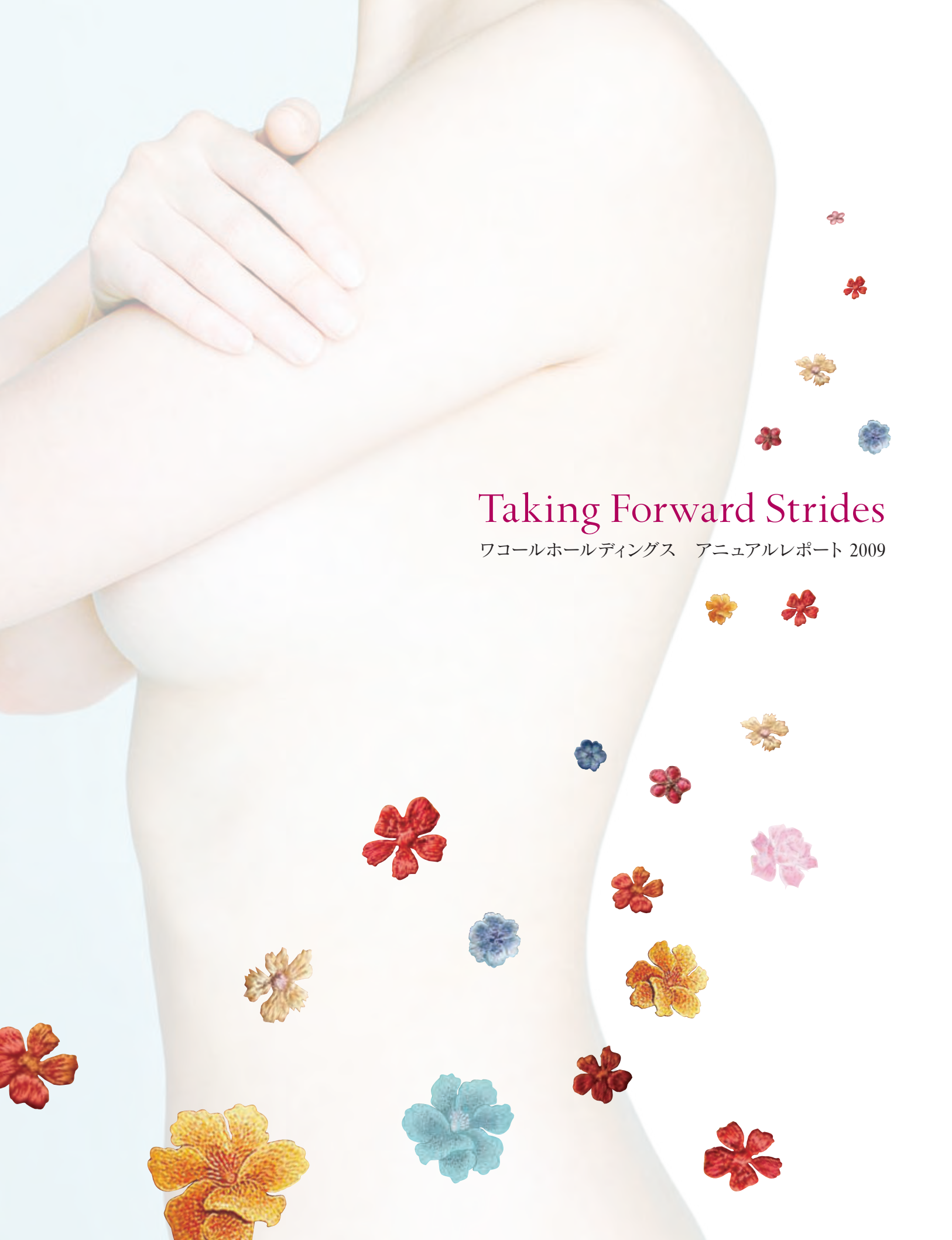


Taking Forward Strides

ワコールホールディングス　アニュアルレポート 2009

ワコールは1949年の設立以来、
「女性に美しくなって貰う」こと、「女性が美しくなることを
お手伝いする」こと、「女性の“美しくありたい”という願いの実現に
役立つ」ことを事業の目標に、日本の女性インナーウェア市場を
リードしてきました。

現在では、日本で強固な事業基盤を築きつつ、
欧米やアジアにおいても着実に販売を拡大しています。
また、これまで約3万5,000人に及ぶ日本女性の人体計測を実施して
蓄積した豊富な分析データを活用して、からだの「かたち」や「動き」に
関する基礎研究、感覚生理研究を行い、
造形やつけごこちに優れた商品を開発・販売してきました。

今後は、美しさとここちよさに加えて、新しい機能性などの
さらなる付加価値を追求することで、より多くの顧客に
愛されるとともに、市場の活性化につながる商品を提供していきます。

ワコールの目標

世の女性に美しくなって貰う事によって広く社会に寄与する事こそ
わが社の理想であり目標であります

社是

わが社は 相互信頼を基調とした 格調の高い社風を確立し
一丸となって世界のワコールを目指し不断の前進を続けよう

経営の基本方針

1. 愛される商品を作ります
2. 時代の要求する新製品を開発します
3. 大いなる将来を考え正々堂々と営業します
4. より良きワコールはより良き社員によって造られます
5. 失敗を恐れず成功を自惚れません

CONTENTS

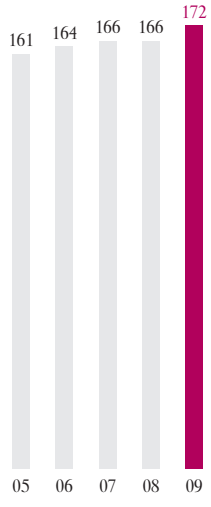
1 財務ハイライト
2 Wacoal Group Challenges
ワコールグループの成長戦略
8 株主・投資家の皆さまへ
12 副社長からのメッセージ
14 Taking Forward Strides
新たな価値創造を実現したワコールの
「スタイルサイエンス」
20 コーポレート・ガバナンス
22 社会貢献活動と環境経営
23 取締役及び監査役
24 11カ年財務サマリー
26 連結貸借対照表
28 連結損益計算書
29 連結包括損益計算書
29 連結株主持分計算書
30 連結キャッシュ・フロー計算書
31 事業等のリスク
32 会社概要
33 投資家情報

財務ハイライト

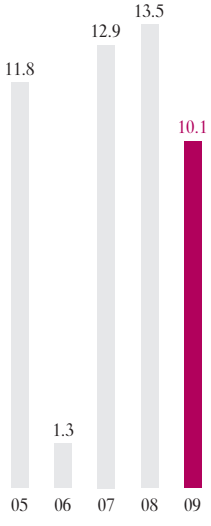
株式会社ワコールホールディングス及び子会社
2009年、2008年及び2007年3月31日に終了した事業年度

	単位：百万円（1株当たり情報を除く）			増減率
	2009	2008	2007	2009 vs 2008
売上高	**¥172,276**	¥165,761	¥166,410	＋3.9%
営業利益	**10,129**	13,540	12,896	－25.2
税金等調整前当期純利益	**7,627**	14,353	13,920	－46.9
当期純利益	**5,230**	4,966	9,029	＋5.3
ROE（%）	**3.0**	2.6	4.8	
普通株式1株当たり情報（単位：円）:				
当期純利益	**¥ 36.75**	¥ 35.14	¥ 63.18	＋4.6
現金配当	**25.00**	25.00	22.00	＋0.0
株主資本	**1,181.00**	1,291.41	1,374.89	－8.5
株主資本	**¥165,873**	¥185,113	¥193,278	－10.4
総資産	**213,486**	241,619	250,266	－11.6

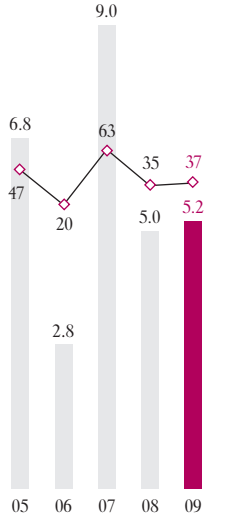
売上高
（十億円）



営業利益
（十億円）

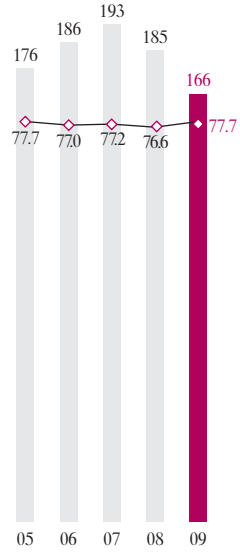


当期純利益
（十億円）



◇ 1株当たり当期純利益（円）

株主資本
（十億円）



◇ 株主資本比率（%）

ワコールグループの成長戦略

Wacoal Group Challenges

ワコールグループは、これまで半世紀以上にわたる事業活動を通じて、日本の女性インナーウェア市場をリードしてきました。世界的に経済環境が悪化している昨今ではありますが、ワコールは、顧客に本物の価値を提供し続けることで、今後も市場での存在価値を高めていきます。当特集セクションでは、厳しい競争を勝ち抜き、持続的成長を実現していくための、当社グループの経営戦略をご紹介します。

環境認識と成長戦略

成熟化が進行する女性インナーウェア市場

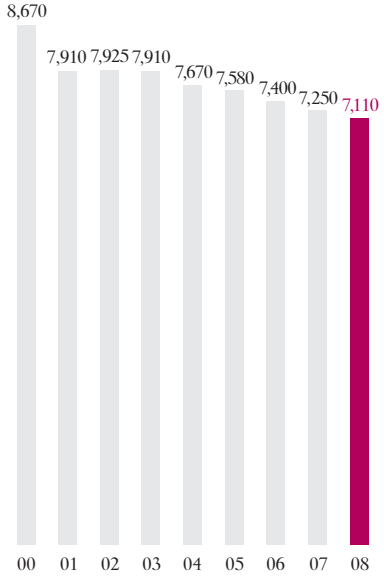
ワコールグループの事業の中核を占める女性インナーウェアの国内市場規模は、現在約7,100億円と推定されますが、2000年をピークに減少傾向が続いています。少子高齢化の影響もあって市場は成熟化しており、将来的にも大きな成長は見込みにくい状況です。

また国内の小売業界も、百貨店においては、約7兆7,000億円の市場規模がありますが、近年は漸減傾向が見られます。同様にチェーンストアにおいても、市場規模は14兆円程度ですが、この数年は伸び悩みの状況にあります。

このように、ワコールグループがこれまで主力取引先としてきた百貨店やチェーンストアは、消費者のライフスタイルの変化やドラッグストア、インターネット通販といった新たな小売業態の台頭などで厳しい事業環境下にあります。さらに女性インナーウェア業界も、アパレルメーカーの参入などにより競争は激しさを増しています。

こうした状況の中、当社グループがこれからも持続的な成長を実現していくための主な戦略は次の通りです。

女性インナーウェア市場の推移（小売ベース）



（矢野経済研究所推計）

- Ⅰ 直営小売事業の展開による新たな販売チャネルの構築
- Ⅱ 若年層を中心とする顧客との接点拡大
- Ⅲ 海外事業の一層の強化・拡大
- Ⅳ 持ち味を生かした商品開発力の強化
- Ⅴ 強固な財務基盤の維持と成長分野への積極投資

Wacoal Group Challenges : Part I

直営小売事業の展開による新たな販売チャネルの構築

ワコールでは、当社の主力取引先である百貨店やチェーンストアなど、卸売チャネルの市場縮小に対応するため、新規販路の開発や強化、新たな事業領域の創造を積極的に行うことで顧客接点を拡大し、さらなる成長機会を創出しています。その一環として直営小売事業の強化による新たな販売チャネルの構築に取り組んでいます。現在当社が注力している直営小売事業の柱は、SPA（製造小売）事業と、カタログやインターネットを活用した通信販売事業です。

2001年からスタートしたSPA事業は、顧客ターゲットや立地特性に応じて店舗展開を図っており、年々着実に事業規模を拡大しています。当期のSPA事業の売上高は前期比12億円増の104億円、期末店舗数は前年より7店増の102店舗となっており、着実に顧客接点の拡大が図られています。今後は業態ブランドの集約と商品構成の共通化による効率化を推進することで収益性の向上を図っていきます。

通信販売事業は、当期の売上高が前期比2億円増の60億円となりました。なかでも、インターネット販売は、男性インナーウェアの取り扱いを始めたことで、これをインターネット経由で購入するお客さまが増加していることなどもあり、売上高が順調に拡大しています。今後は、効果的なPR活動とともにインターネット限定商品やオリジナル商品の強化も行い、一層の売上拡大を目指していきます。

