

2026年3月期

決算説明資料

2026年5月14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 決算概況 . . . P.3
2. 2026年3月期 決算概況 (セグメント別) . . . P.11
3. 財務・株主還元 . . . P.17
4. 2027年3月期 業績予想 . . . P.21
5. Appendix . . . P.32

2026年3月期 決算概況

26/3期 エグゼクティブサマリー

<p>売上収益</p> <p>1,715億円</p>	<p>前期差 (前期比)</p> <p>-24億円 (-1.4%)</p>
<p>売上総利益</p> <p>982億円</p>	<p>前期差 (前期比)</p> <p>+8億円 (+0.8%)</p>
<p>事業損失</p> <p>-5億円</p>	<p>前期差 (前期比)</p> <p>+30億円 (-)</p>
<p>営業利益</p> <p>199億円</p>	<p>前期差 (前期比)</p> <p>+166億円 (+504.5%)</p>

国内の(株)ワコールやピーチ・ジョンが堅調に推移したほか、前期のBravissimo社買収による増収効果が寄与

一方、不採算事業の売却及び米・中の売上低迷により減収

減収となるも

不採算事業の売却やBravissimo社買収に伴う小売比率上昇で増益
売上総利益率は57.3%と前年同期から1.3pt改善

米・中の不振が響くも、(株)ワコールの販管費の縮減等により大幅改善
計画比では関税影響縮小、コストコントロール等で計画を上回って着地

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 実績

(単位：百万円)

	26/3期 実績	構成比 ・比率	対25/3期実績				対26/3期修正計画			
			25/3期 実績	構成比 ・比率	増減額	増減率	26/3期 修正計画	構成比 ・比率	増減額	増減率
売上収益	171,510	—	173,896	—	-2,386	-1.4%	173,800	—	-2,290	-1.3%
ワコール事業（国内）	87,723	51.2	87,828	50.5	-105	-0.1%	87,900	50.6	-177	-0.2%
ワコール事業（海外）	68,468	39.9	67,237	38.7	+1,231	+1.8%	70,300	40.4	-1,832	-2.6%
ピーチ・ジョン事業	11,144	6.5	10,469	6.0	+675	+6.4%	11,500	6.6	-356	-3.1%
その他	4,175	2.4	8,362	4.8	-4,187	-50.1%	4,100	2.4	+75	+1.8%
売上総利益	98,231	57.3	97,444	56.0	+787	+0.8%	101,300	58.3	-3,069	-3.0%
販管費	98,692	57.5	100,881	58.0	-2,189	-2.2%	102,800	59.1	-4,108	-4.0%
事業利益	-461	-0.3	-3,437	-2.0	+2,976	—	-1,500	-0.9	+1,039	—
ワコール事業（国内）	-1,228	-1.4	-4,777	-5.4	+3,549	—	-1,400	-1.6	+172	—
ワコール事業（海外）	528	0.8	1,480	2.2	-952	-64.3%	-500	-0.7	+1,028	—
ピーチ・ジョン事業	130	1.2	-194	-1.9	+324	—	300	2.6	-170	-56.7%
その他	109	2.6	54	0.6	+55	+101.9%	100	2.4	+9	+9.0%
営業利益	19,877	11.6	3,288	1.9	+16,589	+504.5%	20,200	11.6	-323	-1.6%
親会社の所有者に帰属する当期利益	13,124	7.7	7,218	4.2	+5,906	+81.8%	12,200	7.0	+924	+7.6%

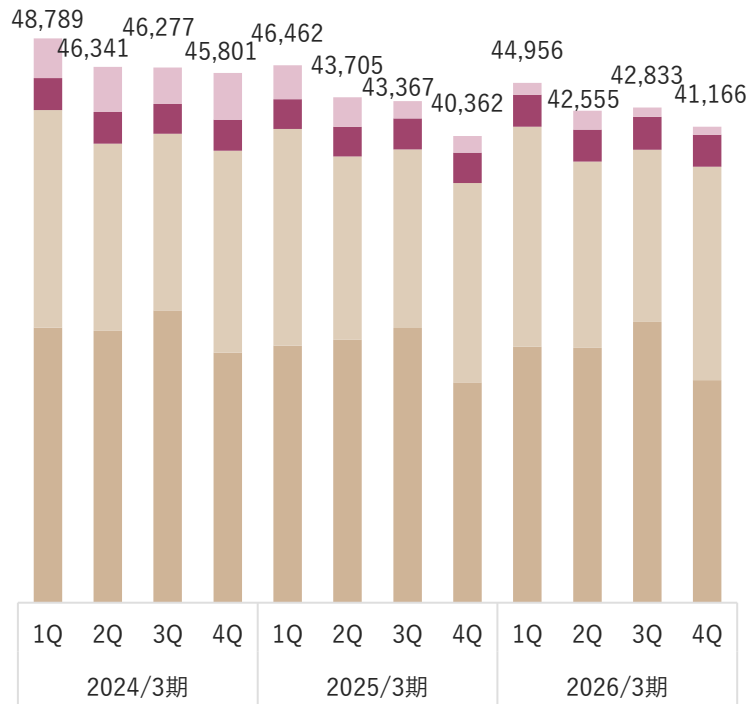
※ 2026年3月期に企業結合の会計処理を確定したことに伴い、2025年3月期の数値を遡及修正

売上収益・売上総利益・事業利益の四半期推移

4Qは売上収益、売上総利益ともに微増
粗利率の改善や販管費縮減も寄与し、前年同期比で約13億円の改善

売上収益

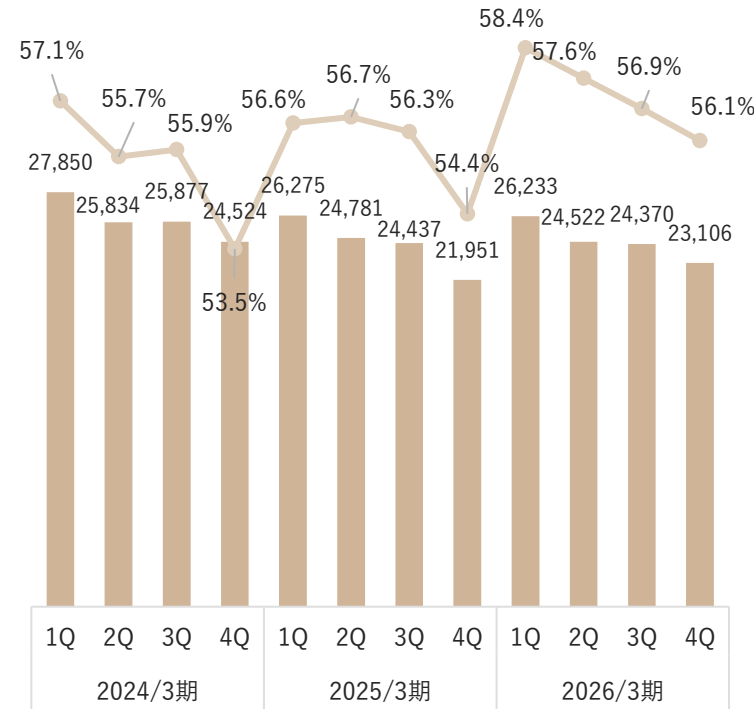
(単位：百万円)



■ 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

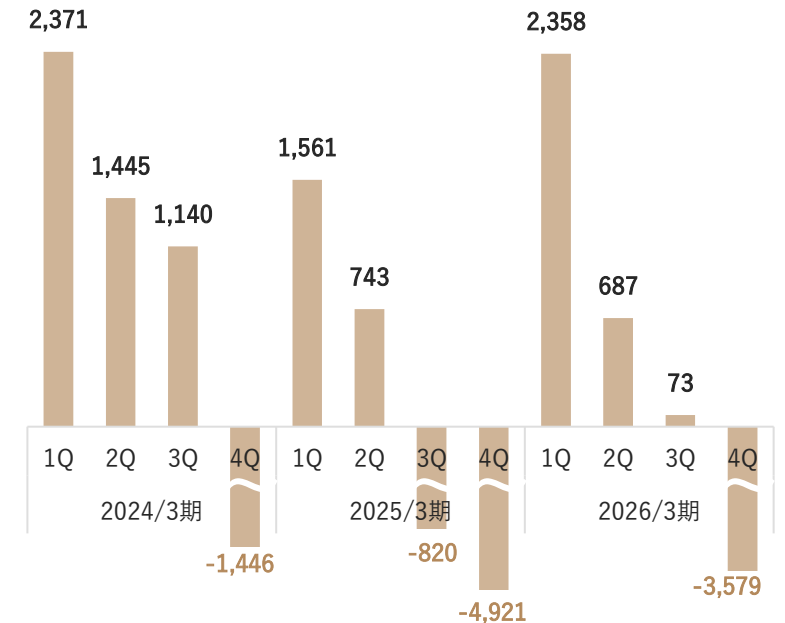
(単位：百万円)



■ 合計 — 粗利率

事業利益

(単位：百万円)



26/3期 利益影響項目

(単位：百万円)

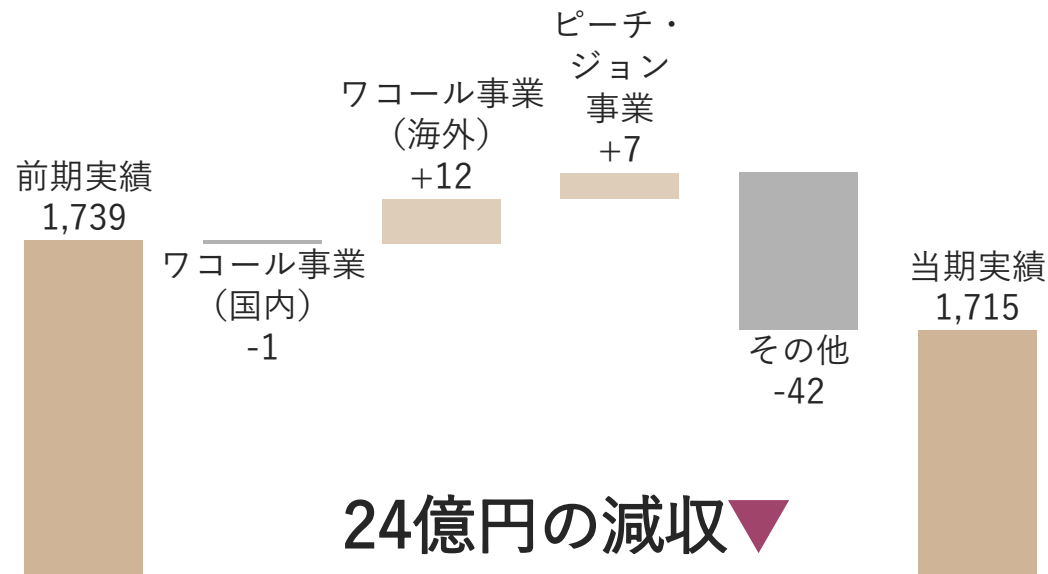
	25/3期 実績	26/3期 実績	対前期		増減理由
			増減額	増減率	
事業利益	-3,437	-461	+2,976	—	
その他収益	11,211	24,080	+12,869	+114.8%	固定資産売却益及びBravissimo倉庫火災の受取保険金
その他費用	4,486	3,742	-744	-16.6%	火災による在庫評価損、ワコールヨーロッパのれん減損
営業利益	3,288	19,877	+16,589	+504.5%	
金融収益	2,170	2,075	-95	-4.4%	
金融費用	591	785	+194	+32.8%	
持分法による投資損益	813	-1,514	-2,327	—	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	5,680	19,653	+13,973	+246.0%	
法人所得税費用	-1,337	6,712	+8,049	—	税引前利益の増加
当期利益	7,017	12,941	+5,924	+84.4%	
非支配持分損益	-201	-183	+18	—	
親会社の所有者に帰属する 当期利益	7,218	13,124	+5,906	+81.8%	

※ 2026年3月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

26/3期 売上収益・事業利益の前期差

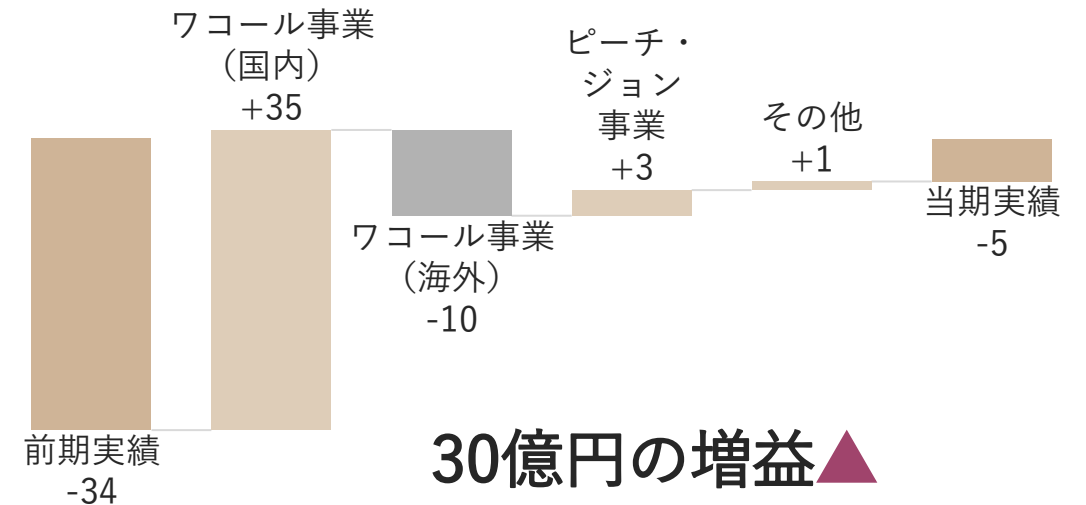
売上収益

(単位：億円)



