

SUSTAINABILITY REPORT 2026



SPACE

目次

Brand Identity・目次・編集方針	P02
サステナビリティ基本方針・重要課題	P03
トップメッセージ	P04
スペースはなぜ地域コミュニティへの貢献に取り組むのか？	P07
スペースは事業を通じて環境負荷の低減にどのように向き合っていくのか？	P10
コラム： 持続可能な企業を目指して。「SPACE Family Day」	P13
安全・安心な空間づくりのあるべき姿とは？	P14
持続可能な調達として目指すべき姿は？	P16
スペースが目指す多様な人材が活躍する職場環境とはどのようなものか？	P18
スペースにとって、人材開発と働きがいの向上はどのような意味を持つのか？	P20
スペースが社会から信頼される企業であり続けるためには？	P22

Brand Identity

SLOGAN

明日が、笑顔になる空間を。

VISION

世の中を、希望にあふれた空間にする。

MISSION

空間の可能性を追求する。

VALUE

お客様と、同じ想いで共に創る。

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、「サステナビリティレポート」を発行しています。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。また、当社コーポレートサイト [サステナビリティページ](#) においては、より詳細な情報を掲載していますので、併せてご活用ください。



対象期間

2025年1月～2025年12月 一部、2024年12月以前、2026年1月以降の取り組みについても報告しています。

対象組織

当社および連結の範囲に含まれる全子会社(5社・2025年度末時点)の事業活動を対象としていますが、売上高の連単倍率は1.04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

2026年6月(次回予定：2027年6月)

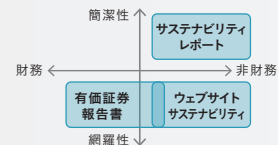
参考にしたガイドライン

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 経営企画室
kikaku@space-tokyo.co.jp

情報開示体系



Sustainability Policy

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。

詳細はこちら [▶](#)



重要課題 (マテリアリティ)



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働関係を構築し、地域社会の活性化や発展、価値向上に貢献します。

KPIと目標 (2026-2028)

・地域共創プロジェクト数: **30件**



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。

KPIと目標 (2026-2028)

・現場における技術系有資格者数: **30名純増** ・安全品質向上研修開催数: **40回/年**



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。

KPIと目標 (2026-2028)

・アップサイクル実現案件数: **30件** ・CO₂排出量 (Scope1,2): **-24%** ※2025年度比



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。

KPIと目標 (2026-2028)

・新規共創プレーン数: **30社**



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。

KPIと目標 (2026-2028)

・女性管理職・専門職比率: **20%** ・男性育休取得率: **100%**



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。

KPIと目標 (2026-2028)

・1時間当たり売上高 (生産性): **+5%** ・健康経営度総合評価偏差値: **+10pt**

・1人当たり所定外労働時間: **360時間/年、-10%**



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。

KPIと目標 (2026-2028)

・取締役会のESG課題への関与度 (協議回数): **10回/年** ・DX認定の取得

Top Message



代表取締役社長
庄村 香史

Q. スペースはどのような会社であり続けたいですか？

A. 関わる人たちがよりいっそう「ファン」になれる会社を目指します。

2026年1月、株式会社スペースの代表取締役社長に就任いたしました。

振り返ると、私がスペースに入社してから30年以上が経ちます。よく覚えているのは、入社10年目ごろに、当時の本部長と話をしたときのこと。ちょうど、幹部社員としての自覚が少しずつ芽生えてきたころで、思い切って「建築分野への進出についてどうお考えですか」と尋ねてみたのです。「余計なことを言うな」と一蹴されるかとも思ったのですが、しばらく話を聞いてくれた後、「その考えをずっと持っておけよ」とだけ言って立ち去られました。

ほんの数分のちょっとした会話でしたが、自分なりにスペースがもっと発展するためにはと考えたことを受け止めてくれる上司がいるんだ、と強く印象に残った出来事でした。私がスペースという会社に改めて惚れ込んだ、いわば「ファン」になった瞬間だったのかも知れません。

その後も、「こんなことをやりたい」と言えば、上司からはたいい「好きにやれ」と言ってもらえました。もちろん、その分の責任は生じるのですが、自由に動けるように十分なサポートはしてくれる。従業員の挑戦を後押しする、こうした企業風土がとても魅力的に感じられました。社長という立場になった今、それをしっか

りと継承していく責任を感じています。

そして、スペースで働く皆さんに、この会社の「ファン」になってもらうことが、社長としての目標の一つです。そしてその先にあるのは、スペースで働く人たちを通じて、私たちと関わるお客様やパートナー企業、地域の皆様にも「スペースのファン」になっていただくことです。働く一人ひとりがいきいきと挑戦し続ける姿そのものが、空間の価値や信頼につながり、結果として皆様から選ばれる。そうした会社であり続けたいと考えています。

Q. これからの成長環境をどう見えていますか？

A. **あらゆる挑戦が可能なシームレスな時代です。**

この数年あまりを振り返ると、2020年からは新型コロナウイルス感染症の拡大で、世界的に足踏みの状況が続きました。不安や焦りがなかったわけではありませんが、結果的には、自分たちが何を強みにしているのか、どこで価値を発揮できるのかを見つめ直す貴重な時期になったと捉えています。

