



SUSTAINABILITY REPORT 2025



A Lifetime Sports Company

Feel the earth.

地球を感じ、生きていく。

感じよう。

日常の中で地球を。

それは、新しい遊び、新しい生き方。

これからの豊かさが、そこにあります。

CONTENTS

01 OUTLINE

- 4 AT A GLANCE
- 6 OUR HISTORY
- 8 価値創造プロセス

02 MANAGEMENT

- 10 トップメッセージ
ビジネス
- 14 FISHING (フィッシング)
- 16 GOLF (ゴルフ)
- 18 RACQUET SPORTS (ラケットスポーツ)
- 20 CYCLE SPORTS (サイクルスポーツ)

知的財産・イノベーション

- 22 デジタルと融合した釣りの未来
- 24 グローブライドの技術を象徴する
カーボンテクノロジー

03 SUSTAINABILITY

- 27 サステナビリティマネジメント
- 28 マテリアリティ (重要課題) とSDGs

環境

- 30 カーボンニュートラルを目指す脱炭素経営の推進
- 32 生物多様性保全の推進
産学連携で広げる自然共生サイトと、生物多様性の輪
- 34 資源循環の推進
- 36 有害化学物質の削減

社会

- フィッシング・スポーツ文化の牽引
- 38 伝統の「友釣り」と革新の「アユイング」
- 42 未来をささえる子どもたちに。
- 44 特集：地球を感じ、いのちと出会い、のびのび育つ。
子どもの挑戦を社会で守る

働きがいのある職場環境・人材活躍の推進

- 48 グローブライドらしさを原動力に、人的資本経営を推進
- 50 人的資本経営の取り組み
- 52 労働安全衛生
- 53 製品の安全性と品質管理

04 CORPORATE GOVERNANCE

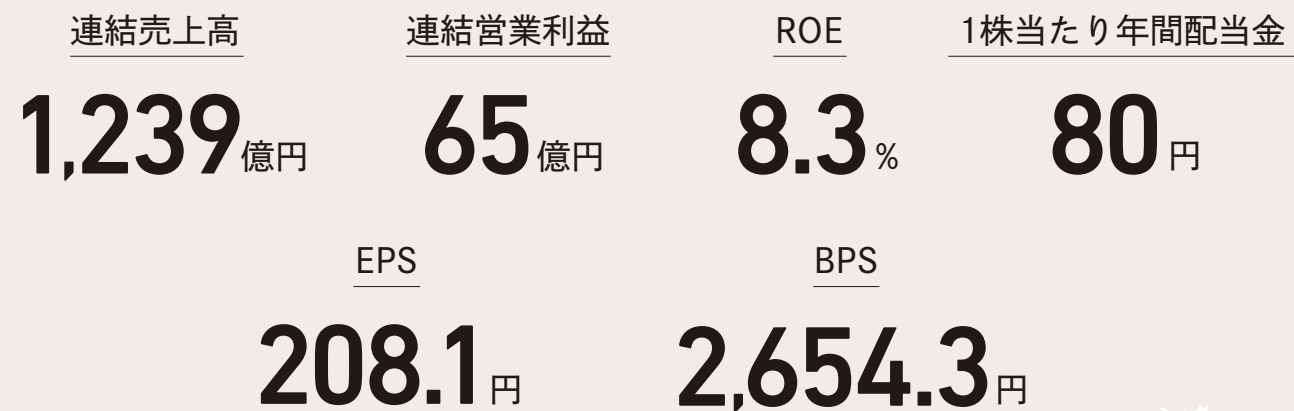
- 55 コーポレートガバナンス

05 DATA SECTION

- 60 財務・非財務データ
- 62 企業情報

AT A GLANCE

＞ 財務情報（2025年3月期）



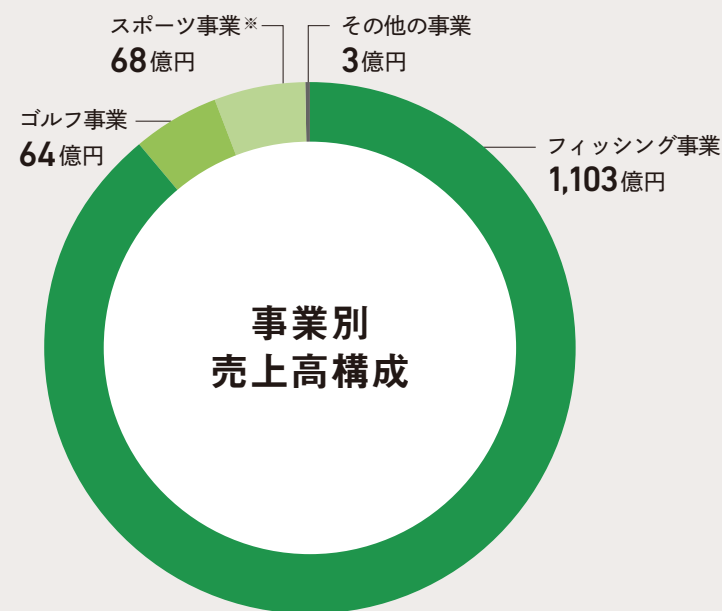
＞ 生産・販売拠点数

総拠点数 **27** 拠点

＞ 連結従業員数

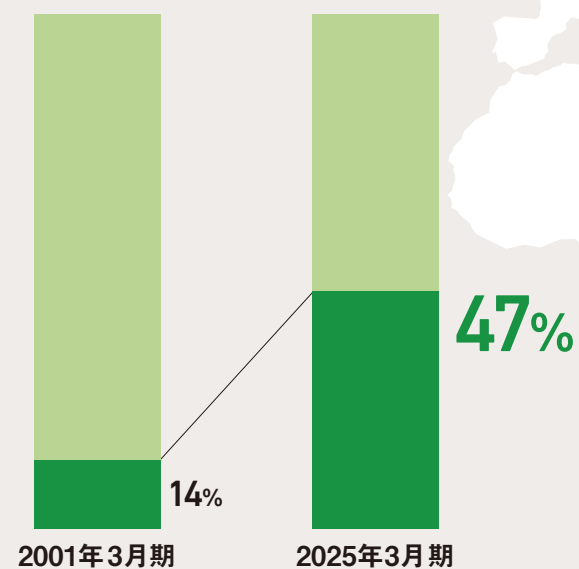
6,994 名

＞ 事業ポートフォリオ



※ラケットスポーツおよびサイクルスポーツにおける売上高となります。

＞ 海外売上比率の拡大



欧州

5 拠点
264 名

国内

8 拠点
1,644 名

米州

1 拠点
56 名

アジア・オセアニア

13 拠点
5,030 名

＞ グローバル展開

グローブライドは、グローバル展開の拡大を進めるべく、生販一体となったグローバル・マーケティングを強化し、世界4ブロック戦略（日本、米州、欧州、アジア・オセアニア）を推進しています。現在、日本を含む16の国・地域に生産・販売拠点を設け、総拠点数は27拠点に広がっています。

FISHING



DAIWA PIER 39

GOLF



DAIWA GIII



RACQUET SPORTS



CYCLE SPORTS



FOCUS

OUR HISTORY

グローブライドは、1955年輸出用リールの製造・販売から始まり、主力となるフィッシング事業の「DAIWA」を世界的なブランドへと成長させるとともに、ゴルフ、ラケットスポーツ、サイクルスポーツの分野でも代表的なブランドを展開し、アウトドア・スポーツ・レジャー企業として成長してきました。そして、2009年に社名を一新したグローブライドは、海外展開を加速させるなど躍進を続けています。

1958

大和精工株式会社 設立

当社の前身である松井製作所は、1958年に東京都中野区大和町に移転し、大和精工(株)を設立しました。

1960s

ダイワ独自のモノづくり

ごく早い段階からグローバル化を進めるだけでなく、独自開発のアウトスプール型リールが1968年には全米スポーツ用品協会リーダーシップ賞を受賞するなど、当時より性能・品質においても高い評価を得ていました。

1970s-1980s

総合スポーツ・レジャー企業へ

フィッシングロッドにおける性能・品質面で高い信頼を誇るカーボン生産技術を基礎に、70年代初めにはゴルフ用品の製造販売へ事業を拡げました。そして80年代にはテニス用品の輸入・販売へとビジネスを拡大するなど総合スポーツ・レジャー企業としての基礎を固めました。

1990s

国内市場の発展

空前のフィッシングブームを迎えた90年代はルアーフィッシングが市場を牽引。当時、国内潜在需要3,000万人ともいわれた中、数々の優れた製品を生み出し、DAIWAブランドを確立していきました。

2000s-2020s

攻めの経営への転換

2009年創業50周年を契機に、次の50年を見据え、社名をグローブライド(株)へと一新。「A Lifetime Sports Company」をビジョンに、競争優位性の高い製品・サービスを生み出すとともに、世界4ブロック戦略を打ち出し、グローバル市場の拡大を進めています。また昨今では、街中でも着られる製品としてデザインされたアパレルブランドを展開するなど、新たな支持層の獲得にも力を入れています。

1958

フィッシング事業

1972

ゴルフ事業

1980

テニス事業（ラケットスポーツ）

1991

サイクルスポーツ事業

1980

現(株)ワールドスポーツ株式取得

2008

ウインザー商事(株)株式取得
(株)フォーティーン 株式取得
(株)スポーツライフブランetts 設立

2013

現(株)ロジスポ
株式取得

グローバル販売網の拡大

1966

ダイワ・コーポレーション
[アメリカ]

1973

ダイワ・ホワイトホールPty.リミテッド
(現ダイワ(オーストラリア)Pty.リミテッド)

1977

ダイワ・スポーツ・リミテッド[イギリス]

1984

ダイワ・フランスS.A.
(現ダイワ・フランスS.A.S.)

1990

ダイワ・コルモランGmbH
(現ダイワ・ジャーマニーGmbH)

2002

ダイワ・FT・エンタープライズ
(タイワン)Co.,リミテッド

2004

ダイワ(ホンコン)Co.,リミテッド

2005

ダイワセイコー・コリアCo.,リミテッド
(現ダイワ・コリアCo.,リミテッド)

2005

ダイワ・スポーツ
(広州)Co.,リミテッド

2010

アジア ダイワ(ホンコン)
Co.,リミテッド

2012

シンガポール・ダイワ・
PTE.リミテッド

2014

ダイワ・イタリアS.r.l

2016

ダイワ・スポーツ(M)
SDN. BHD. [マレーシア]

2018

ダイワ・キャスティング
(広州)トレーディング
Co.,リミテッド

2019

《000》
ダイワ・ロシア

1965 インスプールからアウトスプール型へ

それまでのインスプール型と違い、スプーラーをリール外側に配置したことで、大量の糸が巻けるようになり、回転も速く、巻き上げ性能も向上。まったく新しいカタチをしたリールの登場は、世界中の釣り人に衝撃を与え、創業からわずか数年で、“リールのDAIWA”と評されるまでになりました。



アメリカ向け輸出モデルとして開発した当社1型リール(インスプール)

1973 カーボンロッドからゴルフシャフトへ

早くからロッドにおいても高純度カーボンを採用し、“カーボンといえばDAIWA”であることを世界に印象付けた当社は、この加工技術をゴルフに転用。国内メーカーとして初のウッド用カーボンシャフトを開発しました。

1981 米「Prince」テニスラケットの輸入・販売開始

最初に輸入・販売した通称“デカラケ”は、軽量のカーボングラファイトの普及もあり、その打ちやすさから数多くのトッププレーヤーが愛用し実績を積み重ねてきたことで、多くのテニスファンに受け入れられました。

1980s-1990s レジャーからスポーツへ

トッププロで編成されたTEAM DAIWAは、国内外のトーナメントを席巻。当時、T.D(チームダイワ)シリーズは人気を博し、フィッシングをよりスポーツとしてのステイタスへと高めました。

1991 スポーツサイクルの輸入・販売開始

ATB(全地形型自転車)市場をリードする欧米ブランドの輸入・販売を開始しました。

2009 フィッシング「DAIWA」ブランドも一新

社名とともに一新した「DAIWA」のブランドマーク“D-VEC(ディーベック)”は「Innovative Vectors」をコンセプトに挑戦・独創・革新を表し、フィッシングの歓びを世界中に広げる「DAIWA」を象徴しています。

「Feel Alive.-最高の瞬間を感じる。」をブランドスローガンに技術開発を進めています。リールでは強靱・耐久性、そしてスムーズに高効率で力強い巻き上げ性能や、キャスト時のトラブルを抑止する技術などを追求。ロッドではキャストやフッキングなど基本性能を高め、さらに剛性や感度の理想を常に追い求めるなど、革新的な「DAIWA TECHNOLOGY」を進化させ続けています。



価値創造プロセス

A Lifetime Sports Company

人生を豊かにするスポーツ。

Feel the earth.

地球を感じ、生きていく。



気候危機



自然資本

・電気使用量：59,004MWh



知的資本

・研究開発費：2,186百万円
・DAIWA TECHNOLOGY



社会関係資本

・D.Y.F.C会員数：6,286名
・地域、関係団体との
強固な関係



製造資本

・主要な自社工場：6拠点
(国内：2拠点・海外：4拠点)



人的資本

・連結従業員数：6,994名



財務資本

・自己資本比率：53.5%

01

カーボン
ニュートラルを
目指す脱炭素
経営の推進

02

生物多様性
保全の推進

03

資源循環の
推進

04

フィッシング・
スポーツ文化の
牽引

05

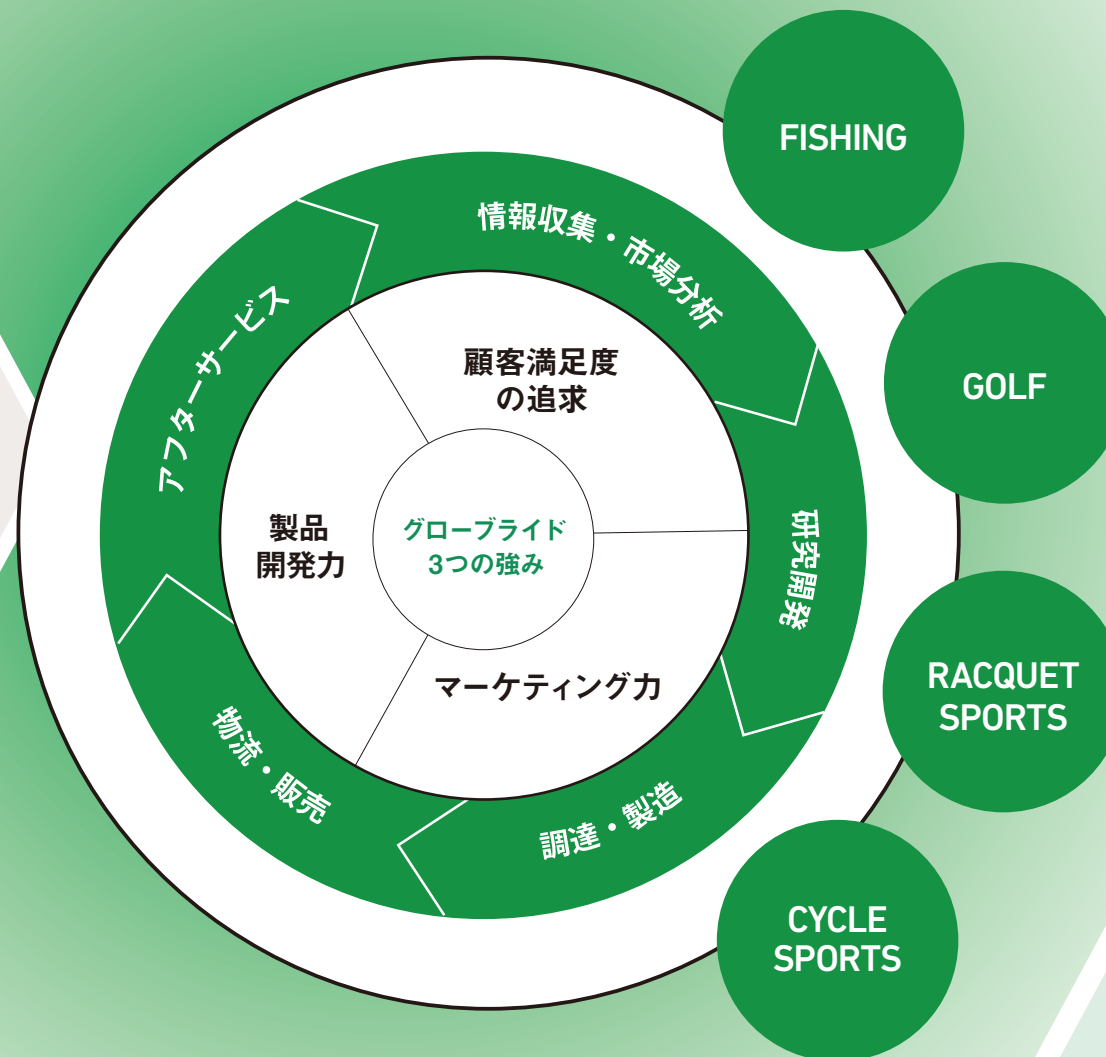
働きがいのある
職場環境・
人材活躍の
推進

5 Key Promises

Make it Wow!
Open Our Minds
Be Innovative
Be Earth-Friendly
Play Fair

5つの大切な約束。

自ら楽しみ、人生の新たな感動“Wow!”を世界中にとどける。
自由な発想、多様な価値観で、これからの豊かさを生み出す。
テクノロジー、アイデア、感性で、未知をデザインする。
地球を想い、世界中の仲間と豊かな自然を未来へつなぐ。
常にフェアであり続け、人とその先の社会に貢献する。



経済的価値 (2027年3月期) (新・中期経営計画2026)

- ・連結売上高：1,400億円
- ・連結営業利益：100億円
- ・1株当たり年間配当金：100円
- ・配当性向 (安定的かつ継続的な増配)：30%以上
- ・ROE (2027年3月期までに)：12%以上
- ・PBR：継続して1.0倍以上

社会的価値 (2030年)

- ・GHG排出量40%削減 (2021年度比)
- ・容器包装資材における化石燃料由来のバージンプラスチック使用量を50%削減
- ・化石燃料由来のバージンプラスチック使用量を削減した製品の創出
- ・自然資源の保全拡大

ステークホルダーへの価値

- ・株主への還元
- ・人的資本経営の推進
- ・地域との共生

トップメッセージ

自然と共に生きる企業としての責任を果たし、さらなる企業価値創造を目指します。

代表取締役社長執行役員 鈴木 一成



— 自然と共生する企業として

当社のビジョン「A Lifetime Sports Company」は、地球を舞台に、自然と触れ合うスポーツの新しい楽しみを創造し、世界中のお客様一人ひとりの人生を豊かにしていくことを掲げています。しかし、その事業の舞台である「地球」は今、気候変動や生物多様性の損失といった深刻な課題に直面しています。パリ協定やCOP15の「昆明・モンテリオール生物多様性枠組」など、持続可能な社会の実現に向けた国際的な動きが加速する中、企業にはこれまで以上に責任ある行動が求められています。コーポレートスローガン「Feel the earth.-地球を感じ、生きていく。」という言葉には、自然の恵みを一方的に享受するのではなく、その未来に責任を持ち多様な人々と持続可能な形で共生していくという想いが込められています。

