

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

皆さま、こんにちは。株式会社ワコールホールディングス 執行役員の廣岡勝也です。
それでは、2026年3月期決算について、資料に沿ってご報告します。

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

2ページです。本日のアジェンダです。

26年3月期決算の概況、セグメント別概況、財務・株主還元、27年3月期の業績予想についてご説明します。

2026年3月期 決算概況

はじめに、26年3月期決算について概況をご説明します。

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>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</p> <p>一方、不採算事業の売却及び米・中の売上低迷により減収</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>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</p> <p>売上総利益率は57.3%と前年同期から1.3pt改善</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>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</p> <p>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</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>	<p>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</p>

4ページです。

26年3月期決算のエグゼクティブサマリーです。

上段、売上収益は1,715億円で、前期を24億円下回りました。国内は中核会社である株式会社ワコールやピーチ・ジョンにおいて販売が堅調に推移し、2024年9月に買収したブラビッシモ社の増収効果も寄与しました。一方、前期から当期にかけて実施した不採算事業の売却、米国・中国の売上低迷により、減収となりました。

2段目、売上総利益は982億円で、前期を8億円上回りました。先ほど述べた不採算事業の売却や、直営店や自社ECを主力チャネルとして展開するブラビッシモ社の買収に伴い、売上総利益率が1.3ポイント改善し、売上総利益は増加しました。

3段目、事業利益は5億円の赤字となりました。米国・中国の不振が影響しましたが、国内株式会社ワコールでの販管費の縮減により、30億円改善しました。また、11月に発表した修正計画に対しても、関税影響が当初想定を下回ったことや各社がコストコントロールに努めたことにより、計画を上回って着地しました。

下段、営業利益は事業利益が前年同期を上回ったことに加え、新京都ビルをはじめとする不動産の売却益が寄与し、前年同期を大幅に上回り、199億円となりました。

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%
ビーチ・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	—
ビーチ・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%

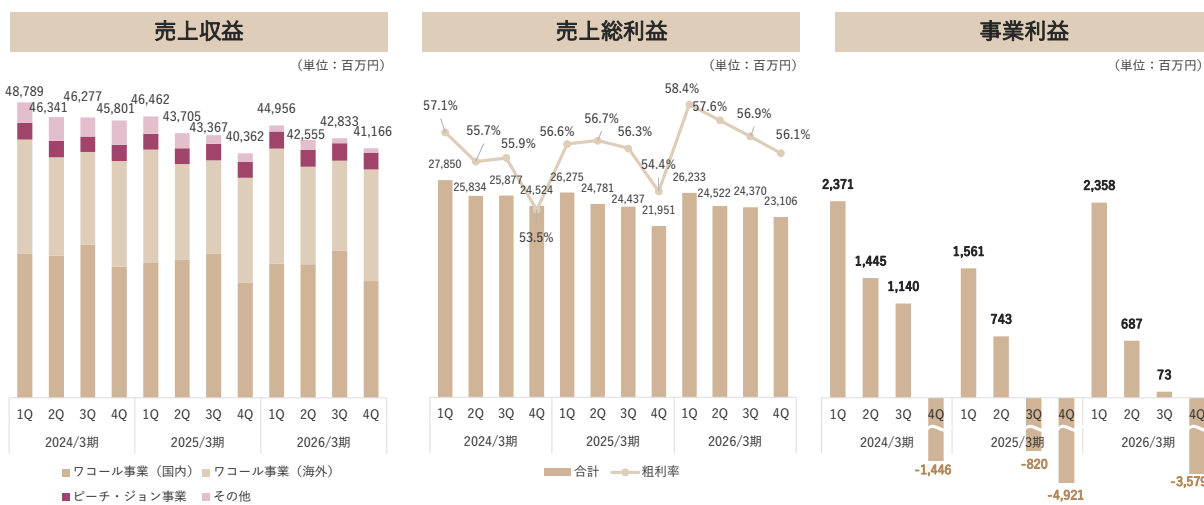
※ 2026年3月期に企業結合の会計処理を確定したことに伴い、2025年3月期の数値を遡及修正