事業利益

(単位：億円)



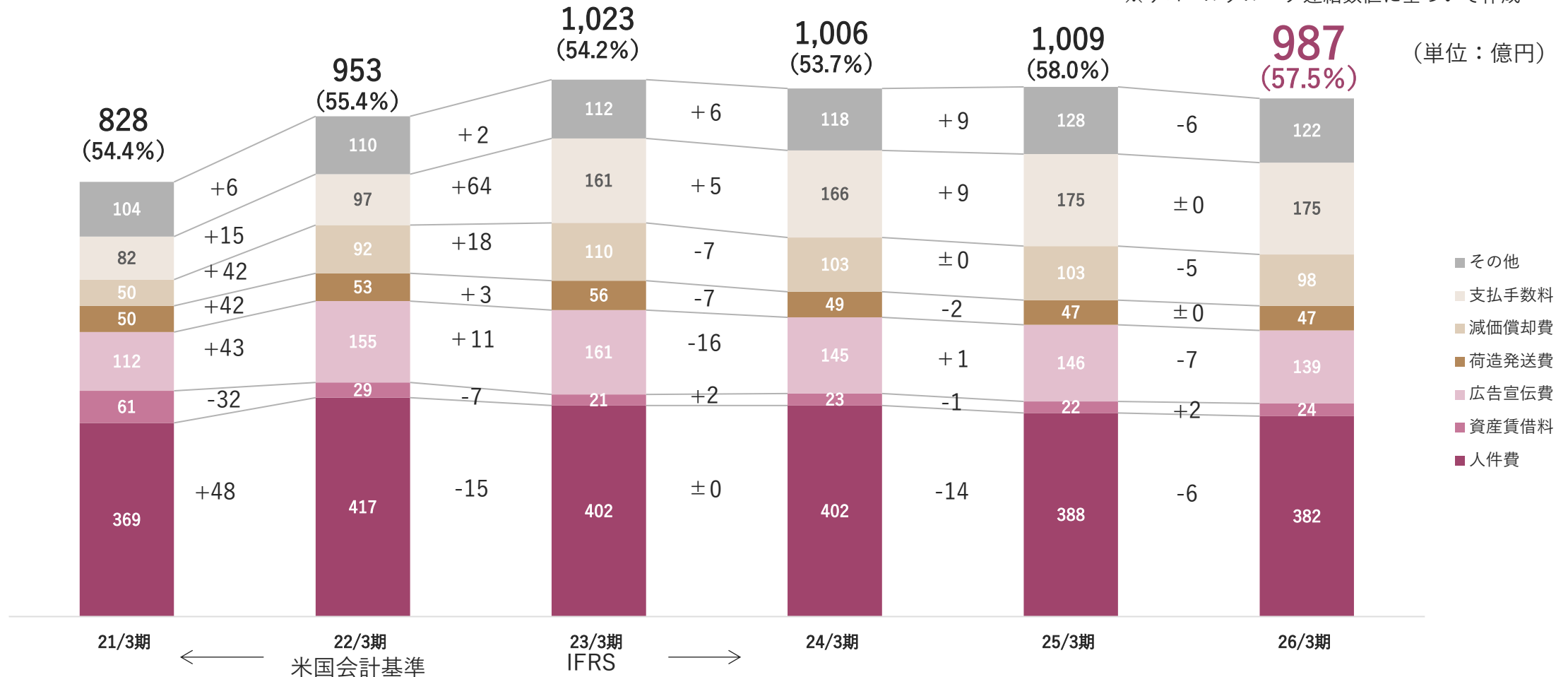
- 国内 (株)ワコール伸長もウンナナクール・ランジェノエル不振
- 欧州 前期買収したBravissimo社の増収影響+57億円
- 米・中 商況厳しく、米・中合わせて約36億円の減収
- ピーチジョン 新規顧客獲得施策が奏功し通期を通して好調に推移
- その他 ルシアン・七彩の連結除外による影響

- 国内 構造改革による粗利改善、販管費の縮減が奏功
- 欧州 Bravissimo社の通期業績寄与（前期下期のみ）により増益
- 米国 減収影響や関税による原価高騰等で減益
- 中国 減収影響で減益も正価販売や不採算店撤退で粗利率は改善
- ピーチジョン 原価高騰や人件費増も、増収効果により増益

26/3期 販管費の推移

広告宣伝費の縮減、米・中の人員配置の適正化等で
前期から22億円削減し、減収影響はあるも販管費率は改善

※ワコールグループ連結数値に基づいて作成



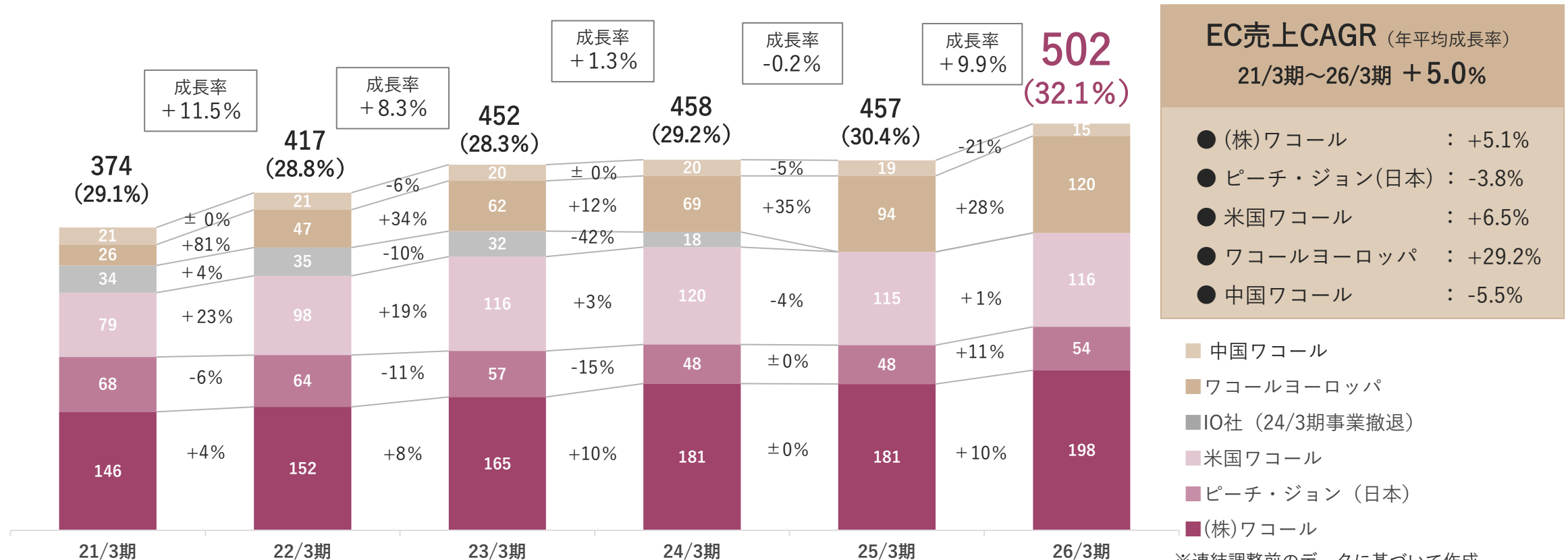
会計基準変更に伴い23/3期より減価償却費及び支払手数料が増加

26/3期 EC事業の進捗

主要5社合計のEC比率は30%を超える水準で着実に成長、今後も各社にてECシフトを加速

(EC比率：(株)ワコール 23%、ピーチ・ジョン(日本) 52%、米国ワコール 48%、ワコールヨーロッパ 38%、中国ワコール 25%)

(単位：億円)



EC売上CAGR (年平均成長率)
21/3期~26/3期 +5.0%

- (株)ワコール : +5.1%
- ピーチ・ジョン(日本) : -3.8%
- 米国ワコール : +6.5%
- ワコールヨーロッパ : +29.2%
- 中国ワコール : -5.5%

- 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)
- (株)ワコール

※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 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
877億円

前期差 (前期比)
-1億円 (-0.1%)

その他の子会社の苦戦が響きセグメント合計ではわずかに減収も、(株)ワコールは下期以降回復基調となり、前期を上回る

- チャンネル別
実店舗：閉店影響・客数減により全体では減収も、既存店では充足率が改善
EC：自社EC (前年同期比106%)・他社EC (前年同期比115%)と伸長し実店舗をカバー
- ブランド別
 - ◎ 注力するCW-X、アフォーダブル価格のWing・GOCOCi、高価格のSaluteが伸長
 - ◎ スパイラル事業はSpiral Gardenの新店等が好調で大幅伸長
 - WACOALはリブランディング施策の効果発現により下期以降回復基調
 - ▲ AMPHI、ナイトウェア、ウンナナクールは閉店影響、既存店売場縮小等で苦戦が続く

事業利益
-12億円

前期差 (前期比)
+35億円 (-)

構造改革の効果で前期比増益も
子会社赤字、会計基準の連単差で事業赤字

- (株)ワコールにおいて取り組んだ構造改革の成果により、粗利・販管費合わせて前期比で約20億円、23/3期比で約60億円の利益改善を実現
- (株)ワコール単体では黒字転換も、その他の子会社の赤字と会計基準の連単差※1によりセグメント合計では事業赤字

構造改革の取り組み	23/3期比 効果額※2
ブランドの選択と集中	約9億円
製造コストの低減	約3億円
生産や材料のコストダウン	約7億円
店舗損益の改善	約15億円
希望退職の募集	約6億円
販促費の適正化	約19億円
流通コストの低減	約2億円
合計	約60億円

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	前期差	26/3期	前期差	26/3期	前期差	26/3期	前期差
(株)ワコール ※日本基準	830	+6	7	+32	55.8%	+0.4pt	55.0%	-3.4pt

※1 単体上は日本基準、連結上はIFRS (国際会計基準) を適用

※2 23/3期から26/3期にかけての効果額実績

【セグメント別】ワコール事業(国内)のトピックス

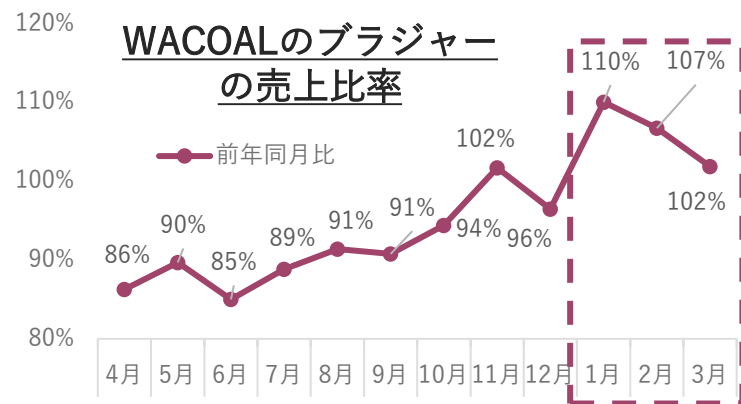
主要ブランドごとに進めてきた商品改善・価格戦略・販路拡大等が奏功し、回復基調

中核ブランド「WACOAL」

通期前年比**101%** 4Q期間前年比**107%**

主力のコレクションラインが回復

- 重点商品の品番継続体制の構築が奏功
- 市場ニーズをとらえたデザイン・カラーの好調が継続
- 需要連動生産により在庫充足率も改善



高価格ブランド「Salute」

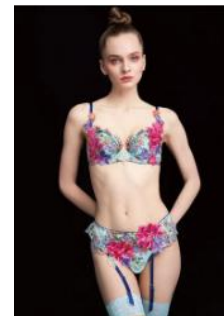
通期前年比**109%**

既存コア顧客の更なるロイヤル化

- 高価格のプレミアムライン・ハイプレミアムライン※1の商品配備を拡充
- ファンの期待に応えるデザイン精度を高度化
- 既存顧客のロイヤリティ向上に成功し、LTVが拡大

