

INTEGRATED REPORT 2018

統合報告書 2018



モノをつなぐ、コトをつなぐ、ココロをつなぐ。



株式会社 あらた

モノをつなぐ、
コトをつなぐ、
ココロをつなぐ。

さらなる企業価値向上を図ります。

社訓

働くは人の道 誠心誠意 感謝報恩

社是

一、本業深耕 一、現場重視 一、自律経営 一、役割貢献

スローガン

（世のため） 一、流通経済の一翼をになう社会的使命の重大さを認識し卸商社の役割を果たそう
（顧客のため） 一、誠実謙虚な態度と旺盛なフロンティア精神をもって仕事に取り組もう
（わが社のため） 一、喜びを分かちあい和親協調の精神で邁進しよう

社名の由来

“あらた”は中国の古書『大学』にある

「まことに日に新たにせば、日々新た、また日に新たならん」という文字を洗面器に刻み、毎朝これを眺めて自らを戒めた湯王の故事からとっています。2001年に2,236名の社員応募の中から選ばれました。

Contents

社名の由来・目次・編集方針ほか	1
-----------------	---

あらたとは

あらたの事業概要	2
11ヵ年財務・非財務データ	4

企業価値向上に向けた「攻め」の経営

会長メッセージ	6
社長メッセージ	8
中期経営計画	11
1. 成長戦略を描き続ける	12
2. 未来への布石を打つ	14
3. 経営基盤のさらなる強化「物流機能」	16
「財務・資本政策」	18
社外取締役メッセージ	20
コーポレート・ガバナンス	22
あらたのCSR	25
人材育成・人事制度	27
会社情報・株式情報	28

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分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様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：国際統合報告評議会(IIRC)「国際統合報告フレームワーク」

対象組織 株式会社あらた およびグループ会社

対象期間 2017年4月1日～2018年3月31日 一部2018年度中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。

あらたグループは、日用雑貨・化粧品カテゴリーで日本最大級の卸商社です。

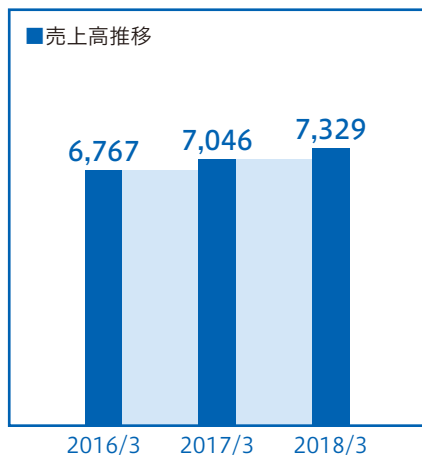
全国のメーカー様・小売業様との取引情報をもとに、営業・物流機能を通じ、卸としてのソリューションを提供しています。
「モノ・コト・ココロをつなぐ中間流通業」を目指し、成長戦略にも注力しています。



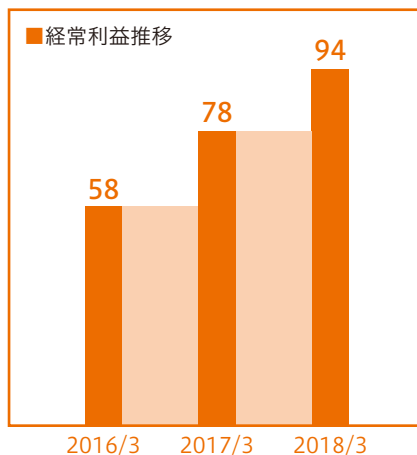
グループ会社

社名 Company Name	事業内容 Business
株式会社ファッションあらた	化粧品・化粧雑貨、軽衣料等の卸売業
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
ペットライフブリー株式会社	愛玩動物およびペットフード・ペット用品の販売、ペット美容、ペットホテル、ペット保険関連業務
株式会社インストアマーケティング	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
凱饒泰(上海)貿易有限公司	日用品・化粧品・ペット関係・家庭用品の卸売および輸出入販売、その他関連サービス
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
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
株式会社電通リテールマーケティング	フィールドサポートのサービス業

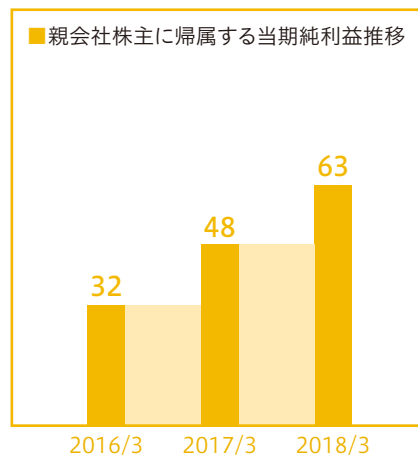
売上高
7,329億円



経常利益
94億円

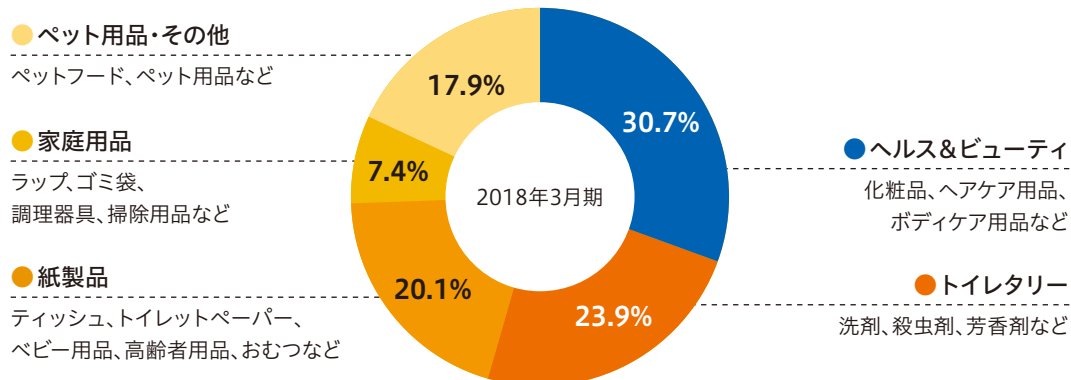


親会社株主に帰属する当期純利益
63億円

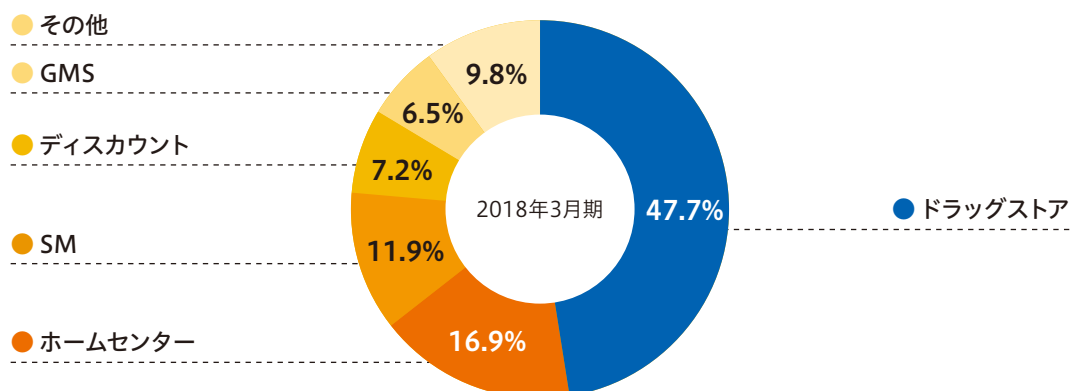


(3月31日に終了した各会計年度)

商品カテゴリー別売上構成比



顧客業態別売上構成比



11ヵ年財務・非財務データ

株式会社あらたおよび連結子会社

3月31日に終了した各会計年度

2008/3

2009/3

2010/3

2011/3

損益状況(会計年度)(単位:百万円)

売上高	551,751	569,687	589,858	601,949
販売費及び一般管理費	72,091	74,333	76,255	76,040
営業利益	△1,565	△1,259	71	286
経常利益	1,927	2,315	3,888	4,257
親会社株主に帰属する当期純利益	△147	205	1,295	1,015

キャッシュ・フロー(会計年度)(単位:百万円)

営業活動によるキャッシュ・フロー	11,685	1,344	9,502	1,919
投資活動によるキャッシュ・フロー	△4,816	△2,372	△2,070	△3,227
フリー・キャッシュ・フロー	6,869	△1,028	7,432	1,308
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,654	608	△8,175	2,697
現金及び現金同等物の期末残高	8,457	8,037	7,294	8,684

財政状態(会計年度末)(単位:百万円)

総資産	178,367	183,757	183,235	191,541
有利子負債 ^{※1}	65,501	68,984	61,877	65,646
純資産	43,798	43,379	44,751	45,665

1株当たり情報(単位:円)

当期純利益	△1.89	2.74	17.26	13.52
純資産	583.39	577.97	596.32	592.00
現金配当金	6.00	4.00	5.00	7.00

財務指標(単位:%)

売上高営業利益率	△0.3	△0.2	0.0	0.0
総資産経常利益率(ROA)	1.1	1.3	2.1	2.2
自己資本利益率(ROE)	△0.3	0.5	2.9	2.2
自己資本比率	24.5	23.6	24.4	23.8
D/Eレシオ(倍) ^{※2}	1.5	1.6	1.4	1.4

設備投資状況(会計年度)(単位:百万円)

