

# ARATA INTEGRATED REPORT 2022

株式会社あらた 統合報告書 2022

# 夢をかなえる。 暮らしを変える。



## 目次

あらたについて	あらた設立20周年のあゆみ	03
	価値創造プロセス	05
マネジメントメッセージ	社長メッセージ	07
	副会長メッセージ	13
	経営戦略チーム会議メンバー鼎談	15
価値を生み出すビジネスモデル	人々の快適な暮らしを創造する	17
	安定的な流通を実現する	25
価値創造を支えるESG	ステークホルダー エンゲージメント	29
	ESG基本方針・重要課題	30
	環境	31
	人財	35
	地域社会	38
	ガバナンス・会長メッセージ	39
	社外取締役メッセージ	43
コーポレート・データ	財務サマリー	51
	会社概要	53



株式会社あらたは、化粧品・日用品における日本最大級の卸商社です。

全国の数多くの卸が結集し、想いをひとつに設立したあらたは、おかげさまで設立20周年を迎えました。

生活のあり方が大きく変わる今、その変化に寄り添って必要な商品をお届けすることはもちろん、「この先もずっと豊かな暮らしを続けたい」という人々の夢をかなえる会社であること。それが、私たちの使命です。

経営理念「世の中のお役に立ち続ける」という変わらない想いを胸に、暮らしをもっと豊かに快適に変えるあらたな価値を提供してまいります。

## 編集方針

あらたグループは株主・投資家をはじめとするすべてのステークホルダーを対象に、企業価値向上に向けた経営戦略をわかりやすく伝えることを目的として、2018年度に初めて統合報告書を発行しました。当社グループの事業内容や財務情報、中期経営計画の成長戦略を説明する上で欠かせない非財務情報など、当社グループにとって重要性の高い情報を、統合的思考に基づいてコンパクトに編集しています。

次年度以降も継続的に内容の見直しを図り、すべてのステークホルダーの皆様との対話に資するツールとして充実させていきたいと考えています。

## 参考にしたガイドライン

価値協創ガイダンス



## 対象組織

株式会社あらたおよびグループ会社

## 対象期間

2021年4月1日～2022年3月31日  
一部2023年3月期の活動報告も含んでいます。

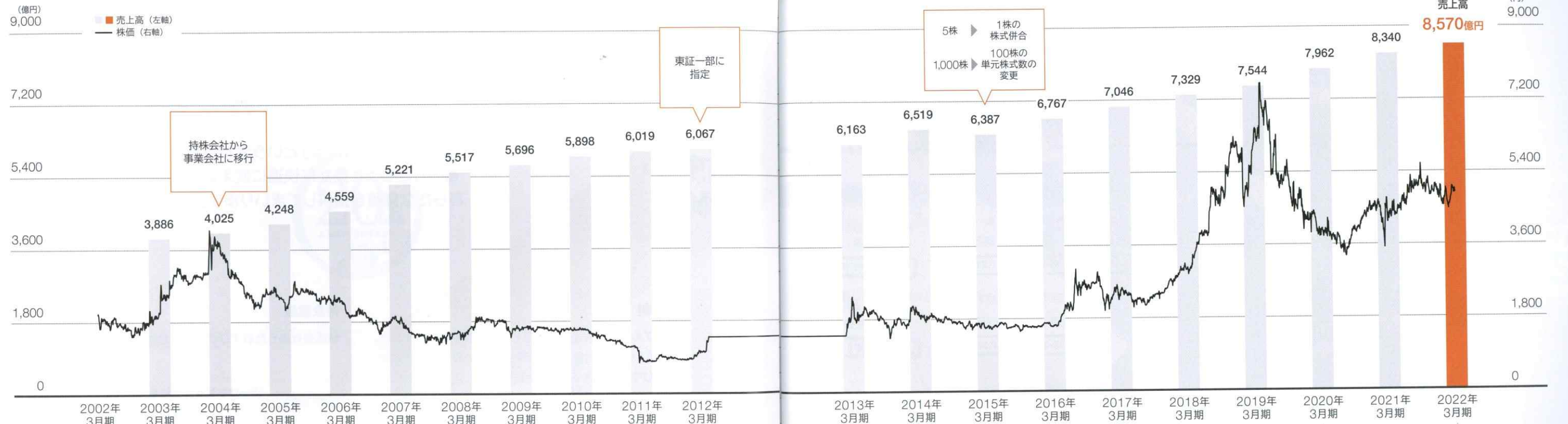
## 将来見通しに関する注意事項

本報告書には、将来についての計画、戦略および業績に関する予想と見通しの記述が含まれています。現時点で入手可能な信頼できる情報に基づいて作成したものでありますが、リスクや不確実性を含んでおり、当社はその正確性・完全性に関する責任を負いません。また、実際の業績は当社の見通しとは異なる可能性があることをご承知おください。

## あらた設立20周年のあゆみ

2022年4月に、当社は設立20周年を迎えました。  
当社は全国各地の有力な卸商社各社が長年の歴史と伝統をひとつに結集して設立した会社です。  
エリア強化の合併、カテゴリ強化や機能強化を目的とした子会社の設立、そして東証への上場、  
海外進出を経て今日に至ります。これからも日本・アジアの生活者の暮らしに貢献し、  
世の中のお役に立ち続ける会社であるためにあゆみを進めてまいります。

### 売上高(連結)・株価の推移



ダイカ・伊藤伊・サンピックの3社合併により持株会社「株式会社あらた」を設立



ジャベル株式会社を子会社とする  
株式会社 ジャベル株式会社  
株式会社 インストアマーケティングを設立  
株式会社 インストアマーケティング

株式会社電通リテールマーケティングを設立  
dentsu  
DENTSU RETAIL MARKETING INC.

自社開発商品「addgood」第1号を発売



東証一部に上場

徳倉が加わり、事業会社へ移行



株式会社日本アクセス、アルフレッサホールディングス株式会社と業務提携契約を締結



#### あらたロゴマーク

3つの羽はメーカー・卸・小売業を表し、サプライチェーン・マネジメントの風車を回して、最もローコストな流通体制を築き、常に消費者に満足を与え、より社会のお役に立つ最適な流通を実現したいという願いを表現。



#### あらた社名の由来

「あらた」は中国の古書「大学」にある「まことに日に新たにせば、日々新た、また日に新たならん」という文字を洗面器に刻み、毎朝これを眺めて自らを戒めた湯王の故事より。2001年2,236名の社員応募の中から選定。

あらた

#### マスコットキャラ あらたん

2003年に社員の公募から誕生。アルファベットのAがモチーフ。



5株 ▶ 1株の株式併合  
1,000株 ▶ 100株の単元株式数の変更

タイ バンコクに ARATA (THAILAND) CO.,LTD. を設立



タイ バンコクにサハグループと合弁会社SIAM ARATA CO.,LTD.を設立

東証一部に指定



中国 上海に 凱饒泰貿易有限公司を設立

中国 香港に JAPPELL (HONG KONG) CO., LIMITEDを設立

ベトナム ホーチミンに ARATA VIETNAM COMPANY LIMITEDを設立



株式会社D-Nee コスメティックを設立

※ 2015年8月1日を効力発生日とする当社の単元株式数変更(1,000株から100株へ)および株式併合(5株から1株へ)により、2015年9月27日より東京証券取引所における当社株式の売買単位は1,000株から100株に変更されています。よって、2015年8月以前の株価データについても併合の効力を反映した場合の数値としています。

# 価値創造プロセス

当社は、重要課題（マテリアリティ）を通じて事業活動を展開し、経済的・社会的価値の創造によりステークホルダーとともに発展することで、企業の持続的な成長に繋げてまいります。

価値を生み出すビジネスモデル

## 化粧品・日用品における日本最大級の卸商社

経営理念

### 世の中のお役に立ち続ける

重要課題（マテリアリティ）

#### インプット

特長と強み  
2022年3月期

人的資本  
従業員 約3,000名

製造資本  
全国42の物流センター  
設備投資額 73億円

財務資本  
純資産 961億円  
総資産 2,713億円

知的資本  
約8,700店のPOSデータ分析を  
基にした提案力

社会関係資本  
メーカー様 約1,200社、  
小売業様 約3,500社  
との信頼関係

#### 環境変化

##### 社会からあらたへの要請

パンデミック  
衛生用品の需要増加

自然災害  
安定的な流通／脱炭素に向けた貢献

人手不足  
多様な人材の活躍

生活様式の変化  
需要変化に合わせた商品供給

少子高齢化  
人口減少  
生活の質を向上させる高付加価値商品の提案

テクノロジーの進化  
DX対応

グローバル化  
日本製品の海外流通／海外製品の日本流通

#### 事業活動

人々の快適な暮らしを創造する

営業 EC・海外 商品  
P.17-18 P.19-20 P.21-24

安定的な流通を実現する

物流 システム  
P.25-26 P.27-28

#### 経営基盤

サプライチェーンの好循環  
を生み環境に貢献する

環境  
P.31-34

すべての人に豊かな  
暮らしを届ける  
地域社会

P.38

#### (ESG)

働き甲斐のある会社となる

人財  
P.35-37

強固なガバナンス体制を  
構築する  
ガバナンス

P.39-50



メーカー様  
商品・情報を仕入れ  
約1,200社  
約10万アイテム



株式会社あらた  
商品・情報を集約  
付加価値を創造  
2022年3月売上高  
8,570億円



小売業様  
商品・情報・営業力を提供  
約3,500社  
約4.5万店舗

消費者

#### アウト

#### プット

取扱商品  
2022年3月期連結売上高

ヘルス&  
ビューティー

2,637億円

紙製品

1,706億円

ハウスホールド

1,258億円

ホームケア

712億円

家庭用品

599億円

ペット・その他

1,656億円

#### アウトカム

##### 経済的価値

###### 中期経営計画2023

2023年3月期目標  
売上高 8,700億円  
営業利益 133億円  
経常利益 140億円  
ROE 9%台

###### 長期経営ビジョン2030

2030年3月期までに  
売上高1兆円を突破

>> P.12

##### 社会的価値

###### 消費者

あらたな商品との出会い／快適な暮らし

###### 株主・投資家

安定的な株主還元／建設的対話／  
透明性のある情報開示

###### 取引先

適正な取引／サプライチェーンの効率化

###### 社員

長く働き続けられる職場環境／  
能力開発の機会提供

###### 地域社会

住み続けられるまちづくりへの貢献

###### 自然環境

気候変動への対応／循環型社会の実現



価値創造の循環による持続的な成長

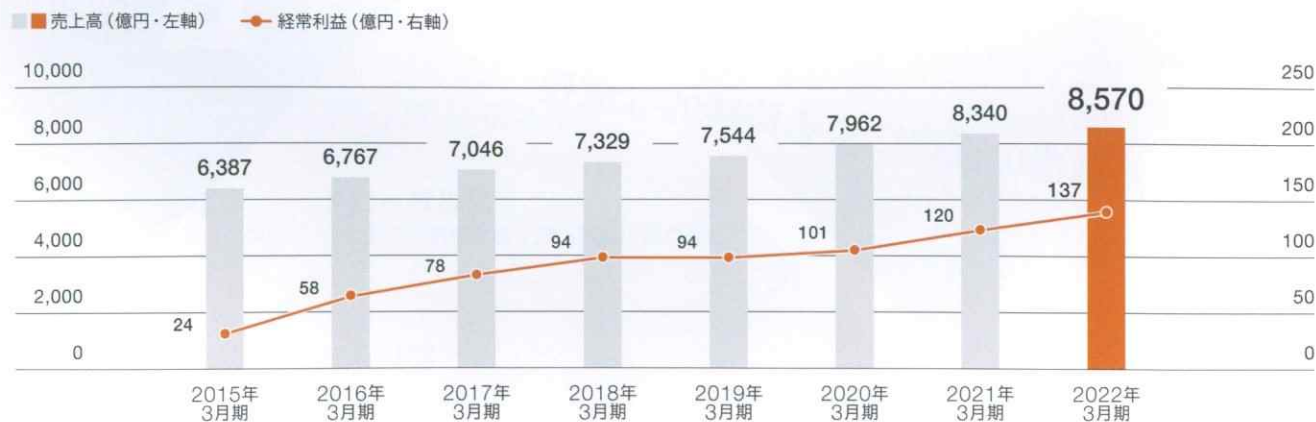
社長メッセージ

あらたは、  
皆様の豊かな暮らしを支え、  
社会のお役に立ち続ける企業を  
目指しています。

須崎 裕明  
代表取締役 社長執行役員



売上高・経常利益の推移



事業環境と業績動向について

売上高は7期連続、  
経常利益は3期連続過去最高を更新

2022年3月期の業績については、売上・利益ともに過去最高となり、売上高は7期連続の過去最高更新、経常利益も3期連続の最高益更新となっており、環境変化が激しい状況においても成長を続けております。

新型コロナウイルス感染拡大の影響は想定以上に長引いておりますが、着実な営業活動の積み上げによるインストアシアタの拡大や、化粧品カテゴリーの復調、ペットカテゴリーの継続的な伸長などにより業績は好調に推移しました。

化粧品・インバスヘアケア等の専売・優先流通品の積極的な取り扱いおよび提案の差別化戦略が奏功しています。

この2年半で得意先様の販売方法や消費者の買い物行動など、市場環境が大きく変化しましたが、それらに対応すべく打ち出した数々の施策に全社員が集中して取り組むことができました。コロナ禍における需要変化対応だけでなく、長年培ってきた実力を発揮することで、過去最高の業績に繋がったと捉えています。

コロナ禍においても成長を継続できたことは大きな自信になったと感じています。それを踏まえて、中期経営計画2023の最終年度となる2023年3月期の連結業績予想および目標数値を上方修正しております。

中期経営計画2023の進捗状況

長期経営ビジョン2030に向けて  
経営基盤をより強固なものに

2023年3月期は中期経営計画2023の最終年度となります。ウクライナ情勢、エネルギー価格および原材料費の高騰、急激な円安など、日本経済全体の先行きは不透明かつ不安定だという感覚です。

そのような状況下でも長期経営ビジョン2030を見据えバックカastingで今取り組むべきことについて議論をすべく、「経営戦略チーム会議」を2021年4月に立ち上げました。中計2023はあくまでも長期ビジョンを達成するための通過点にすぎず、重要なのは2030年に向けた基盤づくりです。業務改善、物流効率化、財務健全性の一層の向上などを通じて、経営基盤をより強固なものにしていきます。その基盤を軸に、今後の中期経営計画において成長戦略を推進し、成長を加速していく考えです。

2022年4月の新市場区分への移行に伴い、東京証券取引所「プライム市場」へ上場しました。プライムを選択したからには、市場からの期待感はさらに高くなります。それにお応えできるよう、企業体質やガバナンス体制を強化してまいります。

また、株式会社日本格付研究所 (JCR) より取得している信用格付について、長期発行体格付、格付の見直し、債権格付が2022年4月にそれぞれ格上げとなりました。安定性を評価いただき、資金調達力も向上している状況です。

中期経営計画最終年度  
2023年3月期  
目標数値を上方修正

	当初目標	上方修正	増加額
売上高	8,450億円	8,700億円	+250億円
営業利益	115億円	133億円	+18億円
経常利益	120億円	140億円	+20億円
ROE	9%台	9%台	-

また配当方針については、安定配当という基本方針から、2022年3月期より配当性向も意識した方針へと変更しております。配当性向を段階的に向上させ、配当性向30%を達成したいと考えています。

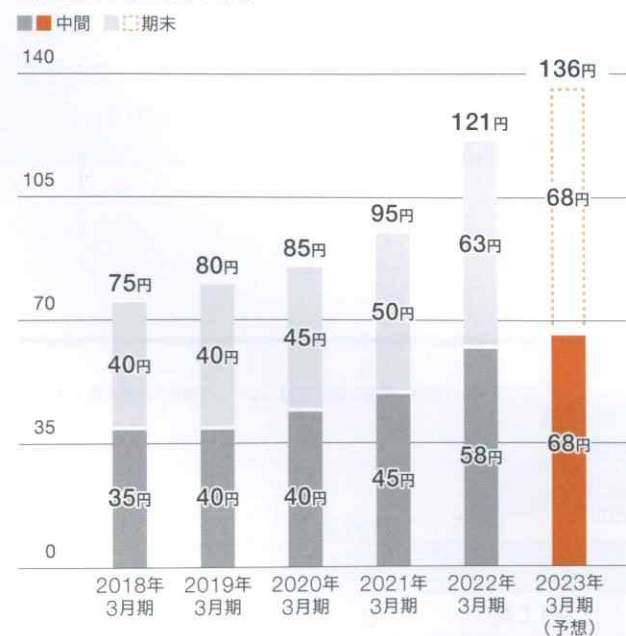
2022年3月期は、設立20周年記念配当5円を含む通期121円を実施しました。2023年3月期は、通期136円を予想し、配当性向は24.4%としており、30%に向けて向上させております。

### 配当方針

当社は、企業価値の継続的向上を図るとともに、株主の皆様への利益還元を経営の重要課題として位置付けており、安定した配当を継続的に実施することを基本方針として、業績、財務状況、今後の事業展開などを総合的に勘案し、配当を実施してまいりました。

これまで同様に安定配当を考慮しながらも、配当性向を意識した株主還元方針に変更することとし、30%を目標として段階的に向上させてまいります。

#### 1株当たり配当金の推移



連結配当性向
18.8%
20.1%
20.6%
19.8%
22.9%
24.4%

### 成長戦略と生産性向上について

#### カテゴリ強化、販売戦略、物流効率化、DX推進

成長戦略の柱となるのが、カテゴリ強化です。従来より進めている化粧品強化においては、韓国、中国、台湾などのアジアコスメブランドについて日本国内における専売・優先流通権を取得しています。こうした新しい商品やブランドを積極的に取り扱うことで、当社ならではの商品ラインナップを展開しています。

化粧品カテゴリに関しては、2021年10月に設立した子会社のD-Neeコスメティックの機能により、海外メーカー様とも協力して、日本国内におけるマーケティングおよび販売戦略を打ち出していく方向性です。

我々はこれまで卸事業に従事してきました。この先も主力事業は卸事業ですが、少子高齢化、人口減少が急速に進む日本において、それだけで成長を続けていくことは難しいと感じています。マーケティングや販売戦略は従来であればメーカー様の仕事でしたが、その領域へ挑戦することで、これまでと違ったスピード感で事業を推進していくことができます。

また、新たな領域へ事業を広げていくために、我々が20年間積み上げてきたデータや知見なども活用していきます。商品を販売するだけでなく、こうした「無形財産」をビジネス化することで、成長機会の獲得に繋がっていくと考えています。

そして、卸事業以外へ領域を拡大していくことは、我々の事業体質を改善していくことにもなります。社員にとっても事業領域が広がることは新たな刺激と活力となると考えており、成長戦略の中で実現したいと思っております。

生産性向上においては、物流効率化に取り組んでいます。大・中・小と様々な規模のセンターがありますが、それぞれの特性に合わせた効率化策を講じています。今後、人件費や物流費が上昇する環境下においても物流費率圧縮を実現するためには、省力化・省人化となる最新技術を活用することも重要です。

我々は過去に策定されたルールやマニュアルに則って仕事をしてきました。当然のことながら途中で改定はしてきましたが、根本的なことは大きく変わっていません。



それが今の時代にマッチした仕事のやり方かどうかを検討するタイミングであると捉えています。

DX化を推進していくことで、成長戦略に合った仕事の仕組み、各部署の果たすべき役割が見えてくるでしょう。

現在のDX推進の例としては、物量と作業量をAIによって予測する実証実験を開始しています。高精度でスピーディなシフト管理により、最適な人員配置だけでなく、管理者業務も省力化できます。

このように現場が活用して効果を実感できる施策を講じ、強い企業体質を構築していくことが「DX」であると考えています。

### ESGへの取り組みについて

#### 気候変動への対応、多様な人材が活躍できる施策の検討、設立20周年記念の地域への寄付

長期経営ビジョンにおいて「サステナビリティ」を重要項目としており、著しい環境変化において、ESGへの取り組みの重要度は増えています。

「環境」に対しては、気候変動への対応を重要課題として、2030年にCO<sub>2</sub>排出量を2013年比で50%削減するという数値目標を掲げました。また2022年6月に発表した通り、TCFD提言への賛同とTCFDコンソーシアムへの参画、そしてTCFD提言に基づいた情報開示も行っており、今後も気候変動が事業に与えるリスクや機会について、より詳細の分析や対応策の検討を進め、情報開示の拡充に努めてまいります。

