

ZOZO SUSTAINABILITY REPORT 2021



CONTENTS

P3. トップメッセージ

P5. サステナビリティステートメント

P9. サービス&テクノロジー

P15. 環境への取り組み

P22. 社会への取り組み

P27. 働き方と福利厚生

P31. ステークホルダーの声

P38. ガバナンス

サステナブルな未来を ソウゾウし続けます

株式会社ZOZO
代表取締役社長兼CEO

澤田 宏太郎

新型コロナウイルス感染症により被害や影響を受けられた皆様に、心よりお見舞い申し上げます。また、現場の最前線で対応されている医療従事者の方々をはじめ、関係者の皆様に深く敬意を表し、感謝申し上げます。

尊い命や健康を失った人。経済的な苦況に追い込まれてしまった人。そして、「カッコよく」コーディネートして出かける楽しみが減ってしまった人。コロナ禍は私たちから、多くの「笑顔」を奪いました。「世界中をカッコよく、世界中に笑顔を。」を企業理念に掲げる会社として、社会の復興に貢献しなければならない、と想いを強めています。

生活者のデジタルシフトが進む中、当社は取引先であるブランド様やヤマト運輸様などと共に、新しいビジネスのあり方を模索し続けてきました。また、お客様にこれまでと変わらずファッションを楽しんでいただけるよう、感染対策をおこないながら物流や顧客サービスを止めずに尽力し、導入可能な部署では積極的に在宅勤務を実施してきました。

私たちが誇るべきは、ファッションを愛し、テクノロジーに精通した1,300名以上の社員がいることです。こんな会社は、世界を見渡しても稀でしょう。当社では、経営戦略として掲げている「MORE FASHION × FASHION TECH」を、社員一人ひとりが楽しく働きながら実行し、企業理念の実現を目指してまいります。

ビジネスは堅調に成長

これまでのように、街へショッピングに出かけられないことも多い。そんな状況だからこそ、当社のオンラインサービスが求められています。

主要サービスの「ZOZOTOWN」は、年間購入者数が973万人にのぼり、取り扱いブランド数も8,490まで成長しました(※)。2020年度は、フェイスカラー計測ツール「ZOZOGLASS」を発表し、コスメ専門モール「ZOZOCOSME」をオープンしました。さらに、ラグジュアリー&デザイナーズゾーン「ZOZOVILLA」、個人のブランド立ち上げを支援するD2C事業「YOUR BRAND PROJECT」も展開しています。

そして2021年度、新たに戦略の柱を3つ発表しました。1つ目は、今の「ZOZOTOWN」をさらに伸ばすための「『買う』以外のトラフィックを増やす」、2つ目はEC以外の収益ポイントを増やすための「『生産支援』に踏み込む」、3つ目は海外を攻めていくための「『ライセンス販売』にトライ」する戦略です。

これらの実現のために、2021年10月1日付で、ZOZOグループ内の組織を再編しました。既存事業のスピード向上とイノベーション創出強化を進めていきます。

(※)2021年6月末時点

サステナビリティへの取り組みを本格スタート

ただ、こうしたビジネスの代償として、環境や社会に負荷をかけているようでは本末転倒です。サステナビリティを意識した活動に取り組むことは、「世界中をカッコよく、世界中に笑顔。」を実現するために不可欠だと考えています。

そこで当社では2020年に、経営陣で構成するSDGs推進委員会を設置しました。環境・社会に対して、ファッションを扱うプラットフォーム企業として何ができるのか議論を

重ね「ファッションでつなぐ、サステナブルな未来へ。」というサステナビリティステートメントを策定しました。ファッションとテクノロジーを通じて、人と人をつなぎ、社会課題を革新的なやり方で解決していくという思いが、このステートメントには込められています。

また、当社がこれまで大切にしてきたことと、これからの事業を通じて中長期で取り組むべきことをかけ合わせ、「サステナブルなファッションを選択できる顧客体験の提供」「廃棄ゼロを目指す受注生産プラットフォームの構築」「ファッションに関わるすべての人のダイバーシティ&インクルージョン推進」「持続可能な地域づくりへの貢献」という、サステナビリティの4つの重点取り組みを発表しました。今後は、ESG領域における積極的な情報開示も実施していきます。

ステークホルダーとのつながりを大切に

「ファッションでつなぐ、サステナブルな未来へ。」の実現に向けて、当社はプラットフォームとして、あらゆるステークホルダーの皆様とのつながりを大切にします。ブランドの皆様をはじめ、ヤマト運輸様や、千葉市などの自治体、地域住民の皆様と共に、社会課題の解決に向けて取り組んでいきます。



SUSTAINABILITY STATEMENT

サステナビリティステートメント

ZOZOグループでは、創業当初から社会貢献活動へ積極的に取り組んできました。
2021年4月からは、より中長期的な視点でサステナビリティに取り組んでいます。



ZOZO

Copyright © ZOZO, Inc. All rights reserved.

ファッションでつなぐ、 サステナブルな未来へ。

ZOZOは、環境や社会をよくする新しいファッションの世界を目指します。

一人ひとりが自分の個性を発揮し、認め合うことで生まれるソウゾウカで。

今までにない、テクノロジーの力で。

ファッションとテックと人をつなぎ、関わるすべてのみなさまとともに、

地球の課題を革新的なやり方で解決することを約束します。

いつまでも大好きなファッションを楽しみ続けるために。

1

サステナブルなファッションを 選択できる顧客体験の提供

ZOZOがブランドとともに考える基準や生産背景まで含めた詳細情報を自社運営サービスに掲載することで、お客様に人権や環境に配慮されたサステナブルな商品を選択できる機会を提供する。

短期 / ブランド各社のサステナビリティ基準をもとに商品を表示

中長期 / ZOZOとブランドがともにサステナビリティ基準を作り、生産背景まで含めた商品情報に拡充



2

廃棄ゼロを目指す受注生産 プラットフォームの構築

ZOZOが計測技術や各種データを活かした受注生産プラットフォームを構築することで、アパレルにおける大量生産・大量廃棄を減らすための仕組みを実現する。

短期 / 自社のアパレル生産・販売サービスに加え、ZOZO出店の一部ブランドに受注生産プラットフォームを提供

中長期 / ZOZO出店の全ブランドおよび希望するユーザーに受注生産プラットフォームを提供



3

ファッションに関わるすべての人の ダイバーシティ&インクルージョン推進

ZOZOが積極的な情報発信や取り組みを行い、自社の社員、ファッション業界のプレイヤーや次世代層、マイノリティの人々、ファッションの生産者、汚染の影響を受けている人たち、ZOZOのお客様など、ファッションに関わるすべての人が可能性を発揮できる社会づくりに貢献する。

