

はじめまして! これからいつもあなたのそばに♪



ヤマナカオリジナルキャラクター  
やまろん

いろんな人の笑顔や幸せを見るのが大好きな妖精  
笑顔や幸せが集まるヤマナカに住み着いて、  
お客さんや店員さんの姿を  
いつも微笑ましく見守っているんだ♪

©ヤマナカ



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 経営企画室 TEL 052-413-7200

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



Yamanaka Report 2025

統合報告書



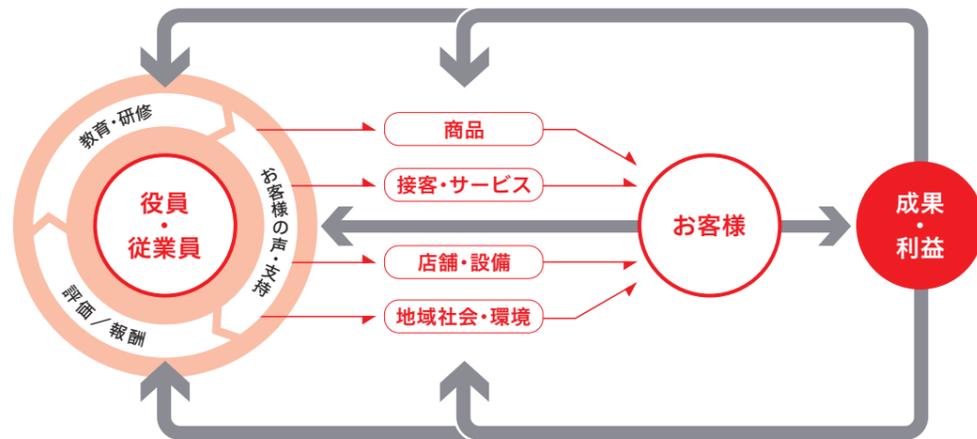
創業100周年を迎えるにあたり、2020年に時代を超えてすべての従業員の共通の根本的な考え方として常に立ち返ることのできる存在指針である「企業理念」を定めました。この企業理念に基づき、これからヤマナカグループが目指していく企業の在り方を「使命」として掲げ、グループとしてあらゆる行動が「顧客価値の創造」に向けて常に研鑽努力していくことを誓います。

## 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役」として自発的に生き生きと楽しく働き、やりがいと日々の成長を感じることが出来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い身近な存在であり続けたい。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」

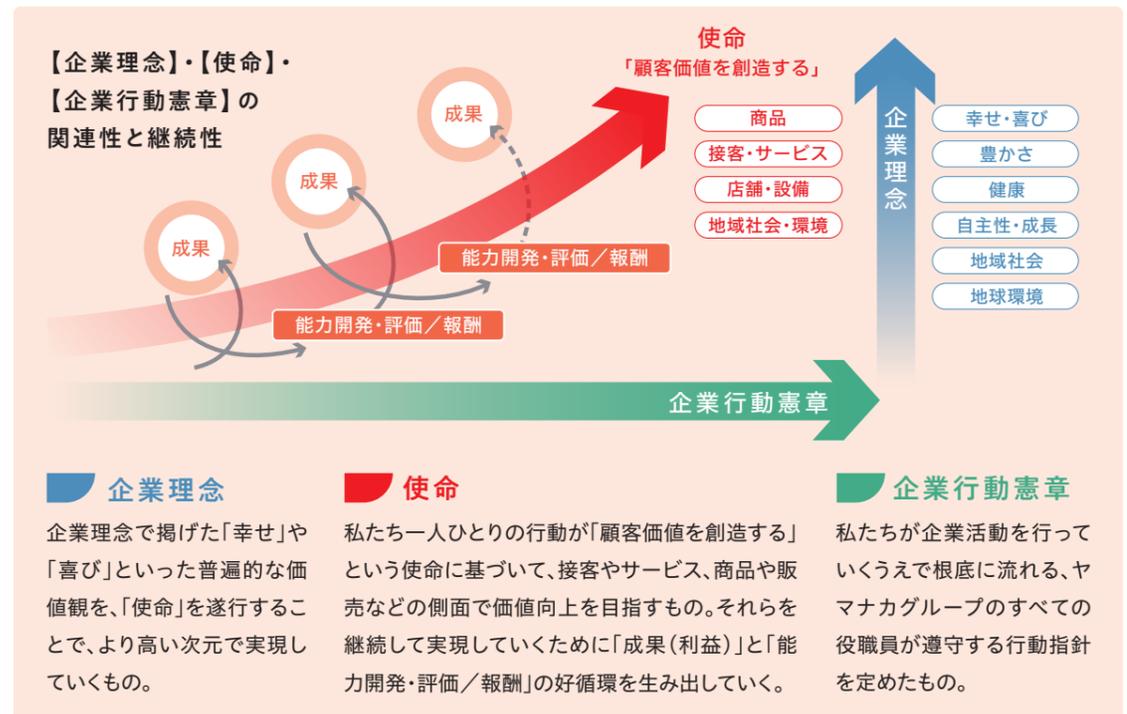
「顧客価値を創造する」取り組みの循環図



## 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**  
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従業員が遵守する行動指針を定めたもの。

## Contents | 目次 |



ヤマナカについて

- 1 ヤマナカのパーパス
- 3 ヤマナカのあゆみ
- 6 ひと目でわかる! ヤマナカグループ
- 7 トップメッセージ
- 11 価値創造プロセス

Q ヤマナカってどんな会社なの? 他のスーパーとどう違うの?

- P3-5 ヤマナカのあゆみ
- P7-10 トップメッセージ

Q 最近のハイライトが知りたい!

- P6 ひと目でわかる! ヤマナカグループ



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「フランテロゼ白壁」
- 17 経営戦略1 既存ビジネスの進化
- 18 経営戦略2 経営効率の向上
- 19 経営戦略3 イノベーションの創造
- 21 サステナビリティへの取り組み
- 26 ガバナンス

データ

- 30 財務・非財務ハイライト
- 32 会社情報

Q 今どんなことに注力しているの? どうやって会社を伸ばしていくの?

- P13-14 中期4カ年計画「成長戦略」
- P15 特集「フランテロゼ白壁」
- P17-19 経営戦略





1922 ▶▶ 1959

- 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)  
  
全店舗に掲示されている創業精神
- 1926 ■ 中野商店と屋号変更  
  
創業イラスト
- 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  
  
東海道販売当時写真
- 1959 ■ 伊勢湾台風の災害時に食料品を確保し安く販売

1960 ▶▶ 1974

- 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 ■ 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  
  
カマボコ型で人目をひいた安田店
- 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 ▶▶ 1987

- 1976 ■ スーパー32号店「鈴鹿店」開設  
(初の県外 三重県へ出店)  
  
昭和50年代オープン時のチェックアウト
- 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  
  
サンデイリーこんにやく製造
- 1981 ■ 名古屋証券取引所第2部に上場
- 1985 ■ 「株式会社アイビー」(生花園芸用品)設立  
  
アイビー
- 1987 ■ 「アスティスポーツ株式会社」  
(スポーツ事業)設立  
  
アスティスポーツ大府プール

1989 ▶▶ 2009

- 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  
  
八事フランテ
- 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 ■ 「大曾根店」開設(70店舗達成)
- 2003 ■ 「株式会社健康デリカ」(惣菜事業)設立
- 2005 ■ 「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

ヤマナカの強み ①

ヤマナカならではの商品開発

“ヤマナカ・フランテならではの商品”の開発・強化に継続して取り組み、多数の商品を販売しました。また、子会社のプレミアムサポート株式会社と当社に在籍する管理栄養士・栄養士の資格をもった従業員が協力して監修するお弁当の販売や、子会社のサンデイリー株式会社で製造した自家炊飯米を使用した惣菜を製造するなど、グループ各社と連携して取り組んでおります。

