

アダストリアグループ TCFD 提言に基づいた情報開示

2023年3月22日

当社グループはサステナビリティポリシーに「ファッションのワクワクを、未来まで。」を掲げ、重点テーマ「環境を守る」「人を輝かせる」「地域と成長する」のもと、様々な取り組みを進めています。当社グループの事業は原材料の調達や生産、輸送、販売に至るまでサプライチェーンを通じて自然環境と密接に関係しており、持続的な成長を遂げるためには健全な自然環境が必要不可欠です。このことから、気候変動への対応をサステナビリティにおける重要課題の一つとして位置づけ、2050年までにカーボンニュートラルを実現することを目指しています。また、気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）に賛同することを2022年9月20日に表明し、気候変動が事業に与える可能性があるリスクを捉えながら適切に情報を開示しています。今後も、持続的な社会の形成と当社グループの成長を目指し、一つひとつ取り組みを進めてまいります。

■ガバナンス

当社グループでは、気候変動への対応をサステナビリティにおける重要課題の一つと位置づけ、気候変動がもたらす影響および当社の取り組み状況をサステナビリティ担当役員が取締役会に定期的に報告しています。取締役会は、社外取締役5名を含む取締役10名で構成され、代表取締役会長が議長を務め、グループ全体の経営意思決定の最高機関として重要事項を審議・決議しています。また、取締役会での非財務領域での戦略推進をより一層強化することを目的に、2023年3月1日付でサステナビリティ委員会を新たに設置しました。サステナビリティ委員会では、気候変動をはじめとする当社グループのサステナビリティ方針や中長期の目標策定、特定したマテリアリティに対する進捗管理を行っており、定期的に取り締り役会または執行会議へ報告・提言を行うことで、グループにおける推進体制をさらに強化、持続的に企業価値を高めています。

■戦略

気候変動によって原材料価格の高騰やサプライチェーンの分断、消費者の購買活動の変化などさまざまな影響を受けることから、当社グループは気候変動を重要な経営リスクの一つに位置づけています。当社グループは、気候変動による事業へのリスクを予防・軽減し、適切に管理・対応することで、将来に渡るビジネスへの財務影響を最小限にすることを目的に中長期的な戦略を策定することが、事業の持続的な成長に不可欠だと考えています。このため、売上の約90%を占める主力事業の商品販売事業に関して、2050年までを対象にしたリスクと機会を、2°Cシナリオと4°Cシナリオに分けて分析しています。特に重要性が高いと評価したリスクと機会については、気候変動による事業および財務への影響を定量的に試算しています。2023年度以降は、対象とする事業や領域を広げ、リスク・機会の分析の高度化を進めていく考えです。

2°Cシナリオ

分類		要因	事業へのインパクト	
リスク	移行	政策・規制等	カーボンプライシングの導入	炭素税等の導入によって化石燃料の調達コストが増加し、生産・物流・店舗営業等のコストが増加するリスク
			再生可能エネルギーの調達競争の激化	再生可能エネルギーの調達競争に優位に立てなかった場合、価格合理性の低い再生可能エネルギーを調達することによってコストが増加、または再生可能エネルギーの確保ができなくなるリスク
			環境指標における情報開示の厳格化	情報開示に対応できず ESG 評価が下がる、または対応コストが増加するリスク
				商品の環境負荷値を LCA（ライフサイクルアセスメント）で評価されることが義務化された場合、トレーサビリティの確保が困難、または確保に時間とコストがかかるリスク
			環境負荷の高い素材に対する使用規制	商品の原料、付属品、包装資材等の見直しにより環境配慮型素材を使用することで調達コストが増加するリスク
	拡大生産者責任の高まりによる、販売数量に応じた衣料品回収の義務化	衣料品回収活動の回収量が増えることに伴い、資源再生コストが増加するリスク		
	市場	お客さまによる環境志向の高まり（環境負荷の少ない商品を好まれるようになる）	ニーズに対応できない場合、売上が低下するリスク	
		お客さまの購買行動の変化（新しく衣服を購入することが少なくなる）	小売以外のサービス・事業が拡大しない場合、売上が低下するリスク	
	評判	ESG 投資の拡大	取り組みが不十分だった場合、ESG 評価によりレーティングが低下し、資本調達コストが増加するリスク	
		学生など将来世代の価値観の変化（サステナビリティに注力する企業を就職先として選択する）	当社の取り組みが不十分だった場合、採用が困難となり採用のためのコストが増える、または人員不足により事業自体が継続できなくなるリスク	
機会	資源効率	EC 購買率の拡大	スタッフボードの活用やインスタグラムのライブ配信など、当社スタッフのオンライン接客のノウハウを活用することによって EC の売上が拡大	
			店舗内装投資や保証金、敷金など、資産の保有を抑えてアセットライトな経営へとシフト	
		学生など将来世代の価値観の変化（サステナビリティに注力する企業を選択する）	当社のサステナビリティへの取り組みが評価され、優秀な人材を獲得しやすくなる	
		拡大生産者責任の高まりによる、販売数量に応じた衣料品回収の義務化	衣料品回収活動「Play Cycle!」によって衣料品を回収する仕組みをすでに構築しており、対応のための追加コストが僅少、また効率の良い衣料品回収が可能	

