

Right-on®

SUSTAINABILITY REPORT 2022

The Right-on Promise

50周年を迎える2030年。ライトオンが約束すること



私たちは、服を通じて社会や自然を豊かにする事業活動を実現し、 人とともに成長していける地域づくりに貢献します

生活を楽しく豊かにするカジュアルファッションをすべてのお客様に提案したい——

1980年からずっと変わらぬ想いを胸に、ライトオンは日本全国で愛されるブランドに成長しました。

これからの私たちの目標は、服に関わるすべての人を幸せにして、社会や自然との共存共栄をめざしていくこと。

私たちの服への情熱が、サステナブル(持続可能)な社会の実現に直結するよう事業活動を改革し、

社員一人ひとりが“人々の生活を楽しく豊かにする”アクションを起こしていきます。

ジーニングカジュアル

BACK NUMBER®

Refurbish®

Salt
&
Pepper®



MPS®

アウトドアカジュアル



クリーンカジュアル

PLUS ONE®

HONEYSUCKLE
ROSE®

VIVIAN BLUE®





Philosophy

ライトオンの経営理念体系

VISION

私たちは、ヒトの魅力とモノの魅力で、お客様の期待を超える満足を提供し、お客様に選ばれ、必要とされる企業となる。

MISSION

私たちは、人々の生活を楽しく豊かなものにするため、世代を超え、愛され続けるジーンズの魅力を発信していきます。

POLICY

1. お客様を第一に考え、お客様に喜んでいただける会社を目指します。
2. 誠実さと公正さをもって、社会から信頼される会社を目指します。
3. 人を育て、人を活かし、働き甲斐のある会社を目指します。

Contents 目次

編集方針

本レポートは、株式会社ライトオンの経営陣、従業員一人ひとりが、VISION実現に向けて行動しつづけていくために、現在の行動と将来予測に基づいてまとめ上げたものです。サステナビリティの推進は、すべての成長における基盤であり、ライトオンのすべての経営陣と従業員、さらにはお客様とも一体となってバックキャストしていくものと考えています。服を通して人々の生活を楽しく豊かなものにするために。

サステナビリティ推進委員会

The Right-on Promise

01 50周年を迎える2030年。ライトオンが約束すること

Philosophy

02 ライトオンの経営理念体系

03 社長メッセージ — ライトオンが目指す未来

Achieving Sustainability

06 サステナビリティ方針

07 サステナビリティ経営

08 ライトオンの重要課題

09 重要課題の選定プロセスと重点取り組み

Five Subcommittees for Achieving the SDGs

11 ライトオンが歩んできた道。歩んでゆく道

12 2030年までのロードマップ

ESG Management

14 ライトオンのバリューチェーン

15 環境

◎サステナブル商品の開発と仕入れ拡大

◎地域のお客様やステークホルダーと共に

◎環境負荷の低減と資源エネルギーのムダのない活用

18 社会

◎期待を超える顧客体験の創造

◎人的資本の充実

20 ガバナンス

◎実効的なコーポレートガバナンスの充実

TCFD

21 気候変動への対応

22 気候変動対応の監視体制

23 戦略、指標と目標

24 人々の生活を楽しく豊かにする存在でありつづけるために

25 免責事項

Our Goals

ライトオンが目指す未来



ライトオンの未来創造力で、 人々の幸せと社会課題の解決に貢献します

代表取締役社長 藤原 拓介



“人々の暮らしを楽しく豊かにする”服づくりの原点へ

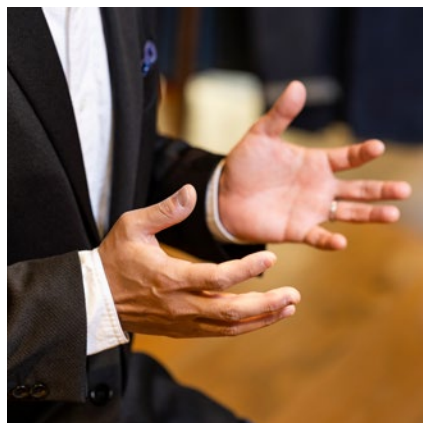
すべての人が服を通じて、自分を表現し、機能や快適さを楽しむ——2030年に創立50周年を迎えるライトオンでは、1980年の創業以来、あらゆる世代の人々の暮らしを豊かにするカジュアルファッションの普及に取り組んできました。

その間、先進国を中心としたファッション産業は飛躍的な成長を遂げました。一方で、服の大量生産・大量消費やトレンドサイクルの加速化は、著しい環境負荷や労働者の人権問題という深刻な事態をもたらしています。

私たちライトオンは、その現状と危機を真摯に受けとめ、“人々の暮らしを楽しく豊かにする”服づくりの原点に立ち返ります。第一に、生き物の営みを支える豊かな地球環境を守るべく、〈原料・製造・流通・販売〉に〈回収・再資源化〉を加えたバリューチェーンを構築し、2030年には取扱商品の50%以上を環境負荷に配慮した商品へ転換することを目標とします。また、2050年のカーボンニュートラル社会に向けて、物流や事業運営で発生するCO2排出量や資源使用量の低減、再生資源の活用なども積極的に進めています。さらに、厳格な行動規範のもと、サプライチェーンの人権や環境に関する責任も果たしていきます。

Our Goals

ライトオンが目指す未来



社会や自然環境が大きく変化する中で、お客様が服に求めるニーズや価値観も多様化しています。私たちはお客様満足を第一に掲げ、さまざまなライフスタイルや価値観に応える商品づくりや店舗開発を進めています。その実現においては、ライトオンで働く従業員一人ひとりの活躍が欠かせません。すべての従業員の働きやすさを実現すべく、女性のキャリア開発をはじめとするダイバーシティ&インクルージョンの促進や、育児・介護への支援制度拡充によるライフワークバランスの充実を進めています。また、従業員一人ひとりがライトオンで働く誇りや喜びを持てるよう、人事制度の移行、公正な評価制度、賃金水準の向上、教育・研修機会の充実など成長に向けて挑戦できる環境づくりにも取り組んでいます。

サステナブル企業に進化していくライトオンの挑戦

現在、ライトオンでは環境資源、サプライチェーン、お客様、働き方、ガバナンスの5つの領域でサステナビリティを推進しています。その具体的な取り組みを担うのは、サステナビリティ推進委員会が部門を横断して指名したメンバーで構成される「5部会」です。「5部会」によるサステナビリティへの取り組みは、ライトオンの事業活動と完全統合し、全社的な取り組みへと進化させていきます。

その実効性を担保するのは取締役会の役割です。サステナビリティ重要課題への取り組みの監視・監督機能を発揮し、全社一丸となって経済価値と社会価値の両立に取り組み、社会貢献と企業成長へとつなげていきます。

サステナビリティ推進を通じて、ライトオンは、ヒトの魅力とモノの魅力で、お客様と深く長くつながる関係を築き、顧客満足度No.1のジーンズカジュアルブランドとしてお客様に第一想起される企業となります。その達成に向けて、当社創立45周年にあたる2025年、さらにSDGsの達成目標年度であり当社創立50周年である2030年に向けて、明確なロードマップを描き、着実に実行していきます。

お客様の一生に寄り添い、選ばれつづけるライトオンへ

ライトオンは、1980年に東京・高円寺で小さな衣料品店としてスタートしました。ジーンズのもつ耐久性や機能性、ファッション性という多様な魅力に着目し、お買い求めしやすい身近な衣料品として、子供

からお年寄りまで広く浸透させるべく、全国に店舗網を広げてきました。創立から42年、世界の様相は大きく変わりました。日本のファッションカルチャーも成熟し、人々の消費行動も自らの満足だけではなく、社会の持続可能性や環境との調和をより重視する傾向に変化してきています。

これからのライトオンの使命は、ジーンズを含めたカジュアルファッションにSDGs実現につながる新しい価値を与え、よりサステナブルな衣料として進化させていくことです。また、人々の多彩なライフスタイルに合う次世代カジュアルファッションを提案していきます。

私たちライトオンがめざすのは、お客様の期待を超える満足を提供し、お客様に選ばれ、必要とされつづける100年企業となることです。ライトオンの未来創造力にご期待ください。



