

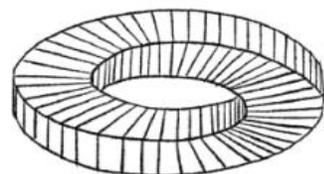
Scope 3、サプライチェーン全体での取り組み事例

(第2回GXリーグにおけるサプライチェーンでの取組のあり方に関する研究会7月15日資料)

JAPAN SUSTAINABLE FASHION ALLIACE

株式会社ゴールドウィン

JAPAN SUSTAINABLE FASHION ALLIANCEについて



JAPAN
SUSTAINABLE
FASHION
ALLIANCE

JAPAN SUSTAINABLE FASHION ALLIANCEとは



個社では解決が難しい課題に対して、共同で解決策を導き出していくための企業連携プラットフォーム

サステナブルなファッション産業への移行を推進することを目的として、2021年8月に発足。

<p>2050年 目標</p>	<p>「2050年カーボンニュートラル」 「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」</p>	
<p>ビジョン 2030年</p>	<p>ファッションロスゼロ</p>	<p>カーボンニュートラル</p>
	<p>会員企業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 残在庫量や廃棄に関する実態把握による透明性の確保 ・ 循環利用システムの構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全過程における温室効果ガス(CO2換算)の把握と削減 <small>目標数値を策定予定</small>
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 次世代素材や新技術の活用、（原料・生産・デザインの各段階での）環境配慮設計の積極的採用 ・ サステナブルファッションに関する生活者との積極的なコミュニケーション 	
	<p>ファッション産業全体</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 統一の基準を用いた各過程における単純焼却および埋め立て量の可視化 ・ 単純焼却および埋め立ての削減 <p><small>下記①～③における現状把握の調査を実施後、削減の目標数値を策定予定</small></p> <p>①生産における原材量、生地、端材 ②企業の残在庫 ③家庭からの廃棄</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 統一の基準を用いた各過程における温室効果ガス(CO2換算)の可視化
	<p>日本社会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 回収、循環システムの試行 ・ 「不要となった衣料品を資源として生かす」ことが文化として定着 ・ 生活者によるサステナブルファッションに関連した選択、行動の拡大 ・ 社会およびファッション産業界における「ファッションロスゼロ」および「カーボンニュートラル」に対する意義の理解醸成 	

JAPAN SUSTAINABLE FASHION ALLIANCEの取り組み事例

「温室効果ガス排出量 Scope3算定事例集」作成、公開

全会員のScope3算定完了を目標に掲げ、未算定企業のサポートとなるよう、算定済み企業の事例をまとめた「事例集」を取りまとめ公開(2023.6)

- ・背景には「参照するデータベースや排出原単位、また算定の方法に迷う」という共通課題がある
- ・あくまでも事例集であり絶対解ではないことを前提に、他社の事例を参照して算定に着手しやすくなることを目的とした

