



青山商事グループ

SUSTAINABILITY DATA BOOK 2024



トップ
メッセージ

当社グループは、グループ全体の経営理念である「持続的な成長をもとに、生活者への小売・サービスを通じてさらなる社会への貢献を目指す」ことを念頭に、地球温暖化対策、働き方改革や女性活躍の推進、ガバナンスの高度化などESG (Environment・Social・Governance) への取り組みを進めていきます。

またビジネスウェア業界のリーディングカンパニーとして、サプライチェーンにおける基本的人権の尊重・労働安全衛生の確保・および公正な取引を推進します。

2015年に国連サミットで2030年までの国際目標である「持続可能な開発目標 (SDGs)」が発表されました。目標の達成には、政府、企業、団体、個人といった全セクターが普遍的に取り組む必要があります。

当社グループにおいても、環境・社会課題の認識と解決のためにSDGsを重要視し、当社グループのサステナビリティへの取り組みと関連付け、今後より一層持続可能な社会の実現のために貢献して参ります。

代表取締役社長 青山 理



青山商事グループ SUSTAINABILITY DATA BOOK 2024

Top Message トップメッセージ	2
Sustainability Management サステナビリティマネジメント	4
Governance ガバナンス	コーポレートガバナンス.....16 リスクマネジメント.....22 コンプライアンス25 サプライチェーンマネジメント28 カスタマーリレーションシップマネジメント31
Environment 環境	環境マネジメント36 気候変動.....40 水資源55 汚染防止/資源利用57 生物多様性62
Society 社会	ダイバーシティ&インクルージョン.....64 労働慣行.....70 人材育成と働き方.....74 労働安全衛生.....80 ビジネスと人権.....84 社会・地域貢献活動.....91

編集方針

報告の対象範囲	サステナビリティデータブックの開示に関しては、原則として青山商事株式会社単体、または青山商事グループ（青山商事株式会社および連結子会社）を対象としています。特定の範囲を対象としているものについては、個別に対象範囲を明示しています。 対象範囲に関する凡例 c : 青山商事グループ (国内・海外) c- : 青山商事グループ (国内・海外) であるが、一部を除く d : 青山商事グループ (国内) d- : 青山商事グループ (国内) であるが、一部を除く n : 青山商事単体 o : その他
報告対象期間	2023年度 (2023年4月1日～2024年3月31日) の取り組みを中心に、一部、過去の経緯や2024年4月以降の活動予定についても記載しています。
参考にしたガイドライン	・グローバル・レポーティング・イニシアチブ (GRI) サステナビリティ・レポーティング・スタンダード ・環境省 環境報告ガイドライン2018年版 ・気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD) 最終報告書 ・国際統合報告評議会 (IIRC) 国際統合報告フレームワーク



サステナビリティに関する方針

サステナビリティ方針

私たち青山商事グループは、「持続的な成長をもとに、生活者への小売・サービスを通じてさらなる社会への貢献を目指す」というグループ経営理念のもと、青山マインド「働くひとのために働く」を基本軸とした「使命と行動原則」に基づき、お客さまを始めとしたすべてのステークホルダーとともに、社会との共通価値を創造し、持続可能な社会の実現を目指してまいります。

取り組みの分類とSDGsとの関連性

環境への取り組み

環境保全が人類共通の重要課題と認識し、事業活動において環境負担への低減に努め、持続可能な社会に貢献する。

社会への取り組み

人を最大の経営資源と定め、働き方改革・女性活躍推進に取り組むとともに、地域との共創実現のための環境整備をしていく。

ガバナンスへの取り組み

企業倫理の重要性を認識し、かつ経営の健全性向上を図り、企業価値向上を意識した経営を推進していく(さらなる高度化)

参照 [・取り組みの分類とSDGsとの関連性](https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/esg/#esg_detail_02)
https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/esg/#esg_detail_02

サステナビリティ目標

SDGsを重視したESGへの取り組みを強化し、2024～2026年度中期経営計画において、2027年3月期末に以下の目標を設定しています。

- (1) [環境] CO₂排出量2014年3月期比59%削減、再生可能エネルギー導入率18%以上
- (2) [社会] 女性管理職比率12.5%以上、男性育児休業取得率60%以上
- (3) [ガバナンス] Sedex登録社数32工場以上、Sedex登録工場を通じた調達数33%、調達額62%

サステナビリティ教育

2023年度より運営されているサステナビリティ部会開催に併せて、年3回、サステナビリティ部会のメンバーである、社長、全取締役、全監査役、及び勉強会のテーマに関係する部門長、担当者を対象に、外部の専門家を招いてサステナビリティに関する勉強会を開催しています。これまでの開催テーマは以下の通りです。

- ・2022年8月 ESGについて(取締役会開催に併せて、社長、全取締役、全監査役、執行役員を対象に実施)
- ・2023年10月 サステナビリティと経営について
- ・2024年2月 国連「ビジネスと人権に関する指導原則」とビジネスについて
- ・2024年9月 今求められる環境経営について
- ・2024年10月 マテリアリティの特定とその重要性について

イニシアチブへの参画

- ・TCFD: Task Force on Climate-related Financial Disclosures
(気候関連財務情報開示タスクフォース) ※2023年4月賛同



- ・CDP(旧カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト)

ステークホルダーとの対話

人権に関するステークホルダーエンゲージメント

ステークホルダーエンゲージメントプログラムへの参加

当社は、経済人コー円卓会議日本委員会(以下、CRT日本委員会)が主催するステークホルダーエンゲージメントプログラム(人権デューディリジェンスワークショップ)に2021年度から継続して参加しています。

本ワークショップでは、学識有識者、NGO/NPOなどとの対話を通じ、幅広い人権問題について、議論を行っています。

また、本プログラムに参加したアパレル関連企業各社とともに、国連環境計画金融イニシアチブ(UNEPFI)が策定した「人権ガイダンスツール」を参考に、「業界毎に重要な人権課題」の特定と見直しを行い、アパレル業界における人権問題について理解を深めました。

参照 [・2023年度ステークホルダーエンゲージメントプログラム\(人権デューディリジェンスワークショップ\)](https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/esg/pdf/2023_SHE_final_report_jp.pdf)
https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/esg/pdf/2023_SHE_final_report_jp.pdf (日本語)
https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/esg/pdf/2023_SHE_final_report_en.pdf (英語)

サステナビリティ推進体制



社外からの
評価

CDP (旧カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト)

CDPとは、イギリスの慈善団体が管理する非政府組織 (NGO) であり、投資家、企業、国家、地域、都市が 自らの環境影響を管理するためのグローバルな情報開示システムを運営しています。CDP は、企業の環境に関する情報開示や取り組みの評価も公表しており、当社は2023年にスコア「A-」の評価を受けました。



エコマーク

当社は、公益財団法人日本環境協会によって、2020年3月にISO14024に則って運営される国内唯一のタイプⅠ環境ラベルであるエコマークの認定を受けました。
本制度による認定店舗数887店舗 (2020年3月認定時) は日本最大の認定店舗数となります。

※ 認定店舗は、ビジネスウェア事業の全店舗となります。(「洋服の青山」, 「SUIT SQUARE」, 「THE SUIT COMPANY」, 「WHITE THE SUIT COMPANY」, 「UNIVERSAL LANGUAGE」, 「UNIVERSAL LANGUAGE MEASURE'S」)



健康経営優良法人

当社は、経済産業省と日本健康会議による「健康経営優良法人認定制度」において2024年3月に「健康経営優良法人2024 (大規模法人部門)」の認定を受けました。
今回の認定は、2020年度から5年連続5度目となります。



えるぼし認定

当社は、2021年8月に厚生労働大臣から「えるぼし (2段階目) 認定」を受けました。「えるぼし認定」は、女性活躍推進法に基づいた行動計画の策定・届出を行った企業のうち、一定の要件を満たし女性の活躍推進に関する取組状況が優良な企業が認定されるものです。5つの評価項目 (①採用 ②継続就業 ③労働時間等の働き方 ④管理職比率 ⑤多様なキャリアコース) について、その実績値を厚生労働省のウェブサイトに毎年公表し、各評価項目の基準値を満たすとともに、未達成の項目については、その実績値が2年以上連続して改善していることが要件となっています。当社は、5項目中4項目の取り組みが評価され、「えるぼし (2段階目) 認定」を受けました。



くるみん認定

当社は、2021年8月に厚生労働大臣から「くるみん認定」を受けました。「くるみん認定」は次世代法に基づいた9つの認定基準を満たし、かつ、事業主が策定した行動計画に定めた行動目標を達成した企業が子育てサポート企業として認定されるものです。当社は、すべての要件を満たし、従業員の仕事と子育ての両立を支援する取組みが評価され、「くるみん認定」を受けました。



プラチナくるみん認定

当社は、2023年12月に厚生労働大臣から「プラチナくるみん認定」を受けました。「プラチナくるみん認定」は、「くるみん認定」をすでに受けている企業のうち、「くるみん認定」よりも更に高い水準で従業員の仕事と子育ての両立を支援する取り組みを行うとともに、次世代法に基づいた12項目の認定基準を満たし、かつ、事業主が策定した行動計画に定めた行動目標を達成した企業が、より優良な「子育てサポート企業」として特例で認定されるものです。当社は2021年8月にくるみん認定を受けて以降も、継続して仕事と子育てを両立しながら働きやすく、働きがいのある環境の整備を精力的に推進しており、この度その取り組みが評価され、「プラチナくるみん認定」を受けました。



トモニン

当社は、2020年8月に厚生労働省が運営する「両立支援のひろば」に介護と仕事の両立支援取り組みを登録し、仕事と介護を両立できる職場環境の整備促進に取り組んでいる企業のシンボルマーク「トモニン」を取得しました。

当社では、育児・介護休業法で定められた介護休業や介護休暇、勤務時間配慮措置のほか、未使用で2年経過した有給休暇を積立て、不測の事態の際に使用することができる「年次有給休暇の積立制度」や3年間の間で2回まで取得できる「介護短時間勤務制度」、また「社外に介護相談窓口」を設置するなど、独自の制度を設け、安心して長く働ける環境作りに取り組んでいます。



社外からの
評価

ESGインデックス構成銘柄採用

FTSE Blossom Japan Sector Relative Index

ロンドン証券取引所グループのFTSE Russellにより開発され、各セクターにおいて環境・社会・ガバナンス (ESG) について優れた対応を行っている日本企業により構成される指数です。



S&P/JPX カーボン・エフィシエント指数

米S&Pダウ・ジョーンズ・インデックスと日本取引所グループが共同で開発し算出・公表している、環境情報の開示状況、炭素効率性 (売上高当たり炭素排出量) の水準に着目して、構成銘柄のウエイトを決定する指数です。



Sompo Sustainability Index

ESGに優れた日本企業約300銘柄で構成され、同社の「SOMPOサステナブル運用」に活用されています。「SOMPOサステナブル運用」は、ESGにフォーカスした運用プロダクトで、複数の年金基金や機関投資家に採用されています。



マテリアリティ
(重要課題)
の特定

青山商事グループのマテリアリティ

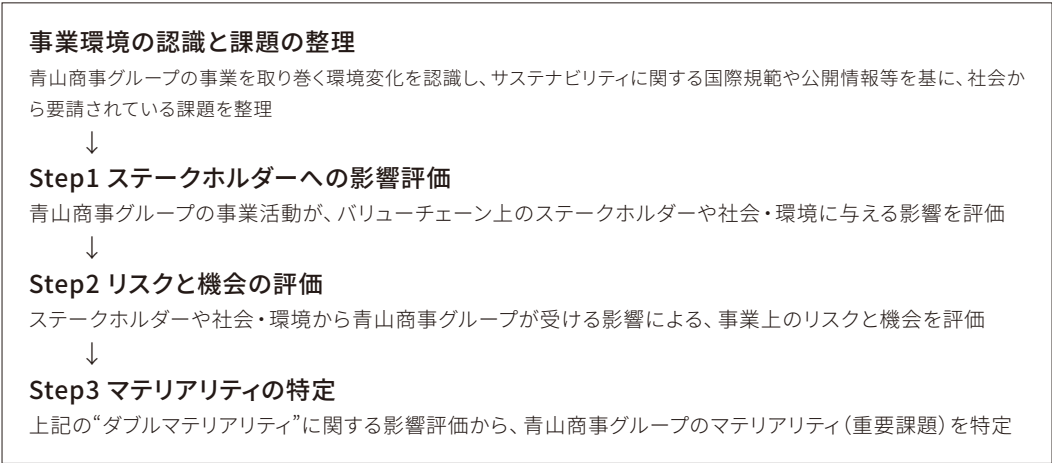
青山商事グループは、国際的なサステナビリティ情報開示の流れに適合した情報開示を行うこと、および、経営とサステナビリティの統合を進め、中期経営計画と一体となったサステナビリティ活動の推進に繋げることを目的に、2024年度にサステナビリティに関わる影響評価を実施した上で、マテリアリティ(重要課題)を特定しました。

青山商事グループのマテリアリティ

マテリアリティ(重要課題)		関連するSDGs
スマート/サステナブル消費への対応	環境、社会に配慮した商品・事業	 
	事業変革と収益力の向上	
適正な労働慣行と人権の尊重	人権経営の推進	  
キャリア育成とモチベーションの向上	人的資本経営、ダイバーシティ&インクルージョンの推進	  
サプライチェーンの人権尊重	人権デューデリジエンスの推進	      
	サプライチェーンマネジメントの強化	
脱炭素社会と循環型社会への適応	2050年カーボンニュートラル宣言への取り組み	    
	ネイチャーポジティブに向けた取り組み	
地域コミュニティとの共生	事業を通じた地域活性化への貢献	     
	災害支援、地域支援	
経営のレジリエンス向上	グループガバナンスの強化	 
	サステナビリティへの取り組み	

マテリアリティは、サステナビリティに係わる重要課題であるとともに、中期経営計画に影響する経営上の重要課題です。青山商事グループでは、每期継続的に影響評価を行い、経営およびサステナビリティ活動の基礎となるマテリアリティの妥当性をレビューしていきます。

マテリアリティの特定プロセス



事業環境の認識と課題の整理

青山商事グループの事業を取り巻く環境変化を認識し、サステナビリティに関する国際規範や公開情報等を基に、社会から要請されている課題を整理しました。

ステークホルダー	事業を取り巻く環境
消費者	消費者ニーズの多様化
	人口減少による市場縮小
	購買行動へのICT化の浸透
	消費者のサステナビリティ志向
	環境、人権、動物福祉に配慮したエシカル消費の高まり
自社グループ従業員	生産年齢人口の減少
	ディーセントワークや人権意識の高まり
	多様性の受容への社会的な要請
	育児や介護をしながら働く従業員の増加
	多様な働き方の選択
サプライヤー	「責任あるサプライチェーン」への社会的な要請
	サプライチェーンのグローバル化による人権侵害への加担のリスク
環境、地域社会	脱炭素化、循環型社会への移行
	環境問題が引き起こす地域社会や人権への深刻な影響
	災害支援や地域貢献への期待
	地域活性化への期待
ガバナンス	サステナビリティ経営、統合経営への投資家の要請
	非財務要素を含めた中長期的な企業価値評価

Step1 ステークホルダーへの影響評価

青山商事グループの事業活動が、バリューチェーン上のステークホルダーや社会・環境に与える影響を評価しました。

事業バリューチェーン		原材料調達	加工品購買	商品製造	物流	販売	使用	廃棄
ステークホルダーへの影響								
消費者	顧客のプライバシー、セキュリティ					●	●	
	販売や広告宣伝における差別的表現/対応					●		
	多様性への配慮			●		●	●	
	消費者の健康と安全	●	●	●		●	●	
	環境、人権、動物福祉に配慮した製品	●	●	●	●	●	●	●
従業員 (自社グループ、サプライヤー)	差別	●	●	●	●	●		
	セクシャルハラスメント、パワーハラスメント	●	●	●	●	●		
	カスタマーハラスメント					●		
	労働時間	●	●	●	●	●		
	賃金	●	●	●	●	●		
	雇用、解雇	●	●	●	●	●		
	労働安全衛生	●	●	●	●	●		
	結社の自由と団体交渉権	●	●	●	●	●		
	移民労働者の権利	●	●	●	●	●		
	強制労働	●	●	●	●	●		
	児童労働	●	●	●	●	●		
	救済へのアクセス	●	●	●	●	●		
	人材育成、能力開発				●	●		
	両立支援、ワークライフバランス				●	●		
	従業員満足、エンゲージメント				●	●		
環境、 地域社会	エネルギー消費、CO2排出	●	●	●	●	●	●	●
	製造過程における環境汚染		●	●			●	●
	有害な化学物質の使用による健康被害		●	●			●	●
	大量消費に伴う資源消費、廃棄物	●					●	●
	先住民の権利	●		●				
	動物福祉	●					●	
	地域支援、災害支援					●	●	
ガバナンス	地域活性化、経済効果の創出			●		●		
	政治リスク(紛争影響地域とのかかわり等)	●	●	●				
	腐敗リスク(贈収賄等)	●	●	●				

【影響評価の方法】

以下の方法により、グローバルなデータソースおよびステークホルダーの声の収集、分析を行い、外部視点と社内視点の双方からステークホルダーへの影響評価を実施しました。

■ 国際的な公的機関等のESGリスク指標

青山商事グループの事業拠点およびTire1サプライヤー工場がある海外10カ国※¹を対象に、環境、社会、カバナンス関連の16指標※²に関して、公的機関等が公表するESG関連リスク指標※³を収集、正規化した上で、カントリーリスクを評価。

※1 中国、インドネシア、カンボジア、ベトナム、ミャンマー、ラオス、マレーシア、シンガポール、オーストラリア、ニュージーランドの10カ国

※2 気候リスク、危険環境リスク、適正賃金、労働時間、差別的慣行、労働安全衛生、結社の自由、児童労働、現代奴隷、土地の権利、先住民族の権利、プライバシーの権利、政治リスク、信用リスク、腐敗認識指数、人間開発指数

※3 リソース・ウォッチ（気候リスク指数）、欧州委員会（有害環境リスク指数）、ILO（最低賃金、労働時間、労働安全衛生、児童労働）、世界経済フォーラム（ジェンダーギャップ指数）、国際労働組合総連合（結社の自由）、米国労働省（児童労働、現代奴隷）、フィグシェア（先住民の権利）、世界銀行（土地の権利、プライバシー権利指数、政治的権利指数、信用情報指数）、トランスパアレンシーインターナショナル（腐敗認識指数）、UNDP（人間開発指数）

■ NGO団体からの発信情報

青山商事グループの主要事業の関連業界（アパレル、ファッション、繊維）において、世界の主要なNGO約12,000団体が直接発信する情報を収集し、ESG課題に関する発信情報量、発信団体、カテゴリー、内容、主要な事例について分析・評価を実施。

■ 人権デューディリジェンス（人権リスク評価、人権影響評価）

青山商事グループの事業拠点およびTire1サプライヤー工場がある海外10カ国+日本国を対象に、国際規範に挙げられた人権のうちビジネスとの関連が深い20の人権指標※⁴に関して、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に則った潜在的な人権リスク評価を実施。その上で、人権リスク評価の結果、潜在的な人権リスクが高い国・事業のサプライヤー工場を対象に、労働者へのインタビューによる人権影響評価を実施。

※4 適正賃金（生活賃金、同一報酬）、労働時間、差別的慣行、労働安全衛生、結社の自由と団体交渉権、強制労働、児童労働、現代奴隷、人身取引、土地及び居住の権利、保安慣行、先住民の権利、マイノリティの権利、性的マイノリティの権利、表現の自由、救済へのアクセス、女性の権利、プライバシーの権利、若年労働者の権利、移民労働者の権利

■ ステークホルダーエンゲージメントプログラム

NPO法人経済人コー円卓会議日本委員会主催のステークホルダーエンゲージメントプログラム「業界毎に重要な人権課題」より人権リスクを評価

参照 https://crt-japan.jp/human-rights/she-program_archive/

■ 社内関連部門ワークショップ

ESGの各課題に関連する部署の参加によるワークショップを通じて、事業バリューチェーン上で発生しうる潜在的なESGリスク要素を整理

■ TCFDシナリオ分析

TCFDシナリオ分析に基づき、気候変動に関するリスクを評価

Step2 リスクと機会の評価

ステークホルダーや社会・環境から青山商事グループが受ける影響による、事業上のリスクと機会を評価しました。

リスク

ステークホルダー	リスク	時間軸	影響度
消費者	顧客離れによる客数、売上、利益の減少	短期～中期	大
	事業の縮小	短期～中期	大
	社会的批判、信用の失墜	短期～中期	中
自社グループ従業員	採用減少、離職増加による人手不足	短期～中期	大
	業務運営での生産性低下、集客減少	短期～中期	大
	新商品開発等の発想の鈍化	中期～長期	中
	多様性の欠如による機会損失	短期～長期	中
	マネジメント人材の不足による生産性やサービスの低下	短期～中期	大
	採用難による次世代リーダー人材の不足	中期～長期	中
サプライヤー従業員	工場従業員のストライキや離職による生産性の低下	短期～中期	大
	調達品の品質低下と供給の不安定化	短期～中期	大
	社会的批判、不買運動	短期～中期	中
環境、地域社会	新たな法規制、政策の導入によるコスト増、売上減※	短期～長期	小～大
	顧客行動、需要変化に対応出来ないことによる売上減（環境配慮型/エシカル商品等）※	中期～長期	中
	異常気象、自然災害の激甚化による調達、生産、物流、販売への影響※	短期～長期	小～大
	顧客、投資家の評判変化による信用の失墜※	短期～長期	大
	消費者ニーズから離れた商品提供	短期～中期	大
	地域での評判低下、ブランド毀損による売上低下	短期～中期	大
	従業員のエンゲージメントの低下	中期～長期	中
ガバナンス	リスクの顕在化による損害発生、業績への影響	短期～中期	大
	投資家からの信頼の低下	短期～中期	大

※ 気候変動に関わるリスクの詳細については、「TCFD提言に基づく情報開示」を参照ください。

機会

ステークホルダー	機会	時間軸	影響度
消費者	エシカル消費に関心が高い層からの支持拡大と売上伸長	中期～長期	中
	事業の拡大	中期～長期	大
	市場評価、ブランド、企業価値の向上	中期～長期	大
自社グループ従業員	ディーセントワークの実現により社内調和と従業員の心理的安全性の確保	中期～長期	大
	業務運営での生産性向上、集客増加	短期～中期	大
	新商品開発等の発想の活性化、多様化	中期～長期	中
	多様性の推進により多様な思考が様々な施策に反映	中期～長期	中
	従業員満足度、エンゲージメントの上昇による人的資本経営の推進	中期～長期	大
	幅広いステークホルダーからの支持・信頼の獲得	中期～長期	中
サプライヤー従業員	適切なサプライチェーンマネジメントによる工場従業員の定着、離職防止、雇用促進	中期～長期	大
	調達品の品質向上と安定供給	中期～長期	大
	消費者を含むステークホルダーからの支持	中期～長期	中
環境、地域社会	新たな法規制、政策への対応によるコスト減、売上増※	短期～長期	小～中
	顧客行動、需要変化への対応による売上増(環境配慮型/エシカル商品等)※	中期～長期	中
	BCP対策の強化によるレジリエンスの向上※	中期～長期	中～大
	顧客、投資家の評判変化による信頼の獲得※	短期～長期	大
	消費者ニーズにあった商品開発	短期～中期	大
	地域の課題解決によるロイヤルティ、社会的評判の向上	中期～長期	中
	従業員のエンゲージメントの向上	中期～長期	中
ガバナンス	投資家による長期的、持続的な評価向上	中期～長期	大
	企業価値の向上	中期～長期	大

※ 気候変動に関わる機会の詳細については、「TCFD提言に基づく情報開示」を参照ください。

＜時間軸＞

記載事項	定義
短期	0年～3年後に発生が想定されるもの
中期	4年～10年後に発生が想定されるもの
長期	11年～30年後に発生が想定されるもの

＜影響度＞

記載事項	定義
大	事業および財務への影響が大きくなることが想定される
中	事業および財務への影響がやや大きくなることが想定される
小	事業および財務への影響が軽微であることが想定される

Step3 マテリアリティの特定

Step1～2のダブルマテリアリティに関する影響評価から、青山商事グループのマテリアリティ(重要課題)を特定しました。

マテリアリティ(重要課題)に関する主な施策および指標・目標

マテリアリティ(重要課題)		主な施策	指標・目標
スマート/サステナブル消費への対応  	環境、社会に配慮した商品・事業	・ 環境、社会影響に関するトレーサビリティの確保(認証取得等) ・ ダイバーシティ&インクルージョンへの対応	・ お客様からの意見(苦情/お褒め件数) ・ 認証取得(製品の品質・安全に関する認証、社会・環境配慮に関する認証、店舗の環境認証)
	事業変革と収益力の向上	・ 既存店の収益力の維持・向上 ・ 新規出店によるシェア拡大 ・ 利益重視経営	・ オーダー売上高170億円、EC売上高80億円(2026年度迄) ・ 出店20-40店舗(2026年度迄) ・ 本部費削減・抑制▲20億円(2023年度比)
適正な労働慣行と人権の尊重   	人権経営の推進	・ ハラスメントの防止 ・ 適正な雇用 ・ 従業員のインセンティブの向上 ・ 労働安全衛生	・ 内部通報・相談件数 ・ 従業員エンゲージメント調査
キャリア育成とモチベーションの向上   	人的資本経営、ダイバーシティ&インクルージョンの推進	・ 仕事、育児、介護の両立支援 ・ 多様性への対応 ・ 従業員エンゲージメントの向上	・ 女性管理職比率12.5%以上(2026年度迄) ・ 男性育児休業取得率60%以上(2026年度迄) ・ 従業員エンゲージメント調査
サプライチェーンの人権尊重       	人権デューディリジェンスの推進	・ サプライチェーンへの人権デューディリジェンスの展開	・ 人権インパクトアセスメントの実施(カントリーリスクが高い生産国で年1工場実施)
	サプライチェーンマネジメントの強化	・ Sedex登録の推進と透明性確保 ・ 人権、労働安全衛生、環境対応	・ Sedex登録工場32工場以上(2026年度迄) ・ Sedex登録工場を通じた調達数割合 33%以上 / 調達金額割合 62%以上(2026年度迄)
脱炭素社会と循環型社会への適応      	2050年カーボンニュートラル宣言への取組	・ 省エネ推進、再生可能エネルギー導入拡大	・ CO2排出量削減 [長期目標]2050年 カーボンニュートラル宣言(単体 Scope1+2) / 2050年 再生可能エネルギー導入率100% [中期目標]2030年 CO2排出量 66%削減(2013年度比) / 2030年 再生可能エネルギー導入率 66% [3カ年目標]2026年 CO2排出量 59%削減(2013年度比) / 2026年 再生可能エネルギー導入率18%以上 ・ CDP評価 ・ グリーン購入比率 ・ 非化石化証書導入率
	ネイチャーポジティブに向けた取り組み	・ 汚染防止 ・ 資源利用、廃棄物の削減 ・ 動物福祉	・ 製品の環境配慮に関する認証 ・ 製品のリサイクル率
地域コミュニティとの共生     	事業を通じた地域活性化への貢献	・ 教育支援 ・ スポーツ振興支援	・ 社会・地域貢献活動費 ・ 地域活性化のインパクト評価
	災害支援、地域支援	・ 被災地支援 ・ 地域貢献活動	
経営のレジリエンス向上  	グループガバナンスの強化	・ 事業ポートフォリオ経営の推進 ・ 持続的成長を目指した既存事業投資の拡大 ・ 新規事業の開発、育成及びM&A探求	・ 企業価値向上: 連結ROE向上(2028年度8%)、PBR1倍割れ是正
	サステナビリティへの取り組み	・ ESG経営の深化 ・ 気候変動対応、人権経営、サプライチェーンマネジメント、人的資本経営およびダイバーシティ&インクルージョンへの対応	・ ESGインデックス構成銘柄採用

