

Yamanaka Report 2023

ヤマナカ統合報告書





ヤマナカのパーパス

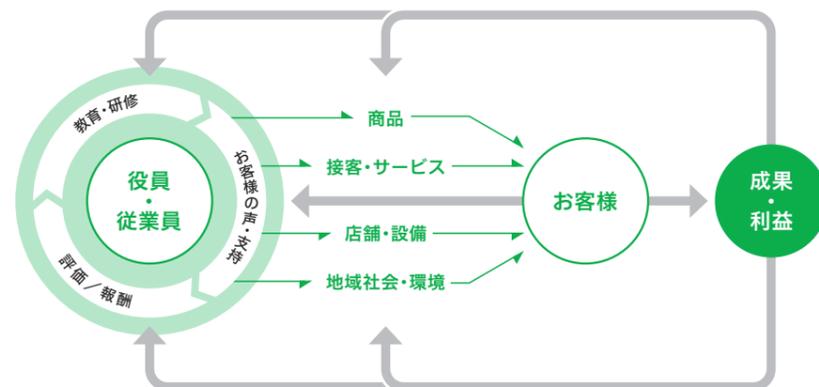
創業100周年を迎えるにあたり、2020年に時代を超えてすべての従業員の共通の根本的な考え方として常に立ち返ることのできる存在指針である「企業理念」を定めました。この企業理念に基づき、これからヤマナカグループが目指していく企業の在り方を「使命」として掲げ、グループとしてあらゆる行動が「顧客価値の創造」に向けて常に研鑽努力していくことを誓います。

企業理念

- 1 ヤマナカグループは、地域のお客様はじめすべての人たちの「健康」で「豊か」で「笑顔」あふれる「幸せ」な日常生活に貢献できることを目指します。そして、そのことがわれわれの「喜び」でもあり「幸せ」でもあると感じることができる企業グループを目指します。
- 2 すべての従業員がヤマナカグループの一員であることに誇りを持って、「ヤマナカグループの主演」として自発的に生き活きと楽しく働き、やりがいと日々の成長を感じることができる企業グループを目指します。
- 3 ヤマナカグループは、常に世の中に新しい価値を生み出すことにチャレンジし、次の100年も地域になくはならない身近な存在であり続けます。そして、地域の皆様から信頼され、地域と共に発展する企業グループとして、また、さまざまな取り組みを通じて地球環境にもやさしい企業グループを目指します。

使命「顧客価値を創造する」

●「顧客価値を創造する」取り組みの循環図



企業行動憲章

企業行動憲章は使命達成の行動指針となるものであり、その使命はより高い理想に向けて継続的に達成していくよう努力していきます。

1 企業活動の基本姿勢

当社グループは、企業理念に基づきお客様に満足いただける品質、価値ある商品、安全かつ安心な商品、サービスなどお客様に喜ばれる販売活動を実施することにより地域社会の発展に寄与する。

2 法令および社会規範の遵守

当社グループは、社会から信頼される企業を目指し、法令、社会通念および社内ルールを遵守し、良識ある企業活動を実践する。また、当社グループは、社会的秩序や企業の健全な活動に悪影響を与える個人・団体とは、一切係わらないこととする。

3 情報の開示

当社グループの定める開示ルールに基づき、必要な企業情報を公正かつ適時に開示する。

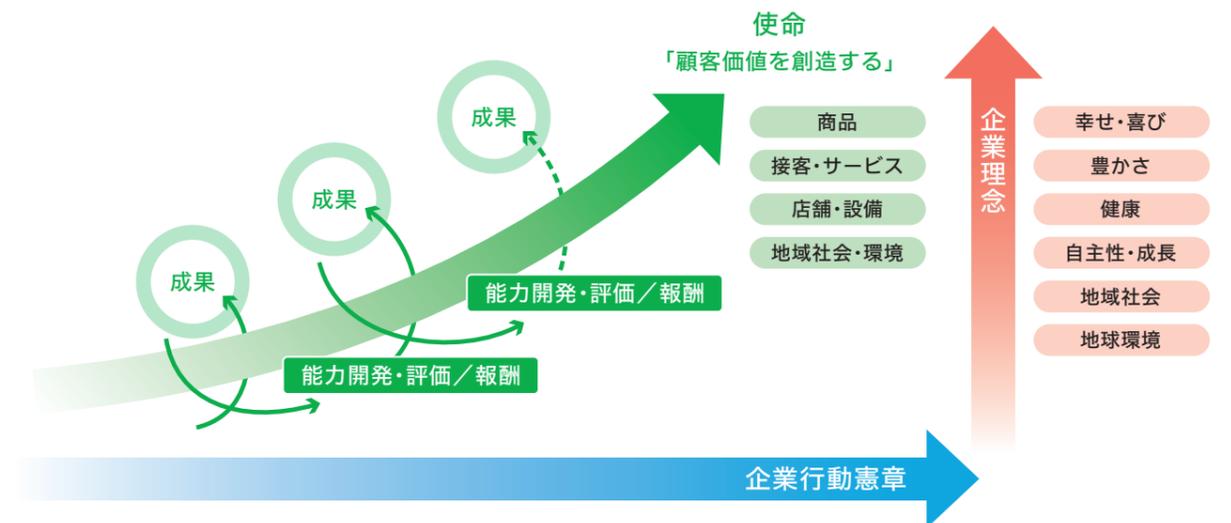
4 地球環境への配慮

当社グループは、企業方針に基づき地球温暖化防止、資源有効利用などの環境問題に真摯に取り組み、地域社会との調和に努め、環境保全と地域社会発展が両立する継続的な活動をおこなうこととする。

5 従業員の尊重

当社グループは、従業員の人格および個性を尊重すると共に、職場環境の整備に取り組み、従業員がその能力を十分に発揮しうる健全な企業環境を確保する。

【企業理念】・【使命】・【企業行動憲章】の関連性と継続性



企業理念

企業理念で掲げた「幸せ」や「喜び」といった普遍的な価値観を、「使命」を遂行することで、より高い次元で実現していくもの。

使命

私たち一人ひとりの行動が「顧客価値を創造する」という使命に基づいて、接客やサービス、商品や販売などの側面で価値向上を目指すもの。それらを継続して実現していくために「成果(利益)」と「能力開発・評価/報酬」の好循環を生み出していく。

企業行動憲章

私たちが企業活動を行っていくうえで根底に流れる、ヤマナカグループのすべての役職員が遵守する行動指針を定めたもの。

ヤマナカのあゆみ

1922▶1964

創業～本格的スーパーマーケットへ

- 1922 2月7日 名古屋市中区正木町にて乾物屋「中野商店」創業
間口2間(3.6m)、奥行3間(5.4m)
- 1926 中野商店と屋号変更
- 1942 「ありがとう親切運動」で知事、市長の表彰を受ける
- 1951 合資会社ヤマナカ商店設立
- 1952 総合食品店新築開店 鮮魚、菓子パン部門を新設
- 1957 株式会社ヤマナカ設立 資本金200万円
セルフセレクション形式の売場に改装
「名物東海道」販売開始
- 1959 伊勢湾台風の災害時に食料品を確保し安く販売
- 1960 スーパー1号店「正木店」開設
(セルフサービス方式導入)
- 1962 スーパー2号店「庄内店」開設 ペガサスクラブ入会
- 1963 スーパー3号店「春日井店」開設
- 1964 スーパー4号店「勝川店」開設
中野富彦 アメリカ流通業界視察

1965▶1981

拡がるチェーンの輪

- 1965 スーパー5号店「岡崎店」開設、資本金4,000万円に増資
- 1967 スーパー7号店「曙店」
8号店「安田店」開設、セルフサッカー導入
- 1968 中野富七会長、中野富彦社長就任
スーパー10号店「小幡店」開設、NSCに挑戦
- 1969 全日本チェッカーコンクールで準優勝
資本金8,000万円に増資
- 1970 資本金1億円に増資、スーパー17号店「名西店」開設
(西区ダイヤモンドシティに核テナントとして出店)
- 1973 石油パニックで商品ひっ迫、商品確保と物価安定に努力
売上高年商100億円突破
- 1974 物価凍結宣言や物価値下げ運動を展開
夜間営業開始(10時～21時30分)
- 1976 スーパー32号店「鈴鹿店」開設(初の県外 三重県へ出店)
- 1977 創業55周年、会社設立20周年
スーパー38号店「四軒家店」開設
商い一筋～ヤマナカ55年の歩み～連載
- 1978 「サンデイリー株式会社」設立
- 1981 名古屋証券取引所第2部に上場

1985▶2003

お客様からより信頼される企業へ

- 1985 「株式会社アイビー」(生花園芸用品)設立
- 1987 「アスティスポーツ株式会社」(スポーツ事業)設立
- 1989 「名古屋商品サービスセンター」(物流拠点)開設
本社を住友生命千種ニュータワービルに移転
- 1993 売上高1,000億円達成
- 1995 「ヤマナカメンテナンス株式会社」
(店舗施設メンテナンス業)設立
- 1997 中野義久社長に就任
フランテ1号店「八事フランテ」オープン
- 2001 フランテ館1号店「豊橋フランテ館」オープン
岐阜県初出店「岐阜フランテ館」オープン
- 2002 「大曾根店」オープン(70店舗達成)
- 2003 「株式会社健康デリカ」(惣菜事業)設立

