



# コマニーグループ 統合報告書2020



Japan.  
Committed  
to SDGs



SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS

すべての人が光り輝く人生を送るために、  
より良く働き、より良く学び、より良く生きるための  
持続可能な環境づくり、人づくりに貢献する



トップメッセージ 05

□ コマニーの価値創造

コマニーの持続的な成長 09  
リスクと機会 13  
2030年に目指す姿 ～ROAD to 2030～ 15  
価値創造ストーリー 17  
中期経営計画 ～FY2020中計～ 19

□ コマニーの事業戦略

これからの事業戦略 20  
オフィス市場 21  
工場市場 23  
医療・福祉市場 25  
学校市場 27  
トピック 29

□ サステナビリティ経営の取り組み

お客様第一の追求 35  
お取引先様(サプライヤー)とのパートナーシップ 39  
地球環境との共存 41  
人間性尊重の職場づくり 43  
社会貢献活動 47  
コーポレート・ガバナンス 49  
役員紹介 51

□ これまでの業績

財務情報 53  
会社情報 57

オフィス



## CASE STUDIES

工場



医療・福祉



公共



学校





# 変化への挑戦

(Challenge for Change)

～新たな世界へ～

代表取締役 社長執行役員 塚本 健太

時代は平成から令和へと変わり世の中が大きく動いていますが、2020年は新型コロナウイルス感染症の拡大によって人々の生活が様変わりしております。働き方や学び方を含めた生活スタイルも一変しました。私たち地球人は今、これらを含めた多くの課題とともに生きています。地球温暖化の影響は私たちの日常生活においても無視できない状況となっており、毎年発生している台風や大雨による被害の規模は増えています。日本国内では大きな地震被害も頻発しており、今後も大規模な地震発生リスクについて警鐘が鳴らされ続けています。

これらの多くは私たち地球人が自然との共存を忘れ、経済発展のために、効率のみを追い求めて大量生産・大量消費を繰り返した結果であることを認識すると同時に、これらを継続する未来には本当の幸福はないと今こそ気づかな

ければなりません。このような社会とは決別し、これからは経済だけではなく、社会、環境との調和の中で発展を目指すニューノーマルを築いていくことが私たちの目指すべき姿ではないでしょうか。私は新型コロナウイルス感染症の拡大という出来事によって、この重要性が一気に目の前の問題として認識されるようになったと実感しております。

私たちコマニーグループは、関わるすべての人の幸福に貢献できる経営を目指し、誰一人取り残すことなく、一人一人がより明るく光り輝く世の中にしていきたいと考えています。そのために、普遍的に変えてはならない大切な軸である私たちの理念を守りつつ、変化すべきところは大胆に変化していくことを目指し、「変化への挑戦(Challenge for Change)～新たな世界へ～」を掲げ、取り組んでおります。

## コマニーの創業の精神と理念

コマニーのはじまりは、キャビネットメーカーとして誕生した1961年にさかのぼります。創業者である塚本信吉は、創業当初よりお客様や従業員との信頼をもとに経営することに大変な苦勞を味わいました。そのような辛く厳しい創業期を乗り越えるにあたり、経営を行う上で本当に大切なことは「(金銭ではなく)心である」という結論にたどり着きました。以来、人として正しいことを貫く「人道」と、仲間とともに切磋琢磨して励む「友愛」の精神、そして人の心を何よりも大切にして経営してまいりました。パーティションによって間を仕切ることで空間に価値を創造することから始

まった私たちの事業はその後、技術を蓄積し応用することによって意匠や機能性を向上させ、空間を表現することで価値を高めてまいりました。私たちは「間仕切り」という言葉の本当の意味を追求し続け、単に空間を分けるということにとどまらず、「場を仕切る」という言葉が「場をまとめる、場をつくり上げる」という意味をもつと同様に、その空間にとって最適な間をつくり上げることを目指して事業を展開してまいりました。パーティション専門メーカーとなってから半世紀余り、当社は業界のリーディングカンパニーとして発展してまいりました。



## 社長就任1年目の所感

私は昨年6月に社長に就任し、一年が経過しました。この一年の間も自然災害や新型コロナウイルス感染症拡大をはじめ多くのことが起き、まさに激動の年でした。このような中で大切にすべきものは何かと考えた時、やはり創業時から脈々と流れる「我等の精神は、人道と友愛である」にも表れている精神と、「企業は世の中の幸福に貢献するために存在すべきである」という信念であると確信しています。創業から受け継がれているこの精神、理念を基軸とした経営は今後も変わることのない普遍的なものとして大切にまいります。

その一方で、世の中の激しい変化に適応すべく、変化すべきところはスピード良く変化していくことで企業価値を向上させることにも努めてまいりました。私たちは今、「変化への挑戦」を合言葉に、変化に恐れず積極的にチャレンジするこ

## Empower all life ～すべての人が光り輝く人生を送るために～

現在、私たちの事業を取り巻く環境は、5GやIoT、AIをはじめとした技術革新が加速度的に進化している一方、日本の人口減少や少子高齢化がもたらすさまざまな課題に加え、首都圏への一極集中の加速による地域格差の広がりや災害への脆弱性への対応の必要性、地球環境問題や感染症問題など、人々の生活様式を大きく変化させる多くの課題が山積しています。これらを解決していくために取り組むべき課題として私たちは「自立分散型社会への取り組み」「ダイバーシティ&インクルージョンによるイノベーション促進」「技術革新による空間価値の向上」「環境保護や防災・減災などへの対応力向上」に重点を置きました。そして空間創造においてこれらの課題解決を図るための4つの成長領域として「Environment～持続可能な“地球環境づくり”」「Safety & Security～災害と共生する“まちづくり”」「Activity～人々の活動の先にある“間づくり”」「Well-being～いきいきと活躍できる“人

とで、これからの成長へ向け取り組んでおります。今後はこれまで蓄積したノウハウや技術をさらに高め、産官学民連携のパートナーシップも加えてさまざまな社会課題と向き合い、空間に新たな価値を創造することを通じてこれらの課題を解決し、一人一人が光り輝けるような「間づくり」「人づくり」の実現に向け、取り組んでまいります。

今後も、当社の使命である「すべての人が光り輝く人生を送るために、より良く働き、より良く学び、より良く生きるための持続可能な環境づくり、人づくり」を実現するために、間仕切事業で世の中にさらなる貢献をしていくと同時に、変化する世の中に必要とされるようにスピード良く積極的に挑戦してまいります。

づくり”」を定めました。この4つの成長領域を私たちの事業領域であるオフィス・工場・医療・福祉施設・学校などそれぞれの市場においていかに活動するかを明確化し、事業を展開してまいります。

このような活動を通じて、私たちはこれまでのような「大量生産・大量消費で効率のみを追求する一方で誰かが取り残されたり、環境が犠牲になったりするような社会」ではなく、「誰一人取り残すことなく一人一人が自分らしく光り輝けると同時に、その一人一人が共存共栄の中でこれまで以上に繋がりが合い、お互いを活かし合うような社会」をつくっていくことが大切であると考えております。私たちは2030年に目指す姿として「Empower all life」を掲げ、経済・社会・環境の調和の中ですべての生命が光り輝く社会の実現に貢献することを目指します。

## 価値創造モデル「コマニーSDGs<sup>∞</sup>(メビウス)モデル」

私たちが2030年に目指す姿として掲げた「Empower all life」の実現にあたっては、2018年に策定した価値創造モデルである「コマニーSDGs<sup>∞</sup>(メビウス)モデル(以下、<sup>∞</sup>モデル)」<sup>\*</sup>に沿って活動を展開しております。この価値創造モデルは、私たちが目指す「すべての人の幸福に貢献する経営」の実現のため、私たちのステークホルダーであるお客様、サプライヤーなどのお取引先様、従業員、地域社会、地球環境、株主・投資家の皆様にSDGsが掲げる目標の実現に向けた取り組

みを通じて貢献することを目指しています。<sup>∞</sup>モデルの右側にはプロダクト・サービスを通じていかに世の中に貢献し、お客様に貢献するかを表し、左側には私たちに関わるステークホルダーの幸福にいかに貢献するかを表しています。さらに、これらがそれぞれ独立して活動が行われるのではなく、相互に作用して相乗効果が生まれ、貢献と発展が持続的に循環することを目指しており、技術革新を通じてこれらを実現することを目指し、施策を展開しています。

<sup>\*</sup>「コマニーSDGs<sup>∞</sup>モデル」P16参照

## 多様性が生み出すイノベーション

また、さまざまな社会課題を解決するためには、多くの人財が集まり多様なアイデアを出し合いイノベーションを起こしていくことが必要です。私たちは、ダイバーシティ&インクルージョン(以下、D&I)の推進が企業としての継続的な発展に必要不可欠であると考え、当社における成長戦略の中心軸をなすものと位置づけております。多様性を重視することで一人一人の能力や個性を引き出し、やりがいと意欲をもって自らの人生を生きる個人が増えることで、組織や社会全体を活性化し、持続的な成長へとつなげていきます。

特に、当社はこれまでの慣習や固定概念によって男性中

心の職場が作られてきました。これは私たちにとって打破すべき重要課題であると捉えております。私たちは、2019年にサステナビリティ経営推進委員会、D&I推進分科会を立ち上げるなど、多様性でイノベーションを起こす会社風土づくりをスタートさせ、経営幹部を始め全社員でD&Iの実現に取り組んでおります。

2030年にはジェンダーギャップを始めとするさまざまな壁をなくし、女性従業員比率目標30%以上、女性管理職比率目標20%以上を大きく達成することで、すべての人が自分らしさを尊重される社会や、会社づくりを目指してまいります。

## 2030年へのムーンショット実現を目指して

最後に、SDGsが目指す「より大きな自由における普遍的な平和の強化を追求する」とは、私たちの使命である「すべての人が光り輝く人生を送る」ということと一致していると考えております。当社の価値創造モデルである「コマニーSDGs<sup>∞</sup>モデル」にあるように、お客様、従業員、お取引先様、地域社会、地球環境、株主・投資家様などすべてのステークホルダーの皆様との積極的な対話を大切にしながら、具体的な計画と目標を設定し、着実に実施してまいります。

これに加え、国連グローバル・コンパクトの4分野10原則に

とは企業が果たすべき社会的責任であると同時にイノベーションの可能性であると捉え、私たちは国連グローバル・コンパクトに署名し、10原則の実現を推進してまいります。

私たちがこれまで大切に続けてきた創業の精神と理念は、これからも変えることなく受け継ぎつつ、「変化への挑戦(Challenge for Change)～新たな世界へ～」を合言葉に変えるべきところは大胆に変化させ、新しいことにも積極的に取り組むことで、「すべての人が光り輝く人生を送る」ことに貢献し、世の中になくはならない企業とあり続けられるよう邁進してまいります。

# コマニーの持続的な成長

1961

●高度経済成長期

## 間を仕切る時代（塚本信吉の経営）

- 1961 小松キャビネット(株)設立
- 1970 (株)コマツパーティション工業に社名変更
- 1984 コマニー(株)に社名変更
- 1985 デミング賞受賞

### 間を仕切る価値 ～パーティションの誕生～

高度経済成長期、さまざまな資料を整理、収納するためのロッカーやキャビネットを製造販売する会社として、コマニーの前身となる「小松キャビネット株式会社」が設立されました。

その後、オフィス空間を「仕切る」ことで自由にレイアウトを変更できる「パーティション」を開発し、製造販売を開始しました。業態もパーティション専業に切り替え、「間を仕切る」ことによって、日本の働く環境づくりに貢献してきました。また、1984年には社名を現在の「コマニー株式会社」へ変更しました。



コマニーの前身となる「小松キャビネット株式会社」



1970年  
1970年に社名を「(株)コマツパーティション工業」に変更  
⇒企業名と商品イメージを統一  
(写真は当時の外観)



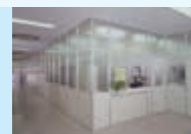
コマツパーティション製品納入例(当時のカタログより)  
空間を「仕切る」ことで、高度経済成長期の働く環境づくりに貢献



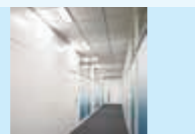
1984年  
1984年に社名を現在の「コマニー(株)」に変更  
⇒CI(コーポレート・アイデンティティ)を導入し、快適機能空間づくりを目的とした間仕切り販売に転換(写真は、当時の社内報)



SS



SL・PL  
●販売代理店営業



NSW

1988

●1991 バブル崩壊

## 間を表現・間の機能を追求する時代（塚本幹雄の経営）

- 1989 名証二部上場
- 1995 アメーバ経営導入
- 1996 TPM優秀賞受賞
- 1997 クラスター(株)を設立
- 1997 格満林(南京)実業有限公司を設立
- 2008 リーマンショック
- 2011 創立50周年
- 2011 南京捷林格建材有限公司を子会社化
- 2011 東日本大震災
- 2012 格満林(南京)新型建材科技有限公司を設立
- 2015 東証二部上場
- 2015 SDGs採択・COP25パリ協定
- 2018 コマニーSDGs宣言

### 多様な商品ラインナップで事業拡大

「快適空間・機能空間」をキーワードに、さまざまな空間に対してパーティションを使ってイメージを表現したり、新たな機能を拡張・追求したりすることで、コマニーは成長を続けてきました。パーティション専業メーカーとして、お客様の声に真摯に耳を傾け、パーティションがもつ可能性を最大限に引き出しながら多様な可能性を追求することで、空間づくりへの貢献を広げてきました。

#### 間の表現

パーティションにより仕切り方を变化させることで、空間の持つ表情を多彩に表現することができます。ときには華やかに、ときには落ち着いた雰囲気。パーティションによる空間づくりは、利用する「人」の五感に伝わり、生活をより豊かにしてくれます。私たちは、お客様の声に真摯に向き合い、高い技術力でさまざまな空間づくりに取り組んできました。



2005年  
木製ドアなどを使い、温かみのある空間づくりを実現(福祉施設)  
▶『やさしいドア』シリーズ  
※2019年グッドデザイン賞を受賞



2010年  
日本の空の玄関口となる羽田空港国際線旅客ターミナルの壁面を飾る大きなパネル  
▶『片面化粧パネル(CW)』



2018年  
「ゆるく仕切る」ことで新しいコミュニケーションの形を促す空間づくり  
▶『KOUSHI』

#### 間の機能

パーティションは、その使い方によって空間に新たな機能を与えます。「清潔」という機能、「誰もが使いやすい」という機能、「安心・安全」という機能。生活様式や産業が大きく変化する中、コマニーのパーティションもその機能を変化・追求しながら多様な空間づくりに貢献してきました。



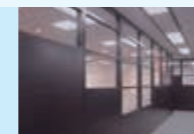
1984年  
クリーンルーム事業へ参入。空気中のホコリやゴミを管理し、最適な清浄度を実現することで、空間としての機能を向上。  
▶『クリーンルーム・パーティション』



2004年  
ユニバーサルデザインを採用した、誰もが使いやすい安心・安全なトイレ空間  
▶ユニバーサルデザイントイレブース『Dear-d(ディアード)』  
※2016年グッドデザイン賞を受賞



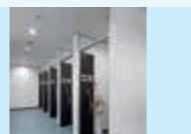
2017年  
震度7相当の地震にも耐えられる高耐震間仕切で、空間に「安心・安全」という付加価値をプラス  
▶高耐震間仕切『シンクロン』



MUP



BD



ディアード  
●医療福祉事業(木製ドア)



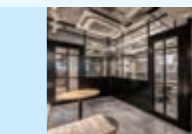
やさしいドア



DP60s

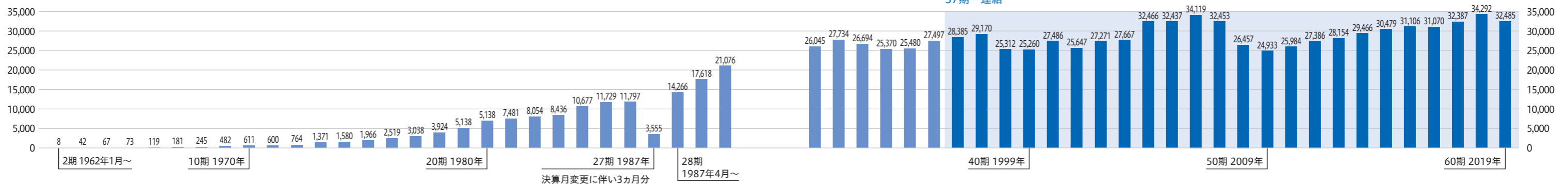


シンクロン



KOUSHI

### 売上高推移(創業～60期) (単位:百万円)



新たな価値創造の時代へ

# コマニーの持続的な成長

2019 2030

●2020 新型コロナウイルス感染症 ●2021 東京オリンピック ●2025 大阪万博 ●2030 SDGs達成

## 間づくり・人づくりの時代へ (塚本健太の経営)

- 2020 デザイン経営導入
- 2020 格満林(南京)新型建材科技有限公司を売却
- 2021 創立60周年

### 社会的課題・環境変化 ⇒ 新しい価値創造の時代へ

私たちは、コマニーグループの使命である、『すべての人が光り輝く人生を送るために、より良く働き、より良く学び、より良く生きるための持続可能な環境づくり、人づくりに貢献する』の実現に向けて、これまでの築き上げたパーティションの技術をさらに発展させ、事業活動を通じてさまざまな社会課題解決に取り組み、「人」がより豊かな人生を送るための「間づくり」と「人づくり」に貢献していきます。

そのためにも、私たちはSDGsに賛同し、当社独自の事業モデルである「コマニーSDGs∞(メビウス)モデル」を循環させ、『技術』をレバレッジポイントとして新たなイノベーションや事業展開を図り、企業価値の向上につなげていきます。



### コマニーSDGs宣言

SDGsの実現に向けて、企業がSDGsに積極的に参加することは必須課題であると捉え、当社は2018年4月2日に「コマニーSDGs宣言」を行いました。SDGsが掲げる目標と、当社の経営理念、方針、戦略を一致させ、具体的な運用を通してSDGs実現に貢献していきます。



### SDGsに関するさまざまな活動

知見向上や内容の充実を図るためにSDGsに関連した活動や取り組みに積極的に参加しています。

- 2018年 8月 国連グローバル・コンパクト署名、GCNJ加盟
- 2018年10月 Japan-CLP加盟
- 2019年 4月 サステナビリティ経営推進室発足
- 2019年 6月 コマニーグループ人権方針策定
- 2019年 6月 小松市とSDGs推進に関するパートナー協定締結
- 2019年10月 再エネ100宣言RE Action 加入
- 2020年 2月 「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」行動宣言に賛同
- 2020年 7月 パートナーシップ構築宣言

