

81期 ESGレポート

(2025年6月～2026年5月)





目次

CHAPTER 01	総括	03
CHAPTER 02	81期の活動	06
	Ⅰ 環境	06
	Ⅱ 社会	11
	Ⅲ ガバナンス	18
CHAPTER 03	82期の方針	19

CHAPTER 01

総括

(作成:清原株式会社 ESG推進会議プロジェクト)

国連の最新のSDGs報告書によれば、2030年の目標達成に向けて順調に進捗しているターゲットは、全体のわずか17%にとどまっています。多くの目標が停滞、あるいは後退する極めて厳しい状況にあり、前回報告時から進捗が見られない状況が続いています。

世界各地で激化する紛争、常態化する異常気象、そして国際社会の分断。こうした大きな潮流に対し、一企業の努力だけで抗うことは容易ではありません。しかし、持続可能な社会の実現は、もはや「選択」ではなく、次世代に対する私たちの「義務」です。サプライチェーン全体での脱炭素化（Scope 3対応）や、人権デューデリジェンスへの対応など、企業にはESG経営の実効性がこれまで以上に問われています。

このような経営環境の中、当社は第81期において、激動する社会情勢に翻弄されるのではなく、創立90周年を機に社員とともに策定した企業理念・CREDOを拠り所として、一人ひとりの意識改革と行動変容を積み重ねてきました。

CREDOには、ESG経営の根幹となる環境・社会・人への姿勢が織り込まれています。当社は、社会的責任を果たすことと、収益・利益を追求することの両立を目指し、取り組みを進めています。

社会的責任に関する活動については、本レポートにおいて、清原の企業活動を年度総括として紹介します。一方、事業面では、業界環境が必ずしも良好とはいえない中、3期連続で過去最高益を更新し、初めて4事業部すべてで増収・増益を達成しました。お客様・サプライチェーンから「戦略的パートナー」として選んでいただけた結果であると認識しております。

国以下、第81期における「環境・社会・ガバナンス」の3つの視点から、主な取り組みを総括します。

1. 環境面(Environment)

全社的な活動として、脱炭素社会の実現に向け、ESG推進会議を推進エンジンとし、取締役会と各事業部が連携するEMS(環境マネジメントシステム)体制のもとで取り組みを進めています。

事業部・業界ごとに進捗状況は異なりますが、最大規模のアパレル資材分野では、基幹商品の環境対応に加え、業界の枠を超えた循環型サプライチェーンの構築に挑戦しました。具体的には、以下の取り組みを進めています。

- ・ 基幹定番商品の環境配慮型への切り替え、および裏地・芯地を中心としたラインナップの拡充
- ・ 「サーキュラーエコノミーの推進」を軸とした、資材供給にとどまらない新たなビジネスモデルの創出
- ・ 国内テーマパークとの連携による、使用済み制服の回収・副資材再生スキームの実現
- ・ ベトナム拠点における炭酸カルシウム配合袋資材の導入による、プラスチック使用量およびCO2排出量の削減→大手商社・流通グループの国際的なサプライチェーンにおけるパートナーとしての役割

手芸・ホビー分野では、「手芸=サステナブル」という視点から、ものを捨てずに長く使うことを提案する補修用品の強化、製品ライフサイクルの延長、生産・在庫ロスの抑制、環境規制物質の不使用徹底などに取り組みました。

また、環境意識の高い欧州をはじめとする海外のお客様との取引を通じ、トレーサビリティの強化や、国際的な監査スキームに基づく環境マネジメント体制の維持・強化にも努めています。

2. 社会面(Society)

社会面では、産学連携、地方創生・文化継承、一般消費者との接点コミュニティ形成、国際的なフェアトレード活動などに取り組みました。

また、サプライチェーン全体で安全・環境・労働に関する基準を遵守するため、倫理的な取引を支えるプラットフォームであるSedexへの参加・活用を通じ、協力パートナーとの連携の輪を広げています。

社内では、従業員一人ひとりが心身ともに健康で、働きがいを感じられる環境づくりを推進しました。その結果、健康経営優良法人の認定を7年連続で取得し、2年連続で「ホワイト500」にも認定されています。