ファン投票による復刻商品好調

- 1,000名を超えるファンによる投票で選ばれた日本の美意識や「着物」をテーマにしたコレクションを復刻。限定販売し、好調に推移



ファン投票により選ばれた復刻デザイン

コンディショニングウェア「CW-X」

通期前年比**118%**

露出強化によるパーツアイテム伸長

- 3月の野球国際大会等でのトップアスリート着用を契機に商品認知が向上
- アームサポーターは3月単月では前年対比**619%**と大きく伸長



独自テーピング設計のアームサポーター

- 大谷選手愛用商品の5本指ソックスは前年比**205%**と好調に推移

高校生向けスポーツブラ好調

- Meloopを活用した、成長期のバストに合うオリジナルカップが好評
- デザインアップデートにより秋冬期間対比**183%**と好調に推移

※1 ブラジャー価格：プレミアムライン1万円以上、ハイプレミアムライン2万円以上

【セグメント別】ワコール事業(海外)の概況

売上収益
685億円

前期差 (前期比)
+12億円 (+1.8%)

米・中は苦戦、欧州は前期の買収と既存エリアの深耕により増収

- 米国：得意先からの仕入抑制が4Qでは改善傾向に転じるも、3Qまでの減収を補えず
- 欧州：Bravissimo社物流倉庫火災※による影響はあるも買収による増収に加え、欧州大陸の市場深耕も進み売上拡大 ※2025年6月27日当社HP開示済
- 中国：市況回復の遅れに加え、11月や2月に実施した大型商戦も不振

事業利益
5億円

前期差 (前期比)
-10億円 (-64.3%)

米・中の減収影響が大きく、欧州は増益もセグメント全体を補うに至らず

- 米国：減収及び関税影響で粗利率・販管費率ともに悪化、加えてGlamorise社の買収費用が利益を圧迫するも、関税影響減とコストコントロールで計画超え
- 欧州：火災影響、英国の社会保険料、広告宣伝費増等で増益は小幅に留まる事業環境の変化や関税影響を見据えのれんの減損を計上（営業利益ベース）
- 中国：減収も不採算店舗撤退や正価販売推進で利益率が改善し小幅な減益に留まる

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	前期差	26/3期	前期差	26/3期	前期差	26/3期	前期差
ワコールインターナショナル (米国)	230	-20	-3	-9	46.2%	-2.3pt	47.3%	+1.3pt
ワコールヨーロッパ (Bravissimo社含む)	308	+56	14	+3	64.7%	+4.0pt	60.0%	+3.8pt
中国ワコール	75	-16	-8	-1	69.1%	+3.7pt	80.4%	+7.0pt

【セグメント別】ワコール事業(海外)のトピックス

Bravissimo社は火災後復調し倉庫も安定稼働を再開、26/3期の関税影響は計画から増益方向で着地

Bravissimo社物流倉庫火災は完全復旧

EC再開後一時在庫不足に陥るも、4Qは復調

- 2025年6月に火災発生後、約2か月間EC出荷停止し9月に再開
- 自社ECは在庫不足により一時低迷も倉庫の再稼働後は回復傾向
- 火災に係る損失はその他費用、入金済保険金はその他収益として認識し営業利益ベースでは火災による損益影響はなし

損益影響額	売上機会損失 <逸失利益>	在庫評価損他	保険金収入	合計
売上収益	-16億	—	—	-16億
事業利益	-9億	—	—	-9億
営業利益	-9億	-20億	+29億	0億

Bravissimo社とのPMIは順調に進行

- 人員配置の最適化やBravissimo社の製品を自社生産へ移行するなどの取り組みを進行
- 当期において当初計画通りに利益影響が発現

関税のマイナス影響は27/3期以降は軽減見込

16億円のマイナス影響を見込むも、生産拠点の見直し等により減益幅が縮小

- 米国ワコール、ワコールヨーロッパとも当初計画よりマイナス影響は縮小
- 売上の減少及び仕入量のコントロール、生産拠点の見直しなどによる

粗利影響額	修正計画	当期実績	差異
米国ワコール	-10億	-8億	+2億
Wヨーロッパ	-6億	-3億	+3億
合計	-16億	-11億	+5億

ドミニカからの関税率は2月末以降ゼロに

- 米国ワコールの主要生産拠点であるドミニカから米国へのブラジャーの関税率が2026年2月末以降10%→0%に変更
- 27/3期以降は26/3期対比で粗利へのプラス影響が見込まれる

【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

111億円

前期差（前期比）
+7億円（+6.4%）

各種施策が奏功し全チャネルで伸長、特に他社ECが好調

- 新規顧客獲得のためのコミュニケーション戦略、商品戦略が引き続き奏功

事業利益

1.3億円

前期差（前期比）
+3億円（-）

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も大幅に伸長

- 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	前期差	26/3期	前期差	26/3期	前期差	26/3期	前期差
ピーチ・ジョン 連結	111	+7	1.3	+3	57.5%	-0.8pt	56.4%	-3.8pt

顧客起点の商品設計で新規層の継続獲得

前期より顧客データ分析を基に、**主要顧客層のニーズ**を踏まえた商品開発を強化
それら新商品が支持され、**新規顧客の獲得に成功**

ターゲット層に響くタレント起用で購買意欲を喚起

- 定番の「ナイスバディブラ」シリーズが全体をけん引
- そのほかルームウェアについても好調



「ナイスバディブラ」ミスティブーケ

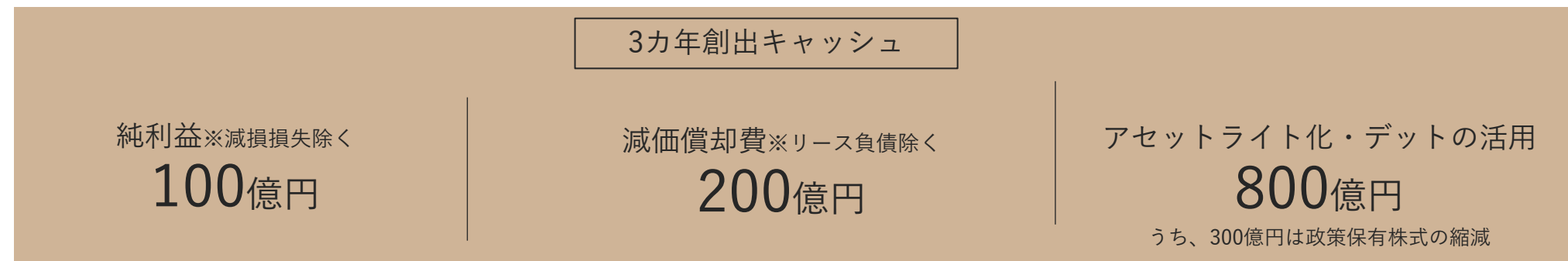


好評のルームウェア

財務・株主還元

財務方針

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

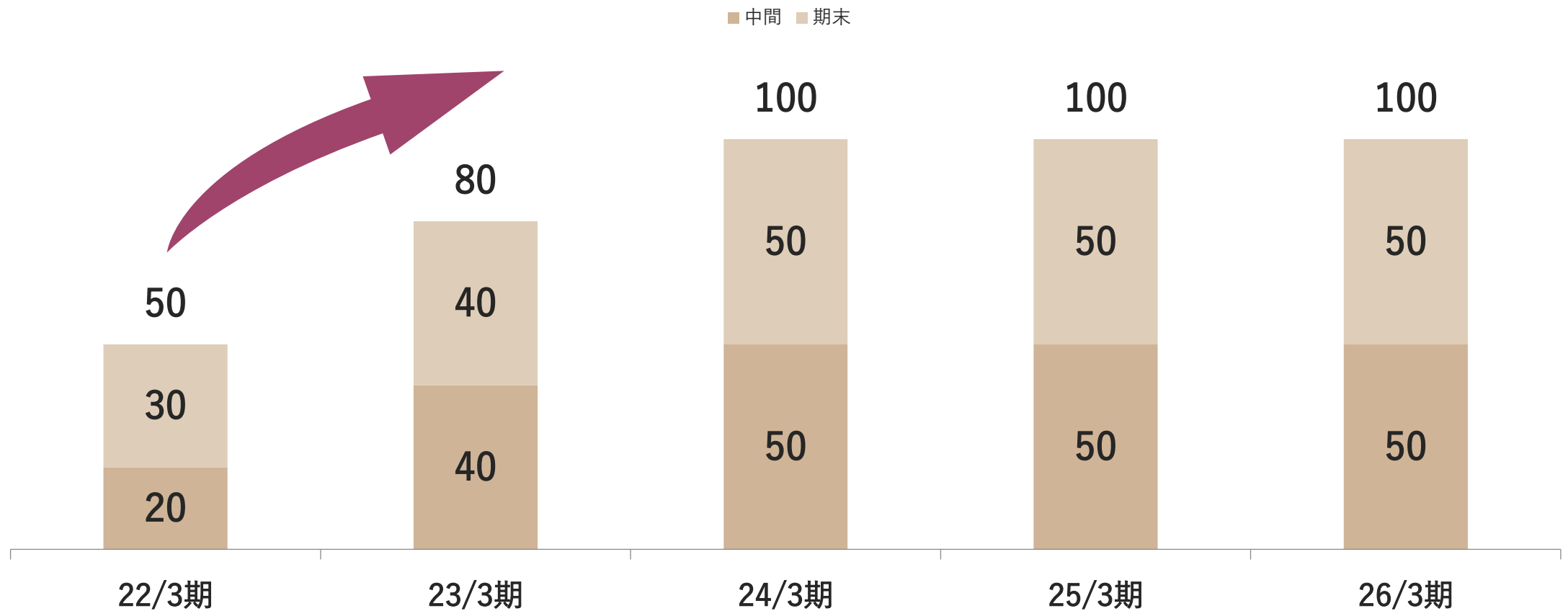
区分	重点戦略	重点施策	25/3期 累計実績	リバイズ 累計実績	リバイズ 目標数値	進捗
財務戦略	アセットライト化 ・デットの活用	棚卸資産の圧縮	1.9回転	1.8回転	2.5回転	構造改革の一環で在庫処分を実施 ※減収影響により回転率を下方修正
		保有不動産 の整理 (デットの活用含む)	約190億円	約466億円	500億円	実現性・妥当性を検証し、企業価値向上に 寄与しない不動産を整理 ※新京都ビル売却を含む
		政策保有 株式の縮減	約250億円	約382億円	300億円	売却合意できた株式から順次売却し、資本 効率を改善 ※純資産比率：25/3期 18%、26/3期 19%
	資本政策	配当還元	約110億円	約157億円	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395億円	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	リバイズ 目標数値	進捗
	ROIC		3%	5.9%	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

26/3期の配当

- 26/3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、年間配当100円）

（単位：円）

1株当たり配当金推移



2027年3月期 業績予想

報告セグメントの区分変更について（27/3期～）

セグメント別のROICマネジメントを推進すべく、サプライチェーンマネジメント単位に区分変更

セグメント変更会社	変更前セグメント	変更後セグメント
日本向け製品の製造・材料調達を担う海外の縫製会社及び材料調達会社	ワコール事業（海外）	ワコール事業（国内）
外部売上割合が高い海外の材料会社	ワコール事業（海外）	その他

セグメント	変更前	変更後
ワコール事業（国内）	ワコールホールディングス、ワコール、ウンナナクール、ランジェノエル、ワコール流通、ワコールマニュファクチャリングジャパン、トリーカ、ワコールアートセンター、ワコールアイネクスト	ワコールホールディングス、ワコール、ウンナナクール、ランジェノエル、ワコール流通、ワコールマニュファクチャリングジャパン、トリーカ、ワコールアートセンター、ワコールアイネクスト、 ワコールインターナショナル香港、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
ワコール事業（海外）	ワコールインターナショナル（米国）、ワコールヨーロッパ、中国ワコール、ワコールシンガポール、ワコールインドシア、フィリピンワコール、香港ワコール、和江留投資、 ワコールインターナショナル香港、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	ワコールインターナショナル（米国）、ワコールヨーロッパ、中国ワコール、ワコールシンガポール、ワコールインドシア、フィリピンワコール、香港ワコール、和江留投資
ピーチ・ジョン事業	ピーチ・ジョン、ピーチ・ジョン香港、台湾ピーチ・ジョン	ピーチ・ジョン、ピーチ・ジョン香港、台湾ピーチ・ジョン
その他	ワコールキャリアサービス、ワコールサービス、Ai	ワコールキャリアサービス、ワコールサービス、Ai、 Aテック、Gテック

