

コマニーグループ  
統合報告書

2021





間づくりで Empower all Life を実現する

# 小松キャビネット株式会社

構内

禁煙

すぐれた「間」とは何か？

コマニーは  
創業以来60年間  
ずっとこの問いに  
向き合ってきました。

問いの中で  
COMANY という社名に  
向き合いました。



## CO-MA-NY

社名の中心にある MA は我々の使命である「MA= 問づくり」を表している。

## CO--MANY

そのためには、想像を絶するようなたくさんの探索・共創と、

## COM--ANY

誰一人取り残すことのない深く粘り強い対話が必要なのだ。

## COMPANY

だから、MA の真ん中に人= People を置く。  
そこで我々は初めて会社=仲間になれる。

## --COMANY

それが COMANY が描き実現するムーンショットだ。

当社グループは間づくりカンパニーとして

間づくりで Empower all Life を実現するという  
2030年に向けたムーンショットを掲げました。

理念を重んじ未来に思いをはせる。

旅は今始まったばかりなのです。

是非皆さんと旅をご一緒しましょう。



間づくりで  
Empower all Lifeを  
実現する

代表取締役 社長執行役員

塚本健太



世界は今、急激なスピードで変化が起きています。新型コロナウイルス感染症の問題はもとより、風水害や大地震といった災害も頻発し、気候変動の問題もより深刻化しております。まさに現在は「VUCAの時代」と表現される通り、激動 (Volatility) であり、不確実 (Uncertainty) で、それらが複雑 (Complexity) に絡み合っており、しかも曖昧 (Ambiguity) という状態です。先行きが見通せないこのような時代だからこそ大切なことは、私たちはどうしたいのか、人間としてどう生きるのかという「意志力」なのではないでしょうか。

私は、誰一人取り残すことなく、すべての人類・地球を含めたすべての生命体が調和し、発展して幸福を実現する社会を目指すべきであると考えております。「Empower all Life ―一人一人が光り輝く社会―」これは、私たちコマニーグループが2030年の実現を目指したムーンショットです。創業の時より脈々と受け継いできた創業者の精神と理念、そして間仕切りメーカーとして数多くの空間を紡いできた経験を礎として、今こそ私たちは間づくりカンパニーになる、「間づくり」で「Empower all Life ―一人一人が光り輝く社会―」を実現するという新たな旅に出ようとしているのです。

### ■ 創立60周年に紐解く歩みと「間づくり」

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、キャビネット事業から間仕切り専門メーカーへの大転換、創業ほどなくして訪れた操業停止の危機など、様々な苦労を味わいました。そんな中で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」という結論に思い至ります。こうして、人の心をベースとした人間性尊重の経営をするための5つの社是が昭和43年に制定されました。

### <創業当時の5つの社是>

- 一、我等の精神は人道と友愛である
- 一、我等の生活は共存共栄の中に成り立つべきである
- 一、我等の使命は社会に貢献すべきである
- 一、我等は知識を高め技術を磨き絶えず前進すべきである
- 一、我等は余暇を楽しみより豊かで幸福な人生を送るべきである

コマニーはおかげさまで今年60周年を迎えることができましたが、半世紀以上を経た今であっても創業の理念は色あせることなく、むしろ今の時代にこそ必要な考え方であると実感しています。数多くのお客様や協力企業の皆様に支えられ、理念をベースに一途に間仕切り事業を追求してきた60年間は私たちにとってかけがえのない時間でした。この60年間で生産してきた間仕切りのパネル枚数を距離に換算すると、なんと地球から月に届いてしまうほど。多くの空間に採用され様々な快適・機能空間を創造する一翼を担ってこられたのは私たちの誇りです。

私たちが創業以来探究し続けてきたのは、「間仕切りとは何か?」ということでした。「間を仕切る」という言葉を聞くと、一般的には空間を二つに分割することをイメージしがちです。一方で、よく似た言葉に「場を仕切る」という言葉がありますが、この言葉を聞いたときに「場を二つに分断することだ」と想像する人はいるでしょうか。むしろそれとは逆で、場をまとめることや整えること、さらには場をつくり上げることをイメージされると思います。このように考えると、「間を仕切る」という言葉の真意も、分割することではなく、間を整えること、つくり上げることであると考えら





れるのではないのでしょうか。間仕切りとは「間」により良い価値を与えること。つまり、私たちの間い続けてきた「間仕切りとは何か?」とはすなわち、「すぐれた『間』とは何か?」ということだったので。

私たちが60年という壮大な歴史の中で歩んできたもの、そしてこれからもコマネーグループが果たすべき使命、それが「間づくり」なのです。

### ■ムーンショット「Empower all Life」

「間づくり」を通じて目指す姿は、「Empower all Life —一人一人が光り輝く社会—」の実現です。これは「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」という信念のもとに掲げる使命「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」ということそのものです。

人はそれぞれが持つ強みや個性、また生まれ育った環境などが違います。これらの違いを互いに認め合い、それぞれの個性を活かし合って相乗効果を生み出し、一人一人が光り輝くことができることこそ、本当に求めるべき幸福ではないのでしょうか。

人が自分らしく生き、光り輝くためには、自分らしくあることに対する不安を感じる必要がない安心と安全の確保が必要です。その上で、自分の良心や志に素直に生き、可能性を切りひらくための挑戦ができる

環境が整っていることが大切であり、「間づくり」を通してそれらを実現できる環境づくり、人づくりに貢献していきたい、というのが私たちの強い想いです。

たとえVUCAの時代と言われようとも、未来は私たちの手でつかむことに変わりはありません。経済・社会・環境との調和の中でさらなる発展を目指し、あらゆる動植物や地球生命体を含むすべての生命との共存共栄を実現していく、多くの人がそんな素晴らしい世界に目覚め幸福を実感できる世界を追求し続けます。

### ■価値創造領域と価値創造ストーリー

私が事業活動を考える上で大切にしていることは、「未来は予測するものではなく、自らの手で創り出すものである」ということです。現状をしっかりとらえた上で、「私たちはどうしたいのか」という強い意志を持ち、それをもとに事業を展開しております。

私たちはこの激動の時代において、60年間築いてきた顧客基盤と技術を発展させ、より強固な基盤を築くとともに、一方でそれにとらわれない新たな「間づくり」の可能性を探索することを通じて、新たな価値創造にも挑戦していきます。

具体的な事業活動に展開するために我々が特に取り組むべき課題としたのは「自立分散型社会の実現」「多様性尊重による“らしさ”の発揮」「技術革新による新たな価値創造」「持続可能な地球環境づくり」

**世界はこれから心の豊かさも含めた  
本当の幸福を見つける旅に出ようと  
しているのではないかと思います。**

の4分野です。そしてこれらの社会課題に基づき、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して捉え、「地球環境づくり」「まちづくり」「場づくり」「人づくり」という価値創造領域を定めました。これらに対して、持続可能な環境づくり、人づくりに貢献すべき事業に取り組み、その空間を利用する人がより自分らしく光り輝くことに貢献することを通じて Empower all Life の実現を目指します。

また、これらの実現のための価値創造モデルとして、「コマニー SDGs ∞ (メビウス)モデル」に沿って活動を展開することを継続していきます。この∞モデル (P31参照)は、右側はプロダクト・サービスを通じていかに世の中に貢献するかを表し、左側はステークホルダーの皆様のご幸福にいかに関与するかを表しています。私たちの信念である「関わるすべての人の幸福に貢献する経営」を目指し、∞モデルを持続的に循環することを通じて、地球環境との調和のもと、お客様、サプライヤーなどのお取引先様、従業員、地域社会、株主・投資家の皆様へのより大きな幸福を実現してまいります。

## ■1億人の Well-being の向上を目指して

私たちは Empower all Life 実現の指標として、価値創造モデルであるコマニー SDGs ∞ (メビウス)モデルを通じて「1億人の Well-being の向上」を目指します。

実現のためのアプローチとして、まずは既存の商品に社会課題解決に資するソリューションを付加し、人々の幸福に貢献します。例えば、「高耐震間仕切シンクロン」による震災リスクを軽減することで、より安心・安全の空間づくりを実現します。それによって精神的な安全性を確保し、そこに生きる人の Well-being の向上につなげていきます。また、ユニバーサルデザインテイブル「Dear-d」や「やさしいドア」シリーズなど、健常者や障害者の方などが分け隔てなく、利用するすべての人がストレスなく使用できる商品の展開などを通じて Well-being の向上につなげていきます。さらに、昨今浸透している多様な働き方を実現するた

めに、いつでもどこでも「個」で働くことができ、その価値を向上させ生産性の高い空間を創造するワークスペース「Remote Cabin」や、適度な集中と発散が共存できる場を創造する「KOUSHI」などによるワーカーのストレス軽減や新たなイノベーション創出につながる空間を創造することで Well-being の向上につなげていきます。

これに加えて、既存の間仕切事業によるアプローチだけでなく、社会課題解決に貢献するための「間づくり」による新規事業の創出、企業活動における間接的なインパクトやステークホルダーとの共存共栄などを通じて、さらに多くの人の Well-being の向上を図ります。

## ■地球環境との共存

「1億人の Well-being 向上」による Empower all Life の実現の取り組みは、地球環境との共存を大前提に推進してまいります。私たちは2040年にはネットゼロを目指し、2030年には「50%の環境負荷削減」を掲げ、脱炭素社会への取り組みを推進しています。具体的には「Scope1+2におけるCO<sub>2</sub>排出量(単体)を2030年までに2018年度比で50%削減」「再エネ比率(単体)を2030年までに50%、2040年までに100%」に向けて取り組んでいきます。

さらに、循環型社会への取り組みとして、社内エコ基準を満たすエコ商品の開発を進め、2030年にはエコ商品比率100%を目指しています。また、生産方法や梱包方法等を見直すことでリサイクル率の向上や産業廃棄物排出量の削減、使い捨てプラスチックの使用削減にも取り組んでいます。

## ■ダイバーシティ & インクルージョン

一人一人が光り輝く社会の実現には、大量生産によって誰かが取り残される社会ではなく、多様なすべての人が自分らしく光り輝ける包摂的な社会をつくり上げなければなりません。私たちの事業活動においても、多様なニーズにお応えできるためのイノベーションを連続的に生み出していくことが必須課題となりま

す。そのためには、お互いの違いを尊重し、多様な考え方を認め合い活かし合うダイバーシティ & インクルージョン (以下、D&I)の推進が必要不可欠です。私たちはこのD&Iが事業活動における成長戦略の中心軸をなすものとして位置づけ、推進しております。

私たちは、2019年にサステナビリティ経営推進委員会、D&I推進分科会を同時に立ち上げ、定期的な施策の決定と実施フォローを進めながら、社内のD&I研修の開催などによる周知活動を進め、経営幹部も含めた全社員でD&Iの実現に取り組んでおります。今後はさらにその取り組みを加速させ、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30%以上、女性管理職比率20%以上の目標などを達成することで、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

私には信じていることがあります。それは、人間の本質的な喜びは良心に正直に生きることだということです。人には必ず良心があります。その良心を常に磨き、人にやさしく、思いやりを持って世の中の役に立つために懸命に努めることは、人間の本質的な喜びに直結していると思うのです。一度しかない人生を、生まれてきたからには少しでも多くの人の役に立ち、

世の中に貢献することこそが人間の生まれ持った使命ではないでしょうか。そのために、人が生まれ持った強みや個性をお互いに認め、活かし合い、力づけることのできる本当の幸福を実現したいと考えています。

私たちの使命である「すべての人が光り輝く人生を送る」ことは、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」ことと一致していると考えており、当社の価値創造モデルである「コマニー SDGs ∞モデル」にあるように、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原則にあります「人権・労働・環境・腐敗防止」に積極的に取り組むことは、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。

普遍的な価値観である人道と友愛の精神を胸に、「Empower all Life」を実現させるために、変えるべきことは大胆に変化させ新たなことに挑戦し、世の中になくなくてはならない企業であり続けられるよう邁進してまいります。

