

## 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さない、信念を持ったモノづくりを提唱してきました。これは、モノ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、ゴールドワインの従業員に脈々と受け継がれています。現代のモノづくりの背景には、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、お客様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、ゴールドワ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様はもとより、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、ゴールドワ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。





## 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

自然をフィールドとして営みを続けてきたゴールドワインのモノづくり、コトづくり、環境づくりは、人間の可能性を拡張していくものであり、自然がより豊かになる可能性を探求していくものです。

スポーツの起源である「遊び」を通じて常識やルールを更新しながら、変化し続ける人間と自然のあるべき姿を常に模索し、これからの中と人間をめぐる新しい未来の実現を目指します。

**Vision**

- 1 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する
- 2 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
- 3 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

**Value**

<b>Play</b> 遊ぶ	遊びを通して子どもが世界を理解していくように、好奇心と探求心をもって何事にも自ら取り組むこと。 新たな世界のルールや仕組みを柔軟に取り入れながら、更新し続けること
<b>Imagine</b> 想像する	自然界のことから自分自身のことまで、物事を表層で捉えず多視点で想像し、考察し、構造的に捉えること。 感覚だけでなく、知恵と経験と情報を生かし想像すること
<b>Engage</b> 挑戦する	困難なこと、未知のこと、正解がないことに向き合い、自らの信念とアイディアを行動をもって示すこと。 世に変化を起こすことを恐れず、自分ごととして率先して挑戦すること
<b>Create</b> 生み出す	たゆまぬ改善を続け、細部へ至るまで妥協せず、徹底したこだわりを追求すること。 行動と思考の連鎖が、人々に新たな発見と驚きと喜びをもたらす物事を生み出すことができる
<b>Respect</b> 敬意を示す	自分だけの益に固執せず、他者や自然に敬意を持って利他的な行動を意識すること。 自身は様々なものに生かされていることを心得、周囲の人、自然との互恵関係を築くこと

