SUSTAINABILITY REPORT 2026

GLOBERIDE

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、新しい歓び、新しい生き方。

これからの豊かさが、そこにあります。

OUTLINE

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

MANAGEMENT

10 TOP MESSAGE
18 FISHING（フィッシング）
20 GOLF（ゴルフ）
22 RACQUET SPORTS（ラケットスポーツ）

知的財産・無形資産
24 革新と感動を形にする「DAIWA TECHNOLOGY」
26 共創が磨く「DAIWA TECHNOLOGY」

SUSTAINABILITY

28 サステナビリティ経営
30 マテリアリティ(重要課題)
32 脱炭素経営の推進
34 生物多様性保全の推進
地域と広げる自然共生サイトと、生物多様性の輪
36 資源循環の推進
38 有害化学物質の削減
40 フィッシング・スポーツ文化の牽引
D.Y.F.C（ダイワヤングフィッシングクラブ）50周年
44 人的資本経営の取り組み
働きがいのある職場環境・人材活躍の推進
46 人権の尊重
48 労働安全衛生
49 製品の安全性と品質管理

CORPORATE GOVERNANCE

50 コーポレートガバナンス

DATA SECTION

56 財務・非財務データ
58 企業情報

AT A GLANCE

財務情報（2026年3月期）

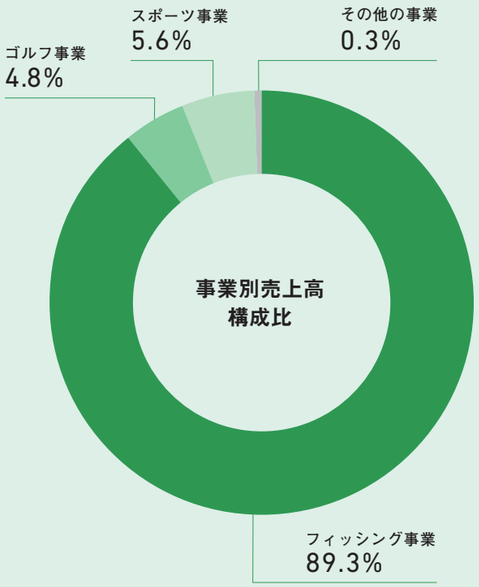
連結売上高
1,270億円

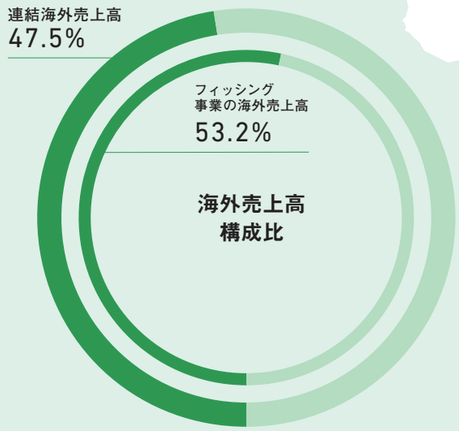
連結営業利益
65億円

ROE
8.6%

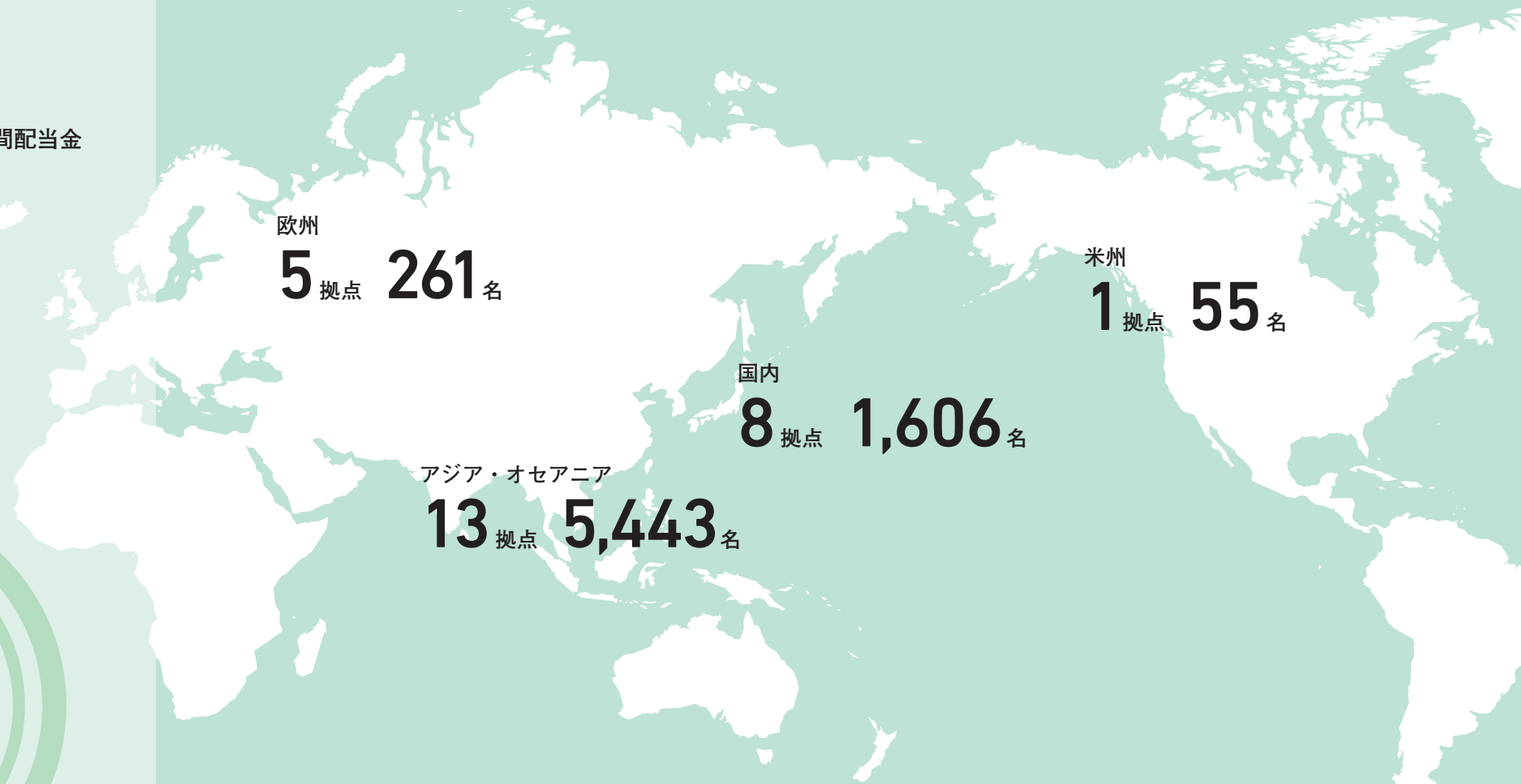
1株当たり年間配当金
90円
配当性向 37.5%

事業ポートフォリオ（連結）





※億円未満四捨五入



生産・販売拠点数
総拠点数 27拠点

連結従業員数
7,365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 PIER39

GOLF

Play fast! ONOFF golf matters
DAIWA GIII
RODDIO
FOURTEEN The clubs for the Discerning Golfer.

RACQUET SPORTS

prince
DIADEM

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

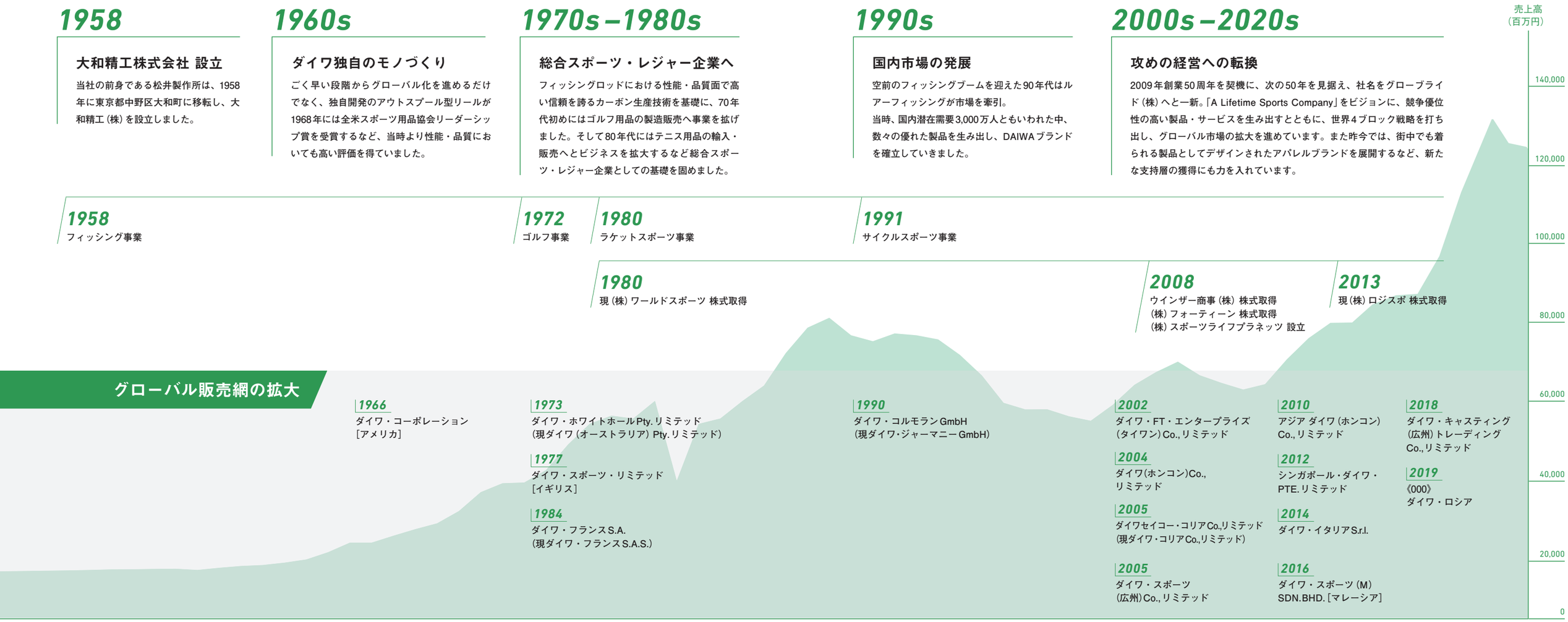
国内市場の発展

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 ラケットスポーツ事業

1980 現（株）ワールドスポーツ 株式取得

1991 サイクルスポーツ事業

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）スポーツライフプラネッツ 設立

2013 現（株）ロジスボ 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、スプール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Ⅰ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。当社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、軽量な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。リールでは強靭・耐久性、そしてスムース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。ロッドではキャスティング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。

SOCIAL ISSUES — INPUT — MATERIALITY — BUSINESS — OUTPUT — OUTCOME

SOCIAL ISSUES
- 気候危機
- 生物多様性の損失
- 資源枯渇
- Well-beingの向上
- 人権問題

INPUT
自然資本
電気使用量：58,767MWh

知的資本
研究開発費：2,239百万円
DAIWA TECHNOLOGY

社会関係資本
D.Y.F.C 会員数：6,237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：7,365名

財務資本
自己資本比率：54.1%

MATERIALITY
01 カーボンニュートラルを目指す脱炭素経営の推進

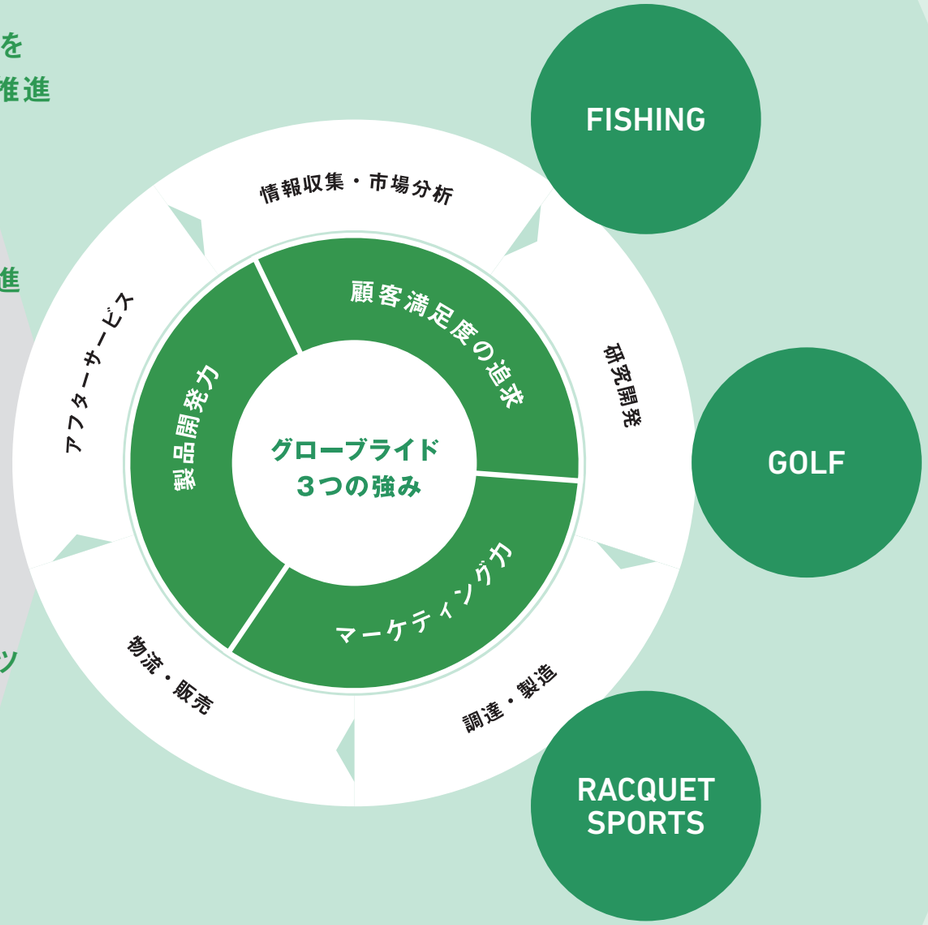
02 生物多様性保全の推進

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

BUSINESS



OUTPUT

経済的価値（2031年3月期）
（中期経営計画2030）
- 連結売上高：1,600億円
- 連結営業利益：160億円
- 総還元性向：期間を通じて50%を目安とする
- ROE（2031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（Scope1・2）（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

