



株式会社ウィゴー 2026.07.30 「事業説明会」

事業説明会

 2030年度 売上目標

 2030年度へ向けた事業戦略

2030年度 売上高（ウィゴー社内目標）

単位：百万円	2026年度	2030年度
売上高	35,514	50,000
国内計	32,951	40,000
海外計	2,563	10,000
海外内訳		
中国	2,298	7,000
台湾	265	3,000

2030年度 売上高 500億円（国内400億円 海外100億円）を計画。

↳海外 台湾初動好調につき、国別内訳は検討中。

※ 2030年売上高500億円は社内目標値のため、「ONWARD VISION 2030」での目標数値（450億円）とは異なる。

事業戦略 2030年 VISION

WEGO ブランドアーキテクチャ 2030

原宿から世界へ。「好き」を起点に、ファッション・ライフスタイル・カルチャーをつなぐ体験編集カンパニーへ

PURPOSE

すべての「好き」に、自由とつながりを。



自分らしさを表現できる場をつくり、新しいカルチャーを生み出し続ける。



★ WEGOは、ファッションを入口に、ライフスタイルとカルチャーをつなぐ「体験編集企業」へ。

WEGOは何屋か？

WEGOは、「好き」を編集し、つながり、体験へ変えるカルチャープラットフォーム。



WEGOは、服を売る会社ではありません。世界中の若者文化を編集し、届ける会社です。

ファッション・メディア・イベント・コミュニティ・デジタル・IPなどを活用し、「好きな人」がつながる場をつくれます。

01 ブランド定義



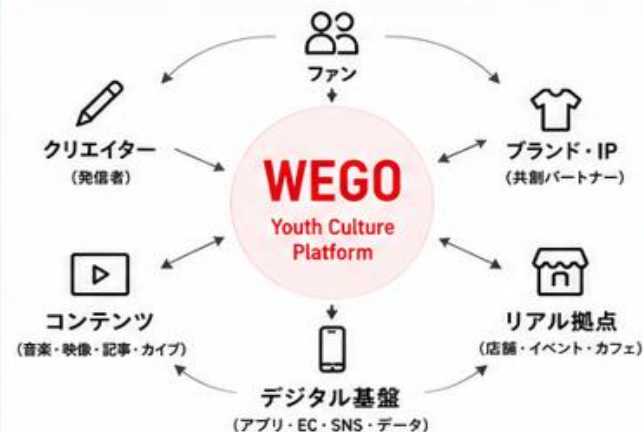
02 ビジネスモデル



03 WEGOが編集する主なカルチャー領域



04 プラットフォームエコシステム



05 収益モデル



06 ターゲット & グローバル展開

ターゲット (価値観でつながるグローバルファンベース)



グローバル展開 (ローカルに根ざし、グローバルにつながる)



★ WEGOは、カルチャーの交差点。すべての「好き」が集まり、未来をつくる場所へ。

WEGOが届ける価値

心が動く瞬間を、増やす。

YOUR INSPIRATION, OUR STAGE.

WEGOは、ひとりひとりの『好き』に寄り添い、心が動く瞬間をつくり続けます。

ライブ、映画・アニメ、街、ダンス、イベント、コミュニティを通して楽しめるようにする。

それが、WEGOの価値です。



FASHION

ファッションで、
『好き』をカタチにする。



STREET

街に、刺激を受ける。



SCHOOL

仲間と学び、
未来を描いていく。



DANCE

身体で、表現する
楽しさを知る。



LIVE

音楽に、熱狂する。



ANIME

作品から、
自分らしさを見つける。



COMMUNITY

仲間とつながり、
一緒に『好き』を広げていく。



心が動く瞬間 =
自己表現につながる体験



WEGOがつくる体験のかたち



プロダクト



イベント



コンテンツ



コミュニティ



サービス

WEGOの3つの力



体験をつくる力

インスピレーションが
生まれる場や
コンテンツを生み出す。



つなげる力

人・カルチャー・ブランドを
つなぎ、コミュニティを
育てる。



カタチにする力

『好き』を商品・
サービス・イベント
として形にする。



WEGOは、あなたの『好き』がもっと自由に、もっと楽しくなる未来をつくります。

WEGO 2030 BRAND GROWTH STRATEGY

多様なブランドとチャンネルがつながり、すべての「好き」を形にするライフスタイルカンパニーへ



FAN
自分らしく
好きでいよう



STYLE
トレンドを
つくろう



GLOBAL
世界と
つながろう



TOGETHER
一緒に
楽しもう

顧客のライフステージと
WEGO体験



出会う・知る
SNSや店頭で
WEGOを知る



楽しむ・広がる
トレンドやカルチャーを
体験する



深める・表現する
自分らしいスタイルや
価値観を表現する



つながる・応援する
コミュニティやコンテンツを
通じてつながる



続く・信頼する
信頼できるブランドとして
長く寄り添う

主な接点チャンネル

Cタイプ (郊外SC店)

