



# 地域のライフラインとして



## 株式会社アークス

本社 〒064-8610 北海道札幌市中央区南13条西11丁目2番32号  
 TEL.011-530-1000 (代表) FAX.011-530-1010 www.arcs-g.co.jp



アークス統合報告書 2023



## CONTENTS

社名・シンボルマーク	2
数字で見るアークスグループ	3
アークスグループとは	5
アークスグループ理念体系	7
社長メッセージ	9
副社長インタビュー	13
<b>価値創造</b>	
価値創造ストーリー	15
アークスグループ価値創造プロセス	17
ステークホルダーコミュニケーション	19
事業モデル	20
<b>サステナビリティ</b>	
サステナビリティ推進方針・体制	21
マテリアリティ	
地域社会との共生	23
地球環境への配慮	25
お客様の豊かな暮らしへの貢献	27
ダイバーシティ&インクルージョンの推進	28
<b>重点戦略</b>	
ロジスティクス戦略	29
マーチャンダイジング戦略	30
DX戦略	31
人的資本戦略	32
<b>グループシナジー</b>	
グループ市場シェア	33
事業会社紹介	35
ラルズ	36
ユニバース	37
ベルジョイス	38
福原	39
道北アークス	40
東光ストア	41
道南ラルズ	42
道東アークス	43
伊藤チェーン	44
オータニ	45
エルディ	46
<b>ガバナンス</b>	
コーポレート・ガバナンス	47
社外取締役コメント	49
役員一覧	51
スキル・マトリックス	53
コンプライアンス・リスク管理	55
<b>重要指標</b>	57
財務・非財務ハイライト	59
会社概要・株式の状況	61

### 社名の由来

“ARC”とは日本語で「弧」という意味です。グループ名の“ARCS”とは、「一つひとつの企業が強い“弧”となり、大きな円=ARCSを創りあげ、地域社会に貢献していく」ことを意味しています。  
またARCSは、Always, Rising, Community, Serviceの頭文字から構成されており、それぞれの文字には次の意味が込められています。

- A Always (常に)**  
お客様が必要とされるものをいつもお手元へ。  
アークスグループは常にお客様にとって身近な存在でありたいと願っています。
- R Rising (上昇する)**  
お客様のより豊かな暮らしに貢献するため、様々な工夫を重ねています。  
お客様の笑顔は、私たちの働く喜びにつながります。
- C Community (地域社会に)**  
私たちは常に、安全・安心な商品・サービスの提供を通じて、地域社会に貢献します。
- S Service (奉仕する)**  
私たちは、お客様の視点に立って損得より善悪で判断することを心がけ、社員研修で徹底した接客教育を続けています。

### シンボルマーク

太陽と輝く星を抽象的にイメージしたアークスのグループシンボルは、グループとお客様との結びつきを表現し、未来に向かって挑戦しつづける姿勢をシンボライズしています。

シンボルカラーは、  
●RED=太陽=生活  
●YELLOW=星=幸福  
をイメージしています。



### 編集方針

現在及びこれからの全てのステークホルダーの皆様へ、本報告書を通してアークスグループの持続的な成長に向けた考え方や中長期的な経済価値及び社会価値の創造に向けた取り組みをご理解いただくとともに、当社の価値観や強み、中長期の経営方針を含めた持続可能な成長に向けた戦略と計画及び財務情報と非財務情報を包括的に記載し、皆様とのコミュニケーションのツールとなることを目的として作成しました。特に経営理念との一貫性や価値創造ストーリーとの繋がりを重視し、事業概要を含めて簡潔にわかりやすい記載を心がけました。なお、作成にあたり経済産業省「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」や国際統合報告評議会(IIRC)「国際統合報告フレームワーク」を参考にしています。

## 数字で見るアークスグループ (2023年2月期)

“地域のライフライン”でありつづけるために、スケールメリットと地域密着を両輪とする「八ヶ岳連峰経営」で安定的かつ継続的にグループ基盤を拡充しています。

### 売上高

5,662 億円

国内の上場食品スーパーのなかで、第4位の売上規模となっています。



### 年間客数

2.2 億人

当社グループの食品スーパーには年間のべ2.2億人、1日当たり60万人超のお客様が訪れます。



### 経常利益

164 億円

国内の上場食品スーパーのなかで、第5位の経常利益額となっています。



### 経常利益率

2.9%

経常利益率は安定的に3%前後で推移しています。



### 食品セグメント比率

84.8%

売上高に占める食品の比率は8割を超えています。



### 取扱商品アイテム数

27.4 万点

当社グループ内で取り扱う数十万に上る商品アイテムは、全てグループ共通基幹システムで管理されています。



### ROA

6.3%

ROA (経常利益÷総資産)は継続的に6%超で推移しています。



### 店舗数

373 店舗

北海道、東北、北関東において食品スーパーを中心に373店舗を展開しています。



### カード会員数

321 万人

当社グループ共通の「アークスRARAカード」の稼働会員数は2022年度単年で8万人増加し、321万人を超えました。



### カード会員の売上比率

73.8%

ご来店されるお客様の7割超がアークスRARAカードを提示されています。

※売上高に占めるカード会員による売上



### 従業員数

3.0 万人

約3万人の従業員が地域のライフラインを支えています。



### 食品スーパー企業創業年数平均

65 年

当社グループの食品スーパー10社は、長い時間をかけて地域における営業基盤と信頼関係を構築してきました。

※食品スーパー企業をベースに算出



### 災害協定締結自治体数

39 自治体

事業会社すべてが自治体と災害時における連携協定を締結しています。





## アークスグループとは

### アークスグループ

アークスグループは、北海道・東北・北関東の各地に拠点を置く食品スーパー10社とその他の事業会社1社を擁する食品流通グループです。株式会社アークスは、事業会社の株式を保有する純粋持株会社であり、親会社としてグループ全体の統括及び戦略の策定を行っています。

事業会社は、株式会社アークスの全体戦略の下、地域に根ざした食品スーパー事業及び関連事業を行っています。

### コーポレートステートメント

「私たちは何のために存在するのか」という根本的な考え方を表明するコーポレートステートメントとして、「豊かな大地に輝く懸け橋 (Bridge on the Rich Land for Your Life)」を定めています。これには各地域にドミナントエリアを築き、多くのお客様に対して新鮮で、安全・安心な食品を提供することにより、生産地とお客様を結ぶ懸け橋になりたいという思いと、同じ志を持って事業展開を進めていく地域企業同士が、海外流通資本も含めた大手企業に対抗していくための受け皿会社として、企業と企業を結ぶ懸け橋になりたいという思いが込められています。

# 豊かな大地に輝く懸け橋

Bridge on the Rich Land for Your Life

### 「八ヶ岳連峰経営」によるグループ運営

富士山のような高く大きな企業体を目指す企業統合ではなく、持株会社の下、八ヶ岳連峰のように同じような高さの山々が横に連なって対等な立場で企業統治を図ることで、会社とお客様との距離を短く保ち続けながら、グループ全体の経営資源を特大化し、グループ基盤を拡充していく「八ヶ岳連峰経営」を標榜しています。



- グループ全体の戦略・指針の策定
- 事業会社の純粋持株会社として資本統括
- 八ヶ岳連峰経営の深化



八ヶ岳連峰

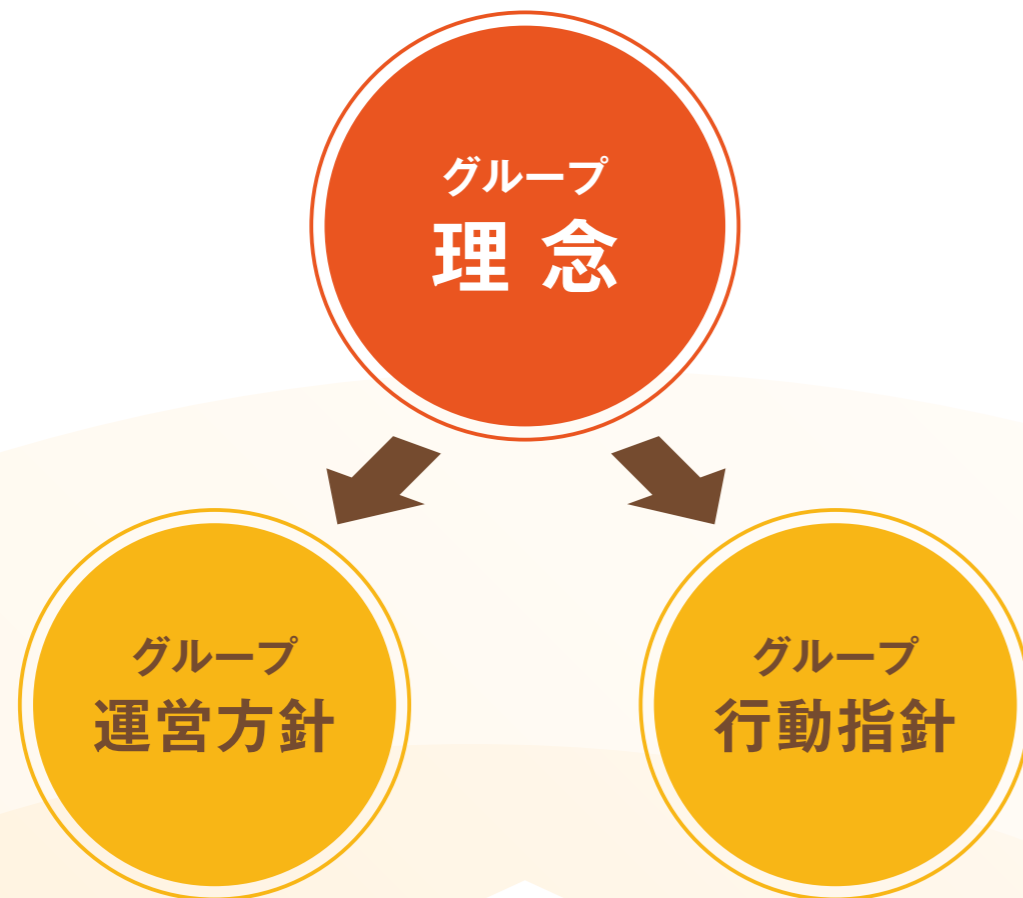
### 「八ヶ岳連峰経営」とは

2000年5月11日付日本経済新聞に掲載されたアサヒビール(株)前名誉会長故・樋口廣太郎氏の論説「新・日本型経営の確立急げ」の中で、「…富士山のような会社は見栄えはいいが、どうしても顧客との距離が遠くなり、その要求に細かく対応できない。これからは八ヶ岳連峰のように、ほぼ同じ大きさの会社が並ぶグループ経営が求められる。」から引用し、「富士山のような高く大きな企業体を目指す企業統合ではなく、持株会社の下、八ヶ岳連峰のように同じような高さの山々が横に連なって対等な立場で企業統合を図ることで、会社とお客様との距離を短く保ち続けながら、グループ全体の経営資源を特大化しグループ基盤を拡充していく」というアークスグループのグループ運営の根底に流れる基本的な考え方です。故・樋口前名誉会長からは色紙にて「八ヶ岳連峰経営」の使用について許諾を得ました。



## アークスグループ理念体系

アークスグループの理念体系は、グループとしての基本的な考え方となるグループ理念に基づき、「グループ運営方針」「グループ行動指針」で構成されています。



### グループ理念

アークスグループは、地域のライフラインとして価値ある商品・サービスを低価格で提供し、豊かな暮らしに貢献します。

当社グループは、どのような領域で社会的使命を果たすべきなのかを明確にする基本的な考え方として、「地域のライフラインとして価値ある商品・サービスを低価格で提供し、豊かな暮らしに貢献する」ことを、グループ各社が共有するアークスグループ理念として掲げています。「ライフライン」とは、通常、生活基盤となる社会的ネットワークシステム（電気・ガス・水道など）を指しますが、食品流通も生活・生命を維持するための重要な社会的インフラであるという考え方に基づいています。

### グループ運営方針

1. お客様第一主義の徹底
2. 「八ヶ岳連峰経営」による運営
3. 健全な経営と着実な成長
4. ロープライス、ローコストの追求
5. 情報の公開とコンプライアンス

当社グループはさまざまな企業の集合体であり、根本の理念は共通であっても、グループ各社が多様な文化も持っています。そのような中で、グループとして統一した行動、活動を行うためには、基本となる考え方が必要不可欠であり、上のように運営方針を定めています。

### グループ行動指針 (Arcs Way)

私たちは、

1. お客様のために考え、行動します  
「私たちは常に、お客様のことを考え、お客様に満足していただくために行動します。」
2. 損得より善悪で判断します  
「私たちは常に、法令及び社会的規範を遵守し、高い倫理観を持って活動します。」
3. 安全・安心・快適な暮らしに貢献します  
「私たちは常に、安全・安心な商品・サービスを提供し、地域社会に貢献します。」
4. 互いを尊重しあい、誠実に対応します  
「私たちは常に、株主、お取引先、社員、家族を尊重し、誠実に対応します。」
5. 自ら考え、夢の実現に向け、挑戦します  
「私たちは常に、自ら考え行動し、働く喜びを感じながら、大きな夢の実現に向けて努力します。」

「グループ理念」「グループ運営方針」を具現化するために、「行動指針 (Arcs Way)」を定めています。従業員一人一人が日々の業務の中で行動指針を念頭に置いて行動することにより、グループ理念の実践が図られると考えています。





代表取締役社長

横山 清

価値変容の時代。変化に即応する“八ヶ岳連峰経営”で地域のライフライン機能の拡充とステークホルダーコミュニケーションをさらに深化してまいります。

### 地域のライフラインとしての礎を築いてきた20年

アークスグループは、2002年11月ラルズ(札幌市)と福原(帯広市)の経営統合により、純粋持株会社アークスと事業会社のラルズ、福原でスタートしました。その後、地域を代表する食品スーパーが次々とグループに参加し、2021年4月には栃木県のオータニ(宇都宮市)が仲間入りして20周年を迎えることが出来ました。

