



KOMERI

INTEGRATED REPORT 2023

統合報告書

Contents

Over View

— コメリについて —

- 2 経営理念
 - コメリのねがい
 - コメリのロゴマーク
 - コメリグループ綱領
 - コメリ経営要諦

Value Creation

— コメリグループの価値創造 —

- 3 価値創造プロセス

Strategy

— 価値創造に向けた成長戦略 —

- 4 トップメッセージ
- 7 コメリの出店戦略
- 9 暮らしを守り・育てる商品開発
- 12 プロ市場獲得へ
- 14 住まいのお困りごとを解決する各種サービス
- 16 中期経営計画

Sustainability

— サステナビリティへの取り組み —

- 18 基本方針
- 20 環境への取り組み
- 24 気候変動への対応
- 25 人的資本経営
- 30 地域社会への取り組み
- 32 社会貢献活動

Governance

— 企業価値向上の基盤 —

- 34 コーポレート・ガバナンス
- 39 コンプライアンス
- 41 リスクマネジメント

Corporate Data

— データ・セクション —

- 42 企業データ
 - 10年間の主要財務データ
 - 会社概要
 - 株式情報
 - 所有者別株式分布の状況
 - 株価・出来高の推移

編集にあたり

本統合報告書を通じて、株主・投資家をはじめとした全てのステークホルダーの皆様に、当社へのご理解を深めていただくとともに、対話促進の一助となりましたら幸いです。

なお、詳細な財務・非財務情報については、ウェブサイトなどでもあわせてご覧ください。

対象期間

2022年4月1日～2023年3月31日
※一部、対象期間以前・以後の情報も含んでいます。

対象範囲

株式会社コメリおよび連結子会社

見直しに関する注意事項

本統合報告書に記載されている計画、方針、戦略、業績見直し等の将来に関する記述は、制作時点で入手可能な情報に基づき判断した見直しであり、不確実な要素を含んでいます。実際の業績等は、今後、さまざまな要因により、異なる結果となる可能性があります。

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。

コメリのロゴマーク「かざみどり」



コメリのロゴマークは、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しています。外周の円は、大地から昇る太陽を表し、円の中の鶏は「小国鶏（しょうこく）」で、流通を革新してお客様の豊かな暮らしの実現を目指す企業姿勢と創業以来のコメリの歴史を象徴したものです。

また、小国鶏には、「暮らしの中に溶け込んでよく働く、堅実で謙虚な企業の姿」「時を告げる正確さ、未来を予知する能力」「勇美・強健」「実直・行動性」「親近感」の意味が込められています。

コメリ経営要諦

天
地
人

の時をいただき

機会をのがさず新しい世界に挑戦しよう

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

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

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

日本の商慣行 業界慣習 多段階流通構造	人口減少 少子高齢化 労働力不足	国際化	情報化 IT・DX	地球温暖化
---------------------------	------------------------	-----	--------------	-------

インプット（投下資本） → 価値創造の源泉 → アウトプット（成果） → アウトカム（提供価値） → 目指す姿

※2023年3月期（連結）

財務資本
総資産
3,613億87百万円

人的資本
正社員数
4,300人

製造販売資本
店舗数 1,214店舗
物流センター 全国11カ所
海外商品調達子会社 4社

知的資本
PBブランド、PB商品
ローコストオペレーション

社会関係資本
カード会員数 479万人
NPO法人コメリ災害対策センター
災害協定締結件数 1,010件

自然資本
コメリ緑資金拠出額
24億18百万円

コメリグループの強み

中期経営計画重点施策	プロ市場獲得への取り組み
1 成長基盤投資	資材・建材 パワーの多店舗展開とPRO業態の確立 プロ仕様 PBパワーツールの開発 農業 農業産業化に向けた政策4本柱 JAとの協業「三方良し」の取り組みの拡大
2 暮らしを守り・育てる商品開発	
3 「住」関連分野のソリューション	
4 ネットとリアルとの融合	

生産から販売までの流通を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」

商品企画 → 原材料調達 → 製造生産 → 流通 → 販売サービス

バリューチェーンネットワーク 1,200を超える店舗の力

<ul style="list-style-type: none"> ● 経営理念 ● 長期ビジョン ● コーポレート・ガバナンス 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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

いつも安い、なんでも頼れる

パワー
店舗数 94店舗 (+10店舗)

PRO
店舗数 12店舗 (+3店舗)

身近な暮らしのパートナー
コメリ
ハード&グリーン
店舗数 1,103店舗 (-11店舗)

※上記の他、アテーナ5店舗、非連結子会社が運営する海外ハード&グリーン店舗2店舗

既存店改装 160店舗
(約96,000坪)

JA協業数 4JA
25店舗 (+8店舗)

リフォーム・住関連サービス売上高
前年比 110.1%

※2023年3月期（連結）

財務資本
営業利益
260億53百万円

人的資本
マイスター2級取得者
6,337人 (+3,588人)

製造販売資本
リフォーム受付カバ率
100%（原則全店）
コッコ便対応エリア
1都1府16県

知的資本
PB売上比率 46.7%

社会関係資本
お客様のお困りごとの解決
プロのお客様の資材調達先
災害時の物資供給インフラ

自然資本
コメリ緑資金拠出額
24億18百万円

お客様の豊かな暮らしの実現

より安く、より良い商品を
より多くのお客様へ

資本の再投資

トップメッセージ

時代は「衣食住」から「住食衣」へ
遅れた分野の流通近代化を通じて
お客様の豊かな暮らしの実現を目指してまいります

代表取締役社長 捧 雄一郎

コメリにはねがいがあります。「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」。私どもはこのねがいを実現するために、チェーンストアの仕組みをもってお客様のお困りごと解決に努めております。

衣食住の中でお客様のご不満が最も大きいのは「住」の分野であり、時代は「衣食住」から「住食衣」へと変化してきています。この分野の生産から販売までをトータルプロデュースすることで、遅れている住の分野、園芸・農業分野の流通を近代化し、時代の変化やお客様のニーズの変化に対応し続けてまいります。



トップメッセージ

中期経営計画の進捗

私どもがチャレンジするのは、住関連分野の7兆円の市場です。ホームセンター市場で4兆円、資材・建材、園芸・農業資材市場で5兆円、そしてそれらの市場の重複部分である2兆円を差し引いた市場が7兆円です。この資材・建材、園芸・農業資材の市場は、主に資材問屋、木材問屋、農業資材店等の各種業種店が担っています。これらの流通の仕組みを変え、遅れている流通の近代化を図るべく取り組んでおります。

2024年3月期は、中期経営計画の2年目の年です。この間に各種行動制限が緩和され、社会経済活動の正常化に向けた動きが進みました。しかしながら、国際紛争による世界情勢の悪化、原材料・エネルギー価格の高騰、急速な円安の進行に起因したコストプッシュインフレによる個人消費停滞の懸念等、先行きが不透明な状況が今も続いています。そのような中でも、引き続き中期経営計画に掲げた目標を達成するべく、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、の4つの重点施策を推進してまいります。

成長基盤投資の最重点事項は出店です。パワー、PRO、ハード&グリーンの3つのフォーマットで、

船団方式による出店をさらに加速させてまいります。併せて既存店を活性化させるべく、総売場面積の10%強の改装も進めてまいります。店舗がより小商圈で成立するためには、ローコストオペレーションと商品力の強化が不可欠であり、その要となるのは物流です。お取引先様と直接取引ができ、かつ店舗作業の代替機能も果たす物流センターへの投資を行い、2024年問題への対応も進めてまいります。

標準化された1,200の拠点を持っていることはコメリの最大の強みであり、商品のマス化とお客様の声を反映させたPB商品の開発が可能となっております。カテゴリーごとのブランドを明確にするとともに、お客様が欲しかった機能の商品をリーズナブルな価格でシリーズ展開することで、PBの売上構成比率50%を目指してまいります。

2022年10月には全店フルリフォーム体制を構築し、全国のお客様に常に標準化されたサービスを提供できるようになりました。営業力強化のためのリフォームに関する社内資格の取得も推進し、お客様の住まいのお困りごとに対するトータルソリューションができる体制が整ってきております。取付・施工に代表されるような商品と

一体となったサービスのほか、庭木の剪定やハウスクリーニングのような商品を伴わないサービスの提供も拡大してまいります。

わが社の強みはリアル店舗を持っていることです。店舗の在庫をネットで確認できるシステムや、ネットで注文した商品を店舗で受け取ることができる置きサービスなど、店とECが一体となることで、よりお客様の利便性を高めることができます。また、配送料金が高額になってしまう家具などの大型商品や資材商品については、ココ便のサービスを拡大してまいります。2020年にスタートしたココ便はお客様から大変好評で、サービス対応エリアのさらなる拡大を進めております。併せてカード会員の獲得とCRMの進化によるロイヤルカスタマーづくりを推進し、店舗、EC、カード、CRMの融合によるお客様の利便性の向上を図ってまいります。

トップメッセージ

サステナビリティへの取り組み

私どもは、本業そのものがサステナビリティの取り組みに繋がると考えております。引き続き本業であるホームセンター事業を通じて、ESG・SDGsの課題解決に努めてまいります。

商品を通じた取り組みとして、伐採適齢期の国産材を活用したPBの合板等を中心に、環境に配慮した商品の展開を継続して行っております。これにより森林の整備が促進され、CO₂の削減にも繋がります。この取り組みが評価され、2023年にはウッドデザイン賞を受賞いたしました。また、ローコストオペレーションと物流の効率化を目的に、パレット単位での商品のハンドリングも積極的に推進してまいります。

農業分野の取り組みとして、農業協同組合（JA）様との協業を推進し、農業の近代化・産業化への対応を行っております。現在、4つのJA様との協業を行っており、今後も“三方良し”の精神で農家様の利便性向上に資する取り組みを行ってまいります。

人的資本投資の取り組みは、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て開設した「賢和塾」に基づき、従業員教育、人財投資にさらに力を入れてまいります。計画的な配転による3職能の経験と、Eラーニング・マイスター教育によるスキルアップは、営業力の強化に欠かせません。

また、ニューオペレーションモデルを推進することで店内組織における人員構成の最適化を図り、より多くの時間を接客やお客様のソリューションに割り当てることが可能となります。店の作業時間を削減するべくDX投資も進め、従業員が今まで以上に働きやすい環境づくりを行ってまいります。

社会貢献活動については、コメリ緑資金を通じて、公益財団法人コメリ緑育成財団、NPO法人コメリ災害対策センターの活動を行っております。コメリ緑育成財団は、地域の緑化活動のみならず、自然環境保全、農業に対する啓蒙活動など活動の幅を広げてきております。コメリ災害対策センターは、2023年1月に災害協定数が1,000件に達しました。年々防災の意識は高まり、われわれの活動の重要性は増してきております。コメリ緑育成財団の自然環境保全活動が森林等の整備に繋がりと、コメリ災害対策センターの活動が防災・減災に繋がります。これらの活動を今後も継続し、住み続けられる豊かな町づくりに貢献してまいります。

コーポレート・ガバナンスについては、取締役を含めた経営陣幹部の多様性の確保に努めるとともに、取締役会の監査・監督機能の強化、意思決定の迅速化を図ってまいります。併せて、資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応も行ってまいります。

ステークホルダーの皆さまへ

創業から70年が経ちました。コメリはホームセンター参入当時から、特に流通が遅れている資材・建材、金物・工具、園芸・農業分野の流通を近代化するべく、その時々で最も速く走れるよう、時代の変化に合わせて乗り物を変えながら走り続けてきました。世の中がどれだけ変化しようとも、平和で豊かで幸せでありたいという人々の願いが変わることはありません。

同じものであればどこよりも安く、そして、同じ価格であればどこよりも良いものを、を合言葉に、1,200の拠点をベースにした商品力の強化、店舗のさらなるローコスト運営、お客様に最適なソリューションを提供できるための教育など、他のホームセンターが真似することのできないオンリーワンのホームインプルースメント企業を目指してまいります。

私どものチャレンジに終わりはありません。お客様にとって、その地域にあるコメリがお客様にとってのコメリのすべてです。これからも地域のインフラとして1店1店を大切に、多くの皆様「コメリがあって良かった」と言っていただけよう取り組んでまいります。引き続き温かいご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

価値創造に向けた成長戦略

コメリの出店戦略

ハードとグリーン、そして3つのフォーマット

コメリは、1983年に、ハード&グリーン1号店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分野で、他社との差別化を図っています。

地域の特性やニーズに合わせて、「パワー」、「ハード&グリーン」、「PRO」の3つのフォーマットで、全国に1,200以上の店舗を展開しています。

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ご利用になら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。

パワーを中心としたリフォームのご提案や、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を展開し、お客様の利便性向上に努めています。

パワー



2,800坪から4,000坪の売場面積を生かした豊富な品揃えとサービスを提供しています。また、プロのお客様の仕事を総合的にサポートするトータルプロジェクトセンターとして、必要な商品がいつでも安く、必要な量が揃っています。

PRO



メガホームセンターのパワーの資材館を独立させた、資材・建材、金物・工具の専門店です。パワーと同等の品揃えで、工務店などのプロのお客様にも安心してご利用いただけます。

