

機能ソリューション事業



サステナブル製品など新たな価値を提供する 差異化製品の開発や、グローバル市場の拡大 など、新たなフィールドで未来を支える

当事業は、石油化学工業の急成長とプラスチック樹脂の消費拡大を契機として、自社靴下用包装フィルムの生産を皮切りに、1962年よりプラスチックフィルム分野へ参入したのが始まりです。その後、樹脂加工技術、表面加工技術の融合による独自の新技術を開発してきました。以降、エンジニアリングプラスチック分野、電子部部分野、メカトロ分野と事業を増やしてきました。全ての事業において、ニッチでオンリーワンとなる製品を展開しています。今後も、持続可能な社会・経済活動を支えるための「新たな価値の創出」に取り組んでいきます。

代表取締役社長 兼 社長執行役員
機能ソリューションセグメント、メディカルセグメント 管掌

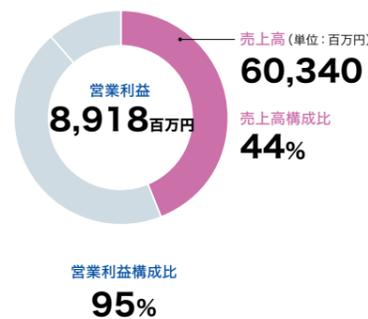
佐口 敏康

2022年度の事業戦略と成果

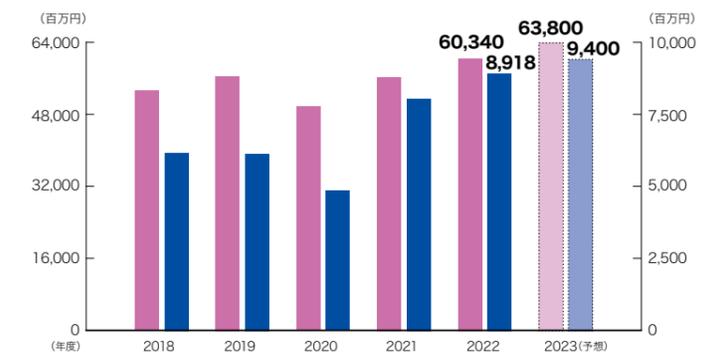
2022年度は原燃料価格高騰の影響を受けましたが、全体としては堅調に推移しました。その結果、売上高は603億円、営業利益は89億円となり、営業利益はセグメント史上最高益となりました。プラスチックフィルム分野は包装用フィルムが堅調に推移しましたが、工業用途が市況低迷により苦戦し、主力の平板収縮フィルムも飲料市場のラベルレス化などにより数量減となりました。またユーティリティ価格の高騰が利益を圧迫しました。エンジニアリングプラスチック分野は、オフィス向け製品の回復によりOA向けが好調に推移し、半導体市場向け製品も引き続き堅

調を維持しました。電子部部分野は、タッチパネル事業が市況悪化の影響を受けました。メディカル分野は、医療用レーザーがサプライチェーンの混乱の影響を受けましたが、新製品の市場展開が順調に進み、堅調に推移しました。新たな取り組みとしては、プラスチックフィルム分野での「サーキュラーファクトリープロジェクト」のスタートや、エンジニアリングプラスチック分野での新規用途開発のほか、メディカル分野での会社統合により、医療領域の拡大に向けた取り組みを本格化しました。一方、事業構造改革としては、電子部部分野のフィルム部門を売却しました。

2022年度実績



売上高/営業利益 推移



※2023年度の予想値は、機能ソリューション事業から独立したメディカル事業を合算した数値としている

「VISION 2030 stage1」基本戦略実現のための課題と取り組み

プラスチックフィルム分野

結果と課題

2022年度の国内事業は、原燃料高騰などによる収縮ラベル市場の縮小や工業用途の市場低迷の影響を受けましたが、フードロス削減につながるナイロンフィルムなどが好調に推移しました。海外事業は、米国向けでコロナ禍による需要減やインフレなどの環境変化による市況低迷や、サプライチェーンの混乱による影響を受けましたが、ASEAN向けは順調に拡大しました。持続可能な事業への転換を目指して、資源循環型工場であるサーキュラーファクトリー守山工場を建設しました。今後は、資源循環戦略への理解と賛同を得るための顧客招致に積極的に取り組みます。プラスチックの新たな利用価

値を世に広めるサーキュラーメーカーとして、グローバル展開を強化し、マーケットのリーダーを目指していきます。

今後の取り組み

リサイクル、バイオマス、オレフィンフィルムなど環境対応型新製品や食品廃棄ロス削減に効果のあるフィルムの上市・拡大を進めるとともに、サーキュラーファクトリーを本格稼働し、サーキュラーメーカーへ変革するための基礎となるリサイクルセンター設置を進めていきます。サーキュラーファクトリー計画は、今後海外工場への横展開を随時進めていきます。また、デジタル技術の拡大により生産革新を進める一方、米国・中国・ASEANなど海外拡販を強化します。

エンジニアリングプラスチック分野

結果と課題

2022年度は、半導体関連製品が売上拡大に大きく寄与しました。原料であるフッ素樹脂の世界的な枯渇影響を受けましたが、新たな調達ルート確保などの積極的な対応に取り組み、全体としては堅調に推移しました。健康・医療関連製品では、高品質を背景にしたお取引先へのきめ細やかなカスタマイズ提案により新規市場開拓が進み、事業規模拡大に貢献しました。主力のOA市場向け製品は、テレワークの浸透により拡大した小型機向け製品の伸びは一巡しましたが、経済

回復を背景としたオフィス向け複合機の販売好調を受けて、順調に推移しました。

今後の取り組み

主力のOA市場向け製品は、市場の成熟化に対する高機能製品の開発に加え、独自技術を活用した製品の積極的な展開によりシェア拡大を進める一方、好調な半導体向け製品の増産体制を構築するとともに、設備投資を含めて健康・医療関連製品および産業機器向け製品の採用獲得、新規開拓を進めます。

メディカル分野

結果と課題

2022年度は、主力の組織補強材が国内のコロナ第7、第8波による手術件数減少の影響を受けた上、中国向けもゼロコロナなどの医療政策により苦戦しました。また医療用レーザーも世界的な半導体不足により製品確保が困難となり、売上は伸び悩みました。骨接合材は、仕入品から自社製品への切り替えが進み、収益性の改善、および供給の安定性が向上しました。組織面では今後の事業成長の基盤づくりを目指して、研究から生産、販売まで一貫通体制となる医療専業会社「グンゼメディカル」を組織し、診療科領域の拡大とグローバル拡販体制を構築します。また、2023年度より「機能ソリューション事業」に含まれていたメディカル分野を

「メディカル事業」として独立区分しグンゼの成長事業としての役割を明確化します。

今後の取り組み

生体吸収性製品を中心とする革新的な医療機器の提供により新たな企業価値を創造し、継続的な事業成長を実現していきます。また事業基盤強化を目的とした組織再編を通じて、組織補強材や骨接合材、人工皮膚等の増産体制を整えるとともに、米国・中国の販売強化、継続的な新商品開発を進め、事業拡大を加速していきます。2025年3月完成を目標に、基幹工場である綾部工場を拡張・増床し、生産規模の拡大、効率化設備を導入します。