食品スーパーを事業として成り立たせ、経営を継続するには、為替や物価の動向に目配りしつつ、リスクヘッジ(備え)をしておくことが肝要です。事業の規模を確保し、また単に規模が大ききだけでは十分ではなく、エブリデーローコスト(EDLC)により、財務体質も健全化しておく必要があります。

事業会社の中には、事業承継や資金繰りなど局所的な問題を抱えているところもありましたが、事業環境に対する共通認識や流通・小売業の同じ志を持つ人たちとともに長い年月をかけて努力を積み重ねた結果、今日に至ったと思います。

アークスグループ参画前から50年以上の歴史を持つ企業が集まっており、M&A(Mind & Agreement: 心と意見の一致\*)により、業界のトップランナーの一社として企業グループを形成することができました。

これまでの20年は、アークスグループ理念「アークスグループは、地域のライフラインとして価値ある商品・サービスを低価格で提供し、豊かな暮らしに貢献します。」を達成するための土台作りに向け、アークスグループの経営資源の世代交代や店舗の改装・建て替えなどを進めてまいりました。お客様に価値ある商品を低価格で提供し続けるために過剰な投資を控え、常に費用対効果を念頭に置いた経営を心掛けております。長い年月をかけながら作り上げたローコスト体質を土台に今後の施策を講じていく所存です。

\*一般的なM&Aは「Mergers & Acquisitions: 合併・買収」を指しますが、アークスのM&Aは「Mind & Agreement: 心と意見の一致」を意味します。



## 年頭所感に込めてきた想い～行動変容から価値変容とは

アークグループが価値創造していくためには、ステークホルダーの皆様との価値共創の場として店舗を展開し、従業員が日々の仕事を継続することが必要です。ただ環境変化が続く中で、お客様の暮らしぶりに想いを馳せていくことが難しい、あるいはアークグループ理念は普遍的であるがゆえに日々の仕事への結びつきが弱くなりがちです。そこで毎年年初に、グループ各社で同じ意識を持つため、分かりやすく合い言葉になるように年頭所感を毛筆でしたためています。

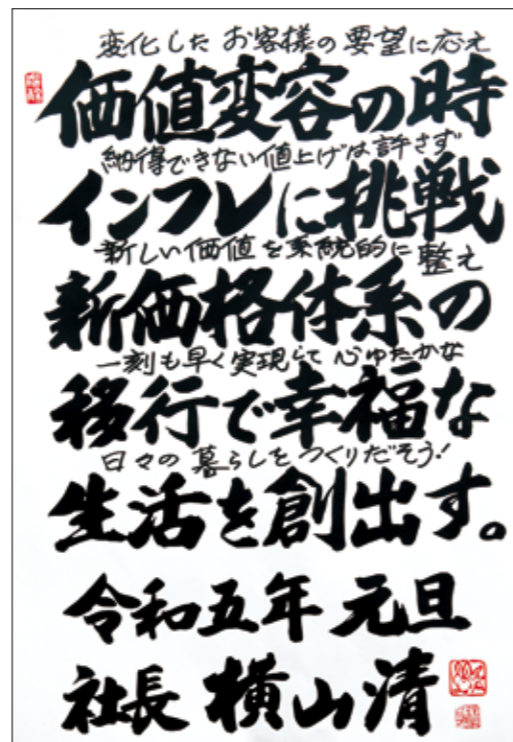
アークグループの仲間が増え続ける中で、年頭所感が各社の短期・中期・長期の計画の中に浸透してきていると実感しています。グループ3万人の従業員に対するコミュニケーションツールとして、堅苦しくない、理解しやすい言葉を選ぶようにしています。

令和5年(2023年)の年頭所感の冒頭には「価値変容の時」と書きました。お客様の価値観が変化し生活習慣も元には戻らない中、変化したお客様のご要望に引き続きお応えしていく必要があります。これまでも物価高騰には対抗してきましたが、今までとは違う時代に突入したという認識を持っています。納得できない値上げを我々は認めるわけにはいきませんが、価格に目配りしながら同時にお客様の毎日の食卓に食品を確り提供していかなければなりません。「新価格体系の移行」とは、物価上昇局面にあっても、お客様のご要望にお応えする価値と納得していただける価格を整えていくことであり、それが食品スーパーを営む我々の使命とも言えます。

「幸福な生活」とは、基本的に心豊かな状況にあってはじめて成り立つものです。買物という行為だけ捉えれば外食やネットショッピングの活用で省力化できるかもしれません。実際に「アークオンラインショップ\*」は大雪等の外出が難しい時に重宝いただいています。一方で、アークグループのお店で食材を選び、家庭で調理しながら家族で食べる楽しみや幸せ、そのシーンを思い描くことまで含めて、幸福な生活を創出したいと思います。

これまで、長きにわたって食品スーパーに特化してきましたが、今ではドラッグストアやホームセンター等も食品を扱っています。物価上昇に伴い食品価格も上昇局面にある今こそ長年の「食品、生鮮製品の専門家」としてのスキルが問われることになります。毎日お店を開店する、「エッセンシャルワーカー」として、経験・ノウハウを発揮してまいります。

\*アークオンラインショップ・・・店舗出荷型のネットスーパー。  
2023年2月末現在、事業会社のラルズにて導入しています。



## よりお客様の近くに、役に立つ存在に

### 八ヶ岳連峰経営でコーポレート・ガバナンスを向上させる

富士山のように高く大きな企業体を目指す企業統合ではなく、純粋持株会社の下、八ヶ岳連峰のように同じような高さの山々が横に連なって対等な立場で企業統治を図ることで、会社とお客様との距離を近くに保ちながら経営するのがアークグループが志向する八ヶ岳連峰経営です。

八ヶ岳連峰経営の長所は各事業会社の個性を生かし、地域のお客様と同じ目線を保てることです。反対に短所があるとすれば、離散の方向に向かってしまう可能性があることです。アークグループのコーポレート・ガバナンスは、個性の尊重と同時に意見の違いを乗り越えて一致点を見出し決まったことは全力で取り組むこと、すなわち『Mind & Agreement:心と意見の一致』を基本としています。決まったことに向かって経営資源を確り活用し循環させていくことを愚直に実行する企業風土は根付いています。

アークグループの1年間は年頭所感を各事業会社の経営計画にブレークダウンすることに始まり、部署・部門単位で月次、週次、日次のサイクルで実行、検証、対策を繰り返していきます。コーポレート・ガバナンスに終わりはないですし、継続は当然のこととして、日々怠りなくレベルを向上させていく所存です。

### 身口意(行動・言動・意識)でより身近なアークグループへ

アークグループは、地域のライフラインであると同時に株式会社としての役割を果たし続けていくことが求められています。我々の事業は食品スーパーを主軸としますので、たくさんのお客様に喜んでいただく、お買い上げいただくことで価値を創出できます。地域のライフラインとしての機能を充実させるために投資していくわけですが、ESG投資の考え方に則りコストダウンや生産性向上を続けながら環境的価値や社会的価値をも創出していきます。

コロナ下でよく聞かれるようになった「三密」という言葉ですが、密教でいう処の「三密」とは、身口意(しんくい、行動・言動・意識)を整えコミュニケーションを活性化することです。我々はよりお客様の近くに、役に立つ存在になっていかねばなりませんし、企業経営で実践していることを言語化して皆様に開示していくことがますます重要になると認識しています。

20周年を一区切りとして、出来た土台の上に必要な投資を継続して価値創造を図るとともに、本統合報告書はこれまでの集大成及び今後の取り組み方針を開示・説明するために制作いたしました。ステークホルダーの皆様におかれましては、アークグループの更なる成長にご期待いただき、引き続き変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。



P62 「身口意」の詳しい説明と横山による揮毫を掲載





### アークス設立20年を振り返って ～企業の財務体質の強化と健全経営を目指して～

アークスグループ設立20年となった2022年は、大きくいえばグローバル経済からブロック経済への転換という世界経済の枠組みが大きな節目を迎えたと捉えており、それは日本の経済・社会にも当然影響を与えています。その中で、アークスグループにとっては道半ばともいえますが、企業の財務体質の強化と健全経営に向け邁進してまいりました。それぞれの地域を代表する食品スーパーの連合体として、純粋持株会社の傘下に事業会社を連ねる形態を採り、その運営は熟成しつつあるとの認識です。

純粋持株会社アークスの役割は、事業会社がお客様と同じ目線で向き合える店舗を展開し、商品仕入から販売まで継続的かつ安定的に行えるよう、グループ全体のスケールメリットを生かす経営基盤を提供し、財務基盤を強固なものにすることです。

一方、事業会社が運営する店舗の役割は、地域のお客様の暮らしに寄り添い続けることですが、そのためにはお客様の価値観の変容とそれに伴う行動変容に気づき、感じ取る必要があります。お客様の暮らしも日々変化し、食生活も変わっていきますから、我々ができることは日々店頭でお客様のニーズに即応した商品を提供し続ける地道な取り組みにほかなりません。

アークスグループはM&A (Mind & Agreement:心と意見の一致)の下で仲間が集まっていますが、各事業会社とはともに価値を共創していこうという認識を共有していますし、それができるグループであると自負しています。

### ガバナンス体制について ～グループガバナンスとビジネスモデルを両輪に～

当社グループのコーポレート・ガバナンスは、外形的には他社と変わりないように見えますが、実質的にはかなりのレベルでガバナンスが効いていると自負しています。あらゆる意思決定に対し、徹底した議論がなされ、アークスグループ理念に則しているかが判断基準となっています。

グループ各社は食品スーパー事業及びその関連事業を運営しておりますので、ステークホルダーの中でも

特にお客様を最優先に判断することが基本ですが、グループ全体のコーポレート・ガバナンスの観点からは、事業の持続的な成長のためにあらゆるステークホルダーに対し適時適切な情報開示をしていくことで、ビジネスモデルの確立とコーポレート・ガバナンスの確立を両輪にこの先もグループ運営を進めてまいります。

また八ヶ岳連峰経営も次世代体制を整備していく必要があります。アークスグループ理念の実践者・伝道者を育成・輩出し続け、お客様に近い存在(目線)であり続けなければなりません。大企業病にならず、中小企業のマインドを持って八ヶ岳連峰経営を進化させてまいります。

### サステナビリティ活動について ～取り組みを積極的に表明し開示していく～

当社グループは従前より事業会社単位で社会貢献への取り組みを展開してきましたが、2022年度は専任部署として(株)アークスにサステナビリティ推進室を設置し、グループ共通のサステナビリティ推進方針の下で各社の取り組み内容の見える化と共通化を図ってまいりました。2023年度はグループ共通取り組みに数値目標を設定し、PDCAサイクルを回すことで更に活動の推進力を高めてまいります。東証プライム上場企業として果たすべき使命は、経済的価値の創出のみならず、社会的価値・環境的価値の創出も同時に実現していくということであり、それを価値創造プロセスに示していくことを当社取締役会においても再確認したところです。明示的な目標としてコーポレート・ガバナンスにもサステナビリティの考え方を組み込み、情報開示(ディスクロージャー)にも積極的に取り組んでいく所存です。

### アークスグループの中長期課題について ～財務・非財務のKPI\*達成と人材育成を進める～

当社グループは、主要経営指標のなかでも総資産経常利益率(ROA)と総資産回転率を重視しており、ROA10%以上、総資産回転率3回転以上を中長期的な目標にしております。これは食品スーパー事業を健全に成長させるための指標となります。

毎期継続した利益成長と資本の効率的な運用を図り、株主資本当期純利益率(ROE)の更なる向上にも取り組んでまいります。

また、従来の財務KPIに加え、サステナビリティ推進におけるKPIを経営目標に織り込み、財務目標と非財務目標がシナジーを生み出す統合経営を目指して中長期的な取り組みを進めてまいります。

アークスグループ理念の実践には、お客様の豊かな暮らしとは何か、価値ある商品・サービスとは何かを突き詰め、日々店頭で実践し続けなければなりません。その意味で経営資源の中でも「ヒト」が最重要と考えています。マニュアル以外の事柄に対しても自ら考え行動できる従業員が居て初めて企業の持続的な成長が可能になります。日々の商売、日々の仕事を繰り返し、地域のライフラインとなるには今までと同じというわけにはいかず、チェンジとチャレンジを繰り返す必要があります。お客様は十人十色どころか一人十色ですから、我々も変わっていかないといけない。そういうDNAは経営層から全従業員に至るまで備わっています。あとはこれをいかに継承していくかに懸かっています。

アークスが20年かけて達成してきたこと、育んできたことをベースに、グループの全従業員がアークスグループで働くことに生き甲斐や喜びを実感できる職場にしていきたいですし、またそうすることですべてのステークホルダーの皆様にも還元していけると考えています。

\*KPI: Key Performance Index(重要業績評価指標)

価値創造ストーリー

「地域のライフラインとして豊かな暮らしに貢献する」という普遍的な価値を継承する地域食品スーパーの結集軸として、時代に即応したチャレンジを続けてきました。

各地域にドミナントエリアを築き、お客様に対して新鮮で、安全・安心な食品を提供することにより、生産地とお客様を結ぶ懸け橋になりたいという思いと、同じ志を持って事業展開を進めていく地域企業同士が、大手企業に対抗していくための受け皿会社として、企業と企業を結ぶ懸け橋になりたいという思いと共に、アークスグループは歩んでいます。

M&Aの歩み

志を同じくする企業同士が目標達成に向かって進むM&A(Mind & Agreement: 心と意見の一致)の精神でアークスグループは持続的な成長を続けています

アークスの前身時代

1961

ダイマルスーパー誕生



北海道札幌市にてダイマルスーパー(現アークス)設立

1969

大丸スーパーに商号変更

1987

大丸建装(現エルディ)を子会社化

1989

ラルズに商号変更

衣料品量販店「金市館」を運営する丸友産業と合併。ラルズ(現アークス)に商号変更

イワイに資本参加し酒類販売事業を子会社化

1995

道東地区への展開

北海道北見市のイチワに資本参加し子会社化(現道東アークス)