短期 / ZOZO社員および関わりの深いステークホルダーへの意識啓発を行う

中長期 / ZOZOがファッション業界やバリューチェーン上のパートナーと協働し、サービスの提供や発信を行う



4

持続可能な地域づくりへの貢献

ZOZOがファッションとテクノロジーを活用し、各地域の環境面・社会面の課題解決にステークホルダーとともに取り組み、地域の活性化、持続可能な地域の実現に貢献する。

短期 / 自社拠点エリアにおける、地域の課題解決及び活性化に貢献

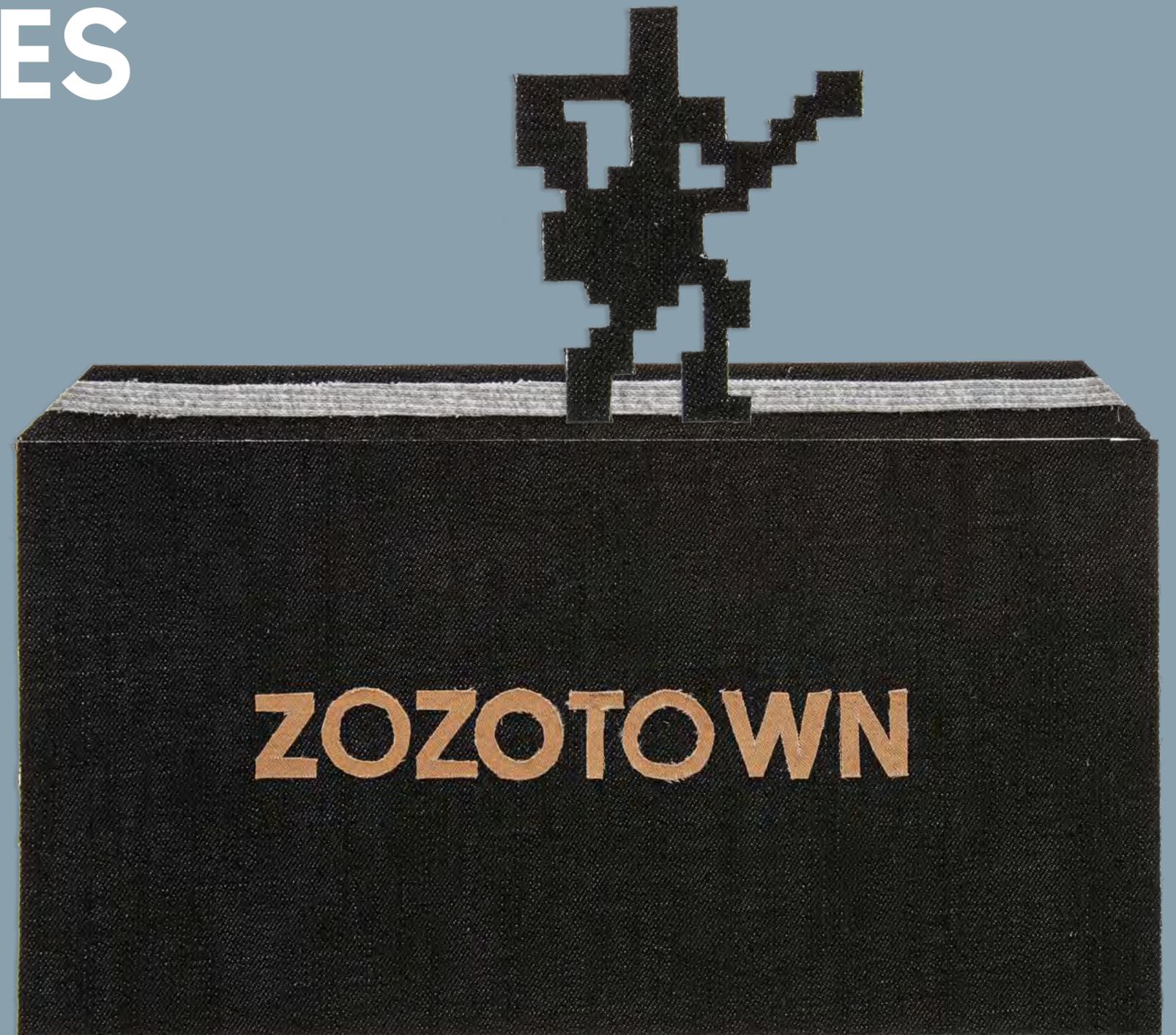
中長期 / 自社拠点エリア以外における、地域の課題解決及び活性化に貢献

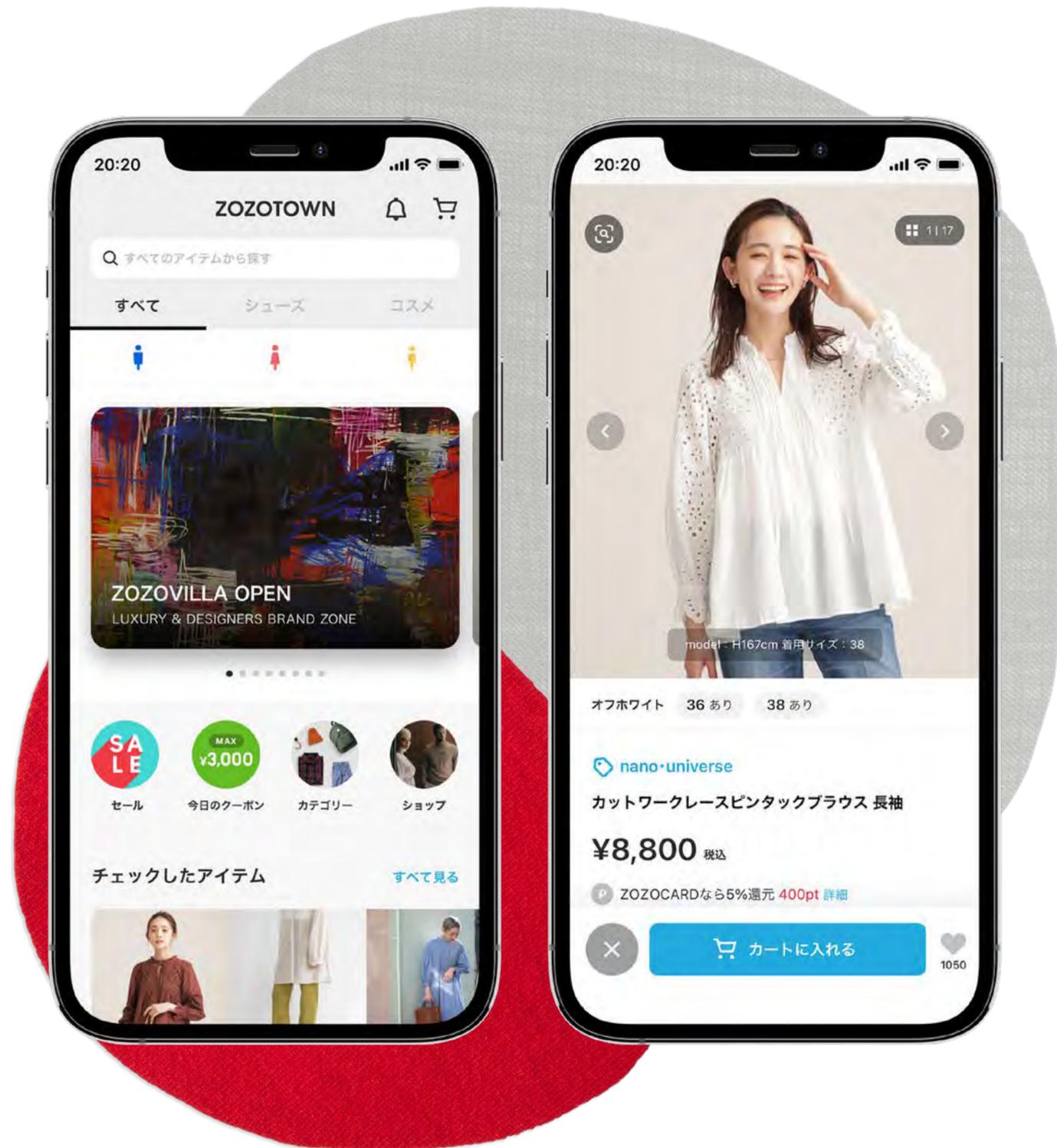


SERVICES & TECHNOLOGIES

サービス & テクノロジー

ファッションとテクノロジーの力をかけ合わせ、関わるすべてのみなさまと一緒に
“ソウゾウのナナメウエ”を行くやり方で時代の先端を走り続けていきます。





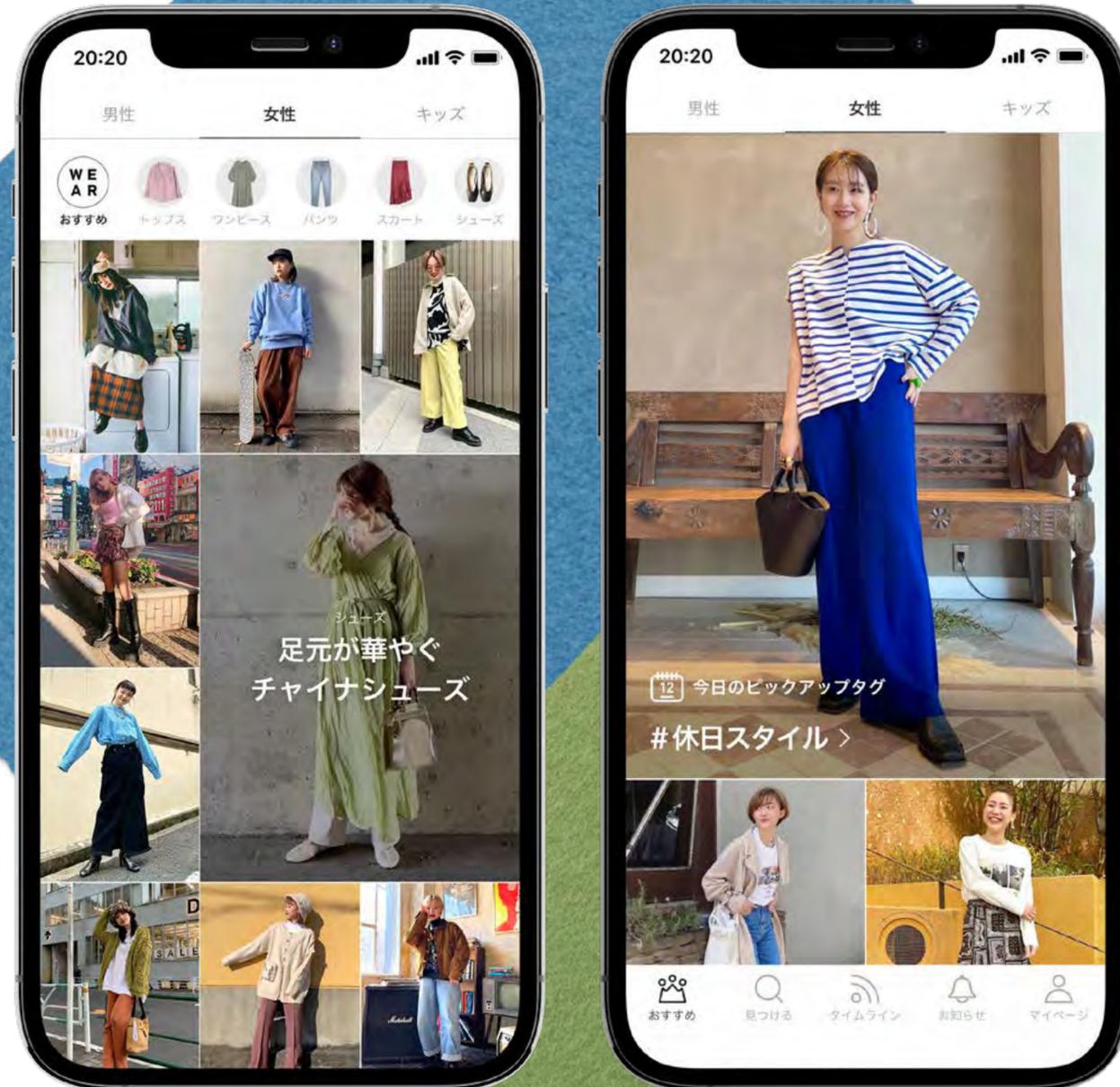
ZOZOTOWN

ファッション通販サイト。

1,400以上のショップ、8,400以上のブランドを取り扱う。常時83万点以上の商品アイテム数と毎日平均2,900点以上の新着商品を掲載。(※)

コスメ専門モール「ZOZOCOSME」や靴の専門モール「ZOZOSHOES」、ラグジュアリー&デザイナーズゾーン「ZOZOVILLA」を展開。即日配送サービスやギフトラッピングサービス、支払いが2ヶ月後になる「ツケ払い」などの各種サービスを提供。

(※)2021年6月末時点
サービス開始 / 2004年12月15日
<https://zozo.jp/>