ハード&グリーン



ローコストオペレーションにより、人口1万人程度の小商圈にも出店できます。地域の人々の暮らしを支えるインフラとして、お客様に必要とされる店づくりに取り組んでいます。

価値創造に向けた成長戦略

コメリの出店戦略

「船団方式」による出店でドミナント形成

コメリの成長戦略の1つである出店は、小商圈をハード&グリーンで埋め尽くし、大商圈にパワーやP R Oを出店する、あたかも巨大船団を組むような「船団方式」による出店戦略です。この戦略により、集中的に店舗を展開し、ドミナントエリアを形成することが可能となっています。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はパワーで解決する等、同一商圈内にあってもパワーとハード&

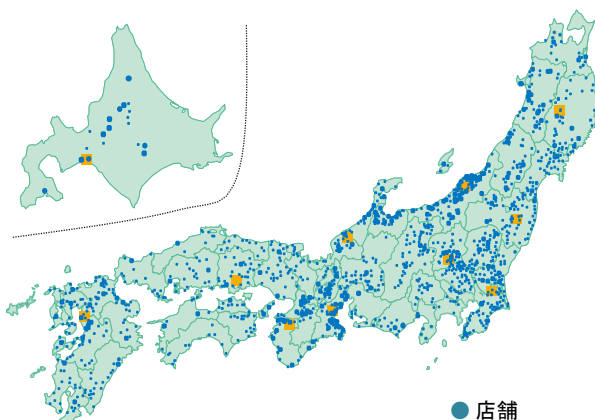
グリーンは補完関係が成り立ち、自社競合が起こりにくい関係となっています。

また、コメリの店舗は、品揃えや店舗運営が標準化されており、この標準化された店舗の数の力は、商品開発力の向上と店舗運営のローコスト化に繋がります。これに独自の物流と情報システムが加わると、さらに損益分岐点が低くなります。この損益分岐点の低さがコメリの強みとなっています。

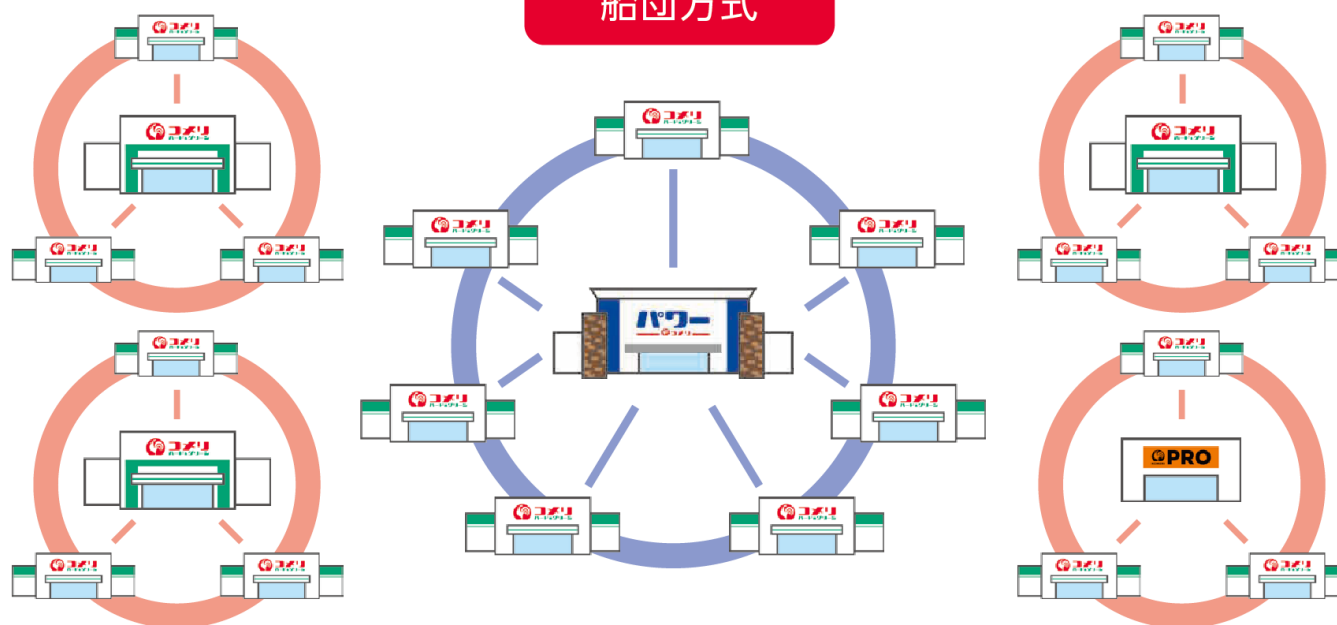
引き続き、徹底したローコストオペレーションの仕組みにA Iを取り入れD Xを推進するとともに、店舗やストアサポートセンターの業務改善をすすめ、損益分岐点の低さや生産性の向上に磨きをかけ、商圈人口に合わせてパワーやP R O、ハード&グリーンを全国くまなく出店し、お客様の利便性の向上に努めてまいります。

1,214店舗

(2023年3月末時点)



船団方式



価値創造に向けた成長戦略

暮らしを守り・育てる商品開発

より良い商品をより安く、世界のベストソースから

コメリの商品開発は、ホームセンターの創業期、1977年に新潟県三条市に1号店をオープンしたときから始まっています。コメリの創業の地である新潟県三条市は、金物・工具の産地として発展していたことから、創業当時は剪定鋏や鎌、鋸、金槌等の土農具や手工具にオリジナルブランドをつけて、販売を行っていました。「より良い商品をより安く、世界のベストソースから」を合言葉に、標準化された1,200を超える店舗の力、物流・情報システム、ローコストオペ

レーションを通して、国内外のメーカーとの商品開発を推進しています。

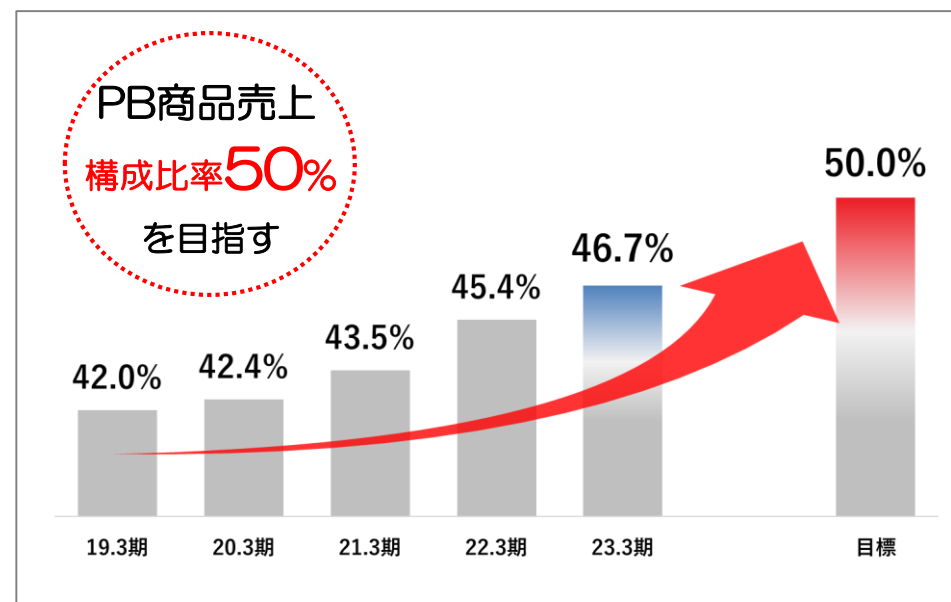
2014年からは、商品開発にお客様のニーズを反映させることを目的として、従業員の意見・提案を商品開発に活かす取り組みを行い、お客様の潜在需要を顕在化させる本物のプライベートブランド（PB）商品づくりを進めています。

また、2023年3月期から2025年3月期の3年間の中期経営計画で掲げているとおり、「暮らしを守り・育て

る商品開発」を合言葉に、お客様の潜在ニーズを顕在化させる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、PB商品の売上構成比率50%の達成を目指し、引き続き、世界のベストソースから、海外生産のPB商品を拡大してまいります。

世界のベストソースから、海外生産のPB商品を拡大



価値創造に向けた成長戦略

暮らしを守り・育てる商品開発

カテゴリーブランドの育成

原材料・エネルギー価格の高騰、急速な円安の進行等に起因したコストプッシュインフレにより様々な商品の価格が上昇し、プライベートブランド商品の優位性が高まる中、コメリでは、プライベートブランド商品の開発を推進すると同時に、カテゴリーブランドの

育成も行っています。

コメリの輸入による商品開発は、1994年の長靴を中心とする作業靴のブランド「BEISING」からスタートし、さまざまなブランドをデビューさせてきました。2020年にはカー用品を中心とする「CRUZARD」、

2021年には家電を中心とする「Jenix」、日用品・オフィス用品を中心とする「L'CREST」、プロ向け電動工具の「UBERMANN」がデビューしています。

工具・金物

ケープラスシリーズ



主にプロ向けの建築資材、ホームオーナーも使える補修用品等のブランドで、4つのシリーズにて展開。

ウーバマン



プロの信頼にこたえる「耐久性」「操作性」「保証」「品揃え」の4つの品質を約束したパワーツールブランド。

園芸・農業用品

利園・利右衛門



金物の町三条に創業した地の利をいかし、ホームセンター創業当時から販売している手工具中心のブランド。

ブリージーグリーン



緑のある豊かな暮らしを応援するために生まれた肥料・用土・植物等、家庭向け園芸商品のブランド。

インテリア・日用雑貨・生活家電

アテナライフ



統一感のある色やデザインで、リーズナブルな、家庭用品、ダイニング用品、家具等を提供するブランド。

ルクレスト



日常の身の回りで使う日用品、オフィス用品等のブランド。

ジェニックス



日常生活を、より便利に、より快適にするリーズナブルな生活家電のブランド。

カー用品

クルザード



「気軽に」「身近に」をテーマとしたカー用品のブランド。

ペット用品

ペットアミ



「ペットが喜ぶ」がコンセプトのペット用品のブランド。

アウトドア用品

ナチュラルシーズン



主にキャンプ初心者向けの「シンプル」「リーズナブル」が特徴のアウトドア用品中心のブランド。

価値創造に向けた成長戦略

暮らしを守り・育てる商品開発

新オリジナルブランドの展開

新オリジナルブランドの展開によるさらなる商品力強化を目指し、2023年秋には、ワーキングウェアブランド「SOLVIC」、営農農家様向け農業用品ブランド「BICROP」を立ち上げました。

コメリはこれからも、常にお客様のニーズを起点に、お客様の暮らしを守り、育てる新たな商品を生み出し続けるとともに、自社のブランドイメージの維持・向上にも努めてまいります。

知的財産への取り組み

コメリグループでは、店舗やインターネットサイト等をご利用のお客様から収集した「お客様の声」や「従業員の声」を積極的に商品開発に取り入れています。また、コーポレートロゴやカテゴリーブランド等について、権利化を行うとともに、プライベートブランド商品の権利化にも取り組んでいます。

会社の重要な無形資産である知的財産権は、持続的な成長と中長期的な企業価値向上にとって必要な資産です。

また、商品開発を積極的に行う当社にとって、商品開発力の強化は重点施策の1つです。

特許権・実用新案権・意匠権・商標権の取得をはじめとする知的財産権の保全やブランド力の強化を引き続き進めてまいります。

2023年秋デビューの新ブランド —さらなる商品力の強化へ—

ワーキングウェア

SOLVIC
ソルビック

「大地（フィールド）を制する者」をイメージした造語。機能性に加え、ファッション性も兼ね備えたワーキングウェアブランド。単なる作業衣料にとどまらず、使用シーンを選ばずに着用できるデザインで快適なアクティブライフを提案してまいります。



園芸・農業用品

BICROP
ビックロップ

“大きい”を意味する「BIG」と、“収穫”を意味する「CROP」を組み合わせた造語。「安心・安全」で「低コスト」な「営農農家様向け」の農業資材を提供するブランド。農業で収益を上げられる「持続可能な農業」の発展に貢献してまいります。

BICROP 第1弾 バッグシーリングテープ
営農農家様が年間を通して使用する野菜等の袋詰め用テープを低価格でご提供。



価値創造に向けた成長戦略

プロ市場獲得へ

① 資材強化への取り組み

今から30年ほど前までは、プロのお客様がホームセンターで資材を調達するなど考えられない時代でした。しかし、遅れた分野の流通近代化を目指すコメリにとって、工務店をはじめとするプロのお客様が求める金物・工具、資材・建材は取り組むべき商品であり、コメリの核分野となりました。今後もこれまでの取り組みを拡大し、プロのお客様のニーズに応える資材の品揃えやサービスの強化に努めていきます。

パワー・PRO店舗

(2023年3月末時点)

106店

(前年差+13店舗)

