

PLAY EARTH

1951年に設立し、スポーツウエアメーカーとして歴史を重ねてきたゴールドウインは、2021年から、スポーツの起源である「遊び」を通して、自然や環境との新たな関わりを生み出していく「PLAY EARTH(=地球と遊ぶ)」というコンセプトを掲げています。

私たちは今、スポーツの意義や可能性をもっと広げて考えることで、人間の本質的なあり方や価値観を見直すべきタイミングを迎えています。スポーツとは、速く走る・泳ぐ・木に登る・的に当てるなどを競い合う遊びの時間から生まれたものです。私たちはこうしたスポーツの起源に立ち返り、自然に備わっている原理、現象を、遊びを通して直感的につかみ、繰り返し経験していくことで実感へと変えていく、そうしたプリミティブ(原始的)な体験が、現代にも必要だと考えています。

新たな冒険と秩序を生み出す遊びは、スポーツや科学、自然をはじめ、さまざまなものをめぐる未来へとつながっていきます。「PLAY EARTH」により、よく遊ぶことで、よりよい地球の未来を生み出せるような環境と機会をつくっていきたいと考えています。

Dedication to detail

創業者である西田東作は、「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。」と語り、

デザイン性・機能性・審美性のいずれも欠かすことのない、信念を持ったものづくりを提唱してきました。

これは、ものづくりの精神とともに、表面に現れたことの背景にある物事の本質を、

細心の注意を払って捉えようとする姿勢として、ゴールドウインの従業員に脈々と受け継がれています。

現代のものづくりの背景には、品質の追求に加えて、環境負荷の低減や、人権配慮への責任、

お客さまによる製品使用後の廃棄への責任など、心を配るべきさまざまな課題があり、それらは絶えず変わり続けています。

さらにゴールドウインが創造する社会価値とは、製品をご購入いただくお客さまはもとより、

社会全体に対して「目に見えない」精神的な豊かさを提供していくことです。

「Dedication to detail」とは、ゴールドウインに関わる世界中のステークホルダーと、

こうした考え方を共有するためのメッセージです。

CONTENTS

GOLDWIN INTEGRATED REPORT 2023

INTRODUCTION

- 01 PLAY EARTH
- 02 Dedication to detail
- 06 創業の精神
- 08 歴史と成長の軌跡
- 10 企業理念
- 11 TAGLINE

LONG-TERM DIRECTION

- 14 価値循環モデル
- 16 新たな価値の創造をもたらす強み
 - 16 実需型ビジネスモデル
 - 17 ものづくりの精神とプラットフォーム
 - 19 ブランド価値創造とコミュニケーション
 - 20 ステークホルダーとの関係性
 - 21 境界線を引かない価値の創出力
- 22 社長メッセージ
- 28 PLAY EARTH 2030
- 30 持続可能な未来に向けて、「自然と遊ぶ」体験価値を提供

MEDIUM-TERM STRATEGIES

- 36 中期経営計画 基本方針・定量目標
- 38 財務・非財務ハイライト
- 40 海外戦略
 - 42 循環型社会を目指すオリジナルブランドを世界に発信
- 44 事業・販売戦略
 - 48 ラグビーの普及を通じたブランドの価値向上へ
 - 50 実需型ビジネスモデルの現場
- 54 財務・非財務戦略
 - 58 ESG経営の深化に向けて
 - 62 環境
 - 64 人的資本の最大化
 - 66 サプライチェーン・マネジメント
 - 67 スポーツを通じた共生社会の実現

GOVERNANCE

- 70 会長メッセージ
- 74 社外取締役メッセージ
- 78 取締役一覧
- 80 監査役、執行役員一覧
- 81 コーポレート・ガバナンス
- 84 会社情報

創業の精神



俺がやらねば誰がやる

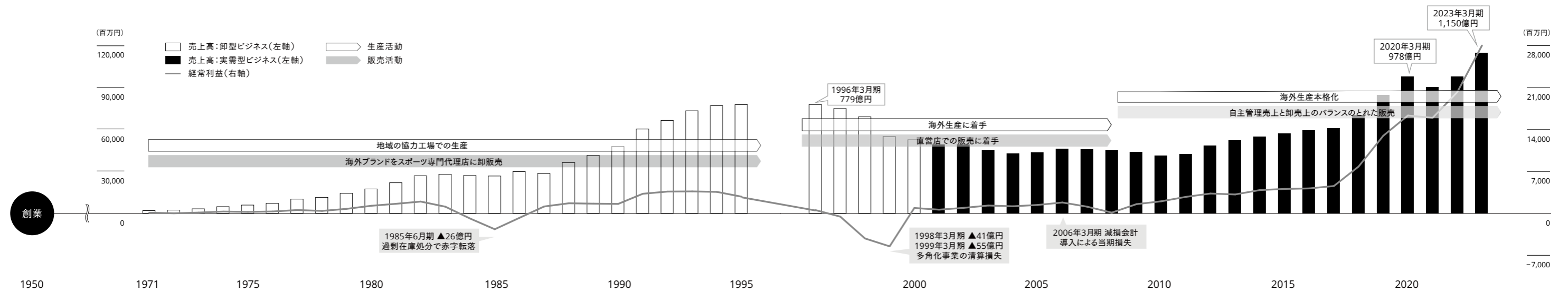
1950年、創業者である西田東作は、第二次世界大戦で兄二人を亡くす中、家族を養うために「俺がやらねば誰がやる」の精神で「津澤メリヤス製造所」を富山県津沢町(現小矢部市)に創業しました。義兄とともに事業をもち立て、翌年に法人化。機関車のような力強さで現在のゴールドウインの礎を築きました。