「人が財産」という基本思想のもと、四半期に一度の全社員エンゲージメント調査を継続しました。併せて、社員が会社に対して自由に意見や提言を伝えられる場を設け、組織・個人レベルでのヒアリングと連動させながら、問題・課題の把握と具体的な改善に努めました。

その結果、ワークエンゲージメントやプレゼンティーズムの指標において、全業種平均を上回る水準を維持し、サーベイ機関から、4段階評価で最も好ましいとされる「いきいき企業」の判定を受けています。

さらに、全世代・全社員を対象に、外部コンサルタントも活用した階層別キャリア研修を実施しました。AI・ITリテラシーの向上やリスクリングに向けた取り組みも継続し、社員の自律的なキャリア形成を支援しています。

3. ガバナンス面(Governance)

VUCAの時代において、透明性と実効性を備えた経営体制を構築するため、取引の原点に立ち返り、「取引ガバナンスコード」を策定し、運用を開始しました。

同コードが運用面でしっかり機能するよう、各種規定、管理帳票、申請プロセスをあわせて整備しました。これに伴い、関連する管理帳票・申請書も更新・整備しました。

自然災害やサイバー攻撃に加え、サプライチェーン上の特定国・地域・サプライヤーへの依存リスクについても再点検を実施し、より強靱な供給体制の再構築に着手をしました。

また、DX推進会議、セキュリティ委員会、システム部門を中心に、業務プロセスの変革を伴うDXを推進するとともに、生成AIの活用におけるリスク管理・運用ルールの整備を進めています。

デジタル時代に即した新たなガバナンスのあり方についても議論を開始し、経済産業省が定めるDX認定のランクアップを見据えた取り組みを進めています。

CHAPTER 02

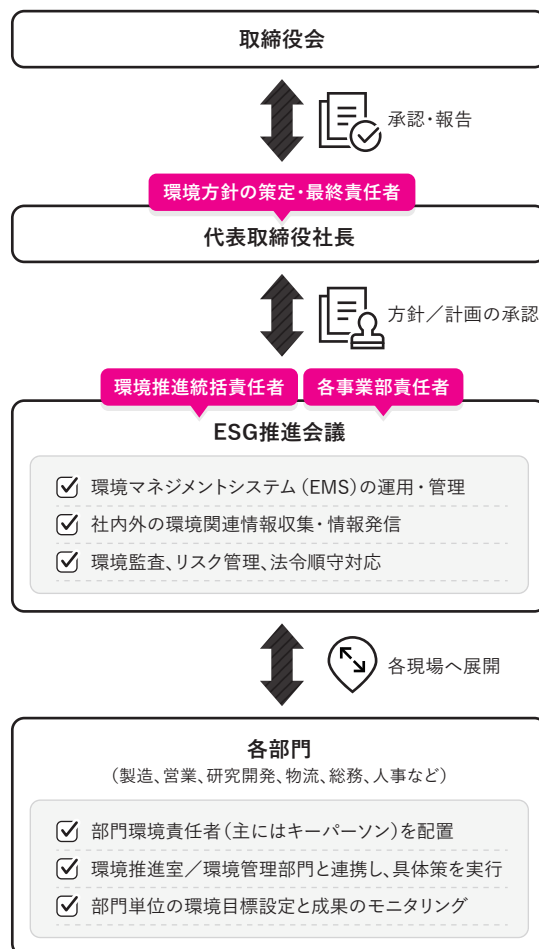
81期(2025年6月～2026年5月)の活動

I 環境

①脱炭素社会への取り組み

日本政府が掲げる『カーボンニュートラル』の目標達成に貢献するため、当社でも以下のEMS(環境マネジメントシステム)体制のもと、企業の社会的責任として脱炭素経営を推進しています。今後も引き続き、環境への負荷を減らすための取り組みを進めてまいります。

【環境マネジメント体制】



環境への取り組みを推進するため、取締役会の監督のもと、代表取締役社長を最高責任者とする ESG 推進体制を構築しています。ESG 推進会議を中心に、各事業部・部門が連携して環境目標の設定と実行管理を行っています。