Achieving Sustainability

サステナビリティの実現に向けて

服を通じて、
人・自然・社会が共生する未来を創ろう

ファッションには人を幸せにする力がある。私たちはそう信じています。

これからも、服が人々や社会の幸せをもたらす存在であるために。

私たちは人・自然・社会に対する責任と役割を果たし、未来の希望へとつなげます。

Sustainability Policy

サステナビリティ方針

「人々の生活を楽しく豊かにする」持続可能な社会実現のための基本方針・ガイドライン

サステナビリティ推進基本方針

ライトオンの企業理念に込められた「人々の生活を楽しく豊かにするために」という想いのもと、当社は地球環境や社会課題への対応を経営方針の最重要事項のひとつとして捉え、持続可能な社会の実現に貢献します。

1. 重要課題を特定して、社会課題の解決に貢献するビジネスの推進

自社のみならず社会にとっても持続可能な成長につながる重要課題を特定し、事業活動を通じて企業価値向上を目指します。

2. 社会との相互信頼づくり

正確で分かりやすい情報開示に努め、ステークホルダーとの建設的な対話を通じて、社会からの期待や要請を受けとめ、それらを実践していくことで信頼される企業を目指します。

3. 環境・人権に配慮し、持続可能な資源利用につながるバリューチェーンの構築

地球環境の保全や人権と労働における基本的権利に配慮した

事業活動を推進します。

取扱商品のサプライチェーン上の地球環境、および人権・労働への配慮状況の把握に努め、取引先に当社のサステナビリティに対する考え方への理解と実践を求め、持続可能なバリューチェーンの構築を目指します。

4. サステナビリティ推進に向けた従業員への教育・啓発

「サステナビリティを推進するのは社員一人ひとり」であることから、従業員に対し重要課題に関する意識を醸成するための教育・啓発活動を行います。社員一人ひとりが、本方針に基づき各組織のアクションプランを実行します。

参考ガイドライン・原則等

サステナビリティ推進にあたっては、国連グローバル・コンパクトの10原則や、2015年9月に国連で採択された「持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable Development Goals）」をはじめとする、次のような国際ガイドラインや原則等を参照しています。

◎ SDGs（持続可能な開発目標）※

◎ 国連ビジネスと人権に関する指導原則

◎ ISO26000（社会的責任に関する手引き）

◎ 国連グローバル・コンパクト（10原則）

◎ 国連世界人権宣言

◎ 日本経団連：企業行動憲章

◎ TCFD 提言

◎ GRI スタンドダード

◎ 環境省「環境報告ガイドライン（2018年度版）」



※SDGs：2015年9月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標です。17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない（leave no one behind）」ことを誓っています。

Sustainability Management

サステナビリティ経営

サステナビリティ推進委員会を設置し 5つの部会でKPIを定めて実行

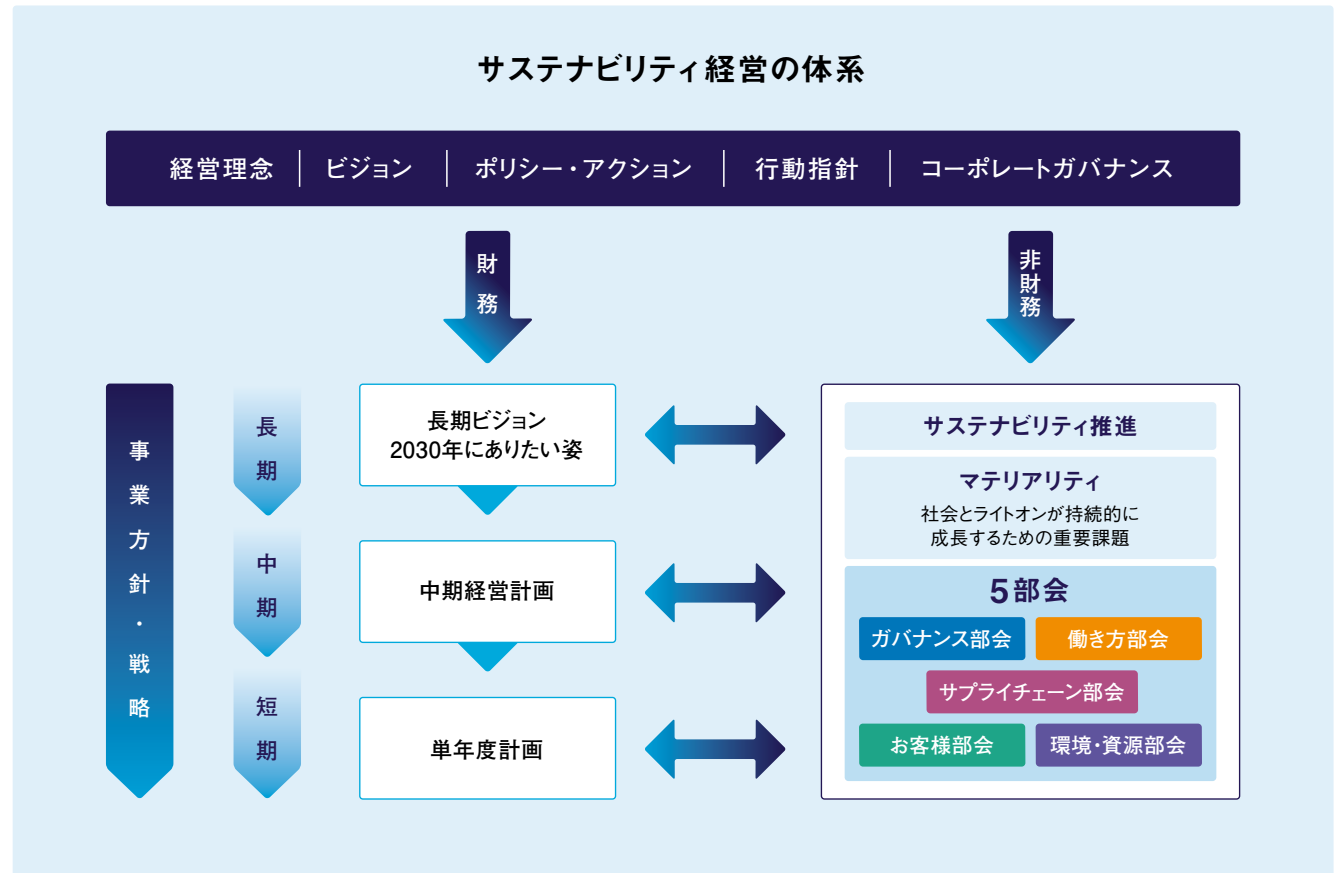
ライトオンのサステナビリティ経営

ライトオンでは、サステナビリティ経営を全社で横断的に推進するため、2021年9月から取締役を長とする「サステナビリティ推進委員会」を設置しています。

特定したマテリアリティについて、要素ごとに5つの部会を設け、2030年に向けたKGI(ありたい姿)を明確にするとともに年次ごとのKPIを設定し、サステナビリティ経営を推進しています。

また、定期的に社内外のステークホルダーとの対話を図ることで、当社に対する社会の期待や要請を把握し、それらをサステナビリティ経営に活かしています。

社会の一員として気候変動課題や社会課題に対する責任を果たしていくために、全社一丸となって取り組んでまいります。



Our Materialities

ライトオンの重要課題

経済価値と社会価値の両立を前提とした ライトオンのVISION実現の基盤

人・自然・社会に資する企業であるために 私たちの掲げるマテリアリティ (重要課題)

私たちは、この社会に存続する企業として、人々、自然環境、社会環境に対して果たすべき責任と役割があります。その実行に向けてサステナビリティ経営体制を構築し、重要課題の選定プロセスを経て、5つの「持続可能な企業活動におけるマテリアリティ」を設定しました。各マテリアリティは「5部会」が担当し、各部会が有機的に連携しながら全社的に推進していきます。具体的取り組みとして、お客様の期待に沿う商品・サービスを提供し、従業員に向けては継続性・成長性を考えた労働環境を提供していきます。また、地球環境負荷の軽減や責任ある調達への取り組みを通じて社会全体に貢献できる企業に進化していきます。

