

Play fashion!

# SUSTAINABILITY REPORT 2020-2021

ファッションのワクワクを、  
未来まで。

**A D A S T R I A**  
—

# CORPORATE IDENTITY

---

---

## MISSION

*Play fashion!*

ファッションは、毎日をワクワクさせること  
ファッションは、誰かと新しいものを創ること  
ファッションは、それぞれの人生を楽しむこと

---

## VISION

一人ひとりの毎日に「もっと楽しい」選択肢を

---

## VALUES

いつもお客さまの立場で考え、行動します  
新しいことに挑戦し、変化と成長を続けます  
多様性を尊重し、チームで前へ進みます  
誰かの役に立つことで、社会に貢献します  
私は、毎日をワクワクさせます

---

## PHILOSOPHY / 企業理念

なくてはならぬ人となれ なくてはならぬ企業であれ

## TOP MESSAGE

### 時代とともに変化する「豊かさ」に向き合い、 “なくてはならぬ企業”を目指す

近年、私たちを取り巻く社会状況は急激に変化しております。「数十年に一度の大雨」と表現されていた豪雨は気候変動の影響により毎年のこととなり、その災害規模も激甚化しております。またデジタルが急速かつ広範に発達し、コミュニケーションや日々の生活の中心を担うまでになりました。新型コロナウイルス感染症によるパンデミックも、ライフスタイルや豊かさの価値観を大きく、かつてないスピードで変えました。

茨城県水戸市で紳士服小売業として創業した私たちは、「ファッションを通じて人々の心と生活を豊かにする」ことを目指してまいりました。社会状況とともに変化するお客さまにとっての「豊かさ」と常に向き合い、カジュアル衣料小売業への転換、SPA化など変革と進化の歴史を経て現在に至っております。このように変化し続ける私たちの姿勢は、今後とも変わることはありません。

現在のような社会状況下での重要なテーマはデジタル、グローバル、サステナビリティだと考えております。デジタルにおいては、自社ECを進化させ誰もが自分の「好き」なものを発信、共有できたり、他の人とつながれたりするようなコミュニティへと発展させること。グローバル展開においても、地域ごとのトレンドやニーズを深く知り、新しい価値を現地と一緒に作っていきけるような仕組みを作ることに着手しております。

サステナビリティについては、ファッション業界はかねてより社会や地

球環境に与える負荷が高い産業と言われております。生産過程の環境負荷低減や労働環境の透明性の確保が課題であり、古い慣習やビジネスモデルは見直していかなければなりません。このような課題は個社だけで解決できるものではなく、業界や企業の枠を超えて連携し、新しいアイデアを生み出していくことが必要と感じております。

なかでも私たちは過剰在庫と販売員の働き方改革が、喫緊かつ重要な課題と考えております。お客さまにとって本当に価値がある商品を、適した時期に適した価格で必要な量をお届けしていくこと。働き方のムリやムダをなくし、従業員が「ここで働き続けたい」と思える環境を整えること。変化していく新しい社会の価値観を見極めながら、本業を通じて課題の解決に取り組みたいと考えております。

企業理念に掲げる「なくてはならぬ企業」とは、このように社会やお客さまの変化と向き合い、失敗を恐れずに挑戦と変革を重ねていくことで実現できると、私たちは信じております。次の世代、そしてその先の世代も「Play fashion!」し続けることができるよう、社会の声に耳を傾けながら、取り組みを一步ずつ進めてまいります。

代表取締役会長

福田 三子男

取締役社長

木村 治



## SUSTAINABILITY POLICY

—

# ファッションのワクワクを、 未来まで。

ファッションには、一人ひとりの毎日を

前向きにしてくれるパワーがある。

この先もずっと、ファッションでワクワクできるように。

環境、人、地域のために、私たちらしく楽しみながら

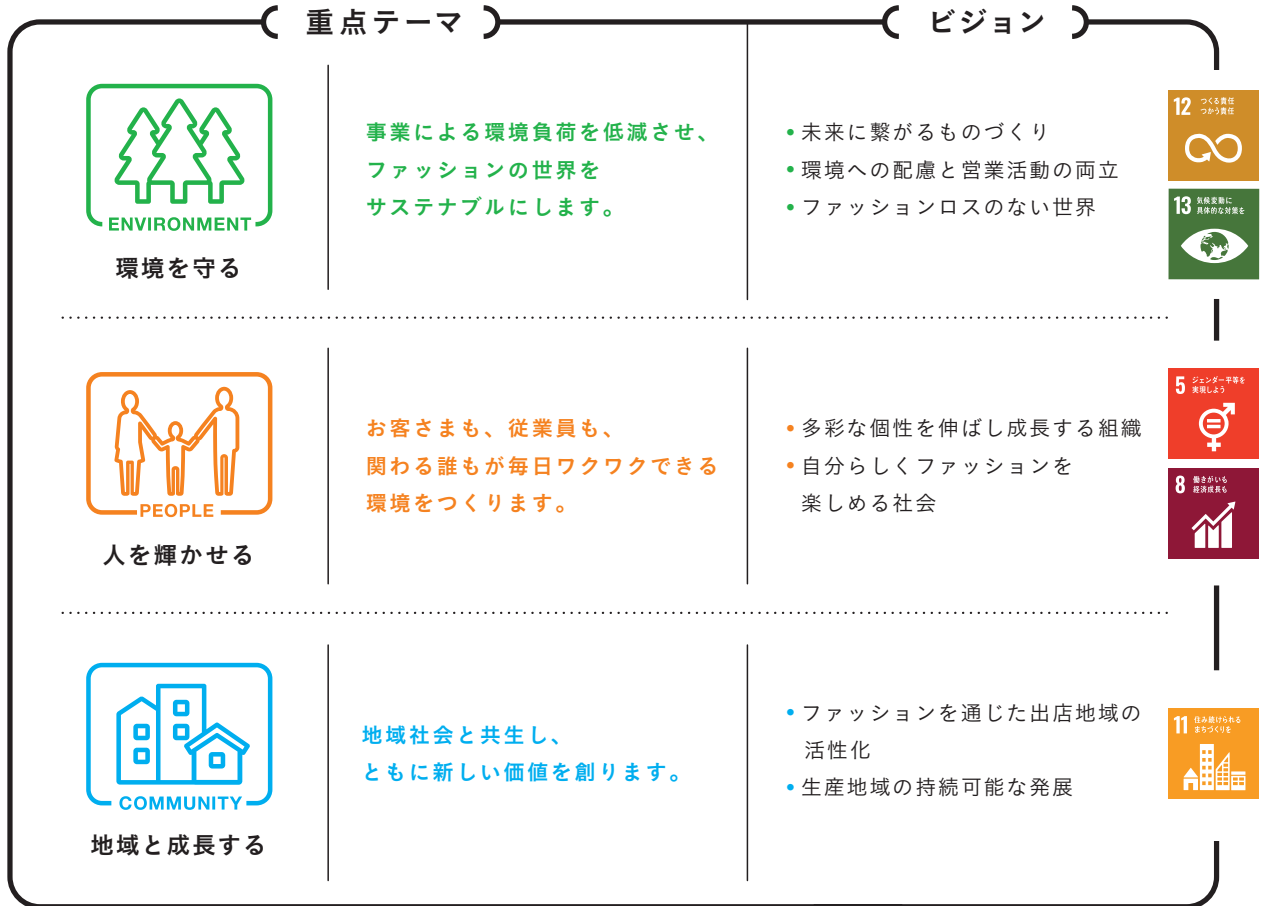
できることから始めよう。

楽しむことが、続けられるいちばんの力だから。



# MATERIALITY

私たちを取り巻く社会には、温暖化や人口構造の変化、地域間格差など、事業を継続していくうえで向き合わなければならない多くの課題が存在しています。これらの社会課題と事業との関連性を考慮し、取り組むべき3つの重点テーマを定めています。



## 担当役員メッセージ

当社の前身である株式会社福田は戦後不況のあおりを受け、倒産を経験しております。企業理念である「なくてはならぬ」は、お客さまや社会の期待に応えること、そして世の中にとって求められる企業でなければなくなってしまうこと、その教訓から生まれたものでした。

現在では、数多くの企業がサステナビリティを重視しておりますが、我々アダストリアにとっては「なくてはならぬ企業」を目指し続けることと同義だと考えております。

そのような考えのもと、当社サステナビリティ方針として重点的に取り組むべきテーマ、活動のビジョンを上記のように整理いたしました。これらは当社グループのお客さまや従業員、そして外部有識者を交えた議論を行い、アダストリアらしさも鑑みて決定いたしました。またそれぞれの重点テーマにおいて、具体的な目標も掲げており、我々が一つ前に進む覚悟を示せたと考えております。

ファッション産業は、製造にかかるエネルギー使用量やライフサイクルの短さなどから環境負荷が非常に大きい産業と指摘されており、国際

的な課題となっています。加えて、分業から成り立つサプライチェーンの長さとその複雑さから、生産過程における透明性の確保も課題です。

当社の事業は社会との様々なつながりの上に成り立っております。なくてはならぬ企業を目指して、これらの社会課題と向き合い、解決に向けて努力を重ねて参ります。また、これらの社会課題は個社だけではなく、企業の垣根を超えて業界全体で議論し、取り組んでいく必要があります。当社は業界のリーディングカンパニーの一社として、「Play fashion!」し続けられる未来に向けた舵取りを行っていく所存でございます。



