

# 目次

3	トップメッセージ	地域社会
7	サステナビリティの考え方	139 社会貢献活動
<b>環境</b>		154 財団活動
12	環境マネジメントシステム	ガバナンス
18	TCFD提言に基づく情報開示	155 コーポレート・ガバナンス
25	グリーンデザインの推進	168 コンプライアンス
28	脱炭素社会の実現	173 企業行動規範・従業員行動基準
37	循環型社会の実現	176 リスクマネジメント
46	環境コミュニケーション	179 情報セキュリティ
<b>商品・サービス</b>		人権
52	サプライチェーン・マネジメント	183 人権の尊重
63	品質管理	185 編集方針
71	お客さま満足の向上	187 GRIスタンダード対照表
78	知的財産の管理	
<b>従業員</b>		
82	人材戦略の考え方と人的資本	
90	雇用・ダイバーシティ	
98	人材育成	
109	働きやすい職場環境の整備	
120	公正な評価・処遇	
125	健康経営	
136	労働安全衛生	

## トップメッセージ

挑戦の舞台を世界に広げながら  
自然と共生するビジネスの実現に向けて  
ゴールドワインならではの価値創造を追求し続けます。



代表取締役社長CEO(最高経営責任者)  
渡辺 貴生

### 事業を通して未来に遺していく価値とは

ファッション産業は、気候変動や生態系への影響、大量生産・廃棄による資源の浪費、サプライチェーンにおける人権や公正な調達など、多くの社会課題と対峙しています。私たちゴールドワインも現実から目を背けることなく、事業が及ぼす影響を真摯に見つめました。なぜこの事業を続けるのか。未来にどんな価値を遺せるのか。自問を重ねた末にひとつの答えとして2024年に掲げたのが「人を挑戦に導き、人と自然の可能性をひろげる」というパーパスです。数字の拡大だけを事業の目的とせず、地球環境を再生し、次世代に美しい自然を手渡す力となる—そうした覚悟と願いをこのパーパスに込めています。

自然は常に変化し続ける存在です。そして人間は自然と向き合うことで、自分自身の変化にも気付くことができます。「未知の体験に、好奇心を持ってチャレンジしてほしい」と社員に常々伝えているのは、変化こそが人を成長させるという思いが背景にあるからです。製品やサービスを通じて、お客さまが自分の限界を超える瞬間や、自然と出会う機会を創造していくことで、私たちもまた新たな成長を得られます。これが私たちの掲げるパーパスの本質であり、ひいてはゴールドワインの存在意義につながっています。

## 変化と成長のために不可欠な挑戦

---

自然も人も変わり続ける。その前提に立ち、私たちは慣例にとらわれず価値を生み出してきました。1985年、アメリカで「ザ・ノース・フェイス(THE NORTH FACE)」創業者のひとり、ケネス・ハップ・クロップ氏から「模倣ではなく自分で考えろ」と言わされた言葉はいまも心に残っています。前例にとらわれる人が少なくない中、私は彼の言葉を信じて、本当に必要な価値は何かと、問い合わせてきました。

例えば、山岳用レインウエアは、万一の際に発見されやすい派手な色が常識とされていました。そうした中、都市でもフィールドでも着られるレインウエアを念頭に、黒を提案。「黒は売れない」と多くの反対を受けつつも直営店で扱うと、実際に一番売れたのは黒でした。多くの人が黒を求めていたことが証明され、やがて黒のアウターはブランドの定番製品に育ちます。業界の常識を超え、潜在的なニーズを形にするという経験が、「常識を突き抜ける想像力」の大切さを改めて教えてくれた、印象深い思い出のひとつです。

また、もうひとつ私たちが重視する理念が「Dedication to detail」です。見た目の美しさだけでなく縫い代やパーツの配置、着心地や耐久性といった部分まで徹底する姿勢は、創業者・西田東作が「目に見えるところは誰でも気を付ける。しかし、見えないところに細心の注意を払うのがメーカーの良心だ」と語った精神に根ざしています。ものづくりの過程では社員同士が「この部分はもっと改善できるのでは」と日々議論を重ね、試行錯誤を繰り返しています。

「常識を突き抜ける想像力」と「Dedication to detail」が互いに刺激し合い、新たな価値を生み出す今、その好例と言えるのが構造タンパク質素材「Brewed Protein™(ブリュード・プロテイン™)素材」です。クモの糸に学び、微生物発酵によってタンパク質素材をゼロから創り出す、世界初の挑戦です。石油や動物由来に頼らないサステナブルなモノづくりに取り組み、数えきれない試作と検証を重ねていく。未来の素材づくりを突き動かしているのは、環境課題に向き合い「使い手の心地よさ」を妥協なく追求する現場の執念と情熱なのです。

## 確かな手応えが未来への推進力になる

---

現在の中期経営計画の1年目である2025年3月期は、売上計画はわずかに未達でしたが、会社全体の成長の基盤が着実に強まった1年でした。なかでも「Goldwin500」プロジェクトの手応えは大きく、「ゴールドワイン(Goldwin)」単体での売上は44億円(2024年3月期32億円)と大きく成長。国内外の市場では「高機能と美しさ」「長く愛用できるデザイン」といった価値が高く評価されており、2027年3月期に目指す売上100億円という目標も、十分に視野に入っていました。

「ザ・ノース・フェイス」は引き続き当社の成長と収益の柱であり、都市部の旗艦店展開やインバウンド需要が追い風となりました。一方で秋冬商戦では暖冬の影響を受けて需要が大きく後ろ倒しされ、市場変化への対応の難しさも痛感しました。こうした対応力や、現場の迅速な意思決定をさらに強化し、市場の動きに素早く応える「実需型ビジネスモデル」を一層磨いていく必要があると考えます。どれほど立派な計画も、現場で実現できなければ意味がなく、お客様のリアルな声にしっかりと耳を傾け、社員一人ひとりが自ら考え動ける体制づくりを着実に進めています。

## 製品にも店舗にも新たな創造性を

---

2026年3月期は、売上目標1,405億円を掲げ、長期ビジョン「PLAY EARTH 2030」に向けた本格的なアクションフェーズに入ります。海外事業では中国・韓国・欧州を中心に展開を加速し、現地パートナーと協働しながら店舗空間やVMD（ビジュアルマーチャンダイジング）、接客を通じて、よりダイレクトにブランド価値を届けます。地域特性に応じた運営やプロモーションを強化し、国内で培った「実需型ビジネスモデル」を海外においてもいかに実現するかが、次のステージに向かうための重要な課題です。

国内事業では、「ザ・ノース・フェイス」を中心としたブランド体験と、日常生活への価値提案を軸に、季節変動に左右されにくいアクセサリーやバックパック、シューズ等の比率を高め、収益の安定化を図ります。シューズの「VECTIV」シリーズや、ウィメンズ・キッズラインも今後の成長分野です。特にキッズ向け製品は親世代へのブランド訴求が重要であり、親子で楽しめる体験型店舗やイベントを拡充するため、大型の拠点店を全国に展開します。

こうした戦略に基づき、2026年3月期は「ゴールドワイン」を中心に国内外15店舗の出店を予定しています。店舗は「企業の姿勢がもっとも表れる場所」であり、店舗数の増加は、お客様が私たちの世界観や価値観に触れる機会を増やすことだと考えます。新規出店を加速する中で、私自身も中国や韓国、欧州の店舗を訪れ、現地社員やお客様と対話を重ねてきました。各地での経験を通じ、「プレミアムスポーツブランド」としての「ゴールドワイン」の価値が、感度の高い都市部のお客様にも確実に広がりつつあることを実感しています。

2025年5月に開業した関西初の旗艦店「Goldwin Kyoto（ゴールドワイン京都）」では、製品の背景にあるストーリーを専門販売員が丁寧に伝えています。お客様が製品を手に取った瞬間に、その背後の情熱や世界観まで感じ取ってくれる。この実感は、モノづくりに携わる者として何よりの喜びです。現在、国内直営店舗を160店（2025年3月末時点）擁していますが、今後も直営の形にこだわり、社員一人ひとりがブランドの理念を体現できる文化を大切に育んでいきます。そのためにも、デザインをはじめとする店舗表現力は大切であり、ブランドの世界観を突き詰めた新たな店舗設計に挑んでいきます。

## 未来のための自然をつくる

---

富山県南砺市で進める「Goldwin Play Earth Park（ゴールドワインプレイアースパーク）事業構想」は、従来のアパレル企業の常識からは決して生まれてこなかったものです。約40ヘクタールのフィールドを、遊びながら学び、未来を共創できる場として育てていきます。2027年開業予定の「Play Earth Park Naturing Forest」のテーマは、失われつつある自然を守るのではなく、未来の自然を「つくる」こと。自然は常に変化する存在だからこそ、子どもたちと一緒にそこに取り組んでいきたいのです。

こうした「コト事業」と呼ぶ体験領域も、2026年3月期から本格始動します。2025年4月には、登山やトレッキングなど自然体験ツアー実績を持つアルパインツアーサービス株式会社をグループに迎え、アドベンチャーツーリズム分野に参入しました。今後は「ザ・ノース・フェイス」の店舗でのギア購入時に体験サービスを申し込む仕組みや、社員自らがガイドを務めるプログラム実施も視野に入れています。体験領域の事業は企業研修や環境教育といったB to B展開も十分に考えられます。さらに、環境省と締結する「国立公園オフィシャルパートナーシップ」を下地に、日本各地の国立公園を起点とした体験プログラムをデザインし、訪れる人々に自然と触れ合える機会を提供していきます。

これらは、「人を挑戦に導き、人と自然の可能性をひろげる」というパーサスを、アパレル事業を主軸とする会社として具現化していく、私たちの挑戦です。体験領域の展開は、成長戦略におけるキードライバーであり、当社の価値をさらに高めていくものと確信しています。

# すべてのステークホルダーとの共創へ

---

「豊かさ」というと経済的成功を思い浮かべがちですが、人間は本来、経済的な指標だけで動く存在ではありません。他者と理解し合い、自分の存在が誰かの役に立っていると実感できてこそ、心から満たされます。特に若い世代には、自己実現だけでなく他者の喜びや社会への貢献に価値を見出す人が増えていると感じ、私自身も年齢を重ねた今、その思いを強めています。

私たちの事業は、製品をつくり販売するだけではありません。機能や効率のみに執着せず、考え抜かれたシンプルさや、自然と調和する普遍的な美しさを大切に、モノづくりを通して社会への責任を果たしていく。お客さまやパートナー、社員の挑戦を後押しし、自然と人の関係をよりよいものに変えていく。こうした思いが「Goldwin500」や「コト事業」といった取り組みにつながっています。

社会や環境の大きな課題は、私たちだけで解決できるものではありません。同じ志を持つ仲間と手を携え、選択と行動を誠実に重ねることで、社会や自然に新しい価値を生み出せると信じています。これからも「人を挑戦に導き、人と自然の可能性をひろげる」—その想いを胸に、一つひとつの行動に向き合っていきます。

2025年10月

代表取締役社長CEO(最高経営責任者)

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、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した貢献など、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。

## サステナビリティ経営 推進体制

当社グループでは、代表取締役社長がサステナビリティ経営全体についての最高責任と権限を有し、サステナビリティ経営の有効性について責任を担っています。当社のサステナビリティマネジメント体制は、取締役会に紐づく諮問委員会としての「サステナビリティ諮問委員会」とサステナビリティ経営の進捗状況の確認や、対応方針を検討する「サステナビリティ委員会」にて構成されています。サステナビリティ諮問委員会は、当社の取締役・監査役に加え、外部から諮問委員を招聘し、サステナビリティ推進に関わる社会動向や外部環境を確認するとともに、当社のサステナビリティ戦略について議論する場としています。サステナビリティ諮問委員会での決定事項は、サステナビリティ委員会にて具体的な業務として執行されます。サステナビリティ諮問委員会、サステナビリティ委員会ともにどちらも四半期に1度開催しています。

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。

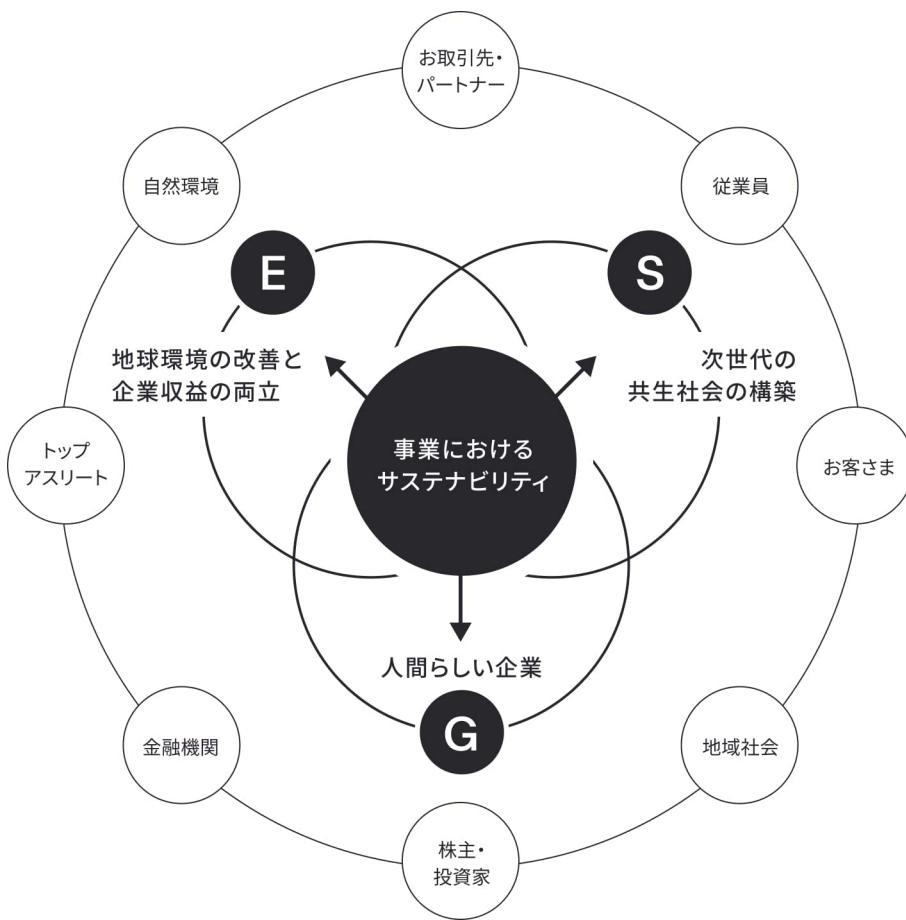
## 体制図



## 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様、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。



## マルチステークホルダー方針

当社は、2024年7月に新たな中期経営計画を発表し、株主にとどまらず、従業員、取引先、顧客、債権者、地域社会をはじめとするマルチステークホルダーとの適切な協働のもと、「事業におけるサステナビリティ」と「環境におけるサステナビリティ」の2つのサステナビリティの実現に向けて推進しています。その上で、価値協創や生産性向上によって生み出された収益・成果について、マルチステークホルダーへの適切な分配を行うことが、資金引上げのモメンタムの維持や経済の持続的発展につながるという観点から、従業員への還元や取引先への配慮が重要であることを踏まえ、マルチステークホルダー方針を定めています。

方針や具体的な取り組み内容については、以下のPDFファイルをご参照ください。

マルチステークホルダー方針(PDF)



# パートナーシップ構築宣言

---



当社は、取引先とのより良い関係構築および取引の健全化をより一層強化し、継続的に取り組むことで、サプライチェーン全体での新たな価値の創出を推進するよう「パートナーシップ構築宣言」を宣言しています。

パートナーシップ構築宣言ポータルサイト [↗](#)

---

当社のパートナーシップ構築宣言 (PDF) [↗](#)

---

## イニシアティブ・外部団体への参画

---

ゴールドウインは、事業活動を通じて持続可能な社会を実現するため、サステナビリティに関するイニシアティブや外部団体へ参画し、連携しながらその取り組みを推進しています。

## ファッション協定 (THE FASHION PACT)

---

ファッション・テキスタイル産業の環境負荷低減に取り組む国際的な枠組みである「ファッション協定」は、欧州を中心とするファッションおよびテキスタイル業界の企業が、「気候変動、生物多様性、および海洋保護」の3分野で具体的な共通目標を掲げ、2019年8月に発足しました。

当社はこの協定に2024年2月より加盟し、アパレル産業全体の体系的な変革を目指し、議論や活動に積極的に参加していきます。



## 気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD)

当社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、2022年6月に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、フレームワークに基づいた情報を開示しています。

TCFD提言に基づく情報開示 →

## JSFA (Japan Sustainable Fashion Alliance)

ファッション業界が抱える環境や社会への負の影響を軽減するためには業界全体での連携を強化し、持続可能な循環型社会を目指す必要があります。2021年8月に設立された「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)」はファッション産業の抱えるさまざまな課題について議論しており、当社は設立の準備から参画しています。

参画企業とともに、ファッション産業が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、「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。

JSFAホームページ →

# 環境マネジメントシステム

## 基本的な考え方

わたしたちには、未来を生きる子どもたちに美しい地球環境を引き継ぐ責務があり、その実現のために常識を卓越した想像力で世界に貢献する姿勢を持つことが不可欠であると考えます。地球環境の中で、調和のとれたより良い未来を創ることをめざし、広い視野で社会や環境課題の解決にむけて挑戦を続けます。ゴールドウイングループでは、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、自然と共に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・排出量を充分に認識し、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、地域社会と共に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、代表取締役社長がステナビリティ経営全体についての最高責任と権限を有し、ステナビリティ経営の有効性について責任を担っています。当社のステナビリティマネジメント体制は、取締役会に紐づく諮問委員会としての「ステナビリティ諮問委員会」とステナビリティ経営の進捗状況の確認や、対応方針を検討する「ステナビリティ委員会」にて構成されています。ステナビリティ諮問委員会は、当社の取締役・監査役に加え、外部から諮問委員を招聘し、ステナビリティ推進に関わる社会動向や外部環境を確認するとともに、当社のステナビリティ戦略について議論する場としています。サ

ステナビリティ諮問委員会での決定事項は、サステナビリティ委員会にて具体的な業務として執行されます。サステナビリティ諮問委員会、サステナビリティ委員会とともにどちらも四半期に1度開催しています。

また、代表取締役社長が委員長、他の経営層が副委員長を努める「EMS推進委員会」がグループ全体の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。

## 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。当社グループにおける各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、管理本部及び総合企画本部で構成される事務局が毎月管理しています。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。

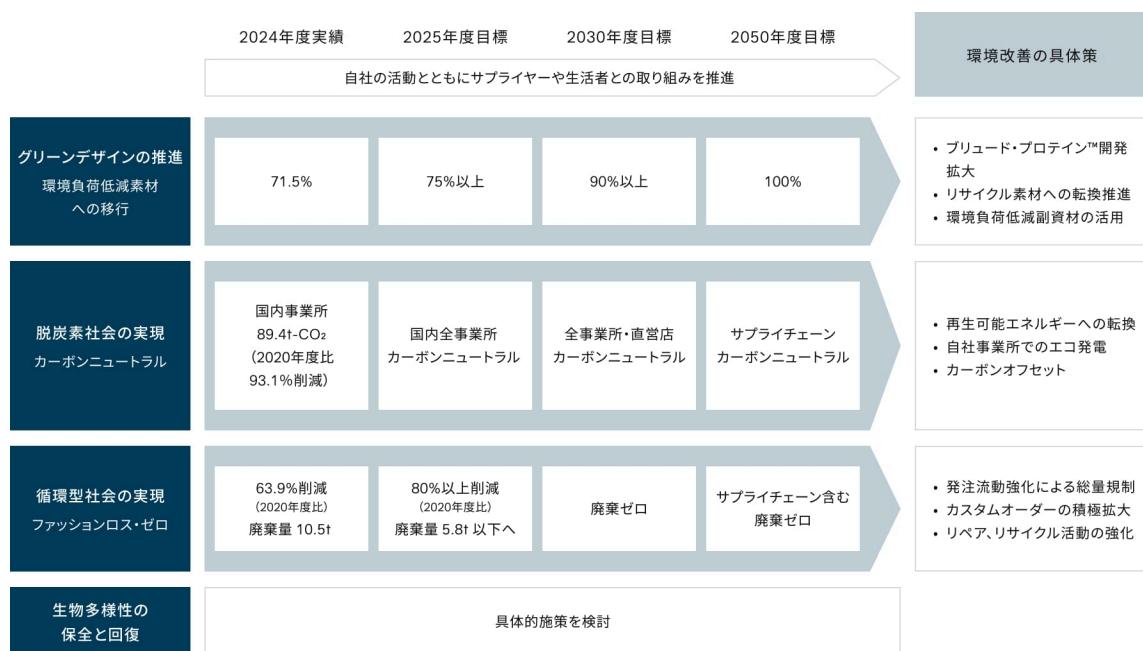
## 体制図



## 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の保全と社会構造の構築を目指しています。2024年7月に新たに策定した中期経営計画では、2021年5月に特定した従来の3つの環境重要課題に「生物多様性の保全と回復」を追加しました。

## 環境改善活動における戦略と具体策



具体的な取り組み状況は以下をご覧ください。

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 →

## 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、2024年度時点で14の事業所（約58%）が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

### 富山県小矢部市

- ・ゴールドワイン本店
- ・ゴールドワインエンタープライズ
- ・ゴールドワイン健康保険組合
- ・ゴールドワイン企業年金基金
- ・ゴールドワインロジテム
- ・ゴールドワインロジテム旧仕上  
配送センター
- ・ゴールドワインロジテム第三流通  
加工センター

### 大阪市淀川区

- ・ゴールドワイン大阪支店
- ・アンパシイ大阪営業所

### 福岡市博多区

- ・ゴールドワイン福岡営業所



## 環境監査

当社グループでは、ISO14001に基づき、2024年度において認証機関による年2回の審査と年1回の内部監査を実施しました。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、2024年度は不適合0件、観察事項は10件ありました。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ではなく、観察事項が5件ありました。観察事項に対しては指摘事項を改善するなどの処置を完了しています。2021年度からフロア単位からより小さい業務部門単位での管理へ切り替え、2022年度以降は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。

	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	0	0
観察事項	10	6

## EMS内部監査員育成

当社グループでは、2024年度末時点では32人のEMS内部監査員がいます。内部監査員には毎年1回ミーティングを行い、ISO14001への理解を深めています。2024年度は2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ともにすることで、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に確認しています。その結果、2024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みます。

## 主な環境関連法令

### 東京地区

- ・資源有効利用促進法
- ・廃棄物の処理及び清掃に関する法律
- ・容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律
- ・特定家庭用機器再商品化法(家電リサイクル法)
- ・使用済み小型電子機器等の再資源化の促進に関する法律(小型家電リサイクル法)
- ・都民の健康と安全を確保する環境に関する条例
- ・フロン類の使用の合理化及び管理の適正化に関する法律(フロン排出抑制法)
- ・リサイクルに関する条例

### 富山地区

- ・水質汚濁防止法

- ・富山県公害防止条例
- ・小矢部市公害防止条例
- ・下水道法
- ・騒音規制法
- ・振動規制法
- ・消防法
- ・高圧ガス保安法
- ・電気事業法
- ・工場立地法
- ・資源有効利用促進法
- ・大気汚染防止法
- ・建設リサイクル法
- ・毒物及び劇物取締法
- ・廃棄物の処理及び清掃に関する法律
- ・容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律
- ・特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律
- ・フロン類の使用的合理化及び管理の適正化に関する法律(フロン排出抑制法)
- ・特定家庭用機器再商品化法(家電リサイクル法)
- ・使用済み小型電子機器等の再資源化の促進に関する法律(小型家電リサイクル法)

#### ゴールドウインロジテム

- ・廃棄物の処理及び清掃に関する法律
- ・電気事業法
- ・特定家庭用機器再商品化法(家電リサイクル法)
- ・使用済み小型電子機器等の再資源化の促進に関する法律(小型家電リサイクル法)
- ・地域協定書 第6条 水質汚濁防止対策
- ・地域協定書 第7条 廃棄物処理
- ・フロン類の使用的合理化及び管理の適正化に関する法律(フロン排出抑制法)
- ・下水道法

## TCFD提言に基づく情報開示

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）」の提言に賛同し、当社グループの気候変動への取り組みを整理しました。

2024年度には、長期ビジョン「PLAY EARTH 2030」の実現に向けた外部環境分析の一環として、シナリオ分析の高度化に取り組みました。



### I. 体制・ガバナンス

---

当社のサステナビリティマネジメント体制は、取締役会と連携する諮問委員会としての「サステナビリティ諮問委員会」とサステナビリティ経営の進捗状況の確認や、対応方針を検討する「サステナビリティ委員会」にて構成されています。サステナビリティ諮問委員会は、当社の取締役・監査役に加え、外部から諮問委員を招聘し、サステナビリティ推進に関連する社会動向や外部環境を確認するとともに、当社のサステナビリティ戦略について議論を行います。サステナビリティ諮問委員会での決定事項は、サステナビリティ委員会にて具体的な業務として執行されます。サステナビリティ諮問委員会およびサステナビリティ委員会は、四半期ごとに開催されています。

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

## 体制図



## II. 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、サステナビリティ委員会、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置し、リスク管理およびコーポレート・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。その上で、 $1.5^{\circ}\text{C}$ シナリオと $4.0^{\circ}\text{C}$ シナリオに基づくシナリオ分析を行い、リスクと機会の評価を毎年1回、行っています。評価したリスクと機会に関しては、サステナビリティ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、その監督の下で最終決定されます。

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。

### III. 戦略

当社グループでは、2022年度に将来的な気候変動の影響を評価するため、1.5°Cシナリオと4.0°Cシナリオに基づくシナリオ分析を実施しました。また、2024年度にはシナリオ分析の高度化に取り組みました。その結果、シナリオ分析を通じて、当社グループの事業戦略や環境への取り組みが、リスクの低減や機会の活用に繋がる事を改めて確認しました。

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）が公表している「Net Zero Emissions by 2050 Scenario (NZE)」や、気候変動に関する政府間パネル（IPCC）が公表している第5次評価報告書の「Representative Concentration Pathways (RCP2.6/RCP8.5)」等を参照し、分析しました。

想定される社会	主な参考シナリオ	想定される変化	アパレル産業への影響
1.5°Cシナリオ：脱炭素が進み、主に移行リスクや移行機会が顕在化する社会	IEA : Net Zero Emissions by 2050 Scenario (NZE2050) IPCC : Representative Concentration Pathways (RCP2.6)	<ul style="list-style-type: none"><li>・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。</li><li>・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。</li><li>・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。</li><li>・非財務情報開示の義務化が進み、ESG投資が定着する。</li><li>・異常気象(台風の頻発、ゲリラ豪雨、渇水、豪雪等)は、2024年度現在と同程度の頻度で発生する。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・環境負荷低減に向けリサイクル素材や新素材の活用が進む。</li><li>・「サステナブルファッション」が新たなブランド価値として定着する。</li><li>・消費者が低炭素や循環型の商品を好んで選択する。</li><li>・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。</li></ul>
4°C：気候変動が進行し、主に物理リスクや物理機会が顕在化する社会	IPCC : Representative Concentration Pathways (RCP8.5)	<ul style="list-style-type: none"><li>・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2024年度現在の速度で引き続き増加する。</li><li>・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依然として大きい。</li><li>・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。</li><li>・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。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・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。</li><li>・夏の猛暑日や冬の豪雪などの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。</li></ul>

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シナリオと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・機会および物理リスク・機会を抽出しました。具体的には、自社のバリューチェーンやステークホルダーを整理し、前回抽出した気候変動の移行リスク・機会および物理リスク・機会を踏まえ、改めてリスクと機会を洗い出しました。

シナリオ分析では、気候変動がもたらすリスク・機会が当社グループに及ぼす財務的影響について、定性的および定量的に評価しました。評価にあたり、影響度の基準をランク1～ランク5の5段階に設定しました。評価の結果、財務に一定の影響を与える可能性のある、影響度がランク3以上のリスク・機会を、「重要なリスク・機会」と定義しています。

重要なリスク・機会の内容は以下の通りです。

短期:5年未満 中期:5年超(2030年) 長期:10年超(2050年)

カテゴリ	移行	物理	リスク	機会	重要なリスク・機会	内容	影響度		発現時期			対応
							20 30 年	20 50 年	短期	中期	長期	
政策	●		●		炭素税導入による操業コスト増大	炭素税の導入・強化により、自社操業・サプライチェーン・物流等に関するコストが増大	3	4	●	●		・サプライチェーン全体でのカーボンニュートラルに向けた取り組み
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大	構造タンパク質素材やリサイクル素材等の、環境負荷低減に向けた新素材への転換に関するコストが増大	2	3	●	●		・次世代素材やリサイクル素材の研究開発

カテゴリ	移行	物理	リスク	機会	重要なリスク・機会	内容	影響度		発現時期			対応
							20年	30年	20年	50年	短期	
市場	●		●		顧客の消費行動・意識変化への対応遅れによるブランドイメージ低下	脱炭素に貢献する製品の提供遅れや環境不祥事により、ブランド力が低下し、顧客離れが発生	3	4	●	●	●	・環境負荷低減素材の積極的活用 ・次世代素材発掘に向けたCVC開始 ・生産プロセスにおける環境・社会への配慮
市場	●		●		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	他社よりも先にサステナブルファッションに移行することで、サステナブルファッション市場におけるシェア拡大・売上増加	2	3	●	●	●	
急性		●	●		台風・洪水などの災害によるサプライチェーン上の損害	台風や洪水などにより、店舗や生産工場が被害を受け、事業中断により売上が低下	4	4	●	●	●	・サプライチェーンマネジメントの強化
急性		●	●		極端現象の増加によるスポーツイベント等への影響	猛暑や雪不足等の極端現象の増加により、屋外スポーツイベントやスポーツ実施が影響を受けるとともに、気温上昇により冬物衣料への需要が減少	2	3	●	●	●	・アウトドアアクティビティ参加人口の動向を注視し、生産計画や商品開発に反映

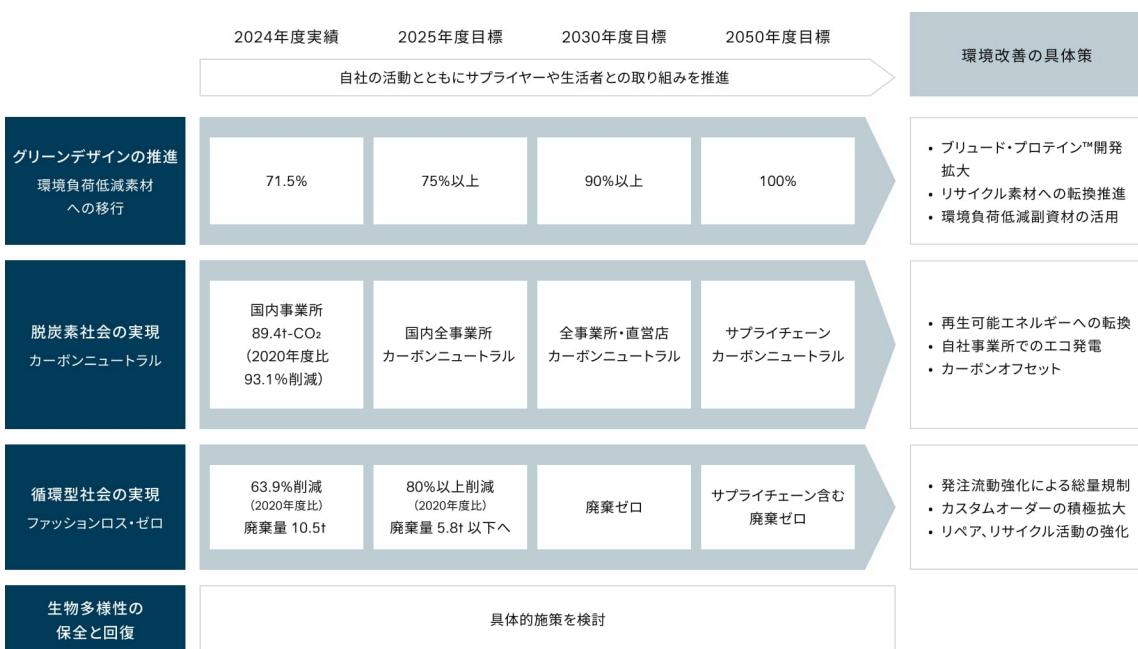
## IV. 指標と目標

### 1. 気候関連リスクおよび機会を評価する指標と目標

当社グループでは、不確実性が増す環境変化に適応し、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。その中でも環境問題への取り組みを最重要課題の一つとして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、ファッショナロス・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ナロス・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および実績

