

# Yamanaka Report 2022

ヤマナカ統合報告書



100年後の未来もお客様と共に

# ヤマナカ100年のあゆみ



## 1922▶1964

### 創業～本格的スーパーマーケットへ

- 1922 2月7日 名古屋市中区正木町にて乾物屋「中野商店」創業 間口2間(3.6m)、奥行3間(5.4m)
- 1926 中野商店と屋号変更
- 1942 「ありがとう親切運動」で知事、市長の表彰を受ける
- 1951 合資会社ヤマナカ商店設立
- 1952 総合食品店新築開店 鮮魚、菓子パン部門を新設
- 1957 株式会社ヤマナカ設立 資本金200万円 セルフセレクション形式の売場に改装 「名物東海道」販売開始
- 1959 伊勢湾台風の災害時に食料品を確保し安く販売
- 1960 スーパー1号店 正木店開設(セルフサービス方式導入)
- 1962 スーパー2号店 庄内店開設 ベガサスクラブ入会
- 1963 スーパー3号店 春日井店開設
- 1964 スーパー4号店 勝川店開設 中野富彦 アメリカ流通業界視察

## 1965▶1977

### 拡がるチェーンの輪

- 1965 スーパー5号店 岡崎店開設、資本金4,000万円に増資
- 1967 スーパー7号店 曙店 8号店 安田店開設、セルフサッカー導入
- 1968 中野富七会長、中野富彦社長就任 スーパー10号店 小幡店開設、NSCに挑戦
- 1969 全日本チェッカーコンクールで準優勝 資本金8,000万円に増資
- 1970 資本金1億円に増資、スーパー17号店 名西店開設(西区ダイヤモンドシティに核テナントとして出店)
- 1973 石油パニックで商品ひっ迫、商品確保と物価安定に努力 売上高年商100億円突破
- 1974 物価凍結宣言や物価値下げ運動を展開 夜間営業開始(10時～21時30分)
- 1976 スーパー32号店 鈴鹿店開設(初の県外 三重県へ出店)
- 1977 創業55周年、会社設立20周年 スーパー38号店 四軒家店開設 商い一筋～ヤマナカ55年の歩み～連載
- 1978 「サンデイリー株式会社」設立
- 1981 名古屋証券取引所第2部に上場

## 1985▶2003

### お客様からより信頼される企業へ

- 1985 「株式会社アイビー」(生花園芸用品)設立
- 1987 「アスティスポーツ株式会社」(スポーツ事業)設立
- 1989 「名古屋商品サービスセンター」(物流拠点)開設 本社を住友生命千種ニュータワービルに移転
- 1993 売上高1,000億円達成
- 1995 「ヤマナカメンテナンス株式会社」(店舗施設メンテナンス業)設立
- 1997 中野義久社長に就任 フランテ1号店「八事フランテ」オープン
- 2001 フランテ館1号店「豊橋フランテ館」オープン 岐阜県初出店「岐阜フランテ館」オープン
- 2002 大曾根店オープン(70店舗達成)
- 2003 「株式会社健康デリカ」(惣菜事業)設立

## 2005▶2021

### 社会的責任を果たす

- 2005 大府東海物流センター開設
- 2007 ヤマナカ・フランテカード誕生 「レジ袋無料配布中止」取り組みに参加
- 2008 発泡スチロール循環型リサイクルシステム稼動 やさいのリサイクル「おかえりやさい」販売
- 2009 大府東海物流センター農産・衣料棟開設 新ビジネスモデル店舗「ザ・チャレンジハウス太平通」開設
- 2010 プレミアムサポート株式会社設立 ヤマナカメンテナンス(株)とアスティスポーツ(株)が合併 「ヤマナカ社会・環境報告書2010」発行 グラッチェカード導入
- 2011 しおなぎ生鮮センター(生鮮加工)開設 独立子会社「株式会社健康デリカ」吸収合併
- 2012 しおなぎ生鮮センター「SQF2000認証」審査合格
- 2013 宅配サービス「喜くばり本舗」「ネットスーパー」を展開
- 2014 西尾寄住店に初めてセルフレジを導入
- 2016 しおなぎ生鮮センターにて第1期ベトナム人実習生入社 電子マネー(グラッチェ プラスカード)導入
- 2019 「健康経営宣言」
- 2020 ヤマナカグループの新たな企業理念の制定(⇒P3-4) ヤマナカHPリニューアル
- 2021 連結子会社「株式会社アイビー」吸収合併

目次	ヤマナカについて	13 商品戦略	25 ガバナンス
	1 ヤマナカ100年のあゆみ	17 販売戦略	データ
	持続可能な成長に向けて	19 人材戦略	28 財務・非財務データ
	7 トップメッセージ	21 環境保全・地域社会貢献	30 会社情報
	11 中期3カ年計画「成長戦略」	23 グループシナジーの創出	

編集方針	ヤマナカ統合報告書2022では、創業100周年を迎えたヤマナカの「中期3カ年計画」を中心とした戦略や取り組みをご紹介します。また、ヤマナカグループの企業理念を基にグループ丸となった事業活動やESGに関する取り組み、考え方をステークホルダーの皆様にご理解いただけるようにご報告しています。
対象範囲	株式会社ヤマナカおよびヤマナカグループ

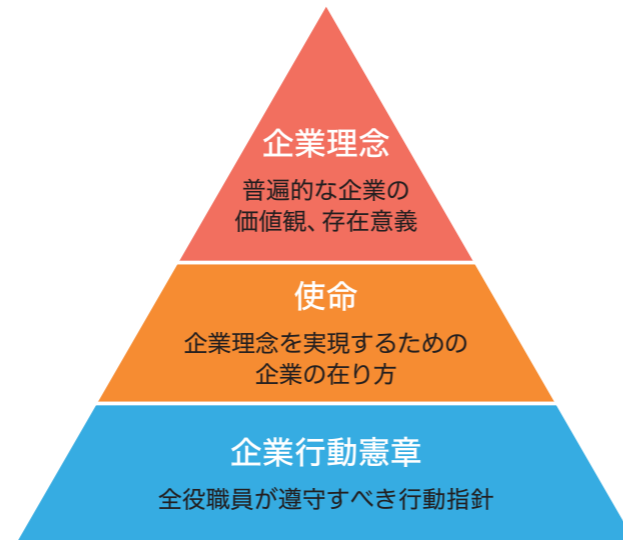
対象期間	2021年3月21日～2022年3月20日 ※一部2022年4月以降の取り組みも記載しています。
発行時期	2023年1月
免責事項	この報告書には、当社の将来についての計画や戦略、業績に関する予想および見通しの記述が含まれています。これらの記述は当社が現時点で把握可能な情報から判断した事項および所信に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。

ヤマナカ100年のあゆみ

# 2020 新たな企業理念・使命の制定

## 企業理念・使命・企業行動憲章

100周年を前に、新しい時代に向け普遍的な企業の価値観としての「企業理念」を定めることとしました。この理念は時代を超えてすべての従業員の共通の根本的な考え方として常に立ち返ることのできる存在指針を示します。この企業理念に基づき、これからヤマナカグループが目指していく企業の在り方を「使命」として掲げ、グループとしてあらゆる行動が「顧客価値の創造」に向けて常に研鑽努力していくことを誓います。使命達成の行動指針となるのが企業行動憲章です。そして、その使命はより高い理想に向けて継続的に達成していくよう努力していきます。



### ■ 企業理念

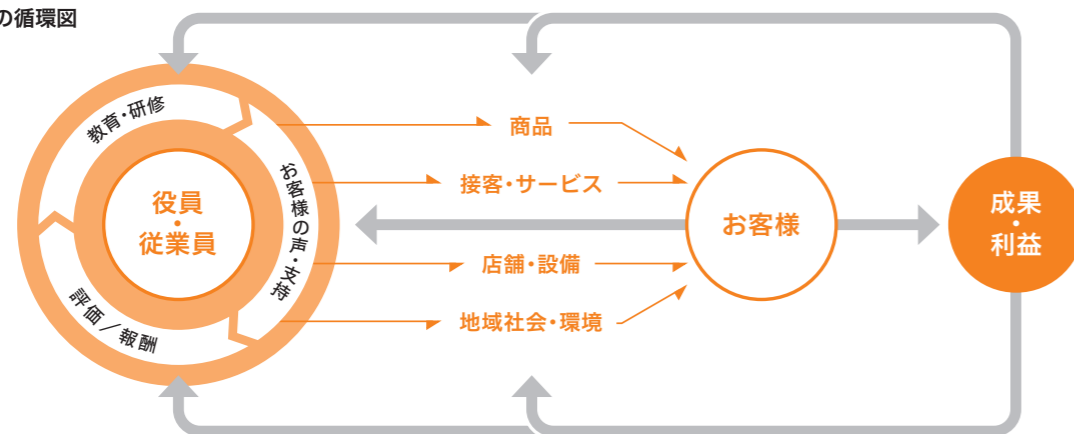
**1** ヤマナカグループは、地域のお客様はじめすべての人たちの「健康」で「豊か」で「笑顔」あふれる「幸せ」な日常生活に貢献することを目指します。そして、そのことがわれわれの「喜び」でもあり「幸せ」でもあると感じることができる企業グループを目指します。

**2** すべての従業員がヤマナカグループの一員であることに誇りを持って、「ヤマナカグループの主演」として自発的に生き活きと楽しく働き、やりがいと日々の成長を感じることができる企業グループを目指します。

**3** ヤマナカグループは、常に世の中に新しい価値を生み出すことにチャレンジし、次の100年も地域になくはならない身近な存在であり続けます。そして、地域の皆様から信頼され、地域と共に発展する企業グループとして、また、さまざまな取り組みを通じて地球環境にもやさしい企業グループを目指します。

### ■ 使命「顧客価値を創造する」

「顧客価値を創造する」  
取り組みの循環図



### ■ 企業行動憲章

この「企業行動憲章」は、当社グループがさまざまな企業活動を行なっていくうえで、株式会社ヤマナカおよびグループ企業のすべての役職員（役員、社員、出向社員、嘱託社員、契約社員、パートナー・アルバイトおよび派遣社員ほかも含む。以下「役職員」という）が遵守すべき綱領を定めるものです。役職員は、この企業行動憲章の実践を自らの重要な役割として、率先垂範し、関係先をはじめ社内組織への周知徹底と定着化に最大限注力をする。

#### 1. 企業活動の基本姿勢

当社グループは、企業理念に基づきお客様に満足いただける品質、価値ある商品、安全かつ安心な商品、サービスなどお客様に喜ばれる販売活動を実施することにより地域社会の発展に寄与する。

#### 2. 法令および社会規範の遵守

当社グループは、社会から信頼される企業を目指し、法令、社会通念および社内ルールを遵守し、良識ある企業活動を実践する。また、当社グループは、社会的秩序や企業の健全な活動に悪影響を与える個人・団体とは、一切係わらないこととする。

