

ESG Data Book 2022

GOLDWIN
SPORTS FIRST

ゴールドウィンESGデータブック 2022

目次

- 3 トップメッセージ
- 7 サステナビリティの考え方

環境

- 9 環境マネジメントシステム
- 14 TCFD提言に基づく情報開示
- 20 グリーンデザインの推進
- 23 脱炭素社会の実現
- 25 循環型社会の実現
- 28 環境コミュニケーション

商品・サービス

- 31 サプライチェーン・マネジメント
- 36 品質管理
- 40 お客様満足の向上
- 45 知的財産の管理

従業員

- 48 人材戦略の考え方と人的資本
- 53 雇用・ダイバーシティ
- 59 人材育成
- 66 働きやすい職場環境の整備
- 71 公正な評価・処遇
- 74 健康経営
- 80 労働安全衛生

地域社会

- 82 地域社会への貢献
- 87 スポーツを通じた共生社会の実現
- 90 次世代育成
- 94 財団活動

ガバナンス

- 95 コーポレート・ガバナンス
- 100 コンプライアンス
- 102 企業行動規範・従業員行動基準
- 105 リスクマネジメント
- 107 情報セキュリティ

人権

- 110 人権の尊重
- 111 編集方針
- 112 GRIスタンダード対照表

世界をスポーツでつなぎ、自然との共生を提案することで、 ゴールドウィンならではの持続可能な成長を目指していきます。



代表取締役社長
渡辺 真生

ゴールドウィンブランドの育成を 「一丁目一番地」として

中期経営計画（2022年3月期～2026年3月期）は、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けるなか、スタートしました。そうした状況下でありながらも、初年度の2022年3月期売上高はコロナ前の2020年3月期に記録した過去最高を2年ぶりに更新し、営業利益においても2020年3月期に次ぐ過去2番目と好業績を収めました。しかし、コロナの流行が予測を超えて長引いたことから、海外市場に向けたブランドの訴求や、次の展開に向けたブランドへの投資が思うように実行できなかったところもあります。

今後は中期経営計画に基づき、当社の優位性を背景としたゴールドウィンブランドの育成を「一丁目一番地」として、日本国内のみならず海外市場をターゲットとした戦略の構築、布石に積極的に取り組んでいきます。特に海外では、従来の卸売を中心としたビジネスモデルから脱却し、当社がこれまで進めてきた自主管理可能な売場としての直営店やEコマースを軸に、ブランディングの深化を図りながらお客さまとダイレクトに関わっていきたくと考えています。

世界中の人々にゴールドウィンブランドを知っていただき、その独自性を評価していただくためには、世界的な標準モデルであるD to C（Direct to Consumer）でのビジネスが最優先課題となります。当社では長年にわたりこの課題に取り組んできましたが、今後も引き続き注力していきます。さらに、既存の事業のなかで最も収益性の高いザ・ノース・フェイスとのシナジーも視野に入れながら、ゴールドウィンブランドの展開を図ってまいります。

「Goldwin 0」に込めた想い

当社は1980年代から90年代にかけてスキーウエアを軸にした事業を基盤として成長してきました。その後、国内のスキーマーケットが急激な縮小傾向となるなか、スキーウエアで培ってきた技術を他のスポーツに活用し、スキーを軸にしながらも2016年からはライフスタイル、2019年からはアスレチック、アウトドアといった新たな事業のカテゴリーを開発してきました。

2022年3月に発表した「Goldwin 0」は、そうした挑戦の歴史から生まれたものです。世界に向けてゴールドウィンという企業のアイデンティティをしっかりと伝えていくためのプロジェクトでもあります。私は「Goldwin 0」によって、当社がこれまで醸成してきたCirculation（循環）、Borderless（越境）、Co-Creation（共創）の3つのコンセプトを世界に発信していきたいと考えています。

Circulation（循環）とは、当社のビジョンにある「感動を創造し、持続可能な社会を推進する人間らしい企業になる」の実現に向けたものです。非常に大きなテーマですが、人間社会も地球のバイオスフィア（生物圏）と同じように循環を形成していく必要があると考えています。いい換えれば、世界の人々が利他的につながるということです。現代は接続性が高い時代になってきています。世界中の国や地域が協力してウィズコロナという新しい時代をつくらうとしていることも持続可能な社会に向けた新たな循環と捉えています。

そうした人と人の関係性をBorderless（越境）に広めることで、世界中の人々とのつながりはさらに強固なものになると考えています。なかでもスポーツは、言葉や文化が違っていても互いに挑戦し、力を伸ばし続けていくことができる素晴らしいものです。また、競い合うだけでなく、人と人、人と自然をつなぐ役割もあります。私たちは、今こそ広義の意味でスポーツのあり方を捉え直し、その可能性を広げて人々をつなげていきたいと思えます。

これらの取り組みは当社だけで完結できるわけではありません。多様な人々、多様な文化、多様な地域とのCo-Creation（共創）があってこそ成り立つものです。私は、この共創というものはウィズコロナの経験のなかから、人々が最も学んだことであると感じています。「Goldwin 0」は、共創の考え方を事業のなかに取り込んで表現していく新しいマーケティング手法でもあります。

このように、「Goldwin 0」は一つのプロジェクトですが、当社全体のアイデンティティを再構築するうえで

重要な役割を担っています。国内外の市場で順調に成長させていくことで、当社の企業アイデンティティと一体化していくことができると考えています。

ベンチャーとの共創で 新たな価値を創り出す

前述したように、自社だけで新しいものを生み出していく時代は終わりつつあります。これからは他業種の人たちとも連携し、ともに新しいアイデアを出し合い、互いの存在を認め合いながら成長していくことが必要です。

その一つの実現事例が、微生物の発酵プロセスから生まれる構造タンパク質素材「Brewed Protein™（ブリュード・プロテイン™）」を用いた防水透湿素材をはじめ、デニムやフリースを「Goldwin 0」において発表できたことです。これは、2015年からバイオベンチャーのSpiber株式会社（山形県鶴岡市）と共同で続けてきた研究開発が実を結んだものです。Brewed Protein™は、石油由来の化学繊維や動物由来の原料を使用しない第3の素材としてアパレルビジネスにおける環境負荷低減に寄与するものと期待されています。2030年には、当社の新規開発商品のうち10%がBrewed Protein™使用製品となるよう目指していきます。

さらに、Bioworks株式会社（京都府相楽郡）とも新たに資本業務提携を締結しました。同社は、植物由来で生分解性のポリ乳酸を原料に素材開発を行うベンチャー企業です。当社では、そのポリ乳酸繊維「PlaXFiber」を使用した製品を、ザ・ノース・フェイスをはじめゴールドウイングループの各ブランドで2023年から販売していく予定です。

こうしたベンチャー企業との共同開発をきっかけとして、当社では、新たな価値創造を加速するために、CVC（コーポレート・ベンチャー・キャピタル）を有効な仕組みと考え、取り組み始めます。

まずは、当社の事業との相乗効果が期待できる素材や技術、アイデアを有し、利益を生み出す可能性の高いベンチャー企業への出資を検討していきます。さらに、新しい社会や地域の仕組みづくり、子供たちの育成・教育、自然を守り地球環境をよりよくするための事業にも関わっていきたいと考えています。これらはすべて当社が目指す企業像につながっていくものです。

ネットワーキングとコミュニケーションの広がりによって世界は変わってきました。それらと同様にCVCは当社の事業領域に大きな変革をもたらす可能性があります。当社は創業から70年以上にわたりスポーツに軸足を置いてきましたが、CVCとの関わりによって新しい分野を積極的に取り込むとともに、社会における役割を見直す機会にしていきたいと考えています。

ザ・ノース・フェイスの 「成功モデルの波及」に向けて

ブランディングとは、単に商品を多く売ることでなく、お客さまとのコミュニケーションにおいて、正確かつ的確にブランドの持つ本質的な価値を伝えることと理解し実践してきました。お客さまとのつながりを継続していくことで、ザ・ノース・フェイスをはじめとする当社のブランドは多くの方々々に支持され、多様な展開が実現できたと考えています。

お客さまとの関係性を大事にしながら、お客さまと一緒にブランドをつくり上げ育てていく姿勢は、時代を超えた普遍的なものであると感じています。実際のところザ・ノース・フェイスの愛用者は10代から80代までいます。3世代が一つのブランドのユーザーになることは他のブランドではあまり見られません。さらにザ・ノース・フェイスは、アウトドアの枠を越えてライフスタイルに領域を拡大しています。パフォーマンスカテゴリーでは、登山やトレイルランニングなどの専門性に応えるサミットシリーズやフライトシリーズなどを展開し、ファッション領域においてもパープルレーベルを広げています。パフォーマンスカテゴリーを起点にブランドの認知を高め、より市場規模の大きいライフスタイルに波及させ、よりブランド価値を高めるファッションに挑戦していくことが、当社ブランドの成長モデルとなっています。私たちの強みは、製品をパフォーマンス用途に限定せず、ライフスタイルやファッションに活用することで、あらゆる人たちにスポーツを通じて生活提案ができることにあります。中期経営計画では、これをザ・ノース・フェイスの「成功モデルの波及」として、その他のブランドの運営手法に応用していきます。具体的には、ヘリーハンセンやカンタベリー、社名ブランドであるゴールドウインなどで展開する予定です。さらにリテール事業では、お客さまの嗜好性やニーズの変化、ブランドの価値などさまざまな要素が複雑で、かつ高度に要求されていることも事実です。

2022年7月1日に東京・原宿にオープンした「THENORTH FACE Sphere」では、お客さま一人ひとりの要求に応え、オリジナルデザインに加えてそれぞれの体格やニーズに合った商品を販売しています。つまり量産品を

売るだけでなく、お客さまとの関係を構築することに力点を置いているのです。ライフタイムバリューをどうつくり上げ、お客さまとの関係を築き上げていくか。このような仕組みを、多くのお客さまとの間で構築し、ダイレクトに工場とつないでAIをはじめとするテクノロジーとして使いこなすことができれば、お客さまとの1対1の関係性を活用した、これまでにないビジネスが考えられます。

これが当社の思い描くD to Cビジネスの達成像です。そして、ザ・ノース・フェイスの挑戦で培った、直営店やショップ・イン・ショップ、Eコマースなど、お客さまと直接関わっていくビジネスモデルを軸にしたブランディングをオリジナルブランドに応用し、グローバル展開を目指します。

PLAY EARTH= 「地球と遊ぶ」場の提供

2021年5月に10年先を見据えて策定した、持続的成長を実現していくための長期ビジョン「PLAY EARTH2030」のなかで、事業と環境の二つのサステナビリティに向き合い、企業成長と地球環境の改善を両輪で目指していくことを宣言しています。PLAY EARTHは文字通り「地球と遊ぶ」という意味です。そもそもスポーツとは、地球との遊びであると私たちは考えます。はるか昔の狩猟採集時代、人々は狩りに必要な能力を暮らしのなかで磨いたのだと思います。仲間同士で集まり、速く走る、泳ぐ、木に登る、的に当てるなどを競い合う。それはいわば遊びの時間であり、後世ではスポーツと呼ばれる余暇の楽しみ方です。自然のなかで遊ぶこと＝スポーツの起源という考え方には、多くの人が高い納得感を得るのではないのでしょうか。スポーツは言葉を超えて、人々がつながり合える世界です。言語が異なっても同じ競技を楽しみ、共通のルールのもとでお互いを高め合っていく—ゴールドウインが思い描くのもそうした世界観です。これはある意味でプリミティブ（原始的）な状態に立ち戻るものかもしれません。しかし、私たちは今、スポーツの意義や可能性をもっと広げて考えることで、人間の本質的なあり方や価値観を見直すべきタイミングを迎えているのだと思います。そうした想いを、言葉を超えて人と人がつながるアート空間としてつくり上げたのが「GOLDWIN PLAY EARTH PARK」です。子供たちに直感的にスポーツの楽しさを感じてもらい、自然本来の面白さや不思議さを十分に味わっていただいたと思います。さらに未来に向けた構想もあります。富山県内の数万坪の土地に「PLAY EARTH PARK」の名を冠し、原始的な自然に触れて遊べる環境をデザインすべく、現在準備を進めているところです。雄大な自然のなかで謙虚に好奇心のままに遊び、感動する、仲間との言葉を超えた関係性を育む—そんなスポーツの原体験となる場を、創業100周年を迎える2050年に向けてデザインしていきます。

ゴールドウインの考える サステナビリティ

私は長くザ・ノース・フェイス事業に携わってきましたが、その創業者であるダグラス・トンブキンスとケネス・ハップ・クロップからは多くを学びました。自分たちの事業が地球に与える影響やその責任を考え抜き、世の中に役立つことは何かという視点を貫いてきたのがこの二人です。目先の利益を追うのではなく、あくまで長期的スタンスで社会や地球環境との関わりを模索するその姿勢には、どれだけ刺激を受けたか分かりません。

日本のアパレル業界に目を向けると、一般に長期的なスタンスでの事業運営がなされていないという課題が見えてきます。プラスチック繊維の服が世の中に多々送り出され、マイクロプラスチックを流出させるといった問題はその一例でしょう。シーズンごとに売れ残った商品を大量廃棄するのも同様です。短期的なトレンドを追いかけて、先行するデザインを模倣して大量につくり、安く売るといったビジネスが持続的なものとはなり得ません。

生産過剰による廃棄をなくすために、ゴールドウインでは店舗の実需に合わせたものづくりと販売を徹底してきました。不確かな予測でつくって在庫を抱えるのではなく、お客さまとの関係をしっかり構築し、そのニーズを捉えることで在庫流動を強化しています。結果として2015年度以降、販売ロス率は常に一桁台を維持し、2021年度には約1.5%まで落ちています。在庫が残らなければバーゲンセールする必要もなく、地球環境を考えた取り組みが結果として利益率を高め、事業のサステナビリティにもつながっています。

また、アパレル業界では、サプライチェーン上の人権問題が指摘されることもあります。世界規模で事業を営む以上、自社のサプライチェーンにいかに向き合うかは非常に重要な視点です。私が入社した1980年代のゴールドウインでは、富山の工場が生産を一手に担っていましたが、規模拡大に伴って多拠点を持つようになり、海外移転も進みました。そうすると、かつての家庭的なものづくりとは異なる関係性が生まれてきます。しかし、当社がメーカーとして生産拠点への責任を負っていることに何ら変わりありません。そこで働く人々が幸せを感じているか、一人ひとりの権利が当たり前を守られているかを絶えず意識し、確認していく必要が

あります。現地工場を訪ね、直接コミュニケーションを深め、自分たちの思いを伝えることも大切でしょう。2021年12月に策定した「ゴールドウイングループ人権方針」においても、そうした基本的な姿勢を示しました。

社員と認識を共有し、 ともに未来を拓く

気候変動や貧困、教育、ジェンダーなど、世界にはさまざまな課題があり、それらは一定ではなく絶えず変わり続けています。経営者として大切なのは、課題への認識を多くの社員と共有し、行動を変えるよう促していくことだと考えています。漠然と目の前の仕事をこなすのではなく、今何のために私たちがビジネスをしているのかという本質をともに見ていくということです。

そのために、社員と直接対話をすることが極めて重要です。こうした考えから、社員を20人くらいの小単位に分け、私の考え方をわかりやすく伝えるミーティングを行っています。社員とのコミュニケーションによって新しい発見や考える機会が得られ、私自身も毎回刺激を得ています。また、2020年4月に社長に就任した当時は、中堅クラスの社員を30人ずつのグループに分け、「2050年にゴールドウインはどうあるべきなのか」というプレゼンテーションを約10回ほど行いました。これは30年後の会社のあり方を共有するために実施したのですが、今でもできるだけ多くの人に未来へのビジョンを意識して仕事に取り組んでもらいたいと考えています。

創業72年目を迎える今、私たちは創業100周年という次の節目へと大きなビジョンを描き、歩み始めています。30年は一つの時代が変わる単位といえるでしょう。私たちが30年前に描いた未来の姿は、先人たちが重ねた革新を経て現実のものとなっています。同じことが私たちにもきっとできるはずで

私は「社長」はあくまで一つの役割と考えています。私一人で会社を変えていくことはできません。社員と同じ目線で、ともに協力しながら、一緒に未来をつくっていかれたらと思っています。それがゴールドウインならではの持続可能な成長につながっていくと信じています。

代表取締役社長
渡辺 貴生

サステナビリティの考え方

ゴールドウイングループは、スポーツアパレルメーカーとして、ものづくりを通して豊かで健やかな暮らしを生み出し、地球、社会の持続可能性に貢献することが使命と考えております。

世界では、気候変動や生物多様性をはじめとする環境問題や、貧困や人権侵害など、多岐にわたる社会・環境問題が叫ばれており、企業活動を通じてこうした課題の解決に取り組むことが求められています。当社も環境負荷や人権問題が危惧されているアパレル産業に携わる企業として、こうした課題に真摯に向き合うことが重要と考えています。

この使命を実現するためにも、製造から販売に至るまでのあらゆる段階で、社会や環境課題に心を配ることが必須であり、こうした考え方を「ESG経営の基本方針」として定め、グループ全体で共有しています。

ESG経営の基本方針

ゴールドウイングループは、企業理念の「スポーツを通じて、豊かで健やかな暮らしを実現する」の考えのもとに、製造から販売まで、あらゆる段階で心を配ることを実践していきます。また、経営の透明化や、従業員が健康に働き続けられる職場環境づくり、そして地球環境・生態系への配慮、次世代育成、地域・社会へのスポーツを通じた貢献など、これらすべてを「スポーツ」への敬意と情熱を通じて実現していきます。

ESG経営 推進体制

当社グループでは、ESG経営推進の基本方針のもと、代表取締役社長がESG経営全体についての最高責任と権限を有し、ESG経営の有効性について責任を担っています。

2021年4月からはグループ全体のESG経営推進のため、従来のCSR推進委員会を「ESG経営推進委員会」と改めました。同委員会はESG経営推進室、総務部を事務局とし、事業本部、販売本部、商品本部、経営企画本部、管理本部、子会社など事業執行の責任者がメンバーとして参加し、長期ビジョン「PLAY EARTH 2030」で掲げた非財務情報の計画、年度計画の審議、四半期ごとの進捗状況の確認やグループのESG経営の課題に関する検討を行います。また、ESG経営推進委員会は、1年に1度、ESG経営の推進状況を取締役に報告し、取締役会の承認を得ます。

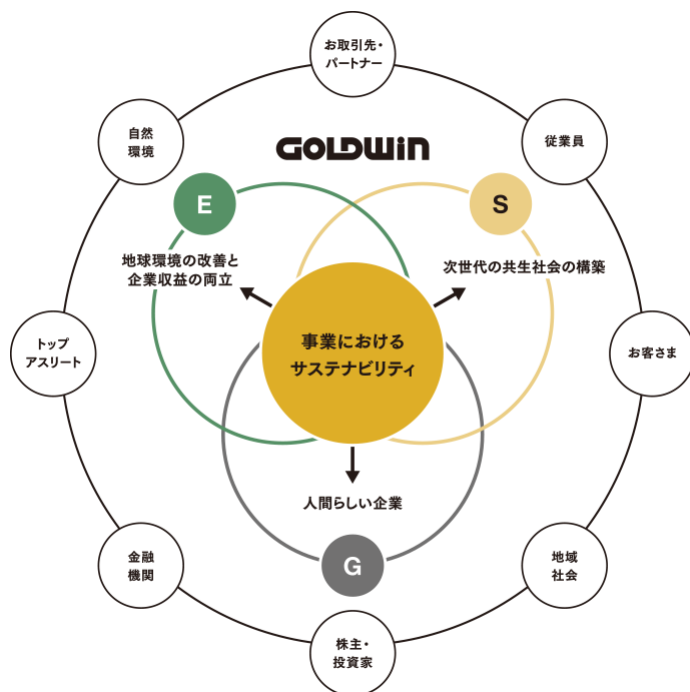
さらに、「(E) 環境」について、当社では1999年にスポーツアパレル業界で初めてISO14001の認証を取得し、環境保全活動・環境配慮商品の開発と省資源による事業効率向上とを両立してきました。現在では、「EMS推進委員会」がISO14001の認証のもと、環境マネジメントシステムを実践しているほか、「開発委員会」のGREEN IS GOODワーキンググループにおいて、環境負荷低減素材の開発やリサイクル活動などを推進しています。



ステークホルダーとの価値共創

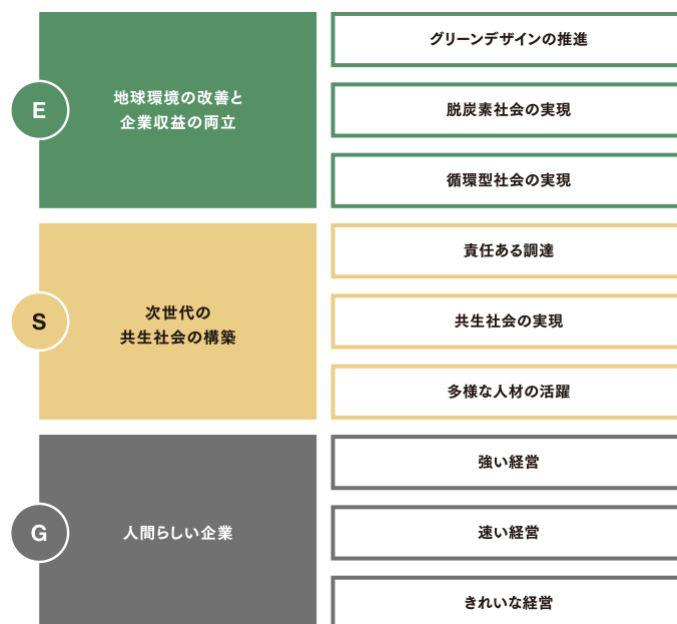
創業から70年が経ち、当社は成長軌道にあります。これは、トップアスリートを含むお客さま、従業員とその家族、お取引先・パートナー、金融機関、株主・投資家、創業の地富山県と本社のある渋谷区を中心とした地域社会、それにスポーツと切り離せない豊かな自然環境とともに歩み続けてきた結果だと考えています。

当社はステークホルダーを常に大切に考え、ステークホルダーと価値を共創しながら、創業者の志であるスポーツのある豊かな暮らしを実現します。



ESG経営 重要課題

ステークホルダーと価値を共創し、ESG経営をより具体的に推進するために、3つのテーマと9つの項目を「ゴールドウインの重要課題」として特定しています。当社は、ESG経営推進委員会のもと、すべての事業執行部署が参画し、9つの重要課題の実践を推進しています。



基本的な考え方

ゴールドウイングループは、スポーツと環境を第一に考え、常識を突き抜ける想像力、世界に貢献する革新的な開発で地球環境の改善を目指しています。こうした考えを「環境基本理念」「環境基本方針」に定め、当社グループの全従業員に環境管理カードを配布し携行を促すとともに、毎年2回開催の環境管理会議や業務部門ごとの環境教育活動を通じて、理念と方針の周知を徹底しています。

環境基本理念

私達には、自然と共存し調和ある繁栄を実現する崇高な使命が与えられています。ゴールドウイングループは、スポーツウエアをはじめ各種機能ウエアの企画、製造、販売を通じて環境負荷の低減を目指すとともに、健康総合企業として地球環境にやさしい商品の提供により環境への有益な影響を増進するなど、地球環境保護への姿勢を以下の環境方針に定めます。

環境方針

1. 事業活動または保有する設備が適用を受ける環境に関する法律、規則およびその他要求事項を遵守するとともに、可能な限り自主基準を設定し、環境の汚染予防と環境保護に努めます。
2. 事業活動が環境に与える有害な影響を認識し、全社員参加によりその影響を低減し、緑の地球を守ります。
3. 環境影響を改善するための目的・目標の設定、および見直しを実施し、継続的な改善活動を実施します。
4. エネルギーおよび資源の使用量・排出量を十分に認識し、限りある地球資源の有効利用、産業廃棄物の削減を実施します。
5. 持てる経営資源を結集して独自の技術を開発し、人の健康と環境にやさしい商品の開発を推進いたします。
6. 地球と生物が健康体であり続けるために、自然環境に調和し、地域社会と共存できる企業であり続けます。

環境活動推進体制

当社グループでは、代表取締役社長が最高責任者を務め、経営層が副委員長を務める「EMS推進委員会」が環境活動推進業務の統括責任を担っています。「EMS推進委員会」がISO14001に基づき、各業務部門の環境推進活動の実績を毎月管理しています。また、全社の製品や技術開発の中核を担う「開発委員会」の下部組織「GREEN IS GOODワーキンググループ」では、主に環境配慮型商品の開発や不要となった衣類の回収などの活動推進や進捗管理を行っています。

グループ全体での環境への取り組みは、ESG経営推進委員会において経営層に報告されています。

EMS推進委員会

「EMS推進委員会」は、代表取締役社長が最高責任者を務め、経営層が副委員長を務めています。「EMS推進委員会」は毎月開催され、業務部門の環境推進活動の進捗確認に加え、ISO14001の維持管理を行っています。環境推進活動の進捗は内部監査室、管理本部、商品本部で構成される事務局

が管理しています。事務局は業務部門ごとに環境推進活動を管理し、各業務部門の管理職が環境推進活動の責任者となることで、環境推進活動の徹底を図っています。

開発委員会GREEN IS GOOD ワーキンググループ

主に商品本部、経営企画本部、事業本部で構成される開発委員会の「GREEN IS GOODワーキンググループ」は、月に一度開催され、環境負荷低減素材の開発と管理、衣類回収の管理、及び当社の環境推進活動をお客様に伝えるマーケティング活動の推進などを行っています。各業務部門の環境負荷低減素材の登録管理を当ワーキンググループで行い、EMS推進委員会と連動して環境負荷低減素材を使用した製品の売上比率の管理を行います。また、開発素材の情報共有など、グループ全体での活動推進の役割も担っています。

体制図



環境重要課題の特定

アパレル産業は、環境への負荷が大きい産業といわれており、自然と共生する社会システムの構築が喫緊の課題です。また、当社の事業の中核となるスポーツやアウトドアは環境問題とは切り離すことのできないアクティビティです。当社は、可能な限り少ない資源とエネルギーを利用した環境負荷を抑えた事業活動を通じて、持続可能な地球環境と社会構造を目指しています。2021年5月には、さらなる地球環境改善に向け、長期ビジョン「PLAY EARTH 2030」のなかで、環境改善活動の3つの重要課題を特定しました。

環境改善活動における戦略と具体策



環境関連の実績

	単位	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
環境負荷低減素材使用製品販売率	(%)	11.0	13.1	13.0	28.6	36.0
CO ₂ 排出量	t-CO ₂	7,565	7,100	3,074	1,292	352
廃棄物排出量	t	148.3	147	96	65	52.5

ISO14001認証取得

ゴールドウイングループは富山地区にて、スポーツアパレル業界で初めて1999年11月にISO14001（環境マネジメントシステム）の認証を取得しました。環境保全活動・環境配慮商品の開発と省資源による事業効率向上とを両立させるため、2006年2月にはゴールドウイン全事業所がISO14001の認証を取得。さらに2008年7月にはゴールドウインロジテムが、2011年8月にはカンタベリーオブニュージーランドジャパンが、2013年9月にはブラックアンドホワイトスポーツウエアが、同様にISO14001の認証を取得しています。

当社の経営指針の1つである「きれいな経営」を実践し、雇用・経済活動に加え、環境に配慮した商品・サービスの提供を通じて社会に貢献してまいります。

ISO14001認証事業所



環境監査

当社グループでは、ISO14001に基づき、認証機関による監査と年1回の内部監査を実施しています。内部監査は法規制と業務部門が定めた年度ごとの目標への適合性を中心に行っており、2021年度は4件の不適合と6件の観察事項がありました。不適合は業務部門が定めた年度ごとの目標未達で確認され、原因を分析し、是正処置を完了しています。

認証機関による審査では不適合はなく、観察事項が3件ありました。観察事項に対してはルールを明確化する対応を完了しています。2021年度からフロア単位から業務部門単位でのより小さい単位で管理へ切り替えたため、コミュニケーションがより活発になり、これまで以上に環境基本理念、環境方針への理解が深まっています。

2021年度の監査結果

	内部監査による指摘	認証機関による審査での指摘
不適合	4	0
観察事項	6	3

内部監査員育成

当社グループでは、2021年度末時点で31人の内部監査員がいます。内部監査員には毎年1回研修を行い、ISO14001への理解を深めています。2021年度は3人の新任の内部監査員が加わり、新人教育に加え、ベテランの監査員と実務を共にすることで、スキルの向上を図っています。

環境法令の遵守

ゴールドウイングループでは、該当する法規制を遵守し、環境リスクを最小化するために、該当する法規制の更新を半年に一度確認し、法規制の要求事項を定期的を確認しています。その結果、2021年度は法令違反や罰金などはありませんでした。

今後も法規制を遵守し、グループ全体で環境リスクのマネジメントに取り組めます。

TCFD提言に基づく情報開示

ゴールドウイングループでは、気候変動による事業への影響を重要な経営課題の一つと捉えております。当社グループでは、長期ビジョン「PLAY EARTH 2030」のもと、「事業と環境の二つの側面におけるサステナビリティの両立」を目指し、事業構造を改革しています。2022年度、その取り組みの一環として、「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」の提言に賛同を表明するとともに、当社グループの気候変動への取り組みを改めて整理しました。これからも、「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」の提言に沿った情報開示の充実を進めるとともに、気候変動を含むあらゆるリスクに適切に対応し、持続可能な社会の実現と企業価値の向上を目指していきます。



I. ガバナンス

当社グループでは、「ESG経営推進委員会」を設置し、気候変動をはじめとするサステナビリティに関連した重要事項の審議を実施しています。また、ESG経営推進委員会での審議結果は、内容の重要性を鑑み一年に一度、「取締役会」に報告され監督される体制となっています。

「ESG経営推進委員会」では、代表取締役社長を委員長とし、気候変動をはじめとするサステナビリティに関する基本方針や目標、実行計画の策定、目標に対する進捗状況に関する審議が行われます。ESG経営推進委員会は四半期に一度開催され、当社の取締役・監査役をはじめ、役員、部長職以上の全員とグループ会社社長が参加しています。

「取締役会」では、気候変動に係る基本方針や重要事項を踏まえ、事業戦略の策定、投融资審査等を総合的に審議・決定しています。

さらに、気候変動をはじめとする地球環境問題の改善に向けた実践組織として「EMS推進委員会」を設置しています。また、全社の製品や技術開発の中核を担う「開発委員会」の下部組織「GREEN IS GOODワーキンググループ」と連動して、グループ全体での環境への取り組みを推進しています。

●体制図



II. 戦略

気候変動による影響はリスクにも機会にもなりうると考えています。当社グループは、長期ビジョン「PLAY EARTH 2030」のもと、「事業と環境の二つの側面におけるサステナビリティの両立」を目指し、事業構造を改革しており、その取り組みの一環として2022年度に将来的な気候変動の影響を評価するためのシナリオ分析を実施しました。

「PLAY EARTH 2030」では、中長期の気候変動に対して、環境負荷低減素材を使用した製品比率向上による「グリーンデザインの推進」、全事業所と直営店におけるカーボンニュートラル推進による「脱炭素社会の実現」、製品・材料廃棄物のゼロ実現による「循環型社会の実現」の3つの環境重要課題を定めています。今回のシナリオ分析により検討した気候変動のリスク・機会については、この環境重要課題により十分に対応できることを確認しています。

1. シナリオ分析

①シナリオの設定

気候関連リスク・機会の分析においては、国際的に認められた複数の気候変動シナリオを参照しています。気候変動が当社グループに及ぼすリスク・機会の抽出と、長期戦略を検討するにあたり、国際エネルギー機関（IEA）が2021年に発表したNet Zero Emissions by 2050 Scenario（NZE）、気候変動に関する政府間パネル（IPCC）が2014年に発表した第5次評価報告書のRepresentative Concentration Pathways (RCP8.5)を参照し、分析しました。

想定される世界	参照シナリオ
1.5°C（主に移行リスクが顕在化）	IEA : Net Zero Emissions by 2050 Scenario（NZE）
4°C（主に物理的リスクが顕在化）	IPCC : Representative Concentration Pathways (RCP8.5)

②気候関連リスク・機会要因の選定プロセス

事業戦略の妥当性や、2030年に向けた成長戦略の検討に向けて、1.5°Cシナリオ、4°Cシナリオの2つの気候変動シナリオに基づき、移行リスク・機会及び物理リスク・機会を抽出しました。

