

# 会社説明資料

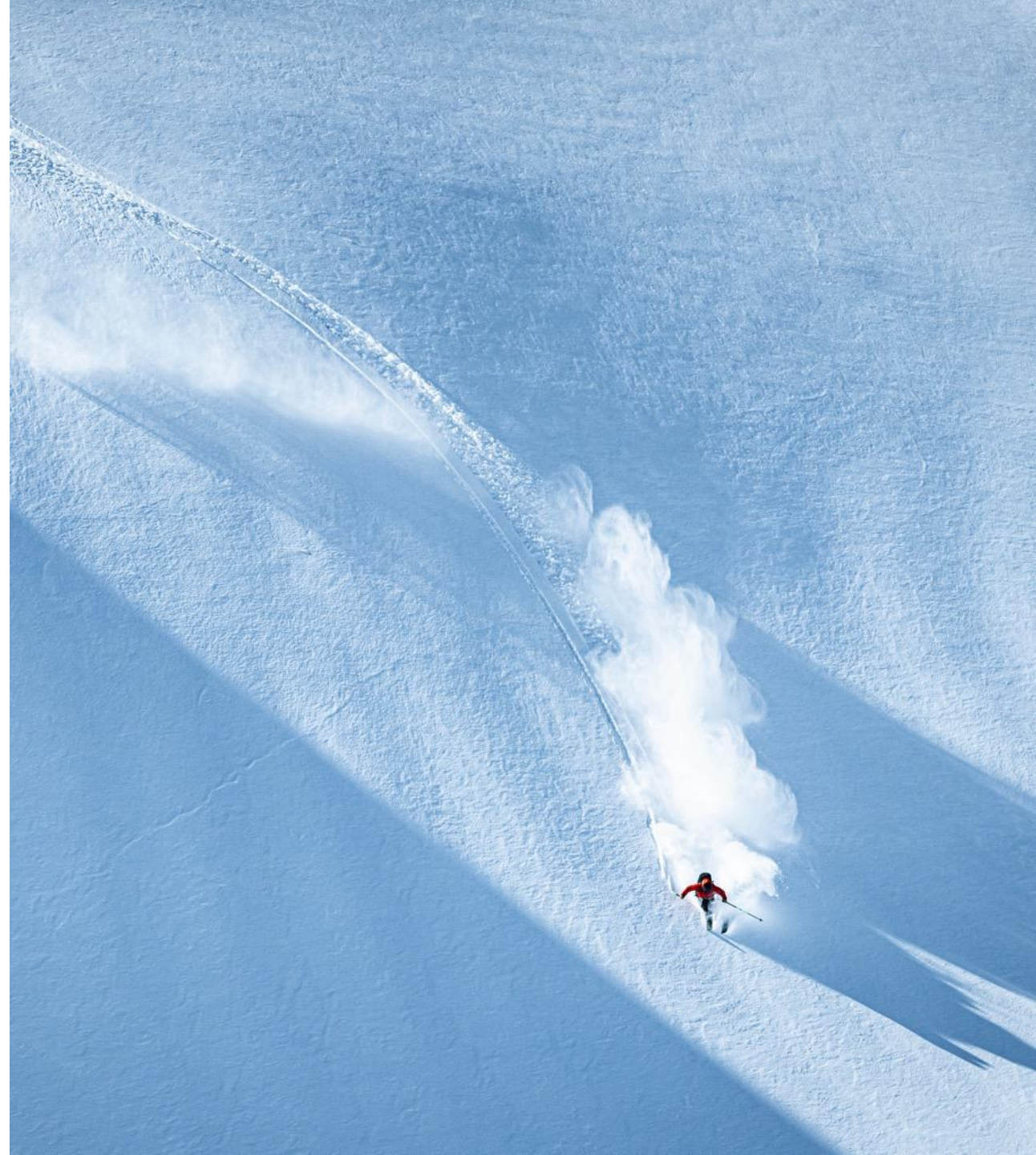
株式会社ゴールドウィン（証券コード：8111）

この資料に掲載されている情報のうち、将来の業績に関する見通しについては、本資料の作成時点において入手可能な情報に基づいて作成したものです。その実現・達成を保証または約束するものではなく、今後、予告なしに変更されることがあります。これらの情報の掲載にあたっては細心の注意を払っておりますが、掲載情報の誤りに関しましては、当社は一切責任を負うものではありませんので、ご了承ください。

1. ゴールドウインのあゆみ
2. 成長を支えた「3つの決断」
3. 未来を創る「3つの成長戦略」
4. 株主・投資家の皆さまと繋がる「3つの取り組み」
5. Appendix



# 1. ゴールドウインのあゆみ



# ゴールドウインのあゆみ

## 会社概要

---

### Goldwin Inc.

株式会社ゴールドウインは、モノづくり、コトづくり、環境づくりの3つを軸に、スポーツやアウトドアの領域を中心として人々の新たな挑戦を支え、その可能性をひらいていくライフスタイルクリエイティブカンパニーである。

私たちはこれまで、ザ・ノース・フェイス（THE NORTH FACE）やヘリーハンセン（HELLY HANSEN）をはじめとする、世界中の優れたスポーツアパレルブランドとの協業を通じて、素材や技術、テクノロジー、環境の研究を日々重ねてきた。多様な背景と専門性をもつブランドの知恵やアイデアを全体で共有しながら、モノづくりとコミュニケーションを進化させ続けている。

スポーツから日々の暮らしに至るまで、人間のパフォーマンスを最大化することはもちろん、環境負荷を可能な限り減らし、人間を生かし、人間が遊ぶフィールドである自然をより豊かなものにしていける。誰かが担うのではなく、私たち自らが率先し、よりよい未来をつくっていく。





## Purpose

---

人を挑戦に導き、  
人と自然の可能性をひろげる  
**Envision new possibilities for  
humanity in nature**

まだ見ぬ未来を思い描くこと。人が森や海で遊び、そこで見つけた遊びがスポーツという新しい文化へと息づいていったこと。記憶を超え、未踏の世界へ踏み出す、その果てしない可能性の探求は、人間が持つ〈想像する力〉から生まれてきた。

私たちは、この力こそが最も原始的で根源的な「ヒューマンテクノロジー」とであると信じている。

だからこそ、スポーツが自然から芽吹いたように、私たちもまた自然から学び、より豊かな環境を未来に向けてデザインし続けるのである。



# ゴールドウインのあゆみ

## 歴史

1950年

戦後の富山県、小矢部市。  
津澤メリヤス製造所という小さな工場から、  
ゴールドウインの歴史が始まった。

創業者である西田東作は、第二次世界大戦で兄二人を亡くす中、  
家族を養うために、「俺がやらねば誰がやる」の精神で「津澤メリヤス製造所」を  
富山県津沢町（現小矢部市）に創業。

「目に見えるところは誰でも気をつける。  
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。」  
彼が言いつづけていたこの言葉は、  
ゴールドウインの土台を支えつづける大切な言葉となっている。



# ゴールドウインのあゆみ

## 歴史

---

### 1964年

舞台は東京。日本が獲得した金メダルの約8割が、ゴールドウインを着た選手たちによるものだった。

1964年、アジア初の夏季国際総合競技大会が東京で開催される。

この大会では、日本人の金メダリストの実に約8割が、ゴールドウイン製のユニフォームを着用。

「より多くの選手にゴールドウイナーになってほしい」という願いを込めて、社名を「津澤メリヤス製造所」から「ゴールドウイン」へと変更してから一年、その願いは見事に現実のものとなったのだ。





