

2026年3月期 第2四半期

決算説明資料

2025年11月12日

株式会社ワコールホールディングス

証券コード：3591

目次

1. 2026年3月期 第2四半期 決算概況	・ ・ ・ P.3
2. 2026年3月期 第2四半期 決算概況（セグメント別）	・ ・ ・ P.11
3. 財務・株主還元	・ ・ ・ P.17
4. 通期業績予想の修正	・ ・ ・ P.20
（株）ワコールの業績予想修正要因分析	・ ・ ・ P.24
海外事業の業績予想修正要因分析	・ ・ ・ P.31
5. Appendix	・ ・ ・ P.39

2026年3月期 第2四半期 決算概況

26/3期 上期 エグゼクティブサマリー

売上収益
875億円

前年同期差
(前年同期比)
-27億円
(-2.9%)

第1四半期に引き続き、前期の**不採算事業の売却影響により減収**
前期買収したBravissimo社の増収で売上を一定程度カバーも、
国内の閉店影響や米中の市況悪化が響く

売上総利益
508億円

前年同期差
(前年同期比)
-3億円
(-0.6%)

減収影響で減益も、不採算事業の売却やBravissimo社買収に伴う
小売比率上昇等で売上総利益率は前年同期から1.4pt改善

事業利益
30億円

前年同期差
(前年同期比)
+7億円
(+32.2%)

海外は米中の不振と6月発生のBravissimo社物流倉庫火災により減益も、
国内は前年のリブランディング費用の反動等により黒字転換し
連結では増益

営業利益
215億円

前年同期差
(前年同期比)
+100億円
(+86.5%)

固定資産売却益（新京都ビル、寮・社宅等）が寄与し**大幅な増益**

26/3期 上期実績

(単位：百万円)

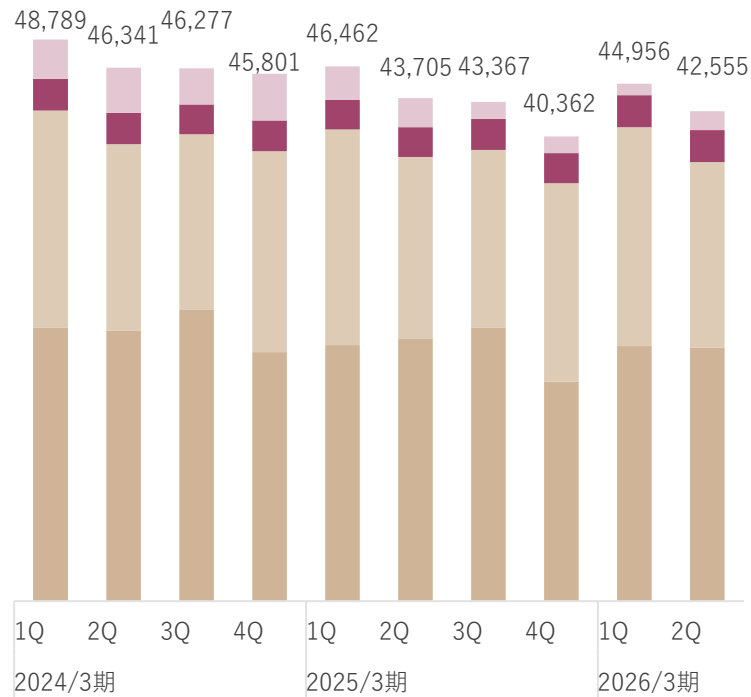
	25/3期 上期実績		26/3期 上期実績		対前年同期	
	実績	構成比・比率	実績	構成比・比率	増減額	増減率
売上収益	90,167	—	87,511	—	-2,656	-2.9%
ワコール事業（国内）	45,006	49.9	44,193	50.5	-813	-1.8%
ワコール事業（海外）	34,549	38.3	35,117	40.1	+568	+1.6%
ピーチ・ジョン事業	5,165	5.7	5,543	6.3	+378	+7.3%
その他	5,447	6.0	2,658	3.0	-2,789	-51.2%
売上総利益	51,056	56.6	50,755	58.0	-301	-0.6%
販管費	48,752	54.1	47,710	54.5	-1,042	-2.1%
事業利益	2,304	2.6	3,045	3.5	+741	+32.2%
ワコール事業（国内）	-684	-1.5	684	1.5	+1,368	—
ワコール事業（海外）	2,787	8.1	2,046	5.8	-741	-26.6%
ピーチ・ジョン事業	-52	-1.0	42	0.8	+94	—
その他	253	4.6	273	10.3	+20	+7.9%
営業利益	11,551	12.8	21,541	24.6	+9,990	+86.5%
親会社の所有者に帰属する当期利益	8,773	9.7	12,418	14.2	+3,645	+41.5%

26/3期 上期 売上収益・売上総利益・事業利益の四半期推移

売上苦戦も売上総利益率は改善傾向が継続。事業利益はBravissimo社の倉庫火災影響により伸び悩む

売上収益

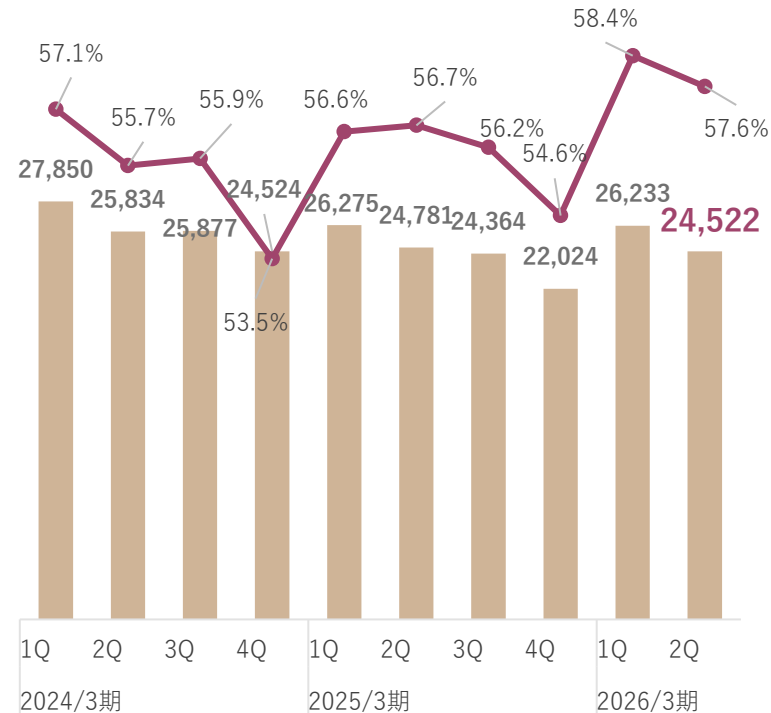
(単位：百万円)



■ ワコール事業（国内） ■ ワコール事業（海外）
■ ピーチ・ジョン事業 ■ その他

売上総利益

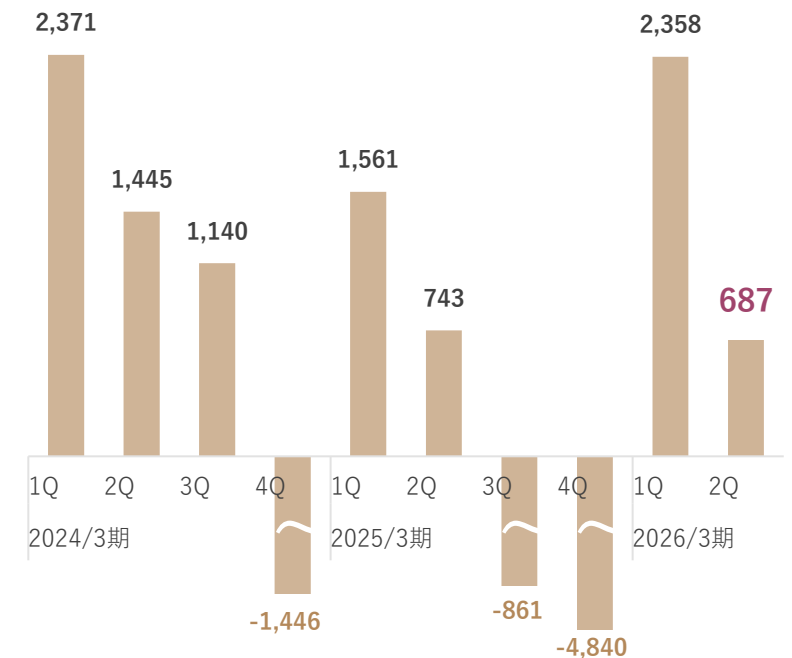
(単位：百万円)



■ 合計 ● 粗利率

事業利益

(単位：百万円)



26/3期 上期 利益影響項目

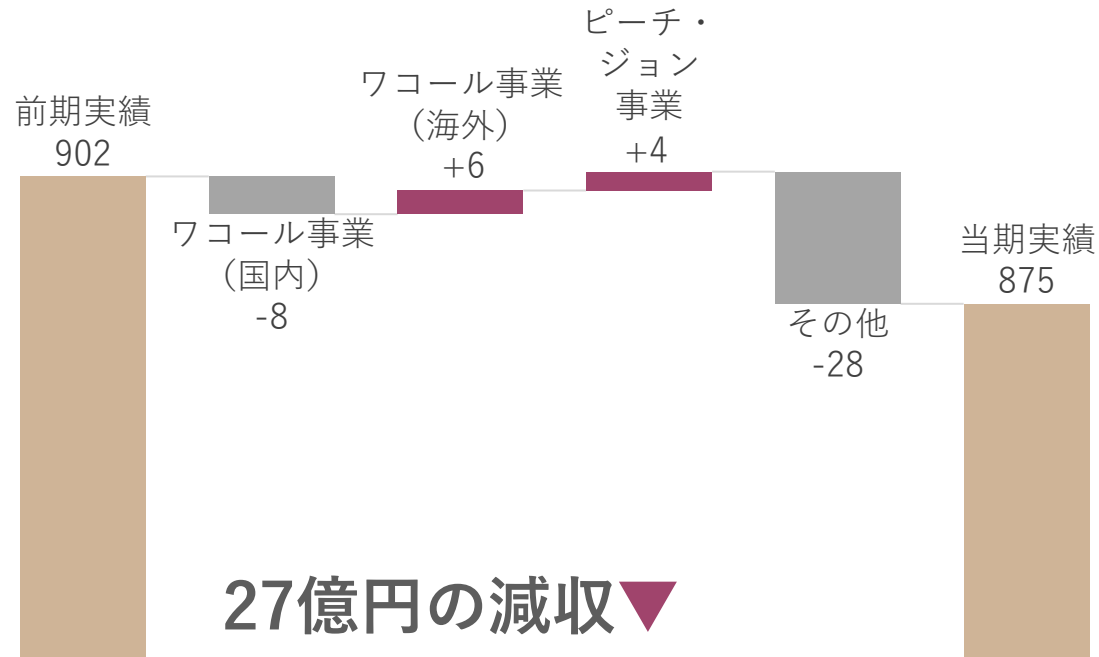
(単位：百万円)

	25/3期 上期実績	26/3期 上期実績	対前年同期		増減理由
			増減額	増減率	
事業利益	2,304	3,045	+741	+32.2%	
その他収益	10,268	20,269	+10,001	+97.4%	固定資産売却益およびBravissimo倉庫火災の受取保険金
その他費用	1,021	1,773	+752	+73.7%	Bravissimo倉庫火災の在庫評価損等
営業利益	11,551	21,541	+9,990	+86.5%	
金融収益	992	1,015	+23	+2.3%	
金融費用	295	410	+115	+39.0%	支払利息の増加
持分法による投資損益	567	-1,980	-2,547	—	関連会社投資減損（タイワコール、ハウスオブローゼ）
税引前利益	12,815	20,166	+7,351	+57.4%	
法人所得税費用	4,100	7,834	+3,734	+91.1%	税引前利益の増加
当期利益	8,715	12,332	+3,617	+41.5%	
非支配持分損益	-58	-86	-28	—	
親会社の所有者に帰属する 当期利益	8,773	12,418	+3,645	+41.5%	

26/3期 上期 売上収益・事業利益の前年同期差

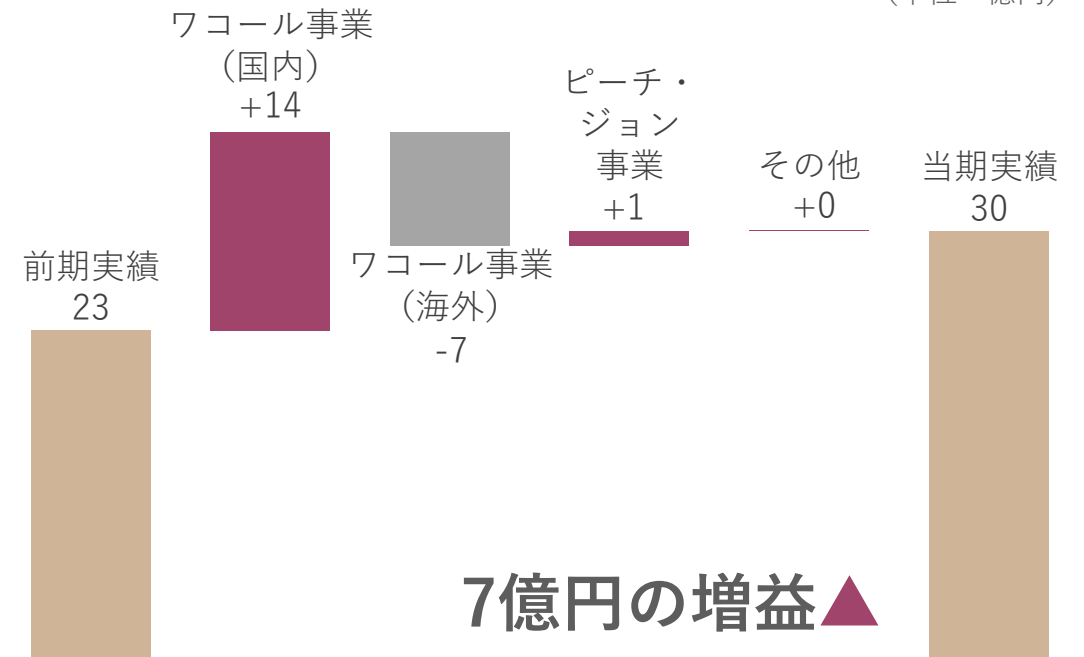
売上収益

(単位：億円)