第2編 事例集							
No	カテゴリ	該当する活動の一般事例	該当する活動	排出量の算定式	算定例	使用排出原単位元 (引用データ媒体・引用場所)	備考
1	購入した製品・サービス	原材料の調達、パッケージングの外部委託、消耗品の調達	各種消耗品(備品、資材)/商品の調達 ※一部、広告費や買貨物件の光熱費等	「各種購入・調達金額」×「排出原単位」	「織物衣服商品金額〇百万円」×「排出原単位3.23t-CO2eq/百万円」 「広告宣伝費金額〇百万円」×「排出原単位1.86t-CO2eq/百万円」	環境省DBVer.3.3 5産連表DB 左記の計算式の排出原単位は「152101: 織物製衣服」を使用 左記の計算式の排出原単位は「851101: 広告」を使用	購入した製品・サービスと近い部門名を「5産連表DB」から探して、その排出原単位を使用する。
2	資本財	生産設備の増設(数年にわたり建設・製造されている場合には、建設・製造が終了した最終年に計上)	固定資産当期増加/投資額(設備投資・ソフトウェア等)	「固定資産当期増加金額/投資額」×「排出原単位」	「固定資産当期増加金額〇百万円」×「排出原単位3.39t-CO2eq/百万円」	環境省DBVer.3.3 6資本財 左記の計算式の排出原単位は「22-0732: 小売」を使用	算定対象の資本形成部門の業種(自社の業種)の排出原単位を使用する(例:小売業が乗用車を購入した場合、小売業の排出原単位を使用)。
3	Scope1,2に含まれない燃料及びエネルギー活動	調達している燃料の上流工程(採掘、精製等) 調達している電力の上流工程(発電に使用する燃料の採掘、精製等)	調達している燃料(ガソリン等)の上流工程 調達している電力の上流工程	「燃料使用量」×「排出原単位」 「電力使用量」×「排出原単位」	「燃料使用量〇kL」×「排出原単位〇〇〇t-CO2eq/kL」 「電力使用量〇kWh」×「排出原単位0.0000682t-CO2eq/kWh」	環境省DBVer.3.3 7電気・熱 左記の計算式は「IDEAv2.3」参照(注意) 左記の計算式の排出原単位は「エネルギー種:電力」を使用	IDEAv2.3(サブイニシエーション温室効果ガス排出量算定用) 環境省DBVer.3.3 Scope1,2は、購入した電気・熱及び自ら製造した電気・熱の使用に伴う排出量が対象となり、カテゴリ3と区分される。 (注意)*IDEAv2.3:データ使用については該当規約を確認下さい
4	輸送、配送(上流)	調達物流、横持物流、出荷物流(自社が費用負担した輸送)	各種商品輸送(生産拠点⇨倉庫、店舗⇨消費者等) ※店舗⇨消費者の場合でも自社が費用負担した場合はカテゴリ4に含む	輸送金額による方法: 「輸送金額」×「排出原単位」 トンキロ法: 「輸送トンキロ」×「排出原単位」	「輸送金額〇百万円」×「排出原単位3.93t-CO2eq/百万円」 「海上輸送〇トンキロ(km)」×「排出原単位0.000039t-CO2eq/tkm」	環境省DBVer.3.3 5産連表DB 左記の計算式の排出原単位は「712201: 道路貨物輸送(除自家輸送)」を使用 環境省DBVer.3.3 2輸送【トンキロ法】 左記の計算式の排出原単位は「輸送機関:船舶」を使用	輸送金額による方法、トンキロ法以外にも、燃料法、燃費法がある。 所有権の無い乗り便の空輸送であっても、実質的に船積以外の貨物輸送が不可能と考えられる場合は算定計上する。
5	事業から出る廃棄物	廃棄物の処理(産業廃棄物が対象、有価で引き取ってもらった物は除く) ※廃棄物の輸送を含めるかは任意	回収業者に引き渡している廃棄物(残在庫、各種消耗品)	「各種廃棄(処理)量」×「排出原単位」	「廃プラスチック類〇t」×「排出原単位0.8214t-CO2eq/t」	環境省DBVer.3.3 8廃棄物【種類・処理方法別】又は9廃棄物【種類別】 左記の計算式の排出原単位は「種類別:廃プラスチック類(廃棄物輸送段階含む)」を使用	廃棄物量は業者との管理で使用しているマニフェストの数値を利用できる。 廃棄物処理別の場合、焼却・埋立・リサイクル等の方法によって排出原単位が異なる。
6	出張	従業員の出張	従業員の出張(移動・宿泊)	「交通費支給額」×「排出原単位」 「宿泊数」×「排出原単位」 「従業員数」×「排出原単位」	「旅客航空金額〇百万円」×「排出原単位5.25t-CO2/百万円」 「〇泊」×「排出原単位0.0315t-CO2/泊」 「従業員数〇人」×「排出原単位0.130t-CO2/人・年」	環境省DBVer.3.3 11交通費 左記の計算式の排出原単位は「旅客航空機国内線」を使用 環境省DBVer.3.3 12宿泊 左記の計算式の排出原単位は「宿泊」を使用 環境省DBVer.3.3 13従業員 左記の計算式の排出原単位は「出張」を使用	移動方法によって排出原単位が異なる。 14従業員【勤務日数】を使った勤務形態・勤務地別の勤務日数における排出原単位を使用することもできる。
7	雇用者の通勤	従業員の通勤	従業員の通勤	「交通費支給額」×「排出原単位」	「鉄道交通費金額〇百万円」×「排出原単位1.85t-CO2/百万円」	環境省DBVer.3.3 11交通費 左記の計算式の排出原単位は「旅客鉄道」を使用	移動方法によって排出原単位が異なる。 14従業員【勤務日数】を使った勤務形態・勤務地別の勤務日数における排出原単位を使用することもできる。



会員企業のGHG排出量（簡易）現状把握_状況確認（定期アンケート実施）

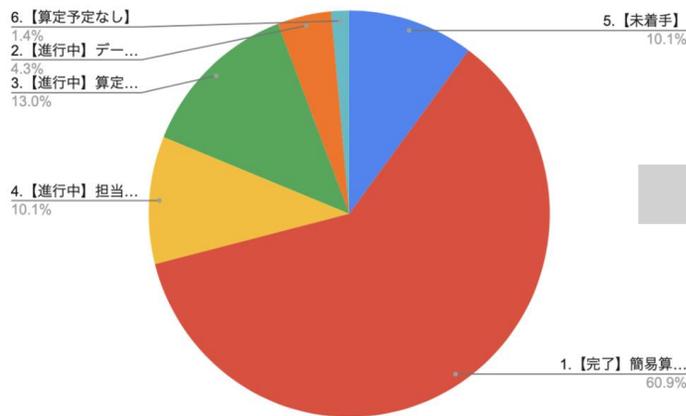
完了 : 64.3% (60.9%)
 進行中 : 22.9% (27.5%)
 未着手 : 11.4% (10.1%)
 算定予定無し : 1.4% ⇐NPO法人のため

