About Wacoal



58　ワコールグループの歩み
59　ブランド紹介
61　11カ年財務サマリー
62　5カ年非財務サマリー
63　エンゲージメント
64　投資家情報／Webサイトのご案内／編集後記

ワコールグループの歩み

創業者 塚本幸一の「世のため人のために尽くす」という志と、
「美しさを通じて社会に寄与する」という信念を原点に、
相互信頼を柱とした経営を貫き、幾多の困難を乗り越えてきました。

1950年代

創業と洋装下着市場の創造

戦後の洋装化の流れを捉え、1949年のブラパットとの出会いを契機に婦人下着事業へ参入した。1950年には高島屋京都店との取引を開始し、百貨店販路を拡大。1952年には日本初の下着ショウを開催し、洋装下着という新しい市場の普及を推進した。ブラジャーやコルセットの自社製造体制を整えながら、全国へ販売網を広げ、日本のファンデーション文化の確立に貢献。1957年には社名をワコール株式会社へ変更し、成長の基盤を築いた。


高島屋京都店の売場


日本初の下着ショウ


ブラパット

売上高(1950.9～1951.8)
35百万円

1960年代

人間科学研究の礎を築く

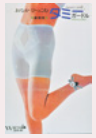
高度経済成長と女性の社会進出を背景に、ワコールは1964年に製品研究部を設置し、人体計測に基づく研究活動を本格化した。女性の体型や加齢変化に関するデータの蓄積を進め、感覚や経験に頼らない科学的な商品開発の基盤を構築。1965年には海外開発本部を設置し、将来の海外市場開拓に向けた体制づくりにも着手した。1967年に発売した「タミーガードル」は快適性と補整機能を両立した革新的商品としてヒットし、後に13カ国で国際特許を取得。研究開発と商品開発を一体で進めるワコール独自のビジネスモデルを確立した時代となった。

相互信頼の経営

労使関係が大きな経営課題となる中、経営者が従業員を全面的に信頼し、一人ひとりの自主性を重んじる「相互信頼の経営」を実践しました。この考え方は、現在に至るまでワコールグループの企業文化と経営基盤を支える重要な柱となっています。


塚本幸一と信頼の壁


158カ所を計測するマルチン式人体計測法


1967年発売「タミーガードル」

売上高(1960.9～1961.8)
10億円

1970年代

国際化の始動と販路拡大

1970年、日本万国博覧会に「ワコール・リッカーミシン館」を出展し、企業認知を高めた。同年には韓国、台湾、タイに合弁会社を設立し、本格的な海外事業を開始。1975年には量販店向けブランド「Wing(ウイング)」を発売し、新たな顧客層を開拓した。さらに1976年にはニューヨーク事務所、1978年にはシンガポール営業所を開設するなど国際展開を加速。国内市場で培った事業モデルを海外へ展開し、グローバル企業への第一歩を踏み出した。


ワコール・リッカーミシン館


量販店「ウイング」売場

売上高(1970.9～1971.8)
155億円

1980年代

文化創造と海外展開の加速

1981年にアメリカ、1983年香港に現地法人を設立。1986年には日本企業として初めて中国に合弁会社を設立し、アジアと米国を軸とする海外事業基盤を構築した。国内ではシェイプパンツが新たな市場を創出するヒット商品となり、女性のボディコンシャス志向を牽引。さらに1985年には複合文化施設「SPIRAL(スパイラル)」を開設し、アートやデザインを通じた文化活動を本格化。事業と文化を両輪で発展させた時代となった。


米国ワコールのショウルーム


1981年発売「シェイプパンツ」

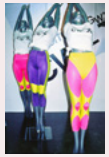

SPIRAL

売上高(1980.9～1981.8)
943億円
海外売上比率0.3%

1990年代

グローバル拡大と新事業の創出

1990年にフランス、1991年にインドネシア、1992年に中国・上海、1995年に中国・広東、1997年にベトナムへ進出し、アジア・欧州で事業基盤を拡大した。商品面では1991年にコンディショニングウェア「CW-X」を発売し、スポーツ事業を強化。1992年にはグッドアッププラが発売され、累計1,000万枚を超えるヒット商品へ成長した。機能性と感性を融合した商品開発と海外市場開拓を両立し、グローバル企業への飛躍を遂げた。