5

5ページです。こちらは通期実績のまとめとなりますので、割愛します。

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



6ページです。売上収益、売上総利益、事業利益の四半期ごとの推移です。

第4四半期期間は売上収益、売上総利益ともに前年同期から増加しました。事業利益については、粗利改善、販管費縮減も寄与し前年同期比で約13億円の改善となりました。

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

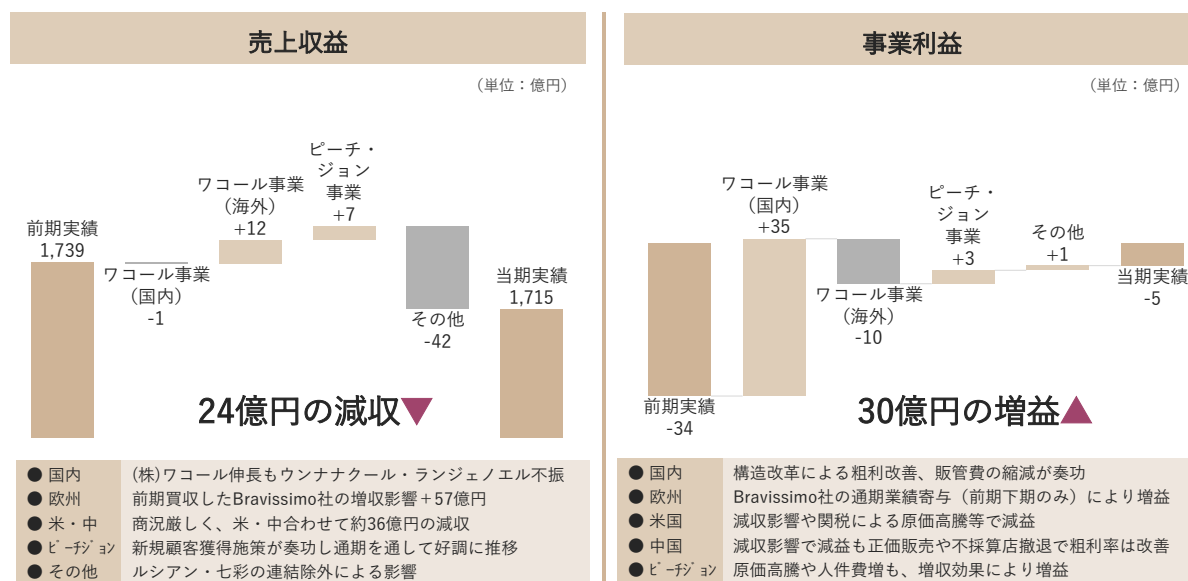
7

7ページです。こちらは、事業利益から親会社の所有者に帰属する当期利益です。主な前期差についてご説明します。

事業利益の下段、その他収益として約240億円を計上しています。こちらには、新京都ビルの固定資産売却益に加え、ブラビッシモ社の物流倉庫火災によって発生した損害に対する保険金29億円を計上しています。なお、その下段のその他費用約37億円には、物流倉庫火災によって発生した在庫評価損のほか、当期に計上したワコールヨーロッパにかかるのれんの減損も含まれています。ワコールヨーロッパについては、市場成長の鈍化に加え米国関税やインフレによる販管費の増加などを踏まえ、のれんの使用価値を再評価した結果、減損損失を計上することとなりました。

税引前利益は、持分法適用会社であるタイワコールとハウス オブ ローゼの株価下落に伴い関連会社投資の減損を計上した結果、約197億円となりました。

26/3期 売上収益・事業利益の前期差



8

8ページです。売上収益と事業利益の前期差をセグメントごとに記載しています。

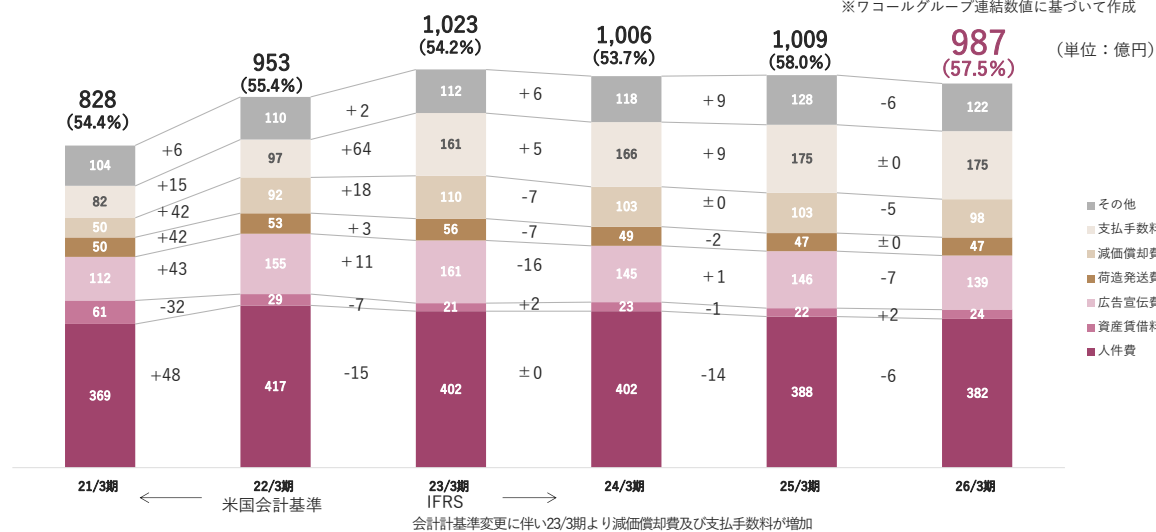
左側の売上収益については、前期までその他セグメントに含まれていた七彩・ルシアン[®]の連結除外による減収影響が大きく、全体で24億円の減収で着地しました。ワコール事業国内においては、株式会社ワコールについては前年を超えて推移したものの、ウンナナクール、ランジェノエルなどの販売子会社の減収により前期をわずかに下回りました。一方、ワコール事業海外については前期のブラビッシモ社の買収影響が米国・中国の低迷を上回り増収、ピーチ・ジョンは、新規顧客の獲得施策が奏功し、引き続き増収となりました。

右側の事業利益については、ワコール事業国内において株式会社ワコールの売上総利益の改善と販管費の縮減が寄与し、全体で30億円の増益で着地しました。一方、ワコール事業海外は、米国の不振に加え、ブラビッシモ社の火災影響もあり、減益となりました。

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

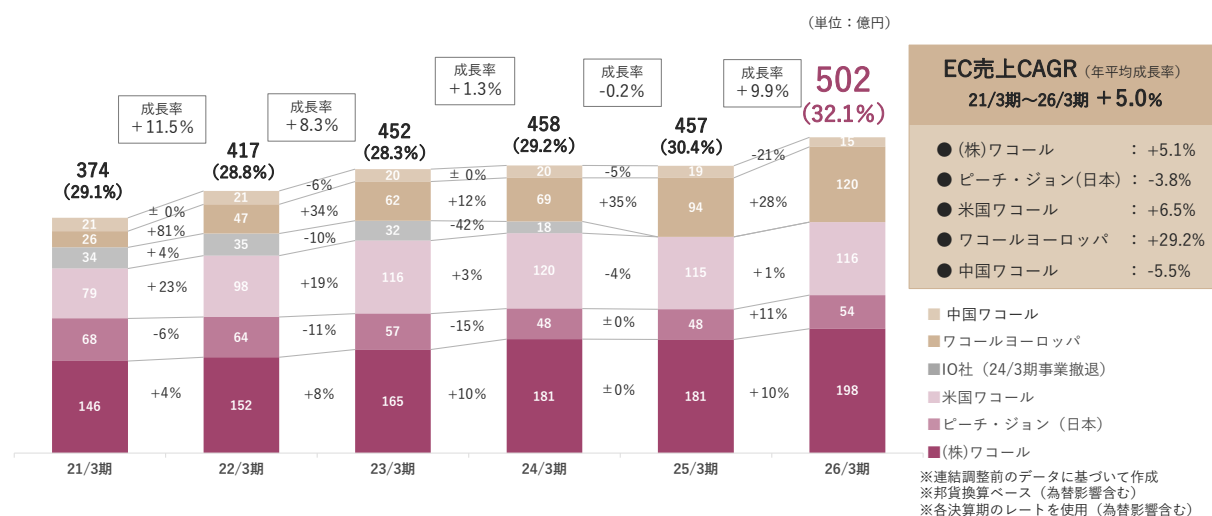
※ワコールグループ連結数値に基づいて作成



9ページです。販管費の推移となります。通期累計の販管費は987億円でした。ブラビッシモ社の買収により販管費が増加した一方、広告宣伝費の縮減や米国、中国などのコストコントロールが奏功し、前期から22億円の削減につながりました。