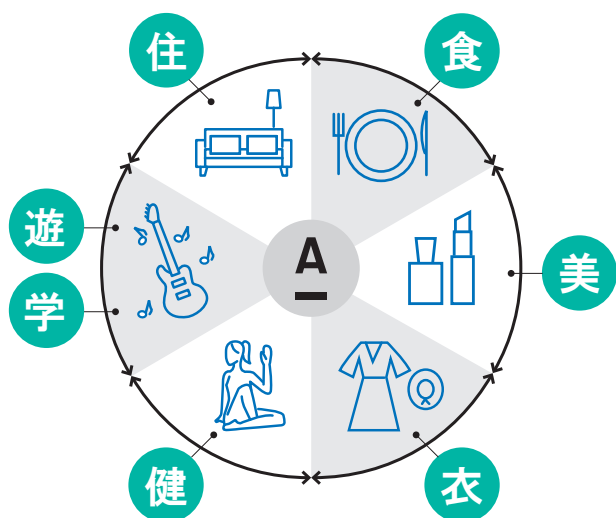
サステナビリティ担当 取締役  
福田 泰己

# COMPANY PROFILE

## 基本情報

名称	株式会社アダストリア	資本金	2,660百万円
本部住所	東京都渋谷区渋谷2-21-1 渋谷ヒカリエ27階	代表者	代表取締役会長 福田 三千男
設立	1953年10月22日		

### ● マルチカテゴリー



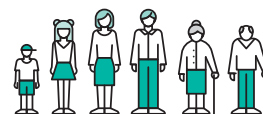
### ● マルチブランド

**30** ブランド以上の  
マルチブランド展開

GLOBAL WORK	niko and ...
LOWRYS FARM	studio CLIP
LEPSIM	JEANASIS
BAYFLOW	RAGEBLUE

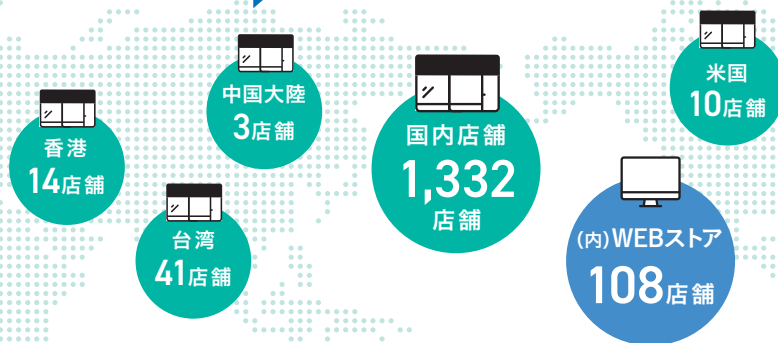
### ● ターゲットゾーン

子ども服から60代女性に向けたブランドまで、お客さま一人ひとりの人生に長く寄り添うことができるよう、幅広い年齢層や嗜好のお客さまに向けてワクワクする商品をお届けしています。



### ● 店舗数

**1,400** 店舗 ※2021年2月末時点



### ● 従業員数



**10,786** 人

正社員数 **5,701** 人  
期間雇用者数 **5,085** 人

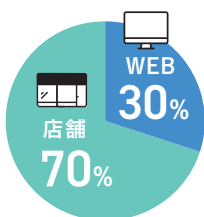
※2021年2月末時点

### ● .st 会員数

約 **1,270** 万人  
(2021年8月末時点、前期比+100万人)

WEB売上構成比  
国内WEB売上高

**538** 億円  
(前期比123.4%)



国内WEB売上高構成比  
※2021年2月末時点

### ● STAFF BOARD

スタイリング配信コンテンツ

参加スタッフ数  
**687** 名 → 約 **3,100** 名

2020年2月期 → 2021年2月期

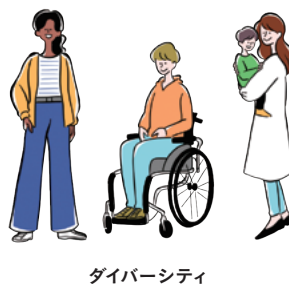
参加店舗数  
**494** 店舗 → 約 **1,200** 店舗

※2021年3月時点

# SUPPLY CHAIN

## サプライチェーンで見るサステナビリティ

私たちは商品の企画や原材料調達、販売、使用のあらゆる過程で、サステナブルな事業運営、社会の構築を目指して様々な取り組みを行っています。



— ファッション業界が抱える社会課題例 —



# 環境を守る

商品やサービスがお客さまのもとへ届くまでの間に、私たちは多くの水やエネルギーなどの資源を使用しています。

また、ファッション業界全体を見ても、大量生産・大量消費によるファッションロス（衣料品廃棄）や生物多様性の確保など、解決すべき課題を多く抱えています。

気候変動が深刻化し、企業に対する環境負荷低減の取り組みが期待されるなか、

これまでの事業の在り方を見直していくことが求められています。

私たちは事業による環境負荷の低減を推し進めることはもちろん、

サステナブルなファッションの楽しみ方を提案していけるよう、取り組みを進めています。

## VISION

### 未来に繋がるものづくり

事業の環境負荷を下げる取り組みとして、商品の素材や加工方法などを見直し、ものづくりをサステナブルにしていくことを目指しています。グループの調達方針とお取引先さまに遵守いただきたい事項を定めた「グループ調達ガイドライン」内にも、「環境負荷の低減及び汚染の防止」を明記。お取引先さまにもご協力いただきながら、サプライチェーン全体を通じて環境へ配慮していきたいと考えています。

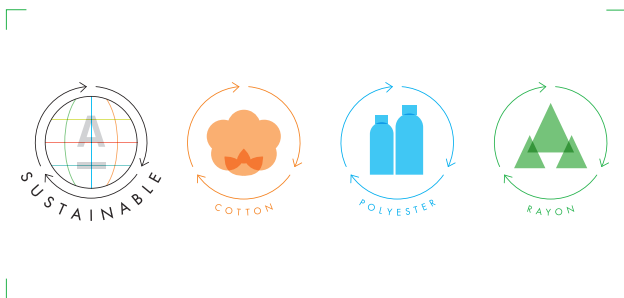
## CASE 01 サステナブルな素材の使用

### サステナブルマークの使用

特に使用率の高いコットン、ポリエステル、レーヨンに各素材のサステナビリティを独自に定義し、当社が定める含有率を満たす商品の下げ札にはオリジナルのサステナブルマークをつけて販売しています。またサステナブルな素材を使用しているものの含有率が満たない商品や、環境に配慮した加工、エコアイテムなどの商品には、「Aマーク」をつけて販売しています。2020年12月にこの取り組みをスタートして以降、継続して推進し全てのアパレル商品のうち約20%にマークがつくまでに広がっています。

### サステナブルコットンの推進

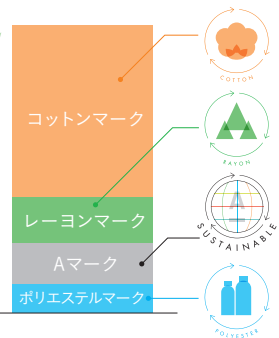
私たちの商品はコットンを多く使用しています。商品に不可欠な原材料であるコットンを持続的に調達し続けるため、「2025年までにコットンを使用したすべての商品にサステナブルなコットンを取り入れていくこと」を目指しています。持続可能な世界のコットン産業への転換をサポートするグローバルなイニシアチブ「Cotton2040」へ参画し目標達成に向けて取り組みを進めています。



[サステナブルマーク商品比率]

20%にまで拡大

2020年12月  
スタート



※対象期間：2020年12月～2021年7月  
※アパレル商品のみの実績

## TOPICS

### BAYFLOWのサステナビリティ

BAYFLOWでは「Respect nature, respect fashion.」をブランドフィロソフィーに掲げ、以前からビーチクリーンイベントの開催や地球環境に配慮した生産方法を採用したデニムを販売するなど、自然を大切にする活動を続けています。2021年春からは、ウィメンズとメンズ（一部を除く）のアイテムを、すべてサステナブルな商品へと切り替えることを目指し、環境に配慮した素材や加工を用いた商品を数多く販売しています。



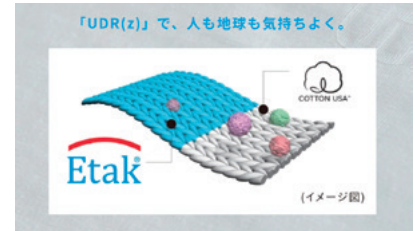




## 環境を守る

### CASE 02 サステナブルな素材の開発

環境に配慮したオリジナルの素材開発も行っています。オーガニックコットンやリサイクルポリエステルなどの環境配慮型の素材に倉敷紡績株式会社が有する抗菌・抗ウイルス機能繊維加工技術「クレンゼ」を用いた共同開発素材「UDR(z) (ユーディーアールジー)」やサステナブルコットンに極細で繊細なマイクロポリエステルを独自比率でブレンドし、着心地の良さと上質感を演出する「miulisse (ミュウリス)」など、機能性とサステナビリティを両立させた素材を開発しています。



UDR(z)

#### miulisse開発担当者コメント

マイクロの別称である「miu」と仏語でなめらかさを表す「lisse」を組み合わせて名付けた「miulisse」は、着心地の良さと高級感のある素材感が特徴です。高品質な原料ですが、比率や設計にこだわったことで手に取りやすい価格が実現しました。こうした素材の開発時には持続可能な方法で栽培されたコットンを用いることで、環境にも配慮しています。多くのお客さまに満足していただけるような素材を今後も作り続けていきたいと思ひます。

(生産本部 素材開発部・十亀 和弘)

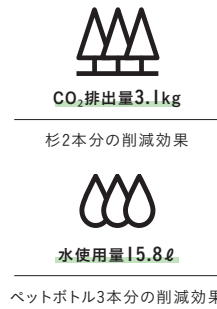


miulisse

### CASE 03 環境負荷の可視化

2021年3月に、サステナブルな社会とアパレルサーキュラーエコノミーを実現するために設立した子会社「ADOORLINK」からライフスタイルブランド「00u (オー・ゼロ・ユー)」がデビュー。環境に配慮した素材と製造技術にこだわり、素材情報をもとに製品ごとのCO<sub>2</sub>排出量と水使用量を開示、環境課題に対する影響度を三段階のマークで表示しています。また、デザインやパターンに3DCG技術を用いることによりサンプルの量を抑えるほか、AIによる精度の高い需要予測を活用して適量生産に努めています。