#### 3. 情報の開示

当社グループの定める開示ルールに基づき、必要な企業情報を公正かつ適時に開示する。

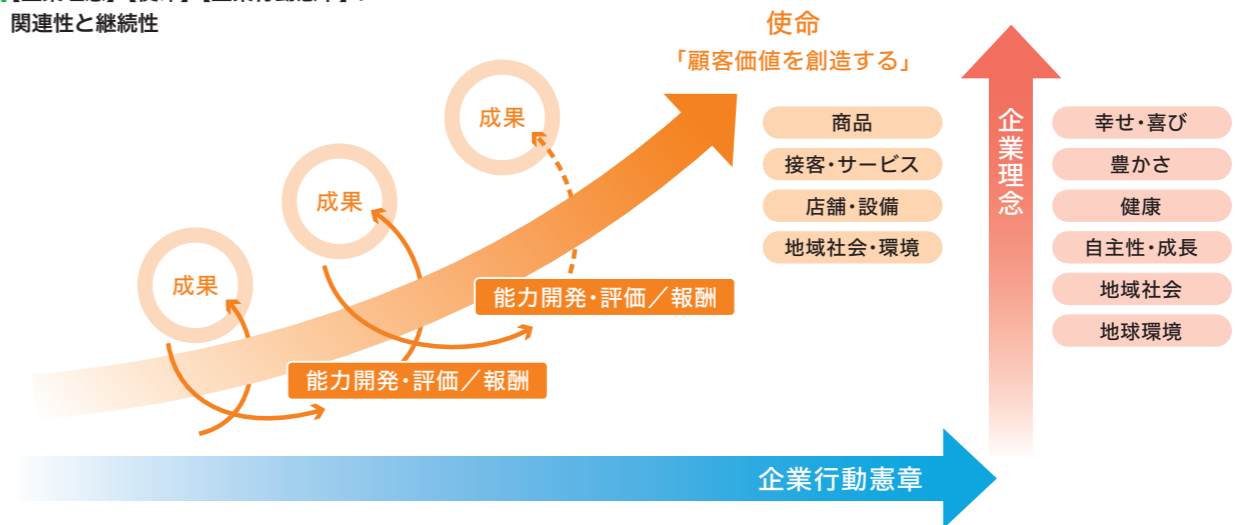
#### 4. 地球環境への配慮

当社グループは、企業方針に基づき地球温暖化防止、資源有効利用などの環境問題に真摯に取り組み、地域社会との調和に努め、環境保全と地域社会発展が両立する継続的な活動をおこなうこととする。

#### 5. 従業員の尊重

当社グループは、従業員の人格および個性を尊重すると共に、職場環境の整備に取り組み、従業員がその能力を十分に発揮しうる健全な企業環境を確保する。

【企業理念】・【使命】・【企業行動憲章】の  
関連性と継続性



#### 【企業理念】

企業理念で掲げた「幸せ」や「喜び」といった普遍的な価値観を、「使命」を遂行することで、より高い次元で実現していくもの。

#### 【使命】

私たち一人ひとりの行動が「顧客価値を創造する」という使命に基づいて、接客やサービス、商品や販売などの側面で価値向上を目指すもの。それらを継続して実現していくために「成果（利益）」と「能力開発・評価／報酬」の好循環を生み出していく。

#### 【企業行動憲章】

私たちが企業活動を行っていくうえで根底に流れる、ヤマナカグループのすべての役職員が遵守する行動指針を定めたもの。

ヤマナカ100年のあゆみ

# 2022 創業100周年

## 100年後の未来もお客様と共に

株式会社ヤマナカは2022年春、創業100周年を迎えました。

長きにわたり、この地で商売を続けてこられたのも、地域のお客様の支えが第一でございます。

次の100年も地域になくなくてはならない身近な存在であり続けるために、新しい価値を生み出すことにチャレンジし続け、お客様と地域社会への貢献と発展に向けて、お客様と共により良い未来を創造していきたいと考えます。

その想いを、「100年後の未来もお客様と共に」というキャッチコピーに込め、

これからも地域のみなさまに愛される企業であることを目指して未来に向けて歩んでいきます。



“地域社会との末長いお付き合い”という想いと、100周年という一度きりの節目のお祝いの意味を込め、縁起の良い「あわじ結び」を基本に、ヤマナカの象徴でもある“Y”の文字と組み合わせ100thをデザインしています。また、創業から100年の歴史と商いを「のれん」のカタチで表現し、右下の「のれん」の“めくれ”は次の100年へ向かうヤマナカの挑戦を表しています。100thの丸の中のへ(やま)と中は創業時の屋号です。

## 6つの感謝

### 1 従業員への感謝

これまでの従業員の皆さんの会社への貢献に感謝として、9月に社員・嘱託社員には勤務年数により当社株式(譲渡制限付株式)を給付しました。また、契約社員・パートナー・アルバイトには9月にグラッチェカード電子マネーを勤務年数によってチャージしました。



### 2 お客様への感謝

100周年記念商品、ヤマナカ・フランテならではの商品の開発と発売を継続的に実施し、お客様に気持ちよく買い物していただくために「ヤマナカ接客手引き」を改訂し、全社一丸となっておもてなしの接客に取り組むと共に、グラッチェカードVIP会員様(6ヶ月で60万円以上お買い上げのお客様)への特典として特別ギフトの送付を開始しました。また、8月15日には御園座にて「ヤマナカ100周年特別企画 超歌舞伎2022ご招待キャンペーン」を開催し、抽選で500組1,000名様をご招待しました。



### 3 株主様への感謝

2022年3月期末に記念配当として、当社株1株につき、普通配当5円に100周年記念配当2円を加え7円の配当を実施したことにより、中間配当5円を含めた当期の年間配当金は12円となりました。また、株主様の利便性向上のために株主優待を見直し、グラッチェカード電子マネーチャージ券や寄付などの選択型としました。

➡ P18 株主の皆様のために



### 4 取引先様への感謝

9月に100周年の歩みとそ中で支えていただいたことへの感謝を伝える「感謝の会」を開催予定でしたが、新型コロナウイルス感染症拡大の懸念から中止を決断し、代わりに100周年記念商品を送付し、感謝を伝えると共に、これからの100年に期待いただくメッセージをお伝えしました。



### 5 OB・OGへの感謝

100周年記念OB会(現在171名)を7月6日に開催し、ヤマナカでの思い出を50文字以内の文章で募集し、OBと現役メンバーで共感し100周年を盛り上げる「思い出企画」を実施し、イベントに特別協賛しました。また、5月26日に100周年記念OG会(現在30名)を開催し、特別協賛しました。



### 6 物故者・商売を支えてくれた生き物への感謝

創業100周年を迎え、各時代に活躍いただいた物故者の霊を慰霊する碑と、会社生業として命あるもの全般を扱わせていただいていることに対する供養をするべく、日進市五色園に万霊供養塔「ヤマナカの碑」を造立し、11月7日に開眼供養を行いました。



Top Message

# トップメッセージ

お客様と共に歩んだ、  
これまでの100年。  
脈々と息づくDNAを胸に、  
次の100年に向けて  
新たな一歩を踏み出します。



代表取締役社長 中野 義久

## 創業から受け継がれるDNAと 培った強み

ヤマナカグループは、2022年2月に創業100周年を迎えました。1世紀もの長きにわたり、この地で商売を続けさせてもらったのも、従業員はもちろん、日々支えてくださっている地域のお客様、取引先様、そしてステークホルダーの皆様が存在があってこそです。まずは、この場を借りて深く感謝申し上げます。

ヤマナカは元々、私の祖父が名古屋市中区正木で開業した塩干物をはじめとする商品を扱う小売店が始まりです。真面目にコツコツと働き、時代背景もあって非常に栄えたと聞いております。その後、社長を継いだ父が食品スーパーマーケットとしての近代化を図りました。アメリカから学んだノウハウを元にセルフサービス方式や夜間運営を導入。時代と共に変わり始めていたお客様のライフスタイルに合わせた、チェーンストアの第一歩を踏み出しました。

私が社長を引き継いだ後も、高度経済成長期を経て社会環境が一変したことを受け、食品に限らず雑貨品や衣料品の販売、ホームセンター事業の立ち上げ、さらにはより高品質な食品を扱う「フランテ」の開業など、時流に合わせた業態の多角化を進めてまいりました。

これら100年の歩みを共通して支えているのは、創業から受け継がれるDNAでもある「上質なものをお客様に提供し続ける」という信念です。商品だけではなくサービスや接客接遇に至るまで、常におもてなしの心を念頭に置いて経営を続けてきました。現在、ヤマナカグループの最大の強みといえる『生鮮のヤマナカ』も、お客様のニーズや買い物の仕方を踏まえて、生鮮食品の鮮度や季節感といった品質にこだわり続けてきた現場主義があったからこそ確立できたと感じます。さらには「お客様に喜んでいただくことが我々の喜びである」という信条を貫いてきたからこそ、時代のニーズを汲み取り、これまでの常識にとらわれることなく新たな挑戦を続けてきました。常にお客様の目線で物事を考え、サプライズの提供を心がけています。進化を続けるべく積み重ねた新たな挑戦の数々によって、現在のヤマナカグループがあるといっても過言ではありません。たくさんの方の想いと努力で繋がってきた100年だと言えます。

## 100周年を迎え、 根幹となる企業理念を改定

創業100周年を迎え、すべての関係者に感謝の想いを伝えるべく、100周年記念商品の販売はもちろん、取引先様へ記念品の送付、従業員に対して資産形成の一助としての株式支給や記念配当を実施しました。

加えて、節目となる年を迎えるにあたり、次なる100年への礎を築くために社内の刷新を実施。大きな変化のひとつが、DNAを含めヤマナカグループの想いを社内外に発信するために行った「企業理念の改定」です。現在も直面しているコロナ禍を通じて、各店舗の最前線で体を張って会社を守ってくれている従業員たちの大切さを改めて痛感することができました。そのため、お客様中心であることは当然ですが、従業員あつての顧客主義であることを共有するために、企業理念のひとつを従業員軸で制定。また、私たちのDNAである『顧客価値を創造する』という言葉に「使命」として明文化しました。単純な利益追求型ではなく、お客様の喜びを軸に企業活動のサイクルを回していくことで、利益に繋げていくビジネスモデルを構築したいと考えています。

それ以外にも、1店舗1店舗が主体的に運営を進めていける体制づくりのための組織改編も実施しています。DX推進は至上命題ですが、その目的はあくまでCX<sup>※</sup>であり、あらゆる施策はお客様の満足度向上に目を向けたものであるべきです。そのためには現場で何が起きているかが重要となります。そこで、現場の声をダイレクトに吸い上げる、トップダウンではなくボトムアップの経営から現場力を高める体制を構築。さらに各部署の横連携を密にするためにユニット制度を取り入れ、組織力の強化を目指していきます。