# ゴールドウインのあゆみ

## 歴史

---

### 1978年

ザ・ノース・フェイスの販売開始。  
本物のアウトドアスポーツを伝えていく。

1966年、アメリカ西海岸で誕生した、ザ・ノース・フェイス。  
ゴールドウインは、78年に日本での輸入販売を開始する。  
厳しい品質基準、完全なアフターサービス、徹底した機能美の追求。  
世界中から高く評価されたアウトドアブランドは、日本でも瞬く間に広がっていく。  
バックミンスター・フラー博士のジオデシック理論による  
世界初のドーム型テント「オーバルインテンション」など、  
現代のアウトドア用品のベースとなった数々の名品が生み出された。  
フラー博士の“Do more with less.”という考え方は、  
ゴールドウインの社内にも浸透し引き継がれている。





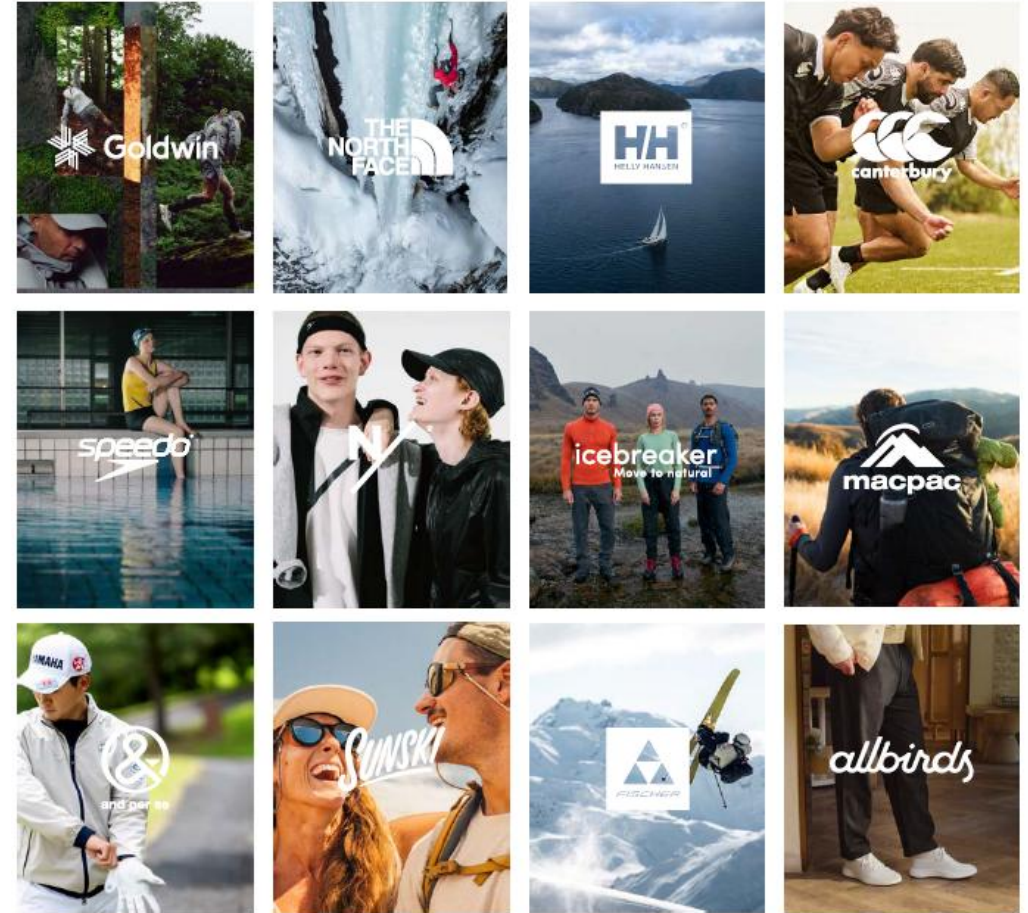
# ゴールドウインのあゆみ

## ブランド

### ブランドポートフォリオ

株式会社ゴールドウインは、モノづくり、コトづくり、環境づくりの3つを軸に、スポーツやアウトドアの領域を中心として人々の新たな挑戦を支え、その可能性をひらいていくライフスタイルクリエイティブカンパニーである。

当社が取り扱う全15のブランドは、当社独自で開発・企画・販売を行う「オリジナルブランド」、商標権を保有する「オウンドブランド」、当社がライセンスまたはディストリビューターとして展開する「ライセンス／ディストリビューションブランド」の3つに分類される。



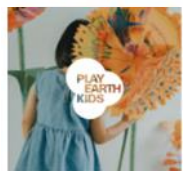
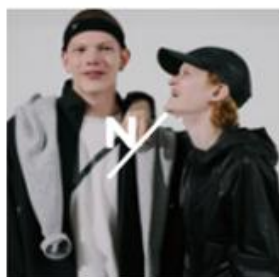
# ゴールドウインのあゆみ

