

Good Life,
Good Tomorrow



INTEGRATED REPORT 2022

Axial

RETAILING

社 名 アクシアル リテイリング株式会社
 本 部 所 在 地 新潟県長岡市中興野18番地2
 設 立 1967年8月

資 本 金 31億5,971万円
 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 アド レ ス <https://www.axial-r.com/> 

〈スーパーマーケット事業〉

 株式会社 原信 スーパーマーケット経営	 株式会社 ナルス スーパーマーケット経営	 株式会社 フレッセイ スーパーマーケット経営	原信ナルスオペレーションサービス株式会社 シェアードサービス
			アクシアルレーベル株式会社 各種商品の企画・製造・加工・卸売・小売および輸出入
			株式会社 ローリー 食品の製造・加工

〈その他の事業〉

株式会社 原興産 清掃・保険代理店・不動産賃貸	株式会社 アイテック 情報処理	高速印刷株式会社 印刷・各種媒体制作
力丸流通サービス株式会社 清掃	株式会社 フレッセイヒューマンズネット 障がい者雇用・人材派遣	高翔商事株式会社 不動産管理



Contents

イントロダクション	トップメッセージ	ビジョン実現に向けて	ガバナンス	データ
2 会社概要	7 トップメッセージ	12 中期経営計画	35 役員一覧	44 財務データ
3 目次、編集方針	10 TQM体系	13 品質経営	37 CFOメッセージ	46 非財務データ
4 アクシアル ポリシー、ビジョン	11 価値創造プロセス	20 環境経営	38 コーポレート・ガバナンス	
5 店舗展開		23 健康経営	43 リスクマネジメント	
6 アクシアルのあゆみ		28 技術革新への対応		
		30 人づくり		



編集方針

アクシアル リテイリングでは、2020年に長期グループビジョン「Enjoy Axial Session♪」を策定いたしました。ビジョンを実現するためのビジネスモデルや経営戦略を様々なステークホルダーの皆様にご説明し、ご理解いただくことを目的として、今年度より本報告書を発行いたします。

なお、編集にあたり、国際統合報告評議会(IIRC)の「国際統合報告フレームワーク」、経済産業省の「価値創造 ガイドンス」などを参考にしております。

報告期間

2021年度(2021年4月1日~2022年3月31日) ※一部の取り組みについては、報告項目ごとに対象期間を明記しています。

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12社

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、見通しなどの将来予想に関する内容は、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、今後様々な要因によって、実際の業績などは大きく異なる可能性があります。

情報開示

統合報告書

財務情報 <https://www.axial-r.com/ir/financial/> 

・有価証券報告書

・決算短信

・IR資料

コーポレート・ガバナンス <https://www.axial-r.com/ir/cg/> 

・コーポレート・ガバナンス報告書

CSR情報 <https://www.harashinnarus.jp/company/csr/?r=ar> 

・CSRレポート

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。

経営理念の実現に向かう具体的な方向性を示すため、グループビジョンを定めています。

〈アクシアル リテイリング グループビジョン〉



グループ各社や個人が自律的に技量を磨き、全体では調和のとれた活動を行うことで、今まで以上のマスメリットを創出し、お客様に新たな価値をご提供します。

①品質経営

TQM活動の推進により、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・社会からより信頼される企業を目指します。

②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。

③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をサポートします。
従業員の健康増進と働きやすい職場づくりを推進し、長く安心して働ける環境を実現します。

④技術革新への対応

日々進歩する様々な技術の活用にも果敢に挑戦し、生産性とお客様の利便性を飛躍的に向上させます。

⑤人づくり

自らチャレンジし、変革を起こせるイノベーターな人材を育成します。
人材育成を通じて地域・社会の発展に貢献します。



原信



ナルス



FRESSAY

132

店舗

※2022年10月末現在



原信



ナルス



フレッセイ



中之島Childセンター



中之島ディストリビューションセンター



上越Childセンター



前橋物流センター

the history of Axial Retailing

アクシアル リテイリングのあゆみ

2021年度 売上高

2,465億円

〈事業のはじまり〉

原信

1907年に原信の前身となる「原蠟燭店」を新潟県長岡市で創業

フレッセイ

1850年にフレッセイの前身となる鮮魚塩干物の卸小売業「松葉屋」を群馬県前橋市で創業

ナルス

1948年にナルスの前身となる、こんにゃく・豆腐製造の「成沢商店」を新潟県直江津市(現上越市)で創業



1959
ナルスがスーパーマーケットを創業



1950
フレッセイがスーパーマーケットを創業



1967
原信がスーパーマーケットを創業

1988
原信が新潟証券取引所に株式上場

1986
原信が初のNSC*を出店
※NSC(ネバフッド・ショッピング・センター)
大型スーパーマーケットを核としたオープン・エア型の小型ショッピングセンター。

1985
原信がチューリップストアを合併

1984
原信、ナルスがそれぞれ生鮮食品加工センター開設

1980
原信が配送センター開設

1997
原信が長期ビジョン「2010VISION」策定

1996
原信が中之島物流センターを開設

1991
原信が福屋・こたやストアを合併

2009
原信ナルスホールディングスが長期ビジョン「Advanced Regional Chain」策定

2008
原信ナルスホールディングスが上越物流センター開設
ナルスがISO14001の認証を取得(適用範囲の拡大)

2007
原信ナルスホールディングスが東京証券取引所1部に指定替え

2006
原信とナルスが経営統合し原信ナルスホールディングス(株)を設立

2000
原信が東京証券取引所2部に株式上場
原信がISO14001の認証を取得

2016
フレッセイが前橋物流センター開設

2013
原信ナルスホールディングスとフレッセイホールディングスが経営統合し、アクシアル リテイリング(株)を設立
中之島DC開設

2011
原信ネットスーパースタート(株)フレッセイホールディングスを設立

2022
株式会社格付投資情報センターより格付け及び方向性A(安定的)に格上げ
東京証券取引所プライム市場に上場

2020
グループビジョン「Enjoy! Axial Session♪」策定
日本品質奨励賞 TQM奨励賞受賞

売上高

(年) 1950 1960 1970 1980 1990 2000 2010 2020

1982
上越新幹線
開業

1989
消費税
スタート

1990
バブル崩壊

1995
阪神・淡路大震災

2004
7.13水害
中越地震

2007
中越沖地震

2011
東日本大震災

2019
新型コロナウイルス
感染症流行

「あゆみ」について、詳しくはこちら

https://www.harashinnarus.jp/hnhp_wp/wp-content/themes/hnhd/assets/pdf/CSR2022/P05-06.pdf

強固な経営基盤を確立し、持続可能な成長と 新たな価値の創造を目指してまいります

アクシアル リテイリング株式会社
代表取締役社長 原 和彦

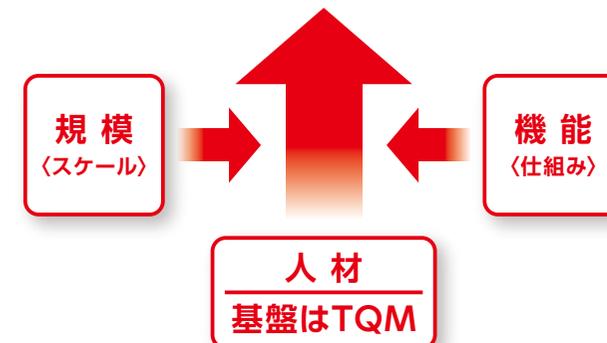


いまだ新型コロナウイルス感染症の終息は見え、エネルギーや原料原材料の原価高騰、為替相場や金利水準の急激な変動などによって、当社グループを取り巻く経営環境は刻々と変化しています。そのようななか、今後3カ年の中期経営計画では、ネットスーパーの拡大やAIを活用した自動発注への切り替えと利用拡大、加工センターなど製造拠点の再整備等を経営戦略に策定しました。

当社グループでは、チェーンストアとしてのマスメリットを生み出し、お客様の毎日の生活に豊かさ、楽しさ、便利さをご提供していくことを目指しています。これらを実現するためには、まず一定の「規模」が必要となります。一方で、規模を力に変えるには「機能」が欠かせません。また、それらを作り、維持していくのは「人材」です。当社グループでは、TQM（総合的品質管理）活動を40年以上にわたって取り組み、このTQMが経営の根幹となっています。「規模」と「機能」と「人材」で、チェーンストアとしてのマスメリットを生み出してまいります。

アクシアル リテイリングが目指すもの

チェーンストアのマスメリットを生み出し、
お客様に「豊かさ」「楽しさ」「便利さ」をご提供する



トップメッセージ

当社グループでは、組織力をより高め、経営理念を達成するために、2020年に新たな長期ビジョンである「Enjoy Axial Session ♪」を策定しました。各事業会社、各店舗、各部署、各人がそれぞれの技量を磨き込み、自主的・自発的・自律的に活動しながらも、全体として調和のとれた活動を行うことで、これまで以上のマスメリットを創出し、お客様に新たな価値をご提供するという思いを込めて名付けたものです。新たなビジョンでは、「品質経営」「環境経営」「健康経営」「技術革新への対応」「人づくり」を基本政策に掲げ、「協働」「創造」「挑戦」をキーワードに、グループ一体となって取り組んでいます。

品質経営では、これまで培ってきたTQM活動の推進により、商品・サービスとそれを支える仕組みの品質を向上し、お客様・地域・社会からより信頼される企業の実現を目指しています。原料価格や原油価格上昇、円安による商品価格の上昇などから、生活防衛意識が高まっています。売価政策については、プライベートブランド（PB）やローカルブランドの販売強化とともに、当社グループの強みでもあるロジスティクスもフル活用することで、売価へのインパクトを低減し、競争力を高められるよう取り組んでいます。特に、当社グループのPBの販売力は、強みの一つでもあります。



**「協働」「創造」「挑戦」をキーワードに
グループ丸となって新たなビジョンを実現**

しかし、より収益性を向上させるためには、商品数の拡充とさらなる販売力向上が必要です。マスメリットを生み出す原資の一つとして、よりスピード感のある取り組みを進めていきます。

店舗づくりにおいては、多様化するお客様のニーズ、人口構造や社会環境の変化に対応できるようチャレンジをしています。提案型や商品政策を深掘りした店舗形態を進化させる一方、従来よりも人口の少ない商圈でも成り立つ店舗形態の展開や、ネットスーパーの強化を進めています。こうした取り組みのほか、商品の安定供給と生産性の向上を目指し、プロセスセンターをはじめとする製造拠点の拡充を進めてまいります。

環境経営では、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することを目指しています。当社グループの株式会社原信では、2000年に日本の食品スーパーマーケットで初めて、全事業所を対象に環境マネジメントシステムの国際規格である、ISO14001の認証を取得して以来、現在では原信・ナルスの全事業所で認証を取得しています。20年以上にわたり継続的に環境負荷低減に努めてきたことで、経営面でもコスト削減に繋がっています。

近年は自然災害も頻発しています。8月3日より新潟県北部で発生した線状降水帯による豪雨災害では、新潟県村上市にある原信荒川店が店舗浸水の被害を受け、営業休止を余儀なくされました。当社グループでは、これまでの緊急事態対応のノウハウを活かし、「一分でも早く店を開けよう」を合言葉に、多くのお取引先様からお力をお借りし、8月10日午前9時に開店することができました。ご支援いただいた皆様にご感謝申し上げますとともに、より一層地域のライフラインとしての使命を果たさなければならぬと感じました。

気候変動対応では、再生可能エネルギーの活用を本格的に開始し、太陽光パネルの設置店舗を順次拡大しています。当社グループでは、これからも社会課題の解決に向け、環境・社会・経済のバランスを考慮し、「やらなければならないこと」に確実に取り組めます。

トップメッセージ

健康経営では、お客様の健康づくりのサポートはもちろん、働く従業員の健康づくりも目指しています。10年ほど前から健康配慮型商品の開発を積極的に行っています。健康に欠かすことのできない野菜を365日朝、昼、晩にバランスよく、手軽に、おいしく召し上がっていただくための「365×3 salad life」。ご家庭での調理の手間を省き、手軽に良質なたんぱく質を摂取していただける「魚菜屋^{うおさいや}」。そしてだしのうまみで味付けはしっかりとしながらも、塩味を抑えた「だし香る」シリーズ。これらの商品は核商品に成長し、他社との差別化が図られています。これからも商品政策の柱として育成し、地域のお客様の健康的な暮らしを支えていきます。

従業員にとって働きやすい職場環境の整備を進めています。一例として、有給休暇の取得率については、全産業平均に引き上げたいと思い、それを実現するための1つの手段として全社的に会議体系の見直しを図りました。各会議の目的や頻度、メンバー構成を見直して、時間原資をねん出し、2017年には全産業平均を上回る55%に向上でき、2021年度は79%までに達しています。

地域のお客様、働く従業員の健康増進、メンタルヘルスケアの取り組みを進めた

結果、2022年3月には健康経営優良法人認定制度の大規模法人部門において、健康経営優良法人として認定されました。労働人口の減少により人手不足の深刻化が予測されますが、引き続き健康で長く働き続けることのできる職場環境を整備してまいります。

