

# SHOEI SUSTAINABILITY REPORT

## 2025

PREMIUM × EXPERIENCE

⊕ プレミアムな体験へ



# CONTENTS

## 第1章 序章

- |                           |         |
|---------------------------|---------|
| 1. 経営理念・経営方針とサステナビリティ／ESG | .....03 |
|---------------------------|---------|

## 第2章 ESG経営推進体制とマテリアリティ

- |                     |         |
|---------------------|---------|
| 1. ESG経営の推進体制       | .....04 |
| 2. マテリアリティ(重要課題)の特定 | .....05 |
| 3. 主な取り組み内容         | .....08 |

## 第3章 社会(S)の取り組み

- |                           |         |
|---------------------------|---------|
| 1. 安全基準を満たす品質管理体制         | .....09 |
| 2. 製品開発による付加価値向上          | .....13 |
| 3. 直営店展開による顧客満足度向上と情報収集強化 | ..14    |
| 4. ミュージアムの運営によるブランド力向上    | .....15 |
| 5. 職場の労働安全衛生と従業員の健康管理体制   | .....16 |
| 6. 多様な人材の活躍/人的資本の強化       | .....17 |
| 7. ふるさと納税制度を活用した地域社会への貢献  | .....18 |

## 第4章 ガバナンス(G)の取り組み

- |                            |         |
|----------------------------|---------|
| 1. 女性役員の登用による多様性の確保        | .....19 |
| 2. 従業員に対するコンプライアンス体制の強化    | .....20 |
| 3. IR活動による投資家とのコミュニケーション強化 | .....21 |
| 4. 取締役会の実効性評価              | .....22 |

## 第5章 環境(E)の取り組み

- |                             |         |
|-----------------------------|---------|
| 1. EV/PHV用充電器の設置によるエコカー導入促進 | .....23 |
| 2. 太陽光パネル導入による再生可能エネルギーの活用  | ..24    |

## 付属資料

- |              |         |
|--------------|---------|
| 1. ESG外部評価   | .....26 |
| 2. 会社概要      | .....27 |
| 3. グローバルブランド | .....28 |

# 第1章 序章

## 1. 経営理念・経営方針とESG

企業の存在意義である経営理念を踏まえた経営方針を以下の通り策定しております。その中でサステナブル(持続可能)な活動を行うことで企業価値の向上を目指す観点から、「ESGを意識した経営の強化」も重要な経営方針の一つとしております。

### 【経営理念】

「Quality & Value」を追求



お客様に安全・快適で楽しい  
二輪車を始めとするモビリティ  
生活を提供する



### 【経営方針】

#### 1. 健全な財務体質により事業継続を長期にコミットする

- ・企業収益及びステークホルダーへの利益還元を重視するのと同様に、高い自己資本比率の維持を目指す
- ・経済危機や自然災害などの不測の事態でも、ブランドを棄損せず終息まで耐え抜く体力を備える
- ・M&Aや新事業の展開において、迅速な決定・対応を可能とする
- ・**ESG(環境・社会・ガバナンス)を意識した経営強化**

#### 2. Made in Japan で勝負する

- ・当社の最大の資産は過去60年余年で築き上げたブランド
- ・ブランドを高く維持し、競争力を保ち続ける為にMade in Japan で闘う

#### 3. お客様の声に耳を傾ける

- ・市場のニーズに対し、真摯であることが成功への鍵
- ・業界を率先して商品化を行う

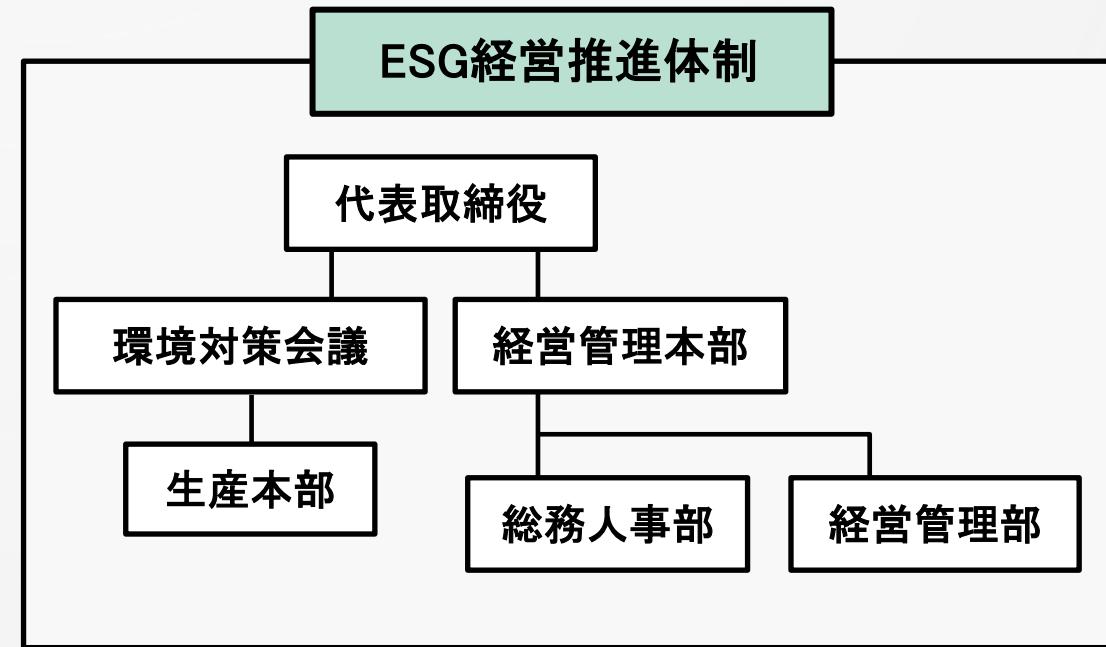
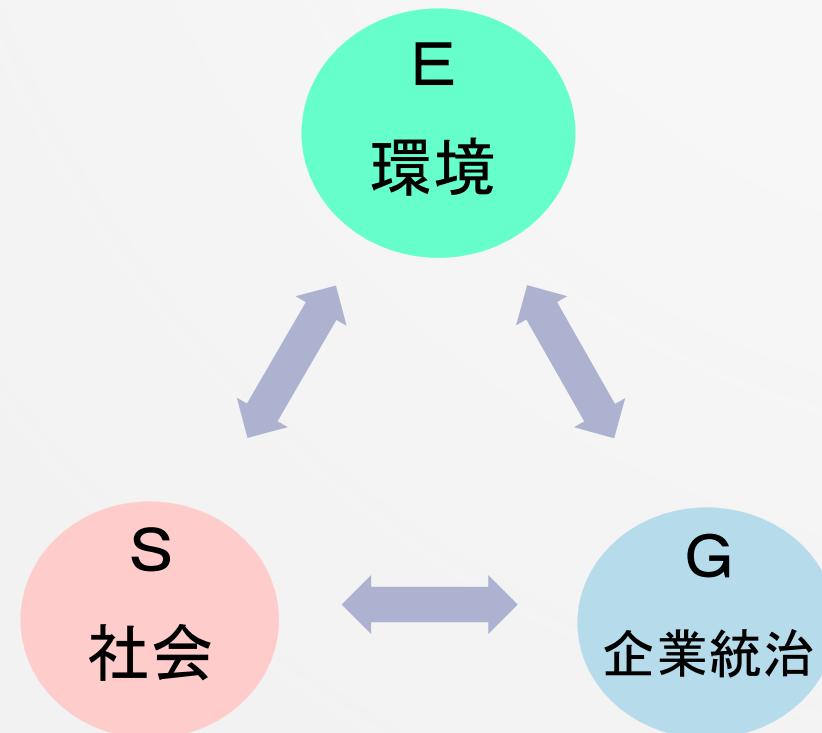
# 第2章 ESG経営推進体制とマテリアリティ