事業利益

(単位：億円)



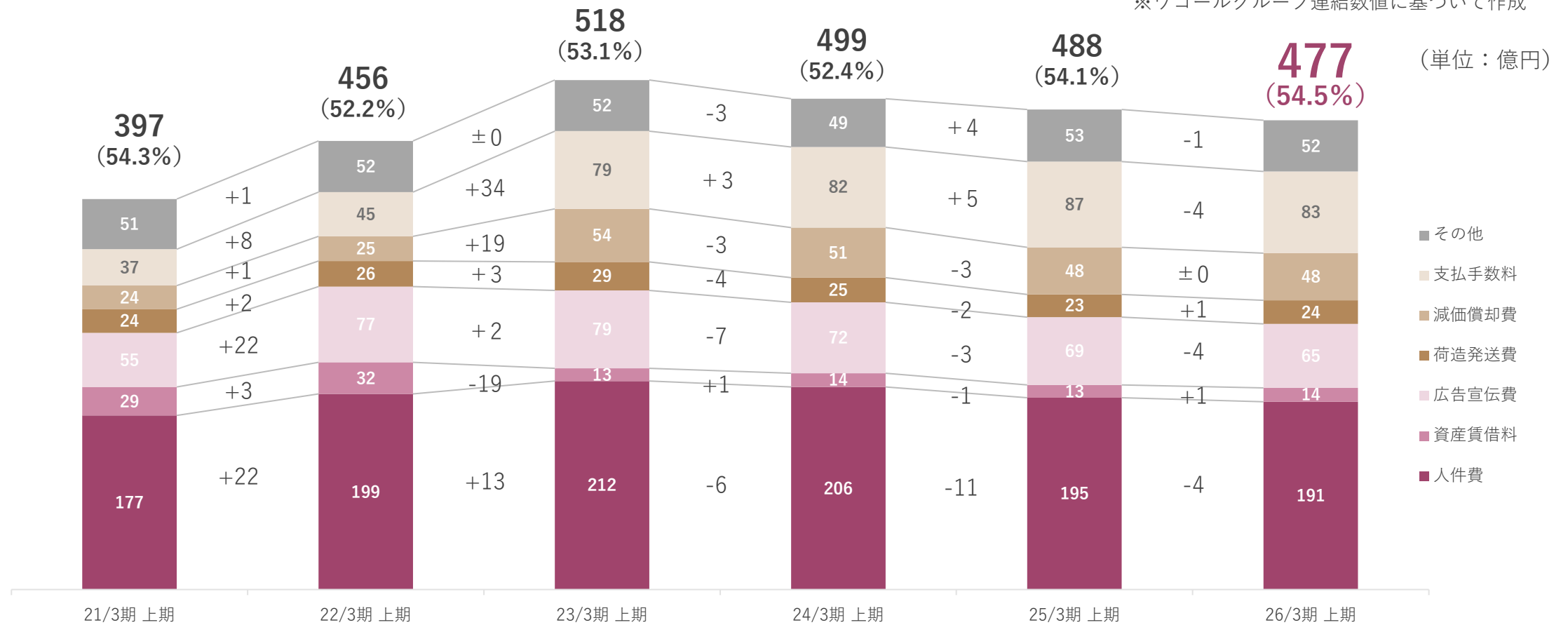
- 国内 百貨店/量販店/直営店（ウンナナクール含む）の閉店影響
- 欧州 前期買収したBravissimo社の増収影響 +46億円
- 米・中 商況厳しく、米中合わせて30億円超の減収
- ピーチ・ジョン 新規顧客獲得施策が奏功し好調に推移
- その他 ルシアン、七彩の連結除外による影響

- 国内 前期リブランディング費用の反動等、販管費減で黒字転換
- 欧州 Bravissimo社は物流倉庫火災により事業利益には寄与せず
- 米国 減収影響や関税による原価高騰等で減益
- 中国 減収影響を受け減益も、正価販売推進により粗利率は改善
- ピーチ・ジョン 増収効果により前期の事業赤字から黒字転換

26/3期 上期 販管費の推移

各社コストコントロールが奏功し前年同期から約10億円の削減
一方、減収影響により販管費率は悪化

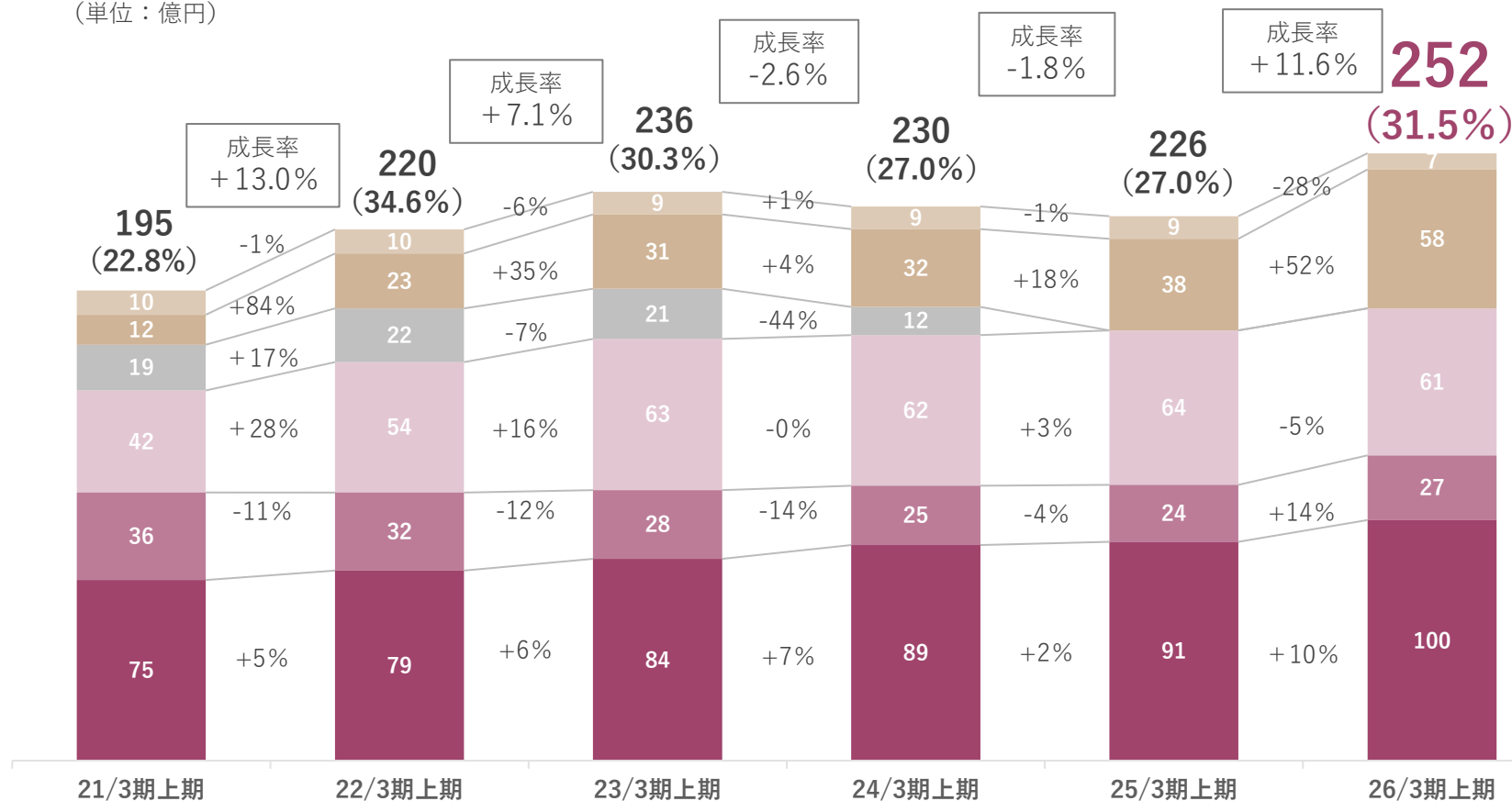
※ワコールグループ連結数値に基づいて作成



26/3期 上期 EC事業の進捗

英国における買収が寄与し、5社合計のEC比率は30%を超え、EC売上も拡大傾向
 (EC比率：ワコール 23%、ピーチ・ジョン 52%、米国ワコール 46%、ワコールヨーロッパ 36%、中国ワコール 24%)

(単位：億円)



EC売上CAGR (年平均成長率)
 21/3期上期～26/3期上期 **+5.2%**

- ワコール(日本) : +5.9%
- ピーチ・ジョン(日本) : -5.9%
- 米国ワコール : +7.6%
- ワコールヨーロッパ : +35.9%
- 中国ワコール : -7.8%

- 中国ワコール
- ワコールヨーロッパ
- IO社 (24/3期事業撤退)
- 米国ワコール
- ピーチ・ジョン (日本)
- ワコール (日本)

※連結調整前のデータに基づいて作成
 ※邦貨換算ベース (為替影響含む)
 ※各決算期のレートを使用 (為替影響含む)

2026年3月期 第2四半期 決算概況（セグメント別）

【セグメント別】ワコール事業(国内)の概況

売上収益
442億円

前年同期差
(前年同期比)

-8億円
(-1.8%)

事業利益
7億円

前年同期差
(前年同期比)

+14億円
(-)

ECは伸長も、実店舗は閉店影響に加え、客数減で厳しい商況が続く

- チャネル別**
 実店舗：商況厳しく店頭売上は低調に推移する一方、充足率は改善傾向
 EC：自社EC（104%）・他社EC（119%）とも前年同期比で成長
- ブランド別**
 CW-X：プロモーション強化・展開店舗増により前年同期比120%と伸長
 Wing、GOCOCi：Wingのシンクロブラトップ、GOCOCiノンワイヤーブラが引き続き好調
 WACOAL：前年のリブランディングで認知率向上も購買意欲の喚起に至らず苦戦
 AMPHI、ナイトウェア類：閉店影響に加え、既存店も売り場縮小等で苦戦

前年のリブランディング費用の反動とフレックス定年制度の廃止に伴う人件費戻し入れ等が寄与し黒字転換

- 原材料高や為替影響※で粗利悪化傾向も、価格改定、返品低減、ECシフト等の取り組みにより（株）ワコール単体の粗利率は前年同期並みを維持
- 前年同期に中核ブランド「WACOAL」のリブランディングにかかる費用を計上した反動で前年同期と比較して広告宣伝費が大幅に減少

※ 26/3期4～9月は前年同期比で円高傾向も、上期では前期の円安影響が残る

子会社名	売上収益（単位：億円）		事業利益（単位：億円）		売上総利益率（粗利率）		販管費率	
	26/3期上期	前年同期差	26/3期上期	前年同期差	26/3期上期	前年同期差	26/3期上期	前年同期差
（株）ワコール ※日本基準	417	-3	6	+9	55.9%	+0.1pt	54.4%	-2.1pt

【セグメント別】ワコール事業(国内)のトピックス

7月に「わたしに合うブラ診断」をアップデート、利用者が2.5カ月で20万人を突破

わたしに合うブラ診断とは

商品との「相性度」を可視化し、選択をサポート

「SCANBE（スキャンビー）」で計測したボディデータから、お客さまの体型に合う商品を提案するサービス。7月より機能をアップデートし、自社EC「ワコールウェブストア」と計測データを連携することで、オンライン上でも適切な商品選びをサポート

- 商品の“からだとのフィット具合”を示す相性度を提示
- 計測データがないお客さまには、セルフ診断を提供



サービスローンチ後の実績

サービス利用者の購買率は約2倍と高い売上効果

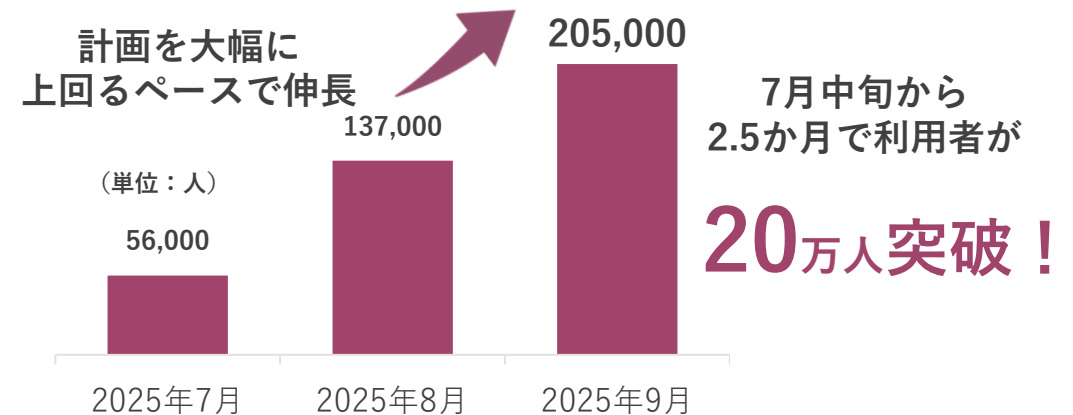
※2026年7月～9月7日までのワコールウェブサイト購買データより算出

全体
購買率 3.5%



利用者
購買率 7.2% ^{約2倍} (↑)

【わたしに合うブラ診断利用者数推移（累計）】



【セグメント別】ワコール事業(海外)の概況

売上収益

351億円

前年同期差
(前年同期比)

+6億円
(+1.6%)

事業利益

20億円

前年同期差
(前年同期比)

-7億円
(-26.6%)

欧州は前期のBravissimo社買収で伸長も、米中は商況が上向かず苦戦

- 米国：米国経済の先行き不透明感を受け、得意先の仕入抑制が厳しさを増し苦戦
- 欧州：前年9月実施のBravissimo社の買収で増収も、6月下旬の物流倉庫火災※により多額の機会損失が発生
※ 2025年6月27日当社HP開示済。自社ECは火災発生以降出荷を停止し、9月以降順次再開
- 中国：ブランド価値訴求の方針で施策を進め、店舗改装などにより一部効果が出るも市況悪化を補えず減収

