



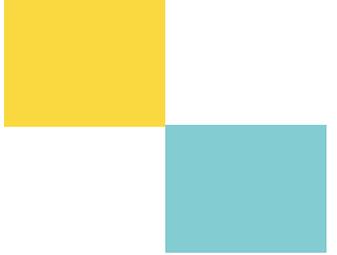
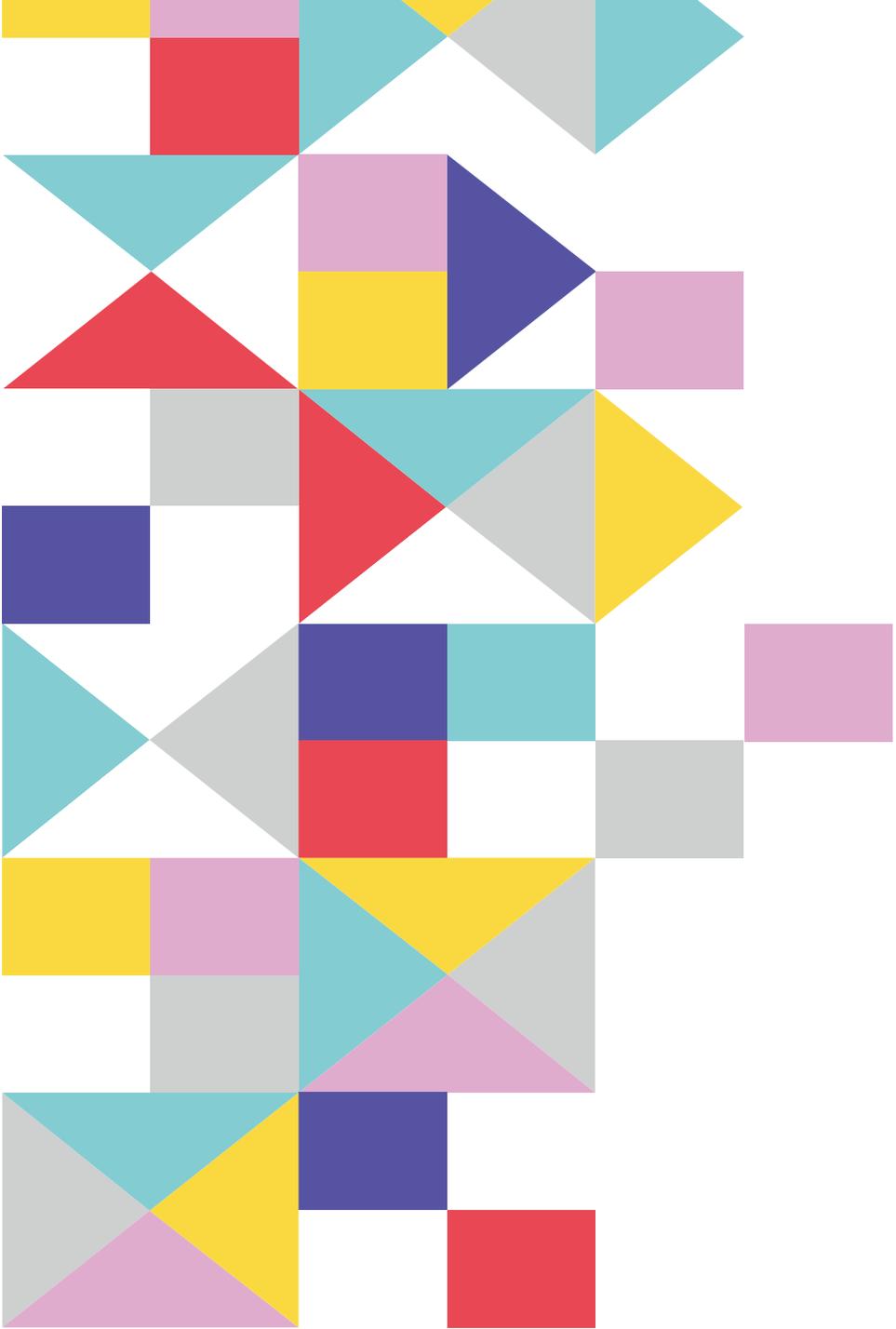
CF
CROSS FUNCTION

 CROSS PLUS

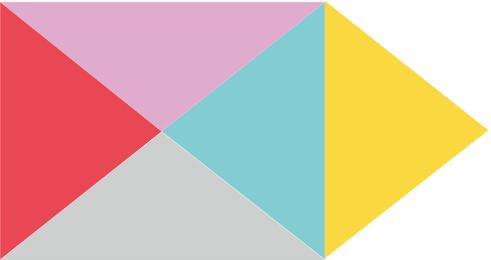
2026年1月期 決算説明会資料

Be Colorful, Be Happy!

クロスプラス株式会社
証券コード：3320



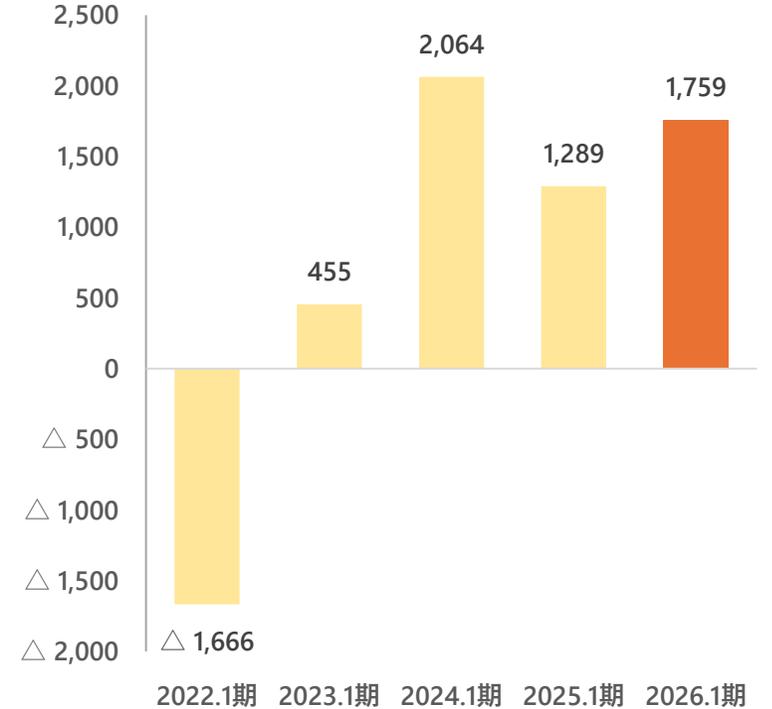
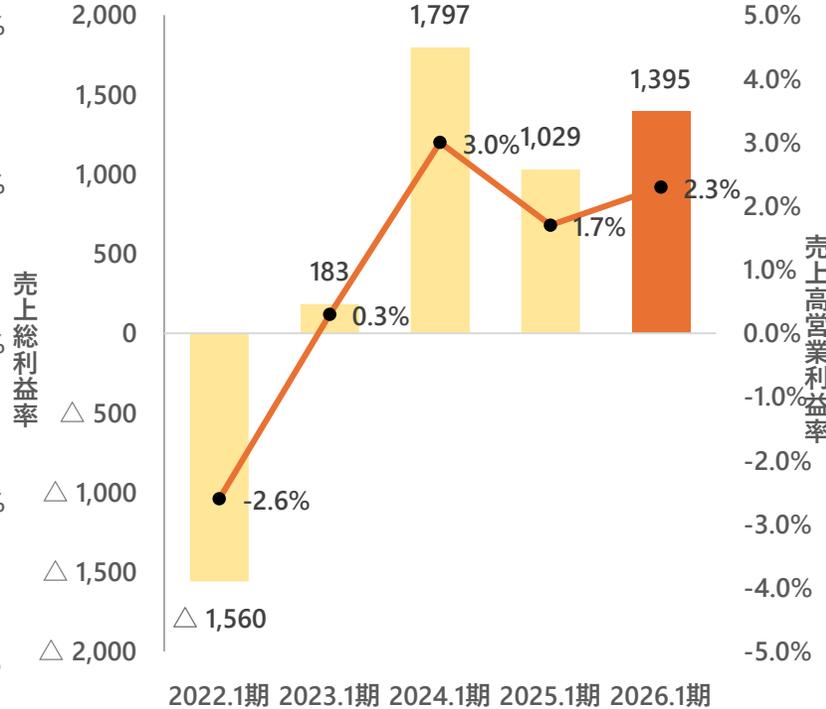
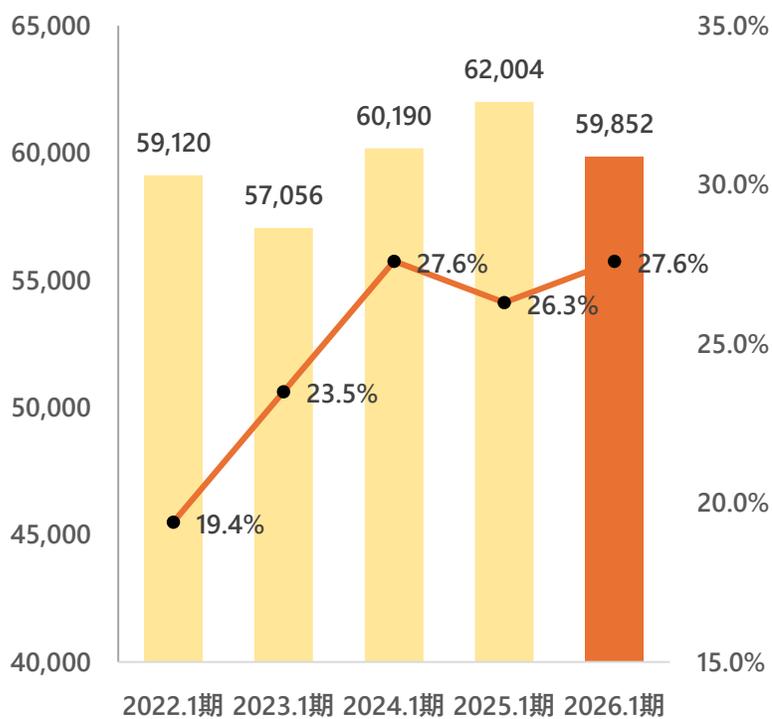
2026年1月期 決算概況



決算総括

前年に対し減収増益。

卸売で減収となるも、売上総利益率改善と経費削減で営業利益が増益。



アパレル卸売

機能性ファッション
“CROSS FUNCTION”が好調

ブランド売上高
前年比**139%**



暮らし軽ニット



正解ライトアウター

小売

雑貨店舗“join park”、ECが好調

雑貨店舗売上高
前年比**146%**



雑貨店舗
“join park”

EC売上高
前年比**116%**



ECサステナブルブランド
“for/c”

