

SUSTAINABILITY REPORT 2023

サステナビリティレポート



株式会社スペース

目次

目次・編集方針・制作およびエンゲージメントの流れ…	■ 重要課題への取り組み	社長×若手社員座談会 ……
P1	地域コミュニティへの貢献 ……	P23
BRAND IDENTITY ……	P13	第三者意見・編集後記 ……
P2	環境負荷の低減 ……	P25
コーポレートストーリー ……	P17	会社概要 ……
P3	安全・安心な空間づくり ……	P26
トップメッセージ ……	P18	
P5	人材開発と働きがいのある職場づくり&多様性の尊重 ……	
社長×社外取締役対談 ……	P19	
P7	持続可能な調達の推進 ……	
スペースのサステナビリティ ……	P21	
P9	持続的成長に向けたガバナンスの強化 ……	
商空間プロデュース企業 ……	P22	
P11		

編集方針

株式会社スペース（以下、当社）は、当社および当社グループのサステナブルな社会の実現を目指す活動をステークホルダーの皆様へ理解いただき、コミュニケーションを図ることを目的に、2023年10月に初めて「サステナビリティレポート 2023」を発行しました。本レポートをもとにした対話などにより取り組みを改善し、活動内容を高いレベルに引き上げることを目指しています。当社コーポレートサイト (<https://www.space-tokyo.co.jp/>) においては、主に地域コミュニティにおける具体的活動や人材への取り組みについて、より詳細かつタイムリーな情報を掲載しています。

対象期間

2022年1月～ 2022年12月
一部、2021年12月以前、2023年1月以降の取り組みについても報告しています。

制作およびエンゲージメントの流れ

本レポートは、経営層で決議したサステナビリティ重要課題および中期経営計画を軸に構成しています。制作には各部門の担当者が携わり、活動に関わりの深い部門責任者および代表取締役社長へのインタビューなどを実施し、取締役会の承認を

対象組織

当社および連結の範囲に含まれる全子会社（3社）の事業活動を対象としていますが、売上高の連単倍率は1.02倍程度であることから、当社単体を中心に報告しています。

発行時期・サイクル

2023年10月（次回予定：2024年6月）

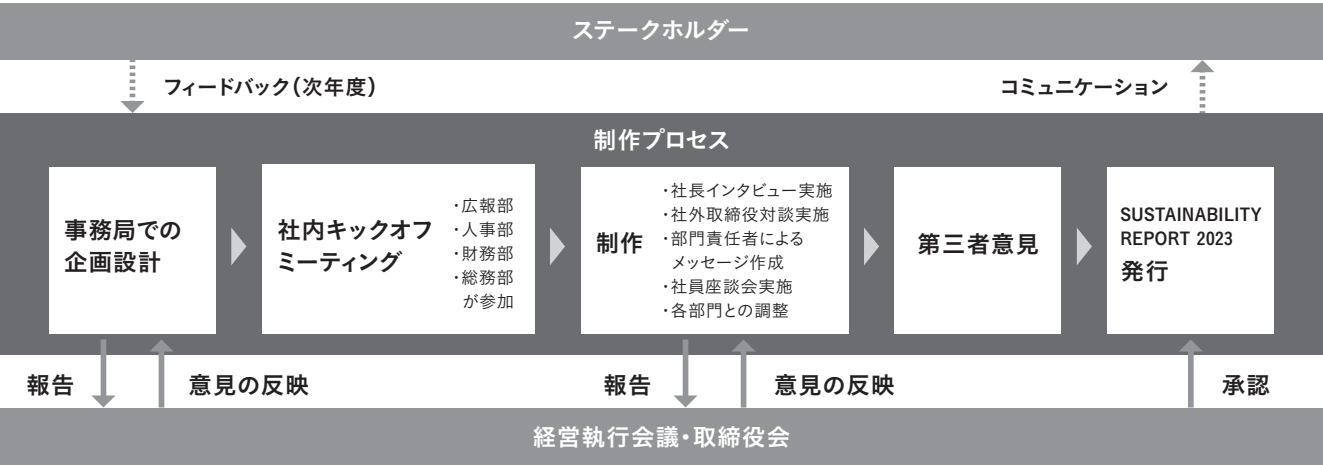
参考にしたガイドライン

GRIスタンダード
国際統合報告評議会（IIRC）「国際統合報告フレームワーク」

問い合わせ先

株式会社スペース 広報部
kouhou@space-tokyo.co.jp

得て発行しています。発行後は、従業員の理解促進に活用するとともに、お客様をはじめとしたステークホルダーの皆様からのご意見などを経営に反映し改善につなげます。



BRAND IDENTITY

SLOGAN

明日が、笑顔になる空間を。

生活の中のちょっとした時間。人生において大切な瞬間。
その周りには、いつも空間があります。
そこで起きる出来事やシーンを想像しながら、
お客様も、訪れた人も、周囲の人たちも笑顔になれる明日をつくりたい。
そんな願いが、スローガンに込められています。

VISION

世の中を、希望にあふれた空間にする。

街に新しいお店ができれば、そこにはささやかな喜びや楽しみが生まれます。
きっとそれは、小さな「希望」がはじまる瞬間なのではないでしょうか。
次の時代を想像し、いつまでも愛される場をつくることで、日常の中に「希望」を生み出していく。
そして、世の中という空間全体が「希望」にあふれていく。
それが、私たちが目指す未来（＝ビジョン）です。

MISSION

空間の可能性を追求する。

私たちの住むこの世界は、すべて空間でできています。
きっと、空間にできることは無限にある。
空間の持つ力を信じ、その「可能性」を妥協せずに追求していく。
今までにないアイデアを探求し続けながら、空間の力で、
お客様の課題はもちろん、その先の社会の課題を解決に導く。
それが、「スペース＝空間」という名前を背負う、私たちの使命（＝ミッション）です。

VALUE

お客様と、同じ想いで共に創る。

成功に、貢献するために。とことん真面目に取り組む。価値ある情報を提供する。
笑顔になる未来を共に描き、社会の課題にまで、想いを馳せる。
どうしたら解決できるのか、もっと良くできないのか。
今までにないアイデアを探求し続ける。安心・安全は当たり前。
最後の最後まで妥協することなく、その想いをカタチにしていく。
大切にしているのは、次の時代を想像し、いつまでも愛される場をつくること。
心から豊かになる体験を、日常の中に生み出し続けていく。
お客様と共に。

コーポレートストーリー

ガラス商から広がった スペースの想い

明治中頃、当社は学校や店舗の窓にガラスを切ってはめる小さなガラス商から始まりました。戦後、復興を願う人々の想いとともになたな商店が生まれていく中で、ガラスケースを手掛けるようになりました。多くの商店に足を運ぶうちに聞こえてきたのは、商店のオーナーたちの声。「新しい看板を取りつけたんだけど、手伝ってもらえるかな」。どんな小さな悩みでも、真面目に応え続けるうちに、いつしか「ガラス商」から「店舗の設計施工」へと変わっていき、同時にお客様の想いに寄り添う企業文化が生まれました。

商店が集まり商店街となり、やがて大きな商業施設が生まれるその中で、当社は企画やデザイン、設計、施工、監理まで空間づくりを一貫して行うパートナーへと役目も変化してきました。

時代の変化とともに進化し続けてきましたが、ずっと変わらない心があります。それは、「目の前にいるお客様の想いを叶えたい」という気持ち。「そこにいる人たちが笑顔になってほしい」という願いです。そして今、空間の力で新たな価値を創造することが必要とされています。

空間の可能性を信じて、 追求し続ける

スペースは事業そのものを社名にしています。どんな笑顔もどんな希望も、すべて空間の中で生まれています。人が自然と集まる商業施設ができれば、地方の人口減少を解決できるかもしれない。すべての人が話し合える場所があれば、世界から争いはなくなるかもしれない。社会の問題と考えるか、空間の問題と考えるか。空間には何ができるのか、どんな価値を生み出せるのか。「空間」という社名を背負う私たちには無限の可能性があり、できることがたくさんあります。世の中を希望にあふれた空間にするために、私たちはこれからも、空間の可能性を追求し続けます。

私たちは、「商空間プロデュース企業」を事業コンセプトとしています。商業施設や小売店だけが「商空間」ではありません。商いが生まれる場、つまり、あらゆる経済活動が起こる空間すべてが私たちの考える「商空間」です。私たちのお客様は「商いの場」を通じて、常に世の中が求めていることを考え、社会と向き合いながらビジネスを行っています。だからこそ私たちも、お客様と同じ視点で社会の課題にまで想いを馳せながら「これから必要な商空間とは何か」を考え、提案し、形にしていくことが求められます。「商空間」を起点に、社会という「空間」全体をより良いものにしていく。それが私たちの根底にある想いです。

100年続く 企業を目指して

当社は、2023年7月14日に創立75周年を迎えました。「商空間の創造を通じて、豊かな社会の実現に貢献します。」という企業理念に基づき、お客様に信頼され、パートナー企業に喜んで協力していただき、従業員が生き生きと面白く働き、株主の皆様の期待に応え、社会と誠実に向き合う企業を目指して、ここまで成長してきました。

社会は今、さまざまな問題を抱えています。私たちが求められることも多様化し、私たちが生み出すことができる価値の可能性は、ますます広がっています。ここからさらに25年先の100年企業に向けて、これからもすべてのステークホルダーの皆様と共に歩み、社会と向き合い、次世代に受け継ぐ価値を創造し続けます。