## ブランド

### オリジナルブランド

当社独自で開発・企画・販売

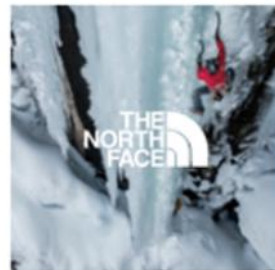
6



### オウンドブランド

当社が商標権を保有

3



### ライセンス/ ディストリビューションブランド

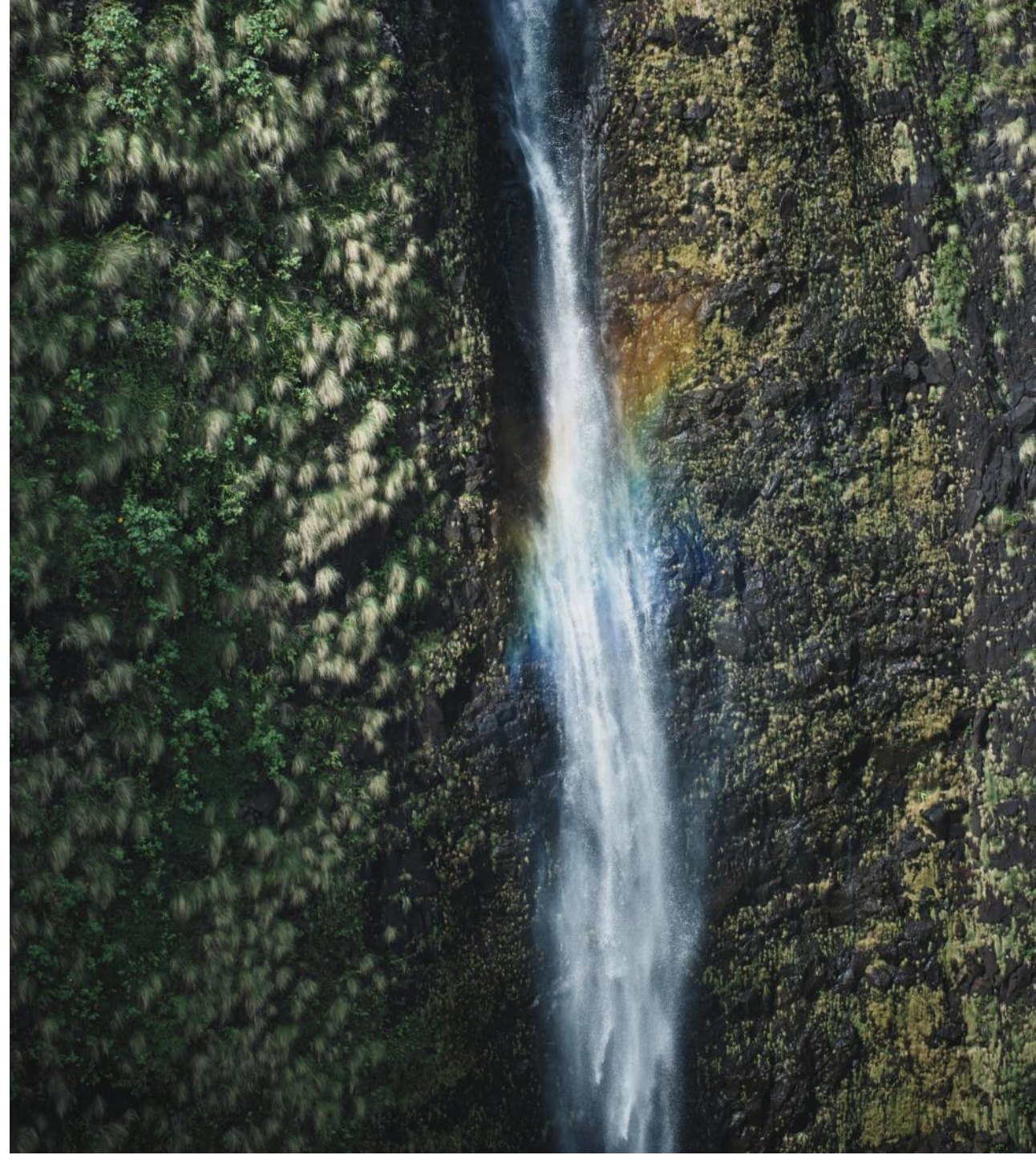
当社がライセンシー/  
ディストリビューターとして展開

6





## 2. 成長を支えた「3つの決断」





## 成長を支えた「3つの決断」

決断  
**1**

商標権

---

決断  
**2**

モノづくり

---

決断  
**3**

販売モデル

---

## 成長を支えた「3つの決断」

### 決断① 商標権

---

ゴールドウインが日本と韓国で「ザ・ノース・フェイス」のブランド商標権を取得（買取り）



1966年

米国西海岸で誕生

1978年

ゴールドウインが日本で輸入販売開始

1994年

ゴールドウインが日本・韓国での商標権を取得

ザ・ノース・フェイスの展開が永続的に可能に



# 成長を支えた「3つの決断」

## 決断① 商標権

### 商標権を“買取り”したことによる効果

| 永続性                           |                              |                             | 成長性                         |                              |                             |
|-------------------------------|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| 1                             | 2                            | 3                           | ×                           |                              |                             |
| 権利期間は<br>無期限                  | 契約更新<br>リスクなし                | 会計上<br>償却済み                 | 長期視点で<br>育成                 | 自社での<br>研究開発                 | 自由度ある<br>展開                 |
| 期限切れ、ライ<br>センス返却など<br>のリスクがない | 契約更新による<br>条件改編などの<br>リスクがない | “見えざる資産”<br>として価値を<br>生み続ける | 実需を見極めな<br>がらじっくりと<br>育成できる | 求める機能、デ<br>ザイン、サイズ<br>を開発できる | 日本限定コレク<br>ションなどの<br>展開ができる |

