



INTEGRATED REPORT 2025

統合報告書

Contents

Over View

— コメリについて —

- 2 At a Glance
- 3 経営理念
 - コメリのねがい
 - 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 —

- 4 価値創造プロセス

Strategy

— 価値創造に向けた成長戦略 —

- 5 トップメッセージ
- 6 第四次中期経営計画
- 10 出店戦略
- 12 既存店の活性化・改装の推進
- 14 商品力の源泉～商品開発～
- 15 ブランド価値の創造
- 17 リフォーム事業の拡大
- 19 ネットとリアルとの融合
- 20 固定客化の推進～カード戦略～
- 21 農業と共に

Sustainability

— サステナビリティへの取り組み —

- 24 基本方針
- 26 環境への取り組み
- 32 持続可能な社会の実現のために
 - コメリグループの人的資本経営
 - 災害時の地域社会のインフラとしての対応
 - 社会貢献活動

Governance

— 企業価値向上の基盤 —

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

Corporate Data

— データ・セクション —

- 49 企業データ
 - 10年間の主要財務データ
- 50 株主優待
 - 会社概要
 - 株式情報



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、ウェブサイトなどもあわせてご覧ください。

対象期間

2024年4月1日～2025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

見通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、業績見通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通しであり、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。

At a Glance

2025年3月31日時点

業績サマリー（連結）

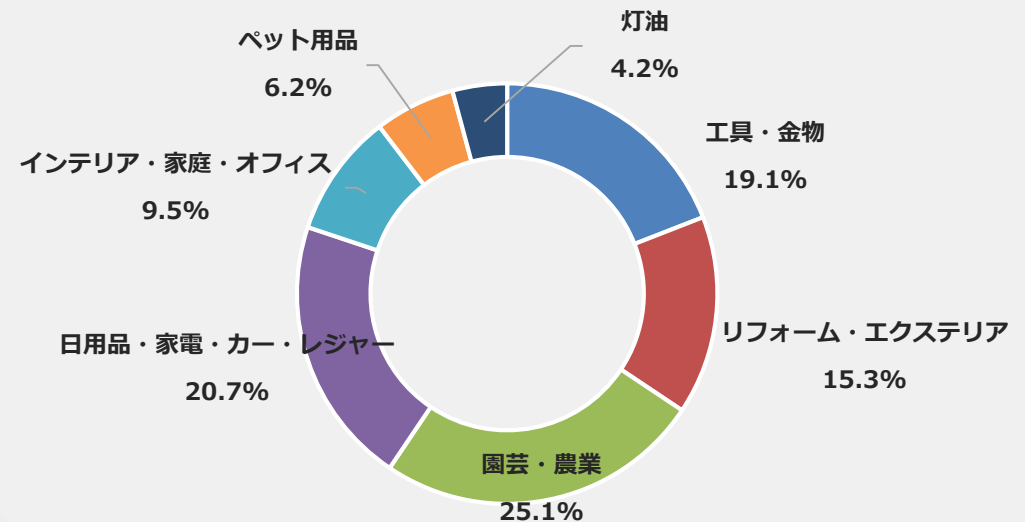
営業収益 **3,791** 億円

営業利益 **223** 億円

経常利益 **222** 億円

親会社株主に帰属する
当期純利益 **137** 億円

カテゴリー別売上構成比



店舗数

1,228 店舗

※右記のほかアテナ2店舗

いつも安い、なんでも頼れる



114 店舗



19 店舗

身近な暮らしのパートナー



1,091 店舗

P B 商品 売上構成比

48.3%

連結従業員数

正社員

3,953 人

準社員（パートタイマー）

4,572 人

※1日8h換算による月平均人員



カード
会員数

528 万人



アプリ
会員数

189 万人

コメリ緑資金
拠出総額

25 億 **99** 百万円

NPO法人
コメリ災害対策センター
災害協定締結数

1,151 件

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

気候変動
地球温暖化

コメリのミッション
「衣食住」から「住食衣」へ
住関連分野の流通近代化

ビジョン ～コメリが目指すもの～

売上高 **1.5 兆円**
店舗数 **3,000 店舗**

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）

※2025年3月期（連結）

財務資本

総資産
3,866億61百万円
株主資本
2,453億4百万円
株主数
12,197人

人的資本

正社員数 3,953人
教育研修投資額 18.7億円

製造販売資本

店舗数 1,228店舗
物流センター 全国12カ所
海外商品調達子会社 4社

知的資本

PB商品開発力
ローコストオペレーション
店舗開発力

社会関係資本

カード会員数 528万人
アプリ会員数 189万人
NPO法人コメリ災害対策センター
災害協定締結件数 1,151件

自然資本

コメリ緑資金拠出額総額
25億99百万円

コメリグループの強み

中期経営計画重点施策

新規出店・既存店の活性化
商品力の強化
グローバル調達物流の構築

リフォーム事業拡大
ネットとリアルとの融合

B2B強化
プロニースの獲得

固定客化の推進

賢和塾

ジョブローテーション制度
マネジメント研修・中堅育成セミナー
マイスター制度 等

持続可能な農業支援モデル
構築への取り組み

DXの取り組み
ローコスト運営の拡大

生産から販売までの流通をトータルコーディネート

「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 調達・輸入 製造（生産）委託・加工 流通 販売サービス

標準化された1,200を超える店舗による商品のマスカ化

● 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

※2025年3月期（連結）

お客様の豊かな暮らしの実現

より良い商品より安く
より多くのお客様へ

いつも安い、なんでも頼れる
パワー
コメリ

店舗数 114店舗（+12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 1,091店舗（-8店舗）

PRO
KOMERI

店舗数 19店舗（+4店舗）

※ これらの他、アテナ4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 142店舗
（74,866坪）

JA協業数 5JA
35店舗（+1店舗）

財務資本

営業利益
223億96百万円

製造販売資本

出店市町村数
770市町(44.8%)

人的資本

女性管理職比率 10.2%
女性店長数 103人

社会関係資本

コメリ緑資金ボランティア
437件

知的資本

PB商品売上高構成比
48.3%

自然資本

CO₂排出量(連結)
77,800 t-CO₂
※Scope1・2

従業員

人的資本の充実と人材の確保
多様な人材が活躍できる環境
づくりと教育機会の提供

お客様

お客様のお困りごとを解決
ホームセンター商材入手困難
な地域への出店

取引先

公正かつ透明な取引の実現
持続可能なバリューチェーン
ネットワークの構築

株主・投資家

中長期的な企業価値向上の
実現による株主利益の増大
適時適切な情報開示

地域社会

事業活動を通じた地域社会
への貢献
持続可能な社会の実現
災害時の物資供給インフラ

トップメッセージ

一つでも多くのお困りごとを解決し、
何々ならコメリと言っていただける企業を目指してまいります



代表取締役社長 捧 雄一郎

日頃よりコメリグループをご愛顧いただきまして誠にありがとうございます。

コメリのミッションは、遅れた分野の流通近代化です。われわれはホームセンター事業参入当時から、新潟の地の利を活かしハードとグリーンをコアのカテゴリーとしてとらまえ、その流通近代化に一貫して取り組んできました。この分野の流通は複雑で多段階であるが故に、その近代化が一筋縄ではいかない分野です。待っておられる多くのお客様がいらっしゃる以上、正面から取り組み、この分野の流通近代化をもってお客様や世の中に貢献していくことがわれわれのミッションです。

この4月に、第四次中期経営計画を発表いたしました。出店スピードのアップ、マース化による商品力強化に努めてまいります。また、1,200店舗の拠点を活かし、Eコマースやリフォーム事業の拡大、B2B強化による大口のお客様へのニーズにも対応してまいります。2026年春にはグループ最大規模となる新関西センターが稼働いたします。3,000店舗ビジョンに向けた多店舗化の要となる物流網を、より強固なものにしてまいります。

おかげさまでコメリは、ホームセンター事業参入から50年を迎えようとしています。この分野の流通近代化のためのアクセルをさらに踏み込み、そして「コメリがあって良かった」とお客様に言っていただける企業を目指してまいります。引き続き皆様の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

第四次中期経営計画(2026年3月期－2028年3月期)

2026年3月期からスタートした第四次中期経営計画では、外部環境が急激に変化している中、住分野の流通近代化を通じたお客様の豊かな暮らしの実現に向けて、成長基盤投資と各重点施策を行うことで、中長期的な企業価値の向上を目指してまいります。

外部環境の認識

事業環境は引き続き不透明な状況にあり、小売業の全フォーマットで必要商圈人口割れの状態が続いています。

また、業種業態を超えたカテゴリーの奪い合いの競争も激化しています。

コメリグループは、引き続き、外部環境への変化対応を行い、持続的な成長を目指してまいります。

人口減少
少子高齢化

デジタルの
進化

業種業態を超えた
カテゴリーの
奪い合い

成長基盤投資

2028年3月期までの設備投資は、3年間で850億円を計画しています。

区分	概要・金額	
新規出店	新規出店100店舗	550億円
既存店改装等	毎年売場面積の10%強の改装	70億円
流通センター	センター新設・既存センターの機能拡充	130億円
各種システム投資	システム導入	70億円
ESG投資	太陽光パネル設置	30億円
成長基盤投資額合計		850億円

コメリのミッション

「衣食住」から「住食衣」へ

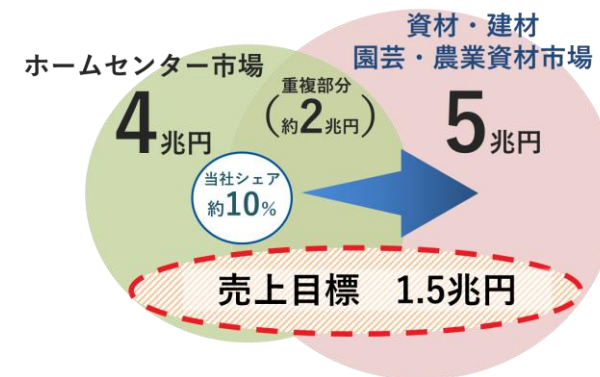
お客様のご不満が最も多いのは
“住関連分野”

- ➡ 自宅での時間をもっと楽しみたい
- ➡ ライフスタイルの変化に対応したい

遅れた分野の流通近代化

- ➡ 多段階にわたる流通構造
- ➡ 取扱い制限等の日本的商慣行

【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

価値創造に向けた成長戦略

第四次中期経営計画(2026年3月期－2028年3月期)

人的資本投資

コメリグループは、経営要諦において「人は事業の最も大切な柱である」と掲げています。人材は持続的な成長と中長期的な企業価値向上に必要で重要な経営資源であるという考えのもと、様々な人的資本投資を行っています。

また、従業員の人権を尊重し、安心・安全・健康で働きやすい環境づくりを推進しています。

① 人材育成の根幹、「賢和塾」

- ・次世代経営陣幹部の候補者の中長期的な視点での人材育成
- ・不易流行の創業の精神を継承し実践できる人材を育むことを目的とした教育カリキュラムである「賢和塾」に基づく教育機会の提供

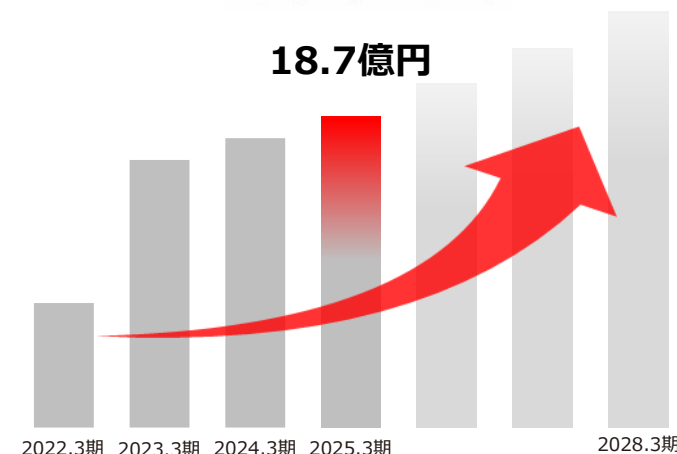
② 組織開発

- ・ローコストオペレーションが可能な店舗組織の盤石化
- ・DX投資による店舗作業軽減により、従業員の提案力のアップによる収益向上と生産性の向上の両立の実現
- ・多様な人材・女性が活躍できる環境の提供

【人的資本（教育研修）投資額】

賢和塾

18.7億円



重点施策

第四次中期経営計画を達成するために、以下の重点施策を実行し、着実に成長を実現してまいります。

出店戦略

- ・ホームセンター商材入手困難地域への出店強化
- ・核カテゴリーのさらなる深耕

既存店活性化

- ・改装によるプロトの水平展開による生産性の向上
- ・フォーマット転換（立地と件等に合わせて大型化・専門化）

商品力の強化

- ・マス化により、「同じ商品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」を実現
- ・カテゴリーブランドの強化
- ・FMC（フレッシュマネジメントセンター）の増設による、新鮮でより安い切花の強化
- ・商品力強化のためのグローバル調達物流の構築

B2B強化

- ・プロのニーズが大きい資材・建材、金物・工具、園芸・農業分野の需要獲得の推進
- ・農業資材予約の拡大
「大口見積り」「大量購入」「店舗非取扱商品」等のニーズに対応

リフォーム事業の拡大 ～3年後、350億円に～

- ・全国1,200超の拠点数を活かしたチェーンリフォームの推進
- ・リフォーム営業マネジャー増員・教育体制の充実による営業体制の強化
- ・リフォーム営業マネジャー300人体制へ（+100人）

ネットとリアルの融合 ～3年後、EC売上高500億円に～

- ・全国1,200を超えるリアル店舗の強みを活用
「ネットからリアルへの送客」
「リアルからネットへの送客」
- ・ネットで注文、リアル店舗での受取（BOPIS）の拡大

固定客化の推進

- ・多様な決済ニーズに対応すべく各種カードの会員、アプリ会員の獲得推進
- ・来店頻度・客単価向上に向けたFSP制度の推進
- ・リピートを促すCRM販促の推進

価値創造に向けた成長戦略

第四次中期経営計画(2026年3月期－2028年3月期)