もうひとつの重要課題である循環型社会の実現に向けては、中間流通としてサプライチェーンの好循環を生むことで貢献していきたいと考えています。

その中で従来から継続的に進めているのが「返品削減」です。当初は返品を金額ベースのみで捉えていましたが、環境に対する負荷を考慮して数量ベースへと切り替えました。さらに2年前からは重量ベース、CO<sub>2</sub>換算でも捉えています。金額ベースで何円、数量ベースで何万個、重量ベース・CO<sub>2</sub>排出量で何トン毎年削減できるか、ということを進めています。

「人材」に関しては、持続的な成長のために多様な人材が活躍できる企業であることを目指しています。数値目標としては、女性の課長級以上の管理職比率を2026年3月期までに4.5%とすることを掲げていますが、達成のために

は具体的な施策の実施や制度設計が重要であり、人事制度の見直しと合わせて検討を進めていく方針です。

また、社員が自らの仕事や働き方、企業風土について評価を行う「社員意識調査」を2020年からスタートしており、その結果を踏まえて制度等の改善検討に繋げ、働きやすい環境の整備を進めています。

「地域社会」に対しては、地域密着型の企業として地域との関係性を深めています。2022年4月に設立20周年を迎えるにあたり、各支社および本社から地域への寄付活動を実施しました。当初は従業員に記念品等を贈ることも考えましたが、社員会の了承を得て、20年間お世話になっている地域に還元しようという結論に至りました。寄付品は各市町村と協議の上、コロナ対策の衛生用品や、女性や子どもへの支援としての生理用品や紙おむつなどを贈りました。

そして「ガバナンス」については、昨年度から監査等委員会設置会社へと移行し、透明性および監督機能が強化されたと実感しています。社外取締役の発言機会も増え、これまで以上に取締役会での議論が活発化しています。

2022年6月総会において、独立社外取締役を1名増員し、取締役会における社外役員の比率は40%となりました。今後もガバナンス体制をさらに強固なものにしていきます。

### あらたが果たすべき使命と存在意義

## 生活必需品を安定的にお届けし、魅力的な商品との出会いにより人々の暮らしを豊かにする

我々は設立以来、「世の中のお役に立ち続ける」という経営理念を掲げ、その実現に取り組んできました。取扱品目の中では生活必需品が占める割合が多いため、それらを安定的にお届けし、生活を支え続ける意義は大きく、その使命を果たしてきたと感じています。一方で、化粧品やペット用品などは、生活をより彩り豊かにするものです。

社員・取引先・地域社会・株主・投資家というすべてのステークホルダーの方々に認められる正しい事業活動しながら、世の中のお役に立ち続けること、そして価値ある商品との出会いを提供し、生活者の暮らしを豊かにしてい

くこと、その上であらたで働く方々が経済的にも精神的にも豊かになれる企業となること。それが我々の使命であり、存在意義であると思っています。

2022年4月に設立20周年を迎えることができました。2002年4月にダイカ株式会社、伊藤伊株式会社、株式会社サンビックと共同で株式会社あらたを設立し、ジャスダックに上場しました。その後も徳倉株式会社、株式会社木曾清、ジャパル株式会社などがグループに加わり、事業を拡大してまいりました。苦しい時期もありましたが、今思うとあつという間だとも感じます。

この20年間で売上、利益、時価総額、株価は大きく成長しましたが、これもひとえに得意先様、メーカー様、物流業者様、システム業者様など、我々の事業を深く理解し、支援して下さった方々のお陰です。

そして外部だけでなく、現役およびOBの社員の方々の活動があってこそ、迎えられた20周年です。この場をお借りして、皆様に心より感謝申し上げます。

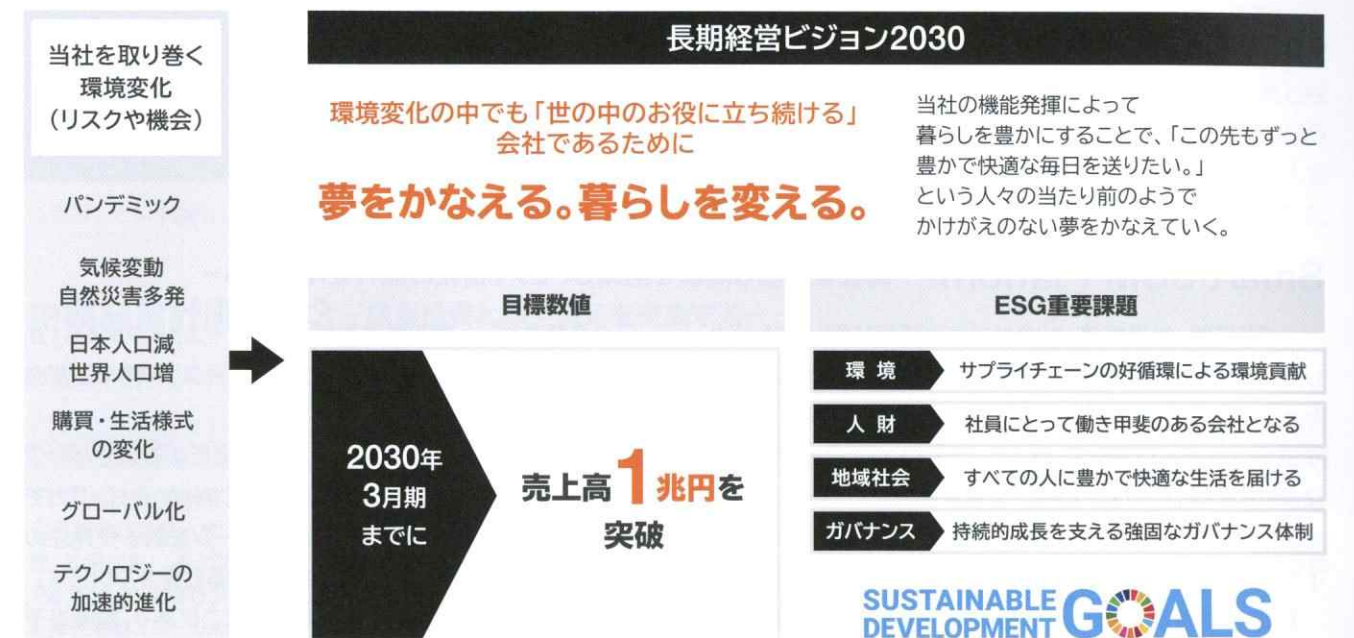
次の10年を見据えて長期経営ビジョン2030を策定しました。国内における卸事業を柱としながら、この20年間で培ってきた知見を活用して事業領域を拡大してまいります。アジア圏をターゲットとして、海外事業も拡大していきます。売上1兆円という数値目標はゴールではありません。長期経営ビジョン2030のあるべき姿を実現するために、グループ一丸となり邁進してまいります。

今後も、「強く、正しく、楽しい会社」へと進化していく未来のあらたにどうぞご期待ください。

### 持続的な成長に向けて

社会環境が大きく変動する中、経営基軸を明確にして全社員が一体となって活動できるように、長期的視点に立ち、10年後の進むべき方向を示した「長期経営ビ

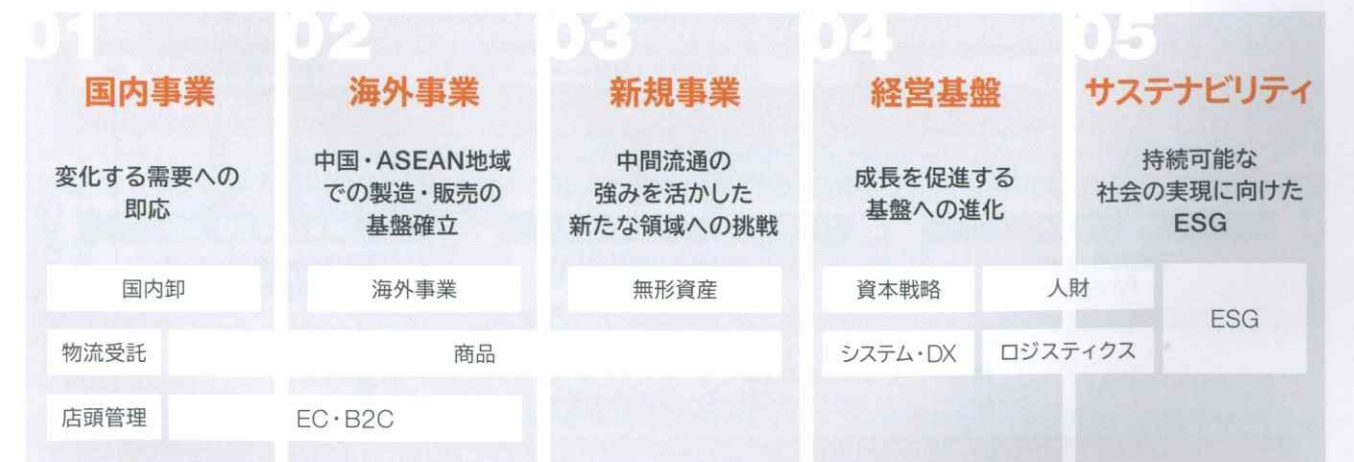
ジョン2030」を策定いたしました。今後は長期経営ビジョン実現に向けて中期経営計画としてマイルストーンを置き、さらなる成長を目指して活動してまいります。



### 5つの重要項目

長期経営ビジョン2030達成に向けた、社内における具体的な戦略や数値目標等を5つの重要項目として設

定し、あらたグループ全体で共有。全社一丸となり活動を推進しています。



## 副会長メッセージ

### 人々の暮らしを豊かにするために

—中間から中核の存在へ—

鈴木 洋一

取締役副会長  
グループ事業管掌 兼  
グループDX推進委員長



### Smart SCM Platform –需要を予測し無駄を削減し、モノ、情報の流れを早くする—

この2年間、世界経済、社会はコロナ感染に振り回されました。日本でも緊急事態宣言が発出された2020年はGDPが大きく落ち込み、現在においても力強い経済成長を目指す道筋は見えていません。さらにロシアとウクライナの紛争によりヒト、モノ、カネが自由に世界を動き回ることができなくなり、従来は企業が環境の整った最適地を目指しサプライチェーンの国際化を進めていた構図が崩れ始めています。

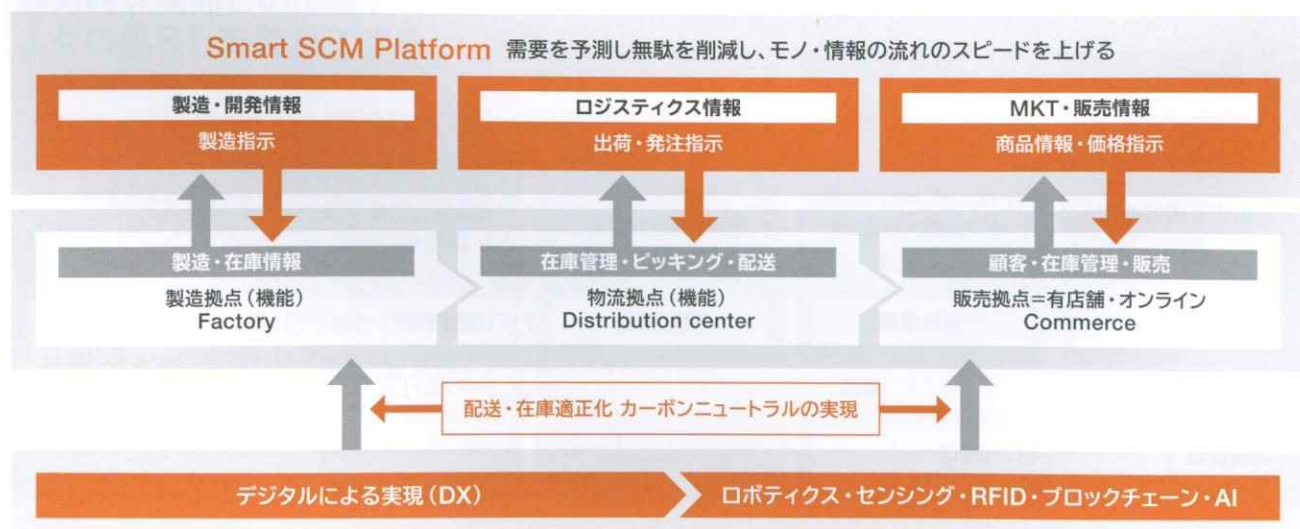
経営の判断軸に集約と分散があります。今後は経営資源(人材・データ・サプライチェーン)を1カ所に集中するのではなく、分散により従来のコスト削減からリスク削減に主眼を置くことも重要になっています。

当社のように生活必需品を扱う流通業に置き換えれば手

元の在庫を減らし効率性を重視する「ジャストインタイム」から有事を想定して備える「ジャストインケース」の考え方が必要になります。

「最大の品揃えと最小な在庫」、この相反する需要がサプライチェーンの課題であり、その実現は「マーケティング力で顧客満足する品揃え」と「サプライチェーンを跨る受発注の仕組み」の二つを持つことが解決に繋がると考えています。Smart SCM Platformの基本構想はここにあり、需要を予測し無駄を削減し、モノ、情報の流れを早くすることが社会的な課題であり全体最適化とカーボンニュートラルの実現に大きく近づきます。

#### Smart SCM Platform構想



### 肌で感じる経営 –ステークホルダーとしっかりコミュニケーションする—

時価総額が現在までの累積額(財務諸表)と今後の予想額(ガイダンス)を反映した指標と見れば、時価総額はひとつの企業価値を表しているといっても良いと思います。

時価総額を高める重要な要素はステークホルダーに対して企業ミッションと存在意義を説明し、長期的なコミットメントを理解してもらうことにあります。

企業の生み出す付加価値は「稼ぐ力とその分配」にあります。稼ぐ力の源泉は売上総利益(売上高-仕入高)にあります。そこで得た利益を企業戦略に基づき、ステークホルダーへ「いつ、誰に(何に)、どのくらいの規模で」投資するのか決定します。その戦略に基づくキャッシュフローアロケーションを

ステークホルダーへ伝えて進捗を共有し、コミュニケーションを続けることが重要になります。

当社は経営基盤を支えるロジスティクス機能と同じように人材投資は価値を生む資産として位置づけて投資リスクをとること、そしてそのことをステークホルダーとしっかりコミュニケーションをとることが大切だと判断しています。

「賃金を増やせば人件費が増加する」、「配当を増やせばキャッシュが減少する」という企業と社員、或いは企業と投資家とのトレードオフの関係を打ち切り、「なるほど、そういう構想があるのか、面白い!一緒にやりたいね!」と周りの人を惹き込んで皆が成長を「肌で感じる経営」を目指していきます。

### 中期経営計画2023 –成長投資と株主還元を充実する—

2023年3月期を最終年度とする中期経営計画2023は以下の様に推進しています。

#### 1 基本戦略

デジタル技術の発展による生活や価値観の変化を加味したマーケティングによる「商品開発・売場提案」、および最新テクノロジーによる「省力化した物流センター」による競争力のある販売活動とローコストオペレーションの実現。

#### 2 投資計画・キャッシュフローアロケーション

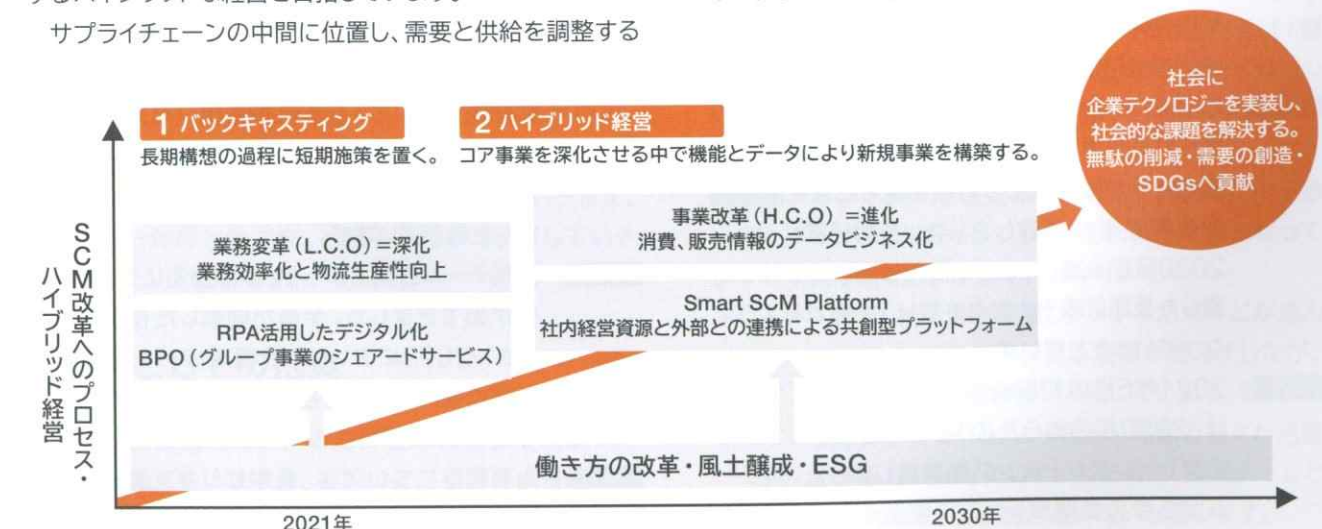
利益配分は成長投資と配当を優先事項とし、今後の事業拡大に欠かせないロジスティクス機能、海外事業、商品開発力と多様な人材が活躍できる環境構築に積極的に投資。株主還元については配当性向30%を目標とし充実を図り、自己株式の取得に関しては株価推移、中長期経営戦略などに基づき総合的に判断し適切に実施する。

### 10年後に勝利する経営 –サプライチェーンの中間から中核へ挑戦する—

当社は現在のコア事業における付加価値を向上し生産性を上げる中で、機能とデータによる新規事業の構築を実現するハイブリッドな経営を目指しています。

サプライチェーンの中間に位置し、需要と供給を調整する

だけではなく、マーケティング思考と最新のテクノロジーを駆使してサプライチェーンの中核を担い、主役として未来をリードしていきます。



\* L.C.O (Low cost operation) ローコストオペレーション  
H.C.O (Highly competitive operation) 競争力あるオペレーション



## 2030年のあらた そしてその先を見据えて

### 経営戦略チーム会議 メンバー鼎談



**振吉 高広**  
取締役 常務執行役員  
経営戦略本部長 兼 事業開発部長

**瓜生 善郎**  
取締役 常務執行役員  
管理統括本部長 兼 人事本部長

**畑中 秀太**  
取締役 常務執行役員  
商品本部長 兼 商品部長

### 経営戦略チーム会議による変革

**振吉** 経営戦略チーム会議（以下 経戦チーム会議）は、本社の機能本部長全員が集まり長期経営について意見を交わすというこれまでのあらたには無い取り組みでした。社外取締役から意見が出ていた「長期的目線による経営」の重要性と、あらた設立20周年というタイミングにより、当時経営戦略本部長であった須崎社長からのアイデアで経営戦略チームが発足しました。

**畑中** 以前は、各案件に応じて関係する機能本部同士の限られた交流になりがちでしたが、経戦チーム会議をきっかけに本部の垣根を越えた活発な議論や情報共有が加速しました。長期経営ビジョン2030策定を通じて、自本部だけでなく全社を俯瞰した長期目線での思考を取り入れられるようになっていったと思います。

**振吉** 2021年5月の初回会議ではチームを二つに分け、2030年のあらたの「あるべき姿」についてのブレインストーミングを実施しました。両チームから今の長期ビジョンに繋がるアイデアが多

く出されましたね。

**瓜生** そのディスカッションにおいてはESGに関する議論も交わされ、サステナビリティへの意識も強くなりました。

一方で、具体策や目標設定の段階となると課題も多くあり、長期目線で挑戦的な目標を掲げることの難しさを全員が感じたと思います。最終的な目標設定の際にこの3名で話をしたことが印象に残っています。