取締役
選定基準と
選定プロセス

取締役及び執行役員候補の選任・指名については、事業領域の拡大に伴い、多様な知識・経験・能力を有する人材、及び会社経営全般に適切な意思決定ができるバランス感覚を有する人材を中心に、ジェンダー等の多様性も考慮して選任・指名しております。また、当社は、報酬諮問委員会及び指名諮問委員会を設置し、社長の諮問に基づき取締役及び執行役員の報酬、指名及び解任等に関する方針・制度等について審議し、取締役会に答申することとしております。両委員会は、独立社外取締役を委員長とし、その他3名の取締役（内、社外取締役1名）の合計4名で構成されます。

取締役会の
スキル
マトリックス

指名・報酬諮問委員会	氏名	企業経営	財務・会計・金融	法務 リスクマネジメント コンプライアンス	ESG サステナブル	小売・営業・マーケティング
○	青山 理	○			○	○
	岡野 真二	○			○	○
	山根 康一	○	○		○	
	小林 宏明	○	○			
	渡邊 徹			○		
○委員長	加賀美 由加里	○			○	○
監査役	大迫 智一		○			
	野上 昌樹			○		
	大北 貴		○			
	疋田 鏡子		○		○	

(注) 上記は、特に専門性を発揮できる分野及び経験をお示しするものであり、対象者の全ての知見を表すものではありません。

取締役会の
実効性評価

取締役会の状況

	2023年度
取締役会の開催回数	24回
取締役会の平均出席率	99.3%
取締役の任期	2年
取締役の平均在職期間	11.7年

取締役会の実効性に関する分析及び評価結果

当社取締役は、取締役会の有効性、自らの取締役としての業績等について、毎年自己評価を行い、その結果を取締役に提出することとしており、第三者機関に依頼のもと、本年2月に全取締役及び監査役に対し、以下11項目（40問）からなる取締役会の実効性に関する内容の質問票を配布し、その回答を基に4月の取締役会において、取締役会の実効性についての分析・評価を行いました。その結果、総じて当社取締役会は実効的に機能しているとの評価でしたが、その中で決議された以下の改善点については、今後の当社グループのより高度なガバナンス体制構築につながるよう、実現に努めて参ります。

<取締役会の実効性に関する分析及び評価結果>

1. 取締役会の構成

- (1) 現在、社外役員のメンバーは、弁護士と経営者による社外取締役と弁護士・税理士・公認会計士による社外監査役で構成されており、各役員がそれぞれの見地から適宜発言を行うことで取締役会に求められる多様性は一通り確保できていると評価しております。
- (2) 社外取締役及び女性取締役の構成比について、中長期的に高めていくことが必要であるとの意見もございましたので、随時その検討は行って参ります。

2. 取締役会の運営

- (1) 取締役会の開催頻度及び審議時間は適切であると評価しております。
- (2) 取締役会に提供される情報・資料の共有方法については改善が図られているとの評価がある一方で、十分に事前検討するための時間確保や資料のコンパクト化を目的とした改善が今後も必要であるとの指摘もございました。

3. 取締役会の議論

- (1) 適切な内容になっているとの意見がある一方で、協議報告事項が相応にある反面、中長期的な戦略等の議論やDX、生成AIなどの協議も必要との指摘もございましたので、一層の改善を図って参ります。
- (2) 各取締役の役割は業務執行について明確化しておりますが、戦略及び計画のPDCAサイクルの徹底、特に目標未達に終わった場合の原因分析及び対応策の検討をより一層意識して議論を進めて参ります。
- (3) 最高経営責任者（CEO）の後継者計画については概ね策定しておりますが、選解任及び候補者の育成については、指名諮問委員会等を中心に引き続き議論を行って参ります。

4. 取締役会のモニタリング機能

取締役相互でのモニタリングは十分に機能していると認識しておりますが、関係会社に対するモニタリング機能について、一定の改善は見られるものの、さらに改善余地があるとの指摘もあ

り、関係会社への経営陣の派遣等も含めてガバナンス強化を図って参ります。

5. 社外取締役のパフォーマンス

取締役会等に対し、専門的な見地からの助言の提供や効果的な質問が行われていると認識しており、引き続き積極的に取組んで参ります。

6. 取締役会・監査役会に対する支援体制

人的、費用に対するサポート及び必要となる情報提供体制の構築は概ね十分であると認識しておりますが、提供される情報の内容及び資料の共有方法については改善を図って参ります。

7. トレーニング

社外役員に対するトレーニングについて、支援や機会は十分であるとの意見がある一方、デジタル・AI・サステナビリティ・人的資本等の項目で引き続き支援してほしいとの意見もあり、引き続き協議の上、進めて参ります。

8. 株主（投資家）との対話

社長を中心とした経営陣によって積極的な投資家との対話が行われているとの認識であり、その概要については取締役会メンバーのほか執行役員及び幹部従業員に適時適切にフィードバックされております。

9. 取締役会参加者の取組み

各役員間でのコミュニケーション、取締役会での積極的な発言は概ね実施されていると認識しております。

10. 委員会の運営

社長の後継者計画について議論されており、今後は執行役員等経営陣の後継者計画についても議論してほしいとの意見もあり、適宜改善を行って参ります。

11. 総括

取締役会の実効性に関わる項目において高評価の回答が示されており、概ね取締役会は実効的に機能していると評価しております。自由記述欄においても、現状を肯定的に捉える意見が多く、指摘事項も現状をより良くするための意見という側面を持つものが多くあり、実効性を高めるためにさらなる改善に努めて参ります。

役員報酬に関する基本方針と算定方法

A. 基本方針

当社は、取締役の報酬制度をコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方にに基づき、下記の報酬方針に基づき設定・運用するものといたします。

〔報酬方針〕

- a. 業績向上を図り、継続的な企業価値向上につながる報酬制度であること。
- b. 株主と利害を共有できる報酬制度であること。
- c. 報酬の決定プロセスが客観的で透明性の高い報酬制度であること。
- d. 個々の取締役の報酬の決定に際しては各職責に加えて世間水準及び当社の業績・財務状況を踏まえた適正な水準とすること。具体的には、業務執行取締役の報酬は、固定報酬としての基本報酬、業績連動報酬及び非金銭報酬により構成し、監督機能を担う社外取締役並びに監査役については基本報酬のみとする。

B. 基本報酬の個人別の報酬等の額の決定に関する方針

（報酬等を与える時期または条件の決定に関する方針を含む。）

当社の取締役の基本報酬は、月額固定報酬とし、役位、職責、当社の財務状況等を総合的に勘案して決定するものといたします。

C. 業績連動報酬並びに非金銭報酬の内容及び額または数の算定方法の決定に関する方針（報酬等を与える時期または条件の決定に関する方針を含む。）

業績連動報酬は、事業年度ごとの業績向上に対する意識を高めるため業績指標（KPI）を反映した現金報酬とし、各事業年度の連結営業利益の目標値に対する達成度合い、連結営業利益の対前年度比成長率、連結当期純利益の目標値に対する達成度合い、及び個人評価に応じて算出された額を業績報酬として、12で除した額を毎月支給いたします。

目標となる業績指標とその値は適宜、環境の変化に応じて報酬諮問委員会の答申を踏まえて見直しを行うものといたします。

非金銭報酬は、譲渡制限付株式を用いた株式報酬であります。

D. 基本報酬の額、業績連動報酬の額または非金銭報酬の額の取締役の個人別の報酬等の額（全体）に対する割合の決定に関する方針

業務執行取締役の種類別の報酬割合については、同業他社をはじめ世間の状況を参考にしながら、報酬諮問委員会において審議を行います。取締役会は、報酬諮問委員会の答申内容を尊重し、インセンティブが適切に機能する報酬割合を決定することといたします。

なお、報酬等の種類ごとの比率の目安は、基本報酬：業績連動報酬：非金銭報酬＝63：27：10といたします（目標を100％達成の場合）。

E. 取締役の個人別の報酬等の内容についての決定に関する事項

定時株主総会終了後の報酬諮問委員会にて審議を行い、当該委員会の答申を受けた取締役会にて審議し、取締役の報酬総額を決定するとともに、個人別の報酬額について代表取締役社長に一任することを決定いたします。代表取締役社長は一任決議を受け、個人別の基本報酬の額、業績報酬の額、株式報酬の交付株式数を決定いたします。

役員区分毎の報酬等の総額等（2023年度）

（対象範囲：n）（単位：百万円）

	対象人数	報酬等の総額	基本報酬	業績連動報酬	非金銭報酬等
取締役（社外を除く）	3人	132	93	21	18
監査役（社外を除く）	1人	18	18	－	－
社外役員	6人	47	47	－	－

リスクマネジメント

マネジメントアプローチ

方針

当社グループでは、社会構造、生活様式の変化による事業環境の変化、自然災害の増加、未知の感染症拡大、多様化するサイバー攻撃など、事業の成長や継続を進めていく上で、リスクマネジメントの役割や重要性は大きくなっていると考えています。

当社グループでは経営理念、事業目標の達成に大きな影響を与える様々な不確実性をリスクと定義しています。また、リスクを事前に発見、評価し、対策を打っていく活動によりリスクへの対応を組織的に管理し、事業目標の達成を確実に進めていく取組みによって、企業価値の向上、お客様、従業員、株主、地域・社会からの信頼を得ることができるよう、リスクマネジメントを経営の基本方針の1つとし、リスクマネジメント体制の整備及び維持向上に努めています。

体制

当社は当社グループの経営理念、事業目標の達成を阻害する様々な要因をリスクとして特定し適切な管理に努めるため、「リスク統括部」を設置し、全役員、社員のリスクマネジメント意識向上と、グループのリスクマネジメント強化に取り組んでいます。また、代表取締役社長を委員長とする「リスクマネジメント委員会」の中に、「リスクマネジメント部会」を設置し、各グループ会社および当社の重要リスクを選出し、内容に応じた各種の対策を立案、実行、モニタリングを行うことで、リスクの顕在化を防止、或いは影響の最小化を図っています。必要に応じて取締役会・役員会へ報告しています。不測の実態が発生した場合には、社長（CEO）を本部長とする対策本部を設置し、情報連絡チーム及び顧問弁護士などを含む外部アドバイザリーチームを組織し、迅速な対応を行い、損失を最小限にする体制を構築しています。

責任者

代表取締役社長 青山 理

審議機関

リスクマネジメント委員会

重点活動

当社は、社会や市場の変化などから発生する様々なリスクと、それに対するリスクマネジメントの重要性やその方法について、社内認知と認識の共有を進めるための活動を継続的に行っています。

また次に示す方針のもと、それらをリスクマネジメントの重点活動として積極的に取り組んで参ります。

1. 将来を展望した、グループの一元的な経営管理・監督機能の強化
2. リスクを全社的な視点で管理し、利益を最大化することで「企業価値を高める」
3. 最適なリスクマネジメントを実施し、損失の低減・利益の最大化を図ることでステークホルダーの信頼を高める
4. 市場・環境の変化が多様化するなか、事前にリスクを発見、評価、対策を講じることで「事業を継続」する

データ

リスク評価

リスク評価手法・プロセス

年度ごとに第一段階として考えうるリスクを洗い出し、第二段階としてリスクの影響度と発生可能性の組み合わせで重要度を評価し対応すべきリスク候補を選択する。そして第三段階として選択されたリスクの候補から顕在化に至る速度とリスク対応策の有効性の観点から優先的に対応すべきリスクを特定し、その対策プログラムを作成、実行しています。期中に中間モニタリング、期末にリスク評価を実施し、PDCAによるリスク管理を行っています。

リスク評価・管理の対象となる重要リスク項目

予想を超える事態が生じた場合、当社グループの経営成績及び財政状態に重大な影響を及ぼす可能性があるリスクとして、「景気・季節要因」「自然災害」「競合」「生産地域」「日本の人口構成の変化」「出店政策」「法的規制」「特定製品への依存」「フランチャイズ契約」「人材確保及び育成」「個人情報」「海外事業」「感染症拡大」「AI技術の利活用」「サイバーセキュリティ」が考えられます。また、気候変動や人権等のサステナビリティに関連するリスクに対しても、重要な課題として対応を強化しています。

リスク文化

リスク管理に関する教育

実際に対応したリスクマネジメント、インシデント対応の事案共有を実施しています。

また、各分野のリテラシー向上を目的に当該部署によるインサイダー研修及び確認テスト、情報セキュリティ教育及び確認テストなどを実施しています。

潜在リスクの報告プロセス

毎年、当社各部及びグループ会社が企業活動へ損失を及ぼす要因とその対策などのリスクアセスメントを行い、その内容について代表取締役社長をはじめとする委員会メンバーに報告しています。リスクマネジメント委員会ではリスク回避措置の指示監督を行うことで損失を最小化し、事業目標達成に繋げる活動を推進及び統括するための活動を行っています。また、インシデント発生時は速やかに監査役及びリスク統括部に報告するとともに、低減、受容、回避、移転等損失の最小化のための措置を講じるものとしています。

情報セキュリティ

情報セキュリティ基本方針

1. 情報セキュリティの組織

当社は、情報セキュリティの維持・改善のために情報セキュリティ組織を設けます。

2. 情報資産の管理と分類

当社は、すべての情報資産を重要度に応じて分類し、適切に取扱い管理をします。

3. 監視・監査

当社は、情報資産の管理が適切に実施されていることを確実にするために、内部監査を定期的の実施し、情報セキュリティの水準を維持するとともに継続的に改善します。

4. 教育・訓練

当社は、すべての従業員に、職務に応じて必要な情報セキュリティの教育・訓練を定期的に計画し実施します。

5. コンプライアンス

当社は、会社法、不正競争防止法、不正アクセス禁止法、個人情報保護法などの情報セキュリティに係わる法的要求事項および各省庁よりのガイドラインを遵守します。また、契約上の要求事項を遵守します。

情報セキュリティ管理

当社は事業目的の達成において重要な情報資産を適正に活用・維持するため、情報セキュリティ管理システム（Information Security Management System：ISMS）を構築し、情報資産をあらゆる脅威から保護するために必要な情報セキュリティの確保に取り組んでいます。サイバーリスクへの対応として、情報セキュリティに関連する事故が発生した場合又は発生するおそれが生じた場合には、発見者は速やかに情報セキュリティ推進室及び情報セキュリティ責任者（管理本部長）にその内容を直ちに報告することとなっており、その調査、確定、各種対応を速やかに講じるものとしています。

事業継続計画（BCP）の取り組み

当社の事業を中断させる様々な脅威への対応としてBCPを策定しており、社内外の環境変化に応じた継続的改善を行う事としています。
当社におけるBCPの目的は次の通りです。

- ・ 人命の安全を最優先
従業員とその家族および関係者（取引先・来訪者等）の安全確保を最優先する。
- ・ 社会的な供給責任
供給責任を果たすことで、ステークホルダー（従業員、投資家、取引先、顧客など）への影響を最小化する。
- ・ 地域社会への責任と貢献
地域の一員として、地域住民や周辺自治体との協調に努める。

自然災害に対する危機管理

当社では気候変動に伴う自然災害などの影響により（1）人命に危険が及ぶ（2）スタッフの帰宅が困難になる（3）売上が限りなく皆無に等しい、または見込めないなど、財務への影響が予測される、或いは発生した場合に、対策を講じる事としています。各所での台風や豪雨など、速やかな状況判断を要する場合は、各地域のブロック長・ゼネラルマネジャー、或いは店長・マネジャーが店舗の休業や時間短縮営業を判断し営業本部・TSC事業本部に報告する体制としています。

また、大規模な自然災害など、財務影響が大きい、或いは一定期間継続して考えられるなど、経営に大きなインパクトが予測される場合は、早急に緊急対策本部を立ち上げ、代表取締役社長を対策本部長、管理本部長を対策副本部長とし、初動対応、情報収集、復旧対応、外部対応、財務管理、後方支援、現地支援のチームを組織し対応にあたる事としています。

危機管理

マネジメントアプローチ

方針

当社は、グループの経営理念として「持続的な成長をもとに、生活者への小売・サービスを通じてさらなる社会への貢献を目指す」を掲げ、当社の使命と社員の行動原則をまとめた「青山マインド」を策定しました。
こうした「グループ経営理念」及び「青山マインド」を実践し、社会的責任を果たすため、当社で働く従業員の基本的な心構えをまとめ、具体的な行動を示した「コンプライアンスマニュアル」を全店舗へ配布しコンプライアンスレベルの向上に取り組んでいます。
また、リスクマネジメント委員会の中で、コンプライアンスについて、協議・報告しています。

参照 ・ 青山マインド
<https://www.aoyama-syouji.co.jp/about/philosophy/>

体制

当社グループでは、法令や社会規範を遵守し、当社およびグループ会社の発展と価値の向上を図るため、2021年4月に「リスクマネジメント委員会」を設置し、年3回、当社グループのコンプライアンスに係る重要事項を協議・報告する機関として「コンプライアンス部会」を開催しています（代表取締役社長を委員長とし、51名で構成）。
また、コンプライアンス担当部署として、社長直轄の「リスク統括部」を設置しています。

責任者
代表取締役社長 青山 理
審議機関
リスクマネジメント委員会

中長期目標

2021年4月にコンプライアンス推進部をリスク統括部へ改組し、当社グループ会社を含めたコンプライアンス体制の強化を行い、毎年推進活動の改善を行っていきます。
コンプライアンスに対する外部の目が厳しくなっている中、コンプライアンス違反によるレピュテーションリスクへの対策を重要課題として取り組んでおり、営業店従業員に対しては、SNSの不適切投稿が発生しないよう、通知文や研修により周知・徹底しています。
また、本社従業員に対し、各種業法や関連法令などの研修を行い、新規事業や業務を行う上で、コンプライアンス感度を向上させる教育体制を構築していきます。

データ

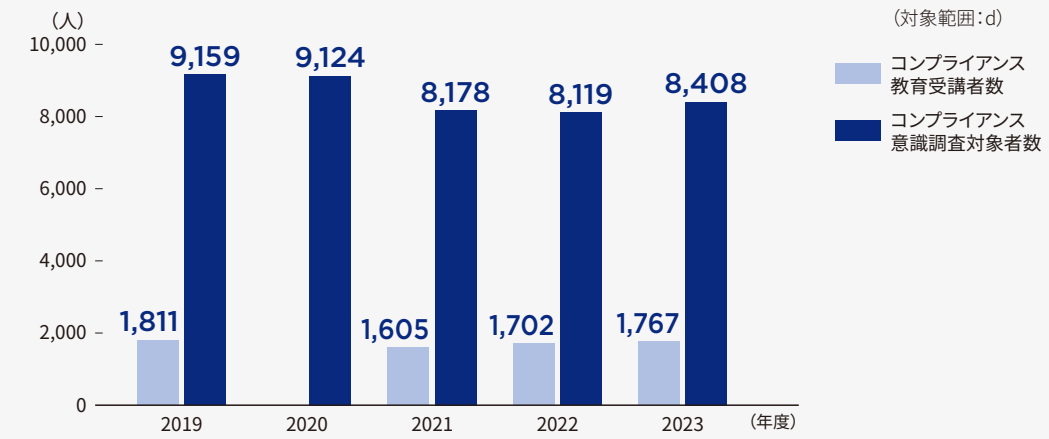
コンプライアンスに関するマネジメント

コンプライアンス浸透の取り組み

全従業員にコンプライアンスを浸透させるため、2021年度からコンプライアンス意識の向上を目的に「コンプライアンス強化月間」を年1回設定しています。また社内報での告知や専用ポスターを作成し、コンプライアンス意識の醸成に取り組んでいます。

コンプライアンス教育

コンプライアンス教育については、コンプライアンス部会や新入社員研修、新店長・マネジャー研修、新人ブロック長研修、その他定期的な研修をはじめ、全従業員向けコンプライアンスアンケートを実施しています。また毎月1回、コンプライアンス便りによるクイズ形式の啓蒙活動などを主に実施しています。



※2020年度のコンプライアンス教育は新型コロナウイルス感染症拡大により未実施

内部通報制度/相談窓口

当社ではグループ会社を含めた全従業員を対象とした「コンプライアンスほっとライン」を設置し、不正、ハラスメントを含むコンプライアンス全般の事案について受け付けており、利用方法については、コンプライアンス便りで周知しています。また、窓口へ通報があった案件については、リスク統括部が速やかに調査し、適切に対応しています。「コンプライアンスほっとライン」の運用に当たっては、社内規程「内部通報規程」で、通報者や相談者の保護や個人情報の保護を規定し、相談窓口の周知と併せて周知・徹底しています。

(対象範囲：d) (単位：件)

	2019	2020	2021	2022	2023
内部通報・相談件数	58	93	107	115	126

コンプライアンス違反

コンプライアンス違反実績

コンプライアンス案件のうち、重大な違反はなく、罰金や課徴金の支払い也没有ありません。
(対象範囲：n) (単位：件)

	2019	2020	2021	2022	2023
重大な違反件数	0	0	0	0	0

腐敗防止

腐敗防止に関する方針/取り組み

当社は、接待及び贈答については、取引先（グループ会社含む）等との良好なビジネス関係を築くために有効である反面、癒着を招くなど不適切な関係になりかねないため、接待及び贈答を行う場合または、受ける場合、社会通念の範囲を超える金銭、贈物、接待その他の経済的利益の供与および授与を禁止し、公正な取引に努めています。2015年には、「接待及び贈答に係る指針」を制定し、ガイドラインを示しています。

(対象範囲：n) (単位：件)

	2019	2020	2021	2022	2023
腐敗防止に関する違反件数	0	0	0	0	0

公正取引

公正取引に関する方針/取り組み

公正で誠実な事業活動を推進するために、コンプライアンス部会において、年1回、下請法・独占禁止法・景品表示法関連の議題を取り上げ、当社グループの構成メンバーに対し、他社の違反事例や法改正への対応を周知・徹底しています。

(対象範囲：n) (単位：件)

	2019	2020	2021	2022	2023
公正取引に関する違反件数	0	0	0	0	0

政治献金

政治献金及びロビー活動関連支出額

(対象範囲：n) (単位：百万円)

	2019	2020	2021	2022	2023
政治献金	0	0	0	0	0
その他ロビー活動関連支出	0	0	0	0	0

サプライチェーンマネジメント

マネジメントアプローチ

方針

近年、グローバル化した市場経済の成長の影で、限りある天然資源の枯渇や水不足、温暖化などの環境問題が顕在化し、地球の持続可能性への危機感が高まっています。また、グローバル化する企業のサプライチェーン上では労働災害や人権問題が発生しており、これらの社会問題が深刻化しております。このような中で、企業の活動全般において、各国の法令・規制への遵守はもとより国際的に認識された基準や原則とそれらの精神を尊重し、持続可能な社会の実現のために貢献することが求められています。

当社グループは、お客様に対して安心・安全で社会および環境に配慮した製品・サービスを提供するだけでなく、社会面と環境面に配慮した事業活動を行い、持続可能な社会の実現に率先して貢献したいと考えております。

その活動の一環として、当社グループは、より社会と環境に配慮した調達活動を推進するため「グループ調達方針」を策定しました。また当社グループ製品の生産に関わるすべての取引先の皆様（以下「取引先様」）に対して、最低限遵守すべき基準を示す「調達先行動規範」を策定しました。

当社グループは、グループ全体の経営理念である「持続的な成長をもとに、生活者への小売・サービスを通じてさらなる社会への貢献を目指す」ことを念頭に、公正かつ公平な購買活動を行い、基本的人権の尊重・労働安全衛生の確保・環境保全・企業倫理などに配慮し、企業としての社会的責任を果たします。

参照 [・グループ調達方針 調達先行動規範](https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/esg/g_scm.html#governance_detail_01)
https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/esg/g_scm.html#governance_detail_01

当社は、グループ調達方針に基づいて、企業の社会的責任を果たすため責任ある調達に取り組んでいます。また取引先様には、共に持続可能な社会の実現に向けて調達先行動規範を示しています。

調達体制としては、商品部・TSC商品部がそれぞれ重衣料、軽衣料企画を担当し、ともに重要度が高まっている環境・生物多様性などに配慮した素材を中心に採用しています。また同時に素材メーカーと新素材を共同開発するなど、常に探求し続けています。

生産・品質管理においては、国際基準に則った工場を使用しながら、縫製メーカーと共に新規工場の開拓を行うなど、生産計画・品質の安定をベースにPDCAサイクルを回し課題解決に努めています。