2005▶2022

社会的責任を果たす

- 2005 「大府東海物流センター」開設
- 2007 ヤマナカ・フランテカード誕生
「レジ袋無料配布中止」取り組みに参加
- 2008 発泡スチロール循環型リサイクルシステム稼動
野菜のリサイクル「おかえりやさい」販売
- 2009 「大府東海物流センター農産・衣料棟」開設
新ビジネスモデル店舗「ザ・チャレンジハウス太平通」開設
- 2010 「プレミアムサポート株式会社」設立
ヤマナカメンテナンス(株)とアスティスポーツ(株)が合併
「ヤマナカ社会・環境報告書2010」発行
グラッチェカード導入
- 2011 「しおなぎ生鮮センター」(生鮮加工)開設
独立子会社「株式会社健康デリカ」吸収合併
- 2012 しおなぎ生鮮センター「SQF2000認証」審査合格
- 2013 宅配サービス「喜くばり本舗」「ネットスーパー」を展開
- 2014 西尾寄住店に初めてセルフレジを導入
- 2016 しおなぎ生鮮センターにて第1期ベトナム人実習生入社
電子マネー(グラッチェ プラスカード)導入
- 2019 「健康経営宣言」
- 2020 ヤマナカグループの新たな企業理念の制定(▶P1-2)
ヤマナカHPリニューアル
- 2021 連結子会社「株式会社アイビー」吸収合併
- 2022 創業100周年



Contents

目次

ヤマナカについて

- 1 パーパス
- 3 あゆみ
- 5 価値創造プロセス

持続可能な成長に向けて

- 7 トップメッセージ
- 11 中期3カ年計画「成長戦略」
- 13 商品戦略
- 15 販売戦略
- 17 人材戦略

19 サステナビリティへの取り組み

- 22 TOPICS グループ会社の取り組み
- 24 ガバナンス

データ

- 27 財務・非財務ハイライト
- 29 会社情報

編集方針

ヤマナカ統合報告書2023では、2022年に創業100周年を迎えたヤマナカの「次の100年に向かう挑戦」としての「中期3カ年計画」を中心とした戦略や取り組みをご紹介します。また、ヤマナカグループの企業理念を基にグループ丸となった事業活動やESGに関する取り組み、考え方をステークホルダーの皆様にご理解いただけるようにご報告しています。

対象範囲

株式会社ヤマナカおよびヤマナカグループ

対象期間

2022年3月21日～2023年3月20日
※一部2023年4月以降の取り組みも記載しています。

発行時期

2023年9月

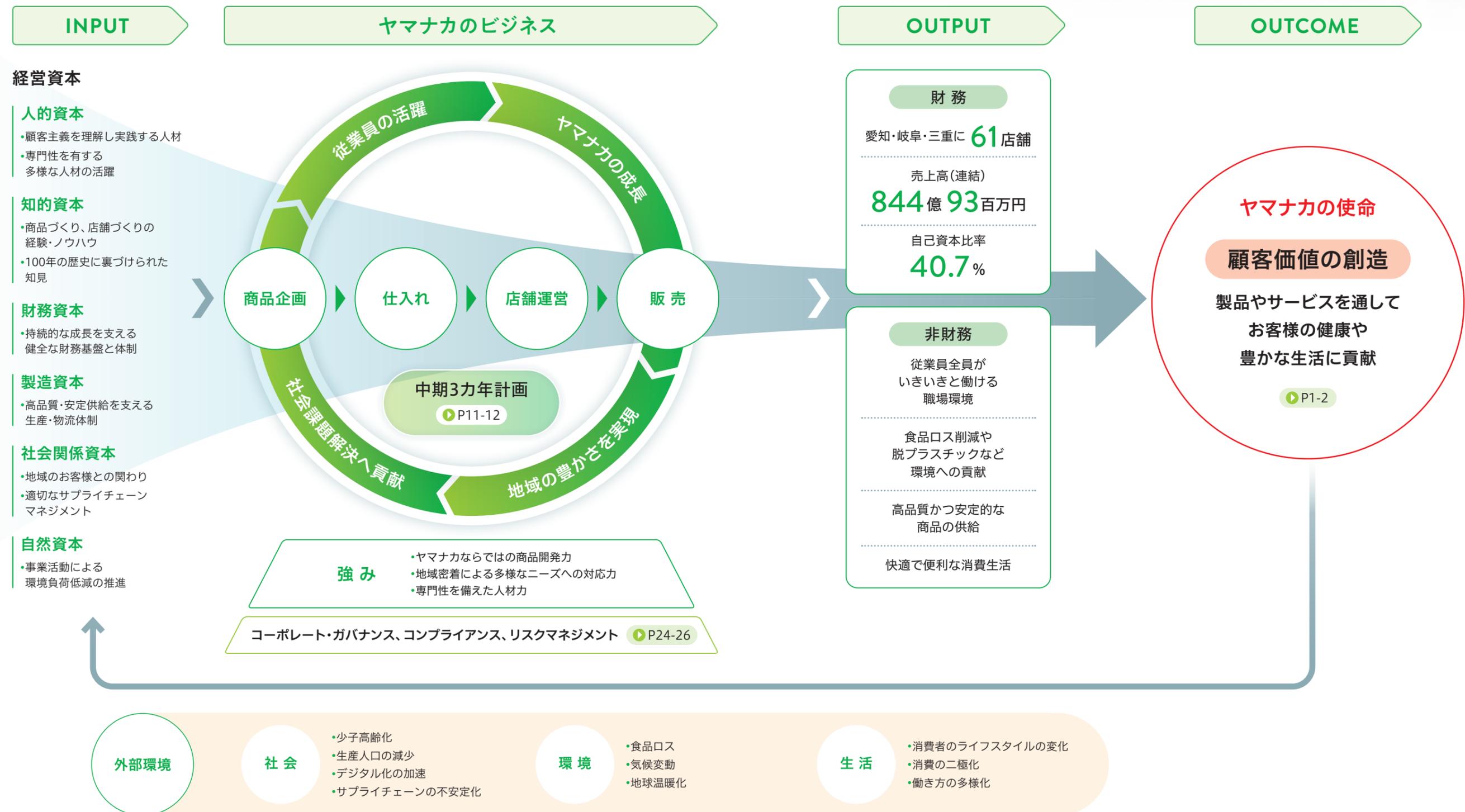
免責事項

この報告書には、当社の将来についての計画や戦略、業績に関する予想および見通しの記述が含まれています。これらの記述は当社が現時点で把握可能な情報から判断した事項および所信に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。

ヤマナカの価値創造プロセス

～100年後の未来もお客様と共に～

長きにわたり、この地で商売を続けてこられたのも、地域のお客様の支えが第一でございます。
 次の100年も地域になくってはならない身近な存在であり続けるために、新しい価値を生み出すことにチャレンジし続け、お客様と地域社会への貢献と発展に向けて、お客様と共により良い未来を創造していきたいと考えます。



Yamanaka

ヤマナカらしさを軸に
新しい価値を創造。
グループ一丸となり、
次の100年に向けて
挑戦し続けます。

代表取締役社長 中野 義久

新たな理念で掲げた、 「顧客価値の創造」という使命

2022年に創業100周年を迎えたヤマナカグループは、2020年に企業理念を改定しました。「すべての人たちの健康で豊かで笑顔あふれる幸せな日常生活に貢献できること」をトップに掲げ、「顧客価値を創造する」という使命を明確化し、次の100年の礎を築くべく、創業精神をベースに刻々と変化する時代に対応する理念としました。

昨今、ニューノーマルな生活へシフトし、買い物スタイルも大きく変化しました。加えて、ドラッグストアやディスカウントショップといった小売業では、薬や雑貨以外にも食品などさまざまな商品を扱っており、専門の枠を超えた販売形態となっています。こうした流れに対して私たちは、きめ細やかにご要望にお応えしつつ、お客様が「あったらいいな」と思うことや、お客様も気付いていない価値を創造して提供することを目指します。食品と共に、便利なキッチン用品や生活用品を提案したり、レンジを活用した調理法の提案などはすでに実施しています。さらに、メーカーとのタイアップによって愛知県産の素材で新しい商品を開発し、魅力的な商品をお客様に提供しています。また、コロナ禍で一時中止としていたクッキングサポートは、準備を整えて再開を目指していきます。このように、商品をキーポイントとして、サービスや環境、情報を提案し、お客様の真の信頼を得られる経営を目指していきます。

100周年を迎え、従業員への想いと ヤマナカの強みを再認識

お客様へのワンランク上のサービスは当然のことながら、私たちの仕事でベースとなるのは「人」です。100周年を迎えて改めて実感したのは、従業員の大切さ。創業当時から当社を支えてくれたのは、従業員やパートナー（パート従業員）たちであり、従業員に対して何ができるかを考える100周年となりました。

すべてのスタッフは同時に生活者であり、3年におよぶコロナ禍に加え、物価高など厳しい環境にあります。今こそ、いきいきと笑顔で働ける職場や、前向きに仕事に向き合える仕組みづくりが、企業活動の大きな鍵となります。そのため、従業員やパートナーたちも株主となり、労働組合にパートナーたちも参加できる仕組みを整えました。現場が意見を発信しやすいように組織を見直し、経営に関心を持ち、ロイヤリティも得て、働きがいのある環境を整備しつつあります。仕事の意義を見出しながら自己成長できるような教育に力を入れます。

もうひとつ100周年を通じて改めて実感したのは、好立地の店舗が多いこと、良質な商品が揃っているというヤマナカの強みです。ヤマナカは、私の祖父が開業した、塩干物をはじめとする良質な商品を扱う小売店からスタートしました。その後、社長を継いだ私の父である先代が、早い時期から人が集まる場所に出店してチェーンストア化したことで、現在も好条件の店舗に恵まれています。私が社長を引き継いでからは、より高品質な商品を扱う「フランテ」を開業。1号店出店から25年以上が経つ今、フランテには根強く応援して下さるお客様がいらっしゃいます。こうしたヤマナカの強みを最大限に活かすことを重視し、既存店を時代にマッチした形にするため、月1店舗ほどのペースで改装していく計画です。2022年は生鮮強化型店舗へのリニューアルを3店舗実施し、改装前よりも2~5割の売上アップを実現しました。現在、生鮮強化型は全8店舗となっています。

激しい環境変化に対応すべく、 多角的な施策を推進

2023年3月期連結決算は、純損失6億5600万円の減収減益となり、関係者の皆様にご心配をおかけしました。主な要因は、原料高と電気代の高騰が挙げられます。上半期は顧客ニーズを鑑みた結果、即時に価格帯に反映することができませんでしたが、下半期ではお客様にご理解いただけ