# 成長を支えた「3つの決断」

## 決断② モノづくり

---

### Goldwin Tech Lab.

ゴールドウイン テック・ラボ

先進のものづくりを実践するための研究開発施設  
運動ルーム、人工気象室、品質検査室などの設備を完備



## 成長を支えた「3つの決断」

### 決断② モノづくり

---

#### Goldwin Repair Center

製品を愛着をもって長く使っていただくための  
リペア費用の無料サービス（一部ブランドのみ）



#### サステナブル・レーベル 「GREEN BATON」

キッズ製品の買取りをし、リペア・カスタム後に再販





## 成長を支えた「3つの決断」

### 決断③ 販売モデル

2000年より直営店展開を進め、卸型から実需型ビジネスへ

1951年

創業

1983年

初の直営店を  
オープン（原宿）

2000年

ザ・ノース・フェイス初の  
直営店をオープン

2018年

ゴールドウイン  
直営店をオープン（丸の内）

29.3期見通し

**1,885億円**



卸型ビジネス

実需型ビジネス

## 成長を支えた「3つの決断」

### 決断③ 販売モデル

---

異なるコンセプトや空間演出をもつ直営店を160店展開

体験  
Experience



THE NORTH FACE CAMP  
恵比寿ガーデンプレイス

女性  
Women



THE NORTH FACE 3 (march)  
NEWoMan横浜

フィールド  
Field



THE NORTH FACE GRAVITY  
白馬

旅行  
Travel



THE NORTH FACE Depot  
中部国際空港

### 3. 未来を創る「3つの戦略」





# 未来を創る「3つの戦略」

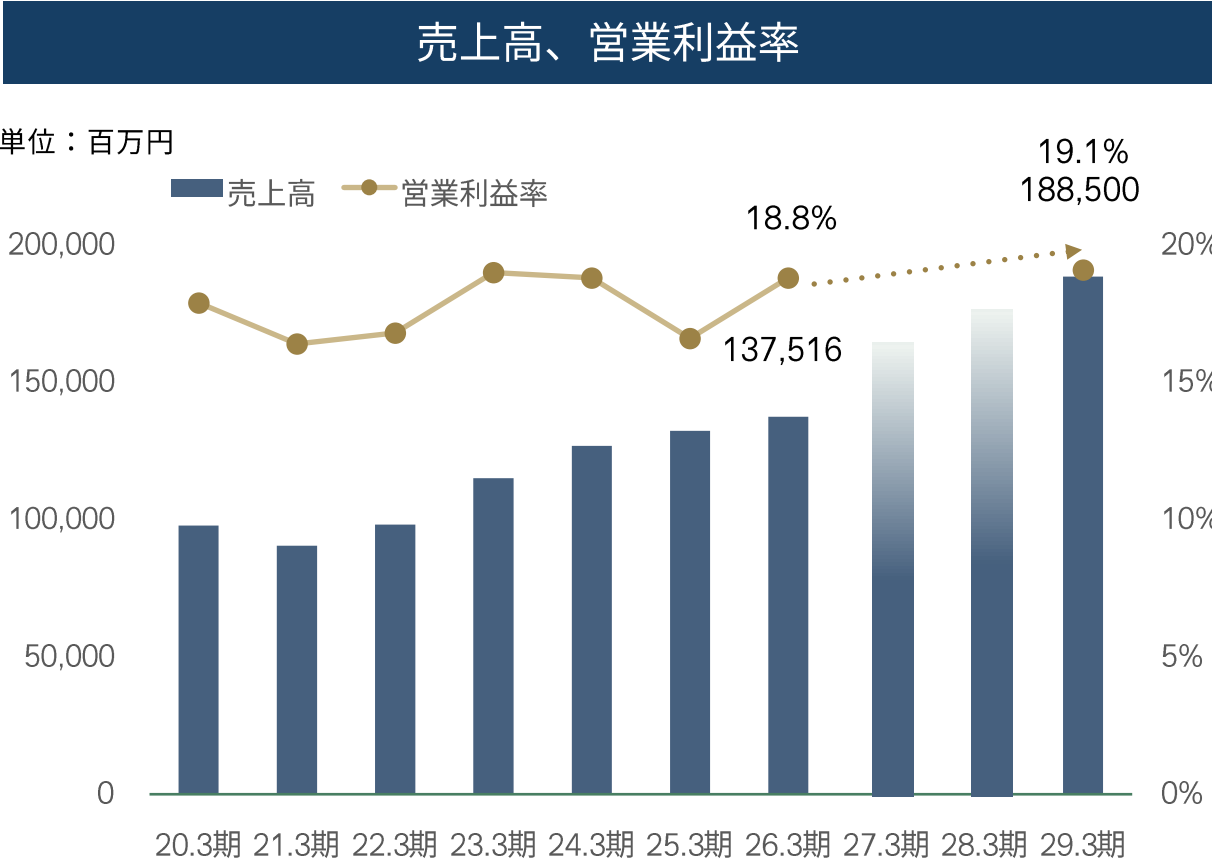
## 中期5ヵ年経営計画 PLAY EARTH 2030方針



未来を創る「3つの戦略」

中期5ヵ年経営計画 数値目標

|               | 26年3期<br>実績       | 29年3期<br>見通し      |
|---------------|-------------------|-------------------|
| (単位：百万円)      |                   |                   |
| 売上高           | 137,516           | 188,500           |
| 営業利益<br>(構成比) | 25,859<br>(18.8%) | 36,000<br>(19.1%) |
| 経常利益<br>(構成比) | 33,904<br>(24.7%) | 46,000<br>(24.4%) |



未来を創る「3つの戦略」

中期5ヵ年経営計画 環境目標

|                             | 2024年度実績                                   | 2025年度目標                             | 2030年度目標                   | 2050年度目標                   | 環境改善の具体策                                                                                                          |
|-----------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                             | 自社の活動とともにサプライヤーや生産者との取組みを推進                |                                      |                            |                            |                                                                                                                   |
| グリーンデザインの推進<br>環境負荷低減素材への移行 | 71.5%                                      | 75%以上                                | 90%以上                      | 100%                       | <ul style="list-style-type: none"><li>・ ブリュード・プロテイン™開発拡大</li><li>・ リサイクル素材への転換促進</li><li>・ 環境負荷低減副資材の活用</li></ul> |
| 脱炭素社会の実現<br>カーボンニュートラル      | 国内事業所<br>89.4t-CO2<br>(2020年度比<br>93.1%削減) | 国内全事業所<br>カーボン<br>ニュートラル             | 全事業所・直営店<br>カーボン<br>ニュートラル | サプライチェーン<br>カーボン<br>ニュートラル | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 再生可能エネルギーへの転換</li><li>・ 自社事業所でのエコ発電</li><li>・ カーボンオフセット</li></ul>         |
| 循環型社会の実現<br>ファッションロス・ゼロ     | 63.9%削減<br>(2020年度比)<br>廃棄量 10.5t          | 80%以上削減<br>(2020年度比)<br>廃棄量 5.8t 以下へ | 廃棄ゼロ                       | サプライチェーン<br>含む<br>廃棄ゼロ     | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 発注流動強化による総量規制</li><li>・ カスタムオーダーの積極拡大</li><li>・ リペア、リサイクル活動の強化</li></ul>  |
| 生物多様性の<br>保全と回復             | 具体的施策を検討                                   |                                      |                            |                            |                                                                                                                   |



