



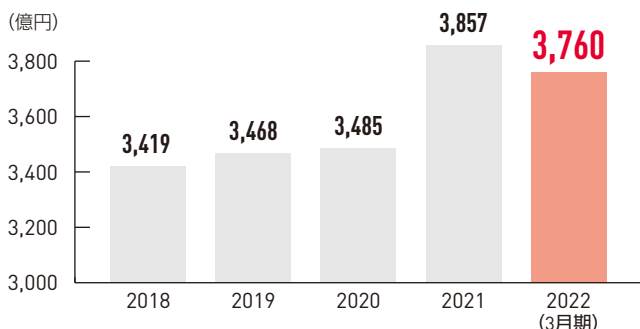
KOMERI

[コメリ統合報告書]

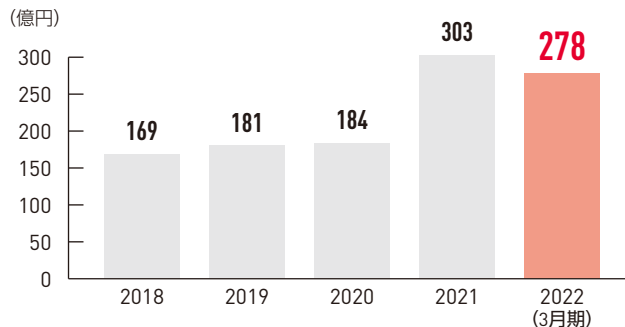
KOMERI REPORT
2022

財務・非財務ハイライト

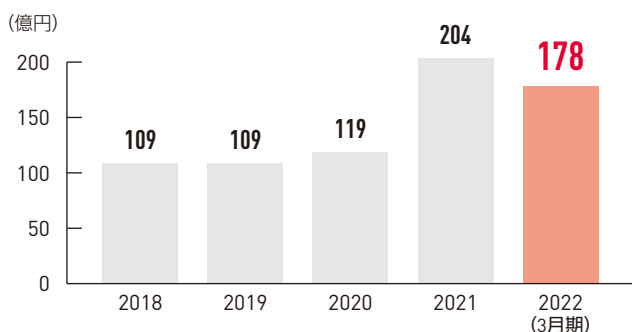
営業収益



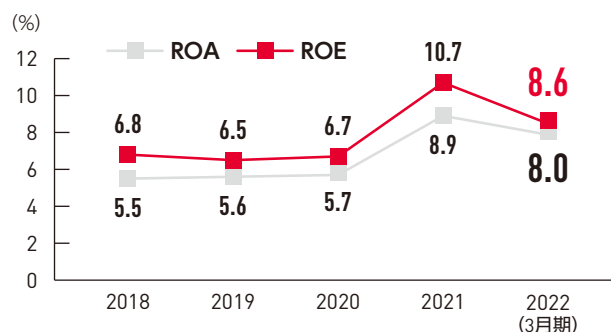
営業利益



親会社株主に帰属する当期純利益



ROA・ROE



店舗数

1,214店舗

業界最多の店舗を出店
(2022年3月末時点)

PB商品売上構成比率

45%

PB(自社開発)商品を多数販売
(2022年3月末時点)

カード会員数

444万人

コメリカードやアクアカード等、
カードの総会員数(2022年3月末時点)

災害協定締結件数

983件

NPO法人コメリ災害対策センターが
全国の自治体等と災害協定を締結
(2022年3月末時点)

INDEX

コメリの想い

経営理念	1
トップメッセージ	2

コメリの強みと成長戦略

成長のあゆみ	4
価値創造プロセス	6
事業内容	8

2023年3月期から2025年3月期中期経営計画

経営の基本方針	10
中期経営計画	10

サステナビリティへの取り組み

基本方針	12
サステナビリティ推進体制	12
重要課題への取り組み	12

環境

基本的な考え方	13
商品・サービスを通じた脱炭素・CO ₂ 削減への取り組み	13
廃棄物の削減	15
エネルギー使用量の削減	16
求荷・求車サービスによるCO ₂ 排出量削減	17
気候変動対応(TCFD提言に基づく開示)	17

社会

従業員に関する取り組み	18
地域社会への取り組み	22
社会貢献	23

コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方	24
コーポレート・ガバナンス強化への取り組み	24
コーポレート・ガバナンス体制	25
取締役会・監査等委員会・各種会議体の概要	25
取締役会の実効性の評価	26
取締役候補の指名に関する方針及び多様性に関する考え方	26
社外取締役の選任及び独立性に関する考え方	26
取締役のトレーニングに関する方針	26
取締役の経験・知識・スキル等(スキルマトリックス)	26
役員報酬	27
株主・投資家との対話	27
コンプライアンスへの取り組み	28

企業情報(2022年3月31日現在)

会社概要	31
株式情報	31

経営理念

コメリのねがい

世の中の人々の幸せのために

この仕事がありますように

ここに集う人々の幸せのために

この仕事がありますように

この企業に縁ある人々の幸せのために

この仕事がありますように



コメリグループ綱領

- 一、 店は神聖なる殿堂である。愛と真実とまごころをもって世の中の人々に奉仕する。
- 二、 優れた先人の業績を謙虚に学び、創意を尊びつつ真理の探究を目指す。
- 三、 仕事は正面から取り組み、正々堂々と根性を据えてかかれば、必ず道は開ける。
- 四、 寸暇をおしんで自己の研鑽につとめ、己の仕事が常に業界の第一人者であることを目指す。
- 五、 己を大切にすることは、他を大切にすることだ。人も物も金も、天が与えた不思議な出会いである。
- 六、 経営を単純化、標準化、専門化して、最も低い経費で運営する。
- 七、 商品から目をはなすな。原材料、加工、運搬、販売、消費、商品こそ吾等の魂である。
- 八、 正しい経営理念と誠実な営業活動の中から必ず適正な利潤が生まれる。欠損は罪悪である。
- 九、 自らの任務を完遂し、会社の方針のもとに一致団結、使命達成に力闘する。
- 十、 店の発展は社会の幸福であることを信じ、至誠をつくして、和親協力をする。

コメリ経営要諦

天 の時をいただき
機会を逃さず新しい世界に挑戦しよう

地 球規模でものを考え
時代に遅れている産業を革新しよう

人 は事業の最も大切な柱である
相集い知恵と力を合わせて前進しよう



ホームセンター参入30周年の記念式典

コメリグループは、
世の中の人々の幸せの実現のため、
中長期的に企業価値を向上させ、
持続可能な社会づくりに貢献してまいります。

コメリは、1952年4月に新潟県三条市で米穀商「米利商店」として創業いたしました。以来、多くの皆様からのご支援をいただき、今年、創業70周年という節目の年を迎えることができました。これはひとえに、支えてくださる多くのステークホルダーの皆様ののおかげでございます。心より感謝申し上げます。

また、本業であるホームセンター事業参入45周年の年でもあります。店舗数は1,200を超えましたが、市町村ベースでは44%の出店にとどまっております。全国津々浦々の皆様の豊かな暮らしの一助となりますよう、これからも邁進してまいります。

コメリグループのミッション

「衣食住」の分野で、最も流通の近代化が遅れているのは「住」の分野です。その中でも、工具・金物、資材・建材、園芸・農業の市場は、昔ながらの商慣行が色濃く残る流通構造となっており、多くの方々にご不便を感じておられます。しかしながら、その流通近代化が極めて困難であることから、そこに取り組もうという企業はほとんどありません。

コメリグループは、この工具・金物、資材・建材、園芸・農業分野の流通近代化をミッションとしております。それは、どんなに困難であったとしても、お困りの方々が大量にいらっしゃるのであれば、それを実現することで世の中に大きく貢献できるからです。われわれは、ホームセンター事業参入当初からこの分野について、チェーンストア理論に基づき近代化を目指しております。ローコストな店舗運営体制、標準化された4桁の店舗数に裏打ちされた商品力と営業力をさらに強化してまいります。



株式会社コメリ
代表取締役社長 捧 雄一郎

TOP MESSAGE

2025年3月期に向けた中期経営計画

コメリグループでは、2023年3月期から2025年3月期の3年間の中期経営計画を策定いたしました。われわれを取り巻く経営環境は常に変化しております。気候変動や脱炭素に向けた環境への配慮の課題、少子高齢化と人口減少の課題、デジタル化にともない一層激化している業種業態の垣根を超えた競争、グローバル化にともなう調達先としてだけでなく市場としての海外へのアプローチなど、様々な対応とそのリスク把握が不可欠です。このような中、コメリグループは、①成長基盤投資、②暮らしを守り・育てる商品開発、③チェーンリフォーム、④ネットとリアルでより身近に、を重点施策として位置付けております。

われわれが想定する7兆円の市場のうち、リフォーム関連資材と農業関連資材を合わせた5兆円の市場は、これまでホームセンター企業が対象としてきたDIYの領域を大きく超えるところにあります。さらに、長期優良住宅や高断熱・高気密住宅といった高機能住宅の普及もあり、住宅を20年、30年で建て替える消耗財ではなく、機能を追加し価値を高め、生活のステージにより住み替えていく資産ととらえる考え方が増え始めております。欧米の8割とまではいかないまでも、日本の住宅市場における中古住宅の割合も益々増加する考えられます。また、近年はリフォーム工事を担う職人の皆様も、多能工としていくつもの工種を一人で請け負うことが増えているそうです。そうした環境においては、従来の業種店ではニーズが賅えず、お困りのお客様が大勢おられます。この新たなニーズに積極的に取り組んでまいります。

「いつもそばに、ずっと。」、コメリの強みは、ナショナルチェーンのホームセンターとしての標準化された1,200を超える店舗網です。それをもっと強固に、盤石にすることがお客様の利便性を高め、それぞれの地域を支える社会的インフラとしてお役に立てると信じております。

そのため、コメリの持続的な成長に向けての柱は、出店拡大、物流拠点拡大、情報システムの刷新、人財投資からなる4つの投資と考えております。

また、われわれの流通近代化への取り組みは、持続可能な社会づくりに貢献しております。園芸・農業分野を活性化することで緑化が促進され、資材・建材分野において、国産木材を積極的に活用することで日本の森林の若返りが促進されております。加えて効率的な調達・配送物流の内製化により、不要なトラック台数を減らすことで温室効果ガスの削減に寄与しております。

持続的な企業成長のためには、人財の育成と働きやすい環境づくりが欠かせません。少子高齢化や労働人口の減少、社会における女性の活躍のなかで、働く人・働き方への多種多様なニーズがあります。柔軟な制度設計により対応してまいります。また、生産性向上に向けて、デジタル化の推進、業務フローの変更、各専門分野についてのスペシャリストの採用、リスクリングや組織の再編を含めたDXをさらに推進し、対応してまいります。

