



2018 年 8 月 30 日

株式会社ワコールホールディングス
株式会社デサント

ワコールとデサント 包括的業務提携契約を締結

—新しいライフスタイルの創造を目指した戦略的パートナーシップの構築—

株式会社ワコールホールディングス(以下、ワコール)と株式会社デサント(以下、デサント)は、ファッション、スポーツ、健康、美容の垣根を超えたライフスタイル領域で、新しい価値を提供するための戦略的パートナーシップをスタートすべく、本日、包括的業務提携契約を締結いたしました。

「美と健康と快適」を追求し、多くの女性から支持されるインナーウェアを提供し続けているワコールと、多くのアスリートとの共同開発により培ったスポーツ分野における高いノウハウを有するデサント。“美しくありたい、健康でありたい”というすべての人々の共通の想いに応えるため、それぞれの経営資源を相互に活用し、事業基盤の強化・拡充・発展に努めることによって、ファッションとスポーツの事業領域を超えた新しい価値を創造し、両社の事業の拡大とグローバル化の推進を図ってまいります。

■ 包括的業務提携の内容:

① 事業領域の垣根を超えた新規事業の創出

- ・ 新コンセプトブランド展開 等

アスレジャーに代表されるファッション、スポーツ、健康、美容など様々な領域の垣根を超えた新領域へ進出

② 両社の強み“モノ創り”の力を掛け合わせた商材の開発

- ・ コンプレッションウェア、スポーツインナー、スイムウェアの協業 等
商品の共同開発・生産販売、チャネルの相互活用

③ 両社の保有するアセットの有効活用

- ・ 両社の海外拠点活用
欧米に強い事業基盤を有するワコール、アジアで高いプレゼンスを誇るデサントの地域補完により世界展開を加速
- ・ EC サイトの協業
国内外自社 EC サイトの相互リンクと送客
- ・ ジュニアカテゴリーの協業 等
ジュニアブランドの拡販

株式会社ワコールホールディングス代表取締役社長 安原 弘展のコメント

「このたび、デサントと包括的業務提携契約を締結できたことを大変喜ばしく思います。両社の事業シナジーを発揮することができれば、「美」「快適」「健康」という3つの分野において新しい価値を提供することが可能になると考えています。互いの知見と技術を活かすことで、時代をリードし、これまで以上にお客さまに必要とされる商品を提供できるよう努めてまいります。」

株式会社デサント代表取締役社長 石本 雅敏のコメント

「本日、ワコールとの戦略的パートナーシップの第一歩を踏み出したことを大変嬉しく思います。両社はともにモノ創りを強みとし、創業の精神や企業理念にも共通点が多く、協業に最も重要な企業文化、価値観を共有できるパートナーです。スポーツ・健康・美を一つの大きなマーケットと捉え、両社の強みを活かすことで、グローバルでの企業価値、ブランド価値の向上に取り組んでまいります。」

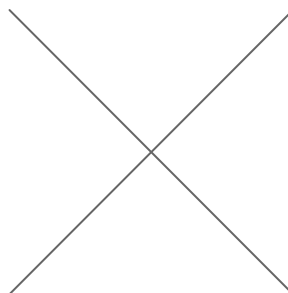
以上



包括的業務提携に関して



“美と健康と快適を提供”



“スポーツを通じて豊かなライフ
スタイルの創造を提供”

“美しくありたい、健康でありたい”というすべての人々の想いを
実現するためのパートナーシップ



【外部環境】

- ・既存流通チャネルの伸び悩み、EC等の新興チャネルの台頭
- ・デジタル化の加速、ダイレクトに生活者同士がつながる社会の拡大
- ・女性やシニア世代の社会活躍の増加

【内部環境（現状分析）】

- ・国内事業の収益性低下
- ・新チャネルへの対応
- ・海外事業の拡大
- ・グループ内シナジーによる競争力強化
- ・非インナーウェア事業領域の拡大

【戦略の方向性】

- ・卸売事業の効率改善
- ・EC、オムニチャネルの強化
- ・欧米、中国の更なる拡大
- ・ASEANでの商品供給基盤の整備
- ・新規事業、他社協業の積極展開



【外部環境】

- ・健康志向の高まり／スポーツがライフスタイルとして定着
- ・アスレジャーを始めとし、レディス市場拡大。競合各社のレディス強化
- ・デジタルの発達、消費者の購買行動の変化により、DTC(Direct to Consumer)対応が重要

