



INTEGRATED REPORT 2026

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 コメリグループのミッション
- 6 コメリグループの
 - 「流通近代化」の軌跡
- 7 価値創造プロセス

Strategy

— 企業価値向上に向けて —

- 8 トップメッセージ
- 9 第四次中期経営計画
- 12 出店戦略
- 16 既存店の活性化・改装の推進
- 17 商品力の源泉～商品開発～
- 19 リフォーム事業の拡大
- 21 ネットとリアル融合
- 22 固定客化の推進～カード戦略～
- 23 園芸・農業分野の需要獲得の推進
 - ～B2B強化～

Sustainability

— コメリグループのサステナビリティ —

- 26 基本方針
- 28 環境への取り組み
- 36 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 —

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

Corporate Data

— データ・セクション —

- 55 企業データ
 - 10年間の主要財務データ
- 56 I R情報
 - 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すべてのステークホルダーの皆様へ、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

2025年4月1日～2026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

株式会社コメリ及び連結子会社

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、制作時点でする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

2026年3月31日時点



業績サマリー（連結）

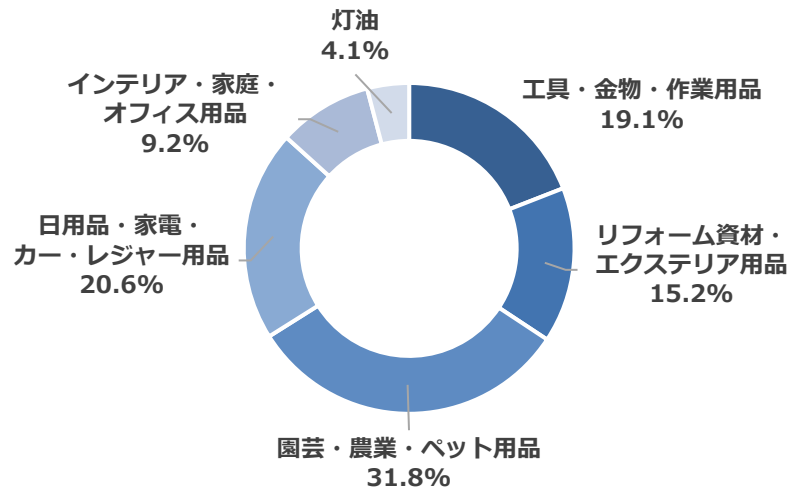
営業収益 **3,853**億円

営業利益 **230**億円

経常利益 **233**億円

親会社株主に帰属する
当期純利益 **146**億円

カテゴリー別売上構成比



連結従業員数

正社員

3,750人

準社員（パートタイマー）**5,602**人

※1日8h換算による月平均人員



カード会員数

384万人



アプリ会員数

223万人



店舗数

1,234店舗

※右記のほか、アテナナ2店舗

【フォーマットブランド一覧】

いつも安い、なんでも頼れる



120 店舗



24 店舗

身近な暮らしのパートナー



1,088 店舗

※ほか、タイ王国内に2店舗（非連結）



コメリ緑資金拠出総額

26億84百万円



PB商品
売上構成比

48.7%

【コメリプライベートブランド一覧】



NPO法人
コメリ災害対策センター
災害協定締結数

1,223件

経営理念

私たちは、商いは人々の幸せのために奉仕する仕事、いわば聖職であると考えており、「ねがい」「綱領」「経営要諦」を柱に、尊い仕事にまごころを持って取り組んでいます。

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

コメリグループのミッション

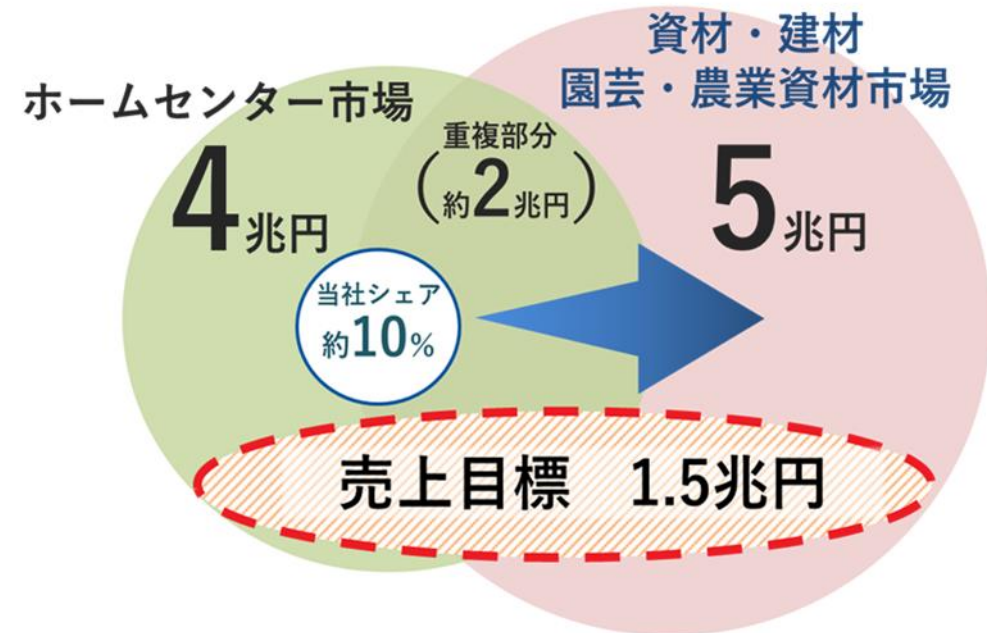
コメリがチャレンジする 7 兆円の市場

コメリが挑むのは、ホームセンター市場（約4兆円）とプロ向けの資材・建材、園芸・農業資材市場（約5兆円）が融合する、総額7兆円規模の巨大なマーケットです。

現代社会において「衣」と「食」が十分に満たされる一方、生活基盤である「住」の分野には、「自宅での時間をより充実させたい」といった潜在的なニーズや多くの不満が残されています。

本当の豊かな暮らしを実現するためには、日常の基盤である住環境の向上が欠かせません。コメリは「住食衣」という新たな価値観のもと、この巨大な市場に存在する不満を解決し、住関連分野における豊かな暮らしの実現を目指します。現在の市場シェア約10%からの拡大を図り、売上目標1.5兆円の達成、そして持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を実現してまいります。

注力する資材・建材や園芸・農業資材の分野は、多段階な流通構造や旧態依然とした商慣行により、お客様に十分な価値を提供しきれていないのが実情です。コメリは、社会の中で最もお客様の不満が多いこの「遅れた分野」に対し、独自のチェーンストア経営の仕組みを駆使して「流通近代化」という革新に挑みます。



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

コメリグループのミッション

「流通近代化」への取り組み

コメリは創業以来、「より良い商品をより安く」お客様に提供するため、多段階で複雑な流通経路の無駄を省く独自のサプライチェーンを構築し、一貫してローコストオペレーションを推進してきました。「無駄なコストは1円たりともお客様にご負担させない」を合言葉に徹底的な効率化・標準化を進め、店舗の従業員が本来の業務である接客と売場創りに専念できる環境整備に注力してきたことで、業界内でも優れた低損益分岐点経営を実現しています。



商品開発

- ・生産から販売までトータルコーディネーション
- ・E D L Pの推進
- ・暮らしを守り、育てる商品力の強化
- ・マス化
- ・プライベートブランド



標準化されたフォーマット

- ・ホームセンター（1977年4月～2019年3月）
 - ハード&グリーン（1983年9月～）
 - パワー（2003年3月～）
 - P R O（2014年7月～）
- ・船団方式
- ・ローコスト出店
- ・より小商圈への出店



商品企画

調達・輸入・製造(生産)委託・加工

流通

販売・サービス



バリューチェーンネットワーク創り

- ・より良い商品をより安く世界のベストソースから
- ・国内12カ所の物流センター
- ・海外6カ所の混載基地、海外の調達拠点
- ・資材物流、FMC、流通加工
- ・物流網の構築（KALNET、共配）



ローコストオペレーション・人的資本投資

- ・セルフ販売
- ・棚割のモジュール管理
- ・イーコマース、置き置きサービス
- ・DXの推進（店舗DX、本部DX）
- ・体系的な教育カリキュラム（賢和塾）
- ・計画的配転による教育（CDP）



賢和塾

コメリグループの「流通近代化」の軌跡

コメリはホームセンター業界への参入以来、一貫して「流通近代化」を追求してまいりました。「物流・商品」「フォーマット」「システム」という事業基盤を時代とともに進化させ、独自のビジネスモデルを構築することで、持続的な成長を実現しています。

物流・商品

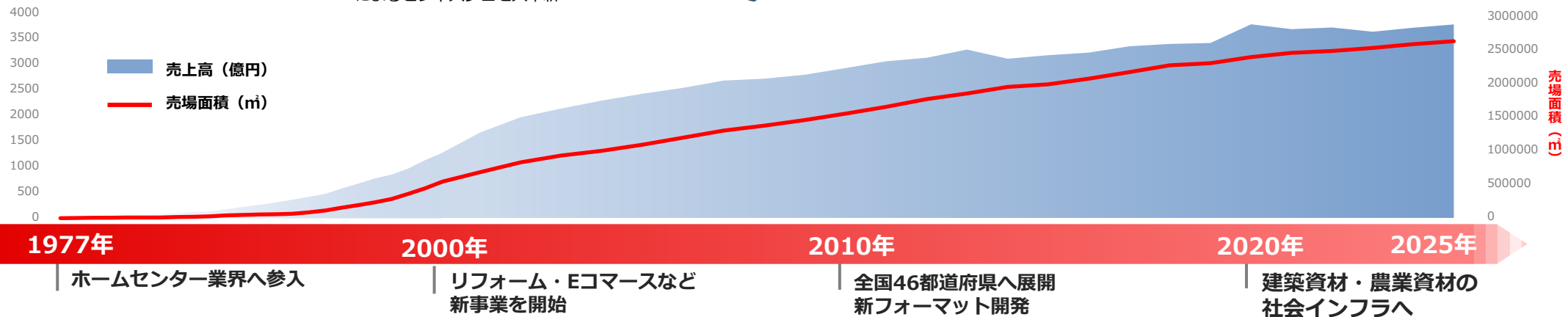
- ・1979年～ 自社物流の開始
- ・1991年 コメリ流通管理センター（現、新潟流通管理センター）開設
- ・1995年 郡山流通センター開設
- ・1997年 福井流通センター開設
- ・1998年 高崎流通センター開設
- ・2000年 三重流通センター開設
- ・1994年 海外輸入開始（長靴）
- ・1999年 台湾混載基地開設
- ・2000年 上海混載基地開設
- ・2003年 岡山流通センター開設
- ・2006年 花巻流通センター開設
- ・2007年 九州流通センター開設
- ・2012年 茨城流通センター開設
- ・2014年 北海道流通センター開設
- ・2019年 関西流通センター開設
- ・2024年 静岡流通センター開設
- ・2026年（新）関西流通センター開設
- ・2012年 ホームセンター業界初のPB農薬（カミオンMX）を発売
- ・2020年 コッコ便開始
- ・2012年 ホーチミン混載基地開設
- ・2019年 ハノイ混載基地開設

フォーマット

- ・1977年 コメリホームセンター1号店（三条店）オープン
- ・1983年 コメリハード&グリーン1号店（新発田店）オープン
- ・1994年 資材館併設1号店（現ハード&グリーン上越店）オープン
- ・1995年 資材館を併設したハード&グリーン1号店オープン
- ・2003年 コメリパワー1号店（新津店）オープン
- ・2014年 コメリPRO1号店（白塚店）オープン
- ・2021年 タイ1号店オープン
- ・2020年 JA上伊那と本格的に協業を開始
JA商品の取り扱い開始

システム

- ・1991年～ KOSMO'90 POSレジを全店導入
- ・1997年～ ACTIVE21 カード・Eコマース・リフォームシステム稼働、ハンディ端末導入によるビジネスプロセス革新
- ・2003年～ KOMPASS3000 3,000店舗に向けてソフトウェアをバージョンアップ
- ・2010年～ FOKUS マザー発注システム導入
ハンディ端末無線化
- ・2019年～ KOKORO タブレット端末全店導入



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 DX・AI	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
遅れた分野の流通近代化

ビジョン

売上高 **1.5** 兆円
店舗数 **3,000** 店舗

インプット

※2026年3月期（連結）

財務資本

総資産 3,941億94百万円
株主資本 2,557億13百万円

人的資本

正社員数 3,750 人

製造販売資本

店舗数 1,234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

P B 商品開発力
店舗開発力

社会関係資本

カード会員数 384万人
NPO法人コメリ災害対策センター
災害協定締結件数 1,223件

自然資本

コメリ緑資金拠出総額
26億84百万円

価値創造の源泉

コメリグループの強み

生産から販売までの流通をトータルプロデュース

商品企画 → 調達・輸入・製造(生産)委託・加工 → 流通 → 販売・サービス

標準化された店舗数 × 1店舗当たり取扱引量 = マス化

- 商品力強化・プライベートブランド育成
- 低損益分岐点店舗
- ローコストオペレーション
- 既存店活性化

中期経営計画成長基盤投資 (2026年3月期～2028年3月期)

新規出店	出店100店舗	550億円
既存店改装等	毎年売場面積の10%強	70億円
流通センター	センター新設・既存センター機能拡充	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		850億円

人的資本投資

賢和塾

教育研修投資額（2026年3月期）

18.8億円

- CDPIに基づく配転教育
- スキルアップ教育
- F A 制度
- マイスター制度
- 資格取得制度
- 女性活躍推進

アウトプット

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

※2026年3月期（連結）

いつも安い、なんでも頼れる



120店舗（+6店舗）

身近な暮らしのパートナー



1,088店舗（-3店舗）



24店舗（+5店舗）

※ 他、アテーナ2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（92,452坪）
- JA協業数 8JA（+3JA） 47店舗（+12店舗）

財務資本

営業利益
230億55百万円

人的資本

女性店長数 135人
女性店長割合 10.9%

知的資本

PB商品売上高構成比
48.7%

製造販売資本

出店市町村数
770市町村(44.8%)

社会関係資本

コメリ緑資金ボランティア
379件

自然資本

CO₂排出量(連結)
90,491 t-CO₂
※Scope1・2

アウトカム

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
災害時の物資供給インフラ

トップメッセージ

お客様のお困りごとに向き合い

『いつもそばに、ずっと』のコメリを実践してまいります

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。

コメリは、園芸・農業、金物・工具、資材・建材のカテゴリーを核として、ハード&グリーン、パワー、PROの3つのフォーマットで全国津々浦々にすき間なく展開しております。従来、これらのカテゴリーを扱ってきた荒物屋、金物屋と言われる伝統的な専門店はその数を大幅に減らしており、結果として買い物にご不便を感じておられるお客様が多くいらっしゃいます。かつては、どんな小さな村や町にもこのような伝統的業種店が地域のインフラとしての役割を果たし、人々の暮らしを支えていました。

