

# INTEGRATED REPORT 2024

アルビス株式会社 統合報告書



# アルビスグループが目指すもの

「食」の楽しみや喜びを通じて、健康で豊かな地域社会に貢献することを私たちの理念としています。  
この理念を追求する上でのマイルストーンとして、アルビスグループ「VISION2034」を策定し、その実現に向けて取り組むべき重要な社会課題を「5つのマテリアリティ（重要課題）」として特定しました。

「ありたい姿」に向けて  
解決すべき社会課題  
5つの  
マテリアリティ

2034年における  
「ありたい姿」  
VISION2034

企業における存在意義  
企業理念

理念

企業理念

食を通じて 地域の皆様の  
健康で豊かな生活に貢献します

経営理念

より新鮮で より美味しく 安全な商品をお  
値打ち価格でお届けします

VISION2034

笑顔あふれる幸せな食卓と健康をサポートし、地域と共に成長する価値創造企業

5つのマテリアリティ  
(重要課題)

お客様とつなぐ



▶ P.11

生産者とつなぐ



▶ P.16

従業員とつなぐ



▶ P.17

地域とつなぐ



▶ P.19

未来へつなぐ



▶ P.21

# 目次

## Introduction

- 1 アルビスグループが目指すもの
- 2 目次
- 3 トップメッセージ
- 4 アルビスのあゆみ
- 5 事業エリアと物流網
- 6 社長インタビュー

## Our Essence

- 9 価値創造プロセス
- 10 マテリアリティ

## Our Strategy

- 11 マテリアリティ1 お客様とつなぐ
- 16 マテリアリティ2 生産者とつなぐ
- 17 マテリアリティ3 従業員とつなぐ
- 19 マテリアリティ4 地域とつなぐ
- 21 マテリアリティ5 未来へつなぐ
- 24 気候関連情報開示TCFD
- 25 コーポレートガバナンス
- 27 社外取締役対談
- 29 財務情報・非財務情報
- 31 会社情報

### 編集方針

アルビスグループは、ステークホルダーの皆様へ、社会的価値と経済的価値の両立を追求し、持続的に成長する姿をご理解いただくため、「統合報告書2024」を発行しました。初めての発行となる「統合報告書2024」は、当社が大切にしている価値観や目指す姿、今後の経営計画等、中長期的な企業価値向上の為の方針や取り組みを掲載しています。

### 報告対象範囲

アルビス株式会社を中心としたグループ会社の活動

### 報告対象期間

2023年4月～2024年3月(一部、対象期間以前、以降の情報も含んでいます。)

### 将来の見通しに関する注意事項

本報告書中の2024年4月以降の業績予測及び事業計画についての記述は、制作時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予測であり、潜在的なリスクや不確実性その他の要因が内包されています。従って、様々な要因の変化により、実際の業績は、見通しと大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

## トップメッセージ

変革を加速し、経営基盤を強化することで、アルビスグループは、2034年に地域と共に成長する『価値創造企業』に生まれ変わります。



代表取締役社長

池田 和男

アルビスグループは企業理念である「食を通じて地域の皆様の健康で豊かな生活に貢献します」のもと、10年後の2034年のありたい姿として、「笑顔あふれる幸せな食卓と健康をサポートし、地域と共に成長する価値創造企業」を目指して、変革のための挑戦を続けています。新型コロナウイルス感染症が5類へ移行後も、ウクライナ情勢やガザ情勢を含む地政学的危機が生じ、食糧生産や調達問題が顕在化しています。その中で2024年1月に発生した能登半島地震は、人が生きていく上で欠かせない「食」のインフラを担う企業グループとして、食の安定調達・安定供給の重要性を再認識した年でした。社会的使命を果たすとともに、環境に配慮しながら持続的成長を果たす企業グループへとさらに進化しなければならないと決意を新たにしました。

そこで10年後のビジョン実現に向けて、5つのマテリアリティを特定しました。マテリアリティを推進する上での課題の1つはサステナビリティ意識の浸透です。当社グループは2021年から「つなぐアルビス」をキーワードに全員参加型で推進するサステナビリティに関する取り組みを始めました。人生100年時代に向けた健康への対応や環境負荷低減を広く社会に訴求し、消費者だけでなく従業員の意識改革にもつなげてきています。

将来予測が困難な時代ではありますが、構造改革を進めつつ、既存事業の深化と新規事業の創出を図っていきます。これを実行していくためには従業員の力が不可欠です。従業員が働きがい、やりがいを感じられる職場環境の実現のために、従業員エンゲージメントを高めていきたいと考えています。こころもからだも健康で安心して働ける組織体制と、一人ひとりが能力を発揮でき、今できる最高のパフォーマンスを全力でやり切る、そんな仲間が増えていくことを願うとともに、私はそういう人が集う会社を作りたいと考えています。

これからも当社グループの挑戦に期待していただくとともに、変わらぬご支援をお願い申し上げます。

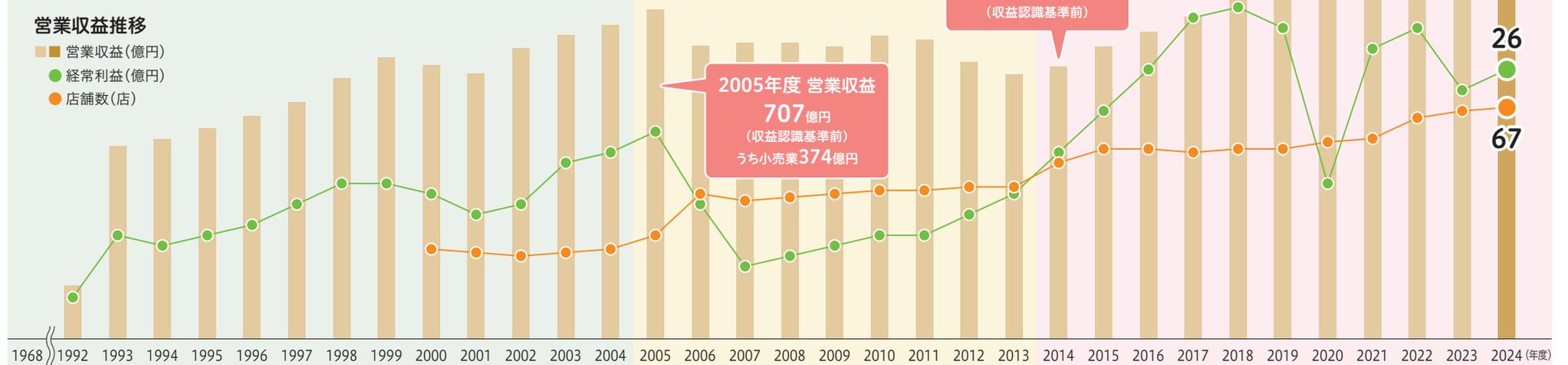
## アルビスのあゆみ

### 「食」と「健康」に貢献してきたアルビスグループ

当社グループは、1968年に富山県の小売店が集まりボランティアチェーン本部として「北陸チュールリップチェーン株式会社」を設立した時から始まります。1992年には北陸チュールリップチェーン株式会社の小売部門から独立した「株式会社チュールリップ」を本部に吸収合併し、小売機能を持った食品総合卸売会社「アルビス株式会社」が誕生しました。その後、徐々に卸売事業から小売事業へ移行し、2014年には小売事業に完全に転換しました。転換後は「食」と「健康」を通じて社会課題の解決に貢献しながら事業を拡大しておりこれからも地域の皆様の健康で豊かな生活に貢献する、持続的成長力のある企業を目指していきます。

#### 営業収益推移

- 営業収益 (億円)
- 経常利益 (億円)
- 店舗数 (店)



#### 1968年～ 創業期 ボランティアチェーン本部として成長

- 1968年 北陸チュールリップチェーン株式会社 設立
- 1985年 北陸スーパー本部株式会社へ商号変更
- 1992年 株式会社チュールリップを吸収合併しアルビス株式会社に商号変更
- 1994年 石川県金沢市に県外初出店
- 1995年 名古屋証券取引所 市場第二部上場



#### 2005年～ 転換期 小売業をコア事業に

- 2005年 福井県越前市初出店 小売業4社を子会社化
- 2009年 富山県内の店舗屋号を「albis」に統一 小売業2社を子会社化
- 2011年 石川県内の店舗屋号を「albis」に統一



#### 2014年～ 成長期 セグメントを完全に小売業へ

- 2014年 東京証券取引所 市場第二部上場
- 2015年 東京証券取引所 市場第一部上場 (現プライム市場)
- 2016年 三菱商事株式会社と包括的業務提携締結
- 2019年 アルビスプロセスセンター稼働開始 岐阜県美濃加茂市に初出店
- 2021年 愛知県名古屋市に初出店



