績 ▲12,885)

ブランド名	24/3期 2Q		24/3期 3Q		24/3期 4Q		24/3期 通期		構成比
	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	
WACOAL	-6%	▲6%	+9%	+2%	+4%	▲7%	+2%	▲3%	80%
B.temp't'd	+41%	+8%	+94%	+10%	+15%	+8%	+56%	+0%	10%
CW-X	+42%	+41%	+27%	+16%	+45%	+17%	+36%	+20%	1%
LIVELY	+6%	▲31%	-15%	▲40%	-48%	▲55%	-8%	+43%	9%

※各構成比は24/3期 累計の数値

参考10：24/3期 ワコールヨーロッパの概況

売上収益
204億円
前期差 +12億円(+6%)
(現地通貨ベース: ▲5%)
修正計画差 ▲11億円(▲5%)

事業利益
17億円
前期差 ▲6億円(▲27%)
(現地通貨ベース: ▲35%)
修正計画差 ▲1億円(▲5%)

英欧は回復傾向も、米国エリアが低調に推移し、現地通貨ベースでは減収

- 英国・欧州は後半回復するも、9月に発生したサイバーインシデントによる出荷停止のマイナス影響を補うには至らず
- 北米やその他エリアでの販売が低調に推移

売上収益改善や経費抑制でコントロールしたものの、減収影響をカバーできず、減益

- 売上動向を踏まえ、マーケティング費用などの削減に努める
- サイバーインシデントや冷夏による水着の売上不振影響が大きく、減益

		24/3期 2Q		24/3期 3Q		24/3期 4Q		24/3期 通期		構成比	
		対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期		
チャネル	店舗	百貨店	▲22%	▲18%	▲3%	▲3%	+9%	+6%	+0%	▲2%	18%
		専門店	▲27%	▲28%	+23%	+6%	+21%	+8%	+4%	▲7%	46%
		直営店	▲27%	▲5%	▲39%	▲12%	▲44%	▲23%	▲33%	▲9%	3%
	EC	EC	+68%	▲3%	+40%	▲1%	+138%	▲15%	+87%	▲2%	33%
ブランド	Fantasia	▲5%	▲15%	+20%	+5%	+44%	▲0%	+25%	+1%	35%	
	Freja	▲37%	▲31%	▲12%	▲5%	+21%	+8%	▲9%	▲11%	19%	
	Goddess	▲37%	▲33%	+13%	+28%	▲3%	+11%	▲15%	▲12%	4%	
	Elomi	+33%	▲15%	+50%	+1%	+75%	▲14%	+55%	▲6%	31%	
	Wacoal	▲19%	▲7%	+4%	▲4%	+20%	+6%	+4%	▲2%	11%	

	24/3期 2Q		24/3期 3Q		24/3期 4Q		24/3期 通期		構成比
	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	
英国	+1%	▲12%	+14%	▲5%	+54%	+5%	+27%	▲0%	36%
欧州	▲10%	▲4%	+7%	▲12%	+51%	+13%	+19%	+1%	26%
北米	▲17%	▲32%	+25%	+23%	+21%	▲17%	+10%	▲12%	28%
その他	▲9%	▲21%	+23%	+2%	+12%	▲25%	+13%	▲12%	10%

※各構成比は24/3期 累計の数値
※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た数値を記載

参考11：24/3期 中国ワコールの概況

売上収益 104億円 <small>前期差 +0.3億円(+0.3%) (現地通貨ベース: ▲2%) 修正計画差 ▲22億円(▲17%)</small>	感染症に対する厳格な行動制限の緩和後も、想定を下回る回復に留まる > 実店舗：行動制限緩和後も来店客数の戻りは弱く、低調に推移 > 他社EC：市場トレンドを捉えた商品開発の遅れ等から苦戦
事業損失 ▲5億円 <small>前期差 +2億円(-) 修正計画差 ▲2億円(-)</small>	売上に連動して諸経費抑制に努めるも、赤字 > 売上状況を鑑みた仕入れ調整や、アウトレットや低価格帯ECチャネルでの在庫消化を推進し、在庫効率の改善に注力