自然との共生がなければ当社の事業は成り立たないという考えは、創業時から当社の根幹にあります。私自身がその考えを実感したのは49年前、中学3年生のときです。私は「ダイワヤングフィッシングクラブ（D.Y.F.C）」の初代会員となり、漫画『釣りキチ三平』が巻き起こした一大釣りブームに夢中になりました。それまで大人の趣味と見られがちだった釣りが、子どもやファミリーも楽しむスポーツフィッシングとして注目されるようになった時代でした。しかしその一方で、日本は高度経済成長の影で公害問題が深刻化していました。川は泡立ち、海にはヘドロが溜まる。「このままでは、大好きな釣りができなくなるのではないか」という不安が社会に広がっていました。

D.Y.F.Cは、そうした時代背景のもと生まれたと記憶しています。単に釣りの技術を教えるだけでなく、マナーを守ること、自然を敬い命ある魚を大切にすることの大切さを私たち子どもに伝えてくれました。この体験を通じて、釣りが単なる趣味から自分の生き方や社会との関わりを考えるきっかけとなり、「この業界で働くことは、自分の人生を懸けるに値するのではないか」と感じた私は大学卒業後、迷うことなくダイワ精工株式会社（現 グローブライド株式会社）に入社しました。

この原体験があるからこそ、私は付け焼刃ではない本質的な取り組みを重視しています。釣り場のゴミを拾うといった「対症療法」も重要ですが、それだけでは不十分です。森の豊かさを守り、海水温の上昇で起こる「磯焼け」から海中林を再生させるといった生態系の根幹に関わる「原因療法」的な取り組みに、時間をかけてでも継続的に取り組んでいくことが大切だと考えています。

昨今、世界を見渡すと、政治や経済の動向によってサステナビリティへの取り組みが鈍化する傾向も見られます。しかし、当社の事業は自然の恵みがなければ成り立ちません。だからこそ、外部の潮流に左右されるのではなく自らの責任として地道に取り組み続けていくことが重要だと考えています。

— サステナビリティ経営の推進

2022年にサステナビリティ推進室を立ち上げてから3年が経ち、2024年は「実装期」として、5つのマテリアリティ（重要課題）において具体的な進展がありました。まず「脱炭素」については、2050年のカーボンニュートラル実現を目指し、2030年までにScope1・2のGHG排出量を40%削減するという目標を掲げ、国内外の生産拠点への太陽光パネル設置や国内拠点における再生可能エネルギーへの転換を進めています。

次に「資源循環」においては、化石燃料由来原料の使用量削減のほか、サーキュラーエコノミーに向けた4R活動を推進しています。その一環として、以前から環境配慮型製品を示す環境ラベル「BE EARTH-FRIENDLY」を製品に表示しており、2024年度には環境ラベル基準をリニューアルしました。最新の環境基準を反映した厳格な社内基準を設けることで製品の信頼性を高め、お客さまが環境に配慮した製品を容易に選択できるよう支援し、持続可能な消費行動を促進しています。

そして「生物多様性の保全」では、「30by30アライアンス」への参加や森林の里親制度、海藻の保全活動、さらには近畿大学と連携したニッポンバラタナゴといった希少種の保全など具体的なアクションを広げています。

「フィッシング・スポーツ文化の牽引」においては、D.Y.F.Cによる次世代への普及だけでなく、地域との共創に根差した新しいフィッシングの普及にも力を入れています。例えば、ルアーでアユを釣る新しいスタイルの「アユイング」ですが、当初伝統的な友釣りを重んじる漁協の皆様は活動をご理解いただくことはなかなか難しかったのです。しかし、対話を重ね、ある河川で試験的に導入したところ多くの若い釣り人が訪れ、結果的に入漁券収入が増加し、地域への貢献につながりました。この成功事例を基に、今では多くの河川でご理解をいただき、漁協の活性化、ひいては地域創生へと繋がっています。これもまた、釣り人のマナー向上という課題と両輪で進めるべき重要な地域との取り組みだと考えています。

— 「5 Key Promises」を体現する人材が、 当社の原動力

また、「働きがいのある職場環境と人材活躍」も当社が取り組むべき重要課題です。

当社の競争優位性は、あらゆる経営資源の中でもまぎれもなく人材であり、社員と経営のベクトルを揃えるための行動指針として5つの大切な約束である「5 Key Promises」を掲げています。その筆頭が「Make it Wow!」です。作り手である私たち自身が事業を心から楽しみ、その情熱をもってお客様に新たな感動をお届けする決意を表しています。「Open Our Minds」は自由な発想、多様な価値観でこれからの豊かさを生み出すことを指し、「Be Innovative」はテクノロジー、アイデア、感性を駆使して未知をデザインしていくという指針です。

例えば、先述したアユイングのような新しい釣り文化の創出が進んでいる背景には、実際に自然とスポーツを深く愛し、自らが「Wow!」と感嘆するほどの感動を体験し、その感動をお客様に届けたいと心から願う社員たちの熱量があったからこそ、漁協や地域の方々と釣りの新たな楽しみ方を共に創り上げることができたと考えています。

また、あらゆる業界でデジタル技術の活用によるユーザー体験の向上が加速しています。その中で、当社が開発したスマートフォン連動型リール・DAIWAコネクテッドを搭載した「IM Zシリーズ」は、使用中の様々なデータの記録・分析・共有を通じて、フィッシングの新たな楽しみ方と価値を提案する次世代のユーザー体験の先駆けです。さらに、新規事業という観点でも当社の技術や人材を高く評価いただいて、ロッドのカーボン加工技術を応用した医療機器の研究開発を東京慈恵会医科大学発のスタートアップ、スパインテック社と協働し着手しており、事業の可能性が広がっています。



こうした一連の活動は、まさに行動指針である「5 Key Promises」の実践にほかなりません。「IM Zシリーズ」のような最新技術は、テクノロジーと多様な価値観で未知をデザインする「Be Innovative」と「Open Our Minds」の精神から生まれています。こうした新たな挑戦を進めるには、多様な知見や経験を持つ人材の活躍が不可欠であり、企業文化もまた、挑戦と変革を受け入れる方向へ進化しつつあります。

当社は人的資本の強化と企業文化の革新を通じて、未来を切り拓く競争力の源泉を育てていくため、経営戦略と連動した人材を採用、育成、評価するための人材ポリシーを整理するとともに、人事制度の見直しと職場環境の整備を進めています。

— 「成長軌道への回帰」に向けた 新・中期経営計画2026

2024年度からスタートした「新・中期経営計画2026」は、「成長軌道への回帰」を掲げた3カ年計画です。計画の背景には、コロナ禍における市場の乱高下がありました。2020年春以降、フィッシングとゴルフは「密を避けられるアウトドア・スポーツ・レジャー」として世界的な追い風を受け、約2年半にわたり活況を呈しました。しかし世の中が正常化するにつれてその反動が始まり、現在はようやく巡航速度に戻ってきたと認識しています。一方で、学校の部活動が中心であったラケットスポーツは、活動自粛により深刻な影響を受けましたが、社会活動の回復と共に力強く回復し、こちらも巡航速度に達しつつあります。このように事業ごとに異なる浮き沈みを経験しましたが、自然志向や健康志向という大きな潮流は世界的に不変であり、長期的に見れば私たちの事業には大きな成長の可能性があることを確信しています。

新・中期経営計画2026の初年度である2025年3月期は、市場回復の遅れから売上は目標に届かなかったものの、生産性の向上による原価率の良化などにより営業利益は目標を上回る結果となりました。最終年度である2027年3月期の目標は、連結売上高1,400億円、営業利益100億円、1株当たり年間配当100円としています。また株主価値向上に向けた重要指標としてROE向上と株主還元の充実により継続的にPBRが1.0倍を上回る状態を目指し、投資家の皆様の信頼に応えるべく取り組んでいきます。

その中で、まず優先して取り組むべきは売上高利益率の向上です。製品の付加価値の向上や原価率の改善など本業としての利益率を高めていくためには、需要予測の精度を高めることに加え、AI技術を活用した生産技術の

向上も重要になってきます。実際に、新・中期経営計画2026の営業キャッシュフロー220億円のうち160億円を設備投資や研究開発、DX関連投資など事業投資に充当し持続的な成長を目指しています。

— 海外展開と感動領域の拡大

当社の成長軌道への回帰に向けた戦略の柱は海外展開です。2009年当時、2割に過ぎなかった海外売上比率は2025年3月期現在約47%に達し、まもなく50%を超えようとしています。これはかつてのように日本で企画した製品を海外に輸出するのではなく、各市場に販売会社を置き、現地のニーズにジャストフィットした製品とサービスを愚直に展開し続けてきた成果です。主力部門であるフィッシング事業では、世界を日本、米州、欧州、アジア・オセアニアと4つの市場に分け、それぞれの地域に適合した商品・サービスを展開する「4ブロック戦略」で拡大成長に臨みます。特に成長の鍵を握るのは、世界最大のマーケットであるアメリカと、長期的に余暇関連市場が大きく成長すると予測されている成長余力が大きいアジア・オセアニアです。これらの地域で市場に合った製品とサービスを展開し、着実なシェア拡大を目指すことで、持続的な成長を実現していきます。一方、ゴルフ・スポーツ事業では、独自の世界観を守りながら、上質な製品やサービスを提供し、ブランド価値を高めることにより、安定した収益の確保を目指します。

また、市場優位性のある事業基盤をさらに強固にするため、企画・開発・販促・営業といった総合的な力と、品質に裏付けられたものづくりをより強化し、「Wow!」と感じていただける感動提供領域を広げていくことが重要だと考えています。この具体的な取り組みの一つがアパレル事業です。ファッション性を高めたアパレルを展開し、当社ブランドに触れていただく機会を増やすことで、新たな顧客層との接点創出やブランド価値の向上につなげていきます。

例えば、スポーツカテゴリー市場においてアパレルは売上の3〜4割を占め、消費者のライフスタイル全体に寄り添っています。一方、釣り業界のみでのアパレル売上構成比はまだ一桁台にとどまります。これは、釣り分野のアパレル市場が十分に開拓されていないことを意味しており、当社にとって大きな成長機会が残されていると考えています。当社はこれまで過酷なフィールドで実用性に足る製品づくりを重ねてきました。その技術をアパレル分野にも展開し、防水性、耐塩性、体温を奪わない防風性といった機能とファッション性を融合させたDAIWA PIER39は、その象徴として支持を拡げています。



— ステークホルダーの皆様へ

当社では機関投資家やアナリストとのエンゲージメントの強化をさらに進めています。昨年度はスモールミーティング年9回、1on1を年60回実施させていただきました。

中長期的な企業価値向上についての対話を促進するため、足元の業績や見通しに留まらず、中期経営計画および戦略の進捗、成果や、資本収益性に関する取り組みなど、投資家の関心事項について、対話の機会を今後も積極的に設けていきます。こうした対話を一層充実させるため、2025年4月にはIR専任組織を設置し、資本コストを意識した経営による中長期的な企業価値の向上に努めています。

株主還元については、新中期経営計画の3年間で生み出す営業キャッシュフロー約220億円のうち、成長投資に充当する160億円を除いた約60億円を充当します。2025年3月期は14期連続増配の1株当たり年間配当80円（配当性向38.4%）を達成していますが、継続的な増配を目指しており、2027年3月期には1株当たり年間配当100円を目標としています。配当を軸とした還元方針を策定していますが、資本効率や成長投資とのバランスを踏まえ、柔軟な株主還元策の活用も将来的には検討していきます。

最後に、私たちグローブライドは、「Feel the earth.-地球を感じ、生きていく。」のスローガンを胸に、お客様にスポーツを通して新鮮な感動をお届けします。そして、私たちの原点であり未来でもある自然との共生を追求し、持続可能な地球環境の実現に貢献することを、ここに改めて宣言します。

FISHING

フィッシング



— OVERVIEW 概要

創業より主力事業であり、広く多くのファンに親しまれてきました「DAIWA（ダイワ）」ブランドは、フィッシング用品の製造・販売としてグローバルに展開してきました。ロッド（釣竿）やリールをはじめ、ウェア、フローティングベスト、クーラーボックスからルアー（疑似餌）など幅広い製品ラインナップを展開しており、世界最大級の釣具ブランドとしてグローバル市場で高い地位を占めています。

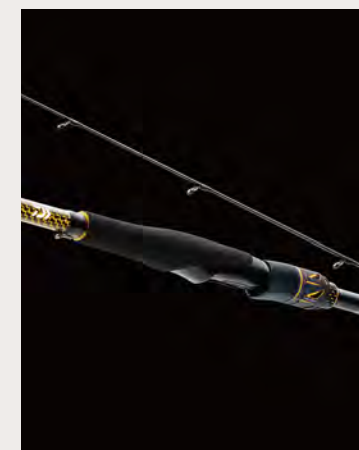
— FEATURES 特徴

フィッシングを欧米のようにアウトドアスポーツとして、ブランドスローガン「Feel Alive.-最高の瞬間を感じる。」とアグレッシブな魅力を掲げ、革新的な製品・サービスを提供しています。モノ作りの原点として「DAIWA TECHNOLOGY」を標榜し、製造技術面における差別化を図っています。高い機能性を要求されるリールでは、独自の防水構造や滑らかなドラグ機構、さらに剛性・パワー、耐久性など先進技術を結集し、またロッド（釣竿）では、軽量かつ高い剛性・耐久性をはじめ、要求度の高い感度と操作性を満たす最先端のカーボン技術など、様々な観点で革新的技術を追求し、世界のフィッシング・ギアをリードしています。

地球を舞台に誰もが楽しめるフィッシングギアを展開



REEL



ROD



LURE

— MARKET マーケット

フィッシング市場は、世界各地の多様な釣り文化や嗜好を背景に安定した需要が維持されるだけでなく、近年はスポーツ・フィッシング分野を中心に発展を続けています。当社は、このような多様なニーズに応じた製品開発に加え、ルアー（疑似餌）の領域を広げるようにエギングやアユイングなど新たなスポーツ・フィッシングの魅力を市場に提案し続け、グローバルなフィッシング市場を牽引してきました。

また、日本国内に留まらず世界各地のテスターやユーザーの声を反映した市場調査と製品開発を進めるとともに、地域や釣り種、嗜好ごとに異なるニーズにきめ細かく対応しつつ、製品ラインナップの適正化を図ることにより市場競争力を高めています。

こうした取り組みにより、競争が激しい市場においても高いブランドロイヤルティと市場浸透力を高め、世界4ブロック（日本、米州、欧州、アジア・オセアニア）の海外展開を進めています。

02

GOLF

ゴルフ



— OVERVIEW 概要

当社のゴルフ事業への参入は新たな技術や機能にこだわり、日本初の国産ロストワックス製法によるアイアンヘッド開発により1972年にスタート。さらに翌年、フィッシングロッドで培った生産技術を背景に日本初のカーボンシャフトによって大好評を博すなど、ゴルファーが理想とするゴルフクラブの創造から始まり、長年にわたり日本のゴルフ市場に大きな話題を提供し続けてきました。現在、その中核となるブランド「ONOFF（オノフ）」と「FOURTEEN（フォーティーン）」に加え、「DAIWA GIII（ダイワジースリー）」「RODDIO（ロッドディオ）」の4ブランドを展開。それぞれが独自の世界観と製品思想を持ち、多様化するゴルファーの価値観に応えるブランド・ポートフォリオを構築しています。競技性とライフスタイル性の両面から、ゴルフの魅力と市場の広がり貢献しています。

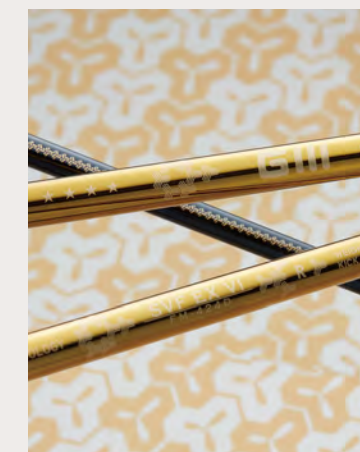
— FEATURES 特徴

「ONOFF」は単にスペックを追い求めるだけではなく、ゴルフに対する毅然とした姿勢を「上質な大人のゴルフ」といったスローガンと掲げ、ゴルフの本質をスタイリッシュに提案するブランドとして支持されています。「FOURTEEN」は「すべてのゴルファーにベストな14本を」というブランドコンセプトに基づき、実戦主義を貫いたパフォーマンス設計を追求しています。「DAIWA GIII」は、豊潤で充実したゴルフを楽しむ、余裕のある大人のために雄大で、華やかなゴルフシーンを演出するための機会と道具を提案するプレミアムなゴルフブランドです。「RODDIO」は、プレースタイルを重んじ、妥協なく満足のいくクラブを求めるゴルファーへ、技術に裏付けされた信頼のクラブを提供することを、何よりも大切にしているゴルフブランドです。これらのブランドが、感性・機能・自由度という異なる価値軸から、多様なプレイヤーのニーズに応えています。

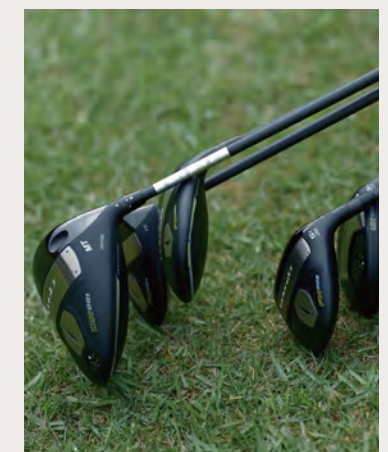
洗練された独自の世界観のあるブランディングを推進



ONOFF



DAIWA GIII



FOURTEEN

— MARKET マーケット

国内ゴルフ市場は少子高齢化により成熟化が進む一方、コロナ禍を契機としたアウトドア志向の高まりにより新規参入が拡大しています。特にインフルエンサーの影響により、ファッション性やトレンドを重視した“ライフスタイルとしてのゴルフ”への関心も高まり、ゴルフ市場の消費行動にも変化が見られ、特に若年層や女性の参入と共にカジュアル化が進行しています。

また、アジア市場、特に韓国や東南アジアでは中間層の拡大とともにゴルフ人口が増加し、日本製クラブの精緻な作りや性能が高く評価されています。今後は、感性と品質を融合させたブランド力を武器に、海外での展開も加速していきます。

02

RACQUET SPORTS

ラケットスポーツ

— OVERVIEW 概要

当社のラケットスポーツ事業は1980年にスタートし、テニスを中心に「Prince（プリンス）」「DIADEM（ダイアデム）」など多様なブランドを展開しています。競技性の追求とライフスタイルとしての楽しみを両立させた製品ラインナップを通じて、競技志向から健康志向やレジャーユースまで幅広いプレーヤー層に価値を提供。近年では、伸張著しいピックルボールにも参入し、ラケットスポーツの可能性をさらに広げています。

— FEATURES 特徴

「Prince」は、それまでの常識を打ち破る「デカラケ」によって世界中のプレーヤーから注目されるグローバルブランドとして半世紀近い歴史の中で、様々なテクノロジーと他を圧倒するアイデアによってプレーヤーのスタイルを進化させる製品を提供し続けてきました。

一方、「DIADEM」は2015年に米国で誕生した新鋭ブランドで、プロ選手の実戦経験をもとにした製品開発を強みとし、トーナメント志向のユーザーに高い評価を受けています。