これらの取り組みは経済価値と社会価値の両立を前提とし、継続的な成長を生み出す原動力となるものです。ライトオンのサステナビリティ経営は、私たちが掲げる「ヒトの魅力とモノの魅力を高め、お客様の期待を超える満足を提供し、お客様に選ばれ、必要とされる企業となる」というVISIONの実現の基盤となるものです。

ESG	重要課題	当社の取り組み	関連するSDGs
E	地球環境負荷の軽減	<ul style="list-style-type: none"> 商品供給に伴って発生する環境負荷の低減 廃棄物やプラスチックの削減を中心とした再生可能資源の利用 業務運営に関わる資源使用の削減 	
	責任ある調達への取り組み	<ul style="list-style-type: none"> 環境に配慮した、安心・安全な商品調達 商品生産量の適正化による資源使用量の削減 	
S	個性を活かし、働きがいを生む環境づくり	<ul style="list-style-type: none"> 機会均等と多様性の推進 自分らしさが見つけられ、やりがいを感じる職場環境の実現 従業員一人ひとりの能力を最大限に引き出す、公正な評価・処遇の実現 	
	お客様満足追求の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> お客様からの声を定性的・定量的にインプットする環境づくり お客様からの声を部門横断的に共有・分析する仕組みの構築 商品政策・計画・実現へのアウトプットのための体系 	
G	コーポレートガバナンスの強化と充実	<ul style="list-style-type: none"> 「コーポレートガバナンス・ガイドライン」の定期的な見直し ステークホルダーとの適切な協働やその利益の尊重、健全な事業活動倫理を示した「ライトオン行動指針」の実践促進 透明・公正かつ迅速・果敢な意思決定を行うための仕組みの強化 	

Materiality Selection Process and Initiatives

重要課題の選定プロセスと重点取り組み

ステークホルダーとライトオンにとっての重要課題が重なり合うように抽出

重要課題の選定プロセス

STEP 1 社会課題の抽出

ライトオンの行動指針はじめ、「ISO26000」や「GRIスタンダード」など国際的なガイドラインを参照。社会的課題が網羅されているSDGsをベースに、持続的成長のための社会課題を抽出。

STEP 2 多角的ヒアリング

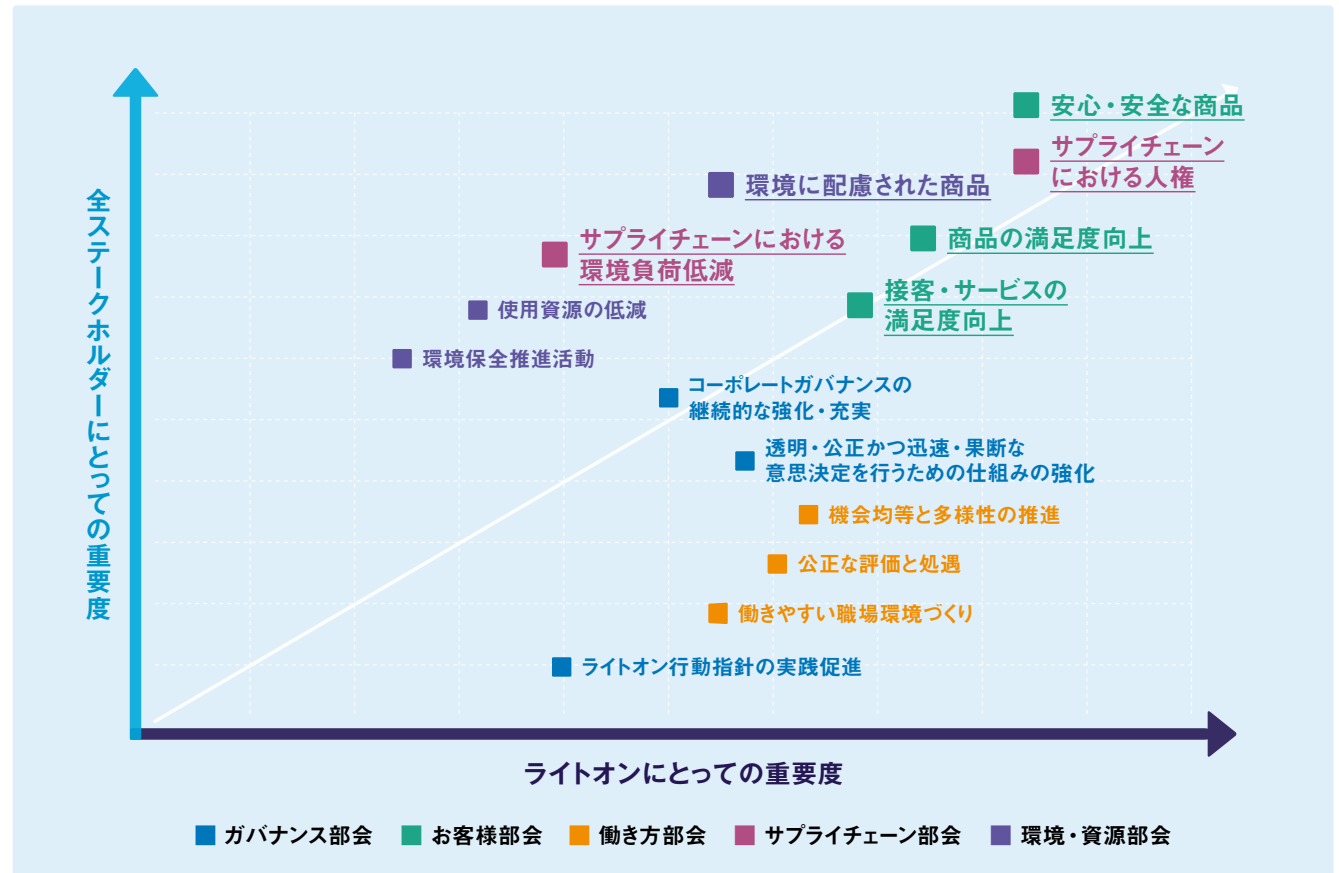
抽出した社会課題について、ステークホルダーの皆様からのライトオンに対する今後の期待や要請を把握するため、お客様、お取引先、社員にアンケートやヒアリングを実施。

STEP 3 重要課題の選定

社会課題をステークホルダーにとっての重要度と当事業にとっての重要度の2軸で評価し、重要課題の候補を作成。ステークホルダーが挙げた社会課題と、当社で抽出された社会課題を重要度や影響度の2軸で評価し、重要課題の候補を選定。

STEP 4 重要課題の抽出

サステナビリティ推進委員会でそれぞれの重要課題候補の重要性・優先度を議論、重要課題の妥当性を検証した上で、代表取締役社長が議長を務める当社経営会議・取締役会にて決定。