※()内は前回値

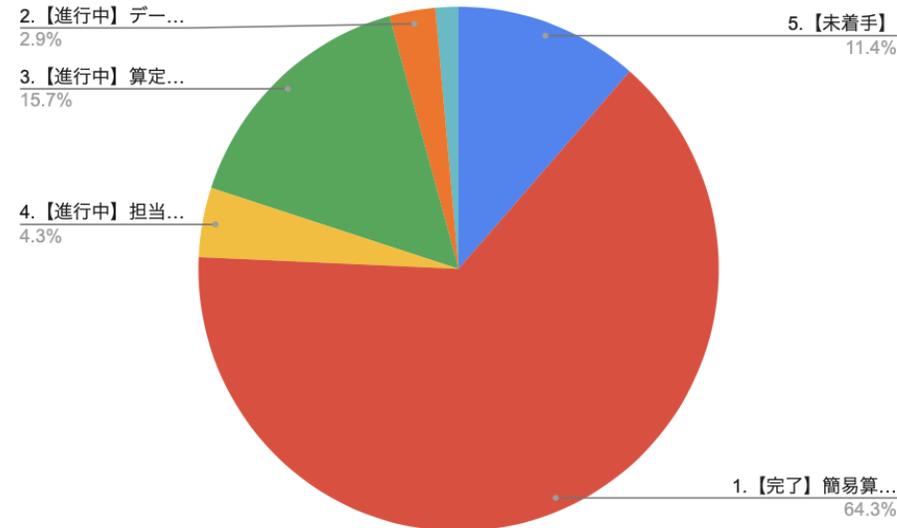
<回答選択肢>

1. 【完了】簡易算定が完了している
2. 【進行中】データ収集が完了し、取りまとめ作業に着手している
3. 【進行中】算定に向けたデータ収集を開始している
4. 【進行中】担当者や算定方針を検討している（または、決定している）
5. 【未着手】
6. 【算定予定無し】

<前回アンケート（2025年4月結果）※回答数69社/69社



<2025年6月アンケート結果> ※回答数70社/70社



会員企業のScope3算定推進（未完了企業への対応）

アライアンスとして、会員企業の**Scope3算定推進**へのサポートを実施

◎未着手が続いている“企業”へ

- ・事務局より状況や課題感のヒアリングを実施

◎未算定率の高い“業種”へ

- ・業種ごとに分科会を開き同業種で算定済み企業の知見をヒアリング
- ・業種内の共通課題（例えば、適切な原単位がないなど）の洗い出し
- ・業界の抱える課題としてアライアンス全体での検討事項へ

会員企業の排出量削減目標と推進状況の一覧化

アライアンス個社の削減推進に向け、会員企業の削減目標設定や進捗（削減実績）状況の一覧化を目指す。まず、2025年6月に正会員への情報収集を完了。今後は賛助会員の情報を収集したのち、初年度の調査結果を会員内に共有。今後毎年定期的に情報アップデートの予定。

【各社への調査項目】

- カーボンニュートラルに関する削減目標（2050年および中期目標）
- 削減目標認定の有無（SBTなど）
- Scope1、2、3、の直近年度の排出量
- 削減の進捗状況（基準年比）

商業施設内の店舗での排出量削減に向けて現状把握WGを立ち上げ

「店舗での再エネ転換を推進したいが、商業施設からの情報収集に苦戦」というアパレル企業の共通課題に対し、ワーキンググループでの検討実施(2023.3-2024.6)

- アパレル企業6社が参加
- 各社の課題感・コンタクト先・知見の共有
- 商業施設側との意見交換実施

1年超のWG活動を経て、個社や業界団体の努力だけでは解決が難しいことが判明した点については、政策提言を実施（2025年6月）

テナントやインショップの企業は、商業施設から得た情報でCO2排出量の算定を行っている。主な情報源は請求書であり、基本的には水光熱費とその消費量、単位が記載されているが、水光熱の活動量や単位の記載がない、エネルギー種が不明な場合も多く、現状把握が困難、あるいは把握に膨大なリソースが必要となる。テナント企業が情報開示の基準に準拠できるように、**オーナー側に対して**、まずは基本的な情報（活動量、エネルギー名、単位）のみでも、**情報開示を推進**していただきたい。

オンライン勉強会の実施

会員企業の脱炭素の取り組み推進に向けて情報共有

- 企業連携でのGHG排出量削減取り組みに関する欧州先行事例（European Outdoor Group様）
- COP28から考える企業に求められる脱炭素の取り組み（気候変動イニシアティブ様）
- 脱炭素を推進する再エネ電力の調達方法（自然エネルギー財団様）
- 日本におけるカーボンプライシング制度のあり方（JCI様） など