その後、ここ数年は市場の活況が続いていますが、この状況がいつまでも続くとは考えていません。「拡大成長」を掲げた2026年12月期からの新中期経営計画のスタートにあたり、いい意味での緊張感を持って挑む必要があると考えています。中計策定の議論の中で、2040年時点の売上高1,000億円を重要な到達点として設定しましたが、その実現に向けて必要になるのは、挑戦の積み重ねです。

私たちはもともと商業施設の空間づくりを生業とし、その領域で多くの経験を積んできました。一方で、オフィスやホテル、公共分野といった領域については、それぞれに専門の担い手がいる、餅は餅屋だ、とどこか線を引いて捉えていました。しかし実際に取り組んでみると、特にコロナ禍以降は空間領域ごとの垣根や民間と行政の間の壁が低くなり、空間づくりの世界がシームレスになってきたと実感するようになりました。自分たちの領域ではない、経験がないから難しいとためらう必要がなくなり、フィールドは大きく広がっていると感じています。たとえば、地方自治体をクライアントとする案件に私たちが深く関わらせていただくことも、最近では珍しくなくなってきました。

自分たちを枠にはめてしまうことなく、スペースでやる意味を見つめながら挑戦することで、もっとワクワクする仕事や、新しい可能性が生まれてくるはず。シームレスな時代を楽しみながら、可能性を広げていきたいと思っています。

Q. 新中期経営計画の中心に据えたものは何ですか？

A. **社員一人ひとりが個を磨き成長することです。**

こうした事業環境の中で、引き続き重要なテーマだと考えているのが「地域コミュニティへの貢献」です。

地域に向き合えば、そこに分かりやすく大きな利益が生まれる——そうしたケースばかりではありません。むしろ課題はありながらも、事業として成立しにくいのが実情だと感じています。

では取り組む意味がないかというと、そうは考えていません。私たちは、東京一極集中ではなく全国に本部を設け人員を配置し、地域に根差した事業を長年行ってきました。そうした体制の中で培ってきた知見やネットワーク、柔軟さを組み合わせることで、他社にはないかたちで地域課題に向き合える可能性があります。私たちの強みを生かすことで、課題解決そのものが独自の付加価値となって、事業としての継続性や企業価値につながっていくと考えています。それもただつくて終わりではなく、地域の皆様とも深い関係性を築きながら、10年後、20年後も人が住み続けられる地域を生み出すことを目指していきます。

それを実現していくためには、私たちがもっと進化することが必要だと感じています。可能性の広がりを実感する一方で、まだまだ自分たちの力が十分とはいえないことや、新たに求められる体制づくりが必要といった課題も多く見えてきているのが現状です。

そこで、今回の中計スタートにあたっては、自らの成長のためにチャレンジしたいと考える社員を、会社として徹底的にバックアップするというメッセージを明確に打ち出すことにしました。中計期間が終わる3年後、今よりも一段高い場所に立てている状態を目指し、個人を磨くことを中計の中心軸に据えて取り組んでいこうと考えています。その上で、中計の目標の一つに「全社員総合職の実現」を掲げました。ここでの総合職とは、各自が専門性を持ちながらも自分の領域に線を引かず、空間づくりのはじめから終わりまでを理解し、全体の最適解を考えられる人を意味しています。ただ与えられた仕事を言われた通りにこなすのではなく、相

手は何を期待しているのか、どうすればその期待を超えるのかを自ら考え、行動する姿勢を全社員に持ってほしい。それによって、クライアントの皆様にもスペースのファンになっていただき、「スペースと仕事をしたい」と感じていただける関係を築くことを、一人ひとりに期待しています。

Q. 価値創造の出発点は何ですか？

A. 「人」を中心に据えた
マテリアリティです。

サステナビリティの面においては、「地域コミュニティへの貢献」のほか、「安全・安心な空間づくり」「環境負荷の低減」など7つのマテリアリティを設定しています。今回、新中計を策定するにあたって、経営戦略とマテリアリティとのつながりをより意識しています。

ここまでお話しした通り、「地域コミュニティへの貢献」は、当社の強みと強く結びつく重要なテーマです。地域の課題解決には、パートナー企業との共創が欠かせません。パートナー企業の高齢化や職人の不足といった課題が顕在化する中で、若い世代の育成に向け、ものづくりの価値をしっかりと発信していかなくてはなりません。同時に、「取引先」ではなく「パートナー企業」としてお互いを尊重し、信頼関係を積み重ねていくことが何よりも重要だと認識しています。

また、とりわけ重視しているのが価値を生み出す源泉である「人」に関連する部分です。たとえば、「多様性の尊重」や「人材開発と働きがいのある職場づくり」といったマテリアリティでは、異なる個性を持つ一

人ひとりが能力を発揮できることを重視しています。人の成長そのものが価値創造の出発点であり、その積み重ねが新たな価値を生み持続的な事業の成長につながっていく—これが当社の考え方です。

Q. なぜ成長を「螺旋」で表したのですか？

A. 原点を大切にしながら
広がる成長だからです。

今回の中計では、「世の中を、希望にあふれた空間にする。」というVISIONの達成に向けた当社グループの軌跡を、遠心力によって外へ広がっていく「螺旋」の形で表しました。この螺旋的な成長を支えるのが、総務、人事、財務などのいわゆるバックオフィスです。