最終的に入荷した商品は、当社の品質基準に則って検査を行ない、その品質検査に合格したもののみを安心・安全な商品として提供しています。

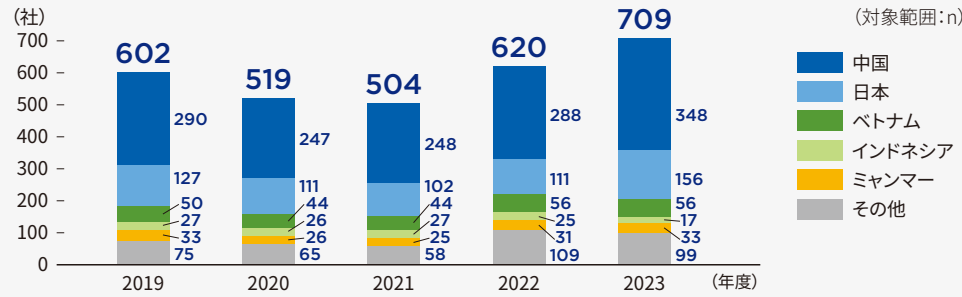
体制

データ

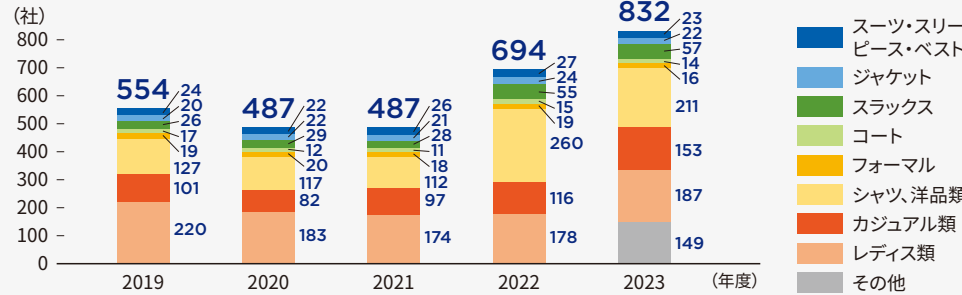
サプライチェーンの状況

サプライヤー数

Tire1サプライヤー数(国/地域別)



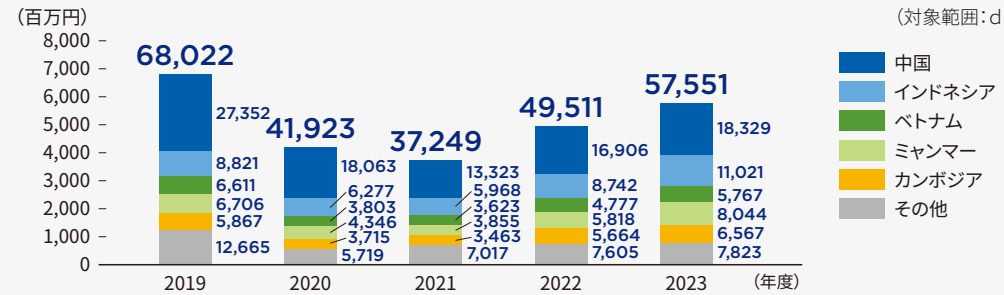
Tire1サプライヤー数(調達品目別)



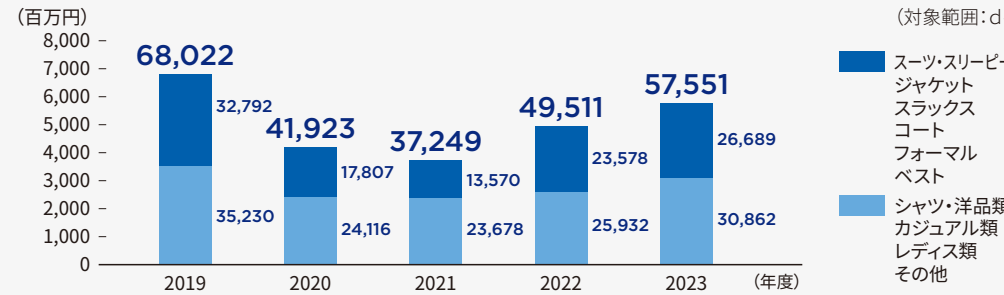
※ 2023年度より「シャツ、用品類」に含まれていた制服などを「その他」に分類

調達金額

Tire1サプライヤー調達金額(国/地域別)



Tire1サプライヤー調達金額(調達品目別)



持続可能な
調達

持続可能な調達基準

当社グループ製品の生産に関わるすべての取引先に対して、最低限遵守すべき基準を示す「調達先行動規範」を策定しています。取引先が本行動規範の趣旨と内容を理解・遵守し、共に持続可能な社会の実現に向けて取り組んでいけるよう協力をお願いしています。

参照 ・ 調達先行動規範
https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/esg/g_scm.html#governance_detail_01

サプライヤー
のリスク評価

サプライヤー自己評価アンケートの推進

当社は、2018年度に責任ある調達を目指し、Sedexに加盟しました。2020年度から本格的に主要取引先様に参画を促し、人権・労働安全衛生・環境・企業倫理などに配慮した企業の社会的責任を果たす取り組みをしています。

また主要取引先縫製工場リストを開示することで、サプライチェーンの透明性を高め、今後もエシカルかつ責任あるビジネス慣行を目指していきます。

※Sedex登録工場数 23工場（2024年3月末現在）

	2019	2020	2021	2022	2023
Sedex登録サプライヤー数	—	—	14社	20社	23社
Sedex登録工場を通じた調達数の割合	—	—	19.1%	29.3%	31.3%
Sedex登録工場を通じた調達額の割合	—	—	40.3%	52.6%	55.6%

参照 ・ 青山商事株式会社 主要縫製工場リスト
https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/esg/pdf/core-sewing-factory-list.pdf



カスタマーリレーションシップマネジメント

マネジメントアプローチ

方針

青山商事グループは、「持続的な成長をもとに、生活者への小売・サービスを通じてさらなる社会への貢献を目指す」とする経営理念の下、当社の使命と社員の行動原則を「青山マインド」として整理しています。

そして、「顧客満足度世界一 5つの宣言」を定め、お客様目線に徹した行動に努めています。

《青山マインド》
働く人のために働こう

当社の使命と社員の行動原則を《青山マインド》として整理、グループの活動を一貫したものとしていきたいと考えます。又《青山マインド》を基本軸とすることで、会社の発展と共に社会が豊かになり、社員が自信と誇りを感じてほしいと願う指針です。

1. 使命

- ・ 私たちは『働く人』を応援します。そして社会を明るく元気にしていきたい、その一翼を担っていくことを使命として参ります。
- ・ この使命の下で、『働く人』に愛される商品・サービスの提供とお客様にご満足いただけるプロの接客を目指して、一人でも多くのファンを増やしていける様、努めて参ります。

2. 行動原則

- (1) お客様目線
- (2) 現場主義
- (3) 品質の追求
- (4) 当事者意識
- (5) チャレンジ精神
- (6) 正々堂々

顧客満足度世界一 5つの宣言

- ・ 私達は、お客様を清潔で気持ちの良い店でお迎えいたします。
- ・ 私達は、お客様を明るい笑顔と元気な挨拶でお迎えいたします。
- ・ 私達は、お客様に謙虚と感謝の気持ちで接します。
- ・ 私達は、お客様にご満足頂ける商品情報と着こなしを提案いたします。
- ・ 私達は、お客様との約束を必ず守ります。

参照 ・ 経営理念
https://www.aoyama-syouji.co.jp/about/philosophy/

中長期目標

前中期経営計画で、「リブランディングを柱とするLTV（顧客生涯価値）の最大化」「DX戦略（OMO戦略・デジタル基盤整備）による顧客接点の拡大」を目指して定めた経営ビジョンである「ビジネスウェア事業の変革と挑戦」をさらに進めていくために、2024年度～2026年度の新たな中期経営計画は、目指すべき姿の実現に向けての具体的な戦略遂行フェーズの3年間と位置付けています。

EC強化継続、デジタルマーケティング・OMO戦略の深化、およびオーダー商品・サービスの拡充など各組織がお客様に向き合い、持続的な成長を目指して参ります。

参照 ・ 2024年度～2026年度中期経営計画
https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/management/plan.html

データ

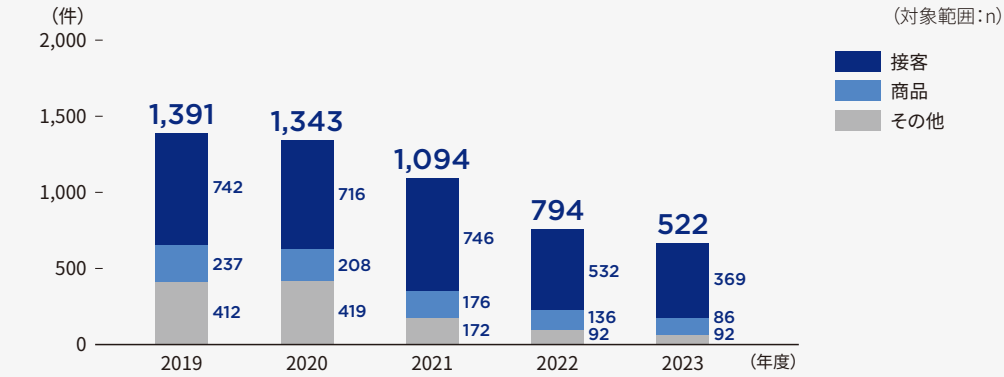
顧客満足

お客様からのご意見への対応（「洋服の青山」・TSC業態※）

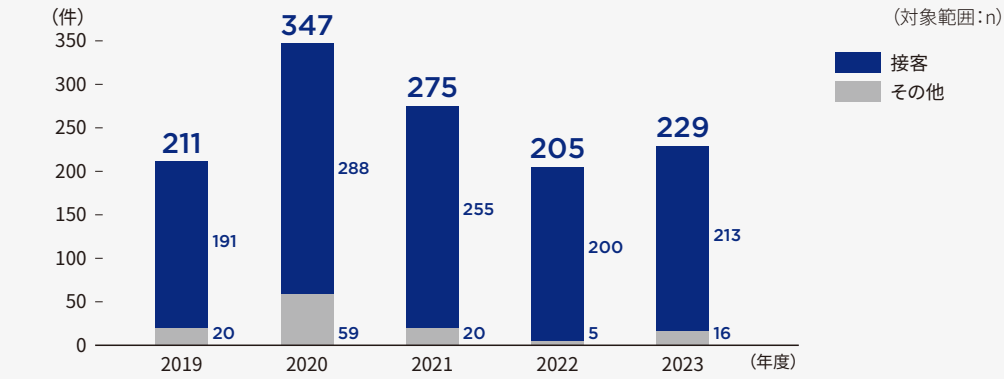
お客様から頂いたお叱りのご意見に対し、ご不快な思いをおかけした事に対するお詫び（限定謝罪）を行った上で、傾聴を基本として、お客様からの想いやご要望についてヒアリングします。店舗スタッフに関するご指摘内容であれば、店舗責任者よりお客様へお詫びのご連絡と、お客様からのご要望に対してできる限りの対応を行います。また、今回のご指摘に繋がった「原因」と「対策」について、店舗責任者から本部へ状況報告を実施、取りまとめた内容を毎週全店へ注意喚起コメントとともにフィードバックを行い、再発防止に努めています。

※「SUIT SQUARE」、 「THE SUIT COMPANY」、 「WHITE THE SUIT COMPANY」、 「UNIVERSAL LANGUAGE」、 「UNIVERSAL LANGUAGE MEASURE'S」の総称。

お客様からの苦情件数



お客様からのお褒め件数



製品責任

製品の品質・安全に関する方針・体制

当社が取り扱う商品の表素材に、JIS規格に基づいた「18項目の品質基準」(素材によって項目数に変動あり)を設定し、外部の公的機関による検査を実施しています。また縫製された商品は、(1)縫製工場内での検品 (2) メーカーの配送センターでの検品 (3) 当社配送センターでの検品のうち全て、あるいは(1) (3)、または(1) (2) のチェックシステムにて、独自の品質管理を実施しています。国内・海外ともに生産量ベースで100%の検査率となっています。

安心・安全な商品の提供

エコテックス®スタンダード100 認証アイテムの展開

当社は、一般財団法人ニッセンケン品質評価センターから「エコテックス®スタンダード100」の認証を受けたシャツを2017年から販売しています。2023年度時点においてはメンズスーツ・ドレスシャツ・ネクタイ・靴下・肌着・レディスブラウスを取り扱っており、消費者の皆様に「安心・安全」をお届けしています。

エコテックス®の認証機関は世界で18機関存在し、日本では欧州以外で唯一の認証機関である一般財団法人ニッセンケン品質評価センターが認証業務を行っています。認証の取得には、製品の生地はもちろん、ボタンなどの付属品や表示ラベルのインクなど全ての資材、部材が世界トップレベルの厳しい検査をクリアする必要があります。

参照 [・世界基準の安心・安全の証!エコテックス®認証ワイシャツ紹介ページ](https://www.y-aoyama.jp/c/campaign/oekotex.html)
<https://www.y-aoyama.jp/c/campaign/oekotex.html>

安心・安全な商品の提供

エコテックス®レザースタンダード 認証ラベルを取得した商品の提供

当社は、世界最高水準の安全レベルが証明された「エコテックス®レザースタンダード」認証皮革を使用したベルトを2021年から販売しています。この「エコテックス®レザースタンダード」認証は、有害物質を対象に安全性の確認・試験を行い、各国・各規制をクリアできる世界トップレベルの安全な素材・製品の証です。

今回のレザーベルトに使用する表革は、原皮が腐敗したり乾燥して硬くなったりしてしまうことを防ぐ鞣し作業に化学薬品を使わず、植物由来のタンニン(渋み成分)を使用するベジタブルタンニング製法を採用しています。

また、他の鞣し製法に比べ、製造時の水の使用量・排水量を約4割削減することができ、環境負荷も軽減しています。

環境や人に配慮した工場で作られた安心・安全な商品の提供

エコテックス®メイドイングリーン 認証ラベルを取得した商品の提供

当社は、繊維・皮革製品に関する国際規格「エコテックス®」が誇る最高峰ラベルにあたる「エコテックス®メイドイングリーン」ラベルを付けたビジネスシャツを2021年から販売しています。「エコテックス®メイドイングリーン」は、生産環境や働く人に配慮したサステナブルな工場(エコテックス®ステップ認証取得)で作られた、世界トップレベルの安全性が確認された繊維・皮革製品(エコテックス®スタンダード100認証取得)のみに与えられるラベルで、一本の糸から最後の縫製・加工まで、製造に関わった全てのサプライチェーンを確認できるトレーサビリティ証明です。

今後も安心・安全な商品の提供をしていくとともに、信頼性の向上にも努めていきます。

顧客情報管理

顧客情報管理の方針・体制

顧客情報管理については、当社の統一的な個人情報保護に関する基本理念として、個人情報保護法に則りプライバシーポリシーを定め、個人情報保護における指針の最上位に位置するものとして当社ホームページ上に公開しています。

個人情報保護管理規程は、プライバシーポリシーを実行するにあたり、マネジメントの進め方及び管理体制等を記述し定めたものとなります。また、管理体制構築にあたり、管理本部長を個人情報管理責任者に定め、各個人情報保護に関する規定類の実施及び運用一切の責任と権限を有するものとしています。そして、当社の個人情報を管理する部署をIT・システム部とし、その直下に個人情報管理室を設け、IT・システム部長を個人情報責任者とした個人情報保護に関する当社の横断的な活動を担っています。

個人情報の漏洩等の事故もしくは事故の疑義がある事象が発生した場合は、速やかに個人情報保護委員会に報告するものとし、必要な対応を迅速に行い、被害の拡大と防止のための措置を講じる体制を整えています。また、漏洩事故の発生を未然に防ぐためにも、個人情報の管理状態について監査を行う部門として、内部監査部を定め、定期的な監査の実施を行っています。合わせて、全社員に対しても、個人情報保護の重要性を認識させるとともに、個人情報の適切な取扱いを遵守させるため、定期的に教育を行っています。

なお、役職員等が規定に違反した場合、「就業規則」及びその他法令に基づき処分を行います。

(対象範囲：n) (単位：件)

	2019	2020	2021	2022	2023
顧客情報漏洩件数	0	0	0	0	0

参照 [・ プライバシーポリシー](https://www.aoyama-syouji.co.jp/privacy/)
https://www.aoyama-syouji.co.jp/privacy/

カスタマーハラスメントへの対応

カスタマーハラスメントに対する方針

はじめに

青山商事グループは、「持続的な成長をもとに、生活者への小売・サービスを通じてさらなる社会への貢献を目指す」というグループ経営理念のもと、すべてのステークホルダー及び地域社会への貢献を目指しています。また私たちの事業活動において影響を受けるすべての人々の人権を擁護することを責務として認識しております。

私たちは、青山商事グループの人権方針に基づき、お客様と従業員の人権を共に尊重し、お客様に対して真摯に向き合い、その信頼や期待に応えることで、より高い満足を提供することを目指していくため、万が一お客様からの社会通念上相当な範囲を超えた要求や言動があった場合の基本的な方針を定めました。従業員の人格を否定し尊厳を傷つける言動に対しては毅然とした態度で対応し、健全な職場環境を確保しつつ、引き続きお客様へ誠意を持って対応し、健全な関係を維持していくことを心掛けます。

青山商事グループの考えるカスタマーハラスメントの定義

お客様からの要求・言動のうち、要求の内容が常識的かつ妥当な範囲を超えるもの、または要求の内容が妥当であっても当該要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当なものであり、従業員の就業環境が害されるもの

当社は、以下のようなクレーム・言動等をカスタマーハラスメントの例として想定しております。（例示であり、これらに限りません。）

- 暴力・威迫・脅迫・威嚇行為
- 侮辱、人格を否定する発言及び行為
- プライバシー侵害行為
- 保証の範囲を超えた修理の要求など、社会通念上過剰なサービス提供の要求
- 合理的理由のない当社への誹謗中傷、謝罪要求や当社関係者への処罰の要求
- 同じ要望やクレームの過剰な繰り返し等による長時間の拘束行為
- 嫌がらせ、不必要な揚げ足取り、執拗な攻め立てやつきまとい・待ち伏せ行為など、当社グループの従業員等個人に対して強い精神的ストレスや恐怖心を与える行為
- 当社グループ従業員等を無断で撮影・録画する行為や音声などを録音する行為
- SNSやインターネット上での誹謗中傷 等

カスタマーハラスメントへの対応

- 当社グループ従業員に対して、カスタマーハラスメント行為があったと当社グループが判断した場合、サービスの一部または全部の提供をお断りし、停止させていただく場合がございます。また、当社グループが悪質と判断した時には、必要に応じ弁護士・警察等の外部機関と連携し、しかるべき措置や適切な対処を、組織的に行います。
- カスタマーハラスメントの被害にあった従業員の安全の確保およびケアを最優先に対応いたします。また、相談窓口設置等、対応体制を構築し、カスタマーハラスメントについての知識と遭遇した場合の適切な対処方法の研修を実施いたします。
- カスタマーハラスメント行為に対しては、未然防止および事実の客観的把握の目的で、当社一部の業務において、お客様との電話でのやりとりを録音するなど、記録を取らせていただく場合がございます。

お客様へのお願い

多くのお客様におかれましては、上記に該当するような事案もなく当社グループの商品・サービスをご利用いただいておりますが、万が一お客様からカスタマーハラスメントに該当する行為が確認されましたら、本方針に沿って対応いたします。本方針は、お客様の権利を制限することを意図したものではなく、雇用主として従業員の尊厳・人権を守る目的で策定しています。ご理解、ご協力をよろしくお願いいたします。

今後も引き続きお客様とのより良好な関係を築いていけるよう努めてまいります。



環境マネジメント

マネジメントアプローチ

方針

青山商事グループは、グループ全体の経営理念である「持続的な成長をもとに、生活者への小売・サービスを通じてさらなる社会への貢献を目指す」ことを念頭に、国連の「持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable Development Goals）」や気候変動枠組条約に基づいて策定された長期目標、生物多様性条約や枠組みなどの国際合意を尊重したうえで、環境保全が人類共通の重要課題と認識し、ステークホルダーと協働しながら事業活動において環境負担への低減に努め、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

環境保全活動を確実に実行していくため、環境方針および環境行動指針に基づき環境パフォーマンスの向上に取り組み、その成果についての情報を開示し、社会からの信頼の向上に努めます。

参照 ・ 青山商事グループ環境方針
https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/esg/e_management.html#e_management_detail_01

体制

気候変動を含む環境関連への取り組みは、2023年に設置されたサステナビリティ部会を中心にを行っています。サステナビリティ部会はリスクマネジメント委員会に設置された部会の一つであり、全社横断的なサステナブル経営の推進と企業価値の向上を目的としています。具体的な活動として、サステナビリティに関する基本方針や目標、計画の策定、重要課題の決定を行うほか、リスクと機会の評価・管理などを担っています。これらの事項はサステナビリティ部会から取締役会に定期的に報告され、最終的な意思決定が行われます。なお、気候関連問題のリスク/機会の評価および管理・承認については、当社のESG戦略を統括している取締役兼専務執行役員が最終責任を負っています。

責任者
代表取締役社長 青山 理
審議機関
取締役会

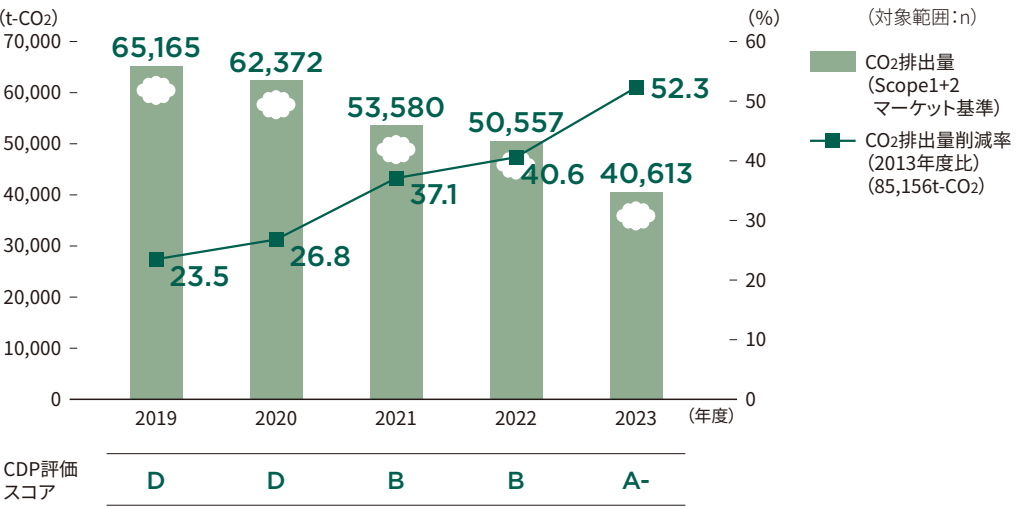
中長期目標

1. 2050年 カーボンニュートラル（Scope1+2）
2. 2024～2026年度中期経営計画
- (1) 2026年度 2013年度比CO₂排出量（85,156t-CO₂）から59％削減（約50,242t-CO₂削減）を目標として設定しています。（Scope1+2）
- (2) 2026年度 再生可能エネルギー導入率18％以上を目標として設定しています。

進捗

2023年度現在のエネルギー使用量（電気使用量）は、営業店や本社における節電やLED導入、室温設定等により、2013年度比で39.7％減少しました。

2023年度現在のCO₂排出量（Scope1+2）は、2013年度比で52.3％削減しました。



データ

環境
マネジメント
システム

環境マネジメントシステム(EMS)導入状況

エコマーク認定基準（ISO14020）に即しながら、CO₂排出量削減による気候変動への取り組みのため、各営業店へのエネルギー使用量・電気使用量開示による意識づけ、また社内教育ツールを活用した節電指導を実施しています。

環境マネジメントシステム導入率 (対象範囲:n) (単位: %)

		2019	2020	2021	2022	2023
ISO14001	国内事業所	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	海外事業所	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
自社EMS	国内事業所	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	海外事業所	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

環境
マテリアル
バランス

(対象範囲：n)

Input



エネルギー

	単位	2019	2020	2021	2022	2023
エネルギー使用量	GJ	1,303,852	1,228,051	1,109,035	1,045,740	893,650
電気	千kwh	130,402	122,776	110,674	104,558	103,107
原油	kl	30	32	67	1	0.2
LPG	t	30	17	28	27	29
都市ガス	千m³	36	36	30	34	33

※2023年度実績より改正省エネ法（2023年4月）を適用



水

	単位	2019	2020	2021	2022	2023
水使用量	m³	167,294	131,077	129,218	109,903	109,723
上水	m³	167,294	131,077	129,218	109,903	109,723
その他	m³	0	0	0	0	0

Output

(対象範囲：n)



温室効果ガス

	単位	2019	2020	2021	2022	2023
温室効果ガス排出量	t-CO ₂	65,165	443,968	412,388	496,253	474,934
Scope1	t-CO ₂	647	676	796	1,094	677
Scope2	t-CO ₂	64,518	61,696	52,784	49,463	39,936
Scope3	t-CO ₂	—	381,596	358,807	445,696	434,321



水

	単位	2019	2020	2021	2022	2023
排水量	m³	167,294	131,077	129,218	109,903	109,723
下水	m³	167,294	131,077	129,218	109,903	109,723
その他	m³	0	0	0	0	0



廃棄物

	単位	2019	2020	2021	2022	2023
廃棄物発生量	t	5,512	4,953	4,503	4,547	4,471
リサイクル量※	t	410	307	340	350	441
最終処分量	t	5,102	4,646	4,163	4,197	4,030

※リサイクル量には自社製品および他社製品の下取り量を含みます。



特定化学物質

	単位	2019	2020	2021	2022	2023
特定化学物質排出量	t	0	0	0	0	0

環境に関する
製品責任

環境認証/環境ラベリング

「洋服の青山」・TSC業態では、FSC®認証を受けた紙袋（お買い物袋）を使用しています。（FSC®N003396）

また、2020年に公益財団法人日本環境協会主催の「エコマークアワード2020優秀賞」、「エコ・オブ・ザ・イヤー」をダブル受賞しました。アパレル業界初・認定店舗数日本最大での認証（2020年3月認定時、887店舗）となり、ダブル受賞は創設以来初となります。