5 Key Promises

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

創業以来大切にしてきた価値を受け継ぎ、収益構造と事業基盤を進化させ、持続的な成長を実現します。



代表取締役会長執行役員
鈴木 一成

代表取締役社長執行役員
尾ノ上 幸司朗

新たな経営体制

価値を受け継ぎ、変革を実行する体制へ

――代表取締役会長と新任の代表取締役社長による新たな経営体制がスタートしました。これまで大切にしてきた価値をどのように受け継ぎ、今後の経営へつなげていこうと考えていますか。

鈴木：新たな経営体制を考えるにあたり、当社が何を受け継ぎ、何を未来へ発展させていくべきかを見つめ直しました。その中で中核となったのは、製品やサービスを通じて、お客様の期待を超える感動を届けるという創業以来の価値です。2009年に掲げた行動指針「Make it Wow!」は、その思いを言語化したものであり、創業者が写真館を営んでいた50年も前の時代から、人生の節目を写真に残して感動を届けてきた姿勢は一貫しており、この精神はグローブライドの社員一人ひとりにも受け継がれています。

私自身、営業や釣具店への出向を通じて、その姿勢の大切さをお客様に近い現場で実感してきました。メーカーの役割は、自社製品を販売するだけではありません。取引先の商売繁盛に貢献し、釣り人を育て、釣り文化そのものを広げていく。そうした創業以来の考え方を、釣具店の皆様から改めて教えていただいたと思っています。

そして、新社長の選任にあたり、最も重視したのは「企業理念の体現力」であり、もう一つが、周囲をまとめていく「人間力」です。社長は、誰よりも優れているから就くのではなく、組織のなかで与えられた役割を果たし、皆を一つにまとめていかなければなりません。尾ノ上社長は、この二つを備えた人物として、指名・報酬諮問委員会でも客観的な評価を受け、選任されました。これからは会長として、新たな経営体制の取り組みを支え、その実行を後押ししていきます。

尾ノ上：鈴木会長から経営のバトンを引き継ぎ、私自身も、グローブライドがこれまで大切にしてきた価値を受け継ぎながら、新しい時代にふさわしい経営を実践していきたいと考えています。

私は神戸・明石に近い海辺で育ち、幼い頃から父に釣りへ連れて行ってもらいました。反抗期で父とほとんど口をきかなかった時期でも、「釣りに行くか」と誘われると一緒に出掛けていました。港で釣り仲間と楽しそうに語り合う父の姿を見て、釣りには人と人をつなぐ力があることを自然と学んだように思います。

入社後は営業として全国の専門店の皆様に育てていただき、その後、人事部門での経験も重ねる中で、「人」が会社の力を決めることを改めて実感してきました。

こうした経験を踏まえ、私が新たな経営体制で取り組むことは、大きく三つあります。第一に、行動指針「Make it Wow!」のもと、失敗を恐れず挑戦する姿勢を受け継ぎ、社員一人ひとりが挑戦できる風土を築くことです。第二に、経営層が率先して「やめる」「決める」を徹底し、意思決定のスピードを高めて収益性を向上させることです。第三に、対話を重ねながら部門を超えたチーム力を高めることです。この三つを着実に実行し、当社が受け継いできた価値を事業の成果へつなげていくことが、私に課せられた役割だと考えています。

2026年3月期の総括と中期経営計画2030

成長軌道への回帰を確かなものにする「収益構造の革新」

――2026年3月期の業績をどのように評価されていますか。また、2027年3月期をどのような一年にしたいとお考えでしょうか。

鈴木：2026年3月期は、エネルギー価格の高騰や物価高が家計を圧迫する厳しい環境が続いたものの、世界のアウトドア・スポーツ・レジャー市場は緩やかな回復基調となりまし

た。コロナ禍の反動で積み上がった市場在庫も概ね正常化し、当社は売上高1,270億円と、3期ぶりの増収に転じました。

前中期経営計画で掲げた「成長路線への回帰」には一定の手応えを得ましたが、営業利益は65億円と前期並みにとどまりました。修正計画は達成したものの、当初目標には届いておらず、成長の歩幅は十分ではなかったと受け止めています。

事業別では、フィッシング事業は日本と中華圏で足取りが重かった一方、その他の地域は概ね回復し、増収となりました。ゴルフ事業は、物価高や為替の影響に加え、国内および韓国市場の低迷を受けて減収となりました。一方、ラケットスポーツ事業は、市場の回復とインバウンド需要を背景に堅調に推移しました。

尾ノ上：2027年3月期については、地政学的リスクや米国通商政策、中国経済の動向など不透明な要因はあるものの、世界のアウトドア・スポーツ・レジャー市場は緩やかな回復基調が続くと見ています。当社は、売上高1,340億円、営業利益70億円と前期を上回る増収増益を計画しています。中期経営計画2030の初年度として、「収益構造の革新」に伴う一時的な費用も織り込みながら、改革を着実に始動させ、次の利益成長につながる基盤を整える一年と位置づけています。

――前計画を見直した背景と、新たな中期経営計画に込められた思いをお聞かせください。

鈴木：今回、「中期経営計画2026」を前倒しで見直した理由は、大きく三つあります。

一つ目は、市場の回復が計画策定時の想定よりも緩やかだったことです。流通在庫の過多は概ね解消したものの、物価高を背景に消費者の生活防衛意識が高まり、2026年3月期は修正計画を達成した一方、当初目標には届きませんでした。

二つ目は、コロナ禍前後の大きな業績変動を通じて、当社の利益体質の弱さが改めて明らかになったことです。追い風によって一時的に高まった利益率は、市場の正常化とともに再び5%台へ戻りました。良い風が吹けば伸びる一方、環境が変わると利益率が低下する体質のままでは、持続的な成長は実現できません。PBRが1倍を下回る現状も踏まえ、外部環境に左右されず、安定して利益を生み出す力を高めなければならないという危機感を強く持ちました。

三つ目は、本社隣接地で進める「みらいフィールドプロジェクト」です。将来の研究開発や生産技術の革新を担う大規模な投資を実行しながら、その他の成長投資と株主還元を両立するためには、キャッシュアロケーションを含めて計画全体を見直す必要がありました。

「感動提供企業への進化」「日本発グローバル企業への進化」「サステナブルな事業基盤への進化」という三つの方向性は、今回新たに掲げたものではなく、2021年の長期ビジョン策定時から進めてきたものです。前計画を振り返るなかで明確になったのは、この三つを実現するには、事業規模の拡大だけでなく、収益性を構造的に高めなければならないということでした。この課題認識を、中期経営計画2030に反映しています。

尾ノ上：これまでの経営改革を通じて、当社の自己資本比率は50%を超え、財務基盤は着実に安定してきました。しかし、その状態に甘んじることはできません。利益率や資本効率には、なお改善の余地があり、従業員一人ひとりの収益マインドも高めていく必要があります。中期経営計画2030では、これまでの改革を土台に、「収益構造の革新」へさらに一段踏み込みます。

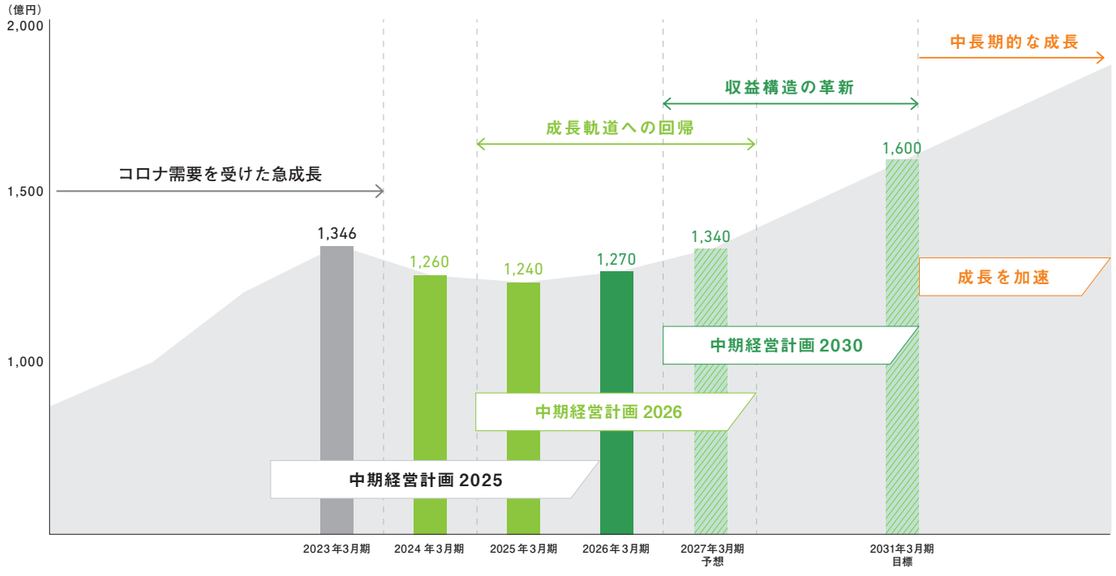
2031年3月期には、連結売上高1,600億円、営業利益率10%を目標に掲げています。数字そのものが目的ではありません。環境変化に左右されにくい収益力を備え、将来への投資を継続できる「筋肉質な経営体質」を築くことが狙いです。

その実現に向け、フィッシング事業を中心にグループ全体最適を一層進めていきます。PSI（生産・販売・在庫）管理の精度を高め、需要予測、生産計画、在庫管理の連動を強化します。また、製品ラインアップを構成するSKUを最適化し、商品別・地域別の収益性を的確に把握することで、売上を確実に利益へつなげます。あわせて、原価改善や適正な販管費管理にも取り組みます。

「収益構造の革新」は、単なるコスト削減や縮小均衡ではありません。必要な領域には投資する一方、やめるべきことは明確に判断する。そのメリハリを徹底し、将来への挑戦を継続できる会社へ変えていきます。

また、資本コストや株価を意識した経営を、経営層だけのテーマにはしません。まず役員・執行役員、続いて部門長へと議論を広げ、全社で実行する段階へ進めます。資本コストやPBRをそのまま現場へ伝えるのではなく、営業、生産、

中期経営計画2030の位置づけ



中期経営計画2030

2031年3月期の数値目標	売上高	1,600億円
	営業利益	160億円
	経常利益	155億円
	親会社株主に帰属する当期純利益	120億円
	総還元性向	期間を通じて50%を目安とする
	ROE	2031年3月期までに12%以上

経営基本方針（3つの進化）

感動提供企業への進化

付加価値を創造する領域、お客様に貢献する領域、「Wow!」な感動領域を拡大する

日本発グローバル企業への進化

日本で培った技術や製品で、付加価値を創造するエリア、お客様に貢献するエリアを拡大する

サステナブルな事業基盤への進化

DXによる業務革新やSDGsなど時代要請に応える事業基盤を整備する

重点戦略

事業戦略

［フィッシング事業］
- 地域特性を踏まえた4ブロック戦略推進による収益構造の革新
- みらいフィールドプロジェクトによる持続的な成長に資する生産拠点の構築

［ゴルフ・ラケットスポーツ事業］
- 独自の世界観に基づくブランド力による収益力向上

財務戦略・資本政策
- 2031年3月期までにROE12%以上を達成する
- 5年間で総還元性向50%を目安とし、安定的かつ継続的な増配を実施する
- 資本コストの低減に向けたIR強化の推進

経営基盤強化
- 人材活躍を推進し、「Wow!」の可能性に取り組み続ける人材を育む
- サステナビリティの推進
- DX推進による生産性向上と新たな価値創出
- ガバナンスの強化

商品開発などの業務へ因数分解し、それぞれの仕事が収益性や資産効率、企業価値とどうつながるのかを具体化していきます。

グローバルでの成長戦略

地域に根差した事業展開で、売上と収益性をともに高める

――中期経営計画2030のもとで、グローバルでどのような成長を目指していくのでしょうか。

尾ノ上：フィッシング事業では、世界を日本、米州、欧州、アジア・オセアニアの四つに分けた「世界４ブロック戦略」で、それぞれの市場環境や釣り文化、競争状況に応じた戦略を進めます。

日本で成功した製品を、そのまま世界へ展開すればよいとは考えていません。対象魚も、釣り方も、お客様が求める価値も地域ごとに異なります。日本で培った技術や品質を共通の基盤としながら、現地の販売会社やプロ、テスターから得た声を、商品開発や販売戦略へ反映します。

「日本発グローバル企業」とは、日本の考え方を一方的に海外へ持ち込むことでもありません。営業や製造の最前線では現地の人材が力を発揮し、各拠点が自立して成長することが重要です。日本では、技術、研究開発、管理基盤など、グローバルな事業活動を支えるインフラを強化していきます。

米州では、当社の市場シェアはまだ一桁台であり、大きな成長余地があります。主力のバスフィッシング用品に加え、海釣り用品や収益性の高い商品群の販売を拡大します。また、専門店との取引を軸に、量販店やオンラインを含めたチャネルの開拓を進めます。

欧州では、カープフィッシングなど伝統的な釣り市場でのプレゼンスを高めるとともに、東欧をはじめ、まだ十分に開拓できていない地域へ展開します。アジア・オセアニアでは、中国や韓国を中心に日本製品を供給しながら、地域の釣りに適した専用品も投入します。東南アジアでは、販売チャネルを広げるだけでなく、釣り文化そのものを育てていきます。

売上を伸ばすだけではなく、商品構成、価格、在庫、物流を含めて地域ごとの収益性を高め、利益を伴う成長へつなげることが重要です。

ゴルフ・ラケットスポーツについても、規模だけを追うのではなく、それぞれのブランドが持つ独自の世界観を磨き、上質な製品とサービスを通じて収益力を高めます。

ゴルフでは、「ONOFF」「FOURTEEN」「RODDIO」の各ブランドが持つ個性を明確にし、ブランド価値を高めながら、安定した収益の確保を目指します。ラケットスポーツでは、「Prince」「DIADEM」、そして「ウインザーラケットショップ」の強みを生かします。成長が期待されるピックルボールについては、製品販売に加え、専用コートの支援や選手育成などを通じて、市場そのものを育てていきます。

――成長を支える技術やものづくりを、今後どのように進化させていきますか。

鈴木：当社は、長年にわたりリールの精密加工技術や、釣り竿のカーボン成形技術を磨き続けてきました。リールでは、滑らかな回転性能、耐久性、軽量化を追求しています。釣り竿では、カーボンの素材特性と多様な成形・加工方法を組み合わせ、軽さ、強さ、感度を高い次元で実現してきました。