Five Subcommittees for Achieving the SDGs

サステナビリティ推進5部会

未来に向けて、 今を変えていく挑戦へ

サステナビリティ推進を担うのは、全部署を横断したメンバーで構成する「5部会」です。

「服を通じて社会や自然を豊かにする事業活動を実現し、人とともに成長していける地域づくりに貢献する」という

2030年のサステナブル目標に向かって、5部会が有機的に絡み合いながら、それぞれのミッションを達成します。

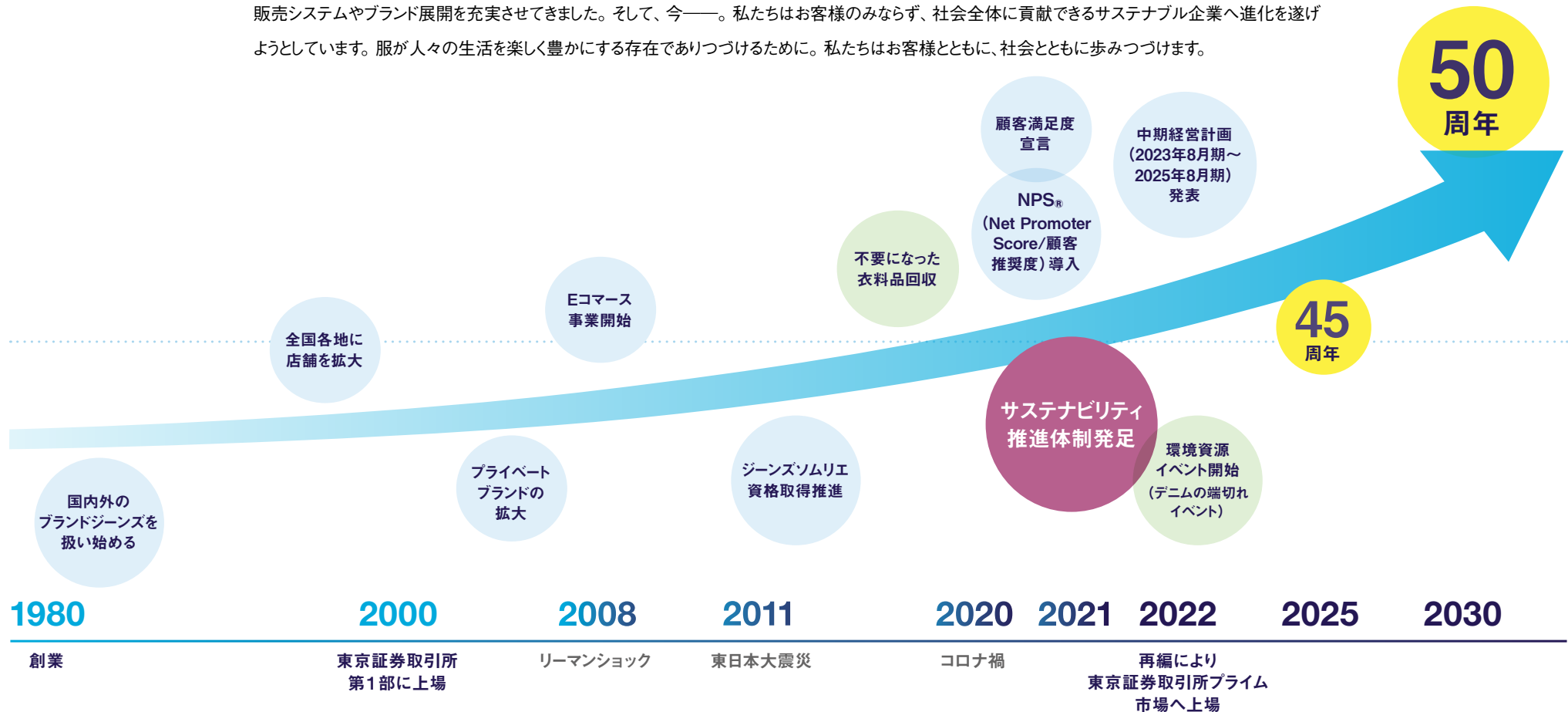
5部会から始まる活動は、ライトオンの事業活動と完全統合し、全社的な取り組みへ進化していきます。

Our Journey

ライトオンが歩んできた道。歩んでゆく道

服を通じて、お客様とともに夢を追い求める50年へ

1980年、東京・高円寺の小さな衣料品店から始まったライトオン。その後、若者文化の象徴だったジーンズカジュアルを、子供からお年寄りまで気軽に楽しめる身近なファッションにすべく全国に店舗を拡大していきました。全国展開において、私たちが最も大切にしたのは“現場主義”です。地域ごとのお客様のニーズや好み、年齢層などに合わせ、接客や販売体制に店舗ごとの独自性を活かした地域密着型の店づくりを進めてきました。あれから時代を経て、お客様の求める服へのニーズは多様化・細分化してきました。ライトオンでは既存の枠にとらわれない、より自由で多様性にあふれる服を提供すべく、販売システムやブランド展開を充実させてきました。そして、今——。私たちはお客様のみならず、社会全体に貢献できるサステナブル企業へ進化を遂げようとしています。服が人々の生活を楽しく豊かにする存在でありつづけるために。私たちはお客様とともに、社会とともに歩みつづけます。



Our Road Map to 2030

2030年までのロードマップ

Right-on
2030
50th

未来を思い描き、パラダイムを変えていこう

サステナブルな社会の実現に向けて、ライトオンが掲げる2030年の目標は、服を通じて社会や自然を豊かにする事業活動を実現し、人とともに成長していける地域づくりに貢献することです。世界が直面する環境や社会の課題は、従来の思考や方法の延長線上ではすでに解決不可能です。私たちはより良い方向に世界のパラダイムを変えていくために、未来のありたい姿を明確に描き、その実現に向けた改革をサステナビリティ推進5部会が連携し、それぞれのミッションを果たしながら、バックキャストिंगで実行していきます。

バック
キャストिंग



現在

未来

ESG Management

ライトオンのESGの取り組み

私たちのESGは、 未来へのイノベーションです

ライトオンのESGは、サステナブルな企業の成長と社会的責任を両立させ、ファッション業界の新たな常識とバリューチェーンを生み出す挑戦です。「5部会」が連携してESG課題に取り組み、事業活動へと直結させていきます。