## パフォーマンスハイライト

<p><b>売上高</b></p> <p><b>32,485</b>(百万円)</p> <p>2020年3月期(連結)</p>	<p><b>営業利益</b></p> <p><b>1,715</b>(百万円)</p> <p><b>営業利益率</b></p> <p><b>5.3%</b></p> <p>2020年3月期(連結)</p>	<p><b>シェア</b></p> <p><b>25.7%</b></p> <p>2019年度 パーティション工業会 販売高より</p>
<p><b>自己資本比率</b></p> <p><b>60.1%</b></p> <p>2020年3月期(連結)</p>	<p><b>従業員数</b></p> <p><b>1,234人</b></p> <p>2020年3月31日時点(連結)</p>	<p><b>平均年齢</b></p> <p><b>40.7歳</b></p> <p>2020年3月31日時点(単体)</p>
<p><b>技術員比率</b></p> <p><b>42.5%</b></p> <p>2020年3月31日時点(連結)</p> <p>※全従業員における 技術関連業務従事者の割合</p>	<p><b>特許取得</b></p> <p><b>37件</b></p> <p>2020年6月24日時点(連結)</p> <p>※特許、実用新案、意匠の合計</p>	<p><b>CO2排出量</b></p> <p><b>4,799.3 t-CO2</b></p> <p>2018年度比:96.1%</p> <p>2020年3月31日時点(単体)</p> <p>※サプライチェーン排出量における スコープ1、2を対象</p>

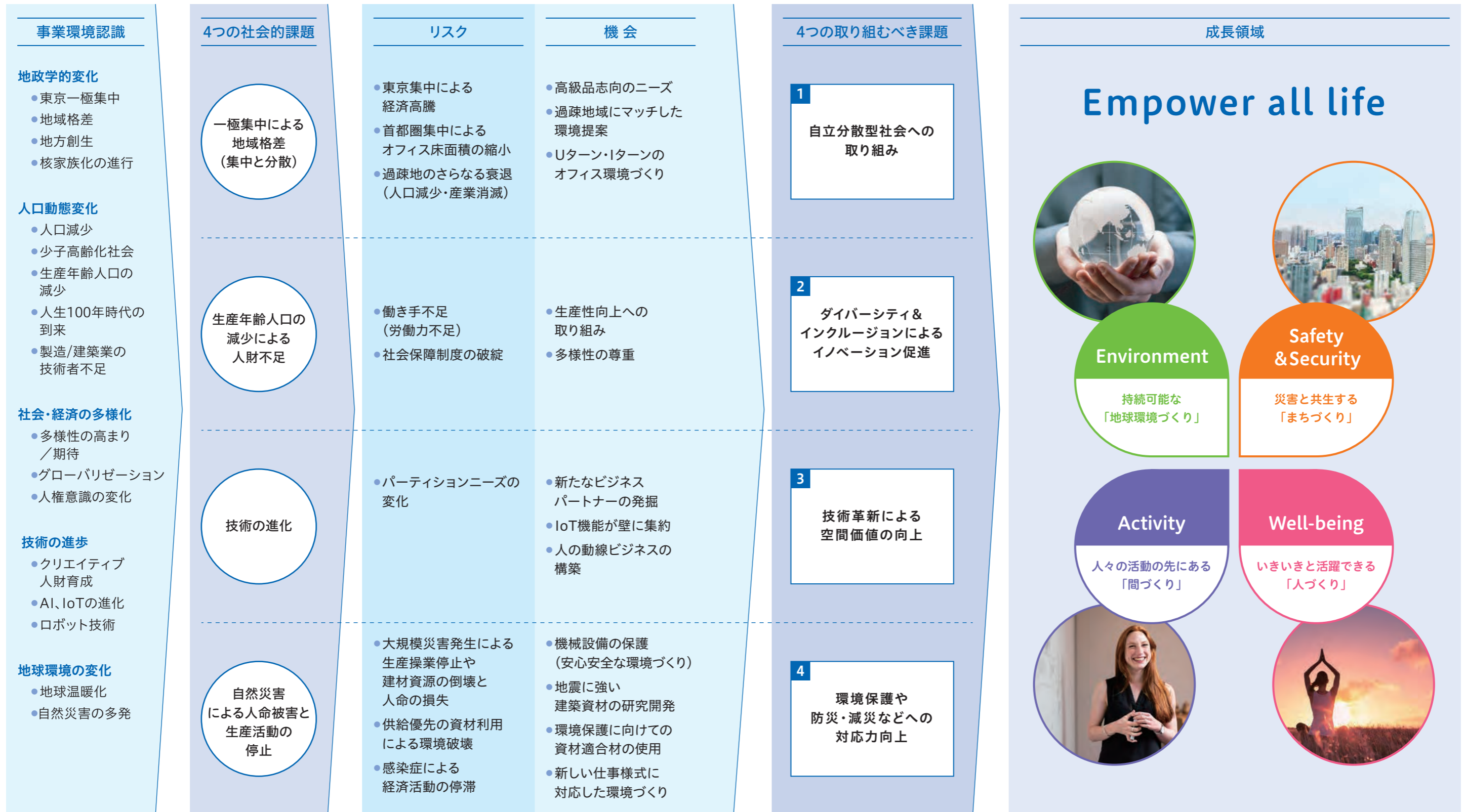
<p><b>サステナビリティに関する評価</b></p> <p>2019年6月 <b>くるみん取得</b></p> <p>2020年3月 <b>健康経営優良法人2020認定</b></p> <p>2020年4月 <b>SBTイニシアチブからの認定(※1)</b></p>	<p><b>サステナビリティに関する表彰</b></p> <p>2019年10月 「やさしいドア」シリーズが 2019年グッドデザイン賞 </p> <p>2019年11月 <b>グリーン購入大賞(大企業部門)大賞</b> </p> <p>2019年12月 <b>日本福祉のまちづくり学会 大会優秀賞(※2)</b></p> <p>2020年3月 <b>JMAQA AWARDS 2020受賞</b> </p>
---	--

※1:日本で62社(2020年3月1日現在) ※2:「オフィスタイルのオールジェンダー利用に関する研究会」研究発表

# リスクと機会

SDGsの達成期限である2030年を一つの区切りとして当社グループを取り巻く事業環境を大きく4つの社会的課題として分類し、これらの社会課題が当社グループにおいてどのような事業リスクをもたらす要因か、また成長機会になり得るかを整理しました。

こうした環境認識のもと、これまでの当社グループの取り組みを踏まえ、4つの取り組むべき課題として整理し、さらに4つの成長領域を設定しました。それぞれの成長領域において社会課題の解決を通じて企業価値を向上し、すべてのステークホルダーの皆様の幸福に貢献していきます。





# 2030年に目指す姿 ~ROAD to 2030~

2030年への  
ムーンショット

## Empower all life

### 一人一人が光り輝く社会に貢献

私たちが目指す企業像は、これまでのように大量生産・大量消費による効率のみを追求する姿ではなく、「持続可能な社会の実現や、関わるすべての人の幸福に貢献し、心豊かな世の中をつくっていくこと」です。かけがえのない一人一人の人生が自分らしく光り輝きつつ、人と人とのつながりがより深まっていくような社会づくりを目指し、取り組んでいきます。

### 2030年までの主な指標

#### 事業系(経済)の主な指標

- 自立分散型モデル都市づくりの協働
- 分散型の働き方環境の実現
- 災害時リスク軽減人口:100万人

#### 社会系の主な指標

- ユニバーサルデザイン商品:商品拡充
- 女性従業員比率:30%
- 女性管理職比率:20%
- 障害者比率:3.5%

#### 環境系の主な指標

- エコ商品比率:100%
- 温室効果ガス排出量:3,665 tCO<sub>2</sub>/年
- 温室効果ガス排出量(2013年度比):50%
- 再エネ率(RE100宣言 RE Action):50%

### 目指す姿と成長領域

2030年へのムーンショット「Empower all life ~一人一人が光り輝く社会に貢献~」の実現のために、コマニーでは現状や予測される社会課題から4つの成長領域を定めました。地球規模から一人一人の意識領域までを空間スケールと捉え、「地球環境づくり」、「まちづくり」、「間づくり」、「人づくり」を4つの成長領域として持続可能な環境づくり、人づくりに貢献できるよう価値創造に取り組んでいきます。

地球大

空間スケール

意識領域

地球スケール



#### Environment

持続可能な  
「地球環境づくり」

- 価値創造の視点
  - 地球温暖化
  - 再エネ・省エネ
  - 循環型社会への対応
  - エコ商品
- 価値創造のアプローチ
 

エコ商品の拡充と生産工程における環境負荷を削減し、持続可能な環境づくりに貢献します。

地域や施設スケール



#### Safety & Security

災害と共生する  
「まちづくり」

- 価値創造の視点
  - 耐震
  - 二次災害対策
  - BCP対策
  - 品質基準
- 価値創造のアプローチ
 

日常生活だけでなく、地震や災害に強く、二次災害時にも価値が発揮される商品開発と展開で安心安全に貢献します。

一人一人の  
行動におよぶスケール



#### Activity

人々の活動の先にある  
「間づくり」

- 価値創造の視点
  - 生産性の向上
  - 機能性の向上
  - ソーシャルディスタンス
- 価値創造のアプローチ
 

人がより活動できる空間や、新たなイノベーションを起こす場を「間づくり」を通して貢献します。

一人一人に芽生える  
意識スケール



#### Well-being

いきいきと活躍できる  
「人づくり」

- 価値創造の視点
  - 多様性尊重
  - 快適性の向上
  - 健康経営
  - 感染症対策など
- 価値創造のアプローチ
 

すべての人にとって使いやすく、安心できる環境を作り出し、身体的・精神的・社会的によりよく生きられる環境づくりに貢献します。

### 価値創造モデル

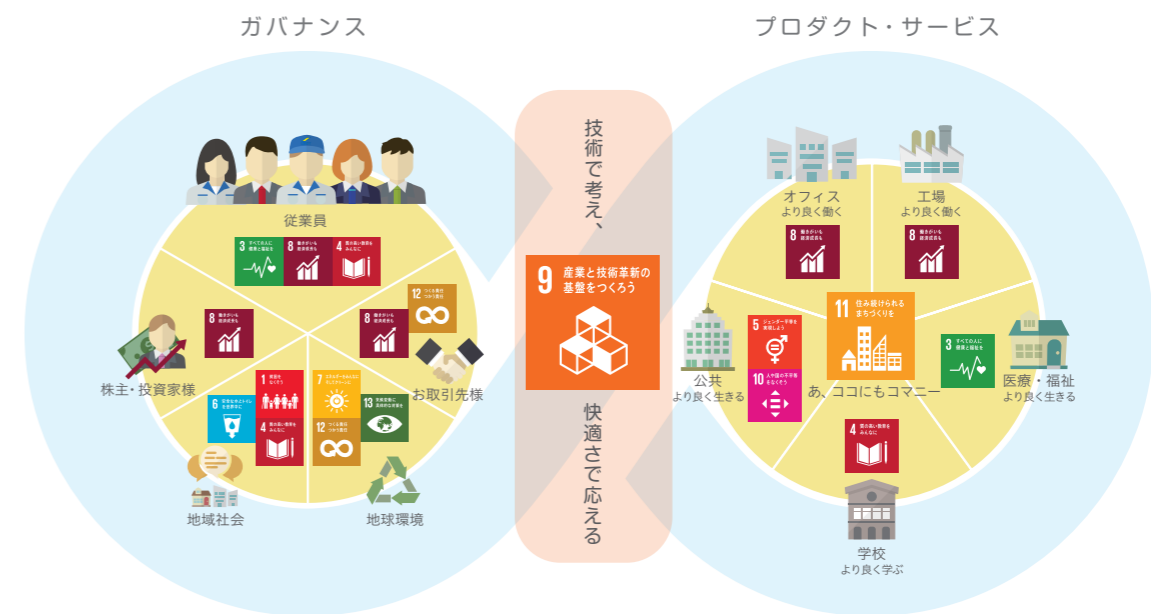
#### コマニーSDGs∞(メビウス)モデル

SDGsを経営に実装し社会課題を解決することを通じて企業価値を最大化し、私たちの目指す「関わるすべての人の幸福に貢献する経営」を行うために作成したビジネスモデルが「コマニーSDGs∞(メビウス)モデル」です。プロダクト・サービス(右側)では私たちの事業領域において、SDGsのどのGoal実現によって社会に貢献するかを表しています。一方、ガバナンス(左側)ではSDGsのどのGoal実現を通じて私たちに関わる各ステークホルダーの幸福に貢献するかを表しています。さらに「ガバナンス」と「プロダクト・サービス」をそれぞれ個別に実施するのではなく、相互に働きかけて効果を上げることを目指して設定したレバレッジポイントがSDGsのGoal9「技術革新」です。私たちは「技術」を世界レベルに向上させることを通じてSDGs∞(メビウス)モデルを持続的に循環させ、企業価値を最大化させることを目指しています。

### Seeking to strengthen universal peace in larger freedom

- 大きな自由における普遍的な平和の強化を追求 -

全従業員の物心両面の幸福を追求すると同時に、人類、社会の進歩発展に貢献する



# 価値創造ストーリー



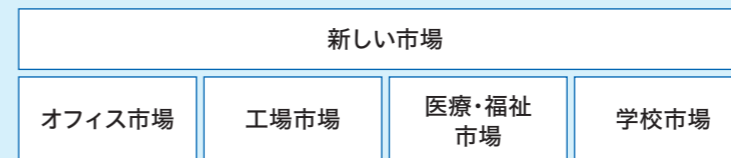
## Empower all life 一人一人が光り輝く社会に貢献

すべての人が光り輝く人生を送るために、  
より良く働き、より良く学び、  
より良く生きるための  
持続可能な環境づくり、  
人づくりに貢献する

### 当社が取り組むべき社会課題 ▶ P.13

- |                 |                                |                  |                       |
|-----------------|--------------------------------|------------------|-----------------------|
| 1 自立分散型社会への取り組み | 2 ダイバーシティ&インクルージョンによるイノベーション促進 | 3 技術革新による空間価値の向上 | 4 環境保護や防災・減災などへの対応力向上 |
|-----------------|--------------------------------|------------------|-----------------------|

### 社会課題からの市場戦略 ▶ P.20



### ステークホルダーとともに創出する価値

#### お客様 ▶ P.35

- 「Empower all life」を実現する製品開発
- 高品質なモノづくり
- 感動・安心・信頼の施工体制

#### お取引先様 ▶ P.39

- パートナーシップ関係構築
- 公正な取引
- 安定的な調達

#### 地球環境 ▶ P.41

- 脱炭素社会への取り組み
- 循環型社会への取り組み
- 生物多様性の保全への取り組み

#### 従業員 ▶ P.43

- 安心・安全に働ける快適職場の推進
- 人財育成
- ダイバーシティ&インクルージョン

#### 地域社会 ▶ P.47

- 地域貢献
- 日本貢献
- 世界貢献

### コマニーの経営資源

- 売上高 32,485(百万円)
- 営業利益 1,715(百万円)
- 営業利益率 5.3%
- 自己資本比率 60.1% (2020年3月期[連結])
- シェア 25.7% (2019年度パーティション工業会販売高より)
- 従業員数 1,234人 (2020年3月31日時点[連結])
- 平均年齢 40.7歳 (2020年3月31日時点[単体])
- 技術員比率 42.5% (2020年3月31日時点[連結]) ※全従業員における技術関連業務従事者の割合
- 特許取得 37件 (2020年6月24日時点[連結]) ※特許、実用新案、意匠の合計

### ガバナンス ▶ P.43



価値創造を支える基盤

### プロダクト・サービス ▶ P.21, P.23



事業による価値創造

技術で考え、

快適さで応える

## 中期経営計画～FY2020中計～

2018年4月に公表した「中期経営計画」は、各市場が持つ社会課題解決を通じて価値を創出し、高収益体質への転換を目指す計画としてスタートしました。2年目までの実績といたしましては、物件ごとの収益性にこだわった活動や業務の整流化などを推進したことにより、収益体質への改善について一定の成果を上げることはできましたが、中国子会社の譲渡などの影響もあり、計画に対して未達成となりました。さらに、新型コロナウイルス感染症の影響による経済活動の縮小や、それに伴う企業の設備投資の減少などにより、3年目となる2021年3月期(FY2020)の財務計画の達成が困難となったことから、財務計画を取り下げることといたしました。今後につきましては、これまで以上に中期経営計画で掲げている収益体質改善の取り組みを強化するとともに、コロナ禍における新たな間仕切り需要にいち早くお応えできるよう事業への取り組みを展開していきます。

単位:百万円、%

		2020中期経営計画(2018年4月～2021年3月)						
		FY2018		FY2019		FY2020		
			伸長率		伸長率		伸長率	
財務	売上高	日本 32,499	103.6	31,736	97.7	3年目の 財務計画は 取り下げました。		
		中国 1,792	178.7	748	41.8			
		34,292	105.9	32,485	94.7			
	営業利益(率)	1,420	83.5	1,715	120.8			
		4.1	-1.1	5.3	1.2			
	経常利益(率)	1,341	77.5	1,566	116.8			
		3.9	-1.4	4.8	0.9			
	親会社株主に帰属する当期純利益	335	36.1	711	212.2			
非財務	環境	温室効果ガス排出量(tCO <sub>2</sub> /年)※1	4,995.2	—	4,799.3	96.1	4,575.6	95.3
	健康	二次検診受診率(%)	78.3	—	100.0	21.7	100.0	0.0
	健康	喫煙率(国内)(%)	31.8	—	25.9	-5.9	19.8	-6.1
	働き方	一人当りの残業時間(H/人・月)	27.7	1.4	21.8	-5.9	20.0	-1.8
	働き方	一人当りの有休取得日数(日/人・年)	8.9	0.7	12.5	3.6	13.3	0.8
	働き方	従業員女性比率(%)	15.2	-1.5	15.9	0.7	17.3	1.4
	働き方	新卒採用女性比率(%)	21.6	6.4	37.1	15.5	51.4	14.3
	安心・安全	リスク軽減人数(人/年)※2	27,000	158.8	44,000	163.0	45,000	125.0
安心・安全	ユニバーサルデザイン商品利用人数(万人/年)※3	766	106.7	880	114.9	1,100	125.0	