**畑中** そうでしたね。自部署だけでは解決できない大きな課題について、全本部長が揃い議論する機会ができたこと、それによってこれまでとは異なる長期目線に立った目標設定に踏み切ることができたと考えています。

**振吉** 経戦チーム会議によって、意思決定にもスピード感が出てきました。全員が同意した長期経営ビジョン2023において、目標達成のために必要な機能を得ることや投資について判断がしやすくなったのです。

**瓜生** 人事制度については、長期ビジョン達成に欠かせない項目として集中して議論を進めています。

本格的な制度変更には時間を要するため、2022年4月からはあらた社員に対して月額1万円の給与アップなども先行して実施しました。今後の成長の弾みになればと考えています。

### 長期経営ビジョン2030の達成に向けて

**振吉** 達成に向けては支社を含めたあらたグループ全社員がビジョンに共感し、納得してもらい、意思統一を図ることが重要です。各支社でも2030年までの計画を立案していただいておりますが、人・物流・戦略面などそれぞれに課題があります。今後、経営戦略本部長として現場に腹落ちしてもらうための労力を惜しまず、本社と支社で連携をとっていきたくと考えています。

**瓜生** あらためて各支社が抱える課題の大きさを知り、具体策を練っていくこれからが難しいところだとは思いますが、全社が同じ方向を向いて進んでいく土台が固まりました。

**振吉** 長期経営ビジョン2030には、グループ会社の戦略・目標も組み込まれており、ジャベルはペット卸No.1企業として挑戦的な計画を掲げています。これまではグループ間での関わりも多くありませんでしたが、今回をきっかけに物流面や人材面などで協働し、シナジー効果を生み出せればと思います。

**畑中** グループ会社として、インスタマーケティングやD-Neerコスメティックも、あらた内に収まるのではなく、他社様との取引などでサプライチェーン全体を活性化していければ良いのではないのでしょうか。同じあらたグループではあるものの、各々の強みや特性を活かして発展すれば、よりあらた全体が魅力的なグループになっていきます。一体感と独立性、どちらの面も大事にしていきたいところです。

### 本部長としての抱負

**振吉** 成長戦略における海外戦略の重要度は高いと捉えています。実際のところ海外事業はまだまだ発展途上であり数値としては大きく貢献で

きていないものの、成長の要として一つひとつ積み上げていきたいと思っています。

もうひとつの新たな挑戦である無形資産については、卸売業として蓄積しているデータは、サプライチェーン全体で活用できるチャンスがあります。「世の中のお役に立つ」新ビジネスを確立していきたいと思っています。

**瓜生** 人材面においては、成長に欠かせないイノベーションを起こすために、多様な人材活躍の指標として「女性管理職比率」の目標を設定しました。また、2030年やその後のあらたを担う世代にも焦点を当てていますが、女性や若手だけではなく、全社員が働きやすく、活躍できる制度や環境を作ることが前提です。多様なスキルを発揮でき、意欲や成果を適正に評価し、モチベーションアップに繋げ、未来を見据えた強い組織を作っていきたいと考えています。

**畑中** 卸売業としてメーカー様からも得意先様からも選ばれる企業であるために、魅力的な商品を揃えるのが商品本部の役割であると考えます。これまでのあらたは営業力が大きな強みでしたが、近年は商品力にも評価をいただけるようになってきました。今後も生活を豊かにする商品を取り揃え、あらたならではの商品で差別化を図っていきます。

### 「人」を大切に作る企業であるために

**瓜生** あらたとして求める社員像に「チャレンジ精神」があるものの、これまでではどちらかと言えば「堅実・着実」な企業風土でした。長期経営ビジョン2030はこれまでの延長線ではない、挑戦的な目標です。

**振吉** そうですね。2030年やその先を見据えた中で新しいことにチャレンジし、全社員が一丸となって乗り越えていかなければなりません。

最近、社内での動画コンテンツ活用などが進んでおり、社員の働きを見る場面が増えましたが、とても優秀な人材が多いと感じています。そのような社員を大切に、より幅広い場面で各々が活躍できる「あらた」にしていくために、経戦チームとしての議論を引き続き進めたいと思います。



## 営業

全国約3,500社(4.5万店舗)の小売業様との取引によりすべての人の暮らしに寄り添う

当社のコア事業である国内における卸売業を支える営業機能は、全国チェーンの小売業様の対応を行う「広域量販部」と、地域に根差した小売業様に所属する全国7支社の「営業統括部」に所属する合計約1,000名のセールスと、小売業様への提案に欠かせない市場や商品情報の集積およびデータ分析の専門部隊である「営業管理部」が担っています。

当社は、約3,500社の様々な業態の小売業様と幅広い取引があります。トレンドや小売業様のニーズを捉え、即座に店頭へ反映する「実現力のある人材」と、「定性・定量情報に基づく確かな提案力」が、小売業様の特色に合わせた対応を可能にしています。

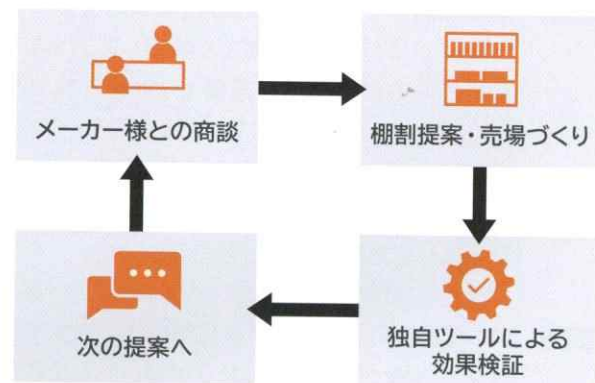
### 業態別売上高構成比



## 営業部門の強み

### 実現力のある人材

全国約1,000名のセールスがそれぞれ小売業様を担当し、メーカー様との商談、情報に基づく小売業様への売場提案、分析ツールによる販売効果検証、分析結果をもとに次の提案につなげるというPDCAを回し、「売れる売場」を実現しています。



### 定性・定量情報に基づく確かな提案力

POSデータに基づく分析資料、カテゴリーごとの特性や動向資料、トレンド情報や新商品情報などをまとめた「Sales Information」は、当社のセールスの提案力を支える強力な武器です。

#### 店頭ナビ: 定性情報

セールスが店頭の売れ筋商品や売り方の工夫などを投稿。

#### ARMS: 定量情報

カテゴリーや業態・ブランド別分析、ID-POSの性年代別分析生の情報をもとに小売業様へ提案。

毎月**5,000**件以上の投稿

約**8,700**店舗のPOSデータ

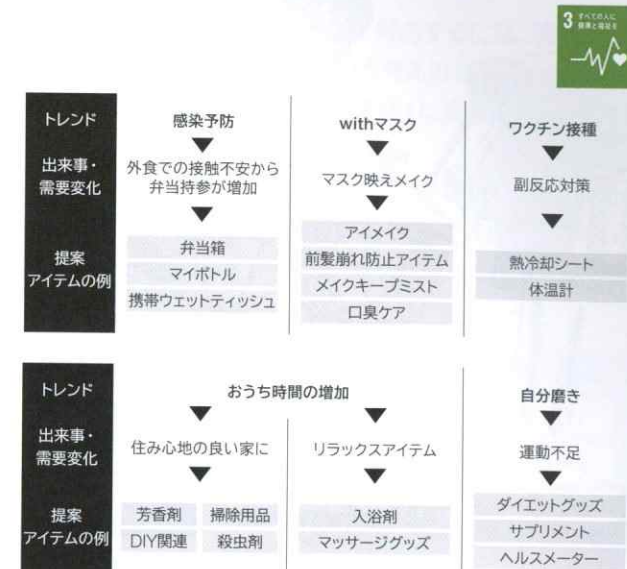


店頭ナビTopics

## コロナ禍での提案事例

コロナ禍が続く中、感染対策アイテムだけでなく、暮らしがより快適になる商品や、新しい生活様式に合わせた機能を持つ商品を小売業様に提案し、消費者の皆様の暮らしを支えています。

激しい需要変化をPOSデータ等の分析で常に捉え、ニーズに即した商品をお届けし続けています。



## インスタマーケティングによる店頭支援

売場の活性化は、小売業様、メーカー様にとって売上に直結する重要な課題です。

当社は設立前の旧会社のころより店頭支援に力を入れており、多くの取引先様から支持をいただいていた。2007年にはあらたグループ子会社として、店頭マーケティング会社である「(株)インスタマーケティング」を設立。全国卸ならではの幅広いお取引と蓄積されたノウハウを活かした店頭支援ソリューションサービスを提供しています。

### フィールドソリューション

全国約5,000店舗の小売業様の店頭をサポート。  
定期稼働人員 月間のべ3,600名  
スポット対応人員 約3,000名

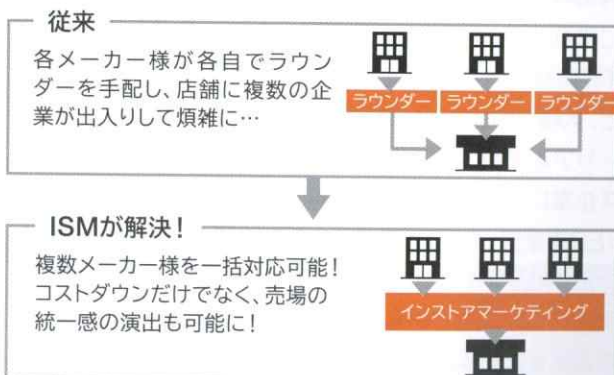


### インスタプロモーション

店頭を熟知し、小売業様とメーカー様、消費者に対しても効果のある販促ツール・施策の企画制作。



定期的に決まった担当者が決まった店舗へ訪問し、店頭フォローや売場メンテナンスを実施。店頭実現力強化による「売上改善」と「販売機会ロス削減」、そして「返品削減活動」を行いつつ、売場情報を収集し、売れる理由の検証から、あらたと協働した提案に繋がっています。



### 「売れる」売場を作成

新商品発売や企画実施時の店頭実現販促物設置や優れた売場の展開交渉

### 「売れる」理由を検証

売価や展開情報などの定量情報の収集と提供  
売場・販促物等のABテストなどによる結果検証

### 「売れる」効果を提案

あらたとの連動による提案  
店舗での優位的な売場の交渉や販促物などの設置交渉

メーカー様や小売業様の「売上拡大」・「業務効率改善」に貢献!  
消費者の買い物の楽しみに貢献!



## ECコマース

急拡大するECコマース市場に  
あらた独自の機能で応える

消費者にとってECコマースでの買い物は欠かせない選択肢の一つとなりました。コロナ禍の影響で日本国内の物販系EC市場の勢いは加速しており、2020年には前年比121.71%、2021年も前年比108.61%（経済産業省「電子商取引に関する市場調査」より）と、大幅な伸びを示しています。

リアル店舗とは異なる様々な課題を持つECコマース企業に対し、当社は2010年から専属の部署である「EC事業部」を設置し対応しています。

近年はリアル店舗を持つ小売業様もオンラインでの販売に力を入れていることから、2022年4月よりEC事業部を営業本部直下に変更しました。

卸として蓄積している川上から川下までの豊富な情報を活かし、ECコマース企業の特徴に合わせた商品提案、販促提案を行っています。

今後も、EC市場はますます多角化・伸長していくと考えられますが、売上増大に伴い物流における課題も大きくなることも予測され、様々なビジネスチャンスが考えられる市場です。

長期経営ビジョン2030においては、「toC」のビジネスについても研究、検討していく方針としています。



## ECコマース企業ならではの チャンスを捉え課題解決をサポート

ECコマースは、実店舗とは異なり商品の置き場所の制約がないため、豊富な品揃えや取扱商品の多さが求められます。当社は、化粧品・日用品において圧倒的な品揃えを持つ強みを活かしながらも、重たい・かさばる・取扱店舗が少ない商品など、ECコマース企業特有の需要に対応可能な体制を整えています。

中間流通として蓄積した商品の売れ筋情報を活用した提案や、付加価値のあるオリジナル商品の紹介、サイト上での販促支援に至るまで、様々な機能を提供しています。

### ECサイトにおける特集ページ

季節に合わせたアイテム特集や話題のコスメ特集等をご提案。EC企業様のサイトで展開しています。

### アソート機能によるセット販売

中間流通ならではのアソート機能により、本体と詰め替えなどのセット販売をご提案しています。



### EC企業向け オリジナル商品

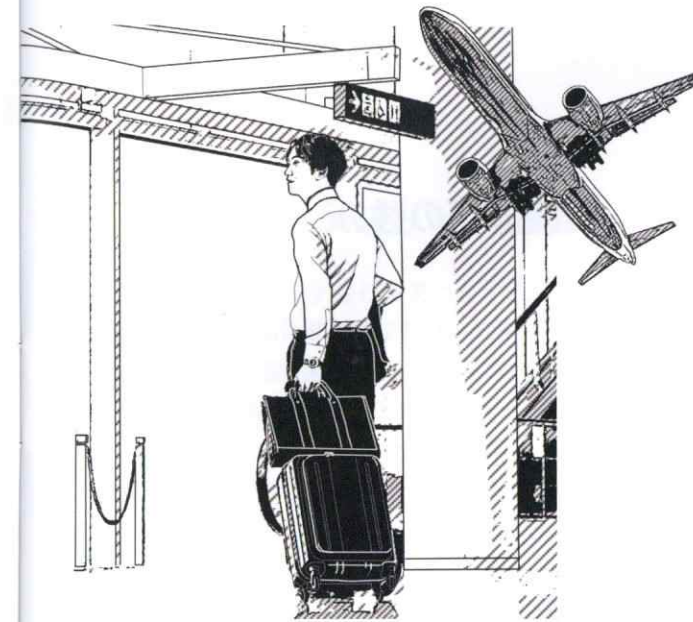
自社開発商品の大容量アソート品や、シンプルなデザインに変更したアイテムを、EC企業様向けのオリジナル商品として販売。



日比谷花壇が香りをプロデュースした入浴剤「花週間」の大容量アソート品



自社開発商品の「除湿剤」をEC企業様専用品として生活空間になじむシンプルなデザインに変更



## 海外

中国・タイ・ベトナム、そして日本を繋ぐ  
ネットワークによるアジア市場への着実な進出

海外事業は、現在、中国・タイ・ベトナムで事業を展開しています。商習慣の異なる海外においては日本型の卸事業をそのまま展開することは非常に困難です。各国の事情を考慮してそれぞれの国に合う事業展開を進めてまいりました。今後は、長期経営ビジョン2030における成長戦略の要として、3か国と日本を双方向で繋ぎ、ダイナミックな事業展開を進めてまいります。

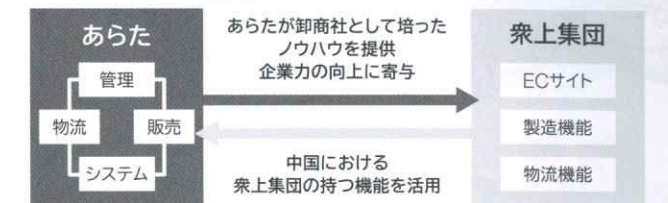


## 中国 衆上集団との取り組み

中国という巨大なマーケットに対応するには、現地パートナーとの協業が有効であるという考えのもと、2020年より業務提携していた中国の「衆上集団」に資本出資し、連携を強化しています。

当社の持つ卸売業としてのノウハウを提供し、衆上集団の持つ中国における製造・物流機能やECサイトを当社として活用することで、シナジー効果を発揮してまいります。

### パートナーシップ戦略



## タイ

輸入元としてARATA THAILAND、販売元としてSIAM ARATAが運営しています。タイでは日本製品の人気が高く、大きなチャンスがある市場です。

化粧品中心の取り扱いから、カテゴリーおよび取扱商品の幅を広げたことで、コロナ禍の需要変化に対応しています。

さらにタイ国内における販路も広がっており、ASEAN施策における重要なポイントです。

## ベトナム

ASEANの中でも経済成長率が高く親日国であり、今後も大きな成長が見込めるベトナムに、2020年「ARATA VIETNAM COMPANY LIMITED」を設立。日本のメーカー様や、現地小売業様との商談を進めており、アフターコロナの事業拡大に向けた基盤づくりを行っています。



ベトナム ホーチミン 事務所が入居するビル

## 海外事業における外国人の活躍

海外ビジネスにおいては、進出した国の知識や語学力に長けた人材の活躍が必須です。本社の事業開発本部、海外事業部では、合計5名の中国、台湾出身の社員が活躍しており、1名は管理職として活躍の幅を広げています。

海外子会社では、現地雇用として合計12名を採用しており、今後の海外事業強化に向け、外国人の人材の活躍を推進する方針です。



## 商品

人々の快適な暮らしのための商品を調達  
新たな需要を創造する

当社は日々の暮らしに欠かせない商品を幅広く品揃えしています。その数は約10万アイテム、取引先メーカー数は約1,200社にもなります。

化粧品や日用品は、人々のニーズやトレンドに合わせて新たな商品が次々と発売され続けています。

商品一つひとつの価値や魅力を見極め、消費者が求める商品=売れる商品を調達する「商品調達力」は、卸にとっても要となる機能です。

### カテゴリ別売上高構成比



## 商品部門の強み

### 取扱商品

大手メーカー様はもちろんのこと、個性ある商品を取り扱う中小のメーカー様とのお取引、そして専売品・優先流通品、自社開発商品などの魅力的な品揃えが当社の強みです。また、紙製品・家庭用品・ペット用品においても業界内で大きなシェアがあります。このカテゴリバランスが、コロナ禍のような大きな需要変化に柔軟にお応えできる理由となっています。

ヘルス&ビューティー	ハウスホールド	ホームケア
化粧品 化粧小物 ヘアケア・ボディケア ヘルスケア	衣服用洗剤 住居用洗剤 食器・台所用洗剤	殺虫剤 芳香・消臭剤 電池
家庭用品	紙製品	ペット用品
台所用用品 調理器具 掃除用品	ティッシュ トイレットペーパー 紙おむつ 生理用品	ペットフード ペット用品

>> P.23

### 商品調達

商品の調達は、本社および支社のマーチャンダイザー(MD)が務めています。販売企画の立案、販促提案、売上分析、新規メーカー様の発掘など、その業務は多岐にわたります。

メーカー様が持つカテゴリごとの市場動向やトレンド情報と、当社が蓄積する店頭の実売情報やPOS分析情報などを掛け合わせるにより、消費者の皆様の暮らしをより豊かにする「売れる商品」を見極め、戦略的なマーチャンダイジング(商品調達)を実施しています。

### 企画立案

販売企画については、当社が主導するものだけでも年間300件以上を立案。営業本部や支社との連携によるスピーディな店頭実現、そして着実な販売実績により、取引先様からの支持を得ています。

### 商品マスタ管理

10万アイテムを超える商品情報マスタの正確な管理により、当社の流通機能の根幹を支えています。価格等の基本情報だけでなく「下請法対応の管理項目」等も追加し、システム上からも法制度対応へのチェック体制を整えています。

## 化粧品カテゴリの強化

2019年の子会社であった(株)ファッションあらたの統合以降、化粧品カテゴリの強化を継続しています。コロナ禍の外出機会の減少により一時的に需要が減少したものの、本社のコスメ事業本部や、各支社コスメ営業部のセールスが中心となり着実に売上を伸ばしており、「化粧品にも強いあらた」としての認知をいただいております。

近年の化粧品市場においては、韓国コスメを中心とした「アジアncosme」の注目度が非常に高まっており、日本における化粧品輸入の推移では韓国からの輸入が急拡大し、SNSでもアジアncosmeに関する投稿が年々増えています。マスクを着用しているコロナ禍でもアイメイク関連やスキンケアへの需要は継続しており、今後さらに外出機会が増加すれば、化粧品全般への期待が高まります。

当社としてもアジアncosmeにおいて人気のあるブランドを専売品・優先流通品として有しております。今後もその取り扱いを強化し、化粧品カテゴリ全体の活性化に繋げてまいります。

