

SUSTAINABILITY REPORT 2025

サステナビリティレポート 2025

しごと、スマート。インフォマート

しごと、スマート。インフォマート



世の中の役に立ち、世の中に必要とされ、
世の中に喜んでいただける事業を通じ、
お客さまと共に会社も個人も成長し続け、社会に貢献していきます。

沿革02

トップメッセージ04

ブランドストーリー08

事業概要10

中期経営計画16

ESG経営20

マテリアリティ22

ESG情報：環境24

ESG情報：社会30

ESG情報：コーポレート・ガバナンス36

役員情報42

非財務データ44

会社概要46

<編集方針>

インフォマートは、当社グループの持続的な企業価値創造に向けた経営および企業活動全般をステークホルダーの皆さまにより深くご理解いただくことを目的に、サステナビリティレポートを発行しております。本サステナビリティレポートにおいては、投資家の皆さまが特に必要とされる情報を抽出し、当社グループの目指す姿と各事業の取り組みや現状などを紹介し、それらを支える価値創造の基盤などを整理し、グループの全体像をお伝えすることに注力しました。今後もステークホルダーの皆さまのご意見を反映しながら、サステナビリティレポートの質的向上を図っていきます。

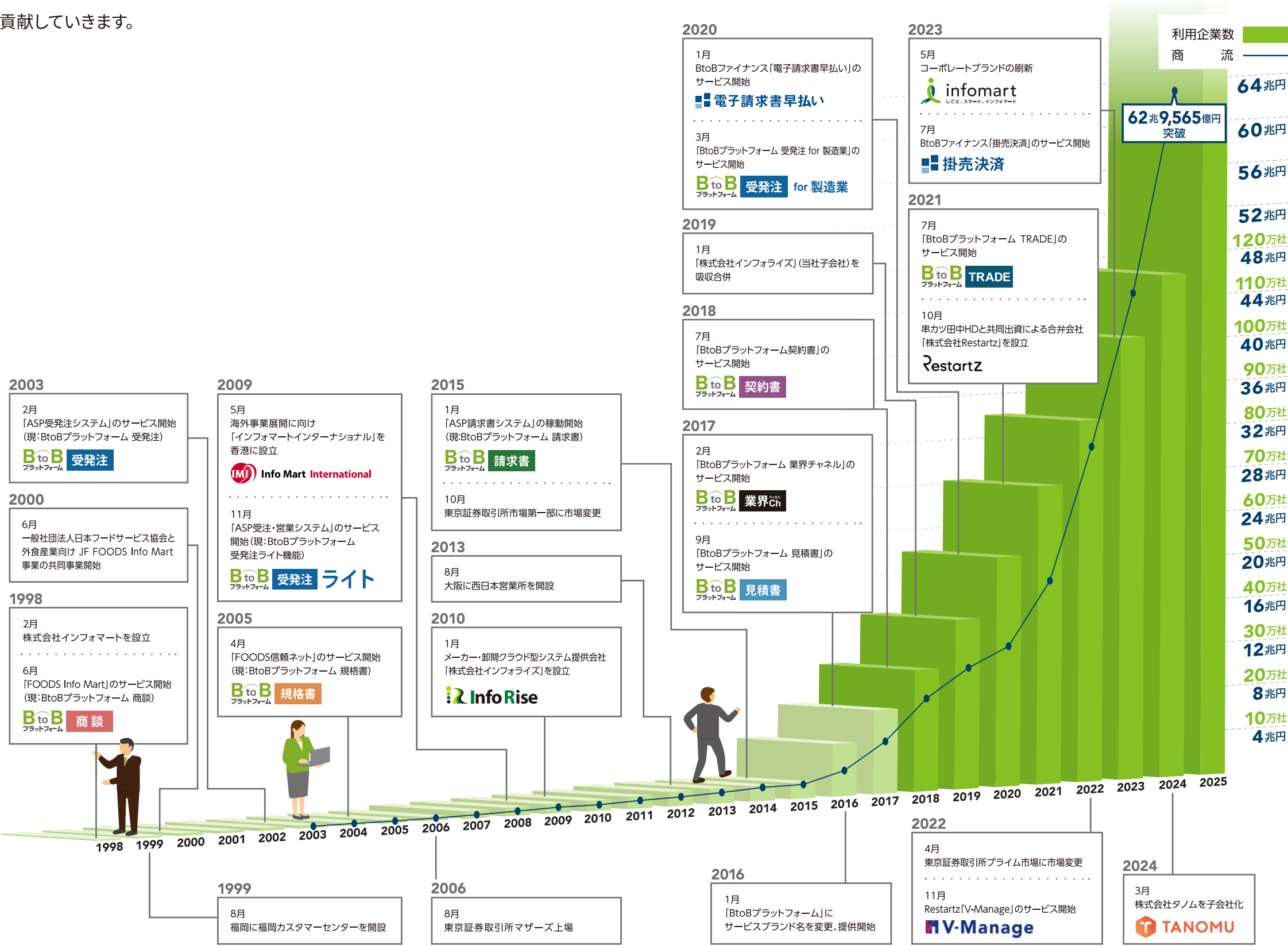
<報告対象>

期間：2024年12月期（2024年1月～2024年12月）

範囲：インフォマートおよびグループ企業

<将来見通しに対する注意事項>

本報告書に記載されている意見や予測などは、作成時点での当社判断であり、リスクや不確実性を含んでいるため、その情報の正確性、完全性を保証または約束するものではありません。さまざまな要因により、これらの見通しとは大きく異なる可能性があることをご承知おください。



フード業界から建設業界、さらに他業種へ Data to Dataのシステムを深く浸透させて 環境対策に貢献し、社会の持続性を高めます

中島 健

代表取締役社長

平素より当社に格別のご高配を賜り、誠にありがとうございます。代表取締役社長、中島健です。2022年1月に社長に就任し、3年が経過しました。

私は幼少期の5年間（父の赴任に伴い）、南アフリカの大自然の中で育ち、大学時代は体育会ラグビー部に所属し、己を鍛える学生でした。これらの経験が、私の冒険心や英語力、そして障壁を打破する力の基盤になっていると自負しています。

新卒で三和銀行（現・三菱UFJ銀行）に入行し、ITベンチャー企業との提携業務を担当する中で、2000年にインフォマート創業者である故・村上勝照氏と出会いました。「本気で世の中を変える」という村上氏の理念と、革新的なビジネスモデルに共感し、2010年に当社へ入社しました。入社後は担当役員として人事制度の構築や法人営業の改善を推進する一方、ASP請求書システム（現：BtoBプラットフォーム 請求書）の立ち上げから事業拡大に携わり、現在に至るまで日本社会のDXに尽力しています。

インフォマートの事業はサステナビリティに直結

当社の事業はDtoD（Data to Data ※1）のシステムを基盤として、膨大な紙の請求書・契約書・発注書などをデジタルデータ化することでCO₂削減の推進に直接貢献しています。一般的な電子請求書システムは、取引先がアナログデータのままだでも導入できるAtoD（Analog to Data ※2）

の形態が多いですが、これは導入障壁が低い反面、日本社会全体のペーパーレス化を部分的なものにとどめてしまう要因にもなっています。当社の目指す姿は、DtoDシステムの導入によって、受発注を行う双方の企業がコスト削減やデータ活用を進め、使ってくださる方の業務負担を軽減しながら環境負荷を低減することです。その結果、日本社会の発展や持続可能性が高まる——これこそが、当社だからこそ提供できる価値であると考えています。

2023年に創業25年の区切りを迎えた際はコーポレートロゴやタグライン、コーポレートサイトの刷新を実施し、2025年1月にはブランドムービーを公開しました。このムービーでは、当社の歴史やビジョンをアニメーションで表現し、私たちが目指す社会貢献のあり方をより多くの方に伝えることを目的としています。

中期経営計画の進捗と新規ビジョン

社長就任時に掲げた中期経営計画では、2026年に売上高200億円、営業利益50億円を目標としています。2024年の実績数値は計画を上回る成果を達成し、順調に推移しています。

特にFOOD事業は、従来の飲食業界に加え、電子化が遅れていた卸業の受注市場が大きく成長し、業績を押し上げました。一方、ES事業では、インボイス制度開始に伴う特需の反動が予想よりも大きく計画は若干下回りました



が、特需前の時期と同様のペースで着実に成長を続けています。

2025年12月期の業績予想は、売上高194億円、営業利益23億円の見込みであり、2026年の売上高、営業利益目標達成も視野に入って参りました。引き続きポストコロナの社会変化を追い風とし、より積極的な成長戦略を打ち出していきます。

建設業の受発注DXで業界全体を活性化

この積極的な方針のもと、2024年の新規トピックスとして3つの重点施策を掲げています。

まず1つ目は、「業界DtoD戦略の推進」です。フード業界以外の業界に受発注システムを本格展開し、今後FOOD事業

のような業界を一つでも多く作っていくことを目指します。

当社は現在、第3フェーズに突入していると考えています。

第1フェーズ（1998～2014年）：創業期。フード業界に特化したBtoBプラットフォームを構築、2024年末には買い手企業4,100社、売り手企業4万6,000社に導入。流通金額は2.5兆円を突破し、フード業界国内シェアNo.1を達成。

第2フェーズ（2015年～）：全業界向け電子請求書サービスを開始。2024年末には114万社導入を達成。

第3フェーズ（2022年～）：フード業界以外の業界にも深くリーチし、新たな受発注の業界標準を構築。2024年には、建設業界の受発注DXに本格参入し、業界全体のデジタル化を推進。今後は建設業界の業界標準の確立並びにその他の業界開拓を目指し、取り組みを加速していきます。



地方拠点の強化で自治体ビジネスも拡大

2つ目は、「地方拠点の強化」です。2024年には札幌・名古屋・沖縄に新拠点を開設しました。新規顧客開拓だけでなく、既存の地方中堅・大手企業へフォローを強化し、導入のさらなる拡大を図ります。

また、地方自治体向けのデジタルガバメント事業にも注力。自治体向けシステム導入には大きなコストと時間がかかるものの、その結果として独走状態のシェアを確立しました。自治体への導入は、単なる収益拡大にとどまらず、地域社会との信頼構築につながる重要な施策と位置付けています。

価格改定が売上へ寄与

3つ目は、「BtoBプラットフォームの価格改定」です。これまで、企業のコスト削減を優先し、非常に低価格で提供していましたが、適正な価格設定への見直しを実施。これにより、売上面での大きなプラス要因となっています。

環境負荷マイナスへの取り組み

サステナビリティへの取り組みは、事業内容がCO₂削減に直結する企業として、変わらず重要視しています。TCFD提言に沿った情報開示として最新の2023年情報では、Scope 3で当社サプライチェーンが排出する温室効果ガスが約1万1,000t。その7～8割がデータ処理のためのサ

ーバー運用によるものです。これは現在、オンプレミスのデータセンターを所有する体制からクラウドへ移行していく過程であるため、2025年の排出量は7,000tへ減少する見込みです。

逆に、当社システムの導入により削減されたCO₂排出量は、2024年に5,000tを超えました。これは「BtoBプラットフォーム」の導入が進んでいることが理由。今後も、BtoBプラットフォームを通じた発注書や請求書、契約書等のペーパーレス化は進み、数年後には、CO₂削減量が排出量を上回る予定です。

人的資本への投資で100年持続する企業へ

人的資本への取り組みについては、前年同様ダイバーシティや女性比率を高める取り組みを進め、産休・育休の取得率はさらに上がりました。24年度実績で女性は100%、男性は72.2%です。

2025年1月には、人事部門のトップを招聘。当社の「人で勝つ経営」という理念に賛同する、実務能力に優れた人材です。近く30年の節目を迎える当社が100年持続する企業になるためには、良いビジネスモデルを維持しつつ、改善できる人材を多く育てる仕組みづくりが不可欠です。そのために大切なのが、仕事を通して得られる「報酬感」を変革することだと考えます。

一般的な報酬である給与だけでなく、「やりがい」＝成長と達成感、「働きがい」＝社会貢献感や自分が仕事をする意義、の2点を報酬だと実感できた人材は、世の中に役立つ業務を渴望し、自ら積極的に進めていきます。今後は今まで以上にそのような人材の育成部門を強化する一方、メンタルヘルスマネジメントなどにも注力します。

日本社会の課題に対するアプローチ

日本の現状としては、サステナビリティとDXがうまく連動しておらず、中小企業のペーパーレス化を含めた環境対策が進まないことが課題だと考えます。日本全体のDXはコロナ禍のリモート普及により大きく進みましたが、大企業が導入するシステムはオンプレミスでコスト負担が大きいものが多く、中小企業にとってはDXのメリットを感じられないものとなっています。このコスト面は、クラウドを使う

当社のDtoD方式であれば解決策を提供できます。一方サステナビリティとDXの連動に関しては、現状で当社HP上に当社サービスを通じたペーパーレス化によるCO₂削減量を表示していますが、これをユーザーごとに削減したCO₂量を表示するなどし、見える化することでモチベーションを上げるような仕組み作りを計画しています。

事業発展への課題と今後の展開

今後の課題は、ナレッジマネジメントと開発スピード。

ナレッジマネジメントについては、フード業界で培った手法を他業界で展開する際に、どう形式知化し、誰もが応用できるようにするか。たとえば導入企業同士の情報交換やマッチングの場の提供、集積した各社ノウハウの他導入企業への展開など、当社が行なっている業界発展のための知見を、フード業界以外の業界でも展開する仕組み作りが急務です。これは単に業務の効率化にとどまらない、日本全体の活性化につながる貢献だと考えています。

開発スピードについては、すでに変革中です。以前はウォーターフォール開発で小さな修正にも時間がかかっていたところ、アジャイル開発に変えて機能ごとに細かく修正開発できる方式にしています。これが完成すると、開発スピードが一気に上がり、きめ細かい対応が可能となります。

ステークホルダーへのメッセージ

DtoDのシステム導入を広げるという当社のビジネスモデルは、「日本社会をより良くする」という理念のもとに構築されています。導入115万社、年間商流60兆円を超える現在も、商流DXのニーズは拡大し続けています。

今後も企業価値の最大化を目指し、邁進してまいりますので、引き続きのご支援、ご鞭撻を賜りますよう、お願い申し上げます。

※1 Data to Data
受発注や請求、見積もり等企業間で発生する様々なやりとりをデジタルデータのまま行う仕組み。

※2 Analog to Data
メールやクラウドツールで書類を送付。受領したメールやPDFをAIOCRでデータ化し電子保存。

ブランドストーリー

■ ブランド

インフォマートが提供する価値と、大切にしている想いを表現するコーポレートブランドをご紹介します。

インフォマートが創業したのは1998年、まだインターネットが普及し始めたばかりの頃です。FAXや郵送で証憑書類の取引をするのが一般的だった商行為の世界で、書類をデジタル化してインターネットで取引するサービスを提供し、これまでさまざまな社会のニーズに応えながらサービスを成長させてきました。

四半世紀を超える歩みの中で、当社のサービスが皆様に提供してきた価値を改めて見直し、その価値にさらに磨きをかけて皆様にお届けするため、2023年にブランドをリニューアルしました。

当社が今後も大切にしたいのは「デジタルで企業と企業をつないだ先にある、たくさんの幸せが生まれる社会を支えたい」という想い。新しいインフォマートを今後ともぜひよろしくお願いします。

■ コーポレートロゴ



コーポレートロゴは、インフォマートが大切にしている「人」と社名の頭文字「i」をモチーフにデザインしています。

デジタルを表すピクセル（デジタルキューブ）が集まり、一つの帯（スマートライン）となって螺旋を描く構成。デジタルを介して人や企業をつなぎ、働き方を変化させ、新たな価値を生み出していくことを象徴的に表現しています。