当社ではこれらブランドの個性を活かしながら、日本市場に適した素材・設計・サービス開発を進め、競技性と快適性の両立を目指した商品展開を行っています。

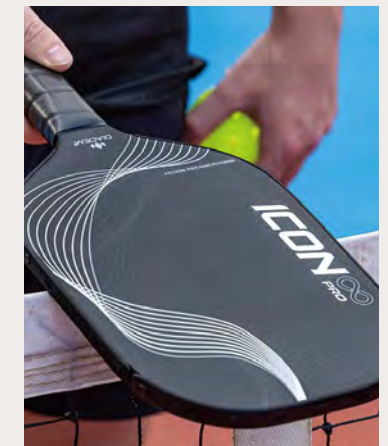
歴史の中で培った品位と革新的テクノロジーの追求、競技人口の拡大



Prince



DIADEM



PICKLEBALL

— MARKET マーケット

テニスやバドミントンをはじめとするラケットスポーツは、健康増進や仲間との交流など多面的な価値が再認識され、幅広い世代に支持されています。また、プロ選手の国際的な活躍により刺激に加え、機能性とファッション性を兼ね備えたウェアやギアへの関心が高まる中で、SNSによる発信力など、スポーツを楽しむ時間そのものが“自分らしさ”を表現する場として定着しつつあります。

さらに、手軽さや運動経験を問わない楽しさから、近年ではピックルボールが急速に浸透しており、当社もこの新たな市場への対応を強化。既存プレーヤー層に加え、ビギナー層やシニア層に向けた製品・サービスを拡充することで、競技人口の裾野拡大と持続的な市場成長に貢献しています。

02

CYCLE SPORTS

サイクルスポーツ



— OVERVIEW 概要

当社のサイクルスポーツ事業は1991年に始まり、現在では信頼性の高い欧州の自転車大国・ドイツのブランド「corratec（コラテック）」「FOCUS（フォーカス）」などスポーツバイクを日本市場向けに展開しています。競技用途に加え、健康志向やライフワークとしての“乗る価値”を提供することで、日本市場の多様なユーザーニーズに応えるスポーツバイクやサイクル用品を時代の変化に合わせ製品ラインナップを構築しています。

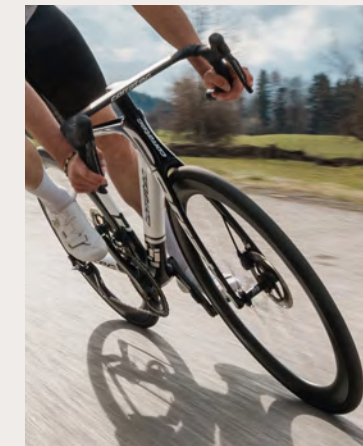
— FEATURES 特徴

「corratec」は、ドイツを代表するブランドとしてロードバイクやマウンテンバイク(MTB)のレースシーン等で実績を積み重ね、革新的なフレーム設計と快適な走行性能などにより欧州市場で注目を集めてきました。「FOCUS」も同様にドイツの競技志向の高いブランドとして注目され、自転車競技を象徴するグランツールを走るレースなどで実績を挙げ、数多くのビッグレースで輝かしい成績を収めフィードバックされたデータに基づき開発されたハイパフォーマンスを発揮する競技志向のバイクを供給しています。レースで勝つための性能と快適性の両立を目指し「情熱、成果、完璧の追求」をスローガンに、絶えず最先端のテクノロジーを搭載したモデルが競技者からデイリーユースまで幅広く支持を得ています。

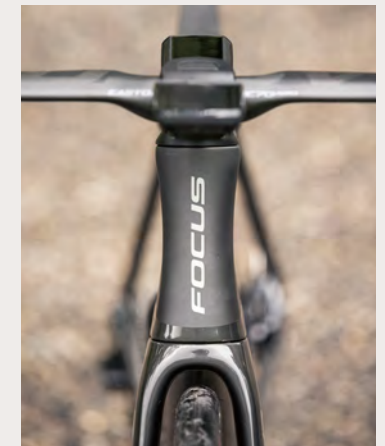
欧州ブランドを中心に日本市場に適合した製品ラインナップの提案



corratec (MTB)



corratec (ROAD)



FOCUS

— MARKET マーケット

サイクルスポーツ市場は、ロードバイクやクロスバイクを軸にコア層から幅広い層までに支持される市場として、日本でも注目されています。近年は、健康志向の高まりや通勤・観光などの新たなモビリティ需要も追い風となりサイクル体験の入口が拡大しています。当社は、競技用・趣味、通勤通学などのニーズに幅広く応える商品をラインナップするとともに、特徴ある海外ブランドを日本市場に適合するため“Japan Assembly”の名のもと国内での組み立てや、パーツをアッセンブルするセミオーダー方式での販売も行うことで、顧客満足と市場浸透を図っています。

知的財産・イノベーション デジタルと融合した釣りの未来 －IM Zが切り拓く、フィッシング文化の進化－

グローブライドは、フィッシング・スポーツにおいて、自然の変化や魚の気配を感じ取る感性を大切にしながらも、デジタルテクノロジーの力で釣りの体験そのものを進化させる挑戦を続けています。その象徴が、複数のブレーキモードを搭載し、アプリと連動しアップデートできるベイトキャスティングリール「IM Z」です。スマートフォンアプリ「DAIWAアプリ」と連動するだけでなく、キャスティング時のブレーキ操作をデジタルテクノロジーで最適化し、釣りの記録や振り返りを可能にすることで、これまでの釣り体験の幅を格段に広げました。釣り人がこれまで感覚だけで担ってきた「操作」に加え、「記録」「振り返り」「戦略」といった新たな楽しみを拡張しています。当社は今後も、デジタルテクノロジーの活用を通じて、「今この瞬間」の楽しさを深化させながら、自らの技術を磨き、進化を楽しむスポーツへと昇華させています。

拡張性のあるINTELLIGENT MAGFORCE

「IM Z」に搭載された「INTELLIGENT MAGFORCE」は、デジタルブレーキ制御技術を搭載しており、センサーでスプール回転をリアルタイムで検知し、状況に応じてブレーキを自動で最適化することができます。釣り人が直面するバックラッシュ（ライントラブル）を大幅に抑制し、誰もが安心してキャスティングを楽しめる環境を提供します。加えて、サイドプレート外部に配置されたコントロールスイッチを操作するだけで、多様なブレーキ特性へ瞬時に切り替えることが可能です。さらに、「DAIWAアプリ」との連携により、ブレーキモードの追加やアップデートが可能となるため、追加で配信される新たなブレーキモードをインストールすることで、キャスティング性能を多彩に拡張し、リール自体が継続的に進化することができます。



DAIWAアプリが拓く新たな釣り体験

「IM Z」はBluetooth®を搭載し、スマートフォンアプリ「DAIWAアプリ」と連動することができます。この「DAIWAアプリ」は、単なる自動制御に留まらず、キャスティングの飛距離や回数などのデータを可視化することで、釣り体験に深みをもたらします。アプリを通じて過去の釣行日をタップするだけで、キャスト数、最長飛距離（参考値）、キャストデータの散布図、飛距離トップ5といった詳細なデータを確認できます。また、釣果に影響を与える潮汐などの情報もメモ機能に保存可能です。



MyDataでは総キャスト数や飛距離トップ5、ブレーキモード使用比率や釣行履歴を確認



Setting画面では本体設定や登録情報の変更、ブレーキモードの設定確認、アップデートが可能

MANAGER'S COMMENT — 責任者のコメント

釣り体験を革新し、成長を牽引するイノベーション

デジタルブレーキが拓く新たなキャスタビリティ性能

「IM Z」の開発にはアングラ（釣り人）が思い描く、「より遠くへ、より安定したキャストを実現したい、すなわち超遠投を極めたい」という想いから始まりました。その基本性能を高めるため、まずは中核となる当社独自の軽量スプール搭載は当然ながら、ライン放出時の抵抗を抑えるTWS（T-Wing System）を採用した結果、キャスタビリティ（遠投性）の向上とバックラッシュの軽減を両立しました。このような基本性能を支えるアナログ的な構造こそ「IM Z」を支えています。さらに、「IM Z」の遠投性向上をかなえるために、ブレーキ制御のデジタル化に挑戦。キャスト時のスプール回転をリアルタイムで検知し、ブレーキを自動調整、複数のブレーキモード切り替えまでも可能となる独自のブレーキシステム、「INTELLIGENT MAGFORCE」が実現できました。アングラの感覚だけに頼らず、力量と風の状況に応じた最適なライン放出が可能な「IM Z」というリールは、高いキャスタビリティと安定性を両立した、アナログとデジタルが融合した新たな領域のリールと言えるでしょう。



フィッシング営業本部
マーケティング部
高野山 裕史

データ活用とアプリ連携がもたらす「見える化」の価値

デジタル制御ブレーキに加え、「IM Z」のもう一つの大きな革新はスマートフォンアプリ「DAIWAアプリ」との接続機能を活かしたキャスティングデータの「見える化」です。これまでの釣行記録はアングラの感覚的な記憶に依存していましたが、アプリと連動することで、ご自身の釣行データを記録し振り返ることを可能としました。この結果、曖昧であった一投一投のデータをデジタル化することで振り返りを可能とし、どのブレーキモードが、どのような投げ方がその日の状況に最適だったかを客観的に分析できます。熱心なアングラにとって釣行は、当日だけでなく「予定を立てたその時」からすでに始まっています。過去の経験や蓄積された釣行データ、さらには気象情報をもとに、どんな釣り方で挑むか戦略を練る最中こそが楽しみののはじまりなのです。

ダイワにとってアプリとリールによる連動は新たな挑戦でしたが、そんなアナログ時代から続く楽しみを知るからこそ、単にデジタル化するのではなく、データを活用することで何を楽しみ、どのように表現すれば使いやすいのか、機能だけでなくUI/UXの視点も重視しながら、この「IM Z」が新たな消費者ニーズを引き出すことを想像し商品化を進めてきました。また、データ解析で得られる情報だけでなく、本機のご愛用者と直接対話することで得られたフィードバックを基にアップデートも継続しています。ご愛用者の声は、私たちの開発における優先順位付けの重要な軸となっています。例えば、バッテリー消費に対するご意見は自動スリープ機能の設定変更など具体的な改善にも繋がっています。

ユーザーとの共創で進化する「成長するリール」の未来

ブレーキモードのアップデートなどデジタルを活かした「成長するリール」こそ「IM Z」の真価です。「DAIWAアプリ」と連動し、楽しみ方がどんどん広がっています。ご愛用者から、ブレーキ制御の快適さや、購入後も進化し続けていくことへの期待、そして自分のデータを今日の釣りに活かすことを可能とし、仲間とのコミュニケーションの話題が変わったという声も届いています。また、ユーザーコミュニケーションにも注力しており、新製品の発売前の特別体験企画をはじめ、「DAIWAアプリ」を通じた「みんなで総飛距離20,000km突破チャレンジ」といったイベントなどを展開しています。

この「IM Z」とアプリの連携は、単なる釣具の進化に留まりません。釣行データやご愛好者の声を分析することで、将来的には他の関連製品の開発にも付与できる可能性もあります。このイノベーションは、釣り業界全体のデジタルトランスフォーメーションを牽引し、より意図的で深いものへと進化させる試みと確信しています。今後もデジタルを活用して、常に新たな感動体験を提供し続けることで、釣り市場全体の活性化と、グローブライドの持続的な成長に貢献していきます。

知的財産・イノベーション

グローブライドの技術を象徴する

カーボンテクノロジー

－カーボンの新たな可能性をもとめて－

グローブライドは、釣り竿に用いられるカーボン技術をコアコンピタンスの一つとして、製品化への可能性を拓けてきました。1970年代の釣り竿のカーボン化からはじまり、「軽さ」と「強さ」を追求しながら、ゴルフクラブシャフトや釣り具パーツなど、様々な分野への応用を通じて、製品の進化と新たな価値創出への挑戦を続けています。

カーボン技術 進化の変遷

カーボン技術	1970～	1980～	1990～	2000～	2010～	2015～	2020～
釣り竿素材・設計進化	釣り竿のカーボン化	高弾性・積層設計の進化（ダブルリング）	高弾性・軽量化カーボン繊維密度改革（SVF）	カーボンと合金のハイブリッド素材（SMT）	ロッドの変形を防ぎパワー・操作性感を向上（X45）	スムーズな曲がりを実現（V-JOINT）	軽量・高感度なカーボングリップシステム（CGS）
ゴルフカーボン技術進化	ゴルフシャフトのカーボン化（UNICARBO）	クラブ打球面のカーボン化（CARBOREX）	シャフトの高性能化（Slim Shaft）	ヘッド部分のカーボン化（Carbon Crown）	軽量高強度シャフト（TATAKI 40）	振れコントロール（SMOOTH KICK）	振りコントロール（バックボーンスピードシャフト）
釣り用パーツ応用	基盤技術の展開			軽量・高感度エアガイドシステム（AGS）	AGSラインナップ拡充	カーボクロスでパーツを固定、剛性アップ（CWS）	軽量・高感度リール用ハンドル
				応用技術	産業用パイプ	軽量傘	脊椎内固定具用ロッド

MANAGER'S COMMENT — カーボンR&D責任者のコメント

技術力と発想力で新たな未来を拓いていきます

当社にとって、CFRP(以下、カーボンという)は製品進化の要であり、企業価値向上を支える中核素材です。1970年代から釣り竿にカーボンを活用してきた当社は、軽量かつ強靱な特性を最大限に引き出すため、釣り竿の弾性率・樹脂量・積層構造などの最適化技術を独自に培ってきました。特に極限まで樹脂量を抑えた中空パイプや異形パーツの成形技術はその独自性により、釣り竿の枠を超えた応用も広がっています。

様々な魚種に対応し多様なニーズに応えるため、フィッシングロッドは短期間で数多くのアイテム開発をする必要があり、構造解析や材料選定・構成等の設計シミュレーション技術には力を入れてきました。また、フィッシングロッド特有の不規則な挙動を精緻に再現可能な動的シミュレーション技術も有しており、当社のシミュレーション技術は他社にも誇れるものです。更に、用途や目的に応じて数百種のカーボン素材を適材適所で使いこなす知見と、それを製品化する生産技術、製造技術も、当社の大きな競争力で、必要な形状と要求性能を実現するために、汎用設備による生産だけでなく、生産設備や治工具から自社開発する「発想起点」のものづくりにも果敢にチャレンジしています。

この独自のものづくり力と、長年培ってきたカーボン素材における深い知識、そしてそれを具現化する発想力と開発力が、グローブライドのカーボンR&Dの強みであり、その証左として、多数の研究が現在進行形で行われています。



執行役員 フェロー
フィッシング生産本部
研究開発
小池 守

脊柱管狭窄症治療における医工連携プロジェクト

当社が、長年培ってきたカーボンの設計・成形技術が医療分野で注目され、東京慈恵会医科大学発スタートアップ「スパインテック」と特殊ネジメーカーのタカイコーポレーション、そしてカーボン成形技術を強みとする当社の三者の医工連携による脊柱管狭窄症用医療器具開発のプロジェクトがスタートしました。従来の金属製の器具は「金属疲労で折れやすい」、「CTやMRIでノイズが発生しやすい」などの課題がありました。医療器具のカーボン化によりそれらの課題を解決することを目指しています。当社は開発器具の一部であるロッド部の開発担当としてプロジェクトに参画しています。



MANAGER'S COMMENT — 開発担当社員のコメント

医療の現場で生きるカーボン成形技術

当社にとってスパインテックとの取り組みは長年培ってきたカーボン成形技術を基盤とする新たな事業領域への挑戦です。特に、当社を含めた3社の医工連携による医療器具開発は、当社の技術力が社会課題の解決に貢献する大きな一歩です。

これまで釣り具で培ってきたカーボンの「軽さ」と「強さ」に加え、医療分野では「X線透過性」や「耐疲労性」といった新たな特性が活かされています。チタン合金製の既存品と比較して、強度、耐久性で上回る優れた性能を実現できるのは、長年にわたるカーボンの知見と、高精度な成形技術の賜物です。

医療分野への参入は、企業価値向上に繋がるだけでなく、当社の技術がより幅広い分野で活用される可能性を示しています。

このプロジェクトは、単なる新製品開発に留まりません。当社の「A Lifetime Sports Company」というビジョンに基づき、医療を通じて人々の健康増進に貢献するという社会的意義を強く感じています。



フィッシング生産本部
研究開発
及川 勝広

COMMENT FROM OUR PARTNER — 共創パートナーのコメント

グローブライド社と取り組むなかで最も印象的だったのは、カーボンに対する深い知見と、目的に応じた素材選定・加工技術の高度さです。数百種類の中から最適な素材を見極め、それを高精度に成形する技術力に触れ、我々が求める性能に真摯に応えようとする柔軟性と粘り強さに強い信頼を感じました。試作段階では何度も議論を重ね、医療現場の視点で改良を重ねていただきました。研究段階で終わることなく、実用化という高い壁を共に乗り越えようとする姿勢は、まさに共創の理想形です。

今回の取り組みで、レジャー領域で培われた技術が医療に転用され、患者様のQOL向上につながる製品づくりが進んでいます。「人生を豊かにする」という企業理念が、医療の現場にも広がっていく姿に大きな意義を感じています。今後はまず国内で成果を出し、将来的にはグローバル市場への展開も視野に入れ、さらなる共創を続けていきたいと考えています。

東京慈恵会医科大学 脳神経外科学講座 主任教授 村山 雄一

03

SUSTAINABILITY

サステナビリティ経営

- 27 サステナビリティマネジメント
28 マテリアリティ（重要課題）とSDGs

環境

- 30 カーボンニュートラルを目指す脱炭素経営の推進
32 生物多様性保全の推進
産学連携で広げる自然共生サイトと、生物多様性の輪
34 資源循環の推進
36 有害化学物質の削減

社会

- フィッシング・スポーツ文化の牽引
38 伝統の「友釣り」と革新の「アユイング」
42 未来をささえる子どもたちに。
44 特集：地球を感じ、いのちと出会い、のびのび育つ。
子どもの挑戦を社会で守る

働きがいのある職場環境・人材活躍の推進

- 48 グロープライドらしさを原動力に、人的資本経営を推進
50 人的資本経営の取り組み
52 労働安全衛生
53 製品の安全性と品質管理

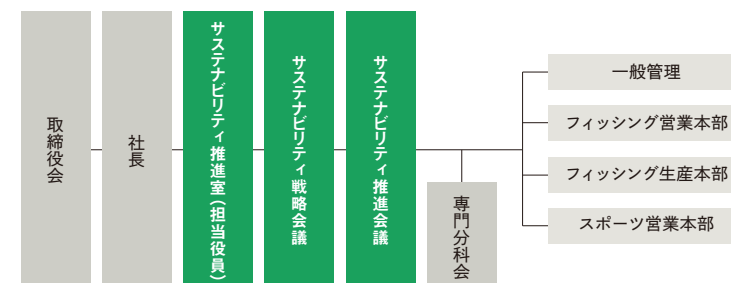
サステナビリティマネジメント

サステナビリティ基本方針

当社は、ライフタイムスポーツ(人生を豊かにするスポーツ)文化の進化と発展に努め、当社の技術と事業活動を通じて、カーボンニュートラルを目指す脱炭素経営の推進、豊かな森林や水辺の保全、サステナブルな製品・サービスづくり、自然体験を通じた環境学習機会の提供、働きがいのある職場環境・人材活躍の推進に取り組み、「人と地球が共に生きる持続可能な社会づくり」に貢献します。

推進体制

当社は気候変動や人的資本などのサステナビリティ課題を重要経営課題と位置づけ、担当役員の直下に推進室を設置しています。戦略会議で方針を策定し、取締役会が監督します。決定事項は推進会議経由で各部門の経営計画に反映し、加えてコンプライアンス・脱炭素・資源循環・社会貢献の4つの分科会を設け、全社横断で取り組みを推進しています。