1983年

ハード&グリーン1号店開店

コメリが得意とする金物・工具、資材・建材、園芸・農業のカテゴリーに絞った品揃えでの小型フォーマットとして開発。



多店舗展開の礎

1992年

金物・資材の専門店を開店

新潟県に三条金物資材館を開店し、DIYのお客様のみならず、プロのお客様にもご満足いただける品揃えの実現を目指す。



プロニーズという新たなマーケットに挑戦

1994年

資材館併設型1号店 開店

新潟県の上越店より、資材館を併設し、プロのお客様のニーズにお応えする建築資材・庭園資材・農業資材の品揃えを強化。



1995年

ハード&グリーンに資材館併設

これまで150坪のハード&グリーンでは取り扱いのなかった商品の品揃えを行い、プロニーズに応える店舗を目指す。



2003年

パワー1号店開店

新潟県にパワー1号店の新潟店、2号店の河渡店を開店。2,800坪から4,000坪の売場面積で豊富な品揃えとサービスを提供。



現在のフォーマットへ進化

2014年

PRO1号店開店

建材店、金物店に代わりプロのお客様が求める商品提供のため、三重県にパワーの資材館を独立させた「PRO」を出店。



「パワー」と「PRO」のドミナント展開

コメリは、「ハード&グリーン」より商圏が広く、専門的なニーズにも対応できる「パワー」、「PRO」をドミナントエリアの旗艦店として出店する戦略をとっています。これにより、プロのお客様がより現場の近くで資材調達を行える環境整備や、近隣店同士で情報を共有し、細かなご要望にも適切にお応えするなど、プロのお客様の利便性向上に努めています。

また、どの店舗でも質の高いサービスを一様に提供するため、修理の技能や資材の専門知識を有するアド

バイザーの配置を進めています。

さらに、資材・建材等の大型商品や重量のある商品をお買い求めのお客様が、より短時間で商品の積み込みからご精算までしていただけるよう、車のまま売場を巡回できる「ドライブスルー」を4,000坪のパワーや一部のPROに開設しています。

これからも、プロのお客様のニーズに対応し、金物・工具、資材・建材の社会インフラの役割を果たすべく、さまざまな取り組みを行ってまいります。



価値創造に向けた成長戦略

プロ市場獲得へ

② 農業強化への取り組み

国内の農業をめぐる情勢は、農家様の高齢化・後継者不足や耕作放棄地の増加など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。コメリは、農業の産業化・近代化を支援するために継続して商品やサービスを拡充し、農家様の利便性向上に努めています。

1994年～

本格的に農業資材の取り扱いを開始

上越店開店より、農業資材（生産資材・出荷資材）の取り扱いを開始し、1997年頃から大袋肥料や農業用の一般農薬の取り扱いを積極的に拡大。



農業者様へマーケット拡大

2002年

農業事業決済専用カード「アグリカード」発行

利用限度額が限られる従来のクレジットカードに対し、お客様ご自身の収入時期に合わせた収支期払いや大口購入を可能に。



決済の利便性向上

2004年

ECサイト「コメリ産直市場」開設

農業者の皆さまの生産物をコメリ店舗やECサイトなどを通して販売する、農産物の流通支援を開始。



農業者様の販路を担う

2009年

農業アドバイザー組織立ち上げ

地域で異なる農家様のご要望に細かく対応するため、営農指導、商品のアドバイスをを行う専門職を全国に配置。



営農指導体制を確立

2012年

ホームセンター業界初のP B農薬を発売

1,000店を超えた店舗網による販売力を生かし、メーカータイプアップのもと、水稲用初期一発除草剤「カミオンMX」を開発し、発売を開始。



ローコストな資材を流通

2020年

上伊那農業協同組合様との協業開始

コメリでのJA商品の販売を開始。JA上伊那様、組合員、コメリの全員がプラスになる「三方よし」の取り組み。



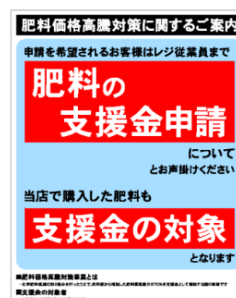
新たな農業支援体制へ

農業協同組合様との協業

2023年3月末現在、上伊那農業協同組合様、山形おきたま農業協同組合様、紀の里農業協同組合様、伊勢農業協同組合様の4つの農業協同組合様と協業を行っています。2023年9月時点で、計26店舗にてJA取扱商品をインショップ形式で販売しており、JAの担当者様との連携のもと、地域に合わせた資材の売場展開や、コメリ従業員の商品知識向上のための勉強会に取り組んでいます。

これからも、店舗を利用する農家様の利便性の向上を目指し、地域農業・農家支援を通じた地域社会への貢献を目指し、チェーンストアの仕組みを使い、肥料・農薬・農業資材をローコストに、より良い商品をより安く提供できる仕組みを構築していきます。

肥料価格高騰対策



肥料の主原料のほとんどを海外輸入に頼る日本では、ウクライナ情勢や円安の影響により肥料価格が大幅に値上がりし、農家様のご負担は非常に大きなものとなっています。そこでコメリは、化学肥料の低減に取り組む農家様を支援する農林水産省の肥料価格高騰対策事業に取組事業者として参画し、2022年11月から2023年2月15日までにコメリで購入した肥料を対象に、店舗にて支援金申請の受付を行いました。新潟県の56店舗、長野県の30店舗等、43都道府県の800を超える店舗にて対応しました。

価値創造に向けた成長戦略

住まいのお困りごとを解決する各種サービス

全店フルリフォーム体制



オリコン顧客満足度 ホームセンター部門

4年連続 第1位

【2020,2021,2022,2023年 オリコン顧客満足度(R)調査
戸建てリフォーム ホームセンター部門 第1位】



少子高齢化、住宅の高気密・高断熱化等、お客様のライフスタイルが変化する中、コメリでは、現在、1,200を超えるコメリ店舗全店で、住宅設備機器の簡易取付・施工サービスや、住まいのメンテナンスサービスに加え、現地調査・見積りが必要なリフォームサービスも受付可能となっています。システムキッチン、システムバスの取付・交換工事や、フローリングの張替え工事等、現地調査、見積りが必要なリフォームに関しては、原則、営業担当がお客様のご要望を反映させたリフォームプランをご提案しています。また、施工業者との工程管理を行い、お客様に安心してご利用いただける体制づくりにも努めています。

チェーンストアの強みを活かし、原則、全ての店舗で等しくサービスの提供ができ、簡潔・明瞭な料金体系で標準化されたサービス・価格の提供を目指してい

ます。また、こうした受付体制の整備を行うとともに、人材育成体系「賢和塾」のカリキュラムの1つである「マイスター制度」に基づく「リフォームマイスター2級」取得の推進も行い、リフォームの接客・提案レベルの向上にも努めています。



Eコマース

ネット通販サイト「コメリドットコム」は、商品の販売だけでなく、店舗での取り扱いが難しい商品の品揃えを補完することはもちろん、お客様の住まいのお困りごとを解決するための様々なサービスも取り揃えており、年々拡大しています。

また、単に商品やサービスを提供するだけでなく、多様な商品の受け取り方法も提供することで、お客様の利便性の向上に努めています。



「住急番サービス」は、店舗で購入頂いた商品の取付・交換をはじめ、ハウスクリーニング、庭木の手入れ等、住まいのメンテナンスを行っています。



「取り置きサービス」は、1,200を超える店舗数と物流システムを活用したサービスで、送料・手数料無しで、店舗でお好きな時間に受取可能です。

価値創造に向けた成長戦略

住まいのお困りごとを解決する各種サービス

独自の配送サービス「コッコ便」



コメリ店舗のお買い物サポート

配送サービス

県内どこでも

1ヶ所
1,100円〜
※送料別(税込)

自転車、家具、大型家電製品などの商品は、品目ごとに配送の価格や条件が異なります。そのため、お客様が車をお持ちでなかったり、大きくて車に積み込めない商品を購入したりした際には、配送料金が高額になってしまうことがあります。

そこで、2020年に、シンプルで分かりやすく低価格なコメリ独自の配送サービス「コッコ便」をスタートし、順次、対応エリアを拡大しています。

2023年10月末時点の対応エリアは、1都1府16県となっています。

店舗で購入いただいた商品をお届け



多様な決済手段とサービスによる固定客づくり

家庭用のお買い物から事業用の決済に至るまで、多様なお客様の決済ニーズにお応えするために、「コメリカード」「アクアカード」「ビジネスカード」「アグリカード」「官公庁カード」の5種類を発行し、子会社の株式会社コメリキャピタルがカード事業を運営しています。

さらに、2022年11月30日より、「コメリカード」

「アクアカード」とコメリのアプリを連携させたスマホ決済サービス「コッコPay」を開始しています。

コメリカードを使えば使うほどポイントの還元率が上がるFSP（フリークエント・ショッパーズ・プログラム）制度や、ビジネスカードでの即割サービスと合わせて、固定客づくりを推進しています。

2023年9月末現在、カード会員合計は498万人を突破しています。今後も、5種類のカードとコメリアプリの連携強化によるCRMの推進とリフォームとEコマース、1,200を超えるリアル店舗の強みを活用したお客様のお困りごとの最適な解決の提案ができるよう、決済を通じたお客様の利便性の向上にも努めてまいります。



コメリカード



アクアカード



ビジネスカード



アグリカード



官公庁カード



価値創造に向けた成長戦略

経営の基本方針

当社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」という考えに根ざしており、これは創業以来不変のものであります。

この経営理念に基づき、当社グループは、「遅れた

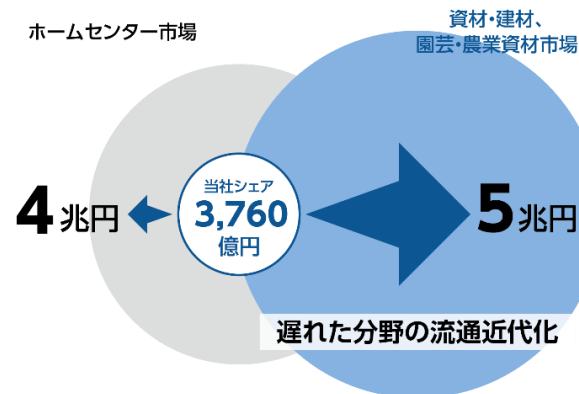
分野の流通近代化」の実現のために、金物・工具、資材・建材分野と園芸、家庭菜園、農業資材分野を核カテゴリーとしてとらえ、流通改革に取り組んでまいります。

2023年3月期-2025年3月期 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。

現在、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の4つの重点施策を着実に進めています。

【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

4つの重点施策

① 成長基盤投資

コメリグループは、成長基盤づくりのため、「店舗（出店・改装）」、「物流」、「DX」、「人財教育」の4つの投資を重点的に行っています。

【中期経営計画1年目の進捗状況】

	2023年3月期計画	2023年3月期実績	>>	2024年3月期設備投資計画
新規出店	32店舗 95億円	21店舗 60億円	>>	41店舗 185億円
既存店改装	売場面積の10%強 45億円	売場面積の10%強 22億円	>>	売場面積の10%強 20億円
流通センター（非店舗）	新センター着工 既存センター機能拡充 30億円	新センター土地取得 既存センター機能拡充 20億円	>>	既存センター機能拡充 10億円
各種システム投資	30億円	18億円	>>	20億円
合計	200億円	120億円	>>	235億円

【情報システム投資によるDXと人財教育投資】

カスタマーサポートセンター
統合型バックオフィス
店舗作業軽減体制構築

物流情報の共有化・精度UP
ネット物流の適正化

自動発注システム
季節・地域と件対応
商品運営適正化



Eラーニング
カリキュラム拡充
1級・2級マイスター
取得者数のUP
人財育成投資

Web会議システム
スマホハンディ
機能拡張
店舗運営の効率化

店は店ではできないこと（売場づくり・接客）に専念できる環境を整備し、店舗の生産性を高めていく。

価値創造に向けた成長戦略

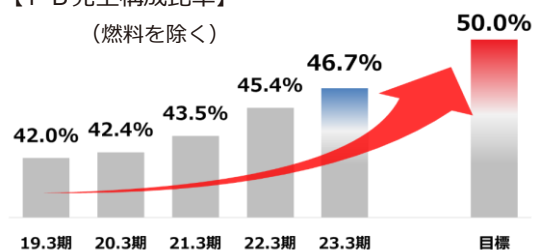
2023年3月期-2025年3月期 中期経営計画

② 暮らしを守り・育てる商品開発

「同じ商品ならどこよりも安く、同じ価格ならどこよりも良いものを」を合い言葉に、お客様の潜在ニーズを顕在化させる商品開発を推進し、P B（プライベートブランド）商品の売上構成比率50%を目指してまいります。なお、2023年3月末時点のP B商品売上構成比率は、46.7%となっています。

【P B売上構成比率】

(燃料を除く)



③ チェーンリフォーム

－ 「住」関連分野のソリューション －

中期経営計画に基づき、2022年10月にリフォームのサービス提供のカバー率が100%となり、全店フルリフォーム体制が確立いたしました。「リフォームマイスター2級」の取得の推進も行い、リフォームの接客・提案レベルの向上させ、リフォームの売上アップを目指しています。