アパレル事業



DtoCビジネス成長の加速化を目指すとともに、市場の変化に対応した組織再編と効率化を推進し、戦略遂行のレベルアップ、スピードアップを図る

2022年度は、売上は回復基調となりましたが歴史的な円安および原料、エネルギー価格高騰の影響を受け、売上高は609億円と伸長したものの、2億円の営業損失となりました。この厳しい結果を真摯に受け止め、事業構造改革の一環として、2022年9月の営業組織統合に続いて、2023年度よりカンパニーの組織体制を事業部制から機能部制に変更しました。今後は消費者ニーズを反映したMD・生産・販売体制の構築と、アパレルカンパニーの総合力を活かしたブランド力向上による競争優位性を確立していきます。

取締役 兼 執行役員
アパレルカンパニー長
アパレルセグメント管掌

河西 亮二

2022年度の事業戦略と成果

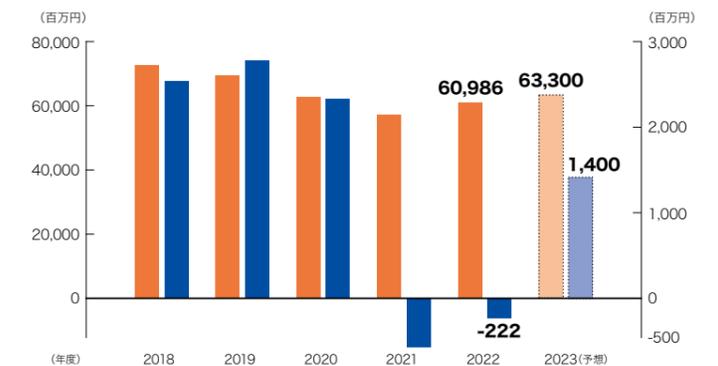
コロナ禍によって縮小した社会経済活動の正常化に伴う市況回復に加えて、EC、SPAルートが堅調に推移し、各分野とも売上は着実に拡大しました。しかし期首からの円安進行に加えて、綿糸価格、およびエネルギー価格高騰などの経済変動により収益性が悪化しました。これに対して2022年秋冬シーズンから、価格改定を主体とした収益性の回復に向けた取り組みを継続的に行っています。インナーウェア分野においては、成型ボクサーパンツや、差異化ファン

ションなどの高付加価値商品が好調に推移しました。一方、構造改革の取り組みとして、レグウェア分野においてストッキング市場の急速な縮小により今後も大きな市場の回復が見込めないと判断し、中国の生産拠点を終了させ、国内1拠点体制に整備しました。また営業部門の組織再編については、業種別営業体制を業種横断型に変更し、効率化を図りました。

2022年度実績



売上高/営業利益 推移



「VISION 2030 stage1」基本戦略実現のための課題と取り組み

インナーウェア分野

結果と課題

アパレル事業全体では2022年度は、消費行動の変化に伴い伸長しているECチャネルや直営店舗のDtoCルートでのさらなる拡販と、他社とのコラボレーションを推進しました。インナーウェア分野の商品面では、消費者の天然素材志向、カジュアル化、健康志向、環境意識の高まりに即したウエルネス&ヘルス商品やエシカル商品を拡充するとともに、フェムテック商品や差異化ファンデーションなど、レディスインナーの拡販を強化しました。主要ブランドでは、メンズインナーでは「BODY WILD」は成型「3D-Boxer」がECルートで堅調に推移しました。また「YG」は、好調の「in.T」シリーズ、カットオフ®に加え、サステナブル原料や改質綿素材を使用した「NextRa+」を増販しました。レディスインナーでは、「KIREILABO (キレイラボ)」は接着のカップ付きインナー、厚手の完全無縫製インナー、オーガニックコットンを使用した

「Fitte」が好調に推移し、「Tuché」では商品バリエーションを強化したブラジャーおよび3D立体成型ショーツがECルートで好調に推移しました。

今後の取り組み

総合力による競争力向上を目的としたアパレル事業の組織再編を通じて、消費行動変化に伴い伸長しているECチャネルや直営店舗のDtoCルートでのさらなる拡販と他社とのコラボレーションを積極的に推進するとともに、ライフスタイル分野へ経営リソースを集中し、新規顧客の獲得を図るとともに、差異化商品を通じたレディスインナーの拡販を図ります。生産面では、オートメーション化とグローバル最適生産体制の構築によりコスト競争力の強化を図るとともに、国内主力工場にて再生可能エネルギーを使ったCO₂排出量の実質ゼロ化および無人化ライン(一部)からなるネットゼロファクトリー(梁瀬工場:兵庫県朝来市)計画を段階的に推進します。

レグウェア分野

結果と課題

2022年度は、消費者ニーズの変化に基づく市場対応力を強化し、健康関連を含むレギンスやボトムカテゴリーの新商品を積極的に展開するとともに、生産拠点の再編などによる構造改革を推進しました。主力のストッキング、タイツにおいては、長らく厳しい状況が続いていましたが、人流回復に伴い各チャネルとも回復傾向にあります。また成長アイテムであるボトム関連は、ライフスタイルの変化に連動して着用シーンが拡大し、好調に推移しました。また2023年春夏シーズンからの価格改定実施、固定費削減、国内工場への生産拠点集約に

よる固定費の大幅削減を中心に収益性の改善を急ぎます。

今後の取り組み

ストッキングにおいては、主力のサブリーナにおいて価格改定に合わせてリニューアルを実施し、商品鮮度アップによる拡販を図ります。また、デジタル販促の強化として、専用商材投入によるECルートを中心としたDtoC販路でのボトム、レギンス拡販に取り組み、新カテゴリー商品領域の拡大を図ります。生産面では、在庫内容の適正化を進めるとともに、国内1拠点体制下で、商品の切り替え対応力強化と自動化などの現場革新に取り組み、市場対応力を強化します。

繊維資材分野

結果と課題

2022年度は海外販売の拡大などによって、中国のコロナ影響や原燃料価格の高騰をカバーし、堅調に推移しました。国別に市況が異なる中で、厳しい環境から回復に向けた積極的な営業活動を強化します。

今後の取り組み

主力の衣料用縫製資材に加えて、産業資材向け、自動車向け

用途などの拡販に取り組み、リサイクル糸などの環境配慮型資材はグローバル展開を強化していきます。また、グンゼグループの他部門へ販売を拡充していきます。さらに、引き続き販売価格改定に取り組み、収益性の改善に努めます。生産面ではアジア4拠点において有する同一品質の供給力により、安定した生産体制を強化します。

ライフクリエイト事業

人と地球に寄り添うサービスを通じてライフスタイルにおける「ここちよさ」の実現を追求

2022年度業績は、遊休地の再開発により順調に推移し、売上高は153億円、営業利益は7億円となりました。不動産関連分野は、ショッピングセンター経営や不動産管理が主な事業です。スポーツクラブ分野は、国内で21店舗・海外で2店舗を展開、地域コミュニティの拠点として社会インフラを補完するエッセンシャルサービスの提供に取り組んでいます。環境緑化分野は、緑を提供することで、安全で健康的に暮らせる持続可能な社会をつくる環境ビジネスを展開しています。今後も環境変化に対応し、収益性の強化に取り組むとともに、人々のライフスタイルにおける「ここちよさ」の実現を追求していきます。

取締役 兼 常務執行役員
グンゼ開発(株)代表取締役社長
ライフクリエイトセグメント管掌

熊田 誠

2022年度の事業戦略と成果

不動産関連分野においては、商業施設の収益力向上や投資効率を重視した物件別管理を強化してきました。スポーツクラブ分野においてはアフターコロナへの対応強化、地域・店舗特性に合わせた会員拡大およびスクール事業の拡大を図りました。