成長のあゆみ

コメリは当初、米穀商として「米利商店」を創業。

その後、燃料販売事業を始めますが、

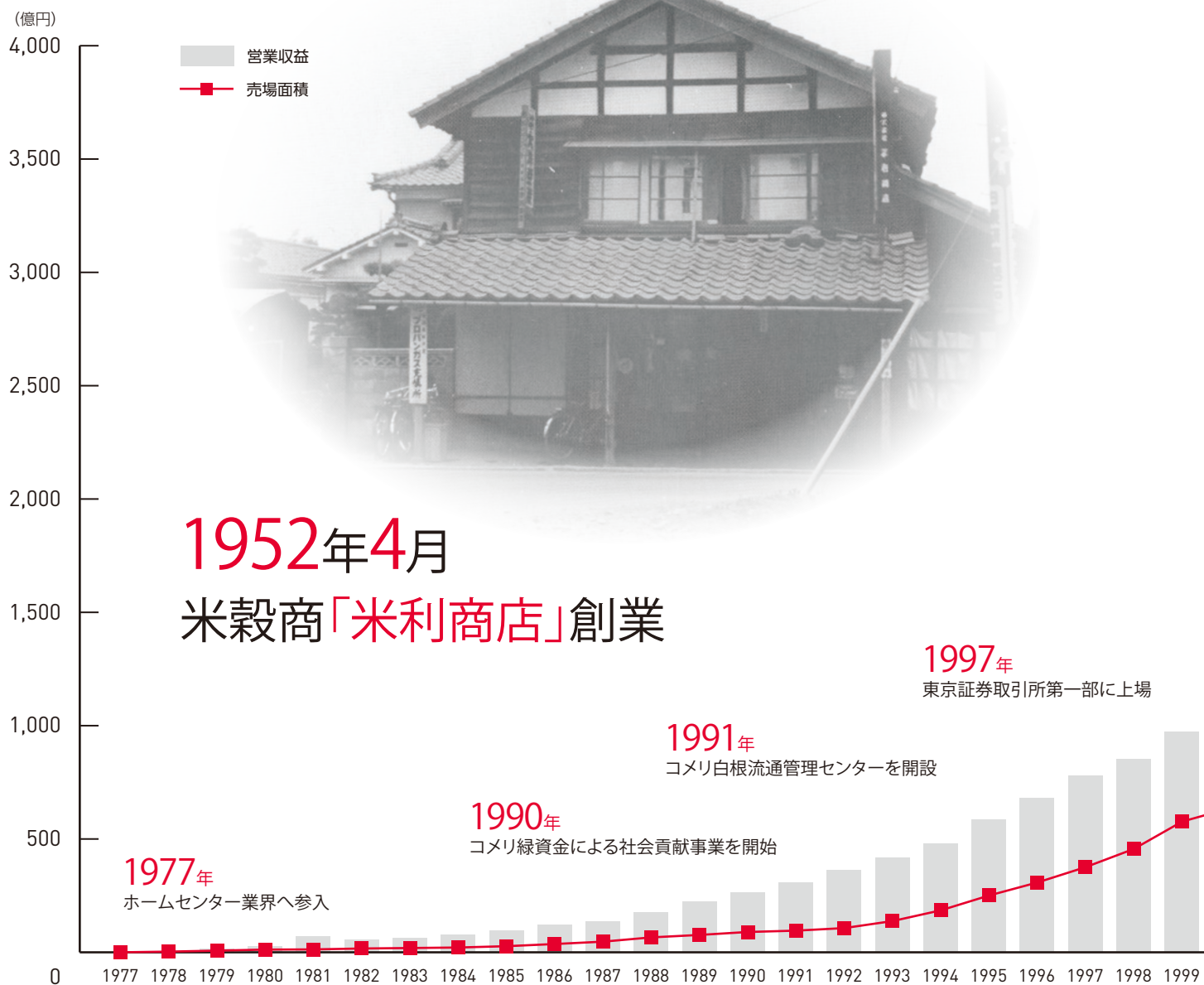
1973年の第1次石油危機をきっかけに、ホームセンター事業へと舵を切りました。

さらに、物流事業や情報処理事業、インターネット事業、リフォーム事業、カード事業など、時流に合わせて事業を展開してまいりました。

CIの変遷



1962年-
株式会社米利商店
設立時に作成



1977年4月

ホームセンター1号店を
新潟県三条市に開店



1983年9月

ハード&グリーン1号店を
新潟県新発田市に開店



2003年3月

パワー1号店を
新潟県旧新津市に開店





1973年-
永遠に変わらない真理と、
躍動し成長発展する姿を象徴



1977年-
コメリホームセンターの
シンボルマーク



1984年

夜明けの大地から昇る太陽とニワトリのマーク
自然の流れの中で常に企業の存在を検証し、
未来に向かって挑戦する企業姿勢を象徴

3,760億円
1,214店舗

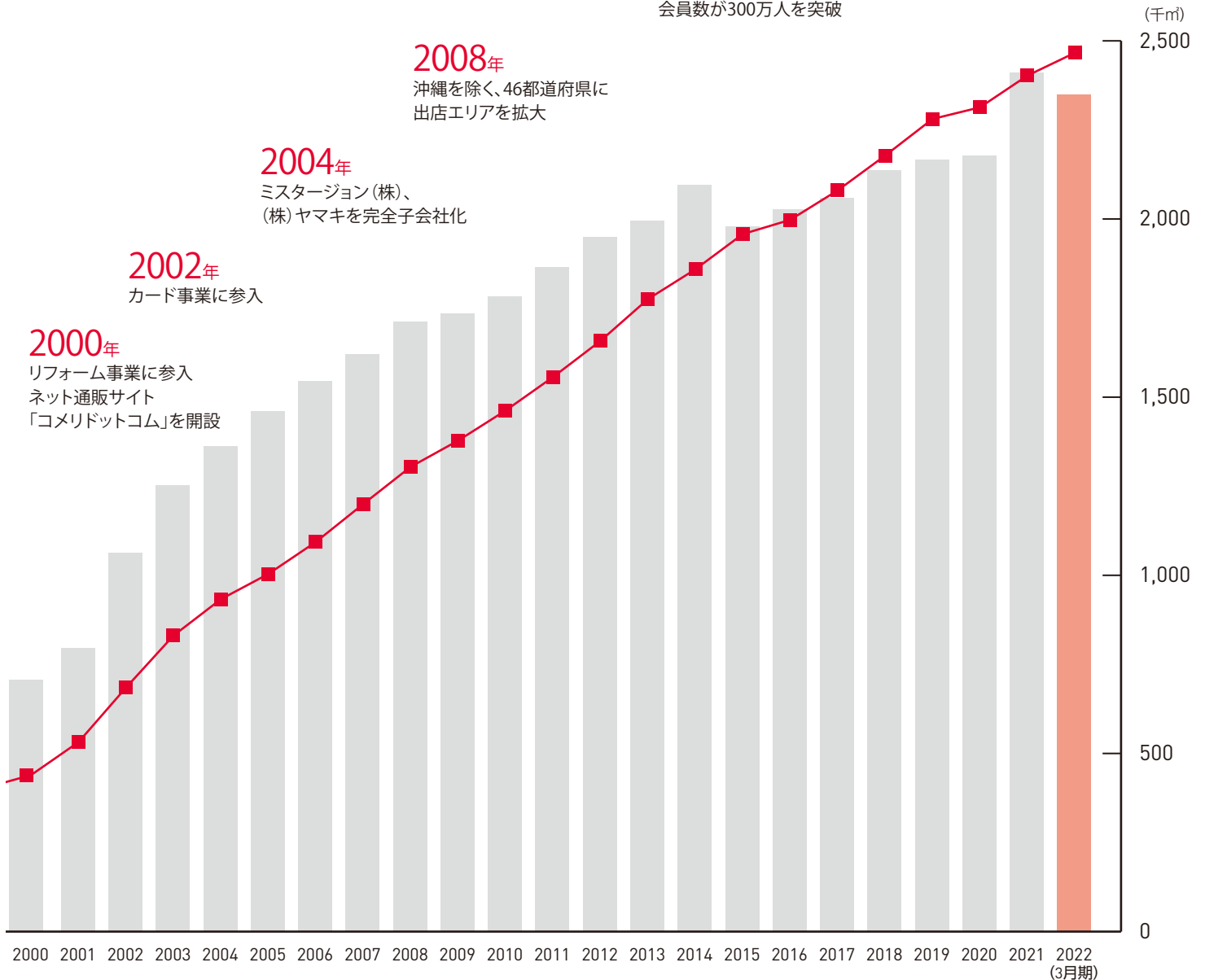
2018年
コメリカード・アケアカードの
会員数が300万人を突破

2008年
沖縄を除く、46都道府県に
出店エリアを拡大

2004年
ミスタージョン(株)、
(株)ヤマキを完全子会社化

2002年
カード事業に参入

2000年
リフォーム事業に参入
ネット通販サイト
「コメリドットコム」を開設



2014年7月
PRO 1号店を
三重県津市に開店



2020年3月
JA上伊那との協業を
本格的に開始



2021年6月
タイ1号店を開店



価値創造プロセス

事業活動を通じて取り組み解決を目指す社会課題



インプット(投入資本)

価値創造の源泉

※2022年3月末現在

財務資本

純資産
2,138億40百万円

人的資本

正社員数(連結)
4,454人

製造販売資本

店舗数 1,214店
物流センター 全国11箇所
海外商品調達子会社 4社

知的資本

PBブランド
ローコストオペレーション

社会関係資本

カード会員数 444万人
NPO法人コメリ災害対策センター
協定締結数(累計) 983件

自然資本

コメリ緑資金拠出額
23億円(累計)

コメリグループの強み

中期経営計画重点施策

- 成長基盤投資**
出店拡大・物流拠点拡大・
情報システムの刷新・人財投資
- 暮らしを守り・育てる
商品開発**
PB商品売上構成比 50%へ
- チェーンリフォーム**
全国1,200超の拠点、気軽に
相談できるチェーンリフォームの確立
- ネットとリアルでより身近に**
Eコマース売上拡大と
ラストワンマイルへの対応

プロ市場への取り組み

- 資材・建材**
パワーの多店舗展開と
PRO業態の確立
チェーンストアの仕組みで出店拡大
- プロ仕様の
PBパワーツール発売**
「UBERMANN」電動工具・農作業機械
- 農業**
農業産業化に向けた施策4本柱
営農指導・ローコスト資材供給・
決済機能・農産物販売支援
- JAとの協業「3方良し」の取り組みの拡大
3JAとの協業(コメリ17店舗) 2JAとの
協議開始(2022年3月時点)

生産から販売までの流通トータルプロデュース

「商品力」「物流・情報システム」「ローコストオペレーション」



バリューチェーンネットワーク

1,200を超える店舗の力

- 経営理念
- 長期ビジョン
- コーポレート・ガバナンス

- ステークホルダーの
皆さまとのつながり
- サステナビリティ
への取り組み

新たな価値を創造する経営基盤

アウトプット(成果)

いつも安い、なんでも頼れる



店舗数84店舗(+8店舗)



店舗数9店舗(+3店舗)

身近な暮らしのパートナー



店舗数1,114店舗(-4店舗)

既存店改装 154店舗
(約80,000坪)

ネットと店舗の融合
EC売上高前年比 112%

リフォーム・住関連サービス売上高
前年比 109.7%

JA協業店舗数
17店舗(+5店舗)

アウトカム(提供価値)

※2022年3月末現在

財務資本

営業利益
303億26百万円

人的資本

マイスター3級取得率 93.1%
農業アドバイザー 102人

製造販売資本

産業廃棄物排出量 8,207t
リサイクル廃棄物排出量 8,904t
フルリフォームサービス提供可能店舗
カバー率 67.7%

知的資本

PB売上比率 45.4%

社会関係資本

お客様のお困りごとの解決
建設事業者・農業事業者の資材調達先
災害時の物資供給インフラ

自然資本

CO₂排出量(単体)
1,931,555 t-CO₂(2013年度比32.8%減)
太陽光発電量(連結)
13,692MWh

目指す姿

お客様の
豊かな
暮らしの実現

より良い商品を
より安くより多くのお客様へ

資本の再投資

事業内容

核カテゴリーでの差別化

1983年に業界独自の小型専門店フォーマット「ハード&グリーン」をオープンして以来、資材・建材、金物・工具のハード分野と園芸・農業資材のグリーンの分野で他社と差別化を図っています。住まいのリペア、メンテナンスをDIYで行われるお客様やガーデニング、家庭菜園をされるお客様だけでなく、工務店をはじめとするプロの建設事業者様、農業を生業とする農家様にご利用に

なされる資材の品揃えも強化しています。

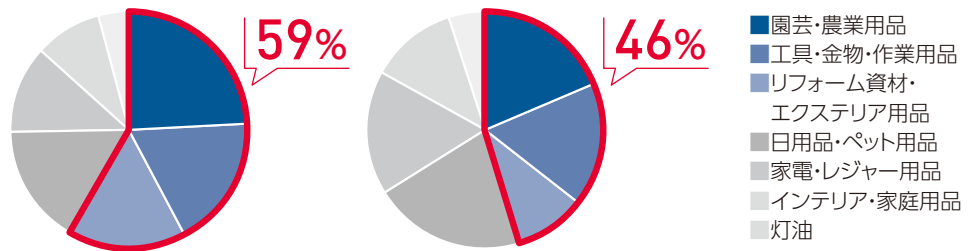
また、少子高齢化が進む現代においては、商品だけでなく取付け、施工などのサービスの提供も重要となっています。全国1,200以上の店舗で受付可能な住まいのお困りごとと解決につながるサービスや、リフォームのご提案をとおしてお客様の利便性向上に努めています。



カテゴリー別売上構成比

コメリ(2022年3月期)

HC業界平均(2020年)



出所:ホームセンター経営統計2021より当社集計

店舗フォーマット

店舗フォーマットには、毎日保証された低価格と圧倒的な品揃えを提供する「パワー」と、資材・建材・金物・工具の専門店「PRO」、近さと買いやすさ等の利便性を追求した「ハード&グリー