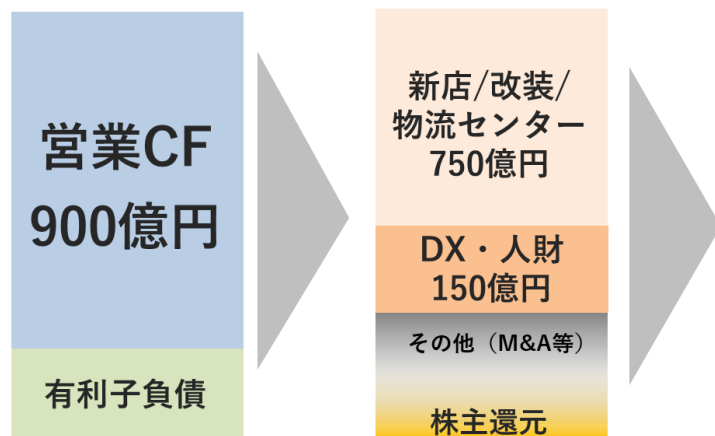
株主還元方針

コメリグループは、資材・建材・園芸・農業資材市場の流通近代化を実現していくことが、中長期的な企業価値の向上、株主利益の増大に寄与するものと考えています。

利益配分については、将来の事業計画と企業価値向上に向けた成長基盤投資に備え、内部留保資金を確保した上で、配当は安定的・継続的に実施することを基本としています。

内部留保資金は、新規出店、既存店舗の改装、物流センターの新設・増強に向けた投資、リフォーム事業・Eコマース事業の拡大に伴うシステム環境の整備、人材育成のための教育環境の整備、お客様の利便性向上と従業員の業務生産性向上の両立を目的とするDX推進のための投資等、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。

キャッシュアロケーション

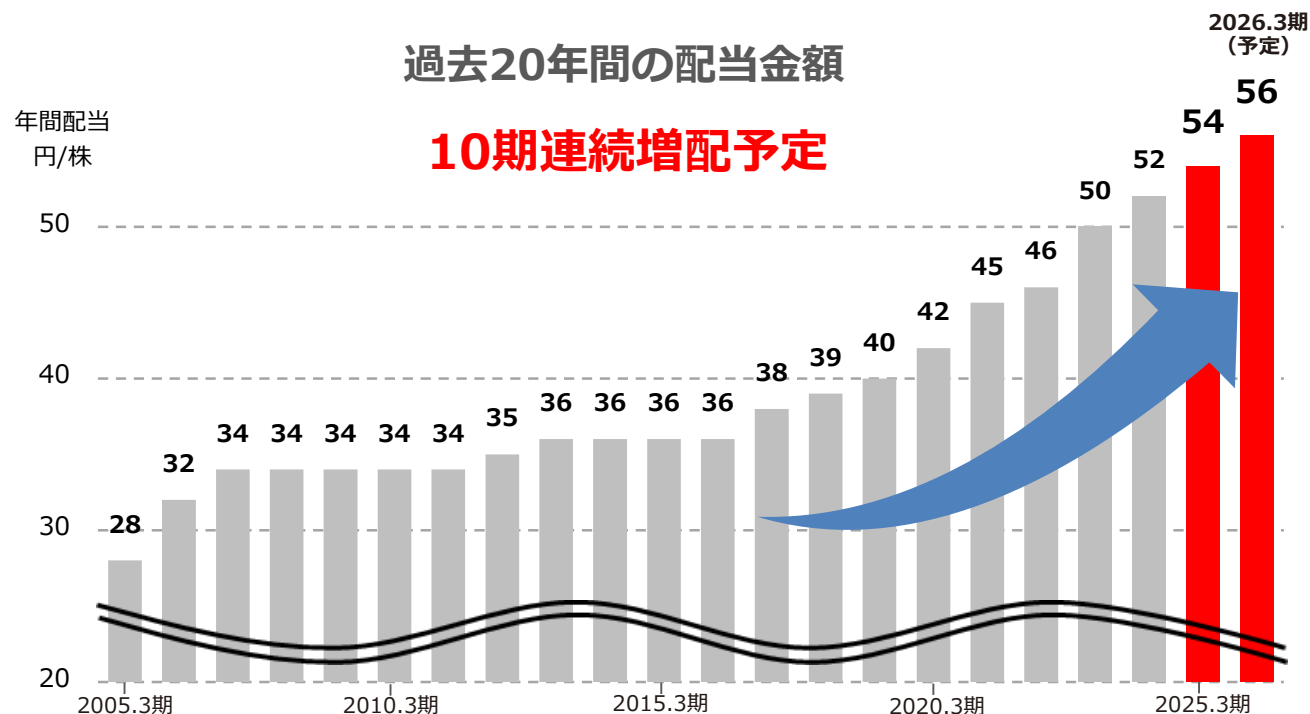


- ・遅れた分野の流通近代化を実現する成長基盤投資
- ・生産性向上のためのDX・人的資本投資
- ・機動的に実行できるM&A投資の準備資金を確保
- ・安定的・継続的な配当の実施

<ビジョン3000>
3,000店舗
1.5兆円達成に向けた
成長基盤投資拡大

過去20年間の配当金額

10期連続増配予定



資本コストや株価を意識した経営

第四次中期経営計画における2028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。

価値創造に向けた成長戦略

第四次中期経営計画(2026年3月期－2028年3月期)

サステナビリティ

本業を通じたサステナビリティの取り組みを通じて、持続可能な社会の実現と中長期的な企業価値の向上を目指しています。

1 環境に配慮した商品開発 ～脱炭素社会に向けて～

- ・国産材の積極的な活用
- ・認証材や認証材を使用した商品開発の推進



2 ESG投資の推進 ～太陽光パネル設置の拡大～

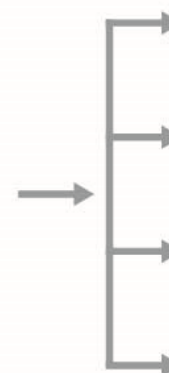
- ・コメリの経営資源である業界最大の店舗面積を最大限に活用して設置
- ・2028年3月期末までに、100店舗、8つの物流センターに設置拡大



3 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て以来、35年にわたり、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まいりました。

今後も、主に「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」「公益財団法人美術育成財団雪梁舎」の活動への支援を通じて、引き続き地域社会へのご恩返しを行ってまいります。



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

公益財団法人 美術育成財団雪梁舎

地域の文化振興・社会振興

価値創造に向けた成長戦略

出店戦略

2028年3月期を最終年度とする第四次中期経営計画の重点施策の1つが「出店」です。「パワー」「PRO」「ハード&グリーン」は、相対的に小商圏への出店が可能なフォーマットです。それぞれのフォーマットで品揃えや店舗運営が標準化されています。この標準化された店舗の数の力が商品力強化の源泉であり、店舗のローコスト運営を可能としています。そのため、損益分岐点が低くなっており、より小商圏で出店が可能です。

パワー



大商圏型、3,000坪級の本格的メガホームセンター
旗艦店として周辺のハード&グリーンとも連携

PRO



パワーの資材館をスピンアウトしたフォーマット
プロのお客様のニーズに対応

ハード&グリーン



1万人商圏で1店舗出店可能な独自フォーマット
小商圏フォーマットであるが由に多店舗展開可能

ホームセンター商材入手困難地域への出店強化

ホームセンター商材を求めているお客様が多くいらっしゃるにもかかわらず、ホームセンターが出店できていない地域がまだ多数あると考えています。インターネットで購入できる商品がありますが、そのすべてをお買い求めできるわけではありません。ホームセ

ンター商材は、重い、大きい等の理由により、物流費が非常に高い商品が多くなっています。

現在、コメリの店舗が出店済みの市町村は、全体の44%となっています。特に、都市部や、業界の中でも当社しか出店できない農村部には、さらなる出店の余

地があると考えており、今後も「ハード」と「グリーン」の核カテゴリーの深耕を進め、ローコストでより小商圏に出店できるよう努めてまいります。



価値創造に向けた成長戦略

出店戦略

<ハード&グリーンの歩み>

1983年

ハード&グリーン1号店開店

大店法の規制を受け、品揃えを金物・工具、資材・建材、園芸・農業のカテゴリーに絞った独自の小型フォーマットを開発。



1985年

県外への出店開始

第2の商勢圏となる福島県郡山市に、ハード&グリーン希望ヶ丘店をオープン。地域単位での集中出店を加速していく。



1993年

ハード&グリーン100店舗突破

1995年

ハード&グリーンに資材館併設

これまでの150坪型では取り扱いのなかった本格的な農業資材や庭園資材を導入。ハードとグリーンの核分野を一層強化。



1997年

東京都に初出店

東京都と神奈川県に進出。都市型店舗として従来よりも売場面積を狭め、DIY・園芸の専門店として品揃えを強化。



2007年

九州へ進出、3年で100店舗出店

2019年

タグライン・ミッションステートメント策定

近くて便利、地域に根差した品揃えというハード&グリーンの強みをより分かりやすく伝えるため、ブランディングを一新。



多店舗展開の礎を構築

プロニーズ・地域のニーズに沿った店舗開発

現在のフォーマットへ

<パワーの歩み>

2003年

パワー1号店開店

豊富な品揃えとサービスの両面から住まいのあらゆる問題を解決する大型店フォーマットを開発。地域一番価格を保証する価格政策も開始。



2005年

パワーブランドの打ち出し

現在の「パワー」のCIが完成。倉庫型店舗に色を取り入れたマーチャンドライジングや各種相談カウンターでの専門的な接客で、世界水準のホームセンターを目指す。



2008年

四国へ

2010年

九州へ

2014年

北海道へ

各地にパワー店舗を出店



2018年

既存フォーマットからの業態転換を進行

2019年

タグライン・ミッションステートメント新設

毎日保証された低価格と、圧倒的な品揃えとサービスにより、ワンストップで住まいのお困りごとと解決ができる強みを強調。



2024年

パワー業態100店舗突破

佐賀県のパワー伊万里店で100店舗を達成しました。通路や売場を改良し、より買い回りしやすい店舗に進化。



プロ向けの本格的なホームセンター開発

進化を重ね全国に展開

さらに頼られる店舗へ進化

価値創造に向けた成長戦略

出店戦略

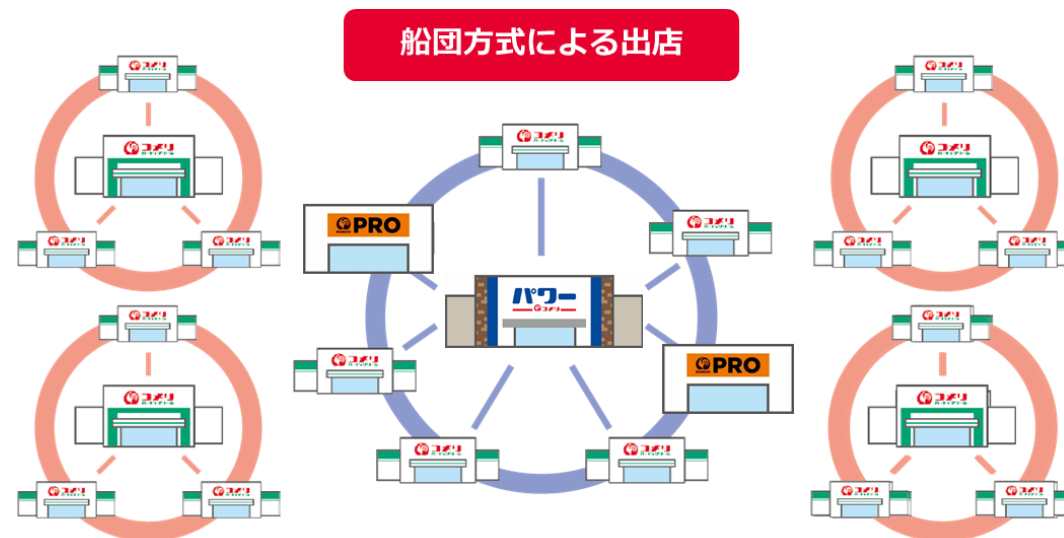
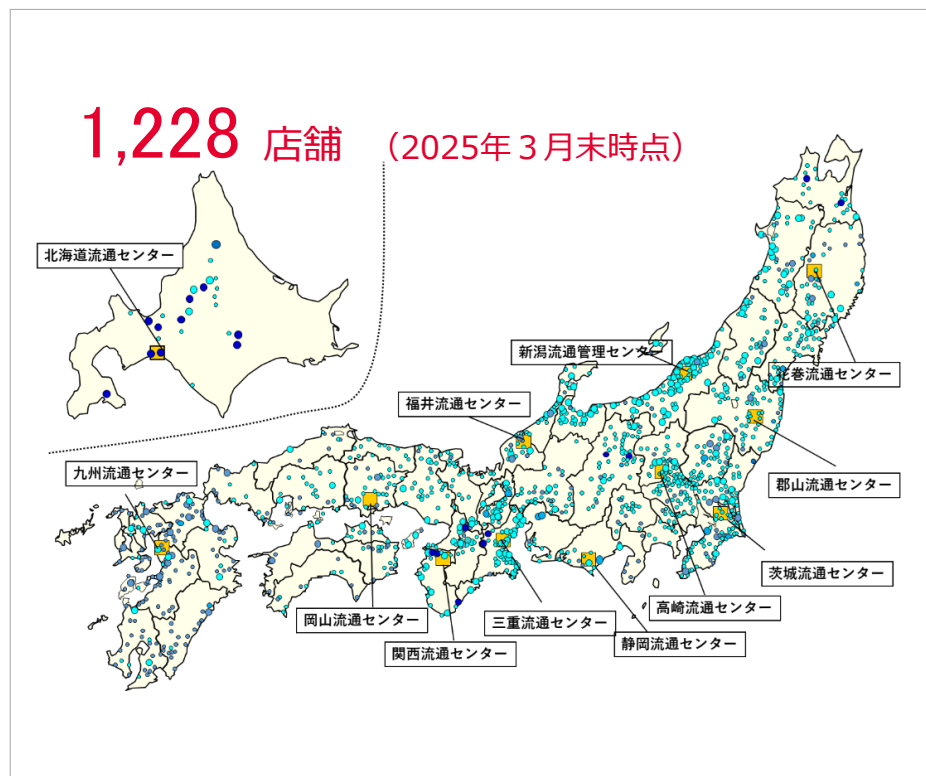
船団方式による出店

コメリの店舗出店は、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PRO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「船団方式」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、同一商圈内であっても、パワーとハード&グリーンは自社競合が起こりにくい補完関係が成り立っています。特に、従来の業種店が減少する中、施工や農作業の現

