

2025 (since 2022)

WORLD SUSTAINABILITY PLAN & REPORT



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「ワールド 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。

— 社員が成長することで企業が成長し、持続的な企業価値向上を目指す

ワールドグループが持続的に成長し、社会に貢献していくためには、何よりも「人」が重要であると信じています。人的資本経営の取り組みにおいては、「知識の利用可能性の向上」「ワークフォースの最適化」「多様性の向上」「エンゲージメントの向上」という4つをキーコンセプトとし、それぞれのテーマ毎にKPIを設定して推進しています。

当社グループは、数多くの事業を展開していることで、一人ひとりのキャリアの広がりが大きく、選択肢が多いのが特徴であり、強みでもあります。多彩なキャリアパスを提供できることが、当社グループの社員が輝き、大きな力になっていく独自の強みとなっています。

社員のキャリア開発の具体的な促進に向けては、社員一人ひとりの「育成計画書」の策定、グループ幹部による「人材開発委員会」の実施、人事部門による「キャリア面談」の実施、「公募制度」の運用などを通じて、社員が自分の成長を自分でデザインできるようサポートしていきます。

また、社員のライフスタイルと生産性を両立させるために、変形労働制やライフ優先型勤務、副業制度などのさまざまな制度を導入し、それぞれのライフステージに合わせて生き生きと働ける環境を整えていきます。

そして、重要なミッションに積極的に取り組み、成果を上げる人材に報いる報酬制度の導入や、従業員持株会制度の拡充など、社員のモチベーションを高める基盤作りにも取り組んでいます。

多様なグループだからこそ提供できるさまざまな経験・教育の機会を拡充し、一人ひとりのキャリア、ライフスタイルに対応したモチベーション高く働く仕組みを進化させることで、持続的な企業価値向上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

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。

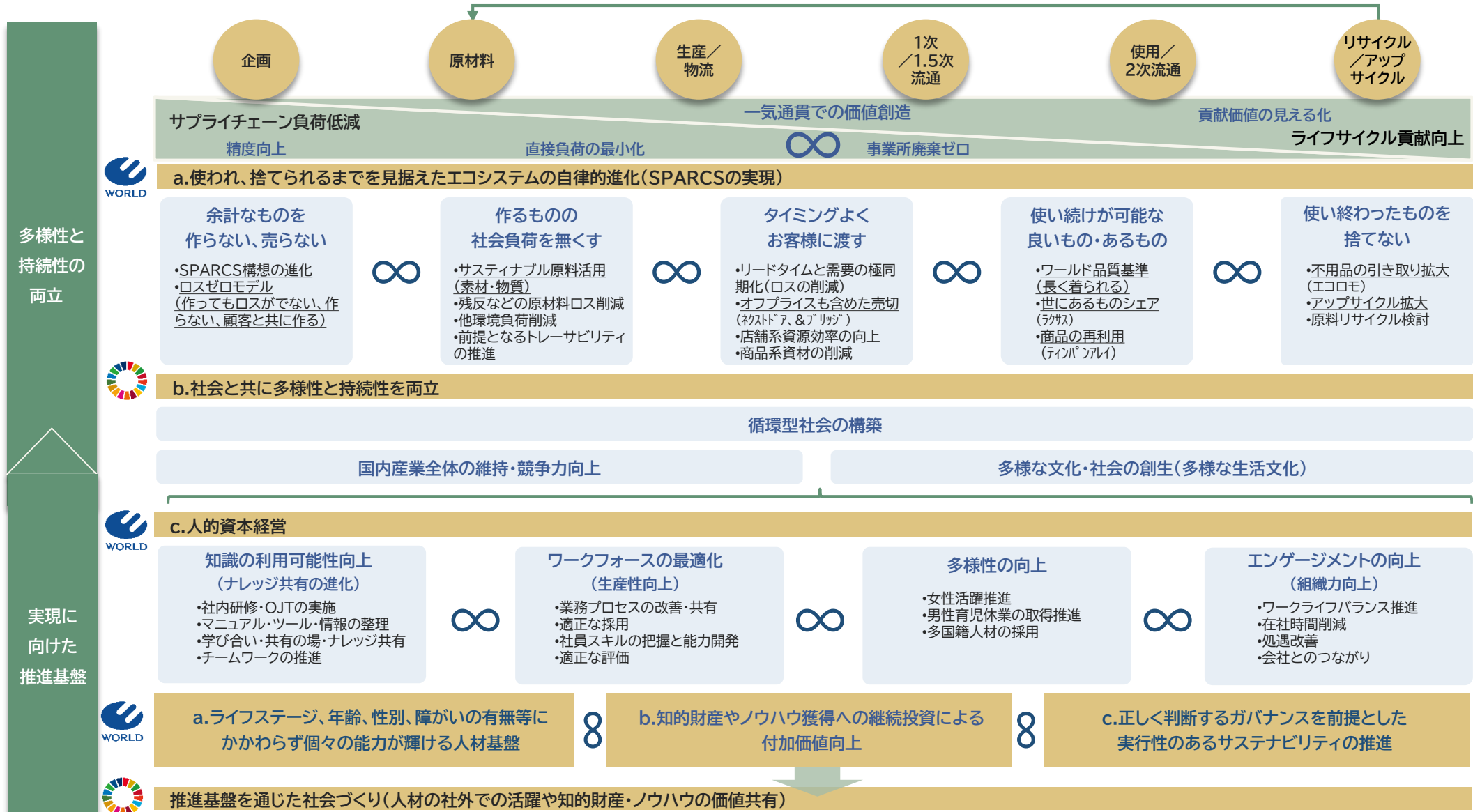
- エコシステム確立の中心となるのは「人」と「知」。多様な能力／ライフステージの人材の活躍や地域・社外との共創等が活躍できる基盤を作ると共に、中長期的な競争力・付加価値向上を担保するため、知的財産やノウハウ獲得に継続投資していく

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



サステナブルプランと進捗

環境に対する考え方

当社グループは、サステナブル・ヴィジョンとして、『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めざすことを掲げています。さまざまなブランドや商品ラインアップに加え、長年にわたり培ってきた環境課題への対応力を強みに、多様化・細分化するライフスタイルやお客様のニーズに応じながら、持続可能な社会を構築していきます。

その実現に向け、①社会負荷をかけない持続可能なバリューチェーンの構築、②ロス・ムダをゼロにした資源価値の最大化、③ライフサイクルを見据えたサーキュラー貢献を長期的な「ありたい姿」と決めました。各テーマに紐づく中期目標を定め、環境負荷低減や環境価値の向上に注力するとともに、モノづくりの起点から、使われ、捨てられるまで、商品ライフサイクルを見据えたエコシステムを構築していきます。

ありたい姿	中期目標		主な取り組み	進捗（2025年2月末日時点）
社会負荷をかけない持続可能なバリューチェーンの構築	CO2排出量	自社負荷：2030年までに50%削減（2018年3月期比）	・エネルギーを自社契約している事業所・工場の再エネ電力等の導入。賃借している店舗等は貸主（館様等）の協力を得て再エネ電力等の導入 ・オフィス、店舗等のLED照明の導入	45%削減（2018年3月比）
		間接負荷：2030年までにアパレル商品1点当たり20%削減（2022年3月期比）	・原料をサステナブル素材へ切り替えることによる排出量削減率の可視化 ・サステナブル素材を開発し、素材ブランド「CIRCIC（サーキュリック） ^(※1) 」として販売 ・原料のサステナブル素材へ切り替え促進のために、シーズン毎に切り替え目標を設定し、専用システムにて目標に対する実績をモニタリング	原料のサステナブル素材への切り替えを推進中
	水等環境	水等の環境負荷を2027年までに見える化し、目標策定	・水使用量の可視化	アパレルの水使用の把握完了 負荷低減策を策定中
ロス・ムダをゼロにした資源価値の最大化	商品廃棄	2026年2月期までにアパレル商品の残在庫廃棄を“ゼロ”に。さらにアパレル以外にも再資源化等により削減を進める	・気候変化に対応した商品開発や消費者ニーズに合った価格設定、適正仕入、在庫コントロールに加え、アウトレット・催事等での最終売り切りの促進	10万点／年 （内、アパレル 2万点、アパレル以外 8万点）
	事業所廃棄	2030年までに50%削減	・自社工場から出る残反等の廃棄削減 ・残布、残糸のアップサイクル化	18%削減（2022年3月比）
ライフサイクルを見据えたサーキュラー貢献	サーキュラー事業	2027年までに国内随一のサーキュラー事業による貢献利益割合を10%以上に	・サーキュラー事業の拡大	リユースのセレクトショップ「ラグタグ」「ユーズボウル」、オフプライスストア「アンドブリッジ」の出店拡大中
	衣料品等の循環化	2030年までに1,000万点／年の回収・活用	・不要になった洋服をお引き取りする「ワールド エコロモ キャンペーン ^(※2) 」を拡大実施 ・自社ECサイトでも「ワールド エコロモ キャンペーン」を開始	287万点／年 （内、衣料品回収137万点、循環販売150万点）

(※1) サーキュリック <https://store.world.co.jp/s/brand/circric/>

(※2) ワールド エコロモ キャンペーン https://corp.world.co.jp/csr/pdf/world_ecoromo.pdf

社会に対する考え方

当社グループでは、「循環型社会の構築」「国内産業全体の維持・競争力向上」「多様な社会・生活文化への創生」をテーマとする活動を通じて、「社会とともに多様性と持続性を両立させる」ことをめざしています。グループ各社の事業戦略に組み込んで、社会と当社グループの双方が価値を得られる活動に取り組んでいきます。

●循環型社会の構築

循環型社会の構築に向けた活動の輪を広げるべく、さまざまなステークホルダーとの協働を推進しています。お客様向けには、全国のワールドグループ店舗や地方自治体運営施設において、当社工場の残布・残糸などを活用したアップサイクルイベント(ワークショッップ)を開催しています。他社・行政・自治体と連携し、衣料品の引き取りキャンペーンも実施しております。

●国内産業全体の維持・競争力向上

1970年代より、当社グループは事業の継承なども含めた、国内生産基盤の維持・拡大に尽力してきました。今後は、国内外の他ブランドの生産も担うなど、他社とも協業しながらファッション産業の持続性向上に努めることで、日本、そして各地域に貢献していきます。

