

<https://www.arata-gr.jp/>



ARATA INTEGRATED REPORT 2024

株式会社あらた 統合報告書

株式会社あらたは、化粧品・日用品における日本最大級の卸商社です。

全国の数多くの卸が結集し、2002年にあらたが設立されました。

生活のあり方が大きく変わる今、その変化に寄り添って必要な商品をお届けすることはもちろん、「この先もずっと豊かな暮らしを続けたい」という人々の夢をかなえる会社であること。それが、私たちの使命です。

経営理念「世の中のお役に立ち続ける」という変わらない想いを胸に、暮らしをもっと豊かに快適に変えるあらたな価値を提供してまいります。



中計
2023

長期経営ビジョン2030
夢をかなえる。
暮らしを変える。

中計2026
成長の
加速

CONTENTS

- あなたの価値創造
 - 03 価値創造のあゆみ
 - 05 価値創造プロセス
- 価値創造のための戦略
 - 07 社長メッセージ
 - 13 中期経営計画
 - 15 持続的成長に向けた経営戦略
 - 19 | 特集 | あらたの成長を支える「IT中計」
- 価値を生み出すビジネスモデル
 - 23 人々の快適な暮らしを創造する
 - 31 安定的な流通を実現する
- 価値創造を支える経営基盤
 - 35 すべてのステークホルダーとともに
 - 37 環境
 - 41 社会
 - 47 | ガバナンス座談会 | 次世代につなぐ、あらたの企業文化
 - 51 ガバナンス
- コーポレート・データ
 - 59 財務サマリー
 - 61 会社概要

TAKE ACTIONとは

統合報告書2024のテーマは「TAKE ACTION」です。
2024年3月期は、中期経営計画2026の初年度として成長拡大に向けた戦略を立案し、新たな施策を始動した、まさに成長拡大に向けて様々な「行動を起こした」1年間でした。
本報告書では、中期経営計画2026および長期経営ビジョン2030、そしてその先に向けて成長を加速する当社の戦略および取り組みについてご紹介いたします。

編集方針

あらたグループは株主・投資家をはじめとするすべてのステークホルダーを対象に、企業価値向上に向けた経営戦略をわかりやすく伝えることを目的として、2018年度に初めて統合報告書を発行しました。当社グループの事業内容や財務情報、中期経営計画の成長戦略を説明する上で欠かせない非財務情報など、当社グループにとって重要性の高い情報を、統合的思考に基づいてコンパクトに編集しています。
次年度以降も継続的に内容の見直しを図り、すべてのステークホルダーの皆さまとの対話に資するツールとして充実させていきたいと考えています。

参考にしたガイドライン
価値協創ガイドンス



対象組織

株式会社あらたおよびグループ会社

対象期間

2023年4月1日～2024年3月31日
一部2025年3月期の活動報告も含んでいます。

将来見通しに関する注意事項

本報告書には、将来についての計画、戦略および業績に関する予想と見通しの記述が含まれています。現時点で入手可能な信頼できる情報に基づいて作成したものでありますが、リスクや不確実性を含んでおり、当社はその正確性・完全性に関する責任を負いません。また、実際の業績は当社の見通しとは異なる可能性があることをご承知おきください。

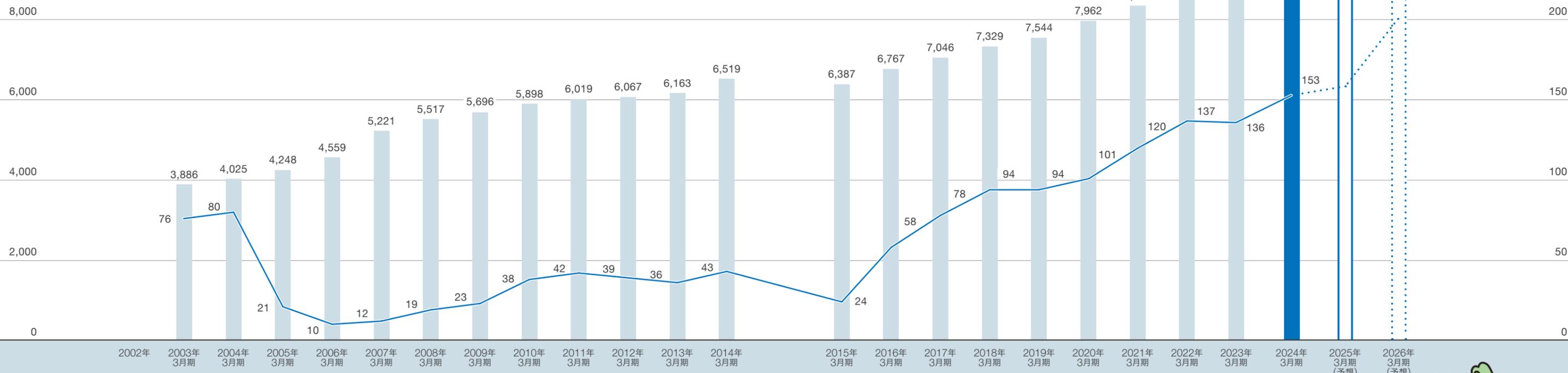
価値創造のあゆみ

当社は全国各地の有力な卸商社各社が長年の歴史と伝統をひとつに結集して設立した会社です。エリア強化の合併、カテゴリ強化や機能強化を目的とした子会社の設立、そして東証への上場、海外進出を経て今日に至ります。これからも日本・アジアの生活者の暮らしに貢献し、世の中のお役に立ち続ける会社であるためにあゆみを進めてまいります。

(億円)
10,000

売上高・経常利益の推移(連結)

■ 売上高 (左軸) — 経常利益 (右軸)



2026年3月期(予想)

中期経営計画
2026

売上高 1兆円
経常利益 200億円

2025年3月期(予想)

売上高 9,690億円
経常利益 166億円

(億円)
250

世の中の課題に対してのあなたの価値提供

2000年代 小売業の大型化に対応する全国化とカテゴリ強化

2002年

ダイカ・伊藤伊・サンピックの3社合併により持株会社「株式会社あらた」を設立



株式会社あらた 設立

2004年

徳倉が加わり、事業会社へ移行

2005年

ジャペル株式会社を子会社とする

2007年

株式会社インスタマーケティングを設立

2009年

自社開発商品「addgood」第1号を発売

2010年

株式会社日本アクセス、アルフレッサホールディングス株式会社と業務提携契約を締結

2010年代 海外への進出と機能強化

2011年

東証二部に上場

2012年

東証一部に指定



東証一部に指定

2012年

中国上海に凱饒泰貿易有限公司を設立 (2024年3月にジャペル株式会社へ株式譲渡)
中国香港にJAPELL (HONG KONG) CO., LIMITEDを設立

2013年

タイバンコクにARATA (THAILAND) CO., LTD. を設立

2015年

タイバンコクにサハグループと合弁会社SIAM ARATA CO., LTD. を設立

2020年

ベトナムホーチミンにARATA VIETNAM COMPANY LIMITEDを設立

2020年代

暮らしの変容と多様化への対応

2020年

長期経営ビジョン2030策定

2021年

株式会社D-Neeコスメティックを設立



長期経営ビジョン2030策定

2022年

東証再編に伴いプライム市場へ移行

2023年

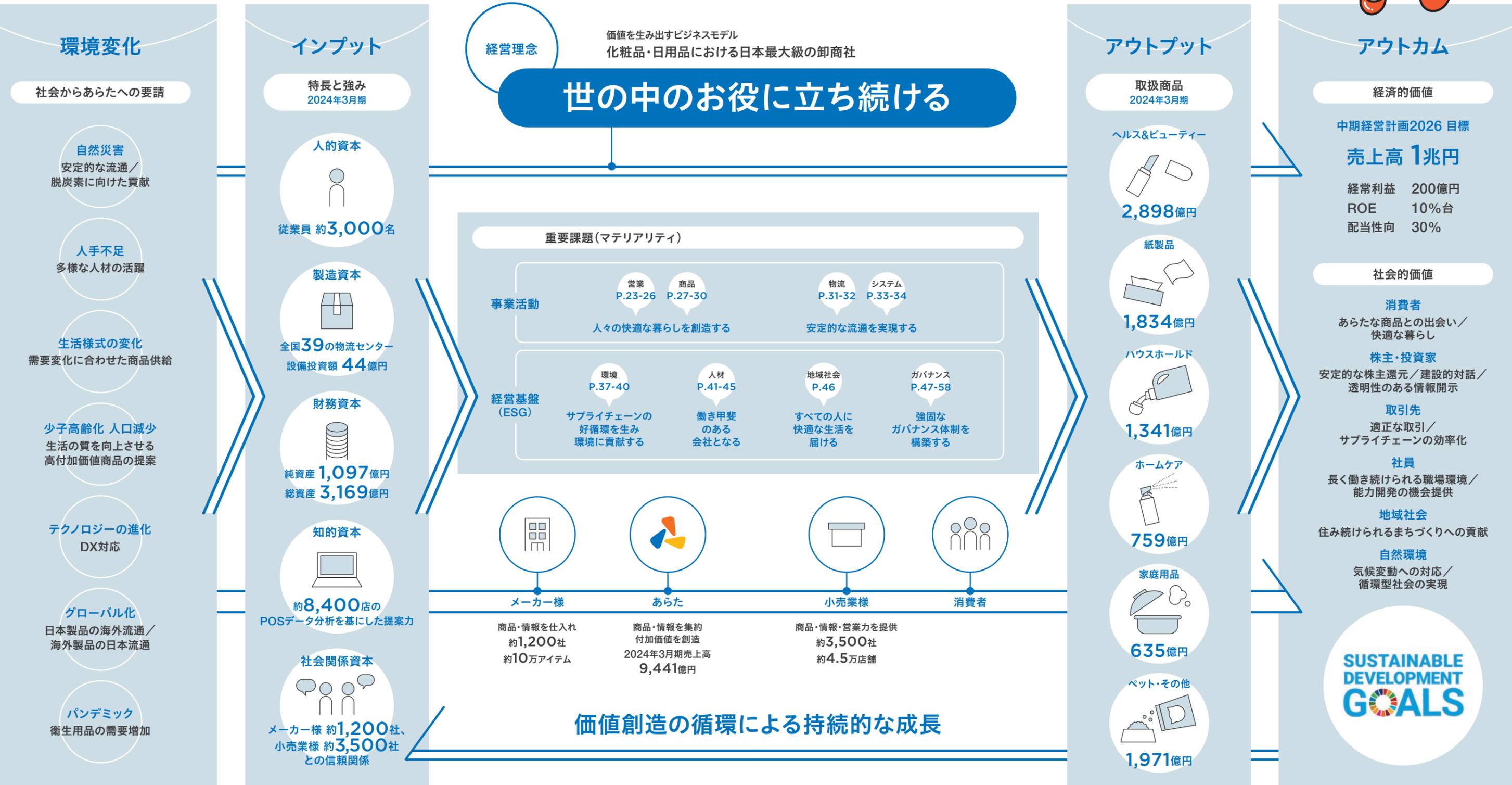
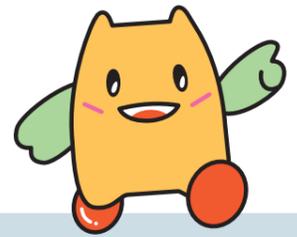
中期経営計画2026策定



中期経営計画2026策定

価値創造プロセス

当社は、重要課題(マテリアリティ)を通じて事業活動を展開し、
経済的・社会的価値の創造によりステークホルダーとともに発展することで、企業の持続的な成長につなげてまいります。



Message

成長事業・基盤・人材における 成長戦略を加速し、 2030のその先を見据えて さらなる企業価値向上を目指します。



須崎 裕明
代表取締役 社長執行役員

事業環境と業績動向について

売上高は9期連続過去最高を更新 経常利益も過去最高を達成

2024年3月期は新型コロナ5類移行に伴うコロナ関連商品の売上減や原材料費高騰に伴う値上げによる買い控えなどがあったものの、商品単価の向上、従来からの注力カテゴリーであるヘルス&ビューティーやペットカテゴリーの拡大、専売・優先流通品の拡大により9期連続の売上高最高更新となりました。

カテゴリー別売上高、業態別売上高ともに全カテゴリーおよび全業態で前期を上回っており、業績は好調に推移しています。

利益面では2024年問題の影響による運賃の上昇や将来を見据えた成長戦略の先行投資により販管費が増加したものの、庫内・業務生産性向上によって人件費率および販管費率を改善した結果、経常利益は過去最高を更新しました。

2024年3月期の振り返り

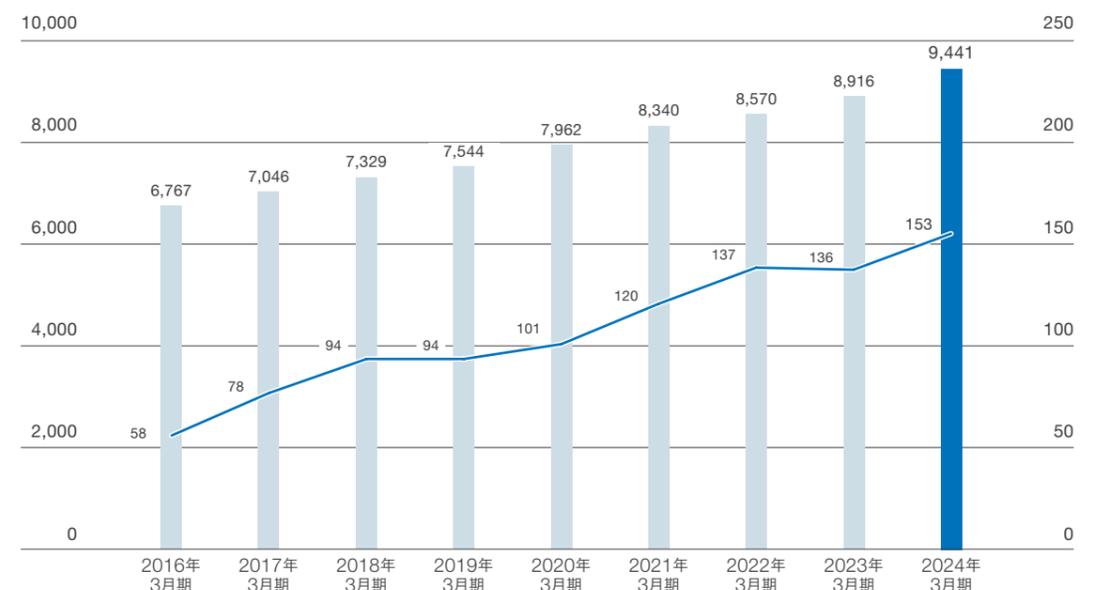
長期経営ビジョン2030実現に向けた 第2フェーズが堅調にスタート 積極的な先行投資も実施

業績が順調である最大の要因は、長期経営ビジョン2030を策定し、そのビジョンを全社員が共有できていることにあると考えています。2030年に向けた3つの中期経営計画でマイルストーンを組んだことにより、各中計で注力すべき課題を明確にして取り組むことができている。特に第1フェーズである前中計が、コロナ禍でありながら非常に良い状態で着地できたため、当社グループの実力に対して確かな手応えを感じることができました。これまでの中計では定量的な数字の部分が重視されてきましたが、これからは定性的な部分も重視していきたいと考えています。定量目標に対して「なぜ自分たちはここに向かっていくのか」という価値観の共有をしていくことで、社員の楽しさ、やりがい、働き方、生産性などにつながり、それが結果的に過去最高の売上高や利益に反映されていると感じています。

2024年3月期は新型コロナ5類移行により国内外の人流が

売上高・経常利益の推移(連結)

■ 売上高(億円・左軸) — 経常利益(億円・右軸)



活発になり、インバウンドについてはコロナ前を超える高まりを見せました。ただし、コロナ前の「爆買い」とは異なり、モノからコトへの消費へ移行が強まっています。また、物価上昇の影響で国内における個人消費はやや低迷しております。こうした市場環境に対して、待ちの姿勢ではなく攻めの姿勢で何かを仕掛けていく必要があると考えました。企業の成長というのは必ずしも右肩上がりの一直線にはなりません。だからこそ、右肩上がりの順調な時期こそ、さらなる成長のために投資をするチャンスだと考え、第4四半期には積極的な先行投資を実施しました。

まずはブランド育成への投資です。2023年6月に子会社(株)D-Neeコスメティックより販売開始した新コスメブランド「3650」のリキッドアイライナー2種が、コスメ批評誌「LDK the Beauty」2024年3月号の「赤みライナー部門」「抜け感ライナー部門」でそれぞれA評価を獲得いたしました。

また、インスタシェア拡大および新規取引先拡大への投資として、2024年3月に全社規模では初となる総合展示会「あらたCollection 2024」を東京都内で実施しました。国内外の主要メーカー様164社が出展し、新商品や注力商品を提案したのに加え、当社独自の商品や店頭管理機能、SNSを活用した情報発信などのサービスも提案しました。2日間の展示会は連日盛況を呈し、来場者数は約1,600名となりました。今まで開拓できていなかった有力な新規取引先様も獲得し、卸事業の基盤強化にもつながりました。

もう一つが、IT・DX推進への投資です。2023年4月に発足した「IT改革DX推進本部」ですが、外部コンサルタント活用により開発をさらに強化しました。各種IT中計施策を実装することにより、営業・物流・業務・商品・発注の各部門で生産性向

上およびコスト削減を実現しています。また、取引先様と連携した配送効率化の取り組みや庫内作業効率化・最新鋭マテハンの導入などにより、物流生産性向上を推進しております。

このように、長期経営ビジョン2030実現に向けた第2フェーズの1年目としては、順調な種まきができただけではないかと評価しています。

2025年3月期の見通し

中期経営計画2026 目標達成に手応え

2025年3月期は売上高9,690億円、営業利益163億円、経常利益166億円、親会社株主に帰属する当期純利益110億円を予想しています。2024年3月期の伸び率に比べると、伸びがやや物足りないように見えるかもしれませんが、本来であれば2030年目標として掲げていた売上高1兆円を前倒しで達成しようとしており、経常利益も200億円を目指すなど、かなり大きなチャレンジです。

2024年3月期にまい種のうち、すぐに花が咲くものもあれば、なかなか芽が出ないものもあります。世の中の変化も非常に激しいため、次々と新しい課題も出てきます。それらに向き合い、対処しながら事業を展開していくこととなりますが、数値目標の達成に関しては自信を持っておりますので、どうぞご期待ください。

成長戦略と基盤強化について

卸売業の専売・優先流通品の拡大と人的資本経営へのさらなる投資

成長戦略としては、事業の核である卸事業で安定した成長を継続しつつ、新しい領域へも事業を拡大していきます。卸事業においてはカテゴリー戦略を引き続き実施し、ヘルス&ビューティーやペットカテゴリーでのさらなるシェア獲得を目指します。ここ数年は専売・優先流通品を拡大することで当社グループの独自性を強化してきました。その結果、2024年3月期の売上高構成比は7%になりました。この勢いで2026年3月期には、専売・優先流通品の売上高構成比8%超を目指します。

海外においては、2024年1月に中国の広州に「新楽華(広州)国際貿易有限公司」を設立しました。中国政府との関係性が深いパートナー企業様との連携によりスピーディに展開が進んでおります。現在は円安により日本製品の有利性がありますが、今後は中国国内工場産の良質な製品が出てくると予想されます。当社グループとしては、2022年にタイで独自の製品開発に成功した事例があるので、中国でも独自の製品開発をするなど、卸事業以外の新しい事業領域にも果敢に挑戦していこうと考えています。

長期経営ビジョン2030では、「夢をかなえる。暮らしを変える。」というスローガンを掲げていますが、新しい事業領域への展開は、将来に向けた夢だと思えます。従来の卸事業だけでなく、新商品を開発する、新規プロジェクトを発足する、販売促進を計画するなど、新しい事業を増やしていくことが誰かの夢をかなえることにつながると思っています。人材という観点

配当方針

当社は、企業価値の継続的向上を図るとともに、株主の皆さまへの利益還元を経営の重要課題として位置付けており、安定した配当を継続的に実施することを基本方針として、業績、財務状況、今後の事業展開な

どを総合的に勘案し、配当を実施してまいりました。これまで同様に安定配当を考慮しながらも、配当性向を意識して引き続き株主の皆さまへ還元を図ってまいります。

1株当たり配当金の推移



2024年1月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っており、2024年3月期中間以前は分割後の数値に換算しております。

でも、従来の部署だけで採用・発掘するよりも、社員の視野や可能性が広がるはずで。

基盤強化については、将来を見据えた人的資本への投資として、人事制度改定による社員の給与水準の向上、社員のモチベーションアップに向けた業績連動型賞与の支給などを実施しました。なお、従業員持株会向け譲渡制限付株式インセンティブ制度を導入したところ、持株会加入者割合が35%から81%にまで向上しました。自分たちで上げた業績が株価に反映されて、それが自分たちの資産形成に連動するという意識を持つことで、会社との一体感が今まで以上に増していくと考えています。

そして、一番の課題は人手不足です。一つの対応策として、本社一括採用だけではなく、各地域での採用も強化し進めています。さらに、従来は総合職であっても転勤ができない人は管理職になれませんでした。エリア管理職を設けたことで昇格のチャンスがあります。また、管理職の業務負担など課題が見えておりますので、早急に手を打つ必要があると考えています。その他にも身だしなみ自由化、福利厚生充実、残業削減、ジョブローテーションによる組織活性化を図り、多様な働き方ができる制度の導入を進めています。このように、2030年のさらにその先を見据えた人事戦略により、強い組織を構築していきます。

サステナビリティへの取り組みについて

MSCI ESGレーティング「AA評価」「えるぼし」認定にて2つ星を取得

サステナビリティへの取り組みについては、特に環境への貢献とガバナンス体制の強化に注力しています。

環境への貢献として、事業活動におけるCO₂排出量の削減や、サプライチェーンの好循環を生む活動により地球環境の保全と経済活動の両立を図っております。2024年にはMSCI ESG

レーティングにおいて当社初となる「AA 評価」を獲得しました。当社として初めてCDPIによる気候変動質問書に回答しましたが、CDPスコアはC評価でした。今後は環境問題への取り組みをより一層強化し、スコアアップを目指します。

当社は返品削減にも注力しています。返品にともなう商品の撤去・返送という一連の作業は、小売業様、メーカー様、卸売業者の3社における手間とコストが生じる上に、商品の廃棄に伴う環境負荷もかかります。こうした返品を営業面では数量ベースで捉えていますが、環境面では重量(トン)ベースで捉え、適量へと削減していく努力をしています。ただし、売上や流通量が拡大すればするほど返品の数量や重量も増えていきますので、単純に増えたか減ったかを測定するのではなく、企業の成長に対してサステナビリティの観点から適量であるかを議論する必要があると考えています。

この考え方は返品削減だけでなく、その他のCO₂削減施策に対しても同様であり、この考えの下、当社のESG委員会では2030年および2050年に向けた計画的なストーリーを描いています。

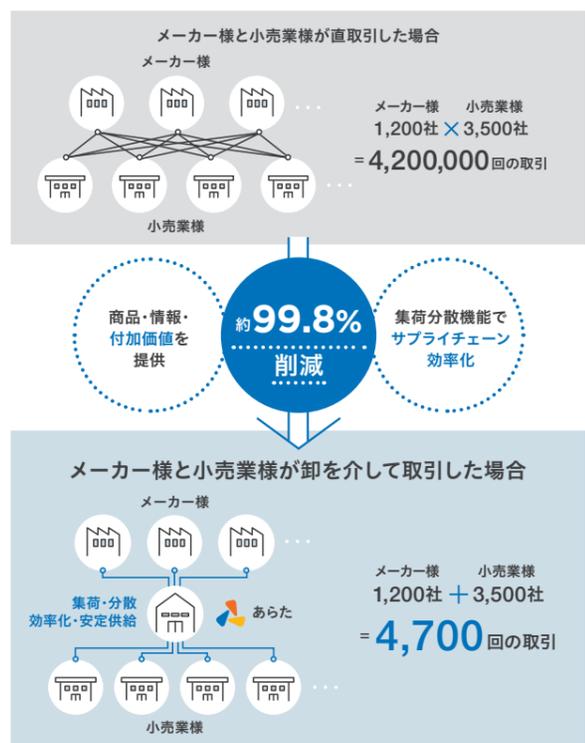
ガバナンスについては、監査等委員会設置会社として透明性の高い経営をしています。DEI(ダイバーシティ・エクイティ・インクルージョン)推進における重点項目として「女性活躍推進」を掲げ、2026年3月期までに女性管理職(課長級以上)比率を4.5%とする目標を設定し、新人事制度などを整備しています。女性管理職増加や、女性総合職の新卒採用比率の維持などを実施し、「継続就業」「多様なキャリアコース」等が評価され、2024年3月には「えるぼし」において、2段階目(2つ星)の認定を取得しました。今後は3段階目(3つ星)取得を目指し継続的な取り組みを推進します。さらには子会社のジャベル(株)と共同で「A&Jプロジェクト」を立ち上げ、

DEI推進における課題の解決に向けて、アンコンシャス・バイアス講習や女性特有の健康課題に対するセミナーを実施し、理解を進めています。その他にも子育てサポート企業としての「くるみん」や「健康経営優良法人」の認定なども積極的に目指していきます。

