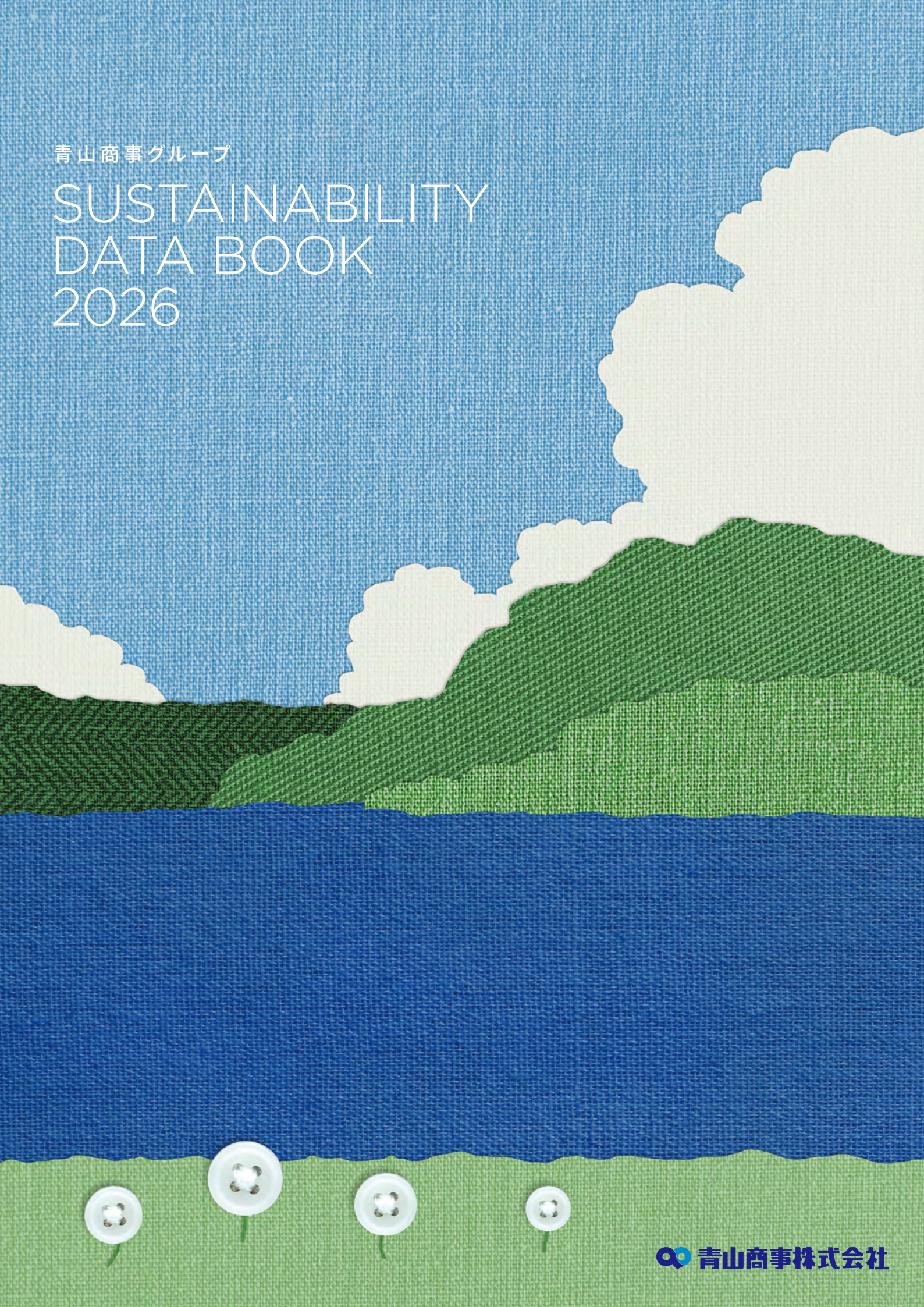
青山商事グループ

SUSTAINABILITY DATA BOOK 2026



青山商事株式会社

トップ
メッセージ

私たちは、ビジネスウェアと様々なサービスを通して、持続可能な社会の実現に貢献します



いつも青山商事グループをご支援いただき、ありがとうございます。当社グループは、「より良い物をより安く洋服の販売を通して社会に貢献する」の創業理念のもと、紳士服専門店をスタートし、現在では衣服に関わる様々な商品とサービスを展開していますが、衣服には、自分らしさを表現し、モチベーションを高める、とても大切な役割があると思っています。

一方で、ファッション業界は、着用後の衣類廃棄などによる環境負荷への影響が大きいことが課題です。私たちが提供するウールを原材料としたスーツも製造過程で多くの水を使用し、生物多様性に配慮した調達の観点からも、その責任の一端を担い、課題に真摯に向き合う必要があります。

これまでの取組みでは、2024年度にマテリアリティを特定し、経営とサステナビリティの統合を進めています。具体的には「終わらない服をつくろう」をテーマに、お客さまから使用済み衣類を回収し、リサイクルスーツとして新たな形に生まれ変わらせることや、過去に被災を経験した自治体へ寄贈する防災毛布の作製など資源循環への活動に取組んでいます。また、「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づく当社グループの人権方針を定め人権リスクアセスメントを実施し、その結果をもとに海外の生産拠点の従業員を対象に対面インタビューとアンケートによる人権影響評価も行っています。

私たちは、企業の成長に最も重要な要素として「人財」への投資を位置付けていますが、サステナビリティの根幹も「人」であると思っています。従業員が働きがいを感じ、生き生きと活躍できる環境をつくることで、課題に対し自ら考え判断し行動する「自律型人材の育成」につなげ持続的な成長を実現していきます。

今後も私たちは、環境・社会課題の認識と解決のために、ビジネスウェアと様々なサービスを通して、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

代表取締役社長　遠藤泰三

青山商事グループ SUSTAINABILITY DATA BOOK 2026

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 18
リスクマネジメント 25
コンプライアンス 29
サプライチェーンマネジメント 32
カスタマーリレーションシップマネジメント 35

Environment
環境
環境マネジメント 40
気候変動 44
水資源 62
汚染防止/資源利用 64
生物多様性 72

Society
社会
ダイバーシティ&インクルージョン 74
労働慣行 81
人材育成と働き方 85
労働安全衛生 92
ビジネスと人権 96
社会・地域貢献活動 104

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

2025年度（2025年4月1日～2026年3月31日）の取り組みを中心に、一部、過去の経緯や2026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
・IFRS財団 国際統合報告フレームワーク

Sustainability Management
サステナビリティマネジメント



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こう」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

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

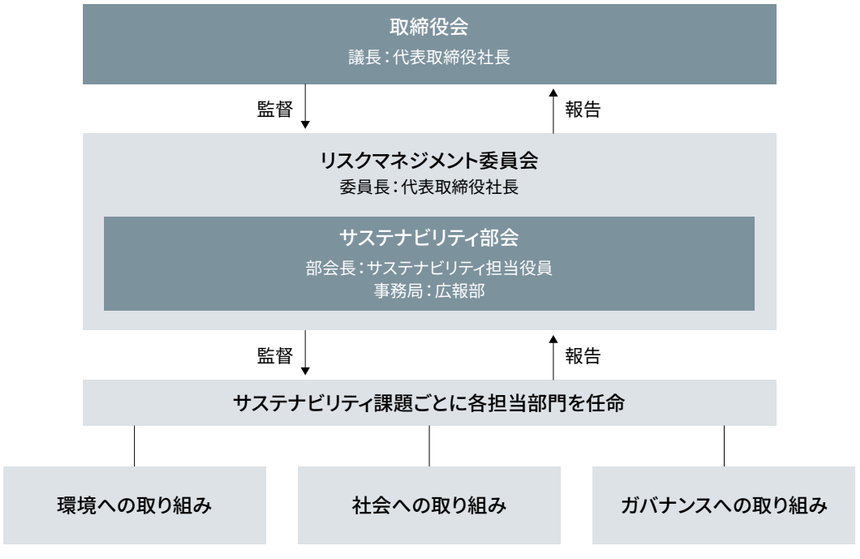
人を最大の経営資本と定め、働き方改革・女性活躍推進に取り組むとともに、地域との共創実現のための環境整備をしていく。

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
https://www.aoyama-syouji.co.jp/sustainability/index.html

サステナビリティ推進体制



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］CO_2排出量2013年度比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
・2025年 2月　人権デューディリジェンスとサプライチェーンについて
・2025年 9月　投資家が求めるサステナビリティ経営、TCFDとTNFDを活用した情報開示について
・2025年10月　森林保全・生物多様性の取り組み動向とその効果・価値について
・2026年 2月　人権デューディリジェンスとバリューチェーン上の影響評価
・2026年 9月　CDP質問書が経営に問うていること
・2026年11月　人的資本経営について

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）

・30by30アライアンス

ステークホルダー・エンゲージメント

青山商事グループのステークホルダー

ステークホルダー	コミュニケーション計画・機会	頻度
消費者、一般市民、顧客	店舗での接客販売、お客様相談室（電話・メール）、お客様アンケート等	日常的・随時
自社グループ従業員	イントラネット、WEB社内報、内部通報窓口（社内）、経営層との座談会、各種研修、従業員満足度調査、各種表彰制度等	日常的・随時
サプライヤー従業員	調達活動を通じたコミュニケーション、各種お問合せ、Sedex説明会等	日常的・随時
地域社会、環境	環境活動（植樹活動・地域清掃活動・衣料品回収イベント等） 地域貢献活動（各種連携協定対応・出前講座・防災毛布寄贈・金銭寄付等）	随時
株主、投資家、アナリスト	IR問い合わせ・取材対応、株主・投資家向けWebサイト適時開示等の証券取引所の規則に即した情報開示	適時・随時・常時
	サステナビリティデータブック、決算説明会、株主総会、決算短信、有価証券報告書	1回～2回/年
政府（官公庁）、メディア	法令に基づく各種提出文書、省庁主催のアワードや勉強会、プレスリリース（適時開示含む）、広告宣伝物（TV・新聞・雑誌等）	日常的・随時

人権に関するステークホルダーエンゲージメント

当社は、経済人コー円卓会議日本委員会（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　・2025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）
（日本語）https://www.aoyama-syouji.co.jp/sustainability/social/pdf/2025_SHE_final_report_jp.pdf
（英語）https://www.aoyama-syouji.co.jp/sustainability/social/pdf/2025_SHE_final_report_en.pdf

社外からの評価

ESGインデックスへの組み入れ（2026年7月時点）

MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数※1

米国のモルガン・スタンレー・キャピタル・インターナショナル（MSCI）社により作成され、親指数（MSCI 日本株 IMI指数）構成銘柄の中から、ESG評価に優れた企業を選別して構築される指数です。

2026 CONSTITUENT MSCI日本株 ESGセレクト・リーダーズ指数

FTSE JPX Blossom Japan Index※2

ロンドン証券取引所グループのFTSE Russellにより開発され、ESGの対応に優れた日本企業により構成される指数です。

FTSE JPX Blossom Japan Index

FTSE JPX Blossom Japan Sector Relative Index※3

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。

FTSE JPX Blossom Japan Sector Relative Index

S&P/JPX カーボン・エフィシェント指数

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。

S&P/JPX カーボン エフィシェント 指数

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。

2026 Sompo Sustainability Index

※1 青山商事株式会社のMSCIインデックスへの組み入れ、およびMSCIロゴ、商標、サービスマークまたはインデックス名のここでの使用は、MSCIまたはその関連会社による青山商事株式会社への後援、推奨、販促には該当しません。
MSCIインデックスはMSCIの独占的財産です。MSCIおよびMSCIインデックスの名前とロゴは、MSCIまたはその関連会社の商標またはサービスマークです。

※2 FTSE Russell (FTSE International Limited と Frank Russell Companyの登録商標)はここに青山商事株式会社が第三者調査の結果、FTSE JPX Blossom Japan Index組み入れの要件を満たし、本インデックスの構成銘柄となったことを証します。FTSE JPX Blossom Japan Indexはグローバルなインデックスプロバイダーであるftse Russellが作成し、環境、社会、ガバナンス（ESG）について特定の対応を行っている日本企業のパフォーマンスを測定するために設計されたものです。FTSE JPX Blossom Japan Indexはサステナブル投資のファンドや他の金融商品の作成・評価に広く利用されます。

※3 FTSE Russell (FTSE International Limited と Frank Russell Companyの登録商標)はここに青山商事株式会社が第三者調査の結果、FTSE JPX Blossom Japan Sector Relative Index組み入れの要件を満たし、本インデックスの構成銘柄となったことを証します。FTSE JPX Blossom Japan Sector Relative Indexはサステナブル投資のファンドや他の金融商品の作成・評価に広く利用されます。

認定・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2025年にスコア「A」の評

Climate CDP A List 2025　Supplier Engagement Leader CDP 2025

価を受けました。また、サプライヤーエンゲージメント評価においても、サプライチェーン全体での気候変動対策が評価され、最高評価となる「サプライヤ・エンゲージメント・リーダー」に2年連続で選定されました。

環境省「自然共生サイト 回復タイプ」認定

「自然共生サイト」は、民間の取り組みなどによって生物多様性の保全が図られている区域を環境省が認定する制度です。

一般社団法人more trees（モア・トゥリーズ）、高知県檮原町との「森林保全に関する連携協定」に基づく、『AOYAMAの森（仲洞地区）』において、継続的な植樹や生態調査といった生物多様性を回復する活動が評価され、2026年6月に「自然共生サイト 回復タイプ」の認定を受けました。

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」、「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2026年3月に「健康経営優良法人2026（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7年連続7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り組みが評価され、「くるみん認定」を取得しました。

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。

PRIDE指標

当社は、2025年11月に職場におけるLGBTQ+などのセクシュアル・マイノリティに関する取り組みの評価指標「PRIDE指標2025」において、2年連続で「ブロンズ」の認定を受けました。

「PRIDE 指標」は、LGBTQ+など性的マイノリティが働きやすい職場づくりを日本で実現するためにwork with Pride が2016 年に策定した日本で初めてとなるLGBTQ+に関する企業・団体等の取り組みの評価指標です。Policy（行動宣言）、Representation

（当事者コミュニティ）、Inspiration（啓発活動）、Development（人事制度・プログラム）、Engagement/Empowerment（社会貢献・渉外活動）の5 つの指標で構成されており、各指標内で指定の要件を満たしていれば点数が付与され、点数により、ゴールド、シルバー、ブロンズとして企業・団体が認定されます。

当社はダイバーシティ&インクルージョン推進の一環としてSOGI(LGBTQ＋)に関する方針の公表や新人管理職向けSOGIハラスメント研修、採用担当者向け研修に加え、全従業員に向けたSOGIに関するガイドラインの作成・配信等を行っており、この度これらの取り組みが評価されました。

表彰

第12回グッドライフアワード「環境大臣賞　優秀賞」（2024年）

環境省主催の企業、学校、NPO、自治体、地域コミュニティ、個人などの環境と社会によい活動を応援するプロジェクトで、SDGsを体現する取り組みを幅広く表彰しています。

青山商事がこれまで取り組んできた使用済み衣類の回収と資源循環の仕組みを進化させ、リサイクリングBOXを全国の店舗へ設置しお客様が気軽に参加しやすい環境の整備、また、回収した衣類の一部を使用した循環型リサイクル商品の実現やリサイクル防災毛布の作製・寄贈および森林保全活動への参画など、お客様と共に歩むエコ活動「WEAR SHiFT」の取り組みが評価され、「第12回グッドライフアワード」において「環境大臣賞 優秀賞」を受賞しました。

エコマークアワード2020　「優秀賞」「エコ・オブ・ザ・イヤー」（2020年）

公益財団法人日本環境協会が2010年度に創設した表彰制度で、企業や団体における環境配慮への優れた取り組み事例を表彰し、広く公表することで、エコマーク認定商品・サービスのより一層の普及を推進し、持続可能な社会の実現に寄与することを目的としています。

