

WACOAL

ANNUAL HANDBOOK
2019

ワコール会社便覧2019
 株式会社ワコールホールディングス IR・広報室
〒601-8530 京都市南区吉祥院中島町29
<https://www.wacoalholdings.jp>

2019年11月発行



グループ経営理念

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

シンボルマーク



ワコールの頭文字Wをデザインした、わたしたちのシンボルマーク

“ワコールファッションフラワー”

この花をカタチづくる流れるようなラインに
女らしく、エレガントで、しかもファッションナブルなイメージが込められています

01

グループ経営理念
目標/社是/経営の基本方針

03

プロフィール
会社概要/会社沿革/トピックス

07

ワコールの将来像/中長期的な事業目標

09

ワコールの競争優位と提供価値
研究開発/商品企画/生産・品質管理/販売

15

価値創造プロセス

17

サステナビリティ
社会・環境における重要な取り組み

19

連結業績ハイライト
各種業績5カ年の推移/セグメント情報/地域別情報

21

グループ情報
関係会社一覧/直営事業/ブランド一覧

37

役員一覧
(株)ワコールホールディングス/(株)ワコール

株式会社ワコールホールディングス

創業・創立

創業：1946(昭和21)年6月15日
故 塚本幸一が、復員直後に婦人洋装装身具の卸商として和江商事を創業

創立：1949(昭和24)年11月1日
資本金100万円、従業員10人で和江商事株式会社を創立

売上高

194,201 百万円(2019年3月期)

資本金

13,260 百万円

業種

繊維製品製造業

事業内容

構成：子会社57社および関連会社8社
主な事業：インナーウェア(主に婦人のファンデーション、ランジェリー、ナイトウェアおよびリトルインナーウェア)、アウターウェア、スポーツウェア、その他の繊維製品および関連製品の製造、卸売販売および一部製品の消費者への直接販売
その他の事業：飲食、文化、サービスおよび店舗内装工事など

従業員数

21,401 人(連結) (2019年3月時点)



創業者 塚本幸一

ワコールは、単なる営利主義で創業されたのではない。
生かされ与えられた人生を世のため人のために何かをつくさんとして始められたのであり
事業を通じて人間社会の生き方を研究した結果、
相互信頼の基調が人間社会にとって一番大切であることを、私たちは歴史と伝統の中に作り上げて来た。

1970年「タイムカプセルに寄せて」(塚本幸一の手紙)より抜粋。

創業者 塚本幸一は「生かされている人生を、世のため人のために何かを尽くそう」と考え、「女性が美しくしていただける社会こそ平和な社会」という信念に基づき会社を設立しました。「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」というワコールの目標は、時代が変わっても変わることのない、私たちの存在価値であり、原点です。

●会社沿革



創業者 塚本幸一



1964年頃の本社



麹町ビルにて



現在の本社ビル



社長交代記者会見にて

1946 (昭和 21) 年	● 塚本幸一が個人で和江商事を創業
1949 (昭和 24) 年	● 資本金 100 万円をもって和江商事(株)を創立(京都市中京区)
1951 (昭和 26) 年	● 工場開設、自家製造に着手
1957 (昭和 32) 年	● 商号をワコール(株)と改称
1959 (昭和 34) 年	● 国内縫製会社として東海ワコール縫製(株)を設立
1964 (昭和 39) 年	● 商号を(株)ワコールと改称 ● 東京・大阪証券取引所市場第 2 部および京都証券取引所に上場
1967 (昭和 42) 年	● 本社を京都市南区吉祥院中島町 29 番地(現在地)に移転
1970 (昭和 45) 年	● 合弁会社設立 韓国ワコール(株)・タイワコール(株)・台湾ワコール(株)
1971 (昭和 46) 年	● 東京・大阪証券取引所市場第 1 部に指定替え上場
1973 (昭和 48) 年	● 量販店市場に対応するため(株)ワコール・インターナショナルを設立
1983 (昭和 58) 年	● (株)米国ワコール設立
1986 (昭和 61) 年	● 中国に合弁会社、北京ワコール(有)(現 ワコール(中国)時装(有))設立
1987 (昭和 62) 年	● 塚本能交、社長に就任
1998 (平成 10) 年	● 塚本幸一死去
2005 (平成 17) 年	● 持株会社体制、(株)ワコールホールディングスへの移行
2008 (平成 20) 年	● (株)ピーチ・ジョンを完全子会社化
2009 (平成 21) 年	● (株)ルシアンを完全子会社化
2012 (平成 24) 年	● 英国の(株)イヴィデングループ(現 (株)ワコールヨーロッパ)を完全子会社化
2015 (平成 27) 年	● ミャンマーワコール(株)設立 ● (株)ワコールインディア設立 ● 事業譲受により(株)Ai設立
2016 (平成 28) 年	● (株)A テックテキスタイル・(株)G テックマテリアル設立
2018 (平成 30) 年	● 塚本能交が会長、安原弘展が社長に就任 ● ワコールアイネクスト(株)設立
2019年(令和元年)	● Intimates Online, Inc. を完全子会社化

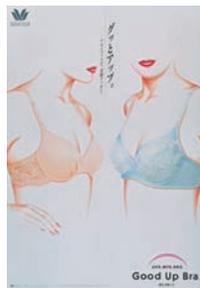
●トピックス



『ブラバット』



“下着ショウ”



『グッドアップブラ』



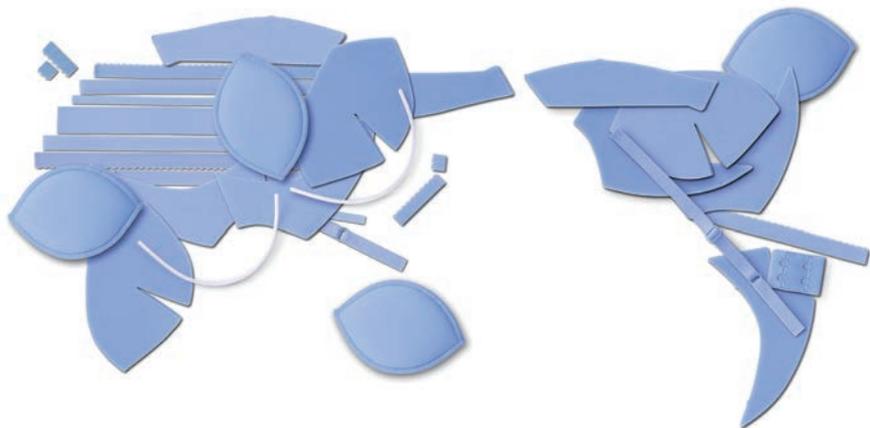
(株)ワコールヨーロッパ
プレス発表会

1949 (昭和 24) 年	● 『ブラバット』の取り扱い開始
1950 (昭和 25) 年	● 高島屋京都店さまとの取り引き開始
1952 (昭和 27) 年	● 初めての“下着ショウ”開催
1953 (昭和 28) 年	● 商標をクローバーから“ワコール”に変更
1964 (昭和 39) 年	● 製品研究部(現 人間科学研究所)が女性の体の調査と分析を開始
1965 (昭和 40) 年	● 日本人女性の美の基準“ゴールデンプロポーション”発表
1967 (昭和 42) 年	● 『タミーガードル』ヒット。のち海外13カ国で国際特許取得
1972 (昭和 47) 年	● 『シームレスカップブラ』ヒット
1974 (昭和 49) 年	● 『リマンマ・ブラジャー』供給開始
1975 (昭和 50) 年	● ウイングブランド販売開始
1978 (昭和 53) 年	● 財団法人京都服飾文化研究財団(KCI)発足 ● 『フロントホックブラ』ヒット
1979 (昭和 54) 年	● シンボルマークをクローバーから“ワコールファッションフラワー”に変更
1987 (昭和 62) 年	● スポーツ実業団チーム“スパークエンジェルス”発足
1991 (平成 3) 年	● コンディショニングウェア『CW-X』発売開始
1992 (平成 4) 年	● 『グッドアップブラ』ヒット
1997 (平成 9) 年	● ISO9001認証取得(2001年にISO14001認証取得)
2000 (平成 12) 年	● 同一人物の加齢変化を元にしたエイジング研究“スパイラルエイジング”発表
2001 (平成 13) 年	● ジュニアの下着とからだの啓発 ツボミスクール活動開始 ● 直営1号店『スビート』オープン
2004 (平成 16) 年	● ラグジュアリーブランド『ワコールディア』の直営店を東京銀座にオープン
2008 (平成 20) 年	● ブラジャーリサイクルキャンペーン開始
2015 (平成 27) 年	● (株)ワコールヨーロッパでも『ワコール』ブランド発足
2016 (平成 28) 年	● ワコールスタディホール 京都 開設
2018 (平成 30) 年	● 京町家を活用した宿泊事業を開始 ● (株)ワコールヨーロッパ『デザイナー・オブ・ザ・イヤー』受賞 ● (株)デサントと包括的業務提携契約を締結