トップメッセージ

「原点回帰」から「基盤構築」へ

「商空間の創造を通じて、豊かな社会の実現に貢献します。」これが、私たち株式会社スペースが創立以来掲げてきた企業理念です。この「豊かな社会の実現」こそが、サステナビリティの本質だと、今改めて感じています。SLOGANを「明日が、笑顔になる空間を。」と定めているように、私たちが目指すのは、クライアントもエンドユーザーも笑顔になっていただける空間を生み出すこと。多くの方に、私たちのつくり上げた商空間にお越しいただき、おいしいものを食べたりイベントに参加したりしながら幸せを感じてもらうことが、「豊かな社会」に向けた一歩だと考えています。



代表取締役社長
佐々木 靖浩

スペースグループは、2017年度からの12年間を対象とする3か年×4ステップでの中期経営計画を策定しています。まず初めの3年間、19年度までのテーマとして掲げたのは「原点回帰」。会社として急激に成長してきた時期にあって、改めて原点を見つめ直して将来に向けてあるべき姿を再確認する必要がありました。私たちの原点はやはり、商空間を根幹とするビジネスです。そこに立ち返ってますます堅固なものにしていこう、と。同時に、時間外労働など従業員の働き方の面でさまざまな角度から問題・課題点を洗い出し、社内体制の改善も進めていきました。

続いて22年度までの3年間のテーマは「基盤構築」。「原点回帰」期で見えてきた課題への対応を進め、未来の成長拡大に向けた事業基盤構築と、持続的な成長を可能にするための経営基盤強化に取り組みました。前中計と合わせた6年間は足場固めの期間と捉え、売上の数字にこだわりすぎず、ビジネスのあり方や労働環境をしっかりと整えることに注力しました。もちろん、新型コロナウイルス感染症の拡大、またロシア・ウクライナ情勢の悪化もあり、一時は売上が大きくダウンするなど、すべてが予定通りに進んだわけではありません。一方で、コロナ禍への対応によってテレワークの体制が整うなど、一気に進化した面もあります。その他にも、社員がボトムアップで事業アイデアを提案できる「事業提案制度」や希望する部署や職種に挑戦できる「フリーエージェント制度」を設けるなど、従業員一人ひとりの活躍をよりいっそう支援するための働き方改革「WORK “S” INNOVATION」を、着実に進めてくることができました。

「サステナブルな「進化発展」に向けて

そして今年度――23年度からの3年間は、これまで整備してきた体制の下、「進化発展」を遂げる時期として位置づけています。顧客のニーズだけでなく、潜在的な課題も解決していくことで、提供する価値をさらに広げ、選ばれる会社を目指していきます。そのために、サステナビリティの面においても、7つの重要課題への取り組みを強化していきます。

まず、「地域コミュニティへの貢献」です。東京・名古屋・大阪・福岡の本部をはじめとする全国13か所に拠点を置き、地

域にしっかりと根を張ってビジネスを展開している私たちにとって、強みを生かせるビジネス機会でもありますし、展開する地域との信頼関係づくりでもあります。例えば、地域ブランドを高めるランドマーク施設づくりや、老朽化した施設の再生など、地域に密着した私たちだからこそできる地域課題の解決があると思います。自分たちの持つ力をこれまでとは違う方向に向けることで、より大きな価値を提供し新しいビジネスを展開していく方針です。

次に、「環境負荷の低減」。「この素材を使えばこれだけ環境負荷を削減できる」ということを従業員一人ひとりがしっかりと理解し、お客様に提案することで、脱炭素化や循環型社会への移行に貢献していく必要があると考えています。それがお客様に喜んでもらうことにもつながるはずです。専門部署を立ち上げ、会社として仕組みづくりができないかということも、今考えて取り組んでいます。加えて、近年頻発する大規模な自然災害にお客様やパートナー企業と迅速に対応できるよう、BCP（事業継続計画）の整備も早急に取り組むべき課題です。

グループ内のテーマとしては「人材開発と働きがいのある職場づくり」。これまでも目指してきた「自ら考え、行動し、成果にこだわる」「オールスペースが持つ可能性を追求する」こととともに、「一人ひとりが経営者意識を持って行動する」ことを、改めて中計の方針に加えました。当社の強みは、一人の社員が物件の打ち合わせから引き渡しまでを一貫して担えることです。どれくらい原価がかかって利益が残ってということはもちろん、この物件によってお客様がどう発展して投資を回収するのかということまで考えます。それが経営者意識です。この方針の下、広い視野を養うため、しばらく休止していた海外研修の再開も検討しています。海外の事例から学ぶだけではなく、全国各地から選抜されてきた社員同士が情報を交換し、想いを共有することの意味は大きいと考えるからです。そうした育成と働きがいにつながる研修に投資をしています。

「多様性の尊重」においては、まず女性管理職・専門職比率の向上に取り組めます。現在、女性の社外取締役として2名の方に入っていただいています。社員の中からもより多くの管理職、そしていずれは役員になれるような女性人材を育てていくことの必要性を痛感しています。例えば子育てでキャリアが途絶えるようなことがないようにしなければいけません。もちろん女性のみな

らず、性的マイノリティや闘病中、障害のある人などさまざまなバックグラウンドを持った人たちが、それぞれの個性を生かして働けるような環境づくりを目指していきます。

「持続可能な調達の推進」の観点では、パートナー企業との関係性をさらに強化していきたいと考えています。地域の製作・施工会社などのパートナー企業と密に対話を重ね、年間計画を立てながら仕事を進めることで、安心してお取引していただくことができます。一方で、パートナー企業において職人の高齢化や後継者不足による廃業が深刻化しています。そこにスペースがどう関わっていくかが、喫緊の課題だと考えています。

これまでも長く取り組んできた「安全・安心な空間づくり」「持続的成長に向けたガバナンスの強化」も引き続き高いレベルで推進し、7つの重要課題に取り組むことで自社と社会双方の持続可能な発展を目指していきます。

誰もが笑顔になれる循環を生み出す

「エンターテイナーになってほしい」。これは、年頭の全体朝礼での、私から従業員への呼びかけです。私たちが担う商空間の創造はクリエイティブな仕事です。ですから、クリエイティブな考え方をを持ったエンターテイナーになることは、直接お客様に接する営業担当だけではなく、バックオフィスも含め、すべての従業員に必要なことだと考えています。

さらに、お客様に笑顔になっていただくには、まず従業員が笑顔でなくてはなりません。従業員やその家族の幸せがより良い仕事へのモチベーションにつながる。それによって企業が発展しさらに良い仕事が生まれる。その結果、さらなる従業員の幸せとお客様の笑顔、より良い豊かな社会の実現に貢献する。そうした循環を通じて、多くの人の笑顔を生み出していきたいと考えています。

そのためにも、「世の中を、希望にあふれた空間にする。」「お客様と、同じ想いで共に創る。」こうした、私たちが大事にしてきた想いを改めて見つめ直し、未来へとつないでいきたい。そして脈々と受け継がれてきた価値観の連鎖こそが、スペースらしいサステナビリティの根幹をつくり上げているのだと確信しています。

今後のスペースの「進化発展」に、どうぞご注目ください。

社長 × 社外取締役対談

社会環境が大きく変化していく中で、スペースが中長期的に社会から求められる価値を提供し、次のステージへの成長を遂げるためには何が必要か。

当社代表取締役社長である佐々木靖浩と社外取締役の和田良子が、10年後のスペースのありたい姿について意見を交わしました。

急速に進化したこれまでの10年と、拡大成長を目指すこれからの10年

佐々木 東証の一部に上場したのが2012年でしたから、それを機に事業の幅がどんどん広がってきたのがこの10年間です。商業施設以外にも、道の駅や公共施設などに着手し始めた時期です。プロモーション空間や地域活性化など、次の10年で力を入れていきたいところを、私自身も先頭に立って経験してきました。

和田 私は2012年に社外取締役に就任しましたが、この10年でスペースは急速に進化してきたのを実感しています。事業の幅が広がるとともに、コーポレート・ガバナンスの改善にスピード感を持って取り組むなど、経営の形も高度化してきました。就任する際、「将来、スペースの中から女性社長が誕生する布石」と創業者の方に言われたのですが、今でいう取締役会の多様性やジェンダー平等に先取りして取り組むすばらしい会社だと感じました。

佐々木 経営を考える上では常に未来を見据えて考えなければいけません。今の中期経営計画も、2017年から12年間を見据え3か年を4つのフェーズに分けて考えた3ステップ目です。さらに今、25年後の100周年を見据えての議論をよくしており、1,000億企業ということを話します。仮にそうだとすると10年後はおおよそ700億になっていなければなりません。この時、私たちがどのような仕事をしているのか。私は、商業施設以外にも、新たに挑戦を始めているオフィスやホテルなどのサービス分野、公共施設、そして地域活性化につながる仕事にしっかりと取り組んでいるという姿を描いています。全国に展開していて、企画・設計から施工、現場管理、メンテナンスまで一貫した業務体制という強みを生かして、地域に密着した事業を展開していく考えです。

和田 商業施設のあり方も、10年後は大きく変わっているかもしれません。例えば今、長時間の歩行や車の運転ができないなど移動手段が制限されてしまう高齢者をサポートする技術の実用化が進んでいます。この技術とスペースが今持っている技術を活用して、買い物困難の問題を解消するだけではなくて、高齢者が買い物を楽しめる、今までになかった施設ができるかもしれませんね。

佐々木 当社は建物自体の建設は行っていませんでしたが、新しく建築技術部も設けました。また、商業コンサルティング業務も拡大していきますので、建設から運営管理まですべてプロ

デュースして、今までにない施設を実現することも夢ではありません。顧客や地域社会に対して提供できる価値の範囲を拡大していきたいです。



リアルな場だからこそ生まれる感動をつくり出すことがスペースの使命

和田 世の中のバーチャル化が進む中でも、スペースはリアルにこだわっています。今年、WBCで日本中が盛り上がりしましたが、やはり人が集える場があって初めて人は感動します。人が集うリアルな場所は、これからも必要であることを改めて実感しました。お買い物でも食事でも、誰かと一緒にすることは楽しい。それを盛り上げる空間をつくっていくのがスペースの使命だと思います。