また、本社を八田フランテ館の2階に移転。コンパクトな本社とすることで、従業員間のコミュニケーション活性化や意思決定のスピードアップを図る、より働きやすい環境へと生まれ変わりました。企業理念改定、組織改編とあわせて、より効果的、効率的な「顧客価値の創造」を実践する企業としての土台を整えることができました。

※CX(カスタマー・エクスペリエンス):商品やサービスの購入、利用における、顧客のあらゆる体験を価値として提供する考え方。

→ P3-4 企業理念

## トップメッセージ

### 次の100年に向けた試金石となる 中期3カ年計画「成長戦略」

ヤマナカグループが歩む次の100年に向けた第一歩となるのが、2021年3月より始動した「中期3カ年計画」です。新たなヤマナカグループの基盤を固めるために、各店舗や設備のさらなる整備と、各種システムの拡充に対して集中投資していく変革の3年と位置づけています。私たちを取り巻く環境の変化へ対応し、さまざまな社会課題を解決した先に、2024年には連結ROE 8%を目指します。

成長戦略の中でも最重要課題と位置づけているのが、新たに策定した使命にもある「顧客価値創造の実践」です。基本となるのは、『生鮮のヤマナカ』を軸に据えたオリジナル商品の開発です。協業メーカーはもちろん、生産者の方たちとも横の連携を強めて、産地や原料にこだわり、ただ単純に美味しいものではなく、開発のストーリーを通してモノの価値をお伝えできるような商品を生み出していきたいと考えています。現在は円安の問題から輸入品が高騰していますから、国産、愛知県産という地産地消の観点も取り入れ、またニューノーマルの定着により引き続き需要の高い家飲みやまとめ買いにも対応した、お客様の期待を超える価値を提供する商品を目指します。

お客様との接点となる店舗についても同様に顧客価値を高めるためのMD<sup>\*</sup>を中心とした施策を推進。現在、私たち小売業界は大変な競争環境に置かれているため、新店舗をどんどん増やして商圈を広げるというやり方は現実的ではありません。一方で私たちは100年の歴史があるがゆえ、好立地の店舗が多いという事実があります。このメリットを最大限に活かし、旧態依然となっている店舗を新たなライフスタイルに最適なサービス提供の場へとリニューアルしていきます。今年3月に生まれ変わった「ヤマナカ新中島店」を皮切りに、生鮮強化型店舗への大型改装を随時実施。『生鮮のヤマナカ』を体現すべく生鮮部門の販売を強化し、鮮度の見える化を実施することで競合他社との差別化を図り、日々の買い物をもっと楽しんでいただける店舗づくりを推進していきます。また、フランテ商品も積極的に導入することで、上質志向のお客様にも納得していただける上質量販を実現。衣料品売り場の刷新や、需要の高まるキャンプ・パーベキュー用品をコーナー化することで、食品に限らず

多角的な顧客ニーズへの対応を目指していきます。

サービス面では、グラッチェカードの充実やヤマナカ公式アプリのリリースが挙げられます。グラッチェカードの特典をより便利かつお得な内容へとリニューアルだけでなく、カードとの連携も可能な公式アプリを導入。アプリに関しては今後もさらなる改良を検討中で、普段の買い物をもっと楽しく便利に感じ、ヤマナカ・フランテを選んでいただくために、お客様目線でのさらなるサービス拡充を進めています。

加えて注力分野だと捉えているのが、お客様への発信力です。どれだけ魅力的な価値を生み出してもお客様に伝わらなければ意味がありません。表現方法や媒体、ツールなどを含め、若い従業員の知恵と柔軟な発想を取り入れ、顧客価値をわかりやすい表現で伝えることで、より効果的・効率的な取り組みへと繋げていきます。

※MD(マーチャンダイジング):店舗づくりにおける考え方や商品化計画といった、商品をお客様に適切に届けるための戦略。

➔ P11-12 中期3カ年計画「成長戦略」 ➔ P13-16 商品戦略  
➔ P17-18 販売戦略

### ESG 経営の視点で、 地球にもやさしい企業へ

「中期3カ年計画」の中では、ESG経営への取り組みも重要となります。新たな企業理念でも掲げていますが、地球の一員であることを念頭に置き、環境にやさしい経営活動を行うことは、企業の評価指標のひとつです。特に電気使用量が多いスーパーマーケットは、省エネが重要になります。省エネルギー機器を導入するのはもちろんですが、食品の提供のあるべき姿という視点で環境に貢献していくことが理想だと考えています。例えば、一つひとつの食品に対して包装や保冷が過剰になっていないか。原点に立ち戻ること、解決できる問題もたくさんあります。ヤマナカグループでは他にも、節分などの祭事食品には予約販売の強化によるフードロス削減、メーカーとの連携による箸やストローなどの脱プラ、公式アプリの推進からシート削減など、さまざまな視点から環境への取り組みを進めています。数字としての成果も着実に上がっており、CO<sub>2</sub>排出量は2013年度比で39.6%削減、食品リサイクル率は過去最高の96.2%を達成しています。

地元・愛知に根付いた経営を続けてきた私たちにとって、地域社会への貢献も欠かすことができません。各地域に実店舗があるメリットを活かして、行政や学校などと連携して地域に合わせた取り組みを行っています。また食を扱う企業であるため、災害時のライフラインとしても貢献することができます。祖父の時代に伊勢湾台風が起こった際にも、被害に遭われた方たちへの食品の奉仕を通して、災害復興までの支援をした経験もあります。お客様や地域住民の方を大事にするという姿勢はヤマナカのDNAでもありますので、今後も地域の方たちにとって無くてはならない存在であるために何ができるのかを常に念頭に置いた活動を続けていきます。

社内向けでは従業員に対してESG通信を配布し、業務にあたるうえでの意識統一にも取り組んでいます。こうした積み重ねによって、全従業員がESG経営の視点を持って業務にあたることで、さらなる成長に向けては肝要だと感じています。

また災害はもちろん、現在直面する新型コロナウイルス感染症への対応、さらには個人情報管理など、リスクマネジメントは企業としての至上命題だと言えます。小売業に身を置く限り、資源や原材料の価格高騰や金利上昇といった課題とも隣り合わせです。当グループでは社内にリスク管理委員会を設置。あらゆるケースを想定し、考えるリスクに対して適切な対策を講じる体制づくりを推進しています。

➔ P19-20 人材戦略 ➔ P21-22 環境保全・地域社会貢献  
➔ P27 リスクマネジメント

### 皆様と共に歩む、これからの100年

時代が変われば、その時々で豊かな社会や生活の概念も変わるものです。そのような中で私たちは、「顧客価値の創造」という大義は忘れずに新しい挑戦を続け、これまでのスーパーマーケットという固定概念にとらわれず、柔軟にお客様に貢献していきたいと思えます。また、時代に合わせて業態が変わることも、もしかしたら店舗自体がなくなることもあるかもしれません。しかし、どのような形であってもその中心には必ず人がいます。だからこそ、人材教育や女性活躍推進といった、人への投資は何があっても続けていきます。その先にこそ、ヤマナカグループの未来があるのだと考えています。

また人対人という意味では、ステークホルダーの皆様とも『本当のパートナー』になっていきたいです。企業と株主という境界線を引いてしまうのではなく、厳しい目で見てください、お互いに言うべきことは言う。双方向の意見交換ができればこそ、私たちも真摯に受け止め、次なる成長に繋げていけるのです。

100年という節目を迎え、私たちは新たな一歩を踏み出しました。そして、次の100年に向けて成長し続けるためには、すべてのステークホルダーの皆様と共に歩む必要があります。ヤマナカグループの挑戦と発展に、ぜひご期待ください。



Growth Strategy

# 中期3カ年計画「成長戦略」

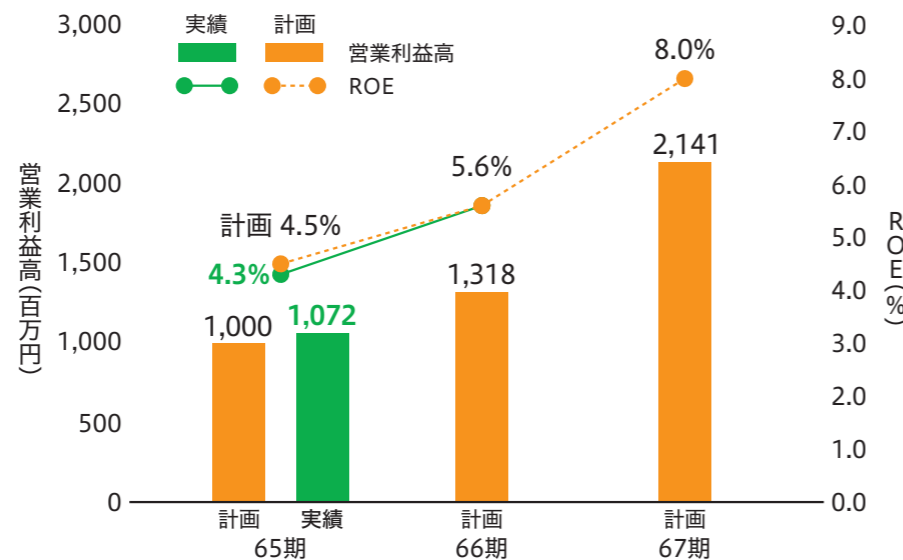
## 創業100周年を迎えるにあたって

〈2022年3月期～2024年3月期の施策〉

<h3>顧客価値創造の実践</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>商品</li> <li>接客・サービス</li> <li>店舗・設備</li> <li>環境・地域社会 など</li> </ul>	<div style="border: 1px solid #008000; padding: 10px; width: fit-content; margin: auto;"> <p>連結 ROE <b>8%</b>を 目指す。</p> </div>
<h3>従業員の成長戦略</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>女性、若手、シニア、管理職の活躍のための人事制度（評価・処遇）の整備</li> <li>健康経営の推進</li> <li>研修体制の整備 など</li> </ul>	
<h3>業務改革の断行</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>業務の見直し</li> <li>ペーパーレス化</li> <li>電子化 など</li> </ul>	
<h3>リスクマネジメントの適正化</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>衛生管理（感染症、食中毒）対応</li> <li>天候不順対応</li> <li>情報管理</li> <li>コンプライアンスの徹底 など</li> </ul>	