技術革新への対応では、さまざまな技術の活用に挑戦し、お客様の利便性と生産性を飛躍的に向上させることを目指しています。IT関連を専門とする事業会社のAIテックを中心に、店舗の発注業務で使用しているAI型自動発注システムなど、さまざまなシステムの内製化を行なっています。

新型コロナウイルス感染症の影響により伸長しているネットスーパーでは、より豊かで便利なお買い物環境をご提供するため、お酒の取り扱いを新規スタートし、ネットオーダーのギフトやごちそうメニューの拡充をさらに進めています。あわせてネットスーパー拠点店舗の設備を拡張し、より多くのご注文に対応できるよう強化してまいります。

人づくりでは、自らチャレンジし、変革を起こせるイノベティブな人材育成を行い、それらを通じて地域社会の発展にも貢献することを目指しています。労働人口は減少し、人材を確保することが厳しい状況が見込まれます。教育体系に基づいた一括教育、各人の技能レベル向上を目指した支援体制を整え、新たな価値を生み出すことのできる人材の育成を進めてまいります。

これからの社会はより急速に変化していきます。その変化を成長の機会と捉え、挑戦できる企業でなければ、存続していくことはできないと考えています。また、お客様、お取引先様、地域社会とのコミュニケーションを円滑に行い、協働して社会課題の解決に取り組む必要があります。地域社会の発展に貢献できるよう、グループ一丸となって経営理念の実現に取り組みます。ステークホルダーの皆様には、今後とも変わらぬご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。



お客様のご満足を実現するためのTQM体系

当社グループは、TQM（トータル・クオリティ・マネジメント）を経営の根幹に据えて、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を実践しています。

各部署では、職場の問題・課題に取り組むQCサークル活動と、店長やバイヤー、専門担当などが部署の重点課題に取り組むSUM活動（サービスアップのためのマネジメント活動：当社グループ独自の用語）により部署方針の実現に取り組むほか、重要な経営課題に取り組むプロジェクト活動や、グループ全体に共通する課題に部署横断的に取り組む委員会活動を組織的に推進しています。

経営方針の管理体制と活動推進

部署方針がどの程度具現化されているかについて、グループ全体を対象に四半期ごとに進捗管理を行うほか、毎月開催されるグループTQM推進委員会において各部署のTQMの活動状況を確認しています。

グループ全体の改善活動のテーマ実施数は年間5,000件を超えます。

グループ全体のTQM活動実績(2021年度)

QCサークル	SUM
1,048サークル のべ4,059件	437名 1,541件

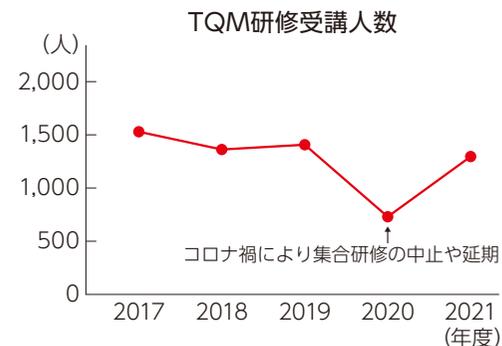
**テーマ実施数
5,600件**



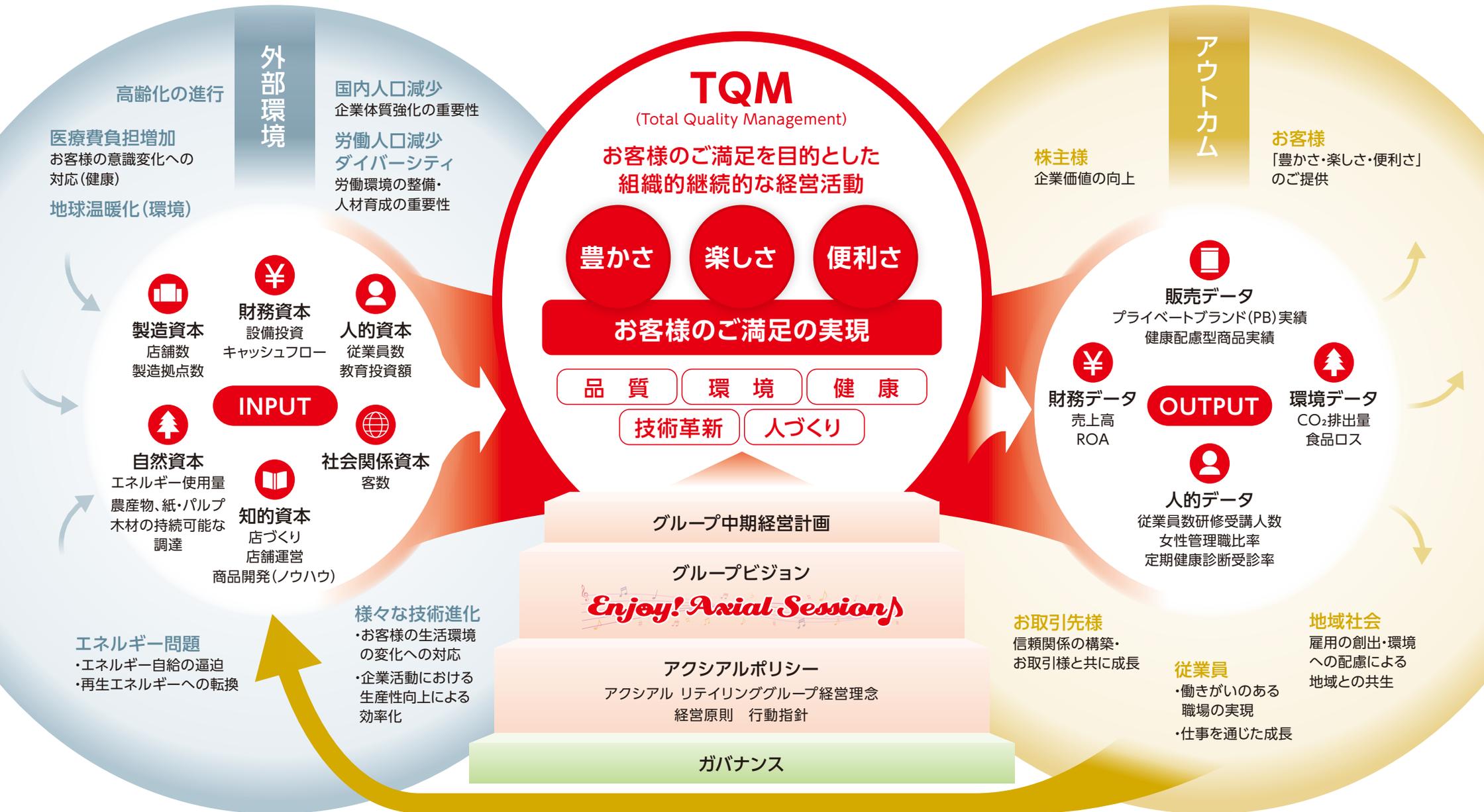
TQM活動を中心とした人材育成

方針を実現するための方針マネジメントは、QC手法や統計的手法、IE手法などを活用して科学的、合理的に進めています。手法活用によりマネジメントレベルが向上し、人材の育成にも寄与しています。

階層別に開催しているTQM研修は、2021年度の受講人数が約1,300名でした。



チェーンストアのマスメリットを生み出し、「豊かさ」「楽しさ」「便利さ」をご提供する



中期経営計画

当社グループでは、アクシアルビジョンの基本政策と成長戦略、そして幹部社員を中心に議論された目指す方向性のもとに、ローリング方式で今後の3カ年計画を更新しています。当社を取り巻くさまざまな環境の変化、原材料や光熱費などの高騰、価値観の変化などへの対応を行い、経営理念の達成に向け努めてまいります。

	2022年度計画			2023年度計画			2024年度計画		
売上高・経常利益率	売上高 2,475億円		経常利益率 3.9%	売上高 2,530億円		経常利益率 3.9%	売上高 2,600億円		経常利益率 3.9%
開店・閉店・期末店舗数	開店数 5	閉店数 2	期末店舗数 132	開店数 4	閉店数 2	期末店舗数 134	開店数 4	閉店数 2	期末店舗数 136
設備投資額	63億円			93億円			104億円		
ドミナント戦略	ドミナント強化と新商勢圏の開拓								
	<ul style="list-style-type: none"> ① 原信・ナルス：店舗開発組織体制の強化、新たな店舗形態開発推進 ② フレッセイ：既存店競争力の強化、標準化 								
商品戦略	パーティカルMDの推進								
	<ul style="list-style-type: none"> ① プライベートブランド・オリジナル商品の開発推進 ② 新たなマーチャダイジングの深耕と定着 ③ 常時低価格販売の推進、拡大 								
店舗・サービス戦略	ショートタイムショッピングの実現、EC対応								
	<ul style="list-style-type: none"> ① 次期レジシステムの再構築 ② ネットスーパー拡大（原信拡張、フレッセイ新規開始） ③ ネットオーダー（ギフト・酒）の拡大、スマホ活用サービスの拡張 								
	フレッセイ軌道化								
オペレーション戦略	生産性改善の推進								
	<ul style="list-style-type: none"> ① 自社製AI型自動発注への切替えと利用拡大・軌道化 ② 加工センター活用推進、精肉100%供給店舗の拡大 								
ロジスティクス戦略	グループ物流基盤、製造拠点の再整備								
	<ul style="list-style-type: none"> ① 物流拠点マスタープラン策定と再整備推進 ② ローリー工場再編計画の推進（米飯工場新設、洋菓子工場移設、システム再構築） 								
組織戦略	人材育成と新しい価値観への対応								
	<ul style="list-style-type: none"> ① マネジメント体制の再構築（フレッセイ） ② 教育体系の再整備（教育ツールの活用、システム化推進） ③ 事業と社会性の一体化（事業活動＝SDGs） ④ 本部機能の強化、新本部着工 								
	軌道化（グループ全体）								
	本部移転、稼働								

1 品質経営

お買い物の楽しさを創出

当社グループでは楽しくお買い物をしていただく店内環境作りが重要と捉えて、店舗形態を進化させてきました。

当社店舗では「VMD (ビジュアルマーチャンドライジング)」を駆使し、視覚的に商品のおいしさをお伝えする「仕掛け」を組み込み独自のデザインとディテールでお買い物の楽しさを創り出しています。VMDを駆使しながら、新しいニーズにアジャストした新店舗形態へ。その先の「豊かさ、楽しさ、便利さ」を追求していきます。

VMD

Visual Merchandising

お買い物の楽しさを創り出す

豊かさ

楽しさ

便利さ

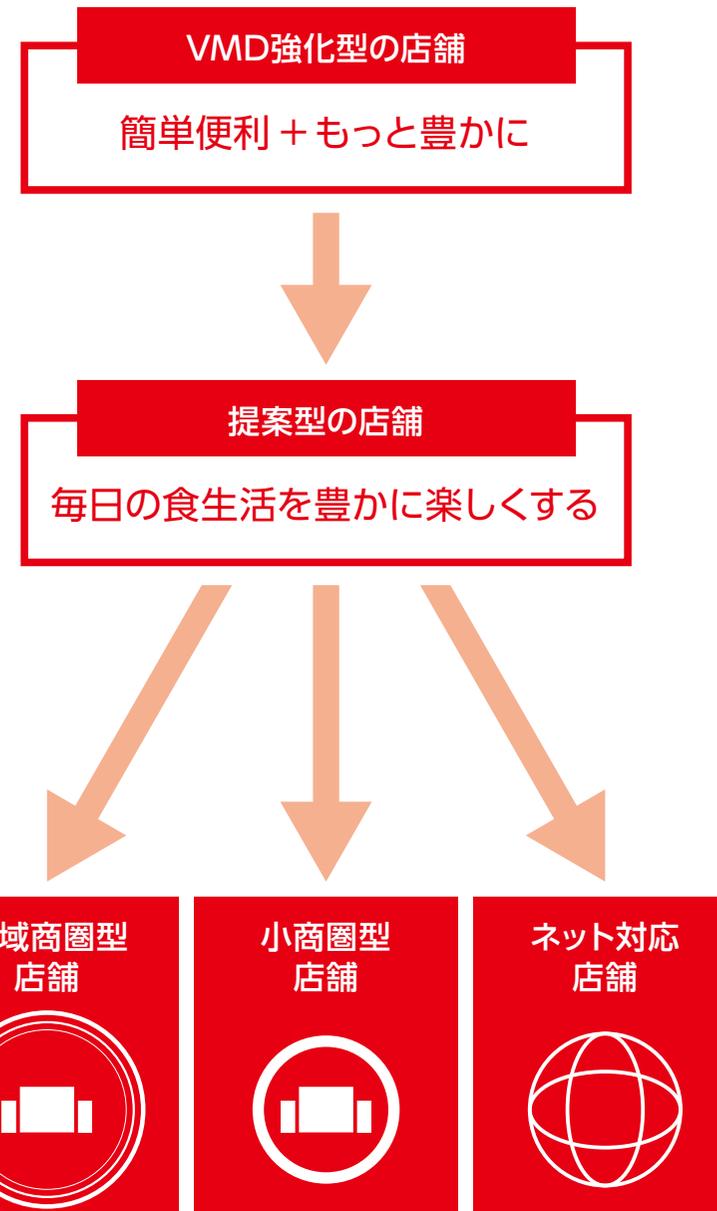


品質経営

店舗形態の進化

従来から標準的なスーパーマーケットによる多店舗展開を進めてきましたが、社会環境は変化し新たなニーズへの対応が必要となりました。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ご提案ができるスーパーマーケットを目指し、名物商品の開発、食生活の多様化に合わせた商品提案、値ごろをはずさない価格、あか抜けた売場、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、専門性、ライブ感、情報発信が特徴の広域商圈型店舗、即食・簡便ニーズに対応したお手軽にお買い物ができる小商圈型店舗、ネット対応の店舗形態を展開しています。