Top Message

るようになり、価格を見直し、販促を強化したことで回復に転じています。

食品スーパーを取り巻く環境は、物価高のほか、他業種からの参入、競合他社による東海エリアへの出店などにより、競争は激化しています。このような現状を踏まえ、すべての側面で効率化を図り、生産性を上げることが必須の課題だと考えます。そのために、AIやITを活用して経営のスリム化をさらに推進します。また、業績不振傾向の店舗は、既存の業務の見直しやオペレーションの効率化などによって黒字化へ移行させます。食品スーパーは電気代の負担が大きく、電気代の高騰は収益を圧迫するため、順次、省エネタイプの最新機器に入れ替え、維持費を抑えていきます。

さらに店内で肉や魚を加工して製品化するのが主体でしたが、これに加えて「しおなぎ生鮮センター」で加工した商品を各店舗に供給することで品質を一定に保ち、全体の生産性を上げ、商品ラインナップを増やすことができます。またDXを推進して人やモノの流れを向上させ、ジャストインタイムの提供を目指します。豆腐や麺類、納豆、米飯総菜類などを製造している「サンデイリー」も、価値あるオリジナル商品の提供ができるよう注力していきます。ヤマナカグループが一丸となって、クオリティを高める考えです。

加えて、いわゆる2024年問題と言われる物流に関する課題もあります。地産地消に力を入れているとはいえ、より良いものをお届けするためには物流を止めるわけにはいきません。合同で商品を運ぶなど競合他社とも協力しあうことも検討するなど、物流問題に取り組んでまいります。さらに、アフターコロナで一気に経済活動が活発化したことから、日本全体で人手不足が起きています。これらに加え、金利上昇、個人情報の保護、自然災害といったリスクにおいて適正化を図ります。

このように多様なリスクが存在する時代ですが、新しいモノもたくさん生まれています。5年後、10年後には商品を映像で認識して決済するシステムなどによって、レジ機

能がなくなるともいわれています。レジの無人化など、安全性を十分に確認した上で導入できるものは取り入れて効率化します。さらなる未来を見据えると、いずれはリアルな店舗がなくなるかもしれませんが、それでも、人や物流はなくなりません。ネットスーパーや宅配も、より便利に利用していただけるようメニューを充実させていきます。

また今年7月、グラッチェカードと連携したヤマナカアプリをアップデートして新機能を搭載しました。これまでの機能に電子マネー決済などをプラスして、スマホひとつでポイント登録や予約、決済などができるカードレス対応となりました。今後はすべてスマートフォンで完結できるような仕組みも考えながら、引き続きセキュリティ面を重視しつつ、より便利に楽しく活用できるよう開発を進めていきます。

新中期計画達成の基盤となる、ニーズを捉えた店舗・商品づくり

今年は、中期3カ年計画の最終年となるはずでした。しかし、2023年3月期が減収減益となったことからスタートラインに戻ったと捉えています。そのため原点に立ち返り、今年も含めた4年間で新しい中期計画の策定を進めています。「既存ビジネスの進化」、「経営効率の向上」、「イノベーションの創造」の3つの戦略を軸に、ROE8%の達成は、ぶれることなく目指します。

社会が刻々と変化する今、高質志向と低価格志向の二極化が加速しています。この状況にいち早く対応すべく、フランテの中でも八事、覚王山、白壁の3店舗において、これまでにない唯一無二の店舗にするプロジェクトが進行しています。ワンランク上の品揃えと買いまわりの良さ、ワクワク感を演出し、ニーズを先取りする店舗づくりを目指します。

商品構成では、既存店にて生鮮強化を進め差別化を図りつつ、オリジナル商品の充実により二極化に対応します。現在、ミートデリやフィッシュデリなど惣菜のニーズが高

い傾向が続いているため、オリジナル商品開発のスピードを上げるなど、「ヤマナカ・フランテならではの商品」の強化に乗り出しています。また、オリジナル商品は、「ヤマナカスター」「フランテ二つ星」「フランテ三つ星」のランク分けをし、さらに、「バイヤーいち押し商品」も充実させることで、他社と差別化できる商品力が生まれ、利益向上に繋がっていきます。現状、オリジナル商品は売上全体の18%ほどを占めていますが、2024年3月期には20%まで引き上げることを目標としています。生鮮商品も引き続き強化し、現状46.6%から50%達成を目標とします。

理念の実現を後押しする ESGの取り組みを加速

サステナブルな経営を通じて、次の世代に繋げることも企業の責任であると考えます。ヤマナカは人々の幸せに貢献することを理念としていますが、私たちは地球の一員であり、ESG経営は理念実現のためにも不可欠です。ゴミ問題、大気汚染、フードロスなど、課題は山積しており、未来への影響が懸念されます。課題解決に積極的に対処すべく、グループ一丸となって取り組んでいます。

注力しているのは、ビッグデータを活用した商品提供、精度の高い発注システム、予約販売の強化といった取り組みによるロスの低減です。野菜クズは、分別してリサイクルするよう努めており、実施店舗を増やしています。

また、ヤマナカで販売したレジ袋の収益の一部を名古屋市東山動植物園に寄付し、従業員の意見から選ばれた「ツシマヤマメコ」の動物スポンサーとして契約を締結しました。さらに、名古屋銀行と三菱UFJ銀行にて、ポジティブ・インパクト・ファイナンス(PIF)契約を締結。当社の企業活動において環境・社会・経済にもたらすインパクトを包括的に評価し、プラスの影響の拡大とマイナスの影響の縮小を図ります。他にも、生活困窮家庭などにクリスマスケーキを贈る、愛知子ども応援プロジェクトにも参加するなど、地域との共生をこれまで以上に推進しています。

これまでにない価値創造で、人々の暮らしをもっと豊かに

厳しい環境下ではありましたが、コロナ禍を通じて、リモートワークやテイクアウトが定着し、巣籠もりの時期には、おいしいものの情報が多くの人に認知されました。状況が厳しいほど実感するのが、愛知県は豊かな自然に恵まれており、農水畜産物の産地も多く、食文化も充実しているだけでなく、製造業も盛んなため、人口減は緩やかであり、基盤がしっかりしています。こうした土壌を最大限に活かして、今までにない新しい価値創造に向けてチャレンジし続けます。

私たちの使命は、食を通じて人々の日常生活を豊かにすることです。お客様、従業員、ステークホルダーの皆様は、それぞれの立場や違いがありますが、生活者という同じベースに立っています。すべての人々に健康を届ける、食のインフラを担っていることから、その重要性に身の引き締まる思いです。今こそ初心に戻り、覚悟を持ってリスタートに取り組む所存です。

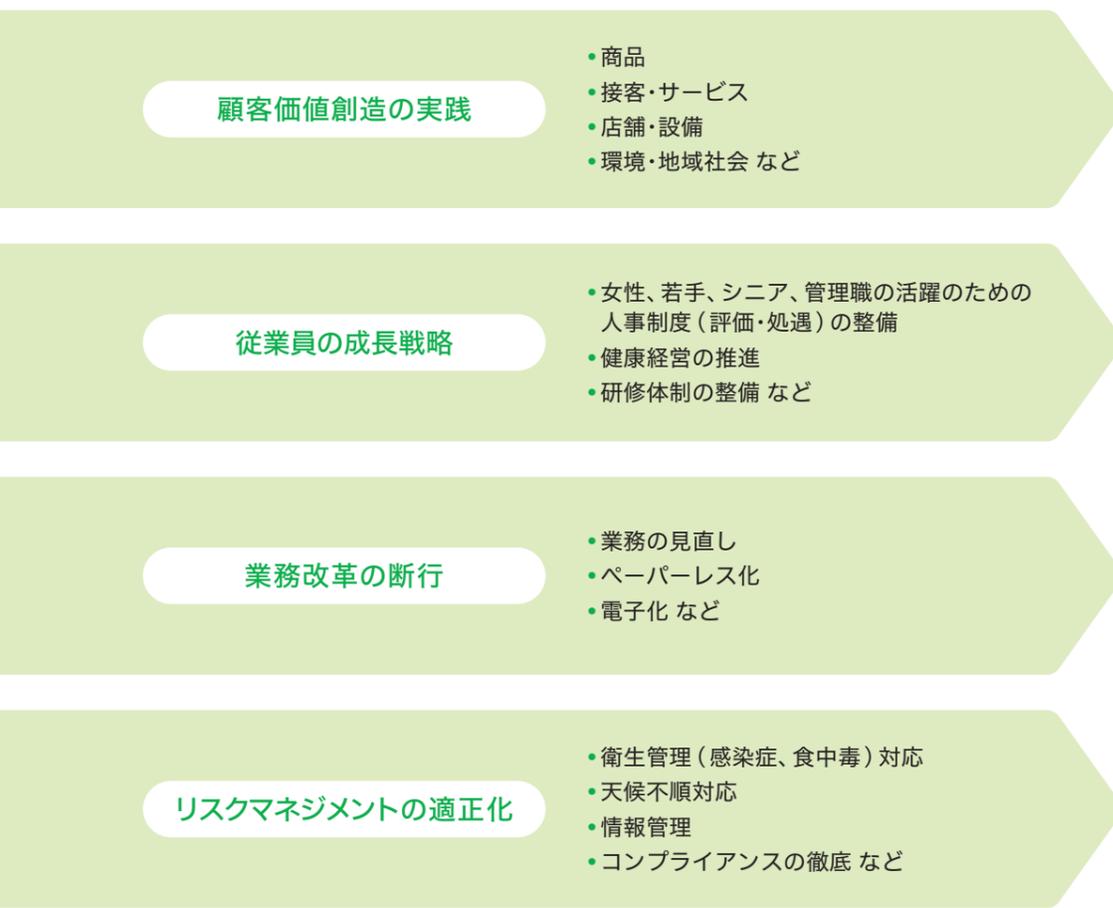
皆様からのご意見は私たちの糧となります。貴重なご意見を取り入れながら、持続的成長をすべく変貌してまいりますので、これからのヤマナカグループにぜひ、ご期待ください。