WEAR

日本最大級のファッションコーディネートアプリ。

コーディネートの投稿、オフィシャルユーザー「WEARISTA(ウェアリスタ)」(*1)やショップスタッフ、一般ユーザーが投稿するコーディネートの検索・閲覧・保存が可能。コーディネート投稿総数は1,000万件以上、アプリのダウンロード数は1,500万件を突破(*2)。ピックアップタグから最新のトレンドをチェックできるほか、コーディネート着用アイテムをZOZOTOWNやブランド公式サイトで購入可能。著名人やインフルエンサーも多数参加。

(*1)WEARISTAとは・・・「ファッションISTA」として公式認定されたユーザー

(*2)2021年6月末時点

サービス開始 / 2013年10月31日

<https://wear.jp/>

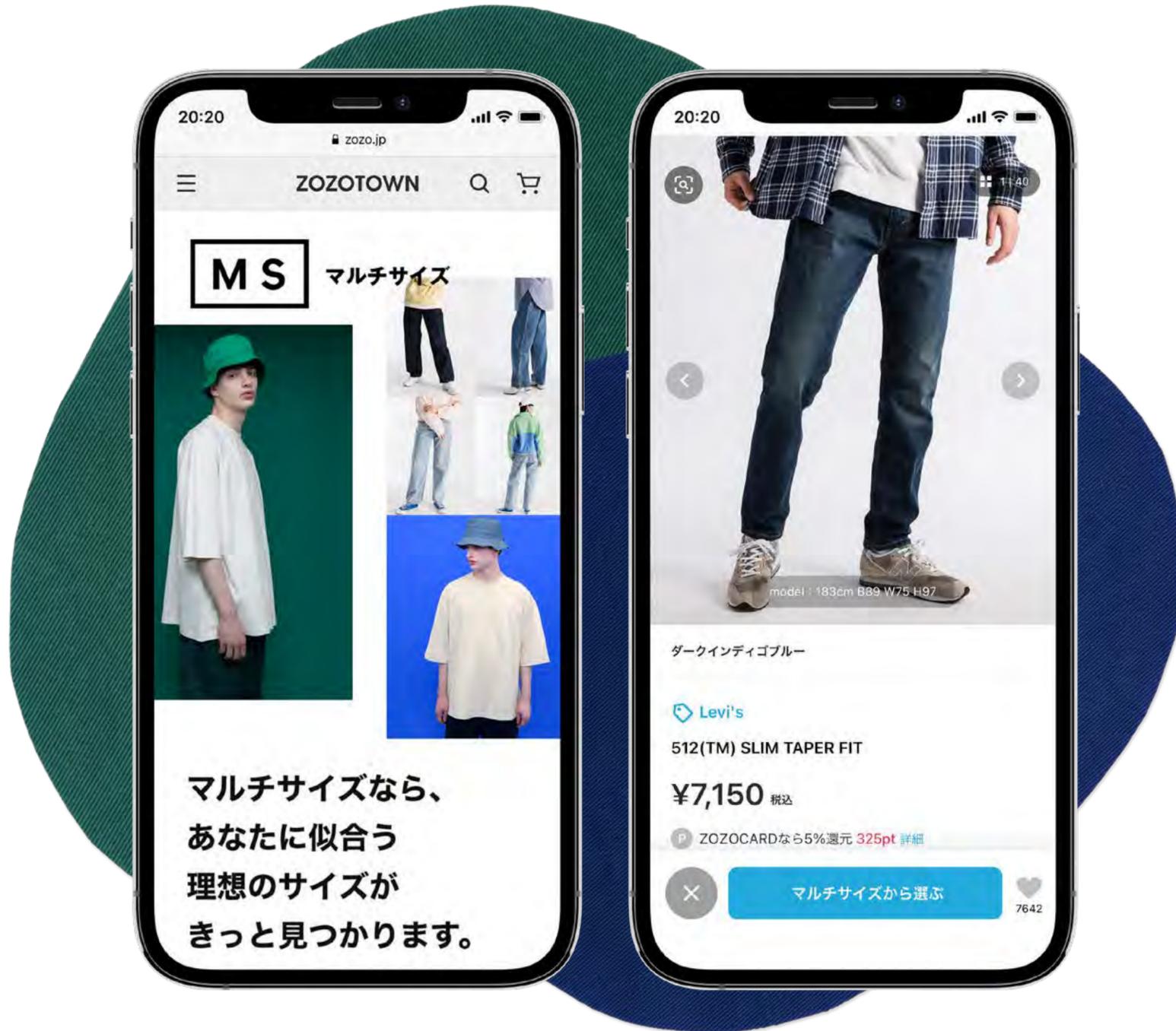


ZOZOUSED

ブランド古着のファッションゾーン。

7,000以上のブランドを取り扱い、常時70万点以上の商品アイテムを掲載(※)。カジュアルブランドからハイブランドまで幅広いアイテムを中古ならではのお得な価格で販売。洋服の下取りサービス「買い替え割」では、ZOZOTOWNでお買い物の際、過去に購入したアイテムを下取りし、下取り金額分をその場で値引きするほか、過去に購入したアイテムをいつでもZOZOポイントと交換できる「いつでも買い替え割」機能を提供。下取りアイテムを送る際、ZOZOTOWN以外で購入したアイテムも同梱し、買取可能。送料・手数料無料。

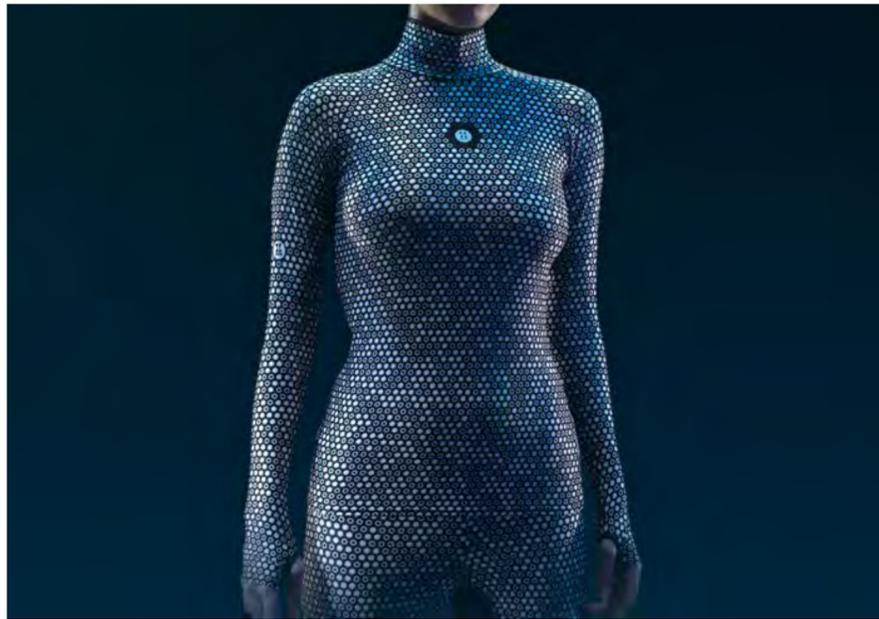
(※)2021年6月末時点
サービス開始 / 2012年11月12日
<https://zozo.jp/zozoused/>