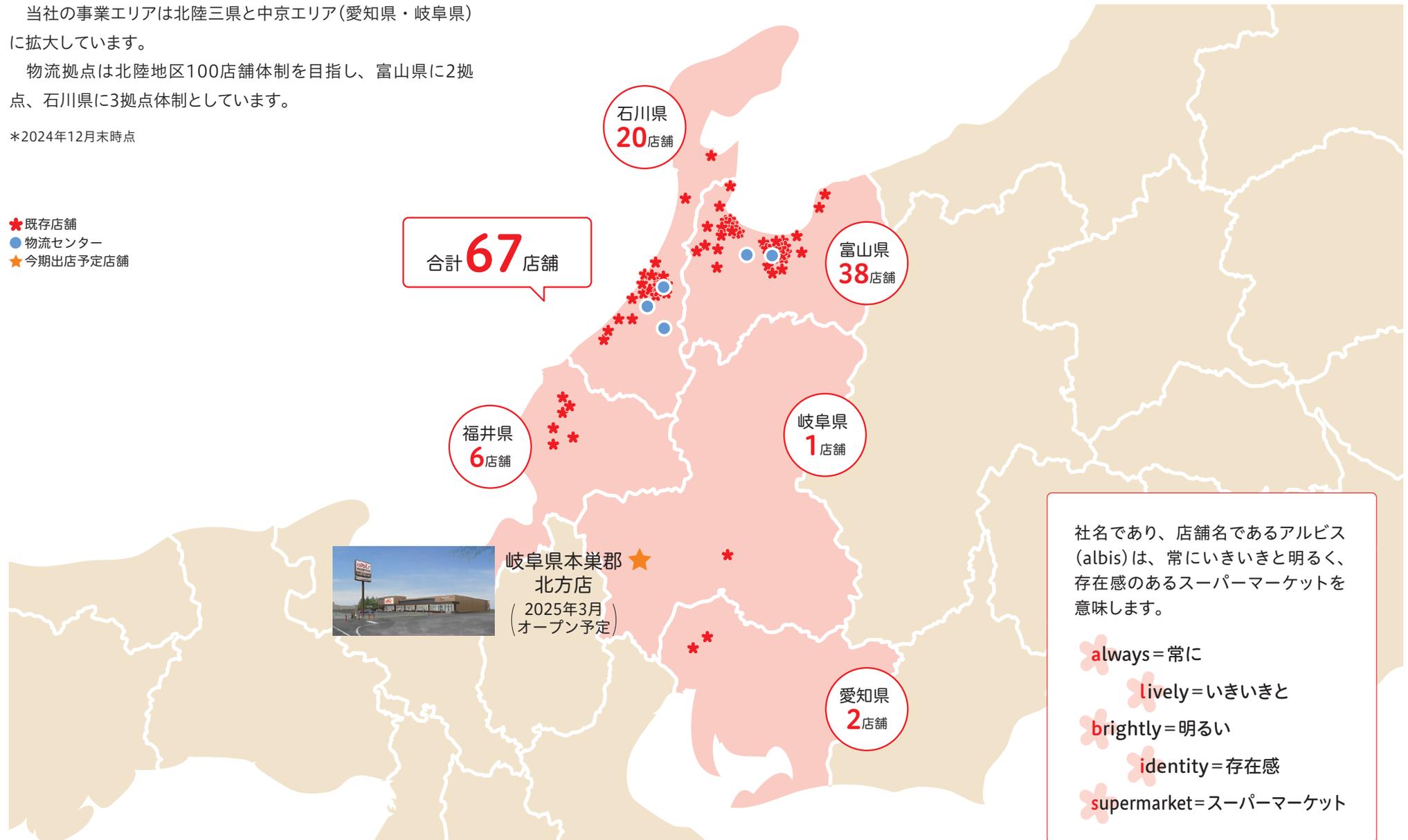
## 事業エリアと物流網

当社の事業エリアは北陸三県と中京エリア(愛知県・岐阜県)に拡大しています。

物流拠点は北陸地区100店舗体制を目指し、富山県に2拠点、石川県に3拠点体制としています。

\*2024年12月末時点

- ★ 既存店舗
- 物流センター
- ★ 今期出店予定店舗



## 社長インタビュー



### ひとづくり(従業員の成長)で 10年後の“ありたい姿”へ

#### Q1 : 理念に対する思い

当社は、1968年に富山県でボランティアチェーン「北陸チューリップチェーン本部」として設立しました。その後、1985年にオランダに本部を持つボランティアチェーン組織「スパー」に加盟し、「北陸スパー本部株式会社」に社名を変更。1992年には北陸スパー本部株式会社と旧小売部門の株式会社チューリップが合併し、小売機能を持った食品総合卸売会社「アルビス株式会社」が誕生しました。1994年には、総菜センター、日配センター、グロサリーセンターに加え、生鮮センター(海産・精肉・青果)を完成させ、現在の小杉流通団地に本社及び北陸エリアに対応するすべて

の物流機能を整備しました。これにより日本で唯一、マーケティングから店舗開発、店づくり、そして人材教育までを含むリテールサポート機能と、商品のフルライン一括供給機能を持つボランティアホールセラーとして大きな進化を遂げました。

当時の考え方は、「地域流通の担い手である地域の食品スーパーを支援し、地域社会の豊かさと快適さに貢献する」を使命として捉えていました。しかし、加盟店の離脱などによる業績の悪化が懸念されたことにより、2005年から小売業をコア事業に本格的にシフトし、直営店舗の比重を拡大することとしました。これに伴い、当時の加盟店や地元スーパーとの積極的なM&Aによって事業を拡大し、複数あった店舗屋号も2012年には全店舗をアルビスに統一しました。この時に、食品小売業としての会社の理念(存在意義)を改め、企業理念を「食を通じて地域の皆様の健康で豊かな生活に貢献します」とし、“美味しいものを食べると、温かい気持ちになる。食べることは、人々の心まで豊かにする。アルビスは「食」の楽しみ方や喜びを通じて健康で豊かな地域社会の実現に貢献したい”という思いを込めました。

また、事業の優位性を示す経営理念として「より新鮮でより美味しく安全な商品をお値打ち価格でお届けします」を掲げました。“食は日々の生活に欠かせないものであり、高級品や価格が高いから良い商品というわけではなく、新鮮で美味しく、安全・安心な商品の提供が重要である。お客様の期待を裏切らない品質と価格を追求し続ける”という思いを込めています。

2014年に小売業にセグメントを移したことから、社名の意味を、always lively brightly identity supermarketに変更しました。「常に、いきいきと、明るく、存在感のあるスーパーマーケット」になるという意味であり、リーダー的な存在を目指す会社でありたいと考えています。

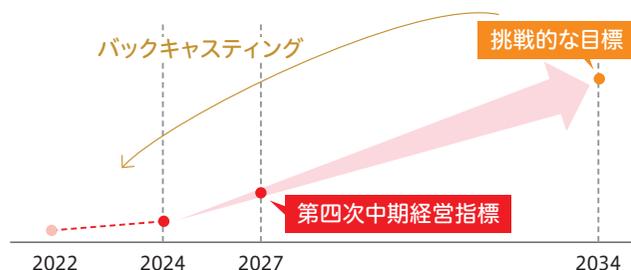
#### Q2 : 10年後のありたい姿を目指して、 新たに第四次中期経営計画がスタート

第四次中期経営計画では、長年続いた中期経営計画の策定方法を変更しました。今後当社の事業に影響が考えられる外部環境や内部環境の変化及び社会課題を踏まえ、10年後のありたい姿から遡って(バックキャストिंगして)高い目標にチャレンジする経営計画に変え、2034年までのロードマップを構築しています。従業員の成長を基盤とし、事業を通じて社会価値を向上させることで経済価値を生み出すことにつなげ、この循環によって当社の企業価値も高められると考えました。「先を見る、先を読む」ことは経営のベースです。組織全体がバックキャストिंग思考でアクションを起こせば、新しいものが見え、取り組むべき課題・活動が見えてきます。そして、従業員の意識にも変化が表れます。まず、自らの将来の姿を思い描き、その姿に向けて自分をどのように成長させるか、今何をやりたいか、何をすべきかを考える人材を育てたいと思います。従業員一人ひとりの成長が企業としての成長となり、地域社会からの信頼を得ることで最終的には「アルビスの企業価値の向上」につながると考えています。

会社が何をサポートすればその実現に効果的なのかを提

## 社長インタビュー

案できる体制づくりも大切です。私は、この中期経営計画を振り返った時に当社グループにとってターニングポイントの年になるのではないかと感じています。世代もZ世代からそれ以降の世代が消費やビジネスの中心となり、価値観や行動は大きく様変わりすることは明らかです。その変化に遅れることなく柔軟に適応していきたいと考えています。



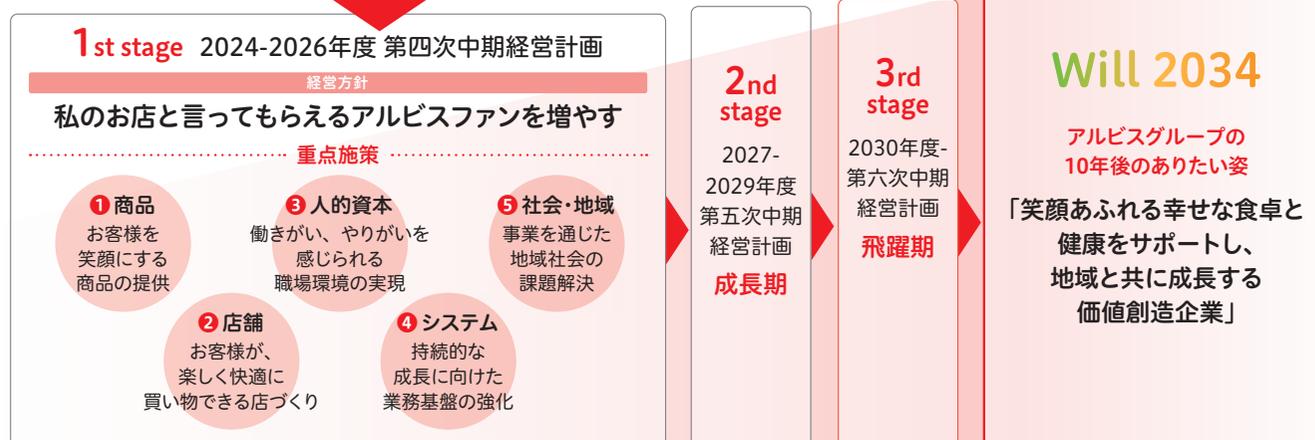
### Q3：業績の目安となる数値目標を明示

第四次中期経営計画では、「私のお店と言ってもらえるアルビスファンを増やす」を経営方針に5つの施策に取り組みます。第三次中期経営計画の方向性、戦略を踏襲しつつ同質化競争から脱却する「業態」「商品」「価格」を機軸に、3年目の2027年3月期に営業収益1,200億円の達成を目標とし、中京エリアへの新規出店や改装などの積極的な店舗投資と人材育成、業務基盤の強化を通じた収益性改善を目指します。利益面では、営業利益率3.0%、経常利益率3.5%、ROE(自己資本利益率) 8.2%、配当性向30%を目安としてKPI(重要業績評価指標)を設定しました。数値目標を先に述べましたが、この数値目標を達成するためには、「私のお