SPA店舗

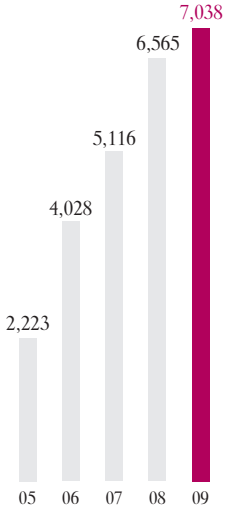
「アンフィ」川崎BE店

「アンフィ」柏店

「ワコールファクトリーストア」仙台港店

株式会社ワコールのSPA事業部 売上高推移

（百万円）



Topics | 着実な進化を遂げる「ウンナナクール」

SPA事業の子会社である株式会社ウンナナクールは、年々順調に事業規模を拡大し、2008年3月期には黒字化しました。同社の当期の売上高は約32億円、また期末の店舗数は42店ですが、3年後には売上高50億円、店舗数60店を目指し、事業拡大のスピードを加速していきます。2009年春からは、ブランドのリニューアルにも着手し、商品面で新たなデザインイメージを打ち出しました。同時に、従来商品よりも機能性を高めた高付加価値商品の投入や商品ラインアップの充実などで、変化のスピードが速い若年層のお客さまのニーズに的確に応えています。

Wacoal Group Challenges : Part II

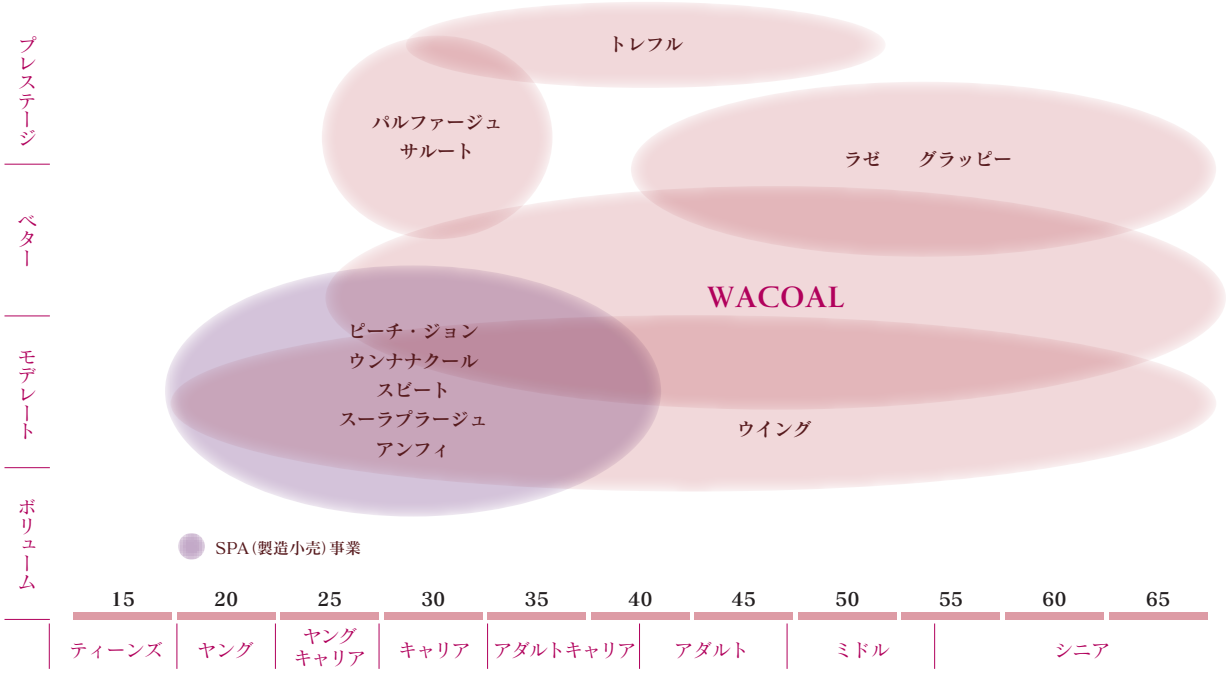
若年層を中心とする顧客との接点拡大

ワコールの商品ラインアップの中心を占める高機能・高付加価値のインナーウェアは、百貨店や下着専門店などの中・高級品市場で圧倒的な存在感を誇っています。こうした流通チャネルの中心顧客層であり、これまで当社商品をご愛用くださったお客さまの高齢化に伴い、キャリア層以上が中心になった結果、ワコールがカバーする顧客層に偏りが見られるようになってきました。特に、低価格かつファッション性を重視する比較的若い年齢層は、百貨店での購入機会が減少しており、ワコールとの接点が少なくなっています。

こうした状況に対応し、顧客基盤を拡大するためには、商品開発から流通チャネル、価格設定に至るまで、これまでとは異なったアプローチが必要となります。SPA事業やピーチ・ジョンの子会社化の推進は、まさにこうした戦略の一環であり、若年顧客層との接点拡大による売上拡大を目的としています。その一方で、ミドル・シニア層へは、体型や体質変化に対応した商品を提供するブランドとして「ラゼ」や「グラッピー」を積極展開しています。

このようにワコールグループでは、事業環境の変化を見据えて、若年層からシニア層まであらゆる年代向けの商品展開と販売チャネルの構築で市場プレゼンスの強化に努めています。

ワコールグループの主な商品ブランドのポジショニングマップ



Topics | 若年層の顧客から支持を集めるピーチ・ジョン

ピーチ・ジョンは、年4回発行の通販カタログと国内28店(2009年8月末現在)を数える直営店を通じ、主にヤング～ヤングキャリアの若年顧客層をターゲットにしたインナーウェアを販売しています。若々しくファッショナブルなイメージでの商品展開を得意とし、若い女性から大きな人気を集めています。同社は、これまでのワコールの顧客とは異なるファッション感度の顧客層を持つことから、ワコールグループは、同社がグループに加わることによる事業領域の拡大を図っていきます。

Wacoal Group Challenges : Part III

海外事業の一層の強化・拡大

国内の女性インナーウェア市場が縮小する一方で、広く海外に目を向ければ、いまだに潜在需要の高い市場は数多く残されています。海外事業の推進は、ワコールが長年にわたって取り組んでいる成長戦略のひとつで、その歴史は浅くはありません。1970年にタイ・台湾・韓国へと相次いで進出したのを皮切りに、米国・欧州・中国へと展開地域を拡大してきました。ワコールグループは、今後も海外事業の一層の強化・拡充で成長基盤づくりを進めていきます。

主力の米国事業

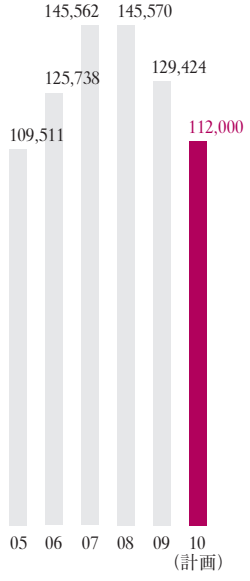
米国市場においてワコールは、百貨店の中・高級品市場で確固たる存在感を示しています。当期（2009年3月期）の米国ワコールの売上高は、約130百万ドルに達しており、収益規模では海外事業の中核となっています。当期は、消費の低迷による販売減少や、昨年で製造販売を終了したダナ・キャランのライセンス商品「DKI」「DKNY」の取引縮小の影響で、売上が一時的に大きく落ち込みましたが、当期期初から新たな高級百貨店向け自社ブランドとして「Wacoal LUXE（ワコールラックス）」を展開しており、こちらは順調に推移しています。また2009年1月からは、セクシーでファッショナブルな自社ブランド「b.tempt'd by Wacoal（ビーテンプテッド バイ ワコール）」も立ち上げています。このように米国事業は、現在、商品展開面で転換期にありますが、ライセンス商品よりも利益率の高い自社ブランドへの切り替えにより、新たなワコールファンの獲得と同時に、より強固な収益基盤づくりが実現できると考えています。

拡大を続ける中国事業

経済成長が続く中国は、女性インナーウェア市場も一層の成長が期待できます。ワコールグループでは、これまで以上に積極的な事業展開を図ることで、中国事業を米国事業に次ぐ海外事業の柱に育成していく方針です。当期は、主力のワコールブランドに加え、ターゲット顧客や価格帯の異なる2つのブランドを新たに投入した3ブランド体制をスタートさせ、さまざまなニーズを持つ顧客層に対応できる体制を整えました。また2008年7月からは、ワコールブランドの認知度向上と売上拡大を目的に、韓国・台湾・香港・ベトナムなどアジア各国で合同プロモーションを実施しました。今後は百貨店での販売に加え、ショッピングモールなどへの直営店の出店も視野に入れながら中国市場への攻勢を強め、早期に100億円の売上規模実現を目指していきます。

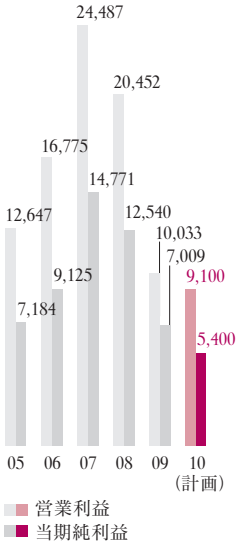
米国ワコールの売上高

（千ドル）



米国ワコールの営業利益と当期純利益

（千ドル）



「b.tempt'd by Wacoal」

「Wacoal LUXE」

中国の百貨店売場

2009年春夏の
中国キャンペーン商品

Wacoal Group Challenges : Part IV

持ち味を生かした商品開発力の強化

「ボディデザイニングビジネス」と自らの事業領域を定めているワコールのコア・コンピタンスのひとつが人間科学研究です。「人間科学」の視点から、商品に求められる価値を発見・創造し提供することで、インナーウェアの可能性を追求しています。長年にわたって培ってきた研究成果と基盤となる技術を商品開発に応用していくことで、ワコールはこれからも顧客にとっての本物の価値を提供し続けていきます。

人間科学研究が生かされたワコールの商品開発

ワコールは40年以上にわたり、女性のからだに関わるさまざまな基礎研究を積み重ねてきました。こうした研究成果を生かした商品開発により、ワコールは常に時代をリードする魅力ある革新的な商品を世に送り出してきました。例えば、今話題の「スタイルサイエンス」商品※をはじめ、コンディショニングウェアの「CW-X(シーダブリューエックス)」や、つけることで姿勢を美しくする「シャキッとブラ」などは、「人間科学研究」の成果から誕生した代表的な商品です。

また、ミドル・シニア世代向けブランドの「ラゼ」や「グラッピー」も、これまでに蓄積してきた膨大なデータを基に、体型変化や人体の感覚や生理現象までも研究して生み出された商品です。こうした独自の研究に裏付けられた商品開発こそがワコールの商品に高機能・高付加価値を与え、市場における大きな差別化要因になっています。

※さらに詳細な内容を14ページの特集で紹介しています。併せてご覧ください。

「シャキッとブラ」

「ラゼ」

「グラッピー」

Topics | 画期的な肌着商品「スゴ衣」

2007年9月に発売した女性用肌着「スゴ衣(すごい)」は、“薄い・軽い・あたたかい”という肌着に求められる基本要件を高度に満たした商品として、発売後半年間で約93万枚を超えるヒット商品となりました。超極細繊維のマイクロアクリル糸を使用することによって、空気の層を逃がしにくい断熱・保温構造となっていますが、同時にムレにくく、ここちよいあたたかさをキープするのが特徴です。生地の厚みは、ティッシュペーパー約3枚分の0.4mm、重さは66gで軽快な着用感を実現しています。現在では、男性用、ジュニア用(女児・男児)、マタニティ用もラインアップに加わり、さらなる売上拡大を図っています。

Wacoal Group Challenges : Part V

強固な財務基盤の維持と成長分野への積極投資

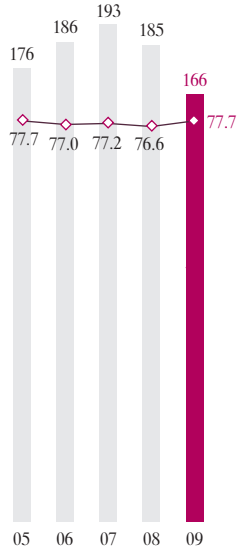
ワコールグループは、強固で安定的な財務基盤を維持することが、将来への成長基盤づくりには不可欠であると考えています。現在、運転資金や設備投資、配当金支払いなどに必要な資金は、営業活動によるキャッシュ・フローの範囲内で賄われており、多額の借り入れ等は必要としていません。ただし、海外子会社の一部については、運転資金確保のために金融機関に信用枠を設けておりますが、有利子負債の総額は、2009年3月末時点で52億63百万円、有利子負債比率は0.03倍と非常に低い水準にあります。また株主資本比率は、77.7%と財務の安定性は高く、流動比率も2.84倍と高水準を維持しています。さらに当期のフリー・キャッシュ・フローは58億6百万円を確保しています。このようにワコールの財務基盤は、極めて強固で安定的なものとなっており、このことはいかなる経営局面でも、機動的でタイムリーな戦略投資や事業展開を図る上で大きな強みになると確信しています。