### 中期3カ年連結数値計画

2022年3月期～  
2024年3月期の数値計画



## 中期3カ年計画の取り組み

### 顧客価値創造の実践

**商品** お客様に価値を感じていただける「ヤマナカ・フランテならではの商品」の開発を継続的に行い、「生鮮のヤマナカ」の強化を目指して、生鮮品の鮮度・品質を向上させ、他企業・他業種との差別化を実施していきます。また、30代から40代のファミリー層のお客様獲得のための商品を上質量販し、商品開発ストーリーなどの価値をコトPOPやサイネージ広告などで伝えてお客様に商品の価値を感じていただけるように努めていきます。

**店舗・設備** 旧態依然となっている店舗を新たなライフスタイルに最適なサービスが提供できる店舗づくりとして、順次改装を実施しています。“生鮮のヤマナカ”を軸に据えた生鮮部門の強化、地元・地場活用による鮮魚・野菜・果物の鮮度向上と上質量販を実施し、ファミリー層や高齢者層向けの箱売り・バラ売り・メガパックなど世代や街中の地域特性に合わせた売場づくりを行っています。また、お客様が「わくわく、ドキドキ」楽しくお買い物に来ていただけるイベントや企画も実施していきます。

**販売・サービス** グラッチェカード会員様の特典を便利でお得な内容に変更し、2022年3月にお客様へより早く情報がお伝えできるように「ヤマナカ公式アプリ」をリリースしました。今後は、カードレス化、アプリによる電子マネー決済の実現など、利便性をさらに向上させていくことに取り組んでいきます。

**ESGの取り組み** ヤマナカでは、「当社グループは、企業理念の実現を目指し、使命である「顧客価値創造」の1つとして、ESG活動を継続的に取り組んでいく。」とESG活動方針を策定しています。

主な取り組みとしては、フードマイレージの取り組み、食品ロスの削減、温室効果ガス削減、容器包装使用量削減、認知症サポーター講習の受講、大規模災害時の一時避難場所としての地域防災協定を12店で締結するなどの地域貢献活動、社内従業員向けESG通信の作成を行っています。

### 従業員の成長戦略

従業員の成長・育成を推進すべく、従業員の長期的なキャリア計画策定、管理職の評価項目において人材育成のウエイトを高める評価基準への改定や女性・若手・シニア・管理職の活躍のための人事制度や研修体制の整備を行っています。従業員が「いきいき」と「健康を維持」できる人事制度の整備を行うと共に、「笑顔あふれる食品スーパーマーケット」を実現するため、ワークライフバランス・心の健康・体の健康の3つの施策で健康経営に取り組んでいます。

### 業務改革の断行

2022年2月に本社を八田フランテ館の2階に移転し、現場主義の徹底、従業員間のコミュニケーションの活性化や意思決定のスピードアップおよび本部家賃削減による本部生産性向上を図りました。本部従業員の生産性向上、業務の見直しや作業工程の見直しを行うと共に、DXの活用により本部・店舗業務の効率化とビジネスモデルの変革を目的とした業務改革を行っています。

### リスクマネジメントの適正化

個人情報管理、南海トラフ地震、新型コロナウイルス感染症、資源や原材料などの価格高騰や金利上昇への対応を進めていきます。特に、情報セキュリティ体制について、2022年4月に施行された改正個人情報保護法を遵守すると共に、当社のシステムに対するサイバー攻撃や不正アクセスの脅威へのセキュリティ強化に努めていきます。

Product Strategy

# 商品戦略

お客様の声を生かし、安全・安心で豊かな暮らしに繋がる商品を作り続けています。お客様に選ばれ続ける商品づくりを強化していきます。



## ヤマナカならではの商品の拡大

### ▶ 生鮮強化

生鮮、デリカ部門の商品を強化すると共に売場を拡大し、生鮮部門の売上構成比50%以上を目指します。水産部門は市場から直送した新鮮な生魚の対面販売や豊富な品揃えのお刺身、デリカ部門では新鮮な生魚をネタにした「お魚屋さんのお寿司」や毎日のお弁当やお惣菜、畜産部門では地元みかわ牛や尾張牛を使用した焼肉やすき焼き用、農産部門では全国の産地から旬の美味しい野菜や果物をお届けします。

新鮮でおいしい生鮮品で毎日の食事からハレの日のごちそうまで、お客様のワクワクするお買い物をお手伝いします。



お魚さんの旨いお寿司コーナー 市場から直送した新鮮な生魚

### ▶ PB 商品

オリジナル商品「ヤマナカスター」「フランテ二つ星」「フランテ三つ星」は、「おいしさ」はもちろんのこと、「製法」「素材」にもこだわり、お客様に価値を感じていただける商品をお届けしています。これからも「顧客価値を創造する」の使命のもと、ヤマナカ・フランテでしか購入できない「独自性」「専門性」「美味しさ」「地元」「健康」「安心・安全」を追求した、ワクワクドキドキと心躍らせる商品を開発し、お客様の「健康」で「豊か」で「笑顔」あふれる「幸せ」な日常生活に貢献できることを目指します。



生乳のおいしさそのまま 牛乳 尾張牛コロック



本みりん、純米料理酒 有機栽培 塩あじえだまめ



「お値打ち」でありながら「おいしさ」「素材」にこだわった商品  
取扱店舗：フランテを除くヤマナカ全店

「おいしさ」「製法」「素材」にこだわった「Yamanaka スター」のワンランク上の商品  
取扱店舗：ヤマナカ・フランテ全店

「原料」「製法」「産地」を厳選した「高付加価値」「高品質」にこだわった商品  
取扱店舗：フランテ全店

### ▶ ヤマナカ・フランテならではの商品

ヤマナカオリジナルの開発商品をはじめ、こだわりのコトがありバイヤーが自信をもってお勧めできる商品やオール日本スーパーマーケット協会共同開発商品の「くらし良好」などお客様に価値を感じていただける商品を取り揃えています。ヤマナカの名物商品の「東海道」は代表作で、2022年

「第一回全国スーパーマーケットおいしいもの総選挙」において金賞を受賞しました。また当社製造拠点「サンデイリー」「しおなぎ生鮮センター」では麺類、豆腐、納豆やデリカ部門、畜産部門、水産部門のオリジナル商品を製造しています。

### ヤマナカ名物「東海道(小倉あん)」



昭和32年から販売を開始し、冷凍商品の開発でようやく全店展開が実現しました。昨年は、トクバイ主催の「第一回全国スーパーマーケットおいしいもの総選挙」スイーツ部門において金賞を受賞しました。来年は、冷凍東海道も発売の予定です。

### 「愛知県産鶏塩唐揚げのベジタブル丼」



デリカテッセン・トレードショーの「お弁当・お惣菜大賞2022」において優秀賞を受賞しました。錦爽どりむね肉塩唐揚げと野菜を合わせ、塩だれで仕上げた、彩りがよく、野菜がたっぷり摂れるお重です。

### 今朝採り企画「長野県川上村産 大林さん達の玄人レタス」



標高1300メートルの南アルプスより、生産から販売まで鮮度管理を徹底してお届けしています。6月後半～8月初旬の日曜日、今朝収穫したものを当日中に店舗に配送し販売する、超鮮度企画「今朝採りレタス」を実施し、「ふわっ」とした葉の柔らかさと、シャキッとした食感の両方が楽しめます。

### フランテならではの商品「三河一色産 巨匠の鰻(うなぎ蒲焼)」



原料をフランテ指定養鰻場である愛知県三河一色『長坂養鰻場』の中でも、サイズ・脂質・身質を特別に厳選した活うなぎに限定しています。HACCP対応工場で日本最高水準のうなぎ加工工場である「カネナカ」で、『強化倍蒸製法』という特別製法で焼き上げる事で、限りなくこの地区の専門店特有である『地焼き』に近い味に仕上げました。



旬の生 さば水煮 佐賀県産 焼海苔 信州産生乳100 ヨーグルト バウムクーヘン 自家製しめさば刺身切盛り みかわ旨香ポーク ロース味噌漬



Product Strategy 商品戦略

▶ フランテ

Franteは、「旬・産直・安心・品揃え」をキーワードに、「おいしさ・健康・自然・安全」にこだわった高品質の商品を豊富に品揃えしています。全国より旬の商品、新鮮でおいしい商

品をお届けすると共に、フランテでしか買えない希少なこだわり商品を数多く取り揃え、お客様に常に新しい発見とワクワクをお届けする店を目指しています。



八事フランテ 外観



八事フランテ 農産売場



八事フランテ こだわりのワイン売場

▶ 地産地消

みかわ牛、尾張牛、みかわ旨香ポーク、三河赤鶏など地元銘柄肉、三河一色漁港直送の鮮魚、地元生産者が作った野菜や果物、酒や調味料など地元産業商品や地元メーカー製造商品、和菓子やスイーツ、パンなど地元の銘店の商品など地元愛知県の商品を豊富に品揃えしています。

地元でとれた新鮮な食材を販売することで地域活性化を図ると共に輸送に伴うエネルギーを減らしフードマイレージ削減にも貢献しています。



愛知県産尾張牛の売場



みかわ旨香ポーク あらびきウインナー



愛知県産鶏づくし御膳



大府店 / 地元で人気の「Pâtisserie FUKAYA」



大曽根店 / 地元で人気の「栗の屋本家」

食の安心・安全への取り組み

▶ しおなぎ生鮮センター

しおなぎ生鮮センターは、SQF 認証を受けた衛生管理、温度管理が徹底された環境で、牛肉・豚肉・鶏肉のうすぎりや焼肉用や鮮魚の刺身・切身など、優れた鮮度・品質の商品を毎日平均4万パック製造し、各店舗の畜産部門と水産部門に供給しています。お客様に価値を感じていただけるオリジナル商品の製造拠点の一つです。



しおなぎ生鮮センター外観



水産(刺身)ライン



手巻き握り寿司種セット



畜産(豚肉)ライン



和牛こだわり焼肉セット



みかわ旨香ポーク ロース肉厚切りステーキ (スパイス添付)

▶ HACCP

2021年6月より、全店舗でHACCPに沿った衛生管理を開始いたしました。HACCPとは商品の製造工程で微生物による汚染や異物混入などの危害を予測し継続的にチェック、記録することで商品の安全性を確保する衛生管理手法です。店舗においては部門毎にチェックリストを用い、安定して安心しておいしい商品をお客様に提供できるように努めています。

加工衛生チェックリスト (デリカ)

危害分析衛生管理表(畜産)

Message

責任者メッセージ

商品・販売促進ユニット長 清水 正樹

今後はさらに生鮮部門を強化し「生鮮のヤマナカ」とお客様から選んでいただけたところまで高めていきます。またヤマナカならではのオリジナル商品の比率を上げると共に、こだわりのおすすめ商品、旬のおいしい商品などお客様をワクワクさせ、喜んでいただける商品を開発、調達し「顧客価値創造の実践」に取り組んでまいります。



