

2023 (Since 2022)

WORLD SUSTAINABILITY PLAN



留意事項

本資料には、当社及びそのグループ会社に関連する予想、見通し、目標、計画等の将来に関する記述が含まれています。当社が作成時点で入手可能な情報や合理的説明が可能と判断した情報及びそれを踏まえた分析に基づくものであり、リスクや不確実な要因の影響を受けます。また、環境負荷等の開示においては、市場から求められる計算・分析手法や今後の精緻化によって変動する可能性があります。

また、2022年2月にグループ連結入りしました(株)ナルミヤ・インターナショナルに関して、本資料は特段の注記がない限り、定量データ面においては含まれない開示となっております。今後、(株)ナルミヤ・インターナショナルも含めた開示を進めていきます。

本資料は、当社グループについてご理解を深めていただく目的で作成されており、投資勧誘を目的とするものではありません。また、各種データ等については細心の注意を払って作成しておりますが、記載された情報の誤りや第三者によるデータの改ざんなど、本資料に関連して生じる障害や損害について、その理由の如何に関わらず、当社は一切の責任を負うものではありません。

00. ワールドグループの概要

ワールドグループ事業概要

ワールドグループは、「ブランド事業」をはじめ、「プラットフォーム事業」、「デジタル事業」の3つの事業を柱に展開



グループ55社
 当社／子会社49社／関連会社5社^(※)
^(※)持分法適用関連会社(斜体・下線)



売上高
2,142
億円



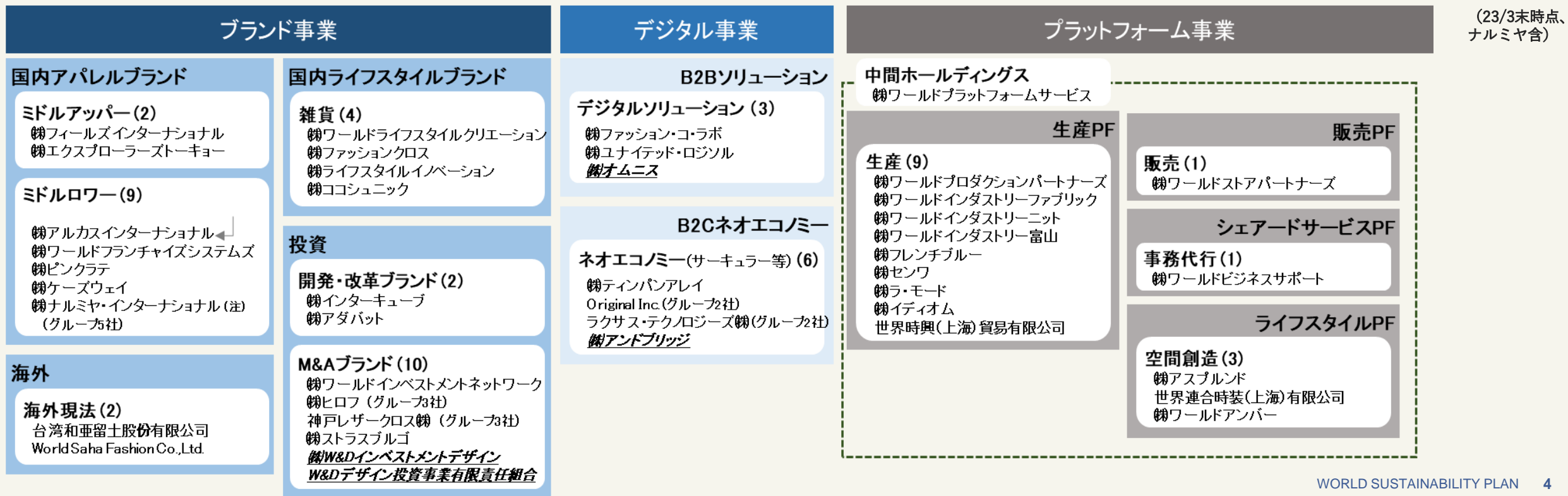
店舗数
2,224
店舗



ブランド数
62
ブランド



従業員数
7,648
名



(23/3末時点、ナルミヤ含)

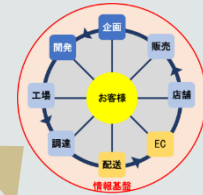
創業有る60年。ワールドグループの歩みは常に自己変革の歴史
 今後も新たな時代を予見し、自らを変革し続ける

変革の歴史

2017年事業持株会社化

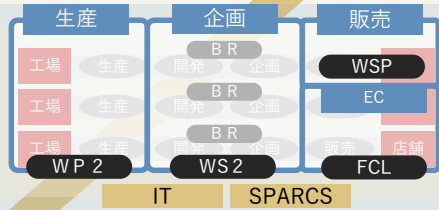
第4の創業：新たなSPARCS

デジタルを活用し事業基盤をアップデート & 次世代
 ビジネスモデル開発
 ライフスタイル領域、サーキュラー領域への
 事業拡張



2005年 MBO

第3の創業：
 産業プラットフォーム
 業態・ブランドの価値を高める
 プラットフォーム構築



1992年 SPARCS構想

第2の創業：
 SPA業態の推進
 卸からSPAへ
 (多業態・多ブランド戦略)



第1の創業：卸の確立・拡大

1959



中長期ビジョン

ファッションの多様性と永続性を実現することを通じて、お客さま
 にあらゆる形でファッションの楽しさを提供し続けることがミッ
 ション。世界に唯一無二のファッション・エコシステムで社会に貢
 献していく。

ワールドファッション・エコシステム
 “ロス・ムダのないファッション産業世界の追求=SPARCS構想の進化”



世界に唯一無二のビジネスモデルで
 創業の願いでもある『いつか世界に羽ばたく企業にする』の実現へ

01. トップコミットメント

「創造全力、価値共有。
つねに、その上をめざして。」

ワールドグループが創る生態系を通じて、ファッション産業の多様性・持続性に貢献。 日本のファッション産業が共鳴しうるヴィジョンを発信し続ける

ワールドグループには、既成概念に捉われず、変化対応を重ねながら進化をしてきた企業カルチャーが創業以来根付いています。社会のニーズに応えながらSDGsをテーマに今後の事業を見据えることは、大きな変革であると同時にさらなる飛躍へのチャンスであり、新たな機会の創出につながると捉えています。

ワールドグループは、1992年に開発をした、ロスを価値に変える「SPARCS構想」に続き、これまで培ったリソースをオープンにしながら、業界全体の産業ロス削減を目指すプラットフォーム事業を推進する等、従来から産業・事業の持続性への課題意識が強い企業体でした。

適時適量を実現するSPAモデルの根幹である国内製造基盤についても、創業以来大切に作り場を守り、技術の継承はもちろん地域への貢献を行ってきました。また、衣料品回収「エコロモ キャンペーン」は業界内で先駆けとなる2009年から開始したほか、現在はネオエコノミーとして次世代の循環型ビジネスを生み出しています。

— 「創造全力、価値共有。 つねに、その上をめざして。」

ワールドグループのコーポレートステートメントは、これまで、そしてこれからも我々の活動の根幹といえます。

我々の改革は、作って・売るという一方向で終わるバリューチェーンに留まらず「循環」を目指しています。それが、「ワールド・ファッション・エコシステム」です。

ファッション産業のサプライチェーンにおいて、単独でできることは限られています。川上から川下、そして土台まで、あらゆる方向における関係と協調が求められ、初めて事業が拡張していきます。それゆえにファッション産業のSDGsの実現には、個社に留まらない本質的な対話と先々を見据えた真摯な活動を通して、業界全体の共創と発展を目指すヴィジョンへの共鳴が重要です。その先に、企業の成長と産業の持続性を目指す二律双生が実現するでしょう。

ワールドグループは、そうしたヴィジョンを自ら発信し、ファッション領域における有機的な生態系を築き、日本のアパレル産業をリードしていく存在になりたいと考えています。

変幻自在かつ多岐に亘る業態、新たなことに挑戦する姿勢、それを支えるチームとひとりひとりの人材こそがワールドグループの強さです。

「変化が大きいほど、チャンスになる」

この言葉を胸に、多様性と持続性を実現させるグループを目指していきます。

株式会社ワールド
代表取締役 社長執行役員 鈴木 信輝



02. サステナビリティの考え方

「モノづくりの起点から使われ、捨てられるまで」



ワールドグループの目指すサステナブル・ヴィジョン

創業以来、ワールドグループは「ファッションの笑顔を生む力」を信じ、
「生活文化への貢献と社会からの信頼」を大切にしてきました。
これからも更なる「生活文化の多様性」と「ロス・ムダのない持続的な社会」の二律双生の実現を目指します



いろいろあるがいい。ファッションが生む笑顔をずっと絶やさない。

- グループが30年以上前から大切にしてきた、「生活文化の多様性」を堅持し続ける
- 多様な選択肢のある持続可能な社会を共に実現し、ファッションを通じた、笑顔を増やしつづける

モノづくりの起点から使われ、捨てられるまで。

- 業界の構造的課題に挑戦し、取引先様とも共に、ロス・ムダを価値に変えていく
- つくる責任だけに閉じず、使われ、捨てられるまでを見据えたエコシステムを構築し、ライフサイクルも見据えた貢献を実施していく

単独でできることは限られる。個社を超えて社会と共につくる。

- グループが大事にしてきた「循環型社会の構築」、「国内産業としての競争力向上」、「多様な社会・生活文化への創生」の3つを軸に、「社会が得る価値」と「ワールドが得る価値」の双方が両立できる活動に取り組む



個が輝き、知を生む組織をつくる。

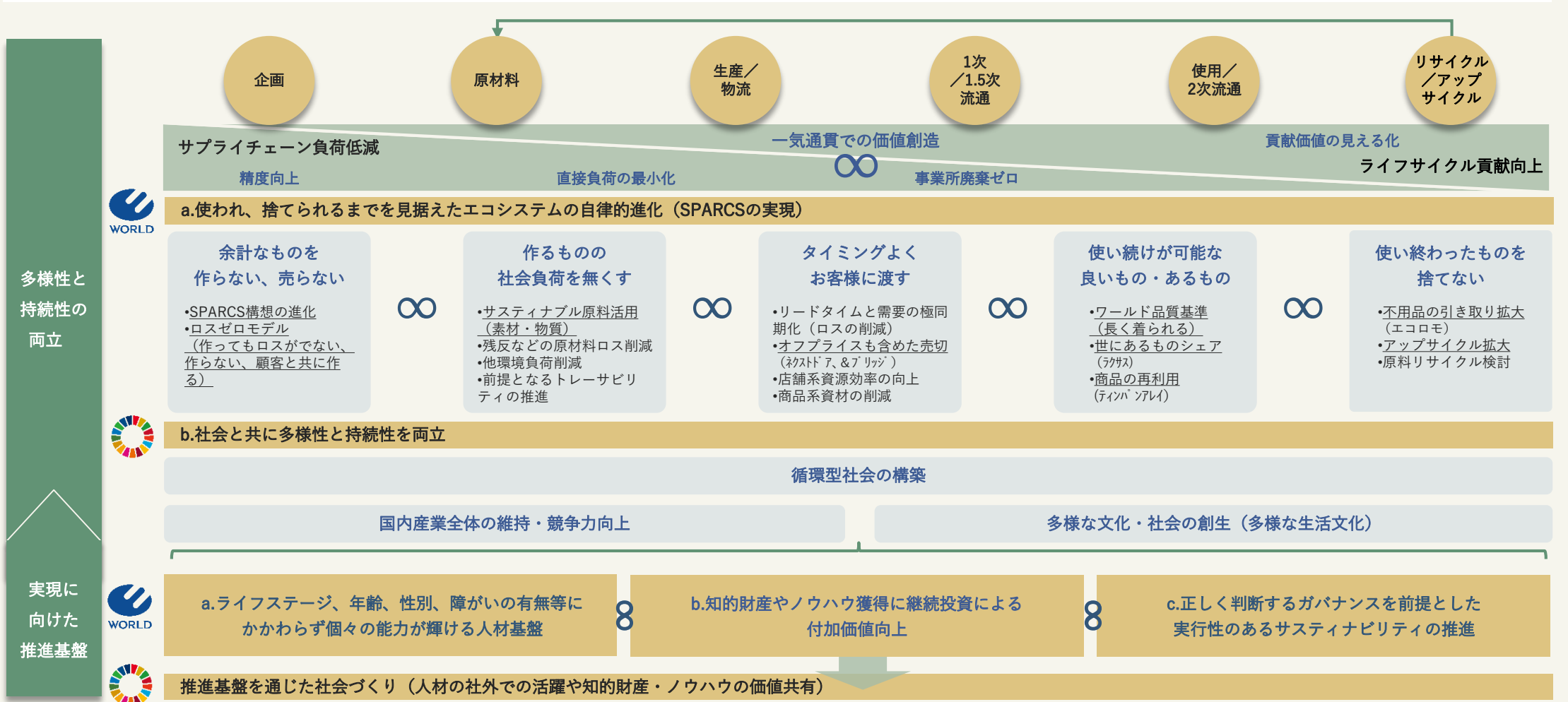
- エコシステム確立の中心となるのは「人」と「知」。多様な能力／ライフステージの人材の活躍や地域・社外との共創等が活躍できる基盤を作ると共に、中長期的な競争力・付加価値向上を担保するため、知的財産やノウハウ獲得に継続投資していく