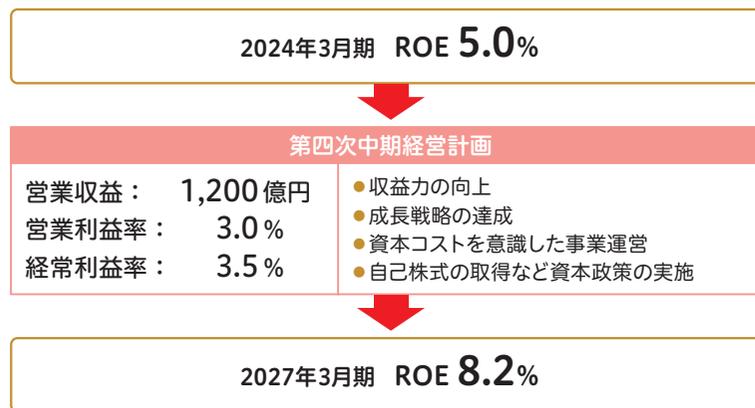
店と言ってもらえるアルビスファンを増やす」ことを徹底しなければなりません。そのカギを握るのが、以下に述べる重点施策で、**①商品**：お客様を笑顔にする商品の提供 **②店舗**：お客様が楽しく快適に買い物できる店づくり **③人的**

資本：働きがい、やりがいを感じられる職場環境の実現 **④システム**：持続的な成長に向けた業務基盤の強化 **⑤社会・地域**：事業を通じた地域社会の課題解決という5つの取り組みからなります。

アルビスグループの10年後のありたい姿に向けたロードマップ



### ROE目標



### 具体的な取り組み

- 1 販売力・収益力の強化
- 2 資本コストを意識した事業運営(出店・改装投資)
- 3 長期的成長を支える積極的な投資(インフラ投資・人的資本投資)
- 4 IR活動の体制強化と更なる情報開示の充実
- 5 自己資本最適化に向けた株主還元の実施

## 社長インタビュー

「お客様を笑顔にする商品の提供」については、お客様の来店目的となるような魅力ある商品の開発に取り組むほか、デジタル技術の活用により、消費者一人ひとりの購買傾向からニーズを読み取るOne to Oneマーケティングなどの活用を進めています。アルビス公式アプリやLINEミニアプリの活用によって、紙のチラシに代わるデジタル化を加速し、お客様との接点を拡大してまいります。また、私が重視したいのは、「働きがい、やりがいを感じられる職場環境の実現」です。若手社員の教育や育成に力を入れると同時にDXやAI技術者などの中途採用も強化し、従業員が挑戦できる職場環境を整備します。従業員が働きやすく、より成長できる環境を実現することによって、従業員エンゲージメントを高めたいと考えています。もう1つの大切なテーマが物流・情報・店舗オペレーションの強化です。物流業界の人手不足により2024年問題が深刻化しました。今後、バックオフィスのデジタル活用を拡大し店舗の日常のオペレーションに加え、物流の効率化と物流品質の向上にも力を入れていきます。中京エリアの店舗網の拡大に向けて物流拠点の再編も必要となります。

### Q4 : マテリアリティの制定で見えてきたもの

VISION2034のロードマップの策定に向け、経営の重要項目であるマテリアリティを整理しました。企業が持続的に成長するためには、ステークホルダーの皆様との良好な関係構築が不可欠です。そこで、5つの“つなぐ”をキーにありたい姿へ磨きこみました。最近、私が特に注目しているのは生産者との関係構築です。スーパーマーケットの今後を

考えると、商品の調達が大きな課題となります。世界の人口が増え、日本の人口が減少していく中で、既に様々な食品の調達で日本が買い負けているという話を耳にしますが、国内でも生産量の減少などから産地そのものの統合が進み、小さな市場には商品が集まらない状況が見られます。当社ではこうした事態に対応するため、生産者と直接対話を進めています。例えば、宮崎県は良質の養殖ブリで知られていますが、そのブリを年間通して安定的に調達できるようにしました。また、地元農家との対話では既存の農業従事者だけでなく、新規の就農者との関係にも力を入れています。農家の皆さんが一番困っていたのは、作った作物がどこで、どのように売られているかが見えないことでした。アルビスには、その日の買い物情報を会員のお客様に伝える公式アプリがあり、魚の入荷状況等をお知らせしています。アプリを利用すれば、地元で朝とれた野菜を午後早い時間にはお店に並べ、その販売状況を確認することができることから、農家の皆さんにこの話をしたところ大変喜んでいただきました。また、お客様にとっても、生産者の顔が見える商品を購入することは、安心感にもつながります。アルビスの基本は、商品の作り手と買い手を“つなぐ”ことにあります。顔の見える関係づくりこそが、安全・安心の原点であり、社会の絆をさらに強くしてくれると考えています。

### Q5 : 信頼されるスーパーマーケットを目指して

2025年には中京エリア4店舗目となる北方店(岐阜県本巣郡)のオープンを予定しています。当社は商圈が拡大して

も地域を大切にするローカルチェーンであり、現在はリージョナルチェーンへの移行期であると捉えています。リージョナルチェーンとして成長性、収益性を高める為に物流インフラの再構築を行っています。当社はボランティアチェーン本部として持っていた物流インフラをスーパーマーケットとして必要な機能にするため、生鮮センターに水産と青果のプロセスセンターの機能を持たせ、店舗の販売力と生産性を高める計画です。

スーパーマーケットは、消費者の生活になくてはならない存在です。私たちは、一人ひとりのお客様に「満足していただけるか」「幸せになっていただけるか」を絶えず考え、日々の仕事に向き合っています。そして、これからもお客様に「アルビスのお店が近くにあった良かった」と言っていただけるように、他社にはない商品やサービスの提供だけでなく、環境問題や社会問題の解決にも真摯に取り組みながら、お客様からも社会からも従業員からも信頼されるスーパーマーケットを目指してまいります。

# 価値創造プロセス

外部環境 または 社会課題

INPUT

ビジネスモデル

OUTPUT

OUTCOME



## マテリアリティ

当社は以下のプロセスに従って、5つのマテリアリティを特定しました。特定したマテリアリティの領域において持続可能性を高め企業価値を向上させる活動を進めていきます。

5つのマテリアリティに対する具体的な活動計画について、「つなぐ」をキーワードに具体的な活動計画をアクションプランとしてまとめました。

達成状況や取り組み実績については統合報告書で毎年報告していきます。アクションプランは、社会ニーズの変化等により随時改定する予定です。

### ● マテリアリティの特定プロセス

**STEP 1**

**マテリアリティ候補一覧の作成**

外部環境、経営・事業面、SDGs等を踏まえ、当社グループの重要課題候補を把握

**STEP 2**

**マテリアリティの特定**

- 従業員にアンケートを実施
- 経営者にインタビューを実施
  - 中期経営計画と連動

**STEP 3**

**経営目線を取り入れ、開示案を決定**

経営陣を含む社内での検討を重ね、最終的に取締役会での議論を経てマテリアリティの妥当性を確認

社会の持続可能な発展へのインパクト	非常に重要 2 3 2	1 2 1 2 2
	重要 3 1 1	1
	重要	非常に重要

当社グループの持続可能な発展へのインパクト

### ● マテリアリティとアクションプランの関係

	マテリアリティ	取り組みテーマ	アクションプラン	関連するSDGs
<b>お客様とつなぐ</b> Customer	すべての方に安全・安心な食を楽しんでいただくとともに、より健康で豊かな生活をサポートすることを目指します。	<b>1</b> 食を通じた商品価値提供	● PB商品の開発 ● 名物商品の開発 ● 食に関するお客様への価値開発・情報発信 ● 顧客ニーズに合わせた販売戦略の実施	
		<b>2</b> 安心安全な商品の提供	● 店舗における衛生管理体制の徹底 ● 食品安全管理の徹底	
		<b>3</b> お買い物変化への対応	● 快適にお買い物できるお店づくり ● カード会員情報活用による新たな価値の提供 ● 高齢者や障がい者などへのお買い物サポート ● 移動販売エリアの拡大 ● 公式アプリ・LINEミニアプリ活用の促進	
<b>生産者をつなぐ</b> Producer	生産者との関係を強化し、安定した商品の調達を目指します。	<b>1</b> 安定した調達の推進	● 取引先との長期的な関係構築	
		<b>2</b> 新規調達先の開拓	● 厳選した産地開発 ● 新規産地の開拓	
		<b>3</b> 地元生産者の取引拡大	● 地元若手・新規生産者の育成支援	
<b>従業員とつなぐ</b> Employee	従業員が成長を実感できるとともに、安心して働き続けられる環境を追求していきます。	<b>1</b> 働きやすい環境の整備	● 労働時間の適正化 ● 育児休暇取得率の向上 ● 従業員の成長に向けた教育の実施	
		<b>2</b> 多様な人材が活躍できる環境の整備	● 女性の活躍推進 ● 障がい者活躍推進 ● 外国人従業員活躍推進	
<b>地域とつなぐ</b> Community	地域とのつながりを重視し、スーパーマーケット事業を営む立場だからこそできる食を通じた地域社会への貢献を目指します。	<b>1</b> 地域との連携強化	● 地域の食文化の継承・エシカル消費の推進 ● 食育活動 ● フードドライブ活動の実施	
		<b>2</b> ライフライン維持・災害への対応	● BCP・災害対策 ● 災害復興支援 ● ローリングストック活動の推進	
<b>未来へつなぐ</b> Future	地球環境がもたらす恵みを将来世代に引き継いでいくため、長期的な視点を持ち、スーパーマーケット経営における環境負荷の低減に努めていきます。	<b>1</b> 環境負荷の低減	● 再生可能エネルギーの導入拡大 ● 省電力機器の導入推進 ● サプライチェーンの最適化・物流の効率化	
		<b>2</b> 循環型社会の実現（食品廃棄物の削減）	● 3R+Renewable活動の強化 ● エシカル消費活動の推進 ● 店舗における廃棄物削減の推進	

マテリアリティ

1

# お客様とつなぐ

すべての方に安全・安心な食を楽しんでいただくとともに、より健康で豊かな生活をサポートすることを目指します



## 食を通じた商品価値提供

当社グループは、「新鮮」「安心」「美味しい」といった機能的な価値と、「楽しい」「心地よい」といった情緒的な価値の両面を大切に商品提供を行っています。社会の多様化・複雑化が進んでいることから、次世代を見据えた商品政策、時代に適応した自社開発商品を増やすことにより、お客様からのご支持をいただきながら利益の確保につなげていきます。