【内部環境（現状分析）】

- ・グローバル化の推進
- ・拡大するスポーツ周辺分野への対応
- ・ブランドの総合化
- ・DTCの整備

【戦略の方向性】

- ・日韓中に次ぐ第4の柱の確立
- ・スポーツを軸足に事業領域を拡大
- ・シューズ事業の強化
- ・CRM、ECなどデジタル施策の強化



メインユーザー	女性	スポーツ愛好者
得意領域	レディスインナーウェア	スポーツウェア
開発のベース	蓄積された人体計測のデータベース：「人間工学」	競技ごとの動作解析に基づくパターン：「スポーツ工学」
強み	・ 高い自社生産比率と縫製技術 ・ インナーウェアの商品企画力 ・ 国内外に多数展開する店舗網 ・ 体系的販売教育を受けた多くの販売員	・ 立体的裁断技術、接着技術 ・ マルチブランド戦略 ・ 海外パートナーとのローカライズ戦略

両社の強みを互いに活用し、
スポーツ・健康・ファッション領域において、
新たな価値を生み出し、新規マーケットを創造することにより、
両社の事業の拡大とグローバル化の推進を図る

＜基本方針＞

- ①事業領域の垣根を超えた新規事業の創出
- ②両社の強み“モノ創り”の力を掛け合わせた商材の開発
- ③両社の保有するアセットの有効活用

上記①～③を基本方針として事業の拡大とグローバル化の推進を目指す

基本方針①事業領域の垣根を超えた新規事業の創出

具体的展開例 “新コンセプトブランド”



“「アクティブライフスタイル」を世界中の女性に”