米欧中の主要各社で軒並み減益、Bravissimo社は火災で2Q期間赤字

- 米国：減収影響及び一部関税影響により粗利率が悪化している一方、コストコントロールにより事業利益は計画微減で着地
- 欧州：既存のワコールヨーロッパは粗利率改善も、火災影響によるBravissimo社の損失、英国の社会保険料増加・D2C強化に向けた広告宣伝費の投下が影響し減益
- 中国：減収を受け減益も、不採算店舗の撤退や正価販売の推進が奏功し、粗利率は1.4pt改善

子会社名	売上収益 (単位：億円)		事業利益 (単位：億円)		売上総利益率 (粗利率)		販管費率	
	26/3期上期	前年同期差	26/3期上期	前年同期差	26/3期上期	前年同期差	26/3期上期	前年同期差
ワコールインターナショナル (米国)	124	-20	8	-4	49.2%	-1.7pt	42.8%	+0.2pt
ワコールヨーロッパ (Bravissimo社含む)	159	+44	9	-2	64.4%	+5.2pt	58.8%	+8.8pt
中国ワコール	34	-11	-4	-1	70.6%	+1.4pt	80.9%	+6.2pt

【セグメント別】ワコール事業(海外)のトピックス【欧州】

Bravissimo社は倉庫火災により一時的に自社EC出荷停止も、9月再開後は順調な売上回復

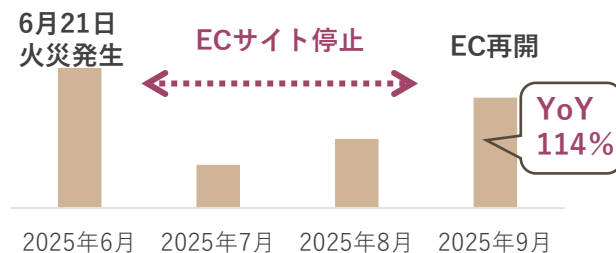
Bravissimo社の物流倉庫火災影響について

機会損失による逸失利益含め保険で補填見込み

- EC出荷停止により上期約18億円、通期約22億円の売上機会損失
- 在庫等の現物損失に加え、逸失利益を含め保険で補填予定
- 逸失利益分の保険は精査に時間を要し来期以降の計上可能性あり

影響項目	売上機会損失 <逸失利益>	在庫評価損	保険金収入	合計
売上収益	上期 -18億 通期 -22億	—	—	上期 -18億 通期 -22億
事業利益	上期 -8億 通期 -10億	—	—	上期 -8億 通期 -10億
営業利益	上期 -8億 通期 -10億	上期 -16億 通期 -19億	上期 +16億 通期 +29億	上期 -8億 通期 0億

<火災発生からの月次売上推移>



火災発生後の約2か月間はECサイト停止により売上を大きく落としたものの、再開後の9月は**前年同月対比114%**と好調に回復

ワコールヨーロッパ エンゲージメント評価で一つ星を獲得

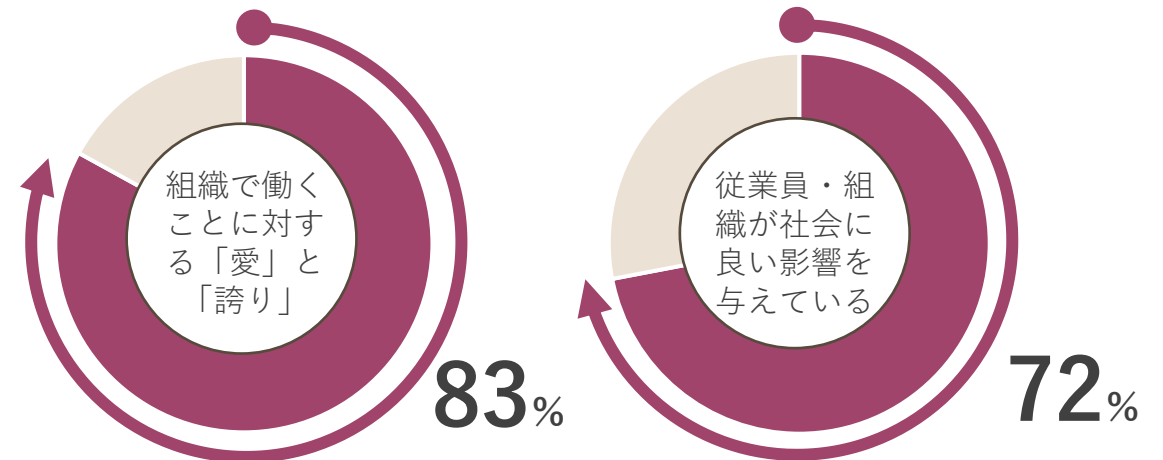
Best Companiesによる従業員
エンゲージメント評価で一つ星を獲得※1

【Best Companiesとは】

従業員エンゲージメントを科学的に測定・改善支援する英国の専門機関。25年以上の実績を持ち、これまでに650万件を超える従業員の声を収集。一つ星認定は全国上位水準の企業に付与



【多くの従業員が賛同した評価項目】



※1 出典：<https://www.b.co.uk/>（エンゲージメント実施期間：2025年5月～6月）

【セグメント別】ピーチ・ジョン事業の概況とトピックス

売上収益

55億円

前年同期差（前年同期比）
+4億円（+7.3%）

各種施策が奏功し全チャネルで伸長、特に他社ECが好調

● 他社ECは引き続き大手プラットフォームが好調

事業利益

0.4億円

前年同期差（前年同期比）
+1億円（-）

原価高騰で売上総利益率は悪化も、増収効果でカバーし
事業利益は黒字に転じる

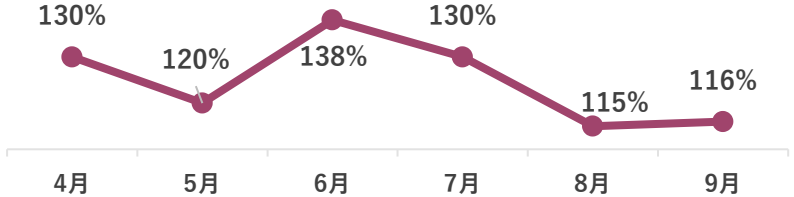
● 賞与増などにより人件費は増加も、売上の伸長により全体の販管費率は改善

子会社名	売上収益 (単位：億円)		事業利益 (単位：億円)		売上総利益率 (粗利率)		販管費率	
	26/3期 上期	前年 同期差	26/3期 上期	前年 同期差	26/3期 上期	前年 同期差	26/3期 上期	前年 同期差
ピーチ・ジョン 連結	55	+4	0.4	+1	56.8%	-4.2pt	56.1%	-6.0pt

新規顧客獲得の継続強化

コラボ企画やそれに合わせたプロモーション戦略等、前期より強化している新規顧客獲得施策により売上は好調を維持。特に獲得強化を進めているECサイトの新規購入者数は連続で前年同月比を大きく超えて伸長

ECサイト 月別新規購入者前年対比推移



【好評な ”盛れるノンワイヤーブラ”】



ノンワイヤー設計ながら、ボリュームや谷間メイクの機能性も兼備

クラシカルな艶感な
デザインも顧客に支持される

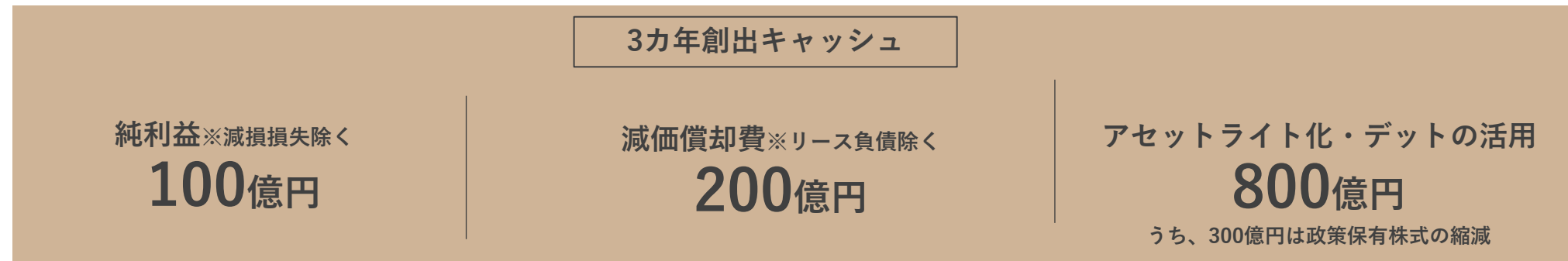


財務・株主還元

財務方針

2023年11月9日に開示した
中期経営計画（リバイズ）資料より抜粋

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



総額 **1,100億円**

新規・既存事業への投資
400億円

- 成長に向けてIT・デジタル投資に注力
- 人的資本への投資

配当還元
150億円

- 連結業績・資産の売却状況を考慮しつつ、安定的な配当を継続

自己株式の取得
550億円

- 資本効率の改善を積極的に推進

財務戦略の進捗

区分	重点戦略	重点施策	25/3期 累計実績	リバイズ 累計実績	リバイズ 累計見込	リバイズ 目標数値	進捗
財務戦略	アセットライト化 ・デットの活用	棚卸資産の圧縮	1.9回転	—	2.1回転	2.5回転	構造改革の一環で在庫処分を実施 ※減収影響により回転率を下方修正
		保有不動産 の整理 (デットの活用含む)	約190億円	約430億円	約420億円～	500億円	実現性・妥当性を検証し、企業価値 向上に寄与しない不動産を整理 ※新京都ビル売却を含む
		政策保有 株式の縮減	約250億円	約293億円	約380億円	300億円	売却合意できた株式から順次売却し、 資本効率を改善 ※純資産比率：25/3期 18%、26/3期見込 12%
	資本政策	配当還元	約110億円	約132億円	約160億円	150億円	連結業績・資産の売却状況を 考慮しつつ、安定的な配当を継続
		自己株式の取得	約270億円	約370億円	約550億円	550億円	自己株式の取得を行い、 資本効率の改善を積極的に推進
			25/3期 実績	26/3期 実績	26/3期 見込	リバイズ 目標数値	進捗
ROIC			3%	—	6%	6%～7%	資本効率向上を目指し、 ROICを指標とした管理体制を構築
ROE			4%	—	6.5%	7%	資本効率の最適化を推進

通期業績予想の修正

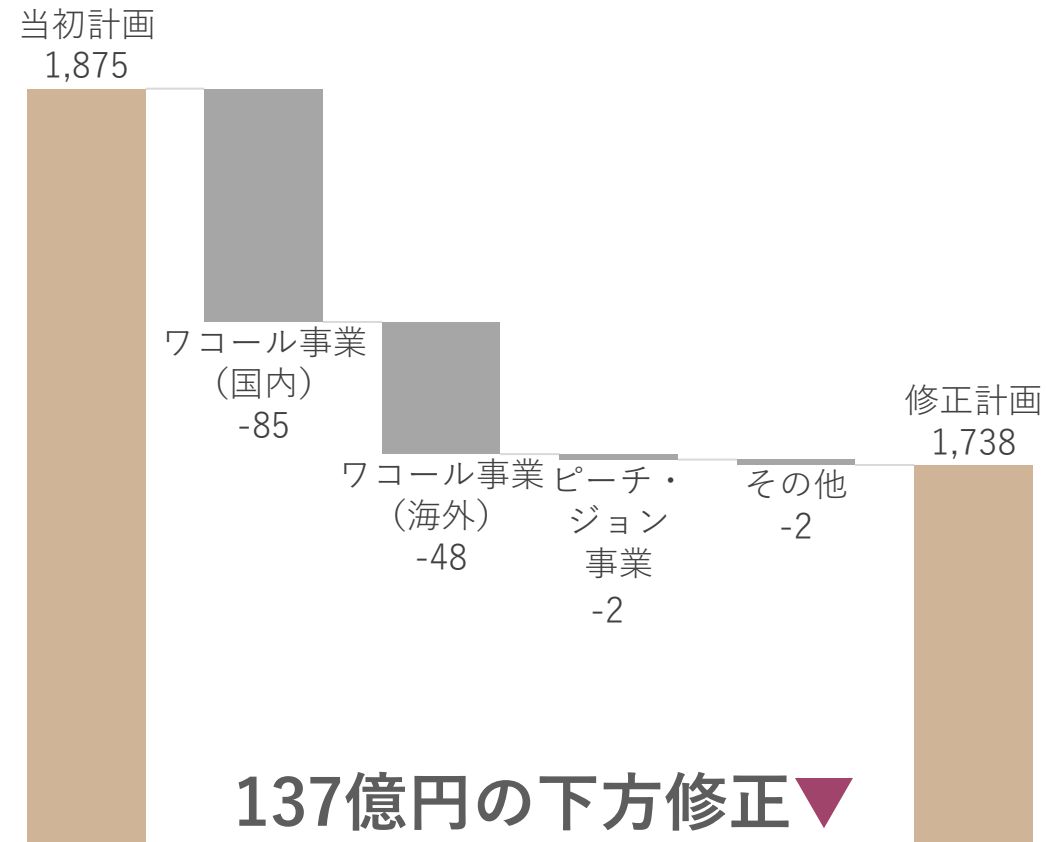
26/3期 通期業績予想修正 エグゼクティブサマリー

売上収益 1,738億円	当初計画差 (当初計画比) -137億円 (-7.3%)	国内において成長戦略を実施するものの 施策効果が想定を下回り、当初計画に対して大幅な未達見込 海外は6月発生のBravissimo社倉庫火災により機会損失が発生
売上総利益 1,013億円	当初計画差 (当初計画比) -95億円 (-8.5%)	国内は減収や商品構成等の影響で粗利改善が難航 海外は減収、火災影響に加え追加関税の影響を改めて見込む
事業損失 -15億円	当初計画差 (当初計画比) -62億円 (-)	国内は減収影響と戦略的投資を見込み下方修正 海外は火災影響に加え、欧米でのブランド認知向上のための投資、 中国の想定以上の市況低迷等を織り込み、連結の事業損益は赤字に転じる
営業利益 202億円	当初計画差 (当初計画比) -26億円 (-11.4%)	当初計画に織り込み済の新京都ビルの売却益に加え、 寮・社宅等の売却、倉庫火災の逸失利益への保険金収入を織り込む