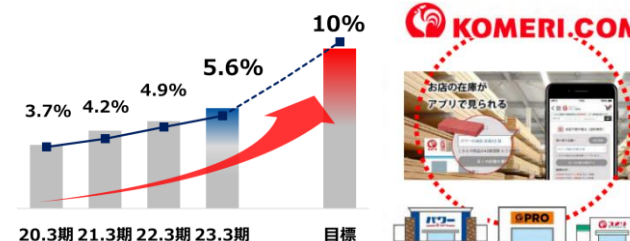


④ ネットとリアルでより身近に

－ ネットとリアルの融合 －

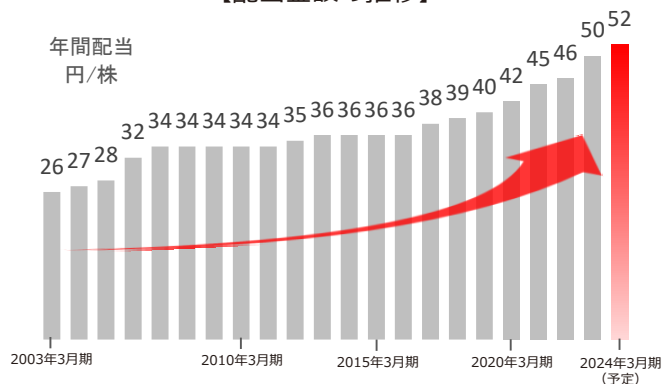
1,200を超える店舗数を活かしたB O P I S（Buy Online Pick up In Store）の取り組みや、アプリと連携したキャンペーン等の販売促進に努め、売上は堅調に推移しています。引き続き、リアル店舗の強みとカード会員とアプリ会員の情報を活用し、お客様の利便性を増加させ固定客化を推進してまいります。

【E C売上高とE C比率推移】



株主還元方針

【配当金額の推移】



コメリグループは、企業価値の向上を通して、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。内部留保につきましては、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、さら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、自己株式の取得についても機動的に実施を検討してまいります。

資本コストや株価を意識した経営

第3次中期経営計画における2025年3月期のROA（総資本対経常利益率）及びROEの目標は、それぞれ8.0%以上としています。

株主資本コストに関しましては、CAPM（資本資産価格モデル）に基づいて算出した数値や株式市場期待水準も考慮し資本コストや株価も意識したうえで、各種投資の意思決定を行い、中長期的な企業価値向上に努めてまいります。

サステナビリティへの取り組み 基本方針

コメリグループは、遅れた分野の流通近代化を通して世の中に貢献することを旨とするとともに、環境・社会・ガバナンス等の社会課題の解決にも努めています。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、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。

「コメリグループ行動指針」「行動基準」につきましては、当社ホームページに開示しています。

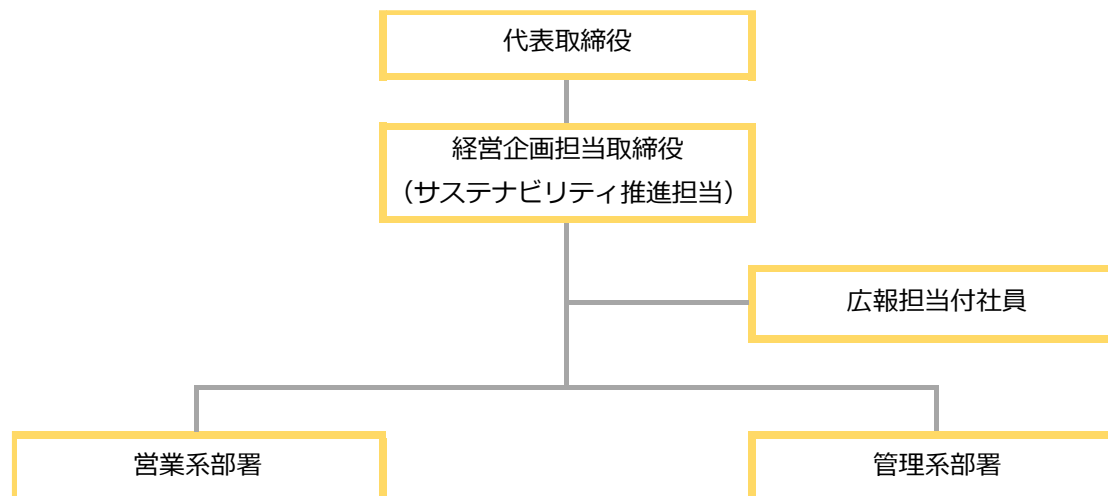
<https://www.komeri.bit.or.jp/csr/koudousisin/>



ガバナンス

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。2023年3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。

また、取締役会は、四半期毎に、サステナビリティに関する取り組みについての報告を受けるとともに、各商品部、SCM部、DX部等の関係部署が協議・連携を行い、各種取り組みを実施する体制を整備しています。



戦略

より良い商品をより安く、より多くのお客様へご提供するため、お客様の潜在需要を顕在化させる商品やサービスを開発するとともに、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も目指し、事業活動を通じたサステナビリティの各種課題の解決に努めています。

なお、重要な課題のうち、「気候変動への対応」については、後記24頁「気候変動への対応」の中で、「人的資本投資」については、後記25頁からの「人的資本経営」の中で、それぞれ開示しています。

サステナビリティへの取り組み






基本方針

リスク管理と重要課題への取り組み

サステナビリティの課題を含めた当社グループの事業へのリスク及びその管理の内容につきましては、後記41頁「リスクマネジメント」の中で開示しています。

コメリグループは、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、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むとともに、気候変動による将来リスクや事業機会の把握を行い変化対応型の事業展開を目指し、脱炭素社会の実現に向けた取り組みも進めてまいります。

具体的な取り組み内容は、右記の通りです。

重要課題	主な取り組み事項	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 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	
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	
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	
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發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	
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	

指標及び目標

2020年10月、政府は2050年までにカーボンニュートラルを目指すことを宣言しました。コメリグループでは、店舗運営や物流について、中長期的なエネルギー使用量の削減や効率化を継続して進めています。

サステナビリティに関する指標及び目標につきましては、右記の通り定めています。

① エネルギー使用量削減目標

2009年度の実績（使用原単位あたり）から毎年1%の削減

原単位 (cc/m³・h) = エネルギー使用量 (cc) / コメリ施設総延床面積 (m²) × 年間営業時間 (h)

② 人的資本に関する指標

- ・2026年度末までに、女性管理職（店長職・本部M職）を300名にする。
- ・2026年度末までに、全従業員の月平均残業時間を13時間以内とする。
- ・育児休業取得目標を、男性10%、女性95%以上とする。

各種データにつきましては「ESGデータブック」で開示しています。



サステナビリティへの取り組み

環境への取り組み

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います。

資材建材、金物工具、園芸農業分野の流通近代化を通して、断熱リフォーム等の各種省エネの提案や国産木材の拡販、農業振興への取り組み等を進めています。これらの取り組みは、地球温暖化防止に寄与するだけ

でなく、森林や農地の維持が防災や減災に繋がるものでもあります。

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。

国産木材活用による炭素の固定化の推進

ウッドデザイン賞受賞 JAPAN WOOD DESIGN AWARD 2023



K+BUILD 秋田杉針葉樹構造用合板
3尺×6尺×12mm

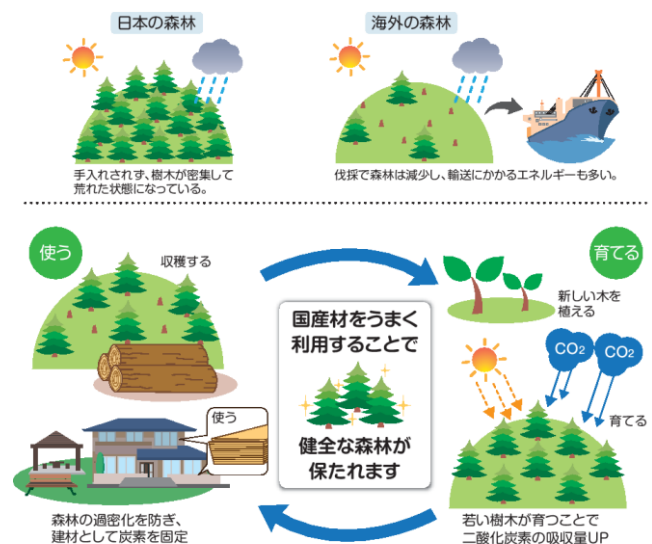
国内の森林においては、「伐って、使って、植えて、育てる」という取り組みによる持続的な森林資源の利用が求められています。また、クリーンウッド法の改正により木材の合法性確認を義務化され、木材の輸入業者等には、木材の仕入れ先から証明書を取得し、原産国の法令に従って伐採されたか確認することが義務づけられます。

このような状況の中、コメリでは、国産木材を使用したPB商品の販売を拡大し、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るような取り組みを行っています。

PB商品である「K+BUILD国産杉針葉樹合板」は、秋田産杉材を100%使用したJAS認定針葉樹構造用合板です。戦後植林され、伐採適齢期を迎えた国産杉材を活用し、サステナブルな木材利用に貢献する製品となっています。全層で国産杉材を使用しながら、JAS構造用合板規格に適合し、F☆☆☆☆品で安心してお使

いただける商品です。

この商品の2022年度の販売実績は約70万枚（約1.4万m²）であり、約13.7万t-CO₂（約3,600世帯分の年間CO₂排出量相当）の炭素固定化に繋がっています。



サステナビリティへの取り組み

環境への取り組み

環境に配慮した商品開発

コメリは、「暮らしを守り・育てる商品開発」を実現するため、商品開発において、お客様の潜在ニーズの具現化に努めるとともに、プラスチック使用量の削減、サステナブル素材の使用により環境負荷の低減につながる商品、節電対策としての商品など、環境に配慮した商品開発も推進しています。

こうした商品の実例をいくつかご紹介します。



静岡清水の美味しい天然水 ラベルレス 500ml×24本入り

脱炭素・CO₂削減への取り組みの一環として販売している「静岡清水の美味しい天然水 ラベルレス」は、分別の際にラベルをはがす手間を省き、またプラスチック使用量を削減することで環境負荷の低減につながります。



針のいらぬ誘引結束テープ 10巻入り

農業分野の「針のいらぬ誘引結束テープ」は、針を使わずテープ同士のみ接着する誘引結束テープであるとともに、使用後は土に還り使用済みテープは回収する必要もなく、トマトやキュウリなど支柱を使う作物の誘引に便利な商品となっています。



日よけオーニング BR 2×4m

節電対策商品として、強い日差しを遮ることによって部屋の温度を上がりにくくする「オーニング」や「グリーンカーテンセット」などの商品も開発し、販売は好調に推移いたしました。



アテナライフ 涼+ (RYOプラス) シリーズ

「涼+シリーズ」は、接触冷感素材を使用することでひんやり快適な肌ざわりを感じられる夏におすすめのシリーズです。



アテナライフ 暖+ (DANプラス) シリーズ

「暖+シリーズ」は、吸湿発熱効果のある素材を使用したスリッパや、ルームシューズなど、おうち時間を快適に過ごすためのさまざまなラインナップを取り揃えています。

サステナビリティへの取り組み

環境への取り組み

物流を通じたCO₂削減

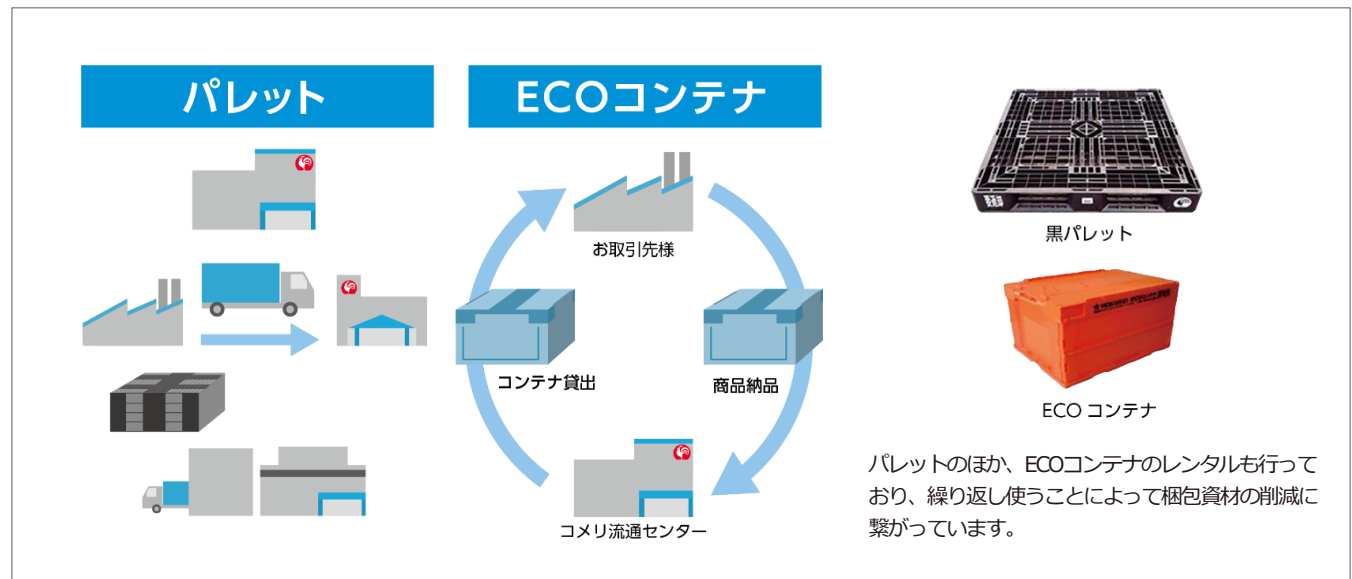
コメリグループは、資材建材、金物工具、園芸農業資材の分野の流通近代化をミッションとしています。創業当時から、お客様に無駄なコストを1円たりとも負担させてはならないという考えのもと、原材料の段階から加工・運搬・販売・消費に至るまでの過程を総合的に考え、ローコストな商品供給に努めています。