中期3カ年計画「成長戦略」

次の100年へ向けて

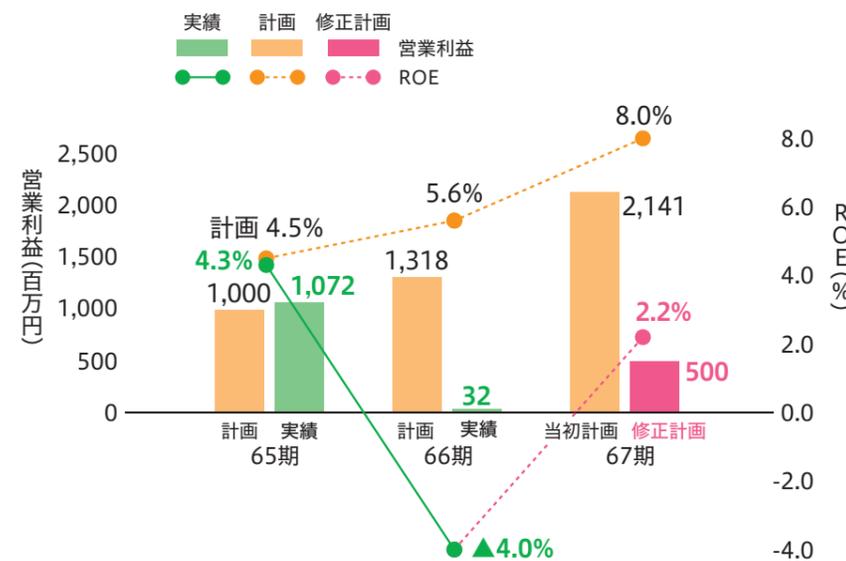
(2022年3月期～2024年3月期の施策)



連結ROE
8%を目指す。*

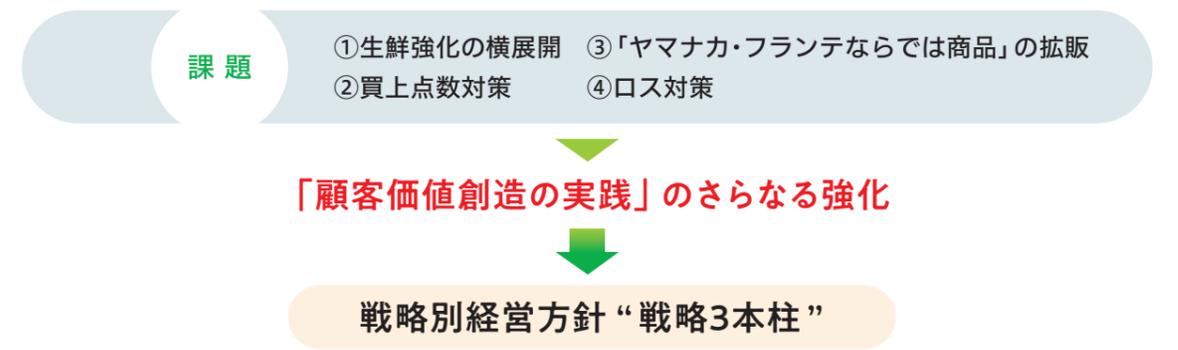
● 中期3カ年計画 目標と実績(連結)

2022年3月期～
2024年3月期の数値計画
※2023年4月に修正計画を公表いたしました。

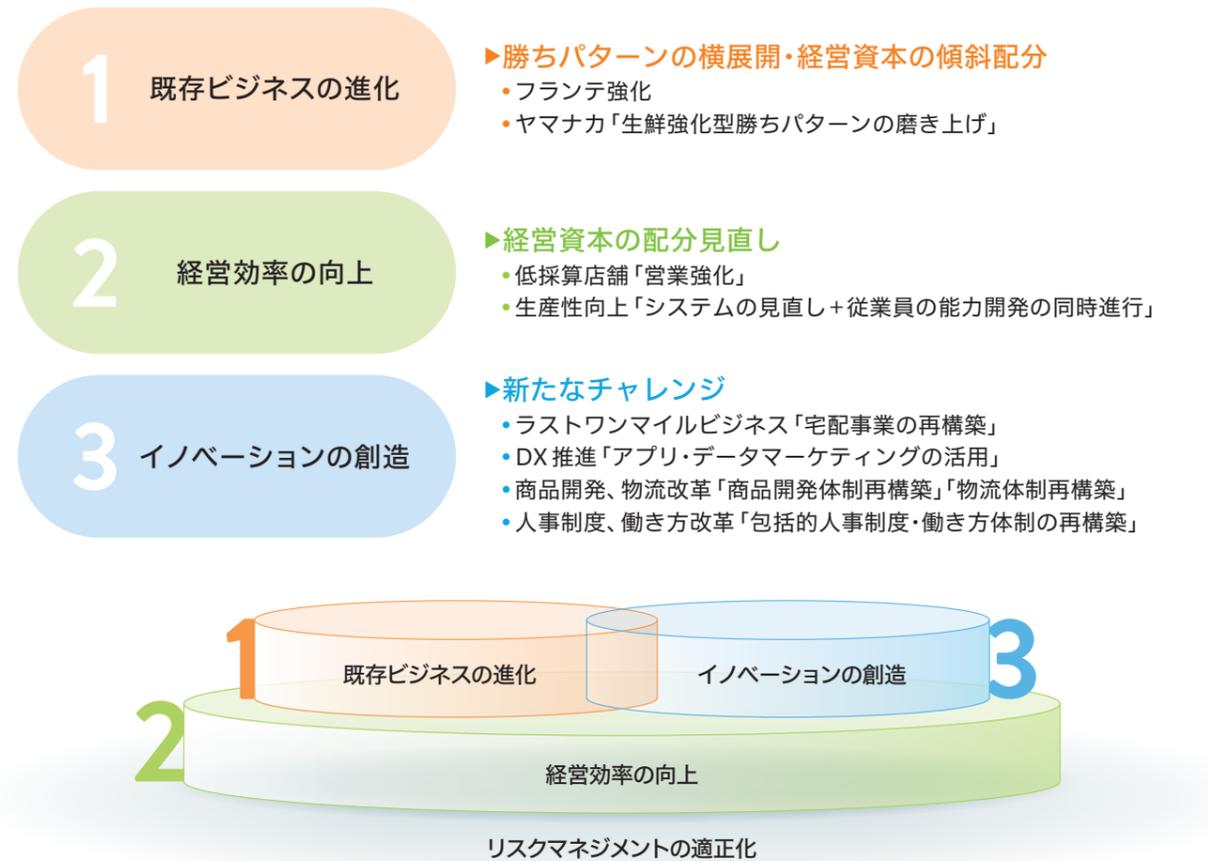


66期(2022年)までの施策の振り返り

- ① 営業収益増加策
 - 生鮮強化型店舗: 大型改装にて8店舗を生鮮強化型店舗に変更
 - 「ヤマナカ・フランテならではの商品」: 価格競争に陥らない独自商品化による差別化
 - アプリ・ポイント施策: アプリの企画による集客とポイント施策強化
- ② 販管費削減策
 - 電気料金削減: 電気使用量削減策を実施し使用量90%以下をキープ
 - 人件費削減: 生産性向上による残業削減



70期(2026年)までの戦略別経営方針「戦略3本柱」



商品戦略

Product Strategy

お客様の声を活かし、安心・安全で豊かな暮らしに繋がる商品を作り続けています。お客様に選ばれ続ける商品づくりを強化していきます。

ヤマナカならではの商品の拡大

生鮮強化

生鮮、デリカ部門の商品を強化すると共に売場を拡大し、生鮮部門の売上構成比50%以上を目指します。新鮮でおいしい生鮮品で毎日の食事からハレの日のごちそうまで、お客様のワクワクするお買い物をお手伝いします。

生鮮部門
売上構成比率
目標

50%



お魚屋さんのお寿司



市場をイメージした鮮魚売場

地産地消

みかわ牛、尾張牛、みかわ旨香ポーク、三河赤鶏など地元銘柄肉、三河一色漁港直送の鮮魚、地元生産者が作った野菜や果物、酒や調味料など地元産業商品や地元メーカー製造商品、和菓子やスイーツ、パンなど地元の銘店の商品など地元愛知県の商品を豊富に品揃えしています。地元でとれた新鮮な食材を販売することで地域活性化を図ると共に輸送に伴うエネルギーを減らしフードマイレージ削減にも貢献しています。



三河赤鶏



関谷醸造蓬萊泉

プライベートブランド商品

オリジナル商品「ヤマナカスター」「フランテ二つ星」「フランテ三つ星」は、「おいしさ」はもちろんのこと、「製法」「素材」にもこだわり、お客様に価値を感じていただける商品をお届けしています。

2022年度の販売実績

100億円



ヤマナカオリジナル焼そば



生乳のおいしさそのまま牛乳



ヤマナカオリジナルちくわ



信州産生乳100ヨーグルト

「ヤマナカ・フランテならではの商品」

ヤマナカオリジナルの開発商品をはじめ、バイヤーが自信をもっておすすめできる「バイヤーいち押し商品」やオール日本スーパーマーケット協会共同開発商品の「くらし良好」などお客様に価値を感じていただける商品を取り揃えています。ヤマナカの名物商品の代表作の「東海道」は2022年「第一回全国スーパーマーケットおいしいもの総選挙」において金賞を受賞しました。また当社製造拠点「サンデイリー」「しおなぎ生鮮センター」では麺類、豆腐、納豆やデリカ部門、畜産部門、水産部門のオリジナル商品を製造しています。

●ヤマナカ名物「東海道(小倉あん)」

昭和32年から販売しているヤマナカ名物商品です。2022年には、トクバイ主催の「第一回全国スーパーマーケットおいしいもの総選挙」スイーツ部門において金賞を受賞しました。



