

MATEX VOICE

窓から 日本を 変えて いく

この言葉に込めた想いは、後世に残すべく持続可能な社会への転換を確実にすること、また、それがいまを奇跡的に生きる私たちの使命と受け止めることです。

この信念を全うするためには、財務指標上の充実（経済的価値）と社会や地球環境の課題解決（社会的価値）の両立が不可欠と云えます。

さらに時代は、人間の精神面での向上に資する文化的価値についても高い品格を求めています。

マテックスは戦略的に企業文化を醸成し、これら3つの価値向上にひたむきに取り組んでおります。

世界的枠組みで挑む脱炭素社会の実現、住環境に起因する健康リスクの低減、深刻化する自然災害への対策等は、外に解決策を見出すばかりではなく、一人ひとりの思考・行動様式をどう変えるかがカギを握っているのです。

私たちは、これからも「窓の卸商社」はどう在るべきかを未来志向で問い質して参ります。

目次 contents

01 会社情報 Corporate Information

マテックスの歴史

02 事業戦略 Business Strategy

代表メッセージ

価値創造ストーリー

マテリアリティ（重要課題）の特定と特定プロセス

マテリアリティの特定プロセス 学生対話会

マテリアリティの特定プロセス ステークホルダーヒアリング

03 環境との共創 Sustainability (Environment)

環境経営について（環境基本方針、環境経営体制図）

気候変動への取組み

04 社会との共創 Sustainability (Social)

パーパス経営について

社員パーパストークセッション

パーパス経営 参加型イベント

人的資本への取組み（マテックスカレッジ）

地域への取組み（3rd プレイス）

ステークホルダーの声（ステークホルダーエンゲージメント）

05 ガバナンス Sustainability (Governance)

コーポレートガバナンス（ガバナンス体制図、ガバナンス基本方針）

安全・防災への取組み（リスクマネジメント、BCP）

BCP 対談（日本板硝子 × マテックス）

06 会社情報 Corporate Data

財務 / 非財務情報

社外からの評価



マテックスの沿革と 価値軸シフトへの挑戦

1928
経済的価値

2022
文化的価値(フェーズ2)

2013
文化的価値(フェーズ1)

2009
社会的価値

2020

2010

2000

1990

1980

1970

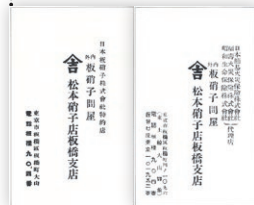
1960

1950

1940

1930

1928年
創業



1949年 株式会社
松本商店設立



1976年
ロイヤル建窓
株式会社発足



1969年
2代目の社長として、
松本巖が
代表取締役社長就任



1977年
展示即売会
(現・マテックス
フェア) 初開催



1992年
松本商店からマツモト
アバンテに商号変更



株式会社 マツモト アバンテ

1996年
マテックス株式会社発足



マテックス株式会社

1980年
大学・高校
新卒定期採用活動開始

2008年
創業80周年



2009年
3代目社長として
松本浩志が
代表取締役社長就任。
新経営理念の制定。



1998年
鳩山センター開設



2021年
SPRING Fest始動

2022年
HIRAKU02
IKEBUKUROとして
「gather」オープン



2023年
HIRAKU 01 IKEBUKUROとして
「SOCIAL DESIGN LIBRARY」
オープン



2024年
鳩山センター第三工場建築



2025年
B corp認証を取得

社会の動き

▼1954年～
高度経済成長期
神武/岩戸/オリンピック/
いざなぎ/列島改造 景気



▼1991年
バブル経済
崩壊



▼2006年
ESG概念
誕生



▼2008年
世界同時不況



▼2011年
東日本大震災



▼2015年
パリ協定
SDGs 採択



▼2020年
新型コロナウイルス
世界的大流行





『窓』をつうじて、 未来をつくる

マテックス株式会社 代表取締役社長

松本浩志

「窓」という身近な存在から、社会を変える。その実現に向けて、マテックスは挑戦し続けていきます。

マテックスの使命

このたび、私たちマテックスは、「住まう人の、いきるを共に支える」というコーポレートメッセージを掲げました。一見すると「窓」は建築資材のひとつにすぎないように思えるかもしれませんが。しかし私たちは、窓は“社会を変える可能性を秘めた、欠かせない“モノ・ゴト・コト・トキ”の因を成すプロダクトとしても捉えています。

外気を遮り、光や風を採り入れるだけでなく、健康維持・増進、CO2の削減、防災・減災といった課題にも応えうる存在。また、住まう人が想像する「ステキ」「カッコいい」「いい感じ」といった情緒的価値を提供創出する存在。それが「窓」なのです。

いま、私たちが生きる時代は、気候変動、エネルギー問題、地域の衰退といった課題が複雑に絡み合い、未来に対する楽観的な見通しを持つことが難しくなっています。このような時代において、私たちは「窓」を通して、社会課

題に取り組み、より良い未来をつくることができると信じています。

しかし、未来を良くしていくためには優れた技術や製品を届けるだけでは不十分です。何より重要なのは、それを「誰と、どのように」届けるかという視点と、「誰と、どのように」応えていくかという視点です。当社は、メーカー、地域の販売店、工務店、リフォーム会社など、多様なパートナーと連携し、生活者に価値を届ける“商流の中間”に位置する卸売企業です。単なる流通の担い手ではなく、地域と人々を結びつける“架け橋”として、取引先がそれぞれの地域で持続的に役割を全うできるよう支えることが、私たちの役割であり使命だと考えています。

この使命を「卸の精神を貫く」という経営理念に込め、パートナー顧客の願いを叶えるためのルート支援とその発展に志を立てると同時に、「住まう人」を想像し、「いきる」

コーポレートメッセージ

VISION

経営理念

コア・パーパス
(存在意義)

コア・バリュー
(マテックスらしさ・価値観)

を想像し、目の前の生活者をどう支えるか、を顧客と共に考え応えていくことに志を立てることを胸に、日々の仕事に取り組んでいます。利他を想像しながら応える行いは、ときに感動的であり、誇りある美しいシゴトへ昇華させる精神的因子なのではないでしょうか。

そして今回、ステークホルダーとの対話を通じて、より深く社会課題に向き合うための4つのマテリアリティ（「自分ごと化」「依（よりどころ）」「脱炭素」「経済成長至上主義からの脱却」）を特定しました。これらを私たちの重要課題として据え、「卸」という立場から持続的な未来を目指していきます。

「自分ごと化」で未来を変える

私たちが目指す未来を実現するためには、社員一人ひとりが「自分ごと化」を進めていくことが不可欠です。この「自分ごと化」という言葉は、単に物事を「自分の問題」と捉えるだけでなく、さらにその先の行動へとつなげることを意味しています。自主性と主体性のバランスを取りながら、自分の頭で考え、行動すること。これが「自分ごと化」の本質です。

また、この「自分ごと化」は、社員だけでなく地域企業にも広げていきたいと考えています。社会が成熟する中で、与えられた枠組みの中だけで行動するのではなく、地域企業が自らの主体性を発揮し、地域の未来をともに創るパートナーになっていただきたい。私たちはそのための支援を惜しみません。

最終的には、「自分ごと化」が社員の成長にとどまらず、地域全体を巻き込み、持続可能な社会の土台を築いていく。そして、すべての人が「自分がこの社会の主役である」と感じながら生きられる未来を目指しています。

余白と遊びが生む可能性 「依（よりどころ）」の創造

現代社会では、効率や合理性が重視されるあまり、余白や遊びの重要性が見過ごされがちです。しかし、私たちは「余白」や「遊び」こそが創造性や成長の源泉になると考えています。これを、私たちは「依（よりどころ）」と呼び、社員や地域の人々にとって大切な存在として位置付けています。

依（よりどころ）とは、単に仕事に直結する知識やスキルを学ぶだけでなく、日常とは異なる経験や交流を通じて、新たな発見や気づきを得られる場所や機会を意味します。例えば、私たちが取り組んでいる「HIRAKU」のプログラムは、普段交わることのない人たちとの交流を促し、新しい考え方や価値観に触れる越境の場を提供しています。その過程で、社員や参加者は自分の可能性を広げ、成長のきっかけをつかみます。

また、依（よりどころ）は、人生の彩りを豊かにするための重要な要素でもあります。仕事やプライベートの区別を超えて、真に自分らしくいられる時間や空間を創出することが、結果として個々の成長だけでなく、会社や社会全体の進化につながるのです。

私たちは、単なる生産性向上だけを目指すのではなく、人間らしいゆとりや遊びを大切にする環境を築きたいと考えています。それは、社員や地域企業の皆さまが、自分の可能性に気づき、今の自分を超越していくためのきっかけを提供することでもあります。

依（よりどころ）を通じて、社員や地域の方々が成長し、自分自身の役割や生き方に誇りを持てるような社会を目指していきます。

カーボンニュートラルへの挑戦と 『誇りある選択』

地球規模で気候変動が進む中、当社は、持続可能な未来を築くために「脱炭素社会」の実現を重要なテーマに掲げています。私たちは2013年度比でCO2排出量を55%削減するという目標を設定し、6年前倒しで2024年度にはこの目標を達成しました。現在は更なる削減に向けて取り組んでいます。





この目標に向かう中で、私たちは「誇りある選択」という考え方を大切にしています。「誇りある選択」とは、地球環境に配慮した商品やサービスを選ぶこと、またそれを提供する企業の責任を果たすことです。消費者が環境負荷を意識し、自らの選択で未来を変える力を持つ時代が到来しています。私たちは、消費者がそうした選択をできるよう、環境に優しい商品やサービス、具体的には、エネルギー消費を抑え、CO2排出量を減らす商品を提供し続けたいと考えています。

ただ、それだけでは脱炭素社会の実現は図れません。私たちは、自社だけの活動に留まらず、地域企業や取引先とも連携し、広く社会全体で脱炭素への意識を共有し、行動を起こしていくことを目指していきます。

さらに「脱炭素」という言葉の発信だけでなく、それがもたらす未来像を具体的に描き、地域社会にも伝え続けることも重要です。例えば、セミナーや勉強会を通じて、私たちは脱炭素がどのように生活に影響を与え、どのように未来を変えていくのかを発信しています。これにより、地域企業や生活者の皆さまとともに、誇りある選択を広げていきたいと考えています。

脱炭素への挑戦は私たちにとっての責務であり、未来世代のために果たすべき使命です。「窓」がもつ省エネ・環境性能を最大限に活用し、少しでも社会の変革に貢献できるよう、私たちはこれからも挑戦を続けます。そして、その挑戦の中で、誇りある商品を提供し、ステークホルダーとともに未来を切り拓いていきます。

「経済成長至上主義からの脱却」と価値の再定義

長い間、経済市場主義に基づく発展は、効率と利益を最優先にしながら社会を形作ってきました。しかし、私たちは今、この考え方を見直し、次のステージへ移行する必要があると感じています。それは、単に経済合理性や市場原理に偏るのではなく、自然との共生や人間性の豊かさも重視しながら、新しいバランスを見出すこと。すなわち、価値を再認識することです。

経済市場主義においては、違いをつくり、目立つもの、売れるものこそが価値あるものとされてきました。しかし、その影響で、地球環境や社会構造には歪みが生じています。私

たちは、この状況を改善するために、「何を価値とするべきなのか」をもう一度見つめ直し、持続可能な未来を築くための新しいビジネスモデルを提案していきます。

私たちの考える「価値」とは、単にお金で測れるものではありません。むしろ、普段見過ごされがちなもの、例えば、地域に根付いた企業や生活者の暮らし、またその中で小さな工夫や努力にこそ、本当の価値があると感じています。こうした見過ごされている価値を掘り起こし、育て、私たちの社会全体で共有することが、当社の使命の一つです。

「卸の精神を貫く」という私たちの理念は、この価値の再認識に直結しています。地域企業の活動を支える「中間」の役割を担いながら、生活者にとって本当に意味のある価値を届ける。この姿勢を貫くことで、私たちは経済市場主義から脱却し、地域社会とともに歩む企業としての存在意義を追求していきたいと考えています。

価値の再認識は、一朝一夕で達成できるものではありません。それでも、目に見えない価値を見つけ、それをわかりやすく伝える努力を続けていきます。この取り組みを通じて、私たちは変わりゆく社会の中でも、揺るぎない信頼を築いていきたいと思っています。

窓から日本を変えていく

「窓」とは単なる建築資材ではなく、私たちの何げない日常を支え、非常時にはその役割や機能の有難みに気づかせてくれる存在です。エネルギーロスの抑制、健康リスクの低減、防災・減災への貢献など、社会全体で喫緊の課題とされている事柄の解決に不可欠であり、住まう人の、モノ・ゴト・コト・トキといった因を成すための要素でもあり、あらゆる可能性を秘めています。

未来において、私たちが目指すのは、地域企業と生活者の皆さまとともに手を携え、持続可能で誇りある社会を創ることです。これを実現するためには、私たちの「中間」に立つ存在としての使命が欠かせません。卸という立場から、地域企業がそれぞれの役割を果たし、地域全体が共創共栄できる環境を築くこと。これこそが、私たちが未来を変えるために果たすべき役割だと考えています。「窓から日本を変えていく」というビジョンのもと、地域企業や生活者の皆さまとともに歩むパートナーでありたい。一つひとつの小さな変化を積み重ねることで、やがて大きな未来の変革へとつながっていきけると信じています。そのためには、地域の力、生活者の力、そして私たちマテックスの力を結集し、共に未来を創り上げていくことが必要です。

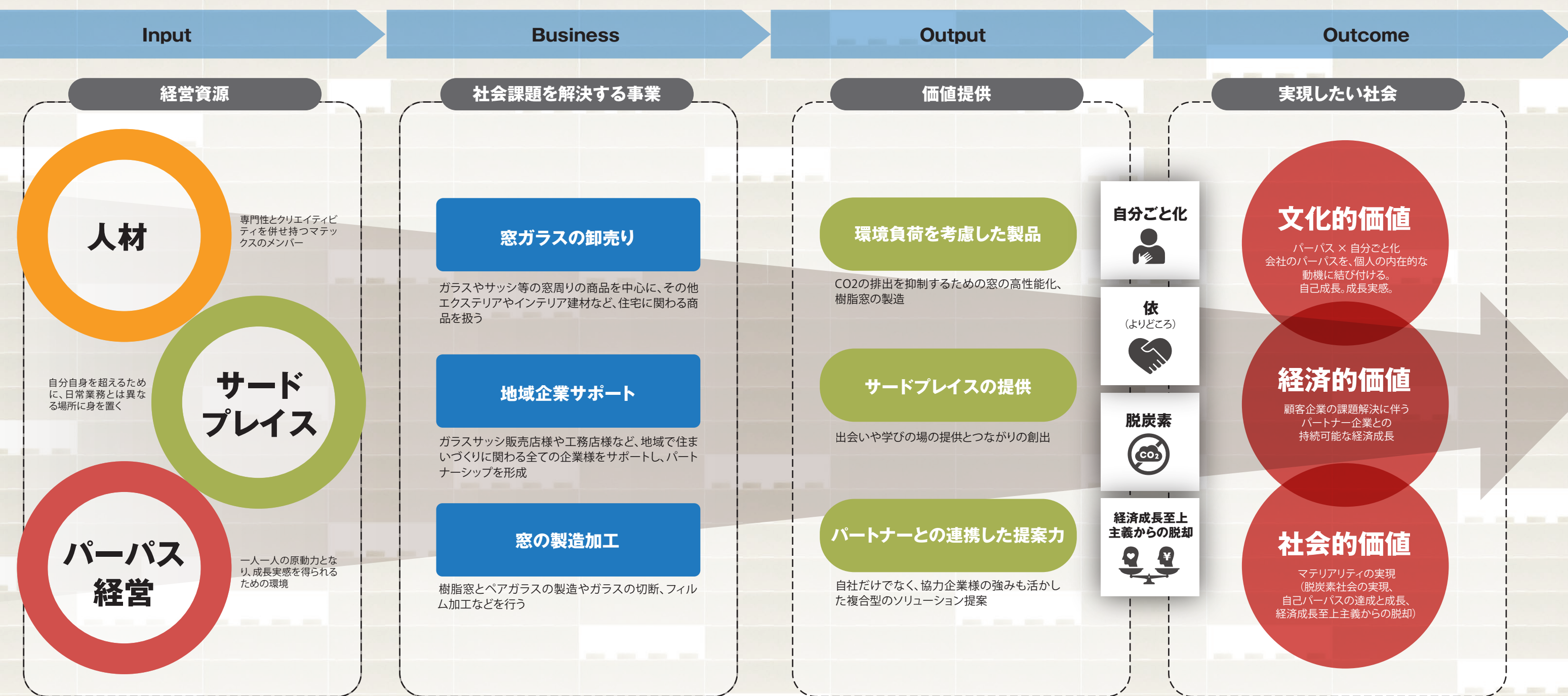
未来をつくるのは、特別な誰かではありません。今この瞬間を生きる私たち一人ひとりの選択と行動が、未来を形作っていきます。私たちはその責任を胸に、「窓」をつうじて持続可能な社会をステークホルダーと共に実現するために邁進していきます。

これからも、窓をつうじたソリューションを提案し、地域企業や生活者の皆さまと共に成長し続ける。そして誇りを持って未来を切り拓いていく。そのために、私たちは挑戦を続けます。どうか、マテックスの活動に引き続きご注目いただき、ともに未来を創るパートナーになっていただければ幸いです。