場の近くに出店できるハード&グリーンは、業種店に代わり、金物・工具、資材・建材、園芸・農業分野の流通をイノベーションする役割を担っています。

コメリの長期的な目標である3,000店舗構想に向け、さらにきめ細かく出店を進めてまいります。



さらに業態転換、移転・増床で、ドミナントをより強固に

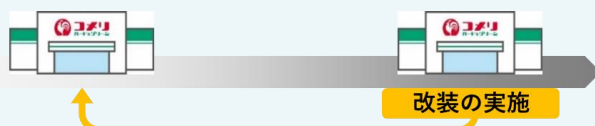
価値創造に向けた成長戦略

既存店の活性化・ 改装の推進

新規出店とともに、既存店の活性化は重要な成長戦略の1つです。既存店の活性化・改装には、①キープヤング、②プロトの水平展開、③フォーマット転換の3つの方法があります。

2025年3月期は、特にハード&グリーン業態の改装を積極的に行い、改装後の店舗では、改装前と比較して10%以上の売上アップ効果がみられました。2028年3月期を最終年度とする第四次中期経営計画では、毎年売場面積の10%超、合計70億円の改装による設備投資を計画しています。

①キープヤング



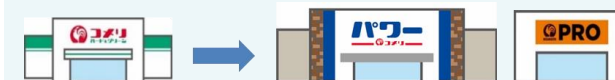
既存店の改装を行い、最新の棚割やレイアウトに変更することで生産性向上

②プロトの水平展開



カテゴリーごとに標準化された売場のモジュールを組み合わせながら、プロトタイプのレイアウトを水平展開

③フォーマット転換



立地与件、競合与件の変化に合わせて、ハード&グリーンの150坪店舗を300坪店舗に増床、大型のハード&グリーン店舗のパワー化またはPRO化等

<既存店の改装>



既存店の生産性向上のため、売上が好調な店舗の棚割りやレイアウトを水平展開して改装を行っています。また、こうした既存店の改装を定期的に行い、店舗の売場を常に若く保つことで、お客様のニーズの変化に対応しています。

<パワー化・プロ化>



立地与件の変化とともに、地域のお客様のニーズも変化します。ハード&グリーンをパワーやPROにフォーマット転換することで、プロのお客様のニーズや、リフォーム、ペットのトリミング等、さまざまなサービスへのニーズに対応しています。

改装実施店舗

改装後の売上効果 **+10%** 以上

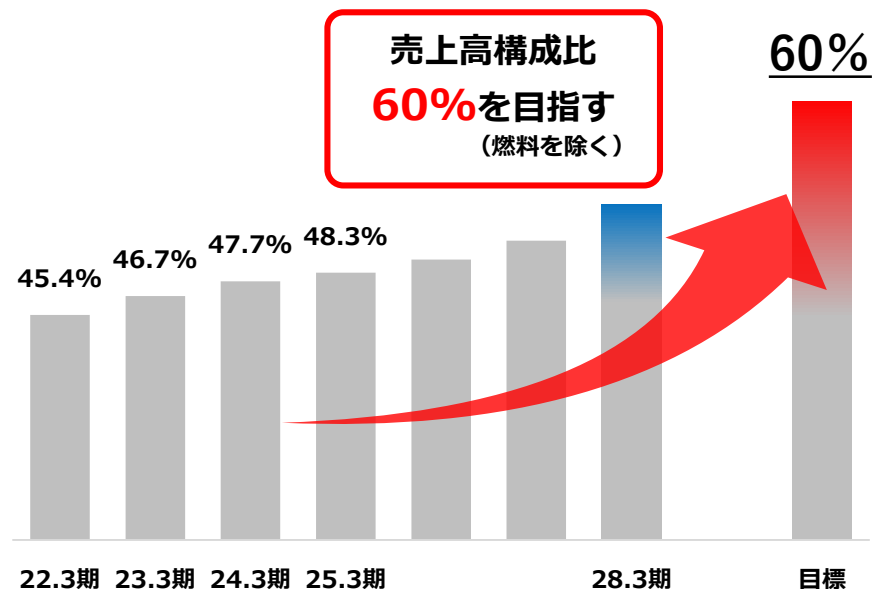
改装	店舗数	改装坪数
2025年3月期実績	142	74,866坪
2026年3月期改装計画	150	総売場面積10%以上

第四次中期経営計画に基づく
2028年3月期までの3年間の
既存店改装等の設備投資金額

70億円

価値創造に向けた成長戦略

商品力の源泉 ～商品開発～

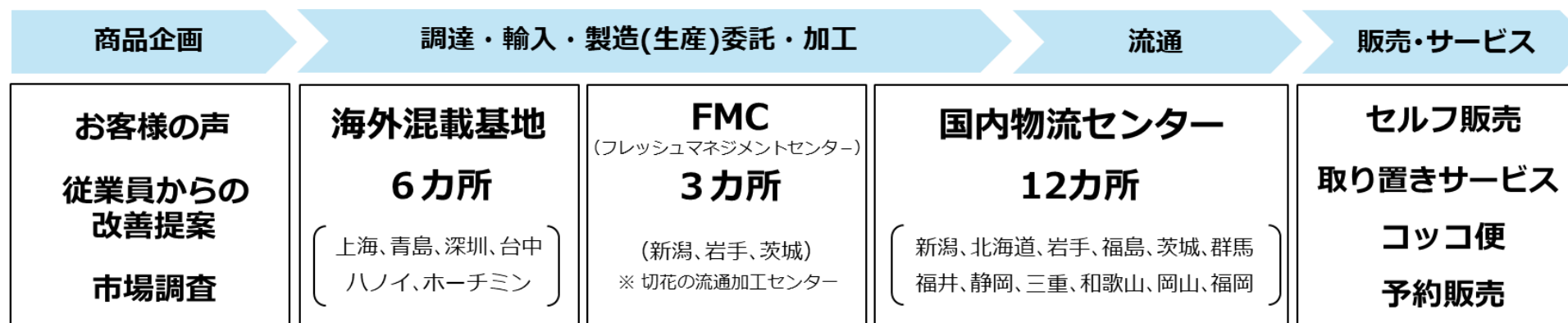


原材料価格の高騰や人件費、物流費、建設費、光熱費等の様々なコスト上昇の中、世界のベストソースから「同じ商品ならどこよりも安く、同じ価格ならどこよりも良い商品を」を合い言葉に、商品開発を推進しています。全店舗における売場の標準化を通じて、単品あたりの販売数をアップさせてまいります。あわせて、カテゴリーブランドの強化も進めてまいります。



生産から販売まで流通をトータルコーディネート

より良いものをより安く
世界のベストソースから商品を調達



標準化された1,200を超える店舗による商品のマス化

価値創造に向けた成長戦略

ブランド価値の創造

ブランドの価値は信用の証であると考えています。現在、コメリグループでは、CIとしての「かざみどり」をはじめ、フォーマットブランド、カテゴリーブランドを展開しています。他社と差別化されたブランドとして付加価値をつけ、お客様に商品やサービス等の新しい価値を提供し続けてまいります。

コメリのCI「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。

フォーマットブランド

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」「PRO」「ハード&グリーン」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。

いつも安い、なんでも頼れる



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。



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、工務店等のプロのお客様にも安心してご利用いただけます。

身近な暮らしのパートナー



ローコストオペレーションにより、人口1万人程度の小商圏にも出店できます。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

ブランド価値の創造

カテゴリーブランド

※各プライベートブランドの商品等、詳しくは、
コメリドットコムサイトにてご覧いただけます。
<https://www.komeri.com/shop/e/e009001037007/>



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っています。コメリでは、他社との商品の差別化を目指し、プライベートブランド商品の開発を推進すると同時に、複数のカテゴリーブランドを展開し、その育成も行っています。

— 農業用品 —

収穫をもっと大きく。

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。

— 家庭園芸用品 —

 **Breezy Green**

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。

— アウトドア用品 —

 **Natural Season**

どんな人にも、手軽に自然を楽しんでいただきたいという思いを込め、初心者でも楽しめる、シンプルでリーズナブルなキャンプ・アウトドア用品を展開するブランド。

— カー用品 —

CRUZARD

自転車・バイク・カーライフを快適に過ごすための商品を企画から原材料の調達・加工・運搬・販売まで一貫してプロデュースし、誰もが買いやすい価格で提案するブランド。

— ホームファニシング —

 **Athena Life**

使いやすさ・居心地の良さを追求し、住まいのトータルコーディネートを提案する、家庭用品、ダイニング用品、家具等のブランド。

— 日用品 —

L'CREST

生活に欠かせない日用消耗品を、豊富な品揃えとお手頃な価格で提供し、お客様の毎日の暮らしを応援するブランド。

— ペット用品 —

Pet ami

「ペットが喜ぶ」がコンセプト。フード、衛生用品、おもちゃなど、ペットとの暮らしに必要なアイテムをお求めやすい価格で提供するブランド。

— 生活家電・照明 —

Jenix

日々の生活をより便利に、快適にするリーズナブルな生活家電のブランド。

— アクティブカジュアルウエア —

SOLVIC

「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アパレルブランド。

価値創造に向けた成長戦略

リフォーム事業の拡大

コメリでは、ホームセンター1号店開店当初から、住宅設備機器や洗面キャビネットの大量販売を行い、住宅の増改築を手がけてきました。

2000年には、「ハード」と「グリーン」の核カテゴリーと切っけは切れない関係であるリフォーム事業に参入し、同年3月30日、コメリリフォーム三条店を開店しました。以降、独立したリフォーム店舗や、パワー等の大型店にリフォーム店を設け店舗を拡大してまいりました。

また、2013年11月には株式会社コメリクリエイトを設立し、大型リフォーム工事を受注できる体制を整備しました。

そのような中、コメリに対する全国のお客様からの「住まいをもっと快適な環境にしたい」という要望にお応えするため、2022年10月より、ハード&グリーンを含めた全店舗で現地調査や見積りが必要なフルリフォームの受付ができる体制を整備しました。



リフォーム1号店開店当時、店内は90坪のショールームになっており、システムバスやシステムキッチン、内外装材も展示していました。また、輸入レンガやタイル等他社にはない商品も取り扱い、差別化を図りました。



現在、パワーでは、リフォームカウンターを中心にシステムバスやシステムキッチン等を展示し、カウンターでゆっくりと受付ができる体制を整えています。

チェーンリフォーム

住宅のリフォームの適齢期は、築8～47年とされており、日本の住宅の7割以上が該当すると言われています。それに加え、省エネ・断熱・太陽光発電設置等に関するリフォームのニーズも増えています。また、新築も長期優良住宅が一般的となり、リフォームを施しながら長く住むことになると予想されます。

このような状況の中、コメリは、チェーンストアの強みを活かした標準化されたリフォームサービスを全店で展開し、お客様の住まいのお困りごとを解決できるよう努めています。増加するお客様のリフォームのニーズにお応えするため、全国どこのコメリ店舗でも同様のサービスが提供できる体制を整備してまいります。



価値創造に向けた成長戦略

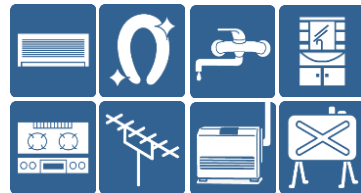
リフォーム事業の拡大

住まいのお困りごとを解決する「住急番」

少子高齢化が加速する中、商品を購入しても、ご自身では取付等の作業を行えないお客様が増えています。そのようなお客様の住まいのお困りごとを解決するため、コメリには、「住急番取付」「住急番サービス」という2つのサービスがあります。リフォームのサービスではカバーしきれない簡易的な取付・交換工事や、工事を伴わないサービス等、商品販売だけでは解決できないお客様のご要望には、この「住急番」で対応しています。

1 住急番取付

コメリ店舗で販売している商品の取付・交換等を行う簡易施工サービス



特 徴

- 商品が店舗で購入
- 原則、現地調査無し
- 工事料金は定額

主なメニュー

エアコン工事（新規・交換）
水栓交換、便座交換
洗面化粧台交換
ビルトインコンロ交換 等

2 住急番サービス

原則、商品販売を伴わない住まいのお困りごとを解決するためのサービス（役務）



特 徴

- 原則、現地調査あり
- 見積後注文

主なメニュー

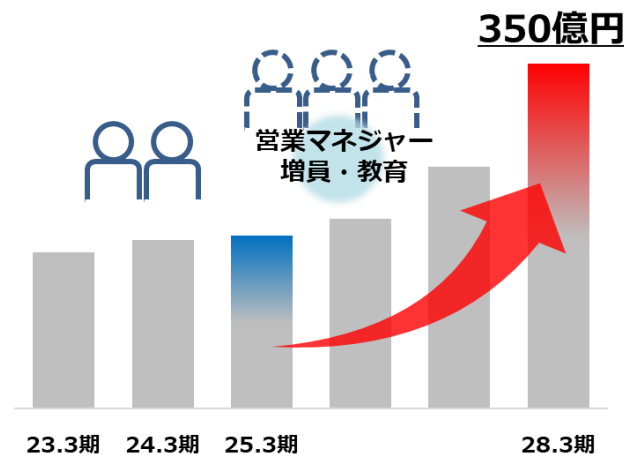
害虫駆除（シロアリ等）
庭木の手入れ
ハウスクリーニング
内装張替 等

リフォーム体制の強化

1,200を超える店舗の拠点を活用したリフォームを提供するにあたり重要となるのは、リフォーム営業マネジャーの増強です。

リフォーム事業には、商品力、施工力、そして提案力が必要です。提案力を拡充するためには、人材育成が必要です。そのために、マイスター制度（当社独自の技術水準認定制度）に基づくリフォームマイスターの取得を推進し、リフォームマネジャー300人体制の構築を行ってまいります。