佐々木 リアルの良さは、コロナ禍を経て、改めて痛感しているところです。モノを買うことも、その場に行って楽しみたいという欲求が爆発的に増えてくると、商業施設も復活してくるでしょう。また、ECが普及する中でも、今後はキーとなる店舗の重要度はより増してくると考えています。購入した商品を、各家庭に配達

するのではなく、地域の店舗に届けてお客様に取りに来ていただく。そうすれば物流の効率も良くなって運送の問題も改善しますし、店舗でのついで買いにもつながると思います。

当社のVALUEに、「お客様と、同じ想いで共に創る。」とあるのですが、感動を生み出す空間にするために、お客様と一緒に考えていくことを非常に大切にしています。空間づくりというと、デザインや素材にこだわりがちなのですが、それだけでは良い空間はできません。感動につながる体験を売るために、どのような空間がベストか。そういう提案をしています。



提供する空間の環境負荷を低減し、サステナビリティの実現に貢献する

和田 人々のサステナビリティへの関心は年々高まってきています。スペースがつくる空間も、エネルギー効率や資源、廃棄物に配慮して、環境への負荷を小さくしていかなければなりません。特に、スクラップ・アンド・ビルドが仕事ですから、壊すときの廃棄物を減らすことが重要です。スペースでは、この廃棄物削減に向けてリプロダクト推進室という部署を立ち上げましたね。

佐々木 社内の事業提案制度から実現したプロジェクトです。私自身も昔から課題に感じていましたが、ビジネスとしては難しいテーマでした。しかし、サステナビリティの要請が高まってきたこのタイミングで、社員から提案が出てきたことは感慨深いです。

和田 リプロダクトの「リ」は、単にリサイクルの「リ」でなく、最初から解体することを念頭に置いて設計する、リサイクル素材を使用する、お客様から提供された素材を生かすなど、設計の概念そのものを変えていくという意味があると聞きました。この考え方は今後とても重要になっていきます。スペースにおいて、社員が自由な発想からそれを提案し、経営層が評価し、事業化へ挑戦するという社内文化があることは本当にすばらしいことだと思います。

サステナビリティへの取り組みは投資家も厳しい目で評価していますので、本当の意味で責任を果たしていく企業だけが生き残る時代になります。スペースも、提供する空間を通じて社会課題の解決にしっかりと役割を果たしていかなければなりません。

常に楽しさを持って、笑顔で仕事ができる環境をつくる

佐々木 リプロダクトのような提案が社員から出てくるように、皆、社会課題への意識は高いと思います。SDGsやESGなどへの世の中への関心が高まってきて、皆ようやく事業を通じた社会課題の解決に挑戦できる時代が来たのだと感じているのではないのでしょうか。そうした社員を応援するための私の役割は、スペースのVISIONをしっかりと伝えていくことです。私たちの仕事は、「明日が、笑顔になる空間を。」というSLOGANにもある通り、人々に笑顔になっていただくことです。そのため、社員も常々楽しさを持っていないといけない。眉間にしわを寄せていたら良い提案はできませんので、社員が笑顔で仕事ができる環境をつくることも私の役割です。

和田 スペースのSLOGANには、空間に集った誰もが皆笑顔になってほしいという想いが込められていますね。笑顔を、さまざまな世代に、地域に、世界に広げていくというのがスペースの10年後の姿ですし、さらには、社会のサステナビリティの実現にも貢献して将来世代も笑顔にする、ということがスペースの使命です。

サステナビリティの時代は、その空間がどうやってつくられたかというプロセスも評価されます。空間を企画してからお客様に引き渡すまでを一貫して担当者が責任を持つスペースでは、そのプロセスに社員一人ひとりが心に持つVISIONやSLOGANのような価値観や道徳が反映されます。これがスペースのブランドであり強みであり、これからの10年にさらに生きてくると思います。

佐々木 今日は、空間にできること、スペースにできることがまだまだあると夢がふくらむ時間でした。世の中に笑顔や希望を広げられるよう、社員一人ひとりが個性を持って活躍してもらい、これからも空間の可能性を追求していきたいです。

スペースのサステナビリティ

基本的な考え方

スペースグループは、「商空間」を起点に社会という「空間」全体をより良いものにしていくことを目指しています。「サステナビリティ基本方針」の下、重要課題を事業活動の中に組み入れ、事業を通じて社会の持続的発展に貢献していきます。

サステナビリティ基本方針

スペースは、企業理念に「商空間の創造を通じて、豊かな社会の実現に貢献します。」を掲げています。ここでの「豊かな社会」とは、経済成長と社会課題の解決が両立し、持続可能な発展を可能としている社会です。私たちは、「空間の可能性を追求する。」というMISSIONを通じて社会に価値をもたらすことにより、自社と社会双方の持続可能な発展を目指し、特に自社との関連性の高い7つの重要課題に取り組んでまいります。

スペースのステークホルダー 当社グループは、さまざまなステークホルダーの皆様との関わりの中で事業活動を行っています。多様なコミュニケーションを通じて皆様からの要請・期待を適切に把握し、企業活動へ反映するよう努めています。

ステークホルダー一覧

お客様
従業員
政府・行政
地域・国際社会
株主・投資家
お取引先・協力会社

地球環境
ビジネス環境

お取引先・協力会社

公平で公正な取引を通じ、ビジネスパートナーとしての共存共栄の関係を築きます。

- ・パートナー会
- ・パートナーアンケート
- ・苦情受付窓口

株主・投資家

適時適切な情報開示により透明性の高い経営を行うとともに、適切な利益還元を行います。

- ・株主総会
- ・株主通信/株主アンケート
- ・決算説明会
- ・機関投資家取材対応

地域・国際社会

空間創造を通じてエンドユーザーに価値を届けるとともに、地域課題の解決に貢献します。

- ・地域活性への取り組み
- ・産学連携
- ・地域貢献活動

お客様

誠実な姿勢で信頼関係を築き、お客様の事業の成功を支えるソリューションを提供します。

- ・営業担当を通じた対話
- ・広報活動

従業員

一人ひとりが個性や能力を発揮し、生き生きと面白く働ける会社を目指しています。

- ・研修/育成
- ・社内広報活動
- ・定期面談
- ・社長との対話会
- ・内部通報制度

政府・行政

法令を順守し健全かつ適切な関係を保つとともに、社会課題解決に向けたパートナーシップを築きます。

- ・法令および規制への対応
- ・官民連携

重要課題特定プロセス

加速する気候変動、デジタル化の急速な進展、人々の価値観の多様化など、当社グループの事業環境は大きな変化の中にあると認識しています。思い描く「豊かな社会」の実現と当社の持続的な発展を目指し、事業活動に関わるさまざまな課題の中から優先的に取り組むべきテーマを明確にしました。

Step1 社会課題の抽出

社会からの多様な要請・期待に対応するため、GRIスタンダード・ISO26000・SDGsといった国際的なガイドラインをふまえ、スペースが取り組むべき課題を抽出しました。

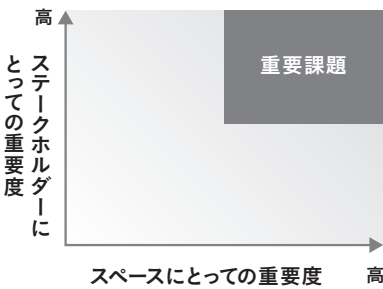
Step2 社会課題の重要度評価

抽出した課題について、ステークホルダーと自社の2軸で重要度を評価し、7つのテーマに集約しました。

Step3 重要課題の特定

2021年2月、取締役会での審議を経て、重要課題を特定しました。ステークホルダーからのご意見や、社会の動向や事業環境の変化などをふまえ、今後必要に応じて重要課題の見直しを行います。

重要課題マトリックス



重要課題

当社は、中期経営計画「進化発展」において重要課題と密に連動したKPIと目標を設定しています。経営執行会議・取締役会において進捗のモニタリング・戦略の議論を継続的に行いながら実効的に取り組むことで、社会課題の解決と中長期的な企業価値向上の両立を図っていきます。

地域コミュニティへの貢献

目指す方向性	地域のステークホルダーと協調関係を構築し、地域社会の活性化や発展、価値向上に貢献します。		
リスク	・地域社会との関係悪化による事業機会の逸失、企業価値の毀損		
機会	・地方創生への参画 ・社会的役割の拡大による信頼向上		
KPIと目標(2023－2025)	・地域活性案件取り組み件数： 100件(3か年累計・単体) ・公民連携事業案件取り組み件数： 20件(3か年累計・単体)		
GRIスタンダード	202／203／413	SDGs	ゴール8／ゴール11／ゴール12

安全・安心な空間づくり

目指す方向性	安全かつ豊かで便利な生活に寄与する、強固でしなやかな空間づくりに取り組みます。		
リスク	・自然災害の激甚化による人的被害や物理的損害 ・教育不足による事故の発生		
機会	・レジリエントな街づくりへの参画 ・防災・感染症対策など安全・安心な施設ニーズ ・安全な施工プロセスによる顧客・パートナー企業からの支持獲得		
KPIと目標(2023－2025)	・I級建築施工管理技士資格取得者数： 15名(3か年累計)		
GRIスタンダード	416	SDGs	ゴール7／ゴール9／ゴール11

環境負荷の低減

目指す方向性	エネルギー、資源といった環境課題にバリューチェーン全体を通して取り組み、環境負荷の少ない事業を推進します。		
リスク	・対応遅れによる競争力の低下、ステークホルダーからの評価の低下 ・規制への対応コストの増加		
機会	・店舗・施設の環境対応ニーズによる事業拡大機会の獲得 ・環境配慮型の空間設計による競争力の向上		
KPIと目標(2023－2025)	・サステナブル素材活用案件率： 30%(2025年度・単体)		
GRIスタンダード	301～308	SDGs	ゴール6／ゴール7／ゴール13／ゴール15