営業やものづくりだけではなく、バックオフィスの存在がなければ、安定的な拡大成長は実現できません。その重要性を改めて認識し、社員自身の自覚を促す意味も込め、バックオフィスの呼称を「コアオフィス」に変更。中計の戦略の一つに「コアオフィスの進化」を掲げました。

また、いくつもの同心円を描く螺旋の形は、循環を象徴するものでもあります。今回の中計は、「原点回帰」を掲げた2017年から積み重ねてきた12年間の最終ステージです。しかしこれで終わりではなく、この先も、再び原点に立ち返ることが必要になるときがくるでしょう。これまで成長という階段を上がるような二次元的な見方で捉えがちでしたが、螺旋はそれを三次元で捉えるものです。横から見れば上へ上へのぼっていきませんが、真上から見れば軸を中心に循環している。



視点を変えることで、成長の積み重ねを実感すると同時に、自分たちの現在地を確認することができます。私たちの原点を忘れずに、しかし着実に成長し続ける。そんな思いを「螺旋」に込めました。

そして、私たちにとっての「拡大成長」とは、売上や利益などの数字だけが伸びることを意味するものではありません。むしろ、何よりも重視すべきは「人の成長」だと考えています。一人ひとりがその力を伸ばしながら、知見や経験を共有して、組織としても成長していく。多様な能力や個性を持った人が、それぞれに活躍できるフィールドを構築していく。それが、もっとも大切なことだと思うのです。利益や株価をはじめとする財務上の指標が、企業にとって重要なものであることは言うまでもありません。しかし、それだけを追い求めるのでは意味がない。私たちの仕事は、商空間の創造を通じて、豊かな社会の実現に貢献すること。一人ひとりの成長と、それを通じた社会への貢献という視点を、常に持ち続けていきたいと考えています。



スペースはなぜ 地域コミュニティへの貢献に取り組むのか？

背景① 人口減少・超高齢化による地域機能の低下

日本では人口減少と高齢化が同時に進み、地方では担い手不足や消費縮小により、商業・サービス機能の維持が難しくなっています。特に地方都市や中山間地域では、人が集う「場」が失われつつあり、コミュニティの希薄化が顕在化しています。地域資源を生かし人の流れを生み出す仕組みをどのようにつくるか、空間の在り方から問い直すことが求められています。

背景② 地域の魅力が“可視化”されていない

多くの地域には歴史・文化・産業といった固有の魅力が存在する一方、それを発掘し、外部に伝えるノウハウや人材が不足しています。結果として、地域の価値が十分に認識されず、交流人口や関係人口の拡大につながっていません。都市部と地域の人の交流を促進し、外部視点で魅力を再編集・提案する役割の重要性が高まっています。

A ● 共創によって地域の価値を高めていくことが、 私たちの目指す在り方だからです。

当社が事業の中心としてきた商業施設づくりは、地域の人々の日常生活を支え、より豊かにしていく空間づくりです。商業施設は、暮らしのウェルビーイングを支えるハブのような存在といえます。

私たちが提供すべき空間プロデュースの価値は、単に施設を物理的に作るだけでなく、人の行動を変え、体験を生み、人とモノ・情報と空間(場)のより良い関係性を育むことで、地域の魅力を高めていくことにあります。地域課題は、時代や地域に

よってさまざまであり、変化します。だからこそ、地域活性の定義を一つに定めるのではなく、お客様や地域の方々と一緒に考え、より良い空間づくりとは?を追い求める思考が必要です。

それを具現化していくことで、SLOGANである「明日が、笑顔になる空間を。」の実現に近づくと考えています。私たちの強みを生かし、関わる人や企業を巻き込み、新たな共価値を創造していく。これこそが、当社の事業の軸であり、目指す在り方です。

取締役常務執行役員 大阪本部長 森田 昭一



地域コミュニティへの貢献の取り組み

“通過点”を、立ち寄りたくなる入口へ

TXアベニュー八潮

クライアント：首都圏新都市鉄道株式会社 様

リニューアルにあたり、筑波山の間伐材を内装に採用。クライアントと共に現地の山に入り、伐り出した木材をベンチや天井の意匠として空間に取り入れています。人と自然が緩やかにつながる「八潮らしさ」を表現するとともに、駅利用者に限らず地域住民も日常的に立ち寄れる場とし、新たなにぎわいをもたらしました。



[詳細はこちら](#)



photo：ナカサ&パートナーズ 梅津聡

観戦の場を、交流が育つ“まちの拠点”へ

GLION ARENA KOBE

クライアント：株式会社One Bright KOBE 様

阪神・淡路大震災から30年の節目に開業した本施設では、神戸の思想や文化を読み解き、空間構成や素材、色彩によって「神戸らしさ」を表現しました。

開業前には、神戸市内の子どもたちが巨大パネルに「ミライのこうべ」を描くイベントを実施。地域の人々を「参画者」として巻き込みながら、スポーツを起点に交流が広がる場を目指しました。



[詳細はこちら](#)



“空白の時間”を、まちの未来が育つ場所へ

藤丸パーク クライアント：藤丸株式会社 様

122年の歴史に幕を下ろした旧・藤丸百貨店。再生までの5年間、帯広の中心市街地のにぎわいを途切れさせないために生まれたのが「藤丸パーク」です。空き地となった場所を、再び人が集い、関係が育つ場へ。地域の期待と記憶を、新しい藤丸へとつなぐ取り組みが始まりました。

