ファーストリテイリンググループ　TCFD の枠組みに基づく開示　2024 年８月期版

■LifeWear=「新しい産業」

ファーストリテイリングは、「服を変え、常識を変え、世界を変えていく」という企業理念を掲げ、よい服をつくり、よい服を売ることで、世界をよい方向へ変えていくことをめざして、事業活動を続けています。「よい服」とは、シンプルで、上質で、長く使える性能をもち、あらゆる人の暮らしを豊かにできる服。自然との共生を考え、つくられる過程で革新的な技術を使い、地球に余計な負荷をかけない服。健康と安全と人権がきちんと守られた環境で、いきいきと働く多様な人々の手でつくり届けられる服です。こうした考えをカタチにしたのが LifeWear です。

当社は、LifeWear のコンセプトを大切にした服づくりを追求し続けることが、サステナブル（持続可能）な社会への貢献と、事業の成長につながると確信しています。製品としての服だけでなく、生産される過程やその販売方法にまで踏み込んだ LifeWear という「新しい産業」を創出し、今までにない服のあり方を世の中に提示することで、持続可能な社会に貢献していきます。

この考えのもと、ファーストリテイリングは、４つの約束とサステナビリティ活動の６つの重点領域を特定し、その達成に向けた活動を行っています。

**４つの約束**：

1. LifeWear の商品完成度をさらに上げるために、サプライチェーンのすべてを見直します。
2. LifeWear は世界中のあらゆる人の個と多様性を尊重し続けます。
3. 20 年以上にわたり私たちが信じてきた「LifeWear が持つ社会を良くするチカラ」を、これからより一層活用し、世界規模で社会の安定と持続的発展に寄与していきます。
4. LifeWear の価値をさらに上げるために、より長く使っていただける新サービス・技術を開発し、提供します。

**サステナビリティ活動の６つの重点領域**：

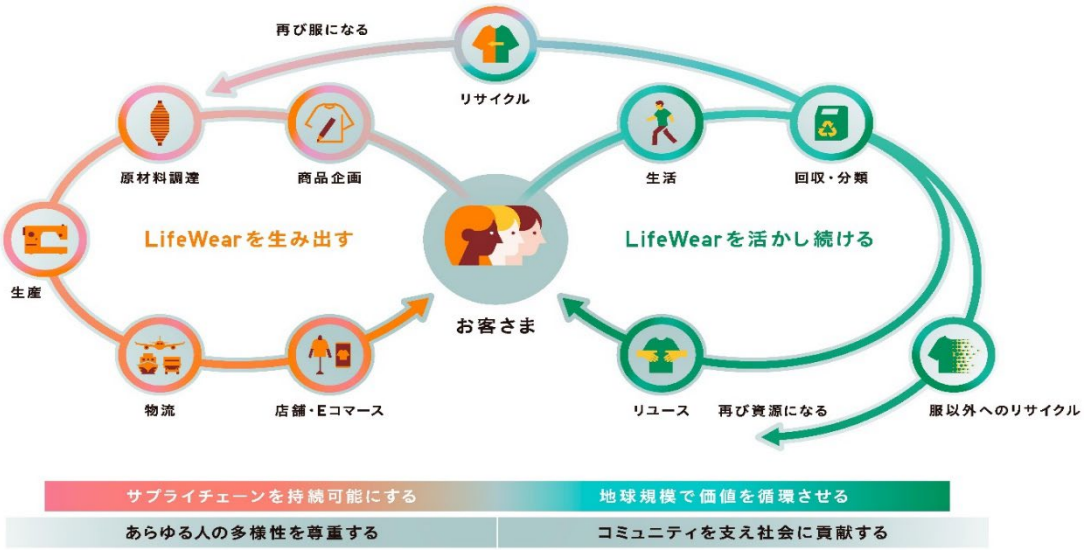
1. 商品と販売を通じた新たな価値創造
2. サプライチェーンの人権・労働環境の尊重
3. 環境への配慮
4. コミュニティとの共存・共栄
5. 従業員の幸せ
6. 正しい経営