		24/3期 2Q		24/3期 3Q		24/3期 4Q		24/3期 通期		構成比
		対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	
チャネル	実店舗	▲35%	▲4%	▲39%	+0%	+10%	▲21%	▲27%	▲2%	77%
	他社EC	▲30%	▲31%	▲45%	▲10%	▲31%	▲3%	▲33%	▲4%	22%
	自社EC	-	+19%	-	+46%	-	+49%	-	+48%	1%
ブランド	ワコール	▲34%	▲8%	▲40%	▲3%	▲1%	▲16%	▲28%	▲2%	90%
	サルート	▲29%	▲17%	▲32%	+10%	+10%	▲24%	▲18%	▲3%	9%
	アンフィ	▲35%	▲46%	▲69%	▲11%	▲70%	▲41%	▲58%	▲24%	1%

※構成比は24/3期 累計の数値。23/3期より、ピーチ・ジョン売上を除いて算出
 ※IFRS適用により、23/3期から3月決算のため、過去実績を集計し直して記載

資料13：24/3期 ピーチ・ジョンの概況

売上収益 107億円 <small>前期差:▲12億円(▲10%) 修正計画差:▲14億円(▲11%)</small>	新商品のプロモーションの効果が想定を下回り、前期・計画とも下回る > 有名タレントとのコラボレーション企画によって、新規顧客の獲得に注力したものの、店舗・通販ともに苦戦 > 他社ECは新たなECモール事業者との取引開始が寄与し、好調に推移
事業利益 1億円 <small>前期差:▲8億円(▲86%) 修正計画差:▲8億円(▲86%)</small>	減収影響や、経費増加により前期・計画とも下回る > 売上減少に加え、原価高騰、販管費増の影響により想定を下回る > 決済手段の増加や新会員システムの導入を目的とする新ECシステムへの投資に伴う経費が増加

		24/3期 2Q		24/3期 3Q		24/3期 4Q		24/3期 通期		構成比
		対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	
国内	通販事業	▲22%	▲24%	▲11%	▲31%	▲20%	▲23%	▲13%	▲23%	34%
	店舗事業	▲5%	▲5%	+5%	▲7%	+4%	▲5%	+2%	▲5%	51%
	海外事業	-	-	-	+325%	+512%	-	+783%	-	1%
	その他事業	+41%	+1%	+67%	+21%	+46%	+25%	+55%	+11%	14%

※構成比は、24/3期 累計の数値です。

		24/3期 2Q		24/3期 3Q		24/3期 4Q		24/3期 通期	
		対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期
海外	香港	▲2%	+17%	+8%	▲12%	+20%	+0%	▲6%	+2%
	台湾(店舗)	▲2%	+12%	+25%	+12%	+32%	+17%	+10%	+17%
	台湾(EC)	+26%	▲6%	+37%	+0%	+20%	+5%	+15%	▲6%
	台湾(店舗+EC)	+5%	+7%	+28%	+8%	+29%	+14%	+11%	+10%

※現地通貨ベースでの増減率
 ※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台湾の売上増減率とは異なる
 ※上海PJは2022年11月に営業を終了

資料14：24/3期 国内子会社の概況（ルシアン・七彩・Ai）

ルシアン：得意先向けのPB商品の苦戦が影響

売上収益 26億円 前期差:▲6億円(▲19%) 修正計画差:▲2億円(▲8%)	事業損失 ▲2億円 前期差:+2百万円(▲1%) 修正計画差:▲0.7億円(▲24%)
---	--

	24/3期 2Q		24/3期 3Q		24/3期 4Q		24/3期 通期		構成比
	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	
インナー	▲29%	+4%	▲60%	▲40%	▲51%	▲33%	▲45%	▲19%	73%
剩しゆ	▲10%	+7%	▲3%	▲6%	▲11%	▲2%	▲7%	▲2%	12%
レース他	▲62%	▲31%	▲72%	▲23%	▲48%	+4%	▲61%	▲17%	15%

