

Kuradashi

Impact Report 2026

2026.09.29 株式会社クラダシ

目次

A — WHY

なぜやるか

- Impact Reportとは
- トップメッセージ
- トップ対談
- CI刷新
- Mission & Vision

p.03～

B — FOCUS

挑む社会課題

- 価値創造ストーリー
- マテリアリティ
- B Corp

p.23～

C — ACTION

事業による解決

- Kuradashi Food
- Kuradashi Energy
- Kuradashi Estate

p.34～

D — GROWTH

広がる構造

- 価値連鎖モデル
- グループ経営体制

p.39～

E — TRUST

裏付けと信頼

- 事業外活動・共創
- 組織・人的資本
- ガバナンス
- 外部評価・沿革

p.42～

PART A

WHY

なぜやるか

社会課題解決を、ビジネスのメインストリームにする。それを体現するのがクラダシ。

Impact Reportとは

社会課題解決を、ビジネスのメインストリームにする。

名称変更の理由

これまで発行してきた「サステナビリティレポート」を、2026年より「Impact Report」として刷新します。社会・環境・経済の3つの価値を同時に生み出す「善いビジネス」の実践を、CSR的な取り組みの報告としてではなく、事業成長そのものと不可分なインパクトの記録として発信するためです。

CI刷新の背景

世の中に山積するさまざまな社会課題をビジネスの力で多角的に解決し、持続可能な社会を牽引する企業としての姿勢をより明確にするため、コーポレートアイデンティティ（ロゴ・カラー）を刷新しました。本レポートも新しいCIを反映し、グループ全体の歩みを一貫したビジュアルで伝えます。

トップメッセージ

「善いビジネス」を、日本のメインストリームに。

2023年6月のグロース市場上場、そして2024年7月の代表交代から2年。クラダシは、フードロス削減という一つの事業を、社会課題解決のための「型」へと磨き上げる時間を過ごしてきました。

2026年7月、私たちはこの型を面として広げるべく、グループ経営体制へ移行しました。祖業であるKuradashi Foodに加え、再生可能エネルギー領域のKuradashi Energy、空き家再生領域のKuradashi Estateという3つのカンパニーが並び立つ体制です。フードロス問題を起点に、電力ロス、空き家ロスなどの課題にステークホルダーと共創しながら向き合い、多角的に事業を展開しながら、社会にインパクトを生み出し続ける日本一のインパクト企業グループを目指します。

このレポートの名前を「Impact Report」に改めたのも、同じ理由からです。私たちが目指すのは、社会課題の解決を特別な活動としてではなく、事業成長のメインストリームに位置づけること。ビジョン「日本一のインパクト企業グループへ。」の実現に向けて、これからも一つひとつの事業でインパクトを積み重ねてまいります。



2026年9月29日
代表取締役社長CEO

河村 晃平

トップ対談

みんなにとって機能する経済へ ～クラダシ×B Market Builder Japanが語るB Corpの現在地～



株式会社クラダシ
代表取締役社長CEO
河村 晃平

B Market Builder Japan 共同代表
株式会社バリューブックス 代表取締役
鳥居 希様

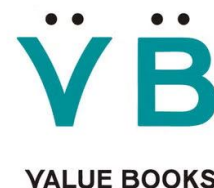
クラダシは再認証を完了し、B Corp認証企業として二度目の節目を迎えました。認証は取得した時点で完成するものではなく、そこから先の経営をどう変えていくかが問われます。今回は、日本のB Corpムーブメントを推進する一般社団法人B Market Builder Japanの共同代表であり、自らも認証企業である株式会社バリューブックスの代表取締役を務める鳥居希様をお迎えし、B Corpが目指す経済の姿と、社会性と収益性を両立させる意思決定について語り合いました。

B Market Builder Japan



日本のB Corpと共にムーブメントを主導し、「インクルーシブかつ公平で公正な経済」を目指すB Labの日本支部です。世界経済を変革していくグローバルコミュニティの一員である日本のB Corpとそのコミュニティが、世界とのつながりを強化するため、2024年3月より新チーム体制のもと活動しています。

バリューブックス



長野県上田市を拠点に、オンラインでの本の買取・販売を軸としたリユース事業を展開。そのほか、寄贈や実店舗など本の出口を複線化し、古紙に回る本を商品として循環させる「本だったノート」の展開や、寄付事業、出版社への利益還元にも取り組む。認証B Corp。

トップ対談

——「みんなにとって機能する経済」を目指して

河村：改めて、B Corpという認証そのものが今どのように変化しているのか、鳥居さんに伺いたいと思っていました。

鳥居：まさにそこは今、大きく動いているところですね。これまでは基準ごとの点数を積み上げて、一定点数以上を取れば認証、という仕組みでした。でも今後は「イヤー0・3・5年」という時間軸で、**継続的な改善を求める方式に変わります**。つまり、一度取って終わりではなく、企業が変わり続けることを前提にした制度になったということです。

河村：点数を取りに行く認証から、変わり続けるための認証へ。

鳥居：はい。B Lab自体も変わっていて、審査や認証の判断を独立した第三者機関に委ねる体制に移行しています。認証の独立性や信頼性を高めるためです。組織も、アムステルダムに本部を置き、各地域の主体性を保ちながら、より統合されたグローバルな体制へと再編されています。特定の国や地域に偏らない、よりグローバルなムーブメントにしていくための変化です。私たち自身も、組織やガバナンスを変えながら、掲げる理念を体現しようとしています。

河村：鳥居さんがB Corpという考え方に初めて出会ったのは、どんなタイミングだったのですか。

鳥居：自分たちの事業構想に合う指標や枠組みを探していたときに会いました。

鳥居：バリューブックスは私が入社する前から、そうとは気づかずにすでに認証B Corp企業のやり方を参考にしていたのです。だから理念を知ったとき、すっと腑に落ちる感覚がありました。

河村：B Corpが掲げる「**包括的で公平かつ再生的な経済**」という言葉は、具体的にはどういう状態を指すのでしょうか。

鳥居：一言でいうと、**経済活動がすべての人にとって機能している状態**、ということだと思います。自分の会社だけが利益を得るのではなく、取引先や従業員、地域社会といった周囲のステークホルダー全体に利益が行き渡る。そういう経済の姿を目指しているのです。



トップ対談

河村：「みんなにとって機能する経済」というわけですね。クラダシも、フードロス削減に取り組む中で、社会性・環境性・経済性のすべてを同時に追求する経営がすでにB Corpの理念と重なっていたことに気づきました。

鳥居：面白いのは、同じ理念でも、その実現の仕方に地域の文脈が現れていることです。経済システムそのものを変えていくという考え方はB Corpムーブメント全体に共通していますが、ラテンアメリカでは、他の地域で「B Lab」と呼ばれる組織を「Sistema B」と呼び、その思想を名前にも表しています。グローバルで同じビジョンを共有しながら、それぞれの地域の文脈に合った形で実践しているのです。

—— Impactは、利益の使い道ではなく生み方

河村：クラダシが向き合っているのは、フードロスという市場そのもの。賞味期限や規格、季節性など、既存の流通の基準に合わなくなっただけで、価値がなくなったわけではない商品はたくさんある。そこに新しい買い手、新しい売り方、新しい意味を与えることで、「1.5次流通」という新しい市場をつくってきました。**フードロス削減はあくまで結果で、重要なのは市場創造**だと考えています。

鳥居：すごくよく分かります。バリューブックスに毎日届く本も、すべてがそのまま店頭で並ぶわけではありません。既存の古本流通の物差しでは値が付きにくい本にも、寄贈や古紙再生という別の出口を用意することで、本という資源を循環させ続けています。

鳥居：私たちが向き合っているのは「捨てるか、生かすか」の二択ではなく、「**どんな新しい出口を設計できるか**」という問いなのですよ。

河村：よく社内で行っているのは、「**社会課題の解決が利益を生み、その利益を再び社会課題の解決に投資する**」という循環です。ビジネスの利益を大きくすることは、より広い社会的インパクトを生むための前提条件であって、短期的な利益追求と切り離して語るものじゃない。**社会課題解決→Growth→Profit→More Impactという循環を回し続けること**が、経営そのものだと考えています。クラダシでは社内カンパニー制を敷いていて、利益の責任は各事業会社のトップに分散させています。僕自身は、組織や人に関わる変革により多くの責任を持つ、という役割分担にしています。

鳥居：Impactを、利益を上げた後の“使い道”ではなく、**利益そのものの“生み方”**として捉えている、ということですね。バリューブックスも近い課題意識を持っています。私が代表に就任してからの目標のひとつが、ジェンダーギャップの解消です。数値目標だけでなく、組織の中で多様な声が上がりやすい環境をつくることに力を入れています。役員会も以前は構成メンバーの視点が似通っていたのですが、倉庫のリーダーやデザイナーなど異なる立場のメンバーが入ったことで、それまでとは違う視点が持ち込まれ、合意形成にも適度な緊張感が生まれるようになりました。就任後、女性だけでなく男性も含めて、これまで声を上げにくかった人たちが動き出してきた実感があって、この変化を起こし続けることが今の課題ですね。

トップ対談



河村：利益の議論だけに偏らず、人や社会への責任にフォーカスした意思決定をする。それでいて結果的に業績は伸びている、というのはクラダシも同じです。また、「スピード」も重要だと思っています。10年かけてやることと、1年でやることでは、生み出される価値の強度が全然違う。B Corpも、継続的な改善が前提にある以上、ゆっくり取り組めばいいというものではなくて、スマートに実行することが求められると思っています。

鳥居：バリューブックスでは、その象徴として埼玉に新しく倉庫を立ち上げています。ロボットによるピッキングなど自動化を大きく進めているのですが、目的は省人化そのものではありません。自動化によって既存スタッフの雇用を失わせるのではなく、効率化によって生まれた時間を、これまでやりたくてもできなかった、より価値を生み出す仕事に使っていく。いわゆる「公正な移行（Just Transition）」を、規模の大きな投資と同時に進めています。

河村：生産性を上げることと、人を大事にすることを両立させる。まさにそこが経営の腕の見せどころですね。

——B Corpは、取得して終わる認証ではなく経営OSである

河村：B Corpは、社会運動としての顔と、経営の実務としての顔の両方が求められますよね。政治的な逆風がある局面でも、方針を貫くべきなのか、悩ましい場面もあるのではないのでしょうか。

鳥居：今年4月にアメリカのB Corpの集まりに参加した際にも、まさにそうした議論がありました。法律で求められている以上のことについて、政治的な圧力があっても、自分たちが大切にしてきた理念を貫く。それが長期的には経済的なリスクを抑えることにもつながる、という話が印象に残っています。

河村：短期的な逆風より、長期の一貫性を取る、と。

鳥居：はい。面白い話があって、B Corpの共同創業者の一人、アンドリュー・カッソイは、かつて日本でビジネスをしていた経験があり、それが後のB Corpの理念形成にも影響したと、彼への取材に同席した際に聞いたことがあります。

トップ対談

鳥居：日本的な経営の考え方が、巡り巡って世界的なムーブメントの根っこに流れている。日本で認証企業をやっている身としては、嬉しい話ですね。

河村：面白いですね。ムーブメントの中には、成長そのものへの考え方の違いもあるのでしょうか。

鳥居：ありますね。大量消費を見直して質の高い成長を目指す考え方もあれば、脱成長を支持する考え方もある。B Corpはどちらか一方を正解とするのではなく、多様な意見を受け止める「大きなテント」のようなものだと思います。

河村：多様性という意味では、経営の意思決定の場でも同じことが言えそうですね。

鳥居：そうですね。最高意思決定を行う場にジェンダーや多様な背景を持つ人が関わることは、画一的な基準ではなく、包括的な視点から物事を設計するためにもとても重要だと思っています。B Corpは「認証を取って完了」という静的なゴールではなく、意思決定、KPI、ガバナンス、組織、そして資本市場との対話を絶えず更新し続けるための共通言語ですね。

河村：まさに、クラダシが再認証というタイミングで考えていたこととも重なります。認証はスタートラインであって、そこから先の経営をどう変えていくかが問われる。

河村：今日話した「みんなにとって機能する経済」の話も、1.5次流通の話も、Impactの循環の話も、すべてはその「経営OS」を実装していくプロセスの一部なんだと、改めて感じました。

