



SUSTAINABILITY REPORT 2026

Introduction

- 02 サステナブル方針
- 03 会社概要・子会社・沿革
- 05 経営理念・未来を紡ぐ取り組み
- 07 SDGs目標対応表
- 09 サステナブル空間

Pick Up

- 11 ネパール支援開始

Products

- 19 丸真マニフェスト
- 21 進捗率
- 22 環境に配慮した素材の採用
- 23 サステナブルマークの作成
- 25 LLP(Long Lasting Product)
- 27 社会支援ブランド・支援内容と対象ブランド
- 37 LLP商品寄付金額

Social / Recycle

- 40 サステナビリティ研修、24時間チャリティーイベント
- 41 廃棄されるものから生み出す

- 43 第三者意見

丸眞では、経営理念と行動指針MMRの概念を軸とし、

100年企業、そして選ばれ続ける企業を目指します。

2030年までの長期目標を基に

サステナブル活動に取り組んでいます。

Future Vision2030

丸眞株式会社と未来を紡ぐ

丸眞は、タオルを中心とした繊維製品を事業の柱として、コンシューマーをはじめとした関わる全ての人々の「夢と楽しさにあふれる未来」を”紡ぐ”ために、常に挑戦をしています。サステナビリティに配慮した企業経営は、より一層重要な課題です。ものづくりにおける環境への取り組みだけでなく、より早く・より正確にコンシューマーの元へ商品をお届けするための高度な自社物流機能の設備、物流IT人材の増員を推進していきます。

丸眞の商品を購入してくださるコンシューマーの方々、パートナーの皆様、丸眞で働く従業員、従業員の家族、そして地域社会すべての人から選ばれ続ける企業を目指します。

私たちは、世界の MARUSHIN、そして 100 年企業を目指すとともに、豊かな社会の発展に寄与できるよう、挑戦・革新を続けます。

会社概要

丸眞は昭和41年(1966年)に名古屋市内にて創業。タオルを中心とした営業活動で基盤を築き、1980年代には、任天堂、講談社、サンリオ等と提携、以後スタジオジブリ、ウォルト・ディズニー、ワーナーブラザース等、大手キャラクターライセンスビジネスにも業界のファストラナーとしていち早く着手してきました。

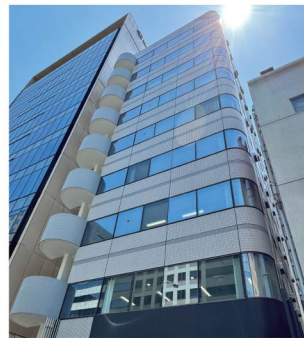
30周年を機に社名を「丸眞タオル株式会社」から「丸眞株式会社」に変更し、同時に愛知県瀬戸市に物流センターを設置。タオル製品のみならず、寝装品・贈答品・インテリア・雑貨等に至るまで幅広い繊維製品の商品企画・製造・卸販売業務、及び貿易業務を行う繊維商社として、国内トップクラスの業績を誇っています。



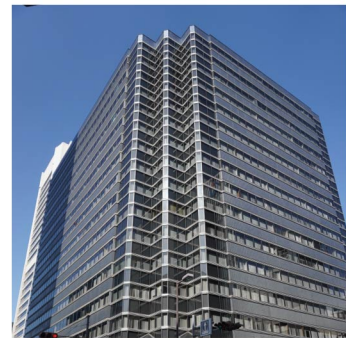
創業当時



名古屋本社



東京支社



大阪支社

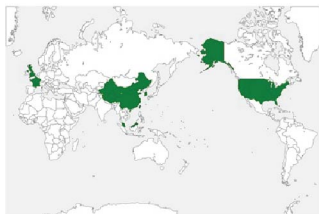


瀬戸物流センター

子会社

丸眞香港有限公司

Marushin Sun Heart(H.K.)Limited



2014年7月に設立しました。今後はこの『丸眞香港有限公司』を拠点とし、日本国内だけに留まらずアジア、そして世界へと事業拡大を目指します。長年培ってきたものづくりのノウハウと情熱で、世界中のコンシューマーの皆様へより良い商品をお届けします。

株式会社 水野

OPIST

MIZUNO CO.,LTD.

2022年7月より丸眞の子会社となりました。国内および海外にて企画開発したラグ、インテリアファブリックやカーペットなどの商品を展開している会社です。コンシューマーの皆様にご満足し、また安心して使っていただける商品を提案できるよう、常にクオリティーの高い商品開発を目指し、さまざまな用途に合わせた新しい商品をお届けします。

企業HP



会社沿革

- 1966 名古屋市千種区にて丸眞商店創業
- 1968 丸眞タオル株式会社設立
- 1986 任天堂と提携「スーパーマリオ」商品化
- 1989 設立20周年記念
サンリオと提携「サンリオキャラクター」商品化
- 1994 スタジオジブリと提携「となりのトトロ」商品化
- 1996 丸眞株式会社に社名変更。
本社を名古屋市守山区に移転。
瀬戸市日の出町に丸眞株式会社
「瀬戸物流センター」竣工
- 1999 ムーミンキャラクターズ社と提携
「ムーミン」商品化
- 2000 東京都中央区東日本橋に東京支社を開設
- 2002 ウォルト・ディズニーと提携
「ディズニーキャラクター」商品化
- 2004 愛知万博「愛・地球博タオル」販売開始
- 2007 大阪市中央区久太郎町(本町)に大阪支社を開設
- 2014 丸眞香港有限公司設立
- 2017 創業50周年記念
代表取締役交代 眞下一成就任
東京支社を日本橋2丁目に移転
- 2018 大阪オフィスを大阪市中央区本町に移転
名称を大阪オフィスから大阪支社へ変更
- 2020 「オリンピックタオル」販売開始
- 2021 CSR対象商品「LLP」商品の開発
2021年～2022年 本社大改装
- 2022 株式会社水野を子会社化
丸眞マニフェスト策定
- 2024 東京支社を新川一丁目に移転
- 2025 大阪万博
- 2030 丸眞マニフェスト達成

丸眞の経営理念

私たちは「MARUSHIN」の商人として未来を紡ぎ、
チャレンジ精神を持って世界中の暮らしを豊かにします。

行動指針



MARUSHIN's Merchant Roots

丸眞の商人としてのルーツ



01. Consumer First

何事においてもコンシューマーを第一に考え行動します。商人として常にコンシューマー目線に立ち考え、安心・安全で高品質な魅力ある商品やサービスを安定的に提供し続けます。



02. Ownership

商人として経営者目線を持ち、何事にも主体性を持って行動し利益を生み出します。



03. Samurai Spirit

謙虚な姿勢を持ち、礼儀・感謝を言動に表し、相手の立場で考え素直に行動します。コンシューマーへの誠実さを忘れず、商人としての熱意を持って何事にも取り組みます。



04. Fast Runner

商人としてチャンスや問題に気付き、即断・即決・即実行します。自らの行動で周りを巻き込み、いち早く実現します。



05. Professional

プロである意識と学ぶ姿勢を持ち、知識・技術を磨き、商人としてコンシューマーの信頼と満足を追求し続けます。



06. Navigate

商人として高い目標を掲げ、現場・現物・現実を見て根拠のある予測をします。長期的な目線で戦略を考え、計画性を持ち、攻めの行動とリスク対策を行います。



07. Create Value

日頃から好奇心を持ちアンテナを張り、コンシューマーの喜びのヒントを見つけます。固定観念にとらわれず、チャレンジし、商人として驚きや新たな発見に繋がる商品価値・サービスを提供します。



08. Upgrade

商人として常に疑問を持ち生産性と効率を意識して、良いものは伸ばし、その上でより良いものを求めて改善・実行します。



09. Commitment

商人として掲げた目標を必ずやり遂げる強い意志・責任を持ち達成します。たとえ困難が生じたとしても諦めず、スピード感を持ち、できる方法を考え必ず成果を出します。



10. Corporate Branding

一人一人が社会全体に目を向け、企業としての果たすべき役割を考え行動し、世界中に選ばれる「MARUSHIN」になります。



未来を紡ぐ取り組み

MARUSHIN MANIFESTO

ものづくりにおいてサステナブルにアプローチできる4つの目標

PRODUCTS

商品を通しての社会貢献活動

RECYCLING

廃棄されるものを回収し子どもたちの笑顔や環境保護へと繋げる活動

SOCIAL

寄付支援や、社外へ向けた広報発信

丸眞の様々な取り組みはSDGs目標の達成につながっています。

目標達成のメカニズムとなるターゲットに沿って活動に取り組み、目指すべきゴールを明確にしています。

Introduction



12-2 天然資源の持続可能な管理と利用

成果▶丸眞マニフェスト

Pick Up



1-4：経済的資源へのアクセス確保

成果▶ネパール支援プロジェクト



2-1：飢餓を終わらせ、すべての人が十分な食料を得られるようにする

2-2：5歳未満児を含む子どもの栄養不良を解消する

成果▶ネパール支援プロジェクト



4-5：教育における不平等

(貧困、孤児、社会的弱者など)をなくす

成果▶ネパール支援プロジェクト



5-5：女性の参画と意思決定の促進

成果▶ネパール支援プロジェクト



8-8：安全で公正な労働環境の保護

成果▶ネパール支援プロジェクト



10-a：開発途上国の公正な貿易参加を促進

成果▶ネパール支援プロジェクト

Products



2-2 あらゆる形態の栄養不良をなくす

成果▶国連WFP協会レッドカップキャンペーン



3-8 すべての人々に対する保健医療サービスの実現

成果▶JCV 子どもワクチン支援活動

ピンクリボン活動

サステナブルマーク



5-1 女性および女児に対する差別をなくす

成果▶プラン・インターナショナル プラン・グローバルサポーター



10-2 社会、経済、政治における包摂性の促進

成果▶盲導犬総合支援センター

シャイン・オン!キッズ×ライツ・アンド・ブランズ



11-5 自然災害による被害を減らす

成果▶JPF 緊急災害支援基金



15-2 森林減少の阻止と劣化した森林の修復

成果▶オイスカ「子供の森」計画

Recycling



3-8 すべての人々に対する保険医療サービスの実現

成果▶使用済み切手回収

プラスチックハンガー回収

ペットボトルキャップ回収



12-2 天然資源の持続可能な管理と利用

成果▶巻き芯回収

Social



11-5 自然災害による被害を減らす

成果▶災害支援



責任を持って原料を選ぶ
タオル製品をすべてサステナブル・コットンの素材へ



私たちは、コットンを素材とする商品開発を行なうプロフェッショナルとして、地球環境に配慮した綿花を使用します。

綿花は一見すると環境に良い原料に思えますが、実はその栽培過程で農薬や肥料の過剰な使用など様々な問題点があります。世界中で使用される殺虫剤の約16%が綿花畑で使用され（2020年時点）、従事する人が殺虫剤の被害により視覚障害を患ったり、また命を落とすなど、環境だけにとどまらず人体にも深刻な影響を与えています。