持続可能な調達の推進

目指す方向性	公平・公正な取引を徹底するとともに、人権や労働衛生、環境に配慮した調達を推進します。		
リスク	・調達先の違法行為・コンプライアンス違反による社会的信用の低下		
機会	・強固なパートナーシップによる長期的な競争力の向上 ・公平・公正な参入機会・競争機会の提供による調達コストの削減、質の高い商品・サービスの確保		
KPIと目標(2023－2025)	・パートナーエンゲージメント： 90%(2025年度・単体) ※取引姿勢・法令順守などに関するアンケートによる		
GRIスタンダード	308／407／408／409／414	SDGs	—

多様性の尊重

目指す方向性	性別・人種・国籍・宗教などに関わらず、多様な個人が尊重される社会の実現に貢献します。		
リスク	・人材の流出・人材の確保困難による担い手不足 ・画一的な発想による生産性・提供価値の低下、イノベーションの停滞		
機会	・多様な発想による生産性・提供価値の向上、イノベーションの創出 ・社会変化への対応力の向上		
KPIと目標(2023－2025)	・女性管理職・専門職比率： 20%(2025年度・単体)		
GRIスタンダード	405／406	SDGs	ゴール5／ゴール10

人材開発と働きがいのある職場づくり

目指す方向性	人材が価値を生み出す源泉であると捉え、社員が能力を発揮し活躍できる労働環境を実現します。		
リスク	・人材の流出・人材の確保困難による担い手不足 ・人材力・エンゲージメント低下による生産性・提供価値の低下 ・優秀な人材がもたらすイノベーション機会の逸失 ・事故やメンタルヘルスリスクの増大		
機会	・能力や自律性の向上による生産性・提供価値の向上 ・エンゲージメント向上による組織力の向上 ・イノベーション創出による新たな価値の創造		
KPIと目標(2023－2025)	・社員の教育投資額： 100百万円(2025年度・単体) ・資格取得者数： 100名(3か年累計) ・1人当たり所定外労働時間： 360時間/年(2025年度・単体) ・有給休暇取得率： 80%(2025年度・単体)		
GRIスタンダード	401／403／404／405／406	SDGs	ゴール8

持続的成長に向けたガバナンスの強化


目指す方向性	法令や規範を順守し、透明性を持った誠実な事業活動を行います。		
リスク	・コンプライアンス違反による社会的信用の失墜、企業価値の毀損 ・事業継続リスクの発生		
機会	・持続的な経営基盤の確立 ・ステークホルダーからの信頼獲得		
KPIと目標(2023－2025)	・BCPの策定： 2025年度までに策定 ・ESGに関する年次レポート発行： 毎年度発行		
GRIスタンダード	205	SDGs	ゴール16／ゴール17

商空間プロデュース企業

スペースグループは「商空間プロデュース」の専門集団です。
人々が集い、過ごす「空間の価値」を想像し、形にしていくことで、
お客様の事業成功をサポートするとともに、その先の生活者の毎日に笑顔を添えます。


提供するソリューション

企画・コンサルティング




お客様の課題やご要望をヒアリングし、社会課題や流行、お客様が気づいていない点にも気を配りながら、これまでにない新たな価値創造につながる提案を行います。商業開発企画、マーチャндаイジング(MD)コンセプト立案、事業収支計画などさまざまなご提案が可能です。

デザイン・設計




お客様からヒアリングした内容をもとに、これまで培った空間づくりの経験とノウハウを最大限に生かし、お客様の想いを形にします。各種売場設計をはじめ、環境演出計画やビジュアルマーチャндаイジング(VMD)計画のディレクションなど、建築計画から環境設計まで幅広く手掛けます。

施工管理



自社工場との連携や全国のパートナー企業とのネットワークで、安全管理を徹底した施工を行います。コスト、工程、品質を総合的にマネジメントして細部まで妥協することなく推進し、プロジェクトを実現へと導きます。

運営・メンテナンス



オープン後のメンテナンスや定期的な保守点検だけでなく、緊急時にも迅速に対応します。また、プロモーションイベント計画やプロパティマネジメントなど、運営計画のフォローやコンサルティングも手掛けます。

スペースの強み

全国の事業拠点

主要4都市の本部をはじめとした全国13の事業拠点

▶ 本部ごとに裁量を持ち、独自の色で地域に密着した対応力を発揮

一貫した顧客対応

打ち合わせ～デザイン・設計～施工管理～引き渡しまで一貫した顧客対応

▶ お客様の想いに寄り添い、最適な空間を追求

独自の専門組織

自社内の専門組織【自社工場／開発本部／内装監理本部】

▶ それぞれの専門性を高めながら、組織を越えて柔軟に連携

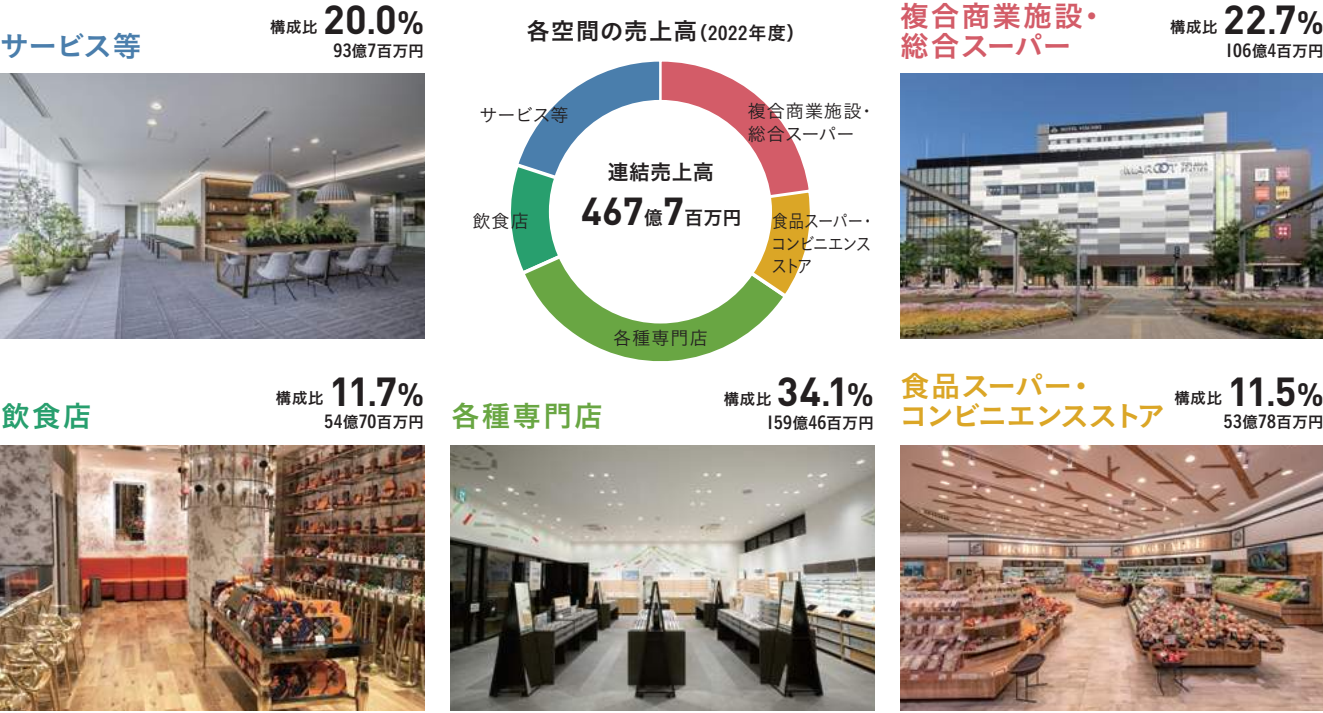
強固な顧客基盤

全国ナショナルチェーンを中心とした強固な顧客リレーションシップ

▶ 商業施設分野での圧倒的な知見

スペースグループが提供する多様な商空間

当社グループでは、ショッピングセンターや百貨店などの商業施設、専門店や飲食店、サービス空間などの多様な商空間をプロデュースしています。



5つの提供価値

当社グループは商空間を創造するプロフェッショナル集団として、人×空間の可能性を追求し続けています。培ってきた実績と、掲げるVISIONの下、空間づくりを通じて新たな価値を創出し、次の5つの価値をお客様や生活者に届けることを目指しています。

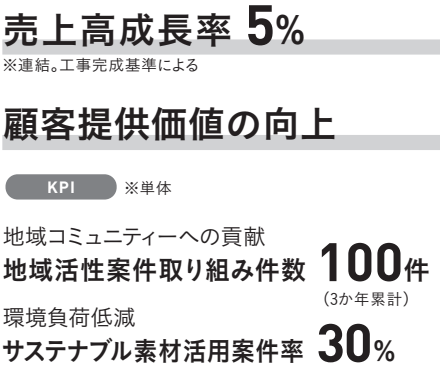
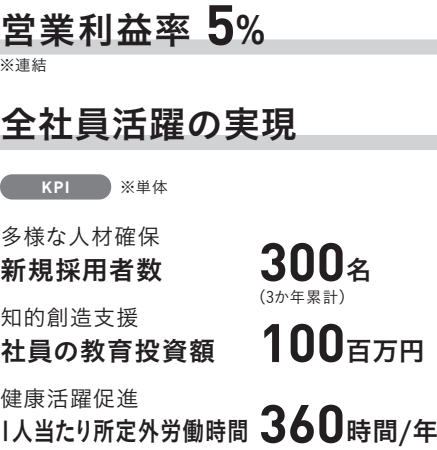