## 1. ESG経営の推進体制

E(環境)・S(社会)・G(ガバナンス(企業統治))それぞれの課題に対応する為、代表取締役社長のもとESG経営推進の事務局を経営管理本部に置き、関係各部と連携を取る体制としています。

また、環境への取り組みに関しては、代表取締役社長をトップとし、生産本部等の関係者含む環境対策会議を設置し、出来ることからスピード感をもって取り組む体制を取っています。

そのうえで、重要な方針や取り組みについては、適宜、取締役会や経営会議に報告しております。

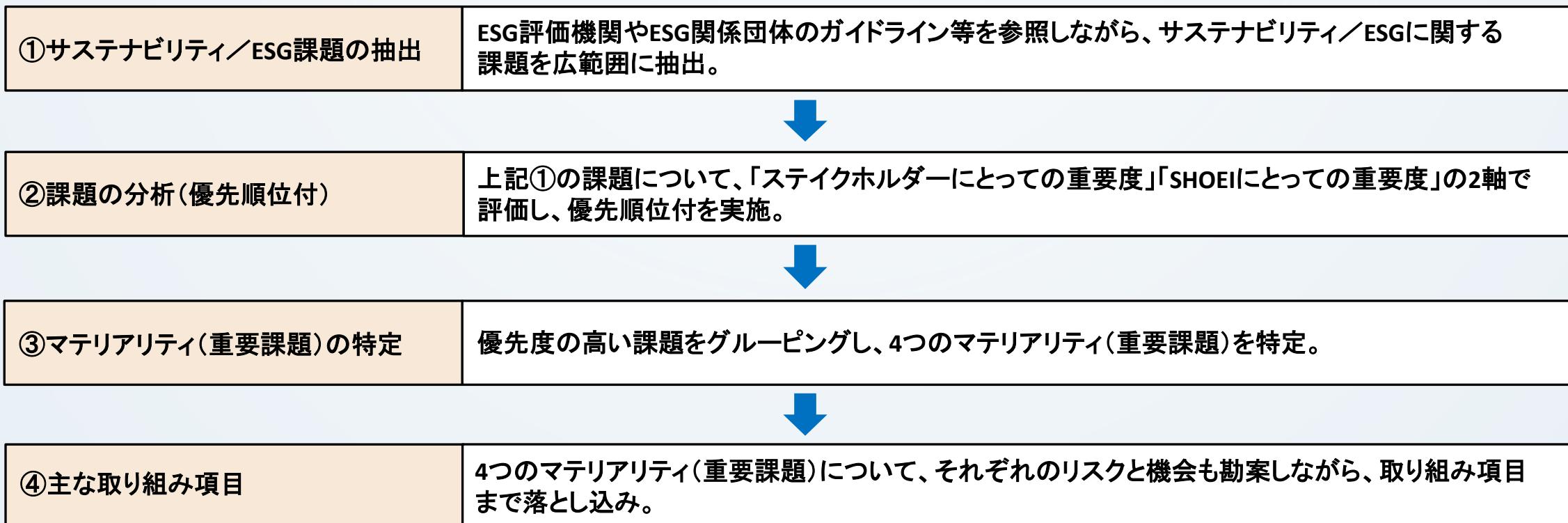


# 第2章 ESG経営推進体制とマテリアリティ

## 2-1. マテリアリティ(重要課題)の特定

マテリアリティ(重要課題)の特定を以下の手順で行い、今後のESG経営強化のために取り組むべき課題を確認しました。

### マテリアリティ(重要課題)特定のプロセス



## 第2章 ESG経営推進体制とマテリアリティ

### 2-2. マテリアリティ(重要課題)の特定

#### ①サステナビリティ／ESG課題の抽出

様々な機関のガイドライン等を参照し、サステナビリティ・ESGに関する課題を広範囲に抽出。  
(右図ご参照)

