



アクシアル リテイリング株式会社
新潟県長岡市中之島1993番地17
Tel.(0258)66-6711 Fax.(0258)66-6727
<https://www.axial-r.com/>

[発行]2024年11月
[お問い合わせ先]アクシアル リテイリング株式会社 CSR・広報部 環境CSR室
[TEL]0258-87-0440 [FAX]0258-66-8663 [URL]<https://www.axial-r.com/contact/>
発行者:アクシアル リテイリング株式会社 印刷:高速印刷株式会社



INTEGRATED REPORT 2024



CONTENTS

目指すこと・経営基本方針

- 3 アクシアルポリシー
経営基本方針の体系図
- 5 CEOメッセージ
- 11 グランドデザイン
- 13 グループビジョン
- 15 中期経営計画
2024年度グループ年度方針
- 17 マテリアリティ
- 21 価値創造プロセス
- 23 CFOメッセージ

グループ概要

- 27 売上推移と歴史
- 29 事業ポートフォリオ



ブランドデザイン

- 33 店舗
- 37 商品
- 41 技術革新への対応
- 43 機能

サステナビリティ

- 45 人材
- 51 健康経営
- 53 環境経営
- 59 社会貢献活動



経営基盤

- 61 コーポレート・ガバナンス
- 67 役員情報
- 69 社外取締役コメント
- 71 財務情報
- 75 非財務情報
- 77 株式情報



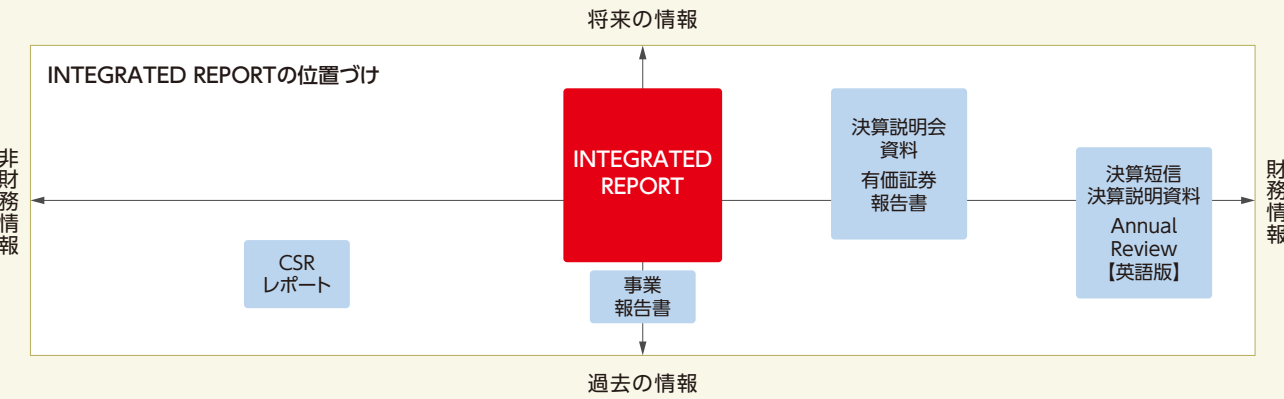
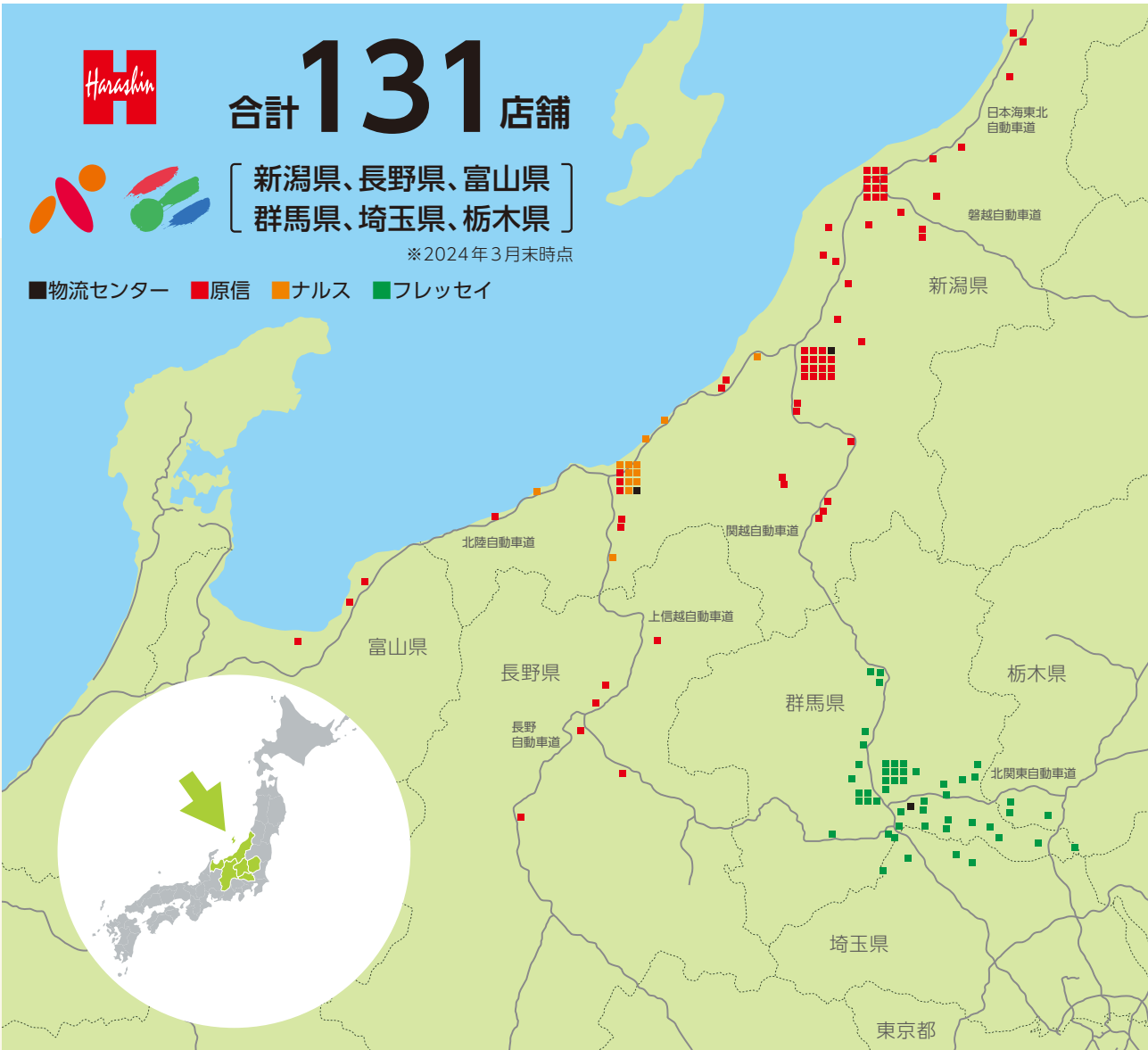
アクシアル リテイリング株式会社は、原信・ナルス・フレッセイ、3つのスーパーマーケットを運営しています。



原 信
68
店舗

ナルス
13
店舗

フレッセイ
50
店舗



【編集方針】
この統合報告書では、当社の企業価値や目指す姿を分かりやすくお伝えすることを主眼に編集しました。編集にあたり、国際統合報告評議会（IIRC）の「国際統合フレームワーク」、経済産業省の「価値創造ガイダンス」などを参考にしております。
◆会計年度の表示は4月1日に開始、翌年3月31日に終了した年になります。
◆報告対象組織：アクシアル リテイリング株式会社およびグループ企業計11社
◆対象期間：2023年4月1日～2024年3月31日 ただし、対象期間外の情報も含まれます。
◆発行：2024年11月
◆将来情報に関する留意事項：本統合報告書における当社グループの今後の計画、戦略、見通し等の将来予測に関する内容は、本統合報告書発表日時点の情報、合理的であると判断する一定の前提に基づいており、今後さまざまな要因によって、実際の業績等は大きく異なる可能性があります。

会社概要
社 名 アクシアル リテイリング株式会社
本部所在地 新潟県長岡市中之島1993番地17※
代 表 者 取締役社長・CEO 原 和彦
資 本 金 3,159,712,610円
上場取引所 東京証券取引所
プライム市場 証券コード 8255
事 業 内 容 スーパーマーケット事業を中心とした企業集団の持株会社
HP URL <https://www.axial-r.com/>
※2024年10月1日に記載の住所に移転しました。

アクシアル ポリシー

アクシアル リテイリング グループ経営理念

我々は
毎日の生活に必要な品を廉価で販売し、
より豊かな文化生活の実現に寄与する
ことを目的とする。

経営原則

1. 高潔な企業風土をめざします。
2. TQMを経営の根幹にします。
3. 基本を徹底します。
4. マスメリットを追求します。
5. 持続可能な社会の実現に貢献します。

行動指針

1. 「判断の基準はお客様」です。
2. 安全を最優先します。
3. 全体最適で発想します。
4. 自己育成に努めます。
5. 人間性を尊重します。
6. チームワークを大切にします。
7. コミュニケーションを円滑にします。

経営基本方針の体系図

お客様に
「豊かさ」「楽しさ」「便利さ」
をご提供します。



年度方針

おいしさがドまん中大作戦!!

中期経営計画

[2026年度] 売上高 3,000億円／店舗数 137店舗
機能・人材の充実

グループビジョン

エンジョイ アクシアル セッション
Enjoy! Axial Session ♪

ランドデザイン

規模・機能・人材によってチェーンストアとしてのマスメリットを創出し、
お客様に「豊かさ」「楽しさ」「便利さ」をご提供します。

アクシアルポリシー 経営理念

我々は毎日の生活に必要な品を廉価で販売し、
より豊かな文化生活の実現に寄与することを目的とする。



代表取締役社長・CEO
原 和彦

「おいしさ」をドまん中に据えて 品質に磨きを掛けます

2023年度の振り返り

2023年度は、コロナの終息にともない経済活動が復調し景気も回復に向かいましたが、物価上昇によって個人消費の一部では慎重さが増す傾向がみられました。

商品単価の上昇が家計を圧迫し始める中で、当社においては買い上げ頻度の高い商品の価格を積極的に据え置く政策をとったことなどがご支持をいただき、昨年度の売上高は過去最高の2,702億円を上げることができました。

営業利益につきましては、利益確保・コストカット施策が功を奏し、前年同期に比べ増加し117億円となりました。

また、昨年はアクシアル リテイリングとして体制発足から10年を迎えました。この節目の年において年度方針スローガン「“原点回帰” —マスメリットの創出へ、執念を持って取り組む—」を掲げ、さまざまな取り組みを行ってまいりました。

マスメリット創出に向けた基盤づくり

今後の成長戦略の柱となる規模の拡大に向けた基盤整備を進めました。2024年春に製造機能を担う（株）ローリーは米飯・惣菜の生産を行うデリカセンターを新設し生産能力を向上、物流センターは中之島チルドセンターの改築・拡張工事を実施し、対応店舗数を拡大しました。

また、チェーンストアとして必要な機能を備えた本部づくりに向けて5年前より構想起案を始め、2024年の10月に竣工・移転をすることができました。

これらの施策の結果、マスメリットの創出に向けた基盤整備が進み、理念達成にむけての体制構築が一步前進したと手応えを感じています。

持続可能な社会の実現に向けた取り組み

地球温暖化等環境問題の深刻化は待ったなしの状況にあります。当社グループの中核企業の原信では、2000年に業界では初めてISO14001の全事業所一括取得を行い、以来毎年自ら掲げた環境目標達成に向け改善を積み重ねています。

豪雪地帯である新潟県を中心に店舗展開しているため太陽光パネルの活用が遅れていましたが、近年の技術革新により発電効率の高まったパネルの設置を進め、2024年3月末時点ではグループ全体で48店舗と4割近い店舗で設置を終えました。

特に、昨年建替えオープンした新潟市の原信白根店では、省エネ・創エネによって建物で消費する年間の一次エネルギーの収支をゼロにするZEB（Net Zero Energy Building：ネット ゼロ エネルギービルディング）化に取り組み、スーパーマーケットでは初めて省エネ達成度が最高位の『ZEB』認証を取得することができました。（当社調べ）

社会貢献活動の実施とエシカル商品ブランドの立ち上げ

当社はこの20年間に多くの自然災害に見舞われてきました。その際にお取引様や地域から受けたご恩をお返しすべく、日本のみならず世界各地の災害への義援金活動を進めています。また、1988年の新潟証券取引所への上場においても「上場ができたのも地域のお客様から日々ご利用いただいたおかげ」との思いから、ご恩返しの気持ちを込めて本部のある長岡市の姉妹都市との交流事業として「原信サマースカラシップ」を全額資金提供し、今年で30回記念を迎えました。

この他にもこれまでさまざまな社会貢献活動を実施してまいりましたが、今後持続可能な社会の実現を目

指した経営を行うには、事業と社会課題への対応を一致させることも重要と考え、昨年度、新たなエシカル（倫理的）商品のブランドを立ち上げました。ひとつひとつの商品を販売すること自体が、なにかしら社会課題に対して好影響につながるような取り組みです。

この新たなエシカル商品ブランドは「Hana-well（ハナウェル）」と名付けました。これは「自然・成長・笑顔」の象徴である「花」と「ウェルビーイング：Well-being」を組み合わせた当社独自の造語です。

Hana-wellブランドは「地球（環境）・健康・地域・人・未来」という5つの軸でお取引先様とともに開発した商品で、この商品をお客様にお買い上げいただくことで社会課題解決の一助になることを目指した商品となっています。

現在、Hana-well商品は140アイテムに上ります。岩塚製菓様と開発した「新潟県のお米と茶豆でつくった『ふわっと』」は規格外で廃棄されていた新潟茶豆を練り込むことで食品廃棄物を低減する商品で、大ヒット商品となりました。

また、商品パッケージの多くにはアートブリュットを採用しています。障がい者アートを貸し出すまちごと美術館CotoCoto様と連携し、所属するアーティストの作品を採用することで社会参画の一助になっています。

この取り組みを長続きさせるためにはお客様からリピート購入していただくことが必要になりますが、くり返しお買い上げいただくには「おいしい」ことが前提条件となります。このため、Hana-wellブランドでは「おいしさとやさしさを。」をキーコンセプトとしています。今後この商品・取り組みがながくお客様からご支持をいただけるよう取り組んでまいります。

ブランドデザイン

当社グループではグループ経営理念「我々は毎日の生活に必要な品を廉価で販売し、より豊かな文化生活

おいしさと、やさしさを。



の実現に寄与することを目的とする。」を掲げ、事業活動を行っています。

この経営理念の実現に向けた成長モデルが「グランドデザイン」です。これは「規模・機能・人材によってチェーンストアとしてのマスメリットを創出し、お客様に『豊かさ』『楽しさ』『便利さ』をご提供します」というものです。

規模

「規模」はスケール、つまり店舗数を指します。お客様がお買い求めやすい価格で、ご満足いただける品質を兼ね備えた商品を提供するには、一定の規模が必要となります。

現在当社では3つのチェーンで131店舗（2023年度末時点）を展開していますが、小売先進国アメリカでの経験則から200店舗がマスメリットを創出するのに最低限必要な店舗数といわれています。

このため、200店舗を当面の目標として店舗数を拡大し、ドミナント（集中出店によってお客様の圧倒的なご支持を得ている状態）を形成することを基本的な出店政策としています。

機能

「機能」とは、「規模」をメリットにかえる仕組みです。大量に仕入れた商品の店舗への配送、情報の共有・管理等がその典型です。

このため、当社グループでは独自に立案したロジスティクス構想に基づき物流センターは自前で運営し、

情報処理およびソフトウェアの開発業務を行うアイテックがグループ各社の情報システムを開発しています。

また、製造機能を担うローリーでは食品の集中製造・加工を行うことで、店舗作業の軽減を図るとともに、独自性の高い惣菜やパン、和洋生菓子の提供も行い、収益性の確保のみならず差別化にも貢献しています。

人材

「人材」は従業員そのものです。当社グループではTQMを経営の根幹に据え、TQM活動の実践を通して、人づくりを行うことを特徴としています。

TQMとはTotal Quality Management（総合的品質管理）の略で、いわゆるカイゼン活動と呼ばれる品質向上に向けた取り組みです。当社グループでは、このTQMを「お客様のご満足を目的とした全員参加の組織的継続的な経営活動」と定義し、後述するグループビジョンや年度方針に紐づいたTQM活動を行い、それを社内で共有することによって会社全体の品質の底上げを行っています。

当社グループでは、TQMの考えに基づき科学的・合理的な考え方を取り入れることを大切にしています。作業工程の科学的な分析によって最善の生産管理方法を追求するIE（Industrial Engineering：インダストリアル・エンジニアリング）や、利便性の追求と同時に売上・利益が最大となる売場を追求するインストア・マーチャンダイジング（ISM）の活用、鮮やかな彩りによって視覚効果を高め、売場・商品を楽しんでいただくために色彩士検定の取得推進等にも取り組んでいます。

また、科学的な発想だけではなく感性を磨き、発想力を高めるために、長岡技術科学大学技術科学イノベーション専攻教授の改田哲也先生による『アイデア発想道場』を開催しています。幹部・幹部候補社員対象に過去3回の実施により60名が受講し、現在4期生が受講しています。

これら「規模・機能・人材」を拡充することで商品の

開発や調達の仕組みを変え、また同時に店舗オペレーションの効率化を進めることで、お客様に「豊かさ」「楽しさ」「便利さ」をご提供しつつ、利益の確保を実現することが当社の目指すマスメリットの創出となります。

グループビジョン

このグランドデザインに基づき、中長期の経営方針を示したグループビジョンを策定しています。

現在推進しているグループビジョンは2020年に制定した「Enjoy! Axial Session ♪」です。

このグループビジョンには、当社グループ全体が調和のとれた活動を行い、これまで以上にマスメリットを追求しつつ、当社グループの各事業会社、各店舗、各部門、各人がそれぞれの技量を磨き込み、生き生きと自主的・自発的・自律的に活動し、全体としてはあたかも「息の合った爽やかなバンドセッションのようでありたい」という想いが込められています。

「Enjoy! Axial Session ♪」は、品質経営・環境経営・健康経営・技術革新への対応・人づくりという5つの基本政策と創造（Creation）、協働（Collaboration）、挑戦（Challenge）という3つのキーワード、3Cから構成されています。

これら基本政策の実現に向け、グループが一丸となって取り組んでまいります。

年度方針：おいしさがドまん中大作戦！！

グループビジョンを基盤に当社では3年間の事業計画を策定し、毎年ローリングで事業計画を見直しています。この3年間の事業計画に基づき、グループ全体の年度方針を策定しています。

2024年度の年度方針は「おいしさがドまん中大作戦！！」を掲げ、当社で大切にしている品質の中でも「おいしさ」を最も大切な品質として取り組んでいます。

その背景としては、商品の物価上昇は一時期の急騰ぶりに比べると落ち着いてきているものの、今後の見通しとしてはインフレ基調になることが想定されます。過去、長らくデフレが続いたために、コストカットや低価格ばかりを優先してしまい、品質をないがしろにする事態が起こることを危惧しています。

そのようなことが起こらぬよう、品質を大切に事業運営にあたること、その品質の中でも特に「おいしさ」を最も大切な品質として取り組むということを強くメッセージとして打ち出すために、このようなスローガンを掲げました。また「大作戦!!」と銘打つ以上、さまざまな施策を展開しています。

「美食の旅」支援プログラム

これは、従業員がお客様の立場でおいしいものを味わい、その体験レポートを提出することで、その飲食代の一部を補助する自己啓発支援制度です。

おいしいものを食べて、なぜその商品がおいしく感じるのか、何が感動を生むのかを考察し、当社の商品やサービスについてもさらに磨き上げていくためには何をすべきかについて関心を高めていこうとする制度です。またこの制度導入によって正社員だけでなく、パートナース社員やアルバイト社員にいたるまで、販売する商品やサービスこそが常に話題の中心になることを狙っています。

さらにこのレポートは、当社では資格等級を上げるための要件となっているレポートとしてカウントすることにしました。

また、2024年度下期には、自社プライベートブランド商品を他社商品と比較し、おいしさや使用感の違いを考察レポートにまとめることで、購入代金を補助する制度も導入しました。

スペシャリスト認定試験制度

人事の基本政策である、本格的なチェーンストアを分業できるスペシャリスト育成を目的としたスペシャ

リスト認定試験制度を導入しました。

この認定試験では理念や法令、社内規則、計数管理の理解度を問うことと合わせて『オムライス検定』という技術試験を導入しました。カゴメ(株)様から監修をいただき、理屈・感覚だけでなく、実際においしく作る技術の大切さを身をもって修得するための試験制度となっています。

はらナルキッチン

2024年10月に移転したアクシアル リテイリング新本部において、当社独自商品を試作・開発するためのテストキッチン「MDラボ」の他に、家庭の台所と同じ環境の「はらナルキッチン」を設置しました。これはお客様の立場で商品を調理し、使い勝手などを検証することで、より良い商品づくりを目指した設備です。

また、新本部では官能評価室も設け、従来経験と勘に頼っていた「おいしさ」を科学的に裏付けるための設備を整備しました。

この「おいしさ」をはじめとした品質を大切にする姿勢を再度社内に浸透させるために「おいしさがドまん中大作戦!!」を展開しています。品質のために手間をかけるべきところにはその手間を惜しまず、一方で「良い商品を廉価で提供する」ためにグループ全体で効率向上に取り組んでいます。これは二律背反することかもしれませんが、当社が長年経営の根幹として培ってきたTQM活動でこれを実現し、「選ばれるアクシアル」を目指してまいります。

時代変化に対応した職場環境の整備

従業員が皆生き生きと自分らしく暮らし、その能力を十分に発揮できる環境づくりができるよう、2024年度の春闘におきましては、組合の要求以上の賃上げを実施しました。特に、若い社員の暮らしが少しでも楽になるよう、今や大学生の二人に一人が利用してい

るといわれる奨学金の返済支援制度を導入しました。

また、昨今では多様性への対応が求められる時代に変化しています。各従業員の自由な発想を尊重する風土づくりが大切と考え、髪型・髪色について原則自由化しました。私たちサービス業では身だしなみが大切ですが、その基準が現代では必要以上に厳しいものを感じられるようになり、自由な発想を阻害している要因にもなっていたため、大幅な緩和に踏み切りました。多くのお客様からもご理解と賛同の声が寄せられています。

品質経営の先にあるもの

コロナ期や、近年相次ぐ災害の被災地においてスーパーマーケットが日常生活において必要不可欠な存在

であるという社会的意義があらためて見直されました。わたしたちは有事においては日常を支える生活基盤として、平時においてはおいしい商品のご提供によって日常を彩る存在であることに誇りを持っています。

当社グループではTQM活動を経営の根幹に据えています。これにより有事・平時の対応力が向上してきたと実感しています。そして現在、このTQM活動を業界団体・業界誌等を通じて業界に普及することにも力を注いでいます。そのことによって、業界全体の品質が向上し、社会的な位置づけが高くなり、より良い業界として発展し、その地域の住民の方々の暮らしが少しでもよくなることを私たちは心より願っています。

スーパーマーケット業界の向上に貢献することで、日本全国にお客様の「豊かさ」「楽しさ」「便利さ」が広がることを願っています。



2024年10月に移転したアクシアル リテイリング新本部

グランドデザイン

当社グループの経営理念の実現に向けた成長モデルが「グランドデザイン」です。

規模・機能・人材によって
チェーンストアとしてのマスメリットを創出し、
お客様に「豊かさ」「楽しさ」「便利さ」を
ご提供します。

お客様に
「豊かさ」「楽しさ」「便利さ」を
ご提供します。

チェーンストアとしてのマスメリットを創出


規模
スケール
店舗数


機能
規模をメリットに
かえる仕組み


人材

TQMを根幹に据えた人づくり
TQM : Total Quality Management (総合的品質管理)

「豊かさ」「楽しさ」「便利さ」

お店に入った瞬間から、お買い物をしていただいている時間、そしてご家庭でお食事を召し上がっていただくまで、そのすべてにおいて「豊かさ」「楽しさ」「便利さ」を感じていただけるようなお店づくりを目指しています。特に今年度は「おいしさ」をドまん中に据え、高い品質の商品・サービスを提供できるよう取り組んでまいります。

また、豊かな生活を送るには健康であることが大切です。当社グループではお客様の健康づくりを支援するオリジナル商品を多数そろえています。また、女性の有職率の高まりや、世帯当たりの人数の減少を受け、簡便調理のニーズに応えられる商品も強化しています。



チェーンストアとしてのマスメリットの創出

「規模・機能・人材」を通じて効率性を追求したローコストオペレーションの構築、当社ならではの品質とお値頃な価格を兼ね備えた商品のご提供、そして利益の確保を実現することが、当社の目指すマスメリットの創出となります。

規模

規模はスケール、つまり店舗数を指します。

店舗数は131店舗（2024年3月末時点）あり、現在の規模をベースにプライベートブランド商品やオリジナル商品開発を進めています。

しかし、小売先進国アメリカでの経験則からマスメリットを創出するには200店舗必要といわれています。このため、当社グループでは200店舗を当面の目標として、地域のドミナント化（集中出店によってお客様の圧倒的なご支持を得ている状態）、新商圏への進出を進めています。

■店舗数目標 200店舗

■出店中期計画

年 度	2023	2024	2025	2026
開 店	4	2	4	4
閉 店	2	2	1	1
店舗数	131	131	134	137

■2024年度出店計画

- ・原信呉羽店（富山県富山市：富山県4店目）
- ・原信阿賀野店（新潟県阿賀野市：新潟県73店目）

機能

機能は「規模」をメリットに変える仕組みです。

例えば、店舗数が増えると大量に仕入れる商品の効率的な配送が重要になってきます。当社グループでは次のような「機能」を自前で構築することで、店舗数の拡大によって得られるメリットを享受できる基盤を整えています。

- ・物流センター（3か所・4センター）
- ・プライベートブランド商品開発（アクシアル レーベル株式会社）
- ・製造・加工工場（株式会社ローリー）
- ・広告デザイン・印刷（高速印刷株式会社）
- ・情報システム構築（株式会社アイテック）
- ・店舗の清掃・資源リサイクル・保険（株式会社原興産）

人材

人材は従業員そのものです。

事業はすべて「人材」によって行われていますが、当社グループではTQMを経営の根幹に据えた人づくりを特徴としています。

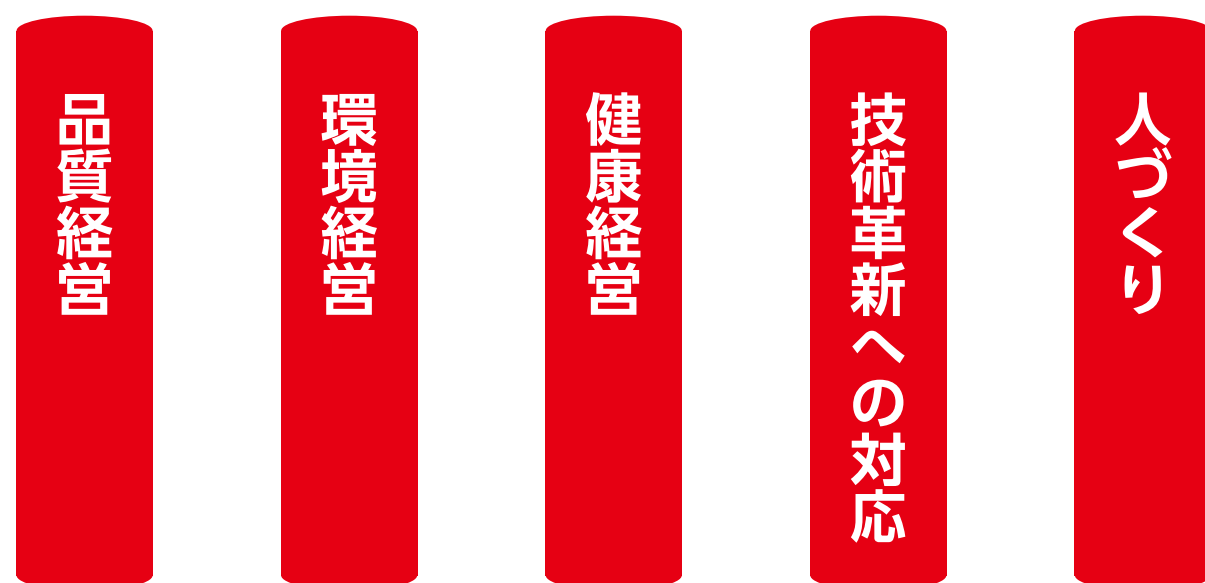
TQMとはTotal Quality Management（総合的品質管理）の略で、いわゆるカイゼン活動と呼ばれる品質向上に向けた取り組みです。製造業において広く普及し発達してきたこの品質管理活動を、食品小売業として40年もの間取り組んでいます。