Sales Strategy

# 販売戦略

顧客価値創造の実践への取り組みでは、皆様の「健康」で「豊か」で「笑顔」あふれる「幸せ」な日常生活に貢献できるよう取り組んでいきます。



## より便利に使いやすくするためのDX推進

### ▶ グラッチェカード

ヤマナカ・フランテでのお買い物がより楽しく、よりお得になるように、満点券(500円金券)発券から500円の電子マネーチャージ化、前月買上金額特典のランク増設、および金額増額(2→4ランク、最大1,100円に増額)、VIP特典(6ヶ月で買上金額60万円)の新設などに取り組んできました。今後は、ヤマナカアプリとの連携を強化し、会員様の利便性を更に向上させること、グラッチェボーナスポイント商品をより会員様にご満足いただけるものに変更していくことに取り組んでいきます。



### ▶ ヤマナカアプリ

ヤマナカ・フランテのお得な情報をいち早くグラッチェ会員様にお伝えしたいという思いから、ヤマナカアプリは誕生いたしました。アプリ限定ボーナスポイント商品(2022年9月末より対象商品を倍増)、アプリ限定クーポン配信、アプリ内で「グラッチェポイント数」、「電子マネー残高」が確認していただけます。今後は、カードレス化、アプリによる電子マネー決済の実現、グラッチェポイント・電子マネー・買上金額などの履歴をアプリ内で確認可能など改良していきます。



### ▶ 喜ばり本舗・ネットスーパー

お客様により便利にお買い物をして頂けるよう、またお買い物に來られないお客様へのサービスとして、電話、インターネットでのご注文で店頭販売商品をご自宅へお届けするサービスや、店頭でのお買い物いただいた商品のご自宅への配送を当社15店舗で行っています。(午前中にご注文頂くと、当日にお届けするサービスとなっております。)



## お客様のニーズに対応した店舗展開

幅広い年齢層のお客様にご支持をいただくため、生魚の対面販売や惣菜売場を拡大させるなど、生鮮強化型の売場に刷新していきます。また、ファミリー世帯向けの大容量商品、時短商材、冷凍商品などの品揃えも増やしていきます。商品だけでなく、環境に配慮した建材の採用、効率の良い最新式の冷蔵・冷凍機器設備への更新、棚下照明のLED化などで電気使用量を削減させ、地域の環境負荷の削減にも貢献していきます。



## お客様に便利と使いやすさを

クリスマスケーキやおせちなど、お客様に喜んでいただくために、心を込めて選んだ上質な商品、限定商品の予約販売を店頭で承っています。今後は、お客様のご自宅からヤマナカ・フランテ商品を注文できるようにしたいという思いから、お客様の好きな時間にいつでもネットからご注文でき、よりお客様にとって便利なサービスにしていくことを検討しています。



## 株主の皆様のために

当社は、株主の皆様への日頃のご支援に感謝すると共に、株主優待制度を通じて当社へのご理解を一層深めていただくことで当社株式に対する投資魅力を高めることを目的として、株主優待制度を実施しています。

### ■ お米・商品



### ■ 電子マネーチャージ引換券



株数区分	期末優待	一年以上株式保有
100株以上200株未満	電子マネーチャージ引換券1,000円	お米1,000円又は電子マネーチャージ引換券1,000円選択
200株以上300株未満	お米1,000円又は電子マネーチャージ引換券1,500円	お米1,000円又は電子マネーチャージ引換券2,000円選択
300株以上400株未満	お米1,500円又は電子マネーチャージ引換券2,000円又は寄付1,500円	お米1,500円又は電子マネーチャージ引換券2,500円又は寄付1,500円
400株以上500株未満	お米1,500円又は電子マネーチャージ引換券2,500円又は寄付1,500円	お米1,500円又は電子マネーチャージ引換券3,000円又は寄付1,500円
500株以上1000株未満	お米1,500円又は電子マネーチャージ引換券3,000円又は寄付1,500円	お米1,500円又は電子マネーチャージ引換券3,500円又は寄付1,500円
1000株以上	商品3,000円又は電子マネーチャージ引換券5,000円又は寄付3,000円	商品3,000円又は電子マネーチャージ引換券6,000円又は寄付3,000円

## Message

### 責任者メッセージ

執行役員/ビジネス変革ユニット長 岡本 哲也

お客様との接点は「売場」「商品」「サービス」なので、「使って便利」「買ってお値打ち」「こんな商品欲しかった」と幅広いお客様にヤマナカ・フランテを選んでいただけるように努めております。今後もアプリ、グラッチェカード会員データ、外部データなどの最新デジタル技術を活用し、お客様の潜在的ニーズやエリアの特性を捉えて「新しい発見」「情報発信」をひとりひとりのお客様に伝え、繋げて「新しい価値ある商品・サービス」を提供し、地域になくてはならない、店舗・企業であり続けてまいります。



Human Resources

# 人材戦略

従業員の成長戦略への取り組みでは、パートナー社員を主体とする店舗運営を推進するためのOJT教育を行う社員教育の充実、若手社員抜擢・女性社員活躍・シニア社員活性化の体系的な取り組みなど、従業員の能力開発や評価・処遇の整備に取り組んでいきます。



## 社員一人ひとりが活躍できる人材を育成

### ▶ 人材育成

ヤマナカが存続・発展するためには従業員の能力開発は必要不可欠で、その中でも特に一人一人が顧客価値を創造する力を開発することが重要となります。限られた人材をいかに育てていくかがカギとなり、個人の能力を高めるためには本人の努力と周りの協力・フォローが必要となります。またその能力は従業員同士が個性を尊重し、働きやすい職場環境により、十分発揮することができます。従業員全員がそのことを理解し、お互いに成長することでより大きい成果を出せるよう取り組んでいきます。



ミーティング風景

### ▶ 研修制度

研修は入社1年目の新入社員から管理職まで階層別に行っています。2022年度からはこれまで不足していた入社3年目からチーフになるまでの研修と副店長対象の研修を新設しました。昨今では1店舗の社員数も少なくなり、早くからチーフ代行の能力を求められます。チーフになってから学ぶのではなく、なる前に学ぶことで自信を持って働くことができます。企業理念の中にある従業員が自発的に生き生き楽しく働くことを実現するために研修の見直しを行いました。



研修風景

### ▶ 多様な人材活躍

当社ではパートタイマーを含め多くの女性従業員が働いており、女性活躍推進法への取り組みも積極的に実施しています。女性が活躍することはさらなる会社の成長に繋がると考え、やりがいと誇りを持つことのできる働き甲斐のある職場を目指しており、2022年8月女性の管理職登用、仕事と家庭の両立など、女性の活躍推進に向けての取り組みを行っている企業として、愛知労働局より【えるぼし認定認定段階3】を認定されました。また2022年10月に育児休

業制度を改訂し、「妻の出産休暇」の取得を義務化し、男性の子育て支援も進めています。



えるぼし認定



女性のキャリアセミナー風景

### ▶ 接客

ヤマナカの使命を果たすためには商品はもちろんですが接客・サービスも非常に重要な役割を担います。2022年度には入社時教育から使用する『ヤマナカ接客手引き』と『教育動画』を新たに作成しました。各階層別研修でも接客訓練

タイムを設け、どの部門の社員でも店舗で見本となり、リーダーとして教えることができるよう取り組んでいます。まずは基本を徹底し、更に顧客価値創造に繋がる接客を目指していきます。



チェッカーフェスティバル出場



接客訓練



接客指導

### ▶ 健康経営

2019年に健康経営宣言を掲げ、従業員の健康を積極的に支援することを約束しました。ストレスチェックの実施、産業医の巡店・面談実施、喫煙所の撤去など従業員の健康増進のために取り組むと共に、食品スーパーマーケットで働く従業員にとって身近にある「食べること」と「健康」にもっと興味を持ってもらい、食生活を見直していく取り組みを「食べることで健康に！」をキーワードに実施しています。

#### 健康経営宣言

ヤマナカグループは、従業員一人ひとりがいきいきと働き、心身ともに健康で楽しく仕事ができる職場環境の整備に積極的に取り組み、「笑顔あふれる食品スーパーマーケット」を実現します。

#### Message

#### 責任者メッセージ

執行役員/業務サポート・人材育成ユニット長 打田 稔

中期3カ年計画の中核である成長戦略で2022年度については、人材育成の観点から階層別研修の見直しを図り、まず3年目から5年目の若手社員に向けた研修の新規取り組みを行ってまいりました。今後の部門の中心になっていく社員のための商品知識や数値管理など部門運営のために必要な知識を習得するものです。

また管理職向けには副店長研修を新規に行い、店舗パートナーさんのレベルアップのために必要な教え方、コミュニケーションの取り方などの研修を重点的に行ってまいりました。

また接客の手引きを見直し店舗の接客レベルの統一化を図りました。

今後も『顧客価値創造の実践』につながる教育・研修・人材育成を行っていきたくと考えております。



# 環境保全・地域社会貢献

## 環境保全

**ESG活動方針** 当社グループは、企業理念の実現を目指し、使命である「顧客価値創造」の1つとして、ESG活動を継続的に取り組んでいく。

### ESG宣言

**E** 私たちは、地球温暖化防止、廃棄物の削減、資源の有効活用など環境保全の取り組みを実行します。

**S** 私たちは、地域のお客様と共に発展する企業として、社会貢献活動を実行します。

**G** 私たちは、法令および社会規範を遵守し、この取り組み内容を社内外へ積極的に公表する事で、社会から信頼される企業を目指します。

### ▶ ヤマナカの環境目標

温室効果ガス削減	2030年までにCO <sub>2</sub> 排出量46%削減(2013年度比)
食品ロス削減	2030年までに食品リサイクル率60%以上かつ80%までに毎年1%以上改善
容器包装使用量削減	2030年までにプラスチック容器包装使用量を2018年度より累積25%削減

### ▶ 温室効果ガス削減

電気使用量の大部分を占める店内の冷蔵・冷凍ケース、空調、照明を中心に、CO<sub>2</sub>の削減を目標として効率の良い機器への更新を実施しています。照明のLED化、扉付きの冷凍ケースの導入、インバータ化により、省エネルギー化を図っています。また、ショーケースの一部照明の消灯や飲料冷蔵ケースのオフ、ナイトカバーの活用などにより、節電活動にも積極的に取り組んでいます。



扉付きの冷凍ケースの導入

### ▶ プラスチック削減

限りある資源の有効活用と商品品質維持の両立を図り、3Rの原則に則ってプラスチック製資材の削減に取り組んでいます。鶏肉販売時にノントレー包装を導入し、包装資材の使用削減やお客様の利便性の向上に繋げています。弁当購入のお客様にお渡しするカトラリーは、バイオマス原料を配合したものへ変更しました。また、ヤマナカでは2007年度よりレジ袋の無料配布中止に取り組み、有料レジ袋販売に伴う収益金は全額店舗の所在する市などへ寄附しています。