重点領域の特定プロセスと、重点領域の詳細はこちら：
https://www.fastretailing.com/jp/sustainability/vision/priority-areas.html

## ■気候変動への取り組み・戦略

ファーストリテイリングは、LifeWear のコンセプトのもと、事業活動とサステナビリティ活動を一体として推進していくことで、新たなビジネスモデルへの転換を加速していきます。

**ファーストリテイリングのめざす新しい服のビジネスモデル**




「LifeWear を生み出す」過程では、お客様が本当に必要とするものだけをつくり、販売するとともに、服の生産から輸送、販売までのすべてのプロセスにおいて環境負荷の少ないモノづくりの実現と、人権に配慮され、お客様に安心してお買い求めいただけるサプライチェーンの構築を進めています。また、販売後の服にも責任をもち、リデュース・リユース・リサイクルなどを通して「LifeWear を活かし続ける」ために、服のリペア・リメイク・アップサイクルの推進や、回収衣料の難民への寄贈、古着販売、新しい服へのリサイクルなどの新たなサービスや技術の開発に取り組んでいます。さらに、複雑化する社会課題の解決に寄与するために、服の事業を通じた社会貢献やダイバーシティの取り組みをグローバルで拡大しています。

気候変動が社会に及ぼす影響は甚大であることを認識し、パリ協定の達成に向けて世界の平均気温上昇を抑えるための取り組みを強化しています。気候関連のリスクと機会がもたらす事業への影響を把握し、戦略の策定、実行を進めています。

### ＜目標＞

・お客様の生活を豊かにする LifeWear を追求し、お客様が本当に必要としているものだけをつくり、販売する
・環境に配慮し、徹底的に温室効果ガスや廃棄物の排出量を削減し、環境負荷の少ないモノづくりを実現する

- ✓ 2030 年８月期までに、店舗と主要オフィスなど、自社運営施設におけるエネルギー使用由来（スコープ１、スコープ２）の温室効果ガス排出量を 90%削減（2019 年８月期比）
- ✓ 2030 年８月期までに、ユニクロ・ジーユー商品の原材料生産・素材生産・縫製に伴う温室効果ガス排出量（スコープ３、カテゴリ１）を 20%削減（2019 年８月期比）
- ✓ 2030 年８月期までに、全世界の店舗と主要オフィスの使用電力で 100%再生可能エネルギー化を達成
- ✓ 2030 年８月期までに、全使用素材の約 50%をリサイクル素材など温室効果ガス排出量の少ない素材などに切り替え
- ✓ お客様へ商品をお届けする過程で使用する資材 [1]の削減・切り替え・再利用・リサイクルを通して、早期に「廃棄物ゼロ」を実現
- ✓ バリューチェーン全体において生物多様性への影響を回避・軽減させ、生物多様性の保全・再生を進めることで、長期的に生物多様性に対するネットポジティブインパクト [2]を達成

---

[1] 商品パッケージ、輸送途中の段ボールやビニール袋、ハンガーなど
[2] 生物多様性に対するネットポジティブインパクト：生物多様性への正の影響が負の影響を上回っている状態

＜目標達成に向けての取り組み＞

LifeWear を生み出す

● 有明プロジェクトの推進

有明プロジェクトはお客様とダイレクトにつながり、お客様の声や世の中の情報を商品化し、最適な形でお届けする情報製造小売業へ変革するための全社改革です。デジタル技術などの活用により、サプライチェーンの仕組みと働き方を変え、グローバルな事業拡大と同時に「無駄なものをつくらない、運ばない、売らない」を実現し、お客様満足の向上、環境負荷の低減などサステナビリティの課題解決につなげます。具体的には、世界中の店舗や E コマースを通じて集まるお客様のご要望など、膨大な情報を分析することで、お客様のニーズを起点にした商品づくりを行っています。また、必要なものだけを生産し、販売する取り組みを進め、最終的にすべて売り切ることで、服を廃棄はしない方針としています。そして、サプライチェーンのあらゆる無駄をなくすことで、廃棄物ゼロを目指しています。

