2025年 4月 11 日

各　　位

会社名　　コーナン商事株式会社
代表者名　　代表取締役社長　　疋田　直太郎
（コード 7516　東証プライム）
問合せ先　　常務取締役上席執行役員　加藤　高明
（ＴＥＬ.０６-６３９７-１６２１）

中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は 2025 年度から 2027 年度の 3 年間を計画期間とする中期経営計画（第 4 次中期経営計画）を策定し、本日開催の取締役会においてその内容を決議いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

当社は、「全ての経営活動を『お客様視点』へ転換することを基本方針とし、2025 年度を最終年度とする 5 年間の中期経営計画（第 3 次中期経営計画）に取り組んでまいりました。

その一方で、小売業界を取り巻く環境は第 3 次中期経営計画の設定時から大きく変わっております。今般、第 3 次中期経営計画の最終年度を待たずして 1 年オーバーラップして課題認識を行い、早期に市場実績に合わせた成長戦略に組み直して未来の基盤構築を図ることが望ましいと判断し、新たに中期経営計画（第 4 次中期経営計画）の策定に至りました。

中期経営計画（第 4 次中期経営計画）の詳細につきましては、別添資料をご参照ください。

〈 第 4 次中期経営計画資料の内容 〉

１．第 3 次中期経営計画の総括
２．外部環境の変化に対する認識
３．第 4 次中期経営計画の位置付け
４．目指す姿
５．7 つの重点戦略
６．企業価値向上に向けた取り組み
７．ESG の取り組み強化

〈 第 4 次中期経営計画期間中の主要経営目標 〉

指標	2028 年 2 月期（最終年度）
売上高	5,600 億円
営業利益	290 億円
EBITDA	430 億円
当期純利益	165 億円
総還元性向	40%以上
配当方針	累進配当

以上

2026年2月期 – 2028年2月期

第4次中期経営計画

2025年 4月 11日

コーナン商事株式会社
(7516)
https://www.hc-kohnan.com/

目次

1. 第3次中期経営計画の総括

2. 外部環境の変化に対する認識

3.第4次中期経営計画の位置付け

4. 目指す姿

5. 7つの重点戦略

6. 企業価値向上に向けた取組み

7. ESGの取組み強化

Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

1.第3次中期経営計画の総括

売上は１年前倒しでほぼ達成、一方で、利益は目標と乖離

売上拡大要因
- 堅調な出店拡大
- PRO部門の伸長
- ニーズに合った品揃え

利益未達要因
- 業務効率化、DXを推進するも改善計画には届かず
- 為替変動による原価高騰等により粗利益率が低下
- 物価上昇に伴う買い控え、DgS等の競合影響などによる客数減
- NB販売強化によるPB売上比率の伸長鈍化

連結業績推移	2023年2月期 実績	2024年2月期 実績	2025年2月期 実績／第3次中計目標			
			2025年2月期 実績	2025年2月決算 実績 ※3	2026年2月期 第3次中計目標 ※3	評価
売上高	4,231億円	4,727億円	4,842億円	5,011億円	5,000億円	○
経常利益	207億円	225億円	233億円	232億円	310億円	×
当期純利益	132億円	140億円	142億円	142億円	195億円	×
ROE	9.1%	9.2%	8.8%	—	10.0%	△
EPS	443円	474円	493円	—	575円	△
ROIC ※1	5.0%	5.1%	4.9%	—	6.5%	△
総還元性向	51.2%	41.3%	41.4%	—	30%以上	○
DOE	1.90%	1.85%	1.80%	—	2.00%	△
PB売上高構成比※2	37.9%	37.6%	37.2%	—	40%	△

(注) 2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用しております。
※1 ROIC = 税引き後営業利益/ 投下資本（純資産+短期借入金+長期借入金+1年内長期借入金+リース債務+1年内リース債務+1年内長期未払金+長期未払金）
※2 コーナン単体 リフォーム、100円ショップ、フード・酒類等を除いて、部門売上高構成比を算出しております。
※3 「収益認識に関する会計基準」適用前

Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

1.第3次中期経営計画の総括

フォーマット戦略を着実に推進、業務効率化とDXの基盤構築を目指す

推進した主な取組み　・PB売上高拡大　・店舗業務効率化/DX推進　・HC/PROのハイブリッド業態、ガーデニング専門業態　・人事制度改定

５つの重点戦略	取組みテーマ	実績
PB商品開発戦略	PB商品開発体制の強化	・PRO向け商材、ペット、園芸、レジャーを強化 ・デザイン等、横軸の入った商品開発体制を構築
店舗デジタル化戦略	DXによる顧客体験価値の向上	・店舗とオンラインの融合によるシームレスな購買環境の構築 ・DXの推進
店舗業務効率化戦略	DXによる業務効率化の推進	・業務用端末、セルフレジ導入等による人時生産性の改善 ・ペーパーレス化や業務用インフラの機能拡充によるコスト削減
フォーマット戦略	既存・都市型フォーマットの構築	・PRO業態及びハイブリッド（PRO＋HC）店舗の出店拡大 ・新業態(gardens umekita等)のスタート
人材戦略	人材育成と適正人員の配置	・人事企画機能を強化 ・人材配置の最適化および働き方改革の推進

コーナン
Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

重点戦略を通じた収益構造の改善は道半ば

推進した主な取組み　・PB売上高拡大　・店舗業務効率化/DX推進　・HC/PROのハイブリッド業態、ガーデニング専門業態　・人事制度改定

５つの重点戦略	取組みテーマ	未達要因	今後の課題
PB商品開発戦略	PB商品開発体制の強化	・NB販売強化によるPB売上比率の伸長鈍化 ・顧客に支持されるPB開発が道半ば	・商販宣の一体化推進 ・PBの価値向上と売上高構成比の拡大
店舗デジタル化戦略	DXによる顧客体験価値の向上	・ECと店舗との連携が道半ば	・ECと店舗との相互送客 ・新しいテクノロジー活用推進
店舗業務効率化戦略	DXによる業務効率化の推進	・導入機器の活用について、店舗ごとの活用及び効果にバラツキが生じた	・店舗の各業務の役割、業務範囲の再設計 ・業務効率化を通じたお客様への価値拡大
フォーマット戦略	既存・都市型フォーマットの構築	・集客拡大のフォーマット構築まで至らず ・都市部のシェア獲得	・各エリアの特性に合わせたフォーマット開発 ・都市部向け出店拡大
人材戦略	人材育成と適正人員の配置	・体制やジョブローテーションの体制構築が道半ば	・教育強化を通じた能力アップと業務範囲拡大 ・タレントパレット活用による人材活性化

