

グリーン製品市場の創出に向けた サプライチェーンにおける脱炭素化支援事業 中間報告会



Business to Belief

商いの先の、信じることへ。

一本の糸から、未来はつくることができる。

私たちはそう信じています。

ヤギグループは、繊維商社として百年以上にわたり、
繊維を起点に人と社会をつなぐ役割を果たしてきました。

けれど、ただ売れるものを作ればいいという時代は
もう終わろうとしています。私たちが目指すのは、
従来の“Business to Business”を超えた、
“Business to Belief”。

世界中の取引先とともに、本当に価値あるものを見
出し、育て、社会へ届けていく。

機能だけでなく、意味のあるものを。売
れるものより、長く残るものを。

信じられる商いを、次のスタンダードに。

ヤギグループは、その中心にいる存在であり続けます。

1893

綿糸商 八木商店 創業

1905

海外進出
初の海外拠点は韓国に開設

1951

新繊維ナイロン取扱い開始

1962

テキスタイル分野へ進出

1989

株式会社ヤギ 社名変更

1992

現在のビジネスモデル確立
高付加価値商品をタイムリーに企画、
生産、供給できる体制へ

2014

ブランド事業拡大

2023

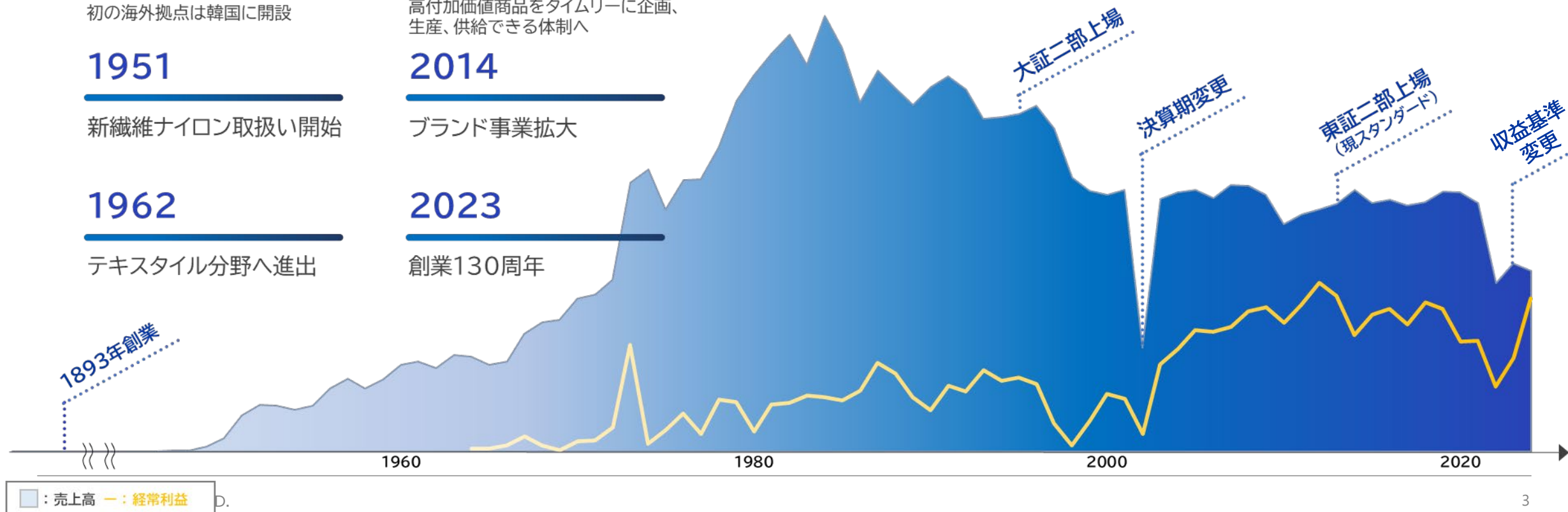
創業130周年

五綿八社

船場繊維の歴史を今に伝える

日本の繊維業界をリードしていた「五綿八社」のうち、
関西五綿は鉄鋼部門を強化するなどして総合商社へと
変貌。船場八社が倒産、廃業、合併を余儀なくされる中
で、船場に本社を残したまま、単独で事業を継続したの
はヤギだけであった。

