

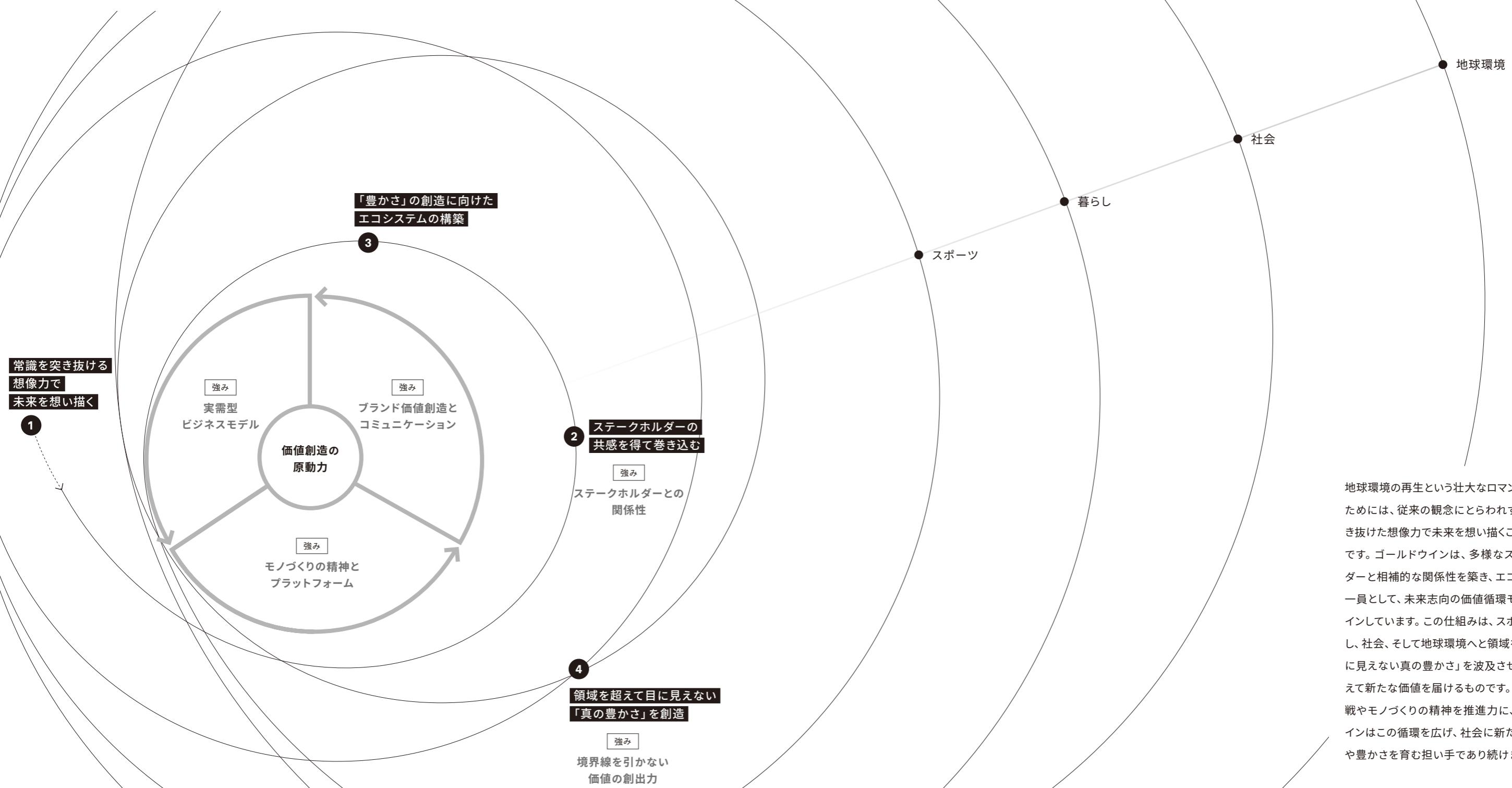
## Our Value Creation

---

- 20 価値循環モデル
- 22 価値創造の原動力
- 24 1. 常識を突き抜ける想像力で未来を想い描く
- 26 2. ステークホルダーの共感を得て巻き込む
- 28 3. 「豊かさ」の創造に向けたエコシステムの構築
- 30 4. 領域を超えて目に見えない「真の豊かさ」を創造