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%)



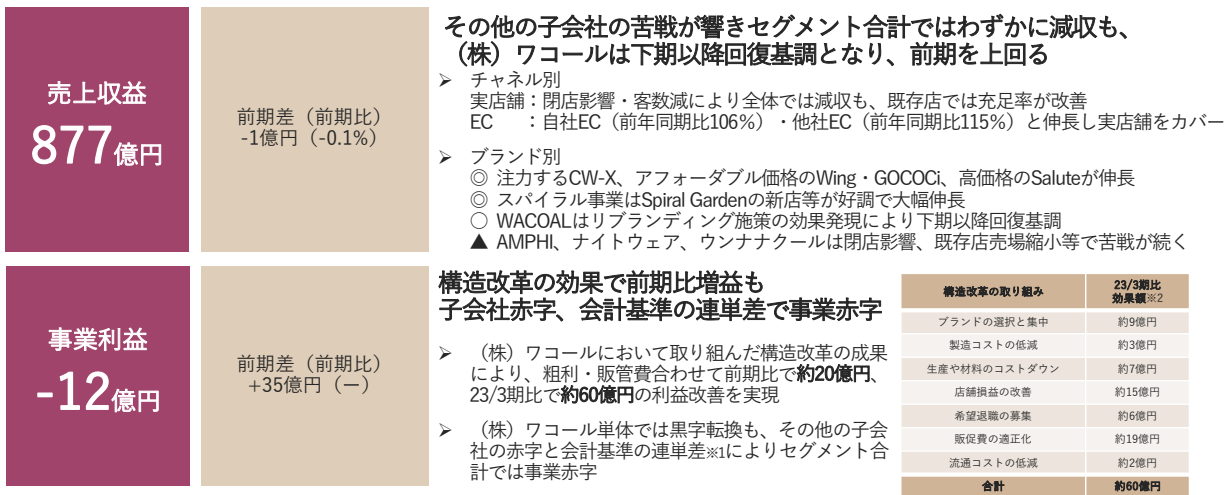
10ページです。こちらのスライドでは、主要5社のEC売上の推移をまとめています。

自社ECと直営店を主力チャネルとして展開するブラビッシモ社を買収したことにより、ワコールヨーロッパのEC事業が拡大し、主要5社の売上に占めるEC比率は、前期末より30%を超える水準で推移しています。各社とも、EC事業は成長戦略における重要な位置づけとなるため、更なる成長の実現に向けて取り組みを進めてまいります。

2026年3月期 決算概況 (セグメント別)

次に、セグメント別の概況をご説明します。

【セグメント別】ワコール事業(国内)の概況



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

12ページです。ワコール事業国内についてです。

売上収益は、877億円でした。株式会社ワコールは下期以降売上が回復基調に転じ前期から増収となったものの、その他の子会社の不振によってセグメント合計ではわずかに減収となりました。

チャンネル別では、ECは引き続き好調に推移しました。実店舗においては、閉店影響や来店客数減少による影響を受けながらも、継続品比率の向上や需要連動生産等の取り組みにより充足率が改善しました。

ブランド別では、引き続きシーダブリュー・エックスやウイング、ゴコチ、高価格帯のサルートも好調に推移したほか、中核ブランドのワコールも下期以降に改善傾向がみられました。また、スパイラル事業についても新規出店が奏功し売上が伸長しました。

事業利益については12億円の赤字でしたが、前期からは35億円の改善となりました。国内では、2023年より中計リバイズで掲げる構造改革に取り組んできました。原材料費の高騰や為替の円安進行等の外部環境の変化がありながらも、この3年間で取り組んできた価格改定や生産効率の向上、店舗損益の改善などの様々な施策が奏功し、前期比で約20億円、23年3月期比では約60億円の利益改善を実現しました。一方、その他の子会社の不振や、日本基準とIFRSの会計基準差等が影響し、セグメント合計の事業利益は赤字となりました。

【セグメント別】ワコール事業(国内)のトピックス

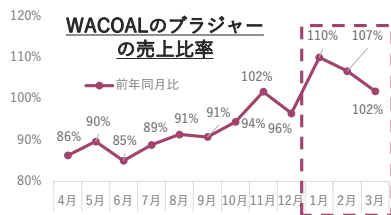
主要ブランドごとに進めてきた商品改善・価格戦略・販路拡大等が奏功し、回復基調

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



※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

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

- WBC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

- Meloopoop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

13ページです。ワコール事業国内のトピックスについてご説明します。国内では、ブランドごとに進めてきた商品戦略や価格戦略の効果が発現し始め、一部ブランドが足元で好調に推移しています。

左側をご覧ください。中核ブランドのワコールは下期より復調に転じ、特に主力のコレクションラインが伸長しました。重点商品について、カラーやデザインが変わっても品番を維持する体制を構築することで、ECにおける商品レビューの蓄積と在庫の安定供給が可能になったこと、在庫充足率が改善傾向にあることなどが寄与し、第4四半期期間では前年同期比107%と好調に転じました。

中央には高価格ブランドのサルートについて記載しています。サルートは「劇的セクシー」をコンセプトとする装飾性の高いハイプレミアムブランドです。今期については、高価格の商品配備を拡充、ファン投票による復刻商品を発売する等の取り組みで、既存顧客のさらなるロイヤル化を目指した結果、通期で売上が前期比109%と好調に推移しました。

右側をご覧ください。前期より注力するシーダブリュー・エックスの売上は通期で前期比118%と大きく伸長しました。中でも、WBCなどにおけるトップアスリートの着用により認知が拡大し、パーツアイテムが好調で、特にアームサポーターは直近3月単月では前年同月比600%を超えるなど、めざましい伸長を見せています。また、樹脂の吹付によって立体物を成型する新技術のメループを活用した高校生向けのスポーツブラも、デザインのアップデートが奏功し、前年の秋冬期間対比で183%と大幅に伸長しました。

【セグメント別】ワコール事業(海外)の概況



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



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

14ページです。ワコール事業海外についてです。

売上収益は、685億円と、前期を12億円上回りました。米国、中国については苦戦が継続した一方、欧州は前期に買収したブラビッシモ社の寄与と欧州大陸の市場の深耕で伸長しました。なお、ブラビッシモ社については、2025年6月下旬に発生した物流倉庫火災によって、自社ECにおける出荷を約2か月間にわたって停止し、機会損失が発生しましたが、9月以降順次再開し、今年2月には倉庫の完全復旧が完了しました。火災による損益影響については次のスライドでご説明いたします。