※1) Scope1+2のCO<sub>2</sub>排出量

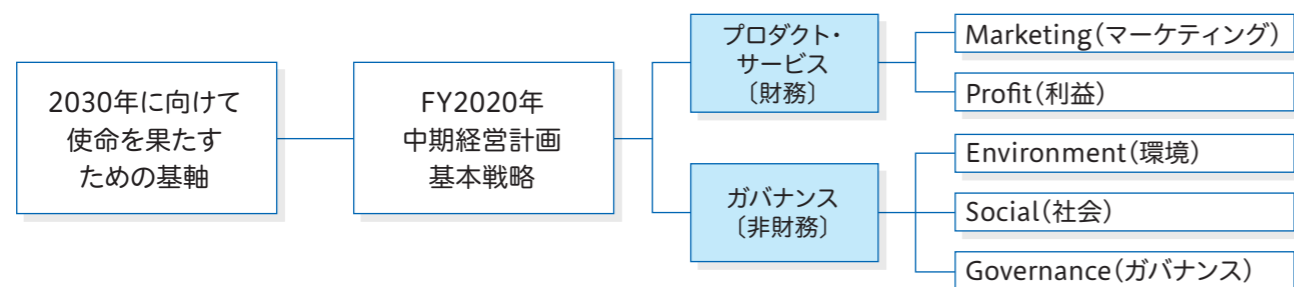
※2) 高耐震間仕切(Synchron)納入の比率より算出

※3) ユニバーサルデザイン(Dear-d)納入の比率より算出

## 「FY2020中期経営計画」達成に向けての基本戦略

2018年4月からの3カ年における「FY2020中期経営計画」は、当社がSDGs宣言して以降、2030年に目指す姿を実現するための最初の中期経営計画として取り組みを展開しています。この期においては高収益体質の確立を念頭におき、事業活動において社会的インパクトの創出と企業価値向上を同時に実現できる企業体質の構築に努めてきました。

3年目となる2021年3月期(FY2020)の財務計画は取り下げることといたしましたが、中期経営計画の実現にあたって掲げた、財務面においては「マーケティング」と「利益」、非財務面においては「環境」「社会」「ガバナンス」の項目に分けて施策を展開する、というそれぞれの基本戦略は継続し、事業に取り組んでいきます。

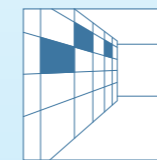


## これからの事業戦略

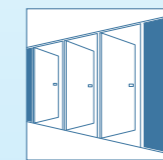
当社は、用途に応じたさまざまな種類のパーティションを製造しており、主な市場として「オフィス」「工場」「医療・福祉」「学校」の4つの市場に提供させていただいています。

一人一人が光り輝く社会に貢献するため、パーティションのトップメーカーとしてお客様のそばにも常に当社の商品があり、誰もが心地よく感じるような空間を提供しています。

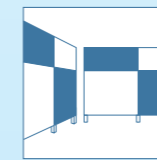
### パーティションの種類



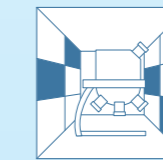
●ハイパーパーティション  
床から天井まで完全に仕切るパーティション



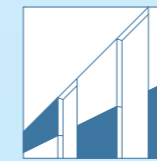
●トイレパーティション  
主にトイレの個室用パーティション



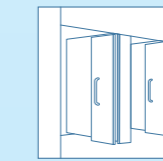
●ローパーティション  
自立型のパーティション



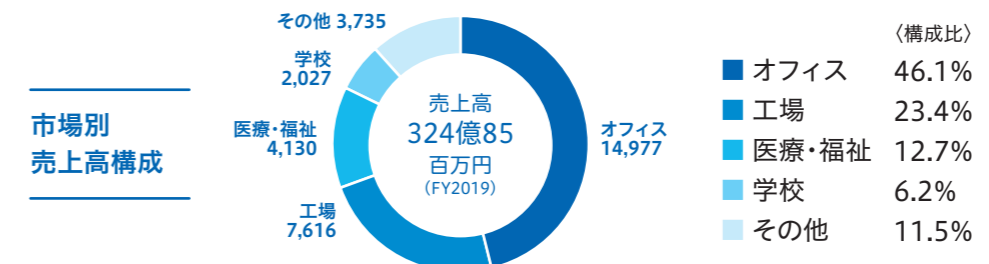
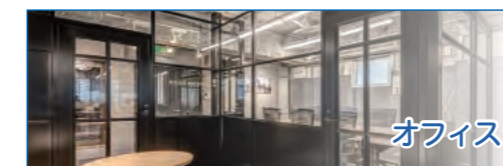
●クリーンルームパーティション  
クリーン環境を保つために適切なパーティション



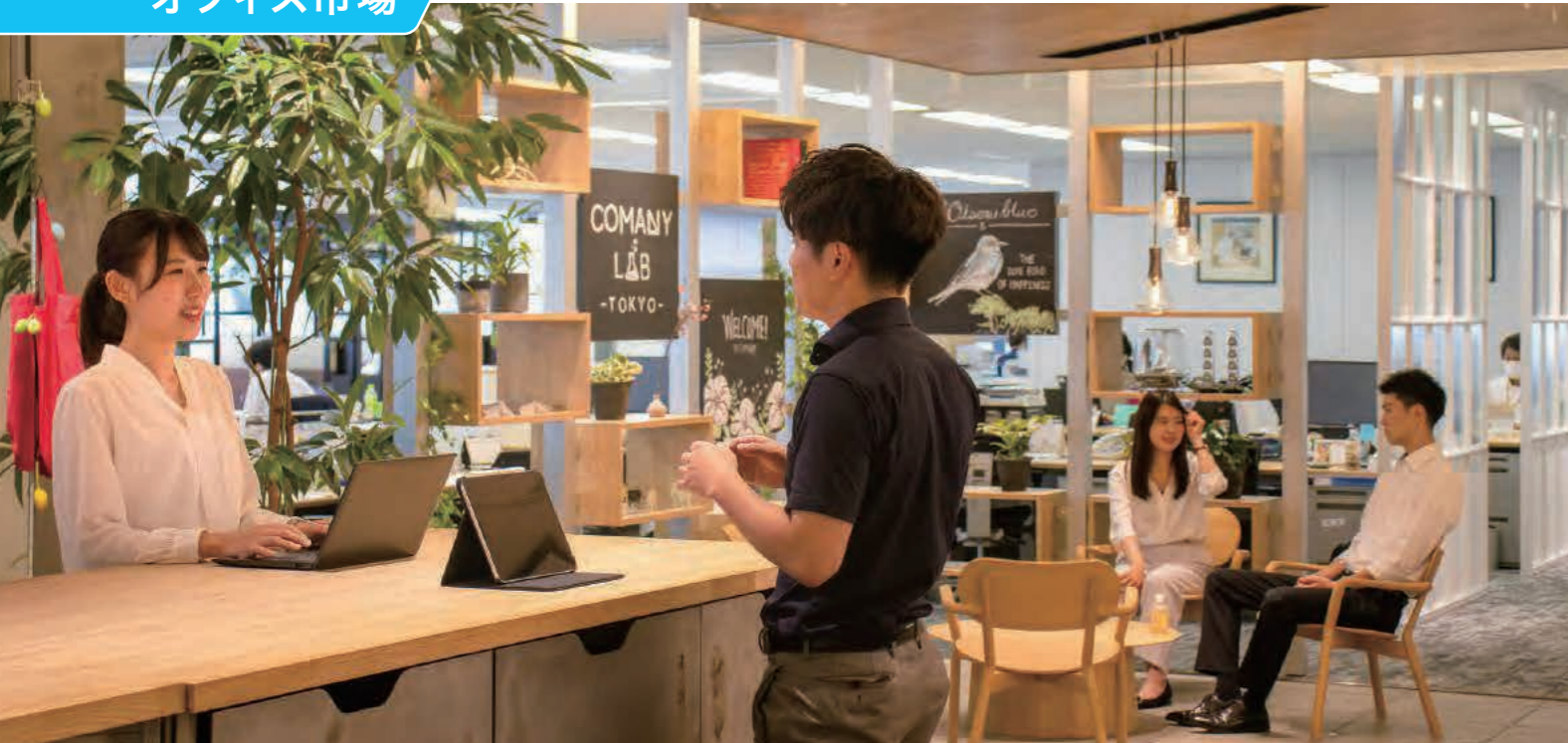
●移動パーティション  
用途に応じて移動可能なパーティション



●ドア製品  
建物の壁に取付ける鋼製および木製ドア製品



オフィス市場

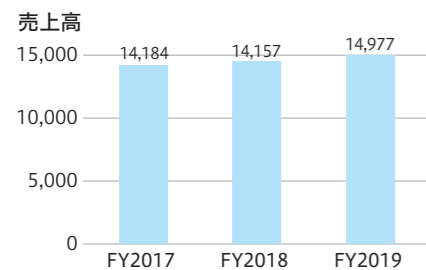


一人一人の働くを支える  
さまざまな働き方ができる空間を創造します

売上高 +3.2%

	FY2017	FY2018	FY2019
売上高	14,184	14,157	14,977

(単位:百万円)



(単位:百万円)

売上高について

首都圏再開発の需要が広がり、オフィス市場の全体需要も増加。その市場性と働き方改革によるオフィスのあり方が変化したことで、オフィス空間の価値を変えるパーティションのニーズが新たな付加価値となり、当社も緩やかに増加しました。

オフィス市場の課題と変化

オフィス市場は今後も働き方の多様化・働く人々の多様化が進みます。その状況は、ありきたりな空間ではなく、それぞれのオフィスごとに個性が生み出されていくことになります。

さらに、オフィス市場においては会社の用意する空間に留まらず、さまざまな空間がオフィス化されていきます。カフェや自宅、そして旅館などの観光施設もオフィス化されていく中で、多様な働き方に適した空間提供を目指していきます。

重点的なリスクと機会

— リスク —

テレワーク等による  
オフィスのあり方の変化

働き方の多様化による  
オフィスのあり方の変化

オフィス投資への二極化

震災等の不測の事態

— 機会 —

オフィスに留まらず、  
第二・第三の働く場が生まれる

会社で働くことへの  
新たな目的・価値の創出

積極投資と消極投資の  
双方へのニーズ

BCP対策空間の提供

オフィス市場の戦略

● 中期戦略

アフターコロナの時代の中でも進むであろう、首都圏の再開を鑑みると都心のニーズは横ばいからやや上向くと予測されます。一方で、地方への新たな働き方を求める人も増えると予測します。この二つの動きは相反するものではなく、両方の価値を得る方が増えていきます。その働き方の変化に伴う空間のニーズを捉え、新たな価値を創造する空間を提供していきます。

▶ 働く上で必要な要件やそもそもの文化の変化が起こると予測されます。(新型コロナウイルスの影響)

● 長期戦略

テレワークが本格的に導入されていく中で、ほとんどのワーカーが働く場を目的に応じて選択できるようになります。パーソナルな空間に必要なことと、公の空間に必要なことが異なる中で、あらゆる形態の働き方の目的に対応できる空間価値を生み出し、提供していきます。

そのために個人ワークをすることに最適な空間、公の空間に集まる意味を追求し続けます。

オフィス市場の取り組み

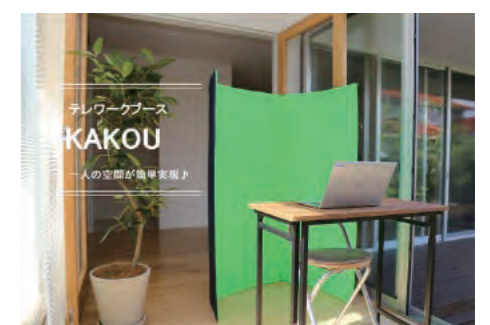
センシング技術・バイタルデータを活用したオフィスでの環境調査を継続して実施しています。さらに北陸先端科学技術大学院大学様との産学連携研究にて、個別のブース単位での環境研究を実施しています。そこではCO2濃度などの環境がどのように変化していき、その変化がどのように人へ影響するかの研究に加え、センシング技術の活用により、スマートフォンなどで照明などの操作ができる環境も実験しています。



どこでもブースKAKOU

今後、社会インフラが整う中で、働く場をより選べる環境になると予想されていたところに、新型コロナウイルスの影響もあり、人々が自宅で働くことが急速に進みだしています。

つまり今や自宅もオフィスと化していると捉えるべきです。自宅がオフィス化した際の課題に対し、当社は日本古来の仕切り方である屏風に着目し、「どこでもブースKAKOU」を2020年7月にリリースしました。



工場市場

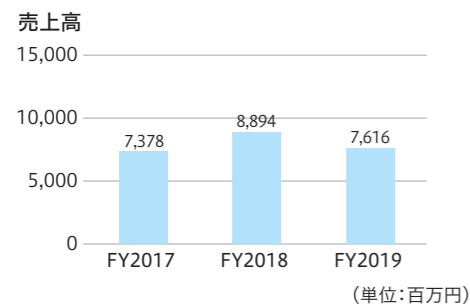


## 工場働くすべての人が 生産性高く安全に働ける空間を創造します

売上高 **-14.4%**

	FY2017	FY2018	FY2019
売上高	7,378	8,894	7,616

(単位:百万円)



### 売上高について

2018年度より企業の設備投資額は減少し始めており、その影響によって売上高が減少しています。  
工場市場は特定のエンドユーザーからの売上が多く、その企業に対する売上高に依存しています。今後の課題でもあるため、課題解決に取り組めます。

### 工場市場の課題と変化

工場市場は大きな変革の局面を迎えています。技術の伝承や労働人口の減少により、デジタル化への変革が急務であると考えられ、ロボット導入による自動化・省人化や、IT、IoT、ビッグデータ、AIなどの活用による生産工程の合理化などが進められています。加えて、労働力確保のために多様な人財の積極登用なども増加してきています。  
感染症によるサプライチェーン分断のリスク回避から工場の国内回帰の動きもみられています。

### 重点的なリスクと機会

— リスク —

- 働く人財の不足
- 自然災害による生産活動の停止
- 国策や貿易摩擦による海外拠点の見直し

— 機会 —

- IT・IoT・ロボット等の導入による空間提案
- さまざまな背景を持った人に対応できる空間提案
- BCP対策商品の強化
- 国内回帰ニーズの取り組み

### 工場市場の戦略

#### ● 中期戦略

今後3年程度は製造業の設備投資は縮小傾向にあると予測されます。しかし、その中でも工場働く人が働きやすく、快適な空間づくりの需要は今後も高まるであろうと考えられます。アフターコロナにおける工場での新しい働き方などのニーズを捉え、工場働く人々が生産性高く働ける空間づくりに最適な商品を提供していきます。

#### ● 長期戦略

クリーンルーム事業で培ったノウハウを応用した新たなサービス開発と、さらなる販路拡大を行っていきます。  
また、今後の製造業に求められる多品種少量生産に合わせた生産体制構築に役立つ商品開発・空間提供を行っていきます。

### 工場市場の取り組み

大量生産の時代から顧客ニーズは多様化しており、多品種少量生産に対応できる工場が求められる時代へ変化してきています。そのため、工場内では流動的にラインを変化させることを求められ、間仕切りのライン変更が要望されるようになっていくと考えています。そういった工場のあり方の変化に対応できるような市場研究を行っています。



### 工場用「モバイルロボット」の運用がスタート

本社工場にて「モバイルロボット」の運用がスタートしました。このモバイルロボットは、輸送ロボットであり、工場内で完成製品や部材を輸送します。今後の新たなニーズを見越してコマニー工場内でも試験運用を開始しました。既存ユーザーを中心に、工業系ソリューションの新たな価値創造の提案として商品化し、サービスの幅を広げていきます。



医療・福祉市場

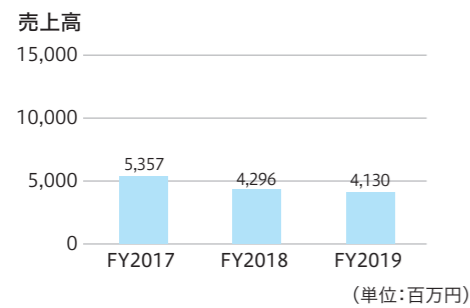


## 患者様の安心・安全と医療・介護スタッフ様の働きやすさを考えた空間を創造します

売上高 **-3.9%**

	FY2017	FY2018	FY2019
売上高	5,357	4,296	4,130

(単位:百万円)



### 売上高について

介護保険法改正が3年に1度行われており、最終年度の2017年度は工事などの需要が大きく、改正の年である2018年度は、反対に様子見の傾向で工事等は比較的少なかったため売上にも影響しています。また、大都市以外での介護施設の新築は減少傾向となっています。

### 医療・福祉市場の課題と変化

医療市場は人口あたりの病床数が諸外国よりも多く、保健医療へのニーズの多様化から、人財不足や医師の長時間労働が長期的な課題となっています。

その課題を解決するため、ICT、ロボット等の技術により診療方法の変化や医療技術の高度化が進んでいますが、いまだ利用者にとってやさしい環境とはいえません。

医療の質を下げず、利用者のプライバシーを確保し、医療スタッフの方も働きやすい空間提供を目指していきます。

### 重点的なリスクと機会

#### — リスク —

多様な医療ニーズによる人財不足

少子高齢化による病床機能の変化

病院の赤字経営

新型コロナウイルスの影響

#### — 機会 —

ICT・ロボット等の導入による空間提案

病床機能と施設基準に合わせたニーズへの対応

病院の統廃合

感染症対策の強化

### 医療・福祉市場の戦略

#### ● 中期戦略

後期高齢者人口の急増、平均寿命の延びにより慢性期患者が増加傾向となり、入院医療需要が上昇すると考えられる一方、労働力はさらに減少する見込みです。今後は医療スタッフの方が働きやすく、利用者の方にとっても快適な空間を提供していきます。

▶ プライバシーと感染防止の観点より療養空間の変化が起こると予測されます。

#### ● 長期戦略

高齢化社会に伴い、これまで以上に医療や介護従事者の人財不足が課題となる中、地域医療や福祉施設との連携が必要となり、病院のあり方も変化していきます。医療の質を保ち、各施設において安心・安全で快適な医療空間を研究し提供していきます。

### 医療・福祉市場の取り組み

これまでカーテンで仕切るのが当たり前だった空間も、新型コロナウイルスの影響による感染症対策として清掃が容易な仕切りが求められることや、プライバシーの観点からも個別の空間が確保できる間仕切りが求められるようになりました。そこで、利用者の安全性と医療スタッフの方の働きやすさを考慮した医療空間のあり方を研究しています。



### 使用済みおむつ搬送ロボットを開発

病院や福祉施設向けに使用済みおむつの搬送ロボットを開発しました。交換後のおむつ処理をより衛生的で快適にできるよう考えました。ロボットが病室へ移動し、交換したおむつを投入するとパッキングしゴミステーションへ自動搬送するロボットです。今後も医療・介護スタッフの方々の負担を和らげ、働きやすいサービスや空間を提供していきます。



学校市場

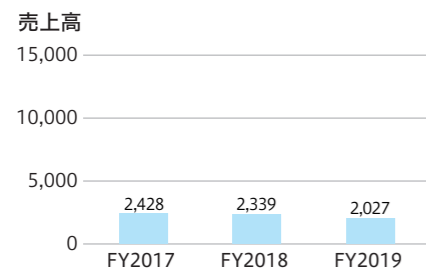


すべての子どもたちと先生にとって学びやすく  
居心地の良い学びの空間を創造します

売上高 **-13.3%**

	FY2017	FY2018	FY2019
売上高	2,428	2,339	2,027

(単位:百万円)