●多様な社会・生活文化の創造

ファッションを提案する企業として、お客様一人ひとりの笑顔を生み出す活動を行うことも、当社グループの社会的責任の一つだと考えています。誰もがファッションを楽しめる、誰もが表現できる、新たな価値と出会うことができる。そのような社会の実現をめざし、事業化も見据えた多方面での活動を展開しています。

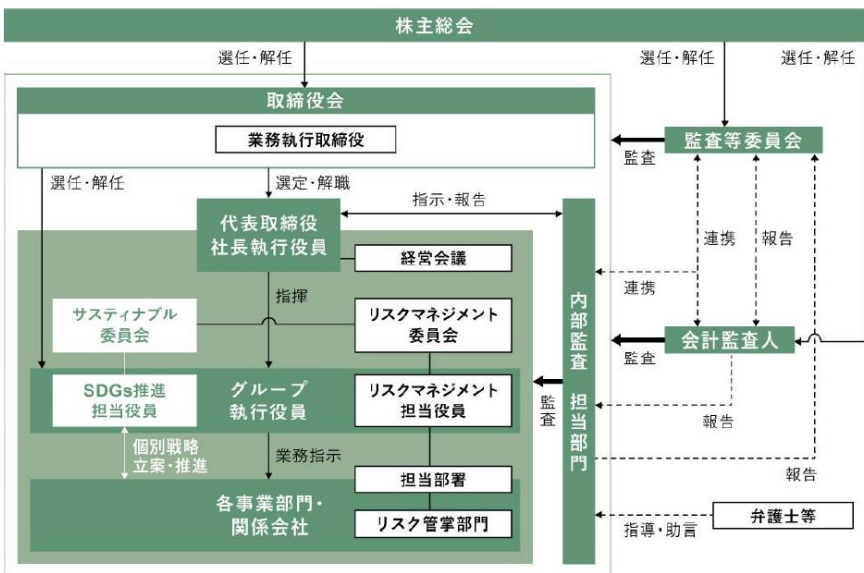
ありたい姿	中期目標	主な取り組み	進捗(2025年2月末日時点)
多様性と持続性を両立する社会への貢献	循環型社会の構築	ワールド・クローズド・ループの仕組み確立	サステナブル素材ブランド「サーキュリック」の販売拡大。残った在庫を廃棄せずに原料として再利用(循環素材)したオリジナルエプロン(ワールド・クローズドループ)発売
	国内産業全体の維持・競争力向上	国内生産工場の事業継続に貢献	・国内直営工場の事業継続 ・国内生産工場の譲受による事業継承
	多様な社会・生活文化への創生	アップサイクルイベントを定期開催 ワールド エコロモキャンペーンの収益金を寄付	・アップサイクルイベントを定期開催し19,913名が参加(2025年2月期) ・ワールド エコロモキャンペーンの収益金694万円を寄付(2025年2月期) 2011年からの寄付金累計は1億18百万円

コーポレート・ガバナンスに対する基本的な考え方

当社のコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方は、企業価値・株主価値を継続的に向上させていくために、経営の透明性を高め、法令および社会規範の遵守を前提にした健全で競争力のある経営管理組織および経営の意思決定の仕組みを構築することであると捉えています。

また、当社は、執行者が会社経営を行い、取締役会が業務執行・経営機関のモニタリング・モデルを志向するための機関設計として、監査等委員会設置会社を採用しています。

サステナビリティ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ております。取締役会は、社長およ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。



ありたい姿	中期目標		主な取り組み	進捗（2025年2月末日時点）
経営の透明性と品質を高め、健全で競争力のある経営管理組織と意思決定の仕組み構築・推進	ガバナンス体制	取締役の多様化と取締役会の適正な運用の維持	・監査等委員会設置会社制度を継続採用 ・過半数以上の独立社外取締役にて取締役会を構成	・監査等委員会設置会社制度を継続採用 ・過半数以上の独立社外取締役にて取締役会を構成
	行動原則	2027年までに取引先への100%浸透	・お取引先様行動原則の制定および既存サプライヤーからの同意書取得推進 ・新規サプライヤーは同意を得た上で取引開始	・お取引先様行動原則の策定および既存サプライヤーからの同意書取得推進中 ・新規サプライヤーは同意を得た上で取引開始
	組織風土	永続的なコンプライアンス重視経営健全な組織文化の醸成	・年次でコンプライアンス研修実施 ・グループ社員同士が交流し親睦を深めるイベント「つなぐワールド」の定期開催	・年次でコンプライアンス研修実施 ・グループ社員同士が交流することで、ナレッジを共有し、親睦を深めるイベント「つなぐワールド」の定期開催
	人権尊重	2027年までにモニタリング仕組み構築	・内部通報制度運用 ・サプライヤー人権尊重モニタリング運用	・内部通報制度の運用継続および定期的な周知実施 ・サプライヤーの人権尊重モニタリングを継続

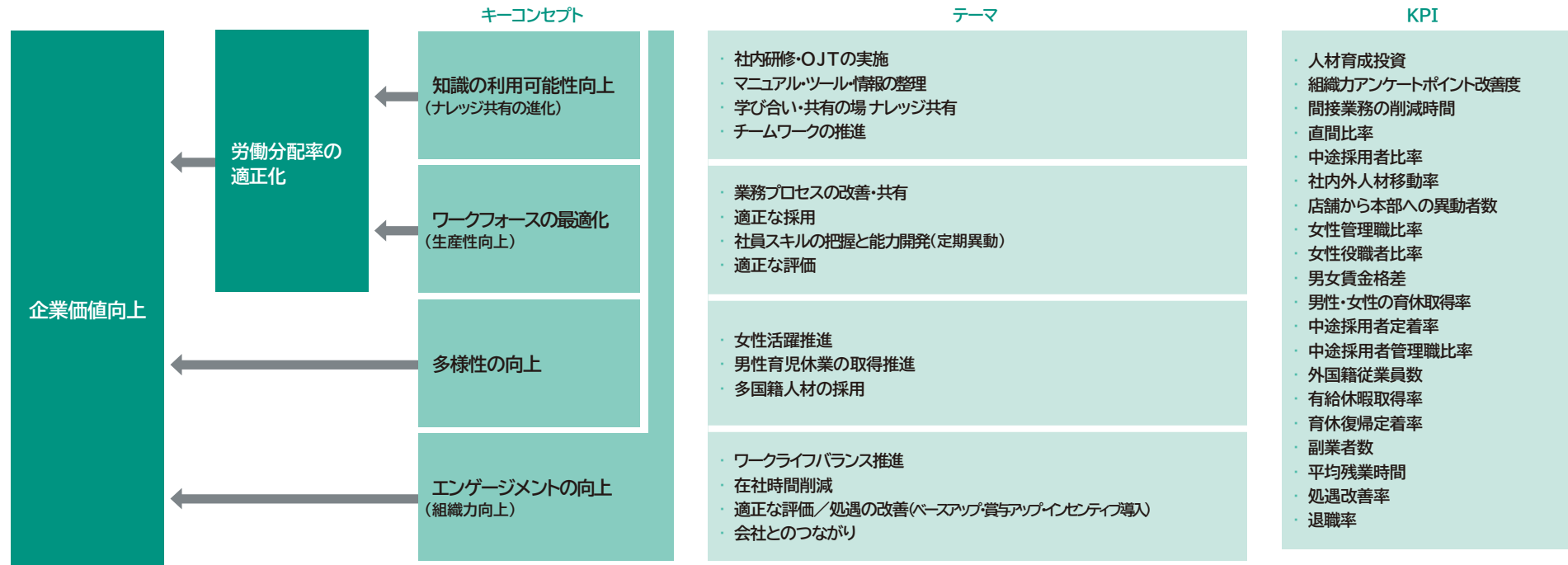
グループ人的資本経営の考え方

当社グループを成功に導くための重要な要素が「変化対応力」を有する人材です。流行の移り変わりが激しいファッション業界において、私たちは創業以来、躊躇なく業態を変え、新たな生販チャネルを開拓し、最先端のシステムの構築と導入を行ってきました。変化を敏感に感知し、かつ変化することをポジティブに捉え、柔軟に対応できる人材が集まっていることは、当社グループの大きな強みです。この強みを軸に人的資本経営をさらに高度化するべく、推進テーマを「知識の利用可能性向上(ナレッジ共有の進化)」「ワークフォースの最適化(生産性向上)」「多様性の向上」「エンゲージメントの向上(組織力向上)」と決めました。

当社グループの人的資本経営の特徴は、中期事業戦略との連動にあります。中長期ロードマップに定めたROE12%以上の達成と、「ワールド・ファッション・エコシステム」の確立に向け、事業戦略や事業成長推移と連動させたKPIを前述の推進テーマごとに設定しています。

従業員一人ひとりが事業の成長と自らの業務を明確に紐づけ、才能やスキルを活かして目標達成に向けて行動する。会社はその成果を適正に評価する。このサイクルにより、従業員エンゲージメントを向上させることで、持続的な企業価値向上をめざしていきます。