私どもはこのような変化に対応するため、流通が遅れた分野の近代化に取り組み、多店舗出店に加えてローコストオペレーションの徹底と、商品力を強化するためのバリューチェーンネットワークの構築をしてまいりました。今年の春には、国内12カ所の物流拠点の中で最大規模となる新関西流通センターが稼働しております。

しかしながら、私どもの取扱い商品は、ただ売場に展開するだけでは事足りない商品も多くございます。お客様は商品をお買い求めに来られるのではなく、お困りごとを解決するためのソリューションを求めてご来店されるのです。施工を伴う商品や、庭木のお手入れといったサービスを含め、多様な形でソリューションを提供するべく、人材育成にも注力し、マイスター制度等の独自の資格制度も整備してまいりました。これらの武器を最大限に活かし、一人ひとりのお客様に寄り添い『いつもそばに、ずっと』のコメリを実践してまいります。

これからもお客様の声に耳を傾け、変化するニーズにお応えし、地域のお客様のお役に立ち続けられる企業であり続けます。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。

代表取締役社長 捧 雄一郎



企業価値向上に向けて

第四次中期経営計画（2026年3月期－2028年3月期）

第四次中期経営計画初年度（2026年3月期）の状況

第四次中期経営計画の初年度にあたる、2026年3月期におけるわが国経済は、雇用・所得環境の改善のもと、緩やかな回復が見られました。一方、エネルギー価格や原材料価格の高止まり、中東情勢や金融市場の変動の影響等により、景気の先行きが不透明な状況が続きました。

小売業界においては、継続的な物価上昇を背景に、消費者の生活防衛意識は依然として高く、業種・業態の垣根を越えた競争も厳しさを増しています。また、店舗運営にかかる人件費や物流費、出店時の建設費等が上昇しているとともに、人手不足も深刻化しており、より生産性の高い店舗運営が求められています。

そのような環境のもと、コメリグループは遅れた分野の流通近代化を実現し、お客様の豊かな暮らしを実現するミッションに向けて、成長基盤投資と各種重点施策に取り組んでまいりました。

具体的取り組みについては、建設費高騰の影響もあり新規出店に遅れが生じつつも、既存店の業態転換を積極的に進め、出店地域内の売上シェア向上に努めてまいりました。また、和歌山県橋本市に当社グループ最大規模となる(新)関西流通センターを2026年2月より稼働しました。さらに、セルフレジや清掃ロボットの導入や、AIによる業務効率化の実験等、より生産性の高いオペレーションを追求するDX投資も進めてきました。店舗・物流センターの屋根を活用した太陽光発電も進めており、自家消費による光熱費・CO₂排出量の削減につなげてまいりました。

2027年3月期においても成長基盤投資を積極的行ってまいります。

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。

2026～2028年3月期 中期経営計画			2026年3月期実績	2027年3月期計画
新規出店	新規出店100店舗	550億円 <<	22店舗 104億円	42店舗 140億円
既存店改装等	毎年売場面積の10%強の改装	70億円 <<	142店舗 21億円	約140店舗 30億円
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 <<	(新)関西流通センター稼働開始 104億円	既存センター機能拡充 10億円
各種システム投資	システム導入	70億円 <<	19億円	20億円
ESG投資	太陽光パネル設置	30億円 <<	2億円	20億円
成長基盤投資額合計		850億円 <<	250億	220億

人的資本投資

コメリ経営要諦「人は事業の最も大切な柱である」のとおり、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、さまざまな人的資本投資を行っています。

- ・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
- ・教育カリキュラム「賢和塾」に基づく教育機会の提供
- ・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と接客支援ツール・教育ツールの導入による、従業員の提案力向上と収益・生産性向上
- ・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 **18.8億円**

企業価値向上に向けて

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。

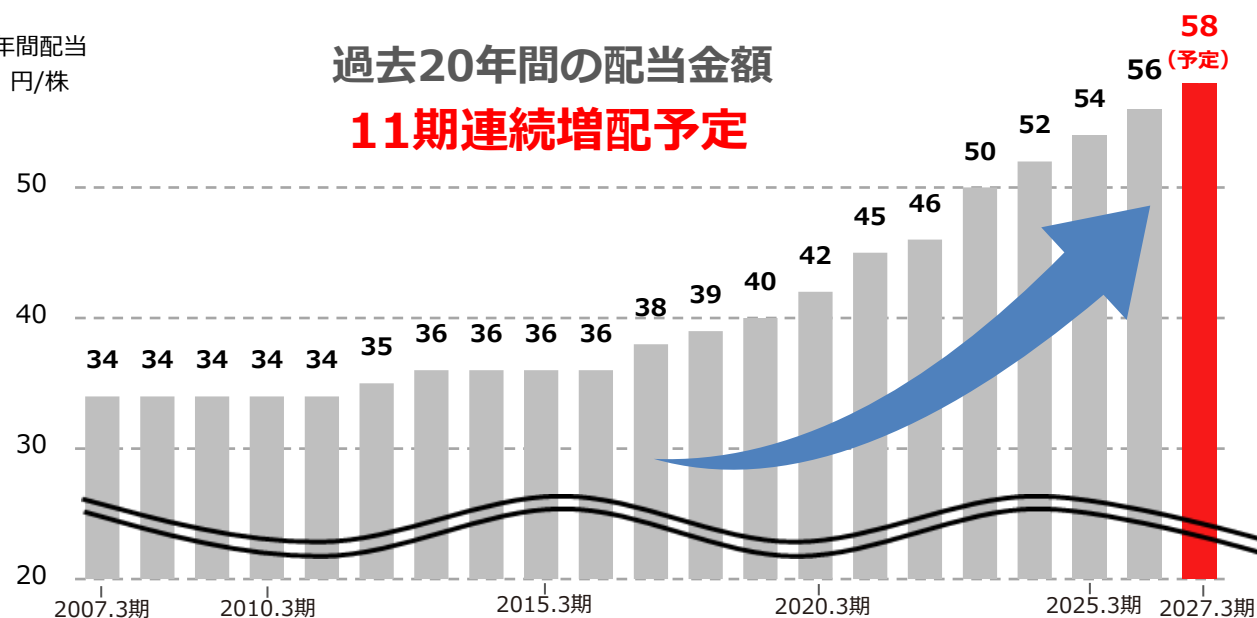
利益配分については、将来の事業計画と企業価値向上に向けた成長基盤投資に備え、内部留保資金を確保したうえで、配当は安定的・継続的に実施してまいりました。2027年3月期より、これまでの配当実績を踏まえ、業績の成長に応じて配当の維持または増配を行う累進配当を基本方針に追加しています。

内部留保は、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・イーコマース事業の拡大に伴うシステム環境の整備、人材育成のための成長基盤投資に活用し、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。

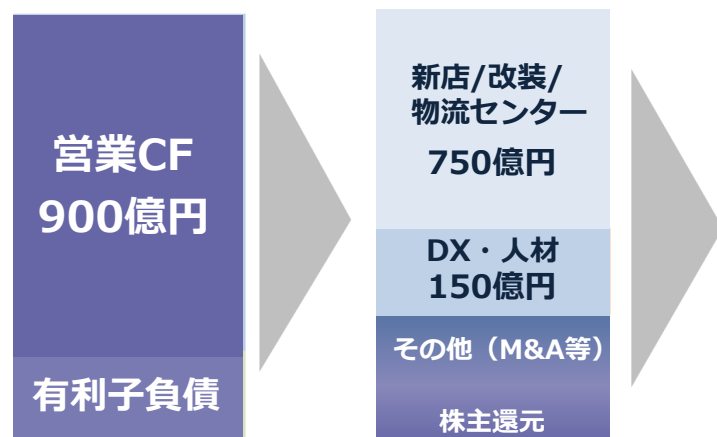
年間配当
円/株

過去20年間の配当金額

11期連続増配予定



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投資の準備資金の確保
- ・安定的・継続的な累進配当の基本方針

<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

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。

企業価値向上に向けて

第四次中期経営計画（2026年3月期－2028年3月期）

2026年3月期のTOPICS

コメリ（新）関西流通センター稼働

2026年2月に既存施設を移転拡張し、「コメリ（新）関西流通センター」の稼働を開始しました。本センターは、延床面積24,000坪と国内12カ所の自社物流拠点の中で最大規模を誇ります。

センター・店舗従業員の作業負担の軽減・生産性向上を目的とした新たなシステムを導入しており、さらなるローコスト運営を実現しています。配送効率を高めて物流基盤を強固にすることで商品力の強化につなげるとともに、今回新たに導入した新システムを今後既存のセンターへ水平展開し、全国3,000店舗構想の実現を目指してまいります。



太陽光発電設備の設置拡大

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、ESG投資の一環として太陽光発電設備の導入を推進しています。2026年3月末時点、売電等を目的として合計27カ所（店舗及び物流センター）に導入済みであり、年間14,218MWhの発電実績と、年間6,460tのCO₂排出量削減を実現しています。

今後は自家消費を目的とした設置を加速させ、2027年3月期は新たに57店舗及び1カ所の物流センターへの導入を計画しています。2026年4月には、新たにパワー新宮店とパワー生駒店の2店舗に太陽光発電設備を導入し、2026年6月末時点の導入施設は合計29カ所となりました。最終的には2028年3月末までに100店舗・8カ所の物流センターへの設置拡大を目指してまいります。

	2026年3月末時点 設置数
店舗	21
センター	6
合計	27



コメリ高崎流通センター

コメリパワー飯塚店

企業価値向上に向けて

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一つが「出店」です。「ハード&グリーン」「パワー」「PRO」は、相対的に小商圈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おり、この標準化された店舗の数の力が商品力強化の源泉となり、店舗のローコスト運営を可能としています。

標準化された店舗の多店舗出店

多店舗出店を叶えるローコスト運営

コメリの出店戦略を支える最大の武器は、「ローコストオペレーション」です。独自の店舗フォーマットの標準化による建設費の抑制と、効率的な店舗運営の仕組み化により、低損益分岐点を実現しています。

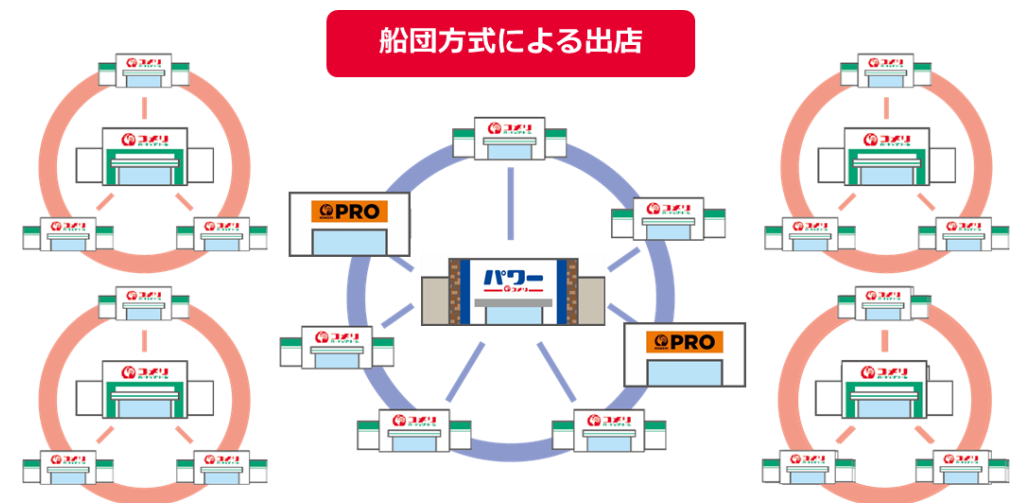
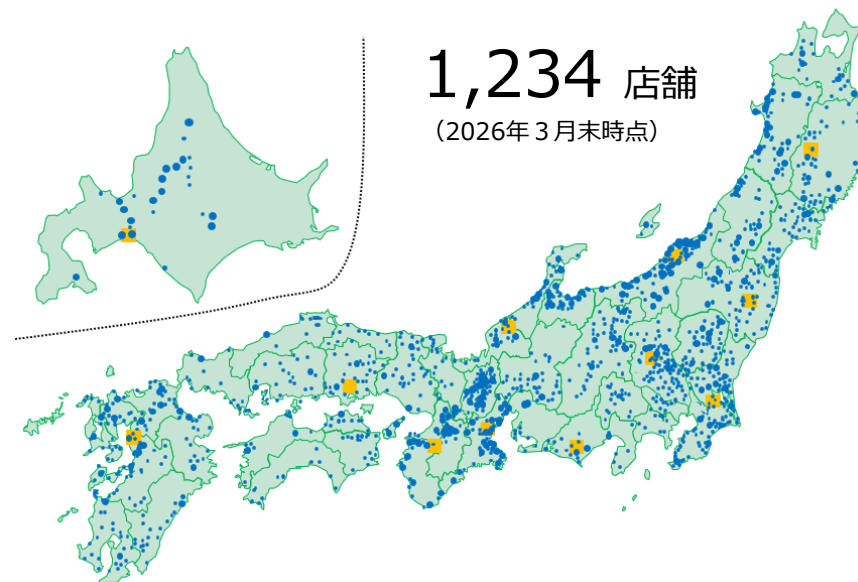
昨今の日本では、人口減少やオーバーストアを背景に、損益分岐点の高い競合店舗の撤退が進むことが予想されます。当社は、この強固なローコスト体制を活かすことで、競合が撤退したエリアに残存する店舗として売上を確実に吸収し、マーケットシェアを拡大していくことが可能です。この低損益分岐点モデルを強みに、コメリの長期的な目標である3,000店舗構想の実現に向け、全国津々浦々へさらにきめ細かく出店を進めてまいります。

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など、同一商圈内にあっても、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。

ドミナントエリア形成により、出店エリア内の競争優位性確保と商圈内の売上シェア向上を行ってまいります。



企業価値向上に向けて

出店戦略

身近な暮らしのパートナー

コメリハード&グリーン

「コメリハード&グリーン」は、1万人商圏で1店舗出店可能な独自フォーマットであり、多店舗展開が可能な、コメリの安定的な成長基盤を支える主力店舗フォーマットです。農業資材や建築資材、日々の生活に欠かせない日用品等、地域のお客様の暮らしと仕事に直結する必需品を厳選して提供し、身近なパートナーとして暮らしをお支えています。