#### [一般的な素材と比較した場合の環境負荷比]



<b>温暖化</b>	<b>水不足</b>
温室効果ガスの発生をとてもおさえた生産をしています	少ない水使用で生産しています
<b>資源枯渇</b>	<b>水質汚染</b>
資源の有効活用の努力が必要です	あまり水を汚さずに生産しています

#### 00u開発担当者コメント

00uのブランドネームはアルファベットと数字で循環する0と0そして、ブランドに触れて頂けるあなたu (you)を表しています。ブランド名の通り、00uのアイテムを身につけて頂く事でサステナブル、循環型社会の実現にお客さまも参加頂ける。そんな姿を目指しています。無理せず誰かがサステナビリティに触れ、一歩ずつ未来を良くしていく。そんなブランドを、生活者の方々とともに共創していきたいと思ひています。

(経営企画室・高橋 朗)



### CASE 04 社内の意識醸成

持続可能なものづくりには商品の企画・生産に携わる従業員の知識と理解が重要であると考え、当社では毎年、対象者にセミナーを開催しています。また、店舗で働く従業員を中心に、NPO法人渡良瀬エコビレッジでの和綿の有機栽培体験の機会も設けています。

#### サステナビリティに関する社内セミナーの開催実績

<b>2020年2月期</b>	<b>サステナビリティセミナー</b> ・推進の背景 ・環境や人権に配慮した商品の表記ガイドライン ・サステナブルな素材の調達とは	参加者数 <b>323人</b>
<b>2021年2月期</b>	<b>サステナブル素材の積極的な使用に関する説明会</b> ・当社方針について ・サステナブル素材の必要性 ・サステナブル素材の運用ガイドライン	<b>3,731回</b> 再生 ※オンライン配信のため 総再生回数



社内セミナー (2019年実施)



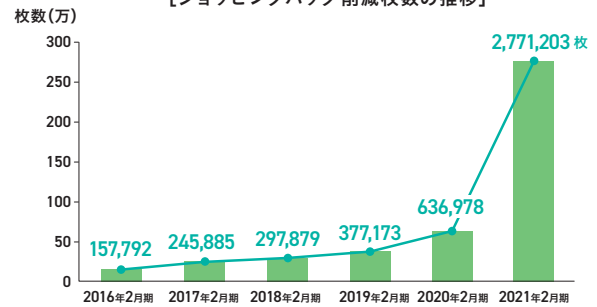
## 環境への配慮と営業活動の両立

事業をサステナブルにするためには、商品やサービスをお客さまにお届けする過程においても、環境に配慮することが重要だと考えています。私たちは事業と環境への配慮を両立させた、バランスの取れた運営を目指しています。まずは、商品の調達過程や店舗運営における取り組みを見直し、従業員はもちろんのこと、お客さまと共に一歩ずつ目の前のことから取り組みを行っています。

### CASE 01 サステナブルなショッピングスタイルの推進

省資源化に向けたアクションのひとつとして、マイバッグの利用を推進するREBAG PROJECTに取り組んでいます。ショッピングバッグの辞退で会員ポイントを付与しているほか、2020年度は付与ポイントが期間限定で2倍となる「REBAGシュウカン」に延べ83万人が参加、2020年度までの6年間に累計で約449万枚のショッピングバッグを削減しました。こうした取り組みを通じて、資源を使い捨てしない「サステナブルなショッピングスタイル」をお客さまとともに創りあげていきたいと考えています。

【ショッピングバッグ削減枚数の推移】



その日のコーディネートに合わせて、マイバッグを自分らしいスタイルに取り入れていただけるよう、「いつでも持ち歩く」「洗って繰り返し使う」といったエコバッグの新しい使い方のご提案に合わせた、機能性やデザインに富んだエコバッグを、グループ各店舗でバリエーション豊かに販売しています。

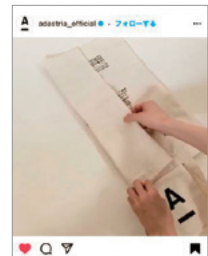
日々の生活の中で楽しくサステナブルなファッションを取り入れていただけるよう、SNSを活用し積極的に発信を行っています。バックルエコバッグの正しい収納方法の動画配信や、マイバッグを取り入れたブランドらしいお勧めのスタイリング(=REBAG STYLE)の提案など、新しいショッピングスタイルの共創に向けて従業員一人ひとりがそれぞれに考え、工夫し取り組んでいます。



端材を活用したエコバッグ(GLOBAL WORK)



REBAG STYLEの提案



SNSを活用した発信

### CASE 02 環境配慮型資材の使用

商品そのものだけでなく、下げ札や靴箱、包装紙、ショッピングバッグなど、商品をお届けする際に使用する多くの資材についても、環境に配慮した素材へ順次切り替えを進めています。



FSC認証紙と生分解性コーンローブを使用したショッピングバッグ(LOWRYS FARM)



再生紙を100%用いた靴箱(Sable madele)



バイオマス原料を用いた包装資材と再生紙段ボール(Oou)



サトウキビ由来のストローと再生PET樹脂を使用したカップ(BAYFLOWカフェ)



## 環境を守る

### CASE 03 エネルギーの使用と輸送の効率化

私たちは効率的にエネルギーを使い、CO<sub>2</sub>の排出量を削減させるため、様々な取り組みを行っています。

店舗では照明を順次LED照明に切り替え、東京本部とともに年間の電力使用量を把握しながら、1坪当たりの使用量の削減に努めています。物流センターでは一部太陽光パネルを設置しているほか、輸送計画の最適化および配送業者との連携により効率的なエネルギー使用を目指しています。

項目	単位	2019年度	2020年度	
店舗	電力使用量	千 kWh	36,259	23,542
	CO <sub>2</sub> 排出量	t-CO <sub>2</sub> e	16,246	10,298
本部	電力使用量	千 kWh	1,342	1,035
	CO <sub>2</sub> 排出量	t-CO <sub>2</sub> e	582	449

※アダストリア単体

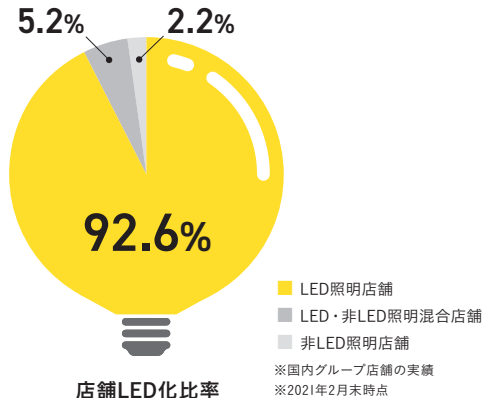
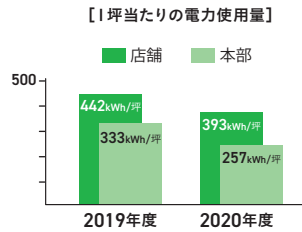
※対象期間：2019年4月～2020年3月末、2020年4月～2021年3月末

※CO<sub>2</sub>排出量は、「特定排出者の事業活動に伴う温室効果ガスの排出量の算定に関する省令」の

排出係数を用いて算定（算定対象の事業所・オフィスが所在する地域において電力供給を行っている一般送配電事業者の各年度の基礎排出係数を用いて算定）。

※店舗における電力使用量は一部空調によるエネルギー使用量も含む

※電力使用量が不明な一部店舗について、店舗の床面積あたり排出原単位を算出し推計



太陽光発電パネル(茨城西物流センター)

## TOPICS

### アメリカ・カリフォルニア発、スムージー・ジュース専門店「Jamba」

株式会社ADASTRIA eat Creationsが展開するアメリカ・カリフォルニア発、スムージー・ジュース専門店「Jamba」はフロゾンの果物・野菜や濃縮100%ジュースを使用、合成着色料・合成香料・人工甘味料・果糖ブドウ糖液糖は不使用で自然なものにこだわっています。新しくオープンした「Jamba Kitchen Labo GRANSTA MARUNOUCHI」ではプラントベースやグルテンフリー、ヴィーガンなど食習慣の多様化に合わせて様々な選択ができるよう、大豆ミートやプラントベースミルクなどをご提供しています。



## VISION

### ファッションロスのない世界

ファッションロス(衣料品廃棄)は過剰な資源消費や焼却廃棄によるCO<sub>2</sub>の排出にもつながり、解決すべき重要な課題のひとつです。私たちは衣料品在庫の焼却廃棄をゼロにすることを方針として決定し、「燃やさない、捨てない」ための様々な取り組みを進めています。商品を作りすぎない適量生産を目指すほか、販売が終了した商品についても新たな活用方法を見出す努力や循環させるための様々な取り組みを行っています。こうした取り組みが資源の適量使用、CO<sub>2</sub>排出の削減につながっています。

### CASE 01 適量生産に向けた取り組み

「適時・適価・適量」を方針に、お客さまがワクワクする商品を適したタイミング、適した価格で、必要な量をお届けできるよう仕入れ計画と在庫管理を徹底しています。売上状況に応じて残在庫から仕入計画を立てるOTB (Open to buy) 管理の徹底や商品を単品で管理することで追加発注および仕入抑制を適切に判断しているほか、過剰な値引きやセールを抑制し在庫量と価格をコントロールしています。また、公式ウェブストア「ドットエスティ」での先行予約の受注データを活用し、発注精度を向上させています。