グループとして世界のワコールを目指す

『世界のワコール』の目指す姿とは…

- 1 世界中の市場で、ワコールグループの商品やサービス、また、社会的な課題への取り組みが、顧客をはじめとする全てのステークホルダーから高い信頼を得ている
- 2 事業を展開する国や地域が、増え続けている
- 3 グループネットワークの下、世界的規模で連携が取れた事業展開を行っている
- 4 常に先駆的な商品を世界の市場に提供し、下着文化の領域を開拓し続けている
- 5 グループの目標や経営理念が、全世界の従業員に浸透している



※ プラパーツで表した世界地図

中長期的な事業目標

9年後（2028年3月期）に目指す姿

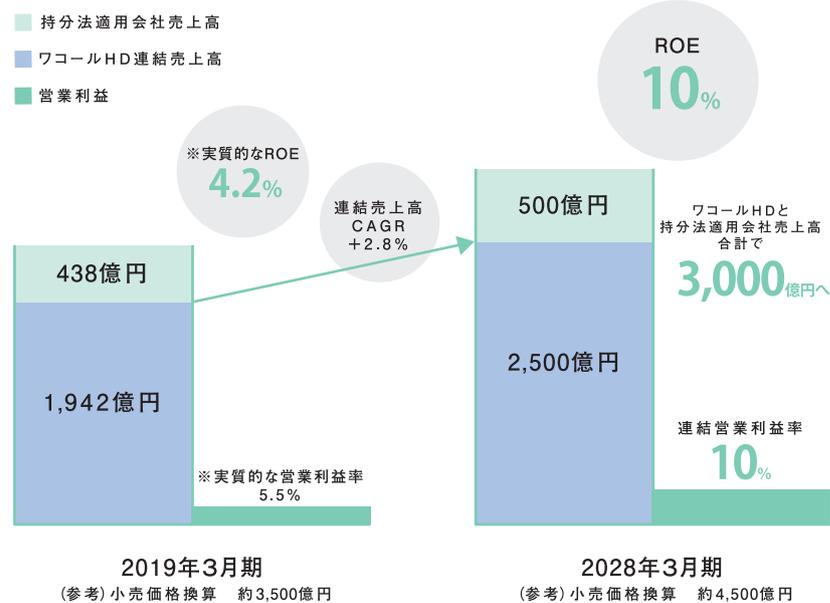
海外合弁会社を含めたグループ売上高

3,000 億円の達成

連結営業利益率

ROE

ともに10%の実現



※ 「有価証券・投資評価損益」や「無形固定資産の減損損失」の影響を考慮しない数値
 (実績: 営業利益率 2.5%、ROE 0.2%)

ワコールの競争優位と提供価値

愛される商品づくりを通じて培ってきた強み

「長く愛される商品＝品質の高い商品」を届けることが、ワコールグループの使命であり提供する価値です。高品質な商品を生み出すための仕組みこそ、ワコール最大の競争優位であり、歴史の中で培い組織に定着してきた資産の一つです。ここで、体系化された強みである組織資産の一部を紹介します。

研究開発 Research & Development

“美”の創造を支える科学の目



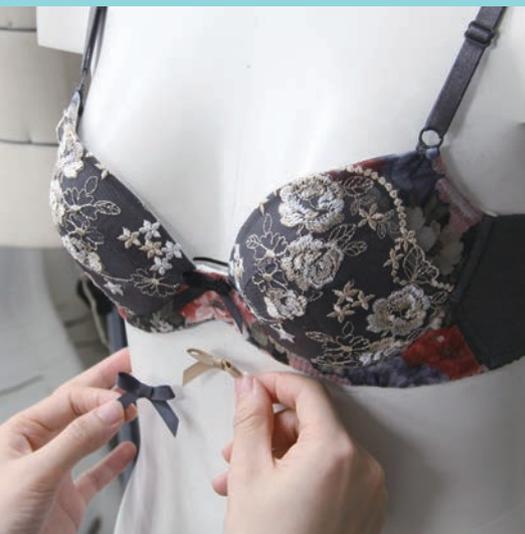
生産・品質管理 Manufacturing/Quality Control

安心・安全の提供



商品企画 Product Planning

ものづくりへの情熱



販売 Sales

お客さま一人一人に寄り添う



研究開発 Research & Development

“美”の創造を支える科学の目

- ・豊富な体型データ
- ・人間科学の知見

55年にわたり蓄積されたデータは、ワコールの事業の礎であり、新製品開発への活用だけでなく、品質維持やビジネス領域の拡大の出発点となっています。

●ワコール人間科学研究所の主な活動

1. 人体研究

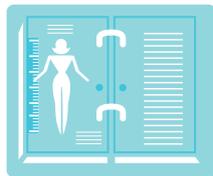
- ・かたちの研究
- ・動きの研究
- ・感覚生理の研究

2. 製品評価研究

- ・衣服圧のバランス評価
- ・商品の造形評価
- ・筋疲労評価

3. 新製品開発

- ・新機能インナーウェア
- ・スポーツウェア
- ・シューズ など

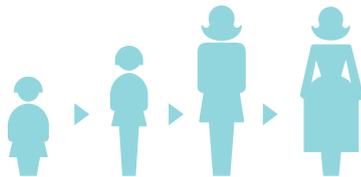


●蓄積してきた計測データ

約**45,000**人

●継続計測している 同一人物データ(5年ごと)

約**1,000**人



●3次元計測装置により 計測する座標値

約**40,000**点

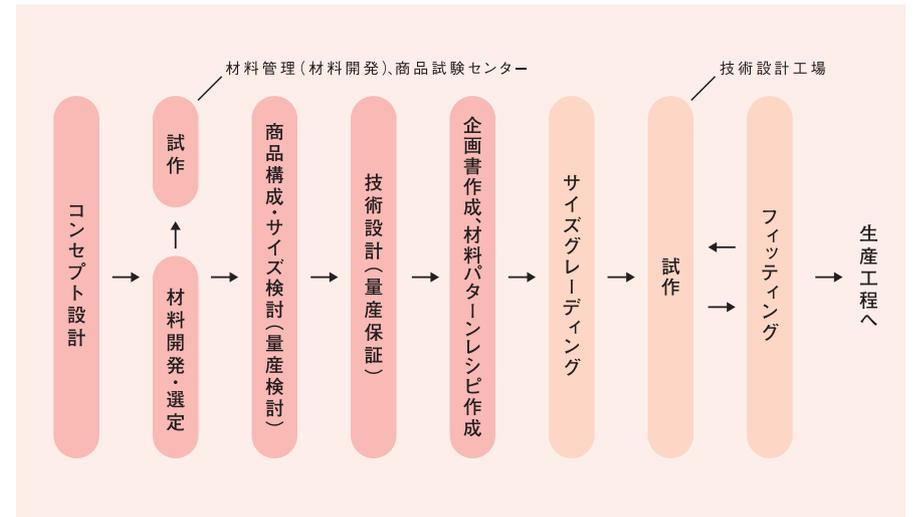
商品企画 Product Planning

ものづくりへの情熱

- ・独自の快適設計
- ・市場のフィードバックを受ける一貫したものづくり体制

200人を超えるクリエイターが自由な発想と体型計測データを活用しながら、身につける人のからだや心に寄り添うカタチづくりに取り組んでいます。フィッティングや熟考を重ね、改良を繰り返し行うことで最適な『つけ心地』や造形性を実現しています。

●ブラジャーの企画プロセス



●総フィッティング回数※1

900回

※1:ワコールブランド商品対象。
1シーズンの基本検討と量産化検討の段階におけるフィッティング回数

●試作の検討回数※2

約**1,500**回

※2:ワコールブランド商品対象。
1シーズンの基本検討回数と量産検討回数の合算値

生産・品質管理

Manufacturing/Quality Control

安心・安全の提供

- ・高い縫製技術
- ・独自の品質管理体制

高度な技術を有する縫製員の手仕事と、材料調達から生産に至る全ての工程において厳しく詳細な基準を設けて品質管理を行い、安全で高品質な商品をお客さまにお届けしています。