コーナン
Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

市場変化へ早期に対応し、自社目標の実現に向けて経営計画を進化

市場環境変化を睨み、第3次中計最終期(2026/2期)前に経営計画を再設計し『 未来の基盤構築 』を推進

外部環境変化

●マクロ

- ✓ インフレ・円安によるコスト上昇
- ✓ 消費行動の変化
- ✓ AI、DX化による効率化加速

●ミクロ

- ✓ 物流問題とコストコントロール
- ✓ PBの拡充と価格競争の激化
- ✓ 業界再編の加速

自社の目標・思い

- ✓ 出店拡大による**シェア拡大**
- ✓ PB開発による**粗利益率向上**
- ✓ 新業態開発による**新市場拡大**
- ✓ **DXの更なる推進**
- ✓ **CRMの進化**
- ✓ 人財育成、**従業員の成長加速**
- ✓ **オペレーション改善**
- ✓ **ESG推進**
- ✓ 長期を見据えた**事業戦略構築**

未来の基盤構築

- ✓ 市場変化、自社の目標に**迅速に対応**
- ✓ 第3次中計**最終年度をオーバーラップ**

『第4次中計の策定』

- ✓ 第3次中計で実現した事の**更なる加速**
- ✓ 未達事項への**早期対策・見直し**
- ✓ **第5次中計を見据えた**構想着手

コーナン
Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

第4次中期経営計画の位置付け

第4次中計は成長のための投資を先行。第5次中計における成長に向けた基盤づくりという位置付け

3次中計残課題解決　4次中計での新たな取組み　5次中計へ基盤づくり

第3次中計

2025/2期

2025/2期実績

売上高	4,842億円
営業利益	250億円
売上比	5.2%
ROE	8.8%

第4次中計

2026/2期 - 2028/2期

2028/2期目標

売上高	5,600億円		
営業利益	290億円	売上比	5.2%
ROE	8.6%		

第5次中計以降

2029/2期以降

継続した増収増益にて、ROE10%以上を目指す

- ✓ 新たな収益インパクトを及ぼす事業検討
- ✓ 長期ビジョンの実現

新規事業,M&A等

新フォーマット出店拡大

出店エリア拡大に向けたフォーマット再構築

PROの積極出店

出店拡大

ECと店舗の相乗効果やアプリ会員を軸としたファン化戦略

商品開発・マーケティング組織強化

食品付加等による客数・坪効率改善/機動的な改装

オペレーション改善＆DX

既存店シェアアップ

人財力の向上

Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

第4次中期経営計画の全体像

ミッション	誰からも愛される存在	スローガン	全ての経営活動をお客様視点へ
ビジョン	日本を代表する住まいと暮らしの総合企業		

重点戦略

- ① **出店戦略：**お客様にもっと出会う場所を
- ② **商品戦略･価格戦略：**お客様に豊かなモノをお得な価格で
- ③ **EC×店舗戦略：**お客様に更なる利便性を
- ④ **ファン化戦略：**お客様に次なる期待と感謝を
- ⑤ **物流戦略：**お客様に喜ばれる配送を
- ⑥ **オペレーション戦略（店舗／本社）：**お客様のことを常に考える業務を

お客様に新たな驚きを

新事業検討

M&A検討

未来への布石
次なる柱の検討

経営基盤

- ⑦ **人財経営：**未来を担う人財採用と育成
- **ESG経営：**お客様とともに持続性や社会性へ貢献
- **財務経営：**お客様と人財へ還元できる安定基盤

投資

投資

コーナン
Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

重点戦略の位置付け

関連度合 ◎ ● ○	成長エンジン	集客強化	効率化 コスト削減	全従業員の成長・高度化推進
① 出店戦略	◎	●		
② 商品・価格戦略	◎	●		
③ EC×店舗戦略	●	◎		
④ ファン化戦略	●	◎		
⑤ 物流戦略	●		◎	
⑥ オペレーション戦略	●	○	◎	○
⑦ 人財経営	●	○		◎

コーナン
Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

連結P/L計画

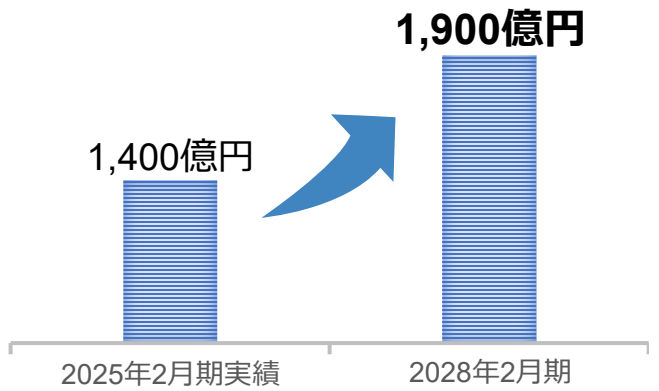
2025/2期対比売上+758億円、粗利益+332億円、営業利益+40億円を目標とし、特にPRO業態の136%成長を計画
PB売上高構成比拡大等により、粗利率37.06%(2025/2期)→37.98%(2028/2期)へと改善

	2025年2月期 実績	2028年2月期 目標	2025年2月期 対比
売上高	4,842億円	**5,600億円**	115.6%
粗利益率	37.06%	**37.98%**	+0.92%
営業利益	250億円	**290億円**	116.0%
営業利益率	5.2%	**5.2%**	+0.0%
EBITDA	404億円	**430億円**	106.4%
当期利益	142億円	**165億円**	116.2%

(注) 2023年2月期(46期)より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用しております。
EBITDA＝営業利益＋減価償却費