私たちは、製造者から消費者まで全員にとって安全な素材としてオーガニック・コットン、プレオーガニック・コットン、リサイクル・コットンなど地球環境に配慮したサステナブル・コットンを使用して商品を企画・開発します。すべてのタオル製品のうち、2028年までに90%のタオル製品を、2030年までにすべてのタオル製品においてサステナブル・コットンを使用します。



プラスチックを削減する
プラスチックの削減率を高める



私たちは、製品のライフサイクルを通じて、プラスチックの削減に取り組んでいます。製品の設計段階から、プラスチックの使用量を削減し、リサイクル可能な素材を使用しています。

環境負荷低減に取り組む
環境負荷低減に取り組む



私たちは、製品のライフサイクルを通じて、環境負荷を低減するために取り組んでいます。製品の設計段階から、環境負荷を低減し、リサイクル可能な素材を使用しています。

MARUSHIN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
MANIFESTO 6
FOR 2030

未来を紡ぐものづくり

私たちは、製品のライフサイクルを通じて、環境負荷を低減するために取り組んでいます。製品の設計段階から、環境負荷を低減し、リサイクル可能な素材を使用しています。

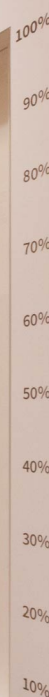
サステナブル商品を表す
MARUSHINブランドラベル



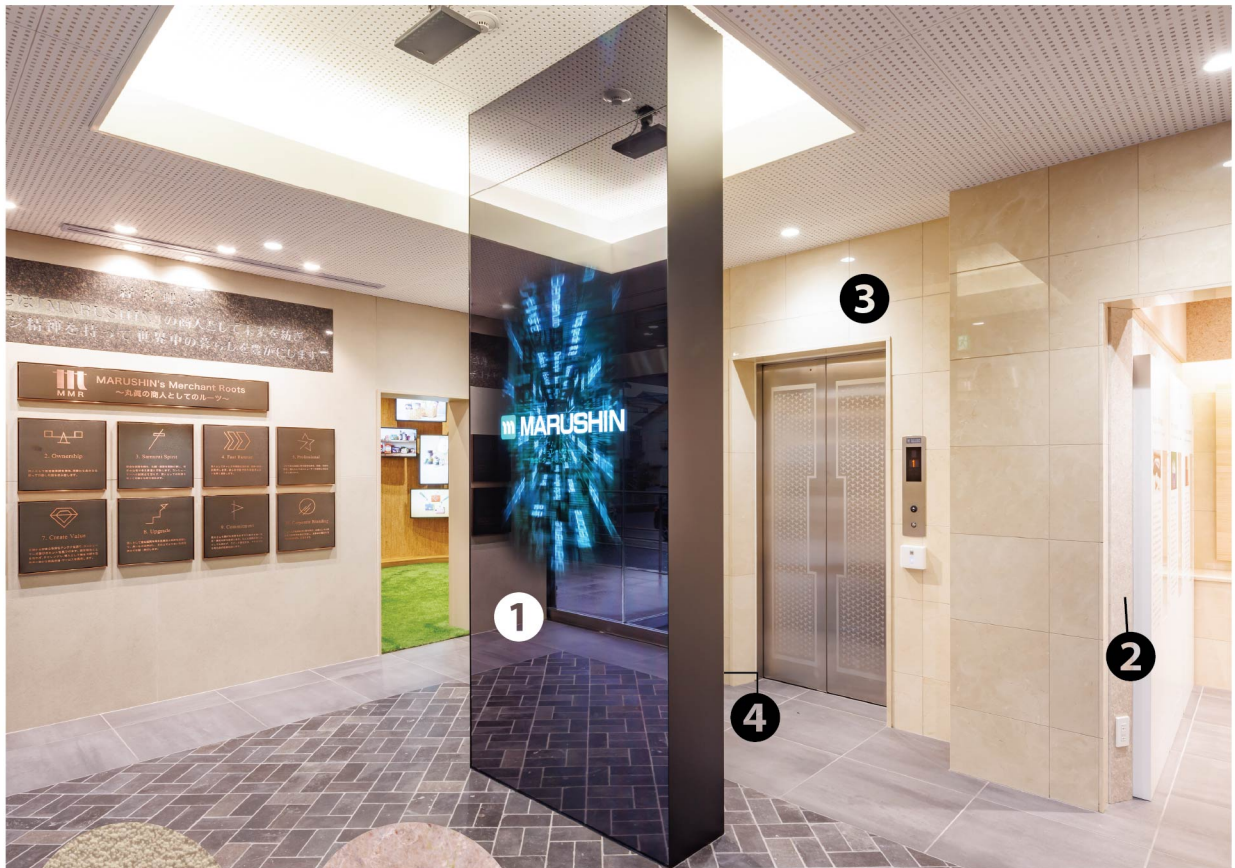
MARUSHINブランドラベルを100%サステナブル・コットン及び再生素材へ

私たちは、製品のライフサイクルを通じて、環境負荷を低減するために取り組んでいます。製品の設計段階から、環境負荷を低減し、リサイクル可能な素材を使用しています。

私たちは、製品のライフサイクルを通じて、環境負荷を低減するために取り組んでいます。製品の設計段階から、環境負荷を低減し、リサイクル可能な素材を使用しています。



Sustainable space



エッグウォール



リフモ

こだわりのサステナブル空間

①無人受付システム「エントランスサイネージ」

弊社デジタルマネジメントストラテジー事業部開発の独自受付システムにより、受付対応のための時間・人員などのコスト削減が実現し、業務の効率化にも繋がっております。

②繊維リサイクル素材「リフモ」

繊維リサイクル率の向上を目指し、接着剤不使用で、100%繊維系廃材からできたリサイクル素材。繊維廃棄物から開発した新素材であり、繊維リサイクル材を採用することで SDGs へも寄与します。

③従来の素材を活かした「大理石の壁」

エレベーター周りの壁は改装前の素材をそのまま利用。大理石の素材がエントランス空間を明るくしています。あるものを活かし、使い続けることもサステナブルの1つです。

④再生素材「エッグウォール」

受付システム「エントランスサイネージ」の裏の壁は廃棄素材である卵の殻から作られた再生素材。年間、卵殻の廃棄量は約 20 万 t といわれております。そのうち約 80%は費用をかけて、焼却・埋め立て処分をします。エッグウォールは卵殻の特徴を残し、調湿・消臭性能がある素材です。廃棄されていた資源を循環させ、貴重な資源を次代に引き継ぐ素材として活用しています。

サステナブルルームでできること



サステナブルルーム

2021～2023年の本社大改装プロジェクトにて、本社1階はCSR・サステナブルの取り組みをご紹介する空間に生まれ変わりました。

サステナブルルームでは、社内CSR活動の一環であるペットボトルキャップ回収の実績や、LLP商品をご覧いただけます。ブースには様々な再生素材・環境を考慮した素材が使用されています。

ペットボトルキャップコーナー

ペットボトルキャップは約860個で一人分のワクチンへ変わります。全社で1年間で回収したペットボトルキャップの数量と、その数量によりワクチンを届けることができた子どもの人数を展示しています。

1年間の回収量を本社、東京支社、大阪支社、瀬戸物流センターの各拠点ごとに集計し、実際に集められた数量を視覚的に表し、ワクチンが届けられた子どもの人数はレゴブロックの人形のパーツで展示しています。



①LLP (Long Lasting Products)展示コーナー

売上の一部を社会支援団体に寄付する LLP 商品を毎月テーマを設定し、展示しています。

②安全性を保持した廃棄素材ボード「ストランドボード」

国内のヒノキや杉間伐材を原料にしているボード▶間伐材については P17

③使用済みタイルカーペット素材「塩ビタイル」

使用済みタイルカーペットの廃材を利用したタイル。産業廃棄物として埋立処理されることが多いカーペットをリサイクルすることで、埋立地に捨てられる廃材を減らし、持続可能な生産と消費活動に貢献しています。

④寄付付き商品「LLP (Long Lasting Products)のご紹介」

サステナブルルーム正面に配置した 10 個のモニター。こちらでは、丸真オリジナルブランドである LLP の紹介をしております。

商談ルーム

商談や社内打ち合わせに使用する部屋も2部屋増設し、それぞれの部屋のテーマを設けております。地球環境を意識した「森」と「海」の2つのテーマです。

従業員が働きやすい環境はもちろんですが、日常の中で地球環境を意識することができるオフィスへと変化してまいります。

随時 CSR に関する打ち合わせを実施。活動の継続と高まりを目指し、取り組んでいます。

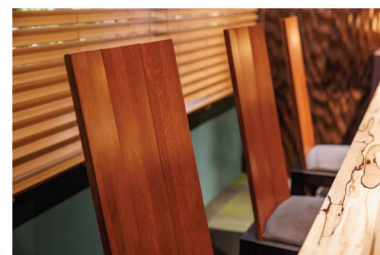


社員が海で集めた素材で作ったオブジェ

海の部屋

海の部屋では、従業員が実際に海で拾ってきたゴミを、地球環境を守ることの大切さを象徴するものとしてオブジェにしています。また、この部屋の床材もスウェーデンの BOLON 社が作る地球環境に配慮した素材「ボロン」を使用しています。