1991年発売「CW-X」



1992年発売「グッドアッププラ」

売上高(1990.4～1991.3)
1,404億円
海外売上比率3.4%

2000年代

顧客接点の拡大と事業再編

2000年に中国事業を100%子会社化し、2001年には英国現地法人を設立。2003年にはマレーシアへの進出や中国・大連への現地法人設立を進め、海外ネットワークを拡充した。国内では2000年に「ワコールオンライン(現ワコールウェブストア)」を開始。2001年には直営店を出店し、顧客との直接接点を強化した。さらに2006年にピーチ・ジョンと資本業務提携し、2008年には完全子会社化。市場拡大と事業ポートフォリオ改革を進めた。



ピーチ・ジョン

売上高(2000.4～2001.3)
1,620億円
海外売上比率8.9%

2010年代

グローバル成長と顧客体験価値の進化

2011年にカナダ法人を設立し、2012年には英国のEveden Groupを完全子会社化するなど、欧米事業を強化した。2015年にはインドとミャンマーで合弁会社を設立し、成長市場への投資を加速。2019年には米国Intimates Online社を買収するとともに、国内では3D計測サービスを開始し、後のSCANBEへと発展する顧客体験価値創造の基盤を築いた。商品提供だけでなく、テクノロジーを活用した新しい顧客接点の創出へと事業領域を広げた。


Eveden Group

3D計測サービス「SCANBE」

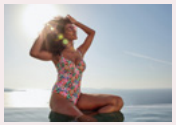


売上高(2010.4～2011.3)
1,655億円
海外売上比率12.3%

2020年代

サステナビリティ経営と新領域への挑戦

サステナビリティを経営の中核に据え、2022年にはサステナビリティ委員会を設置。人的資本、人権、気候変動などを重要課題として推進している。海外事業では米国、欧州、中国、ASEANを中心に事業再編と成長投資を進め、近年はインド市場も重点地域として位置付けている。2025年にはBravissimo Group Limitedを買収するとともに、国内ではメルトブローで立体物を成形する独自技術「Melooop(メルーブ)」を開発し、新たな事業領域への展開を開始。既存事業の進化とイノベーション創出の両立を目指している。


Bravissimo Group Limited

独自技術「Melooop」



売上高(2020.4～2021.3)
1,522億円
海外売上比率28.1%

売上高(2025.4～2026.3)
1,715億円
海外売上比率39.9%

Wacoal's History

ブランド紹介（国内）

中核子会社である（株）ワコールでは、徹底した「顧客起点」のブランドマネジメントを推進し、
提供価値が明確な魅力あふれるブランドの育成に取り組んでいます。
現在、レディスインナーウェアを中心に、12のブランドを展開しています。

レディスインナーウェア



WACOAL

人体科学に基づいた設計と上質なものづくりを強みとし、国内外で展開するワコールグループの中核ブランド。ブランドコンセプトは“愛するわたしへ。Love your moment.”すべての一人ひとりに、「自分を見つめ、自分を愛せる瞬間」を



Wing

1975年に誕生。国内量販店やECサイトを中心に展開。「毎日に、いい下着。」をコンセプトに、日常の困りごとに寄り添った信頼できるアイテムを、手に取りやすい価格で提供



Salute

1979年に誕生。確かなボディメイク機能と高いデザイン性を兼ね備え、自分らしいセクシーを、自由に愉しむインナーウェアブランド。ブランドコンセプトは“劇的セクシー ”



Yue

2021年に誕生。ものごとの理由を表す“由縁”から着想した名をもつ。厳選された素材、丁寧な縫製、美しいフォルム設計により、“最高で最良のここちよさ”と豊かな日常を提供

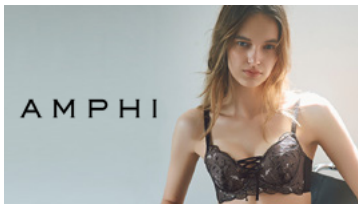


1993年に誕生。全国の百貨店を中心に展開。「わたしだけの一枚」をかなえるセミオーダーランジェリーブランドとして、一人ひとり異なるからだに寄り添い、“本当にぴったり”のつけごこちと快適さを提供