MS マルチサイズ

身長と体重を選択するだけで理想のサイズが購入できる新しい洋服の買い方。2019年秋冬から、ブランドと協働でマルチサイズ(MS)展開したアイテムをZOZOTOWN上で販売開始。参加ブランドは30、400品番以上(※)。

(※)2021年6月末時点
サービス開始 / 2019年8月2日
<https://zozo.jp/multisize/>



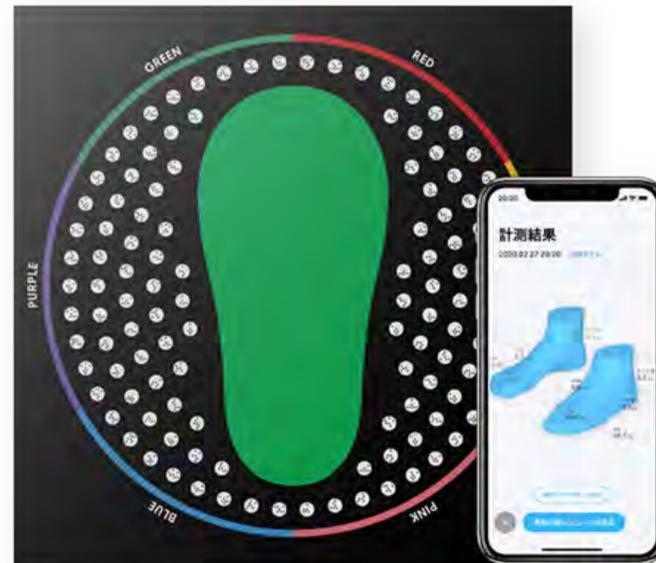
ZOZOSUIT 2

採寸用ボディースーツ「ZOZOSUIT」(*)はスーツ全体に施されたドットマーカをスマートフォンのカメラで360度撮影することで、精度の高い計測が可能。

3D計測用ボディースーツ「ZOZOSUIT 2」は、採寸用ボディースーツ「ZOZOSUIT」のデザインと、計測結果を用いた3Dモデル生成のアルゴリズムを大幅に改善。基本的な計測方法および計測の手軽さはそのままに、より精緻な身体の3Dモデル生成が可能。

(*)現在は配布終了

<https://corp.zozo.com/measurement-technology/>



ZOZOMAT

足の3D計測用マット「ZOZOMAT」は、マット全体に施されたドットマーカをスマートフォンのカメラで360度撮影することで、自宅にいながら簡単に高精度で足の3D計測ができる計測ツール。マットに片足ずつのせ、それぞれの足をスマートフォンで撮影することで、足長・足幅・足囲などの複数箇所の計測が可能。

<https://zozo.jp/zozomat/>



ZOZOGLASS

フェイスカラー計測ツール「ZOZOGLASS」は、ECにおけるコスメ購入時の課題であった「色選び」に関する不安や悩みを解消する計測ツール。スマートフォンのカメラで撮影したグラス本体の丸いマーカによってカラーチップの位置と配置を識別し、正面に施されたカラーチップの色をもとに肌の色を検出し、カラーチップ本来の登録カラーとの補正によって肌の色を計測することが可能。

<https://zozo.jp/zozoglass/>

ENVIRONMENT

環境への取り組み

「世界中をカッコよく、世界中に笑顔を。」

企業理念にある「世界」には、お客様だけでなく、世界中の人々や地球環境も含まれています。環境、社会、人権などに配慮された商品を知り、手に取っていただくことも、私たちの使命です。

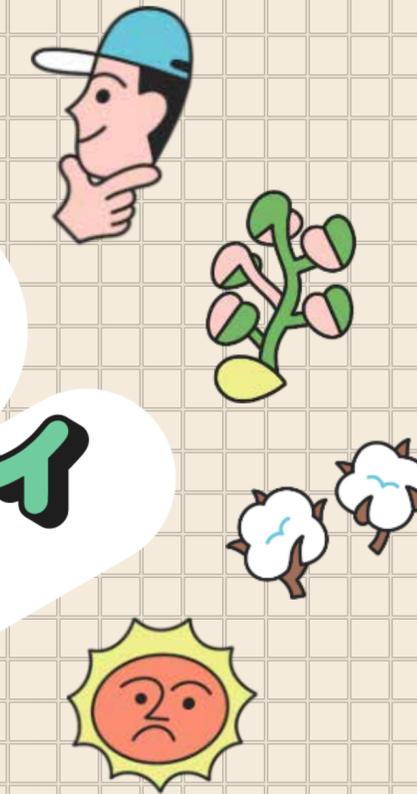
A sculpture made of fabric strips, possibly representing a building or a structure, with a sign that says "ZOZOBASE". The sculpture is composed of numerous horizontal and vertical strips of fabric, creating a grid-like pattern. The sign is a dark rectangular piece with the word "ZOZOBASE" written in white capital letters. The background is a solid blue color.

ZOZOBASE



ZOZOTOWNと学ぶ

ファッション と サステナビリティ



ZOZOTOWNにおける取り組み

当社は、「ZOZOTOWN」上でファッションとサステナビリティについて知り、学ぶきっかけとなる特設ページ「ZOZOTOWNと学ぶ ファッションとサステナビリティ」を、2021年10月に公開しました。特設ページでは、サステナビリティについての考え方や、環境や人権に配慮された商品の紹介、ブランド様の活動などを掲載しています。2021年4月に発表した、サステナビリティ領域における4つの重点取り組みの一つ「サステナブルなファッションを選択できる顧客体験の提供」の実現を目指し、様々な取り組みをおこなっていきます。

<https://zozo.jp/sustainability/>



欲しい服が¥0で買えるかも
🔄 **買い替え割**



ZOZOUSEDにおける取り組み

当社が展開する「ZOZOUSED」では、お客様が「ZOZOTOWN」で過去に購入された商品を買取り販売することにより、衣料品などを循環させています。2020年度のお客様からの買取り点数は、700万点以上にのぼります。商品を回収する際は、不要になった衣料品などを簡単に詰めて発送できるオリジナルの「リユースバッグ」の使用を推奨しています。「リユースバッグ」は、段ボールやガムテープなどの梱包資材を使わず発送準備ができる、環境に配慮した便利な不織布製ファスナー付きバッグです。この「リユースバッグ」はクリーニングが可能で、現在約94%を再利用しています。また買取りをした商品のうち、汚れなどにより販売が難しい場合は、クリーニングやメンテナンスをおこなうことで、最大限再販売化に努めています。なお、再販売できない商品も、適切な処理をおこなう衣料品買取業者に買取りを依頼しており、その点数は2020年度で約149万点におよび、仮に焼却・棄却処分した場合のCO₂排出量に換算すると、年間約3,221トンの削減につながります。

<https://zozo.jp/zozoused/>





ZOZOMARKET



fukuu



環境への取り組み / サービス

STOCK

YOUR BRAND PROJECTにおける取り組み

当社は、ファッション通販サイトとして商品を“売る”だけでなく、商品を“生み出す”立場としても、サステナビリティに目を向けながら、ファッション業界を盛り上げたいと考えています。D2C事業「YOUR BRAND PROJECT」では、個人のブランド立ち上げに必要な、商品企画・生産・販売・物流・カスタマーサポートなどの工程・資金を全面バックアップし、才能やセンス溢れる個人と、二人三脚でブランドづくりに取り組んでいます。この取り組みの中で、オーガニック素材や再生繊維などをはじめ、環境や人権に配慮した素材を多数取り入れて商品を展開しています。また、一部の商品では多サイズ展開をおこなう「マルチサイズ」での受注生産を採用し、大量生産・大量廃棄を減らすための仕組みを構築しています。