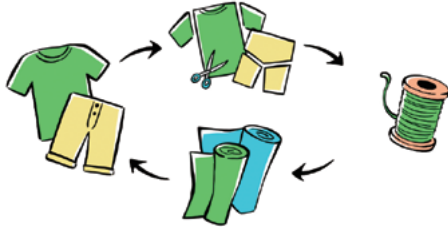
公式ウェブストア「ドットエスティ」での先行予約



## 環境を守る

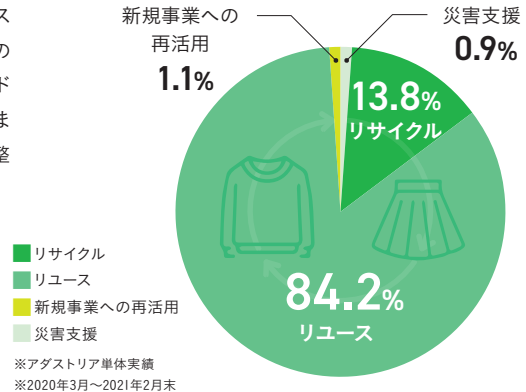
### CASE 02 衣類の再活用

販売期間が終了した商品は、協業先の協力によりリサイクルおよびリユースし、衣料品在庫の焼却廃棄ゼロに取り組んでいます。また、一部は子ども服のシェアリングサービス「KIDSRUBE」でのリユースや、アップサイクルブランド「FROMSTOCK」で再活用されるなど、新しい事業内での活用も始まっています。大規模な自然災害が起こった際には支援物資として活用する仕組みも整えています。



販売期間が終了した商品の一部を活用し、ロスの少ない黒染めという手法によって新たに蘇らせるアップサイクルブランド「FROMSTOCK」を展開しています。服の素材や特性に合わせて染色の種類を使い分け、キズや汚れなどのダメージがあっても独自の風合いへと変化するため、ひとつひとつが唯一無二の仕上がりとなりご好評いただいています。

【販売期間の終了した在庫の活用用途】



【FROMSTOCKの染色前後】



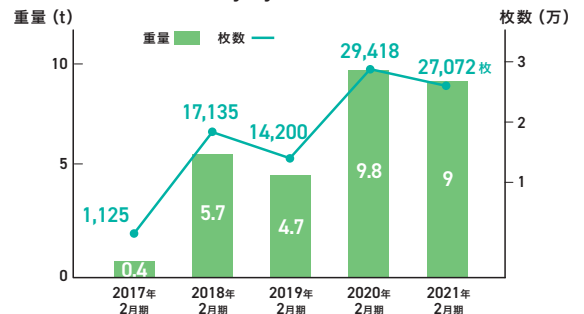
### CASE 03 衣料品回収リサイクル「Play Cycle！」

「Play Cycle！」はお客様の不要になった衣料品を回収し、新たな資源へリサイクルおよびリユースするアダストリアの環境活動です。回収した衣料品は、協業先を通じて再生ポリエステルや再生ダウンといった、衣料品の原料にリサイクルされるほか、子ども服のシェアリングサービス「KIDSRUBE」を通じてリユースされます。いつでもどこでも気軽に衣料品をリサイクルできる環境を整えることを目指し、現在GLOBAL WORKをはじめとする国内の102店舗で常時回収を行っています。

「Play Cycle！」は様々な企業や地域の学校とコラボレーションをしています。2021年1月にはプロバスケットボールリーグB.LEAGUEの社会的責任活動「B.LEAGUE Hope」と協業し「B.LEAGUE ALL-STAR GAME 2021 IN MITO」にて衣料品回収を行いました。また、2021年夏には茨城県水戸市内の高等学校や神奈川県横浜市内の小学校とともに不要な衣料品の回収を行うなど、ファッションの枠を超えて活動が広がっています。



【Play Cycle! 回収実績】



小学校での衣料品回収

## TOPICS

### ジャパンサステナブルファッションアライアンス (JAPAN SUSTAINABLE FASHION ALLIANCE) を共同創設

ファッション産業が自然環境および社会に与える影響を把握し、業界の共通課題について共同で解決策を導き出すため、国内を代表する繊維メーカー、商社、小売り、リサイクラーとともにアライアンスを設立しました。「適量生産・適量購入・循環利用によるファッションロスゼロ」と「2050年カーボンニュートラル」を目指し、必要な政策提言などを行っています。



# ファッションロスとどう向き合う!?

2021年2月、アドストリア本部にて「ファッションロスを考える」をテーマにステークホルダーダイアログを開催。  
 「ファッションロスのない世界」の実現に向けて、アドストリアが今より改善すべきこと、新たに取り組むべきことは何か。  
 また、業界全体・社会全体で考えていくべきことは何かなど、環境やファッションに精通する  
 みなさまからいただいた貴重な声の一部をご紹介します。



## 参加者プロフィール

### ▶ 滝沢 秀一様

お笑いコンビ「マシンガンズ」  
 ゴミ収集会社のゴミ清掃員として  
 ご活躍

### ▶ 竹村 伊央様

一般社団法人unisteps共同代表  
 Fashion Revolution日本支部局長

### ▶ 岡野 隆宏様

環境省 自然環境局 自然環境整備課  
 温泉地保護利用推進室長 ※対談時点  
 環境省 タスクフォース「ファッションと環境」リーダー

### ▶ 福屋 剛様

株式会社ウィファブリック 代表取締役社長  
 ※福屋様にはリモートでご参加いただきました

### 滝沢様

- 生活者の方々が、不要な衣料品を捨てずにリサイクルやリユースの入口に出したとしても、その先に続く出口が狭い・少ないのが現状です。そこがまず、第一の課題であると感じました。これからは、回収された服が実際にどう活用されるのか、どこに行きつくのかといった「リサイクルやリユース後のプロセス」についてわかりやすく伝える仕組みが必要でしょうね。
- より便利で、誰もが気軽に参加できる衣料品回収のシステムがあってもいいと思いました。例えば、回収から活用までの仕組みをインフラ化してみるとか。企業単体での実現が難しいのなら、複数の企業が連携してシステムを構築するもひとつの手だと思います。ディスカッションを通じて、生活者側も「捨てなくていい環境」を求めているように感じましたし、業界全体で取り組めば実現は十分可能だと思います。

### 竹村様

- 捨てられるはずだった服を黒く染めて生まれ変わらせ、新たに販売するアップサイクルブランド「FROMSTOCK」が非常に面白いサービスだと感じる一方、もっと一着一着の違いを楽しめる仕組みがあってもいいのではないかと感じました。「黒く染まった服を買う」という均一な価値よりも、「統一性のない染まり方」だからこそ感じられる、「世界に一着だけの服を買う」という唯一無二の価値を伝える工夫を取り入れてもいいかと思います。
- ものづくりにおいて、「透明性を保つ」は基本的なことですが、商品そのものをはじめ、原材料や製造する人・環境、販売プロセスにまで透明性を担保できている企業はまだ少ないのが現実。だからこそ、アドストリアはもちろん、他の企業も含めてですが、ものづくりの過程や企業として取り組んでいることについてもっと積極的に発信して欲しいですね。業界や社会にとっていい取り組みであれば、どんなに些細なことでも、たとえ不完全な状態でも消費者に知ってもらわなければ、そうした発信を消費者が気軽に受け取れるプラットフォームがあれば、社会の意識も変わってくると思います。

### 岡野様

- 適切な量の商品を生産できるよう「発注」の段階に着目し、生産数をコントロールするという取り組みが非常にいいと感じました。売れ行きシミュレーション予測、事前の予約状況による生産数の調整……こうした事例は、もっと広く開示するべきだと思います。消費者のニーズをくみ取り、消費者とともにファッションロスという課題に向き合うことがアドストリアの姿勢であると伝えれば、商品を購入する側も、今以上に服を大切にしようになるのではないのでしょうか。
- ファッション業界における大量生産・大量消費・大量廃棄は、社会的にも見逃せない課題です。商品の生産数が増えているにもかかわらず、市場規模は縮小しているというデータもあります。この課題を解決するには、商品の低価格化など、既存の商習慣を根本から変える必要があります。ファッション業界全体で取り組むべき問題であり、行政としてもその後押しをしたいですね。

### 福屋様

- ファッションロスを解決するためには、リサイクルやリユースの先にある「出口の選択肢」をもっと増やすべきだと実感しました。これは一例ですが、アドストリアの強みである「さまざまなブランドの店舗を全国に展開している」という点を活かして、オフプライスストアにチャレンジするのはどうでしょうか。前例がない分、社会にいいインパクトを与えられるでしょうし、ファッションロスの解決にもつながると思います。
- 2020年に「スマセル×モード学園×アドストリア」でのサステナブルスタイル企画を実施しました。「アドストリアのサンプル品をモード学園の教材として提供し、学生たちに廃棄ロス問題について知ってもらう」というプログラムでしたが、こうした産学連携の事例を増やし続けることが重要だと感じています。企業が積極的に教育分野に携わり、次世代の教育へとつなげていく。そんな機会を今後もっと増やしたいですね。



# 人を輝かせる

私たちの事業は、お客さまや従業員をはじめとする多くの人によって支えられています。  
国内の少子高齢化や、お客さまのニーズの多様化、時代や価値観の変化に合わせたサービスや商品の提供など、  
私たち企業が果たすべき役割は常に変化し続けています。  
アダストリアでは、すべての人がファッションによってそれぞれの人生、  
キャリアを楽しむことができるよう事業を通じて応援することが果たすべき責任だと考えています。