既存の流通で価値がないとされたものに、新しい市場と出口をつくり続け、その循環を、利益の生み方そのものとして経営に組み込む。インパクトレポートを通じてユーザーや投資家など、あらゆるステークホルダーとの対話をこれからも続けていきたいです。今日はありがとうございました。

鳥居：こちらこそ、ありがとうございました。



コーポレートアイデンティティ刷新

クラダシは創業以来、ミッションに「ソーシャルグッドカンパニーでありつづける」を掲げ、社会性・環境性・経済性を同時に満たす「ソーシャルグッド」なビジネスを追求し、フードロス削減を軸に、ビジネスを通じて社会課題の解決に取り組んでまいりました。

社会のスピードや価値観が大きく変化するなかで、私たちが向き合うべき課題は、もはや食の領域に留まりません。2024年に策定した3カ年の中期経営計画では、「フードロス削減のインフラに」をテーマに、「既存事業の深化」と「新規事業の探索」を掲げ、フードサプライチェーンの上流から課題を解決する「物流事業」への展開、政府が推進する再生可能エネルギー普及に呼応した「系統用蓄電池事業」への参入などを進めてまいりました。

現在、食やエネルギーをはじめとするさまざまな分野で、社会全体に共通する「資源の不均衡」という本質的な課題が顕在化しています。

Mission ソーシャルグッドカンパニー でありつづける

もったいないを価値へ〜凸と凹をマッチングすることで世界を豊かにする。世の中に山積する社会課題解決を目的に設立したソーシャルグッドカンパニー。社会性、環境性、経済性に優れた活動をしていきます。

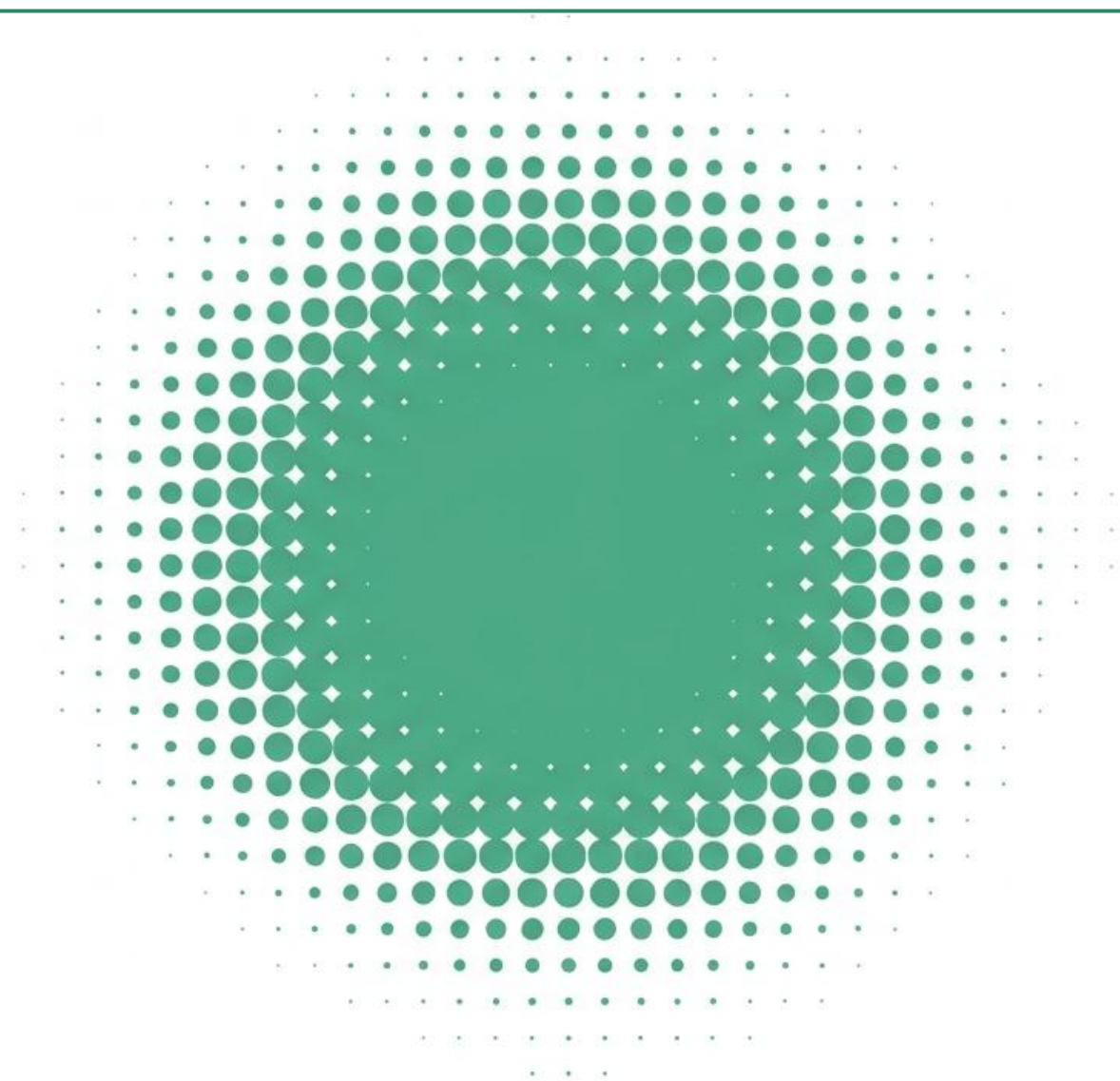
Vision 日本で最もフードロスを 削減する会社

国内消費食料の約6割を輸入しているにも関わらず、世界有数のフードロス大国である日本は、「3分の1ルール」などの商慣習のために、その多くを無駄にしています。私たちクラダシは1.5次流通革命を通じて、日本のフードロスを削減します。

Social goodから Social growthへ

このたび、世の中に山積するさまざまな社会課題をビジネスの力で多角的に解決し、持続可能な社会を牽引する企業としての姿勢をより明確にするため、コーポレートアイデンティティを刷新いたしました。

これまでの「点（Social good）」としての善いビジネスを、社会全体へインパクトを与える「面（Social growth）」へと昇華させ、新たなアイデンティティとともに、クラダシは「日本一のインパクト企業グループ」を目指し、より良い社会の実現に向けた歩みを加速させてまいります。



Social growthとは



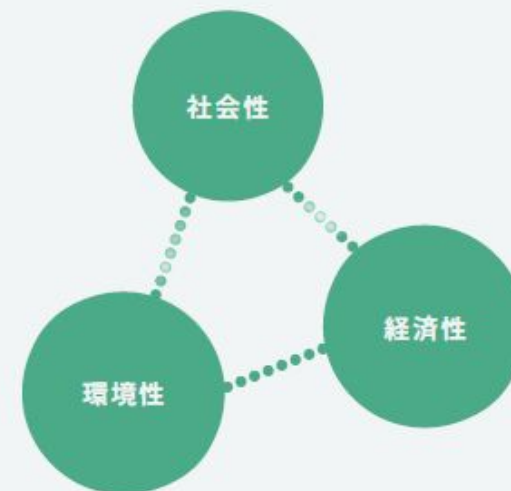
点を面へ
広げていく。

ひとつのGoodを広げ、育て、
大きな実りにしていく発想。



社会課題に
みんなで挑む。

仲間をつくり、協力しながら
ひとりの限界を超えていく姿勢。



1つが欠けると
続かない。

社会性・環境性・経済性。
全てを高い水準で満たしていく信念。

MISSION / VISION

新たなミッション・ビジョンには、変化を恐れず、未来に豊かな実りをもたらすという強い決意を込めています。

MISSION

存在意義

善いビジネスで未来に実りを。

Good Business. Grows Tomorrow.

私たちの使命は、善いビジネスをつくり、育てつづけること。
仲間を増やし、経済圏を広げながら、より明るい未来をともに切り開いていく。
新たなビジネスの可能性の“種”を蒔き、社会・環境・経済へ確かなインパクトを
もたらすことで、実り豊かな未来を実現してまいります。

VISION

目指す姿

日本一のインパクト企業グループへ。

The Group for Impact.

私たちは、“善いビジネス”が生み出す価値で、日本一を目指します。
課題が生まれたときに、「クラダシならできる」と思ってもらえる実行力。
志をともにしたくなる揺るぎない信頼。
地域や行政、生活者にとって“なくてはならない”インフラのような安定感。
善いビジネスをつくりつづけ、社会・環境・経済の三つの領域で真に必要とされる、
インパクト企業グループへと成長していきます。

ロゴデザインに込めた想い

新しいロゴデザインには、未来に向けて力強く成長する意思が込められています。

「Growth seeds」

新コーポレートロゴ「Kuradashi」には、実りある未来へ伸びていく2つのタネ、「Growth seeds」をあしらいました。これらはそれぞれ、公益性を象徴する「impact」と、経済性を象徴する「return」を意味しています。社会的なインパクトと事業としての利益を高い水準で両立させながら、持続的に成長（Growth）させていくという私たちの強い姿勢を表現しています。