<https://zozo.jp/yourbrandproject/>



計測テクノロジーにおける取り組み

体型や住んでいる場所が理由で、ファッションを楽しめない人がいる世界は、私たちが望むものではありません。当社は、あらゆる人が平等にファッションを楽しみ、多様性が認められる世界を目指して、テクノロジーを活用しています。2017年の「ZOZOSUIT」(※1)の発表以来、足の3D計測用マット「ZOZOMAT」、フェイスカラー計測ツール「ZOZOGLASS」、3D計測用ボディースーツ「ZOZOSUIT 2」など、スマートフォンを活用した計測技術を開発してきました。高精度で簡単に計測できる「ZOZOMAT」は、足のサイズを測るのではなく足を3D計測するため、試着なしで適切なサイズのシューズをお選びいただけます。ZOZOMAT対応シューズは非対応シューズに比べて返品率が36.9%低い(※2)という結果も出ており、サイズが合わない商品の出荷および返品にともなう、物流による環境負荷を低減させています。

(※1)現在は配布終了

(※2)ZOZOMAT対応シューズと非対応シューズの返品率を比較(対象期間:2020年2月27日~2020年10月12日)

<https://corp.zozo.com/measurement-technology/>

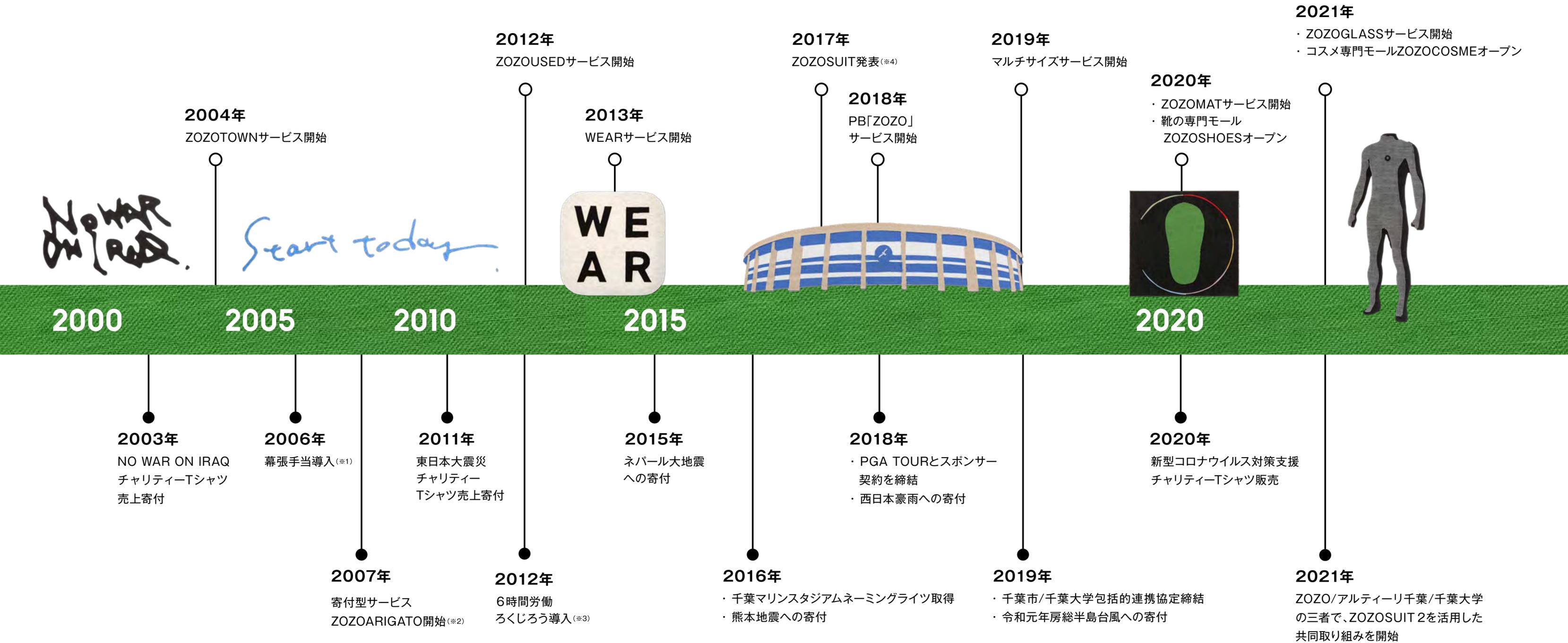




配送における取り組み

当社は2021年7月より、配送時に同梱していた納品書兼領収書を電子化しました。2020年度の出荷件数で換算した場合、年間約4,500万件分の納品書兼領収書の用紙を削減している計算になり、CO₂排出量で換算すると約192トンの削減につながります。また、2020年6月よりヤマト運輸株式会社によるEC事業者向け新配送商品「EAZY(イージー)」(*)を導入し、置き配での受け取りが可能になりました。再配達が減ることで、CO₂排出量の削減につながります。2021年6月からは、配送伝票の個人情報部分を二次元コード化し、置き配時の個人情報漏洩のリスクを低減させています。

(※)「EAZY」とは…ヤマト運輸様と連携したオンラインショップ等で注文した、商品の受け取りを対面に加え、ご自宅敷地内の玄関ドア前やガスメーターボックス、車庫など、置き配を含めた多様な受け取り方を選択できるサービス
<https://corp.zozo.com/news/20200616-10620/>



(※1)現在は千葉/つくば/宮崎手当 (※2)2015年3月終了 (※3)2019年10月フレックス制度導入に伴い終了 (※4)現在は配布終了

各拠点における取り組み

当社は、ZOZO本社屋や「ZOZOBASE」など全国に複数ある拠点で、環境に配慮した取り組みをおこなっています。



ZOZO本社屋

2021年2月に、本社を海浜幕張から西千葉へ移転しました。新本社屋は、「想像と創造の行き交う街、西千葉」をコンセプトに掲げており、執務スペースは開放的な大きな窓が特徴で、本社屋前の街路と同じ高さにつくられています。このデザインには社員の様子を外から見て感じていただくことで、街と当社のつながりを生んでいきたいという想いが込められています。また、本社屋では、トラッキング付の再生可能エネルギー100%の電力を使用しています。



物流拠点「ZOZOBASE」

当社は、全物流拠点でLED照明を導入しており、「ZOZOBASE習志野1」では、蛍光灯からLED照明に切り替えたことにより、年間11万kWhの電力消費量を削減しました。CO₂排出量に換算すると、年間692トンの削減につながります。さらに「ZOZOBASE」の一部拠点において、2021年度中にトラッキング付の再生可能エネルギー100%の電力を導入予定です。これにより、当社拠点の電力消費量のうち、6割以上が再生可能エネルギー100%の電力になる見込みです。また、梱包する際に生じる隙間を埋めるために使用していたプラスチック素材の緩衝材も廃止し、2020年10月から再生紙の緩衝材を採用しています。(※)

(※)一部ワレモノ等に関しては、プラスチック素材の緩衝材も使用しています。



データセンター

ITインフラを支える基盤であるデータセンターでは、多くの電力や水資源を消費します。そのため、当社のデータセンターでは再生可能エネルギーを導入しています。複数あるデータセンターのうち、電力の消費量が最も多いデータセンターでは再生可能エネルギーを100%使用しており、その他の拠点でも再生可能エネルギーを一部使用しています。今後も電力や水資源など環境への配慮に努めてまいります。

SOCIAL

社会への取り組み

当社は本社屋のある西千葉を中心に、地域への貢献活動や災害支援、スポーツを通じた社会貢献などにも積極的に取り組んでいます。





ZOZO社員による出前授業の実施

当社では「世界中をカッコよく、世界中に笑顔。」という企業理念や、「楽しく働く」という考えが根付いています。こうした考え方や自事(※)の内容について伝えるため、当社社員が千葉市教育委員会の主催する「出前授業」の講師として、地域の学校の生徒に向けて定期的に授業をおこなっています。

(※)当社では、仕事のことを「仕事(仕えること)」ではなく「自事(自然なこと)」であるという意味を込めて、「自事(しごと)」と表記



中学生とユニフォームをデザイン

地域の若い世代との共創にも取り組んでいます。ZOZO本社屋の近隣にある千葉市立緑町中学校男子バレーボール部の生徒さんから「男子バレーボール部のユニフォームをデザインしてほしい」とお手紙をいただき、当社がユニフォームをデザインしました。部員の皆さんの期待に応えるため、何度も打ち合わせを重ね、世界に一つだけのオリジナルユニフォームが完成しました。



ZOZOの広場を開設

当社は地域活性化のため、ZOZO本社屋の向かいに、「ZOZOの広場」を設置しています。この広場では、当社の会社行事やイベントの開催、個人や団体を問わず、地域の皆様にご活用いただけるイベントスペースとしての貸し出しもおこないます。また、普段は地域の皆様へフリースペースとして開放し、交流の場としてご利用いただいています。