価値創出に向けた中期経営目標

当社グループは、豊富な空間づくりの経験と強みを生かし、「世の中を、希望にあふれた空間にする。」というVISION実現に向けさらなる進化発展をするため、中期経営計画(2023-2025)を策定しました。

当計画においては、短期的な利益の追求ではなく、この先の100年企業を見据え、サステナブル経営を根幹とした目標設定を行いました。

中期経営目標(2023-2025)



地域の発展は、地域の方のみならず、お客様の発展や当社の機会拡大のためにも必要との考えから、重要課題のうちの一つに、地域コミュニティへの貢献を設定しています。全国に本部拠点があるというスペースの強みを生かし、地域のステークホルダーと協調関係を構築し、地域社会の活性化や発展、価値向上に貢献することで、スペースと社会双方の持続可能な発展を目指していきます。

福井県小浜市

「道の駅若狭おばま」



道の駅から小浜市全体を活性化するためのトータルプロデュース

福井県小浜市は里山や海などの自然や寺社仏閣、伝統行事や魅力的な食文化がある街です。しかし、既存の道の駅ではその魅力を十分に伝えられていませんでした。そこで小浜の魅力を観光客だけでなく地域住民にも再発見してもらうための場としての道の駅のリニューアルが計画され、スペースは道の駅から地域全体を活性化させる「道の駅若狭おばまプロジェクト」に参画しました。

当プロジェクトは、既存の建築をつなぎ、施設を一体化するという大掛かりな計画で、基本構想から約2年半の期間をかけて進められました。

スペースは物販施設、情報館、レストラン、ランドスケープ、サイン計画など、道の駅のトータルプロデュースに関わり、道の駅の課題を解決しつつ、小浜市全体の魅力が伝わる施設づくりに取り組みました。

地域の魅力を発信し、地域住民と観光客の接点を生み出すコミュニティづくり

リニューアル前の道の駅は、観光客向けの施設で、地域住民からの「道の駅で地元農産物を購入したい」「ゆっくり店内で過ごしたい」といったニーズに応えられていませんでした。そこで、観光客だけでなく地域住民にとっても利用価値のある機能を付加し、小浜の魅力を再認識できるよう企画しました。地域住民自身が小浜市のファンとして施設を利用し、自分事となって地域の魅力を情報発信することで、道の駅がより賑わうだけでなく、観光客を市内周遊へと誘導するきっかけの場になると考えたのです。

そこで、この道の駅が小浜市の玄関口として情報発信拠点となるよう設計提案を行いました。物販エリア・情報エリア・レストランの3つのエリアを連動させ、新たな情報と出会い、体験できるつくり。それぞれのエリアにはシンボルとなる造形を配置し、市内観

光地や地元産業の映像を流すことにより、作り手と観光客を結び、エリアを回遊することで小浜の多くの魅力に触れるきっかけを生み出します。

海のイメージが強い小浜市にあって、湧き水や農産物といった地域住民が慣れ親しんだ里の魅力にも着眼し、「水」をキーワードに施設をデザイン。サイン計画に関しては青色の濃淡で水の流れをイメージして施設に近づくにつれブルーが薄くなる構成とし、水が流れるようにお客様を誘導する仕掛けにしました。水の流れから派生したロゴデザインは、海、里、まち、食、寺社のイメージを組み合わせた形をしており、小浜の5つの魅力が「水」によってつながり、道の駅に集まっているという意味を持たせました。

小浜の隠れた魅力を発信する空間

小浜市では新鮮な海産物を食べる場所はあるものの、農産物を観光客向けにアピールできる場所が少ないという課題もありました。質の良い湧き水が出る小浜市では、地域住民の中にはその湧き水を汲んで生活に利用している方もいます。その水で育てられた農作物は小浜の隠れた魅力の一つでもありました。道の駅若狭おばま内にある食品加工施設を地元の農作物を中心としたレストランへ改修する計画において、小浜の食の魅力を伝える空間づくりから、ローカルな温かさを生む仕掛けやオペレーションまで提案しました。

訪れた人が里山の空気感を感じられるよう、野菜と親和性の高い「土」をキーマテリアルに、空間の随所に土壁やレンガの意匠を取り入れました。食材にこだわった料理を楽しめるブリフィックスビューフェ形式とし、さらに、テイクアウトカウンターも設置してドライブ観光を目的とした利用者に対して市内周遊へと促す仕掛けとしました。

観光客だけでなく地域住民の利用も促し、「御食国おばま」としての食の魅力を発信することで、地域のさらなる価値向上を目指しました。



MESSAGE



このプロジェクトで当社は、食材加工室をレストランへ改修するための設計・施工業務（一部）、物販施設と情報施設を一体とする増築および改修工事の企画・設計・施工業務（一部）、ランドスケープの改修計画業務を担当しました。プロジェクトに取り掛かる前に小浜市内のあらゆる場所を実際に体験し感じた、「地域の魅力や特産品などを外に向け発信したい」「地域住民がこの地域の素晴らしさを再認識できる場所にしたい」という想いを強く持って取り組みました。改装後、空間のデザインも評判が良く、施設の従業員が自信を持って自主的に働ける道の駅になったことで、売上も上がり、良い相乗効果が生まれています。本プロジェクトによって、道の駅が地域コミュニティの拠点となり、従業員、地域住民、観光客が笑顔で活気あふれ、この魅力が地域全体に波及してほしいです。また、小浜市が進める道の駅、海の駅、まちの駅が連携し観光客の回遊を生み出す3駅連携にも寄与し、小浜市全体の発展に貢献できれば嬉しいです。

大阪本部 高 健太

岐阜県安八町

テレワーク施設「MUSUBU TERASU」

老朽化が進む施設をテレワーク施設へリニューアル

岐阜県安八町では、出生率の低下や若年世代の町外転出を背景に人口減少に転じていました。移住や定住を促進し、人口減少を抑制したいという想いから始まったのが、老朽化した施設（旧勤労青少年ホーム）をテレワーク施設としてリニューアルする本プロジェクトでした。



あらゆる人と場所を結ぶテレワーク施設の考案

安八町の活性には、人が集う活気あるコミュニティが必要だと考えました。そこで、「結」をキーワードに、自然と人が集まり、さまざまな出会いが生まれ、その場が輝き出すような場所を安八町から創造することを目指しました。働くスペースだけでなく、子ども向けの食堂やシェアキッチンとして使えるコミュニティースペース、

プレイスペースなども設けることで、地元と地元、地元と都市、地域と企業、子どもと大人、働く人と学ぶ人を結び、さまざまな人が居心地よく使える、長く地元からも愛される施設が完成しました。

地域に根付いたブランディングを行う

安八町だからこそできる施設をつくる。施設のブランド価値を上げることで人々が足を運び、結果として施設と町が元気になれる場所づくりを目指しました。ロゴには「安八町」の“八”角形を取り入れました。施設のロゴを設けることでこの施設が持つコンセプトを表現し、人々に印象付けることで施設と町のファンをつくれます。



MESSAGE



地方都市における出生率の低下や若年世代の町外転出を背景に起こる人口減少という課題解決に向けて、地方と都市、住民と企業をつなぎ結び、ここを利用する人たちにとって活気あるコミュニティ空間を創造することを目的としました。

本施設は「地域の方々が集える場づくりへ」という想いが込められています。「ここから結び、ここから照らす」、都市と安八町を結ぶ地域の拠点となるテレワーク施設を目指すとともに、地元に着愛を持てるように「安八町」の“八”をアイコンとした「安八町らしい」デザインとしました。

休館していた「思い出の場」が、地域に根付く新たなランドマークとして「思い出をつくる場」へと昇華することを期待しています。

大阪本部 一色 慎也

和歌山県日高町

カフェ「ひいのの」

廃校になった小学校の再生

カフェ「ひいのの」は、廃校になった和歌山県日高町の旧比井小学校校舎を、地域の方の憩いの場となるカフェに再生させたプロジェクトです。「環境・地域をつなぐ・つどい」をコンセプトに、学習机や卓球台をテーブルの天板に再利用するなど学校の一部を受け継ぎ、この場所が学校だった記憶が残るような空間としました。

さまざまな人が集う場づくり

この地域は近隣にコンビニなどがなく、日常の買い物の利便性に課題がありました。そこで、カフェだけでなく、地域の方が日常的に食料品・日用品を購入できる物販コーナーを併設しました。そこでは地域のお土産や雑貨などの特産品もPRし、地域住民だけでなく観光客も立ち寄っていただける、さまざまな人が集う場を実現しました。



高齢化地域における地域活性

また、高齢化が進む日高町では、健康寿命の延伸も課題でした。当施設が完成することで、シルバー人材の活用と地元雇用の創出にもつながります。施設で働くことや交流を通じて、地域の方がより生き生きと暮らすことに貢献する空間づくりを目指しました。



MESSAGE



本プロジェクトでは、過疎化が進む地域で廃校を活用し「環境・地域をつなぐ・つどい」というコンセプトを軸に地域に根差した長く愛される空間を創造していきました。活性化という条件から、地元の方には懐かしく感じられる場、居心地のいい空間になるよう考え、学校で児童が使用していた学習机の天板を客席テーブルの天板、陳列台の脚にも利用するなど、学校だった記憶をとどめることができるようデザイン・設計に取り組んだ店舗です。

地域貢献、高齢者へのコミュニティの場の提供、日用品など購入できる利便性の向上、日高町特産品のPR、地元雇用の創出を事業目的としており、開店から約半年ですが徐々に目標に近づきつつあります。