●八丁味噌煮かつ重

デリカテッセン・トレードショー「お弁当・惣菜大賞2023」で入選しました。大豆の旨みが凝縮された濃厚なコクとほのかな酸味が特徴の「八丁味噌」を使用し、お米は愛知県津島地区の「あいちのかがり」を使用しています。



●若穂ぶどう匠の会 生産者限定ぶどう(巨峰/シャインマスカット/種なし巨峰)

ぶどうの名産地より、腕に自信のある優良生産者の商品のみ限定して、おいしいシャインマスカット/巨峰ぶどう/種なし巨峰ぶどうを販売しています。



●いも豚

フランテ指定農場で、良質なでんぷん質を多く含んだいも類を配合したエサを与えて育てています。いものでんぷん質が豚の体内で良質な脂にゆっくり変わること、臭みが無く、旨味・甘味のある味わいに仕上がっています。



食の安心・安全への取り組み

しおなぎ生鮮センター

しおなぎ生鮮センターは、SQF認証を受けた衛生・温度管理が徹底された環境で、牛肉・豚肉・鶏肉・鮮魚の優れた鮮度・品質の商品を毎日平均4万パック製造して店舗に供給しています。2023年6月には「ヤマナカオリジナル唐揚げ」の原料製造ライン稼働を開始し、店舗へおいしい唐揚げの原料を供給しています。

1日の平均製造パック数

40,000パック



お刺身盛り合わせ



和牛こだわり焼肉セット



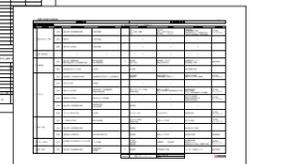
ヤマナカオリジナル唐揚げ

HACCP

2021年6月より、全店舗でHACCPに沿った衛生管理を開始いたしました。HACCPとは商品の製造工程で微生物による汚染や異物混入などの危害を予測し継続的にチェック、記録することで商品の安全性を確保する衛生管理手法です。店舗においては部門毎にチェックリストを用い、安定して安心でおいしい商品をお客様に提供できるように努めています。



加工衛生チェックリスト(デリカ)



危害分析衛生管理表(畜産)

販売戦略

Sales Strategy

顧客価値創造の実践への取り組みでは、皆様の「健康」で「豊か」で「笑顔」あふれる「幸せ」な日常生活に貢献できるよう取り組んでいきます。

より便利に使いやすくするためのDX推進

グラッチェカード

お客様の「お買い物がより楽しく、よりお得になるように」との願いから、2021年2月にグラッチェカード会員様向け特典を変更し、多くのお客様にご満足をいただいています。今後はヤマナカアプリとの連携を強化し、会員様の利便性を更に向上できるようにサービス改善を続けていきます。

グラッチェカード
会員様が前年比

108%
増加!



ヤマナカアプリ

お得な情報をいち早くお客様へお伝えしたいとの思いから「ヤマナカアプリ」は誕生しました。多くのお客様よりご愛顧いただき、誕生から1年で目標比200%ものお客様にご利用いただいています。アプリ限定クーポン配信などを楽しみにされているお客様も増え、今後も「もっと楽しくもっとおトク」なアプリを目指して改良していきます。

誕生から1年で
DL数目標比

200%
を達成!



ヤマナカアプリがより便利に

2023年7月には、お客様からの要望が最も多かった「カードレス化」に対応し、いよいよアプリがパワーアップしました。アプリ1つあればポイント登録、電子マネー決済ができるようになり、財布からグラッチェカードを出したり、小銭を取り出す手間が無くなります。ぜひパワーアップしたヤマナカアプリをご利用ください。

レジでの決済時間を従来の

半分へ短縮!

喜くばり本舗・ネットスーパー

お客様により便利にお買い物をしていただけるよう、またお買い物に來られないお客様へのサービスとして、電話、インターネットでのご注文で店頭販売商品をご自宅へお届けするサービスや、店頭でお買い上げいただいた商品のご自宅への配送を15店舗で行っています。

実施店舗数

15店舗



お客様に便利と使いやすさを

クリスマスケーキやおせちなど、お客様に喜んでいただくために、心を込めて選んだ上質な商品、限定商品の予約販売を店頭で承っています。今後は、お客様のご自宅からヤマナカ・フランテ商品を注文できるようにしたいという思いから、お客様の好きな時間にいつでもネットからご注文でき、よりお客様にとって便利なサービスにしていけることを検討しています。



株主の皆様のために

当社は、株主の皆様への日頃のご支援に感謝すると共に、株主優待制度を通じて当社へのご理解を一層深めていただくことで当社株式に対する投資魅力を高めることを目的として、株主優待制度を実施しています。

●お米・商品



1,000円相当の米



1,500円相当の米



3,000円分の商品

●電子マネーチャージ引換券



株数区分	期末優待	1年以上株式保有
100株以上200株未満	電子マネーチャージ引換券1,000円	お米1,000円又は電子マネーチャージ引換券1,000円選択
200株以上300株未満	お米1,000円又は電子マネーチャージ引換券1,500円	お米1,000円又は電子マネーチャージ引換券2,000円選択
300株以上400株未満	お米1,500円又は電子マネーチャージ引換券2,000円又は寄付1,500円	お米1,500円又は電子マネーチャージ引換券2,500円又は寄付1,500円
400株以上500株未満	お米1,500円又は電子マネーチャージ引換券2,500円又は寄付1,500円	お米1,500円又は電子マネーチャージ引換券3,000円又は寄付1,500円
500株以上1000株未満	お米1,500円又は電子マネーチャージ引換券3,000円又は寄付1,500円	お米1,500円又は電子マネーチャージ引換券3,500円又は寄付1,500円
1000株以上	商品3,000円又は電子マネーチャージ引換券5,000円又は寄付3,000円	商品3,000円又は電子マネーチャージ引換券6,000円又は寄付3,000円

人材戦略

Human Resources



従業員の成長戦略への取り組みでは、パートナー社員を主体とする店舗運営を推進するためのOJT教育を行う社員教育の充実、若手社員抜擢・女性社員活躍・シニア社員活性化の体系的な取り組みなど、従業員の能力開発や評価・処遇の整備に取り組んでいきます。

社員一人ひとりが活躍できる職場環境づくりを推進しています

人材育成

ヤマナカが存続・発展するためには従業員の能力開発は必要不可欠で、その中でも特に一人ひとりが顧客価値を創造する力を開発することが重要となります。限られた人材をいかに育てていくかがカギとなり、個人の能力を高めるためには本人の努力と周りの協力・フォローが必要となります。またその能力は従業員同士が個性を尊重し、働きやすい職場環境により、十分発揮することができます。従業員全員がそのことを理解し、お互いに成長することでより大きい成果を出せるよう取り組んでいきます。



ミーティング風景

研修制度

研修は入社1年目の新入社員から管理職まで階層別に行っています。2022年度からはこれまで不足していた入社3年目からチーフになるまでの研修と副店長対象の研修を新設しました。昨今では1店舗の社員数も少なくなり、早くからチーフ代行の能力を求められます。チーフになってから学ぶのではなく、なる前に学ぶことで自信を持って働くことができます。企業理念の中にある従業員が自発的に生き生き楽しく働くことを実現するために研修の見直しを行いました。

研修実施回数 2023年は7階層で

合計**37**回実施予定



研修風景

多様な人材活躍

当社ではパートタイマーを含め多くの女性従業員が働いており、女性活躍推進法への取り組みも積極的に実施しています。女性が活躍することはさらなる会社の成長に繋がると考え、やりがいと誇りを持つことのできる働き甲斐のある職場を目指しており、2022年8月女性の管理職登用、仕事と家庭の両立など、女性の活躍推進に向けての取り組みを行っている企業として、愛知労働局より【えるぼし認定 認定段階3】を認定されました。また2022年10月に育児休業制度を改訂し、「妻の出産休暇」の取得を義務化し、男性の子育て支援も進めています。

女性の出産育児休業取得者

13名
(うち正社員3名)

男性の育児休業取得者

3名
(うち正社員2名)



えるぼし認定



メンター(先輩社員)との面談風景



女性管理職の活躍 ミーティング風景

接遇

ヤマナカの使命を果たすためには商品はもちろんですが接客・サービスも非常に重要な役割を担います。2022年度には入社時教育から使用する『ヤマナカ接客手引き』と『教育動画』を新たに作成しました。各階層別研修でも接客訓練タイムを設け、どの部門の社員でも店舗で見本となり、リーダーとして教えることができるよう取り組んでいます。まずは基本を徹底し、更に顧客価値創造に繋がる接客を目指していきます。



感じのよい接客

健康経営

2019年に健康経営宣言を掲げ、従業員の健康を積極的に支援することを約束しました。ストレスチェックの実施、産業医の巡店・面談実施、喫煙所の撤去など従業員の健康増進のために取り組むと共に、食品スーパーマーケットで働く従業員にとって身近にある「食べること」と「健康」にもっと興味を持ってもらい、食生活を見直していく取り組みを「食べることで健康に！」をキーワードに実施しています。

健康経営宣言

ヤマナカグループは、従業員一人ひとりがいきいきと働き、心身ともに健康で楽しく仕事ができる職場環境の整備に積極的に取り組み、「笑顔あふれる食品スーパーマーケット」を実現します。



特別協賛した「さわやか健康リレーマラソン」に従業員も参加



サステナビリティへの取り組み

サステナビリティへの考え方

ヤマナカでは、企業の持続的な成長には環境保全や地域貢献活動が不可欠と考え、ESG経営への取り組みを重要視しています。地域の方たちにとってなくてはならない存在であるために何が出来るのかを常に念頭に置いた活動を続けていきます。

ESG活動方針

当社グループは、企業理念の実現を目指し、使命である「顧客価値創造」の1つとして、ESG活動を継続的に取り組んでいく。

ESG宣言

- E** 私たちは、地球温暖化防止、廃棄物の削減、資源の有効活用など環境保全の取り組みを実行します。
- S** 私たちは、地域のお客様と共に発展する企業として、社会貢献活動を実行します。
- G** 私たちは、法令および社会規範を遵守し、この取り組み内容を社内外へ積極的に公表する事で、社会から信頼される企業を目指します。