● 温室効果ガス排出量の削減

**自社領域（店舗と主要オフィス）**

店舗では、電力の使用そのものを減らす省エネルギーに取り組んでいます。店舗内のレイアウト見直しによる照明器具の灯数削減、自然採光の効率的な導入、空調設計の効率化を行い、エネルギー効率の良い新しい店舗の設計を始めています。国内のユニクロでは、8店舗が建物と敷地利用における国際的な環境性能評価システム LEED®の既存建物の運用・保守分野において、ゴールド認証を取得しています。

これに加え、再生可能エネルギー100%の目標達成に向けても、着実に取り組みが進んでいます。太陽光発電設備の設置 [3]や電力会社の提供する再エネメニューの購入、再エネ電力証書の購入などを進めた結果、2023 年 8 月期末時点で、再生可能エネルギーの割合は 67.6%に達しています。2023 年8月期は欧州の一部、カナダ、シンガポールで再生可能エネルギーへの切り替え 100%を達成しました。

**サプライチェーン領域**

ファーストリテイリングは長年にわたり、工場が直面する課題をともに解決することを考え、取引先工場と共に成長することを追求してきました。その結果、培われた工場との長期的で強いパートナーシップが当社の強みです。

こうした強固なパートナーシップを通じて、サプライチェーン領域における 2030 年8月期の温室効果ガス排出量削減目標の確実な達成をめざしています。主要縫製工場および素材工場を対象に、アパレル業界の統一指標（Higg インデックスなど）を用いて温室効果ガス排出量を含む環境負荷を把握し、工場とともに削減に取り組んでいます。具体的には、2021 年 11 月までに、ユニクロおよびジーユーの生産量の 9 割を占める主要工場を対象に、国や地域、個別工場の状況、課題を把握した上で、省エネルギー活動、脱石炭、再生可能エネルギーの導入などを織り込んだ温室効果ガス削減計画の策定を完了しました。削減計画の確実な実行に向け、取引先工場と密に連携し、3 か月に 1 度、進捗確認や計画の見直しを行っています。課題解決に向けた支援として、個別工場のニーズに応じて、再生可能エネルギーの導入に向けた助言や計画実行に必要な資金の調達先の紹介などを実施しています。

2030 年 8 月期までに、ユニクロ・ジーユー商品の原材料生産・素材生産・縫製に伴う温室効果ガス排出量（スコープ3、カテゴリ1）の 20%削減（2019 年8月期比）という目標に対し、2023 年 8 月期は 10.0%の削減となりました。

**商品領域**

原材料生産における温室効果ガス排出量の削減のために、2030 年8月期までに、全使用素材の 50%をリサイクル素材など温室効果ガス排出量の少ない素材に変えることを目標としています。

現在は、ポリエステルにおいて取り組みが進んでおり、これまで、ユニクロのドライ EX やファーリーフリース、ヒートテッククルーネック T シャツの一部でリサイクルポリエステルを採用しています。ファーストリテイリンググループ全体で、全使用素材に対するリサイクル素材など温室効果ガス排出量の少ない素材の使用割合は2024年商品全体で18.2%に上昇（前年は 8.5%）しました。ポリエステルについては全使用量の 47.4%（前年は 30.0%）でリサイクルポリエステルを採用しました。

[3] PPA（Power Purchase Agreement、電力販売契約）を通じた導入

化学繊維は比較的リサイクルの技術が発展していることもあり、まずはレーヨン・ナイロンなどの化学繊維から切り替えを進めていく予定です。コットン・ウールなどの天然素材については、取引先パートナーと研究開発を進めており、既存商品と同等の品質、着心地のよさを実現できる素材の開発に取り組んでいます。