ン」を出店地域の特性やニーズに合わせて店舗展開をしています。

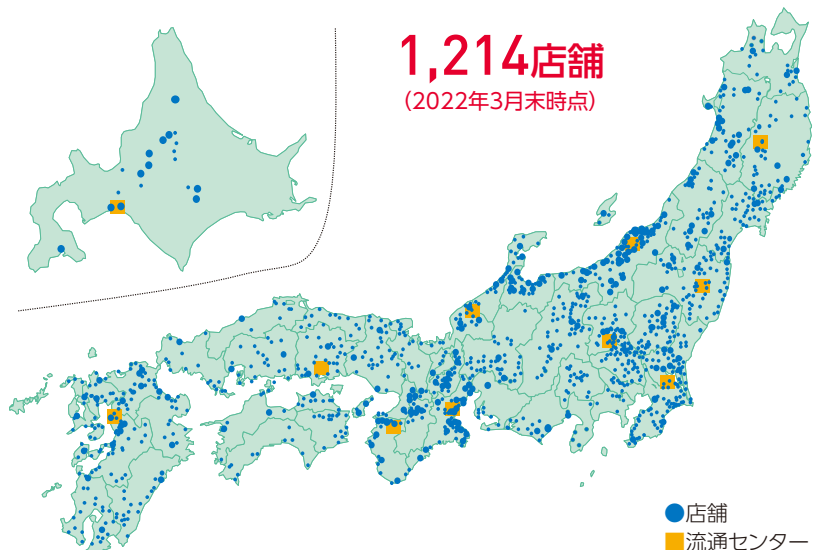


身近な暮らしのパートナー



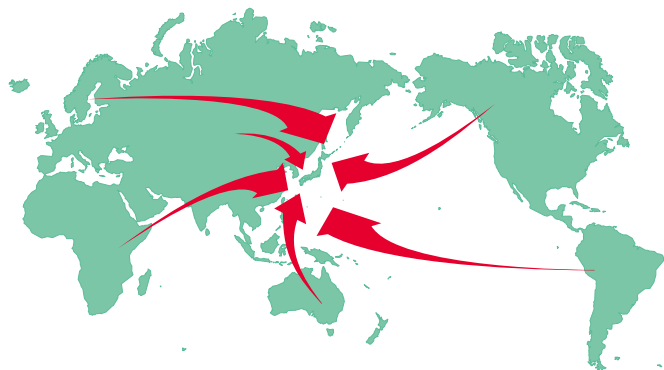
出店戦略

小商圈をハード&グリーンで埋め尽くし、大商圈にパワーを出店する、あたかも巨大船団を組むような「船団方式」による出店戦略で、集中的に店舗を展開するドミナントエリアを形成しています。普段のお買い物は近くのハード&グリーンで、住まいのお困りごととはパワーで解決するなど、同一商圈内であっても補完効果があり、自社競合が起きにくい関係となっています。



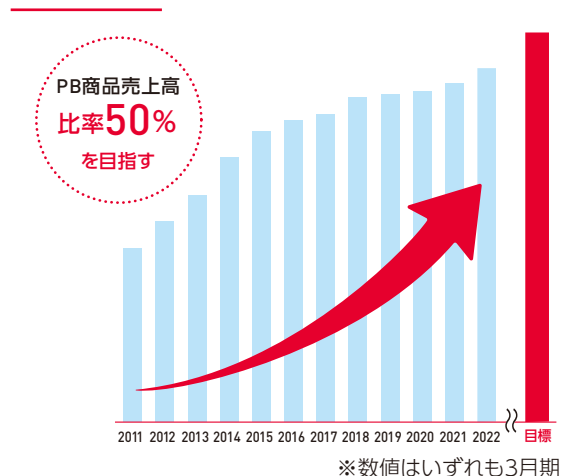
商品開発

より良い商品をより安くお客様にご提供するため、1,200を超える標準化された店舗数が生み出すマスのメリットに加え、国内11か所の物流拠点と海外の混載基地を活用することで、世界のベストソースからローコストに商品を調達可能な体制を整えています。



また、日々店舗から寄せられるお客様のお困りごとのなかから、潜在ニーズを汲み取り、商品として具現化させたプライベートブランド商品は、コメリでしか買えない商品を数多く取り揃え、売上高構成比の45%を占めるまでになりました。

プライベートブランド(PB)商品売上高比率の推移



Eコマース

2000年にネット通販サイト「コメリドットコム」を開設して以来、商品の販売だけでなく、店舗での商品取り置きサービスなども導入し、Eコマース事業は年々拡大しています。

コメリドットコムは、店舗での取り扱いが難しい商品の品揃えを補完するだけでなく、多様な受け取り方法を提供することでお客様の利便性向上を図っています。なかでも、1,200を超える店舗数と物流システムを活用した、送料無料の商品取り置きサービスは、宅配料金が高額になりやすい大型商品や長尺物、重量物などの注文に多くご利用いただいています。



サービス

コメリグループでは、お客様の住まいのお困りごとを解決するために様々なサービスを取り揃えています。店頭でご購入いただいた商品の取付・交換を始め、ハウスクリーニング、庭木の手入れなどの住まいのメンテナンスを行う住急番サービスや大

掛かりな施工が必要なリフォームサービスなど、商品の販売だけでは解決できない住まいのお困りごとにも対応しています。また、店頭でご購入いただいた商品をご自宅までお送りする配送サービスも、現在対象エリアを拡大中です。



軽貨物車両に積載可能な商品を
まとめて5個口まで



経営の基本方針

コメリグループの経営理念は、「企業とは人々の幸せのために存在すべきものであり、それだからこそ社会から支持され、存続することができる」という考えに根ざしており、これは創業以来不変のものであります。上記経営理念に基づき、コメリグループ

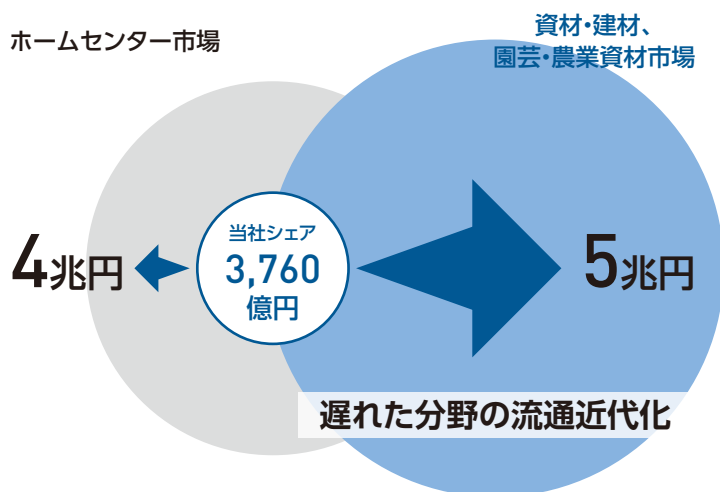
は、「遅れた分野の流通近代化」の実現のために、金物・工具、資材・建材分野と園芸、家庭菜園、農業資材分野を核カテゴリーとしてとらえ、流通改革に取り組んでまいります。

中期経営計画

2022年4月26日、2023年3月期から2025年3月期中期経営計画(以下「本中計」という。)を公表しました。2025年3月期に営業収益4,180億円を掲げ、資材・建材、園芸・農業資材市場における遅れた分野の流通近代化を進め、持続的な成長と中長

期的な企業価値の向上を目指す計画です。具体的には、「成長基盤投資」「暮らしを守り・育てる商品開発」「チェーンリフォーム」「ネットとリアルでより身近に」の4つの重点施策を着実に進めてまいります。

コメリがチャレンジする市場 7兆円



出所:経済産業省「商業動態調査」、総務省統計局「全国家計構造調査」、農林水産省「農林業センサス」「営農類型別経営統計」より当社推計

事業環境の認識

① 気候変動・脱炭素

気候変動への対応、事業活動における二酸化炭素の排出削減は、2050年カーボンニュートラルに向けて各種対応が必要となっています。温暖化等による農産物の産地移動、豪雨・大雪等による災害の発生により、季節商品の販売不振、災害による店舗営業の休止、サプライチェーンの寸断等が発生し、売上高の減少のリスクが見込まれます。一方、環境配慮型の商品の対応や省エネリフォームの対応等、住まいに関する新たな需要が生まれ、新たな売上増加も見込まれます。

② 少子高齢化

商圏内の人口減少による出店地域の購買力低下による売上減少も見込まれますが、ローコストオペレーションによる損益分岐点の低い企業のみが、小商圏における出店余地の拡大につながるものと考えています。

③ 新型コロナ

外出制限等によりお客様の来店回数の減少の可能性は否定できませんが、ステイホームを余儀なくされた環境の中で、住環境の改善ニーズが大幅に増えています。

④ デジタル

ネットとリアルの融合やDXの推進等、これまで以上に速いスピードで進んでいくことが見込まれます。

⑤ グローバル化

ロシア・ウクライナ問題等の地政学リスクは存在しますが、ASEANをはじめとする経済発展による、調達先としての海外でなく市場としての海外展開という見方も考えられます。

4つの重点施策

① 成長基盤投資

成長基盤づくりのために4つの投資を行ってまいります。一つ目は、出店の拡大及び既存店舗の活性化等の積極的な店舗向けの投資です。二つ目は、物流拠点の拡大及び物流のより一層の効率化を図ってまいります。なお、本中計では、店舗網と物流・システムへの積極投資で3か年で累計で800億円の投資を計画しています。三つ目は、DXに代表されるような情報システムの刷新に関する投資です。業務フローの刷新による更なるローコストオペレーションを推進し、損益分岐点の低い店舗づくりを進めてまいります。四つ目は人材投資です。従業員のEラーニング環境の整備と教育時間の確保を行い、マイスター取得者を増やし営業力強化を図ってまいります。

② 暮らしを守り・育てる商品開発

「同じものであればどこよりも安く、同じ価格であればどこよりも良いものを」を合い言葉に、暮らしを守り・育てられるような商品開発を推進しています。コメリグループでしか買えない、差別化された商品開発により、プライベートブランド商品の売上げ構成比50%達成を目指してまいります。世界のベストソースから、海外生産のプライベートブランド商品を拡大してまいります。

③ チェーンリフォーム

リフォームは、これから非常に大きな成長が期待される分野です。ホームセンターのリフォームは、お客様にとって敷居が低いチャネルであると考えています。施工が必要な商品の販売・取り付けは、本格的な大規模なリフォームにつながる入り口でもあります。中古住宅市場の拡大や省エネ型リフォームの拡大等、リフォーム市場は、これから拡大が見込まれます。コメリグループでは、2022年度中に全店でフルリフォームができるような体制を確立してまいります。

④ ネットとリアルでより身近に

1,200を超えるリアル店舗を持つ強みを活かすとともに、ラストワンマイル配送の拡大を進めてまいります。また、ネットで注文されたお客様の店頭引取り割合も8割を超えるまでに増加しています。リアル店舗の強みとカード会員とアプリ会員の情報を活用し、お客様の利便性を向上させ固定客化を推進してまいります。

数値目標

本中計では、2025年3月期の目標を以下のように設定しています。なお、積極的な投資と経費先行を見込むため、ROA及びROE

OEについては、8%以上という目標値を設定しています。

	2022年3月期実績	2025年3月期目標
営業収益	3,760億円	4,180億円
営業利益	278億円	320億円
ROA*	8.0%	8.0%以上
ROE	8.6%	8.0%以上

※ ROA: (総資本経常利益率)

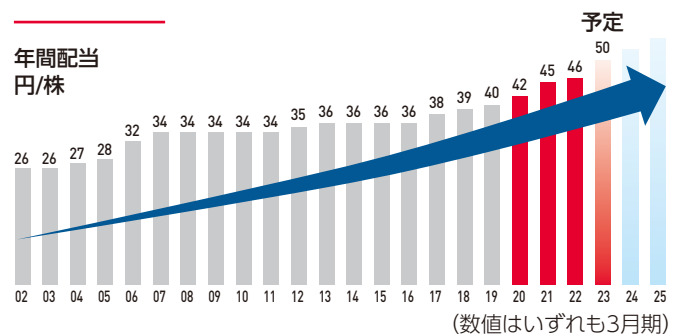
株主還元方針

コメリグループは、企業価値向上を通して株主の皆さまの利益を増大してまいりたいと考えています。経営基盤や財務体質の強化を図りつつ、安定的・継続的に向上させることを基本としています。