26/3期 売上収益・事業利益の当初計画差

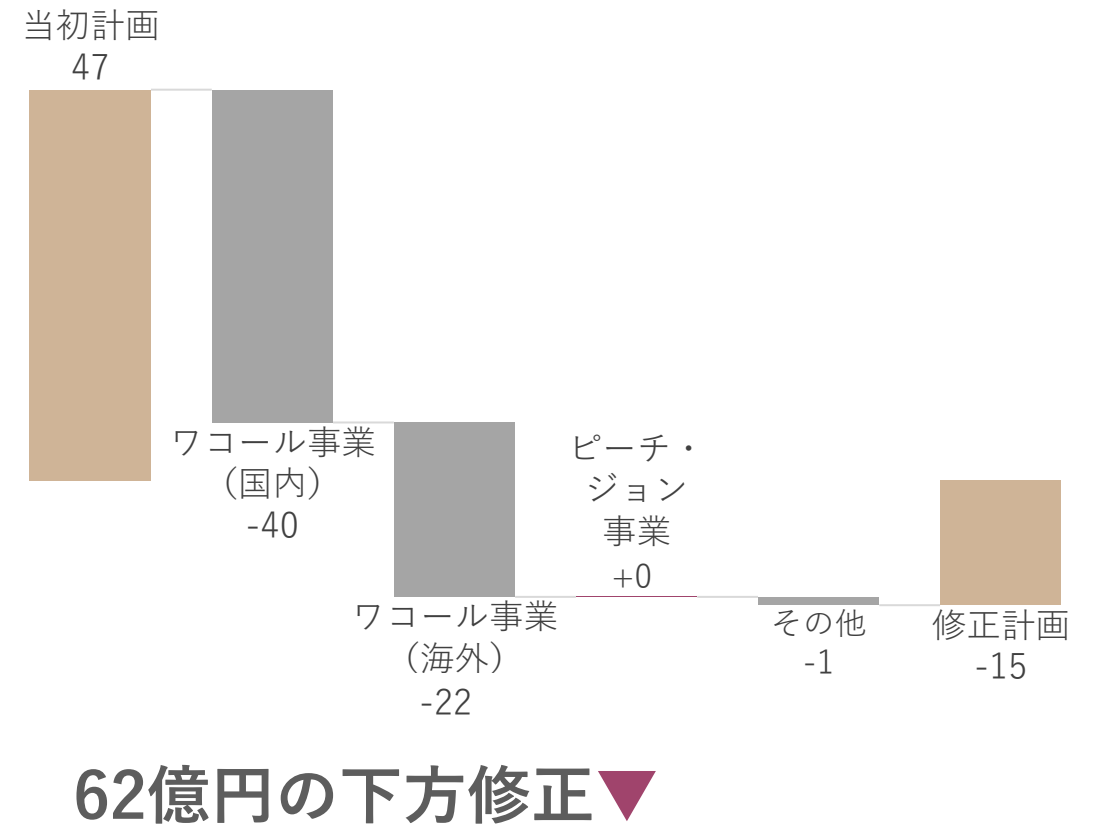
売上収益

(単位：億円)



事業利益

(単位：億円)



26/3期 通期セグメント別業績予想

(単位：百万円)

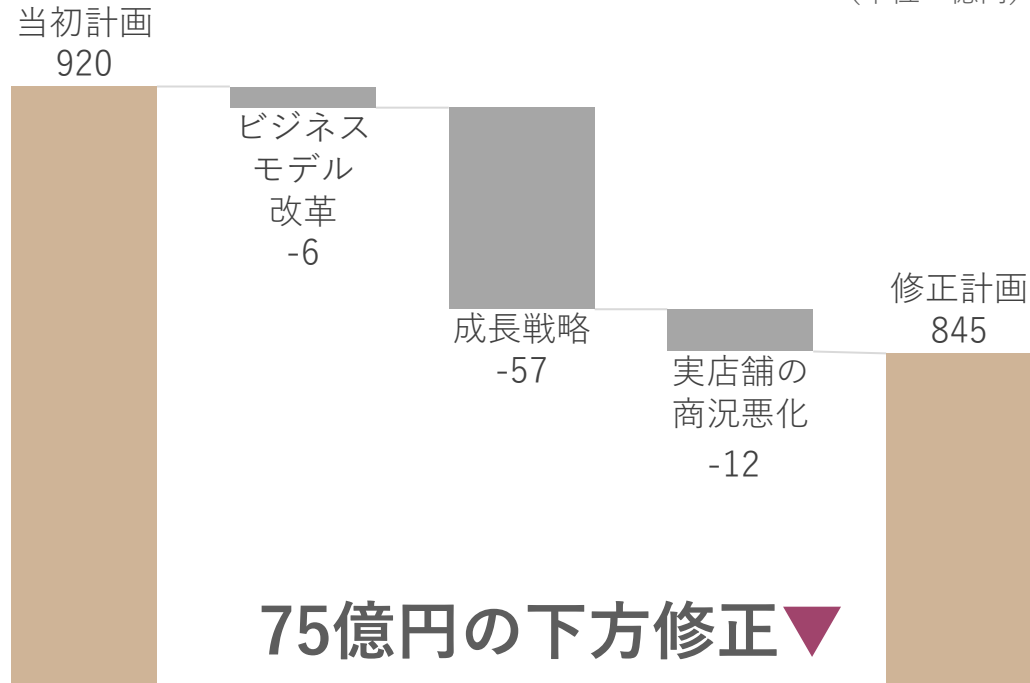
		25/3期 通期実績		26/3期 通期計画			25/3期 下期実績		26/3期 下期計画		
		実績	構成比・比率	修正計画	構成比・比率	対前年同期増減率	実績	構成比・比率	修正計画	構成比・比率	対前年同期増減率
売上収益		173,896	—	173,800	—	-0.1%	83,729	—	86,289	—	+3.1%
	ワコール事業（国内）	87,828	50.5	87,900	50.6	+0.1%	42,822	51.1	43,707	50.7	+2.1%
	ワコール事業（海外）	67,237	38.7	70,300	40.4	+4.6%	32,688	39.0	35,183	40.8	+7.6%
	ピーチ・ジョン事業	10,469	6.0	11,500	6.6	+9.8%	5,304	6.3	5,957	6.9	+12.3%
	その他	8,362	4.8	4,100	2.4	-51.0%	2,915	3.5	1,442	1.7	-50.5%
売上総利益		97,444	56.0	101,300	58.3	+4.0%	46,388	55.4	50,545	58.6	+9.0%
販管費		100,881	58.0	102,800	59.1	+1.9%	52,129	62.3	55,090	63.8	+5.7%
事業利益（損失）		-3,437	-2.0	-1,500	-0.9	—	-5,741	-6.9	-4,545	-5.3	—
	ワコール事業（国内）	-4,777	-5.4	-1,400	—	—	-4,093	—	-2,084	—	—
	ワコール事業（海外）	1,480	2.2	-500	—	—	-1,307	—	-2,501	—	—
	ピーチ・ジョン事業	-194	-1.9	300	2.6	—	-142	—	258	—	—
	その他	54	0.6	100	2.4	+85.2%	-199	—	-173	—	—
営業利益		3,288	1.9	20,200	11.6	+514.4%	-8,263	-9.9	-1,296	-1.6	—
親会社の所有者に帰属する当期利益		7,218	4.2	12,200	7	+69.0%	-1,555	—	-282	-0.3	—

(株) ワコールの業績修正要因分析

26/3期 (株) ワコールの売上収益・事業利益の当初計画差

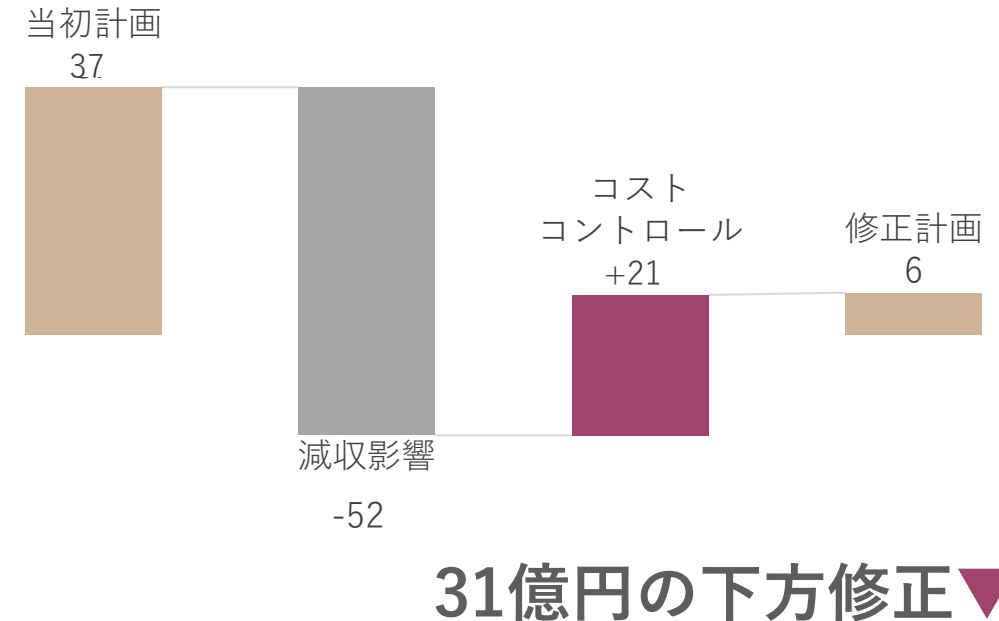
売上収益

(単位：億円)



事業利益

(単位：億円)



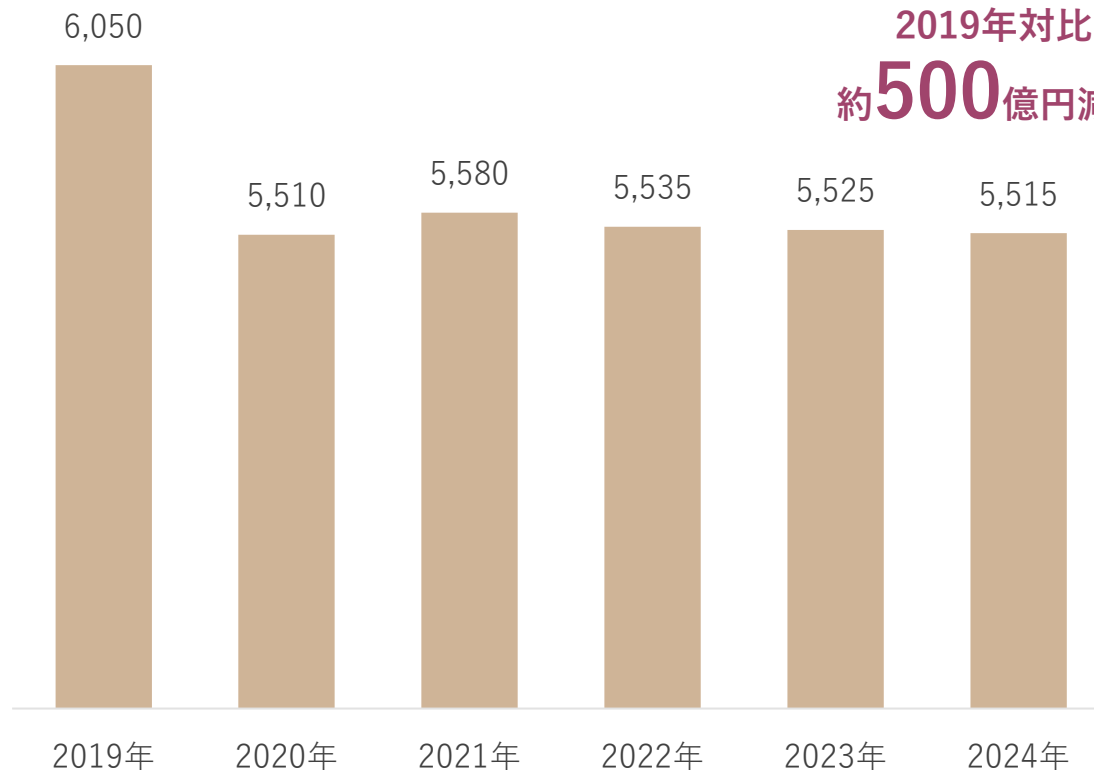
- ビジネスモデル改革
 - 成長戦略 (ブランド)
 - 成長戦略 (顧客)
 - 成長戦略 (EC)
 - 実店舗の商況悪化
- SCM改革により充足率改善したものの、コスト構造改革の一部で効果発現が遅れ、売上・事業利益ともに同額のマイナス影響
- 前年に実施した「WACOAL」のリブランディングの効果出ず、強化する「CW-X」は主力のタイツ等高単価商材が計画未達
- 置き置き・取り寄せサービスは計画以上に推移するなど一定程度は効果発現も、新規顧客獲得に苦戦
- 前年を大きく超えて伸長も、上期当初計画を下回って推移する現状を踏まえ下方修正
- 閉店影響のほか、既存店についても百貨店・量販店とも前年を下回って推移する現状を踏まえ下方修正

国内マーケットの状況

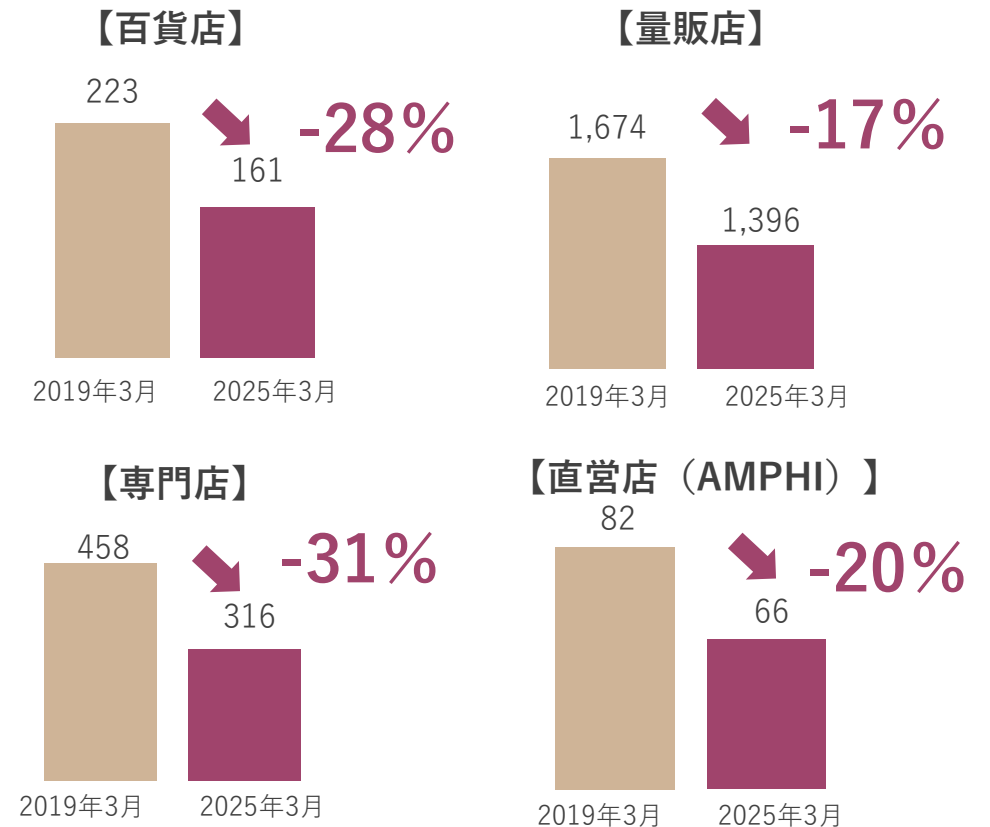
レディスインナーウェア市場は人口減少やライフスタイルの変化からコロナ禍以降縮小
ワコール取扱い店舗も閉店影響等で2019年対比で約500店舗減