2030年に予定される新店舗開業までの5年間、旧・藤丸百貨店の裏手に誕生した「藤丸パーク」。中心市街地に人の流れを呼び戻し、藤丸が長年担ってきた“まちの拠点”としての役割や“場の記憶”を絶やさないことが、このプロジェクトの出発点でした。

期間限定の施設でありながら、いわゆる暫定利用にとどめなかった点が、藤丸パークの大きな特徴です。多様な人が気軽に参画できる商いの場であること、地域の日常に溶け込み使われ続けることを重視し、店舗にはトレーラーハウスをはじめとする動産を採用。確認申請を不要とすることで、短期間の出店や新たな試みが広がるコミュニティとしました。

中央の円形デッキと芝生広場ではマルシェや音楽ライブなど多彩なイベントが開催され、来街者同士や出店者、周辺商店街との間に、緩やかなつながりが生まれています。特別な目的がなくても立ち寄れる“余白”を残した空間は、地域の日常的な居場所として機能し始めています。

当社は本プロジェクトにおいて、プロデュース、企画、ディレクション、ブランディングまでを一貫して担当しました。目指したのは、単に人を集める場ではなく、商いと交流を通じてまちの未来を少しずつ動かしていく拠点をつくること。藤丸パークで積み重ねられる日々の営みや関係性そのものが、新しい藤丸への期待と機運を育てています。



[詳細はこちら](#)



photo①②：ハイアングル 平野愛智

Message

わたしにとって藤丸パークは、単なる暫定的な商業施設ではありません。

藤丸百貨店の閉店により途切れかけたまちの記憶と、人と人とのつながりを、地域の方々と伴走しながら未来へつなぐための挑戦であり、新藤丸へと続く道筋を描くプロジェクトでした。

地域に根ざした百貨店は、単にモノを売る場所ではなく、世代を超えてまちへの愛着を育んできた「原風景」そのものです。だからこそ、この場所を“商い”という営みを通して地域コミュニティを育てていくための「実験の場」にしたいと考えました。

藤丸パークで生まれる賑わい、偶然の出会い、交わされた言葉や笑顔の積み重ねが、やがて新藤丸の価値となり、十勝の未来を動かす力になると信じています。

商環境研究所 プロジェクトマネジメント室 室長 田中 三弘

本プロジェクトにおける役割：
プロデュース、企画、ディレクション、ブランディング





スペースは事業を通じて環境負荷の低減に
どのように向き合っていくのか？

背景① 気候変動がもたらす生活・社会への影響

気候変動は、洪水や猛暑、山火事などの災害リスクを高めるだけでなく、食糧生産や水資源、健康など人々の生活条件にも影響を及ぼします。国際機関は、こうした影響が今後さらに拡大する可能性を指摘しており、気候変動は環境問題にとどまらず、社会や経済の在り方そのものに関わる課題といえます。環境への負荷を意識することが、あらゆる活動の前提となりつつあります。

背景② 商空間の“短サイクル”による資源ロス

短期間で入替を繰り返す商空間では、まだ使える内装材や什器まで廃棄されやすく、「大量生産・大量消費・大量廃棄」型の構造が温存されてきました。こうした一方通行型経済が環境負荷を高めてきたことから、国も循環経済への転換を重視しています。空間づくりにおいても、使い捨てを当たり前としない選択へと、発想の転換が求められています。

A. 従来のつくり方を問い直し、 環境の視点を事業に組み込んでいきます。

環境負荷の低減は単発的な施策を並べるのではなく、中長期的に当社の提供価値につながるテーマです。本当につくり替えることが最善なのか。既存の空間を生かした別の選択肢は取れないのか。そうした問いを立てること自体が、空間づくり事業を行う私たちの環境への向き合い方です。

その上で、案件ごとの条件や制約を踏まえながら、事業として実行可能な判断を重ねていくことが重要です。環境への取り組みは自社だけで完結するものではなく、顧客やパートナー

企業との関係性の中で進めていくものだからです。資源を生かすさまざまな取り組み事例を蓄積し、その意義や価値を関係者間で共有することで次の取り組みへと生かし、挑戦していく。その積み重ねの中で、環境を軸とした新しい価値が生まれていくと考えています。

事業の中に環境の視点を当たり前に取り込み続ける姿勢こそが、顧客からの信頼や、社会から選ばれる理由になっていくと考えています。

執行役員 商環境研究所長 畠山 啓



環境負荷の低減の取り組み

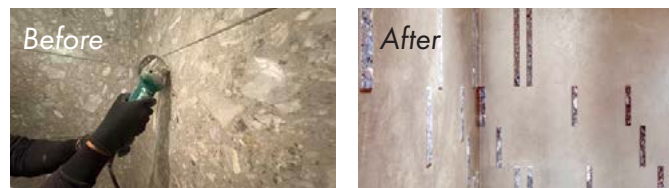
「時を繋ぐ」廃材を価値に変えるトイレリニューアル

柏高島屋ステーションモール クライアント：東神開発株式会社 様



リニューアルのコンセプトを「New-ReNew」と設定し、新しく刷新すること（NEW）と既存を生かし継承すること（ReNEW）を仕分け、組み換え、設計することでソフトとハード両面で「刷新と継承」が共存するリニューアルの実現を目指しました。