ワコールグループでは、強固な財務基盤を活用し、将来への成長に向けた戦略投資を積極的に行っていく方針です。収益力強化や事業価値の向上に向け、連結子会社となったピーチ・ジョンへの追加投資をはじめ、SPA事業、ウエルネス事業、メンズインナー事業、そして海外事業の強化・拡大に向けた投資等をタイムリーに実施していきます。また、新たな成長戦略である「CAP21※」に基づき、国内・海外問わず、ワコールの既存ビジネスと相乗効果が見込める企業や事業のM&Aも積極的に推進していきます。この一環として、2009年8月には、主にチェーンストア向けに中価格帯の女性インナーウェアを製造販売する株式会社ルシアンを株式交換により完全子会社化しました。これにより今後ワコールは、中価格帯の商品ラインアップが強化され、国内市場でのシェア拡大が実現できることになります。

※9ページをご覧ください。

株主資本

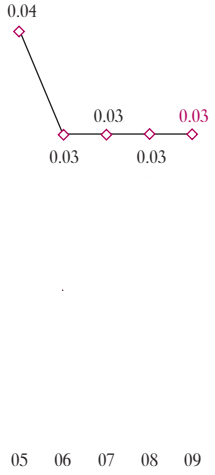
(十億円)



◇ 株主資本比率(%)

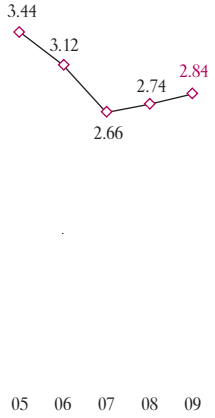
有利子負債比率

(倍)



流動比率

(倍)



フリー・キャッシュ・フロー※

(十億円)

※フリー・キャッシュ・フロー
=営業活動による純資金収入
−有形固定資産の取得

株主・投資家の皆さまへ

ワコールは持続的成長の実現に向け、多面的な取り組みを推進しています。

代表取締役社長　　塚本 能交

2009年3月期の市場環境と業績評価

当期のワコールグループの連結業績は、売上高、利益ともに期初計画を下回る残念な結果となりました。上半期の業績は比較的堅調に推移したものの、下半期以降は、米国に端を発した世界的な金融危機と実体経済の悪化が、当社の業績にも大きな影響を与えました。ワコールの主要販路である国内小売業は、個人所得の伸び悩みや雇用情勢の悪化などによる消費マインドの急速な冷え込みにより、百貨店、チェーンストアを中心に秋冬商品の売れ行きが低迷しました。女性ファッション衣料品業界においても、一部の低価格商品を除き非常に厳しい状況で推移しました。

計画未達の主な要因は、基幹事業である国内の女性インナーウェア事業と米国事業の低迷です。国内では、下着専門店向け高感度ブランドの「サルート」やシニア世代向け高付加価値ブランド「グラッピー」は前年実績を上回ったものの、ワコールブランドのキャンペーンブラジャー「LALAN（ララン）」をはじめ、ブラジャー全般が低調に推移しました。米国では、景気の悪化や消費の冷え込みに伴う取引先百貨店の不振に加え、当期で製造販売を終了したダナ・キャランのライセンス商品の取引縮小や為替の影響などがありました。

一方、当社が近年、エクササイズ機能を備えた新機能ボトムとして販売促進に力を注いでいる「スタイルサイエンス」商品群は好調に推移しました。当期は女性用も男性用商品と同じ「クロスウォーカー」にネーミングを一新し、男女用ともに売上を拡大しました。またSPA（製造小売）事業は、現在の景気後退局面においても既存の卸売チャネルに比べて消費意欲の活発な若年層が主力顧客となっており、中心価格の引き下げによる販売数量の増加もあって順調に推移しました。同様に通信販売事業も、カタログ販売、インターネット販売ともに堅調でした。ウエルネス事業は、スポーツコンディショニングウェア「CW-X（シーダブリューエックス）」が、スポーツチェーン店や専門店を中心に売上を伸ばしました。

中期経営計画及びCAP21の進捗

2007年4月からスタートした3カ年中期経営計画では、最終年度となる2010年3月期の数値目標として、売上高1,940億円、営業利益164億円の達成を掲げましたが、昨今の経営環境の激変により、その実現は極めて困難な状況にあります。しかしながら、課題であったSPA事業の黒字化については早期に達成の見通しであり、また新領域への進出としては「クロスウォーカー」の

開発により男性インナーウェア事業の飛躍的な拡大を図っていることなど、事業拡大に向けた取り組みは一定の成果を生んでいます。さらに高収益構造構築に向けて推進しているワコールブランドとウイングブランド両事業部門の生産機能の統合もほぼ完成し、ワコールブランドの品番・カラーの集約による在庫ロスの軽減とともに、売上高原価率の低減に結びついています。

また3年前から取り組んでいる成長戦略「CAP21」についても、国内外の経営環境が計画当初とは大きく変化しており、2011年3月期の数値目標、売上高2,000億円、営業利益180億円の達成は厳しい状況にあります。しかしこの3年間で、株式会社ピーチ・ジョンを完全子会社化し、新たな顧客層や市場を開拓するなど、同戦略の核であるM&Aでは着実な成果を上げることができました。当社としては引き続き、「CAP21」の方針に基づき、新たな成長を目指した取り組みを続けていくとともに、その活動の進捗状況や事業環境の推移を見守りながら、改めて中長期的な目標を設定していく方針です。今、私たちがすべきことは、景気回復の局面を見据えた次の成長への土台づくりです。厳しい環境下にあるからこそクリアすべき課題を明確化し、成長分野への積極的な攻勢を図ることで、チャンスに変えていきたいと考えています。

なお、2009年8月には、当社との株式交換により株式会社ルシアンが完全子会社として新たにワコールグループに加わりました。同社は、女性インナーウェアを主にチェーンストア向けに自社ブランドとOEMで製造販売しているほか、高品質なレースの企画生産を行っています。これまでも当社グループとは、SPAブランドやピーチ・ジョンが同社に一部製造委託するなど、取引関係がありました。今後ルシアンは、レースなどの原材料の安定的な供給源になるとともに、ワコールグループの調達コストの低減にも貢献するものと期待されます。高付加価値・高機能商品でキャリア層以上に強いワコールと、ファッション性と価格を武器にヤングからヤングキャリア層に強いピーチ・ジョンに、ボリュームゾーンの商品展開を主力事業とするルシアンが加わることで、ワコールグループにとっては、これまで以上に多様な販売方法・チャネルへのアプローチが可能となります。

中期経営計画の概要

期　間：　2007年4月～2010年3月

テーマ：　“もっと顧客に近づく”「成長に転じ、収益力を高める3年間」

主な重点施策：　1.市場変化に適応した既存事業の変革と強化
2.新たな成長に向けた顧客との接点拡大
3.顧客の信頼に応える品質管理の徹底

数値目標：　2010年3月期　連結売上高　180,000百万円
営業利益　15,300百万円

「CAP21」の概要

狙　い：　「CAP21」は、Corporate Activation Project 21の略。既存事業の再編・強化を進めるほか、成長が見込める領域については自社独自の事業展開にはこだわらず、M&Aや資本業務提携を積極的に推進しようというもの。

数値目標：　2011年3月期　連結売上高　200,000百万円
営業利益　18,000百万円
営業利益率　9.0%

将来への成長基盤強化に向けて

当社は将来に向けた成長基盤づくりのために、ワコールならではの研究開発に基づいた商品開発や、M&A、SPA事業の推進による新事業領域へのチャレンジなど積極的な取り組みを図っています。

ワコールグループの競争力の原点となる「商品」については、これまでお客さまにとって本物の価値とは何かを常に追求し、誠実なモノづくりを行うことで、当社ならではの価値を持つ魅力ある商品を生み出してきました。近年では、市場のトレンドを敏感にとらえた「スタイルサイエンス」商品の「クロスウォーカー」をはじめ、「シャキッとブラ」、「スゴ衣(すごい)」など高付加価値商品がヒットし、業績にも大きく貢献しました。成熟市場といわれる女性インナーウェア業界ですが、お客さまにとって価値ある商品は市場を活性化し、売上を拡大する力を持っています。

子会社のピーチ・ジョンについては、成長の余地がまだ十分にあると考えています。今後はより競争力のある商品づくりができる体制を整えるとともに、これまで主力となっていたカタログ通販やネット通販に加え、今後は直営店でも販売を強化していきます。海外展開については、2008年12月に香港1号店を出店しましたが、オープン後の売上は計画を上回る好調な出足となっています。これを足がかりに、香港2号店の出店や、さらには中国国内への展開も目指します。さらに、ワコールとの相乗効果を生み出すという観点では、それぞれが異なった顧客領域で有するノウハウを、効果的に融合させる施策を推進していく考えです。例えば、商品開発やカタログ通販面でコラボレーションを実現させるなど、さまざまな嗜好のお客さまのニーズに対応することで、両社のブランド価値向上を狙っていきます。

ワコールが展開するSPA事業については、当面は規模の拡大よりも収益性の改善に軸足を置いた施策を推進しています。具体的には、一部ブランドの整理・統合を行うとともに、中低価格帯商品を充実させ、品揃えの拡大と効率化を図っています。また、自社生産だけでなくOEM生産も活用し、原価低減を進めます。今後は企画から販売までさらにスピード感のある事業運営に努めることで、早期に黒字化を実現し、その後に出店を拡大していく考えです。

海外事業の強化に向けて

海外事業の強化・拡大は、当社グループにおける成長戦略の重要な柱のひとつです。主力の米国事業は、ダナ・キャランのライセンス商品が製造販売契約を終了したことから、新たに高級百貨店向けのラグジュアリーラインとして自社ブランド商品の「Wacoal LUXE(ワコールラックス)」を展開しています。同ブランドは取引先の評価も高く、当初計画を上回って推移しています。さらに2009年1月からは、セクシーでファッショナブルなブランドとして、「b.tempt'd by Wacoal(ビーテンプテッド バイ ワコール)」も投入しました。今後は両ブランドを核に、販売チャネルも百貨店だけではなく小売専門店にまで拡大し、さらには周辺国への進出も図るなど、より積極的な施策を推進していきます。現在米国事業は、消費の低迷やライセンス商品の契約終了などで売上が減少していますが、ライセンス商品から利益率の高い自社ブランド商品へ転換することで、近い将来には、より高収益体質に生まれ変わると確信しています。

中国は、最も将来性有望な市場であり、一層の事業拡大を目指していきます。すでに当期からは、より幅広い顧客層に対応するため、主力のワコールブランドに加え、若年層向けブランド「アンフィ」、高付加価値ブランド「サルート」の3ブランド体制で販売活動を進めています。また期中には、これまでにない規模での広告宣伝活動を行い、中国国内におけるワコールブランドの認知度向上

に努めました。今後は、取扱店舗数を拡大することで、市場拡大のスピードに対応した成長を目指していきたいと考えています。

その他のアジア地域では、生産拠点として進出していたベトナムで、2008年10月から販売も開始し、順調に推移しています。ベトナムは、流通業の外資規制撤廃の動きを受けた外国資本の流入により、市場が大きく成長する可能性を秘めており、将来的にはその動向を見極めながらアジア周辺各国から商品を供給するなど、事業拡大に向けた施策を適宜講じていきます。

今後、世界に広がるワコールグループ各社は、自国の事業環境をしっかりと分析し課題を明確にしつつ、合弁会社も含めたグループ会社の資源を相互に有効活用し、自国の弱みを克服できるようなネットワークを構築することで成長性と収益性の両立を実現していく方針です。

今後の見通し

世界の景気動向は不透明で、一層の深刻化も懸念される状況にあります。国内の景気も、個人消費は引き続き減少傾向にあると予想されます。こうした中、当社グループでは、国内外の市場環境は厳しい状況にあるものの、魅力ある商品・ブランドを継続的に提供していくことで、現在の売上規模を維持していく考えです。これにより2010年3月期の業績は、売上高が当期比0.7%減の1,710億円を見込みますが、営業利益は国内及び米国事業の売上低迷に加えて、年金資産減少による退職給付費用の増加などにより同28.9%減の72億円、当期純利益は同27.0%減の38億円を見込んでいます。なお、現時点での米ドルの為替レートは、1米ドル97円を想定していますが、当社連結決算の売上高と利益において米国事業の構成比が高く、為替の変動が連結業績に大きな影響を与える可能性があります。