業績概況 2026年1月期 前年比較

前年比では減収増益。

売上高は、アパレル卸売の専門店向けが伸び悩み減収。

売上総利益は、減収ながらも、小売比率上昇や卸売の原価低減により売上総利益率が上昇したため増益。

営業利益は、広告宣伝費の減少など経費削減により増益。

特別利益に有価証券売却益を計上。

単位：百万円

	2025年 1月期	2026年 1月期	前年比較	
	実績	実績	増減	比率
売上高	62,004	59,852	▲2,152	96.5%
売上総利益	16,310	16,516	+206	101.3%
売上総利益率	26.3%	27.6%	+1.3p	—
販管費	15,280	15,121	▲159	99.0%
営業利益	1,029	1,395	+366	135.5%
経常利益	1,275	1,636	+361	128.4%
当期純利益	1,289	1,759	+470	136.4%

業績概況 2026年1月期 予想比較

1/23修正業績予想比では増収増益。

売上高は、アパレル卸売の販売が想定より伸長したため増収。

販管費は、物流費などが想定を下回ったため減少。

営業利益は、増収と販管費の減少により増益。

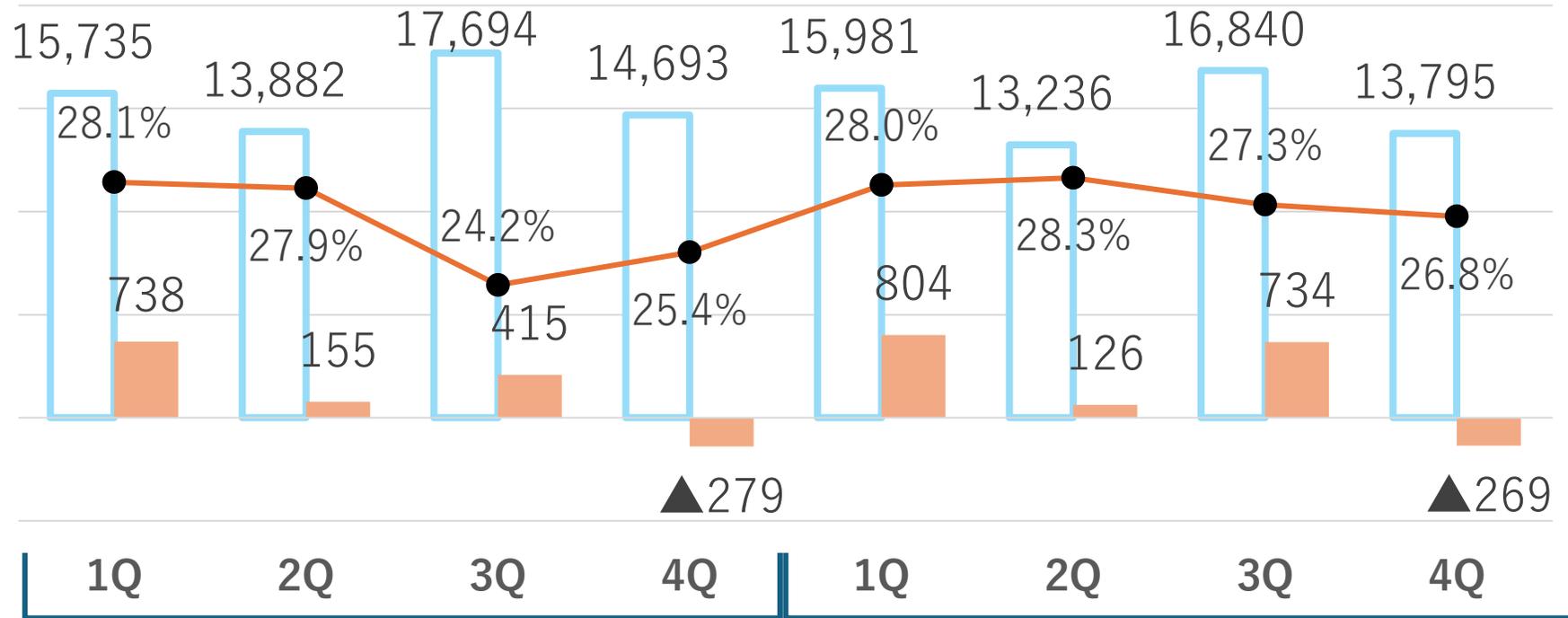
単位：百万円

	2026年1月期			1/23予想 比較
	期初予想	1/23予想	実績	増減
売上高	64,000	59,500	59,852	+352
売上総利益	17,000	16,450	16,516	+66
売上総利益率	26.6%	27.6%	27.6%	▲0.0p
販管費	15,800	15,250	15,121	▲129
営業利益	1,200	1,200	1,395	+195
経常利益	1,400	1,400	1,636	+236
当期純利益	1,200	1,500	1,759	+259

四半期別業績推移

第2四半期以降は減収ながらも、売上総利益率は前年を上回る。
為替は再び円安が進行するも、当期のアパレルの仕入原価への影響は限定的。

単位：百万円、%



□ 売上高
■ 営業利益
● 売上総利益率

為替



● 平均為替レート
 (円/US\$)

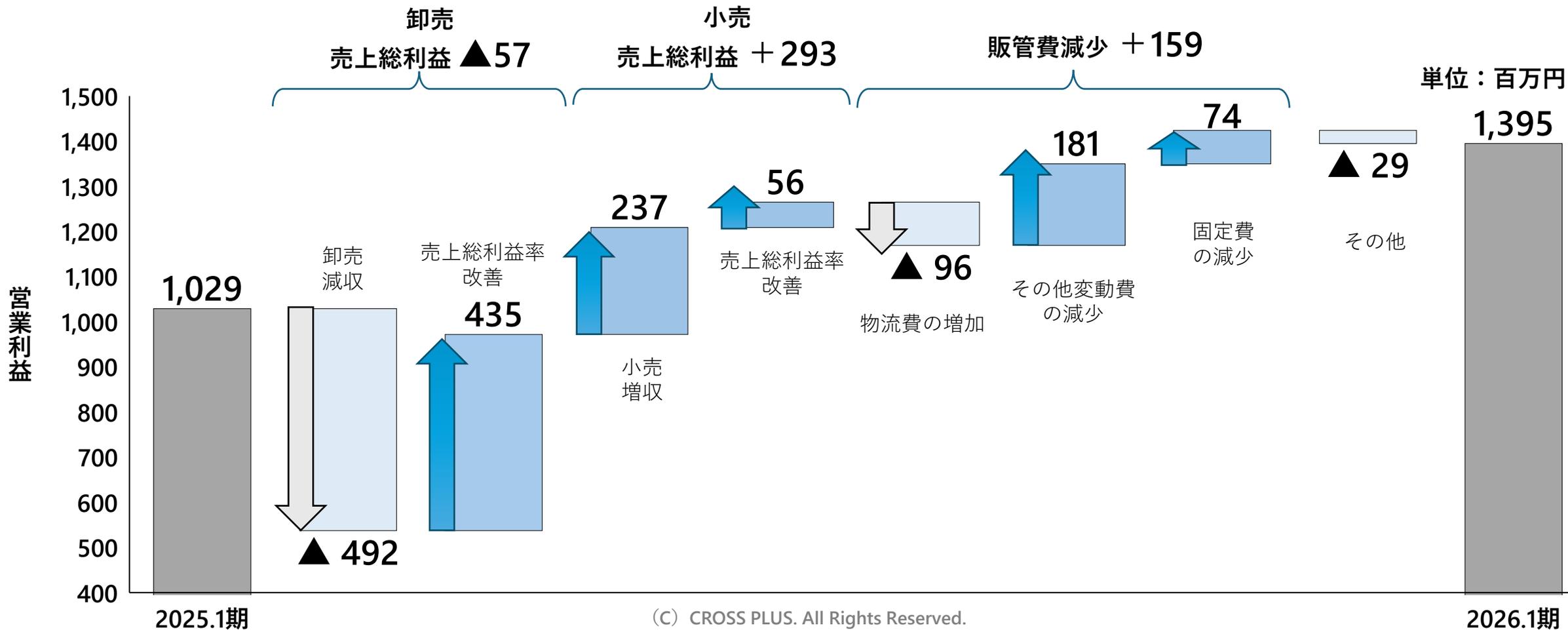
営業利益の増減要因

営業利益は、卸売の売上総利益率改善、小売の増収効果、及び販管費減少により増益。

卸売は、減収により売上総利益減少。

小売は、アパレル店舗の販売不振はあったものの、雑貨店舗とECの増収により売上総利益増加。

販管費は、物流費や人件費の増加はあるものの、広告宣伝費など変動費と固定費の削減により減少。



ビジネス別売上高

アパレル卸売は、自社ブランドの伸長があったものの、専門店向けが伸び悩み減収。

ライフスタイル卸売は、専門店向けファッション雑貨の販売減少により減収。

小売は、アパレル店舗がオンスタイル商品の不足で伸び悩んだものの、ECが“for/c”の好調で増収。

単位：百万円

	2025年1月期		2026年1月期		前年比較	
	売上高	構成比	売上高	構成比	増減	比率
アパレル卸売	46,493	74.9%	44,202	73.9%	▲2,291	95.1%
ライフスタイル卸売	2,817	4.5%	2,577	4.3%	▲240	91.5%
卸 売	49,310	79.5%	46,780	78.2%	▲2,530	94.9%
小 売	12,234	19.7%	12,656	21.1%	+422	103.4%
その他・連結調整	458	0.7%	416	0.7%	▲42	90.8%
合計	62,004	100.0%	59,852	100.0%	▲2,152	96.5%