#### 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削減の実績は、以下のページより最新情報をご覧いただけます。

脱炭素社会の実現

→

---

# グリーンデザインの推進

## 基本的な考え方

アパレル産業は、温室効果ガスの排出、水の使用、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。ライフサイクルが短く環境負荷の高い製品から、長期にわたって安心してお使いいただける製品への転換が必要です。

当社グループでは、環境の持続可能性を高め、生活者にとって安心で、長期に使用していただける製品を提供することを目指し、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います。

## 環境重要課題

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2021年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推進委員会の事務局が、月ごとの進捗を確認しています。

### 環境改善活動における戦略と具体策



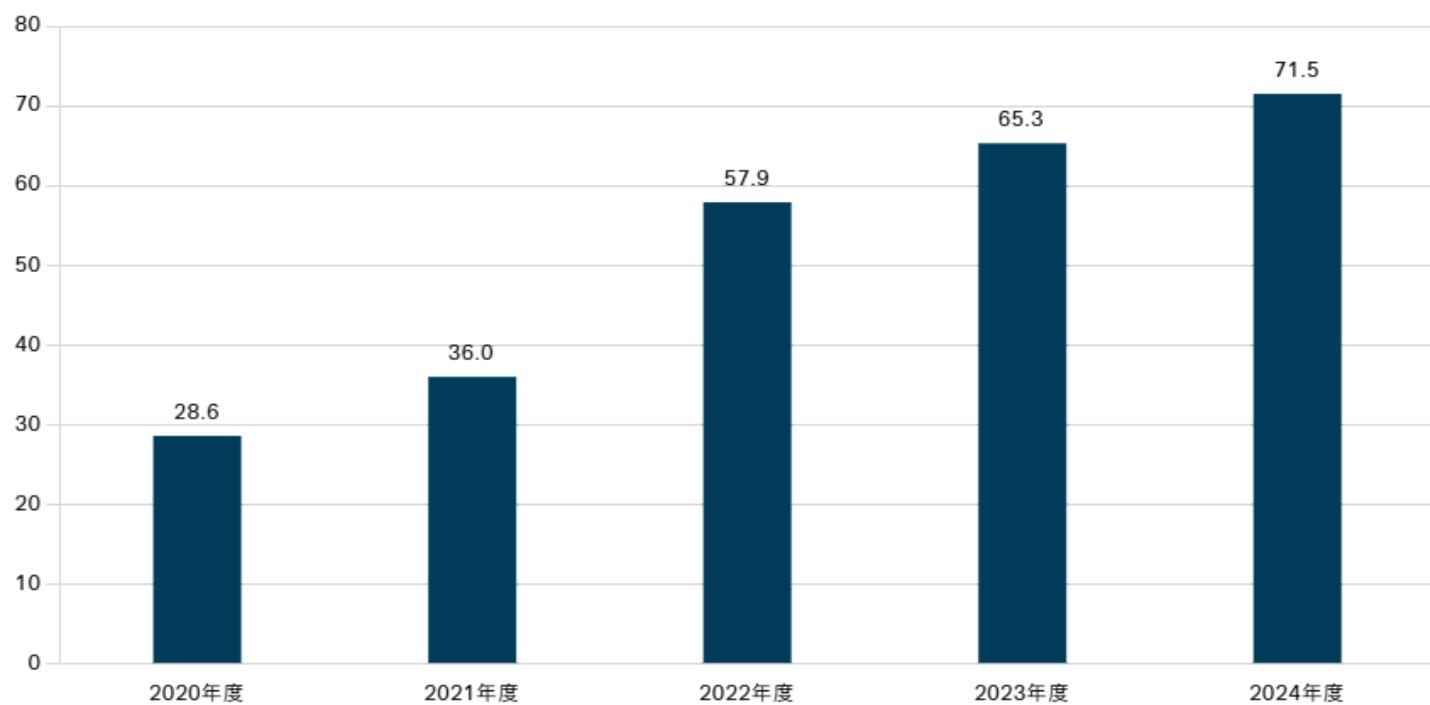
## 環境負荷低減素材使用製品の拡大

2021年に策定した中期経営計画のなかで中長期目標を明示したこと、全社的に環境負荷低減素材の使用が進んでいます。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の基準

ゴールドウインでは、製品を製造する各プロセスにおいて自社の認定基準を設定しています。環境負荷の低減に寄与する原材料を「GREEN MATERIAL(グリーンマテリアル)」と呼び、再生ポリエステルや再生ナイロン、リサイクルダウンやリサイクルウールといったリサイクル原料のほか、持続可能な方法で厳格管理された森林の樹木でつくられるリヨセル繊維およびモダール繊維、ひまし油を一部使用して製造されたポリウレタンなどの植物由来原料を対象としています。そしてこれらを25%以上使用した資材から製造された製品が、「GREEN PRODUCT(グリーンプロダクト)」です。2024年度の環境負荷低減素材を使用した製品の比率は71.5%となりました。現在、対応強化に向け新基準作成の準備中であり、2050年までにすべての製品を「GREEN PRODUCT(グリーンプロダクト)」にすることを目指し、今後も原料・資材のリサーチや開発に日々取り組んでいきます。

環境負荷低減素材使用製品比率(%)



## 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。当社では、使用済みの衣料や繊維製品およびペットボトルなどを再生したリサイクルポリエステルやナイロンの利用、また、ダウンジャケットの羽毛を再洗浄したリサイクルダウンなどを新たな製品に再利用するなどの取り組みにより、枯渇していく化石燃料に頼らないリサイクル素材への転換を積極的に進めています。

# 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の使用比率を高めるとともに、製品のファスナーなどの付属パーツに関しても、リサイクル原料や環境への負荷が低い植物由来の原料などを使用した資材の利用を進めています。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な環境負荷低減も推進していきます。

## 今後の課題

---

今後も環境負荷の低い素材や製品の開発とともに、製造工程も含めた環境負荷の低減を進め、2050年までにすべての製品をGREEN PRODUCTにすることを目指し、取り組んでいきます。ステークホルダーのみなさまにも当社グループの環境に対する取り組みをご理解いただけるように努め、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いただくことが課題となります。

# 脱炭素社会の実現

## 基本的な考え方

アパレル産業はCO<sub>2</sub>排出量が非常に多い産業といわれています。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°C目標の達成にむけ積極的な対応が必要です。当社グループは、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、温室効果ガス排出量の削減に取り組んでいます。今後は直営店での排出削減やサプライヤーとの連携強化による化石燃料に頼らない原材料の調達や製造工程の見直しなどとともに、カーボンニュートラル達成を目指していきます。

## 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CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>削減に取り組むために、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」を設定しています。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ともに、カーボンニュートラル達成を目指しています。さらにパリ協定が目指す「産業革命前の水準から地球の気温上昇を1.5°Cに抑える」という目標の実現のため、SBTi(Science Based Targets initiative)による目標の認定を取得し、温室効果ガス排出量の削減に取り組んでいます。

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推進委員会事務局で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、年2回開催される環境管理会議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



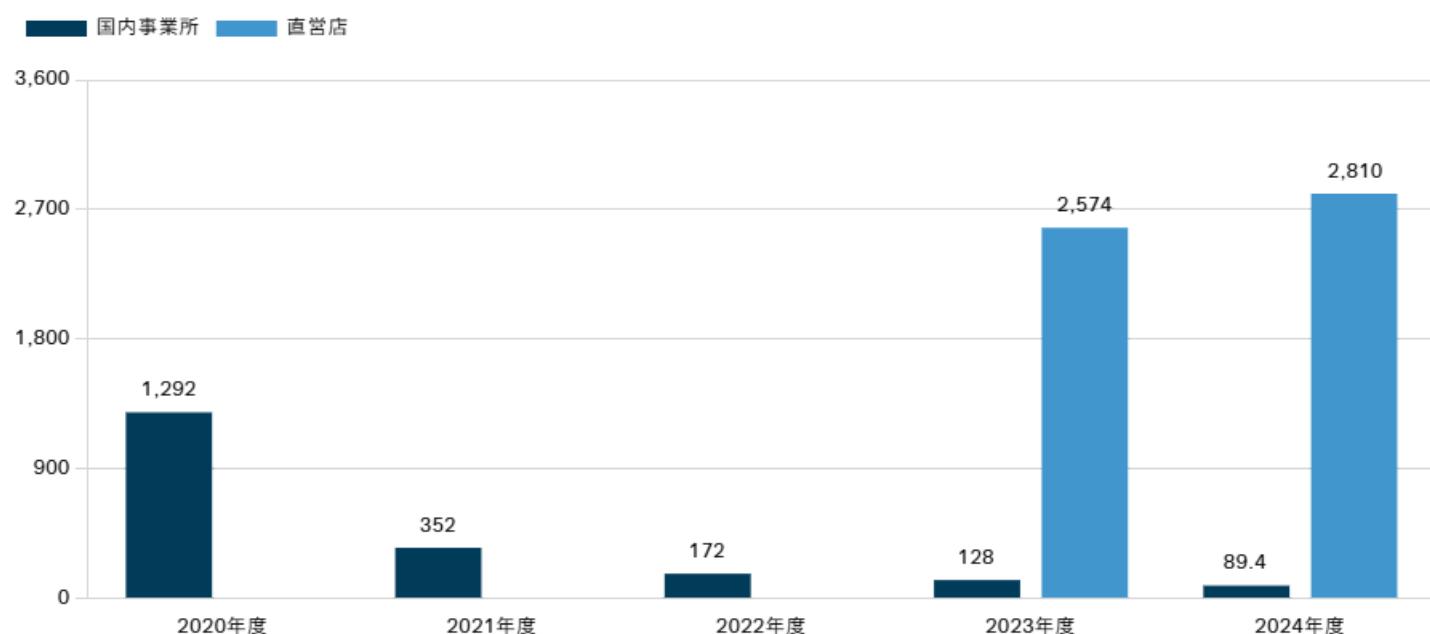
# 温室効果ガス排出量削減

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。2024年度における国内事業所からの温室効果ガス排出量は89t-CO<sub>2</sub>、直営店からの排出量は2,810t-CO<sub>2</sub>でした。

また、Scope1・2・3を含む総排出量は、前年度比で50,029t-CO<sub>2</sub>の削減となり、212,835t-CO<sub>2</sub>となりました。

今後は、これらの算定結果を踏まえ、排出量削減に向けた取り組みを一層強化してまいります。具体的には、当社が直接排出するScope1に加えて、直営店の再生可能エネルギーへの転換のほか非化石証書の活用などによりScope2の削減を進めます。また、製品におけるカーボンフットプリントの算定結果も参考にしながら削減のポイントを明確化していくと共に、温室効果ガス排出量の多くを占めるScope3のカテゴリ1の削減に向けて、CO<sub>2</sub>排出量の少ない製品の開発やサプライヤーとの連携を強化していきます。

CO<sub>2</sub>排出量推移(国内事業所および直営店)(t-CO<sub>2</sub>)



## 2024年度温室効果ガス排出量(t-CO<sub>2</sub>)

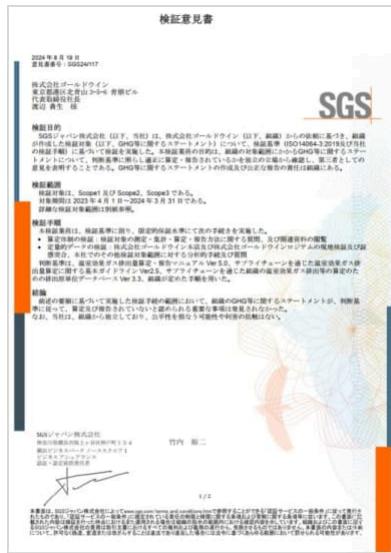
Scope 1・2・3	212,835
Scope1	286
Scope2	2,613
Scope3	209,936
カテゴリ1	201,971
カテゴリ3	739
カテゴリ4	3,973
カテゴリ5	49
カテゴリ6	379
カテゴリ7	882
カテゴリ12	1,943

※ 算定対象は連結対象のうち、日本国内の親会社および子会社とし、海外子会社を除きました。

## 温室効果ガス(GHG)排出量の第三者検証の受審

当社は、算定した温室効果ガス(GHG)排出量の信頼性向上のため、SGSジャパン株式会社による第三者検証を受審し、その検証結果を公表しました。

今後も脱炭素社会の実現に向けてCO<sub>2</sub>削減の取り組みを推進し、事業活動に伴う環境への影響を適切に把握・管理していきます。また、ステークホルダーの皆さまへ正しく分かりやすくお伝えするとともに、環境負荷低減に向けた取り組みを加速させていきます。



## 検証意見書 (2024年度) □

## 調達物流から排出された温室効果ガス

ゴールドウイングループでは、Scope3カテゴリー4に該当する輸送・配送に伴う温室効果ガス排出量の把握に取り組んでいます。

2024年度の調達活動で排出された2,832t-CO<sub>2</sub>については、翌2025年度に排出枠クレジットを購入し、カーボンオフセットを実施しました。

また、輸送時の梱包材の再利用やモーダルシフトの推進など、脱炭素に繋がる施策にも積極的に取り組んでいます。今後も、排出量削減に向けた具体的な施策の検討・実行を継続してまいります。

## 製品におけるカーボンフットプリントの算定

当社グループでは、温室効果ガス排出量の大部分を占めるScope3のカテゴリー1(購入した製品・サービス)における削減を目的に、製品単位でのカーボンフットプリント算定に取り組んでいます。

2024年度は、環境省による「令和6年度 製品・サービスのカーボンフットプリントに係るモデル事業」に参画し、当社のアウトドアウエアブランド「ザ・ノース・フェイス (THE NORTH FACE)」を代表する製品である「バルトロライトジャケット(2024年秋冬モデル)」のカーボンフットプリントを算定しました。

その結果、当製品では原材料調達段階の排出量が全体の約8割を占めることが明らかになり、特に生地をはじめとする素材段階での排出削減が重要な課題であると特定されました。

この知見を踏まえ、温室効果ガスの削減に向けた取り組みの一環として、2025年秋冬モデルの「バルトロライトジャケット」では表生地に再生ナイロンを採用。化石由来素材を使用した場合と比較し、素材から製造までの工程において約1.8kgのCO<sub>2</sub>排出削減を実現しました。

今後も、サプライヤーとの連携をさらに強化し、原材料段階からの排出削減につながる施策を推進していきます。

また、カーボンフットプリントの算定対象を当社グループの幅広い製品へ拡大し、現状把握と削減対策の高度化を進めていきます。

## 対象製品の詳細

### 製品名

バルトロライトジャケット(ユニセックス)

### サイズ

L

### 素材

<表地>表側:ナイロン100%、裏側:ePE

<裏地>ナイロン100%

<中わた>ダウン72%、レーヨン20%、フェザー8%

### 算定単位

1着

### 対象とする構成要素

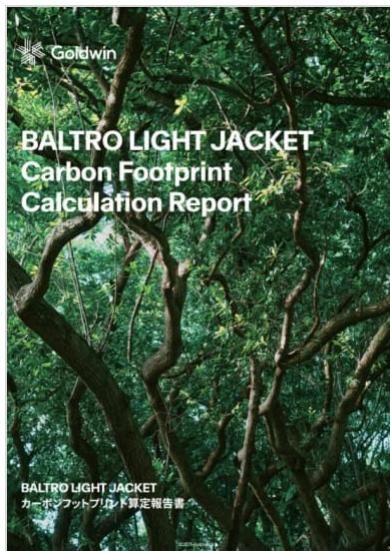
製品本体、収納袋、ブランドネーム、品質ラベル、吊札、製品

包装ポリ袋等



### バルトロライトジャケットの温室効果ガス排出量(kg-CO<sub>2</sub>e)

原材料調達	25.0
生産	0.1
流通・販売	1.4
使用	1.8
廃棄	3.1
総量	31.4



バルトロライトジャケット  
カーボンフットプリント算定報告書 ↗

## エネルギー使用量の削減

---

当社グループは、継続してエネルギー使用量の削減に取り組んでいます。

2024年度の国内主要事業所の総エネルギー使用量は29,781GJであり、2023年度より4,766GJ削減されました。国内主要事業所と直営店を合わせた総エネルギー使用量は2,285GJと増加しました。直営店の電力およびショッピングモール内のテナント店の空調の動力として使用される都市ガスの使用量の増加が要因となります。また、公共交通機関の利用促進により、揮発油・軽油とも使用量が減少しました。2025年度も引き続き省エネルギーに努め、削減に取り組みます。

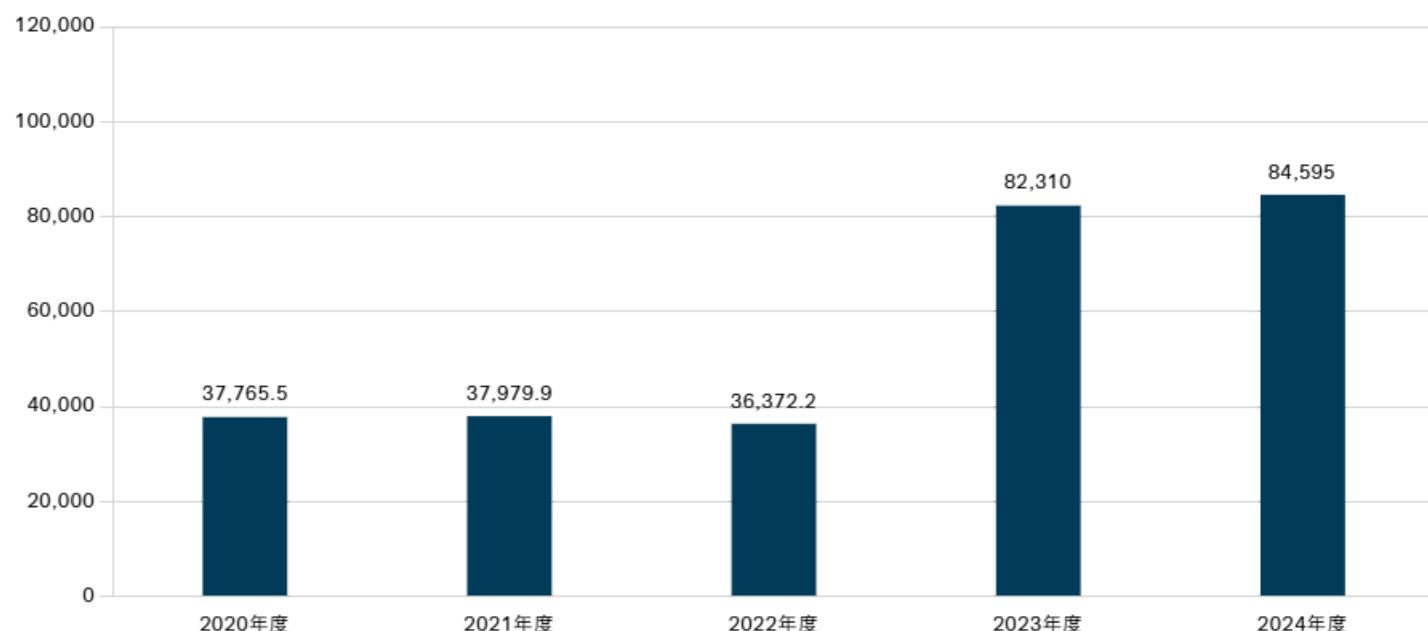
## エネルギー使用量

		単位	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
電力		千 kWh	3,501	3,502	3,473	8,548	8,773
都市ガス	構内設備使用分	千 m³	3.192	2.197	3.759	118.803	185.891
LPG	構内設備使用分	t	6.9	6.7	5.8	4.7	4.7
A重油		kℓ	50.8	52.0	18.4	0	0
揮発油	自動車使用分	kℓ	11.0	18.9	20.3	18.6	16.2
軽油	自動車使用分	kℓ		0.980	0.862	4.492	3.571
総エネルギー 合計		GJ	37,765.5	37,979.9	36,372.2	82,310	84,595

※軽油の使用量は2021年度から計測しています。

※2023年度より直営店実績を含む

## エネルギー使用量推移(GJ)



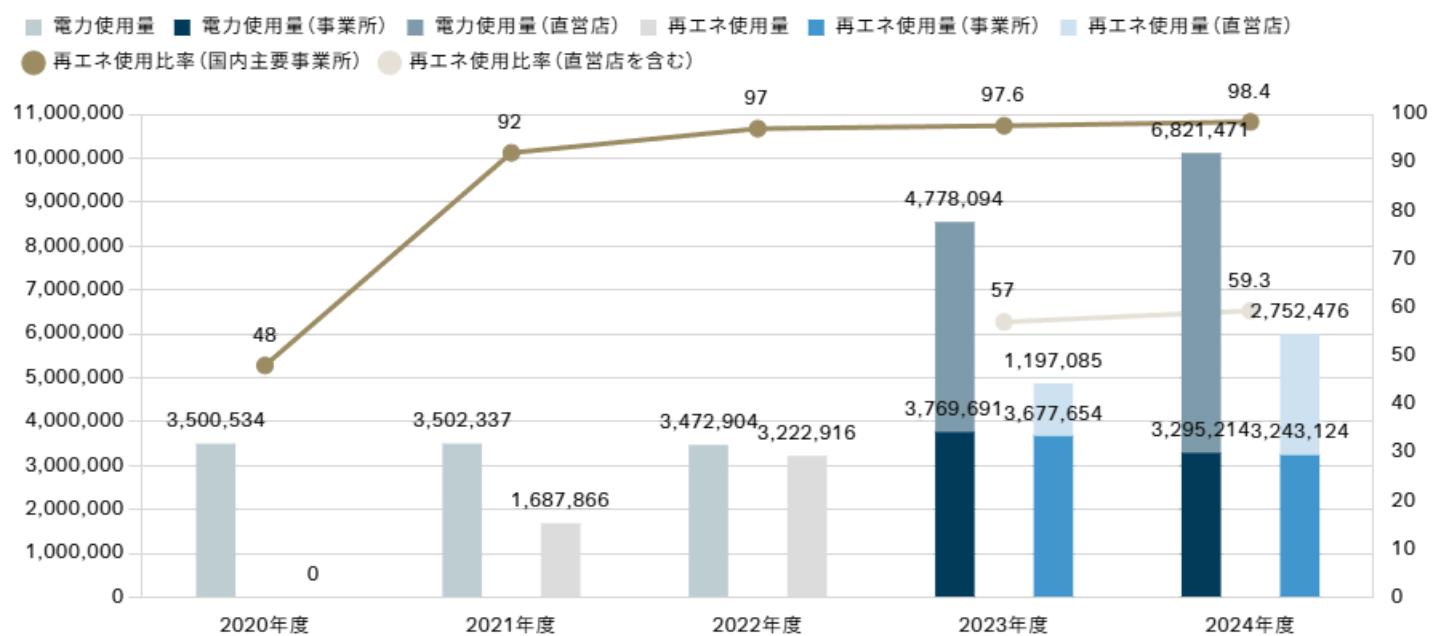
# 再生可能エネルギーへの転換

当社グループは、温室効果ガス排出量の削減のために、使用的する電力を再生可能エネルギーに転換しています。この取り組みの一環として、富山地区の事業所においては太陽光パネルによる自家発電システムを導入しています。

2024年度は、事業活動の拡大や直営テナント店舗における空調使用の算定方法見直しにより、電力使用量は増加しました。それでもなお、再生可能エネルギーの使用比率は前年より2.3ポイント増加し、59.3%に達するなど、転換は着実に進んでいます。

今後も、現状の可視化や算定方法の精緻化を図りつつ、再生可能エネルギーへの転換を継続的に推進してまいります。

## 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)

※2023年度より直営店実績を含む

## フロン類の適正管理

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。2024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ます。

## 今後の課題

---

2024年度は国内事業所での温室効果ガス排出量を計画値を上回って削減できました。電力調達を自社で選択できる直営店では、この強みを活かして順次再生可能エネルギーへ切り替えていきます。一方、テナント入居店舗ではオーナーの方針が大きく影響するため、再エネへの転換に向けてオーナーとの対話を深め、脱炭素化を共に推進してまいります。今後も排出量の精緻な把握に努めるとともに、中長期計画に基づき、事業所・直営店に加えサプライチェーン全体の排出量を可視化し、その削減を加速していきます。

# 循環型社会の実現

## 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製品寿命の長期化など、資源を有効利用することが必要です。

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、当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、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」を設定しています。サプライチェーン全体における材料や製品の廃棄ゼロに向けた取り組みや、不要となった衣類の店頭回収とその再利用を推進し、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推進委員会の事務局では、製品・材料廃棄量の実績を毎月管理し、廃棄量の削減を進めています。さらに、年2回開催される環境管理会議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2024年度の産業廃棄物の排出量は63.7tでした。2024年5月の本社移転や、物流倉庫等の整理に伴い廃棄が増加しました。製品と材料の廃棄は全体の約16%を占めていますが、デジタル技術を活用した設計や製品製造の過程で発生する生地の廃棄削減に取り組むなど、ファッショナロス削減に努めました。今後も、製品や材料廃棄の削減・有効活用について検討し、廃棄ゼロを目指します。また、商品包材等のプラスチック資材を減らし、循環利用する取り組みも進めています。

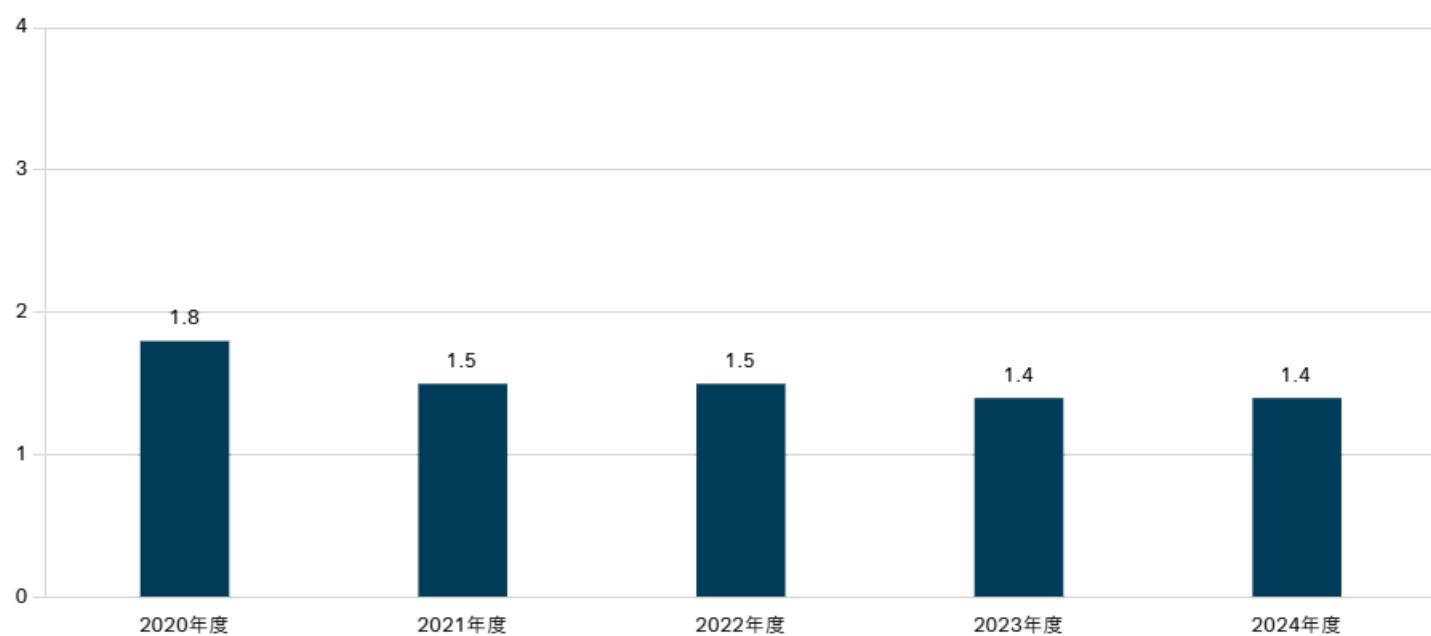
## 廃棄物排出量(t)



## 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、販売期間中の迅速な在庫流動により、2024年度の販売ロス率を1.4%まで低減しています。

## 販売ロス率(%)



## 水資源の保全

当社グループは、節水による水使用量の削減や、排水処理、排水水質の適正な管理などで、水資源の保全に取り組んでいます。各拠点(富山本店、ゴールドワインロジテム)における2024年度の上水道利用量は、地下水209,362m<sup>3</sup>となりました。また、下水は生活排水のみ11,055m<sup>3</sup>を排水し、汚染物質の排出は確認されませんでした。

### 上下水道使用量

		単位	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
上水道	地下水	m <sup>3</sup>	232,048	178,496	159,155	126,623	209,362
下水道		m <sup>3</sup>	10,924	10,311	10,685	12,371	11,055

※富山本店、ゴールドワインロジテムが対象です。

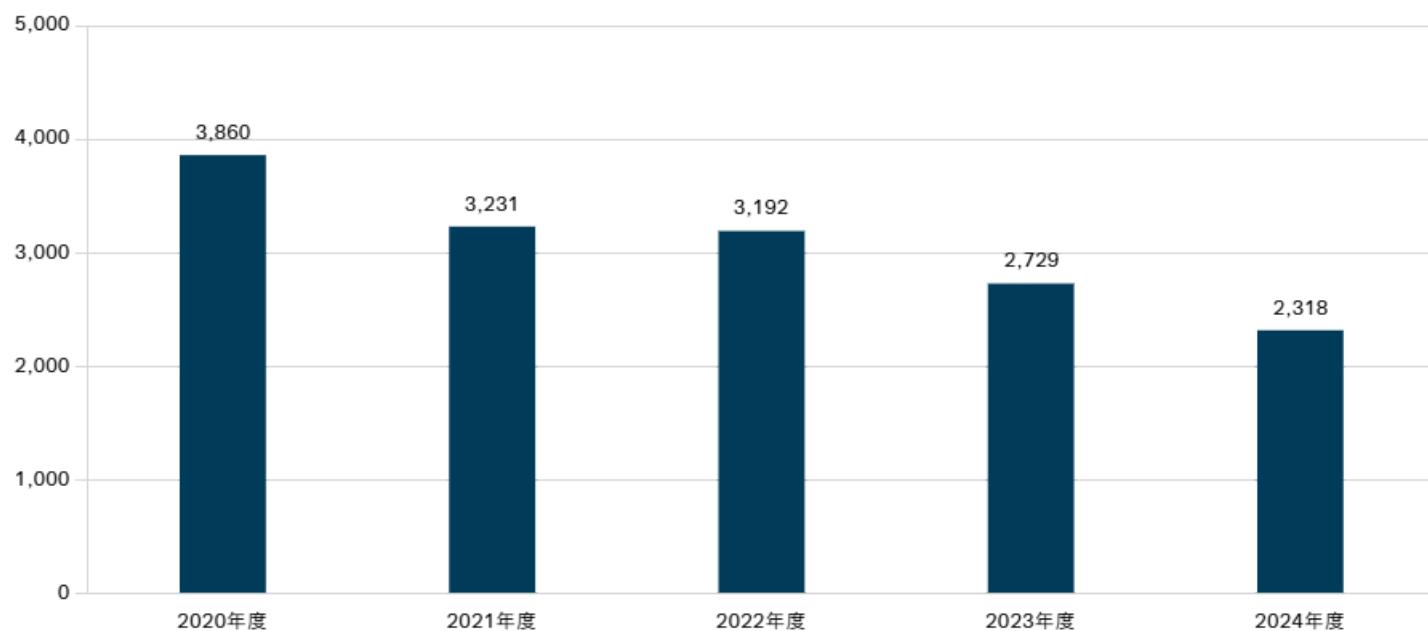
## 紙の使用量削減

---

当社グループは、ペーパーレスを推進し、オフィスにおける紙使用量の削減に取り組んでいます。資料・文書の電子データ化、電子申請システムの導入によるペーパーレス化、両面・割付印刷の推進、ノートPC端末導入によるペーパーレス会議の推進などにより、コピー用紙の使用削減に取り組んでいます。

2024年度の東京地区におけるコピー用紙の使用量は2,318kgとなりました。今後はそのほかの事業所における使用量の把握と、さらなる使用量削減に取り組んでいきます。

コピー用紙の使用量(東京地区)(kg)