## 未来を創る「3つの戦略」



ザ・ノース・フェイス



Goldwin



コト事業

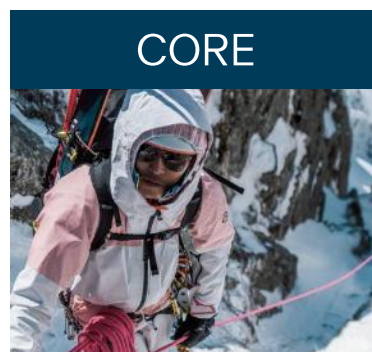
# 未来を創る「3つの戦略」



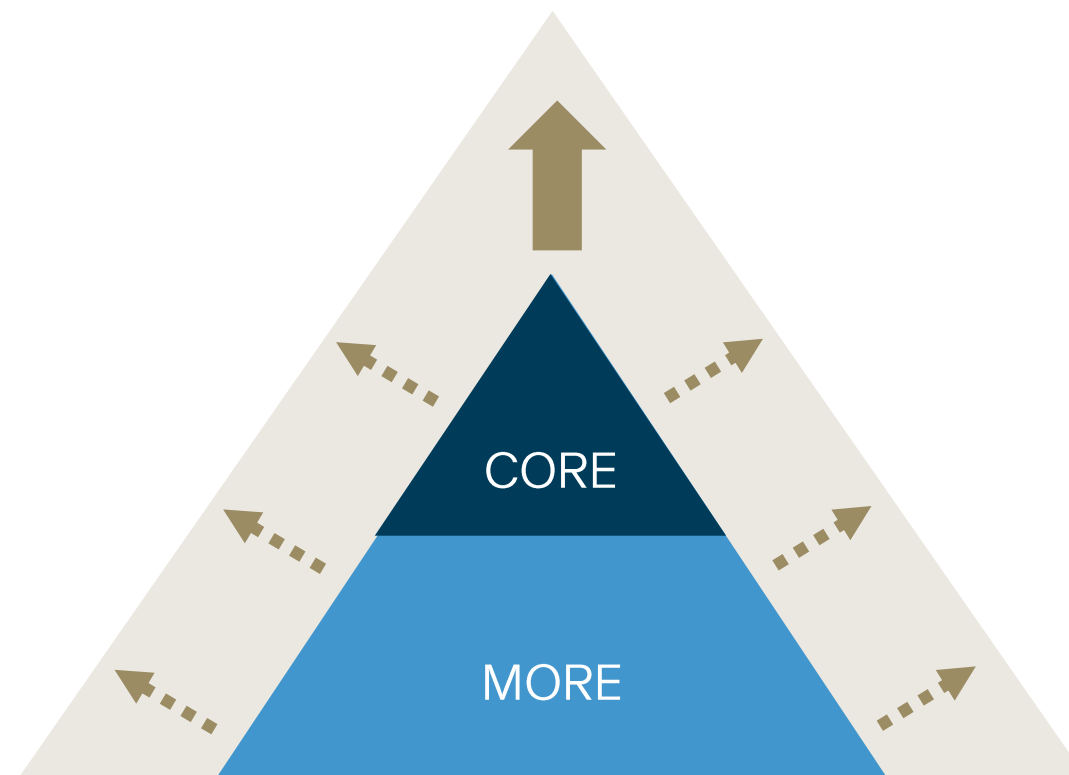
## 戦略①ザ・ノース・フェイス【CORE&MORE戦略】

“CORE”となるパフォーマンスを追求し、マウンテンパフォーマンスブランドを目指す  
それを”MORE”となるライフスタイルへ拡大展開する

アウトドア環境で活動  
する人たちの命を守り  
快適に動くためのウエア



COREで開発した機能を  
日常の様々なシーンに  
対応させたウエア



# 未来を創る「3つの戦略」

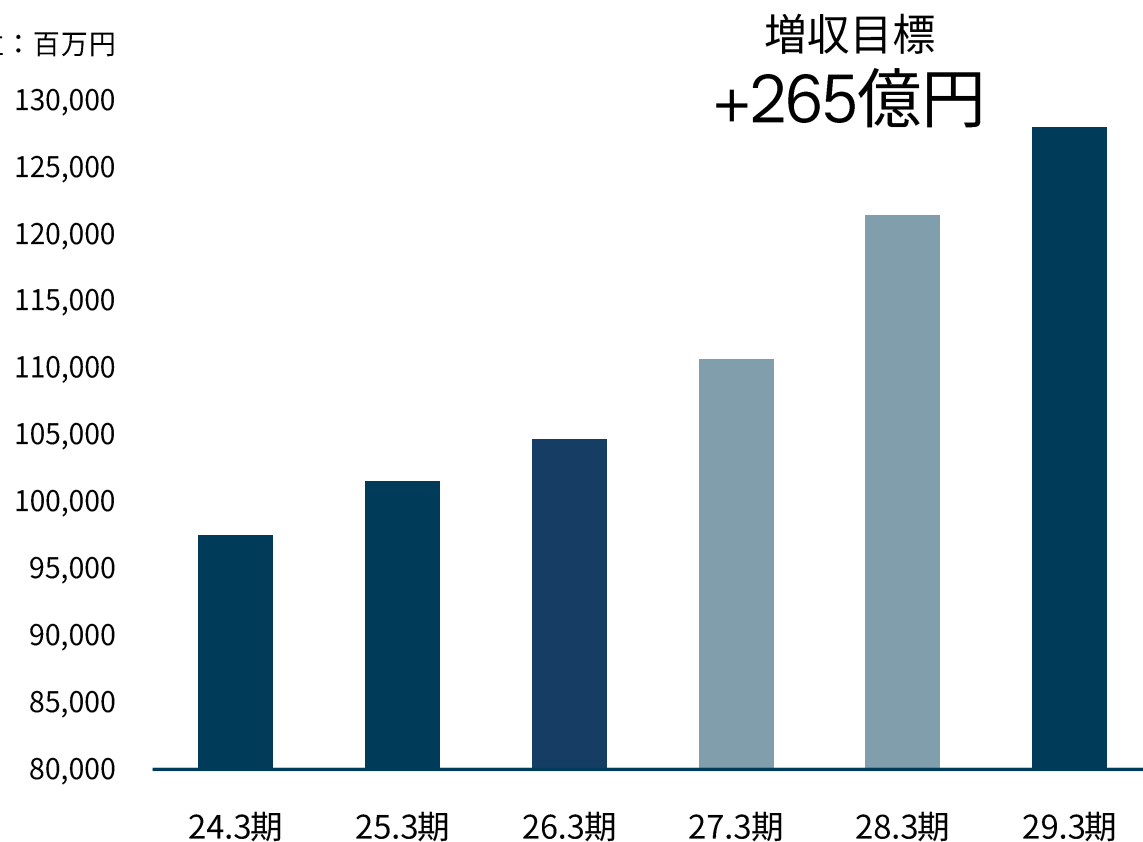


## 戦略①ザ・ノース・フェイス【数値目標】

**+265億円**

フットウェアとウィメンズにも注力し、年率5%成長を実現

単位：百万円



### 重点施策

SUMMIT SERIESでの製品開発強化

酷暑、暖冬といった温暖化への対応

シューズやパックなどのギアの強化

アスレチックとアウトドアの融合



# 未来を創る「3つの戦略」



## 戦略①ザ・ノース・フェイス【重点戦略】

### SUMMIT SERIESでの製品開発強化

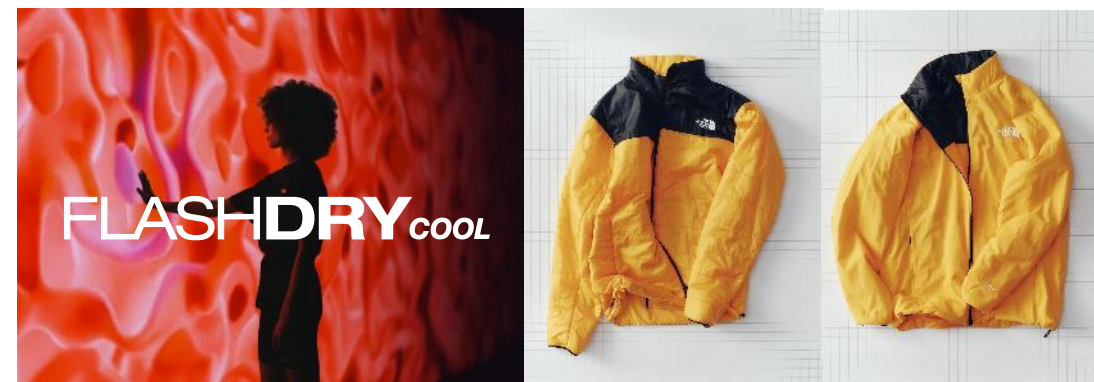


- ザ・ノース・フェイスのパフォーマンス領域における最高峰ライン
- 2000年に誕生し、2025年に25周年を迎えた“One SUMMIT”によりオールシーズンでの訴求を強化



### 酷暑、暖冬といった温暖化への対応

- 酷暑、暖冬といった気候変動の中でもより快適に過ごせることを追求
- 年間を通じた気候変動に対応する素材・アイテムを拡充し通年型ブランドとしての定着を目指す



# 未来を創る「3つの戦略」



## 戦略①ザ・ノース・フェイス【重点戦略】

### シューズやパックなどのギアの強化

VECTIV

- バック・シューズのラインナップを強化
- ロードランニングシューズ「VECTIV Forward（ベクティブ フォワード）」発売
- 直営店大型化に伴うシューズ陳列の拡充、専門販売員の設置を加速



### アスレチックとアウトドアの融合



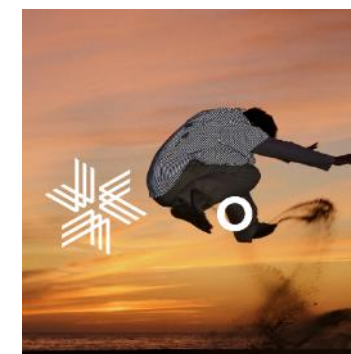
- アスレチック／ランニング市場は拡大
- 新コレクション General Athletic Recreation | GAR を発表
- トレイルランニングで培った機能性・軽快さを都市生活やデイリーユースへ拡張