分類		要因	事業へのインパクト
機会	製品・サービス	お客さまによる環境志向の高まり(環境負荷の少ない商品を好まれるようになる)	環境に配慮した商品やサービスが支持され、売上が拡大
		環境配慮型素材へのニーズの高まりと素材開発部による独自素材の開発	環境配慮型素材の需要が高まり、素材開発部による to B 事業の売上が拡大
		環境負荷低減を目的とした 3 DCG 等の新技術の活用	商品の企画効率が上がり、トレンド性ある商品をスピーディーに生産できるため、売上が拡大
	市場	サーキュラーエコノミー市場の拡大	既存のオフプライス事業およびアップサイクル事業等、サーキュラーエコノミー型ビジネスの拡大による事業機会の獲得
	レジリエンス	再生可能エネルギープログラムへの参加及び省エネ対策の採用	安価で質の高い再生可能エネルギー・水素の調達により、エネルギーコストの削減、企業イメージの向上

4°Cシナリオ

分類		要因	事業へのインパクト
リスク	物理的	急性的 大規模な自然災害による店舗の休業	店舗が営業できないことによって売上が低下するリスク
		急性的 大規模な自然災害によるサプライチェーンの断絶	納品遅れ、商品破損等により在庫が不足し売上が低下するリスク
		慢性的 気候パターンの変化	気候の変化から商品企画やお客さまのニーズを予測することが困難となり、当社がニーズに対応できない場合、売上が低下するリスク
機会	製品・サービス	気候パターンの変化	マルチカテゴリー戦略により気温の上昇に対応した素材開発、商品企画ができた場合、当社シェア率の拡大

財務インパクト評価

[移行リスク]

項目	財務インパクト	時間軸	可能性	事業へのインパクト	2°C	4°C
カーボンプライシング制度	間接費の増加	中期	高い	化石燃料の調達コストが増加し、生産・物流・店舗営業等の経費が増加する可能性があります。 現在の当社の店舗営業に関わる Scope1,2 排出量に対して炭素税が課されたと仮定すると、財務影響額は全店舗排出量：27,192t-CO ₂ ×120 ドル/t=3,263,040 ドル、日本円で約 300～400 百万円のコスト増の影響が出ると考えられます。	約 300～400 百万円 (年間)	炭素税は導入されないと想定

※算出前提：120 ドル/t-CO₂ (IEA「World Energy Outlook2021」より試算)、2030 年時点

[物理的リスク]

項目	財務インパクト	時間軸	可能性	事業へのインパクト	2°C	4°C
洪水	店舗休業に伴う売上減少	短期	高い	気候変動に起因する洪水等の浸水リスクにより店舗休業を余儀なくされ、売上が減少する可能性があります。2021 年度においては大雨の影響により、福山、鳥取、平塚にある 3 店舗の営業時間短縮の影響が発生しました。 同地域の洪水ハザードマップによると、0.5m～3m 未満の浸水予想となっており、実際浸水した場合には 3 店舗合計で最大 67.6 日間の休業を余儀なくされ、売上に対して 27 百万円の影響が出ると考えられます。気候変動が進行した場合、日本においては洪水発生頻度が 4 倍に至ると想定されており、108 百万円の影響が出ると考えられます。	59 百万円	108 百万円

※算出前提：2021 年度の浸水店舗の実績を用いてハザードマップおよび国土交通省「治水経済調査マニュアル」より試算

■リスク管理

当社グループは、事業が気候変動によって受ける影響を把握し評価するため、サステナビリティ担当部門を中心とする社内のタスクフォースを通じてシナリオの分析を定期的に行い、気候変動リスク・機会を特定しております。特定した重要なリスク・機会は危機管理担当取締役にて報告したうえで、タスクフォースと該部門が連携しながら具体的なリスク対策を行ってまいります。なお、自然災害に起因する物理リスクへの対応については、危機管理担当取締役を委員長とする危機管理委員会においてBCPをはじめとする事業継続マネジメントの実行体制を整備しています。

■指標と目標

当社グループは、2050年カーボンニュートラルの実現を目指し、取り組みの指標としてサプライチェーンにおけるCO₂排出量を設定しております。

Scope およびカテゴリ	排出量[t-CO ₂]	比率	備考
	2022年2月期		
Scope 1 + 2 + 3	516,600	100.0%	
Scope 1 (直接排出)	0	0.0%	対象外
Scope 2 (エネルギー利用に伴う間接排出)	34,791	6.7%	
Scope 3 (バリューチェーンからの間接排出)	481,808	93.3%	
カテゴリ 1 購入した製品・サービス	406,528	78.7%	
カテゴリ 2 資本財	23,737	4.6%	
カテゴリ 3 Scope 1・2に含まれない燃料およびエネルギー活動	5,433	1.1%	
カテゴリ 4 輸送、配送(上流)	5,991	1.2%	
カテゴリ 5 事業から出る廃棄物	665	0.1%	
カテゴリ 6 出張	450	0.1%	
カテゴリ 7 雇用者の通勤	3,704	0.7%	
カテゴリ 8 リース資産(上流)	-	-	対象外
カテゴリ 9 輸送、配送(下流)	645	0.1%	
カテゴリ 10 販売した製品の加工	-	-	対象外
カテゴリ 11 販売した製品の利用	-	-	対象外
カテゴリ 12 販売した製品の廃棄	34,655	6.7%	着用後、不要になった衣類を廃棄と想定
カテゴリ 13 リース資産(下流)	-	-	対象外
カテゴリ 14 フランチャイズ	-	-	対象外
カテゴリ 15 投資	-	-	対象外

※集計範囲：国内グループ会社（Adastria eat Creations とゼットンを除く）

排出係数：環境省排出原単位データベースおよびIDEAv2より引用