1996

ライフポートの医薬品販売事業を子会社化(現エルディ)

1997

道北地区への展開

北海道士別市の三島より道北ラルズ(現道北アークス)に8店舗を譲受

2000

室蘭地区への展開

ホームストアに資本参加し子会社化

2002

アークス設立(福原が参加)



ラルズからアークスに商号変更し純粋持株会社へ移行。同時に北海道帯広市の福原(当時45店舗)と新設したラルズ(当時48店舗)を子会社化

2004

道南地区への展開

北海道函館市の北海道流通企画(当時19店舗)を子会社化し道南ラルズに商号変更

ふじが参加



北海道旭川市のふじ(現道北アークス、当時22店舗)を子会社化

2009

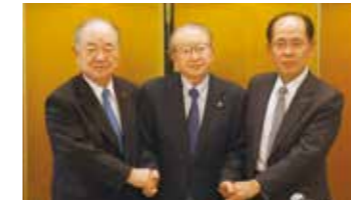
札幌東急ストアが参加



北海道札幌市の札幌東急ストア(現東光ストア、当時28店舗)を子会社化

2011

ユニバースと篠原商店が参加



青森県八戸市のユニバース(当時47店舗)を子会社化



北海道網走市の篠原商店(現道東アークス、当時3店舗)を子会社化

2012

ジョイスが参加

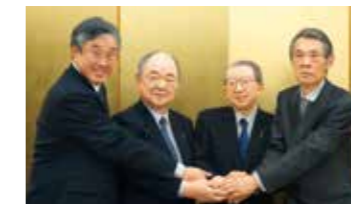


岩手県盛岡市のジョイス(現ベルジョイス、当時35店舗)を子会社化

ふじと道北ラルズが合併し、道北アークスに商号変更

2014

ベルプラスが参加



岩手県盛岡市のベルプラス(現ベルジョイス、当時29店舗)を子会社化

2016

ジョイスとベルプラスが合併しベルジョイスに商号変更

道東ラルズと篠原商店が合併し道東アークスに商号変更

2019

伊藤チェーンが参加



宮城県柴田郡の伊藤チェーン(当時9店舗)を子会社化

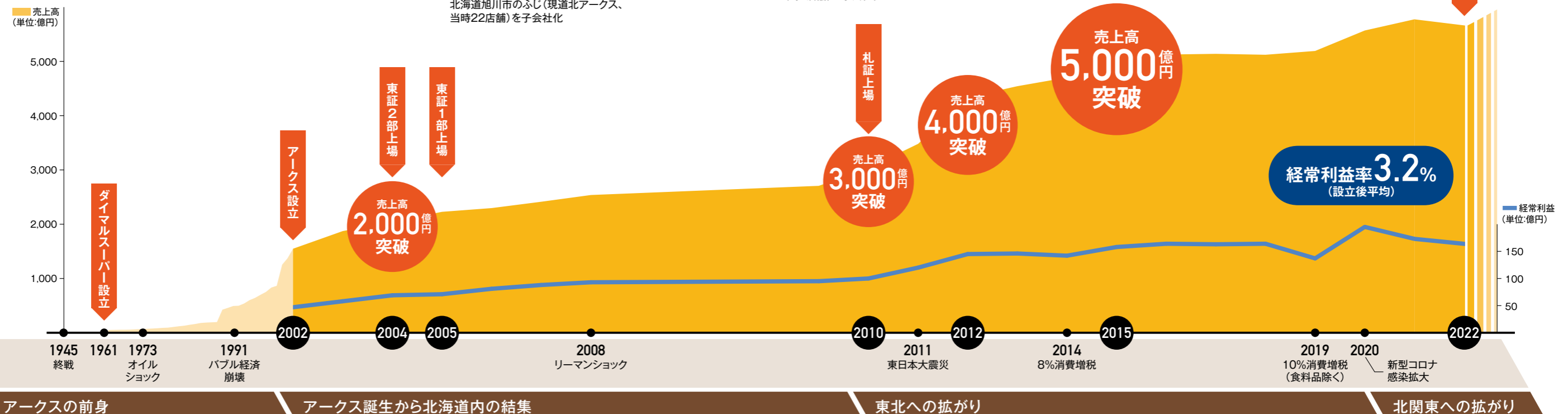
2021

オータニが参加



栃木県宇都宮市のオータニ(31店舗)を子会社化

東証プライム移行



※2022年度より「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、2022年度売上高は当該会計基準等を適用した後の数値となっております。



# アークスグループ 価値創造プロセス

当社グループは、地域において食品スーパー事業を長年継続する中で培ってきたステークホルダーとの信頼関係が最大の資本蓄積と捉えています。この信頼関係をベースに外部環境を的確にとらえ、グループ理念と年頭所感に基づき日々のPDCAを継続的に回し、お客様の信頼に応え続けていくことが最も重要な事業プロセスとなります。その結果、自社の拡大再生産に留まらず社会的・環境的価値を創出し、地域の持続可能性に発展する“価値協創サイクル”が当社の持続的成長の源泉と捉えています。

サステナビリティ推進 P21

## インプット

### アークスグループの強み (経営資源)

#### 社会・関係資本

- 地域密着 (北海道・東北・北関東)
- 顧客基盤 (RARAカード会員321万人)
- 来店回数年間2.2億回

#### 製造販売資本

- 373店舗
- プロセスセンター19箇所
- 配送センター13箇所

#### 知的資本

- 商品調達ノウハウ
- 食品スーパー運営ノウハウ
- グループ統合(情報)基盤

#### 人的資本

- 従業員の経験・能力・資格保有

#### 財務資本

- 短期的資金力(現預金)
- 投資余力: 自己資本

## 外部環境

### 国際的潮流

- 気候変動・環境問題
- 持続的成長への意識の高まり
- ESG経営へのシフト

### 国内経済・消費・業界

- 人口減少、少子高齢化
- 海外経済・物価動向の影響
- 価値観・ライフスタイルの多様化
- 小売業界再編継続

### 2023-2030トレンド

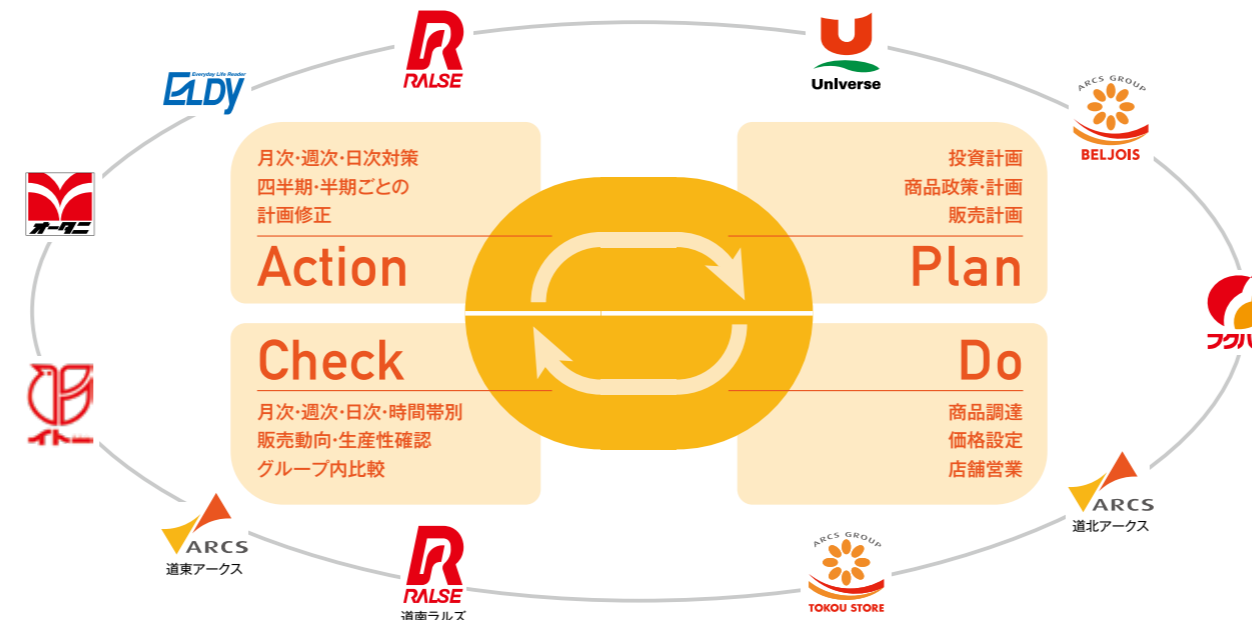
- リアルとデジタルの共存
- DXによる効率化
- 労働力不足
- 脱炭素社会への変革

## アークスグループ理念

年頭所感によるアニュアル・フィッシングを継続

### ビジネスモデル

店舗営業を通じたPDCAサイクル実践



### 重点戦略

効率経営を支えるロープライス、ローコストオペレーションの追求

P29

M&A (Mind & Agreement: 心と意見の一致)

ロジスティクス戦略

マーチャンダイジング戦略

DX戦略

人的資本戦略

G

### コーポレート・ガバナンス P47

八ヶ岳連峰経営の下、グループ理念を判断基準とした意思決定と、事業会社の自律性の両立

地域社会との共生

地球環境への配慮

お客様の豊かな暮らしへの貢献

ダイバーシティ&インクルージョンの推進

## アウトカム

### アークスグループが創出する価値・アウトカム

#### 経済的価値

- 経営利益
- ROA
- キャッシュフロー

#### E 環境的価値

- 環境負荷軽減
- 脱炭素・循環経済への貢献

P25

#### S 社会的価値

- 地域のライフライン
- 豊かな暮らしに貢献
- 地産地消
- 社会貢献活動 (基金、奨学金)

P23 P27

#### 経営資源の価値向上

- 人的資本蓄積
- 知的資本蓄積
- 製造販売資本蓄積

ステークホルダーとのコミュニケーションから得た気づきを経営資源へと昇華させ、

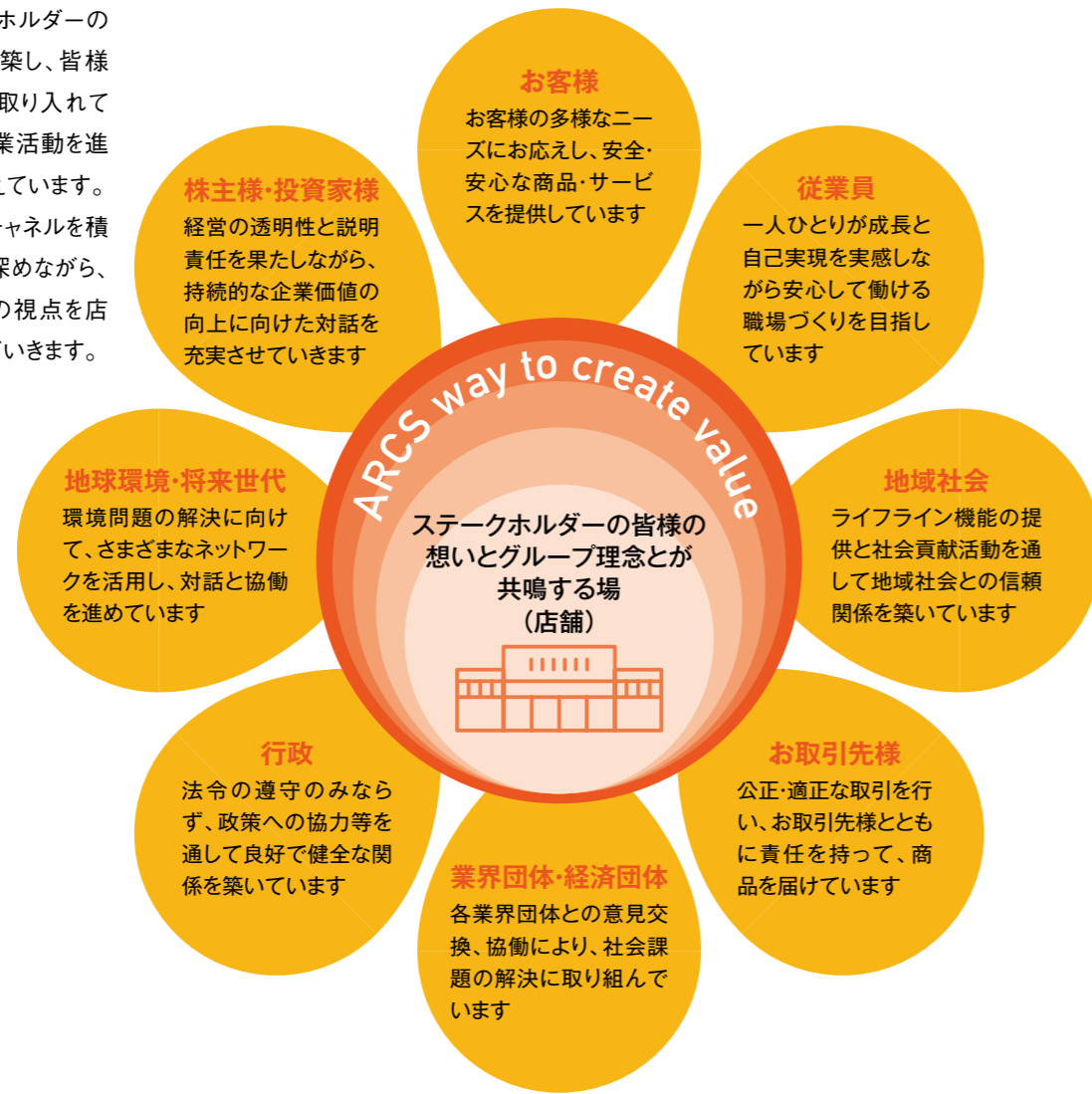
人・モノ・お金・情報、そして想い(理念)を日々の店舗運営に活かし、持続的な成長を実現