今後、校庭の公園化なども予定されており、地域住民だけではなく来訪者がさらに増えていくことを期待しています。

大阪本部 鐘ヶ江 周平

環境負荷の低減

基本的な考え方

スペースグループは、気候変動をはじめとした環境問題への取り組みを重要な経営課題と捉え、経済基盤である地球環境の保全に取り組んでいます。中期経営計画においてサステナブル素材活用案件率をKPIとして設定し、状況把握や協議を経営執行会議・取締役会にて定期的に実施しています。当社の工場はISO14001を取得し、運用管理しています。各事業所は、環境データを集計して年度ごとに報告することにより管理しています。

循環型社会への対応

多くの資源を使用する内装業界において、廃棄物削減による資源保護の取り組みは重要責務の一つです。当社の工場では、廃棄物の少ない什器製作を目指して製作工程の改良に取り組んでいます。また、店舗・空間づくりにおいては、廃棄物の適正なリサイクル処理を徹底するとともに、什器の再利用やアップサイクル素材の活用にも注力しています。引き続き国内事業所および工場からの排出量をモニタリング・評価し、バリューチェーン全体での廃棄物削減に取り組めます。

気候変動への対応

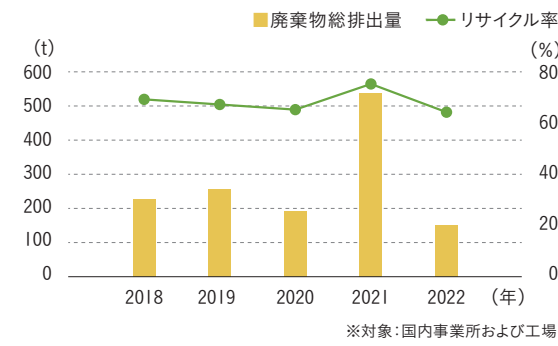
脱炭素社会の実現に向けて、当社では電気・ガソリン消費によるCO₂排出量を2030年度までに2013年度比26%削減することを目標に設定しました。四半期ごとに事業所ごとの排出量を数値化し、削減計画の見直しを行っています。またCO₂排出量削減の一環として、事業所内におけるペーパーレス化や照明のLED化を実施しました。将来世代の「豊かな社会」を実現するべく、さらに対策を進めます。

KPI・目標(2025年)

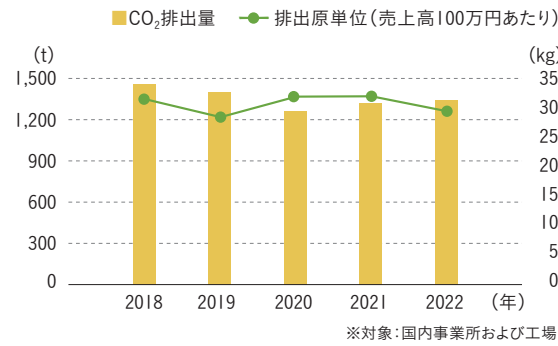
サステナブル素材活用案件率

30%

廃棄物総排出量・リサイクル率(単体)



CO₂排出量・排出原単位(単体)



安全・安心な空間づくり

基本的な考え方

スペースグループが目指すのは、人々の豊かで便利な生活に寄与する空間づくりです。その上では、使う人・訪れる人にとって安全・安心であることはもちろん、強固でしなやかな空間であることが重要だと考えています。空間づくりのプロセスにおいては、現場に関わるすべての人の安全確保に真摯に取り組んでいます。

安全・安心の提供

当社は、安全性・柔軟性・多様性などの要素を併せ持つレジリエントな空間をつくり、お客様およびエンドユーザーにとって安心感のある空間を提供しています。そのために、施工管理力の強化を目的とした安全衛生大会を開催し、2022年度はパートナー企業および当社社員が約200名参加しました。また、当社における品質基準書を当社社員とパートナー企業に配布し、専門部署による研修を実施しています。安全管理に対する意識・質の向上を目的とした安全パトロール・現場指導も定期的に実施しています。

安全・安心な職場づくり

当社は、提供する空間をつくるプロセスにおいて、労働災害ゼロを目指しています。労働災害を未然に防ぐ取り組みとして、作業開始前の危険予知活動の徹底をし、作業現場に潜むさまざまなリスクを洗い出し、想定される労働災害の防止対策を示します。また、当社社員およびパートナー企業が参加する安全協議会を東京・名古屋・大阪・福岡にて年に2回開催し、リスクアセスメントの一環として、実際に発生した労働災害を例に具体的対策について意見交換をしています。

KPI・目標(2025年)

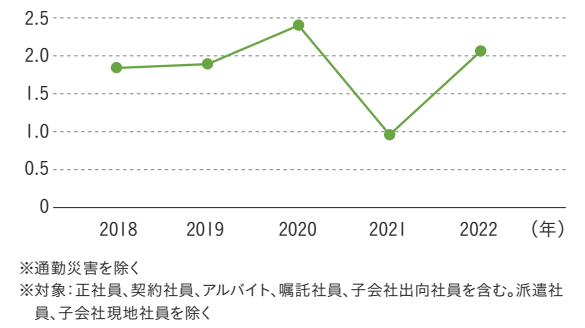
I級建築施工管理技士資格取得者数

15名(2023-2025累計)



安全衛生大会の様子

労働災害度率



MESSAGE



スペースは、快適な空間・環境を創造するディスプレイ業に属します。時代を表し人々に身近な商空間のプロデュースを通して社会的役割を果たしてきました。全国13拠点の独自性ある地域サービスの提供により、移動や就労に伴うエネルギー消費の軽減、また設計段階のサステナブル素材の活用や解体工事で発生する廃材のアップサイクルなど循環型社会の実現に取り組んできました。

私たちは、2023年「リプロダクト推進室」を発足しました。環境負荷の低減、持続可能な調達の推進、多様性の尊重の3つの方針に基づく「捨てない空間づくり」をゴールに掲げています。個々の知見を組織化、体系化することで多様なステークホルダーとの豊かなコミュニケーションを創出し、今後の事業戦略の1つの柱と位置づけます。

事業戦略室 室長 岡本 靖生

MESSAGE



安全・安心な空間づくりをする上で、施工管理力(施工計画・工程管理・品質管理・安全管理)が重要です。

品質管理については、図面通りの施工ができているか確認を行い、特に隠ぺい部における施工はエビデンスを記録しています。安全管理については、事前の作業員への教育や確実な情報伝達を行い、現場における作業者間による現場状況やリスクの共有、声掛け運動の強化を行っています。

お客様に認められる施工力(製作・施工・管理)をパートナー企業と共に構築していきます。また、自社工場の人材を営業部経験させるなど、総合力のある人材育成を柔軟に推進しています。

制作本部 犬山工場 本部長 岩下 美喜男



人材開発と働きがいのある職場づくりの基本的な考え方

スペースグループは、人事基本方針を策定しています。この方針に則り、採用や教育などへの投資を行うとともに、当社独自の働き方改革「WORK“S” INNOVATION」

人事基本方針

スペースが持続的に価値を生み出す上で、人材が最も重要な経営資源です。スペースのVISIONである「世の中を、希望にあふれた空間にする。」を実現するためには、スペース自身が希望にあふれた空間であり、社員が生き生きと面白く働けることが欠かせないと考えています。

多様な社員一人ひとりが個性や能力を発揮し、誰もが働きがいをもって活躍し続けることができる会社を目指し、取り組みを行っています。

人材の開発

当社は、社員の成長が経営戦略の実現につながり、企業価値を生み出すと考え、人材の開発に取り組んでいます。社内研修では、新入社員に対して内定者研修から始まる一連のカリキュラムを、管理職に対してマネジメント能力向上を目的とした役職別研修を用意しています。また顧客提供価値向上を目的に、発想力と社員同士のつながりを強化するため、海外研修を実施しています。新型コロナウイルス感染症拡大の影響で中止していましたが、2023年度より再開する見込みです。さらに、チャレンジする社員への支援として、フリーエージェント制度や事業提案制度を導入しています。

働き方改革

働き方改革「WORK“S” INNOVATION」を推進し、各種社内制度を整備しました。テレワーク制度では、ICT環境の整備や業務管理のシステム化、コミュニケーションツールの導入によって、場所にとらわれない働き方を実現しています。フレックスタイム制度では、コアタイムを設け、始業・終業時刻を柔軟に変更し、仕事とプライベートをバランスよく配分することで、多様な働き方や生産性向上の実現を目指しています。また、「つながらない権利」を守る取り組みとして、当社の考え方を従業員に周知徹底し、勤務時間外の連絡を抑制することで、ワークライフバランスの向上を推進しています。

を推進し、従業員が能力を発揮し活躍できる労働環境を実現します。

KPI・目標(2025年)

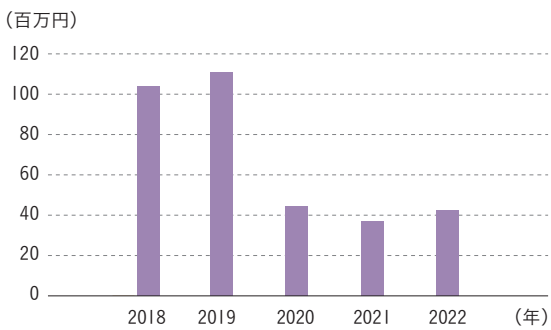
社員の
教育投資額 **100**百万円

資格取得者数
(2023-2025累計) **100**名

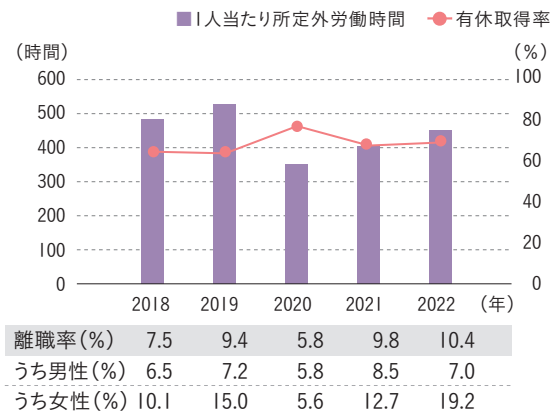
1人当たり
所定外労働時間 **360**時間/年

有給休暇取得率 **80%**

社員の教育投資額(単体)



