

Yamanaka Report

2024

ヤマナカ統合報告書



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



Contents

目次

ヤマナカについて

- 1 パーパス
- 3 トップメッセージ
- 7 あゆみ
- 9 価値創造プロセス
- 11 ヤマナカの強み

持続可能な成長に向けて

- 13 中期4カ年計画「成長戦略」
- 15 特集 フランテ ロゼ
- 17 戦略1 既存ビジネスの進化
- 18 戦略2 経営効率の向上
- 19 戦略3 イノベーションの創造
- 23 サステナビリティへの取り組み
- 26 ガバナンス

データ

- 29 財務・非財務ハイライト
- 31 会社情報

編集方針

ヤマナカ統合報告書2024では、2022年に創業100周年を迎えたヤマナカの持続的成長を確かなものにす為の「中期4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

2023年3月21日～2024年3月20日
※一部2024年4月以降の取り組みも記載しています。

発行時期

2024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。

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

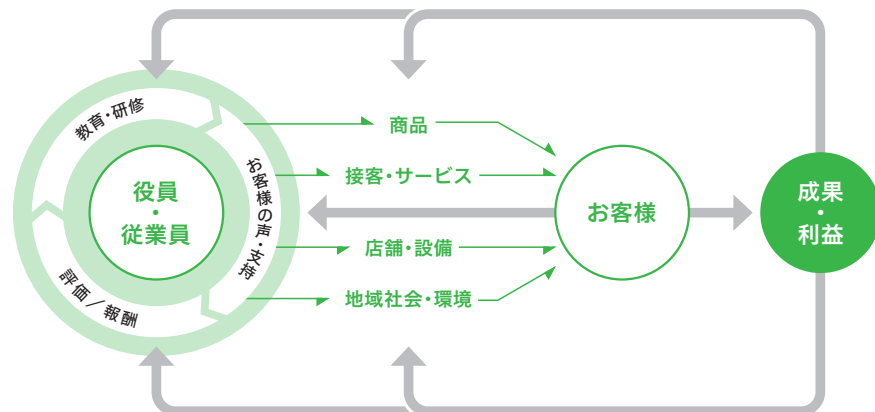
1 ヤマナカグループは、地域のお客様はじめすべての人たちの「健康」で「豊か」で「笑顔」あふれる「幸せ」な日常生活に貢献できることを目指します。そして、そのことがわれわれの「喜び」でもあり「幸せ」でもあると感じることができる企業グループを目指します。

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年も地域になくて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。

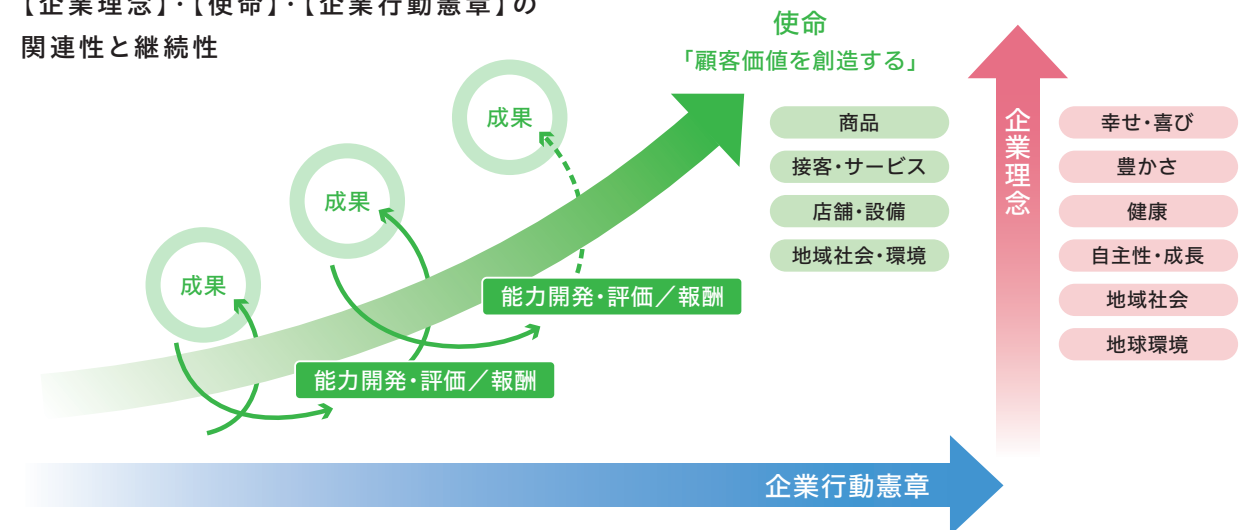
4 地球環境への配慮

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。

商品の高付加価値化や
従業員育成を通じた
顧客価値の創造により、
「中期4カ年計画」の
達成を目指します。

代表取締役社長 中野 義久

「顧客価値の創造」を支えるのは 従業員一人ひとりの誇りと満足

2022年の創業100周年を前に、2020年、ヤマナカグループは企業理念を改定しました。そこでは、お客様、従業員、お取引先様、地域・地球環境といったすべてのステークホルダーへの貢献を謳うと同時に、「顧客価値の創造」という「使命」を掲げています。私たちは創業以来、お客様に対して最大限のサービスを提供できるように努めてきました。新しい企業理念ではそのエッセンスを、今の時代にも響く分かりやすい言葉で、「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」と整理し直しました。

こうした理念を実現するために最も大切なのは、一人ひとりの従業員です。そのことを強く再認識したのはコロナ禍の期間でした。コロナ禍の中、従業員はマスクや手袋、アクリル板、消毒液などで感染防止に努めながら、最前線でお客様と接してきました。お客様の日々の生活に必要な不可欠なサービスを支えるために、さまざまな負荷に耐えながら本当に頑張ってくれました。そうした姿を見ながら、お客様満足（CS）の大前提になるのは従業員満足（ES）であると感じたのです。従業員一人ひとりが誇りと満足を抱きながら、お客様の信頼・満足を得るために自分たちの仕事をする。それが、楽しみであり、やりがいにもつながる。そうしたペースがあって初めて「お客様第一」の理念が実現できるのであり、そのためには従業員にもっとフォーカスしていく必要があると、あらためて感じています。

厳しさを増す事業環境の中 「中期4カ年計画」はほぼ計画通りに進捗

当社を取り巻く事業環境を見ると、まずはおお客様の節約志向という問題があります。また、円安などの影響もあって、食品を含め輸入品の価格が上がっています。人件費も物流費もエネルギー価格も上昇する中で、お客様は本当に必要なものを工夫してお買い求めになっています。それは、小売業界の側から言えば、ものが安く買える方へとお客様が

流れるということになります。低価格で食品を扱うディスカウントストアやドラッグストアが台頭し、また他県を主要エリアとするスーパーマーケットが愛知県に多数出店してきています。今までと同じことをやっているのは、お客様に来ていただけない環境になっているのです。

実際、当社スーパーマーケットの2023年度の客数は、2022年度から微減しています。当社カードの会員数は増えているので、お客様の総数ではなく来店回数が減っているものと思われます。また、一品単価（1人のお客様が1回に買う商品の平均単価）は上がっているのに対して、1回あたりの買い物点数が伸び悩んでいる。これらの数字にも、現在の事業環境が反映されていると分析しています。

そうした状況の中、2023年3月期連結決算は減収増益となりました。当社グループでは、現中期3カ年計画の最終年度である2024年3月期から2027年3月期までの期間を「中期4カ年計画」と位置づけていますが、その4年間の初年度としては、ほぼ計画通りに進んだといえる結果です。今年度以降も引き続き、「既存ビジネスモデルの進化」や「経営効率の向上」といった成長戦略により持続的成長を目指します。さらにその先までを中長期的に展望するマイルストーンとして、2027年3月期に営業利益率2%、ROE8%の達成を目標に取り組んでいきます。

“ならでは商品”の開発・強化と オペレーションコスト効率化に取り組む

既存ビジネスモデルの進化の取り組みとしては、スーパーマーケットの強みである精肉・青果・鮮魚・デリカの4部門を強化し、鮮度・品質・売り方・価格などで競合との差別化を図っています。そのため、既存店舗を新ブランド「フ란テ ロゼ」としてリニューアルし、「フ란テ ロゼ 覚王山」「フ란テ ロゼ 八事」をオープン、そして現在は「フ란テ ロゼ 白壁」の店舗移転を計画しています。さらに、他社にない“ヤマナカ・フ란テならでは商品”の開発・強化をすでに進めており、今後もこれに注力します。例えば、青果物などの産地を選定してバイヤーが足を運び、当社の考えに共感していただいた生産者の方とともに商品を作るといった