## 価値循環モデル

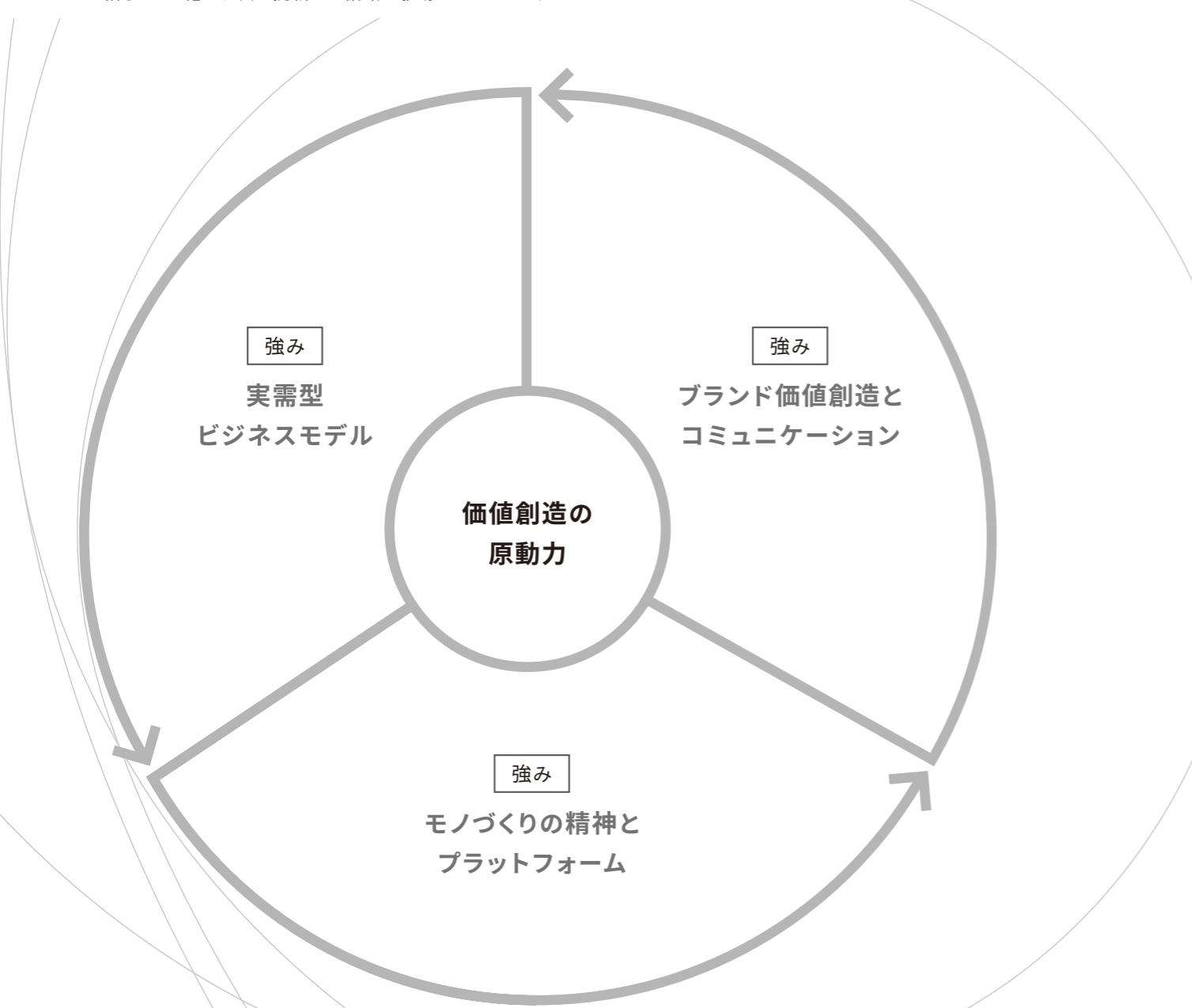
ゴールドウインは常に利他の精神を持ち続けるとともに、地球の生物圏の循環システムに従った、最小の資源で最大の効果を上げる経営で、地球環境の再生を目指し、企業価値の持続的向上を追い求めていきます。