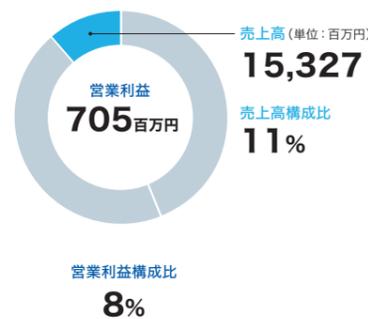
環境緑化分野は、CO₂削減に向け環境事業に積極的に取り組みました。行動制限の解除により、ショッピングセンター事業とスポーツクラブ分野は、ともに回復傾向にあります。

「VISION 2030 stage1」基本戦略実現のための課題と取り組み

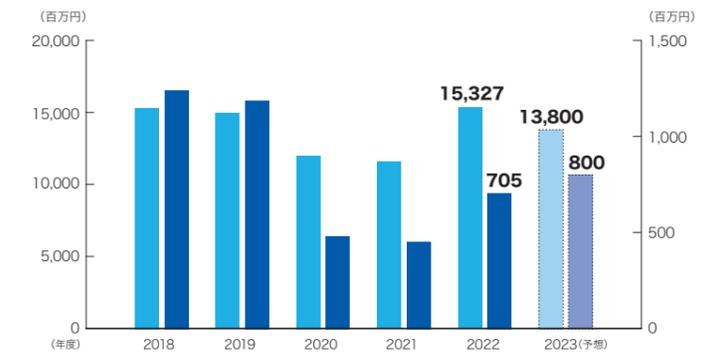
商業施設については、魅力度向上に向けたリニューアルを行う一方で、投資効率の精査による重点管理を強化していきます。環境緑化分野では、大阪・関西万博の緑化需要の取り込みと、

CO₂固定量増加に積極的に取り組み、スポーツクラブ分野ではスクール事業拡大に加えて地域店舗特性に合わせたサービス提供や新業態の開発に取り組み、売上・収益の拡大を図ります。

2022年度実績



売上高/営業利益 推移



VISION 2030 stage1におけるマテリアリティの進捗

マテリアリティ	KPI (2024年度目標)	現在の進捗状況 (数値は2022年度実績)	残された課題
新たな価値の創出	新規事業関連 ・次世代型リチウムイオン電池向けフィルムなど機能フィルムの事業化	・樹脂集電体フィルムの初期設計完了 ・機能フィルム事業化に向けた研究開発の実施	・顧客の事業状況に合わせた量産型対応 ・領域拡大を見据えた研究開発対象の拡大と精査
	環境配慮型製品の開発 循環型フィルムの価値創造 ・バイオマスプラスチック製品の拡販 ・低比重オレフィン製品の拡販 ・食品廃棄ロス削減フィルムの開発	・バイオマスプラスチック製品、低比重オレフィン製品、リサイクル原料を使用した環境対応収縮フィルムを開発上市 ・食品廃棄ロス削減、冷凍食品真空包装用チューブフィルムを開発上市、採用拡大	・環境配慮型商品の採用拡大と資源循環の技術確立および、サプライチェーン協働の仕組み作り ・食品廃棄ロス削減フィルムのラインアップ拡充とさらなる採用拡大
	メディカル関連製品の売上高 ・メディカル新規製品売上	・研究から販売まで一気通貫に運営できる医療機器専門の組織体制へと変革(2023年4月) ・癒着防止材など新製品の積極的な上市・拡販	・臨床現場ニーズを反映した新製品開発の迅速化 ・医療領域別ポートフォリオ戦略による選択と集中や、M&A探索を強化
	ウエルネス&ヘルスカテゴリー商品の売上高 ・ライフスタイルに対応した商品 ・健康カテゴリー商品	・アパレル事業トータルで企画・営業部門を一体化し、消費行動やライフスタイルの変化への対応力を強化(2023年4月)	・顧客のライフタイムバリュー最大化につながるMD戦略再構築と商品提案による新規顧客の獲得
企業体質の進化	D&Iの推進(女性活躍の推進など) ・女性管理職比率: 6%以上 ・女性社員比率: 35% ・男性育休取得率: 50%	・女性管理職比率: 5.1% ・女性社員比率: 34% ・男性育休取得率: 36%	・採用における女性比率50%の継続 ・キャリア採用比率の向上 ・リーダー層育成プログラムの充実、育児支援制度の拡充 ・男性従業員の育児休職取得率の向上
	人権尊重に関する取り組み ・自社・主要取引先の人権デューデリジェンスの実行	・自社アセスメント(外国人技能実習生の実態把握)の実施(国内工場6社) ・サプライヤーアセスメントの実施: 94社 ・分析結果に基づく改善対応の実施 ・追跡調査、今後の対応協議	・サプライヤーを対象とした研修などの推進(海外サプライヤーに対象拡大)
	リスク対応力の強化 ・リスクマネジメント委員会の開催: 4回	・リスクマネジメント委員会の開催: 4回	・内部通報制度の運用強化
	人事制度の構築、職場環境の改善 ・エンゲージメントスコアの向上: 70点想定 ・年休取得率: 75% ・意識改革、業務改革、オフィス改革による生産性向上 ・オンライン会議を利用した業務の効率化	・エンゲージメントスコア: 62点 ・年休取得率: 70.1% ・オフィス改革: 江南工場(愛知県)の新事務所棟の竣工、堂島オフィス(大阪市)の新設 ・オンライン会議: 使用時間119,181時間	・1on1ミーティングの継続実施 ・DX・働き方改革など業務の効率化による年休取得率の向上 ・労働時間管理の徹底や長時間労働の削減 ・多様なバックグラウンドを持つ従業員が自分に合った働き方を選択できるような諸制度(フレックスマネジメントなど)の整備・拡充
AI, IoT, センシング技術などの活用による生産などすべての生産性の向上 ・生産現場の効率改善指数(P値)*: 103% ※グンゼオリジナルの生産性対前年向上指標	・生産現場の効率改善指数(P値): 国内102.7%、海外100.3%	・省人化、無人化ラインの拡充、各工場への水平展開	
環境に配慮した経営	CO₂排出量の削減 ・2013年度比28%以上削減(国内+海外) Scope1+Scope2* ※グンゼグループ合計 ・Scope3算定に着手し、2024年度までに目標設定 ・エネルギー原単位削減率(対前年) 1%/年以上 ・サーキュラーファクトリーの建設: プラスチック守山工場(滋賀県) ・ネットゼロファクトリーの建設: アパレル梁瀬工場(兵庫県)	・Scope1+Scope2: 118,324t 26%以上削減(2013年度比) ・Scope3: 423,860t ・2022年度エネルギー原単位削減率: 対前年0.7%削減(国内) ・プラスチック守山工場完成 ・ネットゼロファクトリー自動化ラインの検討 ・江南工場ZEB事務所棟の建設完了	・Scope1+Scope2: 28%以上削減(2024年度) 持続的な省エネ活動および再生エネルギー比率の拡大 ・Scope3の目標設定(2024年度) ・2022年度エネルギー原単位削減率 1%/年の継続 ・プラスチック守山工場でのリサイクルセンター、およびZEBオフィス棟の設立 ・スマート工場(無人化ライン)の推進
	成長事業、成長領域への経営資源の重点投資 ・環境関連投資: 86億円 ・チャネルの拡大による新ターゲットの獲得: EC+SPA売上比率24% ・業務提携やM&Aによる事業拡大	・環境関連投資: 34億円(サーキュラー29億円、江南工場5億円) ・EC+SPA売上比率: 22%	・リサイクルセンターの建設計画推進 ・EC+SPA売上比率向上 ・独自のCRMプログラムによるロイヤルカスタマーの育成 ・集客力の高い商業施設への新規出店
資本コスト重視の経営	低成長事業および分野の再構築 ・ROE6.3%以上 ・全社計でのGVA黒字化 ・収益性の改善	・ROE3.9% ・GVA-23億円(対前年3億円改善) ・GVAツリ全事業展開による周知 ・イントラネットを用いた海外従業員を含む全従業員への周知徹底(8回) ・電子部品分野のフィルム事業を譲渡、レグウエア分野では中国工場での生産を終了 ▶詳細P.34→財務資本戦略ページ	・ROE6.3%以上(2024年度) ・GVAの全社計黒字化(2024年度) ・構造改革の継続的な取り組み