レディスインナーウェア市場規模推移※1

(単位：億円)



(株) ワコール取扱い店舗数推移※2 (単位：店舗)



※1 出典：株式会社矢野経済研究所「2025 インナーウェア市場白書」(小売金額ベースで算出) ※2 自社調べ

(株) ワコールの振り返り

ビジネスモデル改革は進捗したものの、閉店影響等による商況悪化や成長戦略の発現不足により計画未達

目標未達原因



要因分析



今後の対策

01 チャネル構成の変化と市場縮小の加速

卸売業態（百貨店・量販店・専門店）の閉店・縮小加速。経済の先行き不透明感による消費者マインドの低下、選別消費の強まり等で想定以上に市場が縮小

①外部環境変化への対応力向上

市場全体の縮小や消費者行動の変化に対し、ECシフト強化や新業態等への転換を加速

02 施策の期待に対する根拠裏付けが不十分

各施策において売上増を見込んだが、計画数値の根拠となる施策が十分ではなく、未実現に

②施策の実効性強化

市場環境の分析と施策の効果検証を丁寧に行い、計画達成までの道筋をつける

03 新規・フリー客の減少

リブランディングやCW-Xプロモーション施策の効果が限定的で、新規・フリー客の獲得に至らず

③顧客基盤の強化

新たな顧客接点として、ボディデータを活用したパーソナライズ対応施策を強化

現状振り返り及び下期以降の取り組み ①外部環境変化への対応力向上

ECは売れ筋商品の欠品による機会損失を徹底的に無くし、新業態は営業体制やチャネル拡大を強化

今期の取り組み成果・課題※1

下期以降の取り組み

ECシフト 強化

- 自社ECでのプロパー売上 **前年比113%**
- 「わたしに合うブラ診断」利用者は全体購買の2倍の購買率
- 自社EC専用商材の展開増
 - ×スター品番・重点品番の欠品による機会損失
 - ×広告運用効率化により、訪問客増も計画には未達
 - ×他社ECでの価格競争激化

(自社EC)

- ✓ 在庫コントロール強化による欠品防止
- ✓ 会員施策の深化

(他社EC)

- ✓ EC専用商材の拡充
- ✓ 他社ECでの価格戦略・販促強化

新業態 推進

- △ドラッグストア等での商品取り扱い拡大も規模は小さい
- ×新規チャネル展開のスピード不足

- ✓ 新業態開拓の営業体制増強（人員追加）
- ✓ 商品ラインナップ拡充（あたたか商材等）
- ✓ 外部パートナー連携強化
- ✓ 段階的なチャネル拡大

※1 業績にかかわる数値は2026年3月期 第2四半期時点

現状振り返り及び下期以降の取り組み ②施策の実効性強化

施策の実効力不足については、迅速にリカバリープランを発動、軌道修正を行いながら精度高める

今期の取り組み成果・課題※1

下期以降の取り組み

リブラン ディング 施策 (WACOAL)

- 顧客ニーズ対応商品は計画通り開発・展開
- WEB広告による20～30代の認知率向上 **前年差+3.9pt**
- デザインの鮮度は維持しつつ、スター品番候補でのモジュール開発を実施し、生産効率向上
- ×ブランドの世界観訴求も、商品の機能性が伝わらず購買意欲喚起が不十分
- ×シニアに向けた商品・コミュニケーションの不足

- ✓ スター品番候補のバリエーション強化・機能メリット訴求
- ✓ WEB広告から購入ページへの動線改善
- ✓ ドラッグストア展開拡大
- ✓ プレミアム紹介率を高める接客教育強化
- ✓ シニア向け提案の開始、シニア商材の追加

CW-X プロモ ーション 施策

- 全体売上は伸長 **前年比120%**
- 自社ECは好調に推移し売上増 **前年比141%**
- × レディースインナーウェア全体への波及効果はなし
- × 量販店のセールス人員不足
- × 職域開拓では体制整備遅れで実行遅延

- ✓ レディース品番追加
- ✓ カラー・柄バリエーション拡充
- ✓ EC専用商品の拡充
- ✓ 定期的・継続的なプロモーション強化
- ✓ 職域開拓体制の強化（身体負荷の高い職種等）

※1 業績にかかわる数値は2026年3月期 第2四半期時点

現状振り返り及び下期以降の取り組み ③顧客基盤の強化

既存・新規・フリー顧客すべてに対して、ボディデータを活用したパーソナライズ対応施策を強化

今期の取り組み成果・課題※1

下期以降の取り組み

既存顧客

- 既存顧客への売上は前年比伸長 **前年比102%**
- 「置き置き・置き寄せ」は計画以上に推移 **計画比121%**
- ×「置き置き・置き寄せ」は計画以上に進行するも、閉店や売場縮小による顧客接点減のカバーには至らず

- ✓「わたしに合うブラ診断」等の個人ニーズに応じた施策の強化
- ✓パーソナライズ情報発信のさらなる拡充
- ✓来店促進とジャストフィット体験の深化

新規客・フリー客

- リブランディング施策などで全体の認知率は向上 **前年差+3.2pt**
- 自社ECの訪問客数増
- ×既存顧客への取組に集中し、新規顧客施策が後ろ倒しに
- ×各種施策において購買意欲を喚起できず売上増に繋がらず

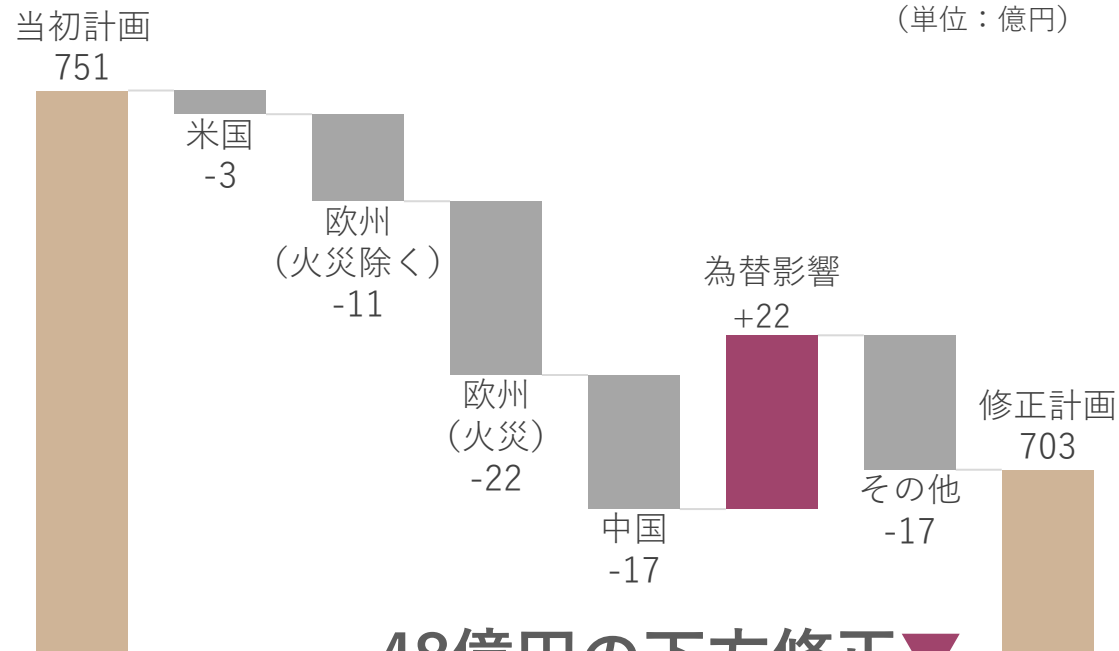
- ✓“からだ”への関心を起点に来店動機を喚起
- ✓LINEからの顧客誘導を開始
- ✓カルネアプリ・LINEを活用し潜在顧客へアプローチ、「SCANBE」「ブラ無料診断」をフックに来店促進強化

※1 業績にかかわる数値は2026年3月期 第2四半期時点

海外事業の業績修正要因分析

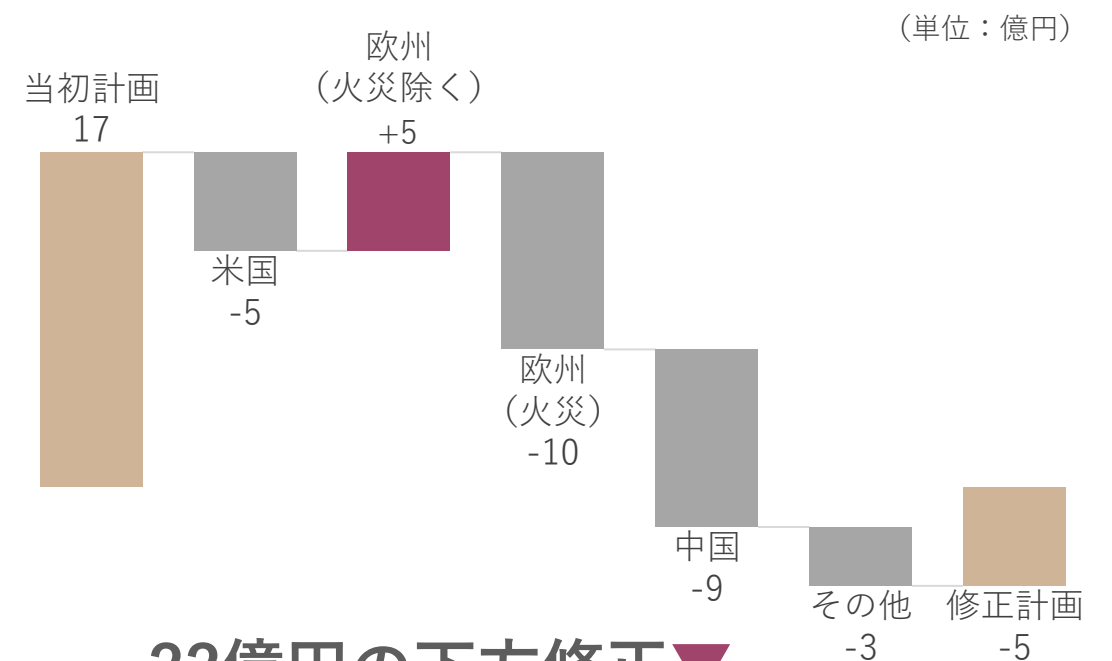
26/3期 ワコール事業（海外）の売上収益・事業利益の当初計画差

売上収益



48億円の下方修正▼

事業利益



22億円の下方修正▼

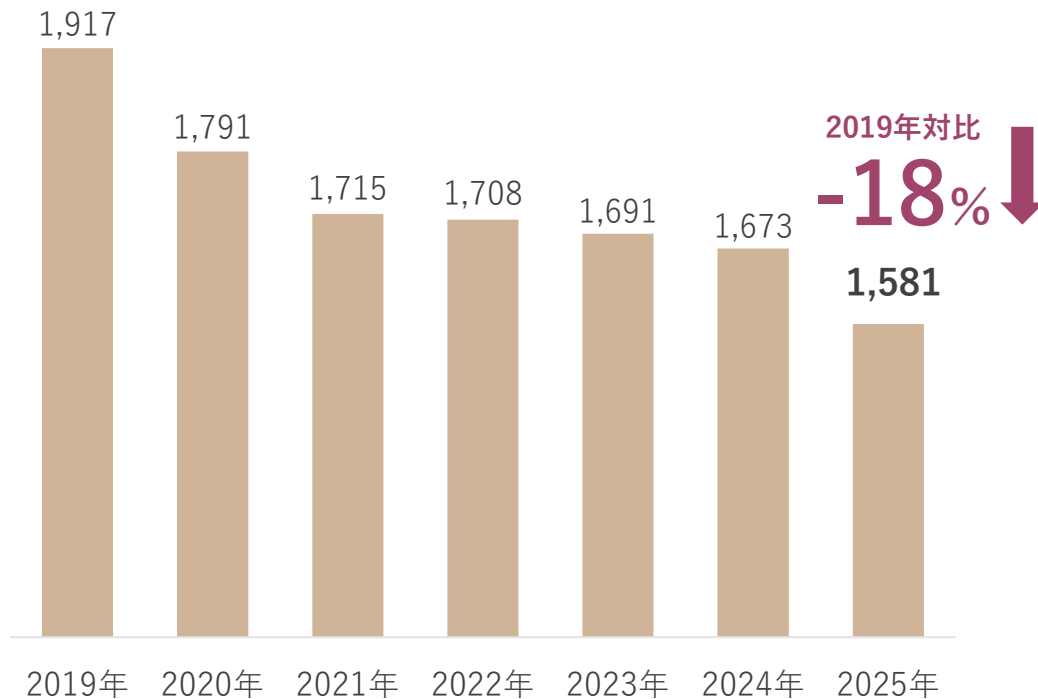
- 米国
- 欧州 (火災除く)
- 欧州 (火災)
- 中国
- その他

足元では卸売得意先において仕入抑制が厳格化、当初計画策定時に不透明だった追加関税により仕入原価が高騰し利益ひっ迫
北米の百貨店、英国の専業ECの不振で売上は下方修正も、無形資産償却費が想定より減少する等で利益は上方修正
6月下旬に英国Bravissimo社物流倉庫で火災発生し、売上・事業利益へ影響。損害は保険で補填予定、営業利益には影響なし
一部店舗で施策効果現れつつも、実店舗・ECとも厳しい状況が続く現状を踏まえ、売上・利益とも下方修正
製造会社の受注減による不振、香港の市況悪化影響等アジア子会社の低迷を織り込む