財務戦略について

3つの株式・株主施策により
2024年3月末時点でPBR1倍超を達成

財務戦略としては、売上拡大と収益性の改善による営業キャッシュ・フローの拡大、資産回転の改善によるキャッシュ・インの増加、政策保有株式の縮減を推進しています。キャッシュ・アロケーションにおいては事業成長・基盤構築への積極的な投資を行うとともに、機動的な株主価値を創造するため、3つの株式・株主施策を実施いたしました。1つ目が、自己株式取得です。2024年11月7日までに総額で上限30億円または1,200,000株の自己株式を取得します。2つ目が、株式分割です。2024年1月1日を効力発生日とし、株式1株につき2株の割合で分割を実施しました。3つ目が、配当修正です。2024年3月期において業績予想修正に伴う増配を実施し、9期連続の増配となりました。こうした改善のきっかけとなったのは東京証券取引所による「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応」の要請です。上記の施策により、時価総額や株主数が増加し、2024年3月末時点でPBRも1.01倍を達成しました。今後もPBR1倍超を意識し、成長投資の推進も含め、継続的に株主価値創造施策に取り組んでまいります。



株主還元については、安定配当を考慮しながら配当性向のさらなる向上を図り、2024年3月期は連結配当性向30.5%となり、中期経営計画2026目標の30%を達成しました。2025年3月期に連結配当性向31.6%を目指します。

あらたが果たすべき使命と存在意義

多岐にわたる社会貢献を継続的にできる会社となる

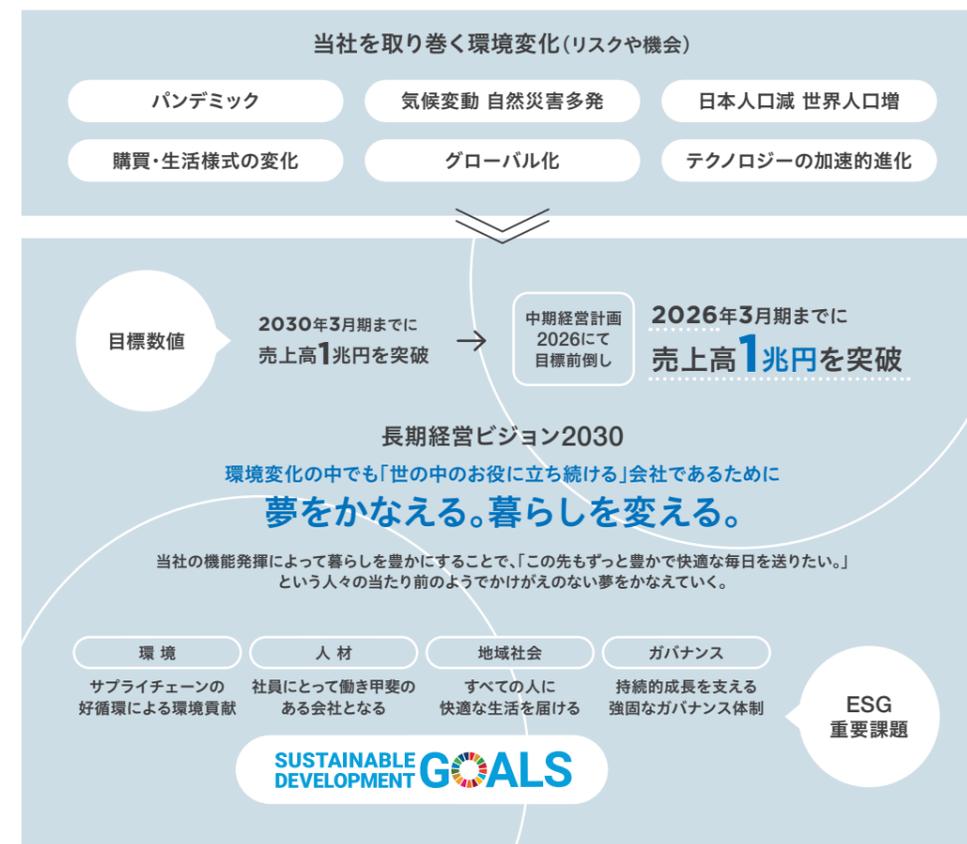
当社の主力事業は卸売業です。日本には海外と違ってたくさんのメーカー様や小売業様がありますので、流通業の発展にとって卸売業の存在は非常に大きいといえます。日用品が全国の店頭へ欠品なく配荷され、新商品が瞬時に店頭へ並ぶというのは海外にはない機能であり、それを支えているのが卸売業による集荷分散機能です。また、卸売業は流通コスト削減機能も担い、さらに環境負荷低減などにも貢献しています。そして、日本は災害の多い国ですから、数多くの生活必需品を扱い全国に拠点を持っている当社は、非常時に物資をお届けするという重要な使命も担っています。2024年1月1日に起きた能登半島地震の際には、社員の安全を第一としながらも当社の社会的使命に向けた早期事業活動復帰を目指し社員一丸となって迅速な対応を実施し、翌日午後には復旧出荷を開始いたしました。

我々は「世の中のお役に立ち続ける」という経営理念をベースとして活動していますが、「世の中」というワードの中には、株主・投資家様、小売業様、メーカー様、取引先様、消費者、そして社員など様々なステークホルダーが含まれます。こうした方々に貢献するためにも、「強く・正しく・楽しい会社」という企業文化をますます進化させていきますので、あらたの未来にどうぞご期待ください。



持続的な成長に向けて

社会環境が大きく変動する中、経営基軸を明確にして全社員が一体となって活動できるように、長期的視点に立ち、10年後の進むべき方向を示した「長期経営ビジョン2030」を策定いたしました。今後は長期経営ビジョン実現に向けて中期経営計画としてマイルストーンを置き、さらなる成長を目指して活動してまいります。



5つの重要項目

長期経営ビジョン2030達成に向けた、社内における具体的な戦略や数値目標等を5つの重要項目として設定し、あらたグループ全体で共有。全社一丸となり活動を推進しています。

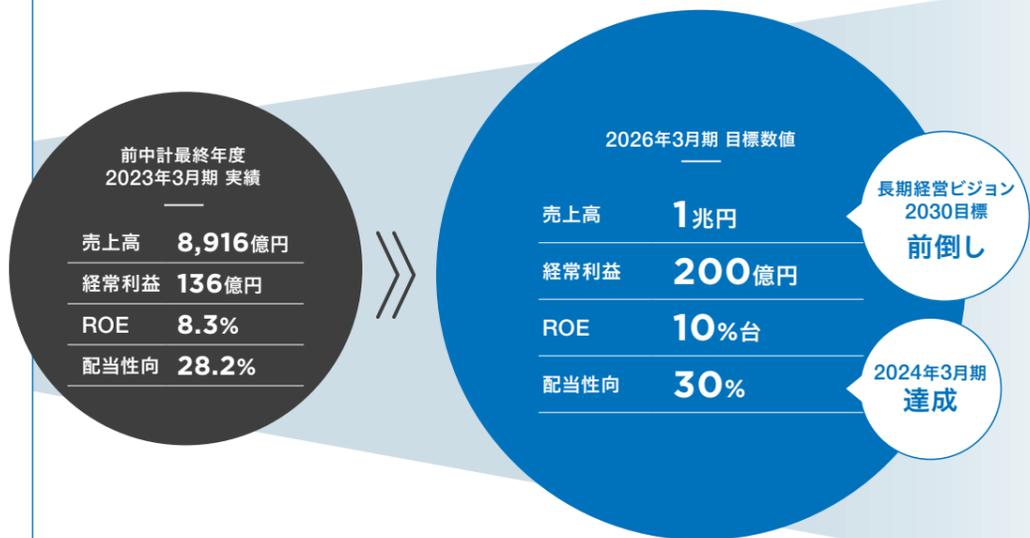
01 国内事業	02 海外事業	03 新規事業	04 経営基盤	05 サステナビリティ
変化する需要への即応	中国・ASEAN地域での製造・販売の基盤確立	中間流通の強みを活かした新たな領域への挑戦	成長を促進する基盤への進化	持続可能な社会の実現に向けたESG
国内卸	海外事業	無形資産	資本戦略	ESG
物流受託	商品		システム・DX	
店頭管理	EC・B2C		ロジスティクス	

中期経営計画2026

「長期経営ビジョン2030」に向けた第2フェーズとして、2026年3月期を最終年度とした「中期経営計画2026」を策定いたしました。前中計で仕掛けてきた施策を大きく実現する3年、そしてさらなる成長に向けた新しい仕掛けを行う3年とし、成長を加速させてまいります。

中計2026テーマ 「成長の加速」

「成長事業」・「基盤」・「人材」における成長戦略を加速し、長期経営ビジョン2030の売上目標を早期達成。2030のその先を見据えた企業成長で存在感を発揮し、PBR1倍超も視野に、さらなる企業価値向上へ。



中計2026における経営環境と重要課題

社会環境の変化	経営環境の変化	重要課題	中計2026戦略「成長の加速」
少子高齢化・人口減少	人手不足	成長性	成長戦略 - 卸事業のさらなる成長 - 商品調達・企画・開発機能強化
気候変動	カーボンニュートラル	安定性	
資源の高騰	燃料、商品価格高騰	サステナビリティ	
パンデミック	生活様式の変化	株主価値	基盤強化 - 生産性向上に向けた物流改革・IT改革・DX推進 - 人的資本経営への変革
テクノロジーの進化	企業間競争激化	情報発信	
グローバル化	イン・アウトバウンド需要復調	低PBR	サステナビリティ - 環境貢献 - ガバナンス体制強化

PBR1倍超を意識した成長投資と株主価値創造施策でさらなる企業価値向上へ

中期経営計画 進捗

2024年3月期は、中期経営計画2026の初年度として成長拡大に向けた様々な施策を実施した1年となりました。2026年3月期に掲げた各種目標達成に向けて業績は順調に推移しており、2024年3月末時点でPBR1倍、配当性向30%を達成いたしました。

業績予想

(単位: 億円)

	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	2025年3月期 予想	2026年3月期 予想
売上高	8,916	105.9% → 9,441	102.6% → 9,690	103.2% → 10,000
営業利益	128	113.2% → 145	112.3% → 163	-
経常利益	136	112.1% → 153	108.2% → 166	120.5% → 200
親会社株主に帰属する当期純利益	82	125.5% → 103	106.6% → 110	-

中計2026達成に向けて成長を加速

中期経営計画2026の戦略と2024年3月期実施施策

中計2026戦略	2024年3月期 実施施策
成長戦略 - ヘルス&ビューティー・ペットカテゴリーの拡大 - 専売・優先流通品の拡大で独自性を強化	→ 展示会『あらたCollection2024』を開催 P.35 → 新コスメブランド『3650』を立ち上げる P.28
基盤強化 - IT中計施策の実践による業務効率化と物流生産性の向上 - 人的資本経営への変革	→ 各種IT中計施策の実装 P.19-22 → 物流生産性の向上 P.31-32 → 従業員持株会向け譲渡制限付株式インセンティブ制度の導入 P.18 → 新人事制度の運用開始 P.18
サステナビリティ - サプライチェーンの中核として取引先様と協働しCO ₂ 削減 - ガバナンス体制強化	→ CDP初回答:C評価 P.39 → えるぼし『2つ星』取得 P.42 → ESG関連方針策定 P.37-45
財務戦略 - 売上拡大と収益性改善、資産回転の改善によるキャッシュ・インの増加 - 事業成長・基盤構築への積極的な投資機動的な株主創造施策の実施	→ 3つの株式・株主施策を実施 P.15 ① 自己株式取得: 上限30億円or1,200,000株の自己株式取得 ② 株式分割: 株式1株につき2株の割合で分割 ③ 配当修正(増配): 配当性向30%の指針に伴い増配

PBR1倍超を意識した成長投資と株主価値創造施策でさらなる企業価値向上へ

2024年3月末時点 PBR1.01倍達成

財務戦略

時価総額向上を目指した
将来性ある成長戦略と実績 / 株式・株主施策が必要

以下の株式・株主施策の実施を決定



- ① 自己株式取得
上限30億円 or
1,200,000株の自己株式取得
- ② 株式分割
株式1株につき2株の割合で分割
- ③ 配当修正(増配)
配当性向30%の指針に伴い増配

① 自己株式取得

取得理由
株主還元と資本効率向上、
経営環境に応じて機動的な資本政策遂行のため

取得株式総数
上限1,200,000株(発行済株式数(自己株式除く)の3.4%)

取得株式総額
上限30億円

取得期間
2023年11月8日～2024年11月7日
2024年1月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っており、
取得株式総数は分割後の数値に換算しております。

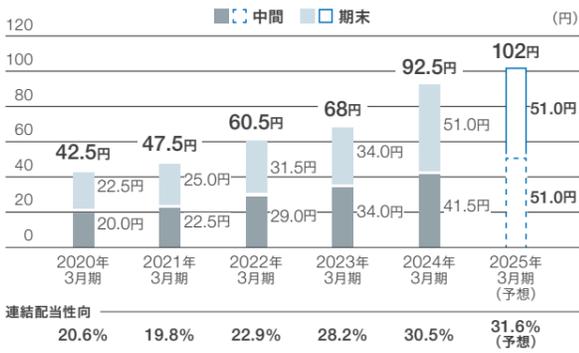
③ 配当修正(増配)

配当性向30%の指針に伴い増配

(円 銭)	2024年3月期 年間配当金		
	第2四半期末	期末	合計
当初予想(2023年5月11日に発表)	41.50	41.50	83.00
配当性向30%の指針に伴い増配	41.50	51.00	92.50
前期実績(2023年3月期)	34.00	34.00	68.00
前期との差額	+7.50	+17.00	+24.50

9期連続増配 中期経営計画2026目標であった配当性向30%を達成

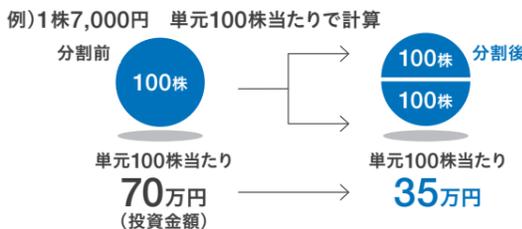
1株当たり配当金の推移



2024年1月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っており、2024年3月期中間以前は分割後の数値に換算しております。

② 株式分割

株式1株につき2株の割合で分割
投資家の皆さまがより投資しやすい環境を整え、投資家層の
拡大および当社株式の流動性の向上を図るため2024年1月
1日を効力発生日とする株式分割を行いました。



2024年3月末株価3,300円で試算
1単元株(100株)を保有する場合

投資額 330,000円

1株当たり配当金92.5円(配当利回り2.80%)

株主優待QUOカード
年2回100株以上保有の方へ
1,000円相当のQUOカードを贈呈

株主優待: 当社オリジナルQUOカード

株価推移(2022年9月末~2024年3月末)



2024年1月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っており、2024年3月期中間以前は分割後の数値に換算しております。

中期経営計画2026 — 事業成長・基盤構築への投資を軸に株主還元のさらなる充実をはかる

2026年3月期を最終年度とする中期経営計画2026は以下の様に推進しています。

キャッシュ・イン

- 売上拡大と収益性改善による
営業CF拡大
400億円水準
- 資産回転の改善
資産サイクル2日間水準
約50億円
- 政策保有株式の縮減
純資産の10%未満
- 柔軟性のある外部からの
資金調達

キャッシュ・アロケーション

事業成長・基盤構築への投資

150億円水準

- DX推進、IT改革への投資
- 人事制度浸透を進める組織改革、人材育成
- 国内事業の成長を支える物流基盤への投資

株主価値創造施策への投資

2024年3月期

配当性向 **30%** 達成

- 市場動向により資本構成の最適化・流動性向上を目指した株主施策

※ 資産サイクル: 売掛金・在庫・買掛金の回転日数

責任者コメント

社会インフラとしての責任を果たしつつ
ステークホルダーの期待を超える企業活動を通じて持続的な成長を目指す

積極的な投資

あらたグループは事業を通じ消費者の生活に貢献しています。つねに高いレベルの付加価値を提供し続けることが、ステークホルダーの皆さまの幸福に、そして社会全体の成長につながるものと確信しています。投資にあたっては『健全かつ積極的なリスクテイク』を判断目線に据え、人的投資・システム投資・物流投資を果敢に実行し、長期的な企業価値の向上、ステークホルダーへの利益還元極大化につなげてまいります。

最適資本構成の実現

成長投資を確実に、そして有利な条件で実現するためには、健全かつ安定した財務基盤が

不可欠です。これまでに蓄積してきた調達ノウハウをさらに進化させ、多様化する投資、その時々の財務内容・市場環境にマッチした、株主資本・負債バランスを追求してまいります。あわせて、不動産・有価証券などの資産有効活用・CCC(キャッシュコンバージョンサイクル)の改善を、投資効率・健全性の補完につなげてまいります。

これまで『ROEの最大化』を最も重要な価値と定め、『営業CFの極大化』『積極的な投資活動』そして『健全な財務基盤』をドライバーとして企業価値を高めてまいりました。これからも、長期的な視点からバランスのとれた施策を展開してまいります。



根橋 央
上席執行役員 業務本部長
兼 IT改革DX推進本部副本部長

人材戦略

企業価値のさらなる向上に向けた人的資本経営の変革

当社の社訓に「働くは人の道」という言葉があります。この言葉自体は普遍的なものであると考えますが、解釈は時代とともに変化していくでしょう。当社は、社員を同じ目的に繋がるパートナーとして多様性を尊重し、一人ひとりがその能力を最大限に発揮できる職場環境を整え、働き続けられる会社を目指してきました。さらに今後は、社員一人ひとりが意欲ややりがいを持ち、楽しく、当社で働き続けたいとなる、そういった風土の醸成も必要であり、それらの実現により、目まぐるしく変化する社会情勢に対応し、当社の成長をさらに加速させることが可能になると確信します。

この実現のキーとなるのは人的資本経営の考えに基づいた変革、すなわち人材戦略となります。

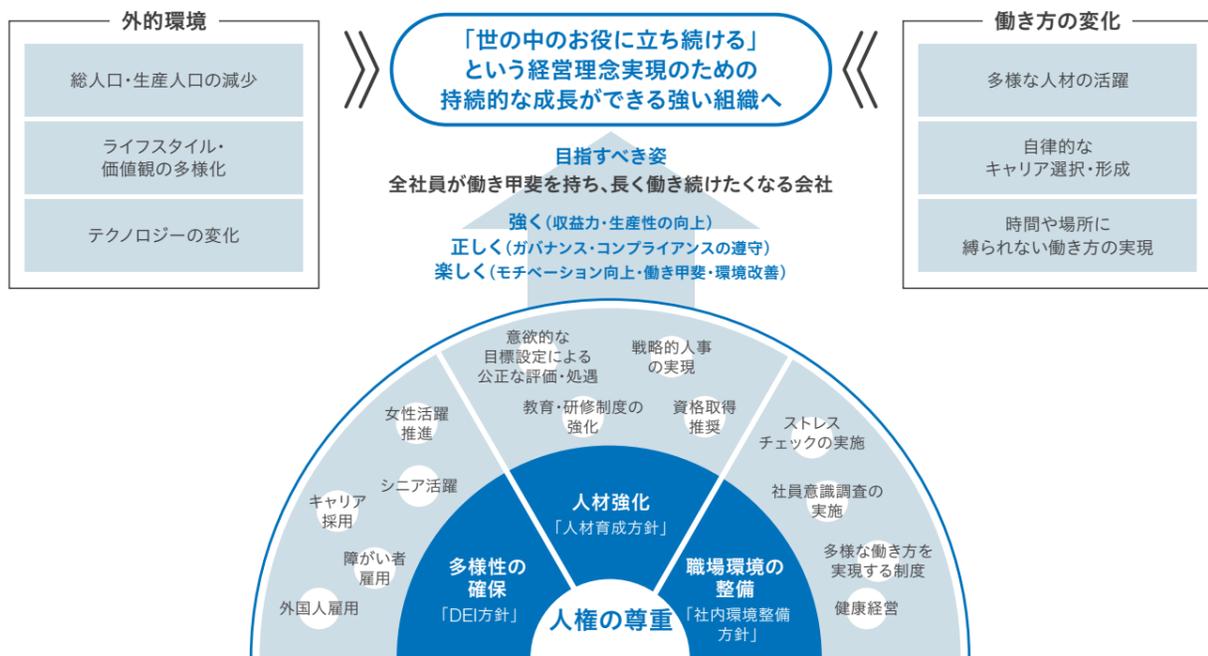
長期経営ビジョン2030「夢をかなえる。暮らしを変える。」に向けた中計2026の第1フェーズとして、新人事制度をスタートさせました。次の変革フェーズとしてこれまでの施策を継続しつつ、ジョブローテーションによる組織の活性化を図り、社員教育への投資を強化してまいります。

当社はこれからも、人材の価値を最大限に高める戦略を積極的に推進し、企業価値のさらなる向上を進めてまいります。



河野 博之
人事本部長 兼 人事部長

人材に対する基本的な考え方



成長のポイント

多様な働き方の確立	キャリアパス・成長機会の充実
縦横両面での組織一体感醸成	社員の生産性 エンゲージメント向上

選ばれる企業としての競争力強化

2024年3月期取り組み

新人事制度の運用開始

2023年4月より人事制度を改定しました。この改定は人的資本経営への変革の第1フェーズと位置づけ、投資面ではまず全社員が実感できる給与・賞与を中心に実施、制度面でも新設・拡充を行いました。

人事戦略スローガン

未来の人と組織づくり
～2030年に向けて強い組織を作る～

新人事制度全体で
年間約10億円の投資(2024年3月期)

企業平均賃上げ率
3.60%
※2023年「民間主要企業春季賃上げ要求・妥結状況」より

当社賃上げ率
平均8%
※定期昇給含む

新人事制度 主な新設・拡充内容

職種区分として「エリア管理職」を新設
→ 地域限定職のまま管理職昇格の選択肢を増やす

シニア活躍に向けた制度改定
→ 長く活躍できる環境を整備し、豊富な知見を企業の成長につなげる

ジョブリターン制度の改定(正社員登用が可能に)
→ 当社で培った知見やスキルを活かし再び活躍する場を提供

昇格要件の改定
→ 年齢に捉われず、実力に応じて早期に昇格可能に

職種転換回数の改定
→ キャリアパス・ライフイベント双方に考慮できるよう、回数制限を緩和

人事評価制度の改定
→ 個人目標達成度・行動指標評価を明確化、メリハリのある公正な評価へ

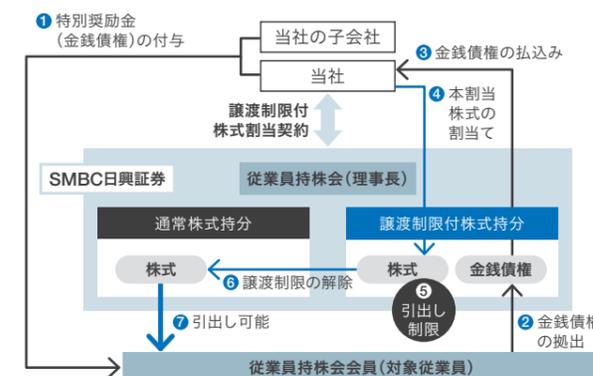
従業員持株会向け譲渡制限付株式インセンティブ制度(持株会RS)導入

従業員への福利厚生増進、財産形成の一助とすることに加え、当社株式を所有することにより経営参画意識を高め、株主と一層の価値共有を進めることを目的とし、導入しました。本制度導入にあたり改めて従業員持株会の加入促進を図り、グループ全従業員の81%の加入につながりました。

2024年6月RS付与実績

従業員加入率	付与総額	付与株数
81%	221,513,400円	68,580株

従業員持株会向け譲渡制限付株式インセンティブ制度の仕組み



社員意識調査結果から見える効果

2023年4月から新人事制度の運用を開始し、1年弱が経過した2024年2月に社員意識調査を実施。関連する項目のスコア上昇が見られました。社員エンゲージメントの向上に

一定の効果があったと考えられます。意識調査の回答率は97.1%と高い水準を維持しています。

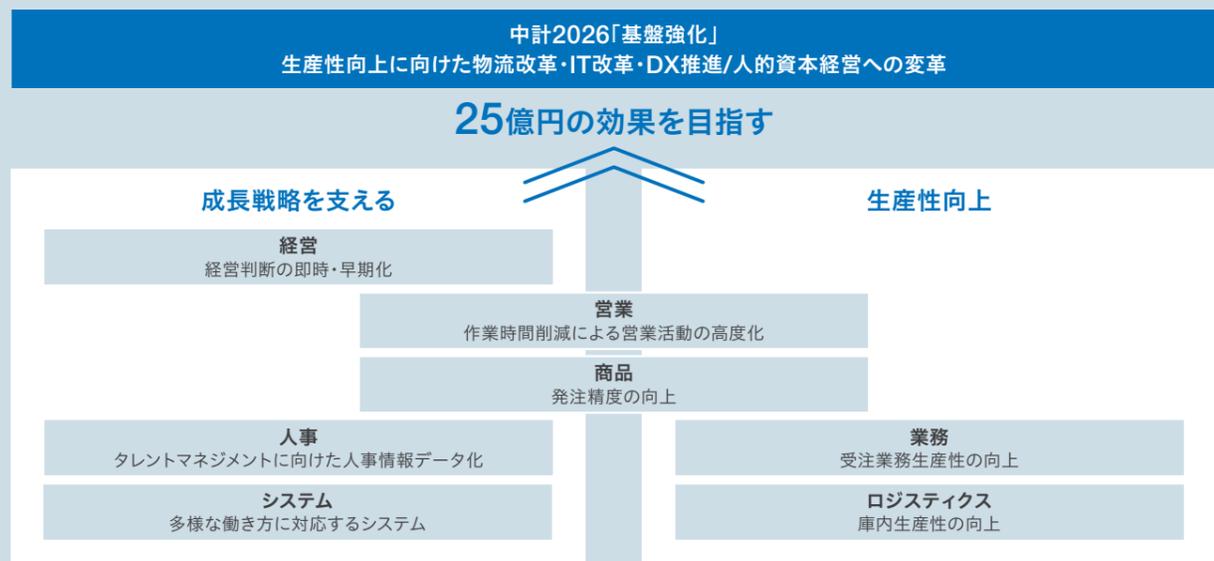
2024年2月調査	給与水準	評価の明確性	ワークライフバランス	休暇取得	社員満足度	継続勤務意識	KPI 継続勤務意識 2026年目標 4.0
点数(5段階評価)	3.2	3.2	3.4	4.0	3.6	3.7	
前年比	+0.20	+0.14	+0.17	+0.14	+0.11	+0.11	