正しく、まっすぐに。

- 正しく公正な事業運営あってこそその社会づくり。正しく、まっすぐなガバナンスを実現していく

ワールドグループにとっての重要テーマ

目指す社会の実現に向け、モノづくりの起点から使われ、捨てられるまで、そして、多様で持続性ある社会の実現に向け行動していきます



03. 多様性と持続性の両立

弊社の考え方・目標



03. 多様性と持続性の両立

- a. 使われ、捨てられるまでを見据えた
エコシステムの自律的進化

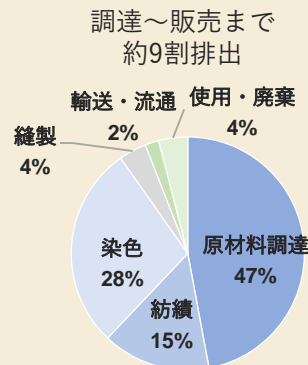


アパレル業界は世界の1割ものCO₂を排出。そして、分散構造が故に負荷の見える化すら進んでいない。
産業対応せねば、ファッションそのものがファッションでなくなる

地球環境への負荷

CO₂排出衣料品の為のCO₂排出世界の約**10**%

国内に供給される衣類から排出される量

約**95**百万t-CO₂

水消費・汚染



衣料品の為の水消費

世界の約**10**%
(内、国内分は9%)

適正処理された排水

わずか**20**%程度

生物多様性

植物性素材による
森林影響
不透明

農薬使用量

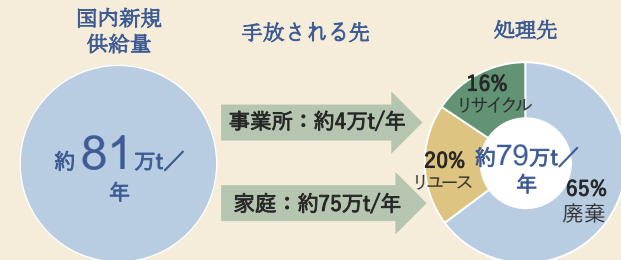
世界の約**7**%

資源の有効活用

廃棄



国内新規供給量と同等量が毎年手放され、7割弱が廃棄



人権の保護

人権



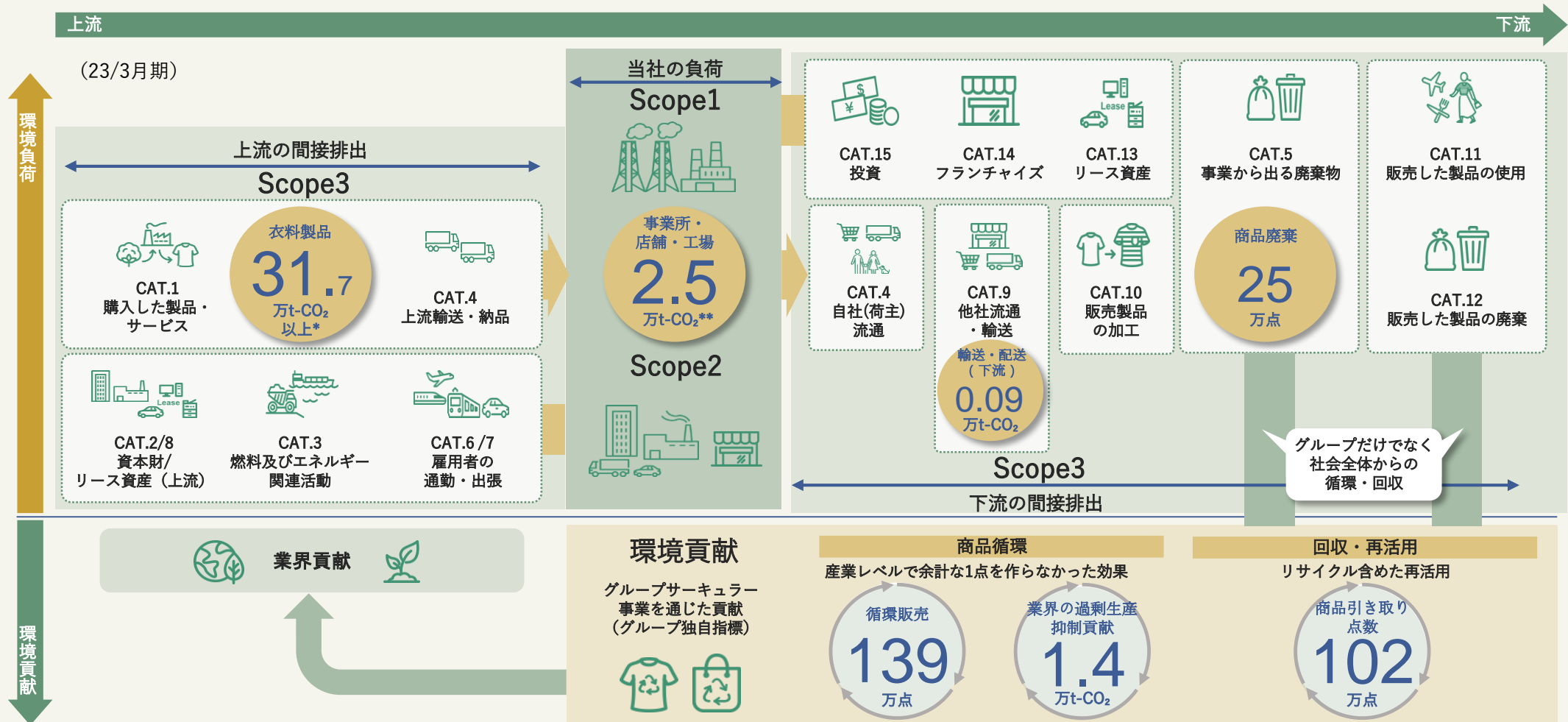
長時間労働などによる強制労働や劣悪な環境による健康被害など人権問題が世界の衣料生産過程において存在すると報告があります

業界構造の特徴

分散構造で、自動車業界などと比すると負荷の見える化が進んでいない業界

現在把握しているワールドグループ
の生み出す環境負荷と貢献

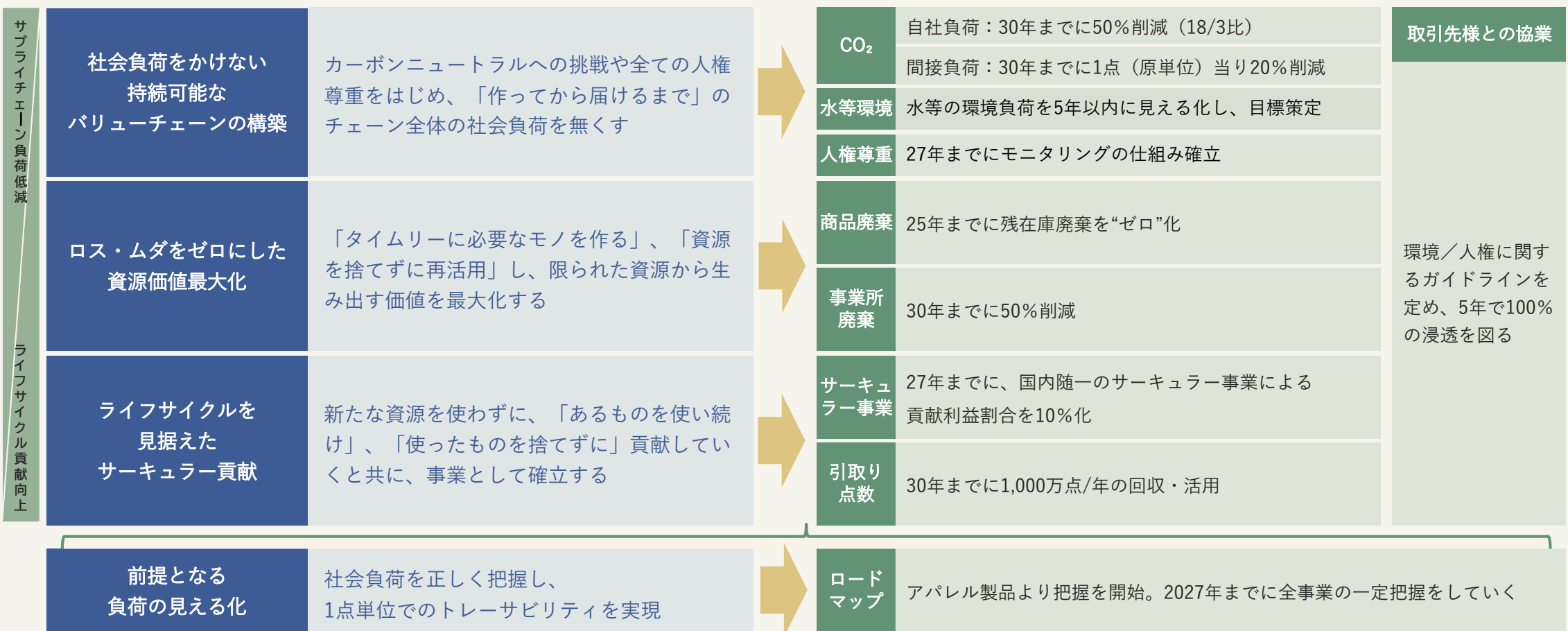
ワールドグループもまず見える化を進める。現状判明分でも、商品調達を中心に大きな環境負荷をかけている。
進めているサーキュラーの取り組みと合わせ、解決に向けて取り組んでいきたい