※その他、生物多様性、ファッションロスゼロ、人権のテーマも含め、国内外動向をインプットする
様々な勉強会も実施

株式会社ゴールドウインの サプライチェーンでの脱炭素について

15ブランドを展開、ブランドのグローバルオーナー企業と戦略的パートナーシップを組み、世界規模でブランド価値を創造。マルチブランドによる事業を展開。

オリジナルブランド (当社の独自ブランド)



モノづくりの強みを生かし、高機能・高品質な製品を独自のブランドで提供。海外展開にも注力。

オウンドブランド (商標権を取得したブランド)



グローバルブランドの商標権を当社が保有し、日本のローカルマーケットにフィットした製品の企画から販売までを一貫して運営。

ライセンス/ ディストリビューションブランド



海外メーカーとのパートナーシップにより、さまざまなライフスタイルを提案する製品を日本国内で展開。

Purpose

人を挑戦に導き、人と自然の可能性をひろげる

Envision new possibilities for humanity in nature

自然をフィールドとして営みを続けてきたGoldwinのモノづくり、コトづくり、環境づくりは、人間の可能性を拡張していくものであり、自然がより豊かになる可能性を探求していくものです。

スポーツの起源である「遊び」を通じて常識やルールを更新しながら、変化し続ける人間と自然のあるべき姿を常に模索し、これからの地球と人間をめぐる新しい未来の実現を目指します。