Growth seedsフレームワーク

読み解く2つの軸

社会にも事業にも、確かな実りを。

フードロス削減量

基金の支援実績

会員・パートナー拡大

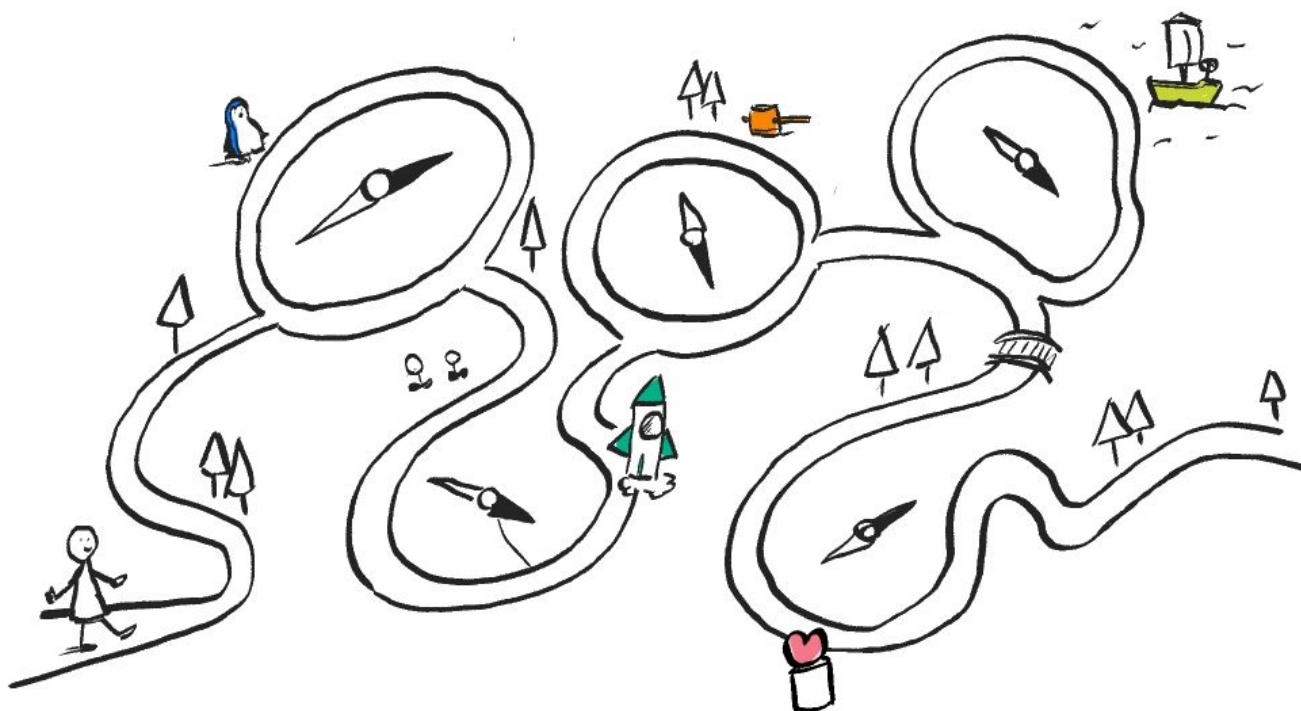


GMV・売上高の成長

営業利益の推移

新規事業の収益化

5つのバリュー・Growth Compass



Dive in 前例をつくろう

Speed Speed Speed 早く 速く 疾く

Leverage 核心に迫ろう

Ownership 未来を自分ごとに

Fun for All 明るく 楽しく 元気よく

Dive in 前例をつくろう

前例のない領域にも臆せず踏み出し、失敗を恐れず大胆に挑戦し続ける。その熱量こそが、クラダシの"未来をつくる力"です。

The Wall



前例にすぎり、変化を止める。
挑戦を阻む、内なるブレーキ。

The Move



常識を疑い、機会を創る。
一步の波紋が周囲を動かし、
未知を拓く。

New Standard

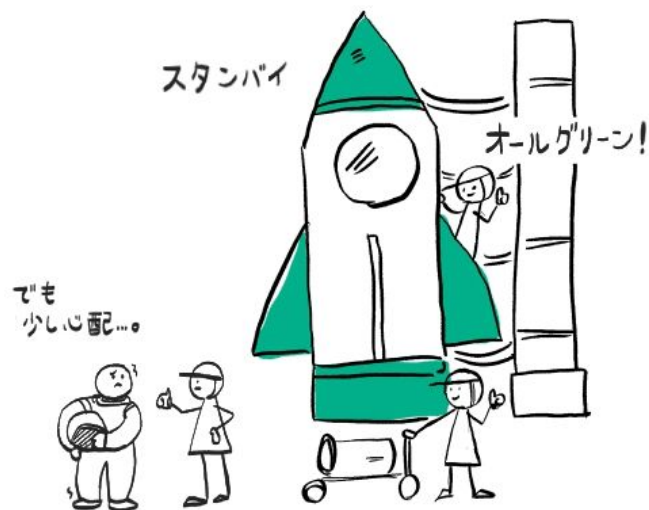


道なき道が「公道」へ。
塗り替わる、当たり前の世界。

Speed Speed Speed 早く 速く 疾く

意思決定・実装・改善を、誰よりも速く、そして質高く。スピードと精度の両立が、クラダシの競争力とブランドを育てます。

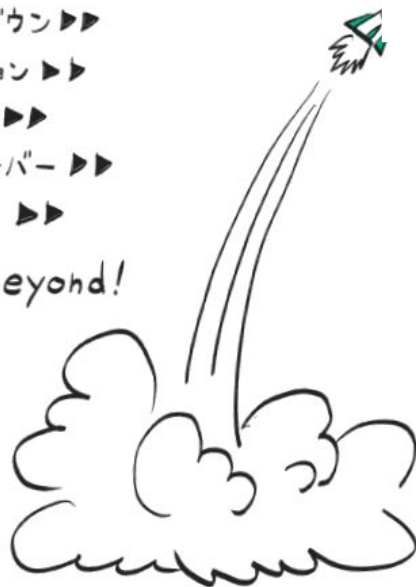
The Wall



完璧を求め、足を止める。
好機を逃す、過剰な慎重さ。

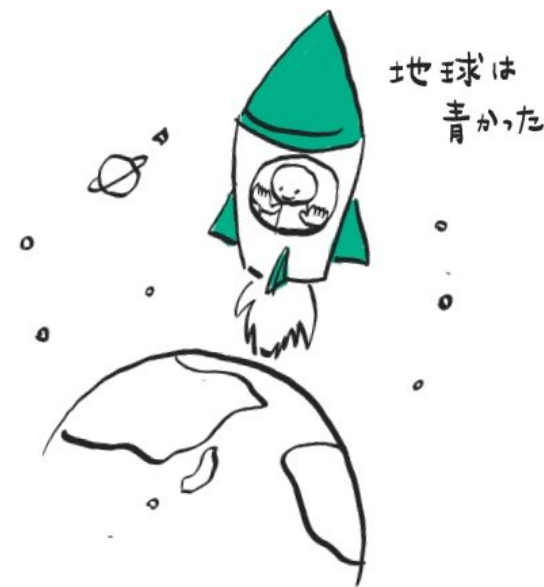
The Move

カウントダウン ▶▶
イグニッション ▶▶
リフトオフ ▶▶
ピッチオーバー ▶▶
MaxQ ▶▶
and Beyond!



走りながら、磨き上げる。
最速の改善が、確かな信頼を築く。

New Standard

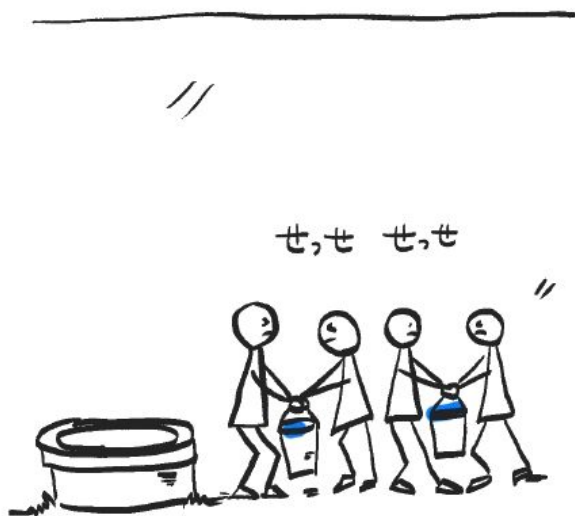


加速の先に、辿り着く。
はやさが拓く、未踏の景色。

Leverage 核心に迫ろう

本質的な価値の核心を見極め、そこに力を集中する。限られたリソースでも圧倒的な成果を生む力が、クラダシの成長の源泉です。

The Wall



多忙に逃げ、目的を欠く。
思考を止める、手数への依存。

The Move



核心を問い、支点を定める。
最小の力で、最大の変化を生む。

New Standard



優れた仕組みが、自走する。
社会を支える、持続的な循環。

Ownership 未来を自分ごとに

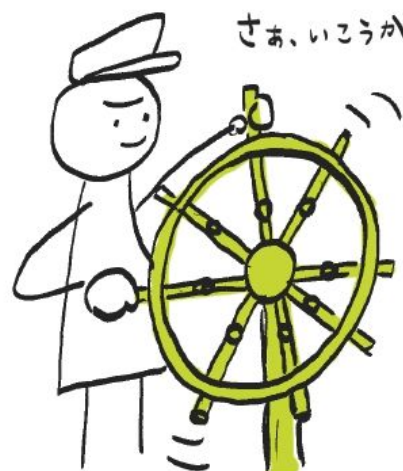
自分が動けば社会は変わる。一人ひとりが社会・顧客・仲間を"自分ごと"として捉え行動することが、大きなインパクトを生みます。

The Wall



役割を壁にし、傍観する。
熱量を奪う、他人事の境界。

The Move



自らが、変化の起点となる。
役割を超え、周囲を巻き込む。

New Standard



自律した個が連動する。
全員が主役の、未来の開拓。

Fun for All 明るく 楽しく 元気よく

違いを受け入れ、支え合い、困難もワクワクで乗り越える。事業と未来への本気の"愛"が、明るく元気な文化を育みます。

The Wall



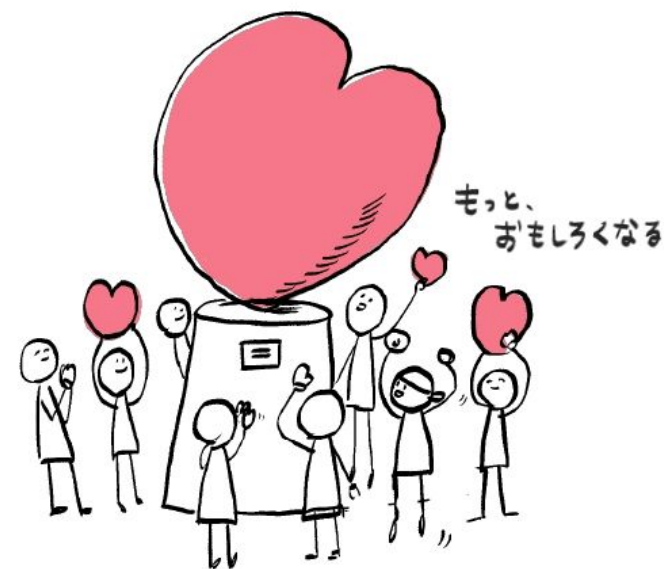
忖度に淀む、表面的な調和。
心を削る、正しさの悲壮。

The Move



異才を尊重し、最適解を問う。
前向きなスタンスを、波及させる。

New Standard



響き合う高揚が、連鎖する。
共創が塗り替える、世界の景色。

PART B

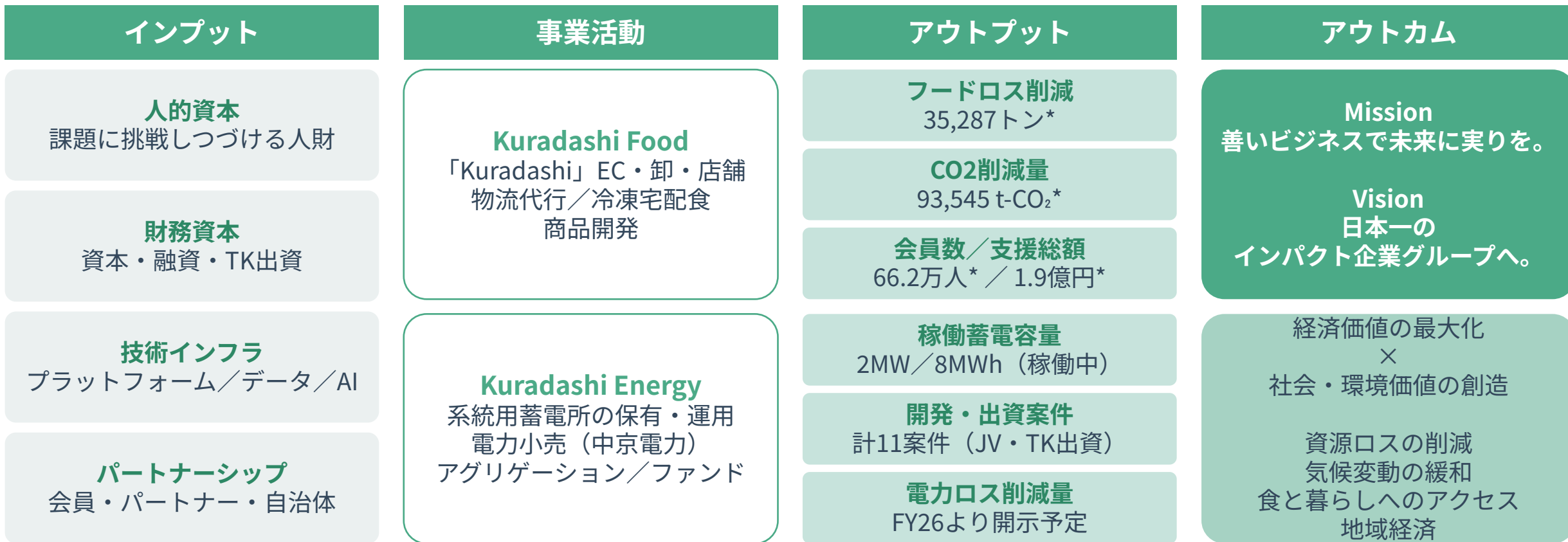
FOCUS

挑む社会課題

5つのマテリアリティは、B Corp新基準と連動して見直しています。

価値創造ストーリー

2つの事業が生む価値を、インプットからアウトカムまで1本の線で示します



Value Dive in 前例をつくろう／Speed Speed Speed 早く 速く 疾く／Leverage 核心に迫ろう
 Ownership 未来を自分ごとに／Fun for All 明るく 楽しく 元気よく × 5つのマテリアリティ