※これまで算定対象の記載が「富山本店」となっておりましたが、正しくは「東京地区」でしたので、修正しました。

## 店舗における衣類回収の取り組み

---

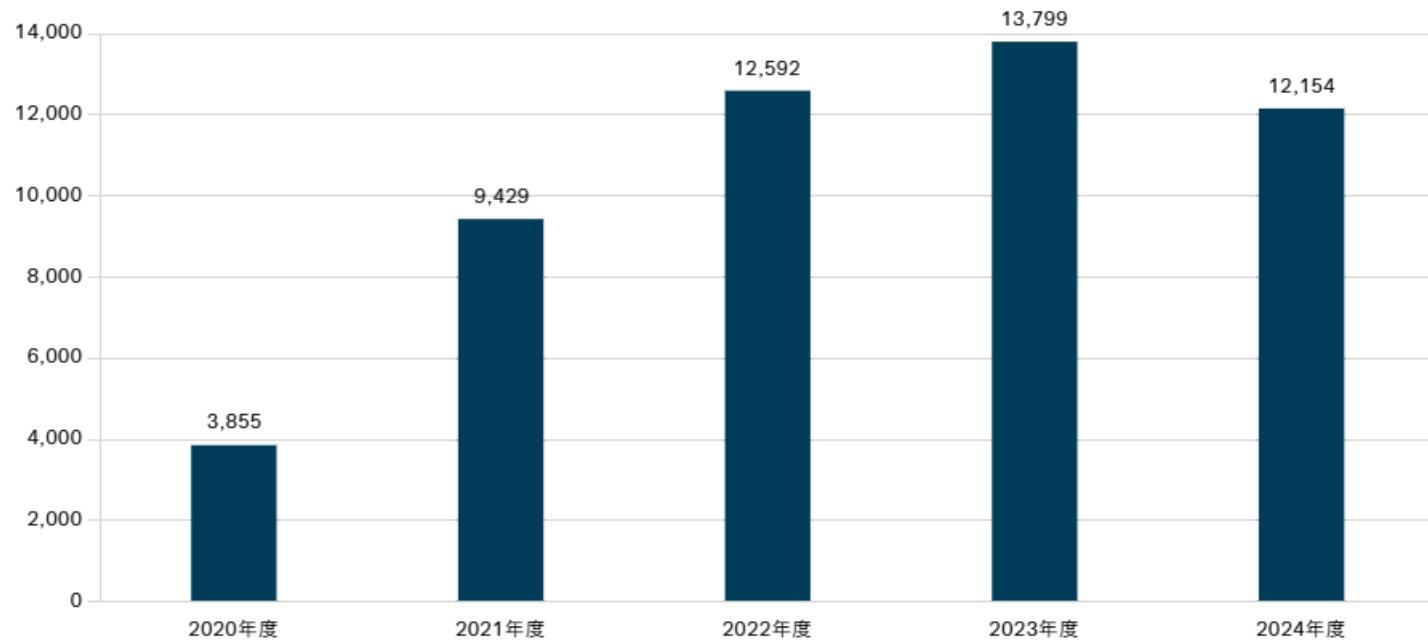
生活者とともに環境を考え持続可能な社会の実現することを目的にお客様と一緒に起こすアクションとして、お客様で不要となった衣類を回収しリサイクルする活動を進めています。繊維製品を循環させる取り組みなどを通して循環型社会の実現を推進しています。

# 資源を大切に使うための取り組み

## 衣類の循環型ビジネスに向けた取り組み

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み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。2024年度は12,154kgの衣類を回収しました。当社の直営店を中心とした全国163(2025年3月末時点)の店頭に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、富山マラソンやカターレ富山(サッカーチーム)ホームゲーム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(株式会社JEPLAN、河田フェザー株式会社)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：回収量(kg)





## 大切に使っていただくためにリペアサービスを推進

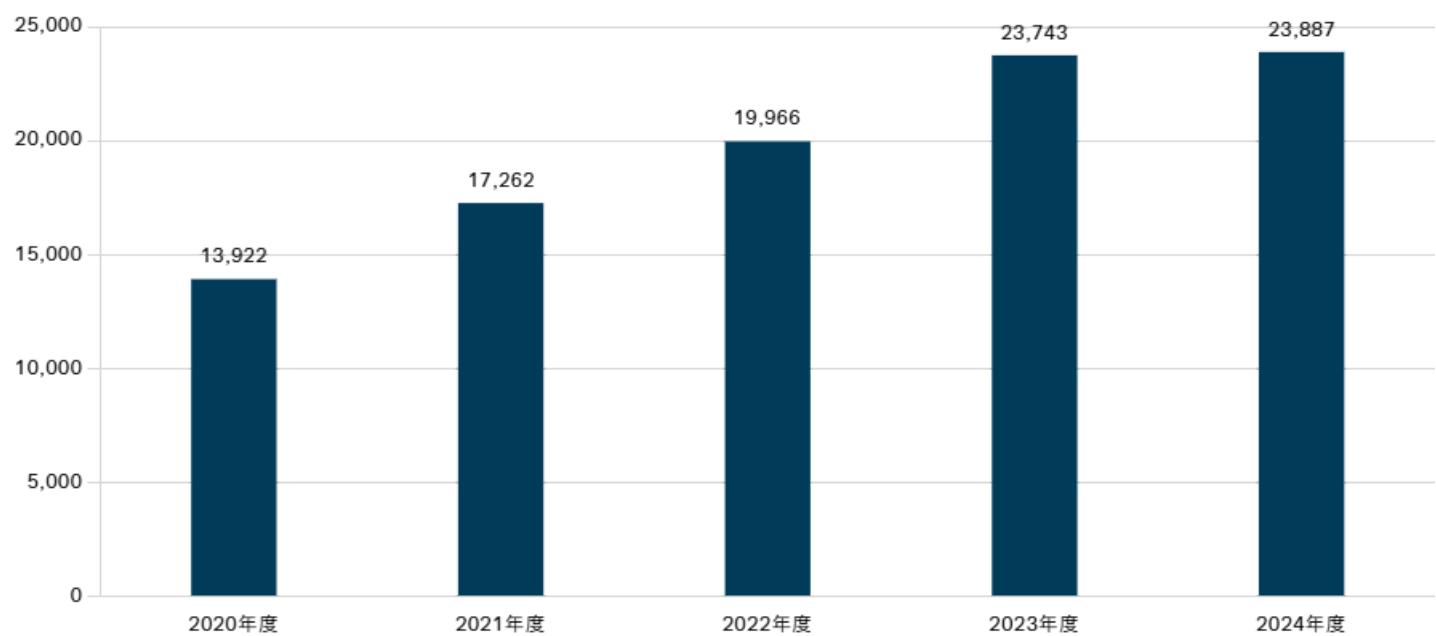
当社で扱う一部のブランドでは、「もし素材や製造上の欠陥が原因であれば、代金は一切いただきません。その他の場合は、適正な価格で修理いたします」というポリシーを徹底したリペアサービスを行っています。現在当社では、ザ・ノース・フェイスをはじめとしたアウトドアブランドの製品に限らず、モーターサイクルウェア、スキーウェア、アスレウエアなどもリペアの対象としており、キッズ商品（一部を除く）は無償で対応しています。

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。東京の恵比寿ガーデンプレイスセンター・プラザ内およびグランフロント大阪の直営店に常設のリペアサービスコーナーを設置しているほか、ウェブサイトでリペアの受付をしています。ゴールドワインブランド製品の修理を無料とし、2004年の時点で年間3,500件程だった依頼は、2024年度は23,887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、引き続き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4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。



リペア受付件数の実績(件)



## GREEN BATON

一般的にキッズ製品は子どもの成長によって約2年でサイズアウトするといわれていますが、当社のアンケートではそのうち約40%がゴミとして廃棄されているという結果が出ています。

子どもの成長によりサイズアウトして着なくなったキッズ製品を買取り、リペアやアップサイクル後に新たな製品として販売するサステナブル・レーベル「GREEN BATON(グリーン・バトン)」を2022年7月より展開しています。リセール製品にはバトンをイメージした“グリーンの引き手やネーム”が施され、他にはない一点モノの製品として新たな価値が付加されます。2024年度には、合計1,802点の製品をお客様に購入していただきました。

GREEN BATON WEBサイト



アップサイクル前 → アップサイクル後

## 今後の課題

---

衣類の回収量は増加傾向にあり、リペア、リセール事業「GREEN BATON」も継続的に行っていきます。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、自社だけでなく、サプライチェーンでの廃棄物の排出量の把握と削減、および廃棄対象物の再利用方法の検討が課題です。

## 環境コミュニケーション

### 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やサービスの提供を行っています。そして、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、透明性を高めるために、さまざまな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、従業員への環境教育を実施するのみならず、イベントやワークショップなどでお客さまに向けた自然環境に対する興味と理解の向上の場を提供しています。

### GREEN IS GOOD

---



社会の課題を解決すること。そして創造的であること。

ゴールドウインのモノづくりは、地球環境の改善と革新的な製品開発が地続きにあります。GREEN IS GOODとはまさにそのモノづくりの姿勢を表す言葉であり、地球環境への負荷を低減させるための新素材の開発や選択、資源の循環や製品をより長く使っていただくための修理といった、実際の取り組みやサービスを内包した概念でもあります。

製品は、地球を知るための媒介、対話を促す道具です。その製品を通じて人と自然が共生する美しい環境の実現を目指して。

生活者ととも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年からスポーツアパレル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さまと一緒にアクション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さまとのコミュニケーションとともに活動推進を進めています。

GREEN IS GOOD WEBサイト



## 環境教育

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

2024年度は、全従業員を対象とした環境教育の実施により、環境重点課題の進捗を共有するとともに環境目標の達成に向けた各部門における取り組み事例の共有を実施しました。各部門で約25分の環境教育を2回実施し、全従業員が受講しています。また、社内イントラを利用したサステナビリティの社内浸透にも取り組んでいます。当社従業員に最新の情報を提供し、サステナビリティを日常的に意識してもらうコンテンツ「サステナヘッドライン」を連載しました。2024年度は合計で20回のコンテンツを掲載しています。

さらに、当社の事業拠点である札幌、大阪、福岡、東京において、サステナビリティ勉強会を合計6回実施し、203名が受講しました。サステナビリティ勉強会では、サステナビリティに関する基礎知識や、統合報告書を通して当社の取り組みについて紹介しました。勉強会の内容はアーカイブとして参加できなかった従業員にも共有しています。

2025年度は、社内イントラへのコンテンツ掲載を強化するほか、従業員のサステナビリティへの認識を高めるための研修を企画しています。今後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きます。

研修内容	対象者	研修時間	回数
環境教育	全従業員	約25分/回	2回/年

## サステナヘッドライン

2024年6月14日(金)



## 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、およびイベントでの協賛を通じて積極的に行ってています。

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ともに、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、キッズネーチャースクールやPLAY EARTH PARKなど、地球の未来を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とも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。

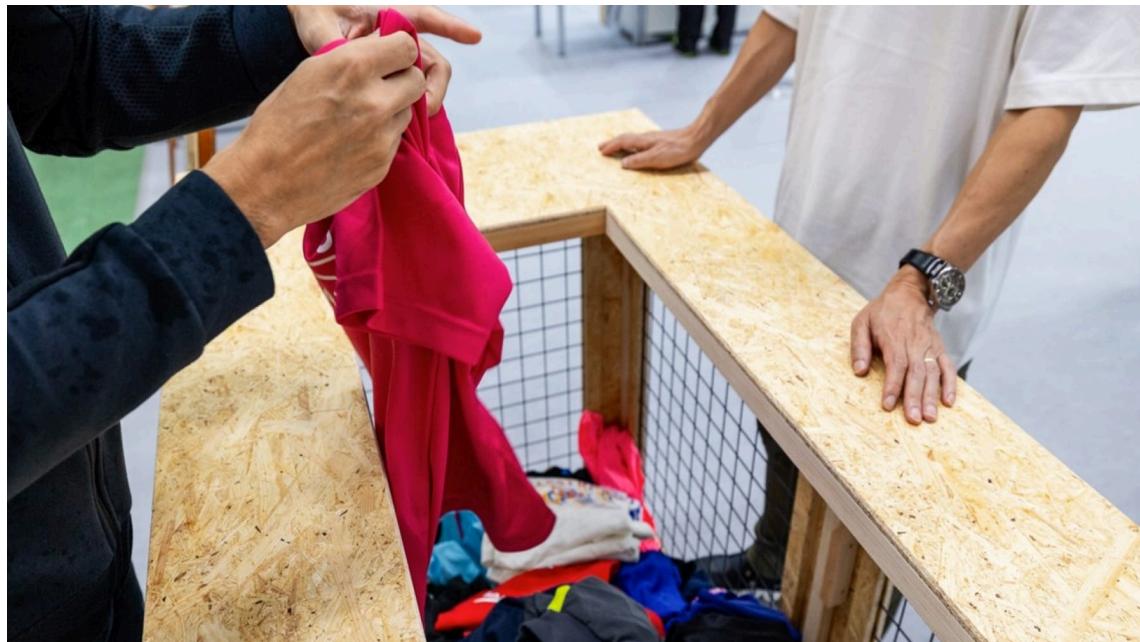
社会貢献活動

→



## 富山マラソン2024での衣類の回収

当社は、創業の地、富山県で開催される「富山マラソン」に2015年から協賛しています。2024年11月3日（日）に開催された大会では、当社の環境に対する取り組みを紹介するブースを出展とともに、約268kgの衣類の回収を行いました。ポリエステルやナイロン製のものは高純度の原料に戻すケミカルリサイクルを行うなど、回収した衣料を新たな製品の原料として、できる限り再利用し資源循環することで環境負荷の低減を目指しています。



## 「カターレ富山」のホームゲームでの衣類の回収

ゴールドウインは、創業の地、富山県のプロサッカーチームであるカターレ富山に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。

2022年シーズンよりカターレ富山のホームゲームでサポーターからの不要衣類の回収を開始し、2024年度は1,064kgの衣料を回収しました。



## 湘南国際マラソンへの協力

ゴールドワイン(Goldwin)、ザ・ノース・フェイス(THE NORTH FACE)は、ゴミ0を目指した「マイボトルマラソン」を実施する「湘南国際マラソン」に協力しています。

2022年に開催された大会から、ランナーにマイボトルを持参してもらい、紙コップ、プラカップ、ペットボトルを全廃し、コース上200ヵ所以上に給水タンクや給水ジャグを設置。これまで必要としていたペットボトル約31,500本、紙・プラカップ約500,000個、ゴール後に配布するペットボトル約26,500本を全廃しました。また、リサイクル・リユースできるウエアとシューズの回収を行い、2024年開催の大会では、出場者・来場者から約242kgの物品が集まりました。



## 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います。2024年度は、各事業所や店舗での清掃活動の他、ビーチクリーン活動、清掃登山活動など、1,209回の清掃活動を行いました。



## 植林活動

当社が展開するザ・ノース・フェイスでは、商品を“選ぶ”という行為を通じ、地球の環境について考えることを目的として、対象商品1点の販売ごとに1本の植樹を行う「ONE PRODUCT ONE TREE」のキャンペーンを行っています。当社ではこれまで約12,000本の植林を行い、今後も継続的に実施する予定です。



## 今後の課題

2024年度は社内の環境教育を業務部門ごとに行い、全社および部門ごとの目標や課題などの理解を深めました。今後は各部門や地域、店舗などを含む当社グループの環境への取り組みを、さまざまな媒体を通じて、ステークホルダーの皆さんへお伝えしていきたいと考えています。

# サプライチェーン・マネジメント

## 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、サプライヤーとの共存共栄を基本とし、高い倫理観をもって環境・社会・人権に配慮した持続可能な責任ある調達を推進するため、「ゴールドウイングループ調達方針」を定めています。

### ゴールドウイングループ調達方針

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」という企業理念のもと、事業活動を通じて持続可能な社会の実現を目指しています。サプライヤーとの共存共栄を基本とし、高い倫理観をもって環境・社会・人権に配慮した持続可能な責任ある調達を推進するため、「ゴールドウイングループ調達方針」を定めています。

#### 1.環境・社会・人権への配慮

- 当社グループの「環境基本理念」及び「環境方針」に基づき、自然と共に存し調和ある繁栄の実現を目指し、環境にやさしい製品・サービスを提供します。
- 「ゴールドウイングループ人権方針」に基づき、労働者・地域社会の人権を尊重します。
- 労働環境及び安全衛生に十分配慮し、継続的に改善活動に取り組む調達活動を推進します。
- 企業活動を通して、地域社会と共生し、社会貢献への取組みを推進します。
- 製品の調達における資材及び工程のトレーサビリティを確保します。
- 紛争や犯罪に関与しない原材料の使用により、社会への影響を考慮した調達活動に取り組みます。
- 動物福祉の5つの自由を尊重し、倫理的に扱われた資材を使用します。

#### 2.透明性・公平性の確保

- 各国の法令遵守はもとより、国際行動規範や倫理を尊重した誠実かつ公正な調達活動を行います。
- サプライヤーの選定にあたり、品質、価格、納期の確実性に加え、環境・社会・人権への取組みを公平・公正に評価し、誠実な取引を推進します。
- 調達活動を通して知り得た機密情報や個人情報を適切に管理します。また、第三者の知的財産を侵害するような調達活動は行いません。

#### 3.品質と安全性の確保

- サプライヤーとともに、製品・サービスの品質と安全性の維持・向上に努めることで、価値のある製品・サービスの提供を目指します。

# ゴールドウイングループサプライヤー行動規範

当社グループでは、サプライヤーの皆さまに対して、お取引をいただく際の基本的な原則を「ゴールドウイングループサプライヤー行動規範」(日本語版および英語版)として定め、その理解と遵守にご協力いただいている。2023年度には、すべてのサプライヤーに求める行動規範(人権・労働、環境、安全衛生など)や管理体制(マネジメントシステム、苦情処理メカニズム、開示など)をより明確にすることを目的に改訂を行いました。2025年度も引き続きサプライヤー行動規範へのご理解をお願いし、同意書の締結を進め、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。

## サプライヤー行動規範の主な記載事項

項目	主な記載事項
1 コーポレート・ガバナンス	企業としての社会的責任や事業継続を果たすための体制を構築
2 法令の遵守	関連する法令の遵守だけでなく、倫理的な業務を実施
3 労働および人権	「ゴールドウイングループ人権方針」の遵守に加え、児童労働や強制労働の禁止等も遵守
4 安全と衛生	従業員が安全で衛生的かつ健康に働くような環境を維持
5 環境	当社グループの環境戦略に沿って協業し、環境への影響を最小化に努める
6 公正な企業活動	不正行為などをせず、公正で自由な競争のもと企業活動を行う
7 責任ある調達	人権、環境、動物福祉に考慮した調達を行い、トレーサビリティの確保に努める
8 地域との共生	地域社会への負の影響を減らし、地域社会の発展に向けて取り組む
9 遵守状況の確認	行動規範の内容の遵守状況を確認するための記録の保持や監査に協力し、不遵守が判明した場合は改善に努める
10 製品の品質と安全性	安全・安心な製品の生産を行うために「ゴールドウイン製品品質基準書」を遵守し、問題発生時は適切な対応を行う

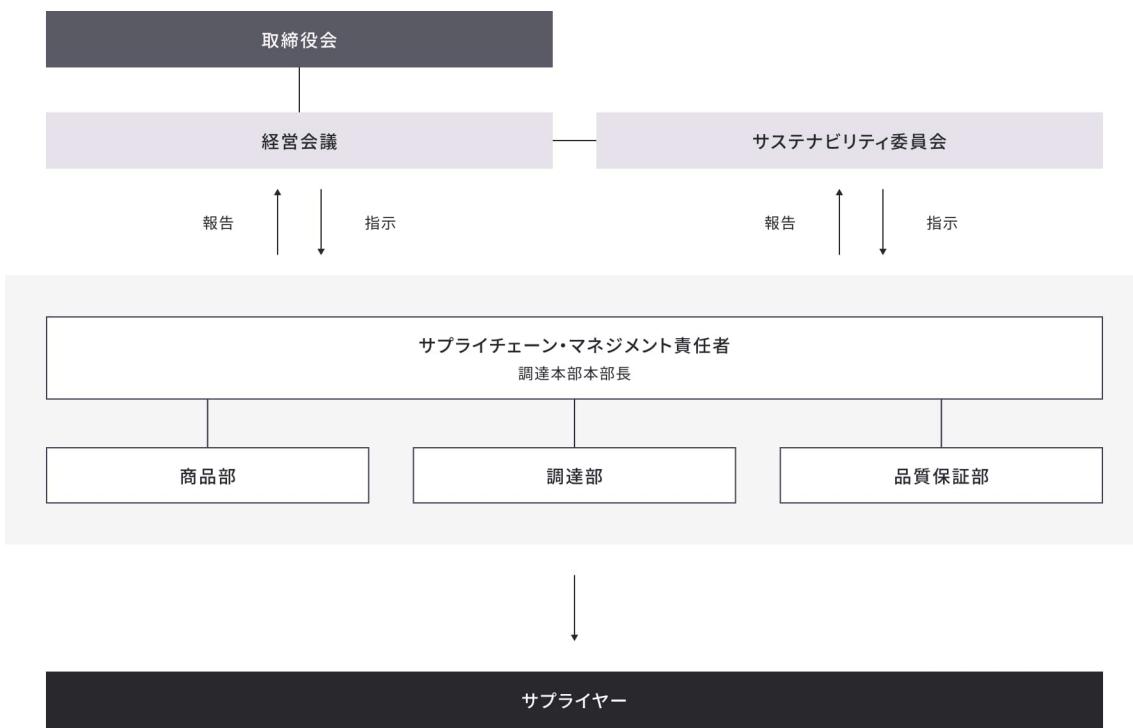


## ゴールドウイングループ サプライヤー行動規範

# 推進体制・責任者

調達本部本部長を責任者とし、商品部、調達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っており、製品・資材調達担当者の同席のもと、当社グループの方針への理解や協力を求めていきます。各施策はサステナビリティ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。

## 体制図



# ゴールドワインのサプライチェーン

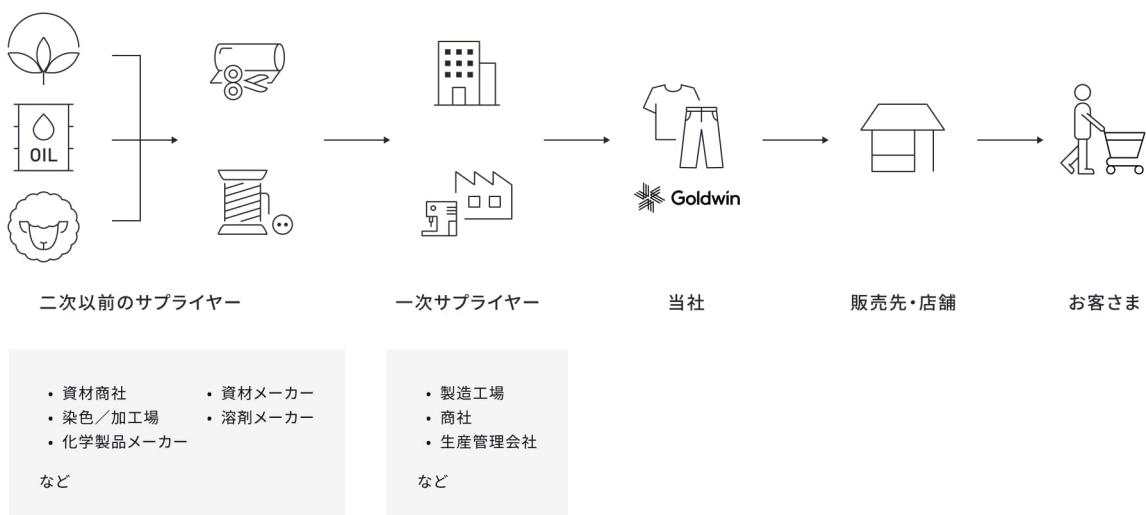
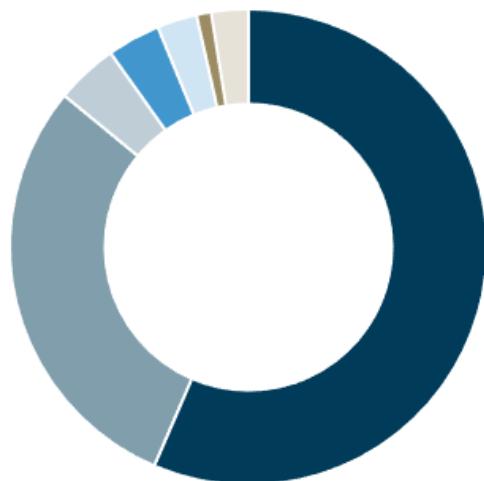
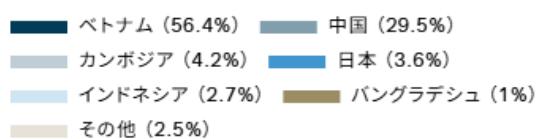
当社グループでは、国内外のさまざまなサプライヤーより直接・間接的に調達活動を行っています。完成製品を当社に納品する1次サプライヤー、および1次サプライヤーを通して当社グループ製品に資材、化学物質、原材料などを供給する2次以前のサプライヤーを含め、広くサプライチェーンとして捉えています。

1次サプライヤーとなるのは、当社グループ製品の製造工場、およ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年度より製造工場に実地での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、資材商社が該当します。

1次・主要2次サプライヤーに対しては、当社グループが定めるゴールドウイングループサプライヤー行動規範およびゴールドウイングループ制限物質管理規程の同意書の締結を取引の前提としており、2023年度に取引のあったサプライヤーと同意書を締結し、セルフアセスメント質問表(SAQ)を実施しています。

製品原産国比率



# 生産工場リストの公開

当社グループでは、健全なサプライチェーンの構築を目指し、製品の品質向上や環境・社会・人権の課題解決への取り組みをサプライヤーと協働して進めています。2025年度より、サプライチェーンの透明性を高め社会的責任を果たすことを目的に、1次サプライヤーのうち当社製品の製造を担う生産工場のリストを公開しています。

Goldwin Group Global Factory List as of October 2025 [↗](#)

## 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、ゴールドウイングループサプライヤー行動規範やゴールドウイングループ制限物質管理規程などの当社グループ基準を満たしていることを確認しています。すべての書類を受理確認し、SAQ評価後に取引を開始しています。2024年度には78社（工場54件、管理会社21件、資材会社3件）と新規取引を開始しました。

契約前に提出を求める書類

- ・ ゴールドウイングループサプライヤー行動規範同意書
- ・ 会社概要
- ・ 会社確認書類（営業許可証/工場登記簿 等）
- ・ セルフアセスメント質問表（SAQ）
- ・ 協力（中小受託事業者）会社リスト
- ・ ゴールドウイングループ制限物質管理規程同意書
- ・ 危険物管理調査表

ゴールドウイングループ制限物質管理規程について [→](#)  
はこちら

## 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、サプライヤーには毎年定期的に必要書類の更新を求めています。さらに2021年度より、SAQの実施と第三者監査員による実地監査を行い、ゴールドウイングループサプライヤー行動規範で定める法的・社会的・倫理的要件の遵守状況をモニタリングしています。

## SAQの実施

当社グループでは、SAQを毎年1回サプライヤーに一斉に送付し、サプライヤー自身でCSR活動の推進状況をチェックいただいている。さらに、回答結果を当社グループにて確認し、リスクを認められたサプライヤーに対しては個別に改善を要請しています。2024年度の対象企業は408社で、合計407社から回答を回収しています。

### SAQの項目

1. コーポレート・ガバナンス
2. 法令の遵守
3. 労働および人権
4. 安全と衛生
5. 環境
6. 責任ある調達
7. 遵守状況の確認
8. 製品の品質と安全性

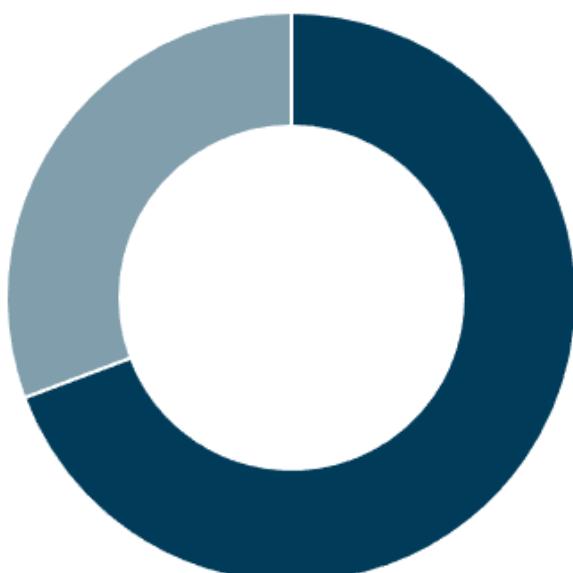
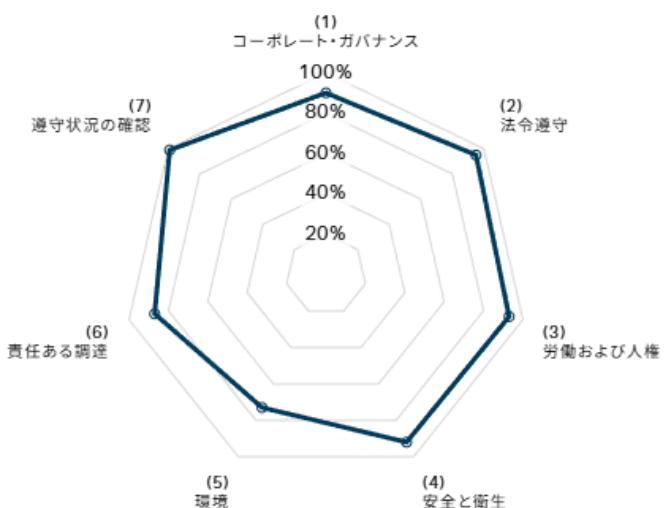
2023年度は、SAQの対象を製造工場のみならず、一次サプライヤーの管理会社、商社に加え、二次サプライヤーである一部の主要資材会社に拡大しました。また、2023年度にゴールドウイングループサプライヤー行動規範を改訂したことと合わせSAQの内容を更新し、サプライヤーにおけるCSR活動の推進状況をスコア化して管理しています。2024年度の結果では、サプライヤーにおける「環境」に対する取り組み状況が74%であり、他の項目に比べて課題が多いことがわかりました。この結果に基づき、サプライヤーにおけるCSR活動の推進に向けて、連携を強化していきます。

また、SAQではCSR活動の網羅的な推進状況の管理に加え、別途リスクの高い項目を設定しており、回答結果により「指摘事項」としてサプライヤーにフィードバックしています。「指摘あり」と認められた項目については、重点的に改善を要請し、個別のコミュニケーションを通じてその進捗を確認しています。2024年度は125社のサプライヤーで「指摘あり」の結果となりました。前年よりも指摘は減少しており、リスク内容の浸透と共に、自主的な是正を促す機会となっています。

## サプライヤーにおけるCSR推進状況(達成度)

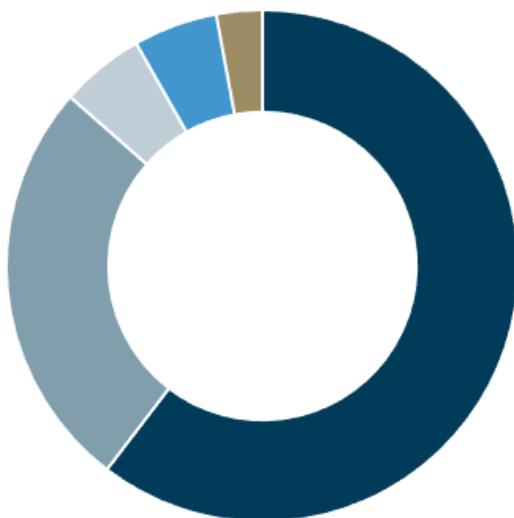
## 2024年度SAO実績(社数)

■ 指摘なし (282社) ■ 指摘あり (125社)



## 指摘事項の内訳(件数)

■ 労働および人権 (125件) ■ 責任ある調達 (54件)  
■ 法令遵守 (11件) ■ 安全と衛生 (11件)  
■ 環境 (6件)



## 実地監査の実施

当社グループでは、実地監査として社会的責任監査を実施していただくことをサプライヤーにお願いしています。当社の定める基準として、SMETAやBSCI等の国際的な監査プログラムに対応いただくことや、一部の製造工場では当社従業員が直接実施する訪問調査を受けていただくことを、取引要件としています。