それにより、2028年3月期のリフォーム売上高350億円を目指してまいります。

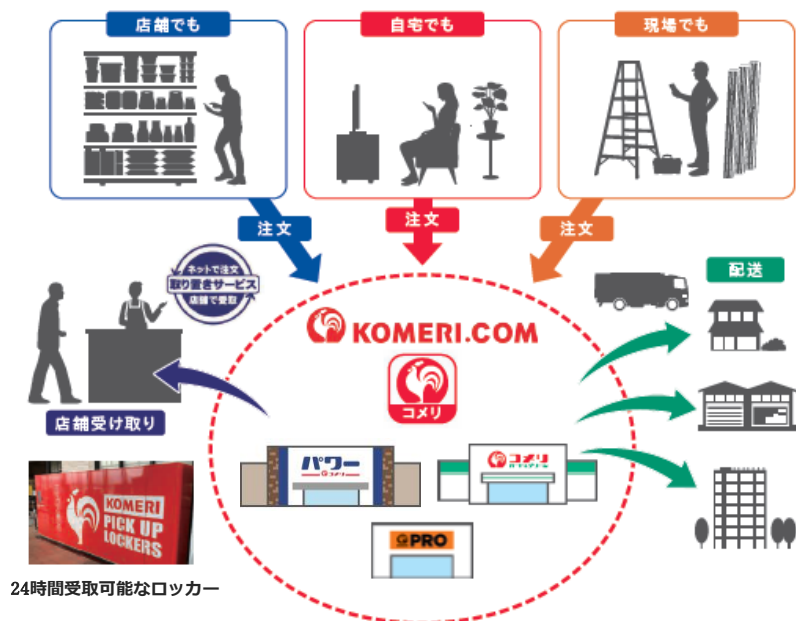


価値創造に向けた成長戦略

ネットとリアル融合

ホームセンター1号店を開店から23年後の2000年4月20日にネット通販（EC）サイト「コメリドットコム」を開設しました。2004年8月には、コメリ店舗で農業資材を購入している農業者の皆様との関係を活かし、生産された農産物の販路拡大を目的として、コメリが運営するインターネットサイト「コメリ産直市場」を開設しました。その後、取扱商品の拡大や取り付け施工サービスや店舗での商品置きサービス等も導入し、Eコマース事業は年々拡大しています。

2020年4月には、コメリアプリを大幅にリニューアルし、さらに便利に使いやすくなり、お客様に最適なお買い物環境を提供しています。



1,200を超えるリアル店舗の強み

全国の店舗で受け取り可能

送料・手数料 0円

引越先・仕事先の近くで受け取り

1,200を超える店舗数を活かし、コメリドットコムサイトで注文した商品を店舗で受け取るサービスを拡大しています。自宅や職場、引っ越し先や旅行先等、お客様の希望する店舗で商品を受け取ることができ、送料のご負担はありません。この店舗とインターネットとを連携したサービスであるBOPIS（Buy Online Pick up In Store）を推進し、お客様の利便性の向上を目指してまいります。

ラストワンマイルへの取り組み

BOPISと並んでインターネット販売で重要なのが、お客様の希望する場所へ商品をお届けする物流です。コメリでは、店舗やコメリドットコムでお買い求めいただいた商品を、シンプルで分かりやすく低価格でお届けするコメリ独自の配送サービス「コッコ便」を提供しています。現在、お客様の用途に応じてレギュラー、プロの2つのプランをご用意しています。

インターネット販売の増加に伴い、ラストワンマイル問題が社会問題となっている中、コメリでは、配達日指定や置き配等、社会的コストの削減に取り組むとともに、「コッコ便」サービスを推進してまいります。

コメリの配送サービス

県内どこでも

1ヶ所 1,100円〜

5個まで

<配達可能エリア> 1都1道1府16県

- | | | | | | | |
|------|------|-------|------|------|------|------|
| ・北海道 | ・宮城県 | ・福島県 | ・茨城県 | ・栃木県 | ・群馬県 | ・埼玉県 |
| ・千葉県 | ・東京都 | ・神奈川県 | ・新潟県 | ・長野県 | ・岐阜県 | ・愛知県 |
| ・三重県 | ・大阪府 | ・兵庫県 | ・福岡県 | ・熊本県 | | |

価値創造に向けた成長戦略

固定客化の推進 ～カード戦略～



2025年3月末現在、コメリのカード会員総数は、528万人を突破しました。使えば使うほどポイント還元率が上がるFSP（フリークエント・ショッパーズ・プログラム）制度の効果も大きく、カード会員であるお客様は、来店頻度も、一人あたりの利用金額も高い傾向があります。

子会社であるコメリキャピタルが発行しているカードは、「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」「コーポレートカード」「官公庁カード」の6種類で、家庭用のお買い物から事業用の決済に至るまで、個人様、農業者様、個人事業主様、法人企業様、公共団体様の決済ニーズにお応えしています。また、コメリのアプリと連携させたスマホ決済サービス「コッコPay」のサービスも提供しています。

こうしたカード戦略とあわせて固定客化の推進にお

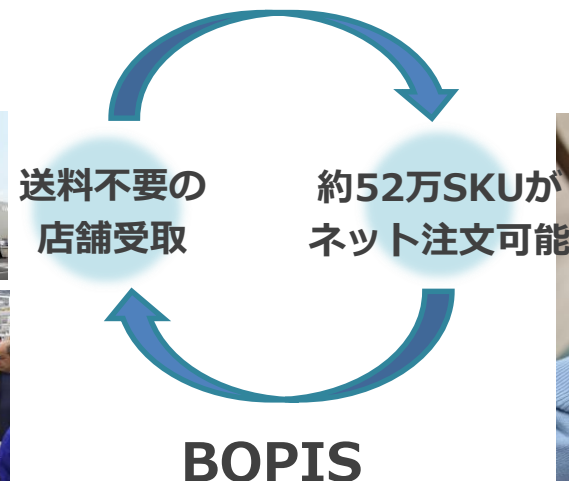
いて重要なのが、CRMの推進による来店誘導の取り組みです。農業資材予約、灯油宅配、ペットのトリミング、リフォーム等のお得な情報をタイムリーに配信し、お客様1人あたりの来店回数を増やす施策を行ってまいります。

さらにまた、カードとECの連携を図り、ネットからリアル店舗、リアル店舗からネットへの相互の送客を行ってまいります。

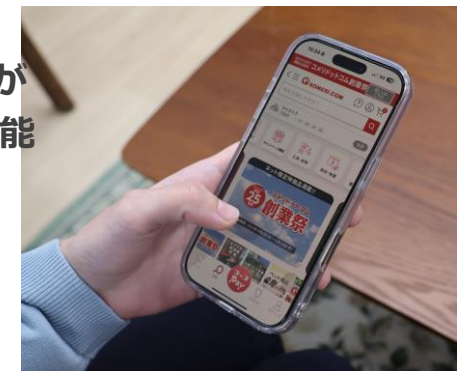
<2025年10月1日以降のポイント制度>



<BOPISの取り組み>



KOMERI.COM



価値創造に向けた成長戦略

農業と共に

コメリの始まりの地は、日本有数の農業地帯である越後平野の玄関口、新潟県三条市です。こうした土壌、ご縁の中で、ホームセンター事業に参入したコメリは、1号店の開店当初は一般のお客様向けの園芸用品の取扱いからスタートし、農業者の皆様のご要望に応じて本格的な農業資材（生産資材・出荷資材）、大袋肥料やの一般農薬の取扱いへと拡大しました。

コメリは、農業分野を核カテゴリーの1つとしてとらえ、農業分野の近代化、産業化に取り組んでまいります。



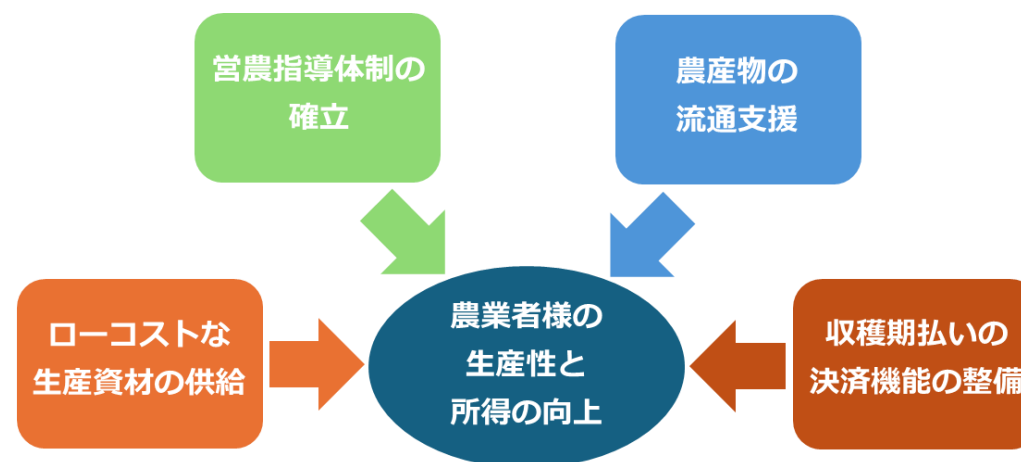
持続可能な農業支援モデルの構築

国内の農業を巡る情勢は、昨今の気候変動（猛暑・少雨、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、農業者の皆さまにとっ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、農業分野を核カテゴリーの1つとしてとらえ、同業他社との差別化を図るべく、右図「農業産業化に向けた施策4本柱」の戦略で流通改革に取り組んでいます。

チェーンストアの仕組みを活用し、肥料・農薬・農業資材をローコストに、より良いものをより安く提供できる仕組みの構築に取り組んでいます。三方良しの精神に基づき、農業分野の近代化、産業化を図り、食料の自給率向上に資する事業を行ってまいります。

＜農業産業化に向けた施策4本柱＞



価値創造に向けた成長戦略

農業と共に

農業協同組合（JA）様との協業

コメリでは、2020年3月に、JA上伊那様と本格的に協業を開始しました。以降、JA様との協業を推進し、2025年9月末現在、JA上伊那様、JA山形おきたま様、JAわかやま紀の里地域本部様（旧JA紀の里様）、JA伊勢様、JA多気郡様、JA山梨みらい様の6つのJA様と協業を行っています。また、この協業によりJA様の商品を取り扱っている店舗は、長野県8店舗、山形県8店舗、和歌山県3店舗、三重県16店舗、山梨県4店舗の合計39店舗となっています。

なお、現在、JAおきなわ様、JA秋田おばこ様と協業に向けた協議を行っています。

＜JA山梨みらいとの協業開始セレモニー＞

2025年6月1日



ハード&グリーン中富店（山梨県）にて、協業開始のセレモニーを開催

＜JA様との協業の経緯＞

年 月		内容
2019年	2月18日	JA上伊那様と基本合意 具体的な協議を開始
	4月13日	JA上伊那様専売商品の試験販売をコメリ店舗で開始
	9月24日	JA上伊那様専売商品取り扱いについて大筋合意
2020年	1月末	JA上伊那様資材店舗5店舗閉店
	2月末まで	JA上伊那様管内コメリ店舗（8店舗）改装
	3月1日	JA上伊那様管内コメリ店舗（8店舗）リニューアルオープン
	10月22日	JA山形おきたま様と協業に関する 基本合意締結
2021年	1月22日	JA紀の里様と協業に関する基本合意締結
	4月7日	JA山形おきたま様（管内3店舗から）、JA紀の里様（管内1店舗から）協業開始
2022年	2月28日	JA山形おきたま様管内の協業店舗拡大（管内5店舗、合計8店舗）
	3月9日	JA伊勢様、JA多気郡様と協業に向けた協議を開始
	9月27日	JAおきなわ様と協業に向けた協議を開始
	11月1日	JA紀の里様管内の協業店舗拡大（管内1店舗、合計2店舗）
2023年	2月1日	JA伊勢様と協業を開始（管内7店舗から）
2024年	1月23日	JA多気郡様と協業合意
	3月1日	JA多気郡様と協業を開始（管内3店舗）
	4月1日	JA伊勢様管内の協業店舗を拡大（管内5店舗、合計13店舗）
	10月22日	JA山梨みらい様と協業に向けた協議を開始
	11月26日	JA秋田おばこ様と協業に向けた協議を開始
	12月1日	JA紀の里管内の協業店舗拡大（管内1店舗、合計3店舗）
2025年	6月1日	JA山梨みらい様と協業を開始（管内4店舗）

価値創造に向けた成長戦略

農業と共に

アグリ営業マネジャーの取り組み

コメリの出店地域は沖縄県を除く46都道府県にわたり、その地域ごとに作物に使用する資材の要望は異なっています。

各地域の農業者の皆様の要望にお応えするため、コメリでは、2009年に農業アドバイザー（現、アグリ営業マネジャー）組織を立ち上げ、2025年3月末現在、93名が在籍しています。そのうち27名はプロパー社員で、この比率は年々上昇しています。

アグリ営業マネジャーの主な業務は、農業者の皆さまのニーズの収集・相談・提案、市場調査、商品販売

動向の確認、地域与件の売場への反映、地域商材の発掘等です。特に、地域の農業者の皆様との信頼関係の構築に力を入れています。

そのほか、店舗の農業部門担当者等に向けた勉強会も行っています。

コメリにとって、アグリ営業マネジャーの存在は、農業用品の販売拡大を行うにあたり重要な位置づけとなっており、他社との差別化を図る取り組みであると言えます。



農業者にとっても利便性の良い店を目指す

農業用品

予約受付中

無料配達
大袋肥料
50袋～

収穫時期に合わせた
「収穫期払い」で
12ヶ月後に
お支払い

農業を取り巻く環境は、農業者の高齢化、耕作放棄地の増加、生産コストの上昇、気候変動による収穫量の減少等、大変厳しい状況が続くと予想されます。中山間地域の人口減少、耕作放棄地の増加は、地域社会の維持の問題にもつながっています。農業者の視点からみると、農協の支店や購買店舗の統廃合により、農

業資材の購入拠点が減少し続けている状況です。

コメリのハード&グリーンは、小商圏フォーマットで多店舗展開が可能であり、2025年3月末時点で1,091店舗となっています。出店地域は都市部ではなくルーラル（主に地方の農村部）が基本で、同業他社の多くは出店できない立地です。拠点数が多く、仕事場から近い場所にあるコメリの店舗は、農業者の皆様にとって利便性が良いと言えます。全国12カ所の物流センターを活用し、肥料・農薬・農業資材をローコストに、より良いものをより安く提供できる仕組みづくりも構築しています。

また、ハード&グリーンは、農業者の皆様が多い立地にあり、農業者の雇用も推進しています。これにより、農業者の皆様の安定的な就業機会の確保につなが

るとともに、所得の向上の一助にもなっています。

引き続き農業用品の商品力強化を図り、アグリ営業マネジャーを通じた農業者の皆様へのニーズにお応えできるよう、努めてまいります。



コメリグループのサステナビリティ 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目指すとともに、環境・社会・ガバナンス等の社会課題の解決に努めています。

経営理念として掲げる「コメリのねがい」のとおり、すべてのステークホルダーの皆様の幸せのために、ホームセンター事業を通じて、「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担い、各種社会課題の解決に取り組み、地域社会、環境に貢献するとともに、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。