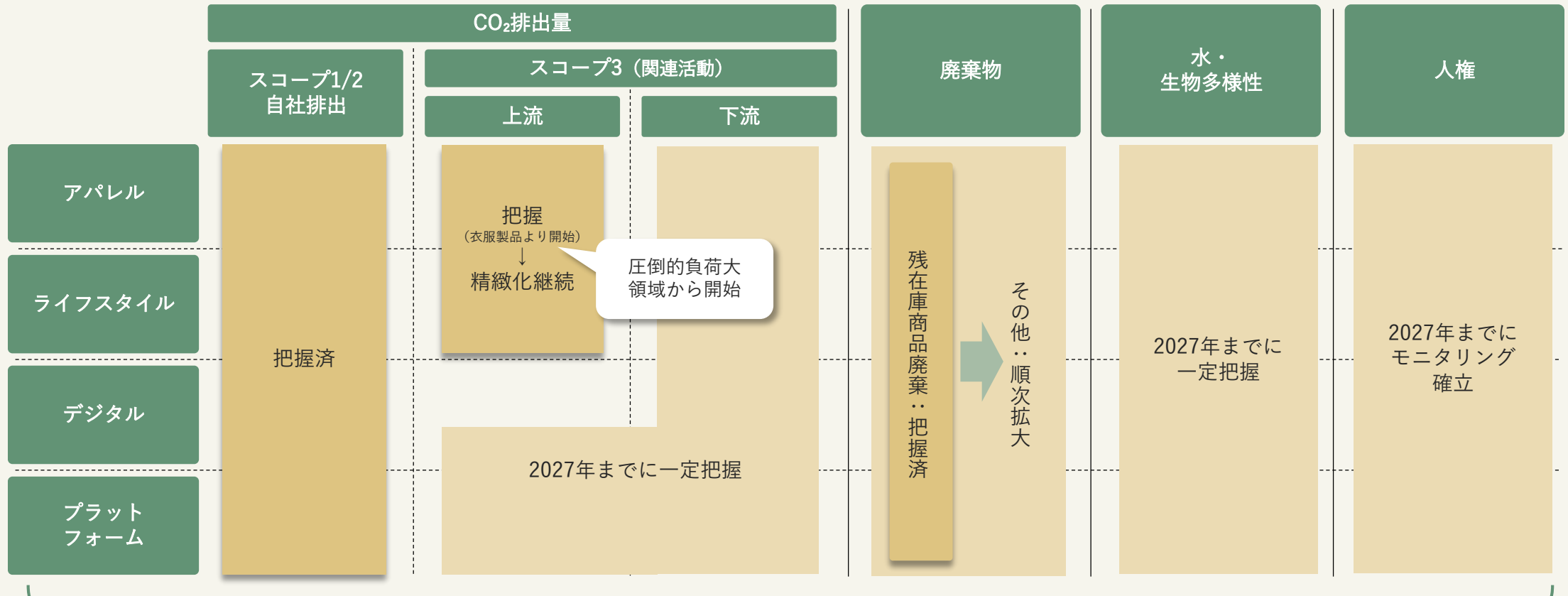
ナルミヤ・インターナショナルは含まれません。*アパレル製品1枚あたりのアイテム別の原単位を算出、各アイテムの仕入実績枚数から計算。合理的かつ説明できる手法で算出していますが、市場から求められる計算・分析手法や今後の精緻化によって変動する可能性があります。 **売仕契約の店舗については、含まれておりません。

「持続可能なバリューチェーンの構築」、「資源価値の最大化」、「サーキュラー貢献」の3つに取り組んでいく。
見える化と並行して取り組みを進め、良い方向に目標自体の実質的改善を目指す

ありたい姿



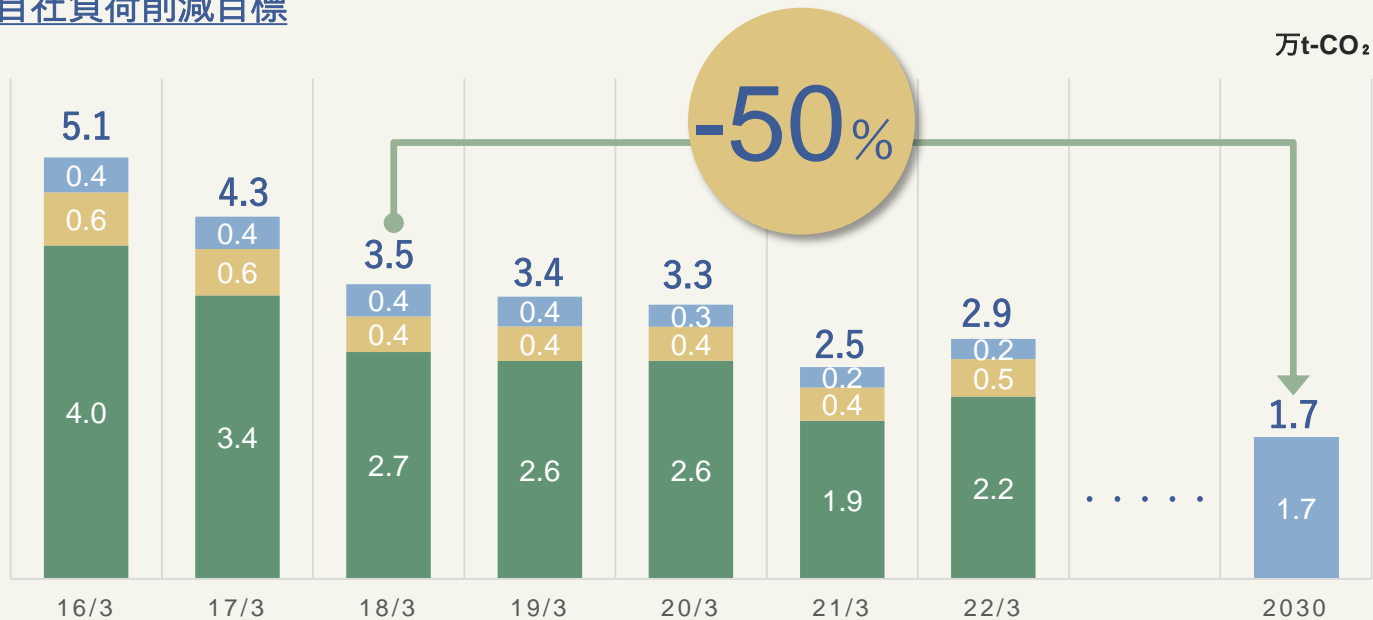
前提となる見える化は、負荷の大きいアパレル事業より把握を開始。
概算把握と精緻化を繰り返し、2027年までに全事業に関して一定把握をしていく



見える化すべき原単位を定め30年までにはトレーサビリティの実現を目指す

自社の直接負荷領域 (Scope1&2) においては、エネルギーの切り替え・節約や貸主様とも協業し、30年に50% (18年3月期比) と率先して大幅に削減する

自社負荷削減目標



達成に向けた取り組み

事業所・工場

エネルギーの自社契約をしている事業所・工場に関して、率先し、再生可能エネルギーの導入・ボイラーを順次切り替え等、得られる効果/コストに鑑みながら実施していく

30年までに、

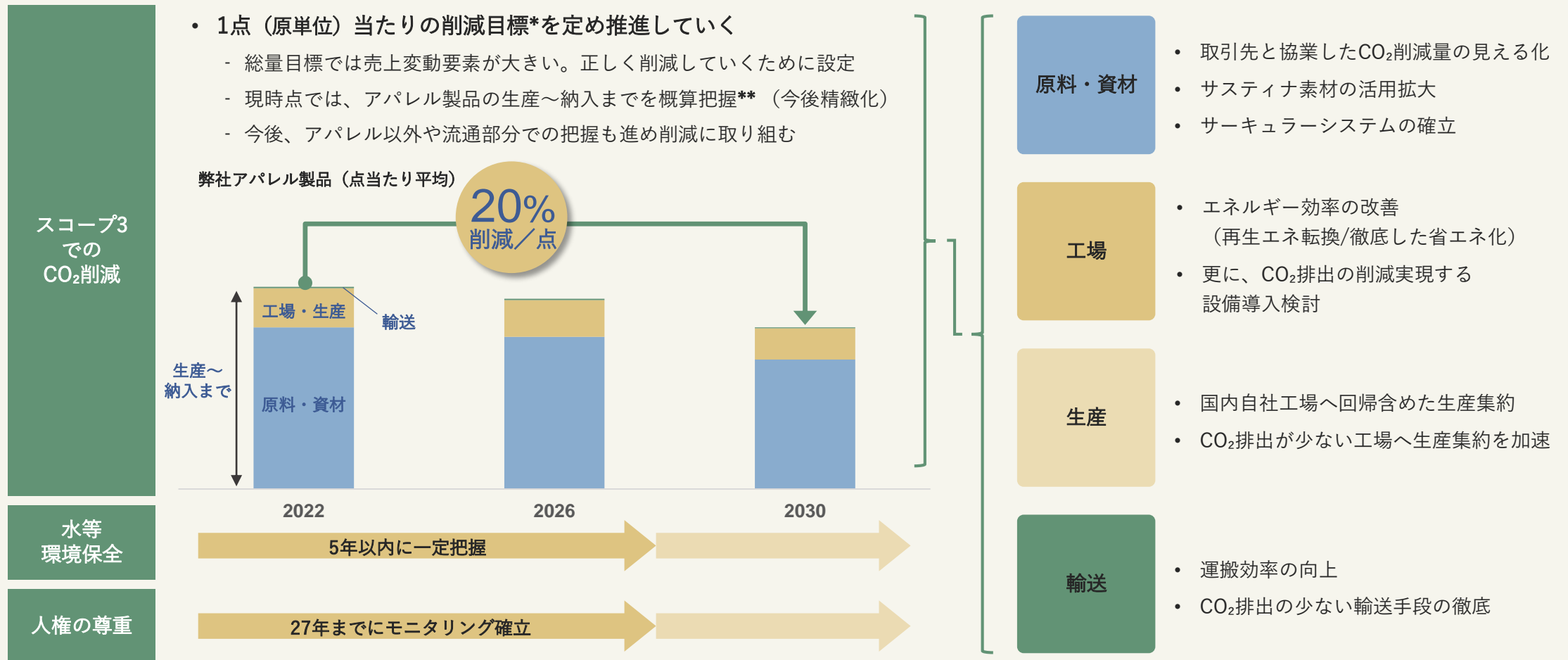
電力実質CO₂ **ゼロ化**

店舗

賃借をしている店舗に関しては、貸主（館様）の協力を得ながら、再エネ電力の導入等を検討していく

本資料発表に合わせ、弊社北青山オフィスは、実質**100%再エネ**を実現

間接排出であるスコープ3は、着実に正しく進めていくため1点（原単位）当たり削減目標を設定し進めていく
水等の環境負荷や人権の尊重についても、見える化しながら対応を進めていく



*現時点では衣服製品を対象。現在把握している負荷はスコープ3カテゴリ1・カテゴリ4（上流）部分を把握しているが、精緻化を進めていくと共に範囲を拡大していく

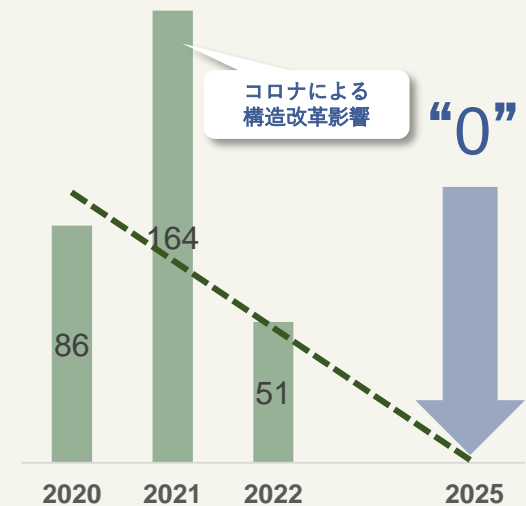
資源は使わざるをえない。2025年までに商品廃棄“ゼロ”化。
2030年までに自社工場廃棄を50%削減し、使う資源の価値を最大化していく