POINT

- 独自の商品の開発・強化
- 専門知識を活かした商品監修
- グループ連携による惣菜製造



ヤマナカの強み ②

地域密着による多様なニーズへの対応力

地域社会に向けた取り組みにおきましては、地元銘柄肉や漁港直送の鮮魚、地元生産者が作った野菜・果物といった地元愛知県の商品の販売を強化しました。また、レジ袋収益金の一部を使用した寄付については、動物スポンサー認定において東山動物園に引き続き、豊橋総合動植物公園(のんほいパーク)にて「レッサーパンダ」が新たに認定されました。また、名古屋港水族館の法人サポーター参加についてもレジ袋収益金の

POINT

- 地元産品の積極的な取り扱い
- 地域施設への持続的支援
- 地域イベントを通じた健康促進

一部を活用しております。さらに、ヤマナカグループが特別協賛する「さわやか健康リレーマラソン」と「ちびっ子健康マラソン大会」があいち健康の森公園で開催され、運動イベントを通じた地域社会貢献活動を実施してまいりました。



2010 ▶▶▶ 2024

- 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
  - 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



グラッチェカード



しおなぎ生鮮センター肉ライン



初めてのセルフレジ導入



100周年の歴史もお客様と共に



2024年度トピックス

■ 10月、「フランテ ロゼ 八事」がリフレッシュオープン

1997年に「フランテ」第一号店として開業し、約26年にわたり地元顧客の支持を集めてきましたが、2023年10月に、「フランテ ロゼ」にバージョンアップした後、2024年10月に、レイアウトや品揃えを新たにリフレッシュオープンしました。



■ ヤマナカオリジナルキャラクター「やまるん」を発表

ヤマナカ初のオリジナルキャラクター「やまるん」が、2025年3月、ついに公開されました。キャラクターは社員投票によって選ばれ、今後はポスターやチラシ、社内でのグッズ販売などに展開。お客様や地域の皆様に愛されるキャラクターとなっていくよう、さまざまな場面で活用を予定しています。



■ 身だしなみに関する規則を改訂

当社は、誰もが自分らしく働くことのできる社会の実現を目指し、身だしなみ規則を改訂しました。髪色・髪型は原則自由に、ネイルは装飾がないものに限り可とするなどし、より多様な価値観をもった社員に働いてもらうことで、会社のさらなる発展につなげます。



ヤマナカの強み ③

専門性を備えた人材力

当社では以前から人材の育成・教育を重視し、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を行ってきました。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と考え、現場からの意見に耳を傾け、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。

POINT

- 人材育成
- 従業員満足度の向上
- 現場とのコミュニケーション

また、会社の理念などは各店舗の店長自身が自分の言葉で現場に伝えてもらうため、会社がなぜそう考えるのか、背景となる状況や環境について正確な情報を社員に開示するようにしています。



ひと目でわかる! ヤマナカグループ



店舗展開



店舗数

東海三県を中心に展開 **全59店舗**  
(2025年9月時点)

**ヤマナカ** 51店舗 (アイビー長久手含む)  
**frante rosée** 3店舗  
**Frante** 5店舗

名古屋市内...25店 尾張地区...9店 岐阜県...2店  
三河地区...15店 知多地区...7店 三重県...1店

創業

創業1922年、2025年2月で

**103周年**

「ヤマナカ・フランテならではの商品」

2024年度販売実績

**120億円**  
※PB・留型商品合計

来店客数

2024年度来店客数

**3,670万人**

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3回全国スーパーマーケットおいしいもの総選挙2024」

①観光商品部門

金賞

ヤマナカオリジナル 味噌煮込みうどん



②デリカ部門

入賞

3種重ね醤油と七福醸造白だしの国産鶏ももから揚げ



③日配・生鮮部門

入賞

ヤマナカオリジナル濃厚生クリームヨーグルト



■ 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)



■ 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



■ 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





# Top Message

## 5年後の2030年を見据えた 新たな「中期戦略ビジョン」のもとで 成長軌道への反転を実現します。

### 当社の強みや価値観を お客様に伝えることが課題

2024年度は、米をはじめとした食料品やエネルギー、物流費、人件費などあらゆるコストが上昇する状況が続きました。最初に価格上昇が始まった数年前には、当社としてはお客様の買う量が減った分を価格の改定によりある程度補うことができましたが、生活者にとって環境の厳しさが増す中で、昨年度から節約志向が一層強まっています。お客様が買い控えをしたり、価格の安さを優先したりするなどの外的要因もあり、2024年度決算は減収減益となりました。

当社は長く、「ヤマナカならではの商品」をはじめとして、バリューにこだわった商品を適正価格でお届けすることに努めてきました。ところが、商品・サービスが他とどのように違うか、お客様にとってどういう価値やメリットがあるかといったことについて、現状では十分に共感を得られていないと感じています。そうした情報をいかにしてお客様にダイレクトに伝えていくかが、大きな課題です。現在のような厳しい環境はまだしばらく続くと思われますが、当社は社会の流れや課題をしっかり受け止めながら、自分たちの強みや商品の価値観をお客様に伝えることで、成長を実現していきたいと考えています。

### 中期経営計画の達成を目指す 「戦略の3本柱」を推進

このような状況の中、当社では今後の持続的成長を確かなものとするために、2024年度(2025年3月期)を始期とする3カ年の中期経営計画(2024年度～2026年度)に取り組んでいます。そこでは「戦略の3本柱」として「既存ビジネスモデルの進化」「経営効率の

向上」「イノベーションの創造」を推進しています。

「既存ビジネスモデルの進化」に向けては、「勝ちパターン」の横展開・経営資本の傾斜配分に注力しています。生鮮食料品を強化し、「ヤマナカならではの商品」のウェイトを上げると共に、既存店舗の新ブランド「フランテ ロゼ」へのリニューアルを進め、2025年3月にはその中心的な位置づけとなる「フランテ ロゼ 白壁」を移転リフレッシュオープンしました。「潤いとおいしさを提供する店舗」をコンセプトとして、店舗の設計・レイアウトから商品・接客まで徹底的にこだわっています。「お客様に楽しんでいただける店舗とはどういうものか」という原点に立ち返り、これからのスーパーマーケットの在り方を考えた新たな試みです。

「経営効率の向上」に関しては、レジまわりの効率化が挙げられます。これまで人的なコストがかかっていた部分に新たなハードやシステムを導入することで生産性向上を図っており、2024年11月にヤマナカ全店でコード決済の利用をスタートしたことも、その一環です。また、従業員の能力開発による多能化や、タレントマネジメントシステムの活用による的確な人材配置・育成支援など人材管理の効率化も図りました。

「イノベーションの創造」としてはデジタルの活用推進を図っています。例えば、従来の紙媒体のチラシに代わるものとして「ヤマナカ公式アプリ」による販促施策を強化しました。また、「フランテ ロゼ 白壁」ではスマートフォンの位置情報を使ったデータマーケティングを積極的に活用し、お客様のニーズに合った売場づくりを行っています。

中期経営計画の初年度である2024年度は目標未達となりましたが、今後もこれらの戦略を着実に進めると共に、いかなる外部環境変化に対しても適応できる営業力を培うことで、目標達成を目指していきます。



*Yoshikisa Nakano*  
代表取締役社長 中野 義久



## 2030年を見据えて 新たに「中期戦略ビジョン」を策定

この中期経営計画と一部並行する形で、2025年5月に「ヤマナカグループ中期戦略ビジョン2030」を新たに公表しました。経営環境が急速に変化し、先を見通すことができない状況だからこそ、これまでのような3年区切りではなく5年先を見据え、成長軌道への反転を図っていく—そのような決意のもと、2030年3月期(2029年度)までの5年間という中期的な視点での目標達成を目指すものです。この「中期戦略ビジョン2030」では、未来のありたい姿として以下の4つのビジョンを掲げ、そこから逆算して現在からの5年間で取り組むべき戦略を立てるという手法を取りました。