販売チャネル別売上高

専門店は、郊外型専門店向けで伸び悩み減少。

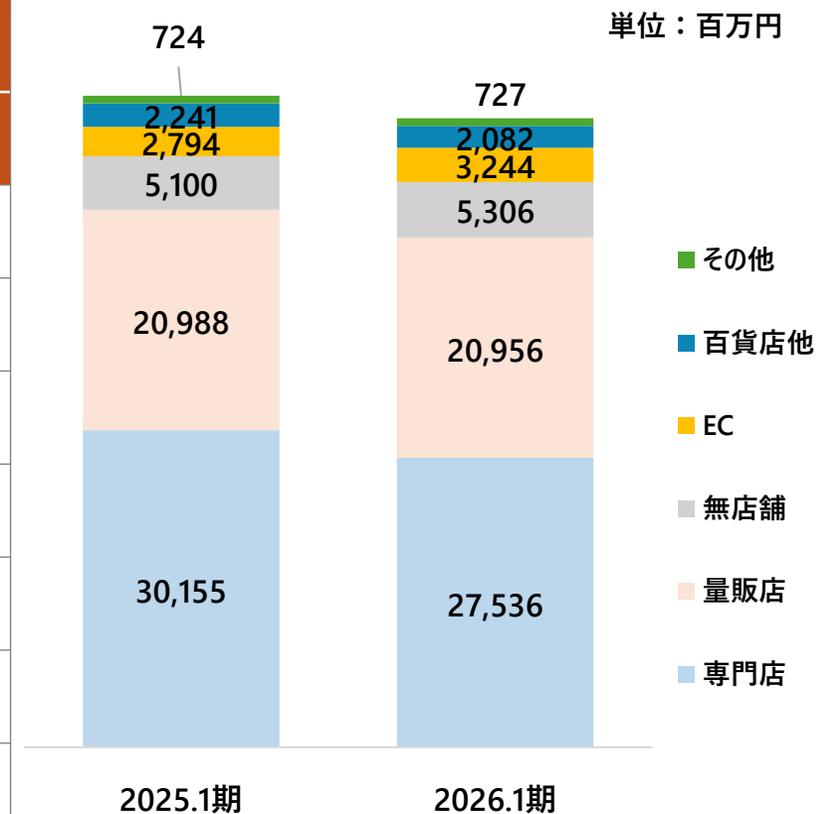
量販店は、大手GMSで販売拡大があったものの、衣料品売場減少の影響により微減。

無店舗は、カタログ系通販が好調で増加。

ECは、外部モールの“for/c”販売拡大に伴い増加。

単位：百万円

	2025年1月期		2026年1月期		前年比較	
	売上高	構成比	売上高	構成比	増減	比率
専門店	30,155	48.6%	27,536	46.0%	▲2,619	91.3%
量販店	20,988	33.8%	20,956	35.0%	▲32	99.8%
無店舗	5,100	8.2%	5,306	8.9%	+206	104.0%
EC	2,794	4.5%	3,244	5.4%	+450	116.1%
百貨店他	2,241	3.6%	2,082	3.5%	▲159	92.9%
その他	724	1.2%	727	1.2%	+3	100.4%
合計	62,004	100.0%	59,852	100.0%	▲2,152	96.5%



連結貸借対照表の概要

前年同期比較で、

総資産は、投資有価証券の評価額が増加したことなどにより、296億78百万円。

負債合計は、仕入債務が減少したことなどにより、102億4百万円。

純資産は、利益剰余金の増加などにより、194億74百万円。

単位：百万円

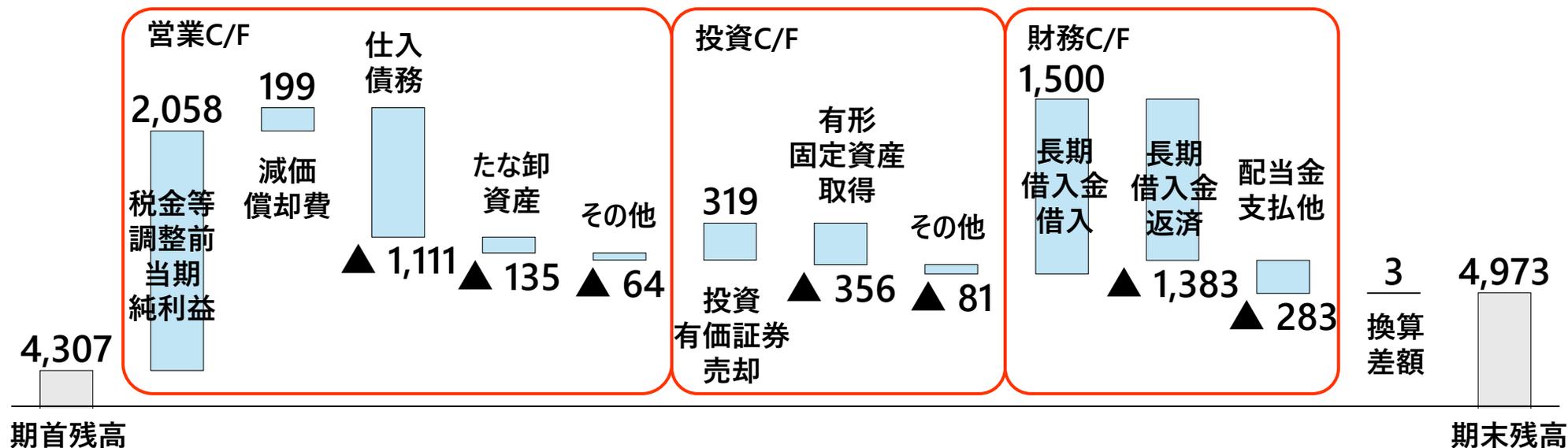
	2025年1月期	2026年1月期	前年同期比増減
現金及び預金	4,337	5,004	+ 666
商品	2,958	3,098	+ 139
流動資産	18,012	18,561	+ 549
固定資産	9,645	11,116	+ 1,470
資産合計	27,658	29,678	+ 2,020
有利子負債	2,918	3,033	+ 115
負債合計	10,715	10,204	▲ 511
純資産	16,942	19,474	+ 2,531
負債純資産合計	27,658	29,678	+ 2,020

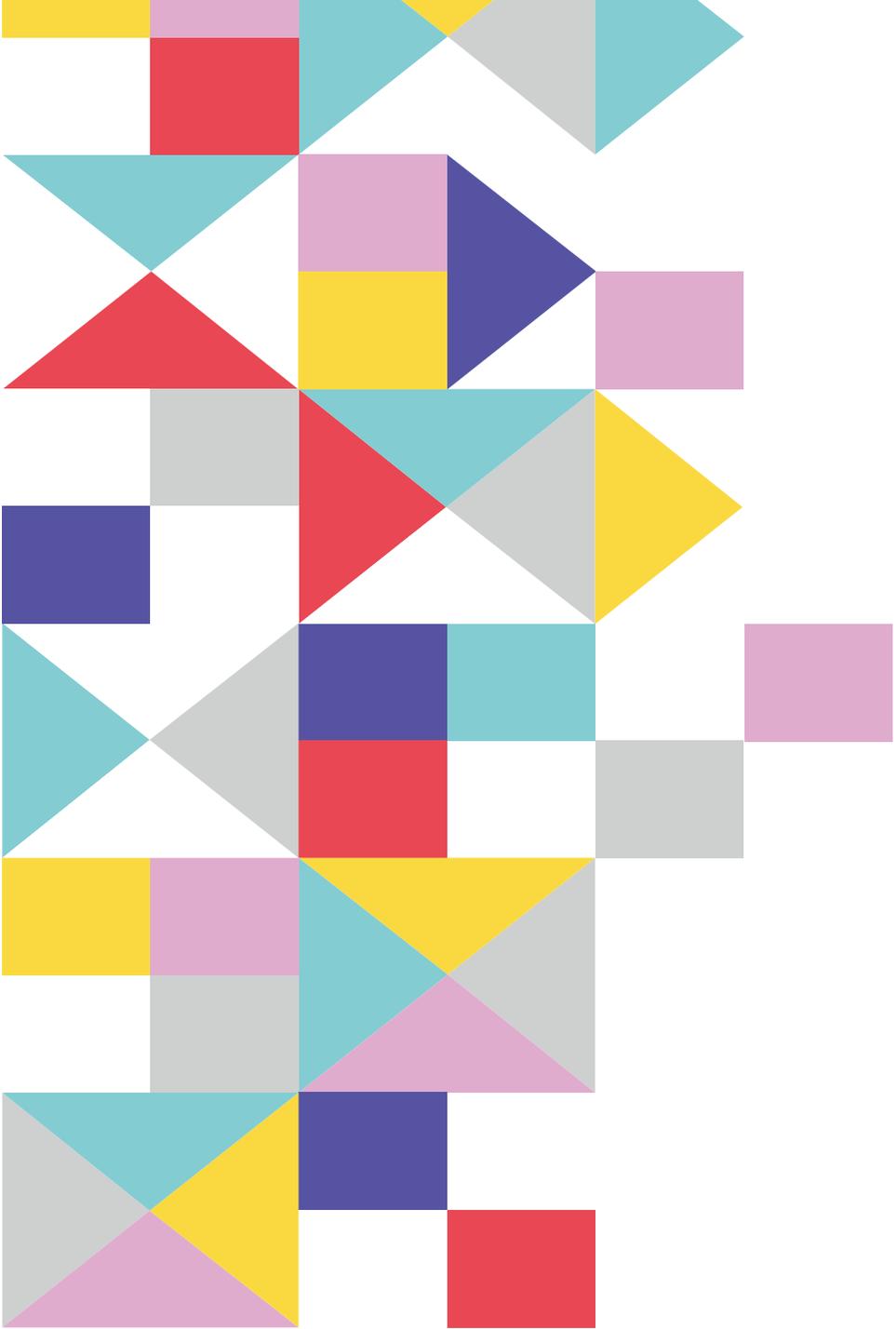
連結キャッシュ・フロー計算書の概要

現預金は、前期末から6億66百万円増加し、49億73百万円。

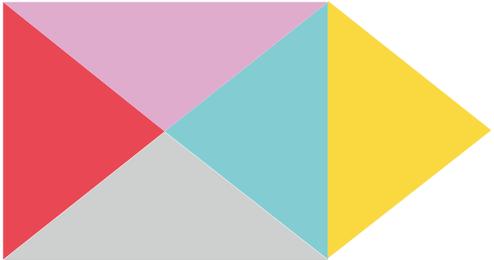
単位：百万円

	2025.1期	2026.1期	前年同期比
現金及び現金同等物の期首残高	5,656	4,307	▲1,349
営業活動によるC/F	▲486	947	+1,433
投資活動によるC/F	232	▲118	▲350
財務活動によるC/F	▲1,109	▲166	+943
現金及び現金同等物の期末残高	4,307	4,973	+666





2027年1月期 業績予想と株主還元



2027年1月期 業績予想

通期は前年に対し増収も、営業利益は同水準を予想。
 アパレル卸売での専門店向け回復と、ライフスタイル卸売・ECの強化により増収を図る。
 売上総利益率は、原材料高と円安で低下する見通し。