事業利益は5億円と、前年同期を10億円下回りました。米国・中国は減収に加え、米国のグラマライズ社の買収に係る一時費用なども影響し減益となりました。また、欧州については増収により増益しましたが、火災影響が響き、全体の減益を補うには至りませんでした。一方、前期からは減益だったものの、関税影響の縮小により、計画に対しては上振れして着地しました。関税影響についても次のスライドでご説明します。

【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

15ページです。ワコール事業海外のトピックス、ブラビッシモ社の火災影響と関税影響についてご説明します。

まず左側、ブラビッシモ社の物流倉庫火災についてです。倉庫火災は2025年6月下旬に発生し、その後約2か月間、自社ECでの出荷を停止しました。自社ECは9月以降順次再開し、一時在庫不足に陥ったものの2月の倉庫の再稼働以降は回復傾向にあります。また、当該倉庫には火災保険を付保しており、売上の機会損失と在庫等の損失額29億円はすべて保険金によって補填されました。損害の影響額について表で記載しております。売上への影響は通期でマイナス16億円、事業利益への影響はマイナス9億円、営業利益ベースでは影響はありません。

続いて右側をご覧ください。米国ワコールとワコールヨーロッパの関税影響は、売上の減少に伴う仕入量の減少、および生産拠点の見直し等により、当初の見立てから5億円減少し、利益に対してプラス影響が発生しました。なお、下段に記載の通り、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は2月末以降0%となり、来期以降は関税による影響額はより小さくなる見込みです。

【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ンネルで伸長、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

16ページです。ピーチ・ジョン事業についてです。

売上収益は、111億円でした。前期から新規顧客獲得強化の方針へ舵を切り、各種の施策を進めた結果、全チャンネルが伸長し、前期を7億円上回りました。

事業利益は1億3千万円でした。原価高騰の影響や賞与増による人件費増加などの影響がありましたが、増収効果により、前期を3億円上回りました。

続いて右側のトピックスについてです。前期から顧客データ分析を強化し、主要顧客の嗜好を踏まえた商品開発およびタレント起用の結果、購買意欲の喚起と新規顧客の獲得が進み、売上が好調に推移しています。

財務・株主還元

次に、財務・株主還元についてご説明します。

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



18ページをご覧ください。中計リバイズで掲げている財務戦略の基本方針です。こちらは、2023年11月に発表した内容から変更はありません。

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

19

19ページをご覧ください。財務戦略の進捗を記載しております。

上段記載のアセットライト化については、保有不動産の整理、政策保有株式の縮減について、計画に沿って実施し、合計額としてはほぼ計画通りに着地しました。資本政策については、配当還元は計画通りに実施した一方、自己株式の取得については、買収を含む投資案件の検討タイミングが重なり、上限として示した計画値を下回りました。

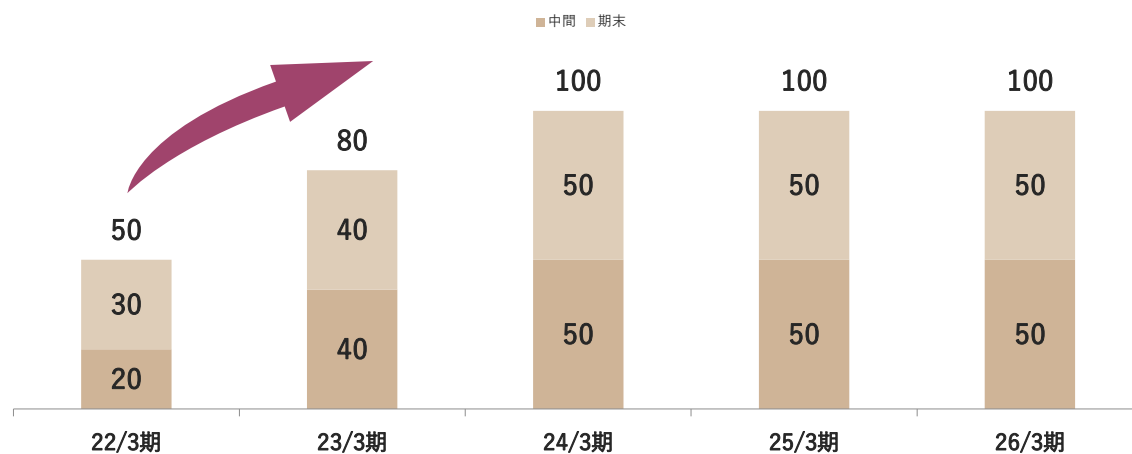
また、下段のROIC、ROEについては、リバイズでの目標数値をわずかに下回って着地しました。

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）

1株当たり配当金推移

(単位：円)



20ページです。配当金についてです。26年3月期の期末配当は当初予定通り一1当たり50円、中間配当と合わせて100円といたします。

2027年3月期 業績予想

ここからは、27年3月期の業績予想についてご説明します。

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、ワコールインドネシア、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、ワコールインドネシア、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

22

22ページです。業績予想ご説明の前に、まず報告セグメントの区分変更についてご説明します。

27年3月期より、セグメント別のROICマネジメント推進にあたり、サプライチェーンマネジメント単位に会社を再分類しました。

従来ワコール事業海外セグメントに含まれていた一部の海外子会社をワコール事業国内セグメント及びその他へと移管しております。

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>

23ページです。27年3月期 通期業績予想のサマリーとなります。ここでは、前期にあたる26年3月期との差を中心にご説明します。

上段の売上収益は1,876億円と、161億円の増収を計画しています。主要子会社は国内、海外とも増収予定、株式会社ワコールにおけるCW-XやEC事業の伸長、買収したグラマライズ社の効果や欧州における大陸の深耕などを織り込んでいます。

2段目、売上総利益は1,087億円と、こちらも104億円の増益計画です。ECへの注力や買収に伴う収益性の改善などにより、増益及び売上総利益率の改善を見込んでいます。

3段目、事業利益は5億円と、前期に対して10億円の伸長計画です。26年3月期に発生したブラビッシモ社の火災影響の反動や買収による増益などが主な伸長要因です。

下段の営業利益は、事業利益に対して関連会社からの受取ロイヤリティ等を加え15億円を計画しています。前期比では新京都ビルを始めとする固定資産の売却益の反動により184億円の減益計画となりました。