(単位:百万円)

売上高について

多くの学校施設は、建て替え等の更新時期を迎えています。その更新を計画的に行っていくため、各地方自治体では2021年3月を期限に工事計画の策定業務が進められています。現在は、工事計画策定の期間に当たるため、学校施設の整備数が減少しており、その影響によって売上高の減少が続いています。

学校市場の課題と変化

学校の教室空間では、グループ学習など広い空間を必要とする新しい授業形態の誕生や、障害の有無に関わらずすべての子どもたちがともに学ぶ「インクルーシブ教育」の取り組みなど、多様性のある空間が求められるようになってきています。各学校が追い求める最適な教室空間は、子どもたちや先生によって千差万別であり、学びやすさや、集中できる環境、居心地の良さの感じ方は一人一人違うものです。これからの教室空間は単調な空間ではなく、学校現場で自由に試行錯誤することのできるフレキシブルさと多様性のある空間であることが大切だと考えています。

重点的なリスクと機会

— リスク —

教室ニーズのさらなる多様化  
教室内のソーシャルディスタンス

学校工事の競争激化、  
異業種参入

オンライン学習の増加

少子化、廃校増加

— 機会 —

パーティション本来の持つ  
フレキシブル性のさらなる向上

ニーズを的確に捉えた  
商品の開発

自宅学習環境の創造

カレント学習分野の開拓

学校市場の戦略

● 中期戦略

公立学校では、校舎の老朽化が問題となっています。それを受け各地方公共団体では、将来を見据えての工事計画となる「個別施設計画」の策定を2021年3月完了を目指して進めており、計画が完成次第、老朽化対策の工事が行われると予測しています。その上で、教室の多様化に伴うニーズを的確に捉え、教室の価値向上につながる商品を提供していきます。

● 長期戦略

今後、教育現場のデジタル化は、さらに進むと考えられ、デジタル技術を活用した新たな教室向け商品の開発に努めていきます。さらに遠隔授業の必要性が高まり、自宅をはじめとした学校以外の場所でも学びやすい空間が求められます。このような学ぶ場所の多様化に対しても貢献していきます。

学校市場の取り組み

全国の先進的な学校を訪問し、先生方へのヒアリングや学習環境の調査を継続して実施しています。さらに学校施設づくりに精通した有識者に越しいただき、意見交換しながら商品開発を進めています。潜在的な学校現場のニーズを的確に捉えることに加え、これからの学校空間に求められる要素を盛り込んだ商品開発を進めていきます。



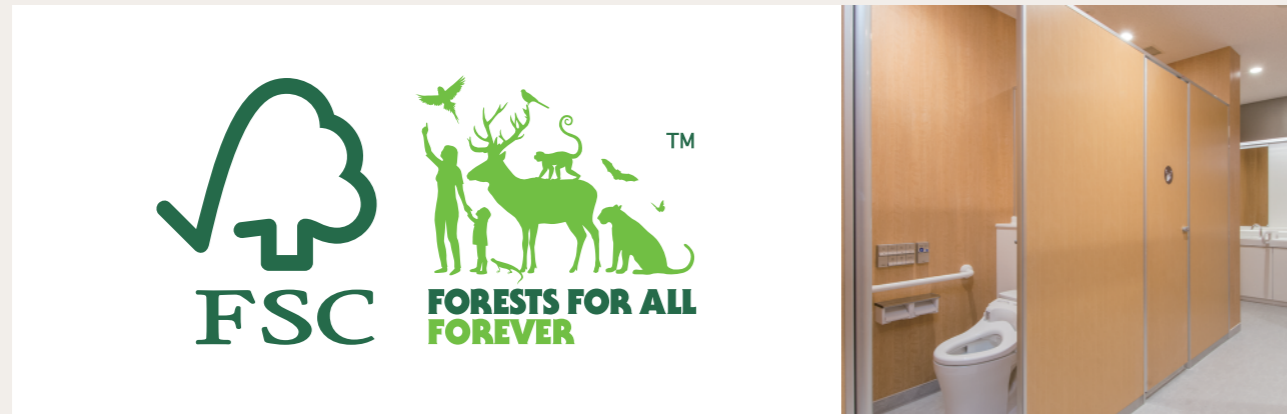
溶接レス工法を採用した『SPart-W』を発売

2020年4月、業界初の「溶接レス工法」を採用した木製学校間仕切『SPart-W(スパートダブル)』を発売しました。溶接を行わず取付けする『SPart-W』は、建物の梁などへは直接取付けを行わないため、大がかりな工事が不要で、間仕切りの移設や増設が可能となるなど、フレキシブルにお使いいただけます。これからの少子化による空き教室の増加や、将来的な教室の用途変更にも柔軟な対応が可能です。



## 事業トピックス

# 地球環境を考えた商品づくり FSC認証商品



### 環境を考慮した材料の調達

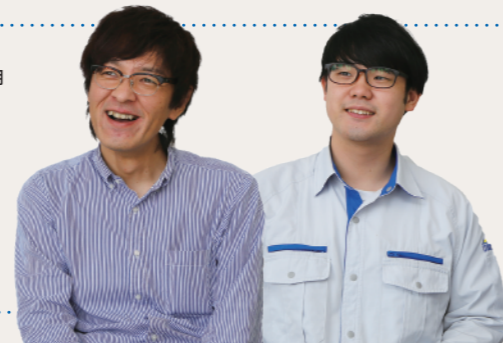
当社は、2020年7月にFSC認証を取得し、10月よりFSC認証商品のトイレブースを発売予定です。

FSC認証は適正に管理された森林の木材を適正に活用し商品として普及することで、環境問題だけでなく児童労働などの問題のないサプライチェーンを意識した調達をします。建設業界ではまだ普及率の低いFSC認証商材ですが、当社ラインナップも拡充しながら普及に努め、地球環境との共存を目指していきます。



#### 《製品開発二課》 諸田 直行・川縁 京平

FSC 認証トイレブースを開発するに際して、過去にご要望があった案件で FSC 認証材を使用して欲しいという要望にメーカーとして応えられなかったという苦い経験を踏まえて、SDGs 宣言、グローバル・コンパクトへ加盟した企業として、製品作りに対する責任、環境のトップポジションを目指すことを目標に一日でも早くリリース 出来る様に日々想いをもって開発しています。FSC 認証トイレブースは、業界初の試みで、この活動を通して、より一層環境配慮が重視されるであろう未来に向けて、多くのお客様に安心・安全が訴求できる製品になります。



#### 《外注仕入課》 竹田 直樹

FSC 認証を知ることからはじめ、認証取得へ向けての一つひとつが、『環境』『社会』『経済』『お客様』への貢献に繋がる行動に直結できると捉え取り組み続けました。認証取得といった一区切りに至りましたが、ここからは商品化へ向けての動きとなります。一日でも早く、お客様のもとに届けられるよう新たな商品づくりにも携わっていきます。



FSC 認定書

# 災害に強い空間づくりに貢献する 高耐震間仕切 シンクロン

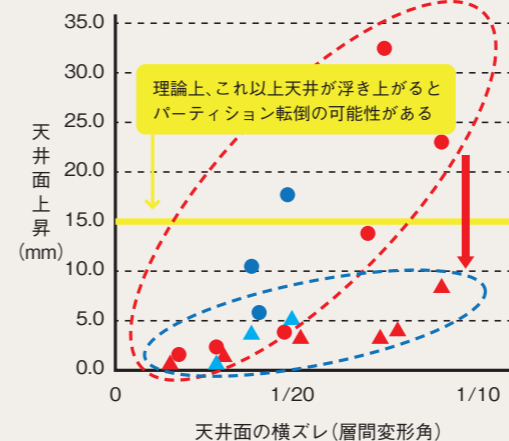


### 加振試験700回以上の検証を重ねることで解析データは3億データにも

有効な高耐震性とは何かを求め、損傷メカニズムを徹底解析しました。天井や床も実際の施工状態を再現して検証し、有効性を追求しています。

#### 天井浮き上がりを抑制

パーティションを支えている天井面は、揺れが大きいと水平加振だけでも上下動し波打ちます。シンクロンを設置することにより、天井の浮き上がり抑制効果が確認されました。



※上記試験データは、スチールパーティションの試験データです。性能を保証するものではありませんので、ご了承ください。



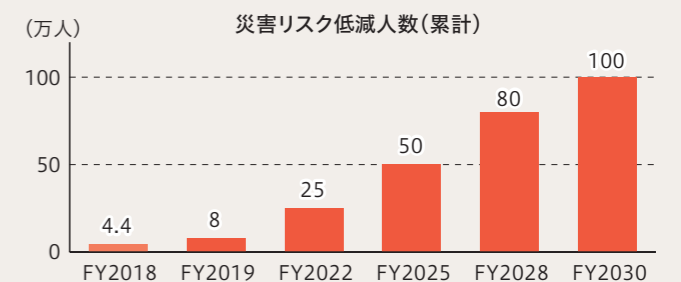
#### 《製品開発一課》 蔵 敬雄

過去の東日本大震災や熊本地震などの大地震ではパーティションが壊れ、一歩間違えば人命に関わる可能性も出てきました。従来の耐震基準では人の命は守れないかもしれないという思いが強くなり、高耐震間仕切シンクロンの研究を進めてきました。実際の地震動を使った加振試験や間仕切の高い柔軟性と強度を確かめる加力試験など、1,000回を超える試験を行うことで、高い耐震性を実現しました。シンクロンで真に安心して使える空間作りを目指しています。



### シンクロン対象商材の拡充により、より多くの空間を安心・安全に

当社は2017年3月に金沢工業大学と共同研究発表、発売をした震度7クラスの地震に耐えるパーティション『シンクロン』システムにおいて、スタンダードモデル『EUPシンクロン』をはじめ、随時搭載をしてきました。現在ではアルミパーティションでの後付式のシンクロンタイプやハードルが高いとされていた高意匠のガラス間仕切シリーズ『Bridia』へのシンクロンシステム搭載が可能となり、より多くの場面で震災におけるリスクを軽減し、安心・安全な空間を提供していきます。このことで当社の掲げる2030年の震災におけるリスク低減者数100万人への自社商品掲載比率は順調に進んでいます。





# 新たなコミュニケーション価値を実現する KOUSHI



Activity  
人々の活動の先にある  
「間づくり」



## ゆるく仕切ることで新たなコミュニケーションを

当社は昨今の働き方の多様性を捉え2018年10月に新たなコミュニケーションの価値を創出する空間づくりを実現できるKOUSHIを発売しました。そのコンセプトである『ゆるく仕切る』ことで、働く中で欠かせないマイクロコミュニケーションの誘発により、そこに新たなコミュニケーションを生み出します。また、その仕切り方は視界のコントロールを実現し、適度な集中と発散空間を作り出すことでクリエイティブな働き方の実現を空間で支えます。

《製品開発一課》多田 優樹

KOUSHIのポイントは、造作での意匠感を既存製品で再現できることです。今までにない細いフレームに機能を集約し、お客様の要望に合わせて縦横を自由にレイアウトすることができます。現在の形まで至るには苦労もありましたが、発売後の不具合のケアにも時間を費やし、より完璧な製品へと近づいていると思います。今後も KOUSHI の育成に尽力していきます。



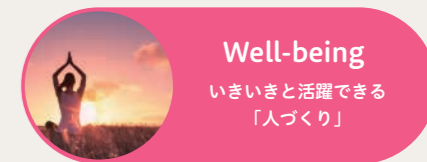
## 実証実験を企画・検証して職場の最適化を追求する



私たちが職場で働く一人として、自らが被験者となって、より良いオフィス空間をつくり出すため、当社の東京オフィスの中に、「COMANY LAB TOKYO」を設置しています。仕事の生産性やコミュニケーションの取り方、集中スペースとしての環境などさまざまな実験を自社内で検証し、これからのオフィス空間のあり方を研究しています。



# 大切な人を守る抗ウイルスコーティング Health Bright Evolution®



Well-being  
いきいきと活躍できる  
「人づくり」

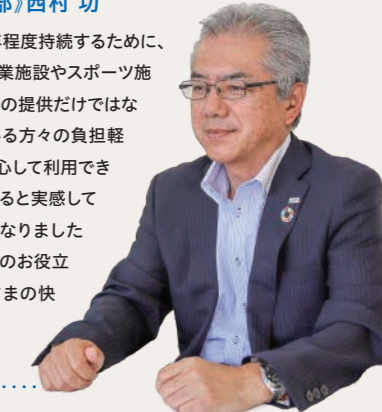


## 空間まるごと抗菌・抗ウイルスコーティング

当社は、「間仕切る」に加え、抗菌・抗ウイルスの機能を持つコーティングを付加することで、安心して安全な環境空間を創造していきます。このコーティング剤(HBE)は、無色透明・無臭の天然ミネラル100%の特殊な液体であり、パーティションはもとよりガラス、固定壁、机・椅子といった備品に至るまで、すべての素材に塗布が可能で、空間全体を抗菌・抗ウイルス効果のある空間にすることができます。

《アメニティ&サービス事業部》西村 功

HBEは消毒作業と違い、効果が5年程度持続するために、オフィスでは従業員や来客の方、商業施設やスポーツ施設では利用者の方が、安心できる場の提供だけではなく、日々施設の維持・清掃されている方々の負担軽減を図るなど、すべての方が安心して利用できる空間提供に非常にお役に立てていると実感しています。たまたまコロナ禍の販売となりましたが、ウイルス以外にも安心・安全へのお役立ち商品ですので、より多くのお客さまの快適空間創りに貢献してまいります。



## 6つの効果が期待



抗ウイルス

接触感染するインフルエンザウイルスなど5分で不活性化



抗菌

食中毒の原因とされる大腸菌、黄色ブドウ球菌など予防



防カビ

カビの増殖を抑制



VOC分解

ホルムアルデヒドなどVOC(揮発性有機化合物)を分解



消臭

酢酸・ギ酸・硫化水素など、臭いの基となる物質を分解



防汚

イオン導電性によりホコリが付着しにくくなります

## 受賞トピックス

Topics  
1

発売より14年間の取り組みを通してシリーズ全体で受賞  
やさしいシリーズで2019年度グッドデザイン賞受賞



やさしい ドアシリーズ

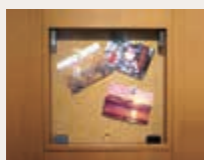
GOOD DESIGN AWARD  
2019年度受賞

### 「やさしい」に対する取り組みでグッドデザイン賞をいただきました

当社では14年前に「やさしいドア」を発売しています。当時の福祉施設では、白いスチール製のドアが採用されており、清潔感はあるもののどこか無機質な雰囲気でした。「福祉施設の部屋を自宅と同じような空間にできないか」というお客様の要望からこのドアが開発されました。このドアは木製のため、木ならではの風情や香りがもたらす“ぬくもりやあたたかさ”、そして“木製”の家庭的な雰囲気が高齢者に安らぎや安心感をあたえます。これに加えて施設の方や利用者の声に徹底して寄り添い、さまざまな工夫・改善を施しています。これらの一つ一つを加えることで「やさしいドア」を実現しました。

施設の方や利用者の声からの工夫・改善を繰り返している「やさしいドア」。例えば一般的なスチール製ドアと比べると、高齢者や女性の方でも容易に開閉することができ開閉の負担を軽減します。そして介護や看護のために日々出入りするスタッフの方にとっても、ストレスのない開閉を実現しています。またお客様の声を聞きつづける中で、車椅子利用の方が楽な姿勢で開閉できる「やさしいハンドル」、ドアの枠がキズつきにくく、きれいな外観を維持できる「やさしい枠」、入居者の方が自分の部屋を認識しやすくなる「やさしいポケット」など、「やさしい」シリーズ全体の開発を行ってきました。この取り組みが評価され、グッドデザイン賞を受賞することができました。

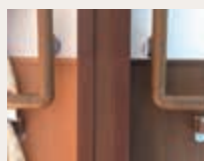
#### やさしいシリーズ



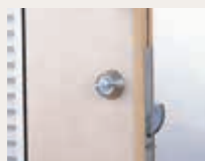
ポケット



ハンドル



枠



ロック

#### 受賞公開コメント(グッドデザイン賞審査員からの講評)

医療施設や福祉施設などにおいて、患者や入居者が安心感や温かみを感じられるよう、長期にわたって利用者の意見を聞き取って検討を続けてきたことが理解できる。基本的にはスライドドアを木製としたことが特徴であるが、それ以外にも利用者の意見から様々な工夫を取り入れ、製品バリエーションが拡充されてきた。今回の審査では、シリーズ全体としての製品開発の取り組みが高く評価された。

Topics  
2

SDGsおよびISOの事業プロセスとの統合について高評価  
JMAQA AWARDS 2020受賞

当社は登録している日本能率協会審査登録センター(JMAQA)より、コマニーSDGs $\infty$ (メビウス)モデルにて事業活動を展開している独自性や、ISO、SDGsと事業プロセスとの統合がISOマネジメントシステムにより、しくみ化され運用されていること、また目標管理プロセスにおいては、取り組みテーマごとにリスクと機会、SDGsの17ゴールとの関連も明確にして進められていることが評価され、日本能率協会審査登録センターが主催する「JMAQA AWARDS 2020」を2020年3月に受賞いたしました。



Topics  
3

価値創造モデル「コマニーSDGs $\infty$ (メビウス)モデル」が高評価  
グリーン購入大賞(大企業部門)で大賞を受賞

第20回グリーン購入大賞にて、大企業部門での大賞を受賞いたしました。今回の受賞は、コマニーが自社でSDGsを経営に実装するため制定した価値創造モデル「コマニーSDGs $\infty$ (メビウス)モデル」にて全社を巻き込んだ事業活動を展開し、企業価値の最大化を図ったところが評価されたものです。



Topics  
4

「オフィストイレのオールジェンダー利用に関する研究会」研究発表  
日本福祉のまちづくり学会 大会優秀賞を受賞

当社では、国立大学法人金沢大学様、ならびに株式会社LIXIL様と共に「オフィストイレのオールジェンダー利用に関する研究会」を発足させ、共同研究しています。その研究の一部を「オフィストイレのオールジェンダー利用に関する研究 その2 オフィストイレの利用満足度要因におけるジェンダー比較」としてまとめ、2019年8月に開催された一般社団法人日本福祉のまちづくり学会第22回全国大会(東京)にて発表し、大会優秀賞を受賞いたしました。