包括的連携協定を締結

当社は自治体や学校、施設、地域の皆様と連携しながら、本社屋のある西千葉の価値創造に取り組んでいます。2019年2月には、千葉市および国立大学法人千葉大学との包括的連携協定を締結しました。千葉市との協定は、双方の資源、ノウハウを有効に活用した協働を推進し、企業と行政の両面から街の個性や魅力を高め、未来へつなぐまちづくり、地域の活性化などの実現を目指します。また、千葉大学との協定は、人的・知的資源の交流などを通して、学術・文化の振興と地域経済の活性化を図り、地域社会へ貢献することを目的としています。

<https://corp.zozo.com/news/20190213-7006/>



災害支援と寄付活動

当社が所有する物資やサービスを、災害時の支援などにも活用しています。支援物資を円滑に被災地へ運ぶため、ヤフー株式会社が事務局を務める緊急災害対応アライアンス「SEMA(※)」に加盟しています。「SEMA」は大規模自然災害発生時に、日本国内の民間企業と市民団体の連携により、企業が持つ物資・サービス等をワンストップで被災者へ提供しており、当社は災害時に衣料品の提供をおこないます。また、当社独自の支援活動として「ZOZOTOWN」サイト上でのチャリティー商品の販売、義援金の寄付のほか、衣料品等の救援物資の提供、現地でのボランティア活動などの被災地支援に取り組んできました。コロナ禍の支援策としても、2020年5月にチャリティーTシャツ「SAVE FASHION, SAVE THE TOWN TEE」を製作・販売し、収益を通じた社会支援活動として、ご希望いただいた445社の取引先ブランド様へ計11,756本の消毒用ハンドジェルを提供しました。

(※)「SEMA」とは・・・民間企業と市民団体(CSO)が連携し、日本国内において災害支援を行うための仕組み
<https://sema.yahoo.co.jp/>
<https://corp.zozo.com/news/20201130-12283/>



ZOZOマリスタジアムの取り組み

2016年12月より、千葉マリスタジアムのネーミングライツ(命名権)を取得し、同スタジアムの名称を「ZOZOマリスタジアム」と命名しました。当社が運営するファッション通販サイト「ZOZOTOWN」の名称と、地域の皆様に馴染みの深い「マリン」を組み合わせ名付けました。

また、当社は、千葉ロッテマリーンズファンの皆様や地域の皆様に喜んでいただけるよう、「ZOZOマリスタジアム」スタッフのユニフォームのプロデュースなど、千葉市や千葉ロッテマリーンズと協力した企画を随時実施しています。

<https://corp.zozo.com/news/20161118-449/>



アルティリー千葉との取り組み

2021年4月、千葉市をホームタウンとするプロバスケットボールクラブ「アルティリー千葉」が誕生しました。当社はアルティリー千葉、国立大学法人千葉大学と協業し、当社が独自開発した3D計測用ボディースーツ「ZOZOSUIT 2」を活用した共同取り組みを開始しています。

本取り組みでは、「ZOZOSUIT 2」でアルティリー千葉の所属選手の体型を計測し、千葉大学大学院医学研究院整形外科学および千葉大学フロンティア医工学センターの知見をふまえ、スポーツ選手のパフォーマンス向上やケガ防止の可能性を模索しています。スポーツ分野における「ZOZOSUIT 2」活用の可能性を探るとともに、三者が共に拠点を置く地元千葉への地域貢献を目指します。

<https://corp.zozo.com/news/20210719-14795/>



ZOZO CHAMPIONSHIPの開催

当社は2019年より、PGA TOURトーナメント「ZOZO CHAMPIONSHIP」の大会タイトルスポンサーを務めています。長い歴史と名誉のある「PGA TOUR」の日本初開催トーナメントのタイトルスポンサーとして、ゴルフとファッションを融合させた、世界で類を見ないトーナメントを開催することで、ゴルフという世代や性別、国境を超えて愛されるスポーツを応援します。2019年はアコーディア・ゴルフ 習志野カントリークラブで開催し、チャリティー活動により、総額約3,000万円を、日本赤十字社とザ・ファースト・ティ・オブ・ジャパンの2団体に寄付しました。2020年の「ZOZO CHAMPIONSHIP@シャーウッド」では、新型コロナウイルス感染症対策支援や、ゴルフを通じて子どもたちに豊かな価値観を促進する教育プログラムの支援を目的に、大会を通じたチャリティー活動を実施し、総額約550万円を寄付しました。今後も大会タイトルスポンサーとして、世界最高峰のPGA TOURトーナメントの開催を通じて、世界中へ感動や希望をお届けしてまいります。

WORK STYLE & WELFARE

働き方と福利厚生

当社の企業理念実現のためには、まず自分たちがカッコよく、笑顔で働くことが大切です。個々の特性を生かし、社員一人ひとりが可能性を發揮できる環境づくりをおこなっています。





多様な働き方をサポート

当社は、多様性を尊重し、主体性を持ちながら、「楽しく働く」ための環境づくりに取り組んでいます。その一環として、社員の生活に合わせた働き方ができるようにフレックスタイム制度を導入し、一部の部署ではフルリモートワーク制度を導入しているほか、出勤日を減らして休日を増やす「週休3日制」も選択できるようにしています。また、コロナ禍においては在宅勤務を推奨し、コロナ禍終息後には、週2出勤・週3リモートワークという新しい働き方に移行する予定です。



「家族時短」制度の導入

育児や介護などの理由から、通常の勤務時間で働くことが難しい場合に利用できる「家族時短」制度を導入しています。家族へのサポートが必要な場合は、1日30分単位から最大2時間の時短勤務制度の利用が可能です。ペットや同居人など社員が「家族」と認識する対象に利用できる制度です。



地域活性化を目的とした手当

当社は、拠点がある千葉・つくば・宮崎の地域の活性化を目的に、指定エリア内に住む社員に月3~5万円の手当を支給しています。この福利厚生制度を多くの社員が利用することで、地域経済への還元や地域の皆様との交流につながっています。「会社の近くに住むことで通勤しやすくなった」「近くに住む社員と交流を持ちやすくなった」という声もあり、現在社員の約7割がこの制度を利用しています(※)。

(※)2021年10月時点



FRIENDSHIP DAY

社員数が増えると、同じ会社で一緒に働いている仲間であっても、お互いについて知らないことがたくさん出てきます。当社は事業部や所属拠点を越えた新しいつながりのきっかけをつくるため、「FRIENDSHIP DAY」という社内交流イベントを実施しています。社内コミュニケーションを円滑にすることで、社員一人ひとりが楽しく働き、自事(※)でも助け合える環境づくりに取り組んでいます。

(※)当社では、仕事のことを「仕事(仕えること)」ではなく「自事(自然なこと)」であるという意味を込めて、「自事(しごと)」と表記



ZOZO Family Catalog Gift

結婚・出産という社員の人生の一大イベントをZOZOらしくお祝いしたいという思いから、結婚・出産祝いとして対象社員にオリジナルの「ZOZO Family Catalog Gift」を贈っています。このカタログギフトは、社内の様々な部署のスキルを活かしたモノやコトがギフトプランとしてまとめられており、手作りの洋服のギフトや、撮影テクニックを活かしたアニバーサリーフォトのギフトなどがあります。

ダイバーシティ&インクルージョン

当社は、誰もが自分らしく自然に「楽しく働く」ことを大切にしており、性別（性的指向や性自認も含む）や国籍、価値観など多様性を理解しあい、個々のライフスタイルに合わせた多様な働き方を応援する仕組みづくりに取り組んでいます。

女性の活躍推進について

当社社員の男女比率は女性49%、男性51%（※1）です。課長相当職以上の女性管理職比率は28%（※2）で、全国平均の11.9%（※3）に比べ、高い数値となっています。女性社員のさらなる活躍のため、女性活躍指針法の定めに基づく一般事業主行動計画を策定し、取り組んでいます。

（※1）2021年4月時点

（※2）2021年4月時点

（※3）厚生労働省「令和元年度雇用均等基本調査」（2019年10月時点）

LGBTQにおける取り組み

当社の社内規程における配偶者の定義には同性パートナーも含まれ、性別（性的指向や性自認も含む）にかかわらず、社内制度の適用を受けることができます。また、ダイバーシティ&インクルージョンについて学ぶために「アンコンシャス・バイアス（無意識の偏見）（※1）」をテーマに有識者をお呼びし、SOGI（※2）や多様性について勉強会を実施しました。

（※1）普段の生活や習慣、育ってきた環境などが起因となって無意識に培われる「偏見」や「差別」のことを指し、日本語に直訳すると「無意識の偏見」と位置づけられている

（※2）「性的指向（Sexual Orientation）」と「性自認（Gender Identity）」の頭文字をとった言葉で、「人の属性を表す略称」のこと

障がい者採用について

当社は一人ひとりの障がいに寄り添った配慮をおこなうことで、障がいの有無に限らず個性を発揮し、自分らしく活躍できる会社を目指しています。当社では65名（※）の障がいのある従業員が在籍しており、管理部門、カスタマーサポート部門、商品管理部門などで活躍しています。