特集

あらかの成長を支える「IT中計」



長期経営ビジョン2030の実現を支えるための情報システムの構築を目的に、ビジョン策定時の2020年頃から「IT中計」としてシステム改革を進めています。分野ごとに7つの分科会を立ち上げ、各事業本部とシステム本部が連携しながらシステム改革に取り組み、中期経営計画の各種戦略に沿った様々な分野でのIT化やDXを推進しております。



経営 経営判断の即時・早期化

課題

- 経営判断に必要なデータ収集・分析に時間がかかっている

IT中計での取組項目

- 経営指標ダッシュボード化による経営状況の把握早期化
- 様々な切り口による実績管理および分析

↓

各種実績が自動連携されて全社統一基準での経営指標が提供可能となり、リアルタイムでの状況把握・予測・原因追究が可能になる

分科会参加社員コメント

我々の仕事の一つとして経営判断をサポートするための分析業務があります。環境変化が激しい中で様々な切り口で経営指標の分析を行うには、多くの情報を収集する必要がありますが、この作業には多くの時間を要します。データ収集の手間を削減し、分析に時間をかけるために、BIツールを使って日次ベースでの管理帳票を作成しました。これにより、実績データや分析結果を報告してもらう文化から、自ら取得しに行く文化へと変化させ、全社統一での経営指標管理を

可能とし、必要なときに必要なデータがすぐに得られる仕組みを整えました。そこからもう1段ステップアップして、さらに様々な切り口での実績管理・分析を可能とする仕組みを構築するために議論を重ね、経営指標ダッシュボード化による経営状況把握の早期化を図りました。今後の課題は、統一された分析結果から見えるものが何かをしっかりと理解・浸透させることです。構築した仕組みを順次実装しながら、意識改革や業務改革を進め、成果に結びつけてまいります。

営業 作業時間削減による営業活動の高度化

課題

- 営業担当者による帳票チェックや資料作成の負担増
- スキルが必要な複数システムからの情報収集および分析
- 日々の営業活動で行う業務の煩雑さ

IT中計での取組項目

- 日々の業務における帳票チェックや資料作成のツール化
- 情報収集・分析および諸業務のシステム化による作業の簡略化
- BIツール活用によるスキルに依存しない高度な提案資料作成

↓

資料フォーマットの標準化・情報共有化・工数削減等により作業時間を削減し、営業提案活動の強化につながる

分科会参加社員コメント

IT中計営業分科会では、効率化・正確性向上・ペーパーレス化等に対する改善点を営業の立場から積極的に伝え、改善に向けて議論してきました。この議論の中で多数の改善項目が抽出され、効果が見込まれるものから優先的に対応を進めています。また、内容だけでなく使用する立場から使いやすい画面レイアウトについてシステム本部と何度も意見交換を行い、さらに踏み込んだ改革ができたと感じています。このようにして開発を進めたシステムの稼働後にアンケートを実施しましたが、日々の業務の効率化・簡略化により「時間

外労働が削減された」という回答が29%、「営業活動に充てる時間が増えた」という回答が59%となり、多くの営業社員が効果を実感しているようです。また、IT中計の担当者として周りの営業社員から感謝の言葉をかけてもらえることもありました。今後の課題は構築した新システムをより浸透させて、使用頻度を向上させていくことです。また、当社の出荷データや市場分析をさらに強化することで、営業社員全員が得意先様へ向けてより高いレベルの提案ができる仕組みの構築を目指してまいります。

商品 発注精度の向上

課題

- 経験やスキルに頼った発注作業による非標準化
- 全体最適を考慮した発注が難しい

IT中計での取組項目

- 経験やスキルに加えてAIを活用した発注の効率化
- 発注に必要な商品情報入力と情報共有の効率化

↓

業務負荷軽減のみならず欠品削減、在庫最適化、発注数最適化による庫内作業削減と物流インセンティブ獲得につながる

目標 2023年3月期比 発注関連業務 **20%削減**

分科会参加社員コメント

現在、AIを活用した自動発注による業務効率化に取り組んでいます。利用頻度や精度も年々向上しており、今後は発注業務の軸になることを期待しています。現状は、従来の実績やロジックに沿った形での自動発注を行っていますが、今後はAIの活用による需要予測等を効果的に取り入れることで、より精度の高い発注を実現してまいります。一方で、現時点で自動化できていない部分については、改めて

課題の抽出とその対応方法について分科会で積極的に議論を進めていきます。発注業務の負荷軽減に加えて、発注精度の向上により在庫適正化と欠品削減を図り、生産性の向上につながることを期待しています。それだけではなく、全体最適を考慮したサプライチェーン全体の効率化につながる仕組みへと進化することを目指して、発注の自動化を推進してまいります。

特集 あらかの成長を支える「IT中計」

人事 タレントマネジメントに向けた人事情報データ化

課題

- 各人事データが個別管理されている
- データ連携時に手作業によるミスが発生する可能性がある

➤

IT中計での取組項目

- 人事給与システムの刷新
- 人事基本情報データベース構築、内容整備
- 人事評価システムの構築

↓

情報正確性の向上に加え、各人事データの連携が可能となり、中・長期的な人材育成資料としての活用が期待される

分科会参加社員コメント

人事給与システム刷新と運用見直しをシステム本部の協力を仰ぎながら進めていきました。システム本部側の意見を取り入れることで他システムとの連携が実現し、さらなる活用につながる環境整備ができたことと実感しています。各社員が入力する人事基本情報ではExcelからWeb入力に切り替えたことでUIが改善され、社員側にもメリットがうまれました。人事評価もシステム本部の協力によりこれまでのExcelからクラウドに切替え完了し、

今期より本稼働しています。各取組項目は毎月開催の人事システム定例会、並びに随時開催した項目ごとのタスクミーティングで情報・課題・対策を齟齬が発生しないよう検討・共有してきたことで問題無く進められており、取り組みで得られたものは、人事部門でこれから推進していくタレントマネジメントの重要な要素となることも確信しています。

業務 受注業務生産性の向上

IT中計での取組項目

- EOS受注関連業務の効率化
- 受注エントリー業務の効率化

↓

業務負荷の軽減、受注作業の効率化へ

受注に関する年間約130万件のデータ入力

システム稼働前

システム稼働後

TEL FAX Excel

様々な受注形式によるデータ入力
業務負担が大きい

TEL FAX Excel

一括取込用 CSVデータ
煩雑な業務を自動化し
業務効率化へ

ロジスティクス 庫内生産性の向上

IT中計での取組項目

- 物量予測と庫内作業人員コントロールによる生産性マネジメント向上
- 配送費管理システムの導入による積載率向上
- メーカー様ASN活用による庫内作業効率化 P.32

↓

適正な人員配置の実現、庫内作業簡素化、データ管理システムを活用した分析によるコスト削減・物流生産性の向上へ

システム 多様な働き方に対応するシステム

IT中計での取組項目

- Google Workspaceを活用したコミュニケーション環境の再構築、改善
- ネットワーク環境等の社内ITインフラ強化
- 文書管理システムを活用したドキュメント管理効率化

↓

ペーパーレス化の促進、システム連携によるワンインプット化で、いつでもどこでも一元管理された情報が提供可能になる

Google Workspaceの便利機能を
紹介ツール利用の効果最大化を図る

あらかの成長戦略を支えるシステム基盤の構築

IT中計 取組開始の経緯

IT中計は10年後のあらかの「ありたい姿」と直近の中期経営計画を支えるITの姿を経営層や現場のビジョン、抱えている課題を踏まえて実現イメージを描くところからスタートしました。

事前に各支社を訪問して課題のヒアリングを実施し、大小あわせて約280項目の課題から優先的に対応すべきIT施策の30項目を選定しております。その項目について業務領域ごとに分科会を立上げ、重要度・スピード感・コスト・効果を鑑みながら、具体的な施策を検討・実施しています。

これまでの、物流・営業・商品・業務などのいわゆる基幹システムと呼ばれる領域を中心に施策を打ってきましたが、今回は他の業務領域へも拡大し、特に人事・経営戦略といった部分へもIT活用を進めております。

進め方・効果測定等

IT施策の中には生産性向上を目的とした定量効果獲得を目指すものに加えて、社員の満足度向上やコミュニケーションの円滑化等、定性的な効果獲得を目指すものもあります。このような施策は実際に現場の方々にアンケートをとり、その集計結果からも効果を測定しております。

たとえば営業のメンバーはたくさんの業務が輻輳しその施策も多岐に渡っています。この施策効果がどのくらいであるかが単純には測れません。このような効果測定として、営業社員に対してアンケートを実施しました。その結果から、得意先様との商談時間や店頭フォロー時間を創出することができているといった声をいただいています。

また、メーカー様のご協力のもと、入荷予定データ(ASN)を事前に送信いただき、荷受業務の効率化を進めておりますが、我々の荷受業務効率化によりメーカー様配送ドライバーの待機時間短縮も実現し、効果創出を共有できています。

施策の中にはAIを活用しているものもありますが、現段階

宮崎 慎治
執行役員 システム本部長



では完全にAIに任せるのではなく、我々のロジックから出た答えとAIが導きだした答えを常に比較しながら業務に取り入れています。

Google Workspaceの導入

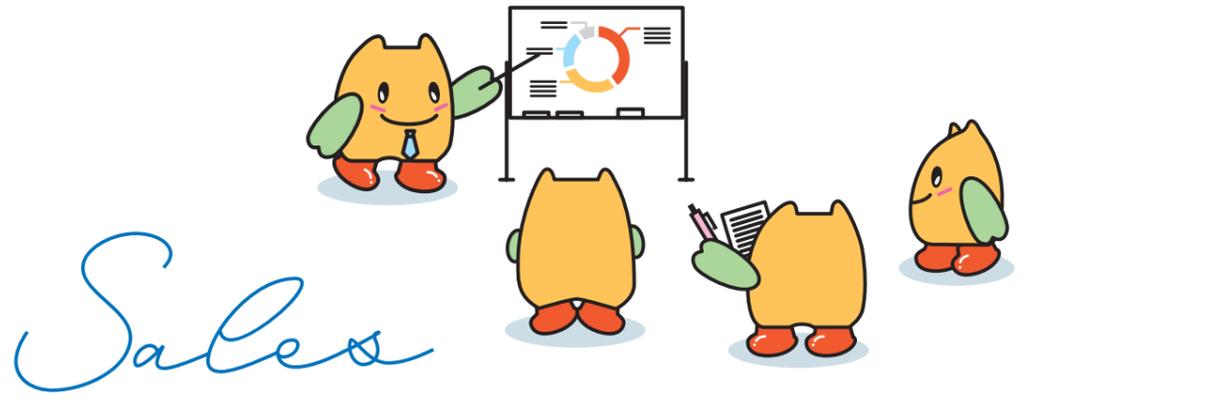
これまであらかオリジナルのポータルサイトやメールシステムを十数年にわたり利用していましたが、IT改革DX推進本部とシステム本部の協業のもと、各機能本部の皆さんにもデモ等に参加いただき、システム刷新を行いました。現状の不満解決や今後の機能拡大、新入社員やキャリア入社の方が違和感なく使えること、世の中のデファクトスタンダード等も踏まえてGoogle Workspaceを導入しました。

情報共有のスピード化・リアルタイムでの共同作業等、これまでの紙やファイルでの個別作業からチームでの協働作業へ変化し、チャットでは社長とすくなくやりとりができます。

今後の課題・目標について

このIT中計は検討を始めてから時間が経っていますので、すでに新たな施策が必要となっている項目もあります。さらにDXという観点も踏まえ、ITだけではなく業務自体の変革を目指して進めていくことが課題です。

この先の10年・20年を見据えて、新たなDXプロジェクトやシステム刷新も予定しております。未来に向けてITやAIを活用した業務の置き換えと変革を推進することで、全社員が個々の能力を最大限に発揮できる環境を整えて社員の働き甲斐を向上させ、それが取引先様や社会への貢献に繋がり、当社の業績拡大につながるような、強く・正しく・楽しい会社を目指してまいります。

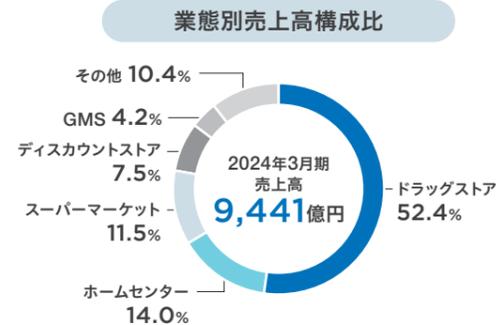


Sales

営業 全国約3,500社(4.5万店舗)の小売業様との
お取引によりすべての人の暮らしに寄り添う

当社のコア事業である国内における卸売業を支える営業機能は、全国チェーンの小売業様の対応を行う「広域量販部」と、地域に根差した小売業様に对应する全国7社の「営業統括部」に所属する合計約1,000名のセールスと、小売業様への提案に欠かせない市場や商品情報の集積およびデータ分析の専門部隊である「営業管理部」が担っています。

当社は、約3,500社の様々な業態の小売業様と幅広いお取引があります。トレンドや小売業様のニーズを捉え、即座に店頭に反映する「実現力のある人材」と、「定性・定量情報に基づく確かな提案力」が、小売業様の特色に合わせた対応を可能にしています。



営業部門の強み

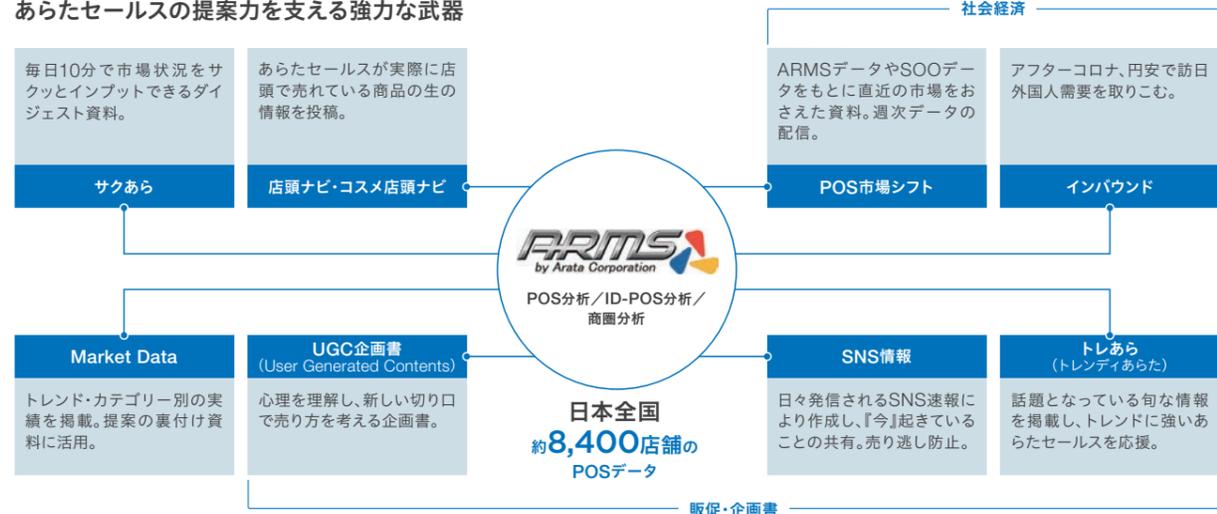
実現力のある人材

全国約1,000名のセールスがそれぞれ小売業様を担当し、メーカー様との商談や情報に基づく小売業様への売場提案、分析ツールによる効果検証、分析結果をもとに次の提案につなげるといったPDCAを回し「売れる売場」を実現しています。

定性・定量情報に基づく確かな提案力

カテゴリ・業態・ブランド別のPOS分析、ID-POS性年代別分析までカバーする当社独自の分析ツール「ARMS」による定量情報と、店頭ナビを始めとする定性情報を多面的に活用することで、各小売業様の特性に合った提案を可能にしています。

あなたのセールスの提案力を支える強力な武器



営業部門の取り組み

急拡大するEコマース市場にあらた独自の機能で応える

2022年4月よりEC事業部を営業本部直下に変更しました。卸として蓄積している川上から川下までの豊富な情報を活かし、Eコマース企業様の特性に合わせた商品提案・販促提案を行っています。

今後も、EC事業はますます多角化・伸長していくと考えられますが、売上増大に伴い物流における課題も大きくなることが予測され、様々なビジネスチャンスが考えられる市場です。

長期経営ビジョン2030においては、「to C」のビジネスについても研究、検討していく方針としています。

季節品の定番化による返品削減

近年の長引く猛暑や暖冬の影響もあり、日焼け止めや虫ケア用品など季節品の需要が年々長期化しています。

そのような環境変化の中、消費者の需要に応える売場づくりとして季節品の定番化を小売業様へご提案しています。小売業様にとっては返品作業の軽減になり、輸送の削減、廃棄物削減にもつながる取り組みです。サプライチェーン全体の効率化に向け、その中核である卸として新しい定番のあり方を広げ、製・配・販の協働を実現することで、返品を削減してまいります。

店頭情報・SNS

情報、口コミなど、様々な情報が錯綜する中、信頼のおけるARMSデータを用いて、過去・現在の売れている商品、未来の注目商品などをそれぞれのツールで配信。日別、週別、月別データなどを用いて、小売業様やカテゴリーの特性にあった提案で使い分けます。



「サクあら」

市場分析資料・POS市場シフト・インバウンド情報などを、毎月10分でインプットできる資料。市場動向 (ARMS) ・市場状況・季節品売上推移・業態別市場状況・提案ポイント・インバウンド情報・免税レジPOS売上推移・免税レジPOS月間ランキング・販売切り口提案・SNS注目情報・過去のSNS投稿からの予測・販売ヒントなどをまとめた資料。



「Market Data」

カテゴリーごとの市場情報を掲載。ARMSデータ8,400店、SOO約1,300店、ID-POS約700万人をもとに分析。年2回(6月・12月)更新し、棚割提案へ結びつけます。

自社SNSでのアプローチを開始

近年はSNSによる仕掛けも、市場の増減に大きく影響しております。当社でも2024年1月にSNS推進課を新設。3つのアカウントを通じて、それぞれのターゲット層に興味・関心のある内容を配信し、SNSと連動した売場提案も進めてまいります。

「売れるを創る」SNS開設

世の中の皆さまにもっと商品を知ってほしい、魅力を伝えたい、そんな思いから2023年10月にX・Instagramのアカウントを設立いたしました。「美・健康・快適」をテーマに最新コスメ情報から日用品・家庭用品のお役立ち情報など、卸商社ならではの幅広い投稿内容が自慢です。インフルエンサーギフティングや投稿画像を

活用したPOP作成など様々な活動にも挑戦中。SNSを通じて商品認知拡大、購買促進、販売強化など当社主導で「売れるを創る」ことが目標です。



柚原 晴香
営業本部 営業管理部 SNS推進課

インストアマーケティングによる店頭支援 ISM corporation

売場の活性化は、小売業様、メーカー様にとって売上に直結する重要な課題です。

当社は設立当初より店頭支援に力を入れており、多くの小売業様から支持をいただいております。2007年にはあらたグループ子会社として、店頭マーケティング会社である「(株)

フィールドソリューション

定期稼働人員 月間のべ 3,600名	スポット対応人員 約 3,000名
------------------------------	-----------------------------

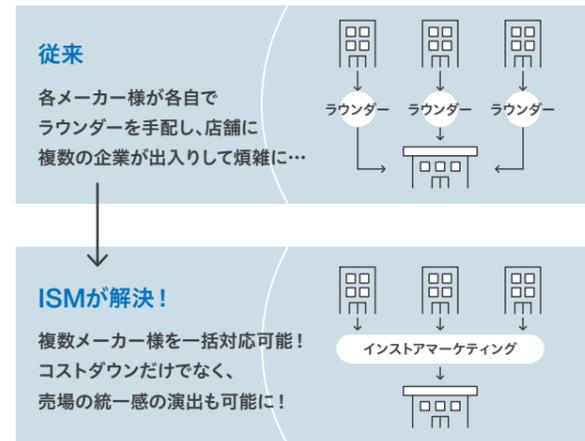
全国5,000店舗以上の小売業様の店頭をサポート。定期的に決まった担当者が決まった店舗へ訪問し、店頭フォローや売場メンテナンスを実施。店頭実現力強化による「売上拡大」「機会ロス削減」「返品削減」に寄与しています。また、店頭管理・調査システムの活用により、タイムリーな売場状況の報告、そして売場分析による定量情報の共有を行うことで、商品の動向をすばやく察知し、よりよい売場提案につなげています。

小売業様・メーカー様・あらたとの協働



インストアマーケティング」を設立。全国卸ならではの幅広いお取引と蓄積されたノウハウを活かした店頭支援ソリューションサービスを提供しています。

今後は、店頭のフロントランナーとして流通のDX化の中で新たな価値の創出を目指してまいります。



インストアプロモーション

店頭を熟知し、小売業様とメーカー様、消費者に対しても効果のある販促ツール・施策の企画制作を行っています。また、店頭での購買につながるオリジナルキャンペーンの企画から店頭化、効果測定まで一貫通貫で行い、売上向上に貢献。単一メーカー様のキャンペーンから卸商社グループだから可能なメーカー様との共同キャンペーンなど、幅広く実施しています。



オリジナルツールの企画・制作

店頭サイネージ
動画マーケティング



店頭キャンペーンの企画・実施

リアル×デジタル販促ソリューション

マス媒体やWEB媒体を活用し、メディアプロモーションの設計や企画、来客促進のための施策をご提案。店頭との連動性を高め、より効果的にターゲットへ訴求、購買促進を図ります。



D-Neeコスメティックのコスメブランド「3650」のデジタルサイネージ広告を実施。札幌中心部にて複数の広告、そしてWEB媒体も活用し認知獲得。

同時に小売業様で店頭露出を強化し、大きく売上に貢献しました。

プロになるためのスタッフ教育コンテンツ

社内Eラーニング「Ael E研修ナビ」にてスタッフ教育コンテンツを発信。実際の業務をマニュアル化し、専門性の高いスタッフを育成。

小売業様の新店や改装などの陳列応援の際には、あらたセールスと協働し行うことで陳列パフォーマンスの向上を図っています。



海外 中国・タイ・ベトナム、そして日本をつなぐネットワークによるアジア市場への着実な進出

海外事業は、現在、中国・タイ・ベトナムで事業を展開しています。商習慣の異なる海外においては日本型の卸事業をそのまま展開することは非常に困難であり、各国の事情を考慮してそれぞれの国に合う事業展開を進めてまいりました。

言語・文化の違いや物流の複雑化など、克服すべき課題

中国

生活の質が向上し続ける14億人市場を優先国として捉え、2024年1月、広州に新会社「新楽華(広州)国際貿易有限公司」を設立。現地法人を構えることで、変化の激しい市場・現地の商習慣に対応。また、中国国内でのメーカー様、得意先様とのネットワークを強化。日本で培ったMD力を武器に、オンライン・オフライン双方で新しいビジネスを展開していきます。



日本からの輸出

海外事業本部では、アジア各国への輸出を実施。国ごとに異なる環境、法規に対する知見を高めながら、販路の拡大を図っています。

また、国境を越えて商品やサービスを販売する越境ECビジネスについては、近年市場が急速に成長しており、特に中国を中心としたアジア地域は、人口増加とインターネット普及率の上昇により越境EC市場全体の成長を牽引しています。当社としても変化が激しい越境EC市場に即応できる組織体制を構築することで、海外事業全体の底上げを図っています。

タイ

輸入元としてARATA THAILAND、販売元としてSIAM ARATAが運営しています。タイでは日本製品の人気が高く、大きなチャンスがある市場です。

カテゴリーおよび取扱商品の幅を拡げつつ、当社優先販売商品を増やす活動をしています。タイ国内における販路も拡がっており、ASEAN施策における重要なポイントとなっています。

ベトナム

ASEANの中でも経済成長率が高く親日国であり、今後も大きな成長が見込めるベトナムに2020年「ARATA VIETNAM COMPANY LIMITED」を設立。日本のメーカー様や、現地小売業様との商談を進めており、現地に密着した営業活動を進めています。