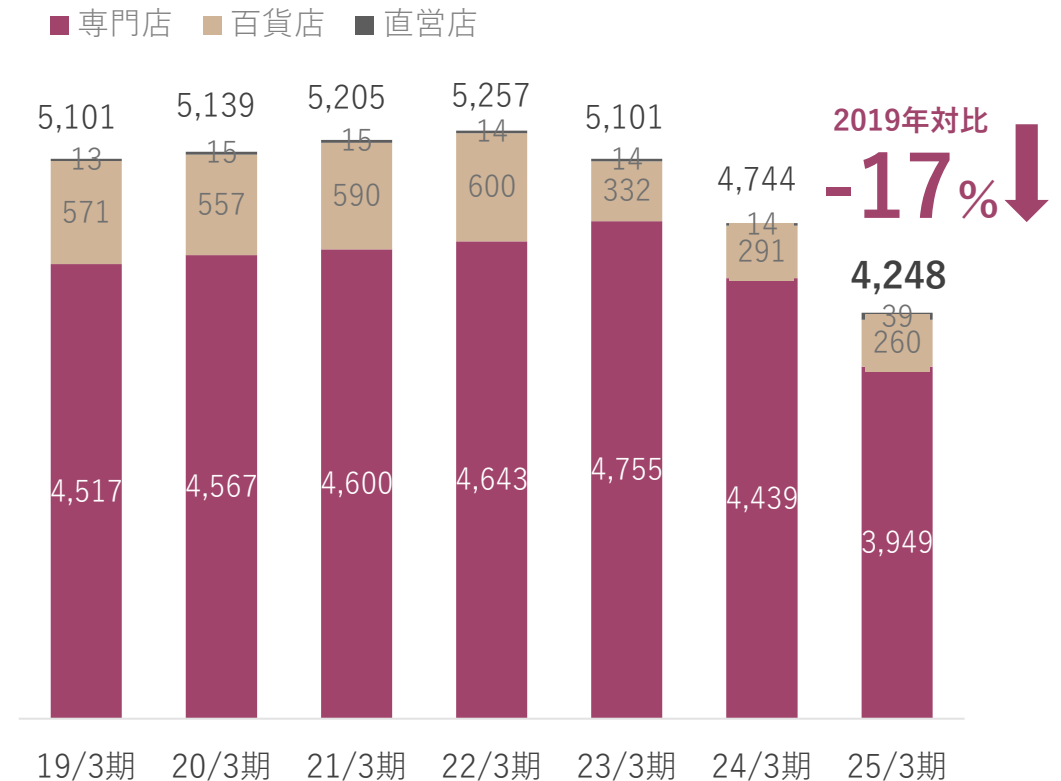
海外マーケットの状況

米国、欧州はコロナ禍以降取り扱い店舗数が減少、2019年対比でグローバルでも閉店加速

米国ワコール 取り扱い百貨店店舗数推移※1



ワコールヨーロッパ 欧州取り扱い実店舗数推移※2



※1 出典：米国、カナダの百貨店のうち、ワコール製品を展開する主要な12の百貨店の経年の店舗数を抽出し算出 ※2 自社調べ

海外事業の振り返り

米国、中国は景況感の悪化を背景に伸び悩み、欧州は想定外のサイバー事故や倉庫火災の影響が大きく響く

目標未達原因



要因分析



今後の対策

米国



- ・実店舗での売上減を補うECシフトの未完
- ・トレンドの変化

- ECシフト強化はIO社撤退により遅延。自社ECのシステム切り替え（Shopify）は一部ブランドに留まり、UI・UX改善も初期フェーズ
- 市場が求める快適性商品群や豊富なサイズ展開の不足

ECシフトの加速

顧客ニーズに沿った商品開発

欧州



- ・米国百貨店、英国EC不振
- ・Bravissimoの倉庫火災影響

- 米国の消費冷え込みによる百貨店の売上減および英国Marks & SpencerのサイバーインシデントによるECサイト停止による影響
- 想定外の倉庫火災によりECサイト停止

欧州大陸市場の更なる拡大

事業の早急な復旧・PMI推進強化

中国



- ・実店舗の集客力低下
- ・ECチャネルの競争激化

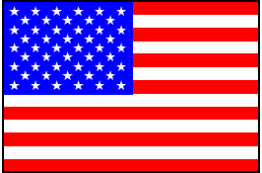
- 百貨店やモール集客力減と外部環境悪化店舗の老朽化によるブランドイメージの衰退
- 中国国内新興ブランドが多数台頭

ブランドイメージの刷新

EC事業の拡大

事業の効率化

米国：現状振り返り及び下期以降の取り組み



デジタルマーケティング強化による顧客獲得及び顧客ニーズに沿った商品展開

今期の取り組み成果・課題

下期以降の取り組み

ECシフト強化

- CRMシステムを導入し顧客データの収集・分析を開始
- △自社ECのシステム切り替え（Shopify）は一部のブランドに留まり、他ブランドは進行中
- ×EC強化を目的としたUI・UX改善は初期段階

- ✓ 顧客データを活用した戦略的マーケティングの強化（ロイヤリティプログラムの導入）
- ✓ 自社ECのシステム切り替え対象ブランド拡大
- ✓ UI・UXの継続的な改善
- ✓ 大手専門ECへの投資強化

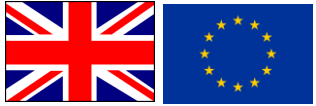
顧客ニーズに沿った商品開発

- プラスサイズ商品※1、スマートサイズ商品※2の追加導入（新規ブランドのBetter than Braless、Ever Flexingを導入）
- ×快適性のある商品展開が不十分

- ✓ プラスサイズ商品、スマートサイズ商品のさらなる拡充
- ✓ 顧客ニーズの高いノンワイヤー商品の展開

※1 標準サイズよりも大きな体型や体格を持つ人のための大きなサイズの商品 ※2 細かいカップサイズやアンダーサイズで分けず、体型やバストの目安に合わせサイズ展開（SML等）した商品

欧州：現状振り返り及び下期以降の取り組み



市場拡大余地が見込める欧州大陸市場のさらなる強化、Bravissimo社の早期復旧・PMI推進

今期の取り組み成果・課題

下期以降の取り組み

欧州大陸 市場の さらなる 拡大

- ドイツ市場での専業ECの拡大 前年比**124%**^{※1}
- Most Loved Styles の販売戦略に基づく売筋品番に絞った得意先へのアプローチの推進

- ✓ フランスでの自社ECローンチの準備
- ✓ ドイツでの新規百貨店への展開
- ✓ ベルギーでの高級百貨店への出店
- ✓ スペインでの展開済みの百貨店への店舗拡大

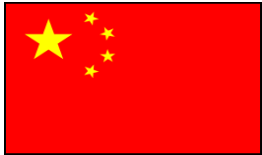
事業の 早期復旧

Bravissimo PMI推進

- 倉庫火災影響による商品不足を補うべく、Bravissimo社直営店でのワコールヨーロッパ商品の取り扱いを拡大
- ワコールヨーロッパの自社ECにBravissimo顧客を誘導
- ワコールヨーロッパの既存卸売ルートを生かしたBravissimo社ブランドの販売実施

- ✓ Bravissimo社のECビジネスの早期回復
- ✓ Bravissimo社商品のワコールスリランカ工場での生産開始
- ✓ バックオフィス部門の協業推進

中国：現状振り返り及び下期以降の取り組み



店舗改装やMUSEを起用したブランド認知及び価値向上により、売上拡大を狙う

今期の取り組み成果・課題※1

下期以降の取り組み

ブランド イメージ 刷新

- 店舗改装によるイメージ刷新（改装店舗売上 **前年比120%**）
- 正価販売でのブランド価値訴求
- ×ECサイト刷新でイメージの作り直しも売上には直結せず

- ✓ 店舗改装によるイメージ刷新の継続
- ✓ ワコールと親和性の高いMUSEを採用

EC事業 の拡大

- ×SNSを主体とした広告拡大を実施したが訪問客数増えず
- ×KOLを活用した自社ライブ実施も集客効果は限定的
- ⇒下期MUSE採用を検討

- ✓ MUSEのSNS拡散経路での新規顧客獲得
- ✓ 訪問客と訴求商品のマッチングを強化し購入率改善を図る

事業の 効率化

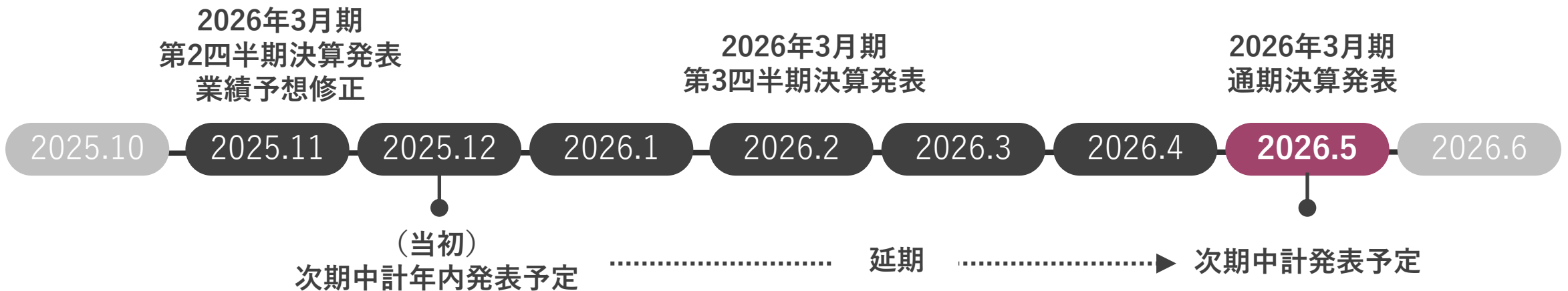
- 不採算店舗の撤退判断を継続的に実施
- 継続的な人員効率の向上
- EC、アウトレットの割引低減（粗利率 **前年差 + 1.4pt**）

- ✓ 赤字店舗の追加撤退
- ✓ 販売員の適正管理
- ✓ 継続的な割引低減

※1 業績にかかわる数値は2026年3月期 第2四半期時点

次期中期経営計画の公表延期について

連結業績予想の修正に伴い、次期中期経営計画の公表を年内から2026年5月へ延期
従来の前提に基づく計画では実効性・信頼性の確保が困難と判断



中計リバイズ：
修正計画の遂行／業績未達要因の徹底的な分析・改善

次期中期経営計画策定：
中計リバイズの徹底検証、抜本改革案の策定、実効力の伴った施策の検討

- 中計リバイズ取り組み成果の見極め
- 外部知見を活用した実効性、信頼性の高い施策検討
- 市場環境を踏まえた自社の事業構造の多角的な分析

Appendix

26/3期 上期 決算概況

(単位：百万円)

為替レート	1\$	1£	1元
25/3期 上期実績	152.63	195.46	21.15
26/3期 上期実績	146.04	195.96	20.30

	25/3期 上期実績	売上比	26/3期 上期実績	売上比	対前年同期	
					増減額	増減率
売上収益	90,167	—	87,511	—	-2,656	-2.9%
売上原価	39,111	43.4	36,756	42.0	-2,355	-6.0%
売上総利益	51,056	56.6	50,755	58.0	-301	-0.6%
販売費及び一般管理費	48,752	54.1	47,710	54.5	-1,042	-2.1%
事業利益	2,304	2.6	3,045	3.5	+741	+32.2%
その他の収益	10,268	11.4	20,269	23.2	+10,001	+97.4%
その他の費用	1,021	1.1	1,773	2.0	+752	+73.7%
営業利益	11,551	12.8	21,541	24.6	+9,990	+86.5%
金融収益	992	1.1	1,015	1.2	+23	+2.3%
金融費用	295	0.3	410	0.5	+115	+39.0%
持分法による投資利益（損失）	567	0.6	-1,980	-2.3	-2,547	—
税引前利益	12,815	14.2	20,166	23.0	+7,351	+57.4%
親会社の所有者に帰属する当期利益	8,773	9.7	12,418	14.2	+3,645	+41.5%

26/3期 上期 決算概況（セグメント別）

（単位：百万円）

為替レート	1\$	1£	1元
25/3期 上期実績	152.63	195.46	21.15
26/3期 上期実績	146.04	195.96	20.30

	25/3期 上期実績	構成比	26/3期 上期実績	構成比	対前年同期	
					増減額	増減率
ワコール事業（国内）	45,006	49.9	44,193	50.5	-813	-1.8%
ワコール事業（海外）	34,549	38.3	35,117	40.1	+568	+1.6%
ピーチ・ジョン事業	5,165	5.7	5,543	6.3	+378	+7.3%
その他	5,447	6.0	2,658	3.0	-2,789	-51.2%
売上収益	90,167	100.0	87,511	100.0	-2,656	-2.9%
	25/3期 上期実績	売上比	26/3期 上期実績	売上比	増減額	増減率
ワコール事業（国内）	-684	-1.5	684	1.5	+1,368	—
ワコール事業（海外）	2,787	8.1	2,046	5.8	-741	-26.6%
ピーチ・ジョン事業	-52	-1.0	42	0.8	+94	—
その他	253	4.6	273	10.3	+20	+7.9%
事業利益（損失）	2,304	2.6	3,045	3.5	+741	+32.2%
	25/3期 上期実績	売上比	26/3期 上期実績	売上比	増減額	増減率
ワコール事業（国内）	8,497	18.9	18,632	42.2	+10,135	+119.3%
ワコール事業（海外）	2,783	8.1	2,270	6.5	-513	-18.4%
ピーチ・ジョン事業	-44	-0.9	56	1.0	+100	—
その他	315	5.8	583	21.9	+268	+85.1%
営業利益（損失）	11,551	12.8	21,541	24.6	+9,990	+86.5%