地球環境の再生という壮大なロマンを実現するためには、従来の観念にとらわれず、常識を突き抜けた想像力で未来を想い描くことが不可欠です。ゴールドウインは、多様なステークホルダーと相補的な関係性を築き、エコシステムの一員として、未来志向の価値循環モデルをデザインしています。この仕組みは、スポーツや暮らし、社会、そして地球環境へと領域を超えて「目に見えない真の豊かさ」を波及させ、時間を超えて新たな価値を届けるものです。現場での挑戦やモノづくりの精神を推進力に、ゴールドウインはこの循環を広げ、社会に新たなつながりや豊かさを育む担い手であり続けます。

## 価値創造の原動力

価値循環モデルを持続的に機能させる推進力となるのが、需要に即応するビジネスモデル、細部に宿るモノづくりの精神、ブランドを通じて共感を広げる力です。それぞれが結びつき、絶えず次の挑戦へと循環を駆動させています。



強み

### 実需型ビジネスモデル

店舗でお客様のニーズをダイレクトに把握し、生産計画から販売までの全過程を通じた効率的な在庫管理の徹底による実需型ビジネスモデルで、強い経営基盤を確立しています。

当社では、自主管理売場・卸先店舗でお客様のニーズを直接把握し、店舗需要予測の精度向上と計画発注、在庫流动の管理徹底により、返品・値引きを削減しています。さらに、材料投入を含めた生産管理の徹底と、タイムリーな店舗投入・フレキシブルな店舗間で在庫移動により、シーズンごとの販売を促進しています。こうした生産計画から販売までの全過程で、効率的な在庫管理を徹底する実需型ビジネスモデルにより、販売ロス率を極限まで低減しています。

### モノづくりの精神とプラットフォーム

「見えないものにこそ、『真実』の価値がある」の精神による、高付加価値製品への徹底的なこだわりがゴールドウインのモノづくりです。

当社は、スポーツアパレルメーカーとして蓄積してきた「経験」と「新技術」の相乗効果を最大化し、高い機能性とデザイン性の実現に向けた独自の開発や、高品質を追求した厳しい検査を徹底し、誰も想像し得ない新たな価値を持った製品の開発に努めています。こうした高付加価値製品を徹底的に追求する姿勢は、創業者である西田東作の「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。」の精神により、当社のモノづくりの原点として受け継がれています。

### ブランド価値創造とコミュニケーション

ブランドの世界観をお客さまに直接届ける自主管理売場と卸先との協業により、より多くのお客様に常に新しい価値を提供しています。

当社では、差別化されたブランドをいかにお客さまへ付加価値として届けるかを追求し、時代のニーズに合わせて生産・マーケティング・販売のあり方を見直してきました。現在では国内外で展開する160店舗の直営店や卸先パートナーの売場を起点に、機会点におけるお客様満足を徹底追求するとともに、ブランドサイトやブランドアンバサダーなどを通じたコミュニケーションも含め、各ブランドの世界観や付加価値をお客さまにお届けしています。

販売ロス率

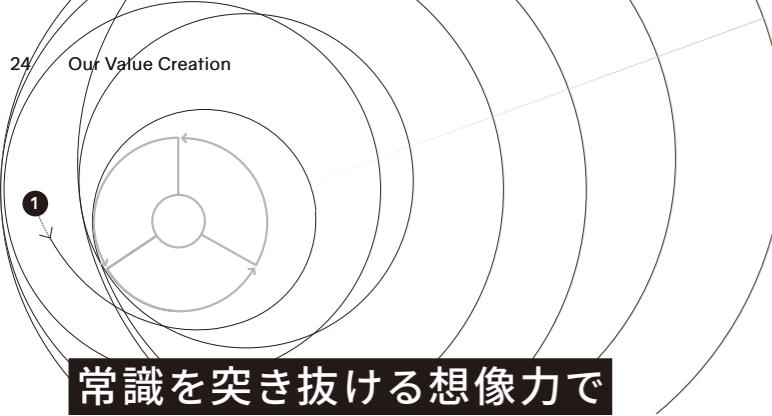
**1.4%**

きめ細かな需給予測と現場主導の在庫調整によって、当社では過剰在庫を抑えています。独自のサプライチェーン体制を活かし、非常に低い水準を実現しています。

展開ブランド数

**16ブランド**

スポーツ・アウトドアを軸に、16ブランドを国内外で展開。トップブランドとの協業や自社ブランドの強化を通じて、多様なお客様のニーズと市場変化に柔軟に対応できるブランド体制を構築しています。