環境マネジメントシステム基本理念

当社は、地球を舞台に、人生の豊かな時間を提供する、ライフタイムスポーツカンパニーとして、環境保全活動に積極的に取り組み、自然とスポーツを愛する世界の人々に貢献してまいります。

詳細はこちらから



マテリアリティの特定プロセス

当社として捉えるべき社会課題をSDGs視点で整理し、内部・外部の分析結果から8つのマテリアリティを設定しました。これを「ステークホルダーにとっての重要度」と「自社の事業にとっての重要度」の2軸で評価し、これから優先して取り組む5つの優先課題を特定しました。これらの課題は、サステナビリティビジョン「ライフタイムスポーツ（人生を豊かにするスポーツ）文化の進化と発展」に沿った取り組みを推進するための最優先項目です。サステナビリティにおけるマテリアリティは、社会や環境の変化に応じて定期的に見直していきます。

サステナビリティに関する内部分析

自社分析

- SDGs推進プロジェクトにて事業部門を中心に3つのワーキンググループを組成。
- SDGs視点から自社のサステナビリティに関する課題認識やあるべき姿の洗い出し。



ステークホルダーを中心とした外部分析

- ベンチマーク調査 ●競合企業におけるサステナビリティ課題を調査。
外部情報機関調査 ●SASB(ESG開示枠組み)、S&P(大手格付機関)が挙げたセクター別重要課題を確認。



マテリアリティ設定

- サステナビリティにおけるマテリアリティ（重要課題）として8つを設定。



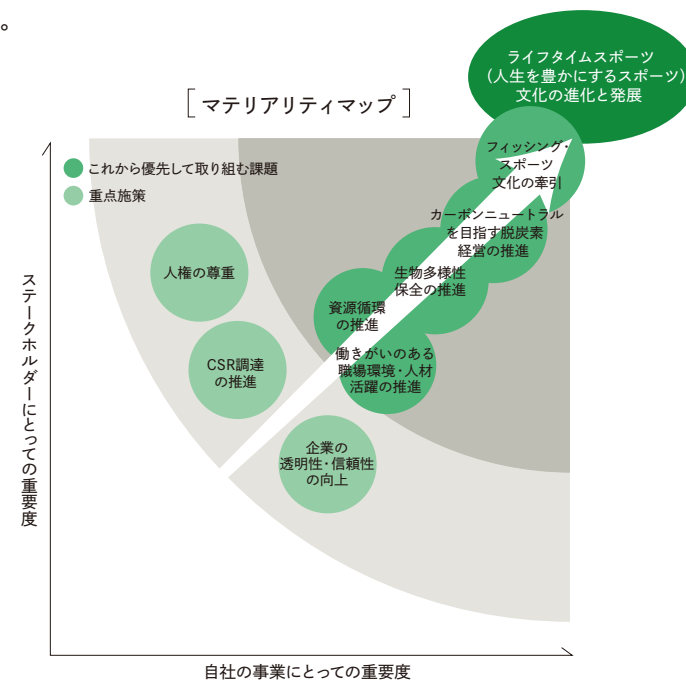
マテリアリティマップ作成（優先課題の特定）

- 8つのサステナビリティ課題について、「ステークホルダーにとっての重要度」と、「自社の事業にとっての重要度」の2軸からマッピング。
- 「ライフタイムスポーツ発展への貢献」に向けて、「これから優先して取り組む課題」として5つを特定。



マテリアリティ・優先課題に関する取り組み方針の策定

- サステナビリティの優先課題について、「現在の取り組み」「これからの取り組み」を整理。



マテリアリティ（重要課題）とSDGs

グローブライドは、ライフタイムスポーツ（人生を豊かにするスポーツ）文化の進化と発展に向け、5つのマテリアリティ（優先課題）を特定しました。これらのマテリアリティは、当社の持続的な成長を牽引し、ライフタイムスポーツ文化を次世代へと進化させる最重要テーマです。当社は、マテリアリティへの取り組みを通じて、人と地球が共生する持続可能な社会づくりに貢献していきます。

マテリアリティ	該当するSDGs	取り組みテーマ	リスク	機会	主な実績（2025年3月期）	目標
01 カーボンニュートラルを目指す脱炭素経営の推進	 	- 中長期Scope1・2排出量目標の設定と削減の推進 - Scope3排出量の算定 - カーボンニュートラルを推進する仕組みづくり	- 気候変動に伴う原材料調達不安定化 - 規制対応コストの増加	- 自然志向の高まりによるアウトドアスポーツ分野の需要増 - 省エネ設備導入による操業コストの減少	- Scope1・2排出量26.0%削減（2021年度比） 2025年3月末時点で国内外グループ主要生産拠点5拠点で再生可能エネルギーを活用 - 電力の見える化や省エネ設備導入等によるエネルギー消費の削減 - Scope1、2、3で第三者検証を実施	Scope1・2 国内・海外グループ会社を含めたGHG排出量を2030年度までに40%削減(2021年度比) Scope3 国内・海外グループ会社を含めたGHG排出量の把握および削減目標の検討
02 生物多様性保全の推進	   	森・川・湖沼・海保全の促進	- 生息環境の変化による事業への影響 - 自然環境に配慮しない活動への社会的批判	自然保全への取り組みを通じた企業信頼の向上	- 当社及び国内外グループ会社13拠点で清掃・保全活動を実施（合計2,128名参加：日本334名、アジア・オセアニア1,707名、欧州・米州87名） - NPO団体・一般財団法人・大学機関と里山・生態系保全活動を実施	地域・産学・NPOと連携し、ネイチャーポジティブ活動を推進し、自然資源の保全と地域価値創出に貢献
03 資源循環の推進	  	- サーキュラーエコノミーに向けた活動の推進 - プラスチック廃棄物削減の推進 - グリーンファクトリーの推進	- 廃棄物規制強化による処理コストの上昇 - リサイクル義務化への対応負担	環境意識の高いエシカル消費者層等の市場拡大	- 環境ラベル規定を改定 - 新製品投入やリニューアルのタイミングで脱(減)プラスチック包装材を採用（バージンプラスチック使用量35%削減（2021年度比）再生材を活用したアパレル製品を33シリーズを採用 - ネスティング設計や廃棄物リサイクル向上による廃棄物の抑制	容器包装の削減目標 2030年までに容器包装資材における化石燃料由来のバージンプラスチック使用量を50%削減する（2021年度重量比[国内]） 製品の削減目標 各事業分野において、化石燃料由来のバージンプラスチック使用量を削減した製品を創出する[国内]
04 フィッシング・スポーツ文化の牽引	   	- 心身健全なライフスタイルの提案 - 釣り環境の整備・環境保全コミュニティの形成	- レジャー離れによる需要減少 - 従来型サービスの陳腐化	- 環境意識の高まりによる自然体験の再評価 - 安全・安心な体験提供によるブランドイメージの向上	- 全国21ヵ所でD.Y.F.C（ダイワ・ヤング・フィッシング・クラブ）を開催（参加人数1,100名） - DAIWAマスターズ、釣種毎に全9大会を実施(参加人数7,935名) - PrinceCupのほか、ピックルボール等ラケットスポーツ普及活動を実施	フィッシング・スポーツ分野での体験機会を提供し、認知度と参加率を向上 次世代の釣り文化・自然体験の普及を促進
05 働きがいのある職場環境・人材活躍の推進	  	働きやすい職場づくり	- 人材確保の困難化、離職率の上昇 - 多様性欠如によるイノベーションの停滞	- 企業の魅力向上と定着率アップ - 多様な人材の活躍によるイノベーション促進	- 在宅・リモートワーク制度の浸透（対象社員） - 女性活躍推進、女性管理職育成に向けたキャリア・プログラム開始	柔軟で働きがいのある職場環境を実現し、エンゲージメント向上を目指す

カーボンニュートラルを目指す脱炭素経営の推進

グロープライドは、世界的な気候変動リスクの高まりを背景に、事業活動を通じた気候変動への対応を図るために、GHG排出量低減に向けた目標を設定し、生産工程等の省エネルギー化と再生可能エネルギーへの転換を積極的に推進しています。また、TCFD提言に基づく情報開示として、ガバナンス・戦略・リスク管理・指標と目標などの開示をしています。

TCFDおよび気候変動への対応

ガバナンス

当社は、サステナビリティ担当役員を選任し、サステナビリティ推進室、サステナビリティ戦略会議・サステナビリティ推進会議を設置しています。サステナビリティ戦略会議で気候変動に関する検討を行い、取締役会に上程・報告し、取締役会が監督・指示を行います。

戦略

当社はIEA（国際エネルギー機関）やIPCC（気候変動に関する政府間パネル）による気候変動シナリオ（1.5℃シナリオおよび4℃シナリオ）を参照し、2050年までの長期的な当社への影響を考察し、国内フィッシング事業を中心にシナリオ分析を実施しました。

気候変動に関する主なリスクと機会及び対応

1.5℃シナリオでは、炭素税の導入による調達・自社操業コスト増加のリスクが事業に及ぼす影響が大きいと予測しました。これに対し、調達先における脱炭素活動の積極的な支援、再生材・代替材の使用を検討、グループ会社全体での省エネを徹底する等の対策を講じます。4℃シナリオでは、自然災害による釣り場の減少リスクの影響が大きいと予測し、環境保全の推進や、森林の里親制度などにおける森林整備範囲の拡大に取り組めます。

リスク管理

気候変動リスクに関するワーキンググループを設置してシナリオ分析を実施しました。気候関連リスクの優先順位付けとして、重要度と頻度の観点から、重点リスクに注力して取り組みます。気候関連リスクの管理プロセスとして、「サステナビリティ戦略会議」を通じて、気候関連リスクに関する分析、対策の立案と推進、進捗管理等を実践しています。

指標と目標

気候関連の指標は、Scope1、Scope2、Scope3に該当する GHG（温室効果ガス）排出量です。2050年カーボンニュートラルの実現に向けて、製品・サービスやサプライチェーンにおける環境負荷の低減を図っています。

Scope1・2 国内・海外グループ会社を含めたGHG排出量を2030年度までに40%削減（2021年度比）

Scope3 国内・海外グループ会社を含めたGHG排出量の把握及び削減目標の検討を進めてまいります

▶ 「TCFDおよび気候変動への対応」の詳細はコーポレートサイトより

GHG（温室効果ガス）排出量

Scope1・2

	単位:t-CO ₂		
	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
Scope1	3,538	3,133	3,587
Scope2 (マーケット基準)	39,839	32,111	27,038
原単位	0.32	0.28	0.25

※ 原単位:CO₂排出量(tCO₂) / 連結売上高(百万円)

※「ソコテック・サーティフィケーション・ジャパン株式会社」による第三者保証を受けています。

Scope3

	単位:t-CO ₂			
	カテゴリ名	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
カテゴリ1	購入した製品・サービス	115,119	116,599	118,615
カテゴリ2	資本財	5,370	7,789	4,649
カテゴリ3	燃料及びエネルギー関連活動	663	604	583
カテゴリ4	輸送、配送(上流)	40,849	24,490	25,638
カテゴリ5	事業から出る廃棄物	191	194	165
カテゴリ6	出張	1,830	2,507	2,441
カテゴリ7	雇用者の通勤	1,119	1,026	1,004
カテゴリ9	輸送、配送(下流)	29	28	32
カテゴリ11	販売した製品の使用	1,103	908	863
カテゴリ12	販売した製品の廃棄	1,997	1,657	1,705
カテゴリ13	リース資産(下流)	671	683	699
合計		168,942	156,485	156,395

※「ソコテック・サーティフィケーション・ジャパン株式会社」による第三者保証を受けています。

カーボンニュートラルに向けた取り組み

CDP「気候変動レポート2024」において「B」スコアを獲得

当社は、国際環境非営利団体であるCDPが実施する「気候変動レポート2024」において、気候変動対応への取り組みと情報開示の取り組みが評価され、「B」スコアを獲得しました。CDPは世界の主要企業を対象に環境情報の開示を求め、回答内容を8段階（A～D-）で評価しています。当社は今後も脱炭素経営の推進と積極的な情報開示を通じて、持続可能な社会の実現に貢献していきます。



施設利用における省エネルギーの推進

当社では脱炭素に向けた取り組みとして、施設におけるエネルギー効率の向上を目的に、省エネ型設備への更新や待機電力の削減、空調や照明の最適化など、多面的な省エネルギー施策を実施しています。また、本社屋上に設置した太陽光パネルで発電した電力量をモニターで可視化し、再生可能エネルギーとして電力会社に供給することで、温室効果ガスの削減にも取り組んでいます。



再生可能エネルギー導入拠点 グローバルマップ

国外

屋根に太陽光パネルを設置。
中国・ベトナムはオンサイトPPAを導入



中国



タイ



ベトナム

国内



東京本社工場は
オフサイトPPAを導入



那須ダイワ(栃木)は
使用電力を100%再生
可能エネルギーに転換

栃木
★東京
★神奈川
群馬★

生物多様性保全の推進 産学連携で広げる自然共生サイトと、 生物多様性の輪

グローブライドは「Feel the earth. -地球を感じ、生きていく。」というスローガンのもと、自然をフィールドとする事業を展開しています。当社にとって、生物多様性の保全は、製品開発や市場の持続性を支える経営の根幹であり、事業継続の前提です。環境省が主導する「30by30アライアンス」にも参画し、2030年までに陸域・海域の30%以上を健全な生態系として保全する国際目標に向けた取り組みも推進しています。水辺の清掃活動や森林保全など、地域に根差した活動を通じ、自然資本との共生を図るとともに、持続可能な社会と企業の価値向上の両立に寄与していきます。



ニッポンバラタナゴを守る里山ビオトープ

当社は近畿大学農学部と連携し、奈良キャンパス内1.38haの「近大里山ビオトープ」の整備・運営を支援しています。この里山は、環境省RLで絶滅危惧種に選定されているニッポンバラタナゴやヤマトサンショウウオが生息する貴重な生態系で、2025年には環境省の「自然共生サイト」にも認定しています。学生が主体となって棚田や池の再生・管理を行い、研究・教育・地域連携の拠点となっています。さらに、里山で栽培された農作物の地産地消モデルにも発展し、環境・経済・社会の価値を循環させる先進的な取り組みです。当社はこの共創を通じて、次世代を担う人材の育成や地域コミュニティとの関係構築を図り、生物多様性と持続可能な社会づくりに貢献しています。



絶滅危惧IA類に分類されるニッポンバラタナゴ



里山ビオトープの棚田で作った無農薬の米



栽培された野菜をブランド化（べたきんの恵み）
地元レストランにも販売

COMMENT FROM OUR PARTNER — 共創パートナーのコメント

私たちの里山ビオトープ活動において、グローブライド社との連携は大きな転機となりました。2022年の出会いをきっかけに、活動に必要なウェーダーやキャンプのご提供、学生実習への参加、広報での支援など、物心両面で継続的に関わっていただいています。なかでも、環境省の「自然共生サイト」認定取得に向けた申請支援は、大学だけでは困難だった成果であり、深く感謝しています。

また、現地での活動に社員の方も参加いただいています。学生とともに池の環境改善などに取り組み、共に汗を流してくださる姿勢から、企業が本気で自然と向き合っていると感じます。学生たちも釣りや生き物好きが多く、尊敬するブランドと協働することで、自らの学びが社会貢献につながる実感を得ています。

グローブライド社は、自然と人間社会の接点に立つ企業として、生物多様性保全における非常に重要なプレーヤーだと思います。この協働を通じて、学生たちの環境意識や社会貢献へのモチベーションが飛躍的に高まりました。私たちの地道な活動を拾い上げ、広く知らしめてくださったことに心より感謝をしています。

今後も未来へとつながる持続可能な価値を生み出す取り組みとして、共に協働していけることを願っています。



近畿大学 農学部
環境管理学科 農学研究科
北川 忠生 教授

里山ビオトープでの活動例

棚田ビオトープの復元・整備

かつて放棄されていた棚田を教員と学生が復元した水田です。棚田-池-雑木林が連続するモザイク景観は多様な生物のすみかとなっています。冬季の希少魚ビオトープのため池での「かいぼり」で底に堆積した泥を抜いて棚田の栄養へと転換し、無肥料でも稲が健やかに育つ農地作りをしています。健全な生態系の作用によって、カエルやカナヘビなどの益獣がバッタやカメムシを抑制し、農薬に頼らない循環型生態系が形成されています。復元過程では地形の整備や畦畔補修、水路確保を実施し、企業ボランティアもビオトープの維持管理に参画しています。初夏にはホタルが舞う様子もみられ、希少魚ビオトープとあわせて都市近郊で里山本来の生態系を観察できる貴重な拠点です。



近畿大学キャンパス内に整備した里山ビオトープの棚田風景

希少魚ビオトープの生育環境の整備

キャンパス内に残されていたため池を活用した希少魚ビオトープは、環境省RL絶滅危惧IA類であるニッポンバラタナゴ（通称：べたきん）の保護・繁殖を目的に整備されました。べたきんの産卵母貝のドブガイやドブガイの宿主となるヨシノボリも繁殖し、ため池の健全な生態系が維持されています。べたきんの自然繁殖個体の世代更新が2010年度から継続して確認されており、環境省による「自然共生サイト」認定にも寄与しました。隣接する棚田ビオトープの水源となっており安定的な湿潤環境の保全が図られるため多様な両生類・昆虫類も集まります。学生は生物の繁殖状況や水質を定期的にモニタリングし、研究と教育を両立しています。



生態系の保全に欠かせない生きものたちが棲息するため池の整備

資源循環の推進

グローブライドは、「資源の枯渇」や「プラスチック問題」といった環境問題への配慮が注目される中、特に製品および容器包装において、Reduce（減らす）、Reuse（再利用）、Recycle（再資源化）、Renewable（再生可能原料への転換）の観点から、事業活動における環境負荷低減に関する取り組みとして、新素材、再生材活用および廃棄物削減や、プラスチック削減を推進しています。

容器包装・製品の削減目標

当社は、資源循環の推進を重要テーマと位置づけ、サーキュラーエコノミーに向けた活動の推進に伴う具体的な削減目標を掲げ、持続可能な資源の活用を推進し、環境負荷の低減に貢献していきます。

目標

容器包装の削減目標 2030年までに容器包装資材における化石燃料由来のバージンプラスチック使用量を50%削減する 国内（2021年度重量比）

製品の削減目標 各事業分野において、化石燃料由来のバージンプラスチック使用量を削減した製品を創出する 国内

「BE EARTH-FRIENDLY」認定製品判定基準等のリニューアル

当社は、お客様が環境に配慮した製品を容易に選択できるよう、当社独自の環境基準「BE EARTH-FRIENDLY マテリアル及び環境ラベル認定製品判定基準(以下、環境ラベル基準)」を満たす製品のパッケージに当該環境ラベルを表示しています。2025年3月期には、最新の環境基準や国際的な動向を反映することで、より製品の環境性能に対する信頼性を高めるため、上記基準のリニューアルを行いました。

環境ラベル



環境ラベル基準概要

評価項目	3R・リニューアブル	評価基準
省資源	リデュース	・製品、保護ケース、容器・包装材の質量が減少している
循環資源の使用	リサイクル・リユース	・製品、容器、包装材に再生材料（再生材／リサイクル材）を使用している
再生可能な資源の使用	リサイクル・リユース リニューアブル	・製品、容器、包装材にバイオプラスチック（バイオマスプラスチック・生分解性プラスチック）を使用している
その他環境保全性	その他 （有害物質排除・認証材）	・製品、製造工程において地球環境や人体に悪影響を及ぼす有害物質の使用が制限されているか、第三者認証機関によって認定された材料を使用している