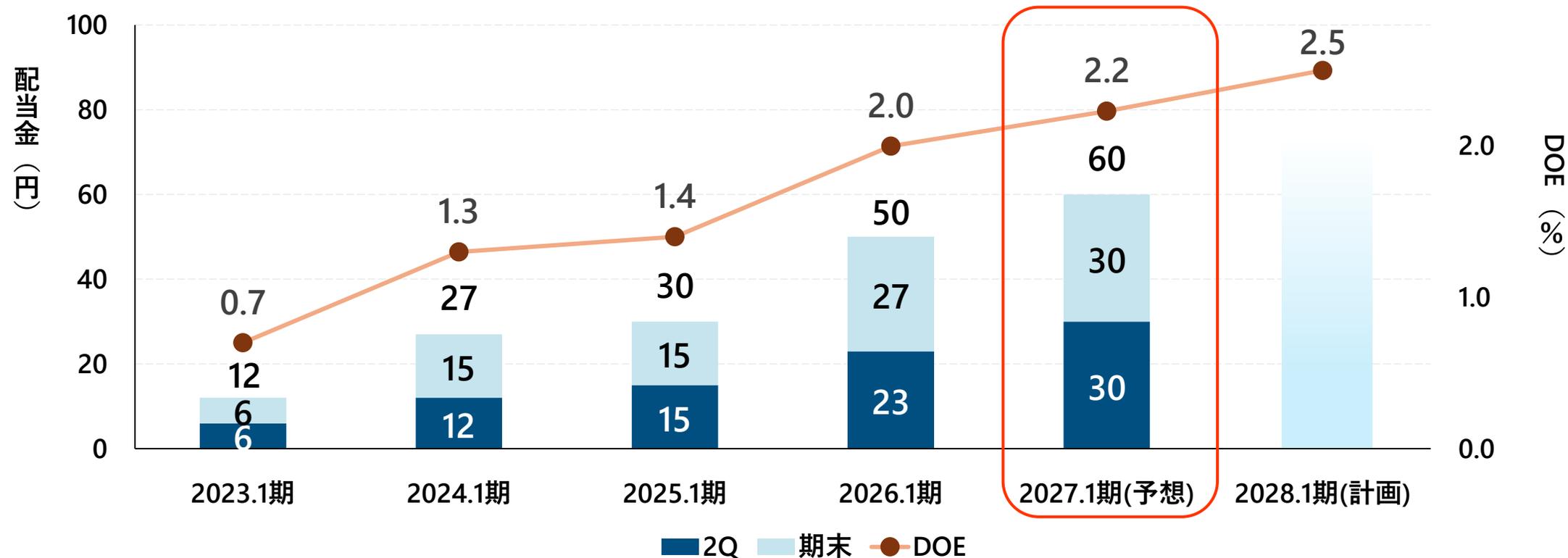
単位：百万円

	2026年1月期			2027年1月期(計画)			通期前年比較	
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	増減	比率
売上高	29,217	30,635	59,852	29,500	33,500	63,000	+ 3,148	105.3%
売上総利益	8,226	8,290	16,516	8,150	9,050	17,200	+ 684	104.1%
売上総利益率	28.2%	27.1%	27.6%	27.6%	27.0%	27.3%	▲0.3p	—
販管費	7,295	7,826	15,121	7,550	8,250	15,800	+ 679	104.5%
営業利益	930	465	1,395	600	800	1,400	+ 5	100.3%
経常利益	1,074	562	1,636	700	950	1,650	+ 14	100.8%
当期純利益	886	873	1,759	550	900	1,450	▲309	82.4%

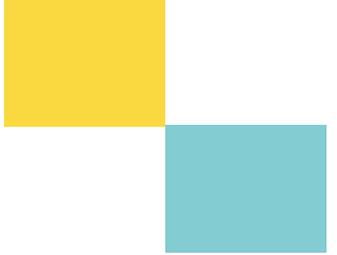
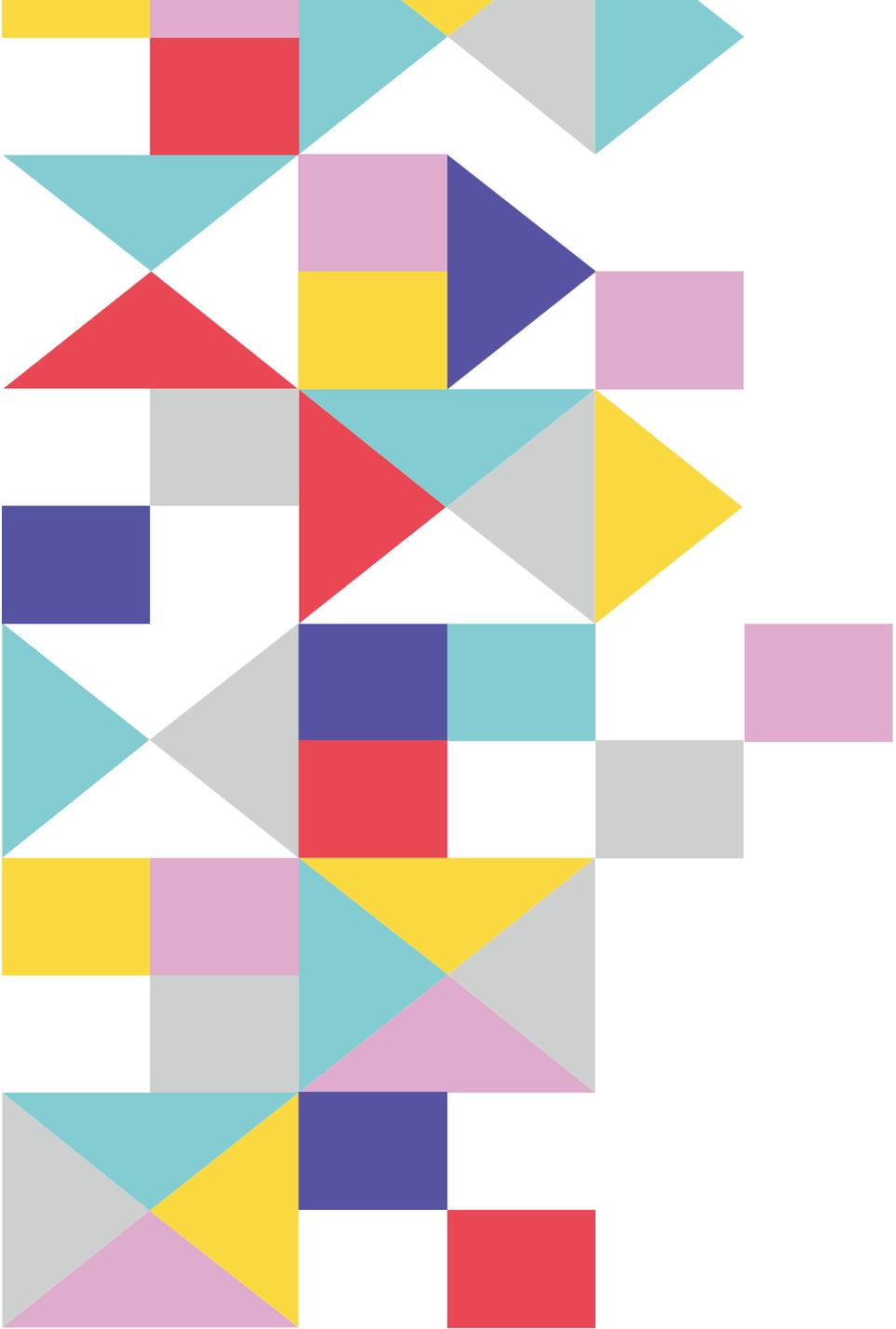
(※)2026年1月期は業績連動の従業員特別賞与を期末一括計上していたが、2027年1月期は期間按分で毎四半期計上とした。

株主還元（配当予想）

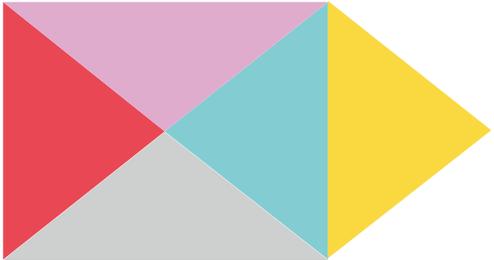
配当金は1株当たり60円で、10円増配を予想。
2028.1期までにDOE2.5%への引き上げを目指し毎年増配。



基本方針：今後の事業展開及び財務体質の強化に必要な内部留保を確保しつつ、安定的な配当の継続。



2027年1月期 中期経営計画の施策



中計重点施策の進捗(2026.1期実績)

中計重点施策		2026.1期 計画	2026.1期 実績	2026.1期 進捗	評価
アパレル卸売	①専門店チャネルの拡大	300億円	275億円	主要顧客世代のニーズとギャップが発生し販売枚数減	×
	②機能性ファッション “CROSS FUNCTION”	70億円	78億円	商品打ち出しの絞り込みが奏功 順調に拡大	○
	③メンズ拡大	14億円	12億円	市場が伸び悩む中で販路開拓するも、計画未達	△
ライフスタイル卸売	④商品開発、最適販売 ブランド育成	35億円	26億円	ファッション雑貨減収、 ビューティー、シーズンも伸長せず	×
小売	⑤EC	32億円	32億円	“for/c”中心に販売拡大	○
	⑥店舗ビジネス拡大	21億円	22億円	雑貨販売の拡大が計画通り進捗	○
全体	⑦デジタル化	—	—	BI、RPAツール導入	○

中計重点施策の進捗(2027.1期計画)

中計重点施策		2026.1期 実績	2027.1期 計画	2027.1期 取り組み	2028.1期 売上高目標
アパレル卸売	①専門店チャネルの拡大	275億円	300億円	商品対象世代の若返り 商品カテゴリーを拡大	330億円
	②機能性ファッション “CROSS FUNCTION”	78億円	87億円	気温に合う商品サイクルで 継続拡大	100億円
	③メンズ拡大	12億円	18億円	販路開拓を継続	30億円
ライフスタイル卸売	④商品開発、最適販売 ブランド育成	26億円	34億円	“DASHING DIVA”で ネイルトップブランド目指す	50億円
小売	⑤EC	32億円	38億円	“for/c”の拡大と“JENNI”の投入	50億円
	⑥店舗ビジネス拡大	“DECOY” 22億円	23億円	雑貨販売の拡大を継続	25億円
全体	⑦デジタル化	—	—	商品企画への生成AIの活用	—

重点施策 【アパレル卸売】 ① 専門店チャンネル拡大

Point

- ・ 商品提案の若返りと商品カテゴリーの拡大
- ・ 中高価格帯ブランド販路開拓の継続

【商品提案の若返りとカテゴリーの拡大】

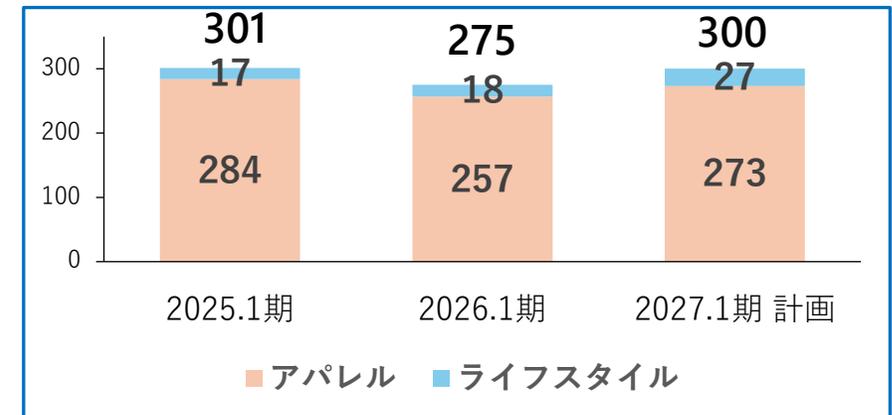
- ・ 主要顧客年齢層に合った商品提案の見直し
- ・ ルームウェアやキャラクター商品、通勤需要に対応したコートで商品カテゴリーを拡大