27/3期 業績予想 エグゼクティブサマリー

<p>売上収益</p> <p>1,876億円</p>	<p>前期差 (前期比)</p> <p>+161億円 (+9.4%)</p>	<p>国内、海外ともに主要子会社の増収を計画</p> <p>国内はCW-XやEC事業の伸長 海外は米国Glamorise社の買収の他、欧州大陸の深耕で売上を拡大</p>
<p>売上総利益</p> <p>1,087億円</p>	<p>前期差 (前期比)</p> <p>+104億 (+10.6%)</p>	<p>増収効果に加え、価格改定、EC比率向上などの施策効果や買収に伴う米国の収益性の改善などを織り込み増益</p>
<p>事業利益</p> <p>5億円</p>	<p>前期差 (前期比)</p> <p>+10億円 (—)</p>	<p>前期のBravissimo社火災影響の反動や米国の買収による増益が寄与し事業利益は黒字転換</p>
<p>営業利益</p> <p>15億円</p>	<p>前期差 (前期比)</p> <p>-184億円 (-92.5%)</p>	<p>前期の固定資産売却益（新京都ビル、寮・社宅等）の反動で減益 その他収益で関連会社からの受取ロイヤリティ等を見込む</p>

27/3期 業績予想

※2026年3月期のセグメント情報については、変更後の区分方法により作成したものを記載

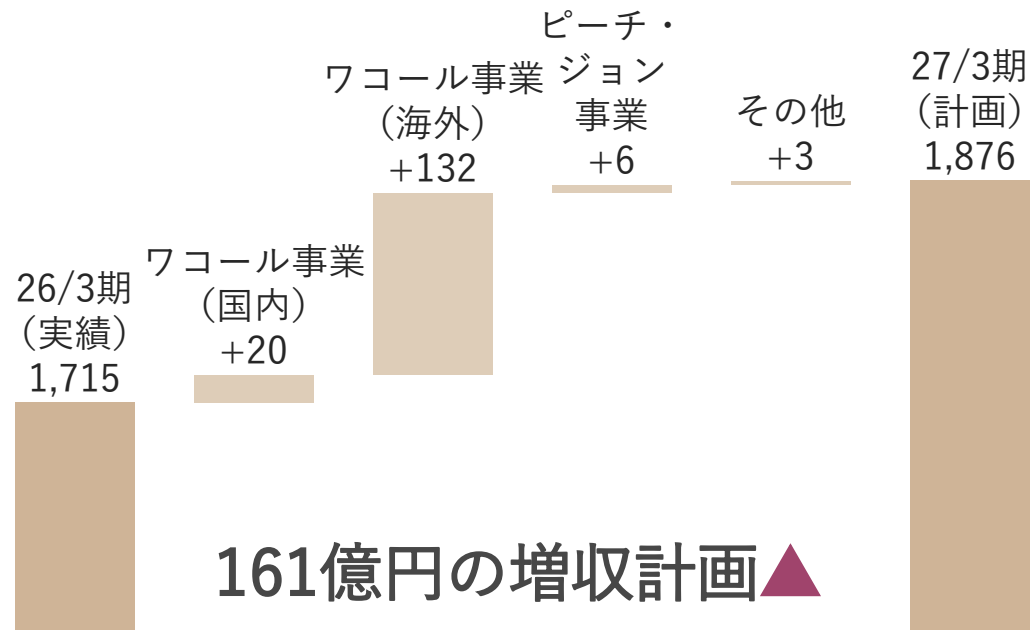
(単位：百万円)

	26/3期 通期実績		27/3期 計画			
	実績	構成比・比率	計画	構成比・比率	増減額	増減率
売上収益	171,510	—	187,600	—	+16,090	+9.4%
ワコール事業（国内）	88,428	51.6	90,400	48.2	+1,972	+2.2%
ワコール事業（海外）	66,138	38.5	79,300	42.3	+13,162	+19.9%
ピーチ・ジョン事業	11,144	6.5	11,800	6.3	+656	+5.9%
その他	5,800	3.4	6,100	3.3	+300	+5.2%
売上総利益	98,231	57.3	108,670	57.9	+10,439	+10.6%
販管費	98,692	57.5	108,170	57.7	+9,478	+9.6%
事業利益	-461	-0.3	500	0.3	+961	—
ワコール事業（国内）	-1,228	-1.4	-1,325	-1.5	-97	—
ワコール事業（海外）	349	0.5	1,240	1.6	+891	+255.3%
ピーチ・ジョン事業	130	1.2	140	1.2	+10	+7.7%
その他	-108	-1.9	50	0.8	+158	—
営業利益	19,877	11.6	1,500	0.8	-18,377	-92.5%
親会社の所有者に帰属する当期利益	13,124	7.7	1,800	1.0	-11,324	-86.3%

27/3期 売上収益・事業利益の前期差

売上収益

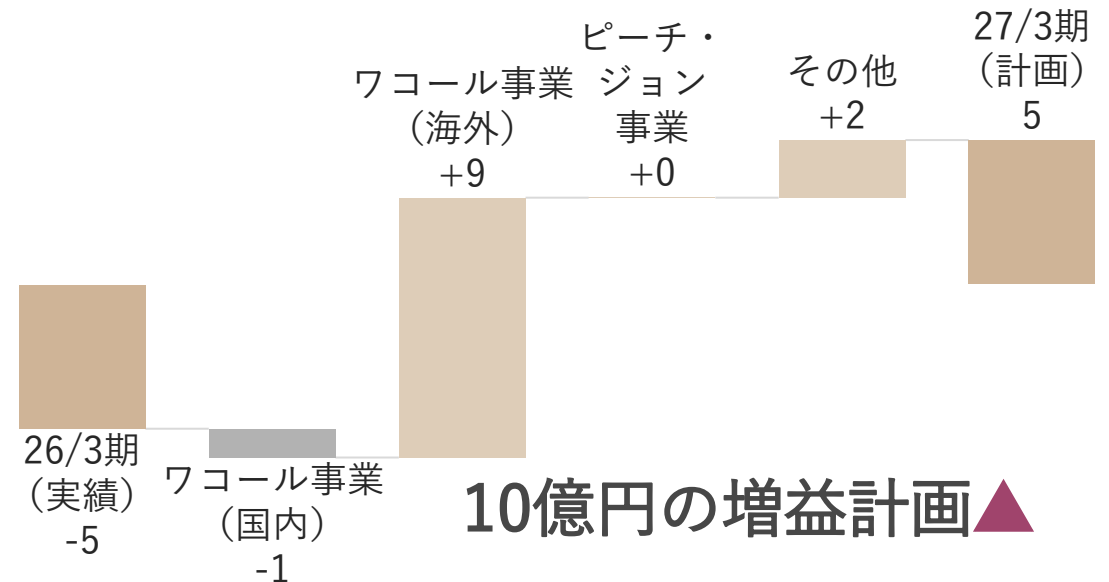
(単位：億円)



- 国内 CW-Xへの注力や新規チャネルの開拓及びEC拡大で成長
- 欧州 Bravissimo火災影響の反動、欧州大陸の深耕で伸長
- 米国 買収による増収効果、販促費の投資により売上拡大を計画
- 中国 EC拡大や1店舗あたりの売上最大化により回復を目指す
- ピーチ・ジョン 新規顧客獲得施策の継続及びEC成長を計画

事業利益

(単位：億円)



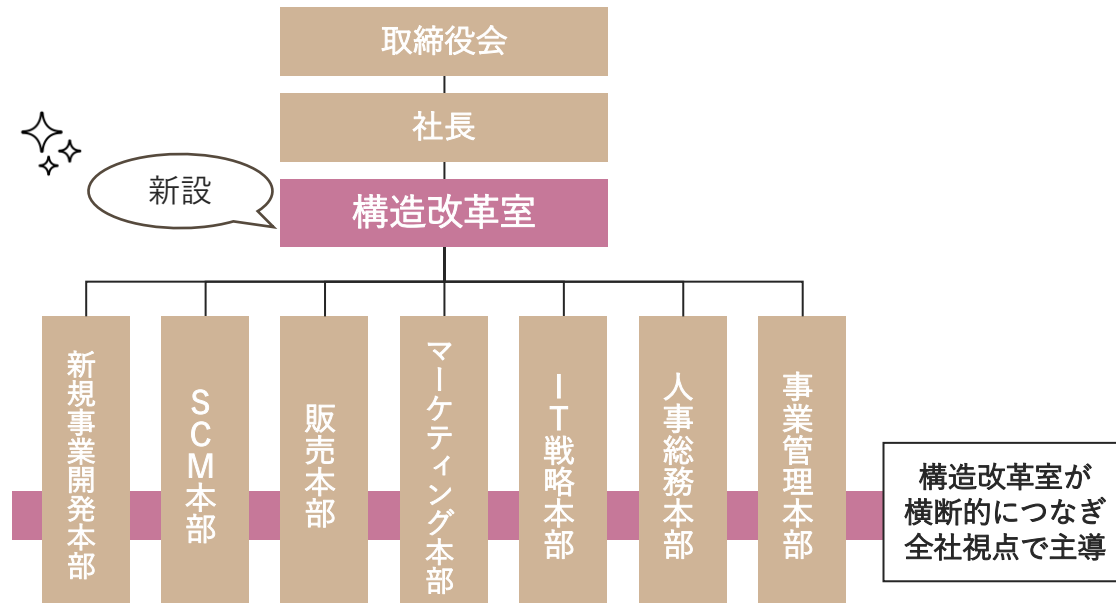
- 国内 前期の人事制度変更等の特殊要因の反動でわずかに減益
- 欧州 Bravissimo火災影響による反動で増益
- 米国 既存事業は投資により減益も買収効果でトータルでは増益
- 中国 事業の立て直しにかかる費用等織り込み前期並みを計画
- ピーチ・ジョン 原価高騰や人件費増で事業利益は前期並みを計画

ワコール事業(国内) ー構造改革室の新設

社長直轄の構造改革室を設置し、施策のモニタリングを強化
組織横断で課題解決をリードし、計画の実効性を向上

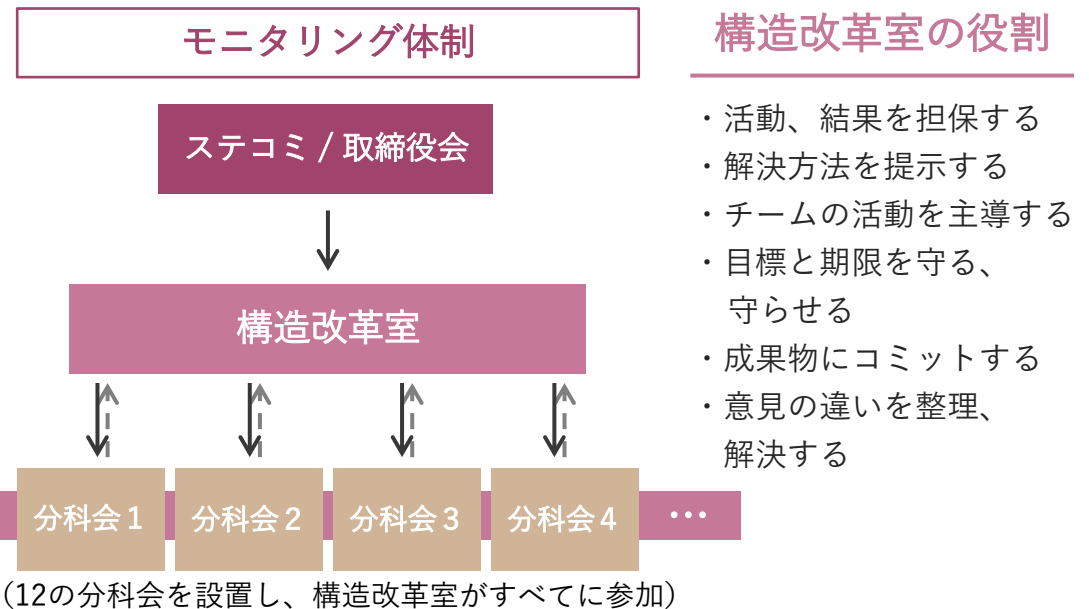
構造改革室の新設

- 社長直轄で事業部門を統括し、中立的、客観的、組織横断的にマネジメント改革、構造改革を主導する構造改革室を新設
- 計画をやり切るためのマネジメント、組織マインドセットの変革を実行



モニタリング強化・課題解決を主導

- 12の分科会を設置すると共に、具体的なアクションプラン、KPI・施策効果の時期や目標値を定義
- 分科会の活動進捗をモニタリングし、課題発生時には、経営視点及び全社視点で課題解決をリード



ワコール事業(国内) ーさらなる収益拡大施策

顧客接点の拡張と販売力の強化により、収益拡大に向けた取り組みを推進

CW-Xのさらなる拡大

アスリート起点にブランド認知拡大

強化スポーツカテゴリーを**野球・ラン**に設定

- 青山学院大学女子駅伝チームとパートナー契約を締結
- 全国マラソンイベント等で連携を拡大し、**ブランド認知向上**を目指す



青山大学女子駅伝チーム

職域直販体制の強化

企業・スポーツチーム・アスリートに対する職域における**販売体制を強化**

- D2C強化による**粗利率の改善**
- 職域販売の推進による**LTV向上**

「わたしに合うブラ診断」※1 「置き置き・取り寄せ」強化

OMO戦略による売上拡大

利用者の**購買率が通常の約2倍※2**、**1か月以内に約60%が購買行動※3**と高いコンバージョンを誇る「わたしに合うブラ診断」の展開強化

- **対象商品の範囲を拡大**するアップデートを今夏実施予定
- 合わせて「**置き置き・取り寄せ**」サービスを強化し、店舗在庫効率化により販売員の知見を活用した商品配備を実現
- **ECと実店舗を融合**し、売上拡大を狙う

