

■LifeWear=「新しい産業」

ファーストリテイリンググループは、「服を変え、常識を変え、世界を変えていく」を企業理念に掲げ、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ができると信じて、事業活動を続けてきました。「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。

我々は、LifeWear のコンセプトを大切にしたい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:

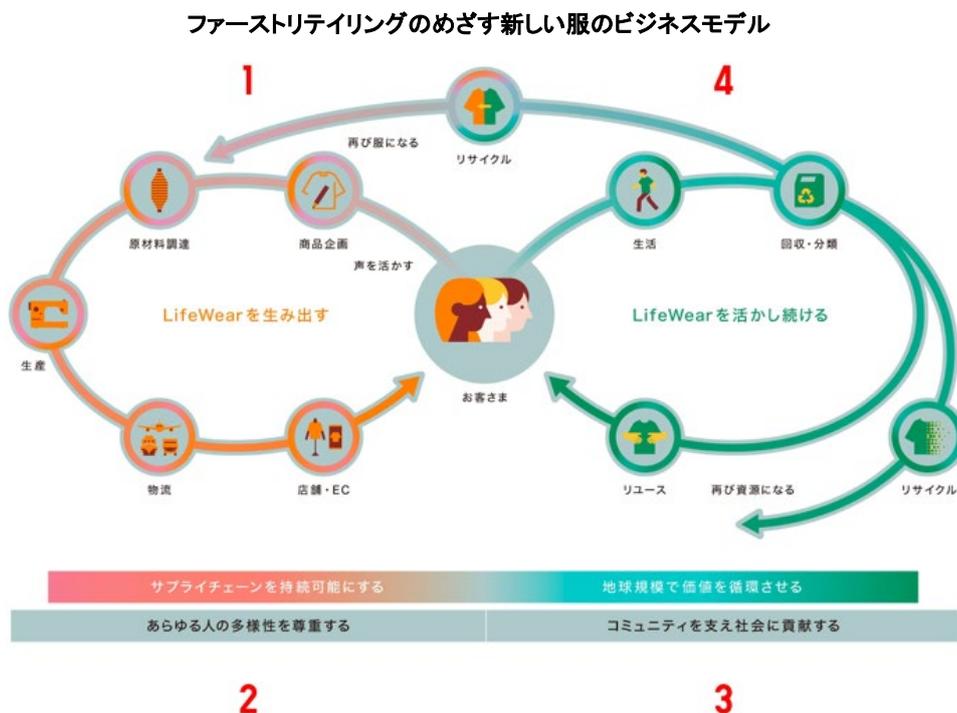
1. 商品と販売を通じた新たな価値創造
2. サプライチェーンの人権・労働環境の尊重
3. 環境への配慮
4. コミュニティとの共存・共栄
5. 従業員の幸せ
6. 正しい経営

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。



具体的には、「LifeWear を生み出す」過程で、お客様が本当に必要とするものだけをつくり、販売する「有明プロジェクト」をより高いレベルで実行していくとともに、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、温室効果ガスや廃棄物を徹底的に排除した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めざします。さらに、販売後の服にも責任をもち、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、新たなサービスや技術の開発に取り組みます。また、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きます。

なかでも、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 年度までに、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 年度比)
 - ✓ 2030 年度までに、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 年度比)
 - ✓ 2030 年度までに、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 年度までに、全使用素材の約 50%をリサイクル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*の削減・切り替え・再利用・リサイクルを通して、廃棄物を削減し、早期に埋め立て処分ゼロを実現
 - * 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
 - ✓ ファーストリテイリング生物多様性方針を早期に策定

<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

有明プロジェクトでは、お客様が求めているものを、必要なタイミングで、必要な分だけつくり、運び、販売するための、働き方改革、サプライチェーン改革を継続しています。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。私たちはこれまでも、エアリズム、ウルトラライトダウン、ヒートテックなどの機能性のある服を開発し、提供してきました。これらの機能性のある服により、日々の生活を快適に過ごしていただけるだけでなく、冷暖房のエネルギー使用量の削減が期待されます。また、仕上げ加工時の水使用量削減技術を採用したブルーサイクルジーンズや、回収ペットボトルからつくられたリサイクルポリエステルを使用したフリースやポロシャツ、回収したダウン商品からダウン・フェザーを取り出し再利用した、リサイクルダウンジャケットなど、新しい技術やリサイクル原材料を採用した商品の開発にも力を入れています。