●基礎試験の品質チェック項目

延べ **150** 項目 / 1品番

●材料および製品の品質性能に関する規定・ガイドラインの種類

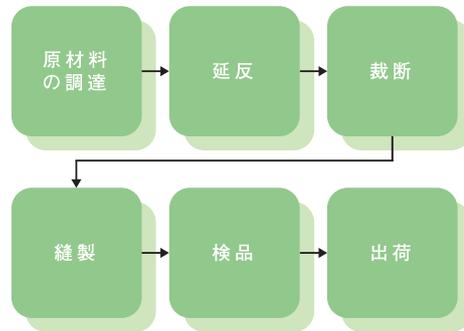
21 種類



●品質保証審議会・品質管理委員会開催数(年間)

約 **100** 回

●ブラジャーの生産プロセス



工場内環境から出荷に至る全ての工程において『品質』を管理する要求事項と確認頻度・方法、管理基準などを設定し、運用。

販売

Sales

お客さま一人一人に寄り添う

- ・体系化した販売教育
- ・高いブランド力

専門的な知識と技術を有するビューティーアドバイザー(BA)が、一人一人の美しさを引き出すお手伝いをする事で、お客さまとの絆を深く、広く、長くつなげています。

●ビューティーアドバイザー(BA)の人数※
約 **3,500** 人
(全世界 約8,000人)



●BA一人当たりの店頭売上高(年間)※

百貨店 約 **2,600** 万円

量販店 約 **2,300** 万円

●お客様センターの対応件数(年間)※

約 **34,000** 件



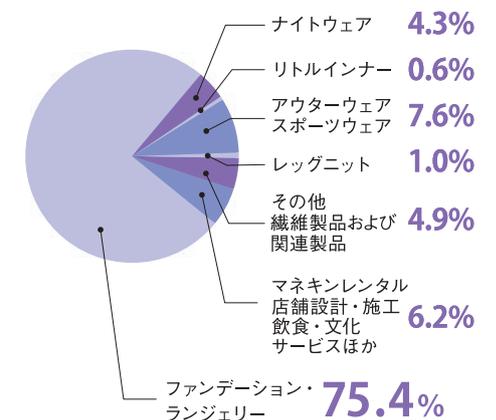
※対象:(株)ワコール

●主要品種別売上数量

●ブラジャー
合計 約 **4,450** 万枚
国内 約 **1,720** 万枚
海外 約 **2,730** 万枚

●ショーツ
合計 約 **4,290** 万枚
国内 約 **2,140** 万枚
海外 約 **2,150** 万枚

●品種別連結売上高構成比



価値創造プロセス

私たちが提供する最大の価値は、『愛される商品』、『時代の要求する新製品』を生み出し続けること。この実現のために、培ってきたさまざまな資産(物的資産、金融資産、信頼資産※、組織資産)の最大化と最適化を図りながら、中長期的な成長戦略を推し進めることで、グループとして取り組むべき『重要課題』を解決するとともに、企業価値のさらなる向上を目指します。

※ワコールグループは、雇用や取引といった関係に依存することなく、組織内に定着している「組織資産」と対比して「人的資産」、「顧客資産」のように会社との信頼関係によって増減する資産を「信頼資産」と呼んでいます。

事業活動における6つの重要課題(マテリアリティ)

持続可能な社会を実現し、社会とともに発展を遂げていくために、ワコールでは事業と関連性の高い6つの重要課題を定めています。

1. 「美しくありたい」という願いの実現による社会への価値提供

- | | | | | |
|-------------------------|----------------------------------|------------------------------|--------------------------------|------------------------|
| 2. 安心・安全で高品質な商品とサービスの提供 | 3. 挑戦意欲が高く、公正で、働きがいのある事業組織や風土の実現 | 4. 世界各地での「プレストケア(乳がん)」課題への支援 | 5. 相互信頼と協働に基づくCSR調達パートナーシップの構築 | 6. コーポレート・ガバナンスのさらなる整備 |
|-------------------------|----------------------------------|------------------------------|--------------------------------|------------------------|

培ってきた資産と競争優位

お客さまの声
多様な価値観の一層の広がり



付加価値創出の方向性

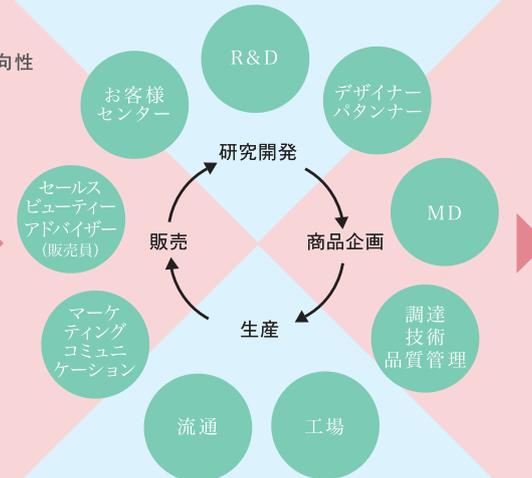
美・快適・健康

事業戦略

- ・ 中期経営計画の実行
- ・ 経営資源の最大活用
- ・ 資本の最適配分

ワコールグループの提供価値

愛される商品
時代の要求する新製品



ESG活動

- ・ 持続可能な発展へ
- ・ 多様性を活かす社会へ
- ・ 透明性の高い体制へ

グループ経営理念

- 相互信頼経営
- 「世の女性に美しくなって貰いたい」という思い

自らの事業活動が社会や環境に及ぼす影響を認識するとともに、本業に通じた社会的事業活動を持続的に進めることで、社会課題の解決に取り組んでいます。

●相互信頼と協働に基づくCSR調達の推進

繊維・アパレル産業のサプライチェーンは、原材料の生産・調達、製品の工場での量産は、ほとんどが中国やASEANの新興諸国で行われ、輸送されてくる国際的なネットワークになっています。当社は2017年10月に制定した「ワコールグループCSR調達ガイドライン」において、「社会的責任を果たしていくためには、商品の生産に関わる全てのお取引先と緊密なパートナーシップを築き、『品質』、『価格』、『納期』のみならず、『人権』、『労働慣行』、『環境』、『倫理』などの社会的要求事項についても、お取引先と共に遵守・尊重しなければなりません」と宣言しました。2018年2月からガイドラインに定める内容の遵守状況を的確に把握することで、継続的な是正・改善につなげるサイクルの運用を開始しました。また、2018年5月から、製造委託先工場の基本情報をWebサイトで公開しています。

公開している製造委託先工場の基本情報(2019年9月時点)

会社名	公開(更新)した工場数	対象工場による製造が仕入高に占める割合	更新回数
(株)ワコール	『ワコール』・『ウイング』ブランドのインナーウェア製造委託先 72 工場	(株)ワコール全体の 68%	2 回
(株)ピーチ・ジョン	製造委託先 41 工場	インナーウェア、ルームウェア、ファッションウェアの 81%	2 回
(株)ルシアン	製造委託先 22 工場	インナーウェア、アウターアパレルの 99%	2 回
(株)Ai	製造委託先 15 工場	スィムウェア、インナーウェアの 77%	初回

ルシアン製造委託先工場(ミャンマー)の改善状況



資格を有する専任看護師の常駐



トイレブースの増設

●世界各地での『ブレストケア』課題への支援

乳がんは、女性にとって最も罹患率が高いがんです。女性用インナーウェアを事業の中核に据えるワコールにとって、乳がんの増加という社会課題は、将来にわたって持続的な成長を実現する上で解決しなければならない課題であると認識しています。

乳がんが苦しむ人や悲しむ人をなくすために、ワコールでは、予防・検診の推進、術後のサポートを含めた患者さまやご家族の支援、正しい知識の普及活動を行う『ブレストケア』活動を、世界14の国と地域で推進しながら、社会インフラやコミュニティの発展に尽力しています。

ピンクリボン活動



リマンマ事業



リマンマ製品

乳がん検診サポート事業



乳がん検診車『AIO(アイオ)』

●環境活動

ワコールは、「地球環境を守ることは企業の責務である」との認識に立ち、環境保全に配慮した事業活動を推進しています。

ブラ・リサイクル活動

お客さまからの「ブラジャーが捨てにくい」というアンケート結果を受け、(株)ワコールでは2008年から、ご愛用いただき不用になったブラジャーの回収を行っています(2019年3月期は、2018年12月1日から2019年3月31日までの期間で実施)。商品を回収した袋は、未開封のまま処理し、産業用固形燃料(RPF)に加工しています。