## VISION

### 多様な個性を伸ばし成長する組織

当社はコーポレートアイデンティティのバリューのひとつに「多様性の尊重」を掲げ、年齢や性別、国籍、障がいの有無、性的指向などにかかわらず、多様な個性を尊重し認め合うことを重視しています。経営課題のひとつに「組織の多様化」を掲げ、従業員がそれぞれの能力を十分に発揮できるよう、環境や仕組みを整えるほか、キャリアをバックアップする取り組みを推進しています。そうすることにより、従業員一人ひとりが多種多様な力を発揮し、新たな視点での活発な議論やイノベーションが起これば、企業の中長期的な成長へとつながると考えています。また、お客さまはもちろん、従業員も含めた全ての人が心身ともに健康で働きがいが高められるよう、時代の変化に合わせた働き方改革の推進や、社内制度の拡充、人材育成、障がい者雇用の推進を積極的に行っています。



#### CASE 01 従業員が健やかに自分らしく活躍できる制度

従業員がキャリアやライフステージの変化に合わせて自分らしい働き方を選択し、働きがいをもって長く活躍し続けることこそが、生産性の向上やロールモデルの創出、企業の成長につながると考えています。半日単位での有休取得を可能とし、年次有給休暇の取得促進を図る

ことで、ワークライフバランスを実現できるよう取り組んでいるほか、産休・育休制度や介護休暇、ジョブリターン（退職後の再雇用）などを通じて、年齢やライフプランに縛られず、活躍ができる制度づくりに取り組んでいます。

有休取得率



64.6%

産休取得率



99.6%

※アダストリア単体

1人当たりの月平均残業時間



6.2時間

育児休業取得率



98.1%

(男性育休取得率2.67%)

育児休業復職率



98.3%

介護休暇平均取得日数



119日

※2021年2月期  
対象：国内グループ会社実績



## 人を輝かせる

### CASE 02 多彩な従業員の活躍

アダストリアグループでは、障がいのある方や外国籍、育児をしながら時短で活躍する従業員など、さまざまな文化やバックグラウンド、価値観とライフスタイルをもつ人材が混ざり合い、イキイキと働いています。従業

員が互いの個性を認め、違いを活かしながら成長へと繋げられるよう、管理職層が組織の多様性がもたらす効果について学ぶ講演会を実施したり、個性を活かし活躍できる仕組みや環境づくりに取り組んでいます。

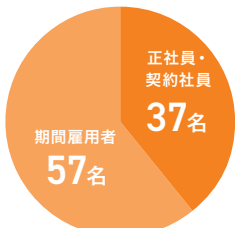
#### 変化を楽しみ、人や地域の成長に貢献したい

企業を支える人材の育成や定着化に取り組むことで、グローバル社会の大きな変化への対応や、ローカルのお客さまのニーズや生活の向上に貢献できる、柔軟かつ強い組織をつくっていきたくと考えています。従業員が、「信頼と安心感をもって長く働きたいと思える会社」を目指し、台湾での研修制度の導入、評価制度の見直しにも着手しています。グローバルに長く活躍できる人材を育成し、グループの更なる進化に貢献したいと思えます。



アダストリア台湾 董事總經理 林品余 (Yvonne Lin)

#### 外国籍の従業員数 計94名



※2021年2月末時点  
対象：国内グループ会社

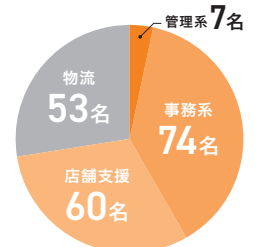
#### 従業員研修

「管理職の意識改革」をテーマに、男性管理職を対象とした、女性取締役による『リーダーシップ講演会』を実施しました。オンラインを含めて150名の男性管理職が参加し、リーダーシップにおける必要な知識や考え方、組織の多様性がもたらす効果について知識と理解を深めました。



#### 障がい者雇用業務区分別内訳 計194名

アダストリアグループの障がい者雇用率は2.38%、194名の障がいのあるスタッフが在籍し、特例子会社である株式会社アダストリア・ゼネラルサポートのきめ細やかな支援のもと、能力や個性を活かし活躍しています。管理や事務といった業務支援のほか、バックルーム整理などを行う店舗支援、新規事業プロジェクトへの参加など活躍の幅を広げています。



※2021年5月末時点  
対象：国内グループ会社

#### 従業員座談会

### 個性が輝いてこそ、 Play fashion! は叶えられる

**ウォン:**私は香港出身で、上海のグループ会社で商品企画やECなどを8年ほど経験しました。日本に異動してからは、WEB事業部やサステナブルな観点を取り入れたライフスタイルブランド「Oou(オー・ゼロ・ユー)」の立ち上げに携わってきました。アダストリアの従業員は、どの国、どの職種においても「Play fashion!」という共通のミッションをもっています。価値観が共有できているからこそ、言葉や考えが違っていても新しいことにチャレンジできているのだと思います。

**川崎:**私は新卒で入社してから店舗ひとすじ。産休・育休を取得し、去年復帰しました。復帰後、強みの接客を活かして2020年度の社内ローブレ大会「SSC」にチャレンジし、優勝を果たすことができました。現在は、店舗業務以外にも企画や運営サポート、接客指導など様々な仕事に挑戦しています。時短勤務になったことで、オンオフの切り替えが以前よりはっきりしましたし、限られた時間でできる最大のパフォーマンスを常に考えています。

**金原:**僕の率いるテキスタイルデザインチームも多様な人材の集まり。それがチーム全体にも良い影響を与えています。川崎さんのように、時短勤務の方は無理無駄のないよう効率的に仕事を進めるので、その姿から見習う点が多くある。一人ひとりの違いから得る発見や学ぶことは本当に多くて、多様性のある組織であることが、新しい気づきや価値観を生み、チームの成長につながっているのだと思います。

**川崎:**年齢というひとつの個性もありますよね。EluraやUtaoのように、50代、60代をターゲットにしたブランドができたことで、お客さまの人生に長く寄り添えるだけでなく、従業員が年齢を重ねても得意な接客を活かし、店舗で活躍できるという選択肢が増えたのではないのでしょうか。

**ウォン:**それにここ2年ほどは、働く場所が多様になっていることも感じました。リモート勤務はもちろん、デジタル化が進んだことで、従業員はそれぞれ

の環境やライフスタイルに合わせて、働く場所や働き方を柔軟に選択できるようになりました。

**金原:**WEBとリアル、どちらの良さもシナジーを生み出し両立させることで、従業員の活躍の場も広がっていると感じます。人材育成やリアルならではの“寄り添う”接客が得意な人、スタイリングや自分のライフスタイルをSTAFF BOARDで発信して“新しい顧客接点”を生み出す人。それぞれの得意分野を活かせる場が広がったことで、個性が際立ってきたのだと思います。

**川崎:**時間の制限があってもオンラインで活躍することができますし、自分の個性を活かして働き方の違いを出せるようになってきていますよね。

**ウォン:**違いを受け入れるだけでなく、個性を活かし能力が発揮できるよう、環境や仕組みを整えていく。それこそが、多様な人々の「個性を輝かせる」ということに繋がっていくのではないのでしょうか。

**金原:**まずは違いを認め、尊重し受け入れること。そして、性別や国籍、セクシャリティや障がいといった、多様な従業員のもつ経験や知識、考えをシェアして、掛け合わせることでシナジーが生まれ、力を発揮することができる。一人ひとりが個性を活かして、「なくてはならぬ人」として輝くことこそが、私たちの原点にある、「Play fashion!」というミッションを果たすことに繋がるのだと思います。





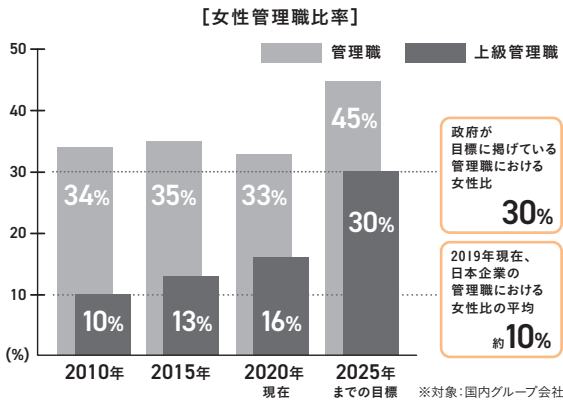
## 人を輝かせる

### CASE 03 女性の活躍支援

アドストリアグループでは、従業員の約半数以上を占める女性の活躍推進をダイバーシティ経営における重点課題のひとつと捉え、経営トップのコミットメントのもと、「2025年までに女性の上級管理職比率を30%以上に引き上げる」という具体的目標、およびロードマップを策定しています。女性従業員が多い特性を活かすことで、意思決定の場に柔軟かつ多

様な視点を取り入れ、多様化するニーズや女性ならではの視点を活かした商品開発、サービス品質の向上に繋げ、企業の中長期的な成長や新たなイノベーションを起こしていきたいと考えています。

※国内グループ連結での女性従業員の割合75.1%(2021年2月末時点)



女性取締役による『リーダーシップ講演会』 女性部室長による『パネルディスカッション』



令和2年度「準なでしこ銘柄」に選定



女性部室長  
インタビュー

一人ひとりが輝ける  
環境づくりとは

広報部長  
風間 陽子

自分らしさを楽しめる環境が、  
成長へと繋がっていく

広報部長として、メディア対応や経営メッセージの社内浸透など、会社の活動や考え方を社内外に知っていただき、事業貢献につながるコミュニケーションを行うことが私の役割です。何ごととも自分ごととして捉え、相

手への尊敬と興味をもって接すること、柔軟かつ臨機応変に対応することを心がけています。多様な人材が集まるチームでは、仕事と家庭の両立、ライフステージ、キャリアの描き方など考え方や価値観も様々です。メンバーそれぞれが個性を活かし、自身のやりたいことを実現できるよう、日々の対話を通じて「一緒に考える」ことを大切にしています。一人ひとりが“なくてはならぬ人”へと成長することで、困ったときは自然と周囲からサポートしてもらえる、そんな環境づくりを目指しています。