取り組みをしています。愛知県は農産物・水産物・畜産物などの生産地として恵まれているので、安全でおいしいものを近郊から仕入れることができ、それはフードマイレージの削減やコストの抑制にもつながります。日配商品はさらにきめ細かく、それぞれの店舗の地元で評判のパンやスイーツ、漬物などを、マーチャンダイジングの柱にしようとする取り組みをしています。

その一方で、当社ではオペレーションコストを含む各種コストが高く、最終利益を十分に確保できていないため、生産性向上などの経営効率の改善にも努めなければなりません。そのため、店舗へのセルフ精算レジやハイブリッドレジなど最新設備の導入による業務の簡素化や、物流センター・プロセスセンターなど店舗をバックアップする仕組みの構築を図っています。

ただし効率化は、無機質になることとは違います。近い将来レジがなくなるといわれ、当社でもネットスーパーなどにも取り組んでいますが、地域のお客様の食生活を支えるのは、あくまでリアル店舗と、そこで働く人。見えない部分では合理化を図りながら、商品の付加価値を高め、お客様にはより温かく丁寧に接していくことが重要です。スーパーマーケットがどのように変わっていかうとも、リアル店舗への信頼、ヤマナカという企業への信頼が不可欠と考えています。

もう一度原点に立ち戻り 令和の時代の接遇を考える

当社では以前から人材の育成・教育をととても重視しており、経営層の泊まり込み研修から、管理職、店長、スタッフに至る階層別教育なども行ってきました。どれだけ機械化が進んでも、私たちがお客様と接するのがリアルの店舗の中であることは変わりません。他の企業と比べて従業員教育が行き届いていると言っていただけでもありますが、現場の人員は入れ替わりますし、必要とされる能力・技能も時代により変化しており、それに追いつけていない部分もあると感じています。この令和の時代にお客様が求める接遇とは何かを、もう一度原点に立ち戻って見直し、階層別

教育などに反映させるべく、検討を進めているところです。

それと同時に、従業員が高いモチベーションを保ち、働きがいを感じられるような仕組みづくりも重要です。現場からのさまざまな意見に耳を傾け、皆が前向きに仕事に取り組める職場環境を整備するため、2022年度から、社会保険に入っているパートナー（パートタイマー）も労働組合に入れるようにしました。また、会社の理念などは各店舗の店長を通じて現場に伝えられるわけですが、その際、店長自身が内容をしっかりと腹に落とし、自分の言葉で伝えてもらいたい。そのためにも、会社がなぜそのように考えるのか、背景となる状況や環境について常日頃から正確な情報をきちんと開示していくことも必要だと考えています。

経営指標などの数字は重要ですが、目先の数字にとらわれ過ぎてはいけません。数字を変えていくためには、新しいやり方やシステムを導入することが必要ですが、基本的なことをひとつずつ着実にやっていくことがそれ以上に大切です。人材育成や現場とのコミュニケーション深化などの地道な取り組みを通じて、お客様に喜んでいただける商品・サービスの提供に注力していきたいと思います。

ESG 活動を通じた サステナブル経営を推進

ヤマナカグループでは、使命である「顧客価値創造」の一環として、ESG活動を通じたサステナブル（持続的に成長できる）経営に努めています。

環境面で喫緊の課題であるCO₂排出量の削減に向け、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、効率の良い機器への更新を実施しています。2023年には東海店において、ヤマナカ店舗で初めてとなる太陽光パネルを設置しましたが、今後さらに再生可能エネルギー活用に向けた取り組みを、さまざまな視点から進めていきます。

社会的な活動の一例としては、地域社会とのつながりを目指し、「東山動植物園 動物スポンサー協定」を結んでいます（▶P25）。レジ袋収益金の一部を使用したもので、2023年のツシマヤマネコに加え、2024年にはコアラの動

物スポンサーに認定されました。また、昨今の災害多発を受け、店頭でお客様からお預かりした義援金を会社でまとめて寄付するといった災害支援を行っています。今後は、仮に私たちの事業エリアで災害が発生した際、地域で店舗を運営している私たちにどんな貢献が可能かという点でも、知恵を絞っていきたいと考えています。

ガバナンスに関するトピックとしては、2024年6月に4名の役員が退任、代わって取締役1名と、監査役2名（うち1名は社外監査役）が選任され、メンバーを大きく刷新しました。これを機に、従来の延長ではなく、社会や事業環境の変化に応じてシンプルにすべきところと強化すべきところを見極め、新たな体制による新たなガバナンスを実施していきます。また、社内だけではどうしても偏りがちな考え方に対して、社外取締役やAJS等の流通グループから提供される幅広い視野、柔軟な発想も、今後の会社運営にはますます重要になると期待しています。

「ウェルビーイング」という 顧客価値の創造を目指して

私たちのスーパーマーケットでは、お客様に日常的に食べていただく食品というものを扱っています。良い食品を

提供することの理想は、それを食べて健康的に長寿になっていただくことです。私たちの提供するものを食べることが、より長く人生を楽しめることにつながってほしいと願っています。

また、人が心身ともに健康であるために大切なのは、食事だけではなくありません。現代のストレスフルな社会では、メンタルの不調に陥ってしまう人も多い。日本の大きな社会的課題の一つです。ヤマナカグループは関連会社でスポーツクラブも運営しており、食だけではなく、より幅広い面からお客様の健康をサポートし、豊かな生活の実現に取り組んでいます（▶P22）。

心身的にも社会的にも満たされた状態を指す「ウェルビーイング」という言葉が最近注目されていますが、これはまさに私たちが企業理念に掲げる《「健康」で「豊か」で「笑顔」あふれる「幸せ」な日常生活》にほかなりません。従業員の、そしてお客様と社会の「ウェルビーイング」の実現という目標は、息の長い取り組みになりますが、必ず実現できると信じています。私たちはこれからも、ステークホルダーの皆様のご支援のもと「顧客価値の創造」を目指して歩んでいきます。未来に向けて進化・成長を続けるヤマナカグループに、ぜひともご期待ください。





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 「サンディリー株式会社」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 中野義久社長就任
フランテ1号店「八事フランテ」開設
- 2001 フランテ館1号店「豊橋フランテ館」開設
岐阜県初出店「岐阜フランテ館」開設
- 2002 「大曽根店」開設 (70店舗達成)
- 2003 「株式会社健康デリカ」(惣菜事業) 設立

2005 ▶ 2023

社会的責任を果たす

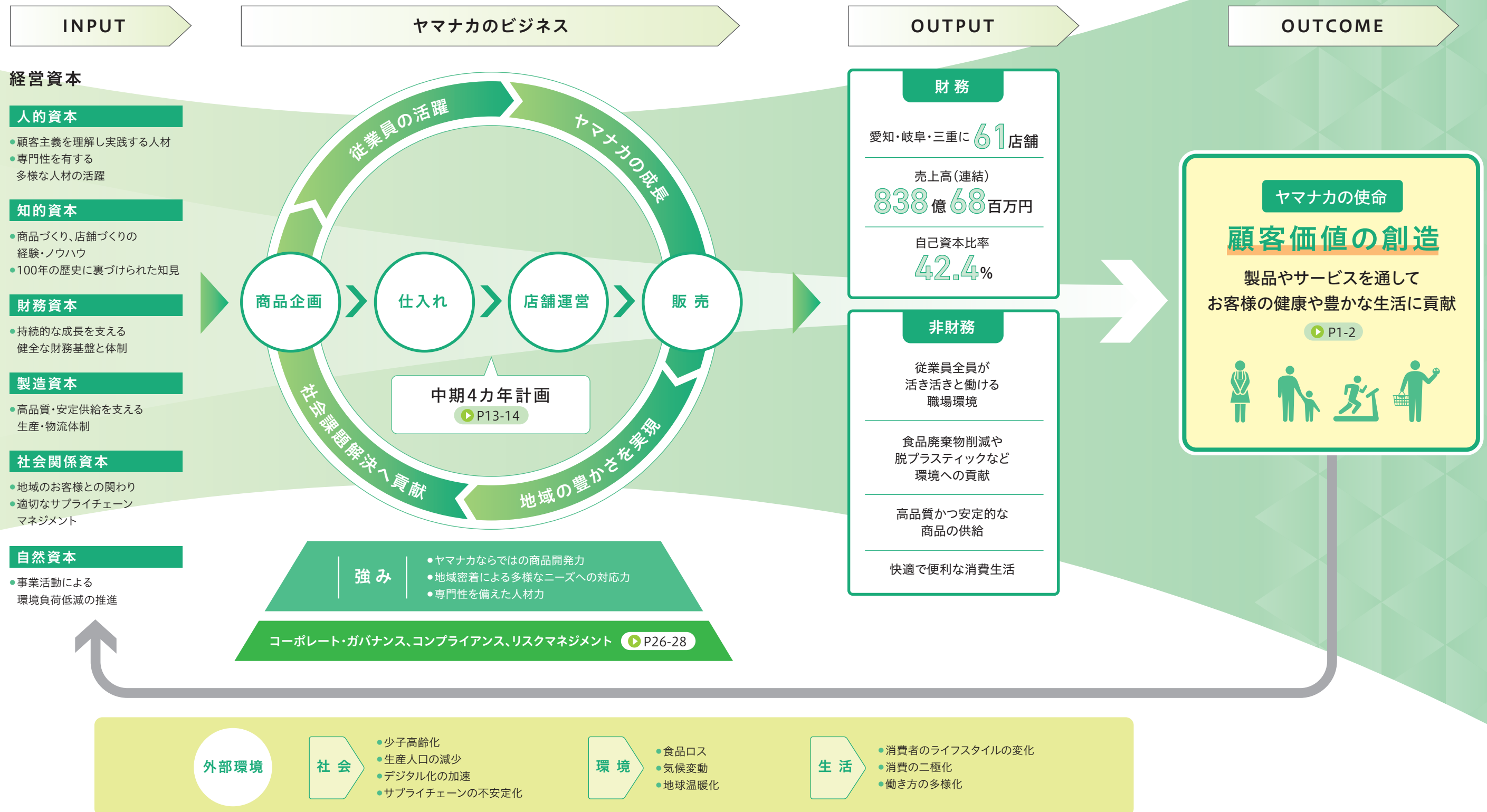
- 2005 「大府東海物流センター」開設
- 2007 ヤマナカ・フランテカード導入
「レジ袋無料配布中止」取り組みに参加
- 2008 発泡スチロール循環型リサイクルシステム稼動
野菜のリサイクル「おかえりやさい」販売
- 2009 「大府東海物流センター農産・衣料棟」開設
新ビジネスモデル店舗「ザ・チャレンジハウス太平通」開設
- 2010 「プレミアムサポート株式会社」設立
ヤマナカメンテナンス(株)とアスティスポーツ(株)が合併
「ヤマナカ社会・環境報告書2010」発行
グラッチェカード導入
- 2011 「しおなぎ生鮮センター」(生鮮加工) 開設
独立子会社「株式会社健康デリカ」吸収合併
- 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
- 2023 「フランテ ロゼ 覚王山」開設