ブラ・リサイクルバッグ



加工されたRPF

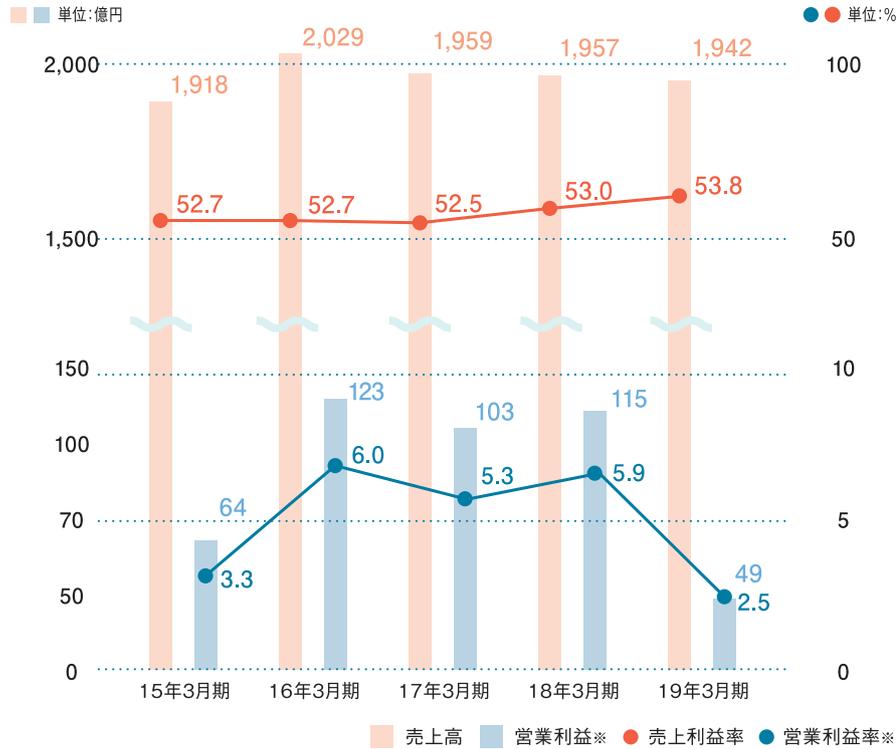
累計
約**2,241,000**枚

(2008年3月～2019年3月)

連結業績ハイライト

● 各種業績5カ年の推移(連結)

売上高・営業利益・売上利益率・営業利益率



※2019年3月期より、期間年金費用及び期間退職後給付費用のうち勤務費用以外の構成要素をその他の収益・費用として計上。前連結会計年度以前の数値については、当該会計基準を遡って適用しています。

営業キャッシュ・フロー

単位: 億円

15年3月期	16年3月期	17年3月期	18年3月期	19年3月期
143	126	164	155	136

営業キャッシュ・フローとは

企業が日々の営業活動から得た現金の量のことです。利益アップや在庫売掛金の効的な運用が、キャッシュ・フローを向上させます。

ROE

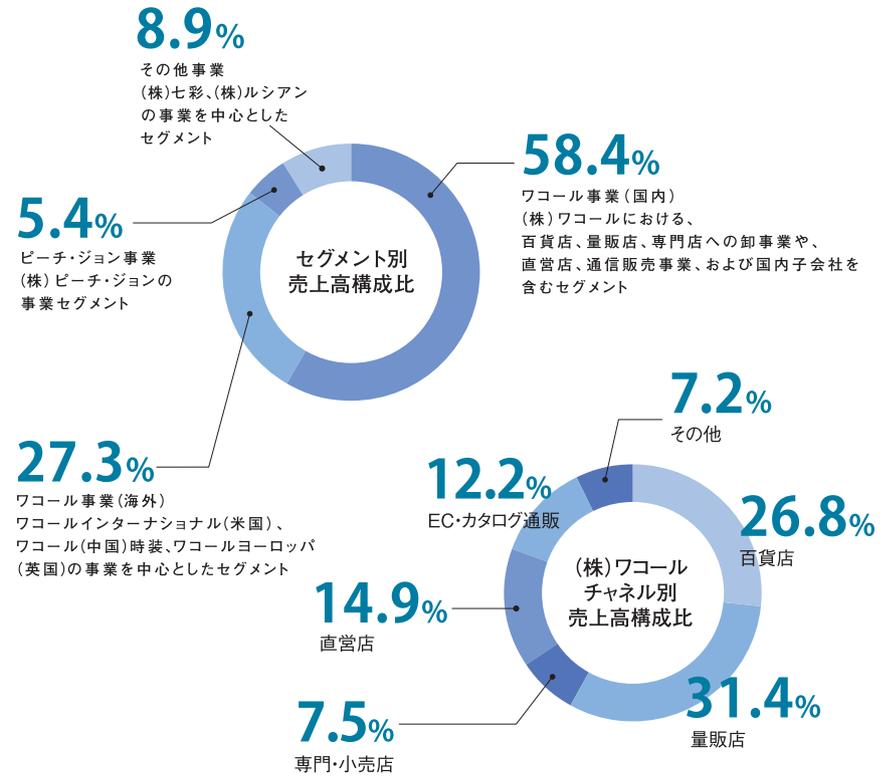
単位: %

15年3月期	16年3月期	17年3月期	18年3月期	19年3月期
3.9	4.9	5.5	4.2	0.2

ROE [Return On Equity] とは

株主資本利益率のことです。株主の出資した資金などの株主資本が、企業の利益(収益)にどれだけつながったかを示します。

● セグメント情報



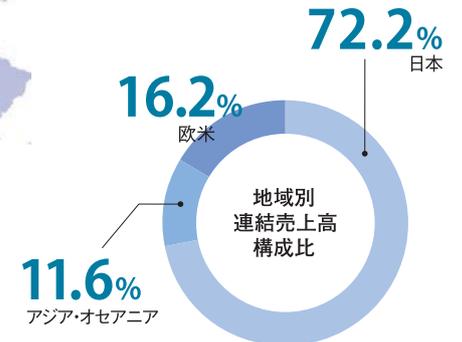
● 地域別情報

海外連結子会社売上高

546億円
前期比4.0% up

海外持分法適用会社売上高

438億円
前期比1.0% up



グループ情報

関係会社一覧

国内

		会社名	設立	出資比率	従業員数	事業内容
連結	製造販売	(株)ワコール	2005.10	100%	5,127人	FL他製造・販売
		(株)ルシアン	1946.8	100%	196人	FL他製造・販売
	販売	(株)ワコールミネット	1951.6	100%	41人	FL販売
		(株)ピーチ・ジョン	1994.6	100%	483人	FL他販売・通信販売・直営販売
		(株)ウンナナクール	2001.2	100%	379人	FL直営販売
		(株)ランジェノエル	2008.7	100%	141人	FL販売
		(株)Ai	2015.2	100%	250人	水着・下着の企画製造・販売
		製造(縫製)	(株)トリーカ	1961.4	57%	329人
	北陸ワコール縫製(株)		1970.9	100%	215人	FL製造(DIA製造拠点)
	新潟ワコール縫製(株)		1973.8	100%	204人	パーソナルウェア・ウエルネス・水着(Ai)製造
	九州ワコール製造(株)		1973.8	100%	550人	FL製造
	物流	(株)ルシアンナガサキ	1979.3	100%	41人	FL製造(ルシアン向け)
		ワコール流通(株)	2000.4	100%	623人	物流業
	その他事業	(株)七彩	1946.7	99%	274人	マネキンレンタル、店舗設計・施工
		ワコールサービス(株)	1984.9	100%	62人	物販・旅行代理業・不動産業・保険代理業
		(株)ワコールアートセンター	1985.8	100%	129人	文化・飲食・サービス・物販
		(株)ワコールキャリアサービス	1998.12	100%	67人	人材派遣業
	非連結	その他事業	ワコールアイネクスト(株)	2018.2	100%	15人
(株)ハウスオブローゼ			1982.4	24%	—	化粧品・ヘアケア製品等の開発・販売

(2019年3月時点)