■ タグライン

しごと、スマート。 インフォマート

インフォマートの新しいタグライン「しごと、スマート。インフォマート」には、デジタル化による効率化やコストカットだけでなく、その先にある、働くひとが自分らしく、新しい価値を創造していく社会を支えていきたいという想いがこめられています。

あらゆる人がスマートに仕事をできるようにすることが、インフォマートの目指す姿です。

■ ブランドステートメント

もっと仕事をスマートに進めたい。
新しいアイデアを考えたい。誰かに喜んでもらいたい。
そんな思いに応えるのが、インフォマート。

たとえば、飲食店で毎日発生する発注の伝票管理。
たとえば、異なるフォーマットでバラバラと届く請求書の管理。
そうしたわずらわしい業務を自動化し効率的に。
インフォマートは、企業と企業をつなぎ、
デジタルの力であらゆる業務の仕組みを変えていきます。

ひとがルーティン作業から解放されれば、
すべての企業活動は、もっとスムーズになる。
時間にゆとりが生まれ、あたらしい価値をつくりだせる。

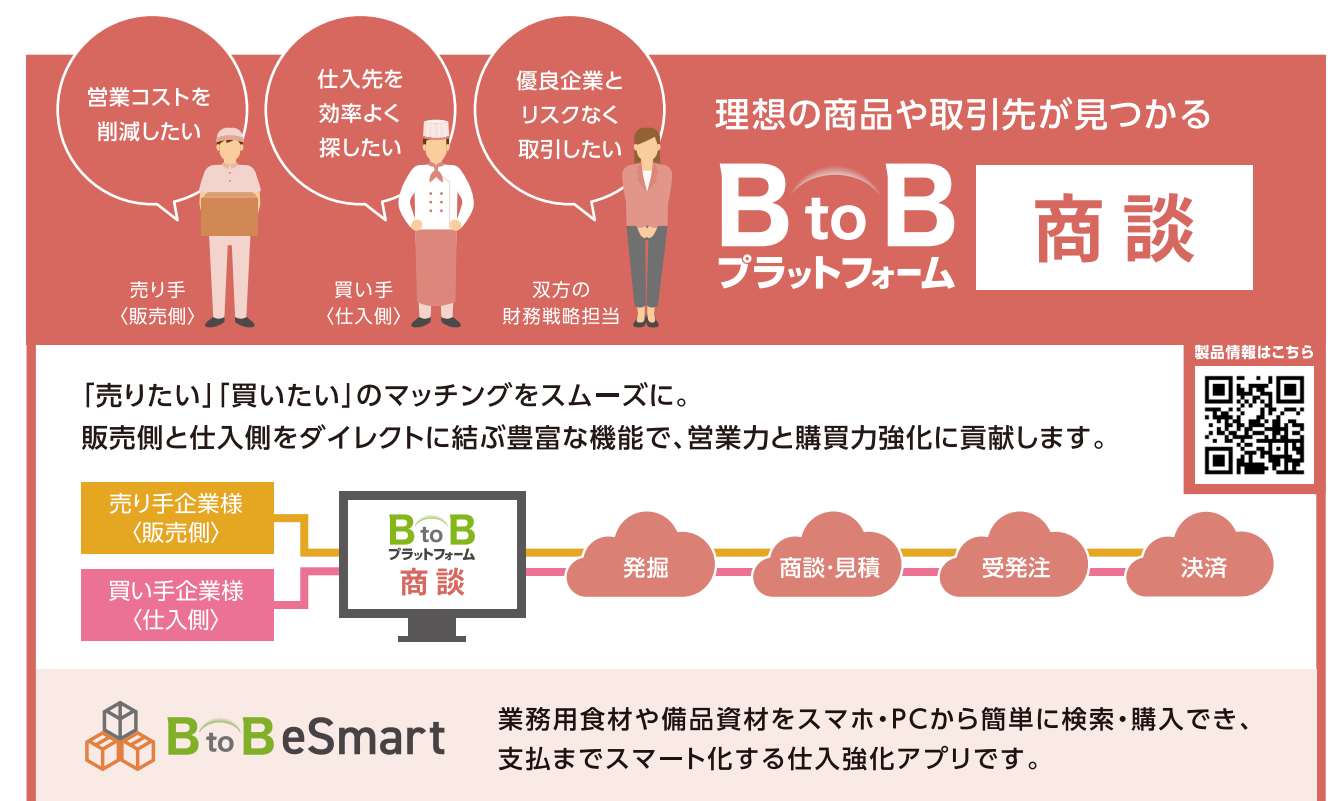
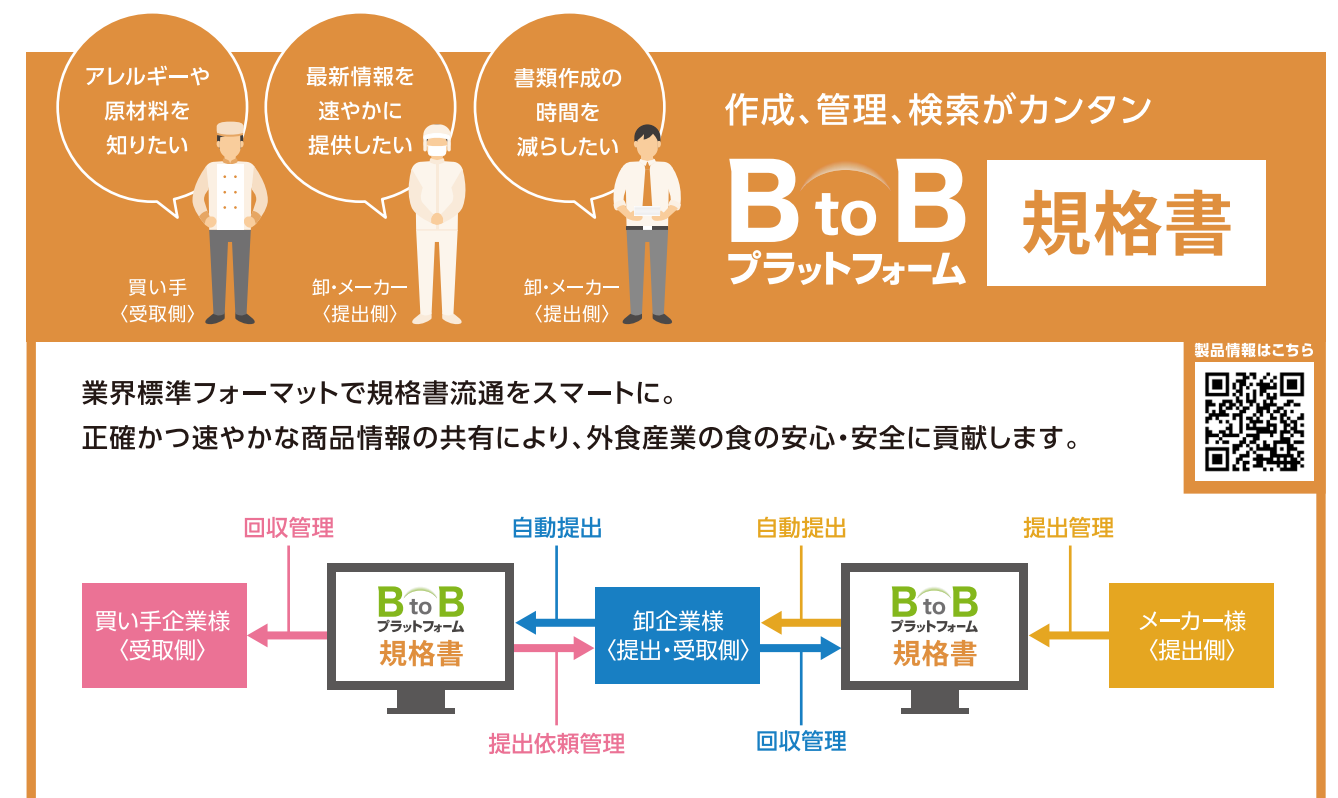
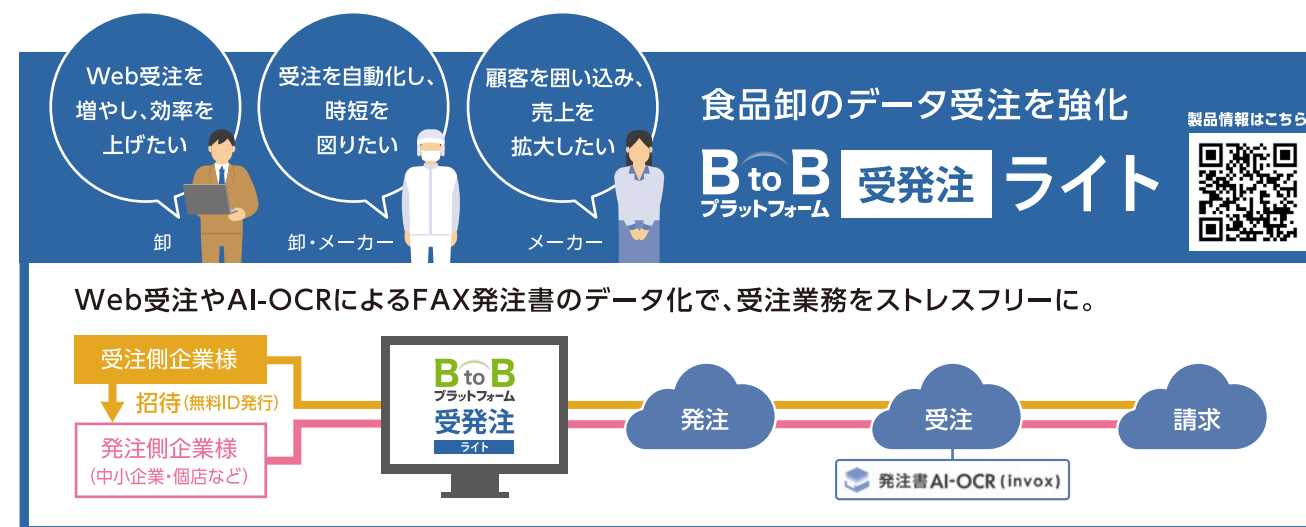
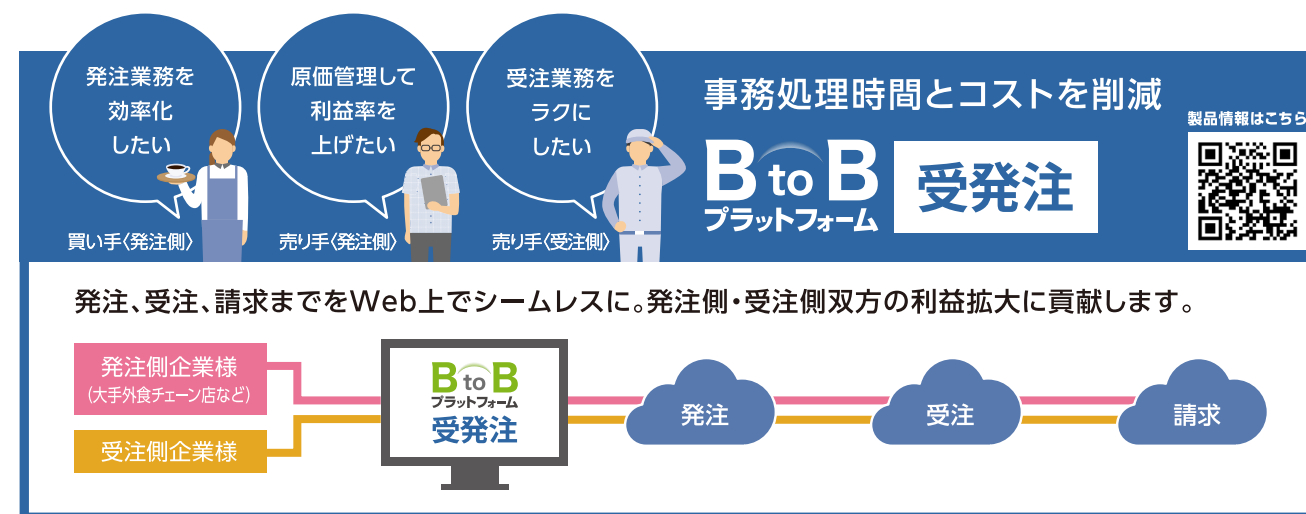
その先に描くのは、すべてのひとが自由に、いきいきと働ける社会。
スマートに働くひとや企業が世の中に増えたら、
ひとの暮らしはもっと豊かに、社会はもっと幸せなものに変わる。