目指すビジョンその1は「お客様と従業員が共に幸せになる、地域に密着した、なくてはならない食品スーパーマーケット」です。当社は名古屋の中心部で創業し、この地域で100年以上にわたって商売してきました。その間、多くのお客様からご支持をいただいていた、そのご恩にしっかりとお応えしていかなければなりません。当社の店舗の多くは郊外よりも街中にあります。そうした特性に鑑みて「市内型スーパー」としての商品・サービスを提供するなど、それぞれの地域に密着した店舗を構築していきます。

2つ目のビジョンは「従業員を大切にす会社」です。私はコロナ禍の期間中、従業員たちが感染リスクを負いながらも、お客様の日々の生活を支えるために最前線で頑張ってくれているのを見ました。そうした従業員を大切にしたいという思いから、さまざまな施策を行っています。その一例が、2025年度の初めに実施した「役職定年制度の撤廃」です。年齢で一律に区切るのではなく、能力や意欲に見合った仕事を続けてもらい、適切な処遇をすることで、やりがいを感じてもらいたいという趣旨です。また、育児介護制度について法令以上の要件緩和を行ったり、従業員の大多数を占めるパートナー(パートタイマー)

も労働組合に入れるようにしたりと、誰もが前向きに仕事に取り組める環境の醸成に、さまざまな角度から注力しています。

目指すビジョンの3つ目には、「お客様第一を考えた行動し、お客様にとって価値あるものをワクワク楽しくお買物ができるように、常に“新しい”ことを実行する会社」を掲げました。当社はこの10年ほど、店舗の整理などの課題に取り組む中で、どちらかというと守りの姿勢が強くなっていましたが、そこから意識を転換し、殻を破っていきたく。新店舗の展開など、令和の時代にふさわしい成長への反転に軸足を移していきます。

最後の4つ目のビジョンは「健康とWell-beingを実現するため健康寿命の延伸に貢献する会社」です。食事を通じた健康維持への取り組みとして、例えば当社と関連会社に在籍する管理栄養士・栄養士が監修した弁当のメニュー開発・販売を行っているほか、愛知県発祥の食品関連企業で構成する「あいち食育サポート企業団」の一員として、企業団所属のメーカーとの協力のもと、当社店舗で食育イベントを開催するなどしています。また従業員向けに、関連会社が運営するスポーツクラブのインストラクターが、シフト交代時などに短時間のフィットネスの指導をするといった取り組みも行っています。

これらのビジョンに基づいて策定した定性目標・定量目標の実現を目指し、これからの5年間、さまざまな施策に注力していきます。

### 監査等委員会設置会社への移行で ガバナンス強化と経営迅速化を図る

2025年6月、当社は監査役会設置会社から監査等委員会設置会社に移行しました。取締役会の監督機能の強化を通じてコーポレート・ガバナンスの一層の充実を図ると共に、監査等委員会設置会社への移行に伴って取締役会から執行側への権限移譲が可能となることから、経営の意思決定の迅速化にもつ

ながるものと期待しています。

また、それに先立つ役員人事により、指名・報酬委員会の構成員として社外役員を増員。構成員の過半数を社外役員とし、委員長も社外役員としました。さらに、これまで社外監査役だった女性1名が社外取締役・監査等委員となりましたので、取締役会における女性比率も高まりました。当社のお客様の多くは女性ですから、お客様という立場からの女性取締役の意見には、ハッと気づかされることが多々あります。このように社外の視点、女性の視点という多様性が高まることで、取締役会でも踏み込んだ有意義な議論が行われるなどの効果が出ています。

一方、このほど新たに3名の執行役員を加えて体制の若返りを行いました。いずれもスタッフ系ではなく店舗まわり・商品まわりの現場経験を積んできた者で、いちばん若手は40代半ばです。これにより、監査等委員会設置会社への移行と相まって、時代の変化に合わせた柔軟な対応を可能とする体制が実現しました。しっかりとコミュニケーションを取りながら新しい世代に任せ、責任を持って仕事に当たってもらうことで、スピード感のある事業運営と着実な成長を目指していきます。

### 幅広いステークホルダーに向け 広報戦略を強化

これまでお話ししてきたような中期経営計画や「中期戦略ビジョン」の実現に向けた取り組みを進める一方で、今後は当社の考え方や取り組みについて、社内外への積極的な発信にも努めていかなければならないと思っています。お客様に、あるいはより幅広いさまざまなステークホルダーの皆様に、当社の魅力をより良く伝えるための広報戦略の強化です。例えば、2025年3月に当社のオリジナルキャラクター「やまるん」をお披露目しましたが、これも積極的な情報発信に向けた施策の一つです。今の時代に合わせた会社のカラーを打ち出すことを目的に社内公募に

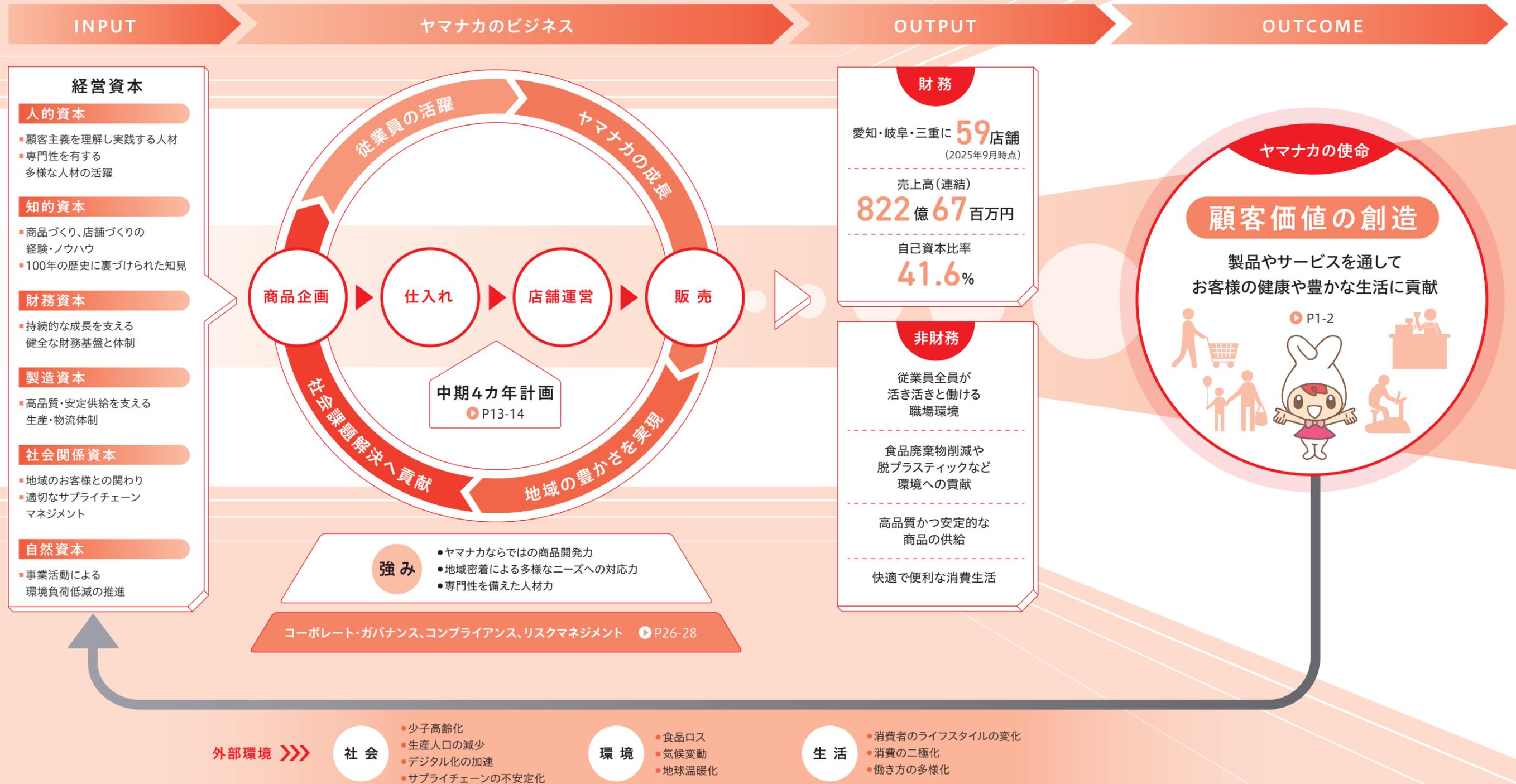
よって作ったキャラクターで、店頭やネットなどさまざまな場面でプロモーションやPR活動に活躍しています。若い社員たちにも固定概念にとらわれず自由な発想で発信してほしいとはっぱをかけているところです。着実に業績を上げると共に当社の魅力を知っていただくことで、一般のお客様やパートナーである大手取引先と持続的な関係を構築し、そうした積み重ねを、当社の株を長く持たせていただけるような土壌づくりにもつなげていきたいと考えています。