厳しい経営環境ではありますが、ワコールはこれまで以上に「顧客にとって本物の価値とは何か」を追求し続けることでより魅力ある商品の開発に努め、業績の拡大を図っていきたいと考えています。株主・投資家の皆さまにおかれましては、より一層のご支援とご理解を賜りますようお願い申し上げます。

2009年8月

代表取締役社長

塚本能交

副社長からのメッセージ

当社グループは、今後も健全かつ安定的な財務基盤を維持しつつ、国内の成長分野や海外市場での収益拡大に向けた投資を実施していきます。

取締役副社長　　末澤 昭一

2009年3月期の連結業績分析

2009年3月期の連結業績は、売上高が前期比3.9％増の1,722億76百万円、営業利益が同25.2％減の101億29百万円、税金等調整前当期純利益が同46.9％減の76億27百万円、当期純利益が同5.3％増の52億30百万円となりました。売上高は、既存事業が不振だったものの、当期より株式会社ピーチ･ジョンの業績が連結されたことなどにより増加しました。営業利益については、株式会社ワコールにおいて年金費用が約9億円増加したことや、東海ワコール縫製株式会社が2008年6月末で解散したことに伴う損失を約6億円計上したこと、さらに前期より固定資産売却益が約5億円減少したことなどが影響し減少しました。売上高販管費率はピーチ・ジョンの業績連結などにより、45.0％と3.3ポイント上昇していますが、一方売上高原価率は49.1％と1.0ポイント改善しました。この改善は、主にワコールにおいて店頭を含めた在庫の低減に努め、これに伴う返品評価減による損失が縮小したことや、ピーチ・ジョンの原価率の影響、海外生産比率が上昇したことなどによります。一方、中期的に目標とする経営指標として営業利益率9％以上の達成を掲げていますが、当期は5.9％と前期に比べて2.3ポイント低下しました。

税金等調整前当期純利益の大幅な低下につきましては、時価下落による保有有価証券の評価損失が約26億円増加したことや、前期に計上した約6億円の有価証券売却益がなくなったことなどが要因です。一方、当期純利益の増加は、前期に株式会社ピーチ･ジョンの株式に係る評価損約47億円を持分法による投資損失として計上しましたが、当期はこれがなくなったことによります。

主な連結会社別の売上状況において、主力のワコールの売上高は1,147億38百万円と前年を下回り、連結売上高全体に占める構成比は66.6％と約5ポイント低下しました。ピーチ･ジョンについては当期より連結対象となり、売上高が148億93百万円と全体の構成比で8.6％を占めています。また、規模はまだ小さいながらも、株式会社ウンナナクールと中国ワコールは順調に売上を伸ばしていますが、株式会社七彩と米国の持株会社であるワコールインターナショナルは、大きく売上を落としました。

資本政策と株主還元

ワコールの財務戦略の基本は、強固な財務基盤と潤沢なキャッシュ･フローをベースに、機動的な資本政策を講じていくことにあります。当社グループは、現在この基本方針に則り、収益力強化のための成長領域への積極的な投資による事業価値向上を目指しています。中国やベトナムなど成長が期待できる国に関しては、ブランド自体の浸透を図るためにも、広告宣伝費や販促費へ積極的に投資していきます。国内では、今後卸売チャネルは売上拡大よりも、業務改善、コスト改善、経費削減といった効率化を追求して利益率の向上を図る必要があると考えています。一方、国内の成長が期待できる分野へは、積極的な投資を実施していきます。

またM&A戦略につきましては、機を逃すことなく国内の成長分野と海外市場拡大に向けた投資を行い、長期的な成長に向けた布石を打っていきます。当社グループは、健全かつ安定的な財務基盤を有しており、今後もこの状態を維持しつつ、国内の成長分野や海外市場における売上、収益の拡大に向けた投資を実施していきます。

株主還元につきましては、当社グループの連結業績を勘案しつつ安定的な配当を実施するという基本方針のもと、着実な収益拡大により企業価値の向上を図り、株主の皆さまの期待にお応えしていくことを重要な経営方針のひとつとしています。当期の1株当たり配当金につきましては、前期と同額の25円とさせていただきました。また、株主還元の一環としての自己株式の取得も2001年の実施以来継続しています。当期は、約77万株を取得して累計約1,816万株となり、資本効率の改善を図っています。なお、来期の配当金につきましては、厳しい経営環境と業績動向を踏まえ、1株当たり20円とさせていただく予定です。さらに内部留保金につきましても、新たな事業投資やM&Aを積極的に検討していくとともに、自己株式の取得を機動的に実施することで資本効率の向上と株主の皆さまへの還元を図ってまいります。

ワコールグループは経営改革を加速し、今後さらに成長性と収益性を追求していきます。

取締役副社長　　川中 英男

組織改革・業務改革への取り組み

現在推進中の中期経営計画は、「成長性の回復」と「収益力の向上」に加え、「業務改革と推進体制の確立」を基本方針としています。このため2008年4月より、ワコールホールディングスに「経営企画部」を、また事業会社であるワコールに「総合企画室」を新設し、組織改革を推進しました。これは、従来の縦割り中心の組織体制の中に、横串で統括・調整する部署を設けることで、ワコールグループの総合力と事業会社の競争力を高めることを目的としており、その成果は着実に表れています。

具体的には、持株会社に「経営企画部」を新設したことにより、事業会社間における「ヒト」「モノ」「カネ」の配分がより効率的に行えるようになりました。またワコール社内の各部門の活動に横串を通す役割を担う「総合企画室」を新設したことにより、販売チャネルやブランドを超えた戦略コントロール機能が強化されました。部門を超えて「スタイルサイエンス」商品などを水平展開することで販売拡大につながったほか、収益改善が優先課題となっているSPA（製造小売）事業も、計画より早いスピードで黒字化へのめどがつきました。さらに、インナーウェアに次ぐコア事業とすべく育成を図っているウエルネス事業の収益拡大もスピードアップしています。

ピーチ・ジョンの現状と事業戦略

2008年1月に当社グループが完全子会社化したピーチ・ジョンは、当期の売上高が149億円とワコールに次ぐ規模にあり、米国のワコールインターナショナルと並ぶ2番手グループを形成しています。同社は、国内においてヤング～ヤングキャリア層の顧客から圧倒的な支持と人気を獲得し、カタログ販売と店舗販売を核とした独自の販売チャネルで急成長を遂げてきました。前期は、一時的に業績が落ち込みましたが、当期は堅調なカタログ販売と新店効果等もあり、増収増益を達成しました。

現在ピーチ・ジョンは、首都圏を中心に直営店舗の出店強化と、海外事業の拡充を柱とした事業戦略を展開し、売上高200億円、営業利益20億円の達成を当面の経営目標としています。このため国内では、28店（2009年8月末現在）ある直営店を将来的には倍増させ、店舗販売をカタログ販売に並ぶ事業規模とする一方、海外では中国や東南アジア地域への積極的な出店も検討しています。期中には香港に海外1号店を出店し、計画を上回る実績を上げるなど好調な出足となっており、今後は店舗展開を拡大するとともに中国への進出も目指します。

今後の成長に向けた課題認識

当社が持続的成長を実現していくための課題は、第一に国内小売業界における構造変化への対応、第二に成長余力の高い海外市場への事業拡大です。国内の小売業界は、当社がこれまで主力の販売先としてきた百貨店やチェーンストアなどの卸売チャネル市場が縮小を続ける一方、コンビニエンスストアやドラッグストアの存在感が増しています。当社としては、こうした構造変化を踏まえ、新たな商品開発、販売チャネル開発、価格戦略に取り組む必要があると考えています。またウエルネス事業やSPA事業、インターネット通販といった成長が期待できる分野については積極的に資金を投下していきます。

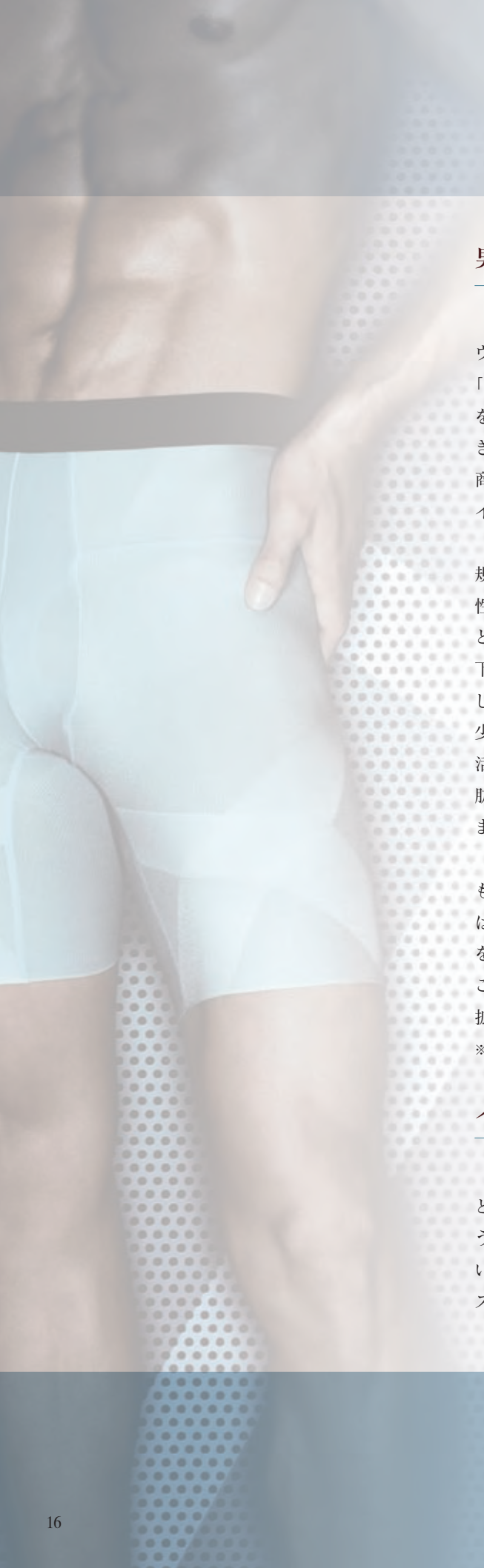
一方、国内のインナーウェア市場が成熟化する中、今後は潜在力のある中国市場を本格的に開拓していくと同時に、ベトナムなどこれまで未進出だった国や地域での販売も強化します。当期は、中国で積極的な広告宣伝や販売促進活動を展開して成果を上げましたが、現在約33億円の売上を早期に100億円規模まで引き上げる方針です。そして将来的には、関連会社も含めたワコールグループの海外売上を当期の約600億円※から、1,000億円規模にまで拡大したいと考えています。

※海外の子会社及び関連会社の現地売上高を単純合算した数値。

Taking Forward Strides

新たな価値創造を実現したワコールの「スタイルサイエンス」

ワコールが展開する「スタイルサイエンス」商品は、
これまで女性インナーウェアの領域で培ってきた技術を生かし、
新しい価値をお客さまに提案しています。「スタイルサイエンス」とは、
ワコール人間科学研究所が開発した、“歩く”という動作を“エクササイズ”に変えて
日常生活の中で無理なくからだを引き締めるという技術です。
その機能の革新性により、「スタイルサイエンス」シリーズは、
2005年秋の「ヒップウォーカー」発売以来、累計1,100万枚を突破（2009年3月現在）する
販売枚数を記録し、新たな市場を創造しています。
本特集では、この「スタイルサイエンス」を通して、ワコールの商品開発の一端をご紹介します。



男性インナーウェア市場に新風を吹き込む「クロスウォーカー」

2008年3月、ワコールは「スタイルサイエンス」シリーズの一環として「クロスウォーカー」を発売し、男性インナーウェア市場への本格参入を果たしました。「クロスウォーカー」は、ワコール独自のクロス構造が太ももの筋肉に適度な刺激を与えることで歩幅が広がり、着用の目安に従って歩くことで、体脂肪の減少と引き締まったからだへの変化が期待できる※というエクササイズ機能を備えた画期的商品です。発売後1年で、86万枚の販売を記録するヒット商品となり、国内男性インナーウェア市場に新風を吹き込みました。