## 常識を突き抜ける想像力で 未来を想い描く

「常識を疑い、あえて問い合わせること」。それがゴールドウインが価値創造の出発点に据える姿勢です。気候変動や大量廃棄などファッション業界の課題は、既存の延長線上では解決できません。だからこそ私たちは“通例”や“慣例”にとらわれず、未来から逆算する発想、つまり「常識を突き抜ける想像力」にこだわってきました。想像力とは、データや分析だけでは到達できない“まだこの世にない価値”を描く人間本来の創造性です。自然界の原理や素材に学び、科学・感性・思想を結び直すことで、地球と人に必要とされる技術や製品を追求してきました。例えば、「Brewed Protein™(ブリュード・プロテイン™)素材」のような革新的な素材開発や、新たな体験を生む製品・サービスも、こうした挑戦から生まれています。社会課題への挑戦と、新たな市場価値の創造を両立させること。それが私たちの挑戦であり、持続的成長の原動力です。

研究開発費 (2025年3月期)

707 百万円

取扱品番数 (2025年3月期)

約7,000

(「Goldwin Online Store」取扱品番数)



## Goldwin Tech Lab

未来から考える研究拠点

研究開発施設「ゴールドウイン テック・ラボ(Goldwin Tech Lab)」は、将来の地球環境や社会の変化を見据え、従来の発想にとらわれない研究開発を推進する拠点です。2030年の気候やライフスタイルを想定した素材実験、アスリートの動作解析に基づく機能設計など、科学と感性を融合した多角的な取り組みを展開しています。こうした挑戦が、アウトドア領域を超えた新しい“豊かさ”的定義を可能にし、社内外の共創パートナーとともに価値循環を実現する土台となっています。

<https://corp.goldwin.co.jp/techlab>



## Goldwin 0

豊かさの定義に挑むブランドライン

「Goldwin 0」は、機能性とデザインにおいて、新たな領域や分野を開拓する画期的なイノベーションを通じアウトドアウェアを再定義します。東京・富山・ポートランドの3拠点から、厳選素材と先端技術を駆使し、デザインと機能性を高次元で両立。探究心にあふれたシンプルなモノづくりを通じて、使い手や社会と新しい豊かさの定義を共創しています。毎シーズン、コンセプトや技術をアップデートしながら、次世代のアウトドアカルチャーを牽引しています。

<https://www.goldwin-global.com/jp/goldwin-0>

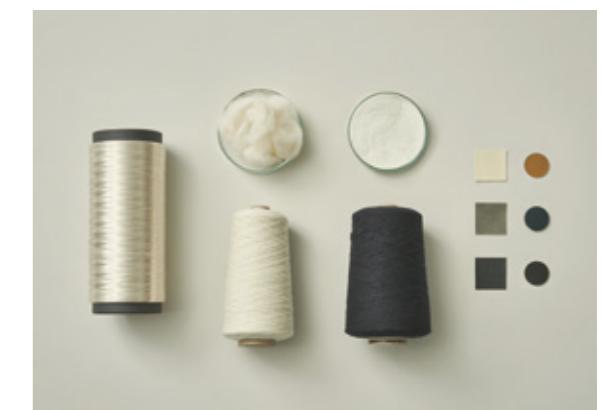


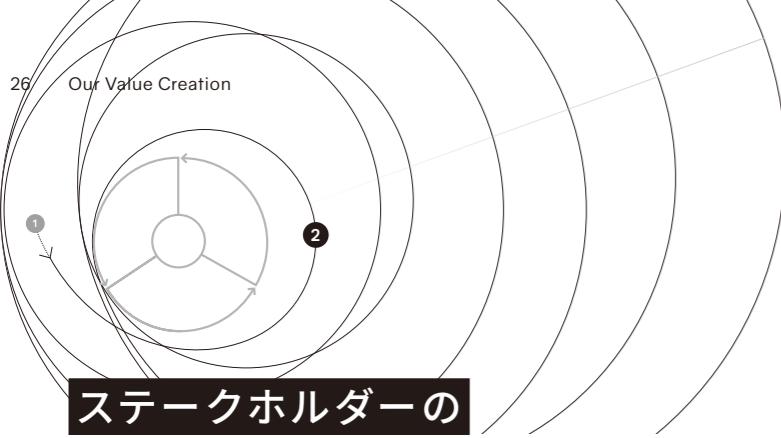
## Brewed Protein™素材

自然に学ぶ革新的な素材開発

「Brewed Protein™素材」は、クモの糸の構造にヒントを得て分子レベルから設計された新素材です。Spiber株式会社との協働で、従来のリサイクル発想を超えて、素材そのものを根本から問い直す挑戦を実現。長年の試作を経て、世界初となる衣料品での製品化にも成功しています。持続可能性と機能性を両立したこの素材は、素材開発の共創を通じ、地球と人の未来に新たな価値循環をもたらしています。

