

購買行動や流通構造の変化への対応力強化・事業効率の向上を目的に、 「卸売事業本部」と「小売事業本部」を再編

株式会社ワコール（本社：京都府京都市、社長：伊東知康、以下当社）は、消費者の購買行動や流通構造の変化への対応力強化、ならびに全社の事業効率向上を目的に、卸売事業本部と小売事業本部を解消し、4月1日付で販売業務を担当する「営業本部」、商品企画業務を担当する「ブランドグループ」、統合的なマーケティング業務を担当する「マーケティング統括部」に再編することを決定しましたので、お知らせいたします。

当社は、再成長に向けて策定した下記の方針（2020年5月20日発表）に基づき、高収益の経営体制の構築に向けた取り組みを進めています。

【基本方針】お客さま・従業員・お取引先の、「健康・安全」を最優先として対応

【短期的な方針】経営悪化を踏まえたコスト削減の実行と、財務基盤の安定性確保

- ・事業領域全般にわたり、これまでの施策や支出計画の見直しの実行
- ・感染症の長期化に備えた、手元流動性の強化
- ・売上減少に伴う過剰在庫の回避に向けた生産調整

【中長期的な方針】バリューチェーンの徹底的な点検と改革の実行 ～「高収益の経営体制」に向けた転機に～

- ・現状のコストストラクチャーの見直し（固定費削減に向けた取り組みの推進）
- ・デジタル・トランスフォーメーションの取り組み加速
- ・お客さまとのタッチポイントの見直し・再整備（変化する主要チャネルへの対応）
- ・「新しい生活様式」で顧客が待ち望む商品・サービスの開発、新たな接客や販売スタイルへの対応力強化

今回の事業再編は、再成長の実現と高収益の経営体制構築に向けた構造改革の一環として実施するものです。急速に変化する消費者の購買行動や流通構造への対応力の強化を図るため、従来のチャネル別の組織構造を見直し、エリアごとに直営店を含むすべての販売チャネルを管轄する体制に移行します（※）。顧客特性に応じたブランドや商品配置を行いつつ、機動的な人材配置を可能とすることで、最適な販売体制の確立を目指します。

また、商品企画業務、マーケティング業務についても、組織体制の再編を行います。展開するブランドの提供価値の最大化と企画業務の効率化を目的に、従来は事業部門ごとに分かれていた商品企画業務を統合し、「ブランドグループ」として再編します。同じく、各事業部門に配置されていたマーケティング業務についても統合し、ブランドやチャネルを横断したマーケティング戦略の実現とマーケティング投資の最適化に取り組みます。

引き続き、徹底的な顧客視点によるバリューチェーン改革を実行するとともに、価値創造プロセスを進化させることで、豊かな社会の実現に資する商品やサービスを継続的に提供してまいります。

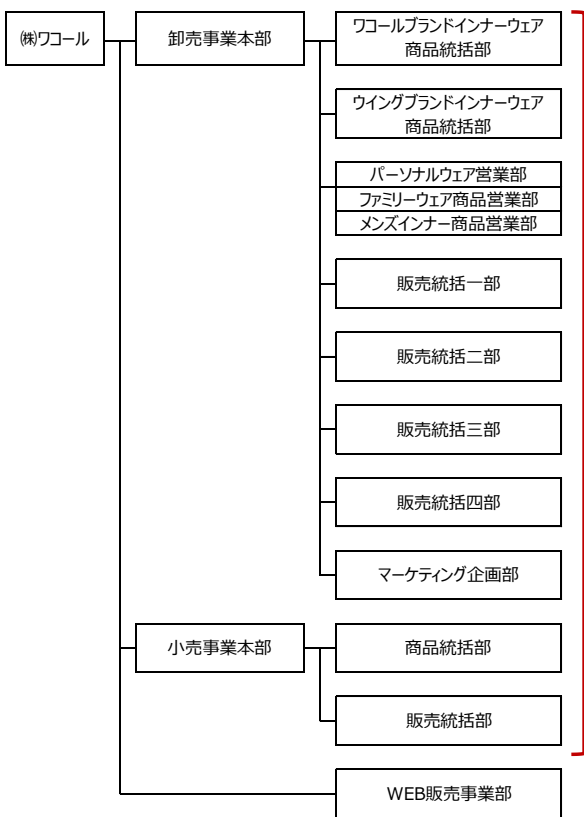
※2021年4月時点では、北海道・九州エリアのみ、直営店を含むすべての販売チャネルを統合して管轄