ノントレー包装

バイオマス原料配合のカトラリー

### ▶ 食品ロス削減

ヤマナカでは食品を扱う企業として、多くの食品が廃棄される社会問題を真摯に受け止め、食品廃棄物の焼却処分の削減に積極的に取り組んできました。適切な売り切りや精度の高い発注、予約販売の強化に努めることにより、食品ロスの削減に取り組んでいます。どうしても発生してしまう野菜くずなどの食品廃棄物については、分別してリサイクルを実施しており、実施店舗を順次拡大しています。



ゴミを分別してリサイクル

## 地域社会貢献

### ▶ 社会貢献

ヤマナカでは全店に募金箱を設置し、皆様から御協力いただきました募金を全額「財団法人東海交通遺児を励ます会」へ寄贈しています。また、地震や台風など災害に見舞われた方々への募金も募らせていただくこともあり、2022年度はウクライナ人道危機救援募金を実施し、お預かりした募金は日本赤十字社愛知支部へ寄託しました。皆様の善意に感謝すると共に、ヤマナカは今後も、募金活動を通して助けが必要なたくさんの方々の応援をしていきます。2023年より、ヤマナカで販売したレジ袋の収益金の一部を、名古屋市の東山動植物園に「動物スポンサー」として寄付することにし、全従業員の投票により、対象動物を「ツシマヤマネコ」に決定いたしました。



募金を日本赤十字社へ寄託



動物スポンサー協定の締結

### ▶ 認知症サポーター研修受講

2019年より新店・改装店の従業員を対象に「認知症サポーター養成講座」を開講しており、11店舗延べ約630名の従業員が受講しています。各自治体と連携しながら、認知症の基礎知識や認知症のお客様が来店されたシーンを想定したグループワークを行い、90分間学んでいます。受講者には、受講の証として当社オリジナルの缶バッジを配布しております。認知症の方も安心してお買い物ができるスーパーマーケットを目指しています。



当社オリジナル缶バッジ



研修風景

### ▶ 食やスポーツを通じたイベント

ヤマナカは地域の子供たちの体力向上や健全な精神の育成、食育活動などを目的とし、マラソン大会や収穫体験などの各種イベントを開催しています。また、地域の愛知県発祥の食品関連企業12社が参加する「あいち食育サポート企業団」に属しています。これまではコロナ禍でなかなか店舗でのイベントを実施できませんでしたが、今後は企業団に属するメーカー様と協力し、店舗で『食に関するセミナー』『親子で料理教室』などのイベントを定期的に開催しています。



にんじん収穫イベント



餃子教室

## グループシナジーの創出

当社グループは、企業理念を実現するために、すべての役員と従業員が「顧客価値を創造する」ことを使命として、事業活動を行っています。

### サンデイリー株式会社

本社 〒446-0005  
愛知県安城市宇頭茶屋町南裏81番地1  
設立 1978年5月 資本金 3,150万円

サンデイリー株式会社は、昭和53年5月創業の45年を迎える会社です。

従業員数は123名で、社員24名、パートタイマー99名で、150品目を超える製品を年間363日稼働して製造しております。第1工場では納豆・蒟蒻、第2工場ではゆで麺・生麺、第3工場では豆腐・揚げ・業務用油、米飯工場では弁当・寿司・惣菜などの製造を行っています。ヤマナカの製造工場として「安心・安全でおいしい食品を作り続けていくこと」が当社の使命と考えています。

さらに当社への期待される役割として、NB\*商品に劣らない低価格で単品量販できる商品とNB商品には出せないワンランク上の上質でありながらお値打ち感のある「ヤマナカ・フランテならではの商品」の開発が重要と考えています。また創業以来、製造してきました「切り豆腐」の製造を今年6月で終了し、今後のヤマナカの顧客価値創造のための新事業を計画しています。

今後も、ヤマナカグループとして、さまざまな取り組みを通じて、地域のお客様から信頼され、環境にもやさしく、従業員が楽しく働ける、そんな企業を目指していきます。

※NB(ナショナルブランド):商品を製造するメーカーによるブランドで、商品の企画から製造までをメーカーが行うもの



サンデイリー味噌煮込みうどん

北海道小粒納豆

国産生いも板こんにやく

具沢山えび五目ちらし寿司

特製だしおでん

わいわいおにぎりセット

### プレミアムサポート株式会社

本社 〒458-0024  
愛知県名古屋市緑区尾崎山二丁目103番地  
設立 1987年5月11日 資本金 3,000万円

当社はメンテナンス事業部とスポーツ事業部の2つの事業を展開しています。

#### メンテナンス事業部

メンテナンス事業部は、ヤマナカ店舗内外の施設の管理を行っています。お客様が常に快適にお買い物できる環境、ヤマナカ従業員が働きやすい環境を維持するために、店内売場の清掃、店舗外回りの植栽管理、お客様トイレ/従業員トイレ清掃などを行っています。

現在、店舗従業員が、よりお客様対応や販売に集中できるように、店舗での施設の不具合や防虫などの環境問題など、店舗後方施設に係る案件はすべて当社で対応する体制を目指し、ヤマナカとの一層の連携強化を進めています。

#### スポーツ事業部

スポーツ事業部は、アスティスポーツ(総合スポーツクラブ)3店舗とEXENO/solalier(ジム+Hotスタジオクラブ)2店舗、計5店舗の運営を行っています。“地域の皆様を元気にすること”をビジョンに掲げ、スポーツを通じて子どもから高齢者まで幅広い年齢の方へ「健康づくり、体力づくりのサポート」をさせていただいています。お客様ひとり一人の目標・目的を達成することに寄り添い、運動習慣を身につけて生涯健康に過ごしていただけるようなサポート型クラブとして、時代に合わせ常に進化するクラブを目指していきます。



スイミングスクール

EXENO



solalier(エアリアルフィット)

アスティスポーツクラブ ONE



アスティスポーツクラブ八田

アスティスポーツクラブ大府

#### Message

##### トップメッセージ

代表取締役社長 青山 亮

当社は、日本のデンマークと言われる愛知県安城市にあります。のどかな田園風景の中に立地しておりますが、周囲とは裏腹に毎日工場は大変な暑さです。そんな中でも従業員の多くは三河気質で辛抱強く、一生懸命働いていただき、当社従業員へは感謝しかありません。

最後に、将来を見据えた戦略的な製造工場を目指し、新事業の立ち上げも計画していますので皆様、ご期待ください。



#### Message

##### トップメッセージ

代表取締役社長 中野 孝彦

当社は、「お客様の期待以上のサービスの提供を実現する」という理念の基に、メンテナンス事業部とスポーツ事業部の2つの事業を展開しております。当社のビジョンは社名である「プレミアムサポート」そのものです。『サポート』というのは『ヘルプ』とは違います。『ヘルプ』のように「助ける」とか「手伝う」のではなく、「相手の持ち味を輝かす」。それが『サポート』の本質だと私は思います。私たちの提供するサービスにより、お客様の持ち味をプレミアムに輝かせる。その仕事を通じて従業員一人一人も輝く。そのような組織、会社になりたいと思っています。



# ガバナンス

## コーポレート・ガバナンス

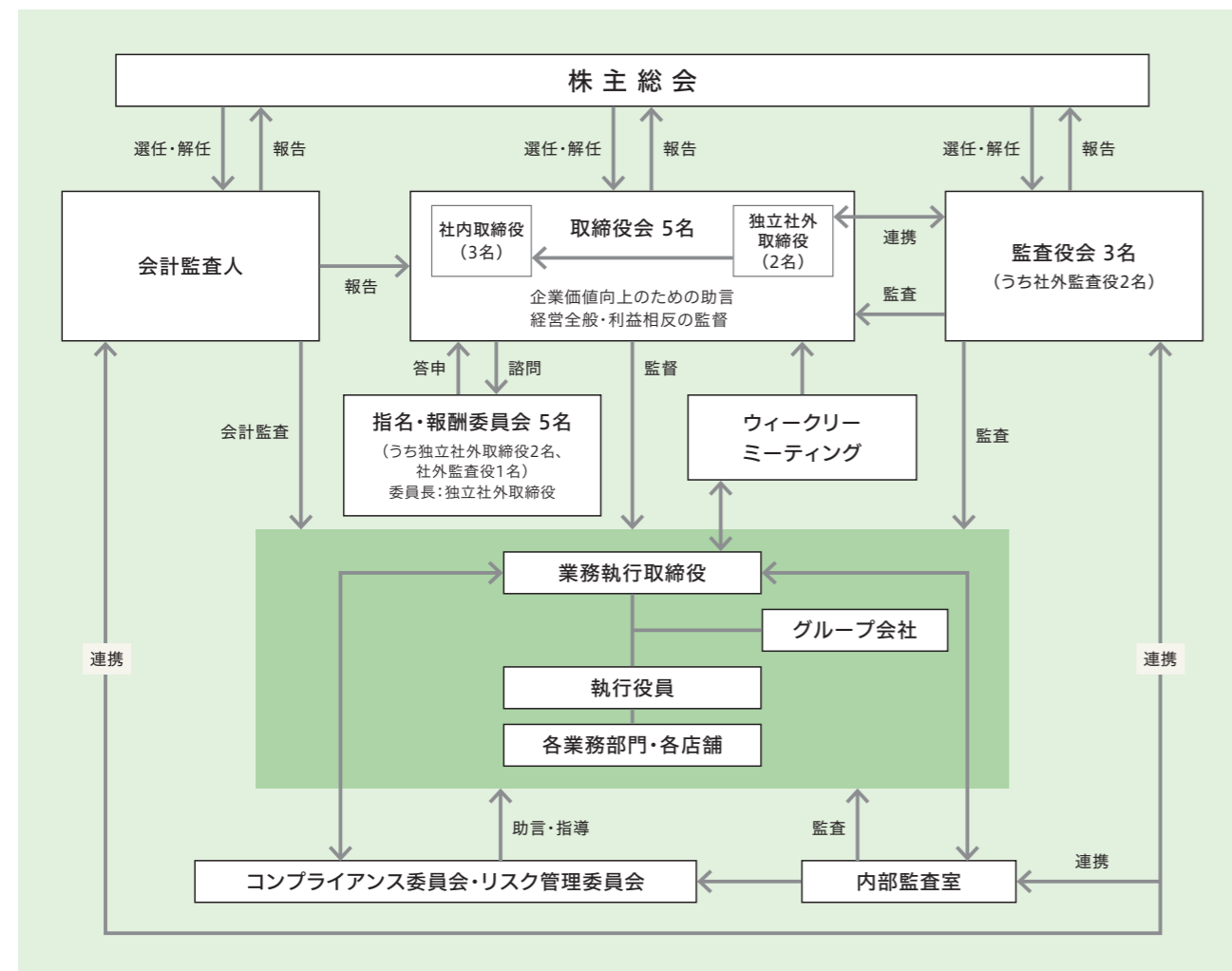
### ▶コーポレート・ガバナンス体制

当社グループは、お客様、株主様、取引先様、地域社会、そして従業員などのステークホルダーの皆様からのご期待にお応えし、経営の透明性・公正性を追求すると共に、保有する経営資源を十分有効活用し、迅速・果敢な意思決定により経営の活力を増大させることにより、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図ることがコーポレート・ガバナンスの要諦であると考えています。