カーボンフットプリント

当社は2023年12月に商品の原料調達から廃棄・リサイクルまでのライフサイクルで排出される温室効果ガスの排出量をCO₂換算して、分かりやすく表示する仕組みであるカーボンフットプリントを導入しました。今回は、綿100%でありながら形態安定性を備え、家庭でのアイロンがけが不要なことで節電にも寄与してきたノンアイロンマックスシリーズのシャツ（白無地）を対象に算出しました。ライフサイクルで排出する温室効果ガスは、1枚当たりメンズ向けシャツで9.66 kg-CO₂eq、レディース向けシャツで 8.72 kg-CO₂eqとなっています。

グリーン調達

グリーン調達の推進

原材料のグリーン調達の取り組みとしては、環境保全を項目の一部に盛り込んだ「グループ調達方針」、「調達先行動規範」を策定するとともに、サプライチェーンマネジメントの一環として、責任ある事業慣行に関する情報共有プラットフォームSedexの登録を主要取引先様に推進し、新規登録のサプライヤー向け（主要取引先様）説明会を年1回実施しています。

また、事務用備品114品目中28品目をグリーン購入法対象品目として取り扱っています。（対象範囲：全営業店・本社及び全商品センター）

(対象範囲：n) (単位：件)

	2021	2022	2023
グリーン購入比率（品目割合）	28.0	33.3	34.6

環境関連
法規制違反

環境関連法規制違反実績

該当事項はありません。

(対象範囲：n) (単位：件)

	2019	2020	2021	2022	2023
重大な違反件数	0	0	0	0	0

気候変動

TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)提言に基づく情報開示

当社は、グループ全体の経営理念として「持続的な成長をもとに、生活者への小売・サービスを通じてさらなる社会への貢献を目指す」ことを掲げています。2024年～2026年度中期経営計画においては、前中期経営計画を引継ぎ、主力事業であるビジネスウェア事業の変革と挑戦、グループ経営の推進およびサステナブルへの取組を経営ビジョンとして明記しています。

昨今、社会全体における気候変動リスクの顕在化に伴い、国連の「持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable Development Goals）」や気候変動枠組条約をはじめとする脱炭素および省エネルギーへの要請が高まっています。こういった背景を踏まえ、当社は持続的な成長を達成するため、環境負担の低減に基づいた事業構造の変革を推進する必要があると捉えています。

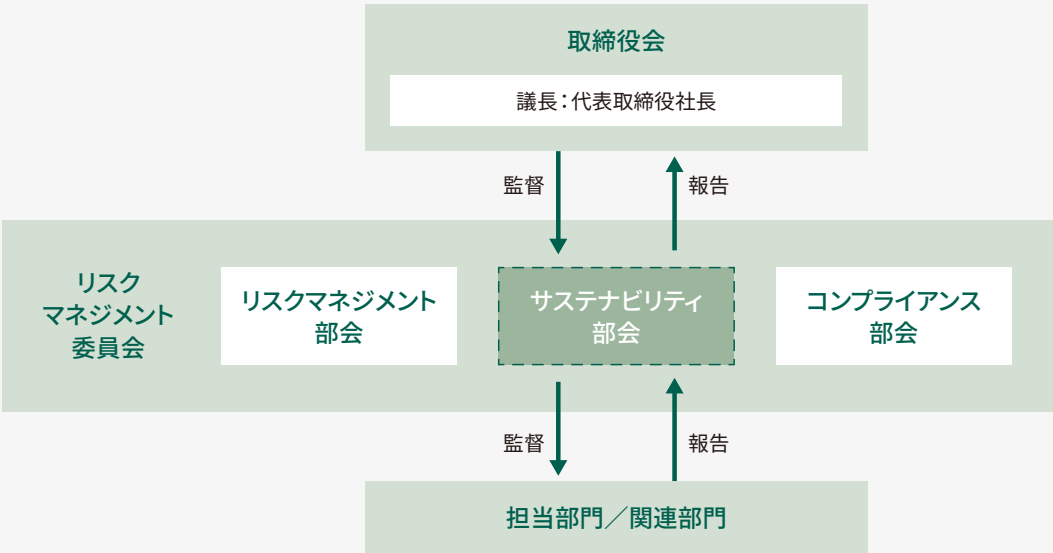
このような経営ビジョン・環境保全などを含めた経営方針に従い、当社はこれまでにESGへの取り組みに関する非財務的情報を取りまとめた「ESG DATA BOOK」を2022年から発行しているほか、TCFDの提言に沿ったCDP (旧Carbon Disclosure Project) への回答などにより情報開示を行ってきました。さらに2023年4月よりTCFD提言への賛同を表明しており、TCFDのフレームワークに沿った情報開示を行っております。今回の情報開示ではTCFD提言に基づき、シナリオを用いた分析結果を記載しています。

当社は、今後もステークホルダーと協働を行い、環境保全活動の推進と適切な情報開示に努めてまいります。



＜ガバナンス・リスク管理＞

当社は経営理念に基づき、8項目から構成される環境行動指針を設定し、事業活動での環境負荷低減に取り組んでいます。このような気候変動を含む環境関連への取り組みは、2023年に設置されたサステナビリティ部会を中心に行っています。サステナビリティ部会はリスクマネジメント委員会に設置された部会の一つであり、全社横断的なサステナブル経営の推進と企業価値の向上を目的としています。具体的な活動として、サステナビリティに関する基本方針や目標、計画の策定、重要課題の決定を行うほか、リスクと機会の評価・管理などを担っています。これらの事項はサステナビリティ部会から取締役会に定期的に報告され、最終的な意思決定が行われます。なお、実務においては取締役会より任命された、当社のESG戦略を統括している取締役兼専務執行役員が主導となり、気候関連問題のリスク/機会に対する評価および管理を担当しています。



会議体/担当部門	役割
取締役会	サステナビリティ部会の報告を受け環境戦略を策定。気候関連問題の監督について最終責任を負う。
代表取締役社長	取締役会議長を務める。
リスクマネジメント委員会	代表取締役社長が委員長を務める。当社グループの事業に影響する様々なリスクについて、影響度、発生可能性、対策状況などを評価するほか、対策の優先度を検討し、モニタリングを行う。
リスクマネジメント部会	・ 経営リスクについての報告と協議 ・ 当社及びグループ会社の事業、その他業務に係る個別リスクの管理状況の把握 ・ 各本部、各部及びグループ会社に対するリスク回避措置の指導監督
コンプライアンス部会	・ コンプライアンスに係る重要事項の協議及び状況確認 ・ グループ会社のコンプライアンスに係る状況確認 ・ 外部講師によるコンプライアンス研修
サステナビリティ部会	サステナブル経営の全社横断的な取り組みの強化と企業価値の向上を目的として2023年に新設された組織。取締役および取締役会が選任した者により構成される。取締役会で決議・指示された事項の進捗管理およびモニタリングを実施し、定期的に取締役会へ報告を行う。

＜戦略＞

2030年におけるCO₂排出量2013年度比46%削減、2050年カーボンニュートラル達成という国の目標をもとに、当社は中長期的な環境経営を推進するべく、TCFD提言に示された項目に沿ってリスク・機会の特定を行いました。

また、TCFD提言に基づき、脱炭素への取り組みが進展する1.5℃シナリオと脱炭素への特段の措置が講じられない4℃シナリオという複数のシナリオを用い、定性的および定量的な分析を行いました。参照したシナリオの詳細は以下の通りです。

対応するシナリオ		1.5℃ (2℃) シナリオ	4℃シナリオ
概要		2100年の気温情報の19世紀後半から1.5℃に抑えられるシナリオ。規制の強化、導入などの脱炭素社会への移行に伴うリスクの影響が大きい。一方、物理リスクの影響は4℃シナリオと比較して相対的に小さい。	2100年の気温上昇が19世紀後半から4℃上昇するシナリオ。異常気象の激甚化や平均気温上昇など、物理リスクの影響大きい。一方、移行変動に関する規制強化は行われないため、移行リスクの影響は小さい。
シナリオ	移行	Net-Zero Emissions by 2050 scenario (NZE) Announced Pledges Scenario (APS)	Stated Policy Scenario (STEPS)
	物理	Representative Concentration Pathways (RCP2.6)	Representative Concentration Pathways (RCP8.5)

1.5℃ (2℃未満) シナリオにおける当社の主なリスクとして、プラスチック規制による包装材、ハンガー、繊維など調達コストの増加が考えられます。その他、炭素税をはじめとするカーボンプライシングメカニズム導入による輸送費用の変動や操業費用の増加、顧客選好の変化による需要減少の恐れなどのリスクを特定しました。一方、環境性能を重視する方向への顧客選好の変化については機会としても捉えています。当社は現在、サステナブルな商品の開発や推進、導入を進めており、廃棄後に自然の働きで分解される生分解性繊維であるベンベルグ® (キュプラ) をスーツ・ジャケットの裏地に使用しているほか、節水染色技術を活用した生地であるELANCOをビジネスウェアの一部に採用しています。また、プラスチック・スマートに賛同し、衣類の原料や包装資材のリサイクル素材化、プラスチックハンガーのリサイクルなどを実施し、環境配慮、水使用量の削減、生物多様性の保全に貢献しています。今後も環境配慮型商品の開発・販売を行うとともに、ライフサイクル全体におけるCO2排出量の削減に取り組んでまいります。

4℃シナリオにおける当社の主なリスクとしては、異常気象の激甚化による操業停止、納品遅延などの発生が考えられます。また、平均気温の上昇により、オフィスや店舗における電力使用量が増加する可能性も考えられます。このような背景から当社は、BCP (事業継続計画) の策定をはじめ、大規模な自然災害が発生した場合に、代表取締役や管理本部長を中心とした緊急対策本部を迅速に立ち上げる体制を構築しているほか、定期的に防災訓練を実施しており、防災・減災の実現に向けた対策を講じています。その他、当社は自治体との連携強化にも努めております。大規模災害の発生時には義援金の寄付および衣料品の支援を行うほか、災害対策の強化に取り組む自治体や離島を含む遠隔地に対して防災毛布を寄贈しており、地域全体での防災・減災を図っています。事業の展開については、現在販売しているクールビズ対応商品の市場拡大を目指すと同時に、平均気温の上昇に対応した新たな機能性商品の販売も検討しており、既に導入しているサンプロテクト機能、接触冷感機能などにおいても議論を続け、機会創出を図ってまいります。

リスク機会一覧表

種類			期間	リスクの概要	1.5℃シナリオでの影響度	4℃シナリオでの影響度
移行	政策・規制		中期～長期	・炭素税の導入 炭素税の導入により、電力消費にかかる費用が増加する。	↑↑↑	↑
			中期～長期	・GHG排出規制/化石燃料の使用に関する規制 エネルギー使用に関して高効率な設備(照明、空調など)の導入にかかる費用が発生するほか、商品製造にかかるコスト、輸送コストなどが変動する。	↑	↑
			短期～長期	・プラスチック規制 プラスチック資源を用いた包装材やハンガーの調達費用が増加するほか、リサイクルポリエステルへの需要が増加し、資源競争が過熱する恐れがある。	↑↑	↑↑
			短期～中期	・再エネ政策 使用電力の再生可能エネルギーへの移行により、電気代が増加する。	↑↑	↑
	市場		中期～長期	・顧客行動変化 環境配慮型商品への需要が高まり、この需要に応えられない場合、売上が減少する。	↑↑	↑↑
	評判		短期～長期	・顧客/投資家の評判変化 気候変動への取組みが消極的であると認識された場合、企業イメージの低下、資金調達の難化及び株価低下を招く恐れがある。	↑↑↑	↑↑↑
物理	急性		中期～長期	・異常気象の激甚化 生産地の被災や物流の寸断及び店舗の直接的な被害によって操業が停止し、販売機会の損失を招く恐れがある。	↑↑	↑↑↑
			短期～中期	・干ばつ 干ばつがもたらす原材料(綿)の生育不良により、調達費用が増加する。	↑↑	↑↑
	慢性		長期	・平均気温上昇/気象パターンの変化 空調設備の使用により電気代が増加するほか、天候不順によって需要予測が困難になり、在庫過多・在庫不足などのリスクが増加する。また、防寒商品(コートなど)の需要減少により売上機会が減少する。	↑	↑

種類		期間	機会の概要	1.5℃シナリオでの影響度	4℃シナリオでの影響度
移行	政策・規制	短期～長期	・リサイクル規制 商品のリサイクル・リユースを促進、新サービスの展開（商品修理サービスなど）により、売上が増加する。	↑↑	↑↑
		短期～長期	・再エネ/省エネ政策 太陽光パネルの設置による自家消費型発電の使用推進や政策に準拠した省エネへの取組みにより、エネルギー使用に関する支出が減少する。	↑	↑
	技術	短期～中期	・低炭素技術の進展 モーダルシフトの促進により、海上輸送や鉄道輸送の環境整備が行われ、輸送コストが削減される。	↑↑	↑↑
	市場	中期～長期	・顧客行動変化 環境配慮型商品への需要が高まり、この需要に応えることで、売上機会の増加につながる。また、エシカル志向の広がりにより、当社が既に展開しているリペアサービス事業やリユース事業の売上が増加する。	↑↑	↑↑
	評判	短期～長期	・顧客/投資家の評判変化 気候変動への取組みが積極的であると認識された場合、企業イメージの向上、新たな資金調達の可能性及び株価上昇につながる。	↑↑↑	↑↑↑
物理	急性	中期～長期	・異常気象の激甚化 BCP対策を強化することにより、企業のレジリエンス性および企業価値の向上につながる。	↑↑↑	↑↑↑
	慢性	長期	・平均気温上昇 平均気温上昇に対応した機能性商品（涼感スーツなど）の販売により売上機会が増加する。	↑↑	↑↑

＜時間軸＞	
記載項目	定義
短期	0年～3年後に発生が想定されるもの
中期	4年～10年後に発生が想定されるもの
長期	11年～30年後に発生が想定されるもの

＜影響度＞	
記載項目	定義
↑↑↑	事業及び財務への影響が大きくなることが想定される
↑↑	事業及び財務への影響がやや大きくなることが想定される
↑	事業及び財務への影響が軽微であることが想定される
	定量的に分析が難しい項目となる。 今回は発生可能性や重要度を考慮し、相対的に評価している。

＜分析条件＞

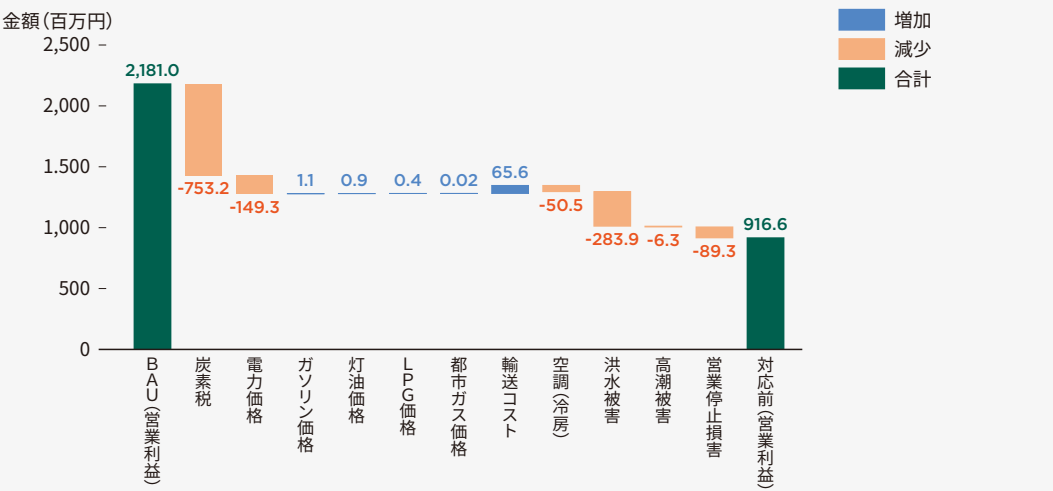
- 炭素価格/排出権取引：炭素税の導入により発生するコストを試算しています。試算にあたっては主に燃料使用量、電力使用量を参照しました。低炭素社会に移行するシナリオにおいては各種政策・規制により課税額が上昇することが予測されています。
- エネルギーコストの変化：化石燃料価格や電力価格の変動による財務的影響を試算しています。試算にあたっては主に輸送量、電力使用量を参照しました。低炭素社会への移行に当たり、電力価格が上昇することが予測されています。
- 異常気象の激甚化：自社拠点の被災やサプライチェーンの寸断を背景とした操業停止、遅延による被害額を試算しています。試算にあたっては主に国内各拠点の従業員数や在庫試算額を参照しました。

■財務的影響

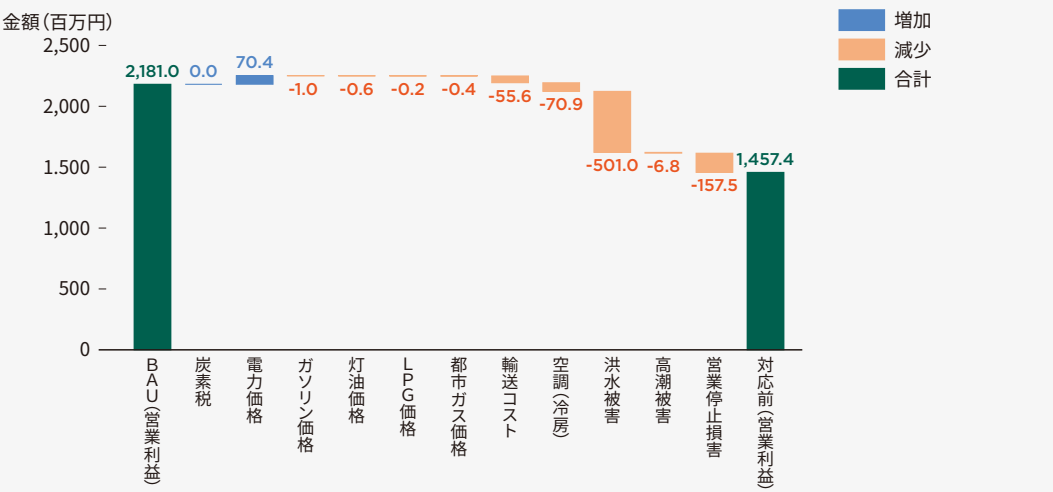
定量的な分析が可能な項目について、1.5℃（2℃未満）シナリオ及び4℃シナリオの2つの世界観に基づき、財務的影響額を算出、視覚化いたしました。

BAU（営業利益）は2022年3月期の営業利益とし、その額から財務的影響額を足し引きした結果をウォーターフォールグラフで示しています。

1.5℃シナリオ（2℃未満）



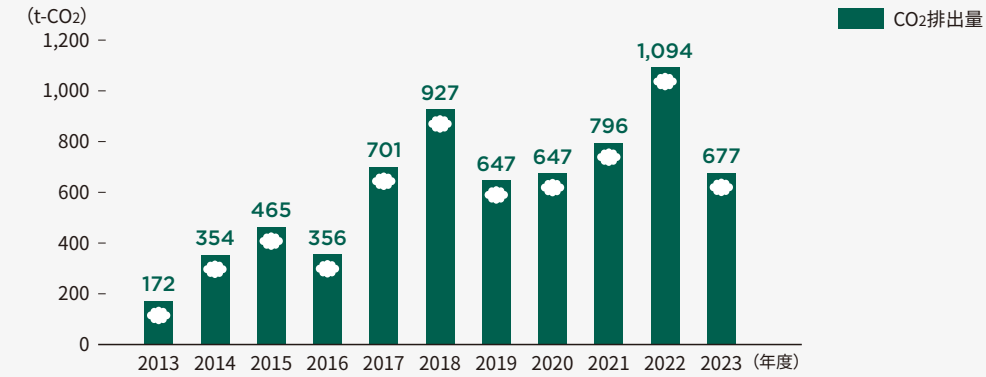
4℃シナリオ



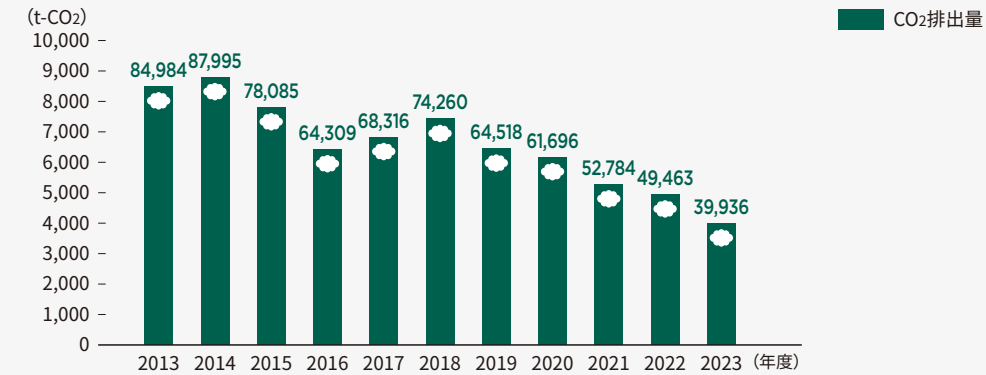
＜指標と目標＞

日本における温室効果ガス（CO₂等）排出量は、2030年度に2013年度比で46％削減という目標が掲げられました。気候変動をめぐる状況は一刻の猶予もなく、当社においても排出するCO₂を削減していくことは責務であると認識しています。そのため、当社グループは2021年度に環境方針を策定し、前中期経営計画では2023年度に2013年比、Scope2におけるCO₂排出量を30％削減するとした中、期中に43％削減へ上方修正した目標に対し、53.0％の削減を達成しました。そして、2024年～2026年度中期経営計画では、2026年度に2013年比、Scope1＋2におけるCO₂排出量（85,156t-CO₂）から59％（約50,242t-CO₂）削減することを新たな目標としています。

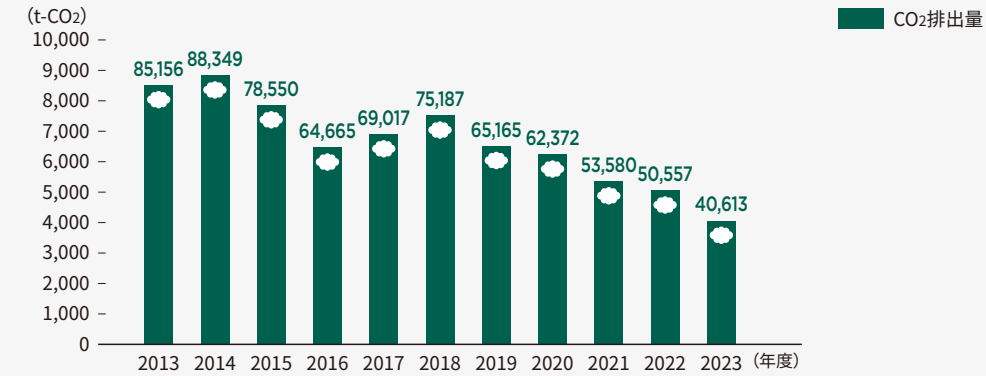
Scope 1



Scope 2



Scope 1+2



Scope/カテゴリ		算定対象となる排出	排出量 (t-CO2)			増減率 (%)	
			2021年度	2022年度	2023年度		
Scope 1	直接排出	事業者自らによる温室効果ガスの排出	796	1,094	677	-38.1	
Scope 2	間接排出	他社から供給された電力、熱、蒸気の使用による排出	52,784	49,463	39,936	-19.3	
Scope1+2 合計			53,580	50,555	40,613	-19.7	
Scope 3	事業者の活動に関連する他社の排出						
カテゴリ	1	購入した製品・サービス	原材料・部品・容器・包装等が製造されるまでの活動に伴う排出	319,678	406,416	391,474	-3.7
	2	資本財	自社の資本財の建設・製造に伴う排出	9,106	8,916	10,752	20.6
	3	Scope1、2に含まれない燃料及びエネルギー関連活動	調達している燃料/電力の上流過程（採掘、精製など）に伴う排出	7,666	7,227	7,122	-1.5
	4	輸送、配送（上流）	購入した製品・サービスのサプライヤーから自社への物流/物流サービスに伴う排出	15,862	16,366	7,530	-54.0
	5	事業から出る廃棄物	自社で発生した廃棄物の輸送処理に伴う排出	2,297	2,200	921	-58.1
	6	出張	従業員の出張に伴う排出	295	420	368	-12.2
	7	雇用者の通勤	従業員が通勤する際の移動に伴う排出	1,434	884	430	-51.3
	8	リース資産（上流）	自社が賃借しているリース資産の操業に伴う排出	—	—	—	—
	9	輸送、配送（下流）	自社が販売した製品の最終消費者までの物流（輸送、荷役、保管、販売）に伴う排出	—	—	—	—
	10	販売した製品の加工	事業者による中間製品の加工に伴う排出	—	—	—	—
	11	販売した製品の使用	消費者/事業者による製品の使用に伴う排出	—	—	—	—
	12	販売した製品の廃棄	消費者/事業者による製品の廃棄時の処理に伴う排出	2,469	3,268	2,003	-38.7
	13	リース資産（下流）	自社が賃貸事業者として所有し、他社に賃貸しているリース資産の運用に伴う排出	—	—	13,721	—
	14	フランチャイズ	フランチャイズ加盟店における排出	—	—	—	—
	15	投資	投資の運用に伴う排出	—	—	—	—
Scope3 合計			358,807	445,696	434,321	-2.6	
Scope1+2+3 合計			412,388	496,253	474,934	-4.3	

Scope1：直接的温室効果ガス排出量（燃料の燃焼、商品の生産など）
Scope2：間接的温室効果ガス排出量（電力、熱利用など）
Scope3：サプライチェーン排出量
※上記表の「—」は算定対象外であることを示す