「ボロン」はリサイクル素材を 33 % 使用し、世界中で 15 の環境認証や健康認証を受けている素材です。



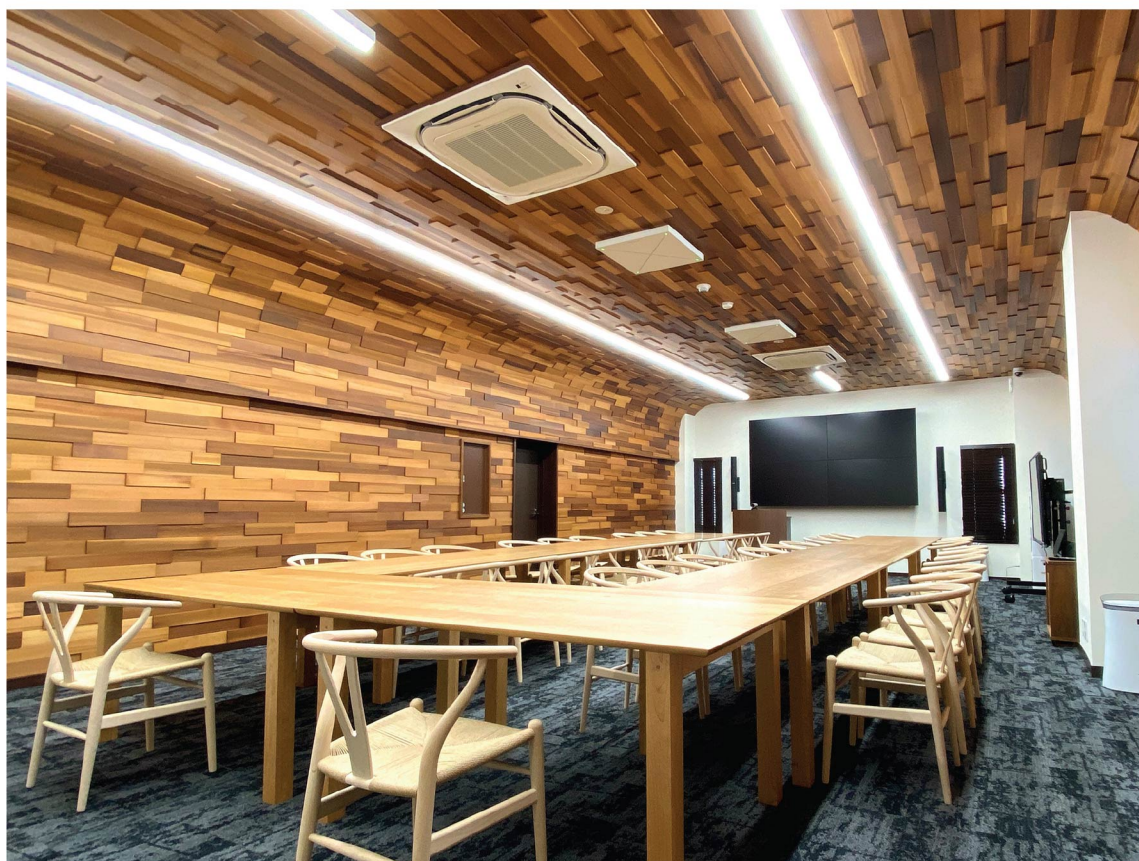
森の部屋

森の部屋で使用している椅子は地元愛知県企業のカリモク家具様の椅子で、サントリーのウイスキー樽を再利用して作られたものです。また、天井を覆う植物も再生ペットボトル、再生プラスチックを利用した素材で作られている「リサイクルフェイクグリーン」です。



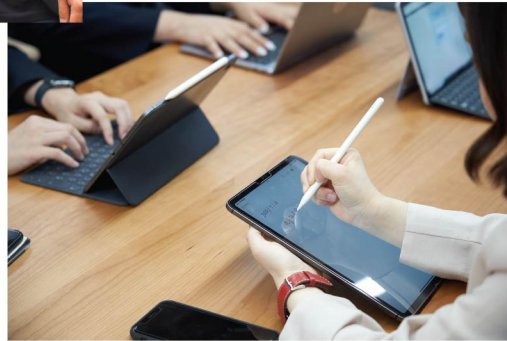
日経オフィス賞 中部地方 奨励賞 受賞

2023年に本社の大改装が完了しました。4階の会議室と5階のラウンジは第35回日経ニューオフィス賞 中部地方 奨励賞を受賞しました。環境の整備や様々なデジタルシステムの導入により、今まで以上に効率的に業務を遂行出来るようになりました。今後も働きやすい環境とは何かを試行錯誤し、より生産性の高い丸真へとアップグレード出来るように努めてまいります。



大会議室

本社で最も大きい会議室で、最大で40名入ることができます。様々な用途で使っている会議室で、大人数から10人未満の少人数で使用することもあります。また、外部から講師をお招きし、社内向けのセミナーも行っております。社内改装時に、大人数の会議でも話者の位置に関わらず声が聞こえる設計と設備を導入しました。音声設備の向上により、オンラインでのミーティングが活発になっています。設備の充実が、さまざまな働き方の後押しにも繋がっています。



デジタル機器の導入

デジタルホワイトボードを使用することで拠点をまたいだ会議でも、リアルタイムで資料共有が可能になりました。ホワイトボード上で書き込みやメモをしたことが、どの拠点でも同時に反映され共有できるので、他拠点とより自由度の高い会議を行うことができ、拠点ごとの情報共有スピードのラグを削減しています。会議室には、会議用資料共有を目的としたiPadを設置。会議の際は、全員が会議用iPadを使用することで、資料を出力することなく会議の運営が可能になりました。全社として、資源の削減に努めています。



『SDGs と経済の基礎知識講話』
元パタゴニア・ジャパンビジネス創業社長 藤倉様



『SDGs 研修』外部講師

丸真では1~3年目の従業員が対象の新人合宿研修、外部講師によるSDGs研修等の教育に力を入れています。他拠点や他部署の従業員とディスカッションを行い、新しい意見や価値を取り入れる機会を設けています。普段の業務以外で学ぶ場所を設け、従業員一人一人のアップグレードを目指した教育を今後も強化してまいります。



Topics

Topics__ネパール産 フェアトレード商品



GUARANTEED
FAIR TRADE



MADE IN
NEPAL
[ネパール]



丸眞ではネパール産のフェアトレード商品を取り扱っています



CERTIFIED
FAIR TRADE

フェアトレード認定商品

フェアトレードとは、直訳すると「公平・公正な貿易」。開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す「貿易のしくみ」をいいます。



▲フェアトレード認証

貧困を減らす。フェアトレード



ネパール産の商品を購入することで、雇用が生まれ、ネパールで生活している人々の生活を助けることになります。

私たちが普段目にしていない商品、食べ物、着る物はどこから来ているのでしょうか？輸入品は高いから生産者の方はお金をいっぱいもらっているのでは？答えは NO です。生産者の方にはお金が届いていません。フェアトレードはそれを阻止するため、きちんとしたお金を受け取ってもらうための制度です。



ネパール フェアトレード商品



【ネパール訪問報告】



フェアトレードから一步先へ～持続可能な支援の形を探して～

現状、丸眞では「MARUSHIN IMPORT」としてフェアトレード認定商品のネパール製フェルト雑貨をお取り扱いしています。仕入れた商品を公正な価格で販売することにより、現地の生産者の生活向上や自立支援を目指しています。しかし今回、単なる「商品取引」にとどまらず、より密接で持続的な支援の形を模索するため、実際にネパールを訪れ、ネパールの現状や子どもたちの教育環境について、また工場で働く方々の声を直接見聞きしてきました。

ネパール訪問報告（工場視察編）

今回のネパール訪問では、まずフェアトレード製品を取り扱う提携先の工場を視察しました。工場では、すべての商品が一つ一つ、手作業で丁寧に作られており、機械による大量生産とは異なる、温かみのあるものづくりが行われていました。その分、一日に製造できる数量には限りがあり、時間と手間を惜しまず品質を大切にされています。また、ネパールでは女性の社会的地位が低く、就労機会も限られているという課題があります。そうした中、この工場ではほとんどの従業員が女性であり、家庭以外の場所で活躍し収入を得る場として重要な役割を果たしていました。女性たちは、技術を身につけながら自信を持って働き、生活の安定だけでなく自立への大きな一歩を踏み出しているように感じました。このような工場の存在が、地域の女性支援やジェンダー平等の実現に繋がっていることを、現地で強く実感しました。今回の訪問を通して、フェアトレード製品を扱うことが単なる「商品販売」にとどまらず、現地の暮らしや社会を支えることに直結していることを、改めて確認することができました。





ネパール訪問報告（教育支援編）

工場訪問に続き、ネパール国内の孤児院や学校も訪問し、現地の子どもたちと直接触れ合う機会を持ちました。訪問先では、教育環境や生活状況について現地スタッフや先生方からヒアリングを行い、建物の老朽化や教材の不足、学習機会の格差といった課題があることが分かりました。また、経済的な理由から十分な教育を受けられない子どもたちが多く存在している現実にも直面しました。そうした中で、子どもたちに文房具をプレゼントし一緒に遊具で遊ぶなど、短い時間ではありましたが交流の時間を持つことができました。教育支援の必要性とその価値を、改めて感じました。「もの」を届けるだけでなく、「心」を通わせることの大切さ、そして持続可能な支援の在り方について深く考えさせられる経験でした。今後は、現地のニーズをより丁寧に受け止めながら、子どもたちの教育環境の改善にどのように貢献できるのか、検討を進めていきます。