価値共創

サイクル

## ステークホルダーコミュニケーションによる店づくりの追求

当社グループは、ステークホルダーの皆様と豊かな関係性を構築し、皆様の声を日々の店舗運営に取り入れていくことが、持続可能な事業活動を進めるうえで重要であると考えています。多様なコミュニケーションチャンネルを積極的に設け、相互理解を深めながら、ステークホルダーの皆様の視点を店づくり・店舗運営に活かしていきます。



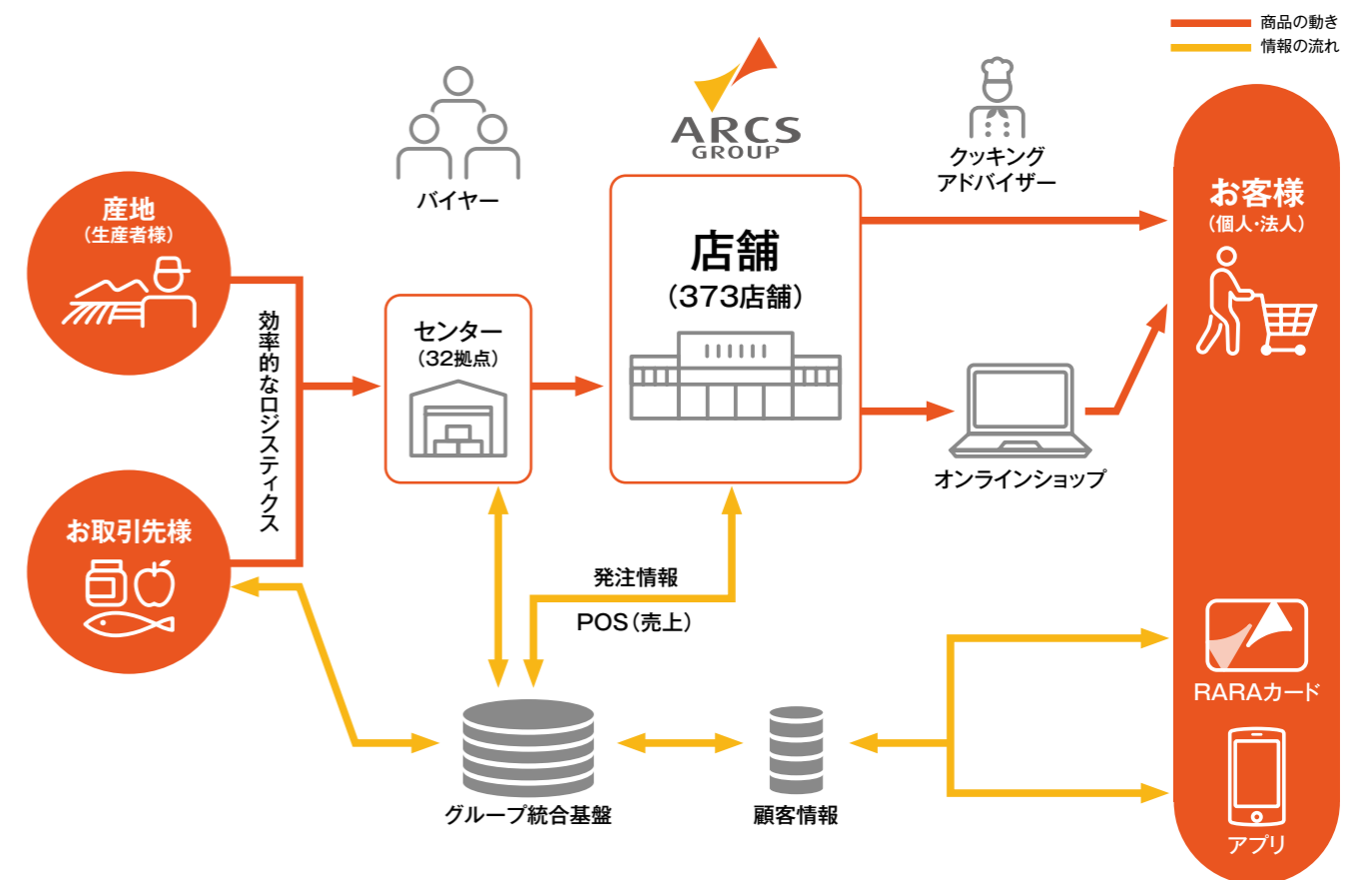
ステークホルダーとの関係性と主なコミュニケーションチャンネル

ステークホルダー	関係性	コミュニケーションチャンネル
お客様	顧客満足度の向上を重視した事業活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 店長直行便 (店頭アンケート)</li> <li>■ お客様相談窓口</li> </ul>
従業員	一人ひとりの人材価値の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 各種研修・現場教育 (OJT)</li> <li>■ 内部通報制度</li> </ul>
地域社会	信頼関係の構築と豊かな暮らしへの貢献	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 店舗、各種デリバリーサービス</li> <li>■ 地域に根差した各種社会貢献活動</li> </ul>
お取引先様	公正で公平な取引と協働	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 主要お取引先様との意見交換会</li> <li>■ 災害支援活動での協働</li> </ul>
業界団体・経済団体	社会課題の解決に向けた連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 団体の活動・セミナー・研究会等への参加</li> </ul>
行政	良好で健全な関係の構築、政策への協力	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 各種政策審議会等への参加</li> <li>■ 地域プロジェクトへの参画</li> <li>■ 地方自治体による環境・食の施策への参画</li> </ul>
地球環境・将来世代	環境保全に向けた幅広い対話	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 環境保全活動に関する情報開示・対話</li> <li>■ SDGsに関する協働取り組み</li> </ul>
株主様・投資家様	適時適切な情報開示、経営を巡る対話	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 株主総会、各種説明会、各種刊行物</li> <li>■ 社外取締役等と意見交換・アンケート等</li> </ul>

## 「地域のライフラインとして価値ある商品・サービスを低価格で提供し、豊かな暮らしに貢献する」仕組みづくり

当社グループは、創業当初から変わらない地域のライフラインとしての想いを、商品を低価格で提供することで実践しています。低価格を実践するためには、ローコストオペレーションが前提となります。そのためにマーチャライジング能力に磨きをかけ、効率的なロジスティクスによる配送網を整備し、グループ統合情報基盤を有効活用し、効率的な受発注を実現することで、様々な地域で店頭の従業員がお客様を笑顔で迎えられる環境を作っています。それに加え、M&A (Mind & Agreement: 心と意見の一致) により、オーバーストアを招かず、投資効率を追求できることもローコストオペレーションの強みとなっています。

## アークスグループの食品スーパー事業モデル



### 価値ある商品が揃う理由 仕入れる力

- バイヤーによる地域密着の商材調達 (直取引、経年で培う信頼関係)
- グループ横断の商品調達プロジェクトによる企画共創
- シジシージャパン様との緊密な連携による商品開発・品質保証

### ローコストの理由 出店投資採算性を徹底追求

- 不動産市場・地域情報を勘案した出店戦略による投資採算性確保
- グループ横断のノウハウ共有

### ローコストの理由 グループ統合基盤活用と業務効率化の追求

- 自動発注の有効活用 (仕入れ業務効率化の実現)
- 膨大な商品情報の高速処理を実現

### 豊かな暮らしに貢献 顧客接点を持つ

- 北海道から北関東に広がる373店舗
- オンラインショップ等の宅配機能
- スマホアプリ活用

### 価値ある商品が売れる理由 売り切る力

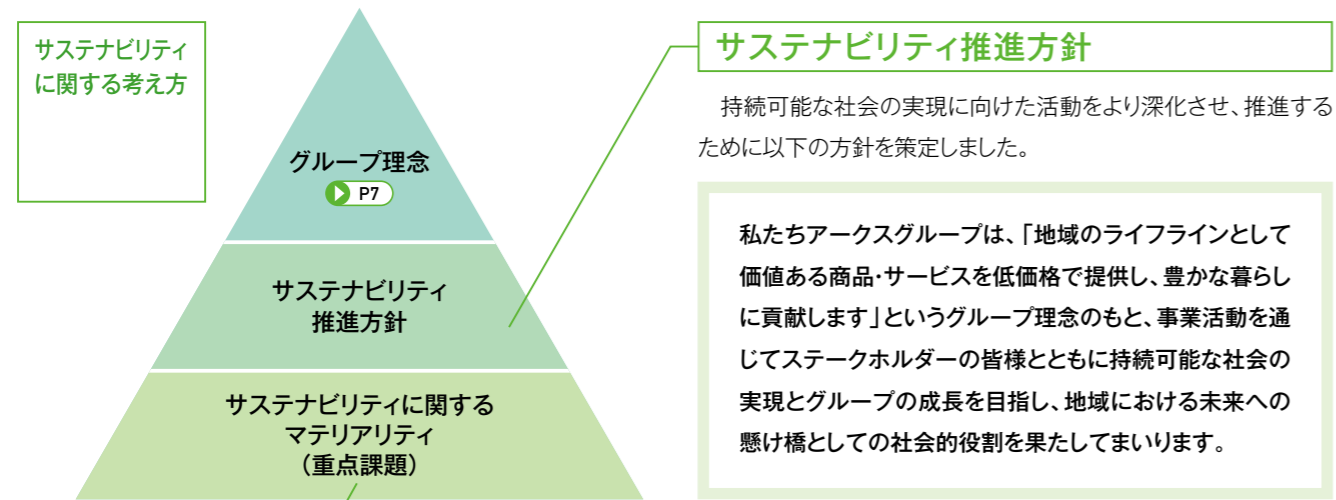
- RARAカード顧客情報に基づいた確かな品揃え・販売促進・プロモーション
- お取引先様との協働による販売企画



# サステナビリティ推進方針・体制

## アークスグループのサステナビリティの取り組み

当社は2022年4月に「サステナビリティ推進方針」及び「サステナビリティに関するマテリアリティ(重点課題)」を策定し、グループ各社にサステナビリティ推進委員会を設置しました。マテリアリティに沿ってグループ共通施策と各社個別施策を仕分け、アクションプランに落とし込み、取り組みの実効性を高めています。ハケ岳連峰経営の強みを活かし、事業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献していきます。

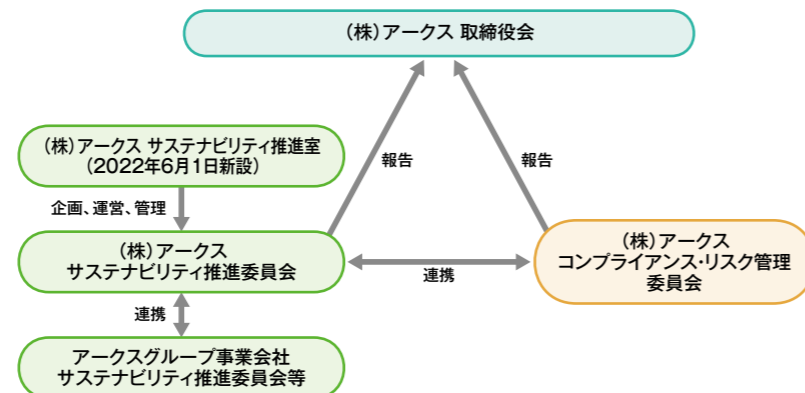


### サステナビリティに関するマテリアリティ(重点課題)

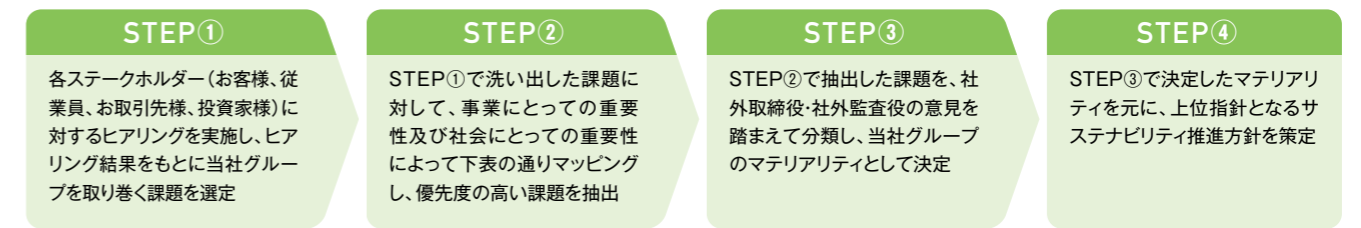
マテリアリティ	主な取り組み実績	今後の目標
① 地域社会との共生 ▶ P23	<ul style="list-style-type: none"> <li>小規模自治体への出店</li> <li>地域行事への協力・支援</li> <li>レジ袋収益の寄付</li> <li>地元自治体/団体との連携協定の締結</li> <li>災害時におけるBCP構築</li> <li>新型コロナウイルスへの対応</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>小商圏採算モデル店舗の開発</li> <li>フードバンク/子ども食堂との連携拡充</li> <li>お取引先様とのサステナビリティ分野における連携強化</li> </ul>
② 地球環境への配慮 ▶ P25	<ul style="list-style-type: none"> <li>食品ロスの排出削減</li> <li>プラスチック容器包装の削減</li> <li>エネルギー・CO<sub>2</sub>対策</li> <li>TCFD提言への対応</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>食品ロス・プラ削減のグループ各社における目標設定</li> <li>CO<sub>2</sub>排出量スコープ1・2を2013年度比50%削減</li> <li>CO<sub>2</sub>排出量スコープ3実績の算定</li> </ul>
③ お客様の豊かな暮らしへの貢献 ▶ P27	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域密着の食の提案</li> <li>衛生管理体制(設備/教育)のレベルアップ</li> <li>オンラインショップの取り組み</li> <li>RARAカード機能の充実・キャッシュレス化推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地場産品や健康/環境配慮商品の提案強化</li> <li>宅配サービスのエリア拡充</li> <li>アークスRARAカード申込のペーパーレス化</li> </ul>
④ ダイバーシティ&インクルージョンの推進 ▶ P28	<ul style="list-style-type: none"> <li>ダイバーシティ推進プロジェクトによる活動推進</li> <li>制度改革/啓発活動</li> <li>グループ各社における主体的な取り組み</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ全社にて「えるぼし」2つ星以上を取得</li> <li>グループ全社にて女性管理職比率10%達成</li> <li>労働時間の柔軟な運用体制の拡充</li> <li>従業員エンゲージメント調査の実施</li> <li>グループ各社における現場教育(OJT)の充実</li> </ul>