今後さらに変わることが予想される消費行動において、小商圈型店舗やネット対応店舗は不可欠なものと考えています。



1 品質経営

次世代を見据えた商品政策

女性の社会進出が進む一方で、家庭での家事バランスは女性の負担になっていることから、調理の“時間”だけでなく“手間”も少なくする傾向が強まり、調理の簡便化が進んでいます。また調理自体を敬遠する傾向もみられるようになりました。このような社会的背景から、電子レンジやフライパン等を活用した調理ニーズが増えていきます。そのまま食卓に並べられるお惣菜、お弁当、お寿司もお客様に自信をもっておすすめできる商品を数多く揃えています。

社会の多様化・複雑化が進み、心のやすらぎを求める人が増えています。その中で「やすらぎ」感を演出できるようなスイーツの開発を強化、他社との商品の差別化を図っています。今後も時代に適応した自社開発商品を増やすことで、お客様からのご支持をいただきながら、利益確保にもつなげていきます。



カット野菜



レンジで調理できる商品



フライパンひとつで調理できる商品



そのまま食卓に並べられるサラダ



インスタスイーツ



バウムクーヘン屋さんのバウムクーヘン



しっとりひとくちドーナツ



国産小麦と卵のカステラ

品質経営

プライベートブランド(PB)商品の開発

当社グループでは、お客様がより良い商品をよりお求めやすい価格で、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。

小さなお子様から高齢者まで幅広い客層をターゲットに、添加物を抑えて素材の美味しさを引き出し、飽きのこない味を追究。また、2020年よりコロナ禍で行動が制限される中、地元メーカー様との取り組みを強化しました。PB商品全体では、2年間で90品目を新規投入し、売上高も2019年度比で123%と大幅に伸ばしました。地元メーカー様との取り組みでは、既存商品の磨き上げによる品質向上にも取り組んでいます。

なお、水や牛乳など、毎日の生活に欠かせない商品は地震や水害、雪害といった自然災害に備え、複数の異なる地域から独自の調達ルートを開発しています。また、近隣に新潟港があるメリットを活かし、海外からの開発輸入を拡大。コンテナ単位での輸入を促進し、マスメリットを追求しています。

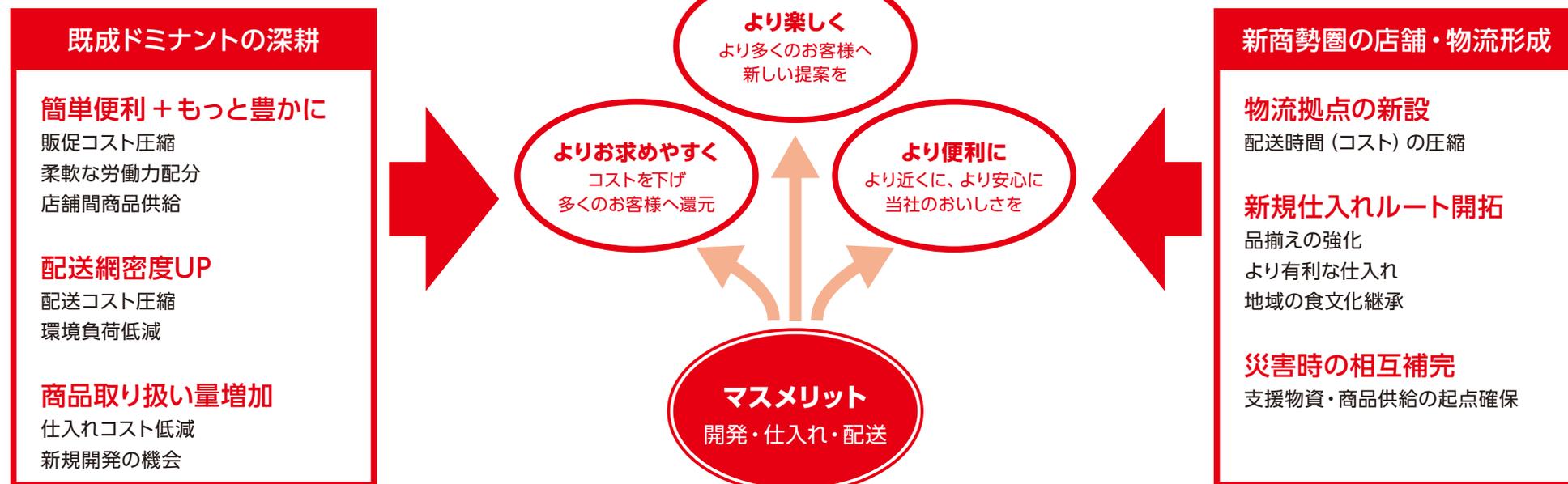
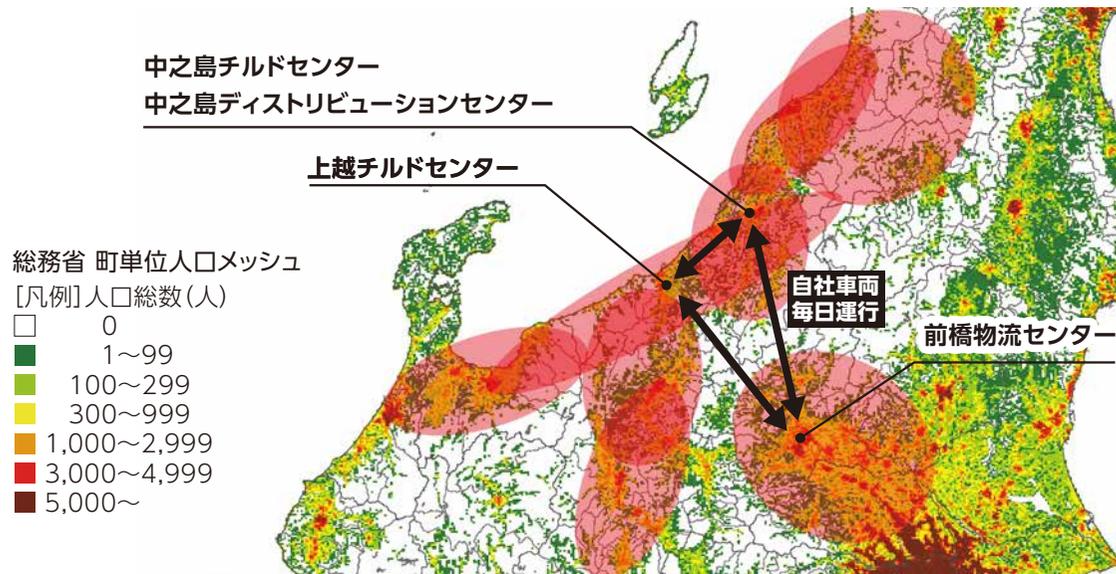


品質経営

ドミナントエリアとロジスティクス戦略

人口減少が続き、特に地方においては食品市場規模の縮小が見込まれています。また、さまざまなコスト上昇が続く中、当社グループでは、より多くのお客様へ、確かな品質の商品を、お手ごろに、安定して供給し、地域の暮らしを守るお手伝いを目指します。

新潟県、群馬県を中心とする既成ドミナントにおける出店と店舗網密度向上・物流効率化、新商勢圏への店舗・物流網の形成に取り組みます。



1 品質経営

自社配送網活用によるコスト削減

①店舗配送後の商品調達

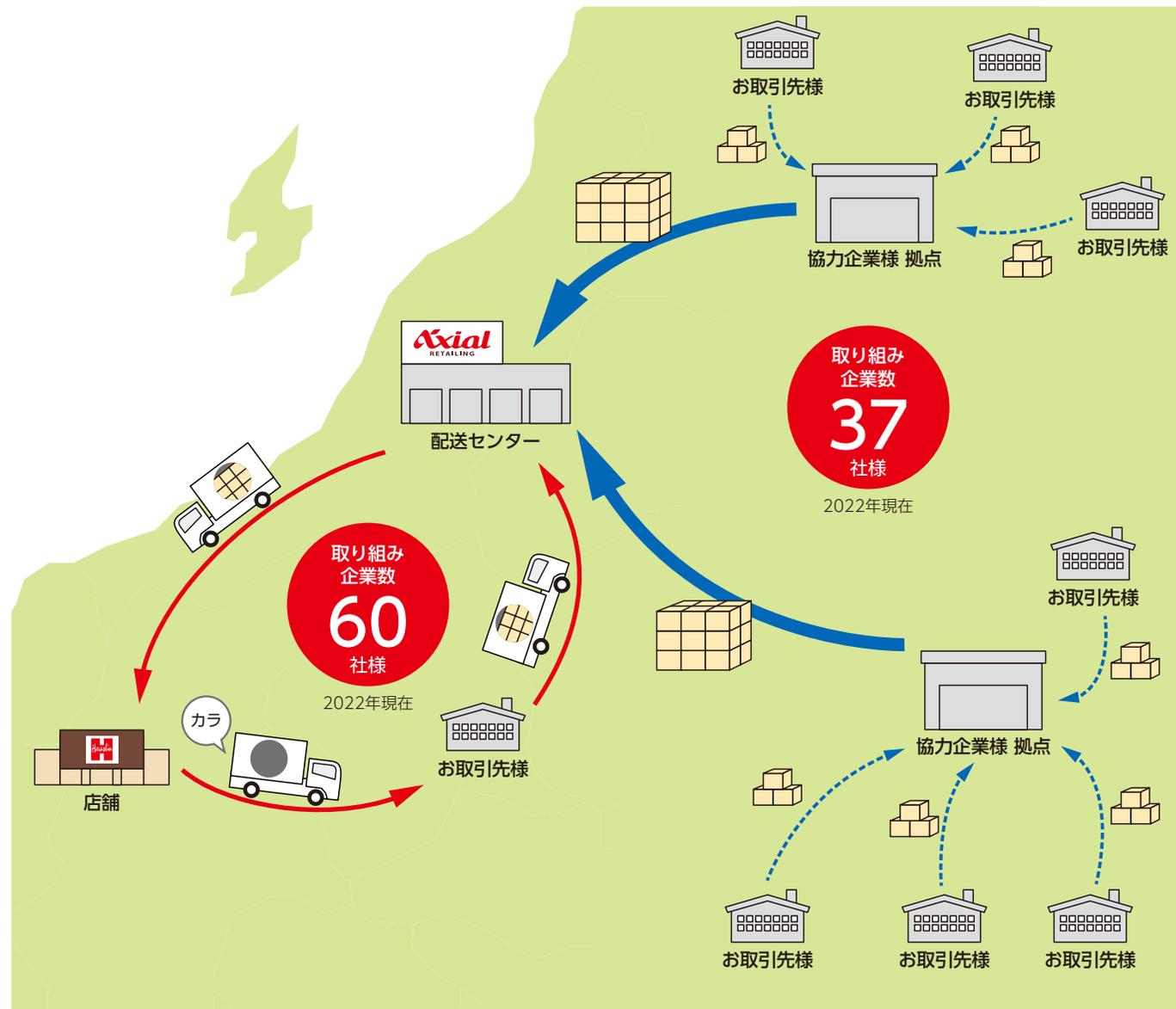
店舗から配送センターへ戻るトラックを、店舗近隣のお取引先様から商品を引き取る車両として活用し、自社とお取引先様相互の物流コスト削減を図っています。店舗へ商品を配送した後に荷台が空の状態で作る自社車両を減らすことで、お取引先様の納品車両の往復が減り、コストが削減できるとともに、物流網全体で見たとときのエネルギー削減にも貢献します。

この取り組みにより削減できたコストを商品原価や品質に反映させ、競争力のあるPB商品の開発につなげています。

②共同配送便による遠方からの集荷

協力企業様の関東、東北エリアの拠点を活用し、拠点に近い複数のお取引先様の商品を集約しています。これにより、お取引先様の物流コストを軽減することができ、仕入コストの抑制につなげています。

さらに、この取り組みにより今まで以上に広範囲のお取引先様とお取引ができる可能性が広がり、これまで品揃えが難しかった商品を開拓、より魅力ある売場づくりにも貢献しています。



品質経営

加工センター（PCコミサリー）機能の強化

店舗数増加に伴い、生鮮食品の商品加工を行うプロセスセンターの拡大が必要となりました。2018年に中之島チルドセンター横にローリー中之島プロセスセンターを移転、従来の機能を拡張しました。