【取り組み事例】

- ・ 本社空調設備のコントロール管理
- ・ 高効率空調設備の導入
- ・ LED 照明化
- ・ フロア内不要照明の消灯徹底
- ・ クールビズ・ウォームビズの実施

【エネルギー使用量、CO₂排出量のモニタリング】

2022年度よりエネルギー使用量、CO₂排出量のモニタリングをスタートしました。

		単位	2022年度 (78期)	2023年度 (79期)	2024年度 (80期)	2025年度 (81期) 目標	2025年度 (81期) 実績
SCOPE1	都市ガス	千m ³	43.3	47.5	47.7	46.8	47.2
	LPガス	kg	57.5	48.4	31.4	23.6	18.9
	ガソリン	kl	18.3	15.9	18.1	14.5	14.7
SCOPE2	電力	千kWh	1091.3	1105.5	1114.1	1047.3	1070.9

	単位	2022年度 (78期)	2023年度 (79期)	2024年度 (80期)	2025年度 (81期) 目標	2025年度 (81期) 実績
SCOPE1	t-CO ₂	139.4	143.1	139.3	132.3	132.3
SCOPE2	t-CO ₂	440.1	463.3	456.8	456.8	468.3
合計	t-CO ₂	579.5	606.4	596.1	589.1	600.6

②環境ラベル等の更新

アパレル事業部を中心として、前期に続き「GRS認証」「OEKO-TEX®」の更新作業を行いました。実売に繋がるサプライチェーン一貫での提案強化を目的としながら、関連団体とも連携し、展示会等を通じた訴求や推進を実施していく取り組みをスタートさせることが出来ました。お客様からのトレーサビリティに対するニーズに応えていくとともに、裏地などの定番商品においては信頼の高い大手企業背景の商品を中心とした採用を継続しております。

今後は、規制物質管理や認証に対する知識をさらに広範に浸透させるべく、社内の啓蒙活動にも注力してまいります。



Certified by 一般財団法人ケケン試験認証センター
License Number KN0037

③炭酸カルシウム製 袋資材の取り扱い開始

清原ベトナムに在庫機能を持たせ、日系企業との協働により炭酸カルシウム51%以上配合の袋資材の取り扱いを開始しました。この素材はプラスチックごみではなく、可燃ごみとして取り扱い可能となり、従来のポリエチレン製のものと比べ、燃焼時のCO₂排出量を55%と大幅に削減できること、また容器・包装リサイクル法適用除外となり、経済面でのメリットを提供できることが特徴です。衣料、靴下、タオルなどを納める袋に用いられ、大手通販先などの採用を起点として顧客拡大に注力しています。環境面での影響とともに、消費市場が拡大している新興国向けの水平展開にも期待が広がっています。



④リサイクル、バイオマス商品

裏地・芯地を中心に、環境配慮商品の販売比率が上昇しました。お取引先様からの環境配慮ニーズは着実に増加しています。生分解性副資材や再生原料由来の資材など、環境配慮商品のラインナップの強化とともにさらなる普及を進めています。2025年後半からは、リサイクルをコンセプトとする裏地を3品番定番化し、販売を開始しました。環境配慮とコスト効率への関心が高まるなか、この新シリーズは新規ビジネスの創出だけでなく、既存取引先にとっても調達選択肢を広げるものとして期待されています。

⑤生分解副資材、回収素材由来副資材の販売

ボタンやゴム類など、生分解副資材の引き合いが増加し、ユニフォームでの案件にて実売に繋げることが出来ました。大阪・関西万博関連でのユニフォーム採用の流れから、提案機会の増加にも繋がっています。

回収素材を由来とする副資材の分野においては、漁網由来素材の活用に向けたベンチャー企業様との協業により、回収素材を服飾資材に落とし込んだ提案資料のご案内を進めております。

モノマテリアル(単一素材)をコンセプトとして、ユニフォーム市場に新規参入する企業との連携も始まっています。



⑥PFAS規制の継続的対応

社会問題となっている水質・土壌汚染防止の観点から、仕入先への確認を徹底しております。あわせて「不使用宣言書」の提出を義務づけるワークフローの構築を進めており、将来の規制強化にも先回りして対応できる体制の整備に取り組んでいます。