厳しい事業環境の中ではありますが、これまで進めてきたさまざまな取り組みによって、成長への反転の準備は整ってきました。車でいえばエンジンは温まっており、あとはアクセルを踏むだけです。「ヤマナカグループ中期戦略ビジョン2030」では、定量目標として2030年3月期の営業収益1,000億円、経常利益40億円という目標を掲げていますが、これは必ず達成します。未来を見据えて持続的な成長を目指すヤマナカグループの取り組みに、これからもご理解・ご支援を賜りますよう、よろしくお願いいたします。



## 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。





2022年3月期～2024年3月期

### 中期3カ年計画の振り返り

2024年3月期を最終年度とする中期3カ年計画において、成長戦略として持続的成長のための好循環を創出すべく、①顧客価値創造の実践、②従業員の成長戦略、③業務改革の断行、④リスクマネジメントの適正化に取り組んでまいりました。顧客価値創造の実践への取り組みでは、ヤマナカ・フランテでしか購入できないお客様がワクワクドキドキと心躍る“ヤマナカ・フランテならではの商品”の拡大、大型改装や最新フォーマットの既存店への導入などによる生鮮・デリカ部門の強化を行ってまいりました。従業員の成長戦略への取り組みでは、店舗従業員、特にパートナー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を、業務改革の断行への取り組みでは、店舗での最新設備・什器の導入による業務の簡素化、システム導入・更改およびデジタル化によるペーパーレス推進、本部適正人員化による本部生産性の向上に取り組んでまいりました。またリスクマネジメントの適正化への取り組みでは、個人情報管理、南海トラフ地震、新型コロナウイルス感染症、資源や原材料などの価格高騰や金利上昇への対応を進めてまいりました。

#### 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

#### 課題

- ①生鮮強化の横展開
- ②買上点数対策
- ③「ヤマナカ・フランテならではの商品」の拡販
- ④ロス対策

顧客価値創造の  
実践の  
さらなる強化

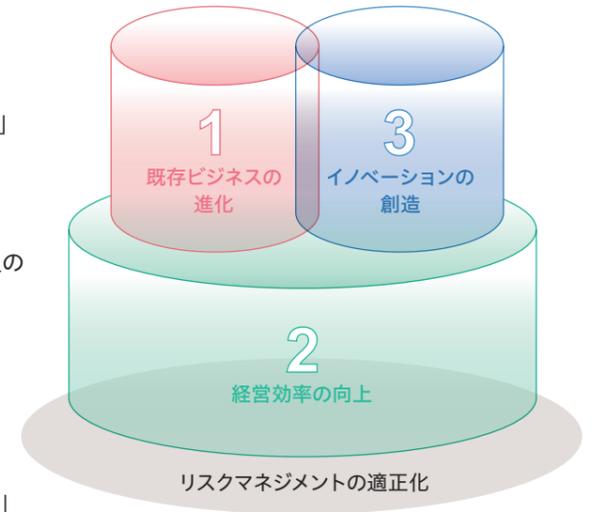
戦略別経営方針  
“戦略3本柱”

2024年3月期～2027年3月期

### 中期4カ年計画「成長戦略」戦略の3本柱

少子高齢化による小売業全体の市場規模縮小に加え、ドラッグストアやネット通販など業種・業態を越えた販売競争や他エリアからの同業の進出など競争が激化など経営環境の激変を克服するため、中期3カ年計画として「戦略3本柱」を策定し、①既存ビジネスモデルの進化、②経営効率の向上、③イノベーションの創造に取り組み、成長戦略として持続的成長を確かなものにしてまいります。

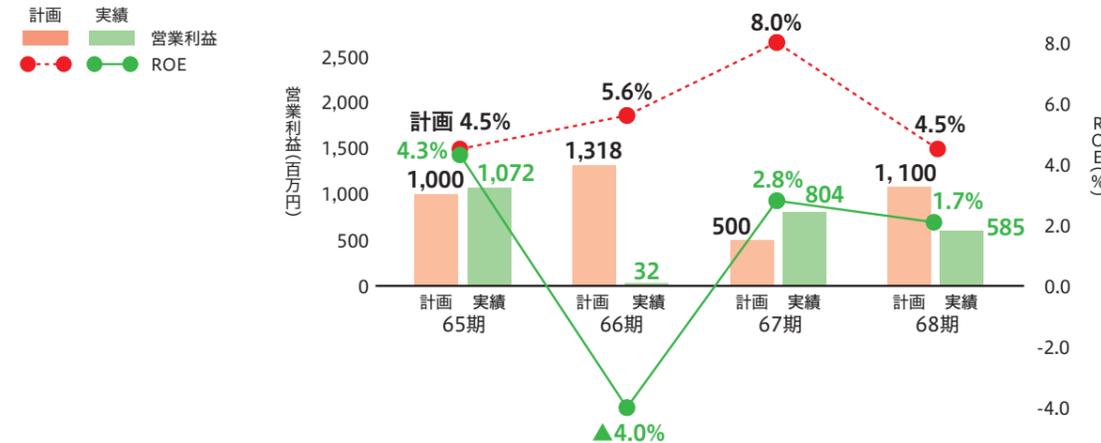
- 1 既存ビジネスの進化**  
勝ちパターンの横展開・経営資本の傾斜配分
  - フランテ強化
  - ヤマナカ  
「生鮮強化型勝ちパターンの磨き上げ」
- 2 経営効率の向上**  
経営資本の配分見直し
  - 低採算店舗「営業強化」
  - 生産性向上「システムの見直し+従業員の能力開発の同時進行」
- 3 イノベーションの創造**  
新たなチャレンジ
  - ラストワンマイルビジネス  
「宅配事業の再構築」
  - DX推進  
「アプリ・データマーケティングの活用」
  - 商品開発、物流改革  
「商品開発体制再構築」「物流体制再構築」
  - 人事制度、働き方改革  
「包括的人事制度・働き方体制の再構築」



