

ワコールのバリューチェーン

ワコールでは、顧客起点のバリューチェーン改革を推進しています。お客さまや販売員（ビューティーアドバイザー）の声をもとにした分析、人体計測データを活用した研究、商品企画・設計、生産・販売に至る一連のプロセスを通じて、付加価値の高い商品を創出しています。



市場調査・分析研究

市場調査・分析（マーケティング）

当社では顧客起点でブランドの提供価値を明確にし、お客さまおよびビューティーアドバイザーの声を含めた消費者調査や購買データ分析、セグメンテーションなどを継続的に実施しています。ブランドごとの顧客ニーズを的確に把握、さらに価格帯と年齢軸をもとに市場を分類、戦略マップを活用して注力すべきセグメントを明確化し、商品開発を行っています。

人間科学研究開発センター（研究）

人間科学研究開発センターでは1964年の設立以降、長年にわたり女性のからだを科学的に分析し、独自の知見を蓄積しています。その精緻なデータと身体理解に基づく商品開発は、単なる衣料を超えた価値を提供し、他社には真似できない“からだに寄り添うものづくり”を実現しています。

研究で使用可能なレベル
約270,000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50,000点



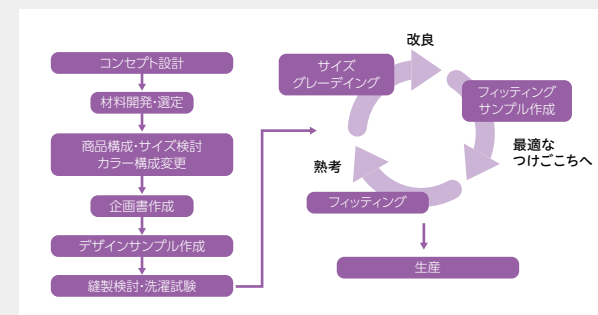
商品企画・設計

MD（マーチャンダイジング）

ブランドマネージャー制度を導入し、企画、開発、製造、流通、販売、マーケティングの一連のバリューチェーンプロセスにおいて顧客に一貫したブランド価値を提供することで、ブランド価値の最大化を図ります。

商品企画・設計

200名を超えるクリエイターが、自由な発想と人体計測データを活用して、つけごこちや造形性を重視した形づくりに取り組んでいます。フィッティングと熟考を重ね、改良を繰り返すことで、最適な「つけごこち」を実現しています。



TOPICS

人体計測データのさらなる活用

（株）ワコールは、人間科学研究開発センターの計測データを活用し、3D計測サービス「SCANBE（スキャンビー）」を開発しました。「SCANBE」は、3Dポディスキャナーで全身を計測し、からだの3D映像や全身20カ所の計測数値など、自分のボディデータを詳しく知ることができるサービスです。また、計測データはワコール公式アプリ「WACOAL CARNET（ワコールカルネ）」に連携され、お客さま自身のスマートフォンでいつでもどこでも確認いただけます。

2025年9月時点で全国28店舗に31台を導入しており、延べ体験者数は30万人以上にのぼります。また、2024年3月には有料サービス『わたしを知る骨格診断』を開始しました。さらに、2025年6月には新たな有料サービス『からだバランス診断』をリリースするなど、下着以外の領域にも積極的に取り組んでおり、健康・ウェルネス分野での活用が進んでいます。



ワコールのバリューチェーン



生産・品質管理

生産・品質管理

ワコールは、製品の品質保持を「社会的責任」と位置付け、自社工場の熟練縫製員による高度な手仕事による生産に加え、材料調達から出荷の全工程で厳格な品質管理を実施しています。厳しい基準に基づき部材ごとのテストや耐久性チェックを行い、安全・高品質な商品を提供しています。また、(グループの品質保証に関する最高機関として)品質保証審議会を設置し、ISO9001に基づく品質マネジメントを運用し、お客さまへの安心と安全を形にしています。



販売

店舗販売

ワコールの販売員(ビューティーアドバイザー)は専門知識と高度なフィッティング技術を駆使し、一人ひとりに寄り添いながら美しさを引き出すお手伝いをする中で、お客さまと「深く、広く、長く」信頼関係を築く大切な役割を担っています。

EC販売

当社のECサイトである「ワコールウェブストア」では(株)ワコールの全ブランドの商品を展開し、「わたしに合うブラ診断」などを通じて、より多くのお客さまに寄り添ったサービスを提供しています。また大手プラットフォームと提携し、他社ECサイトを活用した販売も積極的に行っています。

店舗×EC(OMO)

2025年4月にOMO型店舗「WACOAL is」を開設しました。この店舗では、試着や素材確認、コンサルティングなど、店舗ならではの付加価値を提供するとともに、ECサイトの持つ情報量や利便性、各種コンテンツとの連携を強化しています。両チャネルの強みを最大限に活用した最適なカスタマージャーニーを設計しています。



お客さまの声 販売員の声

お客さまの声の活用

「ワコールお客様センター」の設置

ワコールでは、お客さまとの大切なコミュニケーションの拠点として「ワコールお客様センター」を設置しています。寄せられたお声は社内でも共有し、お客さま満足の向上に向けて商品やサービスの開発と改善につなげる仕組みを整えています。

「聞いてよワコール」

ーお客さまのお声から生まれる、もっと魅力的な商品づくりー
「この商品をもう少し改善してほしい」「あの商品をもう一度販売してほしい」など、日々寄せられるお客さまの率直なご意見を商品開発に活かしています。
お客さまのお声が、より快適で魅力的な商品づくりの原動力です。

販売員の声の活用

ワコールの声活(VOC)では、ビューティーアドバイザーによる接客時の声や顧客のレビューをもとに、サイズ感や素材、色展開などの要望を商品開発に反映しています。例えば「締め付け感」への不満からウエスト仕様を改善した事例も。ビューティーアドバイザーの共感力と対話力が、顧客起点の商品づくりに活かされています。

TOPICS

「“着る”を超えて、“感じる”へ」ーワコールの製品を支える匠の技と情熱



ワコールマニュファクチャリングジャパンは、50年以上にわたり国内生産を支えてきました。現在は、長崎雲仙ファクトリー(1973年設立)と福岡井井ファクトリー(1970年設立)の2工場体制で、ファンデーション・ランジェリー・スポーツウェアなどを中心に、高価格帯ゾーン製品の生産を行っています。直近では、それらに加えてガードル品種の需要連動生産に新しく取り組み始めました。

デザイナー・パタンナーが意図した外観・機能・着用感を資材裁断→縫製→検査・包装を通して製品として実現することが私たちの大切な役割です。私たちは単に「もの」をつくるのではなく、ワコールの企画・開発力を製品という形で表現し、お客さまにお届けすることで、その価値を実感していただくことを目指しています。お客さまに喜んでいただく姿を思い描きながら、全従業員が一丸となって、ワコールのものづくりを支えています。



ワコールマニュファクチャリングジャパン 長崎雲仙ファクトリー 縫製チーム