ワコールが顧客接点の拡大を目指して参入した国内男性インナーウェアの市場規模は約2,500億円と推計され、ファッションアイテムとしてとらえられている女性インナーウェアの市場規模に比べて小さいですが、最近の男性消費者のニーズとしては、ファッション性や機能性を求める傾向が強くなっています。こうした状況下、ワコールが女性インナーウェアの領域で培ったノウハウや技術を生かして開発した「クロスウォーカー」は、そのファッション性と、はいて歩くことで体脂肪の減少が期待できるという画期的な機能性により、大きな注目を集めるとともに市場の活性化にも貢献しました。さらに日本では近年、メタボリックシンドローム（内臓脂肪症候群）をはじめとした生活習慣病や、その予防のための健康維持に関心が高まるなど、「クロスウォーカー」を取り巻く市場環境は追い風の状況にあります。

また「クロスウォーカー」は、お客さまだけではなく百貨店など取引先からの関心も高く、売場の活性化に貢献する商品としても評価をいただいています。具体的には、男性下着売場だけではなく、スポーツ用品や靴の売場でも「クロスウォーカー」を展開することで、その売場の魅力が高まり、販売面での相乗効果も生まれています。このように「クロスウォーカー」は、さまざまな販売シーンやチャネルで着実な売上拡大を図っています。

※着用の目安：週5日以上、1日6,000歩以上、1カ月以上の継続

インナーウェアの概念を変えた「スタイルサイエンス」

ワコールが提案する新しいエクササイズ習慣は、積極的に運動を行うということではなく、美しく引き締まったからだを日常生活の中で無理なく獲得してもらおうとするものです。そうした考えのもと、“日常における歩きをエクササイズに変える”というまったく新しい生活習慣を提案する商品として、「スタイルサイエンス」シリーズは誕生しました。「スタイルサイエンス」は、ほとんどの人々が日常的に行ってい

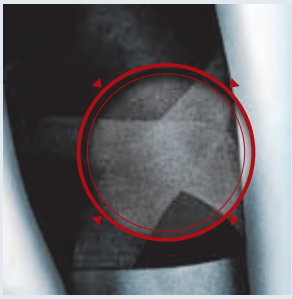
る運動習慣である“歩く”ことを科学し、着用・歩行の増加につれて体脂肪減少と引き締まったからだへの変化が期待できる※画期的な商品です。

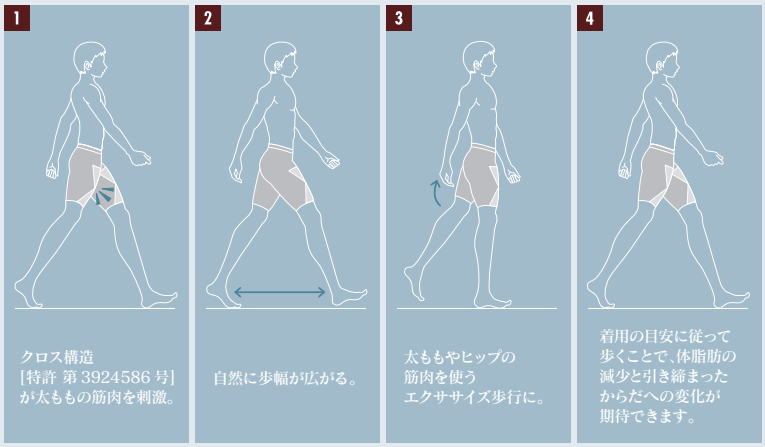
これまで、インナーウェアの機能性といえば「体型補整」でした。しかし「スタイルサイエンス」の特徴は、「体型の補整」ではなく「体型を引き締める」ということに着目した点にあります。まさにこの、インナーウェアの概念を変える革新性こそが消費者の心をとらえ、ヒット商品として成功を収める要因となりました。このように、「スタイルサイエンス」は、ワコールの技術力と商品開発力を示す好例でもあります。

※着用の目安：週5日以上、1日6,000歩以上、1カ月以上の継続

「クロスウォーカー」のメカニズム

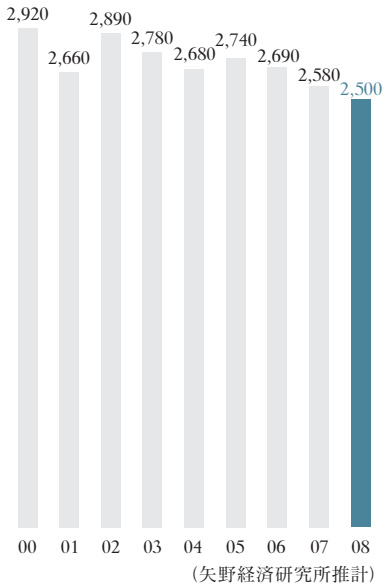
大腿四頭筋を刺激するクロス構造の働きにより、歩幅の広い歩き方を促進します。広い歩幅での歩行は、たくさんの筋肉を使う全身運動になり、有酸素運動によって体脂肪を燃焼させます。「週5日以上、1日6,000歩以上、1ヵ月以上の継続」という着用の目安に従って歩くことで、体脂肪の減少と引き締まったからだへの変化が期待できます。





※機能の表れ方には個人差があります。
※商品についている「安全に関するご注意」をよく読んでご使用ください。

男性インナーウェア市場の推移（小売ベース）



「スタイルサイエンス」商品の可能性

着るエクササイズ。

Style Science®

健康保険組合などを通じて販売される
「エクサウォーカー」

「おなかウォーカー」

初の「スタイルサイエンス」商品として登場したのが、2005年秋に発売された女性ボトムインナーの「ヒップウォーカー」です。独自構造により、毎日はいて歩くことでヒップアップが期待できる商品として人気を博し、1年間で200万枚を超えるヒット商品となりました。その後、おなかの引き締めが目指せる「おなかウォーカー」(女性用)や、前述の「クロスウォーカー」(男性用)を相次いで発売し、「スタイルサイエンス」商品は2009年3月末までにワコールグループ全体で1,100万枚の販売を記録しました。また、男性用商品と同じ「クロスウォーカー」というネーミングで、女性用の「クロスウォーカー」も発売。その後も好調に売れ続けており、新機能ボトムとしての市場での存在感はますます高まっています。

さらに「スタイルサイエンス」商品は、健康保険組合やフィットネスジムなど新しい販売チャネルの開拓も進めています。日本では2008年4月から、医療制度改革の一環として健康保険に加入する40歳以上の医療保険者を対象に、メタボリックシンドロームに着目した健康診断及び保健指導の実施が義務づけられたこともあり、肥満などの生活習慣病の予防効果が期待できる「スタイルサイエンス」商品は各方面から注目を集めています。ワコールでは、すでにこうした新しい販売チャネル向けの「スタイルサイエンス」商品を「エクサウォーカー」の名称で展開しており、事業基盤の拡大を図っています。

人間科学研究と「スタイルサイエンス」

「スタイルサイエンス」商品は、「ワコール人間科学研究所」が培ってきた研究成果によって生み出された代表的商品のひとつです。同研究所は1964年の設立以来、人間科学の視点から顧客が求める商品や価値を追求すべく、40年以上にわたり女性のからだに関する基礎研究を続け、現在では当社の商品開発を支えるコア・コンピタンスの一角を担っています。

10代後半から60代まで、毎年500～1,000人の日本人女性の体型を継続計測し、これまで約3万5,000人に及ぶデータを集積しています。また、ひとりの女性を長期にわたり計測し続けることで、加齢に伴う体型変化を分析するエイジング研究も積極的に展開しています。2002年には中国にも「ワコール中国人間科学研究所」を設立し、中国人女性に適合した商品の開発に向けたデータ集積を始めています。

「ワコール人間科学研究所」では、こうした女性の体型変化といった基礎研究に加え、ひとの感覚的・生理的反応や、身体機能に関する研究にも注力しています。特に筋肉や関節のメカニズムなどからだの動きに関する研究は、「スタイルサイエンス」商品開発の基盤になっています。こうした研究成果は、ほかにもスポーツコンディショニングウェアの「CW-X（シーダブリューエックス）」や、関節を支えてシニア女性の歩行をサポートするガードルなどの開発にも応用されています。

「CW-X」は、運動時の関節を安定させるテーピングの原理をウェア構造に組み込んだもので、スムーズな動きをサポートし、筋肉疲労の軽減が期待できることから、現在ではさまざまな領域のアスリートから高く評価され、年々売上規模を拡大しています。

このように40年以上にわたって培われた人間科学に関する研究は、商品開発に生かされ、その画期的な機能性はワコール商品の差別化や魅力向上に大きく貢献しています。

左：
「CW-X」
エキスパートモデル

右：
ワコール人間科学研究所

さまざまなチャネルで展開する「スタイルサイエンス」

さまざまな可能性と特徴を備え、今後一層の事業拡大が期待される「スタイルサイエンス」商品は、ワコールの組織活動にも大きな変革をもたらしています。先述の通り2008年8月からは、男性用商品と同じ「クロスウォーカー」というネーミングで、女性用の「クロスウォーカー」も発売され、従来のインナーウェアの機能性とは異なる“着るエクササイズ”という新しいコンセプトで、さまざまなチャネルの幅広い顧客層に向けた販売促進活動をスタートしています。

具体的には、主要販路である百貨店やチェーンストア以外に、大手ドラッグストアや大型雑貨店などでも「スタイルサイエンス」商品を販売し、さらにはワコール内の事業部や部門を超えた横断的な展開も進んでいます。女性向け・男性向けを問わず、またチャネル特性に応じた価格帯のバリエーションも広がっており、まさにワコールの総合力を生かした新たな取り組みが「スタイルサイエンス」を通じて実現しました。

このように、ワコールが生み出した「スタイルサイエンス」は、インナーウェアビジネスの新しい可能性を引き出すとともに、ワコールグループの組織活性化にも一役買っています。

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社グループは、株主・投資家の皆さまや顧客をはじめとするすべてのステークホルダーの視点から、企業経営の透明性を高め、公正性、独立性を確保することを通じて企業価値の持続的な向上を図ることをコーポレート・ガバナンスの基本的な方針、目的としています。

会社の機関の内容及び内部統制システムの整備状況等

当社は監査役制度を採用しており、取締役会と監査役会による業務執行の監督及び監視を行っています。取締役会は取締役7名（うち社外取締役3名）と監査役5名（うち社外監査役3名）で構成しており、経営方針、経営戦略などの重要な業務に関する事項や法令、定款で定められた事項の決定を行っています。監査役会は監査役5名（うち社外監査役3名）で構成しており、経営に対する監視・監督機能を果たします。さらに業務プロセスの適正性や効率性を監査する目的で監査室を設置し、関係会社を含めたモニタリングを実施しています。

また、取締役及び監査役で構成するグループ経営会議を設置し、グループ経営戦略やその他の主要な経営課題に関する事項の検討、ならびに取締役会での審議事項の事前審議などを行っています。取締役、執行役員に対する指名・昇格・報酬については、社外取締役をメンバーに含む「役員人事報酬諮問委員会」を設置し、透明性と公平性の高い運営を行っています。

さらにコーポレート・ガバナンスの充実と財務情報などの開示内容の信頼性確保のため、「情報開示委員会」を設置しています。同委員会は、代表取締役ならびに財務担当取締役が米国証券取引委員会（SEC）に提出する年次報告書（20-F）について、米国企業改革法（Sarbanes-Oxley Act）第302条に基づいて当社における情報開示に関する開示統制及び内部統制が適正に行われ、かつ開示内容が正確であることを確認し、代表取締役ならびに財務担当取締役はその報告に基づき宣誓書を作成します。

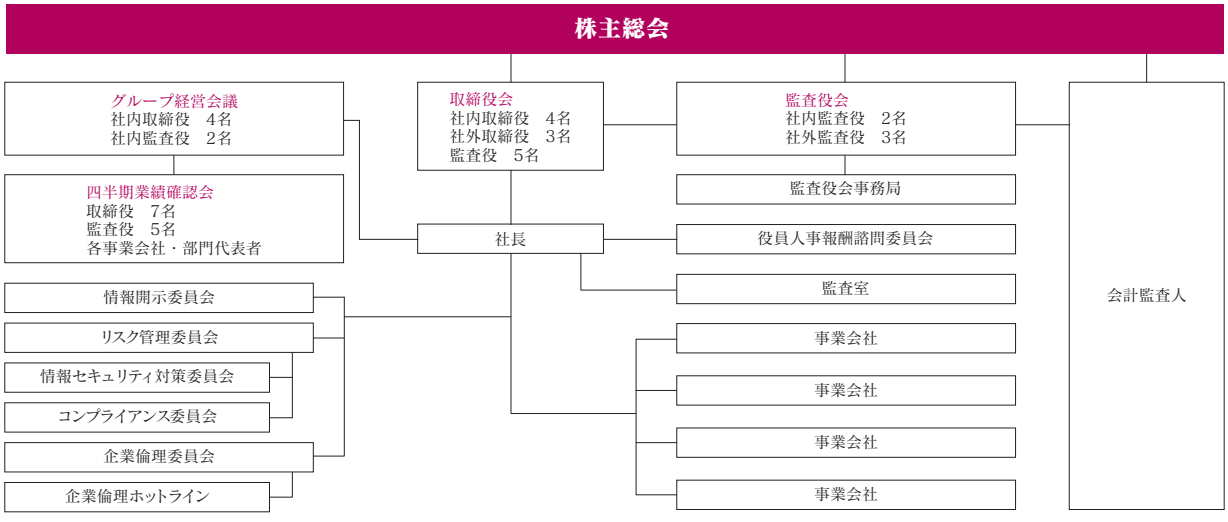
当社グループは、グループ企業全体においては戦略的な意思決定や最適な資源配分を、傘下の各事業会社においては責任と権限が明確かつ機動的な業務執行を、より効果的に行っていくため、2005年10月1日より持株会社体制へ移行しています。