現在、物流業界では、物流2024年問題への対応が必須となっています。コメリグループでは、物流子会社である北星産業株式会社を中心に、早くから共通パレットによる物流を推進し、お取引先様から物流センター・店舗まで一貫して商品の積み降ろしや店舗における商品陳列の効率化を行うとともに、循環型のパレット体制の構築も行っています。

北星産業株式会社のレンタルパレット事業では、2022年度で年間約25万枚分のパレットを貸し出しました。同じパレットを利用・返却を繰り返すことにより、パレット必要製造枚数も削減しています。

これにより、年間約6,783トンのCO₂排出削減（パレット1枚15kg当たりの製造にかかるCO₂排出量を27.135kgとして算定）に繋がっています。

引き続き、トラックの積載率向上とそれによる配車トラック台数の削減に取り組み、原油換算ベースでのエネルギー使用量の合理化に努めてまいります。



廃棄物の削減やサーキュラーエコノミーの取り組み

廃棄物の削減や、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、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、専用の圧縮機を導入し、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。

なお、「環境ステーション」未設置の物流センターにつきましては、設置の検討をしております。

プライベートブランド商品の売上比率が向上するほど、納品後に発生する不良品の問題も発生しますが、コメリでは、商品部と品質管理室が中心となって、プ

ライベートブランド商品の不良品を発生させない取り組みに努めています。

また、季節商品につきましては、各店舗の販売動向等を確認し、商品の店舗間移動や値下げ等を行い、売り切ることを前提に取り組んでいます。

サステナビリティへの取り組み

環境への取り組み

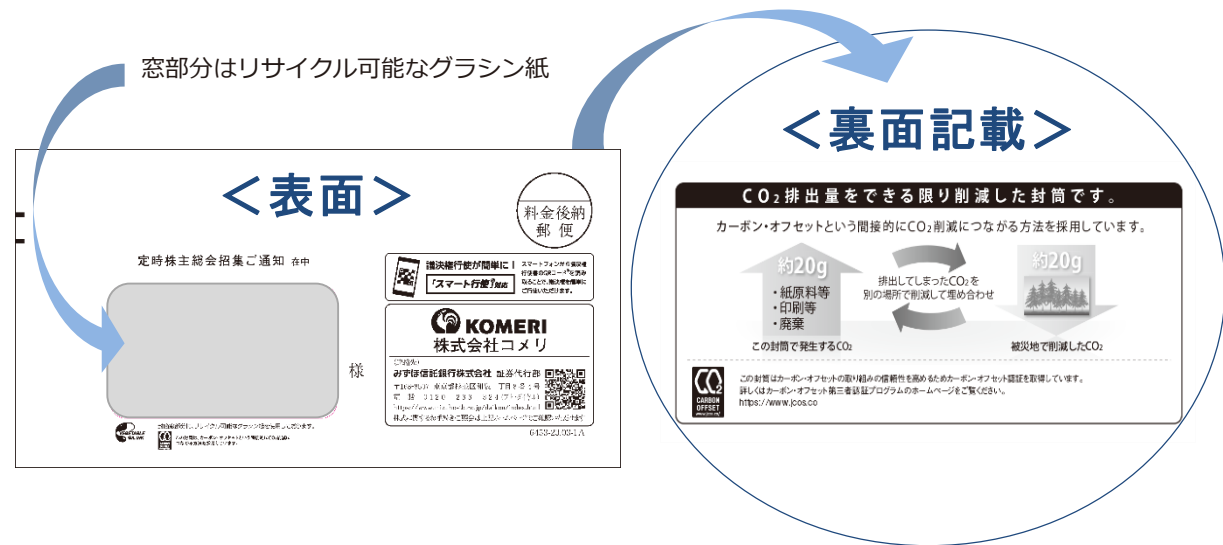
その他の環境に配慮した取り組み例

コメリグループでは、前記の商品開発や物流を通じた取り組みの他にも、さまざまな環境に配慮した取り組みを行っています。以下に、その例をご紹介します。

● 招集通知等郵送用封筒での取り組み

封筒の窓部分は透明のプラスチックシートを使用しているものが多くありますが、コメリでは、株主総会の招集通知等、株式関係書類を郵送する株主様宛の封筒などで、リサイクル可能なグラシン紙を使用した封筒を採用しています。

また植物油インキやカーボン・オフセットを利用し、間接的にCO₂削減につながる方法を採用しています。



● コメリカード利用明細のWEB化

コメリグループにおける紙の使用量削減の取り組みの一環として、2022年11月分の請求より、コメリカードの紙のご利用代金明細書を有料化し、WEBの利用明細への移行を推進しています。

「コメリカードWEBサービス」では、登録無料で、スマートフォンやパソコンで、いつでも最新の利用状況をご確認いただけます。

「コメリカード」ならびに「コメリカードWEBサービス」等の詳細は、こちらのサイトでご確認いただけます。

<https://www.komeri-card.com/>



— WEB明細の4つのメリット —

メリット
1



明細が郵送より早く確認できる

ご請求確定メールが届いたらすぐにインターネットでご確認いただけます。

メリット
2



PDFで明細書を保存できる

必要な月の明細書（過去13カ月分）を保存できます。

メリット
3



紙を廃棄する手間なく安心！

紙のご利用代金明細書が届かなくなるため、廃棄する手間がありません。

メリット
4



WEBサービスのご利用は登録無料！

パソコンでもスマートフォンでも簡単に無料登録できます。

サステナビリティへの取り組み

気候変動への対応

コメリグループは、気候変動に係るリスク及び収益機会が事業活動に重要な影響を与えていると認識しています。ホームセンター事業を「住まい・資材建材」分野、「園芸・農業」分野、「店舗・サプライチェーン」分野の3つに分類し、脱炭素・CO2削減に関する社会的課題の解決が新たなビジネスに繋がるととらえ、事業活動や財務に及ぼす影響を分析気候変動による将来リスクや事業機会の分析を行っています。

【気候変動シナリオ】

区分	1.5℃～2℃シナリオ	2.7℃～4℃シナリオ
政策・法規制	<ul style="list-style-type: none"> 脱炭素・省エネ等の規制の新設・変更 森林伐採規制の強化 化学肥料使用低減 	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動対策の現状維持
技術・市場	<ul style="list-style-type: none"> 省エネ商品の開発・改良 原材料価格の上昇 エシカル消費意識向上 農産物産地の移動 	<ul style="list-style-type: none"> 省エネ商品の更なる進化・需要増加 農産物産地の更なる移動
店舗・サプライチェーン	<ul style="list-style-type: none"> 自然災害による店舗・物流網の被害増加 店舗電気代の増加 	<ul style="list-style-type: none"> 物流の遅延、寸断の増加 店舗電気代の更なる増加

【シナリオ分析の内容】

種類	分類	リスク・機会の内容	住まい、資材 建材分野	園芸・農業 分野	店舗・サプライ チェーン分野	主な対応策
移行リスク・機会	政策・法規制	炭素税導入による各種コストの増加	●	●	●	CO2排出削減に向けた省エネ対応、再生可能エネルギー使用
		電力小売価格の変動	●	●	●	省エネ設備の導入、再生可能エネルギー使用
		運送に係る燃料費の変動・排出規制の強化			●	効率的な店舗配送ルートの設定・物流の効率化
		各種省エネ規制強化	●		●	省エネ設備の導入、エンジン製品の電動化の推進、断熱リフォームの提案
		補助金政策の新設・変更・廃止	●	●		補助金対象商品の販売強化
		森林伐採規制強化	●			国産材利用推進、木材の廃棄物削減
		総合的病害虫・雑草管理資材への対応		●		環境負荷の低い生産資材の取扱い増加・商品開発
	市場の変化	食料生産技術・使用資材の変化		●		タイムリーな営農情報の入手、環境負荷の低い生産資材・低価格の生産資材の供給
		リフォーム需要の変化	●			お客様の住まいのニーズへの変化対応、断熱リフォームの提案
		外出減少による店舗での買い控え			●	E C事業の強化、店舗来店誘導施策の推進、お客様の住まいのニーズへの変化対応
物理的リスク・機会	急性	自然災害・異常気象の増加による被害の発生	●	●	●	サプライチェーンマネジメントの強化、従業員の安全・安心を踏まえた迅速な営業再開
		自然災害・異常気象による食料生産量の減少		●		異常気象対応商品の提案、タイムリーな営農情報の提供
	慢性	病害虫被害の増加		●		タイムリーな営農情報の提供、対象商品の機会損失防止とタイムリーな提供
		平均気温の上昇	●	●	●	気候変動による過剰在庫の防止・売上の抑制・機会損失の防止
		労働の生産性・労働環境の低下	●	●	●	異常気象に対応した商品開発の推進、従業員の安全・安心な労働環境の確保

サステナビリティへの取り組み

人的資本経営

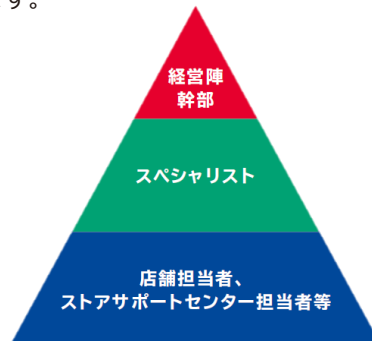
創業の精神を継承する「賢和塾」

コメリグループでは、不易流行の創業の精神を継承し、実践できる人材を育むため、2022年、社内の各種教育プログラムを再編・強化し、一つの教育体系として統合しました。そして、この教育体系の名称を、創業者である故捧賢一氏の「賢」の一字と「和合」の意から「賢和塾」としました。

「賢和塾」は、商品知識やオペレーションの知識にとどまらず、経営理念や創業の精神、マネジメントの原理原則の習得やマネジメント能力の向上を図る各種カリキュラムを設けており、次世代経営陣幹部の候補者の中長期的な視点での人財育成も行っています。

この「賢和塾」に加え、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「ジョブ・ローテーション制度」により、商品の生産から販売までのプロセスを把握したうえで、複雑で高度な問題を解決する業務遂行能力の向上も図っています。

これらの取り組みにより、個々の従業員の適正に合わせた、次世代経営陣幹部としてふさわしい知識・能力・実績の習得につなげています。



賢和塾

目安	主な研修	
～20代 (1～3等級)	社内研修 (Off-JT)	入社研修、3カ月後、7カ月後、3年目研修 店長・GL候補研修、新任店長・GL研修 マイスター教育（3級～1級）、商品知識勉強会 社内アメリカセミナー 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 など
～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、リマインド研修 マイスター教育（3級～1級）、営業力強化教育 マーチャント勉強会、大型店店長SP教育プログラム など
	社外研修 (Off-JT)	中堅育成セミナー等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 本社スキルアップトレーニング
40代～ (7～9等級)	社内研修 (Off-JT)	管理者教育、後継者候補教育 など
	社外研修 (Off-JT)	政策セミナー等のチェーンストア研修

教育インフラ



サステナビリティへの取り組み

人的資本経営

多様性確保に向けた人財育成・社内環境整備方針



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

コメリグループでは、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、従業員の人権を尊重し、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継続して行っています。

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。

人的資本投資

2023年3月期から2025年3月期の中期経営計画で掲げた4つの重点施策の1つである「成長基盤投資」に基づき、以下の対応を行っています。

特に、店舗従業員が、接客と売場づくりに専念できるよう店舗作業の改善に努めるとともに、Eラーニング等の教育カリキュラムの充実を図り、「学習も業務の

一つ」として考え、店舗従業員の作業シフトにEラーニング等の時間を落とし込み、教育時間の確保に努めています。

人財教育投資

17.4億円

(前年比132.8%)

※2023年3月期実績

- ・ 多様な人材がより能力を発揮し活躍できる環境整備に基づく業務生産性の向上
- ・ 賢和塾を中心とした教育体系に基づき、不易流行の精神を実践できる人材の育成
- ・ 職位別・役職別カリキュラムに則って、経営理念研修、管理職・後継候補者教育、チェーンストア理論研修等の実施