1.5°Cシナリオでは、今後想定される炭素税などのカーボンプライシングや環境規制の強化などがリスク要因に、循環型ビジネスモデルの構築や、サステナブルファッション市場の拡大に伴う次世代素材・リサイクル素材の開発・活用などが機会要因になると捉えています。さらに、消費行動の変化に伴い、リセールやファッションサブスクリプションなど、新しい市場参入機会も創造されると考えています。

4°Cシナリオでは、2030年時点ではリスク・機会ともに大きく顕在化しない可能性はあるものの、台風や洪水などの災害発生によるサプライチェーンへの影響がリスク要因になると捉えています。さらにこうした極端現象の増加がスポーツイベントへ影響するリスクや、新たなニーズの創造につながるかと考えています。

1.5°Cシナリオ

参考シナリオ：NZE

想定される変化	アパレル産業への影響
<ul style="list-style-type: none"> ・ 環境関連の政策規制が強化され、企業の温室効果ガス排出は厳しく規制される。 ・ 同時に再生可能エネルギー普及政策の強化により、再生可能エネルギーの活用が進む。 ・ 消費者のサステナビリティへの関心が高まり、低炭素、循環型の製品・サービスが拡大する。 ・ 非財務情報開示の義務化が進み、ESG投資が定着する。 ・ 異常気象(台風の頻発、ゲリラ豪雨、渇水、豪雪等)は、2022年度現在と同程度に発生する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 環境負荷低減に向けリサイクル素材、新素材の活用が進む。 ・ 「サステナビリティ」が新しいブランド価値として定着する。 ・ 消費者が低炭素、循環型の商品を好んで選択する。 ・ サステナブルファッションのインフルエンサーが登場する。

区分	気候影響の分類	カテゴリ	リスク・機会の内容	主な取り組み/対策
リスク	移行	政策規制	炭素税導入による操業コスト増大	カーボンニュートラルに向けた取り組み（再生可能エネルギーへの転換など）
			環境規制の強化による間接コスト増（GHG排出量算定、カーボンフットプリント表示など）	温室効果ガス排出量の適正報告・開示体制の整備(2025年目途に開示)
		技術	環境負荷低減新素材、リサイクル素材への転換による生産コスト増	次世代素材・リサイクル素材の転換促進 業界連携・協業などによるコスト削減
機会	移行	資源の効率化	循環型ビジネスモデル構築による競争優位性獲得	発注流動強化によるファッションロスの低減 循環型ビジネスモデル構築に向けた業界連携・協業
		製品およびサービス	サステナブルファッションへの先行的移行による競争優位性獲得	環境負荷低減素材の積極的活用
			新素材、新製法を利用した商品開発推進による差別化	次世代素材発掘に向けたCVC開始
		市場	顧客の消費行動・意識変化への対応によるブランドイメージ向上	サステナブルファッション定着に向けた情報発信・新製品投入
			リセールやファッションサブスクリプションなどへの進出による新市場獲得	リペアサービス、リセール、ファッションサブスクリプションなどの新規事業検討

4°Cシナリオ

参考シナリオ：RCP8.5

想定される変化	アパレル産業への影響
<ul style="list-style-type: none"> 環境関連の厳しい政策規制は見送られ、温室効果ガスの排出は現在（2022年度）の速度で増加。 再生可能エネルギーは一部の企業で導入されるが、従来型エネルギーの需要が大きい。 ESG投資が進むが、非財務情報の活用は一部の投資家に留まる。 異常気象(台風の頻発、ゲリラ豪雨、渇水、豪雪等)や極端現象の発生頻度が増加する。 	<ul style="list-style-type: none"> 異常気象によりサプライチェーンが被災し生産遅延などが頻発する。 夏の猛暑日、冬の豪雪など記録的な極端現象の頻発に伴い、機能性衣類への需要が高まる。

区分	気候影響の分類	カテゴリ	リスク・機会の内容	主な取り組み/対策
リスク	物理的	緊急性の物理的リスク	台風・洪水などの災害によるサプライチェーン上の損害	サプライチェーンマネジメントの強化
		慢性の物理的リスク	極端現象の増加によるスポーツイベントへの影響（開催地の変更、実施可能時期の減少、競技人口の変動など）	競技人口の動向を注視し、生産計画・商品開発に反映
機会	移行	製品およびサービス	極端現象の増加による新たなニーズ（機能とファッションの両立）への対応	新素材、新製法の活用による機能性の向上と、ゴールドウインスタイルのファッション提案

2. 財務影響評価

シナリオ分析では、当社グループに将来、影響を及ぼすと予測される気候関連要因を検証しました。なお、財務的影響については、2022年度では一部の要素についての試算にとどめており、今後詳細に分析する計画です。

将来、想定される炭素税などのカーボンプライシングについては、当社の製品調達や店舗運営コストに影響を与える可能性があります。また、台風や洪水といった災害の発生が、当社サプライチェーンへ影響することによる財務的影響も想定されます。

1.5°Cシナリオにおいては、炭素税率の引き上げについて検討しました。今後、15,000円/t-CO₂程度の炭素税が導入された場合を仮定して、現在のGHG排出量（Scope1,2）をベースに試算した結果、財務的影響は軽微であると考えています。また、製品製造においてリサイクル素材を活用することを推進しており、カーボンプライシングによるリスクは低減するものと判断しました。定量分析は行っていないものの、サステナブルファッションが主流となる社会の到来は、当社グループの先進的な環境への取り組みの市場浸透という点から機会になるものと考えています。

4°Cシナリオで想定されるサプライチェーンへの影響については、2019年のタイにおける縫製工場の浸水被害から想定し、当社への財務的影響は大きくないと考えています。現在でも新規出店等にあたっては災害リスクなどを考慮して展開しているほか、サプライチェーンマネジメントの強化に着手しており、被害可能性の最小化に努めています。また、極端現象の増加における既存ビジネスへの影響も想定されますが、市場動向を注視した生産計画・商品開発により、リスクを低減し機会の獲得につながると考えています。

シナリオ分析により特定したリスクと機会については、当社グループが現在進めている長期ビジョン「PLAY EARTH 2030」の中で、環境問題への取り組みを経営の重要課題の一つと位置付け、財務戦略に反映しています。中期経営計画5期間中で700～800億円の営業キャッシュ・フローを創出する計画で、その中において「新製品の研究開発」に150～200億円、「環境負荷低減の取り組み」に50～100億円、「ポートフォリオ再構築」に100～150億円の投資をする計画です。

III. リスク管理

当社グループは、経営課題に内在するさまざまなリスクに対応するため、ESG経営推進委員会、ガバナンス委員会をはじめとする各種の社内委員会を設定し、リスク管理、コーポレート・ガバナンスの充実に努めています。

気候変動に伴うリスクと機会には、脱炭素社会への移行に起因するものと、気候変動の物理的な影響に起因するものが想定されます。こうした気候変動に伴う外部環境の変化を整理し、さらにアパレル産業への影響を評価した上で、当社グループの事業活動への影響度を鑑み、重要なリスクと機会を特定しています。特定したリスクと機会に関しては、ESG経営推進委員会にて報告され、対応方針、施策、目標の策定とともに審議されています。審議された内容は取締役会に報告され、その監督の下、最終決定されます。

また、経営戦略に関する意思決定など、経営判断に関するリスクについては必要に応じて法律事務所などの外部の専門家の助言を受け、関係部門において分析・検討を行っています。

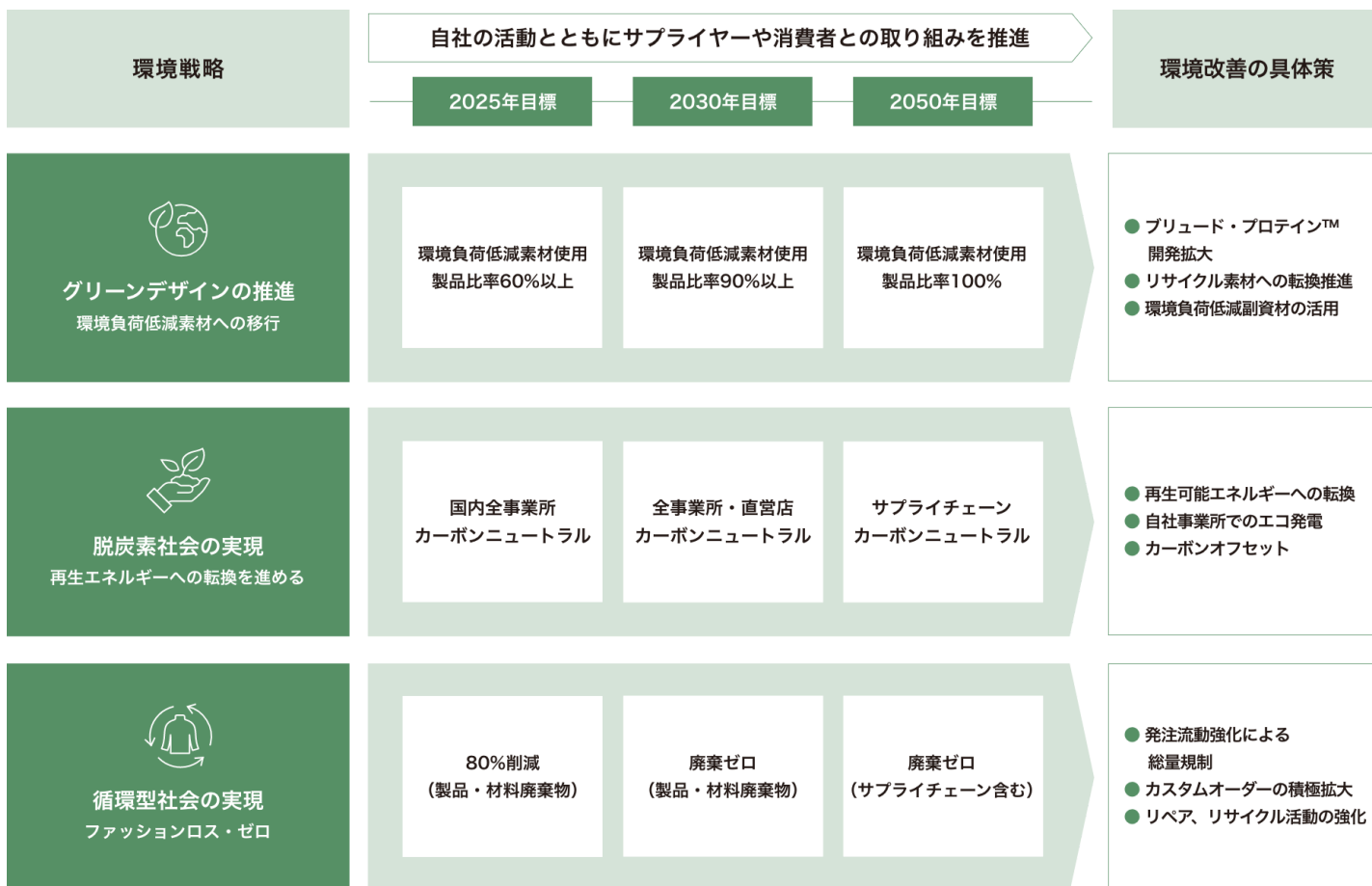
IV. 指標と目標

1. 気候関連リスク及び機会を評価する指標と目標

当社グループでは、VUCA時代の環境変化に適応し、持続的成長を実現するため、リスクと機会を見極めながら当社の強みを生かして、事業と環境の二つの側面におけるサステナビリティの両立を目指す長期ビジョン「PLAY EARTH 2030」を策定しました。そのなかでも環境問題への取り組みを最重要課題のひとつとして2030年、2050年を見据えた目標を設定しています。

地球環境の改善に向けた環境重要課題として「グリーンデザインの推進」「脱炭素社会の実現」「循環型社会の実現」を掲げ、中期・長期の目標設定と環境改善に向けた具体策を進めています。

具体的には「グリーンデザインの推進」として環境負荷低減素材への移行を目標に、Brewed Protein™の開発拡大やリサイクル素材への転換推進、環境負荷低減副資材の活用などにより、2050年までに環境負荷低減素材を使用した製品比率100%を目指します。また、「脱炭素社会の実現」については、再生可能エネルギーへの転換を進めるとともに、サプライチェーンマネジメントの強化により、2050年にはサプライチェーンを含むカーボンニュートラル達成を目指しています。「循環型社会の実現」については、ファッションロス・ゼロを目標に、発注流動強化による総量規制やファッションロス・ゼロに向けた業界連携などを推し進め、2050年までにサプライチェーンを含む廃棄ゼロの達成を目指す計画です。



2. 温室効果ガス排出量の削減目標及び実績

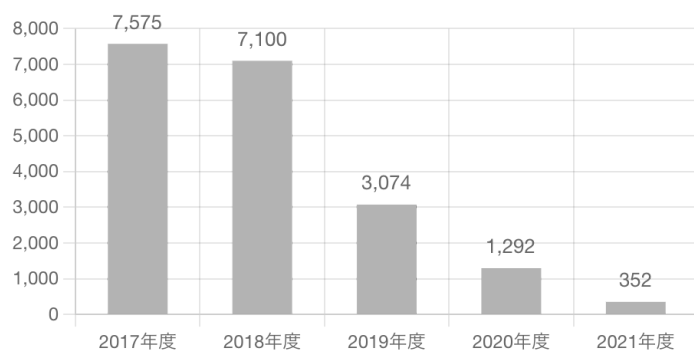
①削減目標

当社は、2050年でのサプライチェーンを含めたカーボンニュートラルを目指し、2025年には国内全事業所、2030年には全事業所・直営店でのカーボンニュートラルを目標として取り組んでいきます。

②実績

当社の温室効果ガス排出量については、2021年度現在352t-CO₂eとなっています。2020年度の実績は1,292t-CO₂eでしたが、東京本社や富山本店など主要オフィスの再生可能エネルギーへの転換を進めたことで、CO₂の排出量を72.8%削減しました。

CO₂排出量 (t-CO₂)



事業再編のため、2019年度期中の算定対象から染色加工事業が除かれています。

基本的な考え方

アパレル産業は、温室効果ガスの排出量、水の使用量、製品の大量廃棄など、社会や環境へのマイナスインパクトが非常に大きい産業といわれています。ライフサイクルの短い有害な製品から、環境の持続可能性を高め生活者に安全で長期にわたって役立つ製品の提供が求められています。ゴールドウイングループでは、出来るだけ長くご使用いただける製品づくりや、サービス提供を前提とするとともに、環境負荷の低い素材の使用比率を高めていきます。

環境重点課題

当社グループでは、環境の持続可能性を高め、生活者に安全で長期にわたって役に立つ製品を提供する事を目指し、環境負荷が低く再生可能な原材料を使用した製品開発を積極的に進めてきました。そして新たに策定した中期経営計画のなかで、あらためて重要課題の一つとして「グリーンデザインの推進」を設定しました。

環境負荷低減素材を使用した製品の比率は、各事業部門の重点目標項目に組み込まれるとともに、代表取締役社長が委員長を務めるEMS推進委員会で、月ごとの進捗を確認しています。また、四半期に一度開催されるESG経営推進委員会でも進捗が報告されます。

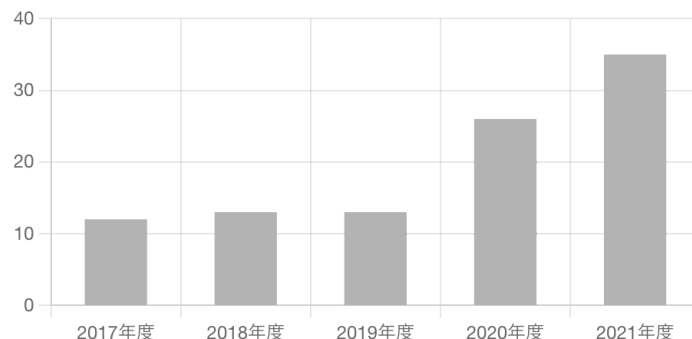
環境改善活動における戦略と具体策



環境負荷低減素材使用製品の拡大

2021年度は、ブランド横断での素材情報の共有を強化したことで、全社的に環境負荷低減素材の使用が進みました。環境負荷低減素材を使用した製品の比率は当初計画の30%を上回り36%となりました。構造タンパク質素材「Brewed Protein™ (ブリュード・プロテイン™)」をはじめとした植物由来原料、リサイクルやアップサイクル原料など、環境負荷の低い素材を使用した製品開発を今後も積極的に進めていきます。

環境負荷低減素材使用製品比率(%)



GREEN IS GOOD — お客さまとのコミュニケーション

持続可能な社会の実現を目的に2008年から行っている環境負荷低減活動です。すべてのスポーツフィールドで「さまざまな環境に配慮する」という考えのもと、環境負荷を減少するためのアイデアを取り入れた製品開発や製造に加え、その製品の使用者であるお客さまと一緒にアクションを起こすことで、循環型社会の実現を目指してきました。

「GREEN CYCLE/繰り返し使う」「GREEN MATERIAL/選んで使う」「GREEN MIND/大切に使う」の3つのキーワードをもとに取り組みを進めています。関連の製品と分かる表示をすることで、お客さまが環境配慮型の製品である旨をご認識できるようにしています。今後も「グリーンデザインの推進」や「ファッションロス・ゼロ」に直結するGREEN IS GOODの活動を一層強化していきます。



楽しみながら緑の地球を守る、というプログラム。ゴールドウインは、環境に配慮した製品の開発、楽しみながら環境への負荷を減らせるようなアイデアなど、スポーツ用品メーカーとして環境のためにできることを、GREEN IS GOODのコンセプトのもとで展開しています。

▶ GREEN IS GOOD WEBサイト [🔗](#)



繰り返し使う
GREEN CYCLE

使用後の製品を回収し、新たな製品として再生しようという「循環型リサイクルシステム」。ポリエステルやナイロン繊維製品をリサイクルすることにより、枯渇する石油資源に依存せずに繊維製品そのものを原料として循環させます。ダウンのリサイクルも実施しています。



選んで使う
GREEN MATERIAL

素材を選択する際は、化石資源を使用しないこと、リサイクル素材であること、より少ない資源の利用で早く成長する植物を原料としていることなど、環境負荷を最小限に抑えたものを優先します。



大切に使う
GREEN MIND

お客さまに長く愛用していただくため、機能・耐久性・デザインなど、すべての面において優れた製品を提供できるよう開発を行っています。また、自社のリペア部門でのリペアサービスも推進しています。

環境に配慮した次世代新素材の共同開発

スポーツアパレルの多くは、石油を原料として製造された合成分子材料（ポリエステルやナイロンなど）を使用しています。これらの素材はその製造過程において膨大なエネルギーを消費するため、温室効果ガスを排出し、その結果大気中の二酸化炭素濃度の急激な上昇による気候変動、また、石油化学由来素材のマイクロプラスチックによる海洋汚染といった環境問題が顕在化しています。石油の枯渇が懸念されている状況において、持続可能な資源へと転換していくことは現代社会に生きる私たちにとっての大きな責任です。

このような地球規模の環境問題に挑むため、当社は2015年よりSpiberと共同で「構造タンパク質素材」の研究を進め、2015年秋には天然のクモ糸を模倣した構造タンパク質素材を用いたアウトドアジャケットのプロトタイプを発表。その後4年間かけて素材の改良を重ね、2019年には構造タンパク質素材「Brewed Protein™（ブリュード・プロテイン™）」を使用したTシャツならびにアウトドアジャケットを「THE NORTH FACE」から発売。さらに2020年には「Goldwin」から、ウールとBrewed Protein™とを混紡したセーターを発売しました。

当社はこの共同開発を通して、自然と人間の関係性について改めて見つめなおし、機能と環境性を高度に両立した全く新しい素材のあり方、製品のあり方、経済のあり方を考え続け、自然と美しく調和する未来のライフスタイルに寄り添うスポーツアパレルをデザイン、提案することによって、人類社会の持続可能な発展に大きく貢献できると信じ、研究開発に努めています。

▶ Spiber株式会社との共同開発 構造タンパク質「ブリュード・プロテイン」特設サイト



リサイクル素材への転換促進

スポーツアパレルの多くは、石油を原料として製造されたポリエステルやナイロンなどを使用しています。枯渇していく化石燃料に頼らないリサイクル素材の転換を積極的に進めていきます。あわせて店舗では、不要となった衣類の回収を行い、限られた資源の循環利用を促進しています。

環境負荷低減副資材の活用

製品主素材での環境負荷が低い素材使用比率を高めるとともに、製品の付属パーツに関しても、今後は環境への負荷が少ない原料を使用した資材の利用を進めていきます。また、容器・包装や吊札類の削減、循環利用可能な材料の選定など、副資材の利用におけるさまざま環境負荷低減も推進していきます。

今後の課題

今後も既存の環境負荷低減素材の使用した製品の比率を高めるだけでなく、新規の環境負荷低減素材の開発に取り組んでいきます。ステークホルダーの皆さまにも当社グループの環境に対する取組をご理解頂けるように努め、機能、美しさだけでなく環境に配慮した製品として選択して頂けることが課題となります。

基本的な考え方

近年、アパレル産業の環境への負の側面がクローズアップされており、CO₂排出量は全産業の約10%を占めるといわれています。一方で地球温暖化は喫緊の課題であり、パリ協定で約束された1.5%目標の達成に向けて、われわれの産業でも積極的な対応が必要です。

ゴールドウイングループでは、私たちのフィールドを守り、フィールドでの活動を続けるために、気候変動が事業活動に与える影響を科学的シナリオに基づき分析し、事業活動に伴う温室効果ガスを削減する中期経営計画を策定しています。

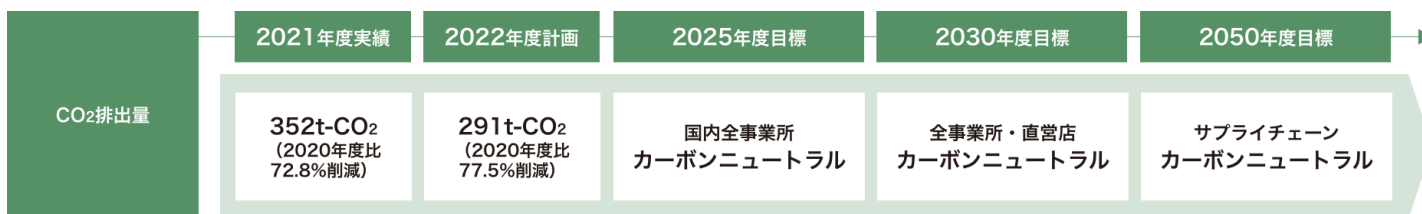
環境重要課題

当社グループではかねてより、主要事業所におけるエネルギー消費量の削減とCO₂の排出量削減に取り組んできました。これらの取り組みを一層進め、サプライチェーン全体でのCO₂削減に取り組むために、新たに策定した中期経営計画のなかで、重要課題の一つとして「脱炭素社会の実現」を設定しました。サプライヤーとの連携を強化し、化石燃料に頼らない原材料の調達と共に、カーボンニュートラル達成を目指しています。

また、代表取締役社長が委員長を務める「EMS推進委員会」を中心に脱炭素社会の実現に向けた取り組みを進めています。EMS推進委員会は事業所ごとの温室効果ガス排出量の実績を毎月管理し、排出量の削減に努めています。また、四半期に一度開催されるESG経営推進委員会でも進捗が報告されます。

2021年度は目標達成に向けて、直営店のエネルギー使用量の把握を進め、GHGプロトコルに基づくScope3の算定にも着手しております。

環境改善活動における戦略と具体策



温室効果ガス排出量削減

当社グループは、継続して温室効果ガス排出量の削減を実施しています。国内主要事業所の2021年度の排出量は352 t-CO₂でした。排出量の大部分は事業所の電力と空調に用いる重油が占めていました。国内事業所の2020年度の排出量は1,292 t-CO₂でしたが、事業所で使用する電力を再生可能エネルギーへの転換にすることで、着実に温室効果ガス排出量の削減を進めています。2022年度は排出量の多い重油を廃止し、電力へ切り替えることでさらなる削減に取り組めます。

CO₂排出量推移(t-CO₂)



事業再編のため、2019年度期中の算定対象から染色加工事業が除かれています。

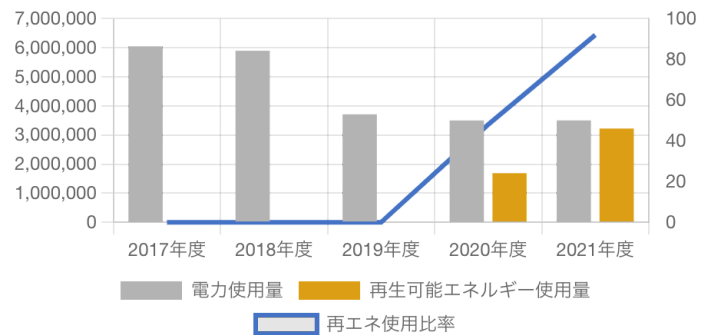
電力使用量推移(kwh)



再生可能エネルギーへの転換

当社グループは、温室効果ガス排出量の削減のために、国内主要事業所で使用する電力を再生可能エネルギーに転換してきました。その結果、2021年度の国内事業所における電力使用量のうち再生可能エネルギーの占める割合は92%と、2020年度の48%から44ポイント上昇しています。今後は再生可能エネルギーへの転換を進めるだけでなく、富山地区の事業所において太陽光パネルによる自家発電に取り組む予定です。

電力使用量(kwh / %)



※国内主要事業所使用量（一部の事業所と店舗は除く）

オゾン層破壊物質の適正管理

当社グループでは、空調機器に充填されているフロン類を、フロン排出抑制法に定められた基準に従い管理しています。2021年度はフロン類の漏洩は確認されませんでした。今後も法を順守し、フロン類の排出抑制に努めていきます。

今後の課題

2021年度は国内事業所での温室効果ガス排出量を計画値以上に削減できました。今後も中長期計画に基づき国内事業所の温室効果ガス排出量を削減していきます。2030年度、2050年度の目標に掲げている直営店、サプライチェーンでの温室効果ガス排出量については、算定を進め、排出量の実態を把握することが今後の課題となります。

基本的な考え方

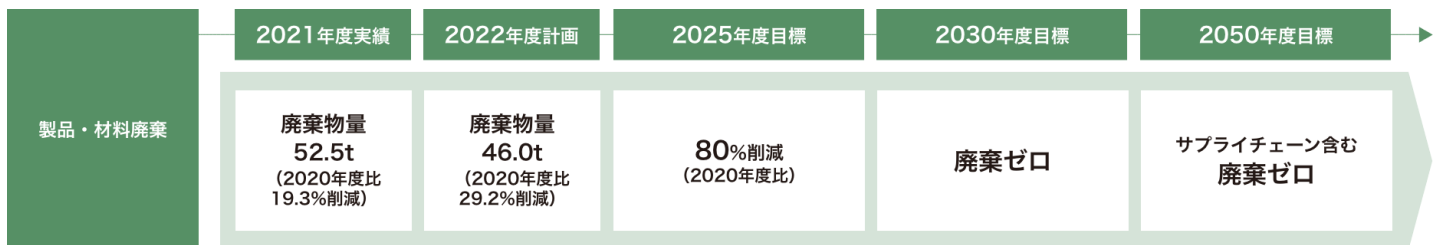
アパレル産業は人々の生活で重要な役割を果たす一方で、大量生産・大量消費・大量廃棄といった社会や環境への負のインパクトが深刻化しています。再生可能な原材料の利用や長期的に使用していただける製品の提供など、循環システムの構築が必要です。ゴールドウイングループでは、事業活動における廃棄物削減や、製品寿命の長期化や不要となった衣料の再利用など、廃棄をなくすファッションロス・ゼロによる循環型社会の実現を目指します。

環境重要課題

当社グループでは、これまで調達や生産計画の管理を徹底し、自社内での資材や製品の廃棄削減に努めてきました。そして、バリューチェーン全体で廃棄による単純焼却や埋め立てをなくすべく、新たに策定した中期経営計画のなかで、重要課題の一つとして「循環型社会の実現」を設定しました。不要となった衣類の店頭回収とその再利用の推進と共に、調達先との連携によるロス削減を進め、サプライチェーン全体での単純焼却や埋め立てのない循環型社会の実現を目指しています。

また、代表取締役社長が委員長を務めるEMS推進委員会で、廃棄物量の実績を毎月管理し、廃棄物の削減と有効活用を進めています。さらに、四半期に一度開催されるESG経営推進委員会でも進捗が報告されます。

環境改善活動における戦略と具体策



廃棄物の削減

当社グループの2021年度の産業廃棄物の排出量は52.5tでした。2020年度の実績は65tでしたが、販売ロス率の低減による製品廃棄量の削減に加えて、デッドストック材料の有効活用を推進することにより廃棄物量を削減しています。今後は自社における廃棄物量のさらなる削減、及びサプライチェーンにおける廃棄物量を把握し、削減方法を検討することが課題です。

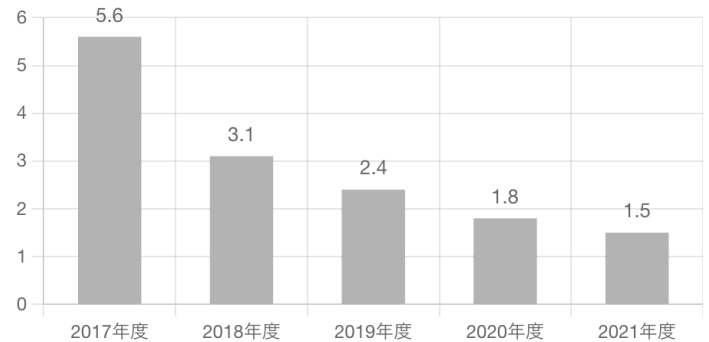
廃棄物排出量 (t)



販売ロス率の低減による製品廃棄の削減

アパレル産業で大きな環境問題とされているのが、供給過剰による製品廃棄問題です。当社は2000年からの実需型ビジネスモデルへの転換を機に、発注流動管理を徹底し、調達総量を厳しく管理しています。また、お客さまにできるだけ長く着用いただける定番商品の開発や、販売期間中の迅速な在庫流動により、2021年度の販売ロス率を1.5%まで低減しています。

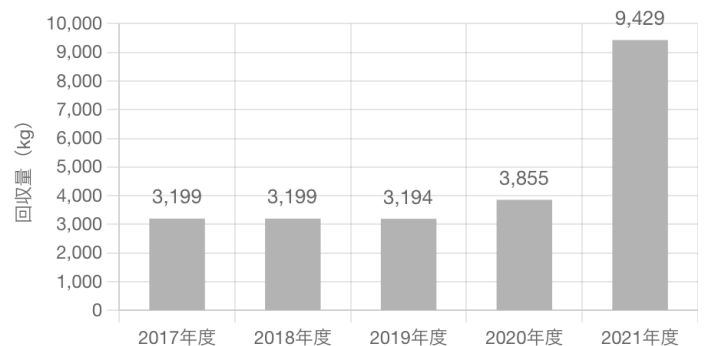
販売ロス率 (%)



リサイクルの推進

当社グループは、限りある資源を大切に使うために、衣類を循環型モデルに組込む取り組みを進めています。ブランドや質・状態に関わらず、不要となった衣類を回収し、新たな製品の原料にするリサイクル活動を2008年よりさまざまなパートナー企業とともに開始しました。2021年度は9,429kgの衣類を回収しました。当社の直営店を中心に全国158カ所（2022年3月末時点）の店頭でリサイクルボックスを設置し、お客さまからの製品回収を進めています。さらに、富山マラソンやウルトラトレイル・マウントフジなどのスポーツイベントで製品の回収を実施し、パートナー企業（河田フェザー株式会社、東レ株式会社、長谷虎株式会社、株式会社JEPLAN）の協力のもと、循環型ビジネスに向けたリサイクル活動を推進しています。

製品回収実績



大切に使用いただくためにリペアサービスを推進

THE NORTH FACE（ザ・ノース・フェイス）では、「もし素材や製造上の欠陥が原因であれば、代金は一切いただきません。その他の場合は、適正な価格で修理いたします」というポリシーを徹底したリペアサービスを行っています。現在当社では、THE NORTH FACEをはじめとしたアウトドアブランドの製品に限らず、モーターサイクルウエア、スキーウエア、アスレウエアなどもリペアの対象としており、キッズ商品（一部を除く）は無