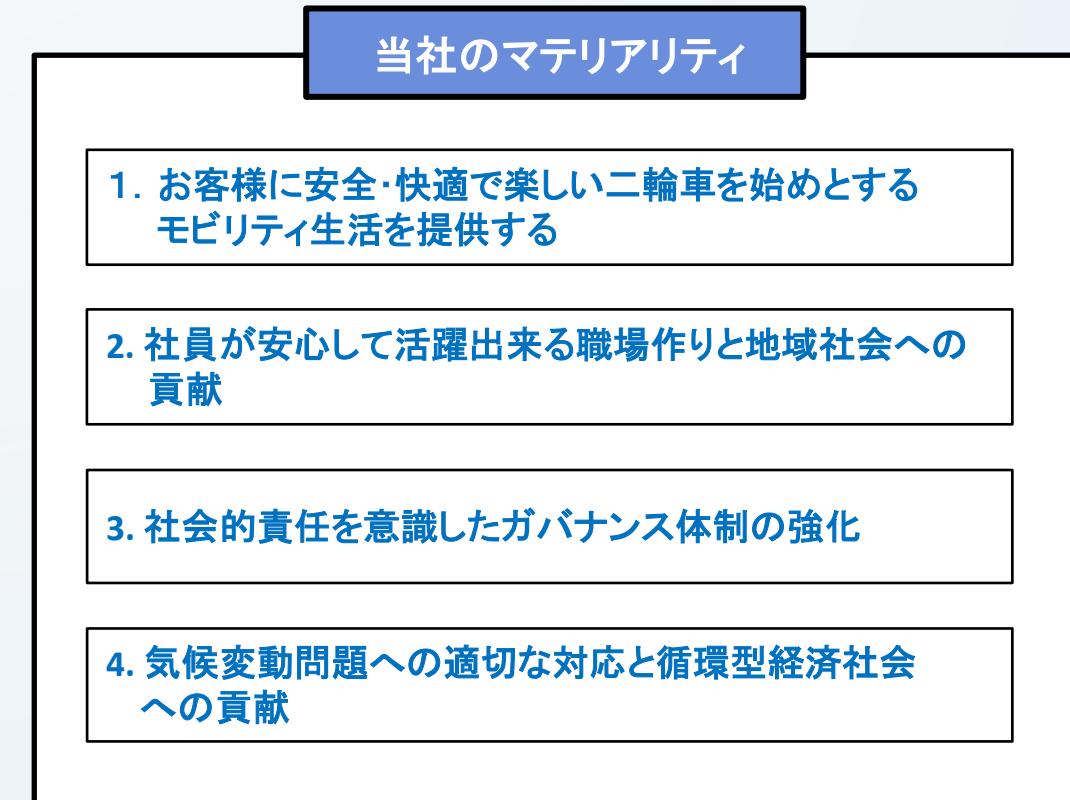
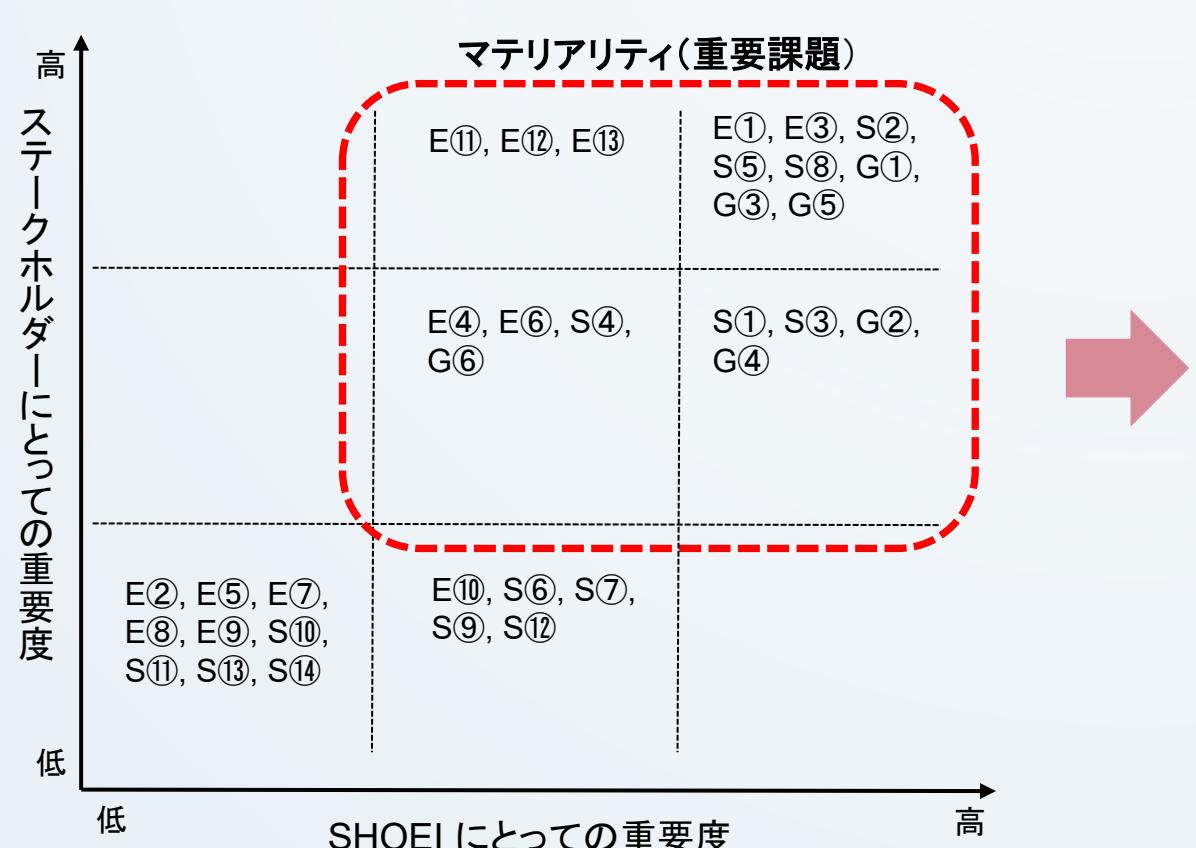
ESG	テーマ	ESG重要項目	(略称)
環境 <E>	気候変動	炭素排出量	E①
		気候変動保険リスク	E②
		環境配慮融資	E③
		製品カーボンフットプリント	E④
	自然資源	生物多様性と土地利用	E⑤
		責任ある原材料調達	E⑥
		水資源枯渇	E⑦
	汚染と廃棄物管理	家電廃棄物	E⑧
		包装材廃棄	E⑨
		有害物質と廃棄物管理	E⑩
	環境市場機会	クリーンテクノロジー	E⑪
		グリーンビルディング	E⑫
		再生可能エネルギー	E⑬
社会 <S>	人的資本	労務安全衛生	S①
		人的資本開発	S②
		労務マネジメント	S③
		サプライチェーンと労働管理	S④
	製品サービスの安全	製品化学物質安全	S⑤
		安全な金融商品	S⑥
		プライバシー & データセキュリティ	S⑦
		製品安全物質	S⑧
	ステークホルダーマネジメント	責任ある投資	S⑨
		地域との関係	S⑩
		紛争メタル	S⑪
	社会市場機会	金融へのアクセス	S⑫
		ヘルスケアへのアクセス	S⑬
		健康市場機会	S⑭
ガバナンス <G>	コーポレートガバナンス	取締役会構成	G①
		報酬	G②
		オーナーシップと支配	G③
		会計リスク	G④
	企業活動	企業倫理	G⑤
		租税回避	G⑥

# 第2章 ESG経営推進体制とマテリアリティ



## 2-3. マテリアリティ(重要課題)の特定

- ②課題の分析(優先順位付);選定された社会課題について、ステークホルダーにとって重要なかつSHOEIの経営にとっても重要であると判断した課題を以下の通り特定しました(赤枠の点線内)。
- ③マテリアリティ(重要課題)の特定;上記②の内容から、当社のマテリアリティの方針を4項目にまとめました。



# 第2章 ESG経営推進体制とマテリアリティ

## 3. 主な取り組み内容

特定したマテリアリティ(重要課題)について、リスクと機会を勘案しながら、主な取り組み内容を以下に纏めました。各々の詳細内容につきましては、次章以降にて順次説明致します。