Environment（環境）：服づくりのエコ素材活用と資源循環を確立し、地域におけるエコ活動を推進します。

Social（社会）：お客様に寄り添う商品やサービス、販売方法を深化し、従業員の働きやすさと成長を実現します。

Governance（ガバナンス）：意思決定と実効の迅速化・公明性を図り、持続可能な成長と企業価値の向上を目指します。

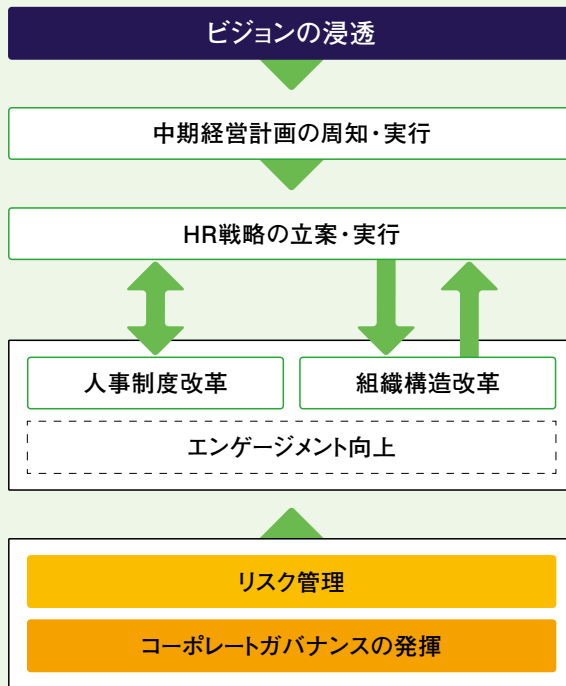
Our Value Chain

ライトオンのバリューチェーン

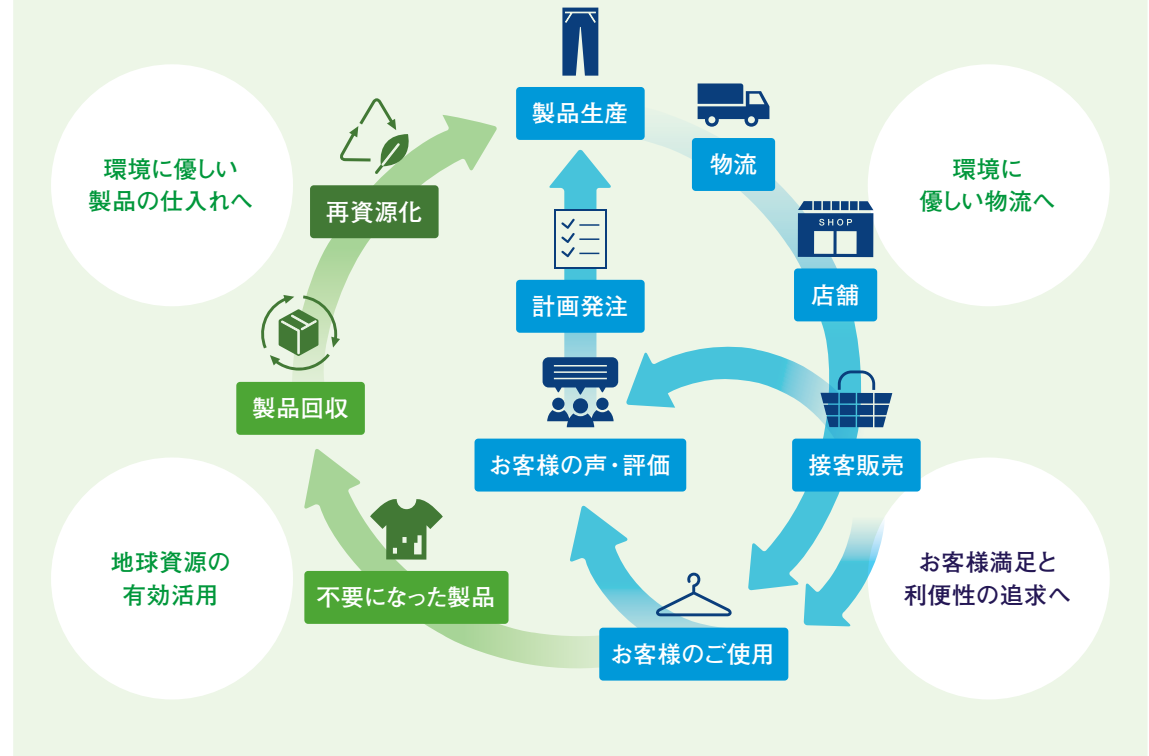


サステナブルな企業の成長と、自然環境・社会環境への責任を両立させているのが、ライトオンのバリューチェーンです

サステナブルに成長しつづける体制



LTV (顧客生涯価値) の向上と廃棄物ゼロの製造循環の実現



Environment

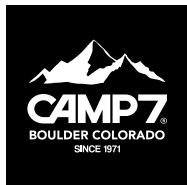
環境 — サステナブル商品の開発と仕入れ拡大



サステナブル商品の開発と仕入れ拡大を進めて 2030年には50%以上を環境に配慮した商品にします

サプライチェーン部会

環境・資源部会



キャンプセブン

1971年アメリカ・コロラド州ボルダーで設立された老舗アウトドアブランド。ロッキー山脈にアタックするクライマーたちのためのプロダクトを生み出していました。現在はそのブランドコンセプトを活かしながら、アウトドアアーティストをタウンウエアに落とし込んだカジュアルウエアを展開しています。

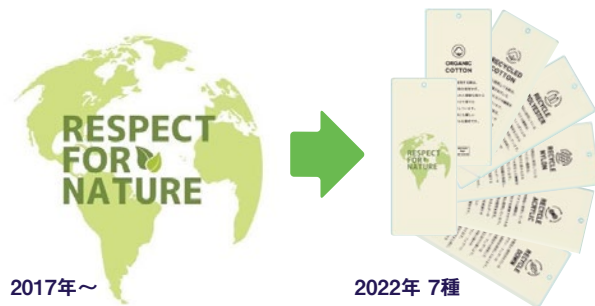
社会や自然環境の大きな変化を感じる日々の生活の中で、自然の大切さを感じて楽しんでほしい、環境に配慮した衣類を身に着けてほしい、より良い未来をつくりたい、という想いから、“持続可能な地球環境”を第一に考えた商品を積極的に展開しています。



エコフレンドリーな素材の導入と資源循環への取り組み



CAMP7では、オーガニックコットンをはじめ、リサイクルポリエステルやSYMPATEX（シンパテックス）など、環境に優しい素材を積極的に使用しており、今後更に取り組みを広げていきます。



2017年～

2022年 7種

2030年には
20種以上

環境に優しい素材の使用を広げていきます

サプライチェーン部会

環境・資源部会



サステナブル

2022年4月にスタートしたブランド。“資源の有効活用を行い、美しい地球環境とともに豊かな生活を実現する”をブランドコンセプトにしています。天然資源であるコットンの有効活用を推進するプロジェクトにより生まれたブランドで、今後はさらにこの取り組みによるリサイクルコットンを使用した商品のバリエーションを広げ、循環型社会の形成に貢献していきます。

お客様がご使用後に不要になったデニム製品をライトオン店舗で回収し、リサイクル工程を経て新たなデニム製品に生まれ変わらせる、豊島株式会社の「WAMEGURI(ワメグリ)」との協業プロジェクトです。



リサイクルデニム



衣料品の回収プロジェクト「BRING™」に参画。お客様が使わなくなった衣料品を店舗で回収し、繊維製品の原料や生活を支える作業資材や原料などに再生する、廃棄物削減と資源循環によって環境負荷を少なくする取り組みを推進。



Environment

環境— 地域のお客様やステークホルダーと共に



地域のお客様やステークホルダーと共に 自然環境について考えるきっかけづくりを全国に広げていきます

サプライチェーン部会

環境・資源部会

これまでも行ってきた、デニムに関わる
サステナビリティな活動をより広げていくために、
2022年10月“つなごう 藍い糸プロジェクト”スタート

今後、地域のお客様やステークホルダーとより自然環境について考え、共創を行っていくために、今まで当社で行ってきたデニムの回収など、デニムに関わるサステナビリティな活動を“つなごう 藍い糸プロジェクト”とし、2022年10月にスタートさせました。今後、さまざまな活動へと広がっていきます。



■ これまでの活動

当社では、地域のお客様・ステークホルダーと共に「資源の有効活用を通し、自然環境を考える取り組み」を行ってきました。ジーンズの丈直しで発生するデニムの端切れを再利用したイベントを各地域のデパロッパーと共に開催。全国各店舗におけるこのイベントにはお子様から大人の方まで、数多くのお客様にご参加いただき、「イベント自体が楽しかった」「子供と一緒にSDGsについて考える良いきっかけとなった」などたくさんのお褒めのお言葉をいただきました。

環境・資源部会

CAMP7のECO活動

ライトオンでは当社従業員によるクリーン活動の実施や商品の売上金額の一部を自然環境保全へ役立てる活動を行っています。製品と社会貢献活動の両面において自然資本に与える影響から自然環境の保護に配慮したいという想いで取り組んでいます。



2022年5月に実施したクリーン活動

場所：福島県裏磐梯地区(曾原湖および中瀬沼周辺)



福島県にて実施されている「猪苗代湖及び裏磐梯湖沼水環境保全推進計画」への寄付

*寄付金は「きらめく水のふるさと磐梯湖美来基金」へ入り、流域内の水環境保全活動に対する助成事業経費及び啓発事業経費に役立てられます。

Environment

環境—環境負荷の低減と資源エネルギーのムダのない活用



お客様にお越しいただく店舗、お客様にお届けする物流、 ご使用いただいた製品すべて環境配慮の取り組みを行っています



環境・資源部会

【店舗】環境負荷低減資材の使用

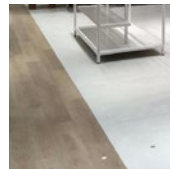
当社では、新規店舗や改装店舗において、地球環境に優しい素材の使用を積極的に行っています。

自然由来の素材やコーヒー豆かすなどを活用した壁面



従来の石油由来の部材の使用をできるだけ減らし、コーヒー豆かすなど身近な廃棄物を再利用した素材を使用。

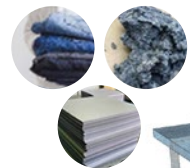
メンテナンスフリーの床材



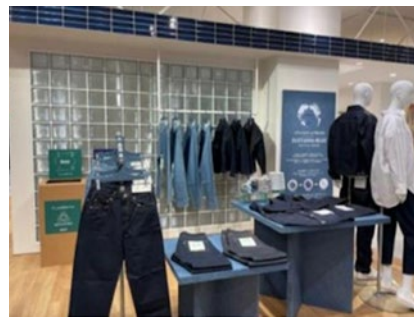
環境負荷の少ないメンテナンスフリーの床材へ切替。ワックス剤やワックスメンテナンスによる廃液・排水の使用がゼロに。

不要になったデニムによる繊維リサイクルボード

お客様がご使用後に不要になったデニムや傷などが原因で販売のできないデニムを原料とした繊維リサイクルボードの導入。



デニムを回収し
資源の再利用



サプライチェーン部会

【物流】資源使用量削減と再利用の推進

物流センターから店舗への出荷コントロールシステムを刷新。商品納品時に使用する段ボールの梱包率を高めることによって、システム導入前と比べて段ボール使用量を約16%削減。段ボールの年間使用量のうち、現在約20%にリユース段ボールを使用しています。今後は30%以上を目標にリユース段ボールの活用を進めていきます。