# 未来を創る「3つの戦略」



## 戦略②Goldwin【Goldwinブランドのあゆみ】



- ニット技術を活かし、機能性とデザインを追求したスキーセーターの製造を開始。

- 都市に暮らしながら、週末は自然の中へ。
- 合理性と快適性を追求した無駄のないフォルムや、素材、機能性が特徴。

- スキーを起点にリブランディング。
- Athletic Line、Outdoor Lineの追加、C3fitの統合を実施。

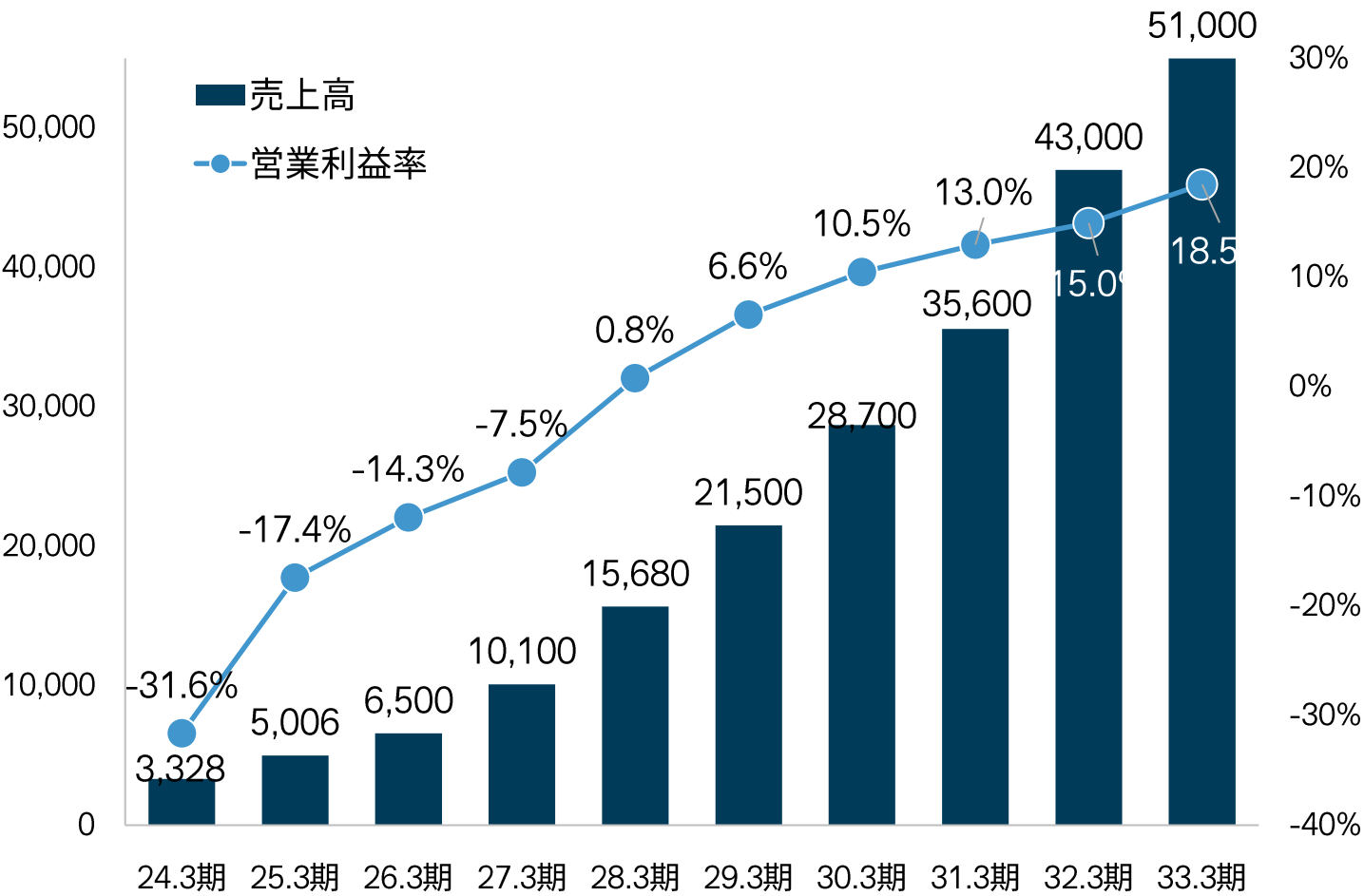
- メンズとウィメンズの機能的な衣服で構成されている実験的でテクニカルなプラットフォーム「Goldwin 0」始動。

未来を創る「3つの戦略」



戦略②Goldwin【数値目標】

(単位：百万円)



【出店店舗数】

| 33.3期 |     |
|-------|-----|
| 地域    | 店舗数 |
| 合計    | 113 |
| 日本    | 15  |
| 中国    | 70  |
| 韓国    | 20  |
| 欧米    | 8   |



# 未来を創る「3つの戦略」



## 戦略②Goldwin【出店戦略】

韓国、欧米での旗艦店の出店により、グローバルマーケティングを加速



**Goldwin London 2026.1.31 OPEN**



**Goldwin Seoul 2026.2.14 OPEN**



**Goldwin New York 2026.4.24 OPEN**

# 未来を創る「3つの戦略」

## 戦略③ コト事業

---



### アルパインツアーサービス

2025年4月に完全子会社化。  
国内最大手の山岳、自然観察の専門企業  
国内外の山岳地帯を舞台にした少人数制の登山ツアーや  
自然観察プログラムなど、質の高い体験を提供