### サステナビリティ推進体制

当社サステナビリティ推進委員会は取締役副社長執行役員を委員長とし、グループ各社よりメンバーを招集し、概ね四半期に1回の頻度で開催しています。活動の進捗や意思決定の内容はコンプライアンス・リスク管理委員会と共有し、適宜当社取締役会に報告しています。



## マテリアリティ策定のプロセスとマッピング



社会にとっての重要度	事業にとっての重要度	マテリアリティ
極めて大	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>エネルギー、CO<sub>2</sub>対策 ②</li> <li>食品ロスの排出抑制 ②</li> <li>プラスチックの削減 ②</li> <li>食のライフライン機能の維持 ①</li> </ul>
大	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>健康や環境に配慮した提案の強化 ③</li> <li>従業員教育の充実 ④</li> <li>お取引先様等の社外連携強化 ①</li> <li>地産地消の拡充 ①</li> <li>ハラスメント対策の強化 ④</li> </ul>
中	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>ペーパーレスの推進 ②</li> <li>公正な取引体制の確立 ①</li> <li>DXの推進 ③</li> <li>グループ共通基幹システムの活用強化 ③</li> <li>マーケティング機能の拡充 ③</li> <li>情報セキュリティの強化 ⑤</li> </ul>
小	極めて大	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域貢献/福祉活動 ①</li> <li>買物難民対策 ①</li> <li>多様な人材の働きがいと働きやすさ追求 ④</li> <li>安定的な商品調達体制 ③</li> <li>衛生管理/安心安全 ③</li> <li>災害対応/BCP体制の確立 ①</li> <li>ガバナンス体制の適正な構築 ⑤</li> </ul>

マテリアリティとの対応 ① 地域社会との共生 ② 地球環境への配慮 ③ お客様の豊かな暮らしへの貢献 ④ ダイバーシティ&インクルージョンの推進 ⑤ ガバナンス

## サステナビリティアクションプランの策定

当社グループは、ハケ岳連峰経営の強みを活かしたサステナビリティ活動を推進するため、グループ各社が統一的に取り組む活動(グループ共通取り組み)とグループ各社が独自に取り組む活動を分類し85項目にリスト化しています。グループ各社は、リストをもとに単年度の「サステナビリティアクションプラン」を立案し、半期に一度進捗確認を行っています。これによりグループ間の事例共有や実行度の強化に繋がっています。

### グループ共通取り組み項目

取り組み区分	件数
アークス(親会社)が主体となって共通の手法で取り組むもの 事例:女性管理職比率10%達成等	25
グループ各社が自社の手法で必ず取り組むもの 事例:食品トレーのリサイクル促進等	7
グループ各社が自社の手法でできるだけ取り組むもの 事例:地元との災害支援協定の締結等	9
グループ各社が任意で取り組むもの 事例:フードバンク活動、サービス助士の設置等	44

合計 | 85



## マテリアリティ① 地域社会との共生

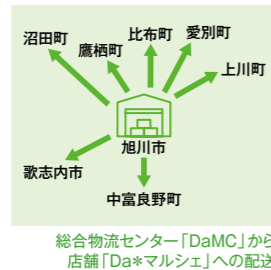
### 地域社会のライフライン企業として

当社グループは、地域に密着した食品スーパーとして、事業活動を通じた地域貢献を行っています。過疎化・高齢化が進む地域への出店、様々な災害やコロナ禍を経ての店舗運営体制の強化、自治体との協定締結などによる連携・協働体制の構築を通して、地域のライフラインとしての機能を果たしています。

### お客様の暮らしを支える地域貢献・福祉活動

#### 小規模自治体への出店

道北アークスは2015年以降、小商圏型店舗「Da\*マルシェ」を順次オープンし、現在7店舗を運営しています。出店地域は旭川市周辺の人口3千~4千人の市や町で、買物が困難なお客が多いエリアにおいて地域の食のインフラとしての役割を担っています。旭川市の総合物流センター「DaMC(ダマック)」とデリカセンターで生鮮食品を製造し、各店へ一括配送することにより店舗での作業量を軽減、少人数による店舗運営ノウハウを確立したことで小商圏型店舗出店を実現しています。2023年4月オープンのDa\*マルシェ歌志内店は市内で14年ぶりに新設された食品スーパーで、行政との協働により送迎サービスの実証実験も行われ、今後、まちづくりのモデル事例となることが期待されています。



Da\*マルシェ歌志内店(道北アークス)

#### 地域行事への協力・支援

地域創成とお客様の健康増進のため、グループ各社ではスポーツ大会や各種イベントへの協力・支援を行っています。ベルジョイスは1986年から「ちびっこ健康マラソン大会」を継続的に開催しています。同大会では完走者1人につき1,000円を岩手県が創設した「いわての学び希望基金」へ寄付し、東日本震災で被災した子どもたちへ届けています。2011年以降の累計は3,000万円を超えました。



第37回ベルジョイスカップ・S&B杯 ちびっこ健康マラソン大会(2022年9月)

#### レジ袋収益の寄付

当社グループでは、レジ袋の収益を環境保全・社会福祉活動等に役立てています。北海道CGCに加盟しているグループ各社は、レジ袋の売上を全て「(一社)北海道CGCみどりところの基金」に寄付しています。同基金は2008年に設立、森づくり事業に取り組むほか、ひとり親家庭の高校生へ奨学金を給付するなど、社会貢献を目的とする事業に財政的援助を行っています。2022年度は同基金に6,934万円を寄付し、2008年以降の累計寄付額は7億9,807万円となりました。



「CGC烏桐舞の森」の植林活動



### 自治体と連携し、地域のライフラインを維持する活動

#### 地元自治体/団体との連携協定の締結

当社グループで39の自治体、7社の民間企業、7つの消防・医療機関等の延べ53の団体と連携協定を締結しています。主な事例として、ラルズで札幌市・千歳市・石狩市と「災害時物資供給協定」を



ユニバースと岩手県北上市の連携協定締結式

#### 災害時におけるBCP構築

当社グループは、継続的にBCP(事業継続計画)の見直しを行っています。2018年の北海道胆振東部地震を機に停電に対するマニュアルを整備し、優先すべき業務の整理や復旧手順、人員配置等と合わせて、大規模災害や緊急事態への対応体制を構築しています。

また、一部のグループ会社では飲料水や粉ミルク、食品、電池等の非常用備蓄品を備え、消費期限に応じて入れ替えるローリングストックを行っています。



緊急災害輸送車(ユニバース)

締結しているほか、ユニバースは災害時に被災者へ供給する食料品や生活用品のための「災害用備蓄倉庫」を2007年に設置しています。また、道南ラルズは函館市と「包括連携協定」を締結し、2022年9月オープンのスーパーアークス千代台店に函館市支給の災害備蓄品保管庫を設置しています。これらの災害時支援のほか、福原では十勝総合振興局と「フードドライブ協定」を締結し、店頭で回収した食品を同振興局を通して地元の福祉団体に提供しています。



フードドライブポスター(福原)

#### 新型コロナウイルスへの対応

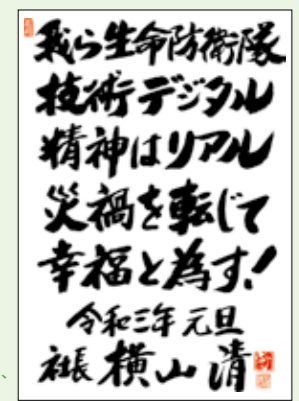
未曾有のコロナ禍の中、食品スーパーは地域のライフラインとして、お客様にご協力いただきながら感染拡大防止対策を行い、お客様と従業員の安全・安心を最優先に営業を継続してきました。

食品スーパーの従業員は生活に欠かせない「エッセンシャルワーカー」であり、日々感染リスクや精神的ストレスにさらされながらも、「食=生命そのもの」を供給する生命防衛隊として、本部・現場が協力して店舗を開け続けました。



レジにアクリルパネルを設置

コロナ禍を受け「生命防衛隊」を謳う、2021年の年頭所感



#### NEXT ACTION

- ▶ 小商圏採算モデル店舗の開発
- ▶ フードドライブ/子ども食堂との連携拡充
- ▶ 東北/北関東地区における寄付の拡大
- ▶ お取引先様とのサステナビリティ分野における連携強化



## マテリアリティ② 地球環境への配慮

### 持続可能な事業運営の推進

当社グループは、食品スーパーが抱える課題である食品ロスの排出削減に向け、「てまえどり」の啓発などの対策を実施しています。また、気候変動への対応としてプラスチックの使用量やCO<sub>2</sub>排出量の削減といった環境負荷軽減を推進し、持続可能な事業運営を目指しています。

### 食品ロスの排出削減や省資源・省エネルギーの取り組み

#### 食品ロスの排出削減

グループ各社では賞味期限切れによる食品廃棄の削減のため「てまえどり」等の店頭啓発の取り組みを実施しています。

このほか、ラルズは2003年から食品残渣をばんけいリサイクルセンター様に委託し、堆肥化する事業を行っています。年間約1万tを処理し、堆肥は同センターの契約農家や札幌市内の小中学校の教材園に提供されています。



ばんけいリサイクルセンター様

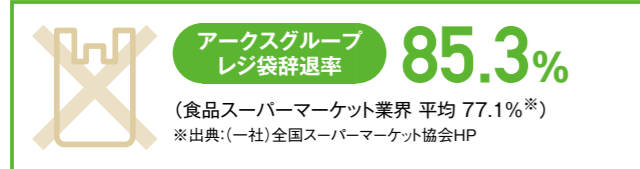
ユニバースでは2008年から食品残渣を堆肥化して、提携先の農業生産者様に提供し、生産された農産物をユニバース店舗で販売する循環型野菜の販売に取り組んでいます。



エコ野菜生産者様(ユニバース)

#### プラスチック容器包装の削減

脱プラスチックの機運が高まる中、当社グループではレジ袋の使用量削減に取り組んでいます。食品スーパーの平均辞退率77.1%<sup>※</sup>に対し、当社グループにおける2021年度のレジ袋辞退率は85.3%です。また、店頭配付のカトラリーについては、紙・木製の素材への変更や短寸化によるプラスチック使用量の削減、有料化による使用量抑制に取り組んでいます。



#### 省エネルギー・CO<sub>2</sub>排出量の削減

当社グループでは、脱炭素社会実現に向け、デマンド<sup>※</sup>監視並びに制御装置を活用した省エネルギー活動に加え、太陽光発電システムをはじめ、店舗照明のLED化、リーチインケース設置、高効率な空調設備への切り換え等、省エネ機器導入を進めることによりCO<sub>2</sub>排出量の削減に取り組んでいます。

<sup>※</sup>デマンド:1か月単位での最大需要電力量のこと。電力会社との契約量を超えると単価が変わるため、監視と制御が必要となります。



2021年12月、ビッグハウスししおり店(ベルジョイス)に設置されたソーラーパネル

### TCFD提言への対応

当社及びグループ各社は、気候変動問題をグループ横断で取り組むべき重要課題と考え、気候変動に伴うリスクや機会が事業戦略に大きな影響を及ぼすものと認識しており、気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)の提言に賛同しました。

<sup>※</sup>コンテンツの詳細につきましては、2023年4月3日付「TCFD提言に基づく情報開示のお知らせ」([https://www.arcs-g.co.jp/common/datadir/info\\_dat\\_20230403153440.pdf](https://www.arcs-g.co.jp/common/datadir/info_dat_20230403153440.pdf))をご覧ください。

#### ガバナンス・リスク管理

サステナビリティ推進委員会の委員長を当社取締役副社長執行役員、事務局長を当社サステナビリティ推進室長とし、同委員会にて気候変動対応を含むサステナビリティに関する取り組みの管理を行っております。また、同委員会とコンプライアンス・リスク管理委員会が密接に情報連携を図りながらリスクの評価及び対応策を協議しており、必要に応じて当社取締役会に報告を行っています。

#### 戦略(シナリオ分析〜リスク・機会の特定)

今世紀末までに産業革命以前と比較し世界の平均気温上昇が「1.5℃」と「4℃」の2つのシナリオにおける2050年の社会を想定しました。また、当社の事業への影響を見通せる範囲として、2030年時点での当社における機会とリスクの分析を行いました。その中でも重要度の高い機会・リスクについて対応する具体的な取り組みを設定しており、グループ横断で積極的に推進しています。

	重要度の高いリスク・機会項目	取り組み内容
リスク	炭素税負担の発生	<ul style="list-style-type: none"> <li>省エネ性能の高い空調や冷蔵・冷凍設備等の導入/更新</li> <li>物流拠点の統廃合やモーダルシフトによる物流業務の効率化</li> </ul>
	再エネ投資コストの増加	<ul style="list-style-type: none"> <li>太陽光発電設備の導入拡大</li> </ul>
機会	食品廃棄コストの低減	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品の仕入発注、加工・製造計画、在庫管理等の精度向上</li> <li>食品残渣のリサイクル活動</li> </ul>

#### 指標と目標

当社グループでは、サステナビリティ推進方針に掲げる「持続可能な社会の実現とグループの成長」を目指し、「社会・環境価値」、「経済価値」の両面における持続的な価値向上を図るべく、当社グループが事業展開する食品スーパーの事業活動に密接に関連する気候変動に係るKPIを設定し、モニタリングを行っています。また、2021年度排出量実績と長期目標については下記の通りとなっています。