環境・資源部会

【再資源化】

ライトオンでは商品の完全廃棄は行っていません。傷などによりお客様に販売ができなくなった商品も衣料品や資材の原料へと資源のリサイクルを行っています。



汚れや破れなどがひどく
お客様へ販売できないもの



配送



倉庫で仕分け



新たなデニム製品へ



新たな資材や燃料へ
・コンクリート原料などの土木資材へ
・加工を行い新たな固形燃料へ

Social

社会—期待を超える顧客体験の創造



お客様満足第一のために、新しい時代のライフスタイルや価値観に応えるブランド展開・店舗開発を進めていきます

お客様部会

ブランドカ・商品開発力の強化

旅行や外食など時間を豊かに過ごすことへの関心の高まりを受け、提供するテイスト・シーンのバリエーションを拡大し、家族のカジュアルをテーマにライフスタイルを楽しく豊かに彩る、幅広い品揃えを実現します。

ジーンズカジュアル



アウトドアカジュアル



クリーンカジュアル



お客様部会

リアル店舗の魅力を深化させる

ライトオンの世界観を五感で感じられる価値提供の場所として、顧客エンゲージメント向上の場所として、リアル店舗の魅力を再構築して収益性を向上させます。

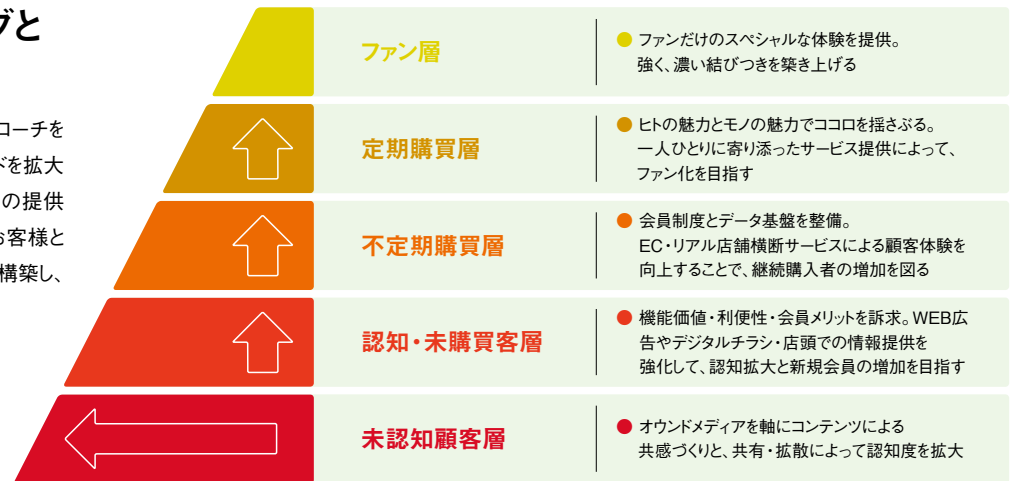


- ・VMDコンサルティングオフィスの導入と社内VMD体制の強化
- ・店内POP広告の変革
- ・デジタルサイネージの導入
- ・ロケーションMD
- ・感動を与える接客サービス

お客様部会

マーケティングとCRMの革新

セグメントごとのアプローチを強化して、顧客ピラミッドを拡大する価値ある顧客体験の提供の繰り返しによって、お客様と強固で長期的な関係を構築し、LTVを最大化します。



お客様部会

ECビジネスの飛躍的拡大へ

全国に店舗を展開するライトオンは、自宅や勤め先からすぐに行ける生活圏に多数出店。いつでもどこでもストレスなくお買い物を楽しんでいただくために、デジタルとヒトのチカラでお客様一人ひとりに寄り添うOMOを目指します。

- ・集客強化による新規・潜在顧客の獲得
- ・パーソナライズによる購買頻度の向上
- ・自社ECサイトのフルリニューアル



Social

社会—人的資本の充実



一人ひとりが“魅力を発揮”し“働く誇りや喜びを感じる” 環境と文化をつくっていきます

働き方部会

従業員一人ひとりが、成長に向けて 挑戦ができる環境をつくる

○ ミッショングレード制人事制度への移行 (2022年9月～)

— キャリアアップ・将来設計のサポート —

- ・ミッション(役割)を基準としつつ、職務遂行能力も考慮
- ・働き方の多様性に考慮した役割・ポジションの明確化
- ・将来の働き方の選択肢を広げることで、一人ひとりがチャレンジ意欲や働きがいを持って成長していける環境を整備



○ 成長意欲のある人材への投資

— 一人ひとりの力を最大限に引き出す —

- ・自己実現のサポート環境の整備
- ・「個」の力の育成と開拓を行い、組織力へ活かす仕組みの強化
- ・eラーニングをはじめ、教育・研修機会の提供充実



○ エンゲージメント

— 個人と組織が対等な関係で、互いの成長に貢献し合う関係づくり —

- ・働きがい・チャレンジ意欲・達成感の醸成
- ・相互理解と相互評価、コミュニケーションの強化と円滑化
- ・社内情報共有・福利厚生を目的とした従業員アプリ導入 (2022年12月～)



多様性を磨いて組織力を
アップさせる従業員アプリ

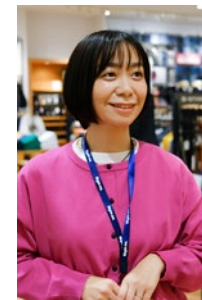
働き方部会

従業員の多様性を大切にし、心身ともに健康で、 豊かな対話のある文化をつくる

○ ダイバーシティ&インクルージョン

— 多様性の尊重と活躍を促進する環境づくり —

- ・女性のキャリア開発・生活環境との両立支援
- ・障がい者雇用の促進
- ・多様な価値観・考え方を受け入れられる環境づくり



— 女性が活躍できる環境づくり —

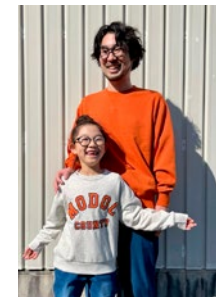
- ・より多様な価値観を意思決定に反映するためにも女性の活躍推進は重要な経営課題と捉え、女性社員の強み・特性を活かしながら、さらに活躍できる環境を整備
 - ・店長以上の女性の管理職の割合 30%以上の維持を目標とする
- | | |
|----------------|-------|
| 管理職以上の全社員数 | 523名 |
| 店長以上の管理職の女性社員数 | 166名 |
| 店長以上の女性管理職の割合 | 31.7% |

2022年8月実績

○ ワークライフバランス

— 仕事と生活の調和 —
— 心身ともに健康に働ける環境づくり —

- ・育児短時間勤務制度の充実
法定制度に加え、契約社員・正社員に対して時短勤務適用期間を小学校卒業までに延長
導入後、利用者は大幅に増加中
対象となる子供の年齢
改定前：3歳になるまで(法定通り)
改定後：小学校卒業の月まで
- ・介護への支援制度の拡充
- ・短時間勤務制度の充実と周知
傷病休業期間延長・
傷病時短勤務制度の充実
病気や怪我の際に安心して
治療に専念し、無理なく職場に
復帰できる制度を整備
- ・有給休暇取得の促進