また、排出量データの信頼性向上を目的として、一般財団法人日本品質保証機構（JQA）に第三者検証を依頼しています。詳細は以下のとおりです。

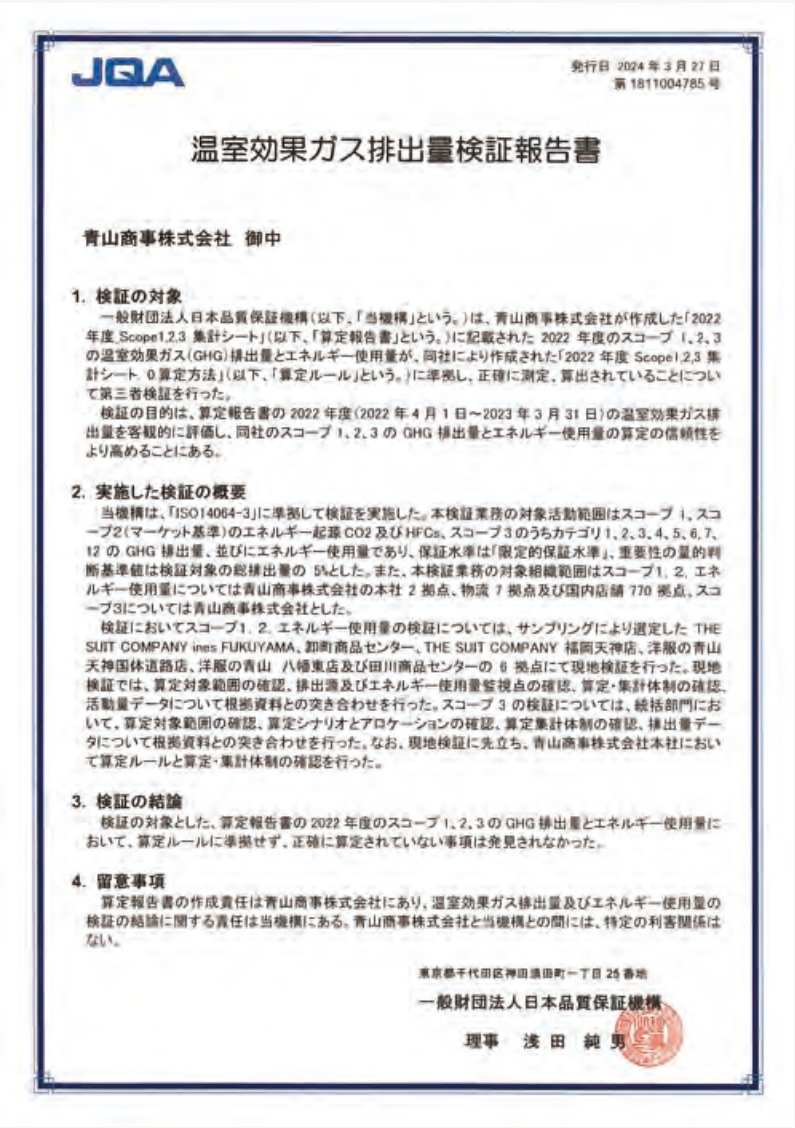
参照 [・一般財団法人日本品質保証機構（JQA）による第三者検証報告書（PDF / 892KB）](https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/esg/pdf/e_management_detail_02_report.pdf)
https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/esg/pdf/e_management_detail_02_report.pdf

青山商事の算定データおよび算定方法について、ISO14064-3※に準拠した検証を実施いたしました。

その結果、重要な点において収集、報告されていないと認められる事項はないことが報告されました。

※検証対象年度は2022年度（2022年4月1日～2023年3月31日）

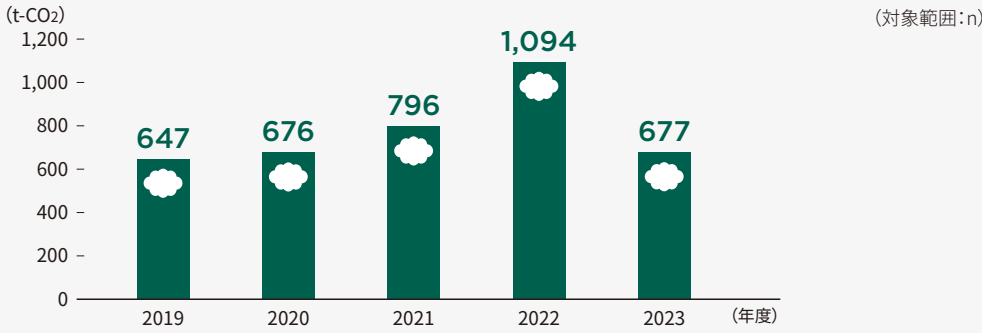
※ ISO14064-3：温室効果ガスに関する主張の妥当性確認および検証のための仕様並びに手引



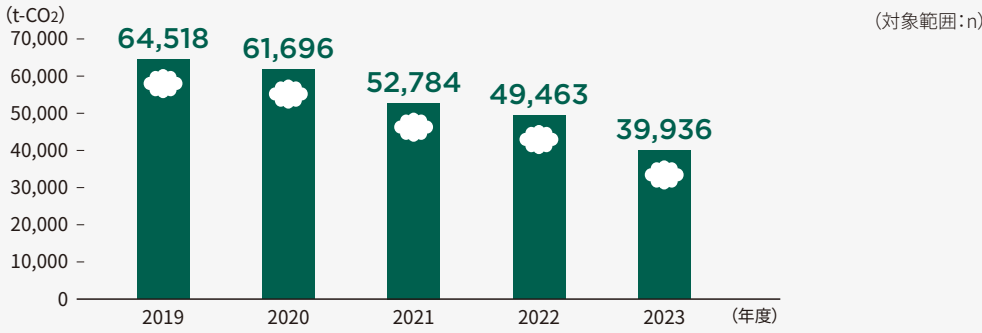
温室効果ガス
排出量

温室効果ガス排出量 - Scope1, Scope2（マーケット基準）

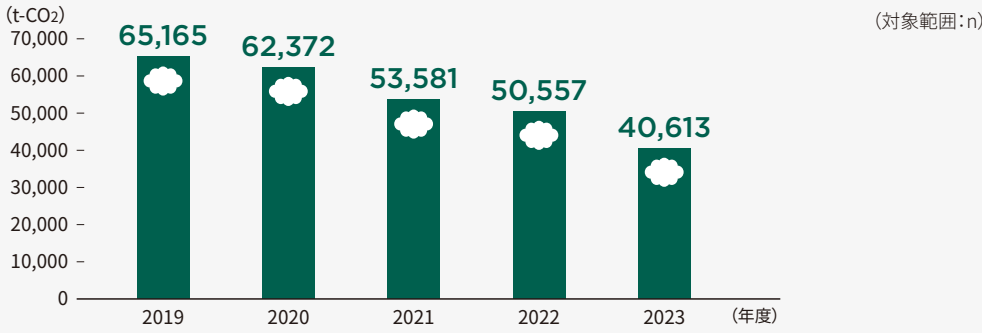
直接的温室効果ガス排出量 (Scope1)



間接的温室効果ガス排出量 (Scope2)



Scope1+Scope2 排出量合計



温室効果ガス排出量 - Scope3(マーケット基準)

(対象範囲：n) (単位：t-CO₂)

		2019	2020	2021	2022	2023
間接的 温室効果ガス 排出量 (Scope3)		2,449	381,596	358,807	445,696	434,321
	1 購入した物品・サービス		343,233	319,678	406,416	391,474
	2 資本財		9,173	9,106	8,916	10,752
	3 燃料・エネルギー関連活動 (Scope1,2以外)		8,420	7,666	7,227	7,122
	4 輸送、配送 (上流)		12,620	15,862	16,366	7,530
	5 事業から出る廃棄物		2,739	2,297	2,200	921
	6 出張		500	295	420	368
	7 従業員の通勤	89	1,307	1,434	884	430
	8 リース資産 (上流)		—	—	—	—
	9 輸送、配送 (下流)		—	—	—	—
	10 販売した製品の加工		—	—	—	—
	11 販売した製品の使用		—	—	—	—
	12 販売した製品の廃棄	2,360	3,603	2,469	3,268	2,003
	13 リース資産 (下流)		—	—	—	13,721
	14 フランチャイズ		—	—	—	—
	15 投資		—	—	—	—

※2020年度より、算定対象のカテゴリーを拡大した。

再生可能
エネルギー
の推進

非化石化証書の導入

2023年4月からこれまで、東京電力エナジーパートナー株式会社および沖縄電力株式会社が提供するグリーン電力※を活用し、本社・東京オフィス・王子ビル・全商品センター（千葉、神辺、井原、田川、卸町、倉敷）・洋服の青山の東京都、広島県、高知県、沖縄県の全店、その他店舗・TSC業態全店の計75店舗（当社受電直契約店舗かつテナントビルイン除く）にて、使用電力の100％を実質的に再生可能エネルギー由来であるグリーン電力に切り替える取り組みを行っています。

※水力・風力・太陽光その他の再生可能エネルギー由来の非化石証書の使用により、実質的にCO₂排出量がゼロとみなせる電力

今後も再生可能エネルギーの導入促進とCO₂削減に取り組んでいきます。

大規模太陽光発電「大阪ひかりの森プロジェクト」へ参加

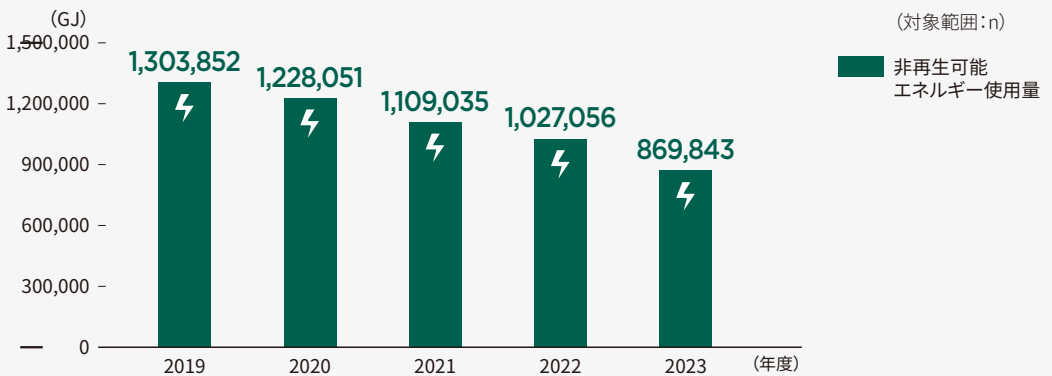
大阪ひかりの森プロジェクトとは、大阪市夢洲北港廃棄物埋立処理場を有効活用して太陽光発電を行う環境プロジェクトです。複数企業による共同プロジェクトであり、10,000KWの大規模太陽光発電を実現します。当プロジェクトの生み出す効果は太陽光発電によるCO₂排出量削減だけでなくとどまらず、大阪市とより密接に連携しながらプロジェクトを進めていくことで、「教育」「地域貢献」「研究・産業」など、多様な分野において大きな価値をもたらします。

参照 [・大阪ひかりの森プロジェクト公式サイト](http://www.osaka-hikarinomori.jp/)
http://www.osaka-hikarinomori.jp/

エネルギー
使用量削減
の取り組み

エネルギー使用量

非再生可能エネルギー使用量



		2019	2020	2021	2022	2023
非再生可能 エネルギー 使用量		1,303,852GJ	1,228,051GJ	1,109,035GJ	1,027,056GJ	869,843GJ
	電気	130,402千kwh	122,160千kwh	110,058千kwh	102,684千kwh	100,351千kwh
	原油 (灯油)	30kl	32kl	67kl	1kl	0.2kl
	ガス (LPG)	30t	17t	28t	27t	29t
	蒸気 (冷温水)	350GJ	225GJ	235GJ	248GJ	0GJ
	その他 (都市ガス)	36m ³	36m ³	30m ³	34m ³	33m ³
再生可能エネルギー使用量		0千kwh	616千kwh	616千kwh	1,874千kwh	2,755千kwh

※2023年度実績より改正省エネ法 (2023年4月) を適用

設備変更及び改修

「洋服の青山」及び全業態で、電気使用量削減のために、以下のような取り組みを行っています。

空調コントロールシステムの導入

2019年度より空調コントロールシステムを営業店に導入し、電気使用量の削減に取り組んでいます。2023年3月末で計74店舗に取り入れ、年間 (2023年度) で約470千kWhを削減することができました。

LEDの導入

2013年度より、店内照明を蛍光灯からLEDに変更を行い、2020年度までの8年間で761店舗の変更を完了しました (既存店舗のLEDへの変更は2015年で完了、2016年度からの新店舗にはLEDを導入)。2017年度からは、ピロティ店舗の駐車場部分をLEDに変更しました (63店舗)。

空調設備の改修

2011年度より、老朽化した空調を随時最新機種へ改修しております。2023年度までの13年間で2,107台の改修を完了しました。(2023年度 50台/26拠点)

営業店における省エネ活動

営業店にて“ECO 5minutes OFF”と題して1日5分のエネルギー削減を意識づけしております。主な内容として下記の4つの取組みを行っております。

室温の目標温度を設定

環境省が提唱する目標温度を目安に、店内の快適性を損なわないよう店舗毎に室温管理を行っています。

搭屋看板の点灯時刻管理の徹底

「洋服の青山」の営業店舗の電気代の大部分を占めるのが巨大な搭屋看板を照らす照明です。この照明はタイマーでオン・オフができるようになっており、自社営業店マニュアルに記載されている“都道府県別の日没時刻一覧”を基に点灯時刻を日没時刻の15分前に設定、毎月変更しています。

未使用箇所の照明運用

事務所・倉庫部分の不在時は消灯を徹底しております。また、倉庫の照明は間引き点灯を実施しております。

営業店における独自の省エネ努力

店内照明スイッチに印を付け、開店時や閉店後の照明点灯箇所の明確化や張り紙等での節電促進など、営業店ごとで独自に省エネ努力を行い、省エネ活動を推進しております。

森林保全：森林保全団体more treesへの支援

当社は2015年、世界的な音楽家 坂本龍一氏が創立し、建築家 隈研吾氏が代表を務める森林保全団体 more trees (モア・トゥリーズ) に673万8500円を寄付いたしました。

これは、青山商事創業50周年の記念事業として、坂本龍一さんとのコラボレーション企画から生まれたスーツ「HILTON 坂本龍一モデル」の売上金の一部を寄付したものです。

2018年10月からはスーツ売上金の一部を土佐のチベットともいわれる「高知県梶原町(ゆすはらちょう)」の森づくり活動に寄付をおこない、2021年度からは不要になった衣料品の店頭回収量に応じた寄付を開始しました。2022年12月には、梶原町、more trees、当社の3者による「森林保全に関する連携協定」を締結し、「AOYAMAの森」が始動しました。今後も多様性のある森づくりに取り組んでいきます。



参照 ・ 一般社団法人 more trees 公式サイト
https://www.more-trees.org/

グリーンボンドへの投資

当社は広島県が掲げる温室効果ガス排出量の実質ゼロに向けた「2050ネット・ゼロカーボン」に賛同し、本県が発行するグリーンボンド(広島県令和5年度第5回公募公債(グリーンボンド・5年))への投資を実施しました。調達された資金は、県内の自然資源の持続的な管理、エネルギー消費量の削減、温室効果ガスの排出削減、及び自然災害リスクに対する防災機能の強化などの事業に充当されます。

環境配慮と快適に過ごせるビジネスウェアの商品開発

環境への配慮とサステナブルな商品企画を念頭に、季節を問わずビジネスウェアを快適に着用いただき、オフィスの省エネにも貢献可能なモノづくりに努めています。

真夏の外気温や28℃に設定されたオフィス内でも快適に仕事をしていただける「清涼シリーズ」商品を1999年に開発しました。メンズ・レディーススーツをはじめ、ビジネス洋品類に至るまで涼しさとファッション性を兼ね備えたクールビズ対応商品です。また冬のビジネス環境にも対応したベストやカーディガン、体内から放出される水蒸気を熱に変える素材を使用した肌着といったウォームビズの商品も展開しています。

どのような環境下でも働く方々に快適に着用いただける商品企画を行うとともに、リサイクルやサーキュラーエコノミーを意識したモノづくりも推進していきます。



TCFD推奨開示項目	掲載箇所
ガバナンス (気候関連のリスク及び機会に係る組織のガバナンスを開示する)	
a) 気候関連のリスク及び機会について、取締役会による監視体制を説明する	P40、41
b) 気候関連のリスク及び機会を評価・管理する上での経営者の役割を説明する	P40、41
戦略 (気候関連のリスク及び機会がもたらす組織のビジネス・戦略・財務計画への実際の及び潜在的な影響を、そのような情報が重大な場合は、開示する)	
a) 組織が識別した、短期・中期・長期の気候関連のリスク及び機会を説明する	P43、44
b) 気候関連のリスク及び機会が組織のビジネス・戦略・財務計画に及ぼす影響を説明する	P41、42、43、44
c) 2℃以下シナリオを含む、様々な気候シナリオに基づく検討を踏まえて、組織の戦略のレジリエンスについて説明する	P45
リスク管理 (気候関連リスクについて、組織がどのように識別・評価・管理しているかについて開示する)	
a) 組織が識別した、短期・中期・長期の気候関連のリスク及び機会を説明する⇒組織が気候関連のリスクを識別・評価するプロセスを説明する	P40、41
b) 組織が気候関連リスクを管理するプロセスを説明する	P40、41
c) 組織が気候関連リスクを識別・評価・管理するプロセスが組織の総合的リスク管理にどのように統合されているかについて説明する	P23、P40、41
指標と目標 (気候関連のリスク及び機会を評価・管理する際に使用する指標と目標を、そのような情報が重要な場合は、開示する)	
a) 組織が、自らの戦略とリスク管理プロセスに即して、気候関連のリスク及び機会を評価する際に用いる指標を開示する	P15、46、47、48
b) Scope1、Scope2及び当てはまる場合はScope3のGHG排出量と、その関連リスクについて開示する	P46、47、48、49、50
c) 組織が気候関連リスク及び機会を管理するために用いる目標、及び目標に対する実績について説明する	P36、37

データ

水リスク管理

水資源の利用

水資源

取引先縫製工場の水リスク管理

世界資源研究所 (WRI) の水リスク評価グローバルツール (Aqueduct Water Risk Atlas) を活用し、主要取引先縫製工場の水リスク・水ストレスの状況を確認しています。

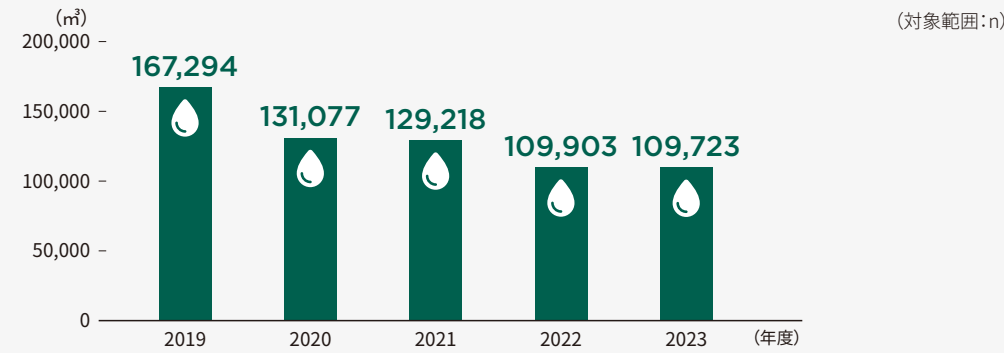
水リスク評価において「Extremely high リスクレベル4-5」の工場については、実態の把握に努めていきます。

なお、世界資源研究所が特定している最も水リスクが高い国17カ国での操業はインド以外ありません。

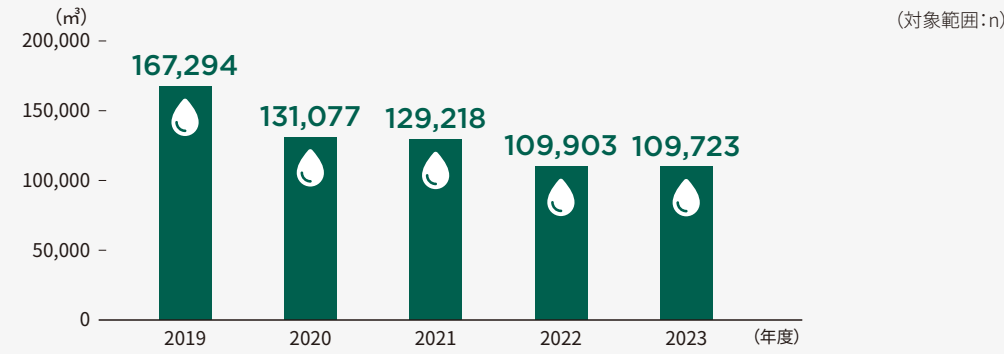
参照 ・世界資源研究所 (WRI) ・アキダクト (AQUEDUCT)
https://www.wri.org/aqueduct

水使用量

取水量



排水量



水使用量削減の取り組み

環境配慮型生地の使用

グアベロ社製の生地のコンセプトは、社会的にも環境的にもサステナビリティを重視するというところから始まっています。

このデザイン性と機能性を兼ね備えたウール100%の生地は、フッ素化合物を使用しない撥水機能があり、また生地を生産する際、通常の1／3の量の水しか使わず、薬剤にいたっては使用量を最大90%まで削減しています。

当社はこのグアベロ社製の生地を使用したスーツを一部のモデルに採用しており、今後も環境配慮型スーツとして提供していきます。

節水染色技術を活用した生地の使用

ELANCOとは、ECOとLAND（土壌＝地球）を組み合わせた造語で、中国の大手ウールテキスタイルメーカーが繊維紡績関係の学科を特色としている西安工程大学と共同研究を行い開発された「節水染色技術」を活用した生地です。

通常、生地染色後の染料が含まれた水は廃棄されます。ELANCOは、重金属系染料を使用しない100%反応染料と、特殊溶剤を使用した分解技術を駆使し、使用後の染料を水と二酸化炭素に分解する事で、繰り返し同じ水を使用することが可能となっています。

今後も「SUIT SQUARE」「THE SUIT COMPANY」では、節水と汚染物質排出の削減に繋がる環境配慮型生地として、メンズスーツを中心に提供していきます。

ウール素材100kgを染色する場合

	従来素材	ELANCO	削減量
水使用量	11,200kg	3,500kg	約69%

※ 素材メーカーによる検証データ

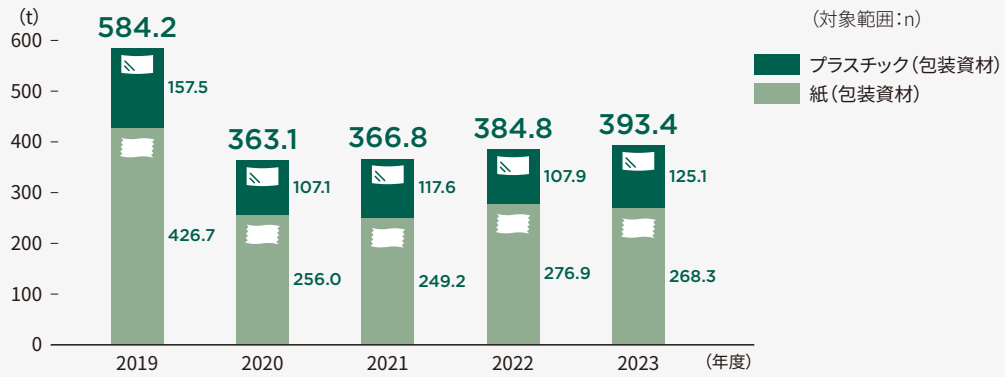
汚染物質排出の削減

- ・ 排出中の残留物－75%以上の削減
- ・ BOD5（水質汚染指標）－70%以上の改善

データ

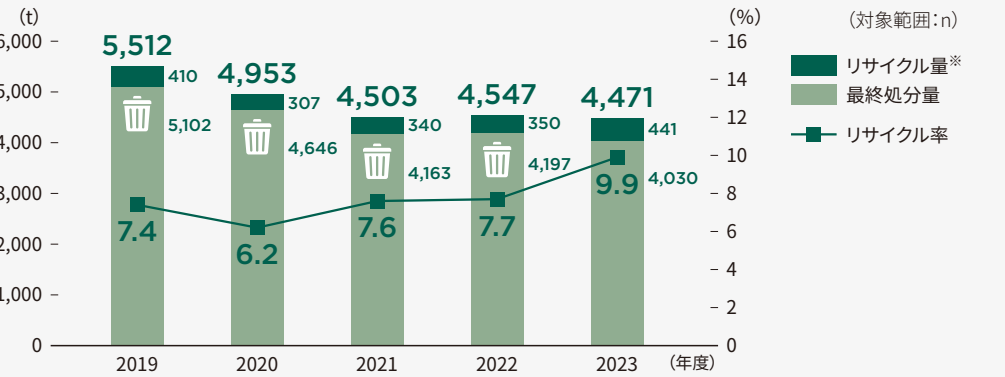
包装資材使用量

包装資材使用量



廃棄物排出量

廃棄物発生量



※リサイクル量には自社製品および他社製品の下取り量を含む

大気排出量

大気排出量

	2019	2020	2021	2022	2023
NOx	0	0	0	0	0
SOx	0	0	0	0	0
フロン類	211	199	300	758	375

(対象範囲:n) (単位:t)

汚染防止／
資源利用削減
の取り組み

廃液汚染の予防：印刷時の環境負荷低減を実現

連結子会社である印刷・メディア事業を行う株式会社アスコンは、現像せずに印刷できるイーストマン・コダック社の印刷用プレートと同社の印刷工場で全面採用し、廃液の処理や機械の洗浄などの工程を削減し、廃液汚染の予防を実現しています。

環境負荷の軽減において特に優れた実績を挙げた企業として、2017年度「SONORA Plate Green Leaf Award」を受賞しました。この賞を受賞した国内企業としては2社目となります。

梱包資材の削減とリサイクル：
ハンガー納品による段ボール資材使用低減とスーツカバーのリサイクル

当社では、限りある資源を有効活用するために商品の梱包資材を削減しています。一般的に、流通時の梱包には木材資源を原料とする段ボールが使用されています。当社では2005年より、商品をハンガーにかけたまま専用トラックで搬送する「ハンガー納品」という配送方法を取り入れることで段ボールの使用量を低減しています。

また、商品センター納品時のスーツカバーにおいては、当社で回収したものを専門業者へ引き渡し、ペレット化にてリサイクルされています。

営業店で破損したプラスチックハンガーのリサイクル

当社では、「洋服の青山」・TSC業態の営業店で使用し破損をしたプラスチックハンガーを商品センターにて回収しています。これら回収された破損ハンガーは、2021年度よりリサイクル専門業者へ引き渡し後、ペレット化しリサイクルされています。