# 1 お客様第一の追求



私たちは事業活動を通じて世の中の幸福に貢献するため、市場ごとに抱えている社会課題を的確に捉え、技術とデザイン思考によって空間価値を創造することにより、お客様の真のニーズにお応えするよう努めています。また、安全で高品質かつ環境に配慮した商品の開発・生産・販売・施工を行うことがお客様満足の向上につながると考え、それぞれの取り組みと人材育成にも力を入れています。私たちは新たな価値を創出し続けることによって、当社の持続的成長を実現します。



## 4つの製品開発コンセプトとデザイン思考

当社は、これまで培ってきた数々の技術的ノウハウをベースに、「安心・安全」、「品質・機能」、「環境・社会貢献」、「品格・快適」の4つのコンセプトをベースに、お客様に感動していただける価値を提供できる製品開発を進めています。

さらにSDGsが掲げる17のゴールに貢献できるよう、私たちは2030年に実現すべき姿を描き、バックカスティング(逆算思考)により取り組むべき課題を明確にし、研究開発や事業運営に取り組んでいます。これらを実現するため、私たちはデザイン思考によりイノベーション創出を促進しています。

※デザイン思考とは、設計や表層的な装飾を意味するのではなく、ユーザーの視点に立ち、五感で感じることを思考方法として、まだ捉えるのが難しい部分を形で表して、ビジネス上の問題を解決する手法です。



## 「Empower all Life」を実現する製品開発

### ● 持続可能な「環境づくり」

当社は後世に美しい地球環境を残すため、「パーティション」そのものがもつエコ特性(移設可能・部分取り換え可能等)を活かすとともに、環境負荷を抑える製品の開発にも取り組んでいます。コマニーにおけるエコ商品とは、『エコマーク認定品』、『グリーン購入法適合品』、そしてコマニーオリジナル環境基準を満たした『コマニーエコラベル商品』を言います。さらに近年、世界的に拡大しているFSC認証<sup>※</sup>商品の開発にも取り組んでいます。

### ● 災害と共生する「まちづくり」

地震大国の日本、そんな中でも安心して生活できる空間を提供するために、金沢工業大学様との長年にわたる共同研究で培ってきた耐震技術『シンクロン』をより多くの商品に搭載し続けています。またこの『シンクロン』は、国土交通省の省令に基づき進められている建設技術審査証明を取得する事ができました。これにより、シンクロンの安全性をさらに技術的知見から立証する事ができました。

### ● 人々の活動の先にある「間づくり」

私たちの生活や社会における活動が大きく変化しようとしています。IoTや5Gによる技術革新、働き方改革による環境変化が加速するなか、コマニーでもお客様の環境づくりに貢献すべく研究活動や製品開発に取り組んでいます。またオフィス環境もテレワークやフリーアドレス化が進む中、空間を面で仕切るのではなく“結界”のように雰囲気や領域が変わった事を認識させるパーティション『KOUSHI』を開発・発売しています。

### ● いきいきと活躍できる「人づくり」

すべての人たちが、安心して安全に活動できる環境づくりを目指し、コマニーではユニバーサルデザイン研究を継続しています。障害のある方も子どもも大人も、さまざまな方がストレスなく同じように利用できる空間を創造し続けています。また、天然ミネラル100%の「抗ウイルス・抗菌」という特長をもった、『Health Bright Evolution<sup>®</sup>』(ヘルスブライト・エボリューション:HBE)をコーティングすることで、より安心・安全な環境の提供をしています。

区分	基準
エコマーク認定品	(公財)日本環境協会が認定するエコマーク商品
グリーン購入法適合品	グリーン購入法に定める基準に適合した商品
コマニーエコラベル商品	コマニーオリジナルの社内基準に適合した商品

※FSC認証とは、適正に管理された森林から産出した木材などに認証マークを付けることによって、持続可能な森林の利用と保護を図ろうとする制度。



ガラスパーティション「プリディア」シンクロン搭載



デザインパーティション「KOUSHI」



ユニバーサルデザイン折り戸「Dear-d」

# お客様第一の追求

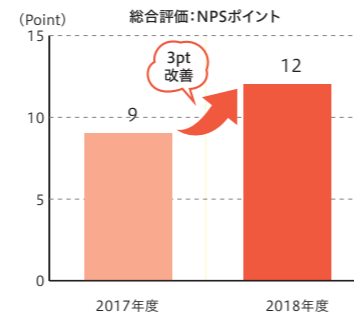
## 高品質なモノづくり

私たちは提供させていただく製品・サービスが、確かな品質であることがお客様に満足いただく大前提であると考え、品質至上を基本とした取り組みを展開しています。常にお客様を第一に考え、私たちがこれまで培ってきた技術力に併せ、技術革新による新技術を駆使し、安心・安全で高品質な、環境に優しい商品をご提供することによって、快適空間・機能空間を創造していきます。

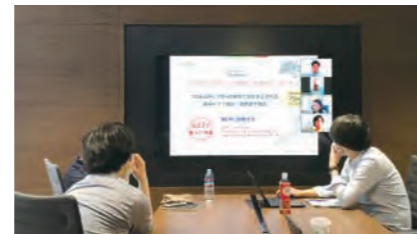
### ● お客様満足度調査と改善活動

営業部門では、定期的にお客様の満足度調査を行い、これまでの活動に対する評価を行っています。調査項目としては大きく「商品」「施工」「納期」「担当者」の4つの評価を行い、改善すべき点や評価されている点を確認しています。顧客満足度調査におけるNPSの変化は、2017年度9ptから2018年度12ptに向上しました。特に製品の品質に関する満足度が向上しており、引き続きユーザーに満足いただけるモノづくりをしていきます。一方で、施工面が-1pt、納期面が-3pt、営業・工務担当対応面が-8ptと課題を残す結果となり、製品だけでなくサービス向上の重要性が浮き彫りとなりました。コロナ禍の影響を配慮し、次回は2020年度下期に実施予定をしていますが、2018年度の結果を真摯に受け止め、社内教育も含め、サービスの向上を図っていきます。

また、満足度向上活動として、お客様との面談時間を増やし、お客様が実現したい空間を正しく把握するための活動や、最近ではITツールを活用し、リモートでの商談や提案活動、商品の勉強会開催などにも取り組んでいます。



NPSポイントとは、ネット・プロモーター・スコア(英語:Net Promoter Score)の略で、顧客ロイヤルティ(企業やブランドに対する愛着・信頼の度合い)を数値化する指標です。当社は、このNPSポイントで総合的な顧客評価を行っています。



ITツールを使ったお客様との商談

### ● 高いレベルの品質基準

当社は品質マネジメントシステムを運用するとともに、高いレベルの品質基準を設定し、常に安心・安全に視点を置いた各種試験を繰り返し行なっています。お客様が実際に使用される環境での検査が出来るよう、本社に光源の調整可能な製品検査室を設け、製品検査を実施しています。

お客様検査専用製品検査室



室外色での光源



室内色での光源

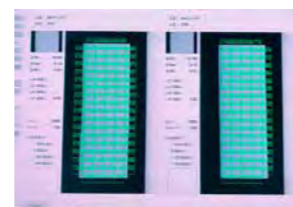
※右は、光源の違いによる見え方の差異

### ● 製造ラインの自動化

当社は、1981年に全社品質管理活動(TQC)を導入してモノづくりに携わる人づくりに積極的に取り組んでおり、当社における「改善活動」という文化として根付いています。品質向上の取り組みの一環として、パネルの自動検査装置や生産情報フィードバックなど情報の自動化へも取り組んでいます。これからも、あらゆるモノがインターネットにつながるIoT技術や、データ分析などを使った生産効率化や品質管理を推進していきます。



自動板金ライン



パネル自動検査装置

## 感動・安心・信頼の施工体制

「コマニースマート施工」は、施工を完璧にやり遂げ、お客様に感動と信頼をいただき、同時に施工技術者が誇りとやりがいを感じられることを目指したコマニー独自の取り組みです。施工技術者が施工技術を磨くのはもちろんのこと、人格を高め、品格ある所作を身に付けることにより、これまで以上にお客様から安心して仕事を任せていただける、施工体制の構築を推進しています。

### ● スマート施工の取り組み

当社の施工技術と所作を競い合い高めあうことを目的として「スマート施工競技大会」を毎年実施しております。本大会では施工協力業者とともに施工改革を進めるため、コマニーの施工が進む方向(ビジョン)を共有するほか、全国から精鋭の施工技術者が出場し、心と技を競い合います。

また、毎年各地で実施している安全衛生推進大会につきましては、2019年度は全国9拠点626名の施工従事者に参画いただきました。



スマート施工競技大会の様子

### ● 施工アカデミー開校

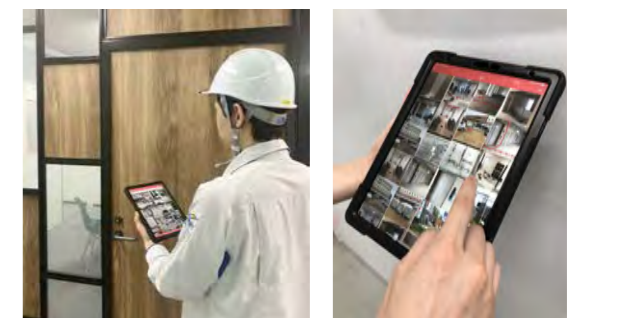
2020年より、最終組み立て工程である施工に特化した教育機関「施工アカデミー」を社内を開校しました。施工アカデミーでは施工の技術はもちろんのこと、社会人としての必要な能力・考え方を育成し、多岐にわたる施工分野で今後のスペシャリストを育成することを目的としています。



### ● 施工現場のIT化と見える化(CIC)

CIC(Comany i-construction)とは、スマートフォンやタブレットを用いて図面や工程の確認、動画を用いた施工手順や安全、品質基準などをリアルタイムに現場で確認することができるシステムです。

IT技術を用いて現場を見える化することにより、生産性向上と働き方改革を推進しています。



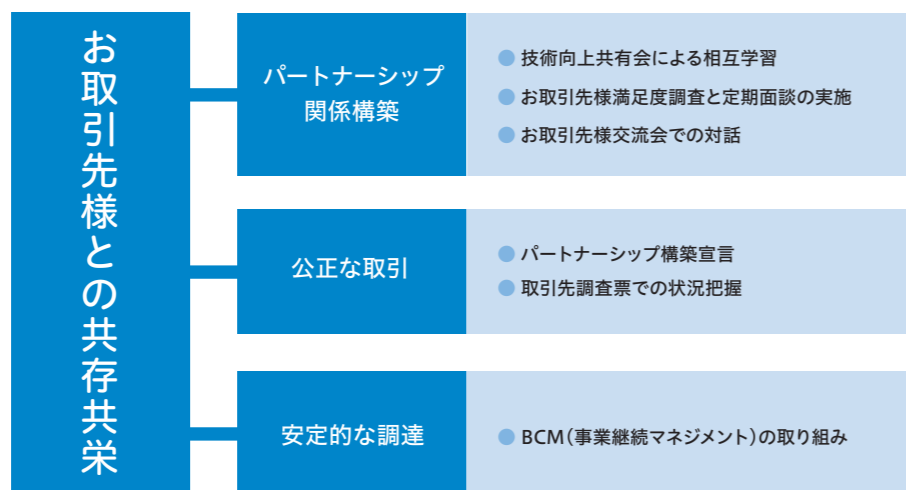
施工現場での確認の様子

タブレットによる見える化

# お取引先様(サプライヤー)とのパートナーシップ



私たちは、お取引先様とともに技術を高め、環境や人権にも配慮した最適な商材を工場へ安定的に供給するため、持続可能なサプライチェーンの構築を目指しています。定期的にお取引先様満足度調査を実施し、課題解決を通して、パートナーであるお取引先様と長期的に協力し合える関係性を築いていきます。ともに最高のパフォーマンスを発揮しながら成長発展できる共存共栄の関係を大切にし公正で公平な調達活動を行ってまいります。



## パートナーシップ関係構築

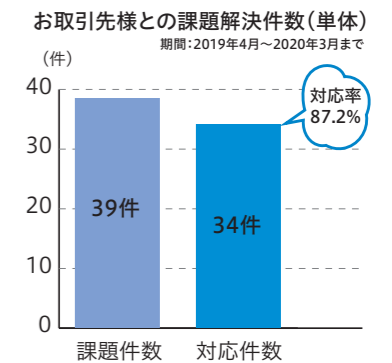
### ● 技術向上共有会による相互学習と課題解決の協働

当社では、お取引先様と双方の交流による技術向上共有会を行っています。モノづくりの基本は製作図面や加工図面であり、図面上の不明不備削減を目指して、設計段階でチェックポイントを明確にするなど、品質の維持継続を図っています。今後は情報化での連携に積極的に取り組み、図面のデータ化を活用して、ミスのない効率のよいモノづくりを進めるとともに、課題解決へ向けた相互の協働体制をさらに強め、技術と付加価値の向上を目指し課題解決を進めていきます。



### ● お取引先様満足度調査と定期面談の実施

お取引先様とのより良い関係性づくりのため「お取引先様満足度調査」を実施しています。満足度調査は、常日頃の私たちの評価であるとともに、当社に対する期待であると捉え、今後の改善事項について広くご意見・ご要望を収集してさらなる満足度の向上を目指しています。定期面談とあわせて、お取引先様との長期的な信頼関係の構築やQDC改善に繋げるうえでも継続的に調査・確認・改善を行ってまいります。2019年度は調査でいただいた39件の課題に対して、34件の対応を実施しました。



### ● お取引先様交流会での対話

2020年1月、お取引先様をお招きし、第一回お取引先様交流会を開催しました。当日はお取引先様満足度調査の結果とご要望に対する改善状況の報告を中心に、購買方針の共有や当社のサステナビリティの取り組みについて説明を行いました。同日には工場見学や懇親会も実施し、相互の交流を深めるよい機会となりました。今後も交流会を定期的に開催し、パートナーであるお取引先様との共存共栄を目指してまいります。



## 公正な取引

### ● パートナーシップ構築宣言

当社は、経済産業省・中小企業庁など関係省庁が組織する「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議」で大企業と中小企業の共存共栄の関係を構築することを目的に合意された「パートナーシップ構築宣言」に賛同し、パートナーであるお取引先様との連携、共存共栄の関係を構築することを目指し取り組みを進めています。



### ● 取引先調査票での状況把握

持続可能なサプライチェーンを構築するためには、正しい原材料を正しい環境で加工・生産することが重要となります。購買部門では、2018年度に策定した「コマニーグループ人権方針」を受け、お取引先様との定期的な面談を実施し、取引先調査票を用いて状況把握を行っています。お取引先様やその関係者による人権への負の影響が当社の事業、商品またはサービスと直接つながっている場合、一連のサプライチェーンに対しても人権を尊重し、侵害しないよう求めています。今後も引き続き、人権・労働・環境・腐敗防止に関してマネジメントを実施してまいります。

取引先調査票(BCP・CSR)

項目	評価	コメント
1. 事業継続計画(BCP)		
1.1 事業継続計画の策定		
1.2 事業継続計画の実施		
2. CSR		
2.1 人権		
2.2 労働		
2.3 環境		
2.4 社会貢献		
2.5 その他		

## 安定的な調達

### ● BCM(事業継続マネジメント)の取り組み

新型コロナウイルスや首都圏直下型地震、南海トラフ地震等をはじめとする自然災害など、我々を取り巻く環境は日々変化しています。このような様々なリスクに先じて調達先の分散化や適正在庫の見直しなど、調達のあり方を変化させ、有事においてもお客様の事業活動に影響を及ぼすことなく、商品の提供を継続できるよう取り組んでいます。その他にも、在庫回転率と先行情報を積極的に入手し、お取引先様とともにお客様へ安定供給できる取り組みを進めています。



主要調達品(12品目)に関しては、東西両エリアからの複数購買としている

# 地球環境との共存



私たちは、地球環境との共存のもとで企業活動を行うことが大前提であると考え、省エネ・再エネ・リサイクルなどを通じた地球環境保護に努めています。私たちはSBT認証に基づくCO2排出量削減の実施、FEMSによるエネルギー効率化、太陽光発電システムの導入促進、産業廃棄物排出量の削減などの施策を展開し、持続可能な社会の実現に取り組んでまいります。



## 環境マネジメント体制

当社は省エネルギー対策と再生可能エネルギー利用の推進を行うため、製造・物流・施工・購買・事務・製品・グループ子会社の7つの部会から構成する「環境保全委員会」を中心とする環境マネジメント体制を構築し、環境保全活動を進めています。



## 脱炭素社会への取り組み

### ● 再エネ100宣言RE Actionへの参加

当社は2019年10月に新たに設立された、使用電力を100%再生可能エネルギーに転換することを宣言する枠組みである「再エネ100宣言RE Action」に初回参加団体として加入し、2040年までに使用電力を100%再生可能エネルギーにすることをコミットメントしています。今後は自家消費型太陽光発電システムを導入していくとともに、既存太陽光発電システムの自家消費への切り替えやグリーン電力の購入等にて再エネ比率を高めることで、CO2排出量の削減に取り組んでいきます。



### ● SBT認定によるCO2排出量の削減

#### CO2排出量削減目標

当社が設定した中長期のCO2排出量削減目標が、パリ協定が目指す「1.5°C目標」の達成に対し、科学的根拠に基づいた目標であると認められ2020年4月にSBTイニシアチブからの認定を取得しました。当社では2030年までに2018年比で、Scope1+2における排出量を50%削減することを約束するとともに、サプライヤーエンゲージメントとして、購入した商品やサービスを対象とした排出量の80%に相当するサプライヤーの目標設定を2024年までに完了することを約束しました。



#### CO2排出量実績推移

業務変革と企業価値向上を重視し、お客様への提案から受注、生産、施工までのムダの排除による生産性向上を推進したことにより、自社でのエネルギー使用にかかるScope1+2のCO2排出量は、2018年より196t (3.9%)削減しました。今後も省エネと再エネの両面からCO2排出量の削減に取り組むとともにサプライヤーとの協働による削減にも努めていきます。

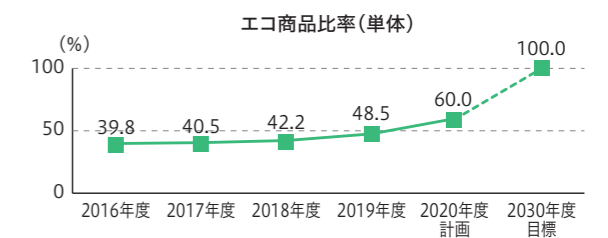
CO2排出量 (単体) 単位:t-CO<sub>2</sub>

		Scope1	Scope2	Scope3
2018年度 (SBT基準年)	排出量	1,985.2	3,010.0	68,875.3
	割合	2.7%	4.1%	93.2%
2019年度	排出量	2,162.6	2,636.7	87,091.7
	割合	2.4%	2.9%	94.8%
	増減量	177.5	-373.3	18216.4
	前年比	108.9%	87.6%	126.4%