既存の仕上げ材として使用されていた大理石やアップサイクルしたトラパーチン材を、リサイジングタイルやアップサイクルテラゾーとして使用するなどの手法を採用。廃材削減による環境負荷の低減を実現し、サステナブルで快適なトイレへと機能・デザインの両面でアップデートしました。



リサイジングタイル。改装前の4Fトイレで全面的に使用されていたタイルを再利用し、「時を繋ぐ」キーマテリアルとして再構成。タイルを細かく切り出して壁面にはめ込む施工を施し、テーマ性を引き立てるメイン意匠として空間に昇華しました。

[詳細はこちら](#)





photo: 林 巧

素材の循環で、万博会場にサステナブルな飲食空間を創出

くら寿司 大阪・関西万博店 クライアント：くら寿司株式会社 様

外壁には廃棄予定の貝殻約33.6万枚を漆喰として活用。内装では、リサイクルプラスチックを使用したレジカウンターや、廃棄となる漁具を100%リサイクルしたウォールロゴを設えました。万博を機に未来の店舗に向けて素材の更新を図ることで、クライアントが掲げる食のエンターテインメントとサステナビリティの両立を実現しました。

[詳細はこちら](#)



来訪者と共有する、 素材循環を感じられる空間づくり

ISESAKI GARDENS クライアント：株式会社カインズ 様

既存施設の全面改装にあたり、廃棄予定のアクリルパーテーションを施設サインとしてアップサイクル。施設に植えられた植栽のプレートは、外構の撤去樹木を粉碎した廃木材とバイオマスプラスチックを混ぜて製作しました。同素材のコースターを来訪者に配布し、素材の循環を感じてもらえる仕掛けとしました。

[詳細はこちら](#)



まちと森をつなぎ、素材の背景を共有するリニューアル

成城コルティ クライアント：株式会社小田急SCディベロップメント 様

成城の街と共に歩んできた、小田急線成城学園前駅直結の商業施設「成城コルティ」の開業以来初となるリニューアルプロジェクト。グランドコンセプトは、「成城の日常、まるごと。」。都市と自然との共生を感じられる空間づくりを通じて、地域の皆様の暮らしに寄り添う施設を目指しました。クライアントや、地元の成城自治会の皆様と、施設の改装に使用する木材の原産地を視察する多摩山麓ツアーを開催。多摩地域の森林保全の現場に触れることで、地域材に対する理解を深め、都市の暮らしと上流の森の関係性を共に見つめなおす機会としました。多摩山麓産木材を使用したベンチには、産地の桧原村の緯度経度の数値と、家具になるまでのウッドマイルージの数値を刻み、素材の起源と背景を示しました。

[詳細はこちら](#)



photo: ハイアングル 平野愛智



photo: ナカサ&パートナーズ 梅津聡



持続可能な企業を目指して。 「SPACE Family Day」



子どもたちに「こんな仕事があるんだ」「自分もやってみたい」と思ってもらえるように、そして社員にとっても、家族に自分の仕事を誇らしく伝えられるように—。そんな想いを込めて、社員とその家族と一緒に“働く場”を体感するイベント「SPACE Family Day」を開催しました。空間づくりの魅力や仕事への想いを、社員の大切な家族にも直接伝えることを目的としたイベントです。

2025年8月6日に東京本部で開催し、当日は0歳の赤ちゃんから小学校高学年まで幅広い年代の子どもと社員、22組55名の親子が参加。そして8月7日には大阪本部でも開催し、社員の子どもたち29名が集まりました。オフィスツアーやワークショップを通じて、働く姿や私たちの取り組みを体感してもらいました。

初めての開催となった「SPACE Family Day」は、多くの笑顔と交流にあふれる一日となりました。

参加した子どもたちは、
「ママのお仕事のお友達とお話できて楽しかった！」
「えらい人と名刺交換できて嬉しかった！」
 と楽しげに話し、また社員からも、
「自分の会社を子どもに知ってもらえたことで、仕事への理解が深まって嬉しい」
 といった声があがるなど、貴重で心温まる体験の場となりました。

当社は今後も社員とその家族とのつながりを大切にしながら、笑顔あふれる職場づくりと、将来世代に誇れるような持続可能な仕事づくりを進めていきます。

大阪本部の開催プログラム

9:45 親子で仲良く
“出勤”



10:00 ようこそ、
スペースへ!



11:00 内装探偵団
“素材のカケラ”で
探偵ゲーム



13:00 ものづくり体験
“捨てる”から
“つくる”へ



14:30 塗装体験
みんなのブルーで
壁を作ろう



16:00 おわりの会 集合写真



photo: 上野貴希

A photograph of four children playing with large red balloons in a bright, white space. The balloons are suspended in the air, and the children are in various playful poses. The overall mood is joyful and carefree.

Q.