有限資源の保護：再生材ごみ袋の使用

当社は、2020年11月から、本社・営業店にて使用している「ゴミ袋」を、99%再生材から出来ているゴミ袋「FUROSHIKI」に切り替えました。

このゴミ袋「FUROSHIKI」は、使用済みプラスチックをリサイクルしており、CO₂排出削減にも効果があります。



参照 ・99%廃プラスチック原材料ごみ袋使用によりCO₂排出量削減に貢献
https://www.youtube.com/watch?v=QUgEu35F_2A&t=38s

下取り品の資源循環

店頭にてお客様からスーツや洋品類をお引取りし、資源の再利用および有効活用を促進しています。

当社は国内大手の繊維リサイクル企業であるファイバーシーディーエム株式会社と業務提携し、店頭で回収した衣類を選別し、リサイクル、リユースを通じた資源循環スキームを構築しています。

リサイクル：衣類をフェルト生地加工し、自動車の断熱材や荷物の緩衝材に利用します。

リユース：再流通可能と判断された衣類は海外で古着としてリユースされます。

下取りスーツのリサイクル工程

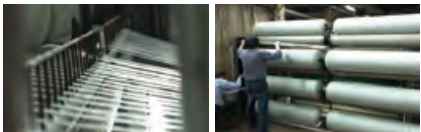
1 「洋服の青山」・TSC業態で回収されたスーツの一部は、工場で裁断され、ガーネット反毛機で綿状に加工されます。



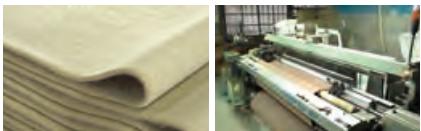
2 綿状になった原料と再生ポリエステルを混ぜ合わせ、糸の元がつくれます。



3 専用機械で撚りをかけて糸に仕上げます。



4 この糸を紡織機で織り上げて反物にし、表面を起毛させ毛先を揃えます。



5 反物の端にパイピング仕上げを施して毛布が完成します。



6 出来上がった毛布を真空パック詰めし、ダンボールに梱包して当社の商品センターに送られます。



このようにリサイクルした毛布を備蓄し、自然災害等の事態が発生した時に、支援物資として被災地に送る予定です。(災害支援用リサイクル毛布を2018年度に2,000枚、2023年4月に1,010枚を追加作製)

お客様より回収した衣料のほとんどを再利用するため、焼却処分した場合と比べて、CO₂の排出を大幅に削減することができます。

環境への
負荷が少ない
素材の使用

自然に還る素材

旭化成 ベンベルグ

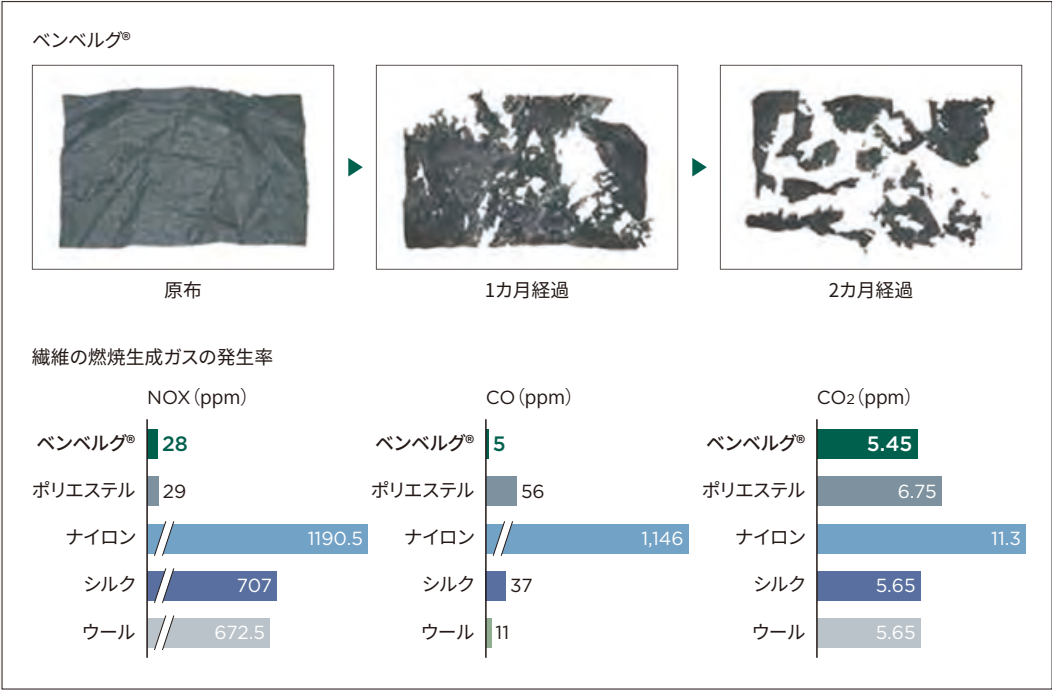
天然由来の原料を使用している旭化成のベンベルグ®(キュブラ)は、廃棄された後も自然の働きによって分解される生分解性繊維です。

例えば、夏の条件下(温度35℃／湿度80％)で土に埋めた場合、約2カ月で生地の高さが半分になり、微生物の糧となって土へと戻ります。また、燃やしても有害物質の発生はほとんどありません。

当社は、環境への負担が少なく肌にもやさしい着心地のベンベルグ®を主にスーツ・ジャケットの袖裏地・胴裏地に使用しており、その使用量は国内最大規模となっています。また、紡糸時に使用する水や薬液(アンモニア等)についても可能な限り工場内で回収・再利用しております。

これからもサステナブルな素材であるベンベルグ®を通じて環境配慮に取り組んでいきます。

※ ベンベルグ®はコットンリントーを原料とする再生セルロース繊維・キュブラのブランドです。



※ 旭化成(株)商品科学研究所にて測定。

自然に還るをコンセプトとしたSDGs企画

当社はネクタイの一部商品で本体生地に、シルク、ウール、レーヨンといった天然繊維を使うことは勿論、縫い糸やブランドネームなどに化学繊維を一切使用せず、全て天然素材のみで作られた「土に埋めれば自然に還る」環境循環型のネクタイを取り扱っています。

※ 天然素材は微生物や光などの力によって最終的に水と二酸化炭素に分解されます。

天然素材

カボックを使った繊維

熱帯から温帯で育つ植物のカボックを使った繊維の中綿を使用したアウターを展開しています。カボックの繊維は中が空洞(中空)になっていて、コットンの8分の1と軽く、また木の実由来の為、木を伐採する必要もなく、動物の毛皮や羽毛を使用することもないアニマルフリー素材です。この木の栽培は農薬や化学肥料が不要だけでなく、伐採せずに綿毛を採取することができる為、環境負荷の少ないエシカルな素材として注目されている素材です。

ペットボトルを使用したリサイクル繊維

東レ アンドプラス

「&+®」は使用済みPETボトルを原料とした新しいリサイクル繊維ブランドです。環境への配慮と同時に、高品質高機能を両立したリサイクル繊維をつくりだし、単なるリサイクルではない、「UPCYCLE」という考えのもと、サステナブルな社会の実現のため、リサイクル繊維市場のグローバルな拡大を目指しています。

当社は「&+®」を一部のドレスシャツに使用しています。

ECOBLUE

「ECOBLUE®」とは、蝶理株式会社が取り扱う、回収したペットボトルを使用したリサイクル糸です。ペットボトルから糸をつくることによって、同じ量の糸を石油から作るより、原料製造時のCO₂排出量を約77%削減することが出来ます。当社は2022年度より「ECOBLUE®」をスーツの裏地に採用しております。2023年度からは表地にも採用することで、採用から2年間で従来のポリエステル素材を使用するよりもCO₂排出量を約80t削減しました。

2024年度より、オーダースーツSHITATEでも採用する事により、環境に配慮した取り組みを拡大します。

リサイクルウール

リサイクルウール素材OZMY

大津毛織株式会社のリサイクルウール素材「OZMY®」は、製造過程で発生する落ち綿、ニットセーターの端材や残糸の反毛原料と、当社が回収している不要になったスーツ、ジャケットを色別選別し混ぜ合わせ紡績した素材です。生地は染色工程が発生しないため、一般的な染色が必要なウールに比べ水使用量を約79%、CO₂排出量を約85.6%削減※できます。

当社は環境負荷軽減に繋がるリサイクルウール素材OZMYを使用したウールコートを企画、販売しました。

※大津毛織株式会社生産対比

WEAR SHiFTスーツ

店頭にて回収された不要になった衣料の中で、リサイクルされる物の中からウール混率80%以上のものを仕分け、反毛することで、原料に戻った素材をピュア原料と混ぜて新しい製品にするという、衣料のサーキュラーエコノミーによって生まれたスーツです。

1着の回収スーツから原料として使用できるのは約3割、原料再生が難しい7割の部位は、車の断熱材や緩衝材などに再利用することで、回収衣料を廃棄することなく資源化する取り組みを行っています。

生物多様性

データ

生物多様性
保全の
取り組み

FSC認証を受けた紙袋の使用

「洋服の青山」、TSC業態では、FSC®認証を受けた紙袋（お買い物袋）を使用しています。（FSC®N003396）

FSCは環境や人権に配慮した森林認証で、この認証を受けた森から生産された木材や紙には、持続可能な森林管理の証となるFSC認証のマークが付けられます。

また、FSCの認証規準のもと、適切に管理された森林を増やしていくことは、生物多様性の保全につながる取り組みとなります。



認証を取得した素材・生地の使用

当社製品の羊毛に関して、第三者認証を取得した原料を使用しています。

原料認証システム「ZQ（ジーキュー）」を導入した生地の使用

原料認証システム「ZQ」とは、羊毛原料の生産牧場における動物の飼育、環境への配慮、作業の安全、適切な雇用について社会的、倫理的基準を設け、第三者が監査し、認証するシステムです。羊毛生産農家は、農業関連分野を専門とするニュージーランドの認証機関（Assure Quality）が企画立案したチェックシートに従って牧羊作業を管理、3年に一度の定期検査と事前予告なしの不定期検査を通して指導及び認証を受けます。

当社では、この原料認証システム「ZQ（ジーキュー）」を使用し製品化した「ヒルトンスーツ」、及びクオリティーオーダー「SHITATE」で取り扱っております。生地メーカーとZQ羊毛生産農家との直接相対契約により、素材のサプライチェーンは完全にサステナブルかつトレーサブルです。

Sustaina WOOL認証を取得した羊毛の使用

「Sustaina WOOL」とは、オーストラリア羊毛取引所（AWEX：Australian Wool Exchange）から羊毛生産におけるサステナビリティ認証を受けたWOOLを示します。「Sustaina WOOL」の認証基準は、健康的な羊の育成・牧場環境の向上・羊毛収穫管理の3点が重要な柱となっており、トレーサビリティを確保しています。「SUIT SQUARE」「THE SUIT COMPANY」では、メンズスーツの一部に「Sustaina WOOL」を使用しており、今後もサステナブル素材の探求と導入拡大に向けて取り組んでいきます。

リサイクルダウンの使用について

GLOBAL RECYCLED STANDERD認証を受けたリサイクルダウンを使用した商品を展開しています。

GLOBAL RECYCLED STANDERD認証は最終製品に含まれるリサイクル材の含有量を追跡・検証するための自主的な製品規格です。中国国内で回収されたダウンを洗浄し再利用したダウンを使用することで、新しいダウン原料よりもフィルパワー（ダウンの膨らみ）は減りますが、あえてリサイクルダウンを使用した製品企画を行っています。

LWG認証を受けたレザーの使用

LWG（Leather Working Group）は、2005年に設立されたレザー業界の環境保護団体。レザーの生産工程において、使用する薬剤の安全性や水処理などの環境対策を審査し、厳格な国際基準に準拠した製革業者にのみLWG認証が与えられます。現在、世界的な有名ブランドの多くがLWGに加盟しており、当社でもLWG認証を受けたレザーを一部のシューズ、ベルトに使用しています。



ダイバーシティ&インクルージョン

マネジメントアプローチ

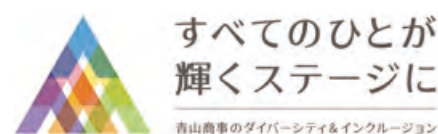
方針

ダイバーシティ&インクルージョンに関するステートメント

当社は、年齢・性別・障がい・国籍・性的指向・性自認・ライフスタイル・価値観、さらにはキャリアや経験、働き方など、それぞれの「個」を尊重しながら、成長していくことができる企業を目指しています。

その実現には、自ら理想の組織をつくろうと働きかける意志、1つの枠組みの中でお互いを理解し協力しあう信頼関係、一人ひとりが「個」を大切にしながら、やりがいを持って働くことができる環境が必要です。

それらの要素が欠けることなく、働きやすさと働きがいを両立させることで、一人ひとりが輝けるステージへ。私たちは、ダイバーシティ&インクルージョンの推進を通して、目指すべき「すべてのひとが輝くステージに」の実現に向けて取り組んでいきます。



体制

ダイバーシティマネジメントを推進するにあたり、2020年4月に人事部へ「ダイバーシティ&インクルージョン推進グループ」を設置しました。2021年4月からは「ダイバーシティ&インクルージョン推進・福利厚生グループ」と組織を新たにし、同グループが中心となって「多様性」「女性活躍推進」「両立支援」の観点から各種施策を推進・展開しています。「すべてのひとが輝くステージに」というスローガンを念頭に、一人ひとりが「個」を大切にしながら、やりがいをもって働ける環境整備、風土醸成を推進しています。

2024～2026年度中期経営計画

2026年度までに女性管理職比率を12.5％以上にする
(2023年度実績：10.8％)

【女性活躍推進法に基づく行動計画】

女性が継続して就業し、活躍できる雇用環境の整備を行うため、次のように行動計画を策定しています。

1. 計画期間 2023年4月1日 ～ 2026年3月末日までの3年間

2. 当社の課題

- (1) 男女関係なく活躍できる風土改革
- (2) 働く環境整備と平均勤続年数の向上
- (3) 管理職及び役職者層に占める女性割合の向上

3. 定量目標

- (1) 新卒採用における女性比率50％程度を維持する
- (2) 役職者に占める女性割合を40％以上にする
- (3) 管理職に占める女性割合を12％以上にする
- (4) 育児休業の取得率及び平均取得日数を次の水準以上にする
男性社員：取得率を60％以上とし、且つ、平均取得日数を10日以上とする
女性社員：取得率を90％以上とし、且つ、子を出産した者が子の1歳の誕生日まで継続して在籍している者が90％以上とする

4. 取組み

- (1) 人材の育成と定着
 - 2023年4月～ 女性活躍推進セミナーの継続実施
優秀な社員が早期に昇格できる制度の継続実施
 - 2023年10月～ 階層別、選択型のキャリア研修を実施し、キャリア形成、ネットワークを構築
非正規社員のレベルアップを図り、正社員登用制度による継続した雇用実施
- (2) 両立支援を軸とした、ライフイベントを迎えても活躍できる環境づくり
 - 2023年4月～ 妊娠、出産、復職時における支援の充実
 - 2023年7月～ 結婚や育児目的で利用できる短時間勤務制度の柔軟化(30分単位)
育休復帰後のフォローを含めた一貫した支援体制の構築(育休セミナー)
 - 2023年10月～ ウーマンアドバイザーによる働きやすい環境整備に向けた啓蒙活動の強化
ライフイベントを迎えた際に利用できる制度や申請方法等、各種情報の提供
- (3) 多様なキャリアコースの拡充と従業員の意識改革
 - 2023年4月～ 従業員や部下のワークライフバランスを重視し、育児や産休などを含む個人のキャリアを尊重できる上司(イクボス)の育成
 - 2023年10月～ 管理職層に向けた女性活躍推進、両立支援セミナーの実施
社内イントラネットを活用した各種研修、セミナー情報の発信

【次世代育成支援対策推進法に基づく行動計画】

すべての社員が仕事と子育てを両立させ、その能力を十分に発揮できるようにするため、次のように行動計画を策定しています。

1. 計画期間 2023年4月1日 ～ 2026年3月末日までの3年間

2. 目標と取組み内容

目標1： 育児休業の取得率及び平均取得日数を次の水準以上にする

男性社員：取得率を60％以上とし、且つ、平均取得日数を10日以上とする

女性社員：取得率を90％以上とし、且つ、子を出産した者が子の1歳の誕生日まで継続して在籍している者が90％以上とする

＜対策＞

- 2023年4月～ 育児休業制度の周知及び取得推進
従業員や部下のワークライフバランスを重視し、育児や産休などを含む個人のキャリアを尊重できる上司(イクボス)の育成
- 2023年9月～ 子どもが生まれる予定もしくは生まれた男性を対象としたプレパパセミナーの実施
- 2023年10月～ 育児関連の制度内容や育児休業取得者事例を定期的に発信

目標2：女性社員が継続して就業し活躍できるよう、妊娠・出産・復職時における支援の充実及びキャリア形成の支援を継続して行う

＜対策＞

- 2023年4月～ 女性特有の病気に対する婦人科検診受診の促進
- 2023年7月～ 育児休業者向けセミナーの実施(会社状況の共有、保活・職場復帰支援等)
- 2023年10月～ 育児休業復帰者を対象としたキャリア研修の実施(キャリアビジョンの形成、意識・行動変化の促し、アンコンシャスバイアスなど)
- 2024年1月～ 産前休業予定者を対象としたプレママセミナーの実施

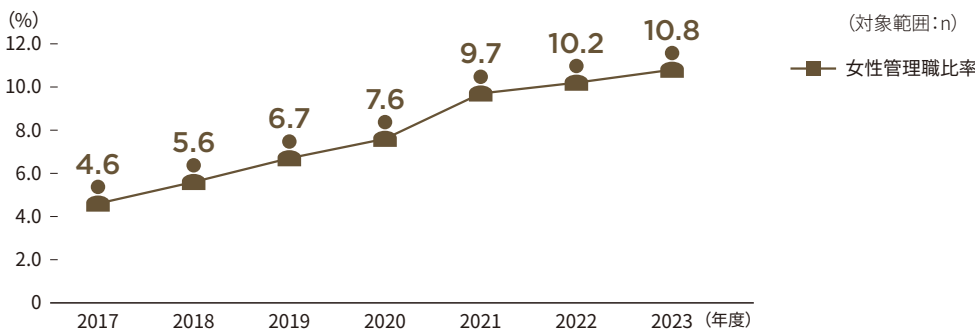
目標3：仕事と育児/介護の両立を促進するための環境整備を継続して行う

＜対策＞

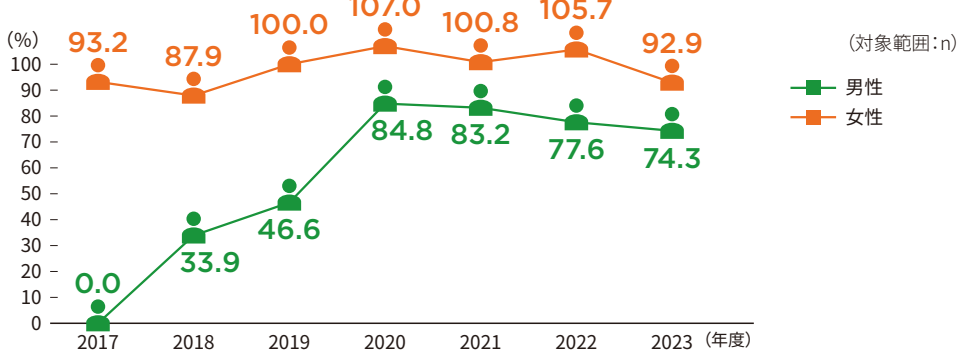
- 2023年4月～ 年次有給休暇の取得状況について実態を把握するとともに、年次有給休暇取得日数の目標設定を行い、社内に周知徹底する(継続)
所定労働時間の削減に向けた取組みの継続実施
短時間勤務制度の拡充や積立有給制度の浸透等、柔軟な働き方を促進する

進捗

女性管理職比率



育児休業取得率



データ

女性活躍推進

働く女性支援

当社は全従業員がワークライフバランスの取れた生活を送れるよう、女性活躍推進法および次世代育成支援対策推進法に基づき「一般事業主行動計画」を策定し、厚生労働省へ提出、社内外へ公表しました。

ウーマンアドバイザー

働く女性支援の充実を目的に「ウーマンアドバイザー」を選任し、ライフステージの変化に合わせた働き方を支援しています。結婚・出産後も、家庭と仕事でのキャリアアップが両立できるよう、社員のサポートと環境づくりをする役割を担っています。

ウーマンアドバイザーのおもな仕事	
キャリアアップサポート	福利厚生の各種手続きの案内や、産休～育休～復帰までのスケジュールプランを提案し、また気軽に相談できる窓口として、働く女性スタッフを電話や面談などでサポートをしています。
女性支援制度の情報共有、啓蒙活動	各研修会や会議などの場で、女性支援のケーススタディを情報共有し、社員間の相互理解と制度への関心を深められるように取り組んでいます。

両立支援、育児休業、育児のための勤務時間短縮

産前6週間・産後8週間の休業取得や育児休業のほか、当社独自の働き方として下記のような短時間勤務制度(実働6時間または7時間)を設けています。

《当社独自の短時間勤務制度》

- 結婚：入籍から5年間(ただし不妊治療等の事情がある場合は最大10年まで)
- 妊娠：妊娠が判明～産前休業に入る前日まで(出産予定日の6週間前)
- 育児(子が3歳以上)：子どもが3歳～小学校3年生の年度末まで(地域の学童保育制度等の事情がある場合、最大小学校6年生の年度末まで)

希望する全社員が申請可能のため、女性だけでなく男性も安心して各種制度を利用できる様、社内啓蒙活動を行っています。

社内風土改革活動

多様性を尊重し、全従業員がイキイキと働ける環境を作るため、研修会の実施や外部プロジェクトへの参加などを通して、社内風土改革に取り組んでいます。

女性従業員向けキャリア研修会

当社で働く女性に向けた研修会を実施しています。

事業の垣根を越えてグループワークを行い、自分のキャリアは自分で作るという考えの下、ライフイベントの際の働き方や10年後のビジョンについて考えます。



管理職向け女性活躍推進研修会

上司の考え方が風土改革のカギとなるため、店長以上の管理職層に向けて研修会を実施しています。部下の能力が最大限に発揮できるよう、上司としてすべきことや必要な考え方、スキルを身につけるために学びます。



復帰支援説明会

現在育児休業を取得している従業員に対して、復帰後のギャップを無くしスムーズに業務に戻る環境整備の一環として、年に2回育休セミナーを実施しています。

セミナーの中では会社状況の説明や利用できる各種制度説明に加え、すでに育児休業から復帰している先輩従業員や現場責任者である上位管理職層を交えた座談会を設け、復帰に向けた不安や疑問、情報交換などを行える時間も作っています。

SOGIへの取り組み

方針

青山商事グループは、SOGI(性的指向および性自認)に対して、偏見や差別(攻撃的な言動など)を禁止し、すべての人々が平等な機会と待遇を受けられる社会を築きます。
― 適用範囲については、人権方針に準ずる

社内風土改革活動

多様性を尊重し、全従業員がイキイキと働ける環境を作るために、ガイドラインの作成・配信、社内イントラネットを活用した情報発信やSOGIハラスメント研修を実施し、社内風土改革に取り組んでいます。

ガイドラインの作成・配信

SOGIに関する基礎知識や接客時の注意事項など、対顧客・対従業員への基礎対応をとりまとめたガイドラインを作成・配信。社内イントラネットに格納し、全従業員がいつでも閲覧できるようにしています。

SOGIハラスメント研修

新人役職者を対象としたSOGIハラスメント研修を実施しています。研修ではSOGIに関する基礎知識を知るとともに、ハラスメントを起こさせない・防ぐ環境作りのために役職者としての心構えなどについて考えます。

採用担当者向け研修

採用担当者を対象としたLGBTQ+面接対応研修を実施しています。SOGIに関する基礎知識に加え、LGBTQ+当事者就活生のお困りごと、カミングアウトを受けた際の対応方法について講義と意見交換を行います。

従業員アンケート

多様なお客様の要望に適した対応、多様な価値観を持つ従業員が活躍できる企業であるために、年に一度、全従業員を対象とした「多様性に関する意識調査」を行っています。

障がい者雇用

社会貢献・渉外活動

2020年度より、異性愛、LGBTQ+、性の多様性についてステージ・ブース・パレードなどで啓蒙活動を行う関西最大級のイベントである「関西レインボーフェスタ!」へ協賛をしています。

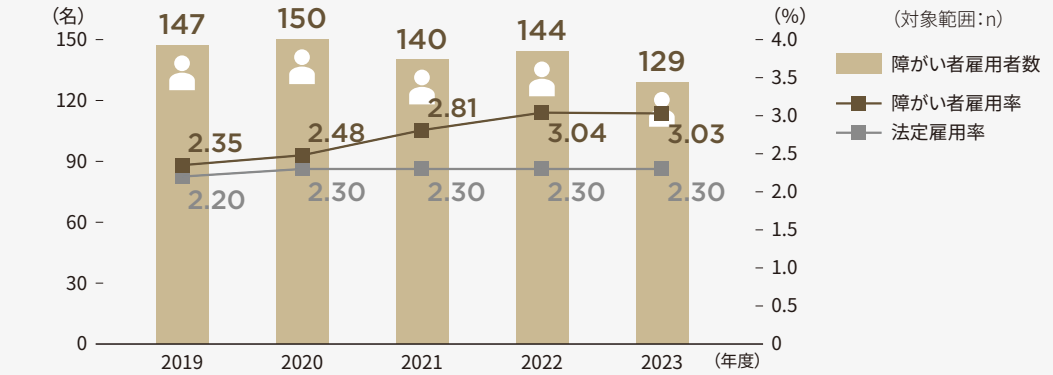
障がい者雇用の促進

当社では、身体障がいや知的障がい、精神障がいのある方が働きやすい職場づくりに取り組んでいます。当社の本社や営業店とともに、物流センター「井原商品センター」「千葉センター」「神辺商品センター」では、障がいのある方が多く在籍し、商品の検品や値付け・梱包などの業務分担を細分化することで、個人がそれぞれの特性を活かして働ける業務に就いています。会社と共創関係を築く中で、「井原商品センター」の取り組み模様が、岡山県のホームページやメディア(新聞)で紹介されました。