内部統制システムに関する基本的な考え方及びその主な整備状況については以下の通りです。

取締役・使用人の職務執行が法令・定款に適合することを確保するための体制

- 当社及びワコールグループの取締役・使用人が法令及び定款を遵守し、健全な社会規範の下に業務を執行するため、「企業倫理・ワコールの行動指針」「役員、従業員の倫理規範」を制定しています。
- 取締役は、当社グループ全体における企業倫理の遵守と浸透を率先して行います。

経営上の意思決定、執行及び監督に係る経営管理組織、その他のコーポレート・ガバナンス体制の状況　2009年6月26日現在



- コンプライアンス体制を整備し、当社及びワコールグループに重大な影響を与えるコンプライアンス上の問題を検討するため、当社に代表取締役社長を委員長とする「企業倫理委員会」を設置しています。事務局は法務・コンプライアンス部が担当し、企業倫理の浸透と啓蒙を図ります。
- 当社及びワコールグループの取締役・使用人が「企業倫理・ワコールの行動指針」「役員、従業員の倫理規範」に違反するおそれのあるコンプライアンス上の問題を発見した場合は、速やかに法務・コンプライアンス部へ報告する体制を確立しています。この体制には内部通報制度（企業倫理ホットライン）も含まれます。報告・通報を受けた法務・コンプライアンス部は内容を調査し、担当部門と協議の上、再発防止策を決定します。重要な問題については企業倫理委員会へ付議し、審査結果を取締役会・監査役会へ報告します。
- 当社では、「企業倫理・ワコールの行動指針」において反社会的勢力の要求は毅然として拒否することを定めるとともに、危機管理上の行動基準として、反社会的勢力とは一切関係を持たないことを「危機管理マニュアル」に定めています。また、反社会的勢力からの不当要求に対処するために、外部専門機関との連携、反社会的勢力に関する情報の収集・管理、及び社内体制の整備を行っています。

損失の危険の管理に関する規程その他の体制

- 当社及びワコールグループの経営全般に関するリスクを把握し、リスク管理体制を整備・強化するために、管理担当取締役を委員長としてリスク管理委員会を設置しています。
- リスク管理体制の基礎として、リスク管理委員会は取締役会の承認の下、リスク管理規程を定めています。リスク管理委員会は、同規程を基にリスクカテゴリーごとの責任体制を明らかにし、当社及びワコールグループ全体のリスクを網羅的、総括的に管理するリスク管理体制を構築します。
- リスク管理委員会は、当社及びワコールグループ全体のリスク管理体制の運営状況を定期的に取締役会へ報告します。

当社グループ及び子会社からなる企業集団における業務の適正を確保するための体制

- グループ会社管理規程を制定しており、グループ会社の管理の基本方針を定めるとともに、取締役会で決裁する事項及び当社へ報告すべき事項を定め、この規程に従いグループ会社管理を行います。
- グループ会社間の取引は、公正で、法令・会計原則・税制に適合したものでなければならないとしています。
- 監査室はコンプライアンス体制やリスク管理体制の構築・運営状況の監査を含めて、グループ会社の内部監査を実施します。その結果を取締役会及び管轄部門に報告するとともに、グループ会社に対して業務の適正を確保する体制構築のための指導・助言を行います。

当社株式の大量取得行為に関する対応策（買収防衛策）について

当社は、2006年6月開催の定時株主総会において、当社の企業価値ひいては株主共同の利益を確保し、向上させることを目的とした当社株式の大量取得行為に関する対応策の基本方針及びこの方針に基づく具体的な対応策を導入し、2009年6月開催の定時株主総会において本プランを更新しました。もとより当社は株式の大量買付であっても、当社の企業価値・株主共同の利益に資するものであれば、これを一概に否定するものではありません。導入した対応策は、当社の企業価値・株主共同の利益に反する買付行為を抑止できる体制を整えるため、当社株式の大量買付を行う者が遵守すべき手続が存在すること、及び当社が差別的行使条件付新株予約権の無償割当を実施することがあり得ることを事前に警告することをもって、当社の買収防衛策とするものです。なお、本対応策の発動などの運用に際して当社取締役会の恣意的判断を排除し、実質的な判断が客観的に行われることを確保するため、当社は独立委員会を設置しています。詳細につきましては、弊社ホームページをご参照ください。

http://www.wacoalholdings.jp/ir/news.html

社会貢献活動と環境経営

「世の女性に美しくなって貰う事によって広く社会に寄与する」。これはワコールグループの目標であり、今日の当社グループを築き上げてきた考え方です。事業活動より得たさまざまな経験をワコール独自の社会貢献活動に生かしています。

リマンマ事業

1974年から始めたリマンマ事業では、乳がんなどで乳房を手術された女性のために独自に開発したインナーウェアや水着を提供し、これまで国内外の18万人を超える女性の方々にご利用いただいています。

http://www.wacoal.jp/remamma

ピンクリボン活動

また、乳がんの早期発見・早期治療の大切さを訴える「ピンクリボン活動」を2002年9月から支援しています。その活動の一環として、日本対がん協会「乳がんをなくす　ほほえみ基金」への寄付を行っており、2005年からは株主さまのご賛同も募っています。株主優待として受け取られたエッセンスチェック（ワコール商品券）の一部を株主さまからお寄せいただき、同額分をワコールからも上乗せするマッチングギフト方式で同基金への寄付を行うことで、乳がん征圧の活動にご参加いただいています。また、「ピンクリボン・フィッティングキャンペーン」を行い、お客さまが試着されたブラジャーの総数に10円を乗じた金額を同基金に寄付するといった活動も実施。消費者への啓発と合わせたイベントも開催しています。

http://www.wacoalholdings.jp/pinkribbon/index.html

Tsubomi School（ツボミスクール）

地域啓発活動の分野では、2001年より成長期の女子とその保護者を対象とした「Tsubomi School」を実施しています。からだの変化に伴って、とまどいや不安が生まれがちな成長期に、からだやこころの悩みを正しく理解し、健康で美しい女性になってほしいという願いからスタートした活動で、インナーウェアをつける目的や発育に合わせた正しいインナーウェアの選び方などを親子で学び、家庭で話し合うきっかけづくりをサポートしています。社団法人全国子ども会連合会の協力で、2001年から現在まで約1,000回開催し、1万5,000人以上の方にご参加いただいています。

http://www.wacoal.jp/company/tsubomi/index.html

スポーツ活動支援

女性共感企業を目指す当社は、女子陸上競技部「スパークエンジェルス」を組織し、部に所属するアスリートの活動をサポートしています。2007年、「スパークエンジェルス」は創部20周年という節目を迎えました。しなやかに伸び伸びと躍動的に疾走し、「美・快適・健康」を事業領域とするワコールの企業イメージを体現する彼女たちを応援することで、スポーツの素晴らしさやスポーツを通じて生き生きと輝く女性の美しさを広く伝えていきます。

http://www.wacoal.jp/cgi-bin/sports/index.cgi

環境経営

当社グループでは、環境活動を積極的に推進しています。例えば具体的な取り組みとして、株式会社ワコールでは、2008年2月から取り組みを始めた「ブラ・リサイクルキャンペーン」を、2009年2月12日の「ブラの日」から4月22日「アースデイ」までの間、全国のワコール直営店及びワコール商品を取り扱う下着専門店を中心に合計650店舗で実施しました。お客さまにご愛用いただいた後、不用になったワコール商品の取り扱いも、メーカーとしての重要な責務と考え、このキャンペーン期間中、不用なブラジャーを専用の回収袋「ブラ・リサイクルバッグ」に入れてお客さまにご持参いただき、店頭で合計9,500袋を回収。その結果、3,590kgのRPF（産業用固形燃料）に加工処理をしました。この加工されたRPFは、製紙会社などで燃料として有効に使われる予定です。今後も自社の環境方針に基づき、環境活動に取り組んでいきます。

ブラ・リサイクルバッグ

加工されたRPF（産業用固形燃料）

取締役及び監査役

株式会社ワコールホールディングス及び子会社
2009年6月26日現在

代表取締役社長

塚本 能交
株式会社ワコール代表取締役
社長執行役員

取締役副社長

末澤 昭一

川中 英男
株式会社ワコール取締役
副社長執行役員
営業改革担当 兼 営業統括担当
兼 技術・生産本部長

取締役

山本 忠司
株式会社ワコール取締役
専務執行役員
国際本部長

稲盛 和夫
（社外取締役）
京セラ株式会社名誉会長
KDDI株式会社最高顧問

尾崎 護
（社外取締役）
矢崎総業株式会社顧問
富士急行株式会社社外取締役
キッコーマン株式会社
社外取締役

堀場 厚
（社外取締役）
株式会社堀場製作所
代表取締役会長 兼 社長

監査役

白石 公明

川島 良雄

長谷川 裕
（社外監査役）
株式会社百五銀行社外監査役

久田 友春
（社外監査役）
公認会計士

竹村 葉子
（社外監査役）
三宅・今井・池田法律事務所パートナー
弁護士

11カ年財務サマリー

株式会社ワコールホールディングス及び子会社
3月31日に終了した事業年度

	2009	2008	2007
事業年度			
売上高	**¥172,276**	¥165,761	¥166,410
売上原価	**84,686**	83,127	84,658
対売上高比率	**49.2%**	50.1%	50.9%
販売費及び一般管理費	**77,399**	69,245	68,831
固定資産除売却損(益)	**33**	(184)	25
固定資産減損損失	**29**	33	
厚生年金基金代行返上益			
特別退職関連費用			
販売費及び一般管理費等合計	**77,461**	69,094	68,856
対売上高比率	**45.0%**	41.7%	41.4%
営業利益	**10,129**	13,540	12,896
その他の損益(純額)	**(2,701)**	588	861
金融収支	**199**	225	163
税金等調整前当期純利益	**7,627**	14,353	13,920
法人税等	**3,213**	5,853	6,502
当期純利益	**5,230**	4,966	9,029
総資産当期純利益率	**2.3%**	2.1%	3.7%
株主資本当期純利益率	**3.0%**	2.6%	4.8%
営業活動による純資金収入	**8,168**	14,225	9,339
投資活動による純資金収入(支出)	**(4,714)**	3,590	(1,185)
財務活動による純資金収入(支出)	**(7,448)**	(9,400)	(8,404)
減価償却費	**4,546**	3,908	3,735
有形固定資産の取得	**2,362**	1,211	2,536
普通株式1株当たり情報(単位：円)			
当期純利益	**¥36.75**	¥35.14	¥63.18
現金配当	**25.00**	25.00	22.00
株主資本	**1,181**	1,291	1,375
事業年度末			
流動資産	**¥ 90,619**	¥ 98,845	¥ 92,915
流動負債	**31,943**	36,010	34,868
現金及び現金同等物	**22,939**	28,043	19,816
有形固定資産	**49,039**	51,548	52,782
総資産	**213,486**	241,619	250,266
短期借入金及び長期債務(1年以内返済予定含む)	**5,263**	5,701	5,984
株主資本	**165,873**	185,113	193,278