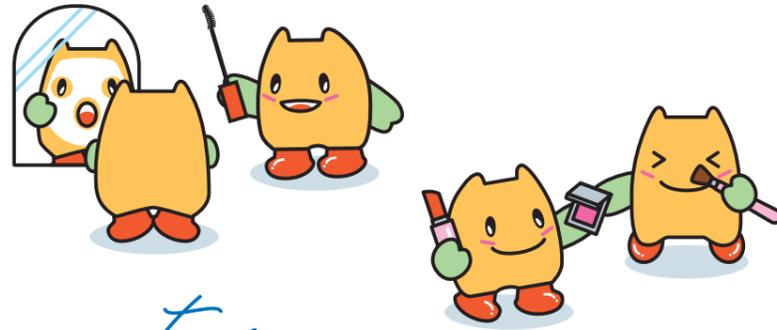
ベトナム ホーチミン
事務所が入居するビル

グループシナジーを活かしたグローバル展開

4か国の拠点から周辺国の情報を収集・共有し、アジア・ASEAN市場での事業拡大を図っています。

また、近年、アジア各国で注目が高まっているペット市場へのアプローチとして、グループ会社のジャベル(株)との連携も強化しています。



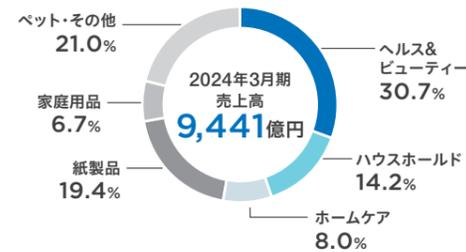


Products

商品 人々の快適な暮らしのための商品を調達 新たな需要を創造する

当社は日々の暮らしに欠かせない商品を幅広く品揃えています。その数は約10万アイテム、取引先メーカー数は約1,200社にもなります。化粧品や日用品は、人々のニーズやトレンドに合わせて新たな商品が次々と発売され続けています。商品一つひとつの価値や魅力を見極め、消費者が求める商品=売れる商品を調達する「商品調達力」は、卸にとって要となる機能です。

カテゴリー別売上高構成比



商品部門の強み

取扱商品

大手メーカー様はもちろんのこと、個性ある商品を取り扱う中小のメーカー様とのお取引、そして専売・優先流通品、自社開発商品などの魅力的な品揃えが当社の強みです。また、紙製品・家庭用品・ペットにおいても業界内で大きなシェアがあります。このカテゴリーバランスが、コロナ禍のような大きな需要変化に柔軟にお応えできる理由となっています。

商品調達

商品の調達は、本社および支社のマーチャンドライザー(MD)が務めています。販売企画の立案、販促提案、売上分析、新規メーカー様の発掘など、その業務は多岐にわたります。メーカー様が持つカテゴリーごとの市場動向やトレンド情報と、当社が蓄積する店頭の実績情報やPOS分析情報などを掛け合わせることで、消費者の皆さまの暮らしをより豊かにする「売れる商品」を見極め、戦略的なマーチャンドライジング(商品調達)を実施しています。

企画立案

販売企画については、当社が主導するものだけでも年間300件以上を立案。営業本部や支社との連携によるスピーディな店頭実現、そして着実な販売実績により、小売業様からの支持を得ています。

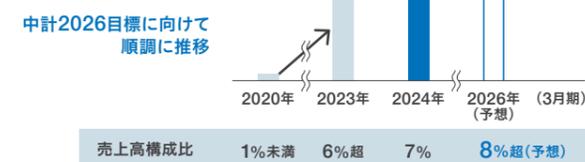
商品マスタ管理

10万アイテムを超える商品情報マスタの正確な管理により、当社の流通機能の根幹を支えています。価格等の基本情報だけでなく「下請法対応の管理項目」等も追加し、システム上からも法制度対応へのチェック体制を整えています。

ヘルス&ビューティーカテゴリーの強化

全国規模の物流ネットワークを活かし、化粧品の流通を拡大しております。日本のブランドだけでなく、韓国コスメを中心とした「アジアンコスメ」が継続して注目されています。当社ではアジアンコスメにおいて人気のあるブランドを専売・優先流通品として有しており、今後もその取り扱いを増やし独自性を強化することで、化粧品カテゴリー全体の活性化につなげてまいります。長期経営ビジョン2030の実現に向けて、2026年3月期には連結売上高に対し、専売・優先流通品の売上高8%超を目指してまいります。

専売・優先流通品 売上高推移



D-Neeコスメティックによる化粧品関連の品揃え強化

化粧品カテゴリー強化のひとつとして、2021年10月に子会社の(株)D-Neeコスメティックを設立しました。当社の全国規模の物流ネットワークを活用して、ブランドの運営、商品企画、製造、広告戦略、流通、販売までをワンストップで

担っています。「新しい価値を生み出し、価値を高める。」をミッションとし、化粧品トータルプロデュースを強みに時代のニーズに合わせて消費者の皆さまに魅力的な商品を提供してまいります。



3650
san roku go zero

3650 (san roku go zero)

2023年6月に発表し、第一弾アイテムとして「アイライナー」を発売、10月には第二弾アイテムとして「マスカラ」を発売。ブランド名にはメイクで365日を10倍楽しんでほしい、という願いが込められています。



JUNG SAEMMOOL (ジョンセンムル)
韓国コスメブランド「JUNG SAEMMOOL (ジョンセンムル)」の販売代理店契約を伊藤忠商事(株)と締結。日本販売代理店として拡販中。



LIENJANG

LIENJANG (リエンジャン)

日本人も多く通う、韓国で大人気のクリニックで誕生した、素肌を活かすスキンケア商品。2024年3月にはクリニックが日本初上陸。バラエティ・ドラッグストアを中心に展開開始。



フェムケアへの取り組み

フェムケア売場の変革を目的に、当社では社内勉強会を開催したり、仕入先・販売先の開拓を実施しております。日用品・衣料品など様々なカテゴリーを組み合わせ、卸商社ならではのクロスMDの提案をしております。

2023年には、JAPANドラッグストアショーやフェムテックフェスなどの各種展示会にて、当社としてはじめてフェムコーナーの出展を行いました。

現代女性のライフスタイルの変化や社会環境の変化に着目し、その中に潜在化する女性特有の課題を解決する「NEW・ノーマルな女性のための売場づくり」という大きなテーマを掲げ、デリケートゾーンケアブランド「MOIDITE-モアディーテ-」が誕生。現在は5,100店舗にお取り扱いいただいております。2024年4月に日本フェムテック協会にて、第12回フェムテック銘柄認定製品・サービスにて登録されました。



MOIDITE



卸売業の新たな可能性を切り開く

フェムテックブランド「モアディーテ」はD-Neeコスメティック初の自社商品ですが、当初、男性社員の多い中どのような反応があるのか不安もありました。しかし、実際に勉強会などを開催していくと、自分事として捉えて行動を起こす営業メンバーが多く、想像以上の化学反応が起こり、我々が存在する価値を感じました。また、海外ブランドについては、日本市場にマッチした「商品力」を生み出すマーケティング支援に注力をして

おります。新たな商品を持つことが、これまでとは違う新しい情報につながり、新規カテゴリーの挑戦や、海外メーカー様の日本市場進出支援を支え、その先にある卸売業の新たな可能性を切り開いていく。ここにも私たちD-Neeコスメティックの役割があると考えております。

宇佐美 朋美
株式会社D-Neeコスメティック
マネージャー





商品 ペット 生活に彩りを与えるペットたちとの出会いから毎日の暮らしまでをサポート

当社の大きな強みであるペットカテゴリーは、2019年にグループ会社の「ジャペル(株)」に集約し、その専門性の発揮により拡大を続けています。近年のペットの長寿化、健康意識の高まりからペット市場は今後も成長していくと予想されます。ジャペルは、50年以上の歴史を持ち「ペットと人の生活をより豊かにする」をモットーに成長を続けるNo.1ペット専門商社です。



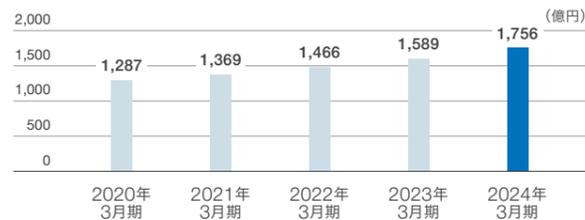
ジャペル株式会社 社名の由来は、“Japan Pet Life Library”ペットに関するすべてが集まる図書館のような存在でありたいという想いが込められています。

ジャペルの事業

商社コア事業

ペットフードを中心にペット関連用品、犬や猫に加え、各種生体に関するアイテムを卸販売しています。さらに国内商品開発力、システムを駆使した分析・提案力、スムーズな受発注の仕組み、国内外の拠点を結びすばやく対応できる物流ネットワークなど、様々なリクエストにも柔軟に対応し、ご支援できる組織を構築しています。

ジャペル単体 売上高の推移



店舗事業

子会社の「ジャペルパートナーシップサービス(株)」がペット総合商社としてのノウハウを盛り込んだ店舗開発事業を運営。FC契約で日本全国のホームセンター様の店内等で300店舗を展開しています。



海外事業

ASEAN地域を中心に輸出入活動を展開、越境ECにも取り組んでおります。香港に現地法人を設立し、海外のお客様のサポートも行っています。



EC事業

全国に約2.5万店舗あるペット美容室専用のトリミング業務用品ECサイト「ペットワゴン」を運営。シャンプーやシザー、ドッグバスまでサロン業務に必要なアイテムを幅広く取り扱っています。



ケアハウス事業

社会課題となっている高齢ペットのケア問題解決のため、ペットのケアハウス事業として老犬・老猫ホームを展開。様々な事情で介護できなくなったペットを24時間体制でお預かりしています。



ワンワン運動会

地域社会の活性化、ペットと飼い主の健康促進を目指し、毎年「ワンワン運動会」を開催しています。愛知県では2023年で24回目の開催となり、2023年10月には関東でも初開催しました。このイベントは、飼い主と愛犬と一緒に参加できる楽しい運動の場を提供し、地域の皆さまにペットとの絆を深める機会として、毎年盛況に開催しています。また、地域の皆さまに健康的なライフスタイルを提案するだけでなく、飼い主同士の交流を通して地域コミュニティの結束を強化する重要な役割も果たしています。



2024ペット総合展示会開催

2024年3月20日・21日に「ココロとカラダの健康は、ペットとの幸せな暮らしから。」をテーマに、サブテーマを「笑顔×発見」として、ペット総合展示会を開催。ペットと人の暮らしにたくさんの笑顔があふれ、発見のある毎日となるよう、約180社のメーカー様ブースのほか、ジャペル独自のオリジナルブースを展開し、数多くの提案を行いました。オリジナルブースでは、市場の成長が期待される「犬・猫用冷凍フード」を大きく展開。その他にも自動給水・給餌機や見守りカメラなどの「ペット用家電製品」、コロナ後の外出機会の増加に合わせた「おでかけグッズ」等の提案を行いました。



ジャペルオリジナルブース



犬・猫用 冷凍フード
ケーキ等のスイーツをはじめ、今後の成長を牽引する総菜やパウチを幅広く展開。ジャペルの物流網を活用し小ロットでの発送も可能にしています。



ペット用 家電製品
見守りカメラや自動給水機、自動給餌機をはじめとしたペットとの暮らしを豊かにする商品を展開。ペット家電使用率の高いZ世代に向け、見て触って感じて商品の価値が伝わる売場をジャペル発信で提案しました。



おでかけグッズ
アウトドアグッズやお散歩時のマナーグッズ、お散歩後のケア用品を展開し、プラス1品につながる提案を行いました。

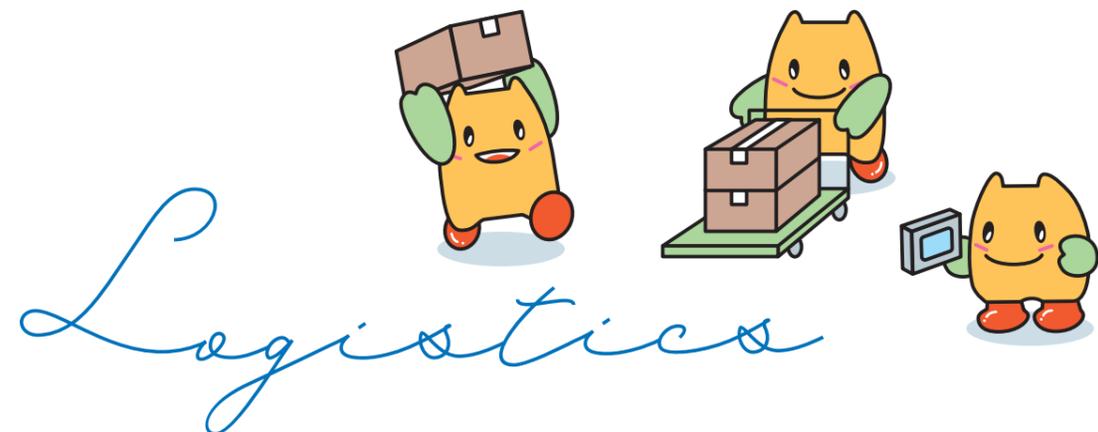
ペットと人との暮らしを笑顔あふれるよいものに

ペット総合展示会は、実際のペットフード・ペット用品を、直接見て手に取り、メーカー様の担当や開発から直接説明を聞いて、商品をお場で注文できる、BtoBの見本市です。毎年春に開催される本展示会では、例年約180社のメーカー様にご協力をいただき、多くの得意先様にご来場をいただいております。業界全体は、度重なる値上げにより単価は上昇したものの、数量ベースでは苦戦している状況です。ジャペルの企画では、この業界の課題解決に向け、新規市場開拓提案と、プラス1品の購入につながる企画をご用意し、

得意先様に新たな「気付き」が伝えられたと思います。2025年は会場を東京ビッグサイト 南ホールに移しての開催となります。テーマは「笑顔×成長」として、ペットと人との暮らしが今よりさらに笑顔あふれるよいものに成長できるような新たなご提案をしていきます。



跡部 江里
ジャペル株式会社
第一営業本部 商品部 商品課 リーダー



物流

大型センター11拠点を含む日本全国の物流拠点で サプライチェーン全体を効率化

1,200社ものメーカー様からの商品を日本全国の各小売業様へ、安定的かつ的確にお届けする卸としての根幹の機能を担う当社の物流センターは、年間出荷額150~400億円の大規模センター11か所を含む31拠点のLGと、5拠点のデポ、3拠点のコスメセンター、そして需要の増減に柔軟に対応する

100件を超える契約倉庫で全国ネットワーク基盤を確立しています。大・中・小のセンターを日本全国に持ち、BCP観点のリスク分散にもなっています。中間流通としての高度な物流機能の発揮により、サプライチェーン全体を効率化・最適化することを目指し、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

物流の強み

効率的な物流センター

物流センターには様々な物流機器(マテハン)を導入し、物流ニーズの異なる多種多様な商品を、高効率にお届けしています。今後も人手不足という長期的リスクや、コロナ禍のようなパンデミック時にも供給を止めることなくセンターを稼働させるために、自動化を含む物流への投資を強化していく方針です。

省人・省力化を目指したマテハンの導入



現在開発構想中の新センターのみならず、既存センターの物流生産性向上を目指し、AGV(無人搬送車)の導入を進めています。現在1拠点で稼働中であり、今後は様々な用途での活用も検討しながら他拠点への展開を検討してまいります。

物流センターで稼働しているマテハンの紹介

 <p>パレット自動倉庫 高中低の棚段設定で効率的な格納を実現 自動で搬送・格納・出庫・在庫管理を行う</p>	 <p>AiMAS(アイマス) 「商品違い」「数量違い」「納品先違い」を防ぎ、誤配送率10万分の1未満の超高精度な出荷を実現</p>
 <p>オリコン自動倉庫 ピッキングが完了したオリコンを一時保管し、ランダムに搬送されたオリコンを企業・店舗・ルート別に荷揃え</p>	 <p>AIデパレタイズロボット 自動でケース補充を可能にし、ケース荷役(重作業)の軽減、夜間作業を可能に</p>

現場と連携しマテハン投資効果の最大化を図る

新センター開発室では開設当初より、社内向けにマテハンや物流センター事例を紹介する会を開催し、物流問題に対する意識向上と具体的な解決策の理解促進に取り組んでいます。その中で、重労働軽減や安全担保、人手不足への対策としてAGV(無人搬送車)の紹介をする機会がありました。そして拠点からの導入検討依頼があった際は実際に足を運び、現場の意見を積極的に聞き取りながらより効果的な導入プランを策定しました。その甲斐あってか、AGVは実際に導入され期待以上の効果を発揮しています。

今後も、当社の成長拡大を支える物流基盤の構築を目指し、物流現場の効率化に貢献していきます。



オリコンを積んだキャリアをAGVが牽引する。音や光で居場所を知らせ、作業者との衝突を防ぐ。



橋 龍仁
ロジスティクス本部
新センター開発室

成長拡大を支える物流体制の強化

2022年4月よりロジスティクス本部に「新センター開発室」を新設。長期経営ビジョン2030の成長戦略に対応するための物流体制の強化として、北海道エリアおよび関西エリアでの新センター構想を発表いたしました。

最新鋭のロボットやマテハン機器の導入により、省人・省力化を目指した安全で働きやすい物流センターを実現してまいります。

北海道新センターの土地取得

場所	北海道札幌市東区丘珠町(おかだまちょう)
購入面積	約41,754m ² (約12,630坪)
取得日	2024年7月9日
土地投資金額	約13億5,000万円(造成等含む)

関西新センターの新設

建物名称	あらた関西新センター(仮)
所在地	大阪府大阪市東住吉区矢田5丁目
土地面積	約17,754m ² (延床面積:約38,498m ²)
稼働予定	2028年
階数	地上4階

BTS(ビルド・トゥ・スーツ)型の物流施設 最新鋭のマテハン機器を導入予定



物流の2024年問題に向けたホワイト物流の推進

「物流の2024年問題」が注目されている中、物流の労働環境を改善し、生産性向上を目指す「ホワイト物流」への取り組みが求められています。

当社では国土交通省・経済産業省・農林水産省が推奨する「ホワイト物流」推進運動に卸としていち早く賛同し、物流の効率化・トラックドライバーの待機および荷役時間の削減に向けて各種取り組みを推進しています。また、「ホワイト物流」への取り組みは配送車両の削減など環境負荷の軽減にもつながるため、同時に推進してまいります。

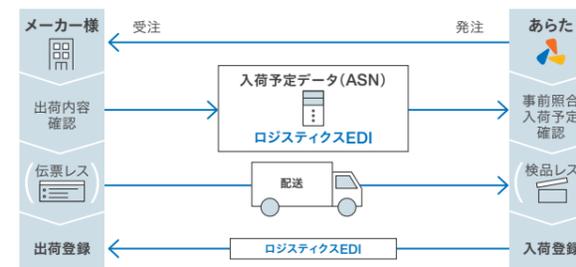
入荷予約システム

計画していたすべての拠点に導入を完了。ドライバー待機時間の削減(約40%)だけでなく、当社側でも入荷予約状況からパース誘導や人員の適正配置が可能となり、効率化に貢献。

入荷予定データ(ASN)の活用による検品レス

(株)プラネット様とメーカー様とASNデータの運用を開始。ASNデータの活用により、発注・納品精度を事前に照合することができ、荷受の際には事前に入手したASNと、実際に入荷する商品情報との照合になるため、検品の簡素化等によるスムーズな入庫や、伝票電子化によるペーパーレス化などの生産性向上に寄与する取り組み。

ASN運用の業務モデル



トラック待機時間削減や庫内生産性向上により、コストダウン・環境・ドライバー就労環境改善への貢献

取り組み項目 C/P.21 IT中計 ロジスティクス分科会との連携

- | | |
|--|---|
| <p>① 物流の改善提案と協力</p> <ul style="list-style-type: none"> -発注ロットのパレット化・面単位化 -工場直送による荷役の削減 -帰便を活用した引取り物流の実施 | <p>④ 集荷先や配送先の集約</p> <ul style="list-style-type: none"> -中継ターミナルの設置、出荷拠点見直しによる長距離輸送の削減 -他卸との共同配送実施 |
| <p>② 予約受付システムの導入</p> <ul style="list-style-type: none"> -トラックの予約受付システムを導入 拡大し荷待ち時間を短縮 | <p>⑤ 混雑時を避けた配送</p> <ul style="list-style-type: none"> -運行効率向上のため、出荷・納品時間を分散 |
| <p>③ パレット等の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> -平積み商品のパレット化に協力 | <p>⑥ 検品水準の適正化</p> <ul style="list-style-type: none"> -入荷予定データ(ASN)活用による検品の効率化 |
| | <p>⑦ 運送契約の書面化の推進</p> |

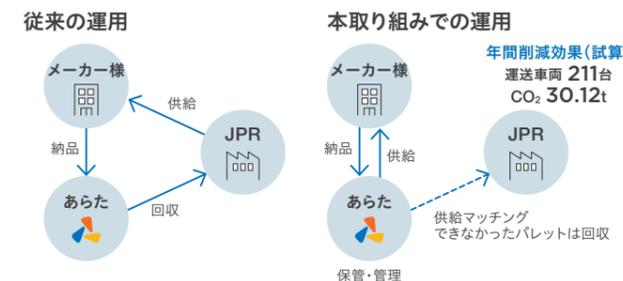
家庭紙パレット輸送

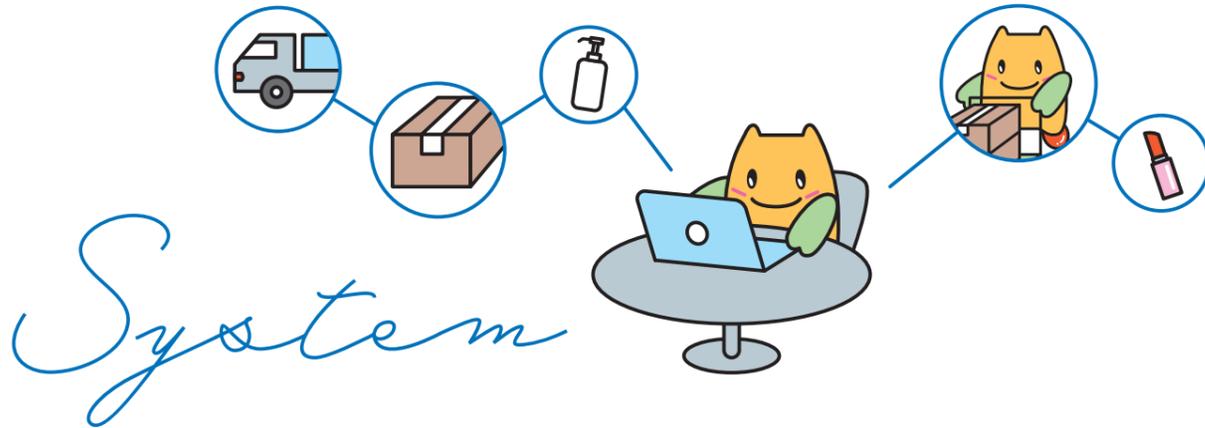
大王製紙(株)様のパレット化にいち早く協力し、現在はパレットの共同回収や、おむつや生理用品のパレット化を実施。



日本パレットレンタル(株)との連携による 運送車両削減およびCO₂削減の取り組み

メーカー様からの納品時に使用されたパレットを当社で保管・管理し、日本パレットレンタル(株)(JPR)様との連携により当社からメーカー様へ直接空パレットを供給することで、回収時のトラックを削減しCO₂削減につなげる取り組み。現在1拠点で運用開始しており、今後は別拠点にも運用拡大予定。





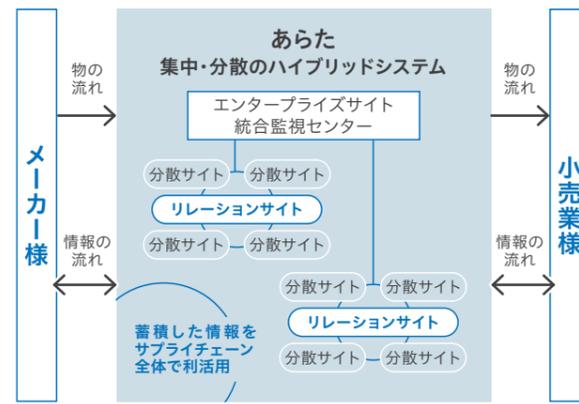
システム

安定的な流通を支えるシステム機能と環境変化に対応するDX推進

安定的な商品流通には高度なシステム機能が欠かせません。当社のシステムは、合併前の各旧会社の優れた機能を活かしながら新たに構築した、「集中・分散」のハイブリッドで全国をカバーするオープンシステムです。

小売業様とメーカー様との中間に位置する当社には、様々な情報が集まってきます。

蓄積した情報を、自社のみならずサプライチェーン全体で有効活用できる情報基盤の構築に向け、営業や物流などの現場の声から環境変化を的確に捉えながら、全社業務を最適化する戦略的な情報システム・情報ネットワークの構築を推進しております。



現場からの要求に的確・迅速に対応するシステム

内製化・疎結合システムによる変化対応

2005年にシステム統合を開始し、あらたとしての基幹システム「GENESIS」を構築。システムにおける重要な部分を内製化したことによりブラックボックスを極小化すると同時に、ITベンダー発注の手間なくスピード感のあるシステム対応が可能です。

また、業務に関わる機能をモジュール化し、情報連携基盤を介してつなげることでモジュールの独立性を高めた「疎結合システム」により、柔軟性や拡張性を備え、社内の組織変更はもちろん、技術者不足、取引先様の各種取り組みへの対応、加速度的に進む社会変化や技術の進化に対応できる柔軟な情報システムを構築しています。