*2026年6月30日時点（累計）

マテリアリティ改定（2023年3月決議からの変更点）

テーマ数は5つのまま。分類の単位を「対象物」から「機能」へ変え、上位概念を新設。

（上位概念なし）

Before | 2023年3月決議

対象物（フードロス）で分類

01 フードロスの削減

02 気候変動への対応

03 地域社会の活性化

04 人材と組織

05 ガバナンスと透明性



新設

上位概念 もったいないを価値へ

After | 2026年9月17日決議（改定）

機能（もったいないの価値転換）で分類

01 資源ロスの削減（食品ロス／電力ロス）

名称変更

02 気候変動への対応

変更なし

03 食と暮らし、地域を支える

名称変更

04 人材と組織

変更なし

05 ガバナンスと透明性

変更なし

改定の理由

FY26計画では、フードロス削減を直接の目的とする事業は連結売上の約3割。残る約7割が現行テーマに紐づかない。

変えないもの

テーマ数は5つのまま。フードロスは01の筆頭サブテーマとして維持（降ろすのではなく、置く場所を変える）。

測定・開示の範囲

Food／Energyの2事業。Estateは対象外（FY26計画0・セグメント開示なし）。電力ロス削減量はFY26より開示。

※ Beforeのテーマ名は直近開示（成長可能性資料・サステナビリティレポート）での表記。

2023年3月決議時の原表記は「①ソーシャルグッドな世界の実現／②フードロス削減・環境への貢献／③おいしい食へのアクセスの向上／

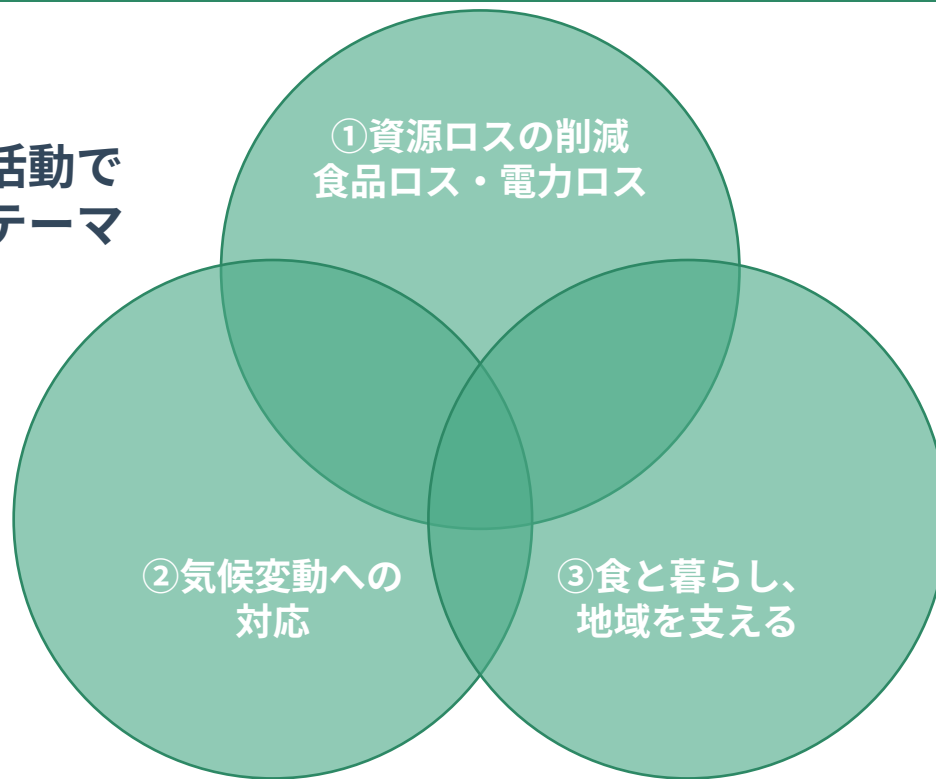
④企業と人が共に成長できる場所／⑤コーポレートガバナンスの強化」。

サステナビリティ重点取り組み（マテリアリティ）

上位概念のもと、事業で取り組む3テーマと、それを支える2テーマを特定しています

もったいないを価値へ——社会に滞留する未活用資源を、事業として再流通させる

事業・企業活動で
取り組むテーマ



価値創造の
原動力・競争力

④人材と組織

価値創造を
支える基盤

⑤ガバナンスと透明性

マテリアリティの特定プロセス

01

課題項目の洗い出し

SASB・GRI・ISO26000・SDGs等の国際的な指標を参照し、Food／Energy双方に関連性の高い課題を抽出

02

重要課題の把握・整理

株主・投資家など外部ステークホルダーとの議論と、グループ全社の従業員へのヒアリングを通じて優先順位付け

03

課題と取り組みの特定

ミッション・ビジョンおよび経営戦略との相関性を評価し、優先的に取り組むテーマを特定

04

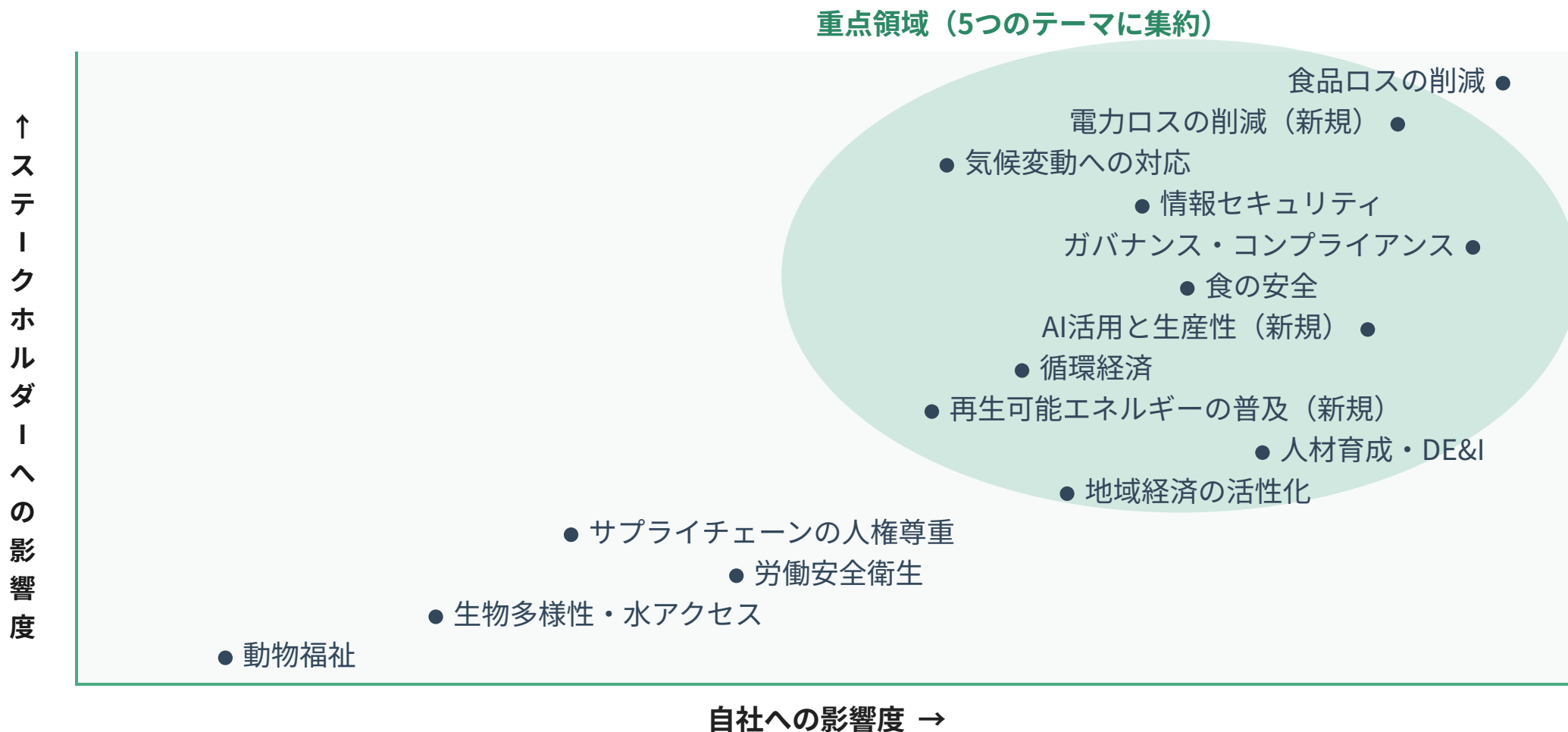
取締役会での決議・見直し

取締役会の決議を経て重要課題を特定。事業構成の変化に応じて定期的に見直します



抽出された課題と整理

重点領域の課題を5つのテーマに集約しています（新規＝今回新たに特定した課題）



事業・企業活動で取り組むテーマの取り組み・指標

① 資源ロスの削減

取り組みの内容

- ・食品ロスの削減
(EC・卸・店舗・物流・商品開発)
- ・電力ロスの削減
(系統用蓄電所・電力小売)

KPI／指標

- ・フードロス削減量／電力ロス削減量
- ・パートナー企業数／取扱数量／
経済効果

関連SDGs



② 気候変動への対応

取り組みの内容

- ・回避排出の最大化
(食品ロス・電力ロス)
- ・自社の環境負荷の低減
(Scope 1・2の算定)

KPI／指標

- ・CO2削減貢献量
- ・CO2排出量／エネルギー使用量

関連SDGs



③ 食と暮らし、地域を支える

取り組みの内容

- ・健康・制限食へのアクセス
(冷凍宅配食・Post Chef)
- ・地域経済への還元とフードバンク／
こども食堂への支援

KPI／指標

- ・提供食数／会員数／出品企業数
- ・自治体との連携協定件数／
クラダシ基金の活動

関連SDGs



価値創造を支える基盤の取り組み・指標

④ 人材と組織

取り組みの内容

- ・ 多様な人材が活躍しつづけられる環境づくり
↳ DE&I・Well-being
- ・ AXの推進
↳ AIを前提とした業務設計、人にしかできない仕事への移行

KPI／指標

- ・ 一人当たり売上高／AI活用率
- ・ 女性比率／男女間賃金差異／育休取得率／eNPS

関連SDGs



⑤ ガバナンスと透明性

取り組みの内容

- ・ B Corp基準に沿った運営（新基準 Year 0/3/5）
- ・ 情報セキュリティ／食の安全／AI利用のガバナンス

KPI／指標

- ・ リスク管理体制／B Corpスコア
- ・ AI利用ガイドラインの整備／算定方法の開示

関連SDGs



マテリアリティに対する実績（インパクト指標）



テーマ	KPI／指標	2025年6月期	2026年6月期	増減
①	電力ロス削減量	—	FY26より開示	新規
③	出品企業数	2,100社	2,200社	+100社
①③	支援金額（累計）	1.6億円	1.9億円	+0.3億円

※④人材と組織、⑤ガバナンスと透明性の指標は、グループ各社の集計方法を統一のうえ確定値を開示します。
算定方法・対象範囲はP32の注記をご参照ください。

注記（インパクト指標の算定方法と対象範囲）

本資料に記載の指標について、対象範囲・算定の前提・将来情報の取扱いを以下に記載します

対象範囲

- ・本資料に記載のインパクト指標は、株式会社クラダシおよび連結子会社を対象としています。
- ・測定・開示の対象は Kuradashi Food／Kuradashi Energy の2事業です。
Kuradashi Estate は、セグメント情報を開示していないため対象に含めていません。
- ・電力ロス削減量および事業別のCO2削減量は、算定方法と対象範囲（自社保有・ジョイントベンチャー・匿名組合出資の持分の取扱い）を確定のうえ、FY26より開示する予定です。

算定の前提

- ・フードロス削減量は、当社を通じて流通しなかった場合に廃棄されたと想定される食品の重量に基づき算定しています。
- ・CO2削減量は、上記の削減量に公的機関が公表する原単位を適用して算定した「削減貢献量」であり、当社グループ自身の排出量（Scope 1・2・3）とは別の概念です。両者を合算していません。
- ・経済効果は、消費者の購入価格差およびパートナー企業の廃棄コスト削減額等に基づく当社試算です。
- ・記載の数値は2026年6月30日時点の累計値です（一部、2025年6月期との比較を併記しています）。

将来情報に関する注意事項

- ・本資料に記載の将来に関する記述は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づく当社の判断および仮定によるものであり、実際の結果は様々な要因により異なる可能性があります。