環境

ヤマナカの環境目標

温室効果ガス削減

2030年までに

CO₂排出量

46%削減

(2013年度比)

食品ロス削減

2030年までに

食品リサイクル率
60%以上かつ80%までに

毎年**1%以上**
改善

容器包装使用量削減

2030年までに

プラスチック
容器包装使用量累積

25%削減

(2018年度比)

温室効果ガス削減

電気使用量の大部分を占める店内の冷蔵・冷凍ケース、空調、照明を中心に、CO₂の削減を目標として効率の良い機器への更新を実施しています。

照明のLED化、扉付きの冷凍ケースの導入、インバータ化により、省エネルギー化を図っています。

また、ショーケースの一部照明の消灯や飲料冷蔵ケースのオフ、ナイトカバーの活用などにより、節電活動にも積極的に取り組んでいます。

温室効果ガス

43.7%削減

(2013年度比) (2022年度実績)



扉付きの冷凍ケースの導入



節電の実施

プラスチック製資材の使用量削減

限りある資源の有効活用と商品品質維持の両立を図り、3Rの原則に則ってプラスチック製資材の削減に取り組んでいます。

鶏肉販売時にノントレー包装を導入し、包装資材の使用削減やお客様の利便性の向上に繋がっています。弁当購入のお客様にお渡しするカトラリーは、バイオマス原料を配合したものに変更しました。

プラスチック容器包装使用量
2018年度より累積

12.52%削減

(2022年度実績)



ノントレー包装



バイオマス原料配合のカトラリー

レジ袋の削減

ヤマナカでは2007年度の名古屋市のレジ袋有料化促進モデル事業への参加を皮切りに、レジ袋の無料配布中止に取り組んで参りました。

有料レジ袋販売に伴う収益金は、全額店舗の所在する市などへ寄附しています。

販売するレジ袋はバイオマス素材を30%配合し、環境への影響に配慮したレジ袋となっています。

レジ袋辞退率

86.6%

(2022年度実績)



食品廃棄物の削減

ヤマナカでは食品を扱う企業として、多くの食品が廃棄される社会問題を真摯に受け止め、食品廃棄物の焼却処分の削減に積極的に取り組んできました。

適切な売り切りや精度の高い発注、予約販売の強化に努めることにより、食品ロスの削減に取り組んでいます。どうしても発生してしまう野菜くずなどの食品廃棄物については、分別してリサイクルを実施しており、実施店舗を順次拡大しています。

食品リサイクル率

95.8%

(2022年度実績)



ゴミを分別してリサイクル

地域循環型野菜「おかえりやさい」の販売

店舗で排出される生ごみ(野菜くず等)を回収し、名古屋市内の食品リサイクル施設で堆肥化、その堆肥を使って名古屋市長区大高町のブロッコリー農家が栽培したブロッコリーを店舗で販売する取り組みを実施しています。生ごみとして排出された野菜が再びキッチンに戻ってくることから「おかえりやさい」と命名されました。(2023年1月から4月に覚王山フランテにて販売)



「おかえりやさい」の売場

お客様と取り組む環境保全活動

ヤマナカの環境保全活動では、お客様にご協力いただいで取り組んでいるものもあります。売場では「てまえどり」ポスターを設置し、食品ロス削減へのご協力を呼び掛けています。

また店頭では資源回収を実施し、商品消費後ご不要になった容器の回収にもご協力いただいでいます。一部店舗では回収に対してポイントの還元も実施しています。



店頭での資源回収

社会貢献活動

地域社会への貢献

寄付・寄贈活動

ヤマナカでは全店に募金箱を設置し、皆様からご協力いただきました募金を全額「財団法人東海交通遺児を励ます会」へ寄贈しています。

また、地震や台風など災害に見舞われた方々への募金を行わせていただくこともあり、2022年度はトルコ・シリア地震救援募金を実施し、お預かりした募金は日本赤十字社愛知支部へ寄託しました。

東海交通遺児を励ます会への寄贈金額
5,184,526円



募金を日本赤十字社へ寄託

災害協定

ヤマナカでは自治体と有事の際に、地域住民が避難する指定避難場所が開設されるまでの間の一時避難場所を提供または自治体よりの要請物資を提供する防災協定を結んでいます。

現在では愛知県および三重県と10市との間で、物資提供の協定を結び、3市および名古屋市内9学区との間で一時避難場所提供の協定を結んでいます。



店頭駐車場で避難訓練



地元消防団による負傷者搬送の実演

動物スポンサー締結

2023年より、ヤマナカで販売したレジ袋の収益金の一部を、名古屋市東山動物園に「動物スポンサー」として寄付することにし、全従業員の投票により、対象動物を「ツシマヤマネコ」に決定いたしました。



ツシマヤマネコの赤ちゃん誕生



動物スポンサー協定の締結

食やスポーツを通じたイベント

ヤマナカは地域の子どもの体力向上や健全な精神の育成、食育活動などを目的とし、マラソン大会や収穫体験などの各種イベントを開催しています。また、地域の愛知県発祥の食品関連企業12社が参加する「あいち食育サポート企業団」の団長を務めています。これまではコロナ禍でなかなか店舗でのイベントを実施できませんでしたが、今後は企業団に属するメーカー様と協力し、店舗で『食に関するセミナー』『親子で料理教室』などのイベントを定期的で開催しています。



ちびっこマラソン



あいちのおさかなを学ぼう！



親子手作りぎょうざ教室



大人の食育 毎日の健康にお許の勉強会

TOPICS グループ会社の取り組み

サンデイリー株式会社の取り組み

事業紹介

当社は、1978年5月に創業し、2023年に創業46周年を迎えました。

従業員数は123名(社員24名、パート99名)で、150品目を超える製品を年間364日稼働して製造しております。第1工場では納豆、第2工場ではゆで麺・生麺、第3工場では豆腐類・揚げ・業務用油・蒟蒻、米飯工場では弁当・寿司・惣菜類・軽食類の製造をしております。ヤマナカの製造工場として「安心・安全でおいしい食品を作り続けていくこと」が我々の使命と考えております。今後も、ヤマナカグループとしてさまざまな取り組みを通じて、地域のお客様から信頼され、環境にもやさしく、従業員が楽しく働ける企業を目指していきます。



北海道小粒納豆



カレーうどん



ひとり前とうふ



国産生いも板こんにやく



3色おこわだし巻き玉子のお弁当

2022年度の取り組み

当社に期待される役割の1つとして、ヤマナカ・フランテでしか購入できない「ヤマナカ・フランテならではの商品」の開発が挙げられます。2023年も多くの新商品を発売し、お客様よりご好評をいただいています。また、両親が共働き等の理由で子どもが一人で寂しく食事をする“孤食”への手助けとして夕食を提供する「コードモノダイドコ」の活動へ参加し、不揃い品や出荷期限切れ(賞味期限内)等の食材を無償で提供しています。



さしみこんにやく



冷し中華(ごまだれ)



さば好きにはたまらない
鯖寿司

今後の取り組み

2023年秋頃より、新たな「炊飯事業」を稼働するべく、計画を進めています。

新たな「炊飯事業」では、自社炊飯した白飯・酢飯を店舗へ出荷すると同時に、当社で製造するおにぎりや丼などにも使用します。これにより、品質がさらに改良され、こだわりやオリジナリティ溢れる「ヤマナカ・フランテならではの商品」の開発が可能となります。

ASTY プレミアムサポート株式会社の取り組み

事業紹介

当社はメンテナンス事業部とスポーツ事業部の2つの事業を展開しています。使命は社名のとおり「プレミアムなサポートの提供」つまり「お客様の期待以上のサービスの提供をする」ことです。それにより、お客様ご自身が求めるもの、目指すものを実現しお喜びいただくことが私たちの喜びです。

メンテナンス事業部

メンテナンス事業部は、ヤマナカ店舗内外の施設の管理を行っています。お客様が常に快適にお買い物できる店舗環境、ヤマナカ従業員が働きやすい環境を維持するために、店内売場の清掃、店舗外回りの植栽管理、お客様トイレ/従業員トイレ清掃などを行っています。現在、店舗従業員が、よりお客様対応や販売に集中できるように、店舗での施設の不具合や防虫などの環境問題など、店舗後方施設に係る案件はすべて当社で対応する体制を実施しており、ヤマナカとの一層の連携強化を進めています。

スポーツ事業部

スポーツ事業部は、アスティスポーツ(総合スポーツクラブ)3店舗とEXENO/solalier(ジム+Hotスタジオクラブ)2店舗、計5店舗の運営を行っています。“地域の皆様に元気にすること”をビジョンに掲げ、スポーツを通じて子どもから高齢者まで幅広い年齢の方へ「健康づくり、体力づくりのサポート」をさせていただいています。運動が苦手な方でも継続して通えるクラブを目指し、お客様一人ひとりの目標・目的を叶え、お客様に寄り添い、運動習慣を身につけて生涯健康に過ごしていただけるサポート型クラブとして、時代に合わせて進化し続けます。また、アスティスポーツクラブ大府では、2022年に大府小学校の児童に水泳授業指導を実施するなど、地域社会への貢献も行っています。



solalier(エアリアルフィット)



スイミングスクール



パーソナルトレーニング



ファンクションレッスン



プログラムレッスン(UBOUND)