▶ 財務価値に連関する人的資本KPI



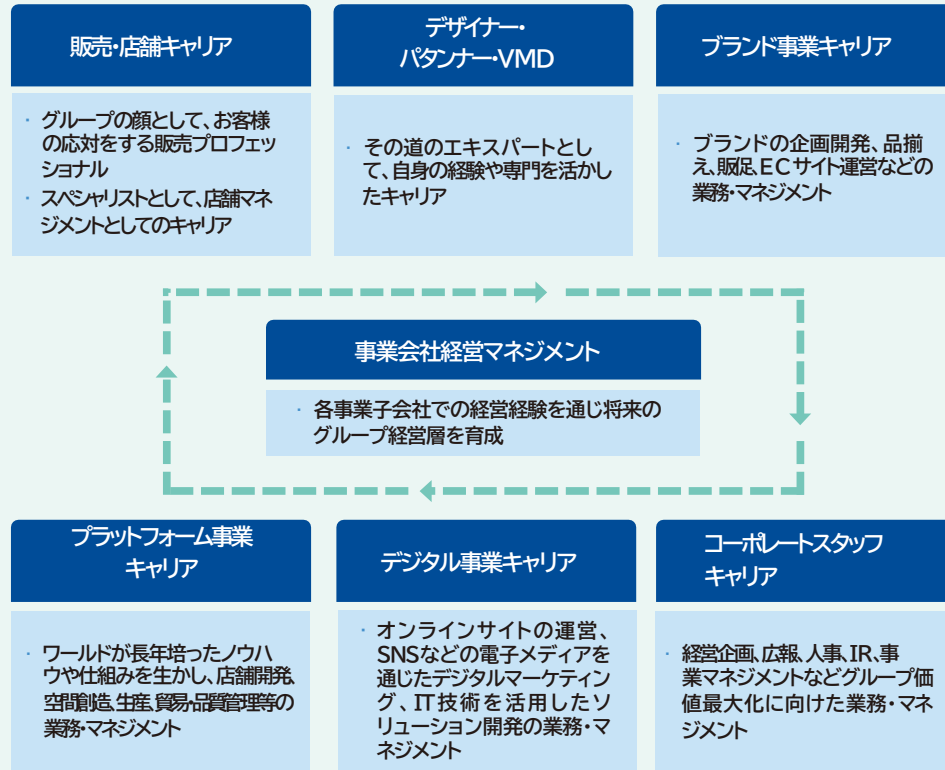
経営戦略と人材ポートフォリオの連動化

めざす姿の実現に向け、経営戦略と連動した人材戦略を推進しています。

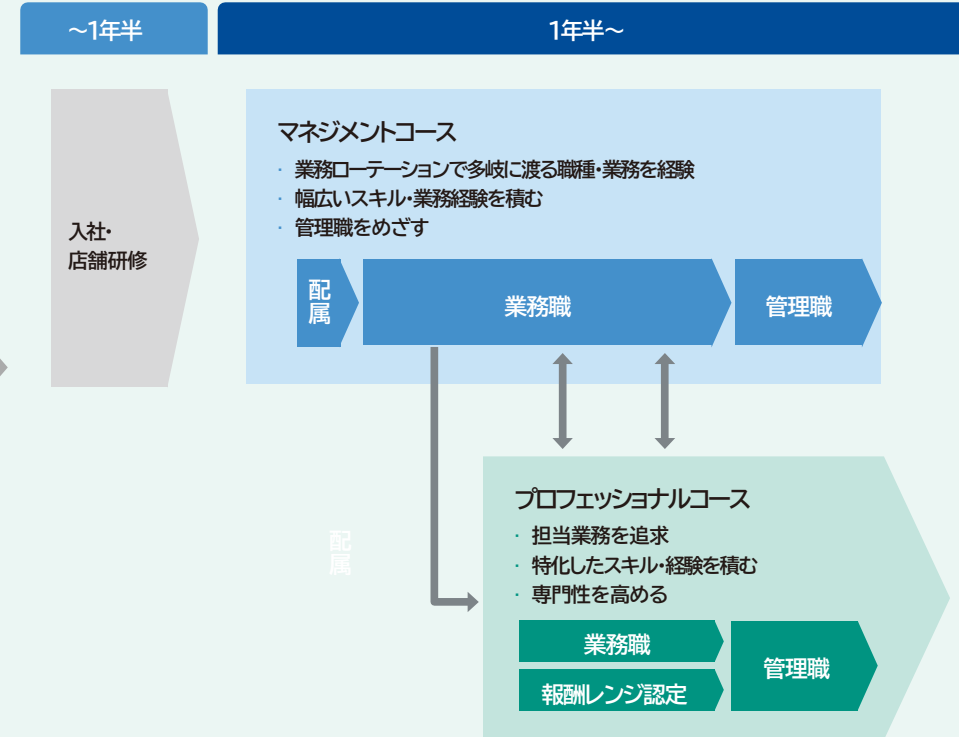
事業の多様化に伴い、多様なポジションやキャリアパスを確保するとともに、人材の動的化が必要であると考えています。

また、社員一人ひとりに合わせた育成・キャリア開発を推進し、より多くの活躍機会を提供しています。

▶事業と連動した多様なポジション・キャリア



▶複線型キャリア選択制度



定期実施による社員状況把握と人材の育成

キャリア面談

育成計画書

社内公募制度

定期ローテーション

人的資本経営

ありたい姿	中期目標		主な取り組み	進捗（2025年2月末日時点）
知識の利用可能性向上	人材育成投資	多様な学びの場の提供	・人材開発委員会を通じて計画的に育成 ・公募やジョブローテーションの実施によるキャリア投資 ・いつでも学べるeラーニングプラットフォームの活用 ・ドレッサーとしての自立～スキルアップ～マネジメントを学ぶ年間プログラムの推進 ・専門部門による店舗巡回指導と育成 ・職種（MD、デザイナーの工場研修、パターンナー研修等）、階層（業務職、管理職等）に応じた研修プログラムの推進	・年間研修開催時間、受講時間等を算出中
		事業開発を通じての人材育成	新規事業開発に向けたブラッシュアップ型ビジネスコンテスト「NEXT WORLD」開催を通じての人材育成	第3回「NEXT WORLD 2025」アイデア公募ビジネスコンテスト実施
ワークフォースの最適化	多様なポジション・キャリアの提供	セグメントを超えた人材異動・キャリアパス確保を継続	・事業多様化に伴う複数のキャリアパスを確保し動的化	公募・ジョブローテーションによる異動者 97名
多様性の向上	女性管理職比率（課長以上）	2030年2月までに45%	・各社で、就業人員の男女比率を目安に女性管理職比率を目標立てし、積極的に育成・登用を実施。 ・グループで活躍する女性とのセッションを行う「座談会」を定期開催 ・社員へのDE&I研修の実施	27.7% ^(※1)
	女性役職者比率（役職者以上）	2030年2月までに労働構成比と同等に（約80%）		66.0% ^(※1)
	男性育休取得率	2030年2月までに100%	・男性育休ガイドブックの作成と周知 ・管理職の男性育休に対する理解促進（eラーニング受講等）	23.5% ^(※1)
	障がい者雇用率	法定雇用率以上の継続維持	・障がい者が活躍できる職場環境の維持改善	2.844% ^(※2)
	中途採用者管理職比率	50%以上を維持	・一定数の管理職の外部採用を継続	62.5% ^(※1)
エンゲージメントの向上	賞賛の場の創出	「WORLD GROUP AWARD」の内容をグループ全職種に広め進化させながら継続	・店舗・本部で活躍する社員を表彰する「WORLD GROUP AWARD」を開催。	WORLD GROPU AWARD第14回開催 ※今期より本部職種や工場社員も表彰実施
	組織状態のモニタリングと改善	・モニタリングと改善具体的アクションの継続 ・モニタリング項目の時代に合わせた見直し実施	・従業員アンケートにより定期的に組織状態をスコア確認し、課題項目について改善の具体的アクションを実行	アンケート結果を踏まえた課題抽出と改善策立案し実行