当該ラベルを表示したアパレル製品として、漁網リサイクル素材のほか、海岸で回収したペットボトルを再資源化など、環境負荷を低減した製品を33シリーズ展開（2025年3月期）しました。



古くなった漁網を回収し、原料に戻して新たな生地としてリサイクル



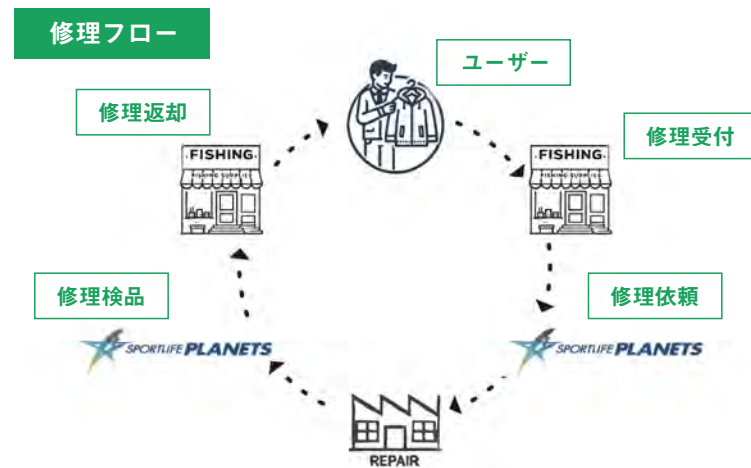
海岸から50km以内のペットボトルごみを回収し、原料に戻して新たな生地としてリサイクル



回収したポリエステル製品を、原料に戻して新たな生地としてリサイクル

グループ子会社による取り組み事例

株式会社スポーツライフプラネッツ(SLP)では、ダイワ製品の修理やオーバーホールはもとより、公認カスタムやチューニング作業、さらには専用カスタムパーツの取り扱いまで、総合的にアフターサービスを行っています。また、「釣りフェス 2025」では、穴あき補修、カギ裂き補修、シームテープ再圧着、クリーニング、撥水回復処理など、アパレル製品（ウェア）のアフターサービス事業の開始を発表し、製品の長寿命化による資源循環への貢献を目指す事例として、DAIWAブースでも紹介されました。



廃棄物の削減

当社は、製造工程で発生する廃棄物の抑制と再利用に積極的に取り組んでいます。2006年3月期には、製造工程から発生する廃棄物の再資源化率を98%以上とする「ゼロエミッション」を達成し、現在もその状態を維持しています。環境マネジメントシステムの適用対象である本社工場などから排出される廃棄物については、マニフェストの厳正な確認や定期的な処理場の点検を通じ、適正な処理がなされるよう徹底しています。加えて、本社工場では電子マニフェストを導入し、管理の効率化を図っています。

水の利用と管理

当社は、水資源の適切な利用と管理を重要な課題と認識し、様々な取り組みを行っています。製造過程で用いる地下水の節水のため、浄化槽の循環システムを導入し、水の循環利用を推進しています。また、事業場からの排水については、法令および各自治体の条例に基づき、定期的な水質分析を通じて適切に管理しています。今後も、水使用量の削減に努め、周辺地域の環境保全に貢献していきます。

廃棄物量

単位:t

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
一般廃棄物	14.5	15.7	33.4
産業廃棄物	206.2	217.8	191.2
合計	220.7	233.5	224.6

※廃棄物別に四捨五入しているため、合計値と必ずしも一致しません。

総取水量

単位:千㎡

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
地下水	14.6	15.7	19.3
水道水	9.6	7.8	7.8
総取水量	24.2	23.6	27.1

※取水別に四捨五入しているため、合計値と必ずしも一致しません。

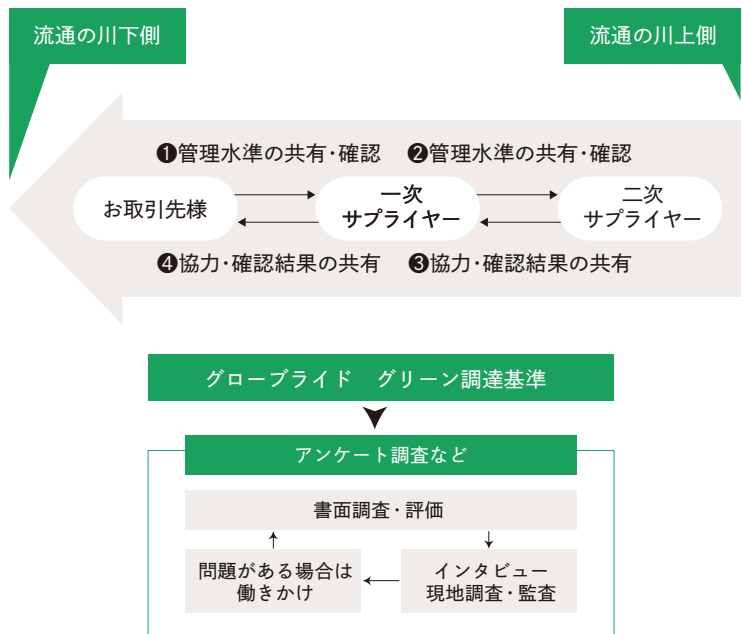
有害化学物質の削減

グローブライドは、サプライチェーン全体にわたり、国内外の化学物質関連法令の遵守および社会要請に対応するための社内体制を整備しています。製品の安全性や適用法令に関する情報収集に努め、環境負荷の少ない製品、部品、材料を優先的に調達すべく取り組んでいます。

管理体制

世界的に年々厳しくなる化学物質管理に適切に対応していくためには、製造工程における汚染の防止や、調達におけるトレーサビリティの確保など、サプライチェーン全体を通じた協力が不可欠です。また二次サプライヤーに対しても、当社と同等の水準で管理することをお願いしています。

有害化学物質について、各国の化学物質管理規制などから有害性に応じた制限要求と用途に応じて取り扱い基準を定めています。



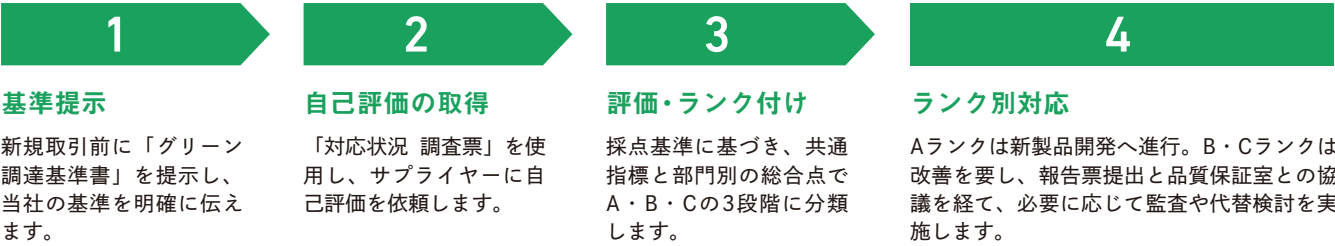
管理対象物質と法令対応

当社は、化審法（日本国内）、REACH規則（SVHC対応済）、RoHS規制（電気製品の有害物質制限）、EU POPs規則Annex I、包装材規制（EU・UK・US等各国規制）、その他各国国内法および業界基準（例：中国GB、韓国生活用品安全基準、米国州法等）などの規制に基づき、国際基準の製品部材への使用物質管理基準である「含有化学物質一覧表」を作成しています。これにより、サプライチェーン全体で製品・包装材等に含有する化学物質のリスク管理を徹底しています。有害性に応じた制限要求と用途に応じた取り扱い基準を定めています。

1	カドミウムとその化合物
2	ニッケルとその化合物
3	六価クロム化合物
4	フタル酸エステルDIBP、DBP、BBP、DEHP
5	ヘキサブロモシクロデカン
6	ペルフルオロ（オクタン-1-スルホン酸）またはその塩（PFOS）
7	ペルフルオロオクタン酸およびその塩と関連物質（PFOA）
8	炭素数10～13の短鎖塩化パラフィン
9	鉛およびその化合物
10	ホルムアルデヒド
11	アレルギー性染料
12	芳香族アミン
13	4,6-ジクロル-7-（2,4,5-トリクロルフェノキシ）-2-トリフルオルメチルベンズイミタゾール（DTTB）
14	塩化ビニルモノマー（クロロエチレン）
15	揮発性有機化合物
16	水銀およびその化合物

新規サプライヤー候補工場評価の流れ

当社は、製品に使用されるすべての部材・原材料について、サプライヤーから含有化学物質情報を取得し、用途別の閾値設定に基づき、超過時には報告と改善を求めています。新規取引や基準の改定時においては、以下の評価プロセスを実施します。



2025年3月期の実績と今後の計画

主要サプライヤー約400社に対し、グリーン調達基準とSAQ（Self-Assessment Questionnaire）を配布し、その回答を回収しました。回収された回答に基づき、基準書に則った評価ランク（A～Cランク）付けを実施。この評価結果を基に、今後、BランクおよびCランクの取引先に対しては、評価結果を共有し、是正・改善を促すための具体的な働きかけを行います。特にCランクの取引先に対しては、取引継続の前提となるBランク以上の水準に到達するまで、継続的なフォローアップと支援を実施していく計画です。これにより、サプライチェーン全体の化学物質管理レベルの向上を目指します。

化学物質排出量の管理（PRTR法対応）

当社は、製品等における化学物質管理に加え、製造工程からの排出削減にも注力しています。PRTR法（特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律）に基づき、対象物質の排出量を正確に把握し、その管理を徹底することで、環境負荷の低減に努めています。

PRTR法対象物質の取扱量

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
国内（那須ダイワ）	10,380	10,850	10,150

※グローブライド、フォーティーンはPRTR対象物質の取扱量（物質単位）は100kg未満であるため、集計範囲から除外しています。
※各対象物質、有効数値2桁合算

PRTR法対象物質の取扱量・排出量・移動量（2025年3月期）

	対象物質	取扱量	排出量	移動量
1	トルエン	9,000	7,600	1,400
2	キシレン	690	290	400
3	エチルベンゼン	460	200	260

※集計単位：那須ダイワ。グローブライド、フォーティーンはPRTR対象物質の取扱量（物質単位）は100kg未満であるため、集計範囲から除外しています。
※有効数値2桁

リスク管理と透明性

当社は、化学物質管理に関するリスク対応を、品質管理部門を中心に、企画・購買、法務などの関連部門と随時連携しながら実施しています。法令違反や有害物質混入リスクへの早期対応を目的に、規制動向の把握と社内情報の一元管理体制を強化しています。なお、2025年3月期は当社グループの製造工場からの重大な有害化学物質漏出はありませんでした。

フィッシング・スポーツ文化の牽引 伝統の「友釣り」と革新の「アユイング」 －地域とともに紡ぐ鮎釣り文化－



グローブライド株式会社
フィッシング営業本部
前山 晶

岐阜県漁業協同組合連合会
増殖環境委員長
白滝 治郎

グローブライドは、鮎の伝統的な釣法「友釣り」の継承とともに、マーケット拡大を意図した新たな提案「アユイング」の普及に注力しています。その背景には、鮎釣りのコア層の減少に加え、日本国内のそのものがルアー釣法に偏重する傾向から伝統的な釣り市場の縮小が続いています。当社は予てより新たな市場創生に努め、精力的に講習会を実施し、その結果コミュニティができ、腕前を競う大会を開催するなど市場を牽引することに注力し多様な市場を構築してきました。いま、淡水域の釣りを象徴する鮎釣りに人気高まるルアーを活かしたアユイングにより、その社会的責任を果たすべく全国の内水面漁業協同組合（以下、内水面漁協）と連携し、新たな価値の創出と鮎市場の再生・発展に取り組んでいます。

― 鮎釣りの伝統と現状課題

白滝：岐阜県の長良川は、日本三大清流の一つであり、日本の鮎釣り文化の中心地として知られています。県内の鮎生産量は全国1位（令和6年）を誇り（*1）、2015年12月には「清流長良川の鮎」として、世界農業遺産にも認定されています。（*2）

清流で育つ天然の鮎は、身が締まり、香り高く、質の高さが魅力です。県土の約8割を占める豊かな山々は、良質な水を育み、鮎のエサとなる藻類の質を高めることで、優れた鮎を育てる環境を支えています。（*3）

（*1）農林水産省「令和6年漁業・養殖業生産統計（内水面漁業生産統計調査）」第1報

（*2）世界農業遺産とは－世界農業遺産 清流長良川の鮎

（*3）岐阜県庁 令和5年度「森林・林業統計書」

前山：鮎は山の清流で育つイメージが強いですが、海も鮎の生態にとって重要な役割を果たしています。鮎は秋に川の下流で産卵し、生まれた稚魚は川の流れて海へ下り、冬の間は海岸近くの浅い場所で動物プランクトンを食べながら春の訪れを待ちます。

そして翌年の春、海と川が同程度の水温に上昇すると、鮎は再び川を遡上。川底の石に付いた藻類を食べながら成長し、鮎の旬である6月頃に鮎釣りが解禁されます。

白滝：おっしゃる通り、鮎にとって山・川・海の3つは重要です。

近年、温暖化の影響が常態化しつつある中で、川の水温や流れの変化により、鮎が海から川へ遡上する時期が遅れたり、うまく遡上できなかったりすることがあります。その結果、鮎の全体量が減少したり、魚体が痩せた鮎が増えたりすることを懸念しています。

長良川流域は、鮎釣りの一種である「友釣り」が磨き上げられてきた土地。大正時代から一般の人々の間に広まり、100年以上継承される伝統釣法を未来へつなぐには、山や川、海の資源管理を徹底し、自然の生き物が安心して暮らせる環境づくりに力を注ぐことが欠かせません。

私たち内水面漁協としても、植樹活動に加えて、海にゴミが流れないように川の上流で食い止める活動や、地域での啓蒙活動など、自然環境の保全に努めています。

前山：全国的に見ても、長良川は鮎釣りを愛好される釣り人にとって憧れの川であり、最も有名な河川です。

「友釣り」は、鮎の縄張り意識を巧みに利用した日本独自の伝統的な釣り方。生きた「おとり鮎」を川に泳がせ、その鮎に攻撃してきた縄張りを有する鮎をイカリ鉤で掛けて釣り上げます。この友釣りが私も大好きです。

鮎が掛かった、あの独特の感覚は他の釣りでは味わえず、これほど面白い釣りは他にない。だからこそ、もっと皆さんに知っていただきたいという想いです。

白滝：通常の釣りは、釣ハりに付けたエサを魚に食べさせて釣りますが、「友釣り」は釣り人と魚の間に、「おとり鮎」が介在します。その鮎を上手く泳がせて釣る難しさが、実に奥深いです。

のめり込んだ者にとっては魅力的で楽しい釣り方ですが、レジャー層や入門層、若年層などにとっては非常に高度なため、新規参入が進まない傾向にあります。

防水・保温性のある釣り専用タイツは数万円します。重装備で初期費用が高額ですし、鮎釣りの高齢化にも抗えません。内水面漁協の収入の半分は、遊漁券の売上で成り立っています。鮎釣り人口の減少は、内水面漁協の運営にも直結する深刻な課題です。

― 「アユイング」での市場再生

前山：当社は友釣り人口を増やす活動の一環として、2000年代初頭から初心者向けの講習会を定期的開催していますが、そこでも「難しい」「初期投資が高い」といった声は根強くあります。

それでも鮎は、日本での知名度や商品価値が高く、美味しい夏の魚の代名詞です。「釣ってみたい」という潜在的なニーズを感じます。憧れがあるのに一歩を踏み出せない方へ、もっと手軽に楽しく釣れる方法を提案したいという想いから、2020年頃に新たな鮎の釣り方、「アユイング」を開発し、その普及に取り組んでいます。

白滝：「これは若者受けするな」というのが、アユイングを初めて知ったときの率直な感想でした。そのスタイルは、夏の暑い時期に仕事帰りでもできるほど軽快で、スタイリッシュですから。

前山：鮎釣りの敷居を下げる“手軽さ”には、特にこだわりました。私たちは釣り人として長年にわたって友釣りを経験してきただけでなく、実際に水中に潜って、鮎がハりに掛かる瞬間を何度も観察し、研究を重ねてきました。

そうした知見を活かし、アユイング専用のルアーには、友釣りと同じように「おとり鮎」として機能する動きを高い精度で反映させています。一般的なルアーのように疑似餌として捕食させるのではなく、鮎の習性を活かし藻を食む姿を模した設計が特徴です。

また、友釣り用の鮎竿は「長さ」と「軽さ」の両立が求められるため、カーボン素材を駆使した高度な設計が必要です。こうした理由から、当社の釣竿開発の最先端は、これまでも鮎竿が担ってきました。鮎竿は当社のテクノロジーを牽引する存在であり、鮎釣りに関わることの大きな意義を感じています。

白滝：私たちが20代の頃は竹竿を使っていました。グローブライドさんを中心とした釣具メーカーのおかげで、鮎釣りの道具は飛躍的に進化したと実感しています。

アユイングは釣り人口の増加という点でも、岐阜県内の内水面漁協に大きなインパクトを与えています。かつては年間に数名しか鮎釣りに訪れなかった河川に、一気に数百人規模の釣り人が訪れるようになりました。アユイングを導入した内水面漁協では、遊漁券の売上が300～400％に跳ね上がるなど、具体的な成果も出ています。

友釣りの本場である長良川流域では、当初はルアー

釣りの導入に慎重な声もありました。しかし、明らかな効果を目の当たりにしたことで内水面漁協の関心は高まり、釣り人の新しいニーズに応えるかたちで受け入れが進み、現在では岐阜県内にある約30の内水面漁協のうち、半数がアユイングを許容しています。

こうした新たな入り口ができたことで、いずれは伝統的な友釣りにも挑戦する人が増えてくれることを、私自身も願っています。

前山：アユイングの普及活動を全国で進めていますが、導入によって釣り人が急増し、「日釣り券」と呼ばれる1日有効の遊漁券がシーズンの途中で消化し急ぎ手当てする内水面漁協も出てきています。

先ほど白滝さんから、釣り人が減れば、遊漁券による収入が減少し、内水面漁協の運営が成り立たなくなるというお話がありましたが、私たち釣具メーカーや釣具販売店にとっても、売上に直結します。そうした中で「アユイング」が、双方の抱える課題の改善につながったことは確かな事実です。

また、もともと友釣りが主流だった多くの内水面漁協では、鮎のルアー釣りが遊漁規則で禁止されていました。アユイングはその規制に抵触しない釣法であることを丁寧に説明し、理解を得ながら普及に取り組む必要もありました。

現在では全国に約600ある内水面漁協のうち、当初



鮎釣り文化が息づく長良川付近のNAGARAGAWA TERRACE 1040で取材を行いました

は10数カ所ほどだったアユイングを積極的に受け入れて、この4～5年で約150カ所にまで増えています。全国的な広がりを見せているのも、行政や内水面漁協など皆さまのご理解に努め歩み寄り、ご協力してくださったからこそ実現できたことだと感じています。

― 文化を牽引するグローブライドの役割と意義

前山：日本の釣り具市場の半分以上はルアー関連製品によるものであり、国内にはルアー釣りを楽しむ多くの方がいらっしゃいます。こうした市場に対して鮎釣りの新たな魅力を提案することで、鮎釣り市場にはまだまだ拡大の余地があると考えています。

また、鮎は日本の四季を象徴する魚であり、鮎釣りはまさに「日本の釣り」です。私たちは鮎釣りを単なるビジネスと捉えるのではなく、日本の貴重な文化として認識し、その伝承に努める覚悟です。