ヨガ

ガバナンス

コーポレート・ガバナンス

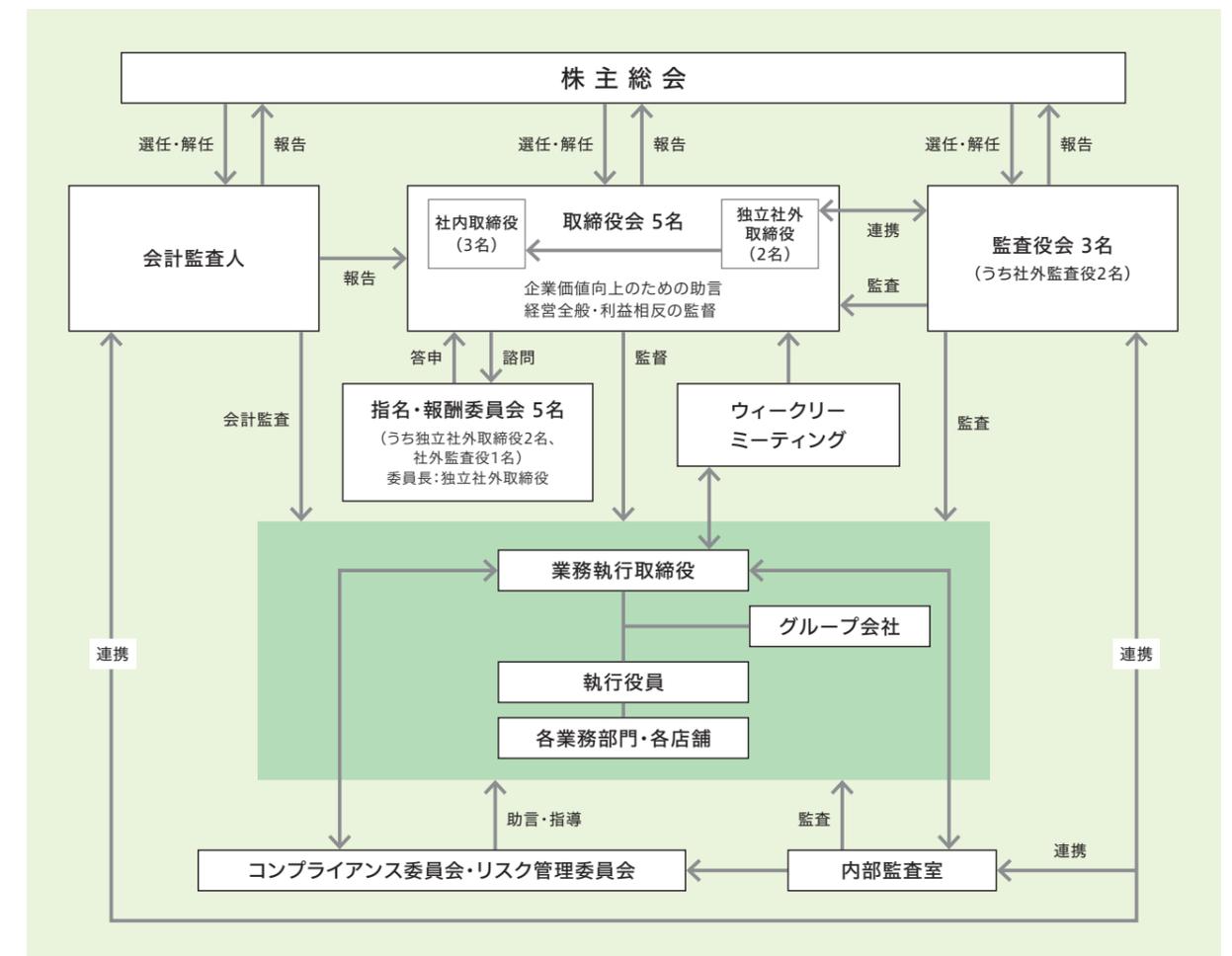
コーポレート・ガバナンス体制

当社グループは、お客様、株主様、取引先様、地域社会、そして従業員などのステークホルダーの皆様からのご期待にお応えし、経営の透明性・公正性を追求すると共に、保有する経営資源を十分有効活用し、迅速・果断な意思決定により経営の活力を増大させることにより、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図ることがコーポレート・ガバナンスの要諦であると考えています。

グループ全役員・従業員で「顧客価値創造」の使命を果たし2020年6月に制定した企業理念を実現するために、右記の基本的な考え方に沿って、コーポレート・ガバナンスの充実に取り組んでいきます。

- (1) 株主の権利を尊重し、平等性を確保します。
- (2) お客様、取引先、地域社会、そして従業員などの株主以外のステークホルダーと適切に協働します。
- (3) 非財務情報を含む会社情報を適切に開示し、経営の透明性を確保します。
- (4) 取締役会は会社の持続的成長と中長期的な企業価値の向上を図るため、役割及び責務を適切に果たします。
- (5) 株主との建設的な対話を促進し、株主の声を経営に活かします。

コーポレート・ガバナンス体制図



ガバナンス

取締役会

取締役会は、原則として毎月1回開催し、経営に関する基本方針のほか法令、定款および取締役会規程で定められた重要事項について意思決定をするほか、相互に取締役の職務執行を監督しています。取締役の任期は、責任の明確化および経営環境の変化に迅速に対応することを目的に、1年としています。

なお、取締役5名のうち2名が社外取締役です。

当社は、2018年6月、取締役会の少人数化による経営の意思決定の迅速化および監督機能の強化と業務執行に対する責任と権限の明確化による経営計画の実行体制の強化を目的に執行役員制度を導入しています。

監査役会

監査役会は、原則として毎月1回開催し、年度監査計画に基づき取締役会などの重要会議への出席、社内の重要書類の閲覧などにより取締役の業務執行について監査を行っています。

また、業務執行取締役との意見交換会や内部監査室および会計監査人との打ち合わせを定期的に開催し、経営方針や監査上の重要事項について情報交換を行うことにより、監査の実効性を高めています。

なお、現任監査役3名のうち2名が社外監査役です。

指名・報酬委員会

当社は、取締役、監査役の指名・報酬に係る決定プロセスの透明性、客観性と説明責任を強化することを目的として、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います。指名・報酬委員会の委員は、取締役会の決議によって選任された5名の委員で構成し、その中の3名は独立社外役員とし、委員長は社外取締役としています。

内部統制

当社は、企業理念を実現するために、会社法に基づき内部統制システムの構築に関する基本方針を定めています。

当社では、取締役および従業員が法令および定款はもとより、社会規範や企業倫理を遵守した行動をとるために当社グループ全体に適用する「企業行動憲章」を定め、周知しています。

また、代表取締役社長を委員長としたコンプライアンス委員会が、社内規程および管理体制などの基盤整備に努めると共に、内部監査室が当社グループの内部統制システムの有効性についてモニタリングして、適切かつ効果的に遂行されていることを検証しています。

さらに、金融商品取引法に基づく財務報告の信頼性を確保するために、財務諸表などが適正に作成されるシステムおよび体制が有効に機能することを継続的に評価しています。

コンプライアンス・リスクマネジメント

コンプライアンス体制

当社グループは「企業理念」および「企業行動憲章」に基づいて、諸法令および社内規程などを遵守すると共に社会規範に沿った責任および行動をとります。

また、コンプライアンス取り組みに関する重要事項の決定は取締役会が行い、コンプライアンス委員会は、コンプライアンス取り組み全般についての企画立案を行うと共に、当社および関係会社のコンプライアンス取り組み実務を統括しています。

コンプライアンス教育

当社グループでは全役職員のコンプライアンス能力の向上を図るため、半期毎に必要な法令知識などを数項目ピックアップし、教育項目を定め教育を実践しています。

また、確認のテストを実施することで、より確実な知識の習得を実現しています。

内部通報相談窓口

当社グループでは、コンプライアンス違反行為または、そのおそれがある行為を発見した際に、上長もしくはコンプライアンス窓口に通報・相談を実施することを定めており、専用窓口を設置しています。また、通報・相談者および関連する個人情報などの保護に努めています。

個人情報保護方針

当社グループは、「個人情報保護方針」および「個人情報の取扱いについて」を策定し、個人情報などの適法かつ適正な取扱いを確保しています。

また、「個人情報保護方針」および「個人情報の取扱いについて」は、すべての役員および従業員に周知すると共に、当社ウェブサイトに掲載し開示しています。

BCP

当社グループの危機・有事に備え基本的事項を定め、迅速かつ、適切な対応を実践・可能にすることを目的とし、危機管理についての基本方針を定めています。

個人情報保護方針

- (1) 基本方針および安全管理に関する宣言文
- (2) 情報管理および安全対策に関する事項
- (3) 個人情報の収集、利用目的および提供に関する事項
- (4) 問合せ窓口および見直しに関する事項

基本方針

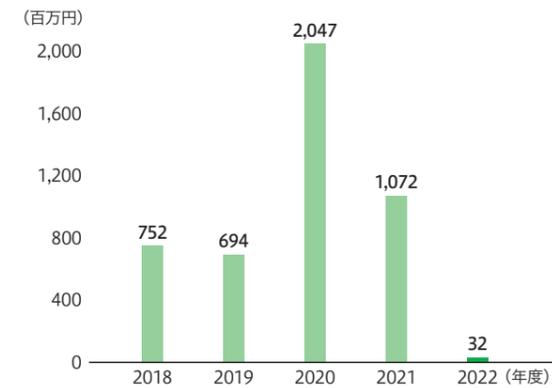
- (1) 危機に対処する際には、「人の身体生命の安全を最優先」とすること。
- (2) 危機に直面した際には、危機の収束に向けて、役職員（役員、一般社員、出向社員、嘱託社員、契約社員、パートナー、アルバイト、派遣社員ほか含む）が一丸となって、すべての業務に優先し、損失の最小化、営業活動の早期復旧、再発防止に全力で取り組むこと。

財務・非財務ハイライト

財務データ

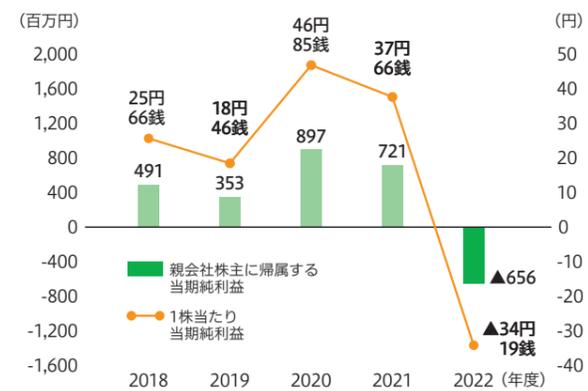
営業利益 [連結]