中之島チルドセンターと併設することで、輸送コスト削減と、生鮮の品質に大きな影響を与えるコールドチェーンが強化されました。また、最新の機器を導入することで、1時間あたりの製造数^{※1}が増加、省人化に繋がりました。

店舗では、プロセスセンターからの供給量増加によって、労働時間が削減できました。そこで生まれる余力で、より付加価値の高い商品のご提供ができるようになり、売上高も伸びています。需要が高まる即食への対応として、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、発売以来好調に推移しています。このように精肉部門では売上高の伸長、労働時間削減により、人時売上高^{※2}が大きく伸長しました。

今後は、惣菜部門の製造工場拡張を計画しています。伸び続ける即食需要に対応し、当社ならではの商品をご提供していきます。



ローリー中之島プロセスセンター



ミートデリ売場



※1 1時間あたりの製造数 = $\frac{\text{加工センター総製造数}}{\text{加工センター総人時数}}$

※2 人時売上高 = $\frac{\text{精肉部門売上高}}{\text{精肉部門総人時数}}$



ミートデリ/越のハーブ鶏deタレカツ



ミートデリ/合鴨ロースト

2 環境経営

気候変動対応

気候変動が世界的な問題となっています。2022年8月に発生した新潟県村上市の記録的大雨では、原信荒川店が浸水被害に遭い、6日間の営業休止を余儀なくされました。

地域社会のインフラであるスーパーマーケットは、地域のお客様に商品やサービスをご提供しつづけることが使命の一つです。その責任を果たすべく、気候変動による『リスク』『機会』を分析し、持続的な経営に活かしてまいります。

①気候変動に関わる指標・目標

当社グループは2022年3月に制定した『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、CO₂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などを具体的なテーマとしています。

CO₂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原信とナルスにおいては、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ました。

②気候変動に関わるガバナンス

気候変動問題は、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います。



③シナリオ分析の前提要件

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及び営業利益に対し、同事業の売上高及び営業利益は、いずれも9割超を占めています。今回初めて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いたしました。

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「WEO」で示されているシナリオや「IPPC」等を参考にしました。

2 環境経営

④ リスク項目の特定と評価、対応策

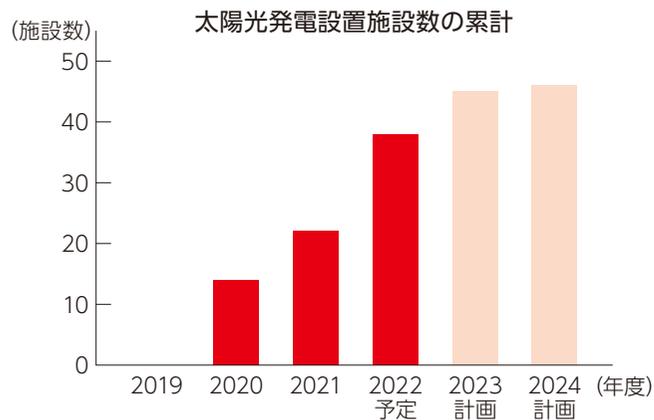
気候変動によるリスク・機会として「異常気象の発生割合・深刻度の増加」「平均気温の上昇」「海面上昇」「カーボンプライジングの導入及び価格の上昇」「電力小売価格の変動」「低炭素な新しい生産技術の開発」「消費者嗜好の変化」を抽出、抽出された項目が財務に与えるインパクトを定性的に評価しました。今後が定量的なインパクト評価を行い、影響の大きさを明確にしていく予定です。

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		検討している対応策
					2℃上昇シナリオ	4℃上昇シナリオ	
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			
	平均気温の上昇	飼料・畜産物生産量・漁獲量が変動し、価格に 影響を及ぼす可能性がある		産地・取引先の分散			
	慢性	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、 複数の調達ルート確保		
カーボンプライジングの導入 及び価格の上昇		CO ₂ 排出量に応じた炭素税の負担発生	大	小	再生可能エネルギーの利用拡大		
移行 リスク	政策・法規制	電力小売価格の変動	リスク	電力料金の支払い増	大	小	省エネ設備の導入
		低炭素な新しい生産技術の開発		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			
		消費者嗜好の変化	機会	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
低炭素製品・サービスに対する需要変化 への対応							

再生可能エネルギーへの転換（太陽光発電）

店舗・施設の屋根に設置した太陽光発電で、使用電力の一部を賅っています。

2022年度中で原信は16施設、フレッセイは物流センターを含め22施設稼働予定であり、全施設の約3割にまで拡大してきています。これによるCO₂削減量は5,068t/年で事業活動全体におけるCO₂排出量の5%削減に寄与する見込みです。



※稼働中は2022年10月末現在の施設数。
稼働予定は2023年度末までの計画施設数。

新潟市

稼働中: 1
稼働予定: 10

長岡市

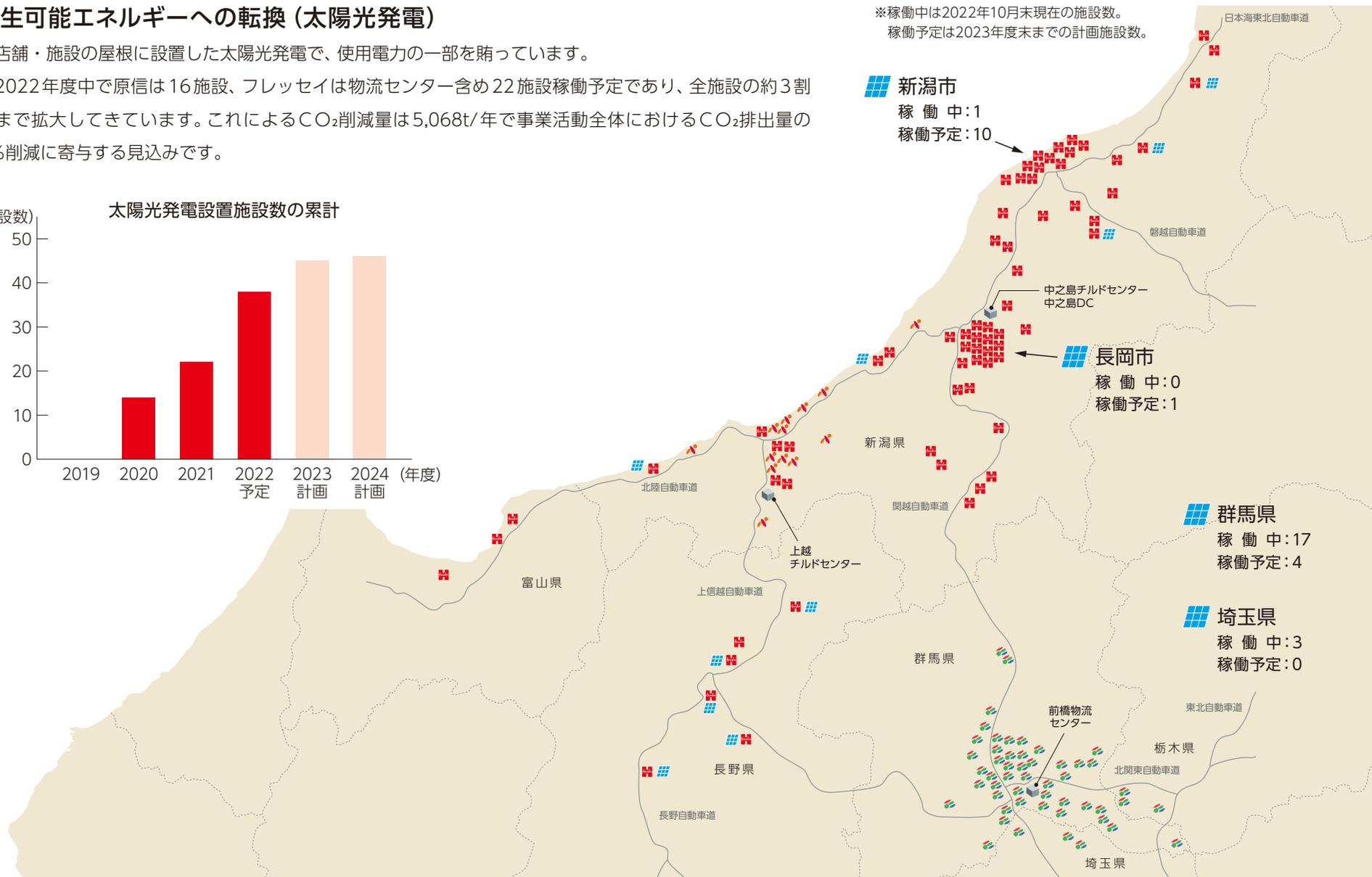
稼働中: 0
稼働予定: 1

群馬県

稼働中: 17
稼働予定: 4

埼玉県

稼働中: 3
稼働予定: 0



3 健康経営

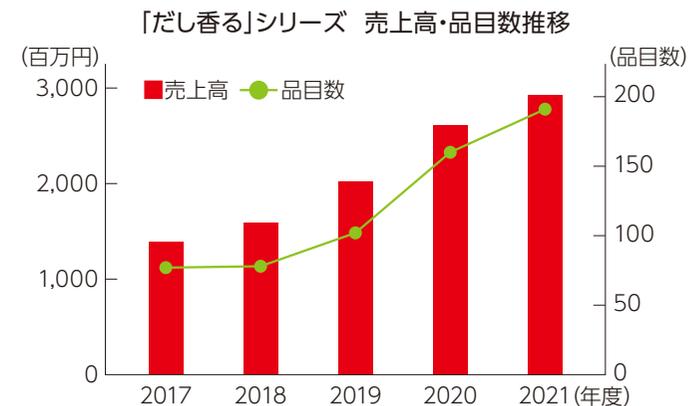
健康を考えた商品の開発（「だし香る」シリーズ）

高齢化が進む現代、年齢を重ねてから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。

当社においては株主総会にて株主の方から惣菜の商品がしょっぱいとのご指摘を受けました。社会的背景からも減塩商品の開発には取り組んでいましたが、「減塩＝美味しくない」というイメージがあり人気が無いのが実態でした。

しかし、この状況を変えようと惣菜の担当バイヤーが塩味を減らしても美味しい商品の開発に研究を重ね、だしの旨味に着目、「だし香るかつ重」を販売し、ヒット商品となりました。

現在、このシリーズは日配品や水産、菓子などにも拡大し、当社を代表するオリジナルブランドに成長しました。



だしで塩味をおさえ、うまみを引き出しました。おいしく、塩分を控えたシリーズが着実に増えています。

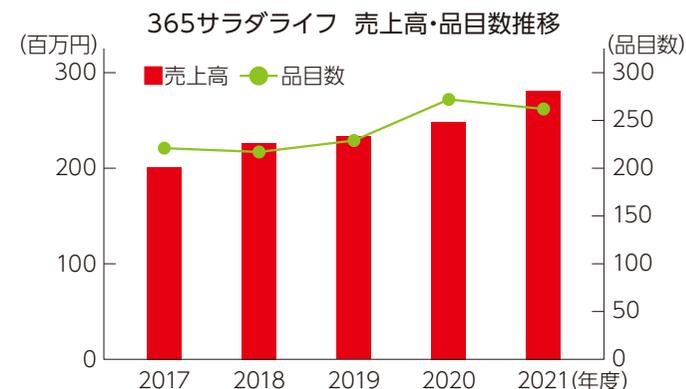
3 健康経営

健康を考えた商品の開発（「魚菜屋」^{うおさいや}、「365×3 salad life」）

お客様の健康を考え、オリジナル商品の開発を進めています。

「食卓に、もっと野菜を」をコンセプトに365日朝昼晩にサラダをご提案する「365×3 salad life」、健康には良いと分かっているながらも調理することを敬遠しがちである魚に注目し、旬のお魚を調理してご提供する「魚菜屋」^{うおさいや}は、お客様にさまざまな商品をご提供できるよう、日々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のご支持を受け、売り上げの増加につながっていると同時に、自社製造内製化による利益確保や他社との差別化にもなっています。今後は各カテゴリー商品を増やすとともに、味噌や麹（糀）といった発酵食品を活用した商品の開発にも注力してまいります。



3 健康経営

食を通じたつながり

健康を考えた商品開発と同時に、自治体等が推進する健康サポート運動にも協賛することで、より地域の皆様の健康づくりの後押しができるように進めています。

また、生涯にわたりバランスの良い食生活や体に良いとされる魚類の摂取を続けるためには、幼少期から正しい知識や経験、技術に触れることが欠かせません。そのようなことから、食に関する教育の場の提供にも力を入れています。食について学んだ子供たちが、将来にわたって、当社グループと長く繋がりをもっていただけることも期待しています。



食

からだがよろこぶデリ(原信・ナルス)

新潟県が推奨・認定する「からだがよろこぶデリ」に参加し、認定商品を推奨しています。



食

スマートミール(原信・ナルス)

スマートミール認証は、厚生労働省の定める基準をもとにバランスのとれた食事を提供する事業所を認証する制度で原信とナルスが認定されました。



食

ケンジュプロジェクト(原信・ナルス)