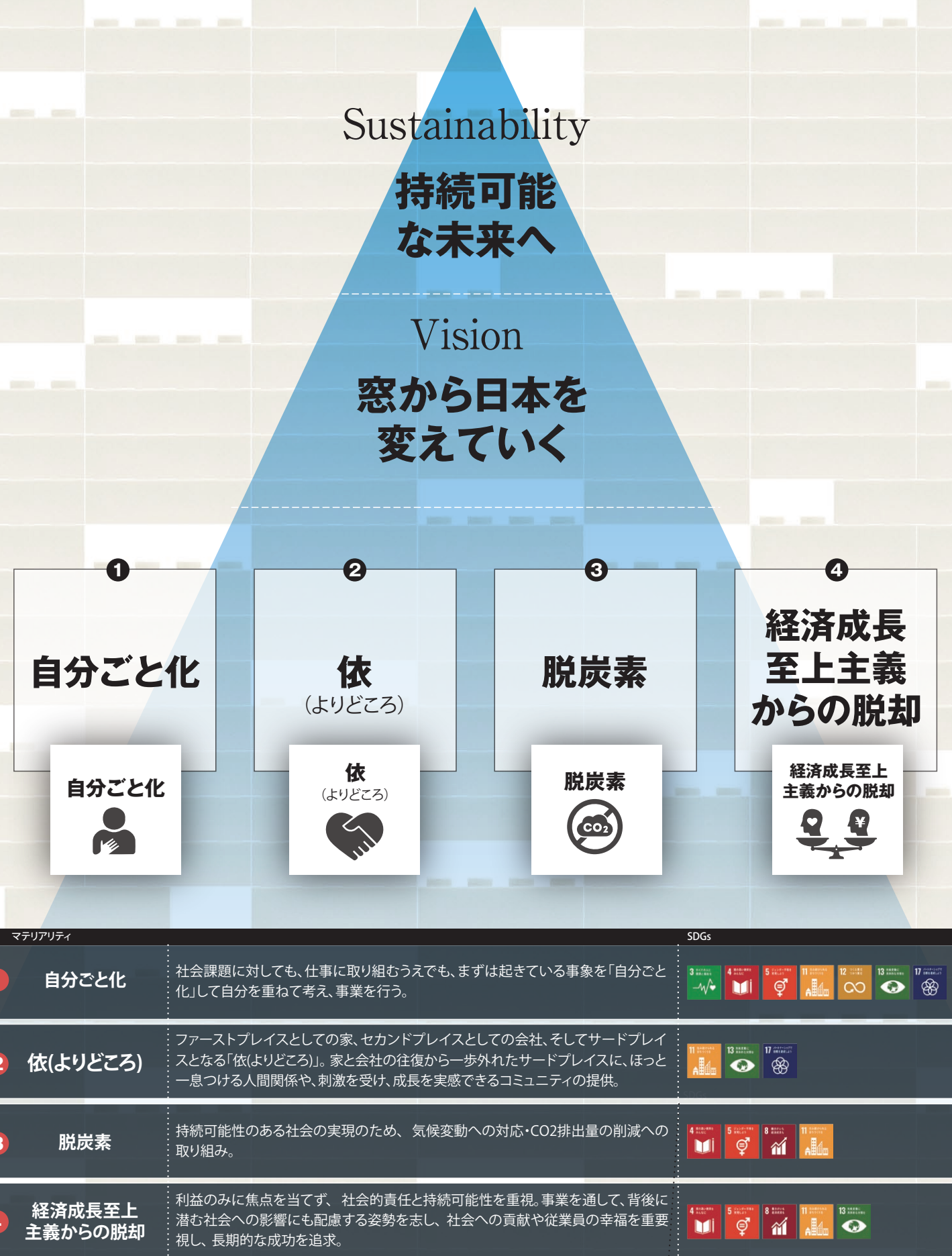
マテックスの価値創造モデル

価値創造ストーリーとは？

企業がお客様や社会に対してどのように価値を創造し還元するかを示した概念図
マテックスが何を強みとし、どのように社会に製品やサービスを提供しているのかを示しています。



マテックスのマテリアリティ

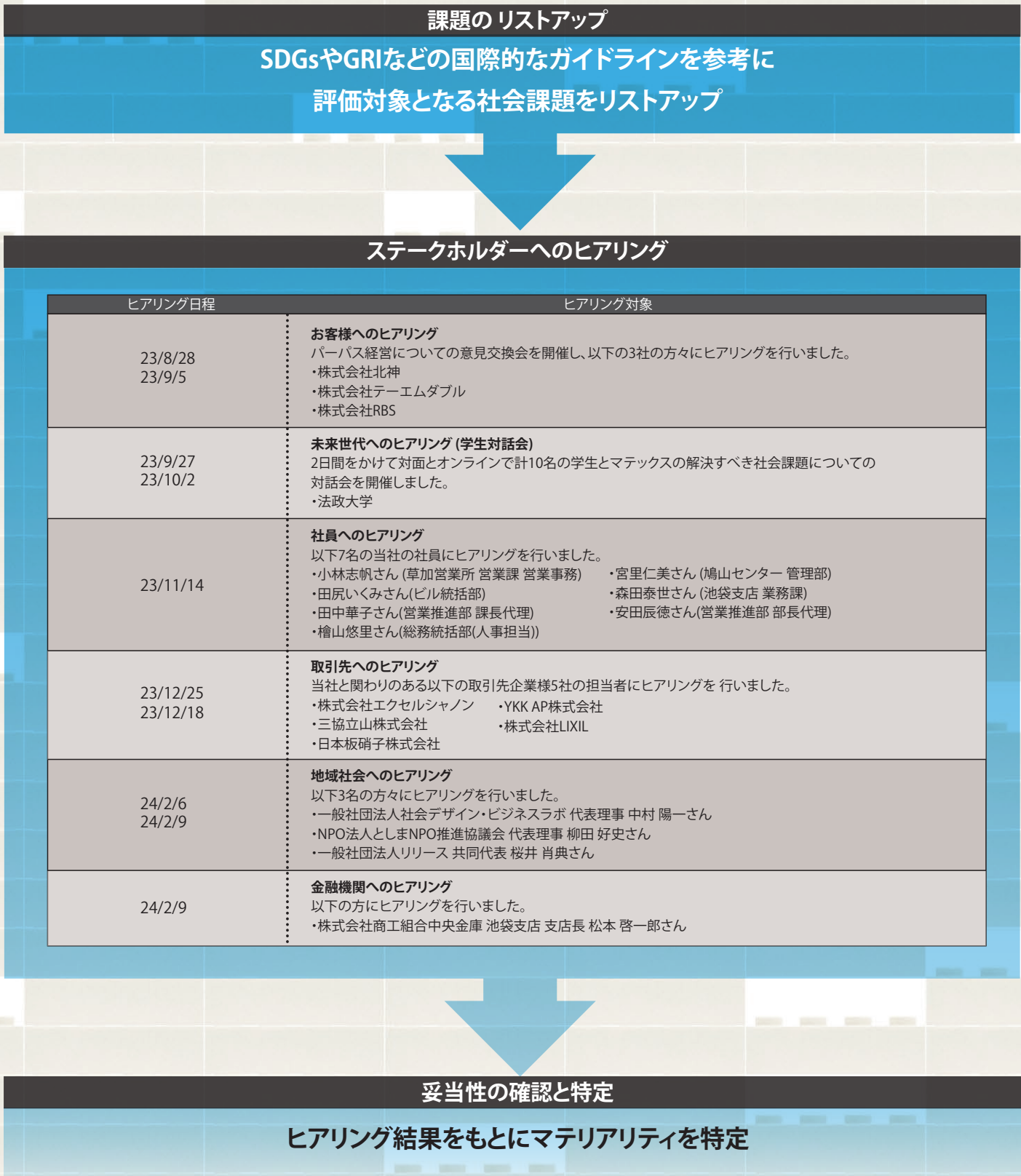


マテリアリティ特定までのプロセス

「マテリアリティ (重要課題) 」とは？

企業活動において優先して取り組む重要課題のこと。財務指標ではなく、非財務指標 (※) の側面で企業が社会的な責任をどう果たしているか、世界や社会の課題にどう取り組んでいるかを示したもの。
マテックスでは、サステナビリティ (持続可能性) の観点からステークホルダーとのヒアリングを通し、4つのマテリアリティを特定しました。

※非財務指標：経営理念、経営戦略、や環境や社会への取り組みなど、数値化しにくい企業の指標や価値のこと



マテリアリティ特定プロセス 学生対話会



今回、マテリアリティを特定するにあたり、ステークホルダーヒアリングを得意とする株式会社 Sacco とSDGs ラーニングプログラムを提供する SoZo 株式会社のご協力のもと、学生 10 名へのヒアリン

グ機会をいただきました。学生が見たときにマテックスはどのような会社なのか、マテックスが取り組むべき社会課題は何かについてをディスカッションベースでヒアリングさせていただきました。

対話会概要

開催日時 : 1日目 2023/9/29
2日目 2023/10/2
対話会参加者 : マテックス株式会社 代表取締役社長 松本 浩志
総務統括部 中川 修平
法政大学と関西学院大学の現役学生10名
対話会アジェンダ : ・マテックスの取組み紹介 (マテックス 松本代表)
・マテックスのマテリアリティの紹介
・マテリアリティに関する討論会

討論会の内容はレポートとしてこちらからも確認できます。



学生対話会を通してのマテックスの感想、気づき

マテックス 総務統括部
中川 修平

そもそも学生の皆さんにとってマテリアリティという言葉自体あまり馴染みがなく、さらに中小企業である窓の専門商社のマテリアリティについて考えて議論する、というのはとても難しかったのではないかと思います。私たちも学生の皆さんと経営課題について直接対話する機会は今までありませんでした。しかしいざ話を進めていくと、マテックスの社会課題について“自分ごと”でとらえて意見する場面が多くあり、私自身も「そういう視点や考え方があるんだなあ」と非常に感心しておりました。最後は学生の皆さんが4つのマテリアリティのどれが最も共感できるか、自分なりの意見でお話してくれたのはとても嬉しかったです。この対話会で得ることができた内容を、今後の事業に活かしていきます。



マテリアリティ特定プロセス 学生対話会 学生からのフィードバック



藤田ももさん（法政大学 グローバル教養学部 1年生）

「ファーストプレイス=家庭」「セカンドプレイス=職場」「サードプレイス=よりどころ」が、順番ではなく横並びの存在であってほしいと感じました。そうすればワークライフバランスがうまくとれて、働く人のやる気や会社への忠誠心も上がるのではないかと思います。また、マテックス社が社会課題に取り組むことには、行動の連鎖を起こすという意味で意義があると感じました。マテックス社の姿を見て、取り組みを始める取引先なども出てくるのではないのでしょうか。



森田彩月さん（法政大学 社会学部 1年生）

私は途上国の問題に興味があるので、「自分ごと化」のテーマは「離れた国のことも自分ごととして考えられる社会づくり」につながる考え方で、すごくいいと思いました。「窓を扱う企業」という点で言うと、窓を通してできる環境活動について社員で話し合う場を設けることも、自分ごと化のひとつかもしれません。また、「依（よりどころ）」の考え方は新鮮でした。問題を抱えているご家庭の、お子さんだけでなく親御さんなどへも支援を広げていけるのではないのでしょうか。



吉田麻衣さん（法政大学 グローバル教養学部 1年生）

「自分ごと化」に特に共感しました。SDGs で目指す最終目標は壮大で、他人ごとになりやすいと感じています。また、仕事や生活において自分が満たされていたり、社会課題に対する目的意識があったりして初めて、本来の持続可能な目標に向かえると思うのです。だからこそ、会社の売上や経営はもちろん、環境問題や社員が仕事に誇りを持てるようなテーマを掲げて社会課題に向き合っているマテックス社はすごいと思いました。



君官 宙さん（法政大学 経営学部 1年生）

「自分ごと化」に一番共感しました。日本には「神頼み」という言葉もあるくらい、「他の誰かがどうにかしてくれるだろう」という文化があります。でも、それでは何も変わらないし、問題の解決にもつながりません。そういう日本の文化を再考するという意味で、「自分ごと化」に着目して挑戦しようとする姿勢が面白いと感じました。それに僕自身、政府や他の誰かに人任せにしていたところがあり、「他人ごと」になっていることに気付かされました。



斎藤日向子さん（法政大学 国際文化学部 1年生）

私は「競争したい」「たくさんお金が欲しい」とは思わないので、お金の本質を考えた「経済成長至上主義からの脱却」の考えに共感しました。これは取引先の企業とも関係が深いテーマだと思うので、製品とともにこの意識も卸していくことが大事だと思います。また、「依（よりどころ）」も重要なテーマだと感じました。いろいろなところに居場所があることは、子どもにとっても大人にとっても大切です。むしろ、大人の方がよりどころが少なくなるのではないかと思います。

Q マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？



高橋花純さん（関西学院大学 総合政策学部 国際政策学科 4年生）

「経済成長至上主義からの脱却」が一番共感できました。これまでのアルバイト経験や就職活動から、環境や働く人、地域社会やお客様のことを考えながらも、ちゃんと利益を生み出している企業は確実にあると分かりました。それに、環境問題にしっかり取り組んでいる企業は、人も大切にしているという相関関係も見えてきています。住環境に関わる企業として、「いかに安く」ばかり考えていると安心感を提供できないという意味でも、納得感がありました。



齊藤真尋さん（法政大学 グローバル教養学部 2年生）

「依（よりどころ）」はあまり耳にすることのない新鮮な概念でし、敢えてサードプレイスの提供をウリにしている会社にも出会ったことがありませんでした。そうしたお話を聞いて、マテックス社は長期的な視点でテーマ設定をしていると感じています。次世代を担う私たちであったり、これから就職活動を迎える人たちであったり、未来世代のステークホルダーを大事にしている企業という感じがして、好印象を受けました。



佐々木美澪さん（法政大学 国際文化学部 1年生）

「自分ごと化」が印象的でした。私自身、中高生の部活での経験から、問題解決のためにはまず「自分ごと」として知ろうとすることが大切だと考えています。また、他の3つのテーマとも密接に関係するテーマだと思いますし、窓の会社かどうにかかわらず、何か物事を考えるうえでも「自分ごと化」して考えるのが大事だと実感したので、共感度の高いテーマでした。



天沼真由子さん（法政大学 社会学部 メディア社会学科 3年生）

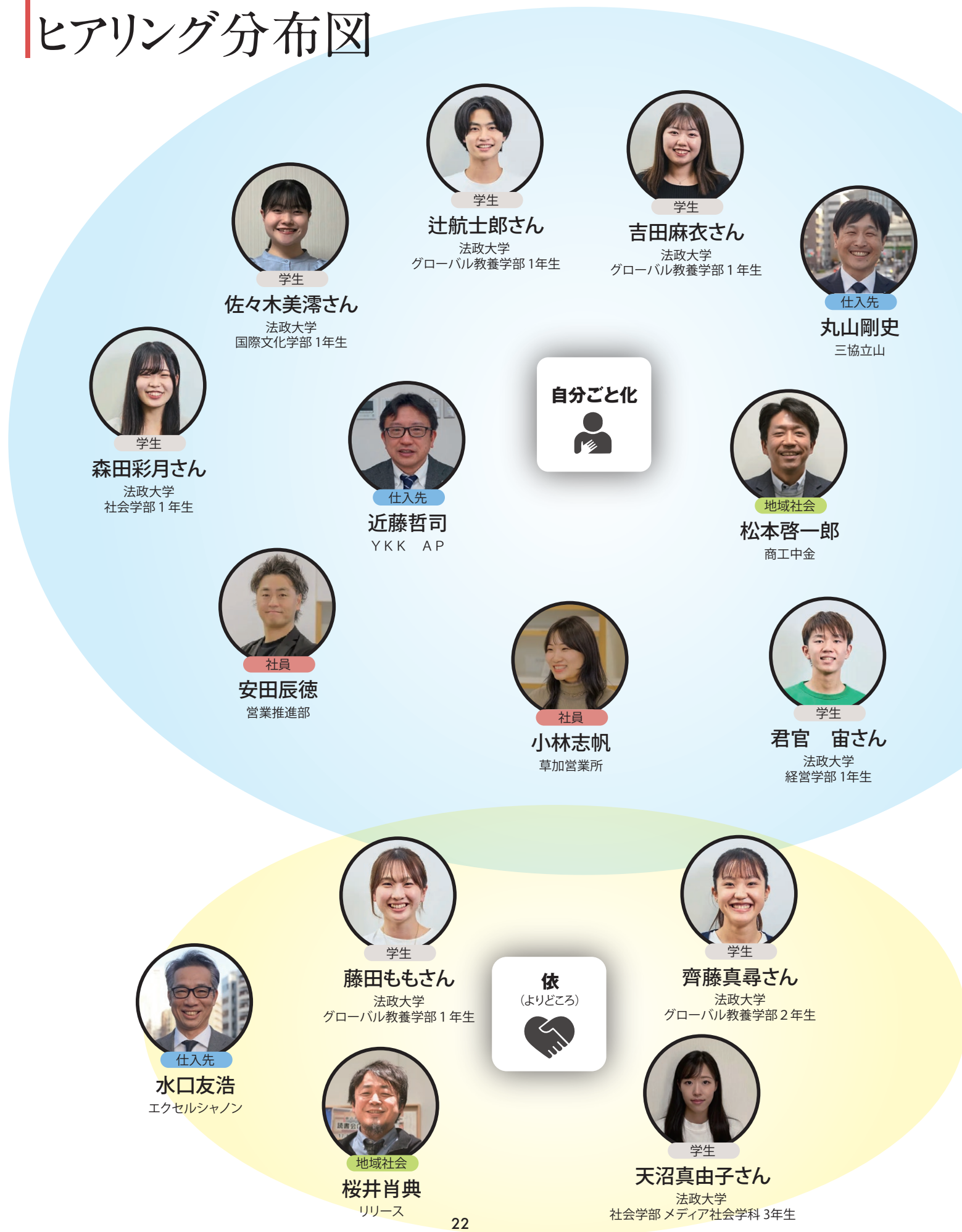
「依（よりどころ）」に共感しました。窓は生活に絶対必要なだけでなく、インテリアの側面もありますし、それこそ「よりどころ」という要素があると思います。また、環境や人を大切にするからこそ「よりどころ」になれると思うので、「脱炭素」「経済成長至上主義からの脱却」もしっくりきました。社会的責任をきちんと果たしている企業はやはり長く続くと思うので、それをテーマとして掲げている会社は素敵だと思います。