だからインフォマートは、あらゆる仕事をスマートに。
これからも、たくさんの幸せが生まれる社会を支えていきます。

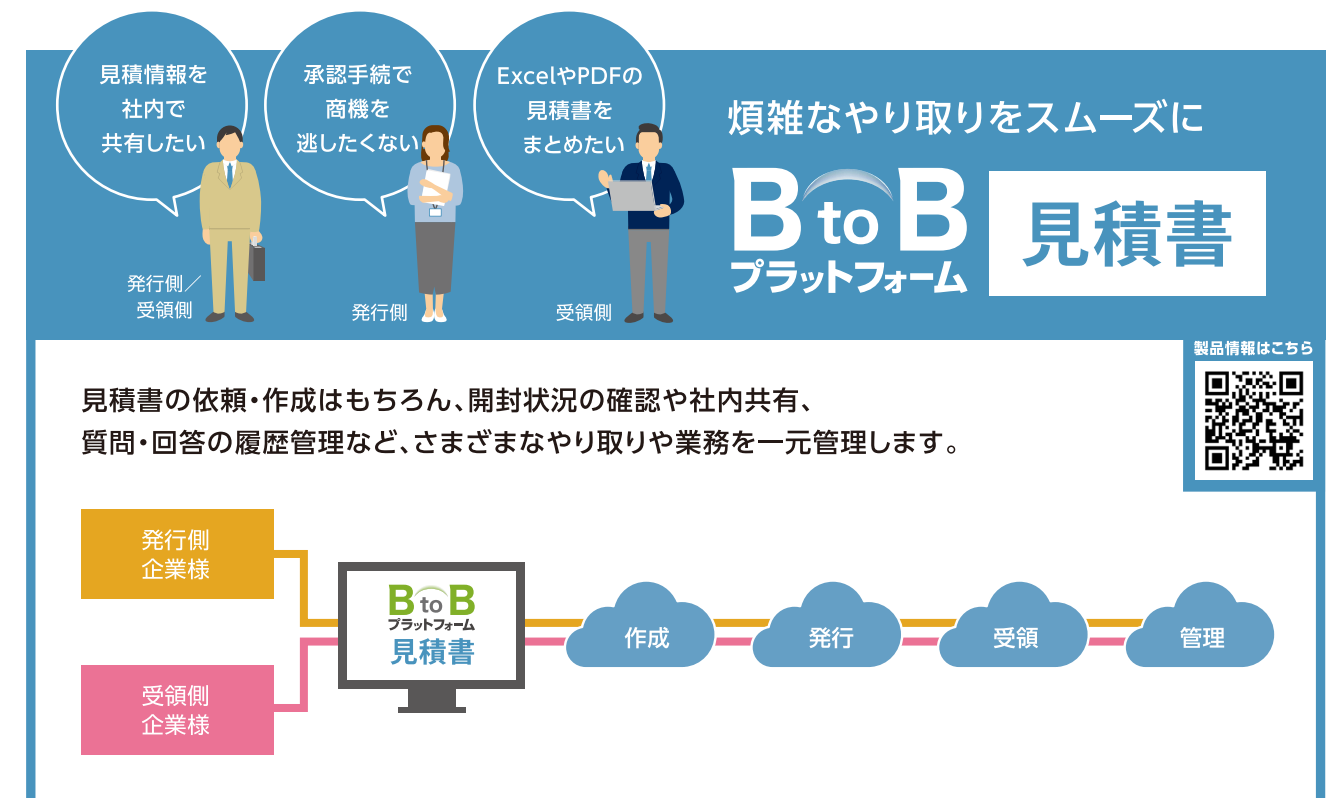
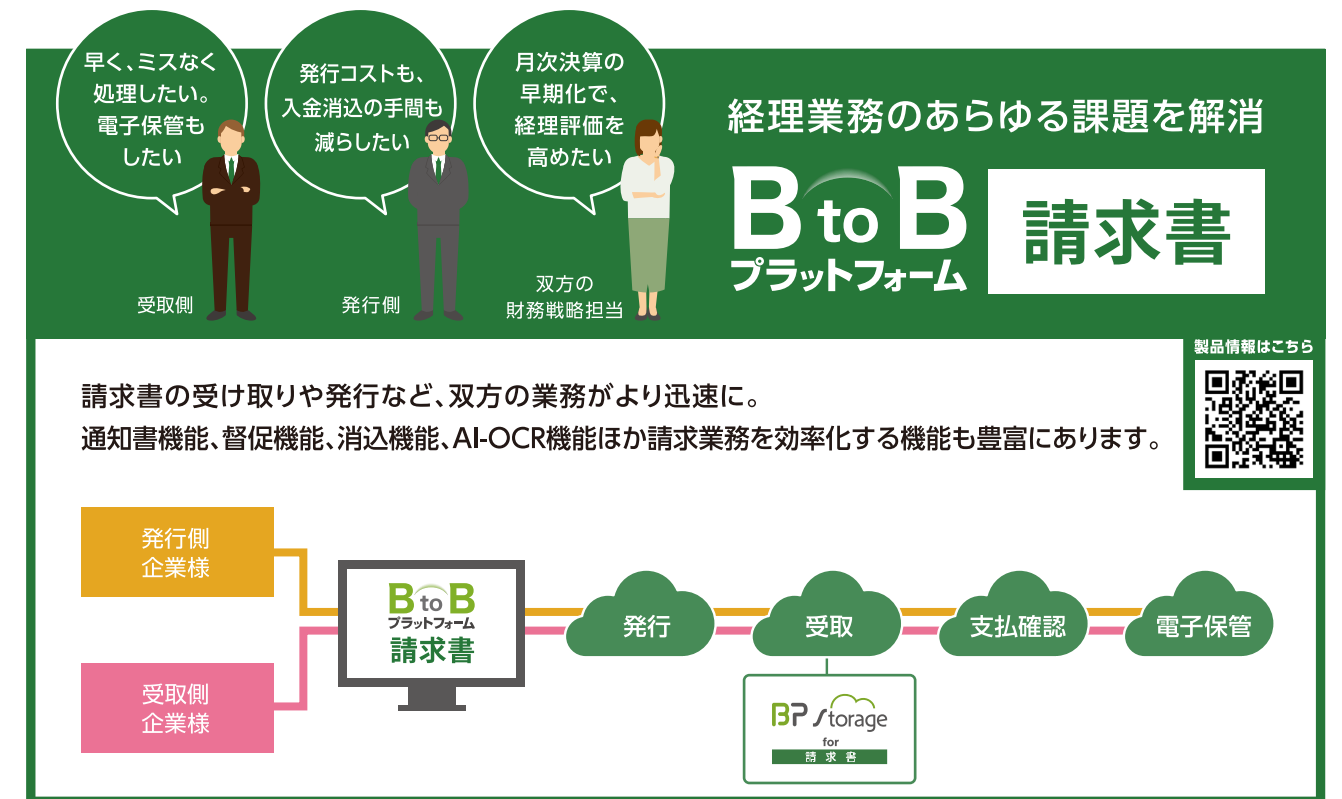
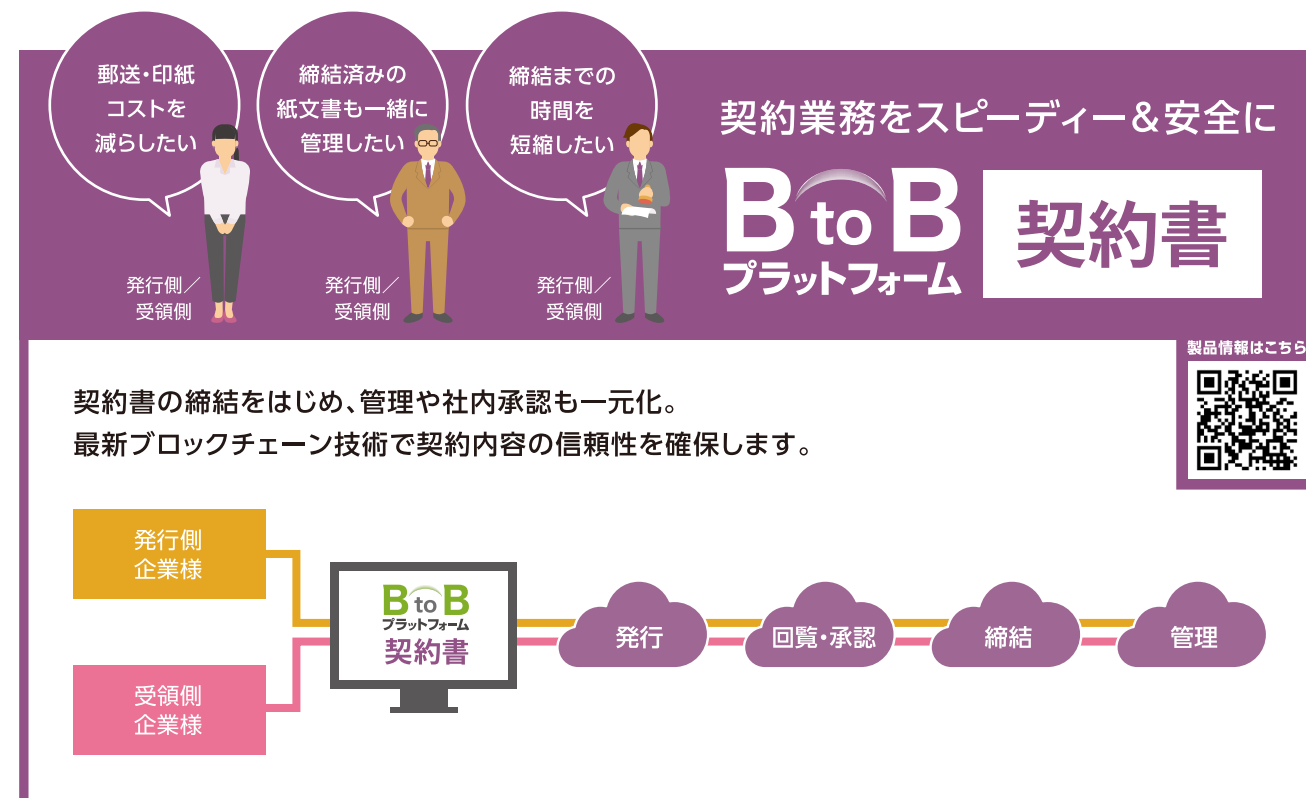
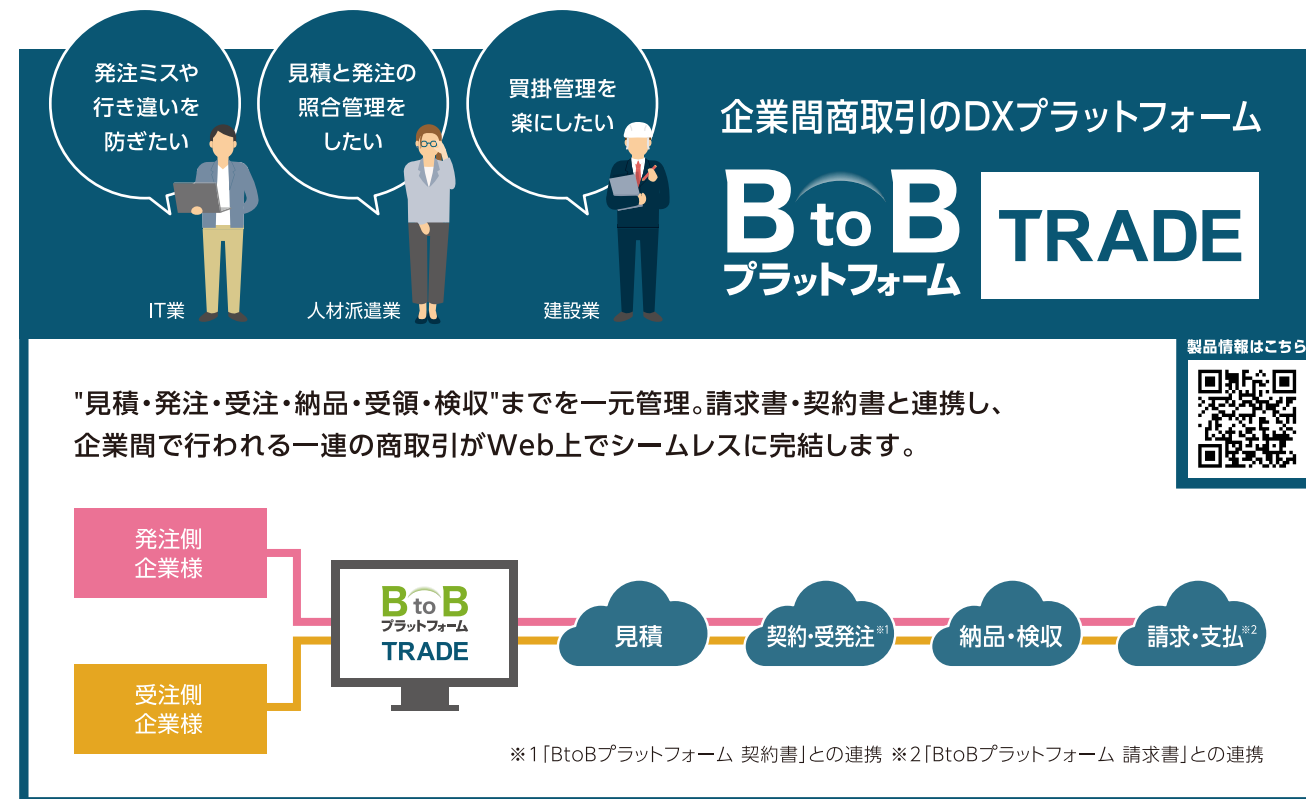
しごと、スマート。インフォマート

事業概要

FOOD DX



Back Office DX



Back Office DX

業界調査を素早く行いたい
営業担当／経営企画／経営者

企業の財務状況を把握したい
経営者

タイムリーな情報を伝える&受け取る

B to B 業界Ch
プラットフォーム

製品情報はこちら

「情報収集・分析機能」と「企業・商品PR機能」を提供。
業界・取引先・財務状況などの情報を通じ、企業間取引の活性化につなげます。



取引先とのミスをなくしたい
発注側／受注側

受発注金額の照合・確定を早くしたい
発注側／受注側

業界特有の煩雑な受発注業務を改善

B to B 受発注 for 製造業
プラットフォーム

製品情報はこちら

煩雑になりがちな受発注業務をWeb上でシームレスに。
受発注ミス、取引先とのトラブルなど、製造業ならではの課題解決に貢献します。



本格的な文書管理に必要な機能が欲しい
総務責任者

電子帳簿保存法に対応したい
経理マネージャー

電子帳簿保存法に対応

BP storage

製品情報はこちら

電子帳簿保存法に対応し、あらゆる国税関係書類の検索要件に必要な記録項目を正確にデータ化した上で電子保存します。



テレワークでも決裁スピードを速くしたい
起案者

業務プロセスと進捗を可視化したい
承認者

社内稟議のデジタル化を実現

BP ワークフロー

製品情報はこちら

社内承認・申請業務のデジタル化で、業務プロセスの標準化とコンプライアンス強化を実現。起案から決裁までが高速化し、企業の意思決定がスピードアップします。



Other

店舗の運営状況の把握を楽にしたい
マネージャー

本来の業務、接客に力を注ぎたい
飲食店店長

飲食店にもう一人のマネージャーを

V-Manage

製品情報はこちら

飲食店経営における店舗運営の課題をワンストップで解決。
開店から閉店まで行う業務工程を可視化、安全かつ無駄のない店舗運営を実現します。



今すぐに資金調達がしたい
経営者

短期的な資金不足に対応したい
財務担当

請求書を最短2営業日で現金化

電子請求書早払い

製品情報はこちら

発行済みの請求書をオンラインで素早く現金化。
簡単操作で必要な資金が調達でき、企業の成長を後押しします。



未回収リスクなく取引先を増やしたい
営業担当

少人数でも対応できる決済フローを構築したい
経営者

決済業務の効率化で売上拡大を実現

掛売決済

製品情報はこちら

取引先の与信審査や代金回収、入金確認、督促など掛売りで発生する様々な業務を一括してアウトソースすることで効率化。売掛代金の保証を行う事でリスクのない掛売りが可能になります。

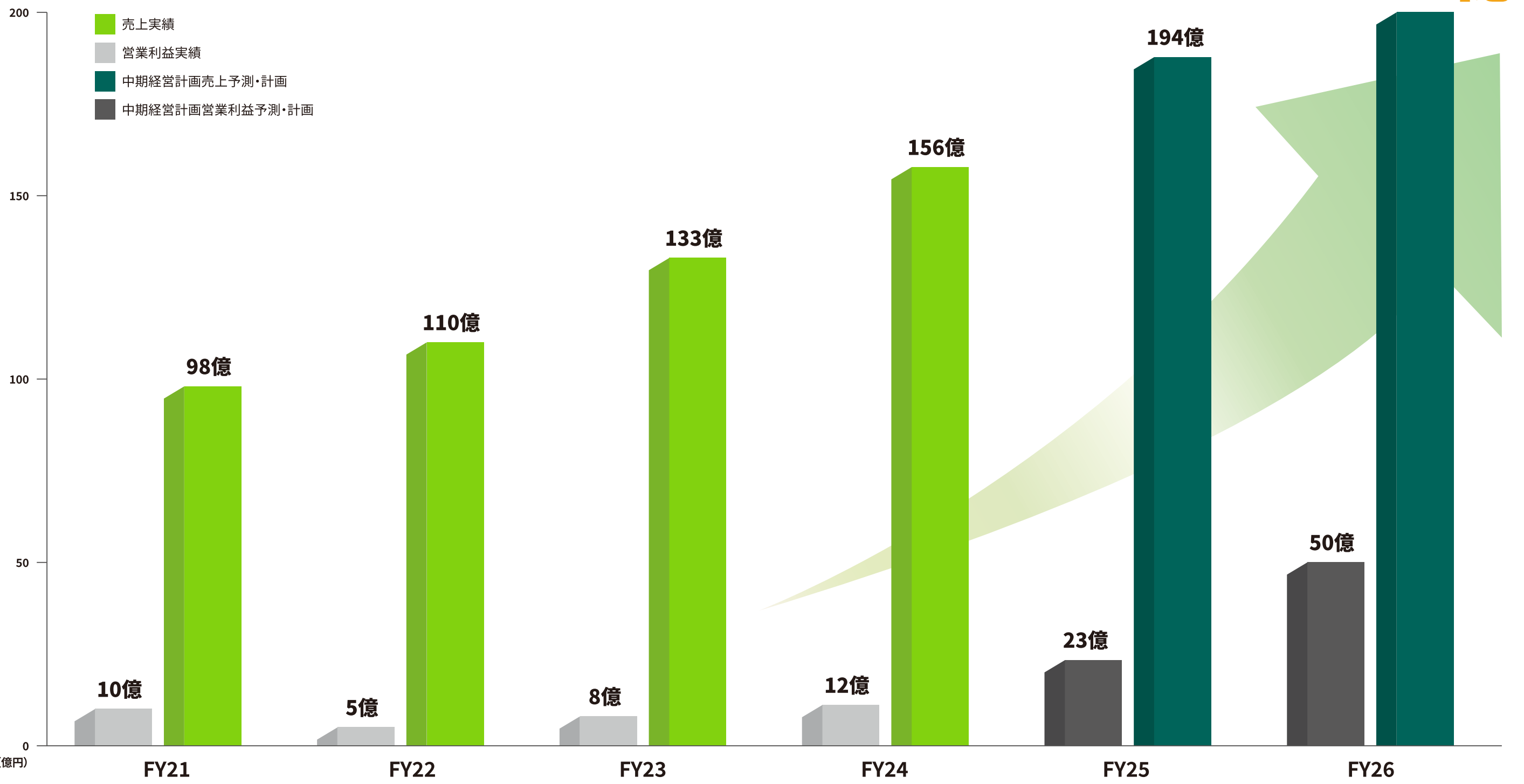


中期経営計画

当社の強みであるDtoD(※1)方式の「BtoBプラットフォーム」を最大限活かし、
「**DtoDを業界特化でスピーディーに世に広め、**
顧客満足度も当然高めつつ、
フードの様な業界を沢山作る」
＝“業界DtoD戦略”(※2)で事業領域の深化拡大を目指します。