⑦海外顧客における環境負荷低減への取り組み

「すべてのサプライチェーンで環境負荷を最小化する」という方針のもと、原材料から最終製品までのトレーサビリティ確保を推進しました。具体的には、原産地証明書やリサイクル認証(TC)を発行できる製造拠点を優先採用し、包装加工を担う主要工場についても、国際的な監査スキームに基づく環境マネジメント体制を構築しています。これにより、今年度中に複数のサプライヤーが第三者認証の申請準備段階へ進み、来年度以降の温室効果ガス排出量の計測・開示に向けた基盤が整いました。

⑧アップサイクルスキームの提案・推進

国内有数のファミリー向けテーマパークにおいて、使用済みの制服を回収し副資材へ再生する循環型サプライチェーンの取り組みを実現しました。従来ある資材販売の枠を超え、回収から再生・供給までを一体化したスキームとして、これまでにはない新たな企業間連携というビジネスモデルの創出に繋がりました。さらなる実績作りのため、異業種へのアプローチも進めています。地域企業の

廃棄制服の有効活用に向けて、行政・支援機関との連携のもと、回収・再資源化を含むアップサイクル提案を行ってまいります。



⑨手芸分野における実践

「手芸＝サステナブル」の切り口から、「捨てずに長く使う」文化の普及を目的として補修用品（簡単補修シリーズ）を強化。販売拡大により製品ライフサイクルの延長の後押しをサポートしています。また、インクジェットプリントの生地生産比率を高めたことにより、在庫ロスと污水排出を抑制することに寄与しています。

Ⅱ 社会

①教育機関との連携

【文化学園大学様との連携】

文化学園大学 ファッションクリエイション学科との連携のもと、第39回ファッションショー「桃源郷」において、廃棄繊維・副資材を提供し、作品制作を支援いたしました。同学科におけるサステナブルファッションの実践的取り組みに対し、アップサイクル素材の供給および活用提案を通じて取り組み推進に携わりました。

【共立女子大学様との連携】

共立女子大学 被服学科との連携のもと、「サーキュラーファッションショー3rd@WACCA池袋」において、廃棄繊維・副資材を提供し、循環型ファッションをテーマとした作品制作の支援を行いました。同学科が取り組む、廃棄素材の特性を活かした再利用および新たな付加価値創出の取り組みに対し、実素材の供給を通じた取り組み推進に推進に携わりました。



②産業団体イベントへの協働

「私たちのSDGs2025」

繊維機械学会 繊維リサイクル研究会内プロジェクトとして開催されたイベントに「Textile Upcycle Platform(TUP)」として昨年に続き参画し、以下を実施いたしました。

- ・ アップサイクル素材・副資材の展示と実例紹介
- ・ 学生作品・研究テーマと連動した素材提供と情報発信
- ・ 学生・教育関係者・企業向けワークショップの開催による交流促進

「re:re:re」(第18回LIFE×DESIGN内 企画展)

上記と同様に「Textile Upcycle Platform(TUP)」として初めて参画いたしました。会員各社の再生糸を掛け合わせたコラボレーション商品を作成・展示し、単独企業では難しい価値創出とスケールメリットを参画企業の連携力として可視化しました。



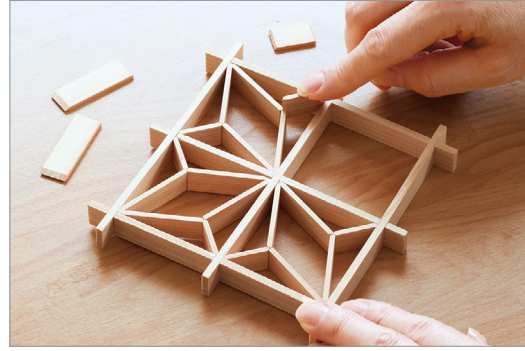
③ユーザーとの接点づくり

2026年5月、国内最大規模の手芸分野のイベントである「第50回 2026日本ホビーショー」に出展いたしました。「推しぬい」をはじめ、ぬいぐるみキット、ネロリローズ、シール作成材料の販売や、ぬいぐるみ作家さんによるトークイベント、ネロリローズ商材を用いたワークショップの開催などを通じ、「手芸＝サステナブル」というコンセプトを共有しつつ、手づくり体験や新たな付加価値の提供によってお客様との接点を広げています。