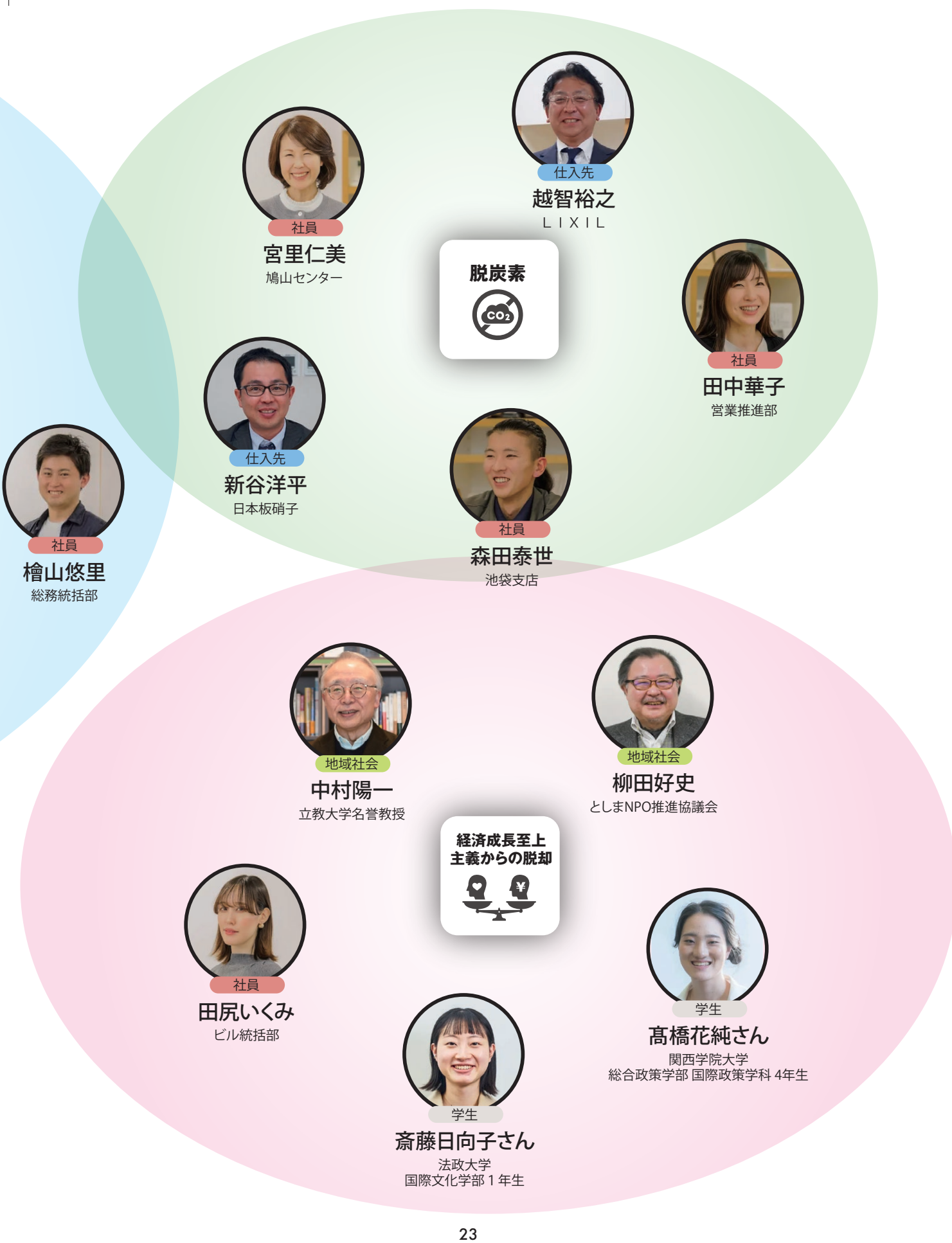
辻航士郎さん（法政大学 グローバル教養学部 1年生）

「自分ごと化」に特に共感しました。話を聞いて、マテックス社は何事にも「自分ごと化」の姿勢を貫いていると感じられたので、すごくマッチするテーマだと思います。また、「依（よりどころ）」にはとても納得しました。よりどころが多様であるように、我々と窓との関わり方も多様です。マテックス社は、窓を通していろいろな形のよりどころやサードプレイスを作れるでしょうか、納得性が高かったです。

マテリアリティ特定プロセス ヒアリング分布図



マテックスが解決すべき重要課題 (マテリアリティ) について、以下の方々にヒアリングをし、マテックスが取り組むべき課題を回答いただきました。ヒアリングの内容は P.41 でも紹介しています。



持続可能性

Sustainability

環境

Environment

環境経営方針

基本理念

マテックス株式会社は“窓をつうじて社会に貢献する”を経営理念の第一条に掲げております。

地球温暖化による環境破壊が、人類の活動に由来した問題であることをきちんと認識し、

環境負荷の軽減および環境保護に係わる社会貢献活動を積極的に実施します。

基本方針

当社は、社内の環境配慮意識を高めるための活動を推進するとともに、CO2等の温室効果ガスの抑制に効果的な、省エネ型の開口部(窓)の提案・販売を積極的に取り組みます。

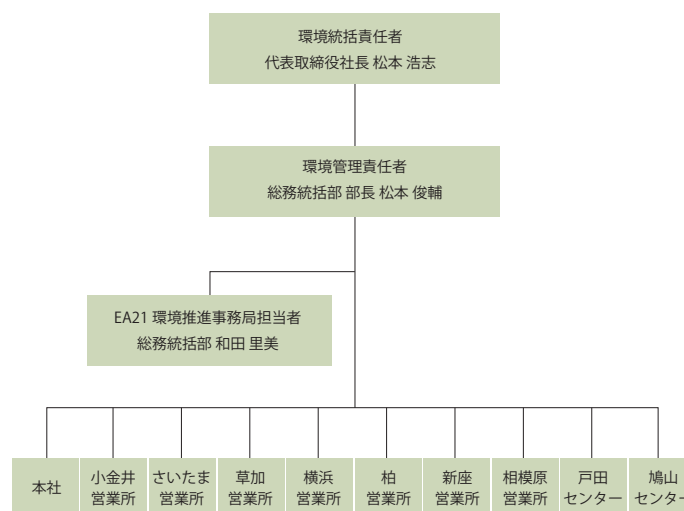
そのために、次の行動指針を定め、低炭素社会の実現に貢献する努力をします。

- 1.環境意識の向上を図り環境経営の継続的改善に努めます。
- 2.環境関連法規を遵守します。
- 3.資源・エネルギー(水、用紙、電気、ガソリン燃料)使用から発生するCO2排出量の削減に取り組みます。
- 4.廃棄物の適切な管理及び処理に努めます。
- 5.省エネ型の開口部(窓)の普及により家庭からのCO2排出量削減に努めます。
- 6.地域の社会貢献団体との協働を推進します。
- 7.組織への浸透を図るため職場チームでの取り組みを推進します。

2009年10月1日制定

2023年 8月1日改正

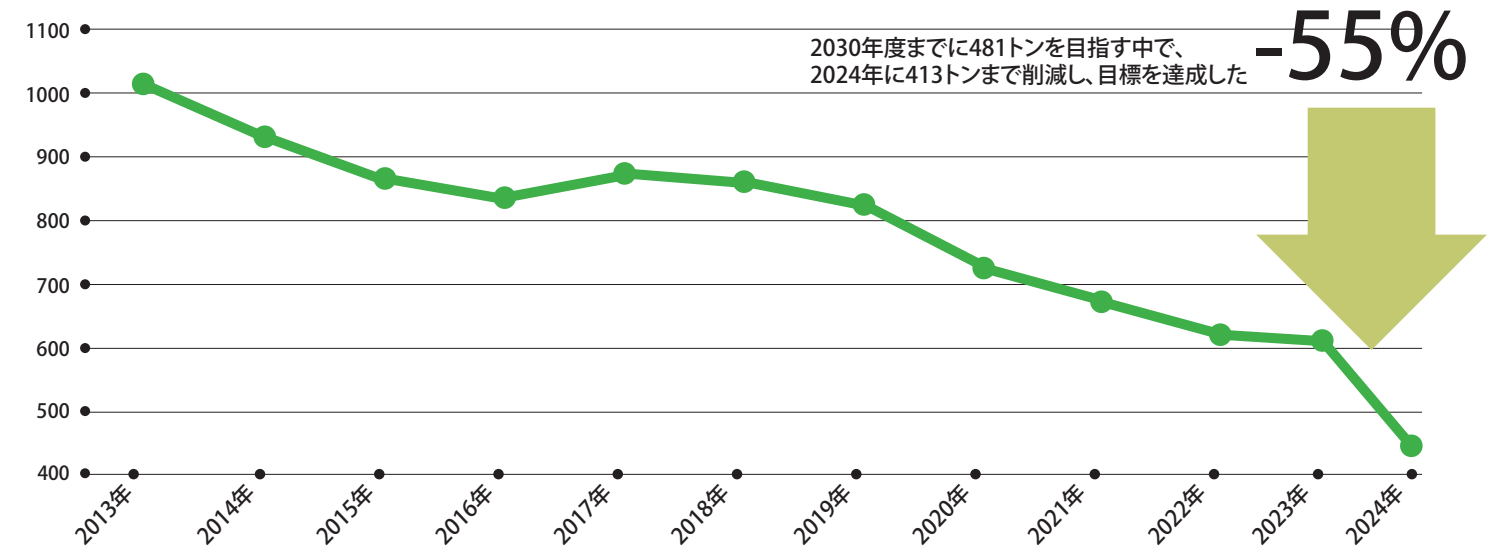
環境経営実施体制図と役割



	役割 責任・権限
代表者(社長) (認証登録範囲のトップ)	・環境経営に関する統括責任 ・環境経営システムの実施に必要な人、設備、費用、時間、技能 技術者を準備 ・環境管理責任者を任命 ・経営における課題とチャンスの明確化 ・環境方針の策定 見直し及び全従業員へ周知 ・環境目標・環境活動計画書を承認 ・代表者による全体の評価と見直しを実施 ・環境活動レポートの承認
環境管理責任者 (環境経営システム 代表者の代理)	・環境経営システムの構築、実施、管理 ・環境関連法規等の取りまとめ票を承認 ・環境目標 環境活動計画書を確認 ・環境活動の取組結果を代表者へ報告 ・環境活動レポートの確認
環境事務局 (環境管理責任者の補佐)	・環境管理責任者の補佐、EA21推進委員会の事務局 ・環境負荷の自己チェック及び環境への取り組みの自己チェックの実施 ・環境目標、環境活動計画書原案の作成 ・環境活動の実績集計 ・環境関連法規等取りまとめ表の作成 ・環境関連の外部コミュニケーションの窓口 ・環境活動レポートの作成、公開(事務所に備付けと地域事務局への送付)
部門長	・自部門における環境経営システムの実施 ・自部門における環境方針の周知 ・自部門に関連する環境活動計画の実施及び達成状況の報告
全従業員	・環境方針の理解と環境への取り組みの重要性を自覚 ・決められたことを守り、自主的 積極的に環境活動へ参加(各自の役割の遂行)

環境負荷実績推移

マテックスのCO2排出量削減目標：2030年までに2013年比でマイナス55%。
2024年度に目標達成。今後は更なる削減目標を掲げ、取り組んでいく。



リスクと機会の分析と対応戦略

気候変動が自社の事業、戦略、財務計画に及ぼす影響を短期～長期にかけて自社にどのような影響が発生しうるかを「リスク(移行リスク/物理リスク)」と「機会」のそれぞれについて特定しました。

区分	期間	背景
長期	10～30 年	政府の定めたカーボンニュートラルの 2050 年までの期間
中期	3～10 年	SBT やエコアクションで定めている 2030 年までの期間
短期	0～3 年	SpringFest のフェーズ 3. かつ情勢も省エネ基準適合義務化などの変化となる 2025～2026 年までの期間

分類	シナリオ	時間軸	影響度		対策
			1.5℃	4℃	
移行リスク (法規制)	脱炭素税導入などによるコスト増加	中～長期	大	大	低炭素素材及び環境性に配慮した商材の活用
移行リスク (市場)	エネルギー・原材料調達のコスト増加	中～長期	大	大	低炭素素材及び環境性に配慮した商材の活用
物理的リスク (急性)	台風や洪水等による売上機会の喪失	短～長期	中	中	洪水・高潮対策設備の導入
機会 (市場)	環境性に配慮した商材 (低炭素材料) などの需要増加	短～長期	中	中	・高断熱・リサイクル性に優れた窓ガラスの販売 ・低炭素素材を活用した製品の販売

※移行リスク：低炭素経済へ移行する過程で生じるリスク。「社会が大きく変化するなかで、十分な対策を採らなかったことで変化に適合できず、法的または社会的な制裁を受けるリスクのこと。
※物理リスク：ハリケーンや豪雨、土砂災害、水不足、海面上昇などで物理的に被害をもたらすリスク。主に「急性リスク」と「慢性リスク」に分類することができます。急性リスクは突発的な気象災害の増加により被害が発生するもの。慢性リスクは降雨・気象パターンの変化や海面上昇など長期にわたるリスクのこと。

社外に向けた環境への取り組み

脱炭素社会実現に向けた場づくり

エコ窓普及促進会①

エコリフォーム補助金制度の構築を提案するセミナーを地方自治体の環境政策課、住宅課を 対象に開催しています。千葉県柏市の「柏市エコハウス促進総合補助金制度」の導入を皮切りに板橋区、新宿区、豊島区、武蔵野市、府中市、川崎市、多摩市の制度づくりの支援をしてきました。

よこはま健康・省エネ住宅推進コンソーシアム

「省エネ性能のより高い住宅」が当たり前となるよう、横浜市と事業者が協働して市民の皆様の行動変容につなげることを目的として発足されました。その具体的な取組みとして、横浜市のマンション住民の方や管理組合の方に向けてマンション窓改修大相談会を実施し、マンションの窓改修に関するミニセミナーや窓改修関連商品の展示などを行いました。

エコ窓普及促進会②

2009 年に発足した地球温暖化対策地域協議会「エコ窓普及促進会」は、「窓」のエネルギーロス対策について広く知らせると同時に生活者の環境リテラシー向上を目的としています。生活者に「日常生活の“CO2 削減”や“健康維持”には窓の断熱が重要なんです!」ということを知っていただくために地方自治体の環境系イベントへ参画し、窓の断熱改修の普及促進活動を行っています。

madolino

機能の優位性を訴求するばかりでなく、生活者の新しいライフスタイル提案を基軸とした窓辺のプチリノベーション「madolino」を展開。感性価値の提案からはじまり、後に健康省エネの啓蒙に努めることで関心をもって頂ける生活者層が拡がりつつあります。

社会志向型地域企業の養成

madoka

家庭における「エコソリューションとしての窓」を的確に提案提供できるパートナーを輩出することに価値を置き、下請業から生活者向けの元請サービス業へシフトするためのサポート活動です。2008 年のスタート時 7 店に留まっていたエコ窓リフォーム店を、2020年現在には300店強規模にまで拡げています。

真健省Bu

2016 年からは、真の健康省エネ住宅を社会に広めるために新築を手がける地域工務店までサポートの範囲を広げました。低炭素社会づくりに不可欠な高性能住宅のつくり方のノウハウを現場見学会やセミナーを通じて提供しています。見学会には 2020年現在で200社を超える企業様にご参加いただいています。

持続可能社会の実現に向けた人づくり

「社会課題解決と仕事のモチベーション」セミナー

学生に対しては「環境課題解決と仕事のモチベーション」を題材としたセミナーやワークショップを提供しており、キャリア設計の支援を越えた環境リテラシーの養成と社会志向型人材の育成に取り組んでいます。
【連携校】和光大学、立教大学、東洋大学、日本大学、大正大学、嘉悦大学、法政大学、文 京学院大学、東京家政学院大学、東京成徳大学

インターンシップによる環境リテラシー教育

インターン生に事業で社会課題を解決する意義をお伝えすべく、短いものでは1dayから、長期のものでは6ヶ月まで受け入れしています。今日では大学の教授やキャリアセンターからも弊社のインターンシッププログラムに関心が寄せられ、教え子の参加を促されるケースが多く出てきています。また、インターン経験者が後に正社員として入社を希望するケースもあり、環境問題の解決に取り組む意欲のある学生を応援する場づくりが実現しつつあると確信しています。

持続可能社会の実現を支えるモノづくり

高性能窓の製造

今日では国内新築戸建住宅の約 8 0 %に採用され、窓ガラスのスタンダードとなったエコガ ラスの普及を、製造供給する立場から支えてきました。脱炭素社会へのシフトを加速するために、環境先進国で標準仕様となっている樹脂製サッシの製造も行っており、より一層高まる窓の断熱基準のご要望に応え続けています。

社内における「環境への取り組み」

アイドリングストップ

社有の営業車や配送トラックのアイドリングストップを呼びかけるために、社内で「アイドリングストップ」をテーマとしたデザインを公募し、採用されたデザインをA2サイズのポスターにして全拠点の倉庫・工場出入口に貼りました。

5 S 活動

「整理」「整頓」「清掃」「清潔」「躰」のことを総称して 5 S と呼ばれる改善活動を、2015年から営業所と工場にて実施しています。一般的に 5 S は課題に対して改善を進めて業務の効率化を実現していくものですが、マテックスでは「環境 5 S」と題して地球環境の課題解決を 5 S をつうじて実現していけるよう取り組んでおります。

