



# アパレル企業A社

1/3

## 事業概況

- 店舗数 ..... 3,630店
- 社員数 ..... 57,727名
- ネット通販の売上比率 ..... 18%



## 会社概要



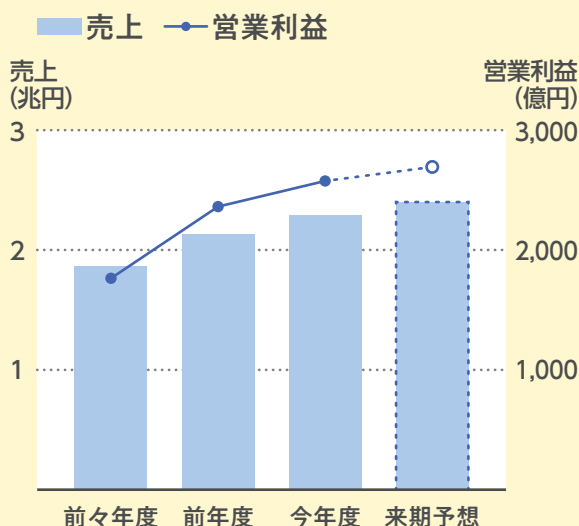
アジアを拠点としたアパレルメーカー。複数のブランドを傘下に持ち、主力のカジュアルブランドを中心に、服を着る喜びを提供することを目指す。高品質な素材や、機能性素材を使った独自の商品を展開する。

## 社長メッセージ

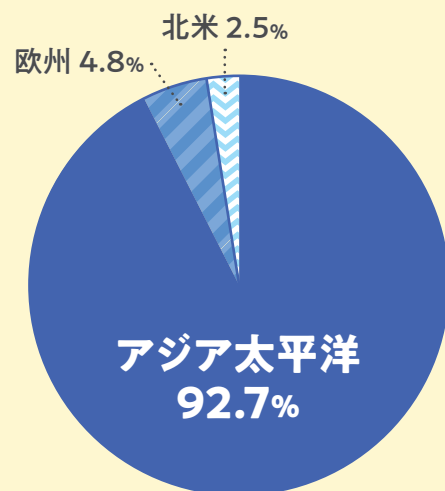


気候変動、資源の枯渇、人権・難民問題、貧富の格差など、世界で深刻な課題が多くある今、事業を通して社会を良くすることが企業に求められています。事業が社会的な負荷を大きくするやり方になっていないかという視点を持ち、挑戦を続ける姿勢は重要です。社員とお客様と連携しながら、ファッションを通じたサステナブルな社会の実現を目指します。

## 業績の推移



## 売上高比率





## 環境問題 | 地球環境への負荷を低減します

### CO<sub>2</sub>などの 温室効果ガスの 排出削減



パリ協定の目標を支持し、2030年度までに店舗やオフィスから排出される量を90%、商品の原材料や素材の生産・縫製の工程で排出される量を20%削減します(19年度比)。2050年の排出実質ゼロに向けた取組みも進めています。

### 水の使用量削減



ジーンズを染色するために使用する水の量を従来から大幅に削減した製品を開発しました。今後、この製品の比率を増やしていきます。

### 資源の循環 (サーキュラー)



着られなくなったダウンウェアから回収した羽毛を再度利用し、新しい製品として販売しています。この取組みは全世界で展開を広げています。また、裁縫の時にたくずや古着などの繊維を、新しい繊維に再生して服を作ることで、衣類における循環型社会の実現を目指しています。

### 洋服の回収・利活用



リサイクル活動として、店頭で当社ブランドの洋服を回収、国際機関と協力して難民への寄付を行っています。着ることのできない服は、燃料や自動車の防音材として、生まれ変わります。

### ペットボトルの利活用



ペットボトルを始めとする廃棄素材を回収し、繊維に加工、洋服にアップサイクルする試みも開始しました。



## S

### 社会問題 | 社会課題の解決への取組みを進めます

#### 取引先の 職場環境



アジアを中心に10か国以上の国で、約600の縫製工場や素材工場と契約。契約する工場のリストはすべてウェブサイトで公開し、透明性を担保しています。児童労働がないか、安全性を担保できているか、適切な賃金が支払われているか、などの基準に照らし合わせ、第三者機関による監査を行っています。