~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にございます。

次の100年も地域になく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。



6つの経営資本

財務資本

総資産
40,759 百万円

自己資本比率
42.4%



知的資本

地域のニーズに合った
品揃えと商品開発力

100 年以上の
歴史の中で培った
ノウハウとブランド力



社会・関係資本

年間総来店客数
3,771 万人

総店舗数
61 店舗



製造資本

しおなぎ生鮮センター
1日の平均製造パック数
40,000 パック

サンデイリー(株)年間供給パック数
1,431 万パック



人的資本

従業員数
841 名

パートナー数 (8時間換算)
2,397 名



自然資本

食品リサイクル率
95.8%

プラスチック容器包装
使用量削減率 (2018年度より累積)
19.2%



ヤマナカの現在

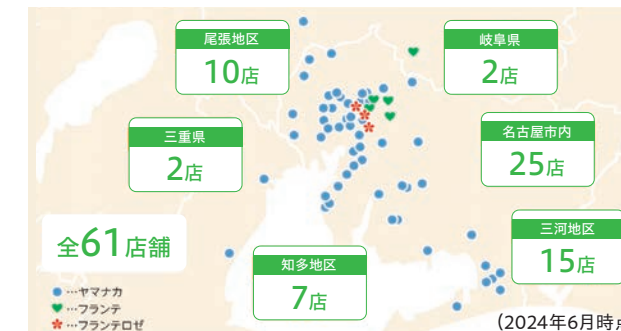
店舗展開

■ヤマナカ ヤマナカ

地域のお客様の声に応え、お客様に愛され続ける
地域密着型のスーパー



店舗数
52 店舗
(2024年3月現在)
※フラワー専門店が1店舗あります。



■フランテ Frante

美味しさと品質にこだわり、
お客様の支持を得て育ったスーパー



店舗数
5 店舗
(2024年3月現在)

■フランテ ロゼ frante rosée

潤いと美味しさを提供し、お客様に認められた
唯一無二のスーパー ▶ P15-16



店舗数
3 店舗
(2024年3月現在)

創業
1922 年
2024年2月で **102** 周年

「ヤマナカ・フランテ
ならではの商品」

2023年度販売実績
110 億円
※PB・留型商品合計



来店客数

2023年度総来店客数
3,771 万人



商品に関する評価

- チラシ・買い物情報サービス「トクバイ」主催
「第2回全国スーパーマーケット おいしいもの総選挙」
①グロサリー部門:「パパヤ 胡麻屋さんのごまドレッシング」銀賞
②スイーツ部門:「名物!プレミアムあんぱん」入賞
③デリカ部門:「焼きあごだしが決め手のかつ重」入賞
④日配・生鮮部門:「ヤマナカオリジナル信州産生乳 100 ヨーグルト」入賞
- 一般社団法人全国スーパーマーケット協会主催
「お弁当・惣菜大賞2024」丼部門
優秀賞「黒毛和牛のひつまぶし重」
- 日本食糧新聞社主催「ファベックス 惣菜・べんとうグランプリ 2024」
わが社自慢の惣菜・べんとう部門
金賞「はみ出し丼(高知県産生姜使用三元豚コース生姜焼)」
- 一般社団法人日本唐揚協会主催
「第15回からあげグランプリ」
中日本スーパー総菜部門
金賞「3種重ね醤油と七福醸造白だしの鶏もも唐揚げ」



社外からの評価

- えるばし認定(認定段階3)
- あいちCO₂削減マニフェスト (★★ダブルスター)
- 障害者雇用優良事業所 (令和5年度厚生労働大臣表彰)
- 愛知県健康経営推進企業