青山商事の“環境配慮型商品の販売”“お客様との環境活動”“省エネ・リサイクル活動”など、店舗における環境配慮への取り組みが評価され、「エコマークアワード2020」において、エコマークアワード創設以来初めて「優秀賞」並びに「エコ・オブ・ザ・イヤー」の2つを同時受賞しました。

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、当社の取締役会の承認を得ています。

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	人権デューディリジェンスの推進	
	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関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、毎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

↓

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

↓

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

↓

Step3 マテリアリティの特定
上記の“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

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。

ステークホルダーへの影響 ＼ 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
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、CO_2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					●	●	
	地域活性化、経済効果の創出			●		●		
ガバナンス	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ヵ国※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ヵ国

※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）、トランスペ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ヵ国+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）		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ーの確保（認証取得等） ・ダイバーシティ&インクルージョンへの対応 ・環境配慮型商品の開発	・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年度まで） ・出店20-40店舗（2026年度まで） ・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 ・外部通報窓口の設置	・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年度まで） ・男性育児休業取得率60%以上（2026年度まで） ・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年度まで） ・Sedex登録工場を通じた調達数割合 33%以上 ・Sedex登録工場を通じた調達金額割合 62%以上（2026年度まで）
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	・省エネ推進、再生可能エネルギー導入拡大	・CO_2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 CO_2排出量 66%削減（2013年度比） 2030年 再生可能エネルギー導入率 34% 【3カ年目標】 2026年 CO_2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



Governance
ガバナンス

コーポレートガバナンス

マネジメントアプローチ

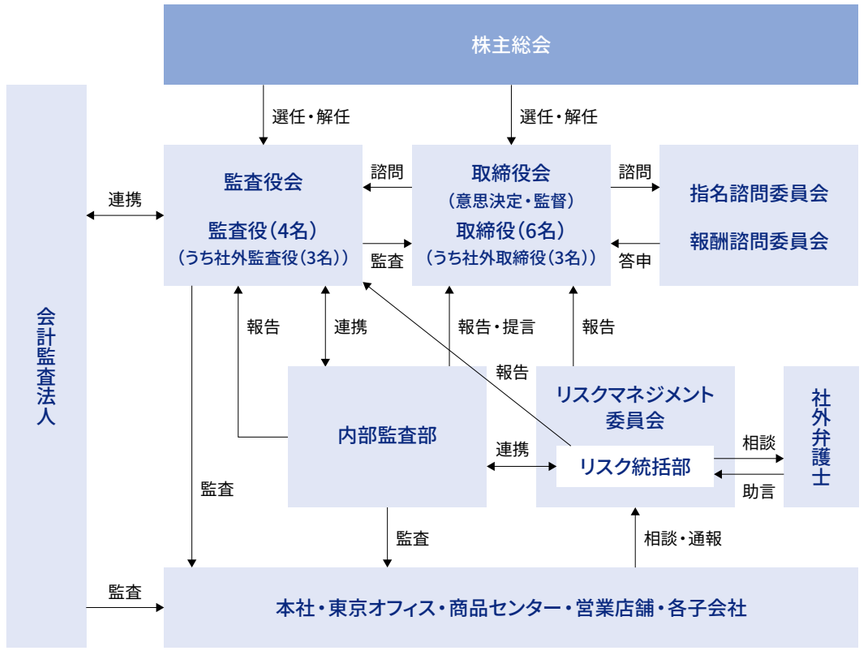
方針

当社は、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、株主価値を重視した経営を展開すべきと考えております。また、企業競争力強化の観点から経営判断の迅速化を図ると同時に、持続的な企業価値向上を実現するために、意思決定及び業務執行並びにそれらの監督を適正に行える体制を構築し、経営の適法性、効率性及び透明性を高め、コーポレート・ガバナンスの一層の充実に主眼を置いた経営を目標にしております。

体制

コーポレート・ガバナンス体制図

（2026年6月26日現在）



参照　・コーポレート・ガバナンス
https://www.aoyama-syouji.co.jp/sustainability/governance/governance.html
・コーポレートガバナンス報告書
https://www.aoyama-syouji.co.jp/sustainability/governance/governance.html#anc-02

データ

コーポレート・ガバナンスの独立性

企業統治の体制の概要及び当該体制を採用する理由

当社は、法令及び定款に基づく会社の機関として、株主総会及び取締役のほか、取締役会、監査役、監査役会及び会計監査人を設置しております。これらが実効性をもって機能するために、業務の適正を確保するための体制等の整備についての基本方針を取締役会の決議により定め、当該基本方針の下で業務の適法性及び効率性を確保し、リスクの管理を実行することにより、コーポレート・ガバナンスの体制を整備しております。

当社は、社外取締役3名（経営者2名及び弁護士1名）を含む取締役会と、独立した社外監査役3名（弁護士、税理士及び公認会計士）を含む監査役会により業務執行を監査・監督する体制を採用しており、社外取締役及び社外監査役がそれぞれ専門的な立場から業務執行の適法性を監査するとともに、独立した立場から経営を監視する役割を担っております。そのため、当社においては、現状のコーポレート・ガバナンス体制が有効に機能していると判断しております。

参照　・コーポレート・ガバナンスの状況等
https://www.aoyama-syouji.co.jp/ir/management/governance.html

コーポレート・ガバナンスの構成

取締役数、監査役数

（単位：名）

		2022	2023	2024	2025	2026
取締役	総数	5	6	6	6	6
	うち、女性	0	1	1	1	1
	うち、外国人	0	0	0	0	0
	業務執行取締役	2	2	2	2	2
	非業務執行取締役	1	1	1	1	1
	社外取締役	2	3	3	3	3
監査役	総数	4	4	4	4	4
	うち、女性	0	0	1	1	1
	うち、外国人	0	0	0	0	0
	常勤監査役	1	1	1	1	1
	社外監査役	3	3	3	3	3

取締役会議長

代表取締役社長　遠藤　泰三

※ 定時株主総会時を基準とする。

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2名の取締役（うち独立社外取締役1名）の合計3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	小売・営業・マーケティング	人事・人材開発	法務 リスクマネジメント コンプライアンス	財務・会計・金融	ESG サステナビリティ
	取締役	青山 理	○	○				○
	取締役	遠藤　泰三	○	○			○	
○	取締役	小川　誠		○	○	○		
○	取締役	小林 宏明（社外）	○				○	
	取締役	加賀美 由加里（社外）	○	○				○
○ 委員長	取締役	野上 昌樹（社外）				○		
	監査役	大迫 智一			○		○	
	監査役	大北 貴（社外）					○	
	監査役	疋田 鏡子（社外）					○	○
	監査役	中嶋 隆則（社外）				○		

（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

	2024年度	2025年度
取締役会の開催回数	24回	24回
取締役会の平均出席率	99.3%	98.7%
取締役の任期	2年	2年
取締役の平均在職期間	12.7年	9.0 年

取締役会の実効性に関する分析及び評価結果

1. 取締役会の在り方

決議機関としての機能は十分に果たしているという意見がある一方で、業務執行からの独立性を高め、今以上に監督機能を強化する必要があるという指摘もございました。

2. 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）中長期的な独立社外取締役や女性取締役の構成比率の引き上げ、及び経営戦略に照らして必要なスキルの充足について、今後の重要な検討課題として改めて認識を共有いたしました。

3. 取締役会の運営

（1）取締役会の審議時間は十分に確保され建設的な議論や意見交換がなされているとの意見がある一方で、重要事項を集中的に審議するための審議項目の選別が必要との指摘もございましたので、見直しを検討して参ります。

（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。

4. 経営戦略・経営計画

（1）事業ポートフォリオの最適化の観点では、グループ全体での議論が進んでいるとの評価がある一方で、未来のビジョンや中長期的な戦略等についての議論がさらに必要である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）経営計画の進捗状況に関するフォローアップ体制については、適時の報告と詳細な検証、及び取締役会における報告・運用のあり方について、さらなる改善を求める声がございましたので、引き続き運用の高度化に取り組んでまいります。

（3）最高経営責任者等の後継者計画については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。

5. 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。

6. 社外取締役のパフォーマンス

取締役会に対し、それぞれの専門的な見地からの適切な助言や経営監督機能が一通り果たされているとの評価がある一方で、さらなる機能強化に向けて、社外取締役の知見をより活かせる仕組みのあり方について改善を求める声がございましたので、一層の改善を図って参ります。

7. 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。

8. トレーニング

役員に求められるトレーニングの支援や機会は、概ね十分であるとの評価がある一方で、コーポレート・ファイナンス、データやDX・AIの活用、マーケティングといった専門知識のさらなる深化に向け、個々の役員のニーズに応じた自発的な知識習得への継続的な支援の必要性について、改めて認識を共有いたしました。

9. 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。

10. 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。

11. 委員会の運営

各諮問委員会において、経営体制の刷新に向けた十分な議論がなされ新体制への移行が円滑に完了したことから、適切に機能していると評価しております。今後の重要課題としては、最高経営責任者等の継続的なサクセッションプランの検証、及び報酬制度の見直し等について、引き続き各委員会を中心に検討を深めていく必要性を認識しております。

12. 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、新体制の下での変化や前向きな取り組み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

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、月額の固定報酬とし、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、株式給付信託（BBT-RS）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（2025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	175	133	23	19
監査役（社外を除く）	1人	20	20	—	—
社外役員	6人	48	48	—	—



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　遠藤　泰三

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」「ビジネスウェア事業環境」「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」「サイバーセキュリティ及びシステム障害」「AI技術の利活用」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、内部監査を定期的に実施し、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（DX戦略本部長）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。

危機管理

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。

事業継続方針

青山商事グループ（以下、「当社」といいます。）はビジネスウェア事業、カード事業、印刷・メディア事業、雑貨販売事業、総合リペアサービス事業、フランチャイジー事業などを主な事業としており、これらの事業が中断した場合、お客様からの信頼を失うことが予想されることから、当社の事業を中断させる様々な脅威への対応として、この方針に基づく事業継続計画（以下、「BCP」といいます。）を策定し、社内外の環境変化に応じた継続的改善を行っていきます。

1. 事業中断の防止ならびに是正

当社は、優先して継続・復旧すべき事業を明確にし、早期に事業が復旧出来るよう、事業の中断に関するリスクを十分に認識及び分析し、必要かつ合理的な管理措置を講じ、緊急事態発生時の体制ならびに対応手順を事前に定めておくことにより、事業中断の防止を図ります。また、事業継続に影響を及ぼす新たな脅威を察知した際には、遅滞なく是正処置を講じます。

2. 事業継続に関する意識と組織対応能力の向上

当社は、BCPに関する教育ならびに演習を定期的に実施することにより、事業継続に関する意識と組織対応能力向上を図ります。

3. 法令、国が定める指針その他の規範の順守

当社は、BCPの策定に当たり、事業継続に関する法令、国内外の指針、その他の規範等を順守します。

4. 持続可能な開発目標の達成に向けた貢献

当社は、BCPの策定を通して、気候関連災害や自然災害に対する強靭性（レジリエンス）及び適応の能力を強化することにより、SDGs（Sustainable Development Goals =持続可能な開発目標）の達成に貢献します。

5. BCPの継続的改善

この方針を基本理念として策定するBCPについて、事業内容の変化、社会情勢及び内外から寄せられるお問い合わせの内容を十分考慮し、継続的に改善します。

本方針は、当社の取締役会の承認を得ており、代表取締役社長により署名されています。

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OMOリテール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、ESG推進・コーポレート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。

コンプライアンス

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/index.html

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、60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　遠藤　泰三

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

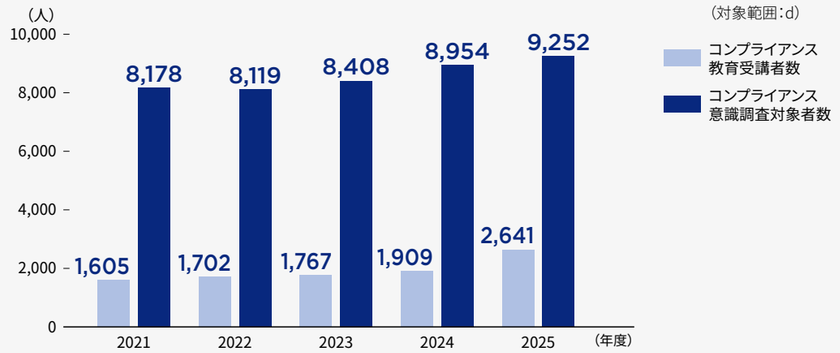
コンプライアンスに関するマネジメント

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、新人店長・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発活動などを主に実施しています。



内部通報制度/社外通報窓口

当社では、グループ会社を含む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います。

リスク統括部への内部通報窓口と並行して、第三者機関による社外通報窓口を設置し通報者の匿名性や守秘性を高める運用を行っております。

利用方法については、毎月1回実施しているコンプライアンス便りなどで周知しています。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「コンプライアンス規程」で、通報者や相談者の保護、個人情報の保護を規定し、相談窓口の周知と併せて徹底しています。

（対象範囲：d）（単位：件）

	2021	2022	2023	2024	2025
内部通報/社外通報窓口 通報件数	107	115	126	107	190

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もありません。

（対象範囲：n）（単位：件）

	2021	2022	2023	2024	2025
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）

	2021	2022	2023	2024	2025
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、中小受託取引適正化法・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）

	2021	2022	2023	2024	2025
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）

	2021	2022	2023	2024	2025
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/sustainability/governance/scm.html#anc-01

体制

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、商品を調達する部門が重衣料、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。

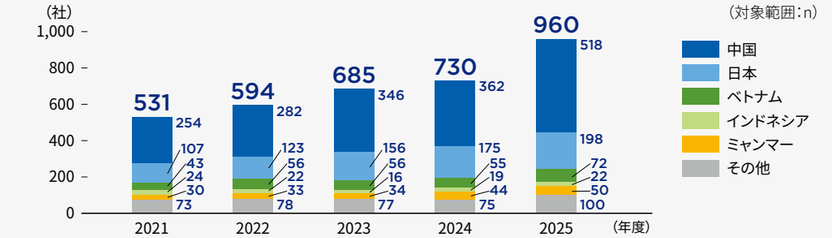
最終的に入荷した商品は、当社の品質基準に則って検査を行ない、その品質検査に合格したもののみを安心・安全な商品として提供しています。

データ

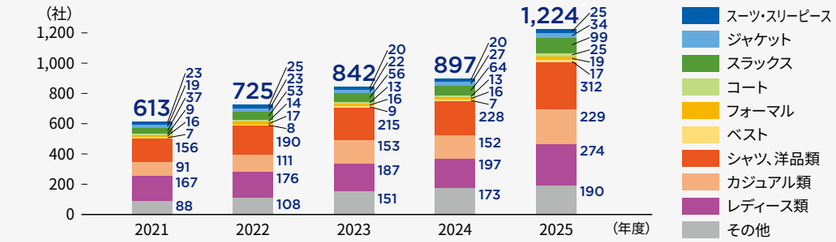
サプライチェーンの状況

サプライヤー数

Tire1サプライヤー数（国/地域別）

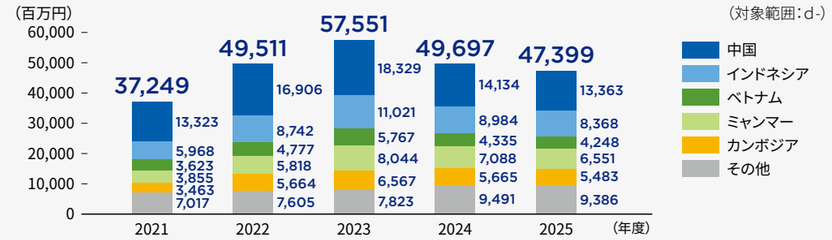


Tire1サプライヤー数（調達品目別）

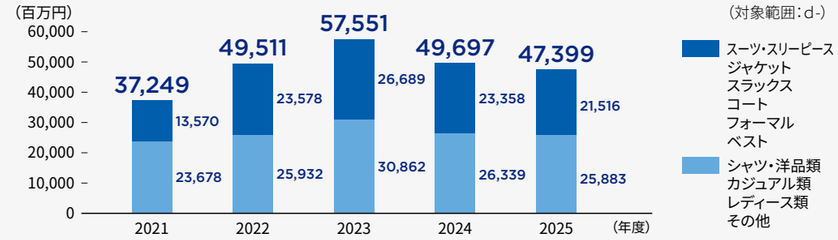


調達金額

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/sustainability/governance/scm.html#anc-02