ネパールは日本と比べて、まだ発展の途中にある国です。夢を持っている子どもたちはたくさんいますが、そこへたどり着くための道筋が用意されていないという現実が今も多くの場所に残っています。さらに、支援団体による援助も必ずしも継続されるとは限らず、突然打ち切られてしまうケースも少なくないという話を現地で伺いました。そうした中で、継続的に関わりを持ち、寄り添い続けることの重要性を、今回の訪問を通じて深く実感しました。一度きりの支援ではなく、顔の見える関係づくりが現地の人々にとっても私たちにとっても価値のある大切な取り組みだと感じています。当社としましても、これまでは商品の仕入れ・販売を通じた間接的な支援が中心でしたが、今後は募金活動や教育支援、現地との直接的なつながりにも目を向け、より多角的なアプローチで貢献していきたいと考えています。ネパールの人々とともに歩むために、そして持続可能な未来をともにつくるために、現地の声に耳を傾けながら一歩ずつ積み重ねてまいります。



Products

MARUSHIN | MANIFESTO 4

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY | **FOR 2030**



タオル製品をすべて サステナブル・コットンの素材へ

私たちは、コットンを素材とする商品開発を行うプロフェッショナルとして、地球環境に配慮した綿花を使用します。綿花は一見すると環境に良い原料に思えますが、実はその栽培過程で農薬や肥料の過度な使用など様々な問題点があります。世界中で使用される殺虫剤の約 16% が綿花畑で使用され(2020 年時点)、従事する人が殺虫剤の被害により視覚障害を患ったり、また命を落とすなど、環境だけにとどまらず人体にも深刻な影響を与えています。私たちは、製造者からコンシューマーまで全員にとって安心安全な素材としてオーガニック・コットン、プレオーガニック・コットン、リサイクル・コットンなど地球環境に配慮したサステナブル・コットンを使用して商品を企画・開発します。すべてのタオル製品のうち、2028 年までに 90% のタオル製品を、2030 年までにすべてのタオル製品においてサステナブル・コットンを使用します。



すべてのポリエステル素材を 再生ポリエステル素材、 もしくは天然繊維へ

私たちは、商品に使用するポリエステルを再生ポリエステル、もしくは天然繊維へ切り替えます。世界のプラスチックゴミは年間で約 800 万トンが海に流出していると言われていています(2020 年時点)。さらに 2050 年には海洋中のプラスチックごみの重量が海のすべての魚の重量を超えることが予測されています。プラスチックは自然分解されず、数百年間以上もの間、自然界に残り続けるとされており、自然や生物など海の生態系に対して大きな悪影響を与えています。私たちは、ポリエステル商品の企画・開発において、利用する素材を 2028 年までに 85% の製品を、また 2030 年までにすべてのポリエステル製品において、再生ポリエステルの素材もしくは天然繊維に代え、地球環境に配慮した商品を企画・開発します。

「未来を紡ぐものづくり」

丸眞が日々開発している商品は様々な「人」が関わり、そして「地球環境」が関わります。責任を持って商品を開発するために丸眞ができること、未来を紡ぐものづくりとはなにか。

これからも安心安全な商品をコンシューマーへ届けることが私たち丸眞の使命です。安心安全な商品の提供と世界中の暮らしを豊かにするために「商品」「資材」「生産過程」の3点をテーマに、2030年までにコミットメントすべき4つの目標を策定いたしました。



MARUSHIN ブランドラベルを 100%サステナブル・コットン及び再生素材へ

私たちは商品だけでなく、それに付随するブランドネーム・ラベルやその他のラベルの素材も環境に配慮した素材に代えて、サステナブルな商品を企画・開発します。

商品自体の素材がサステナブルなものであっても、そこに付いているラベルの素材までサステナブルなものでなければ、環境に配慮した商品とは言えません。これまでブランドネーム・ラベルや洗濯表示ラベルの素材は、ポリエステルなどの化学繊維の素材が中心でした。化学繊維は、原料調達の段階から石油などの限りのある資源を必要とします。化学繊維から再生素材に代えることにより、過剰な資源利用の削減や不要になった際の資源循環にも貢献することができます。

私たちは、2028年までにすべての商品のうち80%、2030年までにすべてのラベルをサステナブル・コットン及び再生素材のものへ代え、サステナブルな MARUSHIN ブランドであり続けます。



資材を天然素材もしくは再生素材へ

私たちは、ハンガーやフックなどの資材においても脱プラスチックを目指し、地球環境に配慮した商品を企画・開発します。

商品をお届けする際に付属するハンガーやフック、アンビタッチは欠かすことができない資材です。プラスチック製の資材の再利用率が24%であるのに対し、紙製の資材の再利用率は72%です(2023年時点)。資材もプラスチック製から脱却し、リサイクル可能な紙素材の使用率をさらに高めることで、プラスチックが関わる地球環境への負荷も軽減することにつながります。

私たちは、製品の資材においても脱プラスチックを目指し、2028年までに80%の商品の資材を、2030年までにすべての商品の資材を「脱プラスチック化」し、地球環境に配慮した商品を企画・開発します。

進捗率

安心安全な商品の提供と世界中の暮らしを豊かにするために

2030年までにコミットメントすべき4つの目標の

進捗率を定めながら取り組みを進めてまいります。

今期達成17.2%



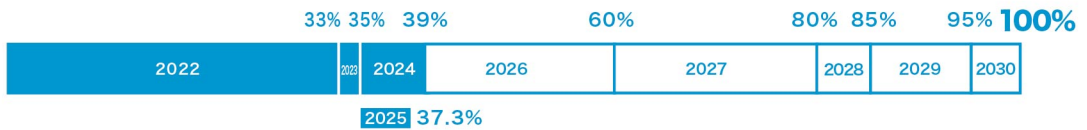
PRODUCT



今期達成39%



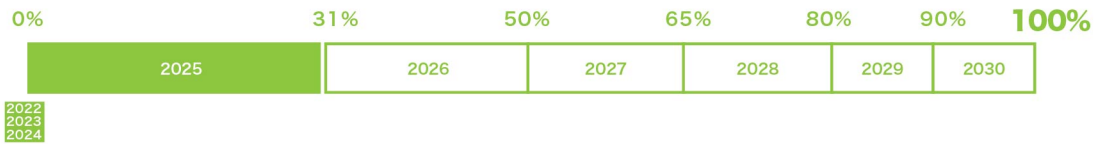
PRODUCT



今期達成0%



MATERIAL



今期達成6.9%



MATERIAL



環境に配慮した素材の採用



サステナブルコットン

丸眞では、繊維商社として使い心地の良い商品をコンシューマーに届けることはもちろん、地球と人に配慮したサステナブルコットンを使用しています。サステナブルな生活に寄り添いながらも尚、商品・ブランドの世界観を引き出すことができるものづくりを続けています。オーガニックコットンとは認証機関に認められた農地で、農薬・肥料の厳格な基準を守って育てられた綿花です。



再生ポリエステル素材

現在、プラスチックによる環境汚染が繊維業界においても重要な課題になっています。丸眞では、回収したペットボトルを原料とした再生ポリエステルを使った商品を開発しています。再生ポリエステルの使用は石油の使用量や、使用済みペットボトルの廃棄物量の削減ができるため、近年繊維業界において注目されています。

該当商品は再生ポリエステルを 50 %以上使用しており、環境保全に役立つと認められた証として、エコマークを表示しています。



サステナブル資材

丸眞では、商品の素材自体だけでなく、ハンガーやフックなどの資材においても、地球環境に配慮した素材で企画を進めております。これまで使用していたプラスチック製のアンピタッチは麻製のひもへ、またフックについてもプラスチック製から紙製へと再生素材、天然素材へ移行しています。このような細かな資材にも目を向けて、資材も含めてサステナブルな商品を目指します。



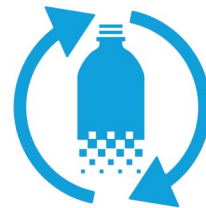
サステナブルマークの作成

MARUSHIN Sustainable Products



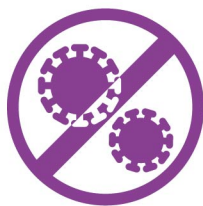
オーガニックコットン

オーガニックコットンとは、認証機関に認められた農地で、農薬・肥料の厳格な基準をまもって育てられた綿花のことです。そのため、土壌・水質汚染の問題や人体への影響が少なく、環境に配慮された繊維です。



再生ポリエステル

再生ポリエステルとは回収したペットボトルから作られたポリエステル繊維です。再生ポリエステル素材の使用は石油の使用量や、使用済みペットボトルの廃棄物の量も削減できます。



抗ウイルス加工

抗ウイルス加工の目的は繊維製品に付着したウイルスの数を減少させて清潔に保つことにあります。どんな時でも赤ちゃんから高齢者の方まで安心安全に使っていただけるようにと考えられた加工です。



抗菌防臭加工

汗をかいた後、着ていた衣服から嫌な臭いがしてくることがあります。これは細菌が繊維に付着した汗や汚れを栄養源に増殖し、その時に分解されたものが嫌な臭いの主な原因になります。抗菌防臭加工は、臭いの原因となる繊維上の細菌の増殖を抑えて防臭する加工です。

サステナブルなものづくりをより加速させていく取り組みの一つとして、丸真オリジナルのサステナブルマークを作成しました。サステナブルな商品を生み出すプロフェッショナルであることを表すシンボルになるマークです。すべての商品にこのマークが付くよう、日々商品開発に取り組みます。



紫外線遮蔽加工

プールや海に行った際、紫外線を気にする方も多いのではないのでしょうか。紫外線遮蔽加工とは紫外線の遮蔽率を向上させた素材です。生地を透過する紫外線を遮蔽(カット)する加工です。



制菌加工

抗菌防臭加工が臭いに着目した加工であるのに対し、制菌加工は繊維上の皮膚常在菌や有害細菌を特定して、増えないように抑制することを目的とした加工です。



接触冷感

熱伝導率・熱拡散率が高いことによって、肌の熱が生地に瞬時に移動することで冷たさを感じる仕組みです。



吸水速乾

生地に付着した汗などの水滴を素早く吸収し乾燥させる性能です。

LLP(Long Lasting Products)