##### ①スコープ1・2の温室効果ガス排出量算定

##### CO<sub>2</sub>排出量 総量

	2013年度 実績 (t-CO <sub>2</sub> e) (※)	2021年度 実績 (t-CO <sub>2</sub> e)
スコープ1・2合計	343,917	337,317



##### CO<sub>2</sub>排出量 単位当たり

単位区分	2013年度 実績 (t-CO <sub>2</sub> e) (※)	2021年度 実績 (t-CO <sub>2</sub> e)	2013年度 対比
売上高(1億円)当たり	79	59	▲25.3%

<sup>※</sup>2013年度実績は一部推計値を含みます。

##### ②削減目標

##### 長期目標

- 2030年度に、売上高1億円当たりスコープ1・2のCO<sub>2</sub>排出量を、基準年度(2013年度)の排出量に対し50%削減します。
- 2050年度に、カーボンニュートラルの実現を目指します。

### NEXT ACTION

- ▶ 食品ロス・プラスチック廃棄物削減のグループ各社における目標設定
- ▶ CO<sub>2</sub>排出量スコープ3実績の算定



マテリアリティ③

## お客様の豊かな暮らしへの貢献

### お客様の暮らしに寄り添う食の提案とサービス

当社グループは、地域に密着した食の提案やサービスを通してお客様の生活をより豊かにする取り組みを行っています。近年はインターネットでご注文し、ご自宅でお受け取りが可能なオンラインショップの拡充やアークスアプリの充実、決済方法の多様化等を進めています。

### お客様の多様なニーズへの対応

#### 地域密着の食の提案

伊藤チェーンは2020年、宮城県名取市にフーズガーデンゆりあげ食彩館をオープンしました。東日本大震災復興整備計画の



フーズガーデンゆりあげ食彩館(伊藤チェーン) 鮮魚コーナー「水産大国」

「閑上地区まちなか再生計画区域」内に位置し、産直コーナーとして地場の農産物や、地元で水揚げされた魚介類を展示・販売する活けず等があり、地域に密着した食の体験をご提案する場として新たなまちづくりに貢献しています。

また、当社グループでは地産地消や旬の食材、健康に配慮した食卓の提案を通し、お客様の豊かな食生活を応援しています。ラルズでは店頭でクッキングインフォメーションを設け、専門のスタッフが旬の食材やおすすめの商品を使用したメニューを提案しています。



スーパーアークス山鼻店(ラルズ) クッキングインフォメーション

### お客様の利便性の向上

#### オンラインショップの取り組み

ラルズは2021年に「アークスオンラインショップ」をオープンしました。店頭にはない商品の取り寄せにも対応し、ご自宅への配送だけでなく、店舗でのお受け取りも可能です。札幌市内と札幌市近郊で約129万世帯をカバーし、個人のお客様のほか保育園や福祉施設など、法人のお客様にもご利用いただいています。特に冬期間は需要が高まり、ライフラインとしての機能を果たしています。



冬の配達風景

#### RARAカード機能の充実・キャッシュレス化推進

アークスRARAカードは会員数が321万人にのぼります。現金専用カードのほか、自社プリペイドカードやクレジット連携カードなど様々な支払いでポイントが貯まります。2021年からは「アークスアプリ」でポイント付与やプリカ支払いに対応し、2022年からはクレジット払いもアプリ上で完結可能になりました。RARAカード以外のキャッシュレス対応として他社クレジットや各種バーコードでの決済にも対応しています。



アークスアプリ

マテリアリティ④

## ダイバーシティ&インクルージョンの推進

### すべての人が活躍できる企業を目指して

当社グループでは2019年に「ダイバーシティ推進プロジェクト」を立ち上げ、働き方の制度改革や各種啓発活動に加え、グループ各社の好事例を共有しグループ間で横展開を図ることで、多様な人材がいきいきと自分らしく活躍できる職場づくりを目指しています。

### グループ全体及び各社でのダイバーシティ推進

#### ダイバーシティ推進プロジェクトによる活動

プロジェクト 活動スローガン  
**全ての人がいきいきと自分らしく活躍できる  
 魅力ある職場をつくる**

2019年にグループ各社からの多様なメンバーで構成された「ダイバーシティ推進プロジェクト」が発足しました。性や年齢、国籍や人種等、多様な属性や背景をもつ従業員が自分らしくいきいきと働ける職場づくりを目指し、トップのコミットメントを得ながらボトムアップでグループ各社アクションプランの立案やグループ横断の教育啓発活動を実施しています。



ダイバーシティ推進プロジェクトのディスカッション風景

#### 制度改革・啓発活動

ダイバーシティ推進プロジェクトとグループ各社人事担当部署が連携し、半日有休制度の全社導入をはじめとした制度改革や、えるぼし取得推進を通じた働き方改革、さらに経営層も含めたセミナーやダイバーシティニュースの発行等、様々な啓発活動を実施してきました。アークスは2022年11月に厚生労働省が認定する女性活躍企業認定マーク「えるぼし」の3つ星を取得しました。



ダイバーシティニュース「rashiku」



「えるぼし」3つ星を取得(アークス)

#### グループ各社における主体的な取り組み

グループ各社において「ダイバーシティアクションプラン」を策定し、主体的に取り組みを進めています。道東アークスでは産休育休に関する啓発ポスターや動画を自主制作、オータニでは障がい者雇用に関する先進的な取り組みで表彰されるなど、自社の状況に応じて活発に取り組みを進めています。



産休育休啓発ポスター(道東アークス)



(独)高年齢・障害・求職者雇用支援機構理事長表彰を受賞(オータニ)

### NEXT ACTION

- ▶ グループ全社にてえるぼし2つ星以上を取得
- ▶ グループ全社にて女性管理職比率10%達成
- ▶ 労働時間の柔軟な運用の仕組みづくり
- ▶ 従業員エンゲージメント調査の実施
- ▶ グループ各社における現場教育(OJT)の充実

### NEXT ACTION

- ▶ 地場産品や健康/環境配慮商品の提案強化
- ▶ アークスRARAカード申込のペーパーレス化
- ▶ オンラインショップのエリア拡充



## 重点戦略 ロジスティクス戦略

### 物流を通して、環境負荷軽減に貢献

当社では2013年にロジスティクスグループを設立、グループ全体で物流改革に着手し、2019年のグループ共通基幹システム運用開始以降は、システムと連動して改革を推進しています。配送の一元化や、センター活用等、物流を通じた環境負荷軽減や地域の課題解決に取り組んでいます。

### 物流効率化

#### 物流の効率化と環境負荷の軽減

当社は、国が推進する「ホワイト物流」運動に賛同し、配送の効率化、環境負荷の軽減、労働環境の改善、コスト削減に向けた自主行動宣言を行っています。物流におけるドライバー不足、いわゆる「2024年問題」への対応の一環として、モーダルシフトを推進し主に青果物の集荷には鉄道貨物を積極活用しています。

また、北海道の運送会社と協力し、関東で荷下ろしを行った後の帰り便トラックに荷物を相乗りさせ、北上しながら各地からの集荷とグループ各社への配送を行う効率的な物流体制を構築しています。

そのほか、海外からの輸入品は定期運行の船便を使い、事業会社の最寄の港で荷揚げする等、サプライチェーン全体における環境負荷及び人的負担の軽減に取り組んでいます。



#### センター活用

ラルズと東光ストアは2018年より共同配送を開始しており、これにより2021年度は549tのCO<sub>2</sub>排出削減を実現しました。また、物流センターの統合や増築に伴って先進設備を導入し、衛生管理の徹底・強化を行った結果、各施設での温度・湿度管理、冷蔵・冷凍・解凍機能等を向上しています。

### NEXT ACTION

- ▶ 配送センターのグループ各社間共同利用や取り扱いカテゴリーの一元化
- ▶ 生鮮センターのエネルギー効率アップ
- ▶ 物流の2024年問題(ドライバー不足)への対応

## 重点戦略 マーチャндаイジング戦略

### 八ヶ岳連峰経営を活かした商品調達

当社グループの理念「地域のライフラインとして価値ある商品・サービスを低価格で提供する」を実現するために、当社グループの強みである地場調達と共同調達の両輪で商品調達基盤の強化を図っています。また、シジシージャパン様との協業や新日本スーパーマーケット同盟を通じた商品開発も積極的に行っています。

### 八ヶ岳連峰経営による地場調達基盤

#### グループ各社による地場調達基盤の構築

グループ各社は地域密着企業として地元の市場やお取引先様と長年に亘る信頼関係を築いています。生鮮品はもとより、一般食品においても地場のメーカー様との商品開発や地域の学校との協働による地元素材を活用した弁当・惣菜の開発等、地域の特色を活かした商品調達基盤を構築しています。



地産地消強化のためのオリジナル商品開発(福原)

#### 共同調達の拡大とサステナビリティへの配慮

グループ各社の商品調達責任者が参加する「アークス商品調達プロジェクト」では、NB(ナショナルブランド)商品の共同仕入規模を毎年拡大し調達コストの低減を図っています。また、同プロジェクトでは環境・健康に配慮した「商品調達アクションプラン」を立案し、グループ各社における大豆ミートや低糖質・減塩商品の導入支援や食品ロス低減のノウハウ共有などを通してサステナビリティへの意識醸成を行っています。



大豆ミート商品売場(東光ストア)

### パートナー企業との協業による商品開発や販促活動

#### CGC商品の開発にリーダーシップを発揮

当社グループは日本最大のコーペラティブ・チェーンであるCGCグループの中核として、CGC商品を自社プライベートブランドと位置づけ、シジシージャパン様に人員を派遣し商品開発・企画をリードしています。同社は商品開発のポリシーとして環境や安心安全への配慮を掲げ、容器包装の削減やFSC認証、賞味期限の延長等を実践しており、商品の製造委託先は全て第三者認証(ISO9001、HACCP<sup>※</sup>)を取得しています。

※HACCP: Hazard Analysis and Critical Control Point



1,900品目にのぼるCGC商品

#### 新日本スーパーマーケット同盟による商品開発

アークス、バローホールディングス、リテールパートナーズの3社による新日本スーパーマーケット同盟は、2018年の結成以来スケールメリットを活かした共同商品開発及び販促活動を行っています。

これまでサッポロビール様との「酸化防止剤無添加ワイン」や、岩塚製菓様と3社所在地のご当地食材を打ち出した「ご当地の味 ふわっと」が、ヒット商品となりました。



共同開発商品「ビスク風芳醇カニクリームコロッケ」が、「お弁当・惣菜大賞2022」の惣菜部門において最優秀賞を受賞

### NEXT ACTION

- ▶ グループ共同調達の比率拡大
- ▶ 物価上昇局面における新価格体系への移行
- ▶ 価値ある商品開発に向けたパートナー企業との協業拡大

## 重点戦略 DX戦略

### リアルとデジタルを融合し、環境変化に対応するためDX推進を加速

当社グループは2019年よりグループ共通基幹システムの運用を開始しました。これにより、食品スーパー10社の「モノサシの統一」を実現し、激化する競争環境に対応するための業務効率化・標準化を進めています。また、リアルとデジタルを融合した新たなマーケティングにより、お客様のニーズの変化に対応していきます。

### グループ共通基幹システムの利活用

#### 強靱な統合基盤に基づくグループシナジーの創出

当社グループは、グループ内食品スーパー10社の「モノサシの統一」を目指し、商品マスタ、カテゴリー、勘定科目及び帳票などを、共通の基幹システムに統合しました。

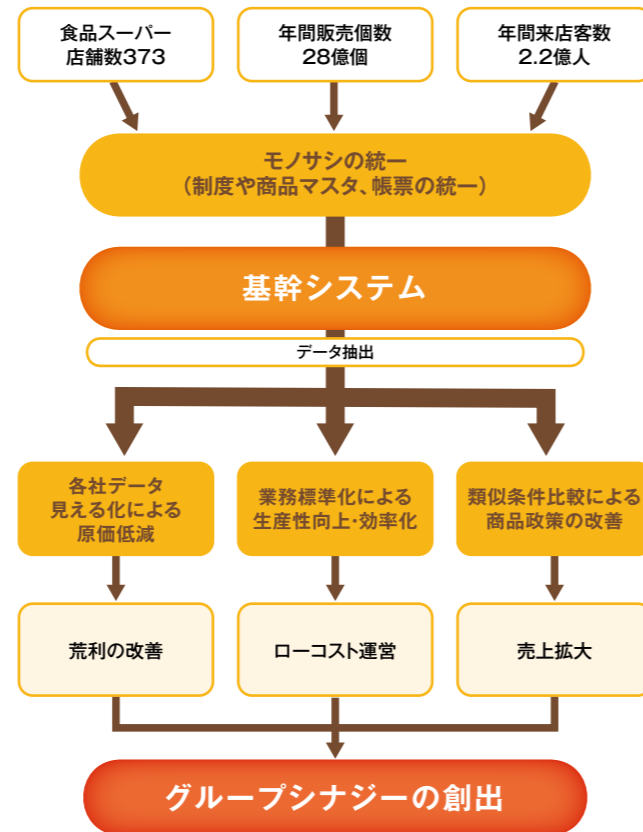
グループ全体で年間に販売する商品個数は28億個、来店客数は2.2億人に上ります。この基幹システムにより、MDの面ではグループ各社単位の価格変動や多様な販促手法が一元化されました。店舗運営の面では各店・部門別の売上や在庫、従業員のMH<sup>※</sup>管理等の膨大なデータが管理可能となりました。グループ横断でこれらの販売データを同基準で比較・分析し、仕入や品揃えに反映することで、販売手法の改善や利益率の向上を目指しています。

また、管理面では会計システムが統一されたことで、財務会計・管理会計ともに業務標準化が進みました。これにより、グループ各社の経理・人事系の業務を当社の事務集中センターに集約し、グループ全体の業務効率化にも繋がっています。

加えて、グループ各社が参加する「DX推進委員会」では、基幹システムの活用推進に留まらず、RPA（ソフトウェアによるPC作業の自動化）導入や給与明細の電子化によるペーパーレス化、電子棚札の実験など、DX全般の取り組みを推進しており、コスト削減や生産性向上におけるグループシナジーを創出しています。