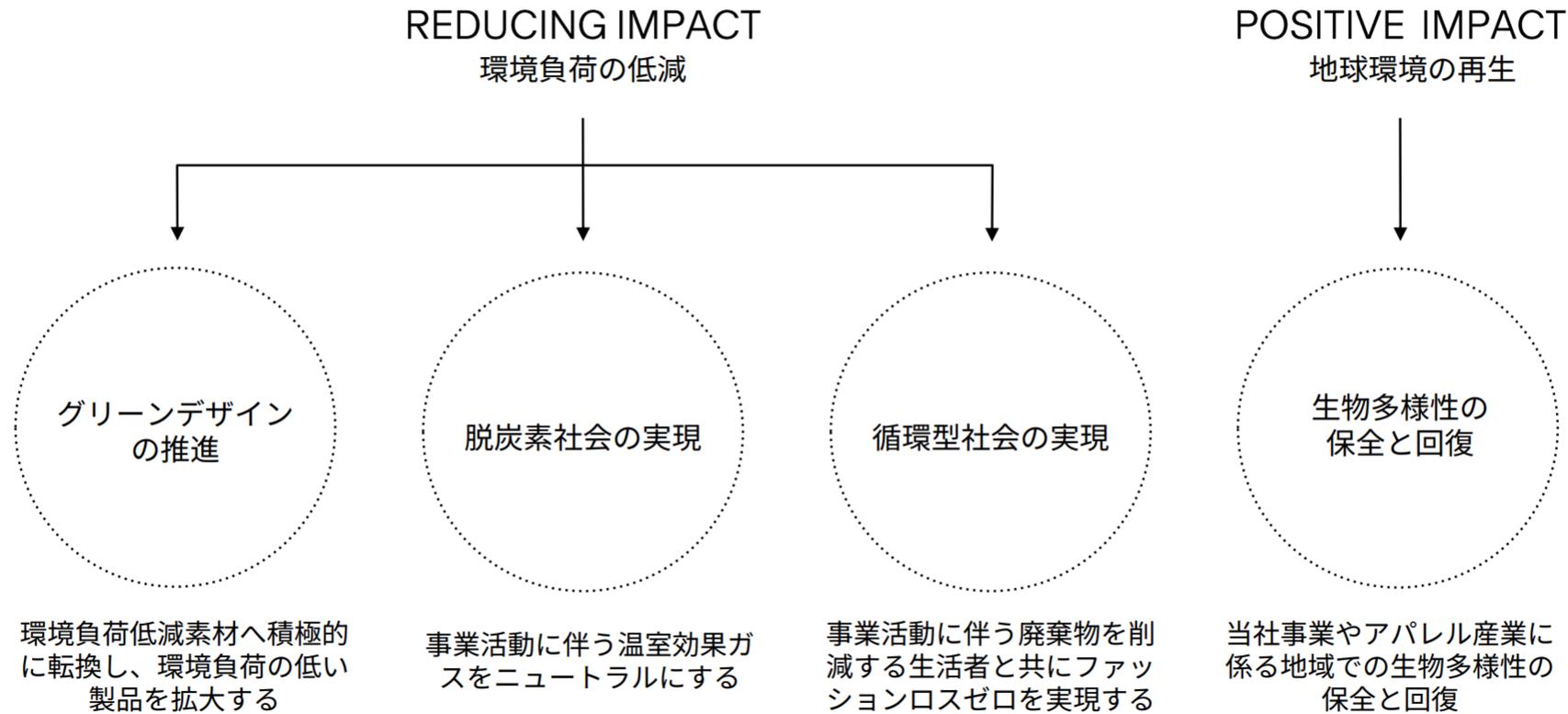
Vision

- 1 子どもたちの可能性を引き出し、美しい未来を形づくるための閃きと機会を提供する

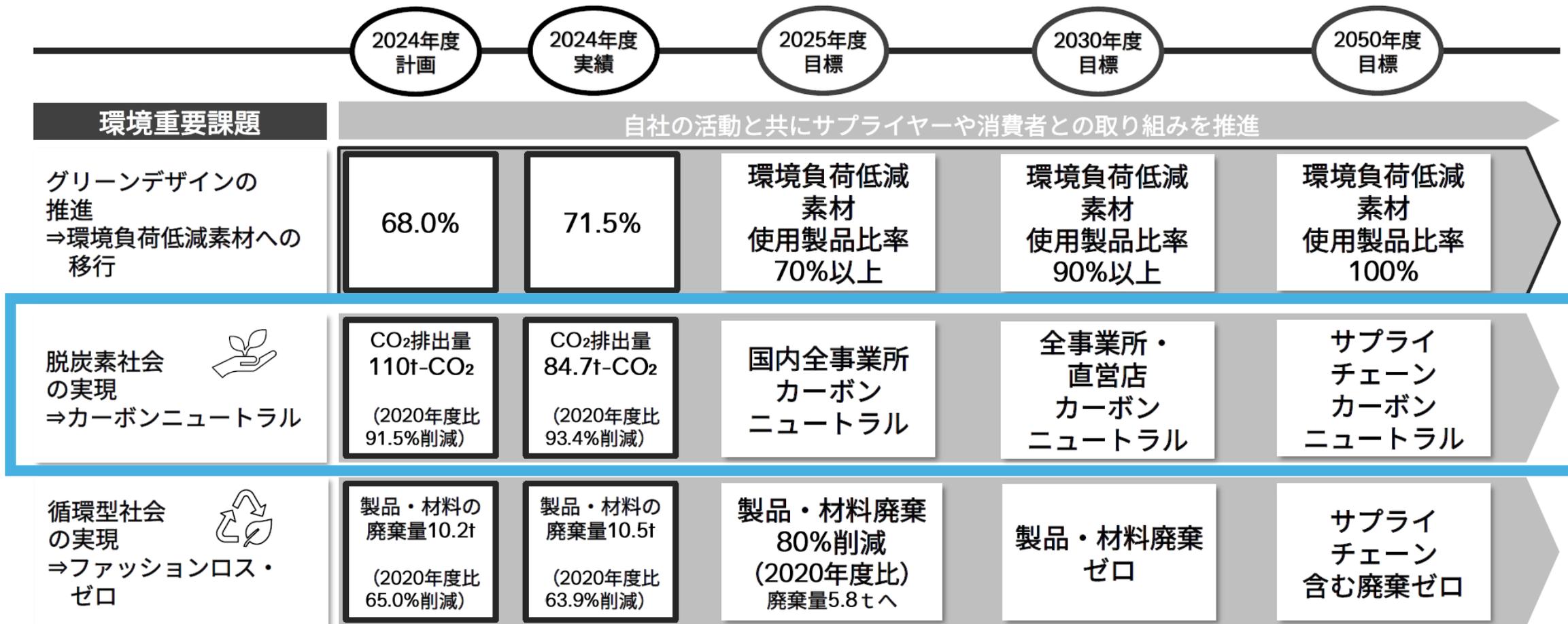
- 2 常識を突き抜ける想像力、世界に貢献する革新的な開発で地球環境の改善を目指す

- 3 感動を創造し、持続可能な社会を推進する人間らしい企業になる

従来の3つの環境目標に加えて、地球環境の再生に資するための目標を新設



サステナビリティに向けた取り組み（環境重要課題/2024年度実績）



Scope1, 2, 3排出排出量（2023年度実績）

Scope3、なかでもカテゴリ 1 が大きな割合を占める

●Scope1,2,3_集計結果

カテゴリ	名称	排出量 [t-CO2eq]	構成比率 [%]
Scope 1	事業者自ら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）	312	0.12
Scope 2	他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出	1,974	0.75
Scope 3	Scope1,2以外の間接排出（事業者の活動に関連する他社の排出）	260,576	99.13
合計		262,863	100