マテリアリティ	ESG	ESG重要取り組み項目	リスクと機会	主な取り組み内容
お客様に安全・快適で楽しい二輪車を始めとするモビリティ生活を提供する	社会 <S>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・安全性と品質の向上</li> <li>・製品の付加価値を高める開発</li> <li>・顧客が満足するデザインや機能性の追求</li> </ul>	<p>&lt;リスク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・安全基準の未充足による信用失墜</li> <li>・品質悪化によるブランド力の低下</li> </ul> <p>&lt;機会&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客が求めるデザインや機能を備えた製品提供によるシェア向上</li> <li>・新技術を活用して付加価値を上げることで顧客層の拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・安全基準を常に満たす品質管理体制の維持強化 : (1)</li> <li>・快適さや楽しさを意識した製品開発による付加価値向上 : (2)</li> <li>・顧客が満足するデザインや機能性の情報収集の強化 : (3)</li> <li>・過去のSHOEI商品や歴史を展示するミュージアムの運営によるブランド力向上 : (4)</li> </ul>
社員が安心して活躍出来る職場作りと地域社会への貢献	社会 <S>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・労務管理と健康管理による快適な職場作り</li> <li>・多様性を取り入れた人的資本の有効活用</li> <li>・従業員が生活する地域社会への貢献</li> </ul>	<p>&lt;リスク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・労災などの重大事故の発生</li> <li>・心身の健康状態の悪化</li> <li>・優秀な従業員が流出することによる人的損失</li> </ul> <p>&lt;機会&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・多様な人材が活躍出来る職場環境の整備による優秀な人材の確保</li> <li>・地元の活性化により、質の高い労働力の継続的な確保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・安全な職場環境を維持するための体制継続 : (5)</li> <li>・メンタルヘルスを保つための体制整備 : (6)</li> <li>・女性管理職比率を高める目標設定と取り組み強化 : (7)</li> <li>・様々な制度を導入し、多様な人材が活躍できる職場環境を整備 : (8)</li> <li>・企業版ふるさと納税とふるさと納税制度等を活用し、地元の活性化に資する財源の提供 : (9)</li> </ul>
社会的責任を意識したガバナンス体制の強化	ガバナンス <G>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ステークホルダーを意識した透明性のある経営</li> <li>・コンプライアンスの徹底</li> </ul>	<p>&lt;リスク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・法令違反によるレビューーションの低下</li> <li>・重大なコンプライアンス違反による企業価値の毀損</li> </ul> <p>&lt;機会&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・実効性の高いコーポレートガバナンスの実現と継続的な改善を通じた企業価値の持続的向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多様性を確保する為、女性役員の継続的登用 : (10)</li> <li>・全従業員に対するコンプライアンス研修体制の強化 : (11)</li> <li>・投資家とのコミュニケーション強化 : (12)</li> <li>・取締役会の実効性評価を実施、継続 : (13)</li> </ul>
気候変動問題への適切な対応と循環型経済社会への貢献	環境 <E>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・二酸化炭素排出量の削減</li> <li>・再生可能エネルギーの活用</li> <li>・原材料や製品のリサイクル・リユース等による環境配慮</li> </ul>	<p>&lt;リスク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地球温暖化の進展による地球環境の悪化</li> <li>・環境対策の遅れによるレビューーション低下</li> </ul> <p>&lt;機会&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・効率的なエネルギー利用によるコスト削減</li> <li>・リサイクル・リユースによる廃棄物の削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・従業員向けEV/PHV用充電器設置によるエコカーの導入促進 : (14)</li> <li>・太陽光パネルの導入による再生可能エネルギーの有効活用 : (15)</li> </ul>

# 第3章 社会(S)の取り組み

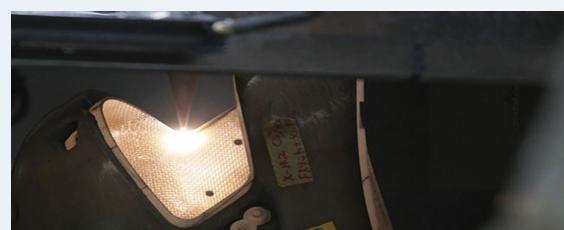


## 1-1. 安全性と品質の向上 / 安全基準を常に満たす品質管理体制(製造工程):(1)

ヘルメット製造工程の基本的な流れは、成形工程⇒塗装工程⇒組立工程⇒出荷となります。ヘルメットは、ライダーの安全を守る保護具である以上、たった一つでも安全基準を下回る製品が流通することがあってはなりません。そのため、工場から出荷されるすべての製品が安全基準を満たすように厳格に品質管理されています。

以下の写真は、ヘルメットのベースとなるシェル(帽体)の成形・仕上工程でヘルメットの骨格を作った後、厚みや重量などを全数検査している作業となります。製品の品質の安全基準を満たす上で非常に重要な工程であり、検査基準に合格したものが次の塗装工程に進みます。

なお、塗装工程・組立工程をそれぞれ終えた段階においても、仕上がり面での品質チェックが何度も行われ、梱包段階における最終検査を受けて、これを通過したヘルメットが出荷されていきます。



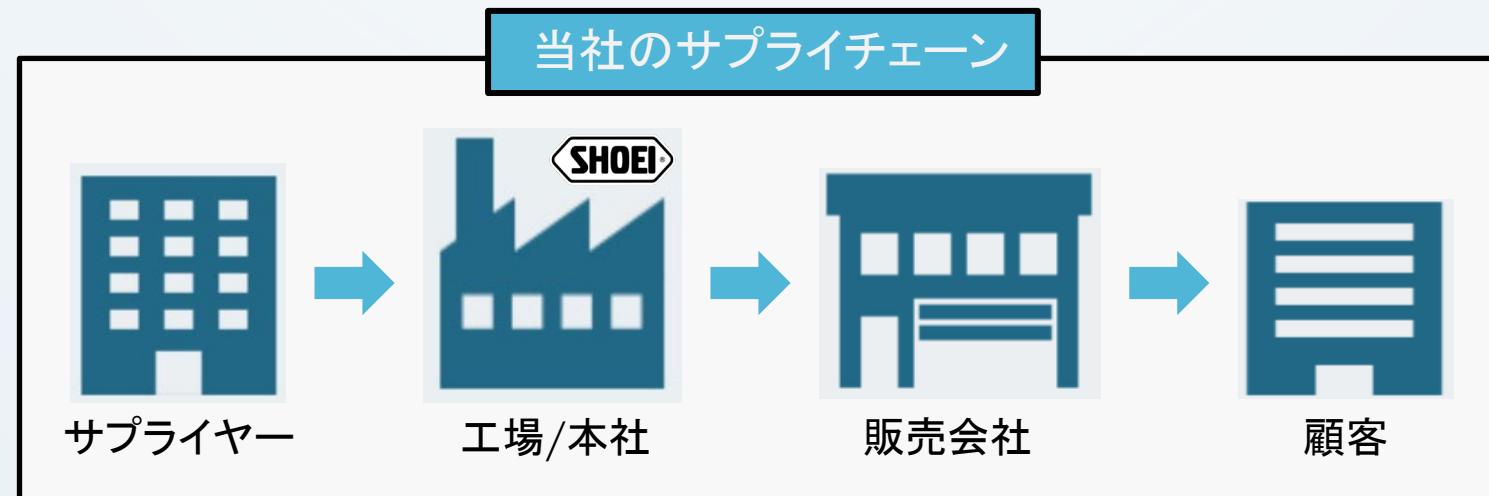
## 第3章 社会(S)の取り組み

### 1-2. 安全性と品質の向上 / 安全基準を常に満たす品質管理体制(サプライヤー):(1)

当社が仕入れる原材料や加工品の品質も重要であり、当社とサプライヤーとの基本契約には、材料供給及び製品品質維持の遵守を記載しております。

上記が遵守されているかにつきましては、3年に1度の頻度で、品質・価格・納期等の項目で監査を実施しています。例えば、作業場、倉庫等の整理整頓、機器の保守管理、仕様書に基づく作業工程の遵守、安定した品質での生産維持等について監査を実施します。

また、品質の維持・向上、及び、コストダウンのため、サプライヤーの生産技術・設備など経営管理全般のサポートも必要に応じて実施し、原材料や加工品の高い品質水準を維持しております。