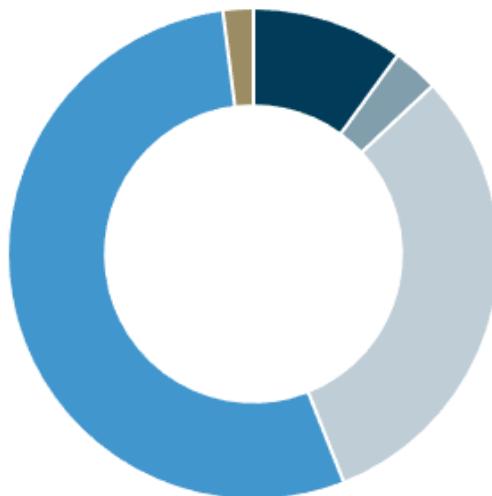
2024年度は、製造工場215社に対して実地監査を実施しました。初回監査32社、更新監査183社を実施し、判明したすべての課題に対して是正対応を依頼しています。また、課題の内容により、重要度が高いと判断した場合は、是正計画書の提出をお願いし、監査後的是正対応状況の確認までの実施を完了しています。さらに2024年度は、是正計画書対象企業となったサプライヤーを中心にフォローアップとして現地を訪問し、是正状況を確認しました。同時に、特にリスクの高い項目について次回まで是正されない場合は、取引停止の可能性があることもご理解いただきました。直接対話の機会を設けたことは、当社およびサプライヤーの両者にとって相互理解が深まる良い機会となりました。

2024年度に抽出された主な課題としては、「安全と衛生」が54%（ミシンの安全装置の未装着、作業の安全性のリスク評価の未実施等）、「労働および人権」が31%（法令労働時間の超過、社会保険の加入不備等）と、この2つの項目で全体の85%を占める結果となりました。また、課題の中でも、当社が特にリスクが高いと判断する、Zero Tolerance（不適合になる可能性大）やCritical（早急に是正する必要あり）に該当する管理項目の指摘は、2024年度は、Zero Toleranceは0件、Criticalは198件と言う結果でした。Criticalの課題に対しては、是正計画書による是正確認等を実施しました。

また、Criticalの課題等があり、高リスクと判断した工場4社に対して、フォローアップ訪問を実施し、書面では伝わりきれない是正状況の確認等を実施することで、相互理解に繋がりました。次年度以降も、全製造工場への実地監査を継続するとともに、課題のは正状況の確認をすることにより、工場管理CSR体制の継続的な改善に繋げていきます。

#### 実地監査での課題（215工場）

■ コーポレート・ガバナンス（10%）  
■ 法令の遵守（3%） ■ 労働および人権（31%）  
■ 安全と衛生（54%） ■ 環境（2%）



#### 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、サプライヤー社一社とのコミュニケーションを重視しています。

## ゴールドワインサプライヤーサミット

当社では、主要サプライヤー（商社、素材メーカーなど）を一堂に会したミーティング、サプライヤーサミットを2年に1回、2日間の日程で開催しています。当社の代表取締役や各事業部長も参加し、初日は経営方針や事業方針を説明するとともに、2日目にはトレッキングやマリンスポーツなどを体験しながら実際に当社の製品を使用していただくなど、コミュニケーションを取りながらパートナーシップの構築に努めています。

2024年度は28社42名のサプライヤーが参加し、初日は当社からの方針説明に加え、沖縄県八重山郡竹富町と当社の包括連携協定の取組、豊かな自然環境と固有の伝統文化とその保全について学びました。2日目には自然のフィールドに出て、トレッキング・カヤック・サイクリングなどのアクティビティを体験しました。



## サプライヤーとのエンゲージメント

ゴールドワインサプライヤーサミットに加えて、各サプライヤーに対してのエンゲージメントとして意見交換の場を積極的に設けています。国内外を問わず、当社の取り組みに対しての意見を伺い、意識の共有と相互理解を深めています。また、監査を進めるうえで支援が必要と判断されたサプライヤー工場へは当社の担当者が訪問し、報告書上では把握が難しい状況の確認を進めているほか、改善策について指導を行っています。

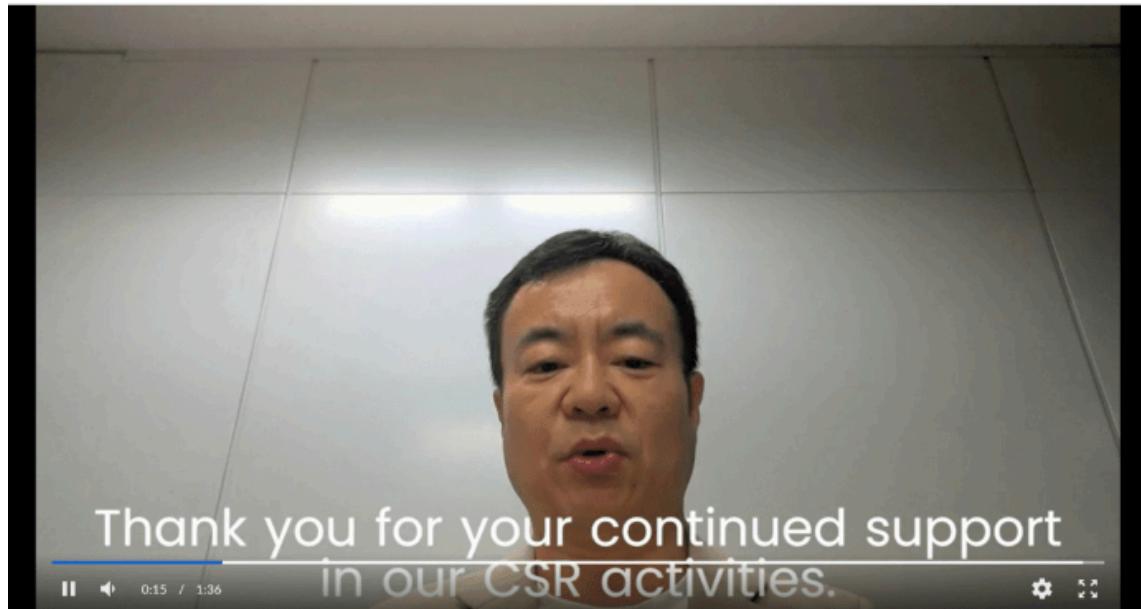
## 2024年度実績

- ・ 製造工場を管理する主力商社・主力管理会社との個別の意識共有・意見交換: 4社
- ・ 製造工場を管理する中小管理会社との個別の意識共有・意見交換: 4社
- ・ 主力商社との管理工場の監査レビュー（結果および対応策共有）: 7社
- ・ 国内工場への監査後フォローアップ訪問（課題共有と是正状況確認）: 4社
- ・ 外国人技能実習生在籍工場への人権デューデリジェンス（採用手数料負担の働きかけ）: 6社、1団体

## 取引先説明会

当社グループのサプライチェーンに関するCSR体制について、取引先説明会を実施しています。ゴールドウイングループサプライヤー行動規範へのご理解と遵守をお願いするとともに、その背景や具体的な改訂事項を説明し、提出を求める書類等の実務的な内容についても解説しています。

2024年度は、前年度同様、製造工場・商社・生産管理会社・資材関連会社など、継続サプライヤー476社(2024年4月時点)に対して今期の改訂ポイントを中心に定期更新説明動画を配信しました。また、対面では、制限物質管理説明会を主要お取引先8社に対して、CSR監査レビュー報告会(GW監査評価説明会)を制限物質とは別に8社に対して実施しました。



## 主要サプライヤー(商社)との定例会議

当社では、主要サプライヤー(商社)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、その時々に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

当社グループでは、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に実施しています。

2024年度は、制限物質管理体制の再構築を目的とし、事業部や調達本部の従業員を対象として制限物質管理規程の勉強会を実施しました。当社の事業拠点である東京、富山で合計11回実施し、およそ500人が受講しました。

今後もゴールドウイングループサプライヤー行動規範や、現体制推進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定期的に実施しています。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。

## 今後の課題

---

当社グループでは、今後もサプライヤーの皆さまとの連携を深め、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。

2025年度以降も、サプライヤーとのエンゲージメント強化および社内教育の強化を通じて責任ある調達活動の推進に取り組みます。特に直接面談によるサプライヤーみなさまに対する丁寧な説明を進めるため、機会の創造と調査要員の育成のほか、サプライチェーン全体の環境負荷低減等に向け、サプライヤーの皆さまとの連携を強化します。今後もサプライヤーのみなさまにご理解とご協力をいただくとともに、透明性の高いサプライチェーンの構築に取り組んでいきます。

## 品質管理

### 基本的な考え方

---

ゴールドワインでは、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。「見えないものにこそ、真実の価値がある」という思いで、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。

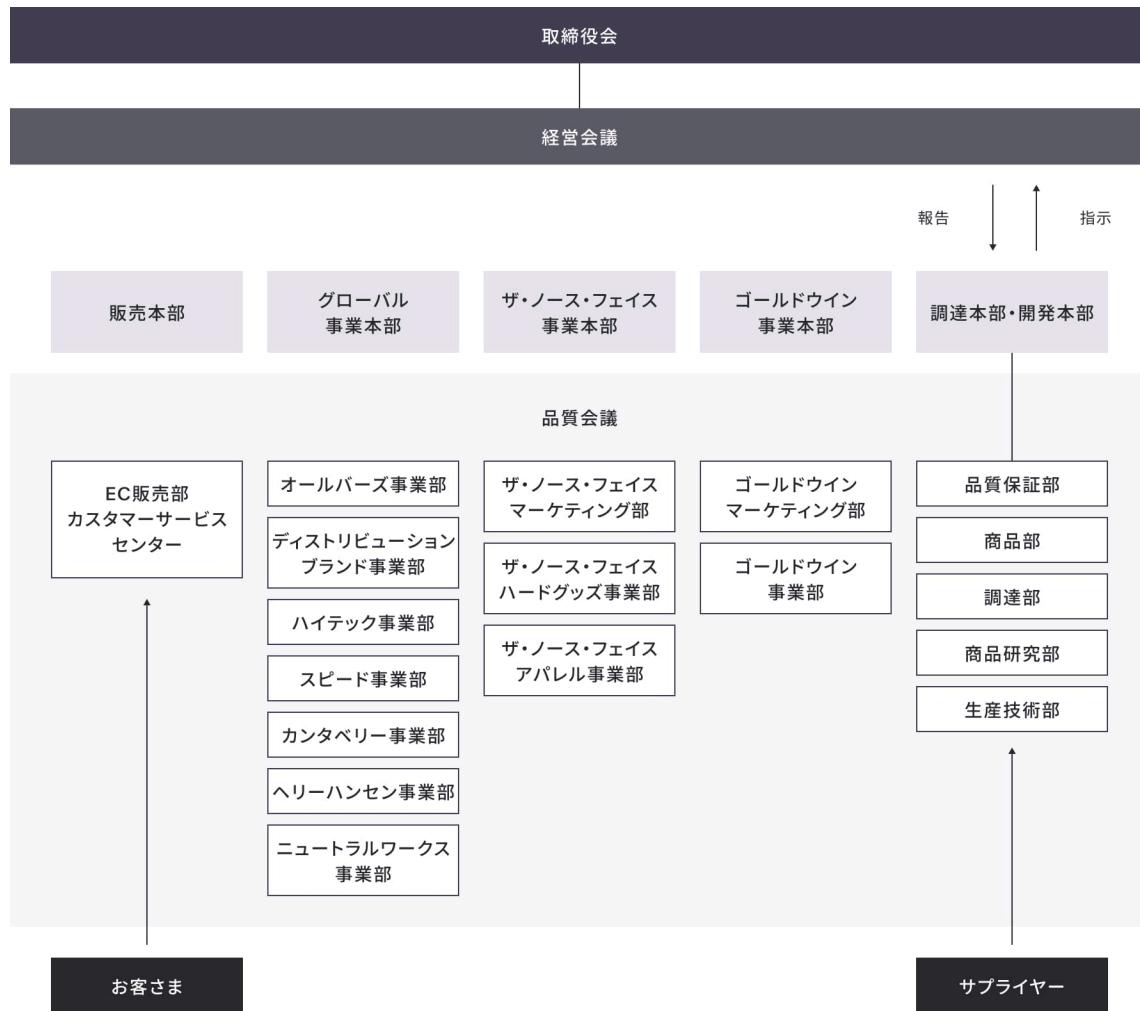
### 推進体制・責任者

---

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・調達部・商品研究部・生産技術部・カスタマーサービスセンター、事業本部、内部監査室、テック・ラボ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・調達部が担います。

各施策に関する経営層への報告は、代表取締役社長および取締役相談役が出席する調達本部・開発本部の合同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

ゴールドワインでは、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・熟知いただいている。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」「材料品質検査規程」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、お客様に高い品質を提供できる管理体系を整備しています。当社のゴールドワインサプライヤー行動規範のもと2024年度までに400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。「製品品質基準」は毎年改訂を行っており、2024年度はベビー用品における制限物質の規制基準を拡大するなど、管理項目を強化しています。さらに、製品の受入検査の対象範囲をグループ関係会社に拡大するために、サプライヤーとの連携強化に取り組んでいます。今後本格運用に向けて、取り組みを推進していく予定です。

規定名	規定に対する考え方
製品品質管理規定	製品の品質管理の運用に関する規定(材料から生産工場の選定、製造時の品質および安全性の管理などものづくりの全般に対するルール。)
製品品質検査規定	製品の品質検査に関する規定。製造時から出荷や納品時における検査実務に関するルール。
材料品質管理規定	材料の品質管理の運用に関する規定。材料の検査・検反や安全に関する運用全般に関するルール。
材料品質検査規程	基準に基づく材料の品質検査に関する規程。材料の外観検査および性能試験に関するルール。

## 品質管理体系図



## 製品の安全性について

当社では、「製品品質基準」において、安全に関する品質基準として以下の4つを定め、製品の安全管理を行っています。

安全に関する品質基準	基準に対する考え方
1.「ゴールドワイン制限物質管理規程」および関連する法規を遵守しなければならない。	法規厳守の上では、日本の法規だけでなく海外の規制も取り入れて安全な製品を提供することに努めています。
2.物理的・化学的等の要因により生じる皮膚刺激、および湿疹・かぶれの原因となるものは使用しない。	当社の製品がスポーツ・アウトドアウエアであるため、長時間の使用や汗や濡れた状態なども含め皮膚障害などが発生しやすい過酷な条件下での使用を考慮し、常に快適に使用していただくことが使命と考えています。
3.ハサミ・針・金属片等、人体に危害を及ぼすものが混入しない危険物管理を徹底する。	ハサミ・針・金属片等の異物混入防止は、最も信頼的 requirement が高い部分であると考えており、混入がないよう徹底した管理が、当社の品質の向上にもつながっています。
4.子ども用衣料の安全性管理を徹底する。	子ども用衣料の安全性はメーカーとして当然のことですが、大人向けの製品よりも大きな事故につながるケースが多く、子ども用衣料特有の安全性管理の情報収集と認識・共有を徹底しています。

## サプライヤー工場の品質管理強化

ゴールドワインでは、サプライヤー工場を訪問し、当社「製品品質基準」における技術指導や品質改善指導を行う品質会議を定期的に実施しています。2024年度には17工場に対し、合計61回の専門スタッフ派遣を行いました。サプライヤーとの品質会議はシーズン毎に実施し、受入検査での不良内容や営業不良返品での不良内容をデータと画像で共有し改善を求めていきます。具体的には、縫い糸切れ、カシメ打ち不良、プリント・転写不良などの不良内容について品質改善指導を行っています。また、生産技術の面では富山のマザー工場で新素材の加工方法の確認と開発を行っており、そのノウハウを生産工場へ指導・技術供与しています。サプライヤーからも難易度の高い素材については指導要請があるなど、細やかな連携を図っています。

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、2024年度には10社と合計16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、お客様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。

さらに2023年度からは、サプライヤーにおけるCSR推進を広げていくために、品質会議の中でサプライヤー工場で実施しているCSR監査に関するレビュー報告を実施しており、2024年度においても実施しました。また、今後は監査レビュー報告に加えてサプライヤー工場への監査フォローアップ体制を強化し、対象範囲も拡大していく計画です。



## 製品異常に対するリコール対応

ゴールドワインでは、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。

- ・販売中止および流通、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」に基づきリコールの判定、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

2024年度は、30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。

## 2024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
品質表示の基礎知識(組成表示&取扱い表示および生地試験結果について)	事業部・商品研究部・商品部・調達部	各40分	延べ211名 (取扱い表示108名+表示と試験103名)	家庭用品品質表示法に基づいた表示内容の説明と試験結果に基づく表示内容について
クレーム事例について	事業部・商品研究部・商品部・調達部	60分	94名	クレーム事例とそれに関連する試験方法・基準値の解釈を説明
製品品質基準の改訂説明	事業部・商品研究部・商品部・調達部	30分	99名	GW品質基準書の改訂内容とその背景についてGW品質基準書の改訂内容とその背景について
新規企画製品に対する品質表示の確認・指導	グループ会社担当者	各回180分	延べ24人(8回)	製品と生地データ・規格書も含めての表示物の確認と判断基準の説明
海外販売製品の表示内容の説明	事業部・商品研究部・商品部・調達部・N/・ナミカ	各回60分	延べ184名 (124名+10名+40名+10名)	海外販売製品における表示内容および関連資料の説明・安全性について
キャリア採用者に対する品質管理研修	商品本部従業員	各回480分	延べ7名 (1名+2名+3名+1名)	品質基準書を基にした、品質管理体制の説明および法令等の品質関連資料の説明
制限物質管理および工場実地監査の結果及びチェックポイントについて	事業部・商品研究部・商品部・調達部	各回50分	延べ227名 (101名+126名)	ゴールドワイン制限物質リストに基づく制限物質管理の説明と工場実地監査の結果報告および内容の説明

# 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、有害物質が混入しないよう努めています。

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「制限物質管理規程」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、それらを安全に取り扱う制限物質の管理体制を図るもので、当社に製品や資材を納品するサプライヤーに本規程の理解を求め、中小受託事業者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おり、2024年度は405社のサプライヤーと「制限物質管理規程同意書」を締結しました。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、第三者機関による抜き打ち検証試験を任意で実施し、万が一制限物質が検出された場合は是正勧告を行います。2024年度は56件の資材に対して、抜き打ちでの検証試験を実施いたしました。試験の結果、4件の資材から制限物質の検出を確認したため、是正勧告を実施するとともに、代替品への変更、改善品への再生産などの対応を行いました。

## ゴールドワイン制限物質リスト(RSL)

以下のゴールドワイン制限物質リスト(RSL)は、国内法はもとよりPOPs条約で定められた制限物質およびEUにおけるREACH規則、加えて、アパレルおよびフットウェア製品における化学規制物質管理の国際的な枠組みである AFIRM(アパレル・フットウェアの規制物質マネジメント)などのリストを参考に作成されたものです。例えば PFAS は、諸外国ごとに規制対象、規制値が異なりますが、いずれにも対応できるリストとしています。

このRSLは、当社および当社のグループ会社へ提供されるすべての製品および製品に使用される材料、部材、原材料や包装資材(一部除外あり)に適用されます。自社内および自社サプライチェーンにおいてこのリストを共有し、ゴールドワイン制限物質管理規程およびRSL遵守のための管理・検証を適切に実施しています。

Ver5.0(2025年5月31日改定)のリストでは、400以上の物質を規定しており、今後も社会や各国法規の動向を鑑み、適宜更新していく予定です。自社サプライチェーンにおいては、常に最新版を理解し、RSLに定める制限値およびその他の要件、製品に要求される各国の関連するすべての法規を遵守します。

ゴールドワイン制限物質リスト(RSL) [□](#)

## 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・広告を行っています。

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。表示管理者に対しては、社内Eラーニングシステムによる動画での教育や個別の勉強会を開催しているほか、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。

2024年度は、はっ水機能と防水機能の誤表示が3件あり、当該製品の回収を行ったことから、品質管理をさらに徹底していきます。

#### 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
- ・環境省「環境表示ガイドライン」

## 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。

事業のグローバル展開を進める中、品質管理においては、「グローバル展開拡大に対応した製品品質の確保」「サプライチェーンのCSR管理・制限物質管理強化」「企画・設計段階での品質管理の強化」の3点を重視した取り組みを進めていきます。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。

近年は、新商品・新素材の開発が進んでおり、従来の品質検査にプラスした当社独自のオリジナル試験も行うなど、日々、品質の追求を行っています。

# お客さま満足の向上

## 基本的な考え方

---

ゴールドウイングループでは、お客さま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、イベントの実施、カスタマーサービスセンターやリペアセンターの運営およびウェブサイトを通じて、販売後もお客さまとの継続した信頼関係づくりを進めています。お客さまから頂戴するさまざま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、販売からお客さま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。店舗運営やカスタマーサービスセンターの運営を販売本部が統括し、ECサイトはEC販売部が担当する社内体制となっています。お客さま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さま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、お客さまの層によって、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はなく、店舗の内装、質感、音楽、香りなど、お客さまの五感に訴え「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。

## お客さまのニーズに寄り添った新たな店舗業態の開発

お客さま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。2024年度は、自然と人をつなぐ新たなコンセプトストア“GRAVITY”（グラビティ）をオープンしました。季節店舗として「GRAVITY YUZAWA」をオープンし、既存店舗である「THE NORTH FACE GRAVITY NISEKO」を増床・改装し、屋号を「GRAVITY NISEKO」に変更しました。また、「MOUNTAIN GEAR STAND TOMAMU」については「THE NORTH FACE GRAVITY TOMAMU」に、加えて、都市部の「THE NORTH FACE/GOLDWIN神田」についても「GRAVITY KANDA」へと屋号を変更し、フィールドへとつなぐ発信店舗としての役割を担っています。一方、大型商業施設等に出店している既存店舗は時代に合わせた増床・改装を施すことにより、多様化するニーズにこたえるべく、幅広い商品の展開、提案を可能にしてまいります。

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。

## 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、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。

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。2024年度は、北日本・東日本・西日本・中日本の4ブロックごとで予選会を実施して選出された8名および関係会社スタッフ3名の計11名が出場しました。



## お客様とのコミュニケーション

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。2024年度は、服や靴、ギアをメンテナンス・修理して、愛着を持って大切に使い続けることを目的とした合同リペアイベント「DO REPAIRS」に、当社からゴールドウイン(Goldwin)、ザ・ノース・フェイス(THE NORTH FACE)、ヘリーハンセン(HELLY HANSEN)の3ブランドが参加しました。開催したイベントでは、「専門スタッフによる修理サービス」、「自分で修理やアップサイクル体験ワークショップ」、「プロのメンテナンスアドバイス」の3つをテーマに、ひとつの製品を長く大切に使い続けることを楽しむためのさまざまなコンテンツを提供し、多くの来場者と共に、ボランティアとして参加いただいた学生のみなさまともコミュニケーションの機会を創出できました。また、2024年9月にはサッポロファクトリーにおけるリペアイベント「THE LOOP」にゴールドウイン(Goldwin)、ザ・ノース・フェイス(THE NORTH FACE)が参加し、メンテナンスだけでなく、リペア体験をもらうワークショップを実施しました。そのほかにも、各店舗においてリペアを含めたお客様にご参加いただけるイベントを実施しています。



DO REPAIRSの様子

またお客さまとの双方向コミュニケーションは、店舗においてだけでなくインターネットを通じても強化しています。オンラインとオフラインの融合（OMO）を進め、店舗やウェブサイト、ECサイト、SNS、blog、メールマガジンなど、お客さまとのあらゆる接点で最適な購買体験や情報を提供しており、同じ情報を同じタイミングで提供することがお客さまの信頼につながるを考えています。

さらに、新しい遊びを創造する「PLAY EARTH PARK」の開催等、体験、発見、冒険など、プラスαの付加価値をご提案しています。これらのお客さまとのコミュニケーションから得た知見は、社内にフィードバックし、常に新たな商品・サービスの開発につなげています。



イベントやワークショップの開催

店舗では、さまざまなイベントやワークショップを行っています。お客さまと接することでいただいた貴重なご意見を、社内にフィードバックします。

## お客さま相談窓口

---

お客さま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。応対にあたっては、お客さまからのご意見・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、お客さまとの信頼関係構築に努めています。お客さま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 Online Storeサポート	Goldwin Online 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
カスタマーサービスセンター	11,531	7,388	4,143	お問い合わせ	7,906
				お叱り	168
				ご意見・ご要望	1,081
				お褒め	30
				在庫照会	1,386
				その他	1,004
Goldwin Online Store サポート	21,494	5,186	16,308	注文関連	12,466
				サイト・IDに関するお問い合わせ	1,505
				商品入荷	1,720
				商品に関するお問い合わせ	3,009
				商品クレーム申し出	2,794
リペアセンター	20,178	6,234	13,944	修理対応可否確認	6,054
				修理申し込み方法	3,027
				内容・納期確認	7,063
				発送関連	2,018
				その他	2,016

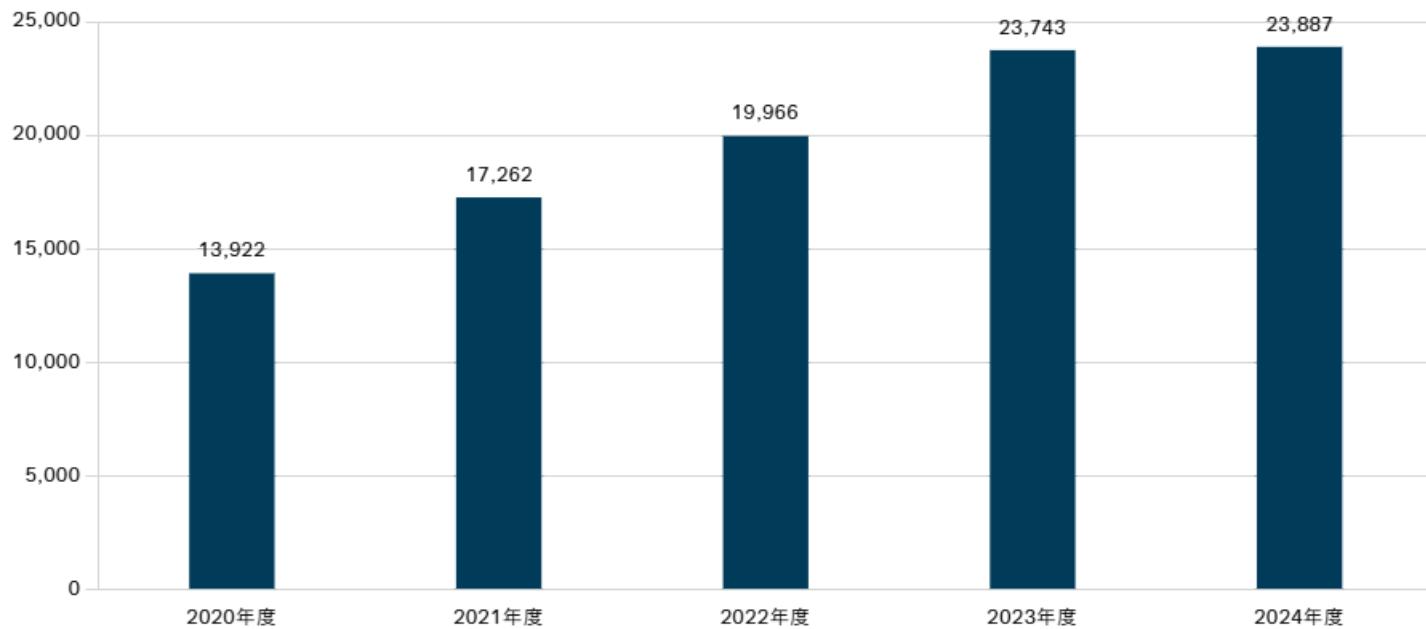
## 応対品質の向上

お客さま相談窓口にお問い合わせいただいたお客さまとの通話は録音させていただき、応対者は対象通話の録音を聞いた上で、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。

## リペアセンターを通じた製品の改善

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、「リペアセンター」への修理依頼も増加しています。2004年の時点では年間3,500件程だった依頼は、2024年度は23,887件になりました。修理をご依頼されたお客様には、修理後にアンケートにお答えいただいている。アンケート結果は関係した従業員にフィードバックされるとともに、新製品開発や改善などに活用しています。

### リペア受付件数の実績(件)



## ECサイト「Goldwin Online Store」リニューアル

2024年2月20日にECサイトをリニューアルしました。製品を販売するだけでなく、多様なスポーツの楽しみ方を伝え、新たな体験に繋がる機会を提供するオンラインストアを目指しています。当社が展開するさまざまなブランドに触れるきっかけとなることも考慮し、ECブランドトップページから別のブランドページへの遷移を可能にし、指定したブランドからお気に入りアイテムの絞り込み検索を可能にするなど、サイト内を回遊しやすいユーザビリティを追求しています。季節に合わせた特集コンテンツ、16のアクティビティ別ページでは、特定ブランドによる提案だけではなく、ブランドを横断してよりそれぞれのシーンに適したアイテムやコーディネートを提案し、購買体験の質の向上に取り組みます。

## お客さま満足の向上のための従業員教育

お客さま満足のための最初の窓口は従業員であるという認識のもと、当社ではさまざまな従業員教育を継続的に行っています。

## 電話応対品質研修

お客さま相談窓口では毎年、電話応対研修を行っています。10名の担当者を対象に、1名につき約40分、ランダムに抽出した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、改善しています。

## ECサイト「Goldwin Online Store」におけるスタイル撮影研修

ECサイトでは、当社の店舗スタッフが製品を着用したスタイル写真「スタッフスタイル」をご覧になり、ご購入いただくお客さまが増えています。より分かりやすいスタイリング画像や動画を撮影するためには研修会を実施しています。2024年度は全国エリア店舗で実施し、合計180店舗の従業員が受講しました。2025年度も従業員スキルレベル毎に各エリアで撮影研修の実施を予定しています。



## 今後の課題

多くのお客さまに当社グループのファンになっていただけるよう、お客さまとの対話を基点とした活動に注力していきます。特にお客さまとの接点である店舗、ECサイトやカスタマーサービスにおいては、お客さまの貴重なご意見を伺うとともに応対品質向上に引き続き取り組みます。ECサイトについては、リニューアル後もお客さまの声を反映しながらより使いやすくご満足いただけるサイトの構築を目指します。

また、お客さま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、経営層を含めた情報共有の強化に向けて社内システムの見直しを行います。

## 知的財産の管理

### 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、その下部会議にあたり、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、当社ならではの高付加価値を、各ブランドを通じてお客様に提供しています。

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。



ゴールドワイ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生し、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（当社独自のブランド）



PROFECIO.