グループビジョン

経営理念を実現するための中長期的な方向性を示したのがグループビジョンです。



〈基本政策〉



〈キーワード〉



TQMが経営の根幹

グループビジョン: Enjoy! Axial Session ♪

当社グループの各事業会社、各店舗、各部門、各人がそれぞれの技量を磨き込み、生き生きと自主的・自発的・自律的に活動しながら、全体としてはあたかも「息の合った爽やかなバンドセッションのようでありたい」という想いが込められています。

基本政策

品質経営	TQM活動推進により、商品・サービスとそれを支える仕組みの品質を向上させ、お客様・地域・社会から信頼される企業を実現します。
環境経営	事業活動を通じて環境課題の解決に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献します。
健康経営	健康的なライフスタイルを実現できる商品・サービスの提供を通じて、お客様の健康づくりのサポートを行います。また、従業員の健康増進と働きやすい職場づくりを推進することで、長く安心して働ける環境を実現します。
技術革新への対応	日々進歩するさまざまな技術の活用に果敢に挑戦し、お客様の利便性と事業運営における生産性を飛躍的に向上させます。
人づくり	本格的なチェーンストアを分業できるスペシャリスト、自らチャレンジし、変革を起こせる人材を育成します。また、地域社会における未来を担う若者の育成を支援します。

以上の5つの基本政策の実現に向け、グループが一丸となって「協働」し、新たな「創造」に向けて「挑戦」を続けてまいります。

グループビジョンの変遷

単位: 百万円

年度	グループビジョン	売上高	経常利益
1990 1997	未来図プロジェクト ・SSM※1 200店舗 ・商勢圏づくり	1997年度 52,965	1997年度 1,996
1998 2008	2010 VISION ・SSM+NSC※2 200店舗 ・ロジスティックス網の整備 ・ドミナントエリアづくり	2008年度 116,219	2008年度 3,054
2009 2019	Advanced Regional Chain ・脱ローカルの体制、志向 ・本部から目が届きにくい事業所ができて、 ・確固たる企業運営ができる体制づくり	2019年度 240,898	2019年度 9,708
2020 現在	Enjoy! Axial Session ♪ ・息の合った爽やかなバンドセッション ・基本政策（品質経営／環境経営／健康経営） ・技術革新への対応／人づくり ・キーワード（創造／協働／挑戦）	2023年度 270,224	2023年度 12,332

※1 SSM (Super Super-Market) : 売場面積 500 ～ 800 坪のスーパーマーケット。

※2 NSC (Neighborhood Shopping Center) : 食品スーパーを核とし、近隣住宅街などの小商圏を対象としたショッピング・センター。

中期経営計画・2024年 グループ年度方針

今後3年間の中期経営計画を基に、年度の方針を策定しています。

2024年度 グループ年度方針／スローガン

『おいしさがドまん中大作戦!!』
～うまいよねって言われたい!(≧▽≦)～

中期経営計画(2024～2026年度)



規模

年 度	2023	2024	2025	2026
売上高(百万円)	270,224	280,000	289,000	300,000
経常利益率(%)	4.6	4.5	4.5	4.5
開 店(店)	4	2	4	4
閉 店(店)	2	2	1	1
店舗数(店)	131	131	134	137
設備投資額(百万円)	11,967	12,500	11,300	12,000



機能

- ・本部移転
- ・グループ基盤再整備計画(製造・物流・IT)
- ・パーティカルMD^{※1}推進
- ・PB、オリジナル商品開発推進
- ・EDLP^{※2}戦略推進
- ・省力化

※1 パーティカルMD(マーチャンダイジング): 商品の商流で中間流通等を省く調達方法。
※2 EDLP(エブリデイ・ロー・プライス): いつごろ来店いただいても商品を廉価で提供する販促。



人材

- ・資格等級制度再構築(スペシャリスト認定試験)
- ・教育体系再整備
- ・働きやすさにつながる環境整備

当社の目指す品質経営

当社では安全を第一にさまざまな品質を大切にしていますが、今年は「おいしさ」をドまん中に、品質を磨いてまいります。

■「おいしさ」へのこだわり

当社グループでは「おいしさ」を大切にしています。

当社グループの「おいしさ」の特徴は毎日食べても飽きのこないおいしさです。控え目ですが、しっかりと感じられるおいしさを大切にしています。

そのこだわりの商品の代表が手造りおはぎです。1985年におはぎの名店として名高いスーパーマーケット「さいち」様に学び、当社にて毎年改良を加え、当社の名物商品となりました。おはぎに最適な北海道産「えりも小豆」をじっくりと大釜で炊き、ひとつひとつ丁寧に包み込んだ甘さ控えめな自慢のおはぎです。



■店舗立地の利便性

店舗は、当社グループのスーパーマーケットが核店舗となり、利用頻度の高い店舗が複数併設されるショッピングセンター・NSC(Neighborhood Shopping Center)への出店を基本戦略とすることで、お客様の利便性を高めます。

■店内の快適さ

店内は、奥まで見渡しが良く、ショッピングカートでゆっくりと買い物できるよう、通路の幅も広く確保されています。また、色使いにも配慮し、買い物楽しくなる売場づくりを目指しています。

■品揃えと価格

品揃えは、欲しいものが見つかる、そして品切れのない売場を目指しています。価格は、いつごろ来店されてもお値頃価格を提供するEDLP(Every Day Low Price)を進めています。特に買い上げ頻度の高い商品は値頃な価格を大切にしています。

■フレンドリーサービス

心のこもった接客サービスを心掛けています。原信・ナルスではお会計の際、お客様がお買い上げになった商品をレジ従業員が袋に入れてお渡しする袋詰めサービスを提供しています。

おいしさがドまん中大作戦!!

■「美食の旅」支援制度

従業員が旅先等でお客様の立場でおいしいものを食べ、「美食体験レポート」を提出することで、その飲食代の一部を補助する自己啓発支援制度です。

おいしいものを食べて、なぜその商品がおいしく感じるのか、何が感動を生むのかを考察し、レポートにまとめることで、当社の商品をよりおいしく提供することに役立てる制度です。

また、2024年度下期には、自社プライベートブランド商品を他社商品と比較し、おいしさや使用感の違いを考察レポートにまとめることで、購入代金を補助する制度も導入しました。

■スペシャリスト認定試験

スペシャリスト認定試験制度を導入しました。この認定試験制度の中でカゴメ(株)様からのご支援をいただき、オムライス検定を導入しました。理屈・感覚だけでなく、実際においしく作る技術の大切さを身をもって修得するための試験制度です。



カゴメ(株)様監修のオムライス検定

■新本部における各種設備

2024年10月に竣工した新本部では、家庭と同じ調理器具がそろった“はらナルキッチン”を設置。お客様の立場で調理することでより良い商品づくりを目指します。

また、官能評価室を設置し、「おいしさ」を科学的に評価します。



はらナルキッチン

マテリアリティ(重要事項)

当社では、外部・内部の課題を抽出し、持続可能な社会の実現を目指し、マテリアリティを遂行してまいります。

マテリアリティ特定のプロセス

Step1 課題の抽出

当社グループでは、外部および内部の課題、利害関係者のニーズおよび期待を分析し、当事業活動におけるリスクと機会の分析を毎年行っています。
外部の課題の分析ではPESTLE分析を行っています。

PESTLE分析

PESTLEとはマクロ環境を6つの要因・視点から分析するフレームワークです。

政治的要因 Political
経済的要因 Economical
社会的要因 Social
技術的要因 Technical
法的要因 Legal
環境的要因 Environmental

内部の課題分析では各部署における課題を網羅しています。
利害関係者のニーズおよび期待については、当社グループのステークホルダーを特定し、それぞれの観点からニーズおよび期待を抽出しました。
これらの分析は、環境マネジメントシステムにおいて議論された内容をベースにしながら、さらに広い観点での分析を追加したものです。

Step2 課題の重要性評価

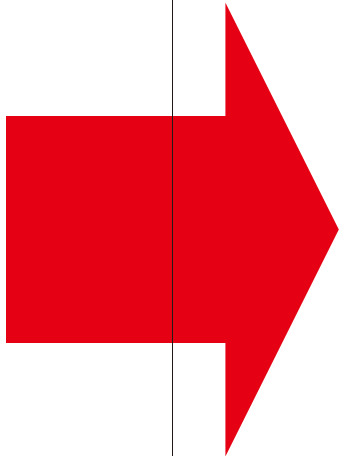
事業継続におけるリスクや事業成長を促す機会の観点で、課題の重要性を評価しました。

Step3 課題のマッピング・素案の作成

上記から抽出された重要課題について、当社の企業理念や目指す方向に照らし合わせ、マッピングを行い、そこから導き出される方向性を広報委員会の事務局にて素案として作成しました。

Step4 当社グループ有識者による審議

当社グループ全社の環境課題について討議するコンプライアンス委員会環境部会においてマテリアリティの素案について議論し、マテリアリティを特定しました。



マテリアリティ(重要事項)



安全・法令順守を前提としたライフラインの提供

お客様・従業員の安全および法令順守を前提に、地域のライフラインとして信頼されるお店づくりを目指し、商品をお買い求めやすい価格で提供します。



持続可能な社会に向けた環境対応

気候変動への対応、循環型社会の実現等、持続可能な社会に向けた環境対応を行ってまいります。



社会変化・技術革新への対応

お客様のライフスタイル・社会・競争環境の変化に対し柔軟に対応し、新たな技術に対しては果敢にチャレンジします。



包摂的な社会、健康的でより豊かな文化生活の実現

差別のない包摂的な社会の中で、お客様も従業員も健康的で生き生きと笑顔で生活できる環境づくりに取り組みます。また、従業員が成長や働きがいを実感し、イノベーションにチャレンジできる環境づくりを目指してまいります。

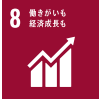


社会との共生

地域に根差したスーパーマーケットとして、お客様・取引先様・株主様・地域社会等との共生を目指すとともに、透明性の高いコミュニケーションを図ります。

マテリアリティの施策

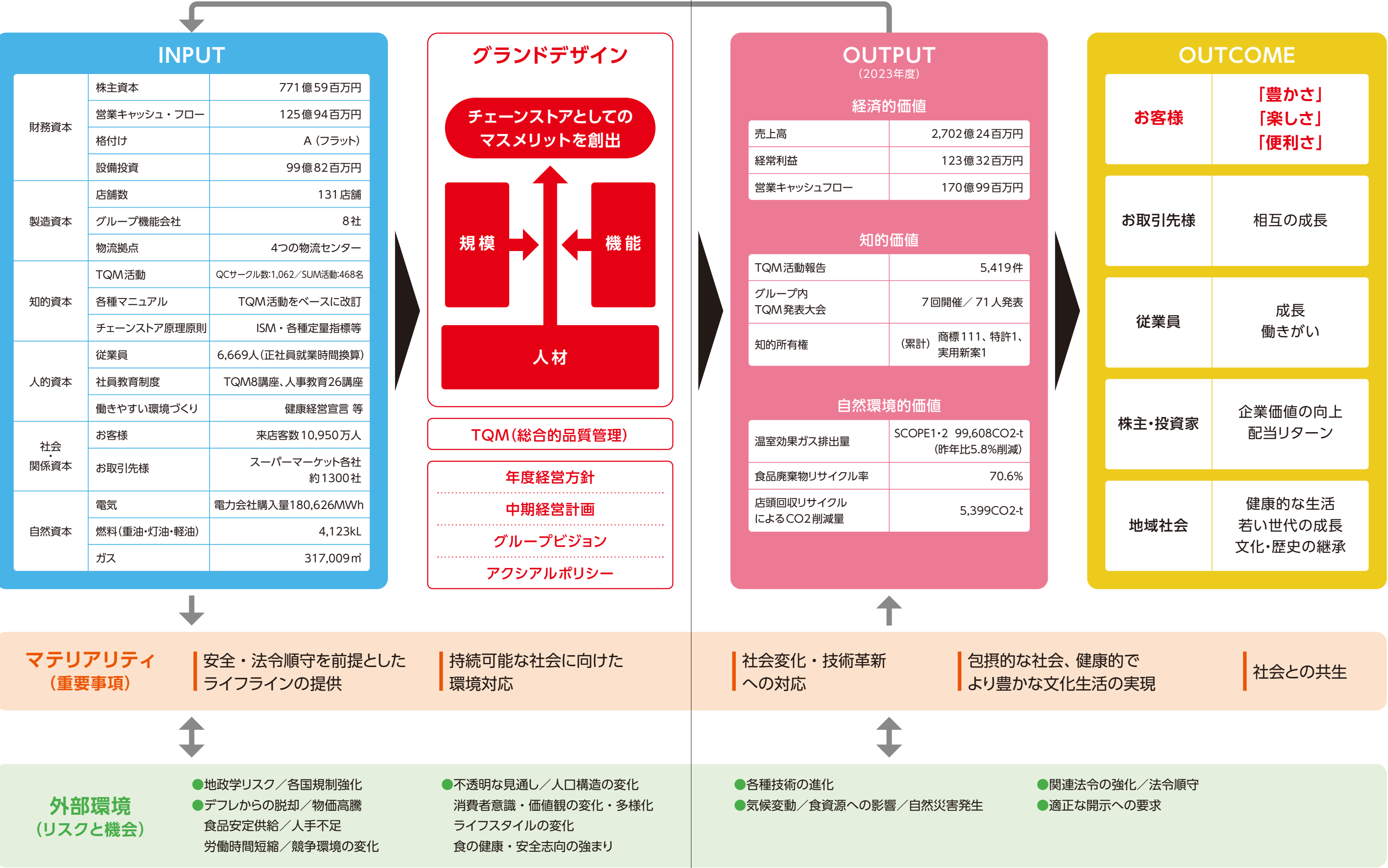
当社におけるマテリアリティ（重要事項）の具体的な施策として、以下のような取り組みを行っています。

SDGsの目標		マテリアリティ(重要事項)		具体的な施策	
   		安全・法令順守を前提としたライフラインの提供	お客様・従業員の安全および法令順守を前提に、地域のライフラインとして信頼されるお店づくりを目指し、商品をお買い求めやすい価格で提供します。	食の安全確保	新本部での食品検査室の設置
				商品安定供給	取引先様との関係強化
				EDLP (Every Day Low Price)	いつでも来店いただいても、値頃価格での商品提供
				規模の拡大	安定供給・価格低減に向けた店舗数の拡大
				フードバンク	フードバンク長岡への協賛
				災害時対応	自治体等との災害協定・店舗の運営維持
     		持続可能な社会に向けた環境対応	気候変動への対応、循環型社会の実現等、持続可能な社会に向けた環境対応を行います。	環境マネジメントシステム	原信・ナルスのISO14001 取得
				温室効果ガス排出量低減	数値の把握・再生可能エネルギーの利用推進
				廃棄物の排出量低減	数値の把握・リサイクルの推進
				プラスチックの使用量・排出量低減、リサイクル	数値の把握・3R (Reduce、Reuse、Recycle) の推進
				環境配慮商品の開発販売	オリジナル商品の環境対応推進
				環境教育	従業員への環境教育の推進
   		社会変化・技術革新への対応	お客様のライフスタイル・社会・競争環境の変化に対し柔軟に対応し、新たな技術に対しては果敢にチャレンジします。	社会変化に応じた商品政策	エシカル商品の開発・販売
				社会変化に応じた出店政策	新商勢圏への出店・ドミナントの形成・フォーマット開発
				ITの活用による業務効率化	AI需要予測型自動発注システムの開発・導入
				アプリの活用による利便性向上	原信ナルス・フレッセイアプリの展開
				ネット販売の拡大	ネットスーパー、ネットオーダー、お届け等各種サービスの提供。
      		包摂的な社会、健康的でより豊かな文化生活の実現	差別のない包摂的な社会の中で、お客様も従業員も健康的で生き生きと笑顔で生活できる環境づくりに取り組みます。 また、従業員が成長や働きがいを実感し、イノベーションにチャレンジできる環境づくりを目指してまいります。	従業員のダイバーシティ	多様な人材の採用・登用
				地域のダイバーシティの取り組み	まちごとと美術館 CotoCoto 様とのコラボレーション
				健康配慮商品の提供	だし香る・365×3 サラダライフ・魚菜屋・魚の匠・極醸等各シリーズの展開
				健康イベントの開催	ウォーキングデー等の実施
				地域の若者の育成	原信サマースカラシップ等の地域貢献
				文化・歴史の継承	長岡花火正三尺玉の提供
				働きやすい環境づくり	健康経営、教育、アサーションの取り組み、身だしなみの見直し
  		社会との共生	お客様・取引先様・株主様・地域社会等との共生を目指すとともに、透明性の高いコミュニケーションを図ります。	フレンドリーサービス	お客様と心のかよった接客
				取引先様との関係強化	原信ナルス会・フレッセイ共栄会に次ぐ会合の設営
				IR活動	適切なIR活動・投資家・アナリストとの意見交換
				適切な情報開示	ホームページでの情報開示等

価値創造プロセス

当社グループでは、「規模・機能・人材によって、チェーンストアとしてのマスメリットを創出し、お客様に『豊かさ』『楽しさ』『便利さ』を

提供します」というグランドデザインを成長モデルとして事業活動を行っています。



CFOメッセージ



取締役副社長・CFO
山岸 豊後

1. 総資産経常利益率 (ROA) と自己資本利益率 (ROE)

当社は財務の健全性を維持しつつ、収益性を上げるために総資産経常利益率 (ROA) を経営の重要指標と位置づけて 15% を目指しており、当面の目標を 10% としています。また、財務の健全性を維持するため、自己資本比率の目標を 60% に設定しており、ROA 10% が達成できた場合、連動して ROE もおよそ 10% となります。

近年の状況は右グラフのとおりです。

当社はスーパーマーケットを主要事業としており、スーパーマーケットセグメントの構成比は売上高で 97.8%、営業利益で 94.5%、総資産で 94.0 (セグメント間の内部取引高・振替高を含むセグメント合計値に対する割合) となっています。

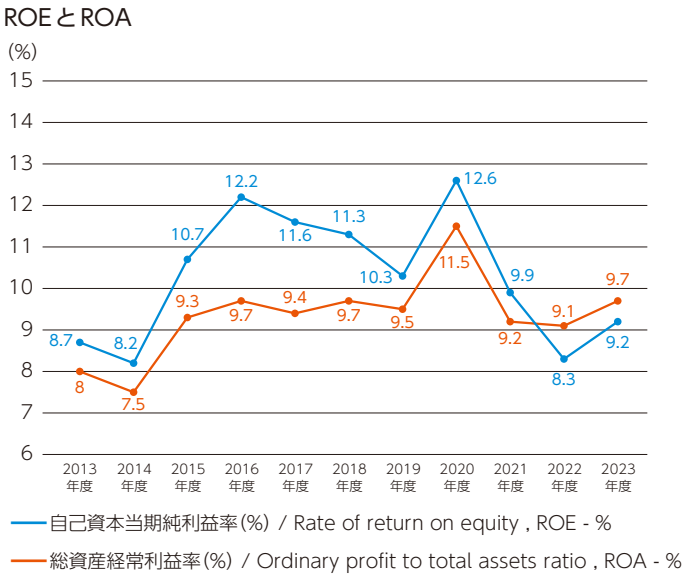
スーパーマーケットでの投資は店舗建設投資と店舗を支える物流や IT 等インフラへの投資が主になり、新規投資の際に、その投資に関して予測される ROA が基準値を超えられるか否かで投資を判断することにより財務規律も維持されます。

ROA の計算式を分解すれば、総資産回転率と経常利益率となり、各事業会社の管理指標となるばかりでなく、個店ごとの資本の収益性管理をはじめ店舗現場で働く従業員にとっても日々の仕事と結びつけやすい指標です。以上の理由から重要指標と位置づけています。

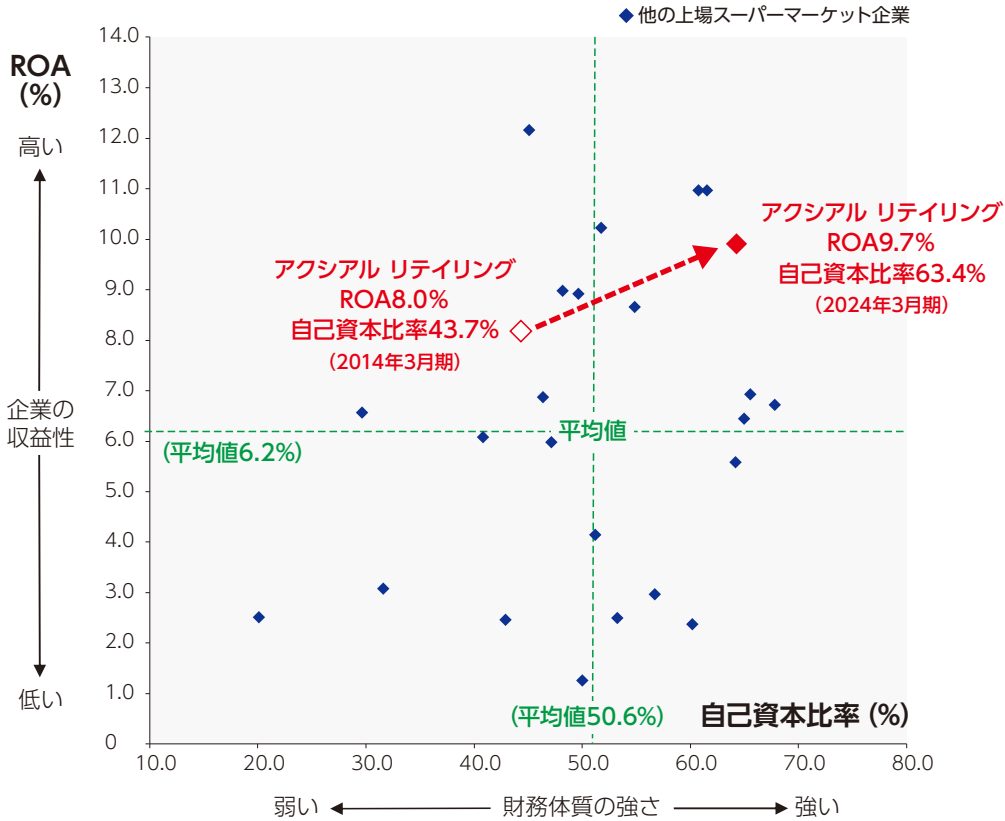
2013 年の経営統合後も ROA を重要指標と位置づける一方、グループとしてのマスメリットの創出に向けて、中之島 DC (在庫保有型センター)、前橋物流センター、ローリー中之島プロセスセンターなどの大規模な基盤整備を着実に進めてまいりました。

その結果、ROA と自己資本比率を同業上場企業と比較した散布図の位置は右上グラフのようになっており、統合直後から着実に改善しています。

また、外部から財務内容に関する健全性や成長性を客観的に評価していただくため、中立的第三者より評価を受けて信用格付を取得しており、経営統合時に BBB+ (トリプル B プラス) であった格付けは 2022 年 1 月 21 日に A (フラット) に向上しています。



上場スーパーマーケット企業の ROA と自己資本比率



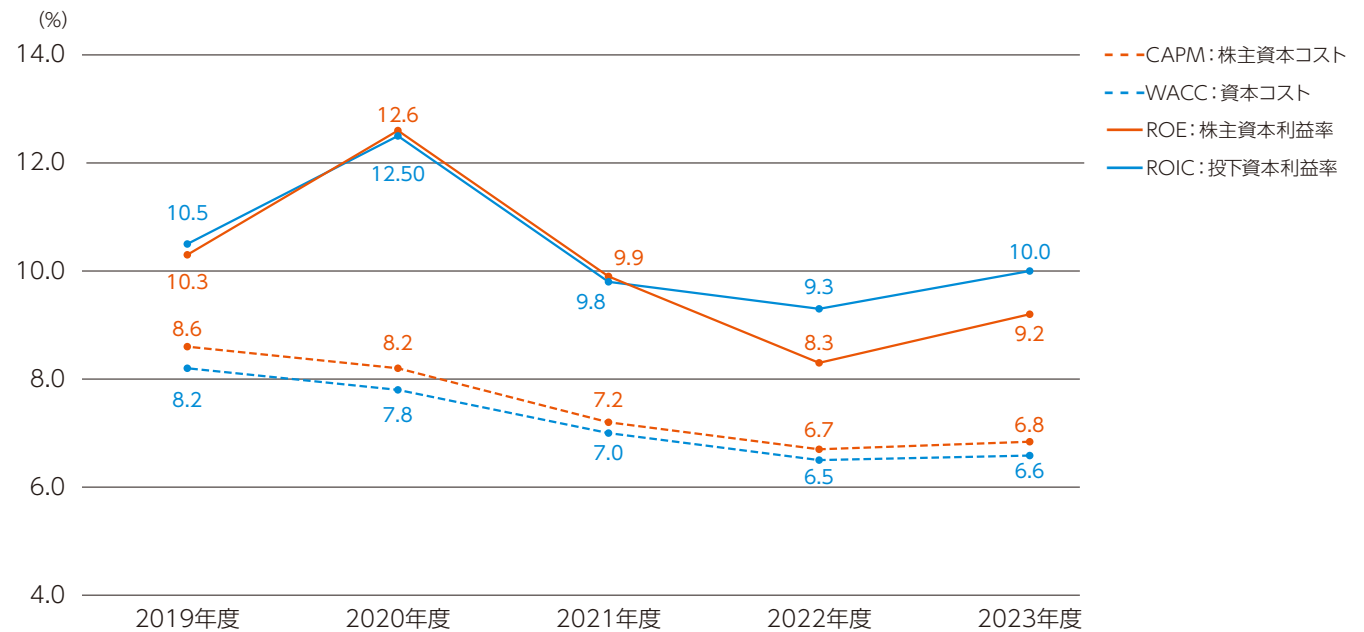
※散布図の原型は、柳平孝氏が作成されたものを許可を得て使用しています。
※プロットデータは上場スーパーマーケット 24 社の 2023 年度決算開示情報から当社で作成しています。

2. 資本コストや株価を意識した経営

下のグラフは 5 年間の株主資本コスト (CAPM)、資本コスト (WACC) の推定値と ROE、ROIC の推移です。なお、CAPM については、 β を短期 (104 週)、流動性リスクプレミアムを加味した高位の数値を使用しています。

コロナ感染拡大期の 2021 年 3 月期では巣ごもり需要に伴う業績上昇のため CAPM、WACC と ROE、ROIC のマージン (差) は一時的に拡大していますが、当該年度を除いても一定のマージンは確保されています。

資本コストと収益率

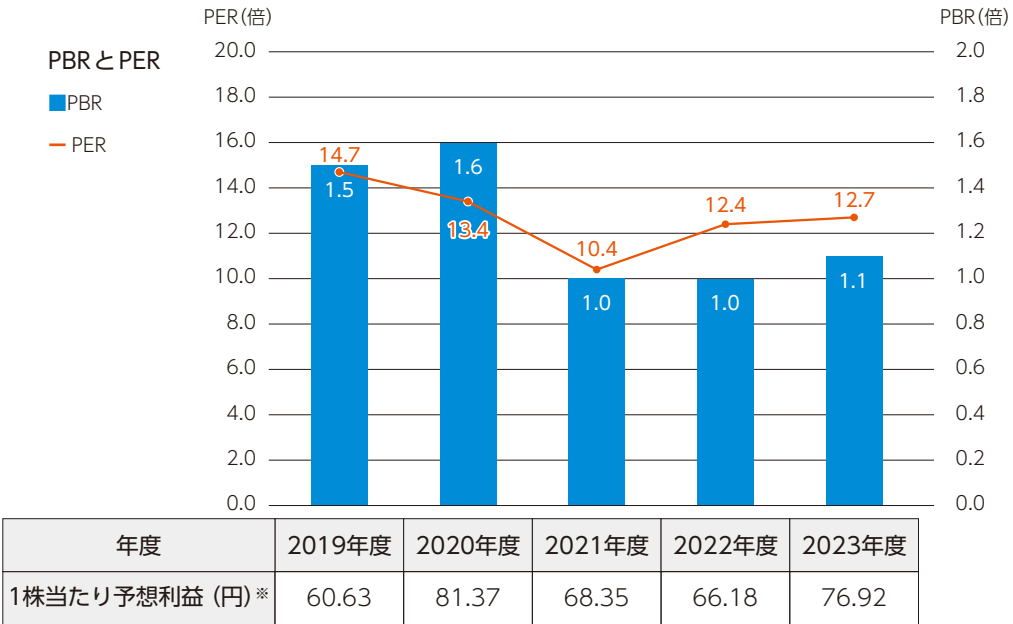


CFOメッセージ

一方、PBRとPERについては、コロナ感染症下での生活が落ち着いてきた2022年3月期に低下し、以降改善はみられるものの未だ低い水準にあります。

これを受けて、IRを強化するとともに、自社株式の市場買付や株式分割を行い配当および株主優待の改善を行いました。

また、当社の株式市場での評価は業界内での利益率の高さや財務安定性については高評価ではあるものの、成長性に見劣りがあると分析しており、成長には欠かせない人的資本をはじめとした経営基盤整備への投資を拡大する中期経営計画を策定しています。