私たちには、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ます。

その実現のためには、常識を超えた想像力で世界に貢献する姿勢を持つことが欠かせません。

従業員一人ひとりが、美しい自然に想いを馳せ、愛し、未来に向けて当社の責務を全うすべく進み続けます。

ゴールドワインが大切にし、体現すべき価値観です。

パーセスの実現のためには、従業員一人ひとりが自身の可能性を拡張させる必要があります。

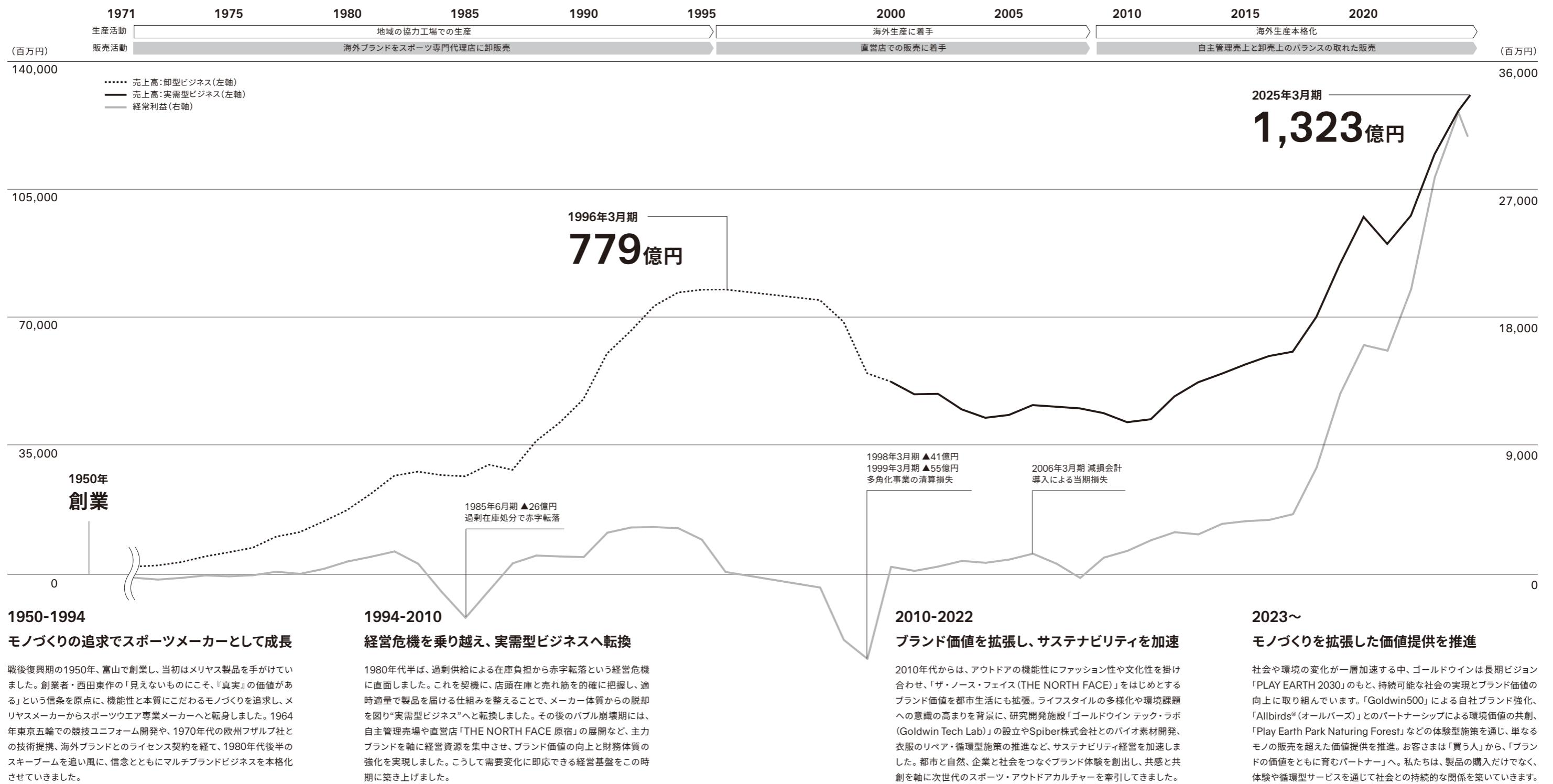
利他的な視点を持ち、人間だけではなく自然界も含めて互いに思いやり、

尊敬し合うことを大切にしながら、自然と向き合い遊ぶことを通して育まれた創造性により、

新たな目標の実現に向けて挑戦を続けます。

## ゴールドウインの歩み

1950年、富山の小さな工場から始まった私たちは、衣服を通じて自然と向き合い、モノづくりのあり方を見直し続けてきました。時とともに直面した課題や変化の中で、自らの価値観を見つめ直し、仕組みや技術を進化させてきました。私たちは今、自然や社会とより深い関係性を築きながら、新たな未来へと歩みを進めています。



## At a Glance

(2025年3月期実績)

**1,323億円**

### 売上高

国内外で事業を展開し、アウトドア・スポーツを軸に持続的な成長を続けています。

**16.6%**

### 営業利益率

高い収益性を維持し、ブランド力と効率経営を強みに安定した収益基盤を実現しています。

**160店舗**

### 直営店舗数

出店するエリアの地域性やお客様層に合わせて、製品展開だけでなくお客様の五感を刺激するような、さまざまなスタイルの店舗づくりを目指しています。

**7店舗**

### 海外直営店舗数

世界7都市で直営店を構え、“機能性×審美性”を軸としたブランド体験を通じて、プレミアムスポーツマーケットでの認知を高めています。

**12,154kg**

### リサイクルのために回収した衣服

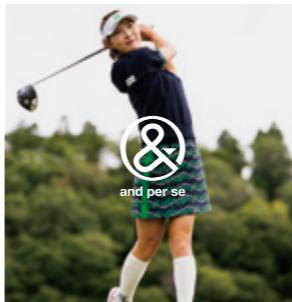
回収した製品はリサイクルや再資源化に活用し、循環型社会の実現に貢献しています。

**23,887件**

### リペア総受付件数

長く愛用してもらうために、製品のリペア・メンテナンスにも注力し、お客様との持続的な関係を育んでいます。

**16ブランド**



### 展開ブランド数

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価値を創造。マルチブランドによる事業を展開しています。