サステナビリティへの取り組み

人的資本経営

人財育成

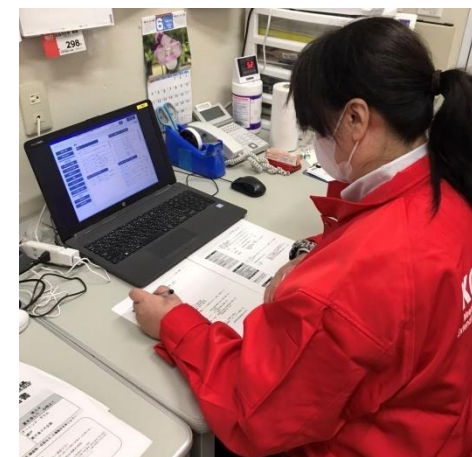
コメリグループでは、核カテゴリーとして資材・建材、金物工具、園芸農業分野の商品を多く取り扱っており、また、商品販売に付随するサービスの提供も数多く行っています。そのため、プロを含めたお客様のニーズに幅広くお応えできる能力を持つ人材の確保が必要となっています。

また、さらなる事業拡大を行うにあたっては、新たな経営陣幹部や、新しい事業分野に挑戦し新たな価値を創造できる人材が必要となります。

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。

そのため、DXによる情報システム投資と人財教育投資を行い、業務フローやその業務フローを担う組織の刷新を行ってまいります。そして、店舗やインターネットサイトに来店されるお客様に対して、ベストなソリューションを提供できる人材やさまざまな商品知識を持って接客や提案ができる人材の育成を進め、優秀な人材の継続的な確保に努めてまいります。



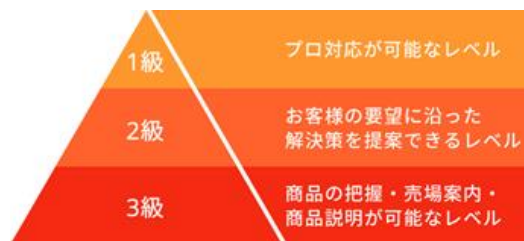
店舗でのEラーニングの様子

マイスター制度

マイスター制度は、接客技術の高い従業員を育成するために、正社員から準社員（パート社員）、アルバイト社員からの希望者を含めた全従業員を対象に、ハードやグリーンといった専門商品の知識や、サービスの受付などの技能水準を認定する制度です。

3級ではEラーニングとテキストを中心に学び、基礎知識の理解度を測ります。その後、オンラインでの勉強会や店舗でのOJT実習、試験を通して、1級へ昇級を目指します。

現在、取得可能な1級は6科目あり、今後さらに拡大していきます。幅広いカリキュラムで培った営業力で、お客様のお困りごとの解決を目指しています。



マイスター認定者数

1級 …………… 371人

2級 …………… 6,337人

3級 …………… 9,649人

※2023年3月期実績

マイスター1級者をアドバイザーに認定

マイスター1級の取得者は、学んだ高度な商品知識、技術を生かして、アグリ営業マネジャー（農業アドバイザー）、リフォーム営業マネジャー、サイクルアドバイザーなど、営業の専門職に就くことができ、自身の望むキャリア形成に生かしています。



サステナビリティへの取り組み

人的資本経営

各種制度による取り組み

● 資格取得サポート制度

コメリの店舗で取り扱っている商品には、その販売に必要な資格を取得しなければならないものがあります。そのため、店舗に配属された従業員は、まず入社1年目に「危険物取扱者乙種第四類」や「フォークリフト運転技能」を中心に資格取得を目指すことになります。それに合わせて、事前講習会の実施や試験費用負担等のサポートを行っています。

主な資格等の取得		
■ フォークリフト運転技能	■ 危険物取扱者乙種第四類	■ 酒類販売管理者
■ 毒物・劇物取扱者	■ 甲種防火管理者	■ クレーン運転特別教育
■ 特定管理医療機器営業所管理者	■ カラーコーディネーター	■ 玉掛け業務特別教育
■ 2級建築士（リフォーム社員）	■ 自転車安全整備士	■ 第二種衛生管理者

資格取得者数

乙種4類危険物取扱者資格保持者	3,759人
毒物劇物取扱責任者資格保持者	1,056人

● 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と実績を基準に、優れた社員と店舗や部署等に対して表彰を行っています。コメリグループで働くすべての従業員が対象となっており、業務のモチベーションや団結力に繋がる取り組みとなっています。2023年3月期は、121名の従業員と45の店舗または部署等が表彰されました。



● 従業員持株会制度を通じた取り組み

コメリグループでは、1985年に「コメリ社員持株会」を設立し、2022年2月には、人的資本経営の一環として、福利厚生の充実を図り、従業員の株価への意識や労働意欲の向上と当社グループの企業価値の向上を図ることを目的とし、「コメリ社員持株会」に加入のグループ全従業員を対象とした「株式給付信託〈従業員持株会処分型〉」（ESOP）を導入しています。

これらの制度は、従業員の資産形成を支援する福利

厚生 の充実にとどまらず、中長期的な視点での経営戦略への参画意識の促進の側面を持つとともに、若手従業員の金融リテラシー教育の一環にもなっています。

老後資金2,000万円問題や、少子高齢化による年金問題等、将来の生活資金への不安が広がっているなか、コメリグループでは、これらの制度を通じた人的資本投資を行うことにより、従業員の将来の生活資金への不安を取り除き、中長期的な財産形成に寄与すると

もに、会社の目標達成に向けた従業員の意識の向上と、持続的な成長と中長期的な企業価値向上に結びつけてまいります。

なお、2023年9月末時点の「コメリ社員持株会」の奨励金は10%、加入者数は2,762人（2023年3月末比99.2%）となっています。

また、コメリは「コメリ社員持株会」、「ESOP」のほかに、確定拠出年金制度も導入しています。

サステナビリティへの取り組み

人的資本経営

女性活躍推進、多様な人材確保に向けての取り組み

コメリでは、性別にかかわらず多様性の確保に取り組んでいます。女性活躍推進については、さまざまな場面で女性の登用を行っています。各店舗・各部署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を管理職へ登用するためのキャリア形成支援を計画し推進しています。

女性管理職比率

7.2%

※2023年3月期実績

現在、女性管理職比率は7.2%、正規雇用労働者の男女賃金の差異は75.4%となっています。女性管理職比率、女性の平均給与が低いのは、女性社員のうち勤続年数15

年以上の女性の割合は1割を超える程度にとどまり、上位役職者が少なく、女性の平均勤続年数が男性より約8年短いからです。

男性従業員の
育児休業取得率

22.1%

※2023年3月期実績

また、現在、男性従業員の育児休業取得率は22.1%にとどまっていますが、引き続き、従業員全員が仕事と子育ての両立をはじめ、安心・安全・健康で働くことがで

きる環境づくりを推進し、従業員全員が自己の能力を十分発揮できるよう取り組んでいます。

なお、コメリグループ誌「かざみどり」を通して、女性活躍推進や従業員の健康に関する取り組み、福利厚生等の制度の紹介等について啓蒙を図っています。

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	<p>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。</p> <p>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】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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～2024年3月31日
2 目 標	<p>① 育児休業の取得状況を、次の基準とする。 【取組内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 男性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 <p>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】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 管理職を含めた全従業員の意識改革、時短活動へ取組実施。 ● 定時退社の推進 ● 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

男女が共に働きやすい職場環境づくり —ビット・エイの取り組み—



連結子会社である株式会社ビット・エイでは、新潟県が行っている「ハッピー・パートナー企業（新潟県男女共同参画推進企業）」への登録を行い、男女が共に働きやすく、仕事と家庭生活等が両立できるよう職場環境を整え、女性従業員の育成・登用などに積極的に取り組んでいます。

また、あわせて、新潟県から「パパ・ママ子育て応援プラス認定企業」として認定され、男性従業員が育児に参加しやすい職場環境づくりにも取り組んでいます。

サステナビリティへの取り組み

地域社会への取り組み

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繋がるといふ考えのもと、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、お客様の近くに

立地し、いつでも商品やサービスをご購入いただける店舗としてお役に立ち続けたいと考えています。

特に、300坪タイプのハード&グリーン店舗は、ローコスト出店を徹底した結果、損益分岐点が低く、1万人程

度の小商圈でも成り立つ店舗であり、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

コメリでは、2004年に新潟県で発生した「7.13水害」や「中越大震災」、2011年の「東日本大震災」等の災害を経験し、災害が発生した時には、従業員の安全を確保した上で、速やかに店舗営業を再開することが小売業の使命であると考えました。

現在では、ホームセンターは、災害発生時の復旧・復興に必要な物資の供給拠点として、住まいに関する重要な社会インフラの位置づけが定着しています。

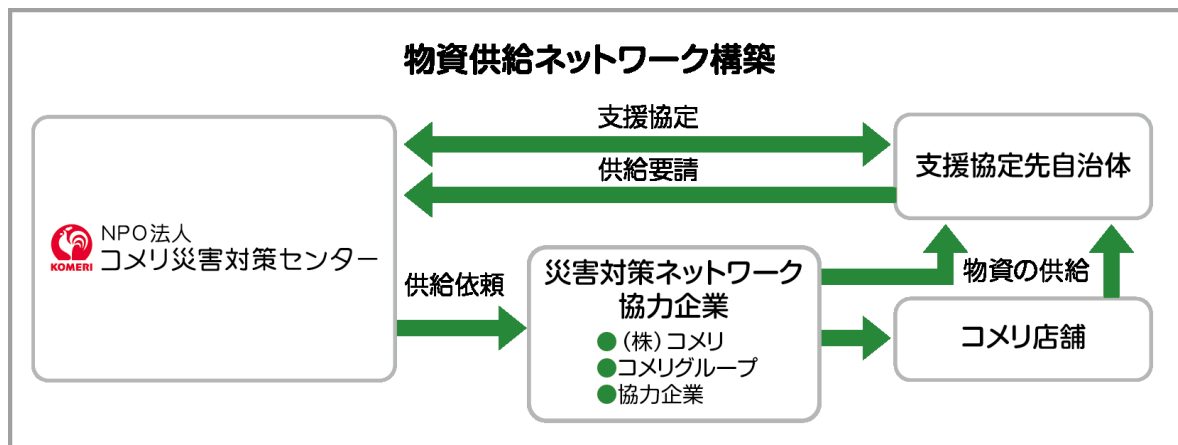
このほか、全国各地で家畜伝染病が発生した場合に

は、家畜伝染防疫作業等に関する資材の提供も行っています。

このように災害や家畜伝染病等が発生した場合、コメリ本社の各部署と店舗、子会社の北星産業株式会社、およびNPO法人コメリ災害対策センターが連携して、迅速な商品の提供等を行っています。

また、平時から、台風や大雨・洪水、大雪等が予測される場合には、地域のお客様が必要とされる商品をタイムリーに提供できる体制の整備も行っています。

なお、コメリでは、毎年発行する防災カタログや、コメリドットコムサイトに「防災グッズ特集」のページを開設して防災関連商品を紹介する等により、地震や災害への備えや避難への備え等、年々変化する災害時に求められる必要な商品や情報を更新し、災害発生時の対応に関する啓蒙活動等も行っています。



もしもに備える

防災グッズ特集

防災用品 避難グッズ 水・非常食 電池・バッテリー

突然の地震や台風などの災害にあわてず安心を確保するために、防災グッズや消火器、水・食料の確保など、日ごろから備えて準備しておきましょう。

コメリドットコムサイトに開設の「防災グッズ特集」ページは、こちらからご覧いただけます。

<https://www.komeri.com/contents/event/bousai-goods/>



サステナビリティへの取り組み

地域社会への取り組み

地域農業のインフラとして

国内の農業を巡る情勢は、昨今の異常気象（高温・小雨、豪雨等の自然災害）や、燃料高騰、肥料価格高騰等の生産資材価格の上昇や、少子高齢化や人口減少による後継者不足、耕作放棄地の増加等、農業者にとって非常に厳しい状況となっています。

1994年にコメリで最初の資材館を併設したコメリパワー上越店（現、ハード&グリーン上越店）を開設し、本格的に農業資材（生産資材・出荷資材）の取り扱いを開始しました。以来、日本の農業の産業化を目指し、農産物を生産から販売までトータルコーディネートできる体制の構築を進めるとともに、農業者の皆様の利便性向上に資する取り組みも行っています。

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）、2023年2月からは伊勢農業協同組合様（三重県）と、4つの農業協同組合様と協業を行っています。2023年9月末現在で、農業協同組合様との協業を実施している店舗は、長野県、山形県、和歌山県、三重県の4県内の合計26店舗となっています。

これからも引き続き、持続可能な農業の実現や地域農業振興に資する取り組みを行い、農業者の皆様の利便性向上に努めてまいります。



現在、長野県、山形県、和歌山県、三重県内の合計26店舗で、JAの肥料や農業を取り扱っており、農業者の皆様から大変好評をいただいています。

生活のインフラとして

人口減少や少子高齢化の進行や公共交通機関の路線の減少等により、日常生活の買い物が困難な状況に置かれている「買い物困難者」が推計で約700万人いると言われています（平成30年度内閣府「高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査」より）。

コメリでは、お客様の利便性を向上させるため、ショッピングサイト「コメリドットコム」を通じたインターネット販売にも力を入れています。特に、大型商品や長尺物、重量物等の注文に多くご利用いただいています。