従来の業種店が減少するなか、施工や農作業の現場の近くに出店できるハード&グリーンにより、業種店に代わり資材・建材、園芸・農業資材分野の流通をイノベーションする役割を担い、地域社会に不可欠な生活インフラとして機能してまいります。

ホームセンター商材入手困難地域への出店強化

全国には、ホームセンター商材への需要があるにもかかわらず、いまだ店舗網が及んでいない空白地域が多数存在します。ネットショッピングが普及する昨今においても、重量物や大型・長尺物が多いホームセンター商材はラストワンマイルの物流費が高騰しやすく、実店舗の存在価値が極めて高いと考えています。

現在、コメリの店舗が出店を完了している市町村は全国の44.8%にとどまっており、新たな出店の余地がいまだ十分に存在しています。特に、都市部や、当社のローコスト体制でしか出店し得ない農村部（ルール）への展開を加速させるため、今後も「ハード」と「グリーン」の核カテゴリーをさらに深耕し、より小商圏でも収益化できる店舗開発を推進してまいります。



2026年3月期

売上前年比

100.0%

店舗数

1,088店舗

多店舗展開を可能とするローコストオペレーション

同業他社が出店を見送る「人口1万人規模の小商圏」においても確実な黒字化を可能にしているのが、最大の武器である強固な「ローコストオペレーション」です。店舗フォーマットの標準化による建設費等の抑制と、全国の自社物流網や独自のシステムを活用した効率的な店舗運営により、極限まで損益分岐点を引き下げた経営を実現しています。

人口減少やオーバーストアを背景に、損益分岐点の高い競合店舗の撤退が進むことが予想されるなか、コスト競争力をもって他社が撤退する地域にも残存し、農業・住まいに関する社会インフラとして地域のニーズに対応してまいります。



資材館



農薬売場

企業価値向上に向けて

出店戦略

いつも安い、なんでも頼れる

コメリパワー

メガホームセンター「コメリパワー」は、2,000坪から4,000坪という広大な売場面積を最大限に活かし、一般のご家庭からプロフェッショナルまで、住まいに関するあらゆるニーズにワンストップでお応えするトータルプロジェクトセンターです。

圧倒的な品揃えと充実したサービスメニュー、そして知識豊富な従業員によるご案内を通じて、お客様の日々の暮らしと仕事を総合的にサポートします。

趣味でDIYを楽しまれる方、住宅設備機器の施工をご希望される方、そして日々の資材調達を行うプロの施工業者のお客様まで幅広いニーズに対応し、日常的に求められる商品が、いつでも安く、必要な量だけ確実に揃う頼れる店舗を目指しています。

豊富な品揃えとサービスの提供

「PRO館」は、プロのお客様の倉庫代わりとしていつでも便利にご利用いただけるよう、専門的な商品の品揃えと、現場へ即座に持ち帰れる豊富な在庫量を常に確保しており、一部店舗には積み込みの時間を削減するドライブスルーを併設しています。

さらに、住まいの改修を相談できる「リフォームカウンター」や、ペットとの暮らしに必要なトリミングやペットホテルなどを行う「ペットアミ」、園芸カウンター、サイクルカウンター等、各種サービスカウンターを設置するなど、対面での丁寧な接客を通じてお客様の細かなご要望に確実に応えます。



車のまま目的の資材売場まで巡回できる「ドライブスルー」



専門スタッフが対応する「トリミングサービス」



2026年3月期

売上前年比

103.3%

店舗数

120店舗

毎日安心のお買い得価格

パワーのエブリデイロープライス（EDLP）政策「パワープライス」は、徹底した市場リサーチと競合各社の価格調査を日々実施し、DIYを楽しまれる方からプロの施工業者様まで、すべてのお客様に「常に圧倒的に買い得な価格」で商品を提供し続けることをお約束します。

また、物価高騰が続く環境下においても、お客様がより良い商品をより安く、そして何よりも安心して買い求めいただけるよう、「価格保証制度」を設けています。2026年7月より、より分かりやすい内容に改めるとともに、カード会員様に対する還元メリットをさらに拡大しました。

【価格保証制度】

万一価格が高い場合、同一型番商品を他社税込価格と同価格で販売します。さらに、コメリカード・アクアカード会員様には他社税込価格の10%相当のポイントを後日進呈します。



企業価値向上に向けて

出店戦略

資材・建材、金物・工具の専門店

コメリPRO

「コメリPRO」は、メガホームセンター「パワー」の「PRO館」を独立させた、資材・建材・金物・工具の専門店です。パワーと同等の専門的かつ圧倒的な品揃えを誇り、工務店をはじめとするプロのお客様にいつでも安心してご利用いただける環境を提供しています。

「現場から一番近い店」となる

プロのお客様は、日々の仕事現場が変わるため、常に「その日の現場から一番近い店舗」を使い分ける傾向があります。この購買ニーズに着目し、コメリPROとパワーの売場構成や品揃えを標準化して統一したドミナント出店を推進することで、プロのお客様はどの店舗を訪れても迷わず必要な資材を調達することが可能となります。

フォーマットの進化

「コメリPRO」は、プロのお客様の利便性を徹底的に追求するとともに、出店スピードをさらに加速させるため、独自のフォーマット進化を続けてきました。今後も全国各地へ出店エリアを拡大し、ドミナントを進めてまいります。パワーとともに、プロのお客様を支える盤石なインフラを構築してまいります。



2026年3月期

売上前年比

123.8%

店舗数

24店舗

2003年

2014年

2020年

2020年

2025年

初のパワー業態店舗が開店

大型店フォーマット「パワー」の出店を開始。プロのニーズを叶える本格的なホームセンターとして、品揃えと在庫量を追求してきました。



PRO 1号店開店

三重県に初のPRO店舗となるコメリPRO白塚店を開店。以降、三重県内に6店舗を展開し、ドミナントエリアを形成しています。



PRO業態初のドライブスルー併設

重たい資材を店内より搬出することなく、直接トラックに積み込み購入できるドライブスルーを、三重県のPRO四日市店に併設。



ハード&グリーンの同敷地内にPROを出店

プロ向け商品の要望が多くともパワー化が困難な店舗の場合、既存店舗の敷地内に併設する形でPROを出店してお応えしています。



出店地域を拡大

2026年3月期において5店舗を出店し、出店地域は12県へ拡大。売上前年比123.8%と、全社売上を牽引しました。



さらなる出店加速

企業価値向上に向けて

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一つです。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。

2026年3月期は、改装によるハード&グリーン業態の新たなプロトタイプを積極的にを行い、改装後の店舗では、約5%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を向上

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

改装実施店舗

改装後の売上効果 **約5.2%増**
(2026年3月期)

改装	店舗数	改装坪数
2026年3月期実績	142	92,452坪
2027年3月期改装計画	約140	約10万坪

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

<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・PRO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。

企業価値向上に向けて

商品力の源泉 ～商品開発～

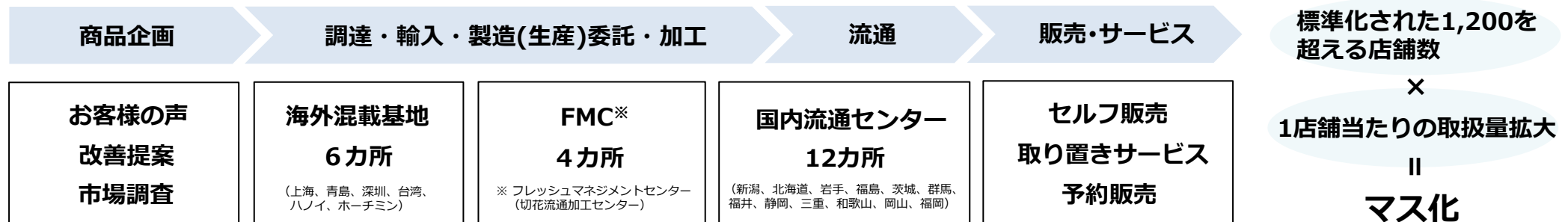
原材料価格の高騰や人件費、物流費、建設費、光熱費等のさまざまなコストが上昇するなか、世界のベストソースから「同じ商品ならどこよりも安く、同じ価格ならどこよりも良い商品を」を合い言葉に、商品開発を推進しています。全店舗における売場の標準化を通じて、単品あたりの販売数を向上させてまいります。

生産から販売まで流通をトータルコーディネート

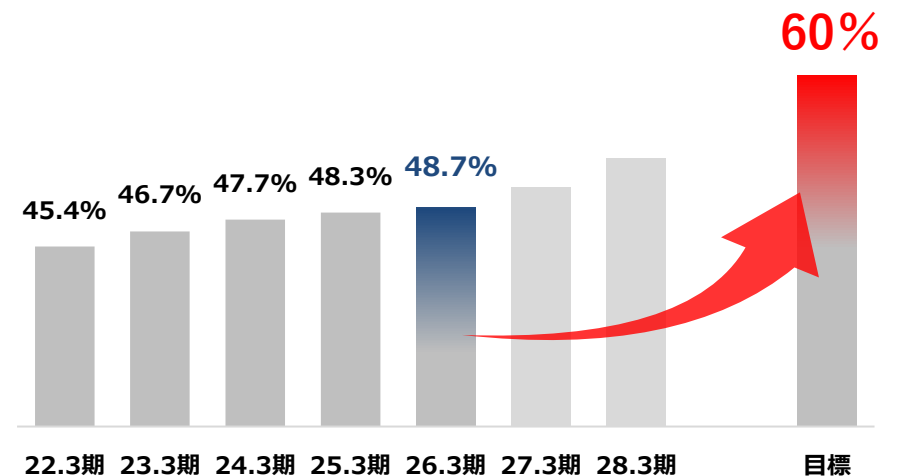
コメリは、日々の店舗で収集する「お客様の声」を起点とした商品企画から、世界のベストソースからの直接調達、国内外の自社流通拠点（混載基地・FMC・国内流通センター）を経由した販売まで、サプライチェーン全体を自社でトータルコーディネートしています。中間コストを徹底的に排除するだけでなく、全国1,200超の標準化された店舗網を最大限に活かして単品ごとの取扱量を飛躍的に高める「マス化」を推進し、圧倒的な低価格と高品質の両立を実現しています。



世界のベストソースから
商品を調達



コメリのプライベートブランド（PB）は、企画・設計から流通・販売にいたるまでを自社で主導する、独自のSPA（製造小売）モデルを構築し、高い収益性と価格競争力を確保しています。この強固な商品開発体制を武器に、現在約48%であるPB商品の売上構成比を、中長期的な目標である「60%」へと引き上げ、持続的な利益成長を牽引してまいります。



企業価値向上に向けて

商品力の源泉 ～商品開発～

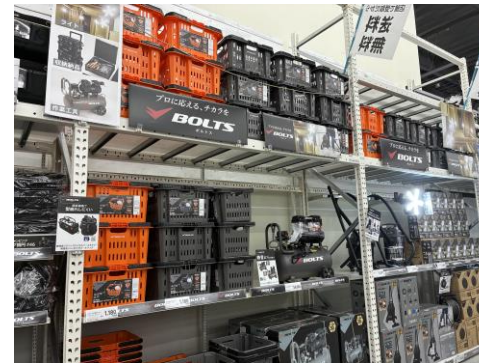
プライベートブランドの育成

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さまざま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、お客様の声やニーズに応えるべく、プライベートブランド商品の開発を推進するとともに、ブランドの育成に注力しています。

2026年には、2月にプロ向け衣料用品ブランドの「valborder（ヴァルボーダー）」が、6月にプロ向け手工具・電動工具のブランド「BOLTS（ボルトス）」と、DIYer向けツールブランド「HAYES（ヘイズ）」が新たにデビューしました。

■ コメリプライベートブランド一覧（コメリドットコムサイト）

<https://www.komeri.com/shop/e/e009001037007/>



BOLTS



valborder

ブランド訴求の取り組み

プライベートブランドのさらなる認知拡大のため、テレビCMやSNSを活用し、ブランドの確立を目指しています。

また、新商品のコンセプトや開発背景などをメディア関係者にお伝えするため、新商品体験会を定期的に開催しています。プレスリリース上では伝えきれない商品の特性を体感していただくとともに、頂戴したご意見を今後の商品開発に繋げています。

■ CM・動画一覧（コメリコーポレートサイト）

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



新ブランド「valborder」CM



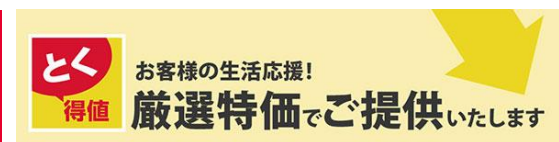
園芸用品体験会2026

お客様の生活応援

物価高騰が続き、お客様の生活に負担がかかるなか、コメリは自社の物流網を最大限に活かし、いつでも安心してお買い物いただける「エブリデイロープライス（EDLP）」を1997年より推進しています。年間を通じて常に低価格をお約束する「安さ毎日」や、日々の暮らしや仕事に欠かせない商品を厳選して期間限定の特別価格でご提供する「とく得値」を展開するなど、価格面からも地域のお客様の暮らしと仕事をサポートしてまいります。



安さ毎日



とく特値

企業価値向上に向けて

リフォーム事業の拡大

全国1,200超の店舗網を活かしたリフォーム事業の展開

日本の住宅総数のうち、建築から20年以上が経過しリフォーム適齢期を迎えた住宅は全体の約6割を占めています。これに加え、昨今の電気代高騰や環境意識の高まりを受け、省エネ・断熱設備や太陽光発電の導入等、住まいの性能を向上させるリフォームニーズが急速に高まっています。また、新築住宅の価格高騰を背景に、既存の住宅をリフォームしながら住み続けるというニーズも拡大しています。

このような市場環境のなか、コメリはチェーンストアならではの資材の調達力と全国一律のサービス品質を活かし、標準化されたリフォームサービスを全国の店舗で展開しています。小規模な設備の交換から大規模なリフォーム工事まで、全国どこに住むお客様であっても、最寄りのコメリ店舗で「住まいのお困りごと」を安心して解決できる体制を整備してまいります。



2000年

コメリリフォーム 単独店を開店

3月30日、コメリリフォーム三条店を開店。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。輸入レンガやタイル等、他社にはない商品も取り扱い、差別化を図る。