※各期末時点の会社予想利益÷発行済株式数
2024年4月1日に実施した株式分割（1：4）に基づく調整後の数値を記載しています。

中期経営計画		金額単位：百万円		
	2023年度実績	2024年度	2025年度	2026年度
売上高	270,224	280,000	289,000	300,000
経常利益率	4.60%	4.50%	4.50%	4.50%
労働分配率	49.20%	49.50%	50.00%	50.00%
店舗数	131店	131店	134店	137店
開店／閉店	4／2	2／2	4／1	4／1
営業キャッシュ・フロー	17,099	14,500	15,000	15,500
投資額(内店舗投資)	11,967 (5,972)	12,500 (7,780)	11,300 (8,454)	12,000 (9,527)
ROA	9.70%			10.00%
ROE	9.20%			10.00%
主な基盤投資	・ ローリーデリカ工場 新設 ・ 中之島チルドセン ター増強	・ 本部移転	・ 長野エリアセンター 設置 ・ ローリー洋菓子工場 等再編	参考 2028年3月期以降： 前橋製造物流拠点稼働

3.成長投資について

(1) 出店戦略

新規出店については商勢圏内でのドミナント（集中出店によってお客様の圧倒的なご支持を得ている状態）を形成することを基本としており、新たな商勢圏への出店については、店舗への商品供給面から、物流センターからの時間距離について2時間を目安に、徐々に出店地域を拡大する戦略をとっています。また、店舗は開店からの年数が経過するのに伴って設備が老朽化することは勿論、周辺地域の環境も変化し、時代に適合した品揃えが困難になってきますので、可能であれば大規模改装を行うことや、周辺に適地があれば移転するなど地域のお客様からのご支持を高め、ドミナントを強化しています。また、店舗増加と商勢圏拡大に伴って商品の集荷から店舗へ適切な供給を行う物流網は各スーパーマーケット事業会社が自社保有しており、独自の商品を集中製造する製造機能は（株）ローリーが担っています。また、情報処理およびソフトウェアの開発業務もグループ内で（株）アイテックが担当しています。

これらはスケールメリットを創出する基盤であり、店舗の増加や出店地域の拡大、情報技術の進化などに対応し、先を見据えて適切な投資を行っています。

(2) M&A

当社は1991年の福屋・こたやストアーとの3社合併を経て、2006年に新潟県内の（株）ナルスとの経営統合時に持株会社体制へ移行しました。2014年には群馬県を中心にスーパーマーケットを展開していた（株）フレッセイホールディングス（現・（株）フレッセイ）を株式交換により完全子会社として現在の体制となっています。

このようにM&Aを活用して業容を拡大してきました。また、一例として当社独自のブランドとして製造販売しているパン洋菓子のボンオーハシもM&Aによりグループに取り込んだものであり、スーパーマーケットとして他社との差別化を図るために必要な機能面でのM&Aも、戦略として行っています。

今後も商勢圏の拡大、商勢圏内のシェア拡大およびスーパーマーケットとしての機能充実のためにM&Aを活用してまいります。
なお、M&Aに際しては、当社の経営理念およびそれを達成するためのブランドデザインについて賛同いただいた相手先に対して、具体的な協議を行ってまいります。

4.株主還元について

(1) 配当方針

株主の皆様への利益還元が経営の重要政策の一つであると考え、当社グループ全体の業績の状況や将来の事業展開、配当性向などを総合的に勘案し、株主の皆様へ配当を行うことを基本としています。1株当たり年間配当額の決定については、長期的に安定して当社株式を保有していただくため、連結1株当たり当期純利益の概ね30％程度を目安として、毎期の業績に連動した適正な配当を継続的に行うこととしています。

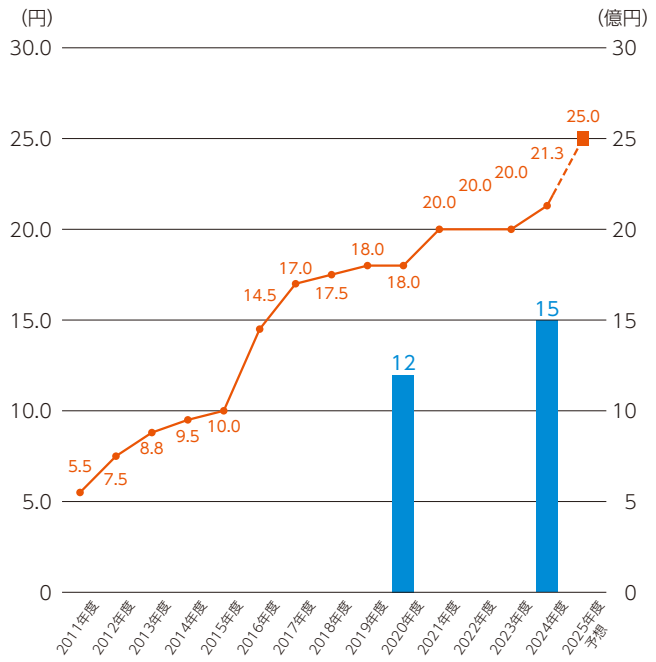
1株当たり年間配当金（株式分割調整後）の推移については右のグラフをご覧ください。

(2) 自社株式取得、株式分割と主優待の拡充

2023年6月から8月にかけて15億円の市場買付による自社株取得を実施しました。今後も株式市場の動向と当社の状況などを総合的に勘案して実施します。また、2024年からのNISAの制度変更に対応するため、投資単位当たりの金額を引き下げることにより、より投資しやすい環境を整え、当社株式の流動性向上と投資家層の拡大を図ることを目的として、当社普通株式1株につき4株の割合をもって分割しました。

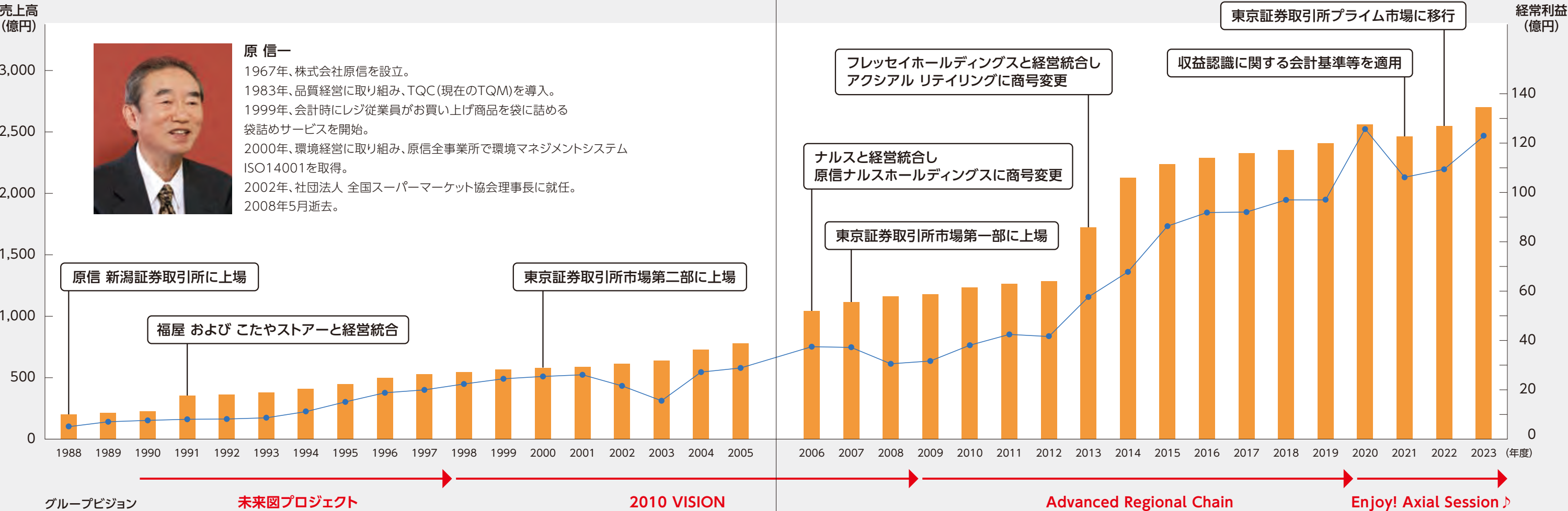
株式分割に伴って、株主優待も拡充しました。特に当社グループ店舗で買い物の際に利用できる株主優待券（お買い物割引券）について手厚い優待とし、株式分割によって投資しやすくなったことから、株主となっていただくお客様の増加を狙っています。

1株当たり配当金の推移（株式分割後基準） ■自社株式市場買付（億円）と自社株式市場買付



売上推移と歴史

アクシアル リテイリング 売上・経常利益推移



原信

- 1907年 原蠟燭店 開業
- 1948年 瀬戸物の取り扱いを開始
- 1963年 バラエティストア原信 開業
- 1967年 (株)原信 設立
- スーパーマーケット原信 東坂之上店開業
- 1991年 (株)福屋および(株)こたやストアと経営統合



ナルス

- 1948年 成沢商店 開業
- 1959年 主婦の店直江津店 開業
- 1970年 (株)主婦の店ナルスに商号変更
- 1979年 (株)ナルスに商号変更
- 2006年 (株)原信と経営統合



フレッセイ

- 1850年 松葉屋 開業
- 1950年 (株)松清本店 設立
- 1958年 セルフサービスの店・松清開業
- 1992年 (株)フレッセイに商号変更
- 2013年 原信ナルスホールディングス(株)と経営統合



アクシアルリテイリング

- 1967年 (株)原信として設立
- 2006年 (株)ナルスとの経営統合により全事業を現(株)原信に承継させ、純粋持株会社となる。商号は原信ナルスホールディングス(株)に変更。
- 2013年 (株)フレッセイホールディングスと経営統合し、アクシアル リテイリング(株)に商号変更。

- 1978年 ローリー 設立
- 1982年 高速印刷 設立
- 1984年 原興産 設立
- 2007年 アイテック 設立
- 2008年 原信ナルスオペレーションサービス 設立
- 2012年 高翔商事 設立
- 2014年 アクシアル レーベル 設立

事業ポートフォリオ

当社グループは原信・ナルス・フレッセイ 3つのスーパーマーケット事業会社を中核事業とし、それを支える8つの機能事業会社から成り立っています。事業セグメントとしては、「スーパーマーケット事業」と「その他」に分かれ、売上をセグメント間の内部取引高を含めて見た場合、「スーパーマーケット事業」が約98%を占めています。また、「その他」も、その売上の85%はスーパーマーケットを支える機能提供によるものであることから、当社グループは全グループを上げてスーパーマーケット事業を展開しているといえます。

セグメント概要図

アクシアル リテイリング株式会社
(持株会社)

〈スーパーマーケット事業〉

株式会社 原信

株式会社 ナルス

株式会社 フレッセイ

原信ナルスオペレーションサービス株式会社

アクシアル レーベル株式会社

株式会社 ローリー

有限会社 原信ネットオーダー

高翔商事株式会社

〈その他〉

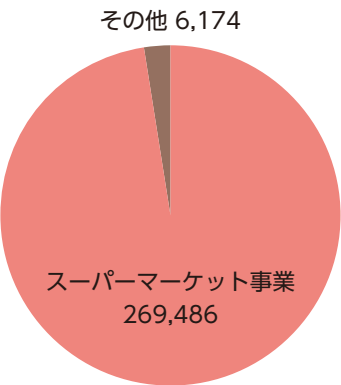
株式会社 原興産

高速印刷株式会社

株式会社 アイテック

セグメント別売上高〈構成〉

セグメント間の内部取引高を含む



単位：百万円
2023年度

セグメント別売上高〈概要〉

セグメント間の内部取引高を含む

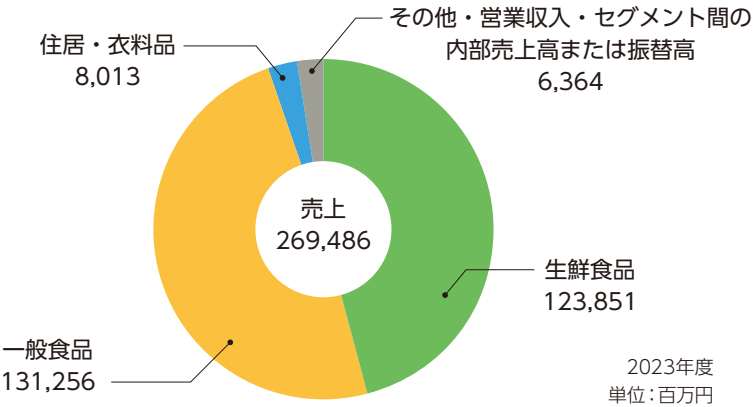
2023年度

セグメント	売上高 (百万円)	セグメント	売上高 (百万円)
スーパーマーケット 事業	269,486	生鮮食品	123,851
		一般食品	131,256
		住居・衣料品	8,013
		その他・営業収入	6,202
		セグメント間の内部売上高または振替高	161
その他	6,174	外部顧客に対する売上高	899
		セグメント間の内部売上高または振替高	5,275

※売上高はセグメント間の内部取引高を含む。
※生鮮食品は青果・精肉・水産・惣菜で構成されます。
※一般食品はデイリー・加工食品・インストアペーカリーで構成されます。

スーパーマーケット事業

スーパーマーケット事業は、スーパーマーケット事業会社3社（原信、ナルス、フレッセイ）と機能提供会社5社から構成されています。売上構成は生鮮食品・一般食品が約95%を占める食品スーパーマーケットを展開しています。



株式会社原信

アクシアル リテイリングの売上・経常利益の5割以上を占める主力事業。新潟県内に59店舗展開しており、新潟県内のスーパーマーケットでは店舗数はトップ。

蠟燭屋・瀬戸物屋・バラエティショップを経て、1967年にスーパーマーケットとして新潟県長岡市で創業。法人としてはナルスと経営統合した2006年に設立され、旧原信の全事業を継承しています。

2000年には全事業所で環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の認証を取得しており、スーパーマーケット業界で先駆けて環境経営に取り組んでいます。

■新潟県長岡市中之島1993番地17
■代表取締役社長 丸山 三行
■設立：2006年（創業1967年）



株式会社ナルス

新潟県で人口3番目の都市、上越市を中心に13店舗を展開。同市内では店舗数トップの地域密着型スーパーマーケット。

1948年、こんにやく・豆腐製造の成沢商店として創業。1979年株式会社ナルスに商号変更。「為せば成る」が社名の由来です。社是に「和顔愛語」を掲げ、お客様や取引先そして同僚に対して優しい笑顔で接し、親愛の情のこもった言葉で語り掛けることを心掛けています。

■新潟県上越市藤巻6番50号
■代表取締役社長 丸山 三行
■設立：1959年



株式会社フレッセイ

群馬県を中心に50店舗を展開。群馬県における店舗数は44店舗で、県内食品スーパー店舗数1位を誇ります。

嘉永3年（1850年）、鮮魚・塩干物の卸小売業「松葉屋」として創業し群馬県前橋市で新鮮な魚を届けてまいりました。

現在は健康への配慮とおいしさを追求し、今の時流にあった簡便調理商品の品揃えを強化しています。

■群馬県前橋市力丸町491番地1
■代表取締役社長 早川 仁
■設立：1950年



スーパーマーケット事業

原信ナルスオペレーションサービス株式会社

当社グループ店舗で販売する商品の調達および当社グループ内の間接業務の集約処理を行っています。

■新潟県長岡市中之島 1993 番地 17
■代表取締役社長 丸山 三行
■設立：2008 年

株式会社ローリー

当社グループ店舗で販売する各種食品の製造、加工を行っています。
野菜・精肉・水産の加工、惣菜・米飯の製造、パン・洋菓子・和菓子の製造、生花の組立等、さまざまな加工・製造を行います。

生鮮食品においては、時間が経過しても品質・おいしさが担保される商品の加工・製造を行っており、店舗の作業効率化に貢献しています。

洋菓子・菓子パンについては、新潟県で洋菓子・菓子パンを製造・販売していたボンオーハシとその子会社ローランローゼを 2007 年に子会社化し、翌 2008 年ローリーに経営統合、洋菓子・菓子パンの製造事業として事業を継続しています。現在でもボンオーハシ・ローランローゼは商品のブランドとして新潟県のお客様に親しまれており、両ブランドのクリスマスケーキは原信・ナルスの主力オリジナル商品として製造・予約販売しています。

和菓子では、当社グループ名物の手造りおはぎのあんこを生産している他、長岡市小国地区の銘菓『山理屋小国饅頭』の生産を受け継いでいます。

質のさらなる改善と店舗の規模拡大に向けた量への対応として、2024 年春に米飯・惣菜を生産するデリカセンターを新築しました。

■新潟県長岡市中興野 232-1
■代表取締役社長 宮路 光広
■設立：1978 年



アクシアル レーベル株式会社

当社グループ店舗で販売する自社開発商品・プライベートブランド (PB) 商品の開発を行っています。

PB 商品はアクシアル ブランドで展開しており、そのアイテム数は 500 を超えます。豆腐・納豆・牛乳等購買頻度の高い、いわゆるコモディティ品のみならず、原材料・用途や味わい等お客様のさまざまなニーズにお応えできる商品の拡充を図っています。

商品は、地元メーカー様や海外メーカー様からの直接仕入れ等、幅広い調達ルートから、品質・価格を重視しながら調達しています。商品の品質は安全安心を大前提に「おいしさ」にこだわり、環境・健康にも配慮した商品開発に努めています。

当社の持つ店舗規模・マスメリットを活かし、お求めやすい価格で提供しています。

■新潟県長岡市中之島 1993 番地 17
■代表取締役社長 小林 敏夫
■設立：2014 年



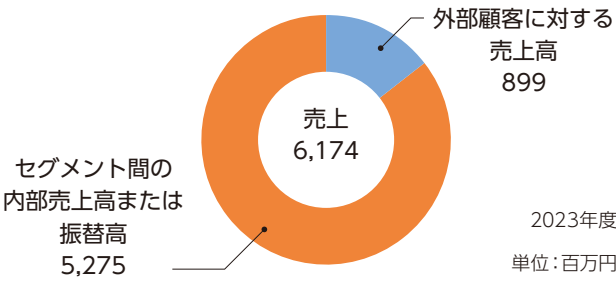
高翔商事株式会社

フレッセイが展開する店舗等の不動産の管理を行っています。

■群馬県高崎市倉賀野町 546 番地 1
■代表取締役社長 堀川 博史
■設立：2012 年

その他

「その他」はアイテック・高速印刷・原興産の 3 社から構成されますが、その売上の 85% はセグメント間の内部売上または振替高によって構成されており、主にスーパーマーケット事業への機能提供によるものです。



株式会社原興産

当社グループ各社の清掃業務、保険契約に関する保険代理店業務を行っています。

清掃業務では店舗の清掃・管理等をトータルにサポートします。

保険代理店業務は、法人および個人向けの損害保険・生命保険の代理店機能を提供します。

また、環境課題への対応として、発泡スチロールのリサイクル事業を行っています。原信・ナルスで発生する発泡スチロールを加熱し、容積を減らしたポリスチレン原料 (ポリスチレン・インゴット) 化し、国内・海外の 2 つのリサイクルルートへ出荷しています。

■新潟県長岡市台町 2 丁目 1 番地 15
■代表取締役社長 小川 昌尚
■設立：1984 年



高速印刷株式会社

当社グループ各社のチラシ広告、テレビ CM、その他各種印刷物の制作を行っています。

事業は、チラシや POP の印刷・ギフトカタログ等の制作のみならず、広告代理業・イベント企画の他、以下のような事業を展開することで、当社グループのデジタル対応も支援しています。

〔 動画制作・ホームページ制作・インターネット広告運用 〕
〔 LINE 公式アカウント販売パートナー 〕

■新潟県長岡市北陽 1 丁目 53 番地 41
■代表取締役社長 高橋 和章
■設立：1982 年



株式会社アイテック

当社グループ各社の情報システムおよびソフトウェアの開発業務を行っています。

アイテックでは、当社グループの基幹システムを構築しており、情報インフラを当社グループ内で整備することで、作業効率を向上させ働きやすい職場環境を実現しています。また、スーパーマーケットのお客様向けのアプリ・ネットスーパーに関わるシステムも開発し、お客様の利便性向上に貢献しています。これらのシステムは、当社グループ以外のスーパーマーケットやドラッグストア等、各種小売事業者様へも販売しています。

現在、当社グループ以外では 160 社にご導入いただいております。中でも発注システム「EOB (Electric Order Book)」は半数の約 80 社から導入をいただいております。

■新潟県長岡市大島本町 3 丁目 1 番地 57
■代表取締役社長 草間 浩司
■設立：2007 年



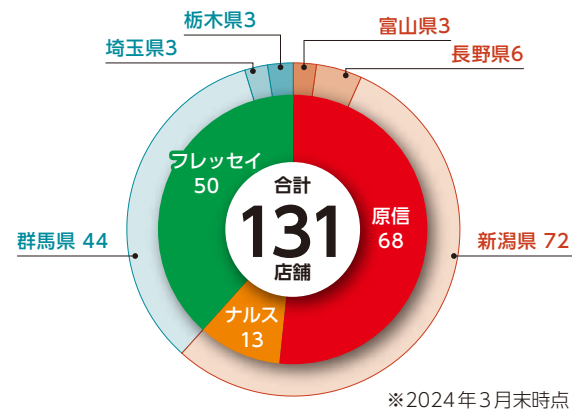
店舗：出店政策

当社では、チェーンストアの原理原則に基づき、出店戦略・出店形態・店舗フォーマットを策定し、実行しています。

出店戦略

物流センターから2時間以内のエリアに出店し、そこでドミナント（店舗数の寡占化）を形成することが基本的な出店戦略です。3か所の物流センター（新潟県長岡市・上越市、群馬県前橋市）を核とするエリアに出店することで、効率的に商品が届く店舗づくりを目指しています。

出店エリアにおいては、ドミナントを形成することでお客様の認知度・ロイヤリティの向上、配送効率の向上を目指します。店舗数拡大のために、富山県・長野県・栃木県等、新たなエリア・新商圏への出店に取り組みます。店舗数は、アメリカでの経験則からマスメリットが生まれるのに必要な最低店舗数200店舗を当面の目標としています。物件・立地・商圏人口等のさまざまな理由で出店できないエリアへの対応として、ネットスーパーも提供しています。



出店中期計画

年 度	2023	2024	2025	2026
開 店	4	2	4	4
閉 店	2	2	1	1
店舗数	131	131	134	137

2024年度開店計画

- 原信呉羽店（富山県富山市：富山県4店目）
- 原信阿賀野店（新潟県阿賀野市：新潟県73店目）



原信 燕店 2023年9月 移転オープン



原信 白根店 2023年11月 建替えオープン



フレッシュ 境町店 2023年7月 建替えオープン



フレッシュ 沼田栄町店 2023年10月 オープン



原信 燕店

出店形態

当社グループの基本的な出店形態は「NSC+SSM」です。

NSC※1

駐車場を中心に複数の店舗を集積するショッピングセンターです。スーパーマーケットが核店舗となり、周囲に利用頻度の高い業態の店舗（クリーニング店・ドラッグストア等）や集客力の高い店舗を配置することで、高い利便性を実現し、お客様のご来店を促します。

SSM※2

SSMとは、500～800坪の大型スーパーマーケットを指すといわれています。

当社グループが目指す売場づくりには一定規模の面積が必要と考え、650坪前後の面積を標準的なサイズとしています。

※1 NSC：ネイバーフッド・ショッピング・センター：Neighborhood Shopping Center ※2 SSM：スーパー・スーパーマーケット：Super Supermarket

店舗フォーマット

当社グループではそれぞれのチェーンの強みを活かし、売場のフォーマットの開発に取り組んでいます。



ニューコンセプトII+（ツ・プラス）

原信とナルスでは、お客様の環境変化に合わせ、2010年から「ニューコンセプトII+」として、①新しい商品・売場展開、②垢ぬけた売場、③生産性の向上をテーマに掲げたお店づくりを開始しました。

2015年からはさらに進化し、「豊かさ」「楽しさ」「便利さ」をご提供する「ニューコンセプトII+」を標準フォーマットとしながら、新店の度に進化を続けています。

食生活の多様化に合わせたサラダ提案の充実や、健康ニーズに沿った魚惣菜の提案など、食卓をイメージしやすいように食シーンに合わせた商品づくり・売場づくりに取り組んでいます。

セントラルマーケット

セントラルマーケットは広い売場面積・駐車場と広い商圏を持つことを条件に、①専門性、②ライブ感、③情報発信のコンセプトで幅広いお客様からご利用いただけるように商品と提案を磨き上げたお店です。現在、店舗は新潟県新潟市・長岡市・魚沼市に各エリアの旗艦店として合計3店舗展開しています。新潟市：河渡店／長岡市：川崎店／魚沼市：小出東店

エクスプレスマーケット

既存出店エリアでのドミナントを目指し、出店機会を増やすために、当社グループの標準サイズよりも小さい面積の店舗の開発に取り組んでいます。人口減少・少子高齢化や女性有職率の増加という環境変化に合わせ、即食・簡便ニーズに対応した商品を品揃えし、短時間でお買い物ができるお店づくりを目指しています。現在は新潟県長岡市に2店舗展開しています。

長岡市：旭岡店、城岡店



ニューコンセプトII+



セントラルマーケット



エクスプレスマーケット



フレッシュMD2.0

フレッシュでは、①おいしさ、②健康生活、③簡単・便利、④ローカルのテーマを軸とした「フレッシュMD2.0」の展開を進めています。その中で特に強化しているのがにぎり寿司です。旬の生魚を使用した鮮度へのこだわりで差別化を図っています。また、群馬名物の「みそパン」や「焼きまんじゅう」は名物商品になっています。



フレッシュMD2.0

店舗：お店づくり

当社グループのお店づくり、店内に入った瞬間から「豊かさ」「楽しさ」「便利さ」を感じていただける売場を目指しています。



店舗レイアウト～商品の陳列

店内は、空間の広がり、壁の色、明るさに配慮し、わくわくするような楽しさを演出し、豊富な品揃えの中から快適にお買い物していただける売場を目指しています。

空間の広がり

当社グループ店舗ではゆっくりと商品を見ていただき、多くの商品をお買い上げいただけるよう、ショッピングカートでお買い物をしていただくことを前提に店舗を設計しています。このため、通路は広く設定し、お客様同士がぶつかったり、通路をふさぐようなことがないように配慮しています。

また、空間の広がり大切にしているため、視界を妨げないよう、什器の高さにも配慮しています。



スペースを確保した通路

商品の陳列

ISM等の原理原則を活用し、縦割陳列・配色を意識しながら、楽しくそして選びやすい商品陳列を心掛けています。

販促物についても商品が商品の良さをアピールすることを第一に選ぶ楽しさを演出することを目指しています。

商品の陳列については、売場・時間帯ごとに陳列量の基準をスタンダードレベルとして定め、品切れしていることで発生する「チャンスロス」、販売期限が切れることによる「廃棄ロス」を最小限に抑えられるよう、お客様と環境そして収益に配慮した売場づくりに取り組んでいます。



信頼されるお店の3条件

お客様に快適に安心してお買い物をしていただけるお店づくりに取り組んでいます。当社グループでは「基本の4原則」を掲げていましたが、2023年度これを見直して「信頼されるお店の3条件」とし、お店づくりに取り組んでいます。

〈信頼されるお店の3条件〉

安全第一
フレンドリーサービス
品質、品揃え、廉価

安全第一

作業場・売場・商品において安全を第一に考え、お客様に安全安心な商品・サービスを提供します。

フレンドリーサービス

すべてのお客様に感謝・歓迎の気持ちをもって接します。

品質、品揃え、廉価

お客様がお求めになる品質の商品・サービスを提供します。商品は欲しいものが揃っている売場、品切れのない売場を目指します。価格もお客様にご納得いただける価格での提供を目指します。

判断の基準はお客様

当社グループでは、「判断の基準はお客様です」を行動指針の一番目に掲げています。

その取り組みの一つとして、原信・ナルスではお客様の会計時にお買い上げされた商品を従業員が袋詰めを行う「袋詰めサービス」を提供しています。お客様の立場に立ち、日本一のサービスの提供に取り組んでいます。



ライフラインの提供

当社グループでは、地域のライフラインを提供することを重要な役割ととらえ、自然災害が発生した場合等は、お客様・従業員の安全や法令順守を前提としながら、店舗の営業を継続することを大事な使命だと考えています。

また、当社グループでは災害発生時に、地域の方々に食品や生活必需品を届けられるよう、新潟県8市、富山県1市、群馬県15市町村等、栃木県2市、埼玉県2市と災害協定を締結しています。

科学的・合理的な手法に基づく運営

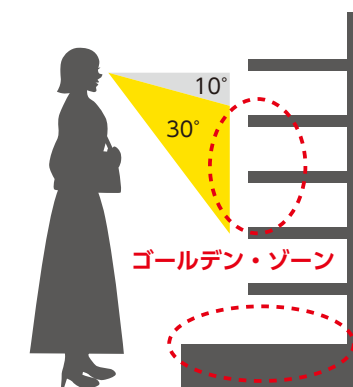
スーパーマーケット等のチェーンストア事業はアメリカでの先進的な事例からさまざまな経営手法が体系化されている業態です。当社ではこのような経験則から生み出された原理原則を大切にしながら店舗運営を行っています。出店形態の「NSC+SSM」もその一つです。売場づくりにおいては次のような取り組みを行っています。

ISM (In-store Merchandising : インストア・マーチャンダイジング)

ISMとは、チラシ等の広告ではなく、品揃えの構成、店頭や店内での商品の陳列等について、買物行動調査や消費者調査など、科学的な検証によって導かれた売れる売場づくりの原理原則です。この原理原則を活用して、おすすめしたい商品を自然と手に取っていただき、お客様にお買い得感を感じていただくのと同時に、売上・利益を最大化する売場づくりを目指しています。

VMD (Visual Merchandising : ビジュアル・マーチャンダイジング)

視覚的にお客様の感性や感覚に訴求するお店づくりによって、わくわくするような売場の楽しさを演出するために、VMDの考え方を取り入れています。この一貫として、当社グループでは色使いの向上のために、色彩士検定の取得推奨をしています。



出幅によって販売力を高められます。



商品：基本政策

当社の最大の特徴は商品です。他社にはない、「おいしさ」、健康、価格にこだわった商品を提供します。

オリジナル商品

当社グループでは、お客様にご満足いただけるよう、あらゆるカテゴリーにおいて当社グループでのみ提供しているオリジナルの商品を豊富に取り揃えています。

安全であることを大前提に、ご納得の品質・お求めやすい値頃価格を目指すとともに、健康・環境にも配慮した商品づくりを目指しています。



おいしさがドまん中

当社グループでは、お店づくり・接客サービスそして商品づくりにおいて、すべて品質を重視した「品質経営」を行っていますが、この品質の中でも最も大切にしているのが「おいしさ」です。

特に2024年度については、年度方針に「おいしさがドまん中大作戦!!」を掲げ、「おいしさ」にこだわります。

今後インフレでさまざまな調達コストが上昇することが想定される中、品質をないがしろにするようなことが発生しかねません。そのようなことがないよう、「おいしさがドまん中大作戦!!」とキャッチーなスローガンを掲げ、この考え方を社内に浸透しています。

具体的な施策は左下枠内の通りです。

当社グループのおいしさの特徴は、毎日食べても、飽きのこないおいしさです。控え目ですが、しっかりと感じられる「おいしさ」を大切にしています。

「おいしい」からこそ、数多くお買い上げいただき、マスメリットが生じ、いつでもお値頃な商品を提供することができるようになります。また、「おいしい」から健康に配慮した商品を毎日食べていただいて、健康的な生活のお手伝いができるようになります。このように「おいしい」からこそ、お客様からご支持をいただき、当社の目指すものが実現できると考えています。

当社グループこだわりの「おいしさ」は、外部からも高く評価をいただいています。

おいしさがドまん中大作戦!!