※1 DtoD：Data to Data
商談・契約・見積・受発注・請求書・帳票保管などの企業間で発生する全ての工程がデジタルデータのまま推移する、アナログデータへの変換によるムダが一切ない“完全デジタル化”を実現。

※2 業界DtoD戦略
全業界向けサービス(BtoBプラットフォーム 請求書やBtoBプラットフォーム TRADE等)を普及(Horizontal展開)させ普及活動の中から商流DXニーズが高い特定の業界を深掘り(Vertical展開)することで大きな業界貢献と収益をあげてゆく戦略



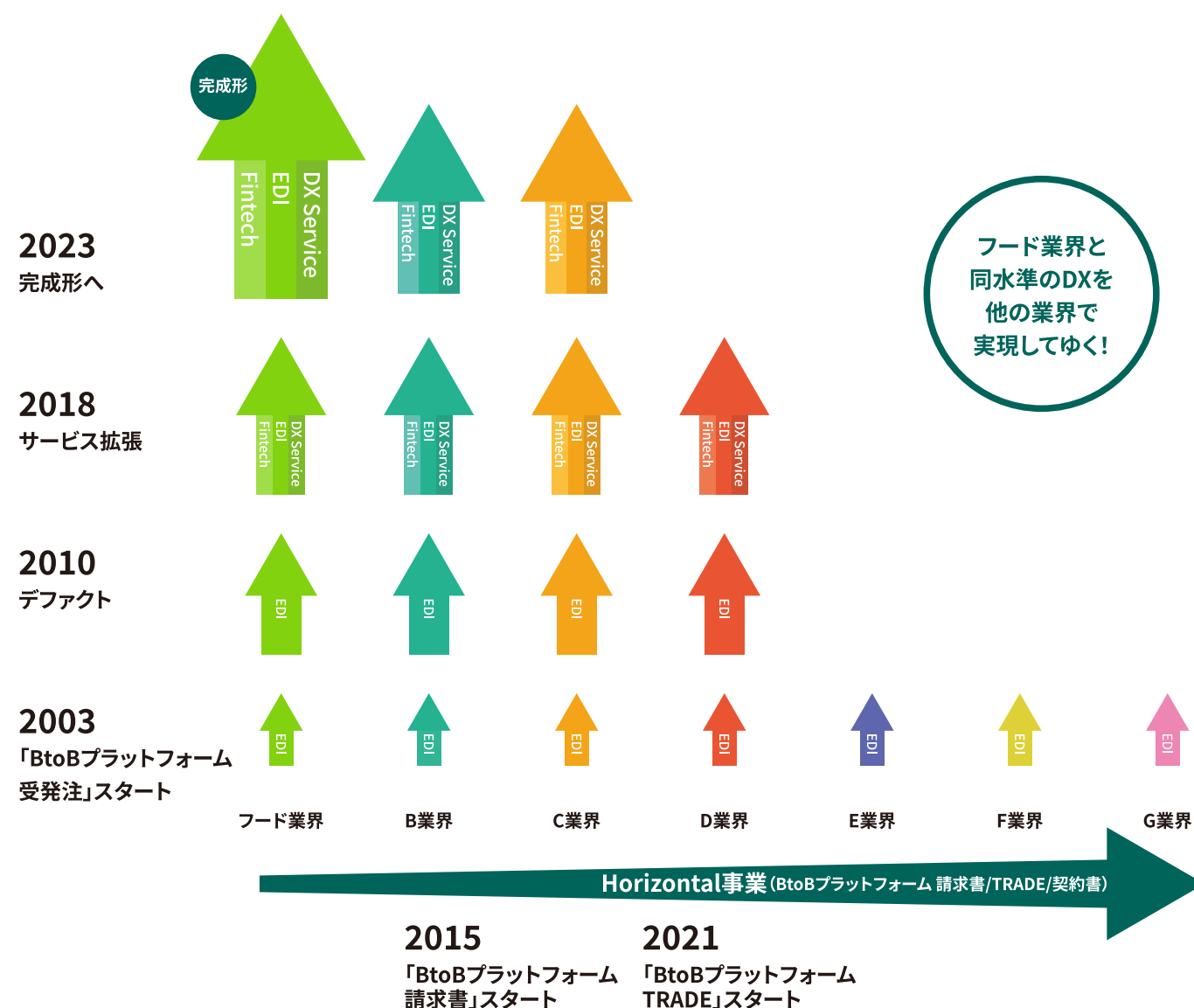
■ 事業ビジョン-業界DtoDのトップ企業-

業界DtoD戦略で本物のデジタル化を提供しているNo.1企業

フード事業と同水準のDXを多くの業界で実現

会社レベルのDXを超え、業界全体のDXを実現

■ 事業ビジョンイメージ-業界DtoD戦略で開拓-



■ 中期経営方針

◎ 本業 (BtoBプラットフォーム) の強化

強化とは、「機能強化 (新サービス・新プロダクトの創出含む)」「販売力強化」「認知度向上」「CS向上」のことを指す
 今後は、これらに資源を集中する

◎ 増収増益基調の継続、高収益性への回帰

低水準利益&減益のトレンドは2022年度 (3期連続) で終え、2023年度以降は増益基調に
 2026年度の業績目標 (売上高 **200億円**、営業利益 **50億円**、売上高営業利益率 **25%**)
 3年間平均のCAGR (売上高成長率) 16% (BtoB-PF FOOD事業: 8%、BtoB-PF ES事業: 30%)

◎ 出資先の「シナジー拡大」&「収益化」

既存出資先の出資目的の実現に注力
 新規出資は買収を見据えた中型以上のものへシフト

■ 中期重点施策

◎ “本業 (BtoBプラットフォーム) の強化”の推進

● 既存事業の推進

BtoB-PF FOOD事業

- 「BotBプラットフォーム 受発注」の事業領域拡大 (外食チェーン、ホテル、給食に加え、地方や他業態 (ホテル旅館) のDX推進)
- 卸の受注100%デジタル化 (「TANOMU」拡販)
- 店舗オペレーション管理ツール「V-Manager」拡販
- 料金改定とCustomer Success強化

BtoB-PF ES事業

- 「BtoBプラットフォーム 請求書」の
 - ① 更なる拡大 (地方営業強化、地方自治体展開、認知拡大、パートナー強化等) 及び
 - ② 既存ユーザーのCustomer Success強化 (ARPU向上)
- 「BtoBプラットフォーム TRADE」の躍進 (業界特化の受発注を推進)

● 事業ビジョン実現に向けた布石

BtoB-PF FOOD事業

- 個別業界深堀り (Vertical展開) の完成形追求と確立

BtoB-PF ES事業

- 全業界サービス普及 (Horizontal展開) を足掛かりとした特定業界へのVertical展開

サステナビリティについての取り組み

1 サステナビリティについての取り組み

当社グループは、「世の中の役に立ち、世の中に必要とされ、世の中に喜んでいただける事業を通じ、お客さまと共に会社も個人も成長し続け、社会に貢献していきます。」という理念の下、事業活動を通じて社会・環境の持続的な発展に貢献し、企業価値を中長期的に向上させることを目指しております。

当社グループの事業の中核をなすBtoBプラットフォームは、企業間取引をデータ化し、利用者における業務効率化と経営高度化を可能にする重要なデジタル基盤として、持続性と安定性をもったサービス提供を継続することが社会的な使命であるとの自覚にたちます。

この認識のもと、気候変動による経済・社会的影響をより正確に把握し、強靱な体制のもとで適切な目標を設定し、必要な対策を講じてまいります。

当社のサステナビリティに関する考え方及び取組については、有価証券報告書 第2事業の状況 2 サステナビリティに関する考え方及び取組をご参照ください。

URL <https://corp.infomart.co.jp/ir/library/securities>

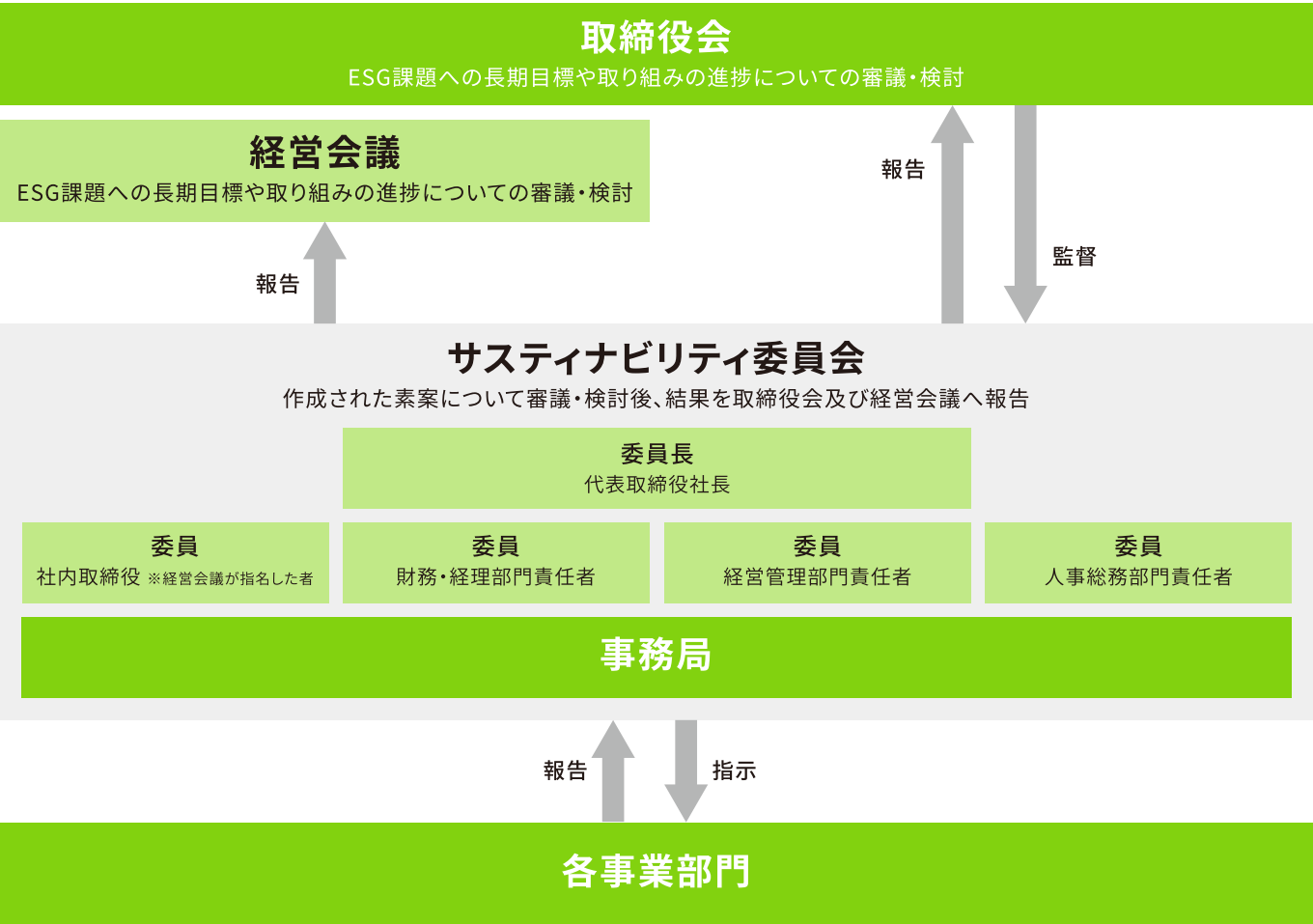
2 人的資本への投資

当社グループでは、経営目標達成のために人材を育成し士気を高めることが重要であると考え、事業戦略に合致する人材像を定めた上で、キャリアプラン、研修制度、現場教育施策等を含む総合的な人材育成プランを実施していくことを基本方針としております。人材育成環境の強化においては、特にリーダーシップの涵養と事業開発・運営ノウハウの伝承に注力し、さらに人材の採用においても、これらの育成方針に沿う施策を講じてまいります。

ESG推進体制

当社のサステナビリティ委員会は代表取締役社長を委員長として据え、本委員会メンバーはサステナビリティ経営への対応を目的に適切と認められるメンバーにより構成します。本委員会は、サステナビリティ基本方針の策定、仕組みの構築、目標とする指標設定/審議に加え、必要な情報の抽出や調査を実施し、取締役会への報告・提言の役割を担います。また、本委員会設置の目的は、対応業務領域が複数部署を跨ぐため、部署間の連携を効率化し統一させるためです。

サステナビリティ推進体制図



ESG課題への長期目標や取り組み進捗についての業務フロー

- | | | |
|---|-----------------|---|
| 1 | サステナビリティ委員会 事務局 | サステナビリティ基本方針に基づき、「目標とする指標 (KPI)」、「サステナビリティ活動計画」「進捗状況のモニタリング」に関する情報収集、素案作成 |
| 2 | サステナビリティ委員会 | 上記素案について審議・検討後、結果を取締役会及び経営会議へ報告 |
| 3 | 取締役会 (経営会議) | ESG課題への長期目標や取り組み進捗についての審議・検討必要に応じ対応指示 |
| 4 | サステナビリティ委員会 | 審議結果に基づいた対応 (各部門責任者への方針通達、社内説明会の開催) |

■ マテリアリティ

1 信頼できる クラウドインフラの提供と イノベーション創出



お客様の安心・安全・セキュリティを担保し信頼できるインフラを構築し、企業間取引の標準化による業務効率化に貢献します。さらに、協業によるパートナーシップを構築し、継続したイノベーションを創出します。