2003年

リフォーム相談センター の設置を拡大

独立したリフォーム店舗やパワー等の大型店内に住まいのデザインセンターを設け、リフォームの受付拠点を拡大。



2008年

コメリ住急番サービス を開始

商品の取り付け・交換に加え、庭木の手入れや害虫駆除等、住まいに関する便利サービスの展開を開始。



2013年

コメリクリエイト設立

施工監理事業を行う子会社を設立し、内装改修工事、増改築工事など、大規模なリフォーム工事を受注できる体制を整備。



2022年

チェーンリフォーム体制 を構築

ハード&グリーンを含めた全国1,200以上のコメリ全店舗で、現地調査や見積りが必要なフルリフォームを受付できる体制を整備し、チェーンストアを活かした標準化されたリフォームサービスを展開。



企業価値向上に向けて

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」

少子高齢化を背景に、商品を購入いただいてもご自身で取付やメンテナンスをするのが難しいというお客様が増えています。こうしたお客様のお困りごとを解決するため、コメリでは2008年より「住急番」サービスを開始し、「取付」と「サービス」という2つの区分でさまざまなメニューを展開しています。簡易的な取付・交換工事や、害虫駆除や住まいのメンテナンス等の役務の提供を通じて、商品販売だけでは解決できないお客様の細やかなご要望に対応しています。

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、現地調査なし
- 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

住急番サービス

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



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
内装張替え 等

リフォーム営業体制の強化

リフォーム事業には、「商品力」「施工力」に加え、お客様の理想を形にする「提案力」が不可欠です。コメリでは、マイスター制度に基づくリフォームマイスターの取得を推進しており、1級取得者は、高度な提案力を備えたスペシャリストとして「リフォーム営業マネジャー」に着任し、各地域のお客様へのリフォーム相談対応、店舗従業員に対するリフォームに関する知識教育を行っています。

今後も全国1,200を超える店舗を最大限に活用し、リフォーム営業マネジャー300人体制を構築することで、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。



お客様のご要望を叶える商品・見積りを提案



知識や経験を担当エリアの店舗従業員へ伝達

企業価値向上に向けて

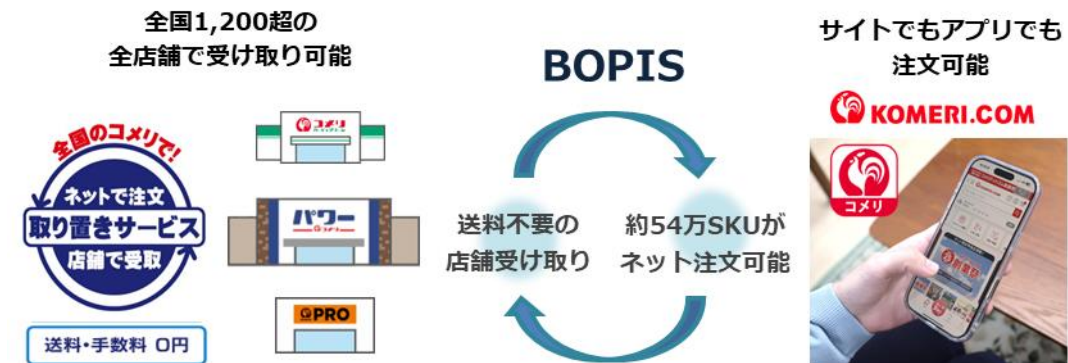
ネットとリアル融合

コメリは2000年のECサイト「コメリドットコム」開設以来、ネットとリアル（実店舗）の連携によるBOPISの推進に注力し、お客様に最適な購買環境を提供してきました。農業者の皆様の販路拡大を支援する「コメリ産直」や、コメリアプリによる店頭在庫の可視化等、時代に合わせてデジタルサービスの拡充を続けています。

1,200を超えるリアル店舗の強み

近年、EC市場の拡大に伴う物流費の高騰やドライバー不足が深刻化するなか、お客様の「送料負担」が大きな課題となっています。こうした社会的課題に対し、コメリは、全国に広がる1,200超の実店舗網というインフラを最大限に活用し、ECサイトで注文した商品を全国どの店舗でも送料無料で受け取れる「置き置きサービス（BOPIS : Buy Online Pick up In Store）」を推進しています。自宅や職場、通勤経路、あるいは引越し先や旅行先など、お客様の多様なライフスタイルやご都合に合わせて最寄りの店舗を「受け取り拠点」として選択できる環境を整備しています。

今後も、リアルの店舗網と自社開発のデジタル基盤を連携させたBOPISの利便性をさらに高め、お客様の利便性の向上を目指してまいります。



お客様とコメリをつなぐコメリアプリ

「コメリアプリ」は、ネットとリアルをつなぐオムニチャネル戦略の要です。広大なパワー店内でもスムーズに商品を見つけられる店舗在庫や売場の確認機能や、商品バーコードのスキャン検索からすぐに商品ページに移行し置き置き注文ができるなど、日常のお買い物の利便性を飛躍的に高め、強固なお客様との接点を構築しています。



ラストワンマイルへの取り組み

コメリは、実店舗やECサイトでお買い求めいただいた商品を、シンプルかつ低価格でお届けする独自の自社配送サービス「コッコ便」を展開しています。お客様の多様な用途や商品ボリュームに合わせて「レギュラー」「プロ」の2プランを用意し、生活用品から大型の建築・農業資材まで幅広いニーズに柔軟に対応しています。

【配達可能エリア】 1都 1道 1府 20県

・北海道※1	・岩手県※1	・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	・滋賀県	・大阪府	・兵庫県	・山口県※1
・徳島県※1	・福岡県	・熊本県		

※1 受付店舗が都道府県内の一部の店舗に限られます。 ※2 離島は除きます。



企業価値向上に向けて

固定客化の推進 ～カード戦略～

コメリは、強固な顧客基盤を構築するため、独自のカード戦略を通じたロイヤリティの向上により「固定客化」を推進しています。多様な顧客層に対応する決済サービスの提供と、購買データを活用したCRM（顧客関係管理）を高度に連動させることで、お客様一人ひとりのニーズに寄り添い、お客様満足度の向上を目指しています。

多様な決済ニーズに応える 6 種のカード

コメリは子会社である株式会社コメリキャピタルにてクレジットカード事業を行っています。2026年3月末時点、コメリのカード会員総数は384万人となりました。一般家庭向けのクレジットカード「コメリカード」とプリペイドカード「アクアカード」のほか、事業者様向けの「ビジネスカード」「コーポレートカード」、農業者様向けの収穫期払いが可能な「アグリカード」、さらには「官公庁カード」まで全6種類を展開し、あらゆる層の決済ニーズを網羅しています。

また、自社アプリと連携したスマホ決済「コッコPay」の導入や、セルフレジの拡充を進め、お客様の快適な購買環境の提供と利便性向上を図っています。



カード会員満足度の向上

ご利用実績に応じて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）制度により、カード会員様の高い来店頻度と購買単価を実現しています。さらに、購買データに基づくCRMを推進し、農業資材の予約、灯油宅配、リフォーム等、お客様に合わせた有益な情報をタイムリーに配信しています。

今後もカード戦略と各種サービスとのデータ連携を進め、ネットと実店舗の相互送客を強化し、お客様一人あたりの来店回数と満足度向上を目指してまいります。

【コメリのFSP制度】

通常の現金払い（500円につき1ポイント）のところ、クレジット払いで200円につき2ポイント。年間のお買い上げ金額に応じて、さらに多くのポイントが付与されます。また、コッコPayでのお支払いでさらに1ポイント追加されます。



企業価値向上に向けて

園芸・農業分野の需要獲得の推進 ～B2B強化～

コメリは、日本の農業を取り巻く環境変化を重大な社会課題と捉え、農業分野を核となるカテゴリーの一つと位置づけています。ホームセンター事業を通じて培った農業資材に関わるインフラとノウハウを最大限に活用し、多段階な流通の近代化と農業の産業化を推進することで、「持続可能な農業支援モデル」を構築してまいります。

持続可能な農業支援モデルの構築

コメリの創業の地は、日本有数の農業地帯である新潟県三条市です。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）や大袋肥料、一般農薬へと取扱いを拡大してきました。

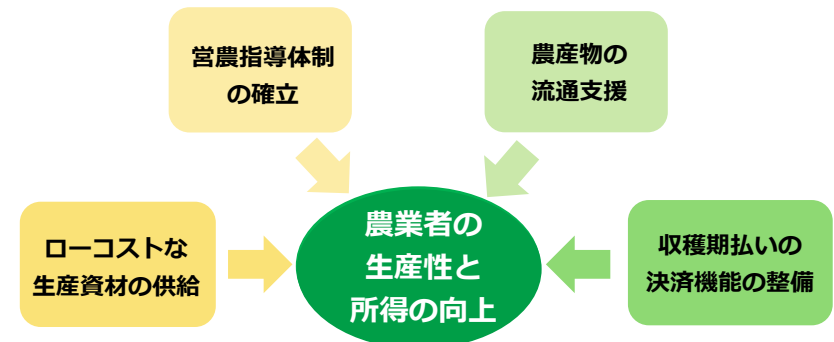


国内の農業を巡る情勢は、昨今の気候変動（猛暑・少雨、豪雨等の自然災害）や、燃料や肥料価格高騰等の生産資材価格の上昇や、少子高齢化や人口減少による後継者不足、耕作放棄地の増加等、農業者の皆様にとって非常に厳しい状況が続いています。

コメリグループでは、農業分野を核カテゴリーの一つとしてとらえ、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、より高品質かつ低価格で提供できる供給体制の構築に注力しています。「三方良し」の精神に基づき、農業分野の近代化、産業化を推し進め、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】



企業価値向上に向けて

園芸・農業分野の需要獲得の推進 ～B2B強化～

アグリ営業マネジャーの取り組み

コメリの店舗網は沖縄県を除く46都道府県に広がり、地域ごとに生産される作物や求められる農業資材、お困りごとは異なります。こうしたあらゆる地域の農業者の皆様の要望にもお応えできる体制を構築するため、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）組織を立ち上げました。

2026年8月末時点において、89名が在籍しています。近年ではアグリマイスター1級を取得し専門的な知識を習得したプロパー社員を登用しており、その比率は年々向上しています。

アグリ営業マネジャーの主な業務は、農業者の皆様のニーズの収集・相談・提案をはじめ、市場調査、商品販売動向の確認、地域与件の売場への反映、地域商材の発掘等多岐にわたります。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を行うなど、現場の営業力強化にも取り組んでいます。

農業用品の販売拡大を行うにあたり、アグリ営業マネジャーの存在は重要な位置づけであり、取り組みを推進することで他社との差別化を図ってまいります。



農業者にとってのインフラを目指す

日本の農業を取り巻く環境は、従事者の高齢化や耕作放棄地の増加、生産コストの高騰、気候変動による収穫量の減少等、厳しさを増しています。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が進み、身近な農業資材の購入拠点の減少が深刻な地域課題となっています。

こうしたなか、コメリの「ハード＆グリーン」は、同業他社が出店困難な小商圈フォーマットでの多店舗展開を可能とし、2026年3月末時点の店舗数は1,088店舗となります。出店地域はルーラル（主に地方の農村部）が基本で、農業者にとって仕事場から最も近く、利便性の高い店舗として機能しています。この強固な店舗網と全国12カ所の物流センターを活用し、肥料や

農業を低価格かつ安定的に供給する独自の仕組みを構築しています。また、大量資材の計画的な調達とコスト削減を支援する「農業資材予約」、必要な資材を迅速にお届けする「農業翌日便」、収穫期払い等資金繰りをサポートする「アグリカード」といった、農業経営を多角的に支える独自のサービスを展開しています。

さらに、農業が盛んな出店立地を活かして農業者を積極的に雇用することで、安定的な就業機会の確保と所得向上を支援しています。

コメリは今後も、これらのサービスと店舗網を最大限に活かして、地域の農業を支えるインフラとしての使命を果たし、持続可能な地域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。



収穫時期に合わせた
「収穫期払い」で
最長12ヶ月後に
お支払い

企業価値向上に向けて

園芸・農業分野の需要獲得の推進 ～B2B強化～

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て以降、JAとの協業関係の構築を推進しています。その理由は、コメリの業界最多の店舗数を活かして、JA資材店の受け皿になることができるためです。協業により、農業者の利便性が向上し、各JAは収益が改善、コメリも客数が増加するといった「三方良し」を実現しています。

2026年9月末時点において、JA秋田おばこ、JA山形おきたま、JA山梨みらい、JA上伊那、JA大井川、JA伊勢、JA多気郡、JAわかやま紀の里地域本部の8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、秋田県6店舗、山形県8店舗、山梨県4店舗、長野県8店舗、静岡県2店舗、三重県16店舗、和歌山県3店舗の合計47店舗へ拡大しました。

なお、JAおきなわ、JA北びわこ、JA兵庫六甲、JA北つくばの4つのJA様と協業に向けた協議を行っています。



2026年2月、JA大井川様との協業開始のセレモニーを開催

【JA様との協業の経緯】

（敬称略）

年 月		内容
2019年	2月18日	JA上伊那と基本合意 具体的な協議を開始
	4月13日	JA上伊那専売商品の試験販売をコメリ店舗で開始
	9月24日	JA上伊那専売商品の取り扱いについて大筋合意
2020年	1月末	JA上伊那資材店舗5店舗閉店
	2月末まで	JA上伊那管内コメリ店舗（8店舗）改装
	3月 1日	JA上伊那管内コメリ店舗（8店舗）リニューアルオープン・協業開始
	10月22日	JA山形おきたまと協業に関する基本合意締結
2021年	1月22日	JA紀の里と協業に関する基本合意締結
	4月 7日	JA山形おきたま（管内3店舗から）、JA紀の里（管内1店舗から）協業開始
2022年	2月28日	JA山形おきたま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、JA多気郡と協業に向けた協議を開始
	9月27日	JAおきなわと協業に向けた協議を開始
	11月 1日	JA紀の里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伊勢と協業を開始（管内7店舗から）
2024年	1月23日	JA多気郡と協業に関する基本合意締結
	3月 1日	JA多気郡と協業を開始（管内3店舗）
	4月 1日	JA伊勢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山梨みらいと協業に向けた協議を開始
	11月26日	JA秋田おばこ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山梨みらいと協業を開始（管内4店舗）
	11月27日	JA北びわこ協業に向けた協議を開始
	12月24日	JA大井川と協業に向けた協議を開始
2026年	2月18日	JA大井川と協業開始（管内2店舗）
	3月 1日	JA秋田おばこ協業開始（管内6店舗）
	4月15日	JA兵庫六甲と協業に向けた協議開始
	9月28日	JA北つくばと協業に向けた協議開始