商品残在庫廃棄

2025年に商品廃棄 **ゼロ** を実現し
資源を使った全ての商品を価値に変える

- ・現状、アパレルだけでも、約50万/年も余計なモノづくり

アパレル残在庫廃棄数 (万点)

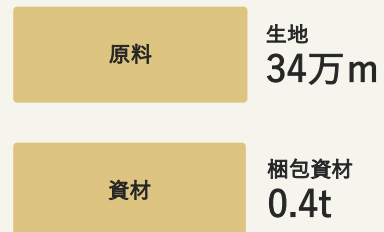


自社工場廃棄

資源の有効活用を目指し
2030年に事業所廃棄 **50%** 削減
(スコープ3を含めた対応は今後検討)

- ・現状、自社生産・調達工程で多くの廃棄

自社工場・生産系廃棄物/年



●余計なモノを作らないロスゼロ生産モデル確立

既存業務のデジタル化と
情報基盤を活用した生産量の適正化で
原料ロス・生産ロスを極小化。

●リードタイムの極同期化によるロス削減

お客様が欲しい時に欲しいものを届けられるように
企画～生産～販売のリードタイムを短縮。
オフプライスも含めて売り切りを促進しロスを削減。

●資源・商品の再活用

事業の各工程で出る廃棄を減らすため、廃棄対象物ごとに、
リユース/リサイクルを促進していく。



在庫廃棄ゼロに向け、廃棄の源となる過剰なモノを作らない。
生産モデルを確立していく

余計なモノを作らずにロスを減らす = 潜在廃棄対象を無くす

納期
半減

国内生産フル活用

- 商品の適時投入・在庫増を防ぐ（潜在廃棄対象を無くす）ために、リードタイムの短い国内生産へ回帰
- 高価格帯商品では現在4割であり、今後、大半を切り替え

生産地別リードタイム（発注～納期）

生産地	リードタイム
アジア	4～10W
中国	4～8W
国内	2～4W

時間価値大

高価格帯商品の国内生産比率

時期	国内生産比率
現在	約4割
将来	（比率向上）

ロス
ゼロ

デジタルサプライチェーンの構築

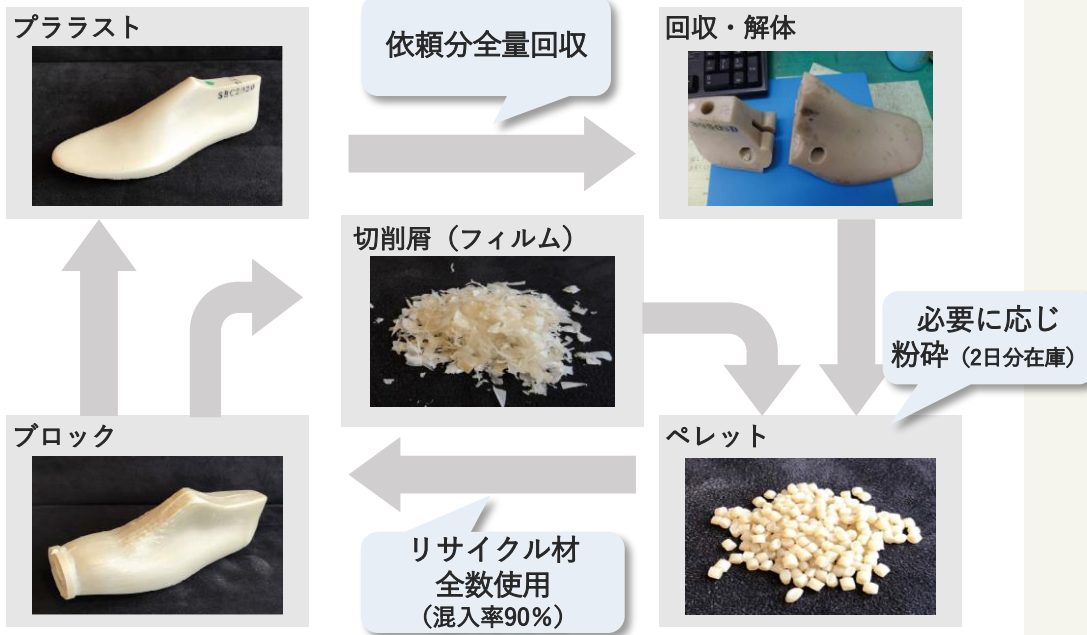
- 既存業務のデジタル化により高速QR体制確立
情報収集～企画～生産～販促～販売までAI等を活用し、高速QR体制を確立する。
- 情報基盤を活用した生産量の適正化
情報基盤を活用し、精緻な需要予測から適切な発注数を割り出し、生産量を適正化する。
- オンデマンドプリント技術の活用
お客様からのオーダー後に一着ずつ工場プリントすることで、原料ロスを極小化。



事業所廃棄を減らしていく為、各事業・セクションで
余計なモノを使わないと共に、使わざるをえないものの再活用を推進

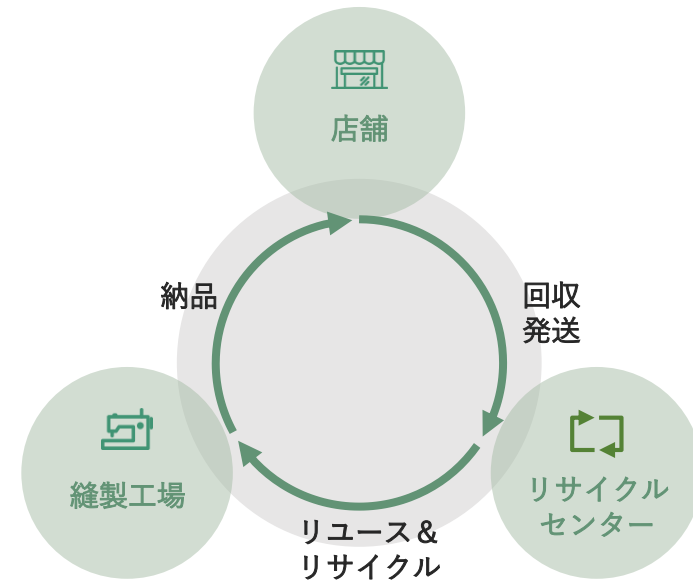
靴木型（プララスト）循環化

- 神戸レザークロス社では、各メーカーに販売した靴の木型（プララスト）を回収・内製で粉碎し、全数にリサイクル材を使用し再成型

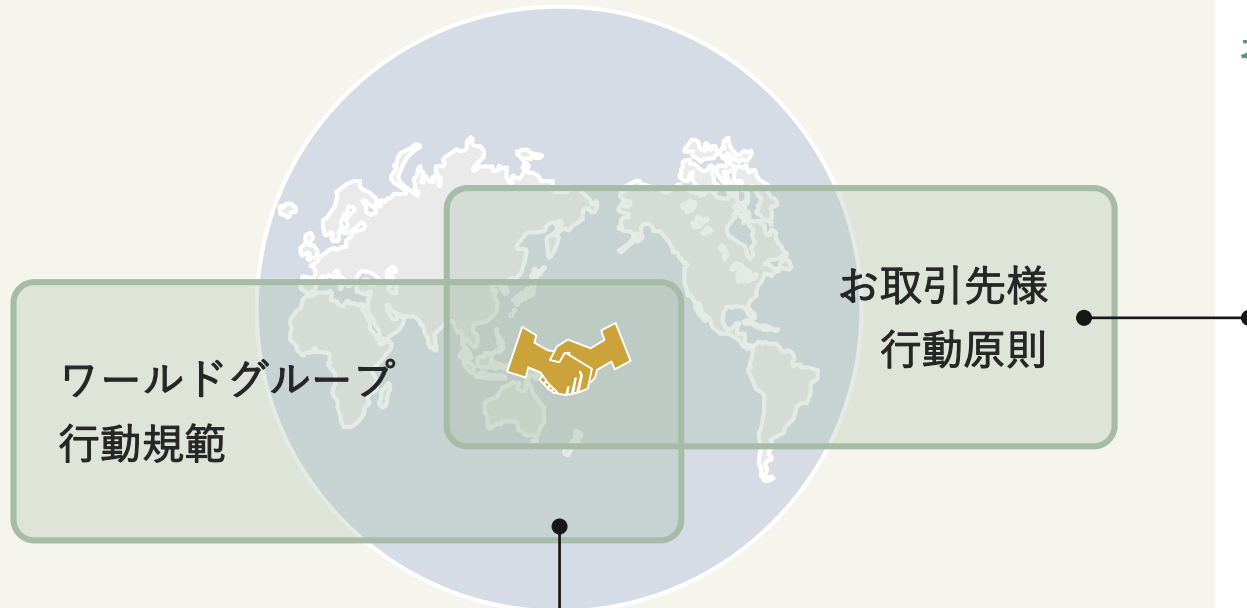


「納品用ハンガー」リユース化

- 2005年より、国内アパレルブランドでは、流通用ハンガーの循環システムを構築しリユース/リサイクルに取り組み



「ワールドグループ行動規範」を遵守すべく、グループ従業員に定期的な教育を推進中
お取引先様と共に持続可能なサプライチェーンの構築を目指していくために
今後「お取引先様行動原則」を策定し、2027年までに100%浸透を目指していきます



グループとして遵守すること

- | | |
|---------------|---------------|
| 1 お客さまに対する姿勢 | 6 環境に対する姿勢 |
| 2 社員に対する姿勢 | 7 会社に対する姿勢 |
| 3 取引先に対する姿勢 | 8 国際社会に対する姿勢 |
| 4 株主に対する姿勢 | 9 人権に対する姿勢 |
| 5 社会・行政に対する姿勢 | 10 危機管理に対する姿勢 |

お取引先様に理解・遵守していただくこと

- ✓ お取引先様行動原則を定め、お取引先様と新たなパートナーシップを構築
- ✓ お取引先様と共にした活動とするために、理解・遵守の浸透の為に説明会等を開催し取組促進
- ✓ お取引先様の社会・環境的サステナビリティに関して監査・モニタリングを実施
(外国人技能実習生等一部開始済み)
- ✓ 加え、持続可能なサプライチェーン構築に向け、お取引先様と一緒にした改善活動を実施

サーキュラーの取り組みは国内随一と自負。新たな資源を使わず、自社に留まらないライフサイクルで社会貢献していくと共に、グループの事業の柱として明確に成長させていく

「国内随一と自負する」グループサーキュラー事業

Tin Pan Alley

- ・ リユース事業
- ・ 良いものを使い続ける社会づくりへ貢献

Lexus

- ・ シェアリング事業
- ・ そこにあるモノとニーズをマッチング

&Bridge

- ・ オフプライス事業
- ・ 1.5次流通として業界の廃棄削減貢献

「13年継続」の衣料品引き取りキャンペーン

- ・ “エコロジー”と“衣（ころも）”を掛けあわせた「エコロモ」キャンペーン
- ・ お客様の不要な衣料品をお引き取りし、衣料品の価値を最後まで無駄なく活かすことを目的にスタート