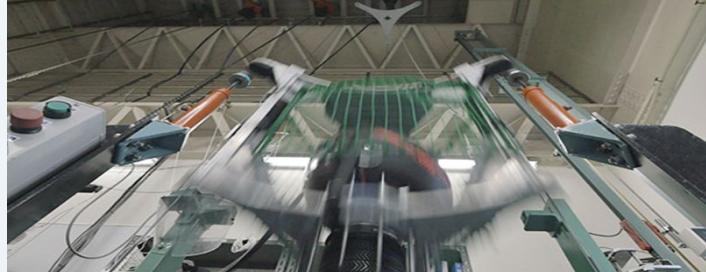
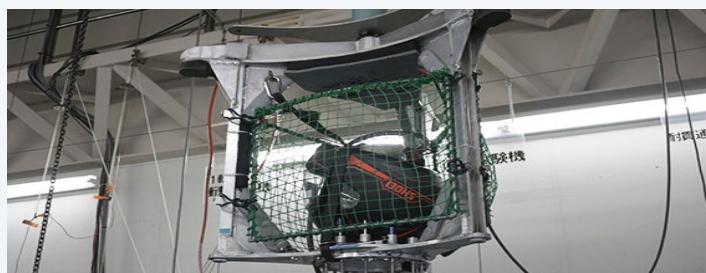


## 第3章 社会(S)の取り組み

### 1-3. 安全性と品質の向上 / 安全基準を常に満たす品質管理体制(完成品検査):(1)

完成したヘルメットにおいても、品質管理部が一定の割合で定期的に完成品の抜き取り検査を実施し、製造工程後もダブルチェックで万全の品質管理体制を確立しております。

完成品の抜き取り検査では、年間約3,000個ものヘルメットについて衝突試験等を行い、試験に使用した大量の製品は市場に並ぶことなく廃棄されることになります。しかし、ライダーの手元に届くことのなかったこれらの製品も、SHOEI が理想とする品質を維持するための大切なヘルメットなのです。





## 第3章 社会(S)の取り組み

### 1-4. 安全性と品質の向上 / 安全基準を常に満たす品質管理体制(安全規格取得と品質管理体制) : (1)

ヘルメットの開発段階で大前提となるのが、各国・各地域で定められている安全規格(日本向けJIS規格、欧州向けECE R22/06規格など)を取得することです。デザインコンセプトを崩すことなく、確かな安全性を持つヘルメットを開発するために、各国・各地域向けに徹底した品質管理体制を構築し、必要な安全規格を取得しています。

当社は2022年10月、それまで生産本部の下にあった品質関連部署を、社長直轄の品質保証部と生産本部の品質管理部に分けました。それにより、品質保証部が独立性を保ち、品質管理部の業務を監視することで、盤石の品質管理体制を構築します。

また、当社は、国際標準化機構(ISO)が定める品質マネジメントシステムであるISO 9001を2024年10月に取得しました。常に顧客の期待に応える一貫したサービスの提供と更なる製品満足度の到達を目指して、今後も品質管理体制の維持・強化を進めて参ります。





## 第3章 社会(s)の取り組み

### 2. 製品の付加価値を高める開発 / 快適さや楽しさを意識した製品開発による付加価値向上: (2)

ヘルメットの安全・快適・楽しさを追求するため、業界を率先して新しいチャレンジを続けます。第一弾として、SHOEI が先進技術を駆使した新規製品、新時代のヘッドアップディスプレイ(HUD)内蔵ヘルメット「OPTICSON」を開発し、2022年に上市しました。第二弾としてEyelights社と共に、スマートフォンとの連携でAndroid & iOSアプリに対応した、GoogleMap等を使用可能とするユーザー利便性の高いHUDデバイスの開発にチャレンジ中です。これらのHUD対応ヘルメットは、より豊かな「未来」のバイクライフを創造します。



1983年から1990年代のバイクブームを象徴した作品の一つである『バリバリ伝説』のコラボヘルメットを2024年に販売。

昨年に続き、日本が誇る 漫画やアニメ、それ以外のカルチャーとコラボレーションした製品を、「Japan Culture × Japan Quality by SHOEI」としてシリーズ展開しました。

引き続き、日本の文化的魅力と SHOEI の技術力を世界に発信し、新たなブランド価値を提供して参ります。





## 第3章 社会(s)の取り組み

### 3. 顧客が満足するデザインや機能性の追求 / 直営店展開による顧客満足度の向上と情報収集強化: (3)

ユーザーと近い距離間で、顧客満足度を高めること、お客様の声を直接頂くことを目的として開設したSHOEI 直営店(SHOEI Gallery)を展開しています。SHOEI Galleryでは、ヘルメットの展示だけでなく販売や各種修理をはじめ、一人一人の頭部の形状を計測することでお客さまに最適な被り心地に調整するPFS(パーソナルフィッティングシステム)も提供しております。また、SHOEI 契約ライダーの本人用ヘルメットや写真を展示している他、SHOEI Gallery限定のオリジナルグッズの販売も行っております。

現在、日本全国6店舗(東京・大阪・横浜・京都・福岡・札幌)でSHOEI Galleryを展開しており、海外においてはフランスの子会社が運営する店舗をパリに、スペインの代理店とのコラボレーション店舗をバルセロナにオープンしております。また、今後も国内外含めて隨時店舗の拡大を進めて参ります。



内装調整サービス  
Personal Fitting System



SHOEI Gallery SAPPORO



SHOEI Gallery Barcelona

# 第3章 社会(S)の取り組み

## 4. 過去のSHOEI商品や歴史を展示するミュージアムの運営によるブランド力向上:(4)

SHOEI ブランドの価値向上と、当社 ヘルメットの魅力を情報発信する施設として、SHOEI HELMET PARK (SHP)を2026年春頃にオープン予定です。SHPは、ミュージアムを中心にSHOEI Galleryと飲食スペースを併設しています。

ミュージアムでは、過去の製品や歴代レーサーのヘルメット等を展示しSHOEIの歴史を知っていただけるスペースや、転写体験コーナー、ロードレースのシュミレーションコーナー等も設置しております。併設するSHOEI Galleryでは、最新のヘルメットやオリジナルグッズを販売、来場されたお客様が、当社の作る高性能高品質の製品の魅力を感じていただき、楽しめる施設となっております。



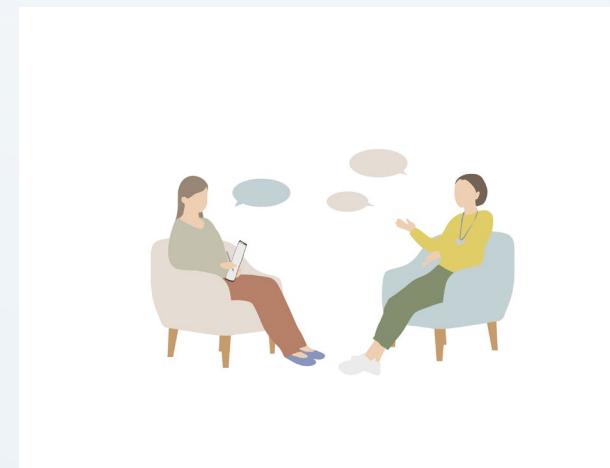
# 第3章 社会(S)の取り組み

## 5. 職場の労働安全衛生と従業員の健康管理体制: (5)(6)

### <当社での取り組み>

従業員の安全確保のために安全衛生委員会を設置しています。労働災害を無くすべく定期的に議論を重ね、作業環境測定を行うなど職場の安全に向けた仕組み作りを推進しております。