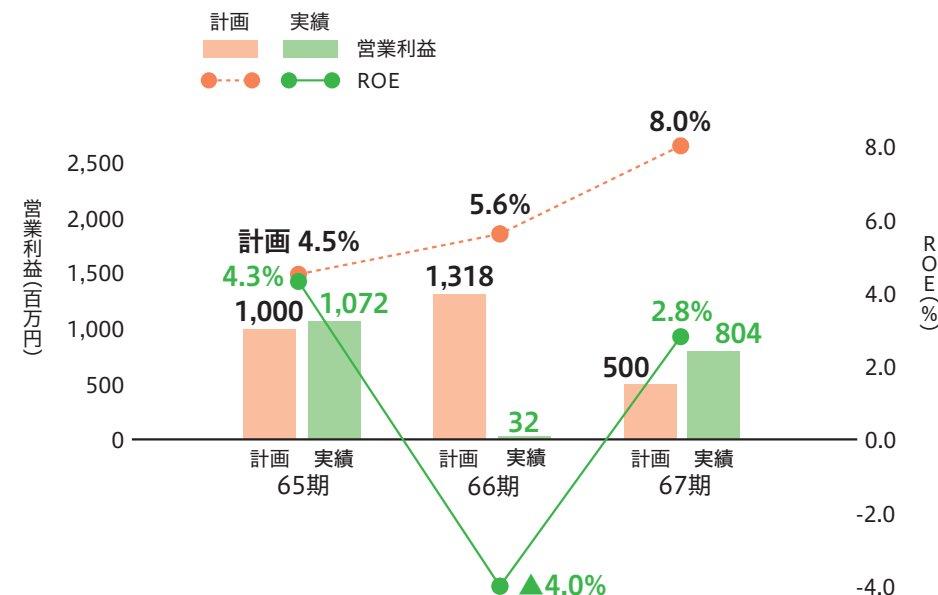
2022年3月期～2024年3月期の施策

次の100年へ向けて



●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



2022年3月期～2024年3月期の施策

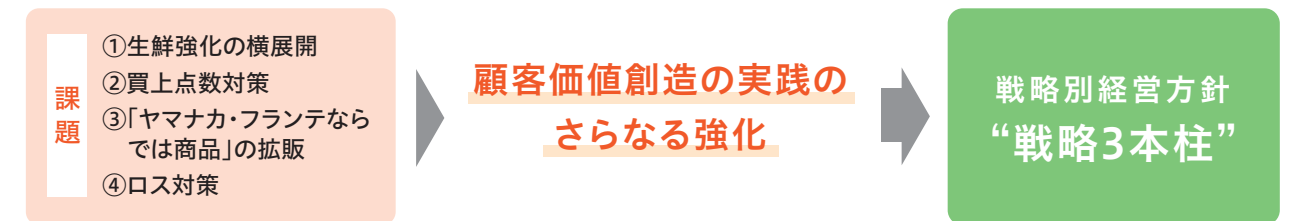
67期(2023年)までの施策の振り返り

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

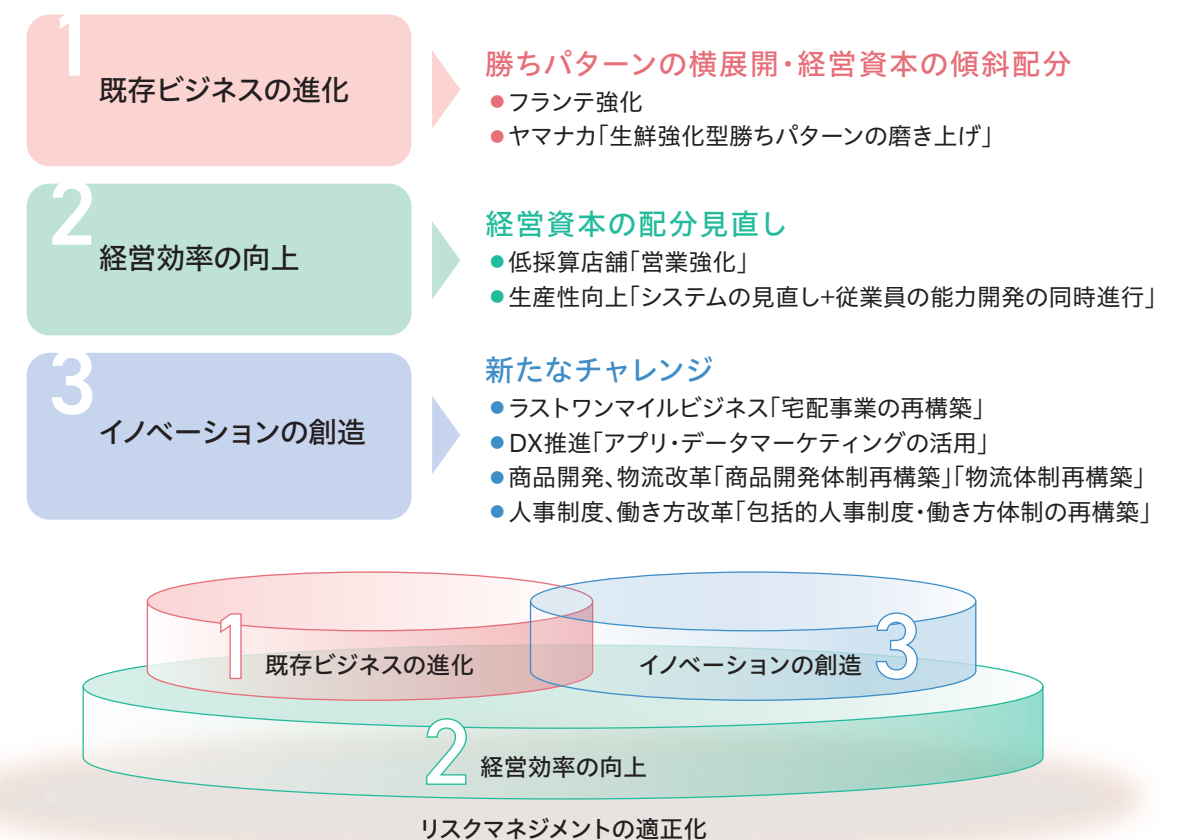
- 電気料金削減
電気使用量削減策を実施し使用量90%以下をキープ
- 人件費削減
生産性向上による残業削減



2024年3月期～2027年3月期の施策

中期4カ年計画 70期(2026年)までの戦略別経営方針 “戦略3本柱”

持続的成長を確かなものにするため、現中期3カ年計画最終年度と次期中期3カ年計画を合わせ、2027年3月期を最終年度とする次期中期4カ年計画を策定しました。





新たな顧客体験価値を生み出す新ブランド店舗、「フランテ ロゼ 覚王山」。

商品やサービスがあふれ、それ自体で差別化を図ることが難しい時代。競争力を強化するには、来店から購入、ライフスタイルまでさまざまな体験価値を提供し、顧客ロイヤルティを向上させることが必要となります。訪れるだけで心ときめく。出会ったことのないおいしさや、ひとつ上のライフスタイルを発見する。

ヤマナカでは、ここにしかない楽しさや喜び、暮らしの潤いを届けることで顧客との長期的な関係を築き、差別化を図る新たな店舗ブランドを構築。その第一弾として、2023年10月13日「フランテ ロゼ 覚王山」がオープンしました。



店舗概要

名古屋市千種区丘上町1-39
営業時間：10:00～23:00
※日曜は9:30開店

コンセプト

雫(しずく)をモチーフに、3つの潤い(商品の潤い、生活の潤い、店内の潤い)をコンセプトに展開。フランテ ロゼのひと雫から生まれた波紋を他店舗へ波及させ、ヤマナカ全店舗のさらなる活性化を目指しています。



フランテ ロゼ 覚王山のこだわり

フランテ ロゼだから手に入る、こだわりのおいしさ。

フランテ ロゼ 覚王山では、各バイヤーがこだわりぬいた上質な商品を取り揃えています。鮮魚ではブランド養殖魚をはじめとした安全で質の高い商品を対面販売。また、精肉でも松阪牛や山形牛、肉質等級A5ランクのみかわ牛を仕入れ、ステーキやすき焼きとして販売するほか、さまざまな部位をローストビーフに加工し他店にはない味わいを提供しています。さらに、これらの上質な素材を使用し、握りたての寿司や弁当、惣菜を展開。惣菜コーナーではデパ地下同様に量り売りを行い、食べたい量だけ購入することで食品廃棄物の削減にも貢献します。こうした新たなおいしさとの出会いが、フランテ ロゼ 覚王山のファンづくりへとつながっています。



新しい体験価値の提供

来店するだけで心おどる、感覚的価値を提供。

季節のフラワーが出迎える入り口のギフトゾーンは、そこに在るだけでワクワクするような体験価値を提供しています。例えば、見ているだけで心華やぐ、篤農家のこだわり果実とブリザードフラワーを組み合わせたギフトや有名店のスイーツをご用意。さらに、人気のフレンチレストランと共同開発し、旬の野菜を使用した、フランテ ロゼ限定のプリンやフルーツスイーツを販売しています。これらのギフト商品が店舗のプレミアム感も高め、差別化の大きなポイントとなっています。



豊富な商品ラインナップ

ハレの日も日常も、手軽に食卓を華やかに。

いつもの食事、特別な日のごちそうも、手間をかけずにテーブルを彩る、ひとつ上のライフスタイルを提案することもフランテ ロゼの役割であると考えています。フローズンコーナーには、ナポリピッツァの名店「チェザリ」の冷凍ピッツァや京都の老舗料亭の和惣菜などこだわりの商品を揃えています。さらに、デジタルサイネージで予約販売する高級ワインをはじめ約280種類ものワインを揃え、特別感のあるメニューを手軽にコーディネートすることができます。こうした利便性に加え、豊富な商品の中から選ぶ楽しさもお届けし、高い体験価値を実現しています。



お客様の毎日を 素敵に彩るお手伝いを。

フランテ ロゼ 覚王山
店長 戸谷 実義

名古屋市覚王山の地に20年という長きにわたりご利用いただいていた「覚王山フランテ」が、唯一無二の新ブランド「フランテ ロゼ 覚王山」へと生まれ変わりました。地域の皆様から支持され、愛され続ける店舗であるために、これからも一つひとつ積み上げていきます。また、お客様の笑顔と満足度を私たち従業員の日々の喜びと働きがいとし、お客様と共に歩んでいきたいと考えています。

フランテ強化

「More Tasty More Healthyの本質を極める」をフランテ ロゼのコンセプトとし、高品質で、安全・安心な商品をお客様にお届けしています。「潤いとおいしさを提案するお店」とし、鮮度と品質にこだわり、全国の優良生産者、産地から旬とおいしさを提供、その他専門店を意識した圧倒的な品揃えで「東海地区における唯一無二の店舗」を目指しています。

▶ 特集P15-16

フランテ ロゼ
店舗数

3 店舗



ヤマナカ生鮮強化型勝ちパターンの磨き上げ

惣菜を含む生鮮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%以上を目指しています。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%以上



市場をイメージした鮮魚売場

徹底された品質・衛生管理で優れた鮮度の商品を製造

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。ヤマナカオリジナルの鶏もも肉の唐揚げや鶏むね肉の塩唐揚げの原料の供給のほか、ヤマナカオリジナル干物の生産も行っています。

1日の平均
製造パック数

40,000 パック

HACCP

2021年6月より、全店舗でHACCPに沿った衛生管理を開始しました。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ごと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。

地産地消により、地元の新鮮な食材をお届け

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、漁港直送の鮮魚、地元生産者が作った野菜や果物、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。

また、いいともあいち運動に参加し、愛知県内の全56店舗が「いいともあいち推進店」に登録されています。地産地消を促進する愛知県のイベント「いいともあいちデジタルスタンプラリー2023」に参加しました。