### 循環型社会への取り組み

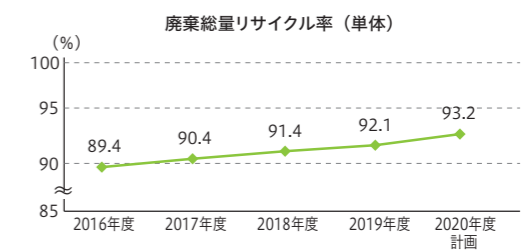
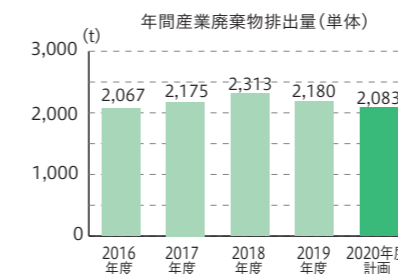
#### ● エコ商品開発

多様な命を育む美しい地球を次世代へと受け継いでいくために、環境保護に配慮したエコ商品の開発に取り組んでいます。当社では、『エコマーク認定品』、『グリーン購入法適合品』、そしてコマニーオリジナル環境基準を満たした『コマニーエコラベル商品』でエコ商品開発を推進しています。



#### ● 産業廃棄物排出量の削減

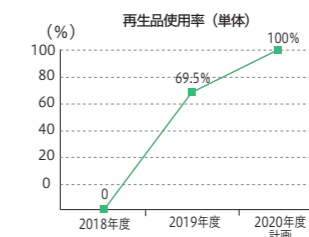
生産工程において、材料の寸寸購入、歩留り改善などを実施し、産業廃棄物排出量は減少しました。また、産業廃棄物保管場所での分別の徹底等を実施し、廃棄総量のリサイクル率も年々向上しています。今後は循環型社会の実現に向け、材料購入方法、生産方法、梱包方法等を見直し、リサイクル率向上、産業廃棄物排出量の削減に取り組めます。



### 生物多様性の保全への取り組み

#### ● 梱包資材の脱プラスチックへの取り組み

商品をお届けする際に使用している梱包資材において、「再生品プラスチックへの転換とリサイクルの仕組み化」に取り組んでいます。さらに、「バイオマスプラスチックを含む素材の梱包材」など、地球環境にやさしい梱包材への切り替えを進めています。



治具化による梱包資材の削減

# 人間性尊重の職場づくり



私たちは経営の理念にある「全従業員の物心両面の幸福」を実現するために、従業員一人一人の身体的・精神的・社会的なウェルビーイング(幸福・健康)が実現することを目指しています。価値観がますます多様化し、これまでの働き方は見直され、自分らしく働ける環境づくりが必要とされています。自分自身が持つ力を継続的に向上させ、一人一人の人生が自分らしく光り輝くことを通じて、企業価値が向上することを目指しています。

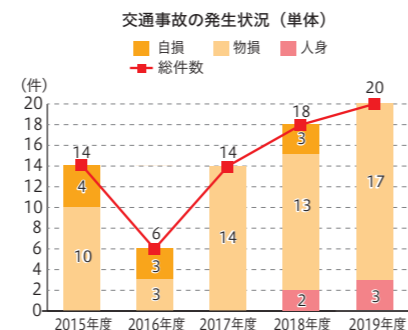
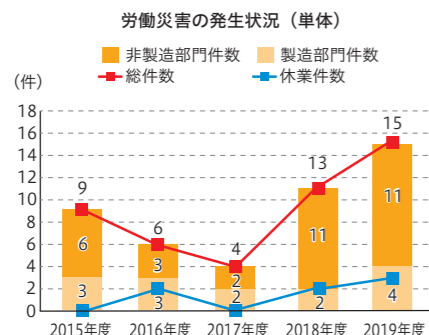


## 安心・安全に働ける快適職場の推進

従業員は生活時間のおおよそ3分の1を職場で過ごします。そこで当社は経営陣と従業員が一体となって職場のモラルの向上、労働災害の防止、健康障害の防止に取り組み、快適職場づくりを推進しています。従業員が安心して働け、安全で快適に過ごせる職場づくりは、企業価値向上の一役を担っています。

### ● 安全衛生の取り組み

2019年度は労働災害の非製造部門件数は、前年比横ばいとなり、そのほとんどが通勤災害によるものでした。2019年度に発生した労働災害は、幸いにして4日以上以上の休業災害は発生していません。製造現場、施工現場においてはリスクアセスメント・安全パトロール・KYT活動を継続して実施することで、労働災害発生件数0件を目指します。



### ● 健康経営の取り組み

従業員が働きがいをもっていきいきと活躍するためには、本人も家族も心身ともに健康であることが大切であると考え、健康経営を推進しています。本年も「健康経営優良法人2020」に認定されました。今後も、人間ドック推奨による費用補助や看護師による保健指導、ストレスチェックの実施や禁煙促進など、健康維持の観点から施策を実施しています。厚生労働省では、安全衛生に係る優良事業所、団体または功労者に対する厚生労働大臣表彰および労働局長表彰を行っており、令和2年度においては、当社の健康確保(健康保持増進)の取り組みが評価され、「石川労働局長表彰 奨励賞」を受賞しました。



健康経営優良法人2020

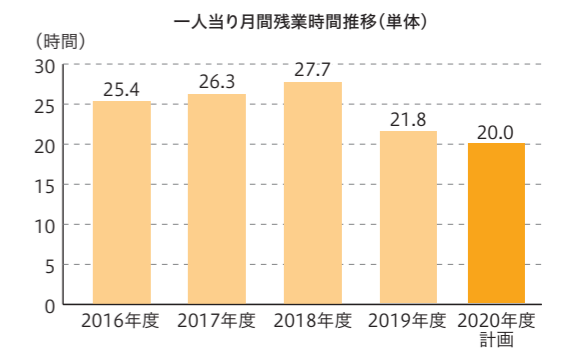
令和2年度 石川労働局長表彰 奨励賞受賞

### ● 働き方改革とワーク・ライフ・インテグレーション

仕事もプライベートもいきいきと過ごすことができる環境を築くため、働きやすさはもちろん、休暇の取りやすさ、従業員の育児・介護支援制度の拡大、従業員満足度調査でも課題として声が多かった長時間労働の撲滅を会社風土として定着させていきます。そのために、残業の削減や休暇取得に取り組みだ従業員に対してボーナスを支給する、「プレミアムボーナス」の制度や有給休暇取得を促進する「有休促進デー」を設けました。

### 長時間労働の抑制

労働条件の改善については、残業時間を削減するために、これまでの「ノー残業デー」の取り組みを継続し、日々の残業時間を通知する仕組みや、テレワーク等多様な働き方の促進により、月平均残業時間の目標を20時間として取り組んでいきます。また休日出勤に対しては、平日を休日とする振替休日取得を徹底し、従業員の健康にも配慮いたします。



### 柔軟な働き方の推進

多様性のある働き方を取り入れ、在宅勤務や一時的な在宅勤務制度としての「テレワーク」をさらに拡大し、「勤務間インターバル制度」や「フレックス制度」等、新たな働き方を推進しています。また、対象者を拡大した「時差勤務」・「短時間勤務」制度を新たに設け、子育て世代や家族に要介護者がいる従業員が、柔軟に働くことのできる環境づくりの推進も行っています。



「くるみん」認定の取得  
2019年6月「子育てサポート企業」として、厚生労働省が認定する「くるみんマーク」を取得しました。

### 育児制度利用の推移(単体)

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度計画
育児休暇取得率	85.7%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
時短勤務者比率	90.0%	100.0%	83.3%	90.5%	80.0%
第一子出産継続就業率	90.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
男性育休取得者(人)	0	0	0	2	3

### 「子ども連れ入社制度」を利用

当社でも、少しずつ男性の育休取得者が増え始めており、育児参加に対する意識の変化を促しています。従業員の育児環境づくりの一環として、「子ども連れ入社制度」を新たに導入しました。新型コロナウイルスの影響による小学校等の休校を機に、子どものお世話をする機会が増え、当社でも子ども連れ入社する新たな勤務様式が徐々にみられるようになっていきます。



# 人間性尊重の職場づくり

## 人財育成

私たちは創業以来、何より「人の心」を大切に人間性尊重の経営を行ってまいりました。そのため、企業にとって最も大切なことはそこに集う従業員であると考え、当社が大切に「人道と友愛」の精神をベースとした理念と、それを通じて社会に貢献できる技術の両面を高める教育機会を積極的に展開しています。

研修プログラムでは「HPCシステム（開発：株式会社ガイアシステム）」を用いることで心と心の本音の対話を可能とし、従業員が強い信頼関係で結ばれ、自律性と主体性を発揮できる企業風土づくりに寄与しています。

また、当社が永遠に発展し続けるためにも「年次や階層にあわせた教育」や「人材の多様性、次期リーダーの育成」に注力し、従業員一人一人が光り輝いて働ける風土づくりを目指しています。

### ● 社内教育研修体系図

カテゴリー	研修名	研修種別		対象者			
		人間力向上	技術力向上	幹部	部長・課長	年次 5・3・2年目	新入社員
全社員研修	コマニー理念研修	○		○	○	○	○
	幹部研修	○	○	○			
階層別研修	部長・課長研修	○	○		○		
	5年目研修	○				○	
	3年目研修	○				○	
	2年目フォロー研修	○				○	
	新入社員研修	○	○				○
技能研修	技術者教育研修		○		○	○	○
	Eラーニング研修		○	○	○	○	○
職場研修(OJT)	プラザー・シスター制度	○	○				○
自己啓発	通信教育制度		○	○	○	○	○
	社内論文制度	○		○	○	○	○

### ● 人間力向上(理念教育)

「コマニー理念」をベースとして人として正しいことを意志をもって貫き、実現することのできる人材づくりを目指した人間力向上の研修です。理念研修はグループ社員全員が毎年受講し、「人は誰でも必ず良心を持っている」という前提のもと、本音の対話を通じて良心を引き出しあい、高めあうことを通じて学びを自分のものとし、価値観を醸成していくことを大切にしています。その他にも幹部研修、部長・課長研修や各年次研修においても役割に合わせた考え方と実践を繰り返し学び、浸透を図っています。



### ● 技術力向上(技術者教育)

当社の技術力(開発技術、設計技術、製造技術、施工技術)を向上するための研修です。各職種別に、質の高い商品・サービスを提供するために必要な技術を学んでいます。専門技術の習得を狙いとした技術教育研修のほか、当社のもつノウハウを伝承し、蓄積するためのしくみとしてEラーニング研修も活用しています。



技術者教育研修



Eラーニング受講

### ● リーダー育成研修

2019年に実施した社内D&Iアンケートで、男性38%、女性85%の従業員が、昇進に消極的という結果となりました。

この状況を踏まえ、従業員自らがなりたいリーダー像を描き、学べる環境をつくることを企画し、2020年リーダー育成研修がスタートしました。若い時からキャリアパスを描き、前向きにリーダーを目指し、学べる環境をこれから社内に展開していきます。



## ダイバーシティ&インクルージョン

すべての人が光り輝く人生を送るために、さまざまな価値観を持つ社員が自分らしくいられる職場をつくり、かつその差異・個性を企業のアドバンテージとして戦略的に精鋭化し、活かすためのミッション・戦略・施策を立案し実行していきます。

### ● D&I(ダイバーシティ&インクルージョン)推進分科会の発足

多様性の尊重はイノベーションを実現するうえで当社の成長戦略の中心軸をなすものであると位置づけ、2019年10月に「サステナビリティ経営推進委員会」と同時に「D&I推進分科会」を発足しました。

D&Iを正しく理解し、施策を推進するため、従業員のオープン参加の「D&Iオンラインセミナー」を開催しました。これからは知見向上の機会を積極的に設け、社内の理解と浸透を加速させていきます。



### ● 女性のエンパワーメント

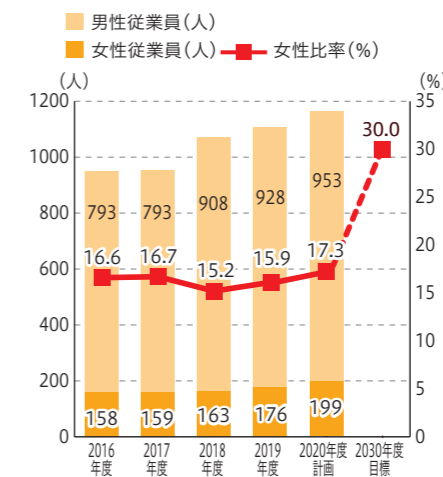
現在は女性従業員人数176名(15.9%)、女性管理職人数は6名(3.0%)であり、引き続き当社がダイバーシティを推進するうえで、女性のエンパワーメントは大きな課題と言えます。これらの課題にスピードを持って取り組むため、トップ自らが行動し、発信することで課題解決に取り組んでいます。

2030年までに女性従業員比率30%、女性管理職比率20%実現を目指して取り組みを進め、新卒採用に関しては、男女比50%を基準として活動を展開しています。

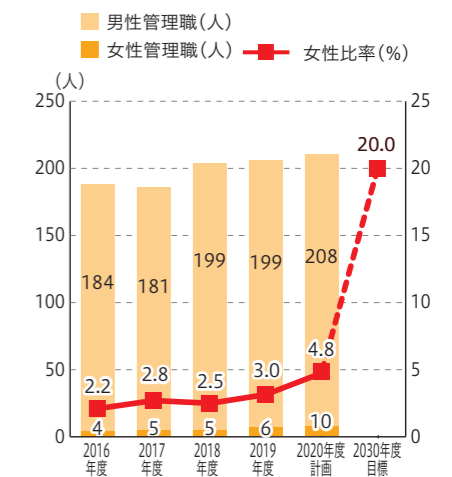


2020年2月に、内閣府が支援する「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」行動宣言に賛同しました。

女性従業員人数と比率の推移(単体)



女性管理職人数と比率の推移(単体)

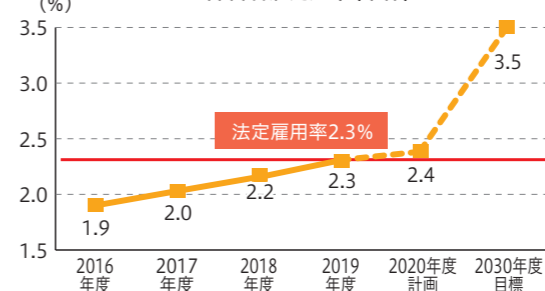


### ● 障害者・外国人雇用の促進

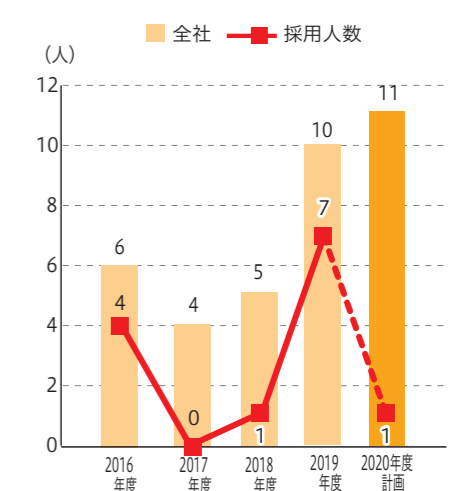
2019年度、障害者雇用関連機関と連携し、積極的な障害者雇用を実施した結果、現在の雇用率は2.3%と、法定雇用率を維持できるようになっていますが、年間通して安定した雇用環境の整備が課題であり、2021年より法定雇用率が2.3%となることから、高い水準を目指して活動していきます。また、急激な施工要員不足を解消する策として、外国人雇用の促進が上げられます。

労働力不足の解消と、外国人が施工の高度な技術を身に付けることは、今後のパティション業界の活性化にもつながると考えています。

障害者雇用比率(単体)



外国人採用人数と  
全社外国人雇用人数の推移(単体)

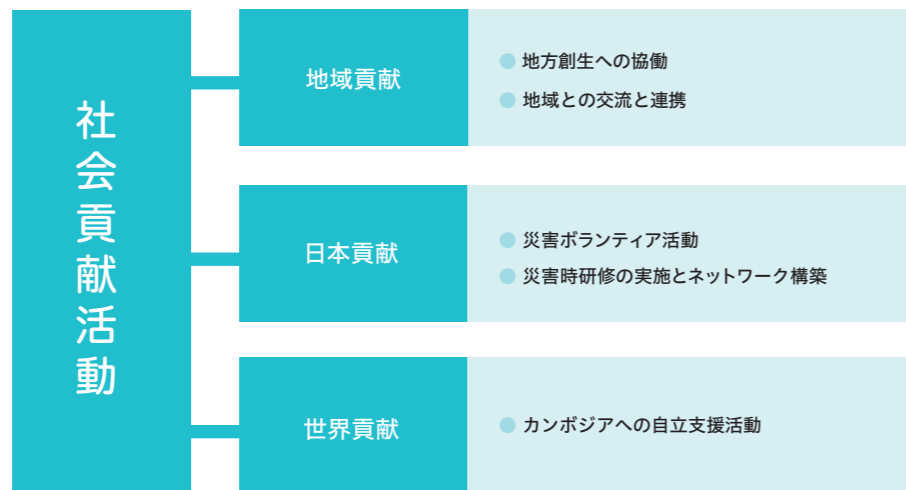




# 社会貢献活動



私たちは、事業活動にとどまらず、より貢献を広げるために何ができるかを考え、社会貢献活動を展開しています。従業員が自らの良心に素直に行動を起こせば、沢山の人の役に立つことができ、結果として私たちの視野が広がり、良心もひらかれて、事業活動にも役立っていくと考えます。将来にわたって明るい未来を築いていくことができるよう、地域から日本、そして世界へと活動の輪を広げ、さまざまな問題解決を通して世の中の幸福に貢献していきます。



## コマニーの社会貢献活動

### ● 社員の主体性を尊重

当社の社会貢献活動で大切にしていることは「社員の主体性」です。決められたことを実施するのではなく、相手のために心から「したいと思う」ことを行うことを大切にしています。当社が行う社会貢献活動の特徴はお互いの顔が見えることです。地域の福祉施設、各地で発生する災害の被災地、カンボジアなどさまざまな活動を行っていますが、いずれも社員自らが現地に赴き、対話を通じた交流を行っています。これにより、継続的でより発展的な活動へと広がっています。

### ● ユナイテッド・アース石川事務局としての活動

当社は、これまで連携して社会貢献活動を展開してきたNPO法人ユナイテッド・アースと、より強い連携とネットワークを活かした立体的な活動を実現するため、NPO法人ユナイテッド・アース石川事務局の役割を担い、活動を支援するとともに、当社として社会貢献活動を実践しています。全国ネットワークを活かした被災地支援活動や、市民社会と一体となった地域活性化活動など、より効果的な活動に取り組んでいます。