【中高価格帯ブランド開拓】

- ・ 駅ビルやECブランドを中心に
前期に開拓した販路での売上拡大と新規開拓を継続

■ 専門店チャンネル売上高（連結）

単位：億円



重点施策 【アパレル卸売】 ②機能性ファッション・③メンズ拡大

Point

- ・機能性ブランド“CROSS FUNCTION”はシーズンから気温に着目した月ごとへ商品サイクルを短縮
- ・メンズはオリジナルの素材提案や、レディース素材の強みと短納期化で専門店販路を拡大

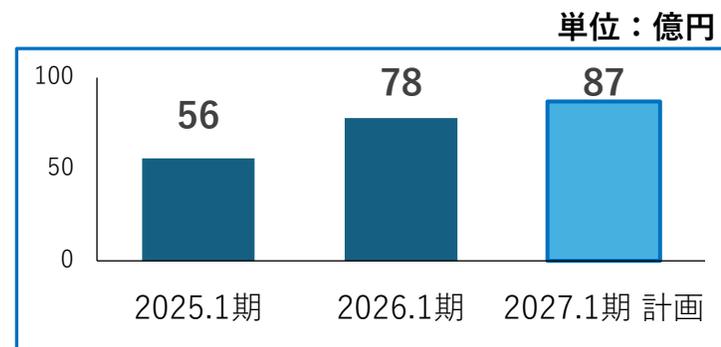
【CROSS FUNCTION】

- ・寒暖差や気候変動に対応し、月ごとの気温に最適な機能提案を進める
- ・天然素材と機能性を掛け合わせた高単価商品を提案

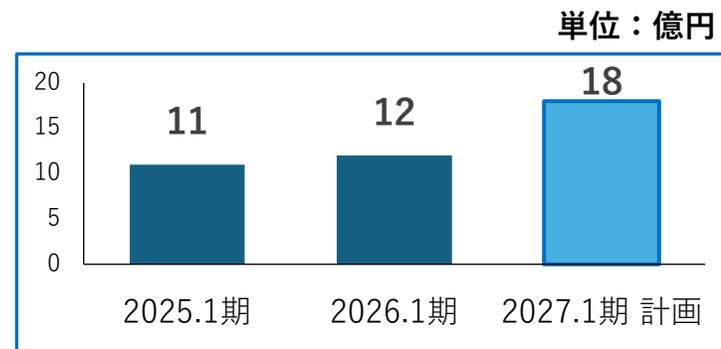
【メンズ拡大】

- ・専門店向けにはオリジナルの素材提案で販売拡大を図る
- ・レディース素材の特性と短納期の強みを活かしアウターやボトム中心に専門店・GMS販路を開拓

■CROSS FUNCTION売上高



■メンズ売上高



重点施策 【ライフスタイル卸売】 ④商品開発・最適販売

Point

- ・ビューティーはネイルトップブランド“DASHING DIVA”の販売を開始
- ・重点ブランド商品強化と販促集中

【ビューティー】

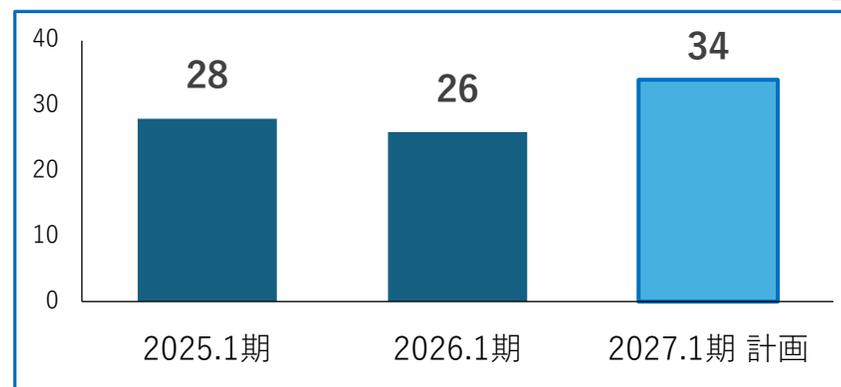
- ・ネイル“DASHING DIVA”の販売を
バラエティショップ、ドラッグストアで3月よりスタート
- ・ブランドミューズとしてIVE・ウォニョンを起用
20代女性への認知拡大を狙う

【重点ブランド】

- ・雑貨ブランド“Yoki”はUVケアを拡充
- ・“マイナステン”は猛暑ケア帽子の特性を活かし商品拡充

■ ライフスタイル商品売上高

単位：億円



■ ビューティー



ネイル“DASHING DIVA”

■ シーズン



“Yoki” UVカット

重点施策 【小売】 ⑤EC

Point

- ・定番商品の創出に再現性を持たせ主カブランド“for/c”を伸長
- ・リカバリーウェアやスクール世代向けの成長市場に新規ブランドを投入

【主カブランドの伸長】

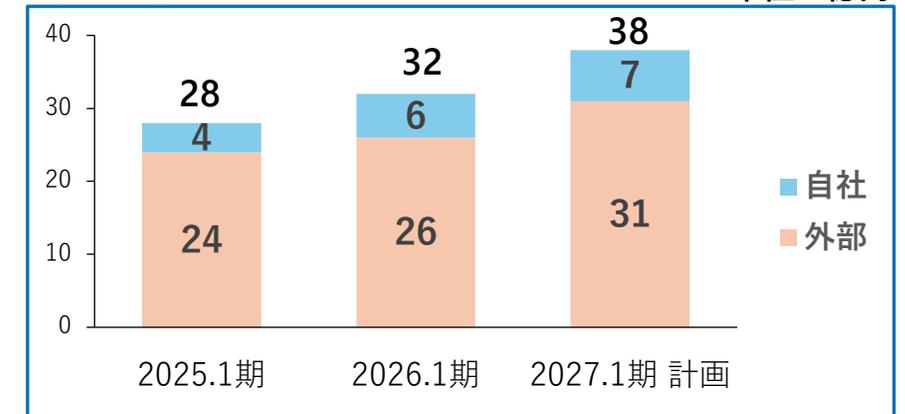
- ・“for/c”は定番商品を売る仕組みを作り安定した売上を創出
- ・SNSの顧客接点を増やし、着回し提案・スタッフ着用・レビュー創出で需要喚起

【新規ブランド】

- ・リカバリーウェア“HOGUSU”を販売開始
- ・スクール世代人気ブランド“JENNI”を承継し下期から販売

■EC売上高

単位：億円



リカバリーウェア
“HOGUSU”

“JENNI”