創業来、社是である「終始一誠意」の精神を守りながら、時代と社会の変化に機敏に対応。
現在は総合繊維商社として、マテリアルから、ライフスタイル、アパレル、ブランド・リテール領域
に至るまで多岐にわたるビジネスを展開



私たちが大切にしていること | グループ概要

終始一誠意 しゅうしいちせいい

“一貫して誠意をもってあたれ”と堅実さを身につけた商人になることを、
創業者 八木 與三郎は堅実第一主義として唱えました。

ヤギは、社是「終始一誠意」を規範とし、
新しい価値の創造とグローバルな挑戦を行い、
人々の生活によるこびを与え豊かな社会に貢献していきます

Business to Belief
商いの先の、信じることへ。

不変の企業文化

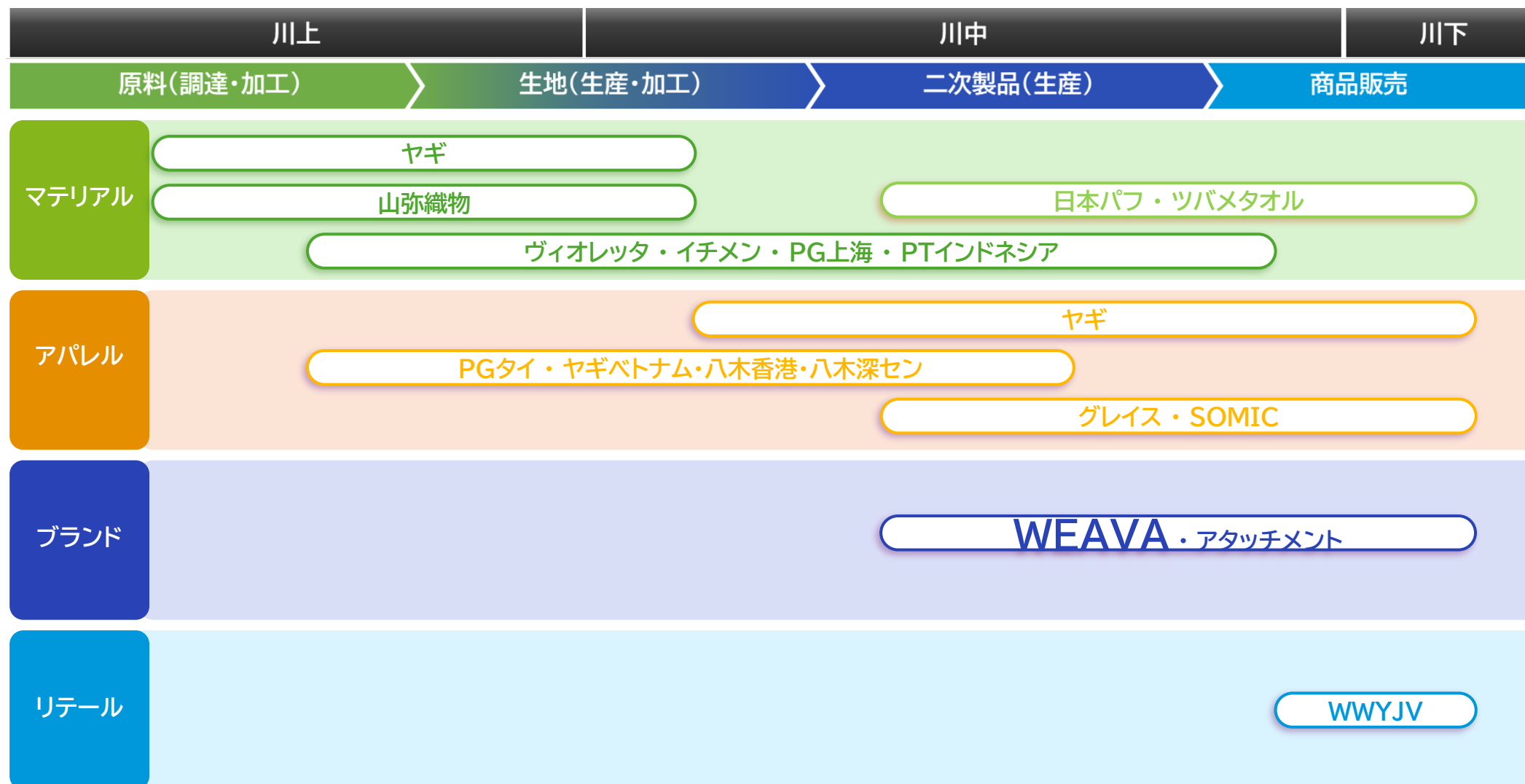


ヤギグループのサステナビリティ

当社グループは、「持続可能な企業であるための環境改善」、「持続可能な未来のために環境問題を解決」、「未来のライフスタイルへの提案」、「企業の社会的責任」という4つのミッションステートメントのもと、マテリアリティ(重要課題)の設定と対応を通じて経営戦略を加速させることで、社会とヤギグループの持続的成長を目指しています。



ヤギグループの体制 | セグメント



WEAVA | ブランド事業



Fine&Comfortable Life

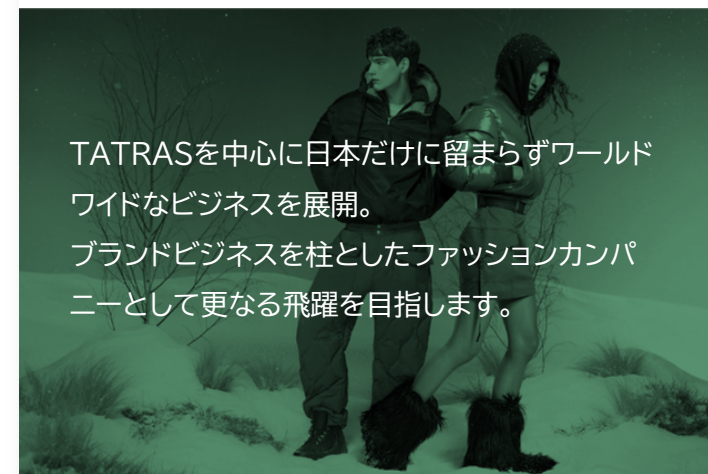
WEAVA

株式会社WEAVA

設立：2007年(平成19年)