人財戦略



執行役員
人事総務部長
小倉 誠

昨今の社会環境は大きく変化し、先行き不確実な時代、いわゆるVUCA時代において働き方や個人の価値観が多様化しています。この変化スピードに対応していくために、個人や組織には自律性が求められ、会社と従業員の関係も変わっていくことが想定されます。従業員には、自らの専門性や強みを活かした自律的なキャリア形成によって「主体的」に会社に貢献していくことが求められます。一方、会社は従業員の成長機会を創出し、将来に向けたキャリアビジョンが描けるように全力で「支援」していかなければならず、「管理職」の役割

の軸足が管理から成長支援に移る価値観の大転換が起きつつあります。グンゼグループでは、2023年度からキャリアデザインについて従業員の希望をより具現化できる仕組みを新設し、戦略的・適所適財なローテーションによる人財交流の活性化に取り組んでいます。特に若手社員に対しては、自らのキャリアをデザインできる仕組みを定着させ、活力ある組織体にしていきたいと考えています。併せて、構成員の半数を占めるシニア世代のモチベーション向上にも取り組みます。長期間にわたり会社を支えてきたシニア社員には、引き続き社業への貢献に向けて、さらなる活躍を期待すると同時に、人生100年時代を念頭に、自らのセカンドキャリア構築に取り組む支援も必要と考えています。加えて、シニア社員の大事なミッションである若手社員への計画的な「技能伝承」、技術やノウハウのタスキをつなぐ活動を仕組み化していきます。企業の成長は、「従業員モチベーション」の総和と言われています。シニアから若手への技術伝承を進めると同時に、若手の早期戦力化も目指すなど、全世代でのモチベーションやエンゲージメントの向上を実現し、グンゼグループの人的資本を最大化することで、持続可能な企業の発展につなげていきます。

「人財」は最大の経営資源。企業競争力の礎であり、全ての構成員が働きがいを持ちながら能力を十分に発揮できる企業風土を醸成し、夢のある元気な会社になる

グンゼグループは、中期経営計画「VISION 2030 stage1」において持続可能な社会の実現に向けて、「変革と挑戦」をキーワードに経営戦略を策定しました。そのうちの「ヒト」戦略として「企業体質の進化」を掲げ、これに連動した人財戦略の基本的な考え方を上記のように定めました。従業員全員の成長とモチベーション向上を目指し、多様な人財が活

躍する組織風土づくりを推進していきます。特に、女性活躍推進の観点から女性管理職比率、子育て支援の観点から男性育児休暇取得率、働き方改革の観点からは年休取得率、組織風土改革の観点からはエンゲージメントスコアをそれぞれKPIに設定しており、2022年度は概ね順調に推移しました。

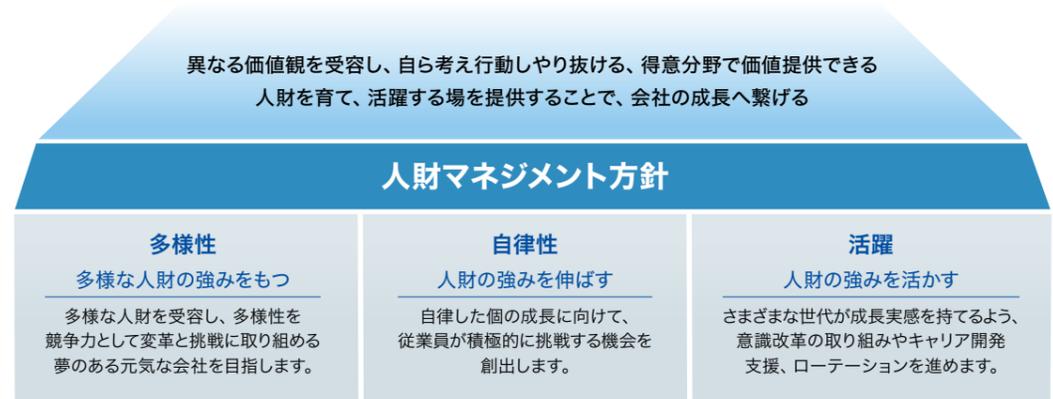
マテリアリティ、KPI (2024年度目標)

	KPI 2024年度目標	2022年度			
		目標	実績		
企業体質の進化	女性活躍推進	女性管理職比率	6%以上	4.0%	5.1%
	子育て支援	男性育児休暇取得率	50%	30.0%	36.0%
	組織風土づくり	エンゲージメントスコア	70点想定	64点想定	62点
	働き方改革	年休取得率	75% (15日)	14.0日	70.1% (14.1日)

人財マネジメント方針

人的資本の最大化を目指した人財戦略に基づき、求める人財像を「異なる価値観を受容し、自ら考え行動しやり抜ける、得意分野で価値提供できる人財」と定めています。性別、国籍、年齢、価値観など多様な人財を採用し、自律的なキャリア形成を支援する教育・育成の機会を拡充し、また個人の自律・

組織の成長をけん引する配置戦略により活躍の場を提供することで、持続的な会社の成長につなげていきます。さらに、「多様性」「自律性」「活躍」の3本柱に集約した人財マネジメント方針を策定しました。



人財育成と自律的キャリア形成の推進

自律的なキャリア形成を促す組織風土を醸成するには、一人ひとりが自分の進むべき方向性を定めるために、「キャリアを学ぶ・相談する」ことができ、併せてそのキャリアを選択するために「キャリアを伝える・選ぶ」ことができる、機会の創出が不可欠であると考えています。2022年度には、既存の階層研修やキャリア研修に加え、手上げ式女性キャリア研修の新設、キャリアデザイン研修の対象拡充、1on1ミーティングの継続、リカレント教育の推進などの施策により、キャリアを自ら主体的に考える機会を提供し、支援を拡大しました。2023年度からは、HRS委員会（人財情報を共有する委員

会）を設置し、自律的キャリア形成を踏まえた適所適財かつ戦略的な配置を推進し、従業員のエンゲージメント向上と人的資本の最大化を目指します。

2つの歯車が回る機会の創出と拡大



各年代のキャリアの期待と課題解決の切り口

	20代	30代	40代	50代	60代
期待する姿	現在の場所から道筋を開きキャリアの在り方を選択できている	組織内キャリアの方向性を自らの意思で確立している	後半戦キャリアの方向性を考え行動に移行している	セカンドキャリアを自ら選択し、構築している	



教育研修体系

	階層別教育			その他共通教育		自己啓発	
	若手社員	次世代リーダー育成	経営幹部育成	技能系基礎	キャリア形成		
役員・幹部			経営幹部研修	技能系基礎	キャリア形成	通信教育・eラーニング	資格取得・語学習得支援制度
管理職		リーダーシップスクールII	リーダーシップスクールIII				
中堅社員		新任管理職研修		実験計画法 IE基礎研修 QC基礎研修 他	キャリアデザイン研修		
若手社員	リーダーシップスクールB	リーダーシップスクールI					
入社3年目	入社3年終了時フォローアップ研修						
入社2年目	入社2年終了時フォローアップ研修						
新入社員	新入社員研修						