09年より開始。 累計1,500万点を回収

サーキュラー貢献利益

- ・ 取り組んできたサーキュラー事業を通じ、持続性に貢献すると共に、グループの事業の一つの柱として成長

30年目標：

約10%のグループ貢献利益

もったいない点数

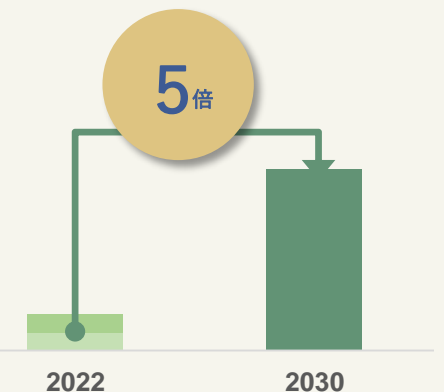
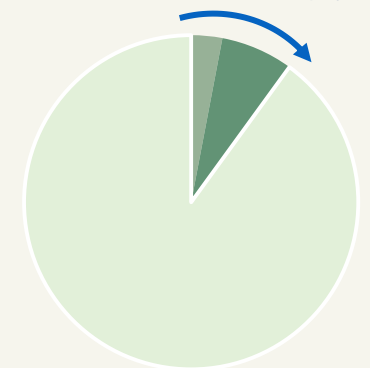
- ・ 単純廃棄を防いだ衣料品引き取り点数を「もったいない点数」と定義

(サーキュラー事業とエコロモキャンペーンでの引き取り点数合計値)

30年目標：

1,000万点/年相当引き取り

サーキュラー事業



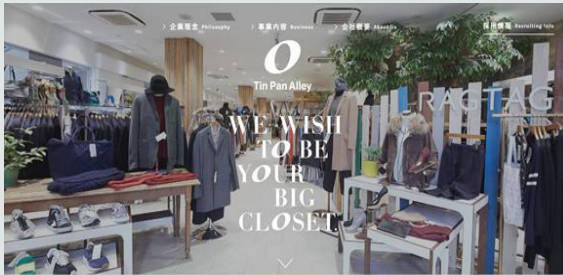


“モノを作らない”グループサーキュラー事業の成長を軸に、
更なるグループシナジーを活かした新たな循環を拡大していく

“モノを作らない”
グループ
サーキュラー
事業

ティンパンアレイ

日本随一のリユース事業運営。
年間50万着リユース



ラクサス

日本有数のブランドバッグを保有し、
それを回す。バッグシェアリング



&ブリッジ

業界の廃棄をなくす、1.5次流通



“捨てずに
モノを再活用
する”
新たな取り組み
(アップサイクル)

“下取り対象とならなかったが
お客様の希望により
引き取った品物”



be released

1点1点をデザインし、グループ国内工場
でリメイク



RAGTAG meets ワールドインダストリー富山

培った製品染めの各種技術を使い、
新たな価値へ再染色





2009年より不要品を引き取りし、リユースすることで子ども達を支援するエコロモ活動を開始。
既に、累計1,739万点もの回収を実施。今後もお客様と共に活動を拡げていく



2009年～回収累計

1,739万点

子ども達の未来のために

108百万円支援



1 ワールド製品以外の衣料品でもOK!

「もう着ないかな」という
不用になった衣料品を
お引き取り会場までお持
ちください。



2 衣料品をOFFチケットと交換

お引き取り枚数とOFFチ
ケットの金額は店舗に
よって異なります。



4 収益金は子ども達の未来のために

リサイクルパートナーからの引
き取り金は、支援を必要として
いる子ども達のための基金へ寄
付します。



3 必要な方にお洋服をつなげます

お引き取りした衣料品は
リサイクルパートナーを
通じて、国内・海外での
再利用やリサイクルにつ
なげます。



リサイクルパートナーが
**再利用
輸出
リサイクル**



03. 多様性と持続性の両立

b. 社会と共に多様性と持続性を両立



目指す社会に向け単独でできることは限られる。グループが大事にしてきた3つのテーマを軸に「社会が得る価値」と「ワールドが得る価値」の双方が両立できる活動に取り組む

考え方

「社会が得る価値」と
「ワールドが得る価値」の両立



持続的な社会・地域とすべく
事業として継続できる
活動を実施

取り組みテーマ

- ・ ワールドグループが大事にしてきた3つのテーマを軸にした活動に取り組む





社会全体での循環型社会の構築に向け、各店舗でお客様と取り組めること、
他社と協業できることなどの取り組みを開始

アップサイクルイベント

- ・ アウトレットストア「ネクストドア」では、自社工場の残布などを活用したワークショップを開催。今後開催館を全国に拡大

キテミテ松戸NEXTDOOR店

エコバッグ
会社古紙活用



マスク
自社工場ポンチ
素材の残布



ミツロウラップ
自社工場残布活用



カーネーション
リメイク素材再利用



(株) TSIとの協働@大丸・松坂屋

- ・ (株) TSI と (株)ワールドは、売場を連動させたコラボレーションキャンペーンを全国の大丸・松坂屋で開催。テーマを「Together with Earth」とし、サステイナブル素材を使った商品を打ち出したほか、両者が展開する衣料品引取りキャンペーンも開催し、新たな循環型社会に向けた取り組みを実施。



WORLD × TSI Inc.
Together with Earth
地球と一緒にいきていく



事業の承継等含めて国内生産基盤を維持・拡大してきた
他社とも協業しながら、持続性ある産業とすべく日本、地域に貢献していきたい

ワールドグループ生産拠点

- ワールドグループは自社での設立だけでなく、事業の承継など国内生産基盤を維持・拡大

設立	1978年	ワールドインダストリー ファブリック (岡山)	ファブリック工場。国内商材生産の中核的存在
設立	1980年	ワールドインダストリー ファブリック (淡路)	岡山工場と合わせて、ファブリックのフルアイテム製造基盤を構成
設立	1987年	ワールドインダストリー ニット (松本)	フルアイテムを生産する国内ニット工場
譲受	2008年	ワールドインダストリー 富山	糸染めと製品加工設備を有する稀有な染色加工場
設立	2009年	ワールドインダストリー ニット (ホール)	編機の保有数やプログラム技術など国内トップクラスの工場
M & A	2010年	フレンチブルー	品質の安定・短納期で旬な物づくりや軽衣料を得意とする工場
M & A	2011年	ラ・モード	国内唯一の100名超のプレタ対応工場
M & A	2015年	センワ	国内ジャージ生産の中核ポジションとして稼働

国内外の他社ブランドも生産し国内生産維持へ貢献



誰もがファッションを楽しめる。誰もが表現できる。新たな価値と出会える。
ファッション企業として、一人ひとりの笑顔が見える活動を事業化も見据え拡げていく

誰もが楽しめるファッション

ワールドコオププロジェクト

- > 任意団体コオプと19年より、誰でもおしゃれが楽しめる社会づくりプロジェクトを実施
- > 第4回目は、実店舗を使い視覚に障がいがある方の買い物の体験を通じ、困りごとの解決を目指した



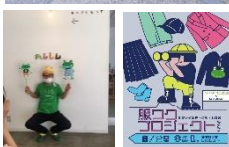
ユニバーサルマナー
受講スタッフ増加

私もおしゃれを
楽しめる機会増



服ワクプロジェクト

- > コロナ期間中、ダイハツ工業（株）、NPO 法人みやっこサポートと連携し子供たちを支える活動を実施
- > 2回目は、難病の子供たちのケア施設にて洋服を通じた笑顔をお届けの活動を実施



新卒社員の原体験
在庫服の活躍

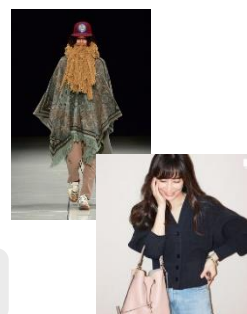
はじめての
服えらび体験



個がより輝く文化づくり

ワールド・ファッション・クラウド (β)

- > 資本提携先であるCAMPFIREとの連携を端緒に継続してきた多様なトライアルの集大成
- > 志あるクリエイターやインフルエンサーとファンを直接繋ぐ「第三のエコノミー」として事業化にトライ



事業化に
トライ

第三のエコノミーの
実現



DESIGNART TOKYO等

- > ワールド北青山ビルをクリエイターの発信の場として活用
- > 「DESIGNART TOKYO」や「big design award」、 「WORLD FASHION ACADEMIA」等にフル活用



アセットの
活用

発信の場



新たな価値との出会い

246st.MARKET

- > 持続可能で本質的な価値を提供するブランドを集積したライフスタイルマーケット
- > 可変式の什器でニューマンをはじめとした施設でPOPUP開催
- > サスティナブル空間賞受賞
- > ラグタグがPOP-UP型イベントを開催、クリエイター10人の選択眼によりセレクトされたユーズドアイテム



事業化に
トライ

新たな生活
との出会い



アップサイクルイベント

- > 残布や店舗での空き箱を利用したアップサイクルイベントを開催
- > 2022年度は約1700名のお客様が参加、全国各地でのイベントを開催し地域・社会との出会いを実現



ムダを無くす

地域コンテ
ツとの出会い



04. 実現に向けた推進基盤

弊社の考え方・目標

04. 実現に向けた推進基盤

- a. ライフステージ、年齢、性別、障がいの有無等にかかわらず個々の能力が輝ける人材基盤



a. ライフステージ、年齢、性別、障がいの有無等にかかわらず
個々の能力が輝ける人材基盤

人材基盤確立に向けた目標

ライフステージ、年齢、性別、障がいの有無等にかかわらず個々の能力が
最大限発揮・成長できる制度・環境の整備を実施していく

ありたい姿

経営戦略と人材 ポートフォリオの 連動化	変化する事業ポートフォリオを 実現するための人材動的化と個の尊重両立
オピニオン・ ダイバーシティの実現	意見の多様性を生み出し、 組織のシナジーを生み出す組織の実現
ライフステージ サポートの継続	ライフステージの状況に関わらず 多様な個が活躍できるサポートの継続
従業員エンゲージメント の継続的改善	結果としての組織・自己成長 (モニタリング)