JENNI

重点施策 【小売】 ⑥店舗ビジネスの拡大

Point

- ・引き続きアパレル店舗での雑貨販売の取り組みを進める
- ・“DECOY”でアパレルと雑貨が融合したウェルビーイングブランドを拡大

【DECOY雑貨拡大】

- ・アパレル売場への雑貨展開をさらに拡大
- ・オリジナル雑貨として、“旅”をコンセプトにバッグ、帽子、ネックウェアを拡充

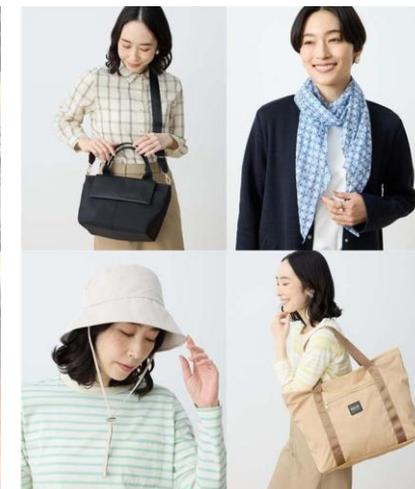
【雑貨店舗の販売力強化】

- ・“join park”はUV企画やバッグを拡充

“DECOY” 店頭風景

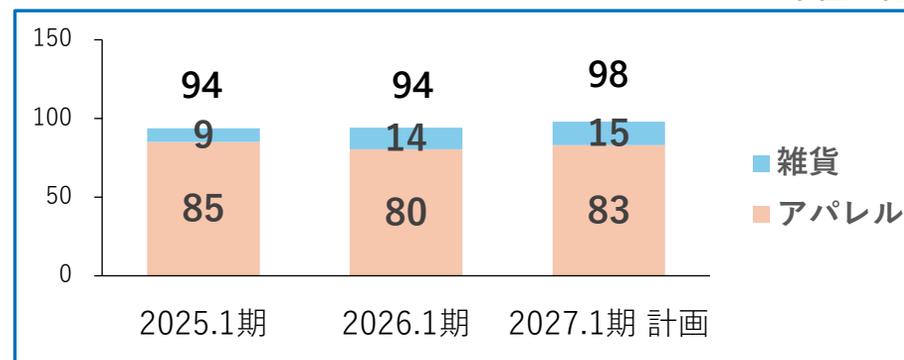


“DECOY”アパレル+旅雑貨



■店舗の売上高構成

単位：億円



重点施策 【全体】 ⑦DX・サステナビリティ・人的資本投資

Point

- ・DXは、商品企画への生成AIの活用を進める
- ・サステナビリティは、環境素材の商品使用を拡大する

【DX】

- ・生成AIを活用し、ECサイトの画像作成や店頭POPを作成するなど、効率化を目指す

【サステナビリティ】

- ・2027年1月期の環境素材使用目標は、小売商品の25%、自社ブランドCROSS FUNCTIONの15%

【人的資本投資】

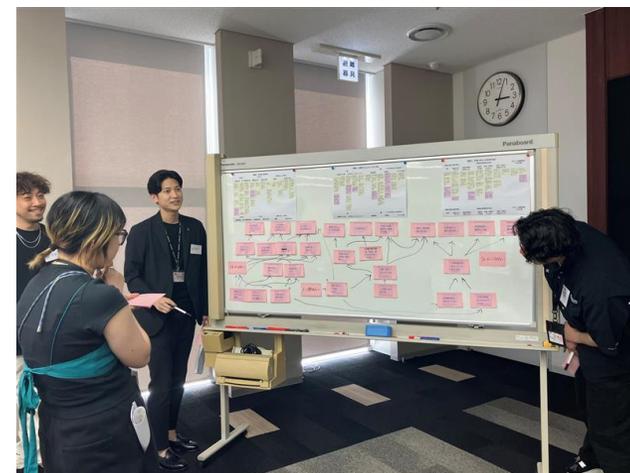
- ・エンゲージメント向上のため風土改革プロジェクトの活動を全社展開

DXによる効率化

- ・手作業による作成時間の増大
- ・ミスの発生



- ・資料作成時間の短縮
- ・ミスの削減



風土改革プロジェクト

【物流】 ソーター設備の導入

Point

- ・2026年2月よりロボットソーターを導入し生産性が5%向上
- ・物流効率化のための、自動化や人員配置の適正化を推進

【ソーター設備】

- ・2026年2月よりロボットソーターが100台導入
- ・1時間4,000枚のソート能力を保有し、
省人化効果により生産性が5%向上

【物流効率化】

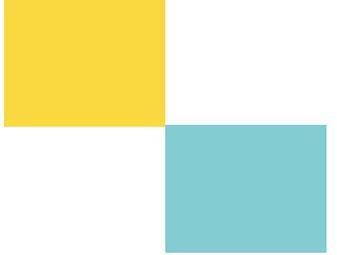
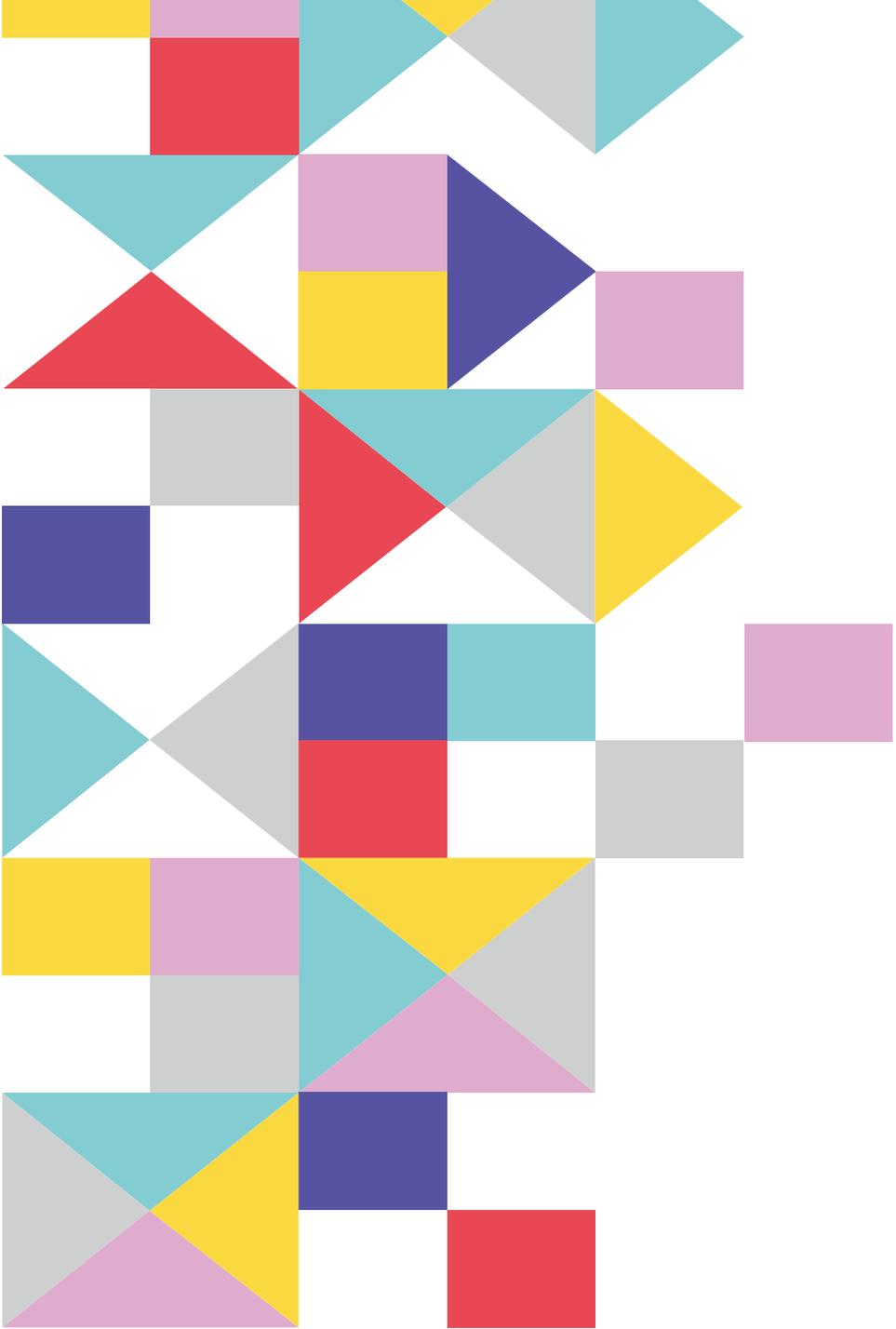
- ・卸売の多店舗、同梱配送を増やす
- ・EC売上拡大に伴い、EC出荷作業の増加に対応



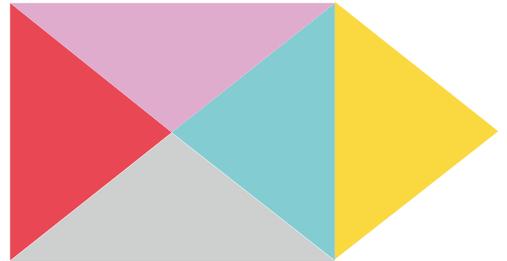
ロボットソーター

ソーター設備





企業価値向上の取り組み



企業価値向上の取り組み 現状分析

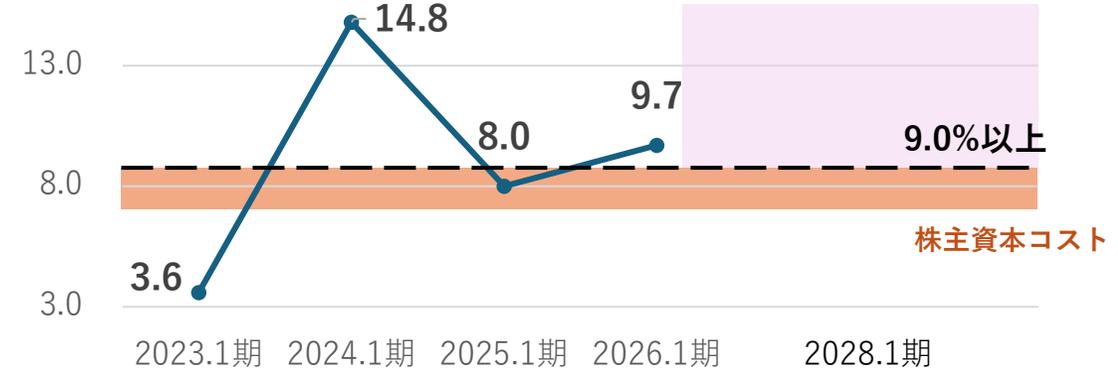
Point

- ・ PBRは1倍割れが続いており、投資家評価は十分でないと認識
- ・ 株主資本コストは8%程度と認識し、ROE9.0%以上の安定的達成を目指す。

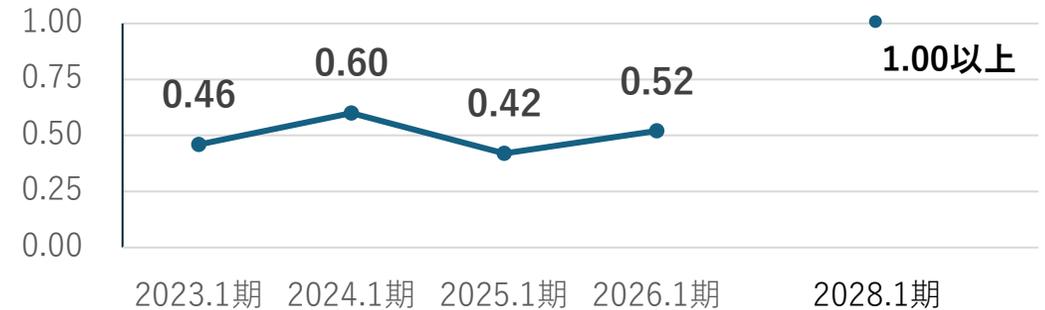
【現状認識】

- ・ 株価は長期的には上昇トレンドにあるが、PBRは1倍割れで推移しており、投資家からの評価が十分でないと認識
- ・ 2026年1月期はCAPMベースでは7%であり、当社の株主資本コストは8%程度と認識
- ・ 株主資本コストを上回るROE9.0%以上の安定的な達成を目指し、営業利益改善を進める

【ROE[%】



【PBR[倍]】



企業価値向上の取り組み ROEの改善

Point

- ・ ROEは株主資本コストを上回る9.0%以上の安定的達成を目指す
- ・ 売上高純利益率は2.9%に上昇するも、総資産回転率と財務レバレッジの向上が課題

【売上高当期純利益率】

- ・ 2026年1月期は、親会社株主に帰属する当期純利益の増加により2.9%に上昇
- ・ 今後も営業利益向上に努める

【総資産回転率】

- ・ 減収及び総資産の増加により総資産回転率は下降
- ・ 売上高の増加により改善を進める

【財務レバレッジ】

- ・ 自己資本の増加により財務レバレッジは下降
- ・ 積極的な成長投資を行い、商品在庫回転を高めることで、資産効率の改善を進める

【ROE分解】

$$ROE = \frac{\text{① 当期純利益}}{\text{売上高}} \times \frac{\text{② 売上高}}{\text{総資産}} \times \frac{\text{③ 総資産}}{\text{自己資本}}$$

	ROE	① 当期純利益 / 売上高	② 売上高 / 総資産	③ 総資産 / 自己資本
中計目標	9.0%	2.6%	2.1倍	1.7倍
2026.1期	9.7%	2.9%	2.0倍	1.5倍

①売上高当期純利益率[%]



②総資産回転率[回]



③財務レバレッジ[倍]