### Activity 1 顧客ニーズに合わせた販売戦略の実施

女性の社会進出が進むなか、家庭での調理にかかる時間は短縮されています。

そのため、調理の“時間”だけでなく“手間”も少なくする傾向が強まり、調理の簡便化が進むとともに、調理自体を敬遠する傾向も見られます。このような社会背景から、電子レンジやフライパン等を活用した調理ニーズに応え、そのまま食卓に並べられる惣菜、弁当、寿司等お客様に自信を持っておすすめできる商品を品揃えしています。



### Activity 2 食に関するお客様への価値開発

高齢化が進む世の中で、お客様には長く健康で過ごしていただきたいと健康を意識したオリジナル商品の開発を進めています。生活習慣病予防に望ましい食習慣である“野菜摂取”“減塩”“たんぱく質摂取”の3つを中心に、情報発信を行いながら商品の開発に努めています。これらの商品は健康志向のお客様から好評であるとともに、他社との差別化にもなっています。

また、高齢化が進む現代、年齢を重ねても健康でいたいと考える人が増えています。一方で、食生活に目を向けると塩分の過剰摂取が指摘されています。当社グループで製造している和惣菜は、塩分を控えるため“だし”を活用しており、うまみを引き出し年齢を問わず長く愛されている商品に成長しています。



マテリアリティ ① お客様とつなぐ

Activity 3 名物商品開発

お客様のお気に入りとなった商品、地域で評判となっている商品等、お客様の来店動機につながるような魅力あるオリジナル商品の開発に取り組んでいます。他社にない価値をお客様に提供することで「アルビスらしさ」を実現していきます。



Activity 4 PB商品開発

お客様がより良い商品を安心してご購入いただけるようPB商品の開発に取り組んでいます。添加物を抑えたり国産原料にこだわるなど、長く愛用していただける調味料の開発を地元メーカーと取り組んでいます。また、既存商品の見直しも随時行っており、品質の向上にも取り組んでいます。



Activity 5 CGC商品開発

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。この国内最大規模の共同仕入れ網を活用することで、当社単独では得られない品質の高い商品をお求めやすい価格でお客様に提供しています。



商品紹介

コンセプトは、どんな料理にもあう万能調味料

原材料にこだわり

- ① 原材料はすべて国内産原料を使用
- ② ベースの調味料は地元で調達
- ③ 添加物不使用



吾輩はたれである。名前は 萬屋たれ蔵  
 私はぼんず。名前は 萬屋ゆず香

## 安心安全な商品の提供

店舗増加に伴い、生鮮食品の商品加工を行うプロセスセンターの設立が必要となり、2019年に本社のある富山県射水市にプロセスセンターを開設しました。プロセスセンターでは、生鮮の品質に大きな影響を与えるコールドチェーンの強化に加え、最新の機器の導入による製造能力の向上、省人化にも取り組んでいます。

### Activity 1 店舗における衛生管理体制の徹底

店舗ではHACCPに準拠した衛生管理マニュアルにより、徹底した衛生管理と鮮度や日付のチェックを行い、高品質な商品の提供に取り組んでいます。また、自社基準に適合した商品を製造するため、店舗の衛生管理を徹底し、アレルギーなどの表示間違いや異物混入の未然防止、食中毒の発生防止等にも努めています。



### Activity 2 食品安全管理の徹底

プロセスセンターでは、原材料から製品出荷まで適切な品質管理、従業員の衛生管理を行い、新鮮で安全な商品の生産に取り組んでいます。また、生産された商品の品質状況を検査する商品検査室を設置し、安定した品質を維持できる体制を整えています。惣菜、精肉、豆腐工場のすべてでISO22000認証を取得し、安全安心な商品管理を進めています。



### Activity 3 美味しさの追求

量販商品をプロセスセンターで集中生産することにより、店舗ではより高鮮度、高付加価値な商品加工・製造に特化し、魅力ある商品、売り場を実現しています。プロセスセンター製造の代表的商品として、生鮮の素材から調理した精肉部門の「ミートデリ」はその特徴的な商品であり、発売開始以来、お客様に好評いただいています。



マテリアリティ ① お客様とつなぐ

お買い物変化への対応

社会環境は変化し新たなニーズへの対応が必要となっています。お客様の毎日の食生活が、より豊かで楽しく、便利になるような提案ができるスーパーマーケットを目指し、食生活の多様化に合わせた商品、値ごろ感のある価格、明るい売場、高い生産性をテーマとしたお店づくりを進めています。現在は、さらに形態を進化させ、ライブ感、即食・簡便ニーズに対応した生活提案型店舗、EDLPが特徴の小商圈型店舗、移動スーパーを展開しています。

今後さらに変化することが予想される消費行動に対応するため、今後も研究を進めていきます。



生活提案型店舗

広域商圈型店舗

商圈5km  
【1,000坪タイプ(700坪~)】  
敷地面積5,000坪(商業集積)



郊外型店舗

商圈5km  
【500坪タイプ(400~700坪)】  
敷地面積3,000坪



市街地型店舗

名古屋圏1.5km  
その他圏3km  
【500坪タイプ(400~700坪)】  
敷地面積3,000坪



EDLP型店舗

市街地型店舗

商圈3km  
【300坪タイプ(200~350坪)】  
敷地面積1,800坪



移動スーパー



マテリアリティ ① お客様とつなぐ

Activity 1 快適に買い物できるお店づくり

お客様にとって買い回りがしやすく、居心地の良い空間にと、売り場のレイアウトや内外装の照明にもこだわった店舗デザインにしています。

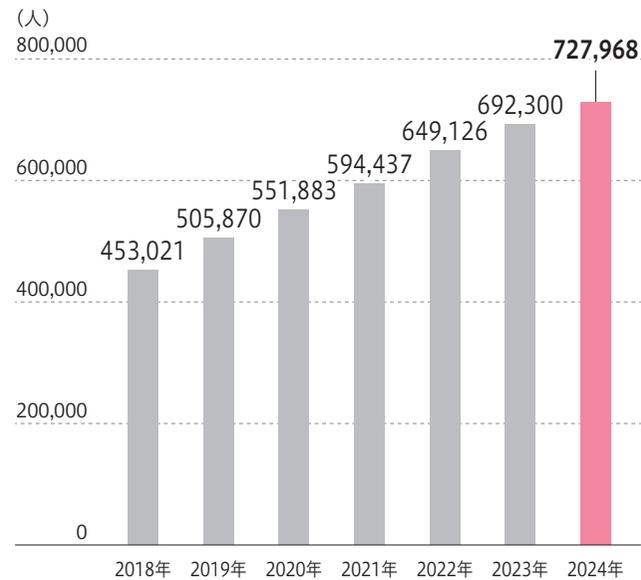


Activity 2 カード会員情報活用による新たな価値の提供

ポイントカード機能を兼ね備えた自社クレジットカードや電子マネーの利用促進に取り組んでおり、お客様の会計時の利便性向上とともに、取得した購買データを活用して、お客様に対しより良い商品の品揃えやサービスの提供につなげています。



アルビスPontaカード会員数の推移



Activity 3 デジタル技術の活用促進

アプリコンテンツの充実がお客様の生活を豊かにすると考え、アルビス公式アプリにチラシ配信やキャンペーン情報と当社オリジナルレシピの閲覧機能を搭載しています。また、LINEミニアプリとの連携によりお買い得クーポンを配信しています。



正確な売価表示にするため電子棚札の導入を進めています。



マテリアリティ

# 2

## 生産者とつなぐ

生産者との関係を強化し、安定した商品の調達を目指します



### 安定した調達先の推進

「より安全に、より美味しく」をテーマに、お客様に信頼される商品の開発、産地の開発を積極的に進め、お客様に「近くの店を飛び越してもアルビスに行きたい」と思ってもらえるきっかけ作りを大切にしています。農業や漁業従事者の高齢化、世界的な食糧需要の増大など、商品の調達が難しくなることが予想されます。10年後、20年後も品質の良い商品をお届けする為、産地開発や生産者との取り組み、商品の企画や製造段階まで入り込んだ商品開発に取り組んでまいります。

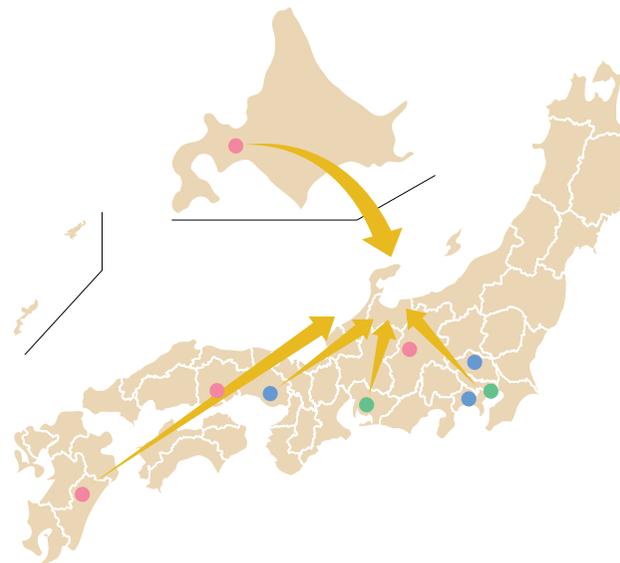
### 新規調達先の開拓

当社グループは、美味しさはもちろん、安心・安全にこだわった食材を求め、全国を対象に産地開発に取り組んでいます。「いつも安心してお買い物ができるお店でありたい」、「あたりまえの安全をお届けしたい」という思いから、専門知識をもったバイヤーが全国各地の信頼できる産地・農家から優れた品質の商品を選びすぐり、自信のもてる商品の品揃えに努めています。



### 全国から商品調達

●産地指定 ●市場 ●物流センター



### 地元生産者の取引拡大

地域の農家や産地と直接契約を結び、生産者の顔が見える地場野菜を品揃えしています。また、農業の担い手の高齢化や後継者不足を支えるため、若手農業者が生産する野菜コーナーを店舗に設置する等、若手農業者の支援にも協力しています。