※構成比は、24/3期 累計の数値を記載

七彩：商業施設への来客増により売上は堅調

売上収益 77億円 前期差:+15億円(+25%) 修正計画差:+6億円(+9%)	事業利益 2百万円 前期差:+0.6億円(▲103%) 修正計画差:▲0.5億円(▲104%)
--	--

	24/3期 2Q		24/3期 3Q		24/3期 4Q		24/3期 通期		構成比
	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	
レンタル事業	▲30%	+1%	▲24%	+1%	▲21%	▲3%	▲26%	+1%	18%
物販事業	▲43%	▲22%	▲4%	+39%	+152%	+233%	+16%	+54%	23%
工事業	▲49%	▲8%	▲5%	+11%	▲18%	+42%	▲22%	+16%	59%

※構成比は、24/3期 累計の数値を記載

Ai（アイ）：旅行需要の回復による増収効果もあり、黒字転換

売上収益 29億円 前期差:+3億円(+11%) 修正計画差:▲0.7億円(▲2%)	事業利益 0.6億円 前期差:+1億円(-) 修正計画差:▲0.5億円(-)
---	---

	24/3期 2Q		24/3期 3Q		24/3期 4Q		24/3期 通期		構成比
	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	対20/3期	対23/3期	
リゾートウェア事業	▲21%	+15%	▲31%	+41%	▲11%	+20%	▲23%	+20%	65%
下着事業	▲19%	▲1%	▲4%	+3%	▲17%	▲2%	▲13%	+1%	35%

※構成比は、24/3期 累計の数値を記載

参考15：25/3期 通期計画

為替レート	1 \$	1 £	1 円
25/3期 計画	145.00	191.00	21.00

(単位：百万円)

	24/3期 実績	売上比	25/3期 計画	売上比	対23/3期		25/3期 上期計画	売上比	25/3期 下期計画	売上比
					増減額	増減率				
連結売上収益	187,208	-	183,000	-	▲4,208	▲2.2%	92,400	-	90,600	-
売上原価	83,123	44.4	81,300	44.4	▲1,823	▲2.2%	40,500	43.8	40,800	45.0
売上利益	104,085	55.6	101,700	55.6	▲2,385	▲2.3%	51,900	56.2	49,800	55.0
販管費	100,575	53.7	101,500	55.5	925	+0.9%	50,700	54.9	50,800	56.1
事業利益	3,510	1.9	200	0.1	▲3,310	▲94.3%	1,200	1.3	▲1,000	-
その他の収益	1,990	1.1	2,600	1.4	610	+30.7%	1,500	1.6	1,100	1.2
その他の費用	15,003	8.0	800	0.4	▲14,203	▲94.7%	500	0.5	300	0.3
営業利益	▲9,503	-	2,000	1.1	11,503	-	2,200	2.4	▲200	-
金融収益	2,529	1.4	1,300	0.7	▲1,229	▲48.6%	700	0.8	600	0.7
金融費用	328	0.2	300	0.2	▲28	▲8.5%	200	0.2	100	0.1
持分法による投資利益(▲損失)	▲988	-	800	0.4	1,788	-	600	0.6	200	0.2
税引前利益(▲損失)	▲8,290	-	3,800	2.1	12,090	-	3,300	3.6	500	0.6
親会社の所有者に帰属する当期利益(▲損失)	▲8,632	-	3,200	1.7	11,832	-	1,700	1.8	1,500	1.7

参考16 : 25/3期 セグメント別・通期計画

為替レート	1 \$	1 £	1元
25/3期 計画	145.00	191.00	21.00

(単位：百万円)