安全・安心な空間づくりの あるべき姿とは？

背景① 非常時を見据えた空間機能の重要性

地震や豪雨などの自然災害が頻発する中、日常的に人が集まる空間が「非常時にも安全に機能するか」が問われています。令和7年版防災白書でも、平時からの空間設計や情報提供が被害軽減に寄与すると指摘されています。避難動線の確保や情報の見えやすさ、心理的な落ち着きへの配慮を含め、空間の設計や品質の確かさが、利用時の安心感を左右する重要な要素となります。

背景② 「誰一人取り残さない空間」が求められる

日本の高齢化率は29%に達し、高齢者や障害のある人、子ども、外国人など、多様な人が同じ空間を利用する社会となっています。こうした中で、段差や照度不足、分かりにくい動線などが事故リスクや利用しづらさを生み、利用時の不安感や行動の制約につながります。誰もが無理なく利用できる環境を整えることが、社会全体で求められる課題となっています。

A. 多様な人が安心して過ごせる空間を、 当たり前として届けることです。

安全・安心な空間づくりとは、利用者が自然と安心を感じられる状態を、空間の中に実現することだと捉えています。

こうした安全・安心は、施工段階だけで担保されるものではなく、企画・設計の段階で「誰が使うのか」「何のための空間なのか」に丁寧に向き合うことから始まります。最初から最後まで品質に責任を持つという意味でも、当社の一貫体制や自社工場の存在は、顧客からの信頼につながっています。

また、安全・安心な空間づくりは、仕組みやルールだけで実

現できるものではありません。パートナー企業も含め、実際に空間づくりに関わる一人ひとりが「本当にこれで安心といえるか」を考え、その意義を共有できる文化があってこそ、空間の品質は高まります。

安全・安心に対する社会的な期待が高まる中、こうした姿勢を事業の軸に持ち続けることが、多様な人が安心して過ごせる空間を社会に広げていくことにつながると考えています。

名古屋本部長 廣瀬 美智雄



安全・安心な空間づくりの取り組み

施工段階における安全と品質の確保

安全・安心な空間を提供するため、施工段階における安全性と品質の確保に取り組んでいます。「安全施工基準書」や「現場安全管理ハンドブック」を整備し、工事ごとの施工基準や管理方法を定めるとともに、現場における基本的な行動規範や留意事項を明確にしています。さらに、定期的な安全パトロールを通じて安全管理に対する意識・質の向上を図っています。

また、「品質施工基準書」において施工ノウハウの蓄積・共有を行い、安定的な品質の確保に努めています。こうした基準や管理の枠組みは、ルールを守ること自体をゴールとせず、空間の安心を確実に支えるための仕組みと捉えています。



現場を支える人材育成と連携の取り組み

安全・安心な空間づくりは、基準や仕組みを基盤としながら、現場で判断し行動する一人ひとりの知識や技術力によって支えられています。当社では、パートナー企業とも安全や品質についての意識を共有するため、「安全衛生大会」や「安全協議会」を通じた対話や連携を重ねています。また、個々の能力向上のため、研修や技能講習を継続的に実施するとともに、当社社員に対しては技術系資格の取得を後押ししています。

こうしたパートナー企業との信頼関係に基づく協力体制や人材育成を通じて、空間づくりに関わる一人ひとりが現場での判断力と対応力を発揮し、安全・品質を実現しています。





Q.

持続可能な調達として目指すべき姿は？

背景① 労働環境と人権問題

日常の業務の中では、安全衛生、長時間労働、ハラスメントなど、人権に関わるリスクが生じます。こうした問題は、取引先企業の内部や自社との関係の中でも起こりうるものであり、企業はその影響を無関係として扱うことができません。人権を尊重し、負の影響を回避・対処する責任があるという考え方が国際的に共有されており、取引先を含め連携して取り組むことが求められています。

背景② パートナー企業の経営の持続可能性

価格や条件に偏重した調達は、取引先に過度な負担を強いることで、品質低下や供給不安などのリスクを招く可能性があります。特に中小企業では、人材不足や事業承継といった課題も重なり、関係の持続性そのものが問われています。そのため、取引先企業との関係においては、目の前の合理性だけではなく、長期的な関係をどのように確保していくかが重要となっています。

A. 事業を支える関係の将来性まで見据えて判断し続けることだと考えています。

空間づくりの仕事は、自社だけで完結するものではなく、多くのパートナー企業の力によって成り立っています。パートナー企業が、多くの企業と同様に人材不足や事業承継といった構造的な課題に直面していることに、私たちは無関心ではられません。これらは、当社のビジネスを成り立たせる前提に関わる問題でもあるからです。

そうした状況も踏まえ、調達においては、安全や品質、納期、コストといった実績や合理性を前提にしながら、現場での信頼関係や仕事への向き合い方まで含めて判断

していくことが重要だと考えています。

当社が考える「持続可能な調達」とは、短期的な最適解を積み重ねることではなく、調達の一つひとつの判断が将来の事業にどのような影響を及ぼすかを問い続ける姿勢です。だからこそ、互いの課題も含めて向き合い、共に成長していける関係性を重視しています。その姿勢の積み重ねが、結果として信頼ある調達や事業につながると考えています。