所在地：東京、イタリア

事業内容：リテールブランドの商品企画・製造
ブランドプロモーション業務



TATRASを中心に日本だけに留まらずワールド
ワイドなビジネスを展開。
ブランドビジネスを柱としたファッションカンパ
ニーとして更なる飛躍を目指します。

企業理念

WE ARE

あなたの胸をどこまでも
高鳴らせる存在。

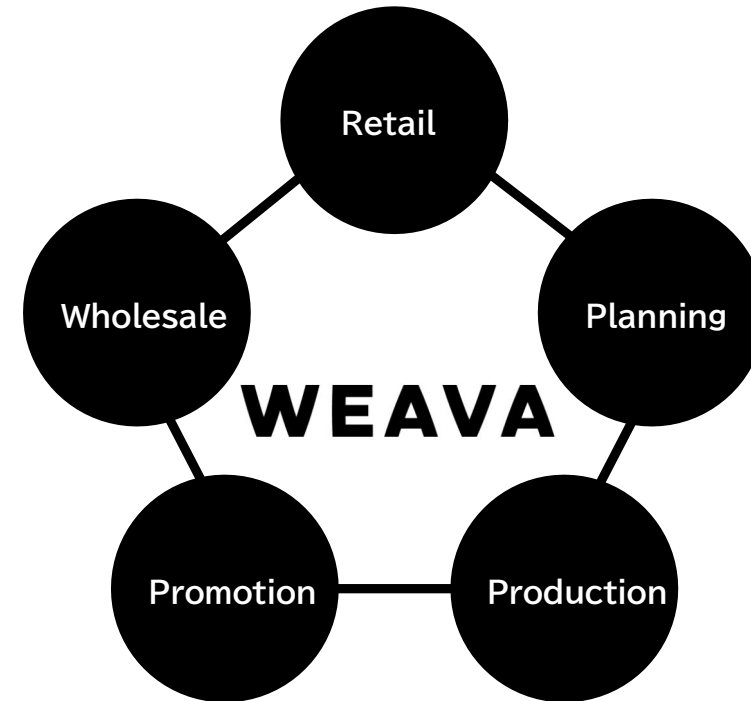
時代をリードする革新の
プロダクトで

国境を超えて走る人と共に
チャレンジしていく。

事業内容

WEAVAは生産から卸売までファッションビジネス全般を取り扱っています。

堅実なビジネス経験を基にし、
5つのビジネス機能を海外へ拡大しています。





REPRO-PARK

リプロパークはお直しのプロフェッショナル集団。
修理が難しいとされるダウンとレザーを得意とし、他店では
断られてしまった服の修理にも対応します。

ワンシーズン着ただけで処分してしまうトレンド服ではなく、
普遍的で上質なベーシック服が増えてきた大人たちにとって、リペア
は大きな意味を持っています。特にダウン、ファー、レザー、ウールな
ど、動物由来の素材でできた服を大切にすることは、結果的に環境
負荷を低減することができます。使い捨てファッションではなく、修
理しながら長く着るというカルチャーへ。

サステナブルという理念に強く共感する我々は、その一助となるべく
活動を続けていきます。



本事業参加の経緯

本事業応募のきっかけ

・REPRO-PARKでは以前からファッション製品(衣服・靴・バッグ等)のリペアを手がけ、個別製品の長寿命化・リユースの推進に取り組んできました。一方で、ファッション製品のリペアによるGHG排出量削減の明確な数値データは乏しく、具体的な削減効果を測定(数値化)する事が課題だった。

そのため、今回東京都の支援を賜り、具体的な削減効果を自社で算定するだけでなく、生活者の方々に意識・認知していただく事で、ファッション製品の長寿命化、廃棄削減に繋がるアクションにしていきたいと考えた。

応募・採択時の事業への想定

・まずは、自社だけでは実施する事が難しい自社製品のCFP算定と、それをリペアする際のCFPを算定する事で、1足の靴をリペアして使う事によるGHG排出削減量を視覚化したいと考えた。

その上で、よりGHG排出量が少なく、リペア(ソール張り替え)可能な製品を開発し、製品化して販売する事で、バリューチェーン全体でのGHG排出削減に取り組めるような事業を目指し、それを生活者に幅広く認知していただいて、実際に使用いただく事で、グリーン製品の市場拡大への貢献を目指したいと考えた。

本事業参加の対象製品と取組体制

CFP算定の対象製品

・アッパーにはリサイクルレザーを使用。
(皮革製品を製造する過程で裁断による切れ端やキズ、シワの多い端の部分や厚みを均一調整する際にそぎ落とされる端材などの廃棄される部分を使用し、樹脂でコーティング加工を施して再度シート状に成型した再生素材)劣化しやすい合成皮革よりも耐久性があり、天然皮革よりも防水性が高い機能素材です。ソールにもリサイクル素材が一定割合で含まれているソールを使用。



REPRO TRAINER

・算定対象として、該当製品を選んだ理由

これまで、資源の有効利用の視点でリサイクルレザーを選んで使用してきたが、GHG排出の明確な数値がなかったこと、ソール張り替えによって長寿命化できる製品と、そのリペア工程のCFPを算定することで、リペアによって新品の靴を2足使用した時と比較してどの程度CFPが低くなるのか、検証することが出来る、と考えた。

本事業の取組体制

株式会社WEAVA
稲毛 健太
(REPRO PARK 事業責任者)