わたブラ年間利用者数 (UU)の計画



新規チャネルによる顧客接点創出

ドラッグストアでの展開拡大

新たな成長チャネルとして、ドラッグストアの販売を強化し新規顧客創出

- 販売実績のあるアイテムの取り扱い**店舗の拡大**を実施
- ドラッグストア含め、**新規事業開発部門の人員を増員**



ドラッグストアでの展開

ドラッグストアにおける
ワコールショーツの取り扱い店舗数

26/3期	27/3期 (計画)
-------	------------

約**800**店舗 ▶ 約**2000**店舗

※1 「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。計測データがないお客さまにはセルフ診断を提供し、体型の特徴やブラとの相性度を紹介

※2 ワコールウェブストアにおけるブラ購買率3.6%に対し、診断利用者購買率6.5%と約2倍

※3 実績は2026年2月末時点。分析は「わたしに合うブラ診断」利用者のうち顧客IDを特定できた方のみ

ワコール事業(海外) —Glamorise社のM & A①

D2CやEC及び大きいサイズ（プラスサイズ）市場に強みを持つ**Glamorise Foundations, Inc.**を買収

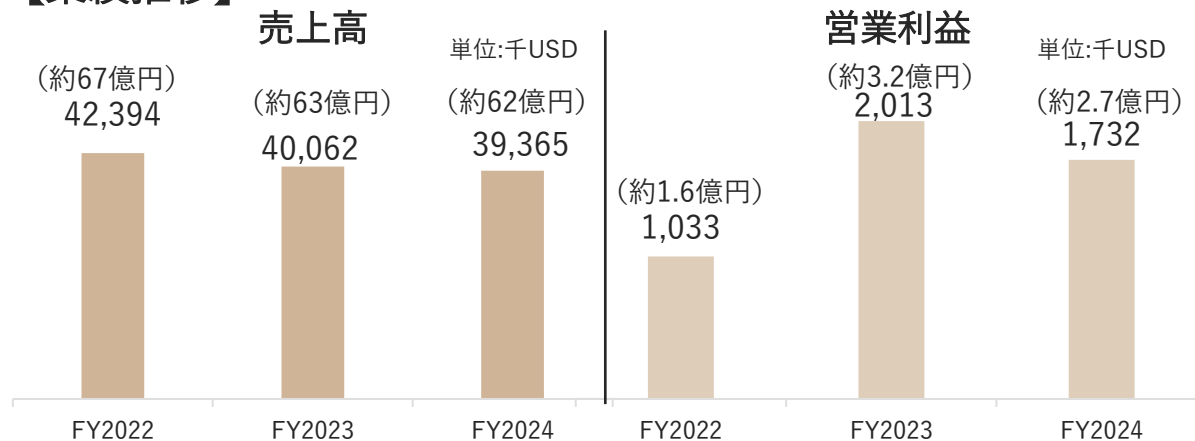
【会社概要】

社名	Glamorise Foundations, Inc.
代表者	Jon R. Pundyk
設立	1955年3月3日
所在地	48 W.37th Street, New York, NY 10018
従業員数	64名
事業内容	女性用インナーウェアの企画開発、及び卸売・自社ECでの販売 創業以来、サイズインクルーシブ（多様なサイズに対応する）理念を实践

【取扱商品】



【業績推移】



3つの製品カテゴリーのすべてで大きいサイズのニーズに対応

- ワイヤー、スポーツ、ソフトカップの3つの製品カテゴリーを展開
- うちスポーツ、ソフトカップカテゴリーが7割を占める
- 売上の約半分が**アンダーサイズ42インチ（107cm）**以上の商品

ワコール事業(海外) – Glamorise社のM & A②

Glamorise社の競争優位性・顧客基盤を活用し顧客価値最大化とプラスサイズでのシェア拡大を図る

売上拡大

EC強化
顧客・販路の獲得

- Glamorise社の売上の98%がEC販売
- 自社ECのEmailメンバーは45万人
- 顧客の約70%が米国ワコールの既存顧客以外で販路拡大

競争優位性

プラスサイズ市場
シェア拡大

- Glamorise社の商品の100%がプラスサイズ商品
- プラスサイズの消費者は高いロイヤルティかつ価格抵抗が低い顧客層
- 米国女性の約30% (約3,800万人) が対象市場であり、市場も拡大傾向

収益性改善

既存インフラ活用による
着実な利益改善

- 既存のインフラ活用によるコスト削減
- 自社工場を持たないシンプルなビジネスモデル
- 高い継続品比率

売上成長



競争優位性獲得

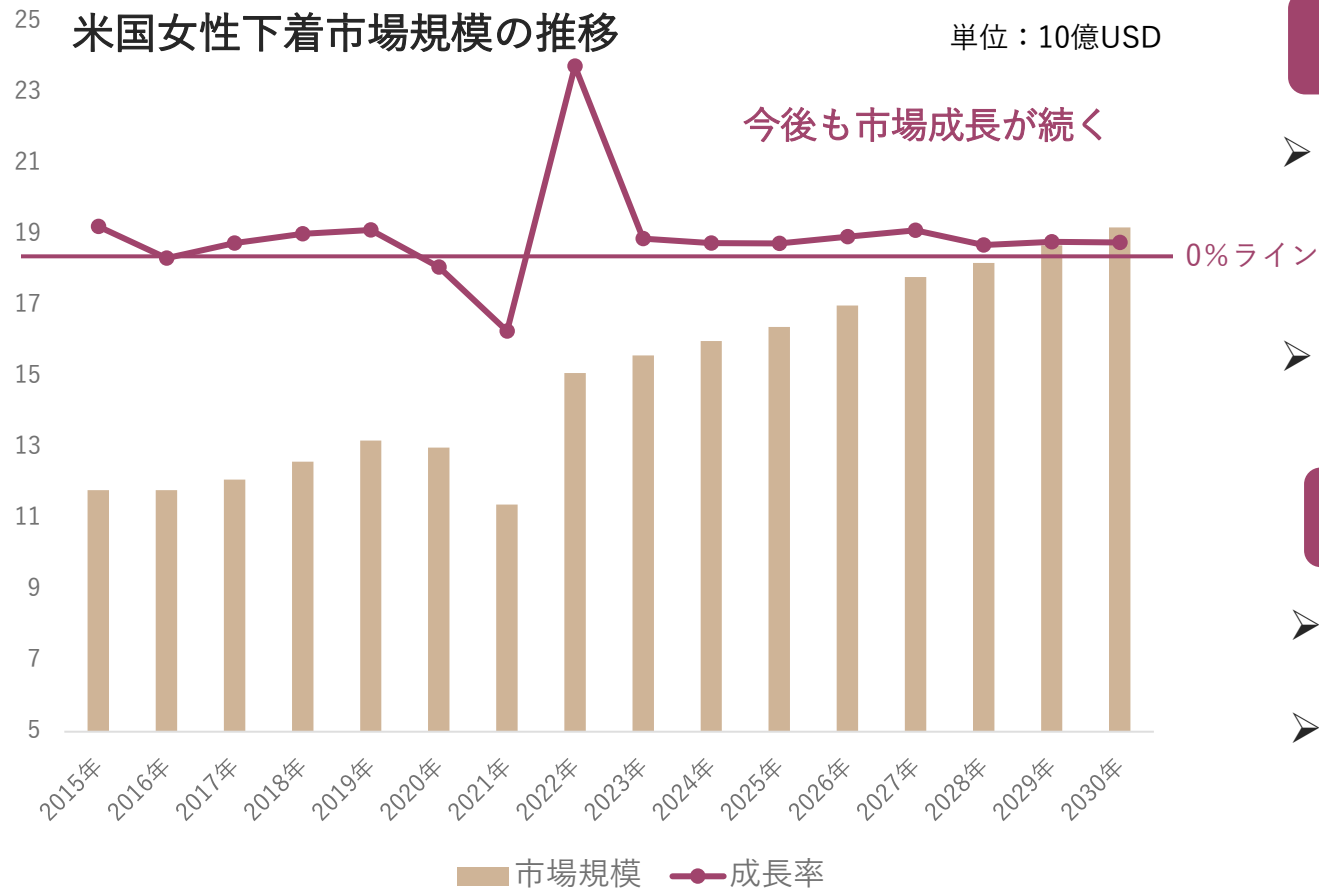


収益性の改善

Glamorise社とのシナジー効果により、3つの目的を同時に実現

ワコール事業(海外) – Glamorise社のM & A③

米国の下着市場は年々拡大傾向にあり、**今後も年間3%超程度の緩やかな成長が想定される**
 Glamorise社のメインターゲットである**プラスサイズ顧客は市場成長率以上の増加を見込む**



※自社調べ

Glamorise社の商品特徴

- 市場の細分化が進む中、Glamorise社は「**プラスサイズの専門ブランド**」としての地位を確立
 (売上の約50%をアンダーサイズ42インチ(107cm)以上の商品が占める)
- 主力の平均サイズはワコール既存サイズ展開の上限を超える領域に位置し、**ターゲット層は重複しない**

プラスサイズ市場の動向と顧客属性

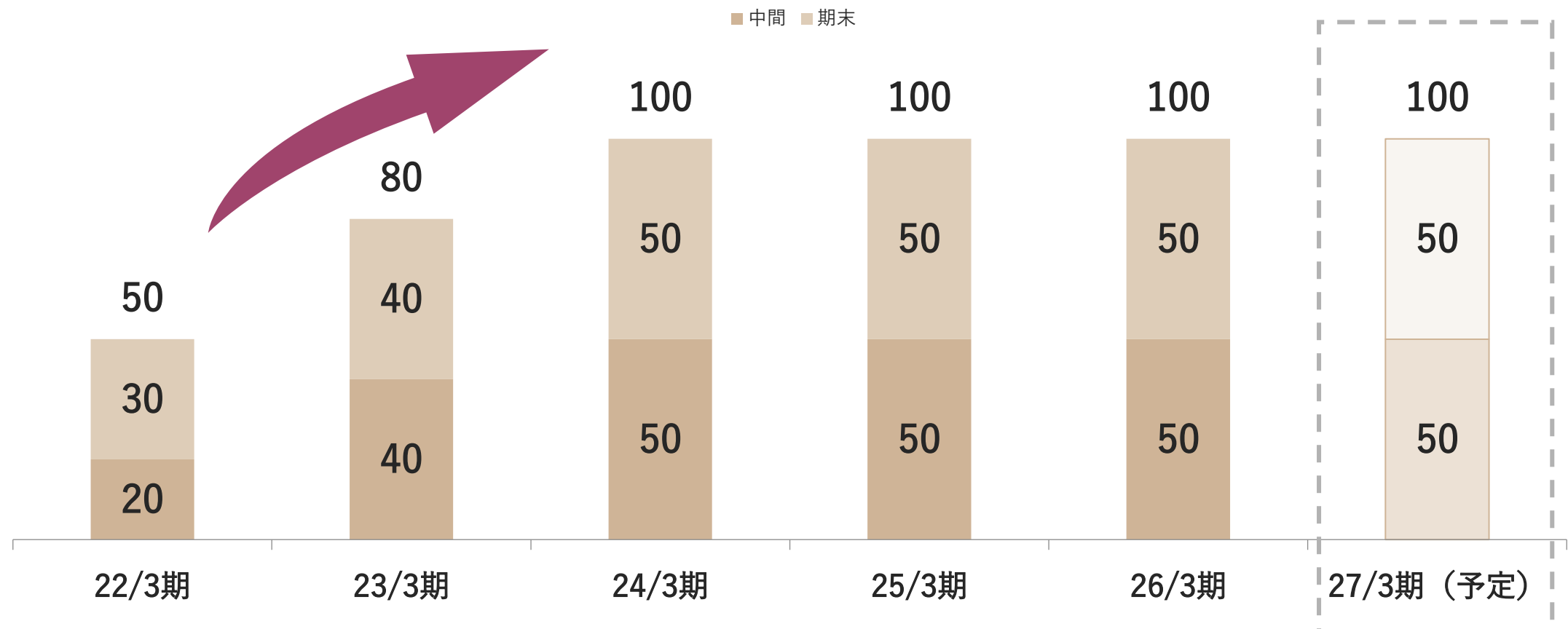
- 米国においてはBMI30以上の人口が年々増加しており、**Glamorise社の商品需要の高まり**が想定される
- プラスサイズ顧客は平均サイズと比べブランドロイヤリティが高い(購入者の約40%が年間2回以上購入)

27/3期の配当予想

●27/3期 年間配当予想：26/3期同様に年間100円（中間・期末配当ともに1株当たり50円）

（単位：円）

1株当たり配当金推移



Appendix

26/3期 決算概況

為替レート	1 \$	1 £	1 元
25/3期 実績	152.58	194.61	21.10
26/3期 実績	150.77	202.10	21.25

(単位：百万円)