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)

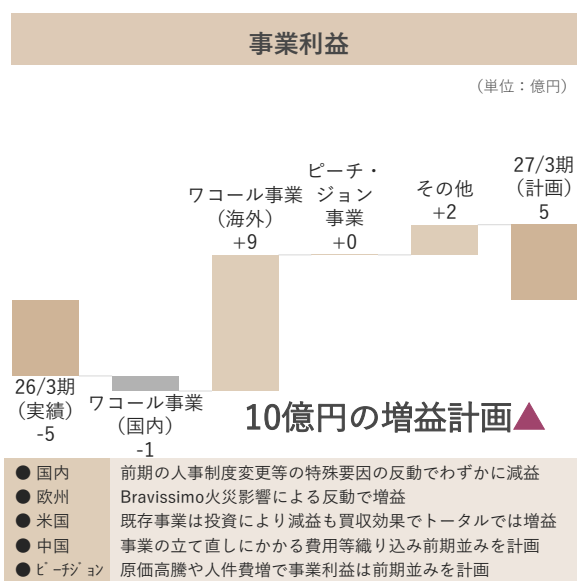
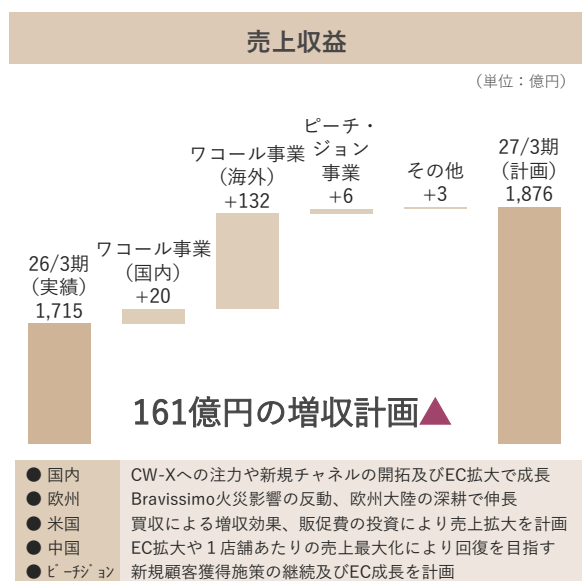
	26/3期 通期実績		27/3期 計画			
	実績	構成比・比率	計画	構成比・比率	増減額	増減率
売上収益	171,510	—	187,600	—	+16,090	+9.4%
ワコール事業（国内）	88,428	51.6	90,400	48.2	+1,972	+2.2%
ワコール事業（海外）	66,138	38.5	79,300	42.3	+13,162	+19.9%
ピーチ・ジョン事業	11,144	6.5	11,800	6.3	+656	+5.9%
その他	5,800	3.4	6,100	3.3	+300	+5.2%
売上総利益	98,231	57.3	108,670	57.9	+10,439	+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%

24

24ページです。こちらは27年3月期業績予想のまとめとなりますので、割愛します。

なお、本決算説明資料上は、27年3月期業績予想に対する比較数値としての26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数値を掲載しております。

27/3期 売上収益・事業利益の前期差



25ページです。売上収益と事業利益の前期差をセグメントごとに記載しています。

左側の売上収益については、グラマライズ社の買収、欧州大陸の深耕やブラビッシモ社火災影響の反動が大きく、ワコール事業海外で大きく増収する計画です。そのほか、ワコール事業国内は株式会社ワコールにおけるシーダブリュー・エックスやEC伸長で20億円の増収を計画します。

右側の事業利益についても、ワコール事業海外の伸長により増益を計画します。なお、ワコール事業国内については、前期の制度変更による利益影響の反動により減益計画となりました。

わたくしからの説明は以上です。続いて国内事業の主な取り組みについて川西よりご説明します。

ワコール事業(国内) ー構造改革室の新設

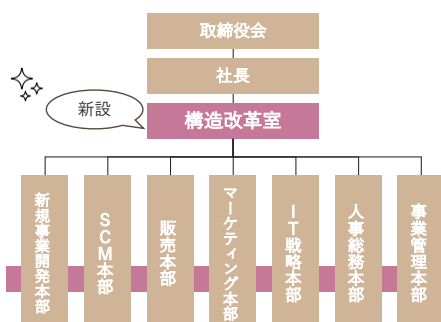
社長直轄の構造改革室を設置し、施策のモニタリングを強化
組織横断で課題解決をリードし、計画の実効性を向上

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



モニタリング体制

ステコミ / 取締役会

構造改革室

分科会 1 分科会 2 分科会 3 分科会 4 ...
(12の分科会を設置し、構造改革室がすべてに参加)

構造改革室の役割

- ・活動、結果を担保する
- ・解決方法を提示する
- ・チームの活動を主導する
- ・目標と期限を守る、守らせる
- ・成果物にコミットする
- ・意見の違いを整理、解決する

構造改革室が
横断的につなぎ
全社視点で主導

株式会社ワコール 代表取締役社長執行役員の川西です。

ここからは、国内事業のうち株式会社ワコールの27年3月期のトピックスについて、ご説明します。

はじめに、2026年4月に新設した構造改革室についてです。

左側の図に記載の通り、構造改革室は社長直轄であり、株式会社ワコールのすべての事業部門を横断、中立的かつ客観的な立場で構造改革およびマネジメント改革を推進する組織です。

27年3月期の計画では事業部門での取り組みに加え、計画を確実にやり切るための施策を100以上織り込んでいます。

右側のモニタリング体制ご覧ください。それらの施策を、株式会社ワコールの執行役員クラスをオーナーとする12の分科会に割り当てました。分科会オーナーはそれらの施策に数値責任を持って取り組む一方で、構造改革室は、分科会と共に、やり切るための指標となるKPIや具体的なアクションプランの定義を行い、週次・月次で進捗状況を強力にモニタリングしていきます。従来との大きな違いとしては、計画に対する実効性の強化はもちろん、課題発生時には構造改革室が経営視点を持って分科会へ対応策を提示し、リソースの配分を含めて全社一貫通貫で解決まで踏み込んでいくことです。構造改革室の設置により、当社に足りていなかった計画をやり切るためのマネジメントの強化や、組織のマインドセットの変革をおこない、業績達成に向けての蓋然性を高めていきます。

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 「取り置き・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「**取り置き・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

わたす年間利用者数(UU)の計画

約**2倍**に!