（※1）国内連結会社の合計、但しエムシーファッション(株)、(株)ライフギアコーポレーションを含み、(株)OpenFashionを除く

（※2）2025年3月1日時点の数値

サステナブルレポート ～ ワールドグループのESG活動 ～

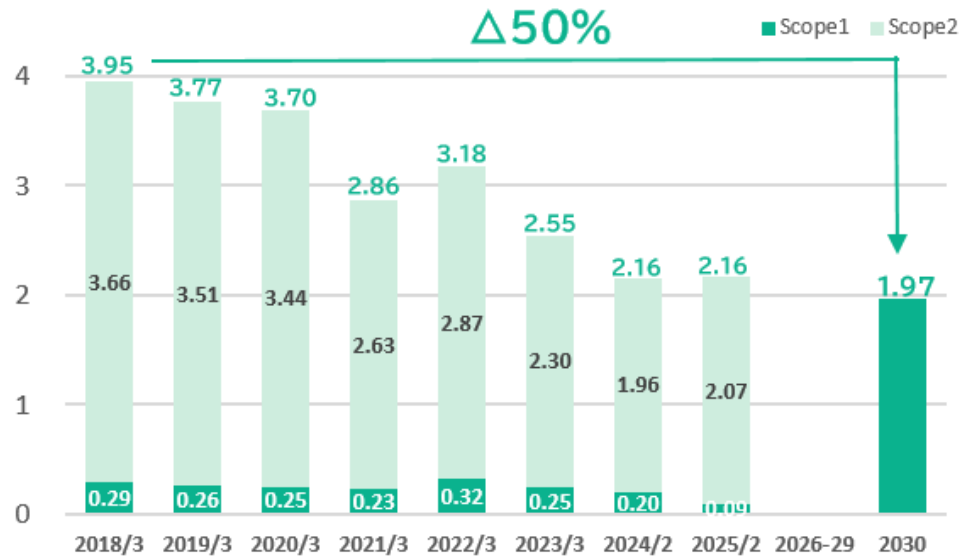
GHG(温室効果ガス)排出削減活動

- 自社負荷 -

当社グループの直接負荷領域では、CO₂排出量(Scope1+Scope2)を2030年までに50%削減(2018年3月期比)することを目標としています。

当社神戸・北青山オフィス・自社工場では、いち早く電力の切り替えに着手し、2024年2月期までに、実質100%再生可能エネルギー由来の電力導入を完了させました。

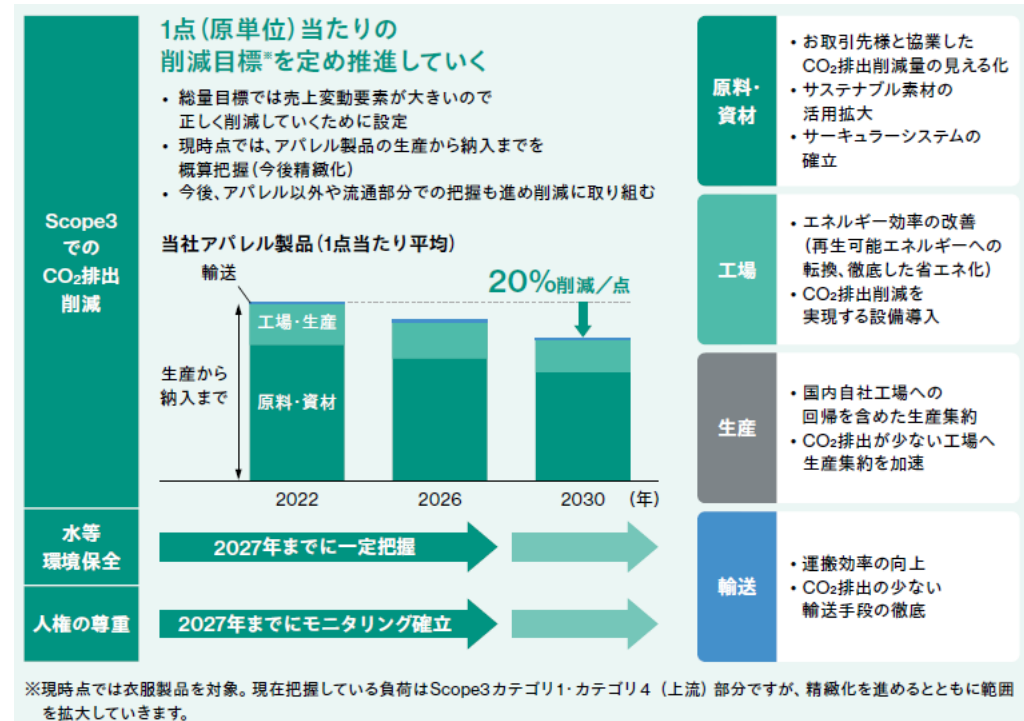
また、賃借しているオフィスや店舗でも、貸主である施設運営事業者の協力を得ながら、再生可能エネルギー電力の導入などを検討していきます。



- 間接排出 -

間接排出となるScope3は、アパレル製品1点当たり(原単位)のCO₂排出量を2030年までに20%削減(2022年3月期比)することを目標としています。

アパレル製品の概算把握を行った結果、原材料に起因するCO₂排出量が最も多いことがわかったことから、サステナブル素材への切り替えを進めています。シーズンごとに切り替え率の目標を設定し、商品ごとにサステナブル素材使用率を専用システムで管理し、月次で進捗をモニタリングしています。さらに、次のステップとしては、そこから算出されるCO₂排出削減量を明確化することを予定しています。



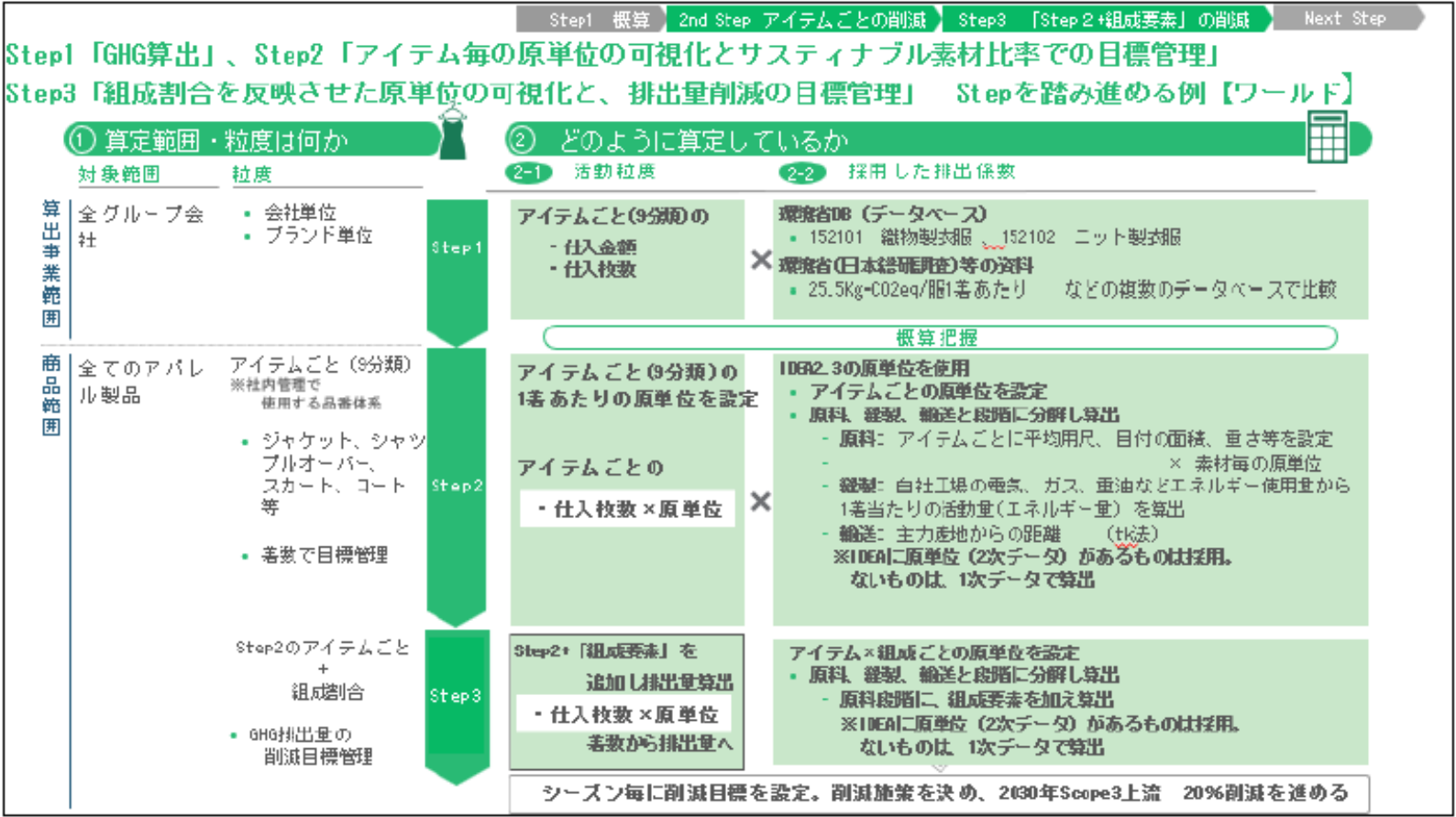
JAFICが公表した 「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量の算定方法基本ガイドライン に関する業種別解説(ファッション産業)・温室効果ガス削減の考え方と概算方法」 の策定に (株)ワールドが参画

株式会社ワールド

当社は一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会(JAFIC)の加盟企業として、他の加盟各社と共に本解説の策定に携わりました。

令和5年度にJAFICとJSFAが連携し、環境省の支援を受けて作成した「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量の算定方法基本ガイドラインに関する業種別解説(ファッション産業)」の内容から一歩進んで、削減に向けた考え方と削減量および削減率の概算方法をまとめています。各社ができるだけ負担なく削減に着手できるよう考慮して作成しました。

令和5年度発行の解説および本解説の活用により、温室効果ガス排出量の算定あるいは削減に未着手の企業の取り組みが進むことが見込まれます。そして、脱炭素型素材の開発などバリューチェーン全体での脱炭素化が促進され、ファッション産業全体にその効果が広がることが期待されます。



アパレルの循環化

サステナブル素材のブランド「CIRCRIC(サーキュリック)」

「サーキュリック」はワールドグループの商品に使われる、すべてのサステナブル素材を包括するマテリアルのブランドです。なかでも服のクローズドループを目指す素材はこのブランドを象徴する素材として「サーキュリック」の名前を冠します。服を捨てて終わらせるのではなく、衣類の繊維を分解し、新たな糸へ蘇らせます。



2025年1月には、ワールドグループの㈱ライフスタイルイノベーションが展開するキッチン用品の専門店「212 KITCHEN STORE」は、GHG(温室効果ガス)削減を含む環境負荷を考慮したワールドグループのサステナブル素材「サーキュリック」を使用した「CIRCRIC エプロン」を発売。原料となる糸の段階からの丁寧な製造プロセスから、約1年半の開発期間をかけて商品化を進めてきました。今回の素材はワールドグループのサステナブル素材「サーキュリック」の中でも、残った在庫を廃棄せずに原料として再利用(循環素材)した **初の取り組み** です。



CIRCRIC(サーキュリック)サイト: <https://store.world.co.jp/s/brand/circric/>

アパレルの循環化

繊維廃棄物をアップサイクルして作られた再生素材「STELAPOP(ステラポップ)」

ワールドグループで、家具の製造・販売を行う株式会社ASPLUND(アスプルンド)は、今春から繊維廃棄素材をアップサイクルして作られた家具・建材向けのマテリアルボード「ステラポップ」の取り扱いを開始。商業施設向けの家具や什器、サステナブルな素材を活かした化粧合板として商品化し、販売をしております。



「ステラポップ」とは、ベトナムのジーンズメーカーが生み出した材料から生地を作り、そこから誕生したリサイクル素材です。使用する材料は、本来なら捨てられるはずだった繊維廃棄素材。そのような廃棄素材を再利用し、インテリアの素材として再生させ、新しい命として世の中に提供しています。