持続可能性

Sustainability X 社会 Social

パーパスとは“存在意義”“志”



▲マテックス社員一人ひとりのパーパスで作られた企業ロゴ

マテックスはパーパス経営の可能性として、以下の5つの考えを持っています。

1. 社会志向型企業になる。
2. 人が集まる企業になる。
3. 顧客から選ばれる会社になる。
4. 新しいマーケットを創造する。
5. 共創パートナーと連携する。

自社の利益の最大化だけではなく、パーパスの実現も目指しており、「お客様にパーパスを提案すること」も、マテックスは“本業”と捉えています。

マテックスフェア 2023 では、【“Purpose for ALL”～未来が歓迎する関係性へ～】をテーマに当日のイベントで「企業とひとの成長を支える真・パーパス経営」と題してセミナーを実施しました。会場ブースには「パーパスコーナー」を設置し、お客様のパーパス経営の事例や過去のイベント内容について紹介しました。



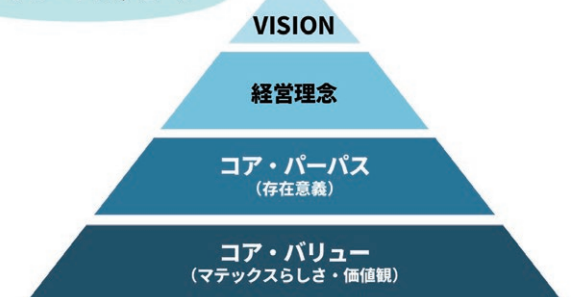
マテックスのパーパス経営

【マテックスのコア・パーパス】

地域企業と共創し、生活者の豊かな住まいづくりのソリューション（解決策）をお届けする

マテックスがコア・パーパスを制定したのが、2013年。卸売りの立場から、直接のお客様はもちろん、その先にいる生活者（最終消費者）、さらには社会に何が求められているのかを考え続けます。

コーポレートメッセージ



クリーニング店から学ぶパーパス経営

2023年には地域密着型を貫くクリーニング店、白洗舎の藤木拓也社長と弊社代表松本が「豊島区の2代目クリーニング店の奮闘記」と題して、トークセッションを実施しました。斜陽産業と言われるクリーニング業界で、地域密着型で丁寧な顧客目線のサービスを展開し、それが口コミで拡がり満足度の高いクリーニング店へととなりました。自然とパーパス経営を実践できていたという藤木社長のプレゼンを聴講した販売店様からは「業種は違うが、お客様に対する想いや熱意はとても参考になった」など、お客様にパーパス経営の重要性をお伝えすることができた回となりました。



社員パーパストークセッション



2023年7月7日、HIRAKU Ikebukuroの『SOCIAL DESIGN LIBRARY』で「成長」をテーマに若手社員のパーパストークセッションを開催しました。このセッションでは、松本社長とマテックスのこれからを担う若手メンバーを中心に「自分ごと化」のパーパスを探求することでの「成長」をテーマにしています。日常業務や社会での出来事を個人的な問題として捉え、それ

を「自分ごと」としてとらえ直すことで、自分も社会も改善できます。外部から与えられたパーパスではなく、自分の価値観に基づいたパーパスが真の原動力になるとし、若手社員各々のパーパスについて、語り合いました。このトークセッションは、若手社員が自身のパーパスを見つけ、それを自分の力に変えていくための一助となることを目的としています。

パーパストークセッション 概要

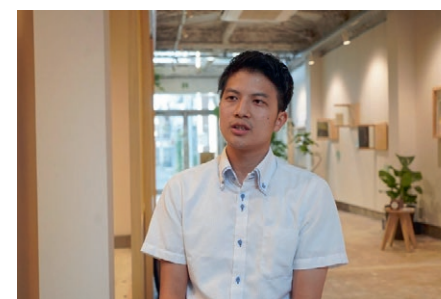
- 開催日：2023年7月7日
開催場所：HIRAKU 01 Ikebukuro『SOCIAL DESIGN LIBRARY』
アジェンダ：1. 今の仕事で成長を実感したエピソード
2. これからどんな成長をしていきたいか
3. これからどんなマテックスにしていきたいか
4. これからのマテックスが目指す“人の成長”

トークセッションの内容はこちらのレポートからも確認できます。



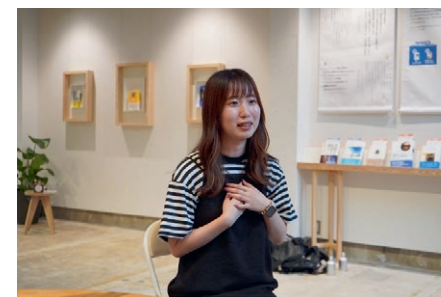
トークセッションを終えて、参加してくれた社員の方々に以下の内容について、フィードバックをもらいました。

- ①.トークセッションの感想 ②.あなたにとってマテックスとは? ③.マテックスに対するメッセージ



入社6年目 池袋支店（営業）
山田 健斗さん

- ① この人たちと働いたら、どれだけ成長できるだろうと想像した。志高い人たちに囲まれて話を聞ける良い機会になった。同期の南くんが「ファン」という言葉を使っていて、率直に「いいな」と思った。私自身も「頼ってもらえる」営業を目指していた。その感覚に、「ファン」という言葉がしっくりきた。
- ② 第二の実家であり、学校でもある。営業から戻ると、支店長を始め営業所のメンバーがあたたく迎えてくれる。そういう意味で「家族」のような存在。また、入社後、社会人としての身なりや経験が身についた。学生時代には味わえなかった成長を味わっている。今後も成長していけるし、社長の考えにも触れてより大きな人間になっていけると感じている。
- ③ マテックスという会社をより多くの人に知ってもらい、パーパスや社会貢献など大きなところにも貢献していきたい。



入社5年目 小金井営業所（窓口）
喜田 美智瑠さん

- ① 言葉にすることで「成長」をあらためて実感できた。「なぜ成長できたか？」を自問自答したことで、「チームの成長ありき」ということにも気がついた。印象的だったのは、高野山さんの「営業になりたい」という話。私は窓口で入社して、現在インナーセールスを勉強しているところ。高野山さんはさらにその先を見据えていた。私も新たな目標として刺激をもらった。
- ② 「職場」というよりは「学校」のような学びの場。仕事のスキルアップもサポートしてもらえるうえ、人生の勉強にもなる。すべてにおいて学びが得られる場。
- ③ 会社の成長スピードに私もついていけるよう、頑張ります！

①.トークセッションの感想 ②.あなたにとってマテックスとは？ ③.マテックスに対するメッセージ



入社7年目 さいたま営業所（営業）

間中 裕己さん

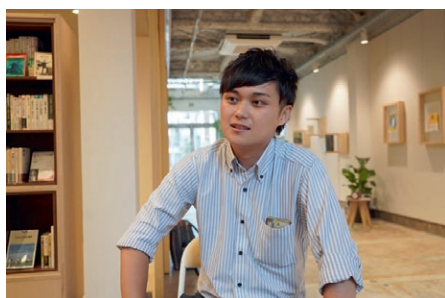
- ① 若手メンバー含め、ほとんどが後輩にあたる。率直な意見を聞けて新鮮だった。それぞれ自分の言葉で発言しながらも、「お客様の力になりたい」「誠実でありたい」という想いが共通すると感じた。特に、南さんの「ファンを増やしたい」という発言が心に響いた。マテックスの未来は明るいと思えるトークセッションだった。
- ② 私の人生を豊かにする場。ときには間違ふこともあるが、修正できる。そのプロセスを通じて、お客様の信頼や協力を得られて、人生が豊かになると感じる。
- ③ マテックスは、まだまだ伸びしろのある会社。なぜなら、若い人たちが意欲的に仕事しているから。「気を引き締めないとすぐに追い抜かれるぞ」と、いい意味で突き上げを感じられる。



入社6年目 新座営業所（営業）

南凌さん

- ① 「自分の成長」について考える良い機会になった。自分に足りないところや、新しい発見があった。田中さんの、「ここに居ないみなさんも、それぞれに思っていることがある」という話が印象に残った。今後、営業所のメンバーの話に耳を傾けたり、意見をもらったりしたい。そうすることで、会社全体がより良くなると思う。
- ② 大人になれた場所。入社後、「大人になったね」とよく言われる。社長の考えに触れたり、営業所のメンバーと考えたりと、成長につながる機会が多々ある。お客様との会話の中できちんと話せるようになった。会話の広げ方や「今これを言ったらいけない」という感性もそなわってきた。まだまだですが（笑）。
- ③ 「上から言われたからやる」とか意見を言いにくい環境はいやなので、上司に対してしっかり意見を発して思考を交換できるような社員でありたい。将来は、部下にとって意見を言いやすい上司になりたいし、会社全体が良くなる行動をとりたいと思う。



入社6年目 草加営業所（営業）

島居 広輝さん

- ① 年代や部署によって働き方や働く姿勢の違いを改めて感じた。後輩・先輩・上司、違う環境で働く人の意見は、とても参考になる。今日の話を営業所に持ち帰って、上司や後輩にも伝えたい。喜田さんの「担当を決めずに全員がチームになって仕事をする」という話は、理想的だと感じた。問い合わせに対して「担当がいないのでわかりません」とお伝えすることに、これまでも違和感を抱いていた。小金井営業所の事例を全営業所で実現できれば、お客様の期待や信頼にもお応えできる。一気にがらりと変えることは難しくても、率先してできることから始めたい。まずは新人が楽しく働ける環境づくりから。
- ② 公私ともに学び合い、成長し合える場。
- ③ 誰もが心理的安全性を保てる、より良い職場にしたい。



入社8年目 本社 経営企画部

岩崎 美紗子さん

- ① 参加したメンバーが前向きで、いろんなことを考えて仕事にとりくんでいることに感動した。特に、高野山さんの「営業になる!」という意気込みに感動した。私自身、熱い想いをもちながらも、目の前の仕事に追われてなかなか言語化する機会がなかった。今は現場から離れたところで働いているが、現場で働くみなさんの想いに触れて励みになったし、これからも現場の声を大切に、本社スタッフとしての仕事に取り組もうと決意した。
- ② 自分も成長でき、人の成長にも携われる場所。
- ③ 社内外のたくさんの方々と関わりながら、社員みんながマテックスを好きで「これからもここで働きたい」と思えるような会社にしたい。「マテックスでこんなことをしたい」と意欲を持ち、それを叶えられるよう、自分自身も経営企画で頑張りたい。



入社3年目 柏営業所（窓口）

高野山 雅子さん

- ① 営業の想いや他店の改善例を聞けて有意義だった。間中さんの営業スタイルの背景にある想いや過程を知って、ウィンウィンの関係を考えて取り組んでいることが伝わってきた。自分もそうありたい。
- ② 成長させてもらえる場。ふつうに生活していたら知らないようなことを深く知れるだけでなく、チャレンジできる機会が多い。自分が躊躇して踏み込めていないけれど、踏み込める土台はある。仕事だけでなく、人間としても成長できる環境だと思う。
- ③ 土台は用意されているので、積極的にチャレンジして結果を残したい。

地域企業と共に取り組む パーパス経営の参加型イベント



マテックス株式会社では、「窓から日本を変えていく」をビジョンに掲げ、地域企業と共創して持続可能な社会実現を目指しています。地域企業と共に、未来が歓迎するビジネス基盤をつくることが私たちの使命であると自負しており、その礎

となるパーパス経営への挑戦を全力でサポートしています。今回は参画企業が一同に介しワールドカフェ形式で取り組む「パーパス経営の参加型イベント」を開催しました。

イベント概要

テーマ：地域企業と共に取り組むパーパス経営の参加型イベント

目的：持続可能なビジネスにシフトする

狙い：パーパスをエンジンとした相互成長

※パーパスを軸にした戦略立案を目的にしています。

開催日：イベント1日目：2023年8月28日(月) 14:00～18:30

イベント2日目：2023年9月5日(火) 14:00～18:30

会場：HIRAKU 02 IKEBUKURO『gather』

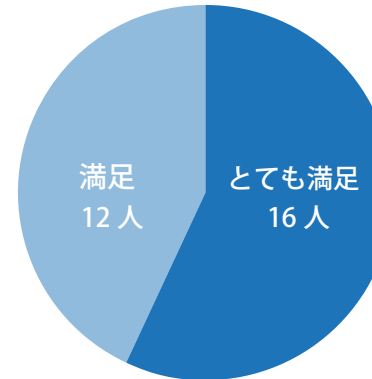
内容：第一部 パーパス経営について(マテックス株式会社 代表取締役社長 松本浩志)

・ワールドカフェ形式での意見交換会

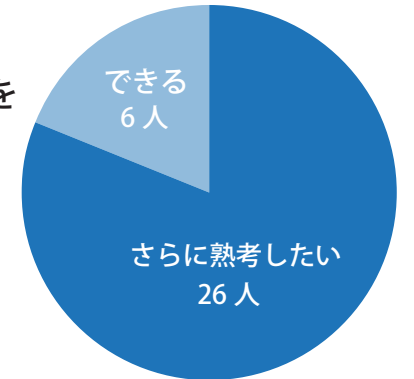
第二部 懇親会

パーパス経営参加型イベント 参加者へのアンケート結果 N数=32

イベント全体の満足度を教えてください。



自社のパーパスを社内外へ自信をもって説明が出来るようになりましたか。



今後パーパスを軸に社外に対してどのような活動を進めていきたいですか。

- ・BtoBの仕事と、若い優秀な社員の採用に繋がりたい。
- ・地域から必要とされる会社。
- ・自信を持ってパーパス経営を進めたいと決意。
- ・営業体制の確定
- ・自社の理念（パーパス）に基づいた活動
- ・広報を強化する・引き続き情報を取り入れる
- ・まずは社内での浸透を進めていきたい。
- ・名刺などに自社のパーパスを書いてみたい。

- ・まずは社内浸透の為に朝のミーティングに取り入れていきたい。
- ・共働と共生・まず考える→WEB 一会社案内など基本的なところから営業意義へ
- ・地域を大切にしていきたい。
- ・ホームページのトップページにパーパスを掲載し私たちの思いを伝える
- ・ビルダーさんへの社会貢献のススメ
- ・社員さんにとってどのような実践ができるかを実践します。
- ・これから良く考えたい
- ・今現在のパーパスを軸にさらに高みを旨す。等

今後パーパスを軸に社外に対してどのような活動を進めていきたいですか。

- ・同業の方との「対話」がとても勉強になりました。
- ・他社の社長さんの話も聞けて勉強になりました。
- ・他の会社の代表の方々との会話
- ・ワールドカフェ形式が良かったです。
- ・パーパス、新しい軸を発見できた
- ・もう少し深い会話が出来るとよいと思う。
- ・気づき、学びをいただきました
- ・会社の方針を考え直すことが出来たこと

- ・会社の方針を考え直すことが出来たこと。
- ・他社のパーパスが聞けて参考になった
- ・同業他社の考え意見を聞けて良かった。
- ・話しやすかった。今後どのように行動していけば良いか少し答えがでた。
- ・パーパスについて考える時間ができたこと
- ・たくさんの方と意見の交換や気づきができた。
- ・考える機会を頂いた
- ・自分自身の気づきが良かった。等

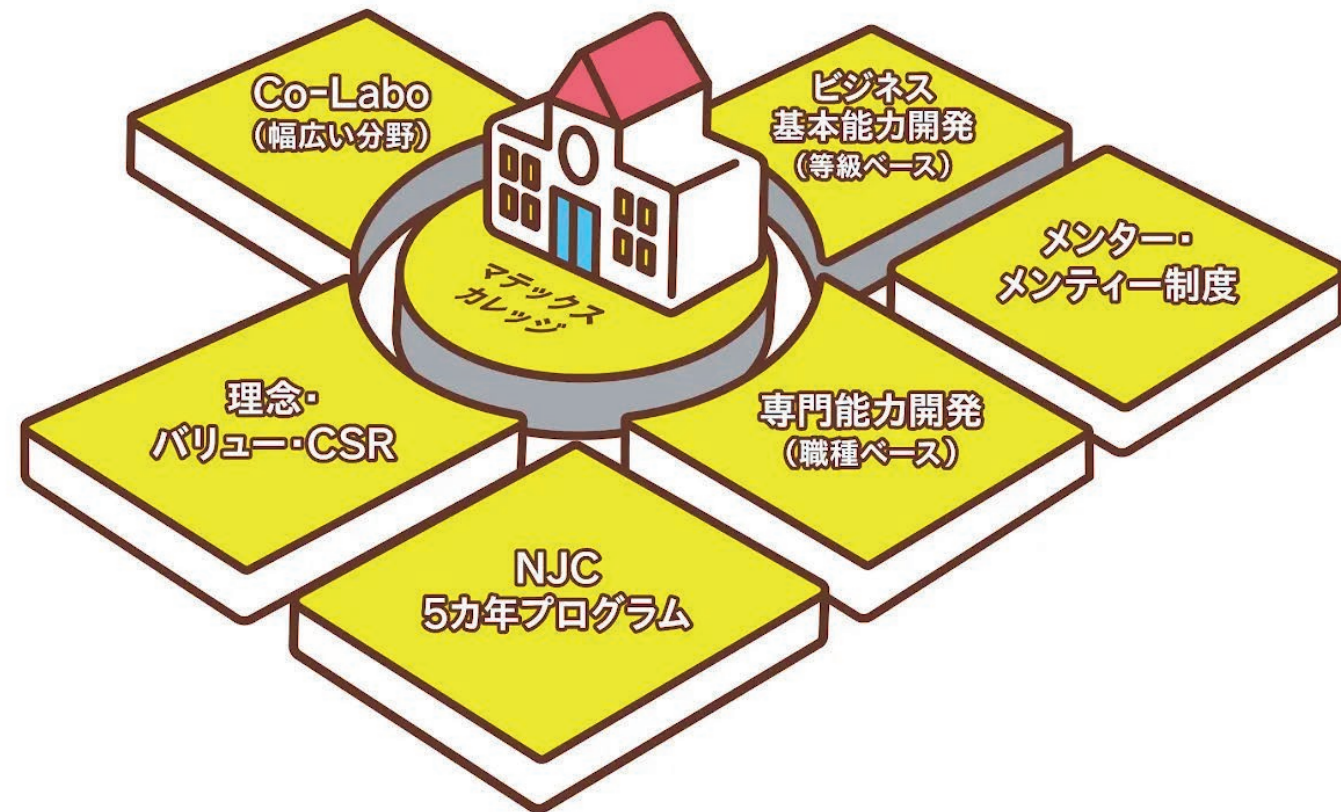


マテックスフェア実行委員長のコメント

相模原営業所 所長 吉田 仁さん

参加いただいたお客様との会話の中で、経営者としての悩みを聞くことができました。そのときに「お客様のお悩みはマテックス社員が掲げるパーパスの迷いと同じではないか。その点を共有することで、お互いの理解をより深めていけるのではないかと」気づくことができました。イベント後も継続的な会話により、お客様の想いをさらに聞き出すことが大切です。そしてパーパス制定で完了するのではなく、パーパスを活動の原動力にしていきたいです。