「間づくりで Empower all Life を実現する」というコマニーの旅は、今始まったばかりです。

一度しかない人生を、生まれてきたからには

少しでも多くの人の役に立ち、

世の中に貢献することこそが

人間の生まれ持った使命ではないでしょうか。

## 08 トップメッセージ

## Chapter1

## 18 我々は今どんな時代を生きているのか？

20 コマニーの持続的な成長と時代変化

23 これからの時代はどのような変化がおきるのか

24 リスクと機会

## Chapter2

## 26 コマニーの目指す未来 旅の羅針盤メビウスモデル

28 間づくりによる価値創造ストーリー

30 Empower all Life を実現する間づくり・空間スケール

31 価値創造モデル コマニー SDGs ∞(メビウス) モデル

32 コマニーが創出する社会的インパクト

34 Road to 2030

## Chapter3

## 36 旅先(事業領域)で創造する価値

38 中期経営計画 -FY2023 中計-

39 これからの事業戦略

40 コマニーが捉える間づくりとは

## Chapter4

## 46 終わりなき旅へ それを続けるための姿勢

48 お客様第一の追求

50 お取引先様(サプライヤー)とのパートナーシップ

52 地球環境との共存

54 人間性尊重の職場づくり

56 社会貢献活動

58 コーポレート・ガバナンス

## 60 DATAINDEX

62 役員紹介

64 パフォーマンスハイライト・非財務情報

66 これまでの業績

68 財務情報

70 会社情報

## Chapter 1

# 我々は今どんな時代を 生きているのか？ (どんな世界に出かけるのか？)

見通しが難しく、予測ができない「VUCA」と言われる時代に私たちは生きています。これまでのコマニーの歴史を振り返りつつ、当社においてどのようなリスクがあるか、どのような価値創造ができるか未来に向けて現状を見てみましょう。

# コマニーの持続的な成長と時代変化

1961



高度経済成長期、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。



1970年、企業名と商品イメージを統一するために社名を「(株)コマツパーティション工業」に社名が変更されました。  
(写真は当時の外観)



コマツパーティション時代の製品は空間を「仕切る」ことで、高度経済成長期の働く環境づくりに貢献していました。  
(当時のカタログ納入事例より)



1984年に快適機能空間づくりを目的とした間仕切り販売に転換するためにCI(コーポレート・アイデンティティ)を導入し、現在の「コマニー株式会社」に社名が変更されました。  
(写真は当時の社内報)

## 間を仕切る時代 (塚本信吉の経営)

### 高度経済成長期

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—

創業当初に生産したキャビネット類は、運送において空気を運ぶのと変わらず、遠方への輸送コストが多かりました。創業者の塚本信吉氏は東京でビル建設が続く都心の光景を眺めながら考え抜いた結果、自分たちの既存の技術、設備、販売体制を活かせるものとして思いついたのが「スクリーン(衝立)」でした。これが当社におけるパーティション事業の誕生です。



SS



SL・PL



NSW

1988

## 間の機能



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』



ユニバーサルデザインを採用した、誰もが使いやすく安心・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)』



震度7相当の地震にも耐えられた、誰もが使いやすく安心・安全という付加価値をプラス  
→高耐震間仕切『シンクロン』

## 間の表現



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



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)』



「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

1991 バブル崩壊

1995 アメーバ経営導入

1996TPM 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

のちに格満林(南京)新型建材科技有限公司を設立し機能移管

2008 リーマンショック

2011 東日本大震災

2011 創立50周年

2015 東証二部上場

2015SDGs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。



MUP



BD



ディアード



やさしいドア



DP60s

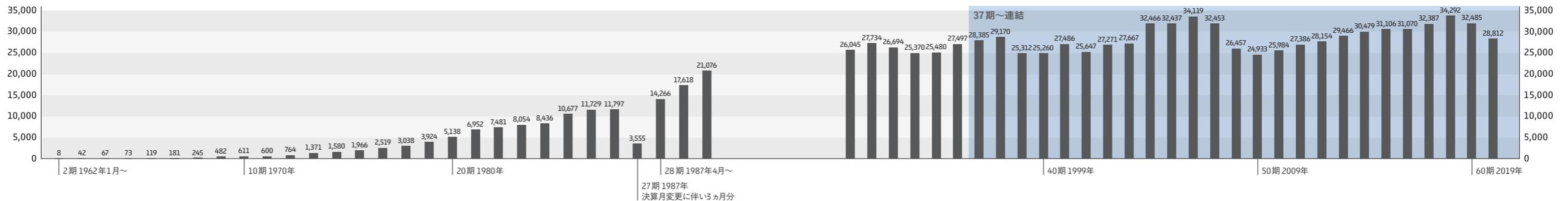


シンクロン



KOUSHI

## 売上高推移 (創業~60期) (単位: 百万円)



2019

新たな価値創造の時代へ

# コマニーの持続的な成長と時代変化

2019

## 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。2020年に掲げた「Empower all Life」を合言葉に、かけがえのない一人一人の人生が光り輝きつつ、人と人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。



## 間づくり・人づくりの時代へ (塚本健太の経営)

**2020** 新型コロナウイルス感染症  
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** 東京オリンピック  
2021 創立60周年  
タグラインを Empower all Life に変更

**2025** 大阪万博 **2030** SDGs 達成



Health Bright Evolution®  
ヘルスブライトエボリューション



Remote cabin  
リモートキャビン



FSC® 認証材トイレブース  
CB-FSCAR

## 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

- 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4月 SBTイニシアチブから認定
- 2020年7月 パートナーシップ構築宣言
- 2021年1月 「女性のエンパワーメント原則 (WEPs)」署名

# これからの時代はどのような変化がおきるのか

昨今の新型コロナウイルス感染症の問題はもとより、人口動態の変化による影響、地球環境の変化による影響、技術革新による影響など、日本だけでなく、世界は今、急激なスピードで変化が起きています。まさに現在は「VUCAの時代」と表現される通り、激動 (Volatility) であり、不確実 (Uncertainty) で、それらが複雑 (Complexity) に

絡み合っており、しかも曖昧 (Ambiguity) という状態です。先が見通せないこんな時代だからこそ、我々は意志力をもって、誰一人取り残すことなく、人類・地球を含めたすべての生命体が調和し、発展して幸福を実現する社会を目指していきます。

### ■人口動態の変化による影響

日本は戦後、高度経済成長を得て、経済大国となりました。しかし、現在は日本の人口は既に下降に転じ、高齢者が増え、超高齢化社会に突入しています。

### 日本のGDPと人口の推移

出典: National Accounts - Analysis of Main Aggregates (国連)  
国立社会保障・人口問題研究所: 日本の将来人口 (平成29年推計)

### ■地球環境の変化による影響

温室効果ガス濃度がさらに上昇し続けると、今後気温はさらに上昇すると予測されており、水害の多発や森林火災など、気候変動による問題がより深刻化しています。

### 1850～1900年を基準とした世界平均気温の変化

出典: IPCC AR6/WG1 報告書の政策決定者向け要約 (SPM) の概要

### ■技術革新による影響

全世界の生成、消費されるデジタルデータの総量は、20年前に比べて1万倍となっており、急速な情報化社会への変化により飛躍的に伸びています。世界経済の発展はこの急速な技術革新によって支えられています。

### 全世界の生成・消費されるデジタルデータの総量変化

出典: 情報通信白書平成26年版、IDC's Global DataSphere Forecast Shows Continued Steady Growth in the Creation and Consumption of Data

# 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。

## 事業環境認識

- 地政学的変化**
  - ・東京一極集中
  - ・地域格差
  - ・地方創生
  - ・核家族化の進行
- 人口動態変化**
  - ・人口減少
  - ・少子高齢化社会
  - ・生産年齢人口の減少
  - ・人生100年時代の到来
  - ・製造/建築業の技術者不足
- 社会・経済の多様化**
  - ・多様性の重視
  - ・グローバリゼーション
  - ・人権意識の変化
- 技術の進歩**
  - ・AI、IoTの進化
  - ・ロボット技術
  - ・クリエイティブ人材育成
- 地球環境の変化**
  - ・地球温暖化
  - ・自然災害の多発
  - ・生物多様性の保全
  - ・感染症の発生と拡大

## 4つの社会的課題

**1** 一極集中による地域格差 (集中と分散)

**2** 生産年齢人口の減少による人財不足

**3** 技術の進化

**4** 自然災害による人命被害と生産活動の停止

## リスク

- ▶首都圏一極集中による都市機能の脆弱化
- ▶過疎地のさらなる衰退 (人口減少・産業消滅)
- ▶災害による経済活動の停止

- ▶働き手不足 (労働力不足)
- ▶社会保障制度の破綻

- ▶パーティション代替品への置き換え
- ▶技術導入 (DX) の遅れによる機会損失
- ▶無人化・自動化によるセキュリティリスクの拡大

- ▶大規模災害発生による生産操業停止や建材資源の倒壊と人命の損失
- ▶供給優先の資材利用による環境破壊
- ▶感染症による経済活動の停滞

## 機会

- ▶過疎地域にマッチした環境提案
- ▶Uターン・Iターンのオフィス環境づくり
- ▶新しい仕事様式に対応した環境づくり

- ▶生産性向上への取り組み
- ▶多様な人財の活躍機会の創出
- ▶副業・兼業の増加による働き方の多様化

- ▶オンラインによる事業領域の拡大
- ▶無人化・自動化・遠隔化による生産性向上
- ▶IoTによる新たな価値提供
- ▶新たなビジネスパートナーの発掘

- ▶BCM/BCP対応事業の展開
- ▶地震に強い建築資材の研究開発
- ▶環境保護に向けての資材適合材の使用

## 4つの取り組むべき課題

**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

Chapter **2**

コマニーの目指す未来  
旅の羅針盤  
メビウスモデル

私たちの目指す経営、それは「関わるすべての人の幸福（しあわせ）に貢献すること」です。これを実現するための羅針盤として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。この羅針盤からどのような価値を創造できるのか、目指す未来を描きました。

# Empower all Life

一人一人が光り輝く社会に貢献

私たちが子どもの頃、「なぜ大人は戦争をするの？」  
 「なんで人は自然環境を破壊するの?」「食べ物がなくて困っている人がいたら、  
 余っているところから送ってあげればいいのに・・・」といった素朴な疑問や  
 純粋な想いがあった。いつしか時が経って大人になり、現実の社会を知り、  
 忙しい生活に追われる日々。そんな子どもじみた考えは、通用しないのだろうか・・・  
 いや、それは違う。

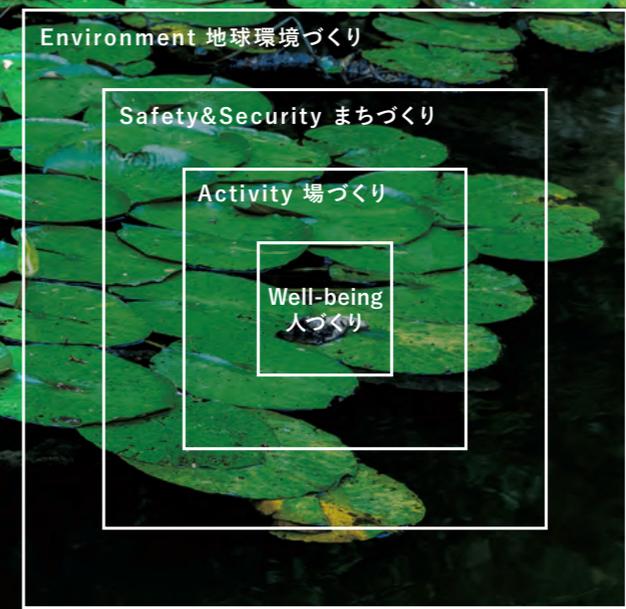
## 「Empower all Life」

直訳では「すべての生命を力づける」となるが、これには世界中の人間だけでなく、  
 地球に生きるすべての生命や自然環境と調和 (harmony) する共存共栄を目指す姿として

想いをこめた。私たち COMANY は「間づくり」をとおして  
 すべての人が光り輝く人生をおくるために、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ことで  
 Empower all Life を実現していく。

子どもの頃の純粋な心と、大人になって培ってきた技術力で。

## Empower all Life



間づくり

### 当社が取り組むべき社会課題

- |                                  |                       |
|----------------------------------|-----------------------|
| 1 自立分散型社会への取り組み                  | 3 技術革新による空間価値の向上      |
| 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 | 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



技術で考え、快適さで応える



価値創造モデル  
 コマニー SDGs ∞(メビウス)モデル

## 間づくりを通じて一人一人が光り輝く社会へ

Empower all Life (すべての生命を力づける) とは人類、動植物などの生物、さらには地球生命体も含めたすべての生命をより生き活きとさせること。言い換えると持続可能 (Sustainable) な環境と同時に生成発展 (Developmet) を実現していくことです。我々は間づくりカンパニーであり、「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」という使命のもと、間づくりをとおしてすぐれた間の生成をおこない、間に生きる生命を活かすことに貢献しています。「間に生きる生命を活かす」とは、間を持続可能な環境にすることと同時に成長発展させること。すなわち、コマニーは間づくりですべての生命を力づけることを目指しています。我々コマニーが目指す企業