女性も含めた様々なライフスタイルや考え方をもつ人材が上級管理職層に増えることで、働き方や議論・意思決定の場面でこれまでになかった視点や方法を見だし、商品やサービスにおいても、ファッションの枠を超えた“もっと楽しい”提案が生まれることにつながっていくと考えています。アドストリアと一緒に楽しい、いいねと思ってくださる仲間を社内外に増やしていけるよう、今後もアドストリアのワクワクするようなチャレンジを、多くの方へ伝えてまいります。

### CASE 04 時代に合わせた働き方の変化

フレックスタイム制度やテレワーク制度によって、時間や場所にとらわれない柔軟な働き方を推進しているほか、ライフスタイルに合わせた多様なキャリアや働き方を選択できるよう、総合職や地域限定職の変更、半日単位での有給の取得、副業許可などについても人事制度を整備しています。また、新静岡セノバと協業し、商業施設で働くショップスタッフのサステナブルな働き方を実現すべく、営業時間フレックスタイム制度や、パワーチャージ休暇

制度などを取り入れた、「ささえあう 働く時間プロジェクト」を始動。経過報告会では、オンラインも含めて約110名ものテナント企業や業界団体が参加、業界全体にサステナブルな働き方を提案しています。

従業員においては、商品の売り方や買い方が変化の中で、SNSやLIVE配信によって顧客コミュニケーション強化を図ることで、デジタルを活用した、場所や時間にとらわれない新しい売上形成や活躍の場が広がっています。

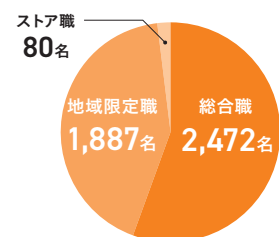
【ささえあう 働く時間プロジェクト】



【副業申請の件数】



【選択制職種の内数内訳】







## 人を輝かせる

### VISION

## 自分らしくファッションを楽しめる社会

お客さまのニーズがますます多様化するなか、多くのお客さまにご満足いただけるよう、マルチカテゴリーおよびマルチブランドで商品やサービスを展開しています。接客を通じて一人ひとりのお客さまに寄り添ったご提案をするのはもちろんのこと、性別にとらわれないデザインや着こなしの提案、年齢や体型の違いを個性として楽しめるファッションの提供を通じて、誰もがそれぞれの持つ個性を輝かせることができるよう取り組んでいます。

### CASE 01 多様なお客さまに向けた事業

誰もが身近なファッションを楽しみ、自分らしくいられる社会を目指して、インクルーシブファッションの実現に向け取り組んでいます。社内事業提案プロジェクト「PROJECT A」での従業員による発案をきっかけとして、多様な視点を取り入れた「すべての人のためのファッション」を提案する、インクルーシブファッションサービス「Play fashion! for ALL」が始動しています。



#### 「Play fashion! for ALL」

プロジェクト担当者  
インタビュー



マーケティング本部  
坂野 世里奈

すべての人が、  
もっとファッションを楽しめる社会をつくりたい

「Play fashion! for ALL」は、「一人ひとりの視点」を大切にしながら「誰もが同じではない」という当たり前をもっとファッションに取り入れ、スタンダードにすることを目指しています。

私の父は、20年にわたる闘病生活で入退院を繰り返し、最期の半年は重度要介護となりました。本来おしゃべりが大好きでアクティブな父が、寝たきりで過ごした半年間を振り返ると「どんな状況でもファッションを楽しみ、自分らしく過ごしてもらえばよかった」と感じます。介護中でも、障がいがあっても「明日は何を着よう?」と前向きな気持ちをもてる、「着てみたい!」と思える服がある。そんな社会になれば、一人ひとりの毎日に「もっと楽しい」選択肢が増えるはずですよ。

アドストリアグループの特例子会社アドストリア・ゼネラルサポートの従業員3名とともに、それぞれの課題を話し合い、ニーズを叶える服の開発に取り組み、公式ウェブストア「ドットエスティ」やクラウドファンディングでの販売にまでたどり着きました。「まずはチャレンジ」「どうすれば実現できるかをみんなで考える」という、前向きで熱量のある従業員が多くいる会社だからこそ、このプロジェクトを前に進めることができています。10年後には業界全体で、インクルーシブファッションを当たり前の存在にしたいと思っています。

### 「好き」と「ラク」は両立できる

「着やすいかどうか」だけを考えていると、「好き」の要素がないから、結果的に着たくなくなる。元々ファッションが好きだからこそ、そんなジレンマを抱えていました。今回のプロジェクトで「そうそう、こういうのが欲しかったんだ」と思える服が完成し、本当に嬉しく思います。長さを変えたり、縫い方を変えたりと、少し工夫するだけで、「好き」なファッションをここまで「ラク」に着られるようになるのかと。これをきっかけに、車イスユーザーの方々のファッションの選択肢が、もっと広がればいいなと思います。

プロジェクトメンバー / アドストリア・ゼネラルサポート 山形サポートセンター 鈴木大輔



車イスユーザーのこだわりカジュアル  
「袖パッチつきコーデロイシャツ」

### TOPICS

#### 個性を活かすインブランドの展開



小柄な女性に向けて、  
スタッフの声を活かし  
商品開発した  
「Heather mini」



年齢や性別を超え、自由に楽しむ  
ジェンダーレスブランド  
「PAGEBOYLIM」



個性を愛する華奢な  
大人の女性のための服「FOR I SERIES」

#### コオプマスク2020

「マスク」をテーマに障がいのある人が抱える困りごとを理解し、リデザインによってカタチにする渋谷区後援のワークショップ「コオプマスク2020」に参画。当事者と商品企画・パタンナーなどの専門職の従業員がプロジェクトに参加、介助者の視点を取り入れた「着脱しやすいマスク」と「マスクケース」を共同開発、製品化し、公式ウェブストア「ドットエスティ」にて販売、課題の認知拡大に取り組みました。





## 人を輝かせる

### CASE 02 多様性の理解促進

誰もがそれぞれの個性を輝かせながらファッションを楽しみ、ワクワクできるよう、社会への啓もう活動やサービス提供に取り組んでいます。カミングアウト・フォト・プロジェクト「OUT IN JAPAN」の活動を支援するほか、「東京レインボープライド」や「九州レインボープライド」にて当社

のブースを出店しました。こういった取り組みはLGBTQへの理解促進だけでなく、参加ブランドの認知拡大や、接客においてもお客さま一人ひとりに寄り添った提案ができるスキルアップの機会になりました。

#### TOKYO RAINBOW PRIDE



TOKYO RAINBOW PRIDE(2018)

#### OUT IN JAPAN



OUT IN JAPAN 写真展 in 金沢21世紀美術館



OUT IN JAPAN  
クラウドファンディング 協賛Tシャツ

### CASE 03 ファッションを通じた次世代の人材育成

将来を担う人材を本業を通じて応援するべく、ファッション業界を目指す若者を支援する取り組みを行っています。2009年より、全国の店舗で中高生を対象に職場体験を受け入れているほか、2020年からは東京本部にて商品企画を体験できる公募型の企業見学を開催し、店舗と本部の業務どちらも体験できる機会を提供しています。従業員は若者と

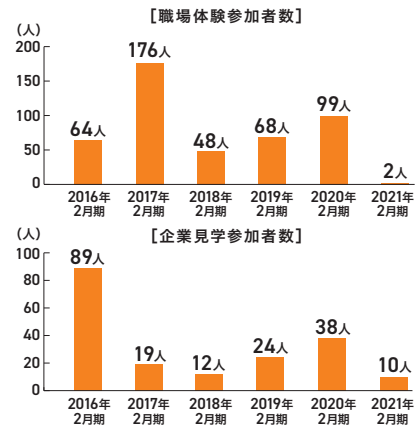
接する機会を持つことで、新たな発想や視点を獲得、自身の業務に生かすことができている。2020年度は、新型コロナウイルスの影響により受け入れを制限していましたが、要望に応じて受け入れを開始しています。今後も若者の夢を応援することで、ファッション産業の活性化に貢献したいと考えています。



高校生を対象とした公募型企業見学



小学生を対象とした店舗での職場体験



## TOPICS //

#### 医療従事者への支援

新型コロナウイルス感染拡大に対する支援として、緊急災害対応アライアンス「SEMA」からの要請により、ダイヤモンドプリンセス号の乗客と乗務員への支援物資の提供を行ったほか、JEANASISではチャリティ商品の販売を実施し、ウイルス感染症対応に尽力する医療従事者の方々の支援を行っている「ピースウィンズ・ジャパン」へ売上の一部を寄付しました。



#### 産学連携プロジェクト

大阪モード学園と、株式会社ウィファブリックが運営するSMASELLが実施するサステナブルスタイルプロジェクトに賛同し、商品企画の過程で発生するサンプル品をスタイリング教材として提供しました。産学連携のプロジェクトに参画することで、ファッション業界の将来を担う学生が、実践的な経験を通じて廃棄課題に触れられる機会を支援しています。





# 地域と成長する

店舗の出店や商品の生産、物流拠点など、私たちはグローバルにビジネスを展開しています。

今後もファッションがもたらすワクワクを継続させるためには、国内外にかかわらず、グローバルな思考で地域のニーズや特性をくみ取り、ファッションの力でともに新しい価値を築いていく必要があります。

私たちがビジネスを展開することによって、その地域が活性化され、社会が発展するような「なくてはならぬ存在」を目指し、企業活動を行っていきます。

## VISION

### ファッションを通じた出店地域の活性化

国内外のさまざまな地域に出店している私たちにとって、地域との関わりはとても重要です。各地域に根差し、お客さまや地域の方々とファッションを通じてつながっていける、そんな企業でありたいと考えています。