設備投資額	5,225	4,169	2,697	4,625
減価償却費	2,237	2,752	2,836	2,983

非財務指標

従業員数(人)	2,992	2,941	2,970	3,010
---------	-------	-------	-------	-------

※1:有利子負債=短期借入金+リース債務+社債+長期借入金

※2:D/Eレシオ=有利子負債÷自己資本



2012/3	2013/3	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3
606,705	616,327	651,954	638,792	676,743	704,610	732,914
64,858	60,559	62,258	62,151	65,030	65,683	67,618
4,174	3,726	4,472	2,461	5,699	7,384	8,857
3,915	3,605	4,388	2,469	5,811	7,842	9,439
1,628	1,768	2,435	1,124	3,244	4,863	6,361
△720	9,959	1,481	21,955	7,594	12,637	11,649
△4,575	△4,054	△5,878	△6,775	△3,360	△3,155	△2,924
△5,295	5,905	△4,397	15,180	4,234	9,482	8,725
5,257	△7,699	7,246	△13,990	△1,791	△9,948	△4,501
8,645	6,857	9,731	11,001	13,399	12,923	17,136
202,506	206,699	221,202	211,840	219,689	222,974	244,381
71,976	66,284	75,117	62,428	62,232	56,077	47,301
47,324	49,044	51,041	53,911	55,941	59,613	71,472
21.12	22.93	31.60	72.96	210.43	330.95	399.12
613.56	635.91	661.84	3,496.31	3,627.53	4,054.51	4,285.43
8.00	8.00	10.00	50.00	55.00	65.00	75.00
0.7	0.6	0.7	0.4	0.8	1.0	1.2
1.9	1.7	2.0	1.1	2.6	3.5	4.0
3.4	3.6	4.8	2.1	5.9	8.4	9.7
23.4	23.7	23.1	25.4	25.5	26.7	29.2
1.5	1.4	1.5	1.2	1.1	0.9	0.7
4,548	4,931	7,809	7,943	3,845	4,383	6,828
3,348	3,631	3,975	4,317	4,526	4,452	4,353
2,977	2,960	2,924	2,917	2,914	2,926	3,023



ファーストステージから セカンドステージへの飛躍を 実現し、新しいあらかの 創造に貢献します。

代表取締役会長 CEO
畑中 伸介



■ ひとつの会社としての「顔」を作る

各企業の異なる文化を統一し、
統合効果を発揮してきた。

現在、あらかは統合企業としての体制を整備し、ファーストステージからさらなる成長を目指すセカンドステージへと歩みを進めています。私が社長に就任した2007年4月は各地域の有力卸の合併企業として、各々の特徴を活かし成長している段階でした。さらなる成長のためには「あらか」というひとつの会社としての規律・精神・企業としての「顔」が不十分であると感じていました。また、グループ企業間の意思疎通の難しさも感じていました。

社長としてまずそこから均一化を図るとともに、中間流通業としてメーカー様や小売業様に「あらか」として認めてもらうことに注力し、あらかとしての「顔」を作ってきたのです。

ターニングポイントとなったのは、2011年の東京証券取引所市場第二部への上場、そして翌年の一部への指定替えです。すでにジャスダックにおいて店頭公開していましたが、より大きな東証市場に上場することにより、思い通りの経営ができにくくなる、あるいは買収のリスクに晒されるなどのリスクもあり、上場の必要性について議論となりました。

しかし、企業として社会的責任を果たすべく適切に情報を開示し、健全な発展を目指すことが大切と考えて上場を進めることにしました。そこでは強いリーダーシップを求められましたが、ここからあらかとしての顔ができ上がってきたのだと思います。



■ 卸売業としての使命の再認識

平常時はもちろん、
災害時も安定的に商品をお届けする。

2011年3月に東日本大震災が発生し、私たちは、災害時の社会における卸売業の役割・使命をあらためて認識することになりました。卸として全国に商品の安定供給をすること、特に東日本大震災、その後の2016年の熊本地震や鳥取県中部地震など有事における役割、すなわち私たちのファンダメンタルが重要だと認識したのです。卸というのは一般に認知されにくい事業ですが、災害時に被災者に支援物資が届きにくい状況が生まれたことにより、全国を網羅するインフラを確立している卸の重要性が社会から広く認識されました。

合併前より各企業が脈々と受け継いできた卸としてのDNA、蓄積してきたノウハウが、いつ・どんなときでも商品をお届けすることを可能にしたのだと思います。

■ セカンドステージにおける 変革への取り組み

伝統の延長ではなく
新しい卸事業の役割を開発する。

2017年、私は代表取締役会長(CEO)に就任し、私と経営に対する考え方が近く、バランス感覚に長けている須崎社長にバトンを渡しました。この新しい体制による経営をセカンドステージとしたのですが、これは統合効果が一定のレベルに達し、これからはさまざまな個性を持つ幅広い人材の登用が重要になるとの考えに基づいたものです。

ここまでの10年間は、統合効果の発揮に向けて新しい取り組みを進める基礎固めの期間でした。今後は、多様な人材を活用したバランスの取れた経営が求められると考えています。

近年、卸へのニーズも変化しており、社長の役割も変化しています。小売業様もメーカー様も変化し、流通業の在り方が根底から変わろうとしています。インバウンド需要の拡大や市場の多国籍化など、私たちはアジアの消費者も視野に入れ、セカンドステージの基本戦略として掲げているように、未来への布石を打たなければなりません。伝統の延長ではなく、サプライチェーンの中で卸売業の枠を超えた新しい役割を開発しなければならないと考えています。

■ 中長期的な 企業価値向上を目指す

多様な業種とのアライアンスや
新たな人材を獲得することで変革を
目指すあらたに、CEOとして貢献する。

私たちを取り巻く環境は大きく変化しています。消費者意識の変化、インバウンドの拡大、さらに小売業界も百貨店、スーパー、GMS、ホームセンター、コンビニエンスストア、ドラッグストアと新しい業態が次々と出現してきました。そこにインターネット(eコマース)が加わり、変化は加速度的に速くなっています。今の延長線上では事業は立ち行かなくなります。

今、経営層へは「我々は何者だ?」と問いかけています。インターネット(eコマース)やAIへの取り組みなど、私たちは多様な業種とのアライアンスや新しい機能の活用を進め、新たな人材を獲得して、変革の時間を短縮しなければなりません。

現在、新体制は私と須崎社長がトップとして並走する形で進んでいます。私自身も経営者としてのこれまでの経験を活かし、CEOとして目指すべきあらたの姿の追求に取り組み、経営の舵取りに貢献していきたいと思っています。

畑中伸介

“未来のあらたの姿” 実現に向けて 生産性向上と高収益体質の 構築に取り組みます。

■ 現場感覚と、 会社全体を見る バランス感覚を大切に

現場と経営の双方で培った
経験、知見を活用し、優れた経営資産を
戦略に取り込むことが経営の要。

私は、2017年4月に代表取締役 社長執行役員 COOに就任し、新体制によるあらたの持続的成長に向けた戦略展開をセカンドステージと位置づけ、畑中会長と手を携えて経営にあたっています。

ここで、私自身のキャリア、経営における立ち位置を紹介し、今後の進むべき道筋をご説明したいと思います。入社後、営業マンとしてスタートし、商品部、販売責任者、支店長経験に加え、統合後に商品部長、中部支社長を務めました。営業、本社スタッフ部門、そして支店・支社経営というキャリアの中で、現場と経営の双方における経験、知見を蓄積することができました。ともすれば本社にいと現場が見えにくくなる中、現場感覚と経営センスの双方を強みとして運営に取り組む考えです。

畑中会長からは、「自らの価値観を大切にし、バランス感覚を発揮してほしい」と社長のバトンを受け継ぎました。バランス感覚とは、本社から全体を見つつ現場感覚を大切にすることだと認識しています。そして、あらたの強みであるさまざまな価値、すなわち現場、人材、施設などの資産をどのように戦略に組み込んでいくかが経営の要だと考えています。

■ 卸としての売る機能と 販売サポート機能を強みに躍進

2つの強みを発揮しながら、
支店・支社経営重視から
本社主導で市場、顧客の変化に対応する。

私たちには2つの強みがあります。1つは「売る機能」です。ヘルス&ビューティ、トイレタリー、紙製品などの5大カテゴリーを取り扱い、いずれもカテゴリーのトップレベルのスケールを有するとともに、小売業様5,000社、5.5万店舗にのぼる配荷、物流力を誇っています。もう1つは、「販売サポート機能」です。単に物流機能だけではなく、マーケティング機能、テレビ・SNSなどとのタイアップ販促、店頭POPの作成など、商品販売に加え売場管理、プロモーションにも多彩な機能を有しています。これらの小売業様に合わせた提案力、サポート機能は他社にはない独自の優位性であると自負しています。もちろん課題もあります。私たちは、統合後、常に現場重視をポリシーにして支店・支社経営を尊重してきました。

しかしながら、この経営方針と近年の市場環境との間に変化が生じてきました。市場、顧客の変容に加え、全国展開に伴う自らの変化や顧客の合従連衡など、経営思想と市場動向のギャップが生まれており、今後は本社の機能本部が指導力を強化することで、こうしたギャップを埋めなければならないと考えています。