Gococi

2017年に誕生。実店舗、ECサイトを含む国内の幅広いチャネルでノンワイヤーアイテムを中心に展開。インナーウェア視点から、おしゃれをより楽しくするアイテムを提供



AMPHI

2002年に誕生。国内直営店やECサイトを中心に展開。上質なレース、繊細なディティールでフェミニンエレガントな魅力を引き立てるアイテムを提供

コンディショニングウェア



CW-X

1991年に誕生。ワコール人間科学研究開発センターの知見と独自のテーピング原理を応用して開発されたコンディショニングウェアブランド。カラダを動かす全ての人のコンディションを整え、その人が持つ能力を最大限発揮できる状態へ導く

メンズインナーウェア



WACOAL MEN

2014年に誕生。ワコールの設計技術を活かして開発されたメンズインナーウェアブランド。フィット感、肌触り、動きやすさの三要素を高次元で兼ね備え、飽きることのない上品で華やかなスタイリッシュさを実現

レディースインナーウェアからの派生ブランド



Remamma

1974年に誕生。乳房を手術された方の「自分らしく、美しくありたい」という気持ちに寄り添い、からだへの負担に配慮したインナーウェアや水着を提供



OUR WACOAL

2023年に誕生。「わたしを着こなす、わたしたちへ。」をコンセプトに、下着の開発技術とファッションの知見を融合し、自分らしい着こなしを楽しむカップインウェアを中心に提供



yojoy

2023年に誕生。「私がととのう。私がよろこぶ。」をコンセプトに、女性のからだとこころの揺らぎに寄り添うフェムケアをサポートするアンダーウェアやボディケアアイテム、無料コンテンツを提供

ブランド紹介（海外）

ワコールグループは、世界各国の文化やニーズに寄り添いながら、
グローバル市場で魅力あるブランドを展開し、持続的な成長を目指しています。

Europe ・英国 ・欧州

主要展開ブランド

Wacoal / FANTASIE / Freya / elomi / BRAVISSIMO / Goddess

主要子会社

ワコールヨーロッパ

China 中国

主要展開ブランド

Wacoal

主要子会社

中国ワコール

アジア Asia

主要展開ブランド

Wacoal / Salute / CW-X

主要子会社

ホンコンワコール
フィリピンワコール
ワコールインディア
ワコールシンガポール

日本 Japan

主要展開ブランド

WACOAL / Wing / AMPHI / Gococi / CW-X / WACOAL MEN / Salute / Yue（ここまで（株）ワコール）/ San-ai Resort / une nana cool / PEACH JOHN

主要子会社

株式会社ワコール
株式会社Ai
株式会社ウンナナクール
株式会社ピーチ・ジョン

北米 North America

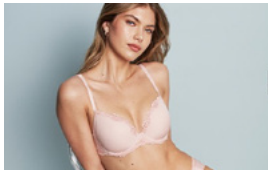
主要展開ブランド

Wacoal / CW-X / b.tempt'd / Glamorise / FANTASIE / Freya / elomi / Goddess / BRAVISSIMO

主要子会社

米国ワコール

レディスインナーウェア



b.tempt'd

2009年に米国で誕生。フェミニンで軽やかな雰囲気が魅力の若年層向けランジェリーブランド。トレンド感のあるデザインと軽いつけごこちで、気分を高めるアイテムを提供し、自分らしさを楽しむ女性たちからの支持を得る



Glamorise

1921年に米国で誕生。「曲線の美しさ」を大切にしたものづくりを追求し、多様なサイズ展開をいち早く実践。幅広い体形にフィットする商品を提供し、快適な着用感とサポート力で、大きいサイズの女性の日常を支えるブランドとして支持されている。



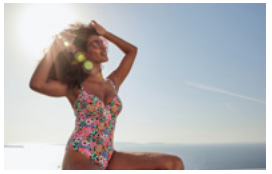
elomi

2008年に英国で誕生。D～Kカップに対応したフルフィギュア向けランジェリーブランド。豊富なサイズ展開とサポート力を兼ね備え、体型に関係なく自分らしい美しさを表現できるデザインが特長