### プレイアースアドベンチャー

日本が世界に誇る国立公園をフィールドとした  
アクティビティ情報の発信、アウトドアツアー、  
環境保全イベントなどのサービスを提供

# 未来を創る「3つの戦略」

## 戦略③ コト事業

---

### PLAY EARTH PARK NATURING FOREST

プレイアースパーク  
ネイチャーリング フォレスト

富山県南砺市に2027年オープン予定  
地球環境課題にさまざまな角度からアプローチする  
未来志向の体験型複合アウトドア施設





未来を創る「3つの戦略」

ゴールドウィンが目指す姿

モノ事業

## Lifestyle Creative Company

モノづくり



コトづくり



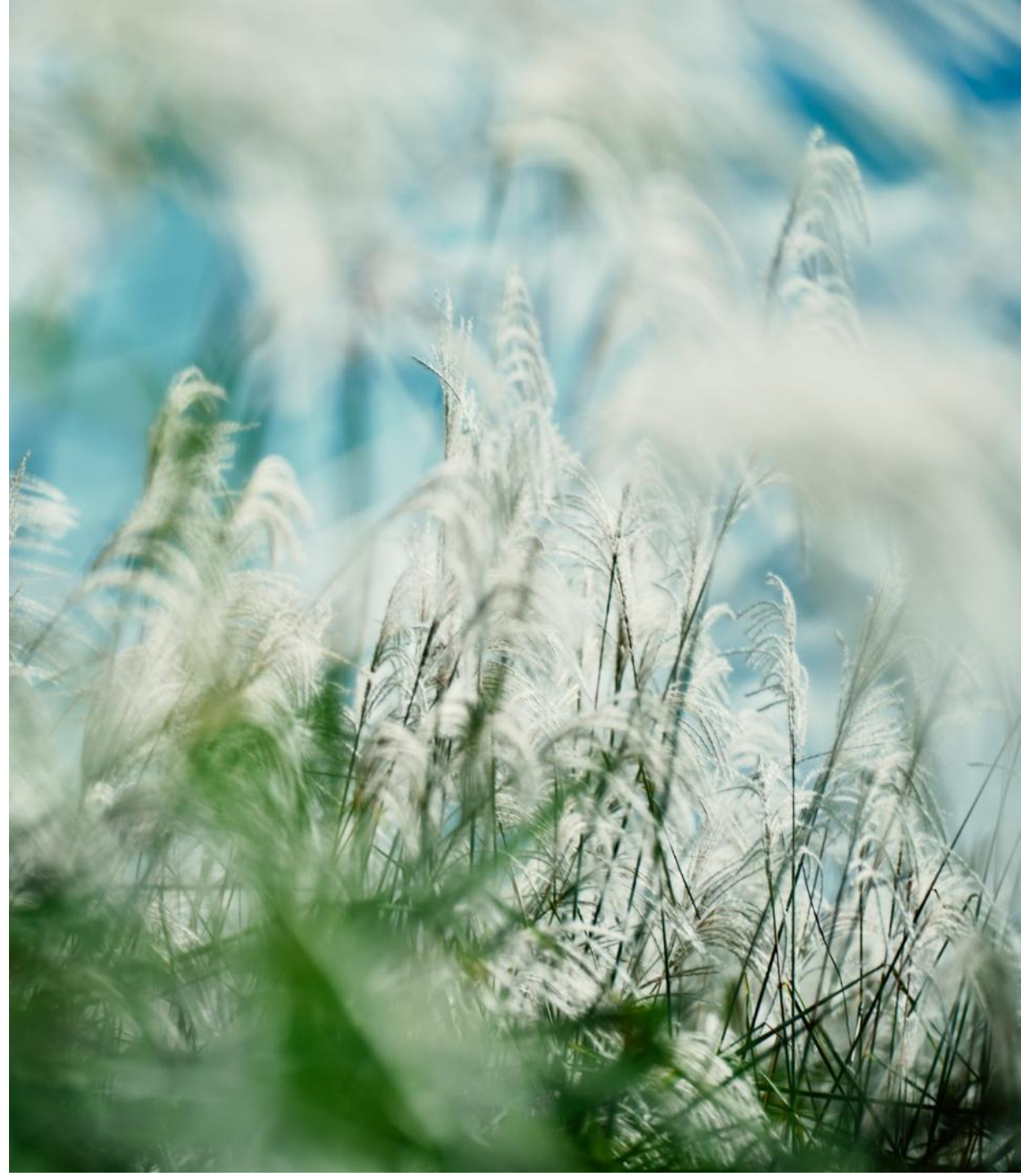
環境づくり



コト事業



## 4. 株主・投資家の皆さまと繋がる 「3つの取り組み」



## 株主・投資家の皆さまと繋がる「3つの取り組み」

取組  
**1**

株主還元

---

取組  
**2**

IRサイト

---

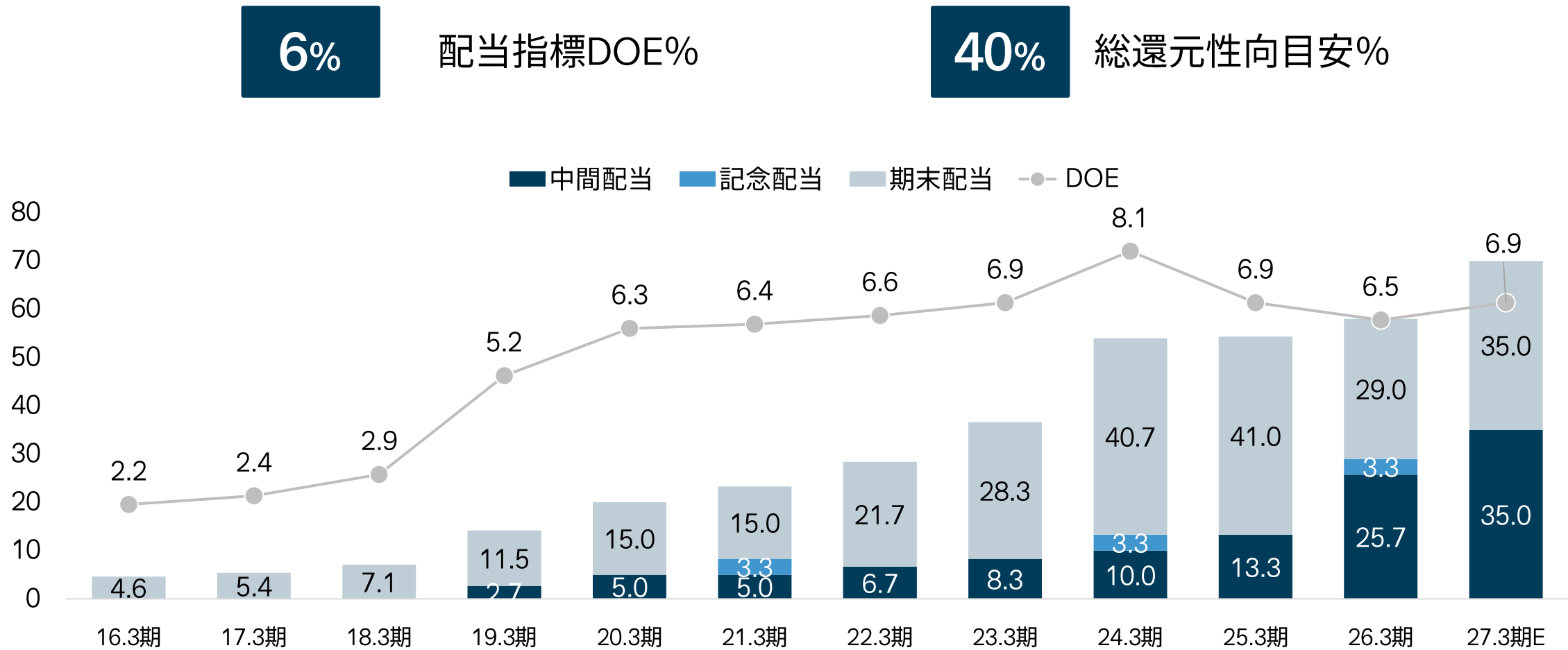
取組  
**3**

IRイベント

---

株主・投資家の皆さまと繋がる「3つの取り組み」

取り組み①株主還元【基本方針】



(注) 2025年10月1日を効力発生日として普通株式1株につき3株の割合をもって株式分割を実施したため、分割後の配当金額を記載。21.3期、24.3期は記念配当：3.3円（分割前：10円）を実施  
26.3期の中間配当金には、創業75周年記念配当：3.3円（分割前：10円）が含まれる。期末配当金は1株当たり29円の普通配当とし、年間配当金合計は58円に