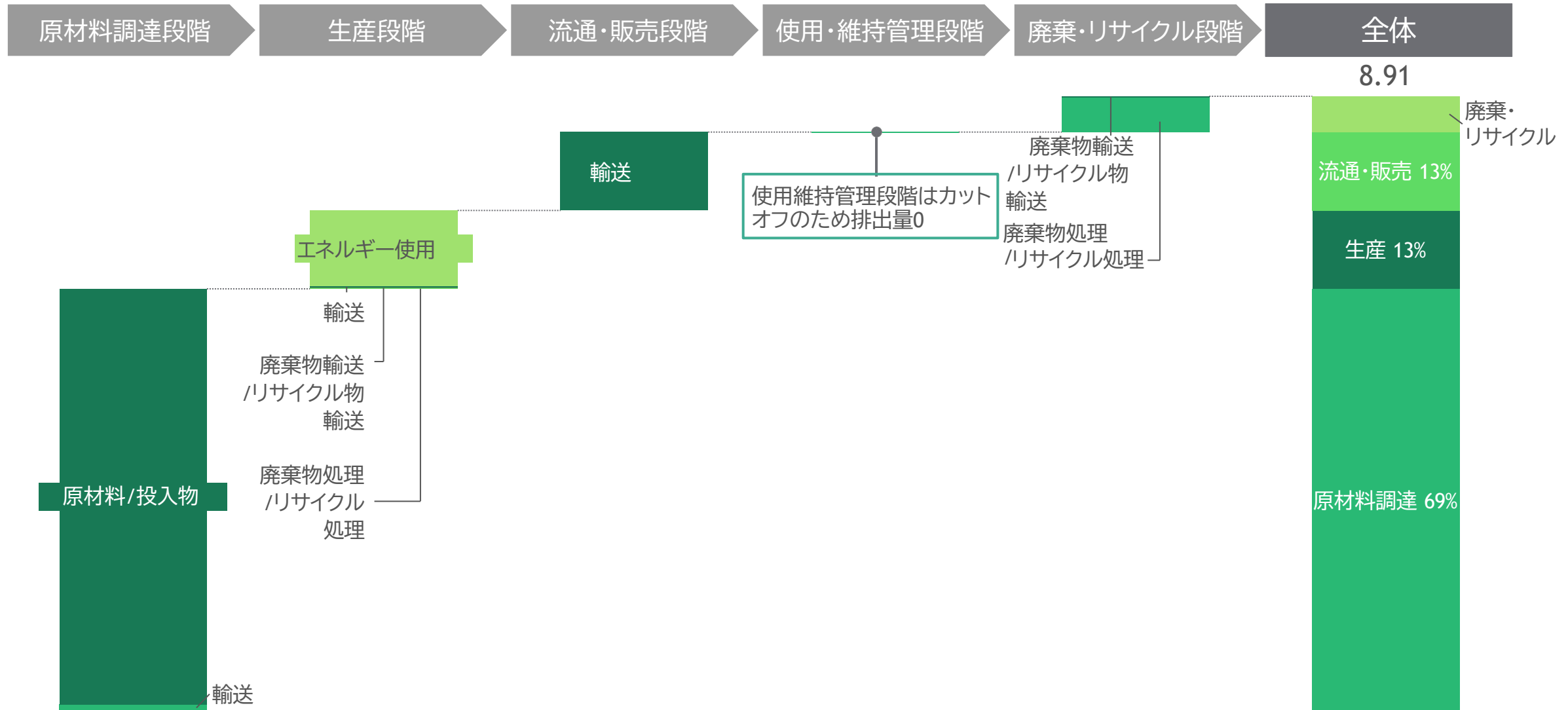
株式会社WEAVA
友野 浩司
(REPRO PARK リペア職人)

株式会社ヤギ
杵淵 元樹
(ヤギグループ サスナビリティ推進担当)