また、今後も従業員と適時面談を通して適正な人事評価を行うこと、従業員組合からの待遇改善要求を真摯に検討しております。従業員の健康の保持増進のための健康診断、メンタルヘルスケアのためのストレスチェックを年一回行うなど必要な待遇改善を実施し、心身の健康管理においても安心して働く職場を目指しております。



# 第3章 社会(S)の取り組み



## 6-1. 多様な人材の活躍 / 人的資本の強化:(7)(8)

### 人的資本

当社グループは、企業価値を持続的に向上させる観点から、人的資本の育成・活用を重要な課題と認識し、本社・工場において従業員のモチベーションを維持する人事評価体制やOJTを中心とする教育体制を充実させております。また、多様な人材の活躍も重視していることから、様々な制度を導入し、働きやすい環境の整備をしております。

今後は、さらに女性管理職を増やすべく、必要な施策を行うことで2028年3月までに「女性管理職(課長職以上)の割合を8%以上」を目標に女性管理職比率の向上を目指します。



### 1. 人材育成

全従業員の9割を占める工場においては、毎月の改善活動であるジャストインタイム(JIT)会議において、中堅社員が日々の課題の抽出、原因分析や対応を実行する一連の改善策について起案・実行・発表する機会があり、人的資本の育成に大きく貢献しております。本社においても、各部門にて多能工等の改善活動を取り入れ、社員の教育体制を充実させております。また、各種改正等の対応のための外部セミナーの受講、業務に必要な安全衛生教育、FATECトレーニング、品質管理責任者講習並びにISO9001基礎講習等 外部研修の受講の教育研修費用を支援し、従業員のスキルアップに対して、投資をしております。

### 2. 多様な人材の活躍

#### ① 女性の活躍

人材の多様性についても重要視しており、特に女性管理職を増やすことを目標にしております。女性管理職比率を2028年3月までに8%へ引き上げる指標を掲げており、そのための対策として、女性活躍推進、次世代育成支援対策推進といった方針を掲げ、本社と工場が協力して進めております。男女公正な昇進基準となっているか検証、確認を行い、管理職候補となる女性社員を経営層で認識したうえで、各部門長と総務人事部で育成の方法や管理職登用のスケジュール等の方針を策定し、同方針に基づいて実施しております。

# 第3章 社会(S)の取り組み



## 6-2. 多様な人材の活躍 / 人的資本の強化:(7)(8)

### ②働き方改革

2020年10月1日よりフレックスタイム制度を導入し、従業員が働く時間を自分自身で決め効率的に働くことでワーク・ライフ・バランスを実現させ、その結果、残業時間も削減することを目指しております。

### ③育児・介護支援

従業員の仕事と育児・介護の両立を支援する体制として、育児・介護休業、育児・介護短時間勤務等、柔軟な働き方を実現するための諸制度を定め、仕事と育児・介護を両立しながらキャリアを継続できるよう様々な施策を実施しております。

### 3.指標および目標

当社は、上記多様な人材の活躍において、次の指標を用いております。

指標	目標	実績
女性管理職比率	2028年3月までに8%	6.1% (2025年10月現在)
男性の育児休業取得率	2027年9月までに70%	73.3% (2025年9月末現在)

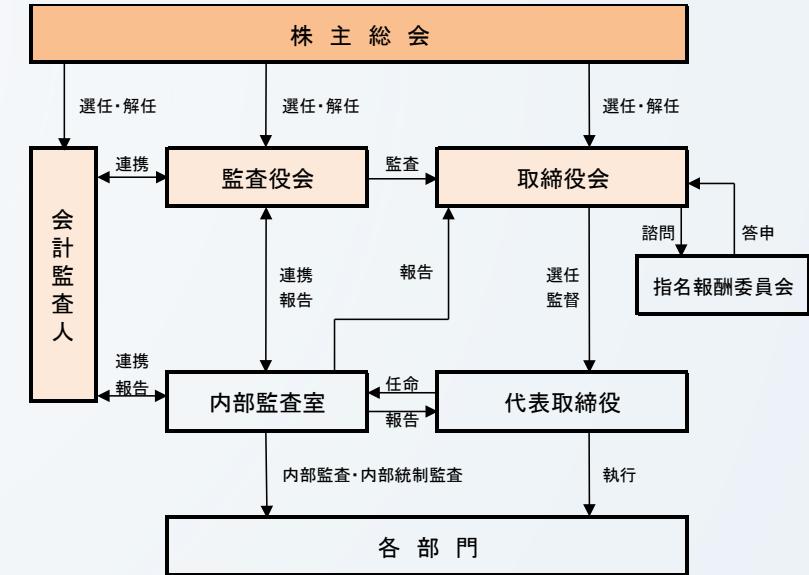
## 7. ふるさと納税制度を活用した地域社会への貢献:(9)

地域社会への貢献を目的として、工場所在地の茨城県稲敷市と岩手県一関市それぞれに企業版ふるさと納税として2025年も寄付を行いました。また、通常のふるさと納税の返礼品として当社ヘルメットを提供しております。今後も地域活性化及び次世代教育の充実に向けて、当社が出来る範囲で貢献していきます。

## 第4章 ガバナンス(G)の取り組み

当社のコーポレートガバナンスに関して、取締役会は、社外取締役3名を含む7名の取締役、社外監査役2名を含む3名の監査役で構成されています(2025年12月24日以降)。取締役会は迅速かつ的確な運営・監督機関、かつ、監査役会は監査役がそれぞれの専門知識を活かした監視機関として、公平性・透明性のあるガバナンス体制を取っています。

また、2021年12月に過半数を社外取締役で構成され、社外取締役を委員長とする指名報酬委員会を設置し、取締役の指名・報酬に関する事項等について適正な審議を行い、取締役会への答申を行っております。



### 1. 女性役員の登用による多様性の確保: (10)

多様性の確保が持続的な企業価値の向上に必要であり、女性役員の登用も重要であると認識しております。2022年12月に社外取締役として初の女性取締役を選任、社外監査役として、2023年12月に1名の女性監査役を選任し、2025年12月に新たに社外取締役として女性取締役を選任しました。取締役7名および監査役3名の計10名の役員の内、女性役員を3名確保していることから、30%以上の女性役員を有しております。今後も多様性を尊重した経営を進めるべく取り組んで参ります。

# 第4章 ガバナンス(G)の取り組み

## 2. 従業員に対するコンプライアンス体制の強化: (11)

風通しが良く、社員が安心して働く職場作りに向けたガバナンス体制を構築するために、社内ルールを順守し、高い倫理観を持って行動するという観点から、コンプライアンス規程および行動指針を定めております。

また、社員の人権を尊重し、あらゆるハラスメントの予防・防止への取り組みに向けて、内部通報制度（通称“従業員ホットライン”）を設けております。従業員ホットライン設置の目的は、社員等の不正行為に関する通報およびコンプライアンス違反や不正行為の未然防止となります。通報窓口は、当社の顧問弁護士ではない外部法律事務所に委託しておりますので、従業員は安心して従業員ホットラインを利用して相談を行うことが可能となります。