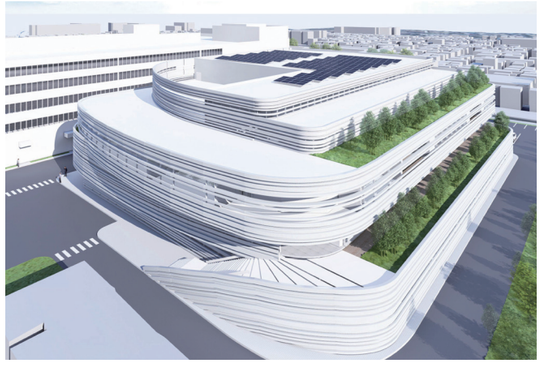
こうした技術は、フィッシングだけにとどまりません。カーボン技術はゴルフシャフトにも活用され、現在では医療分野にも広がっています。東京慈恵会医科大学発のスタートアップとの医工連携プロジェクトでは、脊柱管狭窄症用医療器具に用いるカーボン製ロッド部の開発を担っています。技術そのものが目的なのではなく、技術を通じて新しい製品や市場を生み出し、人々の生活や健康へ価値を提供することが重要です。

尾ノ上：これからは、技術性能を高めるだけでなく、それを新たな体験価値やサービスへつなげていきます。

その一つが、スマートフォンと連携するベイトリール「IMZ」です。キャスト数や飛距離、巻き上げの状況などを記録し、釣行後にデータを振り返ることができます。ソフトウェアのアップデートによって購入後も機能が進化するため、釣行当日だけでなく、釣りに行く前や帰った後まで含めて、楽しみ方を広げることができます。

一方で、すべてをデジタルに置き換える考えではありません。天然素材の感触を好む人もいれば、データを活用した新しい釣り方を楽しむ人もいます。多様な価値観に応える製品やサービスを提供することが、釣り文化の裾野を広げることにつながります。

本社隣接地で進める「みらいフィールドプロジェクト」も、こうした成長を支える重要な投資です。約215億円を投じ、2029年の供用開始を予定しています。単なる新棟建設や生産能力の増強ではなく、研究開発から設計、生産技術までの連携を強化し、グローバル最適生産を支えるマザー工場として整備します。



みらいフィールドプロジェクト
所在地／東京都東久留米市　新棟の敷地面積／約9,000㎡（予定）
工事期間／2026年～2032年（予定）　供用開始／2029年（予定）

また、新製品や新技術を迅速に市場へ投入する体制を整え、将来的な省人化や自動化も見据えて、品質、生産性、原価競争力を高めます。異なる専門性を持つ従業員が部門を超えて連携し、新たな製品、技術、サービスを生み出す場にしていきます。太陽光発電の導入や木材の活用など、環境に配慮した設計と働きやすい職場づくりも進め、将来の価値創造と持続可能なものづくりを両立する拠点を目指します。

企業価値を支えるサステナビリティ

自然と事業の持続可能性を、ともに高める

――グローブライドにとって、サステナビリティはどのような意味を持つのでしょうか。

鈴木：当社にとってサステナビリティは、近年になって新しく始まった取り組みではありません。そもそも私たちの事業は海や川など、豊かな自然環境と密接に関わっており、自然の恵みなくしては成り立たないものです。だからこそ、「自然との共生」は外部から求められて取り組むものではなく、創業時から当たり前のように実践してきたことです。

その考え方を象徴する取り組みの一つが、今年で創設50周年を迎える「D.Y.F.C（ダイワヤングフィッシングクラブ）」です。私自身も第１期生として参加しました。D.Y.F.Cで教わったのは、釣りの技術だけではありません。「豊かな自然があってこそ釣りは成り立つ」「釣り人は水辺の番人である」という考え方でした。釣り場を来た時よりもきれいにして帰り、自然に感謝し、次の世代へ受け継いでいく。その教えは今も私の原点です。釣りは、自然の中で自ら考え、試し、工夫する体験です。思いどおりにいかない時間も含めて、子どもたちの粘り強さや自立心、自然への感性を育んでくれます。D.Y.F.Cの50年は、釣り文化の継承だけでなく、次世代育成の歩みでもありました。現在では、韓国とオーストラリアでもD.Y.F.Cを始めています。日本で続けてきた取り組みを押し付けるのではなく、それぞれの地域の社員や関係者が意義を感じ、自ら活動を広げていくことを期待しています。

フィッシングは自然の恩恵を受ける一方、自然や魚に一定の負荷をかけるスポーツでもあります。だからこそ、フィッシングのリーディングカンパニーとして、外部から求められたから対応するのではなく、自然環境の保全に主体的に向き合う責任があります。自然を守ることと、釣り文化を育てること。この二つを両立させることこそが、私たちが果たすべき役割だと考えています。

尾ノ上：経営という視点から見ても、サステナビリティは企業価値を支える重要な経営基盤です。

世界では今、気候変動への対応だけでなく、化学物質規制やサプライチェーン管理、人権への配慮など、企業に求められる責任が急速に高まっています。特に欧州では規制の厳格化が進んでおり、対応できなければ市場で事業を継続していくこと自体が難しくなる時代です。当社にとっても、欧州をはじめとする各国・地域の規制に適切に対応することは、グローバルで事業を継続し、お客様や取引先からの信頼を維持するうえで、欠かせない取り組みです。

実際、気候変動対応では、Scope1・2の温室効果ガス排出量を2021年度比で35.2％削減するとともに、第三者検証を通じて開示情報の信頼性向上にも取り組んでいます。資源循環では、明石浦漁業協同組合の皆様と連携し、使用済み漁業用カゴを再生材として活用したクーラーボックスを開発・販売するなど、事業と関わりの深い領域で具体的な取り組みを進めています。

つまり、サステナビリティは単なる社会貢献活動ではなく、事業を継続し、世界で成長し続けるための前提条件であるともいえます。そのため、私たちは環境対応や人権対応を「やらなければならないこと」として受け止めるのではなく、企業価値を高めるための経営戦略として主体的に取り組んでいます。ただし、すべてを一律に対応するのではなく、各国

の規制や取引先からの要請を踏まえ、リスクや重要性を見極めながら、メリハリを持って取り組むことが重要と考えています。

一方で、私たちのサステナビリティは、リスクへの対応や事業を守ることにとどまるものではありません。「DAIWA SAFETY」を掲げ、ライフジャケット着用の啓発をはじめ、水辺の安全・安心につながる活動にも力を入れています。釣り文化を持続的に発展させ、次世代へつないでいくためには、その魅力を伝えるだけでなく、誰もが安心して水辺に親しめる環境を整えることが欠かせません。

さらに、釣り文化の基盤となる自然環境を次世代へつなぐため、ネイチャーポジティブにも取り組んでいます。近畿大学と連携した里山ビオトープ活動では、絶滅危惧種「ニッポンバラタナゴ」の保全に取り組んでいます。神奈川県・江の島では、NPO法人と協働して藻場の保全や海底清掃を行うなど、教育機関や地域社会と連携した活動を進めています。こうした取り組みと情報開示を進めるなかで「FTSE JPX Blossom Japan Index」などのESG指数にも選定されました。もちろん、それ自体を目標にしているわけではなく、私たちが目指しているのは、社会課題の解決と企業価値の向上を両立させることです。



D.Y.F.Cでは安全性の観点でフローティングベストの着用を義務付けています。

自然を守ることがブランドへの信頼につながり、その信頼が新しいお客様との出会いを生み、企業価値の向上につながっていく。そうした好循環をつくっていきたいと思っています。

――中期経営計画2030とサステナビリティ経営を実行するうえで、どのような人材と組織を目指していますか。

尾ノ上：当社には、釣りやスポーツ、ものづくりが好きで、一つのテーマへ深く入り込んでいく社員が多くいます。こうした「好き」やこだわり、専門性は、グローブライドらしい価値を生み出す大切な土台です。

一方、今後はグローバル展開、デジタル技術の活用、サステナビリティへの対応など、事業を支えるために必要な力がさらに広がります。自らの専門性を高めるだけではなく、部門や国を超えて多様な視点を取り入れ、チームで課題を解決し、新たな価値を生み出す力が重要になります。

行動指針「Make it Wow!」を実践するためにも、失敗を恐れず挑戦できる風土が欠かせません。経験を重ねるなかで、失敗を避けようとする意識が強くなることもあります。だからこそ、失敗したことだけを理由に否定的な評価をするのではなく、新しいことへ挑む姿勢や意欲も適切に評価する制度へと見直します。

新たな人材育成方針と評価制度は、まずマネジメント層から導入し、その後、一般従業員へ展開していく計画です。また、エンゲージメントサーベイを活用し、管理職と職場の対話を深め、一人ひとりが自らの強みを発揮できる環境を整えます。



社員一人ひとりの専門性や挑戦心を、個人のなかに閉じ込めるのではなく、組織のチーム力へと変えていく。その力を、新しい製品やサービス、事業の価値、そして社会課題の解決につなげていきたいと考えています。

企業価値向上に向けて

中期経営計画2030を着実に実行し、次の成長へ

――最後に、2030年とその先を見据え、ステークホルダーの皆様へメッセージをお願いします。

鈴木：当社は創業以来、経済的な価値を生み出すことと、自然環境や社会に対する価値を高めることの双方を大切にしてきました。私は、企業の価値とは、「人」「経済」「社会」の三つが重なり合うところに生まれるものだと考えています。経済的な成長だけを追い求めても、企業は長く続きません。社会貢献だけでも、企業は成長できません。そして、そのどちらも、人が育たなければ実現できません。

私が考える企業価値の源泉は、最後は「人」です。新しい経営体制になっても、この考えは変わりません。これからは会長という立場から、尾ノ上社長を中心とした新しい世代の歩みを支え、次の100年へ向けた土台づくりを続けていきます。

自然を守ること。ライフタイム・スポーツ文化を育てること。世界中のお客様へ、期待を超える感動「Wow!」を届けること。そのすべてを支えているのは、人です。これからも、一人ひとりがこの会社の価値を生み出し続けられるよう、その成長を後押ししていきます。

尾ノ上：中期経営計画2030では、資本収益性の向上に向け、2031年3月期までにROE12%以上を目標に掲げています。もちろん、この数字を達成することは重要です。

現在、当社のPBRは1倍を下回っています。市場から見れば、「グローブライドの価値は、まだ十分に評価されていない」という現実があります。私は、この現状を真摯に受け止めています。だからこそ、収益構造の革新による利益率の向上に加え、資産効率の改善や成長戦略の着実な実行を通じてROEを高め、市場の期待に応えていかなければなりません。そして、その成果を株主の皆様に還元するため、計画期間を通じて「総還元性向50%」を目安とし、安定的かつ継続的な株主還元を実行してまいります。

同時に、市場から適正な評価をいただくためには、株主・投資家の皆様との対話をさらに深める必要があります。IR・SR活動を強化し、ESG情報を含む情報開示を一層充実させることで、当社の成長力や将来価値への理解を促し、経営の不確実性を低減していきます。また、気候変動対応やサプライチェーン管理を通じて事業リスクを抑えることも、資本コストの低減に寄与すると考えています。こうした対話と取り組みを両輪で進め、持続的な企業価値向上につなげることが、私たちの重要な責務です。

利益を生み出せる企業になることで、技術へ投資できる。人へ投資できる。未来への挑戦を続けられる。そうした挑戦の成果が企業価値を高め、結果として株主の皆様、お客様、お取引先、地域社会など、すべてのステークホルダーの皆様へ価値を還元できる会社になると考えています。

これからも、世界中のお客様へ期待を超える製品やサービスを届けるために、収益構造の革新を進め、新しい技術へ挑戦し、新しい市場を切り拓いていきます。そして、その挑戦を支えるのは、社員一人ひとりです。社員が誇りを持ち、自ら考え、挑戦し、成長できる会社であり続けること。私は、それが2030年、さらにその先のグローブライドにつながると信じています。





事業概要

フィッシング事業は、世界で展開する「DAIWA（ダイワ）」ブランドのもと、リール、ロッド、ルアーのほか、ウエア、フローティングベスト、クーラーボックスまで、釣りに関わる製品・サービスを提供しています。リールの開発・生産を通じて培った、金属を精密に加工する技術と、軽さと強さを両立するカーボン成形技術を生かし、軽く扱いやすく、思いどおりに操作でき、長く使える製品づくりを進めています。
日本で培った技術や品質を共通の土台としながら、世界各地のテスターやユーザーの声を取り入れ、各国・地域で異なる対象魚や釣り方、嗜好、販売チャネルに応じて、製品ラインアップや販売施策を組み立てています。さらに、釣具専門店のキャスティング、カスタムサービスを提供するSLP WORKS、物流を担うロジスポと連携し、開発・生産から物流、販売、購入後のカスタムまでをグループで支えています。

業績概況

2026年3月期のフィッシング事業は、売上高113,382百万円、前期比2.7%増となりました。
コロナ禍の反動で積み上がった市場在庫の調整が進み、世界のフィッシング市場は需要と在庫のバランスが正常化へ向かいました。
地域別では、日本は物価高による消費マインドの停滞、中国を中心とする中華圏は景気低迷の影響を受け、市況の弱さが続きました。一方、米州、欧州、東南アジアでは市況が持ち直しました。こうした中、国内ではスピニングリール「SALTIGA」「CERTATE」やバス用ロッド「STEEZ」などの新製品を投入しました。海外では「TATULA」シリーズをはじめとするバスフィッシング用品や海釣り用品、日本製の高級品、各地域の釣り方に合わせた専用品の販売を進めました。

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

今後の展望

世界のフィッシング市場は、各地域の多様な釣り文化や嗜好を背景に、中長期的に安定した需要が見込まれる市場です。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きましたが、コロナ禍で拡大した需要の反動や流通在庫の調整を経て、足元ではエリアごとのばらつきはあるものの、概ね底打ちし、緩やかな回復基調にあります。
こうした市場環境のもと、当社はフィッシングのトップブランドとして、グローバルNo.1の地位を確固たるものにすべく「DAIWA」ブランドの訴求をさらに強化していきます。
今後も、多様なニーズに応じた製品開発に加え、新たなスポーツ・フィッシングの魅力を市場に提案することで、グローバルなフィッシング市場の拡大に取り組むとともに、世界を日本、米州、欧州、アジア・オセアニアの4ブロックに分け、各地域の特徴に応じた戦略を実行します。また、地域や釣り種、嗜好、販売チャネルごとに異なるニーズを捉えた製品展開を進めるとともに、製品ラインアップの適正化や価格政策の見直し、生産・販売・在庫の連動強化を図り、売上高の成長と利益率の改善に取り組みます。