キャリアサポートデスクの設置 (2023年5月より)

人生100年時代に入り、自立的なキャリア形成を実現するため、従業員は自らのキャリアをデザインし、人生の目標やキャリア像(ライフキャリア)を見定め、それに向けて働きながら歩いていかなければなりません。それらを積極的に支援するため、このたび「キャリアサポートデスク」を設置しました。働く中で起こりえるさまざまな問題について、従業員が一人で考えるのではなく、会社が伴走者となって一緒に考えることをその役割としています。

ダイバーシティ&インクルージョン《D&I》

グンゼグループでは、ダイバーシティ&インクルージョンを最も重要な人財戦略の一つと位置付けています。属性や価値観などに関わらず、すべての構成員が働きがいを持ちながら自らの能力を十分に発揮できている姿を目指します。中でも女性活躍のさらなる進化が不可欠であり、女性活躍のあるべき姿を「性別、ライフステージに関わらず、全ての従業員がワークライフバランスのとれた生活を送りながら、働きがいをもって自らの能力を十分に発揮できている」と定義しました。「各組織の意思決定者の一定割合を女性が占めている」状態の実現に向け、その前提となる女性総合職の母集団の充実に積極的に取り組んでいます。具体的には、女性採用比率50%(交替制シフトによる勤務者を除く)の継続実施と自立的な成長を促すキャリア支援による定着促進、リーダー層への登用を見据えた育成プログラムの充実、育児支援制度の拡充などの施策を推進しています。また、女性活躍の後押しと働き方の多様性推進という視点から、男性従業員の育児休職取得率の向上も図っていきます。

社内環境の整備方針

社内環境整備においても、経営理念の一つである「人間尊重」を最も大切にしています。従業員が安全・健康に、かつ力を発揮できる環境整備を目的に、DXによる業務改善や労働時間管理の徹底、長時間労働の削減、多様なバックグラウンドを持つ従業員が自分に合った働き方を選択できるような諸制度(テレワーク、フレックス制度など)の整備・拡充などを継続して行っています。

「働き方改革委員会」の活動として、「構成員の意識改革」「業務インフラの整備」「業務改革」「オフィス改革」の4本柱で各種取り組みを進めています。2022年2月の東京支社移転を機に、フリーアドレス化を推進し、「オフィス改革」を具現化しました。そのノウハウを大阪地区へ横展開し、2022年8月に開設した堂島オフィスでも同様の取り組みを行っています。また、業務効率向上により削減した仕事時間は、従業員が自由に使える時間に充てるという趣旨で、年次有給休暇取得率向上を推進しています。さらに、人権への配慮としてハラスメント撲滅を掲げ、職場におけるハラスメント防止活動として、実態把握のためのアンケートおよび結果に応じた研修を継続的に実施することで「ハラスメントをしない、させない、放置しない」風土づくりに積極的に取り組んでいます。

研修受講者と男性育児休職取得者の声

女性活躍推進に向けた会社への貢献【リーダーシップ研修】

まだまだ女性比率が低い会社の中で中堅層となり、2022年度にリーダーシップ研修を受講しました。受講したことで自己理解が以前よりも明確になり、今後のキャリア形成のための資格取得を目指して、現在スクールに通っています。自分の特性を知ったことで、求められるリーダーになるために、何を学ぶべきなのか、どのように対処するべきなのかを意識するようになりました。また、業務上の問題解決に向けて原因や効率的な進め方を探すことも意識するようになり、解決への糸口を以前よりも早く明確に見えてくるようになりました。

過去に受けた研修では、主に入社年月や業種に近い人が参加していましたが、今回は、今後グンゼを担っていく世代の女性が集まったことで、同じ目線・思考で研修を受けることができたと思います。この研修によって、社内の女性同士のネットワークが広がり、同じ環境下(子育て、フレックス勤務、介護)で働く方や、他業種の人たちとつながりが生まれ、さまざまな悩みについて共感し合える仲間ができたことに感謝しています。今回の研修は、自分自身のキャリアをアップデートし、新たな挑戦をしようと思える機会となりました。今後、男女関係なく後輩たちが働き続けたいと思えるように、後輩や同僚の働き方改革やキャリア形成に向け、少しでもこの研修内容を活かして会社に貢献できればと思います。



アパレルカンパニー
百貨店営業部

鈴木 雅代

人財育成と自立的キャリア形成の推進【ライフ・キャリア研修】

人生100年時代と言われるようになり、自分の将来について思い悩んでいたところに、ライフ・キャリアデザイン研修(50歳時)を受講しました。研修ではこれまでのキャリアを振り返り、価値観を見つめ直し、人生における役割を整理するとともに、自分自身のありたい将来像を明確にしていく考え方を学びました。そうすることで自立的な生き方・働き方を設計し、自分らしく前向きな気持ちで自己目標の実現に向けた準備と行動を起こすきっかけとなりました。

研修後にはキャリアコンサルタント資格を持つ先輩にも相談して今後の方向性を見出し、マイルストーンを設定して新たな一歩を踏み出しました。私は、「知識やスキルを人に伝えたり助言したりしながら一緒に考えることで人の成長に役立ちたい!」という思いから、お世話になった先輩をロールモデルとして、まずは資格取得を目指して勉強を始めました。同時に、上司との1on1ミーティングでも今後のキャリア志向やリスク(学び直し)の状況について相談しました。これらの準備と行動が偶然にも人事異動のタイミングと合致し、人財開発室に異動することになりました。現在は教育チームの一員として、各種研修やキャリア相談を通じて従業員の皆さまの自立的キャリア形成の支援に取り組んでいます。今後も自分のキャリアを自立的に考えて自己研鑽に励むとともに、生き方・働き方を都度見つめ直しながら、自らのキャリアを切り拓いていきたいと思っています。



人事総務部
人財開発室

藤田 満徳

働き方改革【男性育児休職】

日ごろから少しでも妻の負担を減らしたいと思っていたことや、社内でも男性の育児休職取得例があったこと、さらに、私が勤める江南工場でも育児休職を取得しやすい雰囲気を作りたいと思ったことが、今回の育児休職取得の理由です。私の部署では前例がなかったため、取得希望時期の半年ほど前から、不在の間の現場の体制などについて職場の方々や相談した上で、妻の出産予定日の3週間後から1カ月弱、育児休職を取得しました。育児休職取得後は、今まで以上に時間内に効率良く仕事を終わらせることを意識するようになりました。また、キーパーソンが不在でも現場が問題なく回るよう、メンバーの育成により力を入れています。

育児休職の取得により、育児について覚える時間が十分に取れ、妻からは「初めての育児で大変な時期と一緒にいてくれて心強かった。育児休職中の一通りのお世話を覚えてくれたので、育児休職後も安心して任せることができた」と言われました。現在も妻の負担を軽減できており、仕事と育児のバランスをより意識して働くようになりました。



エンブラ事業部
江南工場

柴田 武志

1 未来に紡ぐグンゼのDNA
2 グンゼの価値創造ストーリー
3 サステナブルな経営戦略
4 価値創造のパフォーマンス
5 サステナブル経営のためのガバナンス
6 データ