強みであるPRO業態の伸長計画

PRO業態の売上計画



※PRO売上はコーナン、建デポ、HIヒロセの加算

2025/2期対比

売上高：既存＋新店
＋500億円

売上成長率
136%

売上構成比
32%超

PB構成比拡大と効率化による収益性の向上

PB売上高構成比 → PB売上高構成比 **+6%**

DXによる業務改善

- 本社業務効率化
- 店舗業務効率化
- 物流業務効率化

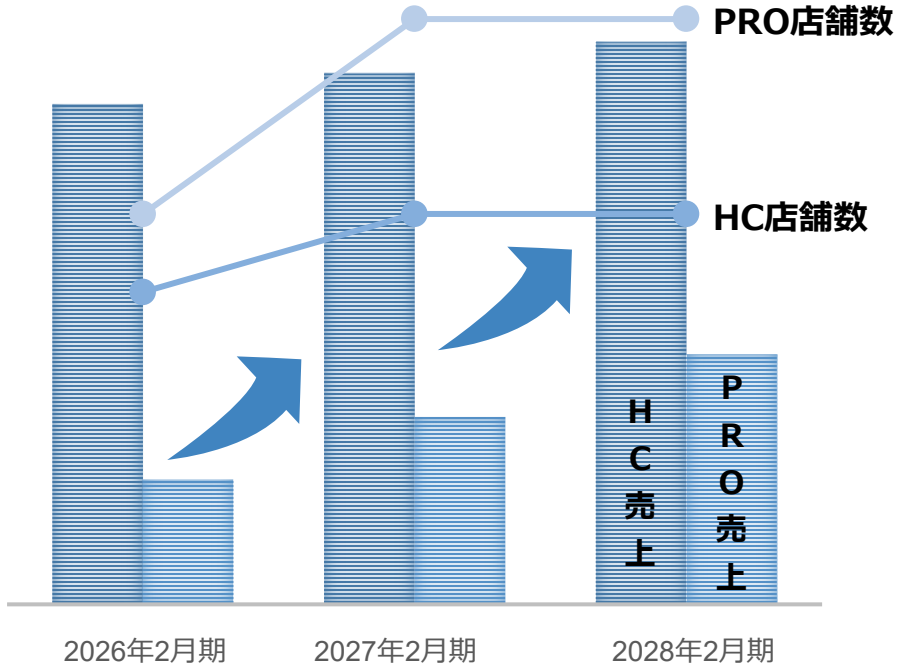
Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

①出店戦略

強みであるPROの出店攻勢を中心に新業態含めた出店を3カ年にて合計86店舗、売上貢献600億円を計画
注力エリアに設定した出店基準をベースに投資回収基準を見直し、売上・営業利益目標の達成を目指す。

出店計画：3カ年にて86店舗計画

- （投資割合） HC：PRO＝ 4： 6 程度
- 投資コストを抑えるため、居抜き出店も活用推進



出店における目標と重点取組み

出店における3カ年累計売上貢献目標額	合計 600億円
重点取組み①	**出店判断基準の再設計** 出店判断項目の拡充、投資回収指標の精緻化
重点取組み②	**注力エリア・ドミナントエリアの明確化** 自社の強みが発揮できるエリアへの出店拡大

Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

②商品・価格戦略

PB売上高構成比+6%によって目標粗利益率を実現するために、PB価値の再構築、SKU数・在庫高・回転数の最適化を推進。お客様に支持されるPBの確立の為にお客様と共創する仕組みと商販宣一体化を徹底