Bタイプ (都心ファッションビル店)

Aタイプ (旗艦店)

WEGO.jp
(デジタルプラットフォーム)

WEGO VINTAGE
(ヴィンテージ専門店)

BRAND PORTFOLIO

WEGO CORE



毎日のトレンドを届ける

WEGO GRAPHICS



自己表現を広げる

WEGO VINTAGE



ヴィンテージ価値を
未来へつなぐ

WEGO 1.3.5



日常をもっと楽しくする
ライフスタイル提案

SUB BRAND / SPECIALTY

PHILLY



Women's
Street

FIGMENTS



Street
Mode

DISPARK



Urban
Street

WHINNY



Pop Culture
Fashion

BRAND SYNERGY & CUSTOMER LTV



WE LABO (マーケティング機能)



Community Design
コミュニティ設計



Insight
インサイト



Editorial
編集・コンテンツ企画



Marketing
マーケティング・集客



Co-Creation
共創・コラボレーション

2030年 ブランドポートフォリオ目標



売上高
500億円
国内320億 / 海外80億
EC・メディアコマース 100億



営業利益率
6%以上



EC売上比率
20%以上



会員数
1,000万人



海外売上比率
20%以上



すべてのブランド・コンテンツ・チャンネルがつながり、「好き」を起点に、世界中の人々のライフスタイルに寄り添い続ける。

WEGO 2030 Brand Architecture

WEGO.jpを中核に、実店舗ネットワークとコミュニティをつなぐブランド構造



事業戦略 海外 出店情報

上海出店場所(淮海中路(ワイハイジョンルー))

エルメス、ティファニー、カルティエといった世界的ブランドの1号店や旗艦店が出店する、プラタナスの並木が美しく、高級ブランド店、デパート、レストランが立ち並ぶ、東京の銀座や表参道に相当するエリア



台湾出店場所(台北 中山)



- MRT中山駅：台北駅から1分、日本人にも人気のエリア
- 2025年上半期 商圈別取引額 台北市No.1
- MRT乗降客数 市内トップ5駅の一つ
- 新光三越／誠品生活南西など大型商業施設が集積
- SHIRO・Michael Kors等の旗艦店も出店、新規出店が相次ぐ商圈

台湾出店場所(台北 中山)

◆主要都市の位置関係



台北市 (Taipei)

・11候補



台中市 (Taichung)

・6候補



新北市 (shinpei)

・6候補



台南市 (Tainan)

・0候補



高雄市 (Kaohsiung)

・5候補

現在、主要エリアにおける出店候補のご連絡は全28施設。

事業戦略 WELABO

若者接点を、事業成長へ変える。

コミュニティ・発信力・若者データを基盤に、新規市場と外部共創を生み出すWEGO独自のマーケティング機能。

GOAL

若者に最も詳しい企業

01 独自アセット

趣味嗜好・界隈を起点にメディアとコミュニティを形成

趣味嗜好・界隈を起点に
メディアとコミュニティを形成

70万人超

総フォロワー

1万本超

年間コンテンツ

5億超

年間リーチ

50万件

年間アンケート

保有する3つの機能

- 企業から若者への情報発信・場づくり支援
- SNSでの情報受発信とデータ活用
- マーケティング起点の新規市場開拓

イベント／コンテンツ／プロダクト／コラボへ接続

02 昨年度の実装実績

BtoB共創を通じて、若者理解を外部価値へ転換

BtoB共創を通じて、
若者理解を外部価値へ転換

A社	ブランドリフト調査
B社	コラボレーション
C社	SNS意識調査
D社	推し活スイーツ開発
E社	イベント立ち上げ
F社	長崎市PR
G社	アーティストPR

調査・PR・商品・イベントまで実装領域を拡張

03 今期以降：事業化を加速

重点領域を「案件」から「継続事業」へ

重点領域を「案件」から
「継続事業」へ

DANCE

キッズダンスウェア開発／コンテスト開催

IP

IP事業の立ち上げ

OSHI

メンズ推し活の開拓

BRAND

レディースブランド立ち上げ

CONSULT

某テレビ局IP事業部へのコンサル

PR

オンワードコーポレートデザイン支援

今後の事業貢献

協賛拡大

商品開発加速

集客資産強化

コミュニティ × SNS発信 × 若者データを、協賛・プロダクト・コンサルティングへつなぎ、収益機会を拡張

今後の事業貢献：協賛拡大／商品開発加速／集客資産強化 ※調査・PR・商品・イベントまで実装領域を拡張