<https://about.goldwin.co.jp/about/future>





## ステークホルダーの 共感を得て巻き込む

一企業の力だけでは、持続可能な社会的価値の創造は実現できません。ゴールドウインは、地域社会やお客さまはもちろん、素材サプライヤーや卸先、流通パートナーなど、多様なステークホルダーとの真摯な対話を重ねてきました。

私たちは、お取引先やお客さまを“ともに価値を生み出す仲間”と捉え、一人ひとりの想いや期待に耳を傾けることで、共感の輪を広げています。店舗は単なる販売拠点ではなく、お客さまや地域の声をリアルタイムで受け止め、次の製品やサービス開発に直接つなげる起点です。さらに、お取引先や現地パートナーとの対話や協働を通じて、共創型のプロジェクトや新しいブランド体験を創出し、この「共感を起点とした連鎖」が、事業の持続的成長やブランド価値の深化につながっています。

ゴールドウイン全体  
直営店舗・管理売場総数 (2025年3月期)

210

ゴールドウイン全体  
卸先パートナー数 (2025年3月期)

866

強み

## ステークホルダーとの関係性

ゴールドウインが想い描く未来の実現には、ステークホルダーの共感が欠かせません。

ステークホルダーを巻き込み、生み出した大きなうねりが価値を広く伝播させます。

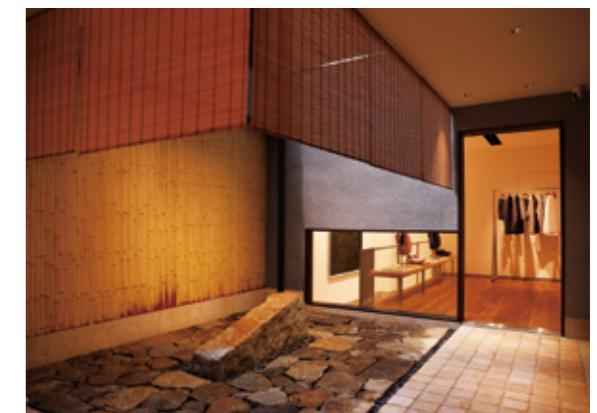
海外ブランドとのライセンス契約や、お取引先を巻き込んだ実需型ビジネスモデルへの変革など、当社は常にパートナーとの協業や共創を原動力として変革を果たしてきました。現在では地球環境の改善というビジョンを共有するベンチャー企業や研究機関とのイノベーション共創に加え、お取引先やお客さまとの対話を通じた新しい価値づくりにも挑戦しています。

## 内装や素材、香りなど五感に訴える空間づくり

### ブランド体験としての空間価値

ゴールドウインの店舗は、単なる販売拠点ではなく、ブランドの思想や価値観を体現する“場”です。例えば、「Goldwin Kyoto (ゴールドウイン京都)」は、京都の景観や文化と調和した設計・素材選定により、長く愛される空間を実現。来店者が五感でブランドの世界観に触れ、共感や新たなつながりを生む起点として機能しています。全国各地の直営店でも、地域文化と対話しながら、モノづくりと場づくりを連動させ、価値循環を生み出しています。

<https://www.goldwin-global.com/jp/shoplist>



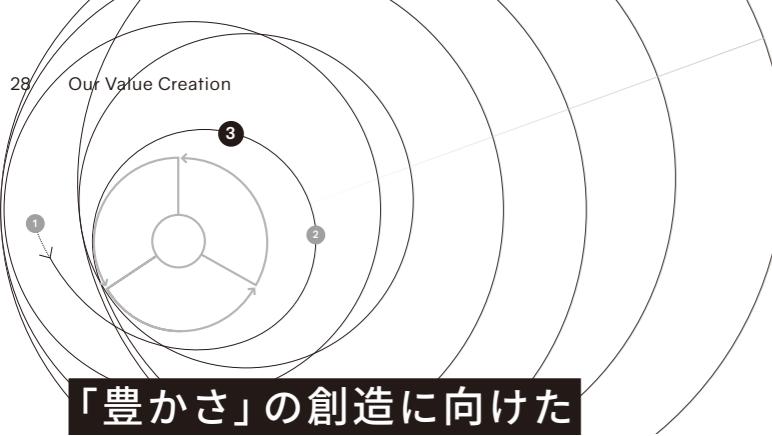
## Goldwin Field Research Lab.