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 32工場(2026年3月末現在)

	2021	2022	2023	2024	2025
Sedex登録サプライヤー数	14社	20社	23社	29社	32社
Sedex登録工場を通じた調達数の割合	19.1%	29.3%	31.3%	31.0%	34.4%
Sedex登録工場を通じた調達額の割合	40.3%	52.6%	55.6%	52.4%	60.7%

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/sustainability/governance/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/index.html

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に加え、戦略商品の開発、商品MDや法人営業の強化をおこなうことで、持続的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/about/plan.html

データ

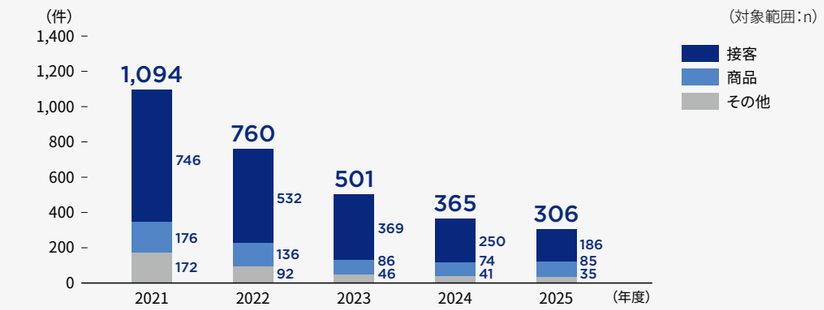
顧客満足

お客様からのご意見への対応（洋服の青山・スーツスクエア他※）

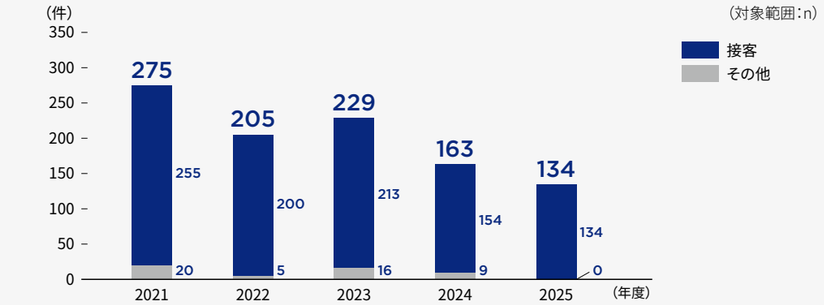
お客様から頂いたお叱りのご意見に対し、ご不快な思いをおかけした事に対するお詫び（限定謝罪）を行った上で、傾聴を基本として、お客様からの想いやご要望についてヒアリングします。店舗スタッフに関するご指摘内容であれば、店舗責任者よりお客様へお詫びのご連絡と、お客様からのご要望に対してできる限りの対応を行います。また、今回のご指摘に繋がった「原因」と「対策」について、店舗責任者から本部へ状況報告を実施、取りまとめた内容を毎週全店へ注意喚起コメントとともにフィードバックを行い、再発防止に努めています。

※「SUIT SQUARE」,「UNIVERSAL LANGUAGE」,「UNIVERSAL LANGUAGE MEASURE'S」。

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のうち、メイン商材であるスーツおよび礼服に関しては、(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。2025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・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。

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、DX推進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）

	2021	2022	2023	2024	2025
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/index.html

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

1. 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。
2. 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。
3. 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。



Environment
環境



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であるパリ協定が掲げる「平均気温上昇を1.5℃以内に抑える」という目標に賛同し、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/sustainability/environment/management.html#anc-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　遠藤　泰三
審議機関
取締役会

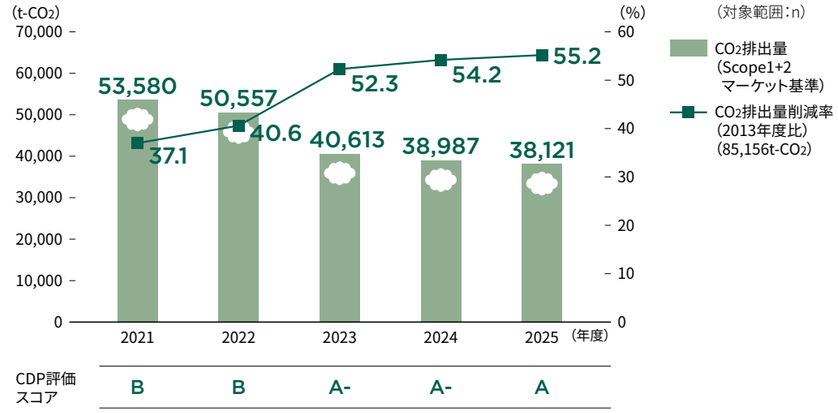
中長期目標

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CO_2排出量（85,156t-CO_2）から59％削減（約50,242t-CO_2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

2025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41.8％減少しました。
2025年度現在のCO_2排出量（Scope1+2）は、2013年度比で55.2％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、CO_2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：％）

		2021	2022	2023	2024	2025
ISO14001	国内事業所	0	0	0	0	0
	海外事業所	0	0	0	0	0
自社EMS	国内事業所	100	100	100	100	100
	海外事業所	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	2021	2022	2023	2024	2025
エネルギー使用量	GJ	1,109,035	1,045,740	893,650	884,553	864,010
電気	千kwh	110,674	104,558	103,107	102,002	99,576
原油	kl	67	1	0	1	2
LPG	t	28	27	29	27	38
都市ガス	千㎥	30	34	33	34	38

※2023年度実績より改正省エネ法（2023年4月）を適用

水

	単位	2021	2022	2023	2024	2025
水使用量	m^3	129,218	109,903	109,723	113,122	113,473
上水	m^3	129,218	109,903	109,723	113,122	113,473
その他	m^3	0	0	0	0	0

（対象範囲：n）

Output

温室効果ガス

	単位	2021	2022	2023	2024	2025
温室効果ガス排出量	t-CO_2	412,388	496,253	474,934	425,895	392,546
Scope1	t-CO_2	796	1,094	677	841	941
Scope2	t-CO_2	52,784	49,463	39,936	38,146	37,180
Scope3	t-CO_2	358,807	445,696	434,321	386,908	353,795

水

	単位	2021	2022	2023	2024	2025
排水量	m^3	129,218	109,903	109,723	113,122	113,473
下水	m^3	129,218	109,903	109,723	113,122	113,473
その他	m^3	0	0	0	0	0

廃棄物

	単位	2021	2022	2023	2024	2025
廃棄物発生量	t	4,503	4,547	4,471	4,202	4,506
リサイクル量※	t	340	350	441	440	382
最終処分量	t	4,163	4,197	4,030	3,762	3,674

※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	2021	2022	2023	2024	2025
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・スーツスクエア他では、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。

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、既存登録、新規登録のサプライヤー向け（主要取引先様）説明会をそれぞれ年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：%）

	2021	2022	2023	2024	2025
グリーン購入比率（品目割合）	28.0	33.3	34.6	31.5	32.9

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）

	2021	2022	2023	2024	2025
重大な違反件数	0	0	0	0	0

気候変動

データ

TCFD提言に基づく情報開示

TCFD※1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り組み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※2」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提言に沿ったCDP※3への回答などによる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、フレームワークに沿った情報開示を行っており、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。

※1 気候関連財務情報開示タスクフォース
※2 SDGs：Sustainable Development Goals
※3 旧Carbon Disclosure Project

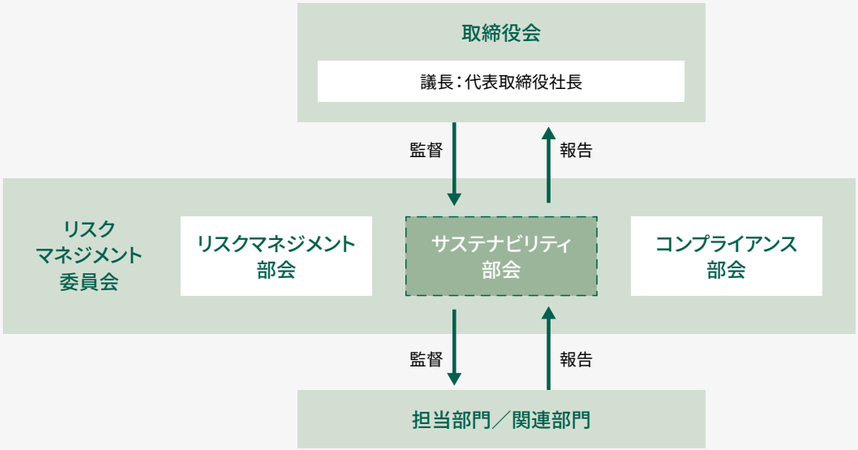
TCFD TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES

＜ガバナンス＞

青山商事グループは「脱炭素社会と循環型社会への適応」をマテリアリティに掲げ、全事業を通して気候変動課題の取り組みを推進しています。グループのうち、青山商事株式会社においては、取締役会監督のもと、サステナビリティ部会を中心とした執行体制を構築しています。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であり、気候変動課題を含むサステナビリティに関する方針や目標・計画の策定、重要事項の審議及びリスク・機会の特定と評価を担っています。部会長はサステナビリティを統括している執行役員が務めており、部会には当社取締役及び監査役が出席しています。

なお実務においては取締役会より任命された、サステナビリティを統括している取締役兼専務執行役員が気候変動関連課題のリスク・機会の特定・評価・管理を担当しています。

また、環境方針および、9項目からなる環境行動指針を設定し、事業活動における環境負荷の低減に取り組んでいます。



会議体/担当部門	役割
取締役会 （議長：代表取締役社長）	・サステナビリティ部会における審議事項の監督 ・気候変動関連の取り組みの進捗の確認及び最終責任
リスクマネジメント委員会 （委員長：代表取締役社長）	・当社グループ事業への影響が想定されるリスクについて、影響度・発生可能性・対応策を分析・評価
リスクマネジメント部会	・気候変動関連リスクを含む、サステナビリティ経営に関する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	・環境関連の法規制についての情報収集及び社内への周知
サステナビリティ部会	・サステナビリティに関する基本方針の策定 ・マテリアリティの特定及び見直し ・リスク及び機会の特定及び評価 ・目標設定及び推進計画の策定 ・推進状況のモニタリング

＜戦略＞

■分析条件・対象

日本における、2050年カーボンニュートラル達成、2030年度にCO_2排出量を2013年度比46%削減するというGHG削減目標をもとに、中長期的な視点からサステナビリティ経営を推進すべく、TCFD提言に示された項目に沿ってリスク・機会の特定・評価を行いました。

2026年においては、分析の対象を青山商事グループ全事業・全拠点に拡大し、網羅的な分析を実施しました。

■シナリオ分析

分析にあたっては脱炭素への取り組みが進展する1.5℃シナリオと、地球温暖化が進行する4℃シナリオの複数の温度帯のシナリオを用い、定量および定性分析を行いました。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℃未満）シナリオ	4℃シナリオ
概要		19世紀後半と比較し、2100年時点の気温上昇を1.5℃（2℃未満）に抑えられるシナリオ。規制の導入・強化や市場需要の変動など、脱炭素社会への移行に伴うリスク・機会が想定される。	19世紀後半と比較し、2100年時点の気温上昇が4℃以上に上昇するシナリオ。地球温暖化が進行し、異常気象の激甚化や気温の上昇など物理的なリスクの顕在化が想定される。
分析に使用したシナリオ	World Energy Outlook -IES	Net-Zero Emissions by 2050 scenario（NZE） Announced Pledges Scenario（APS）	Current Policies Scenario（CPS） Stated Policies Scenario（STEPS）
	AR5 - IPCC	RCP 2.6	RCP8.5

■リスク・機会の特定

当社グループにおける主なリスク・機会と対応策は以下の通りです。

・1.5℃（2℃未満）シナリオ

GHG排出の削減を目的とした各種規制の高度化が見込まれます。炭素税の導入における課税額高騰や、課税額が転嫁されることによる燃料価格の高騰、リサイクルや廃棄物の削減を前提としたプラスチック規制の導入による包装材・ハンガー・プラスチック由来繊維などの調達コスト増加が考えられます。その他、顧客選好の変化による、製品寿命の短いウェア・雑貨製品の需要減少や、環境負荷が大きい飲食サービス業の売上低下などのリスクを特定しました。一方、環境性能を重視する顧客選好の変化については機会としても捉えています。環境負荷の低いサステナブルな商品開発や推進、導入はエシカル消費を重視する層において、需要の増加が見込まれます。この他、リペアサービス事業やリユースといった製品の長寿命化に向けた事業拡大も機会となります。

・4℃シナリオ

異常気象の激甚化に伴う拠点及びサプライチェーンの被災により、操業停止や資産毀損、納品遅延などのリスクが想定されます。このほか、平均気温の上昇により、オフィスや店舗における空調の利用が増え、電力使用量が増加する可能性も考えられます。また化石燃料の需要が依然として高い状態を維持することにより、価格が高騰し、輸送費用や石油由来の原材料費用の高騰につながります。飲食サービス業においては原材料の生育不良が想定され、代替品の仕入れや、仕入れ先の変更に伴うコストが発生します。

リスク一覧表

リスク項目			関連するセグメント	事業インパクト		重要度評価（単位：百万円）	
大分類	中分類	小分類		時間軸	リスクの概要	1.5℃シナリオ（2℃以下シナリオ）	4℃シナリオ
移行	政策・規制	炭素価格（炭素税）	全セグメント	中期～長期	炭素税の導入により、エネルギー消費にかかる費用が増加し、調達・製造コストが増加する。	-2,466.41	-18.06
			ビジネスウェア	中期～長期	当グループの温室効果ガス排出量はScope3の割合が高いため、ビジネスウェア事業におけるサプライチェーン上流の製造委託先や原材料調達における炭素税導入・排出規制強化が、製品の仕入コスト高騰に直結する。	↑↑↑	↑↑
		化石燃料の使用に関する規制／GHG排出規制への対応	ビジネスウェア	中期～長期	燃費・排ガス規制等の導入により、ビジネスウェア事業において輸送燃料コストが増加する。	101.22	30.16
			全セグメント	中期～長期	化石燃料価格の変動により、燃料使用コストが増加する。	115.02	-13.65
		プラスチック規制	ビジネスウェア	中期～長期	ビジネスウェア事業におけるプラスチック製品の廃棄、包装材、ハンガー、テーラーバッグの調達費用が増加するほか、環境配慮型素材への切り替え対応コストが発生する。	↑↑↑	↑↑
				中期～長期	規制の導入による原油価格の変動により、ビジネスウェア事業におけるポリエステル繊維の調達コストが増加する。	1,266.36	-633.18
			ビジネスウェア、雑貨販売、フランチャイジー	中期～長期	規制の導入による原油価格の変動により、プラスチックを使用した容器等に対するプラスチックの調達費用が増加する。	20.99	-10.49
		リサイクル規制	ビジネスウェア	短期～長期	衣類のリサイクル規制が課せられた場合、製品の回収・処理コストやビジネスウェア事業の新たなビジネスモデル構築のコストが増加する。	↑↑↑	↑↑
		森林保護に関する政策	印刷・メディア	中期～長期	気候変動対策のための各国の森林保護税や違法伐採規制により紙袋・段ボール等、販促物・印刷物の企画制作において用いる紙の調達コストが増加する。	↑↑	↑
		再エネ政策	全セグメント	中期～長期	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。	-351.49	147.09
		省エネ政策	ビジネスウェア、雑貨販売、フランチャイジー	短期～中期	店舗・物流施設において厳しい省エネ基準への適合を求められ、新規出店、改修・設備更新コストが増加する。	↑↑	↑
	技術	次世代技術の進展	ビジネスウェア	短期～中期	廃繊維から繊維に再資源化を図る技術の進展により、ビジネスウェア事業において技術開発や設備の導入コストが発生する。	↑↑	↑
				短期～中期	ビジネスウェア事業の上流過程で繊維の再資源化等の技術が導入された場合、仕入品の価格に転嫁され仕入コストが増加する。	↑↑	↑
		重要製品／商品価格の増減	ビジネスウェア	長期	低炭素・リサイクル素材等の需要が急増した場合当該価格が高騰し仕入コストが増加する。	↑↑	↑