TOPICS

「無印良品」商品の取り扱い

ヤマナカの店舗で「無印良品」商品の取り扱いを開始しました。東海地方のスーパーマーケットでの取り扱いはヤマナカが初となります。「無印良品」で大人気の商品「バターチキンカレー」や「ふぞろいバウム」から、キッチン用品、靴下まで約900アイテムがヤマナカでのお買い物のついでに購入することができます。2024年3月現在、4店舗で取り扱っています。



ヤマナカ東海店



システムの見直し

システムの改善と導入により生産性向上を実現

発注支援システムの活用

ヤマナカでは店舗作業、業務効率化のために発注支援システムを導入しています。発注支援システムとは、毎日の発注に携わる時間を削減することを目的として、約17年前に導入されました。今までヒトが実施してきた作業をシステムに置き換えることが可能となり、削減された稼働時間でお客様に対してより良いサービスの提供ができるようになりました。

発注時間の削減

25%



ハイブリッドレジの導入

ハイブリッドレジとは「セルフ精算レジ」と「フルセルフレジ」の2つの機能を搭載したレジのことです。比較的空いている時間帯はお客様ご自身で商品登録からお会計まででき、混雑時はチェッカー担当者がレジ登録を実施します。セルフレジとしてお客様にご利用いただくことによって、レジ待ち時間削減と人件費削減に繋がっています。

人時売上高
(2023年度) (導入前2021年度比)

107%

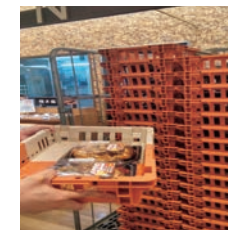


サンデイリー商品用新規クレートの導入

関連会社であるサンデイリーの工場で製造されたデリカ商品用納品クレートを薄型タイプに変更することで、店舗の作業軽減に取り組みました。導入した店舗からは「入荷時の荷下ろし作業が楽になった」「商品製造作業に入る時間が早まり、開店時に売場へ並べられるアイテム数が増えた」などの声が上がリ、従業員の作業軽減に留まらず、お客様にもより多くの商品を選んでいただけるようになりました。

作業時間の削減
(年間)

1,730 時間



従業員の能力開発

従業員一人ひとりの気持ちのよい接客で顧客価値を高める

接客スキルの向上

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に取り組んでいます。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。また、2023年7月には接客レベルの底上げをすること、各社の接客を勉強することで新たな気づきを得ることを目的に「2023年度第1回A」J接客フェスティバル」に参加しました。

階層別研修
(2023年度)8階層で
合計

39 回実施

▶ 階層別研修P21

TOPICS

研修を受講して

私は入社して以降、研修を通して基礎的な部分からチーフとして必要となる知識までさまざまなことを学んできました。実際に店では研修で学んだ「教える4段階法」やコミュニケーション技法を意識してパートナーさんと接するようにしています。今後も学んだ内容を実際の仕事に反映できるよう頑張っていきたいと思います。



西尾寄住店・GLDチーフ 筒井 彩



宅配事業の再構築

ヤマナカネットスーパー(喜ばり本舗)

お客様により便利にお買い物をしていただけるよう、またお買い物にられないお客様のために、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達を15店舗で行っています。また、より多くのお客様にご利用いただけるようインターネットでのご注文枠や配達エリアの拡大を順次行っています。

実施店舗数

15
店舗

宅配ピッキング

DX推進

デジタル技術の活用で市場変化に対応

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。

ヤマナカアプリでできること

- ・カードレス化(ポイント登録、電子マネー決済)
- ・購入履歴の閲覧(ポイント/電子マネー履歴)
- ・アプリ限定クーポンの取得
- ・アプリ限定ボーナスポイントの取得
- ・ランクの確認(当月のお買上金額、次月ランクアップまでの金額など)
- ・チラシの閲覧(お気に入り店舗)
- ・各種お知らせ情報の確認(お気に入り店舗)



データを活用してお客様のお買い物をより便利に

グラッチェ会員様のお買上データを基に、人気商品の改良や、以前に購入いただいた商品のご自宅ストックが切れそうなタイミングでの割引クーポン発行など、「ヤマナカならではの」お客様の痒い所に手が届く「デジタルな」おもてなしを目指して日々データの分析、システムの構築を進めています。



オンライン予約販売を開始しました

2023年11月末にオンラインでの予約販売を開始し、これまで店頭でしか承れなかったクリスマスケーキやおせちなどの予約が、お客様のスマホやPCから、「いつでもお好きな時間」に予約できるようになりました。ヤマナカアプリからも予約サイトにアクセスできますので、ぜひご利用ください。



オンライン予約・注文はこちらから

誕生から2年でグラッチェカード
会員様の利用率

約75%

iPhoneを
ご利用の方Androidを
ご利用の方予約商品
ご購入者のうち約20%
がオンラインで予約

商品開発

商品開発体制を再構築し、オリジナル商品を拡充

ヤマナカの商品開発

オリジナル商品「ヤマナカスター」「フランテ2つ星」「フランテ3つ星」はおいしさだけでなく製法や素材にもこだわり、お客様に価値を感じていただける商品開発を進めています。これからも「顧客価値を創造する」の使命のもと、ヤマナカ・フランテでしか購入できない「独自性」「専門性」「おいしさ」「地元」「健康」「安全・安心」を追求した商品を開発しています。

販売実績
(2023年度)110 億円
※PB・留型商品合計

商品開発体制の見直し

従来の仕入れ中心の業務から「バイヤーが自ら商品をつくる」という商品開発業務に重きを置くため、2023年下期より新たな組織「商品・商品開発ユニット」をスタートしました。自社の製造機能であるサンデイリーやしおなご生鮮センターを活用した自社製造商品だけでなく、メーカー様と協力はヤマナカオリジナル商品の開発を進めています。

炊飯事業 サンデイリー株式会社

2023年11月に、サンデイリー株式会社(安城市)の工場内に「炊飯ライン」を導入しました。①競合他社よりも優位に立てる商品の開発、②ヤマナカグループでの収益性の向上、③ヤマナカデリカ部門の人時売上高への貢献、④当社の老朽化した設備の改善という4つの目的で炊飯事業を稼働し、ヤマナカ店舗へ白飯・酢飯およびそれらを使用したおいしい米飯商品を供給できるようになりました。



物流体制の見直し

2024年4月1日よりトラックドライバーの時間外労働の上限規制が施行されました。当社では店舗への配送時間の組み替えやドライバーの待機時間削減により、法令に対応いたしました。今後も安定して店舗に商品を届けるために物流体制の見直しを行っていきます。

TOPICS

「ヤマナカ・フランテならではの商品」

ヤマナカでしか買えない、「安全・安心」で「おいしさ」にこだわりながら、安心してお値打ちに買える価格訴求型商品と、ヤマナカ・フランテでしか買えない「おいしさ」「製法」「素材」「便利性」を追求した価値訴求型の商品です。具体的には、ヤマナカスター、フランテ2つ星などの「PB商品」、弊社の加盟するAJSグループの「くらし良好商品」、この地域で弊社でしか扱わない商品、バイヤーいち押し商品があります。

尾張牛ビーフ
カレーなると
金時

きはだまぐろ

中とろ入り
刺身盛合せお魚屋さん
のお寿司みかわ
旨香ボークヤマナカオリジナル
生クリームヨーグルト阿部さん
のみかん真ほっけ
開き黒毛和牛焼肉
セット

鶏もも唐揚げ

人事制度・働き方改革

一人ひとりが顧客価値を創造・発揮できる環境をつくる

人材育成

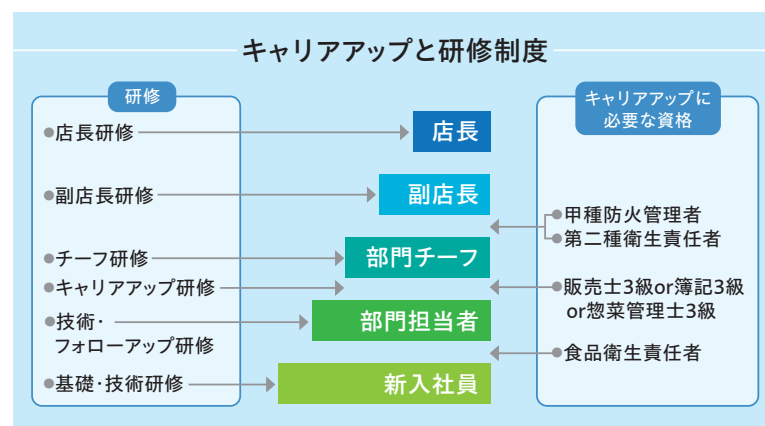
ヤマナカが存続・発展するためには従業員の能力開発は必要不可欠で、中でも一人ひとりが顧客価値を創造する力を開発することが重要となります。限られた人材をいかに育てていくかがカギとなり、個人の能力を高めるためには本人の努力と周りの協力・フォローが必要です。またその能力は従業員同士が個性を尊重し、働きやすい職場環境により、十分発揮することができます。従業員全員がそのことを理解し、お互いに成長することでより大きい成果を出せるよう取り組んでいきます。