働きやすい職場環境づくり

- (1) わかりやすい業務マニュアルの作成
- (2) 健常者とのコミュニケーションづくり
- (3) 上長との定期的な面談・面接の実施
- (4) 柔軟な勤務時間、勤務日数の選択
- (5) 車いす用スロープ、障がい者用トイレ、手すり等の施設面の整備

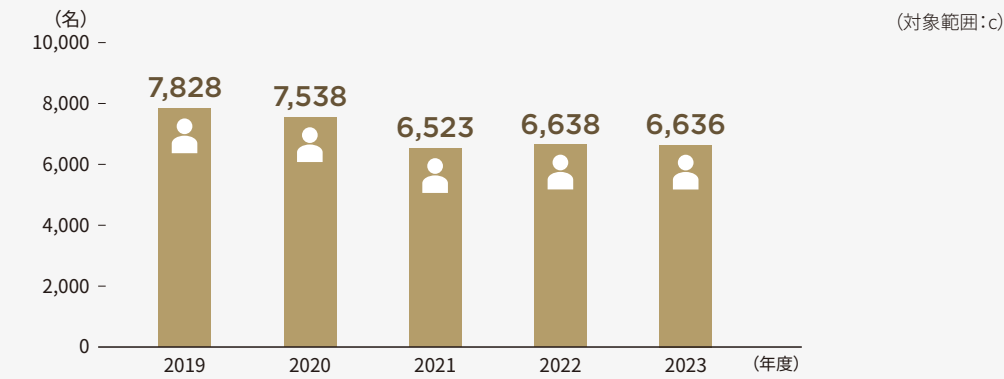
障がい者雇用者数(年度末)



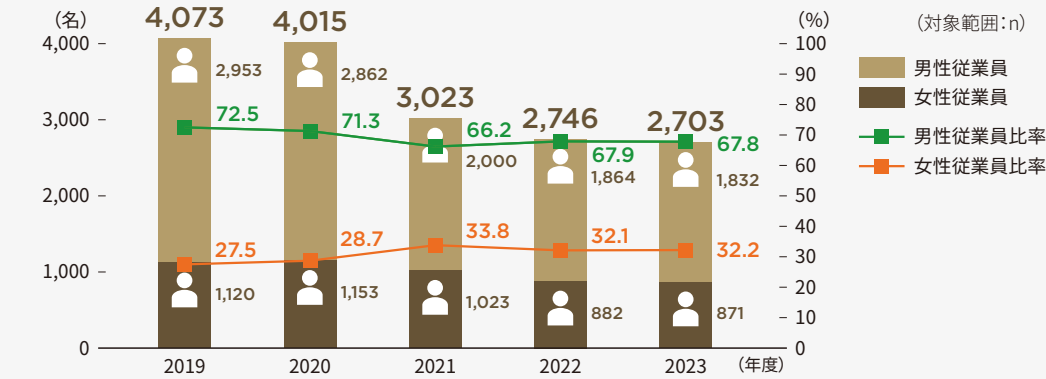


労働慣行

連結従業員数



単体従業員数



外国人従業員数(社員のみ:単体)

	2019	2020	2021	2022	2023
外国人従業員数	19	23	19	19	16

年代別従業員数

		2019	2020	2021	2022	2023
30歳未満	男性	754	720	530	419	337
	女性	777	799	667	504	433
30歳台	男性	871	766	635	556	519
	女性	254	265	284	295	338
40歳台	男性	964	909	555	570	608
	女性	54	54	51	59	71
50歳台	男性	311	406	251	292	339
	女性	23	22	18	23	28
60歳以上	男性	53	61	29	27	29
	女性	12	13	3	1	1
平均年齢	男性	38.7歳	39.3歳	38.2歳	39.1歳	40.0歳
	女性	29.2歳	29.6歳	29.9歳	30.7歳	31.4歳

階層別従業員数

		2019	2020	2021	2022	2023
経営幹部 (執行役員)		13	11	11	16	14
	男性 %	100.0%	100.0%	100.0%	93.8%	100.0%
	女性 %	0.0%	0.0%	0.0%	6.2%	0.0%
管理職	男性 %	93.2%	92.3%	90.2%	89.7%	88.8%
	女性 %	6.7%	7.6 %	9.7%	10.2%	10.8 %
うち部長職 以上		37	34	27	25	30
	男性 %	97.3%	97.1%	96.3%	100.0%	100.0%
	女性 %	2.7%	2.9%	3.7%	0.0%	0.0%
一般従業員		2,788	2,759	1,994	1,712	1,654
	男性 %	62.9%	61.7%	53.8%	54.7%	54.4%
	女性 %	37.1%	38.3%	46.2%	45.3%	45.6%

雇用契約別従業員数

(対象範囲：n) (単位：名)

		2019	2020	2021	2022	2023
契約社員		35	29	11	16	11
	男性	13	8	1	7	4
	女性	22	21	10	9	7
パートタイム従業員		2,661	2,313	2,245	2,527	2,704
	男性	391	295	306	322	380
	女性	2,270	2,018	1,939	2,205	2,324
派遣従業員		43	0	1	1	36
	男性	5	0	1	1	7
	女性	38	0	0	0	29

採用・離職

(対象範囲：n) (単位：名)

		2019	2020	2021	2022	2023
採用者数		391	301	145	79	162
	男性 %	164 41.9%	121 40.2%	53 37.3%	38 48.1%	66 40.7%
	女性 %	227 58.1%	180 59.8%	89 62.7%	41 51.9%	96 59.3%
新卒採用者数		361	298	114	39	105
	男性	148	120	41	9	34
	女性	213	178	73	30	71
中途採用者数		30	3	31	40	57
	男性	16	1	16	29	32
	女性	14	2	15	11	25
新卒採用 3年後定着率		65.6%	69.6%	72.1%	56.7%	64.0%
	男性	74.5%	78.2%	73.6%	56.7%	61.0%
	女性	59.7%	63.4%	71.0%	56.7%	65.8%
離職者数 (内、希望退職者)		350	319	1,050(580)	351	211
	男性	170	184	838(555)	173	102
	女性	180	135	212(25)	178	108
会社都合 退職者数 (定年退職者含む)		29	28	593(580)	14	3
	男性	24	26	568(555)	12	2
	女性	5	2	25(25)	2	1
自己都合 退職者数		321	291	457	337	207
	男性	146	158	270	161	100
	女性	175	133	187	176	107
離職率		8.0%	7.3%	25.8%	11.4%	7.4%
	男性	5.5%	6.0%	29.4%	8.6%	5.4%
	女性	14.1%	10.4%	17.3%	16.9%	11.3%
会社都合退職率		0.6%	0.6%	14.6%	0.5%	0.1%
	男性	0.7%	0.8%	19.9%	0.6%	0.1%
	女性	0.3%	0.1%	2.0%	0.2%	0.1%
自己都合退職率		7.3%	6.7%	11.2%	11.0%	7.2%
	男性	4.7%	5.1%	9.5%	8.0%	5.2%
	女性	13.7%	10.3%	15.3%	16.7%	11.2%
平均勤続年数		11.8年	13.0年	12.2年	12.6年	14.1年
	男性	14.4年	15.9年	15.0年	15.4年	16.3年
	女性	4.7年	5.9年	6.5年	6.9年	7.3年

※ ()内は希望退職者数(出向者等は除く)。

報酬

年間平均給与※

(対象範囲：n) (単位：千円)

		2019	2020	2021	2022	2023
従業員平均		4,671	4,389	4,127	4,587	4,960
	男性	5,090	4,682	4,435	4,915	5,304
	女性	3,580	3,467	3,347	3,766	3,995
管理職平均		5,983	5,595	5,270	5,636	5,997
	男性	6,061	5,661	5,360	5,749	6,136
	女性	4,837	4,658	4,324	4,584	4,775
一般従業員平均		4,030	3,676	3,442	3,901	4,160
	男性	4,300	3,817	3,591	4,088	4,363
	女性	3,496	3,295	3,220	3,628	3,831

※ 賞与および基準外給与を含む

労働関連法規制違反

労働関連法規制違反実績

行政処分の対象となる重大な違反はありませんでした。

(対象範囲：n) (単位：件)

	2019	2020	2021	2022	2023
重大な違反件数	0	0	0	0	0

人材育成と働き方

マネジメントアプローチ

方針

当社の人材育成に関する基本方針は、『自ら考え、判断し、成果の創出に向けて行動し続けられる人材「自律型人材」の育成』と当社が定める『各等級・コースに応じた求める人材を輩出』することとし、激変する時代に対応し、持続的な成長をし続けられる企業の実現を目指し、様々な育成プログラムを提供しています。

研修会は、次の4つの形式で実施しています。

- (1) 階層別研修：各階層で必要となるマインドやスキルの習得
- (2) 昇格研修：役職者としての役割理解や必要なスキルの習得
- (3) 選択型研修：実務に活かせるスキル習得を目指し、自ら講座を選択して受講
- (4) 部門別研修：テーマに応じて対象者を選抜し、必要な知識やスキルの習得

また、育成ツールの提供や、育成環境も継続的に支援し、自己実現、キャリアの形成に繋がっています。人材開発の重点課題としては、多角化した事業の経営・事業推進を担う「経営人材」の創出、組織全体(店舗)の成果向上を目指す「店舗マネジメント人材」の育成、店舗を支援するビジネスプランナーとして戦略立案を実行する「企画人材」の育成、質の高いサービス・空間・商品を提供し、顧客プロデュースする「専門人材」の育成に取り組んでいます。

体制

当社の育成体制は、人材開発部を主管とし、人材育成に関する基本方針に基づき、各ブロック/エリアによるOJT教育、育成グループによるOFF-JT教育、会社による従業員の自己学習、自己啓発を支援する環境提供を基本軸に実践しています。

各ブロック/エリアによるOJT教育体制は、顧客対応技術や店舗運営の向上を目的に、各ブロック長/ゼネラルマネジャーと、店長/マネジャー、レディス教育マネジャー、店舗OJTトレーナーを中心に、必要となる指導やメンタルフォロー、各種研修会を実施しています。

育成グループによるOFF-JT教育体制は、自律型人材の育成を目的に、階層別研修、選択型研修、昇格研修、部門別研修、育成環境の提供に取り組み、キャリア支援、生産性、効果の最大化など「従業員のパフォーマンス」の向上に繋がる支援を実施しています。

会社から提供している自己学習においては「タレントパレット」、自己啓発としては「グローイング・モバイル」やそのDX推進者への「グロースX」の提供、その他動画教育コンテンツ「ACOSNET」、教育制度としては、通信教育助成制度や資格取得報奨金制度など、様々な育成支援環境を提供し、従業員一人一人の学びの環境体制を築いています。

データ

人材育成への投資

人材育成関連費用

(対象範囲：n)

	2019	2020	2021	2022	2023
人材育成関連費用総額 (単位：百万円)	213	137	64	67	65
従業員一人あたり人材育成関連費用 (単位：千円)	53	34	11	12	12
従業員一人あたり人材育成時間 (単位：時間/人)	—	—	15.7	17.6	20.9

※ 人材育成時間は2021年度から集計を開始。

人材育成プログラム

研修制度

当社では、「階層別研修」「昇格研修」として、内定者研修や、新入社員研修、管理職研修やエリアごとの研修など人材育成のための様々なOFF-JT(職場外訓練)を実施しています。また、OJT(職場内訓練)としては店舗の店長・マネジャーを中心に、先輩スタッフがOJTトレーナーとして第一線の仕事をサポートします。

知識習得や販売技術の向上を目的にした会社独自の動画教材「アコスネット」など教育コンテンツも充実しており、スキルアップのための環境が整っています。

実績

2023年度

本部主導研修： コマ数：93開催 参加者：2,676名

現場主導研修： コマ数：263開催 参加者：4,376名

対象従業員と参加者数

対象： 2024年3月末従業員数5,420名(ビジネスウェア事業/役員除く)

延べ参加者数： 3,064名

成長サポートツールの導入

従業員が自ら学び成長する姿勢を応援すべく、様々な学習サポートツールを整備しています。タレントマネジメントを実現させ従業員の成長を支援するツールや、各階層に必要なスキル、社会人基礎力やビジネスマナー、店舗運営知識を自主的に学べる自己啓発ツール、新人スタッフの育成に用いるOJTノートなど、従業員の意欲とステージに応じて成長をサポートしています。

実績

自己啓発ツール「グローイングモバイル」(ID契約数)

⇒2019年：1,000ID 2020年：1,500ID 2021年：1,000ID 2022年度：700ID 2023年度：700ID

2024年度：700ID

DX推進人材育成ツール「グロースX」導入(ID契約数)

⇒2023年：10ID 2024年：10ID

タレントマネジメントシステム「タレントパレット」活用

対象従業員と参加者数

グローイングモバイル：全従業員の希望者（単体）

グロースX：DX推進人材（10名抜擢）

タレントパレット：全従業員（単体）

キャリア支援制度

研修以外でも将来のキャリア形成を目指し、多彩な支援制度を用意しています。

資格取得報奨金制度

働く社員の主体的なキャリア開発を促進するため、100以上ある会社指定の資格を入社後に取得した社員には報奨金を支給しています。

通信教育費用助成制度

会社指定の通信教育講座を修了した社員に対して、補助金を支給しています。

2024年4月現在、426講座を準備しており、ビジネススキルや語学、資格取得や一般教養など幅広いカテゴリーから学ぶことができます。

外部セミナー費用助成制度

各本部で必要とされる知識やスキルを外部機関が主催する研修にて学ぶことができ、その費用を補助しています。

海外留学支援制度

グローバルに活躍できる人材の育成を促進させるため、従業員の自発的な海外留学に対する支援を行っています。

語学学習支援制度

インバウンド対応力や、グローバル展開の人材基盤を強化するため、従業員の自発的な語学力向上を支援しています。

外部機関派遣制度

専門性の強化や、幅広い視野の人材を育成する目的で、国内外問わず、グループ会社や関係機関に一定期間派遣しています。

実績

年度	2019		2020		2021		2022		2023	
内訳	人数	金額 (千円)	人数	金額 (千円)	人数	金額 (千円)	人数	金額 (千円)	人数	金額 (千円)
通信教育助成制度	48	101	72	300	31	109	10	117	9	58
外部セミナー費用助成制度	32	816	11	296	10	189	14	412	11	442
海外留学支援制度	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
語学学習費用支援制度	1	100	0	0	0	0	2	111	0	0

対象は全社員、別枠でパートナーの資格取得制度あり

従業員の
インセンティブ

優秀社員表彰制度

ES（働く従業員満足）の一環として、洋服の青山、TSC業態では売上業績や顧客化の取り組み、接客ロールプレイング大会などで優秀な実績をあげた従業員を表彰する取り組みを行っています。

また、受賞者の成功事例を共有することで、従業員の意識改革、スキルアップ、さらなるモチベーションアップに繋がっています。

従業員のインセンティブを高める諸制度

社内公募制度

会社が必要とするポストや職種などの条件を社員にあらかじめ公開し、希望者を公募、面接（リポート）などにより、人事配置が決定される制度です。2018年度より、接客や店舗演出などのエキスパートであるスペシャリストコースへの異動も可能となっています。

企業内ベンチャー制度

事業多角化の推進、経営人材予備軍の発掘・育成を目的とし、従業員の自発的な創造性発揮、自己実現に対して会社が支援する制度として、ビジネスコンテストを実施しています。全社員を対象に年間通して提案可能で入賞者については賞金はもちろん、実現に向けた新規事業プロジェクトチームへの参画が可能となります。

表彰・報奨制度

会社への貢献（業務への進展、新規アイデア、損害未然防止、経費削減等）が認められた社員に対し、賞状および賞金または賞品を贈呈しています。

企業型確定拠出年金

掛金を毎月会社が拠出し、従業員各人が運用（運用商品を選択）。その運用の結果である年金資産を「一時金」あるいは「年金」として原則60歳（加入者期間10年以上）以降に受け取れるようになっています。

持株

自社株式を毎月継続して購入できる制度です。1口1,000円〜で10％の奨励金を支給しています。

株式給付

一定の役職以上の社員に、当社発行の普通株式をポイント化、退職時に給付しています。

ワークライフ
バランス

ワークライフバランス推進施策

当社は、長時間労働の削減や、有給休暇の取得促進、子育て・介護と仕事の両立など、働き方改革を推進してきました。今後も従業員がイキイキと働くことができる職場環境づくりに取り組んでいきます。

休暇制度・半日有給・時間有給

企業人としても、一人の人間としても豊かな社員であってほしい。それが青山商事の願いです。1年を通して110日間の休暇日数があり、変形労働時間制で業務の繁忙期と閑散期とで休暇日数を月ごとに設定しています。例として、気温の高い7～9月の期間はアパレル業界全体の閑散期であるため、約32日間の公休を取得できます。その他にも半日有給休暇制度や時間単位有給休暇制度で社員の状況に応じた柔軟な休暇取得を可能にするなど、仕事と生活の調和に対し積極的に取り組んでいます。

年次有給休暇の積立制度

2年間取得しなければ失効する年次有給休暇を積み立てることができる制度で、社員の私傷病、家族の介護、育児等に活用することができます。

時間外労働の削減

営業店ではシフト勤務制、本社では週に1日ノー残業デーを設置し、社員の残業時間短縮を促しています。

相談窓口の設置

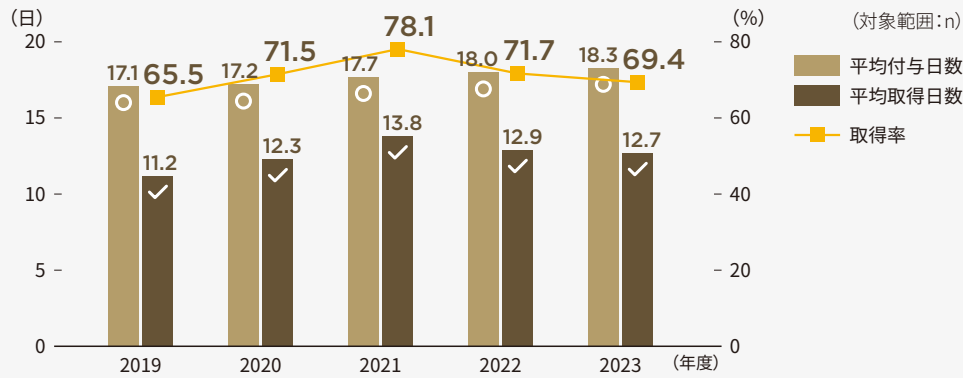
- ・社内機関：ウーマンアドバイザー（結婚・育児関連の相談窓口）
- ・社内機関：コンプライアンスほっとライン（セクハラ・パワハラに関する相談窓口）

その他、社外機関にメンタルヘルスケアと介護相談窓口の設置を行っています。

奨学金支援制度

近年の学費高騰や物価上昇などから奨学金の返済負担が社会課題となっています。社会人のスタートとともに返済による将来への不安が大きくなり、結婚や出産などへの不安に繋がらぬよう、従業員が安心して働くことができる環境作りを目指し、経済的・心理的な負担軽減を目的に2025年4月より新卒採用の社員を対象とした「奨学金返還支援制度」を導入するに至りました。本制度は、新卒採用で入社した翌4月から、年1回12万円・最大5回（最大合計60万円）を支援するものです。

年次有給休暇取得率

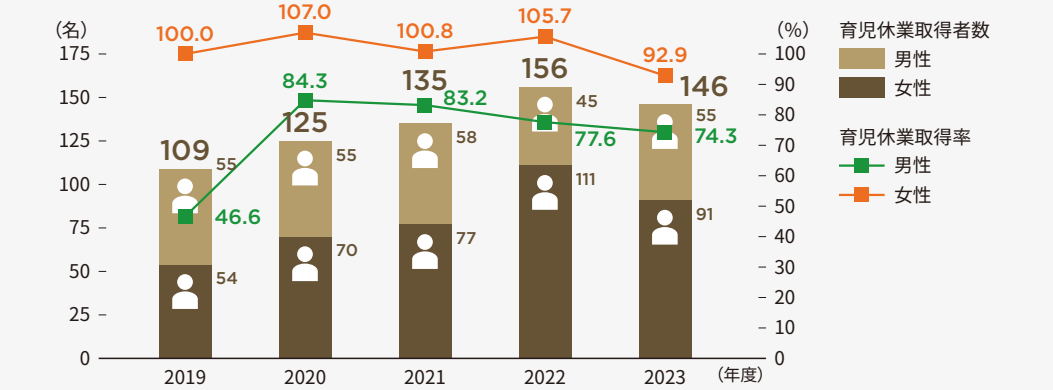


両立支援

両立支援制度

産前6週間・産後8週間の休業取得や育児休業のほか、当社独自の働き方として、入籍後10年間もしくはお子さんを養育中であれば小学校6年生まで短時間勤務制度(実働6時間または7時間)の申請が可能です。女性だけでなく、男性も安心して各種制度を利用できるように、社内啓発活動を行っています。

育児休業取得者数／取得率



※育児休業取得率…厚生労働省より「男性の育児休業等の取得率」の算出に合わせ男性・女性ともに算出方法を変更

両立支援制度利用状況

		(対象範囲：n) (単位：名)				
		2019	2020	2021	2022	2023
産前産後休業取得者数		55	59	77	61	101
育児休業取得者数		109	125	135	156	146
育児休業取得率	男性	55	55	58	45	55
	女性	54	70	77	111	91
		64.5%	70.6%	74.2%	95.7%	84.9%
	男性	46.6%	84.8%	83.2%	77.6%	74.3%
	女性	100.0%	107.0%	100.8%	105.7%	92.9%
育児休業取得後の復職率		100.0%	98.6%	97.8%	100.0%	100.0%
介護休業取得者数		4	0	2	3	2

労働安全衛生

マネジメントアプローチ

方針

青山商事グループの労働安全衛生方針

基本理念

青山商事グループは、全ての事業活動において働く人一人ひとりの安全と健康を守ることを最優先するとの認識のもと、グループ一体で従業員の身体と心の健康づくりに配慮し、安心して快適な職場環境づくり・健康づくりに努めていきます。本方針は青山商事グループの事業活動全体に適用され、社外に対し公開します。

労働安全衛生行動指針

1. 労働安全衛生法令の遵守

事業活動を行う国・地域における労働安全衛生関連法令及び事業所の自主管理基準を遵守します。

2. 組織体制の構築

労働安全衛生活動を推進するための組織体制を構築し、責任の所在や役割の明確化を図ります。

3. 安全な職場環境の提供

安全で安心な職場とするため、労働災害や職業性疾病の原因となりうる危険源の除去・低減、及び労働災害や職業性疾病の未然防止に努めます。

4. 快適な職場環境の提供

従業員一人ひとりが快適に勤務できるような職場環境づくりに努めます。

5. 従業員の健康維持・増進の支援

従業員の心身の健康推進対策の充実を図り、イキイキと働くことができる職場環境づくりに努めます。また、従業員の健康維持・増進活動を継続的に支援します。

6. 安全衛生の意識の醸成

労働安全衛生確保に必要かつ十分な教育や社内広報活動を通して、労働安全衛生意識の醸成に努めます。

データ

労働安全衛生
マネジメント

労働安全衛生マネジメントシステムの導入状況

全事業所に衛生推進責任者を選任し、職場の安全衛生環境の向上策に取り組んでいます。

- (1) 安否確認システムの導入
- (2) 防災マニュアルの全社配信
- (3) 労災事故発生時には再発防止策を検討し周知

労働安全衛生に係わる労使協議

従業員50名以上の5事業所において衛生委員会を設置し、毎月開催することにより労働災害の防止策・再発防止策、社員の健康増進などについて労使間で協議しています。

また、従業員50人未満の全事業所においては衛生推進者を選任し、安全衛生面についての対応を行っています。

労働安全衛生に係わる教育・研修

- (1) 定期的な防災訓練の実施(全事業所にヘルメット等の常備)
- (2) 本社での消防署による救急訓練の実施およびAED研修の実施
- (3) 定期健康診断およびストレスチェック実施の周知
- (4) 業務災害に関する実態の周知および防止策の徹底

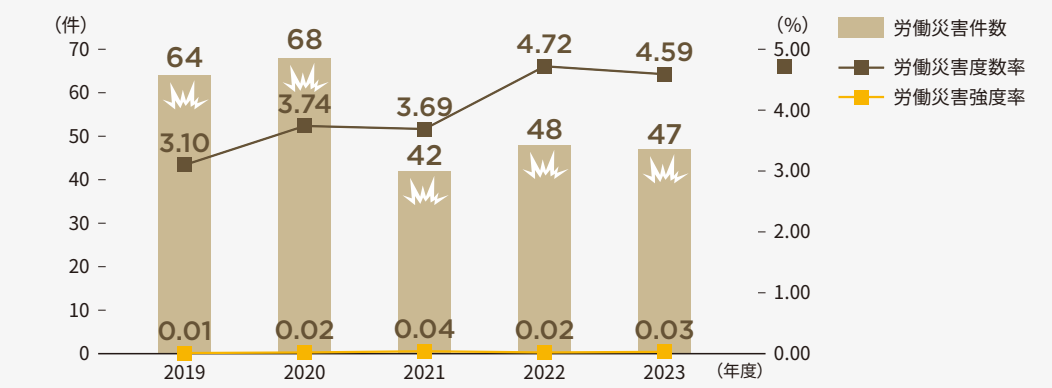
労働災害・
疾病の状況

労働災害・疾病の状況

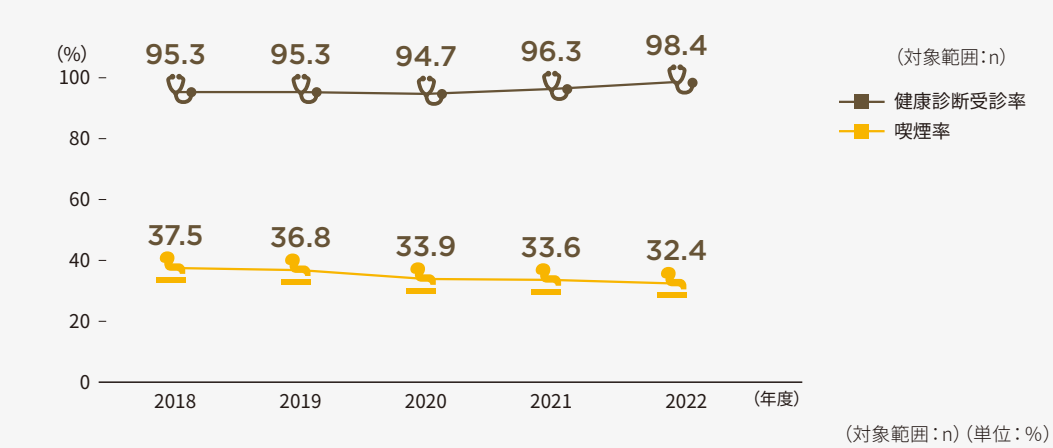
(対象範囲：n)