リスク項目			関連するセグメント	事業インパクト		重要度評価（単位：百万円）	
大分類	中分類	小分類		時間軸	リスクの概要	1.5℃シナリオ（2℃以下シナリオ）	4℃シナリオ
移行	市場	エネルギーミックスの変化	ビジネスウェア	中期～長期	国内外の電源構成が再エネ需要の高まり等から再エネ中心に移行する過程において、ビジネスウェア事業における化石燃料への依存度が高いままの製造委託先や店舗のエネルギー転換コストを製品価格に転嫁され、競争力が低下する。	↑↑	↑
		原材料コストの変化	ビジネスウェア	中期～長期	ビジネスウェア事業で使用する天然繊維（綿花や羊毛等）の不作や、原油価格高騰による合成繊維の需給バランス変化により製造・調達コストが変動する。	↑↑	↑
		顧客行動変化	ビジネスウェア	中期～長期	大量生産・大量廃棄型の消費を敬遠する動きが加速し、ビジネスウェアおよび関連製品の売上が低下する。	↑↑↑	↑
				中期～長期	ビジネスウェア事業において、エシカル消費の高まりによる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、売上が低下する。	↑↑↑	↑
				中期～長期	ビジネスウェア事業において、増加した環境対応コストを商品価格に転嫁せざるを得なくなり、スーツやシャツの単価が上昇し、顧客離れが進み売上が低下する。	↑↑↑	↑
			フランチャイジー	中期～長期	牛のメタンガス排出による牛肉の消費を減らす動きによって、焼肉の食べ放題という事業モデルに影響し集客、売上が低下する。	↑↑	↑
	評判	顧客/投資家の評判変化	全セグメント	短期～長期	環境配慮、環境情報開示、気候変動リスクへの対応が不十分とみなされるた場合、企業イメージや株価の低下を招く恐れがある。	↑↑↑	↑
				短期～長期	調達資金の減少及び資金調達コストが増加する。	↑↑↑	↑
物理	急性	異常気象の激甚化（台風、豪雨、土砂、高潮等）	全セグメント	短期～長期	店舗・拠点の洪水・高潮により資産の被害が発生する。	-979.87	-2,539.16
				短期～長期	店舗・拠点の洪水・高潮被害により営業停止となった場合損害が発生する。	-123.70	-320.51
			ビジネスウェア	短期～長期	海外主要協力工場が所在する地域における異常気象や干ばつ（水不足）によるサプライチェーン寸断・調達コストが増加する。	↑	↑↑↑
				短期～長期	ビジネスウェア事業において、納品遅延や在庫不足により売上が減少する。	↑	↑↑↑
		干ばつ	ビジネスウェア	短期～中期	ビジネスウェア事業において使用する原材料（綿）が水不足による生育不良となり調達コストが増加する。	↑↑	↑↑↑
			フランチャイジー	短期～中期	牛を育てるために必要な穀物（トウモロコシや大豆など）が、主要生産国での干ばつや洪水などの異常気象によって不作となり、飼料価格が高騰し、結果として原材料として使用する牛肉の仕入価格が急騰する。	↑	↑↑

リスク項目			関連するセグメント	事業インパクト		重要度評価（単位：百万円）	
大分類	中分類	小分類		時間軸	リスクの概要	1.5℃シナリオ（2℃以下シナリオ）	4℃シナリオ
物理	慢性	平均気温の上昇	全セグメント	中期～長期	空調設備の使用により電気代が増加する。	-275.82	-260.69
			ビジネスウェア	中期～長期	天候不順によって需要予測が困難になり、ビジネスウェアの在庫過多・在庫不足などのリスクが増加する。	↑↑	↑↑↑
				中期～長期	防寒商品（コート等）の需要減少によりビジネスウェア事業の売上機会が減少する。	↑↑	↑↑↑
		降水・気象パターンの変化	ビジネスウェア、雑貨販売、フランチャイジー	中期～長期	ゲリラ豪雨や長雨の増加により、消費者の行動変化が発生し、需給バランスの変更による在庫過多・在庫不足等のリスクが増加する。	↑	↑↑
			総合リペアサービス、フランチャイジー	中期～長期	テナントとして入居する施設や飲食店舗への突発的な客足減少により売上が減少する。	↑	↑↑
		平均気温の上昇による原材料生育影響	フランチャイジー	長期	調達する穀物や野菜等の栽培適地の北上や変化に伴い、従来のサプライヤーからの調達が難しくなり仕入ルートの切り替えやサプライチェーンの再構築に伴うコストが発生する。	↑	↑↑
				長期	食肉用牛、豚の飼育や野菜等の栽培コストが上昇し、仕入価格が高騰する。	↑	↑↑
		海面上昇	全セグメント	長期	沿岸部に位置する店舗・拠点の浸水リスクが高まり、防水対策や移転コストが発生する。	↑	↑↑
		労働・施工条件悪化	全セグメント	長期	極端な猛暑により店舗スタッフ、従業員、製造・物流拠点の労働環境が悪化し、従業員の健康被害、欠勤等に伴い人件費が増加する。	↑	↑↑
		海洋環境の変化	フランチャイジー	長期	海水温の上昇や海洋酸性化に起因する飲食店舗で用いる水産物の漁獲量減少に伴い、仕入コストが増加する。	↑	↑↑
		害虫発生	ビジネスウェア、フランチャイジー	長期	温暖化に伴う農林水産物の病害虫増加により、衣服における原材料の品質・食材の品質が低下し、選別・廃棄コストが増加する。	↑	↑↑
		土壌劣化	ビジネスウェア、印刷・メディア、フランチャイジー	長期	ビジネスウェアの原材料となる綿花の栽培、印刷のために使用する紙の製造、飲食店舗で使用する飲料水の確保に必要な淡水と土壌が劣化・砂漠化しサプライチェーン上流での生産性が低下することで調達コストが増加する。	↑	↑↑

機会一覧表

リスク項目			関連するセグメント	事業インパクト		重要度評価（単位：百万円）	
大分類	中分類	小分類		時間軸	リスクの概要	1.5℃シナリオ（2℃以下シナリオ）	4℃シナリオ
移行	政策・規制	リサイクル規制	ビジネスウェア	短期～長期	ビジネスウェア事業において回収した衣類（素材）を用いた再商品化や新製品開発を行うことで、売上が増加する。	↑↑↑	↑
			ビジネスウェア、総合リペアサービス、フランチャイジー	短期～長期	衣類の修繕サービス拡充、ビジネスウェアのレンタルやサブスクリプション、リセール（中古販売）など、循環型経済（サーキュラーエコノミー）を前提とした新しい市場開拓を通じて売上が増加する。	↑↑↑	↑
			ビジネスウェア	短期～長期	リサイクルが義務化されることで、消費者が使用済みになった衣類を店舗に持ち込む機会の増加や下取り割引などの推進により、ビジネスウェア事業実店舗への来店促進と新規購入（買い替え）のサイクルを強力に生み出すことができ収益の増加につながる。	↑↑↑	↑
	市場	顧客行動変化／重要商品の需要変化	ビジネスウェア	中期～長期	ビジネスウェア事業において環境配慮型商品への需要が高まり、売上機会の増加につながる。	↑↑↑	↑
			総合リペアサービス、フランチャイジー	中期～長期	エシカル志向の広がりにより、リペアサービス事業やリユース事業などの修理・メンテナンス市場、二次流通市場が拡大し、売上が増加する。	↑↑↑	↑
			ビジネスウェア	中期～長期	環境配慮型素材を用いたビジネスウェアや、製品寿命の長いビジネスウェアの販売機会が増加する。	↑↑↑	↑
	評判	顧客/投資家の評判変化	全セグメント	短期～長期	積極的に低炭素・脱炭素化経営への移行を進めることで企業イメージの向上、ブランド・顧客基盤の拡大につながる。	↑↑↑	↑
				短期～長期	『2050年カーボンニュートラル宣言への取り組み』の着実な進捗を開示することで、良好な資金調達環境の維持と株価上昇につながる。	↑↑↑	↑
				短期～長期	環境意識の高い顧客層へのアピールポイントとなり、新たな顧客の獲得につながる。	↑↑↑	↑
物理	急性	異常気象の激甚化（台風、豪雨、土砂、高潮等）	ビジネスウェア	短期～長期	ビジネスウェア事業において、防災服や防災毛布、非常用衣類などの提供・販売を通じた防災活動の強化による関連製品の売上が増加する。	↑↑	↑↑↑
	慢性	平均気温の上昇	ビジネスウェア	中期～長期	ビジネスウェア事業において、平均気温上昇に対応した機能性商品（涼感スーツ等）の販売により売上機会が拡大する。	↑↑	↑↑↑
			フランチャイジー	中期～長期	飲食店舗における夏季飲料・冷感メニューの売上が増加する。	↑	↑↑
				中期～長期	気温上昇により屋外でのランニング等が困難になることで、屋内でのトレーニング需要が高まりフィットネス事業の利用者の増加・売上の増加につながる。	↑	↑↑
		降水・気象パターンの変化	ビジネスウェア	中期～長期	ビジネスウェア事業において、気象パターンの変化により外出を控え屋内で過ごす時間が増加することで、ECサイトでの販売機会が拡大する。	↑	↑↑

＜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
↑↑↑	大：2050年の営業利益額への影響が5億円以上、もしくは事業及び財務への影響が大きくなることが想定される
↑↑	中：2050年の営業利益額への影響が1億円~5億円、もしくは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
↑	小：2050年の営業利益額への影響が1億円以内、もしくは事業及び財務への影響が軽微であることが想定される

（定量的に分析することが難しい項目については、営業利益にもたらす影響の大きさにより、大中小の3段階に分類しました。）

■財務インパクト分析

定量的な分析が可能なリスク項目においては、各シナリオを前提に、2050年時点の財務インパクト金額を試算しました。

・炭素税：1.5℃シナリオ：▲24.6億円／4℃シナリオ：▲0.1億円

炭素税導入により発生するコストを想定。当社のScope1とScope2に、各シナリオで想定される将来の炭素税額をかけて試算。

・輸送コストの変化：1.5℃シナリオ：1.0億円／4℃シナリオ：0.3億円

化石燃料価格の変動を想定。使用するエネルギー使用量に将来の想定価格をかけて試算。（将来は化石燃料の需要が減少することにより単価が下がり、影響額はプラスになると推定。化石燃料を燃焼することに伴う炭素税などの追加コストは本項目では対象外）

・異常気象の激甚化による資産の毀損：1.5℃シナリオ：▲9.7億円／4℃シナリオ：▲25.3億円

自社拠点の被災による資産の毀損を想定。国内外各地の資産額や在庫試算額に災害発生確率をかけて試算。

・異常気象の激甚化による営業停止損害：1.5℃シナリオ：▲1.2億円／4℃シナリオ：▲3.2億円

自社拠点の一日当たりの売上額に災害発生確率をかけて試算。

・プラスチック原材料価格：1.5℃シナリオ：12.8億円／4℃シナリオ：▲6.4億円

ビジネスウェア事業における化学繊維と包装資材におけるプラスチック原材料仕入れコストに将来の想定価額をかけて試算。

■リスク・機会の対応策

当社グループでは、GHG削減に向け、再生可能エネルギーの導入や省エネルギーの推進など、各種取り組みを進めております。今後も持続可能な事業の実現に向けて、これらを一段と強化するとともに、新たな事業機会の獲得にも積極的に取り組んでまいります。

青山商事株式会社	本社ビルおよび井原商品センターカーポートにおける太陽光発電の導入
株式会社アスコン 府中工場	本館・別棟及び本社ビルの屋上における太陽光発電システムを導入 輪転印刷機、乾燥機の排熱再利用装置の導入
メルボ紳士服工業株式会社 広島工場	太陽光発電設備の導入 直営2工場における電力のCO_2フリー電力化

その他の取り組みについてはP59（エネルギー使用量削減の取り組み）以降に詳細を記載しています。

＜リスク管理＞

当社は、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を設置し、当社グループ事業にまつわるリスクの特定と評価を行っています。特に気候変動課題を含むサステナビリティに関するリスクは、リスクマネジメント委員会の中に設置されているサステナビリティ部会において特定と評価が行われ、全社的なリスクマネジメント体制のもとに統合されています。

リスクの特定および評価にあたっては、財務的影響度、顕在化する時間軸（短期・中期・長期）、ならびに発生可能性を組み合わせることで重要度を評価し、対応の優先順位を定めて管理しています。特に気候変動関連リスクの評価においては、複数の温度帯シナリオを用いて移行リスクおよび物理リスクの影響度と発生可能性を把握し、同様に優先順位を設定しています。

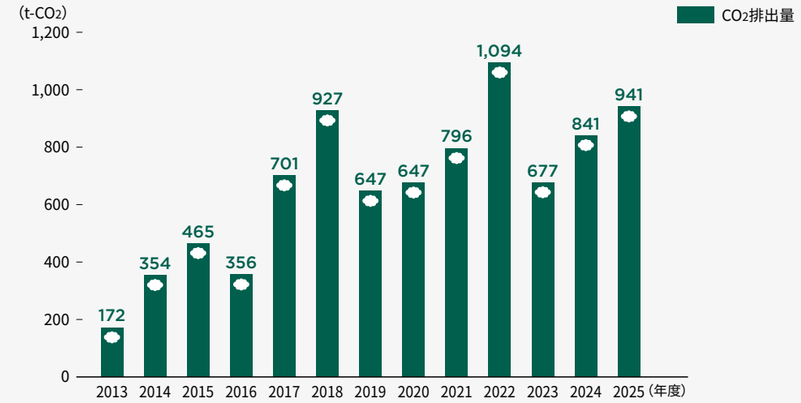
＜指標と目標＞

日本における温室効果ガス（CO_2等）排出量は、2050年カーボンニュートラル実現のため、2040年度に73%削減、2030年度に46%削減（ともに2013年度比）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CO_2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、Scope 2におけるCO_2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、2050年カーボンニュートラル実現に向け、2026年度に2013年比、Scope 1＋2におけるCO_2排出量（85,156t-CO_2）から59%（約50,242t-CO_2）削減することを新たな目標としています。