（※）2021年4月時点

社員の育児支援について

当社は、産前産後休暇・育児休暇制度を利用しながら働き続ける社員が多数在籍しています。産前産後休暇・育児休暇後の復職率（※1）は97%と高く、直近2年では女性・男性合わせて52名の社員がこの制度を利用しています（※2）。育児休暇育休中も任意で参加できる社内企画も実施しているほか、毎年復職者の多い年度始めには、育児と自事（※3）の両立を支援すべく、復職者へ向けた休職中の情報共有と交流の機会を設けています。

（※1）復職率（女性）＝分母の育児休業終了者のうち、復職した者の数÷該当期間の育児休業終了者の数

（※2）2021年5月時点

（※3）当社では、仕事のことを「仕事（仕えること）」ではなく「自事（自然なこと）」であるという意味を込めて、「自事（しごと）」と表記

STAKEHOLDERS' VOICE

ステークホルダーの声

「ファッションでつなぐ、サステナブルな未来へ。」の実現のために、あらゆるステークホルダーの皆様とのつながりを大切にしながら取り組みを進めてまいります。



重点取り組みに関わる社員に聞きました



EC事業本部 秋山 茂依

サステナブルな商品を選びやすい売り場づくり

私たちが着用する衣類の多くは、環境汚染につながるマイクロファイバーを含んでいますが、その事実を知らない人も多いと思います。また、環境に優しい素材で作られた衣類は比較的少なく、消費者の選択肢は限定的です。私たちはこうした課題解決の一端を担うべく、「ZOZOTOWN」上でサステナブルな商品を選びやすい売り場づくりを目指していきます。まずは、環境や人権に配慮した商品の紹介や、ファッション業界の課題についても学ぶことのできるコンテンツを公開しました。スーパーでオーガニック食品を自由に選べるように、ファッションも自由に選択できるよう、「ZOZOTOWN」は新たな顧客体験を提供します。

重点取り組み① サステナブルなファッションを選択できる顧客体験の提供

新たな生産プラットフォームを開発し「廃棄ゼロ」の世界へ

当社は企業理念に「世界中をカッコよく、世界中に笑顔。」と掲げています。ファッション業界では長らく、大量生産・大量廃棄が問題視されてきましたが、その解決に全力で取り組むことも、当社が考える「カッコよさ」です。現在は「廃棄ゼロ」の世界を見据え、新たに受注生産プラットフォームを開発しています。膨大なデータとオリジナルの計測技術を生かし、お客様に合った商品を、注文を受けてから注文を受けてから生産する“MAKE FOR YOU”を世界に広めることで、お客様やブランド様、そして地球も笑顔になれるファッション業界の実現を目指します。サステナブルな社会の実現に向け、ファッションの生産をデジタル化していきます。

重点取り組み② 廃棄ゼロを目指す受注生産プラットフォームの構築



生産プラットフォーム本部 桑山 明典



人自本部 市川 美里

「楽しく働く」を追求し、個性が尊重される社会に

当社はこれまでも、従業員全員が可能性を発揮できる職場づくりに尽力してきました。「楽しく働く」ことが文化として根付いており、誰もが「自分の考える楽しさ」を追求しています。今後、私たちに求められるのは、ファッションに関わるすべての人が可能性を発揮できる社会の実現です。まずは従業員を対象に、多様な生き方を尊重・協働できるよう、意識啓発や制度設計をおこなっています。多様な働き方を後押しすると同時に、個性が尊重される社会をつくる。これが、私たち人自部^(※)の使命です。

(※)人自部とは…当社では、人のことを人事(ひとごと)ではなく自分の事のように考えられる会社になりたいという想いから「人自(じんじ)部」と表記

重点取り組み③ ファッションに関わるすべての人のダイバーシティ&インクルージョン推進

ステークホルダーと友だちのような信頼関係を築く

当社には「友だちのような信頼関係を築くこと」を目的に創設された、フレンドシップマネージメント部という部署があります。特に地域との連携は当社が力を入れている取り組みであり、本社屋の一階をガラス張りにしたのもその一環です。社員の様子を外から見て感じていただくことで、街と当社のつながりをつくり出していきたいという想いが込められています。また、地域の学校で出前授業^(※)をおこなうなど、様々な取り組みを実施しています。地域と企業が連携すれば、オリジナルの色が生まれ、持続可能な地域の実現につながるはずです。これらの取り組みを通じて、持続可能な地域づくりに貢献していきたいと考えています。

(※)出前授業とは…千葉市教育委員会が主催する次世代育成支援のこと。当社社員が講師となり、千葉市内の学校で授業をおこなっている

重点取り組み④ 持続可能な地域づくりへの貢献



フレンドシップマネージメント部 梅澤 孝之



フルフィルメント本部 **岩井 雄作**

誰もが自分らしく働く「ZOZOBASE」に

物流拠点「ZOZOBASE」では、1日数千名が働いています。当社の中で最も多くの従業員が所属する職場であり、ここで働くすべての従業員がサステナビリティへの意識を持つことは、非常に大きなインパクトを生むと考えています。このような背景から、労働環境の整備や、物流に伴う環境課題の見直しなど、広義のサステナビリティに焦点を当てた取り組みを実施してきました。今後は雇用を拡大しながら、誰もが自分らしく働ける環境づくりに、より一層邁進していきます。

「ZOZOBASE」の合言葉は「スマイルデリバリー」。地球全体に笑顔の輪が広がるよう、ここ「ZOZOBASE」からサステナビリティの実現を推進していきます。

重点取り組み③ ファッションに関わるすべての人のダイバーシティ&インクルージョン推進

重点取り組み④ 持続可能な地域づくりへの貢献

ZOZOをサポートしてくださる皆様にもお伺いしました

株式会社アーバンリサーチ

デジタル事業本部 デジタル営業部 部長

齊藤 悟 様

ZOZOさんとはお付き合いが長く、まだ「ZOZOTOWN」がバーチャルな店舗の立ち並ぶ“架空の街”だった頃からの関係になります。“黎明期からの戦友”として10年以上のお付き合いになりますが、特に印象に残っているのが、アーバンリサーチとZOZOTOWNがコラボレーションした企画「アーバンギャラクシー」です。サイトをジャックして、アーバンリサーチのアイテムをプロモーションしてもらいました。イノベティブな創造力を持ちつつ、顧客とクライアントの気持ちに寄り添う想像力を持っているのが、ZOZOさんの強みだと思います。これまでも「アツ」と驚く取り組みをされてきたZOZOさんですから、今後も大胆なアプローチで、業界に新しい風を吹かせてくれるでしょう。

例えば、サステナブルの文脈でも、「何かやってくれそう」と期待しています。アーバンリサーチは現在、“3C”を掲げ^(※1)、サステナブルな社会の実現に取り組んでいます。例えば、宮城県石巻市の若手漁師集団と「漁師ウェア」を制作することや^(※2)、異業種協働で廃棄衣料をアップサイクルする取り組み「commpost^(※3)」を展開するなど、ファッションからSDGsの実現を目指し、取り組んでいます。この領域でも、かつて「アーバンギャラクシー」を仕掛けたように、一緒にチャレンジングな取り組みができれば嬉しいです。ZOZOさんが掲げた目標を旗印にして、動き出すプレイヤーも多いはず。国際社会の一員として、積極的にSDGsを推進していきましょう。

(※1)「3C」とは…アーバンリサーチのSDGs基本方針

(※2) JAPAN MADE PROJECT “TOHOKU”とは…アーバンリサーチが「地域活性化」をメインタスクとして、日本各地の企業やクリエイターによって作られるローカルコミュニティとともにその土地の魅力を再考し発信していくローカルコミュニティプロジェクト

(※3)「commpost」とは…これからの地球環境や人のはたらき方・暮らし方に対して、新しい常識を示していきたい。そんな想いから誕生したサステナブルマテリアル・プロダクトブランド
<https://www.urban-research.co.jp/>



ヤマト運輸株式会社

EC事業本部 営業戦略部 ゼネラルマネージャー

中西 優 様

ZOZOさんとはこれまで、何度も一緒に先進的な取り組みに挑戦してきました。例えば、今となっては当たり前の「自宅外受け取りサービス」は、開発当時よりご協力いただきました。そこで得たニーズや新たな視点、課題をサービスに反映させることで、今ではコンビニエンスストアでも荷物が受け取れるようになるなど、より便利なユーザー体験をつくることができました。また、現在は伝票に記載された個人情報を2次元コード化するなど、利便性に加えてセキュリティ対策も向上し、お客様に安全も届けられています。振り返れば、いくつもの障壁のある挑戦をご一緒させていただきました。