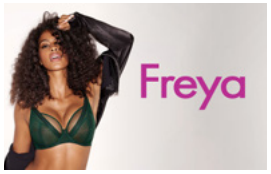
FANTASIE

1951年に英国で誕生。上品でクラシカルなテイストを大切にしたフルバスト向けブランド。大人の女性に向けたしっかりとしたサポート力と高品質な素材使いで、安心感とエレガンスを提供



BRAVISSIMO

1995年に英国で誕生。D～Lカップの女性向けに特化したランジェリーブランド。「自分にぴったり合う」ことを重視し、フィット感と快適性のあるアイテムを提供



Freya

1998年に英国で誕生。Dカップ以上の女性に向けた、自由でアクティブなライフスタイルを提案するブランド。カラフルでポップなデザインが特徴で、機能性と遊び心を両立



Goddess

2002年にブランド買収。実用性とサポート力を重視したフルフィギュア向けブランド。シンプルでありながら機能的なデザインが特徴

11カ年財務サマリー

	16/3期	17/3期	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期	26/3期
損益関連・収益指標(百万円)											
売上収益	202,917	195,881	195,725	194,201	186,760	152,204	172,860	188,592	187,208	173,896	171,510
売上原価	95,901	92,950	91,909	89,804	84,959	67,798	76,607	82,189	83,123	76,452	73,279
対売上比率	47.3%	47.5%	47.0%	46.2%	45.5%	44.5%	44.3%	43.6%	44.4%	44.0%	42.7%
販売費および一般管理費	93,151	91,866	91,282	99,518	94,696	82,836	91,240	102,301	100,575	100,881	98,692
対売上比率	45.9%	46.9%	46.6%	51.2%	50.7%	54.4%	52.8%	54.2%	53.7%	58.0%	57.5%
事業利益							—	4,102	3,510	-3,437	-461
営業利益	13,865	11,065	12,534	4,879	6,632	-1,115	5,013	-3,490	-9,503	3,288	19,877
営業利益率	6.8%	5.6%	6.4%	2.5%	3.6%	—	2.9%	—	—	1.9%	11.6%
税引前利益	14,957	16,569	14,286	2,203	4,359	10,792	7,246	-699	-8,290	5,680	19,653
当社株主に帰属する当期利益	11,159	12,525	9,745	341	3,472	7,025	4,608	-1,643	-8,632	7,218	13,124
株主資本当期利益率(ROE)	4.9%	5.5%	4.2%	0.2%	1.6%	3.3%	2.1%	-0.8%	-4.0%	3.6%	6.5%
総資産税引前利益率(ROA)	5.0%	5.6%	4.8%	0.8%	1.6%	3.6%	2.3%	-0.2%	-2.8%	2.0%	7.0%
投下資本利益率(ROIC)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3.1%	5.9%
財政状況・効率性指標(百万円)											
総資産	292,854	294,958	298,534	281,767	277,688	322,761	303,245	285,659	294,029	272,745	292,315
株主資本	224,374	227,568	232,712	216,494	205,371	215,612	223,005	213,482	215,142	195,120	212,445
株主資本比率	76.6%	77.2%	78.0%	76.8%	74.0%	66.8%	73.5%	74.7%	73.2%	71.5%	72.7%
有形固定資産	53,938	55,288	54,333	53,270	52,083	49,758	52,961	46,702	45,478	43,252	35,290
たな卸資産	44,445	43,822	42,676	42,508	43,427	43,250	45,268	53,720	49,989	50,226	51,112
キャッシュ・フロー(百万円)											
営業活動によるキャッシュ・フロー	12,635	16,351	15,493	13,620	13,325	4,260	13,008	7,334	11,291	4,965	8,333
投資活動によるキャッシュ・フロー	-11,407	-3,032	-7,362	-2,474	2,569	-2,562	-3,096	3,902	14,048	9,382	36,097
財務活動によるキャッシュ・フロー	-4,547	-13,055	-12,303	-10,872	-17,471	33,605	-36,349	-22,541	-20,211	-22,952	-26,132
フリー・キャッシュ・フロー	1,228	13,319	8,131	11,146	15,894	1,698	9,912	11,236	25,339	14,347	44,430
現金及び現金同等物	34,059	33,995	29,487	30,133	27,905	63,557	37,982	26,781	33,547	23,419	44,170
投資関連(百万円)											
設備投資	8,978	7,445	5,884	5,783	6,981	5,604	9,745	5,048	3,381	3,875	4,129
減価償却費	4,815	5,032	5,492	5,647	6,029	6,128	6,185	5,440	5,100	4,870	4,472
1株当たり指標・株価収益性											
1株当たり株主資本(BPS)(円)	—	—	3,454.40	3,321.57	3,291.06	3,454.18	3,628.56	3,623.29	3,846.66	3,717.58	4,239.69
1株当たり当社株主に帰属する当期純利益(EPS)(円)	—	—	143.46	5.16	54.26	112.57	74.04	-27.44	-151.62	133.39	261.65
1株当たり配当金(DPS)(円)	—	—	36	72	60	40	50	80	100	100	100
配当金総額	4,648	4,940	4,871	4,732	3,808	2,496	3,093	4,720	5,601	5,292	4,962
配当利回り	2.5%	2.6%	2.3%	2.6%	2.6%	1.6%	2.7%	3.2%	2.7%	2.0%	2.5%
配当性向	41.7%	39.9%	50.2%	1395.3%	110.6%	35.5%	67.5%	—	—	77.1%	38.2%
株価収益率(PER)(倍)	16.95	15.24	21.47	533.33	43.25	21.81	24.88	-90.63	-24.50	38.18	15.12
株価純資産倍率(PBR)(倍)	0.84	0.83	0.89	0.83	0.71	0.71	0.51	0.69	0.97	1.37	0.93