今後も行政や全国の内水面漁協、釣り人の皆さまからのご意見を取り入れつつ、「アユイング」そのものの釣法や釣具のさらなる進化を図り、鮎釣り文化の持続的な発展に貢献していきます。

白滝：一年で一生を終える鮎の生態は、四季の移ろいを尊ぶ日本人の感性に深く響くように感じます。だからこそ、私たち内水面漁協には、伝統ある日本独自の友釣り技法を、後世へ伝承する使命があるのです。

しかし、現実には鮎釣りの人口減少や地域の高齢化・過疎化が進行し、このままでは鮎釣り文化そのものが衰退しかねません。内水面漁協は「川の守り人」として、河川環境を守る役割も担っていますが、組織を維持できなくなれば、間違いなく川は荒れ、その文化が失われていくことにつながります。

そうした状況のなかで、まさに救世主のように登場したのが「アユイング」です。その存在のありがたさは、言葉では言い尽くせないほどです。

また、グローブライドの方々が釣り場に関わる皆さんとの密な関係性にも、感銘を受けています。2025年に第37回を迎える「ダイワ鮎マスターズ」という大会も、単なる企業イベントにとどまらず、「地域を盛り立てたい」という強い想いが伝わり、地域振興に大きく貢献してくださっています。

こうした取り組みの価値は、釣り業界にとどまりません。釣り人口が増えれば、飲食店や宿泊施設など、地域全体に経済効果が波及します。鮎釣りの発展は、地域経済を支える重要な要素の一つとなっているのです。

アユイングをきっかけに、行政や県内の内水面漁協、釣具メーカー、釣具販売店など、立場の異なる関係者が手を取り合い、連携を深める流れが生まれつつあります。こうした動きを非常に感慨深く受け止めるとともに、今後も皆さまと一体となって、鮎釣り文化の発展に貢献していけることを心より願っています。



フィッシング・スポーツ文化の牽引 未来をささえる子どもたちに。 － D.Y.F.Cによる自然体験と学び舎 －



子どもたちが自然と触れ合い、命の大切さを学ぶ機会を広げるために1976年に設立した「D.Y.F.C（ダイワヤングフィッシングクラブ）」は、まもなく50周年を迎えます。釣りを通じて自然を体感することで、好奇心や創造力を育み、未来を担う世代の健やかな成長を支えています。

D.Y.F.Cで学べること

自然との一体感と命の大切さ

釣りを通じて水辺の豊かな生態系に触れ、生命の尊さを全身で感じ取ります。これは机上の学習では得られない貴重な体験であり、自然を愛し、大切に作る心を育むかけがえのない学びとなります。

主体的に考え行動する力

「釣る」という行為は、自ら課題を見つけて解決する力の連続です。どうすれば魚が釣れるか工夫し、自ら動くことで、日常生活にも活かせる問題解決能力と自立心を養います。

仲間との協調性と成長

新しい仲間と出会い、協力しながら釣りを通じて上達する場です。互いに教え合い、成功を分かち合うことで、コミュニケーション能力や協調性を育み、健全な人間関係を築くことができます。

安全意識と環境保護意識の醸成

美しい自然で活動することで、環境問題への関心を高め、次世代へ自然を引き継ぐ意識を育てます。また、ライフジャケットの着用やゴミ拾いを通じて、安全と環境保護への意識や自ら考え行動する力を養います。

COMMENTS FROM PARTICIPANTS — D.Y.F.C参加者のコメント

子どもの気づきや学び

赤塚征海くん、海惺くん > 環境保護意識

D.Y.F.Cに参加してから、魚のとりすぎや海ごみなどの環境問題にも気をつけるようになりました。小さな魚はリリースして、釣りのときに出たごみは必ず持ち帰るようにしています。自然を大切にしながら、大好きな釣りをこれからも楽しみたいです。

高見栄志くん > 主体性

釣りを始めたのは小学3年生の夏休みです。最初は釣れなくて悔しかったけれど、そのぶん『絶対釣ってやる!』という気持ちが強くなりました。YouTubeを見ながら見よう見まねで釣り方を覚え、ついに初めて魚を釣ったときは、想像以上の強い引きにびっくりしました。お父さんが刺身や鉄板焼きにしてくれて、とてもおいしくて、家族みんなで大喜びしました。

KENZOくん > 環境保護意識 安全意識

スクールでは、釣りの技術だけでなく、命を守るためのライフジャケットの大切さや釣りのマナー、そして親への感謝まで教えてくれます。また、環境を守ることに意識が高まりました。釣り糸が脚に絡まった鳥を助けたことをきっかけに、釣り場のごみは自分のものでなくても拾うようにしています。使わなくなった釣り具は仲間と交換したり、小さい子に譲ったりしてリユースしています。

小関寿羽さん、孔羽くん > 魚を釣る楽しさ

お母さんの影響で、幼稚園の時に釣りを始めました。最初は釣り方が分からなくて困っていたけれど、お母さんが教えてくれた通りにやってみたら、本当に魚が釣れてビックリしました。自分で釣ったキスを天ぷらにして食べたら、とてもおいしかったです。

保護者が感じた子どもの変化や成長

赤塚征海くん、海惺くんの御両親 > 主体性

子どもたちにもっと釣りを好きになってほしいという思いから、D.Y.F.Cへの入会を決めました。普段は人見知りの息子（征海）が、釣りのこととなると初対面の人と積極的に話していて驚きました。もう一人の息子（海惺）は釣りの経験が浅く心配していましたが、少人数のチームでコーチも優しく、のびのびと楽しんでいる様子を見て安心しました。

三浦紗亜良さんの御両親 > 自然との共生

船の上で行うスクールに子どもを一人で預けて大丈夫かな、と最初はとても心配でした。でも、弾けるような笑顔で帰ってきた我が子を見て、参加させて本当に良かったと心から思いました。私自身も幼いころから釣りやキャンプなどのアウトドアに親しみ、自然や生き物の豊かさを感じながら人間性を育んできました。だからこそ、自分の子どもにも自然体験を思う存分楽しみながら感性を磨いてほしいと思っています。

野崎みささん、なぎささん、るなさんの御両親 > 環境意識 自然との共生

釣りを通して海や生き物といった自然を身近に感じ、その楽しさや時には怖さを学ぶことは、子どもたちにとって大きな財産だと思います。釣り場では自主的に挨拶や片付けを徹底し、子どもたちが安心・安全に釣りを楽しめています。釣りを続けているおかげで、環境問題に触れ、学ぶ機会も増えました。

特集

地球を感じ、いのちと出会い、のびのび育つ。
子どもの挑戦を社会で守る

瀧 靖之氏×大野 美喜子氏 対談



グローブライドは、フィッシング用品だけでなく、子どもたちに釣りを通じて自然との触れ合いの体験を提供する、D.Y.F.C（ダイワヤングフィッシングクラブ）を半世紀近く運営し、「自分で考え、工夫し、動く」学びの場を提供しています。この自然体験は子どもの自己肯定感を育む一方、事故のリスクも伴います。そこで今回、脳医学者の瀧 靖之氏と、子どもの事故予防に取り組むNPO法人 Safe Kids Japan理事長の大野 美喜子氏をお招きし、子どもの成長に不可欠な自然体験を安全に提供するための「挑戦とリスク回避のバランス」についてお話を伺いました。

— 自己肯定感育む自然体験には
危険もつきもの？

— まずは脳科学の観点から、自然体験が子どもの自己肯定感を育むといわれる理由についてお聞かせください。

瀧：自己肯定感とは、2つの感情によって成り立っています。その2つとは「自尊感情」と「自己効力感」。『自尊感情』とは、自分を大切な存在だと感じられること、『自己効力感』とは、自分は努力で変われると信じられる感情のこと。この2つを育むために、自然はとても重要です。自然体験によって学びが深まり自信がつくことで、こうした2つの感情も大きく育まれます。

— 自己肯定感を育むためにも、自然のなかでの「好奇心」が必要ということでしょうか。



医師・医学博士・東北大学加齢医学研究所 教授・
CogSmart代表取締役 瀧 靖之氏

瀧：おっしゃる通り。自然の中には昆虫や草花、星など、無限の広がりがあり、子どもたちはそういったさまざまな発見を通し、好奇心が刺激されます。その好奇心をさらに深めるため、自発的に図鑑を手に取り、学びを深める子どもも少なくはないはず。こうした体験が、自己肯定感を育むことに繋がります。

— 大野さんは都会の中での「自然との接点」についてはどうお考えですか？

大野：私自身は田んぼに囲まれ、人よりも動物が多いような環境で幼少期を過ごしたので、自然に育んでもらったという実感があります。都会で暮らしていると、“自然と日常的に触れ合う”ということに関しては、都会では得られにくい状況があります。自然との接点が少ないからこそ、親が体験機会を提供することが大切だと思っています。

— 大野さんは「子どもの事故・ケガの予防」に関する活動も展開されています。あえて「自然体験のデメリット」を挙げるとすれば、どのようなものがあるのでしょうか。

大野：やはり「死亡事故に直結することもあるリスク」でしょうか。日本において、1～14歳の子どもの死亡原因の上位は「事故」。この中には自然体験以外の交通事故や転倒、やけど、窒息等も含まれますが、子どもの死亡原因に直結する可能性があるのが自然体験です。海や川などでの自然体験は、おぼれてしまう等水難事故のリスクと隣り合わせ。おぼれた子どもを助けにいった大人が犠牲となるケースも多くあります。



「五感に刺激が与えられ、うれしい、楽しいなどの感情が湧くと、脳の扁桃体から神経伝達物質のドーパミンを放出。意欲や幸福感が生まれます。良質な刺激が多い自然体験は、子どもの脳の発達にとって最高のアクティビティなのです」と東北大学 瀧 靖之教授は言う。



NPO法人 Safe Kids Japan理事長・
産業技術総合研究所人工知能研究センター 主任研究員
大野 美喜子氏

—— 好奇心の芽を摘まず 「子どもの挑戦」後押しするには

—— リスクと隣り合わせの自然体験。とはいえ、子どもの自己肯定感を高めるためにも、自然体験の機会は提供したいという気持ちがあります。

瀧：「事故のリスク」と「自然体験を控えることによる機会損失」の天秤のかけ方を悩む方は多いです、実は僕自身も子どもにケガをされるのが怖くて、ついつい転ぶから走るなとブレーキをかけてしまうんです。ただ、まったく自然体験をしたことがないと、子どもがリスクを認識できないという問題も起こり得ます。

—— 子どもがリスクを認識できないとは？

瀧：「木から落ちると痛いんだ」など、命に関わらない範囲であれば、痛みの経験も子ども自身のリスクと挑戦のバランス感覚をつくることにつながります。親は重大事故や大ケガにならないように目配りをしながらも、ある程度の痛みを伴う可能性があったとしても、それを許容し、挑戦の芽を摘まないことが大切だろうと思います。

—— 大野さんはどのようにお考えでしょうか。

大野：私自身は、危険とチャレンジをトレードオフと考えず、両立してほしいと考えています。特に未体験の分野やアクティビティでは、不安になることも多くあります。その際に「わからないからやらない・やめ

なさいと止める」のではなく、まずは事前に必要な準備を学ぶところからスタートする。山や川であれば周囲にAEDのある場所を確認したり、天気が急変した場合の避難場所を下見するなど、できることはたくさんあります。

先ほども例に挙げた水難事故でいうと、水深が5cm変わるだけで体にかかる力が大きく異なるとわかっていますので、浅瀬であっても『ライフジャケットを着用する』ことが、命の防波堤となる。でも実は、大人自身が「今回しか使わないライフジャケットを買うのはちょっと……」「浅瀬しか入らないから大丈夫だろう」と、購入・着用していないケースも多くあり、そしてそれが事故に直結してしまうことが意外と多いんです。そうした少しの意識で、チャレンジを安全に変えられる事象は多くあると思います。



浅瀬であっても「ライフジャケットを着用する」ことが、命の防波堤となる

瀧：海外の研究では、親が自転車のヘルメットをかぶっていると子どももかぶる傾向があることがわかっています。私自身の話でいうと、冬によく子どもを連れてスキーに行くのですが、大人が先に滑って「このくらいの斜面だとこの程度のスピードが出る」といったように、暗に適切な行動を示すようにしています。まずは親や大人が自分自身の意識を変え、安全で楽しく遊ぶ姿を見せていくことも大切です。

大野：重要なのは、「少しの間、子どもから目を離してしまっても大きなケガをしないための安全な環境をつくること」。普通は「目を離さないように」と言われますが、それができるなら悩みません。安心して目を離せるような事前準備・対策が大切！と伝えています。

—— 子育ては親育て？ 「かわいい子に旅をさせる」難しさ

—— では「子どもにとって危ないこと」「挑戦してもいいこと」の見分けはどうつければよいのでしょうか。

大野：これは難しい部分です。危険な行動と安全な遊びの境界とは、子ども一人ひとりの性格や体格、能力によってさまざまで、「これは安全」「これは危険」とすみ分けるのは難しいからです。小さな子どもによく見られる「口に物を入れる」「高いところに登る」などの大人からみたら危険な行動も、子どもの発達段階で自分の環境を認識するために出てくる行為であり、それを止めることはできません。やはり、環境を整えることが先決だと思います。

—— 「何がダメかを教える」のではなく「危険な状況になっても対応できる環境づくり」ということですね。

大野：遊具での遊び方など、何が危険かを教えてあげることも重要ですが、小さい子どもは危険に対する判断力が未熟ですから、教えるには限界があります。リスクのある行動をしても命に別状がないような環境を整え、準備していくのが一番かと思います。

—— 子どもが大切なあまり、「可愛い子には旅をさせよ」を実践できない親も多いと思います。可愛い子に旅をさせるには、結局のところ親にどのような心構えが必要なのでしょう。

瀧：私自身は母がまったく口を出さないタイプで、のびのび育ったと思っています。それでも一度だけ、ひ



もで遊んでいて首に巻きつけた時に、「それは絶対にしてはいけないこと」ととても強く諭されました。幼稚園の頃だったと思いますが、普段あまり口出しされることがなかったからか、その時の記憶は今でも明確に覚えています。本当に危険なときだけ叱るからこそ、子どもはギリギリのラインを理解することができるのだと思います。

大野：私はどちらかというところ「旅をさせているほう」だと思います。娘が小学校に上がる前には、祖父母宅に行きたいというので、一人で飛行機に乗せたことも。私自身、中学校卒業後に実家を出て、高校では寮生活、その後渡米などを経験して成長したと感じているので、子どもたちには自立のためにも自然体験含め、どんどん外へ出てさまざまな経験をしてほしいと思っています。ただ、今日の事故の話もそうですが、命に直結するリスクは大人がしっかり学び、最低限の準備をすることが大事です。そのうえでなら、旅をさせてよいと思っています。

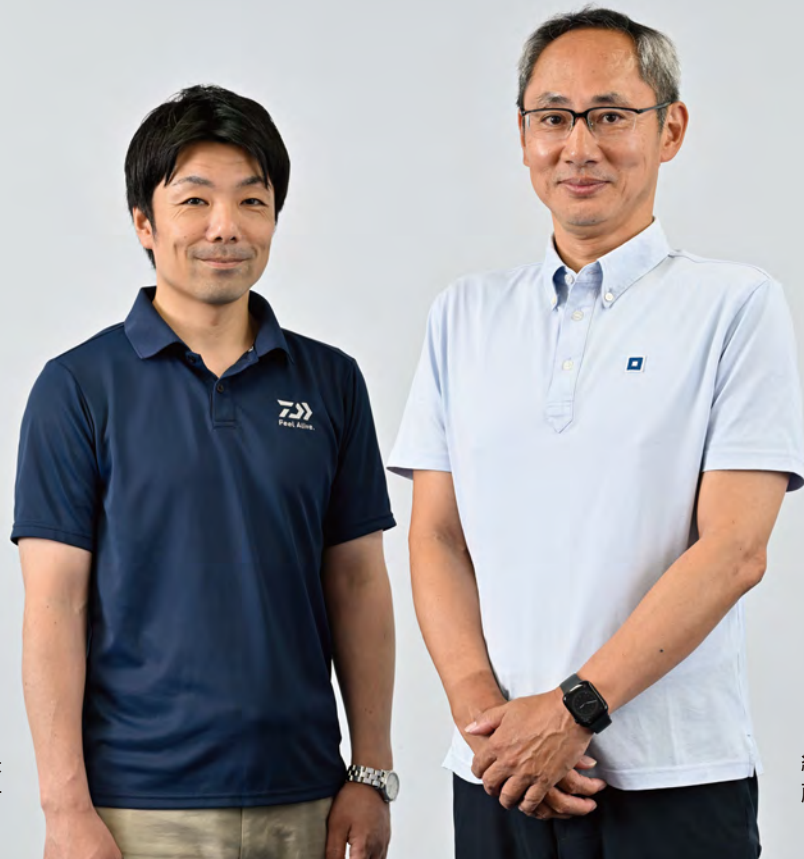
—— 本日はありがとうございました。

「子育ては親育て」とは誰が言ったか、親が見守る力・寂しさに耐える力をつけることも、親にとって重要なミッション。干渉する愛情ももちろんありますが、過干渉にならない愛情も持ち合わせることも大切です。子どもの発達段階を見極めながら、リスク対策を徹底したうえで、自分も親として子どもの成長を見守っていききたい。

グロープライドでは、多くの子どもたち、そしてその保護者の皆さまに、安心・安全に自然体験をしていただけるよう、今後もさまざまな取り組みを進めていきます。



働きがいのある職場環境・人材活躍の推進 グロープライدらしさを原動力に、 人的資本経営を推進



総務部 人事 課長
齋藤 裕一

総務部 副部長
藤井 賢

フィッシング、ゴルフ、ラケットスポーツ、サイクルスポーツ—それぞれに深い関心や知識を持ったプロフェッショナルが集う社員の力をより進化させ、成長を遂げるグロープライド。「新・中期経営計画2026」そして、その先の成長を見据え人材ポリシーの策定を進めています。その背景や今後の方向性について、人事責任者が語りました。

—「Wow!」を起点に、新たな価値を創造する

—人材ポリシーの検討を進めている背景は？

齋藤：私たちは、お客様に心から楽しんでいただくためには、まず自分自身が楽しむことが大切だと考えています。好きだからこそ、本当に欲しいと思えるものを形にし、独自性のある商品を生み出せますし、その姿勢こそが、これまでのグロープライドの成長を支えてきたと思います。

一方で、市場のお客様の価値観がますます多様化してい

ます。また、法規制やサステナビリティといった社会のルールや基準も目まぐるしく変わっています。そうした環境のなかで、グロープライドがグローバルに飛躍していくためには、どんな人材が活躍できるのか、その考えを整理し、人材戦略の土台として「どう育て・どう評価していくのか」を明確にする必要性を感じていました。

藤井：また、エンゲージメントサーベイの結果から、組織間のコミュニケーションのあり方や、社員一人ひとりの価値観や考え方といった多様性を活かし、社員と経営が一体となって進んでいくためには人材ポリシーを整理

し、当社が掲げるスローガンやビジョンと連動した制度設計へと進化させる必要があると感じたのです。

—グロープライドが理想とする人材像は？

藤井：当社はビジョン「A Lifetime Sports Company」、そしてスローガンである「Feel the Earth」のもと、人生を豊かにするスポーツを通じた感動を世界に届けていくことを目指しています。その起点にあるのが“Wow!”です。好きや楽しいを超えた、心からの驚きや感動。これを自ら体現し、広げていける人材が当社の理想の人材像です。

