

## ワコールグループの競争優位性

いつの時代においても「長く愛される商品=品質の高い商品」をお届けすることが、当社グループの使命であり提供する価値です。そして、この高品質な商品を生み出すための仕組みが、ワコールの最大の競争優位のひとつであり、歴史の中で培い組織に定着してきた資産のひとつです。



「愛される商品」をお届けするためにワコール人間科学研究開発センターでは、私たちの美の創造の基本となる、「身体」の視点から「美」「快適」「健康」を研究し、理論化を続けています。ここで55年以上にわたり蓄積されたデータは、私たちの事業の礎であり、新製品開発への活用はもとより、品質維持やビジネス領域拡大の出発点です。

強みのさらなる強化

計測データのさらなる活用

研究開発

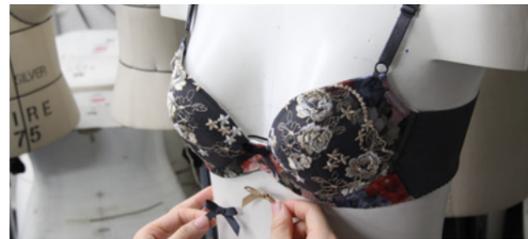
生産・品質管理



ワコールにとって「製品の品質保持」は提供価値であり、大きな社会責任です。これを支えているのが、長年の経験に裏付けされた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すべての工程において厳しく詳細な基準を設けて実施する品質管理です。

強みのさらなる強化

需要連動型生産への転換



「世の人々に美しくなって貰う」「時代の要求に応える」ものづくりに向けて、ワコールでは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もの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、改良を繰り返すことで最適な「つけごころ」や造形性を実現しています。

強みのさらなる強化

企画開発リードタイムの短縮化

商品企画

販売



お客さまにフィットする最適な商品をお届けする上で、大切な役割を担うのが「ビューティーアドバイザー (BA)」です。専門的な知識と技術によって、一人ひとりの美しさを引き出すお手伝いをする中で、お客さまとの絆を深く、広く、長くつなげています。

強みのさらなる強化

DXによる顧客の声やBAの接客知見の活用

多様な価値観に  
応える仕組み

## 事業紹介

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、ナイトウェア及びリトルインナー)、アウターウェア、スポーツウェア、その他の繊維製品及び関連製品の製造、卸売販売及び一部製品の消費者への直接販売を主な事業としており、更にその他の事業として、飲食・文化・サービス及び店舗内装工事の事業を展開しています。

ワコール事業(国内) (株)ワコールの事業を中心としたセグメント

主なブランド



※一部ブランドのみ掲載

ワコール事業(海外) ワコールインターナショナル(米国)、中国ワコール、ワコールヨーロッパ(2013年子会社化・英国)の事業を中心としたセグメント

主なブランド



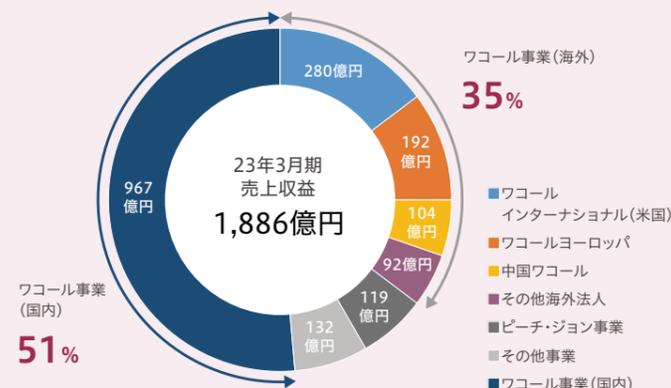
※一部ブランドのみ掲載

ピーチ・ジョン事業 (株)ピーチ・ジョンの事業を中心としたセグメント(2008年子会社化)

PEACH JOHN

その他 (株)七彩(1987年子会社化)、(株)シアン(2009年子会社化)の事業を中心としたセグメント

連結売上収益(23/3期) ※IFRS基準



品種別売上構成比(23/3期)