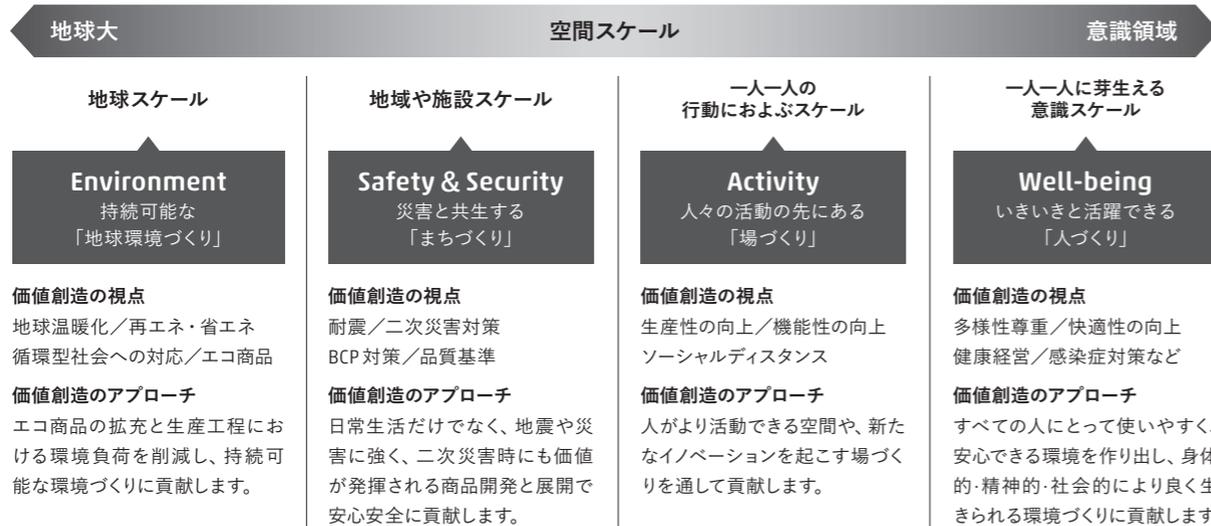


像は、これまでのように大量生産・大量消費による効率のみを追求する姿ではなく、「持続可能な社会の実現や、関わるすべての人の幸福に貢献し、心豊かな世の中をつかっていくこと」です。間づくりを通じて、一人一人が自分らしくいられる安心と、一人一人の可能性を最大限に引き出すことができる環境づくり、人づくりに貢献していきます。

## Empower all Life を実現する空間スケール

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私たちが間づくりをする価値創造領域を定めました。地球

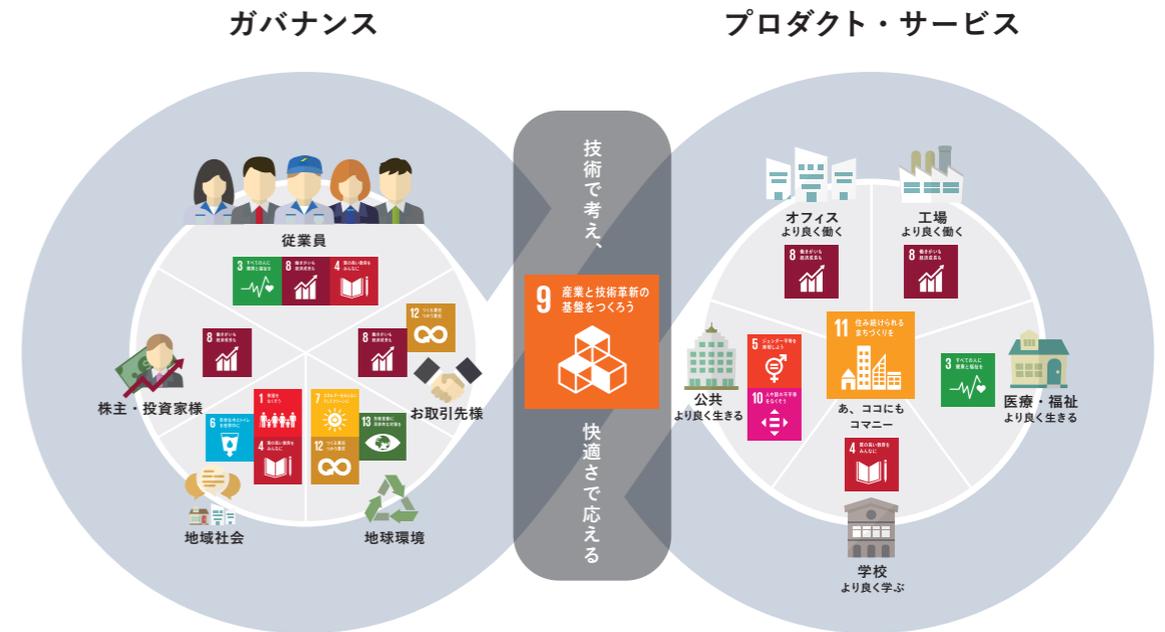
規模から一人一人の意識領域までを空間スケールと捉え、「地球環境づくり」、「まちづくり」、「場づくり」、「人づくり」として持続可能な環境づくり、人づくりに貢献できるよう価値創造に取り組んでいきます。



## 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



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「プロダクト・サービス」と「ガバナンス」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。



## コマニーが創出する社会的インパクト

2030年までに間づくりを通じた価値提供をおこない、  
1億人の Well-being の向上と環境負荷を 50%削減を実現し、  
一人一人が光り輝く社会へ貢献していきます。

アウトカム 1

2030年までに

# 1億人の

Well-being の向上に貢献します。

当社の提供している既存商品や新規商品による価値創造、ヤステークホルダーとの共存共栄による取り組みによって幸福になった人数を Well-being の向上とし、2030年までに1億人を目指します。

既存商品による  
価値創造

新規事業による  
価値創造

間接的なインパクト

ステークホルダー  
との共存共栄による  
取り組み

### ■ 1億人の算出例

#### 【まちづくり】震度7相当に耐える空間づくりに貢献するシンクロン

震災リスクを軽減し、安心・安全の空間づくりを創造することで、精神的  
安全性を確保し、Well-being の向上につなげて行きます。

シンクロン導入数+技術公開による普及数×利用者数

#### 【人づくり】誰でも使いやすいトイレ空間を実現する

##### ユニバーサルデザインで設計されたディアード

健常者や障害者、利用するすべての方にとってストレスなく利用できるユニ  
バーサルデザインのトイレ空間を創造することで、Well-being の向上につ  
なげて行きます。

ディアード導入数×利用者数



アウトカム 2

2030年までに  
環境負荷を

# 50%

削減を実現します。

当社では、温室効果ガス排出量を2030年までに企業自身が直接排出した温室効果ガス排出量（化石燃料、天然  
ガスなど）と間接的に排出した温室効果ガス排出量（電気など）を2018年比で50%削減することを目指します。

### KPI

- ① CO<sub>2</sub> 排出量（単体）：2030年までに2018年比で、Scope1+2における排出量50%削減
- ② 再エネ比率（単体）：2030年までに50%、2040年までに100%

### SBT 認定取得および 再エネ100宣言

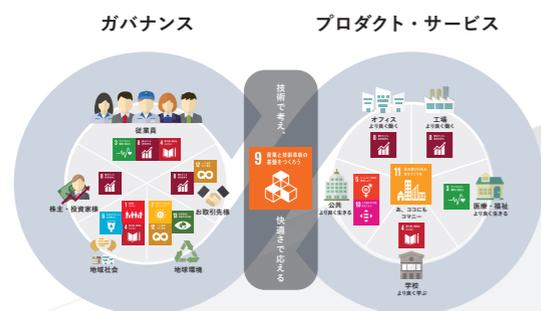
当社の温室効果ガス削減目標が、産業革命前からの気温上昇を1.5°Cに  
抑えるための科学的根拠に基づいた目標であるとして、国際的な共同体  
である SBT (Science Based Targets) イニシアティブから2020年4月に認  
定を取得しました。

また、2019年10月には使用電力を100%再生可能エネルギーに転換する  
ことを宣言する RE100 の新たな枠組みである「再エネ100宣言 RE Action  
(アールイー・アクション)」に加入し、自社再生エネルギーを2030年までに  
50%、2040年までに100%を目指しています。



## 一人一人が光り輝く社会の実現に貢献

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。



FY2018-2020

FY2021-2023

FY2024-2026

FY2027-2029

FY2030

### 自立分散型社会への取り組み

●小松市とのパートナー協定締結

●場所を選ばない多様な働き方の提案と展開  
●社内U・I・Jターン促進

●地方創生による自立分散モデル事業への取り組み

●自立分散モデル事業の発展  
●全世代交流型のまちづくり

●自立分散型モデル都市づくりの協業  
●分散型の働き方環境の実現

### 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

ユニバーサルデザイン商品  
女性管理職比率  
女性従業員比率  
障害者比率

商品拡充  
4.7%  
17.4%  
2.3%

商品拡充  
8%  
18%  
2.4%

商品拡充  
12%  
23%  
2.7%

商品拡充  
18%  
28%  
3.0%

商品拡充  
20%  
30%  
3.5%

### 技術革新による空間価値の向上

災害時リスク軽減人口  
感染症被害リスクの軽減

7万人  
1万人

28万人  
2万人

59万人  
4万人

117万人  
6万人

137万人  
15万人

### 環境保護や防災・減災などへの対応力向上

エコ商品比率  
温室効果ガス排出量  
温室効果ガス排出量 (SBT基準2018年度比)  
再エネ率 (再エネ100宣言 RE Action)

50.7%  
4,375 t-CO<sub>2</sub>/年  
87.6%  
0.0%

80%  
3,946 t CO<sub>2</sub>/年  
79.0%  
18.8%

90%  
3,317 t CO<sub>2</sub>/年  
66.4%  
33.0%

95%  
2,687 t CO<sub>2</sub>/年  
53.8%  
45.0%

100%  
2,478 t CO<sub>2</sub>/年  
50%  
50%

2030年へのムーンショット

# Empower all Life

コマンニーが創出する社会的インパクト

1億人の Well-beingの向上

環境負荷 50%削減





Chapter 3

## 旅先（事業領域）で 創造する価値

SDGsの達成期限である2030年までを3つの区切りとし、  
当社の中期経営計画を3回転させ事業領域における価値創造を図り、2030年の目指す姿を実現させていきます。

## 中期経営目標達成のための基本戦略

### ■収入面

新たな働き方や生活様式の変化による顧客ニーズの多様化に対し、オフィス市場を中心にパーティションの持つ特性を活かしつつ、ニューノーマルな時代に合った商品やサービスをスピード良く展開するとともに、「働き方」に対する研究をし続けることで新たな販路や事業の創出に向けた活動も行っております。工場や医療・福祉、学校などの市場においては、設計織込活動（当社製品を設計段階で推薦していただく活動）を推進するとともに、ソリューション事業の範囲を広げることで、顧客の課題解決を行い、事業ドメインの拡大を図っております。また、全社の横連携を強化することで、営業、技術、製造、施工部門など全社一丸でお客様の真の要望にスピード良くお応えし、安定した売上高を確保してまいります。

### ■収益面

お客様への提案から受注、生産、物流、施工における徹底したロスの排除と合理化を推進するとともに、業務プロセスの見直しや生産設備の計画的な投資を実施することで、生産性と品質を向上させてまいります。また、顧客ニーズに合わせた人員リソースの

配置と人材教育を行うことで、従業員一人一人の付加価値を向上させ、高収益体質を実現してまいります。

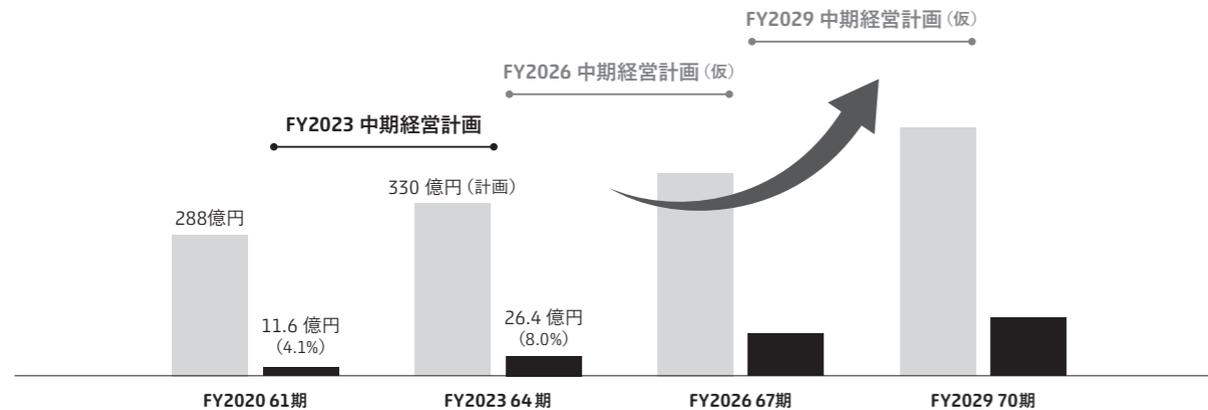
### ■サステナビリティ

ダイバーシティ&インクルージョンの推進により従業員の働きがい向上を図るとともに、新たなイノベーションにつなげることで、市場の変化に対して新たな商品やサービスをスピード良く展開し、価値創造に努めてまいります。また、地球環境との共存のもと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も取り組みます。