2 事業を通じた 気候変動への対応と 地球環境保全への貢献



DXを推進するプラットフォーム事業を通して、ペーパーレスによるCO₂削減や循環型社会への貢献へ取り組んでいきます。また、全従業員の環境配慮への意識を向上させ、環境負荷低減への取り組みを推進していきます。

3 多様な人材が活躍できる 環境整備と社会貢献



多様性を尊重し、ライフスタイルにあった働き方を実現することで、新たな価値を創造し続けられる企業文化を醸成します。その環境を通して、世の中の生産性・働き方改革に貢献する事業を創り、社会価値を創造します。

4 経営の透明性・ 公平性・法令遵守



透明性・公平性・法令順守を尊重したコーポレート・ガバナンス体制を構築し、お客様、お取引先、株主・投資家、社員、全てのステークホルダーに貢献してまいります。

■ マテリアリティ概要・特定フロー

当社は、「世の中の役に立ち、世の中に必要とされ、世の中に喜んでいただける事業を通じ、お客さまと共に会社も個人も成長し続け、社会に貢献していきます。」を経営理念として、事業活動を通じ、環境問題や社会課題の解決に向けた取り組みを推進していきます。当社が優先的に取り組むべき課題として4つのマテリアリティを重要なテーマとして掲げました。企業間取引のプラットフォームとして社会をより良く変革していくため、持続可能な企業成長と社会の実現を目指していきます。

当社は、5つのStepでマテリアリティを特定しました。Step1課題整理では、*外部評価を基に147にわたるESGへの取り組み項目の優先度と重要度をつけ、現状の課題を把握しました。Step2事業環境分析では、インフォマートのESGへの取り組みを整理した上で、SASB/SDGs目標/グローバルリスク報告書を基に作成したリスク項目と照らし合わせ、優先順位をつけました。Step3マテリアリティマッピングでは、「Step1課題整理」「Step2事業環境分析」で優先順位づけした項目を分類し、マテリアリティマップを作成。インフォマートにおける重要なテーマをマッピングしました。Step4社内ヒアリングでは、選定した重要なテーマと社内ヒアリング内容をすり合わせ、マテリアリティを選定しました。最後に、当社における重要な4つのマテリアリティを決定しました。

*外部評価：GRI・TCFD・SASB・Refinitiv

● マテリアリティ特定フロー

Step1	課題整理	外部評価を基にステータスを分類。ESG各項目毎に優先順位と重要度をつけ課題を把握。
Step2	事業環境分析	インフォマートのESGへの取り組みを整理し、SASB/SDGs/グローバルリスク報告書を基に作成したリスク項目にあてはめ分類し、優先順位をつける。
Step3	マテリアリティマッピング	「課題整理」「事業環境分析」の観点から優先順位づけした項目を分類し、マテリアリティマップを作成。インフォマートにおける重要なテーマをマッピング。
Step4	社内ヒアリング	選定した重要なテーマと社内ヒアリングした内容をすり合わせマテリアリティを選定。
Step5	マテリアリティの決定	インフォマートにおける重要な4つのマテリアリティを決定。

環境

基本方針

地域環境及び地球環境の保全に配慮した健全な事業活動を積極的に推進し、
社会・経済の持続的な発展に貢献します。
事業活動における環境目標を定め、継続的な環境負荷の低減に努めます。

行動指針

- 1. 電子商取引がエコにつながることを世の中に周知し、企業間電子商取引（BtoB）プラットフォームの推進によるペーパーレス化とCO₂削減を推進します。
- 2. 事業活動にともなう環境負荷に対し、環境目標及び環境活動計画を作成します。
（CO₂排出量の削減/廃棄物排出量の削減/総排水量の削減）
- 3. 環境教育・啓発活動を実施します。
（環境教育の実施/地域の環境行事への参加）
- 4. 環境関連の法令、規制、協定等を遵守します。
- 5. 環境方針は全社員に周知し、環境保全に対する意識高揚をはかります。



取り組み

環境負荷低減を推進する「ECO Mart」活動

当社における環境負荷低減を推進するために、省エネルギー・省資源・廃棄物削減等に取り組む活動を行っております。

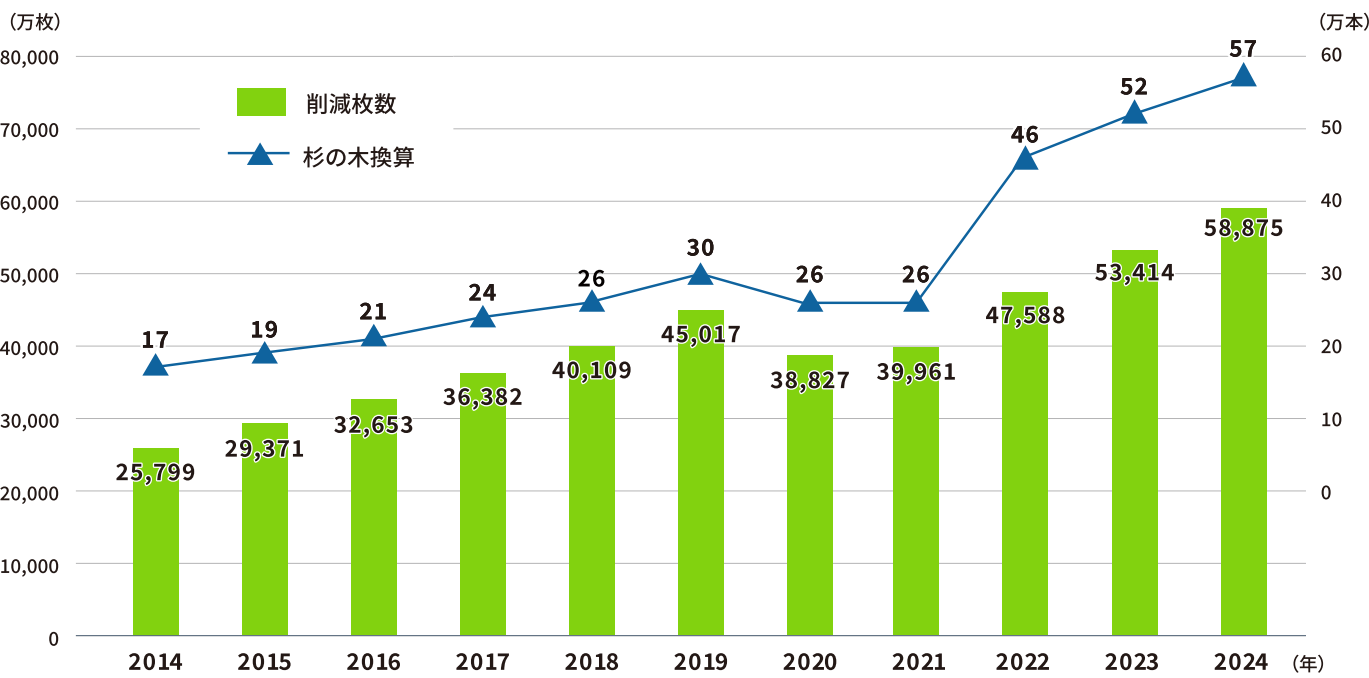
主な活動例

エコ実績の公表

「BtoBプラットフォーム」によるエコ実績（ペーパーレス化によるCO₂削減効果）を公表することで、デジタル化に取り組む意義を世の中に伝え、その普及を推進します。

▼2024年度の実績
削減できた伝票枚数：
5億8,875万枚（実数：588,759,754枚）
CO₂排出削減量：504万6,632Kg
杉の木換算：57万3,481本
<https://corp.infomart.co.jp/sustainability>より

「エコ実績」の推移



※2022年度実績よりカーボンフリーコンサルティング株式会社調べ

TCFD提言に沿った情報開示

気候変動は世界の持続的発展の脅威であるとの認識に立ち、当社グループはTCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）の提言に沿った情報開示など気候変動対策に積極的に取り組んでまいります。

1. ガバナンス

(i) 気候関連のリスク及び機会についての取締役会による監視体制

気候関連のリスクと機会については、サステナビリティ委員会において、方針や具体策を協議・決定しております。取締役会や経営会議は、サステナビリティ委員会から適時報告を受け、その活動を監視・管理しております。

また、当社グループでは、組織におけるリスクを適切に管理するため、リスク管理委員会を設置しております。リスク管理委員会では、気候関連を含め、リスクの発生を防止するための体制整備、業務の遂行を阻害し損失・不利益等を及ぼす事態が生じる要因の識別・評価、進捗状況のモニタリング等を行っております。このリスク管理委員会の活動は、取締役会によって管理・監督され、当社グループの全体戦略に適切に反映されております。

(ii) 気候関連のリスク及び機会を評価・管理する上での経営者の役割

当社グループでは、取締役会及び経営会議がサステナビリティ委員会及びリスク管理委員会を監視し、気候関連のリスク及び機会を全体的に管理しております。当社代表取締役社長は、サステナビリティ委員会の委員長として、気候関連のリスク及び機会を評価し、具体的な対応策の協議・決定に主導的役割を果たしております。また、気候関連のリスクに関して、当社代表取締役社長がリスク管理委員会の委員長として方針策定を主導し、リスク発生時には対策本部を設置して陣頭指揮を執っております。

2. 戦略

国連気候変動に関する政府間パネル (IPCC: Intergovernmental Panel on Climate Change) が公表するRCP8.5シナリオ (緩和策を取らず産業革命の前と比べて平均気温が4.0℃前後上昇するシナリオ) と、国際エネルギー機関 (IEA: International Energy Agency) が公表するNZE2050 (2050年にネットゼロを達成し気温上昇が1.5℃未満の上昇に抑えられるシナリオ) を参照し、気候関連のリスク及び機会がもたらす組織のビジネス・戦略・財務計画への影響を把握しております。

気候関連のリスク及び機会の認識において、リスクは移行リスクと物理的リスクに大別し、さらに現行・新たな規制のリスク、法規制リスク、技術リスク、市場リスク、評判リスクに細分化し、機会は、市場、レジリエンス、資源の効率性、エネルギー源、製品・サービスなどに分類しております。これらの分類ごとに、当社グループの調達と売上に対する影響を、短期 (0－1年)、中期 (1－3年)、長期 (3－10年) で予測し、分析を行いました。その結果認識したリスクは以下のとおりです。

◎ シナリオ別分析結果の概要

● NZE2050シナリオ (1.5℃シナリオ)

	リスク・機会	指標	サプライチェーン	影響度 (短期)	影響度 (中期)	影響度 (長期)
移行リスク	現行の規制	・カーボンプライシングの仕組み ・排出量報告義務の強化 ・既存製品・サービスの義務付けと規制	調達	低	低	中
			売上	低	中	高
	新たな規制	・カーボンプライシングの仕組み ・排出量報告義務の強化 ・既存製品・サービスの義務付けと規制	調達	低	低	高
			売上	中	中	高
	法規制	・訴訟へのエクスポージャー	調達	低	低	低
			売上	中	中	中
	技術リスク	・既存製品・サービスを低排出オプションに置換 ・新技術への投資失敗 ・低排出技術への移行	調達	低	低	高
			売上	低	中	高
	市場リスク	・顧客行動の変化 ・市場シグナルの不確実性	調達	低	低	中
			売上	低	中	中
機会	評判リスク	・消費者の嗜好の変化 ・セクターの汚名 ・利害関係者の懸念の高まり または否定的な利害関係者のフィードバック	調達	低	低	高
			売上	低	中	高
	市場	・新市場への参入 ・インセンティブ導入 ・保険適用が必要な新たな資産および所在地への利用	調達	低	低	低
			売上	低	中	中
	レジリエンス	・再エネプログラムへの参加及び省エネ対策実施 ・リソースの代替・多様化	調達	低	中	中
			売上	低	中	中
	資源の効率性	・効率的な輸送手段の利用 ・生産・流通プロセスの効率化 ・リサイクルの利用 ・効率的な建物への移転 ・水の使用量 ・消費量の削減	調達	低	低	高
			売上	低	中	高
	エネルギー源	・低排出エネルギー源の利用 ・支援的な政策インセンティブの利用 ・新技術の活用 ・炭素市場への参画	調達	低	低	高
			売上	低	中	中
	製品・サービス	・低排出製品・サービスの開発及び拡大 ・気候適応・レジリエンス・保険リスクへのソリューション開発 ・R&D・技術革新を通じた新製品やサービスの開発 ・事業活動の多様化 ・消費者の嗜好の変化	調達	低	低	高
			売上	低	中	高

● RCP8.5シナリオ (4.0℃シナリオ)

	リスク・機会	指標	サプライチェーン	影響度 (短期)	影響度 (中期)	影響度 (長期)
物理的リスク	急性リスク	・台風・豪雨 ・洪水 ・熱波 ・山火事	調達	低	低	低
			売上	低	低	中
	慢性リスク	・温度変化 (空気・淡水・海水) ・降水パターンと降水の種類の変化 (雨、雹、雪/氷) ・海岸浸食	調達	低	低	低
			売上	低	低	中

(注) 連結グループにおける記載が困難であるため、提出会社単体の記載としております。

(i) 短期・中期・長期の気候変動のリスク及び機会と組織のビジネス・戦略・財務計画に及ぼす影響

NZE2050シナリオでは、カーボンプライシングの導入・拡大、新たな政策やGHG排出規制の強化、技術の導入や消費者の嗜好の変化による影響が中期から長期にわたって生じ、調達コストの増加や顧客の購買力の低下を通じて財務的なリスクになると認識しております。同時に、気候変動に適応した新たな技術やエネルギーを導入している調達先や顧客があることから、その点では機会の向上を通じて財務への好影響も生じると認識しております。RCP8.5シナリオでは、自然災害や気温上昇による影響が長期に及び、主に販売において長期的なリスクが生じると認識しております。

(ii) 組織の戦略のレジリエンス

これらの気候変動に伴う様々なリスクと機会に対し、当社グループでは、気候関連のリスクを低減し、機会を最大化する観点から、組織戦略を柔軟に見直し対応する体制とプロセスを整えております。先述のとおり、当社のサステナビリティ委員会では、リスク管理委員会と連携し、気候関連のリスクと機会を識別し、財務への影響度を評価した上で、組織目標や具体策を盛り込んだ活動計画を協議・決定しております。特に、上記のリスクと機会の中でも、気候変動に伴う規制、新たな技術や製品、市場ニーズなどは変化が激しく、当社グループへの財務的インパクトも大きいことから、当社グループでは組織戦略において、これら新技術や主要機材の導入、社内リソースの配分見直しを行い、レジリエンスの確保に努めております。

3. リスク管理

(i) 気候関連リスクを識別・評価・管理するプロセス

気候関連のリスク及び機会は、サステナビリティ委員会において、識別・評価されております。まず、サステナビリティ委員会事務局が各部門から情報収集を行い、気候関連のリスク及び機会の現状把握に努めております。サステナビリティ委員会では、同事務局がとりまとめた内容を踏まえ、NZE2050シナリオやRCP8.5シナリオにおけるリスクと機会を識別します。また、当該リスクと機会の評価にあたっては、まず、識別したリスクと機会が当社の調達及び販売に与える財務的影響を分析し、その影響度を評価します。次に、この評価結果に基づき、リスクを低減し機会を最大化するための目標や具体策を盛り込んだ活動計画を協議・決定します。サステナビリティ委員会の決定は、取締役会に報告されるとともに、当社内各部に指示伝達され、実行されております。