また、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。



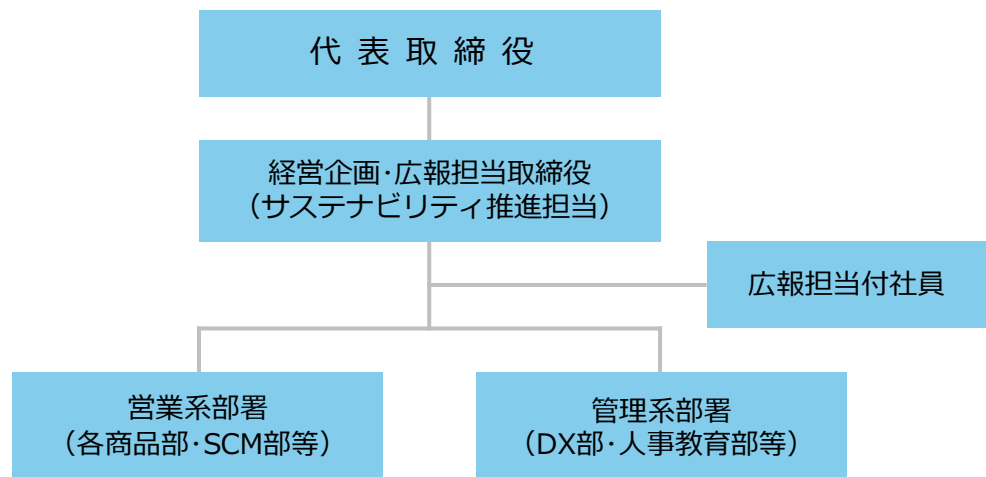
サステナビリティ推進体制

コメリグループでは、サステナビリティの各種課題解決に向けて、継続的に取り組んでいます。

取締役会においては、四半期ごとに、サステナビリティに関する取り組みに関する報告を受けています。

また、右記のサステナビリティ推進体制組織図のとおり、各商品部、SCM部、DX部、物流統括部、人事教育部等の関係各部署、各子会社が協議・連携を行い、サステナビリティに関する各種データの取りまとめや各種取り組みを実施する体制を整備しています。

【サステナビリティ推進体制組織図】



コメリグループのサステナビリティ

基本方針

サステナビリティ重要課題(マテリアリティ)

サステナビリティ重要課題に関する主な取り組みは、以下の通りです。

	重要課題	主な取り組み事項	対応するSDG s
環境	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	    
社会	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	  
ガバナンス	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	 

なお、サステナビリティに関する「リスク管理」及び「指標及び目標」については、有価証券報告書で開示しています。

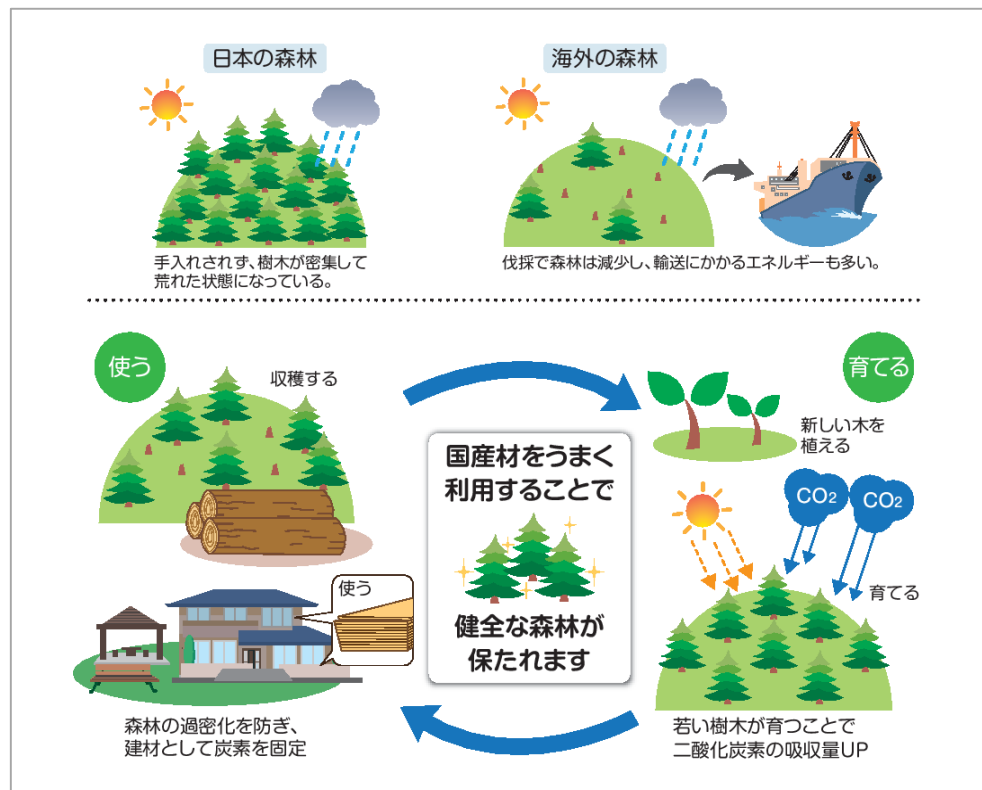
コメリグループのサステナビリティ

E 環境への取り組み

国産木材活用による炭素の固定化の推進

伐採適齢期を迎えた国産木材を積極的に利用することは、国内林業の活性化につながる取り組みとなります。

また、炭素が固定化された木材の長期間利用は、地球温暖化対策の一助となっています。

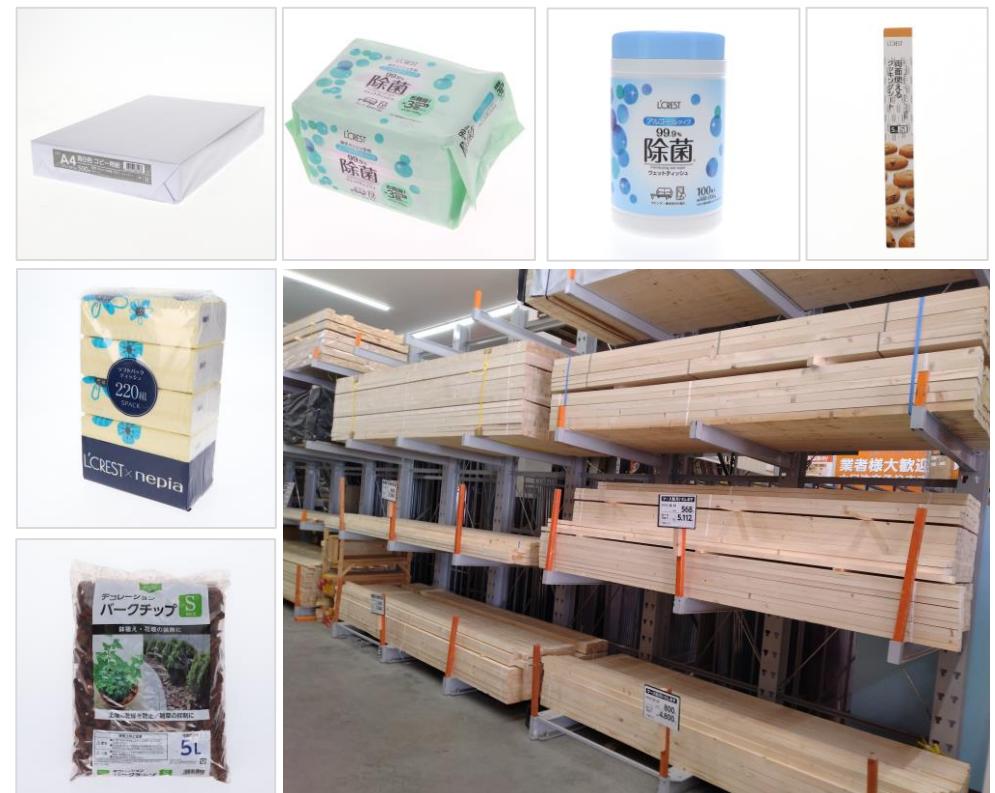


コメリグループでは、原材料の調達、製造・生産、流通、販売、消費の各過程において、環境に配慮した事業活動を行っています。猛暑や寒波、大雨、大雪等の気候変動の影響に適時適切に対応し、「住まい」と「園芸・農業」に関する地域社会のインフラとしての役割を果たしてまいります。

認証材や認証材を使用したPB商品開発の推進

コピー用紙をはじめとした紙類、2×4材等の木材、PEFC等の認証資材を採用した環境配慮型PB商品の導入を拡大しています。

また、再生紙や認証資材の紙パッケージの採用も進めています。



コメリグループのサステナビリティ

環境への取り組み

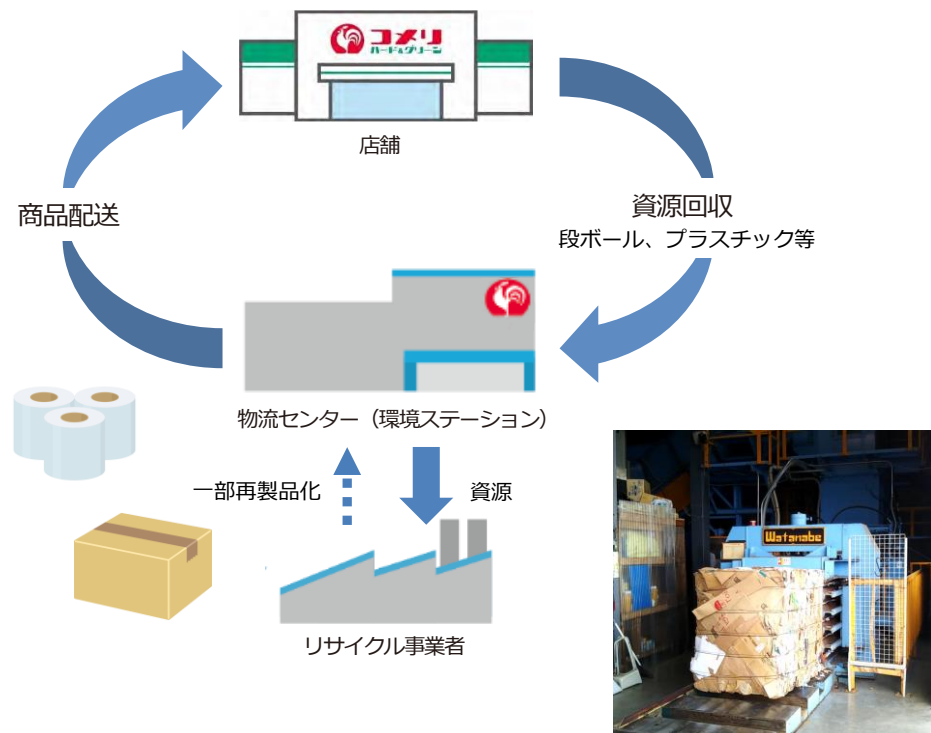
廃棄物の削減

1 環境ステーション

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6か所の物流センター内に「環境ステーション」を設置し、コメリの店舗や物流センターで発生する段ボールやプラスチック等のリサイクル資源の回収を行っています。

コメリ店舗からのリサイクル資源の回収は、店舗に商品を配送する車両の帰り便を活用しています。これにより、配送の効率化と温室効果ガスの排出の抑制を行っています。

また、今後も引き続き「環境ステーション」が未設置の物流センターへの設置のについて検討を行ってまいります。



【環境ステーション回収量】

	2022年 3月期	2023年 3月期	2024年 3月期	2025年 3月期
段ボール・古紙	8,794 t	7,968 t	7,268 t	7,973 t
プラスチック	106 t	121 t	98 t	135 t
合計	8,900 t	8,089 t	7,366 t	8,108 t

2 不要品引取サービス

不要品引取サービスは、コメリの店舗等にて商品をご購入いただいた際に、不要になった同等品1点をコメリ店舗にてお引き取りするサービスです。

2025年9月末現在、石油ファンヒーターやガステーブル、バーベキューコンロ等、40品種を超える商品が対象となっています。

2025年3月期においては、このサービスを通じて、約290 tの不要品のお引き取りを行いました。

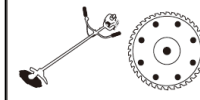
無料引取サービス



工場扇



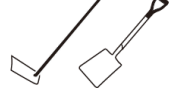
エンジン/水中ポンプ

エンジン式
刈払機/刈払機替刃

除雪機/耕うん機/動噴



米保管庫



鍬/スコップ(シャベル)

不要品引取サービス対象品種の一例

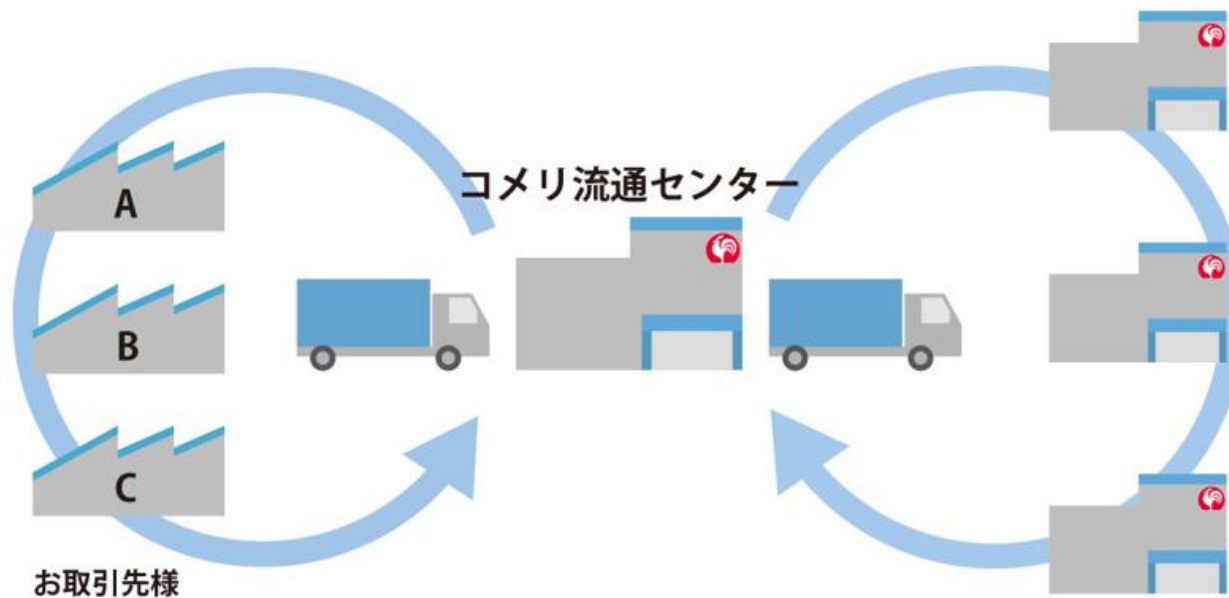
コメリグループのサステナビリティ

環境への取り組み

商品配送におけるCO2排出量の削減

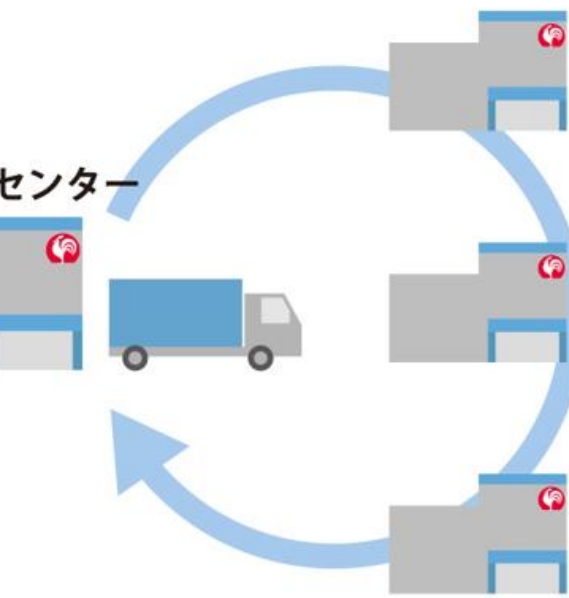
連結子会社の北星産業株式会社では、KALNET事業や共配調達事業、レンタルパレット事業を通じて輸送コストの削減とCO₂排出量の削減に取り組んでいます。