企業価値向上の取り組み キャッシュアロケーション

Point

- ・ 営業利益向上に向けて成長分野への投資とM&Aを実施
- ・ 2026年1月期の成長投資は物流設備投資及び商標権取得を実施

【キャッシュアロケーション】

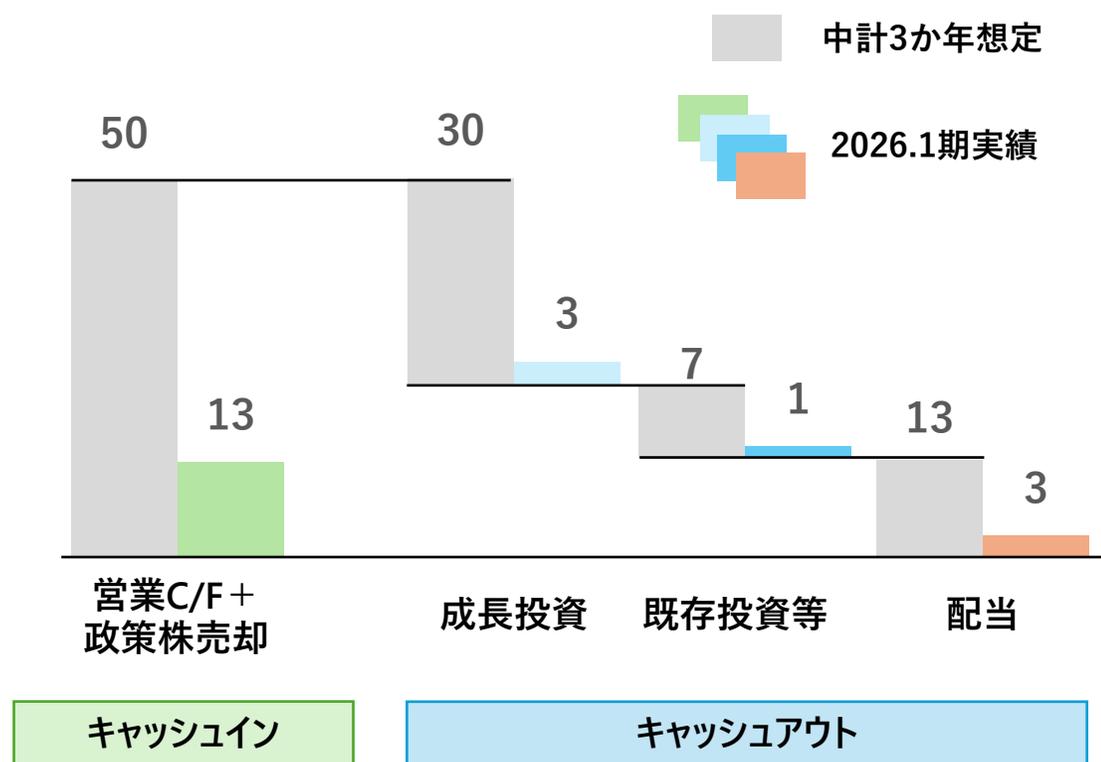
- ・ 中計3年間のキャッシュインは50億円を想定
- ・ 成長投資はEC・ライフスタイルへのブランド開発とM&Aを推進
- ・ 既存事業は物流効率改善やデジタル投資を行う

【2026年1月期実績】

- ・ キャッシュインは政策保有株式の売却と合わせて進捗
- ・ キャッシュアウトの成長投資実績は、物流設備投資や商標権取得など
- ・ 成長分野への更なる投資とM&Aを検討

【キャッシュアロケーション】

単位：億円

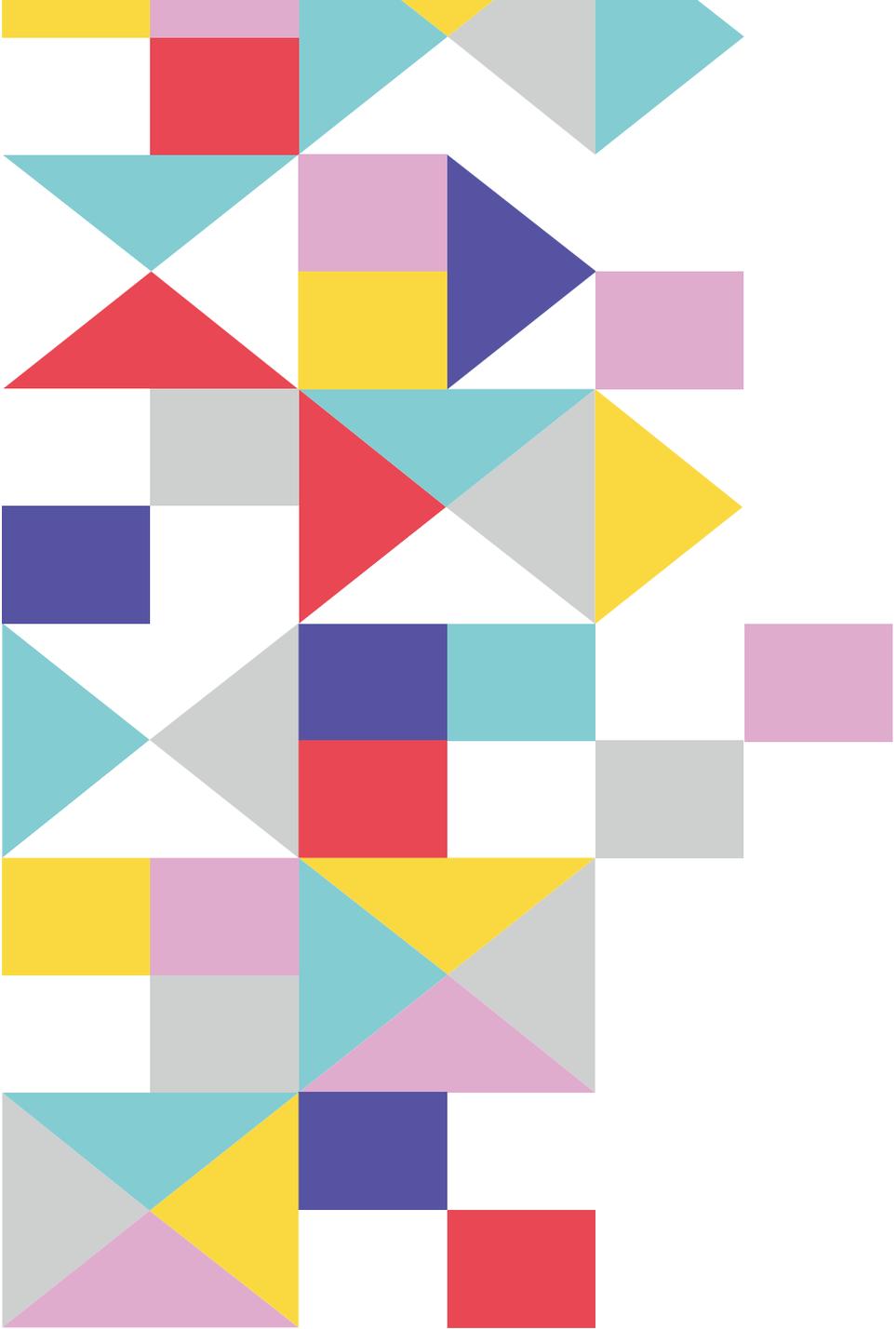


企業価値向上の取り組み IR活動

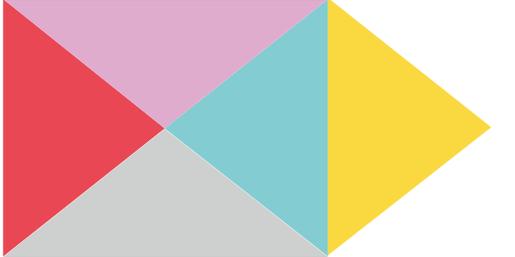
Point

- ・投資家拡大のための投資家説明会やIRイベント参加を積極化
- ・社内で中期経営計画の浸透を図り、全社員が企業価値向上を意識

実施事項	2025.2～2026.1 実績	2026.2～2027.1 計画
決算説明会 中期経営計画発表 [対応者：社長・IR担当]	年2回開催 (参加者数) 国内投資家等 24名 金融機関等 12名	年2回開催
個別投資家面談 [対応者：社長・IR担当]	国内外投資家 14回	20回実施計画
個人投資家向け説明会	名古屋、東京 計2回開催 名証IRエキスポ参加	説明会 年4回開催 12/4,5名証IRエキスポ参加予定
社内活動	中期経営計画の浸透 ➤社員への認知啓蒙活動を定期的に実施	



Appendix



目指すべき企業像

ビジョン

ファッションの力で、
ライフスタイルの新たな可能性を開く。

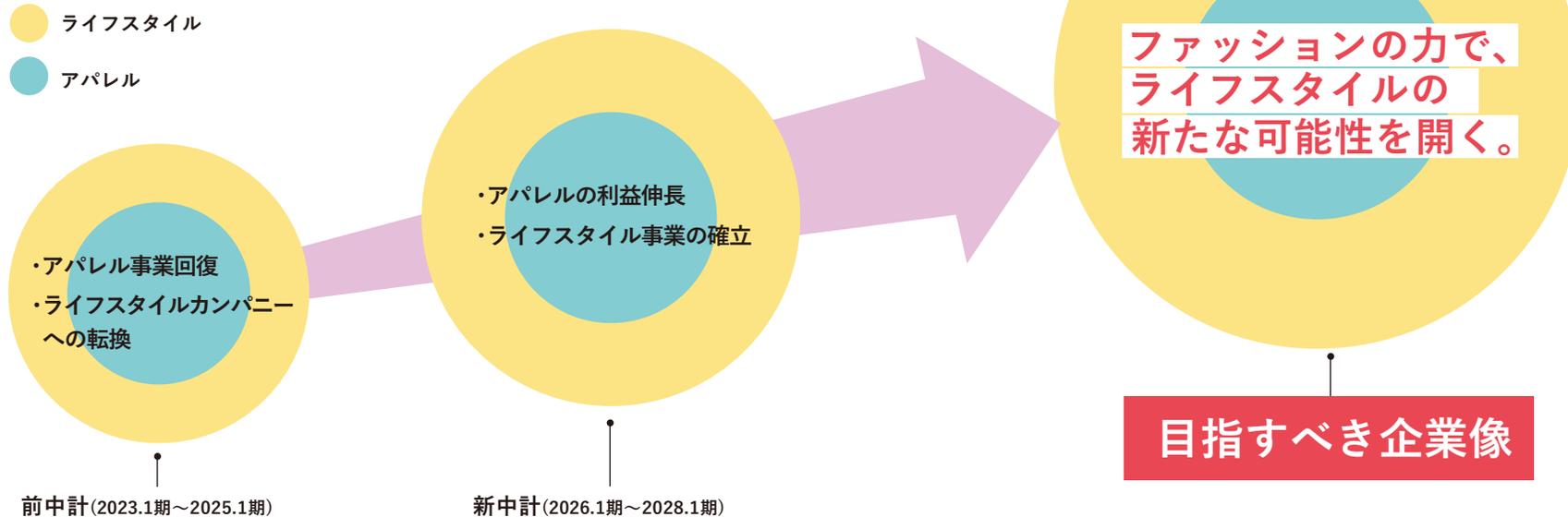
コーポレート
スローガン

いつもの毎日に、彩りとよろこびを。

Be Colorful, Be Happy!