代表取締役 社長執行役員 COO
須崎 裕明

■ 業務改革による高収益体質の確立

業務改革本部を立ち上げ、
生産性、収益向上を図るとともに、
ESGの取り組み強化により変革を実現する。

私たちは、統合当初より全社共有の仕組み、ルール、マニュアルを作り上げてきました。これらをベースに、先に述べた市場の変化へのスピーディーな対応を図るために、マニュアルを抜本的に改革することにしました。2018年度より業務改革本部を設置し、全社横断的な業務改善、業務フローの見直しを進め、最終的には生産性を向上させ、高収益体質の確立を目指します。

近年、消費者に大きな変化が現れていると認識しています。消費者のモノの消費に対する関心が薄れているとも感じています。特別欲しいものはないが、必要なものはある。このような状況では、メーカー様が新商品を開発してもこれまで通りの販促手法では反応が弱い可能性があるため、もっと直接的に訴えるマーケティングが必要です。

例えば現在、電通との共同出資の関連会社である電通リテールマーケティング(DRM)で、電通のノウハウを活用してタレントを起用し、SNSなどでターゲットを絞った商品プロモーションをするなどのマーケティングを展開しています。今後、この分野における人材、子会社を新しい経営資源として拡充していく計画です。

P.10 に続きます



10年先のあらたの姿を描き、その姿に近づける。 社長としてのミッションを遂行する。

さらに、私たちが自らの変革を進める上で、ESG(コーポレート・ガバナンスの強化、CSR活動や人材育成)に対する取り組みの強化も重要だと考えています。健全な企業活動に対する社会の関心が高まる中、上場企業である私たちは、その期待に応えていきたいと考えています。

コーポレート・ガバナンスについては、現在、社外取締役、社外監査役各2名の体制をとっており、社外からの視点を積極的に取り入れることで透明性を高め、外部に対する発信をさらに強化していきます。同様に2018年4月に従来のCSR委員会をCSR本部として改組し、本部長のもとで明確なテーマを設定し、活動を強化していきます。



■ 10年先を見据えた ビジョンの共有

安定的な利益体質を前提に、
適切な人材配置と確保に取り組む。

今後も私たちは、本業である卸としての物流機能と販促機能を引き続き強化していきます。しかしながら、これからの10年先のあらたの姿を想定したとき、この卸機能は必ずしも私たちが独占できるものではありません。すでに小売業様でも自ら物流事業を展開しているなど、卸の枠組みだけでは成長できない時代が到来しています。商品販売だけでなくメーカー様や小売業様にソリューションを提供する、メーカー機能を持つ、あるいは広告戦略や消費者を取り込む機能を強化するなど、新事業や新機能の強化・拡大が必須であると考えています。

このためには、安定的な高収益体質を確立することがもっとも重要です。加えて、適切な人材配置と確保、経営のスリム化を実現することで強靱な組織を構築しなければなりません。これらの課題に対して、私はビジョンを社員としっかり共有し、理解を得ることがきわめて大切だと考えています。その上で社員それぞれが目標を設定し実施する、目標重視主義を強化していかなければなりません。もちろん、そのための働き方改革、より良い労働環境を構築することは言うまでもありません。

これまでの10年は、統合企業としての体制整備と高収益体質の構築を目指すものでした。そして、10年先のあらたの姿を描き、その姿に近づけていくことが私のミッションだと確信しています。今後のあらたに、ぜひ、ご期待いただきたいと思います。

須崎裕明



中期経営計画

2018年3月期より新中期経営計画がスタートし、基本戦略をもとにあらたグループが一丸となり、達成に向け動き出しています。

1

あらたファーストステージ

収益向上・業務改革・統合統一を主軸とした
次世代型卸のための経営基盤の強化

2

あらたセカンドステージ

10年先を見据えて、
卸売業の新たな可能性を追求

3つの基本戦略

1

成長戦略を
描き続ける

卸売業の幅を広げる積極的な成長戦略

2

未来への
布石を打つ

投資戦略・人材育成への注力

3

経営基盤の
さらなる強化

変化対応力のある組織体制へ

あらたグループ全体の中期経営計画の基本コンセプト

「モノをつなぐ、コトをつなぐ、ココロをつなぐ。」

商品だけではなく、消費者のみなさまの豊かな暮らしへとつながるあらたな提案もお届けする。
上記コンセプトをあらたグループ全体で共有し、目標数値達成へ邁進します。

中期経営計画 最終年度(2020年3月期)目標数値

売上高

7,600億円

経常利益

100億円

親会社株主に帰属する
当期純利益

60億円

ROE

9%台

上方修正

7,800億円

105億円

68億円

9%台

1. 成長戦略を描き続ける

カテゴリーの拡大

ファーストステージでは、5大カテゴリーを中心に展開してきました。

今後、「10年先を見据えて、卸売業の新たな可能性を追求」していくセカンドステージにおいては、M&Aの実施も視野に入れたカテゴリー拡大の施策に取り組んでいきます。これにより、事業のコアとなる卸売業のさらなる成長と盤石化を図ります。

ヘルス&ビューティ

女性就業率の上昇に伴う「働く女性の“時短”ニーズ」に合わせた販売活動を強化し、グループ会社であるファッションあらたとの連携も深め、あらたと共同でプライベートブランド(PB)・専売品開発を推進するなど、H&Bにおける専門性の追求も推進してまいります。

株式会社ファッションあらた

本社所在地 東京都江東区東陽6丁目3番2号
イースト21タワー20階
代表者 代表取締役社長 大橋 豊
事業内容 化粧品(スキンケア、メイクアップ、ボディケア)・化粧雑貨、軽衣料などの卸売業
強み 品目数が多く特徴的な商品が多い化粧品カテゴリーに対し、専門性の高いきめ細かな提案が可能。



家庭用品

あらたのカテゴリー別の売上構成比では7.4%の家庭用品ですが、市場シェアでは10%を超えています。家庭用品の売上高No.1卸を目指して、販売強化活動を進めています。活動を通じて、消費者の皆様にとって便益の高い商品を提供したり、商品そのものの価値を伝えることで、年々希薄になりつつある「調理」・「清掃」といった生活の根幹にあるライフスタイルの豊かさを啓蒙してまいります。

OTC

高齢化が今後ますます進んでいく中、ヘルスケアカテゴリーへの取り組みは欠かせません。これまでも一般医薬品(OTC)を取り扱ってきましたが、取り扱いの幅や量をさらに増加させていきたいと考えています。一般医薬品は物流のルールや制約が多いことが特徴ですが、日用雑貨・化粧品の卸で培ってきた地域・企業に密着した販売力を活かし、健康に関するカテゴリーの販売拡大に取り組んでいます。

ペット

ペット卸として業界No.1を誇るグループ会社のジャペルに取り扱いを集約することで、得意先に向けた専門性の高さを活かした質の高い提案を行います。ジャペルは生体も含めたペット関連商材の「総合提案」ができ、ペット売り場を丸ごとサポートすることが可能です。

ジャペル株式会社

本社所在地 愛知県春日井市桃山町3丁目105番地
代表者 代表取締役会長 片岡 春樹
代表取締役社長 水野 昭人
事業内容 ペット関連商品の卸売業
強み フード・用品から生体に至る豊富な品揃えと、ペット専門商社として蓄積されたノウハウによる売場の総合的なプロデュースが可能。

商社機能
コア事業

店舗事業

海外事業



エリア強化

現在、北海道から九州まで全国に拠点を置き、地域のニーズに合わせた活動を行っています。

2018年6月には新たに九州南センターが稼動しました。これまで福岡の九州北センターで九州全域をカバーしていましたが、BCP(事業継続計画)の観点から、リスク分散の意味も含め新設しました。

九州物流構想



九州南センター

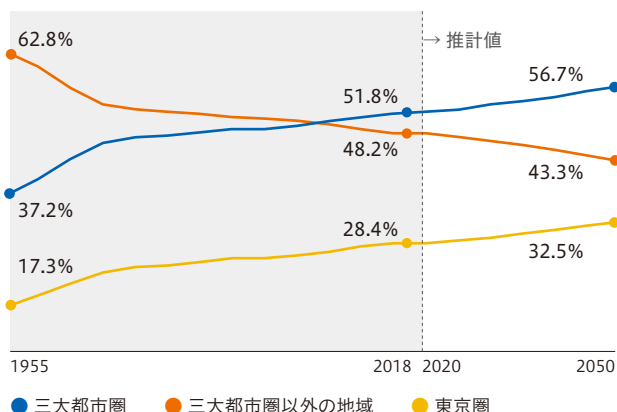
大型物流センターを福岡・鹿児島島の2カ所に設置。非常時の機能停止リスクを分散します。

また、東名阪エリアを強化します。

現在、日本の人口の過半数が東京・大阪・名古屋の三大都市圏に集中しており、今後もさらにその傾向が強まると考えられています。

社会の動向に先んじて企業としての体制を整え、生活必需品をお届けする社会的使命をしっかりと果たしています。

三大都市圏および東京都の人口が総人口に占める割合



出典：総務省統計局「国勢調査」および「国土の長期展望」中間取りまとめを基に、総務省市町村課にて作成
http://www.soumu.go.jp/main_content/000452793.pdf