有明プロジェクトでは、AI やアルゴリズムなどのデジタル技術を活用することで、正確な需要予測、数量予測につなげ、必要なタイミングで、必要な分だけ生産し、必要な場所に運び、販売するためのサプライチェーンの構築も行っています。有明プロジェクトを推進し、より高いレベルで実行することで、「無駄なものをつくらない、運ばない、売らない」を実現し、お客様満足の向上と、環境負荷の低減につなげていきたいと考えています。

・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。今後さらに店舗設計の段階からエネルギー効率の高い店舗を導入していく予定で、店舗あたりの電力使用量を約4割削減することをめざしています。

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。2021年には、国内ユニクロ・ジーユーの13店舗に太陽光発電パネルを設置しました。また、欧州、北米、ベトナム、インドネシア、タイのユニクロで、再生可能エネルギー100%をすでに達成しています。現在、東南アジアの一部の国・地域でも、再生可能エネルギーへの切り替えを進めており、今後も導入を加速化させる予定です。

サプライチェーン領域

サプライチェーンの温室効果ガス排出量削減は、取引先工場のご協力なしには、達成できない目標です。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我々も一緒になって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我々の強みです。

工場ごとの状況や課題を把握するために、個別工場と複数回にわたり対話を行いました。これを踏まえ、まずは生産量の約9割を占める工場とともに、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削減計画を策定しました。取引先工場との定期的な対話を通じて、削減計画を着実に推進しています。取引先工場からの要望があれば、ファイナンシャル面のサポートも検討していきます。

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年度までに、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非常に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といった商品群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非常に少ない素材の使用割合は、2022年の企画商品全体で約5%に上昇し、2030年度までに50%とする目標に向けて着実に進捗しています。また、ポリエステルについては、全使用量の約16%でリサイクルポリエステルを採用しています。さらに、2022年秋冬シーズンより、ユニクロの「ファーリーフリースフ

「ダウンジャケット」は、ペットボトルを中心としたリサイクルポリエステルを 100%身生地を使用しています。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、研究開発を取引先パートナーと進めており、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、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」をスタートしています。2006 年から行ってきた「全商品リサイクル活動」における難民・国内避難民への衣料支援 (REUSE)に加え、回収した服を新しい服や資材としてよみがえらせるリサイクル (RECYCLE)を進めていきます。すでに、服から服へのリサイクル第1弾の商品として、回収したダウン商品からダウン・フェザーを取り出し再利用した、リサイクルダウンジャケットを 2020 年から販売しています。こうした取り組みにより、商品のライフサイクルを通じて余分な廃棄物、温室効果ガス排出量、資源使用量の削減 (REDUCE)につなげていきます。

さらに、2021 年より、LifeWear を大切に長く着ていただくためのリペアとアップサイクリングの取り組みも進めています。ドイツ、米国、シンガポールのユニクロをはじめ、2022 年4月には、英国ロンドンのユニクロ リージェントストリート店にも、リペアスタジオを開設しました。国内でも、10 月 22 日からユニクロ世田谷千歳台店でトライアルを開始しました。今後お客様のご要望を踏まえて、国内外でサービスを拡大していく予定です。

RE.UNIQLO の取り組みをさらに拡大するために、ユニクロの店頭だけでなく、ファーストリテイリングが UNHCR (国連難民高等弁務官事務所)とともに取り組む、小・中・高校生が対象の参加型の学習プログラム“届けよう、服のチカラ”プロジェクトや、公益財団法人日本サッカー協会 (JFA)に協賛し開催している、6歳以下の未就学児向けのミニサッカーフェスティバル「JFA ユニクロサッカーキッズ」の会場などにも服の回収場所を広げています。また、回収した服を服へ循環させる取り組みや、服から服以外の資材などへ循環させる仕組みの構築も強化していきます。これらを実現するために、取引先パートナーとの協業をより強化していきます。戦略パートナーである東レ(株)とは、服から服への循環や、新素材の開発のための専用の研究開発施設を 2022 年に開設しました。また、服から服以外の資材などへ循環させる仕組みの構築では、自動車メーカー、建築・資材メーカー、他の小売業と共同して取り組んでいく可能性について議論を進めています。

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。売上の約 80%を占める主力事業のユニクロ事業に関して、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。2022 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。

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2°C未満の場合と、4°Cの場合について、2030 年までのユニクロ事業への影響を見直しました。

- ・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°C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

見直しの結果、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、ユニクロ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、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、開示の厳格化 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
		6 気温の上昇