齋藤：行動指針「5 Key Promises」でも、最初に「Make it Wow!」を掲げています。この指針は社員と経営が同じ方向を向いて進んでいくための共通言語です。“Wow!”を体現する人材は、社内外を問わず人を動かす力を持ち、変化の激しい時代でも価値を生み出せる存在だと考えています。

—人材ポリシー設計で重視するポイントは？

齋藤：“Wow!”を原動力とする文化を活かしつつ時代の変化に柔軟に対応し、新たな創造につなげていくこと。その可能性を信じる人材に選ばれ続けることを目指します。

人材ポリシーは、「新・中期経営計画2026」と、その先の成長戦略の実現に向けた「共通の軸」であり、当社がこれからどんな組織を目指し、社員にどう成長してほしいかを示す指針です。採用・配置・評価といった制度設計だけでなく、今後の組織づくりや人材戦略全体をも方向づける存在と位置づけて進めています。

—今後の成長を支える人物をどのように定義していますか？

齋藤：これまでの成長を支えてきた“Wow!”を創り出す普遍的な人材像のほか、中期経営計画や成長戦略構想を実現するための重点人材を定義しています。

社会や技術、価値観の変化が激しい時代においては、固定観念にとらわれず、広い視野をもって将来を構想できる人材が必要です。例えば、アプリ連動型リールなど、これまでの「釣り用品」や「スポーツ用品」といった枠を超えた製品が生み出されていますが、さまざまな知見を持つ人材が集まり、社内を巻き込み、やり抜くリーダーシップをもった人材がますます重要になります。また、法規制やサステナビリティに関する規制や価値観の変化への対応も、グローバルな競争で勝ち抜いていくうえで必要だと考えています。

—「挑戦」「自立」を評価する制度設計

—理想の人材像の実現に向けた具体策を教えてください。

齋藤：社員一人ひとりが会社の理念や方向性を自分ごと

として捉えられるよう、理念浸透の施策を進めています。新入社員から管理職まで、それぞれの段階に応じた内容で展開することで、自身の役割と会社のビジョンとを結びつけ、自律的に行動できる土台をつくっています。

藤井：また、社員一人ひとりの力を引き出すためには、マネジメントの在り方をより進化させていくことは重要です。なかでも若手の挑戦や成長を後押しする役割は、今後さらに求められていくでしょう。その実践を支える取り組みとして、課長・係長を対象にマネジメント研修を毎年実施しており、対話を通じて信頼関係を築き、エンゲージメントを高めるマネジメント力の向上を図っています。

齋藤：そして人材ポリシーを整理した後は、人事制度の見直しにも着手することになります。特に「挑戦」や「自立」を正當に評価するためには、部門ごとに異なる成果や役割に応じた柔軟な制度設計が不可欠です。それぞれの現場が生み出す“Wow!”の価値を正しく評価できる仕組みへと進化させていくことも検討しています。

—専門人材や若手社員の育成施策を教えてください。

齋藤：当社では、比較的若い段階から海外業務に触れるキャリアパスを設計し、言語学習のサポートや海外トレーニング制度なども整備しています。若手社員の中には、海外のフィッシング文化やライフスタイルに触れてみたいという想いを持って入社する人も多くいます。実際に、国内営業から海外赴任を経験し、現地で釣り文化の普及に貢献した後、帰国後にグローバル展開の中核を担う立場へとキャリアを築く社員もいます。

—働き方の制度について、特徴的な取り組みはありますか？

齋藤：2025年度から、時短勤務や看護休暇を中学校卒業まで取得可能に拡大しました。法律上は小学校3年までですが、社員がキャリアと育児を柔軟に選択し両立できるようにしたいという思いがあります。有給休暇や男性の育児休暇取得も少しずつ進んでいます。これは管理者の制度理解に留まりません。業務の属人化を防ぐチーム連携の強化を通じて、個としての働きやすさが向上するだけでなく、結果として組織全体の生産性が高まる好循環を目指しています。

—今後、どのようにグロープライドの成長を支えていきたいとお考えですか？

藤井：このように、人材ポリシーはもちろんですが、それを支える制度や仕組みも含めて総合的に整え、それを選択できることが大切だと思います。社員一人ひとりが働きがいを実感し、安心して挑戦できる環境をつくることで、会社全体の活力につながります。これからも、多様化する市場や社会の変化に対応しながら、社員と会社がともに成長していけるように支えていきたいと思っています。

働きがいのある職場環境・人材活躍の推進

人的資本経営の取り組み

グローブライドは、「新・中期経営計画2026」の達成と、その先の持続的な成長を実現するため、人的資本の拡充を重要な基盤と位置づけています。社員の能力開発を支援するとともに、多様なライフステージに寄り添う制度を整えることで、社員の一人ひとりが安心して働き続け、働きがいの実感を持てる職場づくりを進めています。

人材育成方針

当社は、行動指針「5 Key Promises」に基づき、新たな発想と豊かな創造力で自発的に考え行動する人材の育成を基本方針としています。持続的な成長を支える強固な経営基盤を構築するためには、次世代の経営幹部をはじめとする全従業員が意欲的に成長し、変革を牽引する存在となることが不可欠です。特に「リーダーシップ」「育成」「スキル／経験」の観点から、社外との積極的な交流を通じて多様な知見を取り入れ、個々の能力を最大限に高めることで、組織全体の向上に繋げることを重視しています。この方針に基づき、従業員の育成と能力開発に関する多岐にわたる取り組みを推進し、企業価値の向上に貢献していきます。

5 Key Promises

5つの大切な約束。

Make it Wow!
Open Our Minds
Be Innovative
Be Earth-Friendly
Play Fair

自ら楽しみ、人生の新たな感動“Wow!”を世界中にとどける。
自由な発想、多様な価値観で、これからの豊かさを生み出す。
テクノロジー、アイデア、感性で、未知をデザインする。
地球を想い、世界中の仲間と豊かな自然を未来へつなぐ。
常にフェアであり続け、人とその先の社会に貢献する。

社内環境整備方針

当社は、感動提供企業として、また日本発のグローバル企業としてさらなる進化を遂げるため、多様な人材と価値観を積極的に取り入れています。新しい働き方への対応を推進し、従業員一人ひとりが最大限に能力を発揮できる職場環境の創造に継続的に取り組んでいきます。この方針のもと、「身体的健康」と「福利厚生」を重視し、従業員が活き活きと働ける環境を提供することで、働きがいのある職場を実現します。また、これらの人的資本に関する取り組みの進捗と効果を定期的に把握するため、エンゲージメントサーベイを実施し、継続的な改善を図っています。

人材育成制度

当社は、全従業員の能力向上を目的として、多角的な人材育成制度を展開しています。具体的には、新入社員から新任管理職まで、社内階層ごとに求められる役割や実践に必要な意識、知識、スキルを習得するための「階層別研修」を実施しています。また、将来のリーダーを育成するため、リーダーシップ、マネジメント、経営戦略立案に資する「選拔型研修」を提供し、次世代を担う人材の育成に注力しています。さらに、専門能力の向上を奨励し、会社の業績向上に貢献できる専門家を育成するため、「公的資格取得奨励制度」を設け、従業員の自律的な成長を支援しています。

グローブライドの研修

入社まで	●	内定者教育	入社前に社会人の基礎知識を覚えよう
入社	●●	新入社員研修	会社制度説明・事業部門紹介・ビジネスマナー研修
1年目	●●●	新入社員フォロー研修	ビジネスマナーや会社のことについて合同研修
		OJT制度	
2年目	●●●●	職場受入研修	新入社員育成に向けた先輩社員の育成
3～4年目	●●●●●	フォローアップ研修	組織人として自分自身の存在価値を高めよう
5年目～	●●●●●●	新人係長・課長研修	

その他の研修・教育

- グローバル研修（異文化交流・海外赴任前研修）
- 語学研修
- 通信教育
- その他

働きがいのある職場環境・人材活躍の推進

当社は、従業員が活き活きと働き、その能力を最大限に発揮できる職場環境の構築を重視しています。多様なライフステージに対応した支援、心身の健康増進、ワークライフバランスの実現に向けた具体的な取り組みを通じて、従業員一人ひとりが安心して長く活躍できる環境を提供しています。

ライフステージに応じた働き方を支援する各種制度

当社は、従業員が安心して意欲的に職務に取り組めるよう、企業全体で仕事と育児・介護の両立を図ることができるために各種制度を設けています。

育児休業制度	従業員の育児休業、育児のための勤務時間短縮等の措置、その手続きおよび育児のために会社が行う支援措置等について定めることにより、従業員の福祉向上に資することを目的とする制度
育児短時間勤務制度・育児一時預かり補助金制度	子の急な発熱や病気に対し、病児（病後児）保育に預けて勤務した場合の育児一時預かり補助金（以下補助金という）の支給について定める従業員の福祉向上に資することを目的とする制度
カムバックエントリー制度	結婚、妊娠、育児、介護、私傷病、配偶者の転勤により退職した従業員に対し、一般より優先して再入社を認めるカムバック・エントリー制度の運用について定めることにより、従業員の福祉向上に資することを目的とする制度
介護休業制度	従業員の介護休業、介護のための勤務時間短縮等の措置、その手続きおよび介護のために会社が行う支援措置等について定めることにより、従業員の福祉向上に資することを目的とする制度
高齢者再雇用制度	定年を迎えた従業員が豊富な経験や高度なスキル・技能を活かして働き続けられる再雇用制度。定年を迎えた従業員再雇用を希望する場合、業務の必要性や本人の職務能力などを評価した上で適切な処遇決定や人員配置を実施しています。

長時間労働の是正、時間外労働

当社は、従業員の健康と生産性の向上を両立させるため、時間外労働の適正管理と過重労働の防止に努めています。勤怠管理システムを導入し、労働時間の正確な把握と管理を徹底。長時間労働者に対しては産業医面談を実施し、上司への労働時間削減指導を行うことで、従業員が安心して働ける職場環境の実現を目指しています。

有給休暇取得

当社は、従業員一人ひとりが仕事と生活の調和を図り、心身のリフレッシュやゆとりある生活の向上を促進するため、年次有給休暇の取得を奨励しています。1日単位だけでなく、半日や時間単位での取得も可能とする「時間単位の有休制度」を新設し、柔軟な取得を推進することで、ワークライフバランスの充実に支援しています。

健康管理

当社は、従業員の健康増進と疾病の早期発見・早期治療のため、包括的な健康管理体制を構築しています。定期健康診断および特殊健診の受診を徹底し、二次健診の積極的な受診を促しています。また、年齢に応じた人間ドックや大腸内視鏡検査の実施により、健康状態を定期的に確認し、従業員が健康で活き活きと働ける職場環境の維持・向上に努めています。

ライフタイムスポーツ奨励制度

当社は、従業員がライフタイムスポーツとの関わりを深め、従業員間のコミュニケーション向上を促進するための制度を取り入れています。当社の事業領域である釣り、ゴルフ、ラケットスポーツ、サイクルに関わる活動や大会に参加した場合、活動費や参加費の一部を補助し、従業員の健康増進と福利厚生の向上に貢献しています。

EMPLOYEE'S COMMENT — 社員のコメント

私自身、ライフタイムスポーツ奨励制度を活用して釣りに出かけることで、リフレッシュだけでなく、他部署の方々とも自然に交流が生まれました。この制度は、社員間のコミュニケーションを円滑にする上でも役立っています。部署を超えて釣りを共にすることで、普段関わらない先輩とも交流が生まれ、業務における連携がスムーズになります。私が所属する生産本部は他部署との連携が多いため、こうした関係性が業務上の円滑なコミュニケーションにも繋がっています。趣味を仕事にできる環境は、社員のモチベーションを高め、製品への情熱を育みます。お客様に“Wow!”を届けるため、私たちは日々、遊び心と探求心を持って製品開発に取り組んでいます。制度を通じて心身を整えつつ、現場での連携力やチームワークが高まる環境に助けられています。



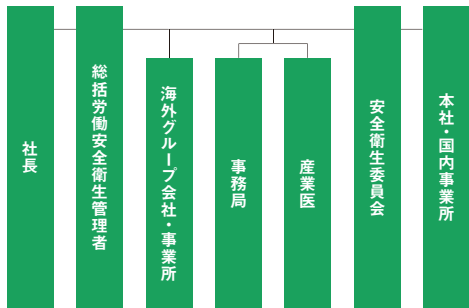
フィッシング生産本部
風間 一穂

労働安全衛生

グロープライドは、従業員一人ひとりが安全かつ健康に働ける職場環境を整備の整備を、企業の責任と位置付けています。事故や疫病の予防を徹底し、誰もが安心して働ける職場づくりを目的に「ゼロ災害・ゼロ事故職場」および「健康いきいき職場」を掲げ、全社的な体制で労働安全衛生活動を推進しています。

推進体制

労働安全衛生法で定められた安全衛生委員会を設置し、総務部長を総括労働安全衛生管理者として安全衛生に取り組んでいます。各事業場の労働安全衛生管理状況は、各安全衛生委員がとりまとめのうえ、労働安全衛生委員会をとおして総括労働安全衛生管理者に定期的に報告するものとしています。また、労働安全衛生委員会を月1回以上開催するとともに、衛生管理者および委員会参加者とともに、従業員の危険、健康障害を防止するための措置や、安全または衛生のための教育の実施、再発防止対策などを講じています。



安全衛生に関する取り組み

当社では、長時間労働についてのモニタリングや、就業に関わる危険性又は有害性を特定し、それに対する職場巡回を行い、改善対応を講じるなど安全・衛生への対応を行っています。また、事業活動の中で事故が起きた場合、直ちに安全管理者等に報告するとともに、速やかに事故に対する原因を調査し、再発防止を図ることとしています。また、社内イントラネット上で、労働安全に関する方針、規定や安全衛生に関する取り組みなど様々な情報を共有しています。

2025年3月期は、安全衛生委員会の下部組織である「安全安心分科会」および「安全教育分科会」「健康いきいき分科会」にて、以下の取り組みを推進しました。

「安全安心分科会」では、化学物質を取り扱う開発・製造部門を対象に、化学物質リスクアセスメントを実施するとともに、リスクの洗い出しと低減措置を講じ、より安全な作業現場の構築に努めました。

「安全教育分科会」では、以下のテーマに関する計画的な安全教育プログラムを実施し、安全意識と実践力の向上に努めました。

- ・機械の安全化研修
- ・リスクアセスメント研修
- ・ヒヤリハット・KYT（危険予知トレーニング）
- ・職場巡視・点検セミナー
- ・化学物質管理者研修
- ・保護具着用管理勉強会 など

「健康いきいき分科会」では、熱中症対策や禁煙支援、メンタルヘルスケアの推進にも力を入れ、産業医などと連携し、心身両面から従業員の健康維持を支援しています。

上記に加え、交通安全ルールの徹底、5S巡回パトロールの定期実施など、日常業務に根差した安全管理を強化しています。また、自衛消防訓練については、地域消防署との連携のもと実施し、災害リスクへの備えも実施しています。

健康の管理

当社では定期健康診断の受診率、ストレスチェック実施率をモニタリングし、健康診断の結果を受けての再診断受信の推進やストレスチェックで高ストレスとされた方の産業医への面談などを実施しています。なお、化学物質を扱う従業員は、年に2回の健康診断を実施しています。また、毎朝のラジオ体操など、日常のなかで無理なく体を動かす機会を創出することに加え、当社事業特性を活かし、自然の中で楽しめるフィッシングをはじめとした生涯スポーツを奨励しています。「ライフタイムスポーツ奨励制度」を設け、社員が継続的にスポーツに取り組むための、補助制度を設けるなど、事業スポーツの振興と健康増進を図ってまいります。

製品の安全性と品質管理

グロープライドでは、お客様の期待を超える製品を提供し続けるため、品質・安全性の向上を目的とした管理体制を構築するとともに、継続的な改善を通じて、品質・安全性、生産性の向上と顧客満足度の向上に取り組んでいます。

基本理念

品質重視、消費者志向の考え方に徹し、No.1 IN THE WORLDの品質を実現する。

活動方針

1. 品質目標の実現へ向け、各階層、全部門の従業員が総力を結集する。
2. お客様の声を真摯に受け止め、変化・向上する要求品質に対応する。
3. 品質保証の手順を確実に実行し、PDCA サイクルを的確に回すことで継続的改善を図る。

体制

当社では、品質保証部が品質保証体系の維持・改善に関する全般に携わり、製品安全の管理体制や方針・規定の維持・改善、設計審査や新製品評価等のデザインレビューの監査、クレームや事故、安全・品質関係の目標・数値管理、再発防止に関することなど、関連するグループおよび各部門と連携し推進しています。また、全社的品質保証・管理の推進、各部門の品質保証・管理活動が円滑に運営されるよう品質保証委員会および品質検討会を開催しています。

製造物責任への対応

当社では、当社の製造物により、人の生命、身体または財産に係る被害の発生を防ぐことを最重要課題と認識し、当社製品の製造物責任（PL）問題に対する予防と、製造物責任（PL）事故に対する緊急処置を明確にすることを目的に「製造物責任（PL）規定」を設けています。PL総括責任者として品質担当役員および各部門長が指名したPL責任者を中心に全社のPLP体制の維持向上に努めるとともに、PL事故対応にあたります。製品の安全性の確認を行い、製造物責任事故を未然に防止するため、製品企画、設計部門は最新の技術情報を基に、安全な製品の企画・開発・設計を行い、安全性については関係部署と十分な検討を行い、製品を安全かつ安心してお使いいただけるよう、取扱説明書・カタログ等への注意事項の表示を行っています。また、要求される品質をつくり込むために、担当者の教育を行うとともに、定められた手順に従い作業を行い品質保証に努めています。

製品のリコール対応

当社では、製品の不具合現象によるお客様への被害拡大防止およびブランド失墜を防止するため、「リコール実施規定」に基づき、リコールおよび自主回収の対応を品質保証部を中心に決定しています。

（概略）

- リコールに関わると思われる案件が発生した場合
 - ・ PL報告書または品質クレーム発生通知・回答書を品質保証部に連絡
 - ・ リコール実施判断のための会議の開催
 - ・ 対象製品・不具合の詳細・数量の予測、リコール実施の判断等
- リコール実施が決定された場合
 - ・ 具体的処置法の決定、告知方法・関係行政機関への報告、 また必要に応じて認証機関・所属業界団体への報告等
 - ・ 進捗状況の管理
 - ・ 目標に対する進捗状況、関係行政機関への中間報告、再発防止策の策定等

労働安全衛生に関する実績

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
労災発生件数(件)	2	3	2
労災による死亡者数(人)	0	0	0
度数率	1.04%	1.55%	0.99%
強度率	0.008%	0.003%	0.001%