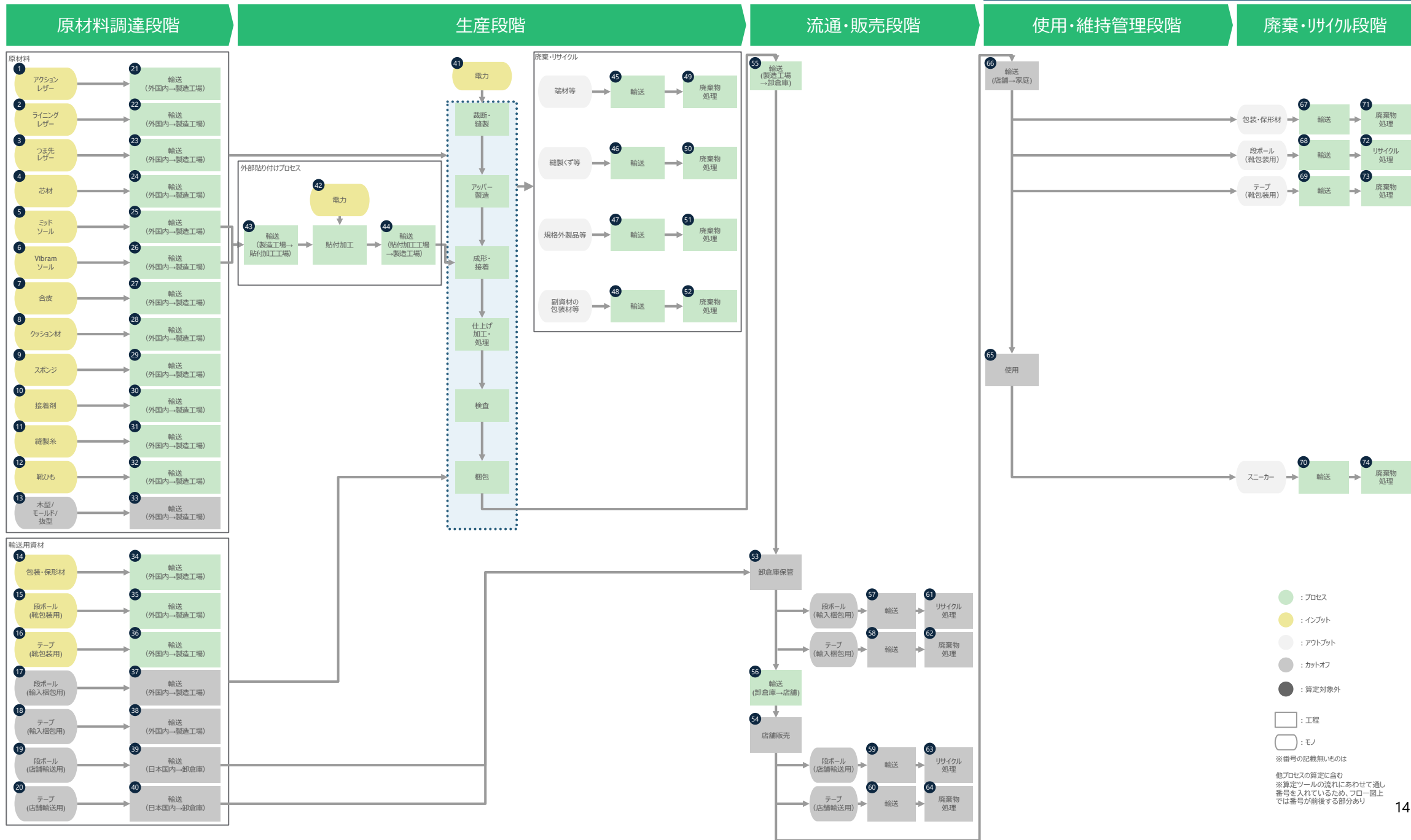
大西 永修
(REPRO PARK ブランドディレクター)

CFP算定結果

対象製品: REPRO TRAINER 42サイズ



原材料調達段階および生産段階のエネルギー由来の排出量が大きく、全体の8割を占めている



該当製品の削減策ロードマップ(2026年4月時点)

実施施策

本年・来年度
から実施する
施策

リペア

実施ロードマップ

2026年 2027年 2028年 2029年 2030年

機器導入・テスト

ソール変更品の試
作

試作

量産

販路拡大

アッパー変更品の試
作

試作

量産

販路拡大

全体変更品の試
作

試作

量産

販路拡大

中長期で
検討する施策

リペア設備の再エネ
化

再エネプランへの切り替え

お手入れ製品の販
促

開発・販売開始

販路拡大

包装材の低炭素
化

開発・試作

切り替え対象の拡
大

スニーカーリサイクル
促進

体制構築

協力事業者の拡
大

輸送車両の低炭素化

EV化率
50%

EV化率
100%

CFP算定結果・削減施策から得られた示唆

事業を通じて改めて確認できた点

CFP算定の結果、スニーカーの原材料におけるGHG排出量は、ソールの占める割合が約60%にも上がることが判明。

また、製造プロセス全体における割合も約40%と高く、このことからソール交換によるCFP削減効果が大きいことを確認できた。

今回、該当製品のCFPを数値化出来たことで、ホットスポットがソールであることが明確になり、GHG排出量の低い新製品開発と、リペアを同時並行で進める意義を再認識している。

