価値創造の歩み

ワコールグループは創業より「世の人々に美しくなって貰うこと」を目標に、「つけごこち」や「ボディラインの補整」「ファッション性」といった側面からインナーウェアを開発し、進化させてきました。その背景には、トレンドに表れる女性の意識変化と、それにこたえるための技術革新がありました。お客さまの価値観は大きく変化し、現在は「一人ひとりが、自分らしい美しさを求める」時代といえます。新たな顧客体験を創造し続け、世界中のお客さまの豊かさと美しさへ貢献します。

1960年代

東京オリンピックが開催され、高度経済成長期の中、ミニスカートがブームとなります。自立を望む女性たちの間で「解放感」が芽生える時代でした。伸縮性素材の登場により下着が大きく変化していく時代でもありました。

ストレッチブラ

ウイングブラ

1970年代

ストリートファッションが流行しシースルーやヌーディーなファッションも登場し、ファッションをより自由に楽しむ風潮が出てきました。からだの研究と新素材の開発をベースにのびやかにからだを補正するソフトなブラや、自然な丸みを表現するブラなどが登場します。

ソフィ
& ソフィ

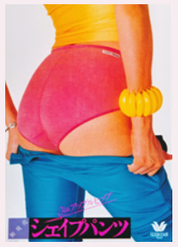
シームレス
カップブラ

1980年代

シェイプアップブームからからだのラインを意識するいわゆる、ボディコンシャスなファッションがトレンドになります。ライフスタイルにあわせたシェイプブラも開発します。

シェイプブラ

ソフィブラ・マジッキィ



シェイプパンツ

1990年代

からだ意識の変化は90年代に入っても続きます。よりきれいに見せたいという女性の願望が高まる中で、「グッドアップブラ」などのヒット商品が続きます。

グッドアップブラ

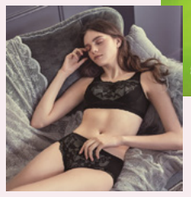
マジカルトップブラ

ヒップスター

2000年代

2000年代からは「もっと自然に生きたい」、「癒されたい」という欲求がうまれます。自分らしい生き方が意識され、多様化しはじめます。見た目の美しさと快適性の両立を目指し、ブラジャーは進化を続けます。

感じるブラ



ナイトアップブラ

小さく見せるブラ

2020年代

「ボディ・ポジティブ」という言葉に表現されるように、一人ひとりが、自分らしい美しさの実現を求める時代に。計測データや３Ｄ計測サービスで得たデータなどを活かして、お客さまの変化に対応したサービスや価値提供を行うことで、下着文化の領域を開拓し続け、さらなる成長を目指していきます。

3D計測サービス「SCANBE」