●Scope3_集計結果

カテゴリ	名称	排出量 [t-CO2eq]	構成比率 [%]
カテゴリ1	購入した製品・サービス	245,008	94.03
カテゴリ3	Scope1,2に含まれない燃料及びエネルギー関連活動	633	0.24
カテゴリ4	輸送、配送（上流）	3,491	1.34
カテゴリ5	事業から出る廃棄物	41	0.02
カテゴリ6	出張	850	0.33
カテゴリ7	雇用者の通勤	941	0.36
カテゴリ12	販売した製品の廃棄	9,614	3.69
Scope 3 合計		260,576	100

SBTiから2050年に向けた「ネットゼロ目標」認定取得（2025年6月）



SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

THE NET
ZERO
STANDARD

APPROVED NET-ZERO TARGETS

←

←

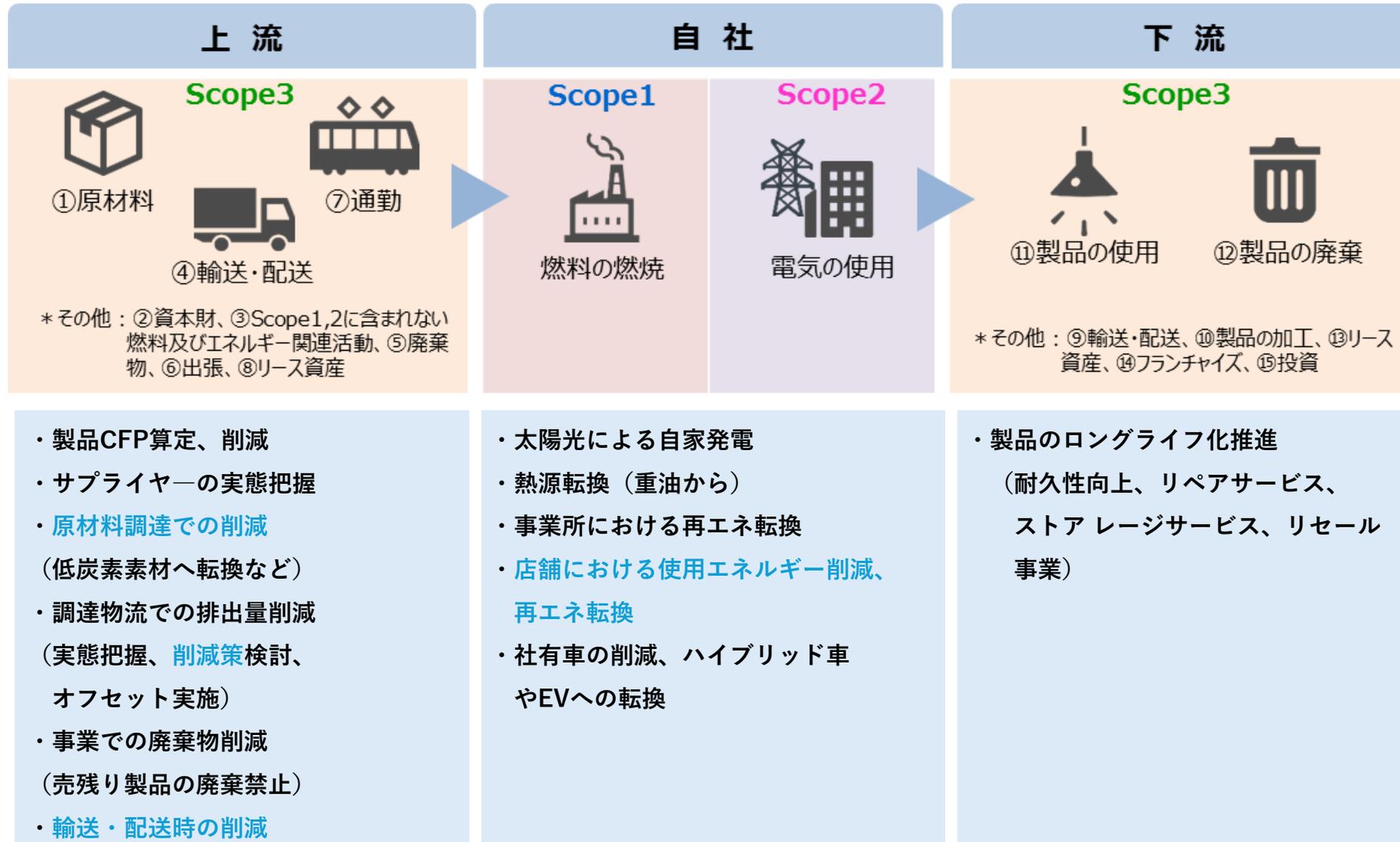
■ SBT 認定を受けた温室効果ガス（GHG）排出削減目標（基準年である 2023 年比） ←