GOLF
ゴルフ



事業概要

ゴルフ事業は、1972年に国産アイアンヘッドを開発してスタートし、翌年にはフィッシングロッドで培った技術を生かして当社初のカーボンシャフトを生み出しました。現在は、「ONOFF（オノフ）」「FOURTEEN（フォーティーン）」「RODDIO（ロッディオ）」など、異なる考え方と個性を持つブランドのもと、ゴルフクラブやパーツを展開しています。
「ONOFF」は「Create Good Golf.」、「FOURTEEN」は「ゴルフをする歓びをつくる。」を掲げ、「RODDIO」は独創的なプレミアムゴルフパーツを提供しています。
クラブを構成するヘッドやシャフトまで幅広く手掛け、長年培ったカーボン技術をシャフトに加え、ボールを打つヘッドにも展開し、振りやすさや打球の安定性を高めています。
技術や機能だけを一律に追うのではなく、ブランドごとの世界観を製品やサービスに反映し、競技に取り組む人からゴルフをライフスタイルとして楽しむ人まで、多様な価値観に応えています。

業績概況

2026年3月期のゴルフ事業は、売上高6,131百万円、前期比4.9%減となりました。
コロナ禍を契機に高まった需要が一巡した後、国内では物価高によって消費者の購買姿勢が慎重になり、ゴルフ用品の価格上昇も市場に影響しました。海外では、主力市場である韓国の低迷が続き、国内外ともに年間を通じて厳しい販売環境となりました。また、ゴルフ用品は調達先が比較的限られ、輸入販売の大半をドル建てが占めるため、円安の影響が直接表れました。
このような厳しい事業環境の中、国内では「ONOFF LADY」「ONOFF KURO」シリーズなどの新製品を投入し、各ブランドの特徴を生かした製品・サービスの提供を進めました。特に、日本と韓国という主要市場の双方で需要が伸び悩んだことから、事業全体では減収となりました。

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


FOURTEEN


RODDIO

今後の展望

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を背景に、新たなゴルファー層の参入も見られます。特に、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”への関心が高まり、若年層や女性を中心に、ゴルフの楽しみ方や消費行動も多様化しています。
また、アジア市場では、中長期的にはゴルフ人口の拡大や所得水準の向上を背景に、上質なゴルフ用品への需要が見込まれます。一方で、地域ごとの景気動向や為替、消費マインドの変化など、市場環境を見極めた対応が重要になっています。
当社は、「ONOFF」「FOURTEEN」「RODDIO」の各ブランドが持つ個性を明確にし、感性と品質、性能を融合させた製品・サービスの提供を通じて、ブランド価値の向上と安定した収益の確保を目指します。規模の拡大だけを追うのではなく、それぞれのブランドが持つ独自の世界観を磨き、上質な製品とサービスを通じて収益力の向上に取り組みます。

RACQUET SPORTS
ラケットスポーツ



事業概要

ラケットスポーツ事業は、1980年のテニス事業参入以来、「Prince（プリンス）」「DIADEM（ダイアデム）」を中心に、ラケットや関連用品を展開しています。
「Prince」は、半世紀近い歴史の中で培ったアイデアと技術を生かし、プレーヤーのスタイルを進化させる製品を提供してきたブランドです。「DIADEM」は、2015年に米国で誕生し、プロ選手の実戦経験を生かした製品開発により、競技志向のプレーヤーから支持を得ています。
日本市場では、それぞれの個性を生かしながら、国内のニーズに合った素材や設計、サービスの開発を進めています。また、ラケットスポーツ専門店「ウインザーラケットショップ」を通じて、上質なテニスライフを提案しています。
近年はテニスに加えてピックルボールにも領域を広げ、競技力の向上を目指す人から、健康づくりや仲間との交流を楽しむ人まで、幅広いプレーヤーに製品・サービスを提供しています。

業績概況

2026年3月期のラケットスポーツ事業は、売上高6,847百万円、前期比4.6%増となりました。
ラケットスポーツ市場では、コロナ禍で落ち込んだ需要の回復が続き、テニスを中心に堅調に推移しました。健康づくりや仲間との交流の場としての価値が支持される中、インバウンド需要の増加も販売を後押ししました。こうした市場環境のもと、「Prince」「DIADEM」などのブランドを展開するとともに、ラケットスポーツ専門店「ウインザーラケットショップ」を通じて、幅広いプレーヤーに製品・サービスを提供しました。特にテニス用品の販売が順調に推移し、市場の回復とインバウンド需要を着実に取り込みました。

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(TENNIS)



DIADEM(PICKLEBALL)

今後の展望

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。コロナ禍で一時的に活動機会が制限された影響から脱し、足元では市場の回復が引き続き進んでいます。また、プロ選手の国際的な活躍による刺激に加え、機能性とファッション性を兼ね備えたウエアやギアへの関心も高まっており、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を背景に、近年ではピックルボールが新たなラケットスポーツとして注目を集めています。既存プレーヤー層に加え、ビギナー層やシニア層も取り込みやすい競技であり、今後の市場拡大が期待されます。
こうした市場環境のもと、当社は「Prince」「DIADEM」のブランド力と、専門店「ウインザーラケットショップ」の顧客接点を活かし、多様化するプレーヤーのニーズに応える製品・サービスを提供していきます。ピックルボールについても、製品販売にとどまらず選手育成・普及活動などを通じて、ラケットスポーツ事業の持続的な成長につなげていきます。

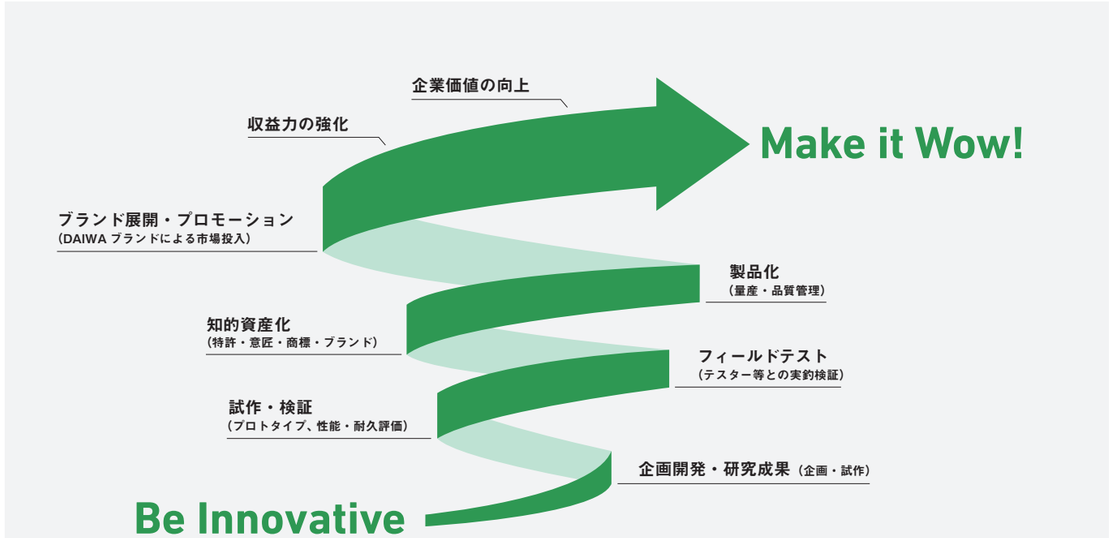
知的財産・無形資産

革新と感動を形にする「DAIWA TECHNOLOGY」

グローブライドは、独自の技術体系であるDAIWA TECHNOLOGYを競争優位の源泉と位置づけています。革新的な技術を知的財産として保護・活用し、世界中のアングラー（釣り人）に感動を届ける製品を創出することで、持続的な成長と企業価値の向上を実現しています。この価値創造は、5Key Promisesの「Be Innovative」と「Make it Wow!」に象徴されるように、革新と感動を両立する企業文化に支えられています。

「DAIWA TECHNOLOGY」の創出プロセス

当社は、企画会議や研究開発、フィールドテストを通じて得られた知見を無形資産として蓄積し、DAIWA TECHNOLOGYの進化と競争力の向上に活かしています。



製品例

REEL（リール）



MONOCOQUE BODY
強靭・耐久テクノロジー

ボディカバーを廃し、ボディに直接高精度のプレートをねじ込む一体構造。ギアの支持精度と剛性、気密性を高めるとともに、内部スペースを活用してドライブギアの大型化を実現しました。



INTELLIGENT MAGFORCE
デジタル制御ブレーキシステム

特性が異なるブレーキモードで幅広いルアーや状況に対応し、最大飛距離を引き出すデジタル制御システム。軽量スプールで繊細な制御と高いキャスト性能を実現します。

ROD（ロッド）



CGS
カーボングリップシステム

リールシートとグリップをカーボンで一体成形したダイワ独自の次世代システム。最適な形状に加工することで、高い操作性と従来にない感度、軽量性を実現しています。



AGS
エアガイドシステム

軽量なカーボンフレームが飛距離と操作性を高め、チタン比約3倍の剛性で微細な信号をブランクへ直接伝達します。サイズ・形状・リング素材も充実し、ロッドに応じたガイド設定が可能です。

デジタル技術との融合

当社は、精密な加工技術とデジタル技術を融合させ、新たな顧客体験を創出しています。例えばIM Zシリーズは、DAIWA TECHNOLOGY INTELLIGENT MAGFORCE（ブレーキシステム）とDAIWA CONNECTING-SYSTEMの融合技術を備えた製品です。IM Zシリーズは、特許権、意匠権及び商標権による知的財産ミックス戦略によりフィッシング事業を支えています。

Feel Alive.

最高の瞬間を感じる。

フィッシングシーンに、新しい価値を。





INTELLIGENT MAGFORCE
DAIWA ブレーキテクノロジー

×

DAIWA CONNECTING-SYSTEM
DAIWA システムテクノロジー

＝

革新的なDAIWA価値を創造（ユーザーとともに未来を創造）

知的財産マネジメント体制

当社は、ブランド認知度・信頼度・満足度のさらなる向上を目指し、市場の要請に応える独自の事業基盤を構築することを、経営戦略の柱として掲げています。ブランド価値の向上に向け、知的財産権を活用した模倣品対策の強化を進めており、法務部門と知的財産部門が一体となって外部の専門家との連携を密に行うことで、迅速かつ的確な対応を図っています。

［海外関係会社への模倣品対策研修実施］

米国、マレーシア、シンガポール、中国、韓国、ドイツ、イギリスで適宜実施しています。今後も、更に模倣品対策の実行性を高めるべく、新たな対象国を含めて継続的に実施してまいります。

重要経営指標に資する知的財産創出活動に向けて

当社は、中期経営計画2030において重要経営指標として2031年3月期までに「ROE12%以上」、継続して「PBR1.0 倍以上」を目標としています。この「ROE12%以上」という経営目標達成に向けた売上高当期純利益率の要素における取り組みとして、「魅力ある新製品の開発」への貢献を掲げています。魅力ある新製品の開発の過程で新たに創出された知的財産を積極的に権利化してまいります。

また、知的財産の創出を資産の形成と捉え、企業価値向上に寄与する知的財産の評価・整理を行い、適切な管理を実施していきます。そのために、知的財産管理データベースの充実を図り、製品と特許との紐づけを行ってまいります。

さらに、当社は「経営基盤の強化のため企業価値向上を支える人的資本経営の推進」を目標に掲げています。知的財産創出活動にあたり、業務の専門性に鑑み、人材育成にも力を入れてまいります。加えて、無形資産経営においては横串を入れた組織体制が必須であり、部門連携を強化し積極的なコミュニケーションを図るとともに、知的財産教育を行ってまいります。

知的財産・無形資産

共創が磨く「DAIWA TECHNOLOGY」

グローブライドのものづくりは、フィールドとともにあります。机上の設計にとどまらず、実際のフィールドでの一投一投を通じて、製品は磨き上げられていきます。契約テスターやプロアングラーは単なる評価者ではなく、最高の製品を作る志を持つパートナーです。極限の状況で求められる性能、わずかな違和感も見逃さない感性、そして釣りそのものへの深い情熱が、製品開発に反映されています。

釣り具は、釣り人が創る。

DAIWAには、ソルトウォーター、バス、磯・投げ、船、ヘラ、鮎など各分野において卓越した技術と経験を持つテスターが存在し、開発の初期段階から深く関与しています。彼らは過酷なフィールドに身を置き、魚と向き合い続けるなかで、製品に求められる本質を見極めています。その知見は、DAIWAが長年にわたり蓄積してきた開発データや検証結果と融合し、製品の完成度を高めていきます。スペシャリストたちのフィールドで得られる感覚と、設計・評価に基づくデータが相互に補完しあうことで、製品の完成度は一層磨き上げられていきます。改良されたプロトタイプは再びフィールドへ。この繰り返しのなかでDAIWA TECHNOLOGYは進化し続けています。

テスターとの共創

テスターやプロアングラーとの継続的な関係性は、当社にとって重要な社会関係資本であり、グローブライドは国内外のプロアングラーや、各地域・ジャンルのスペシャリストたちとも良好な関係を築いています。また、テスターやプロアングラーとの関係は、製品開発にとどまらず、釣り文化の普及や次世代育成にも広がっています。一部のテスターには、D.Y.F.C（ダイワヤングフィッシングクラブ）などの活動においてコーチとしてもご協力いただくなど、次世代の子どもたちに釣りの魅力や技術、そして自然というフィールドの大切さ、釣り人としての振る舞いを伝えています。こうした当社とテスターとの関係や取り組みは、釣り文化そのものの価値向上にもつながっています。







INTERVIEW

僕がDAIWAと共に見据える未来

ダイワアングラー バスプロスタッフ

藤田 京弥氏

1996年4月2日生まれ　埼玉県出身
JBトップ50年間優勝2回・同最年少優勝記録樹立・同通算4勝、JBマスターズ年間優勝2回、その他JB・NBC通算20勝。国内で圧倒的戦績を残した後、2022年にB.A.S.S.オープンに参戦し、同年にELITEシリーズ出場権を獲得。ELITE戦では、2023年の第8戦レイク・シャンプレイン、2024年の開幕戦トレド・ベンドで優勝し、2025年のシーズンでは歴代日本人アングラー最高の年間3位でフィニッシュ。世界が注目するアングラーへ躍進を遂げた。



最高の道具が、最高の自分を引き出す

僕がDAIWAに求めるのは究極の「ゼロストレス」。いつ、どんな状況でも一切の改善点が見当たらない、最高の道具です。例えば、アメリカのようなタフな条件下の戦いで、調子が悪かった時に「道具のせいかな？」と疑念が生じるとパフォーマンスに集中できませんし、自分自身の改善点も見えなくなってしまいます。DAIWAのロッドやリールはまったく不安がなく、自信をもって使えるからこそ、そんな疑念や不安を払拭し、自分の技術と判断に集中できるのです。DAIWAの道具は、僕の能力を最大限に引き出し、勝利を追い求めるパートナーだと感じています。