内部留保については成長基盤づくりの4つの投資等、経営基盤強化のための成長投資に活用し、更なる成長と中長期的な企業価値の向上を図ってまいります。

また、市場環境や資本効率を踏まえ、自己株式の取得も機動的に実施を検討してまいります。

過去20年間の配当推移



基本方針

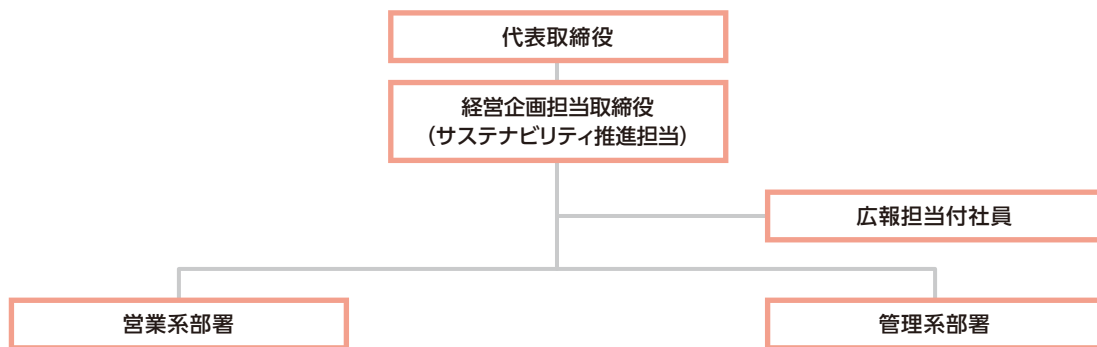
コメリグループは、経営理念である「コメリのねがい」を掲げ、「住まい」と「園芸・農業」に関する地域社会のインフラとして、ホームセンター事業を通じて地域社会、環境に貢献し、各種社会課題を解決し、持続可能な社会の実現、持続的な成長及び中長

期的な企業価値向上を目指しています。そして、具体的な行動の指針である「コメリグループ行動指針」「行動基準」に沿って、各種サステナビリティの取り組みを推進してまいります。

サステナビリティ推進体制

コメリグループでは、持続可能な社会の実現に貢献することを重要な経営課題の一つと認識しています。2022年9月末現在、

経営企画担当の取締役常務執行役員をサステナビリティ推進担当とし、広報担当付の社員等がその業務を補佐しています。



重要課題への取り組み

コメリグループでは、環境・社会を中心とする社会課題の解決による持続可能な社会の実現を通じた持続的な成長及び中長期的な企業価値向上を目指し、商品や店舗運営、物流等、商品の生産から販売までのすべての過程において、省力化・効率化

を行い、環境及び社会課題の解決に取り組んでいます。なお、重要課題に関する指標と目標については、現在、策定に向けて準備を進めています。

重要課題	主な取り組み内容	対応するSDGs
環境に配慮した事業の展開	環境に配慮した商品・サービスの提供 気候変動への対応、事業活動におけるCO ₂ 排出量の削減と開示 プラスチック包装容器の削減及び廃棄物の削減 資源の有効活用、省エネルギー及びリサイクルの推進	7 持続可能なエネルギー 9 産業とインフラの持続可能性 12 持続可能な消費と生産 13 気候変動への対応 15 陸域生態系の保護
少子高齢化社会における社会的インフラの提供	新商勢圏への出店による店舗網の拡大と雇用の創出 住まいに関するローコストな商品・サービスの供給体制の確立 農産物等の食料生産に必要な生産資材の提供の推進 災害時における生活必要物資の供給体制の構築 DXの推進によるローコストオペレーション体制の確立	8 豊かになる経済成長 9 産業とインフラの持続可能性 11 持続可能な住みやすさ 15 陸域生態系の保護 17 パートナーシップによる開発
公正な取引の推進 事業活動における人権尊重	「お取引にあたってのお約束」の遵守 持続可能な原材料及び商品調達の実施 多様な価値観・プライバシー等を尊重し、人種、民族的背景、性別、宗教、障害、年齢、性的指向等を理由とした差別の禁止	8 豊かになる経済成長 9 産業とインフラの持続可能性 10 人や国の不平等の解消 12 持続可能な消費と生産 17 パートナーシップによる開発
多様性の尊重 働きがいのある環境づくり	多様な人材がより能力を発揮できる教育体制の整備 性別やライフステージに関わらず、従業員が活躍できる環境整備 従業員の安全・衛生・健康を重視した働きやすい環境の実現	3 持続可能な成長 5 性別平等 8 豊かになる経済成長
コーポレートガバナンス強化への取り組み	持続的な企業価値の向上のための体制整備 取締役を含めた経営陣幹部の多様性の確保	8 豊かになる経済成長 16 平和と公正な裁判

基本的な考え方

コメリグループは、遅れた分野の流通近代化を実現することが、廃棄物の削減、商品調達や店舗運営に係るエネルギーコストやCO₂排出削減等の環境分野の社会課題の解決につながるという考えのもと、原材料調達、製造・生産、流通、販売、消費の

各過程において、環境に配慮した事業活動を行ってまいります。

また、猛暑や寒波、大雨、大雪等の気候変動の影響に適切に対応し、「住まい」と「園芸・農業」に関する地域社会のインフラとしての役割を果たしてまいります。

商品・サービスを通じた脱炭素・CO₂削減への取り組み

国産木材活用によるCO₂削減

日本の住宅のうち半数以上が木造住宅であり、特に低層住宅の8割は木造住宅となっています。資材・建材、園芸・農業分野を核カテゴリーとして他社と差別化しているコメリグループにとって、木造住宅に関する商品やサービスの提供は、お客様の住環境の改善ニーズを解決するというホームセンター事業の中の重要な取り組みの一つとなっています。

また、木造住宅は「都市の森林」や「第2の森林」と言われ、構造物や内外装、家具を含め、木材や木製品が多く使用されています。これは、木が個体炭素の貯蔵庫としての機能を果たしているためです。木は、成長する過程でCO₂を吸収し、炭素が固定化され、伐採されて木材や木製品と形を変えても、炭素は固定されたままとなります。また、木材は加工しやすく、加工におけるエネルギー使用量も少ないとされています。そのため、木造住宅には、大量のCO₂が固定化され貯蔵されており、住宅等への木材の利用の推進は炭素の固定化・貯蔵につながり、CO₂の固定という視点では、住宅地に炭素が貯蔵でき地球温暖化防止に寄与できるとされています。

一方、木材調達の観点からは、ロシア・ウクライナ問題に起因

したウッドショックや急激な円安等により、海外からの木材の調達の先行きは、不透明な状況が続いています。国内の森林においては、戦後に植えられたスギやヒノキ等の人工林は50年生を超える人工林面積が過半となり伐採適齢期を迎えており、「伐って、使って、植えて、育てる」という取り組みによる持続的な森林資源の利用が求められています。

更に、2050年カーボンニュートラル実現の観点からも、住宅での国産木材利用推進は、政府の重要な政策の一つとなっています。

このような状況の中、コメリグループでは、木材の調達ルートの多様化の一環で、国産木材の積極的な利用の推進を行っています。脱炭素・地球温暖化防止の観点からも、国産木材の販売を通じた住宅等への炭素の固定化を推進する取り組みも推進してまいります。また、「住まい」のインフラとして、コメリグループ店舗において国産材の利用推進を行い、CO₂を吸収する森林資源の保全に寄与する取り組みを継続して行い、CO₂排出量削減という社会課題の解決を目指してまいります。

国産材利用推進のメリット

メリット1

炭素の長期固定化による地球温暖化防止への寄与

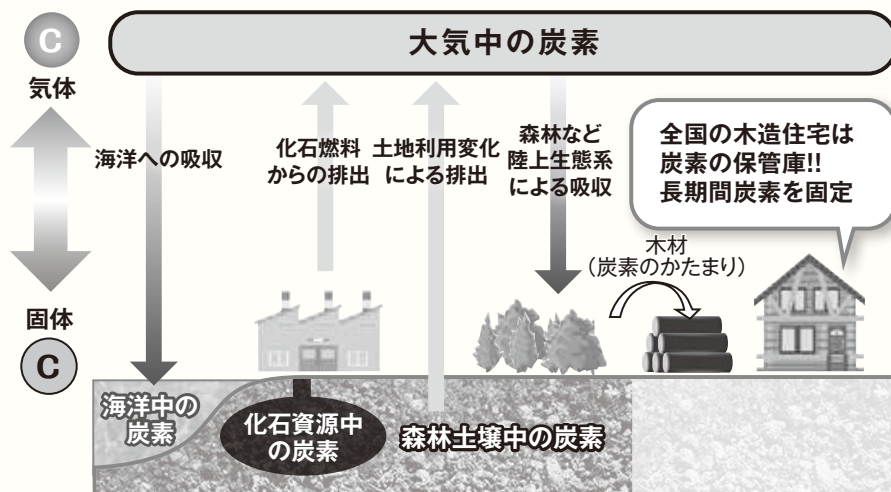
メリット2

省エネルギーで加工できる

メリット3

再生可能な循環資源

炭素の循環と固定



K+BUILD国産杉針葉樹合板

プライベートブランド「K+BUILD国産杉針葉樹合板」は、国産材を使用した針葉樹合板です。国産木材の利用を積極的に行うことでお客様への供給責任を果たすとともに、国内林業の活性化や木材自給率の向上、地球温暖化対策の一助となれるような取り組みを行っています。



国産ヴィンテージ調枕木

国産の杉材を100%使用した軽量・高耐久なヴィンテージ風の庭園装飾材です。主に群馬県周辺の伐採適齢期を迎えた杉材を使用しており、植林・育成・伐採・再植林の循環を行うサステナブルサイクルに貢献する商品となっています。



省エネ建材の販売、リフォームを通じた住宅の省エネ化

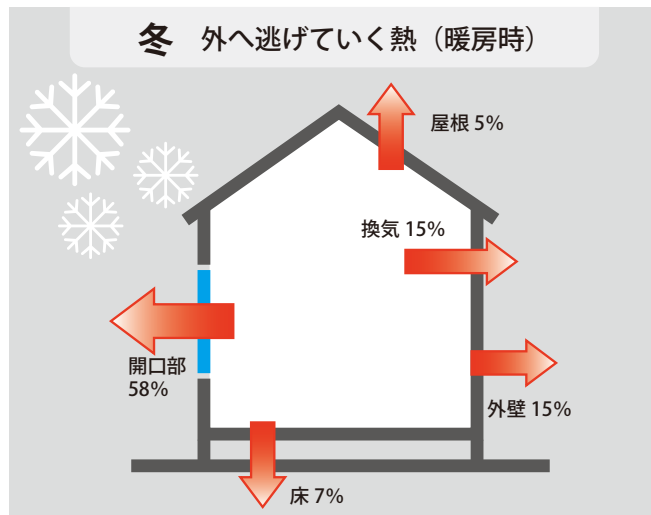
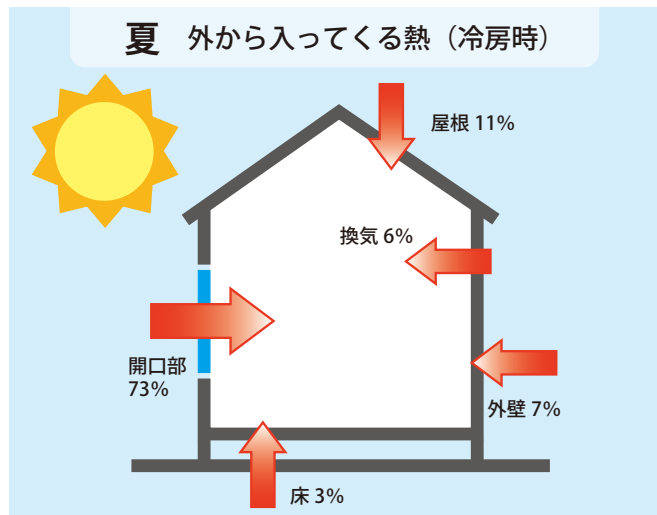
日本全体のCO₂排出量全体の約14%が家庭部門から排出されています。また、政府は、2021年4月22日の地球温暖化対策推進本部及び気候サミットにおいて、2030年度において、温室効果ガス46%削減(2013年度比)を目指すこと、さらに50%の高みに向けて挑戦を続けることを表明しました。

家庭部門から排出されるCO₂のうち、電気が65.3%、都市ガス・LPガスが21.2%、灯油が13.5%となっています(令和2年度家庭部門のCO₂排出実態統計調査)。コロナ禍の影響で自宅で過ごす時間が増えている傾向もあり、家庭部門から排出されるCO₂は増加傾向となっています。住宅における冷暖房の熱の流入量は、隙間や換気以外で、開口部(主に窓)が最も大きく、開