① 長期目標↓ (ネットゼロ目標) ←	2050 年目標↓ • Scope1+2 に加え、Scope3(※2) (購入した製品やサービス、事業活動で発生した廃棄物、上流および下流の輸送と流通、販売された製品の廃棄処理) からの GHG 排出量を 90%以上削減し、残余排出量を炭素除去することでネットゼロを達成 ←
② 短期目標← (1.5°C水準) ←	2030 年目標↓ • Scope1+2(※2) : GHG を 42%削減、Scope3(※2) (アパレル製品の製造および調達) を 25%削減 ←
③ 再生可能エネルギー↓ 調達比率 100%目標 ←	2030 年目標↓ • 事業活動の消費電力における再生可能エネルギー比率を 57%から 100%に ←

←

株式会社ゴールドウインの取り組み事例

バリューチェーン全体での削減策





80.9%

環境省令和6年度モデル事業に採択され、製品のカーボンフットプリント算定に着手

- ・ 原材料（特に主素材）での排出量が約8割であることが判明
- ・ 主サプライヤーと今後の脱炭素に向けて協議を開始
- ・ 他の製品でのCFP算定を進めるとともに削減策の検討を進める
- ・ 顧客やステークホルダーとのコミュニケーションでの活用も検討

製品におけるカーボンフットプリント算定（Scope3カテゴリ1削減）

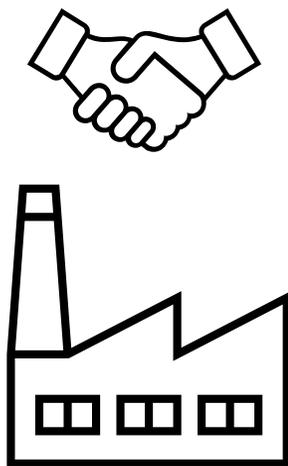
当該目標に向け、サプライチェーン上流・下流を含め、2030年までに以下のような施策を実施



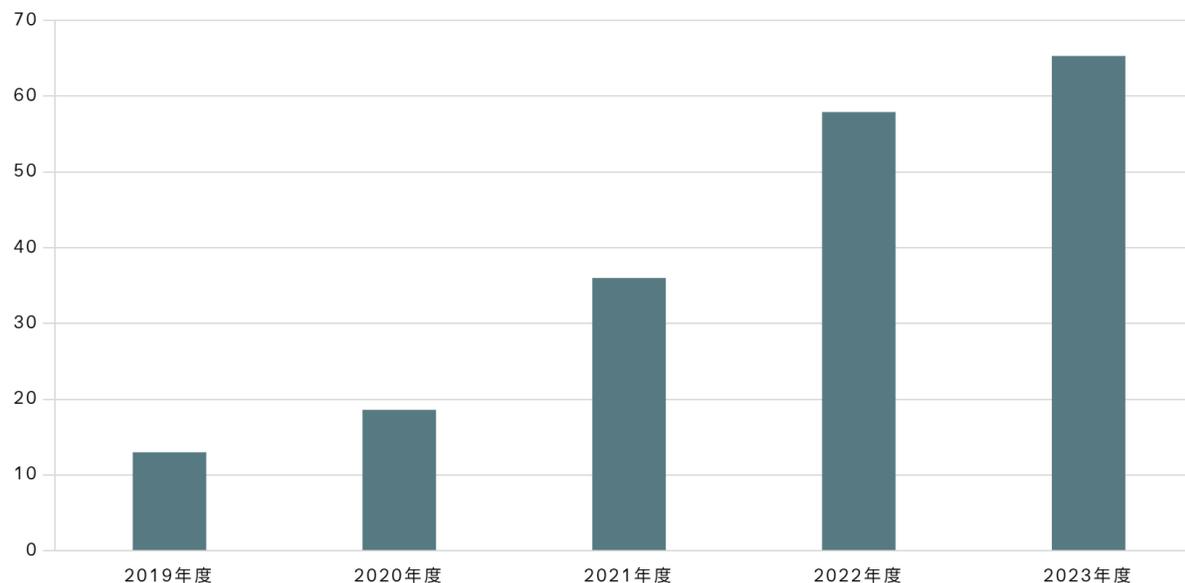
原材料調達における排出量削減（Scope3カテゴリ 1 対策）

- サプライヤーの実態調査（GHG排出、エネルギー使用など）
- 主サプライヤーとの連携強化
- 環境負荷低減素材使用製品の拡大（低炭素素材の使用拡大）

サプライヤーとの協業



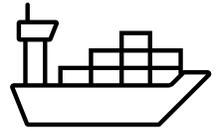
環境負荷低減素材使用比率（％）



調達物流における排出削減（Scope3カテゴリ4対策）

【生産地⇒当社】

- 調達物流時（川上）の排出量の実態把握（ブランドごとに）と削減策検討
⇒効果的なサービスが選択できない（海上輸送）
- 調達物流からの排出量をオフセット
（森林系Jクレジットおよび中国・東南アジアでのボランタリークレジットの購入）