マテリアリティ

# 3

## 従業員とつなぐ

従業員が成長を実感できるとともに、安心して働き続けられる環境を追求していきます

### 働きやすい環境の整備

当社グループは正社員・フレンド社員合わせ5千人を超える従業員が店舗、工場等で働いており、従業員一人ひとりの多様性の発揮と主体的な活躍が、当社の持続的な成長に必要な不可欠であると考えています。当社グループは、事業活動に不可欠な人材を質・量とも確保するために、従業員が働きやすい職場環境づくりに取り組んでいます。

#### Activity 1 従業員の成長に向けた教育の実施

新入社員から幹部社員まで、資格等級、階層ごとに必要なスキルを身につける育成プログラムを実施しています。成長を支える教育制度の実現と質の高い教育プログラムを従業員に提供しており、従業員が自律的に学び、成長できる環境をつくっています。

#### Activity 2 IT人材育成に向けた「DX研修」の実施

既存業務の効率化や新規事業の立ち上げ等、今後の事業を加速する上でDXの力は不可欠です。社内のIT人材育成や具体的な改革・成果の創出を実現するため、2023年度より次世代を担うメンバーを中心にDX研修を実施しています。DXスキルの取得に加え、実務ベースでテーマを設定し、価値創出や業務改善に取り組んでいます。

#### Activity 3 多様な働き方の推進

ライフステージに合わせた働き方の選択制度を実施しています。育児、病気や介護等が理由でフルタイムでの就労が難しくなった場合、状況に応じて働き方を選択できる制度を取り入れており、従業員が安心して復職できるサポート体制を整えています。また、育児休業制度は性別を問わず積極的な取得を推進しており、2023年度では女性の取得率は100%を達成し、男性の取得率は55.6%でした。なお、女性の出産後の復職率は100%を維持しています。

#### Activity 4 従業員の健康への取り組み

従業員を重要な経営資本と捉え、健康管理、安全管理に重点を置いた取り組みを推進し、健康維持、増進を図っています。

##### 具体的な取り組み

- 定期健診、ストレスチェックの実施による体調、メンタル不調の未然防止
- 特定保健指導の実施
- 産業医のカウンセリング窓口設置
- ハラスメント相談窓口設置

マテリアリティ 3 従業員とつなぐ

多様な人材が活躍できる環境の整備

性別や国籍、文化や価値観など様々なアイデンティティを持つ者がお互いを認め合いながら企業の一体感を醸成し、成長を促すための取り組みを積極的に行っています。

Activity 1 女性の活躍推進

当社グループの基本方針として、社内研修、社外セミナーを含むすべての教育プログラムにおいて、男女共通の機会を提供しキャリア形成のチャレンジを支援しています。また、女性のキャリアアップを支援する研修を実施する等女性管理職の育成にも取り組んでおり、2024年3月末時点の女性管理職の人数は13名です。



Activity 2 外国人採用の拡大

プロセスセンターや一部店舗において外国人技能実習生を受け入れており、2024年3月末時点で技能実習生が41名、特定技能実習生が20名活躍しています。当社グループは外国人の方が就労を継続できるよう、キャリアアップの道筋を明確にし、多様な人材が長く働くことができる環境を整えています。



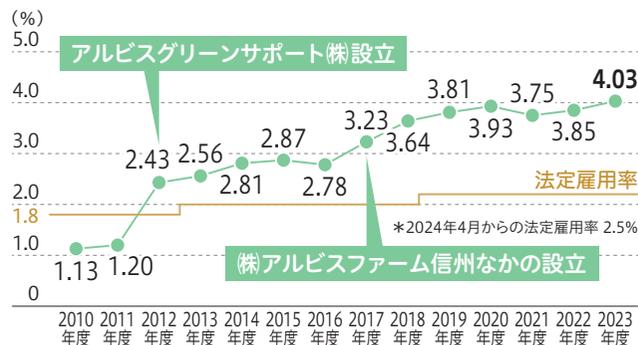
Activity 3 障がい者雇用の推進

障がいの有無に関係なく、支え合い活躍できる風土づくりを進めています。

2012年に特例子会社「アルビスグリーンサポート(株)」、2017年に就労継続支援A型事業所「(株)アルビスファーム信州なかの」を設立し、障がいのある従業員一人一人の特性に応じて生き生きと自立して働ける職場づくりを進めています。



障がい者雇用率の推移



Activity 4 身だしなみ基準の緩和

価値観が多様化し個人の意思が尊重される世の中の変化に対応し、安全衛生面やお客様に不快感を与えないこと、安全性が高いことを前提に、一定の制限はあるものの、従業員の髪型や髪の色などを原則として自由とする身だしなみ基準の緩和を行っています。価値の多様性、働き方の多様性を促進し、従業員の働く意欲向上に努めています。





## 4 地域とつなぐ

地域とのつながりを重視し、スーパーマーケット事業を営む立場だからこそできる食を通じた地域社会への貢献を目指します

### 地域との連携強化

未来の人々に健康で豊かな生活を送っていただくため、サステナブルな社会(持続可能な社会)の実現を目指しています。

#### Activity 1 食を通じたつながり

「食」についてより理解が深まるよう、郷土の食文化を学ぶ料理教室や収穫体験など様々な体験型イベントを実施しています。子どもから大人まで楽しみながら活動することにより、食に対する好奇心の芽を育てています。

また、食事で生活習慣病予防、改善を定期的に意識していただく機会として「健康」をテーマにセミナーを定期的に行っています。参加者からは「継続することが大切」や「無理なく続けられそう」といったご意見をいただいています。多くの地域住民の皆様に食の大切さを伝えていきます。



#### Activity 2 障がい者の活動支援「つながりマーケット」

毎月第3木曜日、障がい者の方が作った農産品や加工品を広く知ってもらい「つながりマーケット」を実施しています。この取り組みは、農産品や加工品を販売するだけではなく、障がい者の方と地域の方との交流の場にもなっています。



#### Activity 3 フードドライブ活動

ご家庭での食品ロス削減に向けて、使う予定のなくなった食品を店舗にお持ちいただき、地域の福祉団体等に寄付するフードドライブを推進しています。寄付先については、地域でパートナーシップを構築し、継続的な活動に取り組んでいます。



#### Activity 4 スポーツを通じたつながり

地域の皆様の健康づくりを後押しできるように、ママさんバレーボール大会や子どもたちの基礎体力づくり講習会を実施しています。自治体等が推進する健康イベントにも協賛し、食とともに大切な運動を体感していただく機会を創出しています。



## ライフライン維持・災害への対応

当社グループは、スーパーマーケットを「地域の食と暮らしを支えるインフラ」と考えています。地域のお客様に対して、安全で安心な食料品を中心とする暮らしの品々を継続的に提供することはもとより、食品スーパーマーケット事業を通じた社会貢献活動を積極的に進め、地域の人々の健康で豊かな生活の実現を支えています。

### Activity 1 地域のライフラインとして

富山県・石川県のほか3市1町1村と災害救助物資供給に関する協定を締結しています。災害時には自治体からの要請に基づき、店舗や物流センターから飲料水・食糧を提供しています。



### Activity 2 ローリングストックの推奨

災害時の野菜摂取や栄養バランス等を考え、健全な食生活を送るため、ご家庭で3日分の備蓄品をストックすることを提案しています。災害時に慌てないために日常で使いながら災害に備えるローリングストックを推奨しています。



## TOPICS

2024年1月1日に発生した能登半島地震では、62店舗が被災しました。同日18時に緊急対策本部を立ち上げ、2月26日まで対策会議を継続して開催し、従業員の安否確認、店舗の損壊状況、商品の振替え、清掃の手配、什器の稼働確認等の対応を行いました。震源に近い七尾店は多くの従業員が復旧作業にあたり、発生翌日の1月2日に営業を再開しました。



能登半島地震の被災地のために少しでもお力になればと、対象商品の売上金の一部を寄付する復興応援企画を実施しています。想像をはるかに超える被害の深刻さと、復興への長い道のりを歩んでいる現状を捉え、「被災地を忘れない」活動をこれからも継続して取り組んでいきます。





マテリアリティ

# 5

## 未来へつなぐ

地球環境がもたらす恵みを将来世代に引き継いでいくため、長期的な視点を持ち、スーパーマーケットにおける環境負荷の低減に努めていきます

### 環境負荷低減に向けた取り組み

当社グループは持続可能な社会の実現を目指しており、気候変動やプラスチック廃棄物による環境汚染などの環境問題への対応は、取り組むべき重要課題の1つであると考えています。

当社グループとして、「温室効果ガスの排出」「食品ロス」「廃プラスチック」の削減を推進し、脱炭素社会・循環型社会の実現を目指しています。

### 気候変動への対応

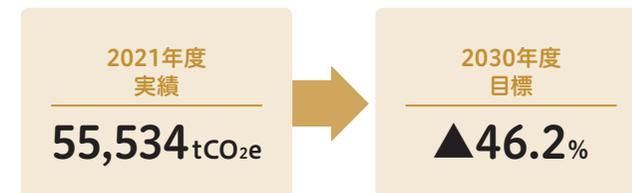
当社グループは、脱炭素社会の実現に向け、2030年度までに温室効果ガス排出量を46.2%削減する目標を設定しており、目標達成に向け、省エネルギー設備の導入や再生可能エネルギーの積極的な導入に取り組んでいます。

当社グループの温室効果ガス排出量のうち81.3%は電力によるもので、その多くは店舗で使用しています。店舗内の

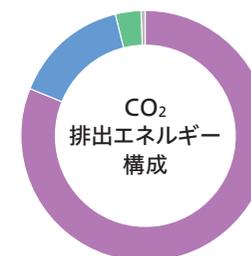
使用する電力の多くは、冷蔵・冷凍ケース、空調設備や照明設備で、これらで89.9%を使用しています。