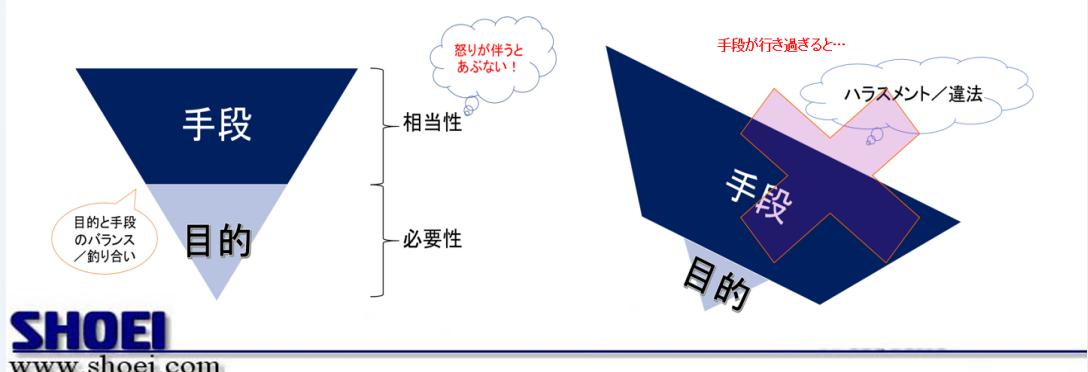
さらに、より良い職場環境の構築に向けて様々な資料を作成し、社内で定期的にコンプライアンス研修を行っております。

今後もコンプライアンス経営体制強化の施策を進めて参ります。

### 4. ハラスメントについて普段心がけることは？

- 「必要性」と「相当性」（=目的と手段の釣り合い）を常に念頭におく。
  - ✓ 人格否定の言動、差別の言動、暴力などは一発アウト
  - ✓ 感情（特に怒り）を感じた場合は時間（一呼吸）を置く

普段からコミュニケーションを図り、目的を伝える



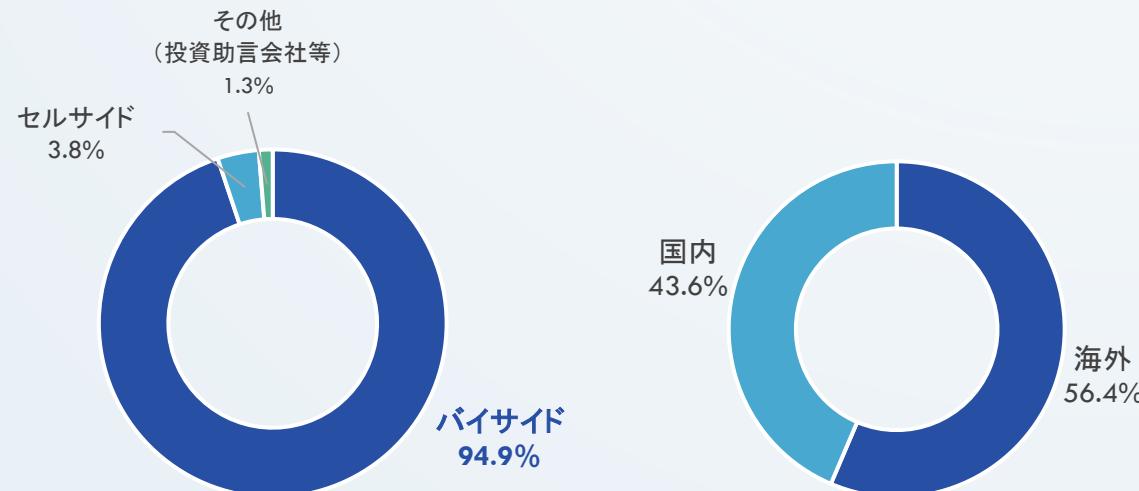
## 第4章 ガバナンス(G)の取り組み

### 3. IR活動による投資家とのコミュニケーション強化: (12)

サステナビリティ／ESGの観点からも、投資家との対話は重要であると認識しております。そこで投資家とのコミュニケーションを強化しており、開示資料を充実させつつ、定時株主総会や決算説明会での投資家との対話に加え、年間152件(2025年度)の取材を受けるなどのIR活動を実施しております。

実際、上記の活動による意見交換やアドバイスは、当社がESGの取り組みを強化するうえで非常に役立っております(例:従業員向け譲渡制限付株式制度の導入、指名報酬委員会の設置、女性取締役の選任など)。

2025年度(2024年10月～2025年9月)に実施したIR取材につきましては、取材相手の属性の構成は下記の通りとなります。バイサイドの投資家が大半を占めており、国内投資家のみならず、海外投資家からも注目を集めております。





# 第4章 ガバナンス(G)の取り組み

## 4. 取締役会の実効性評価: (13)

当社では、透明性が高く、実効性のある経営体制を目指し、コーポレートガバナンスの高度化を常に模索しております。ガバナンス強化の取り組みの一つとして、取締役会がその機能をより高い水準で発揮し経営の高度化を推進する為、取締役会の実効性評価を導入、アンケート方式を採用し実施の上、個別の課題につき協議・実践を進めております。

### ・実施状況

2024年12月: 7月実施アンケートに基づき個別協議に係るテーマ選定及び協議日程を議論

2025年 2月: 個別テーマ「あるべき取締役会」につき取締役会にて協議実施

6月: 個別テーマ「長期戦略」につき取締役会にて協議実施

8月: 第69期実効性評価に係るアンケート実施

この結果、取締役会等各機関の機関設計は有効に機能しており、当社取締役会は実効性を有するものと評価しております。引き続き、社内、社外、取締役、監査役の区別なく活発な議論参加がなされています。

### ・主な課題への取組状況

課題	対応
内部監査室との連携強化	取締役会と内部監査室の情報共有の拡充
中長期経営課題への計画的取組	個別テーマにつき、継続的に協議実施
役員トレーニング	社外リソース活用を含めた具体的取組を実施予定

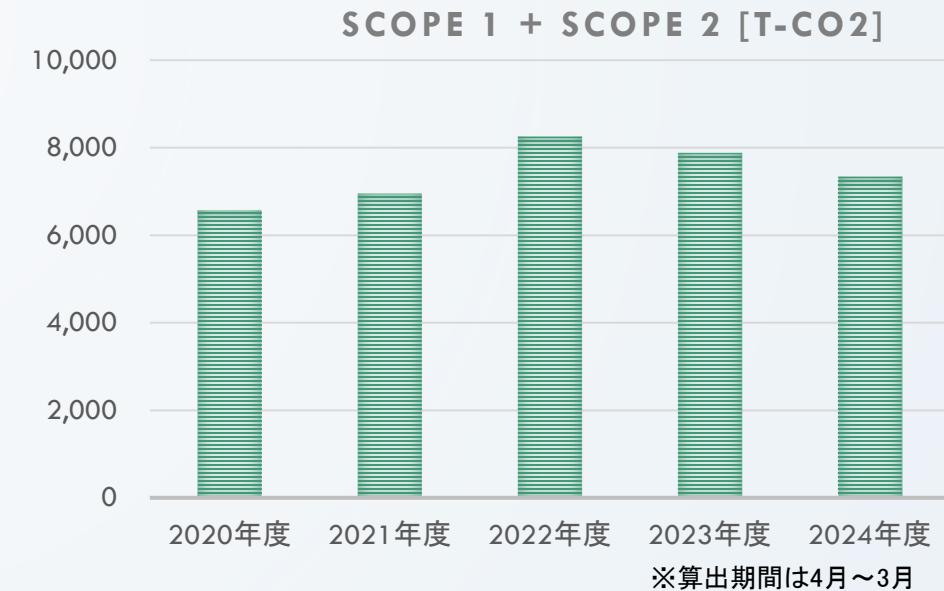
当社ではこれに留まらず今後の適切なコーポレートガバナンスを確保し、より透明性の高い経営体制を目指し、経営体制の進化・深化に取り組んでいく予定であります。