中期目標

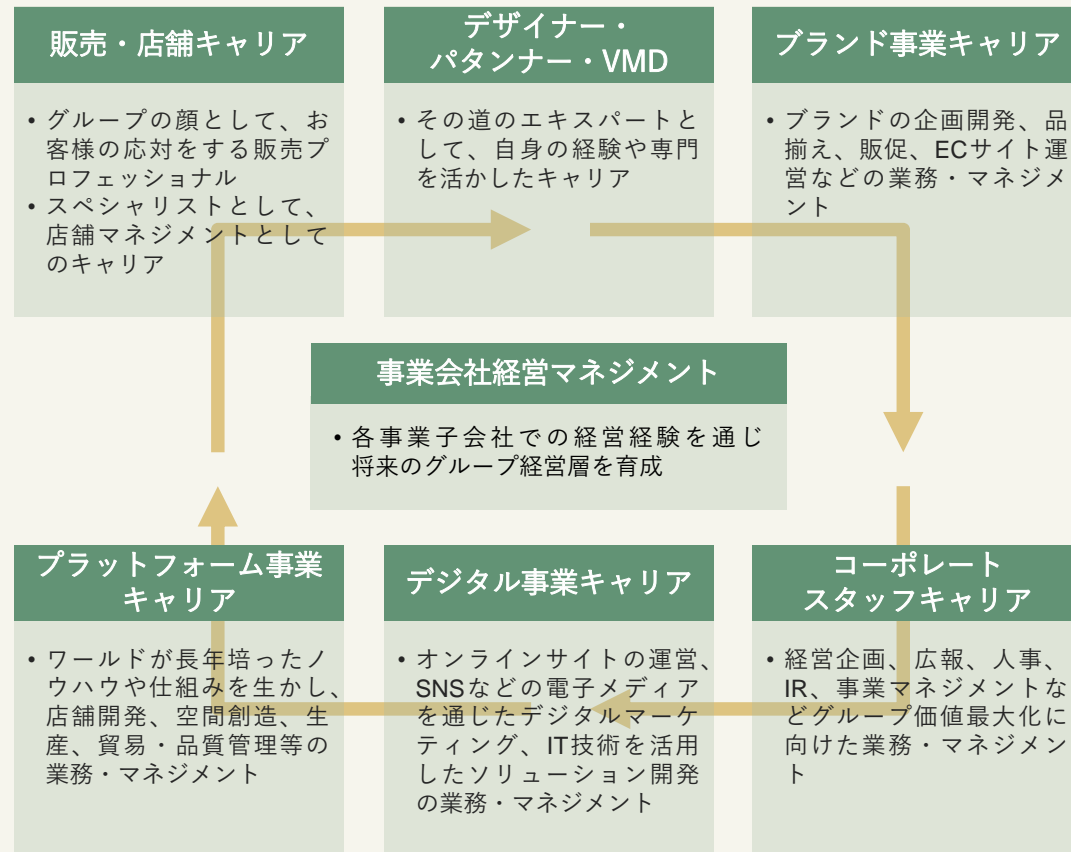
多様なキャリア と動的化	事業多様化に伴う複数のキャリアパスを確保し動的化
人材育成	リ・スキリングを始めとして、人材投資を指標・目標化し 推進
女性の活躍	ファッション企業として、 30年に女性役職者比率を労働構成比と同等
意見・立場 の多様性	中途採用者の管理職比率50%を継続維持 障がい者雇用比率の維持
モニタリング	「ワーキングマザー数」、「育児復帰定着率」、「平均残業 時間」、「有給休暇取得率」、「副業者数」のモニタリング
サポート 制度の継続	個々のステージに応じた柔軟な働き方や休暇取得促進などの 制度の継続的改善
エンゲージ メント	人材エンゲージメントを採用済み。 モニタリングを継続するとともに、今後、目標化を検討

a. ライフステージ、年齢、性別、障がいの有無等にかかわらず
個々の能力が輝ける人材基盤

経営戦略と人材ポートフォリオの連動化

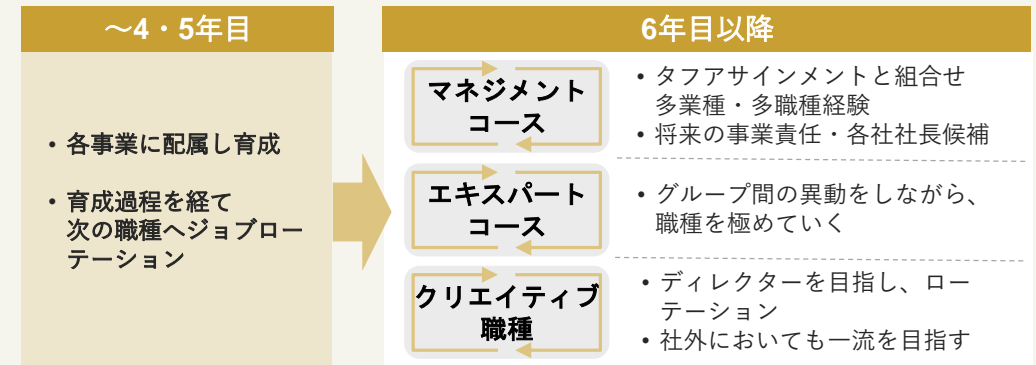
事業多様化に伴う複数のキャリアパスを確保し動的化。
今後、リ・スキリングをはじめとして、人材投資を指標・目標化し推進していく

事業と連動した多様なポジション・キャリア



人材育成と動的化

将来を見据えた若手層の育成



中堅層の更なる活躍と事業成長



2020年より経験値の棚卸しを開始

a. ライフステージ、年齢、性別、障がいの有無等にかかわらず
個々の能力が輝ける人材基盤

オピニオン・ダイバーシティの実現

女性の活躍及び、意見・立場の多様性を重視し、
組織のシナジーを生み出す組織の実現

		現状	目標
ファッション企業としての女性の活躍		79.3% <small>アパレル事業を中心に高い女性比率</small>	
女性の活躍	役職者*の女性比率 国内グループ**	69.2%	30年に労働構成比と同等
	平均継続年数(男女差異) 国内グループ**	76.1%	25年までに85%
	再雇用者の女性比率 (定年退職後の再雇用における男女割合の差異を削減) ワールド	17.6%	25年までに20%
意見・立場の多様性	中途採用管理職 国内グループ**	56.1%	50%以上の維持
	障がい者雇用割合 特列子会社及びグループ適用範囲	2.6%	法定雇用率以上の継続維持



*組織の責任者としての役割を担っている人材（例えば、店長等含む）
**ナルミヤ・ストラズブルゴを除く国内グループ会社の数値

a. ライフステージ、年齢、性別、障がいの有無等にかかわらず
個々の能力が輝ける人材基盤

人材基盤確立に向けた目標

個の活躍を最大化するために ライフステージの状況に関わらず一人ひとりが活躍できる多様なサポートの継続

弊社としてのモニタリング指標*



生産性とライフステージを両立させる制度**

・個々のステージに応じた柔軟な働き方を実現

変形労働制

・月間の所定労働時間を満たせば、上司承認のもと、日々の所定時間と休日を、柔軟に組むことが可能

ライフ 配慮型勤務

・働き方は仕事優先だが、ライフステージの変化による、やむをえない事情で一時的に短時間勤務を実現

ライフ 優先型勤務

・仕事よりプライベート優先の働き方を希望する場合、多様な働き方を許容・提供できる選択肢

セカンドキャリア 支援型勤務

・自ら事業を立ち上げたり、転職準備のためのスキル開発を希望する人へ対応

育児短時間勤務

・子供が中学校に上がる前まで、育児短時間勤務が可能

+

副業制度

・個々人の自己実現や社会での活躍を支援するための副業制度

ワーキングマザーの声



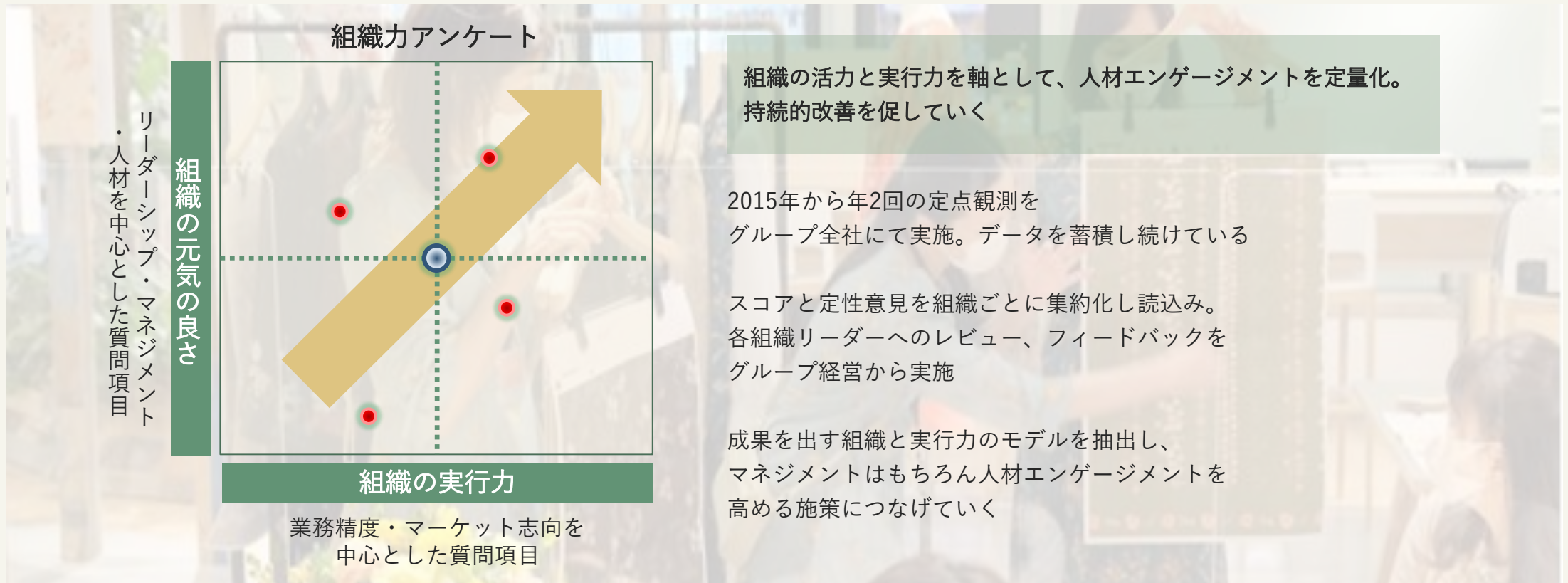
*ナルミヤ・ストラスブルゴを除く国内グループ会社の数値

**国内連結会社の内、主要20社の制度

a. ライフステージ、年齢、性別、障がいの有無等にかかわらず
個々の能力が輝ける人材基盤

結果としての組織・自己成長

2015年より組織のエンゲージメントを定量化しモニタリング。
今後も継続していくとともに、目標化を検討



04. 実現に向けた推進基盤

- b. 知的財産やノウハウ獲得に継続投資による付加価値向上



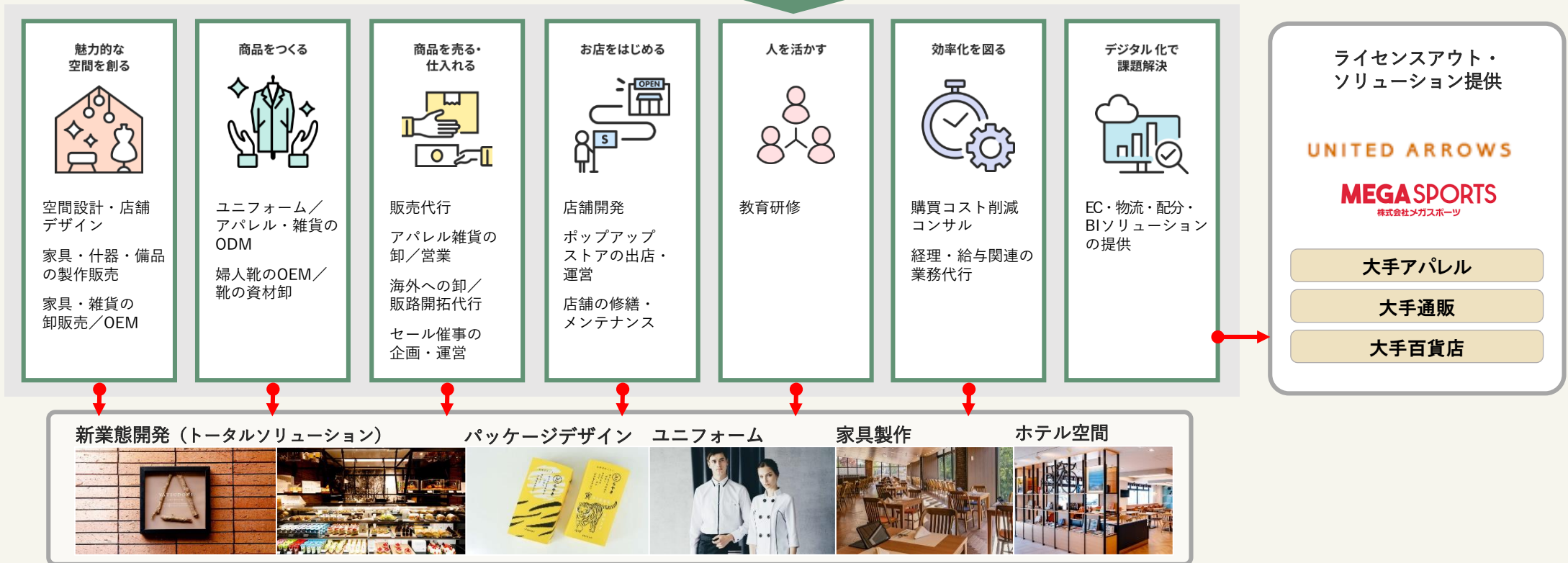
知的財産・ノウハウ投資への考え方

中長期的な競争力・付加価値向上を担保するため、知的財産やノウハウ獲得に継続投資。
プラットフォーム事業を通じ産業レベルでのロス・ムダを無くすとともに投資価値を最大化していく