口部以外でも壁や床、屋根からも熱は出入りしています。電気や灯油で部屋を冷暖房しても、住居の断熱性が低ければエネルギー使用量は増加してしまいます。

コメリグループでは、省エネ型のリフォーム、ダブルガラスを使ったリフォーム、断熱リフォーム等の住まいの「高断熱化」「高効率設備の導入」を推進する商品やサービスの提案を推進しています。引き続き、「住まい」のインフラとしての役割を果たし、家庭部門(住まい)のエネルギー使用量を減らしCO₂排出削減につながる取り組みを行い、地球温暖化防止という社会課題の解決を目指してまいります。

住宅の熱の流入のイメージ



エンジン式工具のバッテリー電源化によるCO₂排出削減

エンジン式工具は、パワーがあり作業効率も高い反面、排ガスによる環境への負荷や振動や騒音による労働安全衛生の問題も懸念されています。

コメリグループでは、気候変動等の対策の一環として、エンジン式工具のバッテリー電源化も進めています。バッテリー式工具はガソリンを使わないため環境負荷が少なく、また、コードレ

スで場所を選ばず使える利便性も備えています。

DIY向けでは「B-Share」シリーズ、プロ向けでは「UBERMAN」シリーズでバッテリー工具の商品開発を行っています。また、各シリーズ内の商品においてはバッテリーを共有できるため、廃棄物の削減にもつながっています。

廃棄物の削減

環境ステーション設置

廃棄物の削減の取り組みの一環として、現在、新潟、花巻、高崎、茨城、三重、岡山の各物流センター内に「環境ステーション」を設置し、各店舗や物流センターで発生する段ボールやビニール等のリサイクルを行っています。また、店舗に商品を配送する車両の帰り便を活用することで、段ボールやビニール等の運送に関するCO₂の排出の削減にもつながっています。

また、循環型社会（サーキュラーエコノミー）の取り組みの一環として、専用の圧縮機を導入して、段ボールやビニールのリサイクルも実現しています。

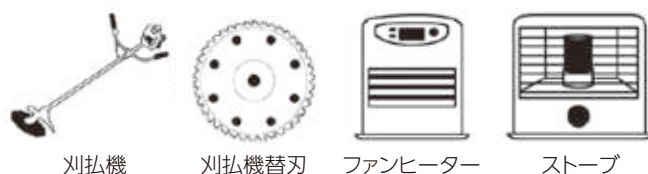


環境ステーション

不要品引取りサービス

不要品の引取りサービスは、コメリで商品をご購入いただいた際に、ご家庭等で不要になった同等品1台をコメリ店舗にてお引取りするサービスです。このサービスは、商品ご購入時にかかるお客様の手間と費用を抑え、コメリグループにて引取り・リサイクルすることで、環境の負荷低減に寄与することを目指しています。2022年3月末現在、40品種の商品を不要品引取りサービスの対象としています。

不要品引取りサービスの対象品種の一例



刈払機

刈払機替刃

ファンヒーター

ストーブ

その他サービス

安心延長保証

家電等のコメリが指定する商品について、メーカー保証を含めて3年間または5年間、無料修理保証を受けられるサービスを展開しています。お客様がご購入した商品を長く使えるお手伝いを行い、廃棄物の削減につなげています。

コメリ自転車あんしんパック

自転車保険加入義務化の動きに合わせて、お客様が購入した自転車を、長く、安心に使えるようサービスを開発しました。

エネルギー使用量の削減

コメリグループでは、継続してエネルギー使用量の効率化を進めています。2009年の実績から、毎年1%のエネルギー使用量の削減を目標に取り組んでいます。

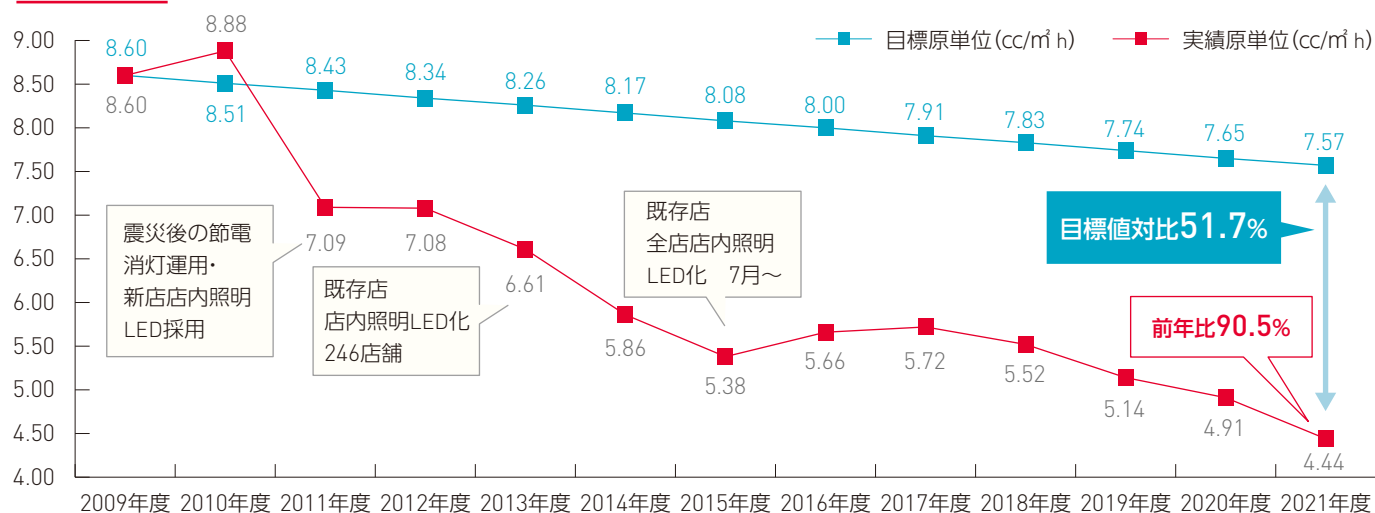
店舗においては、日頃から節電に取り組むとともに、店内照明のLED化と高効率の空調設備の設置や入れ替えを進めています。

商品の配送については、全国11カ所の物流センターにお取引

先様より一括して商品を集約し、店舗ごとに仕分けし配送を行っています。その結果、お取引先様から、直接、各店舗に配送を行う場合と比べて、トラックの走行距離が大幅に削減されるため、大幅なCO₂の排出削減につながっています。

なお、2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする、カーボンニュートラルを目指すという政府の目標に合わせて、現在、新たな削減目標・内容を検討しています。

コメリグループにおけるエネルギー使用量削減の推移



エネルギー削減目標

2009年度の原単位から、
毎年1%削減

$$\text{原単位} = \frac{\text{エネルギー使用量 (cc)}}{\text{コメリ施設総延床面積 (m}^2\text{) × 年間営業時間 (h)}}$$

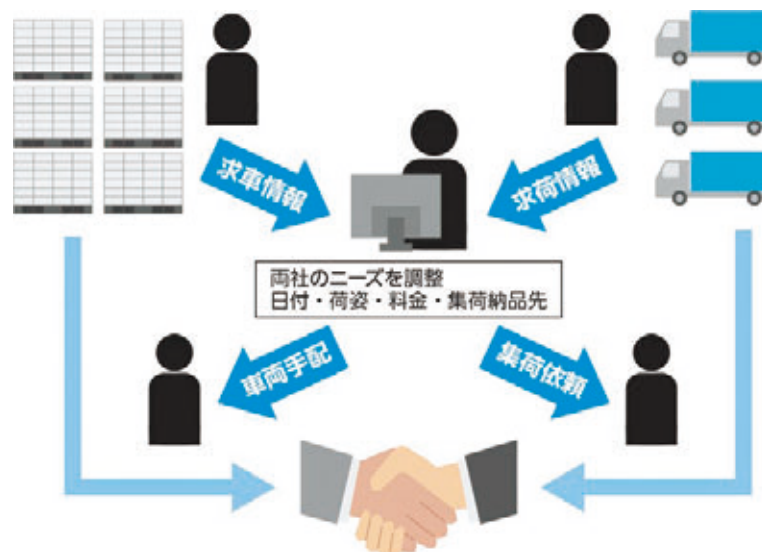
過去3期分のエネルギー使用量・CO₂排出量の実績

		単位等	2020年3月期 2019.4.1~2020.3.31	2021年3月期 2020.4.1~2021.3.31	2022年3月期 2021.4.1~2022.3.31
エネルギー使用量 Energy consumption (GJ)	内訳	電気 Electric power	1,967,624	1,840,572	1,872,566
		LPG	40,698	45,771	28,625
		LNG	14,052	14,748	10,675
		ガソリン Gasoline	12,380	14,748	14,966
		灯油 Kerosene	2,139	10,513	7,606
		A重油 Heavy oil A	0	0	0
		原単位 Per sales unit	5.14	4.91	4.83
CO ₂ 排出量 CO ₂ emissions (t-CO ₂)	Scope1	燃料の燃焼に伴う直接排出	—	—	5,821
	Scope2	電力使用に伴う直接排出	—	—	87,999

【原単位計算式】
エネルギー使用量 (kJ換算) ÷ (延べ床面積 m² × 営業時間 h)

求荷・求車サービスによるCO₂排出量削減

コメリグループの物流を担う北星産業株式会社では、荷物と空車の情報をマッチングさせて配送を行うコーディネートサービス(求荷・求車サービス)を行っています。荷主企業様に予想を超えた大量注文、緊急で大量に製品を送る必要が生じた時、運送会社様の空車が発生してしまう時等、北星産業株式会社の全国物流ネットワークを活用して、荷主様には様々な車両を、運送会社様には荷物を提案するサービスを展開しています。空車を削減することにより、車両の配送効率が高まり、CO₂排出削減にも貢献しています。



気候変動対応(TCFD提言に基づく開示)

コメリグループでは、2022年9月末現在、サステナビリティに関する各種取り組みを実施しています。TCFDへの対応については、コメリ単体におけるScope1・Scope2排出量とScope3排出量の一部データの整備が完了し、Scope3排出量の未算定部分の整備を進めています。

また、気候変動に係るリスク及び収益機会が事業活動や収益等に与える影響については、現在シナリオ分析の準備を進めています。

	単位等 Unit etc.	2020年3月期 2019.4.1~2020.3.31	2021年3月期 2020.4.1~2021.3.31	2022年3月期 2021.4.1~2022.3.31
CO ₂ 排出量 CO ₂ emissions (t-CO ₂)	購入した製品・サービス Purchased goods and services	—	—	1,766,397
	資本財 Capital goods	—	—	29,279
	Scope1,2に含まれない燃料及びエネルギー関連活動 Fuel and energy-related activities not included in Scope1 or Scope2	—	—	14,213
	輸送、配送(上流) Upstream transport and delivery	—	—	15,152
	事業から出る廃棄物 Waste generated in operations	—	—	5,071
	出張 Business travel	—	—	1,534
	雇員の通勤 Employee commuting	—	—	6,088
	Scope3 合計(Total)		—	—
Scope1・2・3 合計(Total)		—	—	1,931,555

※Scope3につきましては、上流側の範囲(カテゴリー1から7まで)で算定しております。

Scope 3 is calculated in the range on the upstream side.