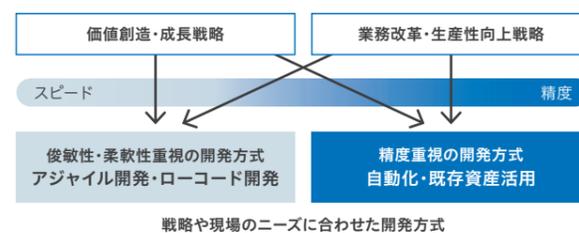
内製化している主な機能



二つの開発方式と、攻め・守り・即時要求対応のバランス型人材の育成

変化に強い情報システムに向け、精度重視の開発方式だけでなく、俊敏性・柔軟性重視の「アジャイル型」の開発方式や「ローコード開発」の手法を取り入れ、現場や取引先様のニーズを迅速にシステム化。

従来の手法・技術による開発に加え、最新の手法・技術の研究も日々積み重ね、技術進化の恩恵を業務にもたらしています。「攻め」と「守り」と「即時要求対応」の3本をバランス良く推進できる人材を育成し、あらたの情報システムを支えています。



最新技術の研究と業務への活用

AI活用

発注の自動化

AIが小売業様からの受注情報を学習し、未来の受注数を予測。その受注に対応できる在庫を確保するため、発注数を発注管理システム「ALICE」が計算。精度の高い発注業務を実現。

AI-OCR

AIが手書きを含む請求書や伝票などを認識・学習し、データベースへ自動登録。バックオフィス業務の省力化に貢献。

生成AI

2023年より段階的に生成AIの活用を開始。文章や資料などの作成に活用することで作業時間を短縮し、創出された時間は付加価値業務に従事することで、生産性を高めることを目的とする取り組み。

当社専用の生成AIシステムにより情報漏洩リスクなく、営業や管理部門だけでなく物流部門にも活用の幅が広がる。

全社ITスキル教育

2024年3月期は「全社ITスキル教育」を重点課題として、あらた専用Eラーニングシステム「Ael E研修ナビ」においてITシステムに関する様々な知識を習得できる18コンテンツを配信。ITスキルの資格も会社奨励とし、社員のITリテラシー向上を推進。

▶P.45 人材育成ページ

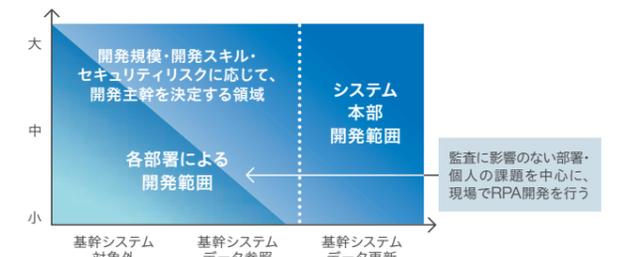
RPA推進

IT改革DX推進本部が主管となり、全社各部門にRPA担当者を置き、ルーティン業務や小さな課題をRPAを活用してスピーディーに解決。

2024年3月期は業務部門を中心に約6,500時間分の作業時間を削減。今後もRPA未導入の支社・部門に横展開し、さらなる効果獲得を目指す。

生産性の改善はもちろんのこと、RPA開発に携わる人材も増やすことで将来に向けたデジタル人材の育成にも貢献。

RPA開発イメージ



RPAの活用による業務負担軽減

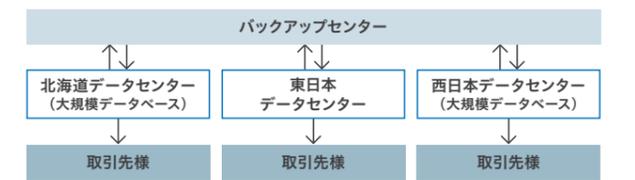
人事本部のRPA担当者として全社の勤怠エラーを集計し各拠点の勤怠管理担当者へ分割したデータを配信する業務を自動化しました。従来は各担当者ごとに同様の集計作業を個別に行っていましたが、配信により集計時間が不要になり、かつ同一の業務粒度で確認を行えるようになり、全社的な業務削減につながっています。自身も自動化により創出された時間で人事本部内の他業務の効率化や自動化を構想・企画・開発することができています。



人事部 人事部 人事企画課 河野 寿

IT-BCP

地震や水害などの大規模災害時でも安定的な流通を支えるシステム環境を維持すべく、東西2か所のデータセンターにて大規模データベースを構築。また、別途バックアップセンターも構築し、万が一の災害に備えています。今後はバックアップクラウド化を推進してまいります。



情報セキュリティへの取り組み

取引先様との重要な情報を守るため、社内規程に「機密管理規程」・「情報セキュリティ管理規程」を定めています。また、ESG委員会の分科会として「情報漏洩対策分科会」を設置し、全社横断的にメンバーを選出。変化するデジタルリスクへの対策を検討し、決定事項についてはシステム本部で新規開発・外部ツールの利用検討など技術的な対応を行い、事業やプロジェクトを安全・安心かつ効率的に推進できる情報セキュリティ基盤を構築・運用しています。

分科会では「情報漏洩対策チェックリスト」を都度更新し、全社員が情報漏洩防止への意識を向上する機会を設けています。

情報漏洩対策としてこれまでに構築した機能や取り組み

- インtranet上の重要情報の権限付与制限
- 複合機の印刷設定変更
- オンラインストレージの利用集約
- 出力用USBメモリの使用禁止
- バックアップクラウド機能の導入
- 機密書類の適正処理のためシュレッターの追加購入
- ゴミ箱集約による紙媒体の情報漏洩リスク軽減

Stakeholder Engagement

ステークホルダー エンゲージメント

当社は、持続的な成長による企業価値向上を図るべく、ステークホルダーの皆さまとの対話を積極的に実施しております。様々な手段を通じて各ステークホルダーへ事業活動に関する情報を提供し、またステークホルダーからは当社に対する意見をいただき、その情報を経営陣にフィードバックすることで当社の課題について認識し、より良い事業運営や情報開示に努めております。



取引先様

- 各種契約書の締結
- 商品説明会の開催
- 展示会による情報提供
- 市場情報や商品情報の提供
- 社外報「あらたマンスリー」

あらたCollection2024

2024年3月に、全社規模での総合展示会「あらたCollection2024」を東京で開催。多くの取引先様にご来場いただきました。小売業様など来場者数：約**1,600**名 参加メーカー様：**164**社



地域社会

- 自治体との災害時等の連携協定
- 社会貢献活動
- 物品の寄付
- 職業体験の受け入れ
- 地域の催事への参加



地球環境

- 脱炭素に向けた取り組み
- 環境に関する情報開示 (TCFD・CDP)
- 環境省との3Rの取り組み
- 返品削減による廃棄物削減

[P.37-40](#) ESG 環境ページ



社員

- 月1回 経営層からのメッセージをライブ配信
- 社内PR情報の発信
- 社内報「あらたん」を四半期ごとに発刊
- 社員会「日新会」と役員との対話

[P.41-45](#) ESG 人材ページ



株主・投資家

- 株主総会(リアル開催とライブ配信のハイブリッド開催)
- 決算説明資料、動画、ファクトブック配信
- 個別取材対応(年40~80回程度)
- 統合報告書
- コーポレートサイトでのIR情報発信
- 個人投資家向けIRセミナー
- 株主判明調査に基づくSR活動(海外・国内機関投資家 議決権行使担当者との対話)
- 英文開示(サイト・短信・決算説明資料・統合報告書)
- シェアードリサーチ社のアナリストレポート

株主総会・決算説明 動画配信

より多くの株主・投資家の皆さまへの情報提供を目的として、動画配信を実施。書き起こしも発信。



個人投資家向けIR

オンラインIR、ラジオ、日本全国でのリアル開催など様々な個人投資家向けIRセミナーに登壇。



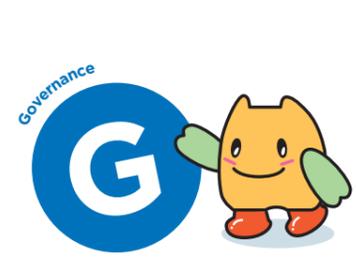
英文開示

海外機関投資家への開示充実化に向けた日本語版と同等の英文サイトを公開。2022年3月期より、短信・決算説明資料も英文で公開。



SR活動

機関投資家議決権行使担当者に対し、ESG中心の対話を目的にSR活動を実施。



ESG基本方針「強く・正しく・楽しい」

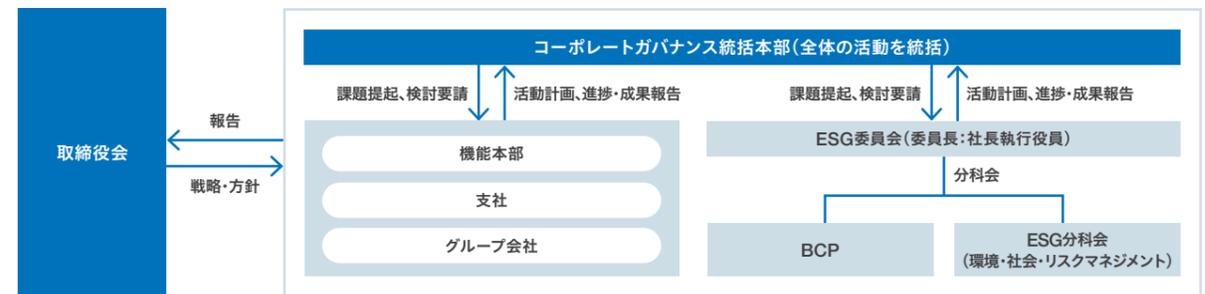
私たちは、「世の中のお役に立ち続ける」という経営理念に基づき、社会とともに持続的な成長・発展を目指しています。すべてのステークホルダーとの信頼関係により強い基盤を構築し、サプライチェーン全体の環境・効率化を正しい姿勢で進め、皆さまの暮らしをより豊かに、楽しくする事業戦略を実現することで私たち社員も働く楽しみを享受する。このような事業活動を通じて持続的な企業価値向上につなげてまいります。



ESG重要課題(マテリアリティ)

重要課題	ありたい姿	2024年3月期 主な施策
環境 気候変動への対応 循環型社会の実現 省エネ・省資源	サプライチェーンの好循環を生み 環境に貢献する	<ul style="list-style-type: none"> TCFD提言に基づく情報開示 CDPへ初回答 2023年スコアC GHG排出量削減に向けた省エネ施策(空調や照明の切替、営業車100%環境配慮車) 3Rキャンペーン2023 約20,000店舗が参加
人材 人権尊重 DEI推進 人材育成・研修	社員にとって働き甲斐の ある会社となる	<ul style="list-style-type: none"> 人権尊重への取り組み(ハラスメント防止研修等) 「サプライチェーンにおけるサステナビリティ方針」策定 DEI推進に向けた方針策定、A&Jプロジェクトによる施策提案 各種制度の理解浸透に向けたガイドブックの発信 健康経営宣言、健康セミナーの実施 研修制度の拡充、全社ITスキル教育、応募型研修や物流管理職育成
地域社会 BCP 地域密着の社会貢献	すべての人に快適な 生活を届ける	<ul style="list-style-type: none"> BCP活動 大学生とのコラボ企画 「こどもフードアライアンス」への参画
ガバナンス コーポレート・ガバナンス コンプライアンス リスクマネジメント	持続的な成長を支える 強固なガバナンス体制を 構築する	<ul style="list-style-type: none"> 取締役会スキルマトリクスの開示 指名・報酬委員会による管理職グループディスカッション、役員パネルディスカッション 取締役会実効性評価を基にした改善 社員のコンプライアンス意識向上施策 情報漏洩対策

推進体制



社外からの評価

MSCI社が提供する「MSCI ESGレーティング」においてAA評価を獲得し、GPIFが採用するESG指数である「MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数」の構成銘柄にも選定されています。

免責事項:本ページにおけるMSCIのロゴ、商標、サービスマークまたはインデックス名の使用は、MSCIまたはその関連会社による株式会社あらたへの後援、保証、販促には該当しません。MSCIインデックスはMSCIの独占的財産です。MSCI、MSCIインデックス名及びロゴは、MSCIまたはその関連会社の商標もしくはサービスマークです。



環境 Environment



サプライチェーンの好循環を生み環境に貢献する

当社は、サプライチェーンの中間にある機能を活かした好循環を生み出す取り組みにより、環境保全に貢献しております。中でも「気候変動への対応」、「循環型社会の実現」を重要課題と位置付け、各種施策を推進しております。

あらたグループ環境方針

あらたグループは、地球環境を保全していくために「あらたグループ環境方針」を策定し、持続可能な社会の実現を目指し取り組みを進めております。

あらたグループ環境方針
<https://www.arata-gr.jp/csr/environment/>

気候変動への対応

TCFD提言に基づく情報開示

当社は、気候変動に関するリスクを重要な課題と捉え、CO₂排出量の削減や、サプライチェーン全体の好循環を生む活動により地球環境の保全と経済活動の両立を図り、持続可能な社会の実現に貢献していくことを目指しております。気候変動に関するリスク・機会の特定および対応が経営上の重要課題であるという認識のもと、TCFD提言に沿った分析を行い、有価証券報告書上で同提言の枠組みに沿った情報開示を実施しております。今後も開示情報を充実させることで、ステークホルダーの皆さまへの説明責任を果たしてまいります。



2022年6月、TCFD提言へ賛同するとともに、賛同企業や金融機関などにより構成される「TCFDコンソーシアム」に参画。

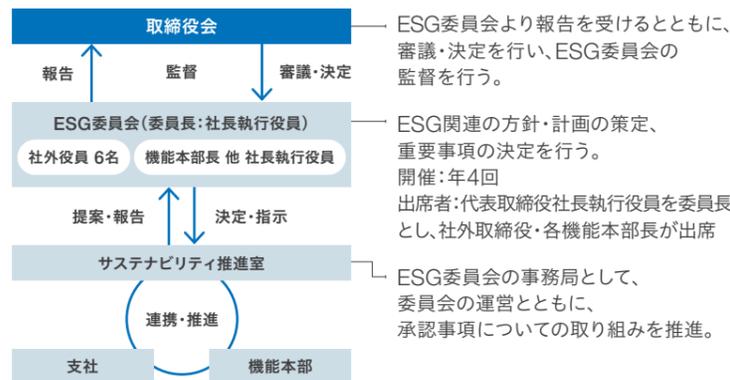
ガバナンス

ESGを推進する専門部門としてサステナビリティ推進室と、社外役員全員を委員に含むESG委員会を設置しております。ESG委員会は、代表取締役社長執行役員を委員長として年4回開催しており、サステナビリティに関するリスクおよび機

会の検討・審議を行っております。また取締役会は、ESG委員会で重要と判断された案件について報告を受け、必要に応じて審議・決定を行うことを通じて全体を監督しております。

2024年3月期 ESG委員会議題

- 2023年 6月
 - ① 年間のESG活動計画・KPI設定等
 - ② GHG排出量削減計画について
 - ③ 健康経営宣言
- 8月
 - ① TCFDシナリオ分析
 - ② CDP回答内容について
 - ③ サプライチェーンにおけるサステナビリティ方針（調達方針）について
- 10月
 - ① サステナビリティに関する他社との対話状況
 - ② 人的資本経営に向けた取り組み
 - ③ ESG推進体制についての検討
- 2024年 1月
 - ① 健康経営ロードマップの策定
 - ② A&Jプロジェクトについて
 - ③ ESG活動社内認知度向上に向けた検討



戦略

異なるシナリオ下(下表参照)における、将来の気候関連リスク・機会の財務影響および事業インパクトを把握するとともに、当社戦略のレジリエンスを評価することを目的としてシナリオ分析を実施しております。

区分	シナリオの概要	主な参照シナリオ
1.5°C / 2°C未満シナリオ	脱炭素社会の実現に向けた政策・規制が実施され、世界全体の産業革命前からの気温上昇幅を2°C未満に抑えられるシナリオ。移行リスクは高いが、物理リスクは4°Cシナリオと比較すると低く抑えられる。	<ul style="list-style-type: none"> IEA World Energy Outlook 2022. Sustainable Development Scenario IPCC RPC2.6
4°Cシナリオ	新たな政策・規制は導入されず、世界のエネルギー起源CO ₂ 排出量は継続的に増加するシナリオ。1.5°C / 2°C 未満シナリオと比べ、移行リスクは低い物理リスクは高くなる。	<ul style="list-style-type: none"> IEA World Energy Outlook 2022. Started Policy Scenario IPCC RCP8.5

リスクおよび機会

気候変動の影響は、当社にとって事業・戦略・財務への大きなリスクとなる一方で、消費者ニーズの変化によるメーカー様・小売業様含めたサプライチェーン全体の課題に対し、卸商社としての機能を活用することで「機会」にもなり得ます。

下記は、現時点で当社における影響度が高いと考えられるリスクと機会であり、今後も定期的にシナリオ分析を実施し、リスク・機会の見直しを行う予定であります。

区分	タイプ	影響度		内容	発現時期
		1.5°C / 2°C	4°C		
移行リスク	政策・規制	中	小	炭素税、排出量取引等の導入によるコスト増加	短～中期
	技術	大	中	脱炭素に対応した設備導入に伴う投資コスト増加	短～中期
	評判	中	小	気候変動対策が不十分な場合のレピュテーション低下による売上減少	中～長期
物理リスク	急性	中	大	台風や高潮のリスクの高い物流センターの操業停止、物流遮断による損害	短～中期
	慢性	小	中	気温上昇によるエネルギーコスト増加、再生可能エネルギーの調達コスト増加	短～中期
機会	資源効率	中	小	省エネルギー施策の推進による配送効率向上、およびそれに伴うコスト減少	短～中期
	製品およびサービス	中	小	環境配慮型商品の取扱量増加による売上増加	中～長期
	市場	中	小	サプライチェーンにおけるCO ₂ 排出削減推進による生産性向上、およびそれに伴うコスト減少	中～長期
	レジリエンス	小	中	積極的な気候変動対策の推進によるレピュテーション向上、新規取引獲得	中～長期
	レジリエンス	小	中	災害時における物流のレジリエンス強化による取引拡大	中～長期

影響度 大: 事業/財務に対し、重要な影響をもたらす 中: 事業/財務に対し、影響をもたらす 小: 事業/財務に対し、影響をもたらすが軽微である
 発現時期 短期: ~2026年 中期: ~2030年 長期: 2050年

リスク管理

サステナビリティに関する全社的なリスクおよび機会について、コーポレートガバナンス統括本部が特定しております。ESG委員会および取締役会において、リスクが経営に及ぼすインパクトの大きさを総合的に評価し、対応策を検討しております。リスク管理の窓口をコーポレートガバナンス統括本部が担い、各本部と連携の上で対応策を推進し、リスクの低減を図っております。

指標と目標

当社は、気候変動の緩和のため以下の数値目標を設定しています。

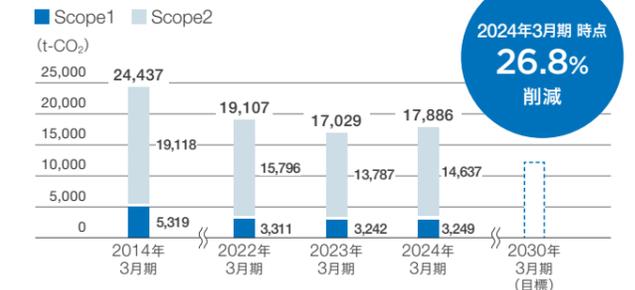
今後はあらたグループ連結におけるGHG排出量 (Scope 1・2) の算出を進めると同時に、目標の達成に向けて、広範囲で

長期的な視点での省エネ施策 (物流センターや拠点における高効率設備への更新 他) や、再生可能エネルギー利用によるGHG排出量削減計画を策定し、取り組みを進めてまいります。

GHG排出量削減目標



GHG排出量 (Scope 1・2)



※2024年3月期時点では単体かつScope 1・2を対象としていますが、今後、グループ連結の算定を進め、目標について都度検討を進めてまいります。

Scope3への対応

当社は、持続可能なサプライチェーンの実現に向け2022年度よりScope3の算定を開始し、可視化しております。今後

はグループ連結での算定、削減に向けての取り組みを実施していきます。

GHG Scope3

Scope3カテゴリー	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
合計	14,990	17,946	3,497,208	3,565,897
カテゴリー1 購入した製品サービス	—	—	2,707,967	2,805,197
カテゴリー2 資本財	—	—	7,747	11,628
カテゴリー3 燃料・エネルギー関連	—	—	2,907	2,909
カテゴリー4 輸送・配送(上流)	14,990	17,946	24,913	23,103
カテゴリー5 事業から出る廃棄物	—	—	663	1,368
カテゴリー6 出張	—	—	260	255
カテゴリー7 雇用者の通勤	—	—	2,423	2,370
カテゴリー11 販売した製品の使用	—	—	212,010	193,248
カテゴリー12 販売した製品の廃棄	—	—	538,318	525,819

排出量 (t-CO₂)

※2022年度より算定対象カテゴリーを拡大し、上記9カテゴリーを対象としております。

GHG排出量削減に向けた取り組み

省エネ

省エネの取り組みとして、デマンド監視装置による最大電力の低減や照明のLED化、効率の良い空調設備への切替といった施策を計画的に行うことにより、CO₂削減に貢献しています。また各拠点でも独自の省エネ施策を実施しており、環境負荷低減に寄与しています。



※日本テクノ(株)様デマンド監視機「SMARTMETER ERIA」

創エネ

現在、和泉・埼玉・神奈川の3か所の物流センター屋上に太陽光発電パネルを設置しており、自然エネルギー創出によるCO₂削減に貢献しています。

また、昨年移転しました関東物流センターの屋上にもオンサイトPPAを活用し、再生電力の調達に努めております。



営業車両を環境配慮車へ切り替え

2018年より約700台ある営業車両をハイブリッドカーなどの環境配慮車へ順次切り替えており、2024年3月末時点で100%環境配慮車への切り替えが完了いたしました。その活動によりガソリン給油量の低減、排気ガス削減に貢献しています。また、次なる施策としてEV自動車への切替についても検討してまいります。



営業車両ガソリン給油量
2024年3月期
約45%削減
(2013年比)



情報開示の拡大

企業の環境に対する情報開示のグローバルスタンダードであるCDPの「2023 気候変動質問書」に2023年度初めて回答し、C評価となりました。

今後も、CDP や統合報告書等の媒体を通じて積極的

に環境に関する情報開示を行い、事業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献してまいります。



循環型社会の実現

3R活動

環境省と小売業様・メーカー様をつなぐ役割を担い、3Rの理解と共感を広げていくことを目的とした「選ぼう!3Rキャンペーン」を毎年実施。

詰め替え商品や、環境配慮商品の拡売によりプラスチック資源の削減に貢献しています。



参加店舗数

2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
約1,100店舗	約4,700店舗	約6,800店舗	約12,000店舗	約15,000店舗	約19,000店舗	約20,000店舗

返品削減

日用品業界は、新製品と既存製品の入れ替えや、季節ごとの商品の入れ替えの頻度が高く、返品が発生しやすい業界です。返品に伴う商品の撤去・返送という一連の作業は、小売業様、メーカー様、当社のような卸売業者の3社における手間とコストが生じる上に、運搬や廃棄による環境負荷も

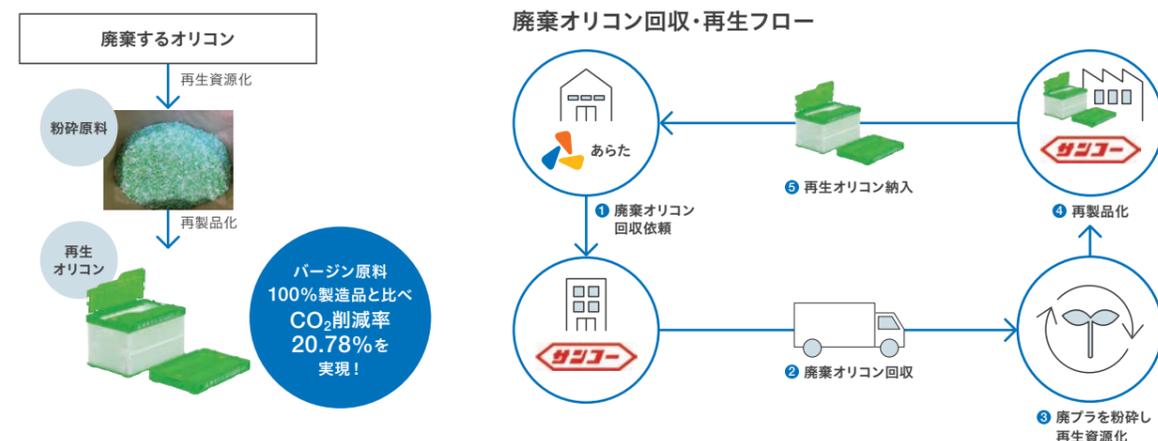
かかります。小売業様やメーカー様と連携し、業界全体を巻き込む返品削減活動により、サプライチェーン全体の効率化はもちろんのこと、経済的な効果・環境問題に貢献という共通価値創造(CSV)につながる重要な取り組みと位置付け、活動を継続してまいります。