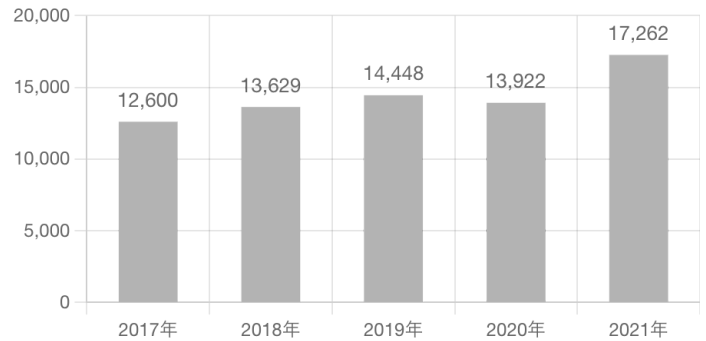
償で対応しています。

環境への関心の高まりなどにより、製品の使用期間は長期化する傾向にあり、修理の依頼も増加しています。2004年の時点で年間3,500件程だった依頼は、2021年度は17,262件になりました。

当社グループでは、製品リペアの需要が今後も増加すると見込んでおり、リペア体制を拡充し、修理件数の増加に対応することに加えて、2025年にはこれまで6週間だった納期を2週間に短縮することを目標にしています。また、これまで店頭のみでの受け付けていた修理依頼をWEBでも受け付けられるようにし、サービスの拡充を図っていきます。



リペア実績 (件)



今後の課題

2021年度は計画どおりに廃棄物の排出量を削減することができました。衣類の回収量、リペア件数も増加傾向にあります。今後は2050年度のサプライチェーンにおける廃棄物ゼロの実現のために、自社のみでなく、サプライチェーンでの廃棄物の排出量の把握と削減が課題です。

基本的な考え方

ゴールドウイングループは、「常識を突き抜ける想像力、世界に貢献する革新的な開発で地球環境の改善を目指す」ことをビジョンに掲げ、スポーツと環境を第一に考えたものづくりを進めています。こうした環境に関する取り組みや、情報を、社会に広く発信し透明性を高め、ステークホルダーとのコミュニケーションを促進しています。また、従業員にも環境教育を毎年行うことで、環境に対する意識の向上を図っています。

GREEN IS GOOD

生活者と共に環境を考え持続可能な社会を実現することを目的に、当社は2008年からスポーツ用品メーカーとして環境のためにできることを、GREEN IS GOODのコンセプトのもとで展開しています。スポーツフィールドやアウトドアフィールドで「さまざまな環境に配慮する」ことを目標に、環境負荷を減少するためのアイデアを取り入れた製品開発や製造に加え、その製品の使用者であるお客様と一緒にアクションを起こすことで循環型社会の実現を目指してきました。店頭や製品、当社のWEBサイトやイベントなどを通じたお客様とのコミュニケーションと共に活動推進を進めています。



▶ GREEN IS GOOD [☑](#)

JSFA（Japan Sustainable Fashion Alliance）への加盟

当社は、2021年8月に、ファッション産業に関わる様々な分野の11社と共同で「ジャパンサステナブルファッションアライアンス（英文名：JAPAN SUSTAINABLE FASHION ALLIANCE 略称：JSFA）を設立し、ファッション産業の抱える様々な課題について、議論しています。2021年度はJSFAの共同代表の1社として、運営に携わりました。参画企業とともに、ファッション産業が自然環境や社会に与える影響を把握し、ファッションおよび繊維業界の共通課題の解決策を導き出し、「適量生産・適量購入・循環利用によるファッションロスゼロ」と「2050年カーボンニュートラル」を目標にサステナブルなファッション産業への移行を推進します。

環境教育

当社グループでは、環境理念と環境方針の周知と、環境重点課題の進捗を共有することが目的に、業務部門ごとに年に2回の環境教育を実施しています。

また、全従業員を対象とした研修として、2021年度はサステナビリティ研修とマイクロプラスチック研修を行いました。サステナビリティ研修では、ファッション業界を取り巻く環境課題と自社の目標、自社の環境配慮型商品の取り組みの紹介に加え、取引先による取り組みについても代表企業より講演いただき、従業員の理解を深めました。マイクロプラスチック研修ではプラスチックに関連する映画の上映会を行い、マイクロプラスチック問題について学びました。

2022年度も全従業員を対象に環境方針の徹底を図るだけでなく、当社グループを取り巻く、環境問題を学ぶ機会を提供していく方針です。



研修内容	対象者	参加者	研修時間
サステナビリティ研修	全従業員	441名	120分
マイクロプラスチック研修	全従業員	189名	90分

環境コミュニケーション事例

ゴールドウイングループでは、環境への取り組みをホームページ、統合報告書、及びイベントでの協賛を通じて積極的に行っております。また、店頭やスポーツイベントなどで、スポーツやアウトドアアクティビティへの参加者と共に地球環境改善に向けた活動推進を実施しています。さらに、キッズネイチャースクールやPLAY EARTH PARKなど、地球の未来をになう子どもたちに体験や遊びを通じて自然や地球への興味喚起と共に自然環境を守る大切さを感じてもらえる活動を行っています。



▶ 次世代育成

環境への取り組みを伝えるホームページ

当社グループのホームページでは、環境重点課題の具体的な取り組みや実績を報告しています。当社グループのサステナビリティに関するニュースは随時更新し、最新の情報をお伝えすることに努めています。

富山マラソン2021での衣類の回収

当社は、2021年11月7日（日）に開催された「富山マラソン2021」に協賛しています。当社の環境に対する取り組みを紹介する、ブースを出展するとともに、衣類の回収を行いました。



地域清掃活動

当社グループでは、業務部門ごとに地域の清掃活動を行っております。2021年度は51回の清掃活動を行いました。

今後の課題

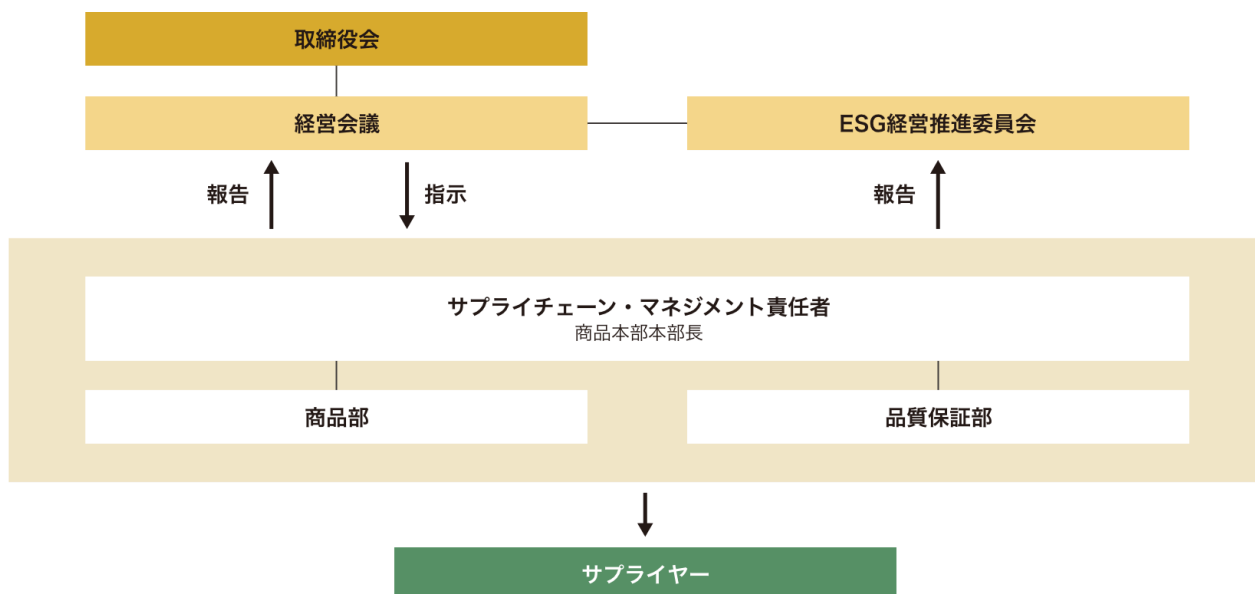
2021年度は社内の環境教育を業務部門ごとに行いました。取引先から、最新の環境配慮型素材をご紹介いただくことで、従業員の環境に対する意識向上につながりました。また、2021年度は新型コロナウイルスの影響もあり、ステークホルダーの皆様にご覧いただく機会が限られていましたが、今後は様々な媒体を通じて、当社グループの環境への取り組みをお伝えしていきたいと考えています。

基本的な考え方

サプライチェーンが世界的に拡大する今日、自社グループの範囲を超えて、サプライチェーン全体で持続可能な社会の実現を目指していくことが、企業の重要な社会的責任となっています。ゴールドウイングループでは、2021年度に改訂したゴールドウインサプライヤー行動規範のもと、サプライヤーの協力を得て、コンプライアンスや品質保証、環境、人権などに配慮した調達活動を進めています。国内外のサプライヤーと公正公平な取引に基づく良好な関係を構築し、透明性を重視したサプライチェーン・マネジメントによって、持続可能な社会発展に貢献していきます。

推進体制・責任者

商品本部本部長を責任者とし、商品部と品質保証部を主管部門とするサプライチェーン・マネジメント体制を構築しています。国内外のサプライヤーに対して継続的なコミュニケーションを図り、当社の方針への理解や協力を求めています。各施策はESG経営推進委員会及び経営会議へ報告し、経営会議を通して取締役会から監督・指示を受けています。



ゴールドウインのサプライチェーン

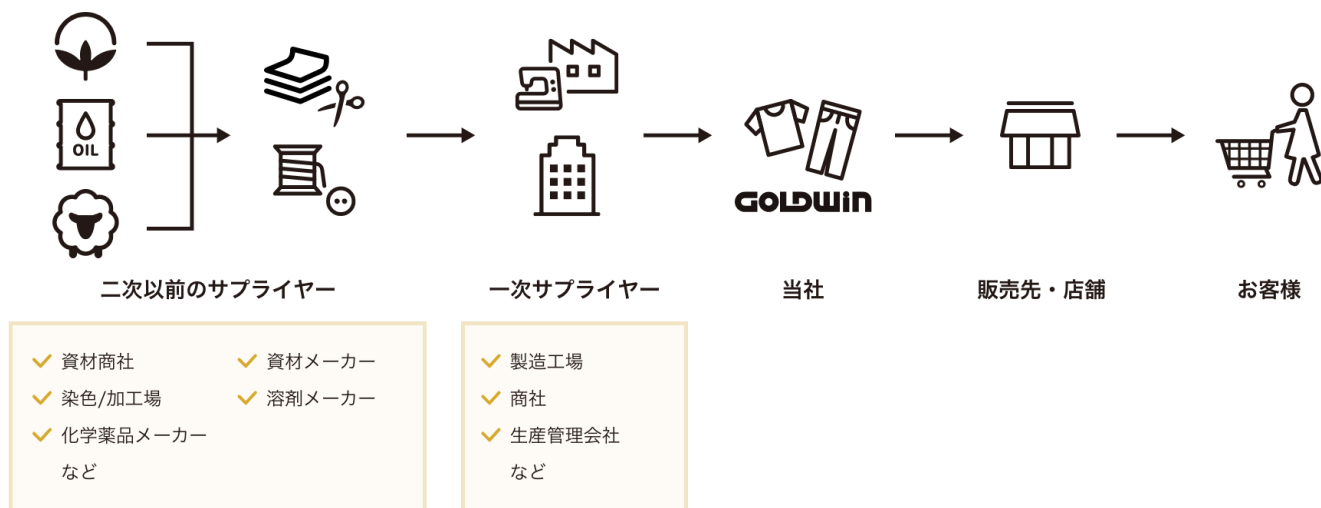
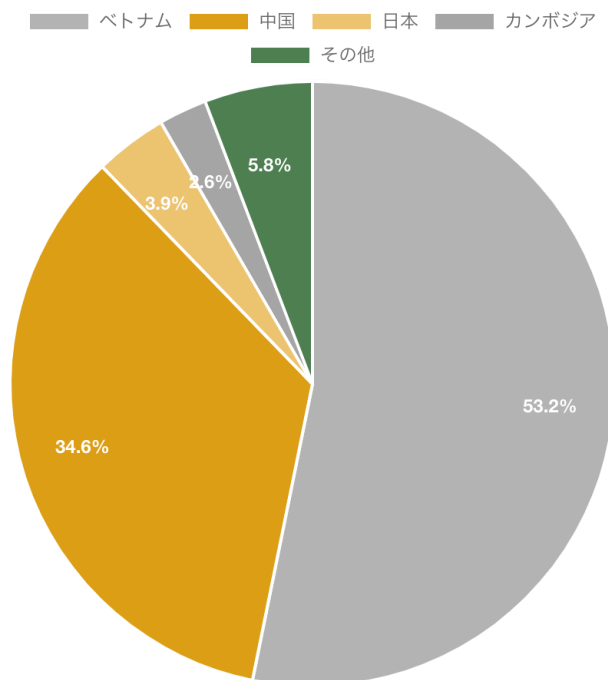
当社グループでは、国内外のさまざまなサプライヤーより直接・間接的に調達活動を行っています。完成製品を当社に納品する1次サプライヤー、及び1次サプライヤーを通して当社製品に資材、化学物質、原材料などを供給する2次サプライヤーを、広くサプライチェーンとして捉えています。

1次サプライヤーとなるのは、当社製品の製造工場、及びその製造に関わる商社・生産管理会社です。品質指導などのコミュニケーションを直接行うとともに、2021年度よりすべての製造工場に書面監査を実施しています。製造工場の約9割（発注金額換算）が海外工場です。

2次サプライヤーには、原材料の調達から、加工・染色などを経て資材（生地や副資材など）を製造する資材メーカーや、資材商社が該当します。

2021年度からの新体制のもと、現在は1次・主要2次サプライヤーに対して、当社が定めるゴールドウインサプライヤー行動規範及びゴールドウイン制限物質管理規定の同意覚書の締結を求めています。

製品原産国比率



新規サプライヤーの選定

当社グループでは、新規サプライヤーとの取引開始に先がけ、ゴールドウインサプライヤー行動規範やゴールドウイン制限物質管理規定などの当社基準を満たしていることを確認しています。全ての書類を受理確認し、書面監査「適合」評価後に取引を開始しています。2021年度には39社と新規取引を開始しました。

契約前に提出を求める書類

- ・ ゴールドウインサプライヤー行動規範同意覚書
- ・ 会社概要書
- ・ 会社確認書類（営業許可証/工場登記簿）
- ・ 書面監査報告書 ※製造会社のみ対象
- ・ 関係会社（下請け/加工場等）リスト
- ・ ゴールドウイン制限物質管理規定同意覚書
- ・ 危険物管理調査表

CSR調達

健全なサプライチェーンを構築し、製品の品質向上や、人権・環境・安全などへの取り組みを強化していくため、サプライヤーには書面・実地を組み合わせた監査への協力と、継続的な改善をお願いしています。また、毎年定期的に必要書類の更新を求めています。

一方、社内ではゴールドウインサプライヤー行動規範に関する運用フロー体制を整備し、事業部・商品部及び品質保証部で役割と責任を明確化した管理を行っています。持続可能性に配慮したCSR調達により、当社とサプライヤー双方の企業価値向上を目指します。

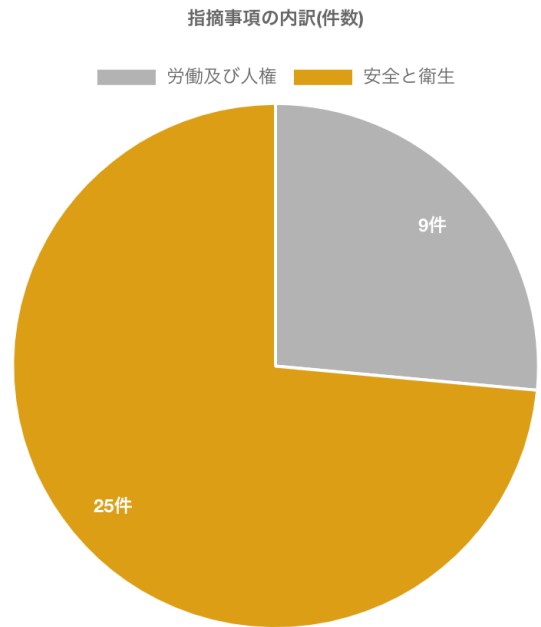
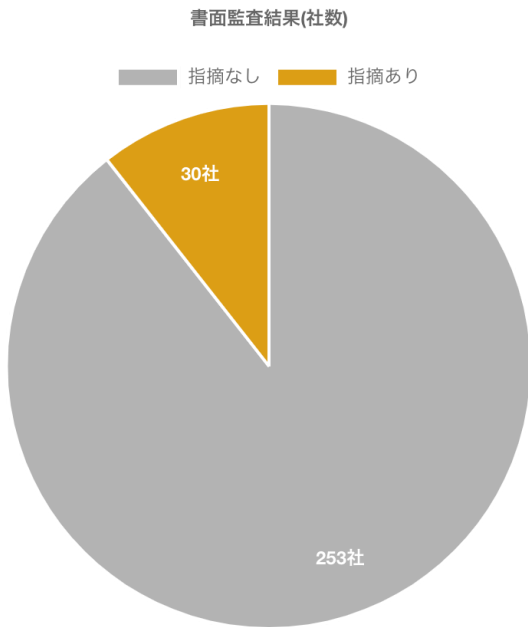
サプライヤー監査

2021年度より、当社では取引のある全製造工場への年1回の書面監査（セルフチェック報告）を開始しています。以下の9項目で合計約80の質問に対しアンケート形式で回答を求め、ゴールドウインサプライヤー行動規範で定める法的・社会的・倫理的要件の進捗状況を確認し、当社に共有いただいています。また、回答結果からリスクが認められたサプライヤーには、個別に改善を要請します。

2021年度は283社を対象に書面監査を実施しました。また、主要製造工場を中心に57社の実地監査を行っています。監査結果はサプライヤーにフィードバックされ、是正が必要な工場には、是正実施と是正報告書の提出をお願いしています。2021年度に是正が必要と判断された事項については、是正状況の確認を進めています。

書面監査の項目

1. 法令の遵守、事業ライセンスの取得
2. 労働及び人権
3. 安全と衛生
4. 下請業者の利用
5. 環境関連法令の遵守
6. 知的財産、守秘義務
7. 施設警備及び保全
8. 遵守状況の確認
9. 安全・安心な製品の生産について



サプライヤーとのコミュニケーション

当社の事業は、生産現場を動かし、製品・材料等を当社に納品するサプライヤーの協力なくして成り立ちません。事業を通してサステナビリティを推進する当社の考え方をサプライチェーンに広く共有し、相互の信頼のもとで協働体制を築いていけるよう、サプライヤー一社一社とのコミュニケーションを重視しています。

取引先説明会

ゴールドウインのサプライチェーンに関するCSR体制について、2021年度には動画による取引先説明会を実施しました。ゴールドウインサプライヤー行動規範の策定にあたり、その背景や具体的な改訂事項を説明するとともに、提出をを求める書類の記入方法についても解説するものとなっています。本動画は、ゴールドウインサプライヤー行動規範に関する同意覚書を締結する製造工場・商社・生産管理会社・資材関連会社に視聴いただいています。



主要サプライヤー（商社）との定例会議

当社では、主要取引先とそれぞれ個別に月次定例会議を実施しています。品質・コスト・納期などについて情報交換するほか、その時々が発生している課題について話し合い、ともに解決していく場としています。継続的なコミュニケーションを重ねることで、連携を深め、より良いパートナーシップの構築に努めます。

社内教育

当社では、サプライチェーンに関するCSR体制の強化に向けて、社内の調達関係者への教育を定期的を実施しています。

2021年度は、サプライチェーンに関する新しいCSR体制の導入・推進にあたり、従業員向けに外部講師を招き、グローバル視点で見たサプライチェーンに対するサステナブルマネジメント、制限物質管理についてのセミナーを開催し、従業員の理解、意識付けを勧めました。また、ゴールドウインサプライヤー行動規範の見直しや、新体制への移行にあたってその内容や考え方を正確に伝え、取引先との窓口を務める上で適切な対応ができるよう、情報を共有しています。

下請法研修

公正な取引を実現するための法律、下請代金支払遅延等防止法（下請法）に関する社内研修を、財務研修の一環として毎年実施しています。下請法の目的や対象となる条件、親事業者の義務などとともに、発注書関連記載必須項目についても解説し、社内の担当者が発注にあたって法令遵守を徹底できるようにしています。2021年度には20名が受講しました。

今後の課題

当社グループでは、今後もサプライヤー各社との連携を深め、サプライチェーン全体で社会的責任を果たしていきます。

次年度以降は、サプライヤーより収集したさまざまな情報・リストをマネジメントに的確に活かしていけるよう、管理フローを確立することに加え、CSR観点からの調達の重要性について、調達担当者をはじめ全役職員の意識向上を目指します。さらに、当社グループの事業に適合した認証制度の検討と取得、サプライチェーンへの展開などに取り組む計画です。

基本的な考え方

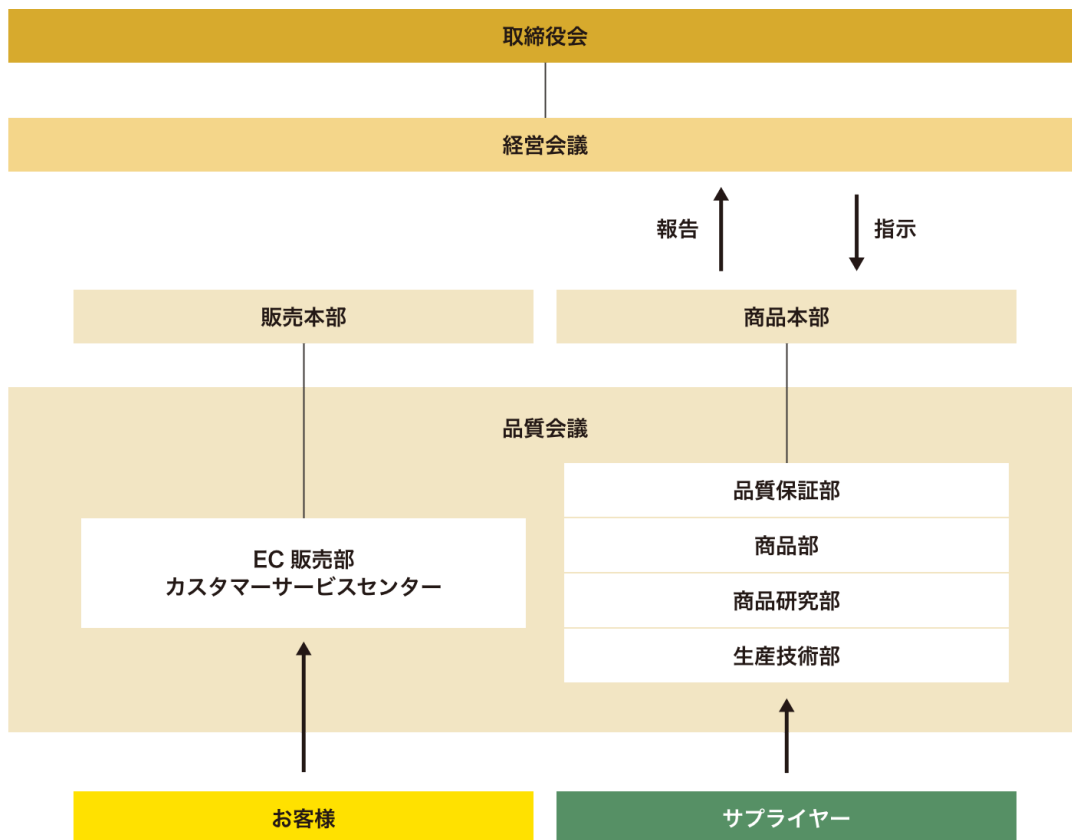
ゴールドウインでは、「スポーツを通じて、豊かで健やかな暮らしを実現する」という企業理念のもと、お客さまの役に立つ商品やサービスの価値創造を目指し、製品の安全確保と品質向上に努めています。設計から材料手配、生産、完成後の製品検査に至るまで、関連する法令を遵守し、「店頭起点」の発想でお客さまの声を製品づくりに反映しながら、ご満足いただける品質を追求します。スポーツを楽しむ人の安心や快適性を守り、ときに競技のパフォーマンスさえも左右する製品を提供する責任を認識し、スポーツ基軸の高い品質実現を目指し続けます。

推進体制・責任者

品質保証部長を責任者とし、品質保証部が主管部門となってグループ全体の品質管理の取り組みを統括しています。品質保証部では運営ルールの策定や数値管理を行うほか、品質会議を毎月開催し、商品部・商品研究部・生産技術部・カスタマーサービスセンターとの連携を深めています。一方、品質に関するサプライヤーへの情報共有・依頼は商品部が担います。

各施策に関する経営層への報告は、代表取締役社長及び取締役専務が出席する商品本部の月次会議の中で行っています。また、カスタマーサービスセンターに寄せられる品質へのクレーム情報は、経営層を含めて部長以上の全管理職にも随時配信されています。

体制図

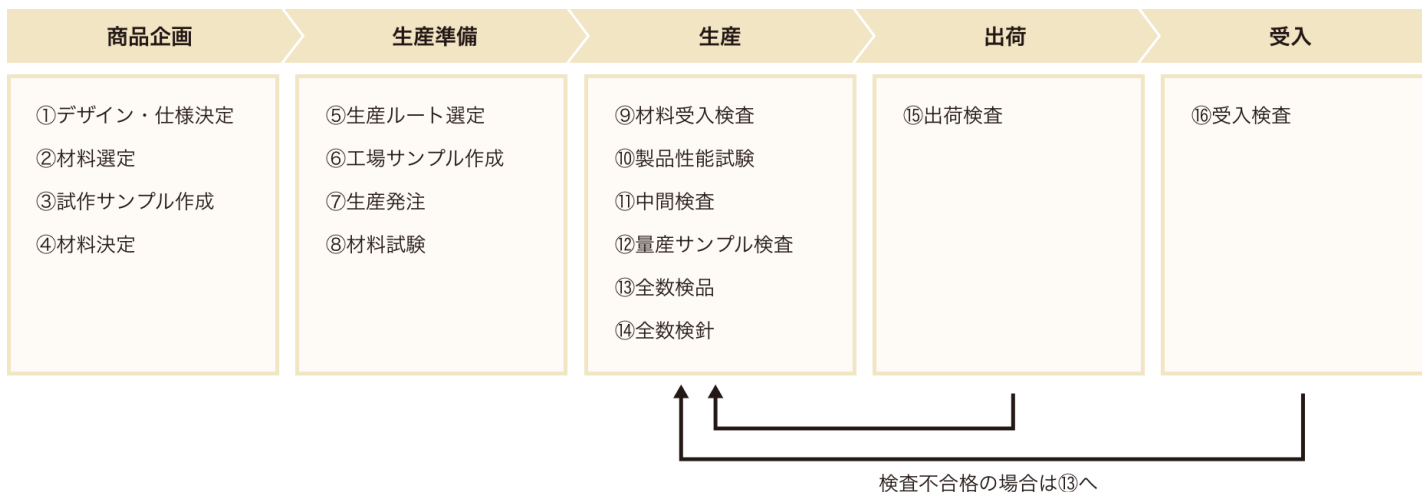


品質管理体系

ゴールドウインでは、グループの品質基準を統一化した「製品品質基準」を独自に定め、サプライヤーにも理解・熟知いただいています。製品品質基準は、4つの規定「製品品質管理規定」「製品品質検査規定」「材料品質管理規定」「材料品質検査規定」から成り立ち、当社が扱う製品に適用

されます。商品企画・生産準備・生産・出荷・受入の各プロセスにおいて、本規程に基づく確認・検査を行い、お客さまに高い品質を提供できる管理体系を整備しています。当社のゴールドウィンサプライヤー行動規範のもと、2021年度までに200社以上のパートナー工場に本規程への遵守をお願いしています。

品質管理体系図



サプライヤー工場の品質管理強化

国内外のサプライヤー工場の品質向上に向けて、当社の専門スタッフを現地に派遣し、品質管理と生産技術を直接指導しています。2021年度には11工場に対し、合計28回の専門スタッフ派遣を行いました。また、海外生産比率が90%を超える現在、グローバルでの対応は特に重要性を増しています。海外の主力サプライヤー工場との定期的な品質会議を継続しており、2021年度には9社と合計15回を実施しました。サプライヤー工場と連携した品質管理強化により、お客さまに安心してご使用いただける製品を提供するとともに、サプライヤー各社と当社の相互の企業価値向上を目指しています。



製品異常に対するリコール対応

ゴールドウィンでは、製品異常による事故の発生・拡大の可能性を最小化するため、以下のようなリコールの対応をとっています。

- ・販売中止及び流通、店頭からの製品回収
- ・消費者に対するリスクについての適切な情報提供
- ・消費者の保有する製品の交換、改修（点検・修理等）又は引取り

製品異常や事故が認められた場合、全社で共有する「リコール処理手順」に基づき、当該事業部と品質保証部が連携のもと、お客さまへの被害を防ぐことを最優先に速やかに対応しています。

「リコール処理手順」概略

1. 製品異常の報告を受けた担当者が、速やかに当該事業部に伝達
2. 当該事業部による事実関係の把握、品質保証部への情報共有
3. 「リコール判定ガイドライン」に基づくリコールの判定、重大事故の場合はリコール対策本部を設置
4. リコールの実施/当該事業部が事前に準備を進めた上で、一斉に告知し、全社でリコール対応
5. 回収状況のモニタリングとレポート作成
6. 当該事業部と商品部が連携し、原因を究明、再発防止策を策定
7. 処置結果と再発防止策の社内への公開
8. 製品の回収率が100%となった時点でリコール終了

2021年度は、24件のリコールを実施しました。そのうち重大事故と認められるものはありませんでした。

品質管理に関する従業員教育

製品の高い品質を支えるのは従業員であるという認識のもと、当社では品質管理に関する従業員教育を継続的に行っています。調達担当者を中心に、職層に合わせたさまざまなプログラムを充実させています。

2021年度研修実績

研修	対象	一人あたり研修時間 (分)	受講者 (名)	研修目的・内容
リコール説明会	リコール担当者	16分	15名	リコール処理手順に関する学習
品質講習会	キャリア入社社員	175分	55名	GW品質基準書の説明、生地試験数値の説明
薬機法社内勉強会	表示管理者	71分	14名	広告・宣伝等表示に関する規制の学習
繊維の基礎知識	新入社員	210分	15名	どのような工程を経て衣類が作られるか、素材特性や生地特性を交えた内容。
製品検査について	新入社員	210分	15名	品質基準書のフローチャートによるモノづくりの説明と製品検査の役割説明
染色堅牢度知識と試験結果報告書の見方	テック・ラボ従業員	150分	4名	クレーム事例を交えて解説。自社基準がどの程度を想定した基準か理解を深める目的。
物性及び機能性試験の知識	テック・ラボ従業員	240分	4名	自社基準を中心に機能性試験の紹介。

制限物質管理

当社グループでは、すべての製品において、お客さまと従業員の安全を守り、地球環境への負荷を低減するよう努めています。製品づくりにおいて不可欠な役割を担う化学物質の使用では、各プロセスで徹底した管理を行い、有害物質の混入を防いでいます。

グローバル対応を強化していくため、2021年4月には、欧州をはじめとする海外事業国の法令や規制を踏まえた「制限物質管理規定」を策定しました。これは、当社グループが取り扱うすべての製品と、それに使用される材料等を対象に、制限物質とその制限値を明らかにしたものです。当社に製品や資材を納品するサプライヤーに本規定の理解を求め、下請けの管理を含めた遵守を依頼し、サプライチェーンでの管理体制を敷いています。また、品質保証部では、定期的にサプライヤーによる制限物質の管理状況確認のため、第三者機関による検証試験を任意で実施しています。

責任ある製品表示・広告の取り組み

製品に関する正確な情報をお伝えすることは、お客さまにより良い商品・サービスを安心して購入いただくために欠かせません。当社グループでは関連する法令・規制を遵守し、誤認されることのない製品表示・広告を徹底しています。

特に、すべての製品に関わる景品表示法への対応では、各部署に表示管理者を設定して取り組んでいます。具体的な表現・用語について注意を喚起する「注意が必要な表示事例集」を品質保証部で作成の上、表示管理者に配布し、各部署での対外資料作成時のガイドラインとして使用しています。

遵守する関連法・規制

- ・ 家庭用品品質表示法
- ・ 景品表示法
- ・ 薬機法
- ・ 資源有効利用促進法
- ・ 食品衛生法
- ・ JIS規格
- ・ JASPO（一般社団法人日本スポーツ用品工業協会）ガイドライン