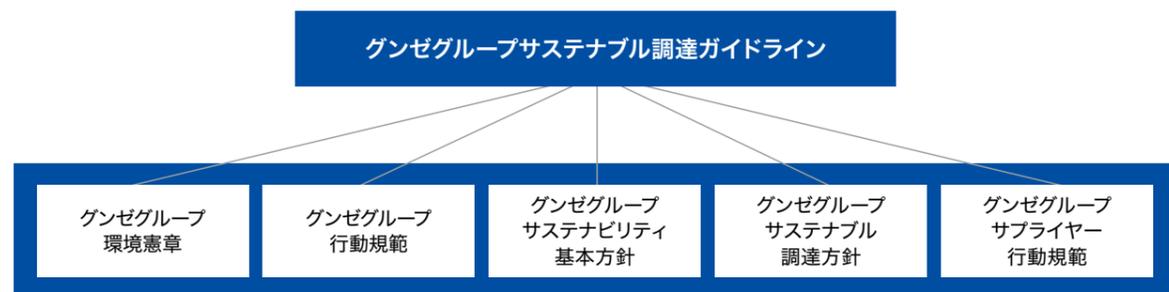
サプライヤーへの取り組み

サステナブル調達と推進体制

近年、グローバル化の中で、企業を取り巻く環境は大きく変化し、サステナビリティに対するステークホルダーの関心は、かつてない高まりを見せています。

持続可能な社会を実現していくためには、自社のみならずサプライチェーン全体で取り組む必要があります。昨今の急激な環境変化と考え合わせ、サプライチェーンにおけるサステナビリティの考え方を、より具体的にサプライヤーに提示する必要がありますと認識し、グンゼグループのサステナブル調達活動へ

のさらなるご理解とご協力をいただくために、「グンゼグループサステナブル調達ガイドライン(2021年)」を制定しました。このガイドラインは、サステナビリティ委員会を通じてグンゼグループの全事業部門と構成員に対し周知を図るとともに、サプライヤーにはガイドラインの趣旨をご理解いただくとともに、「サプライヤー行動規範」の各項目の遵守と、そのために必要な行動・活動の実践をお願いし、さらに上流に連なるサプライチェーンの皆さまへの普及と浸透をお願いしています。



人権

グンゼグループの「人権方針」

「郡是」(「郡」:地域社会の中で守るべき、「是」:基本方針)を社名とし、「人間尊重」を創業の精神とするグンゼは、127年の歴史の中で、従業員をはじめとする「関わる人々」の権利を大切にしてきました。この人権の尊重についての姿勢を国際規範を踏まえつつ明確にするため、2022年6月に「グンゼ人権方針」を策定・発表しました。

[グンゼ人権方針](https://www.gunze.co.jp/sustainability/management/humanrights/)
https://www.gunze.co.jp/sustainability/management/humanrights/

人権デューデリジェンスの実施

2023年4月までに実施した取り組みは以下の通りです。

1. 自社アセスメントの実施

主要事業の一つであるアパレル事業において、報道などから人権リスクが生じやすいと思われる外国人技能実習生の実態把握を優先課題として、外国人技能実習生を受け入れている国内6工場を対象に、調査を実施しました。

実施方法

適正な労働時間、賃金、生活環境ならびに現場の労働安全衛生面などについて、日本繊維産業連盟の「繊維産業における

責任ある企業行動ガイドライン」^{※1}の別冊で例示されている確認項目に基づき、ヒアリングを行いました。

アセスメント結果および今後の対応

大きな人権リスクは見受けられなかったものの、ベトナム語相談窓口の設置の必要性など、改善すべき課題を把握しました。今後はこの課題への対応を推進するとともに、内部監査の項目に外国人技能実習生の実態調査を盛り込むことで、定期的なアセスメントを行う仕組みの構築を進めます。

2. サプライヤーアセスメントの実施

サプライヤーに対して、グンゼグループの人権尊重の観点を含む「グンゼグループサステナブル調達ガイドライン」への理解を求めています。また、2022年12月から2023年4月にかけて、全事業部門の中から、以下の事業部門の主要サプライヤーを優先的に対象として、アセスメントを実施しました。

事業分野	対象サプライヤー数	回答率
アパレル事業	75社	72%
メディカル事業	5社	100%
プラスチック事業	14社	100%

実施方法

サプライヤーの人権配慮、環境保全や品質・安全性に係る取り組み状況を確認するため、グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパンのCSR調達セルフ・アセスメント質問表^{※2}に基づき、自己評価を行っていただきました。

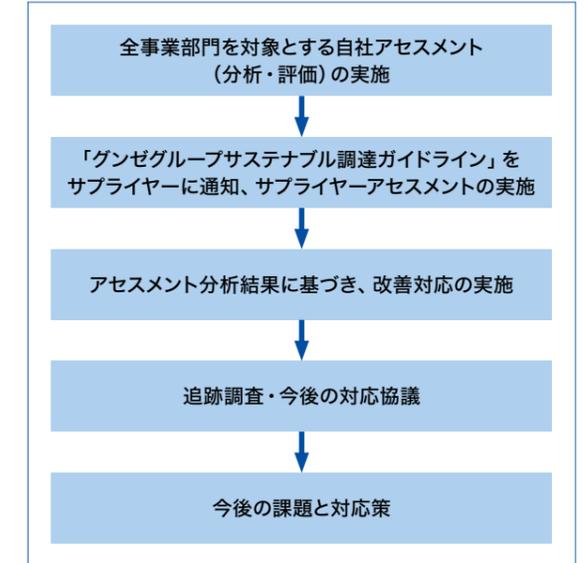
アセスメント結果および今後の対応

今回提出された範囲では、危機的な人権課題は抽出されませんでした。今後は、人権に関する取り組みに対してサプライヤーの理解と協力が得られるように、サプライヤーを対象とした研修の提供などを検討していきます。また、海外サプライヤーにも対象を広げてアセスメントを実施する予定です。引き続き、内部通報制度の運用の強化などを通じて、未然防止と課題への対処に取り組んでいきます。

※1「繊維産業における責任ある企業行動ガイドライン」:日本繊維産業連盟が、ILO(国際労働機関)駐日事務所の協力のもと策定した、国際人権を尊重した企業活動を促進するためのガイドライン。

※2「CSR調達セルフ・アセスメント質問表」:グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパンが策定したCSR要件の理解度を評価するための質問表。

人権デューデリジェンス^{※3}の実施フロー



※3 人権への負の影響とリスクを特定し、リスクを分析・評価して適切な対策を策定・実行するプロセスのこと

マルチステークホルダーとの価値共創



※ 中期経営計画「VISION 2030 stage1」KPI

グンゼグループは、事業活動を通じて環境負荷を低減する取り組みを進めています。プラスチックフィルム分野では廃プラ削減や環境配慮型・循環型原料への転換、事業部門間の垣根を超えたリサイクル製品開発など、資源循環に向けた活動を強化し、サーキュラーメーカーへの転換を目指しています。

環境負荷低減の取り組み

基本的な考え方

サステナブル経営の主要推進事項である「気候変動への対応」、「資源循環型社会の実現」、「サステナブルな調達」の3軸を中心に環境負荷を低減していく全社的な取り組みを強化し、社会的価値と経済的価値の両立に努めています。「気候変動への対応」では、2030年までにCO₂の排出量をScope1+2で合計35%以上削減(2013年BM比)を目標として、省エネ、創エネ、再エネに努めます。さらにエネルギーイノベーションの活用を検討を進め、環境に配慮した事業運営を推進していきます。「資源循環型社会の実現」では、サーキュラー