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、環境への貢献を果たしてまいります。こうした取り組みのもと、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。

■「コメリグループ行動指針」「行動基準」

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



サステナビリティ推進担当より

遅れた分野の流通近代化というミッションのもとサステナビリティに関する課題解決に取り組みます

企業が存続できるかどうかは「世の中の役に立っていること」に他なりません。コメリグループのミッションは、「住まい」と「園芸・農業」における多段階で遅れた流通構造を改革し、お客様の豊かな暮らしを実現することです。困難を極める流通の近代化を成し遂げることにこそ、当社の存在価値があります。経営の根幹である「コメリのねがい」には、社会との調和と人々の幸せを願う思いが込められています。この理念を基盤とし、環境配慮型商品の開発や国産木材の活用による脱炭素社会への貢献、災害時の物資供給を担う地域インフラとしての役割、さらには農業振興に資する独自の支援など、本業を通じて社会課題の解決に尽力します。併せて人的資本の強化や多様性の推進などの非財務基盤も拡充し、すべてのステークホルダーの皆様の幸せを追求することで、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。



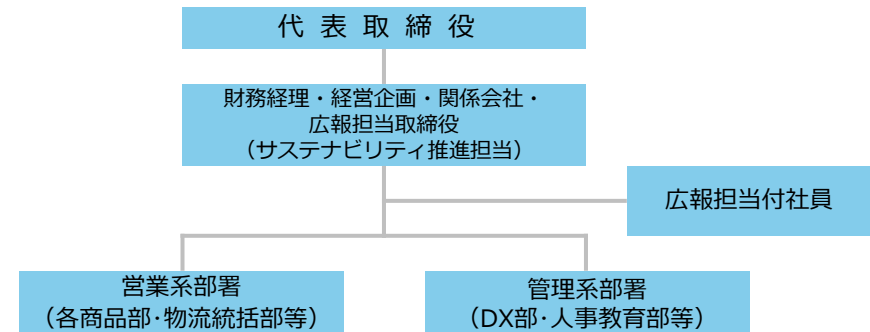
取締役常務執行役員
財務経理・経営企画・関係会社・
広報担当

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、継続的に取り組みを行っており、取締役会において、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、物流統括部、建設部、DX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、以下のとおりです。

	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

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。

環境に配慮した商品開発への取り組み

コメリは「暮らしを守り・育てる商品開発」を実現するため、お客様の潜在ニーズの具現化に努めるとともに、環境に配慮した商品開発も推進しています。

国産木材活用による炭素の固定化の推進

コメリでは従来より、伐採適齢期を迎えた国産材を使用したオリジナル商品の販売を拡大し、国産材の利用を積極的に行うことでお客様への供給責任を果たすとともに、国内林業の活性化や木材自給率の向上、地球温暖化対策の一助となれるよう取り組んでいます。

特に、国産材を住宅や家具などに有効活用できるような内装材、DIY材の開発を進めており、国内の木材メーカー様と協力して炭素の固定化に努めています。

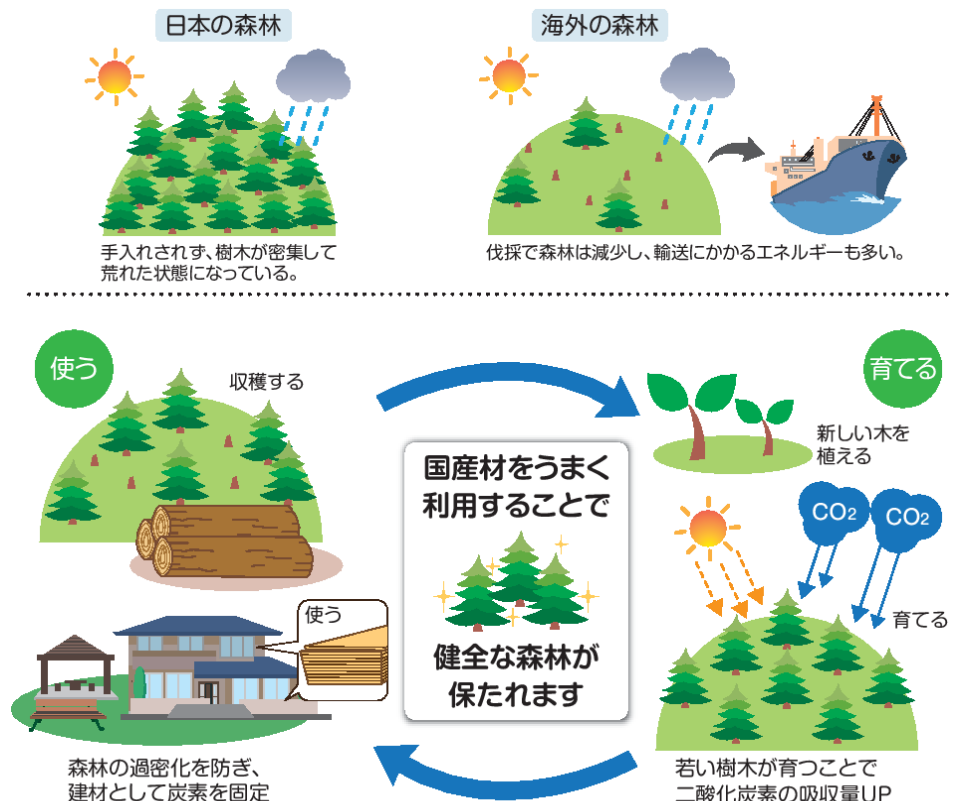
『エコクレオ防腐杭』がウッドデザイン賞を受賞

2025年10月、コメリPB商品「エコクレオ防腐杭」が一般社団法人日本ウッドデザイン協会主催のウッドデザイン賞奨励賞（審査委員長賞）を受賞しました。

小径材や合板単板を採った後の芯部分等の未利用材を活用。商流を最短経路にし、安定供給と低価格、低CO₂排出量を実現しました。薬剤加工には環境負荷の少ない防虫・防腐剤を使用し、環境負荷低減と長寿命化に貢献しています。



ウッドデザイン賞受賞
JAPAN WOOD DESIGN
AWARD 2025



コメリグループのサステナビリティ

環境への取り組み

環境に配慮したプライベートブランド商品開発の推進

コメリは、製造・生産、流通、販売、消費、廃棄までのライフサイクルを捉え、環境負荷低減に貢献するプライベートブランド商品の開発を推進しています。プラスチック使用量の削減、サステナブル素材の使用、節電・節水対策に寄与する商品等、商品の実例をいくつかご紹介します。

気候変動対策の土壌資材

Breezy Green タフリキセブン 800mL

微生物の力で植物ホルモンの生成を活性化し、植物本来の成長サイクルを取り戻す、バイオスティミュラント（生物刺激剤）を活用した商品。

Breezy Green 潤い保水力

保水ポリマー・ゼオライト配合 3kg

100%植物由来の保水ポリマーが渇水・水枯れ対策として働き、水資源の節約に。使用後は微生物によって分解され自然に還るサステナブルな設計。



リサイクル

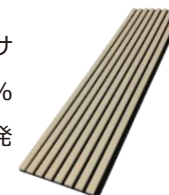
ゴム製品全般

穴あきゴムマット、カラーコーンのベッド（重し）など、多様なゴム製品において廃タイヤ由来の再生ゴムを活用。



吸音デコレーションパネル

裏側のフェルト部は衣料品をリサイクルしたポリエステルを100%使用。表のバー部も回収された発泡スチロールを使用。



特紡軍手

衣服やタオルの製造過程で生じた繊維を再紡績した糸を使用。



プラスチック使用量削減

おいしい天然水・おいしいお茶 ラベルレス

分別の際にラベルをはがす手間を省き、プラスチック使用量を削減。ケース販売を推進して、環境負荷低減の効果を高めています。



L'CREST 環境にやさしいポリ袋 シリーズ

製造時と燃焼時に発生するCO₂の排出量を抑え、通常のポリ袋と比べ約20%の削減効果を実現した環境配慮型製品。



省エネ・節電・節水

Athena Life ぴったり閉じて遮光・断熱 L型ブラインド

独自開発したL字型のスラット（羽根）がシャッターのように隙間なく閉じ、高い遮光性、断熱効果を発揮し省エネに。2024年グッドデザイン賞受賞（実用新案取得済）。



Breezy Green ガーデンミストスタンド

水圧0.4MPa時の使用水量を1分間あたり約130mlに抑え、1時間連続で使用しても水道代は約3.5円と、家計と環境に優しいエコ設計。



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

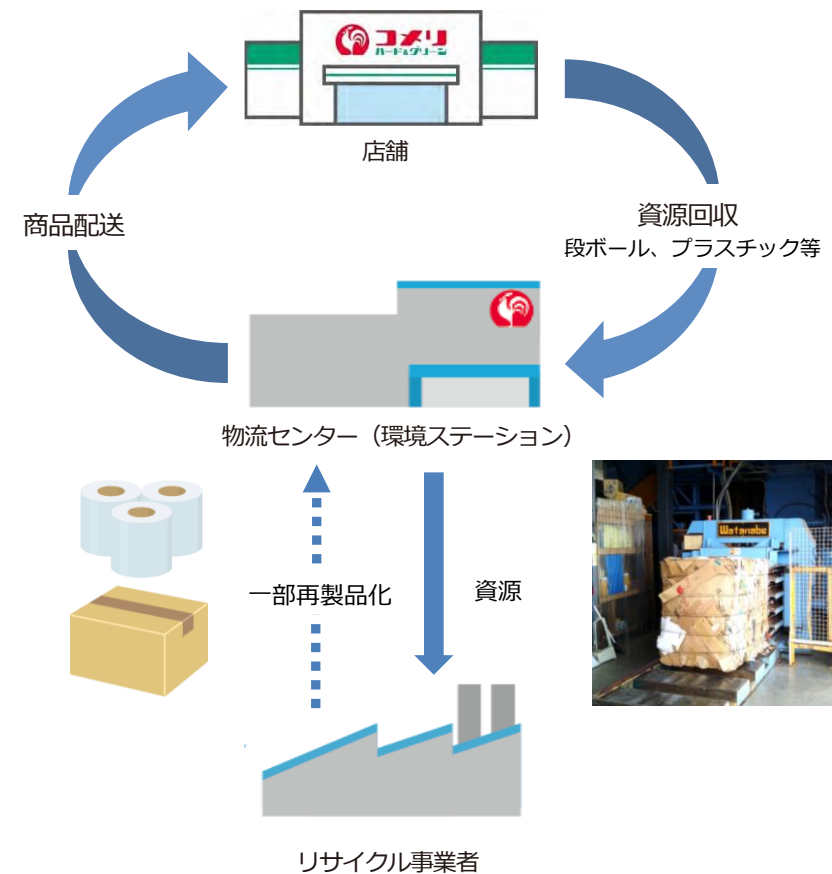
コメリグループは、サステナビリティ重要課題の一つ、環境に配慮した事業の展開として、「サーキュラーエコノミー（循環型経済）」への転換に向け、「環境ステーション」での資源回収や「不要品引取サービス」を通じたお客様との協働、物流網における「レンタルパレット」の活用など、バリューチェーン全体で廃棄物削減と資源循環を推進しています。

環境ステーション

コメリでは、2011年より物流センター内への「環境ステーション」の設置を開始し、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。設置している物流センターは、新潟、花巻、高崎、茨城、三重、岡山の物流センターに加え、2026年2月より（新）関西流通センターにて稼働を開始したことにより7カ所となりました。

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。

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	2026年 3月期
段ボール・古紙	8,794 t	7,968 t	7,268 t	7,973 t	8,433 t
プラスチック	106 t	121 t	98 t	135 t	173 t
合計	8,900 t	8,089 t	7,366 t	8,108 t	8,606 t

コメリグループのサステナビリティ

環境への取り組み

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。

2026年8月末時点、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。今後も環境負荷低減のため、対象商品の検討を重ねてまいります。

【不要品引取サービス対象品種の一例】



【不要品引取サービス実績】

2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
172 t	290 t	303 t

国際輸送での一貫パレチゼーション

2025年10月、コメリと日本通運はJPRのレンタルパレットによる国際間の「一貫パレチゼーション」を開始しました。一貫パレチゼーションとは、パレットを企業間で共有して、リレーのバトンのように輸送に使用することで、物流の結節点で生じる人力による荷役作業を解消する仕組みです。従来の木製のワンウェイパレットによる輸送は、輸送が一方方向であるため使用後のパレットの廃棄が発生していましたが、標準化された共有のレンタルパレットへ切替えることで木製ワンウェイパレットの廃棄がゼロとなり、年間20,000枚の環境負荷の軽減につながっています。また、荷下ろしにかかる作業時間が大幅に削減され、現場の作業負担の軽減にもつながっています。



項目	効果
コンテナからの荷下ろしにかかる作業時間	●40フィートコンテナの場合、バラ積みと比較して1コンテナ当たり約2時間の短縮 ●年間 約1,016時間の短縮
木製パレットの廃棄	●年間 約20,000枚以上の廃棄削減 ●年間 約170トンのCO ₂ 削減

コメリグループのサステナビリティ

環境への取り組み

CO₂排出量の削減

コメリグループでは、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（カーボンニュートラル）」の実現に向けて事業活動に伴うCO₂の排出削減に取り組んでいます。

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>

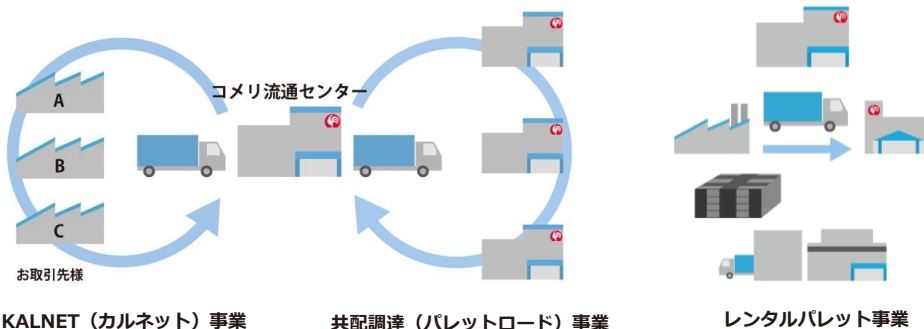
KALNET（KOMERI Aid Logistics network）事業では、コメリのお取引先様の商品を一括集荷して、当社の全国にある流通センターに専用便で納品を行っています。