特に印象に残っているのは、EC事業者向け配送サービス「EAZY^(※)」の開始です。コロナ禍で非対面受け取りのニーズが急増しているものの、はじめて置き配に対応するにあたり様々な懸念もある中で、「まずはやってみましょう」と前向きに導入いただきました。今後も手を取り合い新たな挑戦を続け、世の中を便利にしていきたいと思っています。SDGsの実現に向けた取り組みも、その一つです。ECサービスの利用者の利便性を高めながら、地球環境にも配慮した取り組みを実施していきたいと思っています。例えば、以前から多くの声をいただいている、お届け後に不要となるダンボールについての課題など、今後新たな配送方法も検討していきたいと思っています。ZOZOさんとなら、運送業界だけでなく、EC業界全体にインパクトを与えられるはずですよ。今後も共に挑戦していきましょう。

(※)「EAZY」とは…ヤマト運輸様と連携したオンラインショップ等で注文した、商品の受け取りを対面に加え、ご自宅敷地内の玄関ドア前やガスメーターボックス、車庫など、置き配を含めた多様な受け取り方を選択できるサービス

<https://www.kuronekoyamato.co.jp/ytc/corp/>



千葉市長

神谷 俊一 様

私が千葉市に赴任したのは8年前の2013年ですが、当時から、ZOZOさんは本市に本社を置き、全国のアパレル企業をけん引する企業でした。固定観念にとらわれず、常に新しいことにチャレンジする企業文化という印象を受けておりました。事業の拡大と同時に、地域を非常に大切にされた取り組みをおこなっており、振り返ってみれば、まちの変化の背景にはZOZOさんの存在がありました。

印象的な取り組みとして、地域活性化や本市が目指す職住近接のまちづくりにもつながる、千葉市内に居住する社員へ手当を支給する「千葉手当」の導入や、千葉市が主催する花火大会「幕張ビーチ花火フェスタ」への協賛、千葉マリンスタージアムのネーミングライツの取得などがあり、市民が千葉市に住むことに誇りと愛着を持てるまちづくりを後押ししていただいたと感謝しています。

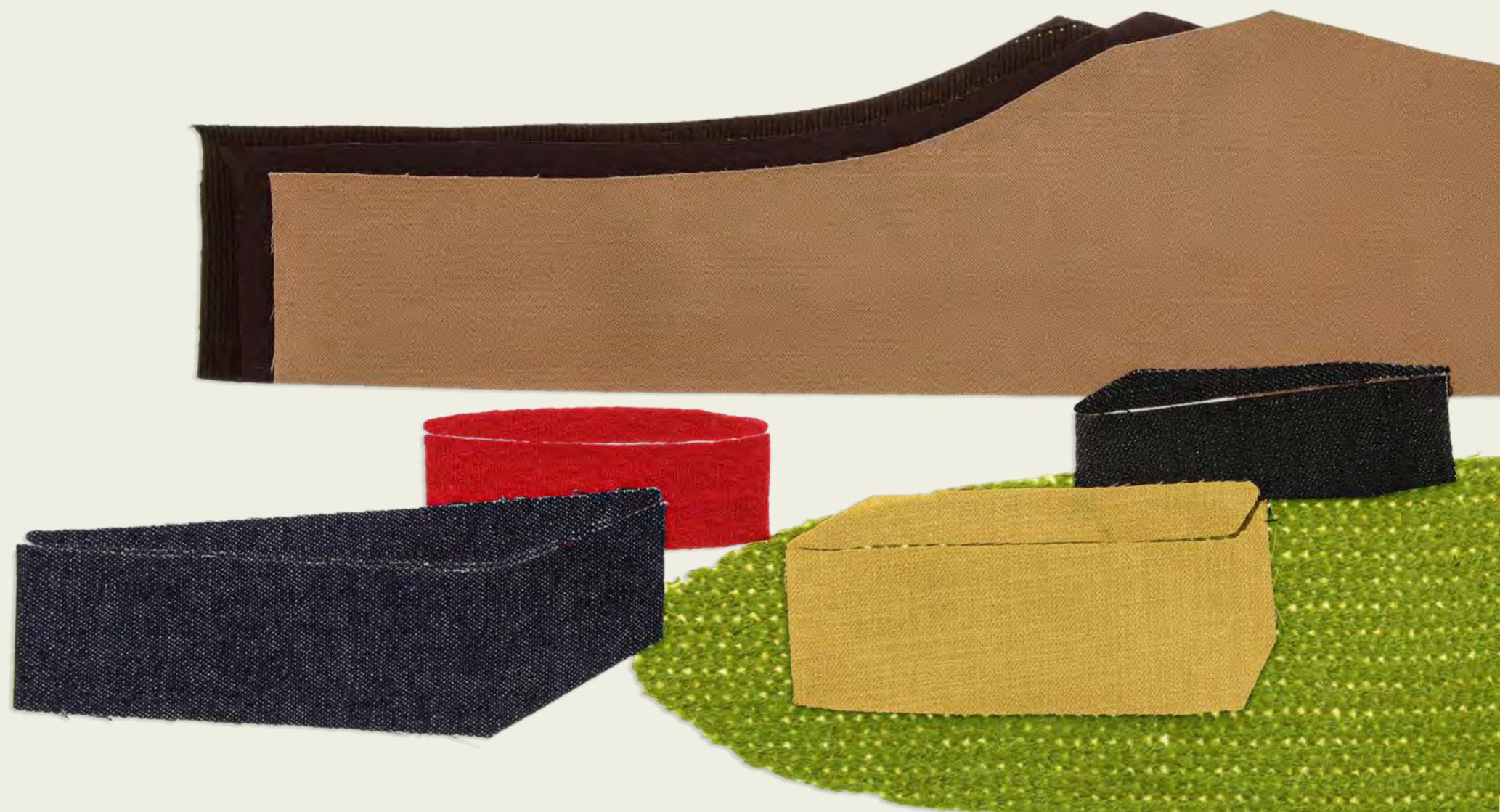
ZOZOさんは社会貢献活動もいち早く実践されている企業であり、市としても大いに参考にさせていただきながら、様々な施策を講じてきました。また、ZOZOさんは、SDGsの達成に向けた独自の取り組みをビジネスを通じておこなっており、持続可能性のある、ビジネスの新たなスタンダードを築こうとする姿勢に特長があります。今後も、地元千葉を愛し、地域に愛される企業として、サステナブルな社会づくりをリードしてくださると期待しています。

<https://www.city.chiba.jp/>

GOVERNANCE

ガバナンス

経営の健全性、透明性、効率性、迅速性を常に意識し、継続的な企業価値の向上および株主を含めたすべてのステークホルダーとの円滑な関係構築のためにコーポレートガバナンスの充実を図ります。



会社概要

会社名 / 株式会社ZOZO

設立 / 1998年5月21日

代表取締役社長兼CEO / 澤田 宏太郎

資本金 / 1,359,903千円

従業員 / 1,331名(平均年齢32.9歳) ※グループ全体(2021年6月末時点)

所在地

- ・ 本社 / 〒263-0023 千葉県千葉市稲毛区緑町1-15-16
- ・ 東京・紀尾井町オフィス / 〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町1-3 東京ガーデンテラス紀尾井町 紀尾井タワー
- ・ 福岡オフィス / 〒810-0001 福岡県福岡市中央区天神1-3-38 天神121ビル7階
- ・ 宮崎オフィス / 〒880-0805 宮崎県宮崎市橘通東4-8-1 カリーノ宮崎7階

物流拠点

- ・ ZOZOBASE習志野1 / 〒275-0024 千葉県習志野市茜浜3-7-10 プロロジスパーク習志野4
- ・ ZOZOBASE習志野2 / 〒275-0024 千葉県習志野市茜浜3-7-2 Landport習志野3~5F
- ・ ZOZOBASEつくば1 / 〒300-2692 茨城県つくば市東光台5-6-2 プロロジスパークつくば1
- ・ ZOZOBASEつくば2 / 〒305-0019 茨城県つくば市さくらの森25-3 プロロジスパークつくば2



コーポレートサイト

<https://corp.zozo.com/>

ESGデータ

<https://corp.zozo.com/sustainability/data/>

お問い合わせ

<https://corp.zozo.com/contact/>

編集方針

報告対象組織: 株式会社ZOZOおよびZOZOグループ

対象期間: 2020年4月~2021年10月

発行時期: 2021年10月

デザインについて

このサステナビリティレポートのイラストは、
「ZOZOUSED」や事業の中で不要になった布を使って、
一つひとつ手作りしました。

イラストを作成しながら、
どんなことも自分の工夫しだいで、
楽しく、優しいものに変化することを実感しました。
きっとサステナブルな活動も一緒だと思います。

これからもずっと、
ファッションを楽しめる世界が続いてほしいと、
心から願っています。

Designer & Patterner



ZOZO