### ■ガバナンス

企業価値を増大させていくために、経営の効率を高め、公正で迅速な意思決定の向上に努めることをコーポレート・ガバナンスの基本と考え、経営の健全化及び透明性を確保するために、経営管理機能及び内部統制の強化を図っております。また、全従業員を対象としたコンプライアンス意識調査や勉強会の実施、役員を対象とした外部専門家による教育実施などにも積極的に取り組み、グループ会社も含め、今後もさらなる拡充を図ってまいります。

	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期
売上高	30,500 百万円	32,000 百万円	33,000 百万円
営業利益	1,500 百万円	2,100 百万円	2,640 百万円
売上高営業利益率	4.9%	6.6%	8.0%
経常利益	1,540 百万円	2,140 百万円	2,680 百万円
親会社株主に帰属する当期純利益	1,000 百万円	1,400 百万円	1,800 百万円



## 主な市場における価値創造

当社は、用途に応じた様々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つの市場に提供しております。

ポストコロナ時代におけるニューノーマルな働き方や空間づくりなど多様な顧客ニーズに対し、新たな商品やサービスをスピード良く展開することで顧客

の拡大と拡充を図るとともに、厳しい経済環境においても収益を確保できる体質づくりに重点をおき活動してまいります。

そして、事業活動を通じて様々な社会課題の解決に取り組み、4つの価値創造領域へのアプローチにより2030年へのムーンショットである「Empower all Life」の実現を目指してまいります。

市場	提供価値	貢献価値 / 商品・サービス
オフィス市場	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を提供していきます。	<b>より良く働くに貢献</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・KOUSHI：デザインパーティション</li> <li>・プリディア：ガラスパーティション</li> <li>・リモートキャビン：個室ブース</li> <li>・DP60S/80：移動パーティション</li> <li>・シンクロン：耐震パーティション</li> </ul>
工場市場	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。その中で工場に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。	<b>より良く働くに貢献</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・CR：クリーンルームパーティション</li> <li>・シンクロン：耐震パーティション</li> <li>・まもっ太郎：耐火ファクトリーブース</li> </ul>
医療・福祉市場	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。	<b>より良く生きるに貢献</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・HDW：やさしいドア</li> <li>・しなやか：ベット間仕切り</li> <li>・モバイルロボット：使用済みオムツ搬送ロボット</li> </ul>
学校市場	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。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。	<b>より良く学ぶに貢献</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・SPart：学校用パーティション</li> <li>・SPart-W：木製学校用パーティション</li> <li>・DOS：学校用移動パーティション</li> </ul>
共通	すべての空間において、誰もが活き活きと活躍できるよう安心・安全な場所の提供や誰もが使いやすい商品の提供をしていきます。	<b>より良く生きるに貢献</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・CB-DRD：ユニバーサルデザイントイレブース</li> <li>・Health Bright Evolution® (ヘルスブライトエボリューション)：抗ウイルスコーティング</li> <li>・避難所パーティション</li> <li>・CB-FSCAR：FSC 認証トイレブース</li> </ul>



## 「間」とは何か？

当社は創業以来60年間ずっとこの問いに向き合ってきました。

私たちは単に空間を分けることにとどまらず、

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きました。

空間は人々の活動に大きな影響を与えます。

そのため、当社では「間づくりとは、すぐれた間の生成である」と定義しています。

当社は60周年を機にタグラインを「Empower all Life」と変え、

すべての人が光り輝く人生を送るために、これまで以上に間づくりを追求していくことを決意しました。

間づくりは、人々が「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」ことができる、すぐれた間の生成です。

その精神は、当社の社是にある「人道と友愛」に基づく価値観から生まれたものであり、

これまでも多くの間づくりをしてきました。

そして、これからも間づくりを追求こそ当社が行うべき価値創造であると捉えています。

## 脱オンライン難民！集中作業難民！

### Remote cabin [リモートキャビン]

本製品は、ウェブ会議や集中作業に最適な空間を生み出す、個室ブースです。

新型コロナウイルスの蔓延により、ウェブ会議が爆発的に普及しました。しかし、従来のオフィス環境ではウェブ会議を行うスペースが少なく、会議室を一人で占有してしまったり、執務室内で隣の人がウェブ会議を行うことによって周りの人の集中が阻害されてしまったりと、従来のオフィスでは不満も多く出てきました。

同様の課題は当社の捉えるオフィス市場だけでなく、工場間の打合せもオンライン化されることでウェブ会議スペースが必要となったり、医療・福祉施設におけるカンファレンスやセミナー受講、学校における生徒のオンライン授業受講スペースとしてのニーズも高く、本製品は一人一人がより良く働き、より良く学ぶための環境づくりに貢献しています。

従来品より安価で納期も短いこと、そしてブースでの作業が快適に行える設計であること、さらには安心・安全の抗ウイルス・抗菌仕様を本製品は実現しています。

より良く  
働く

より良く  
学ぶ



#### アジャイル開発

開発過程では、スペース内のレイアウトの検討において実際の使われ方や持ち物の想定などさまざまな要素を配慮しました。アジャイル型の開発を進めており、絶え間なく進化を続けて、発売より大小合わせて10を超える進化をしています。

## その空間は本当に安心して利用できますか？

### Health Bright Evolution® [ヘルスブライトエボリューション]

Health Bright Evolution® (以下HBE)とは室内・什器などにコーティングすることで抗ウイルス・抗菌効果をもたらす商品です。コロナウイルスの感染拡大以前から、インフルエンザ等による感染症のリスクは様々なところに存在していました。そのため、当社は空間で過ごす人々が安心・安全に過ごせる環境を整えるために2020年5月1日よりHBEの取り扱いを開始いたしました。

HBEは5年間の効果を保証しており、オフィスでは従業員がより良く働くために、教育施設では子どもたちが安心してより良く学ぶために、また普段生活する際に利用する商業施設やスポーツ施設などを安心して利用できるように貢献できる製品です。

より良く  
働く

より良く  
学ぶ

より良く  
生きる



## KOUSHI

ゆるく仕切るということをコンセプトにした本製品は、その名の通り、日本古来からの間の仕切り方である格子をモチーフに実現しました。

古来からの間の仕切りは存在していても人の存在感をちょうどよく残しつつ、全体空間の一体感を醸成し、安心できる空間を生み出していました。

働くオフィスにおいてもお互いの存在感は感じつつ、適度に仕切りのつくり方は新たな発見やコミュニケーションの創出をし、「より良く働く」を実現します。



**工業製品をスタイリッシュに表現**  
造作での意匠感を既存製品で表現できます。スタイリッシュなフレームを格子構造にし、組み合わせでお客様のご要望にお応えします。

## 「KAKOU」 「Mile」

新型コロナウイルスの蔓延をきっかけに、在宅ワークやオンライン授業など、これまで働く・学ぶ環境が大きく変化しました。家庭内の家族の視線やオンライン会議・授業による投影の映り込みの対策として「KAKOU」を発売しました。

さらに、在宅ワークによる疲労や運動不足の課題も増えていき、働くことを気軽に外に持ち出すことへの提案として、「Mile」の開発とクラウドファンディングによる試販売を行いました。クラウドファンディングは予想を上回る成果を出し、多くの方の外で働くことへの期待を感じています。2021年11月正式発売に向け改良・改善を進めています。

### KAKOU



### Mile



## 高耐震間仕切「シンクロン」

日本国内では、大きな地震被害が頻発しており、今後30年間で巨大地震が発生する確率は70%以上とも言われ、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。

パーティションは元来、地震に強い構造ではあるものの、それでも過去の東日本大震災や熊本地震などの大地震では一部が壊れ、倒壊の危険もあったことが分かりました。

パーティションは誰もが訪れる機会の多い、企業のオフィスや学校、病院、公共施設などに広く採用いただいています。そんな身近な場所にあるパーティションを高い耐震性が備わったものにしていくために高耐震間仕切「シンクロン」の研究を金沢工業大学と共同で進めてきました。当社の掲げる2030年の震災におけるリスク低減者数137万人の目標実現に向けて、シンクロンの製品搭載比率を高める取り組みをしています。



### 地震大国日本の安全レベル向上を

平成の30年間で震度3以上の揺れが記録されなかった市町村は、日本にある1,700を超える市町村のうち、わずか12。  
また、震度7クラスの巨大地震は5回起こっています。地震自体を防ぐことはできませんが、被害を軽減する取り組みを少しでも進めていきませんか。

## 避難所ブース

災害が常態化している世の中において、避難した先の環境が安心・安全であることは、二次被害者を出さないために重要な要素になります。

当社では災害時の二次被害者を0にすべく、女性が安心して着替えや授乳をすることのできるスペースを提供できるよう避難所ブースを開発しました。女性が安心して避難できる環境は、周りの子どもや男性にとっても安心できる要素であると考えています。本製品は、軽量で強い素材を活用し、工具不要で約10分で組み上げられる特徴をもちます。被災地を知り、必要なものは何かを有識者からヒアリングを重ねつくり上げました。いつ起こるか分からない災害に、「非常時だからしょうがない」ではなく、人の尊厳を守る空間を創り、より良く生きるための安心を提供します。



### 被災地支援をきっかけに 避難所への「間」の必要性を実感

このプロジェクトは西日本豪雨の際に、実際に当社社員が被災地支援を経験し、メーカーとして何かできないかと考え、動き出しました。さらにその重要性を金沢工業大学の学生とのディスカッションから認識し、開発に着手しました。

## 利用するすべての方にとってストレスなく利用できる空間を実現

より良く  
生きる

### ユニバーサルデザイントイレブース [Dear-d]

本製品は省スペースで使いやすさを追求した、ユニバーサルデザイン折り戸のトイレブースです。子どもからお年寄り、健常者から車椅子の方まで、誰もがストレスなく利用できるトイレ空間を生み出します。

急激な高齢化やグローバル化にともない、国土交通省からバリアフリー法が施工されるなど社会全体でユニバーサルデザインへの取り組みが活性化していますが、多機能トイレの混雑が問題として挙げられています。そのため子ども連れやおストメイトに配慮した機能を一般トイレに移すことで、多機能トイレの混雑解消を促しており、省スペース対応のディアードがそれを実現します。その様な点から成田国際空港や中部国際空港などの大型施設をはじめ、数多くの施設に採用されています。利用するすべての方が不自由なく利用できるトイレ空間となっており、一人一人がより良く生きるための環境づくりに貢献しています。



#### 利用者とともに生み出す ユニバーサルデザイン

健常者障害者、小さなお子様連れの方など、多様な方との実証実験を重ね、その検証結果を製品開発に反映しています。

## 高齢者の快適な部屋づくりと介護を実現

より良く  
働く

より良く  
生きる

### 「やさしいドアシリーズ」 「ベット間仕切りシリーズ」

『やさしいドアシリーズ』は木製ドアのため、木ならではの風情や香りをもたらす“ぬくもりやあたたかさ”、そして“木製”の家庭的な雰囲気が自宅にいるような安らぎや安心感をあたえます。これに加えて一般的なスチール製ドアと比べると軽量で、高齢者の方も容易に開閉することができ、また、自閉するドアとの接解による転倒リスクを軽減いたします。

また、『ベット間仕切りシリーズ』は多床室のプライバシー保護改修に最適なベット間仕切りです。高齢者福祉施設や医療施設では多床室でのプライバシー保護が課題となっています。高齢者に必要な介護を提供しながらも、入居者のプライバシーを守り、一人一人の生活リズムに合った施設環境を生み出します。高齢者が生き生きと過ごせ、スタッフにとっても活動を最大限に発揮できるよう、一人一人がより良く働き、より良く生きるための環境づくりに貢献しています。