④地域との連携

循環型資源利用、ならびに地域との協業の一環として、高知県産ヒノキを使用した組子キットクラフトシリーズを展開しています。資源を無駄なく活かしながらデザイン性・機能性を備えた高付加価値な製品を生み出すとともに、組子の技術を全国へ広める文化継承の一助にもなっています。地方創生とクラフト文化の振興を同時に推進するビジネスモデルとして注目を集めています。



⑤国際的なフェアトレード活動

ウガンダ産のバッグの取り扱いを継続。購入者が刺繍作品を SNS に投稿すると寄付金が積み立てられる仕組みも好評で、エシカル消費の輪が広がりました。



⑥Sedexメンバーとしての責務(※)

当社は前期に続き Sedex メンバーとして、サプライチェーン全体の「安全・環境・労働」基準の遵守を推進しています。労働安全衛生や人権尊重は事業活動における高い優先事項でもあることから、今年度は海外の仕入先にも認証取得を働きかけ、対応範囲をさらに拡大しました。

※Sedex(Supplier Ethical Data Exchange: サプライチェーンにおける倫理基準プラットフォーム)



⑦健康経営の実践

2020年3月より経済産業省と日本健康会議から「健康経営優良法人(大規模法人部門)」に認定されており、今年度で7年連続の認定となりました。さらに本年度も、同部門の中で特に優れた上位500社に贈られる「ホワイト500」に認定され、2年連続での取得を果たしました。(※)

日々ストレスの多い社会において、従業員が心身ともに健康であることは大変重要です。当社では職場の安全衛生や環境の整備、従業員の健康維持・増進を重視し、「健康経営戦略」を策定しています。喫煙率の低下や運動習慣者率の向上、アブセンティズム(病気などによる欠勤)およびプレゼンティズム(出勤はしているが本来のパフォーマンスを発揮できていない状態)といった幅広い項目で目標を掲げ、改善に取り組んでいます。

具体的な施策として、今年度も以下の取り組みを継続して実施いたしました。

健康関連のe-learningについて、全従業員が知識を深められるよう受講率100%達成に向けた促進活動を実施しました。

ウォークラリーなど運動習慣を促進するアプリの利用を推奨し、従業員の運動習慣定着に努めました。

福利厚生サービスのメニューを継続的に見直し、従業員がより利用しやすい環境を整えました。

こうした幅広い取り組みが総合的に評価され、今年度の「健康経営優良法人」および「ホワイト500」の連続認定に至ったと考えております。今後も従業員が心身ともに健康で、快適に働ける職場づくりに向けて、継続して改善に取り組んでまいります。



※ 健康経営優良法人制度とは

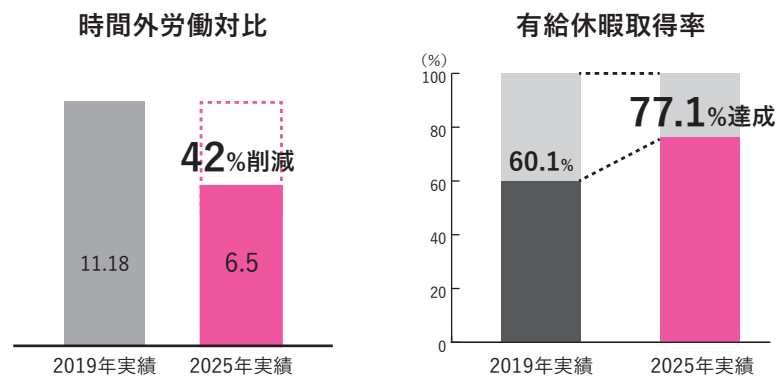
経済産業省による地域の健康課題に即した取り組みや日本健康会議が進める健康増進の取り組みをもとに、特に優良な健康経営を実践している大企業や中小企業等の法人を顕彰する制度です。