ヤマナカのキャリアシステム

当社では、入社時集合研修をはじめとした、階層ステージに合わせた能力開発プログラムを設けています。それぞれのステージで必要資格を取得することでスキルアップをし、顧客価値の創造につなげていきます。



店長研修



多様な人材活躍に向けた制度の拡充

障害者雇用

法定雇用率2.3%に対し、当社雇用率は2.87%と多くの障害のある従業員が活躍しています。2023年9月に、厚生労働大臣より当社が障害者雇用優良事業所として表彰を受けました。受賞理由としては、勤続5年以上の方が80%と長年継続して勤務しているためです。今後も、誰もが働きやすい職場環境を目指していきます。

障害者雇用率
(2023年度)

2.87%



障害者雇用表彰

女性が活躍できる職場づくり

当社ではパートナー（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がい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。

「働き続ける女性のさらなる飛躍のための活動」として2024年4月に女性活躍プロジェクトを発足しました。女性活躍推進についてのアンケート実施（意識調査）や全女性従業員へのセミナー、研修の開催（ワークライフバランス・キャリア支援センター）、女性限定副店長公募制度やロールモデルの積極的発信を進めています。

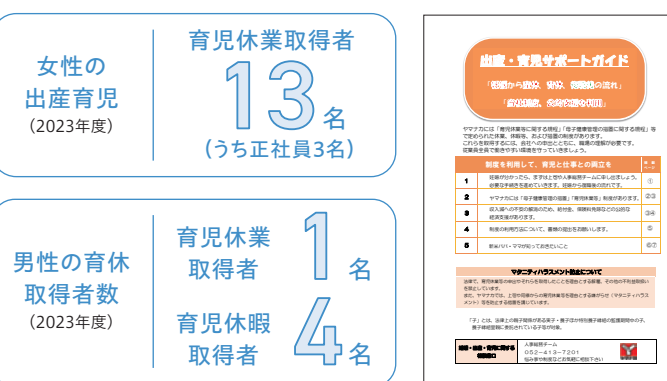


えるぼし認定

育児休業の促進

新米パパ・ママへ向けた出産・育児に関するガイドブック「出産・育児サポートガイド」を作成し、社内制度の活用方法や公的な休業制度の説明、手続きの方法を分かりやすく案内しています。

また、2022年10月の法改正で、男性従業員の「妻の出産休暇」の取得が義務化されたことを受け、育児休業制度を改訂し、男性の子育て支援も進めています。



TOPICS

育児休暇を取得して

部下

昨年の12月に第2子となる長女が生まれました。帝王切開での出産であったため、手術前日から3日間の育児休暇を取得しました。入院、準備や病院への送り迎え、長男の保育園の送り迎えもできました。年末前の忙しいタイミングでしたが、部門メンバーの協力があがり、仕事の不安はなく育児休暇を取得できてとても感謝しています。



これからも、仕事と育児の両立ができるように一生懸命頑張っていきます。
フランテ ロゼ 覚王山 農産
西田 純也

上司

忙しい時期であったため、部門のチーフとしての責任感から周りに対して少し後ろめたい気持ちもあったのではないかと感じていました。男性の育児参加や育児休暇に対する認知度は向上していますが、いざ自分自身が取得する立場になるとなかなか周りに対して気遣いをしてしまう環境に、まだあると思います。



そういった環境を変えていくためにも、取得してもらえたことは、会社として次につながっていくと感じています。
フランテ ロゼ 覚王山 店長
戸谷 実義

健康経営のさらなる推進

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「食することで健康に！」をキーワードに実施しています。

健康経営の実現に向けた取り組み

プレミアムサポート株式会社

毎年ヤマナカが特別協賛している「さわやか健康リレーマラソン」では、インストラクターによる準備運動の実施等アスティスポーツも全面バックアップしています。また、ヤマナカ本社従業員の運動不足解消と健康意識改善のために、お昼の空いた時間を活用し、会議室にて「ヤマナカエクササイズ」を出張レクチャーしています。



ヤマナカエクササイズ



さわやか健康リレーマラソン



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経営を重要視しています。地域の方々にとってなくてはならない存在であるために何ができ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

■環境目標（2030年までに達成）

温室効果ガス削減

CO₂排出量

46%
削減
(2013年度比)

食品廃棄物削減

食品リサイクル率
60%以上かつ80%までに

毎年**1%**以上
改善

プラスチック製資材の使用量削減

プラスチック容器包装
使用量

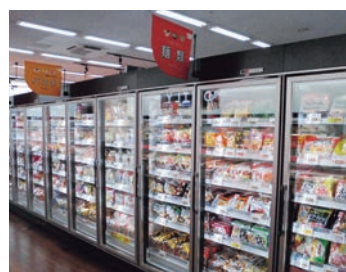
累積
25%
削減
(2018年度比)

温室効果ガス削減

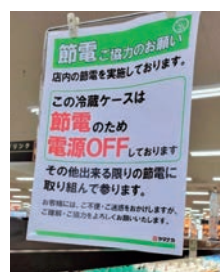
電気使用量の大部分を占める店内の冷蔵・冷凍ケース、空調、照明を中心に、CO₂の削減を目標として効率の良い機器への更新を実施しています。照明のLED化、扉付きの冷凍ケースの導入、インバータ化により、省エネルギー化を図っています。また、ショーケースの一部照明の消灯や飲料冷蔵ケースのオフ、ナイトカバーの活用などにより、節電活動にも積極的に取り組んでいます。

温室効果ガス
(2023年度) (2013年度比)

42.9%
削減



扉付きの冷凍ケースの導入



節電の実施

食品廃棄物削減

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
(2023年度)

95.7%



ゴミを分別してリサイクル

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げています。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へ変更しました。

プラスチック容器包装
使用量
(2023年度)
(2018年度より累積)

19.22%
削減



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きました。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ています。

レジ袋辞退率
(2023年度)

87.0%

■店頭での資源回収

店頭にて商品消費後ご不要になった容器の回収を行っており、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。

ecoひろば導入
店舗数

21 店舗



店頭での資源回収

その他の取り組み

■おかえりやさい

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緑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年度冬期にフランドロゼ 覚王山にて販売)



「おかえりやさい」の売場

■廃油のリサイクル

名古屋市内20店舗にて、名古屋市と協同でお客様からご家庭の食用油を回収しています。回収した食用油は精製事業者によりバイオディーゼル燃料(軽油代替燃料)に精製され、主に重機の燃料として使用されています。

お客様から回収した
廃油量
(2023年度)

10,509L



■東海店太陽光パネルの設置

2023年10月に、ヤマナカ東海店(東海市)においてヤマナカ店舗で初めてとなる太陽光パネルが設置され、2024年1月16日より稼働しています。この取り組みによる年間CO₂削減量は105.7tとなり、これは概算で杉の木11,944本が一年間に吸収する量と同等と想定されています。

この取り組みによる
年間CO₂削減量

105.7t



地域社会貢献

■ 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募らせていただくこともあります。ヤマナカは今後も、募金活動を通して助けが必要なたくさんの方々の応援をしていきます。

東海交通遺児を
励ます会への
寄付総額
(2023年度)

5,736,000円

■ 災害協定

ヤマナカでは有事の際に、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からの要請物資を提供する防災協定を各自治体と締結しています。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、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。



地元消防団による負傷者搬送の実演

■ コドモノガイドコ活動 サンディリー株式会社

地元安城市を拠点に活動するボランティア団体「Sora」を通じ、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飯の提供を行う「コドモノガイドコ」活動へ参加し、不揃い品や出荷期限切れ(賞味期限内)などの食材を無償で提供しています。また、当日の運営にも参加し、地元のボランティアの方々との交流も深めています。



■ 水泳授業指導 プレミアムサポート株式会社

アスティスポーツクラブ大府では、昨年度に引き続き大府小学校(大府市)の水泳授業支援委託を請負いました。今年度は全学年(1年から6年生23学級、特別支援学級4学級全27学級)を、夏休みを除く5月から11月にかけて、各学級4回の水泳指導を実施しました。(学級内を泳力別に分けて、小学校学習要項に基づき授業を進めました。)