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



**WOOLRICH**  
MILAN TOKYO NEW YORK



**icebreaker**  
Move to natural



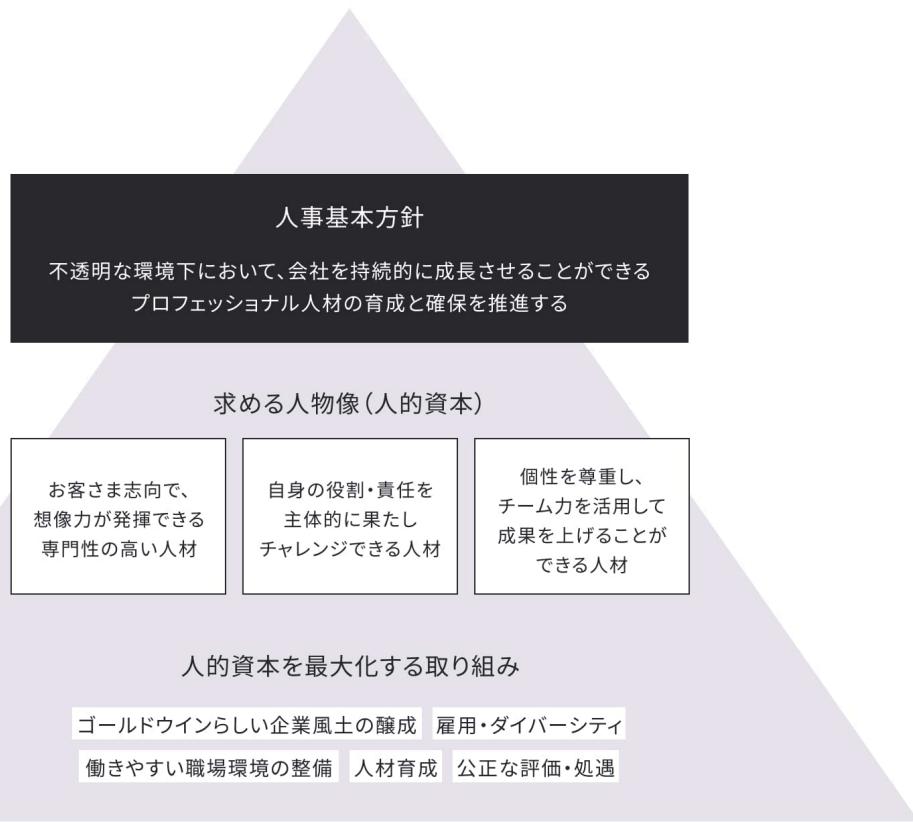
SUNSKI      *allbirds*

# 人材戦略の考え方と人的資本

## 基本的な考え方

ゴールドワインでは、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、「地域・社会から必要とされる100年企業への成長を目指し、人的資本経営推進の中心的役割を担う」ことを目標とし、中期経営計画のPLAY EARTH 2030の達成に向けて長期的な企業価値向上の視点を持った人材マネジメントを実行しています。また、従業員が能力を最大限に発揮できる事業体制構築のため、従業員エンゲージメントの向上や人材への投資、適切な配置を推進するとともに、海外事業の拡大に伴う人材確保および育成を強化しています。



## 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。特に、2024年5月に策定したパー

パス、ビジョン、バリューに共感する人材の採用に力を入れています。

---

Play

遊ぶ

- ・好奇心と探求心を持って何事にも自ら取り組んでいる
- ・新たなルールや仕組みを柔軟に取り入れている

Imagine

想像する

- ・物事の本質を多角的な視点で想像、考察し、構造的に捉えている
- ・知識と経験と情報を活かして想像している

Engage

挑戦する

- ・困難、未知、正解がないことに向き合い、信念を持って行動している
- ・変化を恐れず、自ら率先して挑戦している

Create

生み出す

- ・細部に至るまで妥協せず、こだわりを持って取り組んでいる
- ・継続した行動と思考により改善を行っている

Respect

敬意を示す

- ・周囲と相互関係を築いている
- ・全体の益を考えた行動が出来ている

## 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ワイン委員会と意見交換・改善案の協議を行っています。2024年度より人事部の配下に人的資本推進グループを新設しました。人的資本を強化する体制を整え、社内への周知も行っています。



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 →

## ゴールドワイ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、ゴールドワイ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。2022年度からは、社長と従業員が直接対話を行い当社のビジョンへの理解を深め行動指針とする社長講話研修（20～25名ほどの小単位でミーティング）と、キャリア採用者を対象に富山において当社の歴史を学び、気づきを得る会長研修を行っており、それぞれ累計で、計1,843名、638名が受講しています。

## コーポレートステートメントの浸透・共有に向けた取組み

2024年5月に策定したコーポレートステートメント(パーパス・ビジョン・バリュー)を社内で浸透・共有するために、当社のインターナルメディア「GOLDWIN COMPASS」内で、本部長8名によるリレー対談を実施しました。「各本部代表の8名が、新たなコーポレートステートメントをどう捉えているのか。それを体現するために、何を考えているのか。」を語ることで、変化のなかで従業員一人ひとりが持つべき指針のヒントを示しました。

### Vol.2-1 これからのゴールドウイン。変わるコトと変わらないコト。総合企画本部長 金田武朗さん\_New phase,New-scape

読み終わるまで1分



また、パーパスを現場レベルにより一層浸透・共有するために、各現場ごとに「パーパス共感推進トレーナー」を任命しました。パーパス共感推進トレーナーに対しては、「パーパスを自分の言葉で語れるようになる・パーパス共感推進の計画を具体化する」などを目的とした研修を実施しました。

### 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、とどめるためにではなく、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、心を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。



## 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。

2024年度は45名の従業員が参拝しました。



## TSUNAGU

当社では、毎年富山本店と東京本社で運動会を実施していますが、2024年度は東京本社での運動会が雨天中止となってしまいました。運動会が雨天中止となったことを受けて、社員同士の交流の機会を作るべく、新本社の1階スペースを活用して「TSUNAGU」というイベントを開催しました。具体的には、「チームビルディングを兼ねたチームでの謎解きゲーム」や「部署紹介、部活紹介」を実施しました。



## 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選手、運営／ボランティアスタッフとして参加しています。



## 2024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	24名
富山マラソン	35名
ウルトラトレイル・マウントフジ	146名

## 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なく、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。2024年度は44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、各事業所で従業員代表を選任し、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ています。労働組合に代わり法的に求められる労使協議や経営との対話を行い、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、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。従業員を代表する組織である「ゴールドウイングループ委員会」と、会社の経営層は定期的に会議を実施しています。

## 従業員エンゲージメントサーベイ

当社では、過去から継続して従業員エンゲージメントサーベイを実施しており、2024年度は3回目の実施となります。従業員エンゲージメントサーベイの結果から、「会社基盤」や「事業内容」への満足度が高いことが把握できました。一方で、「施設環境」「組織風土」などには伸びしろがあることも把握できているため、サーベイの結果を活用して従業員エンゲージメントを高める施策を検討していきます。

## 今後の課題

---

当社では、2022年度に開始した新人事制度に基づき抽出した課題の解決に着手しています。

具体的には従業員のエンゲージメント向上につながる施策の立案や制度の改善に向けて取り組みを進めてまいります。

# 雇用・ダイバーシティ

## 基本的な考え方

ゴールドワインでは、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を大切に考えています。こうした考えを「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、入社年次や年齢、新卒・キャリア入社を問わない、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・経験を活かしきり、活躍できる環境づくりに努めています。2024年度は人事部に人的資本推進グループを新設し、人的資本経営、女性活躍やダイバーシティ推進、人材育成などの施策を強化してきました。2025年度は人的資本推進グループを社内推進グループと店舗推進グループの2グループ体制とし、現場における効率的な施策の推進のための体制強化を行っています。

## 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。当社では、持続的な成長と企業価値の向上を実現させるためには、従業員の多様な視点や価値観を尊重することが重要と考え、経験・技能・キャリアが異なる人材を積極的に採用しつつ、管理職・エリア長・店長等の中核人材に女性・外国人・キャリア採用者であることの区別無く、積極的に登用しています。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ます。新卒採用においてもグローバル志向を持つ人材採用を進め、海外事業拡大においてリードできる人材の獲得と育成を行っています。

## 従業員データ(グループ)

		2020年 度	2021年 度	2022年 度	2023年 度	2024年 度
従業員数(名)	合計	2,830	2,861	2,866	2,903	2,833
	男	1,328	1,364	1,376	1,400	1,406
	女	1,502	1,497	1,490	1,503	1,427
外国人従業員数(名)		13	21	22	26	26
平均年齢(歳)		39.7	39.8	40.5	40.6	40.6

		2020年 度	2021年 度	2022年 度	2023年 度	2024年 度
平均勤続年数(年)		11.8	11.7	12.1	12.1	11.7
管理職比率(%)	男	95.5	95.4	93.8	93.5	91.7
	女	4.5	4.6	6.2	6.5	8.3
女性役員比率(%)		15.4	16.7	14.3	14.3	14.3
新卒採用人数(名)	合計	30	33	14	23	36
	男	18	19	8	10	25
	女	12	14	6	13	11
キャリア採用人数(名)	合計	127	108	98	132	66
	男	58	48	56	71	38
	女	69	59	42	61	28
新卒社員3年定着率 (%)	合計	85.3	80.7	97.4	90	84.9
	男	81.8	71.4	100	88.9	89.5
	女	87	88.2	95	91.6	78.6
離職者数	合計	175	214	240	221	211
	自己都合	144	186	201	176	175
	契約期間満了	22	21	34	43	29
	定年	1	2	2	1	2
	会社都合	8	5	3	1	5
離職率(%)		5.8	7.0	7.7	7.1	6.9

雇用契約別従業員データ(グループ)

		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
従業員非正社員比率(%)		65.7	64.4	65.1	63.6	64.4
正社員(名)	合計	970	1,019	1,001	1,056	1,009
	男	503	524	521	569	563
	女	467	495	480	487	446
契約社員 (販売職以外)(名)	合計	433	463	493	425	450
	男	239	254	262	225	241
	女	194	209	231	200	209
契約社員 (販売職)(名)	合計	978	997	972	1,063	1,066
	男	467	474	465	512	510
	女	511	523	507	551	556
パート・アルバイト(名)	合計	449	382	400	359	308
	男	119	112	128	94	92
	女	330	270	272	265	216

その他

		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
派遣社員	合計	44	35	32	37	32
	男	4	0	1	2	2
	女	40	35	31	35	30

## 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感いただける仲間を広く求めていきます。「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5つのVALUEを軸とする「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。

---

### Play

遊ぶ

- ・好奇心と探求心を持って何事にも自ら取り組んでいる
- ・新たなルールや仕組みを柔軟に取り入れている

### Imagine

想像する

- ・物事の本質を多角的な視点で想像、考察し、構造的に捉えている
- ・知識と経験と情報を活かして想像している

### Engage

挑戦する

- ・困難、未知、正解がないことに向き合い、信念を持って行動している
- ・変化を恐れず、自ら率先して挑戦している

### Create

生み出す

- ・細部に至るまで妥協せず、こだわりを持って取り組んでいる
- ・継続した行動と思考により改善を行っている

### Respect

敬意を示す

- ・周囲と相互関係を築いている
- ・全体の益を考えた行動が出来ている

## インターンシップ

当社はスポーツ業界、アパレル業界を目指す大学生、高校生への教育支援活動として、インターンシップを実施しています。若者が当社のインターンシップを通して実社会を体験し、自身の業務が未来を創ることを実感することで、将来の進路選択に役立つ機会を提供しています。また、当社においては、若い世代と関りを持つことで、業界の活性化や社員の視点の変化を生み出すことにつながると考えています。

2024年度は、全20日間の日程で延べ452名が参加し、モノづくりやプロモーション企画の実習を行いました。

### 参加者の声

- ・1日を通してGoldwinの魅力や挑戦していることなどを知ることができてより、御社に入社したいと感じました。
- ・地球環境を自分事として捉えている会社でモノを売るだけでなく、トキを届ける企業に魅力を感じました。

## 海外人材採用強化

当社では、グローバル人材の採用にも積極的に取り組んでいます。

海外の現地法人を中心に採用活動を推進するとともに、グローバル人材に強みを持つエージェントとの連携を強化しています。また、当社では未来を担うグローバル人材の育成にも力を注いでおり、海外大学への派遣制度を充実させています。正社員として入社後原則3年以上の従業員を対象に、1年間の留学を通じて、各自が自身の専門分野を深められるカリキュラムを用意しています。さらに、2025年度に向けては、派遣先の海外大学と提携し、帰国後の就職先候補として当社を選んでいただけるような取組みも進めています。

## 女性活躍推進

ゴールドワインでは、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、女性活躍の推進に力を入れています。女性活躍推進においては、上位職志向において男女差があることを課題として捉え、女性管理職比率の向上に加え、管理職候補となるリーダー職、エリア長・店長職への積極登用を重点目標として定め、取り組みを進めています。さらに、働きやすい職場環境の整備を通じて、育児休業後フルタイムで復職できるよう柔軟な働き方を推進しています。

### 女性活躍推進に関する行動計画

当社では、2020年に女性活躍推進法に基づく行動計画を策定しました。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、2024年度には新たに2025年度までの2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

## 2024年度の実績

目標	2024年度
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%	・復職者面談実施率50% ・管理者に対してのフォローアップは必要に応じて実施
目標2 女性従業員のキャリアアップ意識向上率10%増	上長推薦を受けたMG候補19名を選抜し、女性リーダー育成研修を実施
目標3 男性育休推進実施により男性育休取得率70%目標	育休取得率77.6%

一般事業主行動計画

→

## 女性従業員のキャリア形成支援

2023年度まで、女性管理職の拡大に向けて、現状の課題を把握し今後に活かしていくため、2021年より女性管理職ワークショップ「Woman'sチャットミーティング」を開催していました。

2024年度からの新たな取り組みとして、女性管理職候補者を対象に5日間の研修を実施しました。研修では、リーダーとして必要な基礎的スキルを学ぶとともに、自分なりのリーダー像を描き、リーダーとしての行動を理解する機会を提供しました。また、自社で活躍する先輩女性リーダーとの対話会を開催し、これまでのキャリアの歩みやキャリア選択の背景・理由、困難な状況の乗り越え方などを共有することでキャリアプランのヒントを得ることにつなげました。

研修の最終日には、参加者が研修全体を通じて得た学びを踏まえ、自らの将来のリーダー像や実現に向けたアクションプランを作成し、今後の意識醸成と行動につなげました。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、2024年度の障がい者雇用率は2.31%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。その土壤づくりとして、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)

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
障がい者雇用率(%)	2.63	2.33	2.42	2.31	2.31

#### 「GOLDWIN KAWAGOE FARM」と「GOLDWIN HANNO FARM」の取り組み

ゴールドワインでは、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、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」と飯能市に「GOLDWIN HANNO FARM」を開設しました。本農園では、2025年3月現在、「KAWAGOE」は10名、「HANNO」は7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の使用、ゴルフ倶楽部ゴールドワインや直営店カフェのレストランメニューにも採用しています。

当社の人事担当者が積極的に運営に参画し、障がいのあるスタッフが仕事に慣れ、定着して働くことができるよう支援や対応等を行っており、今後、これら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。

#### 障がいを持つ従業員をサポートする看護師雇用の取り組み

富山県に拠点を置く株式会社ゴールドワインエンタープライズでは、雇用している障がいを持つ従業員を日常的にサポートする役割を担う看護師を雇用し、障がいを持つ従業員が安心して働ける環境づくりを行っています。

#### インターンシップの受け入れ

2024年度に店舗で障がいをお持ちの方をインターンシップとして1名受け入れました。今後は、この活動の継続を検討するとともに、特別支援学校と連携をとりながら、地域の大型店舗等で働く人材を採用することを視野に取組みを推進していくたいと考えています。



## 高齢者再雇用制度

---

労働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。ゴールドワ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。2024年度の再雇用者数は139名、再雇用率は94.56%でした。

### 高年齢者再雇用者数と再雇用率

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
再雇用者数(人)	75	84	158	100	139
再雇用率(%)	64.6%	71.7%	82.3%	70.9%	94.56%

## 今後の課題

---

ゴールドワインは、包容力をもって一人ひとりの人格を大切にする企業するために、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。今後は人的資本の最大化、女性を含むダイバーシティの推進、研修制度の充実などの取り組みを強化していきます。

# 人材育成

## 基本的な考え方

「人」はゴールドワ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方のもと、当社ではさまざまな人材育成施策を実施しています。

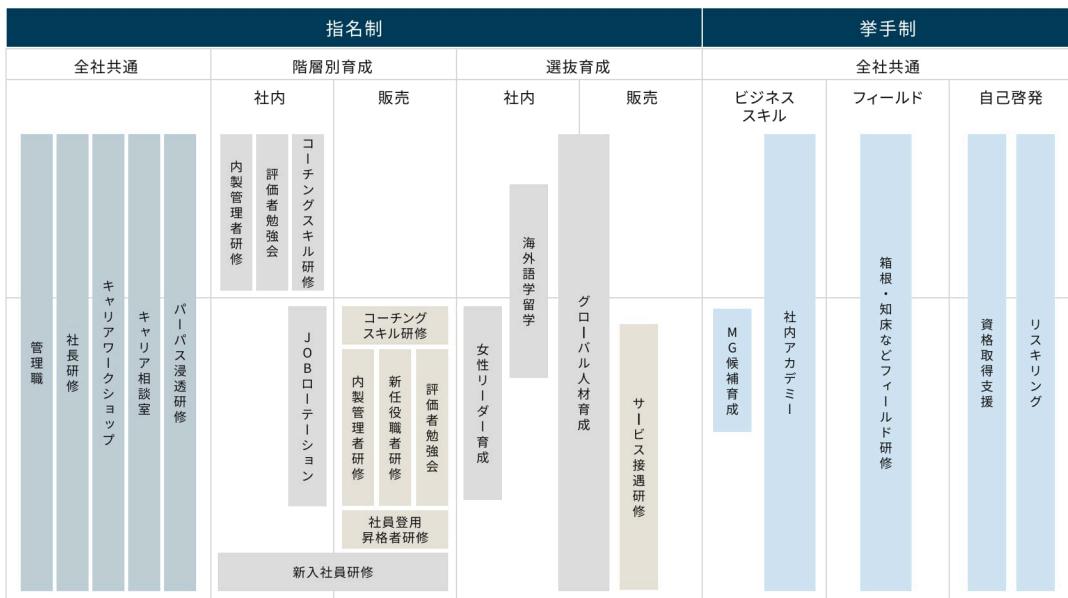
70年以上に亘り受け継いできたゴールドワインのDNAを伝承し、事業成長を推進していく人材輩出に向けて、2022年度には新人事制度をスタートしました。新たに策定した人材マネジメント方針では「不透明な環境下においても、会社を持続的に成長させることができるプロフェッショナル人材の育成と確保を推進する」ことを人事基本方針とし、それに基づく5つのVALUEを軸に適性・能力・意欲を見極めることで、「求める人物像」を明確にして人材育成の拠り所としています。

### 5つのVALUE

- Play 遊ぶ
- Imagine 想像する
- Engage 挑戦する
- Create 生み出す
- Respect 敬意を示す

## 人材育成

ゴールドワ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。2024年度は、昨年度に引き続き、キャリア採用者を対象とした会長研修や、販売職を中心とした社長研修など、会社のトップと従業員が直接対話し、エンゲージメントを高めることを目的とした研修を継続的に実施し、企業風土の醸成を図りました。2025年度以降も、グローバル人材育成に向けた海外留学制度の開始や、店舗におけるインバウンド顧客への接客向上、海外とのビジネス円滑化のための英語・中国語の習得機会提供など、当社の課題に合わせたさまざまな教育・研修を実施する予定です。



研修受講状況・研修費総額 ※1

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
全社共通の教育・研修の年間受講者数	のべ399名	のべ309名	のべ1,246名	のべ1,175名	のべ4,454名
全社共通の教育・研修費総額	7,734万円	4,667万円	5,025万円	4,706万円	8,478万円
教育・研修の年間総時間数	7471.20時間	6837.79時間	10432.24時間	11553.94時間	25666.98時間
従業員一人当たりの研修時間(平均)	2.64時間	2.39時間	3.64時間	3.98時間	9.06時間
全社共通の教育・研修日数(平均)※2	0.35日間	0.32日間	0.49日間	0.53日間	1.21日間

※1:2020年度～2023年度についてはゴールドワイン単体での数値。2024年度は、グループ全体での数値。

※2:従業員一人当たりの研修時間(平均)を、ゴールドワイン本社の標準就業時間7.5時間で除した数値。

## 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。従業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
		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	
新入社員研修	82時間	29	34	13	23	36	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、これからの仕事に生かすことを目的に、新入社員およびキャリア採用の従業員は、当社の研究開発の本拠地でもある富山本社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、自らスポーツウェアをつくり上げる縫製実習を通じて、モノづくりの基本を学びます。
中堅社員研修	実施なし	19	14	実施なし	実施なし	実施なし	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	7.5時間	49	38	58	43	44	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	3時間	43	28	25	46	17	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	38時間	15	15	7	16	13	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。2022年度からは新人事制度の導入にあたり、制度の理解と評価軸の共有のため、評価者勉強会とフィードバック面談の説明会を実施しています。

### 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
		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	
新任マネージャー研修	実施なし	25	16	90	19	実施なし	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、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	0時間	85	27	21	23	実施なし	店長の役割を理解する研修
ミドルマネジメント研修	0時間	0	10	15	10	実施なし	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)

研修	一人あたりの研修時間(時間)	受講者(名)					研修目的・内容
		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	
新任エリア長研修	0時間	20	6	0	7	実施なし	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	14時間	30	19	21	23	35	新任店長としての管理者業務の習得を目的とした研修
マネジメント研修	0時間	未実施	未実施	126	10	実施なし	部長職に対して、マネジメントの向上を目的とした研修
新人事制度評価者研修	1.5時間			126	140	175	新人事制度の導入にあたり、制度の理解と評価軸の共有のため、評価者勉強会とフィードバック面談の説明会

## テーマ・スキル研修

当社では、特定のテーマに基づいたスキル研修を実施し、実践的な知識や専門スキルの習得を促し、組織全体のパフォーマンス強化を図っています。研修は多様な属性の社員を対象とし、実務で活かせる内容で構成されており、継続的な成長を支援しています。2023年度は、キャリア採用者を対象に、本店のある富山地区で1泊2日の会長研修を実施し企業風土の醸成を図りました。2024年度は、自ら積極的に手を挙げて参加をする形式の研修を実施し、従業員のモチベーションを重視した研修を充実させました。

## 主なテーマ・スキル研修

研修	一人あたりの研修時間(時間)	受講者(名)					研修目的・内容
		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	
サービス・接遇研修	7.5時間	60	40	80	142	71	サービスに型を学び、顧客感動へ導く応対スキルを身に着ける研修
社内アカデミー	2.5時間	-	-	-	-	256	広域でのビジネススキル向上、ダイバシティ推進に加え、社内での人脈形成を目的とし、社員の学びたい意欲にこたえるため手上げ制で、属性に捉われず自由に学び合う場所を提供する研修。
パーパス浸透研修	10時間	-	-	-	-	34	パーパスの共感と浸透を目的とし、管理職向けおよびパーパス共感推進トーナー養成のための研修。

## 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。2022年度から、社長自らが従業員と直接対話し意見交換をしながらエンケージメントを高める社長講話研修を行っています。研修は1グループ20～25名程度の人数で構成され、販売職以外の従業員を対象に実施しています。

研修	一人あたりの 研修時間 (時間)	受講者(名)			研修目的・内容
		2022 年度	2023 年度	2024 年度	
会長研修	15時間	211	307	120	キャリア採用者を対象に、本店のある富山地区で1泊2日の会長研修を実施しています。創業から発展までの歴史や理念、テック・ラボや縫製体験などものづくりに触れる機会を通して企業風土の理解を深められる内容
社長講話研修	2時間	773	366	704	ゴールドワインの理念や将来ビジョンを社長自ら社員に向けて直接発信・共有し、理念の浸透を図るプログラム内容

## その他の研修

### 海外語学研修

2024年度は、コロナ禍により実施を見送っていた海外語学研修を再開し、海外事業を支えるグローバル人材の育成のため、3年目以上の正社員を対象に、海外語学留学の参加者を選抜しました。推薦をうけた参加者は、書類選考と面接を経て最終経営会議にて選出されます。1年間の米国大学への留学により、本格的な語学力のアップを図るとともに、国内外に通用するリーダーシップや、創造力を兼ね備えた人材の育成を推進していきます。

### 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。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。2024年度は、北日本・東日本・西日本・中日本の4ブロックごとで予選会を実施して選出された8名および関係会社スタッフ3名の計11名が出場しました。富山本店の会場には、役員を含めた約130名以上の従業員が参加したほか、オンラインでの視聴も可能とし、当社の多くの従業員が参加しました。販売スタッフだけでなく、多くの従業員が製品や販売に関する知見を高める機会として、今後も継続的に実施していきます。



### Leave No Trace研修

当社は、環境に対するインパクトを最小限にしてアウトドアを楽しむための環境倫理プログラム「Leave No Trace」のオフィシャルパートナー企業として、その活動を支えています。2024年度は、Leave No Traceと協業して、アウトドアアクティビティにおける環境配慮についての理解促進を目指した体験型研修をなべくら高原と六甲山で行い、延べ30名の従業員が参加しました。なべくら高原では初めての雪山でのインストラクター養成コースを実践し、六甲山では環境インパクトを限りなく減らして野外活動を楽しむためのワークショップを実施しました。また、学生向けの教育プログラムとしてワークショップを箱根で実施し、77名の学生にご参加いただき、当社の環境についての考え方を、Leave No Traceによる野外体験を通して理解していただくプログラムを実施しました。

## 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したさまざまな支援や、技能検定の補助等を行なっています。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。

具体的には従業員の製造技術・技能の向上や、繊維製品の品質・性能の向上を図ることを目的とした各種検定・資格の受験料の補助に加え、TOEIC受験料の補助や外部研修機関が提供する研修(ビジネスの基礎知識やIT・ソフトウェアスキル、デザイン等)の受講機会の提供等、製品の製造に関わるスキル以外の研修も充実させ、従業員のさらなるキャリアアップを支援しています。2024年度からは、これまでと同様上長との面談を年4回実施し、その中で個々人のキャリアプランについて話し合う機会を設け、従業員のキャリア形成をバックアップする体制を整えています。

### キャリアマッチングプログラム(CMP)

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CMP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について尋ねるもので、アンケート項目では異動の希望について確認しており、

全社的な人材配置の資料として活用しています。CMPを通じ、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。

2024年度は内勤者114名、販売職215名が異動希望を出し、そのうち25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従業員の中から厳正に選出されます。社内公募は不定期で、2024年度は1件実施し、1名が配属されました。従業員の希望を重視した異動の仕組みとして、2025年度以降も状況に応じて実施する予定です。

## 技能検定等の補助

ゴールドワインでは、従業員の製造技術・技能の向上や、繊維製品の品質・性能の向上やビジネススキルの習得を図ることを目的とした各種検定・資格の受験料の補助を行い、従業員のさらなるキャリアアップを支援しています。

### 各種検定・資格補助一覧

検定・資格名	頻度	負担金額	現在の認定者数	うち、2024年度認定者
婦人子供服既製服縫1級、2級	毎年実施	受験料の半額を会社が負担	27	1級/1名、2級/1名
繊維製品品質管理士 (TES) 試験		受験料の全額を会社が負担	84	3名
婦人子供服既製服パターンメーキング1級、2級	2年に1回	受験料の半額を会社が負担	8	0
縫製機械整備 1級、2級		受験料の半額を会社が負担	35	2級2名
TOEIC受験者数	毎年実施	受験料の全額を会社が負担	13 ※1	0

※1:補助対象者・プログラム参加者数

## 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、自分の中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、「50、55歳」「40、45歳」「30、35歳」の年齢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。

2024年度のキャリアワークショップには、60歳20名、50歳26名、55歳21名、40歳17名、45歳18名、30歳13名、35歳11名、25-27歳24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)

#### 20代の声

- ・普段関わらない他部署の方との交流ができたことが良かったです。ディスカッションメンバーと自分の強みや働く上の意識が少しずつ違い刺激を受けました。
- ・年齢が近い方と話せる機会があまりないので、貴重な時間を経験できました。また、事前課題を通して周囲の方からの見え方もフィードバック頂けたので、今後の業務のモチベーションにも繋がりました。
- ・普段かかわることのない人とも交流できた。こういう場がないと真面目に自分を振り返る機会はなかった。自分の強みを知れたこととともに、足りない部分も見えた。

#### 30代の声

- ・普段同年代と話す機会もなかなかなく、ちょうど中堅に差し掛かる悩みの多い時期に同年代の考えを聞くことができて為になった。
- ・自分のキャリアについて今までしっかりと深く考えたことがなかったので、今回をきっかけに考えるチャンスを持てたため。
- ・ゴールドウインに入社する前に何社か経験をしているが自分の求められている役割や強み、価値観を見つめ直す機会は今までなくとも素敵な機会でした。

#### 40代の声

- ・周りの方たちから自身のフィードバックを頂き、自分が意識していないところも評価頂けていることを知ることが出来た。同年代の他部署の方たちと情報交換が出来、参考にしたいと思える考え方を知ることが出来た。
- ・違う職種でも同じタイミングで自身のキャリアに悩んでいたり、おかれている立場が似ていたりと同世代あるあるとして共感でき、自分だけじゃないんだと勇気をもらえた。
- ・上長への事前アンケートなど、普段人から良いところをほめてもらう機会や自分の性格について、客観的意見をいただく機会がないので貴重な体験でした。

#### 50代の声

- ・定年後の自分の在り方を考えるきっかけとなった。普段、接することのない人と交流が持てた。

- ・グループセッションにおいて、同じ歳ならではの共通の悩みなどが共感しあえたこと。
- ・転職組はGWプロパー社員の様に「同期」がないですが、この会では、同世代が集まる事で、同期ではないものの、似たような立場から生まれる悩みに共感が生まれやすく、孤立感が薄らぐ。今後会社がキャリア採用を推進していくと、GWの同期の絆が希薄にならざるを得ない中、このような会がその代わりになっていくと感じました。

#### 60代の声

- ・改めて今後、自分がどうしたいのか、どう進むのか考えるきっかけになった。
- ・今後の業務・生活を具体的に見直すことができた。
- ・60才になる前に、なんとなく何か始めたいと思っていたが結局何も始められなかったので今回ワークショップに参加して再度自分を見つめなおす事ができた。まだ何を始めるのか見えてないが、色々考えたいと思う。

## 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。人的資本を最大化するため、能力開発を目的とした研修を積極的に行い、従業員一人ひとりが自身のキャリアアップを考えられるような環境を整備し、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。従業員の成長を最大限サポートできるように、新しい研修の開発や支援のための専門チームの整備等、所管部門でも施策の推進に努めています。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。

## 働きやすい職場環境の整備

### 基本的な考え方

---

ゴールドウインでは、人材を最大の資産として捉え、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、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、各種休暇制度の新設に取り組んでいます。今後は、フレックス制度のような、より生産性を高めるための制度設計を継続的に検討していきます。

### 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年度には時差出勤制度、2022年度には中抜け有給休暇制度を開始し、柔軟に働く環境を整備し過重労働防止を推進しています。2024年度は、全社従業員の年間時間外労働時間の削減に取り組んだものの、従業員一人あたり年間時間外労働時間は160.4時間となり、昨年度からは増加傾向となりました。要因は、Goldwin500やコト事業等の施策が新たなフェーズに入ってきたことで労働時間が長くなっていることであると分析しています。2024年度よりタイムカードによる勤怠時間とPCのログイン時間を一元化し、実績の見える化等の施策を開始しました。年間時間外労働時間を引き続き重要なKPIとして位置づけ、進捗確認と削減施策の徹底を行います。

## 従業員一人あたり年間労働時間

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
従業員一人あたり年間総労働時間	1,830.9時間／年	1,788.9時間／年	1,802.8時間／年	1,796.9時間／年	1,790.2時間／年
従業員一人あたり年間時間外労働時間	137.9時間／年	145.2時間／年	155.5時間／年	152.6時間／年	160.4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75%以上の達成目標を定め、所属長の責任ものと、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。

2024年度の年次有給休暇取得率は84.7%となりました。

## 年次有給休暇取得率の推移(単体)

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
有給休暇取得率	79.7%	85.8%	83.3%	86.9%	84.7%

## サバティカル休暇制度

当社では、従業員一人ひとりのスキルアップやキャリア構築に必要と思われる長期休暇取得を制度面と金銭面からサポートするため、自己研鑽や長期ボランティア活動を目的とした長期休暇制度を2025年4月1日より導入しています。満3年以上在籍している正社員および契約社員を対象に、復職を前提に1ヵ月から最長6ヵ月までの無給休暇の取得を可能とし、期間中は1ヵ月あたり10万円の支援金を支給しています(年10名上限)。休暇を通じて得た経験や知見は復職後、レポート提出等を通じて組織へ還元されるとともに、挑戦を後押しする風土を育み、個人と組織の持続的成長へとつなげていきます。

## F休暇制度

当社では、女性従業員が自身の身体的特性に配慮しながら安心して働ける環境づくりを進めるため、生理痛や更年期障害、閉経に伴う体調不良などに対応する新たな有給休暇制度を2025年9月1日より導入しました。体調不良を我慢して働くケー

スが多い現状を踏まえ、対象となるすべての女性従業員（正社員・契約社員）に対して、毎年5日間の有給休暇を期初に付与しています。時間単位での取得や事後申請も可能とし、柔軟に活用できる制度設計としました。

## 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。2023年度・2024年度は、出生時育児休業制度開始にともない管理者向けの研修で制度の説明を行いました。新制度は取得期間と日数が限定されているため、出生時育児休業制度の枠を超えて通常の育児休業を取得するなど選択肢が広がり、育児休業の取得者増加に寄与しています。最近では、男性も育児休業を取得しやすい環境が整ってきたことから、取得者数が増加傾向にあります。併せて、子ども1人につき年間5日間の特別休暇付与する看護等休暇制度も導入しており、子どもの病気看護や入学式等に利用可能です。

また、ゴールドワイン介護支援制度については、年間5日間の有給の特別休暇を付与する介護休暇や、時短勤務制度、介護休業等を導入し、従業員が仕事と介護を両立できる環境づくりを進めています。

### 制度利用実績

制度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
育児休業制度利用者数(名)	男 7	13	31	29	45
	女 33	52	44	45	55
育児休業の取得平均日数(日)	男 33	26	19	42	50
	女 351	238	372	406	352
育児休業後の復職率(%)	男 100	100	100	100	100
	女 94.7	96.8	94.6	92.5	95.7
育児短時間勤務制度利用者数(名)	男 0	2	1	1	0
	女 26	26	35	42	38
ベビーシッター補助金制度の利用者数	男				2
	女				1