## 商品知識を深める社内勉強会

社会環境の変化により、商品需要も日々移り変わっていきます。多種多様な商品を取り扱う当社は、その商品特性や消費者の方々の使用シーンを深く理解する必要があります。

メーカー様からの情報提供だけでなく、社内での勉強会を開催する等の工夫により、各セールスが商品に関する正しい最新知識を身に付け、小売業様への提案活動に活かしています。



本社主催での社内勉強会の様子。支社とZoomで接続し、ロールプレイ等を実施。

### コスメ関連の品揃え充実化

化粧品カテゴリ強化策のひとつとして、2021年10月に子会社の(株)D-Neeコスメティックを設立。人気が続くアジアncosmeの取り扱い強化や、製造販売業として、商品の企画から販売までを行い、ニーズに応える魅力的な品揃えを実現しています。

### ジョンセンムル 日本販売代理店

韓国のコスメブランド「JUNG SAEM MOOL(ジョン センムル)」の販売代理店契約を伊藤忠商事(株)と締結。



### モアディーテ 製造販売

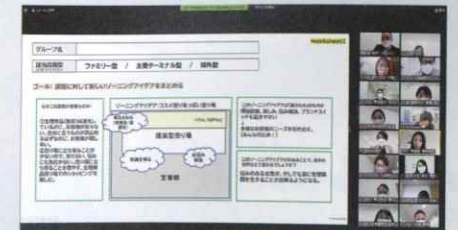
フェムテック商品として、デリケートゾーンケアアイテムを2022年8月に発売。



### フェムテック勉強会

注目が高まっている「フェムテック」は、女性が抱える健康上の課題をテクノロジーで解決する商品やサービスを指す言葉です。

当社が取り扱う生理用品や吸水ケア商品もフェムテックの一部であり、理解促進に向けた大規模な社内勉強会・ワークショップを2022年6月、複数回実施しました。Zoomを通じて全国の500名以上の社員が参加し、ワークショップでは提案に繋がる活発なアイデアが交わされました。





## 商品 ペット用品

生活に彩りを与えるペットたちとの  
出会いから毎日の暮らしまでをサポート

当社の大きな強みであるペットカテゴリーは、2019年にグループ会社の「ジャベル(株)」に集約し、その専門性の発揮により拡大を続けています。2020年からはコロナ禍の影響で癒しへのニーズの高まりから、ペットの新規飼育頭数は増加傾向にあり、ペット用品需要は今後も続く予想されます。

ジャベルは、50年以上の歴史を持ち「ペットを通じて地域社会とのコミュニケーション」をモットーに成長を続ける業界No.1ペット専門商社です。



### ジャベル株式会社

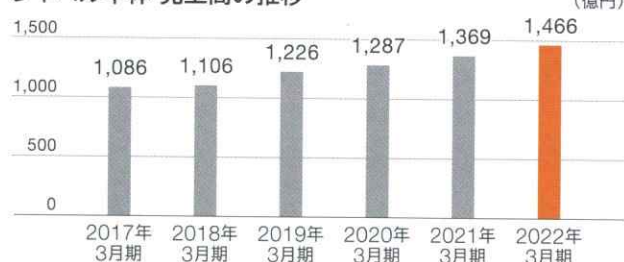
社名の由来は、「Japan Pet Life Library」ペットに関するすべてが集まる図書館のような存在でありたいという想いが込められています。

## ジャベルの事業

### 商社コア事業

ペットフードを中心にペット関連用品、犬や猫に加え、各種生体に関するアイテムを卸販売しています。さらに国内商品開発力、システムを駆使した分析・提案力、スムーズな受発注の仕組み、国内外の拠点を結びすばやく対応できる物流ネットワークなど、様々なリクエストにも柔軟に対応し、ご支援できる組織を構築しています。

### ジャベル単体 売上高の推移



### 店舗事業

子会社の「ジャベルパートナーシップサービス」がペット総合商社としてのノウハウを盛り込んだ店舗開発事業を運営。

FC契約で日本全国のホームセンター様の店内等で280店舗を展開しています。



### EC事業

全国に約2.5万店舗あるペット美容室専用のトリミング業務用品ECサイト「ペットワゴン」を運営。

シャンプーやシザー、ドッグバスまでサロン業務に必要なアイテムを幅広く取り扱っています。



### 海外事業

アメリカ・カナダ・東南アジア、中国など各国からの輸入活動を展開し、ロサンゼルスに拠点を設置。また、「ジャベル香港」として海外現地法人を設立しています。



## 2022ペット総合展示会を開催

2022年3月23日・24日に「ココロとカラダの健康は、ペットとの幸せな暮らしから」をテーマに、3年ぶりにペット総合展示会を開催。約200社を超えるメーカー様に参加いただき、商品紹介から売場提案までのトータルプロデュースの提案を行いました。ジャベルコーナーにおいては、オリジナル商品のブースや各メーカー様のSDGsの取り組みをまとめた「SDGsコーナー」などのテーマを設けたブースを展開しました。



## 神奈川に新センターを建設 2022年に稼働

2021年11月に竣工した新神奈川センターは、屋上に太陽光発電パネルを約1,200枚設置しています。

環境配慮と地域の皆様との共生を目指した物流センターとなっています。



住所	神奈川県厚木市三田1981-1
延床面積	約4,480坪
取扱高	約100億円(2022年3月期 予想)

## ペットを通じた社会貢献「あにまるケアハウス」

2021年にワンちゃん・ネコちゃんなどの短期～長期の看護・介護サービスなどを展開する「あにまるケアハウス」を埼玉県加須市に開設。

動物医療の発達などにより、ペットの寿命が伸び介護が必要となる場合が増えたり、飼い主の高齢化による急な入院などから、飼育が困難な状況に陥る方の増加が見込まれています。

そのような課題の解決、社会貢献の観点から、大切なパートナーであるペットたちが安心して暮らし続けられる居心地の良い空間を「あにまるケアハウス」を通じて提供しています。



### 社員コメント



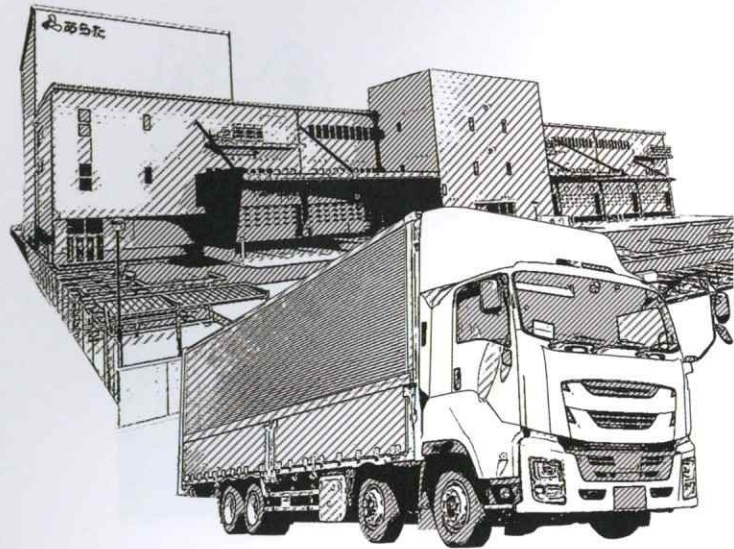
リーダー  
齋藤 健二 愛玩動物飼養管理士

ジャベル子会社のペットショップでの販売経験の中で、お客様の「飼いたいけれど、自分の老後のことを考えると不安」という声で老犬ホームの必要性を痛感したことがスタッフ立候補のきっかけです。ジャベルはペット用品の卸商社ですが、商品の販売だけではなく、このようなペットに関わる様々な事業に携わるチャンスがあることが魅力であり、強みだと感じています。



並木 元弥 愛玩動物飼養管理士

動物専門学校での経験や自分自身の飼い犬の介護の経験から、ペットの看護や介護サービスの有難みを知っています。あにまるケアハウスを通じて、飼い主とペットの幸せな生涯に貢献したいと考えています。



## 物流

大型センター11拠点を含む日本全国の物流拠点でサプライチェーン全体を効率化

1,200社ものメーカー様からの商品を日本全国の各小売業様へ、安定的かつ的確にお届けする卸としての根幹の機能を担う当社の物流センターは、年間出荷額150~400億円の大型センター11か所を含む33拠点のLCと、5拠点のデポ、4拠点のコスセンター、そして需要の増減に柔軟に対応する100件を超える契約倉庫で全国ネットワーク基盤を確立しています。大・中・小のセンターを日本全国に持ち、BCP観点のリスク分散にもなっています。中間流通としての高度な物流機能の発揮により、サプライチェーンを効率化・最適化することを目指し、持続的な社会の実現に貢献してまいります。

### あなたの物流ネットワーク



## 物流の強み

### 高効率な物流センター

物流センターには様々な物流機器(マテハン)を導入し、物流ニーズの異なる多種多様な商品を、高効率にお届けしています。

今後も人手不足という長期的リスクや、コロナ禍のようなパンデミック時にも供給を止めることなくセンターを稼働させるために、自動化を含む物流への投資を強化していく方針です。

大型物流センターにはパレット自動倉庫①を導入し、ケースで出荷される商品は直接ケースソーターに送られ、配送ルート・店舗別にまとめられます。

一方、ケース単位未満で出荷される商品は、パラフロアにおいてハカリつきカートAiMAS(アイマス)②でピッキングが行われます。商品のバーコードで「商品違い」を、ハカリの重量検知で「数量違い」を、どのハカリが検知したかで「納品先違い」を防ぎ、誤配送率10万分の1未満の超高精度な出荷を実現しています。

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

その他、2018年稼働の九州南センターでは、AIデパレタイズロボット④により、AIによる自動のケース補充も行っています。



## AIを活用した作業量予想の実証実験を開始

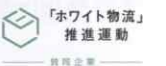
物流センター内では多くのパート従業員が入荷・ピッキング業務等に従事しています。日々変動する物量に対する人員配置(シフト)の調整は、管理者にとって大きなウエイトを占める重要な業務です。シフト調整の精度が低い場合、残業時間の増加や過剰人員というムダが発生するため、「物量・作業量予測の精度」が求められます。

そこでAIを活用した物量・作業量予測による半自動のシフト管理の実証実験を開始しました。過去のデータから分析するAIの予測に対し、物流管理者による補正を行うことで、より高精度でスピーディなシフト管理が可能となり、庫内生産性の向上、管理業務の省力化などが期待できる取り組みです。



### AI活用によるメリット

- 1 人員配置の精度向上
- 2 人員配置管理レベルのボトムアップ
- 3 管理者業務の省力化
- 4 過剰人時を抑制



## ホワイト物流

国土交通省・経済産業省・農林水産省が推奨する「ホワイト物流」推進運動に卸としていち早く賛同し、物流の効率化・トラックドライバーの待機および荷役時間の削減に向けて、各種取り組みを継続的に推進しています。

### 取り組み項目

- 1 メーカー様物流の改善提案と協力
- 2 入荷予約受付システムの導入
- 3 パレットなどの活用による荷受時間短縮推進
- 4 混雑時を避けた配送
- 5 運送契約の書面化の推進

### 家庭紙パレット輸送

大王製紙(株)様のパレット化にいち早く協力し、現在はパレットの共同回収実験や、おむつや生理用品のパレット化実験を実施。



手積み手降ろしから、パレット納品により  
荷役時間 **90分 ▶ 20分**に短縮!

トラック待機時間削減や庫内生産性向上により、コストダウン・環境・ドライバー就労環境改善への貢献

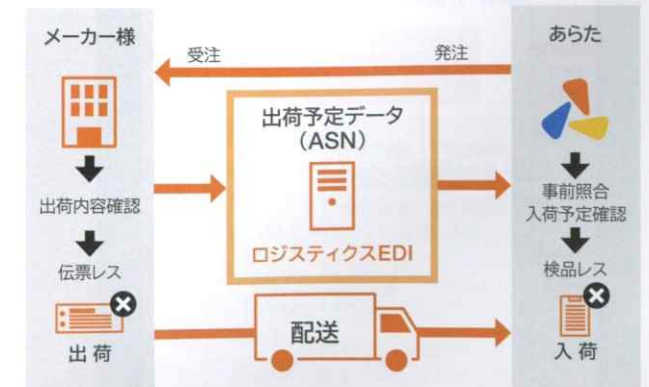
### 入荷予約システム

計画していたすべての拠点に導入を完了し、現在23拠点で運用中。ドライバー待機時間の削減(約40%)だけでなく、当社側でも入荷予約状況からバース誘導や人員の適正配置が可能となり、効率化に貢献。

### 出荷予定データ(ASN)の活用による検品レス

(株)プラネット様とメーカー様5社との伝票レス・検品レスに向けた実証実験を越谷センターで実施。

ASNの配信により、発注・納品情報を事前に照合することができ、荷受の際には事前に入手したASNと、実際に入荷する商品情報との照合になるため、検品の簡素化等によるスムーズな入庫や、伝票電子化によるペーパーレス化などの生産性向上に寄与する取り組み。





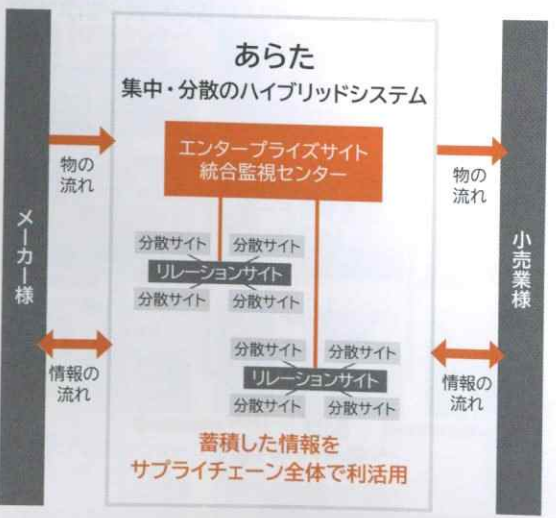
# システム

安定的な流通を支えるシステム機能と環境変化に対応するDX推進

安定的な商品流通には高度なシステム機能が欠かせません。当社のシステムは、合併前の各旧会社の優れた機能を活かしながら新たに構築した、「集中・分散」のハイブリッドで全国をカバーするオープンシステムです。

小売業とメーカー様との間に位置する当社には、様々な情報が集まってきます。

蓄積した情報を、自社のみならずサプライチェーン全体で有効活用できる情報基盤の構築に向け、営業や物流などの現場の声から環境変化を的確に捉えながら、全社業務を最適化する戦略的な情報システム・情報ネットワークの構築を推進しております。



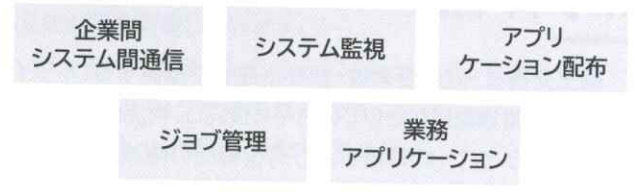
## 現場からの要求に的確・迅速に対応するシステム

内製化・疎結合システムによる変化対応

2005年にシステム統合を開始し、あらたとしての基幹システム「GENESIS」を構築。システムにおける重要な部分を内製化したことによりブラックボックスを極小化すると同時に、ITベンダー発注の手間なくスピード感のあるシステム対応が可能です。

また、業務に関わる機能をモジュール化し、情報連携基盤を介して繋げることでモジュールの独立性を高めた「疎結合システム」により、柔軟性や拡張性を備え、社内の組織変更はもちろん、技術者不足、取引先様の各種取り組みへの対応、加速度的に進む社会変化や技術の進化に対応できる柔軟な情報システムを構築しています。

内製化している主な機能

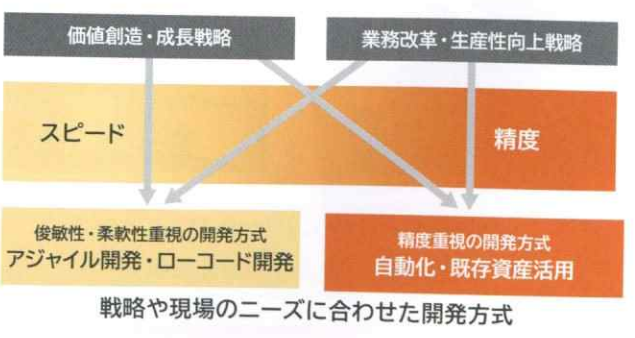


二つの開発方式と、攻め・守り・即時要求対応のバランス型人材の育成

変化に強い情報システムに向け、精度重視の開発方式だけでなく、俊敏性・柔軟性重視の「アジャイル型」の開発方式や「ローコード開発」の手法を取り入れ、現場や取引先様のニーズを迅速にシステム化。

従来の手法・技術による開発に加え、最新の手法・技術の研究も日々積み重ね、技術進化の恩恵を業務にもたらしています。

「攻め」と「守り」と「即時要求対応」の3本をバランス良く推進できる人材を育成し、あらたの情報システムを支えています。



## IT中計

長期経営ビジョンや中期経営計画の戦略をシステムの観点から支えるために、各機能本部が抱える課題をクリアしながらも、成長戦略を効率的に実現する情報システムへの進化を目指し、「IT中計」として各戦略を立案。各本部とシステム部門が連携し推進しています。2030年のありたい姿を支える情報システムへの進化に向け、DXへの取り組みを推進しています。

最新技術の研究と業務への活用

### AI活用

発注の自動化

AIが小売業様からの受注情報を学習し、未来の受注数を予測。その受注に対応できる在庫を確保するため、発注数を発注管理システム「ALICE」が計算。精度の高い発注業務を実現。

AI-OCR

AIが手書きを含む請求書や伝票などを認識・学習し、データベースへ自動登録。バックオフィス業務の省力化に貢献。

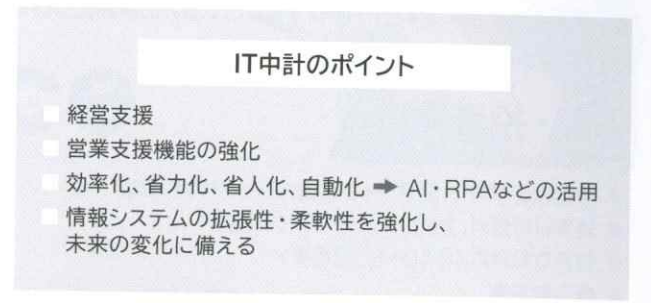
物流におけるAI活用 >> P.26

## IT-BCP

地震や水害などの大規模災害時でも安定的な流通を支えるシステム環境を維持すべく、東西2か所のデータセンターにて大規模データベースを構築。また、別途バックアップセンターも構築し、万が一の災害に備えています。

## 情報セキュリティへの取り組み

取引先様との重要な情報を守るため、社内規程に「機密管理規程」・「情報セキュリティ管理規程」を定めています。また、ESG推進室を主幹として「情報漏洩対策分科会」を設置し、変化するデジタルリスクへの対策を検討し、決定事項についてシステム本部で新規開発・外部ツールの利用検討など技術的な対応を行い、事業やプロジェクトを安全・安心かつ効率的に推進できる情報セキュリティ基盤を構築・運用しています。