- ①「美食の旅」支援制度
- ②スペシャリスト認定試験 オムライス検定導入
- ③新本部 はらナルキッチン導入
- ④新本部 官能評価室の導入

Bento and Prepared Meal Awards
お弁当・惣菜大賞2024

各料調理部門 優秀賞
原信・ナルス
マッサマンチキンカレー

サラダ部門 入選
原信・ナルス
贅沢海鮮カルパッチョサラダ

アベックス 惣菜・べんとう グランプリ 2024

健康・ヘルシー部門 優秀賞
原信・ナルス
1日1/3野菜が摂れる七穀うどん弁当

デリ・ベーカリー&スイーツ部門 優秀賞
フレッセイ
レッドチキン・コロッセ・焼きそばのプチランチドッグ

健康商品シリーズ

当社グループビジョンに掲げる「健康経営」の一環として、健康ニーズに応える商品を複数そろえ、そのラインアップの充実を図っています。健康商品でも、「おいしさ」へのこだわりをドまん中に据えて、おいしいから食べていただき、健康になるお手伝いになることを目指しています。

だし香るシリーズ

塩味を抑えながら、だしの旨みで味を調える減塩商品。多くのカテゴリーで横展開し、アイテム数は190超。



魚菜屋・魚の匠

体に良いことは分かっているが、調理の手間がかかる魚料理を簡単に召し上がっていただける惣菜シリーズ。



365×3 サラダライフ

365日、毎日三食サラダを召し上がっていただけるよう、青果・精肉・水産等が連携したひと手間加えたこだわりサラダ。



極醸シリーズ

味噌・麹・ヨーグルト等発酵食品に漬け込んだ漬け魚・味付け肉を中心とするシリーズ。惣菜・弁当も提供。



EDLP(Every Day Low Price)

当社では、いつでも来店いただいても、お買い求めいただきやすい価格を提供するEDLPを目指しています。当社グループの店舗数というマスメリットを活かし、お取引先様より条件をいただき、EDLP化を進めています。当社の代表的な取り組みは以下の通りです。

また、当社グループのスーパーマーケット3社は、全国のスーパーマーケットと共同仕入れを行うCGCグループに加盟しています。国内最大規模の共同仕入れ網を活かし、当社グループだけでは実現できない、マスメリットを活用しています。

POWER PRICE

オリジナル商品を中心に長期間お求めやすい価格をお約束する販促。



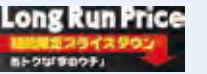
アクシアルブランド

価格・品質にこだわったプライベートブランド商品。



Long Run Price

価格感度の高い商品を中心に特売並みの価格を一定期間提供する販促。



CGC商品

国内最大規模の共同仕入れ機構CGCの商品。



マスメリット

当社では131店舗と一定の規模を確保していますが、小売先進国アメリカでの経験則からマスメリットの創出に必要な店舗数は最低200店舗といわれています。当面はこの200店舗を目指し、店舗数を拡大してまいります。

店舗数の拡大を進めながら、商流における中間流通等を省くバーティカル・マーチャンダイジングを実現し、よりお求めやすい価格の実現を目指しています。

また、規模の拡大とともに、その規模の拡大をメリットに変えられるよう、情報システム、製造加工、物流等機能の拡充を図ってまいります。

商品供給の基盤づくり

スーパーマーケット事業は多くのお取引先様からの商品供給を受け成立しています。

お取引先様には当社グループの政策を深くご理解いただくことで、より一体感を持った強固な商品供給体制が可能になると考えています。

その政策の共有の場として、長きにわたり「原信ナルス会」と「フレッセイ共栄会」2つの会を開催してまいりましたが、グループ10周年・新本部への移転を機に、マスメリットのさらなる創出に向けて新たな会の創設を検討しています。

商品：独自ブランド商品

当社グループでは、独自ブランド商品として「アクシアルブランド」商品、および社会課題への対応と事業活動の一体化を目指したエシカル商品「Hana-well」を展開しています。

プライベートブランド アクシアルブランド商品

当社グループでは現在の店舗数の規模を活かし、プライベートブランド「アクシアルブランド」商品を展開しています。

アクシアルブランド商品のこだわり

3つのこだわりで「毎日食べていただける商品」の開発を目指しています。



アクシアルブランド商品 3つのこだわり

- 素材、原材料、産地選びへのこだわり
- 加工、製法、製造プロセスへのこだわり
- お客様視点へのこだわり

この3つのこだわりで毎日の暮らしになくてはならない「おいしさ」と「安全品質」をお求めやすい価格でお届けします。特に、納豆・豆腐・牛乳等、購買頻度の高い商品については、原材料高騰の影響を受けながらも、お求めやすい値頃な価格で提供することを大切にしています。

また、2024年度下期より、自社プライベートブランド商品を他社商品と比較し、おいしさや使用感の違いを考察レポートにまとめることで、購入代金を補助する制度も導入しました。

環境配慮商品 バイオマス手付きポリ袋

バイオマス原料25%を配合した環境に優しいポリ袋です。使用するシーンに合わせて選びやすい5サイズを品揃えしています。



アクシアルストリング

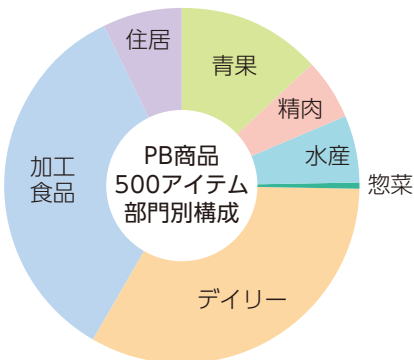
アクシアルブランド商品のパッケージには、「アクシアルストリング」と呼ばれるデザインが使用されています。このデザインコンセプトは「つなぐ」です。

当社グループとおお客様の心と心をつなぐ商品でありたいという思いから、このデザインを採用しています。

アイテム数

アクシアルブランド商品は約500アイテム展開しています。その多くは購買頻度の高いデイリー商品・加工食品です。

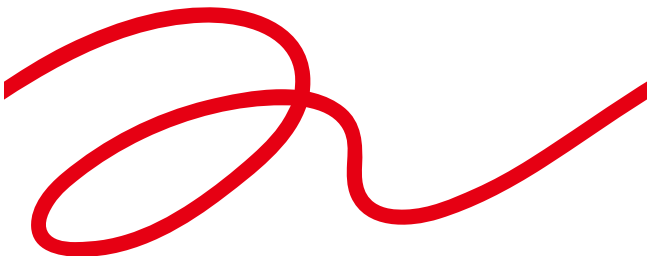
一つのカテゴリの商品でも、日常的に使うコモディティ商品の他、原材料・用途や味わい等お客様のさまざまなニーズにお応えできる商品の拡充を図っています。



「おいしさ」こだわり商品 旨みじゅわっと大粒肉焼売

国産肉と国産野菜のみを使用し、肉の旨みと玉ねぎの甘みが「じゅわっと」広がる本格的な肉焼売です。濃厚な旨みと玉ねぎの甘みが重なり力強く優しい味わいです。

容器のまま電子レンジで温めるだけでおいしくお召し上がりになります。



Hana-well (ハナウェル)

社会課題への対応を事業活動と一体化させることを目指し、新たなエシカル商品ブランド「Hana-well」を立ち上げました。

商品コンセプト

「社会課題への対応を事業活動と一体化させる」とは、その商品をお買い上げいただくことで、社会課題の解決のお手伝いになる取り組みを指しています。

社会課題への対応は継続的に取り組むことに意味があることが多いです。商品を通じて社会課題へ対応する以上、継続的にお客様からお買い上げいただく必要があります。

そのためには商品が「おいしい」こと、そして値頃な価格でお買い求めいただくことが大切です。このため、「Hana-well」商品ではキャッチコピー・キーコンセプトを「おいしさと、やさしさを。」にしています。

商品開発の5つの軸

商品は次の5つの軸で開発しています。

Hana-well 商品 5つの軸

Earth
地球にやさしく環境に配慮した商品をご提供します。

Health
体にやさしく、心に癒しを与えてくれる商品をご提案します。

Local
地域で生まれた自然の恵みや文化の発信と継承に取り組めます。

Diversity
差別のない、笑顔が生まれる社会の実現を支援していきます。

Future
未来に向けた新技術に挑戦する取り組みを応援します。

おいしさと、やさしさを。



Hana-well商品の売場(原信 燕店)

【事例1】岩塚製菓様 ふわっと

新潟県は米どころとして知られていますが、茶豆（枝豆）づくりも盛んです。しかし、茶豆の規格は厳しく、規格外の茶豆は廃棄されていることが社会課題となっていました。この社会課題への対応として、規格外の茶豆を新潟県産のお米とともに練り込んだ米菓として「新潟県のお米と茶豆でつくった ふわっと」を岩塚製菓(株)様と開発し商品化しました。2023年9月の発売以来、約1トンの規格外枝豆を活用することができました。

【事例2】障がいのあるアーティスト作品の起用

Hana-wellでは障がいのあるアーティストの作品を多く商品のパッケージデザインに採用することで、包摂的な社会の実現に貢献しています。

Hana-wellロゴも障がいのあるアーティストの作品を採用しています。これは、障がいのあるアーティストの作品のレンタル事業を展開するまちごと美術館CotoCoto様と連携したコラボレーションとなっています。



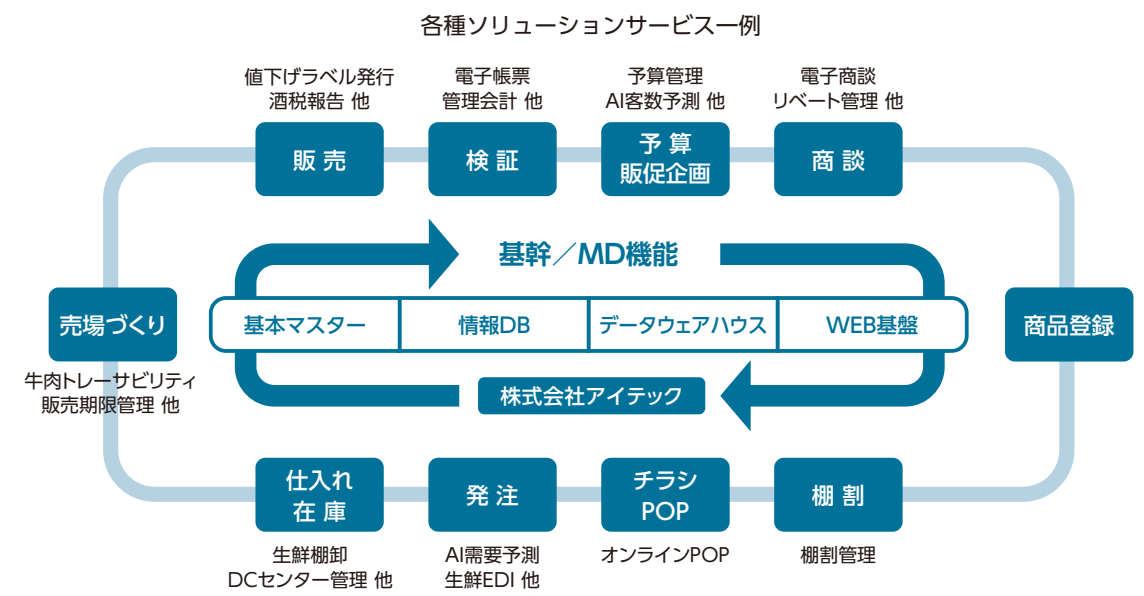
技術革新への対応

当社グループ会社 アイテックが中心となり、技術革新への対応を推進しています。

アイテックが主な自社システムを開発

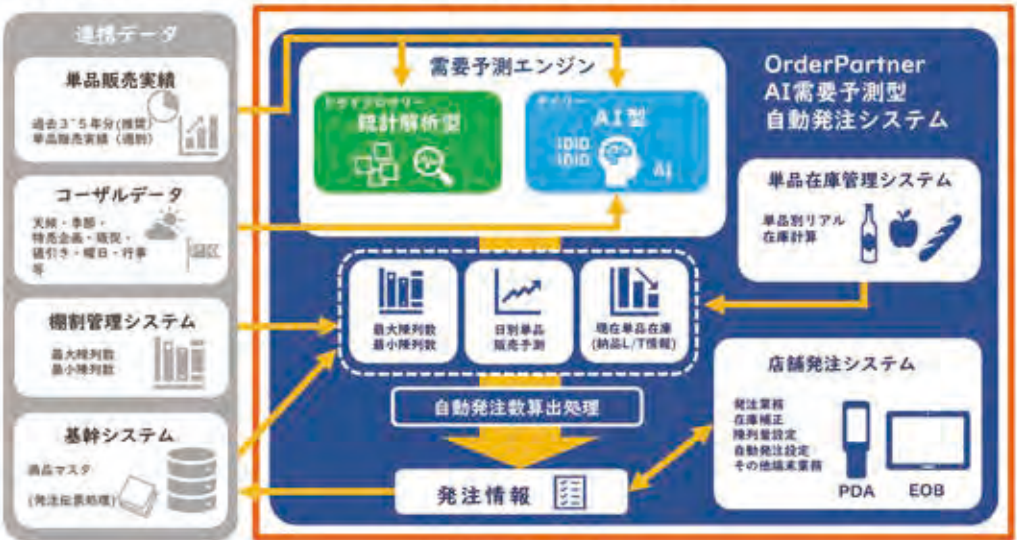
目まぐるしく進歩するIT技術への対応は、当社グループ内の処理能力・生産性のみならず、お客様の利便性にとっても不可欠なものです。情報インフラを当社グループ内で整備することで、作業効率を向上させ働きやすい職場環境を実現するとともに、お客様向けのアプリ・ネットスーパーに関わるシステムも開発し、お客様の利便性向上に貢献しています。

アイテックとスーパーマーケット事業会社は人材交流を行い、スーパーマーケット事業の業務を熟知することで、現場目線でのシステム開発が可能となります。このノウハウの蓄積によって、一体感のある開発・運用体制を構築しています。

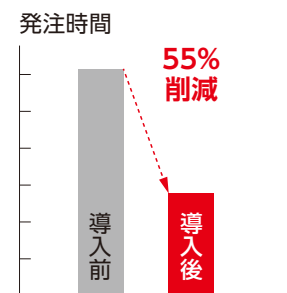
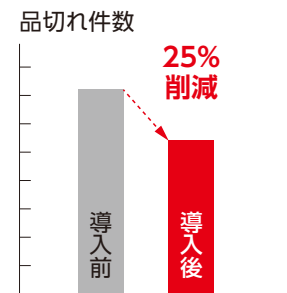


AI需要予測型自動発注システム

アイテックは、2021年10月、需要予測エンジンをもとにAI需要予測型自動発注システムを自社開発しました。導入後は、品切れ件数低減によるチャンスロスの削減、発注時間の削減による業務の効率化、さらには食品廃棄物の削減につながっています。



AI需要予測型自動発注の導入効果



アプリの提供

スマートフォンが浸透し、ライフスタイルが変化する中で、当社グループではスマホアプリによる各種サービスを提供しています。お客様にお得に、楽しく、便利にお買い物をしていただくための情報発信・サービスを取り揃えています。これらの機能はパソコンからもご確認いただけます。



原信ナルスアプリ



フレッセイアプリ



ネットスーパーの提供

スマホアプリやパソコンからネットスーパーをご利用いただくことが可能です。さまざまな理由でお買い物に来られないお客様にご利用いただいています。お届けエリア内であれば、ご指定いただいた方の住所に配送することも可能です。原信ネットスーパーには、個人向けの「スタンダード」と、外食業等事業者向けの「プロ」があり、「プロ」では後払い等事業者向けサービスも提供しています。

	原信ネットスーパー（スタンダード）	フレッセイネットスーパー
エリア	新潟県内全域（離島を除く）	群馬県内全域
お届け時間	午前10時までの注文で当日配送（新潟市内は13時まで）	朝10時までの注文で当日配送
	3日先まで日時指定可能	3日先まで日時指定可能

ネット社会との共生

原信は新潟市・長岡市でクイックコマースを提供するUber Eats様による即時配達への対応を行っています。

スーパーマーケット各社の一部店舗の店頭では、宅配便ロッカーを設置しています。



Amazon Hub



PUDOステーション

機能

機能とは、「規模」をマスメリットにかえる仕組みです。この機能を自前で整備していることが当社グループの大きな特徴の一つです。特に今年は本部を新たに建設し、本部としての機能の充実化を図りました。

本部 2024年10月に移転

アクシアル リテイリングは新本部を新たに建築し、2024年9月に竣工、10月より稼働開始しました。



コンセプト

この本部は規模の拡大を目指す当社において、規模が強みとなるよう、以下のテーマ・コンセプトで設計しました。

〈テーマ〉
もっと近づく、もっとつながる

- 〈コンセプト〉
- ①チェーンストアとして 必要な機能の強化
 - ②コミュニケーションの活性化
 - ③安全安心な本部機能の構築

「もっとつながる」ために

規模が拡大し、人材も多用化する中で、一体感の醸成を目的に以下のようなコミュニケーション・スペースを確保しました。



会議室の充実化～大会議室



偶発的な機会でもコミュニケーションを促すスペース～セッションアベニュー

本部機能の専門化

チェーンストアの本部機能の専門性を高めるため、次のような設備を設置しました。

- 店舗と同じ設備を備えたMDラボ
- 家庭と同じ調理器具を備えたはらナルキッチン
- 味を科学的に評価する官能評価室
- 商品の安全・安心を担保する食品検査室



はらナルキッチン

生き生きと働ける環境づくり

従業員が健康的で生き生きと働ける環境づくりとして右のような設備を設けました。



従業員の健康促進・リフレッシュのための多目的ホール



保健師が常駐する産業保健室

物流機能

物流センターは店舗展開エリアの核として配置し、安定的に商品を提供できる体制を構築しています。

長岡市に2センター、上越市に1センター、前橋市に1センターを設置しています。センター庫内では、ロボットによる自動運搬等、省人化に向けた技術革新への挑戦も行っています。



中之島チルドセンター



中之島ディストリビューションセンター



上越チルドセンター



前橋物流センター

製造機能

当社グループではローリーが製造機能を担っています。フレッセイ店舗向けの一部生鮮品についてはフレッセイ本部に設置されたプロセスセンターで製造加工し、商品の鮮度・品質をより確実なものにしています。いずれも、一定の時間が経過してもおいしさ・品質を担保できる商品の製造・加工することで店舗と役割分担をし、作業効率化に貢献しています。

ローリー

ローリーでは、青果・精肉・水産等の生鮮品の加工、惣菜・おにぎりの製造の他、当社グループの名物となっている手造りおはぎのあんこ、長岡市小国地区の銘店山理屋菓子舗様から受け継いだ「山理屋小国饅頭」、クリスマスケーキや各種洋菓子等、幅広い商品の製造を行っています。



フレッセイプロセスセンター

フレッセイのプロセスセンターでは、精肉の仕入れ・加工・製品化を行っています。

商品供給によって、店舗の作業効率向上に貢献している他、オリジナル商品の供給も行うことで独自性のあるお店づくりを支援しています。



その他の機能

印刷・デザイン

チラシ・販促物・商品パッケージ等、商品の良さを伝えるさまざまな取り組みを行っています。このような取り組みの多くはグループ会社的高速印刷によって行われており、一体となって「おいしさ」をお伝えしています。



清掃

清潔な売場は食品を扱うスーパーマーケットの基本です。原信・ナルスの店舗では、グループ会社の原興産によって清潔な売場を維持しています。

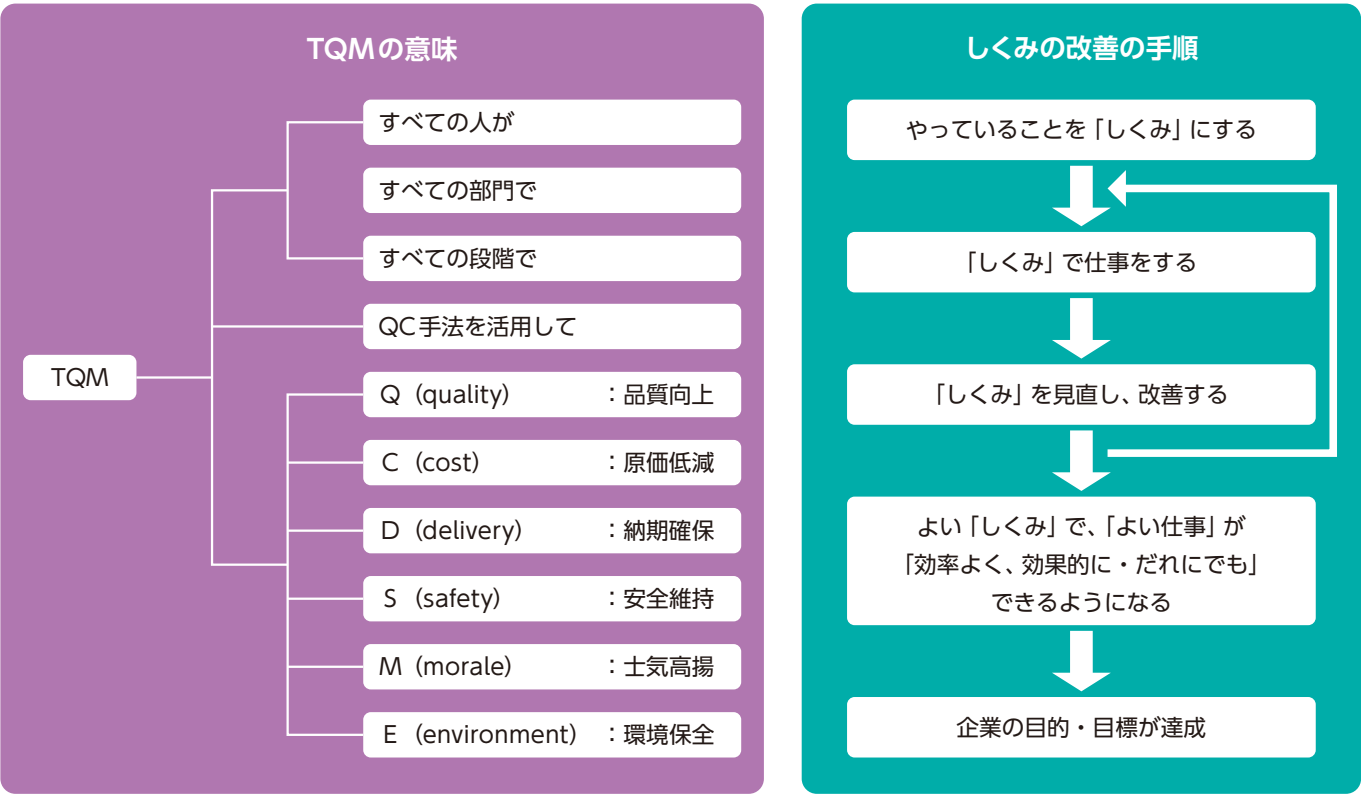


人材：TQM

当社グループでは、TQMを経営の根幹に据え、あらゆる品質の向上に取り組んでいます。

TQMとは

TQM (Total Quality Management) は、企業理念の実現のために全従業員が一人ひとりの立場に応じて、よりよい仕事を継続的にしていくための仕組みです。企業の活動は全て「お客様のために」からスタートし、お客様に喜んでいただけたかどうかで業績も変わります。喜んでいただく種をまかずに収穫はありません。種をまき続けて育てる仕組みがTQMです。お客様のご要望をしっかりと捉え続けながら、よりよい商品・サービスの提供に取り組んでいます。



TQMを経営の根幹に

当社グループではTQMを「お客様のご満足を目的とした全員参加の組織的継続的な経営活動」と定義し、経営の根幹に据えて取り組んでいます。

TQMの中核となる改善（カイゼン）活動は、店舗の各部門単位で組成したQCサークル活動と、店長や本部の担当者が自らの専門分野において一人ひとりが行うSUM活動（SUM：Service upのためのManagement活動を指す社内用語）の2つがあります。各活動単位は年度経営方針およびそれに紐づく部署方針に沿って活動テーマが選定されます。各活動単位の事業活動は日々の業務で管理するデイリーマネジメント、週単位で行われるウィークリーマネジメント、さらには月・四半期そして年単位で管理され、それぞれの時間軸でPDCAを回し継続的に品質を改善します。