	2019	2020	2021	2022	2023
労働災害件数	64件	68件	42件	48件	47件
労働災害死亡者数	0名	0名	0名	0名	0名
労働災害度数率	3.10%	3.74%	3.69%	4.72%	4.59%
労働災害強度率	0.01%	0.02%	0.04%	0.02%	0.03%
メンタルヘルスに伴う休職者数 (1ヵ月以上休職者)	20名	21名	28名	33名	23名
従業員一人当たり 年間総労働時間	2,093.4時間/年	2,000.0時間/年	2,053.7時間/年	2,063.6時間/年	2,099.9時間/年
従業員一人当たり 月平均時間外労働時間	24.2時間/月	17.3時間/月	14.1時間/月	18.3時間/月	19.2時間/月

労働災害件数／労働災害度数率／労働災害強度率



健康経営の指標



		2019	2020	2021	2022	2023
健康診断受診率		95.3	95.3	94.7	96.3	98.4
喫煙率		37.5	36.8	33.9	33.6	32.4
		42.5	41.5	40.6	39.0	37.1
	女性	31.6	31.0	29.7	26.1	28.2
ストレスチェック受検率		—	82.3	88.0	93.9	94.3
	高ストレス者率	—	8.6	10.2	12.0	10.5

健康経営

健康経営の取り組み

当社は、従業員の身体と心の健康づくり、イキイキと働くことができる職場環境づくりを目的とし、健康経営責任者である管理本部長を中心に、人事部、健康保険組合、衛生委員会、産業医が連携し、従業員の心身の健康保持に取り組んでいます。

健康診断や健康・医療相談

- ・40歳以上の従業員には、法定項目を超える生活習慣病健診を実施
- ・50人未満の事務所に所属の従業員の健診結果についても、産業医の意見を聴取
- ・24時間365日無料の健康、医療相談窓口を設置

メンタルヘルス対策

- ・50人未満の事業所に所属の従業員に対してもストレスチェックを実施
- ・24時間365日無料のメンタルヘルス相談窓口を設置

ワークライフバランスの実現

- ・時間単位の有給休暇、半日単位の有給休暇、半日休日の導入
- ・年次有給休暇の積立制度の導入
- ・ノー残業デーの推進(本社)

感染症対策

- ・インフルエンザ予防接種補助金支給制度を導入

運動機会の増進

- ・スポーツクラブ補助金支給制度の導入(健康づくりを目的にスポーツクラブを継続的に〔6ヶ月以上〕利用している被保険者に補助金を支給)

女性活躍推進

- ・ウーマンアドバイザーの設置
- ・女性特有の検診の受診を推進
- ・女性活躍推進研修の定期実施

ビジネスと人権

マネジメントアプローチ

方針

青山商事グループの人権方針

青山商事グループは、自らの事業活動において影響を受けるすべての人々の人権を擁護することを責務として認識しています。そのため、人権尊重の取り組みの推進を目的として、2011年6月に国連人権理事会で採択された「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づく、「青山商事グループ人権方針」(以下、本方針)をここに定めます。

青山商事グループは、グループ全体の経営理念である「持続的な成長をもとに、生活者への小売・サービスを通じてさらなる社会への貢献を目指す」ことを念頭に、持続可能な社会の実現に貢献していくためには、グループの影響下にあるすべての人々の人権が尊重されなければならないことを理解しています。

1. 人権に対する基本的な考え方

本方針は、青山商事グループが、ステークホルダーに対する責任を果たすため、人権尊重の取り組みを約束するものです。そのため、我々はすべての人びとの基本的人権について規定した国連「国際人権章典」(「世界人権宣言」、「市民的および政治的権利に関する国際規約」、「経済的、社会的および文化的権利に関する国際規約」)や、労働における基本的権利を規定した国際労働機関(ILO)の「労働における基本的原則および権利に関するILO宣言」に加え、「賃金や労働時間など労働者の人権に関する条約」、国連「先住民族の権利に関する国際連合宣言」などの人権に関わる国際規範を支持し尊重します。

2. 適用範囲

本方針は、青山商事グループのすべての役員と従業員に適用します。加えて、青山商事グループは、自社の製品・サービスに関係するすべての取引関係者(ビジネス・パートナー)に対しても、本方針の遵守を求めます。

3. 人権尊重の責任

青山商事グループは、事業活動に負の影響を及ぼす可能性を完全には排除できないことを認識しています。我々は、自らの事業活動において影響を受ける人々の人権を侵害しないこと、また自らの事業活動において人権への負の影響が生じた場合は是正に向けて適切な対応をとることにより、人権尊重の責任を果たし、責任あるサプライチェーンを築いていきます。

4. 人権デューディリジェンス

青山商事グループは、人権デューディリジェンスの仕組みを構築し、青山商事グループが社会に与える人権に対する負の影響を特定し、その未然防止および軽減を図ります。

5. 対話・協議

青山商事グループは、本方針を実行する過程において、独立した外部からの人権に関する専門知識を活用し、ステークホルダーとの対話と協議を真摯に行います。

6. 教育・研修

青山商事グループは、本方針がすべての事業活動に組み込まれ、効果的に実行されるよう、適切な教育・研修を行います。

7. 救済

青山商事グループの事業活動が、人権に対する負の影響を引き起こしたことが明らかとなった場合、あるいは取引関係者等を通じた関与が明らかとなった、または関与が疑われる場合には、国際基準に基づいた対話と適切な手続きを通じてその救済に取り組みます。

8. 責任者

青山商事グループは、本方針の実行に責任を持つ担当役員を明確にし、実施状況を監督します。

9. 情報開示

青山商事グループは、人権尊重の取り組みの進捗状況およびその結果を、ウェブサイト等で開示します。

10. 適用法令

青山商事グループは、事業活動を行うそれぞれの国または地域における法と規制を遵守します。国際的に認められた人権と各国の法令に矛盾がある場合には、国際的な人権原則を最大限に尊重するための方法を追求します。

参照 ・ 青山商事グループ人権方針
https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/esg/s_business.html#s_business_detail_01

体制

当社グループでは、ESG担当役員が人権に関する全体統括をしています。事業活動に関連する人権課題に対しては、各人権課題に関連する各担当部門が対応しています。重要な人権課題については取締役会への報告、審議を行います。



人権デューディリジェンスの概要

当社グループは、「ビジネスと人権に関する指導原則」に則った人権尊重の取り組みを進めており、2021年3月に「青山商事グループ人権方針」を策定しました。

そして、人権方針に基づいた責任ある調達を推進するために、グループ調達方針および調達先行動規範を新たに策定しました。

2023年3月に、NPO法人経済人コー円卓会議（CRT）日本委員会の協力を得て、人権デューディリジェンスの一環である人権リスクアセスメントを実施しました。人権リスクアセスメントでは、当社グループのバリューチェーン全体の事業活動（調達－製造－物流－オフィス管理－販売－使用－廃棄）の各段階における、ライツホルダー（人権の負の影響を受ける可能性のある対象者）の人権に負の影響を与える可能性を評価することで潜在的な人権リスクを抽出し、今後優先して対応すべき国、事業、およびライツホルダーを明らかにしました。

2023年12月には、人権リスクアセスメントの結果に基づき、インドネシアの生産拠点の従業員を対象にアンケート調査と対面インタビューによる顕在的な人権影響評価（人権インパクトアセスメント）を実施しました。

人権デューディリジェンス対象範囲

■事業

当社グループの全事業

- ・ビジネスウェア、カード、印刷、メディア、雑貨販売、総合リペアサービス、フランチャイジー、その他

■バリューチェーン

当社グループの事業プロセスの各段階および影響が生じる範囲。主に以下のプロセスを含む

- ・原材料や製造委託先に関連するサプライチェーン（調達・製造）
- ・自社従業員に係るオペレーションプロセス（物流・オフィス管理・店舗）
- ・消費者に係るプロセス（販売・広告・宣伝）

■国・地域

当社グループの事業拠点がある以下7ヵ国

- ・日本、中国、インドネシア、オーストラリア、シンガポール、ニュージーランド、マレーシア

当社グループの主要取引先縫製工場がある以下6ヵ国

- ・中国、インドネシア、カンボジア、ベトナム、ミャンマー、ラオス

■ライツホルダー

- ・従業員、労働者（自社グループ、サプライヤー、ビジネスパートナー）
- ・製品・サービスの利用者（顧客）、消費者
- ・コミュニティの地域住民

潜在的
人権リスクの
特定

■人権指標

国際規範に挙げられた人権のうちビジネスとの関連が深い以下20の人権指標を抽出

- ・適正賃金（生活賃金、同一報酬）、労働時間、差別的慣行、労働安全衛生、結社の自由と団体交渉権、強制労働、児童労働、現代奴隷、人身取引、土地及び居住の権利、保安慣行、先住民の権利、マイノリティの権利、性的マイノリティの権利、表現の自由、救済へのアクセス、女性の権利、プライバシーの権利、若年労働者の権利、移民労働者の権利

人権への負の影響に関する評価プロセス

(1) 事業拠点のカントリーリスク評価

国際的なリスク分析・リサーチ・戦略予測の専門機関のデータベースを利用し、国別・人権指標別の人権リスクを4段階で評価しました。

(2) 事業リスク評価

売上高、調達金額、店舗数、従業員数などの事業規模から人権リスクへの影響度合いを評価しました。

(3) 潜在的な人権リスク評価

デスクトップ調査と社内人権ワークショップを実施し、カントリーリスク評価および事業リスク評価結果を基に、潜在的な人権リスクをライツホルダー、人権課題、バリューチェーンを評価軸として、当社事業が人権に負の影響を与える可能性を評価しました。

デスクトップ調査および社内人権ワークショップの結果を踏まえ、青山商事グループにとって関連性が高い潜在的な人権リスクを特定しました。

潜在的な人権リスク1

サプライチェーン上の人権侵害への加担

(1) 事業・バリューチェーン

- ・主に原材料や製造委託先に関連するサプライチェーン（調達・製造）

(2) 国・地域

当社グループの主要取引先縫製工場がある以下6ヵ国

- ・中国、インドネシア、カンボジア、ベトナム、ミャンマー、ラオス

(3) ライツホルダー

- ・サプライヤー労働者、地域住民

(4) 人権指標

- ・適正賃金、労働時間、差別的慣行、労働安全衛生、結社の自由と団体交渉権、強制労働、児童労働、移民労働者の権利、現代奴隷、土地の権利、保安慣行、先住民族の権利、マイノリティの権利、性的マイノリティの権利、女性の権利、プライバシーの権利、表現の自由、救済へのアクセス

(5) 当社グループとの関連性

取引先縫製工場は人権リスクが高い国で操業しており、労働諸問題は一部顕在的に発生していることが推定される。また、縫製工場に対する有効なマネジメント手法に課題があり、人権侵害への加担の潜在的リスクがあると評価された。

(6) 人権への負の影響の予防/低減/是正措置

- ・人権方針の周知、教育研修、およびグループ調達方針および調達先行動規範の共有を進めていく。
- ・調達プロセスの中に人権に関する確認・管理を行う手続（アンケートや社会性監査）を組み入れる。
- ・取引先縫製工場に対して、第三者機関と協力して人権インパクトアセスメントを実施し、顕在的な人権リスクを特定・評価した上で、是正を実施していく。
- ・取引先縫製工場の労働者と地域住民が利用できる苦情処理メカニズムを構築・運用する。

潜在的な人権リスク2

職場の従業員に係わる労働諸問題

(1) 事業・バリューチェーン

- ・主に自社従業員に係るオペレーションプロセス（物流・オフィス管理・店舗）

(2) 国・地域

当社グループの営業拠点や販売店舗がある以下7ヵ国

- ・日本、中国、インドネシア、オーストラリア、シンガポール、ニュージーランド、マレーシア

(3) ライツホルダー

- ・自社グループ従業員

(4) 人権指標

- ・適正賃金、労働時間、労働安全衛生、差別的慣行、女性の権利、救済へのアクセス

(5) 当社グループとの関連性

人員削減や店舗従業員不足から従業員に対する業務過多が発生し、長時間労働や精神的・健康的被害が一部顕在的に発生していることが推定される。また、販売店舗先で顧客からのハラスメントを受けた従業員に対する相談対応体制が整備されておらず、人権侵害の潜在的リスクがあると評価された。

(6) 人権への負の影響の予防/低減/是正措置

- ・長時間労働について、経営層をはじめとする従業員全体の長時間労働に対する意識改革を行っていく。
- ・従業員の業務量・業務内容、人員配置等を見直して、改善を行っていく。
- ・店舗従業員のための相談対応体制の整備と対応方法の作成を進めていく。
- ・従業員と定期的にエンゲージメントを実施し、彼らの懸念や問題の把握に努める。

潜在的な人権リスク3

消費者の権利の侵害

(1) 事業・バリューチェーン

- ・主に消費者に係るプロセス（販売・広告・宣伝）

(2) 国・地域

当社グループの販売拠点がある以下6ヵ国

- ・日本、中国、オーストラリア、シンガポール、ニュージーランド、マレーシア

(3) ライツホルダー

- ・消費者

(4) 人権指標

- ・マイノリティの権利、性的マイノリティの権利、プライバシーの権利、救済へのアクセス

(5) 当社グループとの関連性

多様性を尊重することが求められる中、チラシなどの販促物や店舗販売員のセールストークに差別的要素が含まれていることや、製作物（店頭ポスター・チラシ・店舗備品）における性別を匂わせるカラー使用など、消費者の人権を侵害するリスクがあると評価された。

(6) 人権への負の影響の予防/低減/是正措置

- ・多様性の尊重に関する方針を組織内に周知浸透させる。
- ・経営層をはじめとする従業員に対して教育や研修を提供し、多様性に係る企業文化を醸成していく。
- ・消費者と定期的にエンゲージメントを実施し、彼らの懸念や問題の把握に努める。

顕在的な人権影響評価（人権インパクトアセスメント）

人権リスクアセスメントの結果、潜在的な人権リスクとして特定されたサプライチェーン上の人権侵害や従業員・労働者に関わる労働問題に関して、国別人権リスクが高く、当社グループの主要商材であるスーツを製造しているインドネシアの生産拠点を対象に、従業員への事前アンケート調査および対面インタビューによる顕在的な人権影響評価を実施しました。

アンケート調査およびインタビュー内容は、国際基準である「ダッカ原則」（責任ある移住労働者の募集及び雇用のための原則）に基づき作成し、また客観性と中立性確保のため、第三者の立場として経済人コー円卓会議日本委員会が実施しました。併せて、管理層へのインタビュー、工場長との対話、および工場現場の視察を通じて、マネジメント状況の確認を行いました。

実施日

2023年12月13～15日

対象者

PT. FUKUFYO INDONESIAの4職場から選定した16名（正社員および契約社員）

評価方法

対象者への事前アンケート調査

対象者への対面インタビューによるヒアリング

評価結果

人権影響評価の結果、従業員の人権への著しい負の影響は認められませんでした。また、会社の労働関連のマネジメントは適正に行われており、従業員とのコミュニケーションも良好であることが確認されました。

その上で、従業員から残業時の休憩時間（適正な労働時間）、生理休暇の周知と取得（女性の権利の尊重）、職場の高温対策・換気・休憩スペース（労働安全衛生）等に関して課題を指摘する意見が挙がりました。

会社として、今回の評価結果を踏まえ、より一層の職場環境の改善と従業員とのコミュニケーションの円滑化に努めていきます。

人権に関する
エンゲージ
メント

ステークホルダーとのエンゲージメント

当社は、経済人コー円卓会議日本委員会が主催する人権に関するステークホルダーエンゲージメントプログラムに参加し、NGO/NPOや有識者などとの対話を通じ、幅広い人権問題について議論を行っています。
→詳細はP.5「サステナビリティマネジメント：ステークホルダーとの対話」をご参照ください。



社会・地域貢献活動

マネジメントアプローチ

方針

当社グループは、「持続的な成長をもとに、生活者への小売・サービスを通じてさらなる社会への貢献を目指す」という経営理念のもと、ESGの取り組みを推進しています。

そして、2030年までの国際目標である「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に貢献するために、事業活動におけるESGの取り組みと併せ、社会・地域貢献活動を通じた取り組みを重視しています。

災害支援、地域貢献、教育・スポーツ支援、環境保全などの分野において、当社グループがかかわる地域の発展や課題の解決に積極的な貢献を果たして参ります。

参照 ・取り組みの分類とSDGsとの関連性
https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/esg/#esg_detail_02

データ

社会・地域
貢献活動費

社会・地域貢献活動費

(対象範囲：n) (単位：百万円)

		2019	2020	2021	2022	2023
社会・地域貢献活動費総額		1.81	71.90	10.35	8.10	85.63
分野別	災害支援	0.00	0.00	0.00	0.00	10.00
	地域貢献	0.39	70.84	7.70	5.23	22.44
	環境保全	1.42	1.06	2.65	2.87	53.19
費目別	金銭寄付	1.42	1.06	2.65	2.87	13.19
	会費・協賛	—	—	—	—	7.08
	事業・投資	—	—	—	—	51.00
	現物提供	0.39	70.84	3.73	1.17	9.68
	人材提供	—	—	3.97	4.06	4.68

社会・地域
貢献活動実績

自治体との連携協定

- ・2018年3月 広島県福山市 「包括連携に関する協定」
- ・2022年12月 高知県梶原町 「森林保全に関する三者間連携協定」
- ・2023年7月 熊本県天草市 「防災に関する連携協定」
- ・2023年9月 新潟県佐渡市 「防災に関する連携協定」
- ・2023年10月 鹿児島県奄美市 「包括連携に関する協定」

[災害支援] 非常用食料の寄贈

当社は、2020年7月より災害用に備蓄している「非常用食品」を食品ロス削減等の観点から、日本赤十字社（広島県支部・鳥取県支部・山口県支部・香川県支部・高知県支部）と一般社団法人全国フードバンク推進協会を通じ、各地域のNPO団体等に順次寄贈させていただいています。

[災害支援] 防災毛布の寄贈

当社では、災害対策の強化に取り組む自治体や離島を含む遠隔地等に対して「災害支援用リサイクル毛布（防災毛布）」を寄贈させていただいています。



災害支援用リサイクル毛布（防災毛布）

寄贈自治体	寄贈年月日						防災毛布の 寄贈総枚数	備考
	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年		
石川県輪島市	3月25日	3月25日	3月25日	3月25日			400枚	3月25日：輪島市民防災の日
新潟県佐渡市		9月1日		9月1日	9月1日		300枚	9月1日：防災の日
鹿児島県奄美市		10月21日		10月21日	10月20日		300枚	平成22年10月 奄美豪雨災害（2010年10月）
熊本県天草市			7月12日	7月4日	7月12日		300枚	令和2年7月 豪雨災害（2020年7月）
鹿児島県龍郷町			10月20日				100枚	平成23年9月 奄美大島北部豪雨災害（2011年9月）
長崎県島原市					6月2日	5月27日	200枚	平成3年6月3日 雲仙普賢岳大火砕流（1991年6月3日）
佐賀県武雄市					8月18日	8月9日	200枚	令和元年8月 佐賀豪雨災害（2019年8月）
宮崎県小林市					9月13日	9月13日	200枚	令和4年9月 台風14号による被害（2022年9月）
大分県日田市						7月5日	100枚	平成29年7月 九州北部豪雨による被害（2017年7月）
福岡県田川市						7月11日	100枚	平成24年7月 九州北部豪雨による被害（2012年7月）
沖縄県名護市						8月1日	100枚	令和5年 台風6号による被害（2023年8月）
合計2,300枚								

防災毛布と同様に「TioTioプレミアムマスク」を寄贈させていただきました。

寄贈自治体	2023年度	合計
新潟県佐渡市	2024年1月	10,000枚
鹿児島県奄美市	2023年10月	5,000枚

[災害支援] 被災地支援

当社では、国内外の大規模な災害時に義捐金の寄付やグループ一体となった活動等を継続的な支援として位置付けています。

令和6年能登半島地震被災地支援活動

2024年1月1日に発生した令和6年能登半島地震により、被災された方々とそのご家族並びに関係者の皆様に心よりお見舞い申し上げるとともに、1日も早い復興をお祈り申し上げます。

＜被災地に対する支援について＞

義援金

2024年1月9日に、日本赤十字社を通じて復興支援のための義援金として1千万円を寄贈させていただきました。

2018年7月（西日本）豪雨被災地支援活動

2018年7月豪雨による西日本を中心とした豪雨災害により、お亡くなりになられた方々のご冥福をお祈りするとともに、被災者とそのご家族並びに関係者の皆様にに対し、心よりお見舞い申し上げます。

＜被災地に対する支援について＞

(1) 義援金

2018年7月20日に、日本赤十字社を通じ、広島県に対し2千万円を寄贈させていただきました。

(2) 支援物資

2018年7月9日に、岡山県倉敷市からの要請に対し、以下の物資の支援を実施いたしました。

- ・男性用Tシャツ・ポロシャツ等：15千枚
- ・男性用肌着・下着：12千枚

広島市豪雨災害被災地支援活動

2014年8月19日からの広島市における豪雨災害により、お亡くなりになられた方々のご冥福をお祈りするとともに、被災者とそのご家族並びに関係者の皆様にに対し、心よりお見舞い申し上げます。

＜被災地に対する支援について＞

義援金

2014年8月26日に、被災者の皆様の救援や被災地の復旧に役立てていただくための義援金として1千万円を広島市に寄贈させていただきました。

東日本大震災被災地支援活動

2011年3月11日に発生した東日本大震災により、被災された方々とそのご家族並びに関係者の皆様に心よりお見舞い申し上げるとともに、1日も早い復興をお祈り申し上げます。

＜被災地に対する支援について＞

(1)義援金

2011年3月18日に、日本赤十字社を通じて復興支援のための義援金として3億円を寄贈させていただきました。

(2)支援物資

宮城県、岩手県、福島県の災害対策本部と協議し、以下の物資の支援を実施いたしました。

- ・男性肌着：4万枚
- ・防寒衣料：1万枚
- ・機能ソックス：1万点
- ・マスク：100万枚

一日も早い復興を心よりお祈り申し上げますと共に、少しでも復興のお役に立てるよう従業員一同全力で支援して参ります。

[地域貢献] 新型コロナウイルス感染症対策支援

新型コロナウイルス感染症対策への支援として広島県福山市に対し、2020年5月、2021年1月、2月の合計3回、以下の物資の支援を実施いたしました。

- ・防護服：合計 約27千枚
- ・マスク：合計 20万枚

[地域貢献] 地域清掃活動への参画(芦田川を守る日)

当社は、福山本社近郊を流れる一級河川「芦田川」の 一斉清掃活動に2019年6月より参加いたしました。今後も一斉清掃に継続的に参加し、自然環境保全・協働のまちづくりに取り組んでいきます。



[地域貢献] バリアフリーな店舗設計

どなたも快適に過ごしていただけるように、店舗のバリアフリー化をすすめています。

たとえば「洋服の青山 伊勢インター店」の場合、トイレには呼び出しボタンを設置し、両脇に手すりのある車椅子使用者用便座を使用しております。

快適にお買物をしていただけるお店を、そしてすべての人にやさしいお店を、当社はこれからも作っていきます。



[地域貢献] こども110番の登録(安心のまちづくり・防犯活動への協力)

当社は、子供たちが登下校時などに「不審者からの声かけ、ちかん、付きまとい行為」等の被害を受けて身の危険を感じた時に、避難場所として駆け込み、住民が一時的に保護して警察に通報(110番)する制度である「子ども110番の家」に登録しております。登録店舗数は、全国の「洋服の青山」400店舗以上にのぼり、子供たちを犯罪から守るため継続的に協力をしています。



引用元「警視庁ホームページ」

[教育支援] スーツ着こなし講座を無料開催

当社では、スーツ着こなし講座を大学、短大、専門学校、高校、就労支援センター等にて、無料開催しています。就職活動をする学生や新社会人として就労する方たちに、正しいスーツの着こなしを学んでいただくことで、就活や新社会人生活を支援しています。



	2019	2020	2021	2022	2023
スーツ着こなし講座の受講者数 (延べ人数：名)	104,671	72,643	57,140	66,847	82,551
スーツ着こなし講座の開催数 (延べ件数：件)	1,397	992	915	1,061	1,227

[教育支援] 職場体験学習の受け入れ

当社では、職場体験学習として小学校、中学校、高等学校等を合わせ、年間100校以上・約400名の児童・生徒の皆さんを店舗にて受け入れています。皆さんが、職場で働くことを通じて、接客を実体験したり、働く人々と接したりする学習活動を支援しています。



	2021	2022	2023
職場体験学習受け入れ人数	416	613	816
職場体験学習受け入れ校数	130	193	258

[スポーツ振興支援] スポーツチームへのオフィシャルスーツ提供

当社は、スポーツ支援活動を通じて、スポーツ界の発展に貢献することを目指し、野球、サッカーのプロチーム公式スーツサプライヤーとしてサポートをしています。

プロ野球球団では、福岡ソフトバンクホークス、北海道日本ハムファイターズ、東北楽天ゴールデンイーグルス、オリックス・バファローズ、東京ヤクルトスワローズの各球団、Jリーグクラブでは、ヴィッセル神戸、サンフレッチェ広島の公式スーツを提供しています。



福岡ソフトバンクホークス



サンフレッチェ広島



本サステナビリティデータブックに関するお問い合わせ先

青山商事株式会社

本社所在地 〒721-8556 広島県福山市王子町1-3-5

問合せ先 総合企画部 E-mail: irinfo@aoyama-syouji.co.jp TEL: 084-920-0050

広報部 E-mail: pr@aoyama-syouji.co.jp TEL: 03-5846-5656

2024年11月発行