<共配調達（パレットロード）事業>

1台のトラックで数社の荷物を運ぶ共同配送を行い、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>

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。



照明機器のLED化

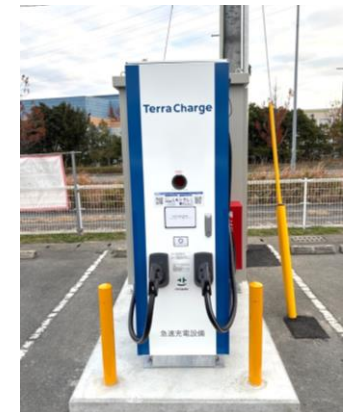
省エネルギー化の一環として、店舗及び物流センターにおけるLED照明への切り替えを完了しました。今後も、照明機器の技術進化に合わせて対応を進めてまいります。

空調機器の省エネ化

店舗や物流センターの空調設備について、定期的なメンテナンスや適切な温度管理の徹底による省エネ化を図っています。エネルギー効率の向上を通じて電力使用量を抑え、環境負荷の低減と店舗運営における効率化の両立を推進しています。

電気自動車(EV) 用充電器の設置

2050年のカーボンニュートラル実現に向け、政府は2030年までにEV充電器30万口を設置目標と定めるなど、全国で充電環境の整備が求められています。コメリは2026年2月、コメリパワー27店舗の駐車場において充電インフラの設置を行いました。これにより、脱炭素社会の実現に貢献するとともに、お客様がお買い物の時間を活用し、EVを充電できる環境を整備し、店舗の利便性の向上を図ってまいります。



太陽光発電設備の設置

コメリでは、店舗や物流センターに売電や店舗での自家消費を目的とした太陽光発電設備の導入を進めています。詳細については、「第四次中期経営計画（2026年3月期－2028年3月期）2026年3月期のTOPICS」（11頁）を参照ください。

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

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つに分類して、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。

ガバナンス

2026年8月末現在、財務経理・経営企画・関係会社・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」（26頁）に記載しています。また、取締役会は、気候変動に関する将来リスクや事業機会等、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。

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。

① 前提とするシナリオ

気候変動による影響を客観的に評価するため、脱炭素社会に向けた法規制の強化や市場変化などの移行リスクが顕在化する「1.5℃～2℃シナリオ」と、現状以上の対策が行われず、異常気象による自然災害などの物理的リスクが高まる「2.7℃～4℃シナリオ」を前提として分析を行っています。

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主な「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主な「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、以下のとおりです。

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

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、取締役会の監督のもと、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います。

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」（54頁）をご覧ください。

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及び実績】※コメリ単体

	目 標	実 績（または達成率）
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（kl）／（コメリ施設総延床面積（㎡）×年間営業時間（h））	180.8%
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。	21%
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（k換算）／輸送量	88.6%

【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	2026年3月期
電気	1,275,801	1,406,904	1,535,600
LPG	58,902	54,857	20,120
都市ガス	6,114	8,924	21,299
ガソリン	12,358	11,189	10,928
灯油	1,610	3,646	2,427
A重油	0	0	0
原単位	3.12	3.32	3.51

＜原単位計算式＞ エネルギー使用量（k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	2026年3月期
Scope 1	6,860	6,458	4,878
Scope 2	60,554	66,932	80,317
Scope 3	1,925,851	1,883,718	1,922,382
Scope 1・2・3 合計	1,993,265	1,957,108	2,007,577

※Scope 3については、上流側の範囲（カテゴリー 1 から 7 まで）で算定しています。
有価証券報告書またはESGデータブックを参照ください。

■ ESGデータブック

https://www.komeri.bit.or.jp/ir/report/img/2026_esg.pdf



コメリグループのサステナビリティ

S 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すべ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

コメリ経営要諦より

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、さまざま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】 ※2027年3月期 コメリ単体

- ・女性社員管理職（店長職・本社マネジャー職）比率を12.0%以上とする（2031年3月末までに）
- ・全従業員の月平均残業時間を16時間未満とする（2031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有休・半日有休制度の利用促進）

【多様性確保に向けた人材育成・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、人材育成とその環境整備の取り組みを推進してまいります。

【人材戦略を踏まえた従業員の給与その他の給与の額及び内容の決定に関する方針】

コメリグループは、年齢や勤続年数に関係なく実績が反映される人事評価制度に基づき従業員の給与等を決定し、優秀な人材の確保と定着を図っております。

正社員の給与につきましては、職位別従業員毎の業績数値及び行為計画の達成度等が反映される評価制度に基づき決定しております。また、正社員の賞与につきましては、業績連動型賞与制度に基づき従業員毎の評価を反映して決定しております。

準社員の給与につきましては、業務に対する取り組みの成果及び評価を時給に反映し決定しております。

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

人材育成の根幹「賢和塾」

さらなる事業拡大を行うにあたり、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、企業規模拡大による教育不足による店舗間の格差の発生や、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み、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。

「賢和塾」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ことを目的として、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。

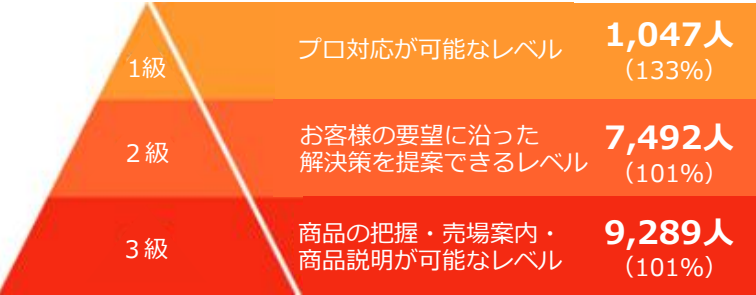
また、DXによる情報システム投資、人材教育投資、及び組織開発等により、継続的な優秀な人材の確保と離職の防止に努めてまいります。店舗においては、お客様にベストなソリューションを提供できる人材や、さまざまな商品知識を習得して接客や提案ができる人材の育成を進め、店舗の稼ぐ力を向上させてまいります。

コメリ教育体系

賢和塾

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カ月後研修、7カ月後研修、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

【マイスター認定者数】 2026年3月期実績 ※（ ）内は前年比



マイスター1級では、高度な商品知識の他、修理・メンテナンスなどの実技研修を通して、店舗での即時対応が可能な判断力・提案力を身につけます。

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

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と計画的配置転換による教育（CDP）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」を採用しています。この制度により、商品の調達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身につけた人材の開発や従業員のキャリアアップが可能となっています。

また、コメリグループにおいては、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、イーコマース、出店等、通常の小売業の職種にとどまらず、多様な職種とさまざまなビジネスに携わる成長機会を提供しています。



EラーニングによるOff-JT環境整備

OJTの効果を高めるために行うのが、実技の事前に行うOff-JTです。コメリでは、店舗の端末等を使用し、テキストや動画視聴、確認テストでの理解度チェック等を、業務時間内で受講できる環境整備を推進しています。事前学習、現場作業、上司確認、復習の時間をシフトに落とし込み計画的に学習時間を確保することで、着実かつ効率よくスキルアップすることが可能です。



EラーニングによるOff-JT



実務を通して行うOJT

自己申告制度

自己申告制度は、社員が年1回、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・意向を会社に申告できる制度です。

従業員自身の希望を把握することで、今後の配転への活用や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。

FA（フリーエージェント）制度

2025年11月より、コメリ社内においてFA制度を開始しました。FA制度とは、社員が自身のスキルや実績を他部署にアピールし、希望する職位や部署への異動に自ら手を挙げるができる人事制度です。従来の上司・人事主導による配置転換とは異なり、社員の挑戦への意欲を尊重して描いたキャリアビジョンを叶えていけるようになるため、仕事へのモチベーション向上やエンゲージメントの強化に直結します。

また、会社側にとっても、社内に埋もれている優秀な人材の発掘や、意欲に基づく適材適所の人員配置、離職防止につながります。社員の能力と意欲を最大限に活かすことで、組織全体の成長につなげていきます。

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

多様な人材活躍の推進

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、コメリが目指す「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。

会社経営・店舗運営上、従業員の「健康」は重要な要素の一つであると考え、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

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・各部署内で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。

女性管理職相当比率

※2026年3月期コメリ実績

22.3%

(対象：社員・嘱託社員・準社員)



	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
新入社員数(人)	220	204	170
男性 (人)	154	131	117
女性 (人)	66	73	53
女性比率 (%)	30.0	35.8	31.2

	パワー	PRO	H&G	合計
女性店長数 (人)	1	0	134	135

ホーム社員制度

働き方が多様化するなか、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す。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、慣れ親しんだ地で社員として活躍することができます。

非正規社員（準社員）の正社員登用

店舗で活躍している準社員のさらなるキャリアアップや待遇改善の一環として、一定の条件を満たした準社員の正社員への定期登用を行っています。これまでの実務経験や培ったスキルを活かし、地域に根差した店舗づくりに貢献しています。

	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
準社員からホーム社員への登用数(人)	107	122	116
男性 (人)	29	31	33
女性 (人)	78	91	83

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

労働時間削減への取り組み

従業員のワークライフバランス充実と生産性向上のため、全社を挙げた労働時間削減に取り組んでいます。特に店舗運営において、DXによる発注業務や在庫管理の自動化、本部と店舗間の作業指示から報告にいたるプロセスの見直しなど、現場の作業負担の軽減を行っています。さらに、ノー残業デーの徹底や、半日有給休暇の利用推進など、メリハリのある働き方を浸透させています。今後も、従業員一人ひとりが心身ともに健康で、いきいきと働ける環境づくりを推進してまいります。

【正社員※1人当たり月平均時間外労働時間】

目標	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
16.0	17.8	17.4	19.5

※LM（リーダーマネジャー）相当職以上を除く

労働安全衛生の取り組み

コメリグループは、「『従業員の安全』は『お客様の安全』の礎である」との理念に基づき、安全衛生の基本方針を以下のとおり定め、経営者、従業員一丸となって労働災害防止活動の推進に努めます。

安全衛生の基本方針

- 1 安全衛生活動を推進するため、組織体制を整備し責任を明確化します。
- 2 所属長、従業員間のコミュニケーションを円滑にし、職場の実情に応じた合理的な対策を講じます。
- 3 すべての社員、準社員、アルバイトに安全衛生確保に必要なかつ十分な教育・訓練を実施します。
- 4 上記の実行に当たっては、適切な経営資源を投入し、効果的な改善を継続的に実施します。

育児休業取得推進

従業員が仕事と子育てを両立させることができ、安心・安全・健康で働くことができる環境づくりのため、従業員への制度の周知徹底に取り組んでいます。

2024年5月には、厚生労働大臣より「子育てサポート企業」として、「くるみん認定」を取得しました。



【正社員育児休業取得者数（取得率）】

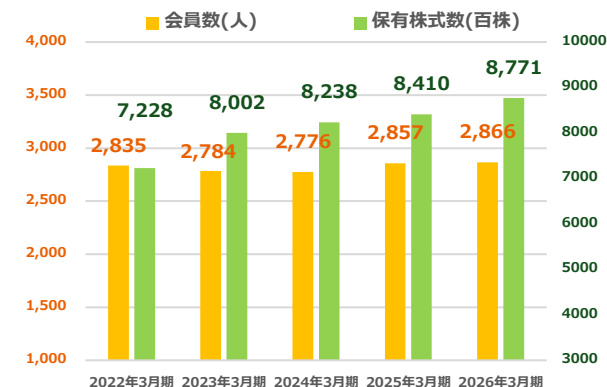
	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
男性（人・%）	18（30.5）	13（33.3）	13（33.3）
女性（人・%）	12（100.0）	6（100.0）	4（100.0）

社員持株会制度を通じた取り組み

コメリグループでは、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」を運営しています。

2022年2月からは、従業員の株価への意識や労働意欲を向上し、企業価値向上を図るため、「株式給付信託＜従業員持株会処分型＞」（ESOP）を導入しています。

従業員の将来の生活資金への不安を取り除くとともに、経営戦略や目標達成に向けた従業員の意識の向上と金融リテラシー教育を行うことで、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。



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」を策定しました。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うえで、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。

災害発生時の体制

災害が発生した際、従業員の安全を確保したうえで、速やかに店舗営業を再開し、社会的インフラとしての役割を果たすことが、小売業の使命であると考えています。

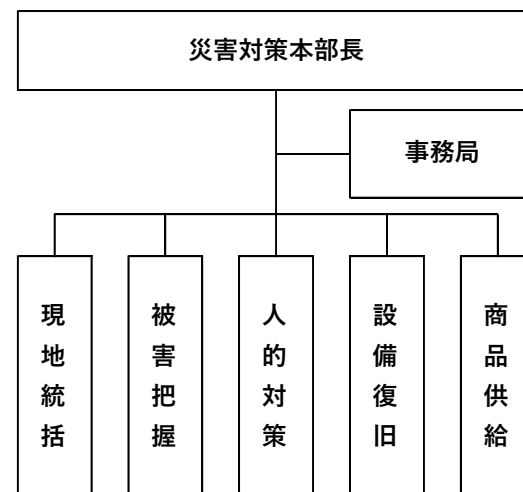
被災した店舗をいち早く復旧させるためには、社内の体制づくりや統括する対策本部の設置が急務であり、規程等に基づき、役割分担の明確化と情報の共有化を行うことが重要です。コメリグループでは、大規模災害が発生し、店舗が被災した場合、対応フローや組織体制に沿って、店舗の復旧・営業再開にあたっています。