**LifeWear を活かし続ける**

- **RE.UNIQLO の推進**

ファーストリテイリングの主力事業であるユニクロでは服を活かし続けることで、循環型社会に移行するための取り組み「RE.UNIQLO」を推進し、REDUCE・REUSE・RECYCLE の活動を行っています。

・「REDUCE」では、2021 年から「RE.UNIQLO STUDIO」において、お客様に愛着ある服を大切に着続けていただくため、リペア・リメイク・アップサイクルなどのカスタマイズサービスを開始しました。同スタジオは、2024 年 11 月末時点で 22 の国・地域、56 店舗で展開しています。

・「REUSE」では、2006 年から行ってきた難民・国内避難民への衣料支援に加え、2023 年 10 月から「UNIQLO 古着プロジェクト」をスタートさせ、2024 年 8 月期にはユニクロの国内4店舗で回収した服を古着としてトライアル販売を実施しました。お客様から回収した衣料の中から染め直しに適した素材や状態のものを厳選し、高い技術をもつ日本国内の染色工場でそれぞれの素材に応じた染め直しを行っている他、専門業者が丁寧に洗濯した商品の販売も行っています。販売を通してお客様からいただいたご意見や課題を分析し、古着のトライアル販売を今後も継続していく予定です。

・「RECYCLE」では、回収した服を新しい服や資材としてよみがえらせ、再びお客様にお届けする取り組みを進めています。例えば、回収したダウンジャケットのダウンとフェザーを抽出し、新しいダウンジャケットの原材料として活用しています。また、2024 年夏にフランスで開催された世界的スポーツ大会でスウェーデン代表選手団に提供した公式ウェアに、店舗で回収した商品（ポリエステル高混率素材）の一部を化学的にリサイクルした素材を初めて採用しました。

また、服へリサイクルできないものは、断熱材や防音材などの資材として活用します。例えば、2023 年4月にオープンした、消費電力を抑えるためにさまざまな工夫を実現したユニクロ　前橋南インター店では、外壁の断熱材の約 30%に、回収したユニクロの服を細かく裁断したリサイクル素材を使用しています。また、自動車用防音材は、約 4.3kg の古衣料 [4]が、裁断・反毛されたのちに、車 1 台分に使われる防音材にリサイクルされ、自動車のエンジン音や電気自動車の高周波を低減する役割を果たします。資材として活用できない場合は、固形燃料（RPF[5]）に転換しています。RPF は、服や廃プラスチック・紙や木のくずを原料とし、石炭など化石燃料の代替として、製紙会社などの専用ボイラーなどで使われています。

ファーストリテイリングの環境への取り組みと環境負荷データはこちら：
・環境への配慮
https://www.fastretailing.com/jp/sustainability/environment/
・サステナビリティデータブック
https://www.fastretailing.com/jp/sustainability/report/data.html

**＜気候変動に関するリスクと機会のシナリオ分析＞**

ファーストリテイリングは、事業に対する顕在的・潜在的なリスクを想定したうえで、リスクを予防し、適切に管理および対応することが、事業の持続的な成長に不可欠だと考えています。2021 年に、2030 年までを対象期間として、気候変動が自社およびサプライチェーンにもたらすリスクと機会を見直しました。2024 年には、それぞれのリスクと機会について再確認を行い、対応策の更新を行いました。

リスクと機会の見直しにあたっては、以下の2つのシナリオを参照し、2100 年までの平均気温の上昇が産業革命以前と比べて2℃未満の場合と、4℃の場合について、2030 年までを対象期間として、気候変動が自社およびサプライチェーンにもたらすリスクと機会、対応策を検討しました。

---

[4] 情報提供元：日本特殊塗料株式会社
[5] RPF :Refuse Paper and Plastic Fuel の略

・国際エネルギー機関（IEA）の「持続可能な開発シナリオ」および「2℃未満シナリオ（B2DS）」：
エネルギー政策など、脱炭素社会への移行に伴う気候変動対策についてのシナリオ
・「気候変動に関する政府間パネル　第５次報告書（RCP8.5）」：
気温上昇などによる自然災害（洪水・干ばつ・熱被害など）の拡大についてのシナリオ