2023年度実績

【活動単位の数】 QC：1,062サークル／SUM：468名 【報告された活動実施数】 5,419件 【研修開催回数】 87回 【研修参加者数】 1,435名



小売業におけるTQM活動：成功事例の横展開

TQM活動は主に製造業において取り組まれ、発展してきましたが、当社グループは小売業でありながらこの活動を「経営の根幹」に据え、独自の工夫を凝らしています。

TQM活動を効果的に実践するための教育プログラム

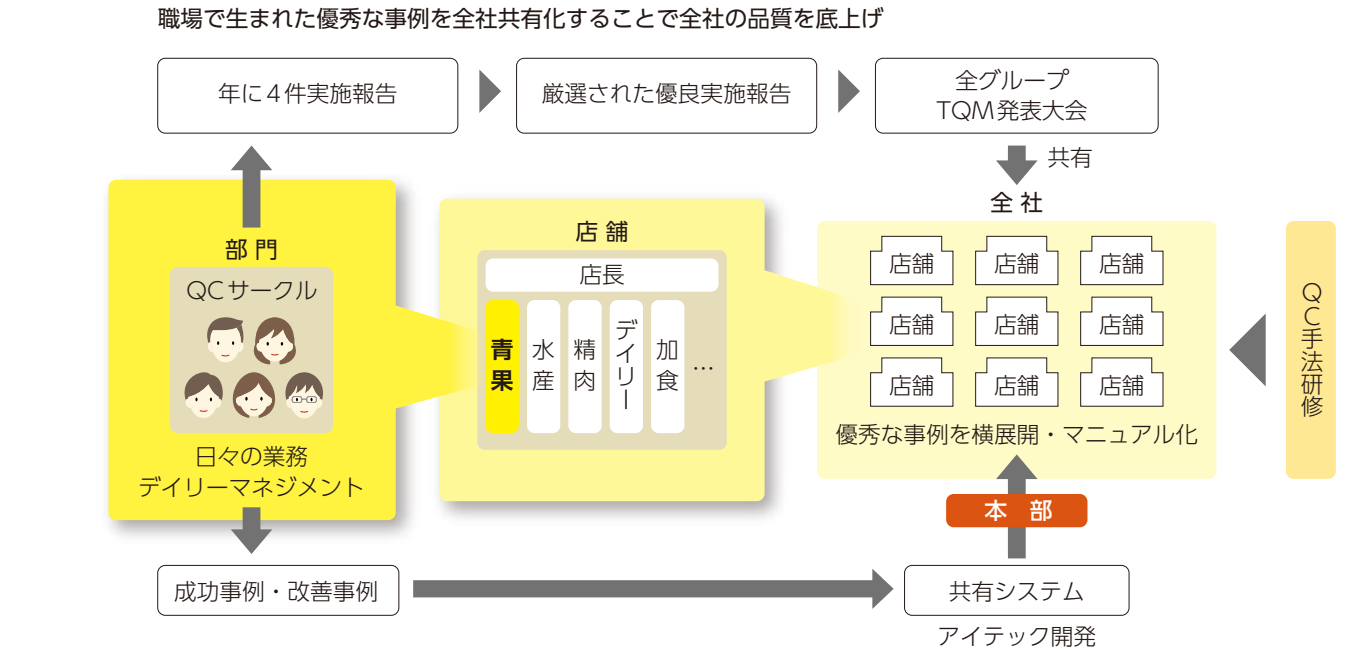
小売業では、従業員は店舗に分散し、店舗内でも各部門での業務に分かれるため、職場が複数に分かれます。このような分散した少人数の職場でも問題解決・課題達成に向けて、科学的・網羅的・効率的に活動ができるよう、QC (Quality Control:品質管理) の手法についての教育・研修に力を入れています。

成功事例・改善事例の横展開

QCサークル活動や日常業務を実施したことで成果を上げた対策は、成功事例・改善事例共有システムに登録し、本部や他の店舗と共有します。効果が実証された事例はマニュアルとして標準化され、全社的な品質向上につながっています。このために、当社グループでは、事例を全社に共有するシステムを開発しました。この共有システムは機能事業会社であるアイテックによって独自に開発されたものです。

年4件の改善活動報告と半年ごとに開催される全グループTQM発表大会

各活動単位は改善活動の実施報告書を年4件まとめます。実施報告書はA3の定型フォームにPDCAの内容・成果等を網羅的かつコンパクトに報告します。この実施報告書の中で特に優れている事例は半年に1度、開催される全グループTQM発表大会（通常年間計8回）で発表します。優れた取り組みを社内と共有することで、全社の品質向上に役立てるとともに、その活動を讃えます。



日本品質奨励賞

2020年、当社は小売業では初めて一般財団法人日本科学技術連盟様による「日本品質奨励賞 TQM奨励賞」を受賞しました。これは「トップ・経営層のリーダーシップにより事業とTQMが密接に結びついていること、改善活動が組織のDNAとして定着していることなどによって大きな成果を創出していること」が受賞理由です。



QCサークル石川 馨 奨励賞 受賞

フレッセイ有馬店
惣菜部門「ひなたサークル」

【テーマ】
手焼き焼きまんじゅうの製造不良個数を削減しよう

2023年5月に、QCサークル石川馨賞授賞式が北海道で開催され「石川馨賞奨励賞」を受賞しました。QCサークル生みの親と称される石川馨の名を冠した本賞は、一般社団法人日本科学技術連盟様の発表大会から推薦され『QCサークル』誌に掲載された優秀事例の中から、年間約40のサークルが表彰されるものです。

人材：スペシャリスト

イノベーションを創造し続けられるスペシャリスト集団の形成を目指します。

基本方針

当社グループにとって人材は企業価値創造の中核のひとつです。人材の力を最大化させ、自ら変革を起こし、新たなイノベーションを創造し続けられるスペシャリスト(専門家)集団を形成することで、企業価値の向上につなげていく人的資本の経営を推進しています。個人の成長が企業の価値創造につながると考え、人事戦略の柱として「専門性の追求」「多様性の確保」「成長の実感」を掲げています。経営戦略と人事戦略が一体となり、変化する環境に適応したスペシャリスト集団を形成し、組織力を高めることで、当社ならではの価値創造を実現してまいります。

人材育成方針

スーパーマーケットにおけるチェーンストア経営システムの基幹業務に必要な人材を育成します。
そのために、チェーンストア理論に基づいた教育・訓練プログラムを編成し、チェーンストア経営の分業を担い、数値責任を果たすスペシャリストの人材を確保します。

ダイバーシティ方針

お客様の多様なニーズにお応えしていくため、多様な能力と個性をもつ従業員が柔軟な発想で行動力を発揮し、付加価値の高い商品、サービスを提供し続けることができるようダイバーシティを推進します。

社内環境整備方針

従業員一人ひとりが働くことにやりがいを感じ、明るく、闊達、生き生きとした職場環境を維持します。
そのための働きやすい諸制度の導入と推進をいたします。

- ①人材開発
- ②教育
- ③訓練

- ①多様な人材の活躍
- ②キャリアの形成
- ③企業風土の醸成

- ①有給休暇取得率の向上
- ②一人当たり時間外労働時間の低減
- ③離職率の低減



フレッシュ前橋訓練センターでの指導



マネジメント基礎研修

スペシャリストの育成

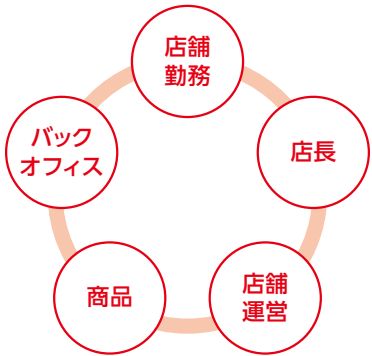
当社の教育訓練体系に基づき、入社後の研修からマネジメントの基礎段階までは社内の共通カリキュラムを実施しています。
マネジメント層への昇格にむけた認定試験については、グループビジョンに掲げる本格的なチェーンストアを分業できるスペシャリスト育成を目的として、「スペシャリスト認定試験」を今年度より導入しました。この試験は通常の筆記試験、レポート、面接以外に、「おいさがドまん中」に据えた品質経営を実現するために、「おいしい」を自ら調理する「オムライス検定」を要件の一つとしました。



カゴメ(株)様監修のオムライス検定

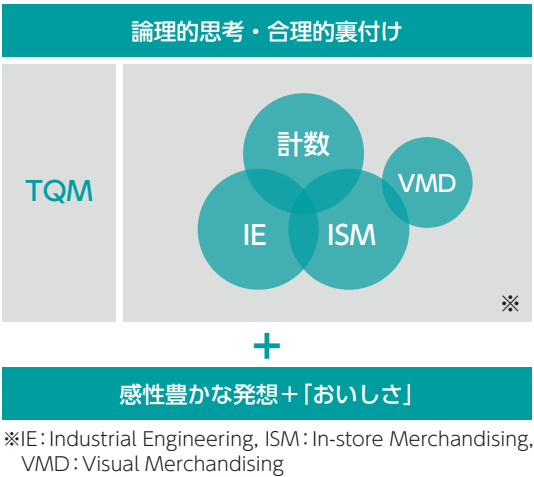
ジョブローテーション

当社グループでは、定期的にさまざまな業務への異動をくり返す「配転教育」を行っています。ジョブローテーションによって小売業としての分業を担う知見を広げ、新たな能力と適性を発見していき、数値責任を果たすスペシャリストを育成します。
当社では、店舗でのオペレーションがすべての基礎となることから、店舗での勤務からキャリアをスタートし、店舗での経験を積んだ後に、バックオフィス業務を経験するローテーションを組んでいます。
店長やバイヤー等中堅幹部で将来幹部候補となりえる人材は、グループ内出向を行うことでステップアップを図ります。



論理的思考と感性豊かな発想

当社グループでは、TQMや業界で蓄積されてきたノウハウ等習得することで、論理的な思考・合理的な裏付けを身につけると同時に、お客様の感性に訴求する感性豊かな発想力を持つ人材の育成を目指しています。
独創的でイノベティブな発想を習得するために、長岡技術科学大学技術科学イノベーション専攻教授改田哲也教授を講師に招き、中堅幹部を対象にした「アイデア発想道場」を開催しており、現在4期目を実施しています。
「おいさがドまん中大作戦!!」の経営方針実現に向けて、今年度より「美食の旅」支援制度、2024年度下期からはプライベートブランド商品の食べ比べ支援制度を導入しました。お客様の立場でおいしいものや他社商品を食べることを支援する制度で、なぜその商品がおいしく感じるのか、何が違うのかを考察し、レポートにまとめることで、当社の商品をよりおいしく提供することに役立てる制度です。



※IE: Industrial Engineering, ISM: In-store Merchandising, VMD: Visual Merchandising



アイデア発想道場による感性開拓

公的資格取得によるスキル向上

当社では社内推奨資格を取得し、自身のスキル向上や能力開発に努めています。全部署共通の知識はもちろん、部署特有の知識や技術を得ることで、スペシャリストに必要な専門的な知識習得につながっています。
衛生管理者、酒類販売管理者、食品衛生責任者、防火管理者、簿記など店舗運営に必要な資格の他、色彩士検定など当社グループらしさを実現するのに役立つ資格の取得も推奨しています。

スーパーマーケット3社レギュラー社員 資格取得者数				単位：人 2024年3月末時点	
第2種衛生管理者	557	色彩士検定	329	日商簿記	166
品質管理(QC)検定	403	食品表示検定	271		

アイテック 資格取得者数						単位：人 2024年3月末時点	
情報セキュリティスペシャリスト	1	データベーススペシャリスト	1	基本情報技術者		39	
ネットワークスペシャリスト	1	応用情報技術者	12	情報セキュリティマネジメント		3	
情報処理安全確保支援士	2	ソフトウェア開発技術者	2	ITパスポート		10	

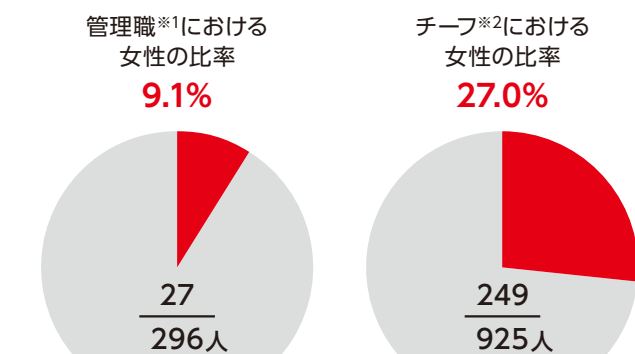
人材：ダイバーシティ

多様な価値観と能力を有する幅広い人材を確保し、能力を最大限発揮してもらうことで、社会環境の変化に対応し継続的な成長を支えていきます。

女性

スーパーマーケットは従業員の7割以上が女性であるため、作業環境や機器を整えることで、性別の違いで「できる」「できない」仕事がないように配慮しています。また、基本方針としてすべての教育プログラムや評価において男女共通の機会を提供しキャリア形成へのチャレンジを支援しています。

女性ならではの気づきは商品の販売や売場づくりで大きな強みにもなります。現在、女性の登用を進めており、2023年度末の女性管理職人数は、(原信、ナルス、フレッセイで) 合計27人となり、昨年に比べ3人増加しています。



※1 管理職：部長、室長、センター長、店長、チーフバイヤー、マネジャー（含：エリアマネジャー）。
 ※2 チーフ：店舗、本部のチーフ（主任）相当。

両立支援コーディネーターの配置

原信・ナルスでは2023年度より人事教育部に新たに両立支援コーディネーターを配置しました。

仕事と育児・介護・病気の両立をより円滑に進めるため、会社制度の説明や社員と地域社会や公的サポートとの連携など休職中のサポートや復職支援をコーディネートする専門担当です。

社員との面談機会を増やし、復職後も継続してキャリアが継続できるよう支援をしています。



両立支援コーディネーターによるサポート

育児介護休業制度

原信・ナルスでは、従業員向けに「出産・育児休業制度説明会」を開催し、同制度の取得を促進しています。制度説明の他に、育児休業を経て復帰した社員による体験談発表を行っています。出産時の体験や復帰後の仕事・育児両立のコツ等、経験者だからこそ話せる内容が毎回好評です。

家庭と仕事を両立し女性でも働きやすい企業に

原信・ナルスは、子育てサポート企業「くるみん」認定および、新潟県で女性労働者の育成・登用などに積極的に取り組める「ハッピー・パートナー企業」に認定されています。

群馬県では、育児・介護と仕事の両立、職場における女性の活躍推進、従業員のワーク・ライフ・バランスの推進などに取り組む企業を「群馬いきいきカンパニー」として認証しています。フレッセイでは、特に優れた取り組みを行う企業に与えられるゴールド認証を取得し、すべての従業員が働きやすい環境づくりを推進しています。



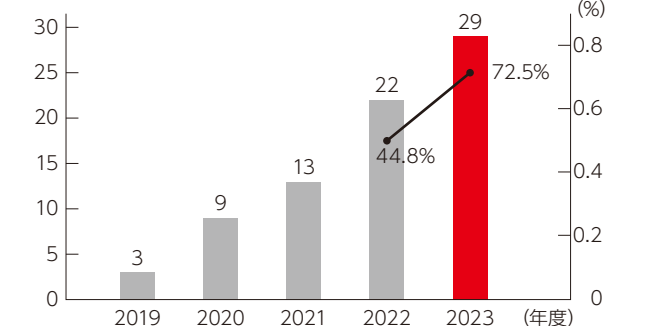
男性の育児休業制度取得推進

男性の育児休業制度取得を推進しています。休業取得者はそれぞれ取得の期間やタイミングも異なりますが、「初めての出産、子育てに不安が多いので、夫婦で協力して赤ちゃんを迎えたい」と、かけがえのない時間をご家族と過ごしています。

従業員の育児経験は、お店づくり、商品づくりなどにも反映されます。

スーパーマーケット3社 男性育休取得者数・取得率

(取得率は当該年度配偶者が出産した男性従業員数が母数。2022年度より把握。)

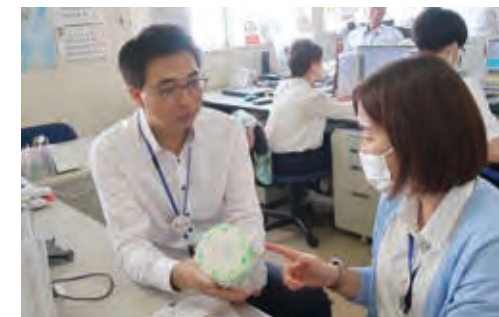


外国籍人材

従業員の採用にあたり国籍や出身地、性別に関係なく、その人の持っている能力と人間性で採否を決定し、幅広い人材を受け入れています。

現在原信・ナルスではレギュラー社員5名、フレッセイでは7名の外国籍社員が勤務しています。

今後商品開発や直輸入商品分野において、海外産地を訪問し、商談や商品開発、あるいは産地開発業務の機会は増えてきますので、外国人であるが故の能力(言語力や現地交渉力)は最大限活用していく必要があると考えています。



アクシアル レーベル マーチャンダイザー 張文甲(中国籍)

シニア世代(高齢者)の活躍

労働力の確保、技術とノウハウ長期活用の観点からレギュラー社員、パートナース社員ともに定年後再雇用により、70歳まで継続勤務できるように雇用上限を引き上げています。

また、安心して長く働き続けていただくために、毎年セカンドライフセミナーを定期的で開催しています。定年後再雇用制度や働き方などのセカンドキャリアに関することに加え、年金等のマネープランについて説明しています。



技能実習制度の活用

当社グループでは食品製造会社のローリーで技能実習生20名、特定技能25名、フレッセイでは技能実習生89名が勤務しています。開発途上地域の経済発展を担う人づくりを目的に事前教育や入社後の日本での生活をサポートしています。



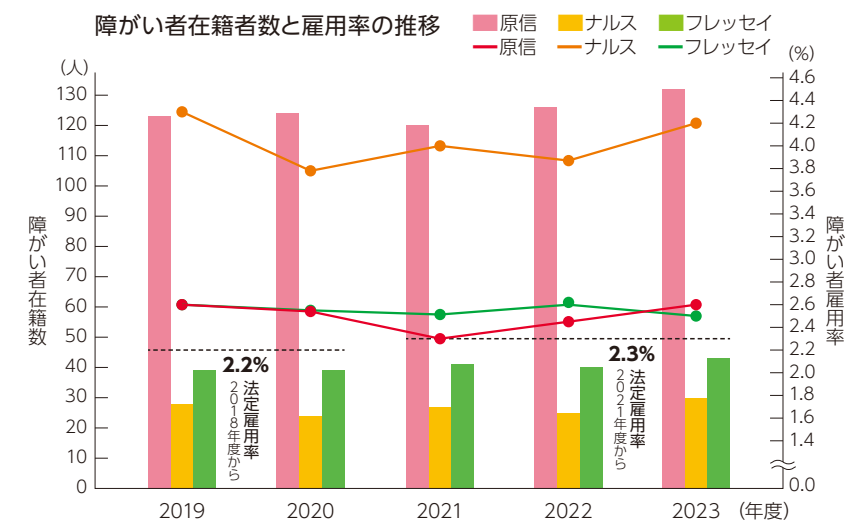
ローリーでの技能実習生



フレッセイでの技能実習生

障がい者雇用の推進と安定就労

当社グループでは、障がいのある方も就労を通じて誇りを持ち、自立した生活を送ることができるよう、障がい者雇用に努めています。すべての事業所が物心両面での雇用環境整備を継続的・計画的に進めたことにより、雇用率は全事業会社において法定雇用率の2.5%以上となっています。



健康経営・自分らしく働ける環境づくり

従業員の身体と心の健康維持・増進をすることで、長く安心して働ける職場環境づくりを図ります。

健康経営方針

アクシアル リテイリンググループはお客様に「豊かさ」「楽しさ」「便利さ」をご提供することを目指していますが、これは「従業員が健康であってこそ、地域のお客様の健康な食生活を支えることができる」との考えのもと、健康経営を推進しています。

健康経営宣言

地域のお客様の健康貢献
商品、サービスの提供で地域の健康と未来に貢献します。

自発的な行動を重視した「からだ」の健康づくり
豊かな人生を歩むために健康づくりを習慣にします。

メンタルヘルスカを重視した「こころ」の健康づくり
明るく、闊達、イキイキとした職場で、健康に働きます。

健康経営優良法人認定

原信・ナルスおよび株式会社アイテックは、経済産業省が進めている健康経営優良法人認定制度において、健康経営優良法人として認定されました。

原信・ナルスは3年連続の認定、アイテックは2023年度に初めての認定となります。



産業保健室の設置

新本部では、健康に関する相談ができるよう、保険師が常駐する産業保健室を設置しました。



平澤保健師

フェムケア教育の推進

今年度より「女性特有の健康」について従業員の理解を深めるため管理職、部門チーフを対象に保健師からの研修を開始しました。

あわせて女性の相談担当も設置し、医療職と連携しながら仕事の両立を図っています。

メンタルケア

体だけでなく、心も健康でいられるようさまざまな取り組みを行っています。

- ①メンタルヘルプ専用相談窓口の設置
- ②メンタルケア教育
- ③カウンセリングの実施

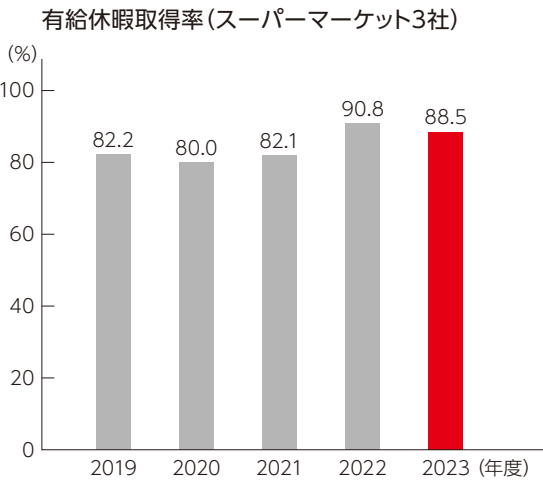
通報・相談窓口

全従業員が正しく理解できるようにeラーニングを活用したハラスメント研修を開始しました。

また、当社グループでは、従業員からの各種相談・指摘等について、従業員が直接通報できる内部通報相談窓口を開設しています。窓口は内部（各社労働組合・労務企画室）、外部（顧問弁護士）に設置し、関連部署と連携しながら働きやすい職場環境の整備に努めています。

有給休暇取得推進の取り組み

社内定例会議の開催頻度見直し、人員不足の店舗への応援体制構築、定期的な連休の取得推進など、有給休暇を取得しやすい環境の整備に取り組むことで、有給休暇取得率は高い水準を維持しています。



「奨学金返済支援制度」の新設

大学生の2人に1人が利用しているといわれている奨学金制度。その返済が従業員にとって負担とならず、生活を充実させ業務に集中できる環境を整えるために、当社では「奨学金返済支援制度」を新設しました。

一定の条件を満たした従業員に対し、奨学金の返済額実費を支給することで支援しています。
※支援額は規程により上限あり。

レギュラー社員への区分変更

当社では、年に1回行われる区分変更試験を受験し合格することで、パートナー社員などからレギュラー社員（正社員）へ区分変更する制度があります。技能を身につけながら、雇用区分のステップアップの機会を提供することで挑戦する従業員を応援します。

アシスタントチーフは、パートナー社員の中から店舗の必要性に応じて会社から任用されている1日6時間勤務のチーフです。限られた時間の中でも、働きがいのある雇用機会を提供します。

スーパーマーケット3社の区分別従業員数				単位：人 2024年3月末時点	
	レギュラー社員	パートナー社員	アルバイト	合計	比率
男性	1,624	849	1,958	4,431	28.3%
女性	658	6,487	4,086	11,231	71.7%
合計	2,282	7,336	6,044	15,662	100.0%

身だしなみ基準の変更

社会環境が変化していること、多くの外国籍従業員もいることから、多様性（ダイバーシティ）への対応を推進しています。個性を尊重し、従業員一人ひとりが自分らしく生き生きと働き、活躍できるような職場環境を整備するため、一定の条件の下、身だしなみ基準を2023年11月に変更しました。自分らしさを表現できることで自由な発想を生み、そこに自然と笑顔もあふれ、今まで以上に何でも言い合える職場を目指します。

身だしなみルールの変更点 ※いずれも安全・衛生上の理由から条件・制限があります。



アサーションの取り組み

当社グループでは「明るく、闊達、生き生き」と働ける企業風土を醸成するため、アサーションの取り組みを推進しています。おせっかいと思われるかもしれないけども遠慮せずに指摘する、そして指摘された方はそれに感謝するという文化をつくるのが、組織・職場の雰囲気明るくし、新しい価値創造を生み出す原動力になると考えています。

このアサーションをしやすい職場環境を醸成するために、「ピースサインあいさつ」と「Goodサイン」を励行しています。とてもシンプルなことですが、このようなボディランゲージの積み重ねが、人間らしく生き生きと働きやすい職場につながると考えています。



ピースサインあいさつ

あいさつをする時は相手の目を見ながら、笑顔でピースサインをします。



Goodサイン

職場で何か良い仕事をしたときに、指で「いいね」を示します。



アサーション

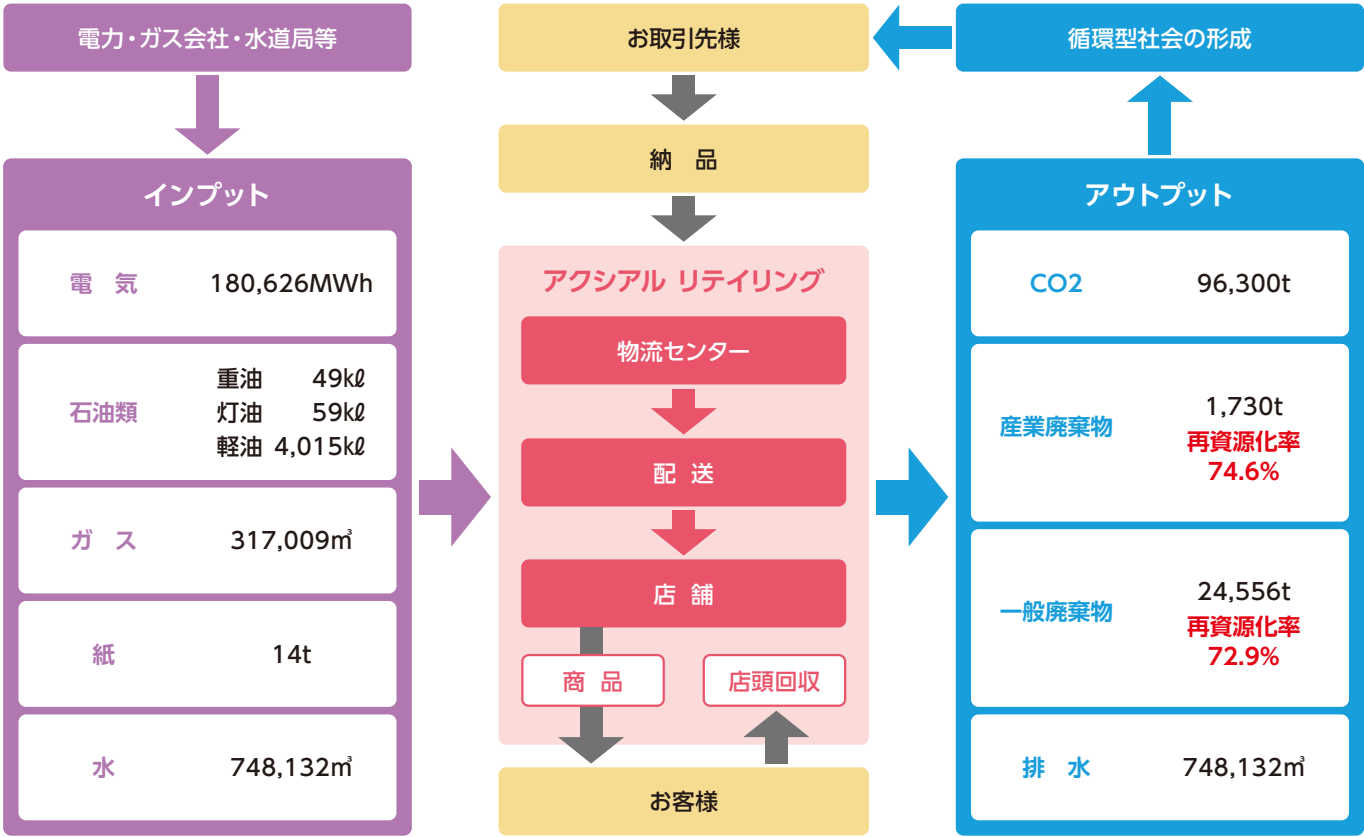
組織や職場をより良いものにするために、お互いを尊重しながら、素直に自分の意見を伝えるコミュニケーションを推進しています。

環境経営

持続可能な社会の実現に向け、当社グループではグループビジョンの基本政策に「環境経営」を掲げ、温室効果ガスの排出量低減、食品廃棄物の排出量低減・リサイクル、プラスチックの使用量低減・リサイクルに取り組んでいます。

環境経営

当社グループではグループビジョンに環境経営を掲げ、持続可能な社会の実現に向け、環境負荷の低減に取り組んでいます。当社スーパーマーケット事業においては下記数値を把握し、その低減に向けて取り組んでいます。



環境経営

原信・ナルスでは全事業所で環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の認証を取得しています。

このISO14001を通じて、以下のような環境マネジメントに取り組み、審査機関による更新審査を受けることで管理の適正さを担保します。

- 環境教育等による従業員の環境管理に関わる力量管理
- 事業の環境影響評価
- 環境に関わるリスクと機会の分析
- 環境負荷の定量的・定性的把握
- 環境目標設定・進捗管理・達成度合確認
- 法令順守の徹底
- 緊急事態への対応
- 環境内部監査の実施
- 外部とのコミュニケーション

主な取り組み概要

当社グループでは環境マネジメントを通じて、主に以下のような取り組みを行っています。

- 温室効果ガスの排出量低減
太陽光パネル設置／ZEB認証の取得
グリーン冷媒の使用推進／店舗配送における省エネ
モーダルシフトの推進
- 食品廃棄物の削減
ロス・チャンスロスの削減
食品廃棄物の削減・再資源化
- プラスチック・紙の使用量削減
レジ袋・カトラリーの使用量削減
商品のプラスチック使用重量削減
発泡スチロールのリサイクル
店頭回収・リサイクル