株式会社クラダシ（東京証券取引所グロース市場：5884） ※FYnn=20nn年7月～翌年6月（当社は6月決算）

B Corp認証

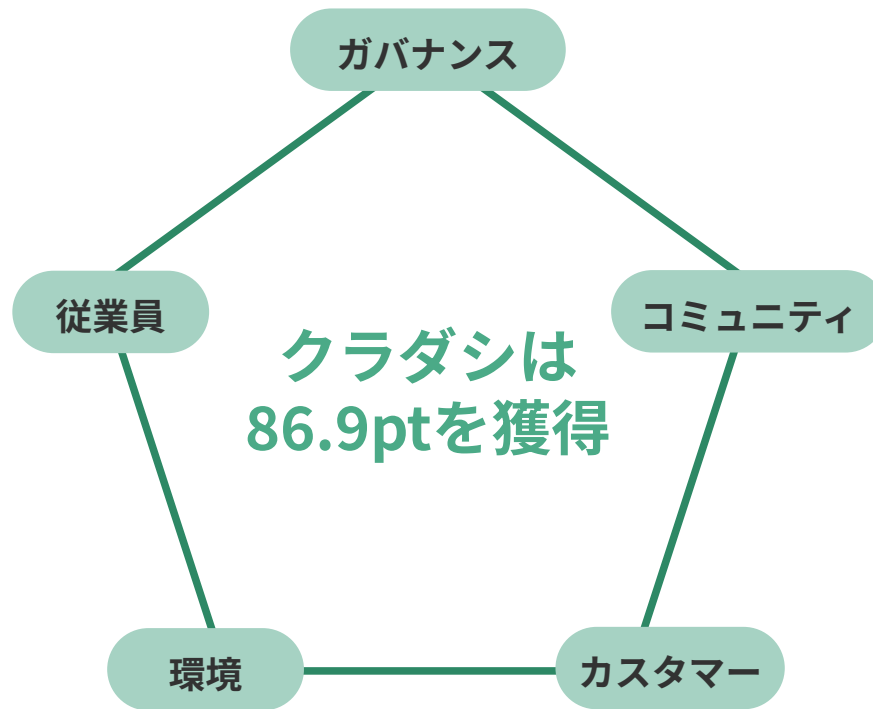
クラダシは、2022年6月に公益性の高い
「良い」企業への認証であるB Corp認証を取得
そして、2026年6月には再認証



B Corp認証とは

「B Corporation」の略称で、米国ペンシルベニア州に拠点を置く非営利団体B Lab（Bラボ）が運営する、社会や環境に配慮した公益性の高い企業に対する国際的な認証制度です。ガバナンス、従業員、コミュニティ、環境、カスタマーの5つの分野から構成される評価を受けることが認証条件となっています。株主に限らない、すべてのステークホルダーに対する利益へのコミットメントが求められます。

B Corporation : <https://www.bcorporation.net/>



PART C

ACTION

事業による解決

フードロス・電力ロス・空き家ロス——見えなかった「ロス」を「価値」に変える。
Kuradashi Food・Energy・Estateそれぞれの事業が、社会課題をどう解き、何を生んだか。

クラダシのビジネスモデル

3つの「よし」を、同時に実現



Kuradashi Food

フードロス削減の大きな輪をつくる。

日本のフードロスをもっと削減し、最適化する仕組みをつくれないうか。

そのために私たちはより濃く関わっていく。食品の開発・生産・販売・流通・食シーン。

食にまつわるあらゆる企業の課題解決を通じてフードロス削減が循環する善い食産業をつくっていく。



Kuradashi Energy

未来を動かす電力。

電力の「もったいない」を削減し、もっと最適化できないか。そのために私たちは動きだす。
再生可能エネルギーに宿る可能性を模索する。時を超えて未来を動かす善いエネルギー産業をつくっていく。



Kuradashi Estate

「古い」から、新しい。

住まいの「もったいない」を削減し、もっと最適化できないか。そのために私たちは可能性を探りにいく。
空き家に宿る意味を見つめ直す。人と地域を紡ぎ、未来を編む善い不動産産業をつくっていく。



PART D

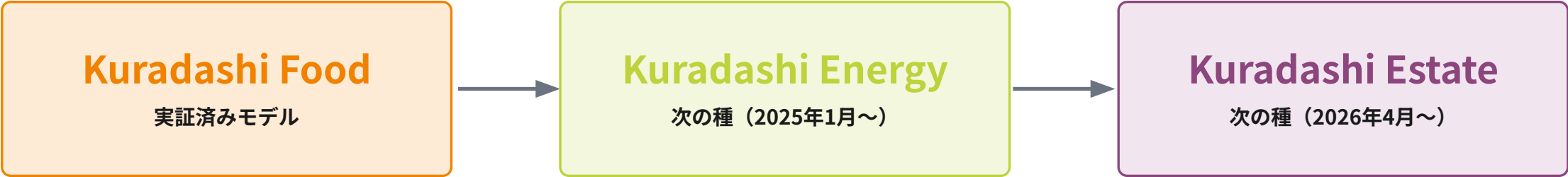
GROWTH

広がる構造

Foodで実証した「善いビジネスの型」が、Energy・Estateへと横展開されていく構造。

価値連鎖モデル

Kuradashi Foodで実証した「善いビジネスの型」は、フードロスという特定の社会課題だけに閉じたものではありません。クラダシグループは、この型を電力ロス（Energy）・空き家ロス（Estate）という新しい社会課題へ横展開することで、「点」の事業から「面」で社会課題を解決するグループへと構造を広げています。



	構造的なロス	プラットフォーム機能	収益化の仕組み	インパクト指標
Kuradashi Food	食品の需給ミスマッチ（フードロス）	ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」	商品販売・広告・物流代行収益	フードロス削減量・CO2削減量
Kuradashi Energy	電力の需給ミスマッチ（電力ロス）	発電・蓄電アセットのアグリゲーション	電力販売・アセットマネジメント収益	未活用電力の活用量（試算）
Kuradashi Estate	住宅の需給ミスマッチ（空き家ロス）	空き家の再生・流通プラットフォーム	売買・賃貸・ファンド収益	空き家再生戸数（めざす姿）

グループ経営体制

2026年8月時点

株式会社クラダシ
東証グロース：5884

Kuradashi Food Company

CEO 徳山 | 直接出資の子会社で運営

株式会社クロスエッジ
Dr.つるかめキッチン | 100%

株式会社L'ATELIER de SHIORI
オンライン料理教室 | 100%

株式会社中村商事
酒類・飲料小売 | 100%

株式会社みとわ
ギフト企画・製造 | 70%

Kuradashi Energy Company

CEO 山口 | 蓄電池・電力小売

株式会社中京電力
電力小売 | 100%

クラダシ・インベストメント
合同会社／合併 | 匿名組合出資 51%

クラダシ・インベストメント2号
合同会社／合併 | 匿名組合出資 50%

Kuradashi Estate Company

管轄 CEO直下 | FY26 新規事業

株式会社Nestia
空き家リパーパス | 51%

出資形態の凡例

—— 直接出資（株式取得）

- - - TK出資（匿名組合出資）

各カードの左の線が出資形態を示す

PART E

TRUST

裏付けと信頼

ネガティブインパクトの開示から、組織・ガバナンスまで。本編を支える情報を、正直に。

環境

フードロス削減・環境への貢献

クラダシは創立以来、サプライチェーンで発生する資源ロスの削減という、地球上の貴重な資源・梱包資材の有効活用や廃棄物の削減に寄与してきました。特にフードロスの削減は、食品を生産・製造する過程及び廃棄による温室効果ガスの排出を低減し、気候変動への対応をはじめとした環境課題の解決にもつながっています。

ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」というサーキュラー型ビジネスを成長させ、価値を拡大することによって、今後もより一層、地球環境に貢献していくことを目指します。

また、同時に、クラダシの事業は、紙などの資材やエネルギーを消費します。効率的なオペレーションなど、環境に配慮した事業・仕組みをデザインし、クラダシの事業活動によって発生する環境負荷の低減に努めます。

クラダシのサービスによる環境への効果

まだ消費可能であるにもかかわらず従来廃棄されていた商品の販売を通じて、フードロス削減とCO2削減に貢献します。

フードロス削減量



35,287 トン

CO2削減量



93,545 t-CO2

※2026年6月30日時点 累計

環境効果の算出について

クラダシは、2022年に環境省から委託を受けたみずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社と連携し、「デジタル技術を活用した脱炭素型2Rビジネスの効果実証」を実施。Kuradashiによるフードロス削減と温室効果ガス排出削減の効果検証を行いました。その結果に基づいて、四半期毎に削減量数値を算出・更新しています。

環境

環境負荷の低減

フードロス削減という環境へのポジティブなインパクトを最大化していくだけではなく、事業活動が環境に悪影響を与えることのないようにしなければならないと考えています。自社の事業による環境負荷の低減に向け、まずは自社の環境負荷を把握するところから始めています。環境負荷の低減に向けて、省エネルギー・資源の効率的な使用、排出物の削減、リサイクル・リユースなど、環境に配慮した活動を積極的に推進します。

また、環境配慮の前提として、環境に関する法令・規制を遵守し、社会的責任を果たします。

	2024年 6月期	2025年 6月期	2026年 6月期
Scope1 (kg-CO2)	0	0	0
Scope2 (kg-CO2)	15,662	16,949	18,267
Scope1,2 合計	15,662	16,949	18,267
電気使用量(kwh)	39,351	41,541	43,700

オフィスでの取り組み

オフィスでも省エネルギーや紙などの資源の有効活用、ゴミの削減に取り組んでいます。空調の管理や使用していない電気・電源はオフにするよう呼びかけ、オフィスルールにも組み込んでいます。紙資源の使用削減や管理のため、契約書などの書類についても、原則電子締結とし、ペーパーレス化を進めています。

一方で、2026年6月期のオフィスでの電気使用量は43,700kWhとなり、人員増加に伴って前期から増加しました。今後も従業員1人あたりの使用量の把握などを通じて使用状況を管理し、削減に取り組んでいきます。

また、プラスチックゴミ削減のため、メンバーにも、マイボトルの持参を推奨しています。気軽に楽しみながら、環境に配慮したオフィスでの活動ができるよう促進しています。

 **Slackbot** 19:00
リマインダー：エコオフィスPJT 
デスクや会議室の使わない電気・電源タップのスイッチはOFFにして帰ろう！身の回りがOFFになっているかの目配り・気配りもよろしくお願いします！

地方自治体との連携・地方拠点活動

日本国内のフードロス削減を下支えし、推進する33の自治体と連携協定を締結。2019年に制定された「食品ロス削減推進法」に基づく各自治体の出口戦略を担うとともに、クラdashiチャレンジなどを通じ、関係人口拡大や地域活性化といった地域の課題解決も支援しています。

【連携協定締結自治体】

茨城県	愛媛県松山市
新潟県	愛媛県八幡浜市
大阪府	愛媛県宇和島市
香川県	愛媛県伊予市
鹿児島県	鹿児島県西之表市
東京都大田区	沖縄県石垣市
北海道三笠市	北海道仁木町
群馬県富岡市	青森県南部町
千葉県千葉市	三重県御浜町
神奈川県横浜市	京都府京丹波町
新潟県新潟市	和歌山県すさみ町
長野県松本市	香川県小豆島町
静岡県静岡市	愛媛県上島町
京都府京丹後市	高知県北川村
大阪府茨木市	鹿児島県喜界町
大阪府豊中市	鹿児島県和泊町
徳島県徳島市	

【パートナー・認定企業】

埼玉県さいたま市
東京都品川区
愛知県豊田市

【連携協定締結商工会議所】

東京商工会議所
大垣商工会議所



Kuradashiの支援先

Kuradashiでお買い物する際に、自分が応援したい社会貢献活動団体を選んで、購入金額の一部を寄付することができます。環境保護や海外支援、動物保護、災害支援など、さまざまな活動を行う支援先があり、**SDGs17のゴール**を横断してカバーしています。ユーザーが関心のある社会課題の解決に取り組む団体を支援することで、社会貢献の輪が広がります。

支援先団体（2026年6月30日時点）



環境保護



日本自然保護協会



公益社団法人
国土緑化推進機構



飢餓・貧困



World Food
Programme



こころを守る、身体を守る
Good Neighbors
Japan



社会福祉



Paralym Art®



ブルーシー・アンド・グリーンランド株式会社



災害対策



ピースボート
災害支援センター



動物保護



Lifeboat
for the abandoned Dogs and Cats.