### 問い合わせと探求のフィールド

2024年8月にスタートした「Goldwin Field Research Lab.」は従業員を中心に、国内外のさまざまな共同リサーチャーからなるリサーチラボ&メディアです。自分たちのフィールドから外へと歩みを進めるようなリサーチテーマを特集的に設け、そのフィールドの当事者や研究者をはじめ、さまざまな人とともにリサーチを行います。自分たちの足元を見直し、視野を広げ、現場を知ることの先に、人と社会と自然の関係がより豊かで、公正で、誠実なものになるための知恵や実践を共有できるよう活動しています。

<https://fieldresearchlab.goldwin.co.jp>





## 「豊かさ」の創造に向けた エコシステムの構築

ゴールドウインは、事業全体を貫く「循環」の発想を軸に、さまざまな人・モノ・自然が有機的につながり合う仕組みづくりを進めています。

例えば、素材の開発から製品設計、店舗での体験や修理・回収といった一連のプロセスにおいて、多様なパートナーやお客さま、地域社会と協働しながら、持続可能な価値を共創してきました。環境配慮はもちろん、使い終えた後の未来や、世代を超えた価値の循環にも目を向けています。

“モノを届ける”だけではなく、“次の使い手や新たな社会とのつながり”まで見据え、仲間やお客さまとともに価値を広げていく。この想いと行動が、ゴールドウインの成長を支え、新しい時代の豊かさのあり方を切り拓く原動力になっています。



環境負荷低減素材使用製品比率  
(2025年3月期)

71.5%

リペア総受付件数 (2025年3月期)

23,887件

## GREEN MATERIAL

### 環境配慮型素材を起点とする設計思想

当社は製品設計の初期段階から環境への配慮を重視し、植物由来原料やリサイクル繊維、生分解性素材、第三者認証資材など、環境負荷の少ない素材の採用を推進しています。2025年3月期の環境負荷低減素材使用製品比率は71.5%に到達し、2031年3月期には90%超を目指しています。サプライチェーン全体で調達や生産における取り組みを強化し、パートナーやお客さまとともに持続可能な価値創造を実践しています。

<https://greenisgood.goldwin.co.jp/green-material>



## GREENCYCLE

### 使い終わったモノの次の物語をつくる

2009年にスタートした「GREENCYCLE(グリーンサイクル)」は、ブランドや製品を問わず、全国の店舗で不要な衣服を回収し、リユースやリサイクル、再生ダウン(GREENDOWN)などで資源の循環を推進するプログラムです。着なくなった製品を回収することで、廃棄を減らし、素材やエネルギーを有効活用する社会の実現を目指しています。単なる回収ではなく、「モノを最後まで使い切る」「資源の大切さを知る」価値観を広げ、循環型社会への貢献を続けています。