## 地域貢献活動

### ● 地方創生への協働

当社は「SDGs未来都市」に選定された小松市と2019年6月27日に「SDGs推進に関するパートナー協定」を締結し、地方創生に向けたまちづくりや事業展開など、お互いの強みや資源を活かして地域の持続可能な発展を目指し活動しています。



パートナー協定の締結



飛散感染防止パーティションの寄贈

### ● 地域との交流と連携

地域発展のためには産官学民が一体となって取り組んでいくことが何より大切と考え、交流の場の設定や自治体主催のイベントへの積極参加などを通じてつながりを深めています。夏に開催されるチャリティイベント「コマフェス」では毎年多くの方にご参加いただいています。



新入社員のよさこい演舞(コマフェス)



コマニーのおしごとたいけん

## 日本貢献活動

### ● 災害ボランティア活動

全国各地に販売拠点を構える当社では、そのネットワークを活かして積極的な社会貢献活動を全国で展開しています。2019年10月に発生した台風19号で甚大な被害を受けた栃木県鹿沼市へは、関東地区に勤務する従業員105名、長野県長野市へは、本社勤務の従業員32名がボランティアに参加しました。



栃木県鹿沼市での活動



長野県長野市での活動

### ● 災害時研修の実施とネットワーク構築

国内で発生した自然災害時において各地でボランティア拠点を設置し、活動実績のあるNPO法人ユナイテッド・アースが主催する「ソーシャルインベーション災害研修」に参加し、災害時にリーダーとして行動できる人財育成や新しいまちづくりについて学びました。



ソーシャルインベーション災害研修



ワークを通して自ら考え学ぶ

## 世界貢献活動

### ● カンボジアでのさまざまな支援活動

2016年より、カンボジアの農村部での井戸支援や図書館建設など、教育支援を中心に活動をしています。さらに自立に向けた雇用創出や将来のリーダー人財育成のための里親支援なども実施しており、2019年8月には、里親支援をしているサエン君が来日し、従業員と交流しました。現在はパソコン教室を建設中で、パソコンスキルやオンラインで外国語などを学べる環境を整えていきます。



里親支援をしているサエン君の来日

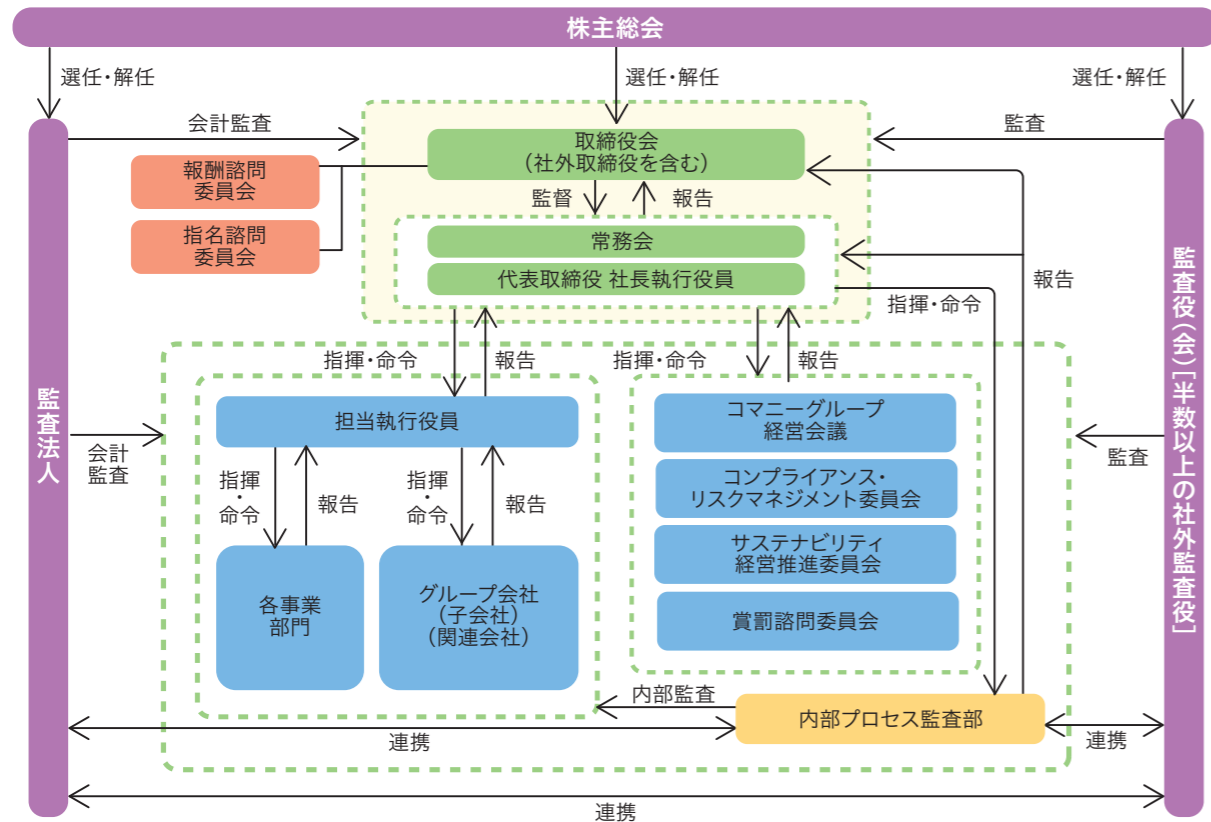


村のお母さんたちの自立支援

# コーポレート・ガバナンス

私たちは、経営の理念をもとに企業価値を増大させ、経営効率を高め、公正で迅速な意思決定の向上に努めていくことをコーポレート・ガバナンスの基本方針としております。今後も経営の健全性および透明性を確保するために、経営監督機能および法令遵守体制強化の重要性を認識し、コーポレート・ガバナンスの充実を図ってまいります。

## コーポレート・ガバナンス体制



### 取締役会

取締役会付議・報告事項に関する内規に従い、当社の経営に関する基本方針を決議し、重要な業務の執行状況につき報告を受けております。また、取締役会は原則月1回開催するほか、必要に応じて随時開催しており、当事業年度においては合計18回開催いたしました。なお、事業環境の変化に迅速に対応できる経営体制を構築するため、取締役の任期を1年としております。

### 取締役会の諮問機関

報酬諮問委員会は、取締役会からの諮問を受け役員等の報酬等を審議し、指名諮問委員会は、取締役会からの諮問を受け役員等の人事等を審議し、取締役会に答申することにより、この事項に関する客観性および透明性を確保して、コーポレート・ガバナンスの強化を図っております。当事業年度においては、報酬諮問委員会および指名諮問委員会は、それぞれ4回開催いたしました。

### 監査役(会)

監査役は、監査の方針および業務分担に従い、取締役会その他の重要な会議に出席するほか、取締役等から執務状況の報告を聞き、重要な決裁書類等を開覧し、本社および主要な事業所の業務および財産の状況を調査し、必要に応じて子会社から営業の報告を求めています。また、取締役の競業取引、利益相反取引、会社が行った無償の利益供与等に関して情報を収集し、当該取引の状況の確認を行っております。監査役会は、取締役会開催に先立ち月次で開催されるほか、必要に応じ随時開催しており、当事業年度は合計で19回開催いたしました。

### 常務会

取締役会の決定した経営基本方針に基づき、経営に関する重要な事項のうち、取締役会付議事項の事前審議および取締役会から社長執行役員に委任された事項について社長執行役員の諮問機関として審議しております。常務会は、原則週1回開催しております。

### コマネーグループ経営会議

代表取締役 塚本健太が議長となり、執行役員、連結子会社の役員に加え、関係部門責任者が参画し、経営戦略の全社共有化を図り、事業環境の変化に迅速に対応できる意思決定に結びつけております。

### コンプライアンス・リスクマネジメント委員会

当社グループは、コンプライアンスに係る施策やリスクマネジメントの対応施策を審議する機関としてコンプライアンス・リスクマネジメント委員会を設け、毎月開催しております。また、当委員会では国内子会社で選定されたメンバーも四半期毎に当委員会に参加し、当社グループの重要リスクの低減に努めております。

### サステナビリティ経営推進委員会

代表取締役 塚本健太を委員長とし、年2回開催しております。当社グループが目指す「コマネーSDGs<sup>®</sup>(メビウス)モデル」を持続的に循環させ、「財務と非財務」「プロダクト・サービスとガバナンス」がシナジーを生むかたちで推進できるような戦略的な意思決定を行い、推進しております。

## コーポレート・ガバナンス体制一覧表

機関設計	監査役会設置会社
取締役の人数(うち、社外取締役)	9名(3名)
監査役の人数(うち、社外監査役)	4名(2名)
取締役の任期	1年
執行役員制度の採用	有
取締役会の任意諮問機関	指名諮問委員会・報酬諮問委員会
会計監査人	有限責任 あずさ監査法人

## コーポレート・ガバナンスの取り組み

1999年	執行役員制度を導入
2004年	取締役の任期を1年に短縮
2008年	報酬諮問委員会を設置
2013年	社外取締役制度を導入
2015年	取締役会自己評価を開始 指名諮問委員会を設置 常務会を設置
2016年	社外役員の独立性判断基準を制定 社外取締役を1名増員し3名選任
2017年	コマネーグループ行動規範を改定

## 取締役会、監査役会の実効性確保の取り組み

現在、当社の取締役会は取締役9名、監査役4名で構成しております。この内、社外取締役は3名、社外監査役は2名であります。当社は、取締役会においてより実質的な議論を活発に行うための取締役の人数として、10名以内が適切であると判断しております。

取締役候補者については、当社の企業価値の向上に繋がるよう、知識・経験・能力等を定めた候補者選任基準をもとに、指名諮問委員会において審議のうえ、取締役会において選定いたしました。また、その選任理由には、株主総会招集通知において開示いたしております。

取締役及び監査役の重要な兼職状況は、株主総会招集通知の事業報告において毎年開示いたしております。

### ● 取締役会の自己評価

当社は、毎年1回、取締役・監査役自身による「取締役会自己評価」を実施し、取締役会の運営等に関して改善すべき意見等を集約確認することにより、実効性の高い運営を議論することで改善に結び付け、会社の健全な成長・発展、企業価値の向上につなげております。

#### <評価結果の概要>

- ・独立社外取締役3名を含め、多様な知識、経験を持つ取締役・監査役で適切に構成されている。
- ・取締役会の審議を通じて、中長期的な企業価値の向上に貢献できている。
- ・業務執行の監督の強化に向け、より積極的に意見し、有意義に議論するべきである。
- ・経営の基本方針、中長期の経営戦略や経営計画等の議論の充実に向け、更に十分な審議時間の確保に取り組むべきである。

### ● 監査役会の自己評価

監査役会につきましても、毎年1回、「監査役会自己評価」を実施しております。評価結果を踏まえ、監査役監査計画に重点事項として反映することにより、監査役会の機能の向上を図っております。

## コンプライアンスに関する取り組み

当社グループは「我等の精神は人道と友愛である」という心をベースにしたコマネー理念の浸透を図るため「社是」「経営の理念」「コマネー信条」および「コマネー理念」を記載した「コマネー理念手帳」を作成しており、当事業年度において「コマネー信条」および「コマネー理念」の一部を追加・変更を行っております。毎朝の朝礼時に「コマネー理念」の輪読を行っており、理念教育として「コマネー理念研修」を毎年実施し、役員等への理念の浸透を図っております。また、役員および従業員が職務を執行するにあたっての遵守事項として「コマネーグループ行動規範」を定めており、法令、企業倫理、社内規程等を遵守し、社会規範に沿った責任ある行動をとるよう、当社グループ内への周知徹底を行っております。

当社および国内子会社は、職場において企業倫理やコンプライアンス意識の浸透・向上を図るため、全従業員を対象にしたコンプライアンス教育を行っております。また、社内掲示等を利用した法令遵守等の情報発信を継続的に行っております。

### ● 内部通報制度

「コンプライアンスホットライン規程」を整備し、当社および国内子会社の役員等からの内部通報に対応できるよう努めております。また、第三者機関を窓口とする内部通報窓口を社外に設置し、不正行為等の早期発見と未然防止を掲げております。

# 役員紹介

● 2020年6月23日現在



代表取締役 会長執行役員

## 塚本 幹雄

1973年4月 ㈱コマツパーティション工業 (現 コマンニー)入社  
 1978年10月 同 生産管理部次長  
 1980年2月 同 取締役  
 1980年8月 同 常務取締役  
 1982年7月 同 専務取締役  
 1984年3月 同 代表取締役専務  
 1987年6月 同 代表取締役副社長  
 1988年10月 同 代表取締役社長  
 2005年6月 同 代表取締役社長 社長執行役員  
 2014年6月 同 代表取締役 社長執行役員  
 2019年6月 同 代表取締役 会長執行役員(現)



代表取締役 社長執行役員

## 塚本 健太

2006年5月 京セラコミュニケーションシステム㈱入社  
 2009年4月 同社退社  
 2009年5月 当社入社  
 2010年4月 同 経営管理部責任者  
 2011年6月 同 取締役  
 同 執行役員  
 2011年7月 同 管理本部副本部長  
 同 HPC推進室責任者  
 2012年4月 同 管理統括本部副本部長  
 2012年6月 同 常務執行役員  
 同 営業統括本部部長  
 2015年6月 同 営業統括本部部長  
 2016年6月 同 事業統括本部部長  
 2017年6月 同 専務執行役員  
 2019年6月 同 代表取締役 社長執行役員(現)



取締役 専務執行役員

## 堀口 勝弘

1978年4月 ㈱コマツパーティション工業 (現 コマンニー)入社  
 2007年6月 クラスタ㈱代表取締役社長  
 当社執行役員  
 2010年4月 同 製造本部部長  
 2010年6月 同 取締役(現)  
 同 常務執行役員  
 2012年4月 同 製造統括本部部長(現)  
 2014年7月 同 工務統括本部部長  
 2017年6月 同 専務執行役員(現)



社外取締役

## 中川 俊一

1972年4月 花王石鹸㈱(現 花王)入社  
 1992年6月 花王㈱法務部長  
 2002年6月 同 取締役執行役員  
 2003年3月 同 法務・コンプライアンス部門統括  
 2004年7月 同 コーポレートコミュニケーション部門統括兼務  
 2006年1月 ㈱カネボウ化粧品 社外取締役兼務  
 2006年6月 花王㈱リスクマネジメント室担当兼務  
 同 情報システム部門担当兼務  
 同 取締役常務執行役員  
 2013年6月 当社社外取締役(現)  
 2014年6月 三信電気㈱社外取締役



社外取締役

## 吉村 美紀

1995年4月 東京バシフィックビジネスカレッジ 国際交流ディレクター  
 2001年9月 南エムスリー(現 SDG/パートナーズ)設立  
 同 取締役(現)  
 2010年11月 国連プロジェクトサービス機関パキスタン事務所  
 2011年4月 国連人間居住計画(国連ハビタット)パキスタン事務所  
 2013年8月 公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン  
 政策提言オフィサー  
 2014年8月 国連世界食糧計画(国連WFP)  
 日本事務所 民間連携推進マネージャー  
 2019年6月 当社社外取締役(現)  
 石光商事㈱社外取締役(現)



社外取締役

## 伊地知 隆彦

1976年4月 トヨタ自動車工業㈱(現 トヨタ自動車)入社  
 2004年6月 同 常務役員  
 2008年6月 同 専務取締役  
 2011年6月 同 取締役・専務役員  
 2013年6月 同 顧問  
 東和不動産㈱取締役社長  
 トヨタ自動車㈱取締役副社長  
 2015年6月 同 相談役  
 あいおいニッセイ同和損害保険㈱代表取締役会長  
 2017年6月 同 取締役(現)  
 2020年6月 当社社外取締役(現)  
 長瀬産業㈱社外取締役(現)



取締役 専務執行役員

## 篠崎 幸造

1978年4月 ヤマハ発動機㈱入社  
 1999年4月 Siam Yamaha Co.,Ltd (現 Thai Yamaha Motor Co.,Ltd)取締役副社長  
 ヤマハ発動機㈱ 財務部長  
 2007年4月 同 取締役 上席執行役員  
 2010年3月 同 取締役 財務統括部長  
 2013年3月 同 取締役 常務執行役員  
 企画・財務本部部長  
 2014年1月 同 取締役 常務執行役員  
 企画・財務本部部長  
 兼先進国二輪車改革担当  
 2017年3月 同 顧問  
 2017年6月 当社社外取締役  
 2019年6月 同 取締役(現)  
 同 専務執行役員(現)  
 同 経営管理統括本部部長(現)



取締役 常務執行役員

## 東木 太志

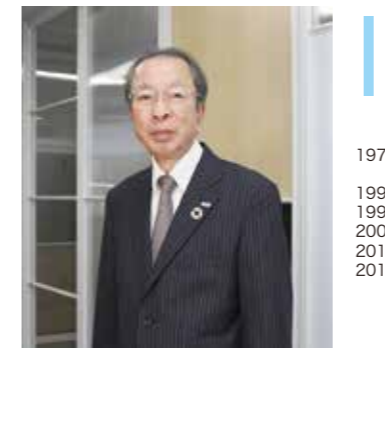
1988年4月 当社入社  
 2005年4月 同 西日本支社副支社長  
 2008年7月 同 西日本営業本部副本部長  
 2013年7月 同 東海営業本部部長  
 2017年4月 同 関西営業本部部長  
 2018年6月 同 執行役員  
 2019年1月 同 営業統括本部副統括本部部長  
 同 東京営業本部部長(現)  
 2019年6月 同 常務執行役員(現)  
 同 営業統括本部部長(現)  
 2020年6月 同 取締役(現)



取締役 常務執行役員

## 塚本 直之

2007年6月 当社入社  
 2010年4月 同 製造管理部担当課長  
 2011年7月 同 製造管理部製造企画課責任者  
 2013年1月 同 経営企画部責任者  
 2015年6月 同 執行役員  
 同 管理本部部長  
 2016年4月 同 経営企画本部部長(現)  
 2018年6月 同 常務執行役員(現)  
 2019年1月 同 東南アジア事業部長  
 2020年4月 同 研究開発本部部長(現)  
 2020年6月 同 取締役(現)



常勤監査役

## 北村 秀晃

1972年3月 ㈱コマツパーティション工業 (現 コマンニー)入社  
 1997年2月 当社経営情報システム部責任者  
 1997年7月 同 経営管理部責任者  
 2005年4月 同 経理部責任者  
 2013年10月 同 経理部参与  
 2015年6月 同 常勤監査役(現)