■ 夕暮れ時の交通事故抑止に関する協定の締結

2023年9月に愛知県警と「夕暮れ時の交通事故抑止に関する協定」を締結しました。高齢者による夕方のお買い物時の交通事故が多いことから、明るい時間帯にお買い物していただけるように、2023年10月1日から12月31日の期間に、ポスターの掲示や店内放送の実施、昼時間帯でのタイムサービスを実施しました。また、これらの取り組みを評価いただき、2024年1月にはこの協定に関しまして愛知県警察本部交通部長より感謝状を拝受しました。



■ 名古屋港水族館ウェブサイト作成支援

名古屋市の2R推進実行委員会を通じて、名古屋港水族館(名古屋港区)へ寄付をしました。この寄付は、水族館の役割である調査研究や環境教育、種の保存等に関する情報を発信するウェブサイトの作成に活用をされました。

コーポレート・ガバナンス

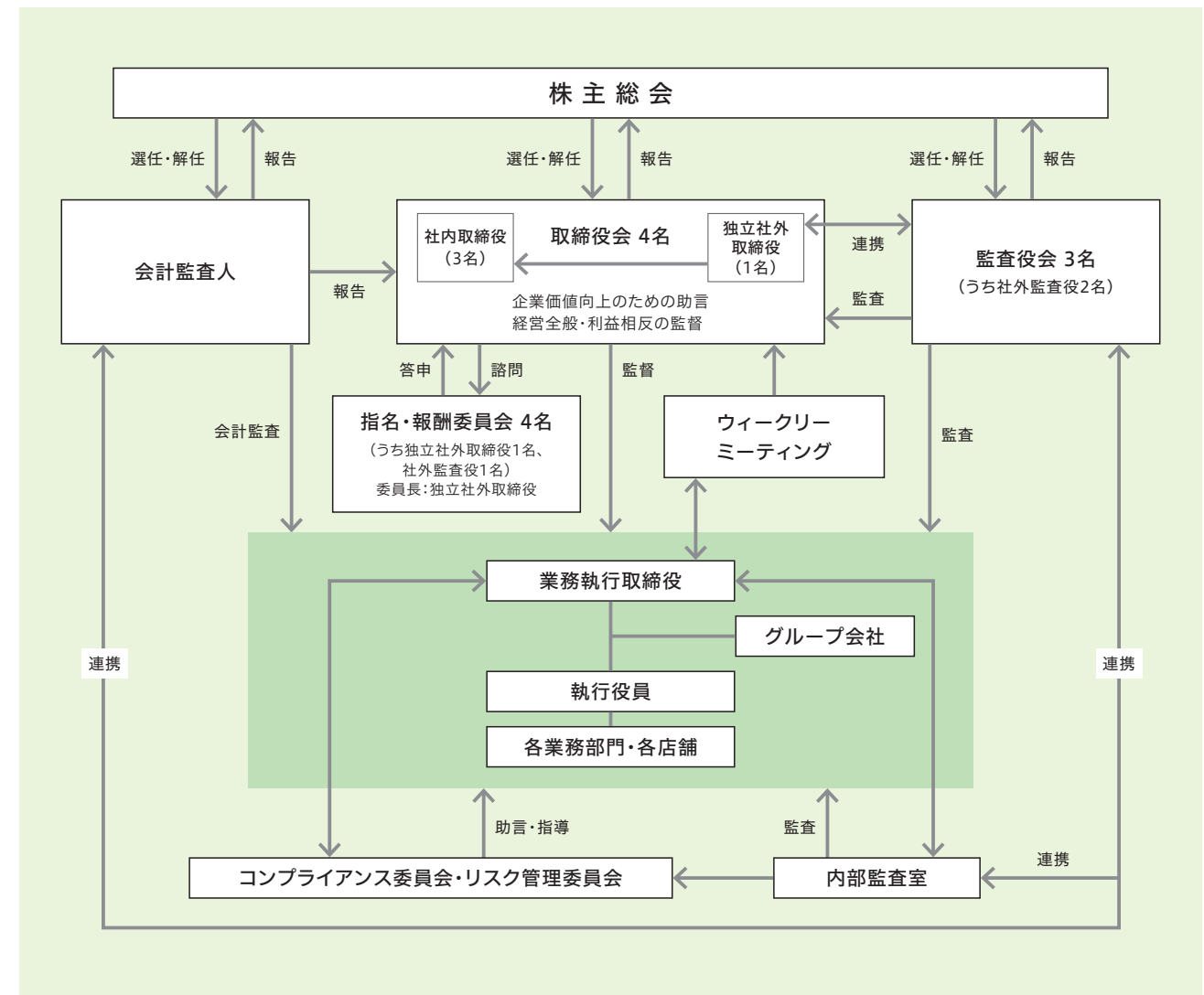
■ コーポレート・ガバナンス

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。

基本的な考え方

- (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な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



TOPICS

動物スポンサー締結

ヤマナカは、2023年より名古屋市東山総合公園と「ツシマヤマネコ」を対象に「東山動植物園 動物スポンサー協定」を締結しています。それに加え、2024年からは「コアラ」を対象とした動物スポンサー協定を新たに締結しました。また、豊橋総合動植物公園(のんほいパーク)の動物スポンサーにも就任し、豊橋市にある店舗従業員の投票により、「レッサーパンダ」に決まりました。なお、スポンサー料には有料レジ袋販売に伴う収益金の一部を使用しています。地元はじめ多くの皆様から愛される動植物園のスポンサーになることにより、生物多様性学習の一助になることを目指しています。



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4名のうち1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、社内的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。

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。



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

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4名の委員で構成し、その中の1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、半期毎に必要とされる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。

役員一覧



代表取締役社長
社長執行役員
中野 義久



取締役
専務執行役員
大山 秀樹



取締役
専務執行役員
中野 雄介



社外取締役
丹羽 真清



常勤監査役
笹尾 清隆



社外監査役
横井 陽子



社外監査役
奥谷 浩之

個人情報保護法

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。

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

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。

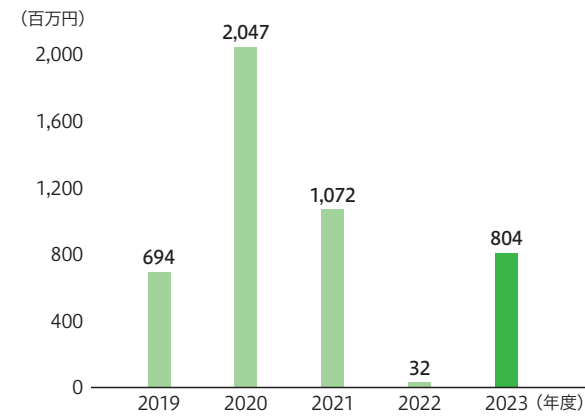
基本方針

- (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。

財務データ

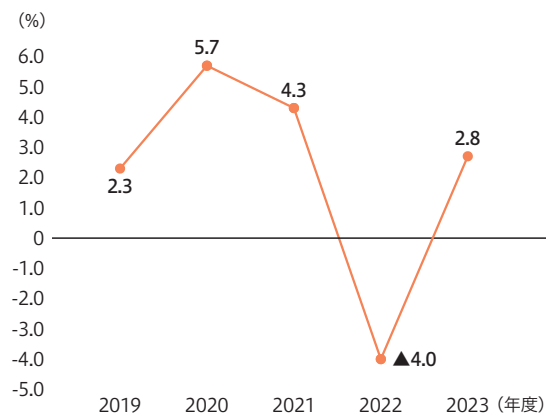
営業利益 [連結]

804 百万円



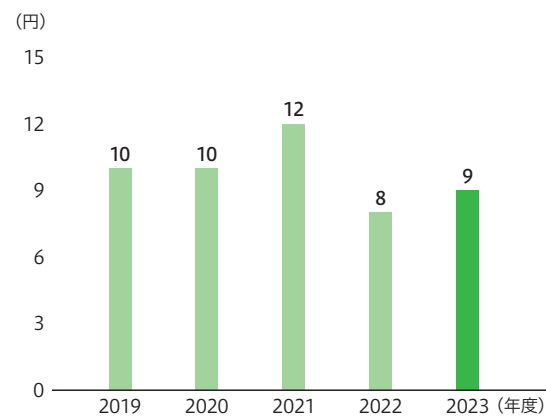
自己資本利益率(ROE) [連結]