グループ全役員・従業員で「顧客価値創造」の使命を果たし2020年6月に制定した企業理念を実現するために、右記の基本的な考え方に沿って、コーポレート・ガバナンスの充実に取り組んでいきます。

- (1) 株主の権利を尊重し、平等性を確保します。
- (2) お客様、取引先、地域社会、そして従業員などの株主以外のステークホルダーと適切に協働します。
- (3) 非財務情報を含む会社情報を適切に開示し、経営の透明性を確保します。
- (4) 取締役会は会社の持続的成長と中長期的な企業価値の向上を図るため、役割及び責務を適切に果たします。
- (5) 株主との建設的な対話を促進し、株主の声を経営に活かします。

### ■コーポレート・ガバナンス体制図



### ▶取締役会

取締役会は、原則として毎月1回開催し、経営に関する基本方針のほか法令、定款および取締役会規程で定められた重要事項について意思決定をするほか、相互に取締役の職務執行を監督しています。取締役の任期は、責任の明確化および経営環境の変化に迅速に対応することを目的に、1年としています。

### ▶監査役会

監査役会は、原則として毎月1回開催し、年度監査計画に基づき取締役会などの重要会議への出席、社内的重要書類の閲覧などにより取締役の業務執行について監査を行っています。また、業務執行取締役との意見交換会や内部監査室及び会

なお、取締役5名のうち2名が社外取締役です。当社は、2018年6月、取締役会の少人数化による経営の意思決定の迅速化及び監督機能の強化と業務執行に対する責任と権限の明確化による経営計画の実行体制の強化を目的に執行役員制度を導入しています。

計監査人との打ち合わせを定期的に行い、経営方針や監査上の重要事項について情報交換を行うことにより、監査の実効性を高めています。なお、現任監査役3名のうち2名が社外監査役です。

### ▶指名・報酬委員会

当社は、取締役、監査役の指名・報酬に係る決定プロセスの透明性、客観性と説明責任を強化することを目的として、取締役会の任意の諮問機関として指名・報酬委員会を設置し

ています。指名・報酬委員会の委員は、取締役会の決議によって選任された5名の委員で構成し、その中の3名は独立社外役員とし、委員長は社外取締役としています。

### ▶内部統制

当社は、企業理念を実現するために、会社法に基づき内部統制システムの構築に関する基本方針を定めています。当社では、取締役および従業員が法令および定款はもとより、社会規範や企業倫理を遵守した行動をとるために当社グループ全体に適用する「企業行動憲章」を定め、周知しています。また、代表取締役社長を委員長としたコンプライアンス委

員会が、社内規程及び管理体制などの基盤整備に努めると共に、内部監査室が当社グループの内部統制システムの有効性についてモニタリングして、適切かつ効果的に遂行されていることを検証しています。さらに、金融商品取引法に基づく財務報告の信頼性を確保するために、財務諸表などが適正に作成されるシステムおよび体制が有効に機能することを継続的に評価しています。

ガバナンス

コンプライアンス・リスクマネジメント

▶ コンプライアンス体制

当社グループは「企業理念」および「企業行動憲章」に基づいて、諸法令および社内規程などを遵守すると共に社会規範に沿った責任および行動をとります。また、コンプライアンス取り組みに関する重要事項の決定は

取締役会が行い、コンプライアンス委員会は、コンプライアンス取り組み全般についての企画立案を行うと共に、当社および関係会社のコンプライアンス取り組み実務を統括しています。

▶ コンプライアンス教育

当社グループでは全役職員のコンプライアンス能力の向上を図るため、半期毎に必要とされる法令知識などを数項目ピックアップし、教育項目を定め教育を実践しています。

また、確認のテストを実施することで、より確実な知識の習得を実現しています。

▶ 内部通報相談窓口

当社グループでは、コンプライアンス違反行為または、そのおそれがある行為を発見した際に、上長もしくはコンプライアンス窓口に通報・相談を実施することを定めており、専

用窓口を設置しています。また、通報・相談者および関連する個人情報などの保護に努めています。

▶ 個人情報保護方針

当社グループは、「個人情報保護方針」および「個人情報の取扱いについて」を策定し、個人情報などの適法かつ適正な取扱いを確保しています。また、「個人情報保護方針」および「個人情報の取扱いについて」は、すべての役員および従業員に周知すると共に、当社ウェブサイトに掲載し開示しています。

- (1) 基本方針および安全管理に関する宣言文
- (2) 情報管理および安全対策に関する事項
- (3) 個人情報の収集、利用目的および提供に関する事項
- (4) 問合せ窓口および見直しに関する事項

▶ BCP

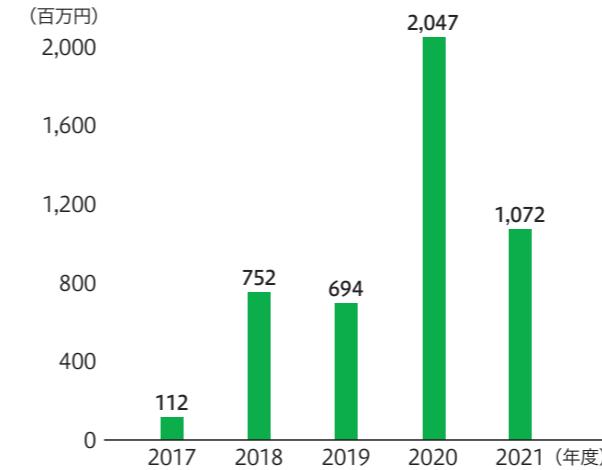
当社グループの危機・有事に備え基本的事項を定め、迅速かつ、適切な対応を実践・可能にすることを目的とし、危機管理についての基本方針を定めています。

- (1) 危機に対処する際には、「人の身体生命の安全を最優先」とすること。
- (2) 危機に直面した際には、危機の収束に向けて、役職員(役員、一般社員、出向社員、嘱託社員、契約社員、パートナー、アルバイト、派遣社員ほか含む)が一丸となって、すべての業務に優先し、損失の最小化、営業活動の早期復旧、再発防止に全力で取り組むこと。

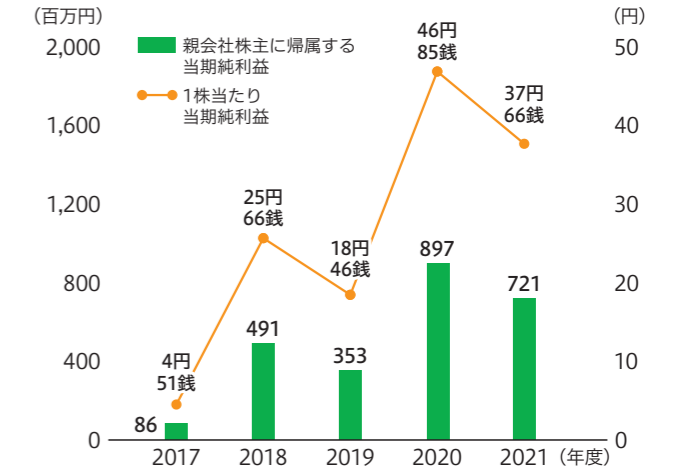
財務・非財務データ

財務ハイライト

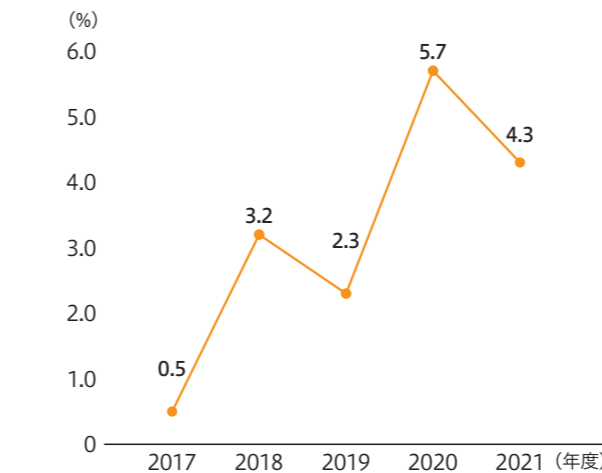
■ 営業利益 [連結]



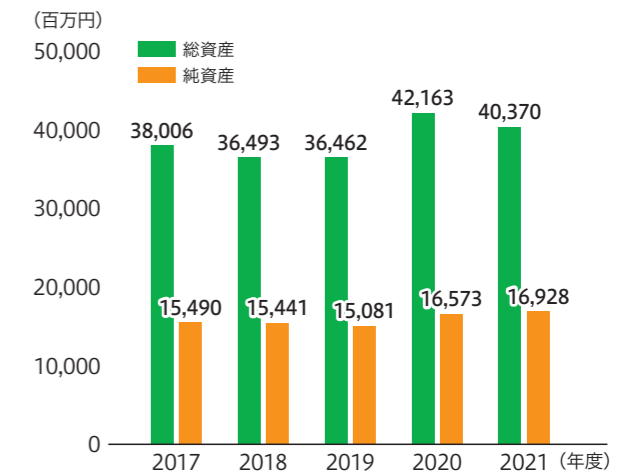
■ 親会社株主に帰属する当期純利益 / 1株当たり当期純利益 [連結]



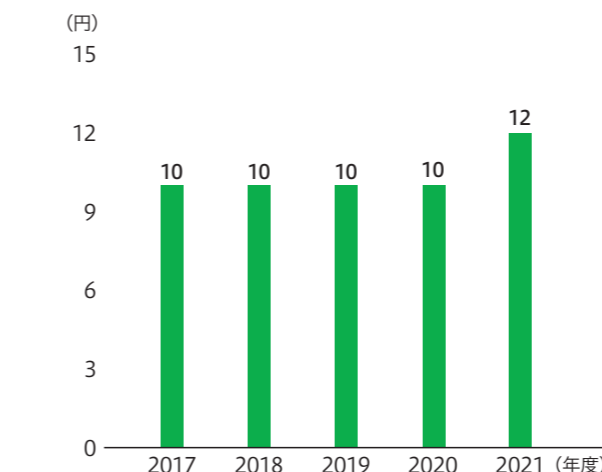
■ 自己資本利益率(ROE) [連結]