Long Lasting Products

～未来へ続く商品～

丸真では、売り上げの一部を社会支援団体へ寄付する商品を開発しています。社会支援に繋がる商品は「Long Lasting Products(= 未来へ続く商品)」と総称し、様々な丸真オリジナルブランドが対象です。Long Lasting Products を通してコンシューマーの皆様が驚きや新たな発見に繋がる商品価値を提供し続け、コンシューマーの皆様と新たな未来を紡いでまいります。

Long Lasting Products の対象商品を

ご購入いただくことが、様々な社会支援に繋がります。

【対象ブランド】

子ども支援



人道支援



環境支援



動物支援



女性支援



医療福祉支援



子ども支援

飢餓と貧困の中に生きる世界の子どもたちへ、「学校給食」という希望を。

世界では今、学校に通うことができず、貧しい暮らしを強いられる子どもたちが 6,700 万人。子どもたちの 5 人に 1 人が慢性的な栄養不良に陥っています。

国連 WFP 協会が行うレッドカップキャンペーンでは、赤いカップを目印に様々な対象商品が発売され、集まった寄付が貧しい子どもたちへの給食支援に繋がります。2011 年に開始したこのキャンペーンでは、累計 2,800 万人以上の子どもたちに学校給食が届けられています。(2023 年時点)

丸眞は、レッドカップキャンペーンに賛同し、3 つの対象ブランドの売り上げの一部を寄付しています。



▶▶▶▶
活動の詳細
はこちら



©Mayumi Rui

対象商品のご購入が、子どもたちの給食支援に繋がります。

▶30円で飢餓に苦しむ子どもに、1日分の給食を届けることができます。

福利厚生による社会支援

・まるガチャ

福利厚生の一環としてミニタオルなどが購入できるガチャガチャ (まるガチャ) を導入。まるガチャの売上を全額国連 WFP 協会へ寄付しています。今年度 (2024 年 9 月～2025 年 8 月) は 21,300 円の寄付をさせていただきました。



・お弁当

丸眞では昼食として、一部会社補助の日替わり弁当を食べることができます。今年度より、従業員のお弁当の注文額の一部を国連 WFP 協会へ寄付しています。従業員への福利厚生が社会支援につながる取り組みを、今後も実施してまいります。



対象ブランド



「yup! (ヤップ!)」食品パッケージをモチーフにしたポーチなど食べ物にちなんだユーモア溢れる商品を展開中。



「SUN HEART (サンハート)」夏を思いっきり楽しむ太陽のように明るく元気なデザインがポイント。自由で開放的な雰囲気が溢れるブランド。



「piccolino(ピッコリーノ)」イタリア語で「小さくてかわいい」という意味。通園・通学が楽しく過ごせるようカラフルで元気なスクールアイテムにぴったりのデザイン。



© Le Bon Marché Rive Gauche
yup! 『Le Bon Marché (ボン・マルシェ)』

人道支援

ワクチンで助かるちいさな命を救いたい。

世界では 20 秒に 1 人、ワクチンがないために命を落とす子ども達があります。認定 NPO 法人 世界の子どもにワクチンを 日本委員会 (JCV) が行う子どもワクチン支援活動では、世界の子どもを感染症から守るためのワクチンを確保し、感染症の完全予防対策を支援しています。丸眞は子どもワクチン支援活動に賛同し、対象ブランドの売上の一部を寄付しています。



活動の詳細
はこちら



©JCV

対象商品のご購入が、世界中の子ども達を感染症から守る活動に繋がります。

▶ ポリオワクチンはわずか20円。100円で5人の子どもの命を守ることができます。

対象ブランド

**porukka
pattern**®

「ポルッカパターン®」

porukka pattern (ポルッカパターン)

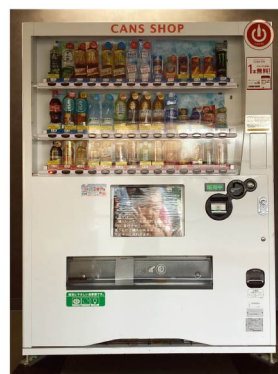
暮らしを大切にする北欧の仲間たちとの日々の生活を7つのテーマで表現。生活を彩る日常に寄り添った心地よいデザインが特徴。



福利厚生による社会支援 自動販売機の売上

名古屋本社、瀬戸物流センター内に設置している自動販売機で、購入金額の売上の一部を JCV 様へ寄付させていただいております。今年度(2024年9月～2025年8月)は165,460円、JCV 様へ寄付させていただきました。

従業員が飲み物を購入することで、社会貢献に繋がる。従業員が日常的に取り組むことができる社会貢献活動として今後も取り組みを広げていきます。



人道支援

災害・人道危機から、人々の平和な生活を守るために。

現在、自然災害で避難を余儀なくされるリスクは過去約 50 年で災害件数が 6 倍に増加したといわれ、武力紛争の激化で人道危機はますます難化しています。ジャパン・プラットフォーム (JPF) が行う緊急災害支援基金では、国内外の自然災害による被災者、紛争による難民・国内避難民に、迅速かつ効果的に支援を届けるための活動に取り組んでいます。

丸真は、緊急災害支援基金に賛同し、3 つの対象ブランドの売上の一部を寄付しています。



活動の詳細
はこちら



©PWJ

対象商品のご購入が、災害から人々の生活を守る活動に繋がります。

対象ブランド



「ガッツ®」

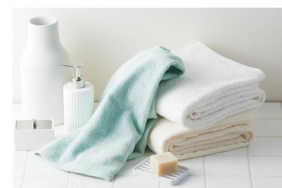
「ガッツ!!」部活をモチーフにしたユニークでかわいいデザインが目を引く部活シリーズ。



NOBLE COLOR

「ノーブルカラー®」

「NOBLE COLOR(ノーブルカラー)」ホテルの客室で使えるような、しっかりしていて、柔らかボリュームのある極上のホテルスタイルタオルを展開中。



「いま marushin」

「いま marushin」いいモノをつくるをコンセプトに今治製の特徴を生かしたタオルを展開中。



環境支援

世界各地の子ども達とともに、緑の地球へ。

世界の森林は毎年約 1,000 万 ha、日本の本州の約半分に相当する面積が失われているとされています。公益財団法人オイスカが行う「子供の森」計画では、子ども達が学校や地域で苗木を植えて育てていく活動を通して「自然を愛する心」や「緑を大切にする気持ち」を養いながら地球緑化を進めています。この活動は、2023 年度末現在、37 の国・地域から 5,500 以上の学校が参加しています。丸眞は「子供の森」計画に賛同し、対象ブランドの売り上げの一部を寄付しています。



活動の詳細
はこちら



©oisca

対象商品のご購入が、世界各地の子ども達の植林・育林の活動に繋がります。

対象ブランド



「ポルク®」

polku (ポルク) フィンランドの自然の中を散歩するようにデザインを楽しんでもらいたいという意味をこめているブランド。



2025年7月6日-7月10日東京プリズムホール 『丸眞株式会社 新商品発表展示会』

動物支援

盲導犬とともに、行きたい時に行きたい場所へ。

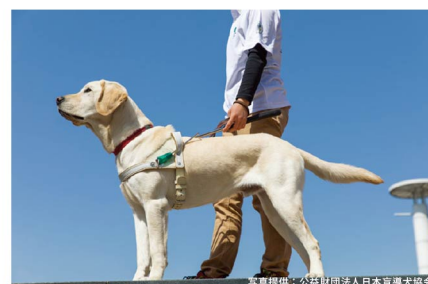
現在、日本全国で活躍している盲導犬の数は796頭(2024年3月現在)。盲導犬総合支援センターでは、目に障がいのある方、そのパートナーである盲導犬の育成を支援することで、盲導犬ユーザーと盲導犬がもっと安心・安全に、そして生き活きと歩くことができる社会を目指しています。丸眞は盲導犬総合支援センターに賛同し、対象ブランドの売上の一部を寄付しています。



＼ みつけた!私にできること。 /

一般社団法人
盲導犬総合支援センター

▶▶▶▶
活動の詳細
はこちら



写真提供:公益財団法人日本盲導犬協会

対象商品のご購入が、補助犬育成および障がい者の社会参加への支援活動に繋がります。

対象ブランド



wonderful peace®

「ワンダフルピース®」

wonderful peace (ワンダフルピース)

補助犬とユーザーの「安らぎ」(peace)が、パズルのように「ひとかけら」(piece)ずつ繋がるように願いを込めたブランド。

2024年から待望の猫柄もスタート!



女性支援

乳がんで亡くなる女性を、1人でも減らし、乳がん患者やその家族にとって優しい社会を。

現在、9人に1人、毎年10万人の女性が乳がんにかかると言われています。医療が進化した今でも、乳がんになった女性の約20%が乳がんで亡くなっています。乳房健康研究会が行うピンクリボン活動では、乳がんによる死亡率を低下させるために正しい乳がんの知識を広める講演や女性検査技師の育成を進めています。丸眞は、ピンクリボン活動に賛同し、対象ブランドの売上げの一部を寄付しています。



▶▶▶▶
活動の詳細
はこちら



対象商品のご購入が、乳がんから女性を守る活動に繋がります。

対象ブランド



「ピンクリボン®」

「Pink Ribbon (ピンクリボン)」乳がんの正しい知識を広め、早期発見・早期診断・早期治療の重要性を広めるシンボルマークであるピンクリボンのアイテムを展開中。



福利厚生による社会支援 ウーマンプロジェクト

丸眞では女性従業員が多数在籍する会社であるからこそ、女性の活躍を支えるウーマンプロジェクトの一環として、社員負担500円にて全女性従業員に乳がん検診を推奨しています。

商品を通して支援させていただいてる団体に、社内取り組みとして私たちが何か出来ないかと考え、2年に1度乳がん検診を実施し、1人当たり500円分を乳房健康研究会へ寄付させていただいております。