制度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
介護休暇制度利用者数(名)	男 11	10	10	8	10
	女 13	20	18	23	37
介護休業制度利用者数(名)	男 0	2	0	0	0
	女 0	0	1	0	1
介護短時間勤務制度利用者数(名)	男 0	0	0	0	0
	女 0	0	0	0	0
看護休暇制度利用者数(名)	男 24	53	71	81	128
	女 97	96	117	144	179

#### その他の支援制度と利用者数

制度	概要	2021年度利用者数(名)	2022年度利用者数(名)	2023年度利用者数(名)	2024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	51	33	42	48
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	21	14	24	35
出生時育児休業	育児休業制度とは別に子の出生後8週間の期間内に4週間以内の休業を取得できる制度	-	6	33	41
駐車場代補助	保育園送迎のための駐車場代支援制度	0	1	1	1

『育介支援担当』窓口2021年6月、育児中の従業員への支援窓口となる「『育介支援担当』窓口」を設置しました。これまでに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。2024年度は、個別相談を通し、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。

## 2024年度相談実績

期間:2024年4月～2025年3月/相談件数:179件

相談時期	件数	相談内容
産休前	46件	<ul style="list-style-type: none"><li>制度・給付金・申請の仕方説明</li><li>切迫早産・重度悪阻などの体調不良時の相談産休開始時期について</li><li>産休前の有給取得やシフトについて</li><li>第一子育休から連続で第二子の育休を取得する方法について</li><li>パパの育休について</li></ul>
育児休業延長時	29件	<ul style="list-style-type: none"><li>延長手続きの仕方について</li><li>保育園入園と復帰タイミングについて</li><li>育休手当金について</li></ul>
男性社員育休取得前	75件	<ul style="list-style-type: none"><li>制度・給付金・申請について</li><li>出生時育児休業について</li><li>取得時期・期間の相談</li><li>社会保険料免除について</li></ul>
復帰後の相談	29件	<ul style="list-style-type: none"><li>時短勤務について</li><li>復職後の働き方について</li></ul>

## 働きがいのある職場の実現

ゴールドワインでは、従業員が仕事を楽しみ、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。ゴールドワインらしい働きがい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、持続的成長へつなげていきます。

制度	概要	2024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： 77名 勤務20年： 15名 勤務30年： 32名 勤務40年： 13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958名、うち取得希望者922名、うち取得者910名（取得率：対象者総数95.0%、取得希望者98.7%）
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。	44名
災害復興ボランティア休暇	天災等による大規模な被害を被った地域で復興支援に携わる従業員に対し、年5日間の有給休暇を付与するとともに、被災地への交通費・宿泊費を実費で支給する制度。	※2025年9月1日より開始

## 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。これまであった時差出勤制度に加え2022年度からは中抜け有給休暇制度を開始しました。2025年度は従業員の意見を活かしながら、さらに働きやすい職場環境の整備づくりを目指します。

### 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	<p><b>【目的】</b> 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</p> <p><b>【内容】</b> 半日単位および年5日の範囲内で時間単位での取得が可能</p>	社員・契約社員・パートアルバイト
副業許可制度の導入	<p><b>【目的】</b> 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> <p><b>【内容】</b> 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</p>	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><b>【目的】</b> 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および災害や感染症等への対応を目的とする</p> <p><b>【内容】</b> 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 ①在宅勤務 ②モバイルワーク ③サテライトオフィス</p>	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

制度	概要	対象
サテライトオフィスの設置	<p><b>【目的】</b> 出張・外出等の移動中に利用が必要な従業員にワーキングスペースを提供し、より多様な働き方に対応する</p> <p><b>【内容】</b> 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><b>【目的】</b> 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> <p><b>【内容】</b> 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退勤時間を選択可能とする</p>	社員・契約社員（販売職、ゴールドワイン開発（株）、GWL、naを除く）
中抜け有給休暇制度の実施	<p><b>【目的】</b> ①業務効率・生産性の向上 ※1日有休、半日有休を使用せずとも所定労働時間の間に時間有休を取得することが可能 ②働き方の選択肢を増やす</p> <p><b>【内容】</b> 現状の始業時間からの取得、終業時間からの遡りでの取得のみならず、就業時間中のどのタイミングでも取得可能として運用する。 なお、時間有休の取得可能時間は現状と同じく2h/日もしくは1h/日とする。</p>	社員・契約社員

## RPA（業務自動化ロボット）の導入

ゴールドワインでは、ワーク・ライフ・バランスを向上させるため、RPA（業務自動化ロボット）で代替できる業務の業務自動化（以下、RPA化）を進め、残業時間の削減等、長時間労働の緩和を目的とし、従業員が今まで以上に働きやすい環境作りを推進しています。RPAとは、「Robotic Process Automation」の略称となり、人が手作業で行っていたコンピューター上の定型的な業務プロセスをソフトウェアのロボットが人間に代わって自動で処理を実施する技術です。定型的な単純作業や大量作業する際の人為的な作業ミスは大幅に削減でき、長時間労働の緩和、従業員の心理的負荷軽減に繋がります。またRPA化することで創出された時間にしかできない高付加価値業務に充てることができるために、生産性の向上が期待できます。当社ではシステム部が中心となり、人事、財務、経理、生産管理、EC販売、総務などの各部門担当者と定期的にRPA化について会議を行っております。2019年度から開始したRPA化は、(1)導入部門数は、4部門から10部門と約2.5倍に、(2)適用業務数は、12業務から80業務と約7倍となりました。それを支える(3)RPA人材育成人数は、12人から20人と約2倍に増え、活動規模を徐々に拡大しています。また、(4)導入部門あたりの創出時間は、200時間から1,221時間と約6倍に増加し、創出時間の総計は800時間から12,218時間と約15倍になりました。

おもな指標	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
(1) RPA導入部門数	7部門	9部門	12部門	11部門	10部門
(2) RPA適用業務数	22業務	31業務	40業務	48業務	80業務
(3) RPA人材育成人数	17人	20人	29人	25人	20人
(4) 導入部門あたりの創出時間	641時間/ 部	830時間/ 部	719時間/ 部	945時間/ 部	1,221時間/ 部
創出時間 総計	4,491時間	7,471時間	8,941時間	10,395時間	12,218時間

## 主な事例

### (1) 展示会終了後の受注数の集計処理業務

半年に一回開催される展示会終了後の受注数の集計は、これまで手作業で記入していました。担当者は通常の業務を行いながら約5万行のデータを集計するため、約4か月程度の作業時間を要しており、業務負荷増の原因になっていました。受注データ検索から集計処理をRPA化することで担当者の作業負荷軽減を実現しており、適用効果としては年間約400時間程度の時間創出効果が出ています。

### (2) 出退勤状況確認業務

新型コロナウイルスの影響によりテレワークが推奨されましたが、適正な勤務管理を実施するために、従業員のパソコンのログイン・ログアウト時間と、各個人から申告される業務開始・終了時刻との乖離を確認することが必要となりました。人事部では、これまで行っていなかったこの勤怠管理をRPAにて実現し、従業員の正確な業務開始・終了時間を確認することができるようになりました。適用効果としては年間約4,800時間程度の時間創出効果が出ています。

### (3) 修理品(リペア)の管理業務

弊社ではお客さまが大切に使われていた自社製品の修理に力を入れており、お客さまから届いた修理品を管理するためのシステムを新規導入しました。このシステムは従来使用していたリペア品のデータベースからデータの取り込み作業を毎日行う必要があり、1回に20分程度の作業時間を要していました。これをRPAで夜間自動処理できるようにし、作業負担軽減に成功しました。適用効果としては年間約165時間程度の時間創出効果が出ています。

## 定年退職後の生活設計立案のサポート

人生100年時代と言われる中、定年退職後も充実したライフスタイルを送るためには生活設計を立て実践することが大切だと考えており、ゴールドワインでは、50歳以上の従業員に向けて、隔年でライフプランセミナーを開催しています。

また、60歳を迎える従業員に対しては、再雇用後のキャリア形成を支援するキャリアワークショップを実施しています。これにより、再雇用後の働き方や将来的なキャリアビジョンについて本人の意思を尊重しながら整理・共有する機会を提供しています。再雇用者に対しても、通常の従業員と同様に教育機会を用意し、主体的な学びとスキル向上を継続的に支援する環境を整備しています。

## ライフプランセミナー

生活資金の現状を把握し、将来に向けての生活設計を考え実践することを目的に、当社の企業年金等諸制度の説明や社会保険・公的年金のあらましとその手続きの説明に加え、定年退職後の家計プランをワークショップ形式で算出します。充実したライフスタイルを送るための生活資金を算出し、在職中から将来の生活設計立案のサポートを行っています。2024年度はオンライン形式で開催し、99名が参加し、後日、アーカイブ配信もしました。

## その他の福利厚生等

---

### ゴールドワイン健康保険組合の取り組み

健康保険組合においても、健康保険組合に加入している従業員とその家族の健康維持・増進ならびに生活向上の支援を目的として、さまざまな福利厚生と保健事業を実施しております。

#### 予防接種補助

インフルエンザの予防接種の補助を行っていますが、2022年度より、予防接種法で規定する疾病まで対象を拡大しました。補助回数は1疾病につき年間1回。

- ・インフルエンザ
- ・ジフテリア
- ・結核
- ・急性灰白髄炎(ポリオ)
- ・Hib感染症
- ・麻しん(はしか)
- ・肺炎球菌感染症
- ・風しん
- ・ヒトパピローマウイルス感染症
- ・日本脳炎
- ・水痘
- ・破傷風
- ・ロタウイルス
- ・百日せき
- ・B型肝炎
- ・流行性耳下腺炎(おたふくかぜ)

## 家庭常備薬補助

家庭常備薬の割引販売斡旋品(栄養剤、衛生用品、健康食品、冷却材、絆創膏等を除く医薬品)の半額(上限5,000円)を補助しています。補助回数は年間2回。

## 不妊治療費補助

2022年度から、不妊治療の自己負担相当額(保険適用分)の全額を補助しています。補助回数は一子ごとに、女性の年齢40歳未満は通算6回まで、40歳以上43歳未満は通算3回まで。

## オンライン健康相談サービス「HELPO」開設

2022年度から、オンライン健康相談サービス「HELPO」を導入しました。医師や薬剤師等の医療専門家に24時間365日無料で相談できます。また、近くの医療機関の基本情報の検索や医療機関のオンライン診療を利用することができます。

## 若年層保健指導

2022年度から、健康診断時に生活習慣病健診の対象者(35~39歳)に特定保健指導を実施しています。

## スポーツ施設利用補助

2022年度から、全国のスポーツ施設を利用した利用料の半額(上限3,000円)を補助しています。2024年度より事業を拡大し、補助回数は年間4回。

## 無料歯科健診

歯科健診センターと提携する全国の歯科医院にて無料歯科健診やカウンセリング(年間1回)を受けることができます。

## 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。

## 公正な評価・処遇

### 基本的な考え方

---

ゴールドワインでは、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。また当社では「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。

### 人事制度

---

当社では2022年度に人事制度を改定しました。新たに導入した人事制度は「事業の成長を推進する人材を輩出できる仕組み」「ゴールドワインのDNAを生かし、しっかりと伝承できる仕組み」「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。

当社の人事制度は、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協働・管理・指導の3軸で各等級や評価基準、報酬体系を定めています。

人事制度の改定により、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。さらに、これまで60歳以上の再雇用者は一律の賃金でしたが、ジョブ型人事制度に移行したことにより職務に応じて評価されることになり、性別や年齢による差別等のない、同一労働同一賃金を遵守した制度となっています。

2023年度から毎年、評価者による評価結果の差を最小限にすることを目的に、評価軸の共有のための評価者勉強会とファイードバック面談の説明会を対面で実施しています。対象者は全員参加し、後日アーカイブでのフォローアップも行っています。また、上長との面談を年4回行うことにより、従業員のキャリア形成をバックアップする体制を整えました。2024年度以降、従業員満足度調査から見えてきた制度の課題点を整理し、評価の透明性、納得性を高めるよう具体策を実行し、安定運用を目指しています。

## 基幹人事制度



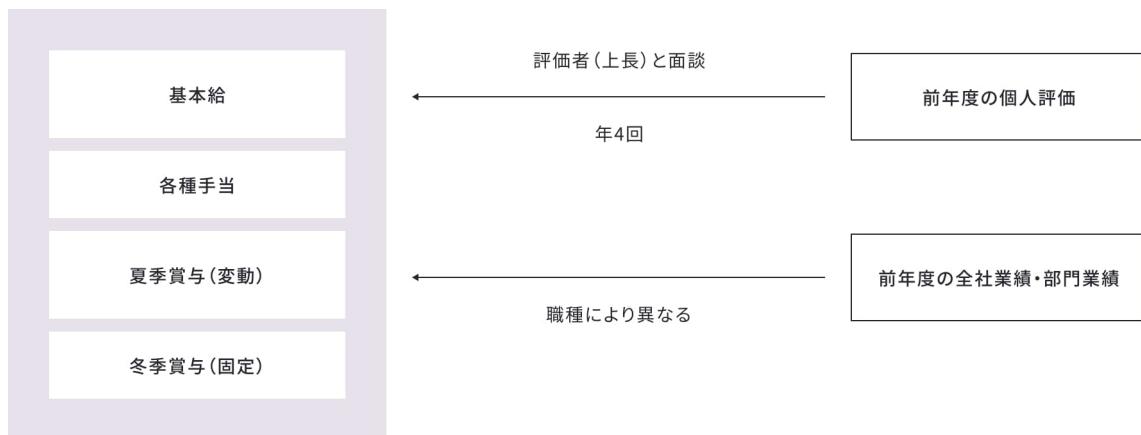
## 職務の構成要素

<p>① 職務の質・難易度 ② 職務の領域・範囲 ③ 協働・管理・指導</p>	<p><b>業務を通じて創出する成果の質の違い</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>（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</li> </ul> <p><b>業務の難易度</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>（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</li> </ul> <p><b>業務の領域（専門分野）と範囲</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>（領域の例）開発／設計／製造／営業／経理／人事……等</li> <li>（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</li> </ul> <p><b>職責を果たす上で管理する必要がある事項と、その範囲</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>（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</li> <li>（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</li> </ul>
-------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

# 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、各地域の労働賃金の動向や同業の競合他社の賃金水準を常に把握し、当社の業績等を鑑みながら判断し、生活賃金以上の競争力のある支払いに努めています。人事制度での報酬は、基本給は前年度の個人の評価結果に連動し、夏季の賞与は組織の一体感醸成を目的に前年度の全社業績、部門業績の評価に連動します（職務によって異なります）。賞与は、正社員・契約社員が対象となっています。個人の評価については、評価者である上長と年4回の面談を通じ評価対象者への理解を深めたうえで、公正かつ納得性の高い評価に努めています。男女間の賃金差異についても課題として認識しており、この差の縮小に向けた取り組みの一環としても、公正な評価制度の整備と運用は重要であると考えています。

## 報酬決定プロセス



## 平均給与(円)(単体)

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
平均給与	6,072,614	6,377,448	6,958,261	6,172,007	7,143,719
正社員	6,513,754	6,860,204	7,393,948	6,453,634	7,440,942
契約社員(内勤者)	5,418,713	5,680,879	6,484,777	5,824,897	6,946,977
契約社員(販売職)	3,859,979	3,916,816	4,041,056	3,774,714	4,201,022

## 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)

	2022年度	2023年度	2024年度
全従業員	65.4%	66.8%	67.5%
うち正規労働者(正社員)	64.4%	68.1%	67.8%
うち非正規労働者(パート・有期社員)	75.1%	74.9%	77.5%

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

## 従業員エンゲージメント調査

---

当社では、2023年度から従業員エンゲージメント調査を実施しています。2025年2月に実施した調査では、全体の評価はBとなりました。総合満足度は高い方から「会社」、「仕事」、「職場」、「上司」の順となりました。

従業員の期待値および満足度が高い項目は「財務状態の健全性」、「経営陣に対する信頼」、「身体的な快適性」、「評価・給与の妥当性」となりました。一方で、「身体的な快適性」、「評価・給与の妥当性」などの項目は高い期待値に対して満足度がそれほど高くないという課題が見られました。

2024年5月の新社屋移転による業務環境の改善、引き続き取り組みを進めている人事制度の勉強会や1on1面談の定期実施による従業員への理解浸透、ピープルマネジメント分野の管理職研修の実施などの対策を講じ、課題改善を進めてきました。今後は調査結果を活用しながら部門別の課題を特定し、最適なアプローチ方法を検討していく予定です。

## 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	2022年度 拠出額	加入者数	2023年度 拠出額	加入者数	2024年度 拠出額
確定給付型年金(DB)	888	544,738, 080	973	317,842, 340	951	503,535, 320
確定拠出型年金(DC)	887	58,969,8 43	971	67,946,1 35	951	71,516,8 42

## 従業員持株会制度

当社では、従業員に対する持株会制度(ゴールドワイン従業員持株会)を導入しています。

ゴールドワイン従業員持株会は、従業員(グループ会社含む、正社員、契約社員)の中長期的な財産形成に資する目的で福利厚生制度の一環として設立されました。持株会へ加入した従業員は、一定金額(1口1,000円から最大50口までの任意の口数)を給与や賞与から天引きすることで持株会に拠出し、当社からの10%の奨励金を合わせて、当社の株式を無理なく買付けることができる制度です。あわせて、当社経営に対する意識が一層高まることで企業価値の向上につながることを期待しています。売却する際は、インサイダー取引管理規定に従い「自社株売却申請」に必要事項を記入後、総務部長の承認を得てから売却することとしています。2025年3月時点の加入者は、1,029名となっています。

## その他手当

当社では、各種手当を支給しています。具体的には、結婚・出産・弔事等における慶弔祝い金制度を設けており、正社員や契約社員を対象に支援を行っています。また、自然災害等による被災者に対しては、「被災者お見舞金」を支給しており、対象は正社員・契約社員に加え、その親族(例えば実家が被災した場合など)も含めた柔軟な支援体制を整えています。

## 今後の課題

公正な評価・処遇の決定と、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。これまで、制度上の課題点を整理・検証しながら、評価の透明性や納得性を高め、安定的な運用を目指してきました。今後も人事制度の継続的な見直しと改善を進めることで、従業員満足度の向上や組織の活性化を図ります。

## 健康経営

### 基本的な考え方

ゴールドワインでは、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。従業員の心と身体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ることから、中期的な健康経営についても検討を進めています。”スポーツを通じて、豊かで健やかな暮らしを実現する”という創業理念を大切にし、従業員が仕事以外の場でもいきいきと活動的に過ごせること、その家族も一緒に健康であることを重視し、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、Vision・Valueを実現し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が必要不可欠であると考え、全ての従業員が安心・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

私たちゴールドワインは、従業員が誇りと喜びを持って働く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、“人を挑戦に導き、人と自然の可能性をひろげる” Purposeのもと、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。

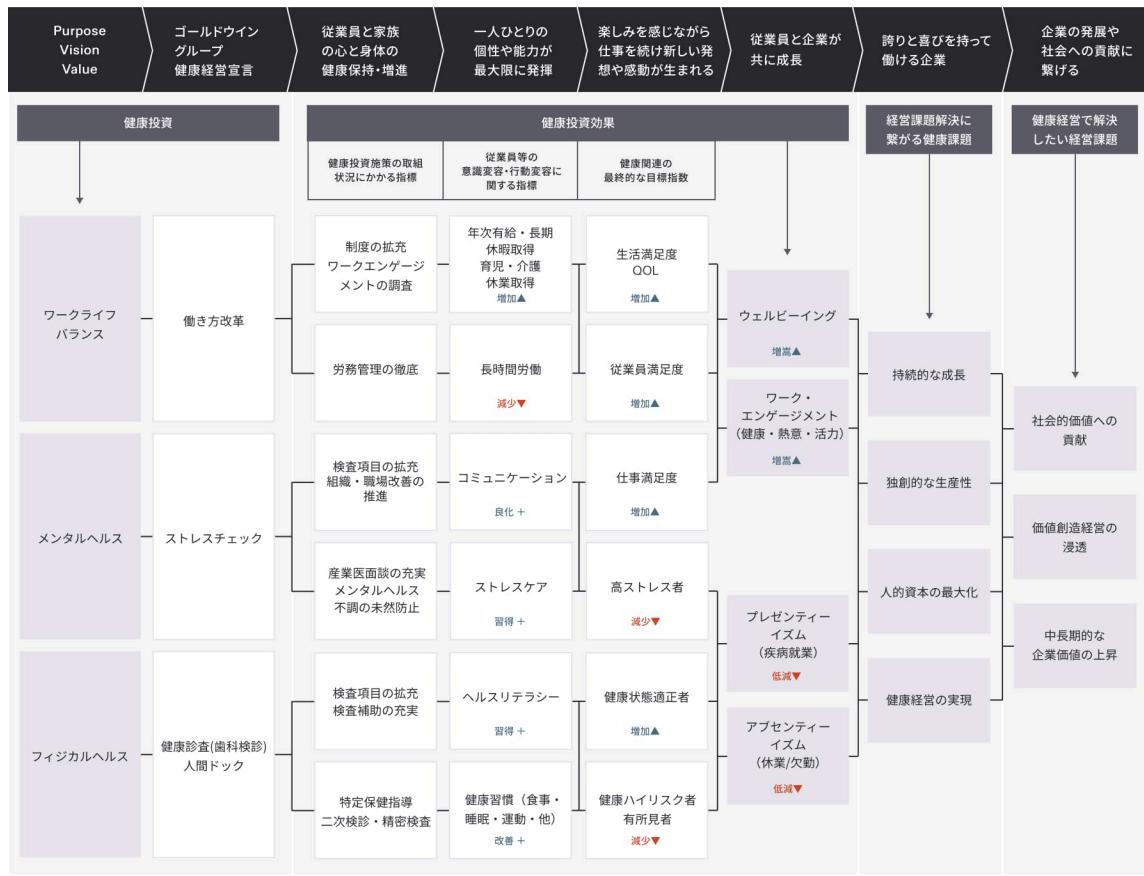
代表取締役社長CEO  
渡辺 貴生



## ゴールドウイングループ健康経営戦略マップ

ゴールドウイングループでは、経済産業省が策定した「健康投資管理会計ガイドライン」で公表されている「戦略マップ」を参考に、健康経営の推進により解決したい課題を特定し、その課題を解消するための取り組みに落とし込んでいます。

課題から取り組みまでの健康経営戦略をストーリー表現し、従業員の心とからだの健康を守り、その家族も健康であるために、さまざまな取り組みを強化しています。



## 従業員の業務パフォーマンスの評価と分析

当社では、健康診断やストレスチェック等を通じて従業員の業務パフォーマンスを定量的に評価・分析し、健康経営の推進に活用しています。

「プレゼンティーアイズム(出勤はしているものの健康上の問題によって完全な業務パフォーマンスが出せない状況)」、「アブセンティーアイズム(傷病による欠勤)」に加え、2022年度からは「ワーク・エンゲージメント(仕事へのポジティブで充実した心理状態)」も数値化しました。

これらの指標を毎年出すことで評価を分析し、継続して従業員の心とからだの健康を守る施策を行います。

### 従業員の業務パフォーマンスの指標

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
ワーク・エンゲージメント(点) ※1	-	-	2.7	2.7	2.7
プレゼンティーアイズム(点) ※2			17.71	23.46	24.46
アブセンティーアイズム(日) ※3	1.45	1.43	2.95	1.59	0.6

※1 新職業性ストレス簡易調査票(短縮80項目版)

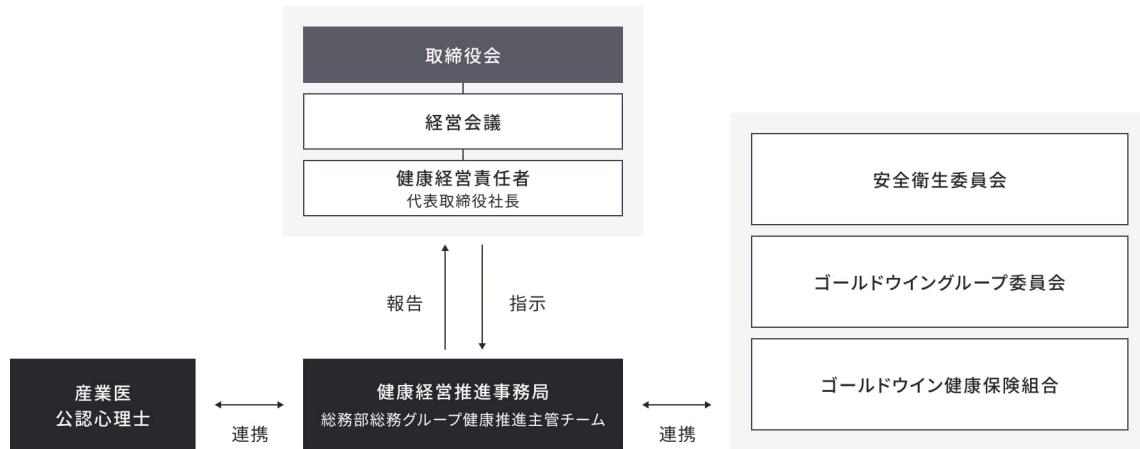
※2 SPO(Single-Item Presenteeism Question 東大1項目版)を用いたアンケート調査

※3 傷病休暇届出件数の全従業員平均日数

## 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経営主管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、各施策については経営会議を通して経営層へ報告しています。

### 健康経営推進体制



## 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く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面談・カウンセリング機会の拡大に取り組んでいます。これらの面談やカウンセリングにより、休職する前に就業制限をかけるなどでメンタル不調の事前防止に役立っています。また、当事者だけの問題として終わらせないよう、メンタル不調者の上長への相談体制も整備しており、2023年度からは店長職を対象としたメンタル不調に関する理解の向上を目的とした研修も行っています。

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
産業医面談実施回数	291	357	394	366	376
カウンセラー面談実施回数	19	19	19	19	130

## 2024年度施策

施策	利用者数	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	19名(計19回)	従来、東京・富山・大阪で実施していた対面面談に加えて、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主管者へ産業医面談を推進	9名(計9回)	メンタル不調を当事者だけの問題で終わらせないよう、当事者の上長への相談体制を整備。
復職支援プログラムの確立	28名	メンタル不調者へのフォローアップ体制を明確化。復職後も産業医や人事部と連携しサポートを継続。
メンタル不調に関するリテラシー向上研修	200名(計1回)	店長職を対象に、メンタル不調に対する理解を促し、職場での予防やコミュニケーション方法を産業医から学ぶ研修。

## 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。ゴールドウインでは、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おり、2024年度はサポートした従業員の禁煙率が100%となりました。

また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)を禁煙としました。

施策	内容
オンライン禁煙外来の設置※	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をサポート。
ニコチネルパッチの無償提供※	保険医療機関の診療を受けずに禁煙したい方へのサポート。
メールマガジン配信	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。

※ゴールドワイン健康保険組合に加入している従業員が対象。個人負担なしの制度です。

## 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。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。

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
ストレスチェック受検率(%)	97.8	98.6	96.5	96.3	97.0
高ストレス保持者率(%)	8.8	10.5	9.7	9.8	10.4

## 健康診断

年一回、全従業員を対象とした法定の健康診断に加え、40歳以上の従業員には人間ドック、35～39歳以下の従業員には生活習慣病健診を行っています。また希望者には胃カメラ（人間ドック対象）、脳ドック（48歳、54歳）、婦人科検査（子宮がん：18歳以上／乳がん：30歳以上）を実施するなど、充実したオプション検査も全額会社負担とし、健康診断に要する時間は出勤扱いとされています。

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
健康診査受診率(%)	100	100	100	100	100
精密検査受診率(%)	28.2	28.3	26.8	46.7	43.2
特定健康診査実施率(%)	88.9	88	90.3	96.7	97.8
特定保健指導受診率(%)	43.9	45.8	42.5	46.5	38.1

## 従業員の健康促進プログラム

### オンライン健康相談サービス「HELP」

2022年度に、従業員の健康維持・増進を目的に、健康上の悩みを気軽に相談できるオンライン健康相談サービス「HELP」を導入しました。仕事や職場環境の変化による体調変動や、日々の軽微な体調不良等、気になったことを相談するセルフケアツールとして、グループ従業員が活用しています。

### 2024年度実施イベント

- ・ウォーキングキャンペーン(年2回)
- ・食事コラムの掲載(12コラム)
- ・歯の健康に関する情報配信(1回)

### ヨガスタジオとの法人契約

働き方や生活様式の変化などにより、運動不足やストレスを抱える人が増えています。ゴールドワインでは2023年1月より、従業員の心身のリラックスや集中力・意欲向上などを目的に、ヨガスタジオと法人契約をしました。グループ従業員かつゴールドワイン健康保険組合員は法人会員として入会することができます。

### 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。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。

2024年度は東京地区では雨天のため中止となりましたが、富山地区では約300名が参加しました。今後も運動機会を増やし、社内的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

ゴールドワインでは、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470名の従業員（2024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。



## ゴールドワイン健康保険組合の取り組み

ゴールドワイン健康保険組合では、加入している従業員とその家族の健康維持・増進ならびに生活向上の支援を目的として、さまざまな福利厚生と保健事業を実施しています。

### 予防接種補助

インフルエンザの予防接種の補助を行っていますが、2023年度より、対象を予防接種法に規定する疾患にまで拡大しました。補助回数は1疾患につき年間1回です。

- ・インフルエンザ
- ・ジフテリア
- ・結核・急性灰白髄炎（ポリオ）

- ・Hib感染症・麻しん(はしか)
- ・肺炎球菌感染症
- ・風しん
- ・ヒトパピローマウイルス感染症
- ・日本脳炎
- ・水痘
- ・破傷風
- ・ロタウイルス
- ・百日せき
- ・B型肝炎

#### 家庭常備薬補助

家庭常備薬の割引販売斡旋品(栄養剤、衛生用品、健康食品、冷却材、絆創膏等を除く医薬品)の半額(上限5,000円)を補助しています。補助回数は年間2回です。

#### 不妊治療費補助

2022年度から、不妊治療の自己負担分の全額を補助しています。補助回数は女性の年齢40歳未満は6回、40歳以上43歳未満は3回です。

#### 若年層保健指導

2022年度から、健康診断時に生活習慣病健診の対象者(35~39歳)に特定保健指導を実施しています。

#### スポーツ施設利用補助

2022年度から、全国のスポーツ施設を利用した利用料の半額(上限3,000円)を補助しています。補助回数は年間4回です。

#### 対象施設:

- ・スポーツジムプール、体育館、競技場、道場、スキー場(リフト券)、ゴルフ場、ゴルフ練習場、ボーリング場、スケート場、バッティングセンター、テニスコート、キャンプ場等のスポーツをするための施設

## 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2025

ゴールドワインは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2025」に選定されました。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。ゴールドワインは、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、心身の健康につなげていることなどが評価され、通算3回目の選定となりました。



## 健康経営優良法人2025 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。

ゴールドワインは、制度が開始された2017年から通算9回、健康経営優良法人に認定されています。また、8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。

ゴールドワインは、制度が開始された2017年度から8回連続で、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。

ゴールドワインは、制度が開始された2015年度から11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・セミナーを通した健康経営の全社への浸透
- ・健康管理アプリの新規導入
- ・ストレスチェックにおけるプレゼンティームの測定とその後の対応強化
- ・喫煙率低減に向けた取り組みの強化
- ・健康診断やストレスチェック結果等のデータ化
- ・健康経営における従業員の満足度調査

# 労働安全衛生

## 基本的な考え方

---

ゴールドワインは従業員の安全、健康を第一に考えた経営の継続を掲げ、労働安全衛生規定を定め、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・安全に働ける環境を確保するため、「全社安全衛生会議」を設置しています。この会議は、各地区安全衛生委員会事務局員で構成され、情報共有および共通の課題と施策について全社に発信しています。各地区安全衛生委員会については、従業員と従業員衛生委員が主体的に職場の安全衛生と健康に関する取り組み改善提案を行う場として、労働安全衛生法に基づき、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、札幌地区にそれぞれ設置されています。

各地区の安全衛生委員会には、各部署から1名ずつ従業員衛生委員が選出され、月に1回の委員会を開催し、職場の安全衛生と健康に関する議題を審議しています。

全国の店舗における労働安全衛生は販売推進部が統括しており、店頭で発生した事故や災害に関する情報は、総務部が集約しています。これらの情報は、安全衛生委員会の委員長を務める管理本部副本部長を通じて、経営会議および取締役会に報告され、全社的な対策が講じられます。