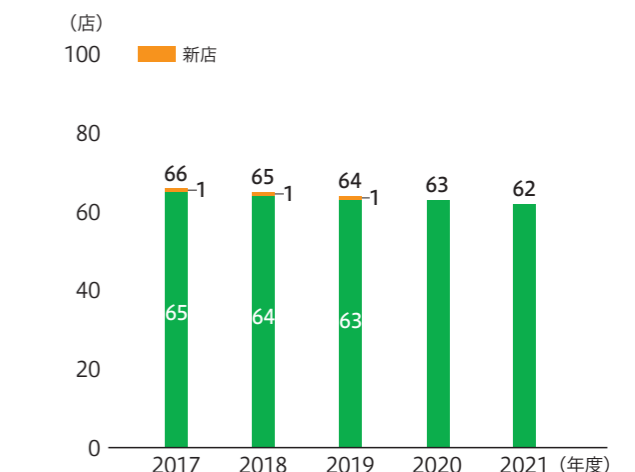
■ 総資産 / 純資産 [連結]



■ 1株当たり配当金

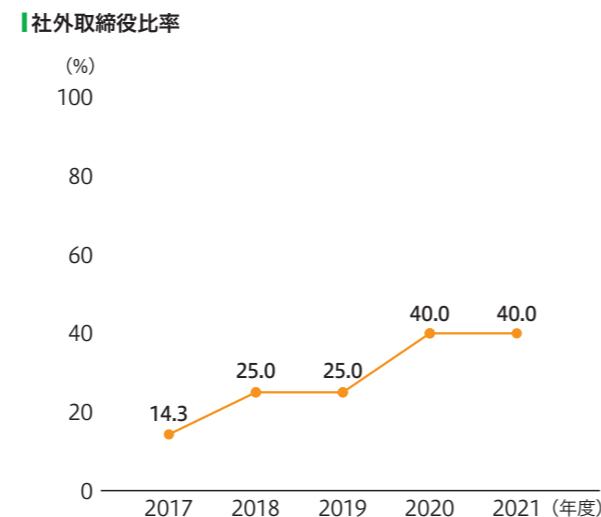
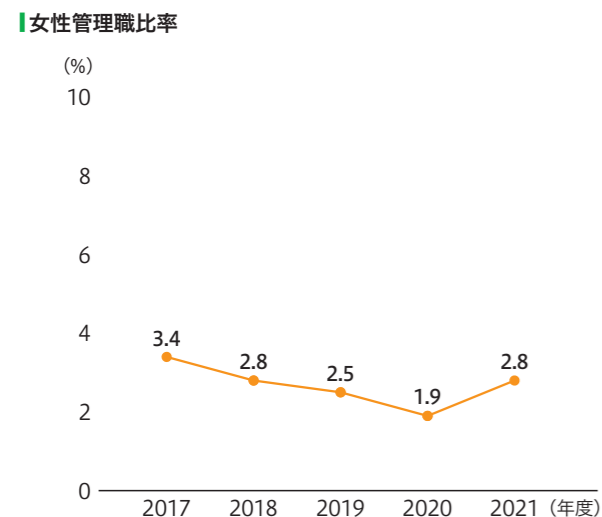
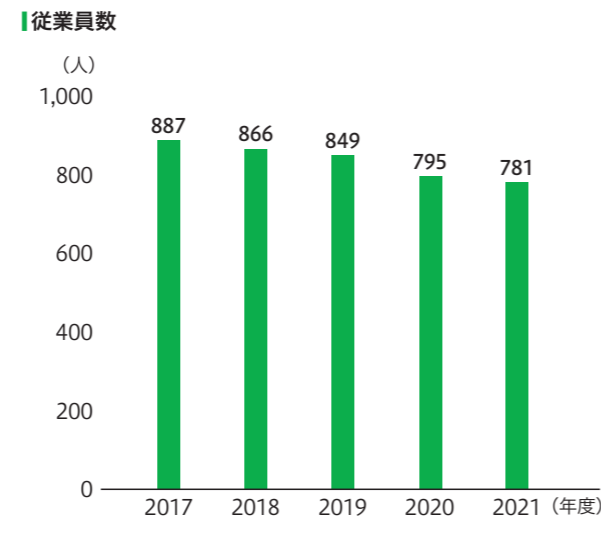
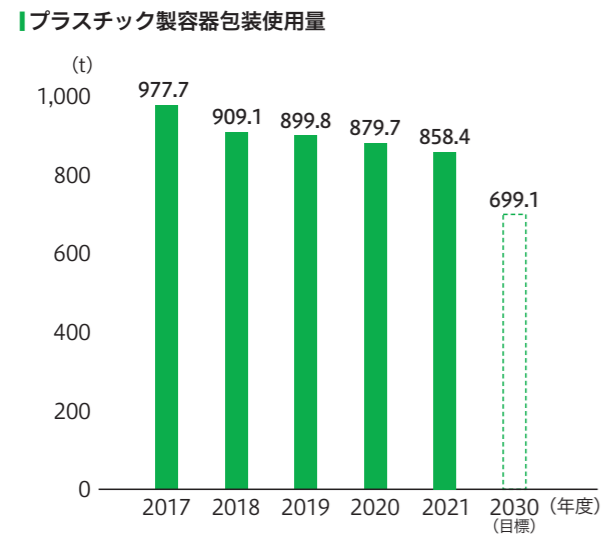
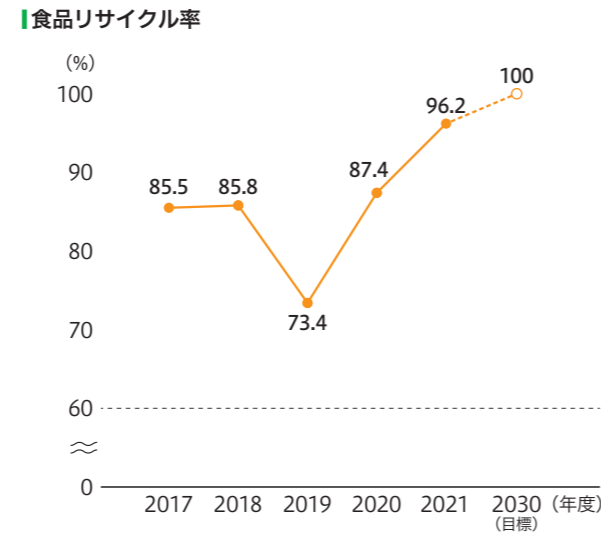
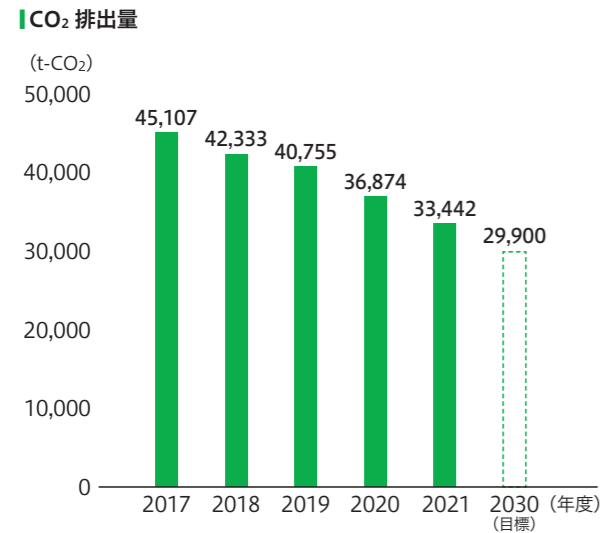


■ 店舗数



財務・非財務データ

非財務ハイライト



会社情報

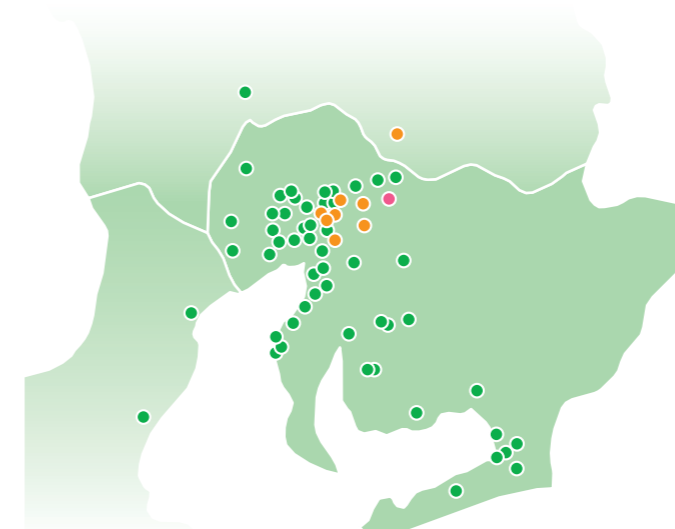
会社概要

会社名	株式会社 ヤマナカ
本部所在地	〒453-8608 愛知県名古屋市中村区岩塚町字西枝1番地の1
TEL	052-413-7200
FAX	052-413-7243
創業	大正11年2月
設立	昭和32年7月
資本金	42億2061万円(2022年3月現在)
株式	名証メイン市場上場
代表者	代表取締役社長 中野 義久
年間売上高(連結)	916億円(2022年3月期)
従業員数(連結)	社員 866名(連結) パートタイマー 2,647名(8時間勤務換算) (2022年3月現在)
店舗数	62店舗(2022年4月現在)
取引銀行	三菱UFJ銀行 / みずほ銀行
事業内容	食品スーパーマーケット事業を中核とする 小売事業および小売周辺事業
関連会社	サンデイリー株式会社(日配品製造) プレミアムサポート株式会社 (メンテナンス事業とスポーツクラブ) 新城商業開発株式会社(不動産管理) アスティ開発株式会社(不動産管理)

取締役および監査役の氏名

- 代表取締役社長 社長執行役員 中野 義久
- 取締役副社長 副社長執行役員 小川 達也
- 取締役 専務執行役員 大山 秀樹
- 社外取締役 吉田 雅樹
- 社外取締役 丹羽 真清
- 常勤監査役 福井 久造
- 社外監査役 笠松 栄治
- 社外監査役 横井 陽子

店舗



名古屋市内	25店舗(ヤマナカ19、フランテ6)
尾張地区	11店舗 (ヤマナカ9、フランテ1、花専門店1)
知多地区	7店舗(ヤマナカ7)
三河地区	15店舗(ヤマナカ15)
岐阜県	2店舗(ヤマナカ1、フランテ1)
三重県	2店舗(ヤマナカ2)
合計	62店舗 (ヤマナカ53、フランテ8、花専門店1)

● ヤマナカ ● フランテ ● 花専門店 2022年4月時点





株式会社 ヤマナカ

〒453-8608 愛知県名古屋市中村区岩塚町字西枝1番地の1

<https://www.super-yamanaka.co.jp>

お問合せ先 企画ユニット TEL 052-413-7200

**UD FONT** 見やすいユニバーサルデザイン  
by MORISAWA フォントを採用しています。