気温の変化、洪水、干ばつなどの異常気象の増加、温室効果ガス排出規制の強化や再生可能エネルギーへの転換は、事業の店舗運営やサプライチェーンの各領域において影響を及ぼす可能性があり、事業上のリスクになる一方で、適切に対応を行うことで事業の競争力のアップや新たな需要の創造につながることを認識しています。

＜ファーストリテイリングの気候変動リスク一覧＞

| | | |
|---|---|---|
| 移行リスク | 規制 | 1　炭素税・カーボンプライシング、燃費・排ガス規制 |
| | 市場 | 2　お客様の価値観の変化 |
| | 評判 | 3　ESG 評価基準、開示基準の厳格化<br>4　投資家の投資判断基準の厳格化 |
| 物理リスク | 急性・慢性 | 5　自然災害の増加<br>6　気温の上昇 |

＜2℃未満の場合＞

| | リスク | 機会 | 対応策 |
|---|---|---|---|
| 1. 炭素税・カーボンプライシング、燃費・排ガス規制 | ・炭素税などの税制または規制強化により、サプライチェーンにおいてコストが上昇し、その結果生産コストが上昇するリスク | ・省エネルギー推進や再生可能エネルギー導入などにより、サプライチェーンにおけるコスト上昇を抑制し、生産コストの低下につながる | ・ファーストリテイリングと取引のある主要な素材・縫製工場において、省エネルギーの徹底、再生可能エネルギーの導入を加速化し、温室効果ガス排出量の削減を進める<br>・2030 年８月期までにユニクロ・ジーユー商品の原材料生産・素材生産・縫製に関わる温室効果ガス排出量 20%削減に向け、生産量の９割を占める対象工場に省エネルギー、脱石炭、再生可能エネルギーの導入などを織り込んだ温室効果ガス排出量の削減計画を策定。今後は計画をより具体化し、実行する |
| | ・炭素税などの税制または規制強化により、自社店舗の運営コストが上昇するリスク | ・再生可能エネルギーの導入・省エネルギー推進により、自社の店舗のコスト上昇を抑制し、コスト削減につながる<br>・上記対応により、お客様からの評判が向上し、ブランドイメージの向上につながる | ・2030 年８月期までに店舗や主要オフィスなどの自社運営施設におけるエネルギー使用由来の排出量を 90%削減に向け、店舗の省エネルギーを推進し、電力使用量を削減することにより、温室効果ガス排出量の削減に取り組む<br>・店舗や主要オフィスで、太陽光発電設備を設置し、電力会社の提供する再エネメニューの購入、再エネ電力証書の購入などを推進する |
| | ・EU の燃費・排ガス規制など、中国、ベトナム、バングラデシュ、インドネシアの拠点を中心とする生産国、および、日本、東南アジア、EU などの販売国における規制強化により、物流費が上昇するリスク | ・有明プロジェクトの推進を通じて、物流の効率化を実現 | ・EU の燃費・排ガス規制への対応として、ハイブリッド車・EV 車への移行や水上輸送の使用など輸送形態の多様化、および、トラックの積載率の向上を図り、ローコスト経営を徹底<br>・各国事業において E コマースにおける店舗受け取りの活用など、輸送量の削減により温室効果ガス排出量削減に貢献<br>・有明プロジェクトを推進し、在庫の効率化を進めることで、物量を低減、複数ブランドにおけるトラック共同利用により、配送効率を強化<br>・物流領域における温室効果ガス排出量の測定をさらに精緻化し、具体的な削減目標と削減計画を策定・実行 |