単位：百万円（1株当たり情報を除く）

2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999
¥164,122	¥160,968	¥163,155	¥163,709	¥162,829	¥162,023	¥165,937	¥169,996
84,322	84,041	84,638	85,306	86,567	87,493	89,290	91,951
51.4%	52.2%	51.9%	52.1%	53.2%	54.0%	53.8%	54.1%
69,720	72,128	72,472	70,440	68,336	64,831	66,004	67,319
612	133	455	143	740	75	(474)	(706)
614		2,574	556				
	(7,100)						
7,521							
78,467	65,161	75,501	71,139	69,076	64,906	65,530	66,613
47.8%	40.5%	46.3%	43.5%	42.4%	40.1%	39.5%	39.2%
1,333	11,766	3,016	7,264	7,186	9,624	11,117	11,432
1,976	206	1,404	(2,800)	310	10,443	338	595
157	107	112	140	117	62	(54)	195
3,466	12,079	4,532	4,604	7,613	20,129	11,401	12,222
1,459	5,800	2,520	2,487	3,785	9,058	4,961	4,749
2,821	6,790	2,902	2,898	4,983	10,889	7,254	8,489
1.2%	3.0%	1.3%	1.3%	2.2%	4.6%	3.1%	3.6%
1.6%	3.9%	1.8%	1.8%	2.9%	6.3%	4.2%	5.0%
719	2,045	5,201	7,858	8,653	11,480	8,451	8,813
(2,069)	(5,528)	1,328	(9,839)	(9,412)	(13,686)	(9,624)	(10,624)
(3,428)	296	(6,138)	(6,006)	(5,472)	(6,478)	(2,611)	(105)
3,433	3,312	3,081	2,971	3,533	3,265	3,157	2,447
6,456	5,418	2,338	2,104	2,484	1,182	7,757	8,604
¥19.60	¥47.17	¥19.85	¥19.48	¥33.22	¥71.17	¥47.07	¥55.08
20.00	20.00	15.00	13.50	13.50	16.50	13.50	13.50
1,296	1,221	1,186	1,097	1,128	1,142	1,127	1,097
¥110,733	¥120,300	¥123,045	¥124,486	¥127,390	¥129,508	¥127,734	¥129,206
35,525	34,970	33,899	33,576	37,095	41,449	38,490	39,541
19,893	24,195	27,443	27,246	35,381	41,196	49,889	53,933
53,501	51,826	49,932	54,171	57,291	58,644	59,990	56,339
242,296	226,196	224,803	218,105	223,985	232,262	237,721	233,817
6,458	6,911	4,450	6,301	8,079	8,865	9,658	10,649
186,475	175,746	170,758	160,839	168,205	172,558	173,612	169,065

連結貸借対照表

株式会社ワコールホールディングス及び子会社
2009年及び2008年3月31日現在

単位 :百万円

資産	2009	2008
流動資産		
現金及び現金同等物		
現金及び預金	¥ 13,378	¥ 15,857
定期預金及び譲渡性預金	9,561	12,186
計	22,939	28,043
有価証券	10,483	12,614
売掛債権		
受取手形	541	353
売掛金	19,422	22,337
返品調整引当金及び貸倒引当金	(2,279)	(3,145)
たな卸資産	31,153	30,020
繰延税金資産	5,395	5,411
その他の流動資産	2,965	3,212
流動資産合計	90,619	98,845
有形固定資産		
土地	20,502	20,711
建物及び構築物	58,216	58,575
機械装置・車両運搬具及び工具器具備品	13,660	14,448
建設仮勘定	68	99
計	92,446	93,833
減価償却累計額	(43,407)	(42,285)
有形固定資産合計	49,039	51,548
その他の資産		
関連会社投資	13,283	18,942
投資	29,182	38,056
のれん	11,203	11,203
その他の無形固定資産	13,242	13,216
前払年金費用	—	3,444
繰延税金資産	1,088	1,462
その他	5,830	4,903
その他の資産合計	73,828	91,226
資産合計	¥213,486	¥241,619

単位：百万円

負債及び資本	2009	2008
流動負債		
短期借入金	¥ 5,221	¥ 5,572
買掛債務		
支払手形	2,498	1,935
買掛金	9,172	9,394
計	11,670	11,329
未払金	5,817	6,327
未払給料及び賞与	6,336	6,645
未払法人税等	747	3,872
1年以内返済予定長期債務	39	48
その他の流動負債	2,113	2,217
流動負債合計	31,943	36,010
固定負債		
長期債務	42	81
退職給付引当金	4,090	2,181
繰延税金負債	8,346	14,527
その他	1,098	1,356
固定負債合計	13,576	18,145
少数株主持分	2,094	2,351
契約債務及び偶発債務		
資本		
資本金		
会社が発行する株式の総数(普通株式)		
2009年3月31日現在 500,000,000株		
2008年3月31日現在 500,000,000株		
発行済株式総数		
2009年3月31日現在 143,378,085株		
2008年3月31日現在 143,378,085株	13,260	13,260
資本剰余金	29,316	29,262
利益剰余金	138,235	136,589
その他の包括損益累計額		
為替換算調整額	(8,288)	248
未実現有価証券評価益	325	5,295
年金債務調整勘定	(3,383)	514
その他の包括損益累計額計	(11,346)	6,057
自己株式	(3,592)	(55)
2009年3月31日現在 2,927,238株		
2008年3月31日現在 35,998株		
資本合計	165,873	185,113
負債、少数株主持分及び資本合計	¥213,486	¥241,619

連結損益計算書

株式会社ワコールホールディングス及び子会社
2009年及び2008年3月31日に終了した事業年度

単位：百万円

	2009	2008
売上高	**¥172,276**	¥165,761
営業費用(収益)		
売上原価	**84,686**	83,127
販売費及び一般管理費	**77,399**	69,245
固定資産除売却損益	**33**	(184)
固定資産減損損失	**29**	33
営業費用計	**162,147**	152,221
営業利益	**10,129**	13,540
その他の収益（費用）		
受取利息	**274**	303
支払利息	**(75)**	(78)
受取配当金	**677**	641
有価証券・投資有価証券売却益及び交換益—純額	**19**	715
有価証券・投資有価証券評価損	**(3,550)**	(937)
その他の損益－純額	**153**	169
その他の収益(費用)計	**(2,502)**	813
税金等調整前当期純利益	**7,627**	14,353
法人税等		
当期税額	**2,717**	5,577
繰延税額	**496**	276
法人税等計	**3,213**	5,853
持分法による投資利益及び少数株主利益調整前当期純利益	**4,414**	8,500
持分法による投資損益	**893**	(3,392)
少数株主利益	**(77)**	(142)
当期純利益	**¥ 5,230**	¥ 4,966

単位：円

普通株式1株当たり情報		
当期純利益	**¥36.75**	¥35.14
配当金	**25.00**	25.00

連結包括損益計算書

株式会社ワコールホールディングス及び子会社
2009年及び2008年3月31日に終了した事業年度

単位：百万円

	2009	2008
当期純利益	**¥ 5,230**	¥ 4,966
その他の包括損失（税引後）		
為替換算調整額	**(8,536)**	(468)
未実現有価証券評価損益	**(4,970)**	(9,133)
年金債務調整勘定	**(3,897)**	(3,616)
その他の包括損失計	**(17,403)**	(13,217)
当期包括損失	**¥(12,173)**	¥ (8,251)

連結株主持分計算書

株式会社ワコールホールディングス及び子会社
2009年、2008年及び2007年3月31日に終了した事業年度

単位：百万円

	社外流通株式数（千株）	資本金	資本剰余金	利益剰余金	その他の包括損益累計額	自己株式
2007年3月31日現在	140,577	¥13,260	¥25,242	¥140,666	¥ 19,274	¥ (5,164)
当期純利益				4,966		
その他の包括損失					(13,217)	
現金配当（1株当たり22.0円）				(3,093)		
自己株式の取得	(3,936)					(6,015)
自己株式の消却				(5,950)		5,950
株式交換のための新株の発行※	3,261		4,474			
株式交換のための自己株式の減少※	3,440		(454)			5,174
2008年3月31日現在	143,342	¥13,260	¥29,262	¥136,589	¥ 6,057	¥ (55)
当期純利益				**5,230**		
その他の包括損失					**(17,403)**	
現金配当（1株当たり25.0円）				**(3,584)**		
自己株式の取得	**(2,891)**					**(3,537)**
ストックオプションの付与			54			
2009年3月31日現在	**140,451**	**¥13,260**	**¥29,316**	**¥138,235**	**¥ (11,346)**	**¥(3,592)**

※（株）ピーチ・ジョンとの株式交換契約によるものであります。

連結キャッシュ・フロー計算書

株式会社ワコールホールディングス及び子会社
2009年及び2008年3月31日に終了した事業年度

単位：百万円

	2009	2008
営業活動によるキャッシュ・フロー		
当期純利益	¥5,230	¥ 4,966
営業活動によるキャッシュ・フローへの調整		
減価償却費	4,546	3,908
返品調整引当金及び貸倒引当金	(725)	190
繰延税金	496	276
固定資産除売却損益	33	(184)
固定資産の減損損失	29	33
有価証券・投資有価証券評価損	3,550	937
有価証券・投資有価証券売却及び交換益	(19)	(715)
持分法による投資損益（受取配当金控除後）	(296)	4,198
資産及び負債の増減		
売掛債権の減少	2,109	1,822
たな卸資産の減少（増加）	(2,494)	1,218
その他の流動資産の減少	105	49
買掛債務の増加（減少）	841	(2,614)
退職給付引当金の減少	(1,209)	(2,613)
未払費用及びその他の負債の増加（減少）	(3,550)	2,681
その他	(478)	73
営業活動によるキャッシュ・フロー	8,168	14,225
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有価証券の売却及び償還収入	7,124	10,506
有価証券の取得	(5,439)	(9,892)
有形固定資産の売却収入	159	1,057
有形固定資産の取得	(2,362)	(1,211)
無形固定資産の取得	(1,846)	(1,678)
投資の売却収入	30	1,414
投資の取得	(1,871)	(618)
株式交換による子会社資金の受入額	—	4,115
その他	(509)	(103)
投資活動によるキャッシュ・フロー	(4,714)	3,590
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純減少額	(279)	(259)
長期債務による調達	—	18
長期債務の返済	(48)	(51)
自己株式の取得	(3,537)	(6,015)
配当金の支払	(3,584)	(3,093)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(7,448)	(9,400)
為替変動による現金及び現金同等物への影響額	(1,110)	(188)
現金及び現金同等物の増減額	(5,104)	8,227
現金及び現金同等物の期首残高	28,043	19,816
現金及び現金同等物の期末残高	¥22,939	¥28,043
補足情報		
現金支払額		
利息	¥ 75	¥ 78
法人税等	7,268	2,542
現金支出を伴わない投資活動		
株式交換による投資有価証券の取得額	9	143
株式交換による連結子会社株式の取得額	—	9,194

事業等のリスク

当社グループの事業、業績及び財政状態は、下記の要因を含むリスク及び不確定要素により影響を受ける可能性があります。これらのリスク及び不確定要素は、当社グループに対し重大な悪影響を与え、当社株式の市場価格を大幅に引き下げる可能性があります。