事業を通じて新たに得られた気づき

これまで、該当製品は海外にて生産を行ってきたが、輸送によるCFPが高いこと、加工の工程でも環境に配慮した上質な国産素材(和牛の副産物としてのレザー)が生産されており、国産素材を使用し、国内で最終製品の生産を行う事で、CFPの削減を達成する事に加え、このような素材が国内にも存在している事を、生活者・業界関係者にアピールする重要性について再認識した。

本事業を通じた現時点での手応え

現時点での成果

- ・脱炭素施策について、製品製造や原材料だけでなく、ライフサイクル全体を俯瞰する視点で検討できるようになった。
- ・CFP算定による定量的な効果見込みがあることで、バリューチェーンの各段階での具体的な施策をプランしやすくなり、社内外の関係者との調整・検討もしやすくなっている。
- ・CFP算定を通じて、脱炭素アクションに取り組むための課題認識が統一され、中長期的な施策も統一したゴールを目指して行動しやすくなっている。
- ・当社グループ間の垣根を超えた取り組みによるシナジー効果。

本事業参加の意義

- ・伴走支援により、CFP算定が負担少なく実施できたのはリソースの限られる中小企業にとっては大変ありがたかった。
- ・伴走支援の際の客観的な視点・アドバイスにより、これまで検討したことがなかったり、効果がないと考えていた活動でも削減貢献がある事を知り、より効果的な施策に取り組み始めることができた。
- ・これからの段階だが、CFPを算定して終了ではなく、実際の製品化と販売(＝使用～リペアまで)のバリューチェーン全体に事業として取り組めるため、一般的なモデル事業よりも社会へのインパクトがより大きいと感じている。
- ・当社グループ内リソースの有効活用に繋がる。

2年目の抱負

ゴール

CFP算定をしたモデルをベースに、よりCFPの低いグリーン化版を開発、実際に製品化を実現して市場で販売し、生活者に使用いただくこと。

実施を目指す事項

- ・製品化では施策の異なる複数のモデルを検討しており、全てを製品化できるかは未定だが、複数モデルを製品化し、製品化したモデルの紹介・販売を通して、CFPやGHG排出量とその削減を生活者に分かりやすく認知していただく。その意識喚起ができるPR・ブランディングをプランし、実施していきたい。
- ・食の副産物である、国産食用牛の原皮を材料として、環境負荷の少ない方法で国内でなめされた(レザーに加工された)レザーを使用し、輸送によるCFPを抑えるため、国内工場ですニーカー生産を行う。
- ・CFPの高いアウトソールの代替として、天然ゴムを使用したソールを開発し、国内で生産し、原材料由来及び輸送によるCFPの削減を計画。またリペア時にもこのソールに交換することで、製品のライフサイクル全体でのCFP削減を目指す。
- ・本事業の取り組みが、社会全体でCFP(GHG排出量)削減やグリーン化に実際に繋がった(貢献した)と後から評価されるような施策、取り組みをしていきたい。(採択事業の初回として結果を残したい！)

THANK YOU



一本の糸から、未来はつくることができる。私たちはそう信じています。

ヤギグループは、繊維商社として百年以上にわたり、
繊維を起点に人と社会をつなぐ役割を果たしてきました。

けれど、ただ売れるものを作ればいいという時代は
もう終わろうとしています。私たちが目指すのは、
従来の“Business to Business”を超えた、
“Business to Belief”。

世界中の取引先とともに、本当に価値あるものを
見出し、育て、社会へ届けていく。

機能だけでなく、意味のあるものを。

売れるものより、長く残るものを。

信じられる商いを、次のスタンダードに。

ヤギグループは、その中心にいる存在であり続けます。