業態別の取り組み

日本社会は今後人口が減少していくだけではなく、高齢化に伴い個人の行動範囲が狭まることで、商圏の縮小化が進むと考えられています。

ひとつの店で買い物を済ませたい「ワンストップショッピング」のニーズに対して、ドラッグストアは食品の取り扱いを強化することで好調な推移となっています。

ドラッグストア、スーパー、ホームセンターなど、業態の違いはもちろん、各商圏に住む人によっても「欲しい商品」は異なります。

あらたは、独自に構築したビッグデータ分析情報や、商圏分析情報を小売業様へ提供し、小商圏化に対応した企画提案などを実施していきます。

また、売り場の提案だけではなく、グループ会社のインスタマーケティングによる店頭実現、その後の売れ行きのチェック、フィードバック後の改善など、商品をお届けした後もPDCAサイクルを回し、小売業様の売上拡大に貢献しています。



株式会社インスタマーケティング

本社所在地 東京都江東区東陽6丁目3番2号
 イースト21タワー

代表者 代表取締役社長 太刀川 潤
 強み 「定期・定人・定店」の店頭支援
 および電通グループとの協業により、
 ①売場を作成・管理
 ②売場の分析・提案
 ③店頭とメディアをつなぐ
 ④商品拡売による社会貢献
 4つのソリューションを提供。
 小売業様とメーカー様双方のコスト削減・
 売上拡大に貢献。

2. 未来への布石を打つ

現在のあらたの領域である日用品・化粧品卸売業の枠を超え、「メーカー」「異業種卸」「小売業」「海外」を視野に入れ、成長につながるさまざまな布石を打ち、未来へのベクトルを探ってまいります。



海外事業

日系企業の海外展開が拡大する中、あらたのお取引先様のグローバル化も急速に進んでいます。中でもアジアは日本製品に対する需要が高く、今後の成長が見込める市場です。

あらたは、これまで培ってきた機能を活かし、中国およびタイへ進出しています。

現在は中国とタイに設立した現地法人が中心となり、現地の商習慣に合わせた事業を展開するべく、パートナーシップを結ぶ候補企業との交渉を進めています。また、タイにおいては日系の小売業様の進出とともに卸売事業を展開しており、化粧品を中心とした人気の高い日本製品を現地市場へ提供しています。

近年需要が高まっている越境ECの面では、中国の越境EC事業者様との取引が中心となっています。中国企業が設立した日本の現地法人に商品を卸す形で取引を行っており、国内におけるeコマース同様、多くの引き合いをいただいています。

今後、特に中国においては、IT化の進展とともにリアル店舗よりもネット企業がさらに隆盛していくことが考えられます。越境ECを含めネット企業との取引拡大に重きを置いた取り組みを進めていきます。タイにおいては、日系企業のほか現地の小売業様にも販売先を拡大することを目指しています。

中長期的には中国・タイでの事業の進捗に応じて、ASEAN全域への事業展開も視野に入れています。また、卸機能の海外展開だけでなく、小売機能・製造機能を持つことで、現地の流通・小売市場におけるプレゼンスの向上も検討しています。

eコマース

eコマース市場は年々拡大しており、2017年の日本国内の消費者向けeコマースの市場規模は、16.5兆円となっています。

現在、国内におけるeコマースは日用雑貨・化粧品を中心に取り扱っています。

ECサイトなどインターネットでの販売では実店舗とは異なり、商品の置き場所の制約がありません。その代わりに豊富な品揃え、取り扱い商品の多さが求められます。

あらたは12万アイテムを取り扱う強みを活かしながら、重い・かさばる・取り扱い店舗が少ない商品など、eコマース特有の需要に対応するため、情報システムや物流機能拡充のための投資を計画的に実施していきます。

また、あらたが長年蓄積してきた実店舗での商品情報は、eコマース事業者様にとっては非常に有益なマーケティング情報であり、あらたによる商品提案に対する期待も寄せられています。

世界のBtoC EC市場の成長率(2017年)

	国名	市場規模(US億ドル)	対前年比
1	中国	11,153	35.1%
2	米国	4,549	16.3%
3	英国	1,126	17.1%
4	日本	953	6.0%
5	ドイツ	651	11.3%
6	韓国	563	20.9%
7	フランス	488	16.9%
8	カナダ	340	29.9%
9	オーストラリア	215	12.3%
10	インド	209	42.1%

出所：eMarketer, Feb 2018より作成(旅行、チケットを除いた金額)



自社開発製品

あらたは、消費者のライフスタイルに新しい付加価値を提案するプライベートブランド(PB)の商品開発を行っています。

当初はPBの名称を「addgood」として、経済性・収益性の観点からPBを持つことが難しい小売業様のご要望に応える形で、全国の小売業様で陳列できる汎用商品を中心に開発・展開を始めました。製造はメーカー様へ委託することにより、メーカー様に対しても製造設備の安定稼働に寄与することができています。メーカー様・小売業様・あらたの三者に付加価値

を創出することができるのが、あらたの自社商品開発の特徴であり強みだと考えています。

現在450種類以上のアイテムを揃えており、カテゴリー別にブランド化して展開しています。

今後も売上拡大を図るとともに、小売業様の販売単価の向上に貢献できる高付加価値商品の開発に取り組んでいきます。

今後は小売業様への導入拡大のため、あらたのPBを代表するような「パワーアイテム」の開発も進めていきます。

ブランド紹介



(クレシュ)
化粧品全般



(クレヴィ)
化粧小物・
トラベル容器類

CARELAGE

(ケアレージュ)
衛生用品関連



(ファブラッシュ)
衣料用洗剤・
柔軟仕上げ剤



(ウォッシュラボ)
台所洗剤関連



(ハウスラボ)
住居用洗剤関連・
家庭用品・ペット用品

商品紹介



cureamino(キュアミノ)
リバイタライズシャンプー

cureamino(キュアミノ)
リバイタライズコンディショナー

味の素ヘルシーサプライとの共同開発商品。髪への優しさを基本に、ダメージや酸化から守ることをコンセプトとして生まれた、抗酸化[※]+アミノ系シャンプー&コンディショナーです。

※製品の酸化を防ぐ保湿成分(ヒスチジン)配合



fabrush消臭スプレー
(衣類・布用)



パーフェクトグラフト・消臭。
空間用ジェル

悪臭分子を化学反応によって無臭化する特許技術「グラフト重合法」で、悪臭を科学的に吸着・分解。ニオイが気にならない物質に変化させます。
特許番号:第5322360号

3. 経営基盤のさらなる強化

サプライチェーン全体の最適化のために

いつ・どんなときも・確実に日本全国の小売業様のもとに商品をお届けすることがあらたの物流の使命です。「主体性を持ってサプライチェーンの全体最適をコーディネートすることが卸売業の重要な役割」という考えで、サプライチェーン全体の最適化を追求するさまざまな挑戦を行っています。

物流センターへの投資

あらたの物流拠点は、年間出荷額150億円以上の大型物流センター11カ所を中心に全国規模でネットワーク基盤を確立しています。大型物流センターにはパレット自動倉庫①を導入しています。自動倉庫からケースで出荷される商品はケースソーターに送られ、企業・配送ルート・店舗別にまとめられます。

一方、ケース単位未満で出荷される商品は、バラフロアにおいてハカリつきカート「AiMAS(アイマス)」②でピッキングが行われます。商品のバーコードをスキャンすることで「商品違い」を、ハカリの重量検知で「数量違い」を、どのハカリが検知したかで「納品先違い」を防ぎ、誤配送率10万分の1未満の超高

精度な出荷を実現しています。

「AiMAS」でピッキングが完了したオリコンは、オリコン自動倉庫③で一時保管され、ケース商品と同様に、企業・配送ルート・店舗別にまとめられ、小売業様へと届けられます。

また、小売業様からの返品は、全国に10基ある返品ソーター④でメーカー別・商品別などの設定に応じて仕分け、効率的な返品作業を行っています。

大規模な物流装備によってメーカー様、小売業様のニーズに寄り添い、正確で高品質な物流サービスを提供できるよう、継続して物流センター、およびマテハン機器への投資を行っています。

この10年間で、埼玉センター(08年)、千葉センター(08年)、石狩センター(11年)、江南センター(13年)、北上センター(15年)と大型物流センターを開設し、2018年6月4日に九州南センターが稼動しました。

九州南センターは、九州エリアのBCP(事業継続計画)だけではなく、今後さらに深刻になる人手不足対策としての物流機器導入拠点としても重要な位置づけとなっています。

また今後は、最大市場の首都圏の売上増加に対応するため、2021年の稼動を目指した土地の取得計画および構想プロジェクトもスタートしています。

あらたの物流ネットワーク

江南センター／中部地区



和泉センター／関西地区



九州北センター／中国・九州地区



九州南センター／九州地区



埼玉センター／東京都・埼玉県



神奈川センター／南関東地区



横浜センター／神奈川県・東京都



石狩センター／北海道全域



北上センター／北東北地区



つくばセンター／東関東地区



千葉センター／千葉県・東京都



「物流機能」

物流の環境変化への対応

人手不足やeコマース市場の拡大など、物流を取り巻く環境は大きく変化しています。効率性の向上・多様なニーズへのきめ細かな対応が求められる中、IoT、AIを活用した受発注・在庫・配送管理技術や、倉庫内作業ロボットなどの先進的な物流機器も次第に浸透し始めています。

この環境変化の中で、九州南センターにAI技術を搭載した「デパレタイズロボット」(⑤)を当社として初めて導入しました。これはロボットに搭載したカメラが大きさの異なる段ボールを認識し、自動で商品補充を行うもので、ロボットの活用による省人化が期待されており、他センターへの導入も検討しています。