今後の課題

「より高い品質」というゴールのない目標に向けて、当社グループでは今後も品質管理の取り組みを継続し、社会的責任を果たしていきます。安心・安全な製品の提供を通し、世界のお客さまから信頼される企業を目指し続けます。

次年度はグローバル対応強化の一環として、2021年度より開始したグローバル標準の「制限物質管理規定」を軌道に乗せ、安定運用することを目指します。また、クレーム・営業不良返品率の削減や、サプライチェーンにおける環境負荷低減などにも引き続き取り組んでいきます。

基本的な考え方

ゴールドウイングループでは、お客様との対話を基点とし、ブランド価値を最大化する店舗の運営とともに、カスタマーサービスセンターやリペアセンターの運営を通じて、販売後もお客様との継続した信頼関係づくりを進めています。お客様から頂戴する様々な声に真摯に向き合うだけでなく、まだ言葉に表れていないお気持ちにまで心を寄せて、最高の顧客体験の実現を目指しています。

推進体制

当社グループでは、開発や生産のプロセスのみならず、販売からお客様の使用に至るすべてのプロセスにおいて、安全と品質の管理体制を構築しています。店舗運営に関しては販売本部が統括し、カスタマーサービスセンターの運営などはEC販売部が担当しています。お客様からいただいた貴重なご意見は、各事業部や商品部、品質保証部、ゴールドウイン テック・ラボをはじめとする関連部門と連携し、後の製品開発やサービスの向上に生かしています。

ブランド価値を最大化する店舗表現

当社グループでは、ブランド価値をお客様に伝えることができる最前線は店舗だと考えています。出店する地域、お客様の層によって、専門性の高いショップ、ファミリー層に向けたショップ、ライフスタイルショップなど、さまざまなスタイルのショップを展開しています。それは品揃えだけでなく、店舗の内装、質感、音楽、香りなど、お客様の五感に訴え「居心地がよい」「長くここにいたい」と思わせるようなショップづくりを目指しています。

お客様とのコミュニケーションの場として

店舗は、お客様にスポーツを体験する機会を提供し、その魅力を積極的に提案する場でもあります。商品を提供する場としてだけでなく、お客様との大切なコミュニケーションの場として、イベントやワークショップ等も開催しています。そして、店舗でのお客様とのコミュニケーションから得た知見は、常に新たな商品・サービスの開発に生かされています。

お客様のニーズに寄り添った新たな店舗業態の開発

お客様との双方向コミュニケーションのさらなる向上を目指し、新たな販売業態の開発にも注力しています。フィールド隣接型店舗としては、北海道・ニセコや長野県・白馬にTHE NORTH FACE GRAVITYを展開し、ウェアやギアの販売だけでなく、製品・関連書籍の貸し出しやイベント開催など、お客様の幅広い要望に対応しています。

東京都内には「スポーツライフスタイルで24時間を過ごしたい人たちのココロとカラダをニュートラルに整える」をコンセプトにした都市型店舗 NEUTRALWORKS. をオープンしました。

これらの直営店舗を通じて、スポーツの新たな価値の探求や商品・サービスの提案を行っています。



THE NORTH FACE Sphere
アスレチックスポーツの新業態



都会派アウトドアユーザー向け
THE NORTH FACE STANDARD



ハイパフォーマンスランニングストア
THE NORTH FACE FLIGHT TOKYO



フィールド隣接型店舗
THE NORTH FACE GRAVITY

販売スタッフ研修「セールスコンベンション」

当社グループでは、企画開発した商品の機能や用途、更には着用場面や注意点などの情報を、直営自主管理店の店頭を通じて直接お客様にお伝えして、新しい体験をご提案する双方向コミュニケーションに力を入れています。

現在はコロナ禍のため休止していますが、年一回実施している接客ロールプレイングコンテストの「セールスコンベンション」を通じて、販売スタッフ自らの接客スキルの向上を目指しています。

お客様相談窓口

お客様からのお問い合わせは、ご相談内容に応じて下記3つの窓口を設置し、対応しています。対応にあたっては、お客様からのご意見・ご要望に真摯にお答えするだけでなく、まだ言葉に表れていないお気持ちにまで心を寄せて、お客様との信頼関係構築に努めています。お客様からの貴重なご意見は、社内にフィードバックし、商品やサービスの改善に繋げています。

窓口	概要
カスタマーサービスセンター	ブランド、製品についてのお問い合わせ、ご意見・ご要望
GOLDWIN WEB STOREサポート	GOLDWIN WEB STOREに関する各種お問い合わせ
リペアセンター	製品修理のご相談

▶ お問い合わせ

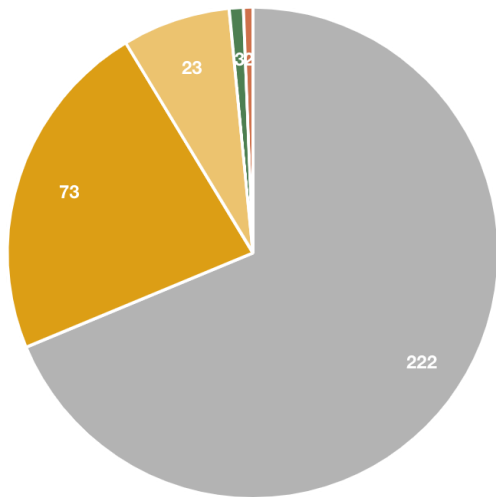
窓口	合計件数	電話件数	メール件数	内容	件数
CSC	16,646	11,828	4,818	お問い合わせ	8,323
				お叱り	148
				ご意見・ご要望	1,764
				お褒め	11
				在庫照会	4,559
				その他	1,841
EC	25,618	5,636	19,982	注文関連	14,273
				サイト・IDに関するお問い合わせ	3,904
				商品入荷	1,726
				商品に関するお問い合わせ	2,697
				商品クレーム申し出	3,018
リペア	8,438	3,947	4,491	修理対応可否確認	4,219
				修理申し込み方法	2,297
				内容・納期確認	1,830
				その他	91

応対品質の向上

お客様相談窓口のうち、「カスタマーサービスセンター」と「GOLDWIN WEB STOREサポート」にお問い合わせいただいたお客様に対しては、お問い合わせ終了後にアンケートにお答えいただいています。アンケート結果は対応した従業員にフィードバックされるとともに、対象通話の録音を聞いたうえで、良かった点と改善すべき点をトレーナーとともに共有し、次の電話応対に活かされます。

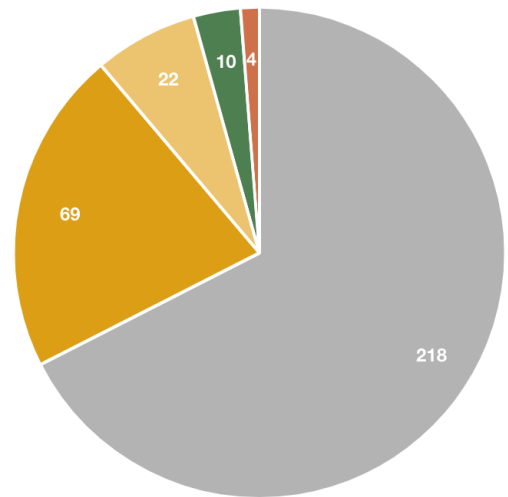
電話対応についての満足度

非常に満足 満足 普通 不満 非常に不満



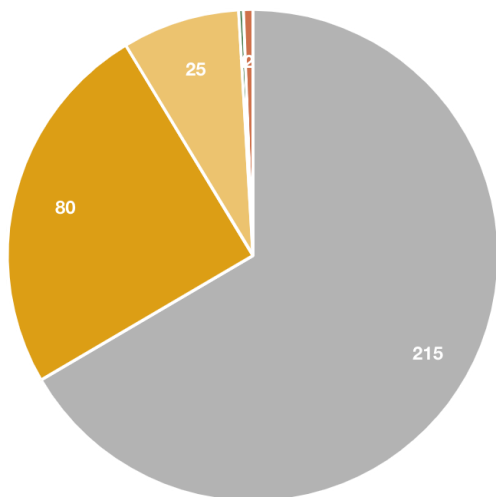
問題解決は出来たか

非常に満足 満足 普通 不満 非常に不満



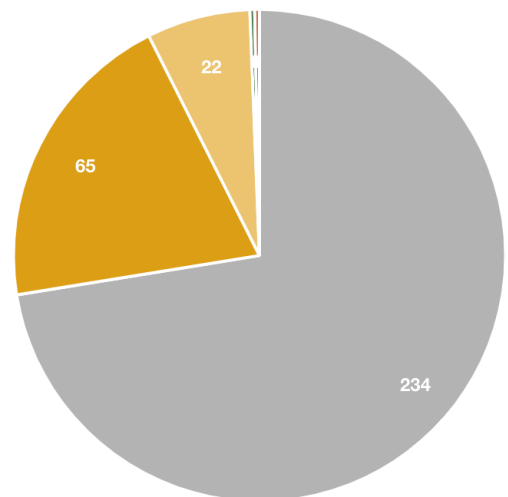
対応のスピード

非常に満足 満足 普通 不満 非常に不満

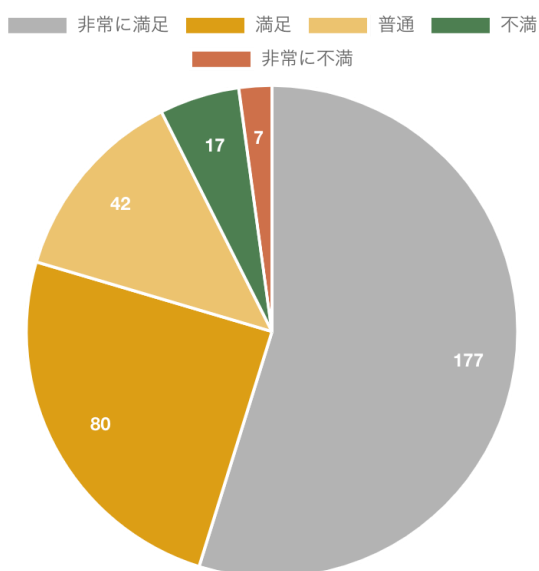


丁寧さの確さ

非常に満足 満足 普通 不満 非常に不満



問い合わせ窓口まですぐに辿り着けたか



お客様の声を活かす仕組み

お客様相談窓口にごいただいたお問い合わせ内容は、レポートにまとめて毎月すべての部門役職者で共有しています。また製品品質に係る問題は担当する事業部や商品部、品質保証部、ゴールドウイン テック・ラボをはじめとする関連部門にフィードバックされ、再発防止や改善に取り組む仕組みとなっています。

2021年度の主な改善事例

THE NORTH FACE「アルパインライトパンツ」過去展開の一部製品につきまして、毛羽立ち、毛玉が生じるというお申し出をいただいておりますが、素材を変更し対策いたしました。これにより、お客様からの同様のご指摘は無くなっています。

今後の課題

多くのお客様に当社グループのファンになっていただけるよう、お客様との対話を基点とした活動に注力していきます。特にお客様との接点である店舗運営やカスタマーサービスにおいては、応対品質向上に引き続き取り組みます。

また、お客様からいただいた貴重なご意見を、品質向上のみならず今後の製品・サービスの開発に役立てていくためにも、情報共有の強化に向けて社内システムの見直しを検討していきます。

基本的な考え方

当社グループでは、企業理念の「スポーツを通じて、豊かで健やかな暮らしを実現する」ため、ゴールドウイン テック・ラボを中心にさまざまな研究開発を行っています。当社の企業価値を構成する要素は、高付加価値のスポーツブランドの商標権ないしは販売権、ブランド価値を具現化するための優れた創造力、企画開発力、製造ノウハウ、高品質維持体制、ブランド価値をお客さまに伝える店舗デザイン、販売ノウハウなど、さまざまな知的資本で成り立っています。これらの知的資本を活用して、短期的な製品開発にとどまらず中長期的な企業価値向上のために、常識を突き抜ける想像力と世界に貢献する革新的な開発で地球環境の改善を目指す努力を続けていきます。

事業における知的資本活動の仕組み

開発委員会

当社グループ独自の技術・機能に特化した高付加価値商品の開発を行うため、「開発委員会」を年6回開催しています。全社横断型で選出されたメンバーによる会議体で、人的資本、知的資本など、社内の資本の最大活用を目的としています。さらには、商品化・マーケティング戦略・販売プロモーションを検討することで商品企画の高度化・効率化を可能とし、組織を超えたノウハウの共有を図っています。当委員会で開発された「光電子®」は三浦雄一郎氏のエベレスト登頂を支えた製品にも採用され、開発、プロモーション等、ブランド横断型で展開しています。



「光電子®」は、着る人の肌から放射する遠赤外線（体温）を、繊維に練り込んだ超微粒子セラミックスが吸収し、身体に戻す高機能保温素材です

特許意匠分科会、特許意匠作業部会

当社グループの知的財産を有効活用するべく、その方針および戦略を策定するため、特許意匠分科会を年2回開催し、その下部会議に当たり、より具体的な審議を行う「特許意匠作業部会」を年4回行っています。特許、意匠、実用新案、ノウハウ等の知的財産に関する情報の共有化を図り、当社ならではの付加価値を、各ブランドを通じてお客さまに提供しています。

また、審査を通じて出願の決定等を行うことにより、効果的かつ効率的に知的財産の独占的権利化・保護を図り、他社の権利化防止と、類似品の出現を抑える役割を担っています



ゴールドウィン独自の技術であるSMART SEAM[®]（スマートシーム）。縫い目をフラットにすることで、縫い目が肌にこすれるストレスを軽減します

職務発明制度

従業員が職務上に成した、発明、創作、考案、ノウハウ等の知的財産に対する報奨制度を設けています。特許意匠分科会において指定された知的財産については、これを成した従業員に対してその評価に応じた報奨金を、さらに事業への貢献度を定期的に評価し報奨金を付与しています。この制度は単に関連法規に基づくだけの機能にとどまらず、独自の技術・機能に特化した高付加価値商品の開発意欲の向上に大いに貢献しています。



モータージャケット胸部エアインテイク。胸部のファスナーを二重構造にすることで雨天時の防水性と雨天時以外の換気性能を両立。これまで以上に多くの風を導入し衣服内の蒸れを軽減します

取り扱いブランド一覧

当社独自のオリジナルブランドの他、オウンドブランド（商標権を取得したブランド）、ライセンス/ディストリビューションブランドなど、マルチブランドによる事業を展開しています。各ブランドのグローバルオーナー企業と戦略的パートナーシップを組み、世界規模でブランドの価値を創出し、その価値を向上するべくビジネスを展開しています。

オリジナルブランド
(当社の独自ブランド)



オウンドブランド
(商標権を取得したブランド)



ライセンス/
ディストリビュー
ションブランド



基本的な考え方

ゴールドウインでは、当社で働くすべての従業員とSPORTS FIRST—スポーツを愛し、理解し、その魅力を一人でも多くの方々へ届けたいという想いを共有しています。当社の企業価値は、従業員ひとり一人によるSPORTS FIRSTの実現を通じて達成されているもので、人的資本の最大化を目指すことが、経営上の最重要項目となっています。

激変する社会と、厳しい経営環境下においても、持続可能な成長を目指すための「人事基本方針」として、当社では「不透明な環境下においても、会社を持続的に成長させることができるプロフェッショナル人材の育成と確保を推進する」ことを掲げています。主管部門である人事部においては、「戦略人事として経営戦略や経営ビジョンの実現を人材活用の観点から遂行する」ことに加え、従業員に対しては「従業員に寄り添い個々の自己実現に向けた総合的支援をする伴走者になる」ことを目指しています。さらには、人材管理に関するオペレーションについても「高度化と効率化を求める管理者になる」ことを念頭に置き、各施策に取り組んでいます。

SPORTS FIRSTの実現

人事基本方針

不透明な環境下において、会社を持続的に成長させることができる
プロフェッショナル人材の育成と確保を推進する

求める人物像（人的資本）

お客様志向で、
想像力が発揮できる
専門性の高い人材

自身の役割・責任を
主体的に果たし
チャレンジできる人材

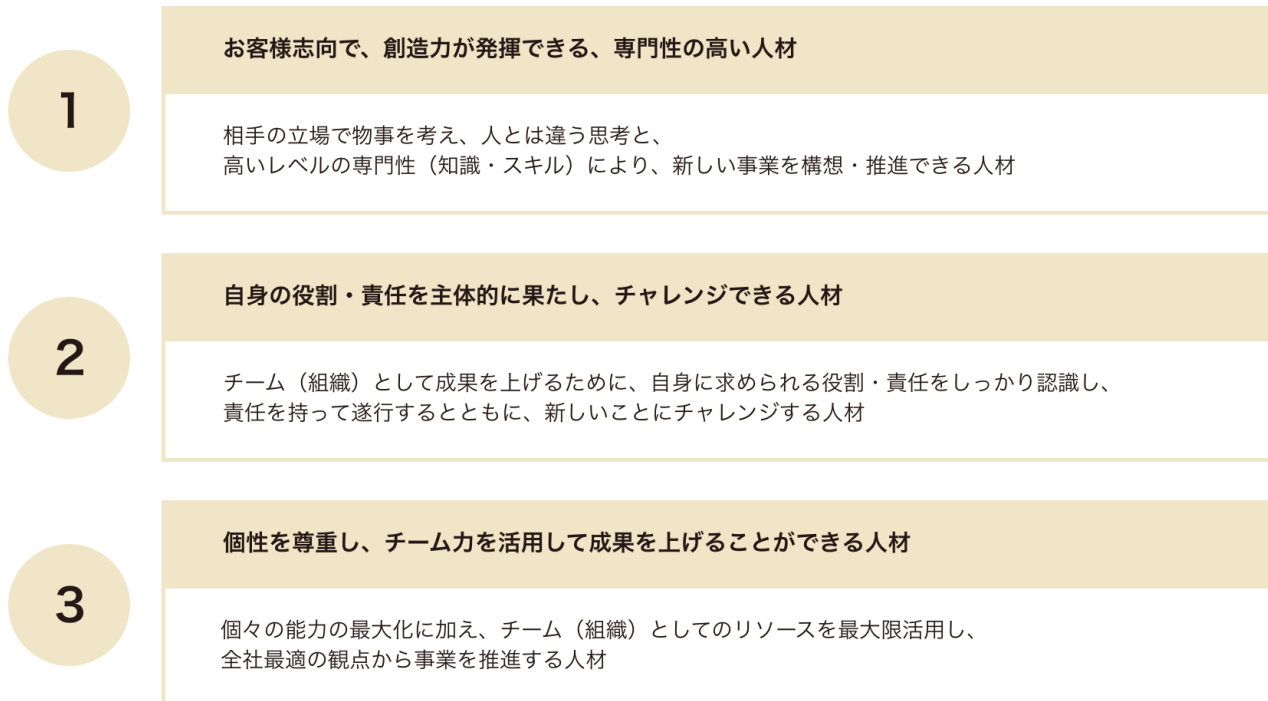
個性を尊重し、
チーム力を活用して
成果を上げることが
できる人材

人的資本を最大化する取り組み

「ゴールドウインらしい企業風土の醸成」「雇用・ダイバーシティ」
「働きやすい職場環境の整備」「人材育成」「公正な評価・処遇」

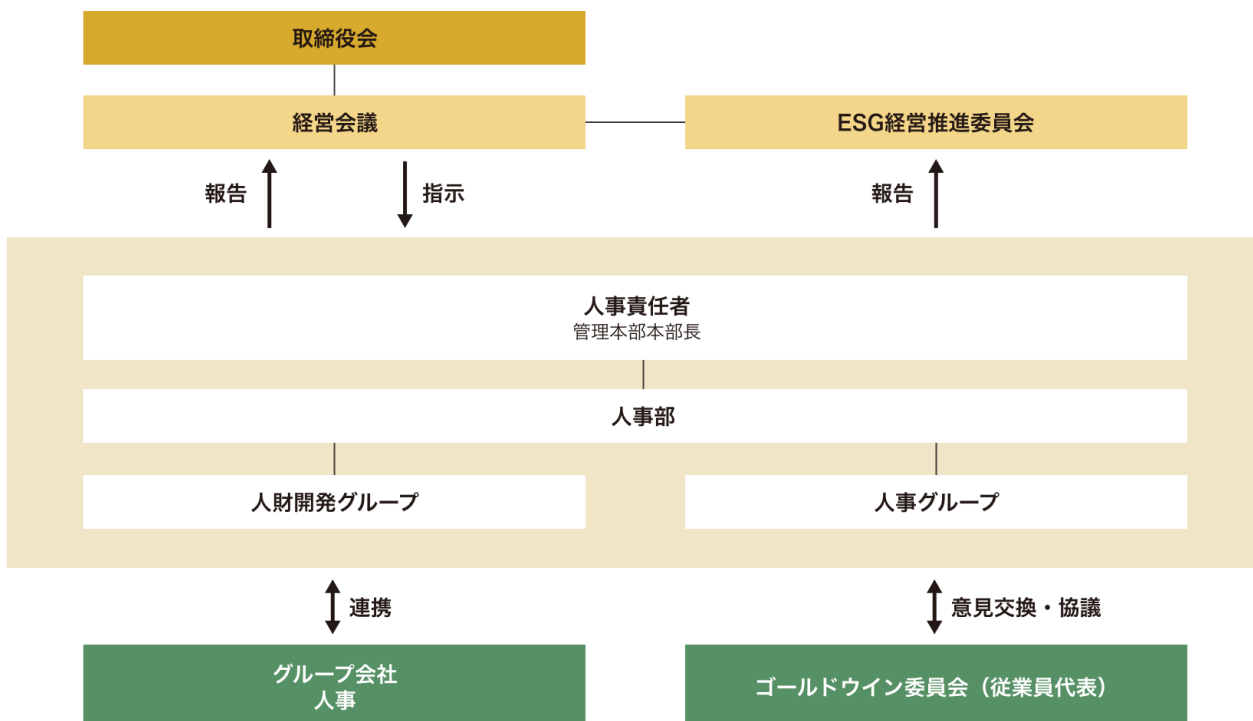
求める人物像

当社では「人事基本方針」の実現に向けて、「求める人物像」を定め、全社で共有しています。こうした人物像が当社の企業価値を支える人的資本であると認識し、これを最大化するための各施策に取り組んでいます。



推進体制・責任者

管理本部本部長を責任者とし、人事部が人事基本方針に基づいた各施策の主管部門です。各施策はESG経営推進委員会および経営会議へ報告し、経営会議を通して取締役会から監督・指示を受けています。また、グループ会社人事との連携ならびに、労働条件や職場環境、待遇面について従業員代表であるゴールドウイン委員会と意見交換・改善案の協議を行っています。



各施策の詳細は以下のページを参照してください。

- ＞ 雇用・ダイバーシティ
- ＞ 働きやすい職場環境の整備
- ＞ 人材育成
- ＞ 公正な評価・処遇

ゴールドウィンらしい企業風土の醸成

当社は創業以来、先人たちから受け継いだ知恵と技術を伝承し、ゴールドウィンらしい企業風土を守りながら企業活動を行っています。活動の根幹にあるのは、SPORTS FIRSTの想い。従業員のスポーツに対するリアリティを、製品とサービスのリアリティにつなげています。

先人たちの功績を称え、その遺徳を偲ぶ「遺徳の碑」

富山県小矢部市に建てられた「遺徳の碑」。さまざまな苦難を乗り越えて会社の発展を支え続けてくれた先人たちの功績を称え、その遺徳を偲びたいという創業者の西田東作が想いを込めて建立しました。毎年の株主総会終了後には経営幹部全員が遺徳の碑を参拝しています。ただ過去を刻み、とどめるためではなく、創業時の熱い想いと絶え間なく続けてきた努力を、現在、そして未来へと受け継いでいくための道標であり、さらなる発展へと向かう出発点でもあります。



情報の共有、目標の共有、会社の共有を実践

かつて富山県の高瀬神社や国泰寺などに場を借りて行っていた新入社員や経営幹部たちの研修合宿では、問題や将来の課題をまとめ、一人ひとりがどう取り組むかを考え、心一つにすることの大切さを学びました。早朝の掃除に始まり、講話や座禅で心の鍛錬に励むことは当社の伝統行事となりました。現在では年一回、経営幹部が集まり会社の情報・目標を共有する経営方針発表会に引き継がれています。2021年度もコロナ禍のため、オンラインで開催しました。



家族や先祖へ感謝し、遷宮による文化継承を学ぶ、伊勢神宮参拝

創業者の西田東作は、「世の中には人間の力の及ばないものもあります。迷った時は心を洗い、邪心を払って清浄な気持ちで神仏の前で、自分がどうすればよいかを真剣に考えてみる。そうすると自然と歩く道が見えてくるのです」と語っていました。当社では毎年、厄年を迎えた従業員が伊勢神宮を参拝しています。従業員一人ひとりが先祖や家族に感謝し健康を祈るとともに、20年に一度の遷宮の歴史を通じて、受け継ぐことの大切さを学ぶ機会としています。

2021年度は51名の従業員が参拝しました。



新しい視点のインターネットメディアSPORTS FIRST MAG

SPORTS FIRST MAGでは当社の従業員やゆかりのあるアスリートのインタビューを通して、スポーツを一番に考える人たちのスポーツライフや、スポーツと仕事、スポーツに役立つノウハウなどを発信しています。上手か下手か、強いか弱いか、という基準ではなく「スポーツを一番に考えるヒト、コト、生活、仕事」といった目線でスポーツを捉えた新しい視点のメディアです。

2021年度は20名の従業員のスポーツライフを紹介しました。

▶ SPORTS FIRST MAG [🗨](#)



各種スポーツ大会への従業員の参加

当社では、160km以上のトレイルを走る国際的なトレイルランニングレース、ウルトラトレイル・マウントフジや、富山県で開催される富山マラソンなどに協賛するとともに、大会には多くの従業員が参加し、運営/ボランティアスタッフとして参画するなど、業務の中でもSPORTS FIRSTの実践に取り組んでいます。

2021年度の実績

イベント名	従業員の参加人数
北陸ウェルフェアゴルフトーナメント	6名
富山マラソン	14名



SPORTS FIRST AWARDS

SPORTS FIRST AWARDSは、ゴールドウインのタグラインであり私たち従業員の行動規範であるSPORTS FIRSTを実践している従業員を表彰する制度です。前年度の活動（インターネットメディアSPORTS FIRST MAG）のなかから、最もSPORTS FIRSTを体現していると思われる従業員を社内の投票によって選出し、その上位3名を表彰するもので、それぞれに金一封と特別休暇を授与しています。

2021年度は、自分で作ったスノーボードでスノースポーツを楽しんでいる千葉亜紀子がゴールドアワードを受賞しました。



スポーツエール制度

スポーツエール制度は、スポーツに関わる従業員に対して、一過性のイベント参加では無く、高い目標を立てて継続的なチャレンジをしていただくために支援を行う制度です。

スポーツ大会だけでなく大会でのボランティアや指導者としての参加も対象となっており、各自のレベルにより、金銭補助、商品提供、特別休暇などで支援します。2021年度は11名の従業員が制度を利用しました。

ゴールドウイングループ委員会（従業員代表）

当社グループでは、店舗を除く各事業所で従業員代表を選任しています。また、従業員代表が執行部を担うゴールドウイングループ委員会を設置し、労働組合に代わり法的に求められる労使協議を行い、36協定を含む必要な労使協定を締結しています。

従業員代表の選任にあたっては、管理職を除く全従業員（パート・アルバイトを含む）の投票により、年に1回実施しています。また、従業員に著しい影響を及ぼす可能性がある重大な変更を実施する場合、従業員および従業員代表に対して事前に通知し、従業員代表との協議の上決定しています。

2021年度は人事制度の改定に伴い、新制度に関する協議を従業員代表と実施しています。

今後の課題

当社では、今後も人事基本方針に基づき各施策に取り組み、人的資本の最大化を目指します。

次年度以降は新人事制度の開始に伴い、新制度への円滑な移行と、従業員の理解促進に注力します。新制度により生産性向上を目指し、各制度改革とともに従業員満足度の向上や、組織活性化を図ります。

基本的な考え方

ゴールドウインでは、「スポーツと環境を第一に考え、仕事と遊びに境界を引かない暮らしを営む」ことを重要な価値観として共有し、日々の業務に当たっています。この価値観は、従業員それぞれの暮らし方・働き方・考え方を認め、個性を尊重し合うことにつながるものです。こうした考えは「人権方針」に定め、性別や国籍、民族、障がいの有無、性的指向などによる一切の差別をせず、多様な人材確保に取り組んでいます。

2022年度よりジョブ型人事制度へと移行したことで、入社年次や年齢、新卒・中途入社を問わない、より公正公平で透明性のある運用が可能となりました。多様な人材が自身の能力・経験を生かしきり、活躍できる環境づくりに努めていきます。

多様性確保の考え方

従業員一人ひとりの多様な経験やバックグラウンドは、事業を支え、成長させていく原動力となります。ゴールドウインでは、採用にあたって職場のダイバーシティを重視するほか、管理職に女性・外国人・中途採用者を積極的に登用するなど、中核人材の多様性確保も今後一層欠かせないと考えています。目標やKPIを具体化し、社内外にその進捗を発信しながら着実に取り組みを進めていきます。

従業員データ（連結）

		2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
従業員数（名）	合計	2,251	2,330	2,526	2,679	2,830	2,861
	男	1,035	1,088	1,174	1,252	1,328	1,364
	女	1,216	1,242	1,352	1,427	1,502	1,497
外国人従業員数（名）		6	4	9	9	13	21
平均年齢（歳）		40.2	40.3	39.6	39.7	39.7	39.8
平均勤続年数（年）		12.8	13.1	12.4	12	11.8	11.7
管理職比率（%）	男	12.1	13.1	13.2	12.5	13.5	12.5
	女	0.1	0.1	0.1	0.3	0.5	0.6
女性役員比率（%）		7.1	7.1	7.7	14.3	15.4	16.7
新卒採用人数（名）	合計	31	15	25	39	30	34
	男	14	6	10	18	18	20
	女	17	9	15	21	12	14
中途採用人数（名）	合計	74	118	173	137	127	108
	男	35	78	96	65	58	48
	女	39	40	77	72	69	59
離職率（%）		15.8	10.7	13.4	11.1	8.8	8.6

雇用契約別従業員データ（連結）

		2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
従業員非正社員比率（%）		59.6	59.9	62.9	64.7	65.7	64.4
正社員 （名）	合計	910	934	936	947	970	1,019
	男	479	492	483	492	503	524
	女	431	442	453	455	467	495
契約社員 （販売職 以外） （名）	合計	224	246	338	393	433	463
	男	116	133	188	207	239	254
	女	108	113	150	186	194	209
契約社員 （販売 職） （名）	合計	695	747	820	905	978	997
	男	343	368	399	442	467	474
	女	352	379	421	463	511	523
パート・ アルバイト（名）	合計	422	403	432	434	449	382
	男	97	95	104	111	119	112
	女	325	308	328	323	330	270
従業員数 （名）	合計	2,251	2,330	2,526	2,679	2,830	2,861

採用方針

当社では、採用方針として性別や国籍、新卒・キャリア、障がいの有無を問わず当社の価値観に共有いただける仲間を広く求めています。「不透明な環境下においても、会社を持続的に成長させることができるプロフェッショナル人材の育成と確保を推進する」ことを「人事基本方針」として定め、この実現に向けて「求める人物像」を全社で共有しています。こうした人物像が当社の企業価値を支える人的資本であると認識し、これを最大化するための各施策に取り組んでいます。

1

お客様志向で、創造力が発揮できる、専門性の高い人材

相手の立場で物事を考え、人とは違う思考と、高いレベルの専門性（知識・スキル）により、新しい事業を構想・推進できる人材

2

自身の役割・責任を主体的に果たし、チャレンジできる人材

チーム（組織）として成果を上げるために、自身に求められる役割・責任をしっかりと認識し、責任を持って遂行するとともに、新しいことにチャレンジする人材

3

個性を尊重し、チーム力を活用して成果を上げることができる人材

個々の能力の最大化に加え、チーム（組織）としてのリソースを最大限活用し、全社最適の観点から事業を推進する人材

登用審査

当社は業務経験等を重視し、新卒・キャリア、そして男女の区別なく平等な採用活動を行っています。企業文化、社風を理解していただくことを重視する観点から、キャリア採用については契約社員での採用をしています。勤務するなかで長期的継続を希望する場合は、正社員登用審査を行っており、自身のキャリアを考えながらチャレンジすることができます。またコース転換審査、年俸制登用審査、育児特例再登用の各登用審査を行っています。