海外

		会社名	設立	出資比率	従業員数	ドア数	事業内容	
連結	販売	(株)アデン(英国)	2005.4	100%	20人	3	FL・水着直営販売(英国)	
		(株)ワコールオーストラリア	2008.6	100%	12人	300	FL・水着販売(オセアニア)	
		上海披琦焗商貿有限公司	2010.2	100%	59人	8	FL販売(ピーチ・ジョン)	
		(株)ワコールダイレクト(米国)	2010.3	100%	15人	—	FL(通信販売)	
		(株)ワコールカナダ	2011.5	100%	4人	WAIを含む	FL販売	
		(株)イヴィデンカナダ	2011.9	100%	3人	190	FL・水着販売(カナダ)	
		(株)ワコールヨーロッパ販売(仏国)	2013.11	100%	59人	2,024	FL販売(英国を除く欧州)	
		(株)ワコールインド	2015.4	51%	48人	12	FL他販売(インド)	
		台湾蜜桃約翰股份有限公司	2017.2	100%	8人	2	FL販売(ピーチ・ジョン)	
		製造(縫製)	ワコーールドミニカーナ(株)	1989.12	100%	1,809人	—	FL製造(米国向け)
	大連露香時裝有限公司		1992.9	100%	204人	—	FL製造(ルシアン向け)	
	廣東ワコール有限公司		1995.1	100%	411人	—	FL製造(日本向け)	
	浙江嘉興露香紡織有限公司		2002.9	100%	104人	—	FL製造(ルシアン向け)	
	大連ワコール時裝有限公司		2003.7	100%	658人	—	FL製造(中国・日本向け)	
	(株)ルシアンベトナム		2004.8	100%	582人	—	FL製造(ルシアン向け)	
	(株)ワコールタイメックス(スリランカ)		2008.8	50%	1,131人	—	FL製造	
	(株)ルシアンカンボジア		2013.4	100%	378人	—	FL製造(ルシアン向け)	
	ミャンマーワコール(株)		2015.3	73%	265人	—	FL製造	
	製造(材料)		(株)A テックテキスタイル	2016.1	61%	271人	—	原材料生産会社
			(株)G テックマテリアル	2016.1	57%	205人	—	原材料生産会社
			ワコールインターナショナル(株)(WIC)	1981.6	100%	4人	—	持株会社
			和江留投資股份有限公司(台湾)	1983.10	100%	—	—	持株会社
	その他事業		(株)ワコールインターナショナルホンコン	1990.2	100%	23人	—	FL材料調達・企画
		上海露香統括商貿有限公司	2006.5	100%	9人	—	FL製品の調達	
娜娜彩(上海)商貿有限公司		2009.4	100%	4人	—	マネキン・什器販売、店舗設計・施工、貿易		
(株)ワコールヨーロッパ(英国)		2015.1	100%	3人	—	持株会社		
非連結	製造販売	(株)新栄ワコール(韓国)	1970.3	25%	750人	1,000	FL他製造・販売	
		台湾ワコール(株)	1970.10	50%	2,107人	622	FL他製造・販売	
		タイワコール(株)	1970.10	34%	2,612人	802	FL・スポーツウェア他製造・販売	
		インドネシアワコール(株)	1991.1	42%	2,132人	346	FL他製造・販売	
	販売	(株)ワコールマレーシア	2002.12	50%	269人	107	FL販売	
		縫製	バタヤミャンマー(株)	2012.12	27%	113人	—	FL製造

※従業員：正社員および臨時従業員 ※ドア数：ワコールグループ商品取扱い売場数

※F：ファンデーション(ブラジャー、ショーツ、ガードルなど)の略、L：ランジェリーの略

※会社名(国名)の()内は事業所の所在地を示す

※出資比率は間接所有を含む

(海外：2019年3月時点。一部2018年12月時点も含む)

海外

		会社名	設立	出資比率	従業員数	ドア数	事業内容
連結	製造販売	(株)ワコールイーエムイーエー(英国)	1920.11	100%	395人	1,871	FL・水着製造販売(欧州・中東・アフリカ)
		(株)米国ワコール(WAI)	1983.12	100%	357人	3,367	FL製造・販売
		ワコール(中国)時裝有限公司	1986.1	100%	1,792人	532	FL他製造・販売
		(株)ベトナムワコール	1997.6	100%	2,317人	18	FL・スポーツウェア製造・販売
	販売	ワコールシンガポール(株)	1980.2	100%	68人	27	FL他販売
		(株)ホンコンワコール	1983.12	80%	163人	101	FL他販売
		フィリピンワコール(株)	1989.6	67%	185人	76	FL他販売
		(株)ピーチ・ジョン香港	2001.11	100%	11人	4	FL製品調達・輸出(ピーチ・ジョン向け)
		(株)イヴィデン(米国)	2001.12	100%	71人	754	FL・水着販売(米国)
		(株)イヴィデンイスラエル	2003.3	99%	44人	14	FL・水着販売(イスラエル)

グループ情報

直営事業(ワコールグループ国内)

アンフィ 63 店舗

AMPHI
meet & sweetie



ルームオブアンフィ 1 店舗

Room of
AMPHI
meet & sweetie



アンフィフルフル 7 店舗

FUL FRU
AMPHI



ワコール ザ ストア 27 店舗

WACOAL
The Store



サルート バイ ワコール 4 店舗

Salute
by WACOAL



ランジェノエル 30 店舗

Lingé Noël



ワコール ディア 1 店舗



アンフィドゥ 10 店舗

AMPHI
deux



アンフィプロシュ 2 店舗

AMPHI
PROCHE



ワコール ファクトリーストア 25 店舗

Wacoal
FACTORY STORE



アデイ ワコール ザ ストア 4 店舗

A day
WACOAL The Store



ウンナナクール 49 店舗

une_nana_cool



ブララ バイ ワコール 10 店舗

Brara
by wacoal



ミネット バイ ワコール 6 店舗

minette
by wacoal



リセミネット バイ ワコール 1 店舗

Lycée Minette
by wacoal



CW-X コンディショニングストア 3 店舗

CW-X
CONDITIONING STORE



サロン バイ ピーチ・ジョン 3 店舗

SALON
by PEACH JOHN



サンアイリゾート 18 店舗

San-ai Resort



ノーザリー 7 店舗

northerly



クラブジェネレーション 2 店舗



b.c.ミネット バイ ワコール 3 店舗

b.c.minette
by wacoal



シュシュミネット 2 店舗



ピーチ・ジョン 39 店舗

PEACH JOHN



三愛水着楽園 通年正規店舗 2 店舗

三愛水着楽園



ノーザリープラス 1 店舗

northerly plus



アイトゥ ノーザリー 4 店舗



合計 324 店舗

(2019年7月末時点)

ワコール

ファミリーブランド		
定義	ワコールの中核ブランド。企業を代表する総合ファッションブランド。	表示例
ブランドの表示	ファミリーブランドのロゴマークのみを表示する。	  
責任者 (商品の場合、表示者名)	株式会社ワコール	
サブブランド		
定義	ファミリーブランドの傘下で、その資産を生かしつつ新たな市場機会に対応し、顧客創造にあたるブランド。	表示例
ブランドの表示	ブランドロゴマークと共に、そのブランドが傘下に配されるファミリーブランドのロゴマークを補完する形で必ず表示する。	   
責任者 (商品の場合、表示者名)	株式会社ワコール	
個別ブランド		
定義	経営上またはマーケティング上の事由により、ファミリーブランドとは別に独立展開することが望ましい商品・サービスのブランド。	表示例
ブランドの表示	ブランドロゴマークのみを表示し、ファミリーブランドのロゴマークは表示しない。必要に応じて「by Wacoal」を表示する。	  AMPHI 
責任者 (商品の場合、表示者名)	株式会社ワコール	
ライセンスブランド		
定義	個人や企業が持っている知的所有物(商標・意匠・特許・著作権等)を指し、具体的にはブランド名、デザイン、キャラクター等が該当する)の使用承諾を得て、商品の製造・販売、またはサービスの開発・提供を行うブランド。	表示例
ブランドの表示	各ライセンスブランドの契約内容に準じる。ファミリーブランドのロゴマークは表示しない。必要に応じて「by Wacoal」を表示する。	tsumori chisato SLEEP ATSUKO MATANO by WACOAL
責任者 (商品の場合、表示者名)	株式会社ワコール	
輸入品ブランド		
定義	国外他社が商標権を持つブランドを総代理店契約に基づいて正規代理店として輸入販売するブランド。	表示例
ブランドの表示	各ブランドの商標権保有会社との契約内容に準じる。	HANRO SP SIMONE PÉRELE PARIS
責任者 (商品の場合、表示者名)	輸入元 株式会社ワコール	