* 2017年10月1日付で普通株式2株につき1株の割合で株式併合を行っています。18年3月期の期首に当該株式併合が行われたと仮定し、1株当たり情報を算定しています。
* 「期間年金費用および期間退職後給付費用の表示に関する規定」(ASU2017-07)を19年3月期の期首から適用しています。これに伴い、18年3月期以前に係る主要な経営指標の一部の数値については、当該会計基準を遡って適用した後の指標等となっています。
* 23年3月期より米国会計基準に代えて、国際財務報告基準(IFRS)を適用。これに伴う業績の遡及修正はしていません。
* 26年3月期に企業結合の会計処理を確定したことに伴い、25年3月期の数値を遡及修正しています。

ESGデータブック

5カ年非財務サマリー

		対象範囲			単位	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期	26/3期
環境										
	温室効果ガス	Scope1		国内事業所・工場・流通センター	t-CO2e	1,736	1,701	1,578	1,513	1,439
		Scope2(マーケット基準)*1		国内事業所・工場・流通センター	t-CO2e	4,369	4,179	4,245	3,987	3,523
		Scope2(ロケーション基準)		国内事業所・工場・流通センター	t-CO2e	4,932	4,857	4,469	4,030	3,457
		Scope1、2(マーケット基準)合計		**国内事業所・工場・流通センター**	**t-CO2e**	**6,105**	**5,880**	**5,823**	**5,500**	**4,962**
		Scope1		国内事業所・工場・流通センター、海外工場	t-CO2e	3,676	4,420	4,932	5,052	4,980
		Scope2		国内事業所・工場・流通センター、海外工場	t-CO2e	15,414	17,266	15,941	14,454	14,290
		Scope1、2合計*2		**国内事業所・工場・流通センター、海外工場**	**t-CO2e**	**19,090**	**21,686**	**20,873**	**19,506**	**19,270**
		Scope3*3 カテゴリ1 購入した製品・サービス		ワコール事業(国内)	t-CO2e	-	-	139,847	104,380	84,326
		カテゴリ2 資本財		ワコール事業(国内)	t-CO2e	-	-	5,845	6,185	8,714
		カテゴリ3 燃料・エネルギー関連の活動(Scope1または2に含まれないもの)		ワコール事業(国内)	t-CO2e	-	-	1,272	1,235	1,114
		カテゴリ4 上流の輸送・流通		ワコール事業(国内)	t-CO2e	-	-	6,428	6,198	4,985
		カテゴリ5 事業において発生した廃棄物		ワコール事業(国内)	t-CO2e	-	-	268	253	245
		カテゴリ6 出張		ワコール事業(国内)	t-CO2e	-	-	791	689	672
		カテゴリ7 従業員の通勤		ワコール事業(国内)	t-CO2e	-	-	1,840	1,686	1,672
		カテゴリ8 上流のリース資産		ワコール事業(国内)	t-CO2e	-	-	1,495	1,349	1,191
		カテゴリ12 販売した製品の使用後処理		ワコール事業(国内)	t-CO2e	-	-	3,512	3,195	3,212
		Scope3合計		**ワコール事業(国内)**	**t-CO2e**	-	-	**161,298**	**125,170**	**106,132**
	水	消費量(取水量)		国内事業所・工場・流通センター	㎥	96,000	101,000	99,758	84,876	69,358
	製品廃棄	製品廃棄率		(株)ワコール	%	1.6	1.1	0.5	0.5	0.5