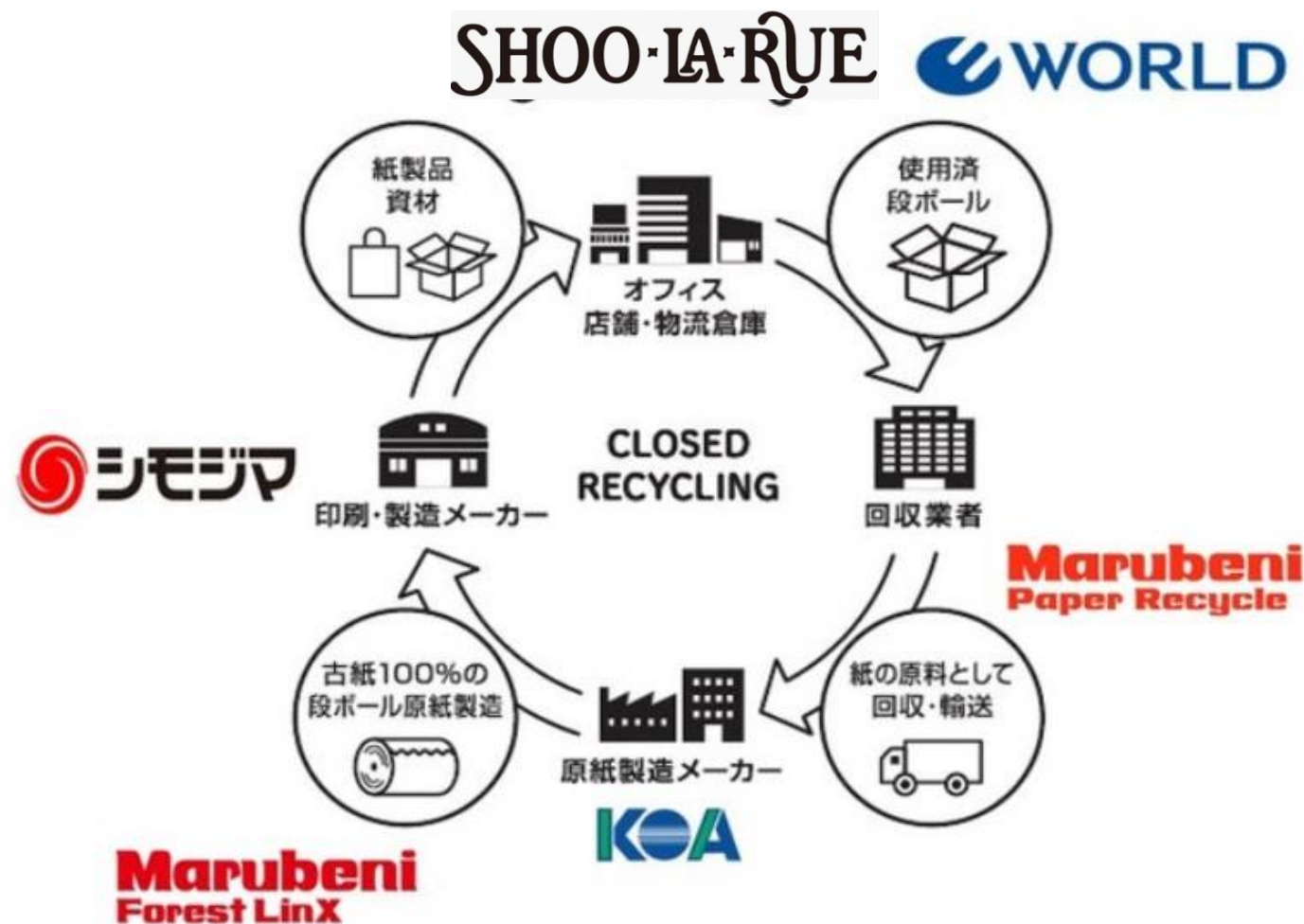
デスク天板

当社使用済み段ボールの再資源化 ～ クローズドリサイクルによる紙袋の使用 ～

(株)ワールドの物流センターで排出された使用済み段ボールの一部をリサイクルした古紙100%の再生紙を、ショッピングバッグに使用する試みを始めております。

丸紅グループ3社(丸紅フォレストリンクス、丸紅ペーパーリサイクル、興亜工業)は、使用済み段ボールの回収から、原料供給、再生紙の生産・供給まで、シモジマはショッピングバッグの製品化を行っています。

この取り組みで生まれたショッピングバッグは、シュエラルーの全国の店舗で提供を開始しております。



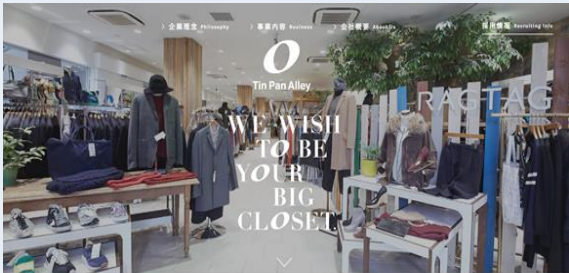
ワールドグループのサーキュラー事業

“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

“モノを作らない”
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を運営



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。バッグのシェアリング



アンドブリッジ

アパレル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

廃棄衣服をアップサイクル
すべて国内で縫製し加工した1点もの



杉野服飾大学 産学連携プロジェクト

学校法人杉野学園 杉野服飾大学の学生と
アップサイクル商品を企画。

クリエイティブな発想から生まれたリ
メイクアイテムを製作し、学生自らが接客し販売



アパレルの循環化 < 店舗 衣料品引き取り ➡ リユース・リサイクル ➡ 寄付 >



当社では、“リユース、リサイクルを通じて衣料品の価値を最後まで無駄なく活かすこと”を目的に、2009年秋より、社会貢献活動の一環として、お客様のタンスやクローゼットの奥で眠っていたご不要な衣料品をお引き取りし、リユース・リサイクルを通して循環させ、その収益金で子どもたちの未来の支援する「ワールド エコロモ キャンペーン」を実施しております。

※「エコロモ」とは、“エコロジー”と“衣(コロモ)”を掛け合わせたワールド独自の造語です



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
お引き取りします。
キャンペーン期間中、
会場までお持ちください。

2009年からの
回収は累計

1,861
万点以上

2



衣料品を
OFFチケットと交換

ワールドグループの店頭で
使えるOFFチケットと交換。

※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



収益金は子どもたちの
未来のために

パートナー企業からの
収益金は、支援を
必要としている子どもたち
のための基金に寄付します。

子どもたちの
未来のために

約**1.1**億円
支援



3



必要な方へ
お洋服をつなげます

お引き取りした衣料品は
パートナー企業を通して、
国内外でのリユースや
リサイクルにつなげます。

パートナー企業が
**リユース
リサイクル**

アパレルの循環化

< オンライン 衣料品引き取り ➡ リユース・リサイクル ➡ 寄付 >

これまで全国の百貨店やショッピングセンターなど実店舗を中心にした開催してきた「ワールド エコロモ キャンペーン」ですが、2025年度はワールドの店舗がないエリアのお客様含め、お客様のご都合に合わせて、オンラインでの衣料品等引き取りを期間限定で実施いたしました。



eco rōmo
人から人へ、服からエコロモ

オンライン引き取りキャンペーン
最大5,000ptプレゼント
2025年1月21日～1月30日

エコロモとは？

引き取りの流れ・発送方法

対象・対象外アイテム

寄付先・リサイクルパートナー

引き取り実績

よくあるご質問・お問い合わせ



アパレルの循環化 < 行政 衣料品引き取り ➡ リユース・リサイクル ➡ 寄付 >

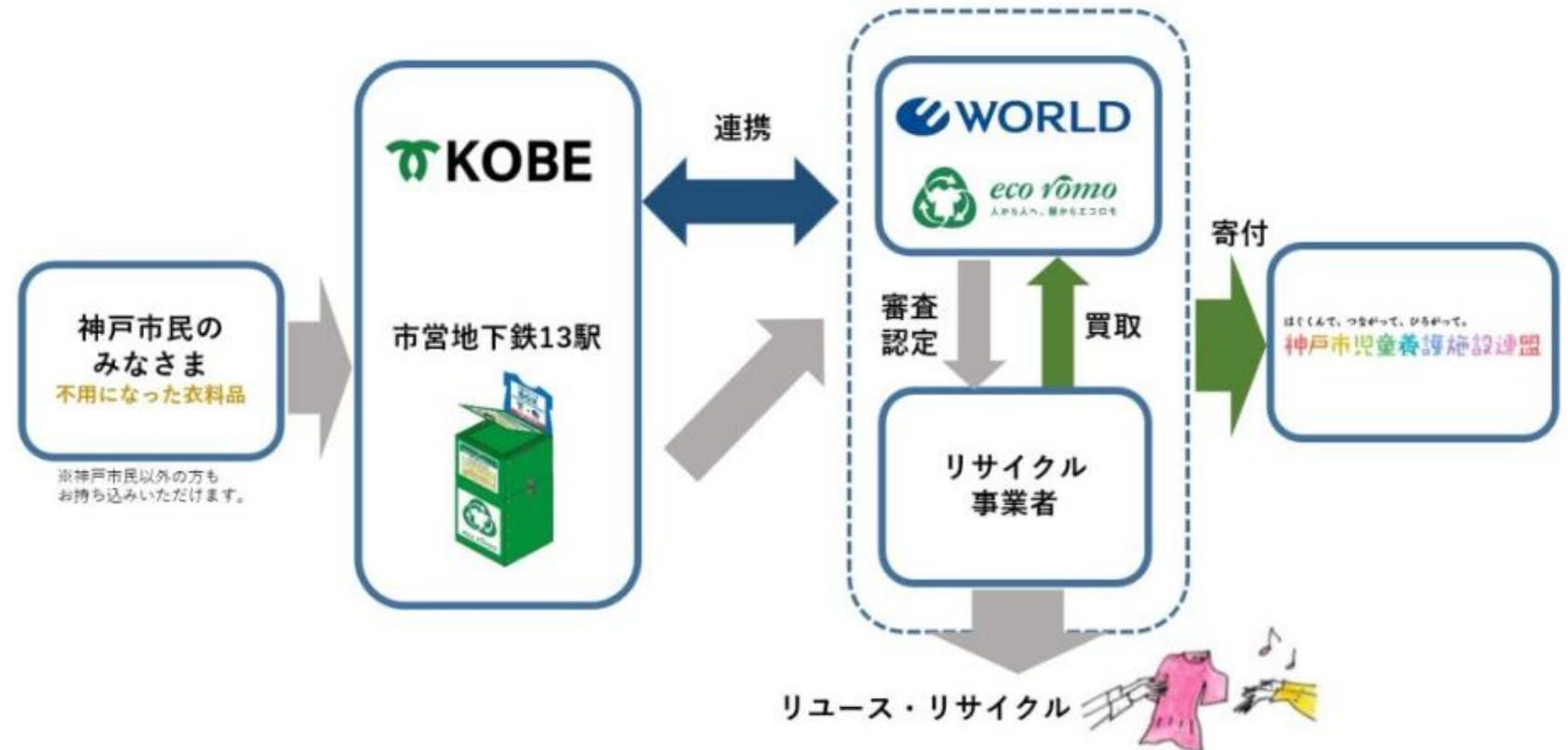
ワールド エコロモ キャンペーン × 神戸市SDGs

神戸市営地下鉄13駅に回収ボックスを設置。約2万7千枚の衣料品を回収し、神戸市の子どもたちの支援として寄付しました。

(株)ワールドと神戸市経済観光局は、1月10日から3月28日までの78日間にわたり、『ワールド エコロモ キャンペーン×神戸市SDGs』とし衣料品回収を実施しました。
この取り組みはワールドと神戸市の初の共同プロジェクトとして、神戸市内の13の市営地下鉄駅に「エコロモ 回収ボックス」を設置し、回収した衣料品をリユース・リサイクルして得た収益を神戸市の子どもたちの支援として寄付をするものです。