## 体制図



会議体	時期	構成	内容
安全衛生委員会	東京地区 富山地区 大阪地区 札幌地区 月1回	委員長(管理本部副本部長)、 副委員長(総務部長)、事務局 (総務部)、従業員代表委員(各 部門担当者)	労働者の安全と健康を守るため、「安 全衛生管理計画」を策定し、労働者の 危険又は健康障害を防止するための 基本となるべき対策(労働災害の原 因および再発防止対策等)などの重 要事項について十分な調査審議を行 う

## 労働災害事故防止の取り組み

当社では、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いません。直営店舗が拡大する中、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。

富山地区においては、コンプレッサー・自動裁断機・グラインダー・有機溶剤・ボイラ、フォークリフト等、危険を伴う作業については、定期的に実習を行い、安全管理を徹底しています。

## 安全衛生点検

当社では、職場における労働衛生面の問題を早期発見するために、委員会活動を通じて「職場巡回チェックリスト」を用いた社内環境の点検を行っています。「職場巡回チェックリスト」は週ごとの巡回ポイントと、月ごとの巡回ポイントを定め、社内を巡回して職場環境のチェックを行っています。さらに富山地区においては、リスクアセスメントを実施し、2024年度は7か所を要注意個所として評価対応を実施しました。また、コンプレッサー・自動裁断機・グラインダー・有機溶剤・ボイラー、フォークリフト等、特殊機器を使用する業務があり、こうした機器の使用に際して、安全手順を明記したマニュアルを作成して管理しています。

### 労働災害発生件数(単体)

		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
労働災害発生件数 (件)	業務上災害	9	8	5	9	10
	通勤災害	0	7	3	1	8
	合計	8	12	12	11	20
うち、労災による休業災害数(名)	3	1	4	4	5	
うち、労災による不休災害(名)	5	11	8	7	7	
うち、労災による死亡者数(名)	0	0	0	0	0	
休業災害度数率(%)	0.68	0.23	0.87	0.87	1.09	
休業災害強度率(%)	0.01	0.01	0.04	0.01	0.00	

## 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、従業員一人ひとり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。

# 社会貢献活動

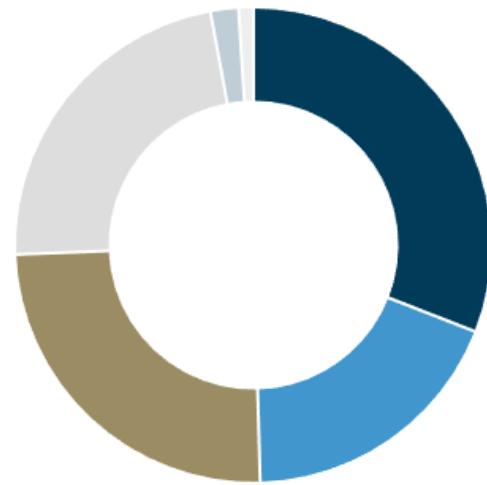
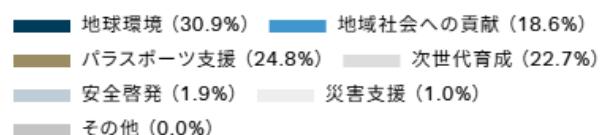
## 基本的な考え方

ゴールドウイングループでは社会貢献活動として、創業の地である富山をはじめとするさまざまな地域社会への貢献活動や、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したパラスポーツ支援、次世代を担う子どもたちを育む活動に取り組んでいます。

## 社会貢献活動支出

当社グループでは、「人を挑戦に導き、人と自然の可能性をひろげる」というパーソナリティのもと、人と自然が共存し、豊かな未来をつくり出せるよう様々な社会貢献活動を行っています。2024年度の社会貢献活動の総支出額の実績は2億5,446万円でした。

寄付だけでなく、大会協賛、製品での支援等も含まれています。



## 地域社会への貢献

### 創業の地・富山県との包括連携協定

2024年6月27日、当社は富山県と、県民サービスの向上および地域社会の活性化を目的とした包括連携協定を締結しました。

## 包括連携協定の主な内容

1. 地域振興に関すること
2. 地球環境のサステナビリティ推進に関すること
3. 観光振興に関すること
4. 子どもの育成支援に関すること
5. スポーツ振興に関すること
6. ものづくり産業に関すること
7. 災害支援に関すること

本協定に基づき、相互の知見や資源を有効活用し、県民サービスの向上および地域活性化を図ります。とりわけ、2027年夏に富山県南砺市にオープン予定の「Play Earth Park Naturing Forest」を活用した地域振興・地球環境のサステナビリティ推進・子どもの育成支援を推進します。

当社は「PLAY EARTH」というコンセプトのもと、未来の子どもたちに向け、人と自然が繋がり、想像力を刺激し合える場所づくりの取り組みを富山県で広域的に展開し、豊かな自然など、富山県の「幸せの基盤」に触れていただく機会づくりと関係人口の拡大を目指し、相互に連携します。



## 「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。世代を超えて多くの人が参加するこの大会を、当社が行っている循環型社会の実現に向けたさまざまな取り組みを社会に発信しステークホルダーとコミュニケーションがとれる機会と捉えており、2015年の第1回大会からゴールドパートナーを務めています。

2024年度は、大会前日に開催される「富山マラソンEXPO2024」において、スポーツウエアを長く使うこともサステナブルな取り組みのひとつであるとの考え方から、今年も「Goldwin Pop Up Factory」を展開。EXPOでは初めてとなる「参加賞Tシャツのカスタマイズ」と、メーカー・ブランド問わず不要な衣服の回収を例年通り実施しました。今年は合計で268kgの衣類

を回収し、リサイクルしました。また、破れてしまったタイツやウインドブレーカーなどがどのように修理されているか、実際の製品の展示とともにリペアサービスの紹介も行っています。

大会当日は、運営スタッフが当社製のウエアを着用し、当社社員もボランティアによる給水所サポートを実施。運営スタッフのウエアとキャップは任意で回収され、クリーニングの上、次回の大会で再利用される予定です。

当社では、この大会を通じて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。

2022年シーズンよりカターレ富山のホームゲームでサポーターからの不要衣類の回収を開始し、2024年度はホームゲーム会場にて9回、合計1,046kgの衣服の回収を実施しました。また2024年に引き続き2025年度も「羽毛布団の回収」も実施。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。



## 「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ワインで開催される「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、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

## 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。



National Parks of Japan  
Official Partner

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

2022年7月に国立公園の持続可能な「保護と利用」の実現に向け、「National Parks of Japan」プロジェクトを開始。オリジナルの限定商品「National Park Collection」を販売し、その売り上げの一部を国立公園エリア保全管理のために継続して寄付をしています。また「PLAY EARTH ADVENTURE」として、国立公園を舞台に各地に伝わる歴史や文化を学び、地元の人々と触れあうツアーを9つの国立公園を舞台に10コースで企画しました。さらに代官山蔦屋書店や知床自然センター、新宿御苑アートギャラリーの3か所では、企画展「Discovery of National Parks of Japan Powered by GOLDWIN Vol.1 知床国立公園+石川直樹」を実施するなど、日本が成果に誇る国立公園の魅力を提案しました。

今後も、当社の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きます。



## 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ワインの直営店「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エアやギアの販売を行うとともに、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。

2024年度は、10月にお取引先の企業様および当社社員を対象とした環境研修プログラムを実施し、知床の自然を体験するプログラムや環境保全活動に関するグループワークなどを行いました。

今後も斜里町との連携をさらに進め、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、人と自然との共生の実現を目指し、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います。



## 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。

この包括連携協定の目的は、「ゴールドワイン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のもの」としており、箱根町と連携した取り組みを実施しています。

2024年度は、7月24日から26日に、小学3年生から6年生を対象としたアウトドアイベント「HAKONE TOWN×GOLDWIN KIDS SUMMER CAMP 2024」を開催し、プロスキーヤーであり医学博士でもある三浦豪太氏と一緒に歩くネイチャーハイキングや冒険講座、星空観察（協力：箱根ジオミュージアム）、芦ノ湖での「水辺の安全講習」（協力：芦ノ湖漁協組合）などプログラムを行いました。

また11月21日には箱根町在住の5歳児（年長）を対象とした「HAKONE TOWN×GOLDWIN HAKONE Outdoor Experience Class」を開催しました。箱根町の幼稚園・保育園・こども園に登園している子どもたち41名が参加し、アウトドアコーディネーターの小雀陣二さんと一緒に箱根の間伐材の薪を用いた焚火での料理を楽しみました。

その他にも、登山道補修ボランティア活動への参加や、箱根の自然や文化・歴史を学ぶハイキングイベントなどを定期的に行なうなど、箱根が擁する豊かな自然や色濃い文化の「保護と利用」に資する取り組みを、箱根DMO（一般財団法人 箱根町観光協会）と連携して実施していく予定です。



## 神奈川県葉山町、葉山マリーナと当社との3者による地域包括連携協定

2023年3月29日、当社と葉山町、葉山マリーナと当社は、次世代へ向けて海や山林など葉山町の自然環境に親しみ、守り育てる大切さの理解を促進するため、「連携と協力に関する包括協定」を締結しました。

この連携の項目は

1. 海の生物等に親しむ事業の推進に関すること。
2. 里山管理や山の動植物等に親しむ事業の推進に関すること。
3. 町内の自然環境の保全活動事業の推進に関すること。
4. その他本協定の目的の達成のために必要と認められること。

であり、葉山町の魅力である海や山林などの自然環境に親しみ、それを守り育てる大切さへの理解に向けて、それらが有する資源を緊密な相互連携と協働により有効に活用して事業等を推進することで、町民生活の質の向上および地域活性化を図ることを目的としています。

2024年度は、5月26日に葉山町在住の小学生100名を対象に、環境をテーマとしたクイズ形式の授業や稚魚放流とクルージング体験を実施。イベント内では海洋浮遊ゴミ回収機「SEABIN」を使ったデモンストレーションも行い、海洋問題を考えるきっかけとなる機会を創出しました。

また、ヘリーハンセンのフィールド型のフラッグシップストアとなる、「HELLY HANSEN OCEAN HAYAMA MARINA」では、海や環境にまつわるさまざまなワークショップを開催しています。

今後も葉山町の子どもたちを対象に、葉山の海や山に親しむイベント等を開催し、葉山町が持つ自然環境という資産を、次世代を担う子どもたちに知ってもらうきっかけづくりの場としていきます。



## 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、子ども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とも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。

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」の運行の協力をしています。

2024年度も引き続き「MOUNTAIN TAXI」の運行の協力をを行うとともに、子どもたちを対象に市内の山々に触れていただき、山を知っていただく取り組み「ほくと山の学校2024」や、登山道整備のイベント「Trail Maintenance 2Days in HOKUTO」、障がいを持つ方と健常者の方が一緒にコミュニケーション取りながら行うクライミングイベント「CHALLENGE CLIMBING2024 IN HOKUTO」も開催しており、今後もさまざまな取り組みを実施してまいります。



## 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、主に子どもたちに向けて、さまざま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

2024年度の活動はありませんでしたが、今後も引き続き支援を行う予定です。

## 赤坂・青山SDGs月間「カリッパ de SDGs！」への協賛

当社は、本社ビルの所在地である東京都港区北青山において、近隣の企業、団体との連携を深める活動を推進しています、2024年度においては、港区立赤坂子ども中高生プラザ青山館カリッパにて、11月16日に開催した赤坂・青山SDGs月間「カリッパ de SDGs！」に参加し、児童および保護者を対象に「パラコードを使用したボトルホルダー作り」を実施しました。

今後も引き続き、さまざまな取り組みを通して地域への貢献活動を推進していきます。



## 国際トレイルランニング大会「Mt.FUJI100」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、Mt.FUJI100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。

2024年は4月25日～27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。

今大会も株式会社JEPLAN、ウルトラトレイル・マウントフジ実行委員会とのパートナーシップにより会場内に設置された特設ブースで不要衣類の回収を行いました。

また、不要シューズの回収も実施。回収されたシューズは、パートナー団体を通じてリユースシューズとして新たな役割を与えられます。



## パラスポーツ支援

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、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パラスポーツ支援活動を積極的に行ってています。

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。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。

2024年度は、当社が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世界大会において好成績を収めました。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ので、選手の活躍を陰でささえています。



提供:日本パラ水泳連盟



また、継続して社員・家族観戦動員や体験会の参加・実施など、パラスポーツに触れる機会創出を行っています。



加えて、2024年度は当社従業員でパラ水泳選手の鈴木孝幸が学校での公演会、イベントなどに出演、また主催の鈴木孝幸杯インクルーシブ短水路水泳競技大会を通じて、さまざまな方に向けた多様性を受け入れることの大切さを伝えました。



# 次世代育成

---

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、未来を担う子どもたちに向けて、さまざま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。

## 「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：ナスタークレース協会）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）

2024年度は、2月20日～22日に苗場スキー場において開催し、また、3月に北海道美唄市で「ゴールドウイン ナスタークレース ユース ドリームグランプリ 2025」が開催されました。これらの大会において選ばれた8名のチルドレンレーサーは、カナダで行われた「FISチルドレン 31st ウィスラーカップ 2025」に日本代表選手として派遣されました。

NPO法人ナスタークレース協会



## 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、仲間ととも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。

2024年度は、北海道、九州、関西など日本各地のフィールドで5回、ワークショップで1回、オンラインで1回、開催しました。

THE NORTH FACE KIDS NATURE

SCHOOL



## 「ゴールドワイン 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ワイン開発では、ゴルフ倶楽部ゴールドワイン(富山県小矢部市)において「ゴールドワイン 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。この大会は、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。

2024年度は8月9日、富山県、石川県、その他地域から31名のジュニアゴルファーが集まり、第15回大会を開催。18ホールのストロークプレーで熱戦が繰り広げられ、年代・性別のクラスごとに上位の選手が表彰されました。



## 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ィアや方法論を提案しています。

当プロジェクトは、2022年11月に恵比寿ガーデンプレイス(東京都渋谷区)センタープラザ1階にオープンした、“自然／子ども／遊び”をテーマにキッズアイテムを横断的に取り扱う初のエディトリアルショップ「PLAY EARTH KIDS」を拠点として、多様な活動を行っています。

ショップでは、サイズが合わないなどで着なくなったキッズ製品を買取り、世界で1点物の製品としてリペアし販売するサステナブル・レーベル「GREEN BATON」の第一号製品の販売を開始したほか、子どもの遊びを創造し、自然との関わりを豊かに広げるPLAY EARTH KIDSオリジナルの商品も取り揃えています。

2024年度は、年間を通じて、様々な場所で子どもたちの創造性を引き出すワークショップを行いました。

PLAY EARTH KIDS



## 財団活動

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

---

#### ゴールドワイン西田育英財団

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・ファッショング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ワイン 西田育英財  
団 

---

#### ゴールドワ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ワイン西田東作ス  
ポーツ振興記念財団 

---

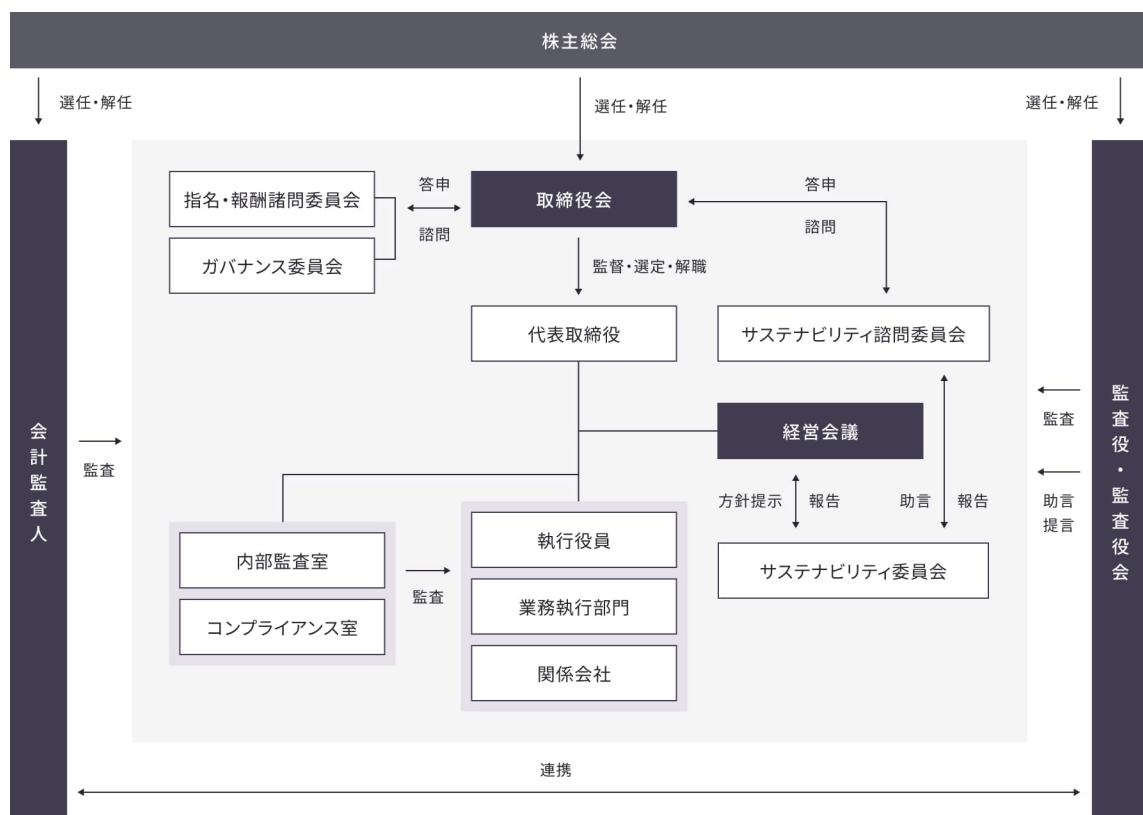
## コーポレート・ガバナンス

## 基本的な考え方

当社は創業の企業理念「スポーツを通じて豊かな健康生活を実現する」を礎に、これから地球と人間をめぐる新しい未来の実現を目指すPurpose「人を挑戦に導き、人と自然の可能性をひろげる」を掲げています。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、顧客対応の向上、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、収益力の拡大並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。

この基本的考え方のもと、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「ゴールドウイン企業行動規範」として、全ての役職員に徹底されています。

## コーポレート・ガバナンス制度



機関設計:監査役会設置会社

※2025年6月25日現在

社外取締役  
5名／12名

社外監査役  
3名／4名

女性取締役  
2名／12名

## 各機関の概要

機関	構成	活動
取締役会	議長：取締役副社長 取締役12名、監査役4名	<ul style="list-style-type: none"><li>重要案件の審議、経営の監督、経営方針の議論を行う</li></ul>
指名・報酬諮問委員会	議長：社外取締役 社内取締役3名、社外取締役5名	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li><li>役員の報酬制度の検証</li><li>役員の後継者育成策の検討</li></ul>
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	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li><li>ガバナンス上の重要リスク対策の検討</li></ul>
経営会議	議長：代表取締役社長 取締役7名、執行役員2名、常勤監査役1名	<ul style="list-style-type: none"><li>業務執行の決定と業務の執行を実施</li></ul>
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	<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li></ul>
サステナビリティ諮問委員会	取締役12名、監査役4名、諮問委員（外部有識者）2名	<ul style="list-style-type: none"><li>サステナビリティ経営の推進に関わる重要課題を審議し、進捗の確認をする。</li></ul>

## 取締役・監査役、執行役員の選任

取締役・監査役候補の指名にあたってはその経歴、識見および人格等を取締役会で充分に検討し、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、執行役員の解雇については「執行役員規程」に解雇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雇されることになります。

#### 現在の取締役の備える主なスキル

取締役	企業経営	財務・会計	人事・人材開発	ガバナンス・法務	研究開発	製造技術	営業	マーケティング	グローバル経験	社会・環境	IT	スポーツリテラシー
渡辺 貴生（代表取締役社長CEO）	○			○	○		○	○	○	○		○
本間 永一郎（取締役副社長）	○	○		○			○	○	○			○
白崎 道雄（取締役CFO）	○	○	○	○					○			○
森 光（取締役COO）	○				○		○	○	○	○		○
金田 武朗（取締役CSO）	○	○		○				○	○		○	○
新井 元（取締役CRDO）	○				○	○	○	○	○	○		○
川田 慎二（取締役）	○				○	○	○	○	○	○		○
秋山 里絵（社外取締役）				○					○			○
好本 一郎（社外取締役）	○		○				○		○			○
為末 大（社外取締役）	○		○		○				○	○		○

取締役	企業 経営	財 務 ・ 会 計	人 事 ・ 人 材 開 発	ガ バ ナ ン ス ・ 法 務	研 究 開 発	製 造 技 術	営 業	マ ー ケ テ イ ン グ	グ ロ ーブ ル 経 験	社会 ・ 環 境	IT	ス ポ ー ツ リ テ ラ シ ー
土谷 明 (社外 取締役)	○			○					○		○	○
井本 直歩子(社外 取締役)					○				○	○		○

## 社外役員の選任

当社は、社外役員の独立性に関する基準を定め、当社と利害関係のない独立した社外役員を選任することとしており、すべての社外取締役、社外監査役を東京証券取引所に対し、独立役員として届け出ています。なお、社外役員の独立性に関する基準においては、当該社外役員が次の各項のいずれにも該当してはならないとしています。

1. 現在又は過去10年間において、当社および当社の連結子会社(以下、併せて「当社グループ」といいます。)の取締役(社外取締役を除く)、監査役(社外監査役を除く)、又は使用人に該当しない者。
2. 現事業年度を含む過去3年間において、就任前に以下のいずれにも該当していないこと。
  - a. 当社の現在の主要株主(※1)又はその業務執行者(※2)
  - b. 次のいずれかに該当する企業等の業務執行者
    - i. 当社グループの主要な取引先(※3)
    - ii. 当社グループが総議決権の10%以上の議決権を直接または間接的に保有している者、もしくはその業務執行者。
  - c. 当社グループの会計監査人である監査法人に所属する者
  - d. 当社グループから多額(※4)の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計士、税理士、弁護士、司法書士、弁理士等の専門家
  - e. 当社グループから多額の寄付(※5)を受けている者
  - f. 当社グループの業務執行者を役員に選任している会社の業務執行者
3. 上記2のいずれかに該当する者が重要な者(※6)である場合において、その者の配偶者又は二親等以内の親族
4. 前各項の定めにかかわらず、その他、当社と利益相反関係が生じ得る特段の事由が存在すると認められた者

※1:主要株主とは、当社の直近の事業年度末において、自己又は他人の名義をもって議決権ベースで10%以上を保有する株主をいう。

※2:業務執行者とは、会社法施行規則第2条第3項第6号に定める業務執行者をいう。

※3:主要な取引先とは、取引金額が当社の連結売上高又は相手方の連結売上高の2%を超えるものをいう。

※4:多額の金銭その他の財産とは、個人の場合は過去3事業年度の平均で年間1,000万円以上、法人等の場合は当該法人等の連結売上高の2%以上の額をいう。

※5:多額の寄付とは、過去3事業年度の平均で年間1,000万円を超える金額又はその他の財産を言う。ただし、当該寄付を得ている者が法人、組合等の団体である場合は、当該団体の総収入または経常利益の2%のいずれか大きい方の金額

を越える金額を言う。

※6:重要な者とは、取締役、執行役、執行役員および部長格以上の業務執行者又はそれに準じる権限を有する業務執行者を言う。

### 社外役員の活動状況(2025年3月期)

取締役	森口祐子	当事業年度に開催された退任までの取締役会4回のうち4回出席し、プロスポーツ選手として長年培った豊富な経験、見識に基づき、適宜質問、意見表明等の発言を行っています。指名・報酬諮問委員会の委員として、代表取締役・取締役の人事ならびに報酬構成等について客観的視点から審議を行いました。
取締役	秋山里絵	当事業年度に開催された取締役会17回のうち17回出席し、主に法律の専門家としての豊富な経験と深い見識に基づき、適宜質問、意見表明等の発言を行っています。また、ガバナンス委員会の議長として、ガバナンス体制の強化を行っています。指名・報酬諮問委員会の委員としても、代表取締役・取締役の人事ならびに報酬構成等について客観的視点から審議を行いました。
取締役	好本一郎	当事業年度に開催された取締役会17回のうち17回出席し、企業経営者として長年培った豊富な経験、見識に基づき、適宜質問、意見表明等の発言を行っています。指名・報酬諮問委員会の議長として、代表取締役・取締役の人事ならびに報酬構成等について客観的視点から審議を行いました。また、ガバナンス委員会の委員として、ガバナンス体制の強化を行いました。
取締役	為末 大	当事業年度に開催された取締役会17回のうち17回出席し、アスリートとして長年培った豊富な経験、見識に基づき、適宜質問、意見表明等の発言を行っています。指名・報酬諮問委員会の委員として、代表取締役・取締役の人事ならびに報酬構成等について客観的視点から審議を行いました。
取締役	土谷 明	令和6年6月26日就任以降、当事業年度に開催された取締役会13回のうち13回出席し、システム開発、DX推進・IT強化の豊富な経験、見識に基づき、適宜質問、意見表明等の発言を行っています。指名・報酬諮問委員会の委員として、代表取締役・取締役の人事ならびに報酬構成等について客観的視点から審議を行いました。
取締役	井本直歩子	令和6年6月26日就任以降、当事業年度に開催された取締役会13回のうち13回出席し、アスリートとしての豊富な経験と、約20年間における国際機関の勤務経験、見識に基づき、適宜質問、意見表明等の発言を行っています。指名・報酬諮問委員会の委員として、代表取締役・取締役の人事ならびに報酬構成等について客観的視点から審議を行いました。
監査役	塩原明之	当事業年度に開催された取締役会17回のうち17回、監査役会16回のうち16回に出席し、大手商社出身で主に関連業種で培ってきた豊富な知識・経験等に基づき、適宜質問、意見表明等の発言を行っています。

監査役	世一秀直	当事業年度に開催された取締役会17回のうち17回、監査役会16回のうち16回に出席し、大手商社出身で主に関連業種で培ってきた豊富な知識・経験等に基づき、適宜質問、意見表明等の発言を行っております。
監査役	森田 勉	当事業年度に開催された取締役会17回のうち17回、監査役会16回のうち16回に出席し、主に銀行経営者としての豊富な経験と深い見識に基づき、適宜質問、意見表明等の発言を行っております。

## コーポレート・ガバナンスの強化に向けた取り組み

当社は株主共同の利益を向上させ、持続的な成長と企業価値の向上の実現を図るために、経営の効率化、健全性、透明性を高め、コーポレート・ガバナンスを充実させることが重要課題であると認識し、その体制を強化しています。具体的には、業務の執行を迅速かつ効果的に行うため、内部統制機能の充実、職務権限規程等の運用を行うことにより、その実効性を図るとともに、コンプライアンス体制を構築し、リスク管理、経営の透明性確保や公正な情報開示等の取組みを行っています。

### 当社の取締役会について

取締役会は株主に対する受託責任・説明責任を踏まえ、当社の持続的成長と中長期的な企業価値向上を図るため、重要な業務執行の決定を行うとともに、社外取締役5名を中心とした業務執行の監督を行っています。また、各取締役の経営責任を明確にし、経営環境の変化に迅速に対応できる経営体制とするため、取締役の任期を1年とし、株主の皆さまの意思が速やかに反映されるようになっています。

2024年度は、取締役会において、以下の点について、重点的に審議を行いました。

#### 【事業計画および中期経営方針】

事業計画および中期経営方針の策定、業務執行に関する重要事項の審議を行いました。

### 指名・報酬諮問委員会の設置

当社は、取締役および執行役員の指名ならびに報酬の決定について、公正性および透明性を確保するため、指名・報酬諮問委員会を設置しています。指名・報酬諮問委員会は、その過半数を社外取締役とし、取締役会の諮問に応じて取締役および監査役候補者の指名に関する事項等を審議し、その内容を取締役会へ答申しています。

2024年度は、指名・報酬諮問委員会において、以下の点について重点的に審議を行いました。

#### 【2024年6月以降の取締役・監査役の報酬】

取締役報酬等の総額、基本報酬、また業績連動報酬について審議しました。

## 【役員定年規程の見直し】

取締役の定年について審議しました。

## 【CXOの制定】

グローバルスタンダードを考慮したCXO体制について審議しました。

## 【スキル・マトリックス】

当社の取締役に必要なスキル・経験を改めて議論し、スキル・マトリックスを更新しました。

## 【役員トレーニング】

取締役の役割、コーポレート・ガバナンスについて、Webセミナーを受講しました。

## 【2025年6月以降の取締役候補者の指名】

更新したスキル・マトリックスをもとに、2025年6月以降の取締役候補者を審議しました。

### 指名・報酬諮問委員会設置の目的

取締役の指名、報酬などに係る取締役会の機能の独立性・客観性と説明責任を強化し、コーポレート・ガバナンスのさらなる強化を図ることを目的として、取締役会の任意の諮問機関として「指名・報酬諮問委員会」を設置しています。

### 指名・報酬諮問委員会の権限・役割

指名・報酬諮問委員会は、取締役会の諮問に応じて、以下の事項について審議し、その原案を決定します。

1. 取締役候補者の指名に関する事項
2. 取締役の解任に関する事項
3. 取締役の報酬に関する事項
4. 上記1から3にかかる基本方針・基準に関する事項
5. 取締役の後継者計画(育成を含む)に関する事項
6. 上記のほか、取締役会が指名・報酬諮問委員会に諮問した事項

### 指名・報酬諮問委員会の構成

当社の指名・報酬諮問委員会は3名以上で構成し、その過半数は独立社外取締役とします。今期の指名・報酬諮問委員会は9名で構成し、そのうち5名を独立社外取締役としています。

## 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。2024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。

2024年度は2024年12月にアンケートを実施し、2025年1月のガバナンス委員会でディスカッションを行いました。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. 取締役およ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

### アンケート項目

- ・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、新しい考え方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ともに、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こと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。

## 2024年度の状況（2024年4月1日～2025年3月31日）

社内取締役の報酬は基本報酬、業績連動報酬およ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います。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、決定するものとします。

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)	395	270	125	—	59	7
監査役 (社外監査役を除く)	18	18	—	—	—	1
社外役員	72	72	—	—	—	9

## 取締役報酬ポリシー

指名・報酬諮問委員会では、以前から招集通知当社の取締役報酬における変動報酬比率の相対的な低さについて課題認識を有しており、この度の経営体制変更を機に、当社のあるべき取締役報酬制度についても議論を重ね、2025年5月22日開催の取締役会において、取締役報酬ポリシーを策定のうえ、現行の取締役報酬制度全般を改定することとしました。なお、新制度は、当社の事業成長や外部環境の変化等に応じて、継続的に見直しを行います。

### 基本方針

1. 企業価値向上の責任を自覚させる内容
2. 戦略・事業計画達成の動機付けにつながる構成
3. 個々の責任・役割の重さに見合うと感じられるレベル
4. 市場・社会の通念上、会社にふさわしいと思われるレベル
5. 優秀な人材を獲得、維持できるレベル
6. 報酬総額が会社の財務状況からみて妥当な範囲

### 報酬体系

#### ◆報酬水準

基本方針に則り、各取締役の責任・役割の重さに応じて、当社にふさわしい競争力ある水準とする。報酬水準の設定に

あたっては、客観性の観点から経済情勢、当社業績、国内同業・同規模の他社水準や外部専門家の報酬調査データ・助言等を勘案する。また、外部環境の変化等に応じて、適宜見直しを行う。

### ◆報酬構成

固定報酬である基本報酬・手当と業績連動報酬である単年賞与・株式報酬から構成される。

#### 【固定報酬】

- －基本報酬：役割の大きさに応じて支給する基本給
- －手当：社内取締役の監督業務および一部の社外取締役が担う委員長等の役割に対して支給する手当

#### 【業績連動報酬】

- －単年賞与：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、当期の会社および個人の業績達成度に連動して支給する短期インセンティブ報酬
- －株式報酬：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および株主との価値共有の促進を目的として、中長期の会社の業績達成度に連動して支給する中長期インセンティブ報酬

### ◆報酬比率

#### 【社内取締役】

業績・企業価値向上への動機付けを高めるため、報酬全体に占める固定報酬比率を引き下げ、業績連動報酬比率を拡大する。責任・役割が大きいほど、業績連動報酬比率・株式報酬比率を高く設定する。