	プラリサイクル活動	実施店舗数		(株)ワコール	店	750	800	800	800	800
		ブラジャー枚数*4		(株)ワコール	枚	257,000	240,000	204,000	188,000	182,000
社会										
	人的資本	従業員数		連結	人	20,447	19,629	17,756	16,448	15,165
		女性管理職比率*5	部長相当職	(株)ワコール、(株)ワコールホールディングス	%	-	-	-	17.5	18.8
			課長相当職以上部長相当職未満	(株)ワコール、(株)ワコールホールディングス	%	27.3	29.3	32.2	38.6	41.6
		経験者採用者数	女性	(株)ワコール	人	46	12	29	66	108
			男性	(株)ワコール	人	2	4	1	8	19
			女性、男性合計	**(株)ワコール**	**人**	**48**	**16**	**30**	**74**	**127**
		障がい者雇用率*6		国内グループ*7	%	2.43	2.51	2.46	2.64	2.84
	ワークライフバランス	育児休業制度取得者率*8	女性	(株)ワコール、(株)ワコールホールディングス	%	100.0	99.1	100.0	100.0	100.0
			男性	(株)ワコール、(株)ワコールホールディングス	%	56.5	38.9	66.7	66.7	63.6
			女性、男性合計	**(株)ワコール、(株)ワコールホールディングス**	**%**	-	-	**96.0**	**88.0**	**94.4**
	企業市民活動	乳がん検診サポート事業	検診人数	(株)ワコール	人	4,784	4,338	4,237	2,680	2,857
			検診日数	(株)ワコール	日	114	106	105	63	78
ガバナンス										
	取締役数	女性		連結	人	1	1	2	2	2
		男性		連結	人	5	5	6	6	6
	うち独立社外取締役数	女性		連結	人	1	1	2	2	2
		男性		連結	人	2	2	3	3	3

*1 供給元電力会社に関する情報がビル運営会社から入手できない場合、当該地域におけるみなし小売電気事業者の排出係数を適用しています。
*2 国内拠点のScope2排出量はマーケット基準、海外拠点のScope2排出量はロケーション基準により算定しています。連結合計はそれぞれの算定値を合算しています。
*3 算定精度の向上を目的として算定方法の見直しを実施しております。カテゴリ1については、従来の産業連関表に基づく推計手法から、一次データを活用した総排出量配分方式へ変更し、一部の他カテゴリーについても算定方法を見直しております。なお、基準年度については遡及的に再算定を行うとともに、算定方法が異なる期間については比較可能性の観点から開示しておりません。
*4 回収重量をもとに、1枚100gで換算した累計数値。
*5「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」(平成27年法律第64号)の規定に基づき算出しています。
*6 障がい者雇用率は、各年6月1日現在の障害者雇用状況報告に基づく数値です。
*7 (株)ワコールホールディングス、(株)ワコール、(株)Ai、(株)ピーチ・ジョン、(株)ウンナナクール、(株)ランジェノエル、(株)ワコールマニュファクチャリングジャパン、ワコール流通(株)、(株)ワコールキャリアサービス、ワコールアイネクスト(株)
*8「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律」(平成3年法律第76号)の規定に基づき、「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律施行規則」(平成3年労働省令第25号)第71条の6第1号における育児休業等の取得割合を算出したものであります。