このような状況を踏まえ、店舗での電力使用量の削減に重点的に取り組み、当社グループ全体での温室効果ガス排出量の削減を図っています。

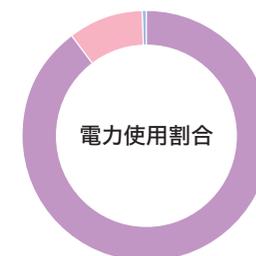
### 二酸化炭素排出量削減 長期目標と進捗 \*Scope1+2



〈2021年度実績〉



電力 81.3%  
冷媒の漏洩 15.0%  
LPGボイラー等の固定燃焼 3.2%  
移送用燃料、他(施設、農場) 0.5%



本社・店舗 89.9%  
アルデジャパン 9.8%  
アルビスファーム 0.3%

### 温室効果ガス排出削減に向けた主な施策

	施策	内容
1	各拠点における温室効果ガス量削減	<ul style="list-style-type: none"> <li>二酸化炭素排出量の見える化の推進</li> <li>冷蔵・空調・照明機器変更による使用電力量の削減、メンテナンス強化</li> <li>太陽光発電設備の設置</li> <li>消滅型生ごみ処理機の導入</li> </ul>
2	フロン使用設備での取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>オゾン層破壊係数の低い代替フロンへの切り替え</li> <li>フロンガスの漏洩防止管理強化</li> </ul>
3	物流における取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>最適な配送ルートによる車両台数の削減</li> <li>積載率の向上</li> </ul>

マテリアリティ 5 未来へつなぐ

Activity 1 太陽光発電設備を事業所に設置

当社グループは、持続可能なエネルギー利用の促進と更なる電力使用量の削減を目指しており、7店舗と1工場に太陽光発電設備を設置しています。これらの事業所では電力使用量を最大約32%削減しており、2024年度には新たに8店舗で太陽光発電設備の稼働を開始する予定です。



Activity 2 消滅型生ごみ処理機導入

10店舗に消滅型生ごみ処理機を設置しています。微生物によって生ごみを分解し、下水に排水します。焼却処理に比べ約92%の温室効果ガスの削減効果が見込まれます。



Activity 3 店舗における省エネの推進

店内照明や看板照明にLEDを採用しています。自動調光機能付きLED照明やリーチインショーケース等、省エネ型の冷蔵・冷凍ケースを順次導入し、消費電力の削減による温室効果ガス削減に取り組んでいます。その他、デマンド監視装置を設置し、使用電力のピークカットにも取り組んでいます。

LED化により  
照明電気使用量

22%ダウン

冷蔵・冷凍ケース  
電気使用量

46%ダウン

Activity 4 配送の最適化による  
二酸化炭素排出量削減の取り組み

店舗への配送の約80%のトラックが自社物流センターから配送を行っています。各店舗の物量に応じて最適な車両台数とルートで配送しています。積載率の向上やトラックの待機時間の削減等物流全体での温室効果ガスの削減に取り組んでいます。

入荷バース  
予約システム予約率

85%

積載率

68.4%

トラック運行数

2023年度実績

103台

2024年度現在

88台

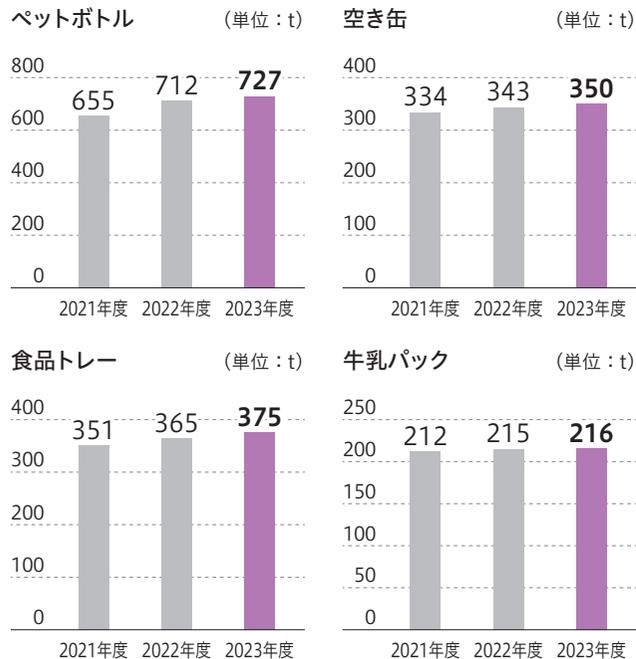
## 循環型社会の実現

循環型社会、低炭素社会と自然共生社会の構築に向けた総合的な取り組みの重要性が増しています。当社グループは地域の特性に応じた循環型社会形成をより一層進めていくため、枯渇性資源の使用量の抑制、再生可能な資源の持続可能な利用の推進等の取り組みを進めています。

### Activity 1 3 R+Renewableの推進

プラスチック資源循環促進法に則り3R「リデュース(排出抑制)、リユース(再利用)、リサイクル(再利用)」に加え、「リニューアブル(再生可能)」を推進し、限りある地球の資源を最大限有効に活用する取り組みを行っています。

#### リサイクル資源回収量の推移 \*年間総量



### Activity 2 容器・包装における環境配慮の推進

店頭で回収したペットボトル・食品トレーを再生したリサイクルトレーの使用や使用トレーの軽量化、紙製容器への切り替え等包装材料のプラスチック使用料削減の長期目標を定め、取り組んでいます。

#### ●プラスチック使用量削減への挑戦

レジ袋のバイオマス配合量を10→50%

#### 2023年度実績



スプーン・フォークのバイオマス配合量を25%に、ストローは紙製に変更



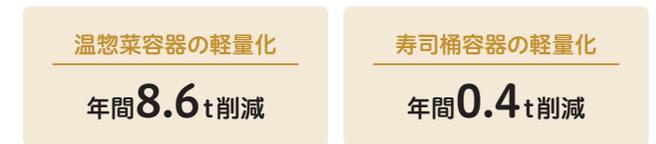
バイオマススプーン

紙製ストロー

カトラリー年間合計 **492.6kg** のプラ削減  
(従来の素材との比較)

#### ●トレーの軽量化

#### 2023年度重量削減実績



合計 **9t** 削減

#### ●アルビスオリジナルエコバッグの販売

プラスチックによる環境問題への関心を高めていただくためのアイテムとして、リサイクルポリエステル使用の環境配慮型のオリジナルエコバッグを2024年9月より販売しております。



## 気候関連情報開示TCFD

### TCFDへの対応

気候変動に起因する社会・環境問題は喫緊の課題と考えられています。当社グループは、気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)の考え方に準拠しながら、必要なデータの収集と分析を行っています。

### ガバナンス

TCFD提言に沿ったガバナンス体制の早期確立に向けて検討・審議中です。現状、気候変動の課題は経営戦略推進部が経営会議を通じて経営陣に報告を行っており、その中でも重要な方針や事項については、取締役会へ報告・審議し、監督を受けています。

### シナリオ分析の前提条件

当社グループの事業とバリューチェーン全体に及ぼす影響について定性的なシナリオ分析を実施いたしました。定性的なシナリオ分析では、IPCC(気候変動に関する政府間パネル)やIEA(国際エネルギー機関)等の国際機関が設定した温暖化のシナリオに基づき、抽出された合計16の物理的リスク(5つの大項目)及び移行リスク・機会(5つの大項目)を対象に、2030年及び2050年での当社事業への影響を定性的に評価しました。

### ●シナリオ分析の結果

#### (1) 物理的リスク

当社グループの事業が日本国内に集中していることから、当社の物理的リスクの評価は国内のみを対象としております。

IPCCによって提供されているシナリオから「気温が2℃上昇するシナリオ」及び「気温が4℃上昇するシナリオ」の2つを用い、2030年及び2050年時点の影響について評価を行いました。

#### (2) 移行リスクと機会

移行リスクと機会に関しては、世界の動向と日本固有の動きの両面を考慮し、IEAが提供している「1.5℃シナリオ」及び「各国表明済みの具体的政策を反映し、現行の取り組みから大きな変化がないSTEPS(2.8℃)シナリオ」を用いてそれぞれのシナリオ評価を行いました。

リスク評価 ■ 非常に高い ■ 高 ■ 中 ■ 低 ■ 不確実

リスク	リスク区分	物理的リスク及び 当社事業への潜在的影響	4℃シナリオ		2℃シナリオ	
			2030	2050	2030	2050
熱波	急性	熱波とそれに伴う冷房/冷却需要の増加により、冷房/冷却コストの増加、停電等により、休業等の発生	中	非常に高い	中	高
豪雨	急性	豪雨とそれに伴う浸水、土砂崩れの発生により、サプライチェーン/流通経路の分断、休業等の発生	中	中	中	中
河川氾濫	急性	河川氾濫により店舗の設備等が損傷し、休業等の発生	低	中	低	中
台風	急性	強力な台風の発生により、商品の調達に支障や遅延が生じたり、店舗が被害を受けることで、休業等の発生	不確実	中	不確実	中
豪雪	急性	豪雪により、商品の調達に支障や遅延が生じたり、店舗が被害を受けることで、休業等の発生	中	中	中	中

リスク評価 ■ 非常に高い ■ 高 ■ 中 ■ 低 ■ 不確実

機会評価 ■ 非常に高い ■ 高 ■ 中 ■ 低 ■ 不確実

移行リスク/機会	リスク・機会の分類 (TCFD区分)	移行リスク/機会及び 当社事業への潜在的影響	2.8℃(STEPS)		1.5℃	
			2030	2050	2030	2050
包装技術への投資	エネルギー源	環境負荷のより低い包装技術、消費者志向、政策の急速な普及	高	高	高	高
省エネ技術への投資	エネルギー源	エネルギー効率の高い技術の急速な普及は、エネルギー関連コストとGHG排出量低減の機会を創出	高	高	高	高
エネルギー関連法制	政策・法規制	エネルギー関連法制の急速な強化による、省エネ関連の課税とその対応によるコスト増加	低	中	不確実	不確実
炭素価格関連法制	政策・法規制	炭素価格の上昇と対象範囲の拡大によるコスト増加	高	高	非常に高い	非常に高い
GHG報告関連法制	政策・法規制	GHG報告関連法制の強化による、対応コスト増加	低	低	不確実	不確実