医療



日本児童ボランティア協会



認定NPO法人
レッツ症候群支援機構



クラダシ基金

Kuradashi

<https://kuradashi.jp/pages/support>

クラdash基金

クラdash基金とは、クラdash自らが社会貢献活動を行うためにつくられた基金です。
地方創生事業・フードバンク支援事業・食のサステナビリティ研究会・教育事業の社会貢献活動に充てられます。



地方創生



フードバンク支援



食のサステナビリティ研究会



SDGs教育

クラダシ基金

地方創生「クラダシチャレンジ」



フードロス問題や地方創生に興味関心のある学生が日本全国の地域を訪れ、作業支援や現地での交流を通して一次産業や地域経済の活性化について考える社会貢献型インターンシップ「クラダシチャレンジ」（クラチャレ）を実施。クラチャレを通じて、地域の関係人口の創出・拡大、地域の魅力発信、学生への実体験を通しての学びの場の提供を目指しています。

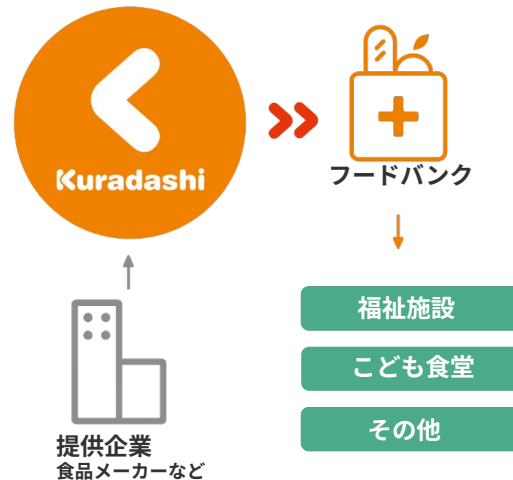
2026年6月期
クラチャレ
開催 **11回**

34名 参加
学生数

収穫産品
りんご／ぶどう／
栗／サトウキビ etc.



フードバンク支援



2026年6月期
寄贈企業数
(延べ) **3社/拠点**

8団体
寄贈先フード
バンク数
(延べ)

フードバンク
マッチングシステム
登録団体 **約70団体**

フードバンクとは、企業などから食品の寄付を受け生活困窮者などに配給する活動およびその活動を行う団体をいいます。

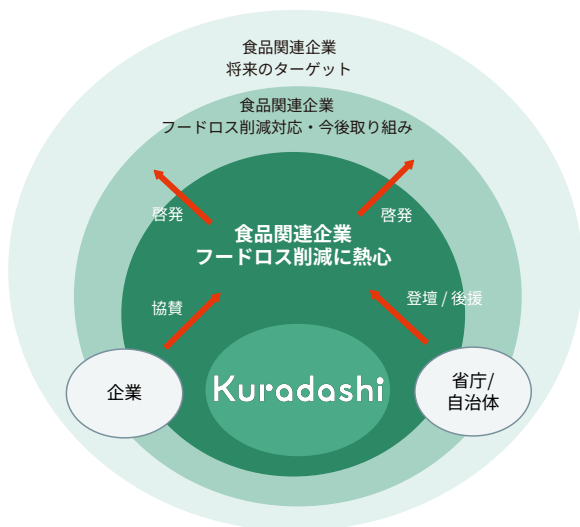
クラダシは、フードバンク支援において生じる「公平性」「安全性」「安定性」の3つの課題を解決することを目指し、食品を必要としているフードバンク団体と寄贈したい事業者のマッチングを行っています。

支援レポート

<https://kuradashi.jp/pages/fund>

クラdash基金

食のサステナビリティ研究会



気候変動問題や食料サプライチェーンリスクといった「食」や「農」に関わるさまざまなサステナビリティ課題。クラdashは、「食のサステナビリティ研究会」を発足し、フードロス削減を軸に、世界の、日本の人々が、将来にわたって、健康でおいしい食にアクセスできるよう、情報の収集や発信、交流機会の提供を通じて、食に関わる企業のサステナビリティ推進や共創に取り組んでいます。

SDGs教育



社会の持続的な発展に欠かせないSDGs No.4「質の高い教育をみんなに」。将来世代がさまざまな社会課題を解決していくために、ソーシャルアントレプレナーを増やしていけるよう、SDGs教育事業を行っています。大学生・中学生・高校生向けのフードロスについての講座を開催するとともに、2024・2025年はクラdashのマテリアリティに沿ったテーマで大学のゼミや研究室との共同研究を実施しました。

2026年6月期
勉強会開催 **1回**

14社 会員企業
及び団体



2026年6月期
講座実施数 **8回**

3校 大学との
共同研究



地方自治体との連携

社会貢献型インターンシップ「クラダシチャレンジ」の開催をきっかけに、クラダシが連携するレストランなどで、地域のもったいない食材を活用したメニューが展開されています。

地方の生産者さんの収入向上につながるだけでなく、地域の魅力ある食材を知ってもらう機会にもなっています。

①愛媛県八幡浜市 柑橘「まどんな」

2023年6月にオープンした、千葉県／KISARAZU CONCEPT STOREにあるTHE OPEN CAFEで、愛媛県八幡浜市の柑橘である「まどんな」を使ったスムージーを展開。豊作で余ってしまったものを廃棄せずに、旬の時期に冷凍保存しスムージーとして活用されています。



②和歌山県すさみ町 未利用魚

2023年から株式会社スーパーストックトーキョーが運営するファミリーレストラン「100本のスプーン」全店舗で年間を通じて、すさみ町の未利用魚であるオキザワラやシイラを活用したメニューが提供されています。



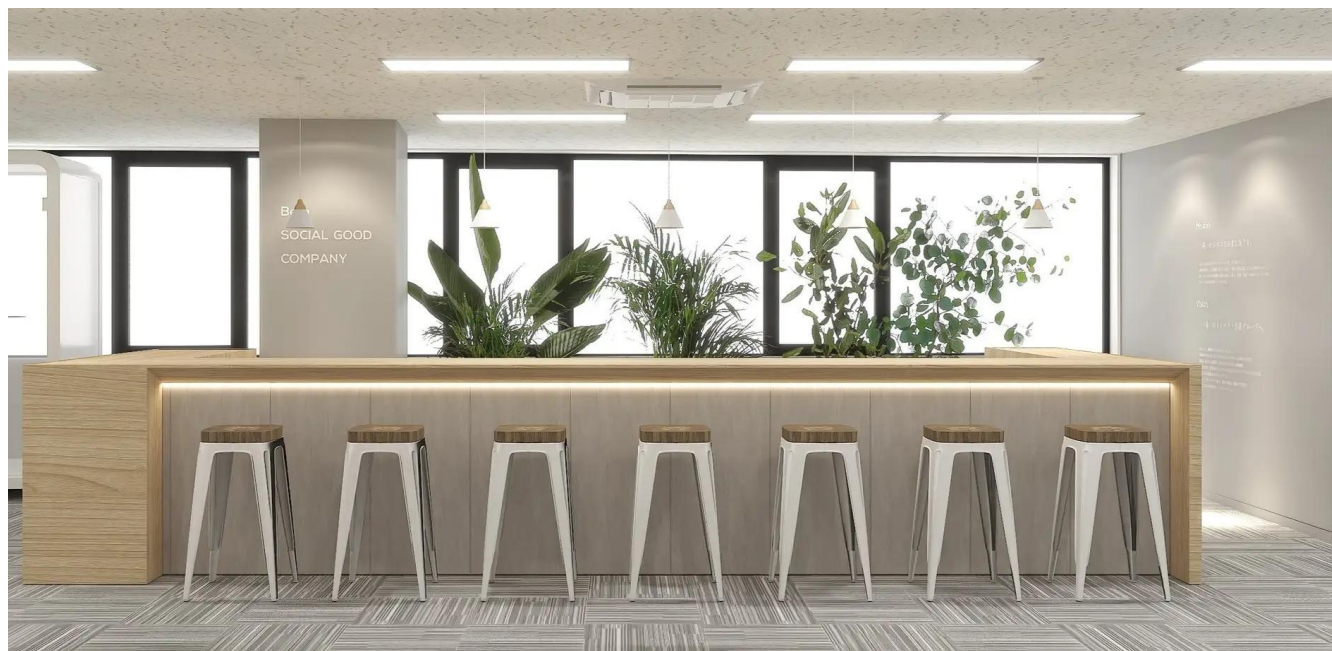
③京都府京丹波町 京丹波栗の渋皮

2026年6月から、社会貢献型インターンシップ「クラダシチャレンジ」の参加学生のアイデアから生まれた、京丹波町の栗ペーストと加工時に廃棄される「渋皮」を活用したマドレーヌがKuradashiで販売されています。



オフィスのリニューアル

コーポレートアイデンティティ刷新に伴い、「成長・拡大を支える社員の働きやすさ」をテーマにオフィスを刷新しました。社員が新たなアイデンティティを意識し、互いに協力しながら未来への挑戦を加速させていけるよう、新ロゴやミッション・ビジョンを象徴的に配置し、五感に響く設備を整えることで快適な空間を構築いたしました。今後も社員の働きやすい環境を整えるべく、定期的なオフィス環境のリニューアルを検討してまいります。



多様な人材のチャレンジと成長を引き出す機会の創出

MVV（ミッション・ビジョン・バリュー）を採用基準や評価・育成制度にも反映させ、共感度の高い人材の採用・育成を進めています。ほとんどのメンバーが中途採用者であり、入社時のオンボーディング研修の実施によるクラダシ事業や各事業部の理解、基礎的なビジネススキル習得を通して、多様なキャリアを活かしながら、即戦力として活躍できる環境を整えています。また、定期的な1on1や組織サーベイの実施などにより、チームで成果を出すためのコミュニケーション機会を充実させています。

事業成長を加速させていくことで、各自がチャレンジできる機会を提供していきます。同時に、働き方に対する価値観の多様化やライフステージの変化にあわせて、長く柔軟に働くことのできる制度の設計にも取り組んでいます。ベンチャー企業という自社の特性も踏まえ、社会環境の変化や事業・組織の状況に応じて、人事制度をアップデートしています。

マネジメントコース、エンジニアコース、業務限定コースといった人事コースを設け、事業全体への貢献と個人としてのライフスタイルが共存し、ともに成長できる場所を目指しています。

社内新規事業コンテスト「Kuradashi Labo 2026」

全メンバーが経営目線での事業提案に挑戦できる社内コンテスト「Kuradashi Labo」を継続的に開催しています。普段の担当業務を超えてアイデアを形にし、社外の専門家やメンバーからフィードバックを受ける経験を通じて、メンバーの成長実感とエンゲージメント向上を目指しています。実際に最優秀案は事業化調査へと進み、「提案したら本当に動く」という手応えが次の挑戦を後押ししています。

社内外の多角的な視点を取り入れるため、「食のサステナビリティ研究会」と連携し、専門家審査員に加えて研究会に参加される皆さまからの「オーディエンス投票」も実施いたしました。



人材と組織

クラダシにとって、従業員は最も大切なステークホルダーの1つであり、ソーシャルグッドな事業を創っていく原動力です。クラダシで働くことで、成長でき、充実した時間を過ごせるよう、また多様なバックグラウンド・価値観を持つ従業員が活躍しつづけられるよう、**人材育成・DE&I促進・Well-beingの実現**に注力していきます。

人事データ (2026年6月30日時点)

従業員数 *1	49名
正社員数 (%)	37名(71.15%)
非正社員数 (%)	12名(23.08%)
女性比率 (全体)	53.85%
役員 女性比率	28.5%
管理職 女性比率	16.67% *3
平均勤続年数 (正社員)	2.5年
離職率 *2	33%