#### 多様性



世界各国の各店舗で、1名以上の障がい者が働いています。LGBTQ+の勉強会を開くなど、偏見なく全社員が働きやすい職場を整えています。また、洋服の寄付を通じた難民支援に加え、各店舗で難民の雇用も支援しています。

#### キャリア形成



管理職に占める女性の割合は約40%。育児休業中の女性社員の復職支援や男性の育休取得奨励、各種研修制度の拡充を図り、従業員のキャリア形成を支援していきます。

#### 地域コミュニティ



地域のホームレス支援団体に弊社ブランドの洋服を寄付しており、ホームレスの方の就職活動に役立てていただいています。その他にも店舗のある地域の社会課題を解決する団体を支援する活動を続けています。

## G

### ガバナンス

取締役…4名  
社外取締役…5名 監査役…6名  
サステナビリティ委員会での社外有識者…5名  
取締役会の中で、サステナビリティ委員会を設置。ダイバーシティやESGの分野で知見のある有識者に委員会に入っただき、ESG課題に取り組める企業体制を構築しています。

#### ●ESG課題への取組み目標

		前々年度	前年度	今年度	目標
温室効果ガス削減	自社 (19年比)	+0.5%	-10%	-11%	30年に -90%
	原材料・縫製工場 (19年比)	-0.2%	-10%	-12%	30年に -20%
女性管理職比率		36.4%	38.4%	39.2%	来年度 40%



# アパレル企業B社

1/3

## 事業概況

- 店舗数 ..... 5,076店
- 社員数 ..... 126,376名
- ネット通販の売上比率 ..... 28%



## 会社概要



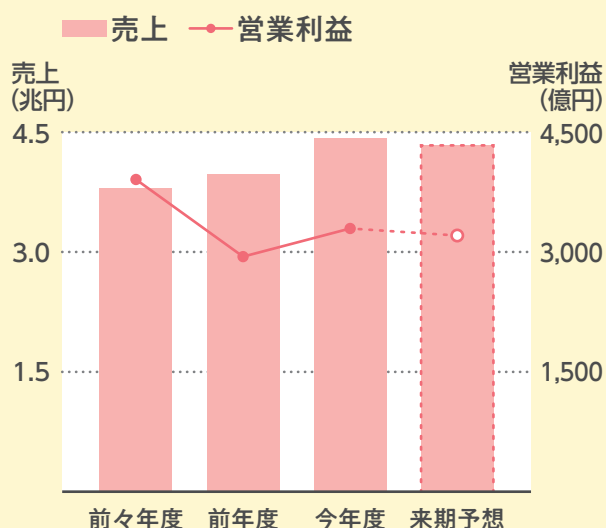
欧州を主力とするファストファッションブランド。最良の価格でファッション性とクオリティを提供することをコンセプトに掲げる。衣類だけでなく、化粧品やアクセサリ、ホームテキスタイルも扱う。

## 社長メッセージ

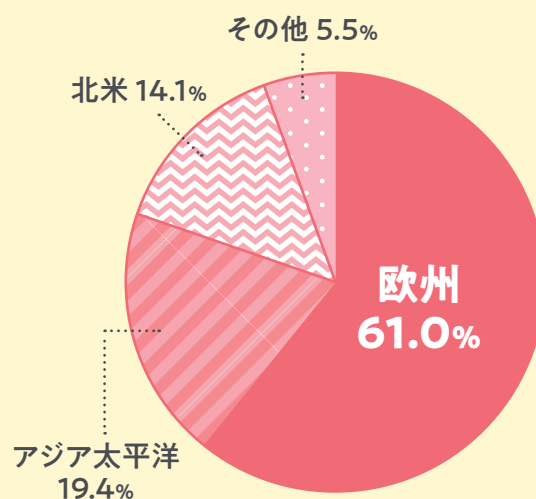


世界的にサステナビリティの重要性は増し、さらに取組みの加速が求められています。循環型社会を産業の中心に据えるため、私たちにはやるべきことがたくさんあります。これまでも弊社がサステナビリティに関する課題を解決してきたように、今後も変革をリードできると確信しています。