エンゲージメント（対話を通じた相互信頼の確立）

当社は、すべてのステークホルダーとの相互信頼の関係を深めるためには、企業価値向上に向けた建設的な対話が重要だと考えています。
そのため、当社は、中長期的な企業価値向上と実効性の高い経営体制の構築につなげるため、
従業員や株主・投資家との積極的なエンゲージメント活動を行い、ステークホルダーからの貴重なご意見を経営戦略に反映しています。

株主等との対話に関する基本方針

当社は、株主・投資家との建設的な対話に積極的に取り組み、経営に活かすことが中長期的な企業価値の向上と持続的な成長につながると考えており、その取り組みに関する方針を定めています。

株主・投資家との対話に関する方針

情報開示についての基本方針

当社は、適時・適切な情報の開示が、あらゆるステークホルダーの皆さまとの信頼関係を築く基盤となること、また、当社の企業価値について適正な評価を得るための前提であることをよく理解し、関係法令等の要件を充足しつつ、積極的なディスクロージャーを行います。

情報開示についての基本方針

ステークホルダー・リレーション

当社グループでは、「企業価値」を、顧客・従業員・株主・投資家などが受け取った「価値」を「統合」したものと定義しており、当社グループとステークホルダーの間の双方向性コミュニケーションを通じて、適切な関係性の維持と深い相互信頼の確立につなげています。なお、IR・広報・サステナビリティ推進（ESG）に関するコミュニケーション業務は、コーポレートコミュニケーション部が担当しています。

アナリスト・機関投資家向けのコミュニケーション活動実績

活　動	24/3期	25/3期	26/3期
機関投資家・アナリストとの個別ミーティング	136回	111回	101回
決算説明会（アナリスト・機関投資家向け）	4回	4回	4回
事業説明会（アナリスト・機関投資家向け）	2回	2回	2回
工場見学会（アナリスト・機関投資家向け）	—	1回	1回
証券会社主催カンファレンス	1回	—	1回
海外ロードショー	—	—	—
個人投資家向け説明会	—	1回	1回
社外取締役とのエンゲージミーティング（アナリスト・機関投資家向け）	1回	1回	—

活　動	24/3期	25/3期	26/3期
IR活動のフィードバック（役員向け）	四半期ごと	四半期ごと	四半期ごと
勉強会（従業員向け）	統合レポート勉強会を従業員対象に実施（参加者数400名）	統合レポート勉強会を従業員対象に実施（参加者数約600名）	統合レポート勉強会を従業員対象に実施（参加者数約500名）

機関投資家・アナリスト向けスモールミーティングの開催



開 催 日：2025年9月29日（月）
開催場所：東京・大和証券オフィス（現地とオンラインでのハイブリッド開催）
対　　象：アナリスト・機関投資家
出 席 者：株式会社ワコール執行役員 藤村 努（役職は当時）
参加者数：9社9名

ミーティングに対するご要望・ご意見
- SCANBE（スキャンビー）でのデータ収集が着実に進展している点を評価
- OMO戦略など、顧客接点のマーケティング強化による成果創出に期待

個人投資家向けセミナーの開催



開 催 日：　2025年6月14日（土）
開催場所：　東京・KABUTO ONE
登 壇 者：　株式会社ワコールホールディングス
　　コーポレートコミュニケーション部 部長 渡辺 聡子
参加者数：　来場者約80名

セミナーアンケートでのご要望・ご意見
- CW-Xブランドのさらなる認知拡大に向けた取り組みに注目している
- 長年蓄積してきたボディデータを活用した新たな価値創出を評価

中期経営計画2029 従業員説明会の開催

開催日：2026年6月22日（月）・23日（火）
開催場所：（22日）ワコールホールディングス本社・（23日）同麹町ビル（現地とオンラインでのハイブリッド開催）
登壇者：株式会社ワコールホールディングス　代表取締役 社長執行役員 矢島 昌明　ほか役員4名
参加者数：総計約1,050名