登用審査は、所属長の推薦の上、レポート提出、筆記試験、役員面接を実施します。2021年度は16名の従業員が登用審査により処遇変更しました。

女性活躍推進

ゴールドウインのSPORTS FIRSTの考えは、従業員のスポーツに対するリアリティを製品とサービスにつなげることで達成されます。その達成には、女性視点の発想力・価値観も重要と考えており、当社ではすべての従業員が能力を存分に発揮できる企業風土や環境づくりを進めるなかで、特に女性活躍の推進に力を入れています。

女性活躍推進に関する行動計画

ゴールドウインでは、2020年に女性活躍推進法に基づく行動計画を策定しています。2021年度には子育て中の女性従業員を対象に、ワークライフバランスシートをもとにしたヒアリングを推進し、2022年3月までに実施率100%となっています。

女性の活躍機会を一層拡大すべく、2022年度には新たに2024年度までの3カ年の行動計画を策定しました。以下の3つの目標のもと、さらなる環境整備を進めています。

目標1 育休からの復職者と管理者に対してのフォローアップ面談実施率100%

目標2 女性従業員のキャリアアップ意識向上率10%増

目標3 男性育休推進実施により男性育休取得率30%目標

＞ 一般事業主行動計画

女性従業員のキャリア形成支援

女性管理職の拡大に向けて、現状の課題を把握し今後活かしていくため、2021年11月、女性管理職ワークショップ「ウィメンズキャリアチャットミーティング」を開催しました。当日は、当社で働く20名の女性管理職がオンラインで参加。まず人事部より女性活躍を推進する背景や考え方について解説するとともに、参加者から事前に回答を得ていたアンケート結果を共有しました。その後、「管理職になってみての気持ち」「女性管理職が働きやすい会社にするために必要と思うこと」の2テーマについてグループワークを実施し、活発に意見交換しました。女性従業員への研修・セミナーは今後も継続開催し、そのキャリア形成を支えていきます。

障がいのある従業員が活躍できる環境整備

ゴールドウインでは、ハンディキャップの有無に関わらず、多様な人材が活躍できる共生社会の実現を目指しています。障がいのある人が、それぞれの障がいの特性に応じて柔軟に働き続けられる環境整備に取り組み、2021年度の障がい者雇用率は2.33%となりました。

今後は、店舗を含めた職域の開発を行い、障がい者雇用を拡大していく予定です。その土壌づくりとして、障がい者雇用への理解促進の研修を、管理職から順次実施していきます。

障がい者雇用率の推移（連結）

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
障がい者雇用率（%）	2.16	1.95	1.72	2.46	2.63	2.33

GOLDWIN KAWAGOE FARMの取り組み

ゴールドウインでは、スポーツを通じた豊かな暮らしの実現と、社会の発展に寄与することを目指し、障がい者の就労・定着に取り組んでいます。その取り組みの一環として、2019年10月には株式会社スタートラインが展開する「屋内農園型障がい者雇用支援サービスIBUKI」を活用し、埼玉県川越市に「GOLDWIN KAWAGOE FARM」を開設しました。本農園では、2022年7月現在、15名の障がいのあるスタッフが作物の栽培や加工に従事しています。スタッフは就労中、NEUTRALWORKS.で製作したユニフォームを着用し、ゴールドウイングループ従業員としての一体感を感じながら作業に当たっています。本農園で生産したハーブは、東京本社の社員食堂でハーブティとして提供するほか、各種イベントやNEUTRALWORKS.のノベルティとしても使用しています。今後、この活動に対する社内の認知・理解をさらに深め、障がい者雇用の重要性について従業員の意識浸透を図っていきます。



高齢者再雇用制度

労働力人口が減少する今日、年齢を問わず、多くの人が長く現役で働き続けられる環境整備が社会全体で求められています。ゴールドウインでは高齢者再雇用制度を設け、60歳の年度末で定年を迎える従業員のうち、希望があるすべての人を65歳になる年度末まで再雇用しています。2021年度の再雇用者数は84名、再雇用率は71.7%でした。

また、従業員の定年後の人生設計をサポートするため、50代の社員を対象としたライフプランセミナーを毎年開催しています。加えて、年代別のキャリア研修として、満60歳を迎える従業員、50代前半・後半、40代前半・後半のそれぞれの従業員に合わせた内容を充実させ、従業員が長期的に自身のキャリアに向き合えるよう支援しています。

高年齢者再雇用者数と再雇用率

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
再雇用者数（人）	11	12	29	75	84
再雇用率（%）	30.5%	41.3%	54.7%	64.6%	71.7%

LGBTQ（性的マイノリティ）に対する取り組み

個人を尊重し、多様化を促進する職場づくりの一環として、ゴールドウインではLGBTQの従業員にとっても働きやすい環境づくりを重視しています。性的指向や性自認に対する一切の差別的な言動をしないことを明確なグループの方針とし、研修などを通して社内への理解促進を図っていきます。また、LGBTQの従業員自身が希望する働き方の相談に応じるとともに、人事関連制度についても、従業員の同性パートナーに対して配偶者と同じ対応がとれるよう整備を進める予定です。

今後の課題

ゴールドウインは、包容力をもって一人ひとりの人格を大切にしている企業であるために、多様な人材の雇用や勤務を可能とし、その能力を活かす職場環境づくりを目指し続けます。

ダイバーシティ推進の上で大きな鍵を握るのが、従業員の意識改革です。2022年度からは管理職を対象にダイバーシティについて理解を深める研修を実施し、ユニバーサルマナー検定の取得を促していきます。

基本的な考え方

「人」はゴールドウインの最大の資産であり、人材の成長こそが当社の成長の源泉となります。高い視座と革新性・創造性を持った従業員を育て、多様なナレッジを共有していくことが組織を強くするという考えのもと、当社ではさまざまな人材育成施策を実施しています。70年以上に亘り受け継いできたゴールドウインのDNAを伝承し、事業成長を推進していく人材輩出に向けて、2022年度には新人事制度をスタートしました。新たに策定した人材マネジメント方針では「不透明な環境下においても、会社を持続的に成長させることができるプロフェッショナル人材の育成と確保を推進する」ことを人事基本方針とし、それに基づく「求める人材像」を明確にして人材育成の拠り所としています。

1

お客様志向で、創造力が発揮できる、専門性の高い人材

相手の立場で物事を考え、人とは違う思考と、高いレベルの専門性（知識・スキル）により、新しい事業を構想・推進できる人材

2

自身の役割・責任を主体的に果たし、チャレンジできる人材

チーム（組織）として成果を上げるために、自身に求められる役割・責任をしっかりと認識し、責任を持って遂行するとともに、新しいことにチャレンジする人材

3

個性を尊重し、チーム力を活用して成果を上げることができる人材

個々の能力の最大化に加え、チーム（組織）としてのリソースを最大限活用し、全社最適の観点から事業を推進する人材

人材育成

ゴールドウインでは従業員一人ひとりの成長をサポートするため、長期的視点から研修制度を整備しています。階層別研修、管理職研修、選抜研修、全体研修の4つの軸で、社内講師および外部講師によるプログラムを組み合わせ、創造性やイノベーションを引き出すさまざまな機会の創出を目指します。

研修受講状況・研修費総額（単体）

	2019年度	2020年度	2021年度
全社共通の教育・研修の年間受講者数	のべ218名	のべ399名	のべ309名
全社共通の教育・研修費総額	7,451万円	7,734万円	4,667万円
従業員一人当たりの研修時間（平均）	2.01時間	2.64時間	2.39時間

階層別研修

新入社員から中堅社員、管理職に至るまで、各階層に合わせた研修を実施しています。社員が現在の業務にあたる上で必要な要件を身に付けられるよう支援し、全体の底上げを図ります。

主な階層別研修

研修	一人あたりの 研修時間 (時間)	受講者 (名)			研修目的・内容
		2019 年度	2020 年度	2021 年度	
新入社員研修	64～86時間	40	29	34	企画、生産、販売まで行っているスポーツメーカーの人材として、自分の職種以外の業務を研修で経験し、これからの仕事に活かすことを目的に、新入社員およびキャリア採用の従業員は、当社の研究開発施設「ゴールドウイン テック・ラボ」において定期的に研修を受講しています。アーカイブコーナーで企業の歴史を学ぶとともに、自らスポーツウエアをつくり上げる縫製実習を通じて、ものづくりの基本を学びます。
中堅社員研修 20s×3-4年目 →4年目5年目研修	14時間	22	19	14	自身の対人行動の特長を理解し、他者と絆を深めるポイント（対人関係の社会的能力）を学習します。強い絆を持ったチームのあり方を体験的に理解します。
昇格者研修	3.5～5時間	60	49	38	販売アルバイトからの社員登用者を対象にした、マインドセット、モチベーション向上を目的とした研修
販売キャリア入社研修	1～2時間	11	43	28	販売キャリア入社者を対象にした、マインドセット、モチベーション向上を目的とした研修
販売基礎研修	20時間	11	15	15	新卒販売職を対象にした、販売の基礎を学ぶ研修

管理職研修

管理職の社員に対し、組織を管理する上で欠かせないマネジメントスキル等を磨く研修を提供しています。

主な管理職研修

研修	一人あたりの 研修時間 (時間)	受講者 (名)			研修目的・内容
		2019 年度	2020 年度	2021 年度	
新任リーダー研修	14時間	24	23	30	初めて管理職になる従業員を対象に、ゴールドウインの管理職としての基礎知識・ベースづくりを行います。
新任マネージャー研修	28時間	13	25	16	ゴールドウインの今後を担うマネージャーとして活躍するために、以下の3点について学ぶ研修です。 ①マネージャーに求められる基本的な役割について ②チームを活性化し運営するスキルと、チームメンバーに対する指導・支援スキル ③マネージャーとしての自己理解
マネジメント基礎研修	20時間	—	85	27	店長の役割を理解する研修
ミドルマネジメント研修	36時間	4	0	10	部長職以上を対象とした、ビジネスリーダーとして必要となる経営スキルの体系的な修得と全社的な経営視点の養成を目指すプログラム (12回)
新任エリア長研修	20時間	0	20	6	健全な店舗運営の実現に向けて、エリア長としての役割を認識する研修
新任管理者研修	2~3時間	26	30	19	新任店長としての管理者業務の習得を目的とした研修

選抜研修

優秀な社員を選抜し、ゴールドウインの将来を担う幹部候補として戦略的に育成しています。さまざまな研修を通し、実践的な知識や専門スキルの習得を促します。

主な選抜研修

研修	一人あたりの 研修時間 (時間)	受講者 (名)			研修目的・内容
		2019 年度	2020 年度	2021 年度	
若手選抜研修	20時間	6	0	18	選抜者を対象とした、ビジネスパーソンが成果を上げ続けるために身に付けておくべき論理思考力（問題解決力やコミュニケーション力、意思決定力など）を鍛えることを目的としたプログラム。
IFI研修	40時間	1	1	7	(MD編) マーケティング、ブランディング、マーチャンダイジング等の知識の習得また、営業力の強化、VMD、在庫管理等の販売に結びつく実践的な内容を学ぶプログラム。 (店舗運営編) 販売促進や営業力強化、店舗運営とVMDを含め、ブランド資産を増やせる店舗人材を目指すプログラム。
サービス・接客研修	7時～14時間	0	60	40	サービスに型を学び、顧客感動へ導く対応スキルを身に付ける研修
指導者養成研修	7時間	0	0	7	指導者としての効果的な部下育成の方法を学ぶ研修

全体研修

全社員を対象とした、各種研修プログラムを整備しています。積極的な受講を促し、ゴールドウインの人材力強化につなげています。

School of S²AT

当社は、従業員一人ひとりの創造性を育む独自の研修プログラムSchool of S²AT（スクール・オブ・サット）を、2020年11月から全従業員を対象に運営しています。S²ATはスポーツ、サイエンス、アート、テクノロジーの頭文字で、実際のフィールドで、さまざまなことを体験しながら直感と感性を磨くことを目的に、各分野の最前線で活躍されている方々を定期的にお招きし、従業員によるファシリテーションで行う、社内大学ともいえるプログラムです。

2021年度は計10回、オンラインでの講習を実施しました。



その他の研修

縫製研修

ゴールドウインのモノづくりに直接触れる機会として、新卒・キャリアを問わず全新入社員を対象に、本店のある富山地区で3泊4日の縫製研修を実施しています。研修初日は講義形式でゴールドウインの歩みを学んだのち、会社の発展を支えた先人たちを偲ぶ「遺徳の碑」、ゴルフ倶楽部ゴールドウイン、グループの物流機能を担うゴールドウインロジテムを見学。2日～4日目はゴールドウイン テック・ラボで、プリント・刺繍・縫製の技術研修に参加します。商品の生産現場を体験することにより、他社との違いやゴールドウインの優位性について社員が理解できるプログラム内容になっています。

2021年度は新型コロナウイルス影響により、実施を見送りましたが、2022年度以降再開する予定です。

海外語学研修

海外事業を支えるグローバル人材の育成のため、入社3年目以上の正社員・契約社員（販売職を含む）を対象に、海外語学研修の参加者を社内公募しています。希望者は上長の推薦を受けて応募し、書類選考と面接を経て、最終的に経営会議で選出されます。選出された社員は帰国後の配属部署を事前に決定した上で、6カ月間ホームステイをしながら語学力を磨き、現地のゴールドウイン店舗でも経験を積みまします。2018年度から2020年度までに2名がこの研修制度を利用しました。これまでの実施国はアメリカです。2021年度以降はコロナ禍により実施を見送りましたが、状況に応じて早期の再開を予定しています。

サステナビリティ研修会

ゴールドウインでは、「GREEN IS GOOD」のコンセプトのもと、環境負荷の低減・環境にやさしい商品開発を目指しており、環境に配慮した商品の開発や仕組みを取り入れることで、持続可能な社会の構築に少しでも貢献していきたいと考えています。環境に対する考え方を統一して、今後の商品企画に積極的に生かせるように定期的にサステナビリティ研修会を行っています。毎回環境に関する講演を聞くとともに、テーマをもってワークショップを実施し、環境に対する意識の向上を目指しています。

2021年度は、まず社内の担当者から「ファッション業界を取り巻く環境とゴールドウインの目指す方向について」と「GREEN IS GOODの取組について」を説明したのち、河田フェザー株式会社の黒田健氏から「脱炭素社会への一歩はより身近な羽毛から！SDGs、SBT活動への取組」について、株式会社TBMの佐々木駿氏から「TBMの環境への取組とゴールドウインと資源循環に向けた新たな取組」についてお話しいただきました。コロナ禍における開催のため、対面では人数を絞り、オンライン参加とも合わせ、合計441人の従業員が受講しました。



接客ロールプレイングコンテスト「セールスコンベンション」

ゴールドウイングループでは、企画開発した商品の機能や用途、さらには着用場面や注意点などの情報を、直営自主管理店の店頭を通じて直接お客様にお伝えして、新しい体験をご提案する双方向コミュニケーションに力を入れています。2021年度はコロナ禍のため休止しましたが、年一回実施している接客ロールプレイングコンテストの「セールスコンベンション」を通じて、販売スタッフ自らの接客スキルの向上を目指しています。



従業員のキャリア開発支援

ゴールドウインでは、従業員が多彩な能力を開発し、自ら希望するキャリアを実現していけるよう、ワークショップの開催や面談を通じたさまざまな支援を行なっています。また、配属先の決定にも、従業員自身の希望を反映しやすい仕組みを整えています。

キャリアアンドディベロップメント (C&D)

ゴールドウインでは年1回、部長職以下の全従業員（契約社員も含む）にキャリアデベロップメントカードへの回答を求めています。これは、オンラインアンケート形式で自身のキャリアへの考え方や業務上の課題について尋ねるもので、後日それをもとに上長と面談を行います。アンケート項目には異動の希望に関するものも含まれ、全社的な人材配置の資料として活用されます。キャリアデベロップメントカードを通し、従業員は今後自分がどのように働きたいかを会社に伝え、所属部署や勤務地の選択に主体的に関わることができます。

2021年度は内勤者87名、販売118名が異動希望を出し、そのうち17名が希望部署に異動しました。

社内公募制度

新規部署の立ち上げなどにあたり、その部署に希望する人材を配属できるよう、当社では必要に応じて社内公募を行っています。応募した従業員は該当部署および人事部の審査を受け、業務に必要な基準を満たしていると判断された社員の中から厳正に選出されます。社内公募は不定期で、新型コロナウイルス感染症の影響の大きかった2021年度の実施はありませんでした。従業員の希望を重視した異動の仕組みとして、2022年度以降は状況に応じて早期の再開を予定しています。

キャリア相談室・キャリアワークショップ

従業員一人ひとりが、(1) 社会の変化から今の自分の状況を客観的に見ることができ、(2) 変化に気づき、理解し、自分のなかに取り入れることを体験し、(3) 未来を生き抜くための自分自身の力を考える機会を提供するために、定期的にキャリアコンサルティングを実施しています。さらに年に1回、年代別のキャリアワークショップを開催しており、それぞれのライフステージに応じて従業員が自分のキャリアを見つめ直すきっかけを提供しています。

2022年1月の40sライフプランセミナーには40代総合職140名、同年2月の30sライフプランセミナーには30代総合職150名が参加しました。また、キャリア相談室として、希望者にはキャリアコンサルタントによる個別面談を通年で実施しています。

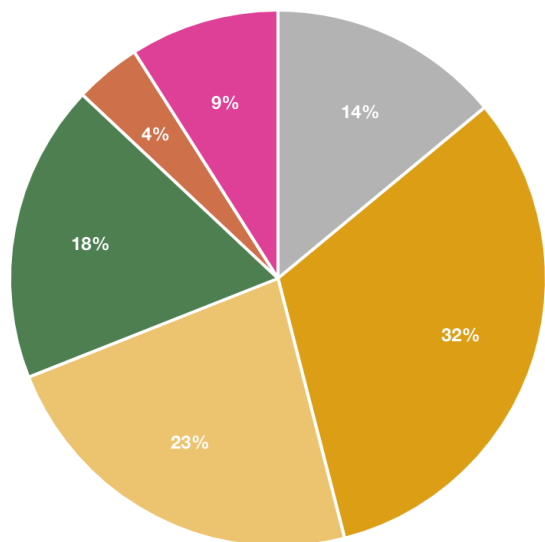
利用者の声

(役に立った自由記載)

- ・キャリアある外部の先輩と対話することで、自身の考えをまとめて話すことで、考えを整理でき、考えの浅い部分は更に深掘りする機会が得られたと思います。
- ・仕事において、自分がやりたいこと（やるべきこと）が見えました。
- ・自分がどのような人間に見えるかを伝えてもらったので、客観的に自分を見る機会になった。
- ・何を一番迷っているのか気が付かされた感じです。そして初めに何をすべきか助言して頂き、ありがとうございました。
- ・自分の気持ちを言葉にして話すうちに、改めて仕事をするのが好きだということに気づかされた。これからも、自己啓発も業務も楽しく取り組んでいこうと思いました。
- ・質問に対して答えていくうちに自分自身の現状がわかり、意外な盲点からアドバイスももらえて、こうやって解決していく方法があるんだなと分かった。
- ・残りの仕事人生に於いて自己の責任においてすべきことが明確になりました。

役に立ったコメントからの分類

■ キャリアの意識化 ■ 考えの整理 ■ 現状認識
■ 客観視 ■ セカンドキャリア ■ 両立



今後の課題

当社では、2022年度よりスタートした新人事制度のもと、会社としての育成方針や求める人材像をより明確に従業員に示していくことに注力しています。それを通し、従業員の自己啓発を加速させ、チャレンジする気持ちを高める制度運用を目指します。また、当社がどのような支援策を用意しているかを、従業員一人ひとりに分かりやすく伝えていきます。

基本的な考え方

ゴールドウィンでは、人材を最大の資産として捉え、「スポーツと環境を第一に考え、仕事と遊びに境界を引かない暮らしを営む」ことを重要な価値観として共有してきました。すべての従業員が能力を最大限に生かし、やりがいを感じながら働き続けられるよう、時代に合わせたサポートを絶えず進化させていく必要があると考えています。従業員一人ひとり異なるライフステージや働き方へのニーズを踏まえ、高い自由度をもって対応できる制度の整備・運用に注力します。従業員が安心して仕事に集中できる環境づくりを通し、職場全体の生産性・パフォーマンス向上を目指しています。

ワーク・ライフ・バランスの推進

従業員がワーク・ライフ・バランスを実現し、健康に、充実感をもって働ける適切な労働時間を実現するため、過重労働の防止や年次有給休暇取得率の向上に取り組んでいます。

過重労働の防止

当社では、2020年度から業務効率改善のための棚卸を実施し、ネットワーク制限やテレワーク制度の導入を通して、全従業員の時間外労働時間の削減に取り組んでいます。就業時間の管理においては、PCの起動・終了時刻を毎日レコーディングし、上長にそのログデータを自動配信することで、部下の働き方への意識を促しています。また、労働時間が一定基準を超える従業員がいる場合、人事部がその部門の管理監督者に働きかけ、改善策の策定を求めています。

2021年度には、全社従業員の年間時間外労働時間を600時間以下とすることを目標と定めて取り組み、結果として586時間となりました。これを踏まえ、2022年度には550時間以下を目標とし、さらなる取り組みを推進しています。

従業員の時間外労働時間の推移は、3カ月に一度、ESG経営推進委員会でも報告しています。

従業員一人あたり年間労働時間

	2019年度	2020年度	2021年度
従業員一人あたり 年間総労働時間	1,829.0時間/年	1,830.9時間/年	1,788.9時間/年
従業員一人あたり 年間時間外労働時間	179.9時間/年	137.9時間/年	145.2時間/年

年次有給休暇取得率の向上

当社では、従業員の健康維持・増進や、働きやすい職場環境づくりを進めるため、年次有給休暇取得率の向上に取り組んでいます。各部門で有給取得率70%以上の達成目標を定め、所属長の責任のもと、取得推進に取り組んでいます。取得状況は毎月、部門ごとの一覧で回覧され、進捗率を全社で共有しています。

2021年度の年次有給休暇取得率は85.8%となりました。

年次有給休暇取得率の推移（単体）

	2019年度	2020年度	2021年度
有給休暇取得率	84.0%	79.7%	85.8%

育児・介護との両立支援

従業員が仕事と育児・介護を両立できるよう、さまざまな支援を行なっています。特に育児支援では、子どもが小学校4年生になるまで時短勤務を利用できるようにするなど、法定を超えた制度を充実させています。また、本人および配偶者が妊娠した従業員に対し、育児休業をはじめとする制度の個別周知・意向確認を徹底しています。2021年度には、そのために必要な対応を解説する管理職向けのEラーニングの配信を開始しました。

制度利用実績

制度		2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
育児休業制度利用者数（名）	男	1	0	0	3	7	13
	女	21	16	24	28	33	52
育児休業の取得平均日数（日）	男	211	0	0	111	33	26
	女	310	363	337	324	351	238
育児休業後の復職率（%）	男	100	0	0	100	100	100
	女	100	100	95.8	96.4	94.7	96.8
育児短時間勤務制度利用者数（名）	男	0	0	0	0	0	2
	女	8	17	9	20	26	26
介護休業制度利用者数（名）	男	0	0	0	0	0	2
	女	0	2	1	0	0	0
介護短時間勤務制度利用者数（名）	男	0	0	0	0	0	0
	女	0	0	0	0	0	0

その他の支援制度と利用者数

制度	概要	2020年度利用者数（名）	2021年度利用者数（名）
産前産後休業	出産予定日の46日前および出産後56日間の休業制度	28	51
配偶者出産休暇	配偶者の分娩のための特別休暇付与制度	22	21
二重保育料支援	フル勤務継続のための保育料支援制度	0	0
駐車場代補助	保育園送迎のための駐車場代支援制度	1	0

ママ・パパ相談室

2021年6月、育児中の従業員への支援窓口となる「パパ・ママ相談室」を設置しました。これまでも女性活躍推進法に則り、出産・育児というライフステージを迎えた女性従業員への支援を充実させてきましたが、今回の窓口設置は、男性従業員の育児参加の加速を大きな目的のひとつとしています。2021年度は、メールマガジンやチラシ配布、個別相談などを通し、従業員が利用できる制度の周知と利用促進に努めました。

2021年度相談実績

期間：2021年4月～2022年3月/相談件数：240件/相談方法：電話8割・メール2割

相談時期	件数	相談内容
妊娠初期	4割	<ul style="list-style-type: none"> ・ 出産に関する給付金について ・ 産休育休の会社規定と国の制度について ・ 産休前の有給消化について ・ 休職中の賞与について
産休前	2割	<ul style="list-style-type: none"> ・ 会社への提出書類と手当金の請求の仕方について ・ 保育園に入れなかったとき、どうすればよいか ・ 申請の仕方について ・ 産休前にやっておくべきことについて ・ 高額医療の「限度額適用認定証」申請について ・ パパの育休は取得したほうが良いか
育児休業延長時	1割	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保育園に入れなかった。育休延長はどうすればいい？ ・ 会社への提出書類について ・ 復帰タイミングの相談
男性社員育休取得前	2割	<ul style="list-style-type: none"> ・ 申請の仕方について ・ 育休をとるメリットを教えてほしい ・ 育児休業給付金について ・ 期間の相談

相談時期	件数	相談内容
復帰後の相談	1割	<ul style="list-style-type: none"> ・看護休暇や育児支援制度について ・次子妊娠のタイミングについて

働きがいのある職場の実現

ゴールドウインでは、従業員が仕事を楽しく、誇りや連帯感をもって能力を発揮できる職場づくりに注力しています。当社が「スポーツと環境を第一に考え、仕事と遊びに境界を引かない暮らしを営む」ことを実践していく上で、従業員の価値観を尊重し、多様な働き方を選択できる環境整備は欠かせません。ゴールドウインらしい働きがいのある職場を追求することで、従業員のエンゲージメントを高め、持続的成長へとつなげていきます。

働きがいの向上を目指す制度の導入

制度	概要	2021年度実績
永年勤続制度	長期にわたって勤務する従業員に対し、休暇と金一封を支給する制度。勤務10年、20年、30年、40年でそれぞれ設定。	勤務10年：52名 勤務20年：23名 勤務30年：47名 勤務40年：21名
バカンス休暇	販売職を対象にした、連続で10日間の休暇が取得できる制度。私用休を組み合わせることで、最長14日間までの休暇を取得できる。レクリエーションや家族との時間などに役立てるよう推奨。	対象者856名、うち取得希望者809名、うち取得者784名（取得率：対象者総数91.6%、取得希望者96.9%）
スポーツエール制度	一過性のイベント参加では無く、高い目標を立てて継続的にスポーツ活動や大会のボランティア、指導者に励む従業員に対し、金銭補助、商品提供、特別休暇などで支援する制度。	11名

多様な働き方の推進

従業員それぞれが働き方への多様なニーズを持つ中、働く時間・場所の柔軟性を高めていくことは、業務の効率化や生産性の向上につながると考えています。すべての従業員が働きがいを高め、自己成長の機会を得られるよう、多様な働き方を支えるさまざまな制度を導入しています。

多様な働き方を支援する制度

制度	概要	対象
有給休暇の半日・時間単位での付与	【目的】 労働者のさまざまな事情に応じて、柔軟に休暇を取得できるようにする為 【内容】 半日単位及び年5日の範囲内で時間単位での取得が可能	社員・契約社員・パートアルバイト

制度	概要	対象
副業許可制度の導入	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①社内では得られない知識、スキルの獲得 ②社外から新たな知識・情報や人脈を獲得することによる事業機会の拡大 ③従業員の自律性・自主性の涵養、優秀な人材の獲得・流出の防止 <p>【内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①個人事業主型 ②企業秘密が漏洩する可能性がないこと ③会社の事業と競合関係にないこと ④定時時間外の副業を許可するため、健康上や職務の能率に悪影響が出ないこと 	社員・契約社員の内、副業を行うことを認められた者
テレワークの導入	<p>【目的】</p> <p>新たな価値創造、生産性向上による企業収益への貢献、従業員のゆとりある生活及び災害や感染症等への対応を目的とする</p> <p>【内容】</p> <p>自社オフィス以外の場所において情報通信機器を利用して業務を行う</p> <ul style="list-style-type: none"> ①在宅勤務 ②モバイルワーク ③サテライトオフィス 	社員・契約社員・パートアルバイトの内、テレワークで業務を行うことを認められた者
サテライトオフィスの設置	<p>【目的】</p> <p>自宅でのテレワークが困難な従業員へのワーキングスペースの提供により多様な働き方に対応する</p> <p>【内容】</p> <p>サテライトオフィス運用会社と契約、事前申請した従業員の利用を許可している</p>	一部地域社員
時差出勤制度の導入	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①業務効率・生産性の向上、および時間外労働の削減 ②働き方の選択肢の拡大によるキャリア形成の再考 <p>【内容】</p> <p>所定労働時間は一定のまま、事前の申請・承認により、決められた範囲の中で出勤時間を選択可能とする</p>	社員・契約社員（販売職、ゴールドウイン開発（株）、GWL、naを除く）

今後の課題

ゴールドウインは、多様な従業員にとっての働きやすい職場環境の実現に向けて、今後も取り組みを強化していきます。KPIや具体的な目標を明らかにすることで、当社が何を重視し、どのような支援活動に注力しているかを従業員に示していくことが重要と考えます。これまで整備してきた制度を分かりやすく発信し、対象となる従業員が必要なタイミングで確実に利用できるよう運用体制を整え、利用者数を拡大していきます。

基本的な考え方

ゴールドウインでは、人的資本の最大化を目指すことが、経営上の最重要項目となっており、当社で働くすべての従業員が、自身が期待されている役割をしっかりと認識し、職務の確実な遂行により組織の目標達成に貢献する仕組みが重要と考えています。この仕組みとして公正な評価・処遇決定を行う基幹人事制度を整備し、従業員とのコミュニケーションを通じて透明性の高い運用を行っています。

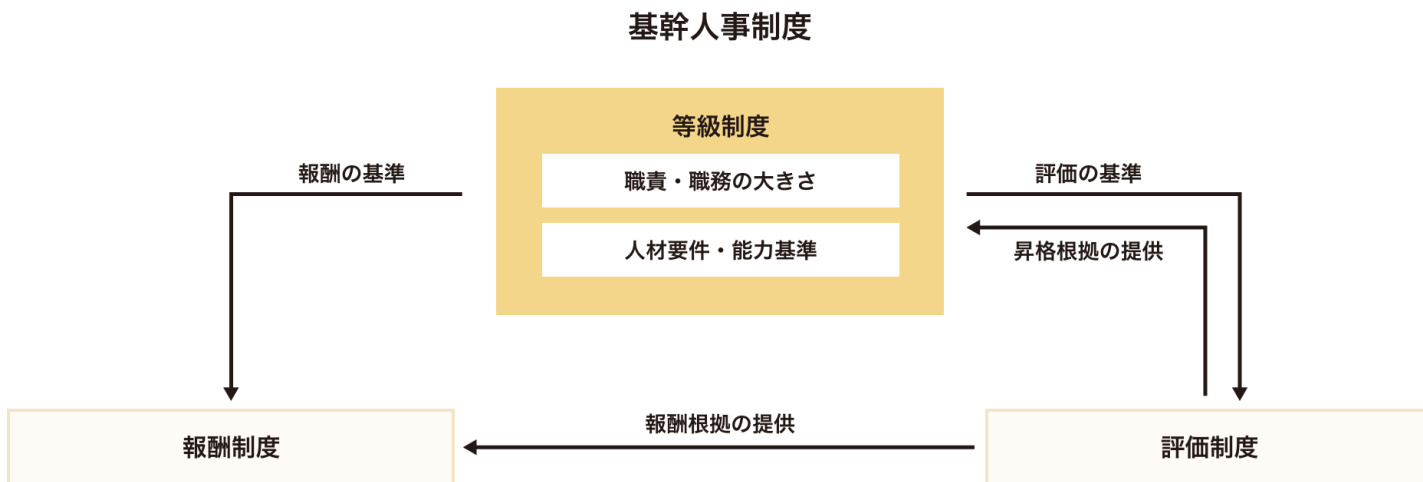
新人事制度

当社では2022年度に新人事制度を導入しました。新人事制度は「事業の成長を推進する人材を輩出できる仕組み」「ゴールドウインのDNAを生かし、しっかり伝承できる仕組み」「シンプルで納得感がある仕組み」であることを基本コンセプトとしています。また、ジョブ型人事制度として、会社が従業員に期待する事項を明確に示すとともに、それに基づくキャリアパスを提示することを重視しています。