従業員に関する取り組み

多様性確保に向けた人財育成・社内環境整備方針

コメリ経営要諦の「人は事業の最も大切な柱である」に基づき、従業員の人權を尊重し、性別・国籍・年齢等に関係なく、多様な人材がより能力を発揮し活躍できる環境整備を行っています。計画的な配置転換、職種別・階層別教育を中心とする営業力・商品力の強化、生産性の向上を実現する人事制度や多様な教育制度を構築し、中核人材の育成と従業員が安心・安全・健康

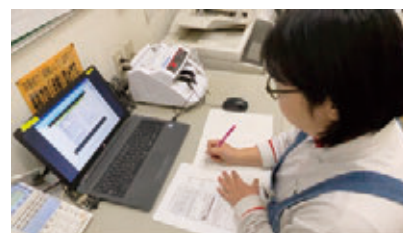
に働くことができる「働きがい」を感じられる環境の確保に努めてまいります。

そして、具体的な行動の指針である「コメリグループ行動指針」「行動基準」に沿って、人財育成とその環境整備の取り組みを推進してまいります。

働き方改革と生産性向上への取り組み

コメリグループは、創業以来、より良い商品をより安くお客様に提供するために、一貫してローコストオペレーションを維持する仕組みを構築し続けてきました。「無駄なコストは1円たりともお客様にご負担させない」を合い言葉に、特に、店舗の従業員が接客と売場づくりに専念できるよう店舗の作業改善に注力しています。

DXによる情報システム投資と人財教育投資を行い、業務フローの刷新、その業務フローをどのように担うかの組織の刷新も行うとともに、来店されるお客様にベストなソリューションを提供できる人材、様々な商品知識がある人材等の育成を進めてまいります。



女性役職者数

205名

※2022年3月末

※グループリーダー相当職以上の人数

新入社員女性比率(正社員)

40%

※2022年4月入社

ホーム社員数

530名

※2022年3月末

※ホーム社員とは、転勤はせず、一定地域で勤務(自宅から概ね25km以内)する社員

中途入社社員のLM相当本社管理職比率

20.7%

※2022年3月末

※LMはリーダー、マネジャーの略称

ハラスメント防止への取り組み

コメリグループでは、従業員の人權の尊重についても、「コメリグループ行動基準・行動指針」で規定し、安全かつ衛生的な職場環境の整備や従業員の健康を重視した働きやすい環境の実現を目指しています。労働災害の防止に取り組むとともに、差別

の防止やパワーハラスメントやセクシャルハラスメント防止等のハラスメントの禁止について、各種研修において従業員に教育を行っています。

賢和塾

コメリグループでは、不易流行の精神を実践できる人材を育むことを目的とした「賢和塾」という総称の教育体系を設けています。

人材は、持続的な成長と中長期的な企業価値向上に必要な重要な経営資源です。コメリの店舗においては、工具・金物、資材・建材、園芸・農業資材等の接客が必要な商品が多数存在しているため、プロを含めたお客様のニーズに幅広く対応できる能力を持った人材の確保が必要となっています。また、更なる事業拡大を行うにあたっては、新たな経営陣幹部や新しい分野に挑戦し新たな価値を創造できる人材が必要となってきます。

一方、企業規模が拡大していくと、教育不足による店舗間の格差の発生だけでなく、経営理念や創業の精神の継承が薄らいでいくことも懸念されます。そのため、単に作業を遂行するだけでなく仕事を通じて多様な経験を積むことで、従業員の一人ひとりが活躍でき成長と幸せが実現できる環境づくりが必要となります。

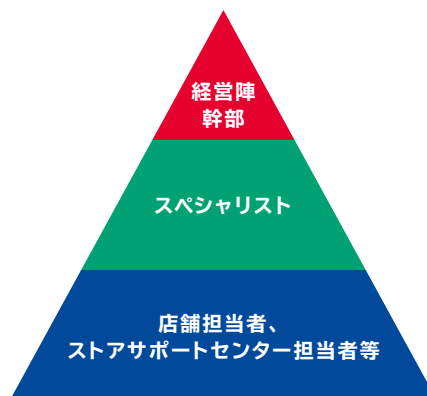
定期的な配置転換により幅広い視野と多様な経験を積むというジョブ・ローテーション制度と「賢和塾」に基づく各種教育カリキュラムの企画・実施により、多様な人材がより活躍でき、安心・安全・健康に働くことができる体制づくりを進めてまいります。

現在の主な教育研修プログラムの概要

目	安	主 な 研 修 内 容	
~20代 (1~3等級)	社内研修 (Off-JT)	入社研修 3ヵ月後、7ヵ月後、3年目研修 店長・GL候補研修 社内アメリカセミナー 商品知識勉強会	など
	社内トレーニング (OJT)	スキルアップトレーニング ハード&グリーン 店長育成トレーニング	
~30代 (4~6等級)	社内研修 (Off-JT)	社内アメリカセミナー 中堅育成研修 各種勉強会、リマインド研修	など
	社外研修 (Off-JT)	中堅育成セミナーなどのチェーンストア研修	
	社内トレーニング (OJT)	ブロックマネジャー育成トレーニング 各種勉強会	
40代~ (7~9等級)	社外研修 (Off-JT)	政策セミナーなどのチェーンストア研修	

スペシャリストへの道

事業を通じて世の中に貢献するためには、従業員一人ひとりの成長が不可欠となります。コメリグループでは、入社から約3年間は店舗での経験を積み、店舗業務の習得を行っています。幅広く豊富な商品やマネジメント等の知識を持ち、しかも特定の分野における高度な専門知識と技術を持った「スペシャリスト」の育成は、コメリグループの将来を担う中核人材を生み出すこととなります。そして、経験と技術を積み重ねることで、将来的経営陣幹部として会社の方針や戦略を組み立てる役割を果たすこととなります。



教育人財投資額

13.1億円
※2022年3月期実績

マイスター認定者数

3級 …………… 9,794名
2級 …………… 4,549名
1級 …………… 209名
※2022年9月末現在

マイスター制度

社内資格のマイスター制度により、お客様のお困りごとと解決や要望に対する提案ができる、接客技術の高い従業員を育成しています。



社員表彰制度

コメリグループでは、毎年年初に定める重点方針に基づいた取り組みや実績を基準に社員を表彰する「社員表彰制度」を実施しています。2022年3月期は、社員114名と子会社2法人が表彰されました。



多種多様な働き方

「スペシャリスト」を育成するためには、従業員一人ひとりの能力、「ジョブ型」や「メンバーシップ型」の働き方、キャリアに合わせた教育制度を構築する必要があります。コメリグループでは、

各種制度を設け、個人の適性やキャリアプランを見ながら、従業員一人ひとりのキャリアアップ・ステップアップをサポートしています。

等級制度

年齢や勤続年数に関係なく、職務能力に応じた制度。評価の結果が昇給試験へとつながります。等級が上位になるにつれて、チャレンジできる仕事の幅やレベルも上がります。そのため、自らのキャリアプラン実現を目指して、何をすべきかイメージできるようになります。

評価制度

日頃の仕事における成果と取り組みを評価する制度です。半期ごとに上司とカウンセリングを行い、目標の達成度や次期目標設定について話し合うことで、チャレンジの方向性を示します。

自己申告制度

年に1回、担当業務やチャレンジしたい業務、将来のキャリア形成などについての意思・意向を自己申告する制度です。日頃の取り組み姿勢や成果を申告内容と照らし合わせ、今後のキャリアプランに反映します。また、プロジェクトや新規事業のスタッフを社内公募する「社内公募制度」もあり、主体的な挑戦を応援しています。

女性活躍の推進・ワークライフバランス

コメリグループでは、女性活躍推進について、各職場でのリーダーとして活躍できる女性を増やすため、「女性採用の強

化」と「女性社員のキャリア形成支援」を計画し活動しています。また、仕事と家庭が両立できる環境づくりも推進しています。

女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画

- 1 計画期間 2021年4月1日～2026年3月31日
- 2 コメリグループの課題 女性管理職(店長職)が限定的である。
- 3 目標
 - ① 2026年度末までに女性管理職(店長職・本部マネジャー)を300名にする。
【取組内容】毎年、店長・グループリーダー・マネジャー候補者を選抜し、40名ずつ任用を行う。
 - ② 2026年度末までに、全社員の平均残業時間を13時間以内とする。
【取組内容】
 - 個人別残業進捗管理システムによる「見える化」でフォロー体制を拡充する。
 - 作業の置き換えを進め、一個人にかかる業務負担を低減する。

次世代育成支援対策法に基づく一般事業主行動計画

- 1 計画期間 2020年4月1日～2023年3月31日
- 2 目標
 - ① 育児休業の取得状況を以下の水準とする。
 - 男性:積極的に取得を推進すること(目標 10名)
 - 女性:取得率の推進に努めること(目標1.50%)
 【取組内容】
 - 従業員への周知を実施
 - 育児休業中の従業員で希望者に対する職場復帰支援の実施
 - ② 社員全員の所定労働時間を削減するとともに定時退社日を定め周知する。
【取組内容】
 - 所定外労働時間の原因分析等の実施
 - 管理職を含めた全従業員を意識改革、時短活動への取り組みを実施
 - 定時退社日の推進
 - 店舗においては、閉店から30分以内の退出の完全実行を推進。本社においては、消灯後、事務室からの強制退出と、端末の強制電源オフの実施

コメリグループにおける男女別の状況

① 従業員の状況

区分	従業員数(人)	新卒入社社員数(人)	役職者数(人) ※M相当職以上	平均年齢(歳)	平均勤続年数(年)
男性	3,471	216	2,571	37.3	11.67
女性	580	144	205	30.5	4.58
合計/平均	4,051	360	2,776	36.4	10.67

② 上記①のうち、ナショナル社員(総合職)における従業員数、平均給与は、右表の通りです。平均年間給与には、基準賃金のほか時間外勤務手当等の基準外賃金及び賞与を含んでいます。なお、女性の平均年間給与が男性より低い(男性平均年間給与比80.8%)理由は、勤続年数15年以上の女性の割合が1割を超える程度で上位役職者数が少ないこと、及び平均勤続年数も男性より約7年短いことが主な理由となっています。引き続き、性別にかかわらず様々な場面で女性の登用を行い、多様性の確保を図ってまいります。

区分	従業員数(人)	平均年間給与(円)
男性	1,214	5,327,809
女性	131	4,303,364
合計/平均	1,345	5,228,021

地域社会への取り組み

日本は現在、少子高齢化や労働力不足、原材料の高騰、脱炭素や脱プラスチック等の多くの社会課題に直面しています。

コメリグループでは、ホームセンター事業そのものがサステナビリティの各種社会課題の解決につながるという考えのもと、ホームセンター事業を通じて「住まい」と「園芸・農業」の地域

社会のインフラとして、お客様の近くで商品を購入できる店舗としてお役に立ち続けたいと考えています。

特に、ハード&グリーンは、ローコスト出店を徹底した結果、損益分岐点が低く、300坪の店舗は1万人程度の小商圏でも成り立つ店舗で、これがコメリグループの強みとなっています。

災害時のインフラとして

コメリグループでは、2004年に新潟県で発生した「7.13水害」をはじめとし、「中越大震災」「東日本大震災」等の災害を経験し、災害発生後、従業員の安全を確保した上で、速やかな店舗営業の再開が小売業の使命であると考えました。現在、災害発生時、ホームセンターは、住まいに関する重要な社会インフラとして、復旧・復興に必要な物資の供給拠点であるということも定着しています。

コメリグループでは、毎年、台風や大雪等の異常気象が発生する直前において、お客様が買い求める災害に必要な商品をタイムリーに提供できる体制を、平時より整備しています。また、災害発生時には、NPO法人コメリ災害対策センターと連携し、コメリ本社の各部署と店舗、そして物流を担う子会社の北星産業株式会社の全国の物流センター等が一体となって対応しています。

その他、防災カタログも毎年発行し、地震や火災への備えや避難への備え等、年々変化する災害発生時に求められる内容を更新し、災害発生時の対応に関する啓蒙活動も行っています。



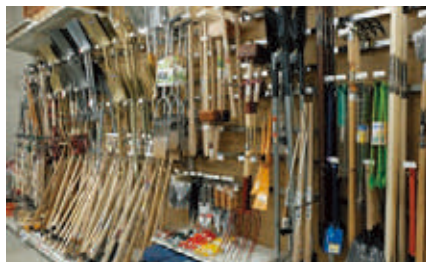
地域農業のインフラとして

国内の農業をめぐる情勢は、農業事業者の高齢化・後継者不足や耕作放棄地の増加、生産資材価格の高騰等、時代の大きな変化を受けて非常に厳しい状況が続いています。

コメリグループでは、1983年にハード&グリーンを開発し、園芸・農業用品の本格的な取り扱いを開始しました。その後、農業資材や大袋肥料・農薬の取り扱いを増やし、これまで、農業事業者の利便性の向上に努めてまいりました。そして、現在では、日

本の農業の産業化を目指し、農産物の生産から販売までをトータルコーディネートできる体制の構築を進めています。

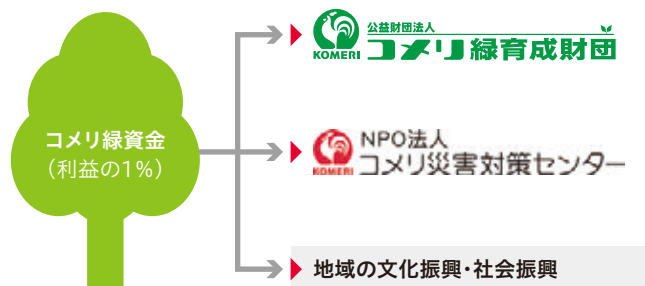
2020年3月からは、上伊那農業協同組合様(長野県)との協業を本格的に開始し、2021年4月からは山形おきたま農業協同組合様(山形県)、紀の里農業協同組合様(和歌山県)との協業をそれぞれ開始しています。2022年3月末現在、農業協同組合様との協業対応店舗は17店舗となっています。