中長期的な競争力・付加価値向上を担保するため、知的財産やノウハウ獲得に一定水準の投資を実施



プラットフォーム事業を通じ産業レベルでのロス・ムダの削減・協調。投資価値の最大化



04. 実現に向けた推進基盤

- c. 正しく判断するガバナンスを前提とした
実行性のあるサステナビリティの推進



正しく判断し経営の品質を高めることを大前提とした取締役の多様化及び適正な運用を実現。
継続した改善をしていくとともに実行性のある実行体制、サステナビリティ、ダイバーシティを組み込み

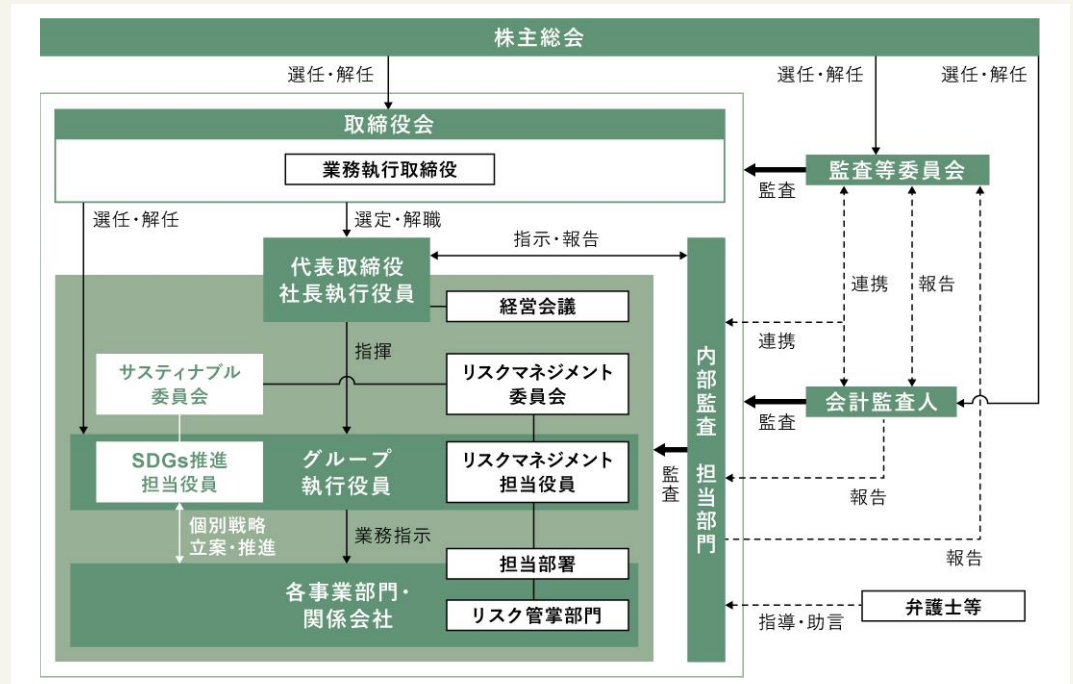
取締役の多様化と適正な運用

- 既に、正しく判断する経営の為の取締役の多様化及び適正な運用を実現
 - ✓ 独立社外取締役で過半数を構成。機能発揮に必要な知識・能力・経験を確保
 - ✓ 指名委員会や報酬委員会を設置。執行の適正に向けた監督・牽制機能を運用
- 今後、ダイバーシティやサステナブルを見据えた観点からの体制改善を検討

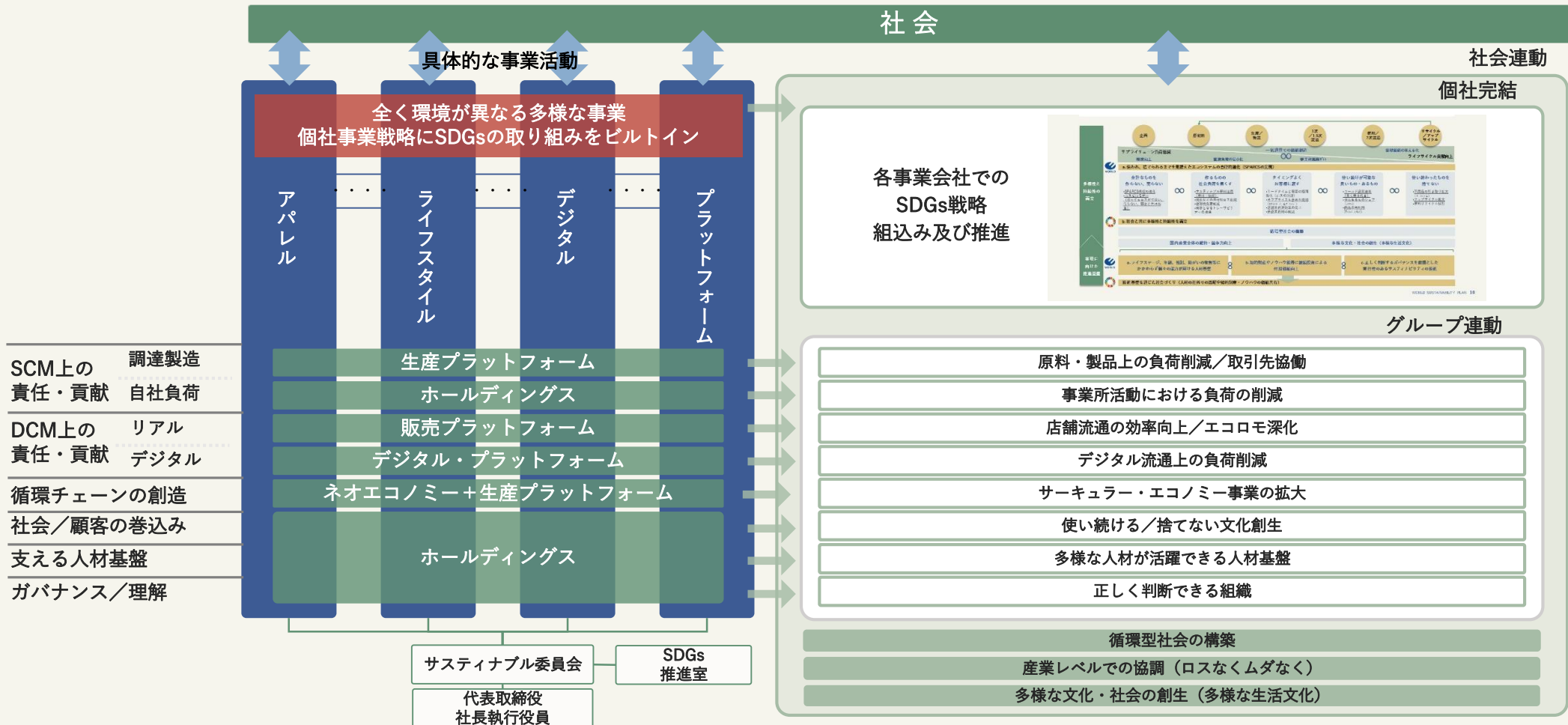
		企業経営	企業戦略 ・ 産業知見	財務・ 会計・ 金融	法務・リスク 管理	デジタル・イ ノベーション	多様性 国際性
代表取締役会長	男	●	●	●	●		●
代表取締役	男	●	●		●	●	●
取締役	男	●	●				
社外取締役	男	●	●	●			●
社外取締役	男	●	●			●	●
社外取締役	男	●		●	●		●
取締役（監査等委員）	男	●	●				
社外取締役（監査等委員）	女	●	●	●			●
社外取締役（監査等委員）	女				●		●

経営管理組織体制

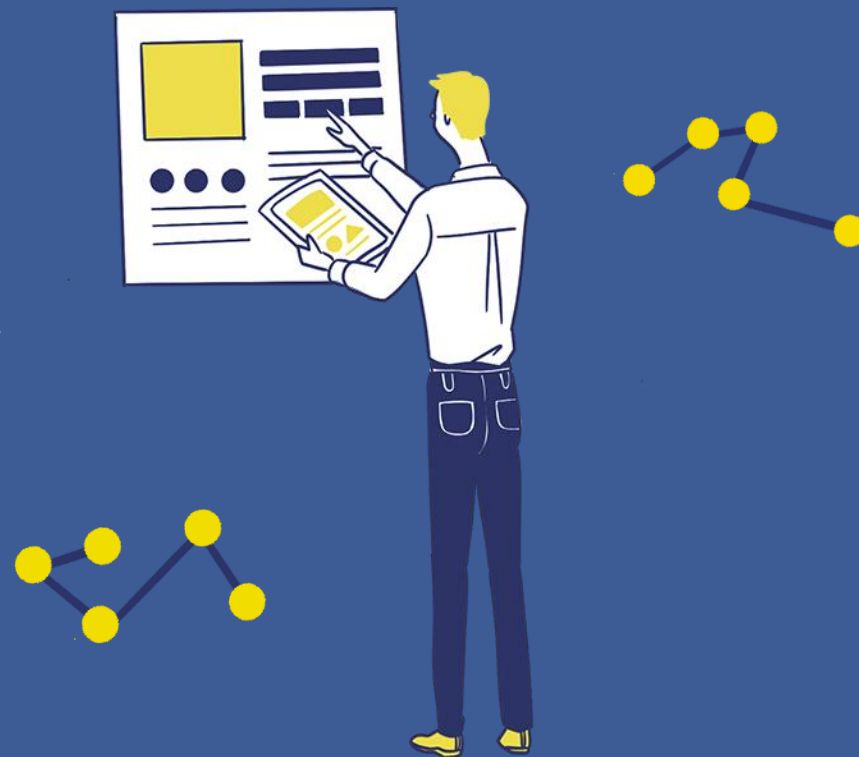
- ワールドグループにおけるサステナビリティ経営を推進させるため、リスクマネジメント委員会と同様にサステナブル委員会を設置