マテックスカレッジ



■ 若手もベテランも、いつまでも成長を実感できる会社へ。

わたしたちは「マテックスで一生働いていきたい」と思える、そして成長意欲を持って取り組むベテランの姿が、若手にとって「自分も将来そうありたい」と思える、そんな好循環を生み出す「新しい終身雇用制度」の創出に全社を挙げて取り組んでいます。その根幹をなすのが独自の教育制度である「マテックスカレッジ」です。等級や職種別に目指すべき役割や能力を再定義し、フェーズごとにどんな研修が用意されているかを可視化したことで、「自分はどのように成長し、どんな人間になれるのか?」といった「自分の将来像」がわかりやすく描けるようになりました。「成長や学びの喜び」が世代を超え、全ての社員が感じられるよう、プログラムを設計するなど日々進化しています。

■ 職業スキルだけでなく「人間力」も会社で学ぶ。

マテックスカレッジのプログラムは、職業スキルだけに留まらず、幅広い分野にわたることを特長としています。「地球環境」についての学びをはじめ、「世界の時流」や「働き方」について考えるワークショップ、時には「工場見学ツアー」や「マテックスのDNAを学ぶ会」など「スキルアップ」だけでなく、「人としての成長」を目指しています。

■ 持続可能にするポイントは「相互講師」。

脈々と繋がる企業文化や技術を正しく継承できる組織でありたい。そう考えたとき、「新しい終身雇用制度」を支えるマテックスカレッジも、一過性でなく、持続可能な制度であるべきだと考えました。その実現に向けたしくみの1つが「Co-Labo」です。これは社員同士がお互いの得意分野で講師となる「相互講師形式」のこと。マテックスカレッジの様々な研修に導入されています。自分自身の持つ知識を相手に伝えるのは容易なことではありません。私たちは「教える力」を磨くことで、新たな学びを得る努力を常に続けていきます。

企業文化を支える人づくりのためにマテックスカレッジで学ぶこと



① 理念・バリュー・CSR

経営理念の浸透をもっと堅苦しくない雰囲気で行いたいと思い、社長が各事業所を回って、社員全員がお菓子やジュースを持ち寄って、カフェスタイルで経営理念について対話をしようという「経営理念浸透カフェ」を毎年実施しています。カフェで大切にしていることは、社員一人ひとりがお互いに尊重し合い、お互いにかけてあげない存在であることに気づいてもらうことです。さまざまな話題に触れながら、働くことについて我々が手掛けている仕事について皆が考えるきっかけをつくろうとしています。



② NJC5年プログラム(NJC研修)

社内でのOJTと並行して、全国の同業他社の同期と共同で実施する5年研修プログラムです。1年目の社会人基礎や商品知識にはじまり、営業職、財務諸表の見方、部下育成など、5年目まで年次に応じて必要なスキルを段階的に学べるようになっており、研修を通して一人前の社会人として自立することを目指します。入社後はそれぞれの配属先に着任しますが、年数回あるこの研修にて同期との仕事の進捗や相談もできるので、同期との仲をさらに深めることもできます。



③ 専門能力開発ベース

「営業」「窓口」「業務」「センター」「スタッフ」の5職種別に専門能力開発のプログラムがあります。「スタッフ」については、専門性に基づいてさらに細分化されます。主に専門知識や技術を身につけていくための必要な研修プログラムや、勉強会などを用意しております。最近では2023年から始まったものとして、サステナビリティアカデミーと題して地球環境と気候変動についてみんなで考えるワークセミナーなど実施しています。



④ メンター・メンティー制度

メンティーとなる新入社員がいち早く会社慣れていきいきと仕事ができるように、メンターとなる先輩社員がサポートする制度です。端的に言うとメンター（先輩社員）はメンティー（新入社員）にとってのお兄さん・お姉さんのような存在です。メンターは新入社員が入社する前に「メンター研修」を受講し、メンティーの長所を見つけ出し、やる気にさせるようにするためにはどうしたらよいかを学びます。最近では心理的安全性を高めるために必要なことを、ワークをつうじて学んだりしています。



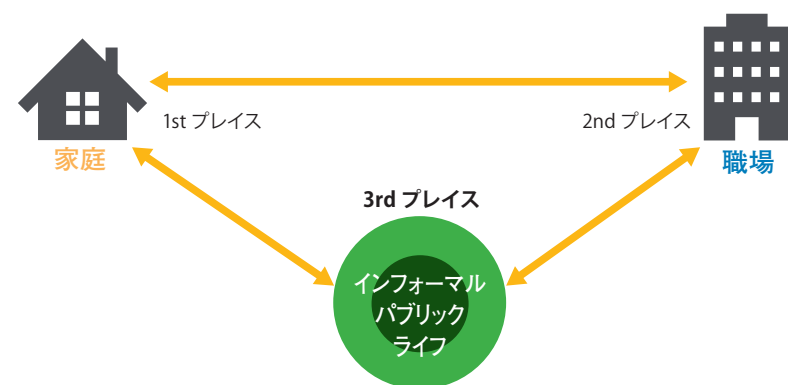
⑤ ビジネス基本能力開発

職種の違いに関わらず、等級ごとに必要な意識と能力にスポットを当てて用意されるプログラムです。役職・等級の要件定義を「人物像」「役割（業務推進・組織行動）」「意識」「能力」の4つの項目で整理し、この役職等級定義に基づいて、研修プログラムを開発し実施しております。係長研修については初めての管理職として、管理職の守備範囲を事前に学ぶため当該役職に就任・昇進する前に係長前研修を実施しております。

地域・社会との共生

窓の卸を本業としながら、地域の社会課題の解決を目指し成長戦略としてサードプレイス“HIRAKU IKEBUKURO”を展開。

サードプレイスとは



家でも職場でもない知人や友人たちと気軽に会って話ができるようなインフォーマル・パブリック・ライフとしての場。その中で当社が地域にひらくのは、「越境型のサードプレイス」です。

そこでは今までとは違う考え方や取り組みを、地域に在住・勤務する社会人の方、窓業界で働く方、企業を志す学生、そして当社の社員とともに学ぶことで、新たな自分の成長を実感することができます。

マテックスが展開するサードプレイス"HIRAKU IKEBUKURO"

Topic1 HIRAKU 01 IKEBUKURO



『窓』×『本』

美術館で新たな価値観や物の見方に触れるように、HIRAKU 01 IKEBUKURO では、本という知の媒体を巡ることによって、新たな知にふれることができます。また、研究会やイベント等の参加者との出会いも加わり、この場所自体が、知・人・アクティビティをつなぐ媒体となり、関係性を編み直す場となるよう計画しています。

事業.1



ライブラリ事業

10,000 冊以上の書籍を取り揃え、それぞれコンセプトごとに作られた本棚の運営や、常設展・企画展なども開催いたします。サステナビリティとビジネスを学ぶライブラリとして機能します。

事業.2



Social Design Institute(スクール事業)

サステナブル経営やパーパス経営といった喫緊の課題に焦点化したビジネス系セミナーから、社会・歴史・哲学・アート・地域・ものづくり、さらには DSX(Digital Social Transformation) に至るまで、ソーシャルデザインの幅広い領域から学び、協働する実践への扉を HIRAKU 事業が展開します。

Topic2 HIRAKU 02 IKEBUKURO



地域との交流

『gather』は、オンラインサロン「田村淳の大人の小学校」内の「池袋秘密基地プロジェクト」から生まれたリアルなコミュニティスペースです。弊社倉庫を利用した施設で、テレビのスタジオ風セットや、パラスリンピック種目「ボッチャ」をプレーできるコーナー、DIY スペースなどが常設されています。今後はこの場所でイベントの開催や、豊島区に関する情報発信を行っていく予定となっています。

Topic3 HIRAKU 01 IKEBUKUROでの実績



常設展示

常設展「社会デザインへの招待」(展示中)と企画展「社会をデザインするビジネス」(23 年 8 月～ 11 月)を開催。併せて SDL の書籍を活かして人と場のつながりを広げていく催しも多数開催しました。24 年 9 月からは第 2 回企画展「21.5 世紀の地域デザイン」を開催いたします。



スクール事業

ビジネスデザイン連続講座 SOCIAL DESIGN INSTITUTE では全 6 回『いい会社になる研究室』を開催中(R5.12-R6.4 まで) また R6.4 から連続セミナー Well-being City 豊島区構想を開講。



読書会

シェア型本棚 HIRAKU 書店での読書会を定期的に行う。各回テーマを決め、それに沿った本を持ち寄り紹介あうこともしています。またシェア本棚のオーナーさま主催のイベントも開催いたしました。



地域貢献

R5.12 より当館近くのお弁当屋さんと共に地域の方を招いて「だれでもカフェ」や「高齢者のためのだれでも食堂」を開催。地域のご高齢の方にも当館に足を運んでいただいております。



文化芸術

書道や音楽、朗読劇、ガラスに絵を描くなどのイベントも開催。二十代や親子でのご来館など他の系統のイベントとはまた異なる世代の集客にも繋がっています。

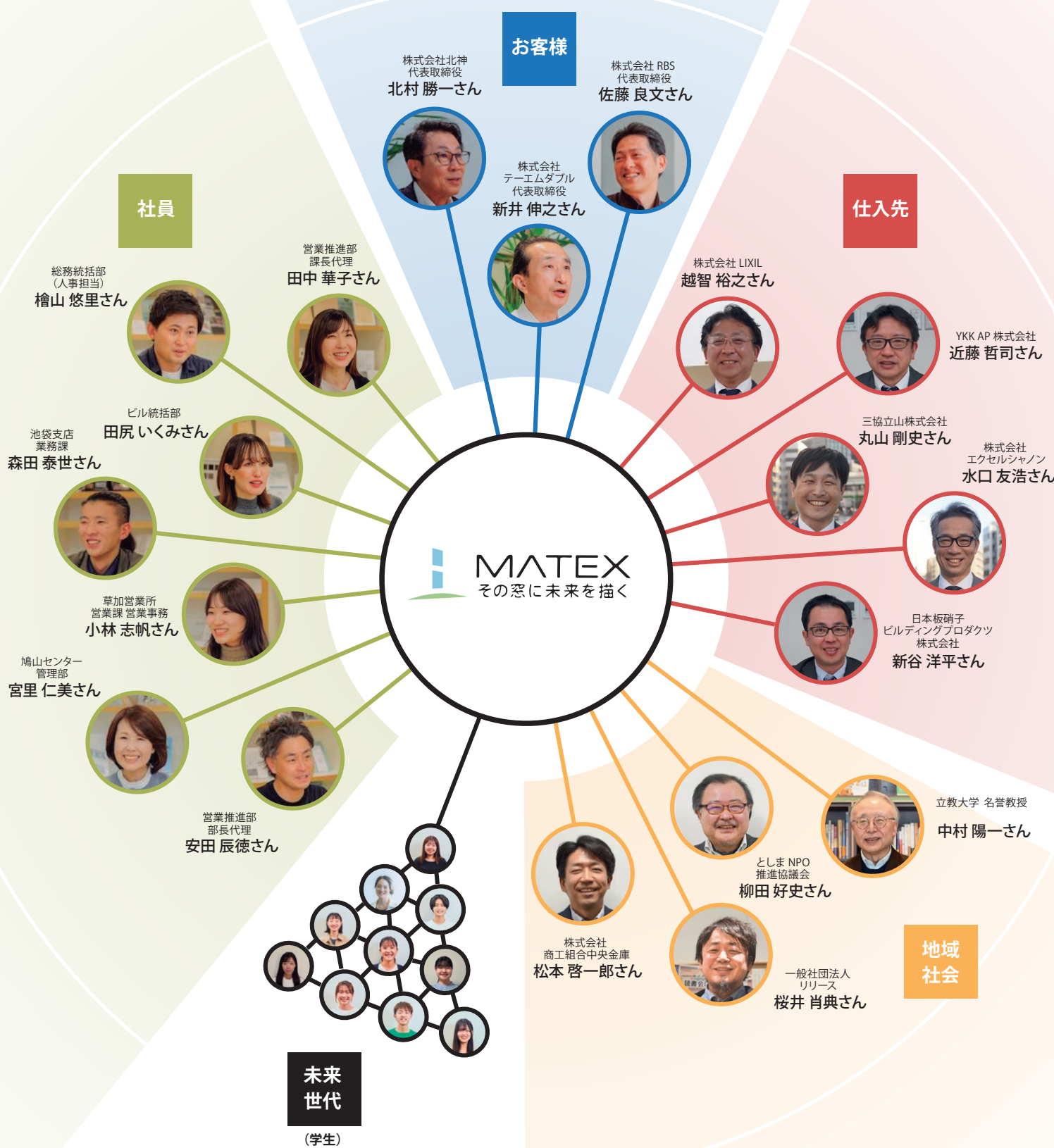
Topic4 今後の3rdプレイスの展開 マテックスキャンパス構想

マテックスは池袋を中心にした関東一円の 10 拠点と社員寮 1 軒をシェア型の地域に開かれた拠点に変える「マテックスキャンパス構想」を立ち上げる予定です。地域の方々が気兼ねなく交流し、人と人とのつながりで新たな価値を築き上げることを目的としています。



ステークホルダーマップ

ステークホルダーの皆様にとってマテックスとは？



ステークホルダーの声

ステークホルダーの皆様にとってマテックスとは？



株式会社RBS 代表取締役
佐藤 良文さん

外の世界との「懸け橋」をつくってくれる存在

マテックスさんのことはもともと存じ上げていたのですが、関わり始めたのは昨年です。取引先を増やしたいと思い、池袋の支店長に直接連絡をしました。支店長は電話越しに伝わる物腰からして非常に前向きで、直接会いに来てくださった際も受け入れ態勢がすごく寛容でした。それでいて芯のある会話をされる方という印象で、魅力を感じました。

実際に関わってみて印象に残ったのは、想像の2段くらい上を行くレスポンスの速さです。チームで動いており、窓の補助金に特化した部署があることに驚きました。

サッシやガラスを卸しているだけの会社と思っていたのですが、頼れる窓口がたくさんあるのが他社と違うという印象です。本当に関わって良かったと思います。

マテックスさんをひと言で言えれば「懸け橋」ですね。自分はあれこれ考えるタイプで、人と比べていろいろな発想が少し多くできると自負しています。

ただ、日々の業務に追われる中、自力での情報収集やアウトプットにはどうしても限界があります。マテックスさんはそういうものを持ってきてくれるので、自社の窓を開けてくれて外の世界との「懸け橋」をつくってくれる存在です。現時点で期待値の上をずっと走っていますが、これからもいろいろな会社の方との出会いの場をつくり続けてほしいですね。そうした類のワークショップなどを増やし、全員で豊かになる仕組みをつくれるのがマテックスさんだと思います。



株式会社テーエムダブル 代表取締役
新井 伸之さん

共に成長し、大きくなっていける仲間

マテックスさんとの付き合いは1973年の創業からで、もう50年になります。今はガラスに限らず、サッシなどいろいろな種類の商品を仕入れさせていただいているほか、コンサルティングのようなアドバイスも受けながら自社の強み、事業の幅を広げるお手伝いをさせていただいています。

マテックスさんは「間屋」に徹し、エンドユーザーとの関係性についてはあえて直接踏み込まず、私たち販売店を立ててくださっているのがありがたいと感じます。また、商品情報の提供はもちろん、販売方法や売り上げの向上策など中小企業ではなかなか思いつかないようなヒントをいただいています。

世の中が目まぐるしく変化する中、我々の仕事もお客様とどれだけ早く情報を共有できるかが問われています。お客様が求めていることと私たちが求めていることを言葉で伝え、地に足をつけながら社会の変化に臨機応変に対応できるようにしたいですね。

マテックスさんは、かけがえのない仲間だと思っています。社員ではありませんが、一緒に進んでいくためのサポーター。自社のことをこまめに考えてくれる仕入れ先はないと思っています。共に成長し、大きくなっていけるパートナーシップを組める仲間ですね。



株式会社北神 代表取締役
北村 勝一さん

取扱商品も提案力も豊富なビジネスパートナー

マテックスさんとの付き合いは今年で18年になります。取扱商品が多いので非常に助かっています。メインのサッシ、ガラス以外の商材についてもさまざまな情報を頂いています。担当の方も本当に一生懸命で、毎日のように来てくださる熱意や提案力の高さを継続していただいていることが、ビジネスパートナーとしてお付き合いを続けている理由です。

商品の情報以外にも、経営に関して大切なことを提案してくださるので、我々も時代の波に乗り遅れないように一緒に取り組んでいきたいと考えています。工務店、あるいは我々だけでは取れない現場・物件も、強力な間屋であるマテックスさんに入っていいただければ3者で取れるかもしれませんし、そうしていかなければならないと考えています。