社会貢献

コメリグループは、1990年にコメリ緑資金を設立し、以来32年間にわたり、毎年利益の1%相当額を原資として、地域の緑化活動や農業振興及び災害時における物資の安定供給の基盤整備、ならびに地域の文化振興・社会振興への支援を継続して行っています。

1990年から2022年までの32年間の累計拠出金額は、23億2,817万円に達しています。



公益財団法人コメリ緑育成財団

公益財団法人コメリ緑育成財団は、コメリ緑資金からの助成を受けて、公共性の高い環境保全活動や緑化活動を行っている団体様への助成を行う「コメリ緑資金助成」、農業体験イベント等を開催する「農業の振興・支援事業」、コメリグループ従業員



がボランティアとして幼稚園や小中学校の緑化活動に参加する「コメリ緑資金ボランティア」の3つの活動を行っています。

2021年度の「コメリ緑資金ボランティア」の活動件数は、422件となっています。



NPO法人コメリ災害対策センター

NPO法人コメリ災害対策センターは、災害対策に永続的に取り組むための活動基盤として、2006年9月にコメリ緑資金の助成を受けて設立され、災害時の物資供給のネットワーク構築、災害対策関連情報の提供、防災啓蒙活動等を行っています。

2022年3月末時点で、983件の全国の自治体と災害時における物資供給に関する協定を締結し、コメリグループの各店舗と連携しながら活動を行っています。



公益財団法人美術育成財団雪梁舎

公益財団法人美術育成財団雪梁舎は、1994年に雪梁舎美術館を開館して以来、若手芸術家の育成・支援等を行っています。中でも、「フィレンツェ賞展」は、芸術文化の振興と若手芸術家の育成を目的として、1999年の開催以来23年間にわたり毎年継続して行っています。



基本的な考え方

コメリグループは、「企業とは、人々の幸せのために存在すべきものであり、それでこそ社会から支持され、存続することができる」という考えに基づき、遅れた分野の流通近代化を実現し、環境・社会を中心とする社会課題の解決による持続可能な社会の実現、持続的な成長及び中長期的な企業価値向上を目指しています。

また、上場企業としての立場からは、コメリグループを取り巻

く事業環境の変化やステークホルダーの皆様の变化するニーズにお応えするとともに、効率的で健全な企業経営に基づくグループ企業の価値の最大化を目指しています。

これらを実現するため、取締役会の監査・監督機能の強化、意思決定の迅速化を図り、監査等委員会設置会社制度に基づくコーポレート・ガバナンスの充実に取り組んでまいります。

コーポレート・ガバナンス強化への取り組み

コメリは、「執行役員制度」「取締役の任期1年」「取締役及び執行役員を担当制」を採用しており、その結果、取締役会は経営の意思決定・監督機能と執行機能が分離され、戦略的意思決定とコンプライアンスの強化が図れる体制となっています。

今後も、迅速な経営判断ができる体制を継続し、より実効性の高いガバナンス機能を発揮できる体制を構築してまいります。

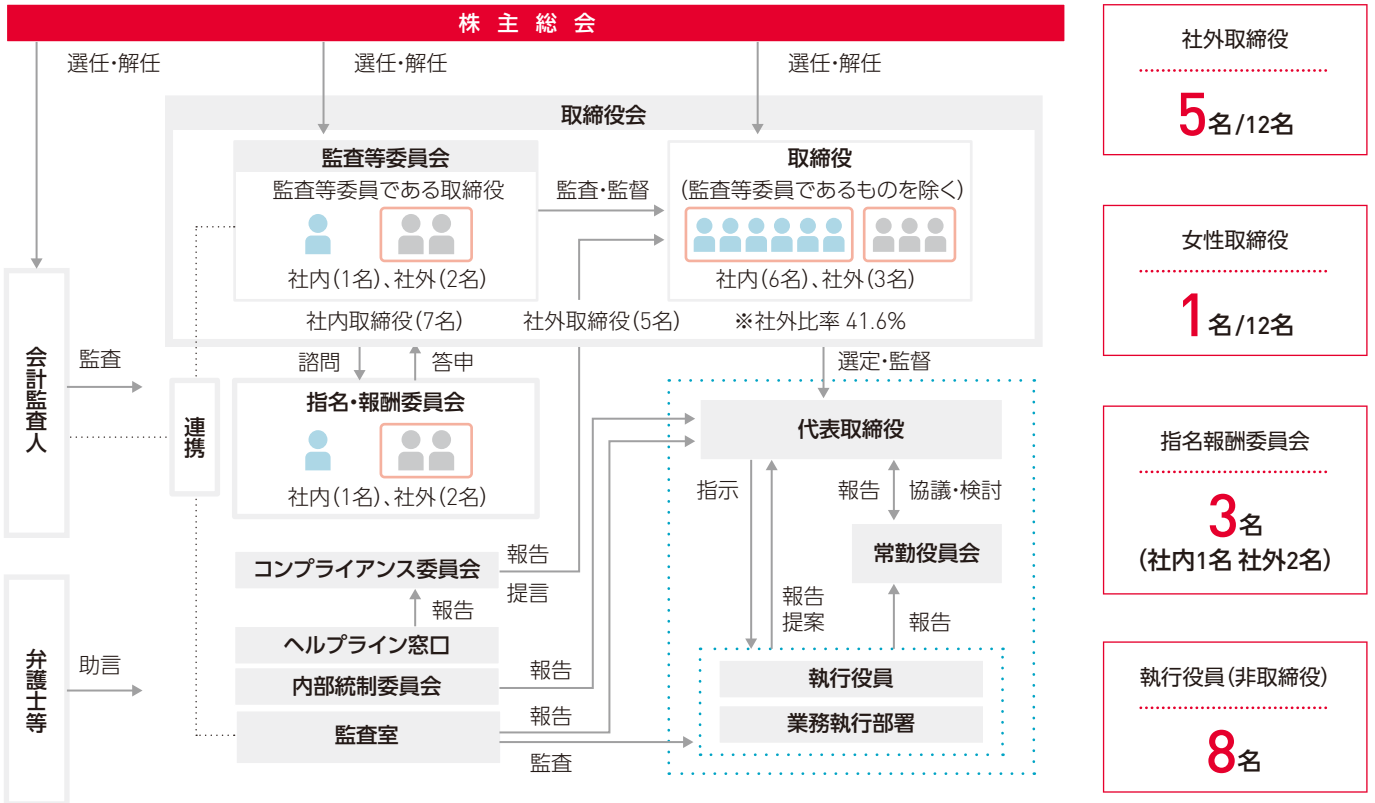
これまでの取り組みは、以下の通りです。

年 月	実 施 項 目
2003年6月	執行役員制度の導入
2004年12月	コンプライアンス担当役員を任命
2005年6月	コンプライアンス委員会設置
2006年8月	情報セキュリティ委員会設置
2007年1月	内部統制構築委員会設置(2008年より内部統制委員会)
2007年6月	当社株式大量取得行為への対応策(買収防衛策)の導入
2010年6月	役員退職慰労金制度の廃止
2011年6月	業績連動型ストック・オプション制度の導入(2019年6月廃止)
2013年6月	取締役の任期を2年から1年に短縮
2014年3月	取締役、執行役員の受け持つ職能を「担当」として委嘱する担当制の導入
2016年2月	情報セキュリティ担当役員を任命
2017年4月	当社株式大量取得行為への対応策(買収防衛策)の非継続(廃止)の決定
2019年6月	業績連動型株式報酬制度(株式給付信託)導入
2020年6月	監査等委員会設置会社へ移行 指名・報酬委員会を設置
2022年6月	女性社外取締役1名選任 社外取締役5名体制に(監査等委員である取締役2名を含む)

コーポレート・ガバナンス体制

コメリは、2020年6月25日開催の第59回定時株主総会の終結の時をもって監査等委員会設置会社へ移行しました。委員の過半数が社外取締役で構成される監査等委員会を設置し、監査等委員である取締役に取締役会の議決権を付与することで取

締役会の監査・監督機能を強化するとともに、業務執行については、取締役会の監督のもと更なる意思決定の迅速化を図っています。



取締役会・監査等委員会・各種会議体の概要

名称	概要	2022年3月期開催回数
取締役会	経営上の最高意思決定機関として、法令及び定款に定められた事項、並びに重要な政策に関する事項を決議し、業務執行状況を監督しています。	12回
監査等委員会	監査等委員会は、監査等委員会の監査方針に基づき、監査室と連携し、取締役の業務執行の監視を行い、経営の監督機能の強化に努めています。	12回
常勤役員会	業務の執行に関する重要事項について協議・検討・報告を行っています。	12回
指名・報酬委員会	主に、取締役の選解任、代表取締役の選定及び解職、執行役員の選定及び解職、取締役及び執行役員の報酬等に関する事項について審議し、取締役会に答申しています。	4回
内部統制委員会	金融商品取引法に定められた「内部統制報告制度」に対する社内体制の整備・運用と有効性の判断を行い、経営者に報告を行っています。	2回
コンプライアンス委員会	コメリグループの公正取引・個人情報・労働基準法等のコンプライアンスに関する重要事項について審議・検討を行っています。	12回
情報セキュリティ委員会	コメリグループの情報漏洩等のリスク及び発生の防止等に関する重要事項について、審議・検討を行っています。	6回
為替リスク委員会	外貨取引に関する為替リスクのヘッジを目的とした審議・検討を行っています。	4回

取締役会の実効性の評価

コメリでは、毎年1回、取締役会全体の実効性について分析・評価を行うこととしています。2021年度は、取締役にアンケートを行い、アンケート結果内容に基づき取締役会で審議を行い、

取締役会の実効性は確保されていると評価しました。評価結果の概要は、以下の通りです。

- 取締役会の運営は適切に行われており、審議内容、時間も適切である。
- 経営陣幹部を含めた従業員の多様性の確保が必要である。
- 気候変動リスクへの対応に対する議論を更に深める必要がある。

引き続き、中長期的な成長戦略等の審議内容の充実を図り、さらなる持続的な企業価値の向上を目指してまいります。

取締役候補の指名に関する方針及び多様性に関する考え方

持続的な成長と中長期的な企業価値向上を実現するために、取締役会の構成の多様性を考慮し、業務経験、実績、課題遂行能力、専門性等に照らし、豊富な経験と高い見識等を有した取締役としての役割と責任を果たす資質を備えた候補者を指名す

ることとしています。取締役候補者については、代表取締役、他の業務執行取締役及び人事担当役員で協議のうえ、指名・報酬委員会の審議・答申により、取締役会で候補者を選定することとしています。

社外取締役の選任及び独立性に関する考え方

直近3年間に於いて、連結売上高の2%を超えない取引先の出身者、または個人においては取引額が1,000万円を超えない方であって、財務・会計・法律・経営等の専門的な知見や企業経営等の経験を有している、一般株主と利益相反が生じる恐れがない方を選任することとしています。

現在は、社外取締役5名(うち、監査等委員である社外取締役2名)が、独立的な立場で、弁護士・企業経営者・公認会計士等の専門知識と共に、幅広い視野と豊かな経験に基づいて、経営上の監督機能を果たしています。

取締役のトレーニングに関する方針

持続的な成長と中長期的な企業価値向上に寄与する役割・責任を果たす資質を備えた方を、取締役に指名することとしています。そのため、各取締役に対して、役員の責任と義務、法的リス

ク等の知識の習得の自己啓発を推奨するとともに、必要に応じて、社内研修会等の実施、また、社外研修への派遣等を行っています。

取締役の経験・知識・スキル等(スキルマトリックス)

氏名	当社における地位	企業経営	財務会計	事業創造	業界知見	商品サービス	物流	店舗開発	国際性	組織開発	D X	法務・コンプライアンス	サステナビリティ
捧 雄 一 郎	代表取締役社長	●		●	●	●	●	●	●	●			●
田 邊 正	取締役常務執行役員				●	●	●		●			●	
早 川 博	取締役常務執行役員	●	●	●	●	●							●
松 田 修 一	社外取締役	●	●	●	●				●		●		
和 田 裕	社外取締役	●				●			●				●
菊 地 美 佐 子	社外取締役	●										●	●
保 坂 直 志	取締役執行役員	●		●	●			●					
鈴 木 勝 志	取締役執行役員				●		●	●			●		
森 茂 行	取締役執行役員			●	●					●	●		
住 吉 正 二 郎	取締役(常勤監査等委員)	●			●	●							●
藤 田 善 六	社外取締役(監査等委員)		●					●				●	
田 久 保 武 志	社外取締役(監査等委員)		●								●		●