ワコールブランド

インナーウェア

ファミリーブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト	
 ワコール	1952	会社名	“ゆりかごからゆりいすまで”を基本に、それぞれのライフステージのターゲットに対応したワコール商品グループの基幹ブランド	
 ワコール ディア	2004	女性の憧れ、象徴のダイヤモンド (英・造語)	モードの視点で発想したファッション性の高いランジェリーで新しい下着文化を創造するラグジュアリーブランド。毎シーズン、繊細で華奢なレースモチーフや大胆なデザインを発表し、インティメイトというカテゴリーを超えた着こなしを楽しめるハイクオリティな商品を提案	
ワコールのサブブランド		販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 Trefle.	トレフル	1977	三つ葉のクローバー (仏語)	美しさの芸術 素材、品質、デザイン、機能すべてにこだわり抜いた時代を超える美しさを求める本物志向のブランド
 Salute.	サルート	1979	乾杯・礼砲 (伊語)	劇的 すべての女性の生きるシーン一つ一つ、日々の出来事すべてを“劇的”に演出するセクシーティストブランド
 PARFAGE.	バルファージュ	1987	香りたつ年頃 (仏・造語)	愛される、香り。 身につけるたびに喜びや自信が花ひらく大人の女性を応援するフェミニンエレガントなランジェリーブランド
 Dubleve [®] (ダブルベ)	デュブルベ	1993	“W” (仏語)	ワコールのサイズオーダーブランド わたしだけの一枚で、毎日が変わる
 L'ge.	ルジェ	1996	Lingerie 音の響きの造語 (仏・造語)	大人かわいい、ヒロイン 年齢=大人の女性、感性=かわいい女の子。その相反する要素を満たすデザイナーと機能性によって、女性を上質感ある“大人かわいい”魅力で彩るコーディネートブランド
 LASÉE.	ラゼ	1996	Liberty・Aging・Sexy・Elegance・Evolutionの頭文字 (英・造語)	私らしく美しく、ずっと 体型変化を実感しているさまざまな女性に向けて、自分らしい美しさを叶えるブランド
 GraP ワコール グラッピー	グラッピー	1999	素晴らしく純粋な (仏語)	健康美“ウエルネス コンフォート” “エイジングをハッピーに。”のブランドコンセプトを基に、いくつになっても若々しく元気な生活をサポートする、機能訴求ブランド
 らくらく パートナー	らくらく パートナー	2002	らくな商品 イメージの造語	「なるほど着やすい らくらく親切設計」をベースとして「ファッション性」にこだわり、インナーウェアからナイトウェア、カジュアルウェアまで、毎日のライフスタイルをトータルでサポートするブランド

ワコールのサブブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 WACOAL BRIDAL ワコール ブライダル	2009	ワコールの ブライダルインナー	素肌にならう、美貌のオーラ For Your Special Day 憧れのウェディングシーン。その特別な一日。 美しいボディラインが叶える最高の装いを演出する ブランド
 和らんじゅ	2013	和装ランジェリー (造語)	京都発、和ランジェリー 従来の肌じゅばんや裾よけよりも気軽に楽しめる和装 下着を提案。きものを美しく、優雅に着こなすための機能 性が高いファッション性に加え、きもの枠を越えた多彩 な着方もできる汎用性や利便性を兼ね備えたブランド
 ALULA アルラ	2014	小さな羽 (英語)	いつもの私にキレイの羽を 高い美意識と確かな目を持つ女性にいつもキレイで いる喜びをお届けするブランド
 らくらく専科	2015	らくな衣料の専門 の造語	「なるほど着やすい親切設計」をベースにしたイ ンナーウェアブランド
個別ブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 STUDIO FIVE スタジオ ファイブ	1982	ものづくり工房 (スタジオ) 営業5部 (ファイブ)	「Be Emotional」鮮烈な色彩と大胆なデザイン、 他を圧倒する独創性とクールなたたずまい。 自分を貫き時代を生きる女性のためのハイファッ ション・インテリメイトブランド

輸入品

輸入品ブランド	販売開始年	国名	コンセプト
 HANRO ハンロ	1981	スイス	シルク、ウール、コットンなど天然素材を用いた質の 高いインナーウェア。 1884年創業で130年以上の歴史を誇るブランド
 SP SIMONE PERÉLE シモーヌ ペレール	1981	フランス	フレンチランジェリーの代名詞。エレガンスなデザイン とナチュラルなつけごちを兼ね備えた、フランスの 老舗ブランド
 Ulla ウラ	1997	ドイツ	BカップからIカップのブラジャーを展開する大きい サイズの充実したブランド
 NOTA ノタ	2006	ギリシャ	ロマンティックでフェミニンなデザインとヨーロッパ ならではの色使いやプリントが特徴のナイトウェア ブランド
 elomi エロミ	2012	イギリス	豊満体型の女性のために、他にはないフィット感、 つけごちの良さ、サポート力を備えた上品でセクシー なデザインを提案するブランド

パーソナルウェア

ファミリーブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 Wacoal ワコール	1952	—	「ワコールスリーピングウェア」「ワコールルームウェア」 を展開する基幹ブランド
 Wing ウイング	1975	つばさ (英語)	「ウイングパーソナルウェア」を展開する基幹ブランド
ワコールのサブブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 睡眠科学 THINK SLEEPING 睡眠科学	2004	睡眠を科学する という意味	ここちよい眠りに誘うために、睡眠時のからだの特性 研究を取り入れ、ワコールならではの視点で開発した ナイトウェア & インナーウェアブランド
 Grandèr グランダー	1990	グランドマザー等の 「グランダー」からくる造語	ワコール人間科学研究所の女性の体型データをもと にした独自のサイズ設計と、ゆったり快適な着ごち と便利でやさしい工夫をほどこした親切設計を取り 入れたナイトウェアブランド
ウイングのサブブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 &pajamas Wing アンド パジャマ	2018	パジャマとともに	「それぞれの、気持ちいい朝へ。」をテーマにワコール のナイトウェアのモノづくりの知見を低～中価格帯 にて提供するウイングのサブブランド
ライセンスブランド	販売開始年	ブランドの性格	コンセプト
 tsumori chisato SLEEP ツモリチサト スリープ	1996	デザイナーズブランド	女性たちが毎日をもっと楽しめ過ごせるように... 嬉しいとき、不安なとき、ひとりのとき、家族といるとき。 どんなときでもかわいいものを身につけて、笑顔になっ てもらいたい。デザイナー津森千里氏のそんな気持ちを 表現したパーソナルウェアブランド
 ATSUKO MATANO by WACOAL アツコ マタノ	2000	デザイナーズブランド	クリエイター 俣野温子氏がデザインする、甘くなり 過ぎない大人かわいいテキスタイルとカラーで、 くつろぎ時間を楽しみ過ごせるお部屋着感覚の ナイトウェアブランド
 CABBAGES & ROSES LONDON キャベジズ アンド ローゼズ	2018	デザイナーズブランド	ロンドンで人気スタイリストとして活躍した クリスティーナ・ストラット氏によるライフスタイルブランド。 ブランドを象徴するフラワープリントに、英国らしい遊 び心を加えたスタイルで提案するルームウェア

リマンマ

ワコールのサブブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 Wacoal Remamma リマンマ	1974	Re“再び” (英語) + mamma“乳房” (ラテン語) (造語)	乳房を手術された方の快適な生活(QOL)維持・向 上を支援するために、専用のインナーウェアと関連 商品(パッド、水着など)をお届けするブランド

ファミリーウェア

ワコールのサブブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト	
 Wacoal MATERNITY	1954	—	産前から産褥・産後とそれぞれの場面を快適でキレイに過ごしていただき、産後のボディラインを美しくととのえるためにサポートするマタニティ用グループ	
 Wacoal MATERNITY Deux+	2011	—	産前・産後を快適でキレイに過ごしていただくためのカジュアルでラクなつげごちのマタニティ用グループ ●販売チャネル：チェーンストア・カテゴリキラー・通販限定	
 Wacoal baby	1997	ワコールのベビーブランド	～はじまりのはじまり～ 「生まれてくる赤ちゃんの、そしてお母さんのはじまり」という美しく、すばらしい時と一緒に祝いたいという気持ちを込めたベビー肌着&雑貨ブランド	
 FAIRY TIARA フェアリーティアラ	2014	fairy (妖精) + tiara (女性の王冠) 女の子の好きな語句の組み合わせ (英・造語)	“わくわく、ふわふわ、夢みる女の子”をブランドコンセプトに、成長するからだに寄り添い、さりげないおしゃれさと上品さで、女の子の日常を応援するインナーウェア & パジャマブランド	
 FIRST TIARA	2005	初めてつけたティアラ (英語)	キッズのプレステージグループ(サブブランド) 女の子が初めて出会う上質なインナーウェアとパジャマ。初めてつけたティアラのような“ときめき”と“気品”を感じさせる、母親が娘に伝えたい“素敵なレディ”の第一歩	
 WACOAL BOYS	1987	ワコールのボーイズブランド	未来へ成長していく男の子を輝かせる。ここよさと、かっこよさを追求した男児の日常をサポートするインナーウェア&パジャマブランド	
個別ブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト	
respiration.	レスピレーション	2004	ひと息、ひと呼吸 (英・造語)	ファッションへのこだわりを持つ妊娠中の女性に、マタニティ機能を備えながら、美しいライン、トレンドに応えるスタイルで妊娠中のファッション感度を満足させるアウターウェアブランド
ライセンスブランド	販売開始年	ブランドの性格	コンセプト	
Shinzi Katoh	シンジ カトウ	2009	デザイナーズブランド	雑貨デザイナー “Shinzi Katoh” が手がける女ののためのインナーウェア&パジャマブランド