有休取得率・1人当たり所定外労働時間・離職率(単体)



多様性の尊重の基本的な考え方

スペースグループは、「空間の可能性を追求する。」というMISSIONを通じて、性別・人種・国籍・宗教などに関わらず、多様な個人が尊重される社会の実現への貢献を目指しています。また、多様な人材が持てる能力を十分に発揮し、活躍できる場を提供することは、会社の成長にも必要不可欠であると考えています。あらゆる立場の従業員が、生き生きと面白く働ける環境を目指し、取り組んでいきます。

ジェンダー平等の推進

当社は、性別に関わらず一人ひとりが活躍できる職場環境を整えることが、良い空間づくりにつながると考えています。2022年度の正規社員における男女の賃金の差異は67.8%となりました。その要因の一つに、管理職・専門職における女性比率が低いことが挙げられ、同比率の向上を目指すとともに、女性社員の交流会などを通じて課題の発見、解決に取り組んでいます。また、2022年度の新規採用者(新入社員・中途社員含む)における女性比率は47.3%と、性別を問わない採用活動を実現しています。

仕事と育児の両立支援として、社内で作成している「産休・育児ハンドブック」を用いた対象者への個別説明と、育児休業取得意向の確認を徹底し、今後も女性の育児休業取得率100%を維持するとともに、男性の取得率の向上も目指します。また短時間勤務制度や子の看護休暇は、子が小学校を卒業するまで利用可能としており、男性女性問わず、子育てしながら働く従業員を支援しています。

多様性の推進

当社は、多様な従業員が活躍できる環境を整えることが、会社の持続的成長につながると考え、障害者雇用についても引き続き取り組むべき課題と認識しています。また、海外ビジネス展開を含むさらなるグループシナジーの発揮を目指し、当社グループにおけるグローバル人材の確保に取り組んでいきます。

KPI・目標(2025年)

女性管理職・専門職比率

20%



女性従業員比率(単体/12月末時点)

年	2018	2019	2020	2021	2022
	28.0%	28.1%	28.8%	28.5%	27.7%

女性管理職・専門職比率(単体/12月末時点)

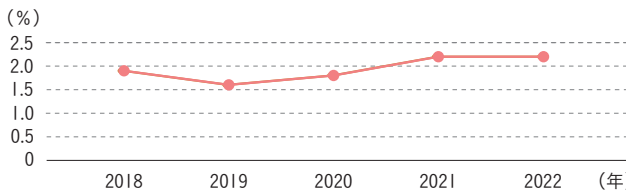
年	2018	2019	2020	2021	2022
	5.1%	6.2%	5.7%	7.6%	7.9%

※専門職は2019年導入

育児休業取得率(単体)

年	2018	2019	2020	2021	2022
男性	4.3%	5.9%	0.0%	27.8%	25.8%
女性	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

障害者雇用率(単体/6月1日時点)



MESSAGE



社会そしてステークホルダーから求められるハードルが日々高くなってきています。今まで以上に専門性や顧客の課題に寄り添って解決していくことが求められます。当社の社員は常に自己ではなく顧客第一主義の精神を持って行動しており、それが企業文化として継承されてきました。幹となる企業文化を継承しつつ、変化していく社会、そしてステークホルダーの価値観に順応していくことが必要となります。恣意的に育ったのではなく、計画的に成長していく育成環境を整えて、価値を生み出し提供する社員が多様な個性を伸ばし生かし、働きがいを感じられる環境の中で生き生きと面白く働ける会社にしていきます。

取締役常務執行役員 経営管理本部 本部長 松尾 信幸

特集

社長 × 若手社員座談会

25年後にスペースは100周年を迎えます。

その時スペースはどのような会社でありたいか、また、そのために今何ができるか。

さまざまな部署から集まった若手社員と社長の佐々木が語り合いました。

それぞれが描くスペースの未来像は？

中川 今は内装がメインですが、商業施設の建物を建てることから内装まで全部できるような会社になると良いと考えています。この前担当した案件では、まだ小さな物件ですが建築にも携わらせてもらいました。パートナー企業と協力して、総合力を発揮することで25年後には商業施設の建築まで実現できるのではないのでしょうか。



小林 最近はお客様からDX（デジタルトランスフォーメーション）のご要望が増えていることもあり、ソフト面の提案をもっと強化していきたいと考えています。お店に行き食事して終わり、買い物して終わりではなく、デジタル技術を駆使して新しい体験ができる空間を提案できたらと考えています。

米谷 変化に適応したビジネスをしたいです。例えば今だとシェアキッチンがトレンドなのですが、スペースがその運営にも携わるようになったり。あとは、お店の賃料で稼ぐ以外の不動産ビジネスで施設を活性化させる方法がないかなということを最近よく考えています。今までのビジネスの常識から外れたことを考えることで、空間創造ビジネスに広がりができて、よりワクワクすると思います。

古庄 個人的には福祉の分野で貢献できたらいいなと思います。母が実家で祖母の介護をしているのですが、実家は介護施設までとても遠いので施設に通うのも大変で。地方には同じように苦労されている方がたくさんいると思うんです。気軽に通える施設をつくるということですが、もっと先の未来には、例えば介護ロボットが家まで来てくれるサービスなど、仕組みづくりからできたら良いと感じます。



龍澤 古庄さんのお話のように、大型施設ではなく「近くにこんなものがあったら良い」という細かなニーズが今後増えてくると思います。それに対して例えば地域で放置されている空き家をどうするかと考えた際に、スペースがプロデュースしてその地域のニーズに沿った何かをつくり、運営していくことができるのではないかと考えています。近い将来、空間だけというよりもお客様のライフスタイル、暮らしをプロデュースするような企業になっていたいですね。

佐々木 話に出た少子高齢化や地域の過疎化をはじめ、社会が抱える問題を空間づくりを通じて解決することは、これから

変わらないスペースの使命ですね。今皆さんが話してくれたように、その手段はいろいろな可能性があると思います。25年後、より大きな課題解決力を備えた会社となるため、進化を続けていきたいと思います。

青木 皆さんのお話とは少し観点が違いますが、私は25年後にスペースがもっと有名な企業になってほしいです。スペースは業界内での知名度はありますが、世間的には「ディスプレイ業」という業界自体、まだまだ知られていません。就職活動をする学生や、エンドユーザーにもディスプレイ業やスペースという会社を知ってほしいです。その方法は本業だけでなく、働き方の多様性や、社員を大切にしている、という面での成果でも良いと思います。有名になることでブランド力が上がり、スペースの信頼につながるのではないのでしょうか。



より良い未来に向けて、今大切にしたいことは？

青木 私は今2歳の子どもがいるのですが、入社時にはなかったフレックスタイム制度やテレワーク制度が整備されているおかげで、子育てと両立しながら働き続けられています。これは、育児経験者が声を上げてくれた成果でもありますし、私も人事部の人間としていろいろな声を聞きながら従業員の希望を形にしていきたいです。

佐々木 私も従業員の声を聞くことを大事にしていて、特に意識しているのがフランクに話す機会をつくることです。これまでつくってきた制度も、そういうところからヒントをもらっていたりします。スペースが事業でより多くの人に知ってもらうことも大切だけれども、青木さんが話したように、社員の働き方でも「この会社は先端をいっているんだ」と評価されるともっといいですね。

龍澤 社長はじめ経営陣が、社員の意見を聞く場を設けてくださっているのですが、100周年に向けてどんどん社員が増えていくと、そのやり方を続けるのは難しくなっていくかもしれません。そういった中で、事業提案制度というボトムアップの機会を頂いて、社員からこんなことをやりたいというのが自動的に挙がってくるという仕組みができました。経営陣からの吸い上げと社員からの提案が同時に起きて対流するととても良い状態が、これからも続いていけるのではないのではと思います。



名前	小林 敬典	古庄 香織	青木 希美	佐々木 靖浩	龍澤 知佳	米谷 理沙	中川 哲
所属・肩書 入社年度	名古屋本部 営業9部 チーフ 2017年入社	福岡本部 営業3部 チーフ 2014年入社	経営管理本部 人事部 チーフ 2014年入社	代表取締役社長	リプロダクト推進室 室長 2016年入社	開発本部 大阪開発部 チーフ 2016年入社	東京本部 営業1部 チーフ 2016年入社
スペースの理念を 実現できていると 感じるとき	関わった施設に多く の方が来てくださっ たとき	お客様やエンドユー ザー様の笑顔を見 られたとき	社員の支えになれた と感じられたとき		お客様やエンドユー ザー様がオープンを喜ん でくださっているとき	提案した施設で地域が 豊かになると感じるとき	工事中もオープン後も 安全・安心な空間を提 供できているとき

小林 日々の仕事でも、上司から「やってみたいことがあれば言って」と積極的に意見を求められますし、「この物件をやりたい」「このお客様を担当したい」など手を挙げればやらせてもらえる環境で、相談や発言をしやすい雰囲気ですね。



中川 私が大切にしたいのは、人とのつながりです。私は自分の部署以外の方と関わる機会が多かったのですが、実際の業務においても社内のつながりが会社全体の総合力として生きてくると感じています。一期一会という言葉もありますが、社内外の人との関係がとても重要だと感じていて、この座談会も含めそういったつながりを生む場を、大事にしていきたいです。

業務の中で感じる課題と、解決に向けた想いは？

龍澤 商業施設は6年くらいの周期でリニューアルがあり、建築業界に比べると圧倒的に短い寿命ですので、せっかくなつく空間を自分で壊すという悲しい現実があります。それに対してどうアプローチするかを今考えているのですが、私は、捨てない空間、未来につなぐ空間をつくる、つまり「6年後にまだどこかで使えるようにつくる」ということまで一緒に提案できる空間づくりをしていきたいと思っています。