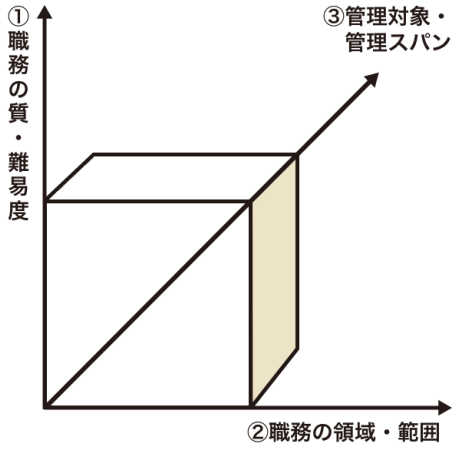
新人事制度は、等級別に求める職務内容・能力・経験等を明確化した「等級制度」と、評価基準を定めた「評価制度」、等級別の職務評価結果から報酬を決定する「報酬制度」の3つからなる基幹人事制度が骨格となっています。ジョブ型人事制度として、担当する仕事と役割である「職務」を基準とした人事制度であり、当社では①職務の質・難易度、②職務の領域・範囲、③管理対象・管理スパンの3軸で各等級や評価基準、報酬体系を定めています。

新人事制度の導入により、各職務に対する役割が明確となり、納得感のある評価を実現するだけでなく、戦略的な人材ローテーションや人材育成が可能となります。

基幹人事制度



職務の構成要素



① 職務の質・難易度	<p>業務を通じて創出する成果の質の違い</p> <ul style="list-style-type: none"> ・（例） 安定・確実な業務遂行～効率的な業務遂行～新たな価値の創造 等 <p>業務の難易度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・（例） 誰でも容易に遂行可能～数年の訓練で遂行可能～社内で限られた人材のみが遂行可能 等
② 職務の領域・範囲	<p>業務の領域（専門分野）と範囲</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 領域の例） 開発／設計／製造／営業／経理／人事・・・等 ・（範囲の例） 既存定型業務／既存非定型業務（突発対応など）／新規非定型業務
③ 管理対象・管理スパン	<p>職責を果たす上で管理する必要がある事項と、その範囲</p> <ul style="list-style-type: none"> ・（管理対象の例） 自身の担当業務／部下の担当業務／部下の勤務状況 等 ・（管理スパンの例） 自分ひとり／数名のチーム／数十名のチーム 等

公正で競争力のある処遇決定

当社では「人権方針」に基づき、一切の差別を禁止しています。賃金制度においても性別による差別等は一切行わず、同一労働同一賃金に関する法令を遵守した処遇決定を行っています。また、処遇決定においては法令で定められた最低賃金を遵守するだけでなく、生活賃金以上の競争力のある支払いに努めています。

2022年度に新人事制度としてジョブ型人事制度を導入しました。これにより、男女の賃金差異の縮小に向けて取り組んでいます。

平均給与（円）（単体）

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
平均給与	6,297,719	6,483,984	6,810,469	6,072,614	6,377,448

男女の賃金の差異（男性の賃金に対する女性の賃金の割合）（単体）

	2021年度	2022年度（4月～7月）
全従業員	62.0%	65.0%
うち正社員	59.1%	63.6%
うちパート・有期社員	73.5%	75.1%

* 「男女の賃金の差異の算出及び公表の方法について」（厚生労働省）をもとに作成

企業年金制度

当社グループでは、従業員の老後の生活の安定を目的に、企業年金制度を運営しています。制度は、確定給付型年金制度（DB）と、確定拠出型年金制度（DC）で構成されており、等級に応じた金額を毎月拠出しています。なお、確定拠出型年金制度（DC）については、当社が拠出している額と同額を上限とするマッチング拠出制度（従業員拠出）を導入しています。

企業年金制度の状況

	加入者数	2021年度拠出額
確定給付型年金（DB）	912	547,317,540
確定拠出型年金（DC）	912	59,610,243

今後の課題

公正な評価・処遇決定と、従業員とのコミュニケーションを通じた透明性の高い運用を継続していきます。

次年度以降は新人事制度への円滑な移行と、従業員の理解促進に注力します。新制度により生産性向上を目指し、各制度改革とともに従業員満足度の向上や、組織活性化を図ります。

基本的な考え方

ゴールドウインでは、従業員の健康維持・増進が持続的な企業成長には欠かせないと考えています。従業員の心とからだの健康を守ることは、安定的な人材確保の基盤になるとともに、個人のパフォーマンスや生産性、会社へのエンゲージメントを高め、組織の活性化につながります。「スポーツを通じて、豊かで健やかな暮らしを実現する」という企業理念のもと、従業員が仕事以外の場でもいきいきと活動的に過ごすこと、その家族も一緒に健康であることを重視します。こうした考え方を、2021年3月には「ゴールドウイングループ健康経営宣言」として表明し、経営トップの主導によりさまざまな取り組みを強化しています。

ゴールドウイングループ 健康経営宣言

ゴールドウイングループは、「スポーツを通じて、豊かで健やかな暮らしを実現する」ことを企業理念に掲げています。会社と従業員が共に成長を遂げるためには、従業員の心と身体の健康・安全が不可欠であると考え、全ての従業員が安全に就業し健康を保持・増進するための環境づくりを、会社・健康保険組合・従業員・家族が一体となって、積極的に取り組むことを宣言します。

2021年3月

健康経営に関するトップメッセージ



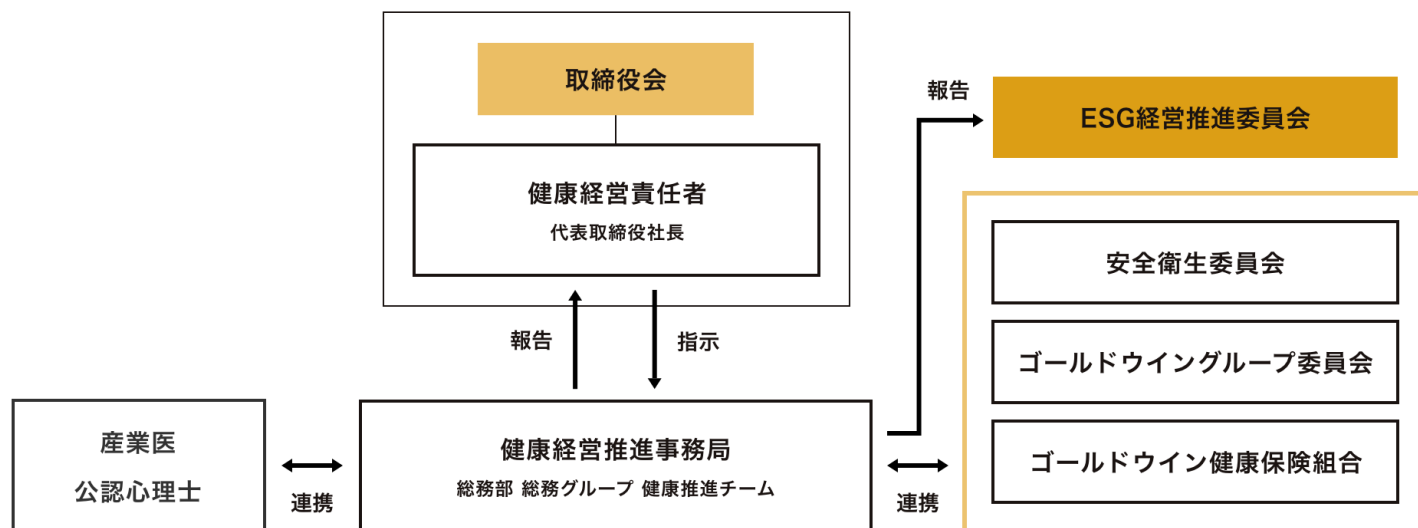
私たちゴールドウインは、従業員が誇りと喜びを持って働ける企業でありたいと考えています。

その前提には、従業員と家族の心と身体の健康保持・増進があり、楽しみを感じながら仕事を続けることで新しい発想や感動が生まれるとともに、一人ひとりの個性や能力が最大限に発揮され、企業の発展や社会への貢献に繋がるという思いがあります。私たちは、スポーツと環境を第一に考え、仕事と遊びに境界を引かない暮らしを営むためにも、会社・健康保険組合・従業員・家族が一体となって、健康づくりを推進していきます。

代表取締役社長
渡辺 貴生

推進体制

代表取締役社長を健康経営責任者、総務部総務グループ健康推進チームを事務局とする推進体制を整備しています。安全衛生委員会やゴールドウイングループ委員会（従業員代表）、ゴールドウイン健康保険組合と連携し、産業医や公認心理士とも相談しながら、さまざまな施策を実行します。また、各施策についてはESG経営推進委員会を通して経営層へ報告しています。



具体的な取り組み

ゴールドウインでは、従業員が心身ともに健康に働ける環境づくりに向けて、グループ全社において以下の取り組みを推進しています。

産業医面談、カウンセリング

従業員一人ひとりの心の健康に寄り添うため、産業医・公認心理士による相談体制を整えています。メンタル不調の事前防止や適切なフォローを目的に、2021年度には面談・カウンセリング機会の拡大に取り組みました。2021年度上期は、産業医面談の実施回数が前年同期比157%、カウンセリングの実施回数が前年同期比232%となりました。



2021年度施策

施策	内容
対面とオンラインを組み合わせたカウンセリングの全国展開	従来、東京・富山・大阪で実施していた対面面談に加えて、2021年度よりオンライン面談を導入し、全国のグループ従業員が場所を問わずに相談できる環境を確立
メンタル不調者を抱える管理者へ産業医面談を推進	メンタル不調を当事者だけの問題で終わらせないよう、管理者の相談体制を整備
復職支援プログラムの確立	メンタル不調者へのフォロー体制を明確化。リーダー以上の従業員には、復職支援の流れを学ぶ動画研修を実施

禁煙施策

喫煙は生活習慣病にもつながり得るものであり、受動喫煙により本人だけでなく周囲にも影響を及ぼします。ゴールドウィンでは、禁煙は健康を守るための基本と考えて、禁煙を目指す従業員を全面的にサポートしています。

2022年4月以降は、グループ全従業員を対象に就業時間内（休憩時、出張・外出時、早出・残業時を含む）を禁煙とする方針です。

2021年度施策

施策	内容
オンライン禁煙外来の設置	より気軽に受診できるよう、2021年度に新設。オンライン診療と禁煙補助薬で段階的に禁煙をサポート
禁煙治療支援	保険医療機関による禁煙治療で、治療完了までに従業員が負担した治療費を全額補助
ニコチンパッチの無償提供	2020年度までは禁煙を宣言した人のみを対象としていたのに対し、2021年度からは対象者を広げて希望者全員へ提供
メールマガジン配信	毎月2回、受動喫煙の問題などについて取り上げるメールマガジンをグループ全従業員に配信することで、ヘルス・リテラシーを向上

ストレスチェック

従業員自身にストレスへの気づきを促し、職場改善につなげていくため、毎年グループ全従業員にストレスチェック受検を呼びかけています。2021年度の実受検率は98.6%となり、前年度の97.8%より0.8ポイント上昇しました。ストレスチェック実施後、高ストレス者には産業医面談を受けることを指導しています。また、部門ごとの集団分析でストレスの度合い・傾向を把握し、カウンセラーと部門責任者による職場改善のための面談を行っています。

従業員の健康促進プログラム

ウェルネスポイント

従業員が健康リテラシーを向上し、自分自身にとって健康に良い行動を選んで実践していけるよう、2019年度より福利厚生の一環としてウェルネスポイント制度を導入しています。この制度では、健康増進につながる行動に伴い、専用アプリ上でウェルネスポイントが獲得できます。ポイントが貯まると好きな商品と交換できるという特典があり、日々の生活の中で楽しく健康習慣を取り入れられる制度として、グループ全従業員の78%がエントリーしています（2021年度実績）。また、ポイント獲得につながる各種イベントも展開しています。



2021年度実施イベント

- ・ウォーキングチャレンジ
- ・ウォーキングキャンペーン
- ・ダイエットチャレンジ
- ・RIZAP 5Min室内運動動画の配信

健康教育研修

健康増進への従業員の意識を高めるため、各種教育プログラムの整備を進めています。2021年度には、コロナ禍においてもPCや携帯端末から視聴できるようオンライン研修を強化しました。研修は四半期に一度、「ゴールドウインの健康経営」「健康とは何か」などのテーマについて実施しています。

運動会の開催

毎年、東京・富山の2拠点で社内運動会を開催しています。約600名以上の従業員とその家族が参加する大規模イベントとして熱戦が繰り広げられ、参加者にはMVP賞やハッスル賞などが授与されます。

2021年度は新型コロナウイルス感染拡大を受け、開催を見送りましたが、今後も運動機会を増やし、社内の一体感を深める活動として継続していきます。



部活動の推奨

「スポーツ・ファースト」の精神のもと、従業員のクラブ活動への参加を積極的に推奨しています。野球やサッカー、ウォーキング、釣り、マリンスポーツ、ゴルフ等、約30クラブが活動しており、延べ約700名の従業員（2021年度実績・兼部を含む）がスポーツを通して部署や立場を超えたコミュニケーションの輪を広げています。



感染症予防対策

新型コロナウイルス感染症の影響が続く中、2021年度は感染予防のために以下の施策を実施しました。

- ・全従業員へのマスク配布
- ・全事業所および、全店舗への手指消毒用アルコール・体温計の設置
- ・全従業員への毎朝の検温徹底
- ・入社制限によるテレワーク推進
- ・新型コロナウイルスワクチン職域接種の実施
- ・PCR受検機関の確保と早期受検徹底
- ・不安払拭での抗原検査・PCR検査実施
- ・飛沫防止パーテーションの設置
- ・疑いのある場合の早期消毒措置

健康経営に関する社外評価・認定

ゴールドウインは、健康経営を積極的に推進する企業として、さまざまな外部機関から高い評価を受けています。

健康経営銘柄2022

経済産業省と東京証券取引所が共同で選定する「健康経営銘柄2022」に初めて選定されました。健康経営銘柄は、従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組む上場企業を選定しているものです。

ゴールドウインは、従業員一人ひとりの時間管理への意識向上を促し、労働時間の適正化や年次有給休暇消化率の目標を達成することで、スポーツの実践機会も増え、心身の健康につながっていることなどが評価されました。



健康経営優良法人ホワイト500

経済産業省による「健康経営優良法人制度」は、地域の健康課題に即した取り組みや日本健康会議が進める健康増進の取り組みをもとに、特に優良な健康経営を実践している大企業や中小企業等の法人を顕彰する制度です。大規模法人部門では、上位法人に「ホワイト500」の冠が付加されます。

ゴールドウインは、制度が開始された2017年から5年連続で、健康経営優良法人に認定されています。また、2021年には4度目となる「ホワイト500」に選ばれました。



スポーツエールカンパニー認定

スポーツ庁による「スポーツエールカンパニー」は、従業員の健康増進のためにスポーツの実施に向けた積極的な取り組みを行っている企業を認定する制度です。

ゴールドウインは、制度が開始された2017年度から5年連続で、スポーツエールカンパニーに認定されています。



東京都スポーツ推進企業認定

「東京都スポーツ推進企業認定制度」は、従業員のスポーツ活動の推進、スポーツ分野における社会活動を実施している企業を東京都が認定するものです。

ゴールドウインは、制度が開始された2015年度から7年連続で、スポーツ推進企業認定を受けています。



今後の課題

従業員のさらなる健康増進と健康経営の深化に向けて、今後も取り組みを継続、発展させていきます。各指標・データの分析を踏まえて、それぞれの施策で数値目標の設定を進め、より効果的な実施を目指します。健康リスクの高い個人に対応する「ハイリスクアプローチ」と、組織全体として健康リスクの予防に努める「ポピュレーションアプローチ」の両輪でのアプローチを重視しています。

今後強化していく取り組み

- ・ 研修・セミナーを通じた健康経営の全社への浸透
- ・ ウェルネスポイントのアクティブユーザーの増進
- ・ 社員食堂メニューの健康志向化
- ・ 休憩時間も含む勤務時間中の禁煙
- ・ 健康・食事管理アプリ導入

基本的な考え方

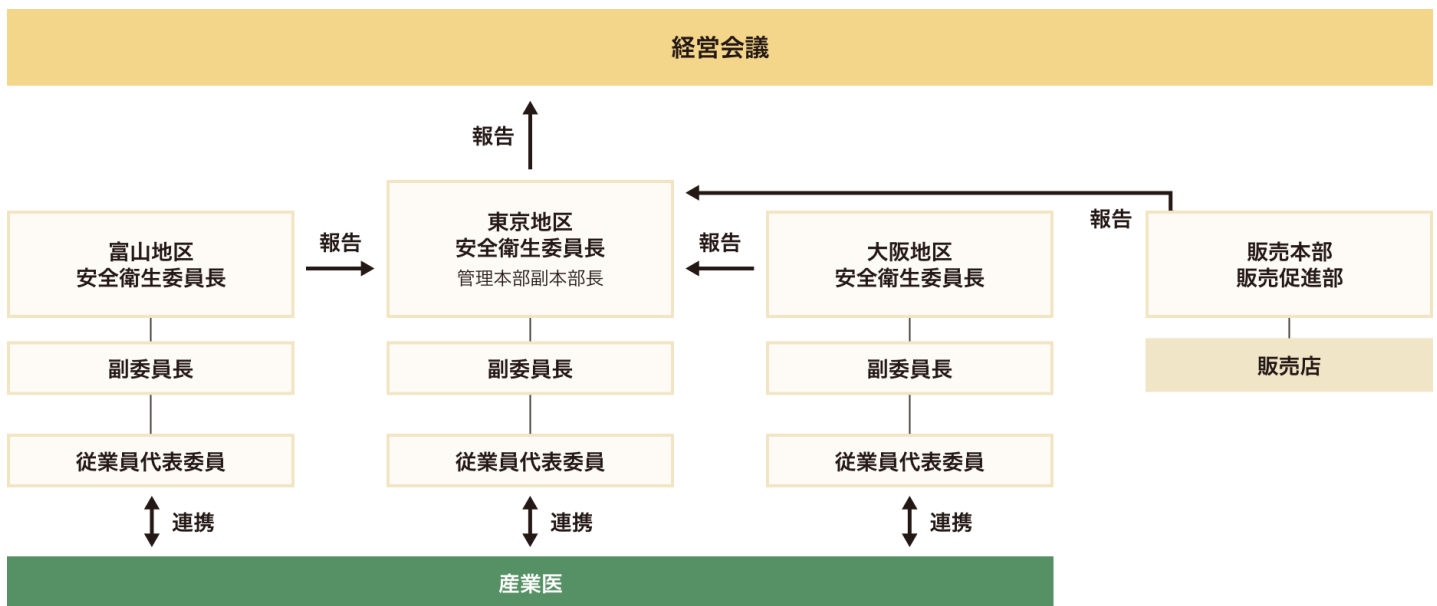
当社は従業員の安全、健康を第一に考えた経営の継続を掲げ、従業員の業務上の災害および疾病を未然に防止するとともに、積極的にその安全と健康とを確保し、働きやすい快適な職場環境の形成を促進しています。

推進体制

当社では、従業員が安心・安全に働くための審議を行うことを目的に、安全衛生委員会を設置しています。当委員会は、職場環境の改善や労働災害の発生防止に加え、従業員の健康を守り、従業員自身が主体的に健康について考え、改善案を提案する場として、労働安全衛生法に則り、従業員50名以上の事業所である東京地区、富山地区、大阪地区にそれぞれ委員会を設置しています。また、各部署より委員を1名選出し、月に1回委員会を開催しています。

さらに、全国の店舗における労働安全衛生については、販売推進部によって統括されています。店頭で発生した事故や、災害に関する情報は、人事部により集約され、東京地区安全衛生委員会の委員長である管理本部副本部長より経営会議に報告しています。

体制図



労働災害事故防止の取り組み

ゴールドウインでは、各地区の安全衛生委員会が中心となって、労働災害事故防止に取り組んでいます。当社の事業特性からも創業以来、死亡事故は発生しておらず、労働災害の多くも通勤時における車両事故が大半です。しかし店舗における危険箇所の発見やヒヤリハットなどは関係者で共有され、事故防止に役立てられています。

労働災害発生件数（単体）

		2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
労働災害発生件数（件）	業務上災害	3	11	9	8	5
	通勤災害	3	0	3	1	8
労災による死亡者数（名）		0	0	0	0	0

今後の課題

今後も引き続き、従業員の安全、健康を第一に考え、労働災害発生の事前防止や再発防止を徹底していきます。現状は関係者により適切に情報共有されていますが、従業員ひとり一人の意識向上のためにも、事業所単位で管理している情報を横展開し、再発防止のために役立てます。

基本的な考え方

ゴールドウイングループでは、創業の地である富山と現在本社のある東京都渋谷区を中心に、地域社会に貢献する活動を行っています。スポーツ用品メーカーとして蓄積してきた技術と経験をもとに、企業理念の考えのもと、子どもから大人までスポーツを通じて多くの人たちに豊かで健やかな暮らしを提案しています。

渋谷区との「シブヤ・ソーシャル・アクション・パートナー協定」

当社は渋谷区と「シブヤ・ソーシャル・アクション・パートナー協定」（以下、S-SAP協定）を締結しています。「S-SAP協定」は、渋谷区と渋谷区内に拠点を置く企業や大学等が協働して地域の社会的課題を解決していくために締結する公民連携制度です。

当社と渋谷区は「共生社会の実現」という同じ目標達成に向けスポーツを通じた活動に取り組んでおり、主に子供たちに向けて、様々な機会を提案しています。

協定の内容：ゴールドウインと渋谷区は、以下の項目について協働します。

1. スポーツを通じた共生社会の実現に関する支援
2. 次世代育成に関する支援
3. 環境保全に関する支援
4. 災害対策に関する支援
5. その他、相互に連携協定することが必要と認められる支援

2021年度は児童青少年センターフレンズ本町でスペシャルイベントにおいてスポーツライミング、シュラフ早詰め&テント組み立て体験、パラボードリストバンド製作など、アウトドア体験会の運営に協力しました。

また環境ファシリテーター事業の取り組みとして渋谷区内の小学校の地域環境リモートインタビューに協力し、当社の環境負荷軽減への取り組み内容を紹介しました。



「富山マラソン」に特別協賛

創業の地である富山県で開催されている「富山マラソン」に、ゴールドパートナーとして特別協賛しています。

世代やレベルを超え、多くの方が参加するこの大会に、第1回（2015年開催）より継続してゴールドパートナーを務めています。従業員自らがボラ

ンティアとして参加する他、この大会を通じて、古着の回収やリサイクル素材でつくった参加賞Tシャツの提供など、地域の人々が環境改善に向けて意識を高めていただけるよう活動しています。



「カターレ富山」の支援と協働

ゴールドウインの創業の地、富山県のプロスポーツチームであるカターレ富山は、「サッカーを通じて、青少年の健全育成やスポーツの振興、地域の活性化などに貢献し、ふるさと富山が一層元気になることを目指す」クラブです。ゴールドウインは、2008年のチーム誕生時から、ユニフォームサプライヤーとしてチームのサポートを続けています。

また、2022年シーズンよりカターレ富山のホームゲーム(全17試合)でサポーターからの不要衣類の回収を開始しました。循環型社会構築にむけて地域の人々と一緒に、環境を改善するアクションに取り組みます。



Photo : ©KATALLER TOYAMA



「寛仁親王記念杯 北陸ウェルフェアゴルフトーナメント」に協力

当社は、毎年富山県小矢部市のゴルフ倶楽部ゴールドウインで開催される「寛仁親王記念杯北陸ウェルフェアゴルフトーナメント」に第1回（1999年）より毎年協力しています。

大会を通じて障がい者福祉への正しい理解を深めることを目的としており、多くの従業員がボランティアスタッフとして協力しています。

コース内4カ所のショートホールをウェルフェアホールとし、スコアにあわせて募金をいただいております。大会の純益金は北陸の障がい者福祉に役立てています。

▷ [寛仁親王記念杯 北陸ウェルフェアゴルフトーナメント](#) 外部リンク



環境省との「国立公園オフィシャルパートナーシップ」

当社は2020年より、環境省と「国立公園オフィシャルパートナーシップ」を締結しています。

「国立公園オフィシャルパートナーシッププログラム」とは、日本が世界に誇る国立公園の美しい景観と、滞在する魅力を世界に向けて発信し、国内外からの国立公園利用者の拡大を図ることで、国内外の人々の自然環境保全への理解を深めるとともに、国立公園の所在する地域の活性化につなげるためのプログラムです。

当社は、全国各地に展開する直営店舗やアウトドアスポーツを中心としたイベントなどに関する知見を活かし、日本の国立公園の認知向上と利用促進に寄与しています。



▶ 「National Parks of Japan」特設Webサイト [🔗](#)

北海道斜里郡斜里町との包括連携協定

2021年10月9日、当社と斜里町は、「アウトドアを、文化に」という理念を継承し、知床国立公園の魅力向上、未来を担う子どもたちへの自然体験の場の充実、サステナビリティの追求などを目標に掲げ、来るべき時代への方向感を共有し、知床をフィールドにした取り組みを進めていくために「地域活性化に関する包括連携協定」を締結しました。

締結に先立ち2019年には、知床自然センター内にゴールドウインの直営店「ザ・ノース・フェイス/ヘリーハンセン 知床店」をオープンし、旅行者や地元住民へのウェアやギアの販売を行うと共に、斜里町や町内団体、事業者などとアウトドア振興や産業振興、環境保全に関する事業連携を進めてきました。今回の包括連携協定の締結により、こうした斜里町との連携をさらに進め、今後は知床が持つ多様で開かれたアウトドアフィールドにおいて、アウトドアアクティビティ促進に関する支援や子どもたちの自然体験の場の創出などの取り組みを行う予定です。



神奈川県箱根町との包括連携協定

2022年3月9日、当社と箱根町は、当社のもつアウトドアを通じた体験や学びに関する知見と箱根町のもつ自然環境など双方が持つ資源を有効活用し、連携して事業に取り組むことで地域活性化を推進し、自然環境の保全と次世代を担う子どもたちの明るい未来の実現を目指すため、「地域活性化に関する包括連携協定」を締結しました。

今後は箱根が擁する自然の魅力や可能性をより広域に発信し、子どもたちを中心とした地域住民の地元への愛着形成の推進を図るほか、登山道の整備などの環境保全活動や地域産業との協働によるブランディングなど、箱根DMO(一般財団法人 箱根町観光協会)と連携して実施する予定です。



THE NORTH FACEと山梨県北杜市の包括連携協定

当社が展開するアウトドアブランド「THE NORTH FACE」は、子供たちに北杜市の魅力を知ってもらうこと、登山道の整備などの環境保護、鉄道の駅からアウトドアフィールドまでのアクセスなどの課題解決に共に取り組むことを目的に、2020年1月に山梨県北杜市と包括連携協定締結しました。

コロナ禍でイベント等活動の縮小を余儀なくされましたが、2021年7月からはJR小淵沢駅から八ヶ岳と南アルプス甲斐駒ヶ岳などの登山口へのタクシー移動をサポートする「MOUNTAIN TAXI」の運行の協力や、従業員による登山道整備を行うなど、今後も様々な取り組みを実施してまいります。



国際トレイルランニング大会「ULTRA-TRAIL Mt. FUJI」に協賛

当社では、160km以上のトレイルを走る国際的なトレイルランニングレース、ULTRA-TRAIL Mt. FUJI（ウルトラトレイル・マウントフジ、以下UTMF）に協賛しています。

この大会は富士山の山麓、登山道、歩道、林道などを走りつなぐもので、当社は第1回大会から協賛しています。

2020年、2021年の大会は新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止となりましたが、2022年は4月22日～24日に開催され、当社従業員も運営スタッフとして、アスリートサポート、装備確認、ウォーターステーション運営、誘導などの業務を担当しました。

【UTMF参加Tシャツリサイクルプロジェクト】

当社、日本環境設計株式会社、UTMF実行委員会とのパートナーシップにより、過去大会や他大会の参加Tシャツを回収する取り組みを実施しています。回収したTシャツは次回のUTMFの参加賞Tシャツに再生される予定です。



基本的な考え方

ゴールドウイングループでは、性別や人種、国籍や社会的地位、障がいの有無など、人それぞれの違いを受け入れ、誰もがあたりまえに生活し、地域の構成員の一員として尊重される社会の実現を目指しています。こうした共生社会の考え方を広く世の中に理解してもらうことを目指し、スポーツ用品メーカーとして蓄積してきた技術と経験をもとに、スポーツを通じた貢献を進めています。

パラスポーツを「する人」「見る人」「支える人」の支援

スポーツ用品メーカーとして蓄積してきた技術と経験をもとに、当社はパラスポーツ支援活動を積極的に行っております。健康な人にも障がいのある人にも分けへだてなくスポーツを楽しむ機会が与えられるよう、「する人」「見る人」「支える人」の三者を等しく支え、誰もが健やかに暮らせる「共生社会の実現」に寄与することを、この活動の指針としております。

する人への支援

何よりもスポーツを一番に考え、心から愛し、自ら実践し、スポーツの力を信じる。当社はこの「SPORTS FIRST」というタグラインを掲げ、人材育成や地域・社会への貢献などスポーツを通じた豊かな暮らしの実現と、社会の発展に寄与することをめざしています。

こうした考えのもと、2015年4月より日本パラスポーツ協会とオフィシャルパートナー契約を締結し、継続的に誰もがスポーツに参加し、楽しめる環境づくりをサポートしています。

また各競技団体とも契約し、当社が企画・生産するブランドで日本代表のウエアを提供しています。

2021年度は、当社が新ユニフォームを提供する各競技団体の日本代表チームが好成績を収めています。提供するユニフォームは、ヒアリングや着用テストを繰り返し、選手の要望に沿って開発しているもので、選手の活躍を陰でささえています。

また、2022年度から一部の競技団体と協働で、着用しなくなったユニフォームやウエアを回収し、再生させる取り組み「GREEN CYCLE」の取り組みをはじめました。



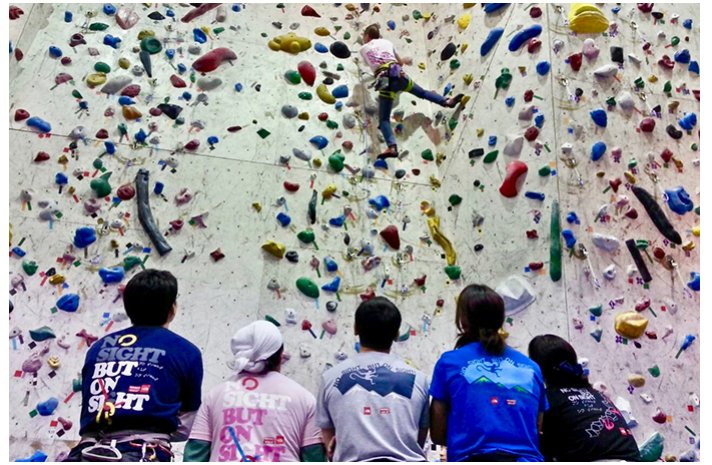
車いすラグビー日本代表をサポート



パラ水泳日本代表 鈴木孝幸（当社従業員）



ボッチャ日本代表（火ノ玉JAPAN）のユニフォームを提供



視覚障がい者クライマーへの支援（モンキーマジック）

見る人への支援

パラスポーツを盛り上げるため、当社では従業員や家族による競技観戦の誘致を積極的に行っています。子どもを含め、家族ぐるみで競技を観戦してもらうことで、「共生社会の実現」にとって重要なパラスポーツへの理解や親近感の醸成を目指しています。地域の子どもたちにパラスポーツの魅力伝えるイベント開催の協力や、パラスポーツ大会関連グッズの協賛などを行っており、近年は新型コロナウイルス感染拡大の影響もあり各種イベントを自粛していますが、今後も継続して機会創出を行います。



渋谷文化総合センター大和田（ハチラポ）でのイベント



小学生に応援タオルマフラーを寄贈

支える人への支援


「共生社会の実現」をめざすパラスポーツの支援には、「支援を行う人」をさらに支援する仕組みが欠かせません。当社では各協会・団体へのスタッフユニフォーム提供や寄付などを行っています。

2021年度は当社従業員でパラ水泳選手の鈴木孝幸が国内9校の小・中・高校生に向けて共生社会への考え方や多様性を受け入れることの大切さを伝える講演会を行いました。また当社が協賛している富山マラソンの車いすの部の表彰式プレゼンターを務め、自ら監修した車いすユーザーが使いやすいバッグを手渡しました。