ファクトリー(守山工場)を筆頭に、全社の廃棄物の削減を図るため、国内全事業所を対象とした廃棄物の再資源化への取り組みを強化します。「サステナブルな調達」では再生/バイオマス原材料などの環境に貢献できる素材の活用を進め、サプライヤーとの関係性を高め、原材料のCO₂排出量削減に取り組めます。これら資源循環、サステナブルな調達の取り組みを通してグンゼグループは環境配慮型商品の拡充とScope3の削減に努めていきます。

グンゼグループの環境技術、取り組みについて

①気候変動への対応(省エネ、創エネ、再エネ活用)

- ・EMS(エネルギー管理システム)導入によるエネルギーロスの削減
- ・ボイラー、空調機などのユーティリティ設備の高効率化
- ・新規建築物の高断熱化、高气密化による省エネ化(ZEB認証、CASBEE認証を取得)
- ・計画的な太陽光発電設備の設置
- ・低排出エネルギーの転換(重油からLPG化、電化へ)



ZEB認証新事務所(江南工場)



電気式チラー(綾部エンブラ)

②資源循環型工場の実現

プラスチックフィルム分野の基幹工場である守山工場を資源循環型工場(廃棄物を出さずに資源を循環させる工場)に転換する取り組みです。将来的には、プラスチックフィルムを販売するメーカーから、リサイクルを基本としたサーキュラーメーカーとなることを目指しています。

③サステナブル調達

リサイクルポリエステルなどの再生原材料の使用、オーガニックコットンやパッケージのバイオマス化など、サステナブルな原材料使用率向上を目指し、積極的に環境配慮型商品の拡充を推進していきます。



繊維資材
リサイクルポリエステル100%のミンシ糸



グリーンファイナンスを通じた企業価値向上の取り組み

グリーンファイナンス・フレームワークの策定

グンゼグループはストラクチャリング・エージェントに選定した野村證券株式会社の支援のもと、2022年度にグリーンファイナンス・フレームワークを策定しました。グリーンファイナンス・フレームワークとは、グリーンボンド・ローン原則/ガイドラインに基づき、資金使途を環境改善効果のある事業に限定して調達する資金の①資金使途の詳細、②プロジェクトの評価および選定のプロセス、③調達資金の管理、④レポートニングについてグンゼグループの方針をまとめたものです。

本フレームワークは、株式会社日本格付研究所(JCR)から当該原則/ガイドラインへの適合性について、最上位の「Green1(F)」の評価を取得しています。また、資金使途であるプラスチックカンパニー守山工場の「サーキュラーファクトリープロジェクト^{※1}」は、評価取得時点において日本初の資源循環型工場の取り組み全体での評価となっています。

グリーンファイナンス・フレームワーク
https://www.gunze.co.jp/sustainability/esgfinance/

グリーンローンの実行

2022年9月に株式会社三菱UFJ銀行から、本フレームワークを活用したシンジケーション方式タームローンの「グリーンローン」による資金調達を実行しました。資金使途は、サーキュラーファクトリーのCASBEE^{※2}Aランク取得建屋の建設および新設ライン設置、BELS^{※3}5つ星およびZEB^{※4}認証を取得したエンブラ事業部江南工場オフィスの建設であり、調

達した資金は2023年4月までに全額充当しました。また、本ローンの資金使途の環境改善効果が、二酸化炭素排出抑制対策事業費等補助金(グリーンボンド等促進体制整備支援事業)の交付要綱の要件を充足していることから、環境省が選定した一般社団法人グリーンファイナンス推進機構より、補助金の交付を受けています。

今後の方針

今回策定したフレームワークは、グンゼグループの環境関連投資を網羅する内容となっており、当該投資の資金調達のため、本フレームワークを活用したグリーンボンド、グリーンローンの実行が可能となっています。また、社会のサステナブル意識のさらなる高まりや、日銀の政策変更に伴う調達環境の変化により、今後、通常の資金調達手段に対するサステナブルファイナンスのコスト優位性が向上するのではないかと考えています。

グンゼグループは本フレームワークを活用した資金調達を

積極的に実行し、社会的利益と経済的利益の双方を追求していきます。

※1 サークュラーファクトリープロジェクト:プラスチックフィルム分野における、リサイクルに適した製品開発と再原料化技術の確立および廃プラスチックの再利用により、廃棄物を出さずに資源循環を実現する工場プロジェクト。
※2 CASBEE:建築環境総合性能評価システム。省エネルギーや環境負荷の少ない資機材の使用といった環境配慮や室内の快適性や景観への配慮なども含めた建物の品質を総合的に評価し、5段階で格付けする手法。
※3 BELS:建築物省エネルギー性能表示制度。国土交通省が定めた「建築物の省エネルギー性能表示ガイドライン(建築物のエネルギー消費性能の表示に関する指針)」に基づき、省エネルギー性能を客観的に評価し、5段階の星マークで表示する制度。
※4 ZEB:ネット・ゼロ・エネルギー・ビルディング。快適な室内環境を実現しながら、再生可能エネルギーによる創エネルギーと、断熱性を高めた構造やセンサーなどを駆使した省エネルギーにより、建物で消費する一次エネルギーの収支をゼロにすることを目指した建物。

自然を守る社会貢献活動

グンゼは、社団法人京都モデルフォレスト協会と「森林の利用保全に関する協定」を締結し、2010年7月から毎年4回程度、「京都モデルフォレスト運動 in 綾部」として、創業の地・綾部市内の締結地区で里山保全のボランティア活動を行っています。モデルフォレストとは、1992年の世界地球サミットの際にカナダが提唱した持続可能な地域づくりの実践活動のことで、木材などの生産、地球温暖化の防止、土砂流出・崩壊の防止、水源の涵養、良好な景観の形成、健康の増進、生物多様性など、多面的な機能を持つ森林の整備・保全を目的としています。ここしばらくは、コロナ禍のため活動が制限されていましたが、2022年度より再開しました。2010年のスタートから計42回実施し、のべ1,237名の方が参加しています。2018年からの取り組みとして、綾部市小畑地区において小畑城跡再生プロジェクトとして展望台の整備やヤマザクラ、モミジの植樹を実施しています。直近の活動では、自生のミツバツツジの群生化に向けた取り組みを、小畑城を守る会、NPO法人里山ねっと・あやべ、京都府立林業大学校、京都府中丹広域振興局、綾部市農林商工部との協働で進めています。



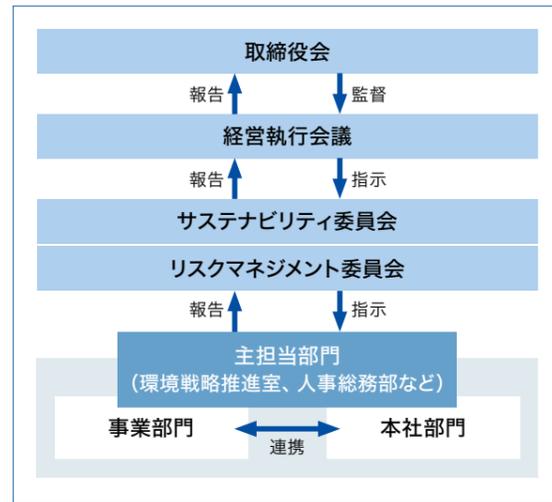
京都モデルフォレスト運動in綾部(2022年度)

気候変動におけるリスクと機会への対応

サステナビリティに関する基本方針や実施事項などを検討・審議する組織として、サステナビリティ担当取締役または執行役員を委員長とし、本社部門や事業部門の責任者を委員とした「サステナビリティ委員会」を設置しています。