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、お客様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様にはセルフ診断を提供し、体型の特徴やブラとの相性を紹介
 ※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

27ページです。次に、株式会社ワコールにおけるさらなる収益拡大施策について、主なものをご説明します。

1つ目は左側に記載のCW-Xの拡大です。CW-Xでは野球やランを強化スポーツカテゴリーとし、アスリート起点でブランド認知を高めます。

今年の4月には、箱根駅伝で優勝を重ねてきた青山学院大学陸上競技部に新たに誕生した女子駅伝チームとパートナーシップ契約を締結しました。全国のマラソンイベントなどで連携し、ブランド認知拡大を目指します。

加えて下段、職域販売を強化します。昨年には元プロ野球選手をCW-Xのセールスに起用し、野球をはじめとしたスポーツチームへのアプローチを強化しています。

2つ目は、中央に記載の「わたしに合うブラ診断」と「取り置き・取り寄せ」サービスの強化です。

「わたしに合うブラ診断」は、お客様の体型に合う商品を店舗および自社EC上で提案するサービスです。自社ECであるワコールウェブストアにおけるサービス利用者の購入率は、通常購入率の3.6%に対して6.5%と、約2倍の高いコンバージョン率を誇ります。この夏には対象商品を拡大し、また合わせて店舗における「取り置き・取り寄せ」サービスも組み合わせることで、ECと店舗を融合したOMO戦略として売上拡大を狙います。

3つ目は、新規チャネル開拓による顧客接点の創出です。

成長チャネルとして定義するドラッグストアにおける展開を拡大します。27年3月期は、26年3月期の約800店舗から約2,000店舗へ展開店舗数を拡大予定です。また、ドラッグストアを含め、新規チャネル、新規事業に携わる部門の人員を増員し、さらに強化していきます。

今期は構造改革室を新設することで計画及びそれに紐づく施策の実効性を高め、また収益拡大のための重点施策に一層注力してまいります。

続いて、海外事業のトピックスについて、矢島よりご説明します。

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

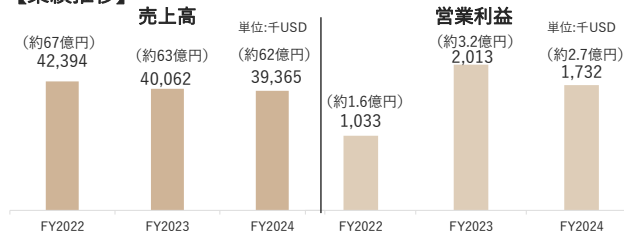
【会社概要】

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) 理念を実践

【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

株式会社ワコールホールディングス 代表取締役 社長執行役員の矢島です。

ここからは、海外事業のトピックスについて、ご説明します。

当社は、既に発表しております通り、2026年4月に、米国ワコールの子会社を通じて、D2C(ディーターシー)やEC、プラスサイズ市場に強みを持つグラマライズ社を買収しました。

右側の写真をご覧ください。同社は、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し、ノンワイヤーであるスポーツ、ソフトカップ製品の売上が全体の約7割を占めています。また、売上の約半分がアンダーサイズ107センチ以上の商品で構成されています。

なお、左下に直近3年間の業績推移を記載しています。売上はやや減少傾向にあるものの、営業利益は一定水準を維持しており、収益性の改善が進んでいる状況です。

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

29ページです。グラマライズ社買収による米国事業の成長戦略です。

本件買収により、米国事業の売上拡大・競争優位性の確立・収益性改善の3点を同時に実現してまいります。

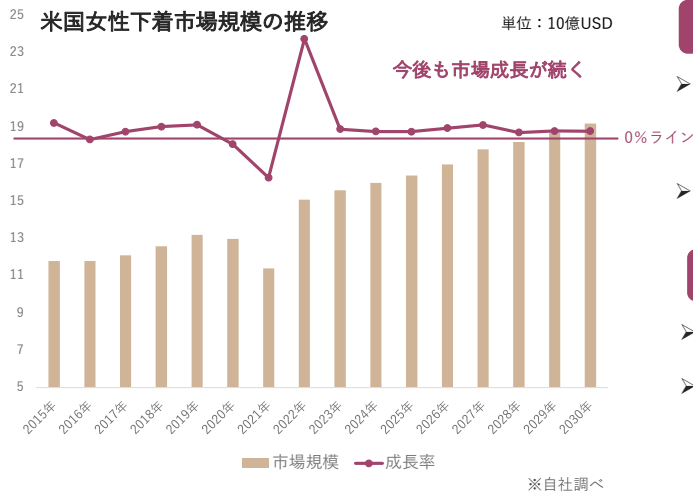
まず売上拡大についてです。グラマライズ社は売上の98%をECチャンネルが占めており、米国におけるEC事業の強化を加速します。さらに、同社の自社ECメール会員は45万人にのぼり、強固な顧客基盤を有しています。なお、現状の同社の顧客の約70%は米国ワコールの既存顧客とは重複していないことが確認できており、EC強化と新規顧客の獲得という、チャンネルと顧客基盤の2軸で売上拡大が期待できます。

次に、競争優位性の観点です。同社はプラスサイズ商品のみを展開する専門ブランドです。プラスサイズ市場は米国女性の約3割を占める大きな市場であり、同社の買収はこの市場でのシェア拡大に直結します。また、プラスサイズ顧客はロイヤルティが高く、価格感応度も比較的低い特性があり、これを背景に、同社の顧客基盤および競争優位性を活用し、顧客価値の最大化とプラスサイズ市場でのプレゼンス向上を推進してまいります。

最後に収益性についてです。同社は現状自社工場を持たないシンプルなビジネスモデルや、高い継続品比率で事業を運営していることに加え、今後は米国ワコールの既存インフラの活用による生産性向上やコスト削減等の効果により、一層の収益性の改善が期待できます。

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**



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)

30ページです。米国の下着市場およびプラスサイズ市場の動向です。

左側に市場規模の推移をグラフで記載しています。米国の女性下着市場は、長期的には拡大傾向にあり、今後も年率3%程度の緩やかな成長が見込まれます。

次に右側をご覧ください。同社は、プラスサイズに特化した専門ブランドとして確立されたポジションを保持し、米国ワコールの既存のサイズ展開よりさらに大きなサイズを主力製品としています。繰り返しになりますが、既存の米国ワコールとのターゲット顧客の重複は限定的です。