## コーポレートガバナンス

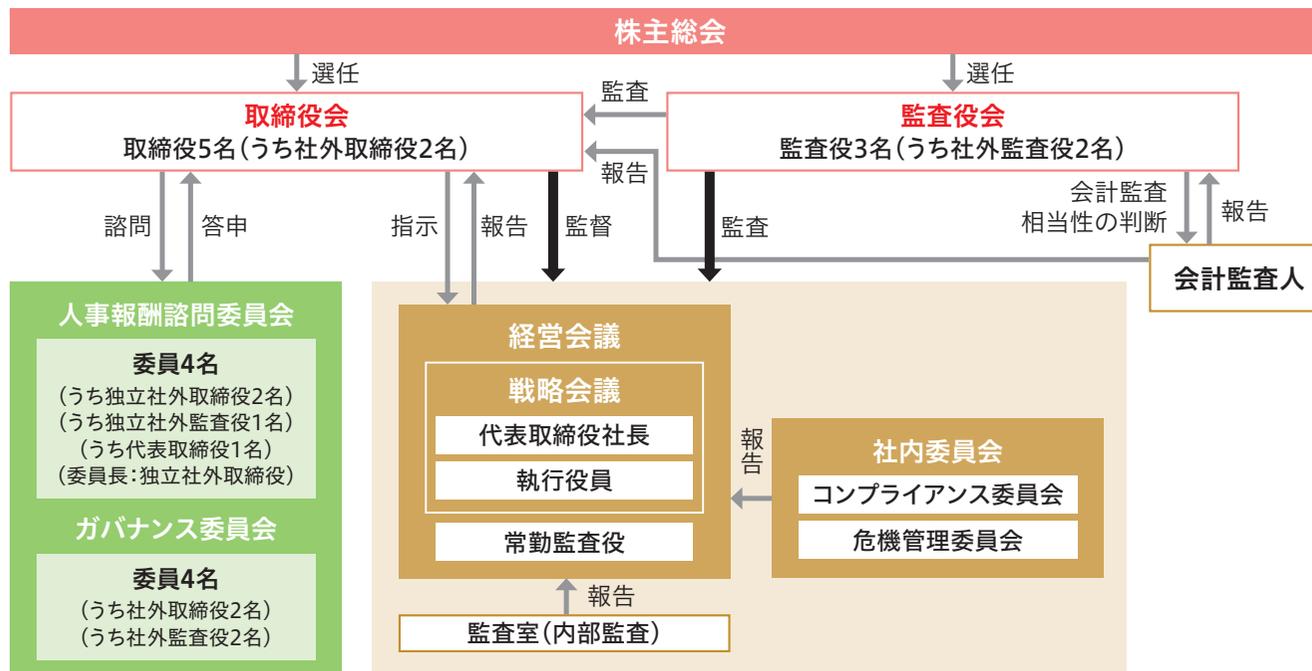
### 基本的な考え方

当社グループは、「食を通じて地域の皆様の健康で豊かな生活に貢献します」の企業理念のもと、コンプライアンスを徹底し、会社の持続的な成長を図るため、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、法令や社会規範の順守及び企業倫理の整備に努めています。すべてのステークホルダー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。

経営に関する意思決定と業務執行の役割を明確にし、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執行役員制度を導入しています。取締役は当社を中心として企業集団全体に関する経営判断、業務執行の監督及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。業務執行の立場からは独立した社外取締役を2名選任し、取締役会の運営に社外の知見を活用しています。社外役員  
の独立性判断基準に照らして指定した独立社外取締役が客観的な立場から経営を監督しています。

コーポレートガバナンス体制図



### 取締役会・監査役会の活動状況

#### ● 取締役会

構成	取締役5名(うち社外取締役2名)
2023年度開催実績	18回

#### ● 監査役会

構成	監査役3名(うち社外監査役2名)
2023年度開催実績	14回

#### 取締役会における具体的な議論

- 株主総会の招集、中間配当の決議
- 役員報酬等の決議
- 代表取締役、重要な使用人の選任
- 重要な組織の設置、変更
- 重要な設備投資(固定資産の取得)、資金調達方法の決議
- 四半期決算及び期末決算の承認
- 重要な規程の改定、その他取締役会で必要と認めた事項

#### 監査役会における具体的な議論

- コンプライアンス事案の通報報告、調査方法の協議、調査内容報告、コンプライアンス委員会、懲戒委員会結果報告
- 会計監査人の評価、監査報酬の妥当性及び再任可否の決議
- 監査方針・監査計画・業務分担の協議及び年度監査報告書案の協議と決定
- 投資案件につき、当初計画案の問題と取締役会での監査役意見表明決議
- 監査法人との情報交換の内容報告
- 内部統制報告

コーポレートガバナンス

役員一覧



氏名	① 池田 和男	② 吉原 絹彦	③ 上野 弘樹	④ 加世多 達也	⑤ 松村 篤樹	⑥ 竹内 公彦	⑦ 山口 敏彦	⑧ 樋尾 亜佐子	⑨ 瀧本 浩介	⑩ 藤井 秀亮
役職	代表取締役社長	取締役 常務執行役員	取締役執行役員	取締役(社外)	取締役(社外)	常勤監査役	監査役(社外)	監査役(社外)	執行役員	執行役員

## 社外取締役対談



社外取締役 **加世多 達也**



社外取締役 **松村 篤樹**

## 企業行動の透明化を図り お客様と地域社会から信頼される企業へ

### — 社外取締役としての抱負をお聞かせください。

**加世多** ● 私は銀行員として長年にわたり企業の栄枯盛衰を見てきました。中にはリスクの先送りや不祥事の隠ぺい

が致命傷となるケースもありました。当社の取締役会では、オープンかつ率直な議論がなされ、指摘した点の改善にも真剣に取り組んでいます。当社が健全に発展していけるよう、引き続き助言を続けてまいります。

**松村** ● 今期は第四次中期経営計画の初年度です。10年後のありたい姿をバックキャスト(目標とする未来像を描き、実現に向けて努力をすること)したのですが、非常に挑戦的な計画となっています。この中期経営計画を達成するために、商品、店舗、人的資本、システム、地域社会の5つの視点で重点施策を掲げています。地域への貢献は、社内の自発的なアイデアとして生まれたものも多く、地域社会の信頼を得るのに大いに役立っています。

### — 社外から見たアルビスと社外取締役として見るアルビスに違いはありましたか。

**加世多** ● 銀行員時代、主に石川地区が担当だった頃からアルビスは知っていましたが、最近石川県でもアルビスが地元のスーパーとしてすっかり定着しています。一消費者として頼りにしてきましたが、社外取締役としてアルビスを見ると、内部統制もしっかりしていますし、取締役会の議論もオープンで、消費者とは異なった視点からあらためて見直しています。

**松村** ● 社外から見たアルビスは身近な冷蔵庫代わりというのが私の第一印象でした。社外取締役になって分かったのは、この業界の競争が厳しいものだということ。環境の変化に適応し、努力を続けられる企業だけが生き残ります。北陸地方の消費者は生鮮品への目が肥えています。そんな中で価格と品質を両立して選んでもらうわけですから、今のアルビスの立ち位置は全社一丸となった日々の努力の賜物です。

## 社外取締役対談



—企業のガバナンスに注目が集まっています。アルビスではどのような取り組みが行われていますか。

**松村●** コーポレートガバナンスは、経営のスピード化、戦略性の向上、企業行動の透明性の確保などを狙いとし、資本市場は上場企業に資本コストや株価を意識した経営の実現を促しています。当社の第四次中期経営計画ではROE(自己資本利益率)の8.2%達成を目標にしました。達成のカギとなるのが新店舗の出店であり、そこからどれだけ新たな利益を生むかにかかっています。投資についてはROIC(投下資本利益率)やWACC(加重平均資本コスト)を意識して見えます。投下した資本に対してどれだけの利益が生まれているのかを重要視しています。

**加世多●** コーポレートガバナンスでは、役員の人事や報

酬などの透明性もテーマです。私は人事報酬諮問委員会の委員長を務めていますが、当委員会は、社外取締役2名、社外監査役1名、代表取締役1名の計4名で構成され、取締役や執行役員の選任に関し、取締役会に意見具申を行っています。新しい取締役や執行役員を選任する際は、事前にその候補者と個別に面談なども行い、中立・公正な立場で役員の選任に関して諮問しています。

人事報酬諮問委員会として、新しい執行役員をどう育てていくのか、つまり将来の部長職や課長職を当社としてどう育てていくかという課題があると認識しています。

**松村●** 意欲のある人材の確保・育成とともに、従業員がより働きやすい労働環境を作っていくかなどもについても見直しを進めないといけませんね。

—アルビスグループの今後の展開で期待すべき点がありましたらお聞かせください。

**松村●** 第四次中期経営計画では、10年後のあるべき姿を見据えています。池田社長は素晴らしいリーダーですし、アルビスには企業としての面白さもあると思っています。大いに期待しています。

個々の店舗の中身まで見ているわけではありませんが、消費者というのは地域ごとに微妙な違いがあります。地域の個性・特性を見極めながらその地域にあった店舗運営を目指さなければなりません。その意味で店長には優れた個性や独創性が求められると思います。もちろん、その背後には本部の運営方針があります。その2つが相まってその地

域にふさわしい最適な店舗運営を導き出すことになると思います。

**加世多●** 中期経営計画では、10年後の理想的な店舗数や店舗配置についても意識し、前を向いた意欲的な検討を重ねました。10年後に向けたアルビスの足跡を楽しみに見守っていきたいと思っています。

**松村●** 確かに挑戦的な計画です。私は公認会計士なので、最後にもう1つだけコメントいたします。最近ガバナンスの問題と絡んで指摘されているのは企業の内部監査機能の重要性です。公表されているだけでかなりの数の不正が事件化しています。ステークホルダーの皆様の信頼を勝ち得るためにも、内部統制を強め、不正が起きない仕組みづくりが望まれます。こういった点にも留意しつつ、社外取締役としてアルビスの成長に貢献していきたいと考えております。