DAIWA TECHNOLOGYが持つ「凄み」

DAIWAのロッドに搭載された「リアルコントロール」は、他社には真似できない唯一無二の技術だと思います。「最高だ」と思えるからこそ、使っているだけで楽しくなりますね。AGSやメガトップRにおいては、極限の状況で求められる繊細さや感度を支えるという点で「あっ」と驚くものもありました。

これだけのものを生み出せる背景には、「自社一貫開発体制」が大きな支えとなっているのではないかと感じています。OEMと異なり、自社で設計・試作・開発・テストまで一貫して行うから、僕らのフィードバックもすぐに反映していただけますし、他者を介在させず、開発側と直に意思疎通が取れるからこそ、理想通りのものを実現することができます。

そしてそれは、これまで長年培ってきたDAIWAの経験と、それを支える企画者や技術者の感覚への感度の高さと、高い技術力があるからこそ。情熱こそがDAIWA TECHNOLOGY進化の原動力ではないでしょうか。

「釣り人が創る」DAIWAの未来

僕らプロアングラーや契約テスターは初期の段階から開発に深く関与し、過酷なトーナメントや個々のフィールドで得たリアルな情報をフィードバックしています。そして、そうした僕たちの感覚をDAIWAの皆さんが受け止め、形にしてくれていると感じます。

DAIWAは、アメリカ、日本、中国など、各市場の特性やユーザー嗜好を深く理解し、それに合わせた製品を開発するブランドだと思います。アメリカではパワーやロングキャスト、日本では軽さや繊細さが重視されるように、それぞれの国や地域で求められることはまったく違います。だから、単一解は存在しません。その中で、僕らプロの意見を「釣り人目線の代表」として中核に据え、グローバルに製品開発をしていく。その取り組みがさらに広がってほしいと思います。

そして今後は、DAIWAと共に「ユーザーの想像を超える革命的なプロダクト」を生み出したい。釣りの楽しさや奥深さを広げ、世界中のアングラーがもっと没頭できて、歴史に名を残すような「伝説の道具」を創り続けられるのが理想ですね。DAIWAの「釣り具は、釣り人が創る」という姿勢があるからこそ、僕も最高のパフォーマンスを発揮できる。これからもDAIWAと共に、釣り具の未来、釣り文化の価値を創っていきたいです。

サステナビリティ経営

グローブライドは、「ライフタイムスポーツ文化の進化と発展」をサステナビリティビジョンに掲げ、人生を豊かにするスポーツの楽しさを次の世代へとつないでいくことを目指しています。気候変動や資源循環をはじめとする社会課題に、釣りやスポーツを事業とする企業ならではの視点で向き合い、自然と人がともに歩む持続可能な社会づくりに、事業活動を通じて貢献してまいります。

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。

環境マネジメントシステム基本理念

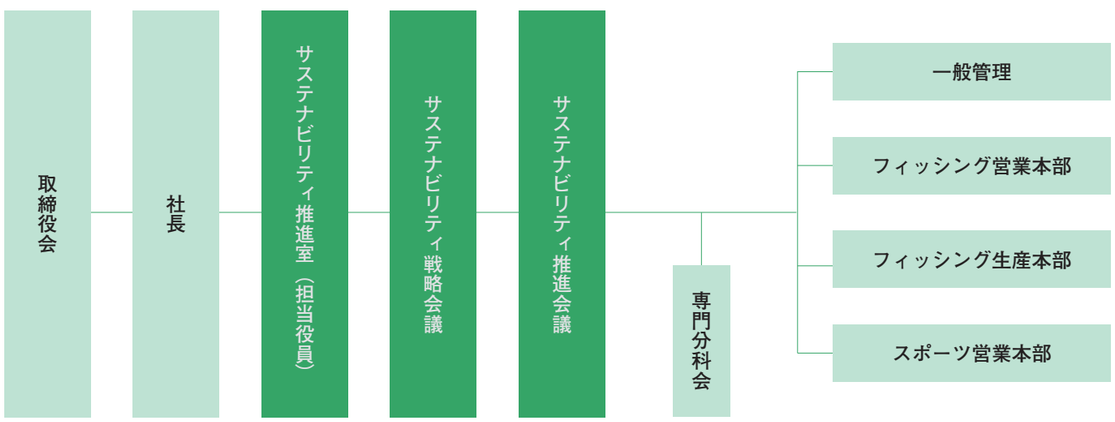
当社は、地球を舞台に、人生の豊かな時間を提供する、ライフタイムスポーツカンパニーとして、環境保全活動に積極的に取り組み、自然とスポーツを愛する世界の人々に貢献してまいります。

活動方針

(1) 当社は、フィッシング・ゴルフ・テニスに関する事業を行う企業であり、環境影響の改善と事業の発展に努めます。
(2) 当社の従業員および当社のために働く全ての人々が、環境マネジメントシステムを運用し、環境方針・目的および目標の達成に向けた取り組みを継続的に実施していきます。
(3) 環境関連の法律および条例等、当社が同意するその他の要求事項を順守します。
(4) 省資源・省エネルギーおよび廃棄物の減量とリサイクル・汚染予防等に積極的に取り組み、地球温暖化防止や生物多様性及び生態系の保護に努めます。
(5) 生産・輸送・販売・使用・廃棄・再利用の全ての段階において、環境に配慮した商品開発を推進します。
(6) D.Y.F.C（ダイワヤングフィッシングクラブ）の運営を通じて、次世代を担う子どもたちと釣りを楽しみながら、釣り場やイベント会場等の環境保全を推進します。

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・サプライチェーン人権の５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。



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。

特定したプロセス

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）

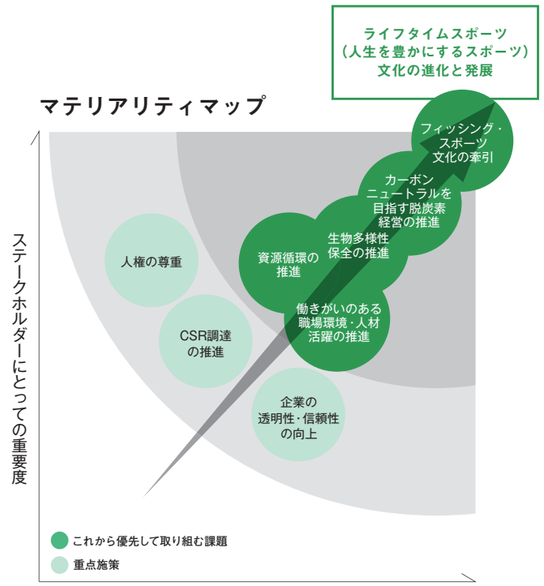
- ８つのサステナビリティ課題について、「ステークホルダーにとっての重要度」と、「自社の事業にとっての重要度」の２軸からマッピング。
- 「ライフタイムスポーツ発展への貢献」に向けて、「これから優先して取り組む課題」として５つを特定。

▼

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。

マテリアリティマップ



マテリアリティ・優先課題

課題1	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
課題2	生物多様性保全の推進	森・川・湖沼・海保全の促進
課題3	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
課題4	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 コミュニティー形成
課題5	働きがいのある職場環境・人材活躍の推進	働きやすい環境づくり

マテリアリティ（重要課題）

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（2026年3月期）	目標
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の不安定化 ●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35.2%削減（2021年度比） ●2026年3月末時点で国内外グループ主要生産拠点6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
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2,580名参加：日本374名、アジア・オセアニア2,191名、欧州・米州15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
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	●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42%削減（2021年度比） 再生材を活用したアパレル製品を58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］
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 ●コミュニティーの形成	●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28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972名） DAIWAマスターズ、釣種毎に全13大会を実施(参加人数7,395名) ●ラケットスポーツやピックルボール等の普及活動を実施	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
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	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

脱炭素経営の推進

グローブライドは、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（温室効果ガス）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、気候変動を重要な経営課題と捉え、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ました。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。取締役会で決定された事項は、サステナビリティ推進会議を通じて各部門や専門分科会に展開し、経営計画・事業運営に反映します。
また、サステナビリティ担当役員の評価では、Scope1・2のGHG排出削減目標の進捗や、マテリアリティに基づく取り組みの進捗を定量・定性の両面から評価し、役員報酬の業績評価に反映しています。

戦略

当社は、気候変動に伴うリスク及び機会を踏まえ、戦略と組織のレジリエンスについて検討するため、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について、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。
1.5℃シナリオでは政策・法制度の強化と市場環境の変化、4℃シナリオでは急性及び慢性の気候変動を分析対象としています。各シナリオについて、要因ごとに想定される変化をリスクと機会に区分し、影響度、当社への影響及び対策を整理することで、気候変動が事業に及ぼす影響を考察しています。

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みます。

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。

Scope 1・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)
Scope 3	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

▶詳細は、[WEB]「TCFD提言に基づく情報開示」をご覧ください。

GHG(温室効果ガス) 排出量

Scope1・2

単位：t-CO2

	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
Scope1	3,133	3,587	3,598
Scope2（マーケット基準）	32,111	27,038	23,209
原単位	0.28	0.25	0.21

※原単位:CO2排出量（t-CO2）／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」における第三者保証を受けています。

Scope3

単位：t-CO2

	カテゴリー名	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
カテゴリー1	購入した製品・サービス	116,599	118,615	111,652
カテゴリー2	資本財	7,789	4,649	7,786
カテゴリー3	燃料及びエネルギー関連活動	604	583	557
カテゴリー4	輸送、配送（上流）	24,490	25,638	25,631
カテゴリー5	事業から出る廃棄物	194	165	196
カテゴリー6	出張	2,507	2,441	2,819
カテゴリー7	雇用者の通勤	1,026	1,004	1,045
カテゴリー9	輸送、配送（下流）	28	32	32
カテゴリー11	販売した製品の使用	908	863	567
カテゴリー12	販売した製品の廃棄	1,657	1,705	1,674
カテゴリー13	リース資産（下流）	683	699	12
合計		156,485	156,395	151,973

※「ソコテック・サーティフィケーション・ジャパン株式会社」におけ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2025」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2025」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



生物多様性保全の推進

地域と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。

江の島における30by30（OECM）への支援

グローブライドは、「自然と共生する企業」として、生物多様性の保全を推進しています。神奈川県・江の島では、NPO法人 江の島・フィッシャーマンズ・プロジェクトと連携し、藻場およびソフトコーラル群生地の保全活動への支援に加え、海業の推進や小学校での体験学習など、地域と海をつなぐ取り組みを支援しています。海域での認定事例が少ない中、新江ノ島水族館をはじめ、専門的な知見を持つ関係者の協力を得ながら調査を進め、資金面や登録に向けた支援を行いました。プロジェクト開始から1年以上を経て、当該海域は30by30の枠組みに基づくOECMとして2026年6月に認定され、地域と協働した自然資本の保全に貢献しています。

藻場は「海のゆりかご」とも呼ばれ、魚類の産卵や稚魚の成育を支える重要な生態系です。また、江の島周辺の相模湾沿岸では、過去に設置された漁礁の一部にソフトコーラルの群生が確認され、その存在は地域の海洋生態系の多様性を示す貴重な自然資本の一つです。江の島という象徴的な海域で確認されたこと自体が、環境・学術的意義に加え、地域の社会関係資本の向上や持続可能な社会価値の創出にも貢献する可能性があります。当社は、これらの自然資本の保全への取り組みを通じて社会価値と企業価値を創出し、持続的な社会の実現に貢献していきます。



江の島のソフトコーラル生息域



上：江の島海域の藻場保全区　下：保全活動の様子

INTERVIEW

地域と海、そして海業をつなぐ

NPO法人 江の島・フィッシャーマンズ・プロジェクト
代表理事 北村 治之氏
副理事 山下 由香里氏



私たち江の島・フィッシャーマンズ・プロジェクトは「海業」を軸に、海と地域を次世代へつなぐ取り組みを推進しています。グローブライド様とは、海が抱える課題を学ぶ環境学習パンフレットの制作や、水辺の清掃などで2023年より連携させていただいてきました。

今回、30by30に基づくOECM認定の登録支援をグローブライド様から提案していただき、プロジェクトを開始いたしました。海域での認定事例は少なく、新江ノ島水族館をはじめ、専門的な知見を持つ関係者の皆様にもご協力いただきながら、試行錯誤を重ねて調査を進めました。その中で、グローブライド様には資金面だけでなく、登録に向けた様々な支援もいただき、手探りの状態から1年以上かけて認定に至りました。環境省の認定を受けたことで活動の信頼性が高まり、今後の展開にも期待しています。

これまでの連携の中で、グローブライド様の発信力によって、私たちの活動や江の島の海に多くの方々が関心を寄せてくださっていると感じています。江の島は観光地としてだけでなく、漁業・レジャー・住民が共存する稀有な地域です。そうした江の島の姿を多くの方に知っていただき、互いの理解と敬意を深めることが、海の環境保全にはとても大切なことだと考えています。

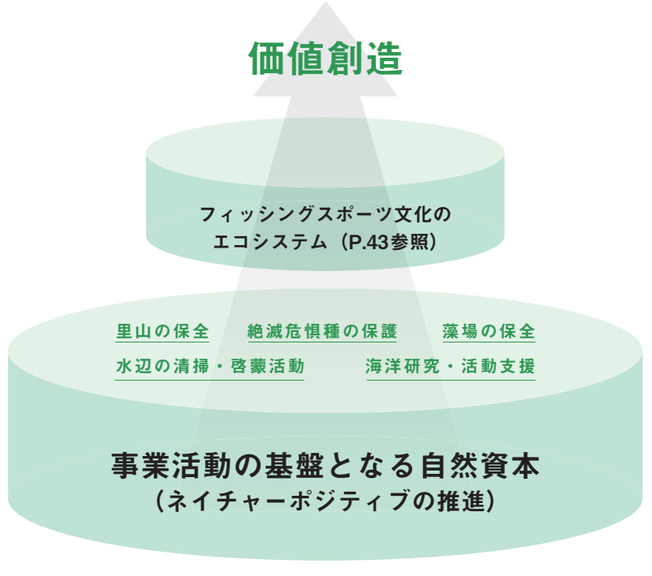
また、こうした取り組みを、海をより良くしていきたいという思いを共有するグローブライド様と一緒に進められていることを大変ありがたく感じています。事業を通じて海と向き合ってこられたグローブライド様とは、海の豊かさを未来へつなぎたいという思いを共有しています。そして、魚が増えれば釣りを楽しむ方も増え、漁業者にとっても良い。そんなWin-Winの関係が築かれた、理想的な連携の形です。私たち漁業者だけでできることには限界があります。だからこそ、このような輪がますます広がっていくことを願っています。