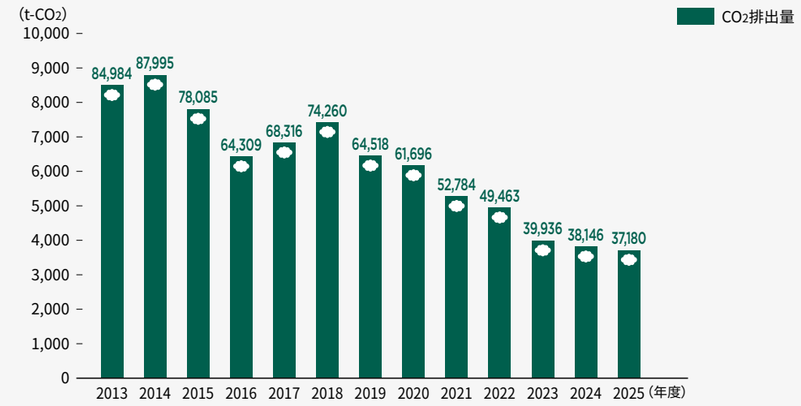
※「指標と目標」の内容は青山商事単体

■青山商事単体の温室効果ガス排出量 - Scope 1、Scope 2（マーケット基準）

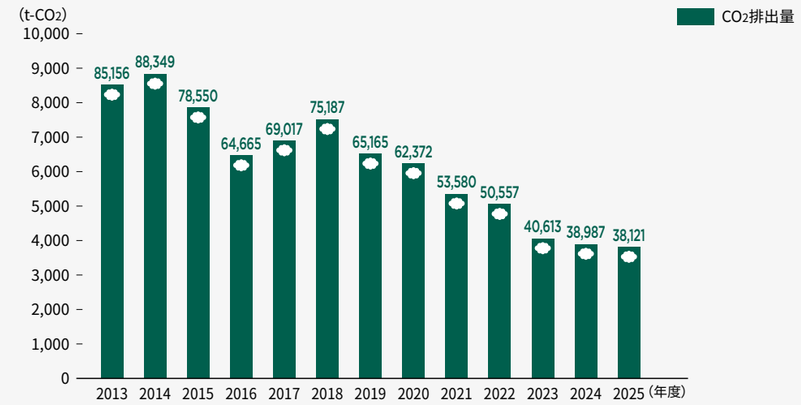
Scope 1



Scope 2



Scope 1+2



■青山商事単体の温室効果ガス排出量 - Scope 3

Scope/カテゴリ			算定対象となる排出	排出量(t-CO_2)				増減率(%)
				2022	2023	2024	2025	
Scope 1		直接排出	事業者自らによる温室効果ガスの排出	1,094	677	841	941	11.9
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	49,463	39,936	38,146	37,180	-2.5
Scope1+2 合計				50,557	40,613	38,987	38,121	-2.2
Scope 3		Scope1、2以外の間接排出						
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	406,416	391,474	345,462	317,076	-8.2
	2	資本財	自社の資本財の建設・製造に伴う排出	8,916	10,752	6,780	11,499	69.6
	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	7,227	7,122	7,031	6,894	-1.9
	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	16,366	7,530	8,594	5,540	-35.5
	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	2,200	921	929	887	-4.5
	6	出張	従業員の出張に伴う排出	420	368	384	371	-3.3
	7	雇用者の通勤	従業員が通勤する際の移動に伴う排出	884	430	382	408	6.7
	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	3,268	2,003	1,949	1,803	-7.5
	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	15,397	9,315	1.2
	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				445,696	434,321	386,908	353,795	-7.1
Scope1+2+3 合計				496,253	474,934	425,895	392,546	-7.8

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：Scope1、2以外の間接的温室効果ガス排出量(サプライチェーンでの排出)
※上記表の「—」は算定対象外であることを示す。

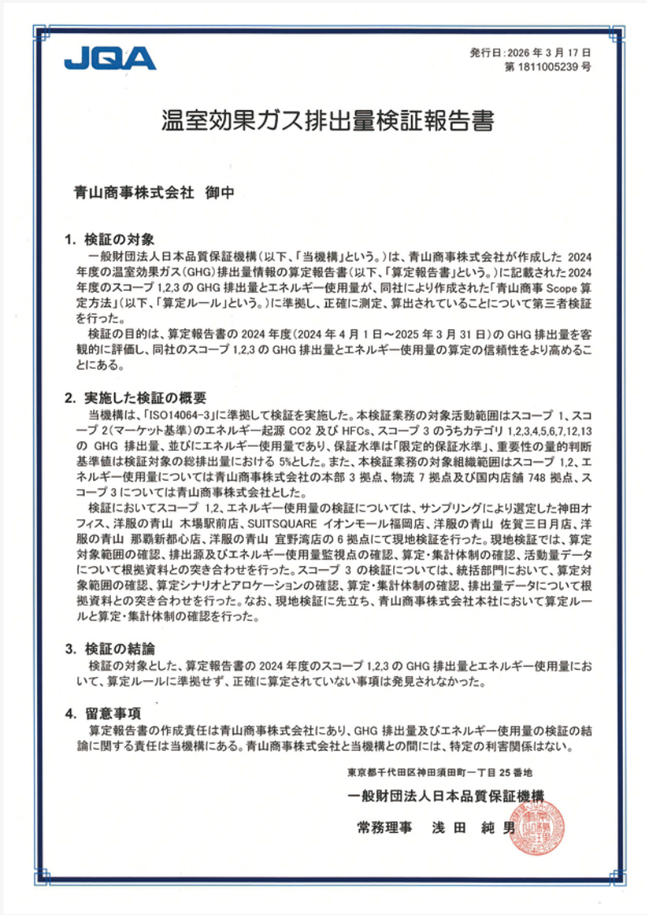
また、排出量データの信頼性向上を目的として、一般財団法人日本品質保証機構(JQA)に第三者検証を依頼しています。詳細は以下のとおりです。

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_jp.pdf

青山商事株式会社の算定データおよび算定方法について、ISO14064-3※1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。

※1 温室効果ガスに関する主張の妥当性確認及び検証のための仕様並びに手引



JQA

発行日：2026 年 3 月 17 日
第 1811005239 号

温室効果ガス排出量検証報告書

青山商事株式会社　御中

1. 検証の対象
一般財団法人日本品質保証機構（以下、「当機構」という。）は、青山商事株式会社が作成した 2024 年度の温室効果ガス（GHG）排出量情報の算定報告書（以下、「算定報告書」という。）に記載された 2024 年度のスコープ 1,2,3 の GHG 排出量とエネルギー使用量が、同社により作成された「青山商事 Scope 算定方法」（以下、「算定ルール」という。）に準拠し、正確に測定、算出されていることについて第三者検証を行った。
検証の目的は、算定報告書の 2024 年度（2024 年 4 月 1 日～2025 年 3 月 31 日）の GHG 排出量を客観的に評価し、同社のスコープ 1,2,3 の GHG 排出量とエネルギー使用量の算定の信頼性をより高めることにある。

2. 実施した検証の概要
当機構は、「ISO14064-3」に準拠して検証を実施した。本検証業務の対象活動範囲はスコープ 1、スコープ 2（マーケット基準）のエネルギー起源 CO2 及び HFCs、スコープ 3 のうちカテゴリ 1,2,3,4,5,6,7,12,13 の GHG 排出量、並びにエネルギー使用量であり、保証水準は「限定的保証水準」、重要性の量的判断基準値は検証対象の総排出量における 5%とした。また、本検証業務の対象組織範囲はスコープ 1,2、エネルギー使用量については青山商事株式会社の本部 3 拠点、物流 7 拠点及び国内店舗 748 拠点、スコープ 3 については青山商事株式会社とした。
検証においてスコープ 1,2、エネルギー使用量の検証については、サンプリングにより選定した神田オフィス、洋服の青山 木場駅前店、SUITSQUARE イオンモール福岡店、洋服の青山 佐賀三日月店、洋服の青山 那覇新都心店、洋服の青山 宜野湾店の 6 拠点にて現地検証を行った。現地検証では、算定対象範囲の確認、排出源及びエネルギー使用量監視点の確認、算定・集計体制の確認、活動量データについて根拠資料との突き合わせを行った。スコープ 3 の検証については、統括部門において、算定対象範囲の確認、算定シナリオとアロケーションの確認、算定・集計体制の確認、排出量データについて根拠資料との突き合わせを行った。なお、現地検証に先立ち、青山商事株式会社本社において算定ルールと算定・集計体制の確認を行った。

3. 検証の結論
検証の対象とした、算定報告書の 2024 年度のスコープ 1,2,3 の GHG 排出量とエネルギー使用量において、算定ルールに準拠せず、正確に算定されていない事項は発見されなかった。

4. 留意事項
算定報告書の作成責任は青山商事株式会社にあり、GHG 排出量及びエネルギー使用量の検証の結論に関する責任は当機構にある。青山商事株式会社と当機構との間には、特定の利害関係はない。

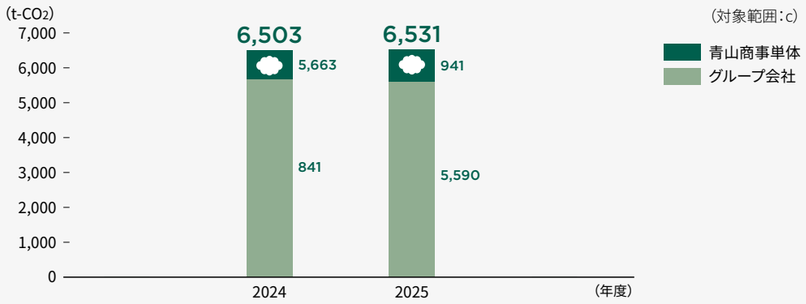
東京都千代田区神田須田町一丁目 25 番地
一般財団法人日本品質保証機構
常務理事　浅 田　純 男

※検証対象年度は2024年度（2024年4月1日～2025年3月31日）

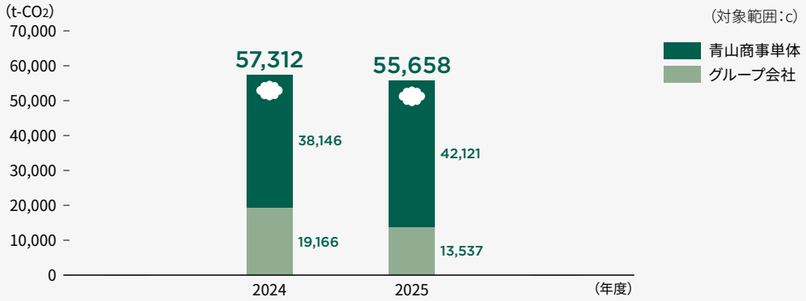
■青山商事グループの温室効果ガス排出量 - Scope1、Scope2（マーケット基準）

※2024年度より当社グループ連結で算定。

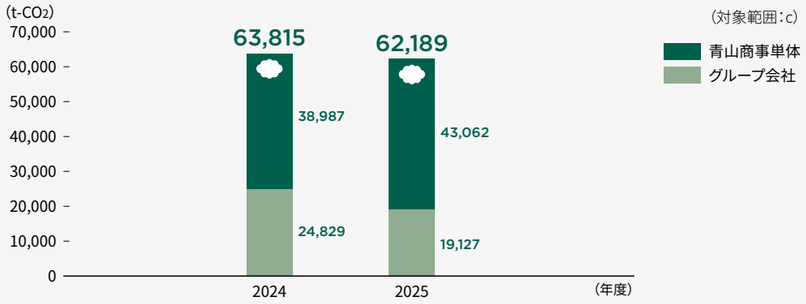
直接的温室効果ガス排出量（Scope1）連結



間接的温室効果ガス排出量（Scope2）連結



Scope1+Scope2 排出量合計 連結



■青山商事グループの温室効果ガス排出量 - Scope3

（対象範囲：c）（単位：t-CO2）

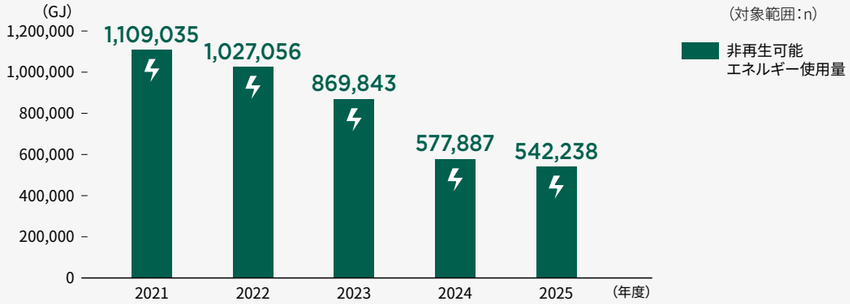
		2024			2025		
		青山商事単体	グループ会社（単体除く）	青山商事グループ連結	青山商事単体	グループ会社（単体除く）	青山商事グループ連結
Scope1、2以外の間接的温室効果ガス排出量（Scope3）		488,066	221,035	709,101	310,613	216,686	527,299
	1 購入した物品・サービス	453,273	133,558	586,831	273,894	137,271	411,165
	2 資本財	6,780	4,296	11,076	11,499	5,990	17,489
	3 燃料・エネルギー関連活動（Scope1,2以外）	7,065	4,891	11,955	6,894	2,908	9,802
	4 輸送、配送（上流）	8,429	3,252	11,680	5,540	3,424	8,964
	5 事業から出る廃棄物	929	1,258	2,187	887	1,229	2,117
	6 出張	52	714	766	371	730	1,101
	7 従業員の通勤	382	1,995	2,377	408	2,273	2,681
	8 リース資産（上流）	—	95	95	—	296	296
	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	—	60,007	60,007	—	49,815	49,815
	12 販売した製品の廃棄	1,949	7,635	9,583	1,803	9,648	11,451
	13 リース資産（下流）	9,207	713	9,920	9,315	538	9,853
	14 フランチャイズ	—	1,050	1,050	—	1,031	1,031
	15 投資	—	1,572	1,572	—	1,533	1,533

※ 2024年度より当社グループ連結で算定。
※ 青山商事単体実績におけるP54数値との差異はグループ間取引控除による。

エネルギー使用量

エネルギー使用量

非再生可能エネルギー使用量



		2021	2022	2023	2024	2025
非再生可能エネルギー使用量		1,109,035GJ	1,027,056GJ	869,843GJ	577,887GJ	542,238
	電気	110,058千kwh	102,684千kwh	100,351千kwh	88,695千kwh	62,759
	原油（灯油）	67kl	1kl	0kl	0.9kl	2
	ガス（LPG）	28t	27t	29t	27t	38
	蒸気（冷温水）	235GJ	248GJ	0GJ	0GJ	0
	その他（都市ガス）	30㎥	34㎥	33㎥	34㎥	38
再生可能エネルギー使用量		616千kwh	1,874千kwh	2,755千kwh	13,308千kwh	36,817

※ 2023年度実績より改正省エネ法（2023年4月）を適用。

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、岡山県、鳥取県、島根県、山口県、大阪府の全店、その他店舗・スーツスクエア他全店の計132拠点（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。

今後も再生可能エネルギーの導入促進とCO_2削減に取り組んでいきます。

※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CO_2排出量がゼロとみなせる電力

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CO_2排出量削減だけにとどまらず、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/

エネルギー使用量削減の取り組み

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。2025年3月末で計76店舗に取り入れ、年間（2025年度）で約482千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。2025年度までの15年間で2,200台の改修を完了しました。（2025年度 54台）

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つの取り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おります。

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・オフができる様になっており、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「高知県梼原町（ゆすはらちょう）」の森づくり活動に寄付をおこない、2021年度からは使用済み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、梼原町、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。森林保全への継続的な支援を通じ、2025年10月には新たに植樹範囲を拡大し、現在は高知県梼原町内の2ヵ所（仲洞地区、井高地区）にて、地域と連携した森づくりを展開しています。

2026年7月には「AOYAMAの森（仲洞地区）」が自然共生サイト(回復タイプ)として環境省から認定されました。

今後も多様性のある森づくりに取り組んでいきます。

	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	合計
「AOYAMAの森」植林本数（本）	1,590	1,200	467	3,225	6,482
「AOYAMAの森」植林面積（ヘクタール）	1.06	0.8	0.3	2.12	4.28
「AOYAMAの森」CO_2吸収推定値（t-CO_2）※	2.8	4.8	5.6	11.1	24.3

※ 林野庁の二酸化炭素の吸収・固定量「見える化」計算シートの数値を適用。



「AOYAMAの森」【仲洞地区】



「AOYAMAの森」【井高地区】

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、2024年3月期に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））へ投資を実施しました。

また、2025年3月期にも本県が発行するグリーンボンド（広島県令和6年度第5回公募公債（グリーンボンド・5年））への投資を追加で実施しております。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。