26/3期 上期 決算概況（主要子会社）

（単位：百万円）

為替レート	1 \$	1 £	1元
25/3期 上期実績	152.63	195.46	21.15
26/3期 上期実績	146.04	195.96	20.30

	売上収益				事業利益（損失）				営業利益（損失）			
	25/3期 上期実績	26/3期 上期実績	対前年同期 増減額	対前年同期 増減率	25/3期 上期実績	26/3期 上期実績	対前年同期 増減額	対前年同期 増減率	25/3期 上期実績	26/3期 上期実績	対前年同期 増減額	対前年同期 増減率
ワコール	42,094	41,745	-349	-0.8%	-283	606	889	—	9,761	17,082	7,321	+75.0%
ワコール インター ナショナル	14,402	12,425	-1,977	-13.7%	1,227	821	-406	-33.1%	1,233	823	-410	-33.3%
ワコール ヨーロッパ	11,490	15,858	+4,368	+38.0%	1,056	881	-175	-16.6%	940	936	-4	-0.4%
中国ワコール	4,525	3,425	-1,100	-24.3%	-246	-352	-106	—	-248	-335	-87	—
ピーチ・ジョン （連結）	5,165	5,543	+378	+7.3%	-52	42	94	—	-44	56	100	—
A i	2,027	2,022	-5	-0.2%	248	220	-28	-11.3%	244	220	-24	-9.8%

【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	94,361	85,082	-9,279	-9.8%	8,033	5,624	-2,409	-30.0%	8,078	5,635	-2,443	-30.2%
ワコール ヨーロッパ	58,786	80,924	+22,138	+37.7%	5,398	4,515	-883	-16.4%	4,805	4,796	-9	-0.2%
中国ワコール	213,971	168,705	-45,266	-21.2%	-11,665	-17,340	-5,675	—	-11,758	-16,532	-4,774	—

※原則、各国現地会計基準にて表示

26/3期 通期計画

(単位：百万円)

為替レート	1 \$	1 £	1 円
26/3期 修正計画	150.00	200.00	21.00
26/3期 当初計画	150.00	190.00	20.00
25/3期 実績	152.58	21.10	194.61

	25/3期 実績	売上比	26/3期 修正計画	売上比	対前年同期	
					増減額	増減率
売上収益	173,896	—	173,800	—	-96	-0.1%
売上原価	76,452	44.0	72,500	41.7	-3,952	-5.2%
売上総利益	97,444	56.0	101,300	58.3	+3,856	+4.0%
販売費及び一般管理費	100,881	58.0	102,800	59.1	+1,919	+1.9%
事業利益	-3,437	—	-1,500	—	+1,937	—
その他の収益	11,211	6.4	23,950	13.8	+12,739	+113.6%
その他の費用	4,486	2.6	2,250	1.3	-2,236	-49.8%
営業利益	3,288	1.9	20,200	11.6	+16,912	+514.4%
金融収益	2,170	1.2	1,850	1.1	-320	-14.7%
金融費用	591	0.3	780	0.4	+189	+32.0%
持分法による投資利益（損失）	813	0.5	-1,870	—	-2,683	—
税引前利益	5,680	3.3	19,400	11.2	+13,720	+241.5%
親会社の所有者に帰属する当期利益	7,218	4.2	12,200	7.0	+4,982	+69.0%

26/3期 通期計画（セグメント別）

（単位：百万円）

為替レート	1 \$	1 £	1 円
26/3期 修正計画	150.00	200.00	21.00
26/3期 当初計画	150.00	190.00	20.00
25/3期 実績	152.58	21.10	194.61

	25/3期 実績	構成比	26/3期 修正計画	構成比	対前年同期	
					増減額	増減率
ワコール事業（国内）	87,828	50.5	87,900	50.6	+72	+0.1%
ワコール事業（海外）	67,237	38.7	70,300	40.4	+3,063	+4.6%
ピーチ・ジョン事業	10,469	6.0	11,500	6.6	+1,031	+9.8%
その他	8,362	4.8	4,100	2.4	-4,262	-51.0%
売上収益	173,896	100.0	173,800	100.0	-96	-0.1%
	25/3期 実績	売上比	26/3期 修正計画	売上比	増減額	増減率
ワコール事業（国内）	-4,777	—	-1,400	—	+3,377	—
ワコール事業（海外）	1,480	2.2	-500	—	-1,980	—
ピーチ・ジョン事業	-194	—	300	2.6	+494	—
その他	54	0.6	100	2.4	+46	+85.2%
事業利益（損失）	-3,437	—	-1,500	—	+1,937	—
	25/3期 実績	売上比	26/3期 修正計画	売上比	増減額	増減率
ワコール事業（国内）	2,970	3.4	18,700	21.3	+15,730	+529.6%
ワコール事業（海外）	419	0.6	800	1.1	+381	+90.9%
ピーチ・ジョン事業	-266	—	280	2.4	+546	—
その他	165	2.0	420	10.2	+255	+154.5%
営業利益（損失）	3,288	1.9	20,200	11.6	+16,912	+514.4%

26/3期 通期計画（主要子会社）

（単位：百万円）

為替レート	1\$	1£	1元
26/3期 修正計画	150.00	200.00	21.00
26/3期 当初計画	150.00	190.00	20.00
25/3期 実績	152.58	21.10	194.61

	売上収益				事業利益（損失）				営業利益（損失）			
	25/3期 実績	26/3期 修正計画	対前年同期		25/3期 実績	26/3期 修正計画	対前年同期		25/3期 実績	26/3期 修正計画	対前年同期	
			増減額	増減率			増減額	増減率			増減額	増減率
ワコール	82,369	82,937	+568	+0.7%	-2,542	630	+3,172	—	6,180	18,572	+12,392	+200.5%
ワコール インター ナショナル	24,917	23,829	-1,088	-4.4%	675	-450	-1,125	—	681	-449	-1,130	—
ワコール ヨーロッパ	25,201	30,991	+5,790	+23.0%	1,124	963	-161	-14.3%	857	1,983	+1,126	+131.4%
中国ワコール	9,085	8,377	-708	-7.8%	-736	-902	-166	—	-1,844	-893	+951	—
ピーチ・ジョン （連結）	10,469	11,500	+1,031	+9.8%	-194	300	+494	—	-266	280	+546	—
A i	2,862	2,865	+3	+0.1%	122	80	-42	-34.4%	121	80	-41	-33.9%

【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	163,305	158,863	-4,442	-2.7%	4,435	-3,000	-7,435	—	4,466	-2,990	-7,456	—
ワコール ヨーロッパ	129,493	154,955	+25,462	+19.7%	5,772	4,815	-957	-16.6%	4,399	9,915	+5,516	+125.4%
中国ワコール	430,546	398,917	-31,629	-7.3%	-34,834	-42,921	-8,087	—	-87,367	-42,496	+44,871	—

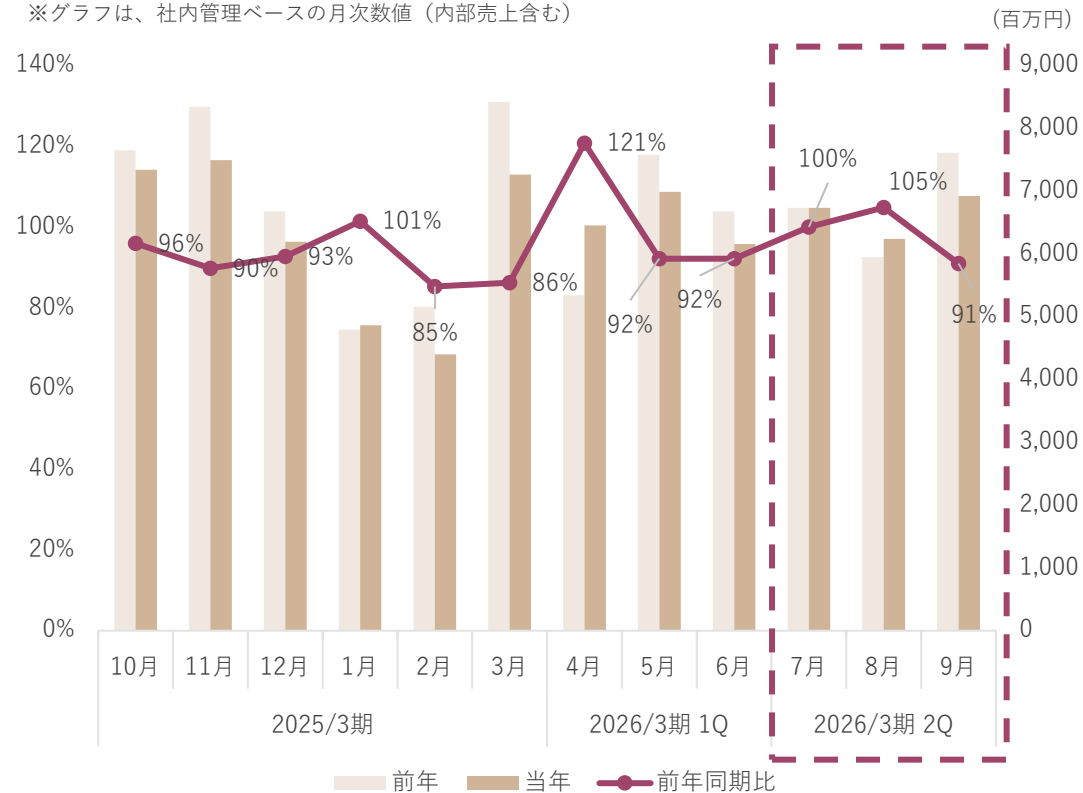
※原則、各国現地会計基準にて表示

国内主要子会社の売上月次推移

(株) ワコール

26/3期2Q:前年同期比98%▼26/3期上期:前年同期比99%▼

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む）

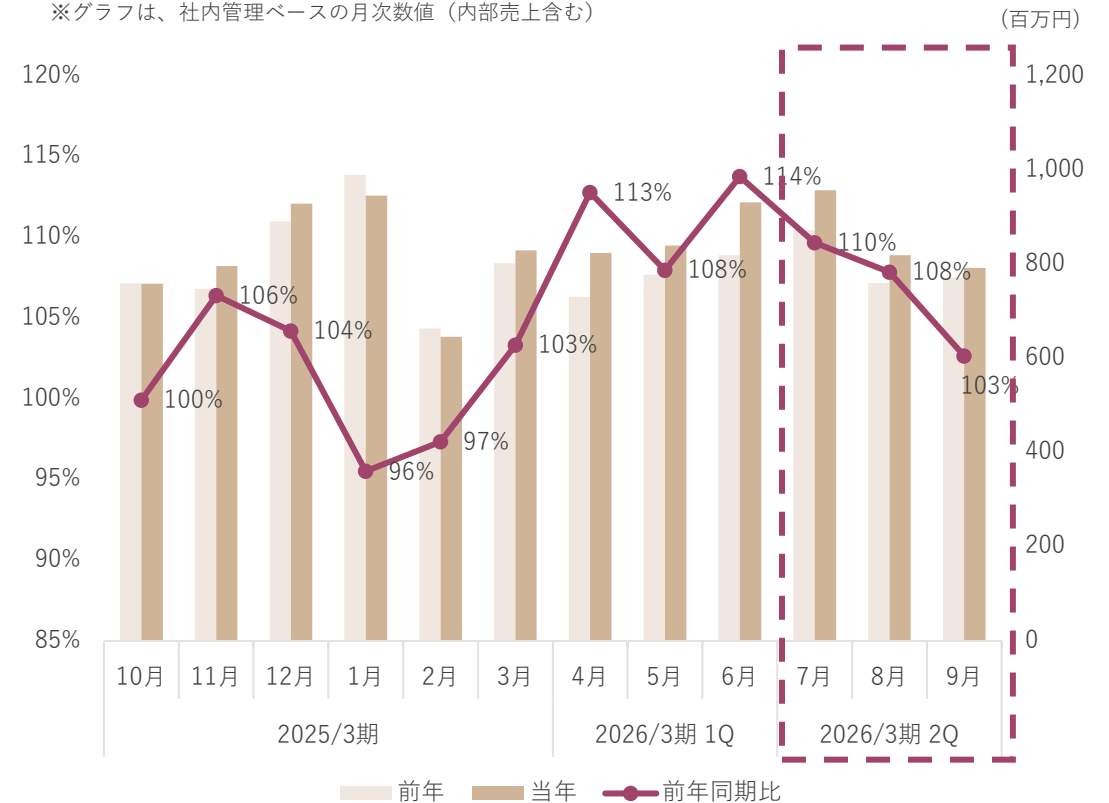


2025年7月 前年▶ ○ 自社EC好調、単月最高売上
 2025年8月 前年▲ ○ 実店舗堅調（既存店前期超え）○ 他社EC好調
 2025年9月 前年▼ × 実店舗苦戦 ○ 自社EC好調 ○ 他社EC好調