レッグ・カルソン

ファミリーブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 Wacoal	1952	—	ワコール独自の設計とデザインで、脚と足を美しく快適に演出する「ワコールレッグウェア」、女性の年齢に伴う体型変化を考えた設計による「楽・美」を追求した「ワコールカルソン」などを展開するレッグ・カルソンのブランド

ウイングブランド

ファミリーブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 Wing	1975	つばさ (英語)	“あなたのいちばんそばに。”をコンセプトに、いきいきと自分らしく、晴れやかに、笑顔あふれる毎日をサポートするブランド
ウイングのサブブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 Pulili	1994	プリティ + プリプリ (造語)	派手過ぎず、子ども過ぎないテイストを好むティーンの子が、ライフシーンに合わせて楽しめるガールズインナーウェア
 Lesiage	1996	レース + エイジ (造語)	ウイングの商品機能と品質をベースに、トレンド性と高級感を取り入れたプレステージブランド
 fufu	2011	“HAPPY”をイメージさせる擬音造語	今の私にぴったりで、思わず“はなうた”…。そんなうれしい瞬間を、エイジングと仲良く付き合う女性にお届けするブランド
 Tuyaka	2013	“いつまでも、心にとからだに艶(つや)のある人生を”という願いを込めた造語	シニア世代の女性の“ラクして、つややか”なライフスタイルを応援するウイングのサブブランド
個別ブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 Date	2016	日々・デート・時代	女を楽しむノンワイヤー

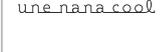
ウエルネスブランド

個別ブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 シーダブリューエックス	1991	Conditioning Wear の頭文字+X	アクティブにカラダを動かす人に、ライフスタイルの質の向上を提供する、トータルコンディショニングブランド
ワコールのサブブランド		ブランドの意味	コンセプト
 WACOAL Swim Wear ワコール スイムウェア	1983	ワコールの水着	ワコールの技術が生かされた、快適でこちよく、美しい、機能スイムウェアのブランド
 success walk. サクセスウォーク	2004	成功、歩行 (造語)	ワコール人間科学研究所の歩行研究をベースに開発された歩きやすく、疲れにくい機能系ビジネスパンプスブランド

メンズブランド

個別ブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 WACOAL MEN ワコール メン	2013	ワコールの メンズブランド	ファッション性、デザイン性に加え“着ごち”という価値を提案するメンズアンダーウェアブランド
 BROS. ブロス	1991	Brothers の略	素材のよさにこだわり、着ごちのよい、快適さを大切にしたメンズアンダーウェアブランド
 HAI ハイ	2010	Health&intelligence Active Inner selections の頭文字を 組み合わせたもの	加齢による体型変化やからだサポートに着目した、シニア世代の健康・快適を応援するメンズアンダーウェアブランド

直営店ブランド

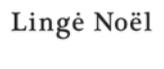
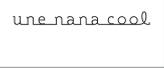
個別ブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 W'BASIC ダブルベーシック	2016	小売事業本部 定番商材	デザイン、品質、機能を大切に、価値あるデイリーベーシックブランド
 AMPHI アンフィ	2002	接頭語 “両方の” “両側の” “二つの” (ギリシャ語)	手の届くラグジュアリー 「新しい、かわいい」を追求・提供し続けるブランド
 A by amphi エーバイアンフィ	2009	もう一つの切り札 A	“女の子の好き”をカタチにするブランド
 unenana.cool ウンナナクール	2001	ちょっと カッコイイ女の子 (仏語)	努力や憧れは誰かのためにじゃなく、自分自身のため。「女の子、登場」を合言葉に世の中の女の子を応援する下着をつくっています

通信販売ブランド

個別ブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 MATURE. マチュア	1993	成熟した	『LOVE BODY』世代のためのミセス向けインナーウェア
 PREMURA プレミュラ	1993	思いやり (伊語)	ミセス対象に快適性を追求したナイトウェア、スポーツウェア
 WACOAL Comfort. ワコール コムフット	1993	コンフォート + フット (造語)	からだを科学するワコールが、人間工学から女性の足を徹底研究し、追求したコンフォートシューズ
 LOVE BODY ラブボディ	1993	愛する (LOVE) + からだ (BODY) (英・造語)	上質を知る洗練された女性のためのアウターウェア。50代後半～のミセス対象

ショップブランド

直営店ブランド

ショップブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 AMPHI meet & sweetie	2002	アンフィ 接頭語 “両方の”“両側の” “二つの” (ギリシャ語)	meet&sweetie“新しい、かわいい、に会う場所” モデルのクローゼット 少し高い感度と幅広いテイストのアイテムを取り そろえたセレクトショップ
 AMPHI de ux	2009	アンフィ ドウ アンフィの妹ブランド	meet&sweetie“新しい、かわいい、に会う場所” おもちゃ箱 よりカジュアルでフレンドリーにお買い物をしたい お客さまに向けたショップ
 Room of AMPHI meet & sweetie	2010	ルーム オブ アンフィ アンフィのお部屋	meet&sweetie“新しい、かわいい、に会う場所” モデルのクローゼット ルームウェアや関連雑貨を取りそろえたライフ スタイル提案型ショップ
 AMPHI PROCHE	2012	アンフィ プロシュ “親密”を意味する フランス語“proche”	meet&sweetie“新しい、かわいい、に会う場所” My Favorite drawer ちょっと贅沢な気分でお買い物したいお客さまに 向けたショップ
 FUL FRU AMPHI	2014	アンフィ フルフル 充実した・たくさんの フルーツ	meet&sweetie“新しい、かわいい、に会う場所” 北欧のくたもの屋さん 毎日みずみずしく、楽しく生きるためのこの ころのビタミンになれるショップ
 Wacoal FACTORY STORE	2002	ワコール ファクトリー ストア -	直営店 (SPA) ブランド商品など、(株)ワコールの 商品を扱う直営アウトレットショップ
 Salute by WACOAL	2009	サルート バイ ワコール 乾杯・礼砲 (伊語)	劇的な発見！ 巡る、知る、そして美しくなる。 サルートファンのための“自分発見ショップ”
 WACOAL The Store	2010	ワコール ザストア -	下着のおしゃれをもっと楽しく！ ワコールブランドを中心に扱う直営ストア
 A day WACOAL The Store	2015	アデイ ワコール ザストア 1日	“したが、選ぶ。きもち、あがる。”をコンセプトに、何気なく 選んでいる毎日の下着を、その日1日の気持ちがあ がるようにさまざまな角度から提案するショップ
 Brara by wacoal	2014	ブララ バイ ワコール ブラブラと気軽に ブラジャー(下着)を 選んでいたかどうかという意	“選ぶも、試すも、わたしの自由。”をコンセプトに、 商品バリエーションと共にサービスバリエーション を拡大したショップ
 Lingé Noël	2008	ランジェノエル Linge(ランジェリー) + Noel(クリスマス)の造語 (仏語)	Daily をプチ Happy に！ ちょっとしたお出かけに、気軽なおしゃれに、手軽 な変身に。日常の中にちょっとしたドキドキワクワク をお届けする下着セレクトショップ
 une.nana.cool	2001	ウンナナクール ちょっと カッコイイ女の子 (仏語)	努力や憧れは誰かのためにじゃなく、自分自身のた め。[女の子、登場]を合言葉に世の中の女の子を 応援する下着をつくっています

ワコールブランド

ショップブランド	販売開始年	ブランドの意味	コンセプト
 Remamma ワコール リマンマ	1974	Re“再び”(英語) + mamma“乳房”(ラテン語) (造語)	乳房を手術された方の快適な生活(QOL)維持・向 上を支援するために、専用のインナーウェアと関連 商品(パッド、水着など)をお届けするブランド
 Wacoal Garden	2014	ワコール ガーデン ワコールの庭	近くのワコール。下着を買うときは、気合を入れて、 街まで出かける事もあるけれど、お散歩や、毎日 のお買い物のついでに、ふらっと立ち寄れる“気軽 に行ける近くのワコールさん”
 mama and tot WACOAL	2018	ワコールの ベビーマタニティと キッズジュニアの 合同ショップ	ご懐妊により接点をいただいたマタニティのお客さまの 子育てと、誕生されたお子さま自身の成長を連続して支援した いという思いを形にした、ベビーマタニティとキッズジュニア の合同ショップ