	25/3期 実績	売上比	26/3期 実績	売上比	対前期	
					増減額	増減率
売上収益	173,896	—	171,510	—	-2,386	-1.4%
売上原価	76,452	44.0	73,279	42.7	-3,173	-4.2%
売上総利益	97,444	56.0	98,231	57.3	+787	+0.8%
販売費及び一般管理費	100,881	58.0	98,692	57.5	-2,189	-2.2%
事業利益	-3,437	—	-461	—	+2,976	—
その他の収益	11,211	6.4	24,080	14.0	+12,869	+114.8%
その他の費用	4,486	2.6	3,742	2.2	-744	-16.6%
営業利益	3,288	1.9	19,877	11.6	+16,589	+504.5%
金融収益	2,170	1.2	2,075	1.2	-95	-4.4%
金融費用	591	0.3	785	0.5	+194	+32.8%
持分法による投資利益（損失）	813	0.5	-1,514	—	-2,327	—
税引前利益	5,680	3.3	19,653	11.5	+13,973	+246.0%
親会社の所有者に帰属する当期利益	7,218	4.2	13,124	7.7	+5,906	+81.8%

※ 2026年3月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

26/3期 決算概況（セグメント別）

為替レート	1 \$	1 £	1元
25/3期 実績	152.58	194.61	21.10
26/3期 実績	150.77	202.10	21.25

（単位：百万円）

	25/3期 実績	構成比	26/3期 実績	構成比	対前期	
					増減額	増減率
ワコール事業（国内）	87,828	50.5	87,723	51.2	-105	-0.1%
ワコール事業（海外）	67,237	38.7	68,468	39.9	+1,231	+1.8%
ピーチ・ジョン事業	10,469	6.0	11,144	6.5	+675	+6.4%
その他	8,362	4.8	4,175	2.4	-4,187	-50.1%
売上収益	173,896	100.0	171,510	100.0	-2,386	-1.4%
	25/3期 実績	売上比	26/3期 実績	売上比	増減額	増減率
ワコール事業（国内）	-4,777	—	-1,228	—	+3,549	—
ワコール事業（海外）	1,480	2.2	528	0.8	-952	-64.3%
ピーチ・ジョン事業	-194	—	130	1.2	+324	—
その他	54	0.6	109	2.6	+55	+101.9%
事業利益（損失）	-3,437	—	-461	—	+2,976	—
	25/3期 実績	売上比	26/3期 実績	売上比	増減額	増減率
ワコール事業（国内）	2,970	3.4	18,791	21.4	+15,821	+532.7%
ワコール事業（海外）	419	0.6	488	0.7	+69	+16.5%
ピーチ・ジョン事業	-266	—	149	1.3	+415	—
その他	165	2.0	449	10.8	+284	+172.1%
営業利益	3,288	1.9	19,877	11.6	+16,589	+504.5%

※ 2026年3月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

26/3期 決算概況（主要子会社）

為替レート	1 \$	1 £	1元
25/3期 実績	152.58	194.61	21.10
26/3期 実績	150.77	202.10	21.25

（単位：百万円）

	売上収益				事業利益（損失）				営業利益（損失）			
	25/3期 実績	26/3期 実績	対前期		25/3期 実績	26/3期 実績	対前期		25/3期 実績	26/3期 実績	対前期	
			増減額	増減率			増減額	増減率			増減額	増減率
ワコール	82,369	82,998	+629	+0.8%	-2,542	690	+3,232	—	6,180	18,549	+12,369	+200.1%
ワコール インター ナショナル	24,917	22,952	-1,965	-7.9%	675	-256	-931	—	681	-335	-1,016	—
ワコール ヨーロッパ	25,201	30,829	+5,628	+22.3%	1,124	1,435	+311	+27.7%	857	2,180	+1,323	+154.4%
中国ワコール	9,085	7,481	-1,604	-17.7%	-736	-847	-111	—	-1,844	-853	+991	—
ピーチ・ジョン (連結)	10,469	11,144	+675	+6.4%	-194	130	+324	—	-266	149	+415	—
A i	2,862	2,858	-4	-0.1%	122	78	-44	-36.1%	121	72	-49	-40.5%

【海外主要子会社】（現地通貨ベース）（単位 米国：千US\$ ヨーロッパ：千£ 中国：千元）

ワコール インター ナショナル	163,305	152,234	-11,071	-6.8%	4,435	-1,694	-6,129	—	4,466	-2,221	-6,687	—
ワコール ヨーロッパ	129,493	152,563	+23,070	+17.8%	5,772	7,112	+1,340	+23.2%	4,399	10,798	+6,399	+145.5%
中国ワコール	430,546	352,044	-78,502	-18.2%	-34,834	-39,919	-5,085	—	-87,367	-40,163	+47,204	—

※ 原則、各国現地会計基準にて表示

※ 2026年3月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

27/3期 通期計画

為替レート	1 \$	1 £	1元
26/3期 実績	150.77	202.10	21.25
27/3期 計画	155.00	210.00	22.00

(単位：百万円)

	26/3期 実績	売上比	27/3期 計画	売上比	対前期	
					増減額	増減率
売上収益	171,510	—	187,600	—	+16,090	+9.4%
売上原価	73,279	42.7	78,930	42.1	+5,651	+7.7%
売上総利益	98,231	57.3	108,670	57.9	+10,439	+10.6%
販売費及び一般管理費	98,692	57.5	108,170	57.7	+9,478	+9.6%
事業利益	-461	—	500	0.3	+961	—
その他の収益	24,080	14.0	1,150	0.6	-22,930	-95.2%
その他の費用	3,742	2.2	150	0.1	-3,592	-96.0%
営業利益	19,877	11.6	1,500	0.8	-18,377	-92.5%
金融収益	2,075	1.2	1,510	0.8	-565	-27.2%
金融費用	785	0.5	750	0.4	-35	-4.5%
持分法による投資利益（損失）	-1,514	—	340	0.2	+1,854	—
税引前利益	19,653	11.5	2,600	1.4	-17,053	-86.8%
親会社の所有者に帰属する当期利益	13,124	7.7	1,800	1.0	-11,324	-86.3%

27/3期 通期計画 (セグメント別)

為替レート	1 \$	1 £	1 元
26/3期 実績	150.77	202.10	21.25
27/3期 計画	155.00	210.00	22.00

(単位：百万円)

	26/3期 実績	構成比	27/3期 計画	構成比	対前期	
					増減額	増減率
ワコール事業 (国内)	88,428	+51.6	90,400	+48.2	+1,972	+2.2%
ワコール事業 (海外)	66,138	+38.5	79,300	+42.3	+13,162	+19.9%
ピーチ・ジョン事業	11,144	+6.5	11,800	+6.3	+656	+5.9%
その他	5,800	+3.4	6,100	+3.2	+300	+5.2%
売上収益	171,510	100.0	187,600	100.0	+16,090	+9.4%
	26/3期 実績	売上比	27/3期 計画	売上比	増減額	増減率
ワコール事業 (国内)	-1,228	—	-1,325	—	-97	—
ワコール事業 (海外)	349	0.5	1,240	1.6	+891	+255.3%
ピーチ・ジョン事業	130	1.2	140	1.2	+10	+7.7%
その他	-108	—	50	0.8	+158	—
調整額	396	—	395	—	-1	-0.3%
事業利益 (損失)	-461	—	500	0.3	+961	—
	26/3期 実績	売上比	27/3期 計画	売上比	増減額	増減率
ワコール事業 (国内)	19,184	21.7	0	0.0	-19,184	-100.0%
ワコール事業 (海外)	132	0.2	1,250	1.6	+1,118	+847.0%
ピーチ・ジョン事業	149	1.3	100	0.8	-49	-32.9%
その他	298	5.1	100	1.6	-198	-66.4%
調整額	114	—	50	—	-64	-56.1%
営業利益 (損失)	19,877	11.6	1,500	0.8	-18,377	-92.5%

※ 2026年3月期のセグメント情報については、変更後の区分方法により作成したものを記載

27/3期 通期計画（主要子会社）

為替レート	1 \$	1 £	1元
26/3期 実績	150.77	202.10	21.25
27/3期 計画	155.00	210.00	22.00

（単位：百万円）

	売上収益				事業利益（損失）				営業利益（損失）			
	26/3期 実績	27/3期 計画	対同期		26/3期 実績	27/3期 計画	対前期		26/3期 実績	27/3期 計画	対前期	
			増減額	増減率			増減額	増減率			増減額	増減率
ワコール	82,998	84,822	+1,824	+2.2%	690	1,400	+710	+102.9%	18,549	2,207	-16,342	-88.1%
ワコール インター ナショナル	22,952	30,111	+7,159	+31.2%	-256	0	+256	—	-335	0	+335	—
ワコール ヨーロッパ	30,829	36,221	+5,392	+17.5%	1,435	2,355	+920	+64.1%	2,180	2,355	+175	+8.0%
中国ワコール	7,481	7,700	+219	+2.9%	-847	-946	-99	—	-853	-961	-108	—
ピーチ・ジョン (連結)	11,144	11,800	+656	+5.9%	130	140	+10	+7.7%	149	100	-49	-32.9%
A i	2,858	2,940	+82	+2.9%	78	120	+42	+53.8%	72	126	+54	+75.0%

【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	152,234	194,263	+42,029	+27.6%	-1,694	0	+1,694	—	-2,221	0	+2,221	—
ワコール ヨーロッパ	152,563	172,482	+19,919	+13.1%	7,112	11,215	+4,103	+57.7%	10,798	11,215	+417	+3.9%
中国ワコール	352,044	350,000	-2,044	-0.6%	-39,919	-43,000	-3,081	—	-40,163	-43,660	-3,497	—