中期4カ年計画

### 目標と実績（連結）

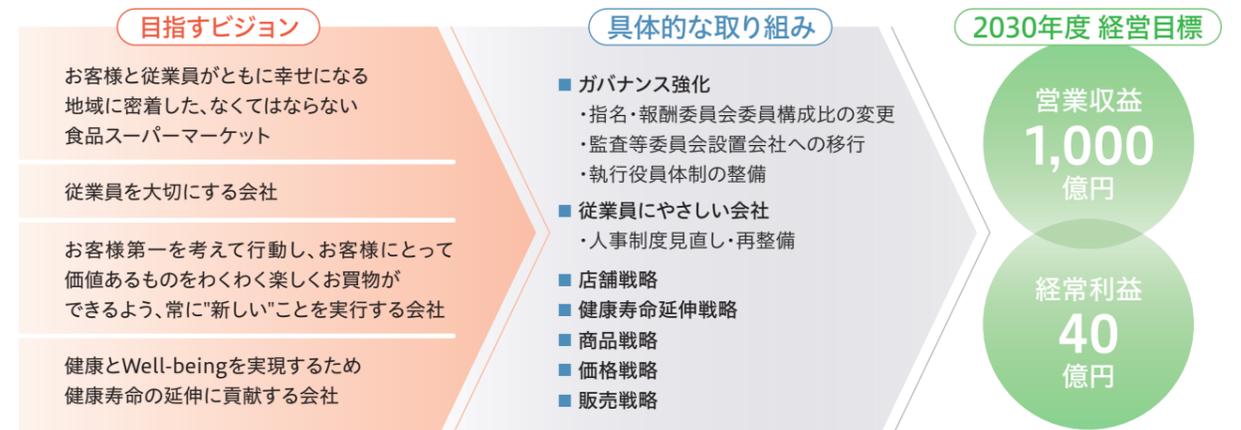
ヤマナカは収益性と資本効率の向上を重視し、持続可能な成長を目指す中期4カ年計画を推進中。企業価値の最大化に向け、営業利益率・ROEの改善に取り組み、経営基盤の強化を図ります。



2027年3月期～2029年3月期

### 「ヤマナカグループ中期戦略ビジョン2030」

2025年5月に、「ヤマナカグループ中期戦略ビジョン2030」を新たに公表しました。これらのビジョンに基づいて策定した定性目標・定量目標の実現を目指してまいります。







## 既存ビジネスの進化



### フランテの強化

「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、産地から旬とおしさの提供、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。

フランテ ロゼ  
店舗数  
**3**  
店舗



▶ 特集P15-16

### 生鮮強化型勝ちパターンの強化

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

### ◎ 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。2024年9月より新たな取り組みとして、パン粉付け商品を製造、供給、フランテ ロゼではみかわ旨香棒ひれかつやミルフィーユカツを展開しています。今後もおいしい商品を開発していきます。

デリカ  
しおなぎ生鮮センター  
供給商品  
**10**  
アイテム

### ◎ 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。

### ◎ 地産地消の取り組み

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。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

#### ヤマナカ管理栄養士が考える商品

栄養士プロジェクトとしてヤマナカ・アスティスポーツで働く栄養士・管理栄養士がお客様の健康を考え、食事が楽しくなるような彩りある商品、栄養バランスを考えた商品を考案しています。今後も新規商品の拡大をしていきます。



### 食の安全・安心を徹底

食品で私たちの健康に危害を与えないようにデリカとしては食品添加物やアレルギー表示の徹底をしています。チェック体制を強化をして表示漏れや表示間違いのないようにしています。取り扱う商品についても商談時に検査や内容を確認して商品採用をして販売へつなげています。今後もおいしい商品で安全、安心な食の提供をし続けます。



# 2

## 経営効率の向上



### システム改善による生産性向上

システム改善による生産性の向上を目的として、2007年に導入された発注支援システムを、より効率的に活用するために2023年に新たに導入された[StoreManagerGX-R]という棚割管理システムとシステム連動することで、店舗の作業をより簡素化することが可能となり、稼働時間の削減ができ、お客様とのインターフェイスをより高いレベルで維持することができるようになりました。

稼働時間  
前年比  
**96.8**  
%

人時売上高  
前年比  
**102.0**  
%



### ◎ 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つながっています。

人時売上高  
(導入前2021年度比)  
**111**  
%



### ◎ デリカ部門のしおなぎセンターの活用

デリカ部門で使用する「まぐろスライス端材(鉄火巻き用)」「お魚屋さんお寿司」の原料を、しおなぎセンターで加工・キット化することで店舗の作業を削減し、発注業務を簡素化することで作業時間の削減をすることができました。

SM42店舗年間  
**1,260**  
h削減  
(稼働時間前年比96.2%  
人時売上高前年比101.7%)





### 宅配事業の再構築

#### ◎ ヤマナカネットスーパー(喜くばり本舗)

お客様により便利にお買い物をしていただけるよう、またお買い物に來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推進で市場変化に対応

#### ◎ ヤマナカアプリの強化

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、前年比118%を超える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3年で  
グラッチェカード  
会員様のアプリ利用率  
**72**  
%



iPhoneを  
ご利用の方



Androidを  
ご利用の方

#### ◎ データ活用でより便利なお買い物を実現

グラッチェ会員のお買上データを基に、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割引クーポンの発行など「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、日々のデータの分析、システムの構築を進めてまいります。



#### ◎ コード決済の導入

お客様のお会計の利便性向上のため、2024年11月末に全店でPayPayやd払いなどでお支払いができる、バーコード決済を導入いたしました。今後ますます成長するキャッシュレス決済に対応すべく、引き続きお客様にとって便利なサービスを提供できるよう取り組んでまいります。

コード決済  
利用者の割合  
**8**  
%



#### ◎ オンライン予約販売を開始

2023年11月末にオンラインによる予約販売を開始し、これまでクリスマスケーキやおせち料理、恵方巻、土用の丑の日のうなぎの蒲焼などのご予約の承りを実施しました。お客様のスマホやPCで「いつでもお好きな時間に」予約ができるようになりました。ぜひご利用ください。

予約商品  
ご購入者のうち  
**約18**  
%  
がオンラインで予約



オンライン予約・  
注文はこちらから



### ヤマナカオリジナル商品の拡充

#### ◎ 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。バイヤー全員が「顧客価値を創造する」の使命のもと、自社製造機能であるサンデイリーやしおなぎセンターを活用した自社製造だけでなく、メーカー様と協力し、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」を追及したヤマナカオリジナル商品の開発に取り組んでいます。

**120**億  
※PB・留型商品合計

デリカ  
**3億4,069**万円  
※PB・留型商品合計

#### ◎ 大府東海物流センターの取り組み

今後も安定して、お取引先様から各店舗に商品を届けるために、加工食品の発注から納品までのリードタイムの確保や、ロサリーセンターへの納品期限を3分の1ルールから、2分の1ルールに緩和するなどの取り組みを行っています。

#### ◎ 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提供できるようになりました。



### 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」「利便性」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。





## 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。

## 人的資本に関する取り組み

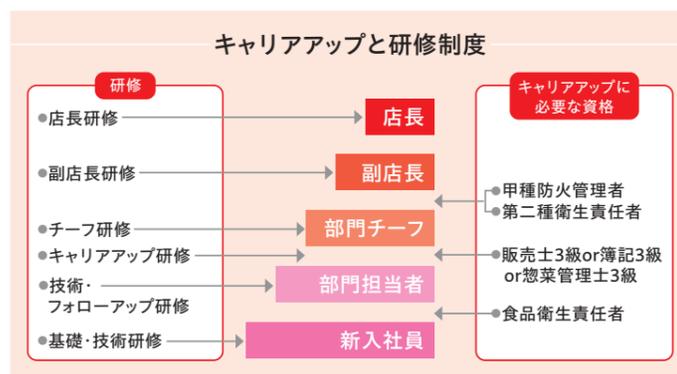
- 1. 採用と人材配置**
  - ・公平・多様性のある採用プロセス（男女間の差別なく能力において採用を行う）
  - ・スキルやポテンシャルに基づいた適材適所の人材配置（タレントマネジメントシステムの活用）
- 2. 人材育成と能力開発**
  - ・教育研修制度の充実（OJT、Off-JT、外部研修など）
  - ・リスクリング（再教育）やアップスキリング（スキル向上）の取り組み（通信教育制度）
  - ・キャリアマップ設計とメンタリング制度
- 3. エンゲージメントと働き甲斐の向上**
  - ・表彰制度や報酬体系の見直し
  - ・パルスサーベイを毎月1回実施し、上長が部署メンバーのコンディションを把握し、心身共に健康で働ける組織づくり