自然資本基盤の重層モデル

グローブライドは豊かな生物多様性に支えられた自然資本を基盤として、地域や大学、NPOなどと連携しつつ、次世代育成から市場創出までを一体的に推進し、社会価値と企業価値の創出を通じて、持続可能なフィッシング・スポーツ文化の発展に貢献しています。

▶そのほかの取り組みについては、[WEB]「生物多様性保全の推進」をご覧ください。

▶2025年に環境省の「自然共生サイト」に認定されたビオトープ（生育環境）の詳細は、[WEB]「近畿大学奈良キャンパスのビオトープ」をご覧ください。



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。

廃棄物の削減・再資源化

目標

廃棄物の削減目標 ▶▶▶▶▶ 製造工程より発生する廃棄物の抑制および再利用に努める[国内]

ゼロエミッションの推進 ▶▶ 2006年3月期から2030年3月期までの期間において製造工程から発生する廃棄物の再資源化率98%以上を継続的に達成する

拠点別廃棄物総重量（連結）

工場などから排出される廃棄物については、マニフェストの内容確認や処理施設の定期的な確認を行い、適正な処理が行われるよう管理体制を整えています。さらに、当社では電子マニフェストを活用し、管理業務の効率化と確実性の向上を図っています。

単位：t

	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
グローブライド	233.5	208.3	226.4
国内グループ会社	185.9	206.4	242.1
海外生産会社	1,310.5	1,500.1	1,950.3
合計（連結）	1,729.9	1,914.8	2,418.8

再資源化率

2004年3月期から単純焼却・単純埋立を限りなくゼロにすることを目標として「ゼロエミッションへの取り組み」を実施してきました。そして廃棄物の発生抑制や再資源化の委託先調査などを行った結果、当社において、2005年度にゼロエミッションを達成、現在も維持しています。

		2006年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
本社および本社工場	目標	98%以上	98%以上	98%以上	98%以上
	実績	98%	99%	99%	99%

※サーマルリサイクル、マテリアルリサイクル、ケミカルリサイクルを合計して再資源化量としています。

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具体的な削減目標を掲げています。製品および容器包装の素材や仕様を見直し、新素材・再生材やバイオプラスチックの活用、紙素材への変更、プラスチック使用量の削減などを進めるとともに、独自の環境ラベル基準を通じて環境に配慮した製品を選びやすい仕組みを整え、持続可能な資源の活用と環境負荷の低減に取り組んでいます。

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]

当社独自の環境ラベル基準
BE EARTH-FRIENDLY

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」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。

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

使用済み漁業カゴを再生利用した地域循環型クーラーボックス開発



海と共に事業を営む当社は、海洋プラスチック問題への対応を経営上の重要な課題に位置づけています。その取り組みの一つとして、明石浦漁業協同組合で使用された漁業用カゴを回収・再生し、クーラーボックスの材料として活用する地域循環型プロジェクトに取り組んでいます。「豊かな海を次世代へつなげたい」という地域の想いと、海洋プラスチック問題の解決を目指す当社の考えが合致し、漁業の現場で役目を終えたプラスチックカゴを回収・再資源化したうえで、製品として地域に還元する「地域循環型モデル」を構築しました。本モデルに基づき開発したのが、クーラーボックス「クールライン α 3 S2500E」です。開発にあたっては、原料回収や加工工程等のトレーサビリティを明確にするとともに、製品強度の確保といった技術的課題についても、協力会社および関係者との連携を通じて解決を図りました。これらの取り組みが評価され、業界で初めてエコマーク認証（No.164）を取得しています。

※エコマークNo.164…海洋プラスチックごみや漁業系プラスチック廃棄物を再生利用した製品に付与されるエコマーク認証

有害化学物質の削減

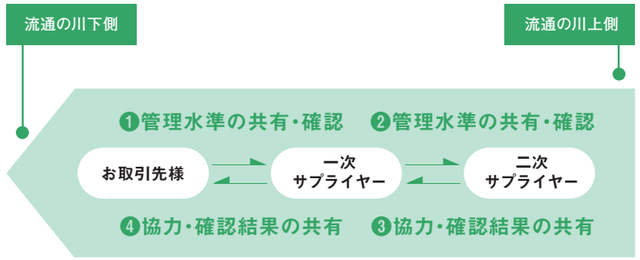
グローブライドは、サプライチェーン全体にわたり、国内外の化学物質関連法令の遵守および社会要請に対応する社内体制を整備・運用しています。製品の安全性や適用法令に関する情報収集に努め、環境および人体への負荷の少ない製品、部品、材料を優先的に調達すべく取り組んでいます。

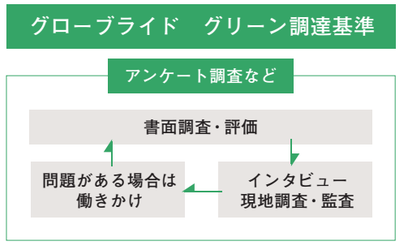
管理体制

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し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。

製品に含有される化学物質の管理体制として、各国の法令や業界基準への適合を確保するため、品質保証室と法務部が連携して関連規定やグリーン調達基準を策定し運用しています。

また、環境規制対応業務プロジェクトを通じて、各製品を担当するプロダクト部門（フィッシング、ゴルフ、スポーツ）の取り組みを支援し、法規制の動向把握から社内展開、対応状況の確認まで横断的に推進しています。





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。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するとともに、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ドデカン
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-トリクロルフエノキシ)-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

製品に含まれる化学物質とサプライヤー連携

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、用途別に定めた閾値に基づき管理しています。基準を超過した場合には、サプライヤーに報告を求めるとともに、必要に応じて是正・改善を要請しています。また、グリーン調達基準およびSAQを通じて化学物質など環境に関するサプライヤーの取り組み状況を確認し、基準書に基づく評価を実施しています。評価結果は取引先へ供給し、改善が必要な場合には継続的なフォローを行うことで、サプライチェーン全体における化学物質管理およびサステナビリティ対応の向上に努めています。

新規サプライヤー候補工場評価の流れ

01 基準提示
新規取引前に「グリーン調達基準書」を提示し、当社の基準を明確に伝えます。

02 自己評価の取得
「対応状況 調査票」を使用し、サプライヤーに自己評価を依頼します。

03 評価・ランク付け
採点基準に基づき、共通指標と部門別の総合点でA・B・Cの３段階に分類します。

04 ランク別対応
Aランクは新製品開発へ進行。B・Cランクは改善を要し、報告票提出と品質保証室との協議を経て、必要に応じて監査や代替検討を実施します。

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

単位 :kg

	2024年３月期	2025年３月期	2026年３月期
国内（那須ダイワ）	10,850	10,150	9,090

※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（2026年３月期）

単位 :kg

		取扱量	排出量	移動量
1	トルエン	8,050	7,100	950
2	キシレン	650	340	310
3	エチルベンゼン	390	200	190

※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。
※各対象物質、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、グローブライド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。（2026年３月期）

フィッシング・スポーツ文化の牽引

D.Y.F.C（ダイワヤングフィッシングクラブ）50周年

「子どもたちに自然の素晴らしさ、釣りの楽しさを伝えたい」。この想いのもと、D.Y.F.Cは1976年に誕生しました。釣りは、自然と向き合いながら自ら考え工夫し、行動する力を育む体験です。魚の気配を感じ、道具や方法を選び、試行錯誤を重ねる。その過程で得られる学びや達成感は、子どもたちの自立心や自己肯定感を育みます。



D.Y.F.C
DAIWA YOUNG FISHING CLUB

■設立：1976年
■年間フィッシングスクール開催回数：全国28ヵ所で開催（全30回）
■年間参加者数：972名　■ライフジャケット着用率：100%

社会関係資本の創出

D.Y.F.Cは、全国の提携拠点を活動のベースキャンプとして、地域や釣り場との連携のもとでフィッシングスクールを展開しています。こうしたつながりが、子どもたちに釣りと自然に親しむ機会を各地で継続的に届け、フィッシング・スポーツ文化を次世代へつなぐ活動を支えています。



D.Y.F.Cの歩み

2026年、D.Y.F.Cは50周年を迎えました。半世紀にわたり、水辺での体験を通じて、子どもたちに自然の尊さと釣りの楽しさを伝え続けてきました。そこには、フィッシング文化を未来へと継承するという想いが込められています。これまでも、そしてこれからも。D.Y.F.Cは未来を担う子どもたちとともに歩み続けます。

1976
D.Y.F.C発足

2005
フィッシングスクールをスタート

2011
ロゴのリニューアル

2014
D.Y.F.C オリジナル
フローティングベスト着用開始

2018
新たなフローティングベストを開発
国土交通省が定める安全基準をクリアした
桜マークも取得

2021
オリジナルの自動膨張式
ライフジャケットの製作と導入

2024
オーストラリアでの活動開始

2026
韓国での活動開始
D.Y.F.C 50周年



マナー・環境教育の推進

釣りを通じて、挨拶や礼儀、釣り場の清掃やごみの持ち帰りを学び、社会性を養うとともに、自然を大切にする心を育んでいます。



安全への取り組み

スクールではライフジャケットの着用と安全啓発を行い、子どもたちが安心して水辺の自然体験に参加できる環境づくりを進めています。



世界へ広がるD.Y.F.Cの理念

2024年にオーストラリア、2026年3月に韓国でD.Y.F.Cが発足。各国の文化や自然に寄り添い、次世代育成を進めています。

INTERVIEW

受け継いだ楽しさを、子どもたちへ



フィッシング営業本部 営業二部 コトづくり推進課
高橋 航大

私はD.Y.F.Cの会員だった父の勧めで、小学2年生で入会しました。20歳で卒業するまで参加し、卒業後はコーチを経て当社に入社しました。新卒採用の面接時から担当を希望しており、現在はスクールの企画・準備・運営、SNS運用、CM制作に携わっています。

D.Y.F.Cの良さは、釣り方を教えるだけでなく、釣りの「楽しさ」を伝えることを最重要テーマに掲げている点だと思います。私自身、会員として釣りの楽しさを受け取る側から、コーチとしてその楽しさを伝える側へ、そして現在はスクールを企画・運営する側へと、立場を変えながらD.Y.F.Cに関わってきました。そこで得た釣りの楽しさや、仲間と喜びを分かち合った経験は、現在の仕事の原点です。だからこそ、今度は自分が、その体験を次の世代へ届けたいと考えています。そのために大切にしているのが、毎回のスクールを、生涯忘れない最高の思い出をつくる場にすることです。

子どもたちが、その日に出会ったコーチから釣りを教わり、夢中になっていく姿は、D.Y.F.Cならではの魅力です。保護者や周囲の釣り人にも親しまれてきたのは、世代を越えて釣りの楽しさを共有できる場だからだと思います。これからも、50年間受け継がれてきた想いを大切にし、自分が得た釣りの楽しさや仲間と出会う喜びを、子どもたちにも感じてもらえるスクールをつくっていきたいです。

変わらない安全と楽しさを、次の50年へ



フィッシング営業本部 営業二部 コトづくり推進課
田村 憲一

約13年前からD.Y.F.Cの担当として、スクール運営に携わっています。運営で第一に考えてきたのは、参加した子どもたちに「釣りは面白い」と感じてもらうことです。多感な時期に得た楽しい記憶は、部活動や受験などで一度釣りから離れても、再び釣りに戻るきっかけになると感じています。当日の子どもたちの笑顔を見るたびに、開催した甲斐があったと思います。

その楽しさを支える土台が、安全です。D.Y.F.Cでは、フローティングベストの着用を徹底するとともに、トイレや転落防止柵などの設備が整い、万一に備えた救援訓練も行われている釣り場を中心に案内しています。運営時には、熱中症や針刺さりを未然に防ぐため、コーチに事前説明を行っています。特に針刺さりについては、正しい針の持ち方や餌の付け方、魚の外し方を共有し、事故の未然防止に努めています。安心して自然と向き合える環境があってこそ、釣りの感動を心から味わえると考えています。

また、魚を釣って食べる体験を通じて命の大切さを感じ、釣り場のマナーを身につけることも、D.Y.F.Cが大切にしてきたことです。50周年を迎えた今、若い担当者の視点や発信力も生かしながら、安全への姿勢と釣りの楽しさを次の世代へ受け継ぎ、一人でも多くの子どもたちが長く釣りに親しめる活動を続けていきたいです。

フィッシングスポーツ文化が創出するダブルマテリアリティ

当社は、フィッシング・スポーツ文化の牽引に向けた取り組みを、社会・環境へのインパクトと財務的影響の双方から捉えるダブルマテリアリティの観点で推進しています。
自然体験を通じた子どもの成長、安全・マナー・環境意識の向上、地域や釣り場とのつながりは、社会に価値をもたらすと同時に、中長期的な事業の持続性を支える要素でもあります。
具体的には、自然体験機会の創出と次世代顧客の創出、子どもの健全な成長と非認知能力の育成と市場の持続的成長、水辺での安全意識の向上と事故防止への貢献とブランド価値の向上、環境保全意識とマナーの醸成と顧客基盤の拡大、地域・釣り場との連携と社会的信頼の向上を、それぞれ主なつながりとして捉えています。
社会と事業の双方への影響を継続的に捉え、D.Y.F.Cをはじめとする取り組みの充実とフィッシング・スポーツ文化の持続的な発展につなげていきます。

社会・環境へのインパクト	財務的影響
自然体験機会の創出 子どもの健全な成長と非認知能力の育成 水辺での安全意識の向上と事故防止への貢献 環境保全意識とマナーの醸成 地域・釣り場との連携	次世代顧客の創出 市場の持続的成長 ブランド価値の向上 顧客基盤の拡大 社会的信頼の向上

フィッシングスポーツ文化のエコシステム

当社は、豊かな水辺・生態系という自然資本と、地域・釣り場・提携拠点・学校・関係団体などの社会関係資本を基盤に、D.Y.F.Cや小学校での釣り教室による体験創出、イベントや情報発信による関心喚起、大会やテスターとの連携による関係深化を進めています。こうした活動を相互につなぎ、次世代からコアアングラーまで接点を広げることで、多様な層が釣りに関わり、楽しさと文化を次世代へつなぐ循環を育んでいます。