目標

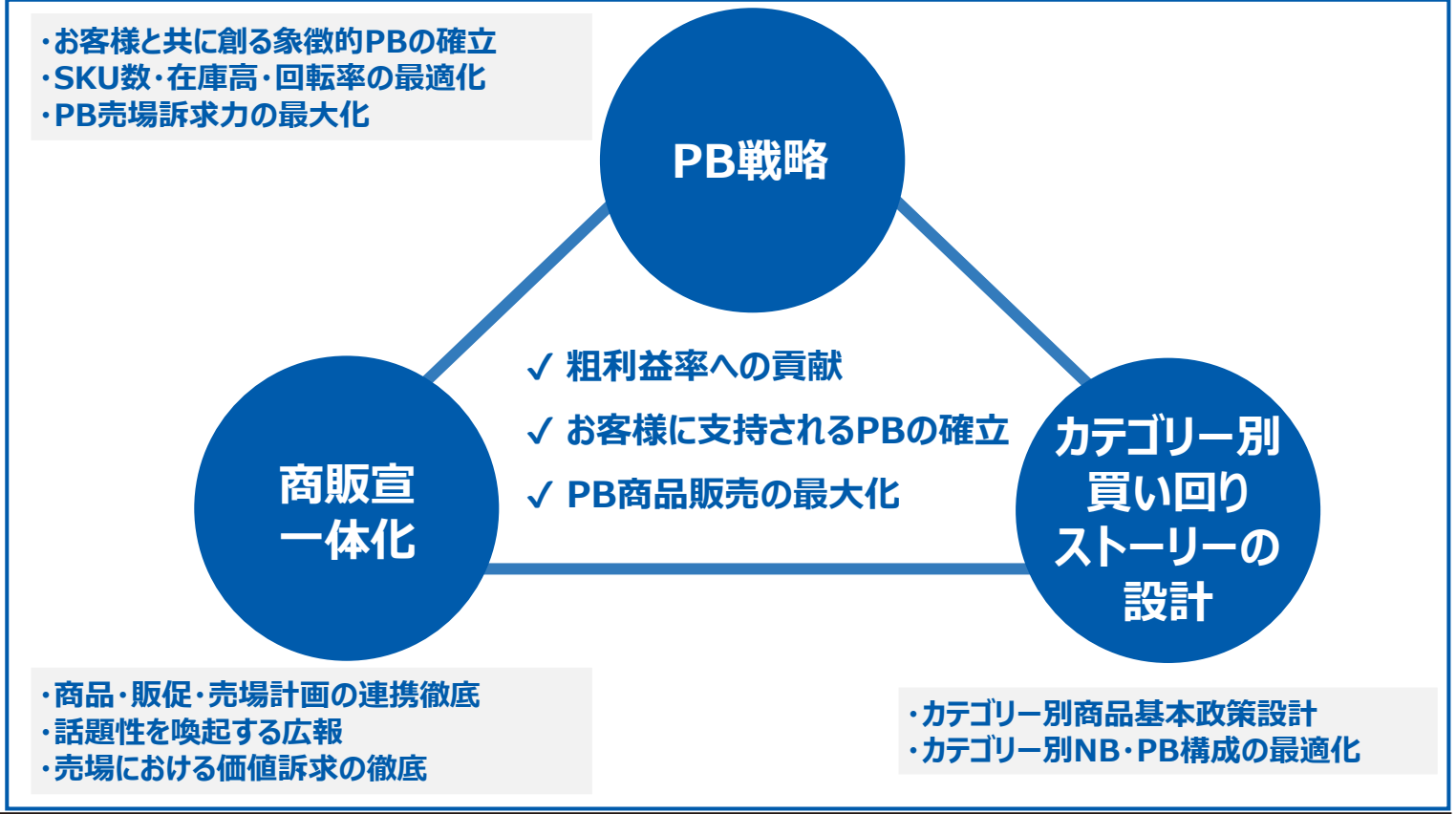
業績貢献

PB売上高構成比	PB売上高構成比 **+6%**

PB商品開発目標

既存商品改善 ＋ お客様と共に創る開発	3年間 **3,000SKU以上**

お客様に支持される為の商品戦略



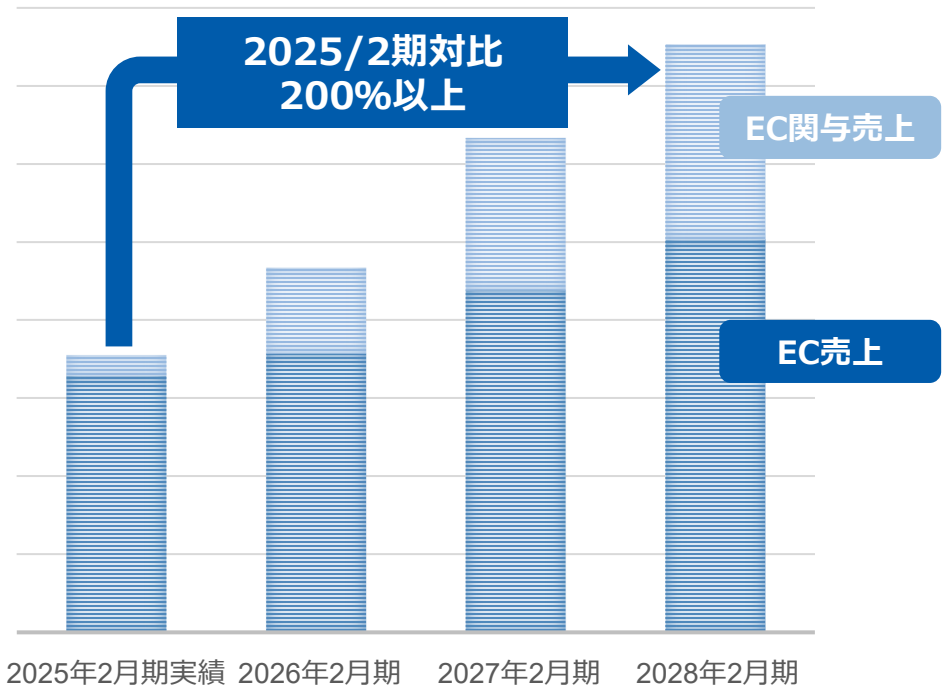
コーナン
Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

③ EC×店舗戦略

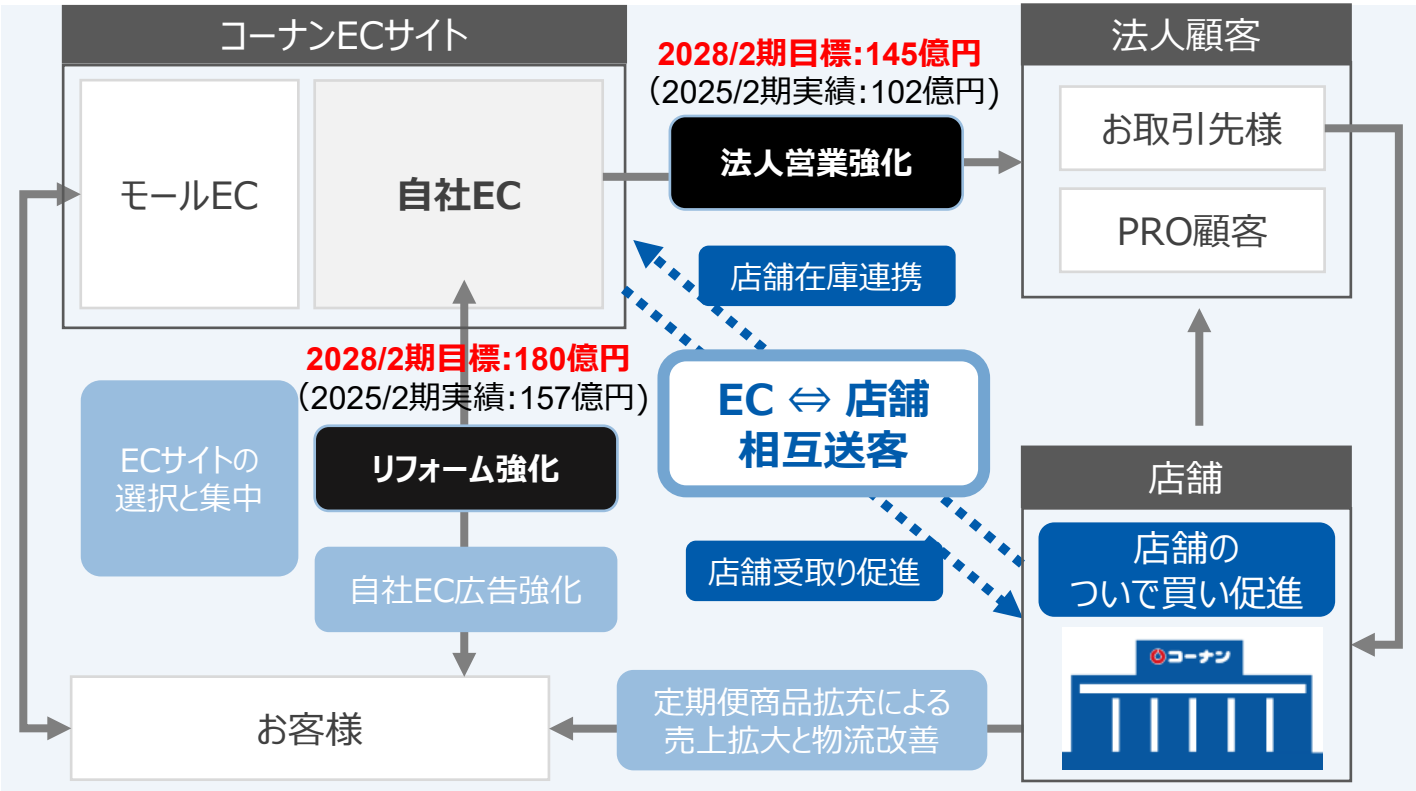
ECサイトは店舗送客の役割を重点的に担い、店舗受け取り・ついで買い促進、法人サイト・リフォームサイト強化などを推進
店舗との相乗効果によって、2025/2期対比200%以上を計画