| | リスク | 機会 | 対応策 |
|---|---|---|---|
| 2. お客様の価値観の変化 | ・お客様が環境負荷の低い素材、商品やサービスを好まれるようになり、変化するニーズに対応できない場合、売上が減少、評判が低下するリスク | ・温室効果ガス排出量の少ない素材を開発することで、<br>新たな需要の創造、お客様の評判の向上 | ・2030 年 8 月期までに全使用素材の約 50%について、リサイクル素材など温室効果ガス排出量の少ない素材へ切り替えるために、素材開発を加速させる<br>すでに、リサイクルダウンジャケット、リサイクルポリエステル素材のドライ EX ポロシャツやヒートテッククルーネック T シャツを発売済 |
| | | ・環境変化に対応した商品の需要増加 | ・ヒートテック、エアリズム、UV カットパーカ、ブロックテックパーカなどの機能性の高い商品の開発を強化する |
| | | ・RE.UNIQLO 活動の加速により、需要の創造、お客様の評判の向上 | ・お客様のもとで不要になった服を回収し、服に新しい価値を与えて次へと活かすお客様参加型の取り組み「RE.UNIQLO」などの商品の REDUCE・REUSE・RECYCLE を通じて、温室効果ガス排出量の削減に貢献し、お客様への訴求を強化する |
| | | ・サステナビリティ活動の情報発信強化によるお客様の評判の向上 | ・ユニクログローバルブランドアンバサダー、LifeWear アンバサダーを通し、サステナビリティの取り組みを強化する<br>・統合報告書、LifeWear Magazine、服のチカラなどの刊行物、投資家・メディア向けサステナビリティ説明会の開催を通し、サステナビリティに対する企業姿勢・目標に対する進捗を発信する |

＜4℃の場合＞

| | リスク | 機会 | 対応策 |
|---|---|---|---|
| 5. 自然災害の増加 | ・自然災害による原材料への影響、生産施設の被害やサプライチェーン寸断による生産停止 | ・素材調達・企画・生産・物流・販売・在庫管理など、すべての過程を一貫して行うSPA（アパレル製造小売業）であるため、高い対応力を有しており、リスクの最小化・低減が可能であり、需要の維持・創造につなげることができる<br><br>・調達先・取引先と強固なパートナーシップを築いていることに加え、適応策の強化を図っていることで、災害発生時の被害を最小化（レジリエントなビジネスの構築） | 【原材料】<br>・2021 年に、バリューチェーンの各工程における主要な生態系への依存度（各生態系サービスへの依存）と影響度について、リスクアセスメントを実施。水の供給や気候の安定化、防災機能などの生態系サービスへの依存度や土地改変などに対し影響度が高い原材料を特定し、対応策を検討している<br>・素材ごとに生産地域を分散し、グローバルで調達リスクを分散している。地域的な分散が難しい素材については、取引先を分散することでリスク分散を行っている<br>・素材パートナーと長期にわたり直接コミュニケーションを重ね交渉し、使用する原材料の早期予約をしているため、1つの原材料が調達できなくなった場合、代替素材への変更を可能としている |
| | | | 【工場】<br>・選択と集中による取引先との長期契約に基づき、突発的な事象に備えて調達先の分散と備蓄確保を実施し、商品供給の遅延・停止を防止している。例えば、1つの商品を複数工場で生産できるようにしている<br>・2021 年より、世界資源研究所（World Resources Institute）が開発した水リスクアセスメントツール Aqueduct を用いて、アセスメントを定期的に実施。2021 年8月期は、生産委託先の縫製・素材工場について評価を行い、利用可能な水資源に関するリスクや洪水リスクに関してアセスメントを実施し、高リスク地域に立地する施設を特定。さらに、工場周辺地域の実態や水価格の変動などに関するアンケート調査を実施し、実際に水リスクを抱えている工場を特定し、取り組みを推進している |
| | | | 【物流】<br>・主要な港、倉庫、物流ルートで複数拠点化を図ると同時に、生産地域の分散化や倉庫自動化に応じて、物理的なリスクを最小限に抑えるために、港・倉庫・物流ルートの選定に BCP 視点を組み込んでいる<br>・台風・水害対策として、ハザードマップに基づき、倉庫の地盤・プラットフォームの高さを考慮し、倉庫立地・仕様のグローバル基準策定を開始している<br>・倉庫の自動化に伴い、強風による機械への影響を防ぐため、免震構造を採用<br>・パートナーの選定と長期契約の締結を進め、販売計画に基づいた無駄のない輸送計画を策定・実行している |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | 【店舗】<br>・WRI Aqueduct ツールを使用し、店舗の水リスクアセスメントを定期的に実施。2021 年８月期は、主要な店舗について評価を行い、高リスク地域に立地する施設を特定。高リスク地域に立地する店舗・オフィスにおいては、洪水などによる過去の被害状況や既存の対応策に関する追加的な調査を実施し、全社的なリスクマネジメントの観点で実施している対策によりリスクが低減されていることを確認<br>・日本事業においては、ハザードマップを活用した出店計画を徹底するとともに、リスクの高い地域にある既存店に対しては、止水版や土嚢など設備面での浸水被害対策の強化を行っている<br>・既存店・新店ともに、ハザードマップがない地域、ハザードマップ上にない店舗については、対応策の基準化を行い、海外の店舗でも同様の対策を展開している<br>・防災対策・設備マニュアルを策定し、本部と店舗が連携した運用の徹底、および、災害訓練を実施している |
| 6. 気温の上昇 | ・気象パターン変化に伴う原材料生産への影響による調達コストの上昇 | | 5.自然災害の増加　対応策【原材料】を参照 |
| | ・気温の変化に対応しない商品構成による売上低下 | ・新しい機能性素材で新しい需要を創造 | ・グローバルで気候変動によるお客様ニーズの変化を認識しており、夏の長期化や暖冬によるお客様ニーズの変化へフレキシブルに対応できるよう、ユニクロの機能性商品であるエアリズムコットンのＴシャツやスポーツウェアなどの通年定番商品の在庫を確保し、柔軟に対応している<br>・暖冬傾向に備え、コートなどの冬物重衣料の割合を縮小し、ウルトラライトダウンやフリース羽織などの軽衣料の商品比重を増やし、お客様に対して、多様なコーディネーションが可能な商品ラインナップを可能としている<br>・気候変動によって生じる厳冬、暖冬、猛暑、冷夏に対応できる機能性商品の開発を強化。主力商品として、ヒートテック（極暖、超極暖）、エアリズム、ブロックテックアウター、ハイブリッドダウンアウターなどがある |