人的資本経営の取り組み

働きがいのある職場環境・人材活躍の推進

グローブライドは、「中期経営計画2030」において人的資本経営の推進を重点戦略の一つに掲げ、人財ポリシーのもと従業員のエンゲージメントを高めることで、“Wow!”の可能性を信じる人材に選ばれ続ける企業を目指しています。多様な人材と価値観を積極的に取り入れ、一人ひとりが活き活きと能力を発揮できる職場環境づくりに継続的に取り組んでいます。

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、豊かな発想で自発的に考え行動する人材を育成することを基本方針としております。中期経営計画2030で掲げる収益構造の革新と持続的な成長を実現するには、変革を牽引する次世代の経営幹部をはじめ、すべての従業員が意欲的に成長していくことが欠かせません。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、様々な知見を取り込みながら従業員が「個」の能力を高め、組織力の向上に繋げることが重要と考えております。この実現に向けて、従業員の育成、能力開発に関する様々な取り組みを進めてまいります。

5 Key Promises

Make it Wow!
自ら楽しみ、人生の新たな感動“Wow!”を世界中にとどける。

Open Our Minds
自由な発想、多様な価値観で、これからの豊かさを生みだす。

Be Innovative
テクノロジー、アイデア、感性で、未知をデザインする。

Be Earth-Friendly
地球を想い、世界中の仲間と豊かな自然を未来へつなぐ。

Play Fair
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図るため、多様な人材や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「選抜型研修」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 ●●	新人社員研修	会社制度説明・事業部門紹介・ビジネスマナー研修
1年目 ●●●	新人社員フォロー研修 OJT制度	ビジネスマナーや会社のことについて合同研修
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〜 ●●●●●●	新任係長・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 など	

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とコミュニケーションを支援する各種制度

当社は、仕事と育児・介護の両立を尊重する職場風土づくりを大切にしています。従業員が安心して意欲的に職務へ取り組めるよう、ライフステージの変化に応じた各種制度を整え、継続的に両立支援の充実に取り組んでいます。

各種制度の概要

ライフタイム·スポーツ奨励制度	ライフタイム·スポーツ活動を奨励·補助する制度の運用について定めることにより、当社事業領域との関わりを深め、従業員の間のコミュニケーションの向上を促すことで、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
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が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。

	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
一人当たり平均残業時間／月(時間)	15.0	14.2	13.5

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。

	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
人間ドック受診者数(名)	240	263	269
大腸内視鏡検査受診者数(名)	42	56	-

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を支援しています。

	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
一人当たり平均有給休暇取得日数／年(日)	11.6	12.6	11.8

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、コミュニケーション向上を促す制度を設けています。事業領域である釣り、ゴルフ、ラケットスポーツに関わる活動や大会への参加費等を補助し、健康増進と福利厚生の向上に貢献しています。

	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
のべ利用回数(回)	377	399	419

人権の尊重

グローブライドは、事業活動およびサプライチェーンに関わる、全てのステークホルダーの人権を尊重しています。「国際人権章典」や「労働における基本的原則および権利に関するILO宣言」などの国際規範を支持・尊重し、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に従い人権尊重の取り組みを推進しています。

人権方針

人権方針は、当社グループのすべての役員と従業員に適用されるだけでなく。当社グループの事業、製品またはサービスに関係するすべてのビジネスパートナー（サプライヤー含む）にも、人権方針を遵守し、人権尊重に努めることを求めています。そのため、人権方針はグループ会社のHPやイントラネット、掲示物等で英語もしくは現地語に翻訳するなど周知しています。

▶詳細は、[WEB]「人権方針」をご覧ください。

推進体制

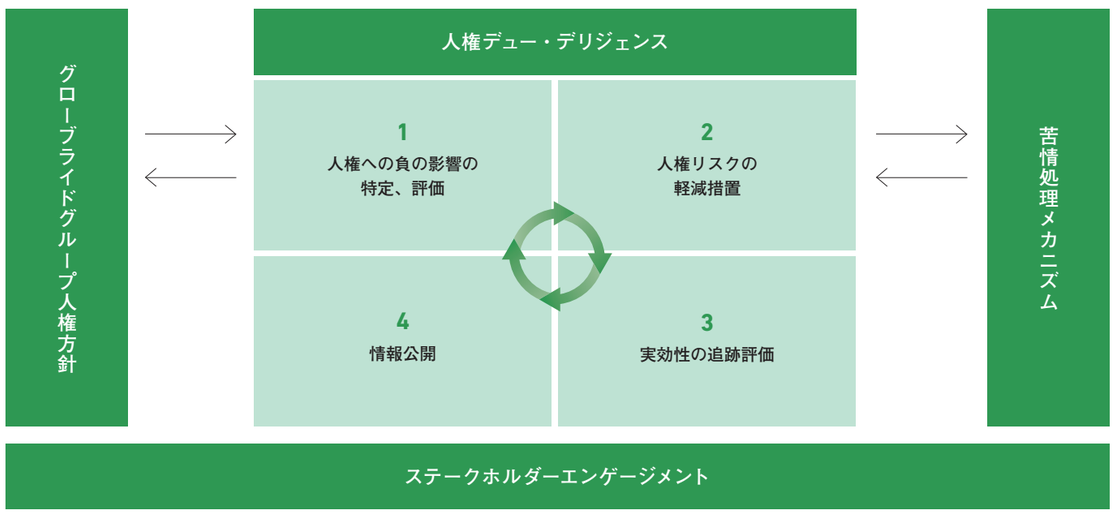
当社は、人権の尊重をサステナビリティ推進の重要課題（マテリアリティ）の一つとして捉えており、その推進にあたっては、専門家の助言を仰ぎながらサステナビリティ推進室を事務局に、人権尊重のための取り組みをプロジェクトとして推進しています。委員には、総務・人事や法務、グローバルリスクマネジメント部門に加え、生産部門や営業部門など、国内・海外ビジネスに関わる部門から主要な管理者を選抜しています。

また、これらの取り組みの進捗や主要な論点については、経営陣が参加する「サステナビリティ戦略会議」において確認・審議を行うとともに、ガバナンス上重要な事項については、必要に応じて「取締役会」における議案または報告事項として取り扱われ、ガバナンスの枠組みのもとで監督が行われます。

このほか、人権に関する対応や課題は多岐にわたるため、安全衛生委員会や、調達・品質に関する部門、人権侵害やハラスメントに関する内部通報に関しては、総務、人事、コンプライアンスに関する部門と連携して取り組んでいます。

人権デュー・デリジェンスの取り組み

当社は、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に則り、人権方針を策定するとともに、グループの事業活動および調達活動により発生しうる人権への負の影響を、関係部門と連携しながら、深刻度と発生可能性の観点から特定・評価しています。また、人権リスクの軽減措置と実効性の追跡評価、是正・苦情処理のメカニズムの構築を進めるとともに、取り組み内容を定期的に公開し、人権尊重の実践に取り組んでいます。



人権への負の影響の特定、評価

当社では、グループの事業活動および調達活動（自社ならびに調達・取引先等）により発生しうる人権への負の影響について、事業プロセスの一環として関係部門と連携しながら、特定・評価を行っています。評価にあたっては、人権リスクの深刻度（重大性・影響範囲・回復可能性）および発生可能性の観点を踏まえて実施しています。なお、国別・セクター別・産品別のリスクについては、経済産業省「責任あるサプライチェーン等における人権尊重のための実務参照資料」の記載内容に加え、国際機関、政府、民間NGOが公表しているデータを参照しています。これらを基に、各国において重大なリスクとして指摘されている課題について、専門家によるリスト化および助言のもと分析を行っています。その結果、自社において潜在的に発生しうる顕著な人権課題として、労働安全、長時間労働、ハラスメント、ジェンダーおよび差別、強制労働、児童労働等を特定しました。また、調達・取引先においては、労働安全、長時間労働に加え、リスク国に所在するサプライヤー等も考慮し、強制労働や児童労働等についても潜在的な人権課題として認識・特定しております。

人権リスクの軽減措置と実効性の追跡評価

2025年は、取引実績のある1次サプライヤー 511社（回収512社、回収率99.8%）に対してSAQ（Self-Assessment Questionnaire）を開始するとともに、グローブライドグループ人権方針に基づくガイドラインにより、人権方針ならびに顕著な人権課題に取り組むことへの理解促進を図っています。

情報公開

当社はウェブサイト等を通じて、定期的に取り組み内容を公開していきます。また、報告事業年度中（2025年4月～2026年3月）、人権侵害における重大な事案は発生しておりません。

人権方針の浸透と従業員教育

2025年3月に人権方針を公開したことに伴い、当社グループの全ての役員および主要な管理者を対象に、人権方針策定の主旨・内容を軸に、国際的な人権動向を踏まえ事業活動やサプライチェーンにおいて人権尊重の観点から期待される役割について説明・教育を実施し、その理解と支持の醸成を図りました。全従業員に対しては、イントラネットや代表取締役による全社会議での発信や、e-learning研修を通じて、人権方針の理解を深めることでの日常業務への定着化を図りました。サプライヤーについても、SAQを通じて、人権に関する当社の考え方や期待事項を共有し、人権方針および関連する取り組みの周知を行っています。

今後も、役職や業務内容に応じた教育・啓発の継続と、サプライヤーを含むすべてのステークホルダーに向けた人権尊重の意識向上と実践を図ってまいります。

苦情処理メカニズム

当社は、人権侵害に対する懸念や問題を含む苦情（職場におけるいじめや各種ハラスメントを含む）の受付・救済対応のための従業員を対象とした内部通報制度を整備しています。また、従業員に限らず、当社グループ従業員やサプライヤーも含めた社外の関係者が利用できる苦情処理メカニズム（通報・相談窓口）も設置しており、人権に関する苦情や相談についても利用できる仕組みとして、その周知および適切な運用にも取り組んでおります。通報者の匿名性は尊重され、通報内容は機密情報として取り扱うとともに、通報を理由とした不利益な取り扱いをしないことを明確に定めています。窓口となるグローブライドの専門組織は、通報内容を速やかに確認し、利用者本人の同意を得たうえで必要な調査を厳正に実施します。調査の結果、人権侵害を含む違反行為が確認された場合には、再発防止を含む適切な是正措置を講じることとしています。

特定した人権リスクに対する回避・防止・軽減策の実施状況

①ハラスメント・差別の禁止

人種、国籍、性別、宗教、信条、出生、年齢、心身の障がい、性的指向、社会的身分等を理由とする、あらゆる差別的取り扱いやハラスメントを禁止しています。これらの行為を明確に禁止することを社内規定等に定め全役職員に周知徹底しています。

②過剰労働の禁止／適切な労働時間の管理

従業員の健康を守り、健康で安心して働ける職場の実現を目指して、労使が協力して労働時間の適正化に取り組んでいます。労働時間の正確な把握と管理を行う勤怠管理システムを導入し、適正な労働時間管理に取り組んでいます。

③児童労働の禁止／強制労働の禁止

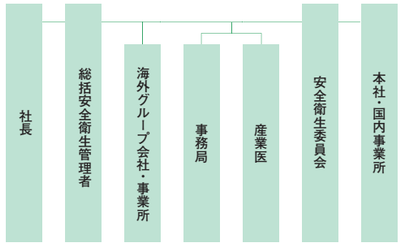
児童労働・強制労働が発生しないよう、各事業所において各国の法令遵守を徹底するとともに、公的書類における年齢確認や、書面における賃金・労働時間を提示するなど合意のもと採用をしています。

労働安全衛生

グローブライドは、「ゼロ災害ゼロ事故職場」を目指し、「A Lifetime Sports Company」として「健康いきいき職場」を構築することを労働安全衛生の大きな柱として掲げ、労働衛生管理規定を定め、従業員一人ひとりが、健康・安全の確保を最優先すべきと自覚し、安全で快適な職場環境の形成に努めることで職場の安全衛生を確保しています。

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、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、安全衛生委員会を月１回以上開催し、安全管理者、衛生管理者および職場の管理者ともに、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おります。



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。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。

安全衛生委員会内部にある「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、取り組みを推進しています。「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
・新人の安全衛生教育　など

「健康いきいき分科会」では、熱中症対策や運動施策、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。

労働安全衛生に関する実績

	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
労災発生件数(件)	3	2	7
労災による死亡者数(人)	0	0	0
度数率	1.55%	0.99%	3.87%
強度率	0.003%	0.001%	0.000%

※労働災害動向調査実績

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受診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」や、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、スポーツ文化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

グローブライドでは、お客様の期待を超える製品を提供し続けるため、品質重視・消費者志向の考え方のもと、品質・安全性の向上に向けた管理体制を構築しています。お客様の声を真摯に受け止め、品質保証の手順を実行するとともに、PDCAサイクルを通じた継続的な改善に取り組み、安全・安心な製品の提供と顧客満足度の向上を目指します。

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、品質保証室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室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・回答書を品質保証室に連絡
●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

コーポレートガバナンス

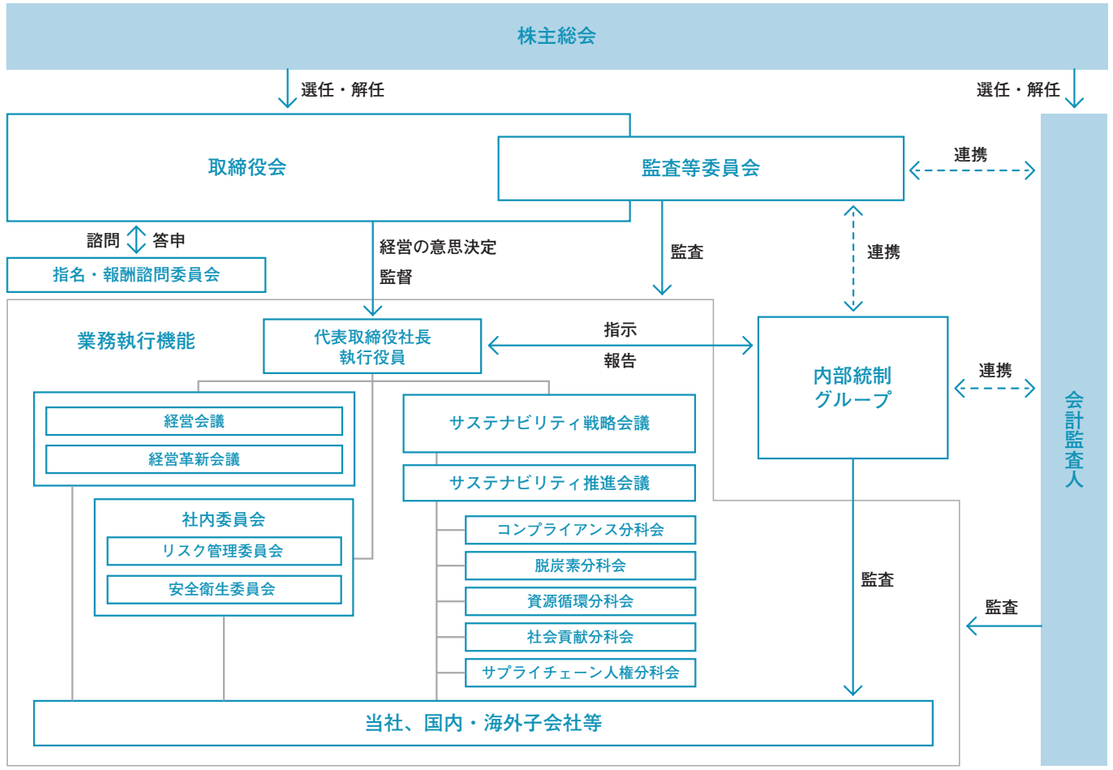
基本的な考え方

グローブライドは、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（2026年6月30日現在）

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。



各会の説明

取締役会

取締役10名（うち社外取締役４名）の体制をとり、社長が議長を務めています。法令、定款及び取締役会規則等に則り、経営に関する重要事項を決定するとともに、取締役及び執行役員の職務執行を監督しています。原則として毎月１回開催し、2026年３月期は12回開催し、全取締役の出席率は100%でした。
また、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 評価を実施しております。