強化施策　リフォーム・法人営業強化、店舗受取・ついで買い促進
定期便・EC特化アイテム強化

売上目標推移



EC×店舗戦略の目指す姿



Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

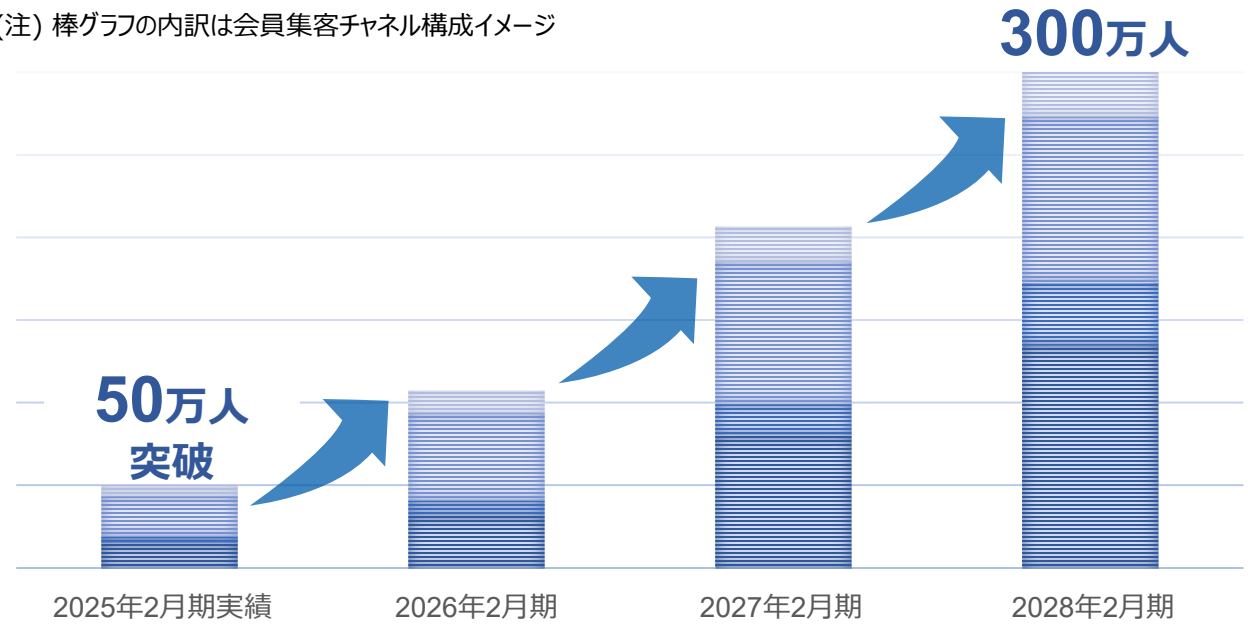
④ファン化戦略

顧客基盤の構築・サービス強化のために、2028/2期でアプリ会員登録300万人を目標に据える。
将来的な会員ステージの設置を見据え、強化カテゴリを中心に登録会員の来店・購入を促進

自社アプリ会員数の拡大促進

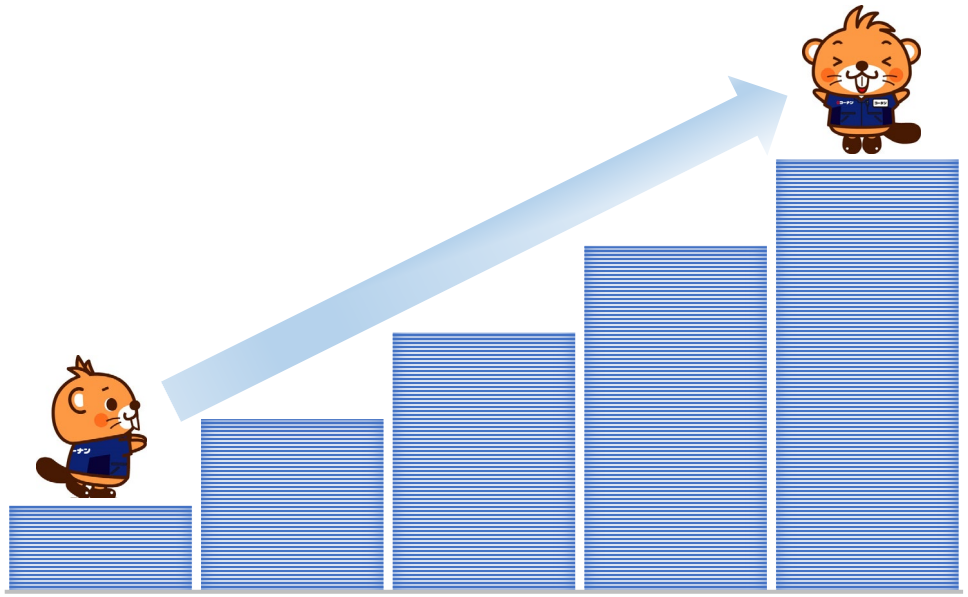
自社アプリ会員基盤と集客を強化し2028/2期会員数300万人を計画

(注) 棒グラフの内訳は会員集客チャネル構成イメージ



目指す姿

年間の購入金額に応じた独自の会員ステージを設置し
それぞれのお客様に適したコミュニケーションを展開



(注) ステージ区分や各ステージの条件は検討中

Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

⑤物流戦略 ⑥オペレーション戦略

物流は、お客様が求める商品を、求めるタイミングで提供できるよう環境変化への対策を推進
本社・店舗は、人財が担う業務の選択と集中、そのためのDX化の動きを加速させていく

【物流業務改善＆DX】環境変化への対策

- **人員確保と業務の省人化**
- **物流経路を一元管理するシステム改編**
- **出店計画と連動した物流拠点の確保**

【本社業務改善＆DX】業務の質的変化

- **業務改善・効率化**
  業務改善ワークショップを発足し
  即改善、即検証のサイクルを実現
- **高度な業務の推進**
  生成AI調査、試験的運用開始

【店舗業務改善＆DX】接客と業務効率化のバランス

- **お客様満足度追求の業務改善**
  NAVI-KO機能の一部をお客様へ展開
- **店舗効率追求の業務改善**
  ペーパレス化・需要予測に基づく自動発注・
  業務改善の為のAI/ロボット試験運用
- **店舗人員体制見直し・適正化**
  業務範囲・責任の拡充と教育

コーナン
Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

⑦人財経営

人材育成方針と社内環境整備方針の具現化に向け、全員が成長する取組みを強化
人財に関する質的対策として、重要テーマを担う人財委員会を発足し人財に係る企画領域を立案・推進

目指す姿

全員が成長する会社になる

人材育成方針

全員の成長

チャレンジ精神
自律性の促進

従業員

課題・目標の共有

成長支援
心身の安全確認

上司

同僚

制度・環境支援

安心・安全な社内環境

会社

社内環境整備方針

目指す姿実現に向けた取組み

実行体制
強化施策

人財委員会の立ち上げ

“成長支援”のための取組み

- ✓ 人財ブランディング
- ✓ ジョブローテーション制度推進
- ✓ 評価方法・内容検討
- ✓ 教育体系の再設計
- ✓ エンゲージメント指標設計・検証
- ✓ 業務範囲の再設計

“安心・安全な社内環境”のための取組み

- ✓ コミュニケーション改善
- ✓ メンター制度
- ✓ 業務改善推進サポート

コーナン
Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

キャッシュアロケーション計画

営業キャッシュフローの範囲で、新店/改装を主とした成長投資と株主還元を計画
有利子負債を有効に活用することで、M&Aなど追加的な成長投資へ機動的に対応

第4次中計期間の3カ年累計キャッシュアロケーション計画

<Cash in>

- 営業キャッシュフロー 900億円
- 有利子負債

<Cash out>

- 新店/改装 620億円
- IT・物流投資 60億円
- 株主還元
- その他 (M&Aなど)