## 財務情報・非財務情報

### 財務ハイライト

		2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期
<b>損益状況</b>											
営業収益	(百万円)	70,517	74,081	77,891	82,312	82,215	87,321	94,216	92,068	94,593	<b>97,798</b>
売上総利益	(百万円)	20,336	21,436	23,004	24,367	24,285	24,819	27,470	26,211	27,620	<b>28,976</b>
営業利益	(百万円)	1,923	2,262	2,560	2,818	2,622	1,089	1,798	2,452	1,939	<b>2,143</b>
経常利益	(百万円)	2,231	2,688	3,141	3,239	3,057	1,534	2,874	3,046	2,455	<b>2,671</b>
経常利益率	(%)	3.2	3.6	4.0	3.9	3.7	1.8	3.1	3.3	2.6	<b>2.7</b>
親会社株主に帰属する当期純利益	(百万円)	1,082	1,572	1,957	2,165	2,176	928	1,495	2,105	1,684	<b>1,545</b>
<b>財務状況</b>											
総資産	(百万円)	34,411	33,845	36,233	45,275	44,309	46,128	47,775	48,463	48,004	<b>49,644</b>
有利子負債	(百万円)	7,987	6,487	7,300	7,574	6,367	9,068	7,653	7,775	5,581	<b>4,128</b>
純資産	(百万円)	17,969	18,929	19,279	26,411	28,065	27,082	28,021	29,450	30,569	<b>31,446</b>
自己資本比率	(%)	52.2	55.9	53.2	58.4	63.3	58.7	58.7	60.8	63.7	<b>63.3</b>
<b>キャッシュフロー状況</b>											
営業活動によるキャッシュフロー	(百万円)	3,367	3,534	4,407	4,683	3,108	2,189	5,606	4,210	4,029	<b>4,473</b>
投資活動によるキャッシュフロー	(百万円)	△1,778	△2,833	△3,318	△1,724	△6,281	△2,916	△1,942	△2,147	△1,591	<b>△2,312</b>
財務活動によるキャッシュフロー	(百万円)	△309	△2,140	△829	4,622	△1,988	△948	△2,399	△1,060	△3,221	<b>△2,718</b>
フリーキャッシュフロー	(百万円)	1,589	701	1,088	2,959	△3,173	△727	3,664	2,063	2,438	<b>2,161</b>
現金及び現金同等物の期末残高	(百万円)	5,087	3,648	3,907	11,488	6,327	4,651	5,914	6,928	6,144	<b>5,587</b>
<b>関連情報</b>											
設備投資額	(百万円)	△1,989	△3,085	△2,983	△1,854	△6,047	△3,539	△1,663	△1,863	△1,791	<b>△2,296</b>
減価償却費	(百万円)	1,404	1,502	1,488	1,568	1,550	2,095	2,078	2,079	2,078	<b>2,063</b>
研究開発費	(百万円)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	<b>—</b>
<b>指標</b>											
自己資本当期純利益率 (ROE)	(%)	6.02	8.52	10.24	9.48	7.99	3.37	5.43	7.33	5.61	<b>4.99</b>
総資産経常利益率 (ROA)	(%)	3.14	4.61	5.59	5.31	4.86	2.05	3.18	4.37	3.49	<b>3.16</b>
1株あたり当期純利益	(円)	162.05	203.55	255.02	286.28	235.07	104.61	170.94	240.63	192.50	<b>178.52</b>
1株あたり純資産	(円)	2,325.97	2,450.31	2,602.43	2,853.54	3,032.18	3,095.68	3,203.00	3,366.39	3,494.36	<b>3,635.08</b>
1株あたり配当金	(円)	40	50	60	70	70	70	70	70	70	<b>70</b>

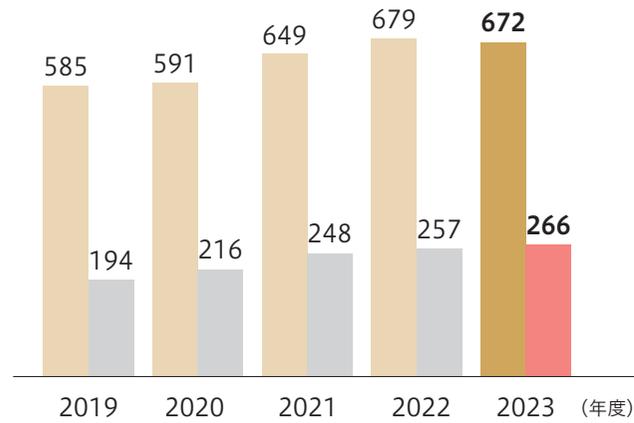
財務情報・非財務情報

非財務ハイライト

● 従業員数(男女)

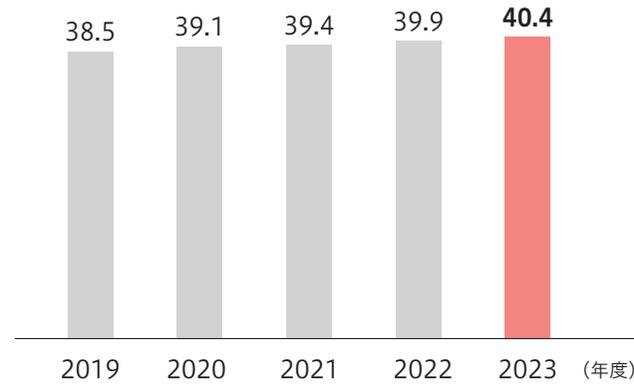
(単位：人)

■ 男性 ■ 女性



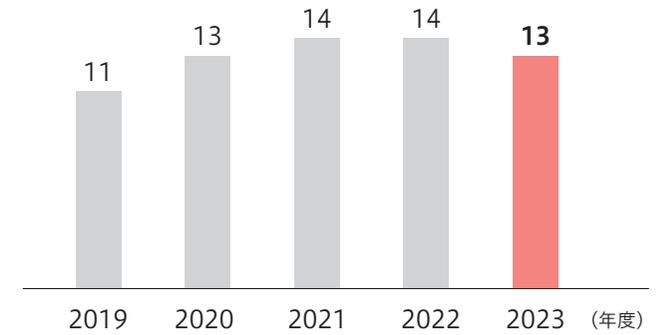
● 平均年齢

(単位：歳)



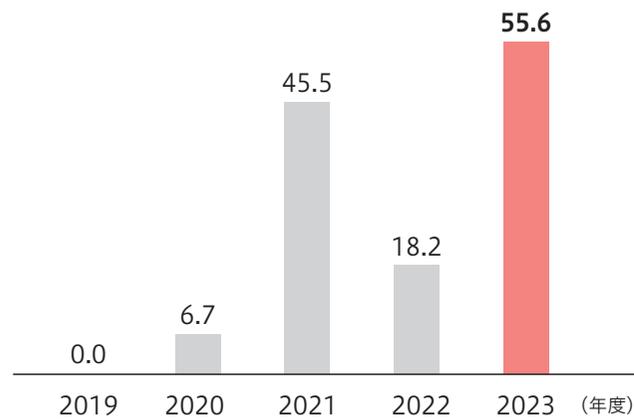
● 女性管理職数

(単位：人)



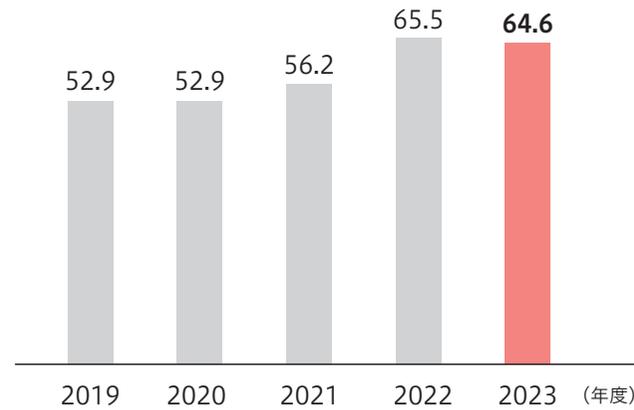
● 男性育児休業取得率

(単位：%)



● 有給休暇取得率

(単位：%)



## 会社情報

### 会社概要 (2024年9月30日現在)

会社名	アルビス株式会社
本社所在地	富山県射水市流通センター水戸田3-4
設立	1968年12月
代表者	代表取締役社長 池田 和男
資本金	4,908百万円
グループ事業内容	食品スーパーマーケット、惣菜・精肉・豆腐製造、ベーカリー生地製造、リサイクル事業、農業
店舗数	67店舗 *移動販売車24台
グループ従業員数	1,016名(正社員) 3,479名(パート社員、派遣社員) *8時間勤務換算 *障がい者雇用率3.95%
子会社	(連結) 株式会社アルデジャパン アルビスクリーンサポート株式会社 (非連結) 株式会社アルビスファーム信州なかの A&S株式会社 株式会社パスコ

### ● 役員

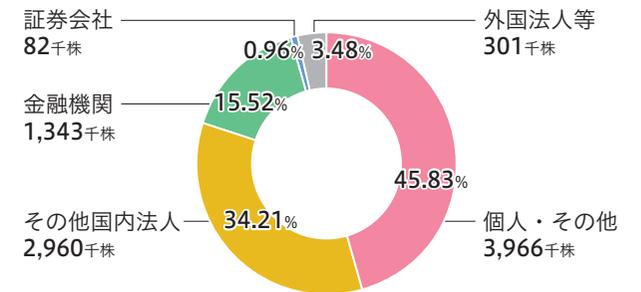
代表取締役社長	池田 和男
取締役 常務執行役員	吉原 絹彦
取締役 執行役員	上野 弘樹
取締役(社外)	加世多 達也
取締役(社外)	松村 篤樹
常勤監査役	竹内 公彦
監査役(社外)	山口 敏彦
監査役(社外)	樋尾 亜佐子
執行役員	瀧本 浩介
執行役員	藤井 秀亮

### 株式の状況 (2024年9月30日現在)

#### ● 株式数及び株主数

発行可能株式総数	20,000,000株
発行済株式の総数	9,255,926株
株主数	14,337名

#### ● 所有者別株式分布状況



#### ● 大株主

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
三菱商事(株)	1,388	16.05
日本マスタートラスト信託銀行(株)	607	7.02
アルビス共栄会持株会	395	4.57
(株)北陸銀行	250	2.89
カナカン(株)	215	2.48
アルビス社員持株会	182	2.11
笹田 悦朗	159	1.84
(株)日本アクセス	144	1.67
(株)富山第一銀行	142	1.65
三菱食品(株)	140	1.62

(注) 持株比率は自己株式(602千株)を控除して計算しております。



## アルビス株式会社

〒939-0402 富山県射水市流通センター水戸田3-4  
TEL(0766)56-7200