※労働災害動向調査実績【算定期間1月～12月】（厚生労働省）

コーポレートガバナンス

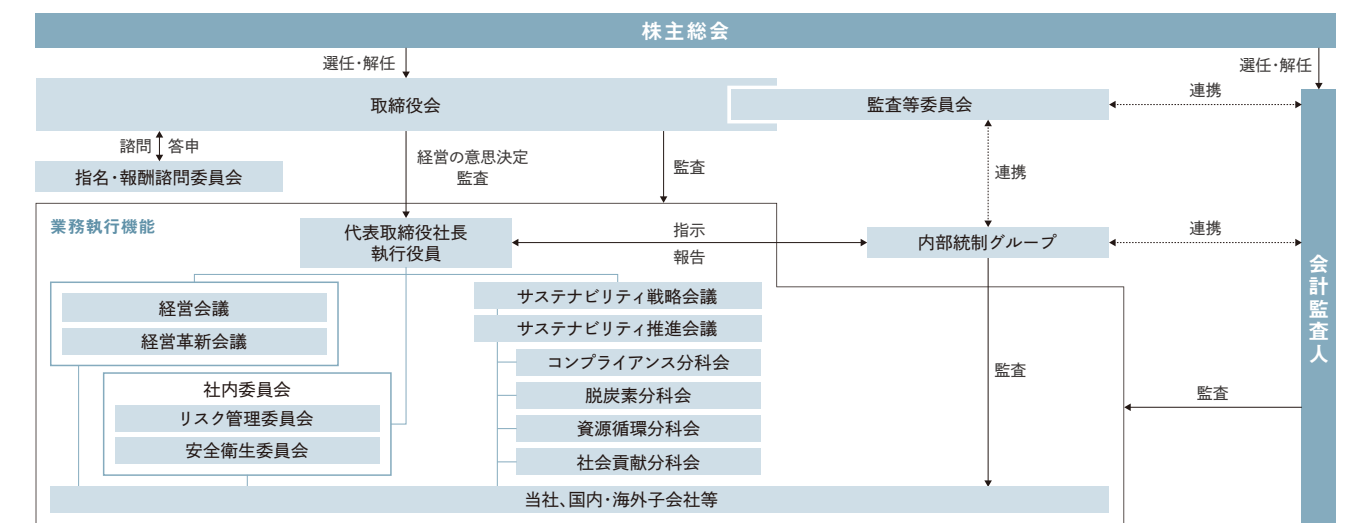
基本的な考え方

当社は、当社グループの持続的成長と中長期的な企業価値向上を図る観点から、意思決定の透明性・公正性を確保するとともに、保有する経営資源を十分有効に活用し、迅速果断な意思決定により経営の活力を増大させることがコーポレートガバナンスの要諦であると考え、次の基本方針に沿って、コーポレートガバナンスの充実に取り組んでまいります。

1. 株主の権利を尊重し、平等性を確保するとともに、適切な権利行使のための環境整備や権利保護に努める。
2. 株主以外のステークホルダー（お客様、仕入先、従業員、地域社会等）との適切な協働に努める。
3. 法令に基づく開示を適切に行うとともに、それ以外の情報提供も主体的に発信し、透明性の確保に努める。
4. 透明・公正かつ迅速果断な意思決定を行うため、取締役会の役割・責務の適切な遂行に努める。
5. 持続的な成長と中長期的な企業価値向上に資するよう、株主との建設的な対話に努める。

コーポレートガバナンス体制

当社の取締役会では、経営上の重要事項について審議しております。その他、各部門の経営状況について審議をする経営会議（構成員：社内取締役および執行役員）並びに経営戦略等の中長期的な重要事項について検討を行う経営革新会議（構成員：社内取締役）を毎月開催しています。監査等委員である取締役は取締役会に出席し、取締役会における経営の透明性・客観性・適法性を監査するとともに積極的に意見を述べています。また、取締役会の任意の諮問機関として、指名・報酬諮問委員会を設置しています。



取締役の選解任の方針と手続き

当社取締役会に対する取締役（監査等委員である取締役を除く）の候補者の提案は、選考基準に基づき、指名・報酬諮問委員会と協議の後、代表取締役社長が行っています。また、取締役会に対する監査等委員である取締役の提案も、選考基準に基づき、監査等委員会に説明の後、代表取締役社長が行っております。なお、取締役の解任についても同様の手続きを経た後、取締役会で審議決議し株主総会に付議することになっています。

04 CORPORATE GOVERNANCE

コーポレートガバナンス

55 コーポレートガバナンス

役員一覧



代表取締役
社長執行役員
鈴木 一成



取締役
常務執行役員
大竹 有司



取締役
常務執行役員
鈴木 浩康



取締役
常務執行役員
谷口 央樹



取締役
常務執行役員
小林 忍



取締役
常務執行役員
尾ノ上 幸司朗



社外取締役
高橋 智隆



社外取締役
高瀬 正子



取締役
常勤監査等委員
黒澤 敬幸



社外取締役
監査等委員
村松 高男



社外取締役
監査等委員
松井 巖

社外

独立役員

スキルマトリックス

企業経営

業界知識 (フィッシング)

業界知識 (スポーツ)

営業マーケティング

技術研究開発

ESG

グローバル

人事労務

ITデジタル

リスク管理

財務会計

スキル選定理由

企業経営	事業環境が大きく変化する中、中長期的に持続的な成長戦略を策定・実行するためには、企業経営全般に関する、知識・経験・実績が必要です。
業界知識（フィッシング）	釣具市場の特性や顧客ニーズを深く理解し、製品開発と競争力強化を図る知見が必要です。
業界知識（スポーツ）	スポーツ領域での多様な事業展開を的確に判断し、シナジーを生むための知識が必要です。
営業マーケティング	ブランド価値を高め、グローバル市場での競争優位を確立する戦略構築力が必要です。
技術研究開発	高付加価値な製品づくりを支える素材技術や製造技術に関する深い専門性が必要です。
ESG	環境・社会・ガバナンスの課題に対応し、持続可能な企業として信頼を得るための視点が必要です。
グローバル	海外売上比率の高さに対応し、各国市場や文化に応じた事業運営を行う知識と経験が必要です。
人事労務	多様な人材の活躍を促し、職人技と技術革新を支える組織力を構築する視点が必要です。
ITデジタル	デジタル技術を活用した顧客体験の向上や業務効率化を推進する知見と対応力が必要です。
リスク管理	地政学リスクやサプライチェーンの変動に備えた予見力と対応力を持つ視点が必要です。
財務会計	戦略的な資本配分や財務健全性の維持、透明性ある開示を通じて信頼を得る力が必要です。

指名・報酬諮問委員会の設置

目的

取締役の指名、報酬などに係る取締役会の機能の独立性・客観性と説明責任を強化し、コーポレートガバナンスの更なる充実を図ることを目的として、取締役会の任意の諮問機関として「指名・報酬諮問委員会」を設置しています。

権限・役割

指名・報酬諮問委員会は、取締役会の諮問に応じて、以下の事項について審議し、その原案を決定します。

1. 取締役の選任及び解任（株主総会決議事項）に関する事項
2. 代表取締役及び役付取締役の選定及び解職に関する事項
3. 取締役の個人別の報酬等の内容に係る決定方針に関する事項
4. 取締役の報酬等に関する事項
5. その他、これらに関連して取締役が必要と認めた事項

構成

当社の指名・報酬諮問委員会は3名以上で構成し、その過半数を社外取締役とするとともに委員長は委員の社外取締役の中から選任いたします。今期は3名で構成し、うち2名を社外取締役としています。

取締役会の実効性の評価

当社では、取締役会の実効性を検証すべく、全取締役に対して取締役会の構成や運営状況に関するアンケートを毎年実施し、その結果に基づき評価を実施しています。

評価プロセス

「取締役会の構成」「取締役会の運営」「取締役会の議題」「取締役会を支える体制」「株主との対話」を評価項目として、各取締役へアンケートを実施し、その回答を外部の専門家による第三者視点で評価・分析しています。

評価結果の概要

2025年2月に実施した実効性評価の結果は、2025年4月の取締役会に報告しております。同アンケートにおいて、現状の取締役会に抜本的な改善すべき項目はありませんでしたが、一部指摘された項目に関しては今後、必要な検討・改善を行い、取締役会の実効性を高めるべく努めてまいります。

役員報酬の概要

当社は取締役（監査等委員を除く）の個人別の報酬等の内容に係る決定方針を2022年6月29日開催の取締役会の決議にて定めています。

当社の取締役の報酬は、企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとして機能するような報酬体系とし、個々の取締役の報酬の決定に際しては各職責を踏まえた適正な水準とすることを基本方針としています。

基本報酬

当社の取締役の基本報酬は、月例の固定報酬とし、役位に応じて他社水準、当社の業績、従業員給与の水準を考慮しながら、総合的に勘案して決定するものとします。尚、社外取締役の報酬については基本報酬のみとしています。

業績連動報酬

業績連動報酬は、業績向上に対する意識を高めるため業績指標(KPI)を反映した現金報酬として、所定の時期に支給します。算定方式は、取締役共通の定量指標として連結売上高・営業利益の各々の対計画（公表値）達成率を用います。また、個人別の定性的な評価指標として、管掌部門の方針達成度や取締役としての能力発揮状況を用います。各々の評価項目についてウエイト付をし、個人別に評価を行い、合計点数に応じて7段階評価を実施し、役位ごとの基準額を起点として、評価ごとの掛率を乗じた仮の支給額の算定後、株主への配当金、従業員への賞与等を勘案し支給額を算定しています。

非金銭報酬（株式報酬）

非金銭報酬は、企業価値の持続的向上と株主の皆さまとの価値共有を目的とした譲渡制限付株式報酬といたします。対象者の役位・職責等を踏まえて水準を設定し、契約で在任中の譲渡等を禁止するとともに、規定違反時は当社が当該株式を無償取得できる旨を定めます。株主総会が定める上限内で、原則として年1回付与いたします。

役員報酬等の総額（2025年3月期）

区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)			対象役員数 (名)
		基本報酬	業績連動報酬	非金銭報酬	
取締役(監査等委員を除く)	206	145	41	19	7
取締役(監査等委員)	37	37	-	-	3
合計(うち社外取締役)	244 (37)	183	41	19	10(4)

リスク・コンプライアンス体制体制

当社は、代表取締役社長がリスク管理の統括責任者となり、グローバルリスクマネジメント室長をリスク管理推進責任者に任命するとともに、定期的に当社子会社よりリスク管理に係る報告を受け、重要事項について意思決定する体制を構築しています。役職員が当社グループ全体に法令、社内規則及び社会通念などを順守した行動をとるよう推進を図り、万ーコンプライアンス違反に関連する事態が発生した場合には、その内容、対処案が代表取締役社長、取締役会、監査等委員会に報告される体制を構築しています。また、当社及び子会社は、自社における業務執行に係るリスク管理体制を整備し、また、必要に応じて規定、マニュアル等を整備するとともに、適時教育・啓蒙を行うこととしています。

リスクマネジメント

当社は、当社のリスクを把握し、リスクの潜在的な影響を低減および回避し、またリスクが危機として顕在化したときには、その影響を最小限にすることを目的に、「リスク管理規定」を定めています。リスク管理及び危機発生時の対策にあたっては、コンプライアンスと企業の社会的責任に合致することを基本として意思決定し、行動することとしています。「リスク」と「危機」に分類し、その影響度を評価するとともに、重大な危機が発生した場合には「危機対策本部」を設置し、対策にあたります。また、リスク管理委員会を毎年2回開催しています。

通報制度

当社は、さまざまなハラスメント行為、不正な取引の強要等、公益者通報・コンプライアンス及び法律違反に関して懸念を含む情報に関する通報先として社内窓口(総務部)、法律事務所のほか、匿名で通報が可能なオンラインの通報・相談窓口の設置など、複数の窓口を用意しています。オンラインの通報・相談窓口は、役員・従業員のほか、取引先、その他の利害関係者が利用することができます。

財務・非財務データ

財務データ(連結)

	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
売上高(百万円)	100,304	120,684	134,583	126,008	123,983
売上原価(百万円)	63,726	74,971	85,596	80,014	77,435
売上総利益(百万円)	36,578	45,712	48,987	45,993	46,547
営業利益(百万円)	7,405	12,349	12,125	7,496	6,508
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	4,797	9,567	9,188	5,582	4,783
設備投資(百万円)	4,235	6,409	5,844	6,973	4,295
減価償却費(百万円)	2,742	2,997	3,495	4,244	4,588
研究開発費(百万円)	1,697	1,838	2,016	2,150	2,186
流動資産(百万円)	50,291	59,126	73,738	69,110	73,233
有形固定資産(百万円)	16,001	20,129	23,156	26,631	27,621
無形固定資産(百万円)	1,509	1,597	1,725	1,505	1,511
投資その他資産(百万円)	9,928	9,829	10,413	11,470	11,590
資産合計(百万円)	77,730	90,682	109,034	108,717	113,957
流動負債(百万円)	34,242	40,996	44,690	33,651	29,118
固定負債(百万円)	15,909	12,207	16,857	20,577	23,570
負債合計(百万円)	50,152	53,204	61,548	54,229	52,689
純資産合計(百万円)	27,577	37,478	47,485	54,488	61,268
営業活動によるキャッシュフロー(百万円)	15,842	6,956	4,158	12,405	2,042
投資活動によるキャッシュフロー(百万円)	△3,376	△6,847	△3,868	△6,314	△4,186
財務活動によるキャッシュフロー(百万円)	△8,356	△2,470	4,653	△6,376	1,011
現金及び現金同等物期末残高(百万円)	9,157	7,149	12,107	12,031	11,470
一株当たり配当金(円)	35.00	50.00	60.00	70.00	80.00
EPS(円)	208.88	416.62	400.04	242.98	208.10
BPS(円)	1,194.76	1,624.71	2,058.92	2,361.38	2,654.34
ROE(%)	19.1	29.6	21.7	11.0	8.3

※2021年10月1日付で、普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っています。
2020年3月期の期首に当該株式分割を実施したと仮定し、EPSおよびBPSを算出し、一株当たり配当金についても遡及換算しています。

非財務データ

			2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
E (環境)	電気使用量(MWh)	連結	63,386	56,601	59,004
	取水量(m ³)	グロースライド	24,242	23,578	27,142
	廃水量(m ³)	グロースライド	24,242	23,578	27,142
	GHG排出量(Scope1(t))	連結	3,538	3,133	3,587
	GHG排出量(Scope2(t)) [マーケット基準]	連結	39,839	32,111	27,038
	売上高原単位(Scope1・2)	連結	0.32	0.28	0.25
	GHG排出量(Scope3(t))	グロースライド	168,942	156,485	156,395
	廃棄物量(Kg)	一般 (t)	グロースライド	14.5	15.7
		産業 (t)	グロースライド	206.2	217.8
	リサイクル(有価物)(t)	グロースライド	181.1	165.0	170.0
S (社会)	PRTR法対象物質(kg)	国内(那須ダイワ)	10,380	10,850	10,150
	連結従業員数(人)	連結	7,722	6,765	6,994
	従業員(人)	グロースライド	824	859	851
	新卒採用者数(人)	グロースライド	23	24	27
	中途採用者数(人)	グロースライド	29	32	21
	平均勤続年数(年)	グロースライド	14.2	13.7	14.0
	男女賃金差異	正規雇用(%)	グロースライド	65.5	65.8
		有期雇用・パート(%)	グロースライド	68.1	69.4
	育児休業取得率	男性(%)	グロースライド	35.3	41.7
		女性(%)	グロースライド	100.0	100.0
	一人当たり平均残業時間/月(時間)	グロースライド	16.8	15.0	14.2
	一人当たり平均有給休暇取得日数/年(日)	グロースライド	12.8	11.6	12.6
	管理職女性労働者(人)	グロースライド	1	1	1
	階層別研修(人)	グロースライド	201	243	305
	選抜型研修(人)	グロースライド	19	34	23
	公的資格支援奨励(人)	グロースライド	22	22	20
	労災発生件数(件)	グロースライド	2	3	2
G (ガバナンス)	取締役総数(人)	グロースライド	9	10	10
	社外取締役の比率(%)	グロースライド	33.3	40.0	40.0
	女性取締役数(人)	グロースライド	0	1	1
	取締役会回数(回)	グロースライド	12	12	12
	報酬等総額(百万円)	グロースライド	229	221	244

※Scope1・2・3は「ソコテック・サーティフィケーション・ジャパン株式会社」による第三者保証を受けています。

企業情報

会社情報

(2025年3月31日現在)

社名	グローブライド株式会社 GLOBERIDE, Inc.	上場市場	東京証券取引所プライム市場
本社所在地	東京都東久留米市前沢3丁目14番16号	発行可能株式総数	60,000,000株
設立	1958年7月29日(登記上は1945年12月26日)	発行済株式総数	24,000,000株
資本金	41億8,411万円	株主数	26,623名
決算期	3月		
従業員	連結 6,994名 / 個別 851名		

役員

代表取締役社長執行役員	鈴木 一成	取締役常務執行役員	大竹 有司
取締役常務執行役員	鈴江 浩康	取締役常務執行役員	谷口 央樹
取締役常務執行役員	小林 忍	取締役常務執行役員	尾ノ上 幸司朗
社外取締役	高橋 智隆	社外取締役	高瀬 正子
取締役常勤監査等委員	黒澤 敬幸	社外取締役監査等委員	村松 高男
社外取締役監査等委員	松井 巖		

事業所一覧

事業所	本社 東京都東久留米市	国内販売拠点 全国5営業所 [東京、名古屋、大阪、福山、福岡]	国内生産拠点 東京工場 (本社)
-----	----------------	------------------------------------	---------------------

主要関連会社

国内販売拠点 (株)ワールドスポーツ [東京都] ウインザー商事(株) [神奈川県] (株)フォーティーン [群馬県]	国内生産拠点 那須ダイワ(株) [栃木県]
海外販売拠点 ダイワ・コーポレーション [アメリカ] ダイワ・スポーツ・リミテッド [イギリス、製造を兼ねる] ダイワ・フランスS. A. S. ダイワ・ジャーマニーGmbH ダイワ・イタリアS.r.l. 《000》ダイワ・ロシア ダイワ (オーストラリア) Pty. リミテッド ダイワ・FT・エンタープライズ (タイワン) Co., リミテッド ダイワ (ホンコン) Co., リミテッド ダイワ・コリアCo., リミテッド ダイワ・スポーツ (広州) Co., リミテッド アジア ダイワ (ホンコン) Co., リミテッド シンガポール・ダイワPTE. リミテッド ダイワ・スポーツ (M) SDN. BHD. [マレーシア] ダイワ・キャスティング (広州) トレーディングCo., リミテッド	海外生産拠点 ダイワセイコー (タイランド) Co., リミテッド (販売を兼ねる) ゾンサン・ダイワ・スポーツिंगグッズ・リミテッド トンガン・ダイワ・スポーツिंगグッズ・リミテッド ダイワ・ベトナム・リミテッド
	その他 (株) デスコ [東京都] (株) スポーツライフプラネット [東京都] (株) ロジスポ [東京都]

社外への賛同・参加

国連グローバル・コンパクト	WE SUPPORT UN GLOBAL COMPACT	気候関連 財務情報開示 タスクフォース	TCFD TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES
CDP気候変動	CDP Discloser 2024	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
生物多様性のための 30by30アライアンス	30by30	東京都 「スポーツ推進企業」	TOKYO 東京都スポーツ推進企業 2024認定

ESGインデックスへの組み入れ

FTSE Blossom Japan Sector Relative Index	FTSE Blossom Japan Sector Relative Index
---	--

SUSTAINABILITY REPORT 2025について

編集方針

本サステナビリティ報告書では、グローブライド株式会社が社会の持続的な発展に貢献し成長していくために定めている基本的な考え方、行っている取り組みについての情報を、ステークホルダーの皆様へ報告しています。

報告対象

本サステナビリティ報告書は、グローブライド株式会社および連結の国内・海外グループ会社を含むグローバル会社を、報告対象としています。一部、グローブライド株式会社単体の情報を掲載しています。

参考としたガイドライン

- GRI サステナビリティ・レポーティング・スタンダード
- 気候関連財務情報開示タスクフォースによる提言、最終報告書

報告対象期間

2025年3月期
(2024年4月1日～2025年3月31日)
※一部に上記期間外の情報を含みます。

発行

2025年9月