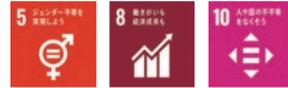
折り畳みコンテナ(オリコン)のクローズドリサイクル

物流資材メーカー三甲(株)様とのプラスチック循環利用の新たな取り組みとして、当社物流において商品のお届けに欠かせないオリコンのクローズドリサイクルを実施しております。破損等によって廃棄されるオリコンを再生資源化し、新しいオリコンに再製品化することで、バージン原料100%

製造品と比べ、CO₂削減率20.78%を実現しました。再生オリコンは当社内で再度使用することで、資源の循環利用につながっています。首都圏エリアから取り組みを始めましたが、今後は他エリアへ展開し、継続的な取り組みとしていく予定です。



人材 Human Resources



社員にとって働き甲斐のある会社となる

当社は社員を、同じ目的に繋がるパートナーと考え、社員の個々の成長なくして会社としての成長はないという考え方のもと、様々な考えや価値観、それぞれの立場を尊重し、相互に意見を交わし、より良い環境をつくることを重要視しています。

社員が働き甲斐をもって長く働き続けたい会社となるべく、人材への投資を進め、人事制度の拡充や多様な働き方を実現する仕組みづくりを推進してまいります。

人権尊重

当社は、従業員・取引先様を含め、基本的な人権と多様性の尊重に取り組んでいます。2022年12月に「あらたグループ人権方針」を定め、HPにて公開しています。従業員に対しては人権尊重に関する方針を全社員が携帯する「あらたポリシー」という小冊子の中で「企業行動指針」に明示しており、研修等を通じて浸透を図っています。

あらたグループ人権方針
<https://www.arata-gr.jp/csr/social/>

ハラスメント防止研修

R57 コンプライアンスページ

あらたポリシーズ 企業行動指針「第5 私たちの行動姿勢」より

4 私たちは、パートナーとして、互いの人権、人格と個性を尊重し、一人ひとりがその能力を最大限に発揮できる職場環境をつくりたい。

7 私たちは、国籍、宗教、人種、性別、学歴、年齢等による差別的な行為や嫌がらせを禁止し、基本的人権を尊重します。

サプライチェーンにおけるサステナビリティ方針

あらたグループは数多くの取引先様とともに、事業を展開しています。その中で自社のみならずサプライチェーンも含めた人権および環境への課題解決の取り組みが求められていることを認識しています。当社はサプライヤーの皆さまとともに構成されるサプライチェーンを基軸に持続可能な社会の実現を目指すことを目的に「サプライチェーンにおけるサステナ

ビリティ方針」を策定しました。取引先様を含め、持続可能なサプライチェーンの構築に向けて段階的に取り組んでまいります。

サプライチェーンにおけるサステナビリティ方針
<https://www.arata-gr.jp/csr/social/>

A&Jプロジェクト

2023年7月よりあらたグループ全体のDEI推進に向けて、グループ会社であるジャベルとあらたの女性社員11名で「A(あらた)&J(ジャベル)プロジェクト」を発足。様々なバックグラウンドを持つ社員で構成し「女性が活躍する会社＝全社員が活躍できる会社」という考え方のもと、全社員が働きやすく活躍できる会社となることを目指し、経営層へ提言を行い、具体的な取り組みにつなげました。また、参画した社員自身の主体的なキャリア形成のきっかけにもなっています。



取締役会・経営会議でのA&J提言内容

- 両社の課題および解決策
- DEI方針策定の提案
- 影響度と実現性のマトリクスによる優先順位づけ
- 早期実現項目
 - 1 育休関連情報提供・交流充実化
 - 2 キャリア形成支援
 - 3 在宅・リモートワーク活用推進
 - 4 アンコンシャス・バイアス講習実施
 - 5 健康経営推進
- プロジェクトメンバーから経営層へのメッセージ

経営層への提言を経て、プロジェクト第1期のテーマとして「DEI風土醸成」を掲げ、その第一歩を「知る機会」の提供として制度説明会や社員交流会、外部講師によるセミナーを開催しました。



DEIの推進

A&Jプロジェクト提案事項

人口減少による人手不足が進む環境下においては、多様な人材が長期間活躍できる環境を整えることが当社にとって重要なテーマであると捉えております。

現状の取り組みを継続しつつ、新たな施策を講じることでより一層推進を強化してまいります。

あらたグループ DEI方針

十人十色の成長をチカラに
～すべての社員の夢が描ける会社をめざして～

- ・社員が互いに尊重し、認め合い、ともに活躍・成長できる職場環境・風土づくりを進める
- ・社員一人ひとりが個性・能力を最大限発揮し、補いあうことで新たな価値を創出する
- ・ライフ、ワークともに充実することで意欲と能力を向上させ、高い成果を上げる

3つの取組み項目

- DEI意識・風土の醸成
- 社員の活躍推進
キャリア形成支援
- 働きやすい職場環境整備
制度拡充・新設

重点項目：女性活躍推進にむけて

当社は女性管理職比率が低いことを課題として捉え、DEI推進における重点項目として、「女性活躍推進」を掲げており、中期経営計画2026の最終年度である2026年3月期までに女性管理職(課長級以上)比率を4.5%とする目標を設定し、継続的かつ積極的に取り組みを進めています。課長

女性の活躍に関する取り組みの実施状況が優良であるとして、2024年3月に女性活躍推進に基づく厚生労働大臣認定の「えるぼし(2段階目)」認定を取得いたしました。

アンコンシャス・バイアス講習の実施

自分の中のバイアスに気づくことで、コミュニケーションの健全化、職場環境の活性化につながります。当社はDEI風土醸成の第一歩として、アンコンシャス・バイアス講習を管理職向けと一般社員向けに内容を分けて実施しました。



級管理職の候補世代である係長級の女性社員が増加しており、また、採用についても積極的に取り組み、総合職の女性社員も増加しています。

女性管理職比率



A&Jプロジェクト提案事項

両立支援の取り組み

育休制度説明会・交流会の実施

A&Jプロジェクトによる社員の生の意見を踏まえ、ウェビナーによる全社員向け制度説明会、育休取得者と若手社員による育休交流会を実施しました。

ウェビナーは育休当事者だけでなく、若手社員から管理職社員まで多くの社員が視聴しました。制度の説明のみならず、リアルな金銭面の話や、ハラスメントにつながる発言例などを発信。社内イントラネット「Ael E研修ナビ」で誰でもいつでも視聴可能としており、今後も継続的に取り組みを進めてまいります。



- 制度説明会の内容
- 国や当社の制度
 - 育休当事者の上司や同僚の対応
 - 育休当事者の心構え

男性育児休暇取得推進

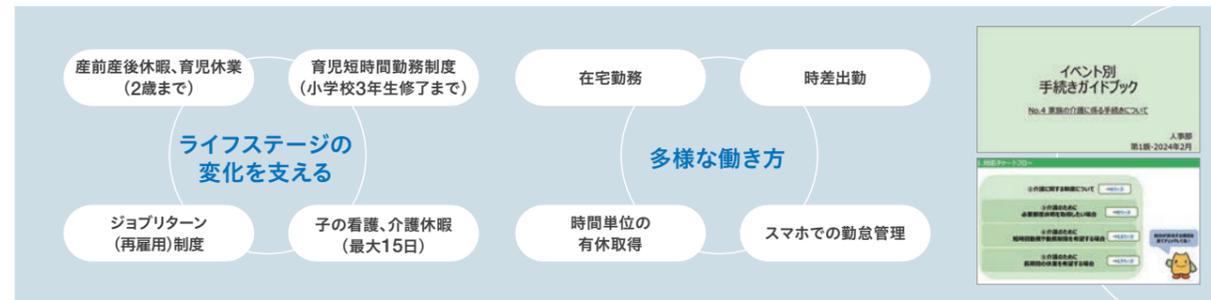
男性社員も育休を取得しやすい風土を醸成することを目的として、2026年3月期男性育休取得率100%を目標として掲げ、取得者の声を社内報で紹介するなど、男性の育児休業取得も推進しています。



多様な働き方を実現する制度拡充

あらたグループは、社員のライフステージの変化を支え、ワークライフバランスの向上を図るため、多様な働き方の実現や、長く働き続けられる環境づくりを進めております。各種ライフイベント(転勤、結婚、出産、介護など)時に本

人、そして所属部署において必要な時に必要な情報を迅速に収集できるよう、イベント別に『手続きガイドブック』を発信しております。



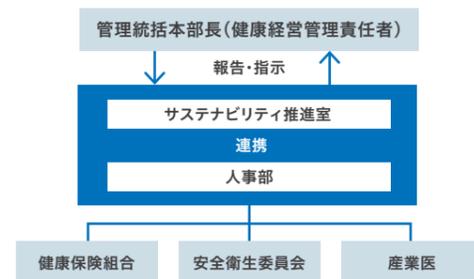
健康経営の推進

社員の健康を企業としてサポートし、活力に満ちた職場環境の実現に努めることを社内外に公表し宣言しております。

社員のヘルスリテラシー向上に資するセミナー開催など、健康経営への取り組みをより一層強化・推進してまいります。

健康経営宣言

当社は、ESG重要課題に「働き甲斐のある会社となる」ことを掲げております。当社で働く従業員が、長く意欲的に働き続けられるよう、健康を維持・増進することが重要な経営課題であると捉えています。また、その認識のもと一人ひとりが心身ともに健康で充実した生活を送ることができるよう、当社は、従業員の健康維持・増進を企業としてサポートし、活力に満ちた職場環境の実現に努めます。



健康経営に対する重点的な取り組み

- 一般定期健康診断の100%受診
- ストレスチェックを実施し、働きやすい職場環境構築を目指す
- 年次有給休暇の取得奨励により、有休取得年平均を12日以上とする
- 喫煙率を低減する

健康増進に向けた制度充実

- 3大がん検診受診費用無料制度
- 3大疾患治療中社員への特別休暇
- インフルエンザ予防接種無料制度

女性健康セミナー A&Jプロジェクト提案事項

当社は物流センター含め女性が多く働く企業であり、また、フェムテック商材を扱う企業として「女性の健康」にフォーカスし、当社とグループ会社のジャベル合同で外部講師によるセミナーを開催しました。

性別、年齢問わず周囲の人に意識を向け、起こり得ることを「知り」「思いやる」、そのような風土を築くことのきっかけになるよう、一般社員から役員まで多くの社員が視聴しました。



有給休暇取得奨励

仕事における能力を十分に発揮し、職場を活性化させるためには、仕事と生活の調和を図り、心身ともにリフレッシュすることはかせません。当社は5日連続で休暇を取得するロング休暇(L休暇)制度の実施、また、時間単位での申請を可能とした有給休暇取得の促進を図っています。有給休暇取得平均日数12日以上維持を目標とし、社内報を用いた啓蒙活動も行っています。

有給休暇取得平均日数
2023年3月期 10.0日
2024年3月期 12.1日



社員エンゲージメントとしての「意識調査」の実施

社員が自らの仕事や働き方、企業風土などの項目について5段階の評価を行う「社員意識調査」を2020年から実施。評価とは別にメッセージ欄も設けており、社員の声が直接経営層に届く仕組みとなっています。

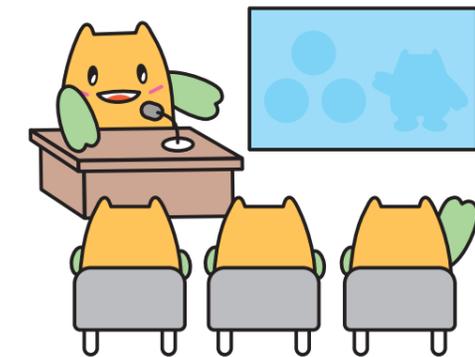
意識調査の結果から課題を抽出し、制度などの改善につなげることで、意欲的に働ける環境を整備することを目指しています。今後も継続的に調査を実施し、企業と社員との信頼感醸成につなげてまいります。

➡ P.18 人材戦略ページ(2024年2月実施 社員意識調査結果)

人事関連データ (すべて単体 嘱託・パート社員を除く)

基本データ	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期
計	2,060	1,998	1,965
従業員数(人)			
男性	1,530	1,476	1,427
女性	530	522	538
新卒採用社員数(人)			
男性	14	17	23
女性	11	16	30
キャリア採用者数(人)			
男性	16	13	27
女性	11	8	21
平均勤続年数(年)			
男性	20.1	20.3	20.4
女性	14.1	14.8	14.9
女性管理職(課長級以上)比率(%)	2.2	2.8	2.9
女性管理職(係長級)比率(%)	6.2	6.6	8.5
総合職以上女性比率(%)	15.4	16.1	17.9
外国人雇用数(人)*	25	28	21
障がい者雇用比率(%)	2.42	2.58	2.70

*外国人技能実習生を含む



社員のESG意識向上

当社では、社員のESG意識向上のため社内報や社内イントラネット「Ael E研修ナビ」で情報提供を行っております。さらに、毎月サステナビリティ推進室が発信している「SDGs

通信」では、「～あなたとあらたにできること～」をサブテーマとし、SDGsの一つ一つの目標に対して個人が取り組めることや、会社の取り組みを分かりやすく社員に伝えています。



育成・研修 人材育成方針

あらたグループは、全社員が働き甲斐を持ち、長く働き続けたい会社となることを目指しています。社員一人ひとりがチャレンジングで意欲的に目標に向かって活動してもらえよう、公平・公正な人事評価によって、年齢に捉われず成果を

上げている社員が早期に上位等級で活躍できる環境を構築しております。
また、新入社員から管理職まで、各キャリアごとにスキルをバックアップするための多種多様な研修制度を設けております。

主な研修・育成制度

<p>対面研修</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 新入社員基礎研修 ■ 新入社員セールス研修 ■ 目標設定・PDCA研修 ■ 新任チームリーダー研修 ■ 新任マネージャー研修 ■ 企業別Rating基礎研修 ■ 提案型研修 I 	<p>オンライン研修</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ キャリア社員 入社時基礎研修 ■ 中核社員研修 ■ 物流業務スキル研修 I、II、III ■ 一次評価者研修 	<p>自己啓発支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 奨励資格 <ul style="list-style-type: none"> - 販売士検定 - 化粧品検定 - ロジスティクス検定 - ITパスポート - 情報セキュリティマネジメント - MOS etc.
<p>E-Learning</p> <p>Ael E研修ナビ</p> <p>167 科目公開</p>	<p>応募型研修</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 提案型研修 II <ul style="list-style-type: none"> - POS分析 - Store Manager etc. ■ 全社ITスキル研修 <ul style="list-style-type: none"> - 業務フロー作成 	<p>OJT</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ OJTトレーナー制度 <p>選抜型研修</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ロジ管理職育成トレーニング ■ ロジ数値分析トレーニング ■ 企業別Ratingトレーニング

あらた独自のE-Learningシステム「Ael E研修ナビ」

全社員向けのE-Learningシステムである「Ael E研修ナビ」で、部署や等級を問わず、すべての社員が必要なときに良質な学びが受けられる場を提供しています。現在167のコンテンツ数を有しており今後も社員が積極的に学べる場を提供し続けていきます。

<p>共通系EL</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ダイバーシティ講座 ■ ハラスメント防止講座 ■ 育休交流会(制度説明) ■ 財務会計の基礎 ■ 下請法の基礎知識 etc. <p>98 科目公開</p>	<p>営業系EL</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ データ分析 ■ プレゼンテーション ■ SWOT・現状分析と機会発見 ■ How to Sell～商談スキル ■ 薬機法医薬品の取り扱い etc. <p>54 科目公開</p>	<p>物流系EL</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ハラスメントのない職場づくり ■ パート社員労務管理 ■ 倉庫管理チェックシート解説 ■ 在庫誤差件数表解説 ■ 棚卸調査ガイド etc. <p>15 科目公開</p>
---	--	--

TAKE ACTION
全社ITスキル教育

デジタル化による生産性向上、業務上必要なITスキルの獲得や環境変化に適応するITリテラシー向上を目的に、2024年

3月期は「全社ITスキル教育」をテーマに様々なコンテンツを提供し、多くの社員が自主的に取り組みました。

<p>E-Learning</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ITリテラシー ■ コンピュータとプログラム ■ Webの基礎技術 ■ システム開発 ■ 情報セキュリティ ■ Excelピボットテーブル 	<p>応募型オンライン研修</p> <p>業務フロー作成研修</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 EL学習、事前課題 2 オンライン研修 3 自業務におけるデジタル化により生産性向上、業務可視化により整理や見直し 	<p>資格取得奨励</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ITパスポート ■ 情報セキュリティマネジメント <p>合計で 135名が申込み</p> <p>社員コメント</p> <p>リスクマネジメントに携わる部署として、情報セキュリティに関する知識が必要だと感じ、奨励資格となったことがきっかけで申込みました。研修室からサポートいただき合格し、知識に自信がついたことで業務にも活かしています。</p>
---	--	---

Regional Community
地域社会



すべての人に快適な生活を届ける

当社は全国に多くの拠点を有しており、地域の皆さまと常日頃から共存関係を構築し、助けあう体制を構築したいと考え、地域活動への積極的参加により地域とのつながり強化を目指しております。また、生活必需品を取り扱う当社にとって、事業継続計画(BCP)も重要な項目と定めております。

「あらた×東京経済大学 本藤ゼミ学生24名 コラボ企画」

2024年8月5日、東京経済大学 本藤貴康教授のゼミナールに所属する学生24名とのコラボ企画「洗剤カテゴリー」をテーマとした、マーケティング提案会を開催。

社長の須崎や営業本部長の東風谷からも、それぞれのチームの高度な提案内容に驚きと称賛の言葉をお伝えしました。当社としても実りある機会となりました。

東京経済大学と当社は、2021年4月よりコラボ企画で連携し、学生の皆さまの分析に基づく提案に当社のノウハウをもとにアドバイスを行ってまいりました。



学生の皆さまは4チームに分かれ、それぞれの着眼点から現状分析・ニーズ調査・ターゲットの選定を行い、実務的な観点から売場展開やPOPなどの効果的なプロモーション企画を提案いただきました。

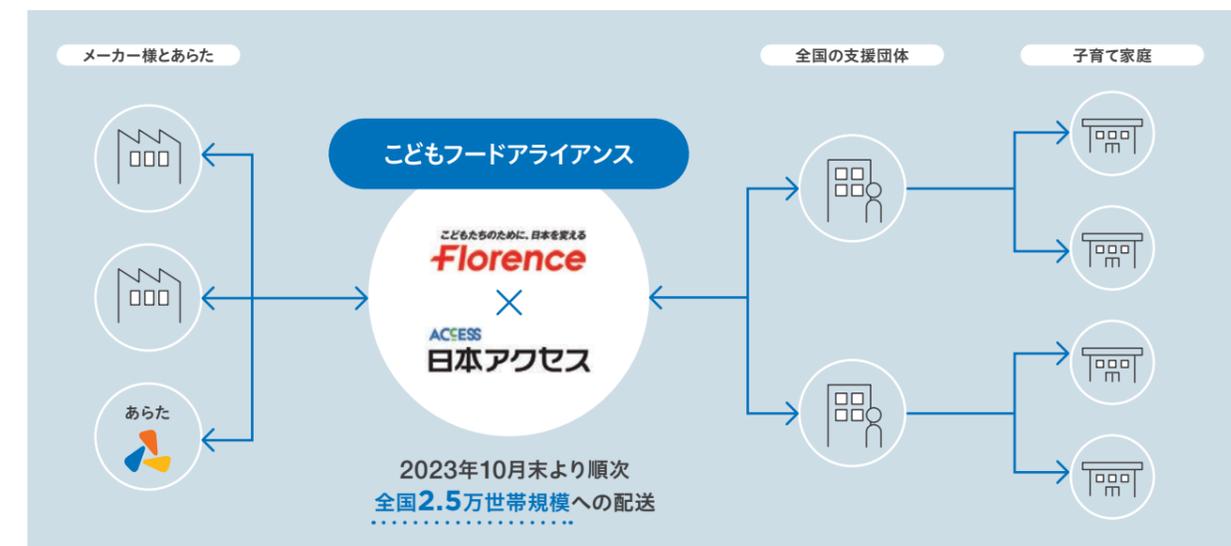
TAKE ACTION
「こどもフードアライアンス」への参画

2023年10月に認定NPO法人フローレンスと(株)日本アクセスが取り組んでいる「こどもフードアライアンス」に賛同し、商品を寄贈いたしました。

法人こども宅食応援団を通じて全国のこども支援団体に分配する取り組みです。

「こどもフードアライアンス」は、食品を中心とする複数のメーカー様および日用品卸である当社より提供される食品、日用品を一括集約し、フローレンスグループの一般社団

今回当社が参画した第3弾の配送では、食品メーカー様および当社の34社協賛のもと約2.5万世帯に食品約23.7万品、日用品約2.4万品、合計26.1万品の物品をお届けしました。





畑中 伸介
取締役会長
(取締役会議長)



坂本 倫子
社外取締役
監査等委員



那須 雄次
社外取締役



土谷 信貴
上席執行役員
コーポレートガバナンス
統括本部長

特集

Discussion

ガバナンス座談会

次世代につなぐ、あなたの企業文化

社訓「働くは人の道」を
次世代にまで受け継いでいく

土谷 先日、「企業文化の刷新」をメインテーマとして、当社では初となるパネルディスカッションが開催されました。当社の執行役員級以上および社外取締役が参加する中、畑中会長がコーディネーターを務め、東風谷副社長ほか4名の支社長をメインパネラーとして実施いたしました。今回の座談会では、パネルディスカッションの取り組みをもとに「企業文化について」というテーマを進めていこうと思います。まず、パネルディスカッションを開催した経緯についてお聞かせください。

畑中 指名・報酬委員会では、これまで経営幹部の発掘・育成等を目的としたグループディスカッションを実施してきましたが、非常に質の高いディスカッションが繰り広げられており、少人数で留めているのはもったいなかったからです。また、幹部における価値観の共有が不十分だと感じたこともあり開催しました。会社が高めていくべき企業価値は、2つあります。

1つは業績など数値で財務諸表に現れる財務的な企業価値です。もう1つは非財務的な企業価値であり、それを一言で表すと、企業文化なのではないでしょうか。

土谷 社外取締役から見て、他社と当社の企業文化に何か違いは感じますか？

坂本 最近は存在目的、社会的意義、目指すべき姿など「パーパス」を策定する会社が増えています。企業文化とは少し異なりますが、多くの会社がそれらをつくり、トップメッセージとして発信し、社内外へ浸透させよう意識しています。当社においては、パネルディスカッションや幹部面談等を通じてトップが問題意識を提示し、積極的に話し合う機会を設けるなどの試みをしているところがあまり他では見られない当社の企業文化だと感じています。

那須 私は「世の中のお役に立ち続ける」という経営理念が心に刺さる言葉であり、当社の役割を体現している普遍的なものだと感じています。一方で、あらたポリシーズ[※]には「本業を卸売業とし、(中略)それを深く耕してゆく中に未来の発展が見え」とありますが、現在は商品開発など卸売業とは違うこと

※社訓・社是・スローガンなど会社の「根本理念と経営の真髄」を表わす重要な諸項を集録している冊子。

にも挑戦しているため、目指すべき姿に沿ったものへと変えていく必要がある気がします。

畑中 私は社訓の最初に出てくる「働くは人の道」とはどういう意味かを、社員を含めてもう一度考えるべきだと思います。働くということは、人間力の向上につながります。日本企業は生産性が低く世界から見ても下位レベルですが、オンとオフを明確にして無駄を省き、社内の価値観だけでなく幅広い価値観に触れることで、労働に対する価値観が変わり、それが究極の「働くは人の道」につながるのではないのでしょうか。渋沢栄一の「論語と算盤」という言葉が、現代では「サステナビリティとビジネス」と解釈されているように、その言葉から何を読み解くかが非常に重要です。我々も創業者の想いが込められた「働くは人の道」という言葉はあえて変えずに、次世代へ受け継いでいこうと思います。

土谷 なるほど。初めてあらたポリシーズを耳にしたときの率直な感想はいかがでしたか？

坂本 少し硬いというか、古めかしい印象でした。ただ、中身に関しては多様な働き方やサステナビリティにも通じる広い意味

がありますので、「働くは人の道」という言葉の意味するところを皆さんで話し合いながら共通認識を持っていければ良いのではないのでしょうか。

那須 私も以前代表を務めていた頃に、「君子財を愛す、これを取るに道有り」という言葉について社員と話し合った経験があります。そのとき私は、儲けるのは大事だが、ガバナンスに即した儲け方があるという解釈をしました。ただし、人によって様々な解釈があって然りだと思えます。

畑中 当社の社訓が考えられた当時と現在の時代背景は全く異なりますし、価値観も多様化しています。だからこそ問題提起としてはセンセーショナルな言葉だと感じています。

坂本 本来は「働く」という言葉の中に「楽しく働く」という意味も含まれるのですが、人によってはどうしても「働く」という言葉自体がネガティブに受け止められるので…。

畑中 そうですね。ですから、当社としては、当社の企業文化である「強く・正しく・楽しく」も併せて目指していくことが大事だと考えています。

さらなるガバナンス強化に向けた パネルディスカッションの効果

土谷 では、その「強く・正しく・楽しく」という企業文化を伝えていくために、あるいはガバナンスを強化していくために、パネルディスカッションはどのような位置づけになりますか？

那須 公式の場で声が聴けた初めての機会であり、パネラー以外の幹部の方々も積極的に発言されていたので、非常に良い試みだと感じました。今後も題材を選びながら、是非とも続けていただきたいです。