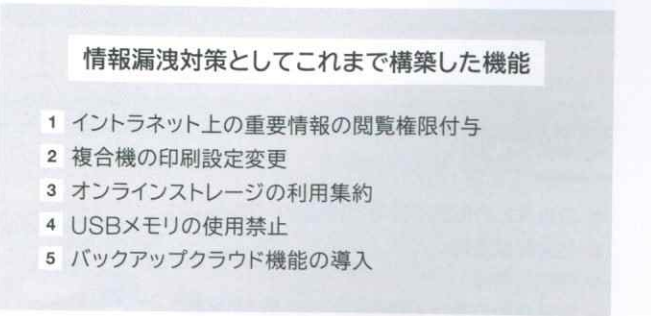
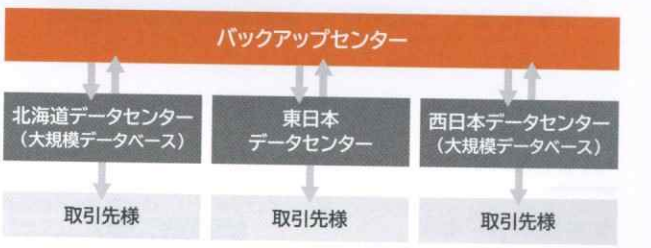
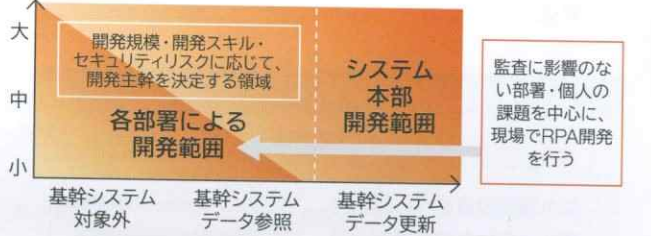


### RPA推進

現場主導のRPA推進

システム本部・DX推進委員会が主幹となり、各現場にRPA担当者を置き、小さな課題をスピーディに解決。生産性の改善だけでなく、将来に向けたデジタル人材を育成する取り組み。

RPA開発イメージ



# ステークホルダー エンゲージメント

当社は、持続的な成長による企業価値向上を図るべく、ステークホルダーの皆様との対話を積極的に実施しております。様々な手段を通じて各ステークホルダーへ事業活動に関する情報を提供し、またステークホルダーからは当社に対する意見をいただき、その情報を経営陣にフィードバックすることで当社の課題について認識し、より良い事業運営や情報開示に努めております。

## 株主・投資家

- 株主総会（リアル開催ライブ配信のハイブリッド開催）
- 決算説明資料、動画、ファクトブック配信
- 個別取材対応（年40～80回程度）
- 統合報告書
- コーポレートサイトでのIR情報発信
- 個人投資家向けIRセミナー
- 株主判明調査に基づくSR活動（海外・国内機関投資家 議決権行使担当者との対話）
- 英文開示（サイト・短信・決算説明資料統合報告書）
- シェアードリサーチ社のアナリストレポート

### 株主総会・決算説明 動画配信

感染対策とより多くの株主・投資家の皆様への情報提供を目的として、動画配信を実施。書き起こしも発信。



### 個人投資家向けIR

オンラインIR、ラジオ、日本全国でのリアル開催など様々な個人投資家向けIRセミナーに登壇。2022年7月ラジオNIKKEI「アサザイ」



### 英文開示

海外機関投資家への開示充実化に向けた日本語版と同等の英文サイトを公開。2022年3月期より、短信・決算説明資料も英文で公開開始。



### SR活動

継続的な株主判明調査により、保有上位の機関投資家に対し、ESG中心の対話を目的にSR活動を実施。



## 取引先様

- 各種契約書の締結
- 商品説明会の開催
- 展示会による情報提供
- 市場情報や商品情報の提供
- 社外報「あらたマンスリー」



## 地域社会

- 自治体との災害時等の連携協定
- 社会貢献活動
- 物品の寄付
- 職業体験の受け入れ
- 地域の催事への参加



## 社員

- 月1回 経営層からのメッセージライブ配信
- 長期経営ビジョン2030説明会 動画配信
- 社内報「あらたん」
- 社員意識調査
- 内部通報システム、コンプライアンスカウンター
- 各種研修・教育制度、Eラーニング
- 資格取得奨励制度

## 地球環境

- 脱炭素に向けた取り組み
- 環境に関する情報開示
- 環境省との3Rの取り組み
- 返品削減による廃棄物削減



# Environment Social Governance



## ESG基本方針「強く・正しく・楽しい」

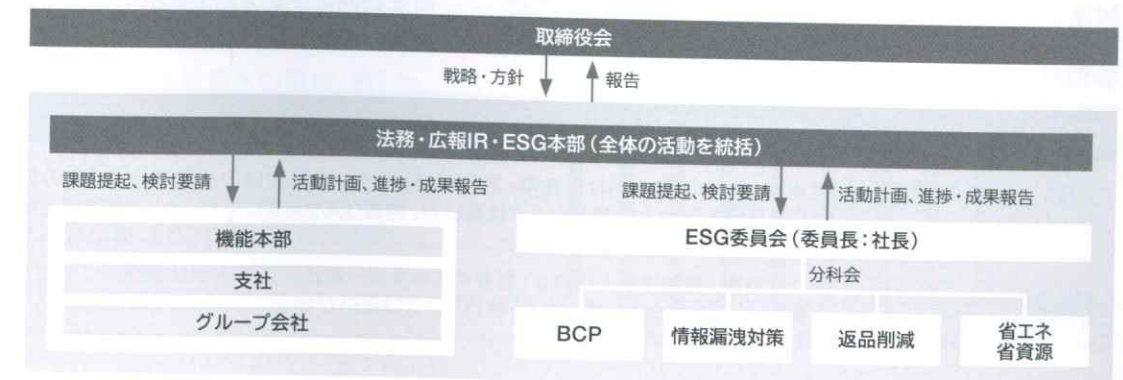


私たちは、「世の中のお役に立ち続ける」という経営理念に基づき、社会とともに持続的な成長・発展を目指しています。すべてのステークホルダーとの信頼関係により強い基盤を構築し、サプライチェーン全体の環境・効率化を正しい姿勢で進め、皆様の暮らしをより豊かに、楽しくする事業戦略を実現することで私たち社員も働く楽しみを享受する。このような事業活動を通じて持続的な企業価値向上に繋げてまいります。

## ESG重要課題（マテリアリティ）

重要課題	ありたい姿	主な施策	達成事項または目標
<b>環境</b> 気候変動への対応 循環型社会の実現 省エネ・省資源	サプライチェーンの好循環を生み環境に貢献する	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 効率化等によるCO<sub>2</sub>削減</li> <li>● 返品削減</li> <li>● 3R活動</li> <li>● エネルギー資源使用量の削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● CO<sub>2</sub>排出量 50%削減（2030年目標）</li> <li>● 返品原単位 15%削減（2019年比実績）</li> <li>● 3Rキャンペーン参加小売業 15,000店舗（2021年）</li> </ul>
<b>人財</b> 人権尊重 ダイバーシティ推進 人材育成・研修	社員にとって働き甲斐のある会社となる	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 多様な働き方実現に向けた制度拡充</li> <li>● 社員意識調査の実施</li> <li>● 研修・育成制度の拡充</li> <li>● 資格取得奨励</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 女性管理職比率4.5%（2026年目標）</li> <li>● 在宅勤務、時差出勤などの暫定的実施</li> <li>● 給与水準UP</li> <li>● 育児・介護制度の拡充</li> </ul>
<b>地域社会</b> BCP 地域密着の社会貢献	すべての人に快適な生活を届ける	<ul style="list-style-type: none"> <li>● BCP活動</li> <li>● 各拠点での社会貢献活動</li> <li>● 地域との物資供給協定締結</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● BCP代替物流網の構築</li> <li>● 地方自治体等への寄付</li> </ul>
<b>ガバナンス</b> コーポレート・ガバナンス コンプライアンス リスクマネジメント	持続的な成長を支える強固なガバナンス体制を構築する	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 監査等委員会設置会社への移行</li> <li>● 取締役会の改革</li> <li>● コンプライアンス遵守に向けた各種施策</li> <li>● 情報漏洩対策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 指名・報酬委員会における活動</li> <li>● ビジネス法務、コンプライアンス研修の実施</li> </ul>

## 推進体制





# Environment

## 環境 サプライチェーンの好循環を生み環境に貢献する

当社は、サプライチェーンの中間にある機能を活かした好循環を生み出す取り組みにより、環境保全に貢献しております。中でも「気候変動への対応」、「循環型社会の実現」を重要課題と位置付け、各種施策を推進しております。



## 気候変動への対応

### TCFD提言に基づく情報開示

当社は、気候変動に関するリスクを重要な課題と捉え、CO<sub>2</sub>排出量の削減や、サプライチェーンの好循環を生む活動により地球環境の保全と経済活動の両立を図り、持続可能な社会の実現に貢献していくことを目指しております。気候変動に関するリスク・機会の特定および対応が経営上の重要課題であるという認識のもと、TCFD提言に沿った分析を行い、2022年6月提出の有価証券報告

書上で同提言の枠組みに沿った情報開示を実施いたしました。今後も開示情報を充実させることで、ステークホルダーの皆様への説明責任を果たしてまいります。



2022年6月、TCFD提言へ賛同するとともに、賛同企業や金融機関などにより構成される「TCFDコンソーシアム」に参画。

### ガバナンス

当社では、ESGを推進する専門部門としてESG推進室と、社外役員全員を委員に含むESG委員会を設置しております。ESG委員会は、代表取締役社長執行役員を委員長として年4回開催し、気候変動対策をはじめとするESG活動における数値目標の設定や、その達成状況の管理、推進に向けた施策の審議・決定を行っております。取締役会は、ESG委員会で重要と判断された案件について報告を受け、必要に応じて審議・決定を行うことで、全体を監督しております。



### 戦略

異なるシナリオ下(下表参照)における、将来の気候関連リスク・機会の財務影響および事業インパクトを把握

するとともに、当社戦略のレジリエンスを評価することを目的としてシナリオ分析を実施しております。

### 参照シナリオ

区分	シナリオの概要
1.5℃/2℃未満シナリオ	脱炭素社会の実現に向けた政策・規制が実施され、世界全体の産業革命前からの気温上昇幅を2℃未満に抑えられるシナリオ。移行リスクは高いが、物理リスクは4℃シナリオと比較すると低く抑えられる。
4℃シナリオ	新たな政策・規制は導入されず、世界のエネルギー起源CO <sub>2</sub> 排出量は継続的に増加するシナリオ。1.5℃/2℃未満シナリオと比べ、移行リスクは低い物理リスクは高くなる。

## リスクおよび機会

気候変動の影響は、当社にとって事業・戦略・財務への大きなリスクとなる一方で、消費者ニーズの変化によるメーカー・小売業を含めたサプライチェーン全体の課題に対し、卸商社としての機能を活用することで「機会」

にもなり得ます。

下記は、現時点で当社における影響度が高いと考えられるリスクと機会であり、今後も定期的にシナリオ分析を実施し、リスク・機会の見直しを行う予定であります。

区分	タイプ	内容
リスク	移行リスク	政策・規制 炭素税、排出量取引等の導入によるコスト増加 技術 脱炭素に対応した設備導入に伴う投資コスト増加
	物理リスク	急性 台風や高潮のリスクの高い物流センターの操業停止、物流遮断による損害 慢性 気温上昇によるエネルギーコスト増加、再生可能エネルギーの調達コスト増加
	機会	資源効率 省エネルギー施策の推進による配送効率向上、およびそれに伴うコスト減少 製品およびサービス 環境配慮型商品の取扱量増加による売上増加 サプライチェーンにおけるCO <sub>2</sub> 排出削減推進による生産性向上、およびそれに伴うコスト減少 市場 積極的な気候変動対策の推進によるレピュテーション向上、新規取引獲得 レジリエンス 災害時における物流のレジリエンス強化による取引拡大

### リスク管理

当社では、法務・広報IR・ESG本部において気候関連をはじめとした全社的なリスクを特定した上で、ESG委員会および取締役会において、リスクが経営に及ぼすインパクトの大きさを総合的に評価し、対応策を検討し

ております。決定した対応策は、法務・広報IR・ESG本部が窓口となり、各本部と連携の上、取り組みを推進し、リスクの低減を図っております。

### 指標と目標

当社は、気候変動の緩和に向け、数値目標を設定しております。今後はグループ連結におけるCO<sub>2</sub>排出量の算出や、スコープ3排出量の算出を進めると同時に、目標の達成に向けて長期的な視点での省エネ施策(物流センターや拠点における高効率設備への更新 他)や、再生可能エネルギー利用によるCO<sub>2</sub>削減計画を策定し、取り組みを進めてまいります。

CO<sub>2</sub>排出量 2030年  
2013年比 **50%削減**

### CO<sub>2</sub>排出量 推移(単体)



## CO<sub>2</sub>排出量削減に向けた取り組み

### 太陽光発電の実施

現在、和泉・埼玉・神奈川、3か所の物流センター屋上に太陽光発電パネルを設置しており、自然エネルギー創出によるCO<sub>2</sub>削減に貢献しています。

2021年11月に竣工したグループ会社ジャペルの新神奈川センターの屋上にも太陽光パネルを設置しております。

グループ全体で自然エネルギー活用を推進してまいります。

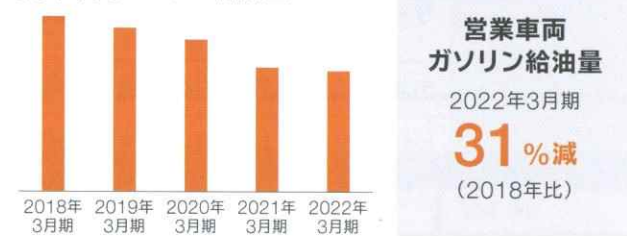
太陽光発電によるCO<sub>2</sub>削減効果



### 営業車両を環境配慮車へ切り替え

2018年より約700台ある営業車両を、ハイブリッドカーなどの環境配慮車へ順次切り替えており、2022年3月末時点で、営業車両のうち約85%が環境配慮車となっています。その活動によりガソリン給油量の低減、排気ガス削減に貢献しています。

営業車両ガソリン給油量



## 循環型社会の実現

### 3R活動

環境省と小売業様・メーカー様を繋ぐ役割を担い、3Rの理解と共感を広げていくことを目的とした「選ぼう! 3Rキャンペーン」を毎年実施。



詰め替え商品や、環境配慮商品の拡売によりプラスチック資源の削減に貢献しています。

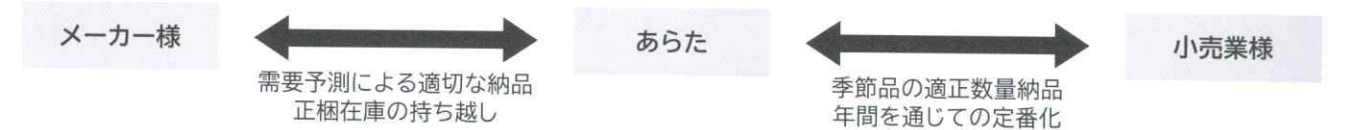
参加店舗数	選ぼう! 3Rキャンペーン2021 集計結果
2017年 約1,100店舗	削減した資源量の総数 <b>約2,811.0t</b>
2018年 約4,700店舗	
2019年 約6,800店舗	再生資源を使用した量 <b>約205.2t</b>
2020年 約12,000店舗	
2021年 約15,000店舗	

※環境省発表 集計結果より引用

### 返品削減

日用品業界は、新製品と既存製品の入れ替えや、季節ごとの商品の入れ替えの頻度が高く、返品が発生しやすい業界です。返品に伴う商品の撤去・返送という一連の作業は、小売業様、メーカー様、当社のような卸売業者の3社における手間とコストが生じる上に、運搬や廃棄による環境負荷

もかかります。小売業様やメーカー様と連携し、業界全体を巻き込む返品削減活動により、サプライチェーン全体の効率化はもちろんのこと、経済的な効果・環境問題に貢献という共通価値創造 (CSV) に繋がる重要な取り組みと位置付け、活動を継続してまいります。

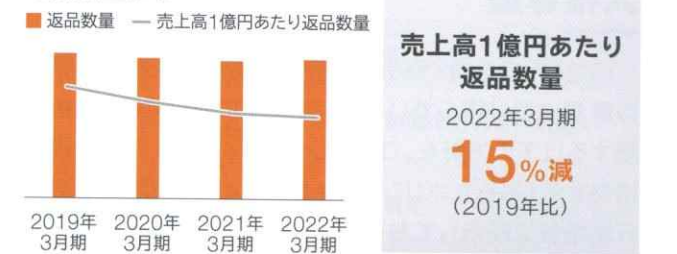


#### 返品削減の状況

「返品削減分科会」として、営業本部や各支社の代表者により、目標を定め削減を推進しております。

運搬に伴うCO<sub>2</sub>排出量削減および廃棄物削減の観点から、「数量」の削減をターゲットとして、毎年前年比200万個削減することを目標としています。

#### 返品数量推移



### プラスチック資源の循環利用に向けた空容器リサイクル回収の取り組み

当社としてプラスチック廃棄物の排出抑制とプラスチック資源の循環利用を促進する活動に賛同し、埼玉県が設置した「埼玉県プラスチック資源の持続可能な利用促進プラットフォーム」に会員として参加。

同会員であるユニリーバ・ジャパン (株) 様と協力し、当社埼玉センター従業員 (約400名) を対象として、ユニリーバ社製のシャンプー等の空容器を回収する取り組みを開始しています。



### アスクル (株) 様の「使用済みプラスチックのリサイクルバリューチェーン」実証実験に協力

環境省の「令和2年度脱炭素社会を支えるプラスチック等資源循環システム構築実証事業」で採択されたアスクル (株) の「使用済みプラスチックのリサイクルバリューチェーン」実証実験に賛同し、当社として使用済みクリア

ホルダーの回収活動に協力しています。回収されたクリアホルダーは、再資源化され、新しいプラスチック製品の原料となります。



#### 紙製のクリアホルダーへ切り替え

取引先様への年賀品としてお渡ししていたクリアホルダーを、プラスチック製から紙製のものに切り替え、使用する樹脂量が70%削減されています。

# Social

## 人財 社員にとって働き甲斐のある会社となる

当社は社員を、目標を共有して協働するパートナーと考え、社員の個々の成長なくして会社としての成長はないという考え方のもと、様々な考えや価値観、それぞれの立場を尊重し、相互に意見を交わし、より良い環境をつくることを重要視しています。社員が働き甲斐をもって長く働き続けることができる企業となるべく、「人財」への投資を進め、人事制度の拡充や多様な働き方を実現する仕組みづくりを推進してまいります。



## 人権尊重

当社は、従業員・取引先様を含め基本的人権と多様性の尊重に取り組んでいます。従業員に対しては、人権に関する以下の方針を、コーポレートサイトおよび全社員が携帯する「あらたポリシーズ」という小冊子の中で、企業行動指針に明示しており、研修等を通じて浸透を図っています。

**あらたポリシーズ**  
企業行動指針  
「第5 私たちの行動姿勢」より

**4** 私たちは、パートナーとして、互いの人権、人格と個性を尊重し、一人ひとりがその能力を最大限に発揮できる職場環境をつくりまします。

**7** 私たちは、国籍、宗教、人種、性別、学歴、年齢等による差別的な行為や嫌がらせを禁止し、基本的人権を尊重します。

## ダイバーシティの推進

企業が持続的に成長するためには、国籍・性別・年齢などの区別なく多様な人材を登用し、イノベーションを生み出すことが求められており、人口減少による人手不足が進む環境下においては、多様な人材が長期間活躍できる環境を整えることが、当社にとって重要なテーマであると捉えています。

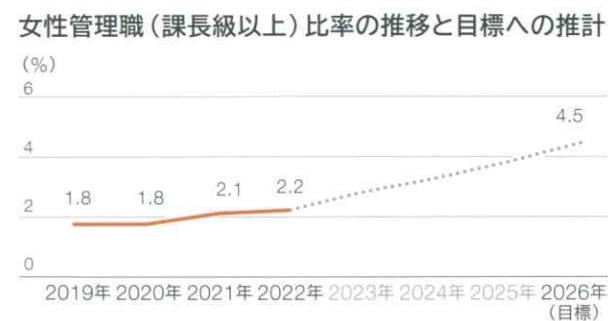
当社の課題は、女性管理職比率が低いことであり、各種

制度や仕組みの構築により、すべての社員が働きやすい職場環境を実現することで、その成果の一つとして、女性管理職比率の向上に繋がると考えています。

また、高齢者や障がい者、外国人の雇用についても積極的に進め、多様な人材が長期間活躍することにより会社の成長・企業価値向上に繋がってまいります。

### 重点項目：女性活躍推進に向けて

ダイバーシティの推進における重点項目として、当社は「女性活躍推進」を掲げており、次期中計最終年度である2026年3月期までに女性管理職（課長級以上）比率を4.5%とする目標を設定いたしました。意欲的に働き続けるための制度や環境構築に向けて、2022年4月に各支社の女性社員へオンラインでのヒアリングを実施。経営会議等で課題を共有し、改善策の議論を進めております。