循環型社会の実現に向けて

循環型社会の実現に向けた取り組みを紹介します。

食品廃棄物の発生抑制

店舗や製造工場から排出される食品廃棄物の削減に向け、さまざまな取り組みを実施しています。

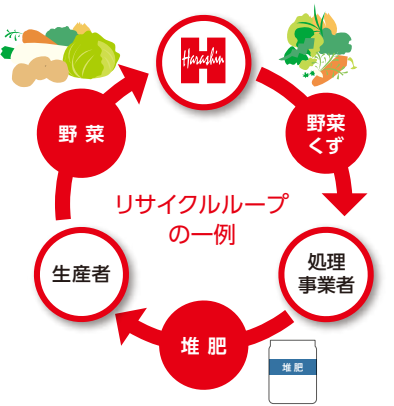
- TQMによる製造歩留まりの向上
- 訓練センターでの製造技術の向上
- AI需要予測型自動発注

また、時間帯別ごとに「あるべき売場」をスタンダードレベルとして定め、品切れによってもっと売れたかもしれない「チャンスロス」、販売期限が切れることによる「廃棄ロス」を最小限に抑制し、食品ロスを削減し収益を最大化するために、デイリーマネジメントを強化して取り組んでいます。



食品廃棄物のリサイクル

食品廃棄物として発生するものの多くは、野菜の外葉や魚のアラなど、販売することには適さない食材です。
それらは、各リサイクル業者様の施設で、たい肥や飼料、燃料などの新たな資源に生まれ変わっています。
原信・ナルスでは現在76店舗、フレッセイでは20店舗でリサイクルを実施しています。



プラスチックの使用抑制

循環型社会の形成に向け、レジ袋の3Rに取り組んでいます。

また、プラスチック資源循環促進法の施行に伴い、プラスチック製スプーン等のカトラリー有料化を他社に先駆け実施しました。商品においても、スカスカ防止や商品当たりのプラスチック重量の削減に取り組んでいます。

レジ袋の3R

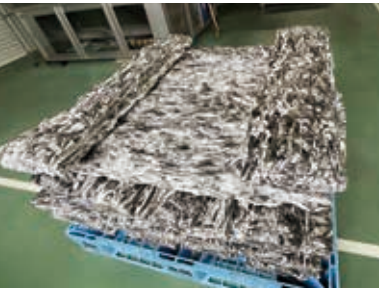
- Reduce (減らす) マイバスケットの利用促進、レジ袋有料化
- Reuse (再利用) お客様にレジ袋再利用の呼びかけ
- Recycle (リサイクル) レジ袋の店頭回収



アクシアル マイバスケット

プラスチックのリサイクル

原信・ナルスへ納品される商品で使用された発泡スチロールは、グループ会社原興産に集約しポリスチレン原料にリサイクルされ、国内・海外の2つのルートへ出荷しています。
当社のスーパーマーケット各社は、透明トレイ・発泡トレイ等を回収しリサイクルしています。



加熱して容積を減らしポリスチレン原料(ポリスチレン・インゴット)化された発泡スチロール



リサイクルボックス

環境経営：温室効果ガス排出量低減の取り組み

当社グループでは、再生可能エネルギーの利用推進・物流の効率化等を通じて、温室効果ガスの排出量低減に取り組んでいます。

原信白根店「ZEB」認証取得

原信は、2023年11月に建替えオープンした白根店において、建築物省エネルギー性能表示制度（BELS※1）による5段階評価の最高ランクを獲得するとともに、スーパーマーケット業界では初めて（独自調査による）省エネ達成度ランク最高位の「ZEB」認証※2を取得しました。基準一次エネルギー消費量を基準に、AI制御による省エネエアコン等各種省エネ設備導入による省エネ、屋根を最大限活用した太陽光発電パネル設置によって合計112%のエネルギーを削減したとの評価をいただきました。

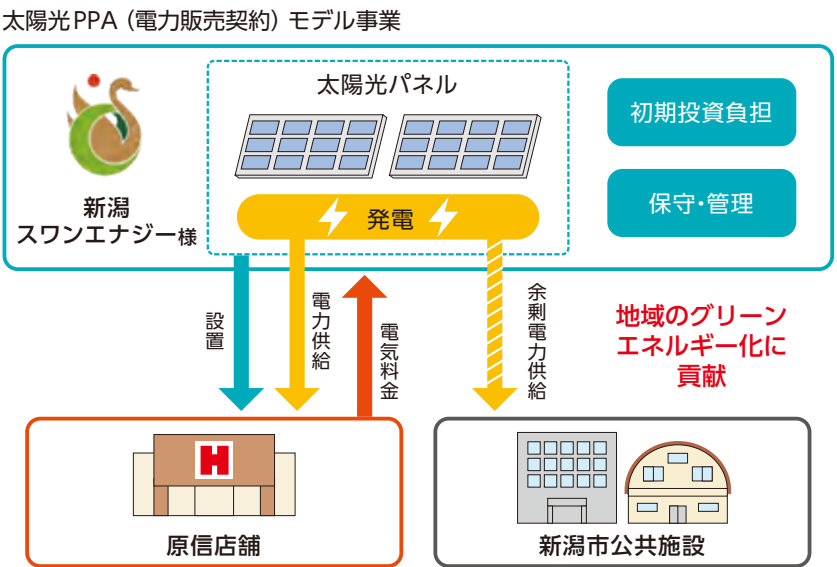


原信 白根店

※1 BELS：建築物における省エネ性能を評価する第三者認証表示制度です。
※2 「ZEB」（Net Zero Energy Building）：建物で消費する年間の一次エネルギーの収支をゼロ（100%削減）にすることを旨とした建物を指します。広義のZEBにはNearly ZEB、ZEB Ready等複数の種類がありますが、その中でも最も優れた省エネ性能を示すものが今回取得した狭義の「ZEB」です。

余剰エネルギーの市公共施設への供給

太陽光パネル設置店舗の中で、新潟市においては新潟スワンエナジー様と展開している太陽光PPA（電力販売契約）モデルを展開しています。このモデルでは、店舗で使いきれない余剰電力が新潟市の公共施設に提供されており、地域のグリーンエネルギー化に貢献する取り組みとなっています。
（展開数9店）



温度管理の厳格運用

スーパーマーケットは冷蔵・冷凍商品・生鮮食品の品質・温度を維持するため、冷蔵・冷凍機器を多数使用しており、電力を多く消費しています。当社グループでは、商品の品質を担保するために温度管理を厳密に行うことを前提に、電気使用量削減を徹底し、CO2排出量の削減に努めています。

グリーン冷媒の推進

当社グループでは、オゾン層を破壊する特定フロン、温室効果が高い代替フロンを使用している設備については冷媒の漏洩を厳格に管理するとともに、地球温暖化への影響が少ないグリーン冷媒を使用した冷蔵・冷凍機器の設置・切替えを推進しています。（2023年度グループ設置数 58店舗）



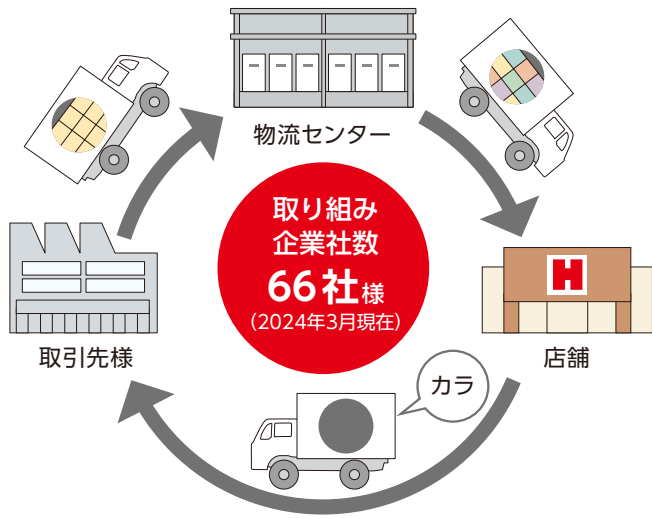
グリーン冷媒ショーケース

物流の効率化

物流の効率化による、CO2排出の抑制を推進しています。これは温室効果ガスの排出抑制のみならず、化石燃料の使用量低減、ドライバーの労働環境改善にもつながる取り組みとなっています。

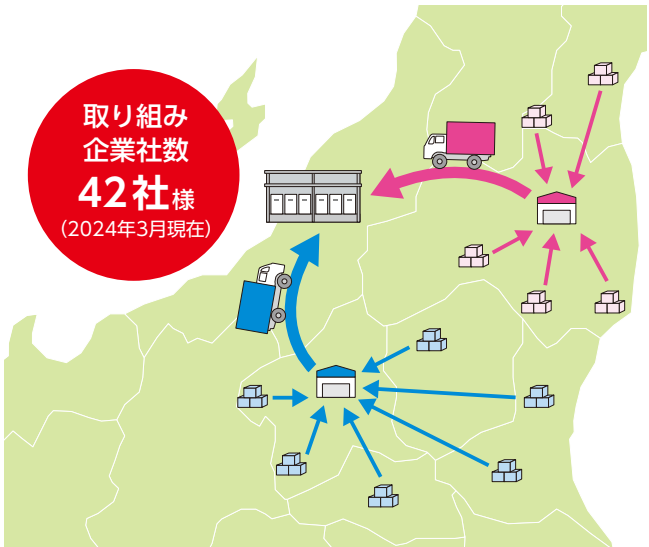
戻り便の活用

物流センターから店舗に商品を運んだ後、空になって戻るトラックを活用し、店舗近隣のお取引先様の商品を引き取って物流センターに納めます。



遠隔地からの共同配送

関東・東北地方の2か所に中継物流センターを設置し、当該エリアのお取引先様の商品を一時的に集約し、中継物流センターからまとめて新潟県に運んでいます。

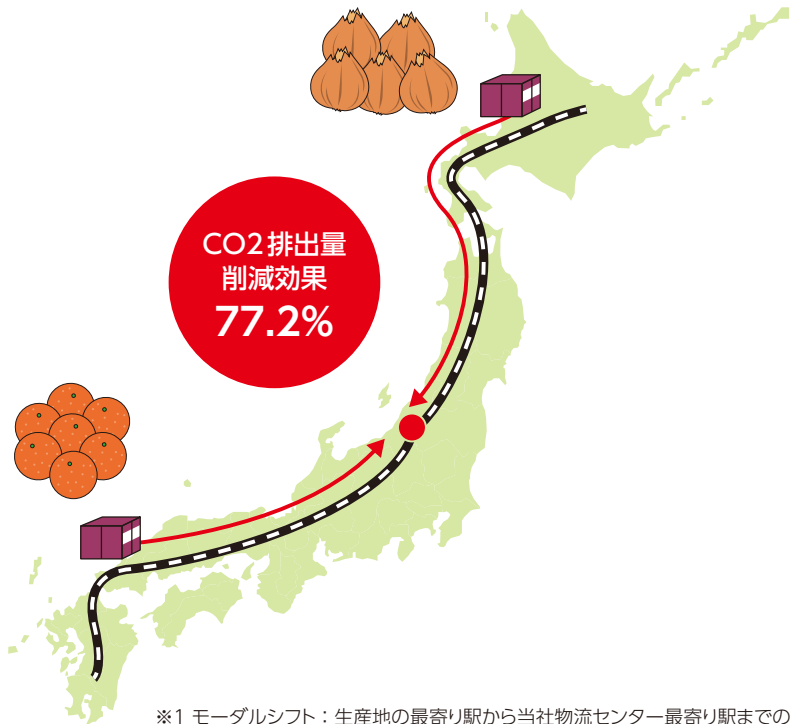


モーダルシフト※1の展開

原信・ナルスでは、CO2排出削減を目的としたモーダルシフトを、共同調達機構シジシージャパン様他5社※2と協働で導入しています。この取り組みが評価され「令和5年度グリーン物流パートナーシップ会議 物流パートナーシップ優良事業者表彰」において「グリーン物流パートナーシップ会議特別賞」を受賞しました。



グリーン物流パートナーシップ会議における表彰



※1 モーダルシフト：生産地の最寄り駅から当社物流センター最寄り駅までの輸送を鉄道輸送で行うことで、CO2排出量削減効果を図る取り組みです。
※2 CGC様・ラルズ様・フレスタ様・日本貨物鉄道様・全国通運様

環境経営：気候変動への対応

当社グループでは気候変動に対応した戦略を策定し開示しています。また、温室効果ガスの排出量については、従来スーパーマーケット3社のみ数値を把握していましたが、2022年度よりグループ全体の数値把握に拡大しました。

気候変動対応に関する戦略

気候変動に関わる指標・目標の設定

当社グループは「アクシアル ポリシー」の経営原則に、「持続可能な社会の実現への貢献」を掲げ、二酸化炭素排出量、ワンウェイプラスチック対策、食品廃棄物の発生抑制等を具体的なテーマとしています。

温室効果ガス排出量については、国の削減目標に基づき削減を進めており、ISO14001の認証取得をしている株式会社原信と株式会社ナルスにおいては、具体的な数値目標を掲げ、達成状況についてモニタリングしています。今後、目標を確実に達成するためには、2030年、2050年の環境変化を想定したうえで、対応策を考える必要があります。そのため、シナリオ分析の手法を用い、影響の大きいリスクを特定し、事業が持続可能であるための対応策を検討しています。

シナリオ分析の前提条件

当社グループは、スーパーマーケット事業を主要事業としており、当社グループの事業全体の売上高および営業利益に対し、同事業の売上高および営業利益は、いずれも9割超を占めています。シナリオ分析をするにあたり、このような理由から、スーパーマーケット事業を検証の対象事業としております。

また「2℃上昇のシナリオ」「4℃上昇のシナリオ」の2つのシナリオについて、2030年時点の影響を分析、分析では国際エネルギー機関（IEA）の「WEO：WorldEnergy Outlook（世界エネルギー展望）」で示されているシナリオや「IPCC：Intergovernmental Panel on Climate Change（気候変動に関する政府間パネル）」の報告書等を参考にいたしました。

リスク	区分	変化の要因	リスク機会	事業インパクト	財務インパクト（上昇シナリオ）		検討している対応策
					2℃	4℃	
物理的リスク	急性	異常気象の発生割合・深刻度の増加	リスク	保有する財産・資産への被害の発生	小～中	大	災害時の施設維持対策
				気象災害によるインフラの損壊等や調達先の被災による商品の調達にリスクを及ぼす			
	慢性	平均気温の上昇		飼料・畜産物生産量・漁獲量の変動し、価格に影響を及ぼす可能性がある			産地・取引先の分散
		海面上昇		沿岸施設の施設・設備が被害を受け、物流網の問題が発生			災害時の施設維持対策、複数の調達ルートの確保
移行リスク	政策法規制	カーボンプライシングの導入および価格の上昇	リスク	CO2排出量に応じた炭素税の負担発生	小	大	再生可能エネルギーの利用拡大
		電力小売価格の変動		電力料金の支払い増	小	大	省エネ設備の導入
		低炭素な新しい生産技術の開発	機会	自然冷媒を用いた設備機器など、新技術の設備投資の増加			
				省エネ設備の導入拡大等によるエネルギー使用量削減・再生エネルギー導入	小～中	大	サステナブルな商品開発の推進
		消費者嗜好の変化		低炭素製品・サービスに対する需要変化への対応			

温室効果ガス（GHG）排出量

当社グループでは、従来スーパーマーケット事業会社3社のGHG排出量のみを把握しておりましたが、2024年度に入り、2022年度および2023年度における当グループ全体のGHC排出量の数値の把握を開始しました。

当社の場合はスコープ3その他の間接排出が93％を占め、その内購入した製品・サービスが全体の74.5％を占めています。このことから、商品における環境対応の重要性が理解できます。

当社では、オリジナル商品に関する環境対応について独自の判定基準を定め、環境配慮商品の開発および環境配慮商品の販売促進に取り組んでいます。

GHC排出量（単位CO2- t）

分 類		2022年度	2023年度	構成比
スコープ 1	直接排出	24,862	19,499	1.22%
スコープ 2	エネルギー起源の間接排出	80,826	80,109	5.00%
スコープ 3	その他の間接排出	1,394,543	1,502,672	93.78%
	【カテゴリ 1】 購入した製品・サービス	1,116,161	1,193,449	74.48%
	【カテゴリ 2】 資本財	18,349	38,565	2.41%
	【カテゴリ 3】 エネルギー関連活動	12,849	12,735	0.79%
	【カテゴリ 4】 輸送、配送(上流)	52,807	56,691	3.54%
	【カテゴリ 5】 事業から出る廃棄物	1,097	1,847	0.12%
	【カテゴリ 6】 出張	103	73	0.00%
	【カテゴリ 7】 雇用者の通勤	10,883	10,579	0.66%
	【カテゴリ 8】 リース資産(上流)	排出量が小さくサプライチェーン排出量全体に与える影響が小さいため算定しない		－
	【カテゴリ 9】 輸送、配送(下流)	171,716	176,640	11.02%
	【カテゴリ10】 販売した製品の加工	排出量が小さくサプライチェーン排出量全体に与える影響が小さいため算定しない		－
	【カテゴリ11】 販売した製品の使用	排出量が小さくサプライチェーン排出量全体に与える影響が小さいため算定しない		－
	【カテゴリ12】 販売した製品の廃棄	8,550	10,058	0.63%
	【カテゴリ13】 リース(下流)	排出量が小さくサプライチェーン排出量全体に与える影響が小さいため算定しない		－
	【カテゴリ14】 フランチャイズ	排出量が小さくサプライチェーン排出量全体に与える影響が小さいため算定しない		－
	【カテゴリ15】 投資	2,028	2,034	0.13%
合 計		1,500,231	1,602,280	100.00%

※集計における参考資料、出典
・「サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位について（Ver.3.3）」（環境省）
・「サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベース（Ver.3.3）」（環境省）
・温室効果ガス排出量 算定・報告・公表制度における算出方法・排出係数一覧（環境省）

社会貢献活動

地域に根差すスーパーマーケットとして、地域への社会貢献活動を大切にしています。
その内容は、大きく地域の若者の育成、地域の健康・食を守る取り組み、文化・歴史の継承に大別されます。

地域の若者の育成

原信サマースカラシップ

長岡市とその姉妹都市であるアメリカ テキサス州フォートワース市、それぞれ高校生8人がペアになり、長岡市とフォートワース市交互に約1週間ほどホームステイをするプログラムです。原信が資金を提供し、長岡市国際交流協会が運営しています。地域の皆様への恩返し、そして海外の異文化に触れ視野の広い人間に育ってほしいという願いから、1991年にスタートし、コロナ禍を経て、今年30回を迎えました。この30回目の開催にあたり、長岡市より感謝状をいただきました。



2024年度原信サマースカラシップの様子



新潟県長岡市磯田達伸市長より感謝状を授与

長岡技術科学大学でTQM講座

国立大学 長岡技術科学大学 情報・経営システム工学分野の「経営システム学」の講義の一環として、原信がゲスト講師となりTQM講座を行っています。TQMについての講義、QC手法の演習を通じてTQM活動や品質管理について知っていただく機会になっています。



TQM講座の様子

原信ミュージアム

原信では「まちごと美術館 CotoCoto」様と協働し、障がいのあるアーティストのアート作品をカフェコーナーで展示する「原信ミュージアム」を開催しています。

障がいのあるアーティスト作品はHana-well商品のパッケージや、当社CSRレポートの表紙にも採用するなど、さまざまな形で支援することで包摂的な社会の実現に貢献しています。

まちごと美術館 CotoCoto様との協業

原信ミュージアム

新潟市・長岡市・柏崎市・新発田市・南魚沼市・燕市の計11店舗での展開に加え、2024年11月1日から古正寺店（長岡市）でも展開開始。

CSRレポート2024

表紙に斎藤様の作品を採用しています。



原信 吉田店



CSRレポート2024

公益財団法人長岡社奨学会

長岡市の先覚者が設立した育英事業団体「長岡社」の人材育成の精神を引き継ぎ、原信は1997年より長岡社奨学会の運営を支援しています。

学資貸与・給付の他、地域の文化・教育・スポーツ・国際交流などへの資金援助も行っています。

地域の健康・食を守る取り組み

「にいがたケンジュプロジェクト」協賛

原信・ナルスでは、BSN新潟放送様が推進している、健康寿命延伸キャンペーン「にいがたケンジュプロジェクト」に協賛し、健康に配慮した商品の情報発信を推進しています。



新潟県、BSN新潟放送との記者会見

「からだがよるこぶデリ」の販売

原信・ナルスでは、新潟県が推進している健康づくり県民運動「健康立県プロモーション事業」の一つのテーマである「食生活」の取り組みとして、「からだがよるこぶデリ」を新潟県内店舗で販売しています。



販売しているお弁当

「運動」のきっかけづくり

「食」だけでなく、「運動」の大切さを知っていただくきっかけづくりとして、原信・ナルスでは「原信・ナルス ウォーキングデー」を開催しています。



ウォーキング出発

地域の子どもたちの食を守ります

地域の子どもたちの食をさまざまな形で支援します。

- フードバンクながおか様への協賛
- 魚の下ごしらえ教室の支援
「子どもが作る『弁当の日』」や「家庭で子どもに手伝いをさせよう運動」の支援活動です。
- 長岡市内での「みんな食堂」のお手伝い

文化・歴史の継承

第12回ご当地！絶品うまいもん甲子園 地元高校を応援し優勝！

全国の高校生がアイデアメニューを競う食の甲子園において、フレッセイは群馬県立勢多農林高等学校をサポートし、同校考案の地元食文化が詰まった「群馬のお好そば焼き」が優勝しました。



群馬のお好そば焼き

地元の食文化を継承 山理屋小国饅頭

長岡市小国（おぐに）地区で100年以上和菓子を製造販売してきた山理屋菓子舗様の看板商品「小国饅頭」の製法を伝授いただき、ローリーで生産しています。直火炊きあんこのコクのある甘さと、塩味の効いたもちもちの皮がおいしい、甘じょっぱい味わいが特徴のお饅頭です。



正三尺玉の提供

本部所在地の長岡市の花火大会「長岡まつり大花火大会」は日本でも有数の花火大会として知られています。この花火大会には、第二次世界大戦中の長岡空襲に対する「慰霊・復興・平和への祈り」という三つの願いが込められています。

原信は、この大会の願いに賛同し、大会を代表するプログラムの一つである「正三尺玉3連発」を提供することで、長岡市の歴史と文化を後世に伝えてまいります。



慰霊



復興



平和への祈り

コーポレート・ガバナンス

1.コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社グループのコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方は、意思決定の迅速化と透明性・公平性の確保を図り、責任体制を明確化するとともに、法令や社会的規範の遵守および企業倫理の整備に努めることです。

経営における最も重要な事項は、地域のお客様に反復継続して当社グループの店舗をご利用していただけるかであり、常勤の取締役は日常的に販売現場の実態を正確に把握すべく活動し、お客様の变化にいち早く対応できるようにスリムでフラットな経営管理組織を構築しています。

また、当社は、株主、投資家、その他当社を取り巻くさまざまな利害関係者の皆様に、正確な情報を公平かつ適時に公開することを、情報公開の基本方針としています。開示にあたっては、法令、規則に定められた開示事項の他、当社グループを理解していただくために有用であると判断されるものについても積極的に開示しており、これらの情報は、公に設置された各種媒体の他、当社ホームページにおいて開示しています。

なお、当社グループは、企業集団全体の管理統括、経営監視を集中して行い、グループ全体に関わる意思決定の迅速化、経営効率の伸張を図るため、持株会社体制を採用しており、純粋持株会社である当社を中心に、各関係会社がその支配下に置かれる資本構成を形成しています。

このため、当社グループ全体の経営管理に係る業務の機能は、当社に集中して配置しています

2.企業統治の体制の概要および当該企業統治の体制を採用する理由

当社グループは持株会社体制をとっており、持株会社である当社の支配、管理の下、各関係会社（以下、各事業会社といいます。）が、当社グループ全体の統一方針に従い、自主性、主体性、独自性を発揮して実際の事業を広域に行う構成となっています。

このため、当社は、各事業会社の業務執行状況の監視を集約的に行い、当社グループ全体の企業統治体制の有効性を確保することを目的として、それぞれの監査役が独任で権限を発揮するとともに、常勤監査役が日常的にけん制機能を発揮できるよう、監査役会設置会社の形態を採用しています。

加えて、業務執行における意思決定において、独立した立場からの監督が機能するよう、社外取締役を選任しています。

また、当社では、経営に関する意思決定と業務執行の役割を明確化し、企業集団全体の業務執行体制について迅速かつ機動的な経営戦略の実現を図るとともに、責任を明確化しコーポレート・ガバナンス体制を強化することを目的として、2007年5月より執行役員制度を導入しています。なお、任期は1年で、取締役会の決議により選任しております。

取締役は当社を中心とした企業集団全体に関する経営判断、

業務執行の監督および取締役会における意思決定について責任を負い、執行役員は取締役会の決議に基づき執行する業務について責任を負います。

この他、企業統治の体制を補完するとともに、維持強化するため、任意設置機関および各種委員会等を設置しています。

3.企業統治に関するその他の事項（内部統制システムの整備の状況、リスク管理体制の整備の状況、提出会社の子会社の業務の適正性を確保するための体制整備の状況等）

当期におきましては、16回取締役会を開催し、法令に定められた事項や経営に関する重要事項を決定するとともに、業務執行状況を監督しました。

なお、当社は持株会社として、当社グループ全体の経営方針の決定を行い、企業集団全体の管理統括・意思疎通を図る観点から、グループ経営会議（常勤取締役とその他各事業会社の役員等のうち指名された者により構成）において、活発な議論を経て日常業務に関する意思決定を行っています。

また、各事業会社ではグループ経営会議で決定された方針に基づき業務執行を行い、日常的な業務を遂行するうえで必要な権限は、各部署長および店長に積極的に委譲を進めています。

常勤監査役による取締役の職務執行状況把握は本社内にとどまらず、その政策が各事業会社の現場においてどのように具現化しているかも含め、各部署の責任者との広範な連携を保って監査を実施しています。また、非常勤監査役も含めた監査役会は毎月開催されており、経営数値の分析、取締役会議事録および稟議決裁状況の精査や担当役員からの聴取を行っています。

その他以下のような体制を整えています。

業務執行、監査監督機能等を強化するプロセス

次項に記載のような専門部署、各種委員会等を設置しています。

取締役および監査役候補者の選定に関する一定の方針や要件、特別なプロセス

取締役および監査役候補者の選定にあたっては、「取締役候補者および監査役候補者選定基準」、「社外役員の独立性判断基準」を定めるとともに、公正性確保のため、社内に設置した任意の機関である指名委員会において審議し、その答申を受けて取締役会または監査役会で決定しています。

内部統制システム構築の基本方針

会社法第362条第4項第6号および会社法施行規則第100条に基づき、取締役の職務の執行が法令および定款に適合することを確保するための体制その他株式会社の業務並びに当社およびその子会社から成る企業集団の業務の適正を確保するために必要なものとして法務省令で定める体制の整備

について定めています。

責任限定契約に関する事項

社外取締役および社外監査役がその期待される役割を十分に発揮できるよう、会社法第427条第1項の規定に基づき、社外取締役および社外監査役との間で、同法第423条第1項に規定する損害賠償責任を一定の範囲に限定する契約（責任限定契約）を締結できる旨を定款に定め、締結しています。