新潟県の健康寿命延伸に参画するプロジェクトに協賛。様々な発信を推進しています。



学

魚の下ごしらえ教室(原信・ナルス)

魚離れと包丁を使った調理体験のため小学校で魚の下ごしらえ教室を開催しています。



学

お弁当の調理教室(原信・ナルス)

「弁当の日」の取り組みに賛同し導入されている小中学校で調理教室を開催しています。



動

原信・ナルスウォーキングデー

食とともに大切な運動をウォーキングを通じて体感していただく企画を開催しています。

3 健康経営

健康経営宣言

当社グループは「判断の基準はお客様」という考えに基づき、日々のライフラインとしてあり続けるとともに、変化するお客様のライフスタイルにあった「豊かさ・楽しさ・便利さ」をご提供しています。

原信・ナルスは従業員が健康であってこそ、地域のお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まいります。

健康経営宣言

- 1 **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。
- 2 **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。
- 3 **メンタルヘルスケアを重視した「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。

原信とナルスは2022年3月、健康経営優良法人認定制度の大規模法人部門において健康経営優良法人として認定されました。

長期ビジョンの健康経営の推進に向けて、健康経営方針を定め、産業医、保健師、産業カウンセラー、健康保険組合様と連携した体制を構築し、特定保健指導や産業医面談などの健康づくりに取り組んでいます。今後も従業員の健康意識を高めながら、健康経営の推進に取り組んでまいります。



健康保持・増進に関する主要項目推移

原信 3,718人/ナルス 1,330人(特定健診対象者数)

健康投資施策	店舗	2019年度実績	2020年度実績	2021年度実績	2022年度目標
定期健康診断受診率※1 (%)	原信	89.8	93.0	97.4	100.0
	ナルス	100.0	100.0	100.0	
ストレスチェック受検率 (%)	原信	97.0	98.0	89.9	100.0
	ナルス	98.0	97.0	88.7	
特定保健指導実施者数(人)	原信	35	347	315	400
	ナルス	16	20	12	
休暇年間取得率等 (%)	原信	77.2	77.7	79.7	80.0
	ナルス	77.3	73.0	76.1	

従業員の意識変容・行動変容	店舗	2019年度実績	2020年度実績	2021年度実績	2022年度目標
喫煙率 (%)	原信	23.3	22.7	19.7	18.0
	ナルス	21.1	19.7	21.6	

健康関連の最終的な目標指標	店舗	2019年度実績	2020年度実績	2021年度実績	2022年度目標
離職率※2 (%)	原信	2.5	4.6	4.4	—
	ナルス	5.4	2.1	2.9	
私傷病等による休職復帰率※3 (%)	原信	73.1	75.0	85.7	—
	ナルス	77.8	85.2	75.0	
ストレスチェックの高ストレス者率 (%)	原信	16.2	15.2	15.1	14.0
	ナルス	14.1	15.4	16.6	

※1.原信の健康診断受診率に休職者、指定医療機関以外(自治体、かかりつけ医など)の受診人数は含まれていません。
 ※2.離職率に定年退職者、パートナー社員は含まれません。
 ※3.2021年に両立支援コーディネーター養成修了者が3名います。

3 健康経営

自発的な行動を重視した「からだ」の健康づくり

①「にいがた健康経営推進企業」認定

従業員が健康でいきいきと働くことができるよう、働く世代の健康づくりを促進しています。



「にいがた健康経営推進企業」登録証

②特定保健指導の実施

健診結果から自らの健康状態を正しく理解し、生活習慣改善のための行動目標を自ら設定・実施できるよう保健師による個人ごとの特性やリスクに応じて支援を実施しています。

③歯科健診の受診

むし歯や歯周病の予防と早期発見・治療のために定期的に歯の健診の呼びかけを実施しています。



④休肝日、禁煙の啓発

健康促進を目的に酒を全く飲まない休肝日の設定、禁煙の啓発を行っています。

メンタルヘルスケアを重視した「こころ」の健康づくり

①メンタルヘルプライン相談窓口

従業員のこころとからだの不調を感じたら、カウンセラーとの相談、医療機関への受診などで解決しています。



保健師 日野ゆうこ先生

②メンタルケア教育

メンタルヘルスケアやストレスマネジメント教育、ストレスチェック制度でメンタルヘルス不調を未然に防ぎます。

③カウンセリングの実施

相談者の抱える悩み、苦しみの相談にのって、指導解決の相談援助を実施しています。



産業カウンセラー 百都礼子先生

健康経営における主な活動

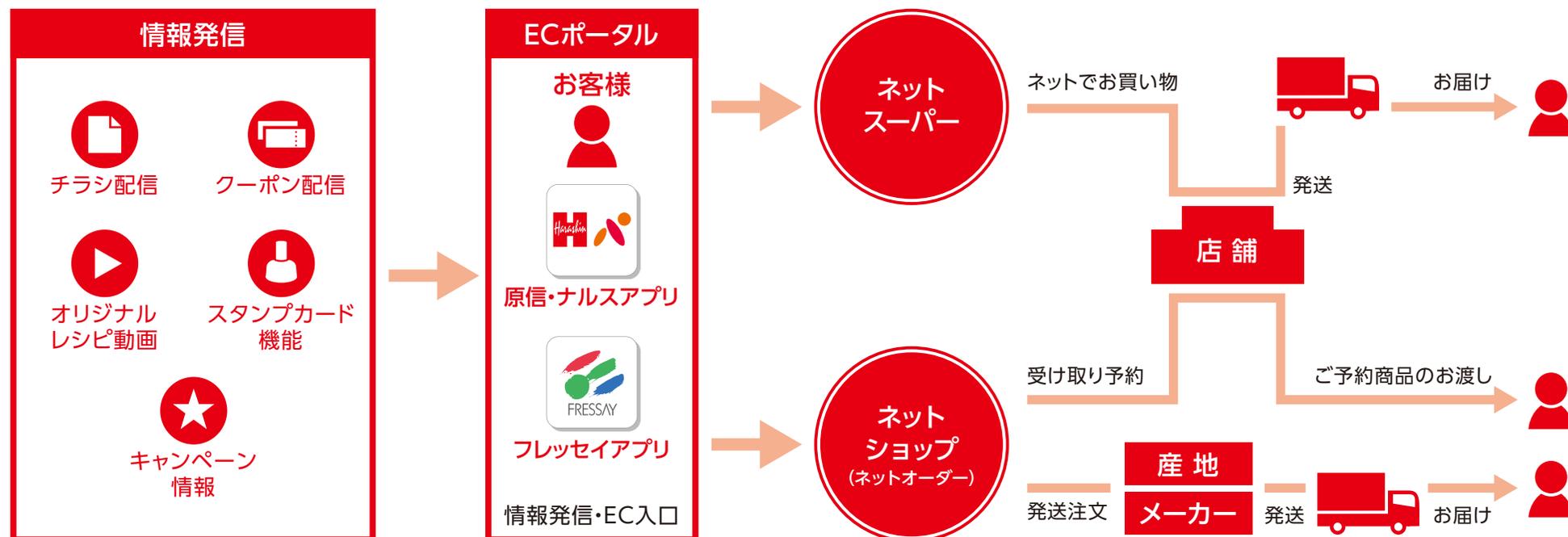
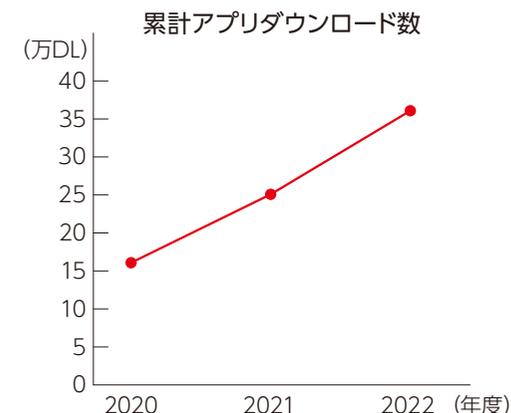
- ①任意健診の受診勧奨：人間ドックやがん検診の受診率向上
- ②管理職層への健康教育：健康維持・増進施策に特化した管理職教育の実施
- ③長時間労働の是正対応：産業医、保健師による面接指導
- ④食生活の改善：食生活改善に向けたアドバイス
- ⑤運動習慣の奨励：運動習慣活動の実施
- ⑥健康増進：保健師による専門相談窓口の設置

4 技術革新への対応

EC(e-commerce)構想

高齢者等を中心に食料品の購入に不便や苦勞を感じる方が増え、今後もネットを活用した買い物ニーズは加速していくと予測されます。これらの変化予見を背景にリアル店舗を補完する目的で2011年からネットスーパーをスタート、2019年の新型コロナウイルスの感染拡大を機に一挙にそのニーズは高まりました。ネットを介したショッピングスタイルが形成された現在、ネットスーパーとネットショップ(ご予約オンラインショップ)のシステムをグループ会社で内製化しています。

また、今後はアプリコンテンツの充実が競争を勝ち抜く鍵になると考え、お買い得で便利、そして楽しいお買い物の実現とECへのポータルとして、原信ナルスアプリ、フレッセイアプリを導入しました。当社アプリはチラシ配信、ECへの入口、当社オリジナルレシピの閲覧、お買い得クーポン配信、スタンプカード機能、キャッシュレス決済への切り替え機能を搭載しています。

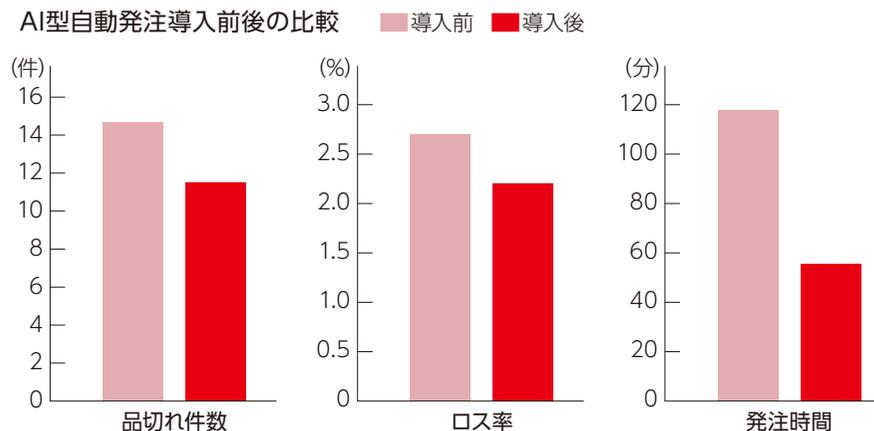


4 技術革新への対応

AI型自動発注

原信・ナルスでは、2014年から加工食品や住居商品で自動発注を導入しています。自動発注は、店舗が売場に陳列する販売商品の発注を過去の実績から今後の販売動向を予測して、自動で行うものです。自動発注を導入して以降、適正在在庫管理で品切れ削減によるお客様サービスの向上、発注作業、商品補充作業の軽減による生産性向上に取り組んでいます。

2021年からは日配品の一部に従来の統計解析型に加え、天候や季節変動などのコーザルデータを加味してAIが発注数量を予測する自動発注システムを導入しました。また、AI型自動発注システム導入と並行して、システムの内製化を進めました。導入当初は他社のシステムで運用していましたが、2022年2月から当社グループのIT企業であるアイテックが開発したシステムに移行、2022年5月からはフレッセイでもシステムの活用が広がっています。