＜気候変動によって生じる影響と対応の戦略＞

2℃未満に気温の上昇が抑えられた場合と、4℃まで気温が上昇した場合、どちらのシナリオが実現した場合でも、服、特に LifeWear への需要は変わらないと考えています。温室効果ガス排出量が少ない素材や、循環型の商品、気候変動に対応した商品（例えば、ヒートテックやエアリズム）といったお客様のニーズに合った商品を開発することで、市場優位性が増し、売上は拡大すると考えています。

- 2℃未満の場合、サプライチェーンへの影響としては、炭素税などの税制、規制強化、電気料金の上昇など、生産や店舗におけるコストが上昇するリスクがありますが、省エネ推進や再エネ導入で、リスクを低減させることができます。自動車やトラックの燃費・排ガス規制など、EU をはじめ世界各国で規制強化が進む場合、物流費が上昇するリスクがありますが、ハイブリッド車・EV 車等の環境対応車への移行を促進することや、有明プロジェクトを通じた物流効率の向上などを行うことで、リスクの低減が可能です。
- 4℃の場合は、干ばつや大雨など異常気象の多発や、水不足などの物理的リスクにより、生産、物流、販売のサプライチェーン全体に甚大な影響を及ぼすことが想定されますが、原材料、生産工場などの調達先の分散や、長期的な契約・パートナーシップにより、リスクを低減することが可能です。物流や店舗についても、地域の分散や、BCP の観点からの立地などの選定、災害訓練により、物理的なリスクを最小限に抑えることができます。また、夏の長期化や暖冬によるお客様ニーズの変化へフレキシブルに対応できるよう、年間定番商品の在庫を確保しており、柔軟に対応することができます。