## 社員エンゲージメントとしての「意識調査」の実施

社員が自らの仕事や働き方、企業風土などの項目について5段階の評価を行う「社員意識調査」を2020年から実施。評価とは別にメッセージ欄も設けており、社員の声が直接経営層に届く仕組みとなっています。

意識調査の結果から課題を抽出し、制度などの改善に繋げることで、意欲的に働ける環境を整備することを目指しています。

調査結果を踏まえた改善策のひとつとして、2022年4月より給与水準UPを実施。そのほか、働き方の柔軟性を高めるべく育児・介護制度の拡充も行いました。

今後も継続的に調査を実施し、企業と社員との信頼醸成に繋がってまいります。

## 多様な働き方を実現する制度拡充

社員のライフステージの変化を支え、ワークライフバランスの向上を図るため、多様な働き方の実現や、長く働き続けられる環境づくりに向けた制度を設けています。今後も環境変化に応じた拡充を進めてまいります。

**ライフステージの変化を支える**

産前産後休暇、育児休業 (2歳まで)	育児短時間勤務制度 (小学校3年生修了まで)
ジョブリターン (再雇用) 制度	子の看護、介護休暇 (最大15日)

**多様な働き方**

在宅勤務・時差出勤 ※コロナ下での暫定制度	時間単位の有休取得
スマホでの勤怠管理	

**従業員の健康増進**

がん検診受診費用 無料制度	インフルエンザ 予防接種無料制度
3大疾病治療中 社員への特別休暇	

## 人事関連データ (すべて単体 嘱託・パート社員を除く)

基本データ	2020年	2021年	2022年
	3月期	3月期	3月期
従業員数 (人)	計 2,112	2,089	2,060
	男性 1,598	1,566	1,530
	女性 514	523	530
新卒採用社員数 (人)	男性 10	25	14
	女性 11	17	11
キャリア採用者数 (人)	男性 16	24	16
	女性 12	17	11
平均勤続年数 (年)	男性 19.7	20.1	20.1
	女性 13.3	13.7	14.1
女性管理職 (課長級以上) 比率 (%)	1.8	2.1	2.2
女性管理職 (係長級) 比率 (%)	5.1	5.3	6.2
総合職以上女性比率 (%)	12.3	13.0	15.4
外国人雇用数 (人) ※	44	25	25
障がい者雇用比率 (%)	2.32	2.48	2.42

※外国人技能実習生を含む

制度利用状況	2020年	2021年	2022年
	3月期	3月期	3月期
有休休暇取得率 (%)	55	50	51
育児休業取得者数 (人)	男性 25	21	25
(男性は配偶者出産休暇制度利用者)	女性 37	49	31
育休後の復職者比率 (%)	100	91.8	100
時短勤務者数 (人)	52	61	59
子の看護休暇取得者数 (人)	63	60	73
介護休暇取得者数 (人)	14	18	27

## 育成方針・研修

個人の成長が会社全体の成長に結びつくと考えているあらたでは、新入社員から管理職まで、各キャリアごとに、社員のスキルをバックアップするための多種多様な研修制

度を設けています。

また、多様な人材の活躍に向けて、研修制度拡充の検討を進めております。

### 主な研修・育成制度

管理職	新任マネージャー研修	管理職 Eラーニング	Ael E研修ナビ (全社員向け Eラーニング)	通信講座 資格取得 支援制度	
	新任チームリーダー研修				
一般社員	管理職サポート研修	キャリア研修	コンプライアンス メンタルヘルス ダイバーシティ ESG 労務管理 ITリテラシー BCP など		
	提案型研修(営業)				庫内管理・指導スキル研修(物流)
	目標設定・PDCA研修				データ分析スキル研修
	新入社員セールス研修				OJTトレーナー制度
	新入社員基礎研修				

### コロナ以降はオンラインでの研修も実施

2020年のコロナ禍以降は、Zoomを使用したオンライン上での研修を実施。機能を活用しグループワーク等を頻繁に行うことで、活発な双方向のやり取りが生まれ、効果的な教育研修に繋がっています。

今後、コロナ収束以降もオンラインの特性を活かせる研修については継続してオンラインでの実施を検討しています。



新任リーダー研修の様子

### 資格取得推奨

小売業様のご要望、ひいては消費者の皆様のニーズに応えるべく、流通業界における高度な知識や能力を身につけることや個人のスキルアップを目的として、資格取得を奨励しております。

販売士検定  
合格者数

2019年  
39名  
2020年  
28名

販売に必要な商品知識や販売技術、仕入、在庫管理、マーケティングなど高度で専門的な知識を持つ人材の育成を目指した資格

ロジスティクス  
検定  
合格者数

2019年  
38名  
2020年  
42名

ロジスティクスに関する知識を体系的に理解していることを証明する物流管理分野唯一の公的資格

日本化粧品  
検定  
合格者数

2019年  
155名  
2020年  
141名

化粧品の成分や効能、ネイルなどの美容に関する幅広い知識を身につけることができる資格

## 地域社会 すべての人に快適な生活を届ける

当社は全国に多くの拠点を有しており、地域の皆様と常日ごろから共存関係を構築し、助けあう体制を構築したいと考え、地域活動への積極的参加により地域との繋がりを強化を目指しております。

また、生活必需品を取り扱う当社にとって、事業継続計画(BCP)も重要な項目と定めております。



## 設立20周年を記念した寄付

2022年4月に設立20周年を迎えるにあたり、「地域密着型卸」として20年間の発展を支えていただいた当社拠点が所在する地域に対し、支社および本社から地方自治体などへの寄付を実施しました。

コロナ対策としてのマスク・除菌剤や、子ども・女性支援としてのおむつ・生理用品などの物品寄付を中心とし、各自治体・団体からは感謝状を授与いただきました。



### 北海道支社

札幌市 社会福祉協議会



### 東北支社

北上市・大衡村



### 首都圏支社

朝霞市・八潮市・つくば市



### 本社

そらぶちキッズキャンプ



### 関西支社

大和郡山市



### 中部支社

稲沢市・江南市



### 九州支社

福岡県・鹿児島県



### 中四国支社

岡山市・鳥取市・徳島市・安芸郡坂町



# Governance

**ガバナンス** 持続的な成長を支える強固な  
ガバナンス体制を構築する

## 会長メッセージ

### 強く、正しく、楽しい会社へ

畑中 伸介

取締役会長（取締役会 議長）



### あなたの「目指すべき姿」を支えるガバナンス体制

私は取締役会長という立場であり、取締役会の議長でもあります。私が社長執行をしながら取締役会の議長を務めていた時代よりも、今は一步引いた視点を持つようになりガバナンスの意識が一層強くなりました。現在の当社の取締役会は承認するよりも、議論することを中心に考えた運営を心がけており、非常に活性化されたものになっているという自負があります。また、監査等委員会設置会社に移行したことにより、従来よりも監督機能が明確化され、一層経営の透明性が高まりました。今後は監査等委員会、監査等委員でない取締役、指名・報酬委員会という三位一体の体制により、さらなるガバナンスの充実と経営力の強化を目指してまいります。

### 真摯にESGに取り組む

「プライム市場」への上場により、会社としての器をさらに大きくしていかななくてはなりません。中でも重要なのはESGへの真摯な取り組みです。環境や気候変動という観点でも、卸売業はその社会的意義が大きいポジティブな存在だと捉えています。卸売業はサプライチェーンの真ん中にあり、その存在によって流通を効率化できます。メーカー様と小売業様がバラバラに取引をするより、卸売業が流通を集約することで配送車両によるCO<sub>2</sub>排出量を削減できます。配送回数、返品数、廃棄物などを意識し、環境配慮のアクションを起こし続けることで、サプライチェーンの課題解決や地球環境への貢献に繋がっていききたいと思います。

### 女性活躍の推進

当社の正社員の男女比率は10年後には6対4になるとの試算もある中、現状の女性管理職の比率は低く、大きな課題だと認識しています。女性社員の話を聞いてみると「私はリーダーに向いていない」「そのような資質はない」と口にする方が少なくありません。従来の男性中心の組織のリーダー像のイメージが刷り込まれていることが原因だと思います。カリスマ性がある、有無を言わず即断即決ができる、先頭に立って部下を率いるなどのイメージです。ですが、こうした上位下達のコマンド・アンド・コントロール型のリーダーシップは今後影を潜めていくのではないのでしょうか。今後求められるリーダーの資質は「エンパワーメント」「メンバーを元気づける力」「組織デザインや社内調整」「部下への報奨やフィードバック」「外向性」「グローバルな視点」「粘り強さ」「心の知能指数」だと言われています。そして、こういった要件は女性が満たすことが多いという調査結果があることが、私の心を動かししました。また、この議論は多様性にも繋がります。取締役会や経営会議に限らず、グループに女性や外国人、若い世代が一人でも加わるだけで新たな視点や知見が混ざり、議論の幅と深さが増していくものだと考えています。

### 次世代経営者の育成

2021年6月より次世代の経営者を育てる意図で40代、50代の人材から複数名を取締役に加えました。社内の幹部だけが集まる経営会議に比べて、金融、商社、IT、法律、会計などに精通した社外取締役から活発な意見や質問が出る取締役会は、経営者を育成する訓練の場としても最適です。同様に次世代の経営者を発掘し育成する目的で、一定以上の職位にある社員には任意の指名・報酬委員会メンバーによる面談を実施しています。面談ではテーマを設けて議論しその内容を社外取締役が評価しますが、

社内の幹部と社外取締役では質問内容や評価ポイントが違います。こうした社外取締役の考え方に接することで幅広い見識を持つことになり、自己啓発に繋がり、次世代の経営者候補に刺激を与える機会となっています。

### 人と社会と地球に 優しい会社であるために

優しくあるためには企業は強くなければなりません。強さは稼ぐ力のことです。利益が出るということはそれだけ付加価値を提供している証拠ですから、会社は利益に貪欲でなければなりません。但し正しい手法でなければその成果に意味はありません。正しいやり方で持続的に利潤を得ることが尊いのです。企業風土も大切です。ハラスメントや差別がなく、社員が意欲的に働ける楽しい職場であることが活動の前提条件です。人にも社会にも地球にも優しい会社を目標とするならば、強さと正しさと楽しさはどれが欠けても成立しないと思うのです。

あらたは2022年4月で設立20周年を迎えました。流通経済の一翼を担い、「永遠に世の中のお役に立ち続ける」という経営理念のもと、全国各地域の有力卸がその歴史と伝統をひとつに結集しここまで成長してまいりました。20年の歳月は短いとも言えますが、数多くの貴重な経験をさせていただきました。それらを知恵として次の成長に活かしていきたいと思えます。

コロナ禍のような危機において、取扱商品が生活必需品である我々の仕事は社会において欠くことができないとあらためて痛感いたしました。社員も当社の社会的な存在意義を再認識したのではないのでしょうか。どんな時代や状況にあっても、我々が担っている役割は社会のインフラや生活の基盤になるものです。これからも誇りをもって事業に臨みたいと思えます。

ステークホルダーの皆様には、今後とも変わらぬご支援とご指導を賜りますようお願い申し上げます。

# 役員紹介 (2022年6月27日現在)

## 取締役



はたなか のぶゆき  
**畑中 伸介**  
取締役会長  
取締役会 議長  
指名・報酬委員長

12/12

2007年より代表取締役社長執行役員として経営を担い、事業拡大・業績拡大を図り、現在の成長軌道へ牽引。2017年より代表取締役会長CEOとしてあらたグループ全体を統括し、2019年からは取締役会長としてあらたグループ全体の方向性を示すとともに、任意の指名・報酬委員会の議長として、社外役員の意見を踏まえた審議の検討をリード。



すずき よういち  
**鈴木 洋一**  
取締役副会長  
グループ事業官掌 兼  
グループDX推進委員長

12/12

2007年より代表取締役として管理部門・経営企画部門・システム部門などの経営基盤強化や、CSR活動体制強化、IR活動、DXによる事業構造の改革推進に注力。2022年4月からは取締役副会長として当社グループ全体の事業を管掌する役割を担い、グループ全体の生産性向上、シナジー効果の拡大を目指すとともに、ガバナンス体制強化を推進。



すずき ひろあき  
**須崎 裕明**  
代表取締役  
社長執行役員  
ESG委員長

12/12

営業部門や商品部門に携わり、幅広い業務経験と知識を有し、2017年より代表取締役社長執行役員として、当社経営を牽引。着実な実績および成果を出し、2018年3月期をスタートとした前中期経営計画の目標達成に貢献。また現在は長期経営ビジョン2030を策定し、達成に向け中期経営計画2023を推進。



いしい ひでお  
**石井 秀雄**  
社外取締役

12/12

日本インバスター・ソリューション・アンド・テクノロジー(株)において取締役社長として企業経営全般を統括した経験を有し、2018年より当社社外取締役に就任。当社の経営に対しても客観的な視点で適切な業務執行に関する判断・指摘を行う。



いわさき あきら  
**岩崎 明**  
社外取締役

12/12

金融やシステム関連等の複数企業において、事務執行役員およびCIOを務めるなど経営全般およびシステム・IT技術に関する豊富な知識・経験を有し、当社の経営およびシステム部門に対しても客観的な視点で適切な業務執行に関する判断・指摘を行う。2020年より当社社外取締役に就任。



なす ゆうじ  
**那須 雄次**  
社外取締役

新任

住友商事グループ会社で代表取締役社長を務める等、高度な専門知識と企業経営全般を統括された経験を有する。当社の経営に対し、客観的な視点で適切な業務執行に関する判断・指摘を期待し、2022年6月に当社社外取締役に就任。

## 監査等委員である取締役



おもて としゆき  
**表 利行**  
取締役  
副社長執行役員  
営業本部長

12/12

営業部門で要職を歴任し、2010年より執行役員営業本部広域量販部長として当社の営業を強化し、業績拡大の一翼を担う。現在は取締役副社長執行役員営業本部長として、これまで同様営業力強化による業績拡大・利益拡大に向けた戦略に注力。



ふりよし たかひろ  
**振吉 高広**  
取締役  
常務執行役員  
経営戦略本部長 兼  
事業開発部長

12/12

営業部門に携わり、流通の営業現場に精通した専門的な知識を有し、2015年より営業本部長として、2017年からは取締役常務執行役員事業開発本部長として、次世代の経営の柱となる新規事業の開発や海外事業の成長に取り組む。2022年より経営戦略本部長として長期経営ビジョン2030の達成に向けた施策を推進。



うりゆう よしろう  
**瓜生 善郎**  
取締役  
常務執行役員  
管理統括本部長 兼  
人事本部長

12/12

営業部門や経営企画部門に携わり、幅広い業務経験と知識を有し、2016年より九州支社長として支社経営に、2019年には経営戦略本部長として長期経営ビジョンの策定に携わる。現在は、取締役常務執行役員管理統括本部長兼人事本部長として、将来の当社を担う人材の育成に取り組む。



いとう みきひさ  
**伊藤 幹久**  
取締役  
監査等委員(常勤)

12/12 10/10 2/2

取締役常務執行役員九州支社長、営業副本部長、海外事業部長として営業および管理全般を統括、2018年より監査役として子会社の管掌を担い、当社グループ全体の業務全般に関する知見を有し、経営全般の監視と適正な監査の実現に貢献。2021年6月より監査等委員である取締役に就任。



ひらみつ さとし  
**平光 聡**  
社外取締役  
監査等委員

12/12 10/10 2/2

公認会計士としての高い専門的な知識を有し、2012年より当社社外監査役として経営全般の監視と適正な監査の実現に貢献。2021年6月より監査等委員である取締役に就任。



さかもと ともこ  
**坂本 倫子**  
社外取締役  
監査等委員

12/12 10/10 2/2

弁護士としての豊富な経験と企業法務に関する高い見識を活かし、独立した立場から当社の経営を監視・監査。2020年より当社社外監査役、2021年6月より監査等委員である取締役に就任。

## 執行役員



はたなか ひでたか  
**畑中 秀太**  
取締役  
常務執行役員  
商品本部長 兼  
商品部長

12/12

営業部門や商品部門に携わり、幅広い業務経験と知識を有し、2015年より関西支社長として業績拡大の一翼を担う。2018年より執行役員商品本部長として、2021年からは取締役常務執行役員商品本部長として、当社の要である魅力的な商品の取り扱い充実に取り組む。



みずの あきひと  
**水野 昭人**  
取締役  
ジャバル(株)  
代表取締役社長

12/12

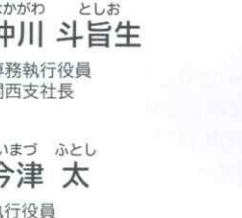
2016年よりペット専門卸売業の最大手である当社子会社ジャバル(株)の代表取締役社長に就任し、ジャバル(株)の業績拡大・業界における地位向上の一翼を担う。2020年より当社取締役に就任。



あおき よしひさ  
**青木 芳久**  
社外取締役

12/12

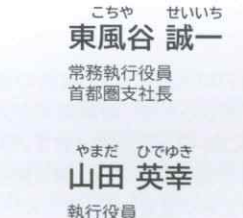
伊藤忠商事(株)の食料カンパニーにおいて代表取締役を務め、グローバルな企業経営における豊富な経験および高い見識を有し、2017年より当社社外取締役に就任。経営全般に関する的確な助言を行い、コーポレート・ガバナンス強化にも取り組む。



なかがわ としお  
**仲川 斗旨生**  
専務執行役員  
関西支社長

12/12 10/10 2/2

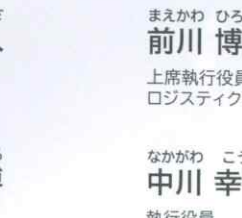
伊藤忠商事(株)の食料カンパニーにおいて代表取締役を務め、グローバルな企業経営における豊富な経験および高い見識を有し、2017年より当社社外取締役に就任。経営全般に関する的確な助言を行い、コーポレート・ガバナンス強化にも取り組む。



とみや せいいち  
**東風谷 誠一**  
常務執行役員  
首都圏支社長

12/12 10/10 2/2

伊藤忠商事(株)の食料カンパニーにおいて代表取締役を務め、グローバルな企業経営における豊富な経験および高い見識を有し、2017年より当社社外取締役に就任。経営全般に関する的確な助言を行い、コーポレート・ガバナンス強化にも取り組む。



もりしま よしひさ  
**森島 義久**  
上席執行役員  
中部支社長

12/12 10/10 2/2

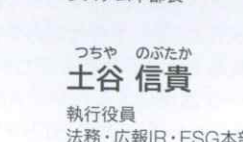
伊藤忠商事(株)の食料カンパニーにおいて代表取締役を務め、グローバルな企業経営における豊富な経験および高い見識を有し、2017年より当社社外取締役に就任。経営全般に関する的確な助言を行い、コーポレート・ガバナンス強化にも取り組む。



いざき しろう  
**井崎 七郎**  
執行役員  
関西支社 物流統括部長

12/12 10/10 2/2

伊藤忠商事(株)の食料カンパニーにおいて代表取締役を務め、グローバルな企業経営における豊富な経験および高い見識を有し、2017年より当社社外取締役に就任。経営全般に関する的確な助言を行い、コーポレート・ガバナンス強化にも取り組む。



やまだ ひでゆき  
**山田 英幸**  
執行役員  
システム本部長

12/12 10/10 2/2

伊藤忠商事(株)の食料カンパニーにおいて代表取締役を務め、グローバルな企業経営における豊富な経験および高い見識を有し、2017年より当社社外取締役に就任。経営全般に関する的確な助言を行い、コーポレート・ガバナンス強化にも取り組む。



たなか ひでひろ  
**田中英博**  
執行役員  
経営戦略本部  
海外事業部長

12/12 10/10 2/2

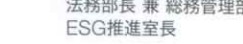
伊藤忠商事(株)の食料カンパニーにおいて代表取締役を務め、グローバルな企業経営における豊富な経験および高い見識を有し、2017年より当社社外取締役に就任。経営全般に関する的確な助言を行い、コーポレート・ガバナンス強化にも取り組む。