<https://greenisgood.goldwin.co.jp/green-cycle>

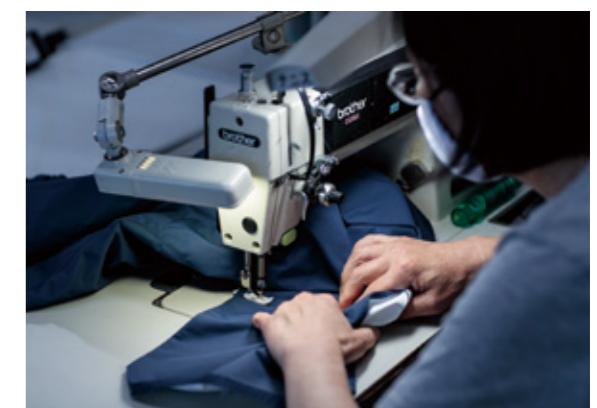


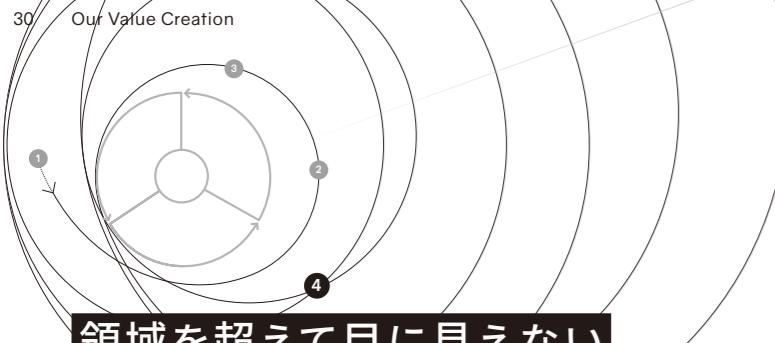
## Repair Service

### モノを育て、長く使う文化の醸成

当社の修理サービスは、製品とお客さまが長く付き合うための大重要な接点です。2025年3月期は23,887件の修理を受け付け、専門従業員が丁寧に対応。「ひとつの製品と長く付き合うことが最も持続可能な選択肢」という価値観を、お客さまとともに育んできました。一部ブランドでは購入後の修理を無償対応し、より多くの人に修理文化を広めています。モノを大切にする価値観が社会へと循環していく共創の場となっています。

<https://greenisgood.goldwin.co.jp/repair>





## 領域を超えて目に見えない 「真の豊かさ」を創造

ゴールドワインが考える豊かさは、経済的な価値やモノの所有だけではありません。人と人とのつながり、自然の中で身体を動かす体験、地域社会との関わり合いなど、目には見えにくい価値の中にこそ、豊かな暮らしや心の充実があると捉えています。

その理念を事業として具体化するため、2025年には国内最大手の山岳および自然観察を専門に取り扱う旅行会社アルパインツアーサービス株式会社をグループに迎え、登山文化の普及や新たな体験の場づくりに取り組んでいます。また、「未来の自然をつくる」という発想からスタートした「Play Earth Park Naturing Forest」では、子どもたちが自然で遊び、地域とともに育む新たな環境づくりを進めています。

ゴールドワインは、こうした事業やプロジェクトを通じて、製品づくりの枠を超えて「豊かさの循環」を社会全体に広げ、目に見えない価値を次世代へとつないでいきます。



アルパインツアーサービス株式会社  
年間国内外アクティビティツアー参加者実績  
(2024年4月1日～2025年3月31日)

# 3,406名

2020年10月  
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



強み

## 境界線を引かない価値の創出力

ゴールドワインが提供する価値は、モノ・コト・トキへと領域を超えて、  
「目に見えない真の豊かさ」として社会に提供されます。

製品の先にあるユーザーの精神的豊かさという「目に見えない価値」を追求するゴールドワインは、「ザ・ノース・フェイス(THE NORTH FACE)」を中心に、領域を限定せず、製品の提供範囲を広げながら境界線を引かない価値創出の強みを磨き上げてきました。さらに目線を上げ、地球環境の改善という「目に見えない価値」の創造も追求しています。

## アクティビティツアー事業を強化

### 登山文化と自然体験の普及

登山文化の継承と自然体験の普及を目的に、アクティビティツアー事業を強化しています。アルパインツアーサービス株式会社とともに、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を展開し、専門ガイドによる安全で質の高い体験を提供。参加者が自然の尊さを学び、地域社会とつながる場を創出しています。こうした取り組みを通じて、アウトドアの魅力を体験として広げるだけでなく、人と自然が共生する未来づくりに貢献しています。

<https://www.alpine-tour.com>



## Play Earth Park Naturing Forest

### 未来につながる原体験の場

富山県南砺市に開業予定の「Play Earth Park Naturing Forest」は、約40ヘクタールの里山を活用したネイチャーパークです。子どもたちが自然で遊び、学び、地域と交わる“原体験の場”として、8組の国内外設計者との協業によって計画が進行中。単なるレジャー施設ではなく、自然とともに暮らす楽しさを次世代へ伝え、地域と共に創する持続的な環境づくりにも挑戦しています。新たな“自然の価値”を社会に循環させる拠点です。

<https://playearthpark.goldwin.co.jp/play-earth>