### ◎ 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



### ◎ 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・サービスも重要な役割を担います。2024年度は「ヤマナカ接客・接客コンテスト」として新たに接客・接客を進化させる取り組みをスタートさせました。①レジ登録②包装・ラッピング③店内放送・推奨販売④あなたは真のマイスター（商品食べ比べ/商品知識）の4種目の競技を実施しました。従業員一人ひとりがお客様に寄り添える接客を磨き続けていきます。



ヤマナカ接客・接客コンテスト

## ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン

### ◎ 認知症サポーター養成講座

新店、改装店舗従業員を対象に「認知症サポーター養成講座」を受講しています。2024年度は2店舗で開催し、合計14店舗、のべ受講者数869名となりました。地域のいきいき支援センター様と連携し、「認知症の原因」「認知症の症状」「認知症の方と接するときの心構え」など認知症の基礎知識を学んでおります。認知症のお客様も安心してご購入物できるよう従業員教育を進めてまいります。



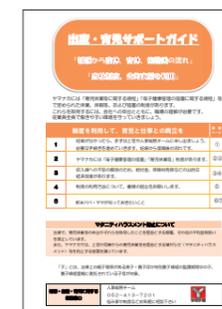
### ◎ 女性活躍

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つながると考え、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。



### ◎ 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5月に念願の第一子が生まれまして、今年の1月から5月の4カ月間育児休業を取らせて頂きました。経緯としては、昨年10月ごろから妻が体調を崩し、妻に療養してもらい自ら育児をしたいと言う思いからでした。いざ自分でやってみると、ひと時も子供から目が離せず、睡眠時間が取れなかったり、憂鬱になったりと想像以上に大変でした。4カ月という長い期間だったため、後半では妻の体調も良くなり、お互いで交代しながら子供の面倒を見ることができ私が積極的に家事にも参加したことで、妻からの信頼と家族の絆を深めることができ、かけがえない時間を過ごすことができました。これからは仕事と育児を両立させ頑張っていきます。支えていただきました店長・副店長並びにパートナーさん心から感謝申し上げます。



稲葉地店 副店長 近藤 彰紀

**上司** 副店長という立場もあり育児休暇の取得を心苦しいと思っていたのではないかと感じていましたが佐藤グループ長をはじめトレーナーさんの協力をいただき、パートナーさんの頑張りがあり店舗運営ができました。近藤さんは復帰する1カ月前位にお子さんを連れて元気な顔を見せに来てくれて安心しました。今回は副店長でも育児休暇が取得できる良い事例になったと感じています。今後は若い世代の方が普通に取得できる環境となり、仕事と家庭の両立ができてヤマナカで働いて良かったと思える会社になることを望みます。



稲葉地店 店長 黒宮 清仁



## 健康経営のさらなる推進

### ◎ 健康経営の実現

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「食べる」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。

### ◎ 健康経営の実現に向けた取り組み

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レチック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

## 地域社会貢献

### ◎ 寄付・寄贈活動(募金)

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。



日本赤十字社愛知県支部にて寄託式の様子



募金箱

### ◎ 寄付・寄贈活動(レジ袋販売による収益)

有料レジ袋販売に伴い発生した収益金につきましては、「ヤマナカのESG宣言に基づきCO<sub>2</sub>の削減につながる地域の緑化や、地域社会貢献(子供たちの環境や文化教育など)への用途を目的とした寄付とする」という方針を掲げ、店舗の所在する自治体などに寄付を実施しております。

## 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「ツシヤマネコ」、2024年からは「コアラ」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。また、2024年は豊橋総合動植物公園(のんほいパーク)の「レッサーパンダ」の動物スポンサー、名古屋港水族館の法人サポーターにも登録いたしました。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。



動物スポンサー認定証 (ツシヤマネコ)



動物スポンサー認定証 (レッサーパンダ)

### ◎ 名古屋市「キャリアタイムサポーター」登録

地域の子どもたちに社会勉強の場を提供するために、店舗見学や職場体験の受け入れを行っています。店舗見学ではスーパーマーケットの仕組みや流れを説明し、職場体験では実際に店舗の作業を体験してもらっています。また、名古屋市の「ナゴヤキャリアタイムサポーター」にも登録しております。



## 環境

### ◎ 環境目標(2030年までに達成)

温室効果ガス削減  
CO<sub>2</sub>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、CO<sub>2</sub>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  
(2013年度比)  
44.1%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  
96.2%



ゴミを分別してリサイクル

## TOPICS

### 食品ロス削減に向けた商習慣の見直しのための実態調査

ヤマナカでは2024年11月に名古屋市と共同で、食品ロス削減に向けた商習慣の見直しのための実態調査を市内3店舗で行いました。

これまで食品業界で取行されてきた食品の流過程における商習慣の見直しに向け、販売期限の延長による食品ロスの削減効果等を調査するものとなります。





◎ プラスティ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つなげています。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に変わりました。

プラスチック  
容器包装使用量  
(2018年度より累積)  
**26.8%**  
削減



● 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  
**86.7%**

● 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。



店頭での資源回収

ecoひろば導入  
店舗数  
**21**  
店舗

◎ 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プロッコリー農家が栽培したプ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。2024年度冬期にはフランテ ロゼ覚王山にて販売し、なごや環境大学主催の消費者を対象とした見学ツアーも開催しました。