(ii) 組織の総合的リスク管理における気候関連リスクの統合

気候関連のリスクについては、組織における他のリスクとともにリスク管理制度の下で管理、統合されます。リスク管理制度では、社内全体で組織リスクの発見・予見に努め、リスク管理担当者（各部門内の部長その他の者）を通じてリスク管理責任者（各部門の長）に報告し、同責任者がリスク管理委員会に報告します。リスク管理委員会はリスク管理の重要事項を協議・決定し、必要に応じて対策本部を設置します。同対策本部は対応策を検討し、各部門のリスク管理責任者及びリスク管理担当者を通じ、現場に対応策を指示します。この過程において、リスク管理委員会からサステナビリティ委員会に情報を共有し、同委員会と連携することにより、当該リスク管理が当社グループ全体の管理プロセスに組み込まれております。

4. 指標及び目標

(i) 気候関連のリスク及び機会を評価する際に用いる指標

当社グループでは、先述の「シナリオ別分析結果の概要」に示したとおり、リスク及び機会ごとに指標を設定し、その影響度を分析・評価しております。例えば、政策・法規制リスクでは、日本政府による税制の変更や新たな規制の導入が当社の調達金額や売上高に与える影響度合いを指標として設定しております。また、気候変動に伴う技術や製品については、リスクと機会の両面があると捉えており、当社の製品・サービスに関連性の強い技術や製品を特定し、それらの動向が当社の財務に与える影響度を指標として設定しております。

温室効果ガス排出量（以下、GHG排出量）は気候関連のリスク及び機会による財務的影響を測定する上で重要な指標です。また、その排出量を炭素価格（カーボンプライシング）貨幣価値に換算し、当社グループの財務に対する影響を分析・把握するよう努めております。炭素価格については、企業によって様々な価格帯があると承知しておりますが、日本国内における税や取引制度がまだ導入されていないことから、当社ではJクレジットにおける入札・販売価格や欧州連合域内排出量取引制度（European Union Emissions Trading System）における炭素取引価格を参照してインターナルカーボンプライシング（ICP）を実施し、CO₂排出が財務に与える影響を分析しております。

(ii) Scope別の温室効果ガス（GHG）排出量

いわゆるScope別のGHG排出量については、GHGプロトコルの方法論を参照し、外部専門家の監修によりその量を算定しております。当社のScope別GHG排出量実績は以下のとおりです。当社グループの事業領域におけるGHG排出量は、他産業と比較するとさほど大きくありませんが、将来的な税制導入や規制強化に伴うリスクもあると認識しており、可能な限り削減に努めてまいります。また、算定にあたっては、公表されている排出原単位のデータベースなどを用いて、客観的な数値の把握に努めております。今後も同様の方法を用いることにより、将来的にはトレンド分析も可能になると考えております。

（単位：t-CO ₂ ）	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期
Scope1	8.931	4.691	0.000
Scope2	78.509	56.317	62.725
Scope3	—	10,133.554	11,030.778
計	87.440	10,194.562	11,093.503

（注）1. 2021年12月期はScope3の算定を実施しておりません。
2. 連結グループにおける記載が困難であるため、提出会社単体の記載としております。

(iii) 組織が気候関連リスク及び機会を管理するために用いる目標及び実績

このように、当社グループでは、シナリオ分析において明確化した指標やGHG排出量を指標とし、気候関連のリスクを低減し、機会を最大化することを目指して、気候関連のリスク及び機会の管理に取り組んでおります。また、当社のGHG排出量については、2021年度を基準年とし、2025年までにScope1・2のカーボンニュートラルを達成し、さらに2040年にはScope3のネットゼロを目指す目標を掲げ環境問題に取り組んでおります。Scope2については、2022年度より非化石証書及び再生可能エネルギー由来のJ-クレジットを活用し、当社グループの使用電力全体を実質的にオフセットすることで、排出量実質ゼロを達成し、前倒しでカーボンニュートラルを実現いたしました。Scope3については、2040年のネットゼロの実現に向けて外注作業の内製化や調達先への働きかけを通じて排出量削減を進め、ネットゼロの実現を目指してまいります。その際、排出原単位を用いたGHG算定方法では、事業規模が拡大するとともにGHG排出量が自動的に増加してしまうことから、炭素強度の考え方を参考に、売上高に占めるGHG排出量のトレンドから客観的な分析を行うなど、算定手法の改善にも努めてまいります。また、植林など、当社のサプライチェーン外ではあるものの、地球全体のGHG排出量削減に貢献するような取組みについても今後検討を進め、気候関連のリスクと機会に対応してまいります。

社会

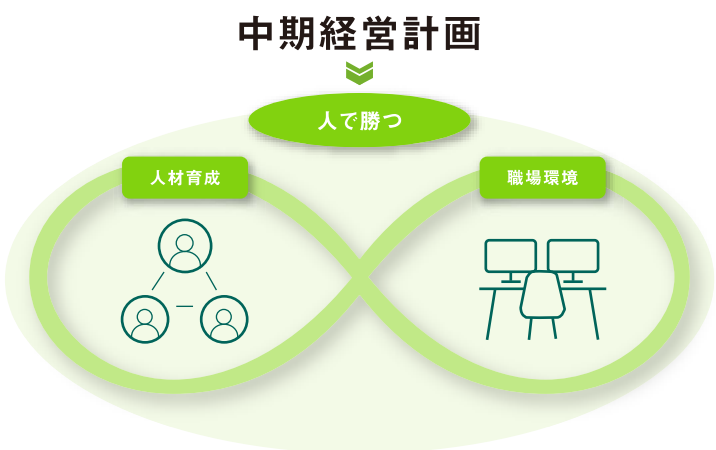
基本方針

当社は、社内外取締役・監査役から管理職、現場の社員に至るまで、さまざまな属性、資質、経験、能力をもった多様な人材が、当社の企業理念・ミッションを紐帯として結びつき、共通の目標を達成すべく方向性を同じくした形で各々の持ち味を発揮することを通じて事業戦略の実現を図っていくことを根本方針としております。

人的資本と経営戦略との融合

当社は、事業活動を通じて社会・環境の持続的な発展に貢献し、企業価値を中長期的に向上させることを目指しております。そのために、競合との競争激化や新しい事業の立ち上げ・運営といった課題に対し、従業員一人ひとりの生産性を向上させることが重要だと考えております。当社では「2022-2026年12月期中期経営計画」の1つに「人で勝つ経営」というテーマを定め、人的資本への投資に力を入れております。

「人で勝つ経営」を推進するために、「会社の成長」と「個人の成長」を同時に達成していくことを目指しております。インフォマートとしての会社の成長と従業員一人ひとりの成長がつながり合うことで中長期的な成長を加速させます。その中長期的な成長を実現するために、当社では特に「人材育成」と「職場環境」の2軸に注力しております。仕組みを整備するだけでなく、人が人を育てる「人材育成」と、従業員一人ひとりが最大限力を発揮できる「職場環境」を実現するべく、取り組みを進めております。



人材育成

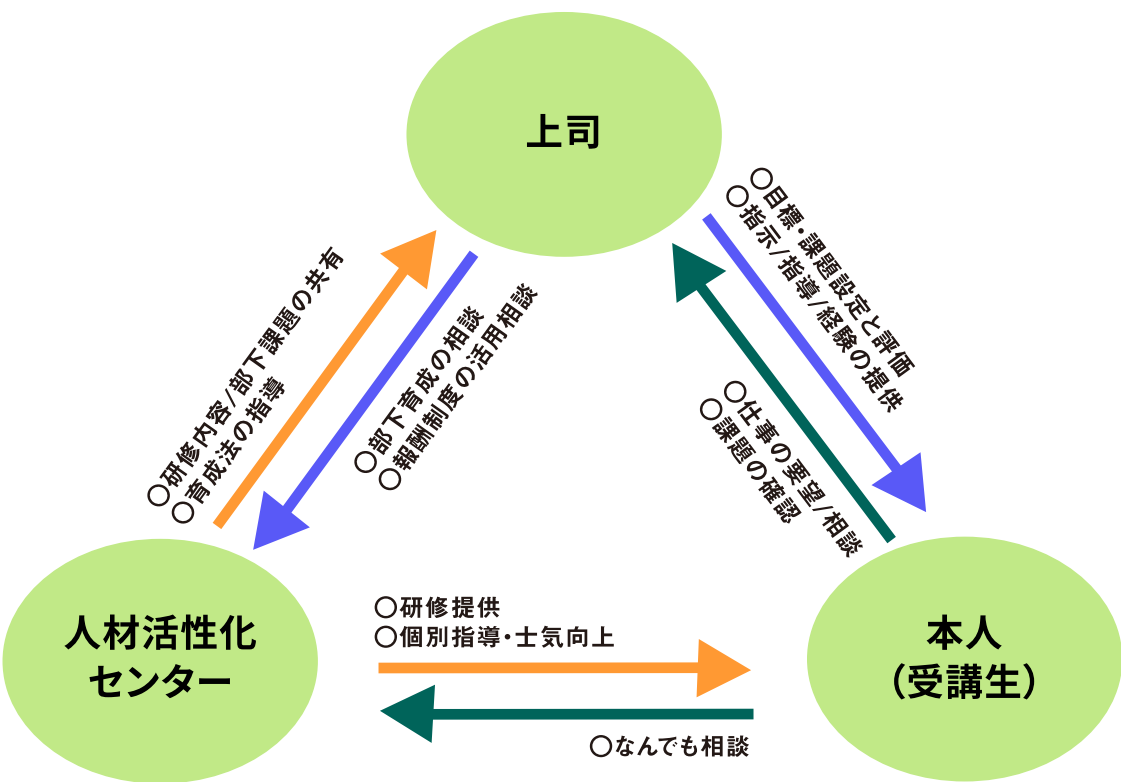
当社は、人材育成方針として「仕組みは整備する。しかし仕組みは人を育てない。人は人が育てる。」と定めており、研修だけで成果が上がるのではなく、人を育てるのは、彼らを直接指導し動かす“人(上司)”だと考えております。その実現に向け、新人だけでなく、上司を含めた組織として成長できるような研修体制を整えております。主な取り組みとして下記の3つの取り組みがあげられます。

●研修体制

当社では、人材活性化センターを設け、研修内容の作成や育成状況の管理を行っております。また、人材活性化センターでは、上司に対して育成法の指導や部下課題の共有も行っており、受講生の本人・上司・人材活性化センターの3者が連携して研修を進められるような体制を整えております。

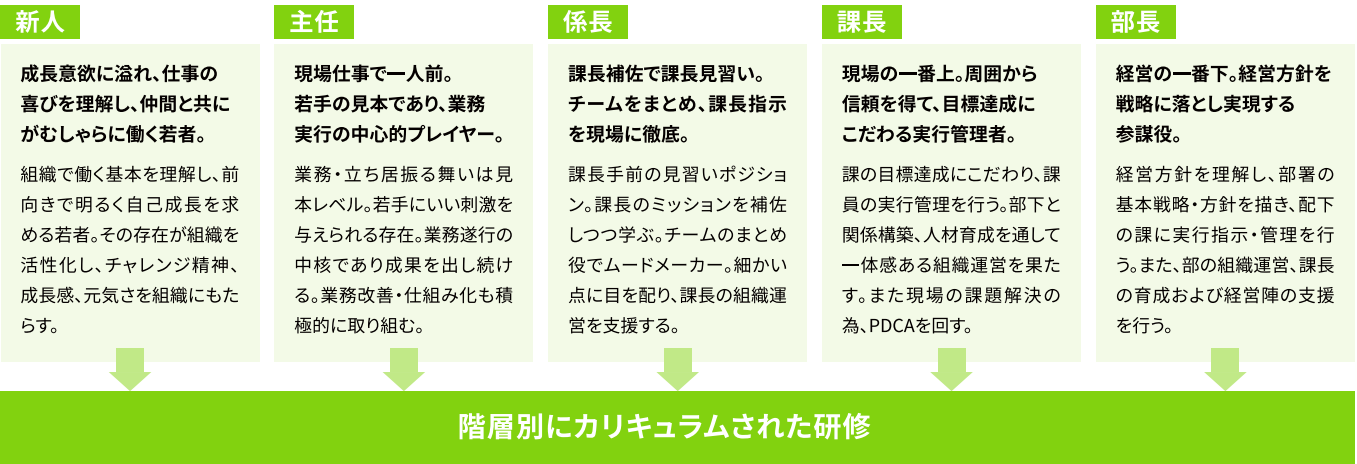
●効果測定

当社では、全ての研修において効果測定を行っております。研修を実施するだけでなく、効果測定の結果をもとに、研修内容の改善を行い、継続的にPDCAを回しております。



●研修

当社では、階層ごとにそれぞれの役割と期待を明確化し、それに適した研修を行っています。また、各階層の上長も研修を把握することで、組織としての連携を図っています。



■ 職場環境

一人ひとりが自分らしく、最大限に力を発揮できるよう、「働きやすさ」と「やりがい」を感じられる職場環境を従業員に提供します。主な取り組みとして下記の4つ取り組みがあげられます。

●従業員エンゲージメント

従業員が「働きやすさ」や「やりがい」を感じられる、上司と部下の信頼関係のある風通しの良い職場環境の醸成を目指し、「エンゲージメントサーベイ」を実施し現状を把握、環境改善活動を進めております。

●働きやすい環境づくり

従業員が働きやすい環境を作るため、様々な制度やサポート体制を整備しております。出社とリモートワークを融合した働く場所の柔軟化、半日/時間単位での有給取得を可能とした環境や、産休・育休制度の充実を進めております。産休・育休中/前後の会社から離れている期間も継続的に会社とのつながりを保ち安心して復職できるようにサポートをしており、女性の産休・育休取得率及び復帰率は100%と高い水準を維持しております。

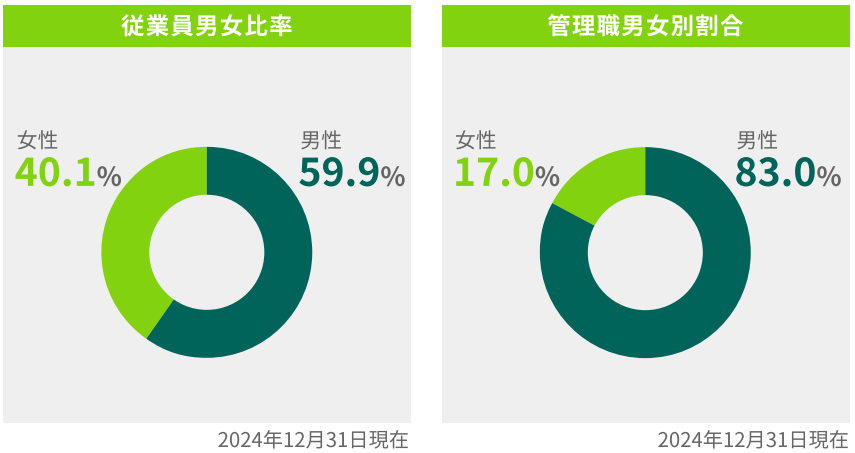
●社内交流

- サンクスカード制度
「ありがとう」や「おめでとう」が書かれたカードを従業員同士で渡し合い
- 表彰制度
年に一度、全社で優秀な従業員の中から年間MVP、新人賞、チーム賞等を表彰
- ランチ/カフェの費用補助
新入社員とOJT担当社員とのコミュニケーションの促進のため、ランチやカフェタイムの費用を補助



●多様性の尊重

当事業戦略上必要な人材を安定的かつ実効性をもって確保・維持していく観点から、女性、外国人、中途採用者の力を有効に活用できるよう、柔軟な人事施策を実施しております。2023年からは、女性従業員を対象とした次世代リーダー育成研修を実施、女性の活躍を支援しております。また、人材採用において国籍を問わない方針を一貫してとっており、現在管理職を含め10名程度の外国人社員が在籍しております。