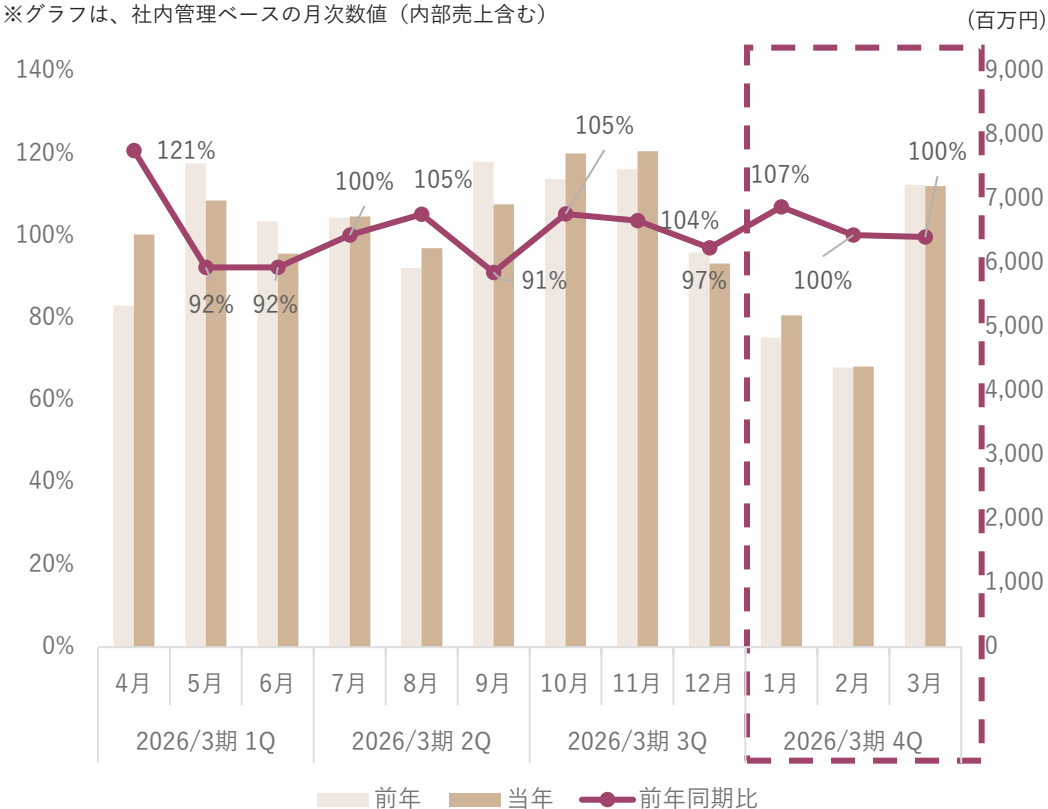
※ 原則、各国現地会計基準にて表示

国内主要子会社の売上月次推移

(株) ワコール

4Q期間:前年同期比102%▲ 累計:前期比101%▲

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む）

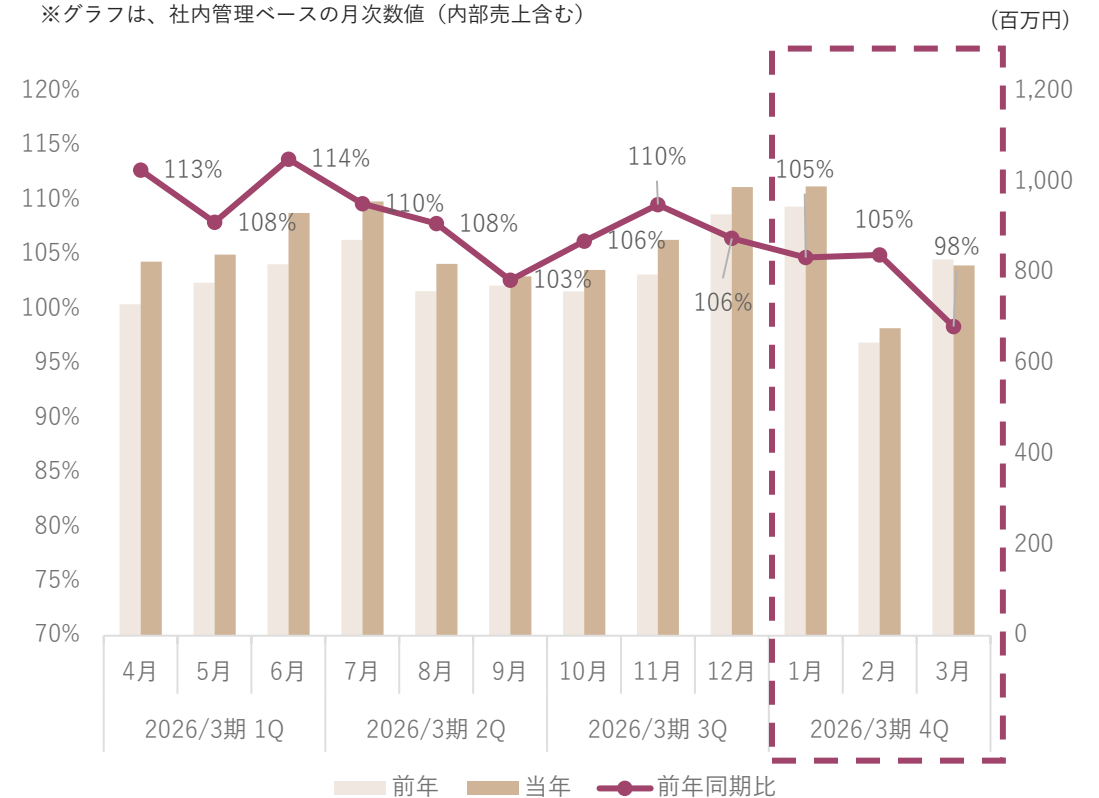


2026年1月 前年▲○ 自社EC、他社ECとも好調 ○量販店堅調
 2026年2月 前年▶△ 自社EC苦戦、他社EC好調 ○量販店堅調
 2026年3月 前年▶○ 自社EC、他社ECとも好調 ×百貨店苦戦

(株) ピーチ・ジョン

4Q期間:前年同期比103%▲ 累計:前期比107%▲

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む）



2026年1月 前年▲○ EC、実店舗とも好調
 2026年2月 前年▲○ EC好調、実店舗堅調
 2026年3月 前年▼× 自社EC苦戦 △実店舗低調（既存店は前年並み）

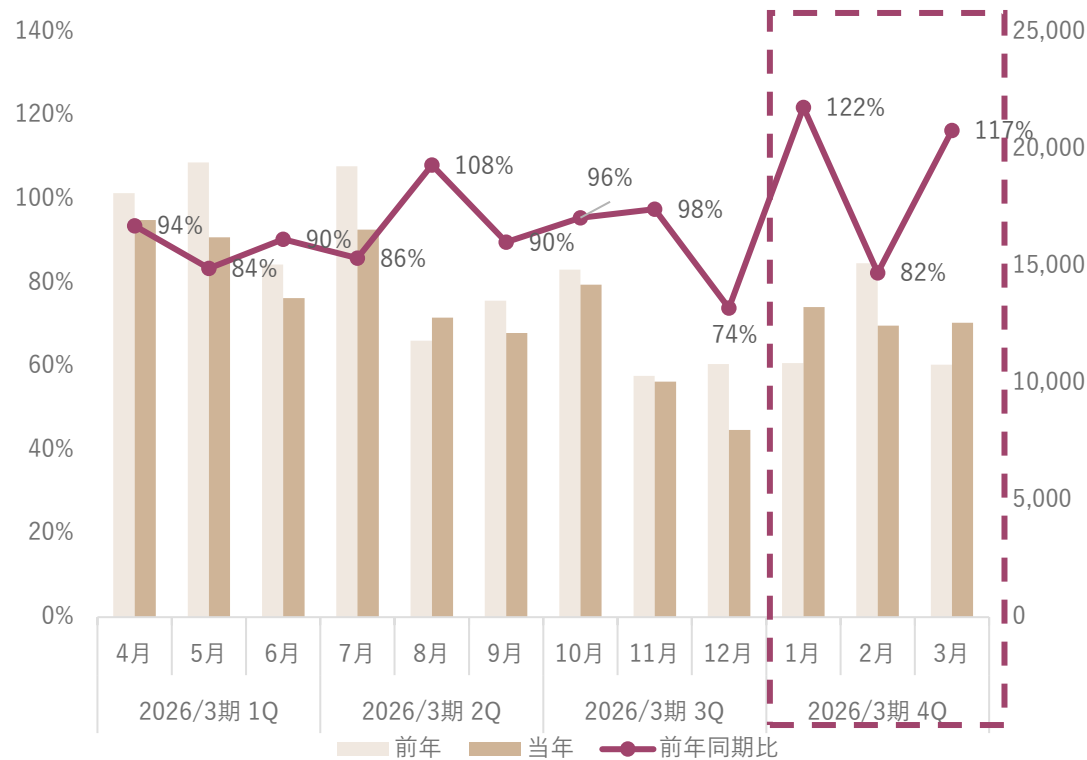
海外主要子会社の売上月次推移①

米国ワコール

4Q期間:前年同期比104%▲ 累計:前期比93%▼

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む）

(千USD)



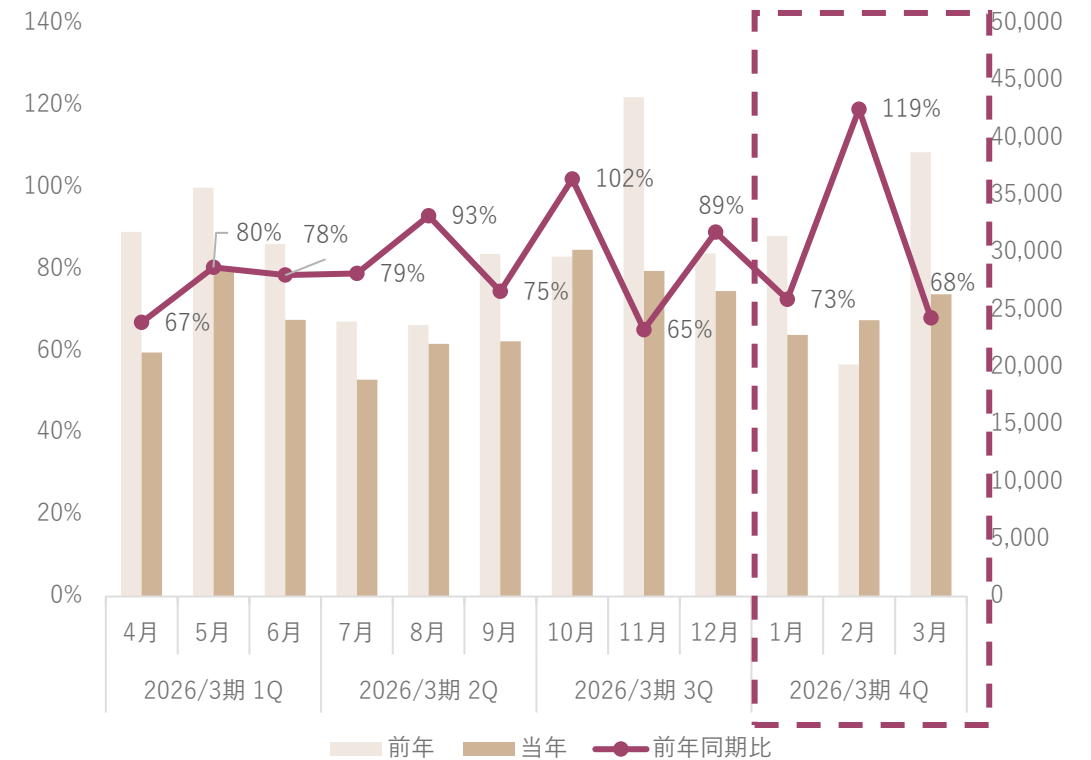
2026年1月 前年▲ ○百貨店好調 ×自社EC堅調 ○専門EC好調
 2026年2月 前年▼ ×百貨店積雪影響 ×自社EC、専門EC低調
 2026年3月 前年▲ ○百貨店月ずれにより好調 ○専門EC好調

中国ワコール

4Q期間:前年同期比81%▼ 累計:前期比81%▼

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む）

(千CNY)



2026年1月 前年▼ ×実店舗旧正月月ずれにより苦戦 ○他社EC好調
 2026年2月 前年▲ ○実店舗旧正月月ずれによるプラス影響
 2026年3月 前年▼ ×実店舗、ECともに苦戦

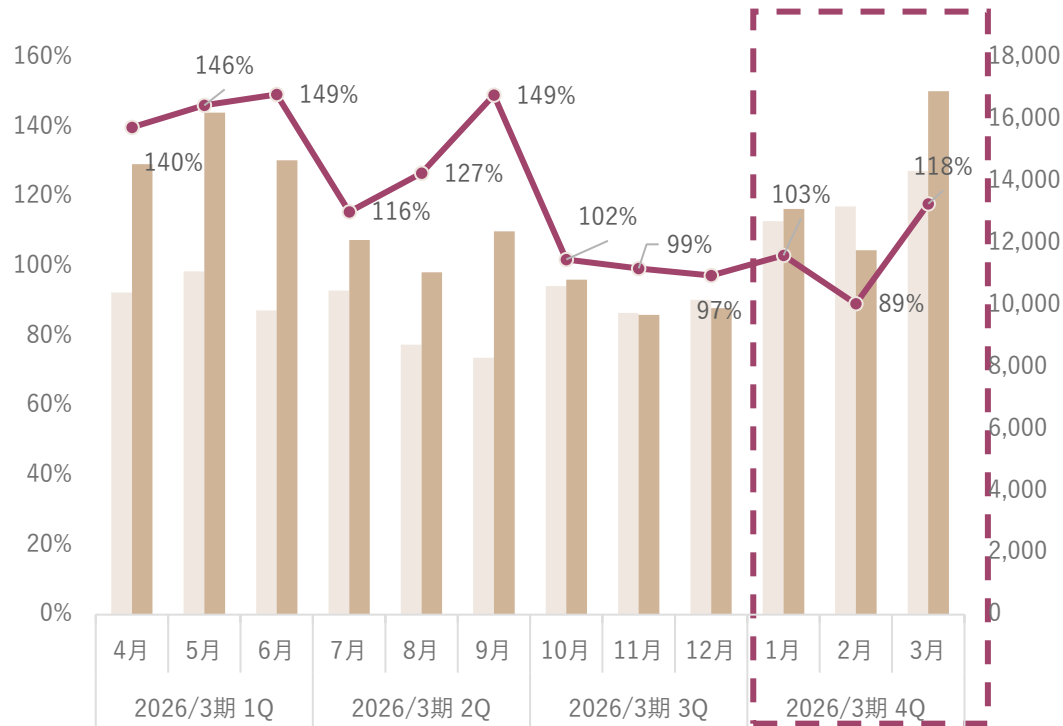
海外主要子会社の売上月次推移②

ワコールヨーロッパ※Bravissimo社含む

4Q期間:前年同期比104%▲ 累計:前期比118%▲

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む）

(千GBP)