畑中 公開討論で全員のコンセンサスを得る、あるいは違いを感じる重要な試みでした。初回は執行役員級以上で開催しましたが、今後は支社や拠点でも開催してほしいと思います。チャットツールは確かに便利ですが、行間を埋めるためにはリアルな議論も重要です。強制的に「やらされる」のではなく、自主的に「やろう」という雰囲気になれば、現場の成長につながると感じています。

那須 企業文化を浸透させるためには、現場で直接対話をする必要がありますし、トップが言い続けることも大事だと思います。

坂本 トップから言ってもらうのはもちろん、現場の方々から自ら考える機会を設けるのも大切ですね。「これについてどう思う？」と個別に聞くのもよいと思います。

畑中 そうですね。現在は当社のネットワークが業績という財務的な企業価値でつながっていますが、企業文化という非財務的な企業価値でもつながれるようにシフトしていく必要があると思います。あらたポリシーも「唱和」するだけでなく、深く考えていかなければなりません。まずは管理職がバージョンアップしていく努力を怠らないことです。例えば未だに威圧感を出す管理職がありますが、それでは会話がしにくくなります。「自分が部下に教えよう」ではなく、「一緒に成長しよう」という

意識が変われば、いろんな人と視線を合わせて、新しい見識を吸収することができるはずですよ。

那須 社にも、社員は「人間として対等」と書かれていますからね。

土谷 管理職の考え方や手法も時代によって変えていく必要がありますね。そのためにはパネルディスカッションの裾野を現場へと広げていくイメージでしょうか。

畑中 はい。チャットではできない情報交換や価値観の共有方法として成り立つ可能性を感じています。

企業文化を支社や拠点、グループ全体に浸透させる

土谷 本社にいれば社長や会長と接点がありますが、支社や拠点ではトップと触れ合う機会がありません。以前は支社・拠点責任者が集まる会議がありましたが、そういう場も必要でしょうか？

那須 私は必要だと思いますね。今は本社と支社における意思の伝達が必ずしもうまくいっていないと感じています。

坂本 対面だけに限らずとも、支社の方々とも協議する場は多くあったほうがよいと思います。

畑中 業績や業務だけでなく、企業文化について議論する場は必要ですね。ガバナンス強化に関しては、不祥事の監視や投資リスクの評価に加えて、経営そのものの評価が重要です。当社の指名・報酬委員会では、社外取締役を交えて次期社長の選出方法などの会社経営が「見える化」されています。社員から見ても極めて透明性の高い人事が行われているので、モチベーションアップに有効だと考えています。

土谷 それが社員になかなか伝わり切っていないと感じるので、ガバナンスおよび広報部門の責任者として、社内広報をより強化していきます。

畑中 お願いします。伝えていくときに大事なものは、仕組み化をすることです。まだまだ課題は多いと思いますね。

土谷 グループ会社も含めると、3,000名近い人数になりますので。

畑中 2002年に持株会社として設立され、いろんな会社から集まってできた会社ですから。

坂本 社外から見ると、様々な文化を持った会社が集まって、よくここまで結束したなと感心しています。

畑中 ありがとうございます。この22年間で、企業文化もだいぶ変わってきました。

土谷 あらた設立から22年が経過しておりますが、社外取締役として、どのような企業文化になってほしいと思いますか？

那須 私としては、グループ会社であるジャベル(株)の社員と共同で行っている「A&Jプロジェクト」[▶ P41](#)が気になります。その他のグループ会社も同じ企業文化を目指していただきたいと思います。

畑中 おっしゃる通り、グループガバナンスは十二分にできていないですね。単体ではなく、グループ経営が重要になると考えています。

土谷 海外も中国、タイ、ベトナムとありますが、財務的な企業価値でしかつながれていないかもしれません。ガバナンスという観点で、社外取締役から見た課題は何でしょうか？

那須 パネルディスカッションでも扱いましたが、支社採算責任のままで全体適正が図れるかが課題だと感じています。物流のどこに投資するかもそうですし、全体適正と部分適正の議論は深掘りする必要があります。

畑中 それは難しい課題です。管理を考えたときに本社主導は重要ですが、どういう塩梅で権限移譲するかはもっと議論するべきでしょう。

土谷 採用に関しても本社一括だけでなく、拠点採用も始めていますよね。

畑中 東名阪で働きたい方が多いのは事実ですが、地元で働きたいという地域志向の強い方もいるはずですよ。本社で見えない未来もあれば、現場で見えない現実もあります。そのマネジメントをどうしていくかが本当に大切です。

那須 支社採算ということもあり現場に任せると採用も最小限の人員になりがちなので、将来の発展に向けた投資と考えると本社採用も大事ですね。

取締役会や監査等委員会における議論の活性化

土谷 議論が活発にできる文化という観点から、取締役会や監査等委員会での議論はいかがでしょうか？

坂本 取締役会では、話しやすい環境が整っています。監査等委員会から毎年「気づき事項」を提出していますが、すぐに

改善に動いていただけるので、経営陣から「会社を変えていこう」「もっと良くしていこう」という気概が感じられます。経営陣が「働くは人の道」という思考を持っていることが私たちには伝わっていますから、それがもっと社員の方々にも伝わるとよいと思います。先日のパネルディスカッションもそうですが、新しい企画に積極的にチャレンジしているので、その姿勢はこれからも変えずに貫いていただきたいと思っています。

土谷 坂本さんは就任して3年になりますが、何か変化は感じますか？

坂本 取締役会のメンバーも変わりましたが、取締役会の場合社内取締役の方々が意見をjする機会が以前より増えていると感じます。

那須 私も就任して2年が経過しましたが、就任当初から発言しやすかったですし、何の障害もありません。

畑中 やはり社外からの指摘や刺激は重要で、それを消化できなければ独り相撲になってしまいます。今期も新しく小西規雄氏を招聘しました。現役の代表取締役が社外取締役として加わったことで指摘事項も変わり、より議論が活性化すると期待しています。

本座談会を振り返って

土谷 本日の座談会を振り返って、ご感想をお願いいたします。

坂本 やはり、経営陣が何を考えているのか、社訓の意味するところは何かを各人が考え、共通認識を持ち、時代に合わせたものとして次世代に受け継いでいくことが大事だと思います。

那須 私は「For the company」という言葉が昔から好きで、会社のためであれば、年齢、性別、役職、国籍などに関係なく、誰でも発言できる雰囲気が大切だと思います。

畑中 働く人たちの意識は本当に変わってきています。五輪の日本代表選手が「五輪に出場したい」「日の丸を掲げたい」と願うように、「あらたで働きたい」「あらたを強くしたい」という気持ちになっていただくにはどうしたらいいのかが私のテーマです。

那須 それは、あらたをどれだけ好きになれるかどうかですね。私は就任してからあらたが大好きになりました。

坂本 日本代表選手は、国のためだけでなく自分自身の名誉もあると思います。ですので、あらたで働いていることに誇りを持つことが重要なのではないのでしょうか。そのためには会社の知名度の向上なども関係してくるのではないかと思います。

畑中 なるほど。それなら何かの制度で反映できるかもしれませんね。いずれにしても、「強く・正しく・楽しい」あらたを目指して、これからも企業文化を醸成させていきますので、皆さまご協力をお願いいたします。



ガバナンス

役員紹介 (2024年6月25日現在)

取締役



12/12
はたなか のぶゆき
畑中 伸介
取締役会長

2007年より代表取締役社長執行役員として経営を担い、事業拡大・業績拡大を図り、現在の成長軌道へ牽引。2017年より代表取締役会長CEOとしてあらたグループ全体を統括し、2019年からは取締役会長としてあらたグループ全体の方向性を示すとともに、任意の指名・報酬委員会の議長として、社外役員の見解を踏まえた審議の検討をリード。



11/12
すざき ひろあき
須崎 裕明
代表取締役
社長執行役員
ESG委員長

営業部門や商品部門に携わり、幅広い業務経験と知識を有し、2017年より代表取締役社長執行役員として、当社経営を牽引。着実な実績および成果を出し、2021年3月期をスタートとした前中期経営計画の目標達成に貢献。また現在は長期経営ビジョン2030の達成に向け、中期経営計画2026を推進。



12/12
おもて としゆき
表 利行
取締役
副社長執行役員
経営全般

営業部門で要職を歴任し、2010年より執行役員営業本部広域量販部長として当社の営業を強化し、業績拡大の一翼を担う。現在は取締役副社長執行役員経営全般として、業績拡大・利益拡大に向けた経営戦略全般の強化および監督に注力。



10/10
こちや せいいち
東風谷 誠一
取締役
副社長執行役員
営業本部長

物流部門や営業部門に携わり、流通の現場に精通した専門的な知識を有し、2018年より執行役員首都圏支社長として業績拡大の一翼を担う。現在は取締役副社長執行役員営業本部長として当社の営業力強化による業績拡大・利益拡大に向けた戦略に取り組む。



12/12
うりゆう よしろう
瓜生 善郎
取締役
専務執行役員
経営戦略本部長 兼
管理統括本部長

営業部門や経営企画部門に携わり、幅広い業務経験と知識を有し、2021年より取締役専務執行役員人事本部長として将来を担う人材の育成に注力。現在は取締役専務執行役員経営戦略本部長 兼 管理統括本部長として中計2026の達成に向け成長戦略を推進。



12/12
はたなか ひでたか
畑中 秀太
取締役
常務執行役員
商品本部長 兼
商品部長

営業部門や商品部門に携わり、幅広い業務経験と知識を有し、2015年より関西支社長として業績拡大の一翼を担う。2018年より執行役員商品本部長として、2021年からは取締役常務執行役員商品本部長として、当社の要である魅力的な商品の取り扱い充実に取り組む。



12/12
みずの あきひと
水野 昭人
取締役
ジャベル株式会社
代表取締役社長

2016年よりペット専門卸売業の最大手である当社子会社ジャベル(株)の代表取締役社長に就任し、ジャベル(株)の業績拡大・業界における地位向上の一翼を担う。2020年より当社取締役に就任。



12/12
なす ゆうじ
那須 雄次
社外取締役

住友商事グループ会社で代表取締役社長を務める等、高度な専門知識と企業経営全般を統括した経験を有する。当社の経営に対し、客観的な視点で適切な業務執行に関する監督・助言を行う。2022年6月より当社社外取締役に就任。



10/10
やお のりこ
八尾 紀子
社外取締役

国際弁護士としての豊富な経験と専門的な知識および高い見識を活かし、経営・業務執行に対する的確な助言および独立の立場から当社の経営を監視・監査。2023年6月より当社社外取締役に就任。



新任
こにし のりお
小西 規雄
社外取締役

(株)山屋において代表取締役会長として企業経営全般を統括され食品分野に長く携わり、日用品化粧品卸商社にはないノウハウ・経験を活かし客観的な視点で適切な業務執行に関する判断・指摘を行う。2024年6月に当社社外取締役に就任。

監査等委員である取締役



12/12 **10/10**
いしい ひでお
石井 秀雄
社外取締役
監査等委員

日本インベスター・ソリューション・アンド・テクノロジー(株)において取締役社長を務める等企業経営全般を統括した経験を有し、2018年より当社社外取締役に就任。当社の経営に対しても客観的な視点で適切な業務執行に関する判断・指摘を行う。2023年6月より監査等委員である取締役に就任。



12/12 **12/12**
ひらみつとし
平光 聡
社外取締役
監査等委員

公認会計士としての高い専門的な知識を有し、2012年より当社社外監査役として経営全般の監視と適正な監査の実現に貢献。2021年6月より監査等委員である取締役に就任。



12/12 **12/12**
さかもと ともこ
坂本 倫子
社外取締役
監査等委員

弁護士としての豊富な経験と企業法務に関する高い見識を活かし、独立した立場から当社の経営を監視・監査。2020年より当社社外監査役、2021年6月より監査等委員である取締役に就任。

執行役員

たきぐち ひとし
滝口 斉
専務執行役員
北海道支社長

ふりよし たかひろ
振吉 高広
常務執行役員
海外事業本部長 兼
事業開発部長 兼
新楽華(広州)国際貿易有限公司
董事長 兼 総経理(出向)

もりしま よしひさ
森島 義久
上席執行役員
経営戦略本部中部支社駐在

まえかわ ひろのり
前川 博徳
上席執行役員
ロジスティクス本部長

いまづ ふとし
今津 太
上席執行役員
中四国支社長

ねばし なかば
根橋 央
上席執行役員
業務本部長 兼
IT改革DX推進本部副本部長

つちや のぶたか
土谷 信貴
上席執行役員
コーポレートガバナンス
統括本部長 兼
法務部長 兼 総務管理部長 兼
サステナビリティ推進室長 兼
広報IR部長

いざき しちろう
井崎 七郎
執行役員
関西支社 物流統括部長

やまだ ひでゆき
山田 英幸
執行役員
IT改革DX推進本部長

なかがわ こうき
中川 幸喜
執行役員
営業本部営業部長

ちば たくや
千葉 卓也
執行役員
東北支社長

にしお まさよし
西尾 将義
執行役員
九州支社長

しみず まさゆき
清水 雅之
執行役員
関西支社長

くろだ こういち
黒田 孝一
執行役員
海外事業本部
新楽華(広州)国際貿易有限公司
副総経理(出向)

たかせ かつのり
高瀬 勝則
執行役員
首都圏支社長

きたやち あつし
北谷内 敦
執行役員
中部支社長

みやざき しんじ
宮崎 慎治
執行役員
システム本部長

たなか やすお
田中 康雄
執行役員
経営戦略本部
経営戦略部長 兼
海外事業本部
海外事業部長

コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

当社グループでは、卸商社として流通経済の一翼を担い、産業社会・地域社会に貢献することを念願に、全国各地の有力なる卸企業各社が長年の歴史と伝統をひとつに集結した会社であります。したがって、我々はこの設立の精神を基に旺盛なるフロンティア精神で事にあたり、常に和親協調・相互信頼・謙虚なるをもって身上とし、「世の中のお役に立ち続ける」ための努力を続けてゆかなければならないという経営理念のもと、「美と健康、清潔で快適な生活を創造する」を経営ビジョンとして、代替できない優れた卸機能を有した企業になることで社会に貢献し続け、積極的な事業を展開してまいります。

当社が考える企業価値の向上とは、継続的な事業活動を通じて業績の向上を図ることですが、その上でステークホルダーに対する様々な責任の遂行を行うことが求められること

と考えております。特に企業としては投資家、社員、取引先様などに会社の活動を適時に開示し、その経営の透明性を高めることが重要であります。この考え方を踏まえ、2021年6月に監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へ移行いたしました。

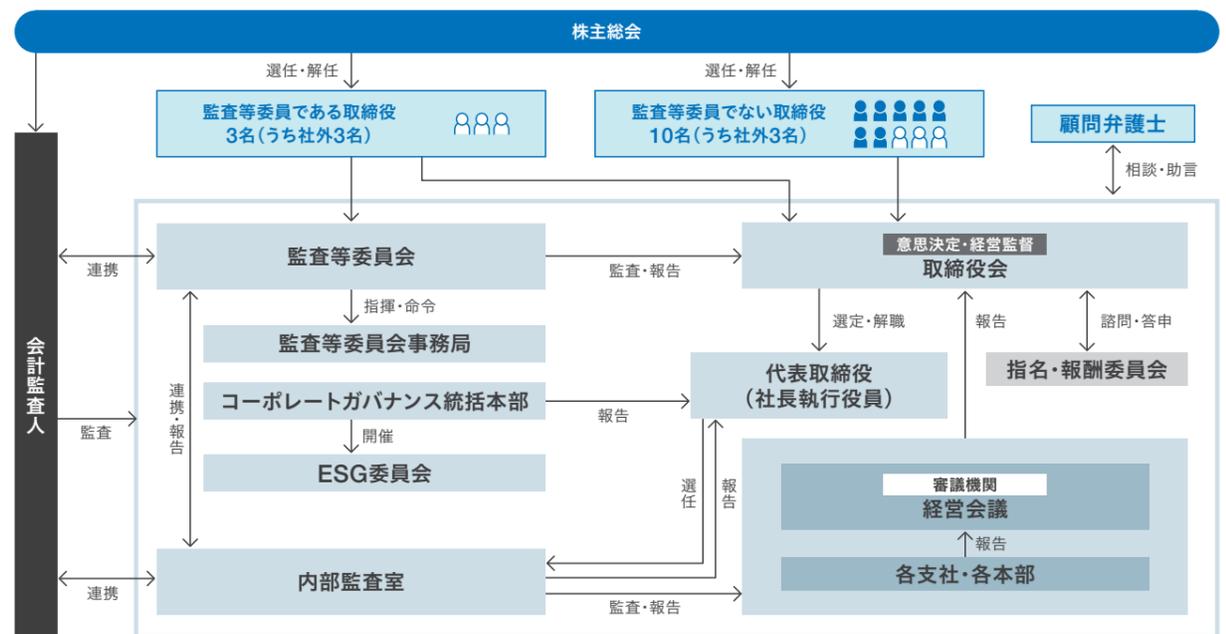
企業活動を行う上で、業績の向上と同様にコンプライアンス、環境対策、人権の尊重などの社会的責任(CSR)を果たすことも重要なことと認識しており、これら利害関係者による当社グループの経営監視機能は、取締役会および監査等委員会であると考えております。

企業の健全で持続的な成長を確保することが監査等委員である取締役の役割とし、社会的信頼に応える良質な企業統治体制の確立を目指し、さらなる監督機能の強化を図る体制を構築いたします。

ガバナンス強化の変遷



コーポレート・ガバナンス体制図

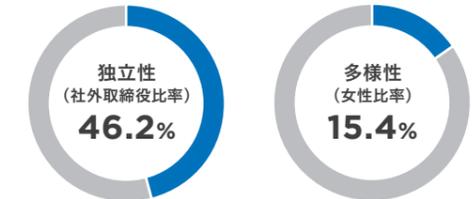
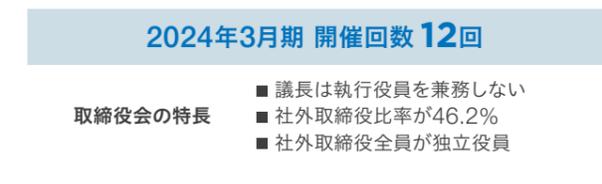


コーポレート・ガバナンス体制

● 取締役会

取締役会は、原則1ヶ月に1回開催しています。法令で定められた事項のほか、経営に関する重要事項の決定や業務執行の監督を行います。

取締役会として、各取締役に期待する専門性および経験として、以下の通りスキルマトリックスに表しています。



■ スキルマトリックス

スキル	各スキルの選定理由およびスキルの内容	スキル	各スキルの選定理由およびスキルの内容
経営	持続的な成長に向けた戦略の策定および実行には、事業や業界動向に精通し、企業の経営に携わった経験および実績が必要である。	コンプライアンス・法務	持続的な成長の基盤となる強固なガバナンス体制の確立のためには、リスクマネジメントとコーポレート・ガバナンスに関する豊富な知識と、法的観点から経営を監督するスキルを有する取締役が必要である。
財務会計	企業価値向上に向けた財務戦略を策定するには、経営視点での財務・会計分野における豊富な知識と経験が必要である。また、金融系企業の経験や公認会計士資格を有する者も、財務・会計の知見・スキルを有すると考える。	事業戦略	持続的な成長には、卸事業に関連する仕入から販売に至るまでのマーケティング、物流、IT・システムに関する高度な知識と豊富な経験を有し、中長期的な観点から事業戦略を総合的に立案・推進ができる取締役が必要である。
人事・労務	長期経営ビジョン2030の達成および持続的な企業価値向上には「人材」が最も重要な資産であるという考えを持つことから、人事や組織、内部統制に関する確かな知識や経験を有する取締役が必要である。	グローバル	長期経営ビジョン2030における重要項目である海外事業の拡大には、グローバル視点を持ち海外事業経営に携わった経験およびスキルを有する取締役が必要である。
サステナビリティ	長期経営ビジョン2030におけるサステナビリティ関連の目標達成およびESG経営への変革には、サステナビリティ分野における豊富な知見が必要である。	物流・DX	2024年問題および人件費高騰等の影響により物流費が上昇する中、卸事業の中核機能となる物流改革と事業全体のIT化・デジタル化によるDX推進を図り、生産性向上を図るため、物流・DXに関する知見を有する取締役が必要である。

氏名	独立社外	地位	スキル							
			経営	財務会計	人事・労務	サステナビリティ	コンプライアンス・法務	事業戦略	グローバル	物流・DX
畑中 伸介		取締役会長	●							
須崎 裕明		代表取締役社長執行役員	●			●			●	
表 利行		取締役副社長執行役員				●			●	●
東風谷 誠一		取締役副社長執行役員	●			●			●	◎
瓜生 善郎		取締役専務執行役員		●	●				●	◎
畑中 秀太		取締役常務執行役員		●		●			●	◎
水野 昭人		取締役	●		●				●	◎
那須 雄次	●	社外取締役	●			●			●	
八尾 紀子	●	社外取締役			●		●		●	
小西 規雄	●	社外取締役	●						●	●
石井 秀雄	●	社外取締役 監査等委員	●		●		●			
平光 聡	●	社外取締役 監査等委員		●			●	●		
坂本 倫子	●	社外取締役 監査等委員			●		●	●		

● 有しているスキル・経験 ◎ 今後期待するスキル

取締役会における議論

取締役会で活発な議論が交わされるよう、資料の事前配布の早期化を進めています。また、社外取締役が適宜経営会議に出席することで当社の事業や業界動向、戦略等への理

解を深めています。重要な事項については、担当の執行役員等が社外取締役へ事前説明をするなどの対応を行う場合があります。

主な取締役会議題

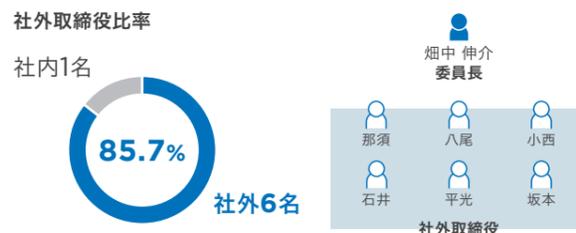
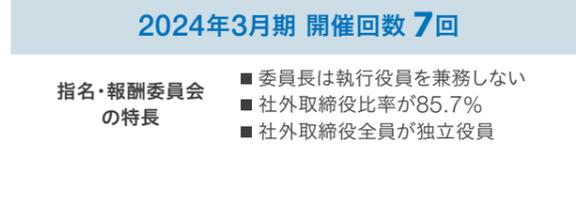
中長期計画関連	中計2026各事業の課題および進捗、KPI設定
サステナビリティ	ESG委員会報告、A&Jプロジェクト活動報告、サステナビリティ方針
役員関連	指名・報酬委員会報告、役員人事・報酬
ガバナンス関連	取締役会実効性評価、政策保有株式、取締役会モニタリング年間計画
人事関連	新人事制度、人的資本開示、従業員への株式インセンティブ制度

IT・DX関連	IT中計2026進捗報告、DX改革施策検討
監査	監査等委員による気付き事項（稟議モニタリング強化）
内部統制関連	内部監査報告、J-SOX法
財務経理関連	決算関連、予算関連、資金計画・調達関連
投資案件	海外事業関連、物流構想、新規事業関連

● 任意の指名・報酬委員会

取締役等の指名や報酬等に関する意思決定に際して、社外取締役の関与・助言の機会を適切に確保し、独立性・客観性と説明責任を強化し、コーポレート・ガバナンス体制の

一層の充実を図るため、取締役会の任意の諮問機関として、「指名・報酬委員会」を設置しております。



管理職グループディスカッション

指名・報酬委員会の役割の中でも重要と認識している後継者計画・育成に向けた次期経営層人材の発掘および女性管理職育成を目的に、2024年3月期は、管理職の男女計35名に対しグループディスカッションを実施。委員である社外取締役を中心に経営者視点に立った社会的課題・経営課題等の質問を行い、グループ討議形式で開催しました。

2030年以降を見据え、成長し続ける企業となるための人材発掘・育成に主眼を置いた手法にて実施しております。

グループディスカッションテーマの事例

- 1 当社の強みと弱みについて
- 2 当社と業界の将来について
- 3 今の仕事の課題と改善への取り組み
- 4 管理職として心掛けていること
- 5 女性が管理職として活躍するために

指名・報酬委員会 主な活動・議題(2024年3月期)

- 4月 幹部候補選定、女性活躍推進に関する事項
- 8月 グループディスカッションに関する事項
- 12月 グループディスカッション 2回
- 1月 役員人事
- 2月 指名・報酬委員会の役割、役員報酬
- 2月 グループディスカッション

役員パネルディスカッション P.47-50

2020年から開始した管理職グループディスカッションを発展させるべく2024年5月に当社として初の試みとして役員パネルディスカッションを行いました。

テーマについて5名が討議した後、参加者から質問や意見が投げかけられ、活発な議論が交わされました。

テーマ	「企業風土の刷新」	コーディネーター	指名・報酬委員長
パネラー	取締役1名、執行役員4名	参加者	取締役(社外含む)、執行役員、理事

● 監査等委員会

監査等委員会は、原則1ヶ月に1回以上開催し、監査等委員全員が取締役会に出席し、経営状態および業務の遂行について監査しております。また、経営会議などの重要会議にも出席するとともに、内部監査室による業務監査報告を受けて課題を共有するなど、業務執行への適正性についても監査