水資源

データ

水リスク管理

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ヵ国での操業はインド以外ありません。

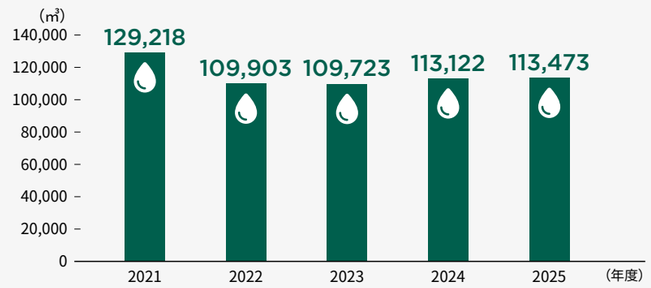
参照　・世界資源研究所（WRI）・アキダクト（AQUEDUCT）
https://www.wri.org/aqueduct

水資源の利用

水使用量

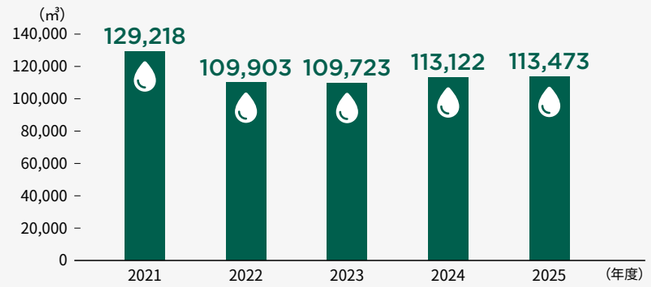
取水量

（対象範囲：n）



排水量

（対象範囲：n）



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「スーツスクエア」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

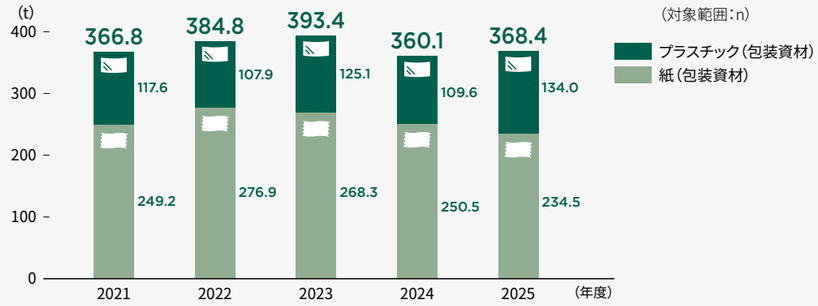
・排出中の残留物－75％以上の削減
・BOD5（水質汚染指標）－70％以上の改善

汚染防止／資源利用

データ

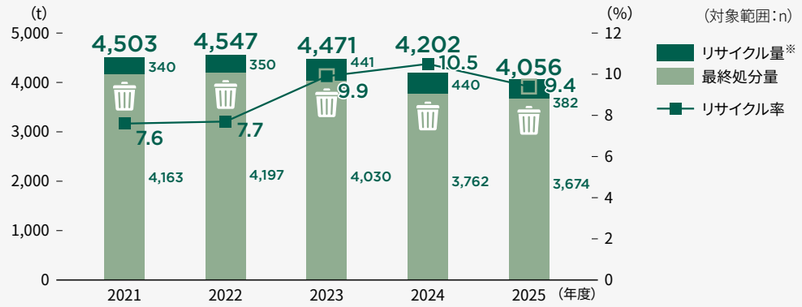
包装資材使用量

包装資材使用量



廃棄物発生量

廃棄物排出量



※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

(対象範囲：n)(単位：t)

	2021	2022	2023	2024	2025
NOx	0	0	0	0	0
SOx	0	0	0	0	0
フロン類	300	758	375	508	469

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を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・スーツスクエア他の営業店で使用し破損および不要になっ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。回収されたハンガーは、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。

2025年には、これらの自社で回収した破損および不要になったハンガーを100%原料としたリサイクルプラスチックを使用することで耐久性の確保や色ムラを抑えたハンガーを作製し、「水平リサイクルハンガー」として販売しています。



プラスチックハンガー回収量

(単位：kg)

	2021	2022	2023	2024	2025
回収量	33,907	107,345	86,215	92,699	91,995

※2021年11月より運用開始

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、CO_2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CO_2排出量削減に貢献
https://www.youtube.com/watch?v=QUgEu35F_2A&t=38s

使用済み衣類の回収と資源循環

「WEAR SHiFT（ウェアシフト）」

「WEAR SHiFT」は、当社が1998年から始めた下取りサービスによる使用済み衣類の回収を進化させ、衣類が循環できる仕組みの実現に向けておこなっている環境負荷軽減を目指した取り組みです。洋服の青山・スーツスクエア全店にリサイクリングBOXを設置し、使用済みの衣類をお客様に直接入れていただくことで、お客様がより気軽にエコ活動に参加できるようにしています。なお、リサイクリングBOXは、古着や古布などの廃繊維のみを使用したリサイクル素材（リフモボード）を採用しています。

また、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。

「WEAR SHiFT」を通じた3つの取り組み

・使用済み衣類の回収による廃棄物削減と資源循環

全国700以上の店舗が窓口となり、自社・他社製品問わず使用済み衣類の回収をおこなっています。2025年度の回収量は約290tで、リユース、リサイクルによって約99%再利用されています。

【リサイクル】

・回収した使用済み衣類から製造したリサイクルウールやリサイクルポリエステルを一部使用したスーツやコート、ニットなどの商品を開発し、新たな製品として販売しています。
・回収した使用済み衣類から製造したリサイクルウールを一部使用した災害支援用リサイクル毛布（防災毛布）を作製しています。
・衣類をフェルト生地に加工し、自動車の断熱材や荷物の緩衝材に利用しています。

【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。

・防災毛布の寄贈を通じた地域貢献

回収した衣類の一部を原料として作製した「災害支援用リサイクル毛布(防災毛布)」を、過去に大規模な災害を経験され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寄贈し、地域の防災活動を支援しています。

→詳細はP.106「[災害支援] 防災毛布の寄贈」をご参照ください。

・森林保全と生物多様性の回復

使用済み衣類の回収量に応じた金額を森林保全団体more treesへ寄付することを通して、高知県椙原町にある「AOYAMAの森」にて多様性のある森づくりに取り組んでいます。2026年7月には「AOYAMAの森」が自然共生サイト(回復タイプ)として環境省から認定されました。

→詳細はP.60「森林保全：森林保全団体more treesへの支援」をご参照ください。

これら当社のウェアシフトの取り組みが評価され、環境省が主催する第12回グッドライフアワードにて、「環境大臣賞 優秀賞」を受賞しました。

WEAR SHiFT



不要衣類の回収から災害支援用リサイクル毛布（防災毛布）作製までの工程

1 「洋服の青山」「スーツスクエア」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ポリエステルを混ぜ合わせ、その原料を平たく均等にします。



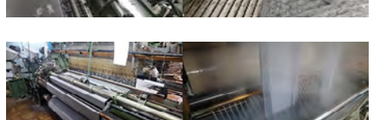
▼

3 専用機械で撚りをかけて糸に仕上げ、紡織機で織り上げて反物にします。その後、高温洗浄にて汚れを溶解し殺菌します。



▼

4 洗浄した反物を起毛させ毛先を揃えます。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。



▼

5 完成した毛布は備蓄しやすいよう、小さめのサイズに畳まれ、1枚ずつ圧縮パック加工を施します。



▼

6 個包装した毛布を持ち運びし易い大きさのダンボールに詰め、弊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、2025年3月に3,300枚を追加作製）

お客様より回収した衣類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、CO_2の排出を大幅に削減することができます。

サステナブルファッション・プラットフォーム協議会への参画

当社は、2025年11月に設立された「サステナブルファッション・プラットフォーム協議会」に参画しています。

本協議会は、生活者から使用済みの衣類を回収し、再び衣料品などの繊維製品へと再生する「繊維から繊維へのリサイクル」の社会実装を目指す取り組みです。環境省の実証事業「oHOHo（オホホ）サイクルプロジェクト」を母体に、一企業の枠を超えた連携が重要とされる衣類循環の社会実装に向けて、当社などの民間企業と、大阪府および府内自治体がタッグを組んだ産官連携の枠組みとして始動しました。

当社は、この「大阪モデル」において、府内に展開する「洋服の青山」全店舗を市民に身近な「回収インフラ」として機能させています。自治体と連動して生活者の意識変容を促すことで、サプライチェーンの起点となる「回収」を最大化し、2030年度の衣類回収量年間8,000トンという協議会の目標達成を推進します。今後も、大阪発の産官一体の取り組みを通じて、経済合理性のある資源循環システムの構築に貢献していきます。

参照　・サステナブルファッション・プラットフォーム協議会
https://sf-platform.jp/

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

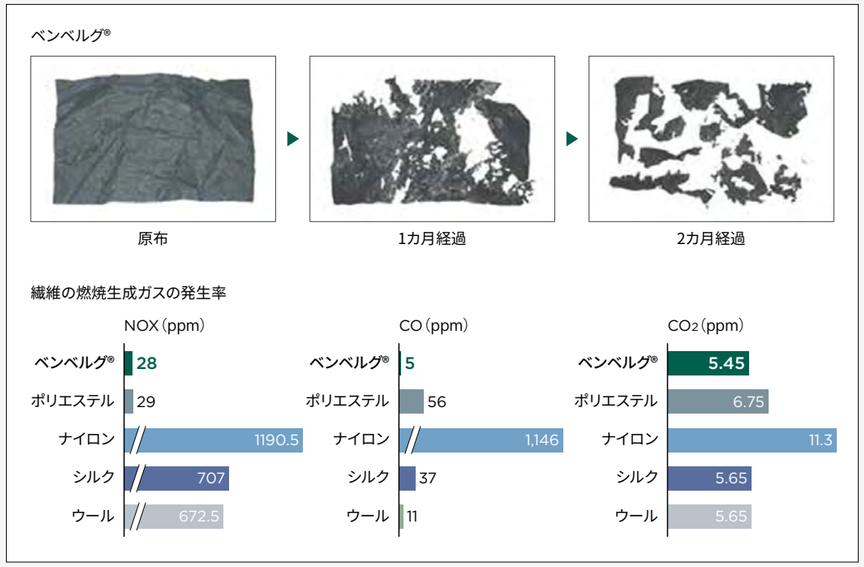
天然由来の原料を使用している旭化成のベンベルグ®（キュプラ）は、廃棄された後も自然の働きによって分解される生分解性繊維です。

例えば、夏の条件下（温度35℃／湿度80％）で土に埋めた場合、約2カ月で生地の重さが半分になり、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・礼服・ジャケットの袖裏地・胴裏地の一部に使用しており、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®はコットンリンターを原料とする再生セルロース繊維・キュプラのブランドです。



※ 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。

ペットボトルを使用したリサイクル繊維

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CO_2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。

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ています。

ECOPET®

「ECOPET®」は、帝人フロンティア株式会社が取り扱うリサイクルポリエステル素材で、1995年の発売以来30年以上にわたり進化を続けてきました。石油資源を持たない日本において、使用済みPET製品を再び原料として活用することは、輸入資源への依存を減らし、限りある資源を有効活用する取り組みにつながります。

当社では、持続可能な社会の実現に向け、2023年度よりレディースフォーマルの表地にECOPET®を採用しています。

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使用済みになったスーツ、ジャケットを色別に選別し混ぜ合わせ紡績した素材です。生地の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%、CO_2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使用済み衣類の中で、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。

また、2026年度からは店頭にて回収されたスーツのポリエステル裏地を裁断して原料に戻し、生地の一部として再利用した、リサイクルポリエステル100%のスーツが新たに生まれました。

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。



バイオマス原料

SORONA®を使用したスーツ

SORONA®とは、原料の一部にトウモロコシ由来のバイオマス原料を使用した、先進的なポリマー素材です。化石燃料への依存を減らすだけでなく、製造過程におけるエネルギー消費や、温室効果ガスの排出量を削減するなど、高い環境優位性を持っています。「スーツスクエア」では、このSORONA®を使用した素材のスーツを展開しており、今後も環境配慮型商品として提供していきます。

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、スーツスクエア他では、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（Asure 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。

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。

すべてのひとが
輝くステージに
青山商事のダイバーシティ&インクルージョン

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。

中長期目標

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
(2025年度実績：12.1%)

【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 ～ 2027年3月末日までの4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発活動の強化
　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 ～ 2027年3月末日までの4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

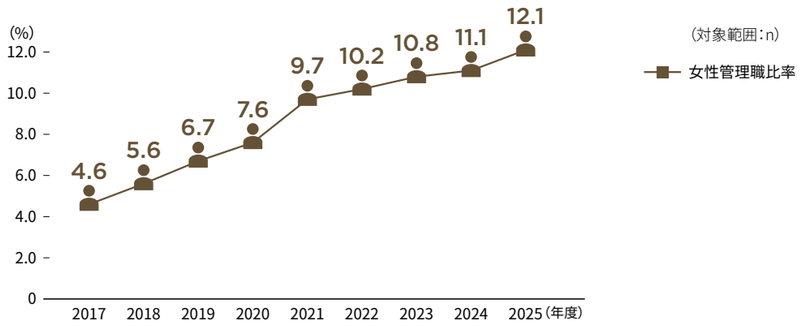
＜対策＞

- 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制度の更なる利用促進を図る

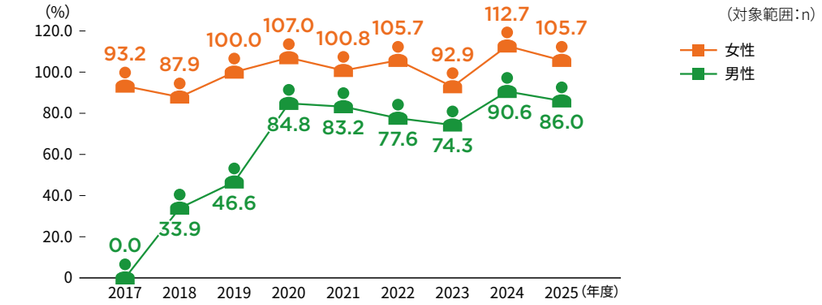
進捗

■女性育休取得率…105.7%（2025年4月1日～2026年3月31日）
■男性育休取得率…86.0%（2025年4月1日～2026年3月31日）

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本部・営業店舗それぞれに「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。本部所属メンバーは主に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各種制度の啓発活動や従業員サポートを、営業店舗所属メンバーは主に育児休業から復帰した従業員同士の横の繋がりを形成するリーダーとして両立者同士のコミュニティ形成や相談・意見交換できる環境づくりに取り組んでいます。結婚や出産といったライフイベント後も、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主な仕事	
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、啓発活動	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、6.5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》

(1) 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)

(2) 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)

(3) 育児(子が就学以上)：子が就学してから小学校6年生まで利用できる育児短時間勤務制度。

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よう、社内啓発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、ライフイベントを迎えた際の働き方や中期的な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れ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の説明に加え、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の解消、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

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、人権方針に準じます。

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

新任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、過去事例を用いた意見交換・ディスカッションを通じて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＋面接応対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応対方法について講義と過去事例を用いた意見交換・ディスカッションを行います。

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。

Allyステッカー

全従業員が参加できる社内イベントを通して、Ally表明を希望した参加者へ当社独自のAllyステッカーを配布しています。

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

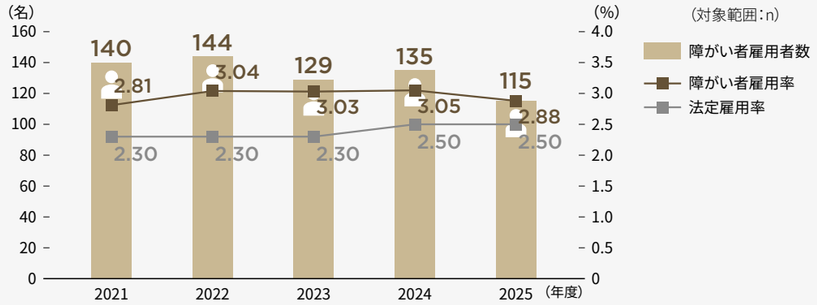
障がい者雇用の促進

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）



特例子会社の認定

青山商事グループ全体で障がい者雇用を促進し多様な人材が活躍できる場を創出することを目的に、2025年1月7日付でグループ会社に「株式会社青山ストーリー」を設立し、主に青山商事株式会社の福山本社で事務サポートや郵便物・社内便の仕分け業務を行うほか、グループ会社が運営する福山市内の店舗で清掃・品出し業務等を担っています。そして、2025年6月25日付で「障害者の雇用の促進等に関する法律」に基づく『特例子会社※』の認定を受けました。なお、2025年度末時点における、青山商事グループでの障がい者雇用率は2.95%です。