取締役常務執行役員 経営統括本部長 松尾 信幸



持続可能な調達の推進の取り組み

取引に伴うリスクに向き合う調達の仕組み

当社は、調達の判断が現場やパートナー企業との関係に影響することを強く意識し、取引に関わるリスクに向き合う姿勢を大切にしています。半期に一度、「取引姿勢・法令順守に関するアンケート」を実施し、関係性や取引上のリスクの状況を継続的に把握するとともに、必要に応じた改善につなげています。また、パートナー企業から、当社従業員による不当な行為や疑わしい行動に関する通報を受け付ける「パートナーズホットライン」を設け、問題の顕在化や早期対応につなげる体制を整えています。こうした取り組みを通じて、取引に伴うリスクを防止・低減し、適正な取引関係の維持を図っています。

2025年度アンケート結果

アンケート送付社数	1,223社
アンケート回答社数	1,209社 (回答率98.9%)
パートナーエンゲージメント	93.0% ※10段階中7以上と評価した割合

共存共栄を軸としたパートナー企業との関係強化

当社は、調達を一過性の取引ではなく、パートナー企業と共に事業を支え合い、成長していく関係として捉えています。パートナー企業への定期的な訪問やヒアリングを行い、現場の実情や課題を把握するとともに、「スペースパートナー会」の活動を通じて相互理解の深化と関係性の強化を図っています。パートナー会では、安全衛生や品質向上に向けた取り組み、研修や交流の場づくりに加え、災害時の安全確保や事業継続を支え合う体制づくりも進めています。

こうした関係深化に加え、新たなパートナー企業の開拓にも取り組みながら、長期的な視点でのサプライチェーン基盤の構築に取り組んでいます。



Q.

スペースが目指す多様な人材が活躍する 職場環境とはどのようなものか？



背景① 労働人口減少と多様な人材活用の必要性

日本では少子高齢化により生産年齢人口が急速に減少しており、従来型の同質的な人材構成では、事業や組織の持続性を保つことが難しくなっています。性別、年齢、国籍、障害の有無、働き方の制約などにかかわらず人材が定着・活躍できるかは、組織の対応力や持続性に大きく関わります。さらに、多様な人材が持つ異なる視点や経験が、事業に新たな価値をもたらすことへの重要性も高まっています。

背景② 働き方の多様化と「制度と実態」のギャップ

テレワークや短時間勤務、副業など働き方の選択肢は制度面では広がっています。一方で現場では「評価されにくい」「キャリア形成に不利」といった心理的障壁が残り、活用に踏み出せないケースもあります。制度が用意されているだけでは、多様な人材がやりがいや成長を感じながら活躍することにはつながりません。働きやすさと挑戦機会をどのように両立させるかが問われています。

A. 違いを受け入れ、そこで生まれる視点を 問いとして生かし続けることです。

私たちが目指すのは、性別や年齢、背景や特性、働き方といった違いを理由に役割や可能性が狭められることなく、一人ひとりが自分の力を発揮し、成長を実感しながら自らの挑戦を選べる職場環境です。

まず受け入れる必要があるのは、誰であっても他者を「完全には理解できない」ということです。だからこそ、違いがあることを前提に相手を知らうとし、お互いを尊重し合う姿勢と関係性を少しずつ積み重ねていくことが重要になります。制度につ

いても、新たに増やすこと以上に、今ある制度が当事者以外も含めて正しく理解され、安心して選択できる環境にしていくことを重視しています。

一人ひとりが持つ背景や経験、感じ方の違いは、自分たちの前提や判断を問い直す視点をもち、空間づくりの考え方に幅や奥行きを生みます。違いを受け入れ、考え続ける姿勢こそが、多彩な組織力へとつながり、スペースの力になると考えています。

取締役上席執行役員 福岡本部長 澤 匠



多様性の尊重の取り組み

登用・評価における公平性の確保

当社は、多様な人材が能力や適性に応じて活躍できる組織を目指し、登用や評価における公平性を重視しています。性別を問わない採用活動の結果、近年は女性従業員比率が上昇していますが、管理職・専門職における女性比率は目標である20%に達していない状況です。この課題を踏まえ、中期経営計画および一般事業主行動計画のもと、キャリア形成を後押しする研修の実施や、昇格要件・評価基準の見直しといった取り組みを進めています。制度と運用の両面から、多様な人材一人ひとりに公平に機会が与えられ、正しく評価される組織づくりを進めています。

女性従業員・女性管理職・専門職比率(単体)

年	2021	2022	2023	2024	2025
従業員	28.5%	27.7%	28.7%	33.2%	37.3%
管理職・専門職	7.6%	7.9%	8.6%	8.1%	10.9%

一人ひとりに合った働き方を選べる環境づくり

多様な人材が活躍するためには、ライフステージや個々の事情、年齢やキャリアの段階に応じた働き方の選択肢が欠かせません。当社は、働く時間や場所に制約が生じることを前提に、フルリモート勤務や短時間勤務などの制度を整備し、個々の事情に応じた柔軟な働き方を可能としています。育児休業を含む各種制度については、性別や役割意識に左右されることなく利用できるよう、理解促進と運用改善に取り組んでいます。

こうした取り組みを通じて、働き方の制約を理由にキャリアを諦めることなく、長く活躍し続けられる職場環境の実現を目指しています。

育児休業取得率(単体)

年	2021	2022	2023	2024	2025
男性	27.8%	25.8%	40.0%	68.0%	45.0%
女性	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



Q.