人間工学に
基づいた素材、
パターン

インナー事業で
培われた
繊細な快適性



【主な事業領域】
一般女性向け
インナーウェア



【主な事業領域】
スポーツ愛好者向け
スポーツウェア

トップアスリートの
ニーズにもこたえる
運動機能性

日本発信の
ブランド力／各国
ニーズにあわせた
商品企画力

アスレジャーに代表されるファッション、スポーツ、健康、美容など
様々な領域の垣根を超えた新領域へ

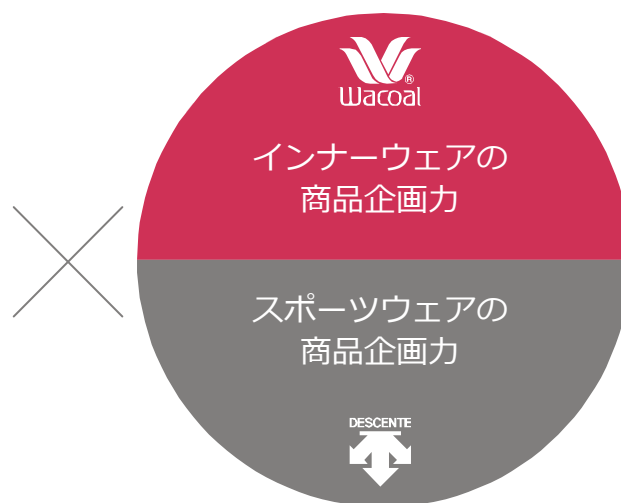
基本方針②両社の強み“モノ創り”の力を掛け合わせた商材の開発



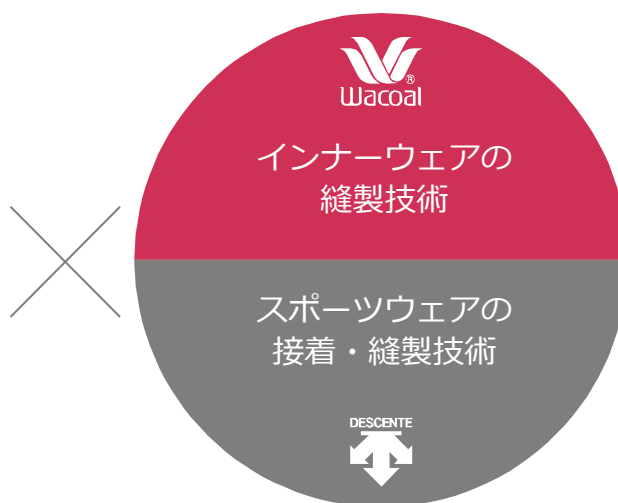
基礎開発力



商品企画力



製造力



両社の基礎開発力、商品企画力、製造力をベースとした“モノ創り”の力を