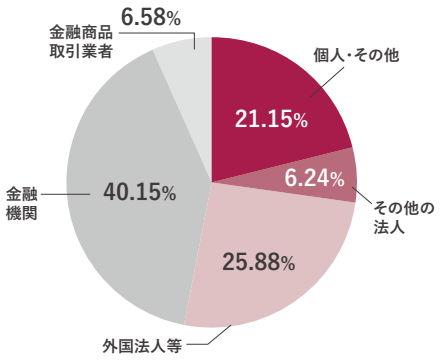
説明会アンケート
- 中計の概要は理解したが、施策の具体化、人財配置、部門横断の連携への更なる改善に期待
- 経営層からの発信が従業員の安心感やモチベーション向上につながったと感じた

投資家情報 2026年3月31日現在

上場証券取引所	東京証券取引所プライム市場
決算期	3月31日
証券コード	3591
事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
株式の状況	発行済株式総数：52,500,000株 （うち自己株式3,062,921株）
単元株式数	100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.：930004304 比率：1ADR=5普通株式 市場：OTC（店頭市場） シンボル：WACLY
預託代理人	The Bank of New York Mellon 240 Greenwich St, New York, NY 10286, U.S.A. Tel：1-201-680-6825 フリーダイヤル（米国内） 888-269-2377（888-BNY-ADRS） http://www.adrbnymellon.com

所有者別分布状況　株主数：12,847名

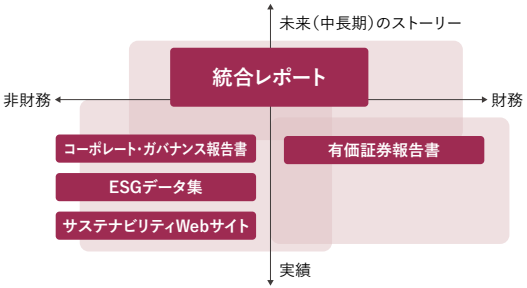


大株主

名称	所有株式数（千株）	所有割合（%）
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	4,793	9.70
明治安田生命保険相互会社	3,050	6.17
株式会社京都銀行	2,352	4.76
株式会社三菱UFJ銀行	2,286	4.62
GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL	1,753	3.55
日本生命保険相互会社	1,569	3.18
株式会社滋賀銀行	1,569	3.17
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	1,569	3.17
三菱UFJ信託銀行株式会社	1,525	3.08
株式会社日本カストディ銀行 （三井住友信託銀行再信託分・東レ株式会社退職給付信託口）	1,205	2.44

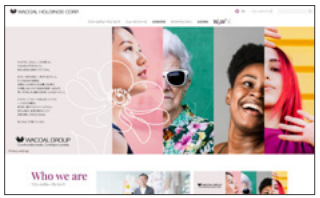
統合レポート2026の位置付け

当社の統合レポートは、中長期的な企業価値の創造に向けた経営戦略や、財務・非財務の考え方、データ、施策などを統合的に報告しています。財務実績や経営戦略（非財務情報を含む）については「有価証券報告書」で、ESG経営やサステナビリティ活動などの非財務情報の詳細については、「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」「ESGデータ集」「サステナビリティWebサイト」で紹介しています。



Webサイトのご案内

ワコールホールディングスWebサイト



- ワコールグループの方針
- ワコールの事業
- 会社案内

投資家情報



- 投資家情報
- IRニュース

サステナビリティ



- サステナビリティ方針
- サステナビリティへの取り組み（ESG推進項目）

編集後記

「統合レポート2026」をご覧いただき、誠にありがとうございます。
本レポートは、「何を伝えるか」だけでなく、「どのように伝えるか」を重視して制作しました。ワコールグループが現在取り組む変革を、ステークホルダーの皆さまが持たれるであろう「問い」への回答という形で整理することで、よりご理解いただきやすい構成を目指しました。当社グループがどのような議論を重ねながら未来を描いているのか、その一端を感じていただければ幸いです。
企業価値向上に向けた取り組みは、一つの施策や部門だけで実現できるものではなく、多くの従業員の挑戦や対話の積み重ねによって支えられています。本レポートを通じて、そうした当社グループの姿勢や想いを少しでもお感じいただければ幸いです。
今後もステークホルダーの皆さまとの対話を大切にしながら、より分かりやすく、透明性の高い情報発信に努めてまいります。



コーポレートコミュニケーション部 部長 渡辺 聡子
制作メンバー：鈴木 ふみの、仲田 有希、宮治 亜依、山田 孝一