当社は SPA であるため、潜在的、顕在的なリスクに対し、柔軟に対応を行うことが可能です。お客様のニーズの変化に対応した服づくりや、原材料、生産工場などの調達先の分散化、輸送形態の多様化、物流拠点の選定、販売店舗の立地の選定に BCP の視点を取り入れるなど、気候変動への対策が進まず、気温上昇が抑えられなかった場合を想定した対応策を講じています。

これらの戦略の妥当性と進捗については、適切な情報開示を行い、機関投資家をはじめステークホルダーの皆様との対話や、各種 ESG 評価の指標への対応を行うことにより、持続的な企業価値向上につながると考えています。

＜ガバナンス＞

当社は、事業と一体でサステナビリティ活動を推進していくために、サステナビリティ委員会を設置しています。サステナビリティ担当取締役を委員長として、代表取締役会長兼社長を含む社内取締役、社外取締役、社内監査役、専門的知見を有する社外有識者、関連する執行役員が出席しています。委員会では、サステナビリティの各種方針や実行計画、目標、個別活動の課題や方向性などについて多様な観点から議論・決議するとともに、環境・人権・社会貢献などの各領域に関する進捗報告を受け、業務執行部門に対する助言・監督を行っています。2024 年８月期は４回開催し、気候変動、生物多様性、循環型ビジネス、人権尊重、社会貢献、コミュニケーション、EU 法規制対応などについて議論を重ねました。
また、リスクマネジメント委員会、人事委員会、人権委員会、コードオブコンダクト委員会、企業取引倫理委員会といった、社内外の取締役・監査役、社外有識者、執行役員などが出席する委員会においても、環境や人権などの重要課題におけるリスクなどについて決議・監督などを行っています。また、監査役会は、サステナビリティに関するさまざまな課題をリスクとして認識し、業務執行部門に適宜報告を求めています。

当社では、サステナビリティの統括責任者である代表取締役会長兼社長が、サステナビリティを担当する取締役および執行役員を任命しています。当該取締役および執行役員は、担当領域に関する影響・リスク・機会を評価・管理するため、担当部門を指揮し、定期的に報告を受け、経営判断を行っています。なお、サステナビリティを担当する取締役および執行役員の報酬に関しては、変動報酬の評価基準に、担当領域に関連する定量または定性的な目標に対する成果を組み込んでいます。
また、事業と一体でサステナビリティ活動を着実に遂行していくため、各事業・各社の経営が中心となり、サステナビリティ部と連携しながら取り組みを実行しています。例えば、ファーストリテイリングが推進する「有明プロジェクト」の中でも、サステナビリティ活動を重要課題として位置付けています。店舗・Ｅコマースでの販売や、生産・

物流を含むサプライチェーンマネジメントの各部署が、温室効果ガス排出量の削減や廃棄物の削減、リサイクル素材を使用した商品の開発、トレーサビリティの確立など、サステナビリティの各課題に対して責任者を任命のうえ、目標とKPIを設定し、取り組みを進めています。

サステナビリティの推進体制については、こちらをご参照ください。
https://www.fastretailing.com/jp/sustainability/vision/organization.html

**＜リスク管理＞**

ファーストリテイリングは、取締役会の機能を補完するために、リスクマネジメント委員会を設置し、気候変動を含む事業活動に潜むリスクを定期的に洗い出し、重要リスクの特定とその管理体制の強化を行っています。グループCFOを委員長とするリスクマネジメント委員会は、全社のリスクを一元管理する組織です。リスクマネジメント委員会では、事業への影響度・頻度などを分析・評価し、リスクの高いものから、対応策が議論され、発生前のけん制を行うことをめざしています。また、取締役会への重要リスクの報告、およびリスクの対策に関する各部門への具体的な支援を行っています。

当社のリスクマネジメント体制、および事業リスクについては、こちらをご参照ください。
https://www.fastretailing.com/jp/ir/direction/risk.html

以上