# 株主・投資家の皆さまと繋がる「3つの取り組み」

## 取り組み①株主還元【改善点】

---

### 配当バランス

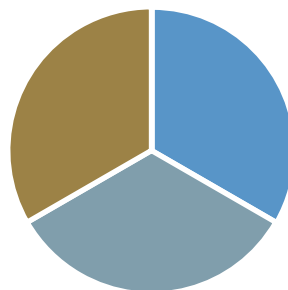
中間/期末のバランスを  
**50：50**へ



※26.3期の配当額

### 株式分割

普通株式1株につき  
**3株**に分割



※2025年10月1日に実施

### 中間優待の新設

保有数・期間に応じた  
**割引** | クーポン

Goldwin  
Online Store



# 株主・投資家の皆さまと繋がる「3つの取り組み」

## 取り組み①株主還元【株主優待】

基準日  
3月末

分割前と同様、**100株以上**をお持ちの株主様に、上代8,000円～10,000円相当の優待品をご用意  
4つのコースから1つを選択

### 【Aコース】

**ザ・ノース・フェイスTシャツ**  
CO<sup>2</sup>由来および、リニューアブル・バイオ原料から作られたポリエステル繊維を使用Tシャツ



### 【Bコース】

**ザ・ノース・フェイス タオル**  
Spiberと共同開発・構造タンパク質素材「Brewed Protein繊維」を一部に使用したタオル3点セット



### 【Cコース】

**Goldwin トラベルポーチ**  
廃棄処分されてしまう生地を使用しゼロウェイストに貢献したトラベルポーチ3点セット



### 【Dコース】

**「国立公園基金」への寄付**  
国立公園の生態系の維持回復、希少種の保全等、その人材育成の活動等に関わる団体を支援する基金への寄付



※2026年3月期の優待品情報で、品物・デザインなどは毎年変更があります。

# 株主・投資家の皆さまと繋がる「3つの取り組み」

## 取り組み② IRサイト【財務情報】

### プレゼンテーション資料



決算説明会のプレゼンテーション資料、  
説明会動画、質疑応答など

<https://about.goldwin.co.jp/ir/supplement>

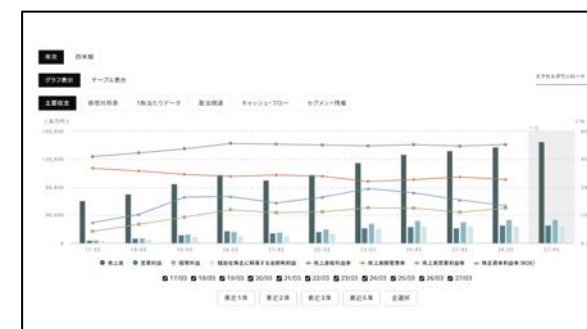
### 中期5カ年経営計画



2025年3月期～2029年3月期の中期5ヶ年  
経営計画の基本方針や資料など

<https://about.goldwin.co.jp/ir/mid-term>

### 財務諸表 チャートジェネレーター



主要収支、貸借対照表、キャッシュ・  
フローなどの財務情報をグラフ形式で公開

<https://about.goldwin.co.jp/ir/charts>

# 株主・投資家の皆さまと繋がる「3つの取り組み」

## 取り組み② IRサイト【非財務情報】

---

### Goldwin Voices



ゴールドウインの「ヒト」を通して  
モノづくり、コトづくり、環境づくりなど  
当社のさまざまな取り組みを紹介

<https://about.goldwin.co.jp/ir/voice>

### 統合報告書



さまざまなステークホルダーの皆さまとの  
対話を促進し、広く社会からの信頼を  
得ることを目的に制作

<https://about.goldwin.co.jp/ir/integrated>

### IRメール配信サービス



決算やリリース、イベント情報などを  
いち早くお届けできるIRメールを配信  
ご登録はこちらから

<https://about.goldwin.co.jp/ir/mail>

# 株主・投資家の皆さまと繋がる「3つの取り組み」

## 取り組み③ IRイベント

日経・東証IRフェア  
2025



野村IR資産運用フェア  
2026



ゴールドウィンIR DAY  
2026



今後の予定



<https://about.goldwin.co.jp/ir/irevents>



# Appendix

---



# Appendix：会社概要

## ■役員一覧

### ●取締役

|            |       |
|------------|-------|
| 代表取締役社長CEO | 渡辺貴生  |
| 取締役副社長CFO  | 白崎道雄  |
| 取締役副社長COO  | 森光    |
| 取締役CSO     | 金田武朗  |
| 取締役CRDO    | 新井 元  |
| 取締役        | 川田慎二  |
| 社外取締役      | 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      | 土谷 明  |
| 社外取締役      | 井本直歩子 |
| 社外取締役      | 鈴木哲志  |

### ●監査役

|       |      |
|-------|------|
| 常勤監査役 | 佐藤 修 |
| 監査役   | 森田 勉 |
| 監査役   | 岡崎史雄 |
| 監査役   | 畑 敬子 |

## ■株式の状況 (2026年3月末現在)

|           |               |
|-----------|---------------|
| ●発行可能株式総数 | 552,000,000 株 |
| ●発行済株式の総数 | 142,344,516 株 |
| ●株主数      | 37,686 名      |

| 属性分布     | %    |
|----------|------|
| 金融機関     | 31.7 |
| 証券会社     | 2.5  |
| その他の国内法人 | 22.3 |
| 外国法人等    | 21.9 |
| 個人その他    | 21.6 |

### ●大株主の状況

(注) 金融機関の株式数には信託業務に係る株式が含まれております。

| 株主名                                | 持株数(千株) | 持株比率(%) |
|------------------------------------|---------|---------|
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）            | 15,303  | 11.2    |
| 三井物産株式会社                           | 13,102  | 9.6     |
| コリアセキュリティーズ デポジトリー サムスン            | 10,131  | 7.4     |
| コリアセキュリティーズ デポジトリー<br>シンハンセキュリティーズ | 6,328   | 4.6     |
| 株式会社北陸銀行                           | 5,942   | 4.3     |



# Appendix：IRサイトマップ

## Investor Relations



トップメッセージ  
当社代表から株主・投資家の皆さまに向けて



プレゼンテーション資料  
決算に関する資料をまとめています



IRカレンダー 次回の予定  
8月6日(木) 第76期(2027年3月期)第1四半期決算発表



Goldwin Voices  
Vol.9  
「原体験」から子どもたちの未来をつくる、「Play Earth Park Naturing Forest」が描く長い時間軸

最終更新日：2026年8月3日

## IRのお知らせ

株価情報 証券コード：8111 (東証プライム)

2026年08月12日(水) 11:27現在

現在値 **2,160.5**

前日比 **+38.0 (+1.79%)**

| 時価総額       | 最低購入代金   | 単元株数 |
|------------|----------|------|
| 3,075.35億円 | 216,050円 | 100株 |

| 予想配当利回り | PER(予想)               | PBR(実績) |
|---------|-----------------------|---------|
| 3.2%    | 2027/03(2026/03/31時点) | 2.28倍   |
|         | 11.8倍                 |         |

すべて

決算・適時開示

IR資料

その他

2026.08.07

IR資料

2027年3月期第1四半期決算説明会 質疑応答要旨(2026年8月6日開催分)

(874KB)

2026.08.06

IR資料

2027年3月期第1四半期決算説明資料(スクリプト付)

(6,611KB)

2026.08.06

その他

トップメッセージを更新

2026.08.06

IR資料

2027年3月期第1四半期決算説明資料

(5,209KB)

2026.08.06

決算短信

2027年3月期 第1四半期決算短信(日本基準)(連結)

(256KB)

## ●経営方針

- ・ トップメッセージ
- ・ 役員紹介/スキル
- ・ 中期5ヶ年経営計画
- ・ 社外取締役メッセージ

## ●財務・業績

- ・ 業績予想
- ・ セグメント情報
- ・ 財務諸表チャートジェネレーター

## ●株式情報・イベント

- ・ 株式のご案内
- ・ アナリストカバレッジ
- ・ IRカレンダー
- ・ 株価チャート
- ・ 株主情報
- ・ 当社の買収防衛策
- ・ 株主総会

## ●株主・個人投資家

- ・ 個人投資家の皆さまへ
- ・ 株主還元
- ・ IRイベント情報
- ・ 連載企画 Goldwin Voices
- ・ 株主優待情報
- ・ IRメール配信サービス

## ●IR資料

- ・ 決算短信
- ・ プレゼンテーション資料
- ・ 統合報告書
- ・ レポートアーカイブ
- ・ 有価証券報告書
- ・ 事業報告書
- ・ ESGデータブック

## ●データ・資料

## Appendix：外部評価一覧



1. JPXプライム150指数は「価値創造が推定される我が国を代表する企業」の銘柄により構成される新たに開発された株価指数
2. 東証プライム上場の時価総額上位500銘柄から選定
3. 繊維製品カテゴリーでは当社1社のみが選定（2024年）



従業員の健康管理の戦略的に取り組む上場企業として評価され、通算3回目の健康経営銘柄に選定



地域の健康課題に取り組む、実践大企業として評価され、健康経営優良法人に2017年からの通算で10回選定（「ホワイト500」は通算9回目）



従業員の健康増進を目的に、スポーツを積極的に推進する企業として評価され、8回連続スポーツエールカンパニーに選定



スポーツ分野における社会活動を実施している企業として、東京都から認定され、11年連続東京都スポーツ推進企業に選定