(株) ピーチ・ジョン

26/3期2Q:前年同期比107%▲26/3期上期:前年同期比109%▲

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む）



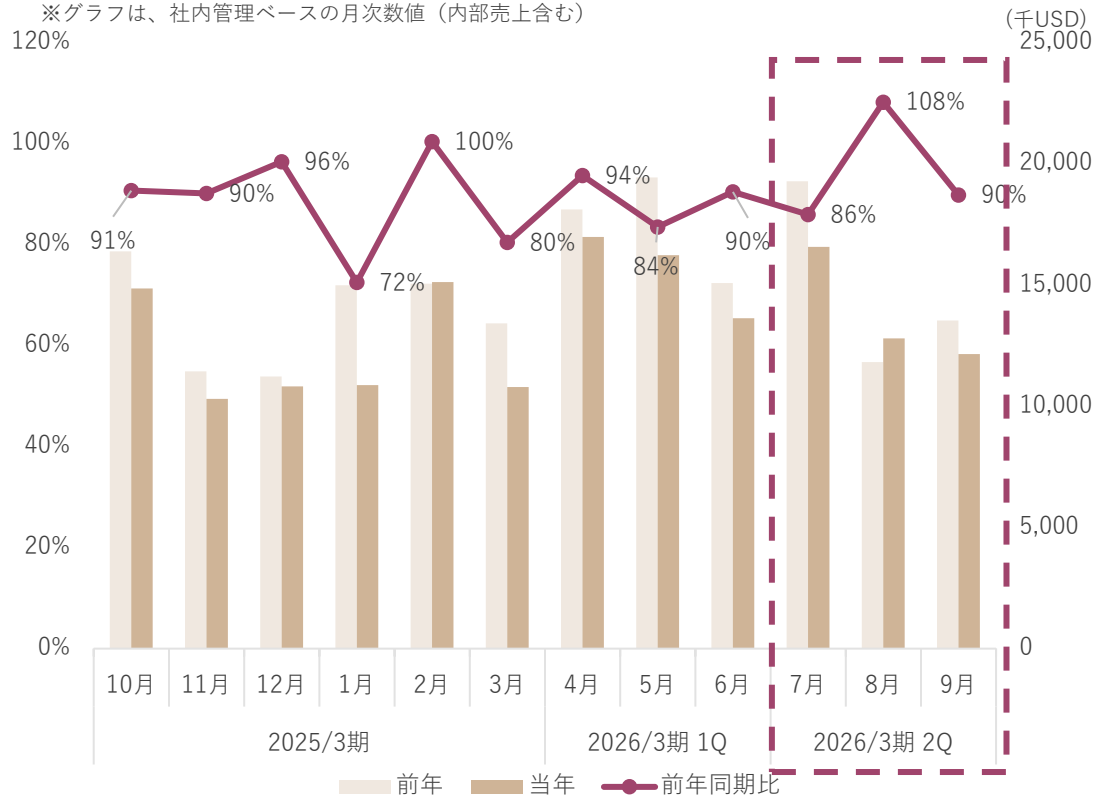
2025年7月 前年▲ ○ 実店舗、ECとも好調
 2025年8月 前年▲ ○ 実店舗、ECとも好調
 2025年9月 前年▲ ○ EC好調 ○ 実店舗堅調（既存店前期超え）

海外主要子会社の売上月次推移①

米国ワコール

26/3期2Q:前年同期比93% ▼ 26/3期上期:前年同期比91% ▼

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む）

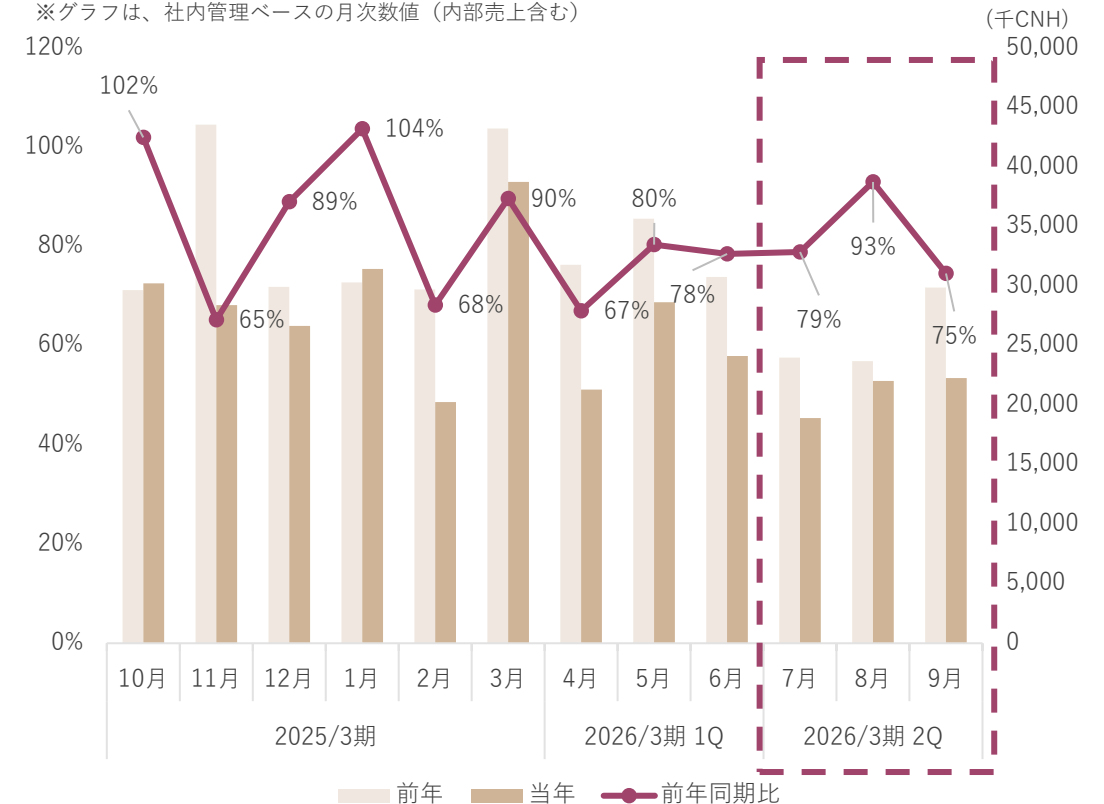


2025年7月 前年 ▼ × 閉店影響（百貨店） × 得意先仕入抑制
 2025年8月 前年 ▲ ○ 価格改定による増収 ○ 新製品好調
 2025年9月 前年 ▼ × 閉店影響（百貨店） × 得意先仕入抑制

中国ワコール

26/3期2Q:前年同期比82% ▼ 26/3期上期:前年同期比78% ▼

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む）



2025年7月 前年 ▼ × 実店舗、ECともに苦戦
 2025年8月 前年 ▼ × モール苦戦 ○ 百貨店、他社EC前年並み
 2025年9月 前年 ▼ × 実店舗、ECともに苦戦

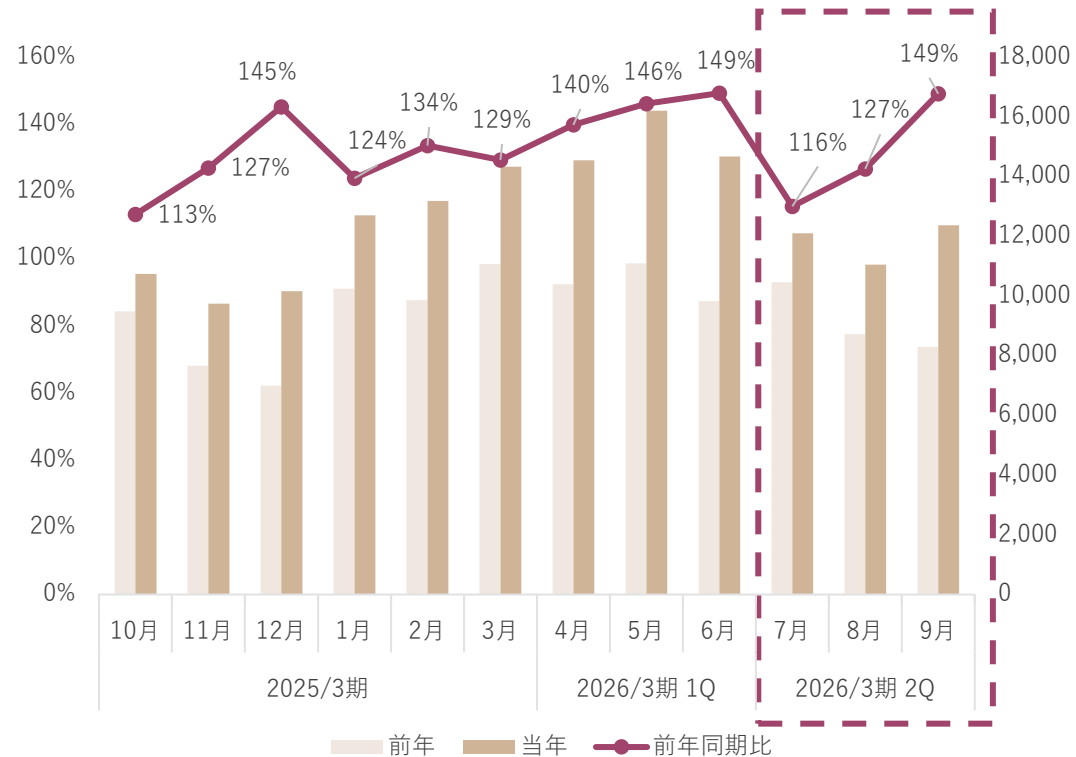
海外主要子会社の売上月次推移②

ワコールヨーロッパ※Bravissimo社含む

26/3期2Q:前年同期比129%▲26/3期上期:前年同期比138%▲

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む）

（千GBP）



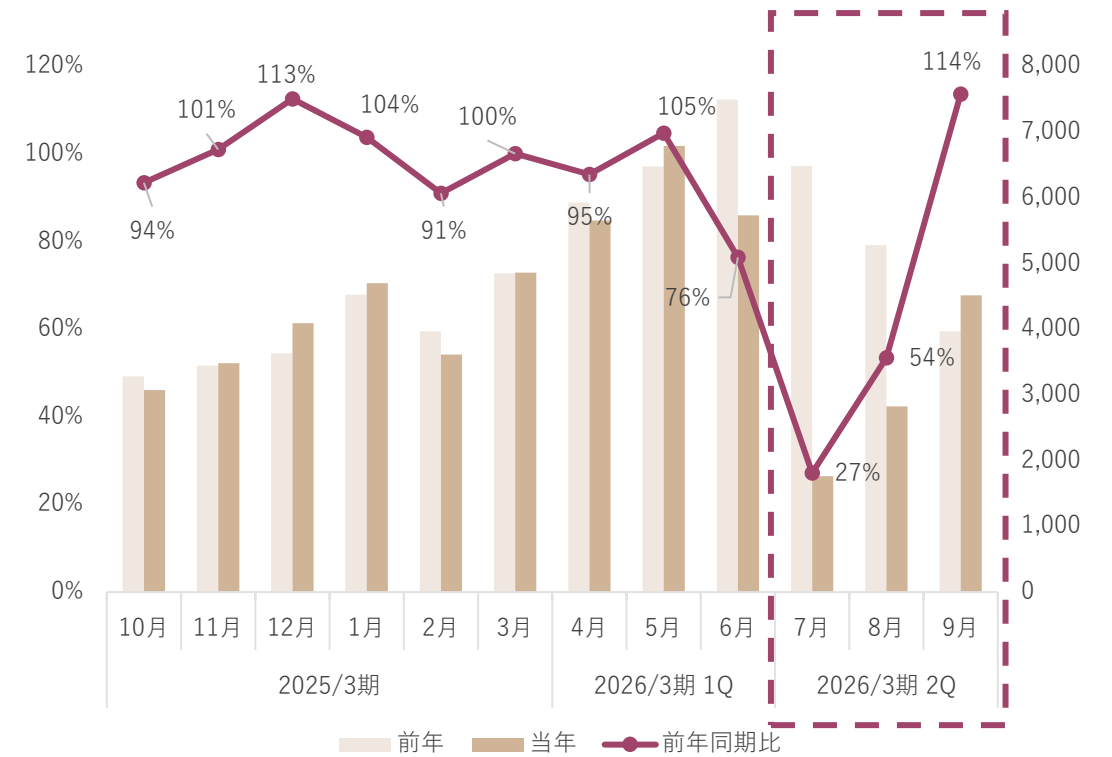
2025年7月 前年▲ ○ 買収による増収 ○ 大陸好調
 2025年8月 前年▲ ○ 買収による増収
 2025年9月 前年▲ ○ 買収による増収 ○ 英国好調

Bravissimo社

26/3期2Q:前年同期比58%▼26/3期上期:前年同期比77%▼

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む）

（千GBP）



2025年7月 前年▼ × 物流倉庫火災により自社EC停止
 2025年8月 前年▼ × 物流倉庫火災により自社EC停止
 2025年9月 前年▲ ○ 自社EC再開後需要の反動により好調

連結財政状態計算書（BS）

（単位：億円）

	2025年3月末	構成比	2025年9月末	構成比	増減
現金及び現金同等物	234		① 388		154
営業債権及びその他の債権	168		164		-4
棚卸資産	502		503		+1
その他	95		82		-13
流動資産合計	999	36.6%	1,137	40.2%	+138
有形固定資産・無形資産・使用権資産	680		② 584		-96
のれん	152		157		+5
その他の金融資産	420		③ 474		+54
その他	477		474		-3
非流動資産 計	1,729	63.4%	1,689	59.8%	-40
資産合計	2,727		2,826		+99
	2025年3月末	構成比	2025年9月末	構成比	増減
営業債務及びその他の債務（買掛債務）	158		142		-16
借入金	145		122		-23
リース負債	126		118		-8
繰延税金負債	142		④ 178		+36
その他	205		232		+27
負債 計	776	28.5%	792	28.0%	+16
親会社の所有者に帰属する持分合計	1,920		⑤ 2,005		+85
非支配持分	31		29		-2
資本 計	1,951	71.5%	2,035	72.0%	+84
負債及び資本 合計	2,727		2,826		+99

① 新京都ビル等の
固定資産売却による現預金増加② 新京都ビル等の売却による
有形固定資産の減少

③ 投資有価証券の時価評価上昇

④ 有価証券評価差額の増加による

⑤ 当期利益の増加

※ 2026年3月期第2四半期に企業結合の会計処理を確定したことに伴い、2025年3月期の数値を遡及修正

(参考) 成長投資・減価償却費・政策保有株式売却状況

■リバイズ期間の成長投資

成長投資の内訳	24/3期 実績	25/3期 実績	26/3期 上期実績
ワコール / IT関連※1	12億円	10億円	約5億円
ワコール / 直営店・建物関連※1	3億円	8億円	約7億円
国内子会社関連※1	8億円	10億円	1億円
海外・子会社関連※1	11億円	11億円	5億円
Bravissimo社の株式取得に係る投資額	—	約90億円	—
合計	約34億円	約129億円	約18億円

※1 設備投資額

■リバイズ期間の減価償却費

	24/3期 実績	25/3期 実績	26/3期 上期実績
減価償却費※2	約62億円	約61億円	約28億円

※2 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

■リバイズ期間の政策保有株式の売却状況

	24/3期 実績	25/3期 実績	26/3期 上期実績
完全売却銘柄数	10	5	3

ディスクレマー

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。

IRお問い合わせ先

株式会社ワコールホールディングス

IRサイト：<https://www.wacoalholdings.jp/ir/>

お問合せ先：ir-wmg@wacoal.co.jp

IR情報の発信



株式会社ワコールホールディングスIR・広報

https://x.com/Wacoal_IR_PR



株式会社ワコールホールディングスIR

https://note.com/wacoal_ir