※ 特例子会社とは、障害者の雇用促進および安定を目的として設立される子会社で、かつ厚生労働大臣から認定を受けた会社を指します。特例子会社になると障害者雇用率の算定において親会社と同一の事業所として取り扱われます。

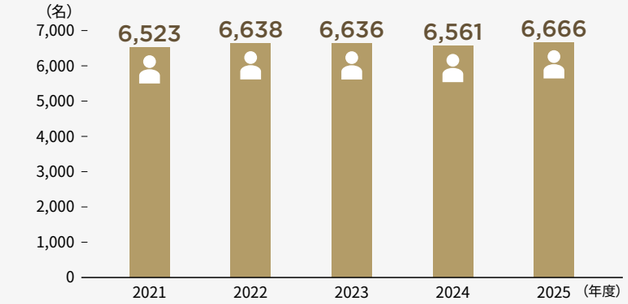
労働慣行

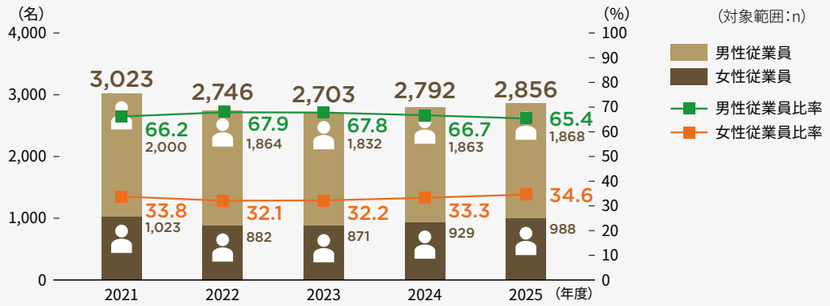
データ

従業員の構成

連結従業員数

（対象範囲：c）





外国人従業員数（社員のみ：単体）

（対象範囲：n）（単位：名）

	2021	2022	2023	2024	2025
外国人従業員数	19	19	16	21	25

年代別従業員数

（対象範囲：n）（単位：名）

		2021	2022	2023	2024	2025
30歳未満		1,197	923	770	810	843
	男性	530	419	337	353	353
	女性	667	504	433	457	490
30歳台		919	851	857	818	750
	男性	635	556	519	466	402
	女性	284	295	338	352	348
40歳台		606	629	679	747	818
	男性	555	570	608	656	700
	女性	51	59	71	91	118
50歳台		269	315	367	389	420
	男性	251	292	339	361	390
	女性	18	23	28	28	30
60歳以上		32	28	30	28	25
	男性	29	27	29	27	23
	女性	3	1	1	1	2
平均年齢		35.4歳	36.4歳	37.7歳	37.6歳	37.7歳
	男性	38.2歳	39.1歳	40.0歳	40.6歳	41.0歳
	女性	29.9歳	30.7歳	31.4歳	31.5歳	31.6歳

階層別従業員数

（対象範囲：n）（単位：名）

		2021	2022	2023	2024	2025
経営幹部（執行役員）		11	16	14	13	11
	男性 %	11 100.0%	15 93.8%	14 100.0%	13 100.0%	11 100.0%
	女性 %	0 0.0%	1 6.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
管理職		1,029	1,034	1,049	1,065	1,091
	男性 %	928 90.2%	927 89.7%	932 88.8%	942 88.5%	953 87.4%
	女性 %	101 9.7%	107 10.2%	117 10.8%	123 11.1%	138 12.7%
うち部長職以上		27	25	30	33	34
	男性 %	26 96.3%	25 100.0%	30 100.0%	33 100.0%	33 97.1%
	女性 %	1 3.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.9%
一般従業員		1,994	1,712	1,654	1,727	1,765
	男性 %	1,072 53.8%	937 54.7%	900 54.4%	921 53.3%	915 51.8%
	女性 %	922 46.2%	775 45.3%	754 45.6%	806 46.7%	850 48.2%

採用と離職

雇用契約別従業員数

（対象範囲：n）（単位：名）

		2021	2022	2023	2024	2025
契約社員		11	16	11	10	9
	男性	1	7	4	4	2
	女性	10	9	7	6	7
パートタイム従業員		2,245	2,527	2,704	2,732	2,532
	男性	306	322	380	403	367
	女性	1,939	2,205	2,324	2,329	2,165
派遣従業員		1	1	36	26	3
	男性	1	1	7	8	0
	女性	0	0	29	18	3

採用・離職

（対象範囲：n）（単位：名）

		2021	2022	2023	2024	2025
採用者数		145	79	162	282	279
	男性 %	53 37.3%	38 48.1%	66 40.7%	107 37.9%	103 36.9%
	女性 %	89 62.7%	41 51.9%	96 59.3%	175 62.1%	176 63.1%
新卒採用者数		114	39	105	236	245
	男性	41	9	34	84	83
	女性	73	30	71	152	162
中途採用者数		31	40	57	46	34
	男性	16	29	32	23	20
	女性	15	11	25	23	14
新卒採用3年後定着率		72.1%	56.7%	64.0%	66.7%	87.6%
	男性	73.6%	56.7%	61.0%	66.7%	73.5%
	女性	71.0%	56.7%	65.8%	66.7%	53.5%
離職者数（内、希望退職者）		1,050(580)	351	210	183	204
	男性	838(555)	173	102	69	88
	女性	212(25)	178	108	114	116
会社都合退職者数（定年退職者含む）		593(580)	14	3	14	10
	男性	568(555)	12	2	13	0
	女性	25(25)	2	1	1	0
自己都合退職者数		457	337	207	169	194
	男性	270	161	100	56	78
	女性	187	176	107	113	116
離職率		25.8%	11.4%	7.3%	6.0%	6.4%
	男性	29.4%	8.6%	5.4%	3.4%	4.3%
	女性	17.3%	16.9%	11.3%	11.1%	10.5%
会社都合退職率		14.6%	0.5%	0.1%	0.5%	0.3%
	男性	19.9%	0.6%	0.1%	0.6%	0.5%
	女性	2.0%	0.2%	0.1%	0.1%	0.0%
自己都合退職率		11.2%	11.0%	7.2%	5.5%	6.1%
	男性	9.5%	8.0%	5.2%	2.8%	3.8%
	女性	15.3%	16.7%	11.2%	11.0%	10.5%
平均勤続年数		12.2年	12.6年	14.1年	14.1年	14.2年
	男性	15.0年	15.4年	16.3年	17.2年	17.6年
	女性	6.5年	6.9年	7.3年	7.8年	7.9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）

		2021	2022	2023	2024	2025
従業員平均		4,127	4,587	4,960	5,068	5,091
	男性	4,435	4,915	5,298	5,441	5,495
	女性	3,347	3,766	3,995	4,026	4,073
管理職平均		5,270	5,636	5,998	6,160	6,244
	男性	5,360	5,749	6,126	6,305	6,393
	女性	4,324	4,584	4,775	4,919	5,093
一般従業員平均		3,442	3,901	4,160	4,182	4,195
	男性	3,591	4,088	4,363	4,408	4,436
	女性	3,220	3,628	3,831	3,833	3,855

※ 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）

	2021	2022	2023	2024	2025
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げています。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、レディースエリアマネージャー、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）

	2021	2022	2023	2024	2025
人材育成関連費用総額 （単位：百万円）	64	67	65	60	92
従業員一人あたり人材育成関連費用 （単位：千円）	11	12	12	10	16
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	20.4	24.0

※ 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。また、経営ビジョンの実現に向けた経営人材の要件定義から始め、継続的なトレーニングを実施しており、経営人材個々のスキルや特性に合わせた「オリジナル育成プログラム」を実施し、個の能力を最大化させることで、より強固な経営体制の構築を目指しています。

実績

2025年度
本部主導研修：　コマ数：367開催　参加者：15,544名
現場主導研修：　コマ数：280開催　参加者：4,467名

対象従業員と参加者数

対象：　2026年3月末従業員数5,506名（ビジネスウェア事業/役員除く）
延べ参加者数：　4,600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　2025年度：700ID　2026年度：600ID
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、150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。
2026年4月現在、400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		2021	2022	2023	2024	2025
通信教育助成制度	人数（名）	19	5	7	7	28
	金額（千円）	125	47	59	75	254
外部セミナー費用助成制度	人数（名）	8	14	11	8	14
	金額（千円）	287	466	546	217	517
海外留学支援制度	人数（名）	0	0	0	0	0
	金額（千円）	0	0	0	0	0
語学学習費用支援制度	人数（名）	0	0	2	0	0
	金額（千円）	0	0	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。

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、スーツスクエア他では売上業績や顧客化の取り組みなどで優秀な実績をあげた従業員を表彰しています。

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

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（レポート）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）
- コンプライアンスほっとライン（各種ハラスメントやコンプライアンス上の問題などに関する相談窓口）

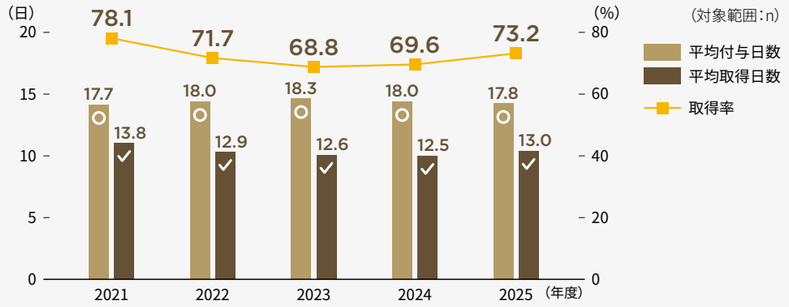
社外機関

- MY健活ヘルスケア（健康・医療相談、メンタルヘルス相談、介護相談、障がい相談を365日・24時間対応）
- コンプライアンスほっとライン（各種ハラスメントやコンプライアンス上の問題などに関する相談窓口）

奨学金返還支援制度

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



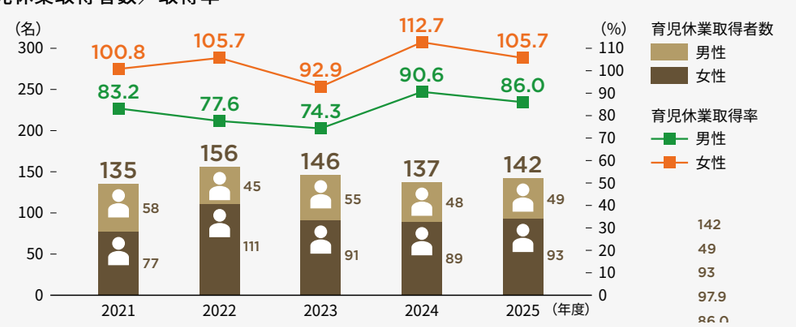
(注)2023年度の数値の過年度修正を行いました。

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、6.5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)

		2021	2022	2023	2024	2025
産前産後休業取得者数		77	61	101	84	90
育児休業取得者数		135	156	146	137	142
	男性	58	45	55	48	49
	女性	77	111	91	89	93
育児休業取得率		74.2%	95.7%	84.9%	103.8%	97.9
	男性	83.2%	77.6%	74.3%	90.6%	86.0
	女性	100.8%	105.7%	92.9%	112.7%	105.7
育児休業取得後の復職率		97.8%	100.0%	100.0%	98.0%	97.0%
介護休業取得者数		2	3	2	2	2

エンゲージメント調査

当社は、「人を最大の経営資本と定め、育成・評価・処遇を通じて個々の成長やチャレンジ意欲を促し、高い競争力を実現するとともに従業員の豊かな人生を創生する」ことを人事基本理念としています。人的資本経営を推進していくために、従業員一人一人が自社の目標や価値観に共感し、働きがいを感じながら主体的に業務に取り組める環境整備が重要であると考えています。第三者監修のもと実施された従業員エンゲージメント調査は、得られた従業員の声を経営陣にフィードバックし、より良い職場環境の実現と働き方や待遇の更なる改善、従業員の意識改革などに役立てています。

2026年6月に実施した調査結果は、エンゲージメント診断が「4.94」、eNPSは「-61.39」となります。

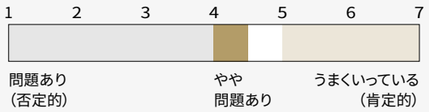
1. **実施期間**　2026年6月8日～6月22日
2. **対象者**　全従業員5,315名(パートナー含む、休職者除く)
3. **回答者**　4,963名(回答率93.4%)
4. **設問数**　39問
   (1) 21設問:エンゲージメント21診断((株)ビジネスコンサルタント)
   (2) 18設問:eNPS(青山商事独自設問)
5. **調査結果**
   (1) エンゲージメント21診断

	2025	2026	他社平均値
エンゲージメント21診断(平均値)	4.95	4.94	4.73※

※(株)ビジネスコンサルタント提供データ

(7点満点で5～7点がうまくいっている(肯定的)と認知している状態)

[スコアの配点]



(2) eNPS

	2025	2026
eNPS	-50.42	-61.39

(従業員が「あなたは、自分の会社を知人や家族に勧められますか?」の問いに0～10点で回答、9～10点を推奨者、7～8点を中立者、0～6点を批判者にグループ分けし、[推奨者の割合]から[批判者の割合]を引いた値)

※調査対象10業界全体の平均値は-62.5(出典:NTTドコモビジネスX(株)「eNPS業界別分析レポート」

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、安心で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。

体制

当社グループは、正社員のみならず、店舗運営を支える契約社員、パートタイマー、アルバイト等、当社グループで働くすべての従業員の安全と健康を最優先とする「労働安全衛生方針」を確実に実行するため、経営層による監督のもと、人事部が主体となり、産業医や健康保険組合と密に連携しながら、本社から全国の店舗に至るまで、雇用形態を問わない包括的な安全衛生管理と健康保持・増進（健康経営）を推進しています。

また、サステナビリティに係る重要課題（マテリアリティ）の一つとして「労働安全衛生」を位置づけ、事業所の規模に応じた適切な管理体制を敷き、すべての従業員が安心で快適に働ける職場環境の整備に努めています。

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）職場における熱中症対策、応急処置対応マニュアルの全社配信
（4）労働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

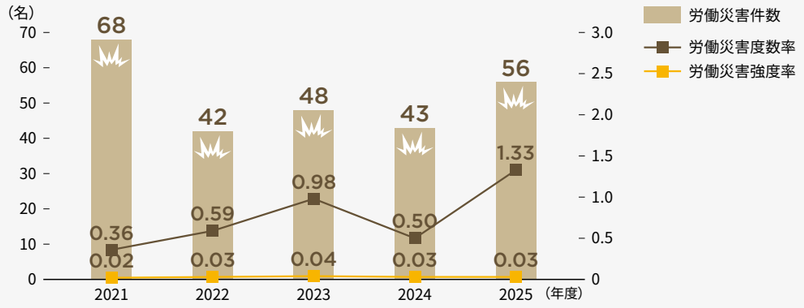
労働災害・疾病の状況

（対象範囲：n）

	2021	2022	2023	2024	2025
労働災害件数	68件	42件	48件	43件	56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	0.36	0.59	0.98	0.50	1.33
労働災害強度率	0.02	0.03	0.04	0.03	0.03
メンタルヘルスに伴う休職者数（1ヵ月以上休職者）	21名	28名	33名	22名	25名
従業員一人当たり年間総労働時間	2,000.0時間/年	2,053.7時間/年	2,063.6時間/年	2,059.5時間/年	2,045.9時間/年
従業員一人当たり月平均時間外労働時間	17.3時間/月	14.1時間/月	18.3時間/月	16.5時間/月	15.4時間/月