AI型自動発注のロジック



★販売期間が短い ★日々の販売数に応じて在庫を最適化

5 人づくり

スペシャリスト育成

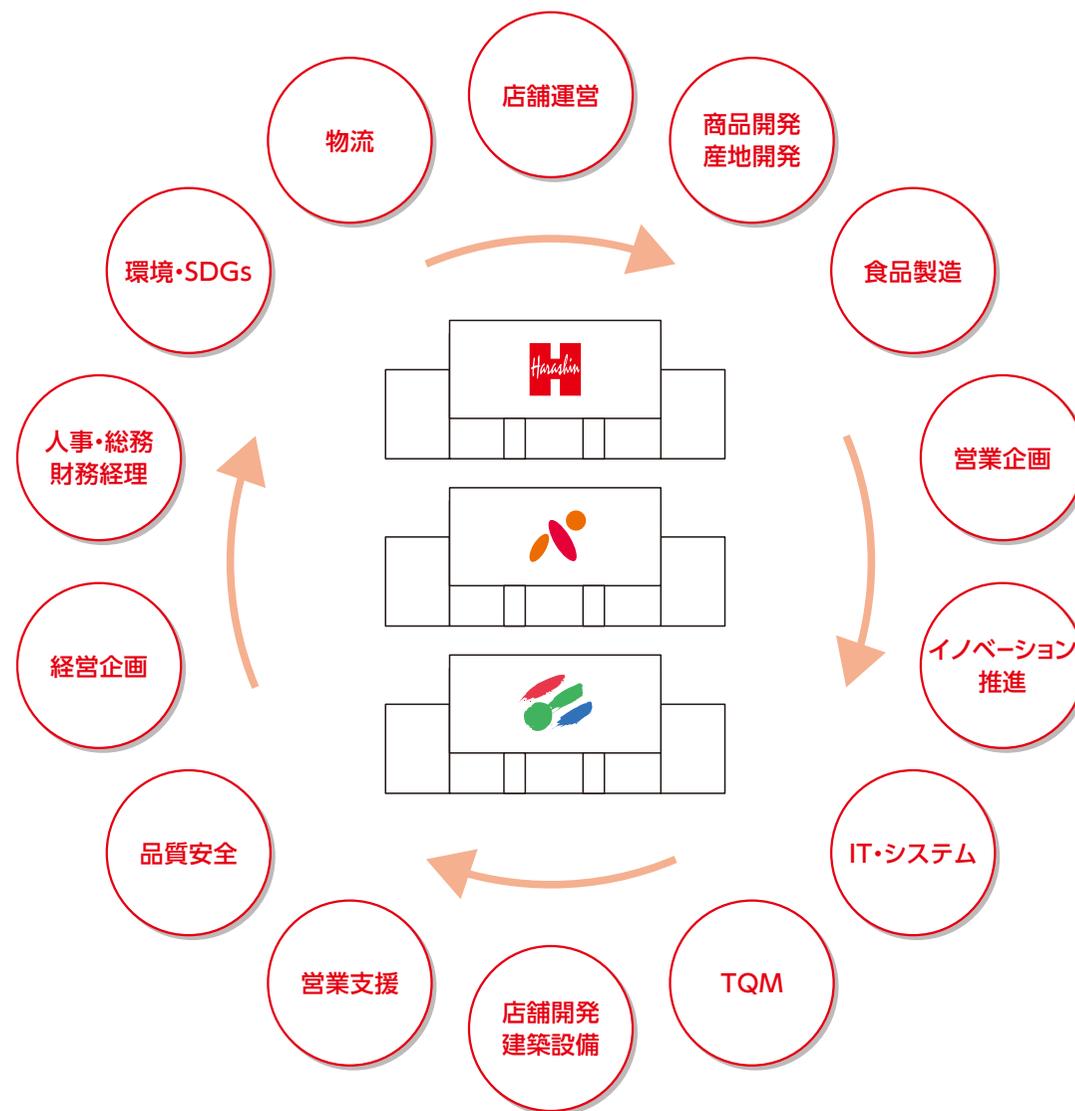
グループビジョン「Enjoy! Axial Session ♪」の実現を前提に構築した教育訓練体系にもとづき、マネジメントの基礎段階までは、社内の共通カリキュラムを実施しています。また、一定の条件を充足した社員を対象に、経営幹部候補として必要な知識技能を習得するために、複数の社外セミナーや海外視察に派遣しています。

当社グループでは、多彩な業務の内製化により、さまざまな職種にチャレンジすることが可能です。自身の経験を活かし、将来的には各分野のプロである「スペシャリスト」として活躍することを期待しています。

育成のポイントは、教育と実行課題と実践をセットにすることで、より教育の成果を高めています。

配置転換

当社グループでは、定期的に様々な業務への異動をくり返していく「配転教育」を行っています。ジョブローテーションをすることでマンネリを防止し、視点や発想の枠を広げ、新たな能力と適性を発見していきます。



スペシャリスト育成

社内研修体系図 2022年版

階層	共通基礎	TQM	技術教育	職種別・テーマ別
マネジメント トップ		役員のための品質経営セミナー		
スペシャリスト	海外小売業視察研修・調査 社外ビジネススクール 社外政策セミナー	TQMセミナー入門コース 部課長のための方針管理・ 日常管理		業務システム改革 数表活用・効率改善 組織開発
	マネジメント基礎研修 社外マネジメントセミナー	SUM活動実践講座 統計的手法研修 IE手法研修 審査員のための特別コース		アイデア発想道場 セカンドライフセミナー
スペシャリスト候補	新任店長研修 店次長勉強会	未然防止型研修 はじめてのSUMコース	SO基礎講座 店舗視察の方法	PB・SBづくりセミナー パイニング技術セミナー
	チーフ基礎研修 インスタマーチャレンジング研修	課題達成型研修 統計基礎研修 QCサークル推進者研修 社外QC研修(支部)	チーフ育成プログラム 予算作成、稼働計画 棚卸、数表の見方 発注、利益管理 ウィークリーマネジメント 部下育成とOJT	産休・育休制度セミナー
一般	入社時基礎研修 中途入社基礎研修 ステップアップ研修 計数基礎講座(初級) 計数基礎講座(中級) アクシアル ポリシー(行動規範) 社内ルールとビジネスマナー 接客対応/衛生管理/表示 環境ISO14001	QCサークル基礎研修 QCサークル運営研修 Q7手法 N7手法 発表技術向上研修	部門別技術研修 商品知識 商品づくり 売価メンテナンス 安全操作、衛生管理 適正表示/商品補充 POP作成/温度管理 伝票起票/清掃	ジュニアライフ(ファイナンシャル) メンタルヘルス コミュニケーション(アサーション) コンプライアンス 環境教育

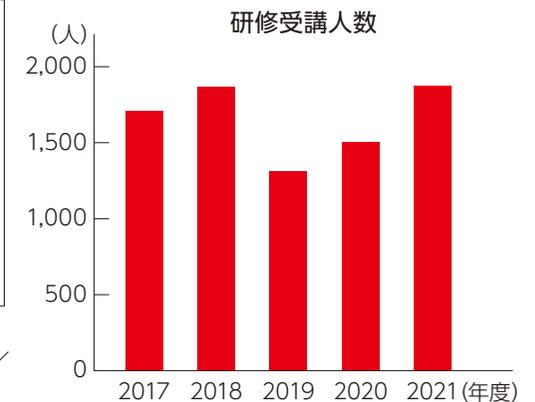


マネジメント基礎研修



アイデア発想道場

自己啓発支援 ①優良図書斡旋 販売革新、食品商業、経営情報、QCサークル誌、その他推薦図書 ②通信教育補助 ③公的資格取得援助
 公 的 資 格 防火管理/酒類販売/衛生管理者Ⅱ種(必須)/食品衛生責任者/社会保険労務士/宅地建物取引者/日商簿記3級/色彩士検定3級/
 食品表示検定3級/危険物乙4種/調理師



5 人づくり

基本は店舗勤務

将来的に様々な職種での活躍が期待されますが、当社グループは、事業の中心であるスーパーマーケットの店舗での経験が基本です。直接お客様に接し、最良のサービスをご提供する店舗があることで会社が成り立っています。入社時は、野菜や肉、魚などを取り扱う生鮮部門、もしくはサービスカウンターやレジ業務を担当するFES（FrontEndServiceの略称）部門のいずれかに配属され、店内業務を習得しつつ、お客様と私たち、そして地域社会との関係を知ってもらいます。その後、本人のスキルや自己申告に応じて、他部門または専門担当へとジョブローテーションしていきます。

技能検定制度と訓練センター

より質の高いお客様対応やご満足の頂ける売場・商品をご提供できるように、技術レベルの向上に取り組んでいます。「技能検定制度」（基礎・初級・中級技能）を導入して、「レギュラー社員」、「パートナー社員」「アルバイト社員」の全員が技術力を習得する為の訓練や検定を行い、技能の習得とレベルの向上に努めています。

また、原信・ナルスでは、本部隣接地に訓練センターを併設しており、年間100件を超える研修を行なっています。

グループ内出向

店長やバイヤーといった中堅幹部で、将来幹部候補として各社の核となり得る人、キャリアのステップアップにチャレンジを希望される人を対象に、これまでグループ内で合わせて60名の出向（社内留学）が行なわれています。

グループ内ノウハウの共有

グループ内で優れたノウハウの共有を組織的に進め、原信・ナルスとフレッセイの統合によるシナジー効果をより早く発揮することを目的に、「グループ内ノウハウの共有」を開始しました。

ノウハウ共有のため、「グループ内出向者・各部署からの提案の受付」「主管部署への検討依頼」「検討結果・実行内容の確認」「取り組み内容の社内周知」の活動を推進しています。

これまでに133件の共有事例があり（2022年3月末現在）、売れ筋商品の共有や商品規格の統一など、グループ内で成功している事例の水平展開が行なわれてきました。



5 人づくり

女性の活躍

基本方針として、社内研修、社外セミナーや海外視察を含む全ての教育プログラムにおいて、男女共通の機会を提供し、キャリア形成へのチャレンジを支援しています。

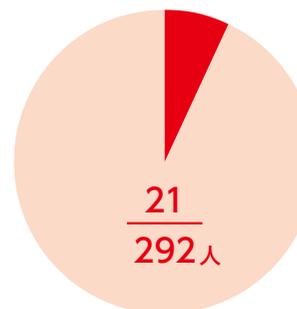
2022年度の女性管理職人数は、原信、ナルス、フレッセイで合計21名です。店舗パートナー社員を含めた全従業員の7割以上が女性であるため、作業環境や機器を整えることで、性別の違いによる、「できる」「できない」の仕事がないように配慮しています。また女性ならではの気づきは商品販売、売場づくりにおける強みでもありと考えています。

出産後のキャリア支援として、1日6時間勤務の育児短時間勤務制度を利用し、子供が小学生に上がるタイミングで本格的に復帰し、上位職に再チャレンジができるよう個別事情を把握しながら仕事と子育ての両立支援をしています。

店舗の部門責任者であるチーフや本部主任相当においては909人中女性社員が242人(女性比率26.6%)と多くの女性リーダーが活躍しています。

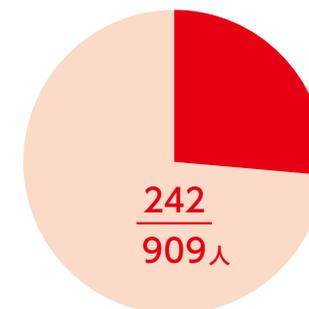
管理職^{※1}における
女性の比率

7.2%



チーフ^{※2}における
女性の比率

26.6%



※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。

2021年度 従業員数

		レギュラー社員			パートナー社員			アルバイト			計		
		男	女	計	男	女	計	男	女	計	男	女	計
原信・ナルス	人数(名)	1,093	459	1,552	603	5,021	5,624	1,199	2,108	3,307	2,895	7,588	10,483
	比率(%)	70.4	29.6	100.0	10.7	89.3	100.0	36.3	63.7	100.0	27.6	72.4	100.0
フレッセイ	人数(名)	575	215	790	207	1,983	2,190	709	1,756	2,465	1,491	3,954	5,445
	比率(%)	72.8	27.2	100.0	9.5	90.5	100.0	28.8	71.2	100.0	27.4	72.6	100.0
3社計	人数(名)	1,668	674	2,342	810	7,004	7,814	1,908	3,864	5,772	4,386	11,542	15,928
	比率(%)	71.2	28.8	100.0	10.4	89.6	100.0	33.1	66.9	100.0	27.5	72.5	100.0



5 人づくり

新卒採用

事業の長期的、継続的成長を前提とした組織の柔軟性と発展性を維持するため、好不況に関わらず一定の基準にもとづき有能な人材を確保するよう努めています。

また、コロナ禍でもより多くの人材を確保できるよう、オンラインによる会社説明会、Web試験、面接を実施しました。チェーンストアの魅力を伝え、動機形成に繋がることを目的に、トップ自らが業界説明や当社のビジョン・育成方針を直接学生に語る「企業研究会」を毎年開催しています。

■新卒採用ホームページリンク <https://www.axial-r.com/recruit/recruit/> 

パートナー社員からレギュラー社員へ

年1回行われる区分変更試験を受験し合格することで、パートナー社員からレギュラー社員へ区分変更する制度があります。

また、パートナー社員の中からもチーフを任用するアシスタントチーフ制度があります。

中途採用

国籍、性別、業種、年齢等問わず、当社の新卒定期採用者の入社日を過ぎて入社する人を中途採用として通年採用しています。新規の出店や施設の拡充、組織の改編に伴い、必要な時にその都度人材を確保するためにも欠かせない人材です。

また大半は就業経験があることから、当社が必要とする知識や技術の一部を既に他社において身につけていることが期待されるため育成時間の面でも利点があります。他社の良い習慣を取り入れることでマンネリを防止するねらいもあります。中途採用は自社の欠点を発見し、他社の良い習慣を取入れ、より良い会社をつくるためにも必要です。

新卒採用人数

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
原信・ナルス	77	66	91	87	88
フレッセイ	26	32	29	39	49
3社計	103	98	120	126	137

大卒3年以内離職率 (%)