多様な事業を持つが故にSDGsの取組みは一樣では進まない。
 取り組みの推進自体は各事業の戦略・組織そのものにビルトインし進めていく



05. 準備・データ集



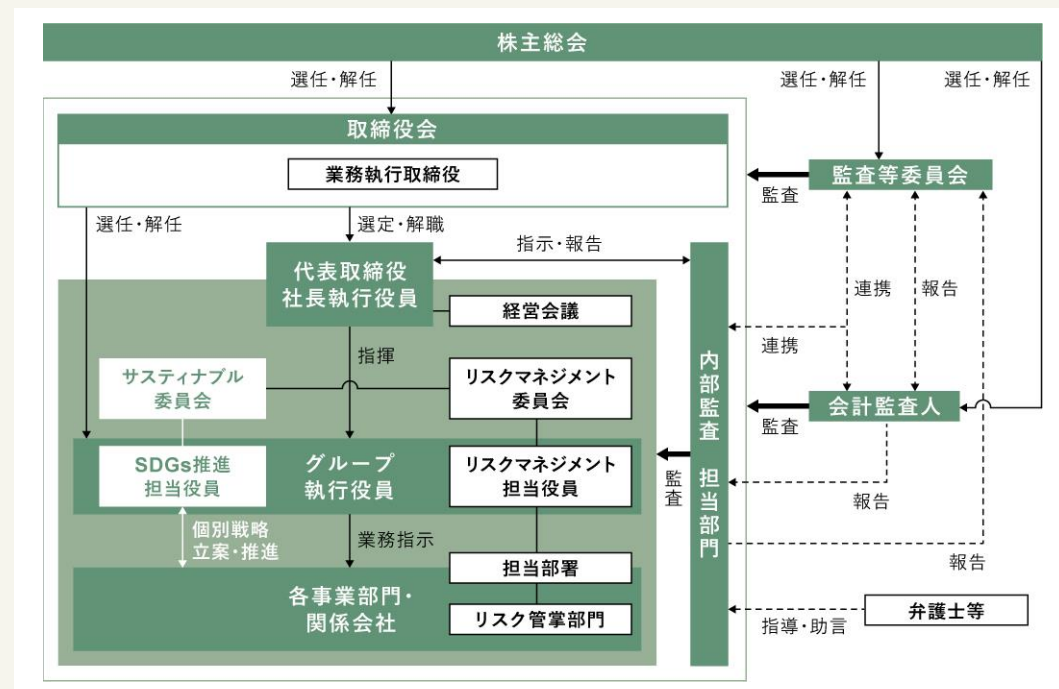
TCFDに関する情報開示

「気候関連財務情報開示タスクフォース」（以下、TCFD）が、気候変動への対応を投資家等に向けて情報開示するよう企業にもとめたTCFD提言へ賛同し、今後は開示を進めていきます

当社グループでは、気候変動への対応を重要課題のひとつと捉え、事業活動に関連して排出される温室効果ガスの積極的な削減とエネルギー使用の合理化に継続的に取り組んでまいります。2022年5月18日、当社はTCFD提言に賛同を表明するとともに、気候変動への対応について、TCFDの情報開示フレームワークに沿った開示を進めております。

ガバナンス

気候変動に係る基本方針や取り組みは、代表取締役 社長執行役員のもと組織されるサステナブル委員会の下に担当役員及び担当部署を設置し推進します。取締役会は、社長及びサステナブル委員会から定期的に報告を受け、監視・監督を行っております。



戦略

当社グループは、TCFD提言を参照し、気候変動がもたらす「リスク」と「機会」を明確にいたしました。抽出したリスクおよび機会について、シナリオ分析等に基づき継続的な見直しを行うとともに、損益・資金計画に与える影響について検討を進め、経営戦略にどのように反映されているかを説明することで、当社グループの戦略のレジリエンスを示してまいります。

「気候変動関連における重要度の高いリスク・機会」に関しては次ページ参照

TCFDに関する情報開示 (2/2)

気候変動関連における重要度の高いリスク・機会

分類	リスク	影響	対応
移行 リスク	政策及び 法規制	<ul style="list-style-type: none"> 2050年までのネットゼロ対応の義務化 情報開示義務拡大への対応不備 	<ul style="list-style-type: none"> 対応不備による製品需要の低下
	市場	<ul style="list-style-type: none"> 環境課題に対する顧客ニーズの急激な変化 	<ul style="list-style-type: none"> 変化対応遅れによる製品、サービスの需要の低下
物理的 リスク	急性	<ul style="list-style-type: none"> 異常気象による災害 	<ul style="list-style-type: none"> サプライチェーン寸断による原料調達不足、精算遅延・停止 店舗、工場、事務所の損害、休業による収益減少
	慢性	<ul style="list-style-type: none"> 平均気温の上昇 	<ul style="list-style-type: none"> 気温の変化に対応しない商品構成による売上低下 冬物重衣料の売上低下
分類	機会	影響	対応
製品サービス	<ul style="list-style-type: none"> 環境意識の高い顧客の誘致 	<ul style="list-style-type: none"> 環境配慮型製品、サービスの収益拡大 	<ul style="list-style-type: none"> リユース、リサイクル活動、シェアリングビジネス、アップサイクルビジネスによる需要の創造 環境配慮型製品の製造、販売、サービスの拡大
	<ul style="list-style-type: none"> お客様やお取引先様と協働した環境活動の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 社会貢献による企業価値向上 	<ul style="list-style-type: none"> エコロモキャンペーン(※)の拡大

(※) 不要な衣料品を引き取り、リユースし、収益金で子供達を支援する当社グループ独自の活動

リスクマネジメント

当社グループでは、経営に悪影響を及ぼすリスクを全社的に把握し、その顕在化の未然防止と顕在化した場合の影響の最小化のため、代表取締役社長執行役員のもと組織されるリスクマネジメント委員会の下にリスクマネジメント担当役員及び担当部署を設置し、当社グループ全体のコンプライアンス・リスクマネジメントプログラムを推進しております。

「気候変動」を、当社グループの経営に重要な影響を与える可能性がある主要なリスクのひとつと認識しており、気候変動への対応はサステナブル委員会が主管となり、リスクマネジメント委員会と連携して進める体制としております。

指標と目標

当社グループは、気候変動への対応の一環として、SUSTAINABILITY PLANの開示に合わせ、2030年度のCO₂排出削減目標を「自社負荷領域（Scope1&2）においては、2030年に50%（2018年/3月比）とする。」と決めました。この目標の達成に向け、エネルギーを自社契約をしている事業所・工場に関して、再生可能エネルギーの導入・ボイラーを順次切り替え、賃借をしている店舗に関しては、貸主（館様）の協力を得ながら再エネ電力の導入等を検討してまいります。また、その進捗の指標として、当社グループ全体のCO₂排出量について、燃料や電力などの使用にともなう自社の直接排出（Scope1）及び他社から購入した電気、熱、蒸気などのエネルギー使用にともなう間接排出（Scope2）を算出するとともに、開示しております。また、ライフスタイル産業として、原材料調達から廃棄にいたるまでのサプライチェーンを通じた排出（Scope3）の管理も重要であると認識し、この算出についても着手し、削減に努めてまいります。まずは、アパレル製品より算出し、今後全事業に拡げてまいります。また、当社グループでは、間接排出であるスコープ3は、着実に正しく進めていくため1点（原単位）で目標を定め、2030年までに20%削減（2022年3月比）を目標とし、原料をサステナブル素材に切り替える等、削減策を進めてまいります。

データ集

		範囲	単位	2018.3月期	2019.3月期	2020.3月期	2021.3月期	2022.3月期	2023.3月期	
温室効果ガス	Scope1	事業者自らによる直接排出（燃料の燃焼）	国内連結会社	t-co2	2,894	2,613	2,540	2,297	3,179	2,457
	Scope2（ロケーションベース）	他社から供給された電気、熱・蒸気	国内連結会社	t-co2	36,572	35,061	34,425	26,327	28,654	23,015
	Scope3	間接排出（事業者の活動に関連する他社の排出）		t-co2						
	カテゴリ1 ^(※1)	購入した製品・サービス	国内アパレル主要事業（ナルミヤを除く）	t-co2	－	－	－	－	390,381	314,598
	カテゴリ4 ^(上流のみ) ※1, ※2)	輸送、配送（上流）	国内アパレル主要事業（ナルミヤを除く）	t-co2	－	－	－	－	2,419	1,963
	カテゴリ8（スコープ1, 2で計上）	リース資産（上流）オフィス機器・PC	－	t-co2						
	カテゴリ9	輸送、配送（下流）	国内連結会社	t-co2	－	－	－	－	968	
エネルギー使用量	ガス使用量		国内連結会社	m ³	241,499	203,521	219,486	159,982	114,051	185,225
	重油		国内連結会社	kl	974	942	829	718	724	699.7
	電気使用量		国内連結会社	千kwh	74,202	70,951	75,168	60,439	65,616	57,037
	電力使用量に占める再エネ比率		国内連結会社	%	0%	0%	0%	0%	0%	5.5%
	水使用量(オフィス・工場)		本社・アネックスビル・北青山ビル・GP工場	m ³	－	－	－	－	－	32,093
一般廃棄物・産業廃棄物・食品廃棄物			神戸事務所（本社・北青山ビル）	kg	－	－	－	－	－	28,310
商品廃棄量			国内小売事業会社（ナルミヤ・ティンパンアレイを除く）	点	562,674	985,639	861,470	1,638,361	514,295	253,556
従業員数			連結	人	11,020	10,088	9,683	9,099	8,388	7,648
女性社員比率			連結	%	－	－	78.8	80.0	80.6	79.3
女性管理職比率（課長以上）			国内連結会社（ナルミヤグループ・ストラスブルゴを除く）	%	－	－	18.0	20.7	22.7	23.6
女性管理職比率（係長相当以上）			国内連結会社（ナルミヤグループ・ストラスブルゴを除く）	%	－	－	24.0	25.7	25.5	29.4
役職者の女性比率 ^(※3)			国内連結会社（ナルミヤグループ・ストラスブルゴを除く）	%	－	－	70.2	72.5	69.9	69.2
中途採用者比率			国内連結会社（ナルミヤグループ・ストラスブルゴを除く）	%	－	－	68.4	66.9	69.7	67.6
中途採用者管理職比率			国内連結会社（ナルミヤグループ・ストラスブルゴを除く）	%	－	－	37.6	38.6	60.2	56.1
障がい者雇用率			特例子会社及びグループ適用会社 ^(※4)	%	2.0	2.3	2.4	2.4	2.6	2.6
再雇用者数			国内連結会社（ナルミヤグループ・ストラスブルゴを除く）	人	－	－	193	183	141	155
外国人従業員数			国内連結会社（ナルミヤグループ・ストラスブルゴを除く）	人	－	－	71	72	52	42
育休取得者数			国内連結会社（ナルミヤグループ・ストラスブルゴを除く）	人	－	－	－	－	－	677
育児復帰定着率			国内連結会社（ナルミヤグループ・ストラスブルゴを除く）	%	－	－	－	－	－	69.4
ワーキングマザー数			国内連結会社（ナルミヤグループ・ストラスブルゴを除く）	人	－	－	－	－	－	1,933
有給休暇取得率			国内連結会社（ナルミヤグループ・ストラスブルゴを除く）	%	－	－	－	－	－	55.5
副業者数			国内連結会社（ナルミヤグループ・ストラスブルゴを除く）	人	－	－	－	－	－	110
1か月平均残業時間			国内連結会社（ナルミヤグループ・ストラスブルゴを除く）	時間	－	－	－	－	－	6.9
取締役数			(株)ワールド	人	9	9	9	9	9	9
	男性	(株)ワールド	人	9	8	8	8	8	8	
	女性	(株)ワールド	人	0	1	1	1	1	1	
独立社外取締役数			(株)ワールド	人	5	5	5	5	5	5
	男性	(株)ワールド	人	5	4	4	4	4	4	
	女性	(株)ワールド	人	0	1	1	1	1	1	

* 1) アパレル製品1枚あたりのアイテム別の原単位を算出、各アイテムの仕入実績枚数から計算しています。市場から求められる計算・分析手法や今後の精緻化によって変動する可能性があります。

* 2) 自社施設間の輸送や出荷時に自社が費用負担している物流に伴う排出量は、含まれておりません。

* 3) 役職者は、組織の責任者としての役割を担っている人材（例えば、店長等含む）をいいます。

* 4) 各期末の翌日（4月1日）時点情報



「創造全力、価値共有。
つねに、その上をめざして。」

 WORLD

Let's get started!