2024年3月期 開催回数 12回

取締役会 実効性評価

コーポレート・ガバナンスを有効に機能させるため、取締役会の実効性評価を2019年より継続的に実施しています。2024年3月に取締役会へ質問票を配布し、以下のような改善案(一部抜粋)が各取締役から挙げられ、実施検討することとしております。

- 重要な案件に関して議論を十分に深めるためにポイントを絞った資料作成
- 大型投資案件についての審議を複数回設ける
- 執行側での十分な議論
- 経営会議と取締役会の議題連動
- 資料のさらなる高度化に向けたタスクフォース化

役員報酬(2024年3月期)

取締役(社外取締役を除く)の報酬水準は、持続的な成長に向けた健全なインセンティブとして機能することを方針とし、指名・報酬委員会にて討議することとしており、外部環境や上場企業の類似業種から同規模程度の企業数社を参考としております。

役員区分	報酬等の総額(百万円)	報酬等の種類別の額(百万円)			対象となる役員の員数(人)
		基本報酬	業績連動賞与	役員株式給付信託引当金	
取締役(監査等委員及び社外取締役を除く)	374	202	77	94	8
取締役(監査等委員)(社外取締役を除く)	3	3	-	-	1
社外役員	50	50	-	-	8

(注) 1. 当期末日現在の取締役(監査等委員を除く。)は11名、取締役(監査等委員)は3名です。上記員数には取締役(監査等委員を除く。)1名が無報酬のため含まれておりません。
2. 取締役の報酬等の総額には、使用人兼務取締役の使用人分給与は含まれておりません。

できる体制としております。

また、「監査等委員会気付き事項」として事業運営における課題点を取締役会において提示し議論することで、取締役会の実効性を高めております。

社外取締役比率



政策保有株式

政策保有株式については、取締役会において毎年1回財務部門と取引主管部署が策定した保有方針に対し、「取引規模」「事業収益・配当収入」を参照指標として、「経営戦略上の重要性」「資本コストを含む保有コストに見合うリターン確保」「中長期的な企業価値の向上」などの判断基準に基づいて銘柄別に方針検討を行っております。この結果、継続して保有する経済合理性が乏しいと判断した場合には、経済情勢や譲渡損益等を考慮した上で、当該保有先との対話を経て適切な時期に保有株式の売却を行うこととしております。

区分	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期
銘柄数(銘柄)	97	97	91
うち上場会社の銘柄数(銘柄)	58	58	54
貸借対照表計上額の合計額(百万円)	8,911	8,458	9,383
うち上場会社の合計額(百万円)	7,932	8,280	9,267
連結純資産に対する比率(%)	9.27	8.29	8.55

また、報酬制度は基本報酬と業績連動賞与、株式報酬(株式給付信託(BBT))としており、基本報酬は、業績や従業員の昇給率、勤続年数、経営管理能力、功績、貢献度等をベースとし、代表権や役職等の責任や経営への影響度等を勘案してそれぞれ設計することを方針としております。

コンプライアンス

当社はコンプライアンスについて、「あらた企業行動指針」の中で法令遵守に対する姿勢を提示し、グループ全体でのコンプライアンス強化に努めております。

法令遵守の体制として、法務部において全社的な法務窓口として契約書チェックや業法に関する相談対応などを通じ組織横断

あらた企業行動指針「法令遵守に対する姿勢」

- 1 私たちは、企業倫理と経営の健全性の重要性を認識し、迅速かつ正確で幅広い情報開示に努め、経営の透明性を高めていきます。
- 2 私たちは、日常業務を遂行するに当たっては会社法、金融商品取引法等関係法令を遵守し健全な企業経営を行っています。
- 3 私たちは、法に準拠して会計処理を行い、粉飾決算等の非社会的行為は行いません。
- 4 私たちは、会社と不当な取引をして個人的な利益を得る行為は行いません。
- 5 私たちは、会社と同様の業種の仕事を社外で行いません。
- 6 私たちは、反社会的勢力による不当要求行為に対しては、毅然とした態度で対応し、取引その他一切の関係を持ちません。

● 社員のコンプライアンス意識向上の取り組み

事業活動に関連する法令を遵守するための社内講習を、法務部を中心に継続的に実施しています。

法令改正時には各種会議体での説明や、全社員に資料を

2022 ~ 社員が企業法務の基礎知識を楽しく学べるコンテンツ「法務ティーチャー」を定期発信。

法務ティーチャー コンテンツテーマの例

- 覚書と念書、契約書の違い
- コーポレートガバナンスと内部統制
- 消費者契約法
- 製造物責任法
- インサイダー取引規制

的な活動によるコンプライアンス意識の向上を推進しております。

また、コンプライアンスに関する通報制度として社内にはホットラインを、社外にはコンプライアンスカウンターを設置し、組織的または個人的な法令違反行為の相談・通報による不正行為の早期発見と是正を図っております。

あらたホットラインの仕組み

通報制度としてホットラインおよびコンプライアンスカウンターを設置しております。通報は社内規程に基づき機密情報として厳正に管理し、対象事案に関する秘密を保持し、通報者および被通報者の個人情報保護にも配慮の上で調査を行います。調査により不正行為等が明らかになった場合は、厳正な処分を行うとともに速やかに是正措置および再発防止の対策を実施します。こうした対応により、違法行為や不正行為の未然防止と早期発見に努めています。

社内窓口への通報・相談(ホットライン)

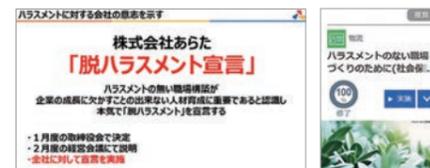


顧問弁護士への通報・相談(コンプライアンスカウンター)



発信する等により、常にコンプライアンス意識の向上、浸透・徹底を図っています。

2023 ~ 差別や偏見、不平等を是正し、健全な職場環境を促進するため「脱ハラスメント宣言」を行うとともにハラスメントを未然に防ぐべく、管理職・一般社員・物流センターパート社員向けとして、それぞれ内容を分けて「ハラスメント防止研修」を実施。



リスクマネジメント

当社は、企業価値の維持・向上と財務健全性を目的として、企業として事業を行う上での様々なリスクを把握し、特に当社の財務状況や社会的信頼に影響を与えるようなリスクについてはグループ全体で把握することに努めております。

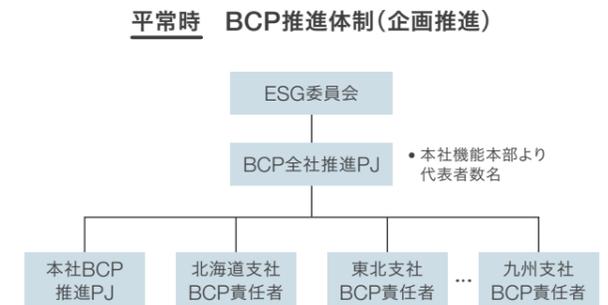
当社リスクとしては、毎月開催している経営会議において、本社・支社の業務遂行内容と業績の報告や目標達成状況の確認を行うと同時に、コンプライアンス状況のチェックを行い、不正やリスクの防止を行っています。

● 事業継続計画(BCP)について

地震や台風などの自然災害やパンデミックなど、甚大な被害をもたらす危機が発生した場合、人命の安全と卸商社としての社会的使命を果たすため、事業継続計画(BCP)を策定し、毎年強化・刷新しております。また、毎年あらた防災週間を設け、災害への対応を各拠点レベルで実施しております。

BCP基本方針

- 従業員とその家族の安否確認、安全確保を最優先します。
- 卸売業の社会的使命の重要性を認識し、商品をお届けするための復旧および対応と、サプライチェーンの早期復旧に協力いたします。
- 組織が円滑に活動できるよう事業継続計画について教育と訓練を行います。



自然災害への対応

- ハザードマップ確認により全センター・オフィスの被災リスクを評価
- 被災リスク評価に基づき、行動対策や備蓄品を準備
- あらた防災の日(当社防災活動)にて、被災時対応の検討
- 全社員にあらた災害対策携帯マニュアルの配布

能登半島地震での対応

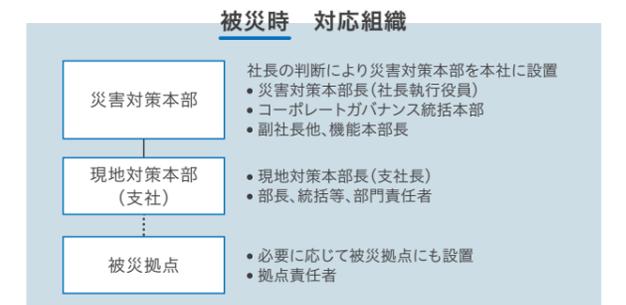
2024年1月1日に発生した能登半島地震では、当社北陸センターが被災し一時的に出荷が停止。

社員の安全を確認した後、生活に必要な物資を早期にお届けするべく、当該センター社員のほか近隣エリア社員も復旧作業に参加し、翌1月2日午後には出荷を再開。

有事の際もBCPを最適に運用し、卸としての社会的使命発揮に貢献しました。

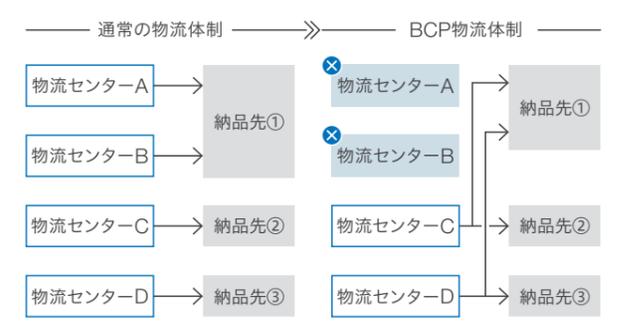
また、グループ全体のリスクについては、コーポレートガバナンス統括本部や内部監査室がグループ各企業と連携を取ってリスク管理を行うとともに、当社取締役または執行役員がグループ会社の取締役・監査役を兼務し、取締役会などにおいて情報を収集しております。

さらに、有事が発生した場合には、代表取締役を長とする対策本部を立ち上げ、事実関係の調査を行い、当社取締役会や監査等委員会への報告・審議を適時・適切に行う体制を整備しております。



BCP代替物流

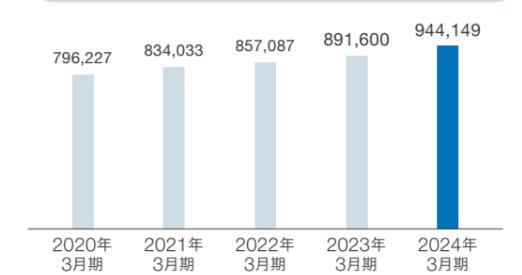
災害や感染症のクラスター等の影響で1拠点が出荷不能になった場合を想定し、全物流センターの代替物流網を構築。



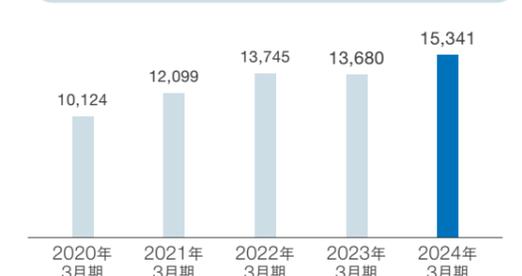
財務サマリー

	2014年3月期	2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期
経営成績											
売上高 (百万円)	651,954	638,792	676,743	704,610	732,914	754,447	796,227	834,033	857,087	891,600	944,149
営業利益 (百万円)	4,472	2,461	5,699	7,384	8,857	8,892	9,326	11,521	12,743	12,812	14,508
売上高営業利益率 (%)	0.7	0.4	0.8	1.0	1.2	1.2	1.2	1.4	1.5	1.4	1.5
経常利益 (百万円)	4,388	2,469	5,811	7,842	9,439	9,429	10,124	12,099	13,745	13,680	15,341
経常利益率 (%)	0.7	0.4	0.9	1.1	1.3	1.2	1.3	1.5	1.6	1.5	1.6
親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	2,435	1,124	3,244	4,863	6,361	6,903	7,191	8,200	9,009	8,223	10,322
当期純利益率 (%)	0.4	0.2	0.5	0.7	0.9	0.9	0.9	1.0	1.1	0.9	1.1
財政状態											
総資産 (百万円)	221,202	211,840	219,689	222,974	243,698	243,614	249,712	255,455	271,315	290,857	316,976
純資産 (百万円)	51,041	53,911	55,941	59,613	71,472	80,515	82,901	91,017	96,172	102,066	109,719
自己資本比率 (%)	23.1	25.4	25.5	26.7	29.3	33.0	33.2	35.6	35.4	35.1	34.6
D/Eレシオ (倍)	1.5	1.2	1.1	0.9	0.7	0.5	0.5	0.4	0.4	0.4	0.3
キャッシュ・フロー											
営業活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	1,481	21,955	7,594	12,637	11,649	9,513	5,262	14,071	6,545	10,969	14,059
投資活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△5,878	△6,775	△3,360	△3,155	△2,924	△880	△2,742	△5,157	△7,205	△4,281	△5,305
財務活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	7,246	△13,990	△1,791	△9,948	△4,501	△6,678	△3,833	△5,828	△911	△3,311	△4,556
経営指標											
ROA (%)	2.0	1.2	2.6	3.5	4.0	3.9	4.1	4.8	5.2	4.9	5.0
ROE (%)	4.8	2.1	5.9	8.4	9.7	9.1	8.8	9.4	9.6	8.3	9.7
売上高当期純利益率 (%)	0.37	0.18	0.48	0.69	0.87	0.91	0.90	0.98	1.05	0.92	1.09
総資産回転率 (%)	2.95	3.02	3.08	3.16	3.01	3.10	3.19	3.26	3.16	3.07	2.98
財務レバレッジ (%)	4.34	3.93	3.93	3.74	3.41	3.03	3.01	2.81	2.82	2.85	2.89
人件費 (百万円)	28,584	27,631	28,902	29,135	29,836	29,685	30,909	32,329	32,168	32,717	33,678
人件費売上高比率 (%)	4.4	4.3	4.3	4.1	4.1	3.9	3.9	3.9	3.8	3.7	3.6
荷造発送費 (百万円)	15,776	16,012	17,572	17,888	18,834	20,255	21,965	22,337	22,922	23,733	25,690
荷造発送費売上高比率 (%)	2.4	2.5	2.6	2.5	2.6	2.7	2.8	2.7	2.7	2.7	2.7
設備投資状況											
設備投資額 (百万円)	7,809	7,943	3,845	4,383	6,828	3,325	4,988	5,525	7,353	5,848	4,402
減価償却費 (百万円)	3,975	4,317	4,526	4,452	4,353	4,455	4,281	4,290	4,522	4,604	4,610
1株当たり情報											
配当金 (円)	25	25	27.5	32.5	37.5	40	42.5	47.5	60.5	68	92.5
配当性向 (%)	31.6	68.5	26.1	19.6	18.8	20.1	20.6	19.8	22.9	28.2	30.5
EPS (1株当たり利益) (円)	15.8	36.48	105.22	165.48	199.56	198.86	206.52	240.29	263.82	240.78	303.02
BPS (1株当たり純資産) (円)	330.92	1748.16	1813.77	2027.26	2142.72	2273.44	2430.69	2666.41	2815.69	2988.51	3,252.26
従業員数 (人)	2,924	2,917	2,914	2,926	3,023	3,016	2,984	2,997	2,972	2,924	2,893

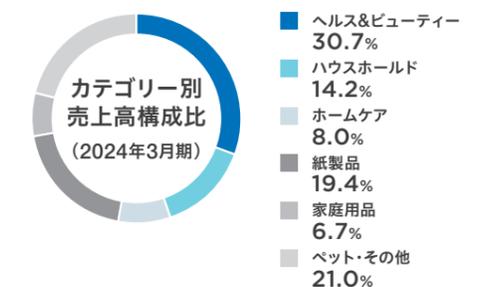
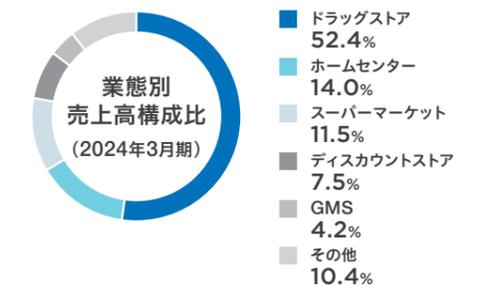
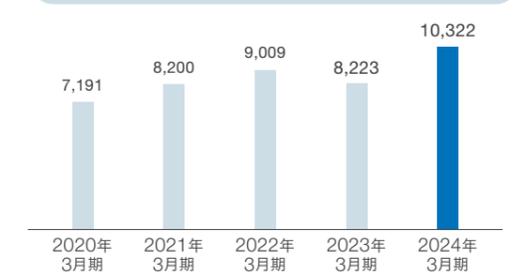
売上高 (百万円)



経常利益 (百万円)



親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)



※2022年3月期連結実績以後は「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準29号 2020年3月31日)等を適用した数値となっております。
 ※2024年1月1日付で当社普通株式を2:1に分割しております。それ以前の数値は分割後の金額に換算しております。

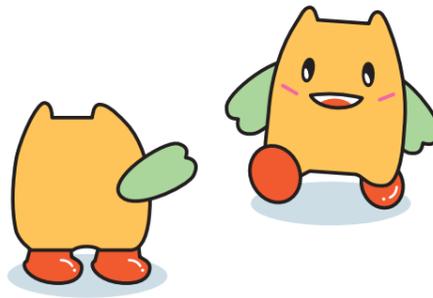
会社概要 (2024年3月期)

商号	株式会社あらた
本社	〒135-0016 東京都江東区東陽六丁目3番2号イースト21タワー
設立	2002年(平成14年)4月1日
資本金	8,572百万円

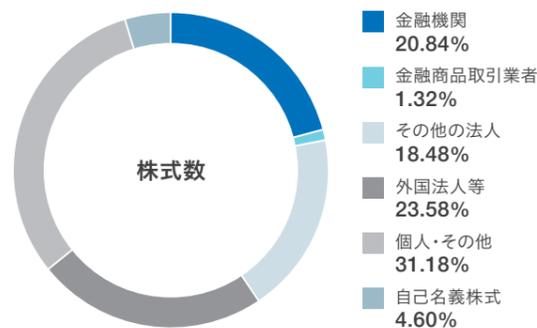
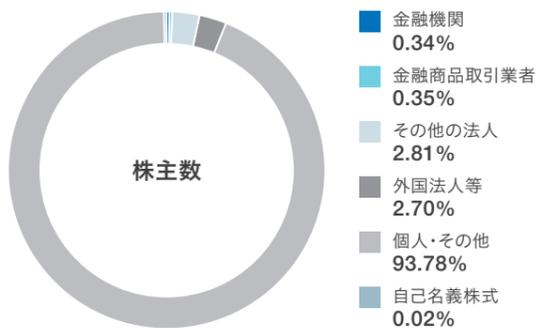
上場取引所	東京証券取引所 プライム市場 (証券コード:2733)
株主名簿管理人および 特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
従業員数	2,893人(単体:1,965人)
WEBサイト	https://www.arata-gr.jp/

株式の状況 (2024年3月31日時点)

発行可能株式総数	60,000,000株
発行済株式総数	36,057,424株
株主数	6,545名



株主・株式構成比 (2024年3月31日現在)

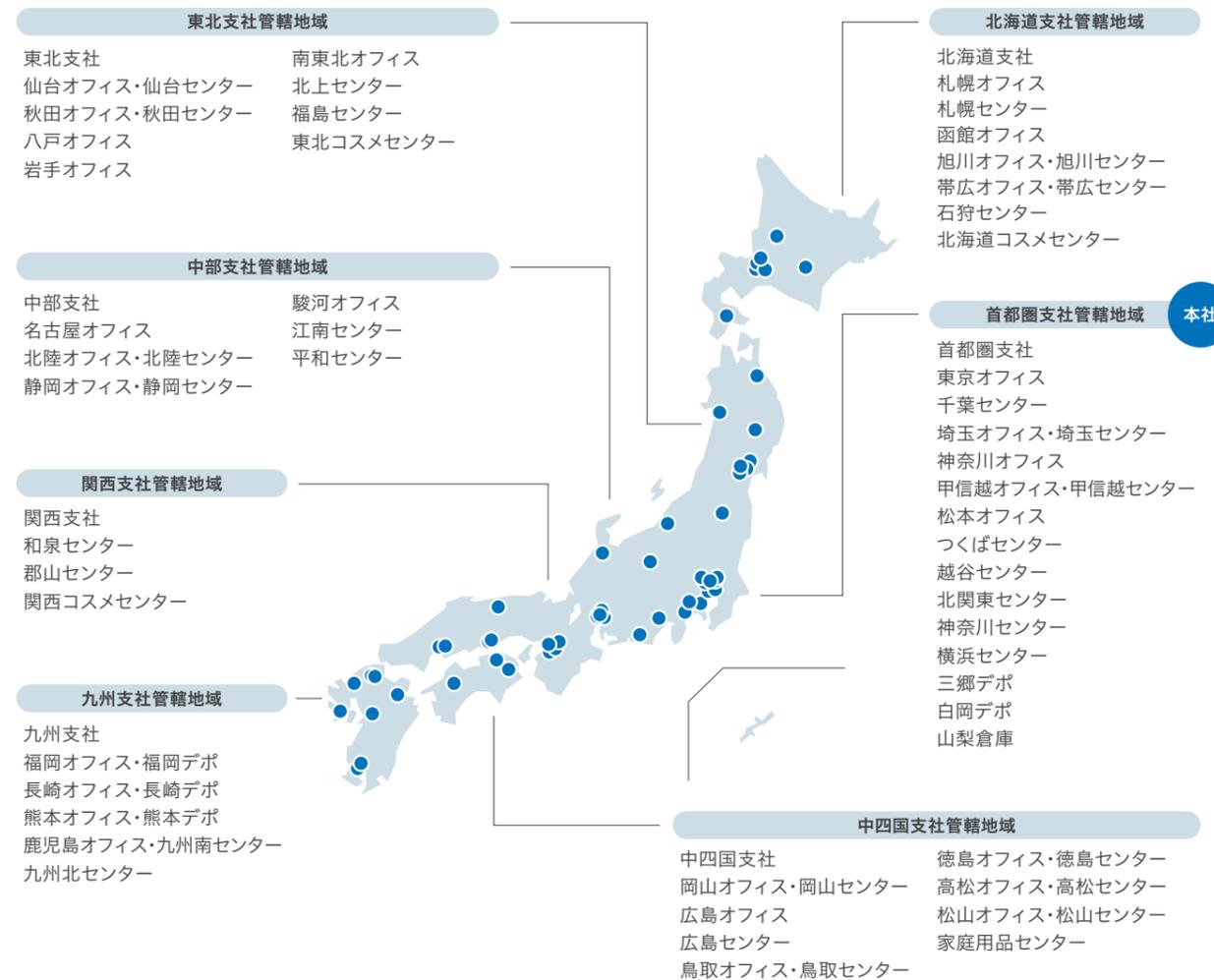


大株主の状況 (2024年3月31日現在)

	所有株式数 (千株)	持株比率 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社	4,076	11.86
音羽殖産株式会社	2,163	6.29
あらた社員持株会	1,409	4.10
株式会社日本カストディ銀行	1,374	3.99
STATE STREET BANK AND TRUST CLIENT OMNIBUS ACCOUNT OM02 505002	1,297	3.77
BBH FOR FIDELITY LOW- PRICED STOCK FUND (PRINCIPAL ALL SECTOR SUBPORTFOLIO)	1,176	3.42
ライオン株式会社	962	2.79
畑中伸介	921	2.68
野村信託銀行株式会社	796	2.31
株式会社日本カストディ銀行(信託E口)	665	1.93

(注) 1.株数は記載単位未満を切り捨てて表示しています。
 2.当社は自己株式を1,660千株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。
 なお、1,660千株には「株式給付信託(BBT)」制度に関する株式会社日本カストディ銀行(信託E口)が保有する当社株式665千株は、自己株式には含まれておりません。
 3.持株比率は、自己株式を控除して計算しております。

拠点一覧



主なグループ会社

国内グループ会社	業務内容
ジャベル株式会社	ペット関連商品の卸売業
ジャベルパートナーシップサービス株式会社	ペット関連商品の小売業および美容業務、フランチャイズ加盟店の募集業務等
ペットライブラリー株式会社	愛玩動物およびペットフード・ペット用品の小売業
モビィ株式会社	ペット関連品通信販売
株式会社ベッツ・チョイス・ジャパン	ペットフード・用品の輸入・販売、ペット用雑貨の製造・仕入・販売
株式会社インスタマーケティング	店頭管理会社
株式会社リビングあらた	家庭用雑貨の卸売業
株式会社D-Neeコスメティク	化粧品等の輸出入、製造、販売
アサヒ化粧品販売株式会社	化粧品および香料石鹸・歯磨・飲食品・繊維製品・雑貨の卸販売
海外グループ会社	
JAPPELL (HONG KONG) CO., LIMITED	ペット関連商品の小売業、卸販売および輸出入販売、その他関連サービス
凱饒泰(上海)貿易有限公司	中華人民共和国におけるペット関連商品の卸売業、その他関連サービス
ARATA (THAILAND) CO., LTD.	タイ王国における卸売業
SIAM ARATA CO., LTD.	タイ王国における卸売業
ARATA VIETNAM COMPANY LIMITED	ベトナムにおける卸売業他
新栄華(広州)国際貿易有限公司	中華人民共和国における日用品等の卸売業、輸出入