女性支援

誰もが平等な世界の実現を目指して。

世界には、女の子を含むすべての子どもたちが直面している課題や不平等があります。

家庭や学校などでの暴力、早すぎる結婚や女性性器切除(FGM)などの有害な慣習、「女の子だから」というだけの理由でなされる数々の差別。教育を受けることが出来ない女の子たちは将来の選択肢さえ知らず、負の連鎖から抜け出すことができないことも多くあります。

プラン・グローバルサポーターは女の子を含むすべての子どもたちが直面している課題や不平等の原因を解決するために、すべてのプロジェクトに、ジェンダーの視点を取り入れて児童婚や女性性器切除 (FGM) といった女の子特有の課題解決にも取り組んでいます。

丸眞は、プラン・グローバルサポーター活動に賛同し、対象ブランドの売上の一部を寄付しています。



▶▶▶▶
活動の詳細
はこちら



対象商品のご購入が、世界中の女の子を守る活動に繋がります。

対象ブランド



「メニーメニー®」

「Many Many (メニーメニー)」

国々をモチーフに個性あふれる色とりどりであかるいブランド。憧れのあの国や思い出のあの国を添えて、毎日の生活にちいさな幸せを届けるデザイン。



福利厚生による社会支援 ストッキングインナーウェア社内販売

丸眞ではストッキング・インナーウェアの社内販売を行い、購入金額の売上の一部をプラン・インターナショナル様へ寄付させていただいております。今年度(2024年9月～2025年9月)は、1,778円寄付させていただきました。社内販売という福利厚生が、世界中の女の子の支援に繋がる社会貢献になります。従業員が身近に取り組むことができる社会貢献として取り組みを広げてまいります。



医療福祉支援



医療的ケア児が安心感を持って自分らしく生きられる社会の実現を目指して。

現在、国内で約2万人と言われている「医療的ケア児」ですが、まだ世間一般で存在自体も広く知られているという状態ではありません。日本の新生児医療の発展と共に、今まで救えなかった命が救えるようになった反面、特殊な医療行為を自宅で行う子ども達はこの10年で2倍に増えました。NPO法人アンリーシュは、医療的ケア児とご家族に情報や繋がりを届け、安心感を持って自分らしく生きられる社会の実現を目指す団体です。

丸眞はNPO法人アンリーシュに賛同し、対象ブランドの売上の一部を寄付しています。



▶▶▶▶
活動の詳細
はこちら



対象商品のご購入が、医療的ケア児とご家族を支える活動に繋がります。



対象ブランド



「トアラ®」

「to:alla(トアラ)」は「本当に必要なものを必要とされているところに届けられているだろうか?」という自分たちへの問いかけから生まれたブランド。日々の暮らしの中にある様々な凸凹を発見し、みんなと一緒に心地よく使える商品を展開。インクルーシブデザインの観点で商品企画段階からリードユーザーと共につくることに重きを置き、「医療的ケア児」に着目した商品開発を行っている。



支援・協力

医療的ケア児とその家族、ケアの現場で働く皆さんとの対話や活動への参加などから、日々の暮らしの中に潜む凹凸や工夫を学ばせていただいています。



チア!アート
CHEER!ART

チア・アートは医療・福祉を応援する(チアする)アートやデザインを展開しているNPO法人。インクルーシブデザインのアドバイザーとして本プロジェクトを支援。



オレンジキッズケアラボ
Orange Kids' Care Lab.

福井県福井市で重い障害や日常的に医療的ケアが必要な子ども達の通所施設を運営。制度にはない支援も含め様々な活動を実施中。

監修

「to:alla(トアラ)」の医療福祉プロジェクトについては、アートディレクターとして tona の河東梨香様、プロジェクト調査のアドバイザーとして NPO 法人チア・アートの岩田祐佳梨様に監修いただいております。



河東 梨香

tona LLC. 代表 / 医療福祉ビジュアルディレクター
北欧など多数の国や文化の中で暮らした経験を活かし、医療福祉分野をはじめ、幅広い領域で色と素材感を大切にしたいものづくり・空間づくりを实践。
<https://tona.rikakawato.com>



岩田 祐佳梨

NPO 法人チア・アート理事長 / 筑波大学芸術系准教授
筑波メディカルセンター、筑波大学附属病院をはじめとする医療機関や特別支援学校など、茨城を中心に、アートやデザインによる病院環境の改善を目指した研究と実践に取り組んでいる。<https://www.cheerart.jp>

医療的ケア児と考えた ぺたっとつけるスタイ



KIDS
DESIGN
AWARD
2025

to:allaのスタイが (子どもたちを産み
育てやすいデザイン部門)

キッズデザイン賞を受賞しました!

キッズデザイン賞は、子どもや子どもの産み育てに配慮したすべての製品・サービス・空間・活動・研究を対象とする顕彰制度です。

医療福祉支援

小児がん、重い病気と闘う子どもたちと家族の支援のために

日本において、事故を除いた子どもの死亡原因の第一位は小児がんと言われています。

今日では医療技術が飛躍的に発達したとはいえ、がん治療は子どもたちにとって長くつらいものであることに変わりはありません。特定非営利活動法人シャイン・オン・キッズは革新的な心理社会的支援プログラムを通じ、小児がんや重い病気と闘う子どもたちとそのご家族をサポートする活動をしています。

丸眞は NPO 法人シャイン・オン・キッズ様に賛同し、対象ブランドの売上の一部を寄付しています。



活動の詳細
はこちら



この商品の売上げの一部を、小児がんや重い病と闘う子どもたちと家族の支援をする認定NPO法人シャイン・オン・キッズへ寄付します。

「子どもたちがデザインしました」



対象商品のご購入が、小児がんや重い病気と闘う子どもたちのサポート活動に繋がります。

対象ブランド



「ムーミンのタオルを作ろう!」[®]

「ムーミンのタオルを作ろう!」認定 NPO 法人シャイン・オン・キッズ様、ライツ・アンド・ブランズ様のご協力のもと、子ども達とムーミンのタオルを企画・デザイン。取り組みを通して、小児がんや重い病気と闘う子ども達やそのご家族のことを知っていただくきっかけを目指す。



©Moomin Characters™



子どもたちが デザインしました!



子ども達と一緒にムーミンの商品を作りました!

社会貢献に取り組む商品開発の新たな取り組みとして、認定特定非営利活動法人 シャイン・オン・キッズ様、株式会社ライツ・アンド・プランズ様のご協力のもと、子ども達とムーミンのタオルを企画・デザインしました。事前にムーミンのデザインに関する勉強会をオンラインにて行い、その後に丸真の東京支社にて企画会議を行いました。企画会議までに、子どもたちがそれぞれ手描きでデザインし、当日は、イラストレーターの操作も行い、子どもたちもデザイナーとして思い思いのデザインを落とし込み、真剣に取り組んでくれました。



LLP商品寄付金額（2024年9月～2025年8月）

今年度も丸眞の Long Lasting Products へご支援いただき誠にありがとうございました。寄付対象商品の種類や、ご購入いただけるコンシューマーの方々も増え、団体様への寄付金額も増額することができました。丸眞のオリジナルブランドを通して一人でも多くのコンシューマーに社会支援について少しでも興味を持っていただくことが私たち丸眞の使命でもあります。今後もコンシューマーの皆様に満足していただけるような、未来を紡ぐ商品開発に努めてまいります。

2024年9月～
2025年8月寄付額

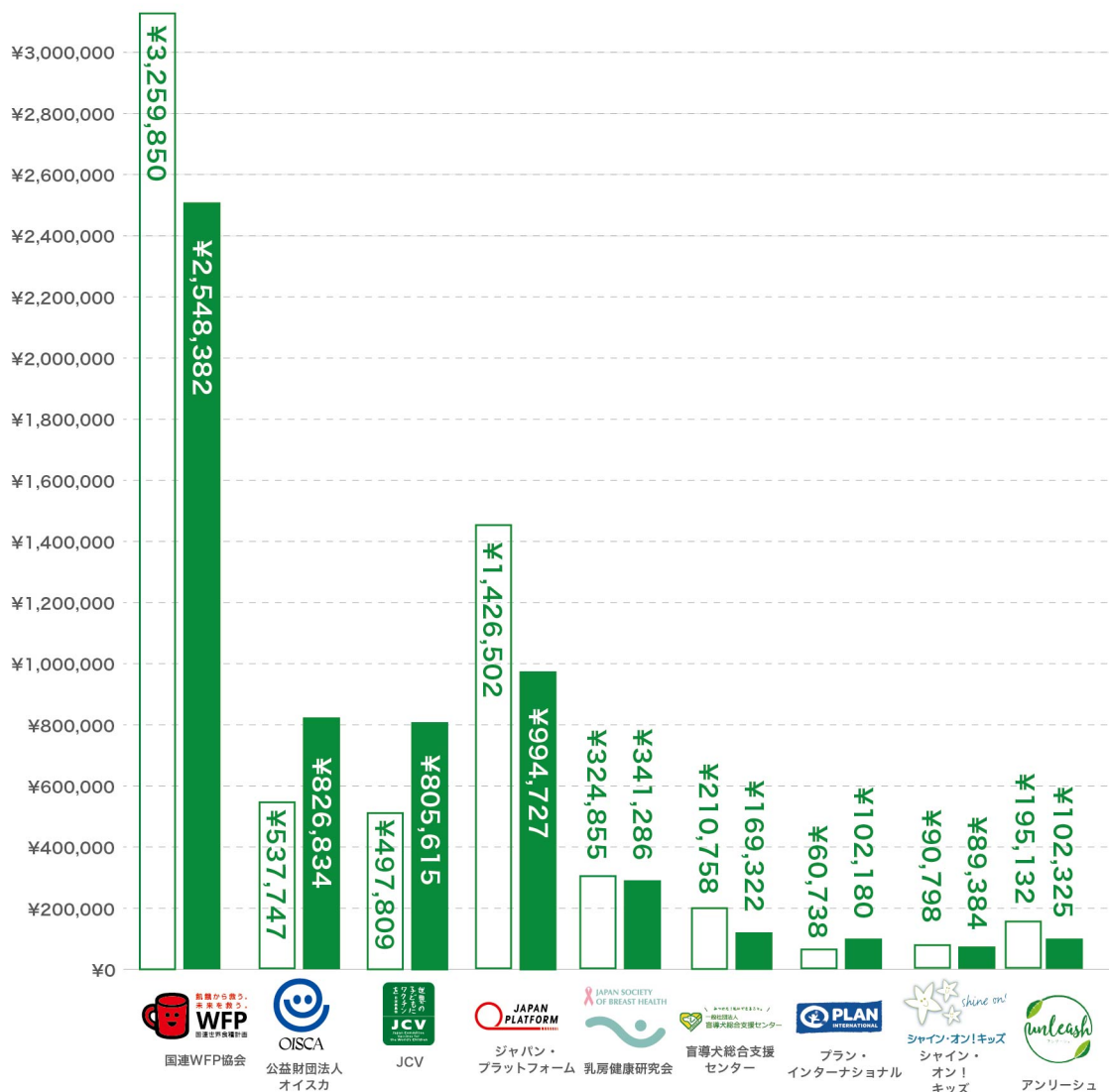
2023年9月～
2024年8月寄付額

LLP総寄付金額実績




¥6,604,189

(昨年実績¥5,980,055 昨年対比110.4%)