見えないものにこそ、「真実」の価値がある

当社のオリジナルの登山用ラスタースックス。そのほとんどが輸入品で、「国産品はダメだ」と言われていた時代。輸入品を徹底的に分析し、原糸が違ふという結論にたどり着きました。そこで、寒い気候風土に育ったイギリスのシェットランドの羊の原毛を使用。改良したソックスは、丈夫で温かいと評判になりました。安易に原糸メーカーに頼るのではなく、製品の目的から素材を開発する。意図があつて糸をつくる。「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。」という創業者 西田東作の言葉は、ゴールドウインの機能性重視のものづくりの基本となっています。

歴史と成長の軌跡



1951-69
創業～奮闘期

1970-83
発展期

1984-87
転換期

1988-96
飛躍期

1997-2000
整理期

2001-06
再構築期

2007-10
体質改善期

2011-
再飛躍期

一般のメリヤスメーカーから
スポーツウエア専門メーカーへ転身。
海外ブランドとの関係性を築き上げる

1950年、ゴールドウインの前身である「津澤メリヤス製造所」を創業し、その翌年に法人化しました。「見えないものにこそ、『真実』の価値がある」を信条に機能性重視のものづくりを追求。創業3年目にはスポーツウエア専門メーカーへと転身し、1963年に社名を「株式会社ゴールドウイン」に変更しました。1964年の東京オリンピックでは、当社製品が競技ユニフォームに採用され、選手との共同開発の基盤をつくり上げました。また、同時期に創業者の西田東作が、欧州でスキーウエアの機能的な美しさに衝撃を受けたことをきっかけに、1970年にフランスのスキーウエアブランド フザルプ社と技術提携。これを皮切りに、海外ブランドとのライセンス契約を進め、世界最先端の技術を導入しながらマルチブランドビジネスの展開を始めました。

卸型ビジネスでの過剰在庫による
経営危機を乗り越え、
スキーブームで成長軌道に乗る

全国のスポーツ専門店で販路を広げ、卸型ビジネスは順調に拡大。しかし、販売先への供給過剰で大量に在庫が増え続け、1984年には過剰在庫によって赤字を計上しました。それを契機に、店頭在庫と売れ筋をつかみ、売れるものを適時適量に納品する意識付けと仕組みづくりで、メーカー体質からの脱却を図り、翌年、経営危機から回復。S-NETを利用した顧客の店頭管理・販売戦略を支援する「GOALサービス」の開発にも着手し、1988年より運用を開始しました。また、1980年代後半はスキーブームが到来し、毎年新しいウエアを購入することがトレンドになります。当社のスキー関連の売上も260億円を超え、さらに、スウェーデンナショナルスキーチームのオフィシャルサプライヤーとしてアスリートとの製品づくりに邁進するなど、成長軌道に乗りました。

多角化した事業を整理。
自主管理売場の展開で、卸型ビジネス
から実需型ビジネスへと切り替える

1990年前後にバブル経済が崩壊して以降、個人のライフスタイルや価値観が変化し、スポーツの楽しみ方は多様化しました。当社では、「エレッセ(ellesse)」や「ザ・ノース・フェイス(THE NORTH FACE)」の日本における商標権を買い取り、経営基盤の充実に図りました。1997～1999年にかけて、経営の合理化のために多角化した事業とブランドを整理する3か年計画を断行した結果、1999年は清算に伴う損失を計上。しかし、2000年には経営資源の集中と財務体質の強化で黒字化を実現しました。また同年には、以前より展開していた「ウエザーステーション」を、「THE NORTH FACE 原宿」と店名変更することにより自主管理売場の展開を本格化。さらに、アウトドアブランドをセレクトしたショップ「THE NORTH FACE+」など、マーケットに合わせたさまざまな形態のショップを展開し、卸型ビジネスから実需型ビジネスへと推し進めていきました。

実需型ビジネスを定着。
スポーツを通して、製品だけでなく
ライフスタイルを提案

2007年からの中期経営計画では、製品の展開品番数の削減、素材の共有化、調達手法改革による原価率の低減と、需要予測の精度向上による返品・値引きの削減により、売上総利益率の改善を実施し、在庫の総量抑制と回転率の向上により物流コストの削減に取り組み、営業利益の抜本的改善を図りました。2010年代から、スポーツウエアの機能を活かしながらさまざまなユーザー層や多様な使用シーンに向けた製品を展開。さらにウエアだけでなく、スポーツの新たな価値の探求や製品・サービスを提案しています。また、お客様の購入の窓口が多様化している現在では、直営店だけでなく卸先との協業によるショップ・イン・ショップの出店や総合ショッピングサイトGOLDWIN WEB STOREをはじめとするEC販売の強化に取り組んでいます。

企業理念

MISSION

スポーツを通じて、
豊かで健やかな暮らしを実現する

VISION

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

感動を創造し、持続可能な社会を推進する人間らしい企業になる

子供たちの可能性を引き出し、美しい未来を形づくるための
閃きと機会を提供する

VALUE

スポーツと環境を第一に考え、
仕事と遊びに境界を引かない暮らしを営む

TAGLINE

SPORTS FIRST

当社は、「スポーツを一番に考え、心から愛し、自ら実践し、よりよい製品・サービスの具現化につなげていく」そんな想いを込めて、タグラインとして「SPORTS FIRST(スポーツ・ファースト)」を掲げています。

さらには、経営の透明化、従業員が健康に働き続けられる職場環境づくり、地球環境・生態系への配慮、次世代育成、地域・社会へのスポーツを通じた貢献など、これらすべてを「スポーツ」への敬意と情熱を通じて実現していきます。

ゴールドウインは、創業以来「スポーツを通じて、豊かで健やかな暮らしを実現する」を企業理念とし、事業を展開してきました。MISSIONの考えをもとに、3つのVISIONを実現するため、VALUEを実践し、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。