入社者	2017年度	2018年度	2019年度
原信・ナルス	20.0	15.5	11.1
フレッセイ	14.3	12.5	11.1

2021年度 平均年齢

	男	女	計
原信・ナルス	38.7	32.9	37.0
フレッセイ	41.7	35.0	39.7



企業研究会

役員一覧



代表取締役社長
原 和彦



代表取締役副社長
植木 威行



専務取締役・執行役員
山岸 豊後



常務取締役
丸山 三行



常務取締役
中川 学



取締役
早川 仁



取締役・執行役員
丸山 将範



社外取締役
細貝 巖



社外取締役
新原 皓一



社外取締役
菊野 麻子



社外取締役
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



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	中途採用(同業)	男性	55	22					●				
植木 威行	代表取締役副社長	中途採用(卸売業)	男性	51	9					●				
山岸 豊後	専務取締役・執行役員	中途採用(食品メーカー)	男性	65	24			●	●	●		●	●	
丸山 三行	常務取締役	中途採用(国会議員秘書)	男性	68	10					●				
中川 学	常務取締役	中途採用(同業)	男性	64	6					●				
早川 仁	取締役	新卒採用	男性	64	4					●				
丸山 将範	取締役・執行役員	新卒採用	男性	55	0					●	●	●		
細貝 巖	社外取締役	弁護士	男性	63	8	●	●	●	●			●		
新原 皓一	社外取締役	大学名誉教授	男性	80	6	●	●	●	●		●			●
菊野 麻子	社外取締役	フリーアナウンサー	女性	52	1	●	●				●			
水流 潤太郎	社外取締役	元中央官庁職員	男性	65	0	●	●	●	●			●		
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	68	8	●				●		●	●	
岩崎 良次	常勤監査役	新卒採用	男性	66	6					●				
佐藤 浩光	常勤監査役	新卒採用	男性	67	1					●				
斎藤 良人	社外監査役	元銀行代表取締役	男性	69	4	●		●	●	●		●	●	

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、主要顧客は、不特定多数の一般消費者から成っているため、日々多様なニーズに 대응していく必要があります。

企業構成は、それぞれの出店地域に密着し、その特性に応じた多様な顧客ニーズに応えるべく、独自性や強みを発揮し事業運営ができるよう、事業地域や事業内容ごとの事業会社を設けており、一方で、グループ全体のシナジーを極大化すべく方針管理を行うため、純粋持株会社体制をとっています。

当社の取締役会は、グループ全体に関わる意思決定を行うマネジメント型としての機能と、グループ全体の管理監督を行うモニタリング型としての機能の双方が必要となり、監査役会には、幅広い視点からの経営監視機能が必要になります。

このような背景から、取締役及び監査役は、経営の安定性や専門性のみならず経歴や能力等の多様性を重視した者によって構成しています。

CFOメッセージ

■CFOメッセージ

長引く新型コロナウイルス感染症の影響により、経済状況の悪化が進行しており、復調の兆しが見いだせない状況にあります。加えて、当社グループを取り巻く事業環境においては、同業のみならず他業種を含めた競合との競争激化、人材確保難、技術革新への対応等、継続して取り組まなければならない課題が多々あります。

このような状況において、当社グループ各社は、地域に密着した日々の生活基盤として、「お客様、従業員の安全安心を最優先に対応する」、「ライフラインとしての使命を果たす」、「社会貢献に積極的に取り組む」を方針として掲げ、お客様、地域の皆様に、ここにアクシアルの店舗があってよかったと思っていただけるよう、私たちにできること、私たちだからすべきことを真剣に考え、店舗の営業継続に取り組ましました。

その結果、売上高2,464億50百万円、営業利益が103億10百万円（前期比14.9%減）、経常利益が106億15百万円（前期比15.5%減）、親会社株主に帰属する当期純利益が70億74百万円（前期比14.6%減）となりました。当期の期首から「収益認識に関する会計基準」等が適用されているため、売上高の前期比を記載しておりませんが、実質的な売上高は過去最高となり、営業利益、経常利益、純利益は過去2番目の水準となりました。

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います。15%を目指しておりますが、当面の目標は10%としています。

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のみならず、店舗現場で働く店長以下の従業員にもわかり易い指標です。

また、当社の主要事業であるスーパーマーケットでは、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ます。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経営の財務規律も維持されます。

ROAは大変シンプルな指標ですが、経営全般から店舗現場にまで適用できること

から、当社では重要指標と位置づけています。近年、その数値は9%以上を維持し、目標とする10%に近づいています。

今後も、新型コロナウイルス感染症の影響や様々な価格上昇で先行きの見通しが非常に困難な状況にありますが、中期経営計画の遂行で強固な財務基盤を確立し、ROAをさらに高めるとともに、ライフラインとして人々の生活基盤を支える責務と地域社会への貢献が果たせるように取り組んでまいります。



最高コーポレート・ガバナンス責任者
専務取締役・執行役員 山岸 豊後

$$\text{総資産経常利益率: ROA (\%)} = \frac{\text{経常利益}}{\text{総資本}} \times 100$$

$$\text{総資産回転率 (回)} = \frac{\text{売上高}}{\text{総資本}}$$

総資産回転率：資産を使って、どのくらいの売上を上げたか。在庫もそのひとつ。

$$\text{経常利益率 (\%)} = \frac{\text{経常利益}}{\text{売上高}} \times 100$$

経常利益率：売上の中で、どのくらいの利益を上げているか。最も一般的な利益率の指標。

直近5期のROA推移

回次	第67期	第68期	第69期	第70期	第71期
決算年月	2018年3月	2019年3月	2020年3月	2021年3月	2022年3月
総資産経常利益率 (%)	9.4	9.7	9.5	11.5	9.2

※総資産経常利益率 = (経常利益) ÷ ((期首総資産 + 期末総資産) ÷ 2)

コーポレート・ガバナンス

■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及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、お客様の変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様々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ほか、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ほか、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、各関係会社と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。

■企業統治の体制の概要及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下、各関係会社（以下、各事業会社）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できるよう、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。

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、任意設置機関及び各種委員会等を設置しています。

■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）

当事業年度におきましては、15回の取締役会を開催し、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上で必要な権限は、各部署長及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、取締役会議事録及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。

取締役及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

取締役及び監査役候補者の選定にあたっては、「取締役候補者及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又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号及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及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及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

社外取締役及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、社外取締役及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。

財務及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。

コーポレート・ガバナンス

役員の報酬等の額又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及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。

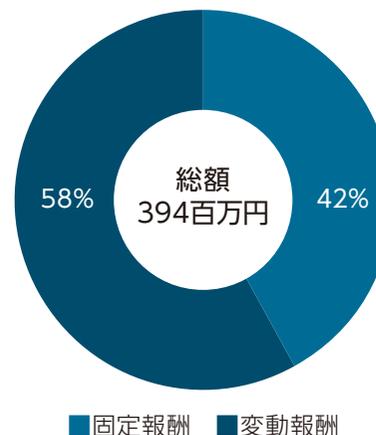
政策保有株式の保有方針

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、取締役に純投資目的である投資株式（専ら株式の価値の変動又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及び議決権行使基準」を定めています。

取締役会の実効性評価

毎期評価を実施し、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。

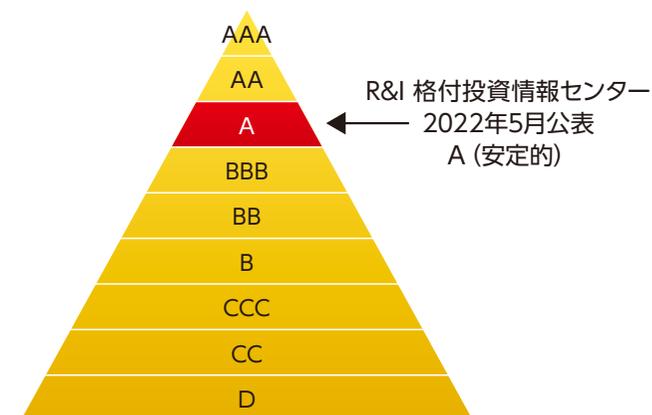
役員報酬の内訳(当社単体)



政策保有株式



発行体信用格付

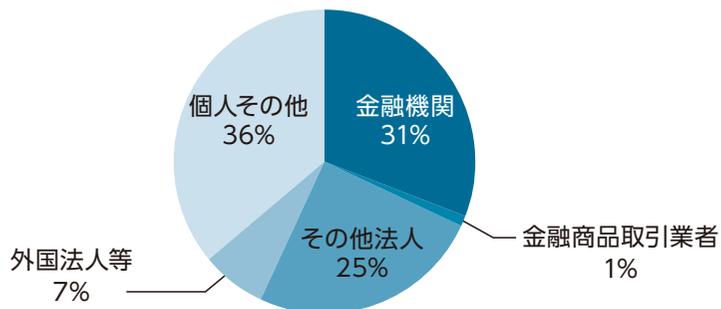


当社グループのコーポレート・ガバナンスに関する情報、コーポレートガバナンス・コードに関する取り組みは、当社ホームページにも掲載していますので、ご覧ください。

<https://www.axial-r.com/ir/cg/>

コーポレート・ガバナンス

株主構成 (2022年3月31日現在)



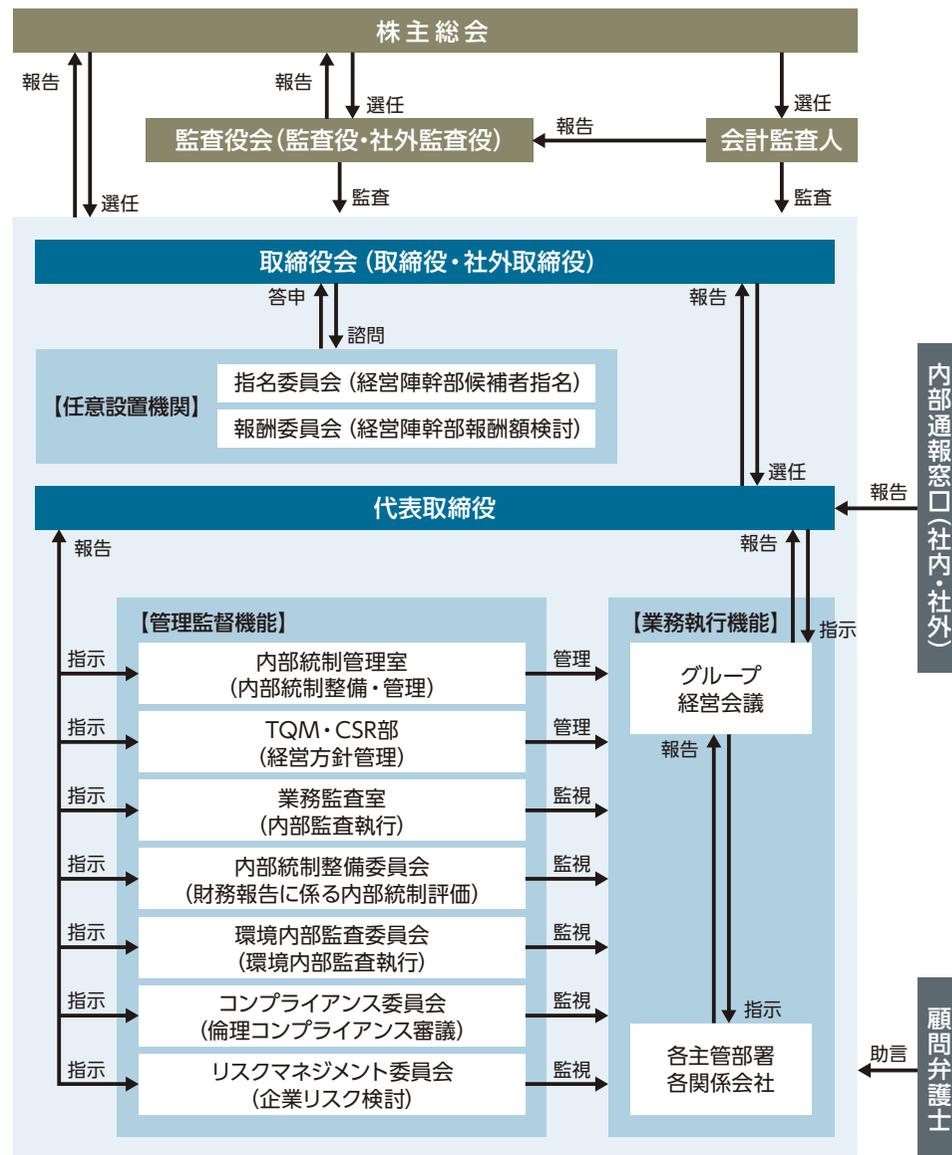
株主総会 (2022年3月期、2022年6月23日開催)

株式上場市場 東京証券取引所プライム市場 (証券コード: 8255)
 発行済株式数 23,388,039株 (全て普通株式、自己株式346,283株を含む)
 1単元の株式数 100株
 株主総数 9,262名
 総議決権数 230,174個
 議決権行使数 196,580個~196,582個 (議案による。行使比率85%)
 賛成比率 80%~99% (議案による)
 議決権行使方法 出席、書面、電子
 開催方法 ハイブリッド型 (会場出席+インターネット等による視聴)
 株主名簿管理人 三菱UFJ信託銀行株式会社

大株主(上位10名)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	2,077	9.01
原 和彦	1,253	5.43
株式会社第四北越銀行	1,001	4.34
株式会社ニューサンライフ	884	3.83
原 信博	847	3.67
株式会社商工組合中央金庫	728	3.16
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	527	2.29
株式会社日本カストディ銀行(信託口4)	509	2.21
植木 威行	507	2.20
アクシアル リテイリング従業員持株会	411	1.78