2.8 %



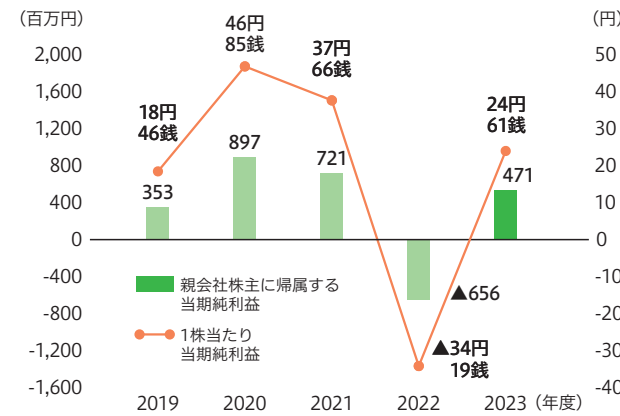
1株当たり配当金

9 円



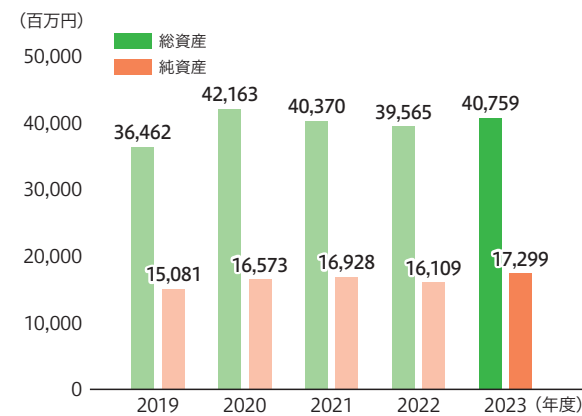
親会社株主に帰属する当期純利益/1株当たり当期純利益 [連結]

親会社株主に帰属する当期純利益 **471** 百万円 1株当たり当期純利益 **24** 円 **61** 銭



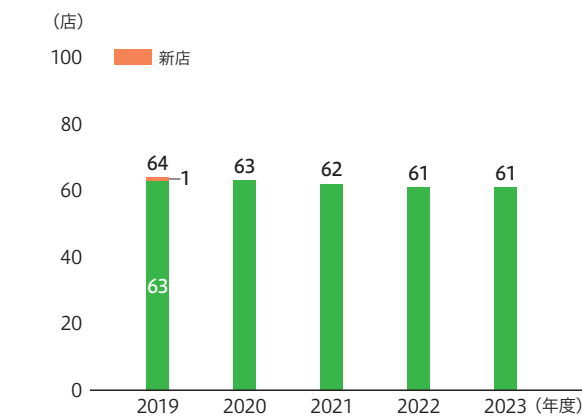
総資産/ 純資産 [連結]

総資産 **40,759** 百万円 純資産 **17,299** 百万円



店舗数

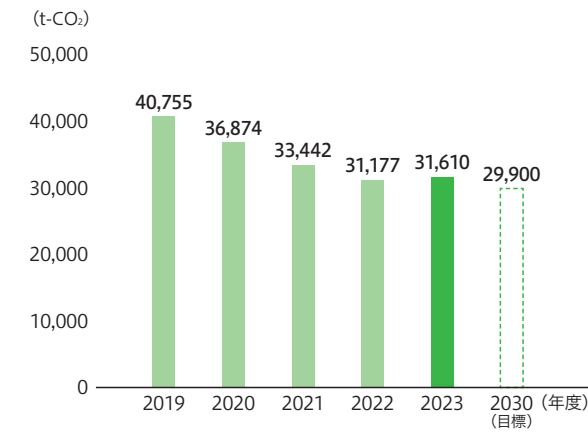
61 店



非財務データ

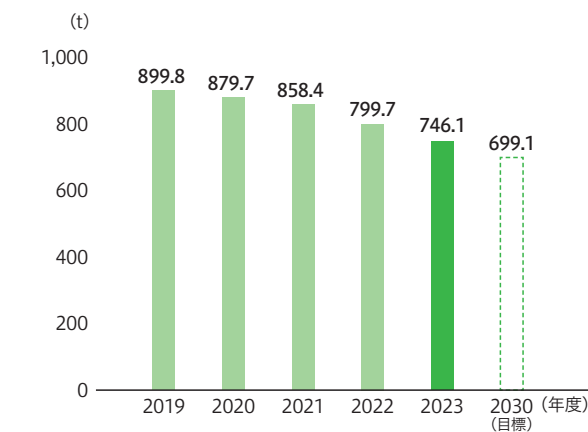
CO₂ 排出量

31,610 t-CO₂



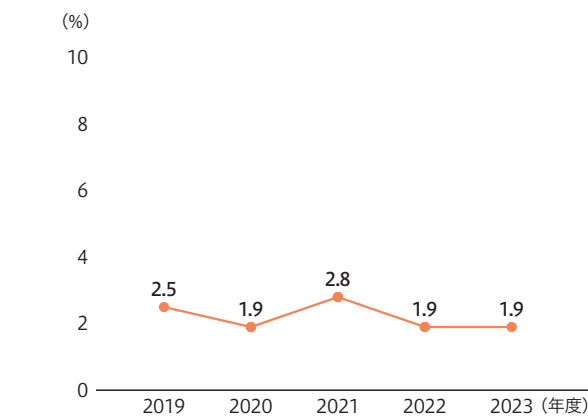
プラスチック製容器包装使用量

746.1 t



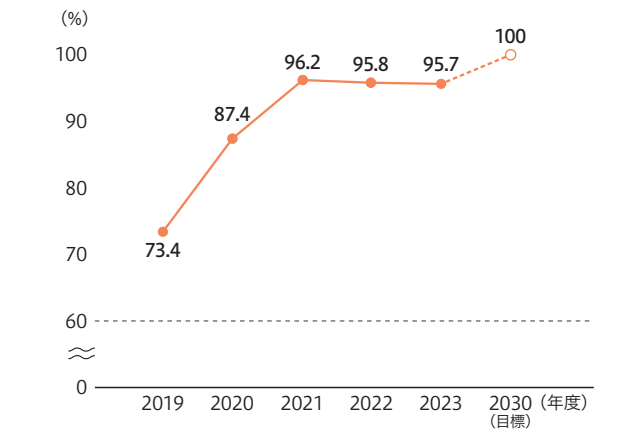
女性管理職比率

1.9 %



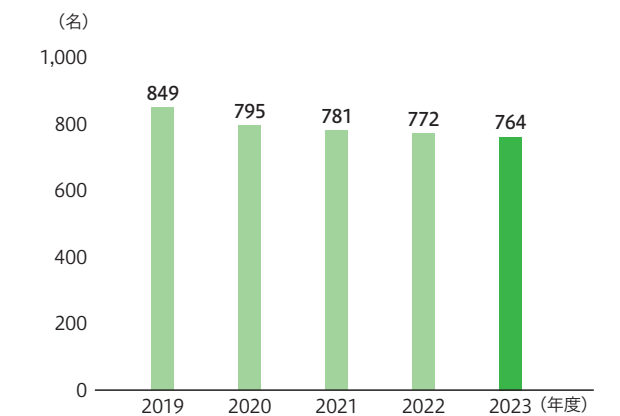
食品リサイクル率

95.7 %



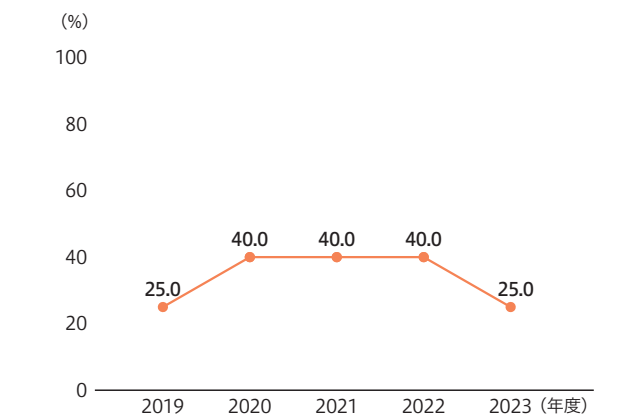
従業員数

764 名



社外取締役比率

25.0 %



会社概要

会社名	株式会社 ヤマナカ	年間売上高（連結）	838億68百万円（2024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 841名 パートタイマー（8時間勤務換算） 2,397名 （2024年3月現在）
TEL	052-413-7200	店舗数	61店舗（2024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） 新安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（2024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		

グループ会社情報

サンデイリー株式会社

サンデイリー株式会社は、昭和53年5月に創業し、2023年5月に46周年を迎えました。

従業員数102名（社員24名、パート78名）で150品目を超える製品を年間364日稼働して製造しています。

第1工場では納豆・炊飯米、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・軽食類の製造を行っています。ヤマナカの製造工場として「安全・安心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います。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。



プレミアムサポート株式会社

当社は、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」ことを使命に、2つの事業を展開しています。

メンテナンス事業部

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施設の管理を行っています。

スポーツ事業部

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店舗を運営しています。地域の皆様の元気にすることをビジョンに掲げ、スポーツを通じて幅広い年齢の方の健康づくり、体力づくりをサポートします。また、2023年度は EXENO 春日井で小学校1年生から3年生を対象にチアダンススクールを開講するなど、地域密着型クラブを目指して新たな取り組みを進めています。



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



EXENO 春日井チアダンススクール