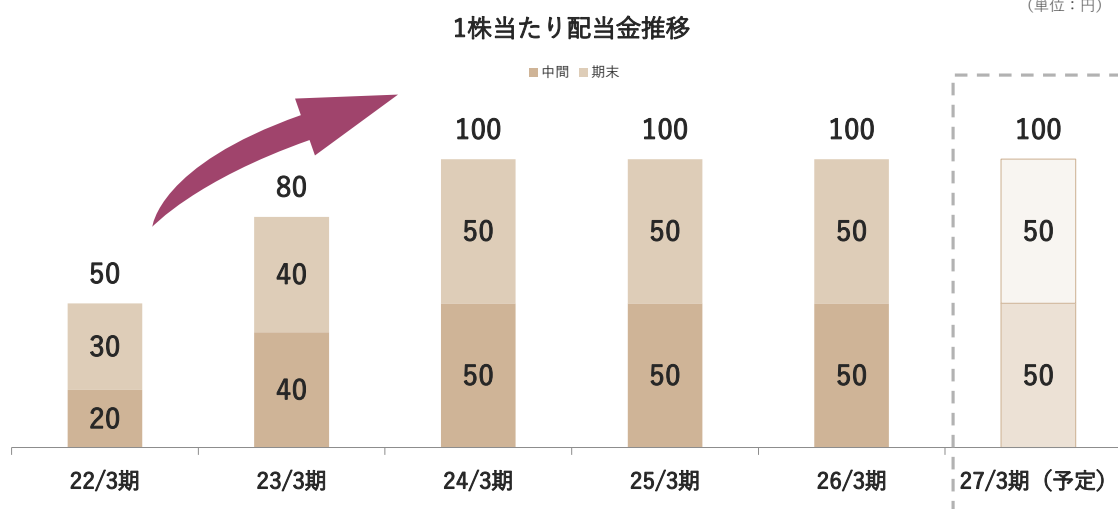
また、米国ではBMI30以上の人口が増加傾向にあり、これに伴い同社商品の需要拡大が想定されることに加え、プラスサイズ顧客は購買頻度が高く、高いロイヤリティがあることから、安定的な収益基盤の構築が期待されます。

今回の買収を通じて、グラマライズ社が有する商品開発の専門性やEC運営ノウハウをグループ全体で活用し、顧客基盤の拡大とブランド認知向上を加速させ、成長性と収益性のより一層の向上を図ってまいります。

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）



31

最後に2027年3月期の配当予想についてご説明します。

2027年3月期の配当予想につきましては、2026年3月期と同様に、年間100円を予定しています。

中間配当および期末配当はいずれも、1株当たり50円を予定しています。

わたくしからの説明は以上です。

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

34

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	対前期増減額	対前期増減率	25/3期実績	26/3期実績	対前期増減額	対前期増減率	25/3期実績	26/3期実績	対前期増減額	対前期増減率
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：千円）

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

35

27/3期 通期計画

為替レート	1 \$	1 £	1 円
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%

36

27/3期 通期計画（セグメント別）

為替レート	1 \$	1 £	1 円
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

37

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	対前期		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

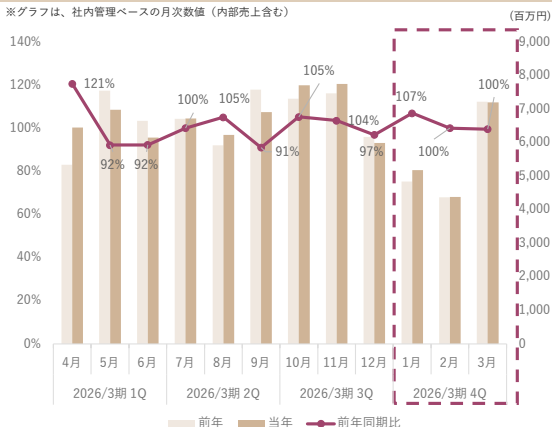
38

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）

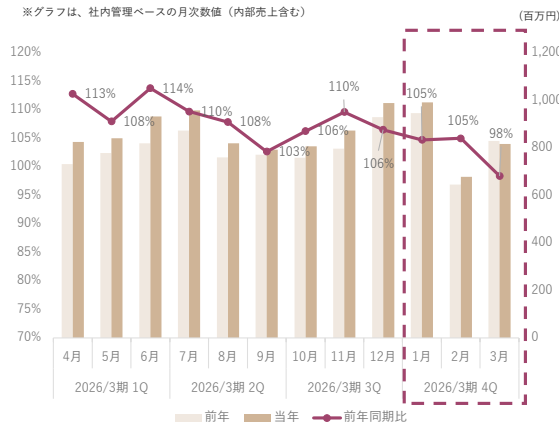


2026年1月 前年▲○ 自社EC、他社ECとも好調 ○量販店堅調
 2026年2月 前年▲△ 自社EC苦戦、他社EC好調 ○量販店堅調
 2026年3月 前年▶○ 自社EC、他社ECとも好調 ×百貨店苦戦

(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▲ 前年▲ 前年▲ 前年▲
 2026年2月 前年▲ 前年▲ 前年▲ 前年▲
 2026年3月 前年▲ 前年▲ 前年▲ 前年▲

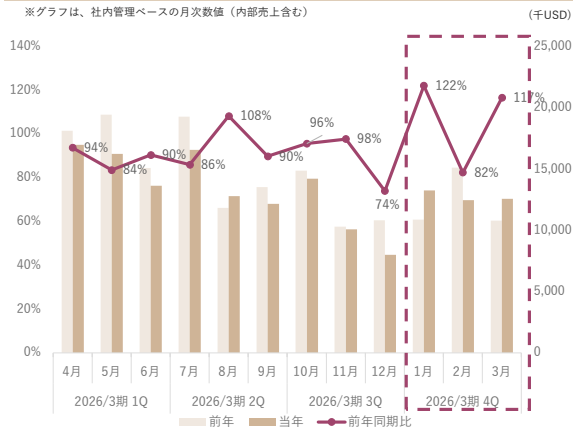
39

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）

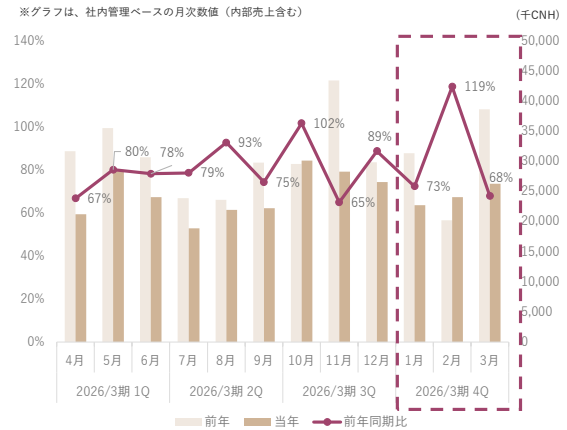


2026年1月 前年 ▲ ○百貨店好調 × 自社EC堅調 ○ 專業EC好調
 2026年2月 前年 ▼ ×百貨店積雪影響 × 自社EC、專業EC低調
 2026年3月 前年 ▲ ○百貨店月ずれにより好調 ○ 專業EC好調