今は人手不足や物価高騰が課題ですが、「市中の販売店はこんなことで困っている」という実情を我々がもっと泥臭く伝え、本音で話し合えるようになれば、さらにコミュニケーションを深められると期待しています。マテックスさんが提唱している「パーパス経営」の浸透を含め、我々だけでは社員に伝えられない部分についても、社員教育の一環として社員を取り込んだイベントを開催してほしいですね。



立教大学 名誉教授
中村 陽一さん

社会や地域とビジネスを結ぶ存在へ

マテックスさんとのかわりが始まったのは2021年の暮れごろからです。定年を迎えるにあたって、大学の研究室で保管していた1万5000冊以上の書物のやり場に困っていたのを松本社長にご相談したのがきっかけでした。社会的な共有リソースでもある本を活用したいという思いと、松本社長の考えや理念とが共鳴し「HIRAKU IKEBUKURO 01-SOCIAL DESIGN LIBRARY-(SDL)」と一緒に立ち上げることになりました。

マテックスさんからは、事業やそれに関連のあるものを通じて、社会や地域に主体として関わってほしいという強い意志を感じますね。その企業文化には、松本社長のカラーが色濃く反映されていると思います。

Q.マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？

マテックスの4つのマテリアリティのうち、特に共感するのは「経済至上主義からの脱却」です。今や環境や地域のことを考えない企業は社会から突き放されますし、良い人も集まってくるません。松本社長がウェルビーイングに取り組まれているように、そこにかかわる人たちが幸せになれるビジネスが求められていると思います。マテックスはSDLなどで人を巻き込んで良い方向に向かっていますから、社会や地域とビジネスを結ぶ存在となることを期待しています。



としまNPO推進協議会 代表理事
柳田 好史さん

他には真似できない「ワンチーム」が最大の武器

マテックスさんとの出会いは20年ほど前、知人から松本社長を紹介していただいたことでした。その時に話を聞いて、「社会においてマテックスが存在する意義がどこにあるか」とをほとんど突き詰めていることに驚き、そして松本社長の魅力に惹かれました。マテックスさんは社長と社員が同じ方向を向いて進む、まさにワンチームだと感じています。松本社長の理論や知識と心の豊かさがあり、社員一人ひとりを大切にしているからこそ、そんな企業文化ができているのでしょう。他の企業には絶対に真似できない、マテックスさんの最大の強みだと思います。

Q. マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？

マテックスの4つのマテリアリティのうち、特に共感するのは「経済成長至上主義からの脱却」です。「窓から日本を変えていく」という言葉がまさにそれを体現していると思いますし、私も同じことを考えています。お金は使って価値が生まれるものですが、滞ってしまっている、この仕組みを見直すべきだと考えています。マテックスさんは、自分のやりたいことを見つけて実現できる会社だと思います。今はやりたいことがなくても、会社で探しても良いと思うのです。社会人になり、いろいろなことが変わっていく中で、お金以外の部分で楽しいと思うことに会おう。そしてそれを本気でやりたいと思えば、叶えられる場所がマテックスさんだと思います。

一人ひとりにとって、社会にとって誇りある会社を目指して

マテックスさんとの出会いは2019年です。京都の地域企業が抱える「事業継承」の課題に取り組むためのモデルとなる企業としてセミナーに来ていただきました。それから松本社長に声をかけていただき、「HIRAKU 01 IKEBUKURO -SOCIAL DESIGN LIBRARY- (SDL)」の設立にも携わりました。一緒に仕事をしていて思うのは、マテックスさんは「一人ひとりにとって価値のある、誇りに思える会社づくり」を実践している会社であることです。「先義後利」の考えを皆が持っていると感じています。

Q. マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？

4つのマテリアリティのうち特に納得感があるのは「依（よりどころ）」です。「卸の精神」を体現するマテックスさんが言うからこそ信じられる、マテックスさんらしさが良く表れているものだと思います。これから創立100周年に向けて、マテックスさんのさらなるブランディングのプロジェクトを進めていきます。その中で「卸商社だからこそこれだけのことができるんだ」ということを社会に示していきたいです。そして、社員全員が社会のことを思い、自社のことを思い、お客さんのことを思って行動する会社として、お手本となるような存在になってほしいと思っています。



一般社団法人リリリース 共同代表/構想家
桜井 肖典さん

日本を変える意思ある同志として、共により良い社会をつくりたい

平成14年から20年以上、マテックスさんのメインバンクとして良い関係を続けていただいています。弊社も2年前にパーパスを策定したので、パーパス経営に関しても松本社長からお話を聞かせていただいています。「企業の未来を支えていく。日本を変化につよくする。」が弊社のパーパスで、マテックスさんと同じように「日本」というキーワードが入っています。マテックスさんは日本を変えていく意思を持った同志のように思っています。日本では「失われた30年」とよく言われます。こうした状況をすぐには打破できないので、変える意思を日本の企業が持たなければなりません。マテックスさんや弊社のように、日本を変えていく志を持った企業を仲間として増やしていかないと、日本は変わっていかないと思っています。業界は違えど「日本を変える」という意思を持った同志として、共により良い社会をつくっていきたいです。

Q. マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？

4つのマテリアリティのうち特に納得感があるのは「経済成長至上主義からの脱却」です。今の日本は資本主義に行き過ぎていると思います。みんなで支えあって共生できる社会になることが理想だと思っています。そのような社会を目指していることが素晴らしいと思いますし、日本を変える志がある松本社長だから言えることだと思いますね。

職業人生で最も信頼できるパートナー

マテックスさんは「パーパス」をはじめ、「社会貢献」のキーワードをいち早く前面に打ち出してきたのがマテックスさんです。「マテックスフェア」ではパーパスについて考えるワークショップがあり、常に新しい付加価値を追求し続けているところが、本当にすごいと思います。弊社の商材についても、どんな付加価値を生み出せるかをお互いに共有して、販売量を増やしていただければうれしいですね。マテックスさんのマテリアリティについて、「脱炭素社会」の実現はメーカーである我々とも密接に関係しています。弊社も「グリーンウィンドウ宣言」を発表していますが、ライフサイクルアセスメントの考えに基づき「オペレーショナルカーボン・エンボディドカーボン」を考慮した窓提案を行っています。メーカーの立場としてマテックスさんの持つ技術力やアイデアを最大限に生かし、将来的には地球レベルの環境保全に配慮した商品と一緒に作っていただけたらと願っています。私の職業人生の中で、マテックスさんは最も信頼できるパートナーです。一緒になって新しい付加価値を創造することで社会に貢献し、業界を変革していきたいと思っています。

Q. マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？

マテックスさんのマテリアリティについても、「窓から日本を変えていく」と宣言している「脱炭素社会」の実現はメーカーである我々とも密接に関係しています。メーカーの立場としてマテックスの持つ技術力やアイデアも最大限に生かし、将来的には地球レベルの環境保全に配慮した商品と一緒に作っていただけたらと願っています。



株式会社LIXIL 東京第一営業所
越智 裕之さん



YKK AP株式会社 住宅東京支社
WS営業部長
近藤 哲司さん

自分を成長させてくださる会社

弊社とマテックスさんのお付き合いは古いですが、個人としては2019年に担当を引き継ぎました。コロナ禍の影響で思うように訪問できず、もどかしさを感じていましたが、2021年の後半くらいから徐々に訪問できるようになりました。マテックスさんは卸、流通の会社でありながら幅広い取り組みを展開しているので、弊社にとっても重要なパートナーです。マテックスさんは社員の皆さんが若く、元気があるという印象が強いですね。営業部門全体の業務を俯瞰的に見ることのできる営業推進部が本部機能としてうまく作用しており、前線の営業担当者とも連携して活気を生んでいます。松本浩志社長は明確な指針や思いを持っている経営者で、社員だけでなく取引先にもしっかりと開示しています。我々としても、どのような形で一緒に取り組むことができるのか、非常に分かりやすいと感じます。

Q. マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？

弊社の新ビジョン「Evolution 2030」における「地球環境への貢献」「新たな顧客価値の提供」「社員幸福経営」という3つの方針が、マテックスさんのマテリアリティにある「自分ごと化」「依（よりどころ）」と合致しています。とりわけ重要なことは、やはり「自分ごと化」ではないかと思います。当社もいろいろな製品やパーパスを掲げていますが、自分が何を考え、何をするかという当事者意識がなければ、何も動かないと思います。マテックスさんは、本当に自分を成長させてくださる会社です。「窓から日本を変えていく」という大きなビジョンを発信しており、我々もすごく賛同しています。住む人を幸せにする家づくりを、マテックスさんと共に取り組んでいきたいですね。



三協山株式会社住宅建材部
住宅建材課 課長代理
丸山 剛史さん

もっと多くの仕事を一緒にできる関係に

マテックスさんのお付き合いは、入社6、7年目あたりの2009年頃から。我々の業界は人手不足や高齢化が深刻な問題ですが、マテックスさんは若い方が非常に多く、各営業所に活気があります。感心するとともに、うらやましくも思いますね。また、営業所のスタッフが売りに上げてこたわるのは当然のことですが、マテックスさんの営業部隊はただ物売るだけではありません。お客様が困っていることの解決策を具体的に提示しているので、「モノ売り」ではなく「コト売り」に徹しているという印象です。松本浩志社長が就任されてから営業推進部ができたり、マテックスさんが中心となった一般社団法人ロングライフ・ラボ（LLL）が設立されたりして、SDGsや理念経営を重視するトップのメッセージが明確になったと思います。その結果、社員の皆さんに取って共通の目標ができ、達成に向けて付加価値を高めていく提案がとてもうまくできていると感じます。

Q. マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？

マテックスさんのマテリアリティは、本当にマテックスさんらしいと思います。「自分ごと化」はLLLのシンポジウムでも取り上げられ、アルミのリサイクルについても「自分ごと化」して考えることが大切ということに気付かされました。松本社長は「そのような考え方を広めることで環境に配慮した商品を買おうという機運が高まる」というお話をされていました。弊社はお得先と地域社会、社員が協業していこうという経営理念を掲げていますが、卸の精神で地域の企業や流通のサポートに力を注いでいるマテックスさんと非常に似ていると感じます。弊社の代理店は全部で100社以上ありますが、マテックスさんはトップクラスの規模です。これからも一緒になって、もっと多くの仕事をできる関係になればたと期待しております。

自分の営業活動の支えで一番のお客様

樹脂サッシは工場からビルダーに直接お届けする商品のため、マテックスさんをはじめとするサッシ問屋とのお付き合いはほとんどありませんでした。そんな中、マテックスさんと一緒に樹脂サッシを作ることになり、私も首都圏の営業責任者として関わっています。今のエクセルシャノンがあるのは、マテックスさんがいたからこそ。樹脂サッシ製造の協業を通し、我々に新しいマーケットを見せてくれました。これほど徹底して地元の販売店ファーストで仕事をしている会社は初めて見たので、本当に感銘を受けています。社員の皆さんの団結力の強さも飛び抜けていますね。平均年齢は若いと思いますが、好調な業績の原動力になっているのは、皆さんの活力があつてこそだと思います。松本浩志社長の理念を役員の方々が的確に察知し、具体的に取り組むべきことをうまく現場に落とし込んでいるというイメージです。マテックスさんと一緒に仕事をさせていただいてきた中で一番楽しみにしているのは、やはり樹脂サッシの普及です。自分の営業活動にとって最も大きな支えで、マテックスさんは一番のお客様。これからたくさんの取り組みと一緒に立ち上げ、「樹脂窓1万窓」の目標に向かって進めていきたいと考えています。

Q. マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？

「依（よりどころ）」が特にマテックスらしいと思います。マテックスさんの強みである社員の団結力。これを作り上げているのはやはり社員の皆様が日々の業務に対して、前向きに取り組む事が出来る組織だからこそ考えます。その為には、個人のモチベーションを上げていく事が重要で、職場、プライベートにおいて充実した生活を送れることが必要不可欠と私自身も考えます。第3の場所を作り出すことは物理的には会社が創りだす事かと思いますが、やはり、その場所がどこにあるか？どうやって作っていくかを個人々々で考えて行動する事が本当のサードプレイスだと思います。是非、マテックスさんの社員の皆様には、“よりどころ”を作り上げて頂き、他会社の見本となるような企業へと更なる成長をして頂きたいです。

※所属・役職は2023年当時のもの。



日本板硝子ビルディングプロダクツ株式会社 営業本部 東京支店 硝子建材販売グループ 課長代理

新谷 洋平さん

自分にとって「最強・最高のパートナー」

マテックスさんとの付き合いは、弊社に転職した直後からでもう7年くらいになります。3、4年ほど前からはマテックスさんの全営業所を担当させていただくようになり、鳩山センターで複層ガラスの素板を入れる一部生産工程のサポートにも携わっています。マテックスさんは鳩山センターや戸田センターなど自社でガラスを加工する設備をお持ちなので、ガラスの知識はすごく重要だと思います。だからこそ、今後も耐風圧や熱割れ防止といった技術的なより専門性の高い内容を含めた教育の仕組みづくりをサポートさせていただければと思っています。

マテックスさんは一人ひとりの社員の皆さんが変化を恐れず、先進的な取り組みに積極的にチャレンジする姿勢はどの業種の会社と比べても突出していると感じます。SDGs やパーパスについても松本社長の考え方に基づき新しい価値観を取引先に広め、一緒に取り組んでいこうという姿勢が伝わってきます。

私にとってマテックスさんは「最強・最高のパートナー」です。一人ひとりの社員がチャレンジしていて、ネガティブなことを言う方も少ない会社だと感じます。その背景には「これを達成したい」という強い思いがあり、前向きな取り組みによって業界、取引先を主役にしようという信念も感じます。我々もそのような強い思い、信念に寄り添って成長していきたいですね。

Q.マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？

「脱炭素」ですね。2030年に2013年比55%の温室効果ガス削減という目標を立て、横浜営業所に太陽光発電システムを設置しています。単にビジョンを掲げるだけでなく、実際の行動に移していることは本当に素晴らしいと感じます。



草加営業所 営業課 営業事務

小林 志帆さん

マテックスは人を大切にする会社

マテックスに入社したきっかけは、高校の先生からの勧めでした。人と接するのが好きな私の性格を知る先生は、「明るい人の多いマテックス社ならすぐに馴染めるだろう」と勧めてくれました。見学に訪れたとき、「この会社に入れば、立派な大人になれる。理想の社会像に近づけよう」と率直に感じたことを覚えています。

現在は、受発注業務や見積もり業務を担当しています。販売店さんやメーカーさんあつてのマテックスですので、「自分本位にならない」「共創・共栄」といったことを日々意識しながら仕事をしています。

入社以来一貫して感じているのは、「マテックスは人を大切にする会社」ということです。

Q.マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？

マテリアリティのうち、「自分ごと化」には特に、人を大切にするマテックスらしさが表れていると思います。たとえば自分が悪くなったとしても、立ちどまって「自分はだろうか?」と自責で考えてみる。それって簡単なことではないですし、人間誰しも理不尽なことに対して感情が出てしまうものです。まずは自分の非を認めて、それから相手に伝える。私は、それができることが「マテックスの1番の強みかもしれない」と思っています。

「橋渡し」する気持ちで働いています

鳩山センターの管理部で、受発注業務を担当しています。営業所とセンターの間で調整を担う仕事なので、両方の意見を聞きながらお互いより良い仕事ができるよう、「橋渡し」する気持ちで働いています。また、現在小学校低学年の子どもを育てながら働いていて、子どもの小学校卒業まで時短勤務ができるのでとても働きやすい環境です。一緒に働く仲間とも気が合い、助け合いながら仕事をしています。18年もの長きにわたって続けてこれたのは、なんだかんだマテックスが好きで、「ここにいたい」と思っているからなのでしょう。いつも仲間に助けられています。

Q.マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？

4つのマテリアリティの中では、「脱炭素」に納得感があります。鳩山センターでは環境にやさしい窓ガラスを作っていることもあり、とりわけ脱炭素との結びつきを強く感じられます。工場見学に来られるお客様の数もかなり増えていて、世の中からの関心度も高いことがうかがわれます。マテックスは、子どもたちに「未来の環境にやさしい、生活に欠かれない『窓ガラス』を作っている、すごい会社なんだよ」と伝えたいような、誇らしい気持ちになれる会社です。

お客さんと近い距離で話せる仕事にやりがい

新卒で入社して5年目になります。業務課で主に配送業務や倉庫内作業を担当しています。製品をお客様へ配送したり、引き取りに来られた方にお渡ししたりと、お客様と近い距離で話せるところにやりがいを感じています。業務の人間だからこそ言いやすいこともあるようで、お褒めの言葉もご不満も含め、本音を聞かせていただけています。直近では、マテックスフェアで公開したライブ配信について「ライブ配信、面白かったよ!」と感想を言っていたのが印象的でした。

私自身が楽しく働けているマテックスは私にとって、もはや生活の一部。とても楽しい会社です!