前年 当年 前年同期比

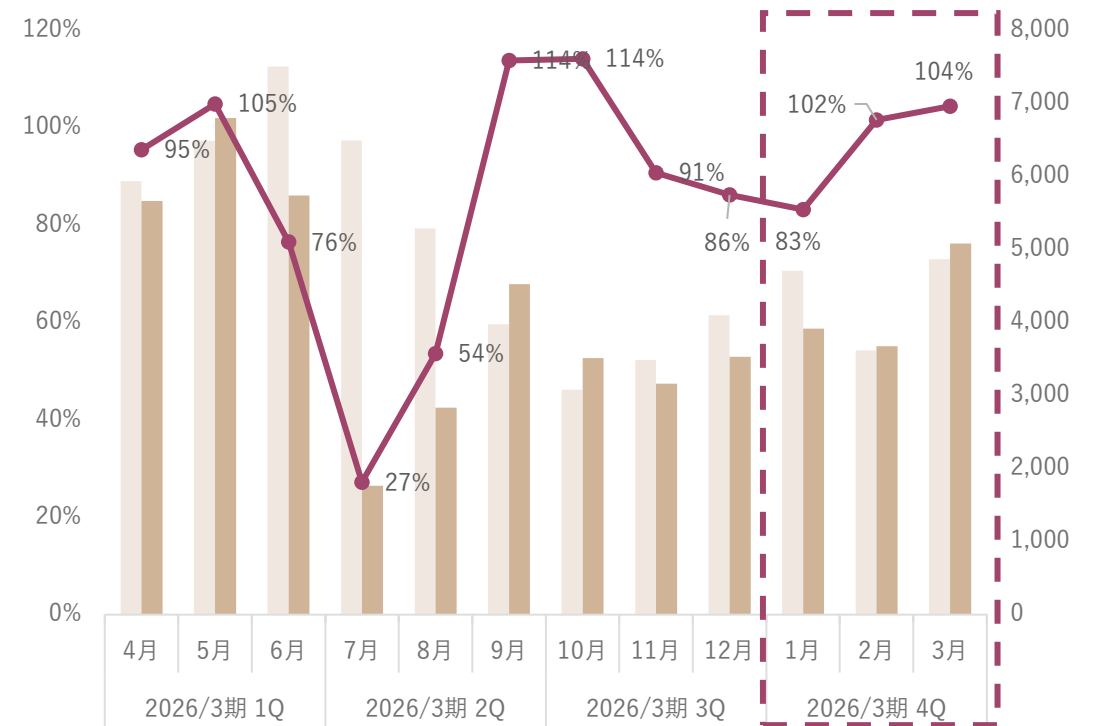
2026年1月 前年▲ × Bravissimo苦戦 ○欧州専門店好調 ○北米好調
 2026年2月 前年▼ × 英国不調 × 北米 積雪影響により月ずれ
 2026年3月 前年▲ ○英国好調 ○北米好調 ○欧州大陸堅調

Bravissimo社

4Q期間:前年同期比96%▼ 累計:前期比84%▼

※グラフは、社内管理ベースの月次数値（内部売上含む）

(千GBP)



前年 当年 前年同期比

2026年1月 前年▼ × 倉庫火災後の在庫不足で低調
 2026年2月 前年▲ ○ 直営店好調 × 自社EC苦戦
 2026年3月 前年▲ ○ 直営店堅調 ○ 自社EC好調

連結財政状態計算書 (BS)

(単位：億円)

	2025年3月末	構成比	2026年3月末	構成比	増減
現金及び現金同等物	234		① 442		+208
営業債権及びその他の債権	168		174		+6
棚卸資産	502		511		+9
その他	95		69		-26
流動資産合計	999	36.6%	1,196	40.9%	+197
有形固定資産・無形資産・使用権資産	680		② 583		-97
のれん	152		155		+3
その他の金融資産	420		③ 473		+53
その他	477		516		+39
非流動資産 計	1,729	63.4%	1,727	59.1%	-2
資産合計	2,727		2,923		+196
	2025年3月末	構成比	2026年3月末	構成比	増減
営業債務及びその他の債務 (買掛債務)	158		124		-34
借入金	145		④ 123		-22
リース負債	126		120		-6
繰延税金負債	142		⑤ 193		+51
その他	205		239		+34
負債 計	776	28.5%	799	27.3%	+23
親会社の所有者に帰属する持分合計	1,920		⑥ 2,096		+176
非支配持分	31		28		-3
資本 計	1,951	71.5%	2,124	72.7%	+173
負債及び資本 合計	2,727		2,923		+196

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 有価証券の時価評価上昇

④ 借入金の返済による減少

⑤ 有価証券評価差額の増加及び
連結除外した子会社の影響による増加

⑥ 当期利益の増加

※ 2026年3月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

キャッシュフロー計算書

(単位：億円)

	25年3月期	26年3月期	増減
当期利益	68	129	61
減価償却費及び減損損失	142	144	2
運転資本の増減額 ※1	40	-18	-58
その他	-201	-172	29
営業活動によるキャッシュ・フロー ①	50	83	33
有形固定資産・無形資産の取得による支出	-39	-41	-2
有形固定資産の売却による収入	116	274	158
金融資産の売却及び償還による収入	② 78	132	54
その他	③ -61	-4	57
投資活動によるキャッシュ・フロー	94	361	267
借入金の増減	④ 54	-29	-83
リース負債の返済による支出	-57	-56	1
自己株式の取得による支出	⑤ -170	-125	45
親会社の所有者への配当金の支払	-55	-51	4
その他	-1	-1	0
財務活動によるキャッシュ・フロー	-229	-262	-33
フリーキャッシュフロー	144	444	300
実質フリーキャッシュフロー ※2	87	388	301

①当期利益の増加により増加

②新京都ビル等の売却により増加

③政策保有株式の売却の推進により増加

④借入金の返済により減少

⑤自己株式取得額の減少により減少

※1 売上債権の増減+棚卸資産の増減-仕入債務の増減にて算出

※2 フリーキャッシュフロー+リース負債の返済による支出にて算出

(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 実績
ワコール / IT関連※1	12億円	10億円	7億円
ワコール / 直営店・建物関連※1	3億円	8億円	20億円
国内子会社関連※1	8億円	10億円	4億円
海外・子会社関連※1	11億円	11億円	11億円
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42億円

※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 実績
減価償却費※2	約62億円	約61億円	約56億円

※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 実績
完全売却銘柄数	10	5	4

(参考) ワコールのブランド展開 (国内)

中核子会社である(株)ワコールでは徹底した「顧客起点」のブランドマネジメントを推進し、提供価値が明確な魅力あふれるブランドの育成を目指す。現在、レディスインナーウェアを中心に12のブランドを展開



CWX
1991年に誕生。ワコールの人間科学研究をもとに独自のテーピング原理を応用して開発されたコンディショニングウェアブランド。特にスポーツタイツは、筋肉や関節の負担を軽減し、アスリートから一般ユーザーまで幅広い支持を得る



WACOAL MEN
2014年に誕生。ワコールの設計技術を活かして開発されたメンズインナーウェアブランド。フィット感、肌触り、動きやすさの三要素を高次元で兼ね備え、飽きることのない上品で華やかなスタイリッシュさを実現

レディスインナーウェアのブランド別コンセプト



WACOAL
人体科学に基づいた設計と上質なもののづくりを強みとし、国内外で展開するワコールグループの中核ブランド。ブランドコンセプトは「愛するわたしへ。Love your moment.」すべての一人ひとりに、「自分を見つめ、自分を愛せる瞬間」を



Wing
1975年に誕生。国内量販店やECサイトを中心に展開。「生活するからだと会話する」をコンセプトに、機能とデザインにこだわり、さまざまなからだやこころの変化に応えるアイテムを提供



Salute
1979年に誕生。確かなボディメイク機能と高いデザイン性を兼ね備え、セクシーであることを自由に愉しめるインナーウェアブランド。ブランドコンセプトは「劇的セクシー」



Yue
2021年に誕生。ものごとの理由を表す「由縁」から着想した名をもつ。厳選された素材、丁寧な縫製、美しいフォルム設計により、「最高で最良のここちよさ」と豊かな日常を提供



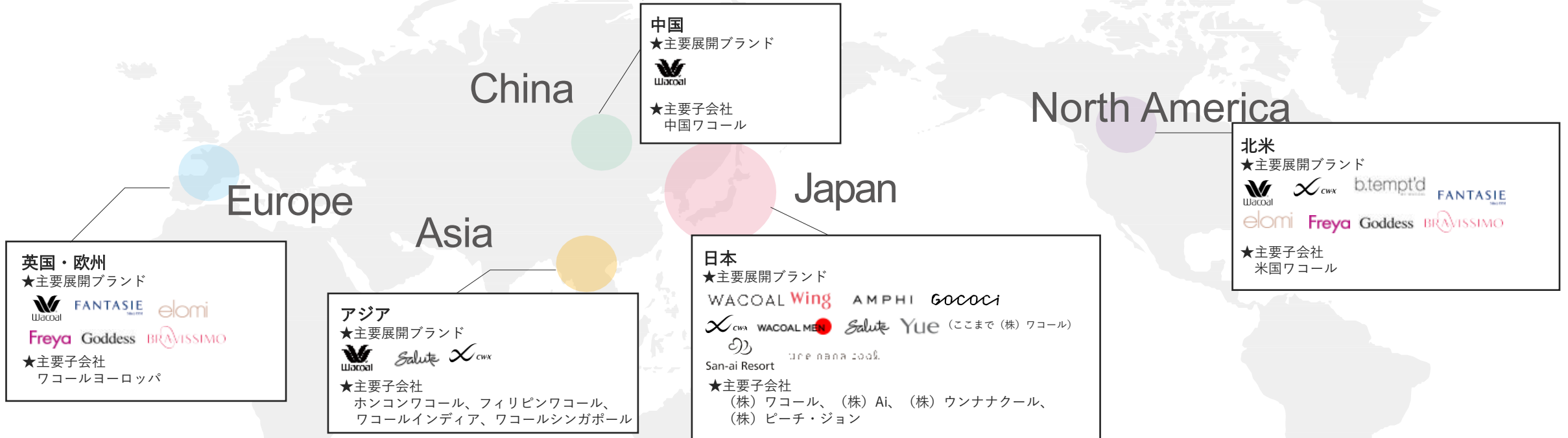
AMPHI
2006年に誕生。国内直営店やECサイトを中心に展開。トレンドを取り入れたデザインと軽やかなつけごちで、「今の気分」に寄り添うアイテムを提供



GOCOCI
2017年に誕生。実店舗、ECサイトを含む国内の幅広いチャンネルでノンワイヤーアイテムを中心に展開。インナーウェア視点から、おしゃれをより楽しくするアイテムを提供

(参考) ワコールのブランド展開 (海外)

世界各国の文化やニーズに寄り添いながら、グローバル市場で魅力あるブランドを展開



b.tempt'd

2009年に米国で誕生。フェミニンで軽やかな雰囲気の魅力の若年層向けランジェリーブランド。トレンド感のあるデザインと軽いつけごこちで、気分を高めるアイテムを提供し、自分らしさを楽しむ女性たちからの支持を得る



elomi

2008年に英国で誕生。D~Kカップに対応したフルフィギュア向けランジェリーブランド。豊富なサイズ展開とサポート力を兼ね備え、体型に関係なく自分らしい美しさを表現できるデザインが特長



FANTASIE

1951年に英国で誕生。上品でクラシカルなテイストを大切にしたフルバスタ向けブランド。大人の女性に向けたしっかりとしたサポート力と高品質な素材使用で、安心感とエレガンスを提供



BRAVISSIMO

1995年に英国で誕生。D~Lカップの女性向けに特化したランジェリーブランド。「自分にぴったり合う」ことを重視し、フィット感と快適性のあるアイテムを提供



Freya

1998年に英国で誕生。Dカップ以上の女性に向けた、自由でアクティブなライフスタイルを提案するブランド。カラフルでポップなデザインが特徴で、機能性と遊び心を両立



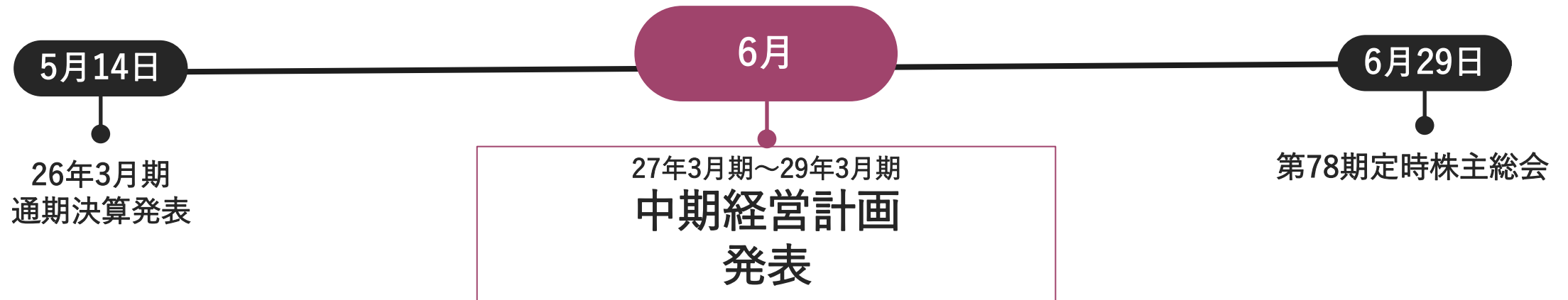
Goddess

2002年にブランド買収。実用性とサポート力を重視したフルフィギュア向けブランド。シンプルでありながら機能的なデザインが特徴

次期中期経営計画の開示日程

開示時期：2026年6月

対象期間：2027年3月期～2029年3月期



ディスクレーマー

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