社会貢献活動

●社会課題の解決に向けた活動の基本的な考え

インフォマートの強みを生かし、インフォマートらしく

インフォマートの事業は、多くの企業と企業をシステムの提供を通して、“つないでむすぶ”ことで成り立っているビジネスモデルです。

この多くの企業と繋がりを持っているインフォマートだからこそ

その強みを生かして、複雑化する社会課題の解決にも何か貢献できるのではないかと考えています。

本業だけでなく、世の中に喜んでいただける活動に積極的に取り組んでまいります。

●社員の想いが形になった「つないで結ぶ基金」

当社の「つないで結ぶ基金」は、2021年に社員の「寄付活動を通し社会課題に取り組む団体を支援し、みなが豊かになる社会づくりに寄与したい」という声から生まれた寄付活動です。その社員の想いを大切にサポートするために、社員から集まった寄付金に対して会社が同額を拠出することで支援の力を2倍にするマッチングギフト制度を活用し、本基金を設立しました。この活動を通じて、さまざまな社会課題に向き合う団体に寄付を行っておりますが、単に金銭的な寄付にとどめるのではなく、支援先のみなさまが抱く想いや現場のリアルな声を社内に届けることを大切にしています。

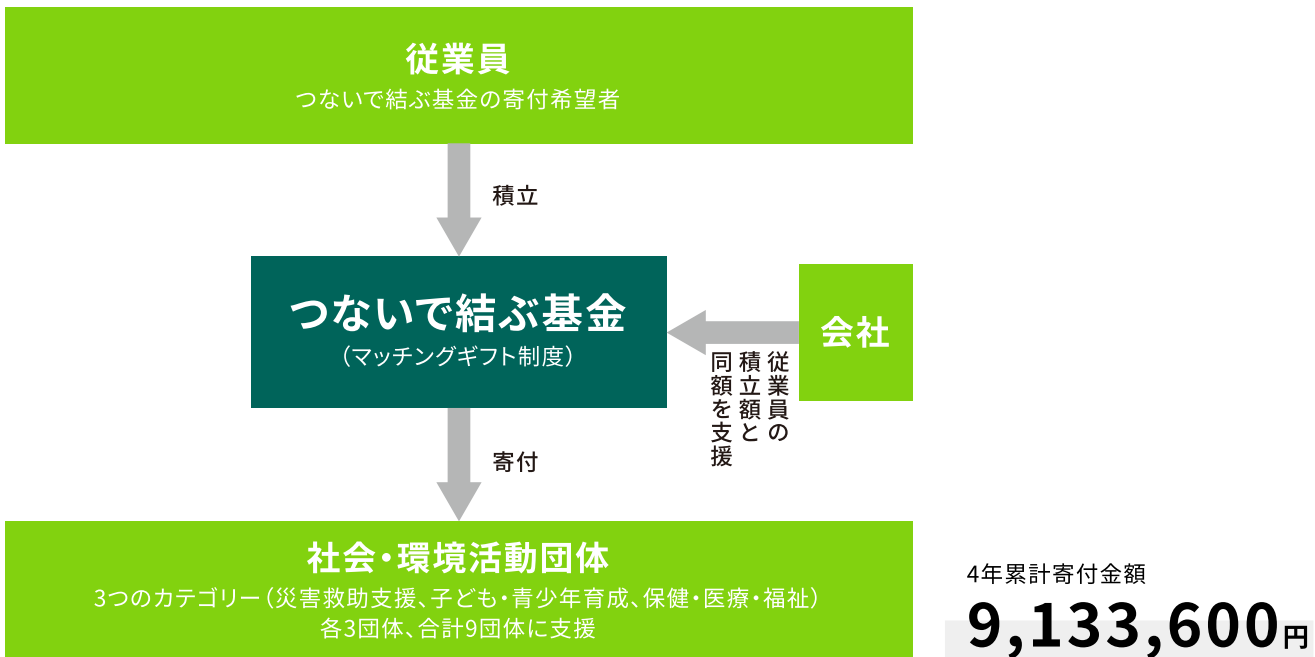
その一環として、社員向けのオンライン勉強会を開催し、支援先の活動内容や社会課題について学ぶ機会を提供したり、有志メンバーによって立ち上げられた社内ラジオ「ソラジオ」を通じ、活動の進捗や寄付先のストーリーを発信するなど、社内に向けて継続的に情報を共有し、寄付活動をより身近に感じてもらえるよう工夫しています。さらに、支援先のひとつである一般社団法人日本障がい者サッカー連盟との取り組みでは、ブラインドサッカーの試合を実際に観戦する機会を設け、社員が直接「見て・聞いて・体感する」ことで、社会貢献への理解を深めています。

その他にも、読み終わった本を集めて寄付をする活動や、環境問題への啓発活動の一つとしてお昼休みにオフィスの電気を消灯する活動など、社内で気軽に参加できる活動なども行っております。

これらを通じて、社員一人ひとりが“社会に良いこと”を自分ごととして捉え、社会貢献活動により積極的にかかわりたくなる企業文化の醸成を目指しています。また、会社としても、活動の企画・運営を担うコアメンバーに対して、業務時間の一部を活動に充てることを認めるなど、積極的な支援を行っています。

「つないで結ぶ基金」は2025年で5年目を迎えます。今後もより多くの社員が社会貢献に関心を持ち、“社会に良いこと”に自発的にかかわる風土を広げていけるよう、活動を進めてまいります。

●つないで結ぶ基金の概要図



手引き体験@ブラインドサッカー観戦



ソラジオ配信の様子



ブラインドサッカー観戦

コーポレート・ガバナンス

基本方針

当社は、企業価値の継続的な向上のため、コーポレート・ガバナンス体制の強化を経営の最重要事項として以下のとおり取り組んでおります。

- 1. 迅速かつ適切な情報開示の実施を通して、株主に対する説明責任を果たしてまいります。
- 2. 迅速な意思決定及び業務執行のため、経営体制を強化してまいります。
- 3. 経営監視体制及びコンプライアンス体制の継続的な強化を通して、ステークホルダー（利害関係者）の信頼を得てまいります。

今後も、会社の規模拡大に応じ、コーポレート・ガバナンス体制を適時改善しながら、より一層の充実を図ってまいります。

現状のコーポレート・ガバナンス体制の概要

当社は、当社事業内容に精通した社内取締役5名と独立性が高い社外取締役4名（2024年3月28日現在）で取締役会を構成しております。

また、当社は監査役会制度を採用しており、社外監査役2名を含む3名（2024年3月28日現在）で監査役会を構成しております。

当社の現在の事業規模や業態等において、経営の透明性・公正性を保持すること及び監視・監督機能を発揮するにあたり、現時点において最適な体制を構築しております。これにより適切なコーポレート・ガバナンスの実現を可能としております。

1 取締役会

毎月開催される定時取締役会に加え、必要に応じて臨時取締役会を開催しております。取締役会では、経営会議での議論も踏まえて経営上の重要な意思決定を行うとともに、各取締役の業務執行の監督を行っております。

2 監査役会

毎月開催される監査役会に加え、必要に応じて臨時監査役会を開催しております。監査役は取締役会などの会社の重要な会議に出席しているほか、監査役会で策定した方針や分担に基づき監査役監査を実施し、代表取締役の業務執行と取締役の経営行動を監視・監査しております。

3 指名報酬委員会

取締役の指名及び報酬等の決定に関する手続きの公正性・透明性・客観性を強化するため、取締役会の任意の諮問機関として指名報酬委員会を設置しております。指名報酬委員会では、取締役会より諮問を受けた事項に関し審議を行い、審議結果を取締役に答申しております。

4 経営会議

当社では、週1回、原則として社内役員が出席する経営会議を開催しております。経営会議では、経営会議規程に基づき、事業計画及び業績についての検討及び重要な業務に関する意思決定を行っております。

5 内部監査

内部監査は、組織上独立した内部監査部の専任担当者3名が行っております。内部監査部の専任担当者は、代表取締役社長により直接任命されております。

内部監査部は、内部監査規程及び内部監査計画に基づき、重要な子会社を含む各部門に対し監査を行っております。監査の結果は、代表取締役社長、取締役会及び監査役会に対し直接報告し、その後被監査部門に通知し、後日、被監査部門より指摘事項にかかる改善状況について報告を受け、状況の確認が行われております。

6 監査法人等

当社は、会計監査人として有限責任監査法人トーマツと監査契約を締結しております。同監査法人が会社法及び金融商品取引法に基づく会計監査を実施しております。また、法律事務所等の外部の専門家と顧問契約を結び、経営全般にわたって適宜助言を受けております。

7 指名報酬委員会を除く任意の委員会

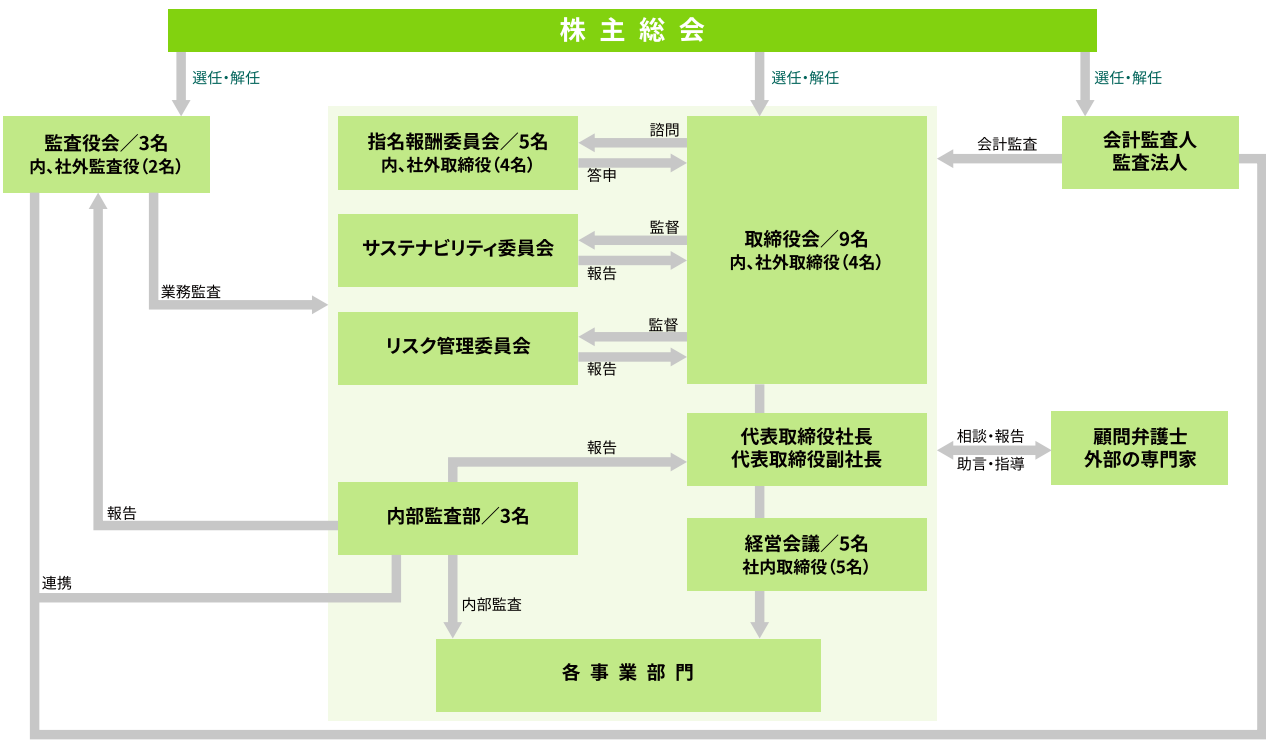
(1) サステナビリティ委員会

当社は、事業活動を通じて社会・環境の持続的な発展に貢献することにより会社の企業価値の向上を図ることを目的として、サステナビリティ委員会を設けております。サステナビリティ委員会では、サステナビリティに関する課題がビジネスモデルや戦略に及ぼす影響を分析し、対応策について審議しております。

(2) リスク管理委員会

当社は、当社において発生しうるリスクの発生防止に係る管理体制の整備、発生したリスクへの対応等を行うことにより業務の円滑な運営を図ることを目的として、リスク管理委員会を設けております。リスク管理委員会では、各部門のリスクの検証及び対応策について協議しております。

コーポレート・ガバナンス体制



■ 適時開示に関する基本方針

当社は、株主及び一般投資家を含めたステークホルダーに対して適時、公正かつ適正な情報を提供するため、適時開示等規則その他の関連諸法令及び諸規則に従った重要情報の開示に加え、投資家にとって有用であると判断した情報についても積極的な情報発信に努めてまいります。

■ 適時開示の社内体制

当社は、財務・経理部門責任者を内部情報管理責任者、各部門責任者を内部情報管理担当者とし、財務・経理部門を内部情報統括部署としております。内部情報管理責任者は、投資者が適切な投資判断を行うために必要な情報の把握と厳正な管理に努めております。開示内容については、適時開示情報伝達システム (TDnet) にて公開いたします。公開後速やかに自社ホームページ上でも公開いたします。

(1) 決定事実に関する情報

決定事実に関する情報については、経営会議にて審議され、開示資料は、内部情報管理責任者の指示に基づき、内部情報統括部署である財務・経理部門にて作成いたします。取締役会にて決定された後、内部情報管理責任者の指示に基づき開示をいたします。