#### やさしいドアシリーズ



#### ベット間仕切りシリーズ



## 最適な仕切りは省エネの支えに

より良く  
生きる

### C-POD

デジタル化により、日本のインターネットにおけるデータ通信量はこの3年間で約2倍に増加しています。データ容量は今後も増加が予想され、それを支えるデータセンターは、ますます必要性が指摘されています。

データセンターの空調における消費電力は非常に大きく、気候変動対策の面で課題があります。当社のC-PODはデータセンターにおける空調効率を向上させるための天井設置型の製品です。調整の柔軟性にはパーティション部材が活かされています。サーバーの効果的な冷却を助けることで、データセンターの消費電力削減に貢献しています。



## 適正に管理された材料の使用によって、サステナブルな未来を実現

より良く  
生きる

### FSC-AR

FSC® 認証を取得した環境対応型トイレブースです。充填材、枠材などの部品の木材は適正に管理された森林の木材を適正に活用し製品に使用することで、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の実現を図っています。

FSC® 認証 (Forest Stewardship Council® : 森林管理協議会)は、限りある森林資源を将来にわたって使い続けられるよう適切に管理・調達された林産物に対する国際森林認証制度です。

#### 地球の未来を考える

コマニーはCOC認証 (SA-COC-007857)を取得し、責任ある木材の利用に努め、人がより良く生きるための環境づくりに貢献しています。



## Chapter 4

### 終わりになき旅へ それを続けるための姿勢

「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、信頼に満ちた企業であるため歩み続けています。私たちに関わるすべてのステークホルダーの皆様とともに、社会全体との共存共栄のうえに持続可能な未来を築いていきます。

## 技術とデザイン思考で新たな価値を創出し続ける

私たちは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。

## デザインの価値を経営戦略の中軸に置く経営で理念実現を強化



株式会社 SCAPE  
建築家 代表取締役 塩浦政也氏

この数年コマニーさんとデザイン思考やデザイン経営について議論を重ねています。

デザイン思考はピーター・ロウの『デザインの思考過程』(1987年)が初期の文献として知られています。デザイナーがユーザーニーズに迫っていく過程の重要性が語られています。パーティションは、建築業界の中でも最もエンドユーザーに近いプロダクトの一つです。よって、デザイン思考を駆使した製品・サービス開発が非常に有効であると考えています。

またデザイン経営は我が国では経

済産業省による『デザイン経営宣言』(2018年)で注目されている経営手法です。デザインの価値を経営戦略の中軸に置く経営です。それにより製品開発だけでなく、社内の知識資産や、社員の振る舞いまでもが形式知化=デザインされ、コマニーの理念実現を強化することができます。コマニーの皆様は風通しの良い社風があり、好奇心に満ちています。これが欲しかった!と思う製品や、こんな会社があって欲しかった!と思えるような存在になっていただくことを期待しています。

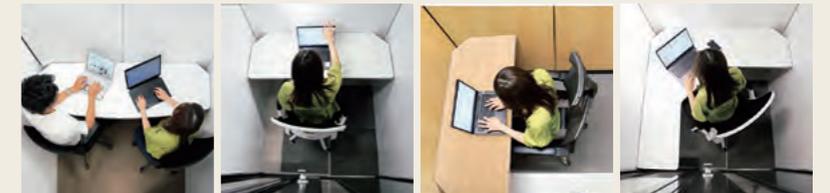
## 4つの製品開発コンセプトとデザイン思考

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、バックキャスト(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。

## アジャイル開発で生まれたリモート・キャビン

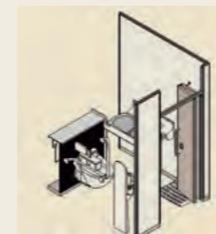
コロナ禍で変化した働き方への対応としてできた空間の1つにソロワークブースがあります。感染リスク軽減や集中のしやすさ、オンライン会議をより快適に行える空間で、当社のリモート・キャビンもその1つです。このリモート・キャビンはアジャイル開発で行われ、現在も改良・改善を継続しています。第一弾は天井の

ないパーティションで囲われたデスク付きワークブース、その2ヶ月後には第二弾として2人で打ち合わせもできるリモートキャビンダブル。第三弾ではお客様のご要望が多かった防災設備のついた天井付きのワークブースでした。ラインナップとしては最小コストでワークブースが実現できる「コンフォートクラス」、たくさんの資料を広げて作業できる「ビジネスクラス」、1日しっかり集中する空間をつくれる「ファーストクラス」、メンバーとの打ち合わせまで利用可能な「リモートキャビンダブル」、そしてどのタイプでも天井オープン、クローズドを選択することができ働く場所や用途に合わせて、空間を柔軟に設定することができます。また、感染症対策として組み立て施工時にHealth Bright Evolution®(抗菌・抗ウイルスコーティング)を施し高付加価値な空間を提供しています。



### 働き方の選択肢を屋外にも増やす

テレワークが普及する中、働く場所の追求として屋外という選択肢を考え、アウトドアワークセット「Mile」の開発を開始。



### トイレ空間 BIM データを共同開発

設計士の手間を減らし、建築業界の改題解決に貢献するために株式会社 LIXIL と共同でトイレブースと衛生設備がセットになった BIM データのデータ提供をしています。



### 避難所でも安心して着替えや授乳できる空間を

災害での避難所空間をすこしでも安心できる空間にしたいという想いから、金沢工業大学と共同で避難所用プライベートブースを開発。



### スピード開発でさまざまな飛沫感染防止間仕切りが登場

コロナ禍をきっかけにスピード開発を行った飛沫感染防止間仕切りがこの1年で複数のバリエーションが生まれました。



### オンラインカンファレンス 技術 WEEK

コマニーの技術力を高めるために施工・開発・設計・製造部門が日々の取り組みを共有したり、議論する社内イベントをオンラインで開催。



### 施工フェス 2021

施工協力業者様とコマニーの施工の技術や歴史に触れ、これから訪れる2030の世界観をともに描く施工カンファレンスをオンラインで開催。



### お取引先様との持続可能な共存共栄の関係（サプライチェーン）を構築

パートナーであるお取引先様とともに成長発展できる共存共栄の関係を大切に、公正で公平な調達活動を行い、地球環境や人権にも配慮した材料を安定的に調達するため、持続可能なサプライチェーンの構築を目指しています。

### パートナーとともに協力しあい地球環境問題へ取り組む



株式会社キンマツ  
代表取締役社長 増井茂夫氏

最近、耳にすることが多くなりましたSDGs・SBTという言葉。漠然と取り組みを意識していたところに、コマニー様からSDGsのお話を頂きました。弊社にとって取り組みを考えた際、SDGsとは何をやればいいのか、何が出来るのかは曖昧模糊としたものでした。SBTについても、私どもにとっても高い目標であり、どこから手をつければよいか、どこまでできるのか不安な部分もありました。しかし、コマニー様からSDGsやSBTに対する考え方や取り組みを伺い、

毎年のように発生する気候変動による災害を目の当たりにして、私たち一人一人が当事者として意識を持ち、企業が協力しあって地球環境問題に早急に取り組んで行かなければならないと強く考えるようになりました。これから、私たちキンマツは地球環境に対して出来ることを社内で検討し、CO2排出量削減目標を設定して、従業員一同、目標達成に向けて取り組み、パートナーであるコマニー様とも協力をしながらSBTの活動を進めて行きたいと考えております。

### 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、平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課題解決に繋げるうえでも継続的に調査・確認・改善に取り組んでいます。

#### お取引先様からのご要望に対する改善活動

お取引先様満足度調査の中でご要望が多かった納期に関する課題に対して、リードタイムが必要で、欠品や納期遅延の発生リスクが高いものをピックアップし、社内の関連部門と連携して内示発注の仕組みを整えています。今後は対象商品を増やし、納期に関する課題解決に引き続き取り組んでいきます。

#### 協働のモノづくりによる改善活動

お取引先様と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取り組みとして、協働でモノづくりによる改善を行っています。技術向上共有会などの勉強会を通して、品質の維持継続を図り、効率のよいモノづくりを進めています。



#### 製作図面の改善

お取引先様へお送りする製作依頼図面をミスのない、お取引先様が受け取りやすい図面にするために、ヒアリングを行い、図面上の不備や不明を削減するなど、図面の質向上に取り組んでいます。また、一部製品において、3DCAD図面での製作依頼に向けてお取引先様と一緒にデジタル化への展開を進めています。



#### SBT認証SCOPE3への取り組み

SBTのSCOPE3目標を達成するため、2020年度より、お取引先様からエンゲージメントに同意をいただく活動を進めています。



#### パートナーシップ構築宣言

経済産業省などが組織する「パートナーシップ構築宣言」に賛同し、お取引先様との共存共栄の関係を目指しています。



#### お取引先様交流会での対話

お取引先様満足度調査の報告や購買方針の共有など、相互の交流を深める場としてお取引先様交流会を開催しています。



#### 技術向上共有会による相互学習

お取引先様と技術向上共有会を行い、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ます。

取引先	BCP	CSR
東日本エリア	○	○
西日本エリア	○	○
中部圏・近畿圏	○	○
南海トラフ	○	○
自都府県	○	○
海沿型	○	○
山間型	○	○

#### 取引先調査票での現状把握

「コマニーグループ人権方針」を受け、人権・労働・環境・腐敗防止に関して取引先調査票を用いて状況把握を行っています。



#### BCM（事業継続マネジメント）の取り組み

自然災害などの有事において、お客様へ安定供給できるようBCM（事業継続マネジメント）に取り組んでいます。

## 気候変動の緩和と脱炭素に向けて野心的な目標を掲げ推進

近年、熱波や豪雨などの気象災害の頻度や強さが増加していることは観測事実であり、企業における気候変動への取り組みがますます重要性を増してきています。コマニーは地球環境と共存のもとで企業活動をおこなうことが大前提であると考え、気候変動の緩和と適応に対する取り組みを強化しています。

## 企業は今、気候変動対策への本気度が試されている



株式会社ウェストボックス  
代表取締役 鈴木修一郎氏

近年、日本政府がカーボンニュートラルを宣言し、脱炭素に舵を取る企業が非常に多くなってきましたが、その中でもコマニー様はサステナビリティに関する取り組みを一早く

実施されていました。弊社とコマニー様の取り組みは3年前の2019年にScope3排出量の把握から始まりました。当時から既にSDGsを経営に統合して実践されていましたが、より一層具体的に進めるためサプライチェーンでの排出量の把握 (Scope3)、SBT目標設定 (パリ協定水準での削減目標の設定)にも取り組むことになりました。2020年4月にはSBT認定を受けて、日本でも気候変動対策に先進的に取り組む企業となっています。特にコマニー様のサプライチェーン排出量では「購入した製品に伴う排出」が最も多いため、この排出量を減らすためにサプライヤーに対

してもSBT水準の削減目標を促す取り組みを開始しました。このサプライヤーエンゲージメントに関する取り組みは先進的です。現在多くのトップ企業がサプライチェーンの排出量の可視化・削減に取り組みだしていますが、この潮流はもはや止まりません。自社がいかに社会に対しての影響を与えていくのか、気候変動対策に対するその本気度が試されています。気候変動が起こりつつ世界で、脱炭素に取り組むことはビジネスにおいて当たり前になりつつあります。そんな中、コマニー様は常にサステナビリティを意識した経営を実践していると感じます。

## 野心的な目標を実現するために

### SBT 認定の取得

当社は、2020年4月にSBTイニシアチブより認定を取得しました。設定した目標は、2030年までに2018年比でScope1+2で排出する二酸化炭素排出量を50%削減するとともに、Scope3のカテゴリ1を対象とした二酸化炭素排出量の80%に相当するサプライヤーの目標設定を2024までに完了することとしています。この目標は、産業革命前からの気温上昇を1.5°C未満に抑える「1.5°C水準」となっています。

### 二酸化炭素排出量の削減

SBT目標を達成するために、環境保全委員会を中心に、各組織で化石燃料由来のエネルギーの削減活動を行っています。今年度はエネルギー使用の見える化によるロス改善を推進するためにFEMSを導入。このFEMS導入により今後はこのシステムを活用したエネルギー使用状況の実態を把握し、それを基に確実に有効性の高い省エネ改善を進め、二酸化炭素排出量の削減効果を拡大していきます。