加えて、グンゼグループにおいて発生しうるリスクの予防・管理体制の整備および発生したリスクへの迅速な対応を目的として、コンプライアンス担当取締役または執行役員を委員長とし、本社部門の主要部門の責任者を委員とした「リスクマネジメント委員会」を設置し、気候変動におけるリスクと機会の対応に取り組んでいます。

サステナビリティ推進におけるガバナンス体制図



サステナビリティ推進における会議体・組織の役割

会議体・組織	役割
取締役会	業務執行において協議・決定されたサステナビリティ課題（気候変動を中心とした環境課題や人的資本などに関する課題）に関する取り組み施策の進捗を監督
経営執行会議	全社グループにまたがるサステナビリティ課題（気候変動を中心とした環境課題や人的資本などに関する課題）に関する経営管理上の重要事項、業務執行に関する重要事項を協議・決定
サステナビリティ委員会 (原則四半期に一回開催)	サステナビリティに関する基本方針や対応方針の審議・決定
リスクマネジメント委員会 (原則四半期に一回開催)	サステナビリティに関するリスク事象の発生、採られた、または採られる予定の措置、リスク予防などについて協議
主担当部門	サステナビリティ課題に合わせて主導的に当該課題への対応推進、リスクと機会を特定（環境戦略推進室：気候変動を中心とした環境課題、人事総務部：グンゼグループの人的資本など）

気候変動への取り組みとTCFDへの対応

グンゼグループは、2021年10月に金融安定理事会 (FSB) の「気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD) 提言」に賛同を表明しました。TCFDでは、気候変動に関する検討体制や、気候変動が中・長期の企業価値に及ぼす影響および気候変動によるリスク・機会の特定について評価するための指標と目標、さらにこれらの検討内容が企業経営にどのように反映されるかなどの開示が求められています。

- ガバナンス** 気候変動に関するガバナンスは、サステナビリティガバナンス体制に組み込んでいます。
- リスク管理** 気候変動に関する主なリスクは、サステナビリティガバナンス体制図を基本とし、重要な課題は「サステナビリティ委員会」「リスクマネジメント委員会」から経営執行会議に報告の上、取締役会に報告されることにより、全社リスクを統合、管理しています。
- 戦略** グンゼグループの主要事業として「プラスチックフィルム分野」と「アパレル事業 (インナーウエア分野)」をシナリオ分析実施対象事業に選定し、短期～長期におけるリスクの特定とその対応策の検討および機会の抽出を実施しました。



今回は、1.5°C目標が世界的に主流になっていることを踏まえ、1.5°C目標に対応した分析を実施しました。具体的には、IEA「World Energy Outlook」で示されているNZE2050^{※1}などの「脱炭素シナリオ (1.5°Cシナリオ)」と、IPCC AR5のRCP8.5シナリオ^{※2}などを踏まえた「温暖化進行シナリオ (4°Cシナリオ)」をはじめとした政府や国際機関が発行した将来予測に関するレポートなどを参考に、2つのシナリオを設定し、脱炭素経済への「移行リスク」および温暖化進行に伴う「物理リスク」の分析を行っています。グンゼグループは、今後も継続的にシナリオ分析の内容を見直し、戦略のレベルアップを図ります。

※1 NZE2050: Net Zero by 2050 IEAによる「World Energy Outlook 2020」にて示されたシナリオの1つ。パリ協定の目標を上回る1.5°Cシナリオにあたり、2050年までにCO₂排出量ゼロを目指すシナリオ。
 ※2 RCP8.5シナリオ: IPCC (気候変動に関する政府間パネル) 第5次評価報告書 (AR5) 統合報告書 (SYR) の政策決定者向け要約 図SPM 6の2100年に2.6°C～4.8°Cの気温上昇が予想されているシナリオ。

気候変動によるリスク/機会への対応

リスク項目	リスク	時期	財務インパクト影響度	プラスチックフィルム分野	インナーウエア分野	リスクへの対応と機会	
移行リスク (1.5°C)	炭素価格	各国で排出権取引や炭素税が導入され操業コストが上昇。	中期～長期	大	○	○	リスク対応: 再エネ投資拡大や低炭素エネルギーへの移行により炭素税の財務影響を抑える。
	各国のプラスチック規制	規制強化によるバイオ素材やリサイクル素材の導入により原材料価格が上昇。	中期～長期	大	○	○	リスク対応: 廃プラの分解・再利用技術を確認し、顧客ニーズを捉えた製品提供を実施。
	エネルギーミックスの変化 (電力価格)	電力会社の再エネ比率が上昇し、電力価格が上昇。	中期～長期	小	○	○	リスク対応: 消費電力の少ない機器の利用。自家消費型太陽光発電の設置を推進する。
	EV・再エネ普及率	—	中期～長期	大	○	○	機会: EV普及に伴うリチウムイオン電池用フィルムや、半導体用フィルム販売を強化。
	重要商品の価格増減	原油由来の合成繊維の製造コストが上昇。	中期～長期	大	○	○	リスク対応: 原油由来から自然由来素材への転換を推進。
物理リスク (4°C)	顧客行動の変化	環境負荷影響度に応じて購買決定する消費者の増加。	中期～長期	中	○	○	リスク対応: エシカル消費に対応した環境配慮型商品の販売を拡大。
	異常気象	風水災による事業活動の停止およびサプライチェーンの途絶により売上減少。	短期～中期	中	○	○	リスク対応: 製造拠点・物流におけるサプライチェーンの防災強化により、事業継続能力を強化。
	気温上昇 (綿花栽培量)	気温上昇により綿花価格が上昇。	中期～長期	中	○	○	リスク対応: バイオマテリアル、リサイクル素材の開発。
	気温上昇	—	中期～長期	中	○	○	機会: 気温上昇に対応した商品。(シュリンクフィルム、肌着) 販売強化。

※時期: 短期1～2年、中期3～5年、長期6～10年
 ※2050年の財務インパクト影響度: 小=1億円未満、中=1億～10億円未満、大=10億円以上

④指標と目標

計画的なCO₂排出量削減に向けて、各事業活動において省エネ・創エネ・再エネ利用等の取り組みを強化し、3R (リサイクル・リユース・リデュース) の推進など資源循環、環境負荷に配慮した対応を行います。2022年度より、Scope1^{※1}、2^{※2}でのCO₂排出量削減の取り組みを強化するとともに、Scope3^{※3}における削減シナリオの策定を進めています。また、グンゼグループの重点取り組みとして、プラスチック

フィルム分野での「サーキュラーファクトリー計画」、アパレル (インナーウエア) 分野での「ネットゼロファクトリー計画」を強力に推進します。

※1 Scope1: グンゼグループによる温室効果ガスの直接排出 (燃料の燃焼、工業プロセス)
 ※2 Scope2: 他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出
 ※3 Scope3: Scope1、Scope2以外の間接排出 (グンゼグループの活動に関連する他社の排出)

CO₂削減実績 (Scope1、2、3)

		2022年度	対2021年度比		対2013年度比	
		排出量 (t-CO ₂)	削減量 (t-CO ₂)	削減率 (%)	削減量 (t-CO ₂)	削減率 (%)
実績	Scope1+2	118,324	5,832	4.7%	54,184	31.4%
	Scope1	38,643	335	0.9%	13,669	26.1%
	Scope2	79,681	5,496	6.5%	40,515	33.7%
	Scope3	423,860	-13,192	-3.2%	-	-

※Scope1、2は国内・海外のグンゼグループ全事業所を対象に算定 (Scope2の算定はマーケット基準)
 ※Scope3は国内のグンゼグループ全事業所を対象に算定