現在、行政等の買い物支援の取り組みは、「近くにお店を作る」「家まで商品を届ける」「家から出かけや

すくする」の3類型となっています。実際、コメリの小商圏出店が可能な300坪のハード&グリーンの店舗でも、自家用車以外の移動手段ではご来店できないお客様も多くいらっしゃいます。

こうした状況の中、コメリでは「家から出かけやすくする」取り組みである移動手段の提供の一環として、一部自治体と連携し、敷地内にデマンド交通の停留所の設置を行っています。（2023年3月末時点で9県における11市町村に停留所を設置）

引き続き、「住まい」と「園芸・農業」の地域社会のインフラとして、お客様の利便性向上に資する取り組みを行ってまいります。



写真：南伊勢町（三重県）提供

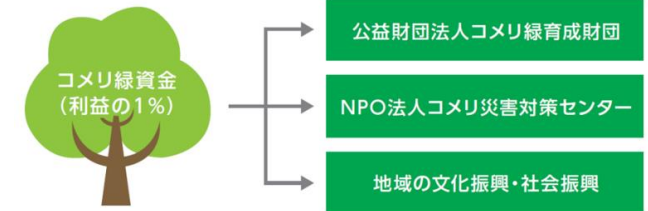
サステナビリティへの取り組み

社会貢献活動

コメリグループは、1990年にコメリ緑資金を設立し、以来、33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年度から2022年度までの33年間の累計拠出額は、24億1,817万円となっております。



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、コメリ緑資金と1996年7月に設立した財団法人緑育成財団を起源とし、2012年11月に公益財団法人として設立しました。

地域社会へのご恩返しのため、豊かで美しい社会づくりに役立ち、世の中の皆さまに喜んでいただけるよう、これからも努めてまいります。

GOOD DESIGN AWARD 2022年度受賞

2022年10月、30年以上の長きにわたる実績を重ねた社会還元活動が評価され、「2022年度グッドデザイン賞」を受賞しました。

令和5年度「みどりの日」 自然環境功労者環境大臣表彰

2023年4月、環境省より、自然環境の保全に関する顕著な功績があった団体として「いきもの環境づくり・みどり部門」で表彰されました。

● 緑の活動への一般公募助成事業

私たちのふるさとが美しい花や緑に囲まれ、いつまでも豊かであってほしいという願いのもと、一般公募により、公共性のある活動に助成を続けています。

(2022年度実績)

自然環境や里地里山の保全活動、緑化植栽活動計50件、助成金額 1,015万円



● 地域の緑化活動へのボランティア支援事業

コメリの各店舗を窓口として公募した地域の幼稚園・保育所・小中学校等の緑化活動に対し、花苗等の資金を助成するとともに、従業員がボランティアとして参加し、植栽活動等の支援を行っています。

(2022年度実績)

ボランティア件数381件、のべ531人の従業員参加助成金額880万円



● 農業の振興・支援事業

「コメリ農場」を運営し、年間を通して農業体験イベントを開催し、親子で参加して、楽しみながら農業を学べる活動を行っています。

(2022年度実績)

田植え、稲刈り、じゃがいも、さつまいも収穫体験イベント計4回、のべ204名参加



サステナビリティへの取り組み

社会貢献活動

NPO法人コメリ災害対策センター

新潟県三条市を中心とした7.13水害、新潟県中越地震と、立て続けに2つの災害に被災した経験から、災害対策に永続的に取り組むため、コメリ緑資金より助成を受け、2005年にNPO法人コメリ災害対策センターを設

立しました。

迅速、円滑な物資供給のため、全国の自治体や団体と災害協定を締結し、災害発生時には被災地域から要請を受け、コメリグループの物流、店舗網を活かして、物資

を供給しています。

また、自治体主催の防災訓練に積極的に参加するほか、広報誌「サポート」やホームページを通じて情報共有を行っています。

●全国の自治体や団体と災害協定を締結



静岡県伊豆の国市と、通算1,000件目の協定締結
(2023年1月)
2023年9月末時点で、災害協定の締結件数1,042件

●災害発生時、要請に基づき迅速に物資供給



新潟県村上市を中心に大雨による浸水被害が発生、ブルーシート、スコップ等復旧作業用品、仮設住宅用の家電や食器類の供給実施（2022年8月）

●各地の自治体主催の防災訓練等に参加



防災用品の紹介、情報伝達訓練、物資輸送訓練、エアロシェルターを展示しての住民参加型の防災訓練等、2022年度は、のべ64件の防災訓練に参加

公益財団法人美術育成財団雪梁舎

雪梁舎美術館は、コメリの創業者である捧賢一が、地元美術振興を願って財団を設立し、1994年に新潟県新潟市に開館しました。

2023年には1993年の財団設立から30周年を迎え、前年に財団の方針である「美術育成」をより明確化するために、財団名称を「公益財団法人美術育成財団雪梁舎」に変更しました。

フィレンツェ滞在を通して、創作活動を支援し、21世紀の芸術文化の振興と、芸術家の育成を図ることを目指して設けられた全国絵画公募展「雪梁舎フィレンツェ賞展」は、2023年で25回展を数えました。（右の写真は「第25回雪梁舎フィレンツェ賞展授賞式」の様様）

新潟展は2023年7月29日～9月10日まで、東京巡回展は同10月24日～10月30日まで展覧会を開催しました。



企業価値向上の基盤 コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

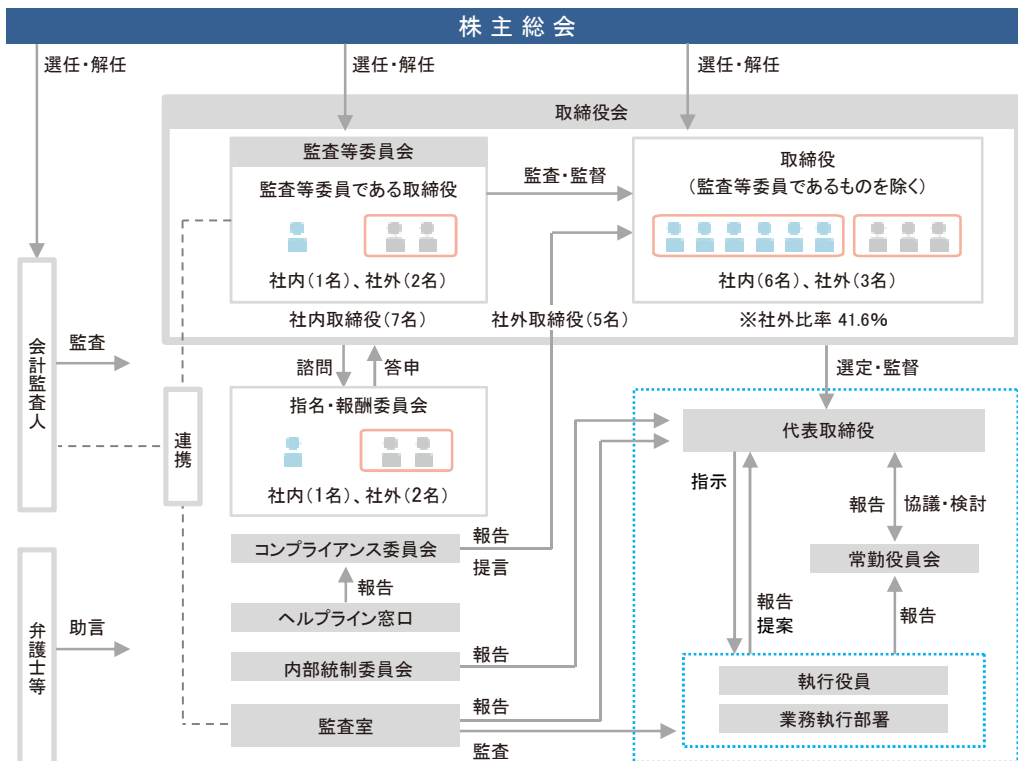
当社は、「企業とは、人々の幸せのために存在すべきものである」という考えに基づき、遅れた分野の流通近代化を実現し、環境・社会を中心とする社会課題の解決による持続可能な社会の実現、持続的な成長及び中長期

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、当社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変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・ガバナンス体制



【各種会議体の概要】

名称	概要	2023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。	13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	当社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	当社グループの情報漏洩等のリスクの発生を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

企業価値向上の基盤

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンス強化への取り組み

当社は、監査等委員会設置会社制度を採用し、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意思決定の迅速化を図っています。また、「執行役員制度」「取締役の任期1年」「取締役及び執行役員の担当制」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。

年月	実施項目
2003年6月	執行役員制度の導入
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）
2010年6月	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
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）

社外取締役の選任及び独立性に関する考え方

直近3年間において、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。

【社外取締役の活動状況】

区分	氏名	出席状況、発言状況及び社外取締役に期待される役割に関して行った職務の概要
社外取締役	松田 修一	当事業年度開催の取締役会12回のすべてに出席しました。長きにわたる大学教授の経験や起業家支援の経験を活かした専門的見地から発言を行っています。また、当社グループを取り巻く経営環境の変化を踏まえた企業価値向上に資する提言等を行っています。
社外取締役	和田 裕	当事業年度開催の取締役会12回のすべてに出席しました。インダストリアルデザイナーとしての高度な専門知識と経営における豊富な経験を活かした見地から発言を行っています。ステークホルダーの視点に立った商品及びサービスに関する事項について、経営の立場での提言等を行っています。
社外取締役	菊地 美佐子	2022年6月24日の就任以降に開催された取締役会10回のうち9回に出席しました。企業経営における豊富な経験を生かした見地から発言を行っています。また、ESGや広報・PR、人材育成等について、サステナブルな視点による当社経営への提言等を行っています。
社外取締役 （監査等委員）	藤田 善六	当事業年度開催の取締役会12回のうち11回に出席、監査等委員会13回のうち12回に出席しました。主に弁護士としての専門的見地から発言を行っています。また、取引又は各種取り組みに関する法的リスクの指摘等、経営の視点で事業上のリスクの対応について提言等を行っています。
社外取締役 （監査等委員）	田久保 武志	当事業年度開催の取締役会12回のすべてに出席、監査等委員会13回のすべてに出席しました。主に公認会計士としての専門的見地からの発言を行っています。また、設備投資に関する会計上の助言や、経営の立場でのバランスシートの問題点等の提言等を行っています。

企業価値向上の基盤

コーポレート・ガバナンス

取締役候補の指名に関する方針およ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。取締役候補者につきましては、代表取締役、他の業務執行取締役およ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（監査等委員であるものを除く）につきましては、当社の社外役員の独立性基準を満たしたCEO経験者または出身各分野における経験・実績・知見を有し、経営の実務経験を有する方であって、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に寄与す

る役割・責任を果たす資質を備えた方を中心に候補者を選定することとしています。社外取締役監査等委員につきましては、当社の社外役員の独立性基準を満たした法律や財務・会計等の専門知識を有する方または企業経営や小売業界に精通した方であって、それらを当社の監査に反映していただける方を中心に候補者を選定することとしています。

【取締役のスキル・専門的知見、会議体・委員会への出席状況】

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	DX	法務・コンプライアンス	サステナビリティ
田邊 正	取締役常務執行役員				●	●	●		●			●	
早川 博	取締役常務執行役員	●	●	●	●	●							●
保坂 直志	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	●										●	●
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）		●								●		●

取締役会			任意の指名・報酬委員会		
開催回数	出席回数	出席率	開催回数	出席回数	出席率
12回	12回	100%	3回	3回	100%
12回	12回	100%	-	-	-
12回	12回	100%	-	-	-
12回	12回	100%	-	-	-
12回	12回	100%	3回	3回	100%
12回	12回	100%	-	-	-
10回	9回	90%	-	-	-
12回	12回	100%	-	-	-
12回	12回	100%	-	-	-
12回	12回	100%	-	-	-
12回	11回	91.7%	-	-	-
12回	12回	100%	3回	3回	100%

【取締役・委員・執行役員の構成】

社外取締役

5名 / 12名
(社外比率42%)

女性取締役

1名 / 12名
(女性比率8%)

監査等委員会

3名
(社内1名・社外2名)

指名・報酬委員会

3名
(社内1名・社外2名)

執行役員(非取締役)

8名
(男性8名・女性0名)

企業価値向上の基盤

コーポレート・ガバナンス

取締役会の実効性の評価

当社は、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。2022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、当社の取締役会の実効性は確保されていると評価いたしました。アンケート結果の概要は、右記の通りです。

- ・若手や女性の幹職種登用等の多様性に向けた取り組みの推進
- ・統合報告書の更なる充実
- ・ステークホルダーとの建設的な対話及び適時適切な開示の推進
- ・中長期的な企業価値向上の視点からのサステナビリティ対応と開示の実施

監査等委員会の活動状況

当社の監査等委員会は、常勤監査等委員1名と社外監査等委員2名の3名で構成されています。原則として、月1回、監査等委員会を開催しています。

監査等委員会監査につきましては、取締役会や常勤役員会、コンプライアンス委員会をはじめとする重要会議への出席、取締役からの業務執行状況の聴取、重要な決裁書類等の閲覧を通じ、取締役会の意思決定の過程、及び取締役の業務執行について監督し、監査しています。また、常勤監査等委員が内部統制委員会に出席することにより、監査等委員会、財務報告に係る内部統制の内部監査及び会計監査と監査等委員会監査との緊密な連携を図っています。代表取締役と監査等委員の会合につきましては、当事業年度は2回開催しました。