ちば たくや  
**千葉 卓也**  
執行役員  
東北支社長

12/12 10/10 2/2

伊藤忠商事(株)の食料カンパニーにおいて代表取締役を務め、グローバルな企業経営における豊富な経験および高い見識を有し、2017年より当社社外取締役に就任。経営全般に関する的確な助言を行い、コーポレート・ガバナンス強化にも取り組む。



つちや のぶたか  
**土谷 信貴**  
執行役員  
法務・広報IR・ESG本部長 兼  
法務部長 兼 総務管理部長 兼  
ESG推進室長

12/12 10/10 2/2

伊藤忠商事(株)の食料カンパニーにおいて代表取締役を務め、グローバルな企業経営における豊富な経験および高い見識を有し、2017年より当社社外取締役に就任。経営全般に関する的確な助言を行い、コーポレート・ガバナンス強化にも取り組む。

## 社外取締役メッセージ



青木 芳久  
社外取締役

社外取締役に就任させていただいてから5年になりますが、その間当社の業績は経営陣と社員の努力により2017年3月期の経常利益約78億円から2022年3月期には137億円まで、約1.75倍の収益力強化が図られ、年間経常利益100億円前後の収益基盤が備わってきました。会社の努力に加え、ステークホルダーの皆様のご支援を頂いたおかげでございますが、得意先様、メーカー様からも評価が得られるようになってまいりました。

しかしこれで満足することなく、これからのあらたをどのように発展させていくかを考えるのが今後の課題であります。そして今、2030年に向けてどのような会社に変革しステークホルダーの皆様の期待に応えていくか、全社を挙げて取り組んでおります。経営陣、社員の皆さんがいかに真剣にこの課題に取り組み、結果を出していくかがポイントであると私は考えております。

社外取締役として取り組んでいくことは、取締役の執行状況を監督することはもとより、企業の発展に対する助言、協力が重要な役割だと思っております。

あらたの発展を達成するためには、先ずは人材の育成が最重要課題であると思っております。このような世界的な気候変動、国際関係の変化の中で時代は変わりつつありますが、これからは「変化を恐れずに決断できる人材」が必要で、ゼロから有を生む創造力・構想力を持つ人材の育成が急務であると考えます。私も微力ながら社員研修等にも参画し、人材育成のお手伝いを行っておりますが、早く多くの多様な人材が育ち、会社の発展を支えていけるようになることを期待してやみません。

お客様のニーズに対応するための品揃えの充実、高効率な物流システムの構築、アジア圏をターゲットとした海外事業の拡充など、当社は将来を展望した多様な取り組みを行っております。これらの諸施策を着実かつ確に実行していくことができれば、確実に大きな成長を遂げることができるはずです。

私は、当社のそうした取り組みについて、十分な側面サポートをしたいと思っております。取締役会では、数多くの成長に向けた投資案件などが審議されますが、適正な判断がなされるよう、銀行での実務経験や、企業経営で得た知見に基づき適切な助言を行っていきたくと考えております。

また、成長にはそれを支える人材の育成が不可欠です。当社では、社外取締役を中心とする指名・報酬委員会において、若手の経営者や次世代の幹部候補者を対象に、育成面談を行っております。この育成面談などを通じてこれらの人の成長に資するよう、外部の人間の物の見方や考え方を、できる限り発信していきたいと考えております。



石井 秀雄  
社外取締役



岩崎 明  
社外取締役

あらたは生活必需品の卸商社として、複数の合併を経ながらもひとつの会社として統合され大きく着実に成長を遂げてきましたが、事業環境が大きく変化していく中で、将来を見据えて次の一手が問われるタイミングに来ていると思います。昨年、長期経営ビジョン2030を策定し、メーカー様と小売業様および顧客の間に立って、両側を熟知しご支援できる立ち位置にいる当社は、益々その活躍の場が広がると考えています。

その中で、私が注力したい点は、DX（デジタルトランスフォーメーション）です。会社が大きくなり、さらに成長を遂げていくためには、その仕組みや仕事の仕方の変革、およびデジタル人材育成が大きな柱となります。事業変革を支える基盤が新しいシステムになります。生産性の向上・コミュニケーション基盤の確立・データ活用によるビジネス拡大、など貢献できるところはたくさんあります。私は、これまでの経験を活かしてこの取り組みを支援していきたいと考えています。



平光 聡  
社外取締役  
監査等委員

当社は2021年6月の定時株主総会において、監査等委員会設置会社への移行を決議しました。その目的は、業務執行の現場レベルへの権限移譲を進めるとともに、取締役会のモニタリング機能の強化を図ることにありました。

移行から1年が経過しましたが、取締役会での議論は従前よりも活発化し、その成果として、会社のリスクヘッジに繋がる有用な結論を導き出すことができたケースもあります。私自身も、監査役としての立場から、取締役会の議決権を有している立場となり、より一層の緊張感をもって取締役会に臨んでおります。

当社の事業の性質上、継続的に設備投資や投融資が必要になり、当社の成長に繋がるチャンスとリスクを正しく理解・判断することの重要性を実感しておりますので、社外取締役監査等委員の役割として、どのような案件であっても十分な情報に基き判断ができるような仕組みづくりへの関与・提言を心がけております。



那須 雄次  
社外取締役（新任）

1980年に住友商事に入社し、40年間機電関連の国内、輸出入ビジネスに携わりました。その間6年間のドイツ駐在、海外事業会社設立等を経験しました。直近の10年間は、東名阪の地域会社が合併した住友商事マシネックスの設立から経営に携わり、社長を6年間務めました。

この経験と知見を基に、あらたの持続的成長、企業価値の向上を目的として、5年後10年後に支えていく社員の皆さんがさらに生き生きと活躍できる会社となるよう、提言等を通じて努めてまいります。

監査等委員会設置会社に移行したのと同様に、社内取締役が増員したということもあり、取締役会では、社内取締役・社外取締役にかけかわらず多くの発言がされ、より活発な議論がなされるようになりました。取締役会の運営の点でも、監査等委員ほか各取締役の意見を踏まえて、継続的に改善・工夫の取り組みがなされており、審議にメリハリが付けられ、中長期的な事業戦略等を審議する機会が増え、建設的な議論が多くなされるようになってきたと感じています。

監査等委員である社外取締役としての私自身の役割については、弁護士であることから、ガバナンス、コンプライアンス、リスク管理といった点を中心に監査を行うことはもちろん、女性活躍の推進といった点でも積極的に意見を述べていくことができればと思っております。



坂本 倫子  
社外取締役  
監査等委員

## コーポレート・ガバナンス

### 基本的な考え方

当社グループでは、卸商社として流通経済の一翼を担い、産業社会・地域社会に貢献することを念願に、全国各地の有力な卸企業各社が長年の歴史と伝統をひとつに集結した会社であります。したがって、我々はこの設立の精神を基に旺盛なるフロンティア精神で事にあたり、常に和親協調・相互信頼・謙虚なるをもって身上とし、「世の中のお役に立ち続ける」ための努力を続けてゆかなければならないという経営理念のもと、「美と健康、清潔で快適な生活を創造する」を経営ビジョンとして、代替できない優れた卸機能を有した企業になることで社会に貢献し続け、積極的な事業を展開してまいります。

当社が考える企業価値の向上とは、継続的な事業活動を通じて業績の向上を図ることではありますが、その上でステークホルダーに対する様々な責任の遂行を行うことが求

められることと考えております。特に企業としては投資家、社員、取引先などに会社の活動を適時に開示し、その経営の透明性を高めることが重要であります。この考え方を踏まえ、2021年6月に監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へ移行いたしました。

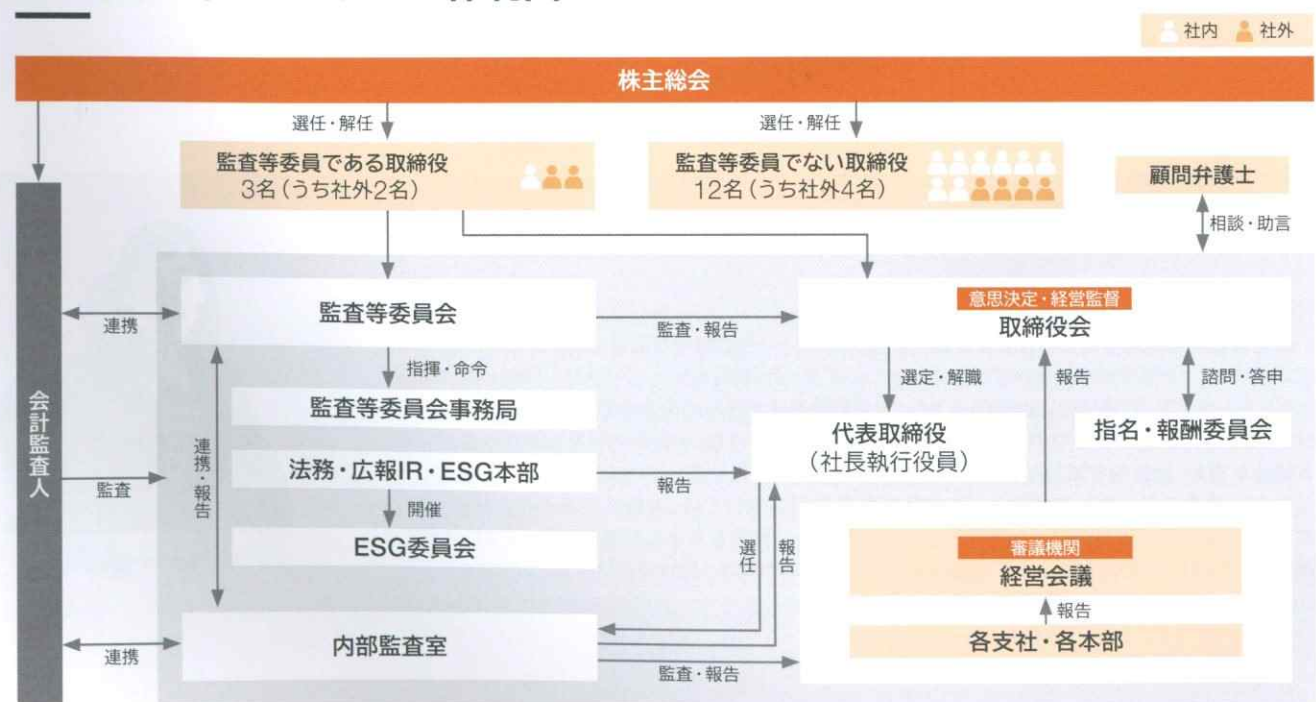
企業活動を行う上で、業績の向上と同様にコンプライアンス、環境対策、人権の尊重などの社会的責任（CSR）を果たすことも重要なことと認識しており、これら利害関係者による当社グループの経営監視機能は、取締役会および監査等委員会であると考えております。

企業の健全で持続的な成長を確保することが監査等委員である取締役の役割とし、社会的信頼に応える良質な企業統治体制の確立を目指し、さらなる監督機能の強化を図る体制を構築いたします。

### ガバナンス強化の変遷



### コーポレート・ガバナンス体制図



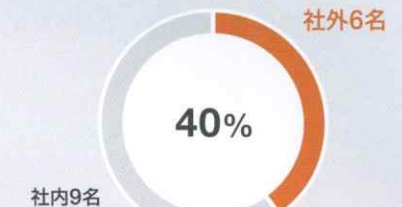
## コーポレート・ガバナンス体制

### 取締役会

取締役会は、原則1ヶ月に1回開催しています。法令で定められた事項のほか、経営に関する重要事項の決定や業務執行の監督を行います。

取締役会として、各取締役に期待する専門性および経験として、以下の通りスキルマトリックスに表しています。

### 独立社外取締役比率



2022年3月期 開催回数 12回

- 取締役会の特長
- 議長は執行役員を兼務しない
  - 社外取締役比率が40%
  - 社外取締役全員が独立役員

### スキルマトリックス

スキル	スキルの説明
経営	企業の代表者として企業経営に携わった経験およびスキル
財務会計	経営視点での財務・会計の知識を有する/金融系企業の経験/公認会計士資格を有する
マーケティング・営業	当社のコア事業である、化粧品・日用品における仕入や販売等のマーケティングの知見、卸としての営業に係るスキル
人事・労務	企業価値創造の源泉である「人財」のマネジメントスキル、内部統制のスキル
戦略立案	当社事業に係る商品戦略、ロジスティクス戦略、IT・システム戦略などの立案スキル
SDGs・ESG	サステナビリティ思考に基づき、ESGを推進するスキル
コンプライアンス・法務	法的観点から経営を監督するスキル/弁護士資格を有する
グローバル	グローバル視点で経営を捉えるスキル/海外事業経営の経験を有する

氏名	独立社外	地位	スキル									
			経営	財務会計	マーケティング・営業	人事・労務	戦略立案	SDGs・ESG	コンプライアンス・法務	グローバル		
畑中 伸介		取締役会長	●			●	●					●
鈴木 洋一		取締役副会長	●	●		●	●	●	●			●
須崎 裕明		代表取締役社長執行役員	●		●	●	●	●	●			●
表 利行		取締役副社長執行役員			●	●	●	●	●			●
振吉 高広		取締役常務執行役員	■		●	●	●	●	●			●
瓜生 善郎		取締役常務執行役員		■	●	●	●	●	●			●
畑中 秀太		取締役常務執行役員		●	●	●	●	●	■			●
水野 昭人		取締役	●		●	●	●	●	●			●
青木 芳久	●	社外取締役	●			●	●	●	●			●
石井 英雄	●	社外取締役	●	●		●	●	●	●			●
岩崎 明	●	社外取締役	●			●	●	●	●			●
那須 雄次	●	社外取締役	●			●	●	●	●			●
伊藤 幹久		取締役 監査等委員	●		●	●	●	●	●			●
平光 聡	●	社外取締役 監査等委員		●		●	●	●	●			●
坂本 倫子	●	社外取締役 監査等委員				●	●	●	●			●

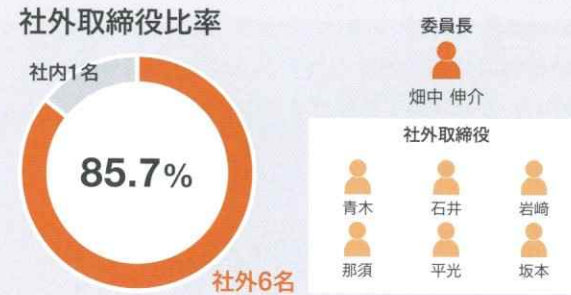
● 既に有しているスキル・経験 ■ 今後期待するスキル



## コーポレート・ガバナンス

### 指名・報酬委員会

取締役等の指名や報酬等に関する意思決定に際して、社外取締役の関与・助言の機会を適切に確保し、独立性・客観性と説明責任を強化し、コーポレート・ガバナンス体制の一層の充実を図るため、取締役会の任意の諮問機関として、「指名・報酬委員会」を設置しております。



- 指名・報酬委員会の特長
- 委員長は執行役員を兼務しない
  - 社外取締役比率が85.7%
  - 社外取締役全員が独立役員

2022年3月期 開催回数 **8** 回

### 指名・報酬委員会の役割

- (1) 株主総会に付議する取締役の選任・解任議案に関する事項
- (2) 取締役会に付議する代表取締役および役付取締役の選定・解職に関する事項
- (3) 取締役会に付議する執行役員の選任および解職に関する事項
- (4) 株主総会に付議する取締役の報酬議案に関する事項
- (5) 取締役会に付議する取締役（監査等委員を除く）の個人別の報酬等の内容の決定方針に関する事項
- (6) 取締役（監査等委員を除く）の個人別の報酬等の内容に関する事項（※代表取締役社長の諮問に応じて代表取締役社長に対して答申を行う）
- (7) 執行役員の報酬に関する事項
- (8) 後継者計画・育成に関する事項
- (9) 女性管理職育成に関する事項
- (10) 前各号のほか、あらたグループ各社の経営上重要事項で、取締役会が必要と認めた事項

### 委員会活動：幹部面談

指名・報酬委員会の役割の中でも重要と認識している後継者計画（育成）について、経営幹部24名に対し、グループ面談を2021年11月に2日間に分けて実施。委員である社外取締役を中心に、各グループに対して、経営者視点に立った社会的課題・経営課題等の質問を行い、グループ討議形式で開催しました。

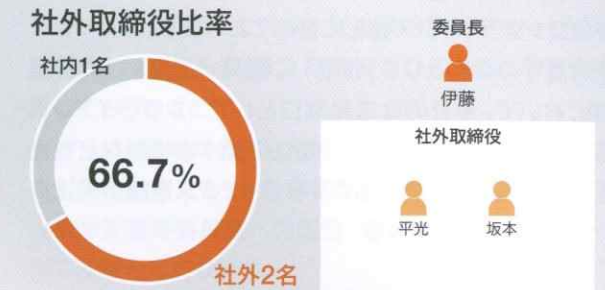
また、個別にフィードバック面談を行い、後継者候補の発掘・育成に主眼を置いた手法にて実施しております。

### 面談テーマ（一部抜粋）

- 1 ダイバーシティへの取り組みについて
- 2 部下の評価とそれを通じた育成について
- 3 今後の環境変化（グローバル化、日本経済、業界動向、テクノロジーの進展等）とあらたの強み・弱みを踏まえた経営戦略について
- 4 リーダーに求められる資質とそれを踏まえた自身の自己研鑽について

### 監査等委員会

監査等委員会は、原則1ヶ月に1回以上開催し、監査等委員全員が取締役会に出席し、経営状態および業務の遂行について監査しております。また、常勤監査等委員を中心として経営会議などの重要会議にも出席するとともに、内部監査室による業務監査報告を受けて課題を共有するなど、業務執行への適正性についても監査できる体制としております。



2022年3月期 開催回数 監査役会 **2** 回 監査等委員会 **10** 回  
※2021年6月 監査等委員会へ移行のため

### 取締役会 実効性評価

コーポレート・ガバナンスを有効に機能させるため、取締役会の実効性評価を2019年より実施しています。

2022年の実効性評価の回答結果から、以下の改善項目を今後実施することとしました。

#### 改善項目

- ・投資案件および戦略の上程資料の充実化
- ・取締役会における投資案件および戦略のモニタリング強化

この改善策は、監査等委員会の気付き事項の一つでもあり、実効性評価の活用と、監査等委員の監督機能発揮の両面において、ガバナンス体制強化に繋がっております。

### 政策保有株式

区分	2019年 3月期	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期
銘柄数（銘柄）	104	101	97	97
うち上場会社の銘柄数（銘柄）	64	62	58	58
貸借対照表計上額の合計額（百万円）	9,195	8,410	9,895	8,911
うち上場会社の合計額（百万円）	9,039	8,260	9,715	7,932
連結純資産に対する比率（%）	11.42	10.15	10.87	9.27

### 役員報酬（2022年3月期）

取締役（社外取締役を除く）の報酬水準は、持続的な成長に向けた健全なインセンティブとして機能することを方針とし、指名・報酬委員会にて討議することとしており、外部環境や上場企業の類似業種から同規模程度の企業数社を参考としております。

役員区分	対象となる 役員の員数（人）	報酬等の総額 （百万円）	報酬等の種類別の総額（百万円）		
			基本報酬	業績連動賞与	役員株式給付信託引当金
取締役（うち社外取締役）	10（3）	315（24）	222（24）	-	92（-）
監査等委員である取締役（うち社外取締役）	3（2）	19（9）	19（9）	-	-
監査役（うち社外監査役）	4（2）	9（3）	9（3）	-	-
合計（うち社外取締役）	17（7）	344（36）	251（36）	-	92（-）

※ 2021年6月に監査役会設置会社から監査等委員会設置会社に移行

## コンプライアンス

当社はコンプライアンスについて、「あらた企業行動指針」の中で、法令遵守に対する姿勢を提示し、グループ全体でのコンプライアンス強化に努めております。

法令遵守の体制として、法務・広報IR・ESG本部内の法務部において、全社的な法務窓口としてコンプライアンス研修の実施や契約書チェック、業法に関する相談などを通じ組織横断的な活動によるコンプライアンス意識の向上を