また、ニーズの多様化により、物流スタッフにはより高いレベルの知識・技術力が求められています。メーカー様、小売業様それぞれの状況を理解し、受託物流の拡大による食品・医薬品を含めた豊富なカテゴリー知識や、さらに海外輸出に関する知識も必要となっています。このため、あらたでは人材育成強化として、ビジネス・キャリア検定(中央職業能力開発協会)の「2級・3級ロジスティクス管理」「ロジスティクスBASIC級」の受験を推進し、2017年度には約150人が合格しています。先進の物流機器の導入により身体的負担を軽減すると同時に、技能習得のサポートをすることで、さらに加速する環境変化への対応ができる人材育成へとつなげる考えです。



①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



②AiMAS
全国2,525台導入の重量検品
機能付ピッキングカート



③オリコン自動倉庫
ランダムに搬送されたオリコンを
企業別などに荷揃え



④返品ソーター
返品商品をメーカー別などの
設定に応じて仕分け



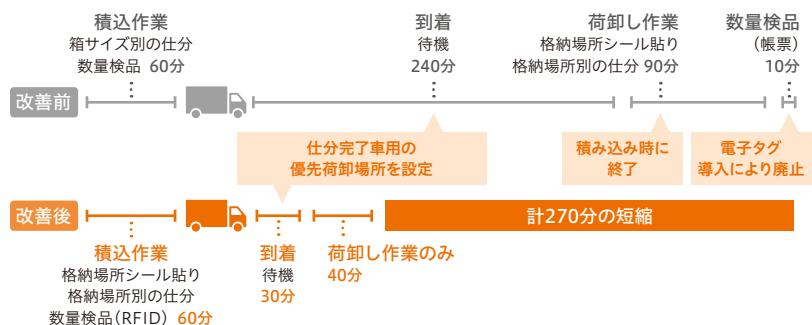
⑤デパレタイズロボット
搭載されたAIが
商品を識別して補充を行う

物流拠点におけるトラック納品時の待機削減の取り組み

物流拠点での納品車両の長時間待機(ドライバーの長時間労働)が社会的な問題になっています。待機時間の削減のため、あらたはメーカー様や物流業者様と協働し、新たな挑戦を進めています。そのひとつが「入荷合理化システム」の導入です。

事前情報による仕分け作業の効率化、入庫時間予約、自動検品などの施策により、入荷・検品・仕分け・搬送までの時間を大幅に短縮する仕組みで、愛知県の江南センターで実証実験を行い、成果をあげています。

この成功事例は2018年2月15日に首相官邸で開かれた「生産性向上国民運動推進協議会」において発表されるなど、政府も関心を示しており、近い将来、物流現場に広がっていく可能性のある有用な取り組みとなりました。



3. 経営基盤のさらなる強化

中期経営計画における位置づけ

「あらたセカンドステージ」で さらなる高みへ

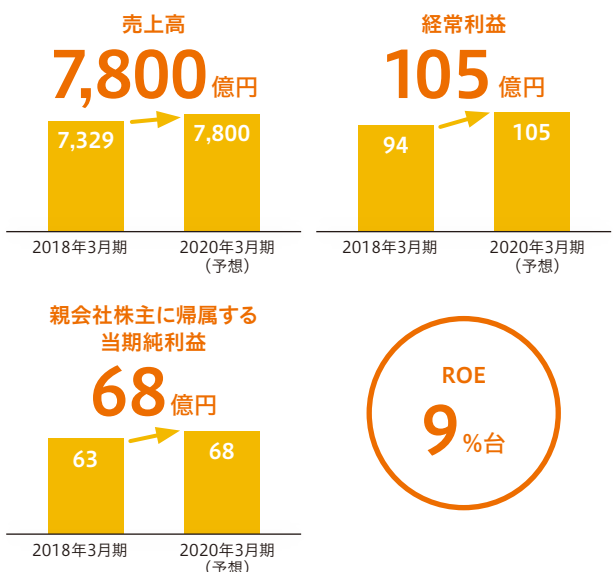
2017年3月期を最終年度とした前中期経営計画では、消費税増税やインバウンドなど環境変化が激しい中、

- (1)収益性の向上
- (2)生産性の向上
- (3)人事・福利厚生・研修育成制度の充実
- (4)ガバナンス体制の強化

の4つを基本戦略として着実に歩んでまいりました。最終年度においては、前期に引き続き過去最高となり、上方修正した中期経営計画目標も達成することができました。

当社はさらに、2018年3月期をスタートとする新中期経営計画を策定し、これまでを「あらたファーストステージ」、これからを「あらたセカンドステージ」と位置づけ、セカンドステージの中期経営計画では、3つの基本戦略のもと、具体的な数値目標として、売上高7,800億円、経常利益105億円、親会社株主に帰属する当期純利益68億円、ROE9%台を掲げています。

中期経営計画 最終年度(2020年3月期)目標数値



経営の安定性、効率の向上

総資産の圧縮による キャッシュ・フローの改善

本業の収益力の強化に合わせて、財務の視点で経営効率の向上に取り組んでいます。

主要KPIはROAに置き、売上債権、商品在庫、仕入債務の回転日数の改善に着手し、総資産の圧縮を図っています。

目的は債権、債務のバランス改善によりキャッシュ・フローを向上させ、有利子負債を削減しD/Eレシオをより健全な水準に置き、経営安定性、効率性を高めることにあります。

新発注システムにより仕入発注の精度を高めて余剰在庫を抱えることがないように業務を見直し、営業活動と連携して売掛金のサイト短縮に取り組み、仕入債務に関してはメーカー様との取り組み強化を通じて適切な買掛金の支払いサイトの実現に向けて活動しています。

このように債権・債務の流動性を見直す活動によりフリー・キャッシュ・フローを増加させ、最新のITによる物流機能と営業機能の強化への投資を行ってまいります。

これらの収益を高める投資活動により、継続的に経営安定性、効率の向上を実現してまいります。

2017年3月期末(単位:百万円)				2018年3月期末(単位:百万円)			
流動資産	153,455	68.8%	流動負債	124,003	55.6%	流動資産	172,149
							70.4%
			固定負債	39,357	17.7%		145,831
							59.7%
固定資産	69,518	31.2%	純資産	59,613	26.7%	固定資産	72,231
							29.6%
総資産	222,974					総資産	244,381

受取手形及び売掛金	: 前期末比118.4%
有利子負債	: 前期末比84.4%となり87億円削減
支払手形及び買掛金	: 前期末比116.4%
収益増加	: 純資産は前期末比118億円増加

自己資本比率	: 29.2%(前期末比+2.5%)
ROE	: 9.7%(前期比+1.3%)
D/Eレシオ	: 0.66(前期末比-0.28)

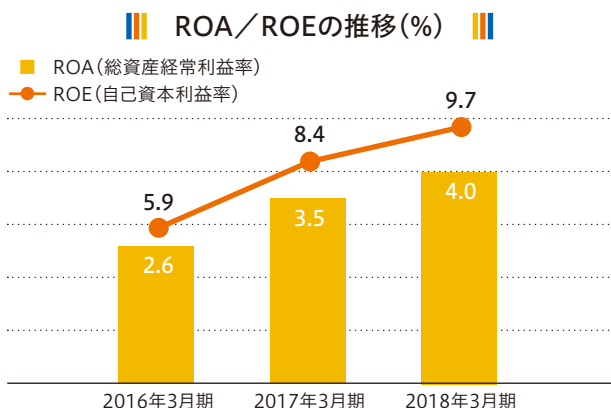
「財務・資本政策」

収益力の強化

さらなる収益拡大に向けて 取り扱いカテゴリーの拡大へ

中期経営計画の最終年度となる2020年3月期の経営目標値では、経常利益105億円、ROE9%台を掲げています。ROEの目標達成に向けて、経営効率の向上はもちろん、さらなる経常利益の伸長が必要だと考えています。

具体的な施策としては、家庭用品や一般医薬品の販売強化に取り組み、新しく中核を担うカテゴリーの拡充を検討しています。



配当方針

期末配当金は1株当たり5円の増配 安定した配当を継続的に実施

当社は、企業価値の継続的向上を図るとともに、株主様に対する利益還元を経営の重要課題として位置づけています。

このような観点から、剰余金の配当などの決定につきましては、当社を取り巻く経営環境や下記の方針によって実施することとしています。

配当につきましては、安定した配当を継続的に実施することを基本として、各事業年度の業績、財務状況、今後の事業展開などを総合的に勘案して、配当を実施しています。

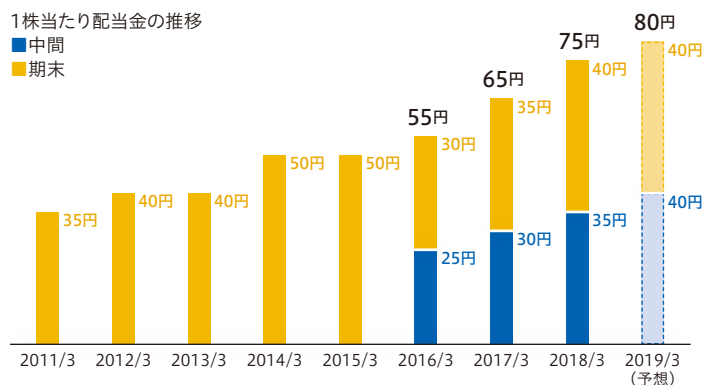
- 剰余金の配当時期：中間配当と期末配当の年2回
- 剰余金の配当等の決定機関：取締役会での決議