### 再生可能エネルギーの導入拡大

使用するエネルギーについては再生可能エネルギーの導入拡大を進めています。2019年に設立された「再エネ100宣言RE Action」に初回団体として加入し、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。そのコミットメントを達成させるために、今年度はPPA方式の自家消費型太陽光発電システムを稼働させました。また、当社はすでに約1MWのFIT型太陽光発電システムを稼働させており、今後そのシステムの自家消費への切り替えを計画しています。

そして情報開示として、2021年7月に国際的なNGOであるCDPからの調査「CDP気候変動質問書」に初めて回答しました。TCFDに準拠したCDPに回答することで気候関連の開示を強化します。



### グループでも省エネ活動

グループ企業であるクラスター株式会社では木製品を主体に生産しており、いち早く省エネや生産効率化を行いCO2排出削減目標に取り組んでいます。



### 環境にやさしい梱包材に切り替え

製造モノづくりにおいて、製品梱包に使用するシュリンクフィルムの使用を環境にやさしいバイオマス20%混入のサトウキビ由来のポリエチレンに切り替え発表しました。



### 産業廃棄物の削減

製造や施工を中心とした産業廃棄物の削減に取り組んでいます。2030年までに産業廃棄物20%削減、リサイクル率100%達成を目指しています。



### 第19回地球温暖化に関するカンファレンスに参加

2020年12月に環境省中部地方環境事務所がオンラインで開催した「第19回地球温暖化に関するカンファレンス」にてコマニーの取り組み事例を発表。



### 日経「SDGs経営」四つ星の評価

2020年の日経「SDGs経営」調査において、SDGsを経営と結びつけることで事業を通じて社会・経済・環境の課題解決に取り組んでいるとして四つ星の評価を獲得しました。



### データセンターの空調効率を高める商品を発売

データセンターの空調効率を高める天井設置型ホットアイルコンテントメント「C-POD」を発売。データセンター内のエアフローの最適化をサポート。

## 従業員一人一人の Well-being (身体的・精神的・社会的な幸福) の実現に向けて

私たちは、すべての従業員が主役となり、働きがいと成長を感じられる職場環境を実現するため、一人一人の人間性を尊重し、活躍の場を与えられる制度づくりと、常に明るく前向きに活動できる組織風土づくりに努めてまいります。



## 「育児休業」取得をきっかけにより効率的に業務に取り組めるように



情報システム部  
情報システム一課 西谷恒平

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。

妻のお腹にいるのが双子だとわかった時「一人だけでも大変な育児を二人も同時に、働きながら育てられるだろうか」と不安でした。両親は遠方や介護で頼ることができず、人と人を遠ざけるコロナ禍が追い打ちをかけました。この状況で、妻だけに負担を押し付けることはできません。私は育休を取得して自分の意思で業務を離れる勇気を出し、上司に打ち明けました。最初は上司も驚いていました。前例がなく、担当者が長期離脱するのです。しかし最後は「チームでフォローするから育児に専念してき

なさい」と育休を後押ししてくれました。上司や同僚には感謝してもしきれません。双子は自然分娩で生まれ、妻の身体には交通事故並のダメージがありました。妻には回復に専念してもらうため、私は品質改善や生産性向上の経験を総動員し、双子が泣く原因を分析したり、すぐ対処できるように改善を重ねました。そうした体験は仕事にも還元され、業務改善に役立っています。父親としても担当者としても、育休は大きな成長につながりました。

## すべての従業員がいきいきと働ける会社を目指して

生産年齢人口の減少が懸念される昨今、私たちは多様性を尊重し、それぞれの個性を發揮できる環境を築いていくことが成長戦略の軸となるとの認識のもと、ダイバーシティ&インクルージョン (D&I)の推進に取り組んでいます。女性従業員やシニア層の活躍、障害者や外国人雇用の拡大など一人一人のもつ多様な能力、「自分らしさ」を發揮できる組織の実現を図っています。職場環境や仕事と育児・介護等との両立を支援する制度を整備し、本人の努力や工夫だけでなく、上司や同僚の理解を深め、職場全体でサポートするための教育にも力を入れています。3月8日国際女性デーには、D&Iについて考えるためのイベントを開催。D&Iを理解し、アンコンシャス・バイアスに気づき考えるきっかけとなりました。



## 従業員と企業がともに成長するための人財育成

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きました。「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。理念教育では、「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が結ばれ、自律性と主体性を發揮できる企業風土づくりに寄与しています。全従業員が毎年受講する理念研修ですが、2020年度は初のオンラインで全36回実施しました。また、「年次や階層に合わせた教育」や「人財の多様性、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。



**ジェンダー平等や女性活躍を推進**  
ジェンダー平等と女性のエンパワメントを推進するため、2021年1月「女性のエンパワメント原則 (WEPS)」に署名



**「健康経営優良法人2021」認定**  
健康経営の取り組みが認められ、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2021」に認定



**専門技術習得のための教育**  
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



**仕事もプライベートもいきいきと**  
2021年3月「石川県ワークライフバランス企業知事表彰」受賞、ならびに「石川県パパ子育て応援企業」企業の認定



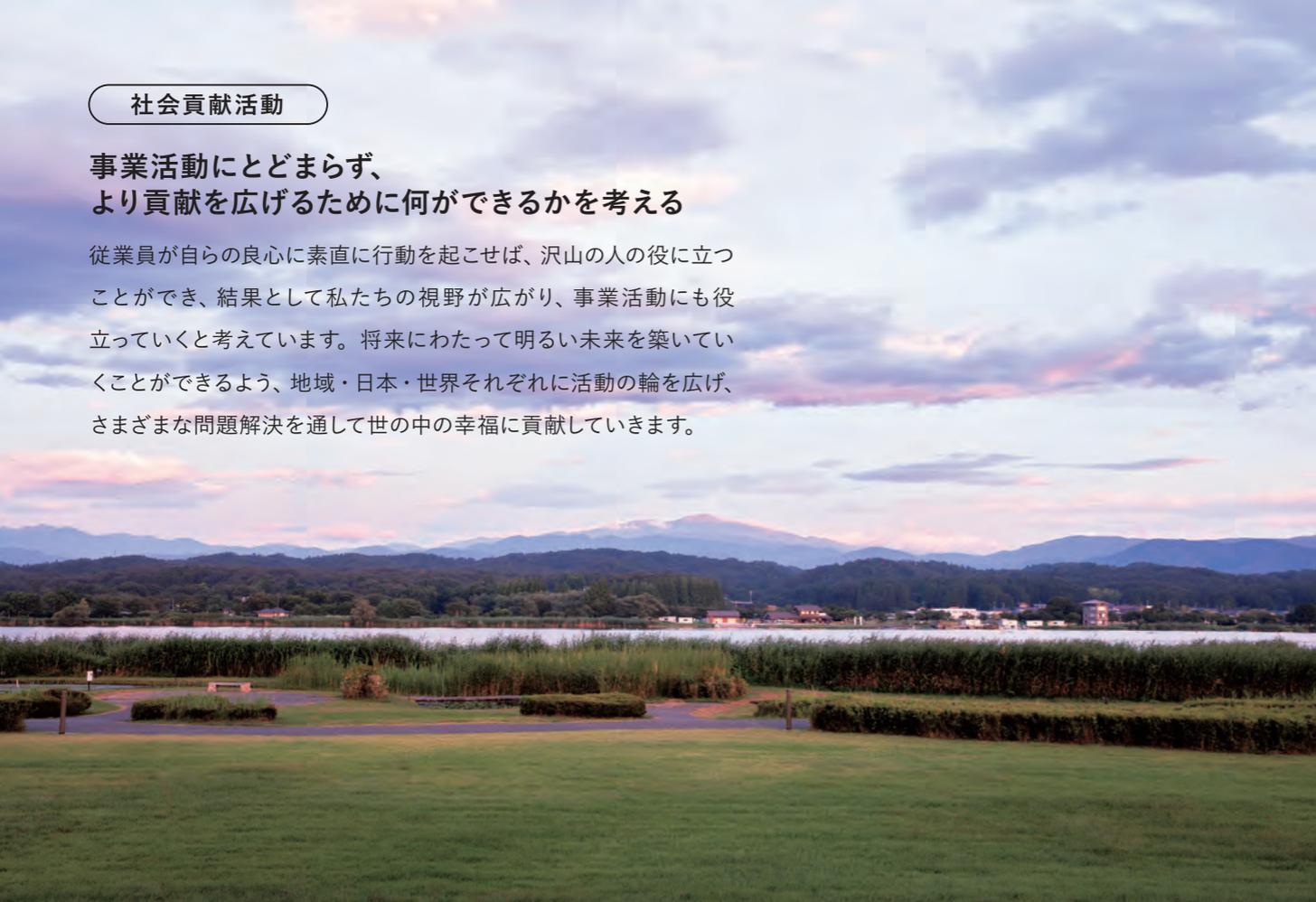
**運動習慣で健康増進**  
従業員の健康のため「健康増進Month」では継続できるように運動量を測定して競うなど4つの種目を楽しみながら推進



**「シニア社員等雇用制度」導入**  
定年制度を廃止し、65歳以降の新たな働き方の実現のため従業員を対象とした「シニア社員等雇用制度」を制定

## 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る

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、事業活動にも役立っていきと考えています。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・日本・世界それぞれに活動の輪を広げ、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。



## 一つの出会いがキッカケに誕生したこまつ子ども食堂



こまつ子ども食堂  
代表 日野 史氏

2018年8月に開催されましたUE-Caféで別案件で発表の場をいただきました。その時の御縁がきっかけであったという間に誕生したのが『こまつ子ども食堂』です。あれから3年。現在小松市内9ヶ所開催にまで食堂は成長しました。コマニーさんにはスタート時から、開催に際し一番問題となる、資金面でのマンスリーサポートをいただいております。それだけではなく、社内で広くフードロスの食品を集めていただいたり、直接食堂にボランティアとして参加して頂いた

り、時には私の相談にも乗って頂いたり。開催スタッフ一同どれだけ感謝申し上げても足りないぐらいです。一口に社会貢献、ボランティア。できそうでできないものです。しかしそれを社員の方々が率先して取り組まれるお姿や、そのチームワーク。多くの日本の企業がモデルケースとして欲しいぐらいです。民間だから手を組んでできること。この先の未来に向かってまた一緒に伴走よろしくお願いたします！

## 従業員の「したいと思う」を大切に

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長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へ赴き、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。

## コロナ禍だからこそ実現出来たオンラインでのチャリティイベント

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。毎年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おります。今年はコロナ禍とうこともありオンラインでイベントを開催しました。

このチャリティイベントは「楽しみながら社会貢献をする」をテーマにしています。おとずれるお客様はもちろんのこと運営する従業員もイベントを企画することを楽しみ、お客様が喜んでくれることを楽しみ、募金・売上をさまざまな団体に支援をしていくイベントです。今年はオンラインで距離の制約がなくなったことから、カンボジア支援をしている現地の子どもの交流や、これまでの支援でつながっている地域からのさまざまな発信やご当地品のオンライン販売などが実現し、参加者もオンラインであることから、気軽に参加していただくことができ、コマフェス史上最高額となる募金・売上総額となりました。