※MH:Man Hour  
人時、1人の作業者が1時間にこなす仕事量を表し、作業者数×作業時間で計算される単位です。

営業面でのシナジー創出イメージ



### デジタルマーケティングの推進

#### “個”客戦略の取り組み

当社グループは、従来型のチラシやPOP等を通じたマーケティングとデジタルマーケティングを組み合わせたハイブリッド型マーケティングを推進しています。

アークスアプリやデジタルサイネージによるお客様への訴求とともに、アークスRARAカード会員様一人ひとりの購買行動を分析・把握し、当社グループのファンを増やすことで中長期的な売上拡大を実現していきます。



スーパーアークス千代台店 (道南ラルス) デジタルサイネージ

### NEXT ACTION

- ▶ グループ各社間におけるシステム活用のノウハウ共有
- ▶ 業務標準化とシステム活用の相乗効果
- ▶ デジタルマーケティング推進に向けた人員拡充
- ▶ ID-POSデータの活用

## 重点戦略 人的資本戦略

### 成長の機会と働きがいのある職場づくり

当社グループは2013年より人材育成理念を掲げ、グループ共通の教育制度を策定しました。また、2019年より統一人事制度を導入し、教育制度とあわせてグループ横断でキャリア形成体系を一元化しました。アークス主催の全社同一研修に加え、グループ各社主催の教育研修を実施し、2本立てでキャリア形成を行っています。

### グループ人材教育の考え方

#### 統一人事制度と人材教育

当社グループは、2019年よりグループ各社の役職や等級を統一した「統一人事制度」をスタートしました。グループ各社の地域性や独自の人材育成プロセスを活かしながら、評価体系や基礎教育はグループ共通とすることで人的資源の見える化や柔軟な人員配置が可能となっています。

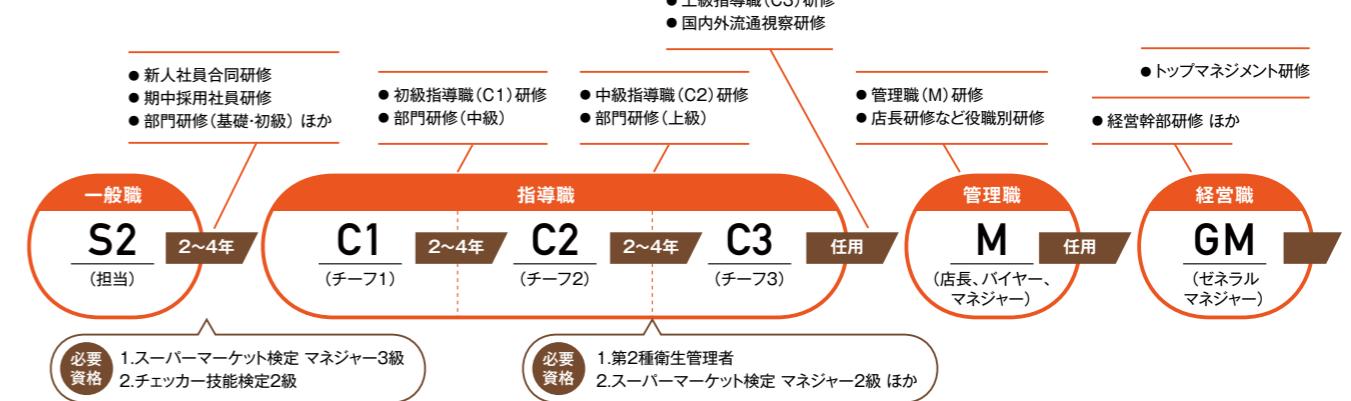
また、当社グループの人材育成理念に基づき、基礎教育としてグループ共通の役職別・資格別の教育研修プログラムを実施しています。外部講師によるオンライン研修のほか、社内講師による衛生管理教育、コンプライアンス研修、ダイバーシティ研修等を実施しています。また、グループ各社における研修として、各部門別研

修や動画マニュアル、現場教育(OJT)の充実等、グループ各社独自のニーズに基づく人材育成プログラムを実施しています。

#### アークスグループ 人材育成理念

1. 人間力の向上
2. 常識力の向上
3. 基礎的技能の向上
4. 変化対応力の向上
5. 自律(立)力の向上

#### アークスグループの教育体系とキャリアアップの仕組み



資格取得・通信教育・外部セミナー・店舗調査・商品知識探究等の自己啓発支援

#### 人的資本データ

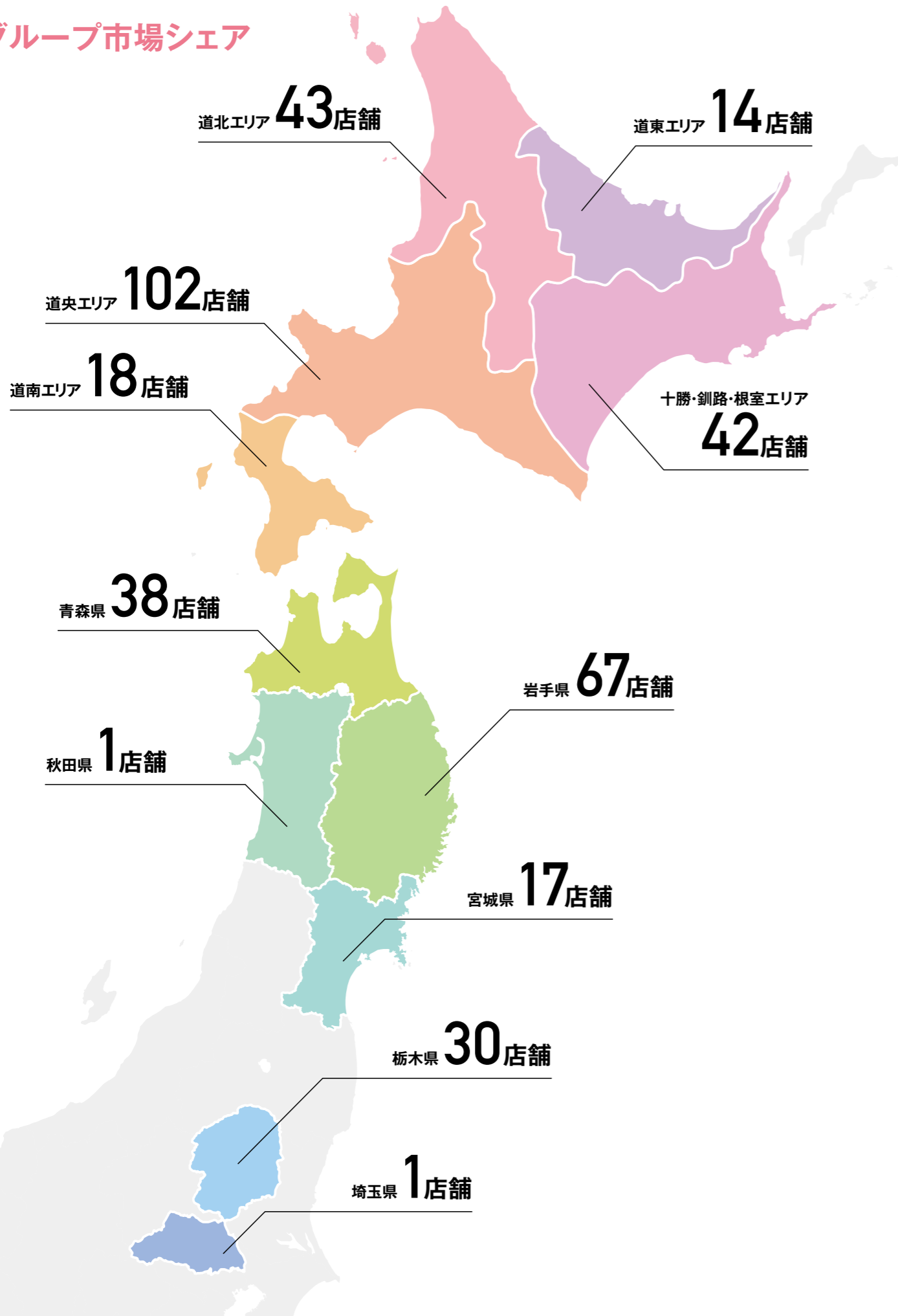
正社員数	総従業員数	新卒採用人数	期中採用人数	月間平均残業時間	有休消化率	女性管理職比率	障がい者雇用率
5,787人 (2022年度末)	29,887人 (2022年度末)	正社員 146人 (2022年度)	正社員 135人 (2022年度)	正社員 19.8時間 (2022年度)	正社員 52.0% (2022年度)	6.5% (2022年度)	2.9% (2022年度)
研修参加社員数	研修時間合計	一人あたり研修時間	食品安全衛生管理士取得者	食品表示管理士取得者			
正社員 4,208人 (2022年度)	正社員 100,209時間 (2022年度)	正社員 17.3時間 (2022年度)	累計139人 (2022年度まで)	累計1,150人 (2022年度まで)			

### NEXT ACTION

- ▶ 現場教育(OJT)の更なる充実
- ▶ ベテランが持つスキルの形式化と権限移譲
- ▶ 採用や働き方の柔軟化とアイデアの出しやすい風土醸成
- ▶ 人的資本投資の戦略策定

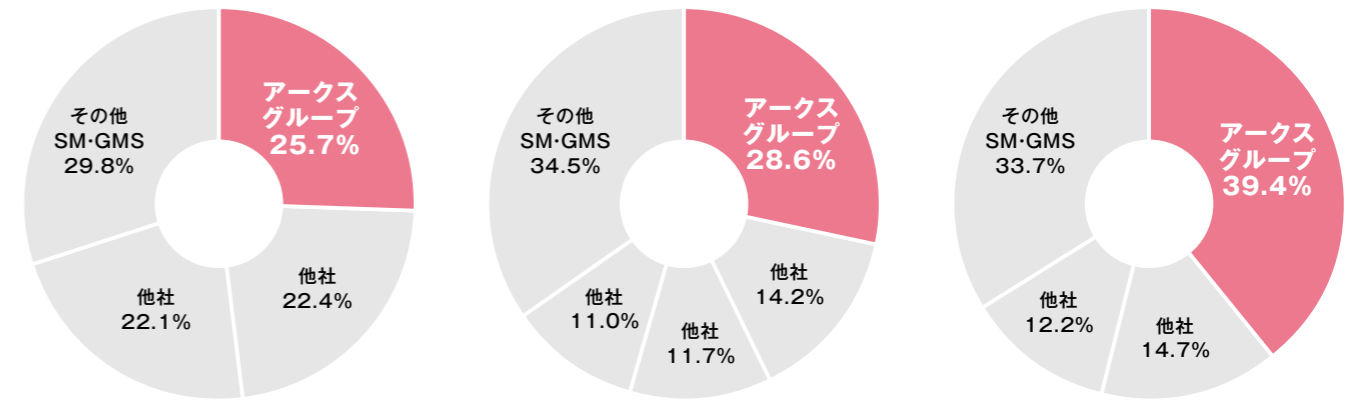


## グループ市場シェア



アークスグループは北海道・青森県・岩手県でナンバーワンの市場シェアを獲得しています。そのスケールメリットを生かし、各地でエリアドミナントを築く当社グループの食品スーパーは、暮らしに密着した商品とサービスを地域の皆様にお届けしています。今後、さらなる事業拡大を目指すとともに、地域のライフラインを守る旗手として“地域ナンバーワンの店づくり”を進めていきます。

### 市場シェア



#### 北海道

市場規模:1兆1,351億円

# 25.7%

ラルズ	11.6%
福原	3.5%
道北アークス	3.6%
東光ストア	3.2%
道南ラルズ	2.1%
道東アークス	1.7%

#### 青森県

市場規模:2,916億円

# 28.6%

ユニバース	28.2%
ベルジョイス	0.4%

#### 岩手県

市場規模:2,619億円

# 39.4%

ベルジョイス	25.2%
ユニバース	14.2%

※食品売上高のシェア。「2022年食品スーパーマーケット年鑑」を基に当社推計

# 小売事業店舗数 合計 373店舗

(2023年2月末現在)

北海道 219店舗		東北 123店舗	
<b>道央エリア</b>		<b>青森県</b>	<b>岩手県</b>
ラルス 72店舗	道東アークス 14店舗	ユニバース 37店舗	ベルジョイス 48店舗
東光ストア 27店舗	<b>十勝・釧路・根室エリア</b>	ベルジョイス 1店舗	ユニバース 19店舗
エルディ 3店舗	福原 42店舗	<b>秋田県</b>	<b>宮城県</b>
<b>道北エリア</b>	<b>道南エリア</b>	ユニバース 1店舗	伊藤チェーン 10店舗
道北アークス 41店舗	道南ラルズ 18店舗	ベルジョイス 7店舗	
ラルス 2店舗		<b>北関東 31店舗</b>	
		<b>栃木県</b>	<b>埼玉県</b>
		オータニ 30店舗	オータニ 1店舗





## 事業会社紹介

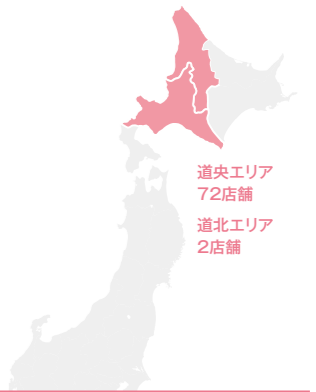
当社グループは、各社が地域に根ざしたライフライン企業として、お客様の豊かな暮らしに貢献しながら、各地域におけるエリアドミナントの拡大とさらなるグループシナジーの創出を目指します。