地域ごとに抱える課題は様々ですが、各地域での雇用創出に貢献するとともに、地域の課題をファッションの力で解決し、新しい価値を創っていけるよう、取り組みを継続していきます。

### CASE 01 地域に根差した営業活動

支店制度により日本国内の店舗を6つの地域に区分し、その地域の特性に合わせた店舗運営を推進しています。また地域活性化や次世代育成などをテーマに、その地域に密着したイベントの開催や参加によって、ファッションを通じたコミュニティづくりにも取り組んでいます。

各ブランドによるご当地とのコラボレーション商品など、全国出店の特性を生かした取り組みもお客さまから好評いただいているほか、店舗で働く従業員のモチベーションにもつながっています。



#### ごとうちクリップ (studio CLIP)



#### 地域イベントの開催実績

2020年2月期	2021年2月期
9施設	2施設
イオンモール倉敷 FKDインターパーク 本八幡コルトンプラザ イオンモール高岡 イオンモール岡崎 天神ソラリアプラザ イオンモールつくば イオンモール羽生 新静岡セノバ	イオンレイクタウン イオンモール岡崎  ※2020年度は新型コロナウイルスの影響によりイベントの実施を制限

#### ローカライズした商品展開



アジア事業では「グローバル」を大方針に、地域別に戦略を立てて事業を推進しています。niko and ... SHANGHAIでは日本でも人気のアイテムを、上海のお客さまのニーズに合わせたカラーバリエーションにしたものや限定デザインの商品を用意し、好評いただいています。

## TOPICS

### 街中での「移動」に着目した新しい顧客体験を創出

店舗への来店前後の「移動」に着目し、電動キックボードなどの「電動マイクロモビリティ」を取り扱うシェアリングサービス「LUUP(ループ)」を展開する株式会社Luupと提携し、当社店舗前にポートを設置。「街」と「移動」という側面から新しい顧客体験を提供し、社会の変化・お客さまの変化に感度高く対応していこうと考えています。



### 地域のクリーン活動

BAYFLOW吉祥寺店が中心となり、オープン前に店舗とその周辺地域のごみ拾いを定期的に行っています。近隣店舗からも参加者を募ることで自然と輪が広がり、街全体の活性化にもつながっています。





## 地域と成長する

### CASE 02 創業地への貢献

当社は1953年に茨城県水戸市で創業して以来、地域の方々の支えによって成長してきました。今後も創業地とともに発展し続けられるよう、水戸室内管弦楽団への支援やプロバスケットボール「B.LEAGUE」に所属する「茨城ロボッツ」のオフィシャルスポンサーを務めるほか、茨城県大洗水族館と海の環境保全をテーマにした協業イベント、プロサッカークラブ「水戸ホーリーホック」のトップチームに移動着を提供するなど

ファッションを通じた貢献活動を実施しています。

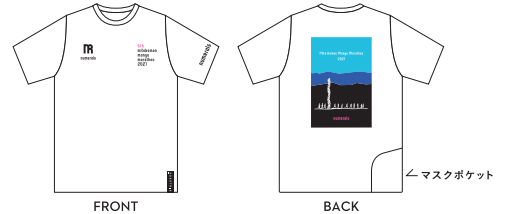
また、「第6回水戸黄門漫遊マラソン」で配布する参加賞Tシャツも今回初めてデザインしました。機能とスタイルにこだわり、吸水性・速乾性に優れた生地を採用したほか、マスクなど収納可能なポケットを背面右裾に付けるなど、当社ならではの工夫を施しています。



茨城ロボッツ



水戸室内管弦楽団



「第6回水戸黄門漫遊マラソン」参加賞Tシャツ

### CASE 03 ファッションを通じた被災地への貢献

災害が起こった際に商品を災害支援物資として迅速にお届けできるよう、緊急災害対応アライアンス「SEMA」に加盟し、社内の仕組みを整えています。2020年度はSEMAを通じて、避難所へ衣料品9,942着を提供しました。またGLOBAL WORKでは、対象商品の売上の一部をNPO法人さくら並木ネットワークが進める「さくら並木プロジェクト」に寄付、ファッションを通じた被災地への復興支援を行っています。



避難所での荷下ろし

(写真提供:Civic Force/ A-PADジャパン/Peace Winds Japan)



「さくら並木プロジェクト」寄付対象商品

(GLOBAL WORK)

#### <2020年2月期 被災地支援の寄付実績>

件名	支援内容	寄付実績
令和元年台風19号	避難所への支援物資の提供(衣料品計1,185着)	3,401,560円
新型コロナウイルス感染症に関する支援	ダイヤモンド・プリンセス号乗船者への寄付(CALEIDO ET BICE/基礎化粧品100点)	72,900円

#### <2021年2月期 被災地支援の寄付実績>

件名	支援内容	寄付実績
令和2年7月豪雨	避難所への支援物資の提供(衣料品計9,942着)	9,209,994円
東日本大震災復興支援	寄付付き商品の販売を通じたさくら並木プロジェクトへの寄付(GLOBAL WORK)	200,000円

## TOPICS //

### 渋谷区公認オミヤゲプロジェクト

当社は2018年より渋谷区と「シブヤ・ソーシャル・アクション・パートナー協定」を締結し、私たちの事業を通じて、魅力のある街づくりや地域社会の課題解決および、持続発展に寄与することを目指しています。2020年には渋谷区公認スーベニア事業に参画し、Tシャツとトートバッグを渋谷区公認お土産として製作しました。



### 創業地にソーシャルディスタンス×ファッションの空間を演出

茨城県水戸市のホテル「ホテル テラス ザ ガーデン 水戸」内のレストランおよびカフェスペース内に、当社ブランドの洋服を着たマネキンを配置し、コロナ禍も利用者の皆さまが楽しみながらソーシャルディスタンスを確保できる空間を演出しました。「Play! Social Distance」と題したこの空間は、1970年代から80年代にかけて、当社店舗が水戸市内の学生にとって交流の場となっていた当時の風景を思い描き、いつまでも地元の皆さまの毎日に寄り添う存在でありたいという想いを込めた演出となっています。





VISION

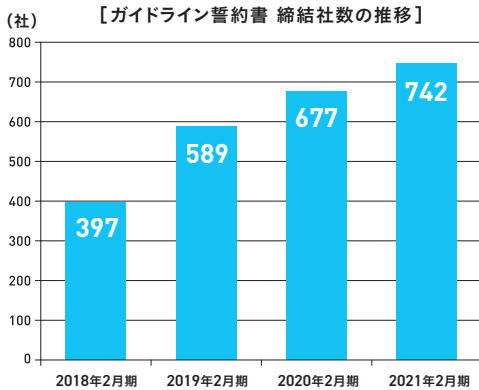
### 生産地域の持続可能な発展

私たちの商品は世界の様々な地域で生産され、原料の調達から縫製、貿易まで、長いサプライチェーンを経て供給されています。お取引先さまとの良好なパートナーシップ、また生産地域の持続的な発展が、品質の高い商品を安定的にお客さまに提供することに繋がっていくと私たちは考えています。今後もより良い商品・サービスを提供し続けるため、公正かつ倫理的な取引のためのルールを整え、これに則った調達活動を行っていきます。

### CASE 01 アダストリアグループ調達方針およびガイドライン

お取引先さまとの良好なパートナーシップのもと、ともに発展し合いながら商品を調達し、お客さまにお届けしていくため、公正で倫理的な取引を目指したアダストリアグループ調達方針を設けています。また、この方針のもと人権、社会、環境リスクを考慮し、人権の尊重や労働環境の整備、環境への配慮、腐敗防止を明記した「グループ調達ガイドライン」を定め、これに則った調達活動にお取引先さまとともに取り組んでいます。

調達方針およびガイドラインはお取引先さまの工場で使用されることの多い英語、中国語に翻訳し、周知しています。社内への周知はもちろんのこと、国内でのお取引先さま説明会や、年に一度中国で開催するお取引先さまとの工場カンファレンスを通じて、当社の考え方や方針に対する理解をお願いしています。



お取引先さま向け説明会

【グループ調達方針】



【グループ調達ガイドライン】

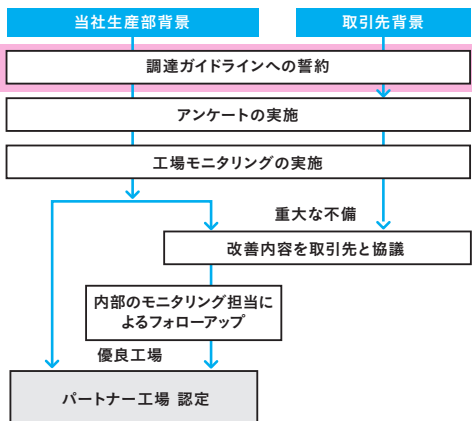


### CASE 02 工場モニタリング

お取引先さまには調達ガイドラインに了承いただいたのち、これに基づいたアンケートにご協力いただいています。そのアンケート結果を参考に、当社CSR調達担当が直接工場に訪問させていただき、工場内の状況を確認するなど工場のモニタリングにも取り組んでいます。万が一改善すべき事項があった場合には、直接かつ継続的な対話を通じて改善に向けて取り組んでいただいています。なお、新規のお取引先さまにつきましてもCSR調達アンケートを通じて、問題がないことを確認したうえで

取引を開始しています。

2020年度はコロナ禍により日本から海外の工場への訪問が困難な状況となったため、海外現地法人の担当者と連携しながら、初のオンラインでのモニタリングを実施。また、エネルギー使用量や水使用量の把握など、環境面に特化したアンケートを別途実施し、お取引先さまとともにサプライチェーン上の環境負荷の削減に着手しました。