	24/3期 実績	構成比	25/3期 計画	構成比	対23/3期 実績		25/3期 上期計画	構成比	25/3期 下期計画	構成比
					増減額	増減率				
ワコール事業 (国内)	94,198	50.3	92,200	50.4	▲ 1,998	▲ 2.1%	44,500	48.2	47,700	52.6
ワコール事業 (海外)	67,757	36.2	70,000	38.3	2,243	+3.3%	36,100	39.1	33,900	37.4
ピーチ・ジョン事業	10,741	5.7	11,800	6.4	1,059	+9.9%	5,800	6.3	6,000	6.6
その他事業	14,512	7.8	9,000	4.9	▲ 5,512	▲ 38.0%	6,000	6.5	3,000	3.3
売上収益	187,208	100	183,000	100	▲ 4,208	▲ 2.2%	92,400	100	90,600	100
	24/3期 実績	売上比	計画	売上比	増減額	増減率	上期計画	売上比	下期計画	売上比
ワコール事業 (国内)	791	0.8	▲ 4,000	-	▲ 4,791	-	▲ 1,800	-	▲ 2,200	-
ワコール事業 (海外)	2,773	4.1	3,600	5.1	827	+29.8%	2,700	7.5	900	2.7
ピーチ・ジョン事業	136	1.3	500	4.2	364	+267.6%	200	3.4	300	5.0
その他事業	▲ 190	-	100	1.1	290	-	100	1.7	0	0.0
事業利益 (▲損失)	3,510	1.9	200	0.1	▲ 3,310	▲ 94.3%	1,200	1.3	▲ 1,000	-
	24/3期 実績	売上比	計画	売上比	増減額	増減率	上期計画	売上比	下期計画	売上比
ワコール事業 (国内)	▲ 4,193	-	▲ 2,300	-	1,893	-	▲ 890	-	▲ 1,410	-
ワコール事業 (海外)	▲ 5,145	-	3,700	5.3	8,845	-	2,800	7.8	900	2.7
ピーチ・ジョン事業	▲ 239	-	500	4.2	739	-	190	3.3	310	5.2
その他事業	74	0.5	100	1.1	26	+35.1%	100	1.7	0	0.0
営業利益 (▲損失)	▲ 9,503	-	2,000	1.1	11,503	-	2,200	2.4	▲ 200	-

参考17 : 25/3期 主要子会社別・通期計画

為替レート	1 \$	1 £	1元
25/3期 計画	145.00	191.00	21.00

(単位：百万円)

		売上収益				事業利益 (▲損失)				営業利益 (▲損失)			
		24/3期 実績	25/3期 計画	対24/3期 実績		24/3期 実績	25/3期 計画	対24/3期 実績		24/3期 実績	25/3期 計画	対24/3期 実績	
				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	88,701	86,142	▲ 2,559	▲ 2.9%	1,623	▲ 2,600	▲ 4,223	-	▲ 3,061	▲ 601	2,460	-
ワコール事業 (海外)	ワコール インターナショナル	28,038	27,765	▲ 273	▲ 1.0%	892	1,449	557	+62.4%	▲ 6,884	1,449	8,333	-
	ワコールヨーロッパ	20,353	22,951	2,598	+12.8%	1,713	1,992	279	+16.3%	1,816	2,002	186	+10.2%
	中国ワコール	10,396	10,080	▲ 316	▲ 3.0%	▲ 532	41	573	-	▲ 998	41	1,039	-
ピーチ・ジョン事業		10,741	11,800	1,059	+9.9%	136	500	364	+267.6%	▲ 239	500	739	-
その他	ルシアン	2,583	3,100	517	+20.0%	▲ 212	100	312	-	▲ 167	50	217	-
	七彩	7,723	1,701	▲ 6,022	▲ 78.0%	2	▲ 71	▲ 73	-	94	▲ 56	▲ 150	-
	A i	2,891	2,955	64	+2.2%	55	100	45	+81.8%	59	100	41	+69.5%
【海外主要子会社】 (現地通貨ベース) (単位：米園：千US\$ ヨーロッパ：千£ 中国：千元)													
ワコール事業 (海外)	ワコール インターナショナル	193,871	191,480	▲ 2,391	▲ 1.2%	6,166	10,000	3,834	+62.2%	▲ 47,602	10,000	57,602	-
	ワコールヨーロッパ	111,976	120,164	8,188	+7.3%	9,423	10,431	1,007	+10.7%	9,990	10,483	492	+4.9%
	中国ワコール	516,177	480,000	▲ 36,177	▲ 7.0%	▲ 26,384	2,000	28,384	-	▲ 49,606	2,000	51,606	-

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。