Governance

ガバナンス— 実効的なコーポレートガバナンスの充実



持続的な成長と中長期的な企業価値の向上をめざした コーポレートガバナンス体制を構築しています

ガバナンス部会

基本的な考え方

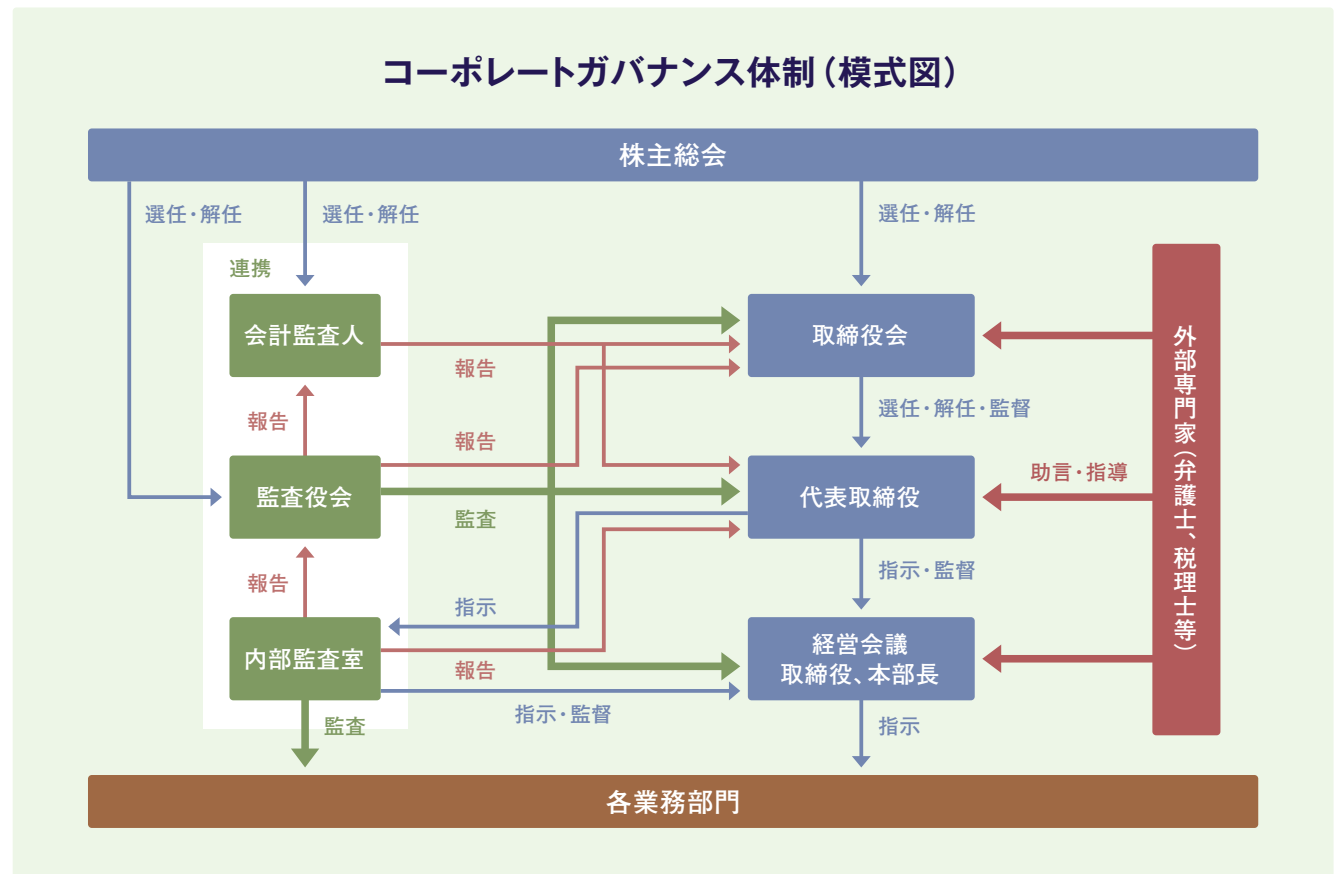
当社は、迅速かつ適正な意思決定と経営の透明性・公正性を確保し、実効的にコーポレートガバナンスの充実に取り組むことで、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図ります。

コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、経営理念である「VISION」「MISSION」「POLICY」の実現に向けては、社会環境を含むあらゆるステークホルダーの利益に資するコーポレートガバナンスの追求が最重要事項であるとの認識に立ち、コーポレートガバナンスの継続的な強化、充実に取り組んでいます。

また、当社はステークホルダーとの適切な協働やその利益の尊重、健全な事業活動倫理などについて、会社としての価値観を示し、その構成員が従うべき行動指針を定め、実践しています。

コーポレートガバナンス体制（模式図）



Climate Change

気候変動への対応

ライトオンは、 サステナビリティ経営[※]を推進するとともに、 2022年10月、気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD) 提言への賛同を表明いたしました。

世界中で気候変動をはじめとする環境課題が深刻化しています。
日本国内においても異常気象による大規模自然災害が発生し大きな影響をもたらすなど、
気候変動は企業にとって看過できない状況となっています。
このような中、気候変動問題をサステナビリティ経営上の重要課題であると捉え、
気候変動に伴うリスクや機会は、事業戦略に大きな影響を及ぼすものと認識しています。

今後も、TCFD提言に基づき、気候変動への対応に関する「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」についての
情報開示を推進し、持続可能な社会の実現に貢献していきます。



※ ライトオンのサステナビリティ経営: P7

Climate Change

気候変動への対応

ガバナンス

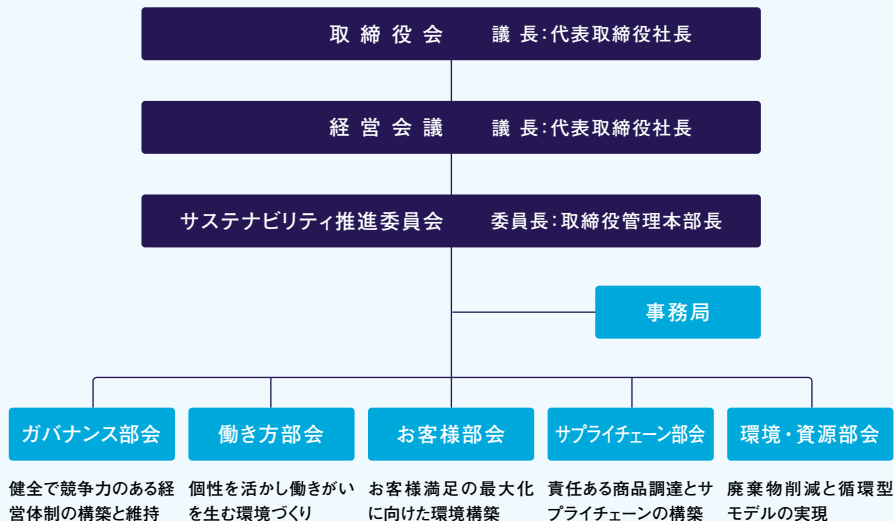
<取締役会による気候変動対応の監視体制>

サステナビリティ経営の推進にあたって「5部会」の各部会では、具体的な取組み施策を抽出し実行しています。

サステナビリティ推進委員会は、毎月各部会の施策の進捗状況の確認・協議・決議を行い、その方針や内容を4半期に1度、経営会議にて報告を行い、気候変動に対する課題に関する協議と意思決定を行っています。

半期に1度、取締役会において、「経営会議」および「サステナビリティ推進委員会」で協議・決議された内容や課題に関する報告を受け、全社の気候変動課題への対応方針および実行計画等について議論・監督を行っています。

サステナビリティ推進体制



リスクの評価・管理体制

<気候変動のリスク・機会を評価する上で経営者の果たす役割>

代表取締役社長は、「経営会議」の長を担うと同時に、直轄の諮問委員会である「リスクコンプライアンス委員会」の委員長も担っており、気候変動課題に関わる経営判断の最終責任を負っています。

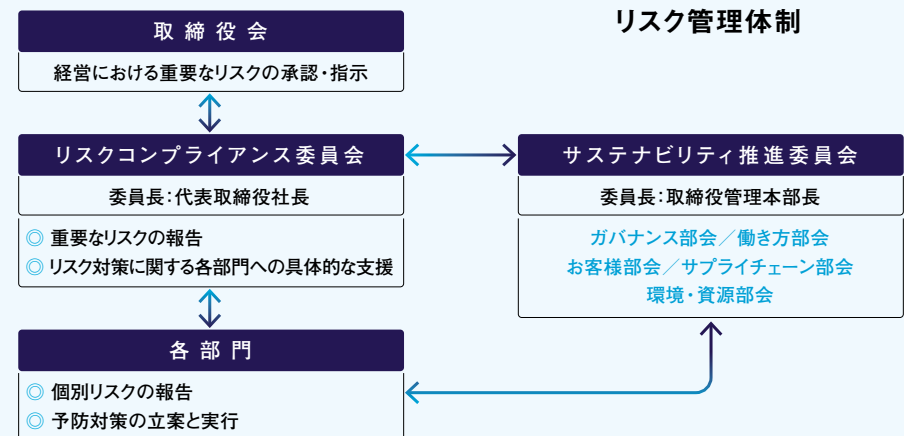
また、「経営会議」および「サステナビリティ推進委員会」で協議・決議された内容は、最終的に取締役会へ報告を行っています。