衣料品回収のデモンストレーションを行う神戸市職員



店舗でのSDGs推進：衣料品回収・B級品販売・ワークショップ開催

ショッピングモール「キテミテマツド」館内の「NEXTDOOR」では、お客様、地域の皆様と共にSDGs活動を推進しております

ご不要な衣料品をお引き取りする「エコロモBOX」を常設し、リユース・リサイクルによる収益金で子どもたちの未来を支援しております。

また、衣料品の廃棄を削減し、少しでも地球環境にいいことはできないか？
そんな思いを実現するために、B級品の販売をしています。

さらに、店内の専用スペースにて洋服の残布を利用したワークショップを定期開催しており、2024年度は12回開催し、約500名の親子にご参加いただきました。



残布でつくった花びらを一枚一枚貼り付けていく



オリジナルローズでつくる「残布deフラワーローズ」の花束



地域とのつながり <港区青山館「カリッパ」にて、こどもたちに向けた『アップサイクルワークショップ』を開催>

～ “遊び×学び”を通してファッションでSDGsをつたえる～

ワールドグループでサステナブルな活動を推進する㈱ワールド SDGs推進室は、2024年6月24日(月)に港区立赤坂子ども中高生プラザ 青山館「カリッパ」で、こどもたちに向けたアップサイクルワークショップを開催しました。

㈱ワールドは、2023年8月からワールド北青山ビルのすぐ近くに位置する「カリッパ」にてワークショップの開催をスタートし、今回で11回目の開催、これまで総勢212名がワークショップに参加しました。ワールドはこのアップサイクルワークショップを通して、こどもたちがファッションからサステナブルな取り組みについて関心を持つきっかけとなるよう、楽しくSDGsについて学べる機会を提供しています。

※港区立赤坂子ども中高生プラザ 青山館「カリッパ」とは・・・0～18歳未満の子どもとその保護者や関係者が利用できる児童福祉施設・児童館



青山館「カリッパ」にて今回開催したワークショップの様子



過去開催時のワークショップ「クラフトボックスづくり」の様子

地域とのつながり < TBS SDGs×体験型イベント 『地球を笑顔にする広場 2024春』にワールドが出展 >

(株)ワールドは、TBSが主催するSDGs×体験型イベント『地球を笑顔にする広場 2024春』に出展いたしました。本イベントでは、ワールドグループの二次流通ブランドや工場で生産する過程で出た生地を再利用したファッションショーの協賛に合わせて、ワールドのSDGs推進室が企画・運営するアップサイクルワークショップも開催しました。



『地球を笑顔にする広場2024春』で
開催した「ぜろぱり×SDGsショー」
(赤坂サカスにて)



残布deフラワーローズ

ワークショップ
「残布deフラワーローズをつくろう」
実施の様子

地域とのつながり <学んで体験する、環境アクションの博覧会 『こうべ環境博覧会』にワールドが出展>

神戸市主催の「こうべ環境博覧会 かんぱく2024」に参加しました。アップサイクルをテーマにしたワークショップでは、廃棄予定の残布や残糸を使用し、リース作りを体験。参加者は、捨てられる資源に新たな命を吹き込む方法を学びました。また、不要な衣料品を引き取る「ワールド エコロモ キャンペーン」も実施し、衣料品の価値を無駄なく活かす取り組みを推進しました。

学んで、体験する、環境アクションの博覧会開催!!

かんぱく

こうべ環境博覧会 KOBE KANPAKU 2024

10/19(土) 11:00-17:00
ふたば学舎

出展者募集



よみうりランド招待イベント「ワールド スペシャルデー！」

— SDGsワークショップ:残布を使って「ミニリース」づくりを体験！—

2025年2月22日(土)に今回で3回目となる、よみうりランド招待イベント「ワールド スペシャルデー！」を開催。今回も多くの社員とその家族、総勢360名が参加しました。当日は、ワールドパビリオンにてSDGsワークショップを体験したり、園内のアトラクションやイルミネーションを楽しむなど、家族や同僚と思い思いに過ごされていました。



今回は、ワールドグループから出た残布や段ボールの廃材を活用して「ミニリース」を作りました。小さなお子様から大人まで、幅広い世代の参加者がそれぞれ好みの生地を選んで、世界で一つの個性輝くオリジナルミニリースを制作。真剣な表情で取り組む姿や、たくさんの笑顔が会場に溢れていました。



働くを知る、未来をつくる – 「ワールドこども参観日」開催

ワールドグループ社員の小学生を対象にした「こども参観日」を2024年8月6日(火)に東京 北青山ビル、8月20日(火)に神戸 本社ビルで開催しました。
「こども参観日」は1991年に社内報を通じて社員から提案があり、同年冬休みから実施し今回で35回目を迎えました。
これまでに累計841家族、1,192名のこどもたちが参加しています。

「こども参観日」は、自分の親がどのような会社で、どんな仕事をしているのかを知り、働くことへの理解や関心を高めるとともに、
家族間のコミュニケーションを促進することを目指しています。また、社内見学に加え、
残布を使用したSDGsワークショップを開催するなど、こども達が未来の働き方や社会への貢献について考えるきっかけになることも期待をしています。



(株)ワールド、「健康経営優良法人2025」に認定



2025
健康経営優良法人
KENKO Investment for Health
大規模法人部門

(株)ワールドは、健康経営の普及促進に向けて経済産業省及び日本健康会議が認定する「健康経営優良法人2025(大規模法人部門)」に認定されました。

ワールドグループは、「創造全力、価値共有。つねに、その上をめざして。」をコーポレートステートメントに掲げ、3つの事業を柱に、常に自己革新しながらファッションビジネスを創造する「価値創造企業グループ」です。その価値創造を全力で進めていく上で、最も大切に欠かすことのできない『社員』、その『社員』をサポートして頂いているご家族、双方の健康維持・向上に努めることとし、2024年9月に「健康経営宣言」を制定しました。

社員一人ひとりが主体的に、自らの心身の健康維持・向上に努める環境を整えるとともに、日々変化する健康に関する社員のニーズに対応しながら、『いきいきと、安心して働き続けられる職場づくり』に取り組み、事業を通じて地域や社会に貢献してまいります。

健康経営宣言

ワールドグループは、「創造全力、価値共有。つねに、その上をめざして。」をコーポレートステートメントに掲げ、3つの事業を柱に、常に自己革新しながらファッションビジネスを創造する「価値創造企業グループ」です。

その価値創造を全力で進めていく上で、最も大切に欠かすことのできない『社員』、その『社員』をサポートして頂いているご家族、双方の健康維持・向上に努めることをここに宣言いたします。

社員一人ひとりが主体的に、自らの心身の健康維持・向上に努める環境を整えるとともに、日々変化する健康に関する社員のニーズに対応しながら、『いきいきと、安心して働き続けられる職場づくり』を目指し、以下の重点項目に取り組んでまいります。

【重点項目】

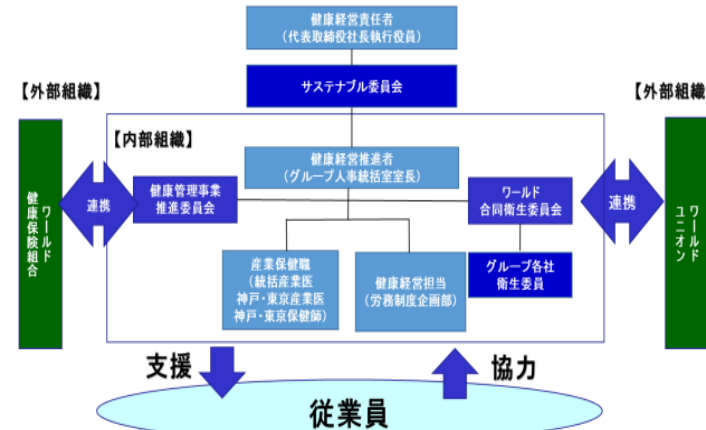
- ・定期健康診断の100%受診
- ・定期健診事後措置の100%受診
- ・特定保健指導の推進
- ・ストレスチェックの受検率向上と職場環境の改善
- ・社員及び社員のご家族のヘルスリテラシー向上
- ・社員の喫煙率の低下及び受動喫煙の防止
- ・女性の健康課題の解決

2024年9月吉日
代表取締役 社長執行役員
鈴木 信輝

健康経営組織体制

代表取締役社長執行役員が健康経営責任者となり、サステナブル委員会の下、執行役員のグループ人事統括室室長が健康経営推進者として、健康経営を推進します。

また、健康経営担当である労務制度企画部の担当が、産業保健職（統括産業医・東西産業医・東西保健師）、ワールド健康保険組合、ワールドユニオン、各社衛生委員と連携しながら、従業員及びその家族の健康づくりを進めてまいります。



健康経営戦略マップ



ワールドグループのガバナンス体制

ファッションの多様性と持続性の両立をめざし、「ワールドグループ行動規範」を定め、グループ従業員に定期的な教育を実施しています。持続可能なサプライチェーンの構築のために「お取引先様行動原則」を策定し、2027 年までに100%の浸透をめざしています。また、グループ従業員全員にコンプライアンス研修を実施しています。