補償契約に関する事項

会社法第423条第1項に規定する役員等との間において、会社法第430条の2第1項に規定する補償契約は締結していません。

役員等賠償責任保険契約に関する事項

保険会社との間において、会社法第430条の3第1項に規定する役員等賠償責任保険契約を締結しています。

特別取締役による取締役会の決議制度に関する事項

会社法第373条第1項に規定する事項（特別取締役による取締役会の決議制度）は定めていません。

財務および事業の方針の決定を支配する者の在り方に関する基本方針に関する事項

当社株式の大規模買付行為に関する対応策（いわゆる「買収防衛策」）は導入していません。

役員の報酬等の額またはその算定方法の決定に関する方針

役員報酬等の決定に関する基本方針として、役員報酬規程を定めており、役員の報酬体系は、業績連動報酬である役員賞与

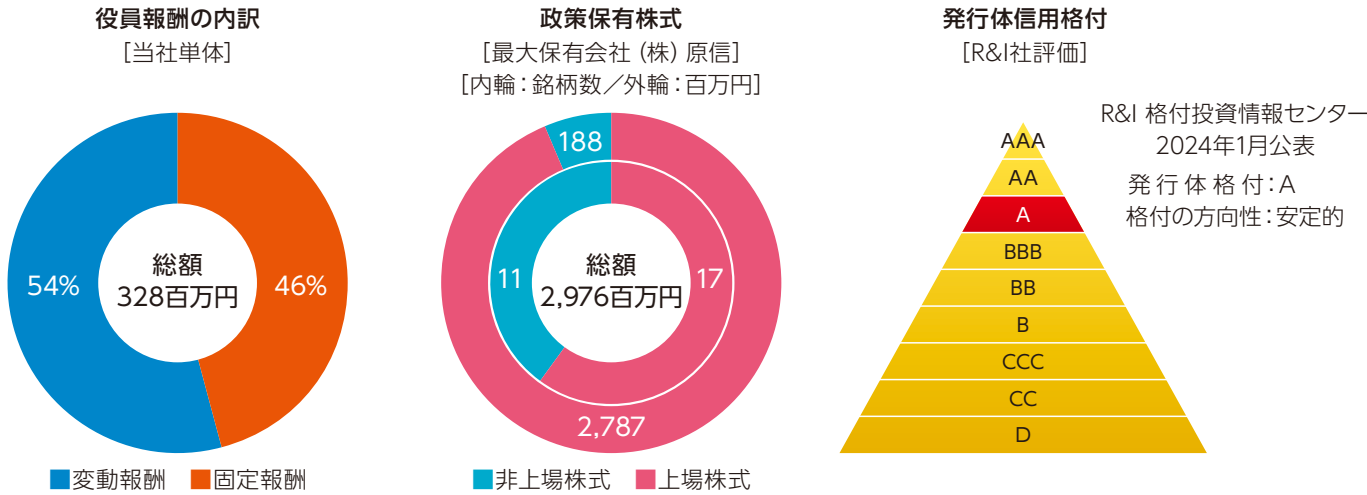
（事業年度終了後年1回支給）と業績連動報酬以外の報酬である基本報酬（毎月定額支給）により構成しています。なお、役員等の報酬は金銭とし、非金銭報酬については想定していません。取締役会は、業績連動報酬を設定している役員報酬体系のインセンティブ目的がバランスよく反映されるよう、目標となる連結業績を達成した場合には、業績連動報酬としての役員賞与の割合が基本報酬の割合を上回ることを想定しています。現時点の取締役の個人別の報酬等について、取締役会は、報酬等の内容の決定方針および決定された報酬等の内容が取締役会で決定された決定方針と整合していることや、報酬委員会からの答申が尊重されていることを確認しており、当該決定方針に沿うものであると判断しています。

政策保有株式の保有方針

当社グループは、スーパーマーケットの経営を事業主体としており、運転資金の回転期間が比較的早い特性があります。したがって、財務政策においては、余剰資金を極力抑え、有利子負債の調達削減を図ることを基本としており、株式による資金運用は行っていません。将来的に、有利子負債が十分縮減され、余剰資金が生じた場合には、取締役会に純投資目的である投資株式（専ら株式の価値の変動または配当によって利益を受けることを目的とする株式）の区分に該当することを明示して、対象株式の取得による資金運用を検討する可能性があります。純投資目的以外の目的である投資株式については、その政策保有について、方針として「株式の政策保有に関する方針および議決権行使基準」を定めています。

取締役会の実効性評価

每期評価を実施し、その結果を公表しています。現在識別している重要な課題はありません。



当社グループのコーポレート・ガバナンスに関する情報、コーポレートガバナンス・コードに関する取り組みは、当社ホームページにも掲載していますので、ご覧ください。 <https://www.axial-r.com/ir/cg/>

コーポレート・ガバナンス

サステナビリティ関連のガバナンス

当社グループのグループビジョンにおける基本政策は、品質経営、環境経営、健康経営、技術革新への対応、人づくりの5項目です。

気候変動対応は、グループ全体で取り組むべき重要課題の一つと考え、取締役会による監督と環境委員会を中心とするガバナンス体制を構築しております。

取締役会は、気候変動対応全般に関するリスクおよび機会の監督に関する責任と権限を有しており、各種会議体、委員会等で審議、協議された内容の報告を受け、当社グループのサステナビリティのリスクおよび機会への対応方針および実行計画等についての審議、監督を行っております。

環境プロセスの検討においては、ISO14001の考え方に基づき当社グループで定めている環境マネジメントシステムについて、現状把握、変更の検討等を行い、事前課題と有益な環境側面を把握して環境影響評価を行っております。

人材の多様性を含む人的資本に関するガバナンス

人材の多様性を含む人的資本の確保は、グループ全体で取り組むべき重要課題の一つと考え、取締役会による監督と労使が協調したガバナンス体制を構築しております。

取締役会は、人的資本の確保に関するリスクおよび機会の監督に関する責任と権限を有しており、労働者との協議や委員会等で審議、協議された内容の報告を受け、人材の多様性の確保

を含む人材の育成および社内環境整備の検討を行い、当社グループの人的資本に関するリスクおよび機会への対応方針および実行計画等についての審議、監督を行っております。

人材の多様性の確保を含む人材の育成および社内環境整備の検討においては、労働者と経営者がともに現状把握と課題を共有し、改善策の評価を行っております。

ガバナンス体制の関係図

気候変動対応、並びに、人的資本に関するガバナンス体制の関係図を示すと、次のとおりであります。

リスクマネジメント

当社グループの全社的なリスク管理は、当社グループ各社より人選した人員で組織したリスクマネジメント委員会で行っております。

リスクマネジメント委員会は、取締役副社長・CFOが委員長を務め、その他委員として当社グループ各社役員18名、および役員以外の当社グループ従業員18名で構成されており、経営上想定しうるリスクについて、定期的に評価・検証を行い、必要な措置に関する対応を行うとともに、潜在リスクの抽出、対策の検討も行っております。

また、自然災害に備えた災害対策マニュアルや、店舗における防犯マニュアルなどのマニュアル作成・整備にもプロジェクトを組み対応しています。

リスクマネジメント委員会の開催頻度は、基本的に2か月に

1度の定期開催ですが、その他必要に応じて臨時開催も行っており、その検討を経て、重要なものについては経営会議での審議を行い、取締役会へ報告を行っております。

地域のライフラインとして役割を果たすため、食料品・生活必需品の安定供給に向けて日々取り組んでまいります。

外部情報窓口

当社グループでは、お客様からのご指摘、学生や企業、自治体といったさまざまなステークホルダーの皆様からのご要望・ご質問等に関するお問い合わせフォームを、ホームページ上でご案内しています。

頂戴した内容は担当部署へ回付され、適切な回答・対応ができるよう努めています。

また、商品の品質に関するご指摘については、外部の専門機関およびお取引先様とも連携し原因の追究および、さらなる品質の向上に努めています。

内部通報相談窓口

当社グループでは、従業員からの各種相談・指摘等について、従業員が直接通報できる内部通報相談窓口を開設しています。窓口は内部（各社労働組合・労務企画室）、外部（顧問弁護士）に設置し、関連部署と連携しながら働きやすい職場環境の整備に努めています。

また、相談件数・内容については、匿名性を確保したうえで

コンプライアンス委員会にて共有し、再発防止に向けた検討・審議も行っています。

情報セキュリティ

情報資産への脅威に対し、統括責任者、当社グループ各社に情報セキュリティ責任者を定め、規定に準拠した体制づくりと運用を実施しています。

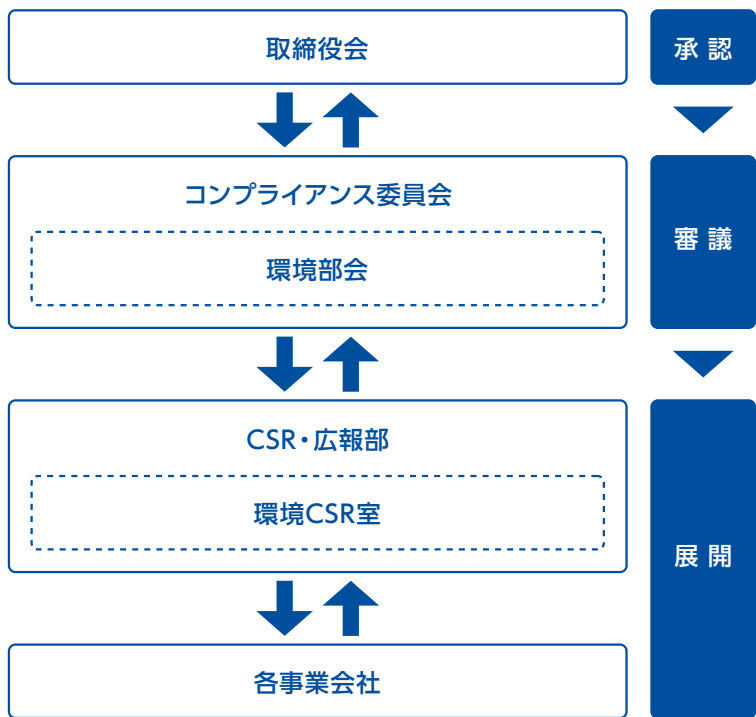
セキュリティ対応の情報資産の見える化と運用管理

各部署ごとにセキュリティ対応の情報資産台帳を作成し、運用管理をしています。また、定期的に情報システム責任者会議を実施し、運用、内容の見直しと情報セキュリティ教育を継続しています。

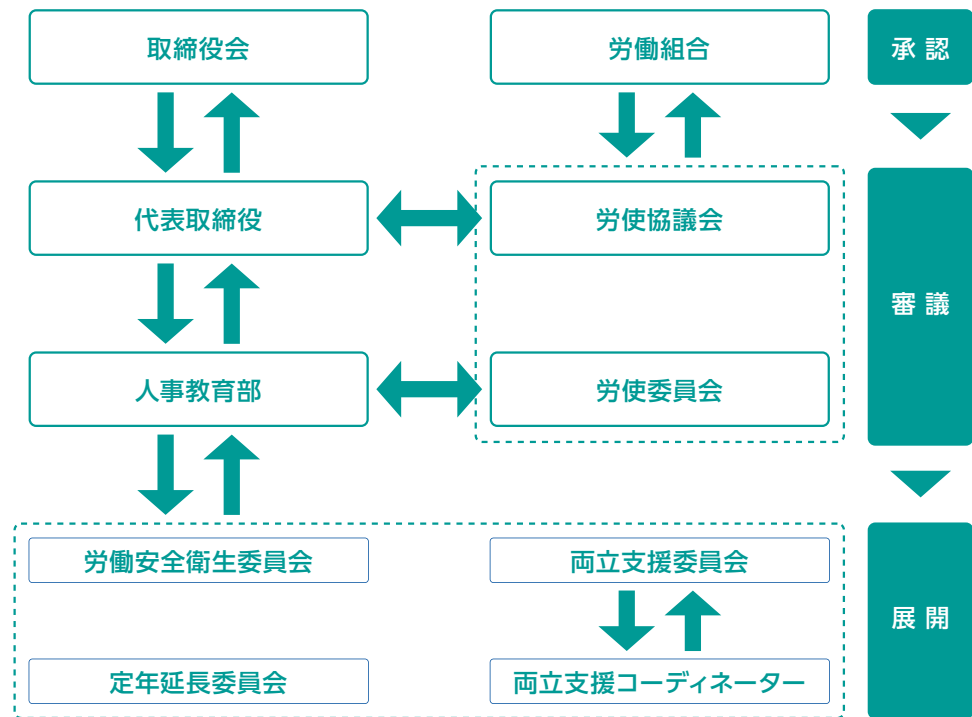
セキュリティ対策ソフトの更新

従来のウイルス対策ソフトはシグネチャー型といわれる、既知のマルウェアに対して防御し、侵入を防止するものが主流でした。しかし近年増加している標的型攻撃は、未知のマルウェアを送り込み、社内の重要情報を窃取したり、データを暗号化するなど巧妙な手口を取るため、従来のソフトに加えてEDR（Endpoint Detection and Response）を導入しました。EDRは侵入後（感染後）でも不穏な動きを検知して端末を隔離し、悪意のあるソフトウェアの動きを抑え込むことで、感染拡大を阻止します。

気候変動対応に関するガバナンス体制

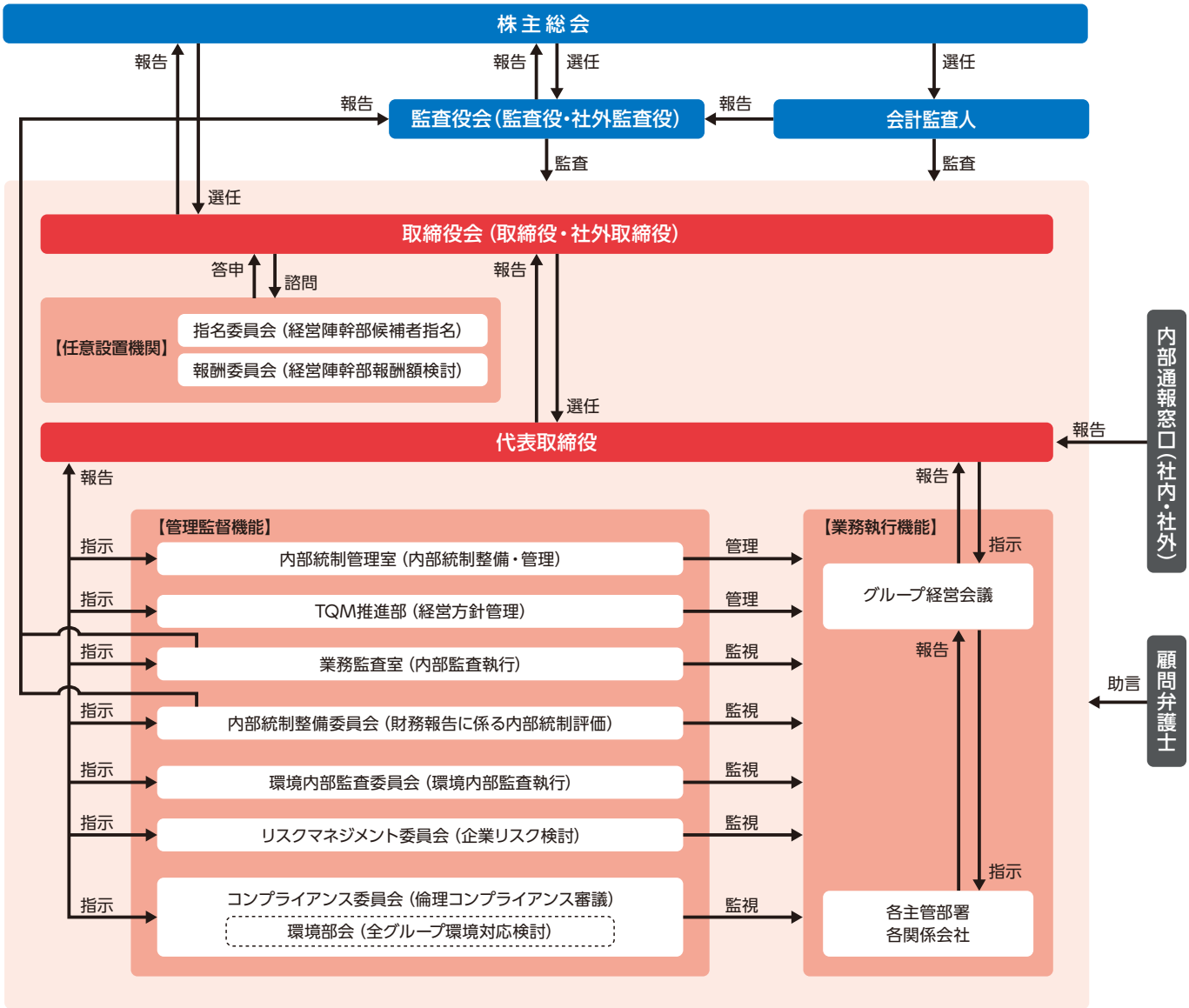


人的資本に関するガバナンス体制



コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンス体制についての模式図



取締役会

目 的	業務執行の意思決定、監督
権 限 等	重要事項に関する意思決定、審議事項の審議、報告事項の報告、取締役の職務執行の監督等
構 成 員	社内取締役6、社外取締役3、社内監査役2、社外監査役2 (2024年6月20日現在) (取締役に占める女性割合11%) (取締役に占める社外取締役割合33%)
開催頻度	基本毎月1回
活動状況	2023年度16回
出席状況	取締役10名および監査役4名100%、取締役1名94%

指名委員会

目 的	役員候補者の決定プロセスにおける公正性確保
権 限 等	当社グループ各社の役員候補者の起案
構 成 員	社内取締役1、社外取締役2、社外監査役1 (2024年6月20日現在)
開催頻度	随時
活動状況	2023年度6回 (その他メール等随時)

報酬委員会

目 的	役員報酬の決定プロセスにおける公正性確保
権 限 等	当社グループ各社の役員報酬の起案
構 成 員	社内取締役1、社外取締役2、社外監査役1 (2024年6月20日現在)
開催頻度	随時
活動状況	2023年度3回 (その他メール等随時)

監査役会

目 的	監査役監査の有効性強化
権 限 等	監査役監査の情報共有、監査報告書の作成、取締役の職務執行の監督等
構 成 員	社内監査役2、社外監査役2 (2024年6月20日現在) (監査役に占める社外監査役割合50%)
開催頻度	基本毎月1回
活動状況	2023年度15回
出席状況	監査役全員100%

グループ経営会議

目 的	当社グループ全般の業務執行の意思決定、情報共有
権 限 等	当社グループ全般の業務執行における重要事項の稟議承認、審議事項の審議、報告事項の報告
構 成 員	当社グループ各社役員等60名 (2024年3月31日現在)
開催頻度	基本月2回
活動状況	2023年度24回

内部統制整備委員会

目 的	内部統制の維持、向上
権 限 等	内部統制の運用状況評価、改善起案
構 成 員	当社グループ各社役員等24名 (2024年3月31日現在)
開催頻度	随時
活動状況	2023年度1回 (その他メール等随時)

コンプライアンス委員会

目 的	倫理コンプライアンスの維持向上
権 限 等	倫理コンプライアンスに係る事項の情報共有、審議、対策検討
構 成 員	当社グループ各社役員等39名 (2024年3月31日現在)
開催頻度	基本2か月に1度 (その他必要に応じ随時)
活動状況	2023年度6回 (その他メール等随時)

リスクマネジメント委員会

目 的	リスクの把握とマネジメント
権 限 等	企業リスクに係る事項の情報共有、審議、対策検討
構 成 員	当社グループ各社役員等39名 (2024年3月31日現在)
開催頻度	基本2か月に1度 (その他必要に応じ随時)
活動状況	2023年度6回 (その他メール等随時)

環境内部監査委員会

目 的	環境に配慮した経営の推進
権 限 等	環境内部監査の実施、環境関連法令の順守状況評価、改善提案・指導
構 成 員	当社グループ各社51名 (2024年3月31日現在)
開催頻度	随時
活動状況	半年ごとに全事業所で環境監査を実施

会計監査人

名 称	有限責任監査法人トーマツ
-----	--------------

内部通報窓口

社内設置	3か所 (主要事業会社内各担当)
社内設置	2か所 (顧問弁護士)

内部統制管理室

業 務	財務報告に係る内部統制手続きの整備・管理
人 数	全社計3名

業務監査室

業 務	業務執行状況に関する内部監査
人 数	全社計7名

TQM推進部

業 務	TQM (全社品質管理) に基づく経営方針実現の進捗管理
人 数	全社計11名

アクシアル リテイリング株式会社 役員情報



代表取締役社長・CEO
原 和彦
原信ナルスオペレーションサービス(株)
代表取締役会長
(株)原 信 代表取締役会長
(株)ナルス 代表取締役会長



取締役副社長・CFO・執行役員
山岸 豊後
原信ナルスオペレーションサービス(株)
物流企画部長



常務取締役
丸山 三行
原信ナルスオペレーションサービス(株)
代表取締役社長
(株)原 信 代表取締役社長
(株)ナルス 代表取締役社長



取締役
早川 仁
(株)フレッセイ 代表取締役社長



常務取締役
中川 学
原信ナルスオペレーションサービス(株)
商品本部長



取締役・CHRO・執行役員
丸山 将範
人事企画部長



取締役(社外取締役・独立役員)
新原 皓一



取締役(社外取締役・独立役員)
菊野 麻子



取締役(社外取締役・独立役員)
水流 潤太郎



常勤監査役(社外監査役)
八子 淳一



常勤監査役
岩崎 良次



常勤監査役
佐藤 浩光



監査役(社外監査役)
斎藤 良人

スキルマトリックス

		役員情報								スキルマトリックス				
氏名	役職名	経歴	性別	年齢	在任年数	社外役員	独立役員	報酬委員	指名委員	企業経営	SDGs ESG	法務 コンプライアンス リスクマネジメント	財務会計 ファイナンス 内部統制	情報 科学 技術
原 和彦	代表取締役社長・CEO	中途採用(同業)	男性	57	24					●				
山岸 豊後	取締役副社長・CFO・執行役員	中途採用(食品メーカー)	男性	67	26			●	●	●		●	●	
丸山 三行	常務取締役	中途採用(国会議員秘書)	男性	70	12					●				
中川 学	常務取締役	中途採用(同業)	男性	66	8					●				
早川 仁	取締役	新卒採用	男性	66	6					●				
丸山 将範	取締役・CHRO・執行役員	新卒採用	男性	57	2					●	●	●		
新原 皓一	取締役(社外取締役・独立役員)	大学学長・名誉教授	男性	82	8	●	●	●	●		●			●
菊野 麻子	取締役(社外取締役・独立役員)	フリーアナウンサー	女性	54	3	●	●				●			
水流 潤太郎	取締役(社外取締役・独立役員)	元中央官庁職員	男性	67	2	●	●	●	●	●		●		
八子 淳一	常勤監査役(社外監査役)	元シンクタンク代表取締役	男性	70	10	●				●		●	●	
岩崎 良次	常勤監査役	新卒採用	男性	68	8					●				
佐藤 浩光	常勤監査役	新卒採用	男性	69	3					●				
斎藤 良人	監査役(社外監査役)	元銀行代表取締役	男性	71	6	●		●	●	●		●	●	

注 CEO：最高経営責任者、CFO：最高財務責任者、CHRO：最高人事責任者 2024年6月20日現在

社外取締役コメント



原料原価、物流費や人件費の高騰など業界を取り巻く環境は厳しさを増しています。こうした中、昨年の機構改革により、持ち株会社である当社と各事業会社の役割分担が明確になりガバナンスも強化されました。各事業会社単位で課題等を捉えるのではなく、グループとしての戦略立案、チェーンストアとしてのマスメリット創出に向けた取り組みが進んでいます。

原社長とともに月に1回開催している社員とのランチ交流会は、財務数値だけでは把握できない当社の姿を理解する貴重な機会になっています。育児中の時短勤務利用者や女性店長とも懇談しましたが、感じることは、エンゲージメントの高さと「判断の基準はお客様」という姿勢です。元日に発生した能登半島地震では大津波警報が発令され、沿岸部の店舗ではその対応に迫られました。目の前のお客様のことを考え本部からの指示を待たずに適切な避難誘導をしてお客様から感謝の言葉を頂戴した店もありました。当社では、これまでの被災経験から即座に対応できる危機管理体制が構築されていますが、こうした行動指針の浸透からも人材教育が徹底されていることがうかがえます。

「選ばれるアクシアル」であるために、成長機会を捉えて企業価値が一層高められるよう、社外取締役としてクリティカルな視点を持って議論を促してまいりたいと思います。



取締役（社外取締役・独立役員）
菊野 麻子
（在任年数3年）

日本の社会構造・システムは今後も加速度的に変わり続けます。私たちが直面している少子化・高齢化・人口減・労働人口減・温暖化の問題も変化し続けます。この大きな課題を解決し前に進み続けるためには、仲間と協働したイノベティブで先取り型の発想が強く求められます。この先取り型の発想は、仲間だけでなくお客様との緊密な関係の創出・維持、加えて国際的な交流で人的なネットワークを育成拡大し続けることから生まれます。私は40歳前後に学術研究での大きな失敗を機に、「今後はすべての人を好きになり、嫌いな人を創らない」と決意し、結果として人的ネットワークの急速な拡大を経験しています。

最近、皆で自慢したい新社屋が完成しました。この新社屋には、上述した未来を観た先取り型の発想の育成・協働が容易に実行できるように設計されています。また、国際交流に関しても最近大きな成果が生まれています。この状況は、私たちがお客様と一緒にあって、この加速度的に変わり続ける社会構造・システムを確実に乗り越え、企業としての持続的な発展に加え、私どもの重要な使命である社会貢献においてもイノベティブで先取り型の貢献ができることを示していると信じています。

我が国は人口がどんどん減っていく局面に突入しました。ただし、すべてのエリアが一律に人口密度を下げていくのではなく、人口が集約し密度が維持される核エリアが残って相互にネットワークを形成する地域構造に徐々に移行していくと考えられます。核エリアにはスーパーマーケットが立地し、暮らしの安全と豊かさを支えます。アクシアル リテイリンググループのグランドデザインは、このような地域構造の変化に適合しており、人口減少下でも持続可能な経営を全うし、地域の揺るぎないライフラインとして人々の信頼と圧倒的支持を集める姿を展望していると私は捉えています。

当社におけるマスメリットの追求は、工業化社会型の均質化による大量生産・大量消費・大量廃棄とは全く逆で、環境配慮や多様性の確保、地域の産業と食文化の維持・発展に向けられています。その実現のため、機能面での科学的・論理的なシステム構築から人材面での感性・美意識の磨き上げに至るまで余念がありません。やると決めたら徹底的にやるのが当社の強みです。本年10月から待望の新本部が稼働を開始しました。社内外のコミュニケーションがさらに活性化し、風通しがよく一体感のある社風に厚みが増すことを期待しています。