### UE-Café@小松

社会貢献やボランティアについて地域、学生、市民、企業が交流する場として毎年定期的に開催をしています。今年はオンラインで開催しました。



### ピースフレイムムーブメント

原爆の残り火を灯し、平和について考える。みなさんと平和について学び・語り・未来へのアクションへと繋がるキッカケづくりをするオンラインイベントを開催しました。



### カンボジア支援

カンボジアの村の子どもたちの可能性を広げるための環境支援ということで、従業員に支援を募りパソコン教室を建設しました。



### 新入社員ビーチクリーン

新入社員が研修で学んだマイクロプラスチックによる「海洋汚染問題」をなんとかしようと、自ら企画をし地元石川の海をきれいにするアクションを起こしました。



### KAKOUの寄贈

コロナ禍で生まれた在宅用の商品のKAKOUは手軽に運べることから、令和2年7月豪雨支援でKAKOUを避難所へ寄贈しました。

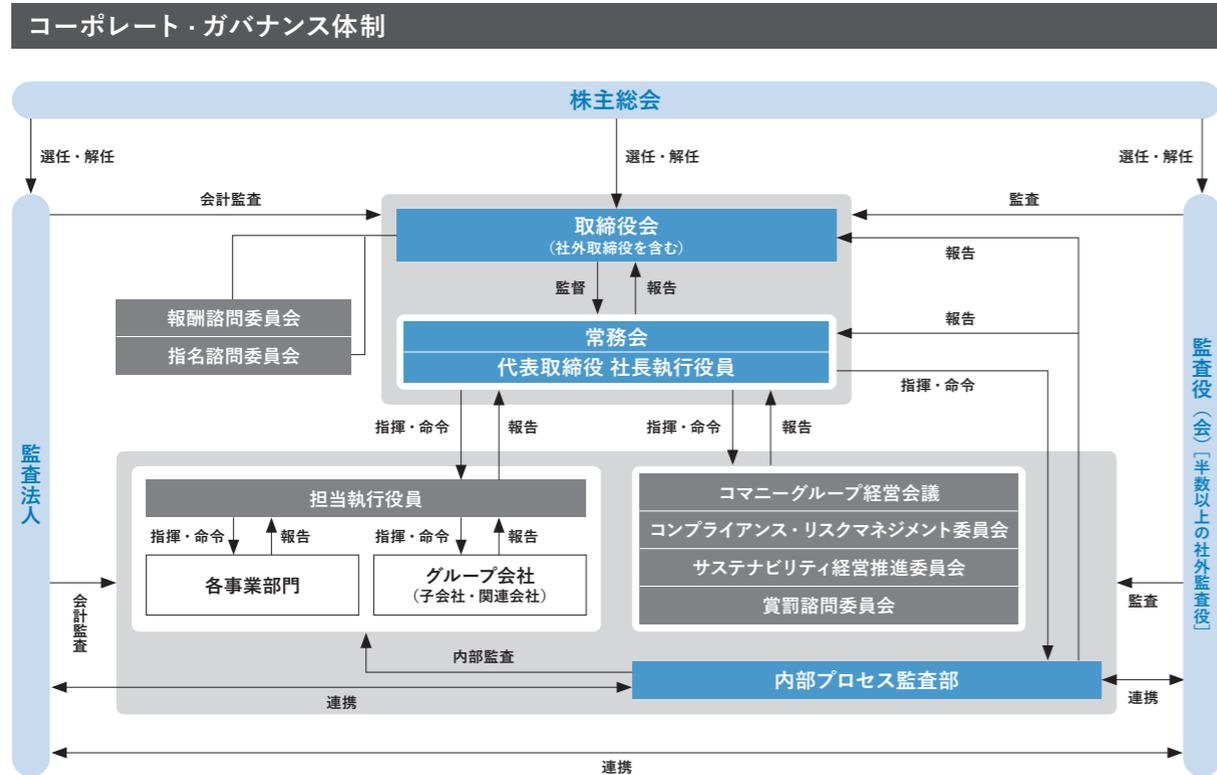


### 中学校へのSDGs授業

コマニーの取り組みを紹介するだけでなく、次世代がSDGsを正しく理解して、行動につなげてもらうために、未来に繋がる授業を行いました。

## 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。



### 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17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、報酬諮問委員会は7回、指名諮問委員会は5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閲覧し、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18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、経営方針や中長期の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。

## 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8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のもとに、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。

### 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。

#### <取締役会の自己評価結果の概要> (2021年3月期)

- 独立社外取締役3名および独立社外監査役2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。
- 取締役会の資料の早期発信・発送により、事前に審議内容の検討が行われている。
- 新任役員への会社理解を促進するため、教育プログラムのルーチン化が行われている。
- 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課題等の議論の充実に向け、十分な審議時間の確保に取り組むべきである。
- 取締役、監査役の役割や責任に関する認識を深めるため、継続的に教育や研修などを実施するべきである。

## 社外取締役メッセージ ～サステナビリティ経営やD&Iの推進を目指して～

2019年の就任以来、サステナビリティ経営推進委員会やD&I推進分科会の立ち上げを始めとした、コマネーの新しい企業風土づくりを応援し、助言を続けてきました。コマネーの中長期的な企業価値向上とサステナビリティ実現のために私が特に意識していることは、常に異なる視点を提供し、本質的な議論を促すことです。現在コマネーは精力的にD&Iを推進していますが、まだ道半ばであるため、取締役会において女性は私一人という状況です。組織の同質性が高いと反対意見も出づらくなり、自分にとって都合の悪い情報を無視したり過小評価したりする「正常性バイアス」や、周りと同じ行動を取るのが安全であると考えてしまう「同調性バイアス」といった、無意識の偏見(アンコンシャス・バイアス)が作用しがちです。コーポレート・ガバナンスの実効性を高め、様々な経営課題に関する多角的な議論を可能にするため、これからも時に厳しい目でコマネーの経営を監視し、昨年から続く「変化への挑戦」を応援していきたいと思っています。

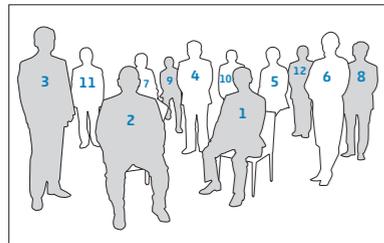


社外取締役  
吉村美紀

# DATA INDEX

# 役員紹介

(2021年9月1日現在)



## 1 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 コマニー株) 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 当社代表取締役副社長  
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)

## 2 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 管理本部副部長  
同 HPC推進室責任者  
2012年4月 同 管理統括本部副部長  
2012年6月 同 常務執行役員  
同 管理統括本部長  
2015年6月 同 営業統括本部長  
2016年6月 同 事業統括本部長  
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)

## 3 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(株) 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・財務本部長  
2014年1月 同 取締役 常務執行役員  
企画・財務本部長  
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 経営管理統括本部長 (現)

## 4 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 西日本支社副社長  
2008年7月 同 西日本営業本部副部長  
2013年7月 同 東海営業本部長  
2017年4月 同 関西営業本部長  
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長  
東京営業本部長 (現)  
2019年6月 同 常務執行役員 (現)  
営業統括本部長 (現)  
2020年6月 同 取締役 (現)

## 5 取締役 常務執行役員 塚本直之

2004年3月 スタンレー電気㈱入社  
2007年6月 当社入社  
2007年7月 トヨタ自動車㈱出向  
2010年4月 当社 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  
管理本部長  
2016年4月 同 経営企画本部長  
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 研究開発本部長 (現)  
2020年6月 同 取締役 (現)  
2021年4月 同 経営企画開発統括本部長 (現)

## 6 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 ㈱エムスリー  
(現 SDGパートナーズ(株)) 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(株)社外取締役 (現)  
2020年3月 ㈱SDGインバックス取締役 (現)

## 7 社外取締役 伊地知隆彦

1976年4月 トヨタ自動車工業(株) (現トヨタ自動車(株)) 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(株)取締役社長  
2015年6月 トヨタ自動車(株)取締役副社長  
2017年6月 同 相談役  
あいおいニッセイ同和損害保険(株)  
代表取締役会長  
2018年6月 トヨタ自動車(株)相談役退任  
2019年6月 あいおいニッセイ同和損害保険(株)  
代表取締役会長退任  
2020年6月 当社社外取締役 (現)  
長瀬産業(株)社外取締役 (現)

## 8 社外取締役 大久保利宇

1978年4月 富士紡績(株)  
(現 富士紡ホールディングス(株)) 入社  
2006年5月 柳井化学工業(株)取締役  
2009年2月 富士紡ホールディングス(株)法務部長  
2014年4月 同 執行役員 法務部長  
兼 コンプライアンス委員長  
2014年6月 同 取締役 上席執行役員  
法務部、内部監査室、総務部、人事部担当  
兼 コンプライアンス委員長  
2017年7月 同 常務執行役員  
法務・人事・総務・内部監査担当  
兼 コンプライアンス委員長  
2018年7月 同 上席顧問 法務・人事・総務担当  
2019年7月 同 顧問 法務・総務担当  
2020年6月 同 顧問退任  
2021年6月 当社社外取締役 (現)

## 9 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 コマニー株) 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 総務部責任者  
2013年10月 同 経理部参与  
2015年6月 同 常勤監査役 (現)

## 10 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 コマニー株) 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 管理統括本部長  
同 総務本部長  
2019年6月 同 総務統括本部長  
2020年6月 同 常勤監査役 (現)

## 11 社外監査役 松垣哲夫

1976年4月 東亜燃料工業(株) (現 ENEOS(株)) 入社  
2000年7月 日興証券(株) (現 SMBC日興証券(株)) 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(株)  
(現 マネックスグループ(株)) 社外監査役  
㈱日興コーポリアルグループ  
監査特命取締役  
2008年7月 シティバンク銀行(株)取締役副社長  
財務・企画本部長  
2012年1月 同 執行役員  
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

## 12 社外監査役 鎌田竜彦

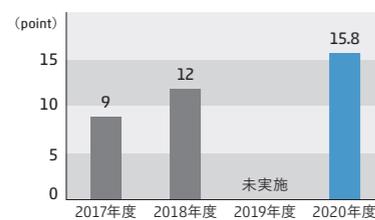
1988年10月 サンワ・等松青木監査法人  
(現 有限責任監査法人トーマツ) 入所  
2005年6月 監査法人トーマツ  
(現 有限責任監査法人トーマツ) パートナー  
2018年8月 鎌田公認会計士事務所 代表 (現)  
2019年6月 当社社外監査役 (現)  
㈱リアルグレイト社外取締役 (現)  
2019年10月 ㈱ブライネット社外監査役 (現)  
2020年6月 TriValue(株)非常勤監査役 (現)  
2020年7月 合同会社TKM マネジメント代表社員 (現)  
2021年8月 ㈱レジデンシャル不動産非常勤監査役 (現)

## パフォーマンスハイライト



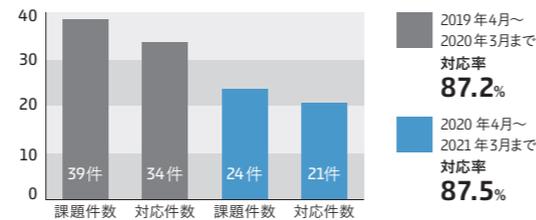
## 非財務情報

### 総合評価：NPSポイント



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、顧客ロイヤリティ (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。

### お取引先様との課題解決件数 (単体)



### CO<sub>2</sub>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 割合 2.7%	3,010.0 4.1%	68,875.3 93.2%
2019年度	排出量 2,162.6 割合 2.4%	2,636.7 2.9%	87,091.7 94.8%
	増減量 177.5 前年比 108.9%	-373.3 87.6%	18216.4 126.4%
2020年度	排出量 1,852.8 割合 3.0%	2,522.5 4.1%	57,219.8 92.9%
	増減量 -309.8 前年比 85.7%	-114.2 95.7%	-29,871.9 65.7%
	SBT基準年比 93.3%	83.8%	83.1%

### 年間産業廃棄物排出量 (単体)



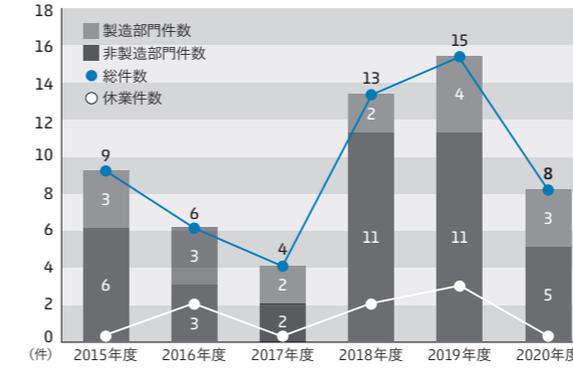
### エコ商品比率 (連結)



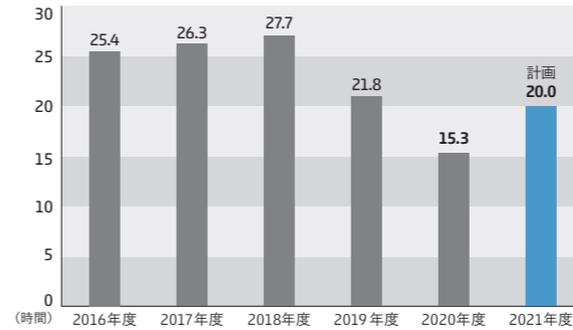
### 廃棄総量リサイクル率 (単体)



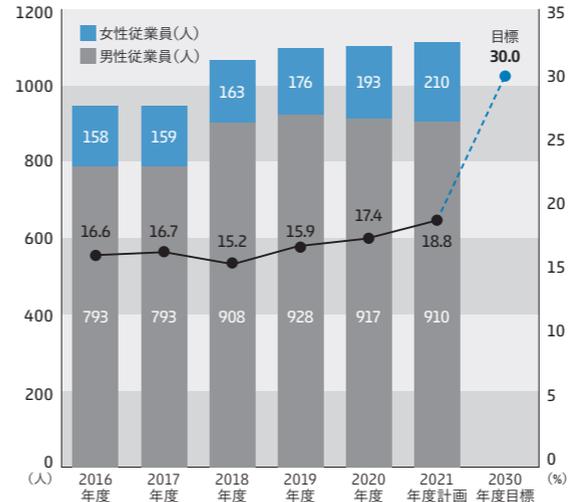
### 労働災害の発生状況 (単体)