（注）労働災害度数率、強度率の2020年度～2023年度の数値の過年度修正を行いました。

労働災害件数／労働災害度数率／労働災害強度率



(注)労働災害度数率、強度率の2020年度～2023年度の数値の過年度修正を行いました。

健康経営

健康経営方針

青山商事は、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代表取締役社長を中心に、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みます。

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)

復職支援

・休職復帰者の復職支援
・休職後の短時間勤務制度の導入

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)
・定期的なウォーキングイベントの開催

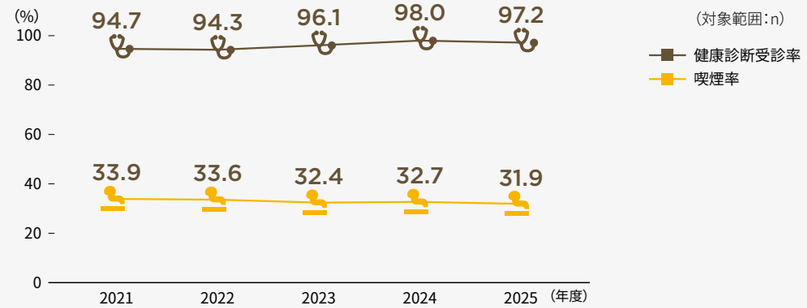
女性活躍推進

・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

ヘルスリテラシーの向上

・全従業員を対象としたヘルスリテラシー向上研修を実施

健康経営の指標



(対象範囲:n)(単位:%)

		2021	2022	2023	2024	2025
健康診断受診率		94.7	94.3	96.1	98.0	97.2
喫煙率		33.9	33.6	32.4	32.7	31.9
	男性	40.6	39.0	37.1	38.5	38.0
	女性	29.7	26.1	28.2	27.3	25.9
ストレスチェック受検率		88.0	93.9	94.3	94.8	92.6
	高ストレス者率	10.2	12.0	10.5	11.1	8.2

(注)健康診断受診率の計算方法を2022年度に変更したことより、2022年度、2023年度の数値の過年度修正を行いました。

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」に基づき、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責任を認識しています。

当社グループは、国連の「国際人権章典」や「ビジネスと人権に関する指導原則」、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」など、人権・労働に関する国際規範を支持・尊重し、その実践に取り組んでいます。

2021年に「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」を策定し、人権デューディリジェンスの実施を通じて、人権に対する負の影響の特定、防止・軽減、是正に努めています。

また、人権方針に沿った責任ある調達を推進するため、「グループ調達方針」および「調達先行動規範」を策定し、取引先の皆様にも遵守をお願いしています。

今後も「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継続し、事業のバリューチェーン全体を通じて、青山商事グループの影響の及ぶすべての人々の人権が尊重されるよう努めてまいります。

人権関連方針

参照
- **青山商事グループの人権方針**
  https://www.aoyama-syouji.co.jp/sustainability/social/business.html#anc-01
- **グループ調達方針**
  https://www.aoyama-syouji.co.jp/sustainability/governance/scm.html#anc-01
- **調達先行動規範**
  https://www.aoyama-syouji.co.jp/sustainability/governance/scm.html#anc-02

体制

当社グループの人権に関する対応は、サステナビリティ担当取締役の全体統括の下、サステナビリティ部会を中心に行っています。

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。（P.4 サステナビリティ推進体制参照）

責任者

サステナビリティ担当取締役

審議機関

リスクマネジメント委員会-サステナビリティ部会

データ

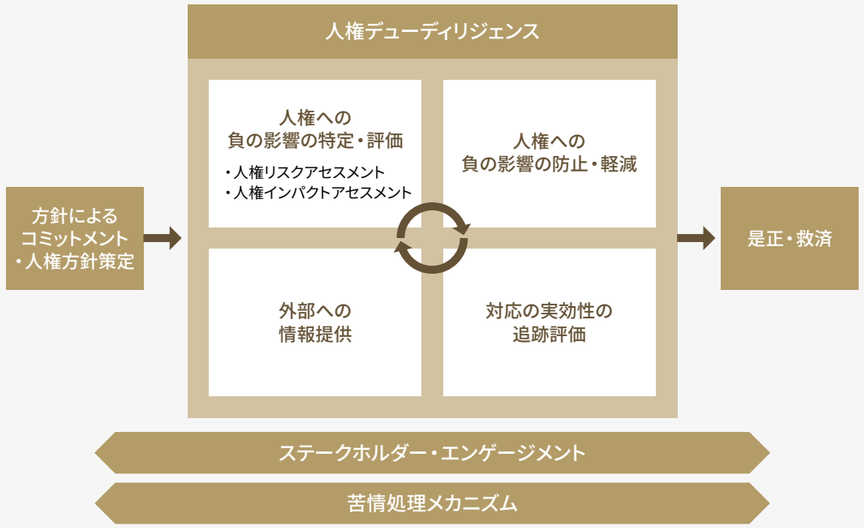
人権デューディリジェンス

人権デューディリジェンスの概要

青山商事グループは、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に則った人権デューディリジェンスを継続的に実施しています。

2023年に、人権リスクアセスメントを実施し、優先的に対応すべき潜在的な人権リスクを特定しました。

人権リスクアセスメントの結果に基づき、潜在的な人権リスクの一つであるサプライチェーン上の人権リスクに対して、2023年以降、主要な生産拠点の従業員・労働者を対象に人権インパクトアセスメントを実施し、顕在的な人権影響の有無を確認しています。



人権リスクアセスメントで特定された潜在的人権リスク

潜在的人権リスク	影響を受けるライツホルダー
サプライチェーン上の人権侵害への加担	サプライヤー労働者、地域住民
職場の従業員に係わる労働諸問題	自社グループ従業員
消費者の権利の侵害	消費者

人権インパクトアセスメント実施状況

2023年12月	PT. FUKURYO INDONESIA（インドネシアのグループ会社）
2024年12月	Sound 868 Co.,Ltd.（カンボジアの一次サプライヤー）
2026年1月	PT. NAIGAI SHIRTS INDONESIA（インドネシアの一次サプライヤー）

人権リスクアセスメント

2023年に、NPO法人経済人コー円卓会議日本委員会（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、当社グループの事業活動が、バリューチェーンの各段階を通じてライツホルダーの人権に負の影響を与える可能性を評価することにより潜在的な人権リスクを特定し、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。

人権リスク評価対象範囲

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） ・自社従業員が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、一般市民
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の人権指標で評価 ・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

人権リスク評価プロセス

（1）カントリーリスク評価	当社グループの事業拠点および主要取引先縫製工場が所在する国を対象に、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	当社グループの事業拠点の事業規模（売上高、調達金額、店舗数、従業員数等）による人権リスクへの影響度合いを評価しました。 また、人権課題に関連する部門の参加者による人権ワークショップを実施し、事業バリューチェーン上で発生しうる人権リスク要素を抽出しました。
（3）潜在的人権リスク評価	カントリーリスク評価と事業リスク評価に基づき、潜在的な人権リスクをライツホルダー、人権指標、バリューチェーンの評価軸により特定しました。

人権リスク評価結果

人権リスクアセスメントにより特定された、当社グループの事業に関連性が高い潜在的人権リスク

潜在的人権リスク1：サプライチェーン上の人権侵害への加担
潜在的人権リスク2：職場の従業員に係わる労働諸問題
潜在的人権リスク3：消費者の権利の侵害

潜在的な人権リスク

潜在的人権リスク1：サプライチェーン上の人権侵害への加担

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ます。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ました。

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）
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
ライツホルダー	・サプライヤー労働者、地域住民
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
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。 →詳細はP.33「サプライヤーのリスク評価」をご参照ください。

潜在的人権リスク2：職場の従業員に係わる労働諸問題

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ます。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ました。

事業・バリューチェーン	・主に自社従業員が係るオペレーションプロセス（物流・オフィス管理・店舗）
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
ライツホルダー	・自社グループ従業員
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
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。 ・店舗従業員保護の観点からカスタマーハラスメント方針に基づいた体制整備に努める。

潜在的人権リスク3：消費者の権利の侵害

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ました。

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）
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
ライツホルダー	・消費者
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
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。 ・多様性の尊重を実現するような商品の開発、サービスの提供に努める。

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を製造しているインドネシアおよびカンボジアの生産拠点を対象に人権インパクトアセスメントを実施し、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行いました。

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CRT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。

インドネシア　PT. FUKURYO INDONESIA（グループ子会社）

実施日	2023年12月13～15日
対象者	PT. FUKURYO 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。

カンボジア　Sound 868 Company Limited（サプライヤー）

実施日	2024年12月4～6日
対象者	Sound 868 Company Limitedの4職場から選定した20名
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。職場では労使間のコミュニケーションが良好で、従業員が働きやすい環境を双方が協力して構築していることが確認されました。 しかしながら、今後、従業員の人権を尊重する取り組みをさらに推進するためには、「国際人権規範に基づく企業方針の策定」と「救済へのアクセスの整備」を整えることの課題が見られました。 今回の結果を踏まえ、より従業員の権利が適切に保護される体制の構築に努めていきます。

インドネシア PT. NAIGAI SHIRTS INDONESIA（サプライヤー）

実施日	2026年1月14～16日
対象者	PT. NAIGAI SHIRTS INDONESIAの工場労働者、管理職、研修生から選定した19名
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。雇用、労働時間、賃金に関する不満や問題はあがらず、現場の安全、衛生面においても懸念点は確認されませんでした。また、経営、管理職と従業員とのコミュニケーションは良好であり、相談しやすい状況にあることが確認されました。 今後とも国際的な人権・労働規範に則った対応に努めていきます。

※ PT. NAIGAI SHIRTS INDONESIAは2026年4月30日をもって閉鎖

救済へのアクセス

苦情処理メカニズム

青山商事グループは、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づき、企業活動の中で人権侵害を受けた人々が救済を求めた時に適切にアクセスできるよう、透明性や公平性を確保し従業員が信頼して利用できる仕組みを整えています。また、社内規定により、当社グループ従業員からの組織的又は個人的な人権侵害に関する相談、通報、および適正な処理の仕組みを定め、従業員の人権を侵害する行為の早期発見や防止、自浄作用向上のための体制を整えています。

対象：自社グループ従業員

グループ全体で共通の相談窓口として、社内外にそれぞれコンプライアンスほっとラインを設置し、電話、メールともに対応しています。社外窓口においては、日本語を母国語としない従業員がアクセスしやすいように英語、中国語の外国語対応メール相談窓口も設置しています。また、通報者の保護として関係者への秘密保持の徹底や通報者への不利益な取り扱いの禁止など内部通報規程に定めており、通報者への不利益な扱いを禁止しています。そして、毎月のコンプライアンス便りの配信、各種研修とアンケートの実施、約2カ月間のコンプライアンス月間を設定し社内報でハラスメントや多様性の尊重について学ぶなど社内啓蒙にも継続的に取り組んでいます。

対象：その他外部のステークホルダー

お客様を対象とした相談窓口として、お客様相談室を設け、電話、メールともに対応しています。また、当社の採用選考を受けている方を対象に、選考や面談中に不快な対応やハラスメントを受けた場合、速やかに相談できる窓口を設置していると共に、「就活ハラスメント防止ポリシー」を制定、開示し、当社の採用選考を受けている方の人格と尊厳を尊重した健全な就職活動の実現に取り組んでいます。

参照 ・就活ハラスメント防止ポリシー
https://www.aoyama-syouji.co.jp/recruit/new/harassment-policy/

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　・社会・地域貢献活動
https://www.aoyama-syouji.co.jp/sustainability/social/contribution.html

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）

		2021	2022	2023	2024	2025
社会・地域貢献活動費総額		10.35	8.10	85.64	58.54	58.03
分野別	災害支援	0.00	0.00	10.00	0.00	0.00
	地域貢献	7.70	5.23	22.45	18.01	17.61
	環境保全	2.65	2.87	53.19	40.53	10.42
費目別	金銭寄付	2.65	2.87	13.19	4.47	3.89
	会費・協賛	—	—	7.33	8.32	7.53
	事業・投資	—	—	51.00	37.06	37.52
	現物提供	3.73	1.17	9.44	2.10	2.10
	人材提供	3.97	4.06	4.68	6.59	6.98

（注）2023年度の数値の過年度修正を行いました。

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	高知県梼原町	「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」
・2025年5月	長崎県島原市	「防災に関する連携協定」
・2025年8月	佐賀県武雄市	「防災に関する連携協定」
・2025年9月	宮崎県小林市	「防災に関する連携境地」
・2026年6月	大分県日田市	「防災に関する連携協定」
・2026年7月	福岡県田川市	「防災に関する連携協定」
・2026年7月	沖縄県名護市	「防災に関する連携協定」

[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議会を通じ、各地域のＮＰＯ団体等に順次寄贈させていただきました。

また、2025年5月には中国・四国地方に拠点を有する本社や店舗の42拠点分の非常用食品3,654点（アルファ米：2,436袋、ライスクッキー：1,218箱）を、「ファミマフードドライブ」へ寄贈し、それぞれの地域で活動するNPO団体や社会福祉協議会などを通して、地域の食支援が必要な方々に届けられました。さらに、2026年7月には関東地区（千葉県・埼玉県・群馬県・栃木県・茨城県）の「洋服の青山」85店舗からも、計5,418点を寄贈いたしました。

[災害支援] 防災毛布の寄贈

当社では、全国47都道府県（離島含む）に営業店を展開する中で、災害対策の強化に取り組む地域住民の皆様にお役立ていただくために、離島を含む遠隔地等にある自治体に対して2019年より「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。また、その関係性から協定を結び、自治体と連携して地域課題の解決に寄与することを目指しています。



災害支援用リサイクル毛布（防災毛布）

寄贈自治体	防災毛布の寄贈総枚数	備考
石川県輪島市	400枚	3月25日：輪島市民防災の日
新潟県佐渡市	300枚	9月1日：防災の日
鹿児島県奄美市	300枚	平成22年10月 奄美豪雨災害（2010年10月）
熊本県天草市	300枚	令和2年7月 豪雨災害（2020年7月）
鹿児島県龍郷町	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	300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	300枚	令和元年8月 佐賀豪雨災害（2019年8月）
宮崎県小林市	300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	300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	300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	300枚	令和5年 台風6号による被害（2023年8月）
青森県むつ市	100枚	令和3年8月 むつ市・風間浦村豪雨災害（2021年8月）
	合計 3,300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	寄贈年月	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援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。

■平成30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ると共に、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月より参加しています。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、就職活動や新社会人生活を支援しています。



	2021	2022	2023	2024	2025
スーツ着こなし講座の受講者数（延べ人数：名）	57,140	66,847	82,685	103,109	106,373
スーツ着こなし講座の開催数（延べ件数：件）	915	1,061	1,227	1,481	1,540

※受講者数の2023年度の数値の過年度修正を行いました。

[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	2024	2025
職場体験学習受け入れ人数	416	613	816	628	523
職場体験学習受け入れ校数	130	193	258	219	177

[教育支援]　ソーシャルボンドへの投資

当社は2026年2月期に独立行政法人日本学生支援機構が発行するソーシャルボンド（第82回日本学生支援債券)へ投資を実施しました。調達された資金は、日本学生支援機構が担う奨学金事業の内、貸与奨学金の財源として活用されます。奨学金事業は、日本国憲法第26条や教育基本法第4条に定められる「教育の機会均等」や、国連の持続可能な開発目標（SDGs）の内、目標4「すべての人に包摂的かつ公平で質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する。」の達成に資する等、日本の教育面における課題解決に貢献します。

[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。



サンフレッチェ広島



ヴィッセル神戸

青山商事株式会社

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

2026年11月発行