支援先団体

特定非営利活動法人モンキーマジック

> <https://www.monkeymagic.or.jp/> 


公益財団法人日本パラスポーツ協会

> <https://www.parasports.or.jp/> 


一般社団法人日本車いすラグビー連盟

> <https://jwrf.jp/> 

一般社団法人日本パラ水泳連盟

> <http://paraswim.jp/> 

特定非営利活動法人日本障害者スキー連盟

> <https://jps-ski.com/> 

一般社団法人日本ボッチャ協会

> <http://japan-boccia.net/> 

基本的な考え方

ゴールドウイングループでは、スポーツ用品メーカーとして蓄積してきた技術と経験をもとに、未来を担う子供たちに向けて、様々な活動を通じて支援をしています。競技スポーツで世界へ挑戦する子どもたちの夢を支援する他、大自然の中でのアウトドア体験や自然の中の素材を使ったアート作品作りなどを通じて、子どもたちの可能性を引き出し、美しい未来を形づくるための閃きと機会を提供します。



「GOLDWIN PLAY EARTH PARK」を実施

当社では、5組の建築家が創り出す遊具から子どもが主体となり新しい遊びを創造するイベント「GOLDWIN PLAY EARTH PARK」を実施しました。「地」・「水」・「火」・「風」・「空」といった地球を構成する5つのエレメントをテーマにし、建築家とコラボレーションした遊具を設置することで子どもの創造力を刺激し、これまでにないような遊びを生み出しました。また、5つのエレメントをテーマに、THE NORTH FACEやHELLY HANSENなど5つのブランドからのコラボレーションアイテムの展開や、都市における自然との関わりを考え子どもたちが中心となり楽しめる様々なワークショップを開催しました。

実施概要

2022年4月23日から5月29日／東京ミッドタウン芝生広場にて

2022年7月23日から8月14日／富山県富岩運河環水公園・富山県美術館にて



「ゴールドウイン FIS ユース ジャパンカップ」への特別協賛

当社では、アルペンスキー競技者の裾野であるユース世代の環境作りと選手拡大のためのアルペンスキー大会（主催：ナスターレース協会）を、2000年から協賛しています。この大会での上位入賞者には、「FISチルドレン ウィスラーカップ出場権」を与えており、世界へと羽ばたくきっかけ作りを行っています。2020年からは国内では初めて「U14」と「U16」クラス（※）のFIS（国際スキー連盟）公認大会となり、世界各国からエントリーしてきた選手と競い合う機会を提供しています。（※U14：12-13歳/U16：14-15歳）

2021年度は、2022年3月10日～13日、苗場スキー場において289名の選手が参加して開催されました。

＞ NPO法人ナスターレース協会 [📄](#)



自然を体感しながら親子で学ぶ「THE NORTH FACE KIDS NATURE SCHOOL」

当社では、親子が自然の中で楽しみながら学ぶ「THE NORTH FACE KIDS NATURE SCHOOL」を2014年から開催しています。このスクールでは子どもたちの冒険心を呼び起こし、自然に触れることで得られる体験や知識、仲間と共に学び成長する喜び、そして自分の限界に挑戦する探究心を育てます。多くの子どもたちが自然に寄り添い「生きる力」を育み未来へ夢を繋げるような時間を提供します。

2021年度はコロナ禍の中、オンラインで2回とフィールドで4回、開催しました。

＞ THE NORTH FACE KIDS NATURE SCHOOL [📄](#)



「ゴールドウイン ジュニアチャレンジゴルフ大会」を開催

グループ会社のゴールドウイン開発では、ゴルフ倶楽部ゴールドウイン（富山県小矢部市）において「ゴールドウイン ジュニアチャレンジゴルフ大会」を2010年より開催しています。小学生から高校生までのジュニアゴルファーを対象に、競技力の向上だけでなく、大会を通じてルールやマナーを学んでもらうことを目的として開催しています。2021年8月5日、31名のジュニアゴルファーが集まり、熱戦が繰り広げられました。



「Goldwin SKI CAMP」に協賛

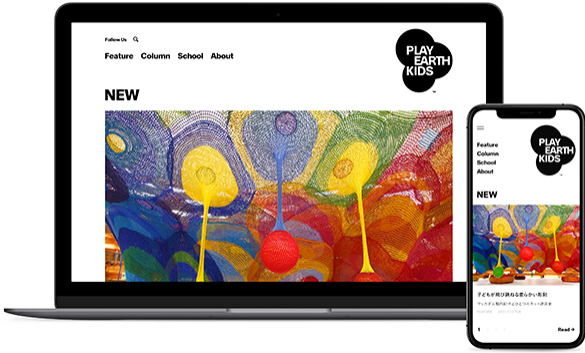
当社では、2020年より世界の舞台で活躍する競技者を含めたジュニア世代のスキーヤーの育成を支援する取り組みを開始し、「Goldwin Jr. DEMO CAMP」及び「Goldwin Camp in APPI」への協賛を行っています。ジュニア世代のスキーヤー育成を支援することがスキー市場振興につながると考え、本トレーニングキャンプに企画段階から参画するとともに、「TEAM Goldwin」メンバーをゲスト講師として派遣し、キャンプ運営をサポートします。今後もジュニア世代のスキーヤーの育成支援を行うことで、スポーツ・競技としてのスキーの楽しさを伝えることに貢献します。2021年度は、旭川カムイスキーリンクスと安比高原スキー場において両キャンプを開催し、合計約200名のジュニアDEMOスキーヤーとジュニアレーサーが参加しました。



PLAY EARTH KIDS

子どもと地球の未来を「遊び」を通して考え、創るプロジェクト「PLAY EARTH KIDS」。世界や環境のことを、自由な遊びのなかで捉える子どもたちの想像力と行動力を尊重したいと考え、世界を新鮮な見方で捉えるアイデアや方法論を提案するオンラインコンテンツと、子どもの想像力や好奇心に寄り添いながら、アイデアや方法論で豊かな今と明るい未来をともにつくるオフライン体験を提案しています。2021年度はコロナ禍の中、オンラインで1回、フィールドで1回、スクールを開催しました。

> <https://www.goldwin.co.jp/playearthkids/> 



「ゴールドウイン西田育英財団」と 「ゴールドウイン西田東作スポーツ振興記念財団」について

ゴールドウイン西田育英財団

2020年8月、アスリートをサポートするスポーツ関連分野、または服飾・ファッション関連分野を学ぶ学生と、創業の地・富山出身の学生の奨学援助を実施することを目的に、本財団を設立いたしました。本財団の活動を通じて、スポーツアパレル業界、地域社会の発展を目指します。こうした活動は、当社の企業理念の実現に資するものであり、また、中長期的な観点からも、業界の発展、ひいては、当社の企業価値向上に繋がるものと考えております。

▶ 公益財団法人ゴールドウイン 西田育英財団 [📄](#)

ゴールドウイン西田東作スポーツ振興記念財団

本財団は、2017年5月に、当社がスポーツの振興に関する事業の推進をはかり、すべての人がスポーツを等しく楽しめる共生社会の実現に寄与することを目的として設立いたしました。

この目的を達成するために次の事業を行っています。

1. 障がい者スポーツの振興に関する事業に対する助成
2. 青少年スポーツの振興に関する事業に対する助成
3. 富山県におけるスポーツ振興に関する事業に対する助成
4. その他、この法人の目的を達成するために必要な事業

▶ 公益財団法人ゴールドウイン西田東作スポーツ振興記念財団 [📄](#)

基本的な考え方

ゴールドウインはタグラインSPORTS FIRSTのもと、スポーツを通じて、豊かで健やかな暮らしを実現することを使命としています。こうした企業としての社会的責任、すなわち法令等の遵守、内部統制の確立、顧客満足度の向上、環境の重視、労働安全衛生の徹底、人権擁護、社会貢献などを全うし、すべてのステークホルダーから信頼され、収益力の拡大ならびに経営体質の強化改善を図り、長期的かつ安定した利益還元を維持することが、事業活動において不可欠であると認識しています。

この基本的な考えのもと、コーポレート・ガバナンスを強化し充実させるため、経営の公正性と透明性の向上、的確かつ迅速な意思決定と効率的な業務執行に努めています。その考えは行動指針「強い、速い、きれいな経営」として、すべての役職員に徹底されています。

強い経営

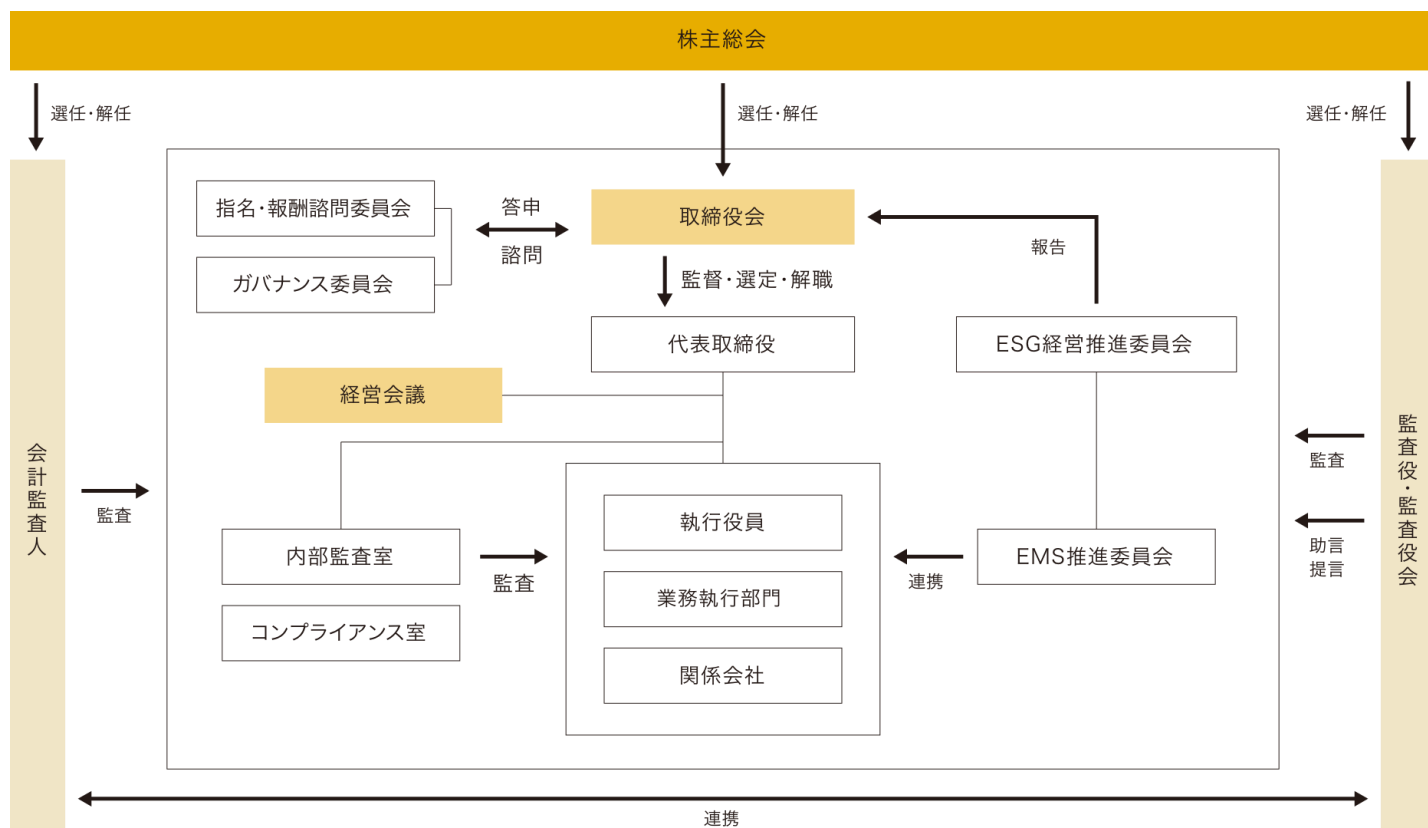
選択と集中を強め、財務体質を強化するとともに、中長期視点で積極投資し、企業価値を高める

速い経営

顧客ニーズの変化に俊敏に対応し、商品企画から調達・販売までのプロセスを最適化し、実需型ビジネスを推進する

きれいな経営

ワークライフバランスを重視するとともに、環境に配慮した事業運営と、情報の透明性を堅持する



<p>社外取締役</p> <p>4名 / 10名</p>	<p>社外監査役</p> <p>3名 / 4名</p>	<p>女性取締役</p> <p>2名 / 10名</p>
-------------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

各機関の概要

機関	構成	活動
取締役会	議長：代表取締役会長 取締役10名、監査役4名	・ 重要案件の審議、経営の監督、経営方針の議論を行う
指名・報酬諮問委員会	議長：社外取締役 社内取締役2名、社外取締役4名	・ 役員（取締役、監査役）と執行役員のあるべき姿（役割・権限等）の定義付けと選任・解任審議 ・ 役員の報酬制度の検証 ・ 役員の後継者育成策の検討
ガバナンス委員会	議長：社外取締役 社内取締役3名、社外取締役2名、常勤監査役1名	・ コーポレートガバナンスコードの要求事項の実効性向上 ・ ガバナンス上の重要リスク対策の検討
経営会議	議長：代表取締役社長 取締役6名、執行役員3名、常勤監査役1名	・ 業務執行の決定と業務の執行を実施

機関	構成	活動
監査役会	議長：常勤監査役 常勤監査役1名および社外監査役3名	・ 監査に関する重要な事項について報告を受け、協議を行い、又は決議をする。
ESG経営推進委員会	委員長：代表取締役社長 子会社を含む各部門の責任者が参加	・ 中期経営計画の掲げるESG経営の推進に関わる重要課題の進捗を確認する。

取締役・監査役、執行役員を選任

取締役・監査役候補の指名にあたってはその経歴、識見及び人格等を取締役会で十分に検討し、取締役会の諮問機関である指名報酬諮問委員会で審議された内容に基づき、取締役会で選任の適否を判断しています。また取締役会は、取締役に法令・定款違反、その他職務を適切に遂行することが困難と認められる事由が生じた場合には、解任又はその他処分を審議の上決定します。

執行役員は、当社の企業価値を中長期的に向上させることに資する人材を取締役会の決議により選任しています。また、執行役員の解嘱については「執行役員規程」に解嘱の要件を規定しており、その要件に合致した執行役員は、取締役会の決議をもって解嘱されることになります。

取締役会の実効性評価

当社は、毎年、取締役会の実効性の評価を行うこととしています。2021年度は、以下のプロセスにより取締役会の実効性を評価しました。また、アンケートの分析にあたっては外部機関からの助言を得ることで評価の透明性を高めています。

2021年度は2021年12月にアンケートを実施し、2022年1月と2月のガバナンス委員会でディスカッションを行い、その内容について取締役会にて報告しました。その結果、一部改善の余地はあるものの、実効性は概ね確保されていることを確認しました。

評価プロセス

1. 取締役及び監査役全員からアンケートの回収
2. アンケート結果の分析
3. 分析結果に基づくガバナンス委員会でのディスカッション

主な評価項目

- ・ 取締役会の構成
- ・ 取締役会の運営
- ・ 社外役員に対する情報提供
- ・ 前年度からの改善状況
- ・ 総合評価

取締役・監査役のトレーニング

当社は、社内取締役および社内監査役に対し、新しい考えの習得や生きた情報に触れた自己啓発等を目的として外部セミナーへの出席、外部団体への加入および人的ネットワーク（異業種交流）への積極的な参加を促し、研鑽を積ませることとしています。また、社外取締役および社外監査役に対しては、就任時に当社グループの会社概要や基本使命、経営計画等についてのレクチャーを実施すると共に、就任後においても、外部セミナーへ

の出席、事業内容に関する説明会や当社グループ関連物件・施設等の視察等を実施しています。なお外部セミナーへの参加等に関する費用は会社負担としています。

役員報酬

当社の役員報酬制度は、各役員の役割や責任に応じた公正な報酬体系とし、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を促すものとするを基本方針としています。また、客観性の観点から経済情勢や当社業績、他社水準等を踏まえての報酬体系、水準の見直し、あわせて取締役候補者の指名と解任について、社外役員を過半数とする指名・報酬諮問委員会の審議を経て、取締役会において決定しています。

具体的には、社内取締役の報酬は基本報酬、業績連動報酬及び非金銭報酬により構成し、種類別の報酬割合については、指名・報酬諮問委員会の諮問を経た上で取締役会にて決定するものとしております。なお、種類別の報酬割合の目安は、基本報酬:業績連動(金銭報酬):業績連動(非金銭報酬)=70:15:15としています。監督機能を担う社外取締役については、その職務に鑑み、基本報酬のみを支払うものとしています。また、個人別の報酬額については、指名・報酬諮問委員会の諮問を経た上で、取締役会で、株主総会にて決議された報酬限度額の範囲内において決定するものとしています。

役員報酬等の内容

報酬の種類	給与方式 (固定/変動)	報酬の内容
基本報酬	金銭 (固定)	当社の取締役の基本報酬は月例の固定報酬であり毎月均等に支給します。基本報酬は職位・職責に応じた金額としています。
業績連動報酬	金銭 (変動)	業績連動報酬は、事業年度ごとの業績向上に対する意識を高めることを目的として、社内取締役に対して、翌期に毎月均等に支給します。業績連動報酬の額は、各事業年度の全社業績に応じて決定するものとしています。目標とする業績指標は、適宜、環境の変化に応じて経営企画室にての検討を踏まえて見直しを行うものとしています。
株式報酬	非金銭 (変動)	非金銭報酬は、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上への動機付け、及び株主との価値共有の強化を目的として、社内取締役に対して譲渡制限付株式を付与します。付与株式数は、職位・職責を勘案して決定するものとしています。なお、具体的な報酬等を与える時期や条件については、指名・報酬諮問委員会の諮問を経た上、取締役会で決定するものとしています。そのことからその内容は、決定方針に沿うものであると判断しています。

2021年度の状況 (2021年4月1日～2022年3月31日)

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額 (百万円)				対象となる役員の員数 (名)
		固定報酬	業績連動報酬	退職慰労金	左記のうち、非金銭報酬等	
取締役 (社外取締役を除く)	299	224	36	—	38	6
監査役 (社外監査役を除く)	17	17	—	—	—	1
社外役員	62	62	—	—	—	7

政策保有株式に関する考え方

当社が今後成長を続けていくためには研究開発、生産および金融面において様々な企業との協同関係が必要と考えています。そのため、事業戦略、取引先との事業上の目的などを総合的に勘案し、中長期的な企業価値の向上に必要と判断した場合に投資目的以外での株式を保有することがあります。

一方で、保有の意義が希薄と考えられる政策保有株式は、できる限り速やかに処分・縮減していく基本方針のもと、現在保有している株式についても、毎年、全株式を取締役会で個別に検証しています。検証の結果、保有目的が適切である、または保有に伴う便益やリスクが資本コストに見合っている銘柄については引き続き保有していますが、そうでない銘柄については株価や市場動向等を考慮して速やかに売却を進めることとしています。

政策保有株式に係る議決権行使は、その議案が当社の企業価値の向上に資する場合もしくは発行会社の効率かつ健全な経営に役立ち、企業価値の向上を期待できると判断した場合は賛成としています。

基本的な考え方

ゴールドウイングループでは法令遵守はもちろんのこと、社会的規範、倫理を遵守し、誠実かつ公正な方法で事業活動を行うことにより、社会的責任を果たし、ステークホルダーから信頼される企業グループでありたいと考えています。そのためには、従業員一人ひとりが高いコンプライアンス意識を持ち、行動することが必要不可欠であると認識しています。

従業員が適切な行動を選択する際の規範となるよう、「企業行動規範」「従業員行動基準」を定め、これを周知徹底することで、不正を許容しない企業風土を醸成しています。

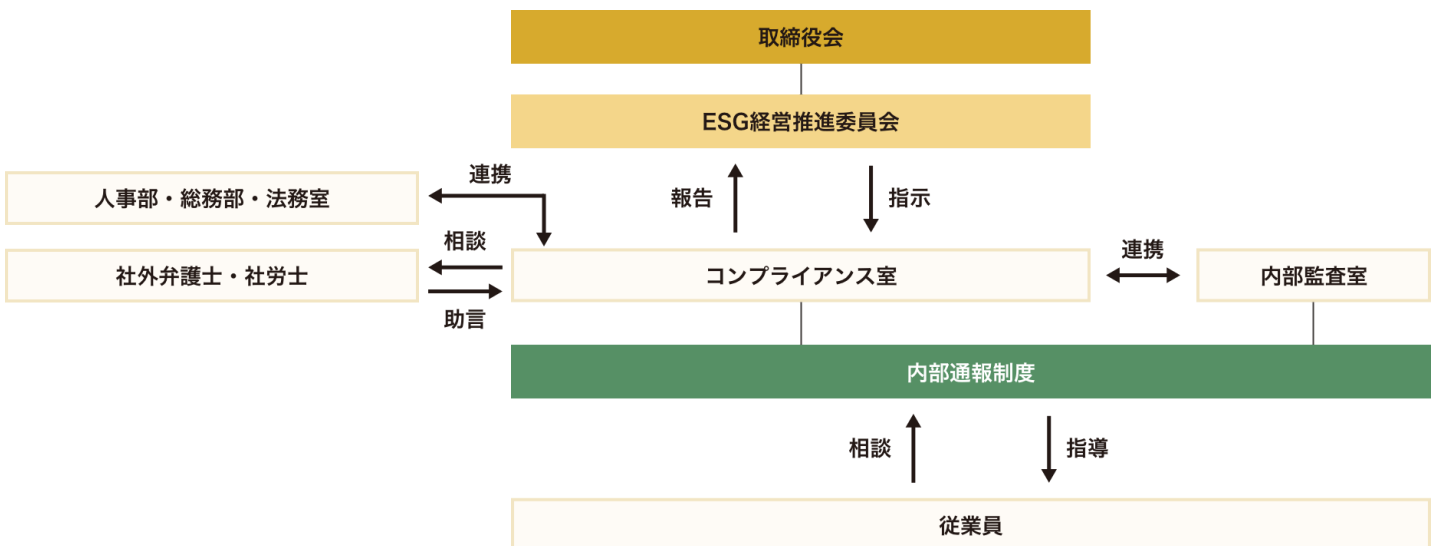
- ▶ 企業行動規範・従業員行動基準

推進体制

当社では、コンプライアンス室を主管部門とするコンプライアンス推進体制を構築しています。コンプライアンスに関する各施策はESG経営推進委員会へ報告し、取締役会から監督・指示を受けています。

また、内部通報制度の運用や従業員への意識啓発などで内部監査室が連携しているほか、研修の企画や実施、法令の確認・対応などで人事部、総務部、法務室が連携しています。

体制図



コンプライアンスの推進

当社グループでは、内部通報制度の運用や、社外取締役・社外監査役が取締役会および監査役会において、独立かつ客観的な立場から意見を述べることで、職務執行の適法性・妥当性を確保しています。また、各種研修の際に法令や経営理念、行動規範などの周知徹底を行い、内部監査や内部統制評価を通じて、各拠点で業務手順やマニュアルの遵守状況について確認を行っている他、「コンプライアンス研修」を毎年実施しています。

さらに、全従業員に内部通報制度の仕組みや行動規範・行動基準等行動の指針となる携帯用の「コンプライアンスカード」を配布して常時携帯を指導するなど、日頃から従業員のコンプライアンス意識向上・啓発に努めています。

コンプライアンス研修

グループ会社を含めた内勤者を対象とした「コンプライアンス研修」を毎年実施しています。2021年度は、社内規則・マナー・モラルの周知徹底と、コンプライアンスに対する理解の促進および意識啓蒙を目的に研修を実施し、1,462名（受講率100%）の従業員が受講しました。さらに、販売職に対しては年に2回実施している全国店長会議において、コンプライアンスへの考え方を共有し、従業員ひとり一人の意識醸成を図っています。2021年度も内部監査の結果とともに、従業員のコンプライアンス意識が向上してきていることを共有し、改めて各店舗における推進を要請し、支援しています。

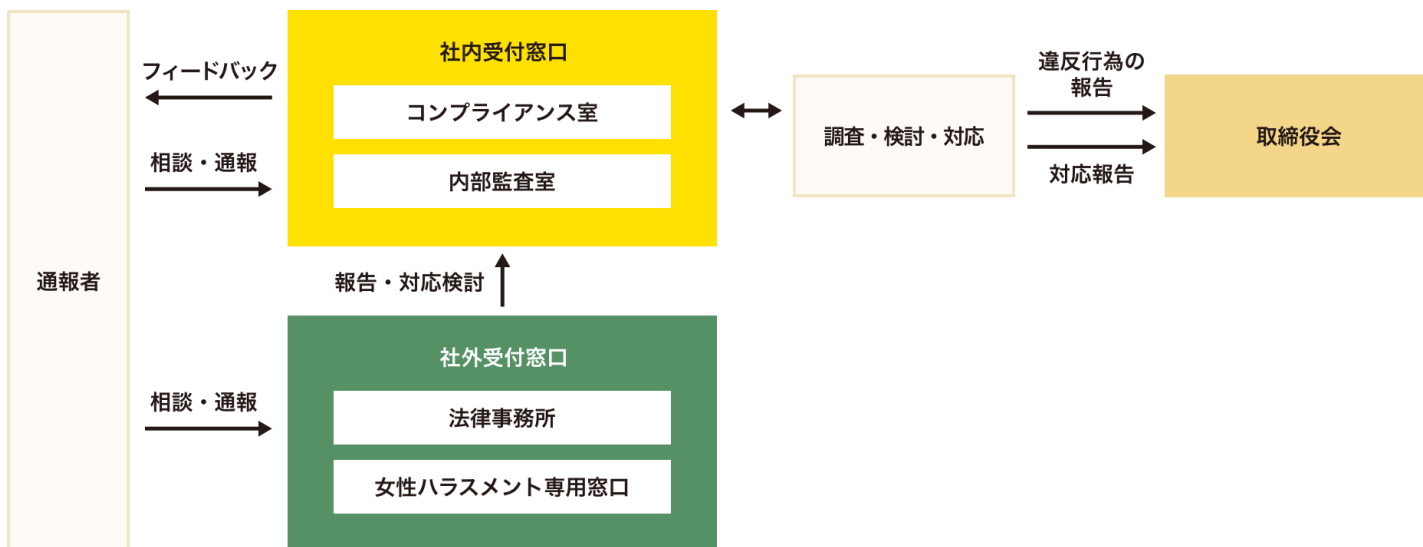
内部通報制度

当社グループにおける職務執行に関して、不正行為、法令違反、企業倫理違反、またはそれらの疑義行為について相談・通報を受け付ける内部通報制度（企業倫理ホットライン）を運用しています。受付は社内窓口と、社外窓口の契約弁護士事務所・契約社会保険労務士事務所にそれぞれ設置しており、匿名での相談・通報が可能となっています。

寄せられた相談・通報については、内容に応じた十分な調査・検討を行い、相談者へのフィードバック、対応を実施しています。また、いずれの場合も相談したことによって、相談者が不利益を被らないように「公益通報者保護規程」に則り、個人情報の保護、守秘義務の遵守がなされています。

2021年度は32件の相談・通報を受けており、すべてに適切に対応しています。

内部通報制度の仕組み



今後の課題

引き続き、法令遵守はもちろんのこと、社会的規範、倫理の遵守を徹底し、社会的要請に応えていきます。そのために、法令や経営理念、行動規範などの周知徹底、内部監査や内部統制評価の実施、コンプライアンス研修の実施に取り組み、従業員ひとり一人のコンプライアンス意識の醸成に取り組めます。

企業行動規範

当社は経営指針として「強い、速い、きれいな経営」を掲げ、社会に開かれた企業を目指しています。当社および当社ブランドが市場から期待される高度な倫理水準及び業務水準に基づき、国際基準を支持し、各国法令ならびに、社会的規範、倫理を遵守し、誠実かつ公正な方法で事業活動を遂行し、持続可能な経済成長と社会的課題の解決を図ることを目的とし、その基本的な原則を「行動規範」として定め実行します。

なお、本行動規範は、その所有する施設の運営・管理の在り方も含め、ゴールドウイン、その子会社、および関連会社に対して適用されます。

1. 法令の遵守

労働、人権、安全衛生、環境保全、倫理に関し、当社の遂行する事業に適用される法令を遵守し、倫理的な企業活動を行います。また国際的な事業活動においては、事業を展開している国・地域の法令および国際法規を遵守します。

2. 公正な取引

取引は、公正かつ自由な競争ならびに適正な取引、責任ある調達を行います。また、政治、行政との健全な関係を保ちます。独占禁止法・下請法・金融商品取引法・その他関連法令および社内規程および適用される、インサイダー取引、マネーロンダリング、贈収賄、取引強要等不正取引の禁止に関わるすべての法令を遵守し、当該法令違反となるいかなる行為も行いません。

3. 情報公開・情報の保護

株主・投資家、顧客、取引先等へ企業情報を積極的、効果的かつ公正に開示し、企業をとりまく幅広いステークホルダーと建設的な対話を行い、企業価値の向上を図ります。また、個人情報・顧客情報ははじめとする各種情報の保護・管理を徹底します。

4. 製品の品質・サービスの向上

社会的に有用で安全な製品・サービスを開発、提供し、消費者・顧客に対して、商品・サービスに関する適切な情報提供、誠実なコミュニケーションを行い、満足と信頼を確保します。

5. 人権の尊重・労働環境

人権に関する国際規範を常に支持し、すべての人の多様性、人格、個性を尊重します。人種、肌の色、性別、年齢、出身、宗教、性的指向、婚姻の有無、国籍、障がいの有無、その他法的に保護されている要素による一切の差別はしません。

また、事業を展開する国および地方自治体が定める職場の安全衛生に関する法令を遵守し、全ての従業員の能力を高め、多様性、人格、個性を尊重する働き方を実現し、健康を保持・増進するため、清潔、安全で働きやすい環境を提供します。

6. スポーツの振興・社会貢献

企業活動を通じてスポーツ文化の発展に寄与し、積極的に社会貢献活動に取り組めます。

7. 環境保護

環境問題の取組は人類共通の課題であり、企業の存続と活動に必須の要件であることを認識し、事業を展開する国および地域における環境保護法令を遵守し、エネルギー、排出ガス、水、廃棄物、危険物、その他の環境リスクについて、環境への影響を最小化するための行動指針と実施策を策定し、持続可能な改善施策を行います。

8. 反社会勢力排除

市民社会や企業活動の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体とは断固として対決し、資金提供若しくは他の支援または継続的取引など一切の関係遮断を徹底します。

9. 企業統治

経営トップは本行動規範の精神の実現が自らの役割であることを認識して経営にあたり、実効あるガバナンスを構築して、ゴールドウイン、その子会社、および関連会社はその徹底を図るとともに、サプライチェーンにも本憲章の精神に基づく行動を促していきます。また、社内外の声を常時把握し、実効ある社内体制を確立します。

10. 重大な事態

本行動規範に反するような事態が発生したときには、経営トップ自らが問題解決に当たる姿勢を社内外に明らかにし、原因究明、再発防止に努めます。また、社会への迅速かつ的確な情報の公開と説明責任を遂行し、権限と責任を明確にしたうえ、自らを含めて厳正な処分を行います。

従業員行動基準

1. コンプライアンス重視の事業活動

1. 法令遵守はもちろんのこと、社会秩序に反さず公正・公平に事業活動を行います。
2. 取引は、公正・透明性を確保し、独占禁止法、金融商品取引法等の法令および社内規程を遵守するとともに、取引先における法令遵守、品質、安全性、環境保全、情報セキュリティ、公正取引・倫理、安全衛生、人権・労働などにも注意を払い、各々が社会的責任を果たしていけるよう努めます。
3. 知的財産権を尊重するとともに、国内外においてそのための風土作りに努めます。また、知的財産権の創造・保護・活用にあたって、企業価値の最大化を図ると同時に、知的財産法を遵守し、公正かつ自由な競争の促進を図ります。
4. 輸出入取引は、相手国の関係法令、わが国の不正競争防止法、輸出入関連法を遵守します。海外事業展開に当たっては、当該国・地域の法令および国際法規を遵守します。
5. サプライチェーンについても、基本方針となるコンプライアンス・品質の保証・環境への取り組み・人権／人格／個性の尊重に則ることを前提とした「ゴールドウインサプライヤー行動規範」を定めており、当社との取引に際して、この基本方針を遵守いただくことを定めた「ゴールドウインサプライヤー行動規範に関する同意覚書」の締結を実施します。
6. 取引先に対して、社会通念の範囲を超えた接待・贈答・金銭などの授受は行ないません。特に、国内外の公務員等に対しては、法令遵守を徹底するのみならず、疑義を招く行為を行いません。
7. 自社や取引先に関する重要情報を職務上知りえても、その公表前に株式、証券などの取引行為をするインサイダー取引は行いません。