役員報酬

役員報酬等に関する基本方針

コメリの業務執行取締役の報酬は、業績や企業価値との連動を重視し、中長期的に継続した業績向上と企業価値向上への貢献度等に応じて決定する。具体的には、業績貢献度、課題達成度、当社の評価基準（責任の重さ、業務遂行の困難さ等）をもと

に、株主総会で決議された報酬枠の範囲内で検討して決定する。

社外取締役及び監査等委員である取締役については、独立した立場からの経営の監督機能を担う役割を鑑み、基本報酬（月例の金銭報酬）のみとする。

役員報酬等の決定に関する事項

報酬等の種類	決定方法等
固定報酬	月例の金銭報酬とし、業績や担当職務の職責、業務執行状況等を総合的に勘案して決定する
業績連動報酬	賞与（金銭報酬）及び非金銭報酬（業績連動型株式報酬制度「株式給付信託（BBT=（Board Benefit Trust））」で構成し、連結営業利益、親会社株主に帰属する当期純利益、連結ROA等の業績指標と「課題の達成度」や「業績貢献度」等を総合的に勘案し当社が定めた一定の評価基準または規程に基づいて決定する

報酬等の割合に関する方針

基本報酬と業績連動報酬の構成割合は、基準報酬額であるときを前提として、基本報酬部分70%、業績連動部分30%を基本とし、業績等の達成度合いに応じて業績連動部分を変動させることとする。

また、個人別の報酬額については、株主総会で決議された報酬枠の範囲内で、指名報酬委員会の審議を経た上で、取締役会決議に基づき代表取締役委任し決定する。

2022年3月期の役員報酬等

区分	員数	報酬等の種類別総額		
		基本報酬	業績連動報酬等	
			賞与	非金銭報酬等
取締役（監査等委員を除く） （うち社外取締役）	9名 (2名)	117百万円 (14百万円)	21百万円	25百万円
取締役（監査等委員） （うち社外取締役）	3名 (2名)	27百万円 (11百万円)	—	—
合計 （うち社外役員）	12名 (4名)	144百万円 (25百万円)	21百万円	25百万円

(注) 1. 上記には、2021年6月5日開催の第60回定時株主総会終結の時をもって任期満了により退任した取締役1名が含まれています。

2. 上記のほか、使用人兼務取締役の使用人部分の給与相当額は、総額28百万円であります。

株主・投資家との対話

株主との建設的な対話に関する方針

IR担当役員及び担当者を選任し、持続的な成長と中長期的な企業価値向上の実現を目的とした適切な情報開示及び建設的な対話に努めてまいります。

なお、2022年3月期は、決算説明会を2回、アナリスト・投資家とのIR面談をのべ64回（145名）実施しました。

適時開示の方針

株主・投資家の皆さまをはじめとする全てのステークホルダーに対し、コメリグループの持続的な成長と長期的な企業価値向上の実現を目的とした適時適切な情報開示及び建設的な対話に努めています。アナリスト・機関投資家向けに、第2四半

期及び期末決算においては決算説明会を開催しました。なお、寄せられたご意見等については、必要に応じて取締役会で報告を行うこととしています。

株主総会への取り組み

- 法定期日に先立って、定時株主総会開催の約3週間前に招集通知を発送するとともに、招集通知発送の1週間前までにコメリグループウェブサイトにて招集通知を英訳版とともに開示することとしています。
- 2020年6月25日開催の第59回定時株主総会より議決権の電子行使に対応、2022年6月24日開催の第61回定時株主総会より機関投資家の皆さまに向けた議決権行使プラットフォームに参加しています。
- 株主様が出席しやすいように、集中日を回避した株主総会の開催日を設定することとしています。

コンプライアンスへの取り組み

基本的な考え方

コメリグループは、企業倫理と社会規範を尊重し、法令等を遵守し、誠実かつ公正な事業活動を実践することにより、お客様、株主様、お取引先様、従業員、地域社会等のステークホルダーの皆さま、そしてご縁のあった全ての方々を幸せにするた

めに存在することを願っています。そして、「遅れた分野の流通近代化」を実現するという社会課題を解決することが、コメリグループの使命であり、社会的責任であると考えています。

コメリグループ行動指針・行動基準

コメリグループでは、2005年に「コメリグループ行動指針・行動基準」を制定しました。コメリグループとご縁のあるすべてのステークホルダーの皆さまとのあり方を9項目の行動指針で示

し、その指針に沿って、コメリグループ従業員全員がとるべき行動を「行動基準」として定めています。

ヘルプライン

コメリグループの従業員が、自らの行動が法令や社会規範、社内規程、マニュアル等に違反または違反している恐れがあるか等、判断に迷い疑問に思った時、あるいは違法行為の発生または発生の恐れがあると判断した時に、相談・通報の窓口として「ヘルプライン」を設けています。「ヘルプライン」の連絡先は、

社員手帳に掲載し、また、各種社内研修でも周知しています。

「ヘルプライン」の運用にあたっては、通報者が不利益を被らないようにする等により、「ヘルプライン」の運用の実効性を高めるよう取り組み、従業員が安心して利用できるよう努めています。

ヘルプライン通報件数

	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期
通報件数	56件	115件	125件

公正取引の推進(腐敗防止の基本的な考え方)

コメリグループでは、お取引先様の取引方針として、「お取引にあたってのお約束」を策定し、お取引先様との平等かつ対等な関係を築き、信頼される企業となるよう、公正かつ透明な取引の実現に取り組んでいます。贈収賄、不正・不当な取引等の

腐敗行為及び腐敗行為に加担する行為を防止し、コメリグループ全体で、お取引様と健全なパートナーシップの構築を目指してまいります。

お取引にあたってのお約束

- ① お取引先とは、明るく、紳士的な態度で面談いたします。
- ② お取引先とかわしたお約束は、確実に守ります。
- ③ お取引先に対して、買取りを原則とし、不当な返品はいたしません。
- ④ お取引先との取引は、公正を旨とし、接待することも接待をお受けすることもいたしません。
- ⑤ お取引先からの贈答品は、会社としても個人としてもお受けすることはありません。

お取引における人権についての考え方

生産から販売までの流通のトータルプロデュースを行い、より良い商品・サービスをより安くお客様に提供するため、お取引先様とともに持続可能なサプライチェーンを構築するために、公正な取引を行うとともに人権の尊重も重要な課題の一つと考えています。

コメリグループでは、「事業活動における人権の尊重」をサステナビリティの重要課題の一つとしています。特に海外のプライベートブランド商品のお取引先様との間の契約の中で、強制労働、違法労働、児童労働の禁止、人種や国籍等での差別の禁止を規定して、定期的にその確認を行うこととしています。

税務に関する基本的な考え方

コメリグループでは、コンプライアンスの基本的な考え方に基づき、法令等を遵守し、社内ルールの整備と適切な運用を行っています。事業活動を行う上では、各国の租税に関する法律制度や国際的な課税の共通ルール(OECDガイドライン等)を

遵守し、適正な納税を通じた企業価値の向上に努めます。

また、税務当局とは健全な関係の構築・維持に努め、税務当局と意見の相違が生じた場合は、建設的な対話により、その解消に努めます。

コンプライアンス研修

コメリグループでは、コンプライアンスの意識の向上やコンプライアンスの正しい知識の習得のため、商品部所属のマーチャントや店長・グループリーダー候補者等に対してコンプライアンス研修を実施しています。当該研修では、お取引に関する法令や正しい知識の習得、店舗運営に関する法令等の説明、過去発生した他社のコンプライアンス違反事例等の紹介を行い、従業員に対してコンプライアンスの理解浸透を図りました。



リスクマネジメント

コメリグループが、事業活動を行う上で、経営に重要な影響を与える可能性があるとして認識している主要なリスクとその対応策は、以下の通りです。

項目	リスクの内容	対応策
出店・閉店に関するリスク	<ul style="list-style-type: none"> ● 法令等の規制により当初の計画通りに出店ができない場合や、建築コスト等による出店コスト増加のリスク ● 少子高齢化による労働力人口を含む人口減少等による出店地域の市場規模の縮小や、人件費等のコスト上昇の影響等により店舗の営業が継続できず閉店が発生するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ● 損益分岐点が低い店舗づくり、及びその仕組みづくりを目指し、より小商圏で成立する店舗出店と改装を行う ● 積極的な人材育成投資による既存店舗の活性化を推進する ● ローコストで標準化された店舗の多店舗展開を行う
競合店出店に関するリスク	<ul style="list-style-type: none"> ● 競合商品分野において有力な競合他社店舗によるエリア内への大型店舗の出店等のリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ● 新規出店及び既存店舗の改装を推進する ● 生産性の高い棚割を積極的に導入することで店舗の収益性の向上に努める ● 積極的な人材育成投資による既存店舗の活性化を推進する
気候変動リスク	<ul style="list-style-type: none"> ● 冷夏、暖冬等により商品の動きが鈍くなり、売上高の減少、売価変更の増加による利益率の減少、過剰在庫の発生等のリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ● 商品力の強化、商品展開時期の調整、在庫調整等を行う ● お客様のニーズに対応した売場展開や商品運営を行う ● 機会ロスの防止による収益の確保を行う
流通ネットワーク障害リスク	<ul style="list-style-type: none"> ● 自然災害による店舗営業不能リスク ● 自然災害発生による物流網の寸断のリスク ● 自然災害、停電・火災、戦争・テロ、コンピュータウィルス及び人為的な誤り等による継続的な情報システムの障害リスク 	<ul style="list-style-type: none"> ● 平時より、自然災害時における事業継続計画に基づく体制の整備を行う ● 従業員やお取引先様、お客様等の安全を確保した上で営業の継続または再開できる体制の整備を行う ● PB商品の調達先の分散化を行う ● 自然災害等発生時の代替物流等を確保する ● システム障害時における営業継続体制を整備する
情報漏洩のリスク	<ul style="list-style-type: none"> ● 犯罪行為やコンピュータシステムの障害等による情報の漏洩・流出 	<ul style="list-style-type: none"> ● 適切な情報セキュリティ体制を構築する ● 情報セキュリティ関連の情報の共有や教育・指導を行う
為替変動等リスク	<ul style="list-style-type: none"> ● 想定以上に為替変動や原油価格の変動が生じるリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ● 為替リスク管理規程に基づき、為替リスク管理委員会を開催し、為替リスク把握に努める ● 為替予約取引・通貨スワップ取引・通貨オプション取引に関して為替変動による影響を抑えるように努める
感染症拡大リスク	<ul style="list-style-type: none"> ● 一時的な店舗閉鎖や営業時間短縮のリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ● 従業員やお取引先様、お客様等の安全を確保した上で営業の継続または再開できる体制の整備を行う

会社概要

会社名	株式会社コメリ
創業	1952(昭和27)年4月
設立	1962(昭和37)年7月
資本金	188億2百万円
本社所在地	〒950-1492 新潟市南区清水4501番地1
ホームページアドレス	https://www.komeri.bit.or.jp/
従業員数	連結4,812名(他にパートタイマー 5,006名) (注)パートタイマー員数は1日8時間換算による月平均人員で算出しております。

株式情報

上場証券取引所	東京証券取引所プライム市場
証券コード	8218
発行可能株式総数	131,000,000株
発行済株式総数	54,409,168株
株主数	12,008名
1単元の株式の数	100株
決算期	毎年3月31日
定時株主総会	毎年6月
基準日	定時株主総会の議決権 3月31日 剰余金の配当 3月31日、9月30日
株主名簿管理人	みずほ信託銀行株式会社
同事務取扱場所	東京都千代田区丸の内一丁目3番3号 みずほ信託銀行株式会社
公告の方法	電子公告

所有者別持株比率

	2013年 3月期末	2014年 3月期末	2015年 3月期末	2016年 3月期末	2017年 3月期末	2018年 3月期末	2019年 3月期末	2020年 3月期末	2021年 3月期末	2022年 3月期末
個人・その他	20.7	20.3	20.2	19.9	20.7	20.0	17.8	18.5	17.6	19.1
金融機関・証券会社	24.2	22.4	19.2	21.8	23.6	23.1	23.2	25.3	22.7	20.7
その他国内法人	29.8	29.8	29.8	29.9	29.8	29.8	31.5	31.9	31.9	32.2
外国人	18.7	20.9	24.0	21.4	19.0	20.2	20.6	15.9	19.4	19.7
自己名義株式	6.7	6.7	6.7	7.0	6.9	6.9	6.9	8.4	8.4	8.4

(%)

いつもそばに、ずっと



株式会社コメリ

〒950-1492

新潟県新潟市南区清水4501-1

TEL.025-371-4111(代)

FAX.025-371-4141

www.komeri.bit.or.jp

©2022 KOMERI Co.,Ltd