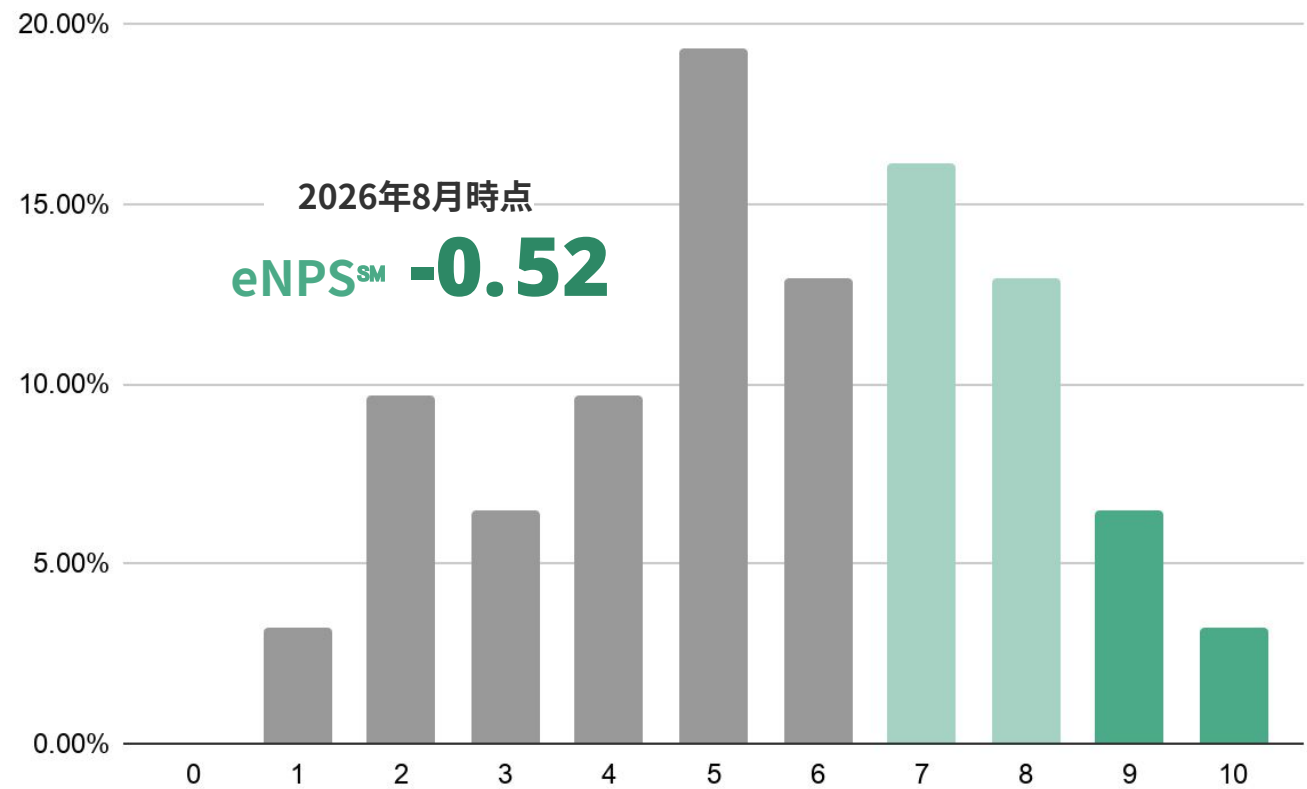
平均年齢 (正社員)	35.5歳
年齢構成 (正社員)	20代：13名 30代：14名 40代：7名 50代：3名
年間総労働時間 (平均)	2,156時間
有休取得日数 (平均)	10日
育児休業取得率 (男性)	100%
育児休業取得率 (女性)	100%
育休取得後復職率	100%

*1 取締役、監査役を含まない全従業員数
*2 2026年6月期(2025年7月1日時点の在籍者の2026年6月末時点での離職率)
*3 2026年6月30日時点

従業員エンゲージメント（eNPS）

定期的にeNPSSM（Employee Net Promoter Score）調査を行っています。
また、その結果を踏まえて、組織開発の課題を分析し、1on1や研修などの施策を実施し、改善に取り組んでいます。
*eNPSSM はベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、NICE Systems, Inc. の役務商標です。

Q. クラダシで働くことを親しい友人や知人にどの程度勧めたいですか？



エンゲージメントスコア

従業員理念・戦略	3.89
仕事・役割	3.68
人・文化	3.86
制度・環境	3.26

- 主な施策
- ・ オンボーディング研修内容の更新
 - ・ Team Learning
 - ・ 1on1
 - ・ 社員全員参加のMonthly Meeting
 - ・ メンター制度
 - ・ 社内新規事業コンテスト

WORKERS | 育児と仕事、クラダシの「働き手よし」

「善いビジネスは、善い働き方から」

クラダシは、育児休業取得率100%。社員を大切にするカルチャーを土台に、一人ひとりのライフステージに寄り添う制度を整えています。フードロス削減をはじめとする「善いビジネス」を生み出すのは、結局のところ「人」。本記事では、CI刷新を主導した櫻井が、クラダシで育児を取得した経験をもつ宮本と、現在子育てをしながら働く松本に、働き方とインパクトの関係について話を聞きました。



——働き方は、インパクト戦略の一部である

櫻井：今年1月にCIを刷新し、“クラダシは世の中に善いビジネスを広く展開する企業である”ということを、改めて外にも内にも伝わる言葉にしました。ただ、そのインパクトを実際に生み出しているのは、結局“人”ですね。だから、働く人への投資は、インパクトへの再投資だと思っています。今日はそれを踏まえて、実際に子育てをしながら働いているお二人に話を聞きたくて集まってもらいました。まず簡単に自己紹介からお願いできますか？

宮本：クラダシではMD部に所属していて、ECサイトで販売する商品の調達をメインに担当しています。クラダシには約3年前に入社し、日々フードロス削減に向けてメーカーの方とやり取りをしています。

松本：私は物流・CS・商品掲載のオペレーションを担当する部署に所属していて、実務としてはCSがメインです。

櫻井：宮本さんはメーカーさん側、松本さんはお客さま側と、それぞれ違う立場で“人”と向き合っている。今日はそんなお二人に、働き方の実感を聞いていきたいと思います。

——制度だけじゃない。育児を後押しするクラダシのカルチャー

櫻井：まず宮本さんから伺いたいのですが、育児を取得したのはいつ頃でしたか。

宮本：2024年8月末から9月中旬にかけて、2週間から3週間ほどです。ちょうど入社して試用期間が明けるかどうかというタイミングだったので、最初は取得するつもりはあまりなくて。ただ、社内のコーポレート部門の方から「こういう制度があるから、ぜひ使ってみないか」と提案してもらい、それならと思って取得を決めました。

WORKERS | クラダシで働く理由とやりがい

櫻井：迷いもありつつ、実際に取ろうと思った決め手は何だったのでしょうか。

宮本：正直、業務のことや給与体系への影響もあって、ギリギリまで悩みました。でも、家庭を持ったタイミングで取得しておいた方が、プライベートでの心理的な負担も少ないだろうと思い、それが決め手になりました。チームに共有したときも、**上長から「ぜひ取ったらいいんじゃないか」と背中を押してもらえまし**たし、バディを組んでいたメンバーに相談しながら引き継ぎを進め、周りのサポートを受けながら休みに入ることができました。

櫻井：実際に取ってみて、良かったことと大変だったことを教えてください。

宮本：一番大きかったのは、**精神的な負担が軽くなった**ことです。新しい生活のリズムに慣れない部分もあったのですが、仕事を離れて生活に集中できたのは大きかったです。一方で、2週間という期間だと、正直まだ物足りなかったなという気持ちもあります。

松本：産後すぐは両親の手伝いがない限り、やっぱり夫に休んでもらわないと厳しいですね。でも、生後1か月を過ぎたあたりからは、1日中家にいてくれるよりも、朝や夜に早く帰ってきてくれる方が実は助かったりする。**子育ては2週間で終わるものじゃなくて、ずっと続いていくものなので、短期の制度だけでなく、長期的に関与できる仕組みがあるといいのかもしれない**ですね。

宮本：本当にそうですね。子どもにとっての1日は、僕らが思っている以上に長く、大きな成長がある日だったりする。そこにどれだけ寄り添えるか、大事にしてあげられる環境を、会社として提供できたら素晴らしいなと、育休を通して感じました。

——それぞれの働き方を尊重し、信頼し合える組織へ

櫻井：松本さんは今、お子さんを育てながら働いていますが、実際どのような1日を過ごされていますか。

松本：今年の4月に子どもが小学生になって、いわゆる「小1の壁」に直面しています。保育園の頃はリズムが整っていたんですが、小学校に入ってから行きしぶりがあったり、習い事が増えたりして、1日のスケジュールが日によってかなり変動します。習い事が早い日は朝6時、7時くらいから仕事を始めて、途中で学校に送り、また仕事に戻って4時か4時半くらいにお迎えに行き、習い事の送迎をして……という感じです。同居している義母にご飯を作ってもらっている間に残りの仕事を片付ける、といった日もあります。

櫻井：その中で、働き続けられている理由を教えてください。

松本：働き続けられている理由は、**柔軟な働き方ができる環境があるから**です。オフィスへの出社を原則としていますが、体調や子育てなど、**一人ひとりのプライベートにあわせてリモートワークを選択できる**のはとてもありがたいですね。この柔軟性がなかったら、子育てとの両立は無理だったと思います。

櫻井：逆に、こうだったらいいなと思う部分はありますか。

松本：CSの仕事は忙しさに波があるので、**1カ月の中で柔軟に働けるフレックスタイム制がある**といいなと思っています。また、**1時間単位で取得できる有給休暇**があるとすごく助かります。半休を取るほどではないけれど、「1時間だけ休みたい」という場面が結構あるので、**誰にとっても仕事とプライベートの波に合わせて柔軟に時間を調整できると、生産性も上がるのではない**かと思っています。

WORKERS | クラダシで働く理由とやりがい

宮本：一方で、フレックスやリモートを入れると、どうしてもパフォーマンスに波が出てしまう可能性もゼロではないと思います。今はみんな「やろうぜ」というスタンスが強いですが、それぞれの業務や生産性がちゃんと見える形になっているといいなと思います。

櫻井：それはすごく大事な視点ですね。ただ、もしその可能性が起こってしまったとしても、それは個人のせいというより、**業務の設計がうまくいっていない可能性の方が高い**と思っています。



櫻井：ミッション・ビジョンからブレイクダウンして、それぞれが何をアウトプットすべきかという定義が明確になっていれば、達成できているかどうかは自然とクリアになっていくはずですが、だからこそ、**業務のデザインをより精密にしていける必要がある**のだと思います。

櫻井：あわせて、もうひとつ感じているのは、今、フレックスやリモートの申請がオープンなチャンネルで、みんなに見える形で行われていることです。それが、人によっては心理的なハードルになっている場合もあると思っています。負担に感じる人もいるはずなので、その心理的なハードルを軽減できるやり方も、これから考えていっていいのではないかと考えています。

松本：私は結構リモートやフレックスを使わせてもらっている側なので、逆に「ちゃんとやっているところを見せなきゃ」という気持ちになることがあります。そう思えば思うほど、仕事に使える時間が削られていく、というジレンマもあったりします。とはいえ、私自身は出社してみんなと顔を合わせて話すことも大事だと思っていて、全部リモートでいいとは思わないです。顔を合わせた方が話が早いこともあるし、状況やテンションも共有しやすい。だから、**それぞれの働き方や考え方をどのように尊重し合うかは、すごく難しい課題**だなと感じています。

櫻井：そうですね。0か100かの話じゃなくて、リモートを使えることと、絶対にリモートじゃなきゃいけないことの間には大きな差がある。**どのような働き方をしているか、お互いのことを信頼できている、という状態をつくっていくことが、本質的に大事な**のだと思います。

「顔を合わせたいと思えるような仲間がいるからオフィスに出社する」というように、お互いに会いたいと思える環境をつくっていくことが、これから先、クラダシのミッション・ビジョン・バリューの達成に向けても、すごく大事なポイントなのだろうと思います。

WORKERS | クラダシで働く理由とやりがい

——三方よしの内側にある「働き手よし」

櫻井：松本さんは以前、チームへの感謝の話もしてくれていましたよね。

松本：はい。一緒に働いているメンバーには、本当に感謝しかありません。仕事がやりづらい、休みづらい、早く帰りづらいといった空気を全く感じさせず、いつも快く「家族優先で」と送り出してもらっています。

松本：ただ、その分、子育てしている人が優遇されすぎて、フォローしてくれている人が我慢を強いられていないか、というのはすごく気になっています。だから、フォローしてくれる人への感謝は絶対に忘れてはいけないし、子育て中の人以外にも、それぞれのライフステージで大変なことがあるはずなので、みんなが尊重される環境であってほしいと思っています。