ワールドグループ行動規範とお取引先様行動原則

コンプライアンス研修 2024年

ワールドグループ行動規範

目次

適用対象会社 p 3

適用対象者 p 3

啓蒙 p 3

行動原則

1 お客さまに対する姿勢 p 4

2 社員に対する姿勢 p 5

3 取引先に対する姿勢 p 5

4 株主に対する姿勢 p 6

5 社会・行政に対する姿勢 p 6

6 環境に対する姿勢 p 7

7 会社に対する姿勢 p 7

8 国際社会に対する姿勢 p 8

9 人権に対する姿勢 p 8

10 危機管理に対する姿勢 p 8

コンプライアンス体制 p 9

<お取引先様行動原則>

1 お客さまに対する姿勢

1-1 商品・サービスに対する姿勢

法令、規制、国際的な慣習、お客さまの要望、環境・社会・人権の向上に取組むこと。お客さまの信頼を得ることを目指す。

3 取引先に対する姿勢

3-1 独占禁止法関係法令の遵守

公正な取引のために経済基本法である「独占禁止法」を遵守すること。また、取引先やお客さまの信頼を得るための「独占禁止法」を遵守すること。

3-2 適正な取引方針

取引における公正な取引を確保すること。また、取引先にお客さまの信頼を得ることを目指す。

3-3 不当な利益等の追求

健全な企業活動を営むこと。不当な利益等の追求は行わないこと。

2 社員に対する姿勢

2-1 人権に対する姿勢

地域社会への貢献、人権の尊重、環境への配慮（SDGs）の推進など、社会への貢献を推進すること。

2-2 快速・柔軟な対応

社員の能力向上、業務の効率化、顧客の要望への迅速な対応など、業務の改善を推進すること。

2-3 児童労働の排除

児童労働の排除、児童労働の防止など、人権の尊重を推進すること。

4 社会・行政に対する姿勢

4-1 地域社会への貢献

地域社会との連携、社会貢献活動の推進など、社会への貢献を推進すること。

4-2 一般社会への貢献

生活文化に貢献し、社会の発展に貢献すること。

4-3 行政・教育機関との連携

行政に対して適切な情報提供を行うこと。また、外国公務員に対して、不当な利益等の取得を目的とする贈答・接待を行わないこと。

4-4 反社会的勢力の排除

総会屋や暴力団等と関係を持つことを禁ずる。また、関係を一掃すること。

5 環境に対する姿勢

5-1 環境保全に対する取り組み

環境保全の重要性を認識し、バリューチェーンの各プロセスにおいて、温室効果ガス排出の抑制、水消費の抑制、汚染防止、生物多様性の保全などに努めること。

5-2 資源の有効活用

企業活動におけるあらゆるロス・無駄を削減することによって、廃棄物を抑制し、限られ使わざるをえない資源の有効活用の最大化を図ること。

5-3 循環型社会への貢献

「あるものを使い続け」、「使ったものを捨てずに」再活用する循環型社会への構築に貢献していくこと。

6 国際社会に対する姿勢

6-1 国際ルール等の尊重

国際ルールを踏まえた行動規範と現地の法律・規制を遵守すること。また、現地の文化や慣習を尊重し、相互信頼を基盤とした事業活動を推進すること。

6-2 国際社会への貢献

現地取引先における社会的責任への取り組みに関心をもち、必要に応じて改善のための支援を行うこと。また、外国公務員に対して、不当な利益等の取得を目的とする贈答・接待を行わないこと。

7 人権に対する姿勢

7-1 人権の尊重

バリューチェーンの各プロセスにおいて、「世界人権宣言」、「国際人権規約」などの国際的な人権基準に基づき、児童労働、強制労働の禁止など、一人ひとりの人権を尊重し、人権が尊重されていない先との取引を行わないこと。

ワールドグループ
コンプライアンス研修

Contents

1. 個人情報

2. インサイダー

3. ハラスメント

4. 不正行為

3. ハラスメント ⑥最後に

コミュニケーションが希薄化している、風通しが悪い職場ではハラスメントが起きやすいといわれています。ただ言葉を交わしているだけでは、ハラスメントを予防するコミュニケーションにはなりません。

上司は部下の状況を把握するとともに、適切な言葉で明確な指示や指導を心がけ、部下は受け身の姿勢ではなく、積極的に上司に働きかけるようにしましょう。

また、自部門に限らず他部門に対しても興味を持ち、想像力を働かせ、課題を感じた際には声を上げることも重要です。建設的なコミュニケーションをとることで信頼関係がより強固なものに発展し、風通しの良い職場環境が形成されていきます。

コミュニケーションの密度を意識して、積極的なやり取りを心がけましょう。

従業員間だけでなく、業務委託者に対しても同様に、積極的なコミュニケーションを図り、信頼関係を構築していきましょう。



Copyright© 2025 WORLD CO.,LTD. All Rights Reserved.

WORLD SUSTAINABILITY REPORT

30

「挑もう、品よく、遅しく。」 未来のリーダーを育てる、ワールドの研修制度

ワールドグループの将来を担う幹部候補として活躍し続けるために、ワールドでは入社後の充実した育成プログラムを設けています。ビジネスの原点である店舗の販売からスタートし、ターゲットや販売チャネルの異なる複数店舗での実務経験後、本人の希望と適性を見定め、本社部門へ配属となります。

<本部職> 入社後の育成プログラム

第一クール ファッションビジネスの基礎習得



お客様と直接触れあえる店舗は、ファッションビジネスのすべての基本となる現場。ニーズを的確に捉えて求められるサービスを提供するための接客サービス力と、売上目標達成に向けたPDCAサイクルの理解とスキルを習得する。

入社時研修

「基礎の習得」
ビジネスマナー、経理財務、ロジカルシンキングなど、ビジネスの現場で必要とされる基礎項目や、品質管理やマーケットリサーチ、販売研修など、アパレル業界の基礎を習得する。



第二クール 店舗マネジメントサイクルの理解とスキル習得

店舗マネジメントを学ぶフェーズ。大型SC向けブランドの販売計画に基づき売上と利益を最大化する店舗オペレーションを実践で習得する。



集合研修 (月1回)



同期メンバーの進捗状況を共有し、実践と振り返りを繰り返しながら、着実に知識と経験を身につける。

店舗運営の基本スキルを習得後、本社部門へジョブローテーション

入社後の育成プログラム。前半は百貨店系ブランド、後半はショッピングセンター系ブランドに配属となり、多様なターゲットと販売チャネルでの経験を通じて、商品の仕入れと販売の流れを理解することができます。前期と後期で異なる育成環境を用意できるのは、多くのブランドを展開しているワールドだからこそ。

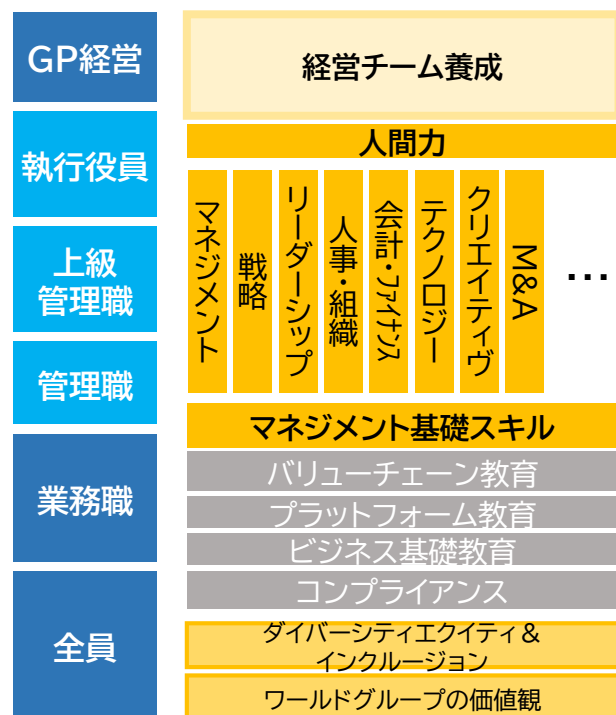


毎月1回本社で集合研修を実施し、各店舗に配属された同期が集まり、目標達成度や取り組み進捗を共有します。同期はライバルであり、お互いの成長のために切磋琢磨する大切な仲間。

グループ人材開発の仕組み作り

2024年度より、改めて幹部自身が学び、「ヒト」の育成について真剣に語り合う場面を通じて、本質的な課題と向き合い、グループ全体の人材基盤の底上げにつなげていく取組みを本格的にスタートさせています。幹部がグループの人材開発について真剣に検討する「グループ人材開発合宿」(右写真)は、その中心的な活動です。

ワールドグループの人材育成体系全体像



GLOBIS

E-learningに変更

補完



2024年8月31日～9月1日に実施された「グループ人材開発合宿」の様子

育成指針、次世代リーダー、登用、ローテーションなど「人」について、幹部層が1日中真剣に語り合いました。今後は、幹部の人材育成力そのものが評価される仕組みに進化させることで、幹部層の人材開発へのコミットを強めていきます。

さまざまなテーマで開催！『つなぐ ワールド』

グループ社員の誰もがフラットにつながり親睦を深めることを目的にした『つなぐ ワールド』
「若手×先輩社員」「職種別」などさまざまなテーマで開催され、多くのつながりと学びの場が生まれています。



2024年7月5日(金)は「若手社員と先輩社員をつなぐ会」をテーマに2部構成で開催しました。

第1部は5月のプレ座談会に参加した若手メンバーと先輩社員に参加いただき、日頃聞けないあれやこれやの質問タイム。第2部は全グループ社員から110名の方が参加する大懇親会が開催されました！



職種別コミュニティでは「MD編」「EC編」「DB編」などが実施されました。会社を超えて、各社での職種別のナレッジ共有や、共通テーマにどう取り組むかの議論がなされ、白熱する場面も。普段の業務では得られない刺激と共に、ランチコミュニケーションでの社員通しのつながりも深まっています。

ワールドグループの女性の活躍を応援 ～第2回女性活躍推進 座談会実施～

SDGs推進室は、2023年12月に初めて開催した「女性活躍推進 座談会」の2回目を、2024年7月4日(木)に開催しました。

今回は、北青山ビルと神戸本社ビルから22名が参加。クチュールブローチの屋号長 須永 可奈子さんを囲んで、普段なかなか話す機会のない女性同士がそれぞれの状況を話し合い、新たなつながりがうまれました。