<KALNET（カルネット）事業>



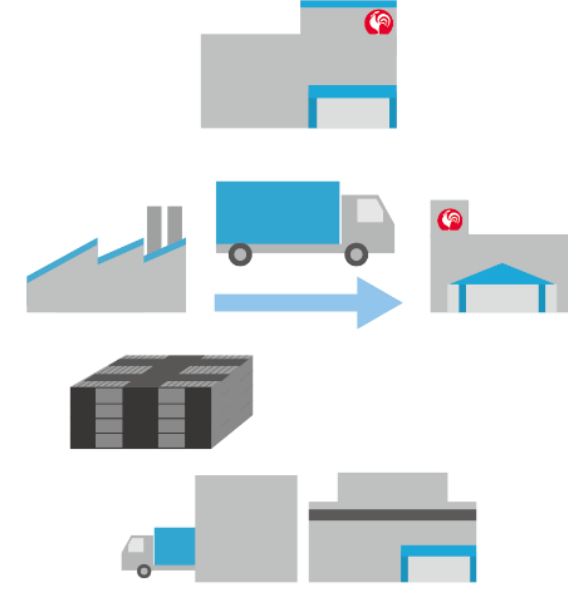
KALNET（KOMERI Aid Logistics network）事業では、コメリのお取引先様の商品を一括集荷して、当社の全国にある流通センターに専用便で納品を行っています。

<共配調達事業（パレットロード）事業>



共配調達事業（パレットロード）では、1台のトラックで数社の荷物を運ぶ共同配送はパレットに積載したまま製造元から集荷し、コメリ店舗へ納品します。コメリ店舗はパレットのまま陳列を行います。「パレットロード」は、輸送コスト削減とローコストオペレーションに有効な手段となっています。

<レンタルパレット事業>



共配調達事業（パレットロード）と関連して、レンタルパレット事業も行っています。パレットの移動情報を一元管理し、パレットの循環体制を整備することで、お取引先様はパレットの返送手配やメンテナンスが不要になり、かつ保管スペースの有効活用等、輸送の効率化・迅速化を提供しています。

コメリグループのサステナビリティ

環境への取り組み

TCFD提言に基づく情報開示

ホームセンター事業の成長を通して
サステナビリティの各種課題の解決に努め
TCFD提言に基づく情報開示にも取り組んでまいります

取締役常務執行役員
財務経理・経営企画・広報担当
早川 博



1 ガバナンス

2025年9月末現在、経営企画・広報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。

なお、「サステナビリティ推進体制組織図」については、前記「コメリグループのサステナビリティ 基本方針」の「サステナビリティ推進体制」（24頁）に記載しています。

また、取締役会は、気候変動に関するリスクや機会等の重要課題への対応状況の報告を定期的に受け審議を行い、監督を行っています。

2 戦略

気候変動リスクと収益機会がコメリグループの事業活動に及ぼす影響について分析を行い、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。

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、事業活動や財務に及ぼす影響、気候変動による将来リスクや事業機会について分析を行いました。

① 前提とするシナリオ

区分	1.5℃～2℃シナリオ	2.7℃～4℃シナリオ
政策・法規制	・脱炭素・省エネ等の規制の新設・変更 ・森林伐採規制の強化 ・化学肥料の使用低減	・気候変動対策の現状維持
技術・市場	・省エネ商品の開発・改良 ・原材料価格の上昇 ・エシカル消費意識の向上 ・農産物産地の移動	・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	・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	・物流の遅延、寸断の増加 ・店舗電気代の更なる増加

コメリグループのサステナビリティ

環境への取り組み

② シナリオ分析の結果

コメリグループは、2030年を想定した政策や法規制の変化や市場の変化がもたらす「移行リスクと機会」と自然災害の増加による資産の損害等の「物理的リスクと機会」について分析・評価を行いました。その結果は、以下の通りです。

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	●	●	●	CO ₂ 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
		リユース・リサイクル・レンタル需要の増加	●	●	●	レンタルサービス・修理サービスの拡充、不要品引取サービスによるリサイクルの推進
		エシカル消費拡大による既存商品の販売減少	●	●	●	環境負荷の低い商品の開発・提供、廃プラスチック削減、サステナブルな情報発信
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

コメリグループのサステナビリティ

環境への取り組み

3 リスク管理

気候変動リスクについては、コメリグループの事業に重要な影響を与えるものとしてとらえています。気候変動による将来リスクや事業機会の把握については、取締役会の監督の下、サステナビリティ担当役員が中心となり、関係部署及び各子会社が協力して行ってまいります。

サステナビリティの課題を含めた気候変動に関する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いては、後記「リスクマネジメント」（48頁）をご覧ください。

4 指標及び目標

コメリグループは、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います。

【エネルギー使用量削減目標】※コメリ単体

① 店舗に関する目標

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＝エネルギー使用量（原油換算kl）/コメリ施設総延床面積（㎡）×年間営業時間（h）

② 非化石電気使用に関する目標

使用電気全体に占める非化石電気の比率を2030年度までに36%とする。

③ 物流に関する目標

使用原単位当たり毎年1%の削減

原単位＝エネルギー使用量（原油換算kl）/輸送量

【エネルギー使用量実績】※コメリ単体

（単位：GJ）

区分	2024年3月期	2025年3月期
電気	1,275,801	1,406,904
LPG	58,902	54,857
都市ガス	6,114	8,924
ガソリン	12,358	11,189
灯油	1,610	3,646
A重油	0	0
原単位	3.12	3.32

<原単位計算式>

エネルギー使用量（kl換算）÷（延床面積 ㎡×営業時間 h）

【CO₂ 排出量】※コメリ単体 （単位：t-CO₂）

カテゴリー	2024年3月期	2025年3月期
Scope 1	6,860	6,458
Scope 2	60,554	66,932
Scope 3	1,925,851	1,883,718
Scope 1・2・3 合計	1,993,265	1,957,108

コメリグループのサステナビリティ



持続可能な社会の実現のために

コメリグループは、私たちの事業活動が、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様、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。

従業員の人権を尊重し、安全・安心・健康に働くことができ、働きがいのある環境づくりを推進しながら、持続可能な社会の実現と中長期的な企業価値の向上を目指してまいります。

コメリグループの人的資本経営



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

現在、少子高齢化や人材の需給のアンバランス等による慢性的な人手不足で、人材の確保や離職の防止が重要な経営課題となっています。

コメリグループは、経営要諦で「人は事業の最も大切な柱である」と掲げ、人材は持続的な成長と中長期的な企業価値向上に必要で重要な経営資源という考えのもと、様々な人的資本投資を行っています。

また、創業以来、業務生産性の向上を実現するため、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おり、特に店舗の従業員が接客と売場創りに専念できるための投資も継続して行っています。

【人的資本に関する指標・目標】※コメリ単体

- ・女性管理職（店長職・本社マネジャー職）を300人にする（2026年3月末までに）
- ・全従業員の月平均残業時間を13時間以内にする（2026年3月末までに）
- ・育児休業取得目標を男性25%、女性95%以上とする（2027年3月末までに）
- ・社員全員の労働時間を削減（定時退社日の周知と育休・半日有休制度の利用促進）

【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。

コメリグループのサステナビリティ

持続可能な社会の実現のために

1 人財育成の根幹「賢和塾」

「賢和塾」では、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、中長期的な視点で、次世代の経営陣幹部候補者の育成を行っています。また、商品知識や店舗オペレーション等の販売力強化のプログラムとして、「マイスター制度」を導入しています。今後、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、新たな事業分野に挑戦し新たな価値を創造できる人材が必要です。一方で、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中で、従業員一人ひとりが活躍し、成長と幸せを実現できる

環境づくりが必要となります。

DXによる情報システム投資、人財教育投資、及び組織開発等により、継続的な優秀な人材の確保と離職の防止に努めてまいります。また、店舗においては、お客様にベストなソリューションを提供できる人材や、様々な商品知識を習得して接客や提案ができる人材の育成を進め、店舗の稼ぐ力を向上させてまいります。

賢和塾



マイスター認定者数

2025年3月期実績

1級・・・786人(110%)
2級・・・7,401人(103%)
3級・・・9,217人(98%)

※()内は前年比

目安	主な研修	
40代～ (7～9等級)	社内研修 (Off-JT)	管理者教育、後継者候補教育 等
	社外研修 (Off-JT)	政策セミナー等のチェーンストア研修
	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)、営業力強化研修 マーチャント勉強会、大型店店長SP教育プログラム 等
30代 (4～6等級)	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 KSSC(本社)スキルアップトレーニング
20代 (1～3等級)	社内研修 (Off-JT)	入社研修、3ヵ月後研修、7ヵ月後研修、3年目研修 店長・グループリーダー候補研修、新任店長・グループリーダー研修 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 等
	社内トレーニング (OJT)	スキルアップトレーニング 小型店店長育成トレーニング 等

コメリグループのサステナビリティ

持続可能な社会の実現のために

2 ジョブ・ローテーション制度を通じたキャリアアップ

「賢和塾」に加え、OJTと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」も採用おり、この制度により、商品の生産から販売までのサプライチェーン全体を把握した複雑で高度な問題を解決する業務遂行能力を図れる人材の開発や従業員のキャリアアップも可能となっています。

また、コメリグループでは、商品の調達から物流、店舗運営、販売促進、システム開発、リフォーム、カード、EC、出店等、通常の小売業の職種にとどまらず、多様な職種と様々なビジネスに携わるチャンスにも繋がっています。



3 多様な人材の確保・女性活躍推進

コメリグループでは、すべての従業員がワークライフバランスを実現し、能力を発揮し活躍することが、当社が目指す「お客様の豊かな暮らしの実現」につながると考えています。仕事と子育ての両立をはじめ、安心・安全・健康に働くことができる環境づくりを推進しています。

また、会社経営・店舗運営の上で、従業員の「健康」は重要な要素の1つであると考え、健康で働きやすい環境づくりと職場の安全確保に努めています。

女性活躍推進については、さまざまな場面において女性の登用を行っています。各店舗・各部署において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の計画を策定し推進しています。

「くるみん認定」取得

※2024年5月コメリ取得



「子育てサポート企業」として、仕事と子育ての両立、安心・安全・健康で働くことができる環境づくりを推進してまいります。

女性管理職相当比率

※2025年3月期コメリ実績

10.2%

(前年度7.4%)

2024年6月に大型店（パワー）初の女性店長が誕生しました。

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
正社員数(人)	3,931	3,776	3,632
男性(人)	3,324	3,201	3,051
女性(人)	607	575	581
女性比率(%)	15.4	15.2	16.0

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
新入社員数(人)	258	220	204
男性(人)	148	154	131
女性(人)	110	66	73
女性比率(%)	42.6	30.0	35.8

	パワー	P R O	ハート&グリーン	アテナ	合計
女性店長数(人)	1	0	102	0	103

コメリグループのサステナビリティ

持続可能な社会の実現のために

4 自己申告制度

自己申告制度は、年1回、担当業務、チャレンジしたい業務や将来のキャリア形成等について、自身の意思・意向を会社に申告する制度です。

従業員自身の希望を知ること、今後の配転に活かしたり、タイムリーなキャリアアップのサポートが可能となっています。

また、年2回、一定の期間を設けて、自らのキャリアプランの変更や、ライフステージの変化による社員コースの変更の申請が可能となっています。

このように、従業員から定期的に声を集めることにより、従業員のモチベーションの向上や離職の防止につながるよう、働きやすい環境づくりを行っています。

6 社員持株会制度を通じた取り組み

コメリグループでは、1985年にグループ従業員（正社員、嘱託社員、準社員）の中長期的な資産形成支援を目的とした福利厚生制度「コメリ社員持株会」を設立し、以来、各種会議、社内報、通達等により従業員への周知、加入推進に取り組んでいます。

また、2022年2月からは、人的資本経営の一環として、さらなる福利厚生の充実を目指し、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て「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。制度期間は5年としています。

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、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中、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、2025年3月末時点の「コメリ社員持株会」の加入者数は2,857人です。