※当社は、2010年6月28日開催の第8期定時株主総会において会社法第459条第1項の規定に基づき、取締役会の決議をもって剰余金の配当等を行うことができる旨決議いただいております。これは、剰余金の配当などを取締役会の権限とすることにより、株主への機動的な利益還元を行うことを目的とするものです。

- 内部留保の用途：財務体質の強化、今後成長が見込める地域への設備投資やシステム統一など

株主還元について

1株当たり配当金の推移
■ 中間
■ 期末



- 安定した配当を継続的に実施
- 2018年3月期は増配、2019年3月期も増配予定

2018年3月末株価5,960円で試算・
1単元株(100株)を保有する場合

投資額 596,000円

1株当たり
配当金75円
(配当利回り1.26%)

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
クオカードを贈呈



※当社は、2015年8月1日付けで株式併合を行っておりますが、2011年3月の期首に株式併合を行われたと仮定して、1株当たり配当金を記載しております。

先見性と 持続的成長への大きな期待。 今、その真価が問われている。

上場企業としてはまだまだ若く成長途上にあるあらた。
大きな期待が持てると同時に、
先見性と成長力の真価が問われています。



社外取締役 中川 隆

1974年 4月 (株)富士銀行入行((株)みずほ銀行)
2002年 4月 (株)みずほ銀行京都支店長就任
2002年12月 みずほ証券(株)常務執行役員就任
2012年 6月 大阪証券金融(株)非常勤監査役就任
2015年 6月 当社取締役就任(現任)

■ ビジネスパーソンとしての信念、 確信に基づいて発言し、 企業価値向上に寄与したい。

私が社外取締役に就任したのは、東証一部上場から3年が経過した2015年ですが、当時、あらたが統合会社として非効率な経営になっていないかを懸念していました。地域商社の統合とは、多様な地域性を持つ企業の集合体を作ることであり、一体感を醸成し経営効率を高めるのは容易ではないと私自身の経験から感じていました。そうした中、「あらたポリシー」という理念があることはポジティブサプライズでした。集合体ゆえに、ひとつの理念・軸が定まっていることが企業の発展に重要ですから、期待できると思いました。

取締役会は当初に比べ、発言者の数や量が増え、改善したと感じています。私自身も、ビジネスパーソンとして40年以上の経験に基づく自分の信念、確信に基づいて発言させていただいています。特に、議長から社外取締役に意見を求める機会が多く、そこには社外の人間から最大限吸収しようという経営

トップの判断があり、良いスタンスだと思います。また、常勤監査役が2018年度から1名から2名体制となり、ガバナンスが強化されることも大きな前進です。ただ、取締役会ではもっと審議案件があっていいと思います。例えば2018年度にCSR本部が立ち上がりますが、こうした案件についても取締役が積極的に議論し、意思決定の質を高めていくことが重要だと考えています。

あらたは、東証一部上場企業として7年目、まだまだ若く成長途上にあります。大きな期待が持てると同時に、真価が問われてもいます。先進的な経営や事業戦略を打ち出している企業は数多く存在していますが、キャッチアップするだけではなく、自らがリードすることが重要になります。世の中をリードする先見性や、やると言ったことをすばやくやるという、スピード感を持って実現する意欲をさらに高めてほしいと考えています。そのために、私自身が積極的に問題提起することで、思考を深め議論を起こすきっかけを作っていきたいと思っています。自分の信念に基づいて発言し、あらたの持続的成長、企業価値向上に寄与していきたいと考えています。





10～20年先を見て、 今何をすべきかを発想する。

どういう会社になりたいのか、目標を立て、
これまでの発想を転換することが大切です。

社外取締役 青木 芳久

1974年 4月 伊藤忠商事(株)入社
2003年 6月 同社執行役員就任
2006年 4月 同社常務執行役員就任
2009年 4月 同社食料カンパニープレジデント就任
2009年 6月 同社常務取締役就任

2010年 4月 代表取締役専務執行役員 食料カンパニー
プレジデント就任
2015年 3月 同社顧問就任
2017年 3月 同社理事就任(現任)
2017年 6月 当社取締役就任(現任)

■異なる視点、 グローバルな視点から 発言することをプラスに

あらたの社外取締役に就任するにあたっては、スローガンに「世のため、顧客のため、わが社のため」という考え方が盛り込まれており、伊藤忠商事にいた私としては、同社の「三方よし(売り手よし、買い手よし、世間よし)」と同じ思想で、世の中に尽くしたいという考えに共鳴し、参画することにしました。

あらたの取締役会は、取締役それぞれがきちんと意見を言い、それをマネジメントがしっかり受け止めていて、とても開けた運営が行われていると思っています。私自身の役割としては、総合商社にいた経験、知見に基づき、社内とは異なる視点、グローバルな視点から経営を見て、発言していくことがプラスに働くと考えています。あらたは基本的にドメスティックな事業を展開しており、国内市場で積み上げてきたノウハウに基づいた事業手法をとっています。しかし、変化の激しい市場環境においては、目標を想定し、その達成のためには今何を

すべきかを定めることが重要で、こうした考え方を積極的に発信していきたいと考えています。

今後、社会や市場の変化は想定以上に速くなっていきますが、その動きに今、日本は立ち遅れています。あらたのマネジメントは、その認識を持ち、人材育成に取り組んでほしいと思います。あらたには能力のある人が多いので、さらに経験を積み、新しい視点でものごとを見ることができれば大きな成果が期待できます。

また、ポテンシャルが高く、少しアドバイスすればすぐに実行できているので、これをさらに拡充すれば、もっとおもしろいことができると考えています。

そのためには目標設定が重要です。人口減少など社会環境の変化により、卸だけのビジネスではいずれ限界がきます。あらたをどんな会社になりたいか、存続と発展のための基本的な考え方を定め、目標を立てることです。10～20年先を見て、今何をすべきかを考え、これまでの発想を転換することが大切です。統合会社の運営はときに厳しいものがありますが、セカンドステージはうまく進捗しており、今後のあらたの成長に期待しています。



取締役・監査役

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、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役会であると考えています。取締役および監査役の役割は、企業の健全で持続的な成長を確保し社会的信頼に応える良質な企業統治体制を確立することであると考えています。

社外取締役・社外監査役

当社は監査役会設置会社を採用するとともに、社外取締役を2名選任しています。これにより、取締役会に対して社外取締役が取締役の職務遂行に対する監督・助言・提言を行い、監査役が取締役の指示内容の適正、業務遂行の適正性を監査する

体制をとっており、現状の形が最良であると考えています。

社外取締役・社外監査役と当社との間に、人的関係および資本的関係または、取引関係その他利害関係はありません。

役員報酬

取締役の報酬については、経営環境、利益および貢献度を勘案して取締役会で判断するものと考えています。

また、監査役の報酬については、監査役会が独立的な立場で判断するものと考えています。

これに加え、社外取締役および監査役を除き、株式報酬制度として「株式給付信託(BBT)」を導入しており、役員退職慰労金制度を廃止し、取締役および執行役員等の報酬と当社の株式価値との連動制をより明確にし、株価上昇メリット・株価下落リスクを株主様と共有することで、中長期的な業績向上と企業価値の増大に貢献する意識を高めることとしています。

社外取締役・社外監査役の選任理由

役職	氏名	選任理由
社外取締役	青木 芳久	伊藤忠商事(株)において、代表取締役専務執行役員として企業経営全般を統括された経験を有しており、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・指摘を期待できる人材であることから、社外取締役として職務を適切に遂行できるものと判断しています。
	石井 秀雄	銀行や不動産、企業年金関連業務などさまざまな業界で活躍され、また日本インベスター・ソリューション・アンド・テクノロジー(株)においては取締役社長として企業経営全般を統括された経験を有しており、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・指摘を期待できる人材であることから、社外取締役として職務を適切に遂行できるものと判断しています。
社外監査役	平光 聡	公認会計士の資格を有しており、公認会計士としての専門的な見地からのアドバイスを期待しています。
	土井 隆	弁護士の資格を有しており、弁護士としての専門的な見地からのアドバイスを期待しています。

役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額および対象となる役員の員数

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)			退職慰労金	役員株式 給付信託 引当金	対象となる 役員の員数 (人)
		基本報酬	ストック オプション	役員賞与			
取締役(社外取締役を除く)	232	187	—	8	—	37	7
監査役(社外監査役を除く)	15	15	—	—	—	—	3
社外役員	24	24	—	—	—	—	5

■ 内部統制

業務の有効性および効率性、財務報告の信頼性、事業活動に関わる法令などの遵守および資産の保全を図るため、内部統制システムを定めています。

■ コンプライアンス

当社は、通報制度として、社内にホットラインを、社外に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などに関する社員などからの相談または通報に対して適正に対応し、不正行為などの早期発見と是正を図り、コンプライアンス経営の強化を図っています。

■ リスク管理体制

当社は各支社の独自性を重視しており、当社の経営目標に基づき、支社ごとに独自の経営方針を持っております。したがって支社ごとに発生するリスクに、どのように対処するかが重点課題となっています。

当社の業務遂行の統制組織として毎月開催している経営会議では、各支社からの業務遂行内容の報告と業績の報告を行い、経営目標の達成状況を確認・検討のほか、コンプライアンスの状況をチェックして不正やリスクの防止を行っています。