固定報酬	単年賞与	株式報酬
44～53%	28～33%	18～28%

例えば、基準額(すべての評価指標につき目標達成率が100%であった場合の報酬額を指す)におけるCEOの構成比率は、固定報酬：単年賞与：株式報酬=44%:28%:28%となる

#### 【社外取締役】

職務に鑑み、固定報酬100%とする。

### ◆報酬の支給時期

- －固定報酬：原則として月次で支給する
- －単年賞与：毎年1回、一定の時期に支給する
- －株式報酬：業績評価期間終了後に、譲渡制限期間を設けた上で交付する

### 業績連動報酬の決定方法

会社および個人の指標ごとの業績達成度に基づき決定する。また、外部環境の変化等に応じて、適宜見直しを行う。

### 報酬ガバナンス

取締役の個人別の報酬額は、社外取締役を委員長とし、社外取締役が過半数の委員を占める指名・報酬諮問委員会における審議を経て、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。

#### 【CEO】

- －水準・構成：指名・報酬諮問委員長が委員会に提案する
- －評価：委員長および社外取締役委員が評価を行い、委員長が委員会に提案する

#### 【CEOを除く社内取締役】

- －水準・構成：CEOが委員会に提案する
- －評価：CEOが評価を行い、委員会に提案する

## 2025年度の取締役報酬の内容および算定方法

取締役報酬ポリシーに基づき、2025年度における取締役の報酬制度の概要を定めています。

### 固定報酬

基本報酬および手当で構成される固定報酬は、月例の金銭報酬であり毎月均等に支給します。基本報酬は役割の大きさに応じた金額としています。手当は、役割に応じて一律で定める確定額としています。

### 単年賞与

単年賞与は、単年度の会社および個人の業績達成度に応じて社内取締役に支給する業績連動型の金銭報酬です。取締役報酬としての総報酬基準額（すべての評価指標につき目標達成率が100%であった場合の報酬額を指します）に一定の割合を乗じた額を基準額とし、0～200%の変動幅の範囲内で、下記のとおり会社および個人の業績評価の数値および構成割合に基づく算定式に従って支給額を決定し、当該事業年度に係る定時株主総会後の一定の時期に支給します。評価指標とその構成割合および個人別支給額の0～200%の変動幅を確定するための各指標の上限値、目標値および閾値は、指名・報酬諮問委員会における審議を経て、取締役会で決定します。

### 単年賞与の算定式



### 各指標の構成割合、評価内容・目的および目標値

評価指標	構成割合			評価内容・目的	目標値
	CEO・副社長	COO・CFO・CSO	左記以外		
売上高	20%	25%	25%	事業年度ごとの成長、事業拡大	1,415億円
売上高総利益率	20%	25%	12.5%	適切なプライシング・ブランドポジショニングおよび製造・調達コスト	52.9%
営業利益	20%	25%	12.5%	キャッシュフローの源泉・稼ぐ力の拡大	257億円
経常利益	20%	0%	0%	持分法適用会社の収益強化	335億円
個人目標	20%	25%	50%	個人の戦略的取組み強化	—

## 株式報酬

株式報酬は、連続する3事業年度における会社の業績達成度に応じて社内取締役に業績連動型譲渡制限付株式を付与します。事業年度ごとに、取締役報酬としての総報酬基準額に一定の割合を乗じた基準額と基準株価に基づき算出される基準ユニットを付与し、ユニット付与日が属する事業年度を初事業年度として連続する3事業年度が経過した後に、0～200%の変動幅の範囲内で、下記のとおり会社の業績評価の数値および構成割合に基づく算定式に従ってユニットの数を調整のうえ、1ユニット=1株として当社普通株式を譲渡制限付で交付します。譲渡制限は退任時に解除します。評価指標とその構成割合および個人別支給額の0～200%の変動幅を確定するための各指標の上限値、目標値および閾値は、指名・報酬諮問委員会における審議を経て、取締役会で決定します。

## 株式報酬の算定式

会社業績(連続する3事業年度)

株式報酬交付  
ユニット数

=

株式報酬基準  
ユニット数

×

ROE

ESG

## 各指標の構成割合・評価内容・目的および目標値

評価指標	構成割合	評価内容・目的	目標値
ROE	一律80%	資本効率性の向上、株主との価値共有の促進	18% (3事業年度平均)
ESG	一律20%	サステナビリティの取組み	—

## 監査役の報酬制度

監査役の報酬については、取締役の職務執行を監査するという役割に鑑みて、業績連動報酬は導入せず、固定報酬（金銭）のみとします。

## 役員の報酬等の決定方法

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、決定するものとします。

監査役個々の報酬につきましては、監査役会の協議によって定めています。

なお、取締役の金銭報酬限度額は、2025年6月25日開催の第74回定時株主総会において年額800百万円以内（うち、社外取締役100百万円以内）と付議することといたしました。当該決議の対象とされている取締役の員数は12名（うち、社外取締役5名）です。監査役の報酬限度額は、2016年6月23日開催の第65回定時株主総会において年額70百万円以内と決議しております。当該決議時の対象とされていた監査役は4名（うち、社外監査役3名）です。

## 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開発、生産および金融面においてさまざま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縮減していく方針のもと、現在保有している株式についても、毎年取締役会で個別に検証しています。その結果保有目的が適切であり、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いたしますが、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することといたします。

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。

## コンプライアンス

### 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 →

---

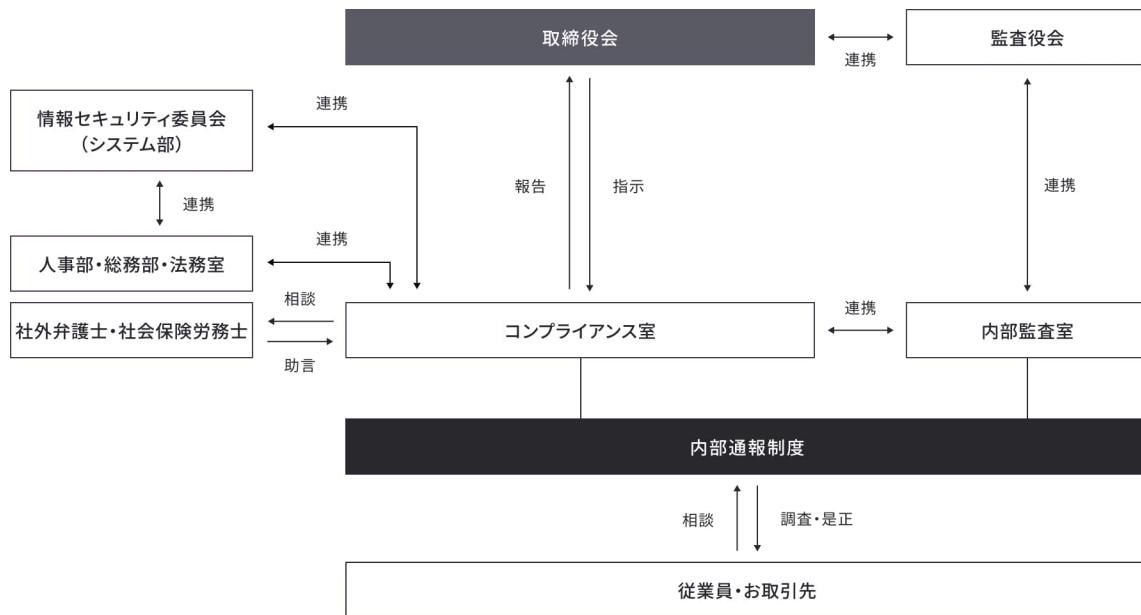
### 推進体制

---

当社では、コンプライアンス室と内部監査室が連携して対応するコンプライアンス推進体制を構築しています。「企業行動規範・従業員行動基準」の現場での運用状況については、代表取締役および監査役会がコンプライアンス室から報告を受け、その状況を監視しています。また、コンプライアンスに関する各種施策は経営会議で報告されるほか、取締役会による監督・指示を受けています。

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・対応などで情報セキュリティ委員会（システム部）、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ほか、月次で売上や支払い等の財務データをモニタリングすることで、不正の未然防止に取り組んでいます。

さらに、「コンプライアンス研修」を毎年実施することに加え、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。

2024年度は、ゴールドウインググループのメールアドレス保有者1,334名とゴールドウインググループ販売職834名に対し、コンプライアンス意識調査アンケートを実施しました。回答結果を踏まえ、コンプライアンス研修などコンプライアンス意識徹底に関わる施策に反映し、コンプライアンス意識の醸成に役立てています。また、グループ会社を含む従業員1,274名と、全国の販売職931名に対して、組織風土に関するセルフチェックアンケートを実施しました。コンプライアンスに関する設問では、コンプライアンスに対して意識高く取り組まれており理解も深まっていることが回答結果から伺えました。

今後もこのような活動を通じ、従業員のコンプライアンス意識の現状を把握し、改めて研修や施策に繋げていきます。

## コンプライアンス教育

グループ会社を含めた全従業員を対象とした「コンプライアンス研修」を毎年実施しています。2024年度は、コンプライアンス、組織的不正の防止、内部通報制度の周知徹底を目的に研修を実施し、2,917名(受講率100%)の従業員が受講しました。

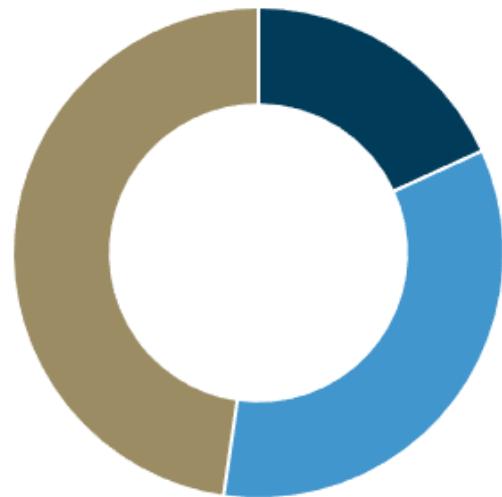
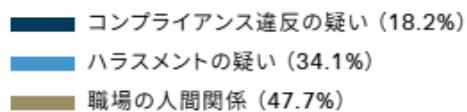
また「職場で嫌がらせを放置していませんか?」「気軽にSNSに投稿していませんか?」「あなたのその発言って大丈夫?」など身近なテーマでコンプライアンスについて考えてもらうために「コンプライアンス便り」のメールマガジンを12回発行しました。店舗管理職向け(エリア長・店長)にはパワーハラスメント研修をオンラインで実施し、122名が受講しました。さらに、販売職に対しては郵送でコンプライアンス通信を発送し、内部通報制度の周知に加えて、コンプライアンスへの考え方を共有し、従業員一人ひとりの意識醸成を図っています。2024年度も内部監査の結果とともに、従業員のコンプライアンス意識が向上してきていることを共有し、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

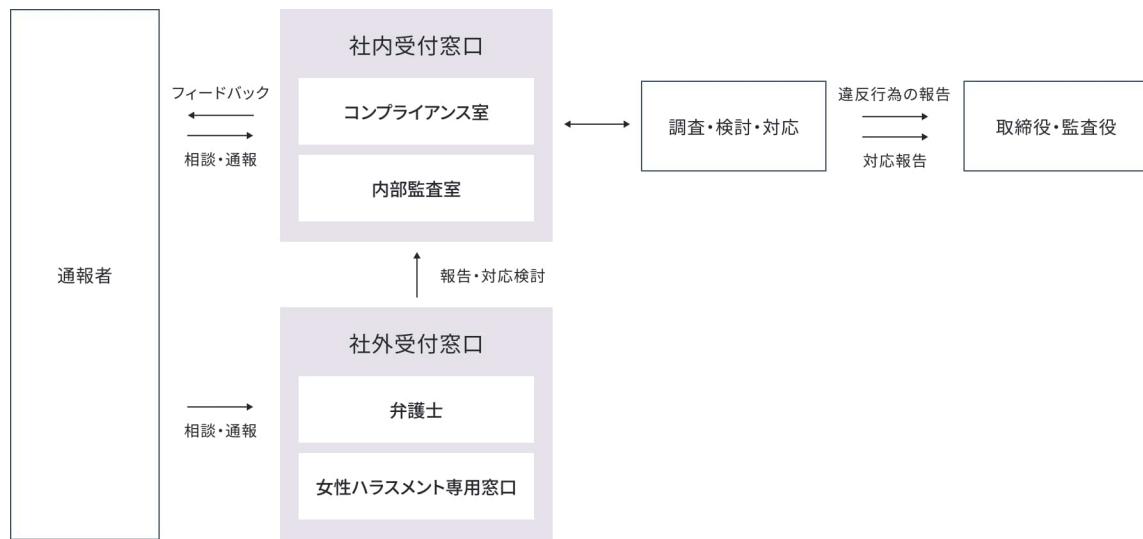
当社グループにおける職務執行に関して、不正行為、法令違反、企業倫理違反、またはそれらの疑義行為について相談・通報を受け付ける内部通報制度(企業倫理ホットライン)を運用しています。法令、会社の各種内部規定等の違反を対象としており、いじめ・ハラスメント・腐敗防止・贈収賄禁止・不法就労・人権侵害などを網羅しています。受付は社内窓口と、社外窓口の弁護士と社会保険労務士事務所が行っており、匿名での相談・通報が可能となっています。

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。

2024年度も引き続き内部通報制度・窓口の周知に注力し、コンプライアンス意識調査では93%の従業員が内部通報制度を知っていると回答しました。また「コンプライアンス違反の疑い」「ハラスメントの疑い」「職場の人間関係」の3つの項目において44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



また、内部通報制度とは別に、内部監査室では監査業務を通じて従業員からの面談希望を受け付けています。面談の対象となる相談内容には、「ハラスメント」に加え、「上司と部下のコミュニケーションの問題」なども含まれており、大きな問題に発展する前に気軽に相談できるよう配慮しています。

組織改善の取組としては、組織風土に関するセルフチェックアンケートの結果に基づき、「改善が必要」と判断された事項について取締役会に報告しています。また、内容に応じて、社長や執行役員等へ個別に報告を行う場合もあります。

## 腐敗防止・贈収賄禁止への取り組み

### 1. 当社内に関する取り組み

当社グループでは企業行動規範に基づき、組織的に贈収賄防止に取り組む体制を整備しています。具体的には以下の2種類の贈収賄関連活動を禁止します。

1. 国内外の公務員その他の政府関係者（政府に準ずる機関に勤める個人を含む）に対して優遇措置の取得・維持を目的とする、またはそのような疑義を招く接待、贈答、金銭などの供与
2. 取引会社等に対して、不当な利益や優遇措置の取得・維持を目的とする接待、贈答、金銭などの授受・供与

また独占禁止法・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。

### 2. サプライヤーに関する取り組み

当社グループでは、サプライヤーの皆さんに対して、お取引をいただく際の基本的な原則を「ゴールドウイングループサプライヤー行動規範」として定め、その理解と遵守にご協力いただいている。サプライヤーの皆さんに対しての腐敗防止・贈収賄禁

止に関する取り組みについても「ゴールドウイングループサプライヤー行動規範」に定めており、新規取引を開始時には同意書の提出をお願いしています。

※詳細は「サプライチェーン・マネジメント」をご確認ください。

## 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、内部通報制度の運用、腐敗防止の徹底、コンプライアンス研修の実施に取り組み、従業員一人ひとりのコンプライアンス意識の醸成に取り組みます。また、今後の事業領域拡大に向けた体制の整備、強化も進めていきます。

# 企業行動規範・従業員行動基準

## 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および業務水準に基づき、国際基準を支持し、各法令ならびに、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、ゴールドワイン、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・顧客情報を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、すべ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組みます。

### 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、ゴールドワイン、その子会社、および関連会社に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

- a. 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。
- b. 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。
- c. 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。
- d. 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。
- e. 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「ゴールドワ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「ゴールドワ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。
- f. 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、疑惑を招く行為を行いません。
- g. 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

- a. 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。
- b. 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はなく、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。

c. 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

a. 開発部門、販売部門（代理店・小売店様を含む）、お客さま相談窓口などの連携を図り、お客さまのニーズを把握し、地球環境を考慮した製品・サービスを開発・提供します。

b. 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、消費にいたるすべ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。

c. お客さまが合理的に製品・サービスを選択できるように、不当景品類および不当表示防止法（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

a. 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・待遇制度を構築します。

b. 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組みます。

c. 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。

d. 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。

e. 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

a. 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。

b. 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。

c. 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。

d. 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。

## リスクマネジメント

### 基本的な考え方

---

ゴールドワインでは、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止め早期に復旧することを目的に「リスク管理規定」を定め、さまざまなりスクに備えています。

2024年度は、現在会社として進めている「コト事業」に関してリスクの洗い出しを実施し、新たに「イベントでの死傷事故防止対策」「安心安全な運営のガイドラインの策定」などにも注力して、リスク分析と対策強化を実施しています。

### リスクマネジメントに関する トップメッセージ

---

変化が激しく不確実性の高い現代において、私たちはさまざまな挑戦を通じて新しい未来の実現を目指しています。この変化に伴う多様なリスクを適切に管理し、機会に変えることは、ゴールドウイングループの持続可能な成長に不可欠です。リスクを正しく把握しない場合、事業やブランドに悪影響を及ぼす可能性があります。

私たちがフィールドとしてきた自然との共生には、常に多くのリスクが存在します。リスクを理解し、地球環境に優しい選択をすることは、未来を守るための重要なステップです。

リスクマネジメントは単なる業務の一部ではなく、私たちの企業文化として根付かせるべきものです。“人を挑戦に導き、人と自然の可能性を広げる”というPurposeのもと、適切なリスク管理によって、正解のない挑戦に取り組んでいきます。

代表取締役社長CEO  
渡辺 貴生

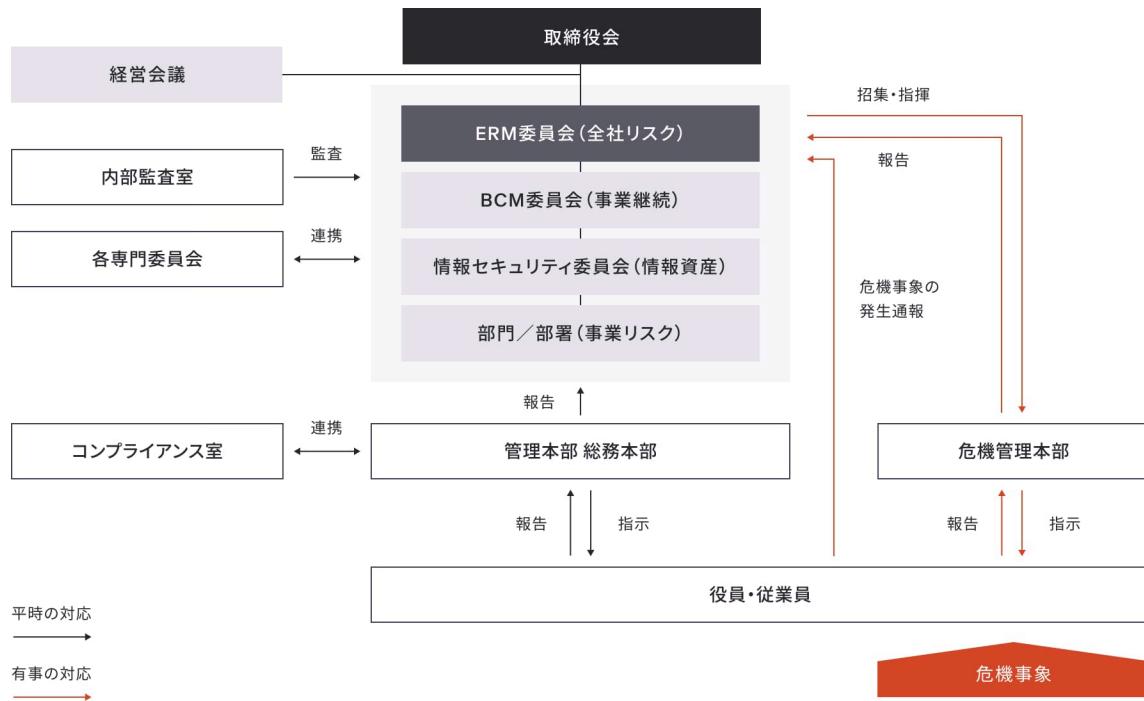
### 推進体制

---

当社は、全社的リスク管理の統括委員会としてERM委員会を設置し、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、ERM委員会の下部組織として、BCM委員会や情報セキュリティ委員会をはじめとする各種委員会を設置し、リスク管理を効果的に実行する体制を整えています。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、管理本部総務部を危機管理の統括部署とし、平時においては総務部が防災・減災・初動対応の実務を実行する体制としています。ERM委員会は管理本部長が委員長を務め、社長を筆頭に各本部長を委員とし選任しています。BCMの運用体制、教育訓練、対策の進捗確認などを年3回開催する委員会にて共有の上、必要な対策を協議しています。

有事の際には、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が設置されます。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



## BCM(事業継続マネジメント)

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にわたって多大な影響を被る可能性があります。当社ではこうした緊急事態をあらかじめ想定し、危機発生時においても従業員とその家族の安全確保を最優先としつつも、社会と地域の安定に寄与し、事業継続による社会的責任を果たすために、2021年度よりBCP(事業継続計画)を策定し、運用しています。

BCPの策定、事前対策や教育訓練の推進、および定期的な点検・是正を平常時から行う体制として、ERM委員会の下にBCM(事業継続マネジメント)体制を構築し、分科会としてBCM委員会が平常時の運用体制を担っています。BCM事務局として管理本部総務部長が責任者となっています。BCM委員会の運営を通じて、事務局からBCM進捗状況、予防処置や是正処置のフォローアップ、教育訓練の計画と実施状況の監督を行っています。

また、RTO(目標復旧時間)として定めている業務の手順書の作成と周知や、グループ会社へのBCP展開、安否確認システムの入れ替えに取り組みました。BCP発動訓練は年2回実施しています。

## 基本方針

従業員の生命安全を最優先として捉えるとともに、スポーツを愛するすべての人に信頼され、期待されるスポーツアパレルメーカーであり続ける為、お客さまへの供給責任を果たし、社会的責任を遂行する。

また、社会の一員として国や地方自治体と連携を図り、従業員・家族の生活支援および地域住民の救助・救援にできる限り協力するとともに、企業価値向上を目指し、持続的な成長発展のため事業継続力強化に継続的に取り組み社会に貢献する。

## 目的

1. 人命第一を旨として、従業員とその家族および社会の安全を最優先とする。(感染症の場合、感染防止策や感染拡大防止策などを含む)
2. 地域社会の安全に貢献する。(社会・経済の混乱防止) お客さまや社会への影響を極力少なくするため、出来る限り早期に製品・サービスの提供を再開する。スポーツアパレルメーカーとしての支援活動を、製造活動、営業活動、広報活動として意識して行うことで、企業価値の維持と向上に繋げる。
3. 有事の対応を決めておくことで、有事の際の権限委譲、早期対応を可能とし、企業・組織の存続と経営の維持・収益の確保を行う。

## 備えるべき脅威と想定リスク

大規模地震、感染症、噴火、火災、テロ攻撃などさまざまな脅威がある中で、当社として最も備えるべき脅威として優先的に大規模地震に対するリスク評価を重点に実施しています。ただし、その他の脅威についても、今後の継続的改善の中で必要に応じて検討を進めます。また、対象拠点単位にリスク状況を整理・分析し、課題や必要な事前対策を改善実施状況として、課題管理表を作成し、進捗管理を行っています。

## 今後の課題

---

全社的リスクマネジメント体制の構築に向けて、社内の各種委員会・各部門との連携を強化します。また、子会社のBCMへの取り込みを検討し、最終的にはゴールドウインググループ全体のリスクマネジメント体制の構築を目指します。さらに、具体策として教育訓練を進めるとともに、全社的防災体制の強化に向けて、社内での認識の統一や情報伝達体制を強化していきます。

# 情報セキュリティ

## 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、ゴールドワインでは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

- a. 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

- a. 当社は、情報資産の機密性、完全性および可用性を確保するための適切な管理を行い、これらを脅かすすべ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

- a. 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

- a. 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. 繙続的な改善

- a. 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

- a. 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

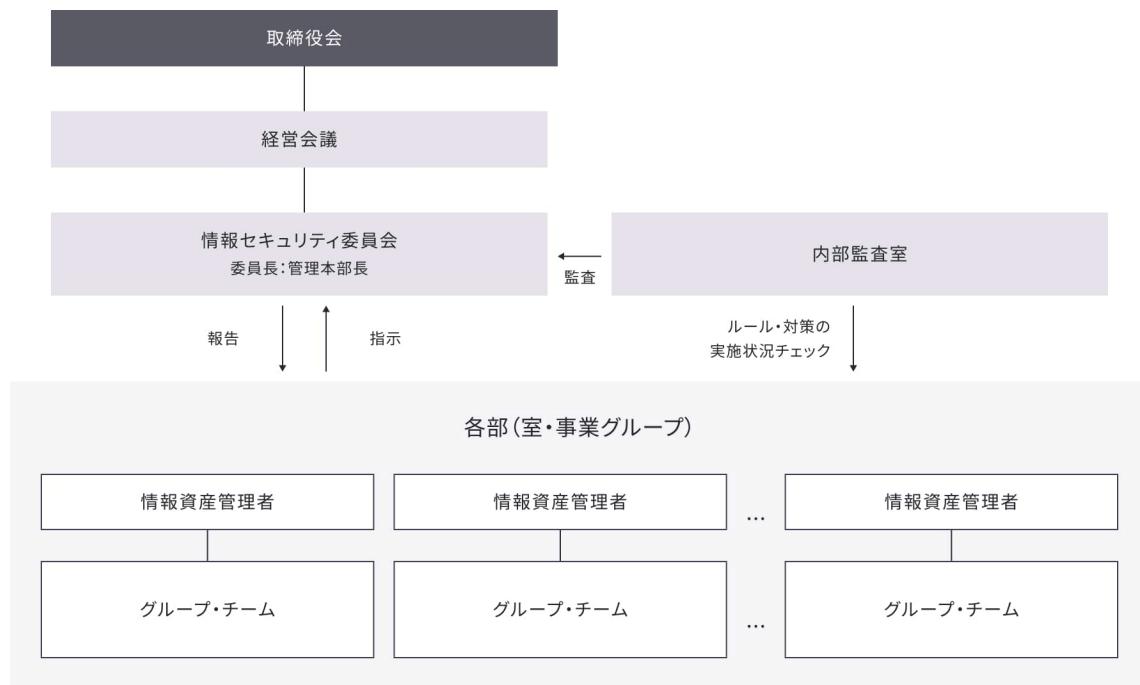
改定:2021年10月1日

# 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隨時招集します。

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を従業員に周知し、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。2024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おり、参加人数は2,917名（対象者全員）、一人当たりの研修時間は40分程度で、全238店舗で受講が完了しています。

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。

## 標的型攻撃メール訓練の実施

2024年度は、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、標的型攻撃メール訓練（3回）を実施しました。

近年、標的型攻撃メールにより特定の企業や組織を狙った重要な情報が盗まれる事案や身代金を要求される事案、ビジネス詐欺メールにより、金銭が搾取される事案が頻発しており、当社においても同種のメールの受信が確認されています。その対策の一環として、情報セキュリティ委員会事務局より、訓練として模擬の標的型攻撃メールを従業員に送付しました。従業員が標的型攻撃メールに実際に触れることにより、「疑わしいメールは開封しない」「怪しいメールを受け取った場合に、メール本文中のURLをクリックしない」「添付ファイルを開封しない」など判断できるようになり、ウイルス感染、情報漏洩等のリスクを低減させる効果が期待されます。訓練メールの中には開封率が高いパターンもあったため、今後も継続的な訓練を通じて、標的型攻撃への認識を高め、セキュリティ意識の強化を進めていきます。

## 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年度より社内で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。

ゴールドワ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年度はその中で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。2024年度は、複数ある業務委託・外部サービス導入に関するルールの体系を整理・明文化し、セキュリティチェックの実施の対象を明確化し、これらの取り組みについて、全社への展開、周知を行いました。

## 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、万一に備えた「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。2024年度の問い合わせ件数は93件でうち77件は不審メールについての問い合わせでした。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

- ・偽のセキュリティ警告(サポート詐欺)

## 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。

# 人権の尊重

## 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。

当社グループのすべての役員・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。

本方針およ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「労働の基本原則およ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、当社グループのすべての役員および従業員に適用されます。

サプライヤーの皆さんにも、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、関係するすべ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、結社の自由およ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およ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、役員およ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ん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さんに当社グループのサステナビリティの活動を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

---

2024年4月1日～2025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の子会社18社、関連会社2社(2025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

---

2025年10月(前回:2024年10月、次回:2026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

→

---

## GRIスタンダード対照表

## 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>国内外拠点・グループ会社</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</u> <u>コンプライアンス</u> <u>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>

項目	開示事項	掲載箇所
	戦略	
102-14	上級意思決定者の声明	<u>トップメッセージ</u>
102-15	重要なインパクト、リスク、機会	<u>トップメッセージ</u> <u>環境マネジメントシステム</u> <u>TCFD提言に基づく情報開示</u> <u>リスクマネジメント</u>
	倫理と誠実性	
102-16	価値観、理念、行動基準・規範	<u>Purpose / Vision / Value</u> <u>企業行動規範・従業員行動基準</u>
102-17	倫理に関する助言および懸念のための制度	<u>コンプライアンス</u>
102 一般開示事項	ガバナンス	
102-18	ガバナンス構造	<u>コーポレート・ガバナンス</u>
102-19	権限移譲	<u>サステナビリティの考え方</u>
102-20	経済、環境、社会項目に関する役員レベルの責任	<u>サステナビリティの考え方</u> <u>環境マネジメントシステム</u>
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	<u>環境コミュニケーション</u> <u>サプライチェーン・マネジメント</u> <u>お客さま満足の向上</u> <u>人材戦略の考え方と人的資本</u>
102-22	最高ガバナンス機関およびその委員会の構成	<u>コーポレート・ガバナンス</u>
102-23	最高ガバナンス機関の議長	<u>コーポレート・ガバナンス</u>

項目	開示事項	掲載箇所
	102-24 最高ガバナンス機関の指名と選出	<u>コーポレート・ガバナンス</u>
	102-25 利益相反	<u>コーポレート・ガバナンス</u>
	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	<u>コーポレート・ガバナンス</u> <u>サステナビリティの考え方</u>
	102-27 最高ガバナンス機関の集合的知見	<u>コーポレート・ガバナンス</u>
	102-28 最高ガバナンス機関のパフォーマンス評価	<u>コーポレート・ガバナンス</u>
	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	<u>サステナビリティの考え方</u> <u>TCFD提言に基づく情報開示</u>
102 一般開示事項	102-30 リスクマネジメント・プロセスの有効性	<u>リスクマネジメント</u>
	102-31 経済、環境、社会項目のレビュー	<u>サステナビリティの考え方</u> <u>TCFD提言に基づく情報開示</u>
	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	<u>コーポレート・ガバナンス</u> <u>リスクマネジメント</u>
	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	<u>コーポレート・ガバナンス</u>
	102-36 報酬の決定プロセス	<u>コーポレート・ガバナンス</u>
	102-37 報酬に関するステークホルダーの関与	<u>コーポレート・ガバナンス</u>
	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	

項目	開示事項	掲載箇所
	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	<u>サステナビリティの考え方</u> <u>方</u>
102-41	団体交渉協定	<u>人材戦略の考え方と人的</u> <u>資本</u>
102-42	ステークホルダーの特定および選定	<u>サステナビリティの考え方</u> <u>方</u>
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	<u>編集方針</u>
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

項目		開示事項	掲載箇所
102 一般開示事項	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	<u>環境マネジメントシステム</u>
	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>社会貢献活動</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	

項目	開示事項		掲載箇所
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	

項目	開示事項	掲載箇所
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 <u>循環型社会の実現</u>
	303-4	排水 <u>循環型社会の実現</u>
	303-5	水消費 <u>循環型社会の実現</u>
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
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)、および他の重大な大気排出物 (該当なし)

項目	開示事項		掲載箇所
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	処分されなかつた廃棄物	
	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>

## 社会

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・待遇</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	

項目	開示事項	掲載箇所	
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	<u>労働安全衛生</u>
	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	<u>労働安全衛生</u>
	403-5	労働安全衛生に関する労働者研修	<u>健康経営</u> <u>労働安全衛生</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	<u>労働安全衛生</u>
	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	<u>サプライチェーン・マネジメント</u>
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	<u>サプライチェーン・マネジメント</u>
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	<u>品質管理</u>
	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	<u>品質管理</u>

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)