監査等委員会

監査等委員である取締役３名（うち社外取締役２名）の体制をとり、各監査等委員は監査等委員会が定めた監査等委員会監査等基準に従い、監査方針、監査計画等に沿った公正かつ独立した立場からの経営監視体制をとっています。監査等委員である取締役は取締役会に出席し、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、会計監査人および内部監査部門とは年４回会合を持ち、監査計画や監査結果について相互に意見・情報交換を行い、実効性のある監査を行っています。

リスク管理委員会

当社は「リスク管理規定」を定め、代表取締役社長がリスク管理の統括責任者、グローバルリスクマネジメント室長がリスク管理推進責任者を務める体制としています。リスク管理委員会は年２回開催し、想定される事象を「リスク」と「危機」に分類したうえで、その影響度を評価しています。重大な危機が発生した場合には「危機対策本部」を設置して対応します。リスク管理および危機発生時の対応にあたっては、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。

安全衛生委員会

労働安全衛生法に基づき安全衛生委員会を設置し、総務部長が総括安全衛生管理者を務めています。委員会は月１回以上開催し、従業員の危険や健康障害を防止するための措置、安全衛生教育の実施、再発防止対策などを検討しています。各事業場の管理状況は、各安全衛生委員がとりまとめたうえで定期的に報告する仕組みです。下部組織として「安全安心分科会」「安全教育分科会」「健康いきいき分科会」を設け、化学物質のリスクアセスメントや安全教育、健康支援に取り組んでいます。

指名・報酬諮問委員会

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設置しています。委員は３名以上とし、過半数を社外取締役とするとともに、委員長は委員である社外取締役から選任しています。取締役の選解任や報酬等に関する事項を審議し、取締役会に答申しており、2026年３月期は５回開催しました。

内部統制グループ

内部監査部門として内部統制グループ（人員２名）を設置し、当社の各部門および関係会社の監査を実施しています。監査等委員会による取締役の監視・監査、監査等委員である取締役による各部門の業務監査と併せて、内部牽制機能が働く体制を整えています。また、監査等委員会および会計監査人とは年４回の会合を持ち、監査計画や監査結果について相互に意見・情報交換を行うことで、監査の実効性確保に努めています。

取締役の選解任の手続き

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、監査等委員会の同意を得た後、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。

役員一覧（2026年6月時点）

氏名	役職	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
 **鈴木 一成** 1961年12月3日	代表取締役会長 執行役員	●	●	●	●							
 **尾ノ上 幸司朗** 1965年10月11日	代表取締役社長 執行役員	●	●	●	●				●		●	
 **大竹 有司** 1961年11月18日	取締役 常務執行役員		●		●		●					
 **谷口 央樹** 1961年8月6日	取締役 常務執行役員	●						●	●	●	●	●
 **小林 忍** 1966年11月2日	取締役 常務執行役員		●	●	●							
 **高橋 智隆** 1975年3月27日	社外取締役 社外　独立役員	●				●		●		●		
 **髙瀬 正子** 1965年1月4日	社外取締役 社外　独立役員				●			●		●	●	
 **黒澤 敬幸** 1961年9月25日	取締役 常勤監査等委員						●		●		●	●
 **松井 巖** 1953年12月13日	社外取締役 監査等委員 社外　独立役員								●		●	
 **曽我辺 美保子** 1969年12月10日	社外取締役 監査等委員 社外　独立役員										●	●

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。

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

2026年2月に実施した実効性評価の結果は、2026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、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

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けをし、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様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、原則として一事業年度につき一度付与いたします。

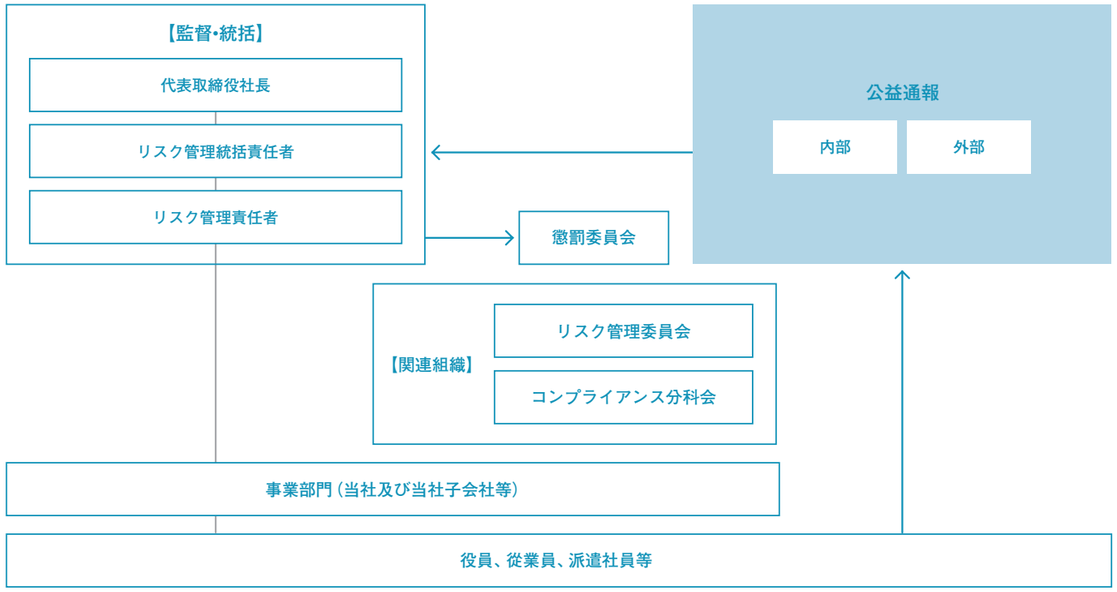
役員報酬等の総額（2026年3月期）

区分	報酬等の総額（百万円）	報酬等の種類別の総額（百万円）			対象となる役員数（名）
		基本報酬	業績連動報酬	非金銭報酬	
取締役（監査等委員及び社外取締役を除く）	211	141	47	22	6
監査等委員（社外取締役を除く）	20	20	-	-	1
社外取締役	40	40	-	-	4

リスク・コンプライアンス体制

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、万一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、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。

体制図



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、様々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。

情報セキュリティ

当社及びグループ会社内の保有する情報資産の取扱いに関し措置すべき事項を定め、当該情報資産の機密の保持、正確性・安全性の維持および定められた範囲での利用可能な状態の維持を図ること、並びに当該情報資産の適正な運用により経営の効率化および信頼性を確保することを目的に「情報セキュリティ管理規定」を定めております。

財務・非財務データ

財務データ（連結）

	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
売上高（百万円）	120,684	134,583	126,008	123,983	126,956
売上原価（百万円）	74,971	85,596	80,014	77,435	78,587
売上総利益（百万円）	45,712	48,987	45,993	46,547	48,369
営業利益（百万円）	12,349	12,125	7,496	6,508	6,501
親会社株主に帰属する当期純利益（百万円）	9,567	9,188	5,582	4,783	5,409
設備投資（百万円）	6,409	5,844	6,973	4,295	3,385
減価償却費（百万円）	2,997	3,495	4,244	4,588	4,532
研究開発費（百万円）	1,838	2,016	2,150	2,186	2,239
流動資産（百万円）	59,126	73,738	69,110	73,233	78,086
有形固定資産（百万円）	20,129	23,156	26,631	27,621	25,902
無形固定資産（百万円）	1,597	1,725	1,505	1,511	1,478
投資その他資産（百万円）	9,829	10,413	11,470	11,590	14,164
資産合計（百万円）	90,682	109,034	108,717	113,957	119,631
流動負債（百万円）	40,996	44,690	33,651	29,118	32,136
固定負債（百万円）	12,207	16,857	20,577	23,570	22,565
負債合計（百万円）	53,204	61,548	54,229	52,689	54,702
純資産合計（百万円）	37,478	47,485	54,488	61,268	64,929
営業活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	6,956	4,158	12,405	2,042	8,033
投資活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	-6,847	-3,868	-6,314	-4,186	-2,992
財務活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	-2,470	4,653	-6,376	1,011	-4,617
現金及び現金同等物期末残高（百万円）	7,149	12,107	12,031	11,470	11,850
一株当たり配当金（円）	50	60	70	80	90
EPS（円）	416.62	400.04	242.98	208.1	240.06
BPS（円）	1,624.71	2,058.92	2,361.38	2,654.34	2,966.82
ROE（%）	29.6	21.7	11	8.3	8.6

※ 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

				2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
E（環境）	電気使用量（MWh）		連結	56,601	59,004	58,767
	取水量（㎥）		グローブライド	23,578	27,142	23,779
	廃水量（㎥）		グローブライド	23,578	27,142	23,779
	GHG排出量（Scope1（t））		連結	3,133	3,587	3,598
	GHG排出量（Scope2）［マーケット基準（t）］		連結	32,111	27,038	23,209
	売上高原単位（Scope1･2）		連結	0.28	0.25	0.21
	GHG排出量（Scope3（t））		グローブライド	156,485	156,395	151,973
	廃棄物量	一般（t）	グローブライド	15.7	33.4	25.4
		産業（t）	グローブライド	217.8	191.2	201.0
	リサイクル（有価物（t））		グローブライド	165	170	161
	PRTR法対象物質（kg）		国内（那須ダイワ）	10,850	10,150	9,090
S（社会）	連結従業員数（人）		連結	6,765	6,994	7,365
	従業員（人）		グローブライド	859	851	861
	新卒採用者数（人）		グローブライド	24	27	26
	中途採用者数（人）		グローブライド	32	21	24
	平均勤続年数（年）		グローブライド	13.7	14.0	13.9
	男女賃金差異	正規雇用（%）	グローブライド	65.8	66.6	67.5
		有期雇用･パート（%）	グローブライド	68.5	69.4	67.7
	育児休業取得率	男性（%）	グローブライド	41.7	66.7	90.9
		女性（%）	グローブライド	100	100	100
	一人当たり平均残業時間／月（時間）		グローブライド	15.0	14.2	13.5
	一人当たり平均有給休暇取得日数／年（日）		グローブライド	11.6	12.6	11.8
	管理職女性労働者（人）		グローブライド	1	1	1
	階層別研修（人）		グローブライド	243	305	280
	選抜型研修（人）		グローブライド	34	23	22
	公的資格支援奨励（人）		グローブライド	22	20	6
	労災発生件数（件）		グローブライド	3	2	7
G（ガバナンス）	取締役総数（人）		グローブライド	10	10	11
	社外取締役の比率（%）		グローブライド	40.0	40.0	36.4
	女性取締役数（人）		グローブライド	1	1	1
	取締役会回数（回）		グローブライド	12	12	12
	報酬等総額（百万円）		グローブライド	221	244	271

※ 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

（2026年3月31日現在）

社名	グローブライド株式会社 GLOBERIDE, Inc.
本社所在地	東京都東久留米市前沢3丁目14番16号
設立	1958年7月29日（登記上は1945年12月26日）
資本金	41億8,411万円
決算期	3月
従業員	連結 7,365名／個別 861名
上場市場	東京証券取引所プライム市場
発行可能株式総数	60,000,000株
発行済株式総数	22,199,300株
株主数	38,029名

役員

代表取締役会長執行役員	鈴木 一成	**代表取締役社長執行役員**	尾ノ上 幸司朗
取締役常務執行役員	大竹 有司	**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	**社外取締役**	高橋 智隆
社外取締役	髙瀬 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	松井 巖	**社外取締役監査等委員**	曽我辺 美保子

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・ジャーマニー GmbH
ダイワ・フランスS.A.S.
ダイワ・イタリアS.r.l.
《OOO》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・コリアCo.,リミテッド
ダイワ・スポーツ（広州）Co.,リミテッド
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
ダイワ（ホンコン）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・FT・エンタープライズ（タイワン）Co.,リミテッド

海外製造販売拠点
ダイワ・スポーツ・リミテッド［イギリス］
ダイワセイコー（タイランド）Co.,リミテッド
ダイワ・ベトナム・リミテッド
ゾンサン・ダイワ・スポーティンググッズ・リミテッド
トンガン・ダイワ・スポーティンググッズ・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ツ［東京都］
（株）ロジスボ［東京都］

社外への賛同・参加

国連グローバル・コンパクト

気候関連財務情報開示タスクフォース

CDP気候変動

ジャパンサステナブルファッションアライアンス

生物多様性のための30by30アライアンス

東京都「スポーツ推進企業」

ESGインデックスへの組み入れ

FTSE JPX Blossom Japan Index

FTSE JPX Blossom Japan Sector Relative Index

SUSTAINABILITY REPORT 2026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に報告しています。

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
2026年3月期（2025年4月1日～2026年3月31日）
※一部に上記期間外の情報を含みます。

発行　2026年9月


BE EARTH-FRIENDLY
BE EARTH-FRIENDLY
BE EARTH-FRIENDLY
BE EARTH-FRIENDLY
BE EARTH-FRIENDLY
BE EARTH-FRIENDLY