コーポレート・ガバナンス体制についての模式図



コーポレート・ガバナンス

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
構成員	取締役の職務執行の監督等 社内取締役7、社外取締役4、社内監査役2、 社外監査役2 (取締役に占める女性割合9%) (取締役に占める社外取締役割合36%)
開催頻度	基本毎月1回
活動状況	2022年3月期15回
出席状況	取締役全員100%

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(うち常勤2)、 社外監査役2(うち常勤1)
開催頻度	基本毎月1回
活動状況	2022年3月期15回
出席状況	監査役会 監査役全員100%、 取締役会 監査役全員100%

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
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	2022年3月期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
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	2022年3月期6回(その他メール等随時)

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3、社外監査役1
開催頻度	随時
活動状況	2022年3月期4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3、社外監査役1
開催頻度	随時
活動状況	2022年3月期3回(その他メール等随時)

アクシアル リテイリング 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55名
開催頻度	基本毎月2回
活動状況	2022年3月期23回

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41名
開催頻度	随時
活動状況	2022年3月期2回(その他メール等随時)

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27名
開催頻度	随時
活動状況	2022年3月期1回(その他メール等随時)

会計監査人

名称	有限責任監査法人トーマツ
継続監査年数	34年(株式上場以後年数)

TQM・CSR部

業務	TQM(全社的品質管理)に基づく経営方針実現の 進捗管理
人数	全社計15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6名

内部通報窓口

社内設置	3か所(主要事業会社内各担当)
社外設置	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5名

リスクマネジメント

リスクマネジメントの基本的な考え方と体制

リスクマネジメントについては、責任を持って取り組むべき重要な経営課題であると位置づけています。

経営全般に係る潜在リスクにつきましては、アクシアル リテイリング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において、問題の抽出、対策の検討を行っております。

当該委員会はリスクマネジメントを適正に行うことにより当グループの持続的成長を図ることを目的として設置したものであり、その主な業務内容は、①リスクの発見、確認、継続監視（モニタリング）、②リスクの分析、評価、③リスク防止策の検討、決定、実施、④リスク発生時の対策の検討と実施となっております。また重要な審議結果については取締役会または経営会議への報告を行うこととしています。

地域のライフラインとして

私たちスーパーマーケットは食料品をはじめ生活必需品の安定供給を図り、日々の生活に豊かさや楽しさを提供するとともに、地域のライフラインとしての使命も担っています。

アクシアル リテイリングでは地域の生活基盤としての役割を果たすため、自然災害発生への対応、店舗防災・防犯に備えています。

特に大規模な災害が発生したときにはトップを中心にした対策本部を設置し、情報収集と意思決定を速やかに行っています。

情報セキュリティ

アクシアル リテイリングでは情報資産への脅威に対し、統括責任者、グループ各社に情報セキュリティ責任者を定め、人的対策、物理的対策、技術的対策を講じています。

グループ会社のアイテックでは重要性が高まる情報セキュリティ上のリスクの見える化と対策として、情報セキュリティ診断サービスを提供しています。なおアイテックはISO27001の認証取得企業です。

トピックス

2022年8月3日に発生した新潟県村上市荒川地区ならびに関川村における豪雨災害では当社グループの原信荒川店が浸水に見舞われました。

4日午前3時20分に店舗への浸水発生の連絡を受けた店長らが5時に現場を確認、その後6時20分に緊急対策本部を立ち上げました。その後午前7時から2時間おきに計6回の対策会議を開催し、店舗の損壊状況、商品の振替、清掃の手配、冷蔵機器などの稼働確認、また翌日以降の清掃・復旧作業に向けての人員確保などの対応を行いました。翌5日から多くの従業員が復旧作業にあたり、荒川店は10日の午前9時営業再開を果たしました。

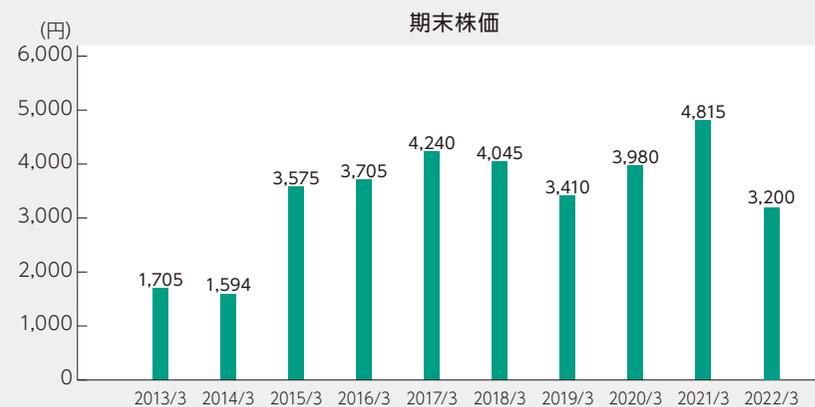
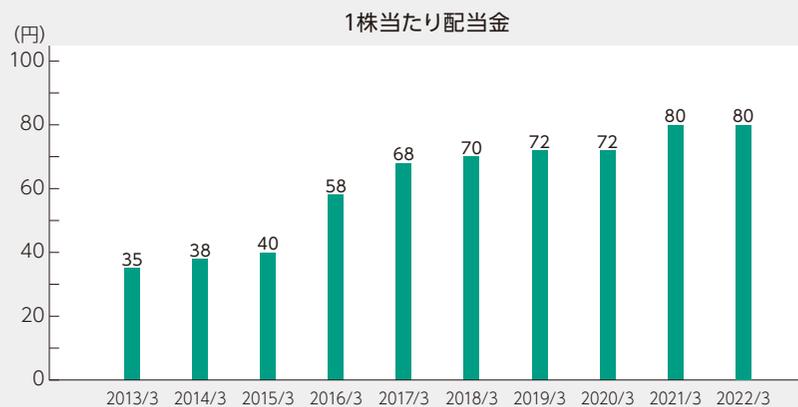
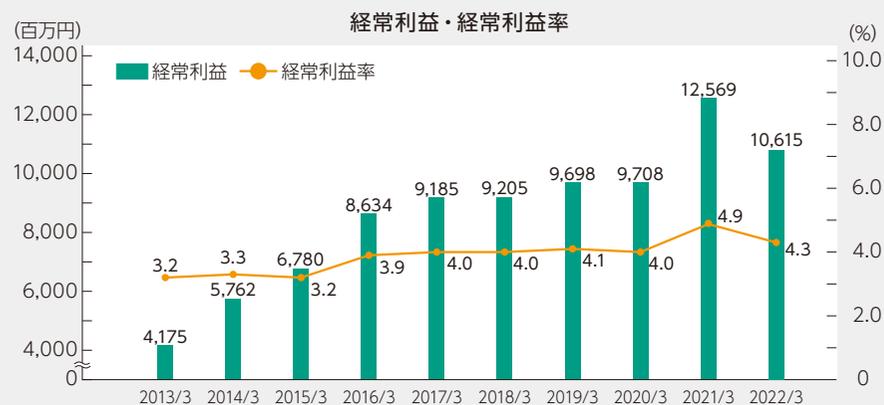
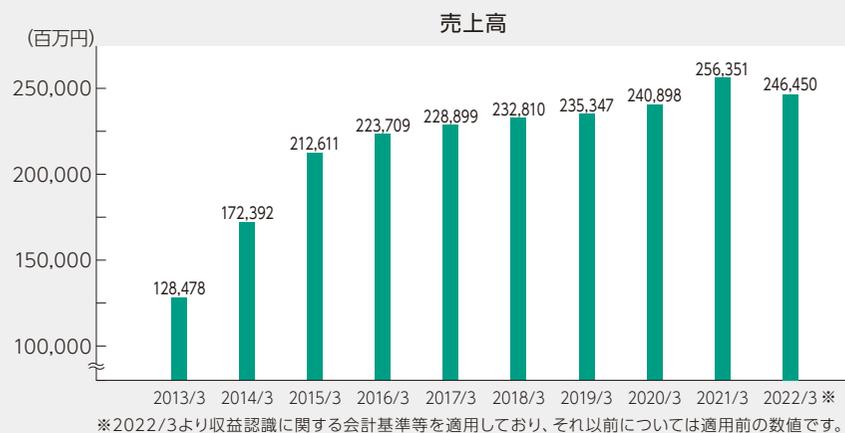


浸水した原信荒川店



床に散乱する商品

財務データ 各グラフの期間は2013年3月期から2022年3月期です。



(単位:百万円)

	2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期
期末店舗数 (店舗)	69	121	124	127	128	129	129	129	130	129
開設店舗数 (店舗)	3	52	5	3	4	3	3	3	3	3
閉鎖店舗数 (店舗)	0	0	2	0	3	2	3	3	2	4
包括利益	2,408	3,008	4,036	4,343	6,021	6,283	6,231	5,924	8,607	6,823
総資産額	55,313	88,690	92,557	93,001	95,634	99,710	100,474	104,717	113,819	116,855
純資産額	26,350	38,799	41,832	45,240	49,790	54,485	59,082	62,167	68,999	74,059
金融機関借入残高	5,117	11,328	11,771	8,015	6,166	3,339	434	42	0	0
自己資本比率 (%)	47.6	43.7	45.2	48.6	52.1	54.6	58.8	59.4	60.6	63.4
1株当たり純資産額 (円)	1,508.31	1,662.12	1,792.05	1,938.09	2,133.02	2,334.17	2,531.13	2,697.99	2,994.53	3,214.13
1株当たり当期純利益 (円)	116.29	138.71	141.21	199.84	247.80	260.06	275.36	270.22	359.44	307.02
配当性向 (%)	30.1	27.4	28.3	29.0	27.4	26.9	26.1	26.6	22.3	26.1
自己資本利益率 (%)	8.0	8.7	8.2	10.7	12.2	11.6	11.3	10.3	12.6	9.9
総資産経常利益率 (%)	7.6	8.0	7.5	9.3	9.7	9.4	9.7	9.5	11.5	9.2
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,920	8,380	9,247	10,079	10,083	12,296	10,803	11,402	14,450	9,429
投資活動によるキャッシュ・フロー	-2,176	-2,859	-5,888	-6,141	-7,178	-5,646	-7,103	-6,263	-7,626	-5,796
財務活動によるキャッシュ・フロー	-2,666	-366	-2,093	-4,839	-3,849	-4,878	-4,967	-3,632	-2,174	-2,205
現金同等物残高	5,790	10,944	12,210	11,308	10,364	12,135	10,868	12,374	17,023	18,450

非財務データ

	2021年度	対象事業所
従業員数 (名)	17,657	当社グループ計、全雇用区分
女性管理職比率 (%)	7.2	アクシアル リテイリング、 原信、ナルス、フレッセイ、 原信ナルスオペレーションサービス、 アクシアルレーベル計、 レギュラー社員
有休取得率 (%)	79.7	アクシアル リテイリング、 原信、ナルス、 原信ナルスオペレーションサービス、 アクシアルレーベル計、 レギュラー社員
育休取得者数 (名)	48	アクシアル リテイリング、 原信、ナルス、フレッセイ、 原信ナルスオペレーションサービス、 アクシアルレーベル計、 レギュラー社員
男性育休取得者数 (名)	12	
食品廃棄物廃棄量 (t)	5,756.6	原信、ナルス、フレッセイ、ローリー計
プラスチック製容器 包装使用重量 (t)	3,099.7	原信、ナルス、フレッセイ、 アクシアルレーベル計

CO ₂ 排出量 (2021年度 スコープ1、2、3)			
スコープ	分類	構成比(%)	対象事業所
1	直接排出	0.9	アクシアル リテイリング、 原信、ナルス、フレッセイ、 原信ナルスオペレーションサービス、 アクシアルレーベル、 ローリー計
2	エネルギー起源の間接排出	4.0	
3	その他の間接排出 合計	95.1	
	[cat 1] 購入した製品・サービス	74.6	
	[cat 2] 資本金	0.6	
	[cat 3] スコープ1、2に含まれない燃料及びエネルギー活動	8.3	
	[cat 4] 輸送、配送 (上流)	0.1	
	[cat 5] 事業から出る廃棄物	0.1	
	[cat 6] 出張	0.01	
	[cat 7] 雇用者の通勤	0.2	
	[cat 8] リース資産 (上流)	—	
	[cat 9] 輸送、配送 (下流)	11.0	
	[cat10] 販売した製品の加工	—	
	[cat11] 販売した製品の使用	—	
	[cat12] 販売した製品の廃棄	0.3	
	[cat13] リース (下流)	—	
[cat14] フランチャイズ	—		
[cat15] 投資	—		

※参考資料

- ・「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量の算定方法基本ガイドラインに関する業種別解説(小売業)Ver1.0」
日本チェーンストア協会、日本百貨店協会、社団法人日本フランチャイズチェーン協会
- ・「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.3.2)」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.3.2)」環境省

※構成比の数値は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、個々の集計値の合計は必ずしも 100%とならない場合があります。