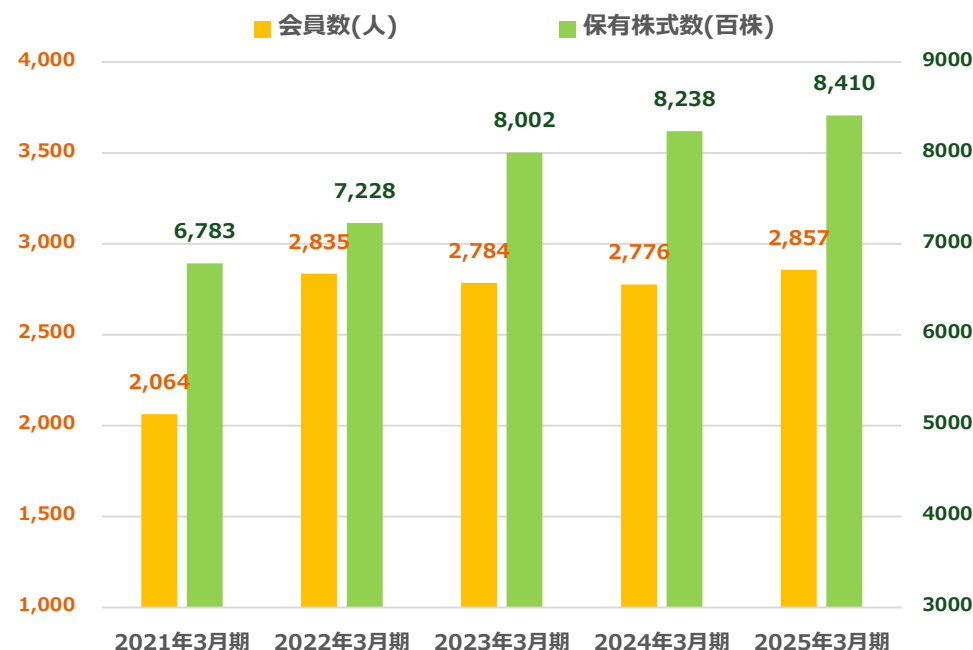
5 ホーム社員制度



働き方が多様化する中、コメリで働く従業員それぞれが、自身のライフスタイルに合った働き方を選び、プライベートと仕事の両立をさせることができるよう、2018年に、新たな社員コースとして、ホーム社員制度を導入しました。

ホーム社員は、他の正社員コースと比べて、転勤範囲や労働時間が異なる条件となっており、仕事とプライベートが両立しやすいように制度設計されています。転居を伴う転勤はなく、自宅から概ね25km圏内の一定地域の店舗のみで勤務する店舗スタッフのコースで、地域密着のコメリでは「地元を知っている」ことも大きな強みとなり、慣れ親しんだ地元で社員として活躍することができます。

【持株会の会員数及び保有株式数】



コメリグループのサステナビリティ

持続可能な社会の実現のために

災害時の地域社会のインフラとしての対応

コメリグループでは、「危機管理規程」と「店舗復旧マニュアル」に基づき、2013年に「災害時における事業継続計画」を策定し、災害発生時には、その計画に基づき、従業員やお取引先様の安全を確保した上で、被災した店舗をいち早く復旧させるための体制づくりを、平時から行っています。

<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「中越大地震」、2011年の「東日本大震災」等の災害を経験し、災害が発生した際には、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ています。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、重要な社会インフラとして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。

現在、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。



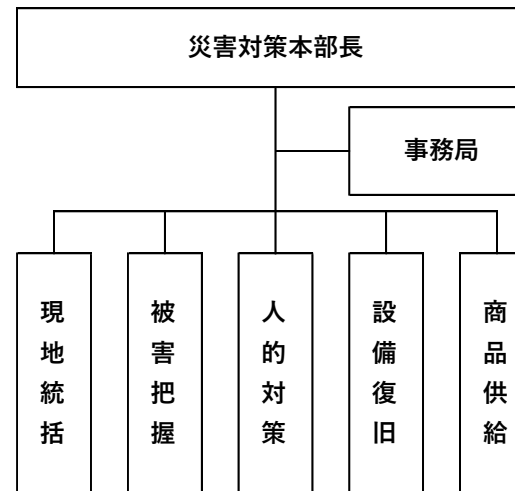
コメリドットコムサイトに開設の「防災グッズ特集」のページは、こちらからご覧いただけます。

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

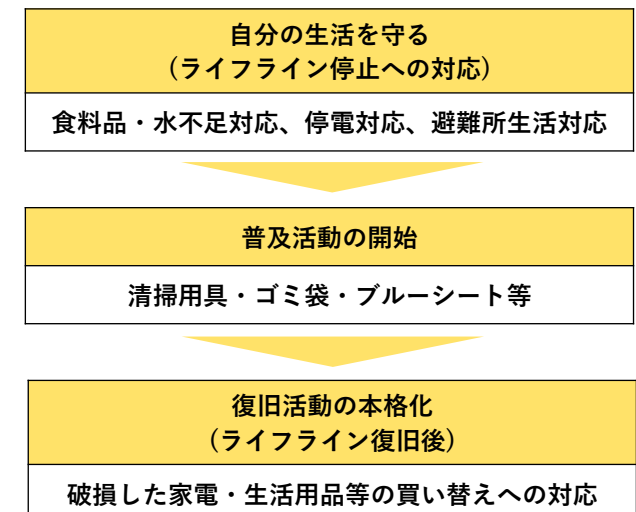
【災害発生時のフロー】



【組織体制】



【災害発生時の商品手配】



コメリグループのサステナビリティ

持続可能な社会の実現のために

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、35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。



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

公益財団法人 美術育成財団雪染舎

地域の文化振興・社会振興

35年間（1990年度～2025年度）

累計拠出額

25億9,917万円

1 公益財団法人コメリ緑育成財団

1990年に設立したコメリ緑資金と1996年7月に設立した財団法人緑育成財団を統合し、2012年11月より公益財団法人コメリ緑育成財団として活動しています。

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、これからも各種活動を行ってまいります。

自然環境保全・里地里山保全活動

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。

（2024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41件

コメリ緑資金ボランティア

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。

（2024年度実績）



ボランティア件数437件、のべ439人の従業員が参加

農業の振興・支援事業

「コメリ農場」を運営し、年間を通して田植えやじゃがいも収穫等の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。

（2024年度実績）



農業体験イベント計4回、のべ212名参加

コメリグループのサステナビリティ

持続可能な社会の実現のために

2 NPO法人コメリ災害対策センター

コメリは、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つの大きな災害を被災した経験から、永続的に災害対策に取り組むため、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。

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の自治体や団体からの要請に基づき、コメリグループの店舗網と物流網を活かして、必要な物資を、必要な量、必要な場所に、迅速に供給しています。

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。



NPO法人コメリ災害対策センター
Webムービー『北と南の少女篇』



【国土交通省北陸地方整備局と協定締結】



北陸地方整備局にて、高松諭北陸地方整備局長(左)と俣雄一郎理事長(右)が出席して調印式

2025年3月3日、NPO法人コメリ災害対策センター設立から20年目にして初となる国家機関、国土交通省北陸地方整備局との間に「災害時における物資供給に関する協定」を締結しました。

災害発生時に国土交通省北陸地方整備局から災害支援物資の供給要請があった場合、NPO法人コメリ災害対策センターは、全国のコメリの店舗網と物流網を活用し、迅速に支援物資を供給します。

<災害協定の主な内容>

- ・災害発生時に必要な資機材など物資の供給（ブルーシート、土のう袋、カラーコーン等）
- ・コメリグループの店舗網、物流網を通じ、北陸地方整備局から広域派遣されるTEC-FORCEとともに全国の被災地を支援
- ・相互の連絡体制及び物資の供給等についての情報共有
- ・防災訓練への参加・協力

全国の自治体や団体と災害協定を締結



北海道恵庭市と災害時における物資供給に関する協定を締結（2025年3月）

2025年9月末時点で、災害協定の締結件数1,185件

災害発生時、要請に基づき迅速に物資供給



災害発生時、各自治体の要請に基づき迅速に物資を供給できる体制を整備。コメリグループの各物流センターの倉庫の一角に、災害時に必要な資機材を常時備蓄。

各地の自治体主催の防災訓練等に参加



防災商品の紹介、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、2024年度は、60件の防災訓練に参加

コメリグループのサステナビリティ

持続可能な社会の実現のために

3 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、地元の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、その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、2025年で27回展を数えました。（新潟

展は2025年8月9日～9月15日まで、東京巡回展は同10月24日～10月30日までの開催）

また、2025年11月には、前年にイタリアの「4大美術学校」の一つに挙げられるイタリア国立フィレンツェ美術アカデミアとの提携10周年を迎えたことを記念して、フィレンツェにて2回目となる展覧会を開催いたします。この展覧会は、雪梁舎とアカデミアの共同企画展として、「Incontro@arte 風の会2025 in Firenze」と題し、風の会メンバーとアカデミアの選抜学生の作品を一堂に展示します。



若手芸術家の育成支援



作品を発表できる場、及び一流の審査員に審査してもらう場を持ちたいという若手芸術家のニーズに応え、「雪梁舎フィレンツェ賞展」を毎年開催。2025年の27回展では全国200作品の応募の中から42作品が入選



「雪梁舎フィレンツェ賞展」上位入賞者には、フィレンツェ美術アカデミアへの留学を支援。2025年9月時点での留学支援人数は、累計50名



「大阪・関西万博2025」のイタリア館にて、フィレンツェ美術アカデミアと雪梁舎による、日伊の若手芸術家育成の話を共同でしていただきたいとの要請を受け、2025年10月に講話を実施

企業価値向上の基盤

Gコーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

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、選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、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・ガバナンス強化への取り組み】

年 月	実 施 項 目
2003年6月	執行役員制度の導入
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
2015年6月	社外取締役を1名増員し、2名体制となる
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）
2025年6月	女性社外取締役を2名増員し、3名体制となる（女性取締役比率27%）

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】

名称	活動状況の概要	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。	11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。	2 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	コメリグループの秘密情報や個人情報の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
為替リスク管理委員会	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。	1 回

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。2025年 3 月期の取締役会の実効性の評価につきましては、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。

- ・若手や女性の育成、幹部職への登用の取り組みの強化
- ・賢和塾の更なる深耕と幹部候補の育成の推進
- ・取締役会の社外の構成は適切、多様性は確保されている
- ・他社と差別化された成長戦略・投資戦略等の等身大の開示の推進

企業価値向上の基盤

コーポレート・ガバナンス

取締役の選任理由とスキルマトリックス

[illegible]

企業価値向上の基盤

コーポレート・ガバナンス

取締役候補者の指名の手続き・方針

持続的な成長と中長期的な企業価値の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上、指名・報酬委員会の審議・答申を経て、取締役会で候補者を選定することとしています。

取締役会の多様性確保への取り組み

コメリでは、社外取締役の選任が義務化されるより以前の2003年6月から社外取締役を選任し、社外取締役設置が義務化される前から取締役会の多様性の確保及びコーポレート・ガバナンスの強化を図っています。

2022年6月に女性社外取締役1名を選任し、さらに2025年6月に女性社外取締役2名（内、社外取締役監査等委員1名）を選任しました。これにより、現在、3名の女性取締役が就任しており、取締役会における女性取締役の割合は27%となっています。

また、現在、社外取締役の人数は5名となっており、取締役総数に占めるその割合は45.4%です。

社外取締役を選任するための独立性に関する基準又は方針の内容

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年間の取引額が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のない方を選任することとしています。

取締役のトレーニングに関する方針

コメリでは、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。



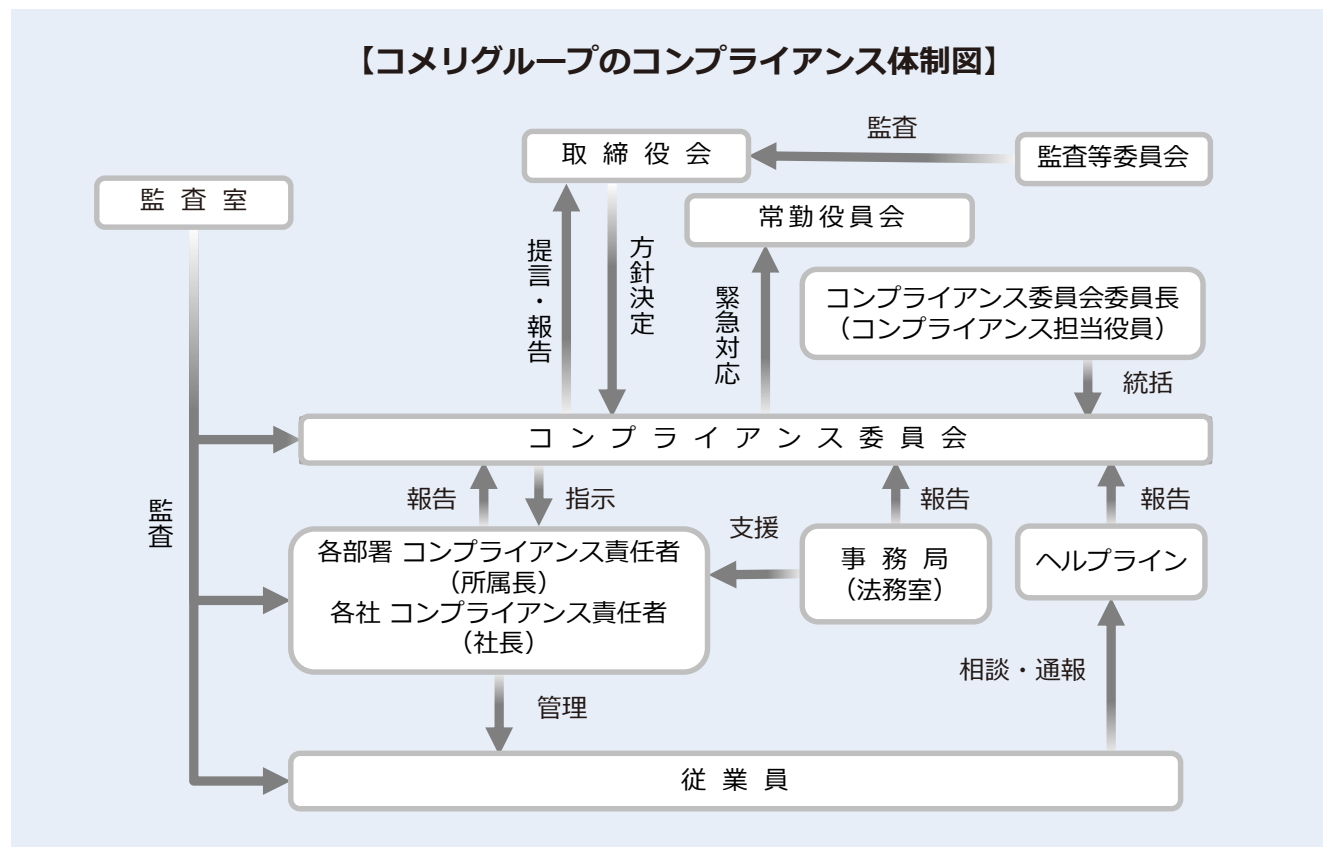
菊地 美佐子
社外取締役
(独立役員)



竹川 倫恵子
社外取締役
(独立役員)



三谷 香
社外取締役（監査等委員）
(独立役員)