(1)経済活動の後退は、当社グループの売上高や業績及び財政状態に重大な悪影響を与えると考えられます。当社グループの経営は、消費の低迷に特に大きく影響されるとともに、金融危機は当社グループの投資収益の減少や投資損失につながる可能性があります。
(2)国内の百貨店、量販店及びその他一般小売店の事業環境の変化は、多くの理由により、当社グループの事業、業績及び財政状態に重大な悪影響を与える可能性があります。
(3)流行の変化に的確に対応することができず、消費者の支持が得られない場合、売上目標が達成できずに業績に悪影響を与えます。また、製品企画に関する誤った判断や欠陥商品の販売等により高品質な商品を生産するという評判を損なった場合、その他の失策があった場合、当社グループのブランドイメージが悪化する可能性があり、その場合は、当社の売上高が減少し、業績及び財政状態に重大な悪影響を与える可能性があります。
(4)競争の激化は、価格の値下げ、広告宣伝費の増加、売上高及び市場シェアの減少等につながり、当社グループの事業、業績及び財政状態に重大な悪影響を与える可能性があります。
(5)ＳＰＡ事業の拡大において、新規出店が期待した売上を確保できない場合や市場環境の変化により店舗賃借料や人件費等の高騰が起こった場合、ＳＰＡブランドが顧客に受け入れられなくなった場合は、投資に見合うだけの利益を将来獲得することができない可能性があります。
(6)カタログ及びインターネット販売によって、販売チャネルの中核となる一般小売チャネルの長期的な横這いないしは減少傾向を補うだけの売上増加を確保できない可能性があります。
(7)消費者の嗜好や需要の判断を誤った場合、大量の在庫を抱えることとなり、その対応として商品の値下げや広告宣伝費の増加、その他の対応により、売上利益の悪化や経費の増加が起こり、業績に悪影響を与える可能性があります。また、定期的に行っている在庫の評価替は、評価替の程度や該当する在庫の数量によっては、業績に悪影響を与える可能性があります。
(8)製品の原材料価格の高騰やその他事業環境の変化に対応するための必要コストが生じる可能性もあり、大幅なコスト削減の成功、又は売上の低下を補うだけのコスト削減効果を上げることを保証することはできません。
(9) 当社グループが成長していくには、商品企画・製造技術・販売・管理面等において当社グループが有能な人材を引きつけ、訓練及び定着させられるかに大きく左右されます。当社グループは、有能な人材を継続的に引きつけ、定着させていくことを保証することはできません。これにより当社グループの業績及び財政状態に重大な悪影響を及ぼす可能性があります。
(10)当社グループの主力となるインナーウェアその他衣料品は天候により消費者の購買意欲が変動しやすいため、著しい冷夏暖冬や度重なる台風等による悪天候等によって、季節キャンペーン商品や季節物商品の売上が悪影響を受ける可能性があります。これら季節商品は、実際の販売時期以前に生産して備蓄するため、当社グループの在庫水準は天候によっても影響を受ける可能性があります。
(11)次のような海外事業に関連する様々なリスクが増加する可能性があります。①海外市場における消費者の異なる趣味及び嗜好、②当社グループ製品の調達・製造及び販売を行う国における政治的・経済的・社会的不安定要素、③当社グループにとって悪影響を与える税制や法律又は規制の変更、④広域事業における人事管理及び経営の難しさ、⑤為替相場の変動、⑥知的財産権保護制度の相違、⑦当社グループの主要な海外市場又は調達・製造拠点における公衆衛生その他類似の問題
(12)当社グループが実施した、あるいは今後実施する買収又はその他戦略的事業提携、ライセンスビジネス等は、当社グループ及び当社の株価に対する重大なリスクが伴う可能性があります。
(13)当社グループは、商標その他の知的財産権の登録及び保護が十分に行われないために、類似商品や他者による商標及び知的財産権侵害を防御することができず、当社グループの事業に重大な悪影響を及ぼす可能性があります。また、当社グループが他者の知的財産権を侵害しているという主張が行われたことがあり、今後も行われる可能性があります。
(14)当社グループの顧客の個人情報及びデータを適切に保護することができなかった場合には、当社グループの事業及び製品に対する顧客の信用が失われ、業績に悪影響を及ぼす可能性があります。また、当社の製造技術や製品情報等の企業秘密が、当社関係者によって漏洩した場合、もしくは他社に侵害された場合、当社の事業及び財政状態に重大な影響を与える可能性があります。
(15)米国企業改革法第404条に従った財務報告に係る内部統制が、常に有効であることを確保できない可能性があります。更に、当社グループが適時に信頼できる財務報告を作成できない、又は内部不正を阻止できない場合、当社グループの事業及び業績に悪影響を与え、更には当社グループの財務報告に対する投資家の信頼を喪失し、当社の株価が著しく下落する可能性があります。
(16)当社グループ保有の有価証券の大幅な価格下落や国内株式市場全体の大幅な落ち込みは、該当する連結会計年度における当社グループの業績及び財政状態に悪影響を与える可能性があります。更に、株式市場・債券市場の状況によって、年金資産の評価が減少する場合、年金に関する追加拠出や費用が必要となる可能性があり、当社グループの業績及び財政状態に悪影響を与える可能性があります。
(17)地震等の大規模な自然災害や疫病の発生等により、当社の営業拠点や生産拠点の使用が困難な状況になり、あるいは従業員の多くが被害を受けた場合、営業活動の混乱や生産の遅延・停止等により、事業活動に影響を与える可能性があります。

会社概要

2009年3月31日現在

株式会社ワコールホールディングス

本社
〒601-8530
京都市南区吉祥院中島町29番地
Tel: 075- 682-5111
Fax: 075- 661-5603

ホームページアドレス
http://www.wacoalholdings.jp

創業
1946年6月15日

設立
1949年11月1日

株主資本
1,658億73百万円

従業員数(連結)
14,476名

主要国内子会社	持ち株比率(%)
株式会社ワコール	100
株式会社ピーチ・ジョン	100
株式会社スタディオファイブ	100
株式会社ワコールデューブルベ	100
株式会社ウンナナクール	100
九州ワコール製造株式会社	100
新潟ワコール縫製株式会社	100
福岡ワコール縫製株式会社	100
宮崎ワコール縫製株式会社	100
北陸ワコール縫製株式会社	90
株式会社トリーカ	57
株式会社七彩	81
ワコール流通株式会社	100

主要海外子会社	
株式会社ワコール インターナショナル(米国)	100
株式会社米国ワコール	100
株式会社ワコールフランス	100
英国ワコール株式会社	100
ワコールシンガポール株式会社	100
株式会社ホンコンワコール	80
株式会社ワコール インターナショナルホンコン	100
ワコール(中国)時装有限公司	100
広東ワコール有限公司	100
大連ワコール時装有限公司	100
株式会社ベトナムワコール	100
ワコールドミニカーナ株式会社	100
フィリピンワコール株式会社	67
ワコールスポーツ サイエンス株式会社(米国)	100
ワコール中国人間科学 研究所有限公司	100

主要国内関連会社	
株式会社ハウスオブローゼ	20

海外関連会社	
株式会社新栄ワコール(韓国)	25
タイワコール株式会社	34
台湾ワコール株式会社	50
インドネシアワコール株式会社	42
株式会社ワコールマレーシア	50
上海雅蝶時装有限公司	20

海外ネットワーク

株式会社米国ワコール
136 Madison Avenue,
New York, NY 10016, U.S.A.
Tel: 1-212-532-6100

株式会社ワコールフランス
7/11 Rue des Gazometres, 93218
Saint-Denis La Plaine Cedex, France
Tel: 33-1-5593-0310

英国ワコール株式会社
4th Floor, Hardy House, 16-18
Beak Street, London W1R 3HA,
United Kingdom
Tel: 44-207439-6190

ワコールシンガポール株式会社
215 Henderson Road, #01-08
Henderson Industrial Park,
Singapore 159554
Tel: 65-6270-2887

株式会社ホンコンワコール
16th Floor East, Warwick House,
Taikoo Place, 979 King's Road,
Quarry Bay, Hong Kong
Tel: 852-2811-3202

株式会社ワコールインターナショナルホンコン
16th Floor East, Warwick House,
Taikoo Place, 979 King's Road,
Quarry Bay, Hong Kong
Tel: 852-2561-9191

ワコール(中国)時装有限公司
Jia 16 Tongji North Road,
Beijing Economic & Technological Development
Area, Beijing 100176,
P. R. of China
Tel: 86-10-6787-2185

広東ワコール有限公司
Huahai Industrial District,
Xinhua Town, Huadu Qu,
Guangzhou City, Guangdong,
P. R. of China
Tel: 86-20-8686-1170 ～ 3

大連ワコール時装有限公司
#42 Economic & Technical
Development Zone,
Dalian, Liaoning, P. R. of China
Tel: 86-411-8733-7722

株式会社ベトナムワコール
110 Amata Road,
Amata Mordern Industrial Park,
Long Binh Ward, Bien Hoa City,
Dong Nai Province,
Socialist Republic of Vietnam
Tel: 84-61-892060 ～ 2

ワコールドミニカーナ株式会社
Zona Franca Industrial,
Las Americas KM22,
Autopista Lasamericas
Santo Domingo, Dominican Republic
Tel: 1-809-549-1090

フィリピンワコール株式会社
3F, 6788 Ayala Avenue,
Makati Metro Manila, Philippines
Tel: 63-2-893-7432

株式会社新栄ワコール
345-54, Ka San Dong, Cum Chone Gu,
Seoul, Republic of Korea
Tel: 82-2-818-5120

タイワコール株式会社
930/1 Soi Pradoo 1,
Sathupradith Bangkholaem,
Bangkok, Thailand
Tel: 66-2-289-3100 ～ 9

台湾ワコール株式会社
15, Jingkwo Road, Taoyuan,
Taiwan, R.O.C.
Tel: 886-3-326-9369 ～ 80

インドネシアワコール株式会社
Jl. Tarikolot No.59,
Citeureup-Bogor, Indonesia
Tel: 62-21-875-3611

株式会社ワコールマレーシア
5th Floor, Plaza Hamodal, Lot 15,
Jalan 13/2, (Section 13)
46200 Petaling Jaya, Selangor, Malaysia
Tel: 603-7960-8308

ワコールスポーツサイエンス株式会社
136 Madison Avenue, New York,
NY 10016, U.S.A.
Tel: 1-212-743-9849

ワコール中国人間科学研究所有限公司
7th Floor, Jiangnan Zaochuan-Bldg.,
600 Luban Road, Luwan District,
Shanghai, P. R. of China
Tel: 86-21-6390-7448

投資家情報

2009年3月31日現在

株式上場
東京、大阪、NASDAQ

決算期
3月31日

証券コード
3591

株式の状況
発行済株式総数：143,378,085株
社外流通株式数：140,450,847株

1単元の株式数
1,000株

株主名簿管理人
〒100-8212
東京都千代田区丸の内1-4-5
三菱UFJ信託銀行株式会社

ADR（米国預託証券）
Cusip No.: 930004205
比率:1ADR=5普通株式
取引所:NASDAQ
シンボル: WACLY

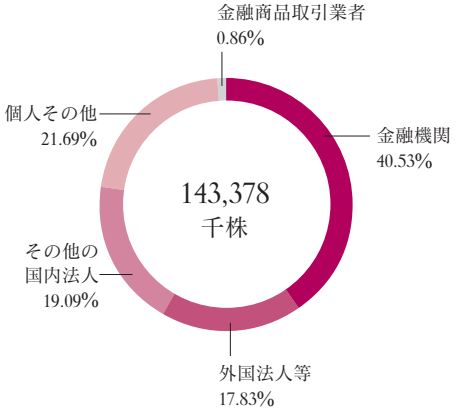
預託代理人
The Bank of New York Mellon
101 Barclay Street, New York,
NY 10286, U.S.A.
Tel: 1-212-815-8161
フリーダイヤル（米国内）:
888-269-2377 (888-BNY-ADRS)
URL: http://www.adrbny.com

株主数
11,038名

大株主	%
ザ バンク オブ ニューヨーク メロン アズ デポジタリー バンク フォー デポジタリー レシート ホルダーズ※	12.38
明治安田生命保険相互会社	4.98
株式会社三菱東京UFJ銀行	4.97
野口 美佳	4.77
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口4G）	3.92
日本生命保険相互会社	3.88
株式会社京都銀行	3.03
第一生命保険相互会社	2.78
株式会社滋賀銀行	2.40
三菱UFJ信託銀行株式会社	2.17

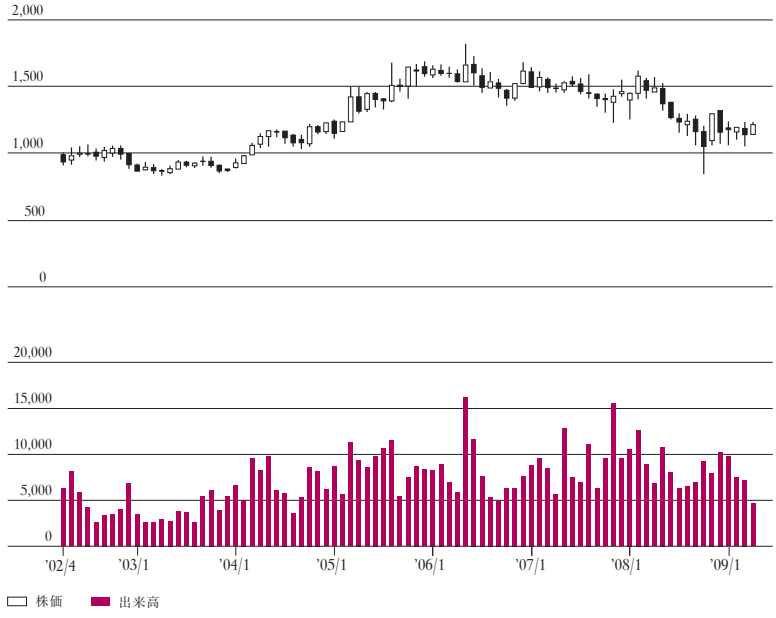
※ザ バンク オブ ニューヨーク メロン アズ デポジタリー バンク フォー デポジタリー レシート ホルダーズは、当社ADR（米国預託証券）の預託銀行である、ザ バンク オブ ニューヨーク メロン証券株式会社が株主名義人名をヒーロー・アンド・カンパニーから変更したものです。

株式分布情報



株価 / 出来高推移

（円 / 千株）



将来予測表記に関する特記
当アニュアルレポートの記載内容のうち、業績予測は、現在入手可能な情報に基づいた将来予測表記です。これらの将来予測表記には、既知、未知のリスクや仮定などが含まれており、それらの可変要因やその他のリスク要因によって、実際の成果や業績などが、記載の予測とは大きく異なる可能性があります。

株式会社ワコールホールディングス

〒601-8530 京都市南区吉祥院中島町29番地

発行日090731-FA-WLT2