掛け合わせ、新たな商材開発・事業拡大を行う

基本方針②両社の強み“モノ創り”の力を掛け合わせた商材の開発



コンプレッションウェア の協業

商品の共同開発・生産販売

スイムウェアの協業

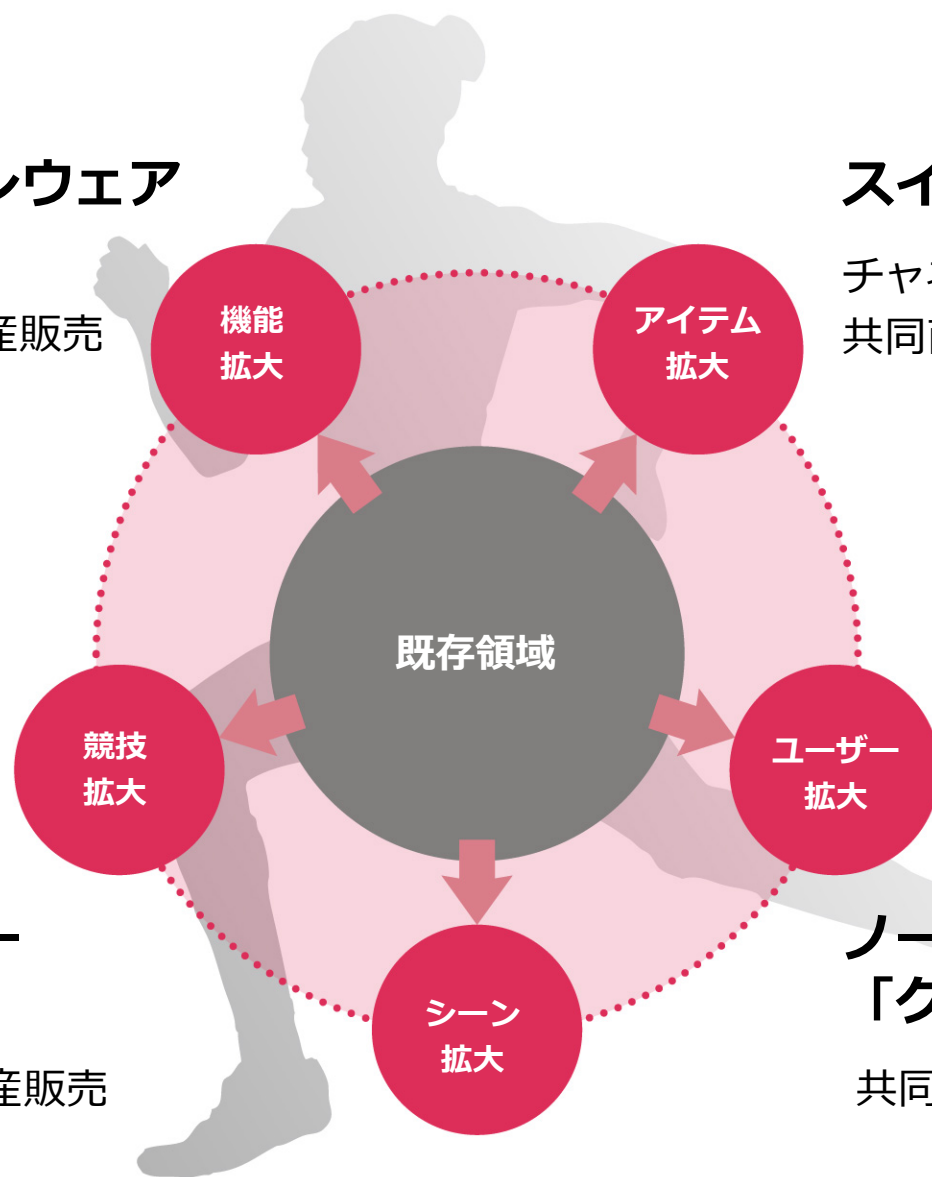
チャネルの相互活用、
共同商品開発

スポーツインナー の協業

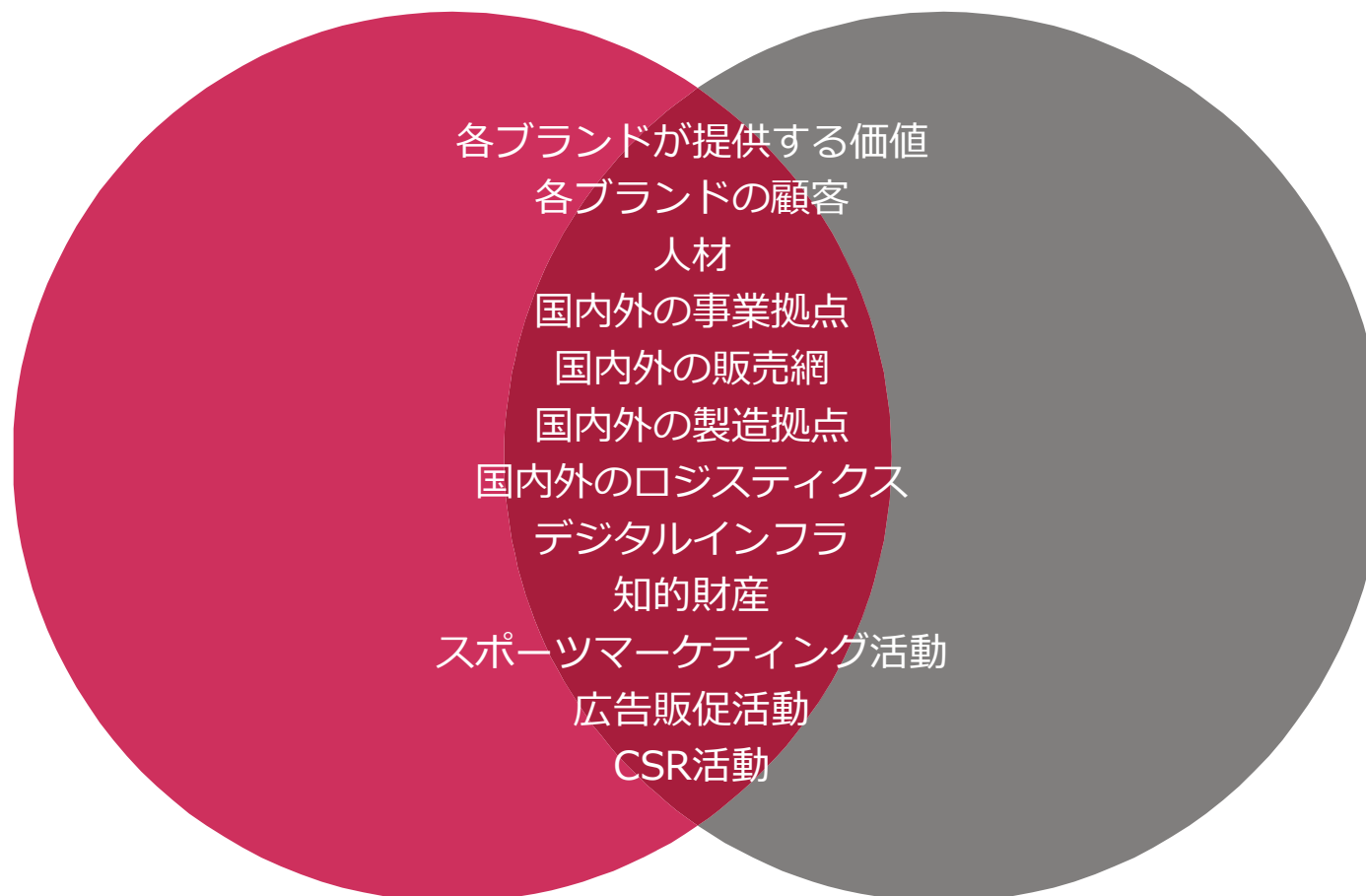
商品の共同開発・生産販売

ノーベル賞素材 「グラフェン」の活用

共同商品開発



【両社のアセット】

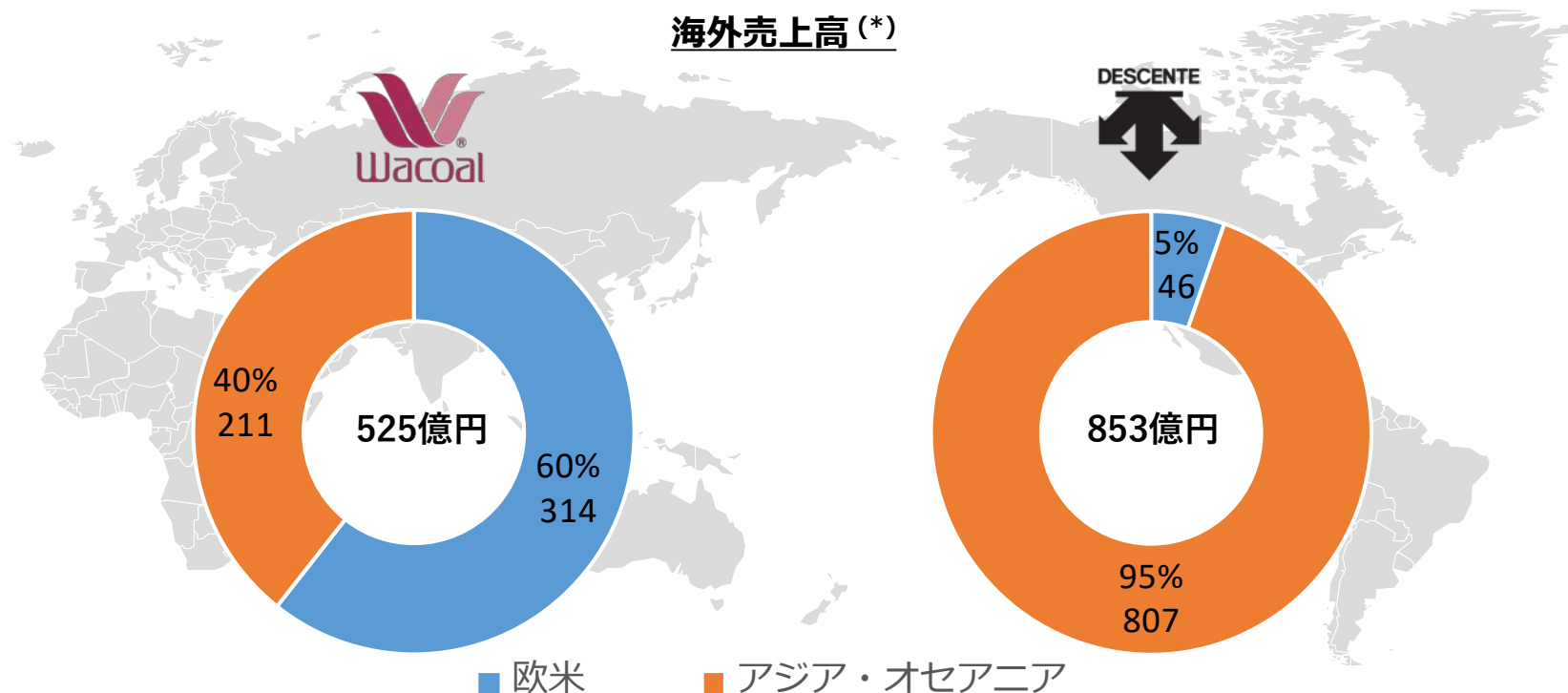


両社の持つアセットを有効活用し、既存ビジネスの相乗効果・相互補完を図る

基本方針③両社の保有するアセットの有効活用 具体的事例 “両社の海外拠点活用”



欧米に強い事業基盤を有するワコール、アジアで高いプレゼンスを誇る
デサントの地域補完により世界展開を加速



* 2018/3月期（関連会社の売上高は含まず）

基本方針③両社の保有するアセットの有効活用

具体的事例



・ ECサイトの協業

国内外自社ECサイトの相互リンクと送客

WACOAL WEB STORE



DESCENTE STORE

・ ジュニアカテゴリーの協業

ジュニアブランドの拡販



・ その他の協業

国内外工場の相互活用
物流、保管の効率化
人材の交流
共同スポンサーシップ 等

将来的に数百億円規模のシナジー創出を目指す

事業の垣根を超えた新規事業の創出
+
両社の強み“モノ創り”を掛け合わせた商材開発
+
両社の保有するアセットの有効利用