健康経営の促進は[こちら](#)(経済産業省HP)

	目標値	目標値	実績値					
	2026年度	2025年度	2025年度	2024年度	2023年度	2022年度	2021年度	2020年度
定期健康診断受診率	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
特定保健指導終了率	95.0%	95.0%	84.7%	90.8%	88.0%	100.0%	84.3%	82.7%
精密検査受診率	80.0%	80.0%	61.5%	64.1%	67.8%	64.8%	60.0%	68.0%
ストレスチェック受検率	100.0%	100.0%	97.3%	97.3%	93.5%	95.3%	88.4%	89.1%
BMI適性値比率 (18.5以上25.0未満)	70.0%	70.0%	64.5%	69.1%	68.9%	-	-	-
有所見者率	20.0%	20.0%	25.3%	24.8%	25.0%	-	-	-
喫煙率	18.0%	18.0%	19.1%	19.3%	19.5%	20.2%	22.0%	23.0%
運動習慣者率	25.0%	25.0%	21.6%	23.7%	24.6%	18.4%	18.9%	18.0%
時間外労働時間(月平均)	5時間	5時間	6.5時間	6.2時間	7.9時間	8.3時間	8.5時間	10時間
有給休暇取得率	79.0%	77.0%	77.2%	74.5%	71.0%	69.0%	65.0%	60.4%
高ストレス者率	5.0%	5.0%	7.3%	5.6%	5.9%	9.2%	10.0%	10.4%
傷病による休職者数(年間)	0名	0名	3名	1名	6名	2名	2名	2名
労働災害件数	0件	0件	6件	7件	4件	3件	2件	10件
※アブセンティーズム (傷病による平均欠勤日数)	1日	1日	0.83日	0.37日	2.2日	0.16日	0.35日	2日
※プレゼンティーズム (WHO-HPQ方式)	75.0%	75.0%	70.7%	70.6%	70.0%	68.7%	-	-
※ワークエンゲージメント (ユトレヒト・ワークエンゲージ メント尺度と相関の高い8項目 を用いたペンダーオリジナル の尺度で測定) 単位=偏差値	55.0	55.0	54.4	52.8	54.2	50.8	-	-
平均勤続年数(正社員のみ)			16.7年	16.0年	16.9年	17.5年	17.0年	16.9年
健康経営の個別施策に対する投資額(万円)			1,050	900	900	850	550	155
健康経営の個別施策の実施回数			16	15	15	12	11	12

⑧働き方改革への取り組み

少子高齢化や価値観が多様化する世の中において、従業員が個々の事情に応じた多様で柔軟な働き方を支援するため、諸制度の整備と運用強化を進めていきます。残業が多い、有給休暇が取りづらいという業界の特性を克服すべく、業務改善活動と就業管理システム導入による運用徹底により下記改善を図りました。



⑨エンゲージメント向上への取り組み、及びメンタルケア

エンゲージメントとは、会社、従業員双方の結びつきを表しており、一般的に高い状態ほど、企業の生産性、業績も高くなるとされています。当社は従業員一人ひとりが心身ともに健康で、仕事の楽しさ、やりがいを持って取り組みができるよう、福利厚生、職場環境、各種制度の改善に積極的に取り組んでおります。

2025年度	当社	卸売・商社・小売	全業種
※ワークエンゲージメント (ユトレヒト・ワークエンゲージメント尺度と送還の高い 8項目を用いたベンダーオリジナルの尺度で測定) 単位=偏差値	55.0	50.5	55.0
プレゼンティーズム損失割合 (数値が低いほど生産性が高い状態)	29.3%	34.8%	35.3%

参照：アドバンテッジタフネス白書2026をもとに集計

⑩キャリア形成支援

当社では、新入社員が入社した際に1ヶ月間の研修期間を設けています。この研修では、配属部門だけでなく他の事業部の業務内容についても学ぶほか、Officeソフトや社内システムの使い方、社会人として必要な心構えや会社の規則について理解を深める機会を提供しています。これにより、