(総寄付額¥24,529,535)



寄付金額により届けられた給食・ワクチンの個数

	LLP寄付金額により子どもたちに届けた給食 (30円で1食分の給食)	<h1>108,661食</h1>	対象ブランド  SUN HEART. piccolino
寄付金: ¥3,259,850			
	LLP寄付金額により子どもたちに届けたワクチン (20円でワクチン1つ分)	<h1>24,890本</h1>	対象ブランド porukka pattern.
寄付金: ¥497,809			

寄付金額により貢献できる取り組み

	乳がん検診を受けられる女性の人数 (1回約5,000円)	<h1>64人</h1>	対象ブランド 
寄付金: ¥324,855			
	環境教育キャンプに参加できる子供の人数 (1回約2,000円)	<h1>268人</h1>	対象ブランド po↑ku
寄付金: ¥537,747			
	災害地域に届けられる 2リットル飲料水の数 (100円で1本)	<h1>14,265本</h1>	対象ブランド  NOBLE COLOR
寄付金: ¥1,426,502			
	盲導犬ユーザーへの 声かけパンフ※を作成できる部数	<h1>21,000部</h1>	対象ブランド  wonderful peace®
寄付金: ¥210,758	※盲導犬ユーザーへの声かけの方法が学べるA6サイズ(横10.5×縦14.8cm)の持ち歩きに適したサイズのパンフレットです。		
	毎年36,000円の寄付で 配布出来る衛生キット (年36,000円(月3,000)で14人分のキット)	<h1>23人分</h1>	対象ブランド 
寄付金: 60,738			
	チャリティーブース販売に参加される 子どもたちとその家族の交通費補助 (一家族2000円補助)	<h1>45家族</h1>	対象ブランド  ©Moomin Characters™
寄付金: ¥90,798			
	難病家族に向けた情報メディアの運営 寄付金: ¥195,132	対象ブランド 	



Social / Recycle

サステナビリティ研修、24時間チャリティーイベント

JCV 様講習

当社では、サステナブルな社会の実現に向けた取り組みの一環として、オリジナルブランド "porukka pattern (ポルッカパターン)" の売上の一部を世界の子どもにワクチンを 日本委員会(JCV) 様へ寄付しています。このたび、社員一人ひとりが支援の意義や現地の状況をより深く理解することを目的に、JCV のご協力のもと弊社にご来社いただき講習会を開催いたしました。講習会では、JCV ご担当者様より、世界の子どもたちが置かれている保健・医療の現状や、ワクチン接種が命を守る上で果たす重要な役割についてご説明いただきました。また、寄付金がどのように活用され、どの国・地域でどのような支援活動が行われているのかについても具体的な事例を交えてお話しいただき、社員一同、改めて自社の取り組みの意義を実感する貴重な機会となりました。当社は今後も、日々の事業活動を通じて社会貢献に取り組み、持続可能な未来の実現に寄与してまいります。



株式会社オフィスグラビティー中川先生 CSR 研修

当社では、サステナブル活動の社内浸透をより一層推進するため、日頃より助言をいただいている株式会社オフィスグラビティーの中川先生をお呼びし、2 日間にわたる社内研修を実施しました。現場社員部門、管理職部門に別れ、テーマに沿った講話や今後の計画・取り組むべきアクションについての議論や目標の再設定を行いました。今回の2 日間の研修により、社員・管理職双方が同じ方向性と課題認識を共有し、持続可能な企業活動に向けた取り組みを自ら推進していく基盤の強化につながりました。今後も教育の機会を継続し、日々の業務とサステナビリティを有機的に結び付けながら、より良い未来の実現に向けた取り組みを進めてまいります。



24 時間テレビ チャリティーイベント出店

2025 年 8 月 30 日(土)、31 日(日) に放送されました 24 時間テレビに際して、弊社本社のある愛知県のメイン会場、中京テレビ様本社横で開催されましたチャリティーイベントに弊社のブースを出店いたしました。ブースでは参加社員一同、チャリT シャツを着用し接客を行い、弊社商品を販売しました。

今後も商品や社内外での取り組みを通して、社会貢献へ繋がる取り組みをできることから進めてまいります。



廃棄されるものから生み出す

日々の生活で廃棄されるゴミは1日あたり1人約 920g、また、1年で日本のごみは東京ドームの115個分と言われています。丸真ではそのような廃棄物を従業員から回収し、ゴミにするのではなく次へ繋げられるようなリサイクル活動と社会貢献活動に取り組んでいます。また、違うものへとリサイクルするだけでなく、子ども達の未来や地球環境を守る活動へと繋げています。

使用済み切手回収

切手 53 枚がちいさな命を救うきっかけとなる

ペットボトルキャップと同様に使用済み切手を寄付し、途上国の子どもにワクチンを贈る支援を行っています。使用済み切手を 認定 NPO 法人 世界の子どものワクチンを 日本委員会 (JCV) へお送りし、海外のコレクターに送り、売却益でワクチンを贈っています。日々会社や家に届く郵便物をただ受け取るだけでなく、そこに救えるちいさな命があるという認識を持ち、今後も積極的に取り組んでまいります。



期間：2024年9月～2025年8月 回収した使用済み切手 … 9,682枚

ワクチンを届けられた子ども … 182人

累計期間：2022年6月～2025年8月 回収した使用済み切手 … 53,053枚

ワクチンを届けられた子ども … 1,000人



プラスチックハンガー回収

プラスチックが及ぼす環境問題を制御する

自社の物流センターでは、商品に付属しているプラスチックハンガーが不要になった際に破棄してしまうのではなく回収を行っております。プラスチックゴミの破棄は地球温暖化や海洋問題に深刻な影響を与えているのが現状です。回収したプラスチックハンガーは認定 NPO 法人 世界の子どものワクチンを 日本委員会 (JCV) の子どもワクチン支援活動へ寄付させていただいております。



不要になったモノをそのままゴミにしてしまうのではなく、環境を守るために次に繋げられることはないか考え、事業の中でも身近なことから今後も取り組んでまいります。



期間：2023年9月～2024年8月 回収したプラスチックハンガー … 53.14kg

ワクチンを届けられた子ども … 26人

累計期間：2021年9月～2025年8月

回収したプラスチックハンガー … 1073.14kg

ワクチンを届けられた子ども … 537人

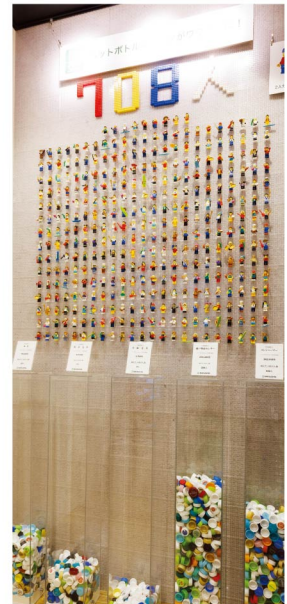


ペットボトルキャップ回収 ペットボトルキャップを集めてちいさな命を救う

丸真では従業員が持ち寄ったペットボトルキャップを回収することで、認定NPO法人 世界の子どもにワクチンを 日本委員会(JCV)の子どもワクチン支援活動に参加しています。JCVは開発途上国の子どもにワクチンを贈り、世界の子ども達の未来を感染症から守る活動をしています。SDGsのゴール3にもあるように、すべての人に健康と福祉を実現するべく、身近でできる取り組みを進めています。



期間：2024年9月～2025年8月
 回収したペットボトルキャップ… 524,593個
 ワクチンを届けられた子ども… 609人
 累計期間：2022年6月～2025年8月
 回収したペットボトルキャップ… 1,845,635個
 ワクチンを届けられた子ども… 2,145人



巻き芯回収 巻き芯を集めて地球の自然を守る

物流機能を持つ丸真では、通常廃棄となる使用済み粘着テープの巻き芯を回収し、段ボールとして再利用したり、森の植樹活動の支援に繋げる「ニチバン巻き芯ECOプロジェクト」に参加しています。

このプロジェクトでは、回収した巻き芯をダンボールに再生した利益で、マングローブの樹林や、植林や間伐など適切な手入れを行うことで、空気や水をきれいにしたり、土砂災害を防ぐ、「森のしずく」保全活動に役立てています。

物流にとって必要不可欠な資源であるからこそ、使って終わりではなく、次に有効に使う取り組みを進めています。



期間：2024年9月～2025年8月
 回収した巻き芯… 11,219個
 累計期間：2022年6月～2025年8月
 回収した巻き芯… 57,181個



第三者意見



SUSTAINABILITY REPORT 2026
株式会社 オフィスグラビティ
代表取締役 中川 優

「MARUSHIN Sustainability Report2026」の報告内容について評価し、第三者としての意見を述べる。本レポートには、「丸眞のサステナブル方針」で謳われている“選ばれる企業”を目指すと共に、“Future Vision 2030”の実現に向けたトップステートメントが明確に述べられている。