32百万円



親会社株主に帰属する当期純利益/1株当たり当期純利益 [連結]

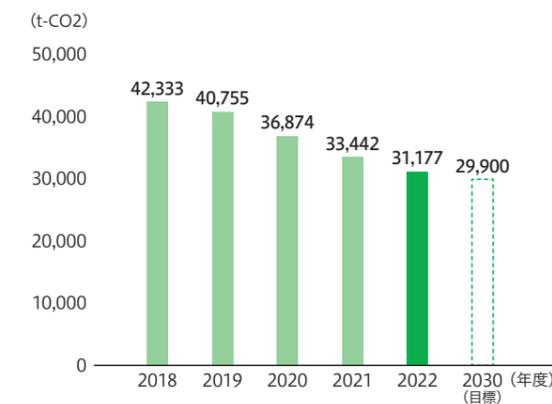
親会社株主に帰属する当期純利益 **▲656**百万円 1株当たり当期純利益 **▲34円19銭**



非財務データ

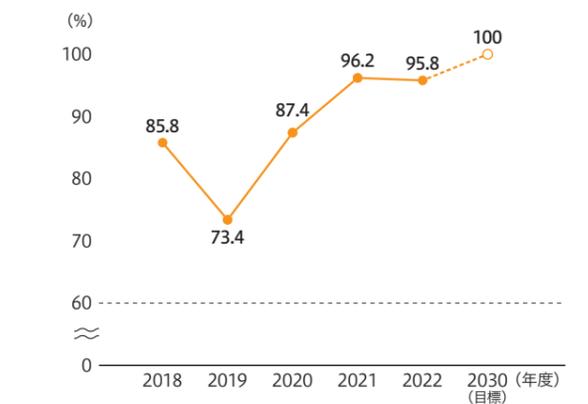
CO₂ 排出量

31,177 t-CO₂



食品リサイクル率

95.8%



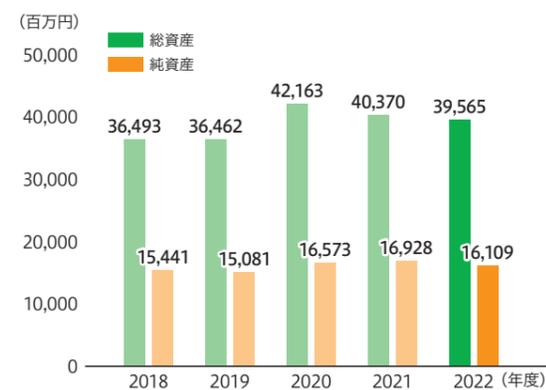
自己資本利益率 (ROE) [連結]

▲4.0%



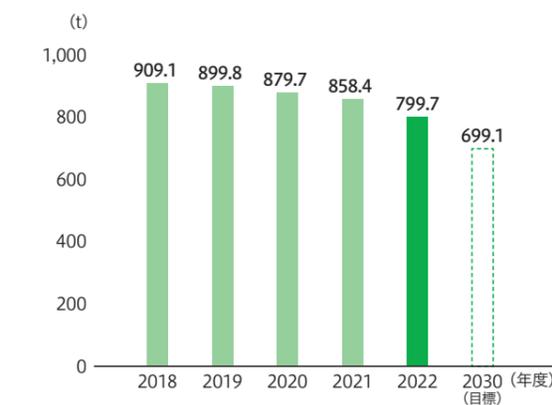
総資産/純資産 [連結]

総資産 **39,565**百万円 純資産 **16,109**百万円



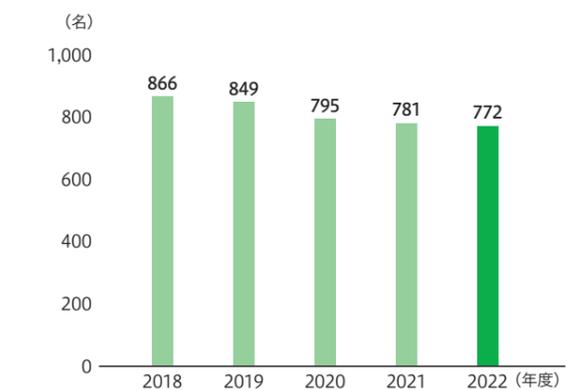
プラスチック製容器包装使用量

799.7t



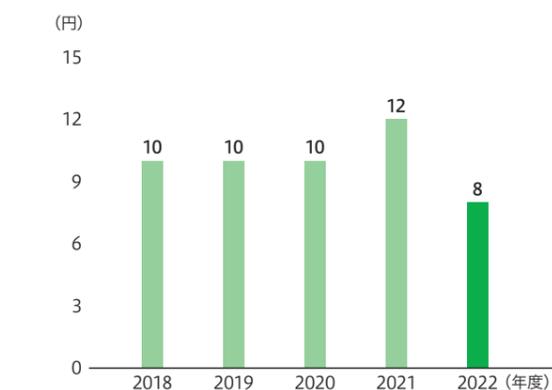
従業員数

772名



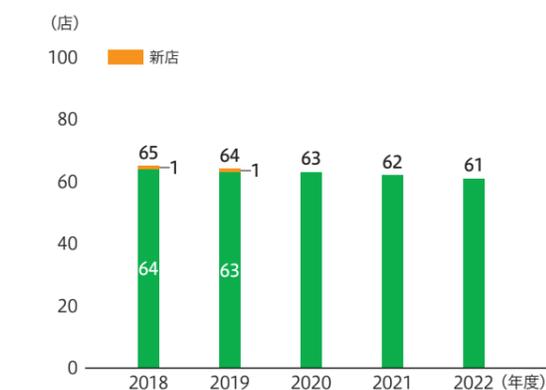
1株当たり配当金

8円



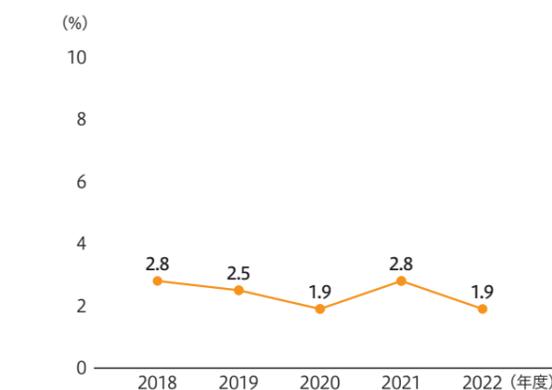
店舗数

61店



女性管理職比率

1.9%



社外取締役比率

40.0%



会社情報

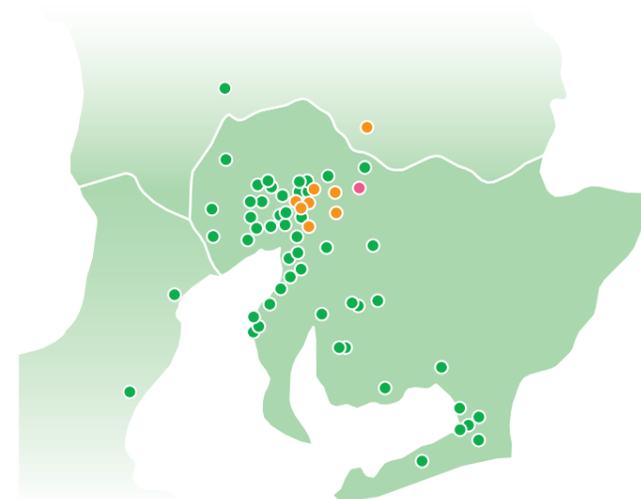
会社概要

会社名	株式会社 ヤマナカ	年間売上高(連結)	844億93百万円(2023年3月期)
本部所在地	〒453-8608 愛知県名古屋市中村区 岩塚町字西枝1番地の1	従業員数(連結)	社員 840名 パートタイマー(8時間勤務換算) 2,490名 (2023年3月現在)
TEL	052-413-7200	店舗数	61店舗(2023年3月現在)
FAX	052-413-7243	取引銀行	三菱UFJ銀行 / みずほ銀行
創業	大正11年2月	事業内容	食品スーパーマーケット事業を中核とする 小売事業および小売周辺事業
設立	昭和32年7月	関連会社	サンデイリー株式会社(日配品製造) プレミアムサポート株式会社 (メンテナンス事業とスポーツクラブ) 新城商業開発株式会社(不動産管理) アスティ開発株式会社(不動産管理)
資本金	42億2061万円(2023年3月現在)		
株式	名証メイン市場上場		
代表者	代表取締役社長 中野 義久		

取締役および監査役

代表取締役社長 社長執行役員 中野 義久	取締役副社長 副社長執行役員 小川 達也	取締役 専務執行役員 大山 秀樹
社外取締役 吉田 雅樹	社外取締役 丹羽 真清	常勤監査役 福井 久造
	社外監査役 笠松 栄治	社外監査役 横井 陽子

店舗



名古屋市内	25店舗 (ヤマナカ19、フランテ6)
尾張地区	10店舗 (ヤマナカ8、フランテ1、花専門店1)
知多地区	7店舗 (ヤマナカ7)
三河地区	15店舗 (ヤマナカ15)
岐阜県	2店舗 (ヤマナカ1、フランテ1)
三重県	2店舗 (ヤマナカ2)
合計	61店舗 (ヤマナカ52、フランテ8、花専門店1)

● ヤマナカ ● フランテ ● 花専門店 2023年6月時点



株式会社 ヤマナカ

〒453-8608 愛知県名古屋市中村区岩塚町字西枝1番地の1

<https://www.super-yamanaka.co.jp>

お問合せ先 企画ユニット TEL 052-413-7200

UD FONT 見やすいユニバーサルデザイン
by MORISAWA フォントを採用しています。