Q.マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？

マテリアリティの中では、「脱炭素」に納得感があります。配送でも無駄な走りをしないよう意識していて、仕事に直接関わるテーマです。また、「自分ごと化」と表裏の「他人ごとにしない」という考え方は、私のパーパスでもあります。業務・窓口・営業と部門が分かれています、全てマテックス。お客様から営業に対する問い合わせがあれば、営業に電話を入れて取り次ぎますし、他の部門でミスがあっても配送時に謝罪したりします。それでお客様に褒めていただいたときには、嬉しかったですね。



池袋支店 業務課

森田 泰世さん



総務統括部(人事担当)

檜山 悠里さん

「自分ごと化」でチームも個人もパワーアップ

前職ではコーヒーマーカーの営業をしていましたが、人事系の仕事に興味を持って転職活動していたとき、マテックスに出会いました。入社を決め手は、「皆で成果をあげる」という意識が強いと感じたこと。前職と対照的で新鮮でしたし、そのチームワークがとても魅力的に映りました。その印象は今も変わらず、入社前後のギャップは全くありません。やりたいことに挑戦させてもらえる環境もありますし、モチベーション高く働いています。

現在の業務内容は、大卒・高卒含めた新卒採用から中途採用までの採用全般を担当しています。仕事をする上では、いかにしてニッチな業界である「窓」業界やマテックスの企業文化について理解を深めてもらえるかを考えています。最近、マテックスの企業文化に共感して入社してくれるメンバーが増えてきていて、大きなやりがいを感じています。

Q.マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？

マテリアリティの中の「自分ごと化」も、マテックスらしい企業文化の1つになりつつあります。例えば、他のメンバーが困っていればサポートするなど、他者の仕事も自分ごととして捉える。そうすることで、チームの力はもちろん、個人のカムアップしていくのだと実感しています。



営業推進部 部長代理

安田 辰徳さん

マテックスは自分の成長を感じられる場所

2022年7月、中途採用でマテックスに入社しました。前職は自然素材の建材の輸入商社で、主に設計事務所や工務店向けの営業を担当していました。現在の営業推進部での仕事にも、当時の繋がりを活かしています。入社を決め手は、松本社長の人柄とパーパス。面談で「自己成長と成長実感」というキーワードが出てきたのが印象的でした。入社後も、成長できる場やイベントが多いこと、学ぶ機会が格段に増えたことを実感しています。マテックスはまさに、自分の成長を感じられる場所。プロジェクトを進める上でも、自分に不足している「左脳のビジネス脳」が日々鍛えられています。

Q.マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？

4つのマテリアリティのうち、私にとって納得感の強いものは、「自分ごと」と「脱炭素」です。「自分ごと」は自己成長につながる要素でもありますし、何事も「自分だったらどうだろう?」と考えるようにしています。「脱炭素」については、前職のキャリアで環境先進国であるヨーロッパの国々の取り組みに触れてきたこともあり、個人的にも関心の高いテーマです。日本の建築で遅れているCO2や断熱などを少しでも広めていければと思います。

仕事とプライベートをうまく調和させられる場所

入社して13年目、現在5歳の子どもの子育て中です。出産前後は産休・育休を取得しました。復帰後も部署メンバーとの関係性は変わらず、すんなり溶け込めたという印象でした。メンバーが配慮してくれたおかげでスムーズに復帰できた部分もあったと思います。同じ立場のメンバーに対しては、私がしてもらったのと同様の配慮をするようにしています。業務内容は、ガラス店様やサッシ店様に提供する販促ツールの制作や勉強会の企画・運営、その先の元請け様に対する提案も行っています。最近「マテックスと関わっていて良かった」という声をいただくことが増え、やりがいを感じます。マテックスは私にとって、「仕事とプライベートをうまく調和させられる場所」であり、人生にとってかけがえのない存在。子育てと仕事の両立は大変ですが、会社に来ると家庭以外のところでコミュニケーションが生まれ、視野が広がります。生活と仕事の両方があることが、私にとってバランスの良い状態なのだと思います。

今後は、前例に捉われず多角的に考えること、そして声に出して皆と共有することを意識しながら、イノベーターとしても成長していきたいです。

Q.マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？

「脱炭素」ですね。CO2排出量削減に向けた活動は、これまでも自社で取り組んできました。現在はお客様に対しても、社会貢献活動の数値化という意味で挑戦いただいている最中ですので、納得感が強いです。



営業推進部 課長代理

田中 華子さん

「経済至上主義からの脱却」に共感

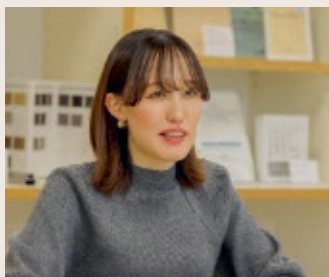
私は大学3年のインターンシップでマテックスの営業推進部で働く機会に恵まれたのですが、そこで働いている方々の雰囲気の良い印象が残っていました。その後2016年に大学を卒業して、新卒で入社しました。

現在は、ビル統括部という非木造建築物の窓を専門に取り扱う部署で、主に見積作成や販促資料作成といった営業支援業務を担当しています。非木造で補助金を申請するときのサポートも行っています。知識や経験を総動員して全ての書類を作り、最終的に補助金が振り込まれ、お客様や管理組合の理事長様からお礼の言葉をいただける時には、大きなやりがいを感じます。

Q.マテックスの4つのマテリアリティの内、特にマテックスらしいと思うものは？

「経済至上主義からの脱却」は、私自身も強く共感します。先日開催したマテックスフェアでもパーパスに関するテーマを扱い、まさにマテックスらしいと感じました。

このマテックスフェアは利益が大事な要素であることは否めないものの、「利益以外の」要素、つまりパーパスにつながる価値、文化的・社会的価値を磨いていこうと、マテックスから業界に対して働きかける取り組みです。そのような変化を目の当たりにするにつけ、「マテックスで働いていて良かった」と思います。



ビル統括部

田尻 いくみさん

持続可能性

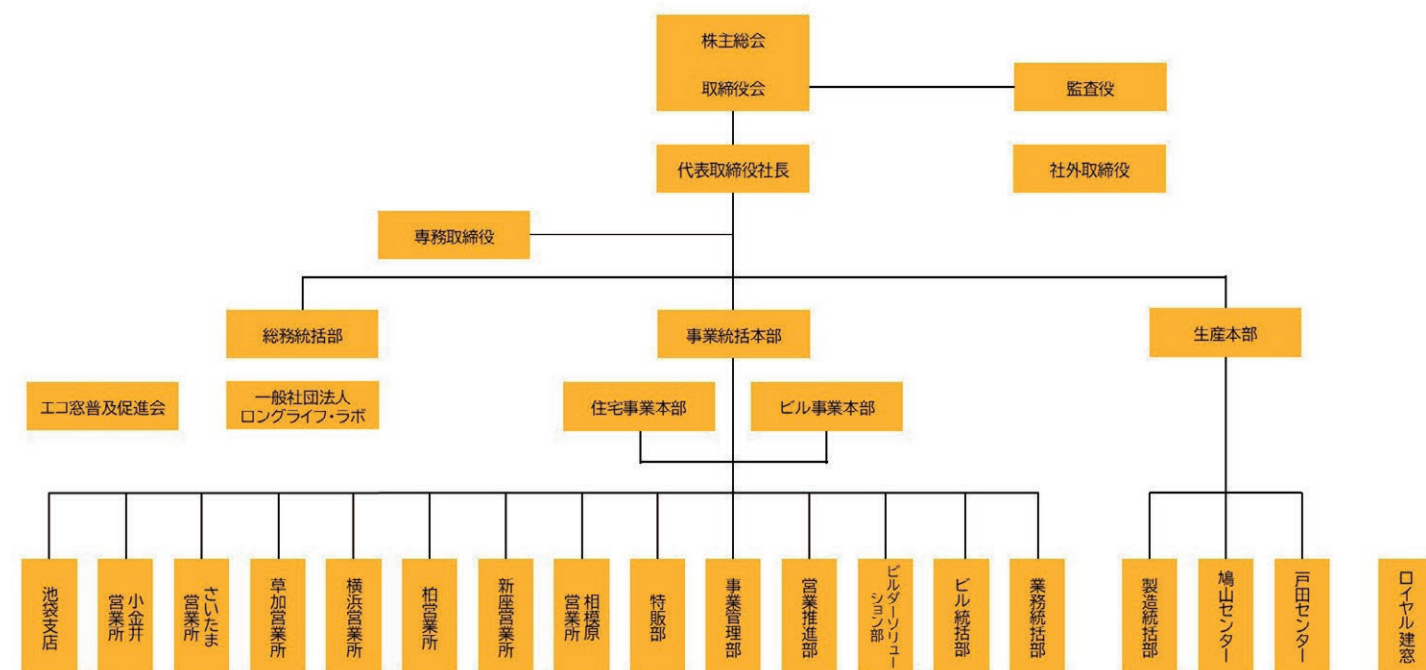
Sustainability

企業統治

Governance

コーポレートガバナンス

マテックス株式会社 組織体制図 (2024年3月5日)



① 鳩山センター
② 横浜営業所
③ 戸田センター
④ 草加営業所
⑤ 池袋本社

コーポレートガバナンス 基本方針

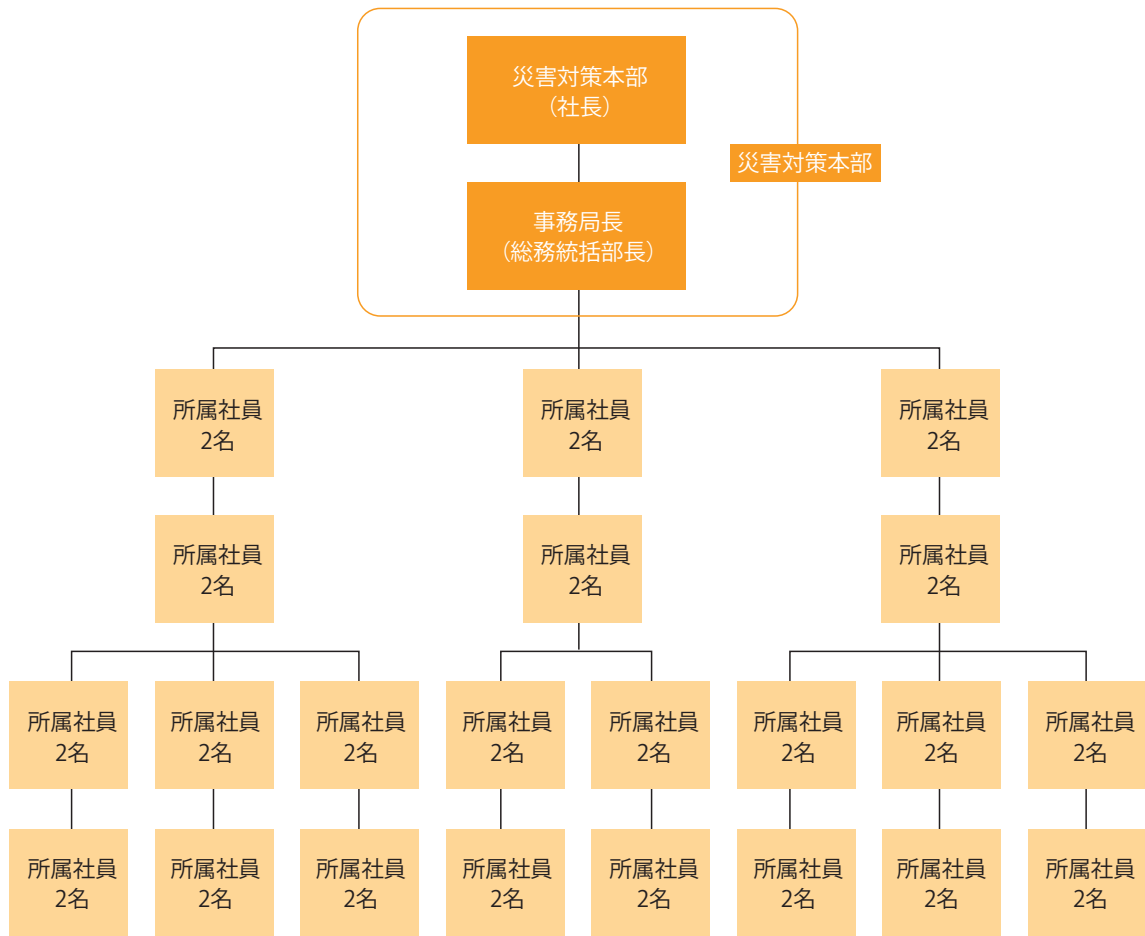
マテックスでは、トップダウンや支配型リーダーシップによる組織活動にならないように、社員一人ひとりのやりがい・成長に目を向けることができる企業文化づくりを今も進めています。

社内ガバナンスにおいては、特に経営理念は社員が同じ方向を進むための役割を担っております。その中の「窓をつうじて社会に貢献する」については、脱炭素社会に向けて取り組むべき社会課題について、窓から解決策をお届けすることを示しております。さらに「卸の精神

を貫く」については、業界や地域社会を支える方々との関係性を重視し、持続可能な社会をともに目指すことを示しております。この経営理念に基づくことで、マテックスの経営は如何なる時代も「卸」にしかできない価値を提供し続けることができっております。社外ガバナンスにおいては、ステークホルダーの皆様へ、この VOICE をもって人的資本における経営方針と社内情報を公開しております。2012 年 10 月に第 1 弾を刊行し、2024 年で第 4 弾になりました。

安全・防災への取り組み

リスクマネジメント体制



リスクマネジメント体制における役割

災害対策本部長 社長

- ◇対策本部を統括します。
- ◇全社の指揮監督を行います。
- ◇社長が職務を遂行できない場合は、次席の役員がその職務を代行します。

事務局 総務統括部

- ◇事務局長を総務統括部長とし情報を集約します。
- ◇災害対策本部の設置運営を行います。
- ◇災害対策本部設置の社内連絡、対策本部要員を招集します。
- ◇災害対策本部各業務の統制を行います。
- ◇会社の勤務態勢を決定します。
- ◇総務統括部長が職務を遂行できない場合は、次席の者が職務を代行します。

防災責任者 所属長

- ◇拠点の災害対応を統括します。
- ◇情報を取りまとめ事務局長への連絡を行います。
- ◇所属長が職務を遂行できない場合は、次席の者が職務を代行します。

防災担当者

本社 1 階：特販部長、本社 2 階 総務統括部員 池袋倉庫：支店長
営業所：防災担当者 1→業務長、防災担当者 2→窓口長
センター：役職付社員

- ◇本社は 1 階 2 名、2 階 2 名、倉庫 2 名を補佐役として任命します。
- 営業所は業務 2 名、窓口 2 名を補佐役として任命します。
- センターは切断部 2 名、製造部 2 名を補佐役として任命します。
- ◇安否の確認を行います。
- ◆被害状況の確認を行います。
- ◇建物の安全確認を行います。
- ◇避難誘導を行います。

非常参集者 各事業所で 1 名選任

- ◇休日の災害発生時に自身の家族の安否状況を確認後、所属する事業所の施設（建物 車両等）の被災状況を確認します。勤務中に被災し、災害発生後 72 時間以降の行動で状況確認を行う場合もあります。
- 条件は徒歩で 60 分圏内とします。

BCP(事業継続計画:Business Continuity Plan)

BCP(事業継続計画) とは？

地震や台風などの自然災害、火災、サイバー攻撃などの緊急事態が発生したときでも、会社が重要な業務を続けるための計画のこと。BCP では、災害が起こった際にどう対応するかをあらかじめ決めておきます。例えば、安全な場所への避難方法や、データのバックアップ方法などです。これにより、会社が早く通常の状態に戻れるようにし、お客様や従業員への影響を最小限に抑えることができます。

マテックスの BCP

マテックス株式会社では、大地震等の自然災害、感染症の蔓延等、不測の事態が発生しても、重要な事業を中断させない、または中断しても可能な限り短い期間で復旧させるための BCP を策定し、内容の見直しを定期的に行っています。

また、昨今話題となった新型コロナウイルス等の感染拡大に関するリスクに対しては、感染拡大に合わせた社員の安全確保と感染拡大防止を最優先に、倉庫現場を含む顧客対応の責任を果たすと共に、各分野のサプライチェーンの維持を通じて社会生活の安定に貢献するべく、感染拡大期においてもリスクを避けつつ重要業務を継続する体制を構築しています。



防災館にて、心臓マッサージの練習



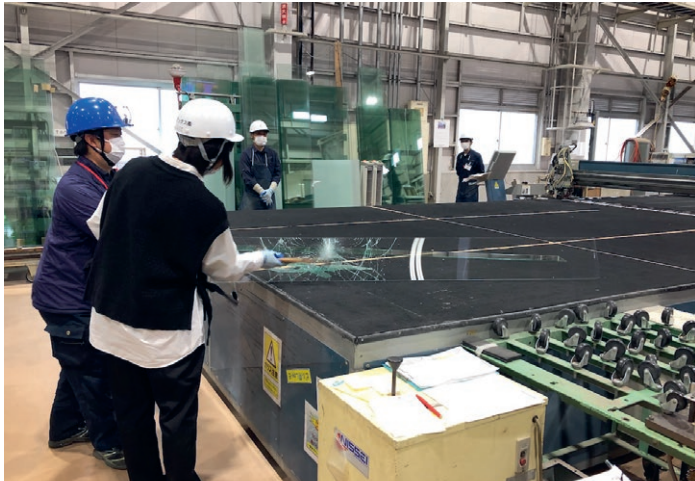
防災館にて、消火器の使い方の練習



防災館にて、冠水して重くなったドアを疑似体験



工場内で災害があった場合の避難経路を確認



防犯合わせガラスの耐久性をハンマーでたたいて実験



BCP 担当者のコメント

総務統括部 係長

津田伸明

私は、命を守ることを最優先として社員と社員の家族の安全を守る、生き抜くための準備が大事だと考えています。事前の一策は事後の百策に勝ります。各自が防災備品の保管場所を認識し使用方法について定期的に確認しておく習慣が必要です。地震もそうですが水災リスクも年々増加しています。勤務している事業所や自宅は水災リスクがあるのか、もし、あった場合の一時避難場所はどこになるのかを各自が認識し、行動できるようにしていきます。

災害大国・日本、ガラス業界の存在意義と BPC の「あるべき姿」



地震や水害といった自然災害が相次ぐ災害大国・日本。緊急事態に際し企業が事業を継続ないし早期復旧できるよう、平常時から備え、有事にとるべき体制となすべき計画を定めておく BCP（事業継続計画）が、2024 年 4 月から完全義務化されました。災害時の被害レベルや復旧速度に多大な影響を及ぼし得る「板ガラス」を扱う業界にとって、BCP は自社の存在意義に密接に関わるテーマです。