新入社員が社会人として必要な基本的スキルや知識を身につけ、スムーズに業務のスタートラインに立てるよう支援しています。

また、従業員が将来のキャリアを自ら描き、新たなチャレンジに向けて可能性を広げられるよう、すべての年代に向けた「キャリア研修」に注力しています。2023~2024年の40代・50代向け研修を皮切りに、2025年には20代・30代へと対象を拡大しました。さらに2026年4月の入社時研修からは新入社員にも同研修を導入し、全年代への支援体制を構築しています。本研修では外部のキャリアコンサルタントを招き、専門的な視点からの研修を実施するとともに、対象者全員との個別面談を行うことで、一人ひとりに寄り添った手厚いサポートを実現しています。

あわせて、非正規社員を正社員に登用する機会を積極的に設け、雇用形態の枠を超えて会社全体で従業員のキャリア形成とステップアップを継続的に支援していきます。

⑪ITリテラシーの向上に向けた取り組み

全社的なITリテラシーの向上と業務効率化を目指し、実務に直結する実践的な社内IT研修を実施しています。今年度は、Office 365の機能活用や最新のサイバー脅威に備える「情報セキュリティ教育」、実務ですぐに使える集計・分析手法を学ぶ「データ活用(Excel・データ集計ツール)」、具体的な業務への導入事例や注意点を学ぶ「生成AI活用講座」の3つをテーマに実施しました。当社はこうした取り組みを通じて、デジタル社会に対応できる人材の育成と、セキュアで生産性の高い職場環境の構築を推進しています。

当社は持続的な企業価値向上に向けたDX推進の一環としてDX認定を取得しています。DX推進をESG経営を支える基盤として位置づけ、今後もデジタル活用による業務改革と生産性向上、およびガバナンス強化に繋げていきます。



Ⅲ ガバナンス

①取引ガバナンスコードの整備

複雑で変化の激しい時代において、経営体制を実現するため、『取引ガバナンスコード』を策定し、運用を開始しました。これに伴い、経営・管理のあり方の見直しも行い、月次・四半期・半期チェックの仕組みも設けました。

②不正防止への取り組み

不正防止のための体制を整備し、コンプライアンス担当部署の設置や内部通報窓口の運用を行っています。これにより、不正防止に関する取り組みを公正かつ適切に実施し、贈収賄の防止に努める組織体制を維持・改善しています。

③労働安全衛生への取り組み

産業医と連携し、各拠点が参加するWeb会議形式で基本的に月1回の安全衛生委員会を実施しています。委員会では、各職場の巡視報告や従業員の健康増進に関する情報共有を行っているほか、メンタルヘルスサポートにも積極的に取り組んでいます。今年度は、より主体的な労働安全衛生委員会へと体制の見直しを進めました。さらに、産業医との面談希望者を募り、従業員が必要な時に専門家に相談できる体制を整えるなど、サポート機能を強化しています。今後も、従業員が心身ともに安心して働き続けられる環境づくりに、会社全体で引き続き努めてまいります。

④BCP

災害発生時の事業継続計画(BCP)対策の一環として、安否確認システムの導入や防災訓練の実施、災害時に備えたヘルメットの購入など、さまざまな取り組みを行っています。これにより、万一の災害時にも従業員の安全確保と迅速な対応ができる体制を整えています。加えて、有事にもサプライチェーンを途切れさせないという使命感のもと、ESG推進会議にてリスクマネジメントの学び直しを行い、ビジネス系BCPの議論を始めました。

CHAPTER 03

82期(2026年6月～2027年5月)の方針

第82期は、「各取り組みの解像度を上げる」をスローガンに掲げます。第81期に築いた基盤の上に、取り組みの目的・成果・責任の所在をより明確にし、実効性の高いESG経営を実装していきます。

私たちが目指すのは、単なる「御用聞き」や「1サプライヤー」ではありません。お客様の課題をともに考え、解決する、サプライチェーンにおいて欠くことのできない「戦略的パートナー」です。

第82期は、以下の3つを重点方針として推進します。

1. サステナブル経営のアップデートと包括的BCP対策の深化～ 防衛線の構築

予測困難なVUCA／BANIの時代において、事業を継続することは最大の社会的責任です。第82期は、特に「物流・調達・営業」の3領域に焦点を当て、ビジネス系BCPを強化します。