従業員については、2025年9月より安否確認アプリを導入し、迅速に身の安全、被災状況を確認し、必要な支援を行える環境整備を行っています。

【災害発生時のフロー】



【組織体制】

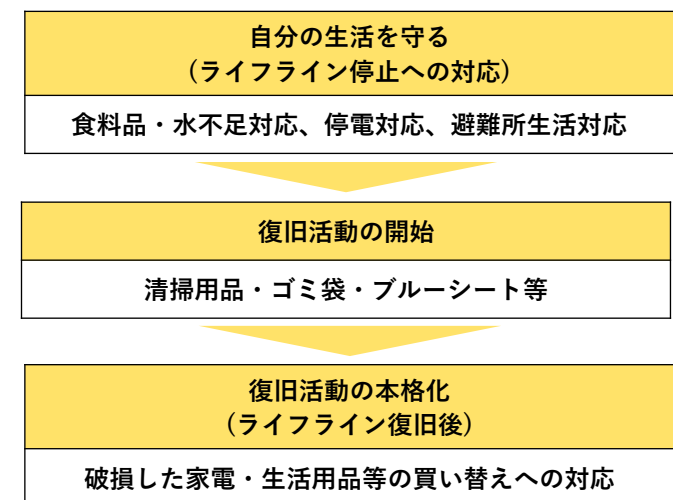


災害発生時の商品手配

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。

コメリグループは、全国1,200を超える店舗と12カ所の物流センターを展開しており、災害発生時の物資供給拠点として広域かつ組織的な対応を可能としています。

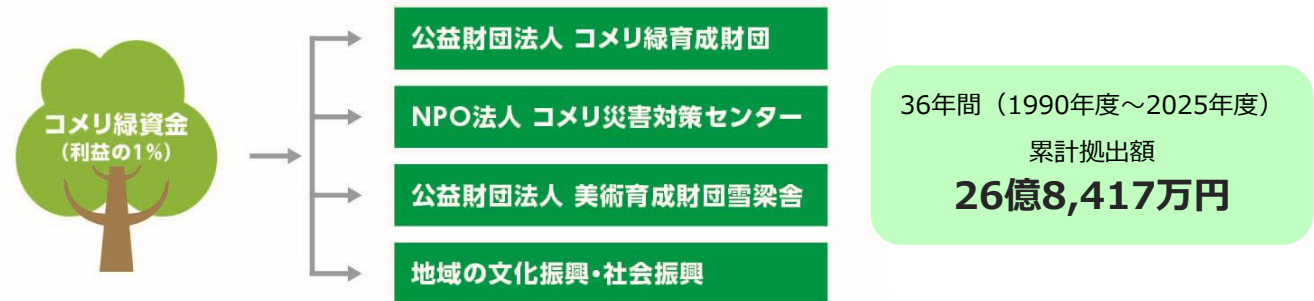
また、災害時に必要となる物資は、時間の経過、災害の種類、インフラの復旧状況によって異なります。コメリでは、過去の災害に基づいて作成した商品リストに基づき、コメリ本社の各部署と店舗、子会社の北星産業株式会社、及びNPO法人コメリ災害対策センターが連携して、商品の手配を行っています。



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

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、36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

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。

コメリ緑資金環境助成

公共性のある自然環境保全活動や里地里山保全活動へ助成を行っています。森林整備や在来種の植樹、野生動植物や絶滅危惧種の保護、また緊急性の高い課題（害獣被害、災害等）にも対応しています。

（2025年度実績）



活動助成件数 計35件

コメリ緑資金グリーンボランティア

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。

（2025年度実績）



ボランティア件数379件、のべ388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。

（2025年度実績）



農業体験イベント計3回、のべ170名が参加

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

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の活動基盤として、2005年にNPO法人コメリ災害対策センターを設立し、2025年には設立20周年を迎えました。

設立以降、「災害発生時、必要な物資を必要な場所へ」の精神で、安全で豊かな市民生活に貢献するべく活動をしています。

【NPO法人コメリ災害対策センター20年のあゆみ】



災害対策ネットワークの構築

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。

2025年3月には、国家機関としては初となる国土交通省北陸地方整備局との間で「災害時における物資供給に関する協定」を締結しました。

協定締結件数は2026年8月末時点で1,245件となります。



災害対策関連情報の発信

全国の自治体との協力体制を深めるため、広報誌「サポート」の発行や、ホームページでの情報発信を行っています。

サポートNo.29では、20年間の活動を集めました。

CM・WEB動画【NPO法人コメリ災害対策センター「北と南の少女篇」】の制作も行い、2026年3月、新潟広告賞WEB動画部門にて金賞を受賞しました。



■ 広報誌「サポート」No.29

https://www.komeri-npo.org/about/history/other/2026/support_29.html



防災啓発活動

地域との連携強化を目的として、自治体主催の防災訓練に積極的に参加しています。

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、2025年度は60件の防災訓練に参加しました。



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

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1993年に財団を設立し、1994年に新潟県新潟市に開館しました。財団設立30周年を迎えるにあたり、2022年、財団の方針である「美術育成」をより明確化するため、法人名称を「公益財団法人美術育成財団雪梁舎」に変更しました。

イタリア・フィレンツェ滞在を通して創作活動を支援し、未来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、2026年で28回展を迎えます。（新潟展は2026年7月18日～9月6日、東京巡回展は東

京都美術館にて同10月24日～10月30日開催）

2025年11月には、雪梁舎美術館とイタリア国立フィレンツェ美術アカデミアの提携10周年を記念して、アカデミアとの共同企画展「風の会 Incontro@arte」をフィレンツェにて開催し、「雪梁舎フィレンツェ賞展」上位入賞者で構成される風の会メンバーとアカデミアの選抜学生の作品の展示を行いました。

また、2025年12月には、雪梁舎美術館に隣接するコメリパワーにて、絵画をインテリア・ホームデコレーションとして販売する「雪梁舎ギャラリー」を新たに開設しました。



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」を毎年開催しています。2026年の28回展では全国217作品の応募の中から40作品が入選しました。



「雪梁舎フィレンツェ賞展」大賞・アカデミア賞受賞者には、フィレンツェへの留学を支援しています。2026年8月時点での留学支援人数は約50名となります。



2025年12月にリニューアルオープンしたコメリパワー黒崎店に、新たに「雪梁舎ギャラリー」を設置しました。店内での絵画販売を通して、若手芸術家の作品流通支援と、住まいの豊かさの向上に寄与していきます。

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、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。

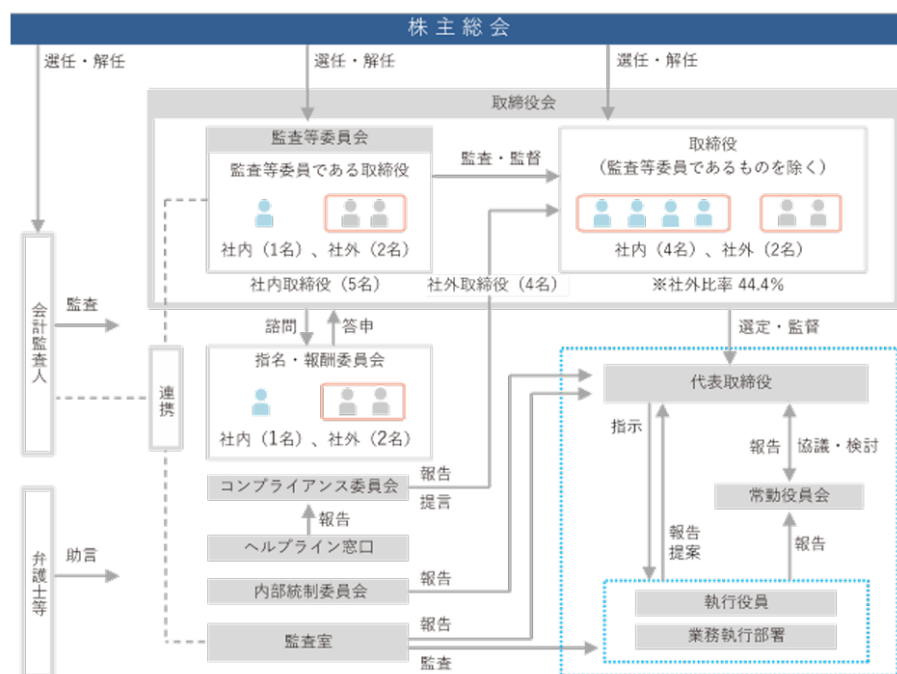
また、上場企業として、コメリグループを取り巻く事業環境の変化や、ステークホ

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

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

【コーポレート・ガバナンス体制】

※2026年8月末現在



【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27.3%）
2026年6月	取締役会9名体制に 社外取締役4名のうち、女性社外取締役3名（女性取締役比率33.3%）

企業価値向上の基盤

コーポレート・ガバナンス

【取締役会・監査等委員会・各種委員会の活動状況の概要】

名称	開催回数	活動状況の概要
取締役会	12回	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、なら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。
監査等委員会	12回	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。
常勤役員会	12回	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。
指名・報酬委員会	3回	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。
内部統制委員会	2回	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。
コンプライアンス委員会	12回	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。
情報セキュリティ委員会	6回	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。
為替リスク管理委員会	1回	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。

取締役会の実効性の評価

コメリは、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。2026年3月期の取締役会の実効性の評価については、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2026年5月開催の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しました。アンケート結果の概要は、下記のとおりです。

- ・取締役の多様性は確保されている
- ・女性店長が増えてきており、本部の女性幹部職への登用も進める
- ・幹部候補生に、多様な視点と経験を計画的に積ませることが重要
- ・競合他社と差別化された成長戦略や方針等の等身大の開示を推進すべき

内部統制

コメリは、「内部統制構築の基本方針」に基づき、業務の適正を確保するための体制を整備・運用しています。また、財務報告に係る内部統制についても、財務報告の信頼性を確保するための体制の整備・運用・評価を行っています。

監査等委員会は「内部統制システムに係る監査等委員会監査の実施基準」に基づき、内部統制システムの整備・運用の状況監査を行っています。

「内部統制システム構築の基本方針」については、有価証券報告書（49～50頁）に記載しています。

■ 第65期 有価証券報告書

https://www.komeri.bit.or.jp/ir/securities/2026/65th_yuukasyouken.pdf



企業価値向上の基盤

コーポレート・ガバナンス

役員一覧

取締役 (2026年6月末時点)



捧 雄一郎
代表取締役社長



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



長谷川 博和
取締役

社外 (独立役員)



竹川 倫恵子
取締役

社外 (独立役員)



森 茂行
取締役執行役員



田邊 正
取締役

監査等委員



三谷 香
取締役

社外 (独立役員)

監査等委員



大久保 由美
取締役

社外 (独立役員)

監査等委員

執行役員 (2026年6月末時点)

諏佐 幸夫

長谷部 邦俊

間宮 正幸

大石 一範

山田 健

成岡 慎作

杉村 卓勇

北嶋 高秀

村山 康吾

佐藤 智和

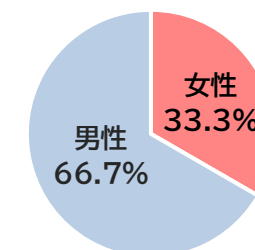
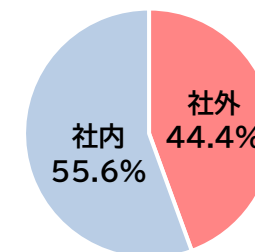
真柄 圭太

取締役会の多様性確保への取り組み

コメリでは、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。

2026年6月の株主総会において、経営体制の効率化のために、監査等委員であるものを除く取締役を2名減員し6名選任しました。これにより現在、監査等委員である取締役を合わせて9名で任にあたっています。

また現在、社外取締役の人数は4名、女性取締役の人数は3名となっており、それぞれ総数に占める割合は右記のとおりです。



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

氏名	選任理由	企業経営	財務会計	事業創造	業界知見	商品サービス	物流	店舗開発	国際性	組織開発	D X	法務・コンプライアンス	サステナビリティ
代表取締役社長 榑 雄一郎	パワー業態の開発をはじめとしたホームセンター事業の更なる拡大に尽力いたしました。また、2014年6月からは、最高経営責任者（C E O）として、当社グループの事業拡大の陣頭指揮をとり、経営全般に対する監督を適切に行っております。当社グループの持続的な企業価値向上の実現のために、取締役として選任しています。	●		●	●	●	●	●	●	●			●
取締役常務執行役員 早川 博	経営企画部門の担当として取締役会で積極的な発言を行い、経営に対する監督を適切に行っております。また、関係会社統括の担当としても、グループ事業の相乗効果を上げ、当社グループの企業価値向上に寄与しております。当社グループの持続的な企業価値向上の実現のために、取締役として選任しています。	●	●	●	●	●							●
取締役常務執行役員 保坂 直志	店舗開発・建設及び店舗企画担当として店舗経営に関する豊富な知識と経験を有しております。また、店舗の生産性向上やフォーマット毎の標準モデルを進化させる等の店舗の収益改善を行い、当社グループの企業価値向上に寄与しております。当社グループの持続的な企業価値向上の実現のために、取締役として選任しています。	●		●	●			●					
社外取締役（独立役員） 長谷川 博和	早稲田大学ビジネススクール教授として経営学の深い学術的知見を備えております。野村総合研究所での証券アナリスト経験をはじめ、ベンチャーキャピタル経営を通じて投資候補先や投資先に対する経営アドバイスを実践する等、高度な専門知識を有しております。また、グローバルベンチャーキャピタル株式会社を自ら設立し、C E Oとしてもベンチャー企業の経営に参画する等の豊富な経験を有しており、産業分析における鋭い洞察力と自ら起業・経営に携わった経験に基づく具体的な経営アドバイスは、当社グループの事業拡大及び新規事業の創出に極めて有益であります。同氏の幅広い視野と豊富な経験を活かして、当社の経営上のアドバイスや監督等に十分な役割を果たしていただけることを期待し、社外取締役として選任しています。	●	●	●	●		●		●				
社外取締役（独立役員） 竹川 倫恵子	イケア・ジャパン株式会社でインテリアデザイナーとして店舗内のインテリアデザインをはじめ、マーケティング、C M、S N S、広告マネジメント、広報活動等の分野において責任者として従事され、その後、独立してアットインテリア株式会社を起業しております。代表取締役としてインテリアデザイン、コーディネートをはじめ、暮らしに関する様々な提案サービスを行う等、高度な専門知識と豊富な経験を有しております。このような幅広い視野と豊富な経験を活かして、当社の経営上のアドバイスや監督等に十分な役割を果たしていただけることを期待し、社外取締役として選任しています。	●			●				●				
取締役執行役員 森 茂行	新商勢圏での店舗運営業務をはじめ、システム改革、オペレーション改革、インターネット事業、リーシング業務、総務部、お客様相談室等の幅広い分野での仕組み作りや業務改革を行いました。人事部門では組織づくりをはじめ、人材採用、育成及び労働分配率の改善に向けた取り組みを行いました。これらの豊富な知識と経験を活かし、当社グループの持続的な企業価値向上の実現のために、取締役として選任しています。			●	●					●	●		
取締役（常勤監査等委員） 田邊 正	仕入・調達及び商品開発等の商品部の業務や当社の店舗経営や建設業務、リフォーム事業に携わり、それらの豊富な知識と経験を有しております。同氏のそれらの幅広い知識と豊富な経験を活かし、当社の監査に反映していただけるものと判断し、監査等委員である取締役として選任しています。				●	●	●		●			●	
社外取締役（監査等委員）（独立役員） 三谷 香	大手監査法人に在籍し大企業の監査業務に精通しております。一般事業会社の経理部門を複数社経験し、海外子会社を含む連結決算業務に従事する等、高度な専門知識と豊富な経験を有しております。公認会計士や税理士の資格も有し、経理業務のD X支援コンサルティング会社を設立して代表に就任する等、高度な専門知識と豊富な経験を有しております。このような幅広い視野と豊富な経験を活かして、当社の経営上の監督等に十分な役割を果たしていただけることを期待し、社外取締役監査等委員として選任しています。	●	●								●		
社外取締役（監査等委員）（独立役員） 大久保 由美	裁判官や大手企業法務部の経験等、長年にわたり企業法務全般、会社法、M & A、訴訟等を中心に法律実務に従事しております。大手弁護士事務所 に在籍し、法律専門家として独立した客観的な立場から、企業経営における適法性の確保やコンプライアンス体制の強化に向けた有益な助言・提言を行う等、高度な専門知識と豊富な経験を有しております。同氏の幅広い視野と豊富な経験を活かして、当社の経営上の監督等に十分な役割を果たしていただけるものと期待し、社外取締役監査等委員として選任しています。							●				●	●