「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  
**10,651**  
L



コーポレート・ガバナンス

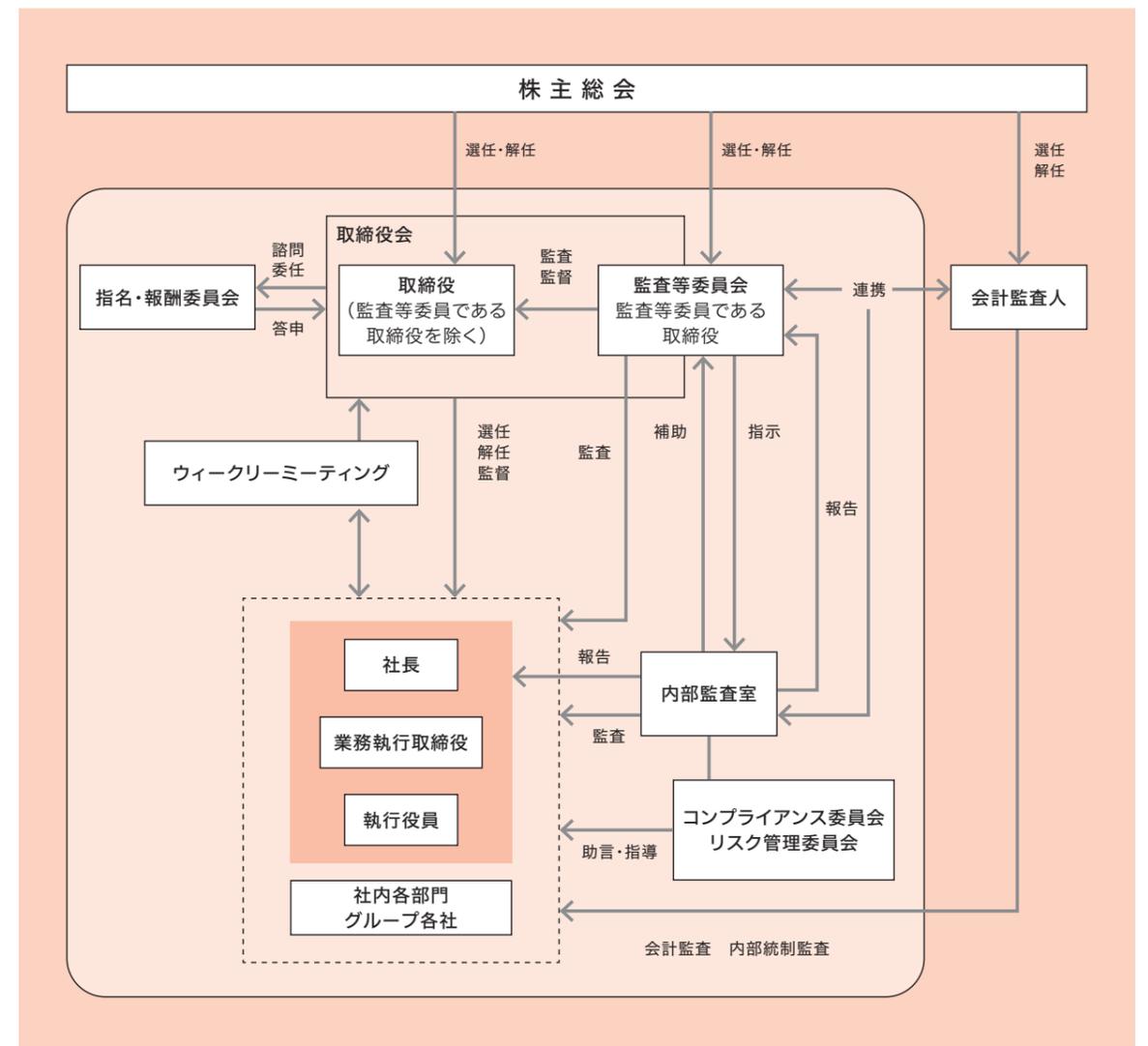
当社グループは、お客様、株主様、取引先様、地域社会、そして従業員などのステークホルダーの皆様からのご期待にお応えし、経営の透明性・公正性を追求すると共に、保有する経営資源を十分有効活用し、迅速・果敢な意思決定により経営の活力を増大させることにより、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図ることがコーポレート・ガバナンスの要諦であると考えています。

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





### ◎ 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で開催し、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、四半期毎に必要とされる法令知識などをピックアップし、教育項目を定め教育を実践しています。

また、確認のテストや復習を実施することで、より確実な知識の習得を実現しています。

### ◎ カスタマーハラスメントに対する基本方針

ヤマナカグループの従業員はお客様へ誠意をもって真摯に対応し、信頼や期待に応えることにより顧客価値の創造を実践します。

一方で、お客様から常識の範囲を超えた要求や言動などには、従業員の尊厳を傷つけるものもあります。

カスタマーハラスメントについては毅然とした態度で対応し、従業員を守ります。

### ◎ 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へ通報・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・相談者の不利益な取り扱いがないよう、保護に努めています。

### ◎ 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。

#### 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。

### ◎ 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

役員一覧



◎ 取締役のスキルマトリックス

取締役	取締役	取締役に期待する知見・経験						
		経営全般・経営戦略	事業戦略・新規事業開発	サステナビリティ	ガバナンス	リスクマネジメント・法務	人材育成	DX
中野義久	代表取締役社長 社長執行役員	○	○	○	○	○	○	
大山秀樹	取締役 専務執行役員	○	○		○	○	○	○
中野雄介	取締役 専務執行役員		○	○		○	○	
丹羽真清	社外取締役	○		○	○		○	
笹尾清隆	取締役 常勤監査等委員				○	○		
横井陽子	社外取締役 監査等委員	○			○	○		○
奥谷浩之	社外取締役 監査等委員	○			○	○		○

※上記は、各人の有するすべての専門性や経験等を表しているものではありません。

社外取締役  
メッセージ

社外取締役 丹羽 真清



社外取締役に就任して6年目になります。この1年間は社外取締役に私1人であったため、より重責を感じてきました。今期から監査等委員会設置会社に移行しましたので、3名の監査等委員が加わり、社内取締役3名に対して社外が4名になりました。監査役が監査等委員になっていただけたことで、取締役会で議決権を持って質問・意見・情報提供を積極的に行い、取締役の職務執行に対して監督・監視機能をより向上し、コーポレートガバナンスの充実を図ってまいります。ヤマナカは100年以上にわたって中部地区でスーパーマーケットを営んできました。物販だけでなくインフラとして必要不可欠な機能を持った企業としてお客様から信頼され社会的責任を果たしていく中で、これからも迅速果敢な意思決定ができ真摯に企業努力を続けて行けるよう、時には厳しく、時には温かく見守って行きたいと考えております。

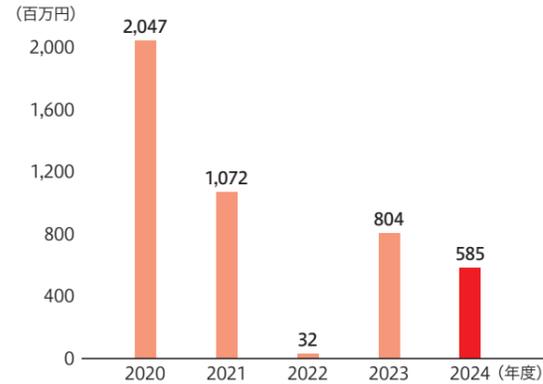


財務・非財務ハイライト

財務データ

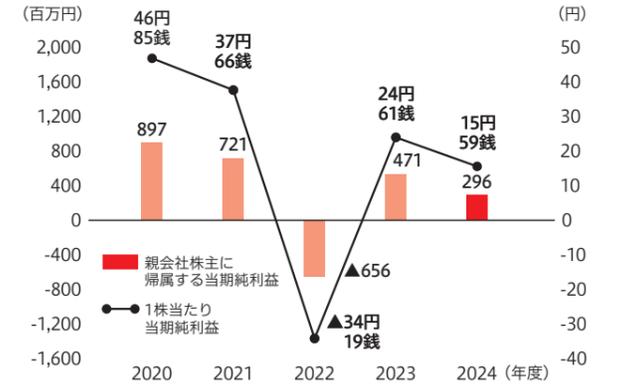
営業利益 [連結]

585 百万円



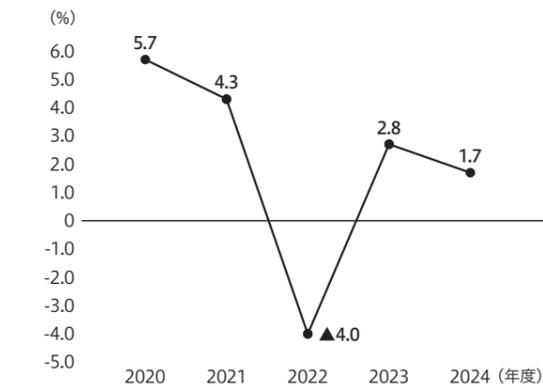
親会社株主に帰属する当期純利益/1株当たり当期純利益 [連結]

親会社株主に帰属する当期純利益 296 百万円 1株当たり当期純利益 15円59銭



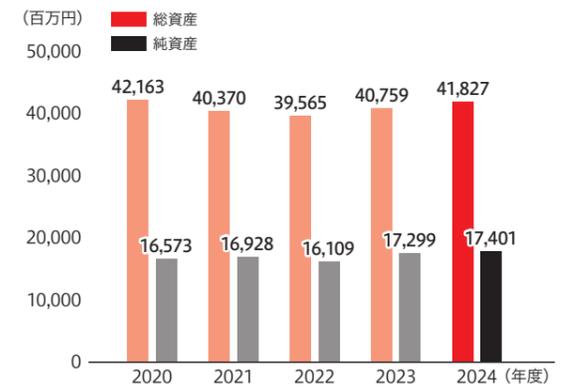
自己資本利益率(ROE) [連結]