● ライフスタイル

● アパレル

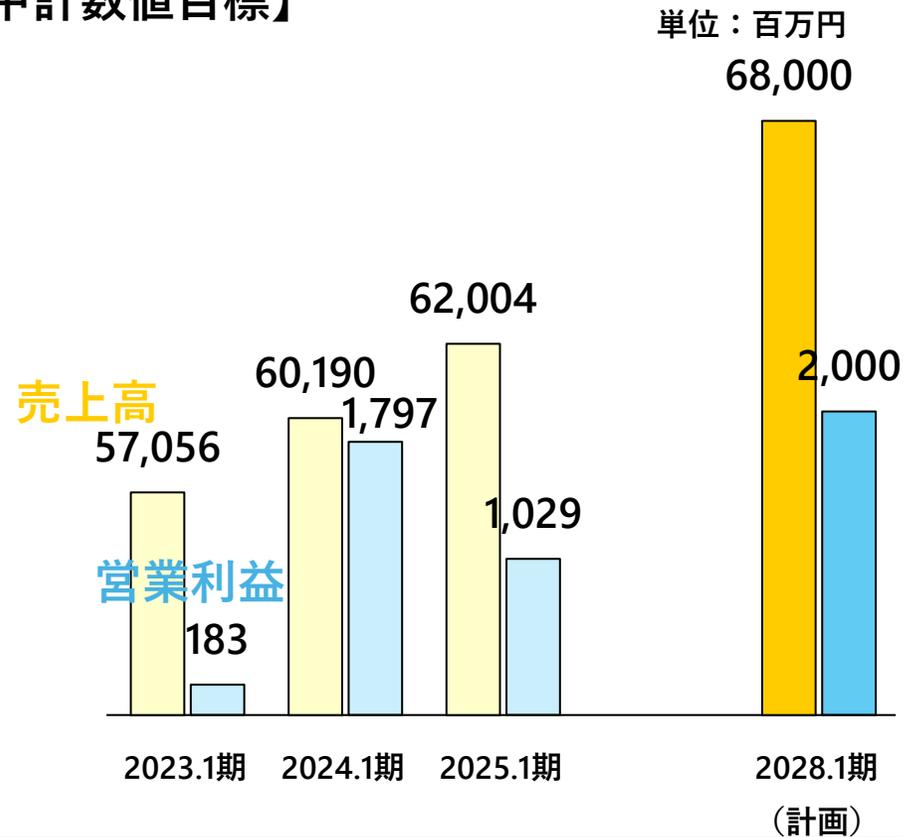


新中期経営計画 数値目標

Point

- ・売上高680億円、営業利益20億円、ROE9.0%以上を目指す
- ・アパレル卸売の収益性向上とライフスタイル卸売・小売の成長を目指す

【中計数値目標】



【中計目標売上高内訳】

単位：億円

	2025.1期	2028.1期	指標
アパレル卸売	465	490	専門店売上高330億円 メンズ売上高 30億円
ライフスタイル卸売	28	50	
小売	122	140	EC売上高 50億円
連結	620	680	

ROE	3.6%	14.8%	8.0%	～	9.0%
-----	------	-------	------	---	------

株主優待のご紹介

Point

1月末に100株以上を保有の株主様にオンラインストアクーポンを贈呈します

対象	オンラインストアクーポン	
	2年未満保有	2年以上継続保有
100株以上500株未満	3,000円分	5,000円
500株以上1000株未満	5,000円分	7,000円
1000株以上	10,000円分	12,000円



さらに…、旅行券30万円分が当たるチャンス！



特別優待を株主様の中から抽選で12名様に旅行券を贈呈

①100株以上を1年以上継続して保有する株主様から10名 ②100株以上を3年以上継続して保有する株主様から2名



会社概要

・社名の由来

「クロス」はCloth（衣服）と掛け算を、「プラス」はプラス志向と足し算を意味しています。



従業員数 (2026年1月31日現在)

705名

単体 595名



売上高 (2026年1月31日現在)

598億52百万円

単体 573億06百万円



設立

1953年4月



資本金 (2026年1月31日現在)

1,944百万円



▶ 企業情報

本社	名古屋市西区花の木三丁目9番13号
東京店	東京都中央区日本橋浜町3-3-2 トルナーレ日本橋浜町13F
代表者	山本 大寛
事業内容	衣料品・ライフスタイル雑貨の企画製造、 店舗等への卸売、EC・百貨店等での小売
連結子会社	(株)サードオフィス、(株)アイエスリンク、 客楽思普勒斯(上海)服飾整理有限公司、 (株)ディスカバリープラス、(株)スタイルプラス



▶ 沿革

1951年 8月	故名誉会長辻村重治が婦人ブラウス製造卸を目的に名古屋にて 櫻屋商店創業
1953年 4月	櫻屋商店を改組し櫻屋商事(株)を設立
1963年 12月	本社を名古屋市西区に移転
1978年 2月	現本社ビル完成
2001年 8月	商号をクロスプラス(株)に変更
2004年 4月	東京証券取引所、名古屋証券取引所に株式を上場
2018年 2月	(株)サードオフィスをグループ会社化
2023年 9月	(株)アイエスリンクをグループ会社化



クロスプラスのバリューチェーン

企画

企画スタッフ
200名以上の
高い企画力

年間2万品番を
生み出す企画力



生産

海外協力工場
9カ国60工場

年間5,000万枚を
作り出す生産力



物流

物流加工

全国2万店舗
への配荷



販売

アパレル卸売・
ライフスタイル卸売・
小売

幅広い販路と
多様なブランド・商品
(得意先350社)



03 クロスプラスの事業

アパレル卸売

専門店

- ・ロードサイド
- ・ファッションビル
- ・ショッピングセンター

量販店 (GMS)

- ・平場コーナー
- ・スポーツコーナー

無店舗

- ・カタログ販売
- ・TVショッピング
- ・インターネット通販

[特長]

- ▶ 企画から納品まで一貫して行うことで、サプライチェーンの最適化が可能。
- ▶ カットソー、ニット、ボトム、アウターなど幅広い商品供給。
- ▶ あらゆる世代・シーンを想定したトレンド提案力。



03 クロスプラスの事業

ライフスタイル卸売

〔特長〕

- ▶クロスプラスならではの発想力で、ありそうでなかったライフスタイル商品を企画・生産。
- ▶ドラッグストアやコンビニなど新規取引先を拡大。

ドラッグストア

バラエティショップ

コンビニ



■シーズン



■ヘルスケア



■ビューティー



■ファッション雑貨

03 クロスプラスの事業

小売

[特長]

▶ 企画から生産・販売まで自社の売場運営により、価格決定権を持てるビジネスを拡大。

量販店

- ・ブランドコーナー
- ・雑貨コーナー

百貨店

- ・インショップ

EC

- ・自社EC
(クロスプラスオンライン)
- ・他社モール
(大手ECモール)



■量販店ブランドコーナー



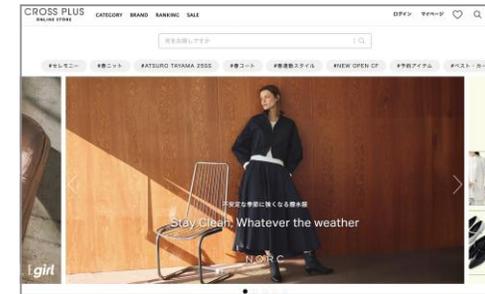
■量販店雑貨コーナー

DECOY
SINCE 1981

N.O.R.C
for/c



■百貨店インショップ



■EC(クロスプラスオンライン)



クロスプラスの生産・物流

海外9カ国、60工場

point

1 年間5,000万枚の生産力

point

2 国内物流センター
出荷能力2,000万枚



岐阜県海津市：クロスプラス中部センター

point

3 グループ会社 上海服飾整理での
物流加工

point

4 輸入金額年間2億ドルの
スケールメリットを活かした
生産・貿易の効率化





グループ会社

(株)スタイルプラス

アパレル卸売

アパレル製品の企画・
コンサルティング



GROUP
COMPANY

(株)ディスカバリープラス

その他

児童発達支援スクールの運営



(株)サードオフィス

アパレル卸売

メンズを主にに専門店のOEM・ODM



(株)アイエスリンク

ライフスタイル卸売

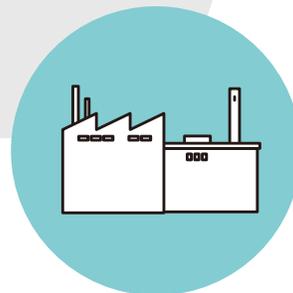
ビューティー関連商品の製造・
卸売・輸入販売



上海服飾整理有限公司

アパレル卸売

中国での自社商品の検品・検針・物流加工



06 サステナビリティ

Environment

環境に配慮するものづくり



環境配慮型素材の利用促進



環境にやさしい素材を積極的に使用し、流通する衣類における環境負荷を軽減します。

リサイクル・リユースの促進



再生原料・残反を利用した服づくりの活動を推進し、製品の原料をムダなく活用します。

資材・副資材の循環利用の促進



循環利用可能な資材・副資材を積極的に使用し、環境負荷を軽減します。

Social

暮らしと社会の懸け橋



自治体との地方創生、企業とのコラボレーション企画



企業や地域社会とのコラボ案件を推進し、環境配慮型素材や廃材の活用、互いの特色を活かした事業への取り組みなど、新たな社会価値を共創します。

工場の監査、トレーサビリティ管理



サプライチェーンにおける人権監査・環境監査の継続と、生産や流通の履歴を追える仕組みづくりを推進。安心・安全で透明性があり、人権侵害がない工場からの原材料・商品調達を行います。

People

一人一人が輝くワークライフ



ワークライフバランスの推進、QOLの向上



共働きや育児、介護など、あらゆるライフシーンに柔軟に対応した勤務体制の整備を進めます。

働きがいの向上、挑戦しやすい環境の整備



社員一人ひとりの個性を尊重し、個々の能力を思う存分に発揮できる環境を整え、仕事への挑戦意欲を高めます。

免責事項

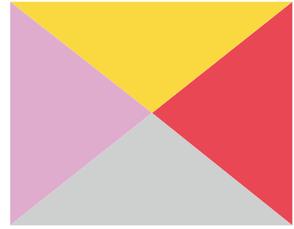
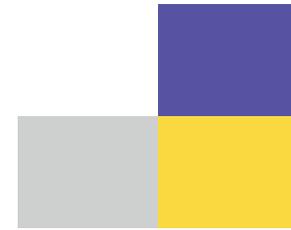
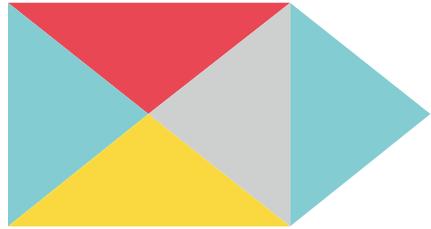
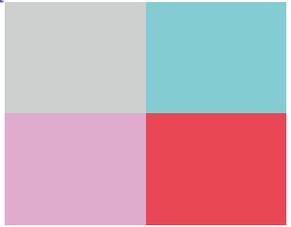
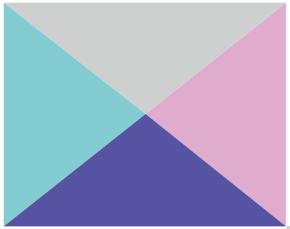
- 本資料は、当社が入手している情報に基づいて、当社が本資料の作成時点において行った予測等を基に記載されています。これらの記述は将来の業績を保証するものではなく、一定のリスクや不確実性を内包しております。従いまして、将来の実績が本資料に記載された見通しや予測と大きく異なる可能性があります。
- また、本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。投資に関する決定はご自身のご判断において行われるようお願いいたします。

お問い合わせ先

クロスプラス株式会社 経営企画部

TEL : 052-532-2211 (代表)

e-mail : ir-info@crossplus.co.jp



CROSS PLUS

Be Colorful, Be Happy!