米谷 龍澤さんはハード面のお話でしたが、私はソフト面においても循環型にしたいと考えています。日本はこれから

輸入に頼れない時代になっていくでしょうから、いかに街で循環するかが大事になります。私たちがつくる空間は、街のシンボルにもなりますので、つくったものが一人勝ちや独り占めにならない仕組みを考えていきたい。インフラ、雇用も含めて街全体を循環させられるような仕事をしていきたいです。

古庄 龍澤さんの廃棄物の話に関連して、リクエストしたいことがあります。今、アップサイクル素材は仕上げ材として提供されている商品が多いものの、私たちが空間づくりをする際に不可欠な下地材についてはほとんどありません。必ず使わなければならないものですから、リサイクルされたものを使えるのが一番です。選ばれる素材ではなくて、それがないとお店がつかれないというような素材を当社で商品化できたらと思いますが、どうでしょうか。

龍澤 例えば天井や壁の下地材として多く使うプラスターボードを、リサイクルしたりリユースしたりできるものにしていきたいですね。

佐々木 スペースオリジナルプロダクト。これまでの下地材に代わるものなら大きなビジネスになるでしょう。スペース独自のビジネススタイルは確立されてきましたが、ビジネスで勝っていくにはスペース独自のプロダクトというのも武器になるかもしれませんね。

私たちは「明日が、笑顔になる空間を。」というSLOGANを掲げています。皆さんと共に「25年後のスペースはこうありたい」という姿をしっかりと描きながら、お客様も私たちが笑顔になる空間を届けたいと思います。



第三者意見

全体を通じて、「商空間の創造を通じて、豊かな社会の実現に貢献します。」という株式会社スペースの経営理念が明確に反映されたサステナビリティレポートです。若手社員や管理職社員の生の声も多数掲載されており、顔の見えるレポートとなっている点も特徴です。

トップメッセージにあるように、今後の日本社会を取り巻く環境変化をふまえると、商空間のプロデュースに求められる価値は多様化していくことでしょう。このような状況の中、同社は、2023年度から新たにスタートした中期経営計画の3ステップ目において、顧客のニーズだけでなく潜在的な課題も解決することで提供価値をさらに広げることが目標に掲げています。そして、その中期経営計画の目標とサステナビリティの7つの重要課題（マテリアリティ）を明確に関連づけてKPIを設定しています。まずは、本業を通じたサステナビリティへの強いコミットメントを高く評価したいと思います。

本レポート内で最も高く評価したい点は、同社が実に多様な側面から地域に貢献していることです。このことは「重要課題への取り組み 地域コミュニティーへの貢献」の記述（PI3-PI6）から読み取れます。福井県小浜市における地域住民と観光客の接点づくりのための道の駅のリニューアル、岐阜県安八町における移住・定住促進のためのテレワーク施設の開設、和歌山県日高町における環境と地域をつなぐための廃校小学校の再生など、全国に拠点があり社員一人ひとりが物件の打ち合わせから引き渡しまで一貫して担うことができる同社ならではのニーズを深掘りした魅力的な地域コミュニティーづくりとなっている



高岡 美佳 氏
立教大学 経営学部 教授

ます。その他、7つのマテリアリティの項目である安全・安心な空間づくりや環境負荷低減のための取り組み、そして、働きがいのある職場づくりの整備なども着実に進展している印象です。

次年度はぜひ、人権方針とサステナビリティ調達ガイドラインの策定に着手してはいかがでしょうか。海外に事業展開している企業のみならず、今後はすべての企業がサプライチェーン全体として社会的責任を果たすことを求められます。また、情報開示の点から、女性管理職・専門職比率は別々に数値を出されることを期待します。

今回は、当社グループの活動をご報告することに加え、過去から変わらない想いと社会への向き合い方をお伝えできるよう意識し制作いたしました。至らない点多々あるかと存じますが、今後、より分かりやすく、充実したレポート制作に努めてまいりますので、ぜひ忌憚のないご意見をいただけますと幸いです。

引き続き、スペースグループへのご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

株式会社スペース

サステナビリティレポート制作事務局

編集後記

「サステナビリティレポート2023」を最後までお読みいただきありがとうございます。

本レポートは、スペースグループで発行する初めてのサステナビリティレポートです。非財務情報の開示要請の高まりに応えるとともに、レポートの制作や読者とのコミュニケーションを通じて当社グループの課題を認識し、「豊かな社会の実現」に向けた取り組みを進化させるべく、発行に至りました。本レポートがステークホルダーの皆様と当社との建設的な対話のツールとなることを願っております。また、サステナブル経営を推進する上で主体となる従業員にとっても、会社の目指すサステナビリティを理解し意識を高める上で役立つことを期待しています。

会社概要

基礎情報

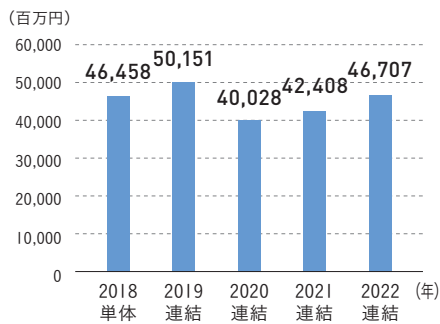
商号 株式会社スペース（英文名：SPACE CO., LTD.）
本社 〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町3-9-4
創立 1948年（昭和23年）7月
資本金 33億9,553万円
代表者 代表取締役社長 佐々木 靖浩
認証 ISO14001 2010年取得（自社工場）
登録範囲 商業施設における什器の製作・施工

事業概要

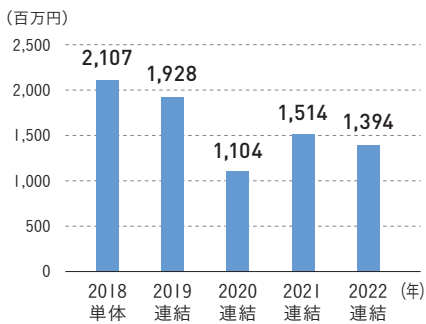
商業施設・文化施設・娯楽施設・イベント空間の企画・コンサルティング・設計・監理および施工。
内装工事の施工を主とした空間づくりに関わる全国のパートナー企業が主なサプライヤー。

財務情報

売上高



親会社株主に帰属する当期純利益



※2019年12月期より連結決算を開始しております

従業員数

	(名)					
	連結			単体		
	全体	男性	女性	全体	男性	女性
	851	611	240	820	593	227
20代	223	122	101	220	121	99
30代	250	164	86	234	156	78
40代	203	165	38	194	158	36
50代	144	131	13	142	130	12
60代	31	29	2	30	28	2

※2022年12月末時点
※従業員数には、嘱託社員（定年退職者などを一定期間再雇用する目的で契約し雇用される者）を含みます

事業所・グループ会社一覧



事業所

■ 本社
〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町3-9-4
TEL03-3669-4008(代) FAX03-3669-4009

■ ANNEX
〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町3-6-9
TEL03-3669-8990(代) FAX03-6744-0300

■ 名古屋本部
〒451-0042 名古屋市中区那古野2-2-1
TEL052-565-1251(代) FAX052-565-8751

■ 大阪本部
〒550-0004 大阪市西区靱本町3-8-10
TEL06-6444-0710(代) FAX06-6444-1926

■ 福岡本部
〒812-0013 福岡市博多区博多駅東3-10-22
TEL092-431-3020(代) FAX092-431-3021

■ 制作本部 犬山工場
〒484-0964 犬山市上榎島18-2
TEL0568-67-0947(代) FAX0568-67-5036

■ 札幌事務所
〒060-0004 札幌市中央区北4条西5-1-4大樹生命札幌共同ビル10F
TEL011-281-5100(代) FAX011-281-5101

グループ会社

■ SPACE SHANGHAI CO., LTD.(上海)
Room 1801, 18/F, Tong Quan Building, No678, Gubei Road, Shanghai, 200336, China
TEL+86-21-6235-1452 FAX+86-21-6235-1465

■ SPACE JAPAN CO., LTD.(香港)
Unit C, 15/F, Boton Technology Innovation Tower, 368 Kwun Tong Road, Ngau Tau Kok, Kowloon, Hong Kong
TEL+852-2884-0644 FAX+852-2885-3150

■ 仙台事務所
〒980-0014 仙台市青葉区本町2-1-29 JRE仙台本町ホンマビル4F
TEL022-714-8516(代) FAX022-714-8517

■ 横浜事務所
〒221-0014 横浜市神奈川区入江2-18 PPIH大ロビル4F
TEL045-434-8415(代) FAX045-434-8420

■ 金沢事務所
〒920-0025 金沢市駅西本町1-14-29 サン金沢ビル7F
TEL076-231-5271(代) FAX076-231-5274

■ 静岡事務所
〒422-8061 静岡市駿河区森下町1-35 静岡MYタワー7F
TEL054-202-5035(代) FAX054-202-3155

■ 広島事務所
〒730-0022 広島市中区銀山町3-1 ひろしまハイビル21 14F
TEL082-249-2210(代) FAX082-249-2211

■ 松山事務所
〒790-0878 松山市勝山町1-14-1 タウンビル2F
TEL089-935-6190(代) FAX089-935-6191

■ 沖縄事務所
〒900-0015 沖縄県那覇市久茂地1-12-12 ニッセイ那覇センタービル10F
TEL098-867-5850(代) FAX098-867-5849

■ 株式会社エム・エス・シー
〒107-0062 東京都港区南青山1-4-2南青山渡辺ビル5F
TEL03-6406-0781 FAX03-6406-9017

明日が、笑顔になる空間を。

SPaCe