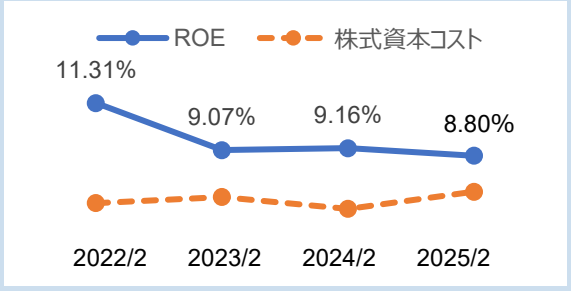
- ・3カ年累計86店舗出店を計画
- ・売場効率UPを見込んだ改装推進
- ・食品等、新業態の付加
- ・DX、セキュリティ、物流IT投資
- ・株主還元方針に基づき実施

Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

ROEの推移・課題認識と改善策

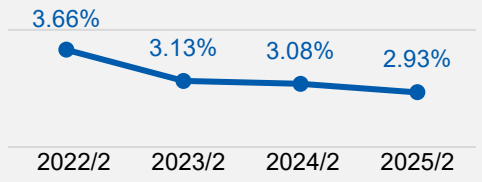
**株主資本コストはCAPMで概ね6～7%程度。ROEは株主資本コストを上回っているものの、
第3次中期経営期間中は10%には届かず。第4次中計以降は成長戦略と資本政策によって10%達成を目指す**

ROE



＝

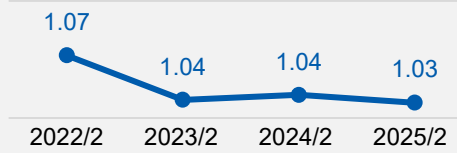
売上高純利益率



想定以上の円安進行による輸入原価高騰とPB売上比率の伸び悩みによる粗利率の低下により、利益率が逓減

×

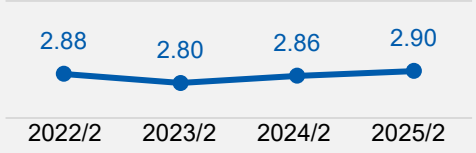
総資産回転率



出店に伴い、総資産が増加する一方で、売上高の伸張が拡大することで回転率は横ばい

×

財務レバレッジ



成長投資へ外部資金調達を有効に活用

＜第4次中計以降＞

- **粗利率向上、<u>コスト削減による利益率向上</u>**
- **出店にかかる<u>在庫増・投資資金調達の適正バランス追求</u>**

当期純利益

- ✓ **粗利率改善**
  - ・PB売上、構成比拡大
  - ・原価改善（値入改善/グループシナジー）
- ✓ **一般管理費コントロール**
  - ・店舗、本部業務効率化　・物流コスト削減

売上高

- ✓ **出店、改装の推進/食品、新業態の展開**
- ✓ **PB商品強化/商販宣一体化の徹底**
- ✓ **EC売上（法人、RF）拡大/店舗送客推進**
- ✓ **アプリ会員数拡大とサービス提供の強化**

売上高

- ✓ **出店、改装の推進/食品、新業態の展開**
- ✓ **PB商品強化/商販宣一体化の徹底**
- ✓ **EC売上（法人、RF）拡大/店舗相互送客**
- ✓ **アプリ会員数拡大とサービス提供の強化**

総資産

- ✓ **需要予測システム活用による適正在庫管理**
- ✓ **営業CFとのバランスを考慮した有利子負債活用**
- ✓ **保有資産の資本投下効率精査**

総資産

- ✓ **需要予測システム活用による適正在庫管理**
- ✓ **営業CFとのバランスを考慮した有利子負債活用**
- ✓ **保有資産の資本投下効率精査**

自己資本

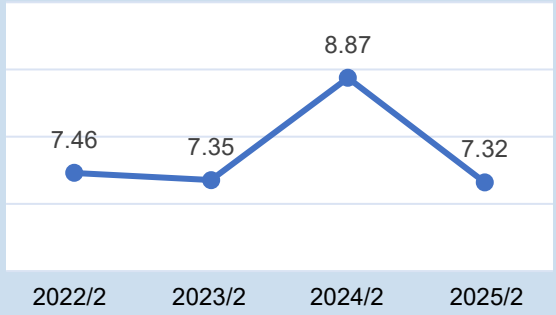
- ✓ **株主還元の強化**
  （増配、自社株買の活用等）

Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

PERの推移・課題認識と改善策

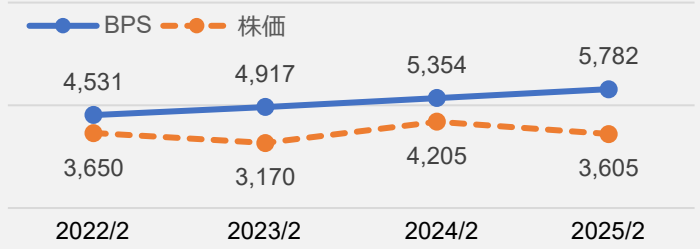
PERは7～8倍程度に止まり、市場平均と乖離　株価はBPS(1株純資産)を下回る水準が継続
EPS(1株当期純利益)は利益が伸び悩み、目標水準(575円)には届かず