サプライヤーの皆さまとも協調しながら、有事においても可能な限りお客様への安定供給を継続できる体制の構築を目指します。

引き続き、ESG推進会議、各事業部、取締役会が連携し、業界事情を踏まえた事業部ごとの目標設定と課題解決に取り組めます。

2. 取引ガバナンスコード体系に基づくガバナンス体制の構築

第81期に策定した「取引ガバナンスコード」について、運用の品質と精度をさらに高めます。あわせて、申し送り事項となっていた「新規ビジネス取組ガイドライン」を完成させ、実務に定着させます。

本方針の背景には、本業周辺業界への進出、新たな商品開発やソーシング、多角化事業など、当社の事業領域が広がり、多様性を増していることがあります。

知見の乏しい業界・商品・ビジネスモデルに取り組む際の致命的なリスクを回避する「守り」と、CREDOの精神に基づく新たな挑戦を後押しする「攻め」。その両面から、持続的な成長を支えるガバナンス体制を構築します。

3. エンゲージメントとDXによる「攻め」のガバナンス

DX推進、AIおよびAIエージェントの活用によって生み出された時間を、CREDOに基づく高付加価値業務や、自律的なキャリア開発へ再投資します。

AIが進化するからこそ、人間にしかできない仕事に注力します。それは、共感し合いながら人と人をつなぐ仕事、ゼロからイチを生み出す仕事、そして複雑な状況において柔軟に判断し行動する仕事です。

人事評価制度を「成長支援ツール」としてアップデートし、一人ひとりのOS、すなわちコンピテンシーを最大限に引き出します。個人の成長を組織全体の創造性へとつなげ、企業理念である「清風」を吹かせることで、心豊かな生活文化の発展に貢献していきます。

私たちは、ディテール、すなわち資材にこだわり、世界に彩りを提供する企業です。環境や社会への負荷を最小限に抑えながら、関わるすべての人々に、ワクワクする喜びを届け続けます。

第82期も、全社一丸となって各取り組みの解像度を高め、持続可能な未来への歩みをさらに加速してまいります。

4事業部の第82期ESG方針については以下のとおりです。

アパレル事業部

サーキュラーエコノミーの推進を継続させると共に、「強靱なサプライチェーン」の構築を通じて、環境配慮型商品をはじめとする取り扱い商品の安定供給とトレーサビリティを確実に履行します。産学連携による新たな価値創出と、持続可能な「安心ものづくりパートナーシップ」を深化させ、業界の発展と社会課題の解決に貢献します。

ホビーライフ事業部

- 包みを軽やかに——パッケージを変更し、使い捨てプラスチック量を削減。
 - ものづくりを揺るぎなく——海外調達品まで含めた品質管理と原因分析を通じてロスや不具合を低減し安心・安全で持続可能なものづくりを目指します。
 - ひとつをつなぐ輪を大きく——SNS・イベント・ワークショップで生まれる共創コミュニティを育み、共感を原動力に“手芸＝サステナブル”の輪を広げます。
- この3つの循環を軸に、製品ライフサイクルの延長と廃棄物削減、安心・安全なものづくり、そして心豊かなクラフト体験をさらに推進してまいります。

ライフスタイル事業部

環境に優しい商品の取扱を通じて環境保全に努めるとともに、エコ商材・地域活性化活動への協力など、サステナブルな社会貢献活動を継続推進します。

お客様の戦略パートナーとして、商品品質・適正取引・環境配慮の三軸で企業としての信頼性を高め、持続可能な社会づくりと企業価値向上を目指します。

海外事業部

世界的な状況（環境）の急激な変化に対応し、サプライチェーンの川上と川下を繋ぐ役割を果たし、リーディングカンパニーとして業界に貢献します。

- Smeta基準の仕入先を開拓し、SEDEX認証サプライチェーンの実現拡大を進めます。
- FTAの有効利用による調達メリットを提供し、販売先別サプライチェーンを最適化させます。
- 需要が高まる環境負荷軽減へ、調達背景との情報共有と指導により協力体制を構築します。