また、経営会議の議事については取締役会および内部監査室に報告しており、重要な事項については取締役会の審議を経て決定しています。

||| 下請代金支払遅延等防止法（以下「下請法」） 第4条第1項第3号違反による勧告 |||

当社は、2017年3月7日に公正取引委員会より下請法に基づく勧告を受けました。

これは、プライベートブランド商品の製造を委託しているお取引先様との契約に基づき金員を収受していた行為が、支払うべき下請代金の減額にあたりと判断されたものです。2017年1月1日以降、違反を是正するとともに指摘された金額の全額を3月7日までに返還しました。

今回の勧告を真摯に受け止め、勧告内容の徹底のため、弁護士による講義や公正取引協会への加入および講師による社内セミナーなどを実施するとともに、今後も定期的な開催を通じて全社員へ周知徹底を図ってまいります。



CSR本部の設立

2018年4月、社会貢献を強く意識した体制強化のため、CSR委員会を改めCSR本部を設立しました。CSR本部ではこれまで実施してきたCSR活動とともに、コンプライアンス、コーポレート・ガバナンスについても管掌します。活動の強化を通じて企業の社会的責任を果たし、さらなる持続的成長を目指します。

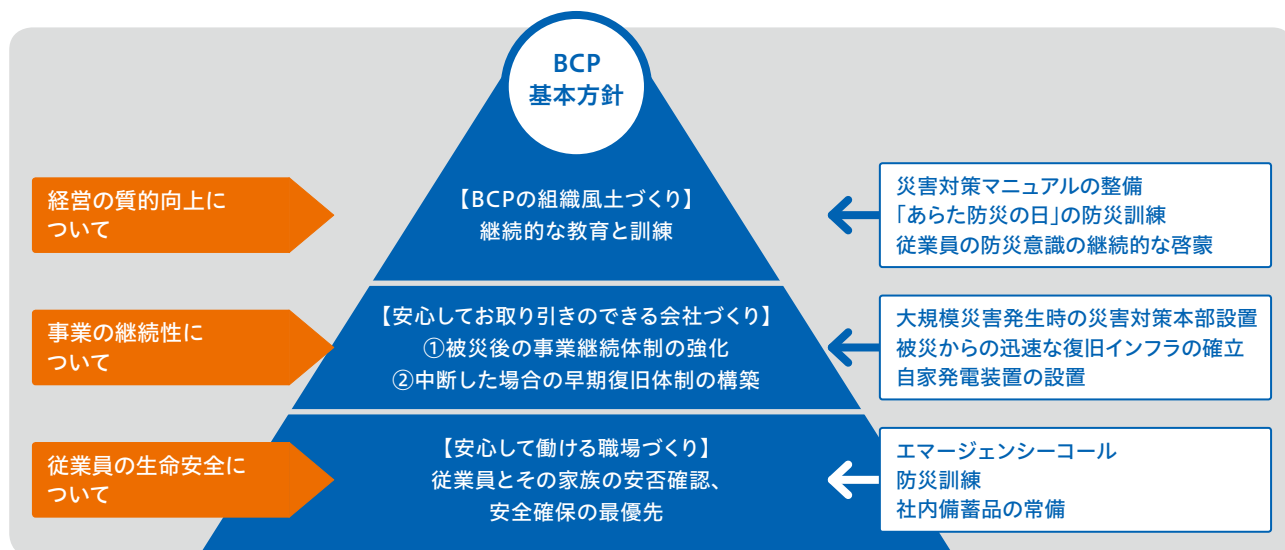
CSR重点項目

あらたや社会にとって重要性の高い取り組みについて、CSR委員会において議論を重ね、CSR重点項目を策定しました。21の取り組み項目に対し、あらたとしての「あるべき姿」を設定しています。今後、重点項目に基づいた目標管理を行い、具体的な施策を実行していきます。

関連項目	取り組み項目	あるべき姿
地球環境と向き合う		
	● 環境負荷の低減への取り組み	企業活動において、独自の基準による環境対策を実践することで、地球環境保全と経済的成長を両立した持続的発展可能な社会の実現に貢献している。
	● 環境配慮型卸への取り組み	地球環境に配慮した卸売業の確立を目指し、環境配慮を主眼においたサプライチェーンマネジメントの実現により、地球環境保全と経済的成長を両立した持続的発展可能な社会の実現に貢献している。
	● 環境マネジメントへの取り組み	環境活動のPDCAが回る仕組みを構築・運用し、確実な環境負荷低減を実施することで、地球環境保全と経済的成長を両立した持続的発展が可能な社会の実現に貢献している。
企業姿勢と向き合う		
	● コーポレート・ガバナンスへの取り組み	透明性のある企業経営・積極的な情報開示で、企業の成長発展・社員の幸福・社会的責任を達成している。
	● 健全な企業風土への取り組み	企業理念、企業倫理に則って全役員、全社員が行動するための具体的な仕組みとして「あらたポリシーズ」「あらた企業行動指針」をあらたグループに浸透させている。
	● 知的財産の保護への取り組み	当社の知的財産権の保護と自社および他社の知的財産権の保護尊重を浸透させている。
	● 公正な競争取引への取り組み	競争・取引に関わる法令を遵守し、公正かつ公平な取引を行うことで正しい企業経営を推進している。
	● コンプライアンスへの取り組み	「あらたポリシーズ」「あらた企業行動指針」および関連規程「内部者取引管理規程」などをあらたグループに徹底することで正しい企業経営を推進している。
	● 内部統制整備への取り組み	予測されるリスクについて分析し、そのリスクの予防や回避策として内部統制システムが機能することで、正しい企業経営を推進している。
	● 情報セキュリティへの取り組み	サイバー攻撃への対応や情報漏洩対策など、セキュリティ管理を厳重に行い、火災や災害時においても事業継続できる体制を整えることで、ステークホルダーからの信頼を得ている。
ステークホルダーと向き合う		
	● サプライチェーン全体の効率化を図る取り組み	サプライチェーン全体の効率化を実現することで、すべてのステークホルダーにとって快適な生活を創造している。
	● 公正なマーケティング・情報開示への取り組み	すべてのステークホルダーに適切な情報を積極的に正しく提供することで、快適な生活をおくるための支援を行っている。
	● ステークホルダー全般への取り組み	ステークホルダーエンゲージメントを通じてステークホルダーのニーズを把握し、企業活動に反映することで信頼関係を構築している。
	● 株主への取り組み	株主の信頼に応える成長を維持し、業界一級の利益還元を維持している。正しい企業経営の推進のために、責任の明確化と経営能力の向上に努めている。積極的な経営情報の開示を行い、信頼される企業経営の推進に努めている。
	● 人権の尊重・差別の禁止への取り組み	職場における人権意識の啓発に努め、社員一人ひとりの個性や能力を尊重する職場風土づくりを進めることで、差別のない明るい社会の実現に貢献している。
	● 多様性の尊重への取り組み	年齢・性別・国籍・雇用形態の違い・障がいの有無を超えて、互いを信頼し、尊重し合ってともに働いている。
	● 働きやすい職場づくりへの取り組み	自主性を重んじた公正なる自己実現の場の提供と、「夢」を描き、「自信」と「誇り」が獲得できる企業文化を醸成している。また、互いの価値観を尊重し、自由で豊かな人間集団を形成している。
	● 労働安全性への取り組み	社員の健康・安全を最優先した環境を整えるとともに、快適な環境を提供している。
	● 人材活用・人材育成への取り組み	現状に満足することなく自己の能力向上に努め、絶えず新しいことへ挑戦し続け、流通業界をリードする集団を形成している。
社会と向き合う		
	● 社会貢献活動への取り組み	地域・社会のニーズに応じた活動で、子供からお年寄り、文化活動やスポーツ活動などに貢献することで、信頼関係を構築し、健全で活力ある社会・人々の健康衛生水準の向上に貢献している。
	● BCP・IT-BCPへの取り組み	生活必需品を取り扱う当社の役割を認識し、災害時や危機などがあるときにも社会へ貢献し続けている。

■ 社会への貢献

あらたは、大地震などの自然災害、あるいはその他の甚大な被害をもたらす危機が発生した場合、人命の安全と卸売業の社会的使命を果たすため、以下のような基本方針を定め、事業継続計画(BCP)を策定しています。



非常時も安定取引を実現するシステムの構築

● IT - BCP

商品をお届けするため、大切な情報資産とそのネットワークを災害から守り、被災からの復旧を迅速に行うための体制を構築しています。バックアップセンターを新設し、万一の災害にも備えています。

● 非常時の情報連携による安定供給への取り組み

東日本大震災発生時、あらたは、取引先小売業様から不足している商品の情報を、メーカー様からは損害を受けた生産・在庫状況の情報をあらたに集約し、必要な場所へ商品をお届けする対応を行いました。今後は、このような事態が発生することを想定して、メーカー様などに対応について事前協議し、非常時には迅速にあらたが物流のハブとなる体制がとれるよう、社外とも連携して対策を進めています。

■ 環境への貢献

あらたは、環境への取り組みとして環境省の推進する「3R」の活動に賛同しています。消費者の皆様へ「Reduce」=「ごみを減らすこと」につながる商品を選んでいただくための取り組みを、小売業様、メーカー様と共同実施しています。

● 「3R」とは？

Reduce(リデュース)、Reuse(リユース)、Recycle(リサイクル)の3つの英語の頭文字を表し、3つのRに取り組むことでごみを少なくし、地球の限りある資源を有効に繰り返し使う社会(=循環型社会)を目指す活動です。