<リスク管理体制>

2008年10月から代表取締役社長を長とする「リスクコンプライアンス委員会」を設置しています。気候変動を含む事業活動全般に関するリスクを定期的に洗い出し、一元管理を行っている組織です。

財務上および事業戦略上における全社の重要リスクの特定と管理体制の強化をその影響度・頻度などの面から分析・評価を行うとともに、リスクの度合により、対応の優先順位付けと対策に関する各部門への具体的な支援も行っています。

半期に1度、取締役会への重要リスクの報告を行い、中長期に向けた議論を行っています。



Climate Change

気候変動への対応



シナリオ分析

戦略

将来の気候変動が当社事業にもたらす影響について、TCFDが提唱するフレームワークに則り、シナリオ分析の手法を用いて、外部環境の変化を予測し分析を実施しました。

当社は、事業活動を通じて気候変動の緩和と適応を行いながら持続的成長を目指すことが重要であると認識し、気候変動対応を経営上の重要課題と位置付けています。シナリオごとに当社事業に対するリスクと機会をあらかじめ想定し、その影響を特定・評価しています。

※国際エネルギー機関(IEA)や、気候変動に関する政府間パネル(IPCC)が公表する複数の既存シナリオを参照

＜リスク項目・機会項目の特定＞

気候変動リスクを移行リスク・物理的リスクの2つのカテゴリに分類し、本分類に基づきリスク項目・機会項目の洗い出しを行いました。また、当社事業と関連性が高いと想定される主要なリスク項目と機会項目を特定しました。

＜時間軸の定義(短期・中期・長期)＞

気候変動の影響はさらに長い時間をかけて顕在化していく性質のものであること、パリ協定と日本政府の掲げる目標年等を踏まえて、短期・中期・長期の時間軸を次の通りとしました。

※短期(現在～2025年) / 中期(2030年) / 長期(2050年)

指標と目標

当社は、気候変動におけるCO2排出を重要課題と捉え、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排出量を特定し低減を推進しています。今後、Scope3についても適切な算定を進めていきます。

リスク・機会種類	リスク・機会要因項目	事業インパクト	事業インパクト指標	時間軸	
リスク	移行リスク	政策・法規制 炭素税などの規制または規制強化	炭素税などの規制または規制強化に起因した電気料金やガソリン価格の上昇により、店舗および出店先施設の管理費・維持費、社用車による移動費などが増加するリスク 炭素税などの規制または規制強化により、生産拠点の中心である中国や東南アジア各国において、原料生産工程や製品生産工場でのコストが上昇し、その結果生産コストが上昇するリスク 炭素税などの規制または規制強化により、生産拠点の中心である中国や東南アジア各国からの輸送や梱包に伴うコストが上昇し、その結果、物流コストが上昇するリスク 政府機関および国際イニシアチブからの情報開示要請および範囲の拡大と厳格化による情報開示に関わるコストの増加	支出	短期～中期
		技術 原材料コストの増加	環境負荷低減に対応する素材への置換えや対応素材開発を行うための技術導入、新規取引先・原料産地開拓などに伴う仕入コストが上昇するリスク	支出	短期～中期
		市場 お客様行動の変化	環境負荷低減素材を用いた商品やサービスが好まれるようになり、ニーズの変化に対応できない場合、売上の減少やお客様の評判が低下するリスク	売上	短期～中期
	物理的リスク	急性物理的リスク 自然災害の激甚化と頻度の増加	生産施設や物流網に対しての被害(損壊や機能停止)の増加拡大による営業活動の停滞リスク	売上	中期～長期
			店舗への被害の増加拡大による営業活動の停滞リスク 製品や店舗、社内インフラへの被害の増加拡大リスク	売上 資産	中期～長期 中期～長期
		慢性物理的リスク 年間を通じての気温上昇と気候パターンの変化	気温変化や気象変化へ対応することのできる商品の開発が進まない場合/置換えができない場合に売上が減少するリスク	売上	中期～長期
			年間を通じての気象変化の影響により、天然原料の品質の不安定化や不足による製品仕入れへの影響拡大リスク(災害や水資源の枯渇による綿花や麻、羊毛などの生産への影響による原料価格の高騰リスクや仕入先の制限リスク) 年間を通じての気温上昇による空調費などの事業ランニングコストの増加リスク 年間を通じての気温上昇と災害発生の常態化により、お客様や従業員に対しての安全確保のための行動フローや案内、サポート体制・教育のためのリスク管理コストの増加リスク	支出 支出 支出	中期～長期 中期～長期 中期～長期
	機会	エネルギー源 製造・流通プロセスの効率化	省エネルギー推進や政策的インセンティブの活用、再生可能エネルギーの導入、低炭素社会への対応を行っている企業との積極的な取り組み、梱包資材のリユースや低炭素素材への置換えなどを行うことで、物流コストの上昇の抑制につながる 製品の仕入れにおいて、環境負荷低減素材やリサイクル原料を活用した製品の仕入先の新規開拓や集約、生産計画の見直しを行うことで、仕入れコストの低減につながる	支出	短期～長期
		リソースの効率化	低炭素エネルギーの普及拡大によるエネルギー価格の低下と政策的インセンティブを利用・活用することで、店舗および出店先施設の管理費・維持費、移動費などのコスト低減につながる	支出	短期～長期
		製品およびサービス	低炭素社会に対応した商品やサービスを拡充することで、需要の増加につながる(低炭素素材への置換えCAMP7やサステナブルなど) 低炭素社会に対応した販売方法や形態の拡充、環境に配慮した心地よい店舗環境の推進を行うことで、顧客体験や購買の機会の多様性を創造し、需要への対応につながる(実店舗とEC、SNS、新たな接客ツールとの連携:OMOの推進や環境負荷低減素材を活用した実店舗の拡大など)	売上 売上	短期 短期
市場		リサイクル、リユース活動の充実による資源の循環と販売商品を運動させることにより、需要の創造とお客様の評判の向上につながる 環境負荷低減への活動を強化することにより、お客様の評判の向上につながる(店舗で実施のデニムの端切れを再利用した地球環境を考えるイベントやお客様ご使用後に不要になった製品の回収→再資源・再製品化、自然環境のクリーン活動、自然環境保全団体への寄付活動など)	売上 売上	短期～中期 短期～長期	
レジリエンス	再生可能エネルギープログラムへの参加および省エネ対策の採用	早期の再生可能エネルギーの利用促進を行うことにより、事業コスト低減と企業イメージの向上につながる	支出 売上	短期～長期	

Scope1・2の算定 ※1

サプライチェーン排出量		2021年9月～2022年8月
Scope1	事業者自らによる温室効果ガスの直接排出	567
Scope2 (マーケット基準)	他社から供給された、電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出	11,954
Scope2 (ロケーション基準)		11,585
Scope1 + Scope2 (マーケット基準) 計		12,522
Scope1 + Scope2 (ロケーション基準) 計		12,153

※ GHGプロトコルに基づき、Scope1 / Scope2 を抽出と算定。
※1 2021年9月～2022年8月のScope1排出量は関連する実績データの再計算の結果、数値を修正しています。

実績(単位:t-CO₂)

Clothing Makes Well-Being a Reality

服はどれだけ人を幸せにすることが できるのでしょうか？

20世紀——ジーンズは愛着ある一枚をもつ喜びと、カジュアルの楽しさを私たちに教えてくれました。
2022年、社会や環境の課題はますます深刻化し、私たちは変わらなければならない局面に立っています。

服がこれからも、人々の生活を楽しく豊かにする存在でありつづけるために——
私たちは服を通じて、個の幸せから社会の幸せに貢献できる企業として挑戦します。



SUSTAINABILITY REPORT 2022

発行 2022年 12月12日

免責事項

本レポートには、株式会社ライトオンの過去と現在の事実だけではなく、発行時点における計画や見直し、経営方針・経営戦略にもとづいた将来予測が含まれています。この将来予測は、記述した時点で入手することができた情報にもとづいた仮定ないし判断であり、諸条件の変化によって、将来の事業活動の結果や事象が予測と異なったものとなる可能性があります。

株式会社ライトオン
サステナビリティ推進委員会