PER



＝

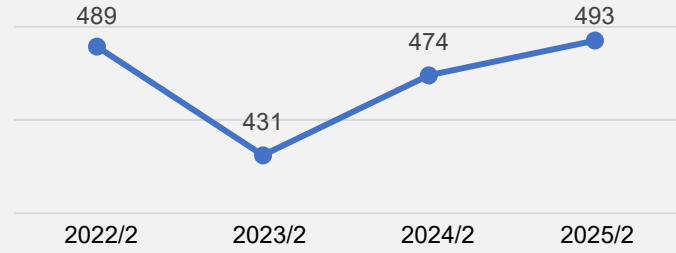
株価



株価は**BPS（一株当たり純資産）を下回る**

÷

EPS



EPSは、出店に伴う販管費増加分を粗利額増加分で補えず、
利益が伸び悩み、**目標水準575円には未達**

＜第4次中計以降＞

- **成長戦略投資・株主還元強化**
- **IR推進**
- **利益額の増加**

✓ **成長戦略投資と株主還元強化**、
およびそれに呼応した**IR推進**により
株価引き上げを目指す

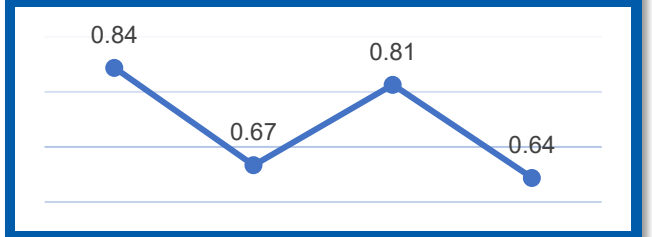
✓ **売上強化・粗利率向上**による
利益額の増加を目指す

Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

PBRの推移・課題認識と改善策

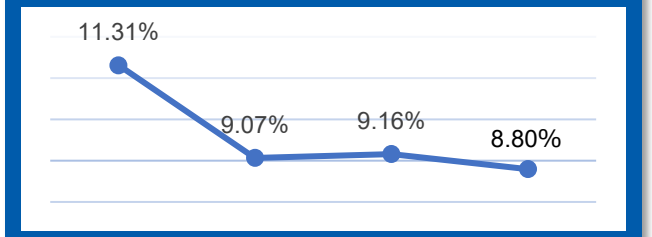
ROEおよびPERは計画値や市場平均を下回り、結果PBRは0.6倍台の水準が継続
各成長戦略と資本政策を確実に遂行しPBRの改善を目指す

PBR 0.64倍



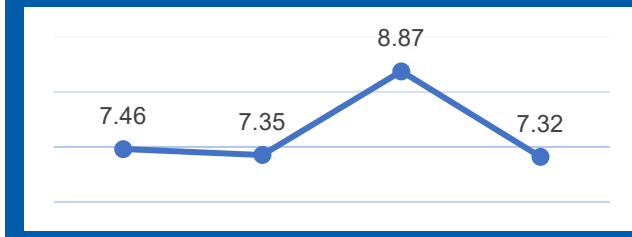
=

ROE 8.80%



×

PER 7.32倍



＜第３次中計結果＞

- 直近PBRは0.64倍と、**市場目安(1倍)から乖離**

・株主資本コストは上回る一方、目標としていた10%は未達

・7～8倍程度に止まり、市場平均と乖離

＜第4次中計以降＞

- 成長戦略への取組みと資本政策を通じ、**ROE10%以上を実現することでPBR1.0倍以上を展望**

PBR向上に向けた取組み

✓ 目標：**10%以上**
- -売上高純利益率：**2.9% → 3.0%**
- -総資産回転率：**1.03回 → 1.10回**
- -財務レバレッジ：**2.90倍 → 3.05倍**

✓ 売上高利益率、総資産回転率の改善

✓ 将来の収益増強のための基盤構築（**投資回収効果の高い出店強化・アプリ会員増強による顧客拡大**など）

✓ 成長投資とのバランスを睨んだ**株主還元へのキャッシュアロケーション**

✓ **投資家IRの強化**／非財務項目を含む開示強化

Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

第4次中期経営計画における株主還元の考え方

- 前述の通り、第4次中期経営計画は、

  『第5次中期経営計画以降に飛躍的な成長するための基盤づくりという位置付け』になり、PRO市場を中心とした市場占有率の拡大と集客基盤の構築に投資を集中させる計画です。

- なお、売上高以外の最終目標数値は、成長投資が先行するため、第3次中期経営計画の最終目標数値を下回ることとなります。

- 株主の皆様には中長期的な展望を支援いただくため、第4次中期経営計画期間中におきましては、利益の還元を経営上の重要施策の一つとして位置づけ、

  『配当を強化すると共に、自社株買いも機動的に行ってまいります』。

  また、配当に関しましては、**『期間中は累進配当を実施していく予定』**です。

コーナン
Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

株主還元方針

株主還元は重要な経営課題と認識し、以下の方針に基づいて株主の皆様へ利益還元を行います

基本方針

- 株主の皆様に対する利益の還元を経営上の重要施策の一つとして位置づけ、業績の見通し、事業活動への投資、財務健全性などを総合的に判断しながら、長期にわたって安定した配当を実施する
- 自己株式の取得についても業績ならびに株価水準等に応じ、適宜検討を行う

目標水準

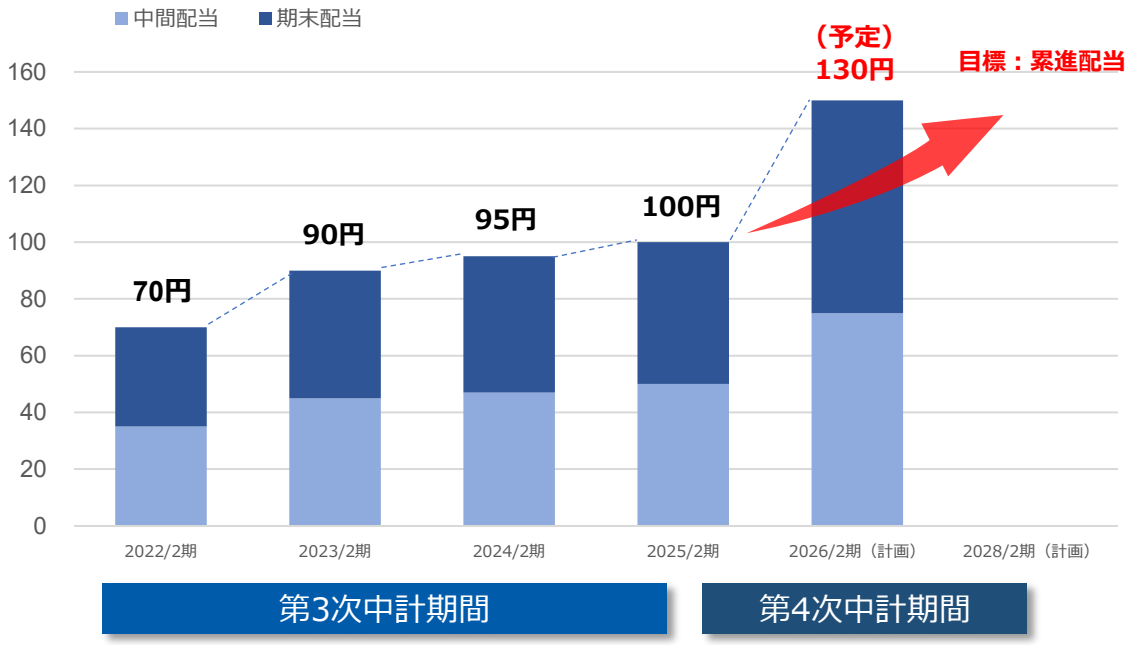
第3次中計期間中（2022/2 – 2025/2）	第4次中計期間中（2026/2 – 2028/2）
・総還元性向：30%以上 ・DOE： 2.0%以上	・**総還元性向：40%以上** 2026年2月期【予定】 配当 130円/年、自己株取得 20億円 ・**累進配当**

Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

株主還元方針

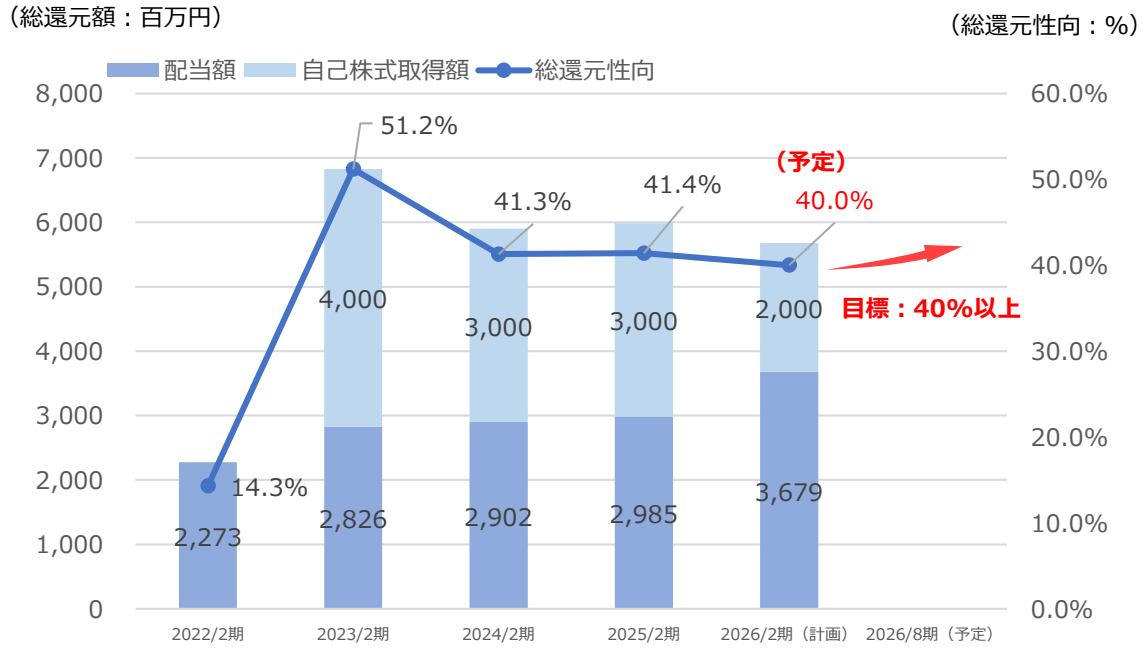
1株配当金の実績推移と計画

年額100円→130円へ増配予定



総還元性向の実績推移と計画

総還元性向の目標を30%→40%へ引き上げ



Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

第3次中期経営計画からの継続取組み

**第3次中計において取り組んできたことは第4次中計期間においても継続するとともに、
第4次中計から新たな取組み(次ページ掲載)を加え環境、社会への貢献を維持していく**

E	森林保全活動「コーナンDIYの森」
	廃プラスチックの循環型サイクル
	段ボール循環型リサイクル
	自家消費型太陽光発電設備の設置
	EV(電気自動車)用急速充電器の設置
	堺市域における使い捨てプラスチック削減に関する協定
S	「大阪教育ゆめ基金」「堺市子ども教育ゆめ基金」への寄付
	自治体との大規模災害時等における物資供給に関する協定
	「健康経営優良法人2024」認定
G	指名・報酬委員会の設置(課長及び過半数が社外取締役)
	取締役の1/3以上が社外取締役

森林保全活動「コーナンDIYの森」

自家消費型太陽光発電設備の設置

自治体との大規模災害時等における物資供給に関する協定

「大阪教育ゆめ基金」「堺市
子ども教育ゆめ基金」への寄付

Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

第4次中期経営計画からの新たな取組み

環境、社会、ガバナンスなどの非財務情報に対する企業の取組みへの注目が高まる中、
第4次中計においてはPB、イベントによる事業との連携強化、人財への配慮・教育、災害対策・支援を推進し成果の定量化を行い、
当社の企業価値向上を目指した経営戦略を包括的に示す

マテリアリティ基本方針策定　※次ページに掲載

E 環境 Environment

- 本質的な環境貢献PBの開発実施
- サステナイベント等の開催
- 再生可能エネルギー使用量、その他資源の定量化

S 社会 Social

- 健康経営の充実とエンゲージメント等の測定及び活用
- 地域・企業の防災対策支援
- サステナビリティ教育の強化

G ガバナンス Governance

- 統合報告書発行推進
- 実行組織の推進

コーナン
Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.

コーナンサステナビリティ基本方針と重要課題

コーナンサステナビリティ基本方針

持続的社会の実現に向けて、私達ができることを、飾らずに。

私達は「顧客・社会への貢献、従業員の幸福・繁栄を求め、企業の発展を図る」という経営理念のもと、
事業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献し、企業価値の向上を図ります。
小売業である私達だからこそできることがあると考え、各重要課題に対し、地域のお客様をはじめとする全てのステークホルダーの皆様とともに、
飾らずに取り組むことで、誰からも愛される、「日本を代表する住まいと暮らしの総合企業」を目指します。

重要課題グループ	重要課題（マテリアリティ）
1.住まいと暮らしの豊かさへの貢献	①適正価格、適正品質、豊富な品揃えにより、お客様の豊かな生活を実現
	②お客様の利便性を追求した商品・サービスの提供
	③多様な業態により日常・余暇・災害時など、お客様の暮らしをトータルサポート
2.環境に配慮した事業の推進	①プライベートブランド商品における省資源の推進
	②省エネを通じたCO２排出量の削減による脱炭素社会への貢献
	③資源リサイクルを通じた廃棄物の削減による循環型社会への貢献
	④環境保全活動を通じた自然共生社会への貢献
3.地域社会への貢献	①災害時における物資の供給及び避難場所の提供を通じた各自治体との連携強化
	②様々なイベントや活動を通じた地域創生への貢献
4.働きがいのある職場環境の構築とダイバーシティの推進	①働く人々の多様性や個性を尊重した能力開発とキャリア形成の支援
	②誰もが働きやすいと実感できる職場づくりとコミュニケーションの充実
	③従業員の心身の充実（健康経営の推進、エンゲージメント向上）
5.コーポレート・ガバナンスの強化	①経営の透明性をより高めるための社内風土づくりと管理体制の強化
	②様々なステークホルダーの権利や立場を尊重した対話と共創
	③サプライチェーンにおける公平公正な取引
	④コンプライアンスの遵守

Copyright © kohnan shoji co.,ltd. All Rights Reserved.