企業価値向上の基盤

コーポレート・ガバナンス

社外取締役の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うえ、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。

取締役のトレーニングに関する方針

コメリは、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値向上に寄与する役割・責任を果たす資質を備えた方を、取締役に指名することとしています。そのため、各取締役に対して、役員の責任と義務、法的リスク等の知識の習得の自己啓発を推奨するとともに、必要に応じて、社内研修会等の実施、社外研修への派遣等を行ってまいります。

取締役の報酬等に関する方針

コメリの業務執行取締役の報酬は、コメリ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します。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します。

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）のみとしています。

【取締役の報酬等の決定に関する事項】

報酬	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。

【報酬等の割合に関する方針】

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

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

コンプライアンス

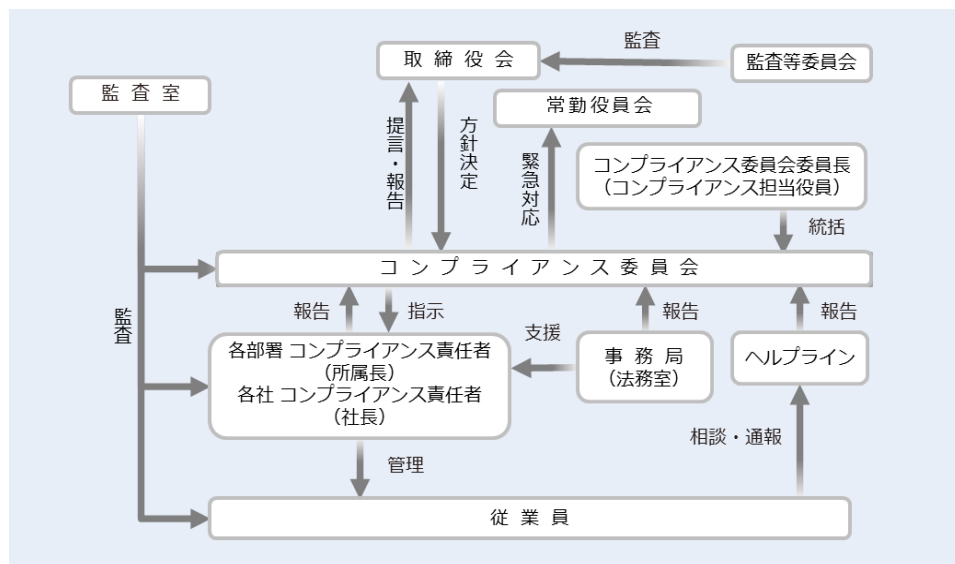
コメリグループは、あらゆるステークホルダーの皆様の幸せのために、経営理念である「コメリのねがい」を経営の根幹に据え、「コメリグループ綱領」に基づいて事業活動を行っています。どれだけ世の中が変わろうとも、平和で豊かで幸せでありたいという人々の願いは変わることはありません。

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則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。

コンプライアンスに関する基本的な考え方

コメリグループは、企業倫理と社会規範を尊重し、法令等を遵守し、誠実かつ公正な事業活動を実践することにより、お客様、株主様、お取引先様、従業員、地域社会等のステークホルダーの皆様、そしてご縁のあったすべての方々を幸せにするために存在することを願っています。そして、「遅れた分野の流通近代化」を実現するという社会的課題を解決することが、コメリグループの使命であり、社会的責任であると考えています。

【コメリグループのコンプライアンス体制図】



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。

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などを行い、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

公正取引の推進

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。

下記の考え方のもと、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。

税務に関する基本的な考え方

コメリグループでは、コンプライアンスの基本的な考え方に基づき、法令等を遵守し、社内ルールの整備と適切な運用を行っています。事業活動を行ううえでは、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の構築・維持に努め、税務当局と意見の相違が生じた場合は、建設的な対話により、その解消に努めます。

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、情報漏洩やサイバー攻撃等、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。

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。

カスタマーハラスメントへの対応

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人権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、右記の「コメリグループカスタマーハラスメントへの対応方針」を定めるとともに、社内相談窓口の設置を行っております。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おります。



コメリグループカスタマーハラスメントへの対応方針

1 基本的な考え方

コメリグループでは、従業員全員が安心・安全・健康に働ける就業環境を維持するため、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許容される範囲を超えるもので、従業員の就業環境が害されるものについては、警察等と連携の上、毅然とした態度で組織対応します。

2 カスタマーハラスメントの定義

お客様等の言動のうち、その言動が社会通念上許容される範囲を超えるもので、従業員の就業環境が害されるものとします。

<対象となる具体的な行為例（これらに限定されません）>

- ・暴行、傷害、脅迫、中傷、名誉毀損、侮辱、暴言、土下座の強要等
- ・長時間の電話、店舗からの不退去、店舗外等での従業員に対する拘束的な行動
- ・盗撮、無断撮影、つきまとい、従業員に対する接触、性的な言動
- ・SNS・インターネット上での会社や従業員に対する誹謗中傷
- ・契約等により想定しているサービスを著しく超える要求
- ・その他上記言動や要求に相当する不当な要求

3 カスタマーハラスメントに対するコメリグループの取り組み

- ① 定期的な研修等の実施による方針等の従業員への周知
- ② 相談窓口の設置等による報告体制の整備
- ③ 必要に応じた警察等の外部機関との連携
- ④ 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、社内研修等を通じた周知

企業価値向上の基盤 コンプライアンス

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。

(採用活動に関するご相談窓口)
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ございません。

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



コメリグループ
公正採用方針



個人情報保護はコメリプライバシーポリシー（<https://www.komeri.bit.or.jp/privacypolicy/>）に基づいて取り扱います。

採用選考における面談時に提示しているお約束

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人権と多様性を尊重し、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。

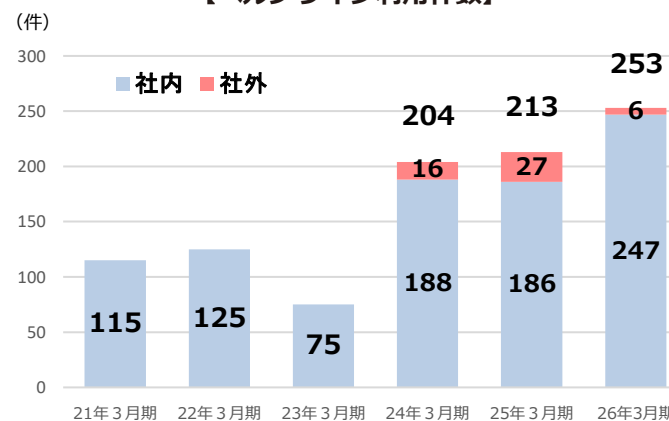
- 1 人権の尊重と差別の撤廃
あらゆる差別を排除し、応募者の適正と能力のみに基づく選考を行います。
- 2 ハラスメント行為の根絶
いかなる形態のハラスメントも許さず、安全で安心な選考環境を提供します。
- 3 公正性と透明性の確保
選考プロセスは公正を期し、必要な情報を誠実に開示します、
- 4 開かれた相談窓口
採用活動に関するハラスメント等の相談窓口を設置します。
社内相談窓口：メール soudan@bit.or.jp
社外相談窓口：メール oshirase@resus.co.jp
- 5 個人情報の取り扱い
応募者の個人情報は、コメリグループプライバシーポリシーに基づいて取り扱います。

ヘルプライン

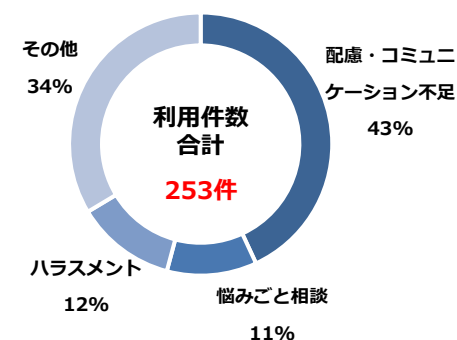
コメリグループでは、従業員が、自らの行動が法令や社会規範、社内規程、マニュアル等に違反または違反している恐れがあるか等、判断に迷い、疑問に思った時、あるいは違法行為の発生または発生の恐れがあると判断した時に、相談・通報するための窓口として「ヘルプライン」を設けています。「ヘルプライン」の連絡先を社員手帳に掲載し、各種社内研修でも周知しています。

「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。

【ヘルプライン利用件数】



【相談内容の内訳】



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、定期的に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うえで、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	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いたるすべての過程において、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	- 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うえ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商品の調達先を分散化する等、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を整備する - 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うえ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		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	2026年3月期
損益計算書	営業収益（百万円）	329,588	341,956	346,863	348,573	385,700	376,094	379,401	370,752	379,192	385,384
	営業総利益（百万円）	112,379	116,277	119,109	119,402	136,918	131,859	132,065	127,211	130,181	133,129
	営業利益（百万円）	16,689	16,964	18,123	18,469	30,326	27,825	26,053	22,081	22,396	23,055
	経常利益（百万円）	16,811	17,087	18,237	18,625	30,369	28,248	25,812	22,214	22,248	23,395
	親会社株主に帰属する当期純利益（百万円）	11,017	10,907	10,935	11,941	20,402	17,897	17,096	13,712	13,719	14,645
貸借対照表	総資産額（百万円）	306,562	319,771	326,435	331,140	348,159	354,788	361,387	372,851	386,661	394,194
	純資産額（百万円）	155,241	164,958	173,968	181,990	200,561	213,840	227,347	236,248	246,316	256,979
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）	26,719	22,400	23,336	24,475	36,553	25,856	19,873	21,364	23,120	23,825
	投資活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	△13,923	△16,914	△20,280	△9,816	△14,232	△11,260	△11,664	△15,433	△18,200	△18,066
	財務活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	△14,854	△6,229	△6,170	△9,039	△14,569	△12,476	△13,504	△3,289	△5,250	△9,973
	現金及び現金同等物の期末残高（百万円）	7,568	6,819	3,710	9,330	17,082	19,201	13,905	16,547	16,216	12,002
財務指標	ROA（％）	5.5	5.5	5.6	5.7	8.9	8.0	7.2	6.1	5.9	6.0
	ROE（％）	7.3	6.8	6.5	6.7	10.7	8.6	7.8	5.9	5.7	5.8
	自己資本比率（％）	50.6	51.5	53.2	55.0	57.6	60.3	62.9	63.4	63.7	65.2
	総資産回転率（回）	1.08	1.09	1.07	1.06	1.14	1.07	1.06	1.01	1.00	0.99
	営業総利益率（％）	34.1	34.0	34.3	34.3	35.5	35.1	34.8	34.3	34.3	34.5
	営業収益営業利益率（％）	5.1	5.0	5.2	5.3	7.9	7.4	6.9	6.0	5.9	6.0
株式・株価データ	1株当たり当期純利益（円）	217.54	215.35	215.90	236.58	410.25	360.22	351.62	286.06	289.12	309.72
	1株当たり純資産額（円）	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	5,472.59
	1株当たり配当金（円）	38	39	40	42	45	46	50	52	54	56
	配当性向（％）	17.5	18.1	18.5	17.8	11.0	12.8	14.2	18.2	18.7	18.1
	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	53,809,168
	株価収益率（倍）	12.66	13.16	12.56	8.18	7.52	7.30	7.78	12.10	10.24	11.30
	株価純資産倍率（倍）	0.90	0.87	0.79	0.53	0.76	0.60	0.59	0.70	0.57	0.64
その他データ	店舗数（店）	1,182	1,186	1,192	1,197	1,208	1,214	1,214	1,220	1,228	1,234
	従業員数（人）	4,633	4,588	4,646	4,253	4,463	4,454	4,300	4,110	3,953	3,750
	（外、平均準社員数）	4,710	4,842	4,777	5,106	5,189	5,006	4,815	4,840	4,752	5,602

※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

IR情報

IR活動

コメリでは、毎期本決算・中間期決算発表後に決算の説明会を開催しています。説明会では、コメリグループのミッションや現在の業績や今後の戦略等について説明を行っています。

2026年3月期については、オンラインのライブ配信の決算説明会を2回（本決算及び中間期）、138件のIRミーティングを行いました。

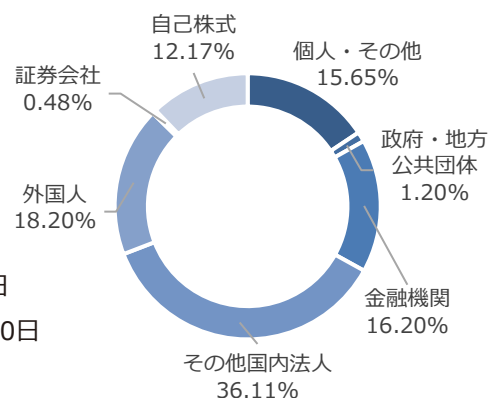
適時開示の方針

コメリは、IR担当役員及び担当者を選任し、株主・投資家の皆様をはじめとするすべてのステークホルダーに対し、コメリグループの持続的な成長と中長期的な企業価値向上の実現を目的とした適時適切な情報開示及び建設的な対話に努めています。アナリスト・機関投資家向けに、中間期及び期末決算においては決算説明会を開催しました。なお、寄せられたご意見等については、必要に応じて取締役会で報告を行うこととしています。

株式情報 (2026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	53,809,168株
株主数	11,873名
1単元の株式数	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

株主分布状況



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
従業員数	3,750名（2026年3月期末）
連結子会社	株式会社ライフコメリ 北星産業株式会社 株式会社ムービータイム 株式会社ビット・エイ 株式会社コメリキャピタル

詳細は、下記のコメリ公式ホームページをご覧ください。

トップページ <https://www.komeri.bit.or.jp/>



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、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。





いつもそばに、ずっと

KOMERI