日本板硝子ビルディングプロダクツ株式会社（以下、日本板硝子）の執行役員営業本部東京支店の齋藤淳支店長、硝子建材販売グループの新谷洋平課長代理、マテックス株式会社（以下、マテックス）の松本浩志代表取締役社長が、ガラス業界の BCP の重要性と、「あるべき姿」について語り合いました。

BCP に 100%はない。リアルに想像して「動ける」状態を目指す

松本（敬称略、以下同じ）：当社では、2011 年に

発生した東日本大震災をきっかけに BCP を策定しました。有事の組織体制と対応フローを決定し、マニュアルも整備しています。しかし、これに沿って動けないと意味がありません。そこで、新入社員研修や災害時安全確保のための訓練、各倉庫における 5S 活動の一環として、リアルな想定のもと実際に「動ける」状態を目指しています。

加えて、保険会社にご協力いただき、事業継続力強化計画の策定を進めています。まずは地盤や周囲の河川などを調査し、事業所を取り巻く環境リスク

を整理しています。震災の他にも、パンデミック発生時のマニュアルにコロナ禍での経験を反映したり、温暖化による人的リスクや機械設備のトラブルを想定した対策を検討したりと、内容をアップデートしています。

また、サプライチェーン上の中小企業もサイバーテロのターゲットにされ得る昨今、社員 1 人ひとりのリテラシーを高める取り組みを強化し、社員の当事者マインドの醸成に努めています。実際にサイバー攻撃を受けてしまうともはや自社でできることは限られるため、すぐさま専門家による復旧を図れるような体制を整備しています。

このように当社では、自社での取り組みをベースとしつつ、外部から客観的な材料をご提供いただきながら BCP に磨きをかけています。とはいえ、いくら BCP を策定しても、重要なのは「それが本当に機能するかどうか」。BCP に 100%はありません。引き続き盲点を意識しつつ、「こなす」だけの訓練にならないよう、リアルなイメージのもとに定期的な訓練と対策を継続することが大切です。

齋藤：1 人 1 人のスキルを高めておくことも重要ですね。トップに万が一のことがあつて陣頭指揮をとれなくなった場合でも、突発的な事象において様々な判断を正確に下していける人たちがいると安心です。

新谷：有事で工場が動かなくなった際の対処法も、社外を含めある程度決めておいたほうが良さそうです。現在は個別に連絡を取り合って確認していますが、対症療法的なものにすぎません。

松本：個社単位の会話はできているので、メーカーさんと問屋との間はどうにか対処できそうです。しかし、サプライチェーン上のその先となると不安が残ります。サプライチェーンの先端まで連携することが、今後の課題になりそうですね。

人命最優先。迅速に正確な情報を得るためのネットワークづくり

齋藤：当社の BCP 対策では、自然災害、事故、パンデミック、テロなど、13 のカテゴリに分類してリスクを数値化しています。数値化して分析し、優先順位の高いものを中心に「平常時にやっておくこと」と「有事にどうするか」を検討しています。

体制としては、グループ全体の危機管理について明記した危機管理規定と、素板ガラスの製造工場である千葉事業所独自の防災規定があります。後者については、千葉事業所と機能性ガラス製品を製造している我々ビルディングプロダクツとが一体で運営しています。当社で防災規定が最初に策定されたのは、1997 年。阪神・淡路大震災がきっかけでした。直近では 2023 年 2 月に一部改訂し、訓練の有効性を評価しながら見直しを図っています。

規定を貫く基本的な考え方は、何より「人命最優先」です。そして、迅速に正確な情報を得ること。そのために、近隣企業、消防署、警察、自治体、場合によっては経済産業省や東京電力とも連携できるネット



ワークを構築しています。

災害時の情報共有の重要性は、東日本大震災で痛感しました。あのときは、各部署の責任者で構成される災害対策本部でほぼ毎日情報共有し、都度「やるべきこと」をリスト化して進捗を確認し合いました。情報共有と役割分担がうまくいったおかげで、ガラ

スの生産、資材の調達、客先対応、電力供給、物流維持などに最大限対応できたと思います。

社内の安全確認の方法としては、震度 5 弱以上が発生すると即座に経営トップまで被災状況を報告することになっています。建築用ガラスの窯を抱えるビルディングプロダクツに関しては、震度 4 以上で必



ず社員の安否とお客様の被災状況を確認し、とりまとめて報告をしなければなりません。また、これは東京事業所に限られますが、震度 5 弱以上の地震発生で各自のスマートフォンに自動で安否確認が届き、生存確認と出社可否が一目で確認できるシステムも導入しています。帰宅困難者になった場合を想定した徒歩帰宅訓練も、定期的を実施しています。

生産継続の対応策も、被災状況に応じて定めています。「被災状況が軽微な場合」「復旧まで 3 日程かかる場合」「1 週間程度かかる場合」と、復旧に要する期間によって対応策を変えています。生産に必要な電気は、例えば千葉なら市原方面と袖ヶ浦方面と、2 系統から引いて備えています。原材料も、なるべく 2 社購買を推進。東日本大震災の際にはフォークリフトの軽油が不足して「ガラスは作れても物を運べず出荷できない」という事態に陥ったため、その教訓を活かして軽油と重油を備蓄し、フォークリフトの電動化も進めています。

行き過ぎたビジネス志向が BCP を難しくしている

松本：最近の自然災害は、紛争や港湾ストライキなど、人的要因と相まって起きることが少なくありません。そこに温暖化も加わり、運河の水位上昇などもありました。原材料の供給が停止してしまう事態も起こりうるわけですが、どのような備えと対応を考えておられますか。

齋藤：当社はグローバル企業なので、まずは有事の起きていない地域からの調達を最優先に考えます。それでも足りなければ、国内の競合他社に助けていただくことになるでしょう。とくに協定を結んでいるわけではありませんが、実際に東日本大震災の際に他社が被災した際にも、供給面でサポートさせていただきました。

松本：有事をリアルに想像すると、一筋縄ではいかないケースがあることが見えてきます。業界を挙げてシミュレーションして、イメージを共有しておく良さそうですね。

新谷：リアリティという意味では、地震で窓ガラスが割れたとき、現地ではリカバリの優先度と割れたガラスを「どのタイミングで張り替えるか」の判断が非常に悩ましいという声が聞かれました。

松本：確かに、業界団体が現地調査に行って現地レポートを発行しますが、そういう目線での調査はされていかなかったようです。レポートを活用すると共に、見過ごされている視点がないか、日ごろから業界内で目線を合わせておく良さそうですね。課題を共有するだけでも価値があると思います。

齋藤：災害をめぐるガラス業界の課題はまだありますが、ガラスの歴史に目を向けると、災害や事故をきっかけに進化してきたことも事実です。自動車のフロントガラスが合わせガラスになったきっかけも、網入りガラスが防火設備として法制化された背景にも、尊い命が奪われた事故や災害がありました。

松本：ガラス業界の資産とも言うべき業界ネットワークも、その歴史の中で築かれてきましたね。

齋藤：ただ、昨今はお施主さんに最も近い団体である小売組合が、後継者不足等により弱体化していることが懸念されますね。

松本：担い手不足そのものが、BCP の課題と言えます。「残念だった」では片づけられないような産業を担っているわけですから。BCP の議論をしていると、つくづく「シェア 100%を目指す」考え方の危険性に気付かされます。災害対応にしても、行き過ぎたビジネス志向が BCP を困難にしている側面があります。

今後のガラス業界には「社会インフラを担っている」という自覚を持てるかどうかが問われます。社会的責任を考えるのは、それが耳障りのいい綺麗な言葉だからではありません。何かあったときに補完し合えるシステムになっているかどうか。これが業界内の「当然のこと」として考えることができるようになると良いですね。

エコノミカルからソーシャルなサプライチェーンへ

齋藤：幸い私たちの業界には、メーカー直結のネットワークに加え、板ガラス協会や卸組合などの業界団体が組織されており、縦横のネットワークが充実しています。これを駆使すると共に、東京支部や関西支部といった地域間ネットワークも強化していきたいところです。

新谷：長野の水害のときに、業界内の相互補助の仕組みを作ってほしいという声がありました。支え合える体制を強化していきたいですね。

松本：商社機能を担う当社は、配送も社員が行っていますから、その特性を活かして被災地に物資を届けることもできそうです。

一般に「サプライチェーン」とは、経済合理性を主軸とするエコノミカルサプライチェーンを意味します。しかし私たちは社会インフラを担う業界だからこ

そ、エコノミカルはもちろんですが、ソーシャルな部分も司る「ソーシャルサプライチェーン」をテーマに展開できれば、業界も良くなり、自社の存在価値も広く伝わると思います。

齋藤：大災害においても生活者の皆さまを支えるインフラとして機能するには、地域の行政機関と普段からコミュニケーションをとり、友好的な関係を維持しておくことも重要です。

新谷：私も区役所などの新築の際に防災ガラスを提案させていただくことがあるのですが、これまで有事における仕組みづくりに関してはあまり話してこなかったことが反省点です。販売のための提案だけでなく、「この施設に災害があれば何日で入れられるよ



うにしておく」といった話も、販売店さんを巻き込みながらしていくべきですね。

齋藤：有事を視野にいた提案ができれば、災害関連死の最小化にもつながると思います。公共施設のガラスを防災ガラスにしておけば、有事のときに避難所としても使える施設になるはずです。

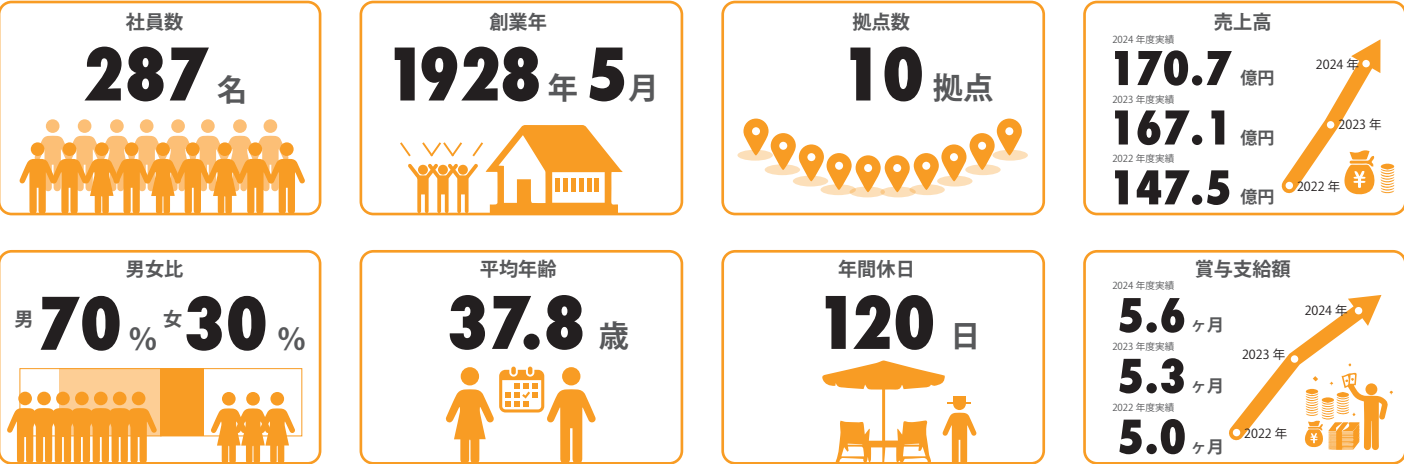
松本：機能ガラス普及推進協議会で防災安全合わせガラスを自治体に寄贈させていただいているのですが、その目的はまさに、地域社会を守るため。コストの議論に傾きがちですが、自治体との関係構築の視点や相互連携の視点を忘れないようにしなくてはなりませんね。

非財務情報

マテックスの会社情報

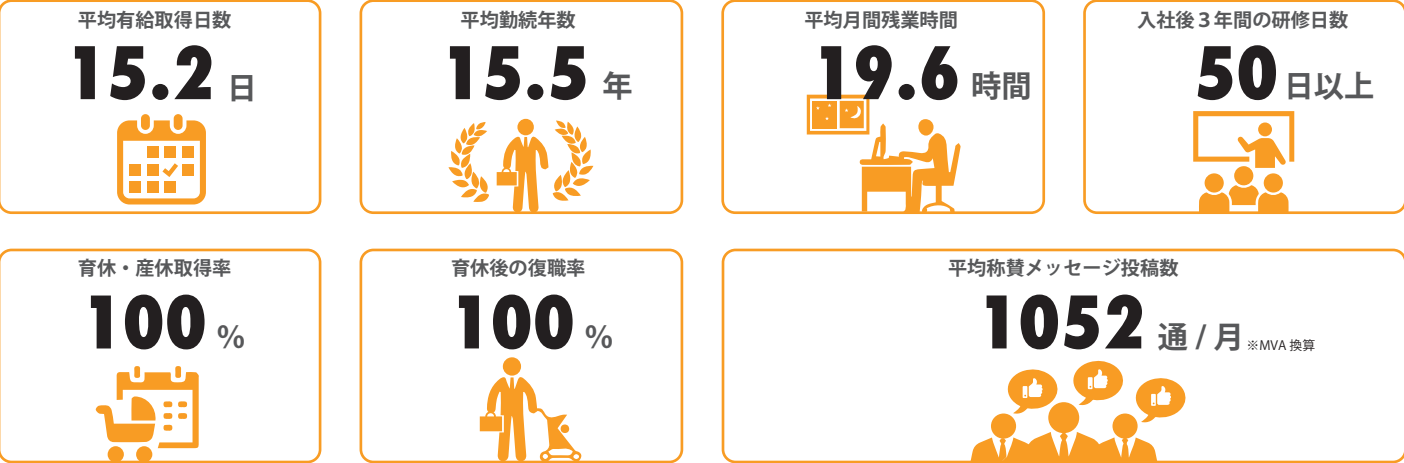
マテックスの会社情報をデータでわかりやすく紹介します。

2025 年 4 月 1 日現在。



マテックスの働き方

2025 年 4 月 1 日現在。

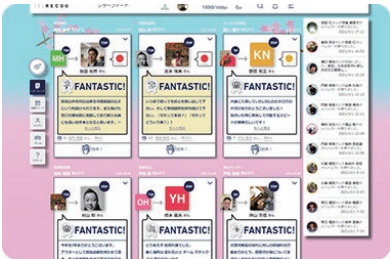


マテックスの社内エンゲージメント可視化の取組み MVA（マテックスバリューアクション）

人の良いところを見つけて賞賛することや、感謝の表現を大切にする場面を意識的に増やしていくために活用している社内 SNS。

マテックスのコア・バリューを体現している仲間に SNS で称賛のレターを送ることで、「称賛されてうれしい」というだけでなく、

「良い行動」に対する価値観を全社で共有するようにしています。価値観の共有を続ける事で習慣に変わり、いずれは文化として深く組織に根付いていくと考えています。



At the end

社外からの評価

取得した認証	取得日	認証について
 B Corp	2025年	B Corpとは、アメリカのNPO法人「B Lab」が運営する、2006年に開始された国際認証制度。
 SBT	2024年1月	企業が気候変動対策として科学的根拠に基づいた温室効果ガス削減目標を設定し、その目標がパリ協定の目標に合致していることを証明する認証
 健康経営優良法人	2021年より毎年更新	従業員の健康管理を経営戦略として実践する企業を認定する制度
 先進的なリフォーム事業者表彰	2015年3月	経済産業省が主催する独自のビジネスモデルを持つリフォーム事業者を表彰するもの。
 低炭素杯2012 最優秀家庭エコ活動賞	2012年2月	2012年2月18日、東京ビッグサイト(国際会議場)で実施された「低炭素杯2012」にファイナリストとして参加し、「最優秀家庭エコ活動賞」を受賞致しました。
 市民が選ぶCSR大賞	2010年11月	日本財団が主催する「第4回市民が選ぶCSR大賞」。一般投票にてマテックスは特別賞を受賞
 エコアクション21	2010年	環境省が主催する温暖化防止対策を発表する場。全国の市民・企業・学校・自治体などの多様な主体に対し、地域や団体の特性に応じた個性的な温暖化防止の活動を発表し、競い合う。

会社概要

創業	昭和3年5月
設立	昭和24年11月
資本金	1億円
代表者	代表取締役社長 松本浩志
売上高	170億円（2025年度）
建設業許可	国土交通大臣 許可（般-30） 第24988号 国土交通大臣 許可（特-3） 第24988号
従業員数	291名（2026年4月1日現在）
主要仕入先	日本板硝子株式会社 株式会社LIXIL YKK AP株式会社 三協立山株式会社 文化シャッター株式会社 住友林業株式会社 株式会社エクセルシャノン
主要取引銀行	商工組合中央金庫 池袋支店 三菱UFJ銀行 池袋東口支店 三井住友銀行 池袋支店 きらぼし銀行 池袋支店

Message

今回で4回目となるMATEX VOICEは過去最高のページ数となり、また製作期間も1年超と長期間での製作でした。その中でも特に印象に残っているのが、社員のパーバストークセッションでした。皆さんの仕事に対する向き合い方がとても情熱的で、セッションでは普段の会話において聞くことができない話が繰り広げられていたのを今も覚えています。他のイベントやインタビューも、広報担当1年目の私にとって会社のことをより知ることができるとても良い機会でした。このMATEX VOICE Vol.4を作成するにあたり、インタビューを快諾いただきました皆様と、全行程にわたってご協力をいただきました株式会社Sacco様にはとても感謝しております。そして、これからもマテックスの魅力をたくさんの方々に伝えていきたいです。

マテックス株式会社 総務統括部 中川 修平