2. 積極的情報公開・個人情報の保護

1. 株主・投資家に、タイムリーで適正な情報開示を積極的、効果的に行い、企業活動に対する理解促進に努めます。
2. ステークホルダーにとって有用な情報を経営・財務的側面の情報だけでなく、環境的側面や社会的側面などの非財務情報についても、社会から求められる企業活動の重要な情報として認識し、積極的、効果的に開示します。
3. 個人情報の保護については、重要度を十分認識し、法令および社内規程を遵守します。また、機密情報についても管理を徹底します。

3. 製品の品質・サービスの向上

1. 開発部門、販売部門（代理店・小売店様を含む）、お客様相談窓口などの連携を図り、お客様のニーズを把握し、地球環境を考慮した製品・サービスを開発・提供します。
2. 製品・サービスの提供にあたり、安全性と品質の管理のために、開発から販売、消費にいたる全てのプロセスにおいて、守るべき基準・手順を明確に定め、品質・安全性管理体制を構築し、不具合が発見された場合には適切かつ迅速な対応をします。
3. お客様が合理的に製品・サービスを選択できるように、不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）その他の法令にしたがって適切に表示します。

4. 従業員の働きがい・人権の尊重

1. 仕事のやりがい、生きがいを実感できる働き方を推進するとともに、国籍、性別、年齢、宗教、障がいの有無、などを理由に差別せず雇用機会の拡大に努め、同時に納得性と公正性のある人事・処遇制度を構築します。
2. 安全に就業し健康を保持・増進するために、安全衛生活動につとめ、健康づくりを積極的に支援し、適正な労働時間の維持を図り、快適な職場づくりに取り組めます。

3. すべての人の多様性、人格、個性を尊重します。人種、肌の色、性別、年齢、出身、宗教、性的指向、婚姻の有無、国籍、障がいの有無、その他法的に保護されている要素による一切の差別はしません。また従業員のキャリア形成や能力開発を支援し、多様な就労形態を導入し、ワーク・ライフ・バランスの充実に努めます。
4. 会社は企業の状況、経営環境、経営課題などについて、適切な情報を従業員に提供し、労使が共通の認識を持つことできる環境を整え、労使共同で社業の発展に努めます。
5. 従業員の労働基本権を尊重するとともに、如何なる場合も強制労働、児童労働、その他非人道的な扱いは行いません。

5. 社会との係わり・環境保護

1. 社会の発展に寄与する、文化・芸術の支援、地域社会への協力、ボランティア活動、国際社会への貢献などの社会貢献活動を継続的に実施し、企業市民としての役割を果たします。
2. 海外において事業活動を行う場合は、当事国の法令、文化、慣習を尊重し進めます。
3. 反社会的勢力および団体とは関係を一切持ちません。また、反社会的勢力による不当要求は断固拒絶します。
4. 地球環境改善のための脱炭素社会の実現に向け、温室効果ガス削減や生物多様性など環境に配慮した行動をします。また、循環型社会実現のために環境配慮商品開発や循環型ビジネスモデルの構築に努めます。

基本的な考え方

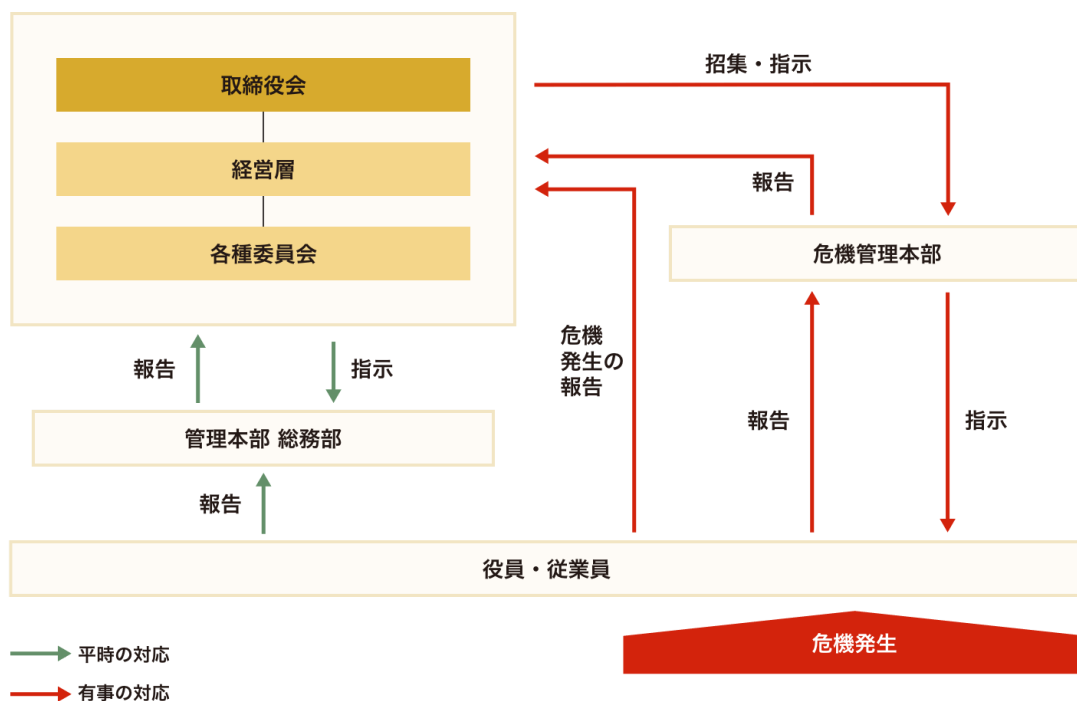
ゴールドウインでは、危機の発生により企業活動に多大な影響を及ぼす恐れがあるとして、リスク管理は極めて重要であると考えています。危機の発生を未然に防ぐこと、かつ危機が発生した際も当社への影響を最小限にとどめることを目的に「リスク管理規定」を定め、様々なリスクに備えています。

推進体制

当社は、ESG経営推進委員会をはじめとする各種の社内委員会を設定し、常に起こりうるリスクを想定したリスク管理に努めています。また、危機管理の情報は一元的に集中して総合的に判断することが重要であるため、管理本部を危機管理の統括部署とし、総務部が平時における実務を実行する体制としています。

万が一、危機が現実化した際には、取締役を中心とする経営層に速やかに報告され、発生した事案への危機管理本部を構成します。危機管理本部は、情報収集・分析を行い、対策および再発防止策を検討し、危機解決に必要な行動を役職員に指示・命令する体制を確立することとしています。

体制図



BCPの策定

地震、大型台風、噴火などの自然災害や、感染症、広域長期停電など経済活動の継続に影響を与える事象、また情報漏洩などのインシデントが発生すると、当社の企業活動にも中長期的にわたって多大な影響を被る可能性があります。こうした緊急事態を想定し、危機発生時においても従業員やその家族の安全を確保し、企業活動への影響を最小限にとどめるために事業継続計画（BCP）の策定に取り組んでいます。

2021年度に、想定される脅威とリスクを洗い出し、緊急時における各部門の対応手順を取りまとめたBCPの初版を策定しました。2022年度はマニュアルを用いて訓練や社内教育を進める計画です。

新型コロナウイルス感染症への対応

新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、2020年3月より、コロナ対策委員会を設置。管理本部長の委員長のもと、指示・決定を迅速に行い、重大事故ならびに感染拡大を未然に防ぐことに努めています。

当社の感染症予防対策は以下をご参照ください。

- ▶ 健康経営ページ「感染症予防対策」

今後の課題

2021年度に策定したBCPを用いて、より実効性の高い危機管理体制を強化していきます。具体的にはBCPのマニュアルに沿った訓練や社内教育を進めるとともに、必要に応じてBCM体制の見直しや、規定類の更新などに取り組みます。

基本的な考え方

企業が持つ情報資産は、常にセキュリティリスクに晒されており、万一の事故発生時には多くのステークホルダーに影響を及ぼします。情報セキュリティの確保は企業の重要な社会的責任であるという認識のもと、ゴールドウインでは2008年3月に「情報セキュリティ基本方針」を策定し、取り組んでいます。加速する事業のグローバル化やEコマースの拡大など昨今の流れを受け、2021年10月には同方針を改定し、より変化に即した管理が行えるよう推進体制を整備しています。すべての役職員が多様なリスクへの意識を高め、情報セキュリティの維持・向上に取り組み、社会に一層信頼される企業を目指します。

情報セキュリティ基本方針

当社は、事業活動を正常かつ円滑に行う上で、情報セキュリティの確保は重要課題のひとつであると考え、当社の情報資産を保護する指針として、情報セキュリティ基本方針を策定し、実施いたします。

1. 情報セキュリティ体制の確立

当社は、情報セキュリティの維持および向上のため、情報セキュリティ活動に必要な資源を確保し、推進体制を確立します。

2. 情報資産の保護

当社は、情報資産の機密性、完全性及び可用性を確保するための適切な管理を行い、これらを脅かす全ての脅威から情報資産を保護することに努めます。

3. 法令等の遵守

当社は、情報セキュリティに関する法令、規則等を遵守します。

4. 教育、研修の実施

当社は、役職員が情報セキュリティの確保に係る責任と義務について十分に認識するように、定期的に教育、研修を実施します。

5. 継続的な改善

当社は、情報セキュリティに関する法令、規則等の改訂や技術革新に伴うリスクの変化に対応するため、本情報セキュリティ基本方針および関連する当社諸規程、管理体制の評価と見直しを定期的に行い、情報セキュリティの継続的な改善を図ります。

6. 事故への対応

当社は、情報セキュリティに関する事故の発生予防に努めるとともに、万一事故が発生した場合は、事故対応のみならず再発防止策を含む適切な対策を速やかに講じます。

策定：2008年3月17日

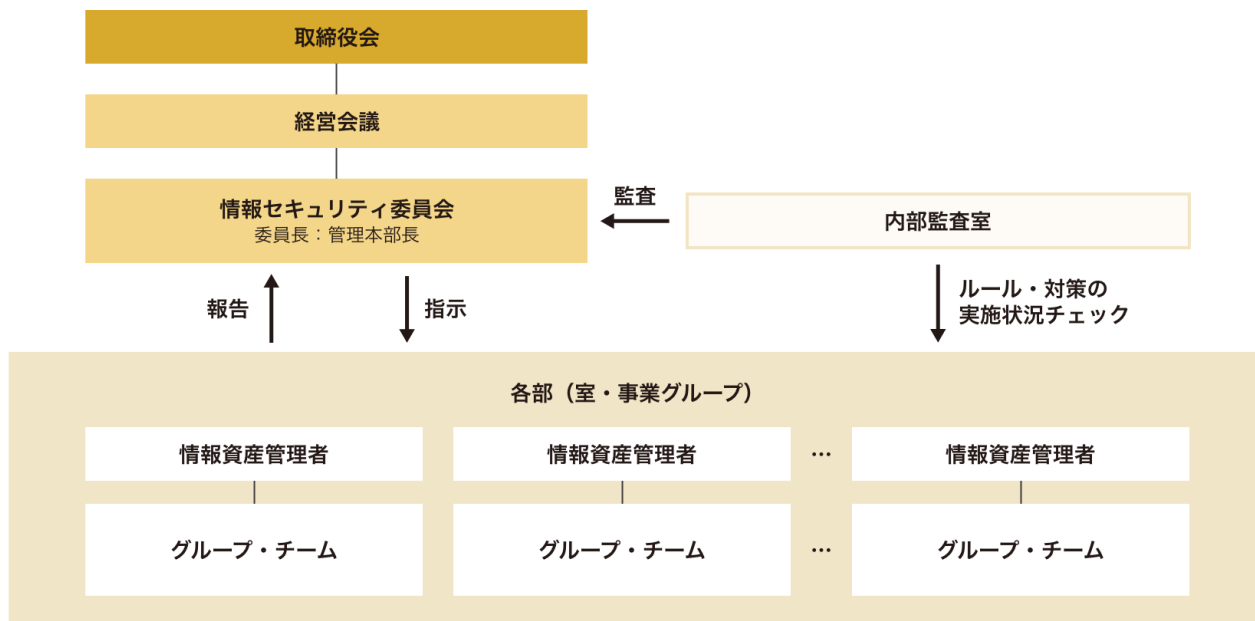
改定：2021年10月1日

推進体制・責任者

当社では、2021年10月に発足した情報セキュリティ委員会を主管組織とする情報セキュリティ推進体制を整備しています。情報セキュリティ委員会は、情報システム部門を統括する本部の本部長（管理本部長）が委員長を務め、重要事項は経営会議を通して取締役会から監督・指示を受けています。委員会は原則として1年に2回開催することとし、必要に応じて委員長が随時招集します。

情報セキュリティ委員会と各部門をつなぐ役割として、各部（室・事業グループ）の長が情報資産管理者を担い、情報セキュリティ委員会からの指示に従業員に周知し、施策を実施しています。

体制図



情報セキュリティ教育

情報漏洩などのセキュリティインシデントの原因の多くは人的要因とされ、事故の未然防止には従業員一人ひとりが情報セキュリティへの意識やリテラシーを高めることが欠かせません。2021年度は、情報セキュリティの考え方やインシデント事例とその対策、社内体制・ルールなどについて、Eラーニングまたは集合研修による従業員教育を行なっています。対象従業員（内勤）1465名のうち、100%の従業員が受講しています。また、従業員がサイバー攻撃をより身近なリスクとして捉えられるよう、標的型メール対応訓練を実施しました。教育内容は適宜カリキュラムを見直し、変化の激しい情報技術の現状を踏まえて内容を更新していきます。

情報資産管理の徹底

当社では、新体制のもと全社で情報資産の管理を強化していくため、管理ルールの再整備が重要と考えています。その第一歩として、2021年度より社内管理する情報資産の実態把握に取り組んでいます。各部門がそれぞれどのような情報を持ち、現在どう管理しているかをヒアリングし、運用状況について分析を進めます。

ゴールドウインの文書取扱規程では「極秘」「秘」「社外秘」の三つの基準が定められており、2021年度は其中最も厳格な管理を必要とする「極秘」にあたる情報、および個人情報についての調査を行いました。情報資産の洗い出しは、今後、管理ルールの明文化と全社統一、遵守の徹底につなげていきます。

情報セキュリティインシデント問い合わせ窓口

情報セキュリティインシデント発生時には、当該者から迅速な報告を受け、組織として対応していくことが極めて重要です。当社では2021年8月、万一来備えた「情報セキュリティインシデント問い合わせ窓口」を新設し、運用を開始しています。情報漏洩につながり得るインシデントが認められた場合、自部署の上長への報告に加え、本窓口へ直ちに連絡することを、全従業員に周知徹底しています。

情報セキュリティインシデント例

- ・ PCなどの情報機器の紛失
- ・ 迷惑メール、スパムメールの添付ファイル・URLへのアクセス
- ・ ウイルスファイルのインストール
- ・ 会社で利用するSNSなどのID乗っ取り
- ・ 誤った操作による個人情報の流出

今後の課題

情報セキュリティの重要性が高まり続ける中、今後も技術面・運用面・体制面・教育面を合わせてマネジメントの高度化を目指していきます。適切な管理指標を設定し、着実な推進に努めます。

次年度以降は、事業で使用する主要なコンピュータ、ネットワーク等のそれぞれのリスクを評価し、優先度をつけた対策の検討を進めるほか、情報セキュリティのマネジメントを専属で行う人員の確保と、専管組織の立ち上げによるさらなる体制強化に取り組む計画です。

基本的な考え方

ゴールドウイングループは、ビジネスが人権に与える影響の大きさを認識し、人権に配慮した活動を推進するため、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」をはじめとする国際基準に則り、人権尊重の取組みを推進しています。

当社グループの全ての役員・従業員をはじめ、関係するサプライヤーにおいても取組みを進める上での共通の価値観として「ゴールドウイングループ人権方針」を定め、共有しています。

ゴールドウイングループ人権方針

ゴールドウイングループ（以下、当社グループ）は、「スポーツを通じて、豊かで健やかな暮らしを実現する」というMISSION（企業理念）の考えのもとに、あらゆる多様性に配慮し、事業活動を通じて持続可能（サステナブル）な社会構築を行い、企業価値の向上を目指しています。

当社グループは、人権の尊重がMISSIONの実現に不可欠であると認識し、当社グループの人権尊重に対する基本的な姿勢として「ゴールドウイングループ人権方針」（以下、本方針）を定めています。

本方針及び当社グループの人権尊重の取組みは国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づいたものであり、その具体的な取組みは個別の文書（企業行動規範、従業員行動基準、ゴールドウインサプライヤー行動規範、その他ガイドライン等）で定めます。

（国際人権基準の尊重）

当社グループは、事業活動を行う国や地域の法令を遵守することに加え、国際人権章典や国際労働機関（ILO）の「労働の基本原則及び権利に関する宣言」に記された人権を支持・尊重します。

万が一、国際的に認められた人権と事業活動を行う国・地域の法令に矛盾がある場合には、国際的に認められた人権の原則を尊重する方法を追求します。

（適用の範囲）

本方針は、当社グループの全ての役員及び従業員に適用されます。

サプライヤーの皆さまにも、本方針をご支持いただき、当社グループと協働して人権尊重の取組みを進めていただくことを期待します。

（人権尊重の実践）

当社グループは、関係する全てのステークホルダーの人権を尊重するため、人身売買、強制労働、児童労働、あらゆる差別やハラスメントを禁止し、結社の自由及び団体交渉権を保証します。

このために、人権デュー・ディリジェンスを継続的に実施し、バリューチェーン全体における顕在的及び潜在的な人権リスクの防止・軽減を図ります。

本方針に基づいた人権尊重の取組みは、当社代表取締役社長執行役員が責任を持ち、業務プロセスに組み入れ、適切に遂行します。

当社グループは、人権尊重の取組みには人権侵害を受ける可能性のあるステークホルダーの視点から対応することが重要であると認識しています。そのため、本方針の一連の取組みにおいて、独立した外部機関の専門知識を活用するとともに、関連するステークホルダーと対話・協議を行います。

本方針を実行するために、役員及び従業員に対しては教育を行うとともに、サプライヤーの皆さまに対しては本方針をご理解いただくための周知活動を行います。

（救済措置）

当社グループは、社内外のあらゆるステークホルダーが人権に負の影響を与える行為を相談・通報できる、実効性のある苦情処理体制を整えます。そして、人権に対して負の影響を引き起こす、もしくは関与したことが明らかになった場合は、適切な手続きを通じてその救済に取り組みます。

（情報開示）

当社グループの取組みの進捗については、ウェブサイトや発行物で開示していきます。

2021年12月13日
株式会社ゴールドウイン
代表取締役社長執行役員
渡辺 貴生

編集方針

ゴールドウイングループでは、ステークホルダーの皆様にご理解いただくために、積極的に財務・非財務情報を開示しています。サステナビリティサイトは、GRI（Global Reporting Initiative）スタンダードや、SASB等の国際的なガイドラインに則り、毎年見直しています。

報告対象期間

2021年4月1日～2022年3月31日

※一部に上記期間外の情報を含みます

報告対象組織

株式会社ゴールドウインを中心に、ゴールドウイングループおよび連結子会社14社、関連会社3社（2022年3月31日現在）の活動について報告していますが、一部はゴールドウイン単体について掲載しています。

対象期間中に発生した組織の重要な変更

特になし

更新年月

2022年10月（前回：2021年12月、次回：2023年10月予定）

参考ガイドライン

GRI（Global Reporting Initiative）スタンダード
ISO26000（社会的責任に関する手引）
SASB スタンダード（米国サステナビリティ会計基準審議会）

報告に関するお問い合わせ先

＞ お問い合わせ

一般開示項目

項目	開示事項	掲載箇所	
102 一般開示事項	組織のプロフィール		
	102-1	組織の名称	<u>会社概要</u>
	102-2	活動、ブランド、製品、サービス	<u>ブランド紹介</u>
	102-3	本社の所在地	<u>会社概要</u>
	102-4	事業所の所在地	<u>事業所 / グループ企業 / 海外ネットワーク</u>
	102-5	所有形態および法人格	<u>会社概要</u>
	102-6	参入市場	<u>会社概要</u>
	102-7	組織の規模	<u>会社概要</u>
	102-8	従業員およびその他の労働者に関する情報	<u>雇用・ダイバーシティ</u>
	102-9	サプライチェーン	<u>サプライチェーン・マネジメント</u>
	102-10	組織およびそのサプライチェーンに関する重大な変化	<u>編集方針</u>
	102-11	予防原則または予防的アプローチ	<u>TCFD提言に基づく情報開示 コンプライアンス リスクマネジメント</u>
	102-12	外部イニシアティブ	<u>TCFD提言に基づく情報開示</u>
	102-13	団体の会員資格	<u>環境コミュニケーション</u>
	戦略		
102-14	上級意思決定者の声明	<u>トップメッセージ</u>	

項目	開示事項	掲載箇所
戦略		
102-15	重要なインパクト、リスク、機会	トップメッセージ 環境マネジメントシステム TCFD提言に基づく情報開示 リスクマネジメント
倫理と誠実性		
102-16	価値観、理念、行動基準・規範	MISSION・VISION・VALUE・ タグライン 企業行動規範・従業員行動基 準
102-17	倫理に関する助言および懸念のための制度	コンプライアンス
ガバナンス		
102-18	ガバナンス構造	コーポレート・ガバナンス
102-19	権限移譲	サステナビリティの考え方
102-20	経済、環境、社会項目に関する役員レベルの責任	サステナビリティの考え方 環境マネジメントシステム
102-21	経済、環境、社会項目に関するステークホルダーとの協議	環境コミュニケーション サプライチェーン・マネジメ ント お客様満足の向上 人材戦略の考え方と人的資本
102-22	最高ガバナンス機関およびその委員会の構成	コーポレート・ガバナンス
102-23	最高ガバナンス機関の議長	コーポレート・ガバナンス
102-24	最高ガバナンス機関の指名と選出	コーポレート・ガバナンス
102-25	利益相反	コーポレート・ガバナンス
102-26	目的、価値観、戦略の設定における最高ガバナンス機関の役割	コーポレート・ガバナンス サステナビリティの考え方
102-27	最高ガバナンス機関の集会的知見	コーポレート・ガバナンス
102-28	最高ガバナンス機関のパフォーマンス評価	コーポレート・ガバナンス

102 一般開示事項

項目	開示事項	掲載箇所	
102 一般開示事項	ガバナンス		
	102-29	経済、環境、社会へのインパクトの特定とマネジメント	サステナビリティの考え方 TCFD提言に基づく情報開示
	102-30	リスクマネジメント・プロセスの有効性	リスクマネジメント
	102-31	経済、環境、社会項目のレビュー	サステナビリティの考え方 TCFD提言に基づく情報開示
	102-32	サステナビリティ報告における最高ガバナンス機関の役割	
	102-33	重大な懸念事項の伝達	コーポレート・ガバナンス リスクマネジメント
	102-34	伝達された重大な懸念事項の性質と総数	
	102-35	報酬方針	コーポレート・ガバナンス
	102-36	報酬の決定プロセス	コーポレート・ガバナンス
	102-37	報酬に関するステークホルダーの関与	コーポレート・ガバナンス
	102-38	年間報酬総額の比率	
	102-39	年間報酬総額比率の増加率	
	ステークホルダー・エンゲージメント		
	102-40	ステークホルダー・グループのリスト	サステナビリティの考え方
	102-41	団体交渉協定	人材戦略の考え方と人的資本
	102-42	ステークホルダーの特定および選定	サステナビリティの考え方
	102-43	ステークホルダー・エンゲージメントへのアプローチ方法	
	102-44	提起された重要な項目および懸念	
	報告実務		
	102-45	連結財務諸表の対象になっている事業体	編集方針

項目	開示事項	掲載箇所	
102 一般開示事項	報告実務		
	102-46	報告書の内容および項目の該当範囲の確定	<u>編集方針</u>
	102-47	マテリアルな項目のリスト	<u>環境マネジメントシステム</u>
	102-48	情報の再記述	(該当なし)
	102-49	報告における変更	(該当なし)
	102-50	報告期間	<u>編集方針</u>
	102-51	前回発行した報告書の日付	<u>編集方針</u>
	102-52	報告サイクル	<u>編集方針</u>
	102-53	報告書に関する質問の窓口	<u>編集方針</u>
	102-54	GRIスタンダードに準拠した報告であることの主張	<u>編集方針</u>
	102-55	内容索引	GRIスタンダード対照表
	102-56	外部保証	
	103 マネジメント手法	103-1	マテリアルな項目とその該当範囲の説明
103-2		マネジメント手法とその要素	<u>環境マネジメントシステム</u>
103-3		マネジメント手法の評価	

経済

項目		開示事項	掲載箇所
201 経済パフォーマンス	201-1	創出、分配した直接的経済価値	
	201-2	気候変動による財務上の影響、その他のリスクと機会	<u>TCFD提言に基づく情報開示</u>
	201-3	確定給付型年金制度の負担、その他の退職金制度	<u>公正な評価・処遇</u>
	201-4	政府から受けた資金援助	
202 地域経済での存在感	202-1	地域最低賃金に対する標準新人給与の比率（男女別）	<u>公正な評価・処遇</u>
	202-2	地域コミュニティから採用した上級管理職の割合	
203 間接的な経済的インパクト	203-1	インフラ投資および支援サービス	<u>地域社会への貢献</u> <u>スポーツを通じた共生社会の実現</u> <u>次世代育成</u>
	203-2	著しい間接的な経済的インパクト	
204 調達慣行	204-1	地元サプライヤーへの支出の割合	
205 腐敗防止	205-1	腐敗に関するリスク防止を行っている事業所	<u>コンプライアンス</u>
	205-2	腐敗防止の方針や手順に関するコミュニケーションと研修	<u>コンプライアンス</u>
	205-3	確定した腐敗事例と実施した措置	
206 反競争的行為	206-1	反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により受けた法的措置	(該当なし)
207 税	207-1	税務へのアプローチ	
	207-2	ガバナンス、管理、およびリスクマネジメント	
	207-3	税務に関連するステークホルダー・エンゲージメントおよび懸念への対処	
	207-4	国別の報告	

環境

項目		開示事項	掲載箇所
301原材料	301-1	使用原材料の重量または体積	
	301-2	使用したリサイクル材料	
	301-3	再生利用された製品と梱包材	
302 エネルギー	302-1	組織内のエネルギー消費量	<u>脱炭素社会の実現</u>
	302-2	組織外のエネルギー消費量	
	302-3	組織のエネルギー原単位	
	302-4	エネルギー消費量の削減	<u>脱炭素社会の実現</u>
	302-5	製品およびサービスのエネルギー必要量の削減	
303 水と廃水	303-1	共有資源としての水との相互作用	
	303-2	排水に関連するインパクトのマネジメント	
	303-3	取水	
	303-4	排水	
	303-5	水消費	
304 生物多様性	304-1	保護地域および保護地域ではないが生物多様性価値の高い地域、もしくはそれらの隣接地域に所有、賃借、管理している事業サイト	
	304-2	活動、製品、サービスが生物多様性に与える著しいインパクト	
	304-3	生息地の保護・復元	
	304-4	事業の影響を受ける地域に生息するIUCNレッドリストならびに国内保全全種リスト対象の生物種	

項目	開示事項	掲載箇所	
305 大気への排出	305-1	直接的な温室効果ガス(GHG)排出量 (スコープ1)	<u>脱炭素社会の実現</u>
	305-2	間接的な温室効果ガス(GHG)排出量 (スコープ2)	
	305-3	その他の間接的な温室効果ガス(GHG)排出量 (スコープ3)	
	305-4	温室効果ガス(GHG)排出原単位	
	305-5	温室効果ガス(GHG)排出量の削減	<u>脱炭素社会の実現</u>
	305-6	オゾン層破壊物質(ODS)の排出量	<u>脱炭素社会の実現</u>
	305-7	窒素酸化物(NOx)、硫黄酸化物(SOx)、およびその他の重大な大気排出物	
306 廃棄物	306-1	廃棄物の発生と廃棄物関連の著しいインパクト	
	306-2	廃棄物関連の著しいインパクトの管理	
	306-3	発生した廃棄物	<u>循環型社会の実現</u>
	306-4	処分されなかった廃棄物	
	306-5	処分された廃棄物	
307 環境コンプライアンス	307-1	環境法規制の違反	<u>環境マネジメントシステム</u>
308 サプライヤーの環境面のアセスメント	308-1	環境基準により選定した新規サプライヤー	<u>サプライチェーン・マネジメント</u>
	308-2	サプライチェーンにおけるマイナスの環境インパクトと実施した措置	<u>サプライチェーン・マネジメント</u>

項目		開示事項	掲載箇所
401 雇用	401-1	従業員の新規雇用と離職	<u>雇用・ダイバーシティ</u>
	401-2	正社員には支給され、非正規社員には支給されない手当	<u>働きやすい職場環境の整備</u> <u>公正な評価・処遇</u>
	401-3	育児休暇	<u>働きやすい職場環境の整備</u>
402 労使関係	402-1	事業上の変更に関する最低通知期間	
403 労働安全衛生	403-1	労働安全衛生マネジメントシステム	<u>労働安全衛生</u>
	403-2	危険性(ハザード)の特定、リスク評価、事故調査	
	403-3	労働衛生サービス	
	403-4	労働安全衛生における労働者の参加、協議、コミュニケーション	
	403-5	労働安全衛生に関する労働者研修	<u>健康経営</u>
	403-6	労働者の健康増進	<u>健康経営</u>
	403-7	ビジネス上の関係で直接結びついた労働安全衛生の影響の防止と緩和	
	403-8	労働安全衛生マネジメントシステムの対象となる労働者	<u>労働安全衛生</u>
	403-9	労働関連の傷害	<u>労働安全衛生</u>
	403-10	労働関連の疾病・体調不良	<u>労働安全衛生</u> <u>健康経営</u>
404 研修と教育	404-1	従業員一人あたりの年間研修時間	<u>人材育成</u>
	404-2	従業員スキル向上プログラムおよび移行支援プログラム	<u>人材育成</u>
	404-3	業績とキャリア開発に関して定期的なレビューを受けている従業員の割合	<u>人材育成</u>
405 ダイバーシティと機会均等	405-1	ガバナンス機関および従業員のダイバーシティ	<u>雇用・ダイバーシティ</u>
	405-2	基本給と報酬総額の男女比	<u>公正な評価・処遇</u>
406 非差別	406-1	差別事例と実施した救済措置	
407 結社の自由と団体交渉	407-1	結社の自由や団体交渉の権利がリスクにさらされる可能性のある事業所およびサプライヤー	

項目		開示事項	掲載箇所
408 児童労働	408-1	児童労働事例に関して著しいリスクがある事業所およびサプライヤー	
409 強制労働	409-1	強制労働事例に関して著しいリスクがある事業所およびサプライヤー	
410 保安慣行	410-1	人権方針や手順について研修を受けた保安要員	
411 先住民族の権利	411-1	先住民族の権利を侵害した事例	
412 人権アセスメント	412-1	人権レビューやインパクト評価の対象とした事業所	
	412-2	人権方針や手順に関する従業員研修	
	412-3	人権条項を含むもしくは人権スクリーニングを受けた重要な投資協定および契約	
413 地域コミュニティ	413-1	地域コミュニティとのエンゲージメント、インパクト評価、開発プログラムを実施した事業所	
	413-2	地域コミュニティに著しいマイナスのインパクト（顕在的、潜在的）を及ぼす事業所	
414 サプライヤーの社会面のアセスメント	414-1	社会的基準により選定した新規サプライヤー	<u>サプライチェーン・マネジメント</u>
	414-2	サプライチェーンにおけるマイナスの社会的インパクトと実施した措置	<u>サプライチェーン・マネジメント</u>
415 公共政策	415-1	政治献金	
416 顧客の安全衛生	416-1	製品およびサービスのカテゴリーに対する安全衛生インパクトの評価	品質管理
	416-2	製品およびサービスの安全衛生インパクトに関する違反事例	品質管理

項目		開示事項	掲載箇所
417 マーケティングとラベリング	417-1	製品およびサービスの情報とラベリングに関する要求事項	<u>品質管理</u>
	417-2	製品およびサービスの情報とラベリングに関する違反事例	<u>品質管理</u>
	417-3	マーケティング・コミュニケーションに関する違反事例	<u>品質管理</u>
418 顧客プライバシー	418-1	顧客プライバシーの侵害および顧客データの紛失に関して具体化した不服申立	
419 社会経済面のコンプライアンス	419-1	社会経済分野の法規制違反	(該当なし)