1.7%



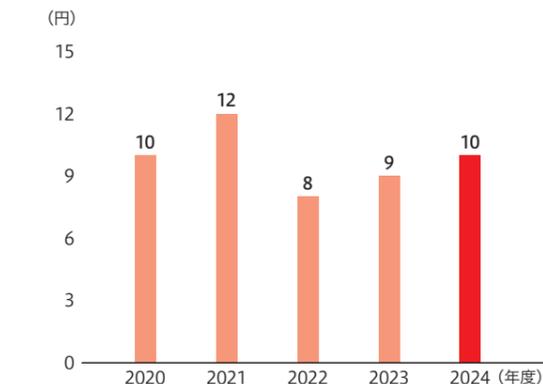
総資産 / 純資産 [連結]

総資産 41,827 百万円 純資産 17,401 百万円



1株当たり配当金

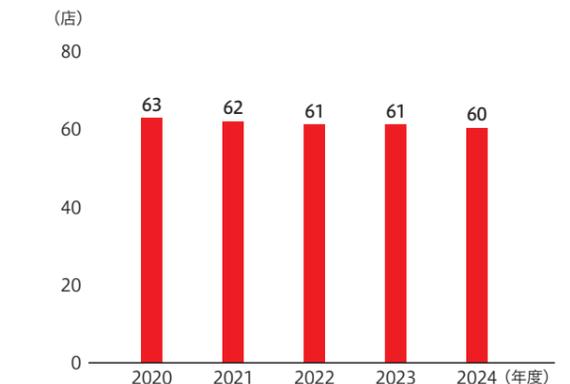
10円



店舗数

60店

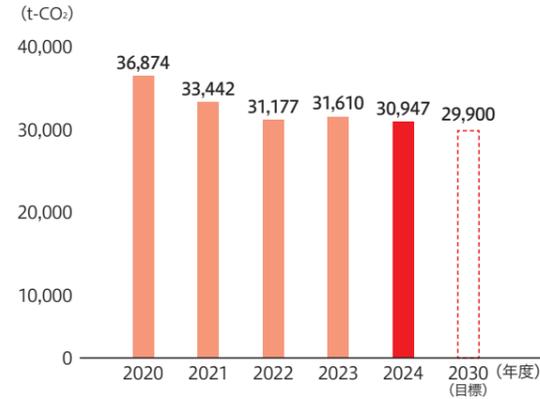
※2025年9月時点では59店舗



非財務データ

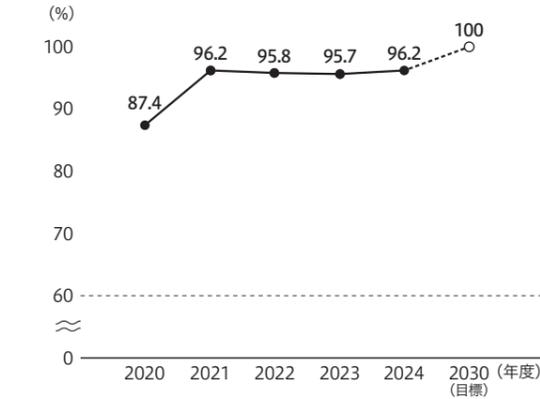
CO<sub>2</sub> 排出量

30,947 t-CO<sub>2</sub>



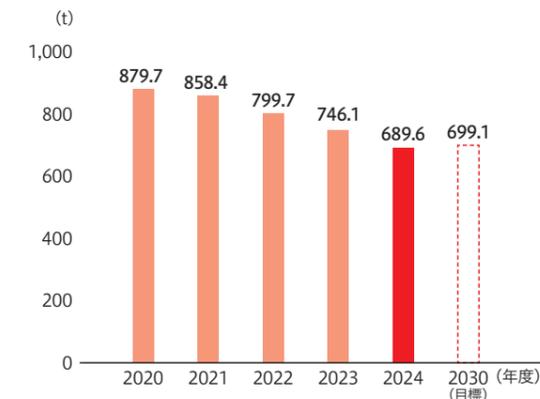
食品リサイクル率

96.2%



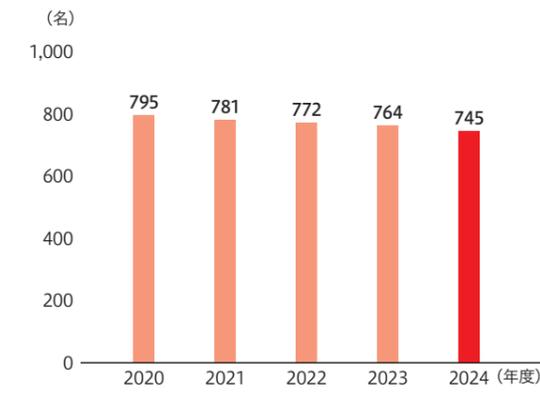
プラスチック製容器包装使用量

689.6 t



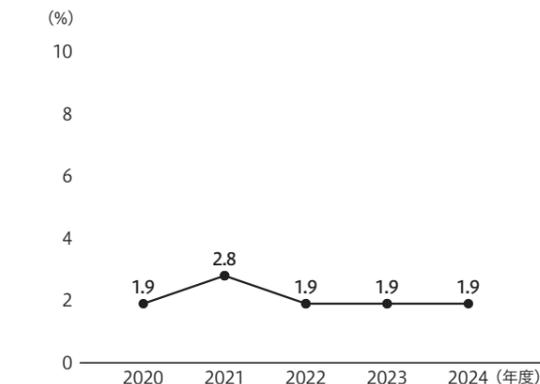
従業員数

745名



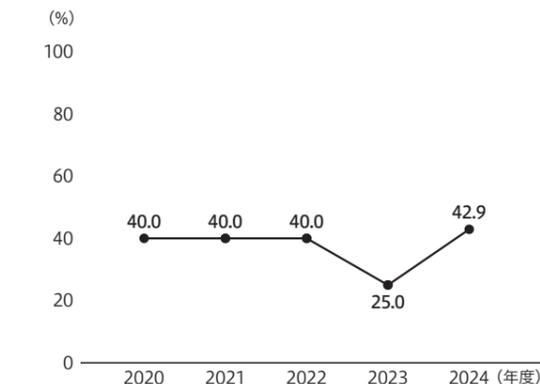
女性管理職比率

1.9%



社外取締役比率

42.9%



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)	822億67百万円(2025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 820名 パートタイマー(8時間勤務換算) 2,313名 (2025年3月現在)
TEL	052-413-7200	店舗数	59店舗(2025年9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



2025年5月に48周年を迎え、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。「安全・安心でおいしい食品を作り続けていくこと」を我々の使命とし、今後もヤマナカグループとし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「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では、お客様が快適にお買い物できる店舗環境づくりと、ヤマナカ従業員が働きやすい環境を維持するための施設管理を行っています。スポーツ事業部では、地域の皆様を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ています。

社外からの評価

えるぼし認定  
(認定段階3)



愛知県健康経営  
推進企業



その他の評価

- ・障害者雇用優良事業所  
(令和5年度厚生労働大臣表彰)
- ・あいちCO<sub>2</sub>削減マニフェスト  
(★★ダブルスター)

編集方針

ヤマナカ統合報告書2025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る為の「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 2024年3月21日～2025年3月20日  
※一部2025年4月以降の取り組みも記載しています。  
発行時期 2025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。