櫻井：それこそ「働き手よし」ですね。制度だけでなく、どのようなチームで在るかということがとても大事ですね。

松本：子育てだけでなく、介護もそうですし、“推し活”のような個人的に大事なイベントのときも、みんな自分ごとのように共感して、明るく送り出してくれます。この共感性の高さは、クラダシならではのすごく思います。

宮本：前職では個人で完結する仕事が多かったので、横のつながりはあまりありませんでした。それに比べると、クラダシは制度があることはもちろん、まずみんなが明るくて、その雰囲気があるからこそ、育休や子育て、プライベートの事情についても相談しやすく、休みを取りやすい空気があると感じますね。

櫻井：今日お二人と話して改めて思ったのは、クラダシが目指すインパクトを生み出しているのは、結局“人”なのだと思います。

櫻井：働く人への投資はインパクトへの再投資であり、サプライヤーよし・消費者よし・社会よしを実現する組織自身が、健全で公平な働き方を体現していないといけないと思いました。そして、それは完成された制度ではなく、今日出てきたフレックスタイムや時間単位の有給休暇のように、社員の声によってこれからも育てていくものなのだと思います。お二人とも、今日はありがとうございました。

宮本・松本：ありがとうございました。



情報セキュリティ

情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）認証

クラダシは、Kuradashiのサービス提供に当たって、お客さまの大切な情報をお預かりしており、Kuradashiを安心してご利用いただくために、情報セキュリティ管理体制の強化に取り組んでいます。2021年7月には、情報セキュリティの国際規格であるISO/IEC 27001(ISMS)認証を取得し、現在は2022年版(ISO/IEC 27001:2022)へ移行済みです。より多くの方にフードロス削減、社会貢献活動に参加していただくためにも、今後も情報セキュリティマネジメントシステムの運用・継続的な改善に取り組み、お客さまに信頼されるサービスの提供に努めてまいります。

■ISMSについて

ISMS（Information Security Management System）とは、情報セキュリティ管理体制が国際認証規格である「ISO 27001」に即していることを第三者機関により認定する制度です。



GIJP-0454-IC
ISO/IEC 27001:2022

情報セキュリティ基本方針

株式会社クラダシは、当社に関わる情報を適切に管理し、当社の事業に関わる全ての人々の満足を得ることを目標として、信頼・安心される会社を目指します。

行動指針

1. 情報資産の機密性、完全性、可用性を確実に保護するために組織的、技術的に適切な対策を講じ、変化する情報技術や新たな脅威に対応します。
2. 全社員に情報セキュリティ教育の実施と方針の周知徹底をはかり、意識の向上・維持に努めます。
3. マネジメントシステム及び、情報セキュリティに関する目的を設定し、定期的にレビューし、継続的に改善を実施し、維持します。
4. マネジメントシステムを実行・維持・改善するために管理責任者に責任と権限を委譲します。

制定日 2021年3月1日

株式会社クラダシ

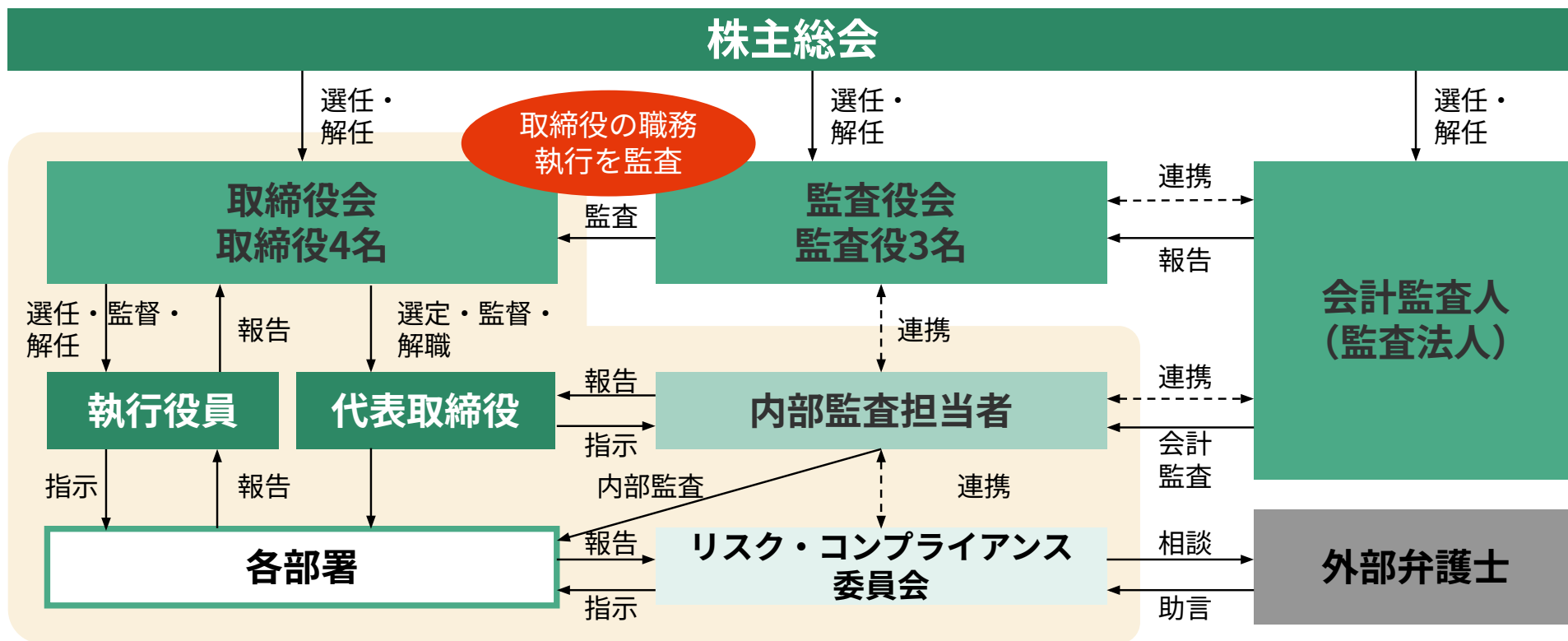
代表取締役社長CEO 河村 晃平

MSCB-113

コーポレートガバナンス＆リスク管理体制

クラダシは、会社法上の機関設計として、監査役会設置会社を選択しています。事業に精通した社内取締役と客観的な視点を持つ社外取締役で構成する取締役会が経営の基本方針や重要な業務の執行を決定しています。また、監督と執行を分離し、執行役員を中心とする各部署への業務執行権限の委譲を促進しています。

さらに、代表取締役を委員長とするリスク・コンプライアンス委員会を設け、外部弁護士の助言も受けながら、コンプライアンスの遵守及び社内外リスクを管理するためのモニタリングを行い、リスクの早期発見及び防止に努めています。



役員スキルマトリクス

		経営・サステナビリティ	財務会計	法務・コンプライアンス	人材・組織開発	営業・マーケティング	新規事業・イノベーション	M&A	食品サプライチェーン	再生可能エネルギー分野	出身・資格
取締役	関藤 竜也	●			●	●	●		●		商社
	河村 晃平	●				●	●	●	●	●	商社
	高杉 慧	●	●	●	●			●			公認会計士
	柏木 彩	●	●			●	●				情報・通信
監査役	田上 沙織	●	●	●							公認会計士
	小川 敬介	●	●	●							米国会計士（NY州）
	堀口 拓也	●		●				●			弁護士
執行役員	徳山 耕平	●			●	●	●				スタートアップ
	大沢 亮	●				●	●		●	●	商社/広告
	山口 達也	●				●	●		●	●	商社/電力
	岡村 薫	●	●	●				●			公認会計士

ステークホルダーとのエンゲージメント

クラダシは、すべてのステークホルダーとの誠実なコミュニケーションを重視しています。透明性と信頼性を確保し、双方向のコミュニケーションを通じて、さまざまな社会課題の解決という共通の目標に向かって、社会にポジティブなインパクトを創出していくことを目指します。

	エンゲージメント方針	実施内容
お客さま	お得なお買い物がフードロス削減や社会貢献につながり、かつ、安心・安全にご利用いただけるサービスを提供し、顧客満足度の向上を追求します。	サイトや各種メディアでの情報発信 カスタマーサポートへのお問い合わせ対応 ユーザー意識調査 など
パートナー企業 (取引先)	フードロスの削減やサステナブルな取り組みに貢献し、公平・公正な取引を通じて、社会価値の共創に取り組めます。	定期面談 意識調査・アンケート実施 食のサステナビリティに関する勉強会 など
従業員	「共に成長できる場所」を目指し、多様な人材が活躍し、働きつづけられるよう対話し、組織づくりを行います。	意識調査（eNPS SM ） 内部通報窓口 定期的な全社ミーティング など
株主・投資家	積極的・定期的かつ透明性の高い情報開示を行い、信頼関係を構築し、長期的な企業価値の向上を図ります。	株主総会 決算説明会 投資家向けセミナー 機関投資家MTG など
省庁・自治体	フードロス削減に向けた取り組みを連携し、法令遵守とともに社会的責任を果たします。	自治体との地域包括連携協定 フードロス削減に向けた協働 など
NPO(支援先)・地域社会	売り上げの一部を活用し、透明性を以て、NPOや地域社会への支援を行います。	寄付 年次スクリーニング 面談 活動発信の協働 など

外部評価・表彰、加盟団体

主な受賞歴

- 2018 年** 環境省主催「第 6 回グッドライフアワード」環境大臣賞
- 2020 年** 第 3 回「日本サービス大賞」農林水産大臣賞
令和 2 年度「気候変動アクション環境大臣表彰」
第 21 回「グリーン購入大賞」農林水産大臣賞
「食品ロス削減推進大賞」消費者庁長官賞
- 2021 年** 「EY アントレプレナー・オブ・ザ・イヤー 2021 ジャパン」関東地区代表選出
「令和 3 年度消費者志向経営優良事例表彰」消費者庁長官表彰（特別枠）
- 2022 年** 「第 6 回食育活動表彰」消費・安全局長賞
「令和4年度食品ロス削減推進表彰」環境大臣賞
- 2023 年** 2023年度グッドデザイン賞「グッドデザイン金賞」「グッドデザイン・ベスト100」
CSA賞～20代に薦めたい「次世代型人材」創出企業～
- 2024 年** 「令和5年度 消費者志向経営優良事例表彰」特別表彰

主な認証／加盟団体

ISMS (Information Security Management System)
ISO/IEC27001:2022



MSCB-113

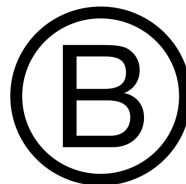


GIJP-0454-IC

ISO/IEC 27001:2022

B Corp認証

Certified



Corporation

沿革

- 2014年7月：創業（旧社名：グラウクス株式会社、2019年6月に株式会社クラダシへ社名変更）
- 2015年2月：「KURADASHI」サービスローンチ
- 2022年6月：B Corp認証取得（日本13番目）／同年7月：ブランドリニューアル、資金調達6.5億円
- 2023年6月：東京証券取引所グロース市場上場（証券コード：5884）
- 2024年7月：サクセSSIONプラン（社長交代）・カンパニー制へ移行
 - 8月：中期経営計画公表、つるかめキッチン事業取得
- 2025年1月：物流サービスリリース・再生可能エネルギー事業へ参入
 - 6月：L'ATELIER de SHIORI事業取得
 - 8月：日本郵便株式会社と資本業務提携締結
- 2026年1月：コーポレートアイデンティティ（CI）刷新
 - 4月：株式会社Integrityとの合併会社「株式会社Nestia」設立（Kuradashi Estate、空き家再生事業へ参入）
 - 6月：B Corp再認証、電力小売の株式会社中京電力を完全子会社化
 - 7月：グループ経営体制移行、酒類・飲料小売の株式会社中村商事を完全子会社化
 - 8月：オリジナルギフト製造・卸売の株式会社みとわを子会社化

会社概要

会社名	株式会社クラdash
代表者	関藤 竜也（代表取締役会長） 河村 晃平（代表取締役社長CEO）
創立	2014年7月7日
所在地	本社 東京都品川区上大崎3-2-1 目黒センタービル5階 営業所 岩手県一関市駅前38番地1 テラス石橋2階
資本金	10,337千円（2026年9月29日時点）
事業内容	Kuradashi Food ／ Kuradashi Energy