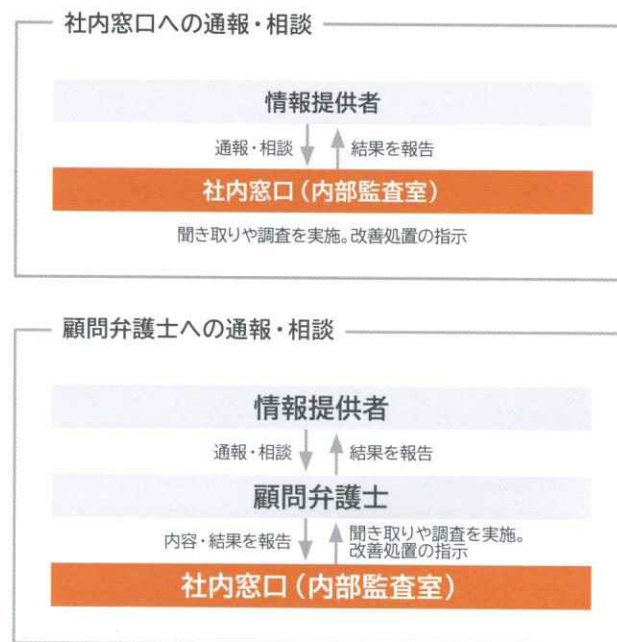
推進しております。

また、コンプライアンスに関する通報制度として社内にはホットラインを、社外にはコンプライアンスカウンターを設置し、組織的または個人的な法令違反行為の相談・通報による不正行為の早期発見と是正を図り、コンプライアンス経営の強化を図っております。

### あらた企業行動指針「法令遵守に対する姿勢」

- 1 私たちは、企業倫理と経営の健全性の重要性を認識し、迅速かつ正確で幅広い情報開示に努め、経営の透明性を高めていきます。
- 2 私たちは、日常業務を遂行するに当たっては会社法、金融商品取引法等関係法令を遵守し健全な企業経営を行ってまいります。
- 3 私たちは、法に準拠して会計処理を行い、粉飾決算等の非社会的行為は行いません。
- 4 私たちは、会社と不当な取引をして個人的な利益を得る行為は行いません。
- 5 私たちは、会社と同様の業種の仕事を社外で行いません。
- 6 私たちは、反社会的勢力による不当要求行為に対しては、毅然とした態度で対応し、取引その他一切の関係を持ちません。

### あらたホットラインの仕組み

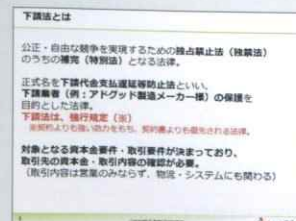


### 社員のコンプライアンス意識向上の取り組み

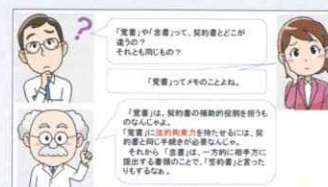
事業活動に関連する法令を遵守するための社内講習を、法務部を中心に継続的に実施しています。法令改正時には各種会議体での説明や、全社員に資料を発

信する等により、常にコンプライアンス意識の向上、浸透・徹底を図っています。

2021年～  
営業社員研修において下請法など関係する法律や契約の基礎知識の講習を実施。



2022年～  
社員が企業法務の基礎知識を楽しく学べるコンテンツ「法務ティーチャー」を定期発信。



## リスクマネジメント

当社は、企業価値の維持・向上と財務健全性を目的として、企業として事業を行う上での様々なリスクを把握し、特に当社の財務状況や社会的信頼に影響を与えるようなリスクについてはグループ全体で把握することに努めております。

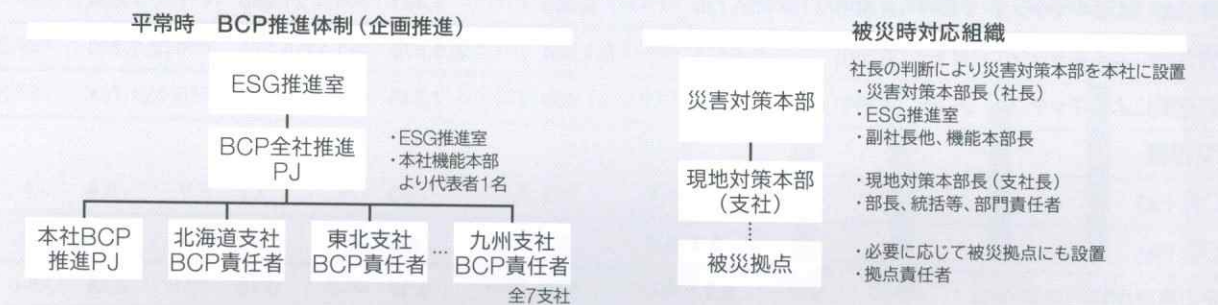
当社リスクとしては、毎月開催している経営会議において、本社・支社の業務遂行内容と業績の報告や目標達成状況の確認を行うと同時に、コンプライアンス状況のチェックを行い、不正やリスクの防止を行っております。

また、グループ全体のリスクについては、法務・広報IR・ESG本部や内部監査室がグループ各企業と連携を取ってリスク管理を行うとともに、当社取締役がグループ会社の取締役・監査役を兼務し、取締役会などにおいて情報を収集しております。

さらに、有事が発生した場合には、代表取締役を長とする対策本部を立ち上げ、事実関係の調査を行い、当社取締役会や監査等委員会への報告・審議を適時・適切に行う体制を整備しております。

### 事業継続計画 (BCP) について

地震や台風などの自然災害やパンデミックなど、甚大な被害をもたらす危機が発生した場合、人命の安全と卸商社としての社会的使命を果たすため、事業継続計画 (BCP) を策定し、毎年強化・刷新しております。



#### BCP代替物流

災害や感染症のクラスター等の影響で1拠点が出荷不能になった場合を想定し、全物流センターの代替物流網を構築。

#### 台風・水害への対応

- ハザードマップ確認により全センター・オフィスの被災リスクを評価
- 被災リスク評価に基づき、行動対策や備蓄品を準備
- あらた防災の日 (当社防災活動) にて、被災時対応の検討



#### パンデミックへの対応

- 対策本部を設置し、全拠点に予防対策の徹底を指示
- 「感染予防・拡大防止行動基準」を定め、行動フローを周知徹底
- 対応品の設置および備蓄指示 (体温計、マスク、手指消毒アルコール、ビニール手袋、フェイスガード、防護服、等)
- 検温指示、手指消毒アルコールの設置、来訪者記録管理
- 3密を避けるための職場環境改善
- 感染リスクを避けるために時差出勤、テレワーク、Web会議の推進や会合の自粛

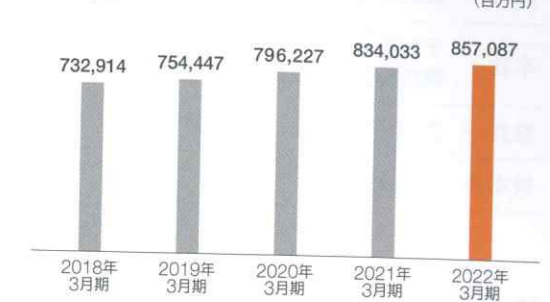


新型コロナウイルス 感染予防・拡大防止行動基準

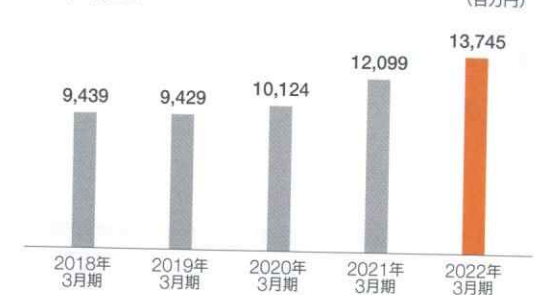
財務サマリー

	2012年3月期	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
<b>経営成績</b>											
売上高 (百万円)	606,705	616,327	651,954	638,792	676,743	704,610	732,914	754,447	796,227	834,033	857,087
営業利益 (百万円)	4,174	3,726	4,472	2,461	5,699	7,384	8,857	8,892	9,326	11,521	12,743
売上高営業利益率 (%)	0.7	0.6	0.7	0.4	0.8	1.0	1.2	1.2	1.2	1.4	1.5
経常利益 (百万円)	3,915	3,605	4,388	2,469	5,811	7,842	9,439	9,429	10,124	12,099	13,745
経常利益率 (%)	0.6	0.6	0.7	0.4	0.9	1.1	1.3	1.2	1.3	1.5	1.6
親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	1,628	1,768	2,435	1,124	3,244	4,863	6,361	6,903	7,191	8,200	9,009
当期純利益率 (%)	0.3	0.3	0.4	0.2	0.5	0.7	0.9	0.9	0.9	1.0	1.1
<b>財政状態</b>											
総資産 (百万円)	202,506	206,699	221,202	211,840	219,689	222,974	243,698	243,614	249,712	255,455	271,315
純資産 (百万円)	47,324	49,044	51,041	53,911	55,941	59,613	71,472	80,515	82,901	91,017	96,172
自己資本比率 (%)	23.4	23.7	23.1	25.4	25.5	26.7	29.3	33.0	33.2	35.6	35.4
D/Eレシオ (倍)	1.5	1.4	1.5	1.2	1.1	0.9	0.7	0.5	0.5	0.4	0.4
<b>キャッシュ・フロー</b>											
営業活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△720	9,959	1,481	21,955	7,594	12,637	11,649	9,513	5,262	14,071	6,545
投資活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△4,575	△4,054	△5,878	△6,775	△3,360	△3,155	△2,924	△880	△2,742	△5,157	△7,205
財務活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	5,257	△7,699	7,246	△13,990	△1,791	△9,948	△4,501	△6,678	△3,833	△5,828	△911
<b>経営指標</b>											
ROA (%)	1.9	1.7	2.0	1.2	2.6	3.5	4.0	3.9	4.1	4.8	5.2
ROE (%)	3.4	3.6	4.8	2.1	5.9	8.4	9.7	9.1	8.8	9.4	9.6
売上高当期純利益率 (%)	0.27	0.29	0.37	0.18	0.48	0.69	0.87	0.91	0.90	0.98	1.05
総資産回転率 (%)	3.00	2.98	2.95	3.02	3.08	3.16	3.01	3.10	3.19	3.26	3.16
財務レバレッジ (%)	4.28	4.22	4.34	3.93	3.93	3.74	3.41	3.03	3.01	2.81	2.82
人件費 (百万円)	29,511	28,453	28,584	27,631	28,902	29,135	29,836	29,685	30,909	32,329	32,168
人件費売上高比率 (%)	4.9	4.6	4.4	4.3	4.3	4.1	4.1	3.9	3.9	3.9	3.8
荷造発送費 (百万円)	17,345	14,848	15,776	16,012	17,572	17,888	18,834	20,255	21,965	22,337	22,922
荷造発送費売上高比率 (%)	2.9	2.4	2.4	2.5	2.6	2.5	2.6	2.7	2.8	2.7	2.7
<b>設備投資状況</b>											
設備投資額 (百万円)	4,548	4,931	7,809	7,943	3,845	4,383	6,828	3,325	4,988	5,525	7,353
減価償却費 (百万円)	3,348	3,631	3,975	4,317	4,526	4,452	4,353	4,455	4,281	4,290	4,522
<b>1株当たり情報</b>											
配当金 (円)	40	40	50	50	55	65	75	80	85	95	121
配当性向 (%)	38.2	34.9	31.6	68.5	26.1	19.6	18.8	20.1	20.6	19.8	22.9
EPS (1株当たり利益) (円)	21.12	22.93	31.60	72.96	210.43	330.95	399.12	397.71	413.03	480.58	527.63
BPS (1株当たり純資産) (円)	613.56	635.91	661.84	3,496.31	3,627.53	4,054.51	4,285.43	4,546.87	4,861.37	5,332.81	5,631.37
従業員数 (人)	2,977	2,960	2,924	2,917	2,914	2,926	3,023	3,016	2,984	2,997	2,972

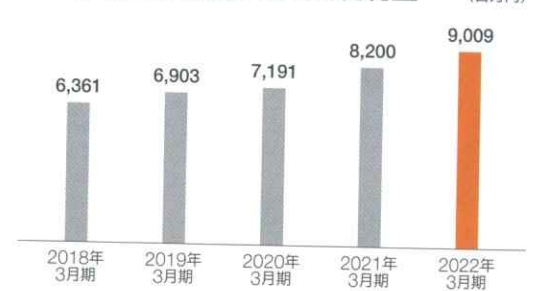
売上高



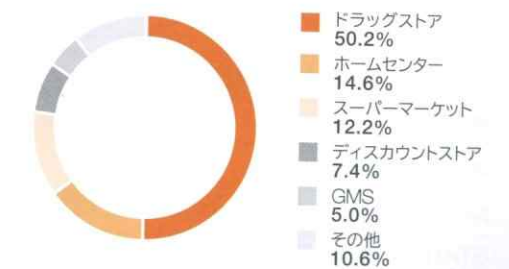
経常利益



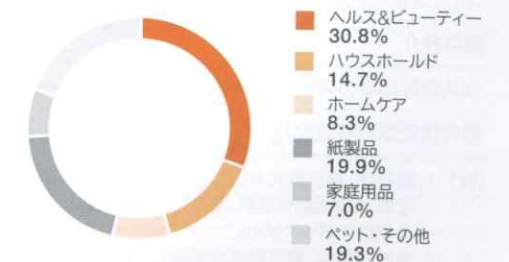
親会社株主に帰属する当期純利益



業態別売上高構成比 (2022年3月期)



カテゴリー別売上高構成比 (2022年3月期)



※2022年3月期の各数値については、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しております。

会社概要 (2022年3月期)

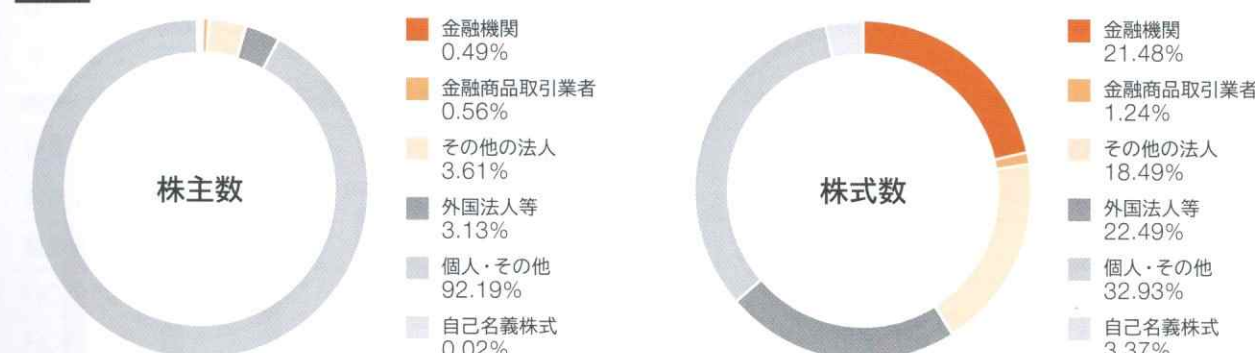
商号	株式会社あらた
本社	〒135-0016 東京都江東区東陽六丁目3番2号イースト21タワー
設立	2002年(平成14年)4月1日
資本金	8,568百万円

上場取引所	東京証券取引所 プライム市場 (証券コード:2733)
株主名簿管理人および 特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
従業員数	2,972人(単体:2,060人)
WEBサイト	https://www.arata-gr.jp/

株式の状況 (2022年3月31日現在)

発行可能株式総数	30,000,000株
発行済株式総数	18,027,640株
株主数	4,852名

株主・株式構成比 (2022年3月31日現在)



大株主の状況 (2022年3月31日現在)

	所有株式数(千株)	持株比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社	2,147	12.33
音羽殖産株式会社	1,081	6.21
あらた社員持株会	801	4.60
NORTHERN TRUST CO.(AVFC) RE FIDELITY FUNDS	678	3.89
STATE STREET BANK AND TRUST CLIENT OMNIBUS ACCOUNT OM02 505002	635	3.64
株式会社日本カストディ銀行	629	3.61
ライオン株式会社	481	2.76
畑中伸介	459	2.64
株式会社日本カストディ銀行(信託E口)	343	1.97
野村信託銀行株式会社	293	1.68

(注) 1. 当社は、自己株式を607千株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。  
 なお、「株式給付信託(BBT)」制度に関する株式会社日本カストディ銀行(信託E口)が保有する当社株式343千株は、自己株式607千株に含まれておりません。  
 2. 持株比率は、自己株式を控除して計算しております。

拠点一覧

<b>本社</b>	<b>東北支社管轄地域</b>
北海道支社管轄地域	東北支社
北海道支社	仙台オフィス・仙台センター
札幌オフィス	秋田オフィス・秋田センター
札幌センター	八戸オフィス
函館オフィス	岩手オフィス
旭川オフィス・旭川センター	南東北オフィス
帯広オフィス・帯広センター	北上センター
石狩センター	福島センター
北海道コスメセンター	東北コスメセンター
<b>首都圏支社管轄地域</b>	<b>中部支社管轄地域</b>
首都圏支社	中部支社
東関東オフィス	名古屋オフィス
千葉センター	北陸オフィス・北陸センター
埼玉オフィス・埼玉センター	静岡オフィス・静岡センター
神奈川オフィス	駿河オフィス
甲信越オフィス・甲信越センター	江南センター
松本オフィス・松本センター	平和センター
つくばセンター	
越谷センター	<b>関西支社管轄地域</b>
北関東センター	関西支社
神奈川センター	和泉センター
横浜センター	郡山センター
三郷デポ	関西コスメセンター
白岡デポ	
首都圏コスメセンター	



<b>中四国支社管轄地域</b>	<b>九州支社管轄地域</b>
中四国支社	九州支社
岡山オフィス・岡山センター	福岡オフィス・福岡デポ
広島オフィス	長崎オフィス・長崎デポ
広島センター	大分オフィス
鳥取オフィス・鳥取センター	熊本オフィス・熊本デポ
徳島オフィス・徳島センター	鹿児島オフィス・九州南センター
高松オフィス・高松センター	九州北センター
松山オフィス・松山センター	
家庭用品センター	

グループ会社

国内グループ会社	
ジャベル株式会社	ペット関連商品の卸売業
ジャベルパートナーシップサービス株式会社	ペット関連商品の小売業および美容業務、フランチャイズ加盟店の募集業務等
ペットライブラリー株式会社	愛玩動物およびペットフード・ペット用品の小売業
モビィ株式会社	ペット関連品通信販売
株式会社ベッツ・チョイス・ジャパン	ペットフード・用品の輸入・販売、ペット用雑貨の製造・仕入・販売
株式会社インストアマーケティング	店頭管理会社
株式会社リビングあらた	家庭用雑貨の卸売業
株式会社D-Neeコスメティック	化粧品等の輸出入、製造、販売
株式会社電通リテールマーケティング	店頭マーケティング全般(市場分析、販促企画立案、店頭MD、効果検証)
アサヒ化粧品販売株式会社	化粧品および香料石鹸・歯磨・飲食品・繊維製品・雑貨の卸販売
海外グループ会社	
凱饒泰(上海)貿易有限公司	家庭用品を中心とした卸売業
JAPPELL (HONG KONG) CO., LIMITED	ペット関連商品の小売業、卸販売および輸出入販売、その他関連サービス
ARATA (THAILAND) CO., LTD.	タイ王国における卸売業
SIAM ARATA CO., LTD.	タイ王国における卸売業
ARATA VIETNAM COMPANY LIMITED	ベトナムにおける卸売業他

あらた

検索

<https://www.arata-gr.jp/>

**UD**  
**FONT**

見やすく読みまちがえにくい  
ユニバーサルデザインフォントを  
採用しています。



Printed in Japan