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）



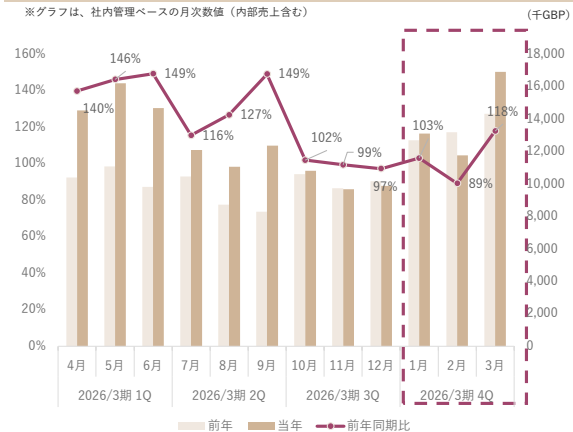
2026年1月 前年 ▼ × 実店舗旧正月月ずれにより苦戦 ○ 他社EC好調
 2026年2月 前年 ▲ ○ 実店舗旧正月月ずれによるプラス影響
 2026年3月 前年 ▼ × 実店舗、ECともに苦戦

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）

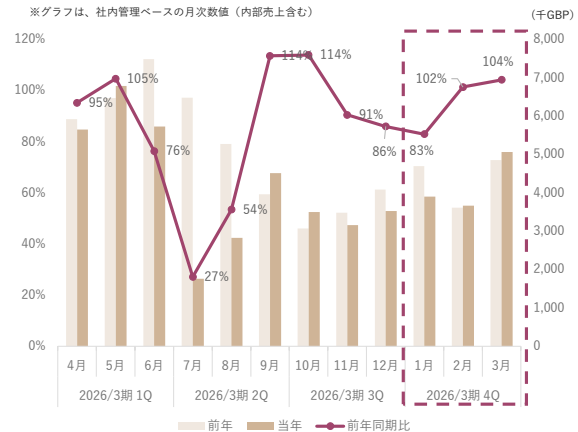


2026年1月 前年 ▲ × Bravissimo苦戦 ○ 欧州専門店好調 ○ 北米好調
 2026年2月 前年 ▼ × 英国不調 × 北米 積雪影響により月ずれ
 2026年3月 前年 ▲ ○ 英国好調 ○ 北米好調 ○ 欧州大陸堅調

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）



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

※ 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

- 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

42

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 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

- 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

43

(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

国内におけるレディスインナーウェアのブランド別価格帯

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。特にスポーツタイプは、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

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、「自分を見つけ、自分を変える瞬間」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、さまざまなからだがやこころの変化に対応するアイテムを提供

Solute
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、“最高で最良のこころよさ”と豊かな日常を提供

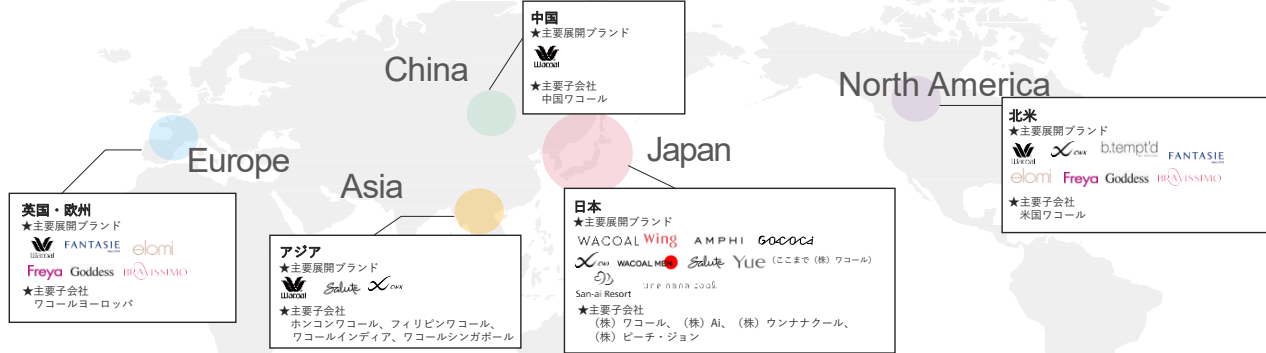
AMPHI
2006年に誕生。国内直営店やECサイトを中心に展開。トレンドを取り入れたデザインと軽やかなつけごころで、“今の気分”に寄り添うアイテムを提供

GOCOCCI
2017年に誕生。実店舗、ECサイトを含む国内の幅広いチャ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、おしゅれをより楽しくするアイテムを提供

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ルの楽しさを実現

(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



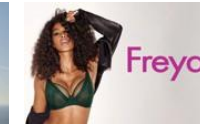
FANTASIE

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ト向けブランド。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



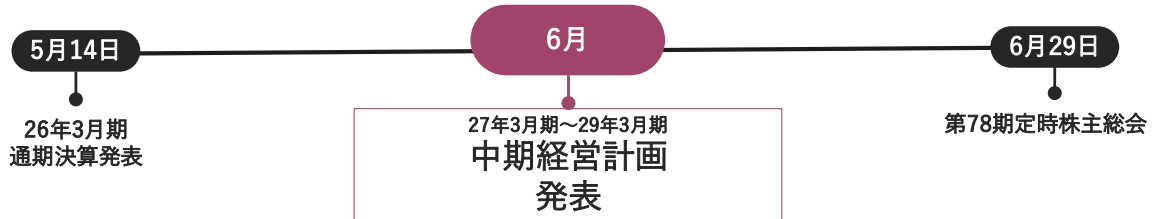
Goddess

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



ディスクレーム

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