## 業績の推移



## 売上高比率





## E

### 環境問題 | ファッション業界を資源循環型に

#### 温室効果ガスの 排出削減への マイルストーン



緩やかな売上成長を維持しながら、2030年には取引先を含めた温室効果ガスの排出を40%削減する目標です(17年比)。そのために、再生可能エネルギーの比率を100%にし、長期的には森林などによるCO<sub>2</sub>の吸収量を増やすことも視野に入れていきます。

#### 繊維の寿命を 最大限に



循環型のビジネスモデルに転換し、温室効果ガス排出を下げるのがファッション業界に求められています。私たちは、ブランドや状態を問わず、衣類や布製品を回収し、再利用やリサイクルをしています。今年度は、Tシャツ換算で9,400万枚を回収しました。また、8店舗では洋服の修理・リメイクサービスも展開しています。

#### オーガニックコットン



今年度オーガニックコットンの使用比率100%という目標を達成しました。1万を超える農家の方々から調達しています。

#### マイクロプラスチックを 出さない洋服に



洋服を洗うと、繊維に含まれるマイクロプラスチックが排水され、海に流れてしまいます。この海洋プラスチックが飲み物や食事などに混入しており、すぐにでも解決策を講じる必要があります。私たちは、この課題に対して新しい代替素材や製造方法を研究・開発をしています。

#### 課題解決に必要な イノベーション



環境問題や社会課題の解決には、イノベーションが欠かせません。そこで複数のブランドの垣根を超え、サステナビリティを中心に添えたオンラインショップを開設しました。また、循環型のファッションを目指して、廃棄後の循環まで視野に入れた洋服のデザインにも注力しています。



## S

### 社会問題 | 公正と平等への取組み

#### すべての社員に チャンスを



様々な研修プログラムを用意し、すべての社員が平等にチャンスを得られる環境を整えています。今年度は、全社員の74%、経営陣の67%が女性です。

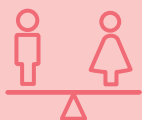
#### 取引先における 公平性



直接の取引のある工場だけでも1,600を超え、そこで働く人は150万人以上います。取引先から、環境問題や労働問題への対応状況を報告してもらう仕組みを作り、第三者の認証や、取引先同士が良い点・悪い点を比較できるような学習機能も担っています。2年後には、100%の取引先の環境・労働問題への取組み状況を評価する目標です。

さらに詳しく知りたい方は、取引先の賃金を国別に公開しているのでご覧ください。

#### ジェンダーの平等化



女性が経済的にも、健康・安全面でも自信を持って暮らせるようにしたいと私たちは考えています。それは、社員やお客様に留まらず、取引先の工場でも働く女性も同様です。

取引先の多くの工場は、セクシャルハラスメントなどジェンダー関連の問題に対する認識を高め、防止するためのトレーニングコースや外部とのコラボレーションに参加しています。また、ある工場では妊産婦の健康をサポートする体制が整いました。

## G

### ガバナンス

経営陣の集まる会議では、年に2回程度サステナビリティの責任者が、主な指標や目標について説明し、サステナビリティ活動についての議論を行っています。

#### ●ESG課題への取組み目標

	前々年度	前年度	今年度	目標
温室効果ガスの 排出削減 (17年比)	-7%	-11%	-3%	30年に -40%
リサイクル・再生素材の 使用比率	1%	2%	5%	30年に 30%
オーガニックコットンの 使用比率	59%	96%	100%	目標達成



# ワーク記入用シート

気候変動対策など環境問題への対応について、  
より良い取り組みだと感じた企業は？

社

良いと思った取り組み

社会・ガバナンスの取り組みを見て、  
「一緒に働きたい」と思う人が多いのは、どちらの企業だろう？

社

理由

あなたが選んだ投資先とその理由を書こう

社

理由