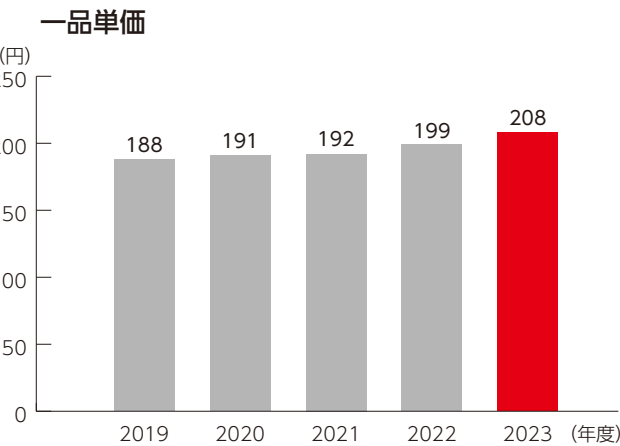
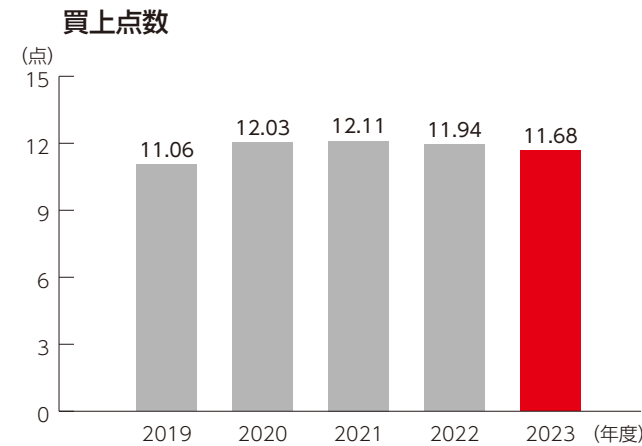
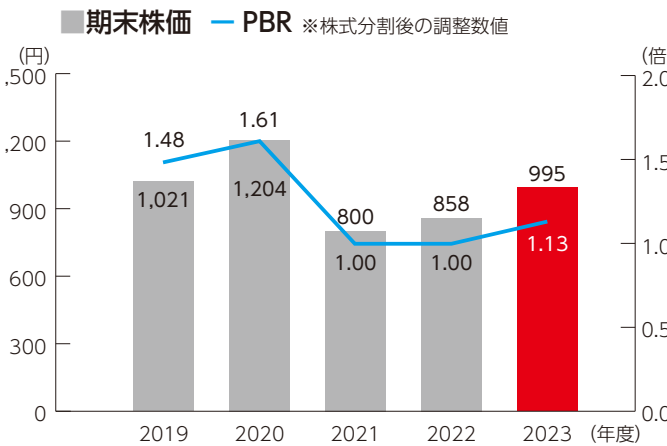
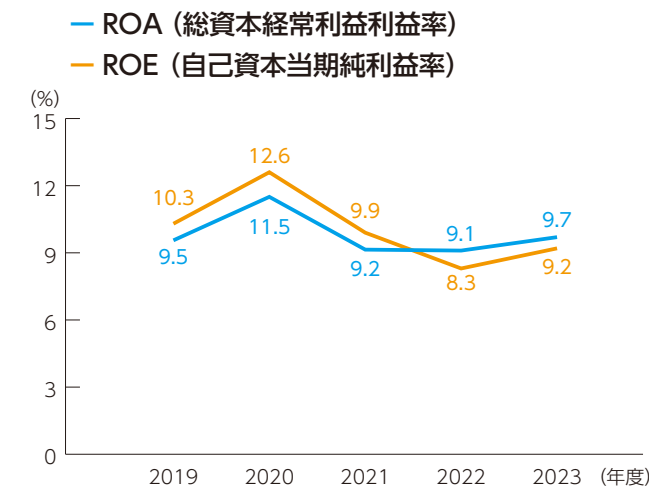
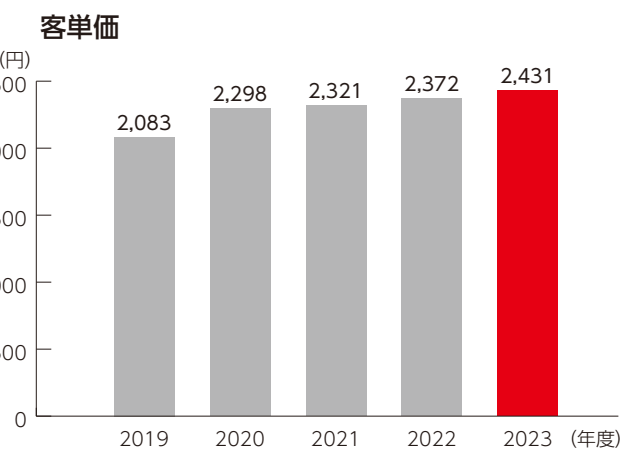
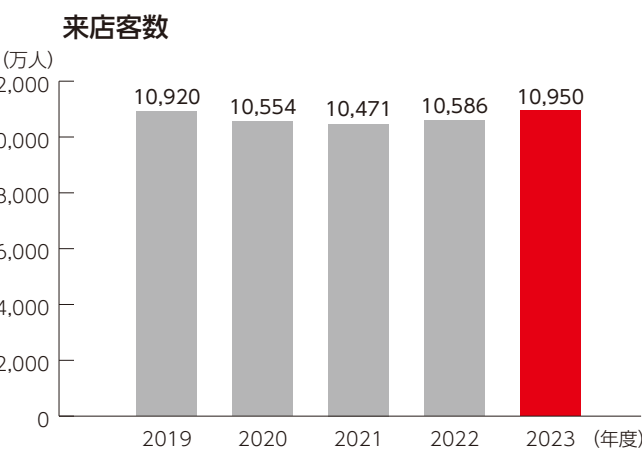
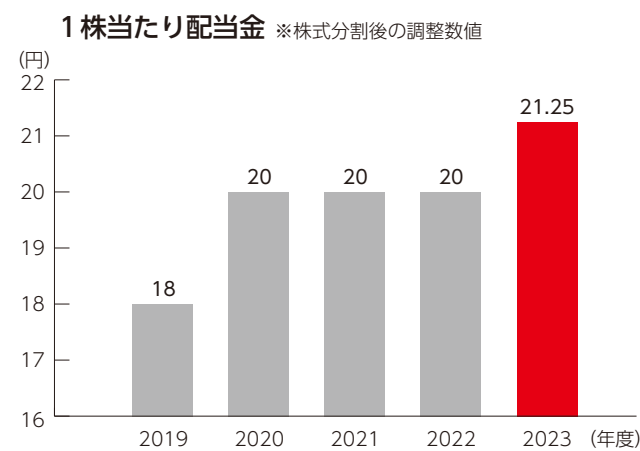
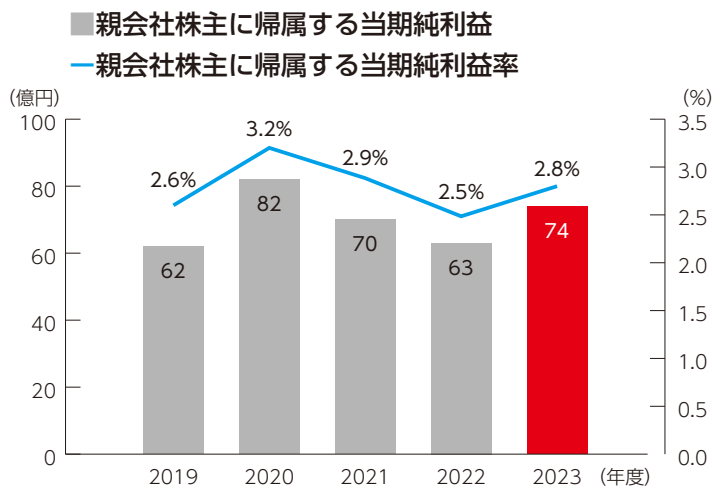
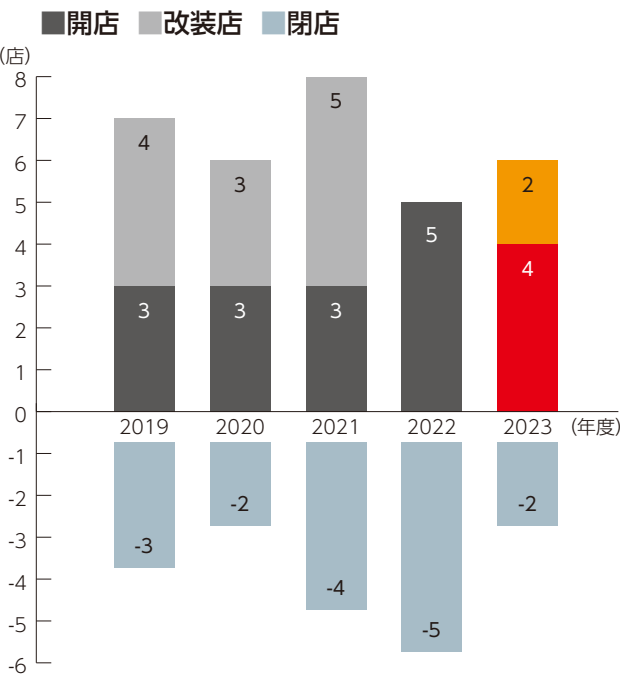
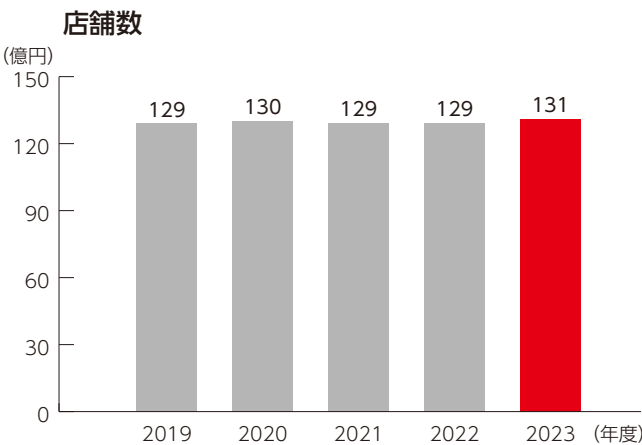
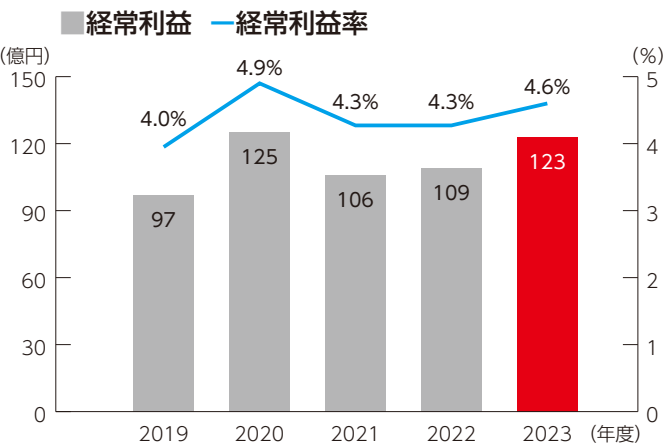
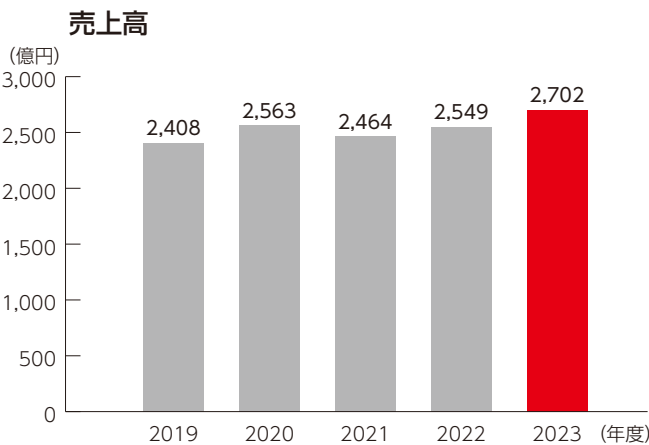


取締役（社外取締役・独立役員）
新原 皓一
（在任年数8年）



取締役（社外取締役・独立役員）
水流 潤太郎
（在任年数2年）

財務情報



財務情報

損益計算書

単位：百万円

	2021年度	2022年度	2023年度
売上高	246,450	254,966	270,224
売上原価	174,046	180,139	191,085
売上総利益	72,403	74,827	79,138
販売費および一般管理費	62,093	64,383	67,358
営業利益	10,310	10,443	11,779
営業外収益	380	548	616
営業外費用	75	52	64
経常利益	10,615	10,940	12,332
特別利益	19	47	6
特別損失	311	1,358	1,523
税金等調整前当期純利益	10,323	9,629	10,815
法人税等合計	3,249	3,273	3,372
当期純利益	7,074	6,356	7,442
親会社株主に帰属する当期純利益	7,074	6,356	7,442

貸借対照表

単位：百万円

		2021年度	2022年度	2023年度
資産の部	流動資産	32,423	34,804	37,256
	固定資産	有形固定資産	67,453	70,624
		無形固定資産	2,455	2,626
		投資その他の資産	14,523	15,897
		固定資産合計	84,432	87,952
	資産合計	116,855	122,756	131,390

キャッシュフロー

単位：百万円

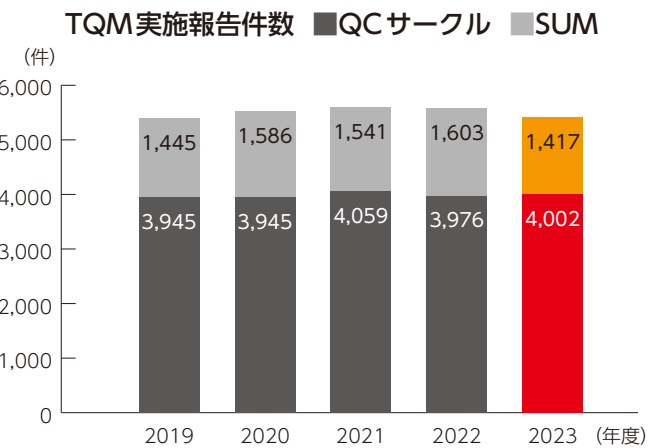
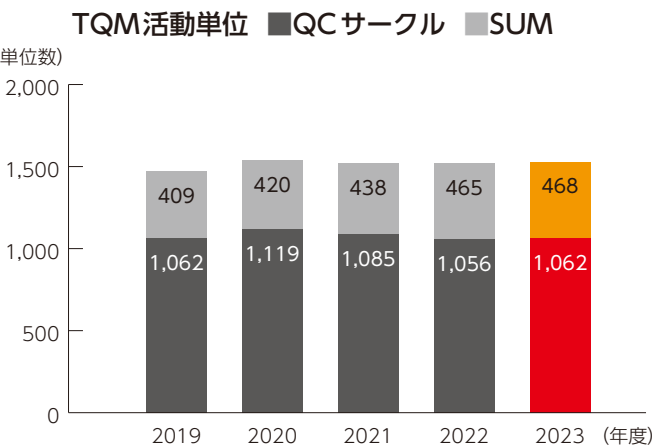
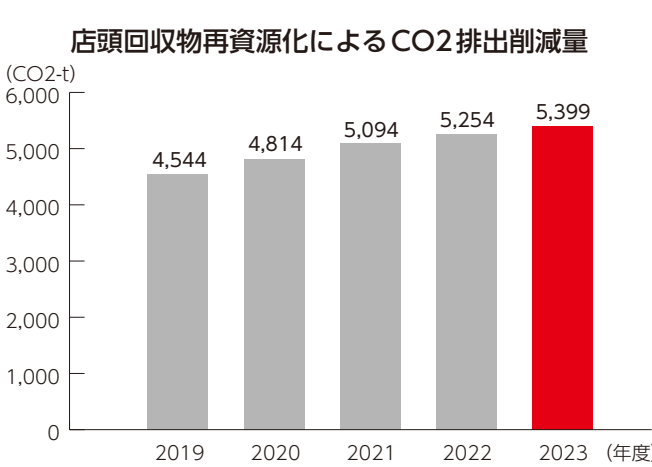
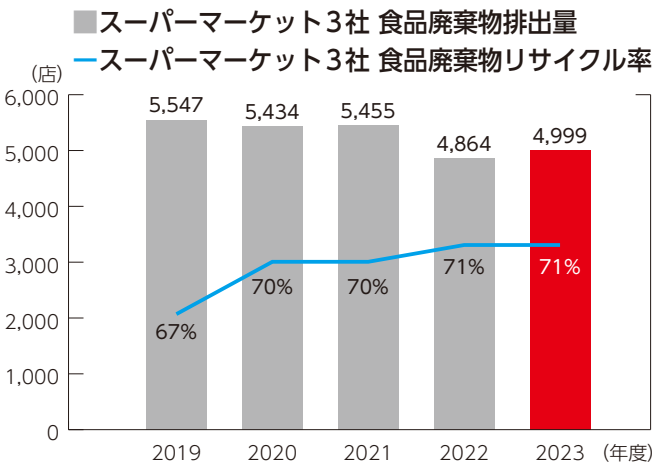
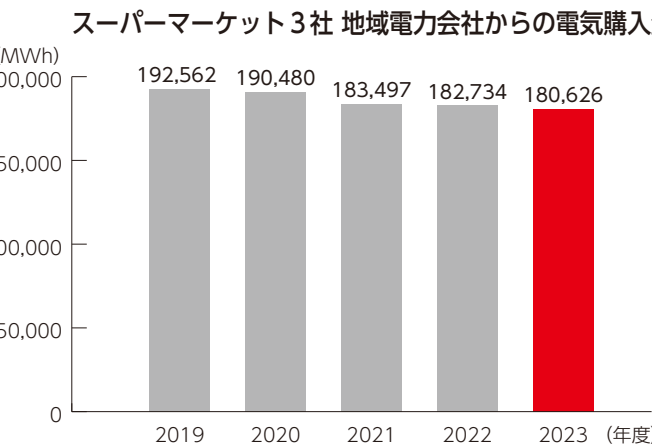
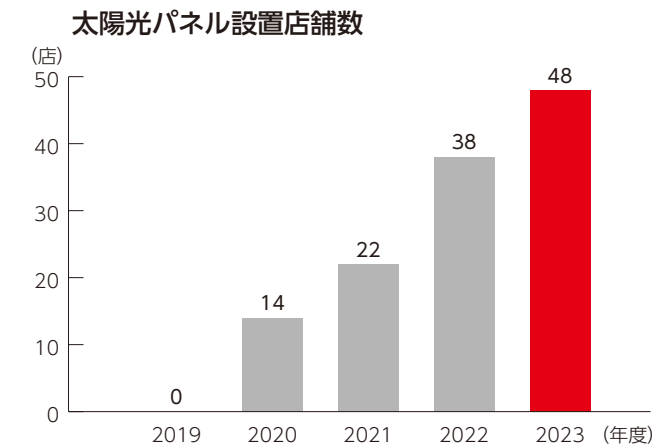
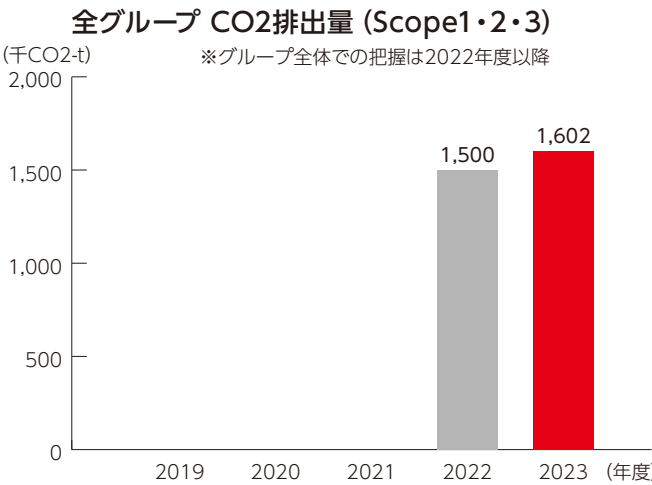
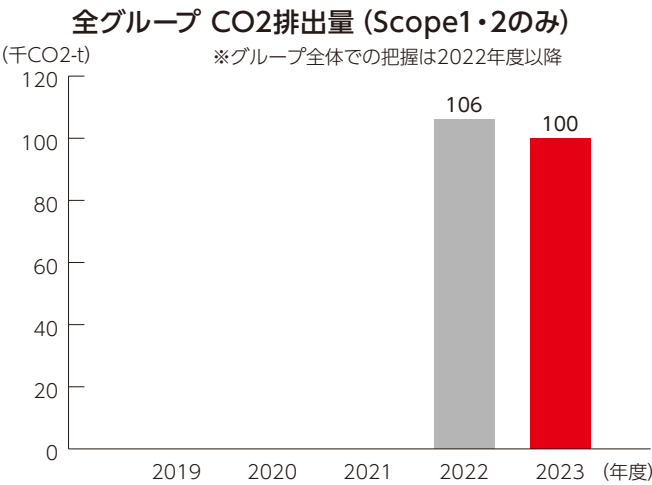
	2021年度	2022年度	2023年度
営業活動によるキャッシュ・フロー			
税金等調整前当期純利益	10,323	9,629	10,815
減価償却費	4,929	5,126	5,355
その他	-1,014	344	4,452
小計	14,237	15,100	20,623
利息および配当金の受取額	57	55	64
利息の支払額	-41	-40	-39
法人税等の支払額	-4,823	-2,521	-3,548
営業活動によるキャッシュ・フロー	9,429	12,594	17,099
投資活動によるキャッシュ・フロー			
有形固定資産の取得による支出	-6,030	-9,217	-10,955
無形固定資産の取得による支出	-385	-465	-743
その他	619	391	-165
投資活動によるキャッシュ・フロー	-5,796	-9,290	-11,864
財務活動によるキャッシュ・フロー			
リース債務の返済による支出	-365	-376	-302
自己株式取得による支出	-0	-0	-1,510
配当金の支払額	-1,839	-1,838	-1,942
財務活動によるキャッシュ・フロー	-2,205	-2,215	-3,755
現金および現金同等物の増減額（△は減少）	1,426	1,089	1,479
現金および現金同等物の期首残高	17,023	18,450	19,539
現金および現金同等物の期末残高	18,450	19,539	21,019

貸借対照表

単位：百万円

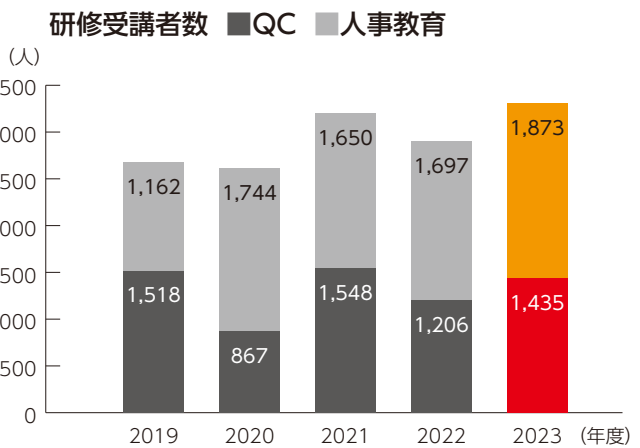
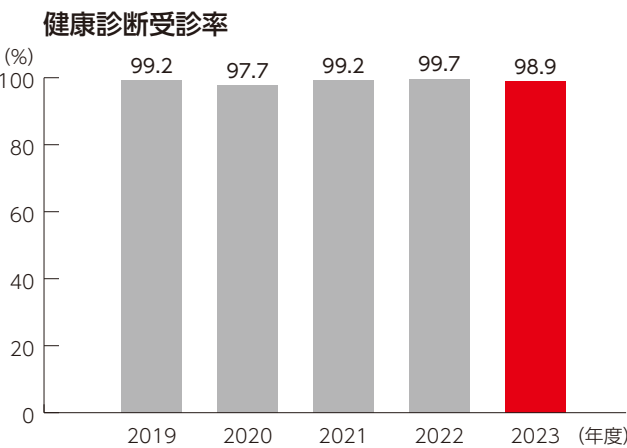
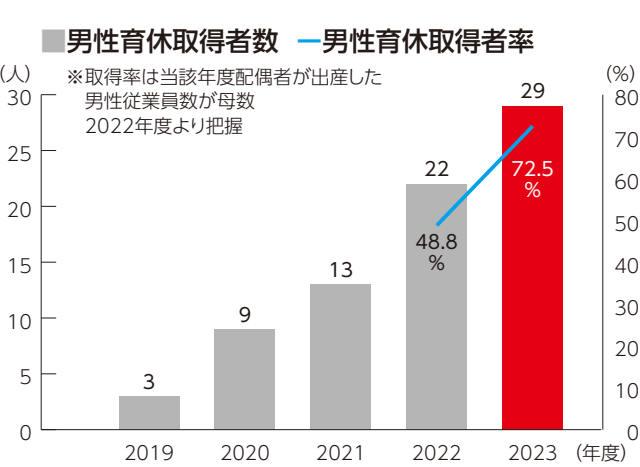
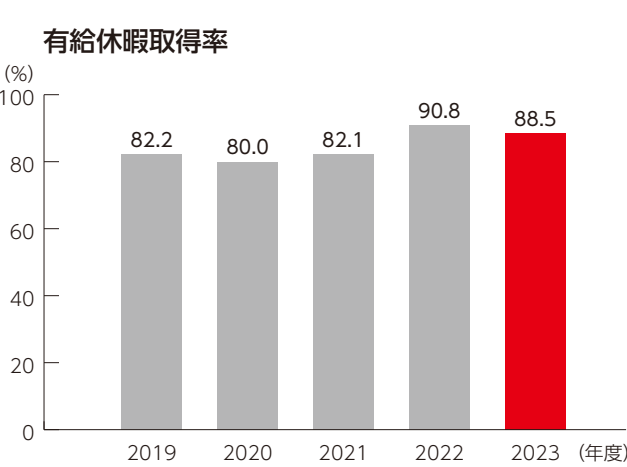
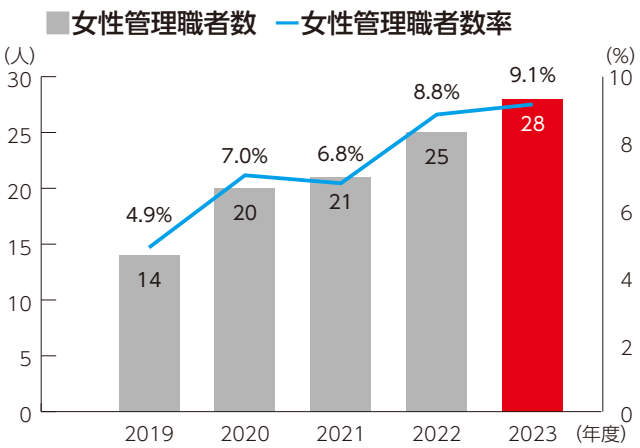
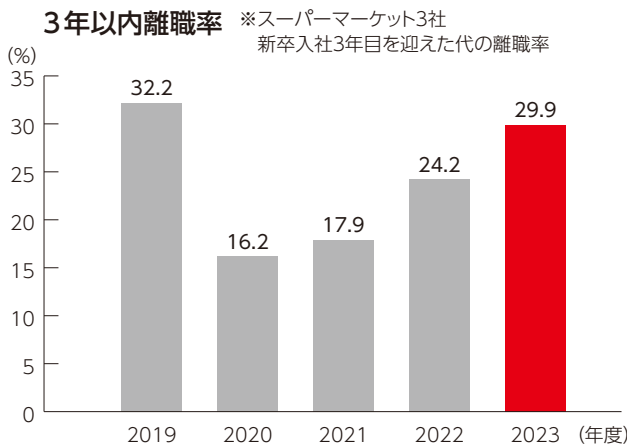
		2021年度	2022年度	2023年度
負債の部	流動負債	28,266	29,262	33,344
	固定負債	14,530	14,788	14,746
	負債合計	42,796	44,051	48,091
純資産伸	株主資本合計	72,647	77,159	81,155
	その他包括利益累計額	1,412	1,546	2,143
	純資産合計	74,059	78,705	83,298
負債純資産合計		116,855	122,756	131,390

非財務情報



単位：人 2024年3月末時点

従業員数	レギュラー社員	嘱託社員	パートナー社員	アルバイト	合計	構成比
原信	1,336	94	4,750	3,193	9,373	55%
ナルス	176	19	662	493	1,350	8%
フレッセイ	737	160	1,930	2,410	5,237	31%
スーパーマーケット3社合計	2,249	273	7,342	6,096	15,960	94%
上記以外のグループ会社合計	230	26	486	203	945	6%
アクシアル リテイリング合計	2,479	299	7,828	6,299	16,905	100%
構成比	15%	2%	46%	37%	100%	



株式情報

上場証券取引所	東京証券取引所（プライム市場）	
証券コード番号	8255	
発行可能株式総数	152,000,000 株※	※2024年4月1日付で株式分割に伴う定款の変更を行っています。当該定款変更にともない、4月1日付株式分割後の株式数を表示しています。
発行済株式総数	93,552,156 株※	
単元株式数	100 株	
期末配当金支払株主確定日	毎年3月31日	
中間配当金支払株主確定日	毎年9月30日	
株主数	9,728 名	
定時株主総会	毎年6月	
会計監査人	有限責任監査法人トーマツ	

2024年3月31日現在

氏名または名称	所有株式数 (千株)	発行済株式(自己株式を除く。)の 総数に対する所有株式数の割合 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,853	8.19
株式会社第四北越銀行	1,001	4.42
株式会社ニューサンライフ	884	3.90
株式会社商工組合中央金庫	728	3.21
原 和彦	699	3.09
原 信博	688	3.04
植木 威行	682	3.01
原和彦アセットマネジメント株式会社	554	2.44
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	502	2.21
アクシアル リテイリング従業員持株会	431	1.90
合 計	8,026	35.46

株主優待制度の内容

- 贈呈内容
- お買い物割引券または株主優待品のいずれかをお選びいただけます。各々の贈呈基準は下記の「株主優待制度の贈呈基準」を参照ください。（お買い物割引券と株主優待品の両方を選択することはできません。）
- 対象者
- 100 株以上の株主様
- 贈呈基準
- 3月31日および9月30日現在の株主様を対象に年2回実施します。
- 贈呈方法
- 対象者に案内書を送付し、案内書に添付された申込書に必要事項をご記入の上ご返送いただき、申込書と引き換えに商品等を贈呈いたします。

株主優待券（1枚100円）

ご所有株式数		贈呈内容	
100株以上	199株	5枚	500円分
200株以上	299株	10枚	1,000円分
300株以上	399株	15枚	1,500円分
400株以上	499株	20枚	2,000円分
500株以上	599株	25枚	2,500円分
600株以上	799株	30枚	3,000円分
800株以上	999株	35枚	3,500円分
1,000株以上	1,599株	40枚	4,000円分
1,600株以上	1,999株	45枚	4,500円分
2,000株以上	2,999株	50枚	5,000円分
3,000株以上	3,999株	60枚	6,000円分
4,000株以上	4,999株	80枚	8,000円分
5,000株以上	7,999株	100枚	10,000円分
8,000株以上	9,999株	150枚	15,000円分
10,000株以上	11,999株	200枚	20,000円分
12,000株以上		250枚	25,000円分

クオカード

ご所有株式数		贈呈内容
100株以上	199株	300円分
300株以上	399株	500円分
400株以上	499株	1,000円分
500株以上	599株	1,500円分
1,000株以上	1,599株	2,000円分
2,000株以上		3,000円分

米（新潟県産コシヒカリ）

ご所有株式数		贈呈内容
2,000株以上	3,999株	5kg
4,000株以上		10kg

自社開発商品詰め合わせ

ご所有株式数		贈呈内容
2,000株以上	3,999株	2,000円相当
4,000株以上		4,000円相当

株主優待券について

- ◆利用方法：1 回のお買い上げ金額1,000円以上（消費税込み）につき、1,000円ごとに1 枚（100円）利用可能。
- ◆利用できる店舗および対象商品：原信、ナルス、フレッセイの店舗直営売場における全商品（ただし、専売品・商品券・その他指定商品は除く）※原信ネットスーパーでは使用できません。
- ◆利用可能期間：3月31日現在の株主の方への発行優待券は翌年1月31日まで。
9月30日現在の株主の方への発行優待券は翌年7月31日まで。