常勤監査役

## 元田 雅博

1982年4月 ㈱コマツパーティション工業 (現 コマンニー)入社  
 1998年4月 当社社長室部責任者  
 2002年4月 同 グループ企画部責任者  
 2004年5月 同 総務部責任者  
 2008年6月 同 執行役員  
 2008年7月 同 総務・人事部責任者  
 2012年4月 同 人事部責任者  
 2015年6月 同 取締役  
 同 常務執行役員  
 同 管理統括本部部長  
 同 総務本部部長  
 2019年6月 同 総務統括本部部長  
 2020年6月 同 常勤監査役(現)



社外監査役

## 松垣 哲夫

1976年4月 東亜燃料工業㈱  
 (現 JXTGエネルギー)入社  
 2000年7月 日興證券㈱(現 SMBC日興證券)入社  
 2000年12月 同 法務部長  
 2004年8月 マネックス・ビーンズ・ホールディングス㈱ (現 マネックスグループ) 社外監査役  
 2006年6月 ㈱日興コーディアルグループ  
 監査特命取締役  
 シティバンク銀行㈱取締役副社長  
 財務・企画本部部長  
 2012年1月 同 執行役員  
 同 事業戦略企画部門 共同部門長  
 2015年6月 同 顧問  
 当社社外監査役(現)  
 2015年11月 ㈱SMBC信託銀行  
 プレステリア事業部門 顧問  
 2016年7月 同 個人金融部門・コンプライアンス部門 顧問



社外監査役

## 鎌田 竜彦

1988年10月 サンワ・等松青木監査法人  
 (現 有限責任監査法人トーマツ)入所  
 監査法人トーマツ  
 (現 有限責任監査法人トーマツ)パートナー  
 2005年6月 鎌田公認会計士事務所 代表(現)  
 2018年8月 当社社外監査役(現)  
 2019年6月 同 社外監査役(現)  
 2019年10月 ㈱リアルゲイト社外取締役(現)  
 2020年6月 ㈱プラネット社外監査役(現)  
 TriValue㈱非常勤監査役(現)

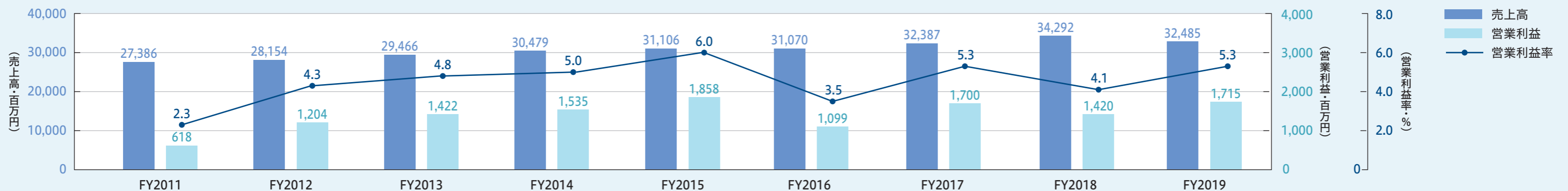
# 財務情報

## ● 9年間の主要財務データ推移

(単位:百万円)

コマニー株式会社および連結子会社 (単位:百万円)

会計年度	FY2011	FY2012	FY2013	FY2014	FY2015	FY2016	FY2017	FY2018	FY2019
売上高	27,386	28,154	29,466	30,479	31,106	31,070	32,387	34,292	32,485
市場セグメント別									
日本	26,707	26,859	28,032	28,715	29,869	30,055	31,383	32,499	31,728
オフィス	12,627	12,538	12,376	12,876	13,483	13,519	14,184	14,517	14,977
工場	5,991	6,358	5,226	5,334	6,925	6,880	7,378	8,894	7,616
医療・福祉	4,079	4,118	5,393	5,652	5,039	5,016	5,357	4,296	4,130
学校	1,918	1,830	2,578	2,525	2,049	2,289	2,428	2,339	2,027
その他	2,092	2,015	2,459	2,328	2,373	2,351	2,036	2,453	2,987
中国	679	1,294	1,434	1,764	1,236	1,015	1,003	1,792	748
売上原価	17,386	17,205	17,773	18,093	18,313	18,628	19,184	21,139	19,203
売上総利益	10,000	10,948	11,692	12,386	12,792	12,441	13,202	13,153	13,282
販売費及び一般管理費	9,382	9,744	10,270	10,850	10,934	11,342	11,501	11,732	11,566
営業利益	618	1,204	1,422	1,535	1,858	1,099	1,700	1,420	1,715
経常利益	651	1,252	1,463	1,638	1,846	1,143	1,732	1,341	1,566
親会社株主に帰属する当期純利益	549	1,178	1,602	1,621	1,079	507	929	335	711
設備投資	731	858	946	2,255	2,844	1,259	886	541	1,022
減価償却費	822	727	694	653	722	975	959	904	817
自己資本	16,895	18,228	20,318	21,916	21,806	21,891	22,641	22,324	22,482
総資産	27,124	27,658	31,164	32,793	34,205	33,923	36,361	34,528	32,533
従業員(人)	1,363	1,375	1,399	1,412	1,458	1,468	1,475	1,476	1,378
1株当たり指標									
当期純利益(円)	61.77	132.45	180.01	182.20	121.26	57.03	104.49	37.67	79.93
純資産(円)	1,898.41	2,048.24	2,283.15	2,462.77	2,450.42	2,460.10	2,544.41	2,508.65	2,525.36
年間配当(円)	26.00	28.00	30.00	32.00	37.00	46.00	47.00	50.00	51.00
配当性向(%)	42.1	21.1	16.7	17.6	30.5	80.7	45.0	132.7	63.8
財務指標									
自己資本当期純利益率(ROE)(%)	3.3	6.7	8.3	7.7	4.9	2.3	4.2	1.5	3.2
総資産経常利益率(ROA)(%)	2.4	4.6	5.0	5.1	5.5	3.4	4.9	3.8	4.7
売上高営業利益率(%)	2.3	4.3	4.8	5.0	6.0	3.5	5.3	4.1	5.3
自己資本比率(%)	62.3	65.9	65.2	66.8	63.8	64.5	62.3	64.7	69.1



# 財務情報

## ● 貸借対照表

コマニー株式会社および連結子会社 (単位:百万円)

会計年度	FY2018	FY2019
<b>資産の部</b>		
流動資産		
現金及び預金	7,264	8,236
受取手形及び売掛金	11,002	9,709
商品及び製品	1,299	819
仕掛品	112	138
原材料及び貯蔵品	594	485
その他	518	1,270
貸倒引当金	△ 9	△ 16
流動資産合計	20,781	20,645
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物(純額)	3,821	2,381
機械装置及び運搬具(純額)	2,217	1,623
土地	3,359	3,359
建設仮勘定	20	86
その他(純額)	141	154
有形固定資産合計	9,559	7,604
無形固定資産		
ソフトウェア	350	342
ソフトウェア仮勘定	54	71
その他	1	1
無形固定資産合計	405	415
投資その他の資産		
投資有価証券	1,407	1,124
長期貸付金	30	22
繰延税金資産	1,247	1,767
その他	1,130	986
貸倒引当金	△ 34	△ 33
投資その他の資産合計	3,781	3,868
固定資産合計	13,746	11,888
資産合計	34,528	32,533
<b>負債の部</b>		
流動負債		
買掛金	2,286	1,877
短期借入金	1,194	900
未払法人税等	84	61
賞与引当金	854	801
役員賞与引当金	24	20
その他	2,516	2,024
流動負債合計	6,960	5,685
固定負債		
長期借入金	940	-
リース債務	280	240
再評価に係る繰延税金負債	331	331
退職給付に係る負債	3,351	3,351
役員株式給付引当金	60	90
その他	277	351
固定負債合計	5,243	4,365
負債合計	12,203	10,050
<b>純資産の部</b>		
株主資本		
資本金	7,121	7,121
資本剰余金	7,607	7,607
利益剰余金	8,325	8,571
自己株式	△ 1,142	△ 1,135
株主資本合計	21,912	22,163
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	97	△ 93
土地再評価差額金	481	481
為替換算調整勘定	△ 68	8
退職給付に係る調整累計額	△ 97	△ 78
その他の包括利益累計額合計	412	318
純資産合計	22,324	22,482
負債純資産合計	34,528	32,533

## ● キャッシュ・フロー

コマニー株式会社および連結子会社 (単位:百万円)

会計年度	FY2018	FY2019
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>		
税金等調整前当期純利益	832	356
減価償却費	904	817
減損損失	93	-
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	30	26
賞与引当金の増減額(△は減少)	16	△ 52
役員賞与引当金の増減額(△は減少)	△ 12	△ 4
役員株式給付引当金の増減額(△は減少)	29	29
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△ 10	5
受取利息及び受取配当金	△ 22	△ 24
支払利息	26	10
貸倒損失	-	21
有形固定資産売却損益(△は益)	△ 0	△ 0
有形固定資産除却損	11	28
無形固定資産除却損	-	0
投資有価証券売却損益(△は益)	△ 216	3
関係会社株式売却損益(△は益)	-	1,178
たな卸資産評価損	622	-
売上債権の増減額(△は増加)	△ 735	986
たな卸資産の増減額(△は増加)	304	76
仕入債務の増減額(△は減少)	△ 136	△ 260
その他	33	△ 355
小計	1,769	2,843
利息及び配当金の受取額	22	24
利息の支払額	△ 26	△ 10
法人税等の支払額	△ 962	△ 160
法人税等の還付額	-	136
営業活動によるキャッシュ・フロー	802	2,832
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>		
定期預金の預入による支出	△ 339	△ 151
定期預金の払戻による収入	145	181
有形固定資産の取得による支出	△ 634	△ 523
有形固定資産の売却による収入	41	0
無形固定資産の取得による支出	△ 97	△ 249
投資有価証券の取得による支出	△ 402	△ 1
投資有価証券の売却による収入	305	4
補助金の受取額	0	-
連結の範囲の変更にもなう子会社株式の売却による収入	-	584
その他	△ 11	△ 10
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 993	△ 165
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>		
長期借入金の返済による支出	△ 509	△ 1,104
リース債務の返済による支出	△ 40	△ 40
自己株式の売却による収入	1	6
自己株式の取得による支出	△ 0	△ 0
配当金の支払額	△ 446	△ 465
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 996	△ 1,604
現金及び現金同等物に係る換算差額	37	103
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△ 1,149	1,166
現金及び現金同等物の期首残高	8,220	7,070
現金及び現金同等物の期末残高	7,070	8,236

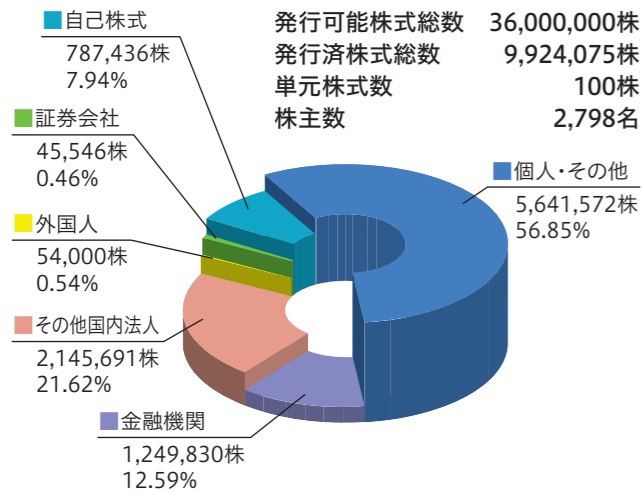
# 会社情報

## ● 会社概要 (2020年3月31日現在)

社名 コマニー株式会社  
(英訳名 COMANY INC.)  
本店 石川県小松市工業団地一丁目93番地  
設立 1961年8月18日  
資本金 7,121百万円  
従業員数 (連結)1,234名 (単体)1,081名  
主な事業内容 パーティション(間仕切り)の開発、設計、製造、販売および施工ならびにパーティション関連の内装工事、建具工事

グループ会社 (国内)1社 (海外)2社  
事業年度 毎年4月1日から翌年3月31日まで  
上場証券取引所 東京証券取引所 市場第二部  
証券コード 7945  
株主名簿管理人 三井住友信託銀行株式会社  
会計監査人 有限責任あずさ監査法人

## ● 株式の状況 (2020年3月31日現在)



## ● 大株主/上位10名 (2020年3月31日現在)

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社コマツコーサン	923,300	10.10
コマニー共栄会	725,551	7.94
コマニー従業員持株会	644,855	7.27
株式会社北陸銀行	444,002	4.85
吉田 敏夫	265,500	2.90
株式会社北國銀行	260,000	2.84
日本スタートラスト 信託銀行株式会社(信託口)	260,000	2.84
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口)	233,928	2.56
木村 直子	223,296	2.44
塚本 幹雄	217,500	2.38

(注)持株比率は、自己株式を控除して計算しております。

## ● 沿革

年月	概要
1961年8月	小松キャビネット株式会社設立
1970年6月	社名を株式会社コマツパーティション工業に変更
1980年12月	パーティション業界売上高第一位達成
1984年11月	社名をコマニー株式会社に変更
1985年11月	デミング賞実施賞中小企業賞を受賞
1989年11月	株式を名古屋証券取引所市場第二部に上場
1991年4月	子会社キャップ株式会社(のちにコマニーエンジニアリング株式会社)を設立
1996年10月	1996年度TPM優秀賞第一類を受賞
1996年12月	格満林国際貿易(上海)有限公司を設立
1997年5月	株式会社コマツフラッシュ(現クラスター株式会社)を子会社化
1999年10月	1999年度TPM優秀継続賞第一類を受賞
1999年12月	ISO9001認証を取得
2001年11月	ISO14001認証を取得
2011年8月	南京捷林格建材有限公司を子会社化
2012年2月	格満林(南京)新型建材科技有限公司(中華人民共和国)を設立
2015年6月	東京証券取引所市場第二部に上場

年月	概要
2016年9月	ユニバーサルデザイン折り戸「Dear-d(ディアード)」が2016年度グッドデザイン賞を受賞
2017年11月	ISO9001およびISO14001認証を2015年版に更新
2018年1月	子会社コマニーエンジニアリング株式会社を吸収合併
2018年4月	「コマニーSDGs宣言」を表明
2018年4月	国連グローバル・コンパクトに署名
2018年8月	健康経営優良法人2019(ホワイト500)を認定取得
2019年2月	「コマニーグループ人権方針」を策定
2019年6月	小松市と「SDGs推進に関するパートナー協定」を締結
2019年6月	次世代認定マーク「くるみん」を取得
2019年10月	やさしいドアシリーズが2019年度グッドデザイン賞を受賞
2019年10月	再エネ100宣言RE Action 加入
2019年11月	グリーン購入大賞(大企業部門)受賞
2020年1月	格満林(南京)新型建材科技有限公司(中華人民共和国)を譲渡
2020年3月	健康経営優良法人2020を認定取得
2020年3月	JMAQA AWARDS 2020受賞
2020年4月	SBTイニシアチブから認定
2020年7月	FSC認証を取得

## ● サステナビリティに関する社外からの評価

経済産業省と日本健康会議が共同で選定する「健康経営優良法人2020」に、認定されました。



厚生労働省より「次世代育成支援対策推進法」に基づく「子育てサポート企業」として認定され、次世代認定マークである「くるみん」を取得しました。



## ● 編集方針

この統合報告書では、コマニーグループの価値創造モデルと目指す姿を取り組みの具体事例を交えて分かりやすくご紹介することを目指して作成いたしました。

現在は地球環境をはじめ、災害や感染症など世の中は大きく変化するとともに、人々の価値観も変化しています。コマニーグループではこれまで大切にしてきた普遍的な原理原則である「社是」のもと、新たな価値を創造する企業づくりに向けた「変化への挑戦(Challenge for Change)」に取り組み、新たな社会をつくる一翼を担うべく取り組んでいます。

今回の「コマニーグループ統合報告書2020」を通じて、ステークホルダーの皆様には私たちの取り組みについてより一層のご理解をいただき、これまで以上に親しみをもっていただく一助となれば幸いです。今後もすべてのステークホルダーの皆様との対話を大切に企業運営を行ってまいりますので、どうぞ忌憚のないご意見をお寄せください。

## ● 報告対象期間

2020年3月期(2019年4月1日~2020年3月31日)を対象としています。ただし、必要に応じて当期間の前後についても言及しています。

## 各種情報提供ツールのご紹介

本レポートに掲載されていない活動やデータなどは、ウェブサイトでご覧になれます。さまざまな情報の発信を企業情報サイトで行っています。

- コマニー企業情報サイト  
<https://www.comany.co.jp>
- 財務情報・IR  
<https://www.comany.co.jp/ir/>
- サステナビリティの取り組み  
<https://www.comany.co.jp/sdgs/>
- コーポレート・ガバナンス報告書  
[https://www.comany.co.jp/wp/wp-content/uploads/2020/06/20200624\\_CG.pdf](https://www.comany.co.jp/wp/wp-content/uploads/2020/06/20200624_CG.pdf)
- 有価証券報告書  
<https://www.comany.co.jp/ir/settlement/library/>

## SDGsへの取り組み



持続可能な開発目標(SDGs)は、貧困に終止符を打ち、地球を保護し、すべての人が平和と豊かさを楽しむことができるようにすることを目指して、国連加盟国によって採択された普遍的な17の国際目標です。私たちコマニーグループは、「人道と友愛」の精神と、サステナビリティ方針にある「企業は世の中の幸福に貢献するために存在すべきである」という信念のもと、SDGsに賛同し、持続可能な未来を築いていくことに努めてまいります。

## 「国連グローバル・コンパクト」に署名しています



国連グローバル・コンパクトとは、1999年の世界経済フォーラム(ダボス会議)の席上でコフィー・アナン国連事務総長(当時)が提唱したイニシアチブで、2000年7月26日にニューヨークの国連本部で正式に発足しました。私たちコマニーグループは、地球規模で責任ある企業として行動し、社会の課題を解決していくことを国際社会に表明しました。グローバル・コンパクトの「人権・労働・環境・腐敗防止」の4分野にわたる10原則を支持・実践することにより、持続可能な社会の発展に向けた取り組みを推進してまいります。





This is our **Communication on Progress** in implementing the principles of the **United Nations Global Compact** and supporting broader UN goals.

We welcome feedback on its contents.

## コマニー株式会社

〒923-8502 石川県小松市工業団地1丁目93番地

<https://www.comany.co.jp/>

問い合わせ先

経営企画本部 サステナビリティ経営推進室

TEL 0761-21-1201 FAX 0761-24-1901



第5版 ○この報告書の内容は2020年8月現在のものです。○商品改良のため予告なく仕様を変更する場合があります。あらかじめご了承ください。○報告書の写真は印刷のため、商品の色と多少異なる場合があります。