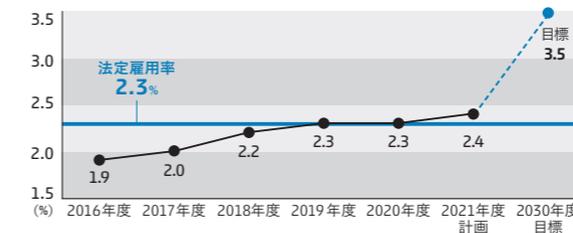
### 一人当たり月間残業時間推移 (単体)



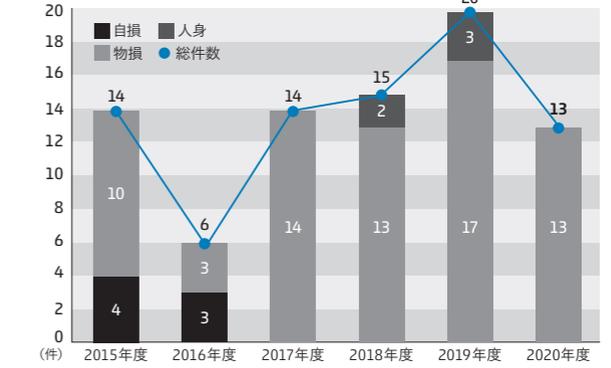
### 女性従業員人数と比率の推移 (単体)



### 障害者雇用比率 (単体)



### 交通事故の発生状況 (単体)



### 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	2021年度 (計画)
育児休暇取得率	85.7%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
時短勤務者比率	90.0%	100.0%	83.3%	90.5%	94.7%	80.0%
第一子出産継続就業率	90.0%	100.0%	100.0%	100.0%	80.0%	100.0%
男性育休取得者 (人)	0	0	0	2	7	5



「くるみん」認定の取得  
2019年6月「子育てサポート企画」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。

# これまでの業績

## 10年間の主要財務データ推移

コマニー株式会社および連結子会社 (単位: 百万円)

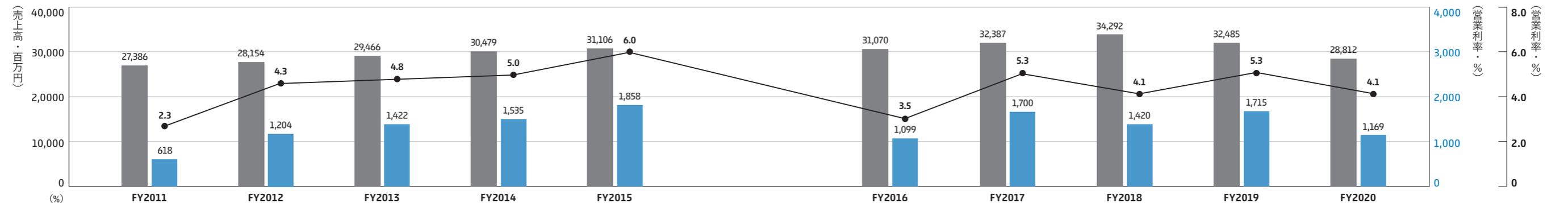
会計年度	FY2011	FY2012	FY2013	FY2014	FY2015	FY2016	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020 (※1)
売上高	27,386	28,154	29,466	30,479	31,106	31,070	32,387	34,292	32,485	28,812
市場セグメント別										
日本	26,707	26,859	28,032	28,715	29,869	30,055	31,383	32,499	31,736	-
オフィス	12,627	12,538	12,376	12,876	13,483	13,519	14,184	14,517	14,977	12,566
工場	5,991	6,358	5,226	5,334	6,925	6,880	7,378	8,894	7,616	6,680
医療・福祉	4,079	4,118	5,393	5,652	5,039	5,016	5,357	4,296	4,130	4,608
学校	1,918	1,830	2,578	2,525	2,049	2,289	2,428	2,339	2,027	2,281
その他	2,092	2,015	2,459	2,328	2,373	2,351	2,036	2,453	2,986	2,676
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	20,037	17,958
売上総利益	10,000	10,948	11,692	12,386	12,792	12,441	13,202	13,153	12,448	10,854
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	10,733	9,684
営業利益	618	1,204	1,422	1,535	1,858	1,099	1,700	1,420	1,715	1,169
経常利益	651	1,252	1,463	1,638	1,846	1,143	1,732	1,341	1,566	1,376
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	901
設備投資	731	858	946	2,255	2,844	1,259	886	541	1,022	805
減価償却費	822	727	694	653	722	975	959	904	817	780
自己資本	16,895	18,228	20,318	21,916	21,806	22,033	22,641	22,324	22,482	23,312
総資産	27,124	27,658	31,164	32,793	34,205	33,862	36,361	34,528	32,533	37,079
従業員(人)	1,363	1,375	1,399	1,412	1,458	1,468	1,475	1,476	1,234	1,252

1株当たり指標										
1株当たり当期純利益(円)	61.77	132.45	180.01	182.20	121.26	57.03	104.49	37.67	79.93	101.25
純資産(円)	1,898.41	2,048.24	2,283.15	2,462.77	2,450.42	2,475.97	2,544.41	2,508.65	2,525.36	2,617.09
年間配当(円)	26.00	28.00	30.00	32.00	37.00 (※2)	46.00	47.00	50.00	51.00	45.00
配当性向(%)	42.1	21.1	16.7	17.6	30.5	80.7	45.0	132.7	63.8	44.4

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	3.9
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	4.0
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	4.1
自己資本比率(%)	62.3	65.9	65.2	66.8	63.8	64.5	62.3	64.7	69.1	62.9

※1 当社グループは従来「日本」「中国」の2区分を報告のセグメントとしておりましたが、FY2020より単一セグメントに変更しております。

※2 記念配当3.0円含む



# 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	FY2019	FY2020
<b>資産の部</b>		
<b>流動資産</b>		
現金及び預金	8,236	14,362
受取手形及び売掛金	9,709	9,257
商品及び製品	819	869
仕掛品	138	137
原材料及び貯蔵品	485	454
その他	1,270	382
貸倒引当金	△ 16	△ 22
流動資産合計	20,645	25,441
<b>固定資産</b>		
<b>有形固定資産</b>		
建物及び構築物（純額）	2,381	2,218
機械装置及び運搬具（純額）	1,623	1,494
土地	3,359	3,359
建設仮勘定	86	261
その他（純額）	154	161
有形固定資産合計	7,604	7,494
<b>無形固定資産</b>		
ソフトウェア	342	479
ソフトウェア仮勘定	71	55
その他	1	1
無形固定資産合計	415	535
<b>投資その他の資産</b>		
投資有価証券	1,124	1,592
長期貸付金	22	25
繰延税金資産	1,767	1,472
その他	986	551
貸倒引当金	△ 33	△ 33
投資その他の資産合計	3,868	3,608
固定資産合計	11,888	11,638
資産合計	32,533	37,079
<b>負債の部</b>		
<b>流動負債</b>		
買掛金	1,877	2,118
短期借入金	900	1,000
未払法人税等	61	334
工事損失引当金	-	14
賞与引当金	801	861
役員賞与引当金	20	32
その他	2,024	1,960
流動負債合計	5,685	6,321
<b>固定負債</b>		
長期借入金	-	3,250
リース債務	240	199
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	3,224
役員株式給付引当金	90	116
その他	351	324
固定負債合計	4,365	7,446
負債合計	10,050	13,767
<b>純資産の部</b>		
<b>株主資本</b>		
資本金	7,121	7,121
資本剰余金	7,607	7,607
利益剰余金	8,571	9,107
自己株式	△ 1,135	△ 1,127
株主資本合計	22,163	22,709
<b>その他の包括利益累計額</b>		
その他有価証券評価差額金	△ 93	55
土地再評価差額金	481	481
為替換算調整勘定	8	2
退職給付に係る調整累計額	△ 78	63
その他の包括利益累計額合計	318	603
純資産合計	22,482	23,312
負債純資産合計	32,533	37,079

## 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	FY2019	FY2020
<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	356	1,365
減価償却費	817	780
減損損失	-	-
退職給付に係る負債の増減額（△は減少）	26	77
賞与引当金の増減額（△は減少）	△ 52	59
役員賞与引当金の増減額（△は減少）	△ 4	12
役員株式給付引当金の増減額（△は減少）	29	25
貸倒引当金の増減額（△は減少）	5	6
工事損失引当金の増減額（△は減少）	-	14
受取利息及び受取配当金	△ 24	△ 19
支払利息	10	7
保険解約返戻金	-	△ 37
雇用調整助成金	-	△ 75
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	28	7
無形固定資産除却損	0	4
投資有価証券売却損益（△は益）	3	△ 0
関係会社株式売却損益（△は益）	1,178	-
たな卸資産評価損	-	-
売上債権の増減額（△は増加）	986	452
たな卸資産の増減額（△は増加）	76	△ 16
仕入債務の増減額（△は減少）	△ 260	241
その他	△ 355	131
小計	2,843	3,036
利息及び配当金の受取額	24	19
利息の支払額	△ 10	△ 8
雇用調整助成金の受領証	-	75
法人税等の支払額	△ 160	△ 80
法人税等の還付額	136	115
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,832	3,157
<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	△ 151	-
定期預金の払戻による収入	181	-
有形固定資産の取得による支出	△ 523	718
有形固定資産の売却による収入	0	0
無形固定資産の取得による支出	△ 249	△ 259
投資有価証券の取得による支出	△ 1	△ 257
投資有価証券の売却による収入	4	1
補助金の受取額	-	821
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	461
その他	△ 10	△ 2
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 165	46
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>		
長期借入れによる収入	-	5,000
長期借入金の返済による支出	△ 1,104	△ 1,650
自己株式の売却による収入	6	8
自己株式の取得による支出	△ 0	-
配当金の支払額	△ 465	△ 364
リース債務の返済による支出	△ 40	△ 40
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,604	2,953
現金及び現金同等物に係る換算差額	103	△ 31
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	1,166	6,125
現金及び現金同等物の期首残高	7,070	8,236
現金及び現金同等物の期末残高	8,236	14,362

# 会社情報

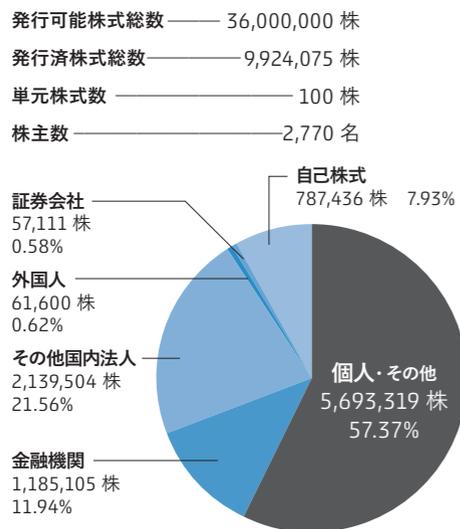
## 会社概要 (2021年3月31日現在)

**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) 1,252名 (個別) 1,102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 (2021年3月31日現在)



## 大株主/上位10名 (2021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	771,338	8.44
コマニー従業員持株会	679,655	7.43
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
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	228,803	2.50
木村直子	223,296	2.44
塚本幹雄	217,500	2.38
白栄隆司	210,600	2.30

(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
2016年9月	ユニバーサルデザイン折戸 「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8月	国連グローバル・コンパクトに署名
2019年2月	健康経営優良法人2019(ホワイト500)を認定取得
2019年6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	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
2021年1月	「女性のエンパワーメント原則(WEPs)」に署名
2021年3月	健康経営優良法人2021を認定取得

## 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の原理原則である「社は」のもと、新たな価値を創造する企業づくりに向けた「間づくりで Empower all Lifeを実現する」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2021」を通じて、ステークホルダーの皆様へ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

2021年3月期(2020年4月1日~2021

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/pdf/CG/2021\\_0625\\_CG.pdf](https://www.comany.co.jp/pdf/CG/2021_0625_CG.pdf)

**有価証券報告書**  
<https://www.comany.co.jp/ir/settlement/library/>



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

We welcome feedback on its contents.

## 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享受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。



旅は今始まったばかり  
Empower all Life

COMANY





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部

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

第6版

●この報告書の内容は2021年9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。●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。