## 第5章 環境(E)の取り組み

当社は、ジャストインタイムシステムによる改善活動を経常的に行っており、様々な工程で生産効率を上げることによって省資源・省エネルギー化につながる取り組みも実行されています。

また、地球温暖化防止に向けて出来ることから実行しております。当社では、CO<sub>2</sub>排出量の大きい動力源として電気、重油(ボイラー)、ガソリン(工場従業員の通勤車)と分析し、CO<sub>2</sub>排出量を減らすべく対応して参ります。(※ Scope 1+2 の数値は以下を参照)

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
Scope 1 + Scope 2 [t-CO <sub>2</sub> ]	6,567	6,949	8,247	7,876	7,332



### 1. EV/PHV用充電器の設置によるエコカー導入促進: (14)

役職員通勤向けのEV/PHV用充電器設備を両工場に設置しました。社員に電気自動車での通勤を促し、CO<sub>2</sub>排出量の抑制による脱炭素社会実現に向けた環境問題への取り組みに配慮しております。

なお、充電にかかる費用は、社員の負担にはならず、常時利用が可能となります。政府が掲げる電気自動車のさらなる普及の実現に向けて当社も前向きに取り組んでおります。



## 第5章 環境(E)の取り組み

### 2. 太陽光パネル導入による再生可能エネルギーの活用: (15)

茨城工場及び岩手工場において、PPAモデル\*による太陽光発電電力を2024年5月に導入しております。本取り組みにより、年間約246tのCO<sub>2</sub>排出量を削減するとともに、両工場の使用電力の再生可能エネルギー比率はPPA導入前(2023年度時点)の約13%から約19%となっております。

\*PPAはPower Purchase Agreement(電力購入契約)の略であり、PPAモデルとは、PPA事業者が電力需要家の敷地や屋根等に太陽光発電設備を無償で設置し、そこで発電した電力を電力需要家に販売する事業モデル。



[茨城工場(パネル設置箇所の一部)]



[岩手工場(同左)]



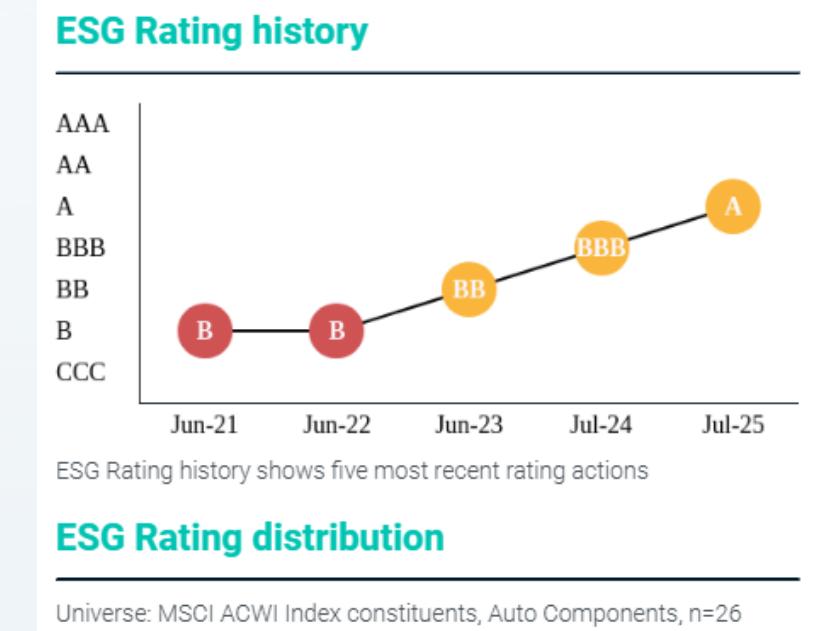
# 付属資料



## 1. ESG外部評価

### MSCI ESG格付け “A” 評価

米国のESG格付け機関であるMSCIの評価は、昨年のBBBからA評価に向上しております。当社のESGの取り組み、特にISO 9001の取得が評価されました。引き続き評価の向上を目指して、今後もESG対策に取り組んで参ります。



# 付属資料

## 2. 会社概要

社名	株式会社SHOEI			
設立年月日	1959年3月17日			
グループ売上高	357億90百万円（2024年9月期）			
資本金	14億2千1百万円			
代表者	代表取締役社長 石田 健一郎			
従業員数	785名（正社員591名）			
本社所在地	東京都台東区台東			
工場所在地	茨城工場	茨城県稲敷市	岩手工場	岩手県一関市
ショールーム所在地	SHOEI Gallery TOKYO SHOEI Gallery YOKOHAMA SHOEI Gallery FUKUOKA SHOEI Gallery PARIS	東京都千代田区 神奈川県横浜市 福岡県福岡市 Paris, France	SHOEI Gallery OSAKA SHOEI Gallery KYOTO SHOEI Gallery SAPPORO SHOEI Gallery Barcelona	大阪府大阪市 京都府京都市 北海道札幌市 Barcelona, Spain
子会社	ドイツ フランス イタリア タイ 日本 中国	SHOEI DISTRIBUTION GMBH SHOEI EUROPE DISTRIBUTION SARL SHOEI ITALIA S.R.L. SHOEI ASIA CO., LTD. 株式会社SHOEI SALES JAPAN 首維（上海）摩托車用品有限公司		

(2025年10月1日現在)



# 付属資料



## 3. グローバルブランド

世界市場で約1,200億円を有する高級ブランド市場であるプレミアムヘルメットにおいて、メーカー別売上高の約60%以上を占めるのがSHOEIです。その揺るぎないブランド力の基で一層の拡販強化を図り、世界中でトップシェアを維持できるようにこれからも邁進していきます。



SHOEI のヘルメットは、世界50ヶ国を超える国々でライダーに使用され、高級ヘルメットとして数々の一流レーサーに愛されております。欧米においてもトップシェアを誇るなど、高品質と安全の代名詞であり、所持することがライダーの誇りでありステータスとなっています。



# SHOEI SUSTAINABILITY REPORT 2025



株式会社 SHOEI

〒110-0016  
東京都台東区台東1-31-7  
PMO秋葉原北8階  
TEL : 03-5688-5160 (代)  
<http://www.shoei.com/>