【お問い合わせ先】

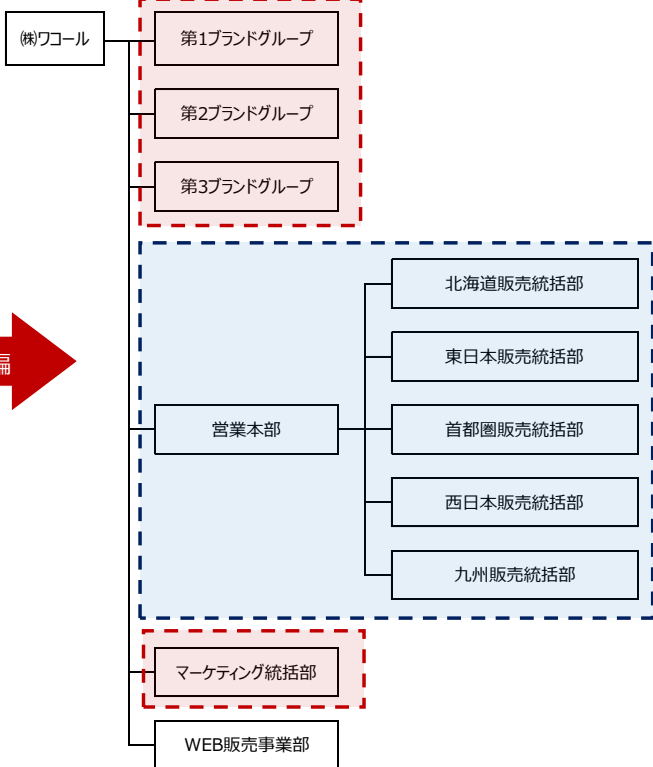
株式会社ワコールホールディングス コーポレートコミュニケーション部（担当：布川、小松原）
TEL：075-682-1028 FAX：075-682-1138

【参考①】2021年4月以降の組織図について（主要部門のみ）

従来組織図（※主要部門のみを抜粋して、記載しています）

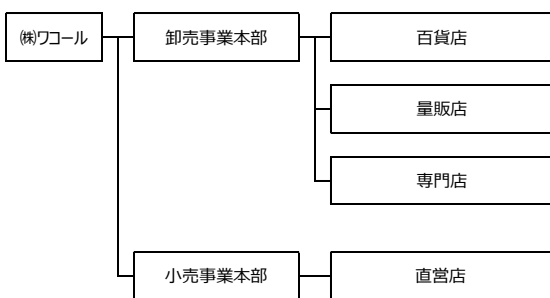


2021年4月1日以降の組織図（※主要部門のみを抜粋して、記載しています）

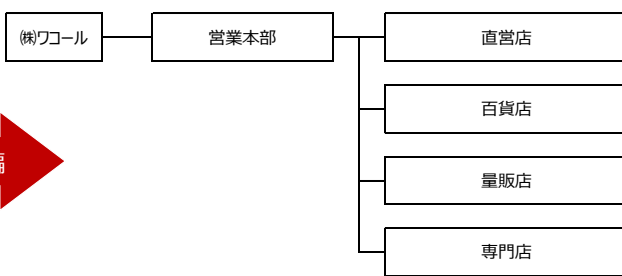


【参考②】2021年4月1日以降の担当チャネル ※主力チャネルのみ（自社・他社 EC は記載していません）

従来担当チャネル



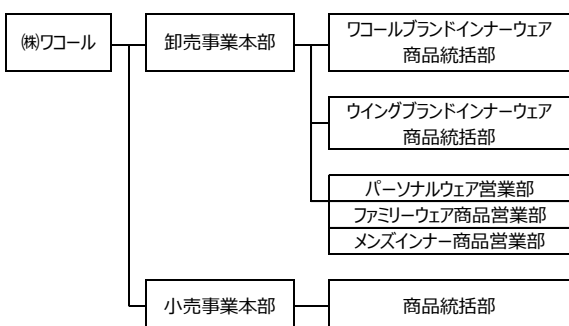
2021年4月1日以降の担当チャネル



※2021年4月時点では、北海道・九州エリアのみ、直営店を含むすべての販売チャネルを統合して管轄

【参考③】2021年4月1日以降の商品企画業務の体制

従来商品企画業務の体制



2021年4月1日以降の商品企画業務の体制