スペースにとって、
人材開発と働きがいの向上はどのような意味を持つのか？

背景① 人手不足と「個人の力」への依存の高まり

日本では人口減少と高齢化により、幅広い産業で人手不足が常態化しています。特に2010年代以降の人手不足は「構造的・粘着的」とされ、必要な人員を確保すること自体が難しくなっています。そうした中では、一人ひとりの成長を企業としてどう支えるかが、組織の生産性や持続性に大きく関わります。企業の競争力は、ハード面や外形的な要素よりも、そこで価値を生み出す人材の力に左右される時代に移行しています。

背景② エンゲージメント低下=生産性と成長の制約

従業員が仕事に意義や手応えを感じにくい状態が広がると、改善提案や学習意欲が弱まり、組織の生産性や変化への対応力が低下しやすくなります。実際、「活力・熱意・没頭」を示すワーク・エンゲージメントは、個人の労働生産性と関連することが示されています。日本企業の水準は国際的にみても低いとされ、働きがいをどう高めるかは、人材の力を組織の成果や成長につなげるための重要な視点です。

A

スペースの個性を育み、お客様の想いを具現化する 当社の事業をかたちづくる基盤です。

私たちは、あらゆる空間づくりにおいて、お客様からの相談ごとに対し計画から納品後のフォローまで一貫して担い、単に設計や施工のお手伝いとどまらず、「スペースなら安心して任せられる」と感じていただける存在であることを重視しています。

そのためには、ただ言われた通りに対応するのではなく、お客様と対話を重ねながら、状況や背景を踏まえて課題そのものに向き合うことのできる人材が不可欠です。設計の品質や

スケジュール、予算管理、完成後までを一貫して担うのは責任が大きいです。自分で判断する場面も多く、お客様の目線に立って考える姿勢が身につけていきます。

責任と裁量をもってお客様と一緒に作り上げ、その対応や姿勢を評価いただく経験の積み重ねが、一人ひとりの成長や働きがいにつながります。こうした役割を担える「スペースらしい」人材を、ブレずに育てていくことが、結果として付加価値の高い空間づくりを支えると考えています。

取締役上席執行役員 東京本部長 大橋 一之

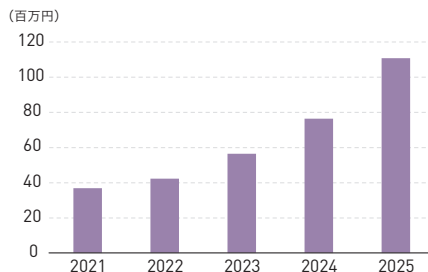


人材開発と働きがいのある職場づくりの取り組み

自律と挑戦を支える人材開発

当社は、空間づくりの価値を生み出す源泉は「人」にあるとの考えのもと、社員一人ひとりが自律的に学び、主体的にキャリアを築いていけることを重んじ、人材の育成を進めています。専門職としてのキャリアも選択できる複線型人事制度をベースに、階層別研修や全社研修に加えて、社員自らがテーマを設定し講師を務めるセミナー・勉強会の実施など、実務に根ざした知識や経験が組織内で共有・蓄積される取り組みを行っています。加えて、事業提案制度やフリーエージェント制度を通じて社員の挑戦を後押しし、自ら選んだフィールドで価値創出とキャリア形成を実現できるよう支援しています。

社員の教育投資額(単体)




働きがいを高め、生産性につなげる職場づくり

当社は、従業員が心身ともに健康で安心して働ける環境で、前向きに仕事に取り組めることが、生産性や組織力向上の大前提だと考えています。健康経営®の観点から、長時間労働の是正や休暇取得の促進に取り組むとともに、テレワークやフレックスタイム制度を活用した柔軟な働き方を推進。また、社内コミュニケーションを活性化させ日常的な連携や対話を促すとともに、従業員サーベイの実施を通じた職場環境の課題把握・継続的な改善により、一人ひとりが能力を発揮できる組織づくりを進めています。こうした取り組みにより、働きやすさとやりがいが好循環を生む、働きがいのある職場環境の実現を目指しています。

※「健康経営®」は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。





Q.

スペースが社会から信頼される企業であり続けるためには？

背景① 企業不祥事の頻発による信頼基盤の揺らぎ

日本では近年、会計不正や品質データ改ざんなどの不祥事が相次ぎ、企業に対する信頼が揺らぐ事例が後を絶たしません。不祥事は企業価値や株価への影響にとどまらず、取引先や従業員、地域社会との関係にも深刻な影響を及ぼします。さらに、一度失墜した信頼の回復には多大な時間と労力を要することから、平時からガバナンスを実効的に機能させ、不祥事を未然に防ぐことが不可欠です。

背景② ESG経営におけるガバナンスの中核化

非財務課題への対応が企業評価に直結する中、ESGの「G(ガバナンス)」はE(環境)・S(社会)への取り組みを支える中核と位置づけられています。実効性あるガバナンスが伴わなければ、こうした取り組みも形骸化するリスクがあります。同時に、国内外の投資家は、透明性ある意思決定や説明責任を企業の評価軸として重視しており、ガバナンス強化は資本市場からの信認確保においても重要性を増しています。

明日が、笑顔になる空間を。

SPace

SUSTAINABILITY REPORT 2026

サステナビリティレポート 2026

株式会社スペース

〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町3-9-4

<https://www.space-tokyo.co.jp/>