前半は須永さんより、「リーダーとして苦労した事、どう乗り越えたか、大切にしてきたこと」などを語っていただきました。
＜リーダーとして大切にしているのは、「熱意」と「覚悟」の2つ＞といった須永さんのお話に皆さん真剣に耳を傾けていました。



後半はグループに分かれ、「女性がリーダーを担う際、工夫している(したい)こと」というテーマに沿ってディスカッションを行いました。初めて接する人がいる中、どのグループも活発に意見を出し合い、笑顔も見られました。

スプツニ子！さんに聞く ～多様性と共に創るこれからの働き方～

ワールドグループは、今期より企業のDE&Iを支援する法人向けサービス「Cradle(クレードル)」を導入し、健康やDE&Iについて考える研修会を定期的に開催しています。

2024年12月3日は、株式会社Cradle 代表取締役社長のスプツニ子！氏をお迎えして、ワールド北青山ビルにて、～職場におけるDE&Iの重要性 EQUITY(公平性)を理解する ～というテーマで講演会を開催。さらに、ワールド社員とのパネルディスカッションを行いました。



講演会の第1部では、スプツニ子！さんが現代の多様性社会をテーマに、これまでの働き方と現代の働き方を比較しながら、真のEQUITY(公平性)とはなにか？を問いかけるトークセッションが行われました。



第2部は、ワールド社員とのパネルディスカッションを実施。『悪気なく無意識にEQUITY(公平性)を妨げているものは？』『心理的安全性の高い職場づくり』『多様な人材の活用について』というテーマで意見交換を行いました。

男女関係なく、育児と仕事が両立できる会社へ

ワールドグループでは「変形労働時間制」「育児短時間勤務制度」「育児フレックス制度」など、育児と仕事を両立できる仕組みが整っています。
また、男性の育児休業取得も広まりつつあり、男性が育児参加することで女性の育児負担への理解も深まっています。

ワーキングマザーの声



忙しい時は9時間勤務して、別の日に7時間勤務にするなど、フレキシブルに勤務時間を設定することができます。

「育児短時間勤務」を利用しています。時間を15分単位で設定できるため、余裕を持ってお迎えに行くことができ、とても助かっています。



実際に男性育休を取得されたSDGs推進室の山本さん。以下のような体験談を話されています。

驚いたのは、「休みに入ります」とメールで伝えていった時の社内からの反応です。「今を楽しんで」「以前は制度が無かったから良い機会」など応援のメッセージをいただきました。
業務については、SDGs推進室の皆に全面的にサポートいただいて、上司判断で育休中のメールは外してもらい、出勤後に情報を共有いただきました。
育休取得は、妻ばかりでなく、上の娘にもとても喜んでもらえました。

ワールドグループには現在1830名のワーキングマザーがいます。
皆がそれぞれのライフスタイルに合わせながらさまざまな制度を活用し、
育児と仕事の両立を実現しています。

新たに本部や工場を加え、ワールドグループの全業態から表彰 ー14回目の「WORLD GROUP AWARD」2025年3月4日(火)開催ー

3月4日(火)、ワールド北青山ビルにて、ワールドグループの全国の店舗および本部から優秀店舗・個人を表彰する「ワールド グループ アワード」を開催しました。

このアワードは、2010年からワールドグループの直営店舗で販売を担当する“ドレッサー”※の応対力を向上させることを目的に開催され、多様なブランドが販路やターゲットの違いを超えて一堂に会する、ワールドならではの取り組みとして位置づけています。

アワードを通じて成功事例を称賛・共有することで、変革の推進および新たな手法の浸透を図る機会としており、今年は店舗のみならずデザイナー、パタンナー、MD、生産、工場といった本部メンバーも表彰の対象としました。これにより一層、グループ全体の一体感を高めることを目指していきます。

※ ドレッサー・・・ワールドグループ独自の販売スタッフの呼称。



左上:今回から設けられた本部系表彰「パタンナー部門」のメンバー
その他:全国店舗のファッションistaによるファッションショーの様子



参加したドレッサー125名と本部スタッフおよそ300名で撮影

公募からの新しいスタート“自分で拓くキャリアチェンジ”

ワールドグループでは事業成長に向けた人員体制の安定化、およびグループ全体の人材価値向上を図ることを目的に、会社横断での公募を年2回(春・秋)実施しています。社員の自主性や意志を尊重し、向上心に応える制度で、自ら手を挙げて新しいキャリアへチャレンジし、ステップアップを図っていくものです。今回は、2024年春公募でキャリアチェンジを実施された鶴岡さんにお話を伺いました。

Q: 公募に応募したきっかけは？

A: 店舗から本部に異動したとき同様に、新しいフィールドに挑戦する楽しさは、経験値を高める意味でもプラスしかありません。ECを担当した5年間も、店頭での経験が生きる機会がたくさんありました。

次のステップに向けては、販売とEC運営の二軸を生かす仕事です。異なる経験を積み重ね、それらをコラボさせていくことでもっと良いアイデアが生まれるのでは？と考え、この公募制度をチャンスにとらえました。



上司の本間直樹さんとのミーティングの様子

Q: ファッション・コ・ラボを選んだ理由は？

A: 1つめは、まったく関わったことないBtoB(企業間取引)事業への挑戦。2つ目は、信頼できる上司の存在です。私が店舗から本部に異動する際に面接をして下さった方で、しばらく同じECチームでした。先に今の部署へ異動されましたが、常にコミュニケーションをとっていたので、今の仕事内容もだいぶイメージできていました。先導して下さる心強さは大きかったですね。安心して臨むことができました。



鶴岡里彩さん:

2017年入社後、「アンタイトル」伊勢丹新宿店でドレッサーとして3年半勤務。

2020年10月に本部へ異動し、念願のEC業務へ。

2024年9月に公募制度で株式会社ファッション・コ・ラボへ出向。

データ集

<環境>

			単位	2023.3月期	2024.2月期	2025.2月期
温室効果ガス	Scope1	直接排出（燃料の燃焼）	t-co2	2,457	2,004	918
	Scope2（ロケーションベース）	間接排出（他社から供給された電気、熱、蒸気）	t-co2	23,015	19,581	20,731
	Scope3	間接排出（自社の活動に関連する他社の排出）				
	カテゴリー1（*1,*2）	購入した製品・サービス	t-co2	314,598	418,462	470,018
	カテゴリー2	資本財	t-co2	—	—	—
	カテゴリー3	燃料・エネルギー関連の活動	t-co2	—	—	—
	カテゴリー4（*1,*2,*3）	輸送、配送（上流）	t-co2	1,963	2,516	2,806
	カテゴリー5	事業から出る廃棄物	t-co2	—	—	—
	カテゴリー6	従業員の出張	t-co2	—	562	611
	カテゴリー7	雇用者の通勤	t-co2	—	1,631	1,949
	カテゴリー8	リース資産（上流）	t-co2	—	—	—
	カテゴリー9	輸送、配送（下流）	t-co2	968	1,040	954
	カテゴリー10	販売した製品の加工	t-co2	—	—	—
	カテゴリー11	販売した製品の使用	t-co2	—	—	—
	カテゴリー12	販売した製品の使用后処理	t-co2	—	—	—
	カテゴリー13	リース資産（下流）	t-co2	—	—	—
	カテゴリー14	フランチャイズ	t-co2	—	—	—
	カテゴリー15	投資	t-co2	—	—	—
水使用量		オフィス・工場	m	32,093	31,231	32,235
		アパレル製品	m	—	54,253,030	53,915,278
商品廃棄量		合計	点	253,556	381,295	98,778
	内訳	・アパレル	点	22,678	45,157	22,936
		・アパレル以外	点	230,878	336,138	75,842
衣料品等の循環化		合計	点	2,379,748	2,624,210	2,877,096
	内訳	・衣料品等引き取り点数	点	1,022,170	1,263,259	1,373,615
		・1.5～2次流通での販売点数	点	1,357,578	1,360,951	1,503,481

（*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）アパレル以外については、カテゴリー1にカテゴリー4のCO2排出量も含まれております。

（*3）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。

< 人的資本 >

	範囲	単位	2023.3月期	2024.2月期	2025.2月期
従業員数	連結	人	7,648	7,183	7,225
女性社員比率	連結	%	79.3	79.9	78.6
女性管理職比率（課長以上）	国内連結会社	%	23.6	22.0	27.7
女性管理職比率（係長相当以上）	国内連結会社	%	29.4	24.6	28.6
役職者の女性比率（*1）	国内連結会社	%	69.2	68.1	66.0
中途採用者比率	国内連結会社	%	67.6	62.7	69.7
中途採用者管理職比率	国内連結会社	%	56.1	62.7	62.5
男性平均年間給与		%	—	—	
女性平均年間給与		%	—	—	
中途採用者管理職比率（役職者含む）		%	77.9		
障がい者雇用率	特例子会社及びグループ適用会社（*2）	%	2.661	2.850	2.844
再雇用者数	国内連結会社	人	155	202	244
外国人従業員数	国内連結会社	人	42	45	45
育休取得者数	国内連結会社	人	677	463	461
女性育休取得率	国内連結会社	%	97.9	100	100
男性育休取得率	国内連結会社	%	5.7	20	23.5
育児復帰定着率	国内連結会社	%	69.4	79.2	82.8
ワーキングマザー数	国内連結会社	人	1,933	1,981	1,830
有給休暇取得率	国内連結会社	%	55.5	59.4	58.2
副業者数	国内連結会社	人	110	93	72
1か月平均残業時間	国内連結会社	時間	6.9	7.94	6.1
取締役数	(株)ワールド	人	9	9	9
男性	(株)ワールド	人	8	7	6
女性	(株)ワールド	人	1	2	3
独立社外取締役数	(株)ワールド	人	5	5	5
男性	(株)ワールド	人	4	3	2
女性	(株)ワールド	人	1	2	3

（*1）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）をいいます。

（*2）各期末日の翌日時点の情報を記載しております。

（注）連結および国内連結会社には、エムシーファッション(株)および(株)ライフギアコーポレーションを含んでおりますが、(株)OpenFashionは集計の対象から除外しております。