通信販売ブランド

カタログ名	販売開始年	ターゲット年代	コンセプト
 LOVE BODY	1993	ラブボディ 50代後半～ の女性	上質を知る、洗練された女性のためのファッションカタログ
 花詩日和 はなうたびより	2005	50代後半～ の女性	ありのままの自分を大切にするように、お花を愛でる 女性へ心豊かにしてくれるガーデニングライフカタログ
 ゆらら	2005	ゆらら 60代～ の女性	ステキに年齢を重ねていく女性のためのライフスタイルカタログ

グループ会社(国内)

(株)ピーチ・ジョン

PEACHJOHN	ピーチ・ジョン	1994	"Life is beautiful"というコンセプトを掲げ、20代後半の女性におけるライフスタイルを、より美しく楽しいものにすることを応援するブランド
SALON by PEACH JOHN	サロン バイ ピーチ・ジョン	2013	より上質な素材やつけごちを大切と感ずることのできる、ワンランク上の感覚を持った、30代以上の女性に向けたブランド
YUMMY MART	ヤミーマート	2014	新しい情報に敏感な10代前半～20代前半に向け、手頃な価格ながらも"ハイセンス"であることを大切にしたランジェリーを提案するブランド

(株)ルシアン

かすみ KA-SU-MI	かすみ	2003	レースを透して映る(かすみがかった)女性の姿の美しさを表現	世界に発信しているレースブランド。大胆でいて繊細、エレガントでありながらセクシー。流行に敏感で感度が高い女性にむけたレースコレクション
部活ブラ	部活ブラ	2006	中高生のための部活動(運動系、文化系ともに)のためのブラ	夢に向かって立ち上がるオンナノコを応援するブランド。シーンにあわせて選べる6シリーズは、全て吸汗速乾素材と動きやすい仕様
にしきいと nishikito	にしきいと	2015	多彩な糸で美しい織物を作る「織(にしき)」のようなきらびやかさを表現	京都西陣織の金糸の製造技法を生かし、多彩な色と輝きが特長の純国産手刺繍系ブランド
Mizutumugi, 瑞紡	瑞紡 みずつむぎ	2015	日本(瑞穂の国)で紡がれた	日本製の特長である、匠の技と丁寧なもののづくりにこだわって作り上げたアパレルブランド
BELLADESSO	ベラデッソ	2018	イタリア語でBELLAは「美しい」、ADESSOは「今」。	山口遊子氏がスタイルプレゼンターをつとめる「今を美しく生きる大人の女性」のためのアパレルブランド
hidamari SASHIKO&	ヒダマリ	2019	太陽の明るさやぬくもり、ゆるやかに時が流れるイメージ	日本に古くから伝わる伝統の針仕事「刺し子」を新たなイメージで提案する糸、用品のブランド。刺し子以外の用途にも使える、明るくポップなカラーが特徴

(株)Ai

San-ai Resort	サンアイリゾート	2019	レトロとフューチャーをクロスさせた「今」を感じるヘルシーモダンなNEWビーチファッション。ビーチに限らずフェス等のレジャーシーンにも着まわし出来る、ファッション的なアイテムをスタイリング提案します
Reir	レイール	2016	いくつになっても自分らしいライフスタイルを追求する女性に向けたBeach&Active Style。大人の女性に寄り添える、シンプルでスタイリッシュなリラクゼーションアイテムを提案します
Coral veil	コーラルベール	2016	自分らしさを大切に、いつまでも輝いていた女性に向けたエレガントなリゾートスタイルを提案します。洗練されたプリント、熟考したパターンにこだわり、快適な着心地を提供します

northerly	ノーザリー	1970	わたしと同じ1日なんてひとつもない"今"欲しい下着がきっと見つかる。デイリーからラグジュアリーまで揃うランジェリーショップ
SEY CHELL'ES BY SAN-HEI KUREHA KUREHA	セイシェル	2017	タウンフォーマルをコンセプトに、モードフェミニンなビーチスタイルを提案。仕事とオシャレにこだわりを持ち、セルフプロデュースしているSNSが大好きな女性に向けたブランド

グループ会社(海外)

※海外の連結対象子会社がブランドホルダーとなっているブランドを紹介

(株)米国ワコール

b.temptd	ビーテンプティッド	2009	"be tempted" (英語・誘惑される、魅惑的になる)の略語的表記	『Simple Style with a Twist(シンプルながらもひねりのきいたディテール)』トレンドに敏感で、下着もファッションと捉える20～30代の女性向け
----------	-----------	------	--------------------------------------	--

(株)ワコールヨーロッパ

※()内はブランド立ち上げ年

elomi	エロミ	2012 (2008)	『Be curvy with confidence.(自信に溢れた曲線美)』Kカップまで配備した下着ラインに加え、水着ラインも提案する。大きなアンダーバストサイズに対応するブランド
Goddess	ゴッデス	2012 (1940年代)	『Feel the difference.(違いを感じて)』ベーシックでクラシック、ソフトでフェミニンな安心感のあるデザインが毎日を気分よく演出してくれる。大きなアンダーバストサイズに対応するブランド
Freya	フレヤ	2012 (1998)	『Live your way.(好きなように生きる)』Kカップまで配備した下着ラインに加え、ファッションブルな水着やスポーツコンディショニングウェア、ラウンジウェアなど幅広いラインを提案する。大きなカップサイズに対応するブランド
FANTASIE	ファンタジー	2012 (1950年代)	『Effortlessly gorgeous everyday.(毎日何げなく、美しく)』Kカップまで配備した下着ラインに加え、水着ラインも提案する。大きなカップサイズに対応するブランド

フィリピンワコール(株)

sorci age by Wacoal	ソルシアージュ	2018 (2000年代)	『A beautiful mind(美しい心)』ユニークで特別な日常を作る、楽しくカリスマ性のある女の子のためのファッションブランド
------------------------	---------	------------------	--

役員一覧

(株)ワコールホールディングス 取締役および監査役



代表取締役会長
塚本 能交

1948年1月29日生
(一社)日本ボディアッション協会会長
(公財)京都服飾文化研究財団理事長
京都商工会議所副会長 他



代表取締役社長
安原 弘展

1951年12月28日生
取締役会議長



取締役副社長
山口 雅史

グループ管理統括担当
独立社外役員会議議長
グループ経営会議議長
企業倫理・リスク管理委員会 委員長
コンプライアンス委員会 委員長



常務取締役
宮城 晃

経営企画部長
CSR 調達委員会 委員長



社外取締役
黛 まどか

北里大学客員教授
昭和女子大学人間文化学部
日本語日本文学科客員教授
京都橋大学文学部
日本語日本文学科客員教授
(公財)東日本鉄道文化財団評議員



社外取締役
齋藤 茂

(株)トーセ代表取締役会長 兼 CEO
(株)SCREENホールディングス
社外取締役



社外取締役
岩井 恒彦

(株)資生堂 シニアアドバイザー
役員指名諮問委員会 委員長
役員報酬諮問委員会 委員長



監査役
中村 友紀

監査役会議長



監査役
廣島 清隆



社外監査役
白井 弘

白井公認会計士事務所長
(株)アルテコ社外監査役
公立大学法人大阪監事



社外監査役
浜本 光浩

浜本総合法律事務所代表弁護士
東亜パブリックエンジニアリング(株)
社外取締役
大阪兵庫生コンクリート工業組合員外監事



社外監査役
島田 稔

綜通(株)取締役会長
(株)フレックシステム特別顧問

(株)ワコール 取締役・監査役および執行役員



代表取締役会長
安原 弘展



代表取締役 社長執行役員
伊東 知康



取締役 専務執行役員
今泉 英彦
小売事業本部長



取締役 常務執行役員
加茂下 泰生
総合企画室長



取締役 常務執行役員
矢島 昌明
卸売事業本部長



取締役 執行役員
長谷川 貴彦
人事総務本部長 兼
人事部長



取締役 執行役員
芝原 和宏
技術・生産本部長



監査役
廣島 清隆



監査役
先山 久



常務執行役員
瀬上 秀雄
卸売事業本部
百貨店販売統括部長



常務執行役員
小玉 克也
卸売事業本部
東日本販売統括部長



執行役員
下山 廣
総合企画室
副室長



執行役員
猪熊 敏博
総合企画室
広報・宣伝部長



執行役員
今井 浩
人間科学研究所長



執行役員
森本 秀治
情報システム部長



執行役員
重本 真宏
卸売事業本部
事業統括部長



執行役員
堤 幸信
卸売事業本部
チェーンストア販売統括部長



執行役員
石島 盛人
西日本販売統括部長



執行役員
岡本 克弘
卸売事業本部 ワコールブランド
インナーウェア商品統括部長



執行役員
関口 満
国際本部長



執行役員
小野 雅巳
中国ワコール(有)
董事長 総経理



執行役員
三浦 卓也
(株)ワコールヨーロッパ会長