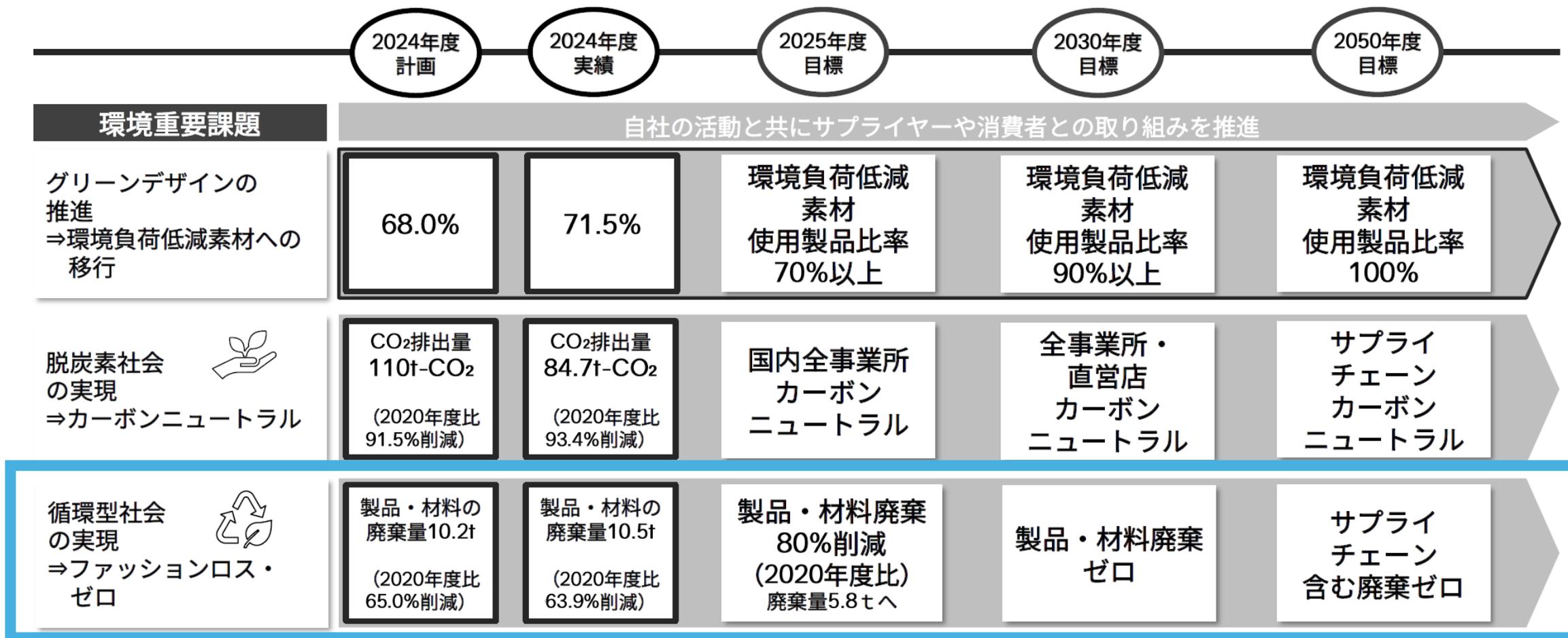


【当社⇒店舗・お客様】

- 配送（下流）での削減検討（積載量up、まとめ配送、など）
⇒効果的な輸送サービスが選択できない



事業からの排出削減（Scope3カテゴリ 5 対策）



販売した製品の廃棄削減/ロングライフ化 (Scope3カテゴリ12対策)

● 直営店やスポーツイベントでの衣料回収



● リペアサービス



● クリーニング・ストレージサービス



● リセール事業 (アップサイクル)



(Before) 回収した製品

(After) アップサイクル後

課題（まとめ）

	課題	対応策
カテゴリ 1	<ul style="list-style-type: none"> ・サプライヤーでの削減推進 ・削減効果の訴求が困難（お客様の選択動機づけ） 	<ul style="list-style-type: none"> ・サプライヤーエンゲージメント推進（説明、協力依頼、動機づけなど） ・脱炭素製品の効果的な算定、価値評価 革新的な新素材、新製品の開発
カテゴリ 4	<ul style="list-style-type: none"> ・効果的な運送、配送サービスが選択できない 	<ul style="list-style-type: none"> ・サービスの普及
カテゴリ 12	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様に長く使用していただくための施策が削減効果として反映できない 	<ul style="list-style-type: none"> ・ロングライフ製品やサービスの評価
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・市場創造 ・脱炭素製品価格 ・ネットゼロのための炭素隔離手法（削減以外） 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者を動機づける訴求方法、インセンティブなど（C1対策と同様、削減や活動に共感いただく策） ・コスト対策、脱炭素使用推進（規模拡大） ・炭素吸収/固定、炭素税？ルール形成？