内部監査機能としての監査室とは、定期的に会合を開催し内部監査結果の課題等の共有と情報交換を行うとともに、監査室は必要に応じて常勤監査等委員や監査等委員会に対して報告を行っています。

会計監査人とは、定期的に会合を開催し監査の実効性を高めるよう努めるとともに、決算監査を実施した後、会計監査についての監査報告を受けています。

【2023年3月期の監査等委員会の活動状況】

氏名	活動状況
住 吉 正二郎	当事業年度開催の監査等委員会13回のすべてに出席しました。主に、当社の店舗運営業務全般の豊富な知識と経験から、意見を述べています。また、常勤監査等委員として、代表取締役、社内取締役、執行役員及び所属長等と面談及び意見交換を適宜行っています。なお、会計監査人とも面談及び意見交換を適宜行っています。
藤 田 善 六	当事業年度開催の監査等委員会13回のうち12回に出席しました。弁護士として培った法務に関する高い見識に基づき、主に企業法務について、社外監査等委員として中立的かつ客観的な観点から発言を行っています。
田久保 武 志	当事業年度開催の監査等委員会13回のすべてに出席しました。公認会計士として培った会計等の高い見識に基づき、主に財務・会計分野について、社外監査等委員として中立的かつ客観的な観点から発言を行っています。

企業価値向上の基盤

コーポレート・ガバナンス

役員報酬

<役員報酬等の額又はその算定方法の決定に関する方針>

当社は、2020年6月に、取締役会の任意の諮問機関として、独立社外取締役を過半数とする「指名・報酬委員会」を設置いたしました。取締役の報酬等の額は、指名・報酬委員会の答申を得た上で取締役会で決定しています。独立社外取締役の知見や助言を活かすことで、取締役及び執行役員の名指及び報酬の決定の手続きの公平性・透明性・客観性を確保してまいります。

【報酬等に関する基本方針】

当社の業務執行取締役の報酬は、当社グループの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。

【報酬等の決定に関する事項】

・基本報酬

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。

・業績連動報酬等

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。

また、当社は、会社法改正に伴い、指名・報酬委員会の審議を経た上で2021年2月24日開催の取締役会において取締役の個人別の報酬等の内容に係る決定方針（以下、決定方針）の改定の決議をしています。改定後の決定方針の概要は、以下のとおりです。

【2023年3月期の業績連動報酬に係る指標の目標及び実績】

指標	目標	実績
連結営業利益	28,500百万円	26,053百万円
親会社株主に帰属する当期純利益	18,100百万円	17,096百万円
連結ROA	7.8	7.2

【2023年3月期の報酬等の総額】

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 (3名)	124百万円 (18百万円)	19百万円	24百万円
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 (5名)	151百万円 (29百万円)	19百万円	24百万円

- (注) 1. 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27百万円です。
2. 業績連動報酬等として取締役（社外取締役及び監査等委員であるものを除く。）に対して、賞与（金銭報酬）及び株式給付信託に基づく株式報酬（非金銭報酬）を支給しています。
3. 業績連動報酬等は、本業による稼ぐ力を表す数値を基準とするため、業績指標として、連結営業利益、親会社株主に帰属する当期純利益、連結ROA等を設定しています。

企業価値向上の基盤

コンプライアンス

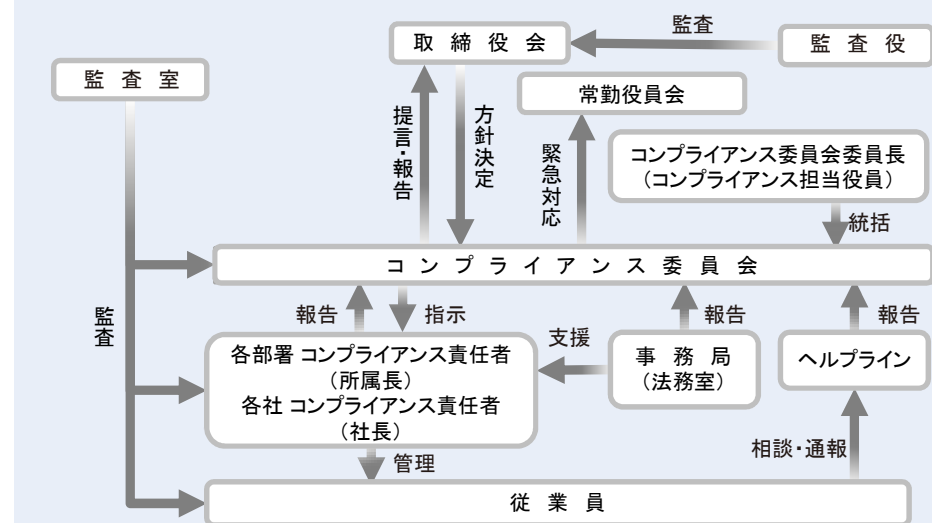
コメリグループは、あらゆるステークホルダーの皆さまの幸せのために、経営理念である「コメリのねがい」を経営の根幹に据え、「コメリグループ綱領」に基づいて事業活動を行っています。どれだけ世の中が変わろうとも、平和で豊かで幸せでありたいという人々の願いは変わることはありません。

事業は、人々の幸せのためにあります。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を目指して事業活動を行っています。もちろんコメリグループの事業活動は、法令や社会規範、ルールといった社会の常識に即していなければなりません。正しく、誠実な事業活動を行うことによってコメリグループが社会の信頼を得られるよう、コンプライアンスに関する体制の整備を行っています。

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みなさま、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。

【コメリグループのコンプライアンス体制図】



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。

「コメリグループ行動指針・行動基準」は、当社ホームページに開示しています。

<https://www.komeri.bit.or.jp/aboutus/guideline/>



企業価値向上の基盤

コンプライアンス

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。

【ヘルプライン利用状況】

	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期
通報件数	115件	125件	75件

お取引における人権についての考え方

コメリグループでは、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にあたって、公正な取引を行うとともに、「事業活動における人権の尊重」も重要な課題の一つと考えています。

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、取引開始する時に確認を行う等、定期的にその確認を行うこととしています。

引き続き、事業活動において人権を尊重し、事業活動全体における人権リスクの低減に努めてまいります。

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、不公正・不当な取引等の腐敗行為およ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、確実にお守りいたします。
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いたしません。

株式会社コメリ

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、社内ルールを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を構築・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。

企業価値向上の基盤

リスクマネジメント

コメリグループでは、定期的にはリスク認識の再評価及びリスク軽減に対する取り組み状況の評価を行い、リスク発生
の回避及びリスクが発生した場合の影響の最小化に向けた対応に努めています。

持続的な成長と中長期的な企業価値向上を目指す事業活動を行う上で、コメリグループの財政状態、経営成績及び
キャッシュ・フローの状況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は、以下のとおりです。

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が増加のリスク 少子高齢化による労働力人口を含む人口減少等、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の出店と既存店改装を行う ローコストで標準化された店舗の多店舗展開を行う 積極的な人的資本投資による人材育成と多様な人材がより活躍できる環境整備を行う
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し営業強化を図る
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ると、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 気候により変動するお客様のニーズに対応した売場展開や商品運営を行い、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、コンピュータウイ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 運送・物流業界の「2024年問題」に代表される輸配送車両やドライバーの不足等による商品輸送が滞るリスク 	<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 P B商品の調達先の分散化する等、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の整備する 流通センターにおけるトラック待機時間の減少、パレット輸送の促進、配送効率等の改善により、物流体制の維持・継続に努める
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ーシステムの障害等により情報の漏洩・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"> 一時的に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

企業データ

10年間の主要財務データ(連結)

項 目		2014年3月期	2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期
損益計算書	営業収益 (百万円)	335,567	316,969	324,343	329,588	341,956	346,863	348,573	385,700	376,094	379,401
	営業総利益 (百万円)	112,381	109,747	111,846	112,379	116,277	119,109	119,402	136,918	131,859	132,065
	営業利益 (百万円)	20,246	16,108	17,928	16,689	16,964	18,123	18,469	30,326	27,825	26,053
	経常利益 (百万円)	19,626	15,515	17,409	16,811	17,087	18,237	18,625	30,369	28,248	25,812
	親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	10,573	7,171	9,585	11,017	10,907	10,935	11,941	20,402	17,897	17,096
貸借対照表	総資産額 (百万円)	296,811	301,128	305,496	306,562	319,771	326,435	331,140	348,159	354,788	361,387
	純資産額 (百万円)	133,822	139,137	145,599	155,241	164,958	173,968	181,990	20,061	213,840	227,347
キャッシュ・フロー	営業活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	22,293	14,900	21,834	26,719	22,400	23,336	24,475	36,553	25,856	19,873
	投資活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△18,149	△17,088	△12,875	△13,923	△16,914	△20,280	△9,816	△14,232	△11,260	△11,664
	財務活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	5,543	△1,539	△8,311	△14,854	△6,229	△6,170	△9,039	△14,569	△12,476	△13,504
	現金及び現金同等物の期末残高 (百万円)	12,715	8,996	9,628	7,568	6,819	3,710	9,330	17,082	19,201	13,905
財務指標	ROA (%)	6.9	5.2	5.7	5.5	5.5	5.6	5.7	8.9	8.0	7.2
	ROE (%)	8.2	5.3	6.7	7.3	6.8	6.5	6.7	10.7	8.6	7.8
	自己資本比率 (%)	45.0	46.1	47.6	50.6	51.5	53.2	55.0	57.6	60.3	62.9
	総資産回転率 (%)	1.18	1.06	1.07	1.08	1.09	1.07	1.06	1.14	1.07	1.06
	営業総利益率 (%)	33.5	34.6	34.5	34.1	34.0	34.3	34.3	35.5	35.1	34.8
	営業収益営業利益率 (%)	6.0	5.1	5.5	5.1	5.0	5.2	5.3	7.9	7.4	6.9
株式・株価データ	1株当たり当期純利益 (円)	208.22	141.44	189.33	217.54	215.35	215.90	236.58	410.25	360.22	351.62
	1株当たり純資産額 (円)	2,631.93	2,746.54	2,873.00	3,062.98	3,254.23	3,431.62	3,659.43	4,032.90	4,361.66	4,675.08
	1株当たり配当金 (円)	36	36	36	38	39	40	42	45	46	50
	配当性向 (%)	17.3	25.5	19.0	17.5	18.1	18.5	17.8	11.0	12.8	14.2
	期末発行済株式数 (株)	54,409,168	54,409,168	54,409,168	54,409,168	54,409,168	54,409,168	54,409,168	54,409,168	54,409,168	54,409,168
	株価収益率 (倍)	13.48	20.02	12.15	12.66	13.16	12.56	8.18	7.52	7.30	7.78
	株価純資産倍率 (倍)	1.07	1.03	0.80	0.90	0.87	0.79	0.53	0.76	0.60	0.59
その他データ	店舗数 (店)	1,150	1,169	1,178	1,182	1,186	1,192	1,197	1,208	1,214	1,214
	従業員数 (人)	4,528	4,547	4,560	4,633	4,588	4,646	4,253	4,463	4,454	4,300
	(外、平均準社員数)	4,639	4,680	4,930	4,710	4,842	4,777	5,106	5,189	5,006	4,815

※各期の数値は、その時点の会計基準に基づいたものであり、最新の会計基準を適用した遡及修正は行っておりません。

企業データ

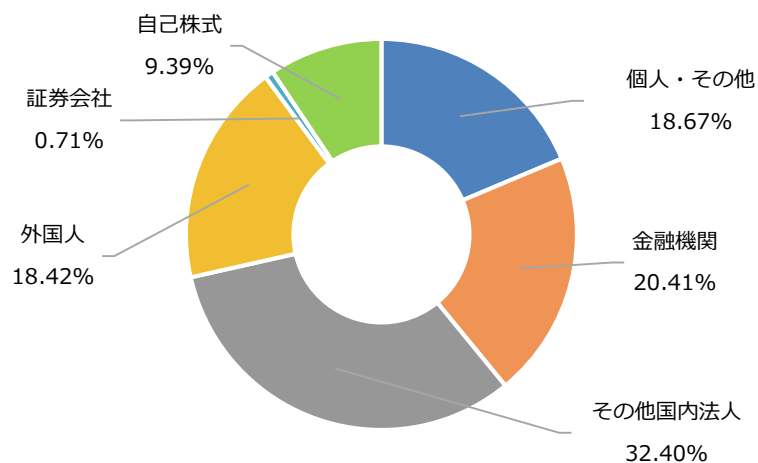
会社概要

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
URL	https://www.komeri.bit.or.jp/

株式情報（2023年3月31日現在）

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	131,000,000株
発行済株式総数	54,409,168株
株主数	12,667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
公告の方法	電子公告

所有者別株式分布の状況（2023年3月31日現在）



株価・出来高の推移