サステナビリティ 5 大課題

EU が、2015 年以降強力に主導するサステナビリティ政策により、日本でもその課題が明確になってきた。大別すると「人に関わるテーマ」と「地球環境に関わるテーマ」に整理できる。

■人に関わるテーマ

1. ビジネスと人権(例：ハラスメント、LGBTQ+)
2. 人的資本(例：人に投資して価値を高める戦略、ダイバーシティ)

■地球環境に関わるテーマ

3. 気候変動(カーボンニュートラル、例：再生可能エネルギー、サプライチェーンの CO2)
4. 循環経済(サーキュラーエコノミー、例：再生資源利用、製品回収、FSC 認証)
5. 生物多様性(ネーチャーポジティブ、例：化学物質管理、水資源保護、森林管理)

丸眞に特に影響があり得るのは「4. 循環経済」と「5. 生物多様性」であろう。前者は「再生ポリエチレン」や「天然素材」の使用、後者は製造時の「染料使用」とそれに伴う「水汚染」に関連する課題である。

「任意開示」から「法定開示」へ

「サステナビリティ 5 大課題」の多くは、日本でも法規制が強化されつつあり、特に大企業に対して非財務(サステナビリティ)情報の開示が義務化(法制化)され、その圧力は取引先等への「協力要請」という名目で影響が出始めている。背景は「サプライチェーンの強化」である。つまり、かつては企業単体をターゲットに規制を掛けてきたが、今はビジネスパートナーをひっくるめた“事業連合体”に拡大している。社会に対するインパクトがより大きいからである。

そして 2025 年 3 月 5 日に、遂にわが国で初めて「サステナビリティ基準委員会(SSBJ)」の開示基準が発表された。企業の自由意思で「任意開示」していたサステナビリティ情報(非財務情報)は、ここを境に財務同等に「法定開示」(有価証券報告書)のステージへと一気に移ったことになる。

SSBJ 基準では開示トピックを選択する際、つまり何をレポートに掲載するかを検討する時は「SASB スタンダード」を参照することになっている。このスタンダードには「77 業種」別に開示すべきトピックが示されている。例えば「アパレル分野」を見てみると「製品の化学物質の管理」、「サプライチェーンにおける環境の影響(例：水の消費と汚染)」、「サプライチェーンにおける労働環境(例：児童労働)」、「原料調達」が特定されている。

これらの開示トピックには、丸眞が既に取り組んでいるものも少なくないが、今後大手取引先から問い合わせが来ることも想定して何らかの準備をする必要があるようである。

ネパールのフェアトレード

さて以上を踏まえて、今号の構成や編集を見ると、新しい取り組みを積極的に取り上げている点が評価に値する。特に「ネパール産フェアトレード商品」の特集では、「フェアトレード認定商品」を本格的に取り上げている。そして何名もの社員が実際に現地工場へ訪問し、雇用が生まれネパールで生活している人々の生活を支援している様子に触れることにより、生き生きとした報告が本レポートの魅力を引き立てている。それと同時に商品の魅力向上につながっている。丸真側もこの体験を通して「自分ごと化」できており、優れたサステナビリティ教育の好例である。

「ムーミンのタオルを作ろう」では、子供達を対象にムーミンのデザインに関する勉強会を行うなど、子供の創造力を育むプログラムであり、丸真でしか実現しえない企画である。また未来のファンづくりの機会である。

「福祉医療支援」については前号で大きく取り上げていたが、to:allaのスタイが「2025年キッズデザイン賞」の受賞となった。社会に巻いた種がこのように大きくなって戻ってくる経験をしたと言える。

「生活のクオリティ」を高める

早いもので本レポートも創刊から今回で5号を数えており、年々成長している様子が伺える。そこで丸真が「なぜレポートをするのか？」を改めて考えてみる。レポートには「読者」がいるはずである。

CSR活動とは時に「マルチステークホルダーに対するエンゲージメント」が重要と言われてきた。簡単に解説すると「マルチ」は「多様な」又は「あらゆる」の意味で、丸真を取り巻く利害関係者を広く捉えた考え方だ。よってレポートの主たる読者は生活者（コンシューマー）、取引先、そして丸真の従業員となる。

一方「エンゲージメント」は「約束」「強いつながり（絆）」を指し、特に2000年以降はCSR分野の用語として広く用いられてきた。そこでこのレポートは丸真の「ステークホルダーに対する約束（又は宣言）」するメディア（媒体）と読める。

では一体何を「約束」や「宣言」するのかだ。ここ数年、丸真の品揃えは目覚ましく拡大している。タオルから始まり、ファブリクス、家具、アパレル、スポーツ、そして五輪や万博関連…と生活の利便性から生活の豊かさ、楽しさ、カッコよさという「付加価値」をこれまで以上に拡大してきている。

丸真がB to Cの企業であることから、レポートの究極的な狙いは読者に「生活のクオリティ」を高めてもらうための情報提供（商品の魅力も含め）と共に丸真の未来への想いを発信する媒体と位置付けてもいいのではないだろうか。

次号も期待を超えるコンテンツを期待している。

第三者意見



SUSTAINABILITY REPORT 2026
経営コンサルタント 藤倉 克己

「MARUSHIN Sustainability Report2026」の報告内容について評価し、第三者としての意見を述べる。本レポートには、「丸眞のサステナブル方針」で謳われている“選ばれる企業”を目指すと共に、“Future Vision 2030”の実現に向けたトップステートメントが明確に述べられている。

業種を越えた“課題”へのアプローチ

2025年の私は、東京ビッグサイトにとってもよく“通った”。ビッグサイトでは、あらゆる最新の商品やビジネスを見ることができ、私がそこに行く理由は、環境関連の問題や課題とそのソリューションが商品化された提案を見ることができるからである。ビッグサイトのイベントほど、これからの日本のビジネス社会がサステナブルであるために、何を理解し、解決し何をゴールとするか、さらにその方法の提案を知るのに適した場所はないと思うほどである。

そこで提案される「成果」を引き出すための先進の技術には驚かされるものが多い。日本がリードする持続可能な世界に貢献するビジネス社会に明るい未来を感じざるを得ないのである。

持続可能社会の実現に関する様々な提案は、全ての業種業態に大きな影響を及ぼし、ビッグサイトでは「商品」として紹介される。企業に関わるCo2やエネルギー対策は政府主導もあり、国連をはじめ先進国が2050年までには、実質排出ゼロを目指すというほぼ同様の宣言をした。足並みが揃ったCo2の削減目標は、今や世界の主流であり、日本も同様の目標を掲げている。以来、日本ではいち早く「Co2削減」のソリューションが商品化され、2020年以降にはこれをテーマにした展示イベントも多く開催されてきた。その中でも特に私の興味はCo2削減の方法もさることながら、それに先立って企業が「まず自分たちのビジネスの実態を知る」という認識をスタートラインにしたことである。いきなり闇雲にCo2削減に取り組むのではなく、実態を数値で知ることから改善に取り組む体制づくりである。

GHG プロトコル

日本を含む世界の問題である Co2 を含めた温室効果ガス (GHG : Green House Gas) の排出は、数値による認識と管理が一般的になりつつある。特に欧米では普及が広がっている。一般的に GHG とは Co2 だけではないが、自社が企業としてどれだけ GHG を排出しているかをまず認識する必要があり、その共通基準となる国際基準が GHG プロトコルである。数値結果は正式に公に発表できるものであり、企業価値の算定にも活用される。日本でもすでに多くの企業がこのプロトコル算定を開始しており、いずれは国際的な評価としても海外での自社の紹介や PR においても、また信用度の開示に利用されるものと言われる。

ただし、これを自社内で算定する作業は決して簡単ではない。何しろ「属人的」になりすぎてしまい、数値の精度も信用度も落ち、信憑性と透明性を欠くからである。第三者検証機関の承認をもらうことも必要となる。

この GHG プロトコルには3つのカテゴリー(スコープ1、スコープ2、スコープ3)がある。

企業経営形態にもよるがこれら3つのカテゴリーで排出算定をしなければならない。

スコープ1 その企業自身の自社排出量

スコープ2 購入した(支払っている)電力などに関わる排出量、

スコープ3 サプライチェーンや他社から仕入れた製品や部品に関わるエネルギーや配送などに関わる排出量。

当然のことながら、ビッグサイトのサステナブル関連の展示会では、すでにあらゆるサービスが提案されている。

特に DX 関連イベントやサーキュラー・エコノミー関連の展示会では、この GHG 対策が大きなテーマになっており、DX 関連のイベントでは、すぐにでも活用できるようにパッケージ化されたサービスが多い。GHG の排出診断だけでなく、結果に応じて解決の提案、弱みを強みに転じる付加価値戦略の策定など GHG 診断が飛躍的な進歩を遂げていることから、利用企業も大幅に増えている。持続可能な社会の担い手となる企業がより価値を高める機会になりうるであろう。

第三者意見の手続き

株式会社オフィスグラビティは、丸真株式会社より「サステナビリティ・レポート」(以下、本レポート)に対する第三者意見の依頼を受け、これを実施しました。独立・公平の立場から、本レポートの報告内容について評価を行い、その基礎情報をもとに本意見書を作成しました。本レポートは「GRIスタンダード」(以下、「GRI」)に準拠していませんが、報告された一般開示事項、経済 環境 社会開示項目を部分的に参照しました。よってオフィスグラビティが、本レポートに公開されている定量及び定性情報が一般に普及している作成基準に準拠して正確に算定及び記載され、かつ重要な事項が漏れなく表示されているかどうかについて判断した結果を表明するものではありません。

SUSTAINABILITY REPORT 2026

社名 丸真株式会社

報告対象期間 第57期2024年9月~2025年8月

報告書発行 2026年2月

作成担当 丸真株式会社



丸真株式会社のサステナブル活動の取り組みにつきましては
丸真株式会社CSRホームページをご確認ください。