企業価値向上の基盤

コンプライアンス

コンプライアンス委員会

コメリでは、2004年12月からコンプライアンス担当役員を選任しています。また、2005年6月には、コンプライアンス委員会を設置しました。

コンプライアンス委員会では、コメリグループの公正取引、個人情報を含む秘密情報、労働基準法等の労務問題に関する重要事項について、審議・検討を行っています。コンプライアンス委員会の活動の内容は、必要に応じて社内の重要会議で報告しています。

また、年2回、取締役会で報告を行い、コンプライアンスに関する重要事項等について審議しています。

情報セキュリティに関する取り組み

企業へのサイバー攻撃の巧妙化、悪質化等により、システム障害等が発生し事業継続が困難となるリスクが高まっています。

コメリグループでは、情報セキュリティに関するリスクを経営上の重要課題の一つととらえ、情報セキュリティ担当役員を選任し、情報セキュリティ委員会を設置しています。情報セキュリティ委員会では、コメリグループの秘密情報や個人情報の漏洩等のリスク及び発生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。

また、情報セキュリティに関する規程を整備し、情報漏えいやサイバー攻撃等、想定される各種リスクの低減と内部統制体制の強化を図っています。

さらに、顧客情報を含めた個人情報の保護や社内情報等の漏洩防止をグループ全体で行うため、従業員に対する情報セキュリティ教育を定期的に行うとともに、コンピュータウイルス感染防止やデータ漏洩防止のシステム構築も行っています。

今後も、継続して、コメリグループ全体の情報セキュリティの維持・向上に努めてまいります。

コメリグループのお取引・調達に関する考え方

コメリグループでは、お取引先様との取引方針として「お取引にあたってのお約束」「お取引における人権についての考え方」を公表し、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。

右記の考え方のもと、贈収賄、不公正・不当な取引等の腐敗行為及び腐敗行為に加担する行為の防止に努め、コメリグループ全体で、お取引先様との健全なパートナーシップの構築を目指しています。

<お取引開始にあたってのお約束（腐敗防止に関する考え方）>

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。

<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。

当社グループでは、「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。

企業価値向上の基盤

コンプライアンス

ハラスメント防止への取り組み

コメリグループでは、従業員の人権の尊重についても、「コメリグループ行動指針」「行動基準」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及びセクシャルハラスメントの防止等について、各種研修において従業員への周知徹底、教育を行っています。

公正採用方針

コメリグループでは、学生を含むすべての人が安心して求人に応募できる環境を整備するため、右記の「コメリグループ公正採用方針」を定め、公表しています。この方針に従い、すべての求人への応募者との信頼関係を大切に、公正で透明性の高い採用活動を行っています。

コメリグループ採用選考におけるお約束

- 私たちは、応募してくださる皆さんの個性と尊厳を尊重します。
- 私たちは、応募してくださる皆さんにいかなるハラスメント行為も行いません。
- 私たちは、応募してくださる皆さんに公平な選考環境を提供します。

〈採用活動に関する相談窓口〉

コメリグループへの就職活動の際に、ハラスメントなどの不適切な行為に関するご申告やご相談がございましたら、以下の窓口までご連絡いただきますようお願い申し上げます。ご連絡いただいたことで選考が不利になることはありません。

社内相談窓口

メール：soudan@bit.or.jp



社外相談窓口

メール：oshirase@resus.co.jp



採用選考における面談時に提示しているお約束

カスタマーハラスメントへの対応に関する考え方

コメリグループでは、商品やサービスの提供を通じたお客様からのご意見、ご要望、苦情、お問い合わせ等について、真摯に受け止め、お客様のお困りごとの解決に努めています。

一方で、わずかではあるものの、お客様による従業員の権利や就業環境を害するような行為も見受けられます。そのため、従業員全員が安心・安全・健康に働ける就業環境の維持を目的に、社内相談窓口を設置し

ました。お客様からのクレームや言動のうち、その要求が社会通念上相当な範囲を超え、従業員の就業環境が害されるようなカスタマーハラスメントである場合は、毅然とした態度で組織対応します。

また、企業間取引においてもカスタマーハラスメントが問われるとの認識のもと、お取引先様に対してもカスタマーハラスメントを行うことのないよう、社内研修等を通じて周知してまいります。

コメリグループ公正採用方針

コメリグループでは、採用活動において、すべての応募者一人ひとりの権利と多様性を尊重し、ハラスメントのない、公正かつ透明な採用選考を通じて、すべての応募者が安心して求人に応募できる環境を整備してまいります。

- 1 人権の尊重と差別の撤廃
あらゆる差別を排除し、応募者の適正と能力のみに基づく選考を行います。
- 2 ハラスメント行為の根絶
いかなる形態のハラスメントも許さず、安全で安心な選考環境を提供します。
- 3 公正性と透明性の確保
選考プロセスは公正を期し、必要な情報を誠実に開示します。
- 4 開かれた相談窓口
採用活動に関するハラスメント等の相談窓口を設置します。

社内相談窓口：メール soudan@bit.or.jp

社外相談窓口：メール oshirase@resus.co.jp

企業価値向上の基盤 コンプライアンス

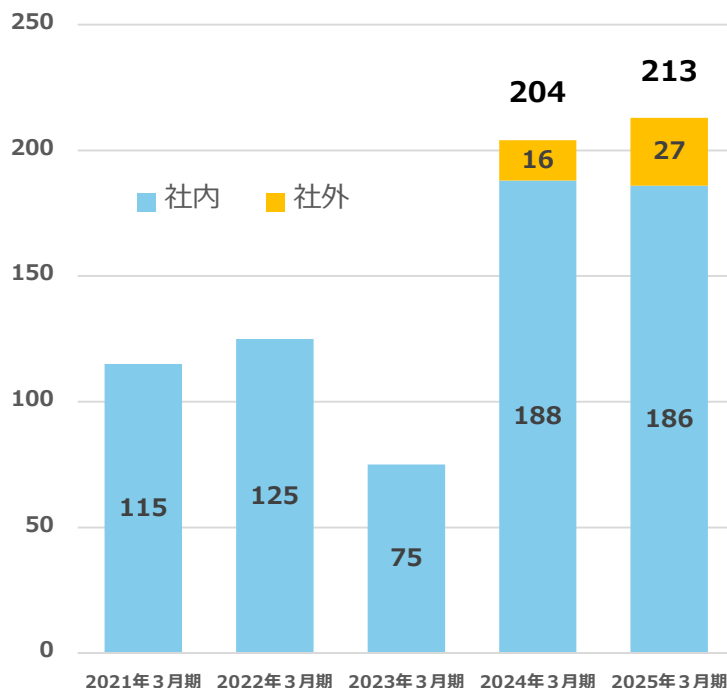
ヘルプライン

コメリグループでは、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・通報するための窓口として「ヘルプライン」を設けています。「ヘルプライン」

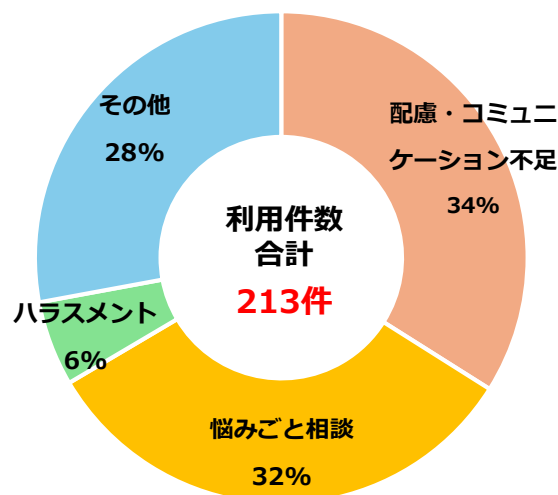
の連絡先を社員手帳に掲載し、各種社内研修でも周知しています。

「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ための対策等により、「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に努めています。

(件) 【ヘルプライン利用件数】



【相談内容の内訳】



コンプライアンス研修

コメリグループでは、コンプライアンスへの意識の向上や、コンプライアンスの正しい知識の習得により、法令違反やトラブルを未然に防ぐことを目的として、主に商品部所属のマーチャント（バイヤー）、店長、グループリーダーの候補者等を対象に、定期的にコンプライアンス研修を実施しています。

この研修では、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、過去に発生した他社のコンプライアンス違反事例等の紹介、人権への取り組み、ハラスメント防止に関する説明等を行い、コンプライアンスへの理解の浸透を図っています。

コメリグループでは、引き続き、こうした研修等を通じた教育により、従業員一人ひとりのコンプライアンスへの意識の向上に努めてまいります。



企業価値向上の基盤
コンプライアンス

リスクマネジメント

コメリグループでは、定期的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	- 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	- 損益分岐点が高い店舗づくり、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	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	- 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し、営業強化を図る
気候変動リスク	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	- 商品や店舗運営、物流等、商品の調達から販売に至る全ての過程において、CO₂排出量及びエネルギー使用量の削減に取り組む - 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、機会ロス防止による収益確保を行う
流通ネットワーク障害リスク	- 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 - 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	- 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、及び災害時の商品調達を迅速に行うことのできる体制の整備を行い、災害発生時の商品の供給責任を果たす - P B商品の調達先の分散化等、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
情報セキュリティに関するリスク	- コンピュータウイルス感染や不正アクセス等によるデータ等の改ざん - 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	- お取引先様を含めた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	想定以上に為替変動や原油価格の変動が生じるリスク	- 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	一時的に店舗閉鎖や営業時間短縮のリスク	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		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	2024年3月期	2025年3月期
損益計算書	営業収益 (百万円)	324,343	329,588	341,956	346,863	348,573	385,700	376,094	379,401	370,752	379,192
	営業総利益 (百万円)	111,846	112,379	116,277	119,109	119,402	136,918	131,859	132,065	127,211	130,181
	営業利益 (百万円)	17,928	16,689	16,964	18,123	18,469	30,326	27,825	26,053	22,081	22,396
	経常利益 (百万円)	17,409	16,811	17,087	18,237	18,625	30,369	28,248	25,812	22,214	22,248
	親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	9,585	11,017	10,907	10,935	11,941	20,402	17,897	17,096	13,712	13,719
貸借対照表	総資産額 (百万円)	305,496	306,562	319,771	326,435	331,140	348,159	354,788	361,387	372,851	386,661
	純資産額 (百万円)	145,599	155,241	164,958	173,968	181,990	20,061	213,840	227,347	236,248	246,316
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)	21,834	26,719	22,400	23,336	24,475	36,553	25,856	19,873	21,364	23,120
	投資活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△12,875	△13,923	△16,914	△20,280	△9,816	△14,232	△11,260	△11,664	△15,433	△18,200
	財務活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△8,311	△14,854	△6,229	△6,170	△9,039	△14,569	△12,476	△13,504	△3,289	△5,250
	現金及び現金同等物の期末残高 (百万円)	9,628	7,568	6,819	3,710	9,330	17,082	19,201	13,905	16,547	16,216
財務指標	ROA (%)	5.7	5.5	5.5	5.6	5.7	8.9	8.0	7.2	6.1	5.9
	ROE (%)	6.7	7.3	6.8	6.5	6.7	10.7	8.6	7.8	5.9	5.7
	自己資本比率 (%)	47.6	50.6	51.5	53.2	55.0	57.6	60.3	62.9	63.4	63.7
	総資産回転率 (回)	1.07	1.08	1.09	1.07	1.06	1.14	1.07	1.06	1.01	1.00
	営業総利益率 (%)	34.5	34.1	34.0	34.3	34.3	35.5	35.1	34.8	34.3	34.3
	営業収益営業利益率 (%)	5.5	5.1	5.0	5.2	5.3	7.9	7.4	6.9	6.0	5.9
株式・株価データ	1株当たり当期純利益 (円)	189.33	217.54	215.35	215.90	236.58	410.25	360.22	351.62	286.06	289.12
	1株当たり純資産額 (円)	2,873.00	3,062.98	3,254.23	3,431.62	3,659.43	4,032.90	4,361.66	4,675.08	4,935.94	5,193.27
	1株当たり配当金 (円)	36	38	39	40	42	45	46	50	52	54
	配当性向 (%)	19.0	17.5	18.1	18.5	17.8	11.0	12.8	14.2	18.2	18.7
	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)	12.15	12.66	13.16	12.56	8.18	7.52	7.30	7.78	12.10	10.24
	株価純資産倍率 (倍)	0.80	0.90	0.87	0.79	0.53	0.76	0.60	0.59	0.70	0.57
その他データ	店舗数 (店)	1,178	1,182	1,186	1,192	1,197	1,208	1,214	1,214	1,220	1,228
	従業員数 (人)	4,560	4,633	4,588	4,646	4,253	4,463	4,454	4,300	4,110	3,953
	(外、平均準社員数)	4,930	4,710	4,842	4,777	5,106	5,189	5,006	4,815	4,840	4,752

※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いません。

企業データ

株主優待

コメリでは、株主の皆様の日頃のご支援に感謝し、毎年3月31日時点で、100株以上保有されている株主様を対象に、下表の基準より株主優待としてコメリギフトカード（商品券）を贈呈しています。

コメリギフトカードは、全国のコメリ店舗でご利用いただけるほか、「株主様限定カタログ」掲載商品のご注文が可能となっています。



1 基本優待

3月31日時点の保有株式数に応じた5つのランクにより贈呈

保有株式数	優待内容
100株以上300株未満	当社ギフトカード1,000円（1,000円券1枚）
300株以上500株未満	当社ギフトカード3,000円（1,000円券3枚）
500株以上1,000株未満	当社ギフトカード4,000円（1,000円券4枚）
1,000株以上3,000株未満	当社ギフトカード8,000円（1,000円券8枚）
3,000株以上	当社ギフトカード15,000円（1,000円券15枚）

2 長期保有優待

保有継続期間が3年を超えている株主様（同一株主番号で9月末日・3月末日それぞれの株主名簿に連続7回以上記録）には、直近3年の期間内の継続保有株式数に応じた3つのランクにより追加贈呈

継続保有株式数	追加贈呈内容
100株以上500株未満	当社ギフトカード1,000円（1,000円券1枚）
500株以上1,000株未満	当社ギフトカード2,000円（1,000円券2枚）
1,000株以上	当社ギフトカード3,000円（1,000円券3枚）

※貸株サービスをご利用の場合、株主番号の連続性がなくなるため、長期保有優待の対象から外れます。

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（2025年9月30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	11,554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



株式の状況等、IR情報は、当社ホームページの「IR情報」ページに掲載しています。

<https://www.komeri.bit.or.jp/ir/>



いつもそばに、ずっと

KOMERI