(2) 発生事実に関する情報

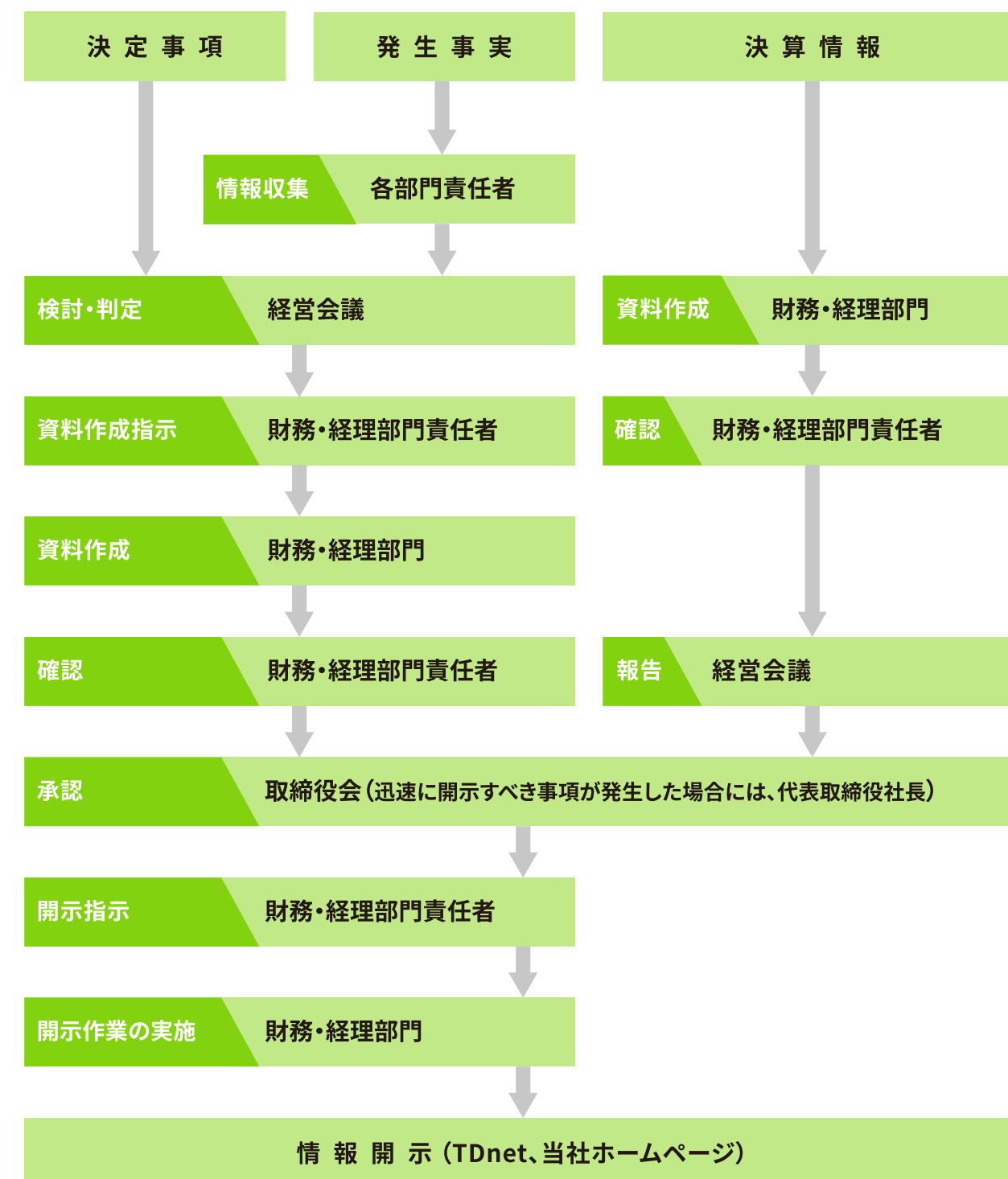
各部門にて発生した重要事実は、内部情報管理担当者である各部門責任者より、経営会議に報告されます。開示資料は、内部情報管理責任者の指示に基づき、内部情報統括部署である財務・経理部門にて作成し、取締役会にて決定された後、内部情報管理責任者の指示に基づき開示をいたします。なお、迅速に開示すべき重要事実が発生した場合には、内部情報管理責任者の確認後、代表取締役社長の承認により、内部情報管理責任者の指示に基づき開示をいたします。

(3) 決算に関する情報

決算に関する情報についての開示資料は、財務・経理部門にて作成し、内部情報管理責任者の確認後、経営会議に報告されます。取締役会にて決定された後、内部情報管理責任者の指示に基づき開示をいたします。

■ 適時開示に係る社内体制の監査

当社では、インサイダー取引の未然防止を図るため、「インサイダー取引防止規程」を定め、役員及び従業員に対して、周知徹底に努めております。また、代表取締役社長より直接任命されている内部監査部の専任担当者が、定期的に内部監査を実施し、適時開示体制の実効性を評価しております。



役員報酬

2024年度における当社の取締役及び監査役に対する役員報酬は以下のとおりであります。

	合計	基本報酬	非金銭報酬等	支給人員
取締役 (うち社外取締役分)	160,108千円 (27,360千円)	138,234千円 (27,360千円)	21,873千円 (－)	9名 (4名)
監査役 (うち社外監査役分)	29,550千円 (11,700千円)	29,550千円 (11,700千円)	－ (－)	4名 (3名)

取締役会出席率

取締役会は、毎月開催される定時取締役会に加え、必要に応じて臨時取締役会を開催しております。取締役会では、経営会議での議論も踏まえて経営上の重要な意思決定を行うとともに、各取締役の業務執行の監督を行っております。2024年度において、当社は取締役会を計17回開催しており、取締役及び監査役の出席状況は以下のとおりであります。

役職名	氏名	開催回数	出席回数
代表取締役社長	中島 健	17	17
取締役副社長	藤田 尚武	17	17
取締役	長尾 収	17	17
	村上 肇	17	17
	木村 慎	17	17
社外取締役	加藤 一隆	17	17
	岡橋 輝和	17	17
	兼川 真紀	17	17
	李 成一	13	13
常勤監査役	宮澤 等	17	17
社外監査役	垣花 直樹	4	4
	瀧野 良夫	17	17
	矢部 芳一	13	13

※2024/3/27株主総会の終結をもって退任

情報セキュリティ基本方針

当社の事業は、お客様の重要な情報資産をお預かりして業務を遂行するため、情報資産を適切に保護した上で取り扱うという信頼を得ることで成り立っています。

近年の情報技術の発展は、様々な側面で情報資産が脅威にさらされる危険を持っており、当社では、情報セキュリティ上の脅威から情報資産を適切に保護するために、「情報セキュリティ基本方針」(以下「本情報セキュリティ方針」といいます。)を策定し、これを実施することをここに宣言します。

- (1) 情報セキュリティとは、情報の機密性・完全性・可用性を維持し、情報が改ざんされたり、漏洩したり、利用できなくなること防止することを意味します。
- (2) 本情報セキュリティ基本方針は、当社の全てのサービスの運営業務で取扱う全ての情報資産に適用します。
- (3) 当社の保有する情報資産に対し、認識される脅威及び脆弱性を検討した上でリスクアセスメントを実施し、適切な管理策を講じます。
- (4) 経営陣および全従業員は、本情報セキュリティ基本方針、及び関連する規程、法令等を遵守します。また、本情報セキュリティ基本方針を社内に周知徹底し、その理解を深めるために教育・訓練を実施します。
- (5) 情報セキュリティ上の事件・事故が発生した場合には、速やかに原因究明、対策を実施し、影響を最小限に止めるとともに再発防止に努めます。
- (6) 当社の情報セキュリティマネジメントシステムを定期的にレビューし、その有効性を評価して継続的な改善を実施します。
- (7) 当社の取り扱う情報資産の重要性を考慮し、本情報セキュリティ基本方針、及び関連する規程、法令等に違反した者には就業規則に基づき罰則を適用します。
- (8) クラウドサービスの設計開発及び提供において、顧客情報を安全に扱いクラウド上のあらゆる脅威から守り、リスク低減を達成するためにマネジメントシステムを確立し構築します。
- (9) 組織の情報及びその他の資産に対する情報セキュリティリスクの受容可能なレベルと矛盾しないクラウドサービスを利用します。



役員一覧

(2025年3月31日現在)

取締役



中島 健
代表取締役社長
株式会社ジェフグルメカード 社外取締役



木村 慎
代表取締役副社長
株式会社inbox 社外取締役



藤田 尚武
取締役副社長



岡橋 輝和
社外取締役
山九株式会社 社外取締役
株式会社マーキュリアホールディングス 社外取締役



兼川 真紀
社外取締役
インテグラル法律事務所 パートナー
内閣府政府広報事業評価基準等検討委員



李 成一
社外取締役
株式会社エル・ティー・エス 取締役副社長執行役員
株式会社エル・ティー・エス リンク取締役
株式会社エル・ティー・エス ソフトウェアテクノロジー 取締役
株式会社日比谷コンピュータシステム 取締役
株式会社日比谷リソースプランニング 取締役
株式会社ME-Lab Japan 取締役
株式会社ワクト 取締役

監査役



長尾 収
取締役
株式会社タノム 取締役
株式会社QDレーザ 代表取締役社長



村上 肇
取締役



加藤 一隆
社外取締役
一般社団法人日本フードサービス協会 顧問
株式会社ジェフグルメカード 取締役会長



宮澤 等
常勤監査役
株式会社タノム監査役



瀧野 良夫
社外監査役
日本カルミック株式会社 顧問

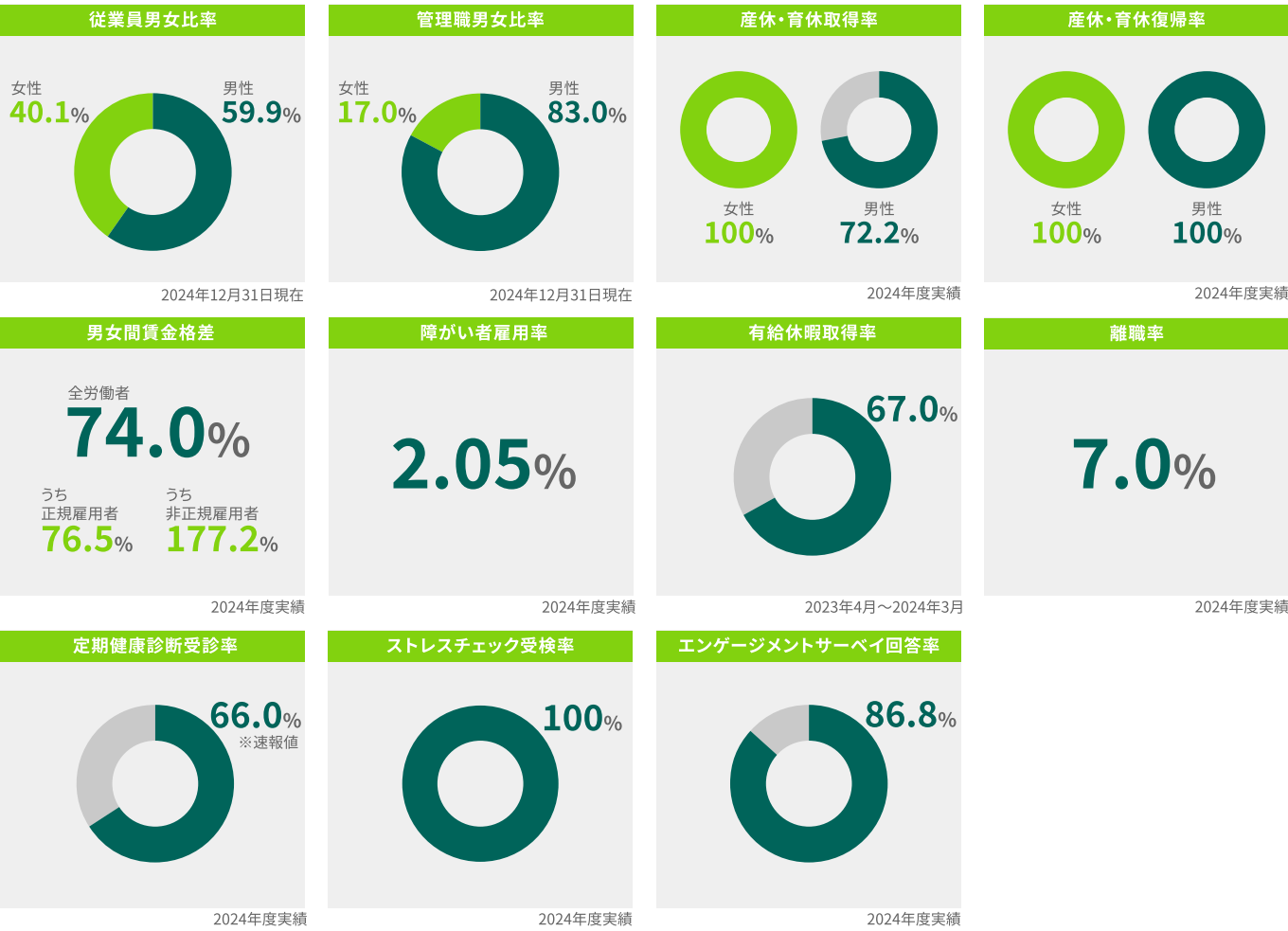


矢部 芳一
社外監査役
株式会社ショーケース社外取締役

環境データ(環境経営目標)

項目 (単位)		CO ₂ 排出量の削減 (電力使用量) (kg-CO ₂)	廃棄物の削減 (エコボックス利用の削減) (kg)	企業間電子商取引(BtoB) プラットフォームの販売促進 (発注、受注、請求書枚数※A4紙換算) (枚)
環境目標				
2017年	(基準値取得)	168,094	6,580	365,859,135
2018年	目標	165,785 ▲1%	6,515 ▲1%	384,152,092 5%
	実績	162,646 ▲2%	7,805 20%	404,548,770 11%
2019年	目標	164,110 ▲2%	6,448 ▲2%	402,445,049 10%
	実績	154,345 ▲6%	6,685 4%	450,176,243 23%
2020年	目標	163,050 ▲3%	6,381 ▲3%	420,738,005 15%
	実績 (新基準値)	88,090	2,660	388,279,570
2021年	目標	87,209 ▲1%	2,633 ▲1%	439,030,962 13%
	実績	81,140 ▲8%	3,955 49%	399,617,009 3%
2022年	目標	86,328 ▲2%	2,607 ▲2%	427,107,527 10%
	実績	63,496 ▲28%	380 ▲86%	475,882,865 23%
2023年	目標	85,447 ▲3%	2,580 ▲3%	446,521,506 15%
	実績	66,968 ▲24%	930 ▲65%	534,146,750 38%
2024年	目標 (新基準値)	139,239	2,555 ▲4%	465,935,484 20%
	実績	99,354 ▲29%	1,350 ▲49%	588,759,753 52%
2025年	目標	137,414 56%	2,527 ▲5%	485,349,463 25%
2026年	目標	135,992 54%	2,500 ▲6%	504,763,441 30%

社会データ(数字でみる取り組み)



外部からの評価・受賞 指標・認定取得一覧／受賞一覧

ISMS
【情報セキュリティ
マネジメントシステム】

ASP・SaaS
安全・信頼性に係る
情報開示認定

クラウドサービス
認定プログラム

エコアクション21

くるみん

えるぼし

TOKYOババ育業
促進企業
(ブロンズ)


ICMS-SR0020/ JIS Q 27001
Cloud-SR0020/ JIP-ISMSS17


0190-1507


2024


エコアクション21
認証・登録番号 0010489


2023年認定
しるみん※
※併せてサポートしています


女性が活躍しています！


50
TOKYO
ババ育業
促進企業
2023

会社情報

(2025年3月末現在)

会社名	株式会社インフォーマート (Infomart Corporation)
設立年月日	1998 (平成10) 年2月13日
事業内容	BtoB (企業間電子商取引) プラットフォームの運営
本社所在地	〒105-0022 東京都港区海岸1-2-3 汐留芝離宮ビルディング13階
代表者	代表取締役社長 中島 健 代表取締役副社長 木村 慎
資本金	32億1,251万円
従業員数	732名 (連結)、704名 (単体)
子会社	株式会社タノム (設立: 2010年4月 本社所在地: 東京都渋谷区) 株式会社Restartsz (設立: 2021年10月 本社所在地: 東京都港区)

株価チャート



株式の状況

(2024年12月末現在)

銘柄コード	2492
上場証券取引所	東京証券取引所プライム市場
発行可能株式総数	721,408,000株
発行済株式総数	259,431,200株 (自己株式33,131,685株を含む)
株主数	17,000名

大株主	所有株式数	所有株式数比率
THE SFP VALUE REALIZATION MASTER FUND LTD.	40,305,000株	17.8%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	25,202,200株	11.1%
THE CHASE MANHATTAN BANK, N.A. LONDON SPECIAL OMNIBUS SECS LENDING ACCOUNT	13,967,900株	6.2%
米多比 昌治	12,799,000株	5.7%
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	11,307,819株	5.0%
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140051	8,646,425株	3.8%
藤田 尚武	6,833,508株	3.0%
THE BANK OF NEW YORK 133652	6,424,975株	2.8%
株式会社三菱UFJ銀行	6,400,000株	2.8%
株式会社ジェフグルメカード	6,400,000株	2.8%

・2024年12月31日現在の株主名簿に基づき記載しております。
・当社は、自己株式を33,131,685株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。
・持株比率は自己株式 (33,131,685株) を控除して計算しております。