<2°C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	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 2030年度までにユニクロ・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
	<ul style="list-style-type: none"> 炭素税などの税制または規制強化により、自社の店舗のコストが上昇するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> 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 お客様の評判の向上によるブランドイメージの向上 	<ul style="list-style-type: none"> 2021年には国内ユニクロ・ジーユーの13店舗に太陽光発電パネルを設置し、欧州、北米、ベトナム、インドネシア、タイのユニクロで、再生可能エネルギー100%を達成。現在、東南アジアの一部の国・地域でも、再生可能エネルギーへの切り替えを進めており、今後も導入を加速化させていく。2030年度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%削減する
	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 有明プロジェクトの推進を通じて、物流の効率化を実現 	<ul style="list-style-type: none"> 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 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 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 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	<p>・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</p>	<p>・温室効果ガス排出量の少ない素材を開発することで、新たな需要の創造、お客様の評判の向上</p>	<p>・リサイクル原材料など、温室効果ガス排出量の少ない素材の取り入れを加速化 すでに、リサイクルダウンジャケット、回収ペットボトルからつくられたリサイクルポリエステル素材のドライ EX ポロシャツを発売</p>
		<p>・環境変化に対応した商品の需要増加</p>	<p>・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、気候変動に対応した商品の開発の強化</p>
		<p>・リサイクル活動の加速により、需要の創造、お客様の評判の向上</p>	<p>・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」などの商品のリユース・リサイクルを通じて、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</p>
		<p>・サステナビリティ活動の強化によるお客様の評判の向上</p>	<p>・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、サステナビリティアンバサダーを通し、サステナビリティの取り組みの強化 ・統合報告書、LifeWear Magazine、服のチカラなどの刊行物、メディア・投資家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の発信</p>

<4°Cの場合>

	リスク	機会	対応策
5. 自然災害の増加	<p>・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</p>	<p>・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</p> <p>・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)</p>	<p>【原材料】</p> <p>・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</p> <p>・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</p> <p>・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</p> <p>【工場】</p> <p>・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</p> <p>・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、バリューチェーン全体を通じたリスクアセスメントを定期的実施。2021年度は、生産委託先の縫製・素材工場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。アセスメントを行った工場に対して、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、水使用量の削減などの取り組みを推進している</p> <p>【物流】</p> <p>・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</p> <p>・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</p>

			<ul style="list-style-type: none"> ・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、免震構造を採用している ・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
			<p>【店舗】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ユニクロだけでも 800 店舗以上ある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 ・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 ・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 ・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実施。2021 年度は、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
6. 気温の上昇	・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	<ul style="list-style-type: none"> ・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、急激な気温の変化や残暑に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 Cotton の T シャツやスポーツウェアなどの通年商品の在庫を確保し、柔軟に対応している ・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 ・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の強化。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>

IEA の2°C未満シナリオを中心に、国際社会が協力し2°C未満に気温の上昇が抑えられた場合と、そうでない場合(4°C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ます。さらに、温室効果ガス排出量がより少ない素材や、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°C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、省エネの推進で、リスクの低減につながります。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 車への移行を促進することや、物流効率の向上などを行うことで、リスクを低減することが可能です。

4°C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。

ファーストリテイリンググループは、自らが、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、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すでに打ち始めています。

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>

ファーストリテイリングは、気候変動への対応を経営の最重要課題の一つとして位置づけ、事業活動と一体でサステナビリティ活動に取り組んでいます。サステナビリティ部だけでなく、生産、物流、販売、マーケティングなどサプライチェーンに関わる全ての部門が連携し、推進しています。経営と一体化した活動を適切な判断のもとに推進していくため、代表取締役を含む取締役、監査役、社外有識者、および、執行役員が出席する、サステナビリティ委員会を設置しています。委員長は、サステナビリティ部の責任者である社内取締役が務めています。サステナビリティ委員会は、年に3~4回開催され、気候変動をはじめとするサステナビリティ方針などについて議論、方向性を決定し、業務執行部門に対して、助言・勧告および監督を行います。2022 度は、気候変動への対応などを含む、サステナビリティの情報開示やお客様などステークホルダーの活動参加を促すコミュニケーションのあり方などについて、重点的に議論を行いました。

ファーストリテイリンググループ全体でサステナビリティ活動を着実に実行していくため、サステナビリティ部を中心に、本部の関連部門および全世界の経営者と日常的に連携を図るとともに、海外の主要拠点にサステナビリティ担当者を置き、推進体制を強化しています。週次ミーティングなどの日常的なコミュニケーションのほか、半期に1回、全世界の担当者がオンラインまたは東京本部に集まってグローバルカンファレンスを開催し、各国・各地域の課題や活動を討議しています。

サステナビリティの推進体制については、こちら：

<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>