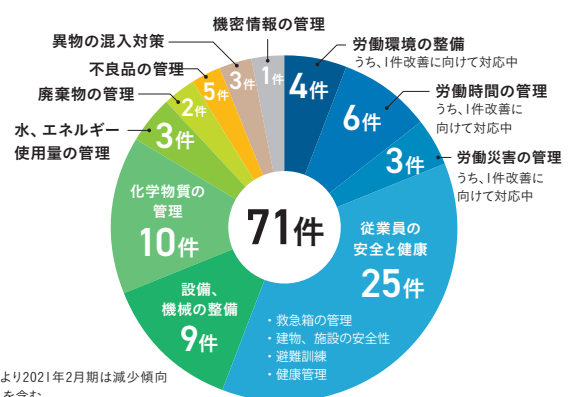


【工場モニタリング数】

時期	モニタリング工場数
2017年2月期	9
2018年2月期	20
2019年2月期	26
2020年2月期	40
2021年2月期	13
計	108

※新型コロナウイルス感染症の影響により2021年2月期は減少傾向  
※フォローアップモニタリング(再監査)を含む

【工場モニタリングの指摘項目と対応状況(2021年2月期)】





## 地域と成長する

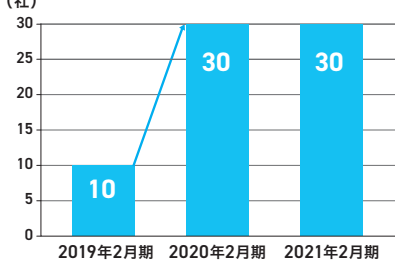
### CASE 03 パートナーシップ認定の推進

調達方針およびガイドラインの周知、アンケートの実施、工場モニタリングを通じてより良いパートナーシップ関係にある当社生産部背景の工場をパートナー工場として認定する取り組みも進めています。これは、商品の品質や不良品の発生頻度、また社会側面と環境側面の状

況を考慮し、年に一度の工場カンファレンスで表彰しています。

より良い環境で生産された品質の良い商品をお客さまにお届けできるように、2023年に向けてこのパートナーシップ認定を進めています。

【パートナーシップ認定工場数の推移】



生産工場



工場カンファレンス



パートナーシップ工場認定

## 中国・上海 工場モニタリング担当者 インタビュー

良好なパートナーシップの構築を目指し、工場とのスムーズなコミュニケーションをとるために中国・上海の現地法人に工場モニタリングの担当者を配置しています。現地でのモニタリングについて、聞きました。

**張:** 工場モニタリングの仕組みを作った2017年から、現地のCSR調達担当として業務を行っています。

**王(慧蕾):** 張と同じく、現地のCSR調達担当として勤務しています。モニタリング前の工場とのスケジュール調整から、工場訪問と確認、その後のフィードバックまで一連の流れを担当しています。新型コロナウイルスの影響により日本の担当者が来ることが難しくなったので、日本からはオンラインでつないで工場担当者とのミーティングに参加してもらっています。

**王(韜滔):** 商品の生産管理、品質管理が主な仕事で、工場にも頻繁に行きます。

私が担当している工場にCSR調達チームが行くときにはスケジュール調整をフォローし、現地のモニタリングにも同行して一緒に工場を確認しています。

**張:** 工場ではみなさん楽しそうに働いています。昔は若い人が工場に働いていましたが、最近はベテランの工員さんが多いです。アダストリアグループの取引先は大きな工場が多いのですが、工場のオーナーの方も労働法を重視し、福利厚生もより良いものを工員さんに提供したりなど、働く環境を整えているので、同じ職場で長く働いている人が多いのではないかと思います。

**王(慧蕾):** 実際に工場を訪問していると、一部の床が壊れているなど、改善してほしい点も見つかります。最後に工場のオーナーとミーティングを行いますが、その時に直接きちんと改善してほしい事項について伝え、工場からも改善に向けたスケジュールなど計画を考えてもらうようにしています。

その後、書面にも改善事項を記載したうえで、記録用にメールでひと月以内に伝えています。ほとんどの場合、3か月以内に改善してくれます。大きな改善点が見つかることはそんなに多くないですし、工場としても改善した方が仕事をしやすくなるので、比較的早く改善してくれています。



(左から)王(慧蕾)、王(韜滔)、張

大きな設備投資などが発生する場合には改善するまでに半年や1年ほどかかりますが、王(韜滔)のような生産管理担当者に引き継ぎ、改善されていることを現場視察やメールなどの報告を通じて長期的に確認できるよう、連携しています。

**王(韜滔):** 私は通常業務の中で生産管理として工場に訪問する時も、ガイドラインの項目が守られているかを気にするようになりました。

CSR調達に取り組む以前は、品質や納期の観点から工場を見ていましたが、CSR調達に取り組むようになってからは工員さんの労働環境などにも気を配るようになりました。例えば、エアコンは適切な温度か、遅くまで残業させていないか、などです。工員さんが働きやすい環境で働いてもらった方が、結果的に生産効率も品質も良くなることを実感しています。

そうしたコミュニケーションを続けてきたことで工員さんをはじめ、工場の方々と信頼関係が築けて、普段の業務もスムーズになりました。工場は商品を作るだけではなく、私たちのパートナーです。こうしたコミュニケーションはとても大事だと思います。

**張:** 工場をモニタリングする時にはなぜこうしたことが必要なのか、きちんと説明しています。また、他の工場の好事例を紹介するなどして、工場が自らより良い環境づくりに取り組むことを後押ししています。

ただ監査するのではなく、一緒に発展していくためのコミュニケーションだということを伝えています。大切なのは押し付けるのではなく、こちらが工場状況を理解し、そのうえで一緒に解決策を考えることです。共感してもらいながら改善していくことが大事です。





# コンプライアンス

なくてはならぬ企業であるために

## 社内に向けた取り組み

当社は全従業員が社会の一員として常に自分を律し、高い倫理観を持って行動するよう、腐敗防止や人権の尊重、公正かつ透明性のある取引などを含めたグループ倫理規準を定めています。毎年これを社内に周知し、全従業員が確認・署名しているほか、国内グループ全社員を対象にコンプライアンス研修を実施し、事故や不正の防止に努めています。

このほか、ハラスメントを防止する取り組みとして、就業規則にハラスメント行為の禁止を明記し、毎年全社員を対象にハラスメント防止研修を実施しています。また、ハラスメント事案に対して適切に対応できるよう、

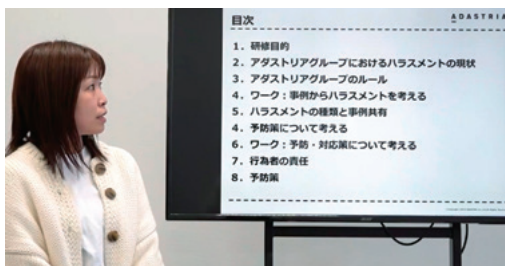
管理職/非管理職向けのハラスメント研修を分けて行っています。

万が一、不正や法律・ルール違反などのコンプライアンスに反する行為、またその兆候があった場合には、社内窓口もしくは、外部弁護士へ相談することができる内部通報プログラムを設けています。このプログラムは国内外を含む全従業員が匿名で利用でき、その内容は機密性が適切に管理されているほか、通報による不利益な扱いを通報者が受けないように十分な配慮をしています。

【ハラスメント防止研修受講者数】  
(2021年2月期)

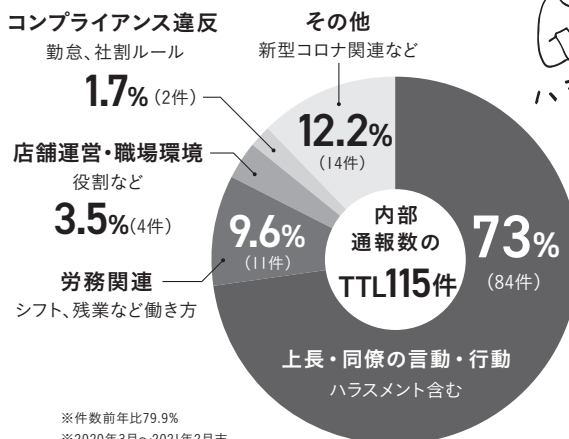


※休職者および、産休者を除く国内グループ全社員を対象に実施



ハラスメント研修

【内部通報件数とその内訳】



※件数前年比79.9%  
※2020年3月～2021年2月末



## 社外に向けた取り組み

購買関係においても公平、公正かつ透明性のある取引を行うため「お取引先さまホットライン」を設けています。当社グループによる優越的地位の濫用や法令、契約および倫理違反などがあった場合には、必要に応じて匿名で問い合わせをできる仕組みを整えています。万が一、お取引先さまから問い合わせがあった場合には、担当役員に共有され、適切かつ迅速に対応できるよう体制を整えています。

また、良好な取引関係を維持することを目的に、購買関係にある国内外のお取引先さまに対しアンケートを年に一度実施しています。当社従業員による不適切な行為の有無や下請法などの各種法令の遵守状況などを把握し、公正な取引関係が保たれているかを確認しています。

### 取引先アンケート実施結果

内訳	担当者数	回答数	ご意見・ご指摘件数
商品仕入先・生産工場(国内)	1,120名	570名	40件
商品仕入先・生産工場(海外)	114名	66名	0件
販売促進(広告、メディア掲載)	100名	43名	1件
システム関連	65名	34名	1件
営繕工事	39名	23名	0件
人材紹介・人材派遣	28名	23名	0件
その他(配送、用度品など)	71名	43名	1件
合計	1,537名	802名	43件

※うち、好意的なご意見39件  
※2020年3月～2021年2月末

*Play fashion!*