2017年より「選ぼう! 3Rキャンペーン」というタイトルで環境省と連携し、全国のスーパーマーケット、ドラッグストアなど19企業、約1,150店舗にて対象商品の販売キャンペーンを実施しました。今後も取り組みを継続させるべく、2018年3月7日には環境省の伊藤忠彦副大臣とメーカー様との間で調印式が開催され、あらたからは会長の畑中が参加しました。



調印式には伊藤副大臣およびメーカー様5社、スペシャルサポーターの「仮面女子」、あらた会長の畑中が参加しました。

中長期的な企業価値向上を実現していく上で、人材は最も重要な財産のひとつだと考えています。

あらたは、一人ひとりの強みを発揮できる人事制度の構築など、

組織の持続的な成長を支える人材への取り組みに力を入れています。

■ 人事制度の再構築

人口減少や少子高齢化が進む中、一人ひとりの働き方が多様化してきています。あらたは、多様な働き方の実現を目指すとともに、業務に熱意や意欲がある社員がそれぞれの強みを発揮できる職場環境を整えていきたいと考えています。

そのために、これまで運用してきた人事制度の再構築を2018年度から実施する予定です。具体的には、職種に見合った報酬水準の設定や人事評価のあり方を検討していきます。専門的な能力が求められる分野については、その分野固有の報酬体系で評価するというように、職種ごとに分化した報酬体系を採用し、各分野の社員が適切な評価・報酬が受けられるような制度へと見直しを図っていきます。

また、意欲や熱意がある社員が年齢を気にすることなく働き、自身の能力を十分に発揮することができるよう、定年制の検討も行います。全社員一律の60歳定年を見直し、定年の上限を70歳まで引き上げ、60～70歳までの期間は社員自身が働き方を選択できるような仕組みを検討しています。

採用については、勤務地を限定したエリア採用や、会社経営の高度な専門的知見を有したマネジメント人材の採用など、既存の制度にとらわれない枠組みの議論を進めています。

社員一人ひとりの「働きたい働き方」に見合った制度設計を進めることで、社員の能力開発の促進やモチベーションの向上を目指していきます。

■ 女性活躍の推進

女性社員の意欲と能力を活かすことは、あらたの持続的な成長にとって重要です。女性特有のライフイベントと仕事との両立ができ、当たり前働き続けることでキャリア形成ができる環境づくりに注力しています。

具体的には、出産による休職期間の延長や、職場復帰した後も無理なく働き続けられるような仕事や体制が整った部署の新設などを推進していきます。

女性活躍推進法に基づく行動計画

2018年4月に「女性活躍推進法に基づく行動計画」を策定しました。

[目標] 管理職に占める女性割合について
5年間で1.5倍を目処とする。

[目標達成のための取り組み]

- ① 女性採用率UPを図る
- ② 管理職育成を目的としたキャリア研修を実施
- ③ 働き方改革に向けた取り組みを実施する

■ グローバル採用

あらたは海外に事業を拡げており、中国およびタイに子会社を設立しています。今後も事業のグローバル化を進めていく上で、現地での採用を含む、多様な人材の登用が不可欠と考えています。現在、タイの現地法人を中心にローカルスタッフを数名採用しており、本社でも外国籍社員の採用を行っています。今後は職場環境の充実を前提に、物流拠点における外国籍のパート社員の採用も検討していきます。多様な人材の交流による既存の価値観にとらわれないイノベーションの創出を目指し、グローバル採用を推進していきます。



会社情報・株式情報

● 会社概要

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	7,026百万円(2018年3月末)
上場取引所	東京証券取引所(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	2,096人(連結3,023人)
WEBサイト	http://www.arata-gr.jp/

● 役員一覧 (2018年6月27日現在)

代表取締役会長	CEO	畑中伸介
代表取締役社長執行役員	COO 兼 営業統括本部長	須崎裕明
代表取締役副社長執行役員	管理本部長	鈴木洋一
取締役常務執行役員	ロジスティクス本部長	小野雄三
取締役常務執行役員	事業開発本部長 兼 開発戦略部長	振吉高広
取締役常務執行役員	営業本部長	表 利行
取締役	ジャベル(株)代表取締役会長	片岡春樹
社外取締役		青木芳久
社外取締役		石井秀雄
常勤監査役		伊藤幹久
常勤監査役		齊藤武敏
社外監査役		平光 聡
社外監査役		土井 隆

※取締役 嶋脇明、社外取締役 中川隆は2018年6月27日の株主総会終結をもって退任。

● 沿革

2002年 4月	ダイカ株式会社、伊藤伊株式会社、株式会社サンビックと共同で持株会社、株式会社あらたを設立し、ジャスダックに上場。
9月	株式交換により徳倉株式会社を子会社とする。
2004年 4月	持株会社から事業会社へ移行。
6月	本店を東京都港区より千葉県船橋市に移転。
8月	株式交換により株式会社木曾清を子会社とする。
2005年 4月	子会社である株式会社木曾清、株式会社木曾清サービス、株式会社ドルフと合併。
12月	株式交換によりジャベル株式会社を子会社とする。
2006年 10月	株式会社シスコと合併。
11月	株式会社電通の100%子会社である株式会社電通テック、日本電気株式会社、大日本印刷株式会社の3社と共同で株式会社電通リテールマーケティングを設立。
2007年 4月	子会社として株式会社インストアマーケティングを設立。
12月	資本効率の改善および株主様への利益還元を目的として自己株式の取得を行い、公開買付で4,066,750株を取得。
2008年 9月	シーエス薬品株式会社、株式会社サイバーリンクス、日本総合システム株式会社と共同で、棚割用商品情報を配信するサービスを開始。
2010年 3月	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。
2011年 3月	東京証券取引所市場第二部に上場。
2012年 2月	子会社として中国上海に凱饒泰(上海)貿易有限公司を設立する。
3月	東京証券取引所市場第一部に指定。
8月	市野株式会社(現株式会社リビングあらた)の株式を取得し子会社とする。
2013年 10月	子会社としてタイバンコクにARATA(THAILAND)CO., LTD.を設立。
2014年 7月	本店を千葉県船橋市より東京都江東区に移転。
2015年 3月	タイバンコクにサハグループと合併会社SIAM ARATA CO., LTD.を設立。
2016年 6月	120%コールオプション条項付第1回無担保転換社債型新株予約権付社債を発行。

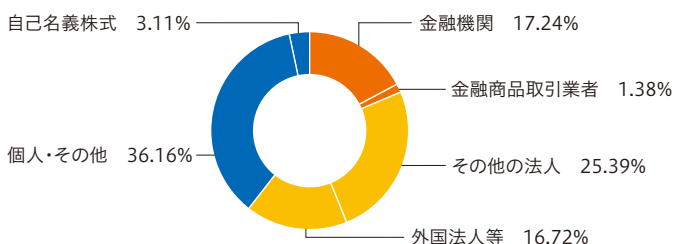


● 株式情報 (2018年3月31日現在)

[株式の状況]

発行可能株式総数 30,000,000株
発行済株式総数 17,417,840株
株主数 3,454名

[株主構成比]



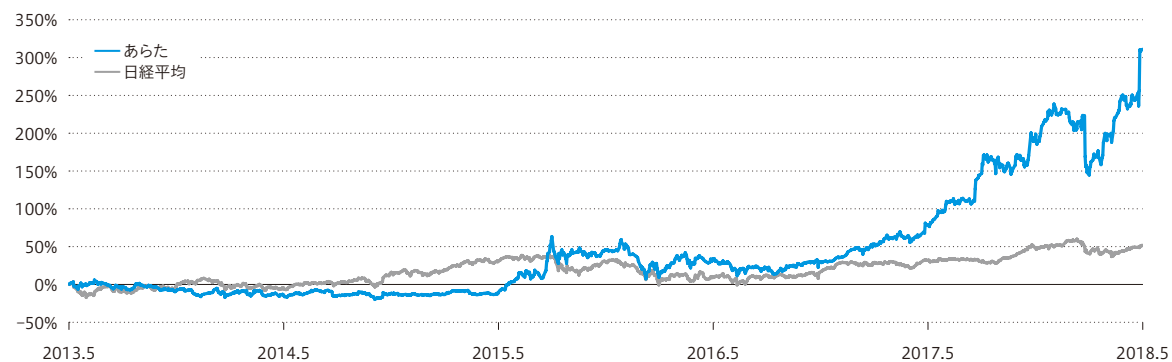
[大株主の状況]

株主名	所有株式数(千株)	持株比率(%)
音羽殖産株式会社	1,081	6.41
あらた社員持株会	1,055	6.25
ライオン株式会社	721	4.27
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社	646	3.83
日本マスタートラスト信託銀行株式会社	627	3.72
畑中伸介	461	2.73
GOVERNMENT OF NORWAY	384	2.27
合名会社木曽清商店	344	2.04
株式会社ベッツ・チョイス・ジャパン	240	1.42
ユニ・チャーム株式会社	225	1.33

(注) 1. 当社は自己株式を542千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。

2. 持株比率は、自己株式を控除して計算しております。

[株価推移]



※2013年5月の株価を基準とした推移

● Webサイトのご案内

コーポレートサイト <http://www.arata-gr.jp/>
株主・投資家情報 <http://www.arata-gr.jp/ir/>