## 株式会社 ラルズ



〒064-8621 北海道札幌市中央区南13条西11丁目2番32号  
TEL.011-530-6000(代表) FAX.011-530-6010



### 会社概要

代表取締役社長/猫宮 一久  
設立年月日/2002年11月1日  
資本金/42億円  
事業内容/総合小売店チェーン

従業員数/7,808人  
店舗数/74店  
売上高/1,408億200万円

ラルズはアークスの前身である「ダイマールスーパー」から数えて創業63年を迎えるアークスグループの中核企業です。地域特性に応じた店舗展開と個店経営の強みを活かしつつ、全員参加型の経営と「味」・「鮮度」・「価格」の優先順位を意識した商品展開、ローコスト経営を通して、自ら考え自ら行動するリーダーの育成を進めています。



代表取締役社長 猫宮 一久

### ラルズの強み

- ① 「顧客満足度」と「従業員満足度」の追求とPDCA管理
- ② 自ら考え自ら行動する情熱と熱意を持った強いリーダーの育成とOJT教育
- ③ 挨拶・クリンリネス・欠品のない売場の追求とローコスト経営に基づく低価格の実現

## サステナビリティへの取り組み

鉄道輸送を活用し、環境配慮に取り組んでいます。



### モーダルシフト、グリーン物流

産地や物流事業者等と協力して、野菜の仕入れをトラックから環境負荷の少ない鉄道に切り替えるモーダルシフトで物流効率化とCO<sub>2</sub>削減に繋がっています。2016年から7年連続認定事業者となっており、2017年には持続可能な物流体系の構築に繋がったとして経済産業省から「グリーン物流優良事業者表彰」を受けています。



### 地元生産者様との直接取引の拡大

道内各地の農業生産者様や漁業協同組合様と直接契約を結び、豊富な地場産品を抜群の鮮度でお届けしています。「産地直送」の取り組みもそのひとつであり、朝採れた新鮮な野菜や魚をその日のうちに店頭と並べています。産地や生産者様もしっかりとご紹介するよう努めています。



### 環境への取り組み

貴重な資源を廃棄せずに再資源化するため、お客様にご協力いただきながら牛乳パックや食品トレー、ペットボトル、アルミ缶、段ボール等の回収に取り組んでいます。また、店内で排出される野菜くずや魚のアラ、売れ残り商品等の食品残渣を堆肥化させる取り組みも行い、循環型社会の形成を推進しています。



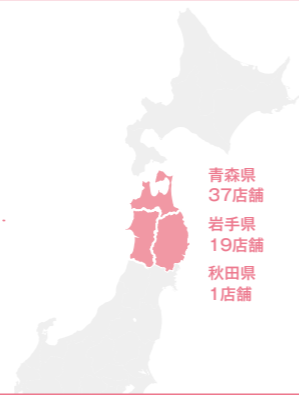
# 株式会社 ユニバース

〒039-1185 青森県八戸市大字長苗代字前田83番地1  
TEL.0178-21-1888(代表) FAX.0178-21-1811

## 会社概要

代表取締役社長/三浦 建彦  
設立年月日/1967年10月20日  
資本金/15億22百万円  
事業内容/食品スーパー

従業員数/5,370人  
店舗数/57店  
売上高/1,309億71百万円



ユニバースは、青森県を中心に岩手県、秋田県に展開しています。「Customers, our Priority. (私たちは)いつでもどこでも顧客最優先」を理念とし、お客様にできることは何かを徹底的に考えてPDCAできる人材育成と組織づくりが強みです。地域のお客様のより豊かな生活の実現に向けて、地元自治体との連携にも注力しています。



代表取締役社長 三浦 建彦

### ユニバースの強み

- 1 地域との共生と「Customers, our Priority. (私たちは)いつでもどこでも顧客最優先」の徹底で青森県No.1シェア
- 2 鮮度と品揃えを追求した売場づくり
- 3 緻密なオペレーションによる高い生産性

## サステナビリティへの取り組み



### 災害時の支援活動

「食のライフライン」を担う企業として、出店する地域の自治体等との災害支援協定を締結する取り組みを進めています。

災害が発生した際は、自治体等の要請に応じてユニバースの近隣店舗や災害用備蓄倉庫等から必要な物資を迅速に供給し、被災地域をサポートすることができます。



### ISO14001 認証取得

2001年10月に国際規格ISO14001の認証を取得しました。

外部の目線を入れることで環境問題への取り組みが「企業存続のための重要な要件」であると全社的に周知し、事業活動と自然環境との調和に向けて課題を明確化し、積極的に取り組みへの意識を醸成しています。



### 食を通じた健康増進活動

出店地域の自治体と連携し、健康増進に繋がるキャンペーン等を実施しています。

青森県内の店舗では青森県知事を中心に、県が推奨する「だし活+だす活」のPRイベントを開催し、県産素材を活用した「だし活あおもり商品」と野菜の摂取で美味しく健康を目指す取り組みを実施しています。

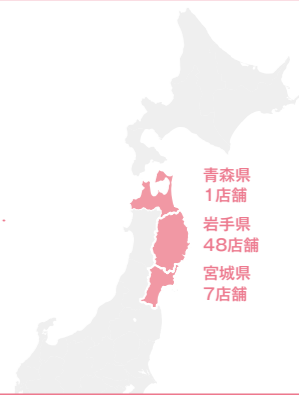
# 株式会社 ベルジョイス

〒020-0824 岩手県盛岡市東安庭2丁目1番30号  
TEL.019-623-6100(代表) FAX.019-622-0474

## 会社概要

代表取締役社長/澤田 司  
設立年月日/1951年1月17日  
資本金/10億52百万円  
事業内容/食品スーパー

従業員数/4,533人  
店舗数/56店  
売上高/800億24百万円



ベルジョイスは、岩手県を中心に青森県、宮城県に展開しています。創業から95年、岩手県におけるシェアNo.1企業として、大型ディスカウント業態から中～小型店舗まで地域特性に応じた多様な店舗展開を行っています。旧ベルプラスと旧ジョイスの統合プロセスが完結し、近年は「ビッグハウス業態」から「スーパーアークス業態」への転換を積極的に進めています。



代表取締役社長 澤田 司

### ベルジョイスの強み

- 1 創業95年の歴史と岩手県における地域No.1シェア
- 2 地域特性に応じた多様な業態のオペレーション力
- 3 旧ベルプラスと旧ジョイスの統合効果の創出

## サステナビリティへの取り組み



### 地元自治体との災害連携協定

災害時の対応や避難所での生活に必要な水や食料品等の物資を自治体からの要請により優先的に供給する災害連携協定を4つの自治体、1つの消防組合と締結しています。2011年の東日本大震災時は、岩手県の要請により津波被害を受けた沿岸地域の避難所へ優先的に物資を供給いたしました。



### フードドライブ

ご自宅に眠っている食料品を回収ポストに入れていただく、フードドライブ活動を行っています。「もったいない」を「ありがとう」に変えるためにNPO法人と取り組みを進めており、岩手県内及び宮城県内の店舗にポストを設置し、貧困問題解決と食品ロス削減に努めています。



### ピンクリボン運動への賛同

乳がんの早期発見を呼びかける「いわてピンクリボンの会」による啓発活動に賛同し、毎年10月のピンクリボン月間に合わせて店内にピンクリボンツリーを設置しています。また、みちのくココ・コーラボトリング様と共同で、同会への売上本数に応じた寄付活動も実施しています。



# 株式会社 福原

〒080-2498 北海道帯広市西22条北1丁目13番地  
TEL.0155-37-3983(代表) FAX.0155-37-5752



十勝・釧路・根室エリア  
42店舗

## 会社概要

代表取締役社長／福原 郁治  
設立年月日／1958年5月23日  
資本金／24億81百万円  
事業内容／食品スーパー

従業員数／1,937人  
店舗数／42店  
売上高／420億88百万円

福原は、十勝・釧路・根室エリアを基盤に店舗展開する創業65年の地域密着企業です。コーポレートメッセージ「福」を届けます、すべての人に。～Make Happiness!～は、お客様・生産者様・お取引先様・従業員、すべての方々に事業活動を通して「福」を届け、幸せになっていただきたいとの想いと決意を込めています。



代表取締役社長 福原 郁治

## 福原の強み

- 1 地域密着企業として地域社会における知名度と信頼感
- 2 人口の少ない町村部を含めた店舗運営ノウハウと採算モデルの構築
- 3 子ども食堂やフードドライブ等、社会活動の積極的な推進

## サステナビリティへの取り組み



### リサイクル活動の推進

脱炭素・循環型社会の推進のために、ペットボトルやキャップ、食品トレイ、古着・古紙等の店頭回収活動を積極的に行っています。加えて、店舗から出る廃油、発泡スチロールのリサイクルや全店での節水・節電プロジェクトを進め、エネルギー消費量の削減を進めています。



### 子ども食堂への支援活動

地域貢献とフードロス削減のため、全店舗でフードドライブ活動を行っております。店頭で回収した食材は地域の子ども食堂等へ提供しており、年間120回以上の子ども食堂が開催されています。現在の寄贈先は十勝・釧路両地区合わせて10施設となっており、今後もさらなる支援活動に繋がっていきます。



### スポーツ振興

十勝の広大な土地を生き、全面天然芝の会場で少年サッカー大会「フクハラ杯」を主催しています。今年で第27回を数え、道内最大級の大会となっており、Jリーガーも生まれています。加えて、ミニバレーやバドミントン等地域に根差した競技の大会も開催し、地域コミュニティの発展に貢献しています。



# 株式会社 道北アークス

〒079-8585 北海道旭川市流通団地1条1丁目33番地の1  
TEL.0166-47-2818(代表) FAX.0166-48-8987



道北エリア  
41店舗

## 会社概要

代表取締役社長／六車 亮  
設立年月日／1965年5月22日  
資本金／7億81百万円  
事業内容／食品スーパー

従業員数／2,797人  
店舗数／41店  
売上高／435億68百万円

道北アークスは、旭川市を中心とする道北地区に店舗展開しています。北海道のほぼ中央に位置する旭川の地の利を活かし、センター機能を戦略的に活用することにより、広域集客型で品揃え豊富な1,000坪の大型店から77坪の超小型店まで幅広い業態を広域な範囲で展開することが可能です。これにより地域コミュニティの持続的な形成に貢献しています。



代表取締役社長 六車 亮

## 道北アークスの強み

- 1 地の利と高機能なセンターを活用した広域物流体制を構築
- 2 広域集客型の自社大型店を含むショッピングエリアの運営ノウハウ
- 3 人口の少ない町村部への超小型店舗の運営ノウハウ

## サステナビリティへの取り組み



### 超小型店「Da\*マルシェ」

地域のライフラインとして2015年から超小型店舗業態「Da\*マルシェ」を展開しています。生鮮品は生鮮センター及びデリカセンターから100%供給することで、少ない人員でも営業ができ、今まで難しかった人口の少ない地区への出店が実現し、地域に貢献しています。



### AEDを全店に設置

お客様の安全・安心なお買物環境を整える一環として、店舗・センターを含めた全拠点にAEDを配置しています。店舗をご利用のお客様や従業員だけではなく、店舗近隣地域のAED設置拠点としての役割も担っています。



### 女性管理職の登用推進

従前より管理部門を中心に、性別に関係なく個人の能力によって管理職への登用を進めています。現在では女性管理職比率がアークスグループ内でも高く、多数の女性が活躍しています。今後も引き続き、女性活躍の推進に努めています。





# 株式会社 東光ストア

〒062-0931 北海道札幌市豊平区平岸1条1丁目9番6号  
TEL.011-842-3246(代表) FAX.011-842-3240



道央エリア  
27店舗

## 会社概要

代表取締役社長／楠美 秀一  
設立年月日／1972年7月15日  
資本金／13億77百万円  
事業内容／食品スーパー

従業員数／2,182人  
店舗数／27店  
売上高／393億80百万円

東光ストアは札幌市と隣接する北広島市に展開しています。地下鉄沿線店舗や24時間店舗など徒歩圏生活者のニーズに寄り添った店づくりが特徴です。また、生鮮の鮮度強化やサービス介助士の全店配置等、品質や接客を強みとしています。商圈が重複するラルズとは、緊密な情報交換やセンターの共通化等、良好な協力体制を構築しています。



代表取締役社長 楠美 秀一

### 東光ストアの強み

- 1 都市圏の生活者に寄り添った店舗展開と商品構成
- 2 生鮮の品質強化とシニアや障がい者に優しい接客サービス
- 3 地域に密着した店舗での住民との活発な交流

## サステナビリティへの取り組み



### 地域住民のライフラインを目指して

札幌市内中心部及び地下鉄沿線店舗の24時間営業により、いつでも生鮮食品や生活必需品を常時提供できる環境を整えています。今後も地域のライフラインとして、お客様の利便性向上に貢献していきます。



### サービス介助士を全店に配置

全ての店舗にサービス介助士を配置しています。車いすや目の不自由なお客様等、お手伝いが必要な方にも安心して楽しくお買い物いただける環境作りと接客サービスの向上に努めていきます。



### 店頭での各種セミナーを開催

札幌市・北広島市と連携し、店頭のスペースを活用した健康セミナーを開催しています。体を動かすリズム体操や脳トレ、健康に関するミニ講座など地域の皆様が楽しみながら交流されています。



# 株式会社 道南ラルズ

〒049-0101 北海道北斗市追分3丁目4番11号  
TEL.0138-48-2220(代表) FAX.0138-48-2226



道南エリア  
18店舗

## 会社概要

代表取締役社長／今野 伸  
設立年月日／1998年9月30日  
資本金／4億80百万円  
事業内容／食品スーパー

従業員数／1,561人  
店舗数／18店  
売上高／259億39百万円

道南ラルズは函館市を中心に道南地区に店舗展開しています。地域密着、お客様第一主義をモットーに鮮度と品揃えを充実し、フレンドリーなサービスを提供しています。北斗市に本社を置き、地域のニーズに応じた店舗運営をスピーディかつフレキシブルに行えることが強みです。



代表取締役社長 今野 伸

### 道南ラルズの強み

- 1 地域の食文化や食習慣に即応した商品展開と店づくり
- 2 道南地区全体をカバーする2市7町への店舗出店
- 3 プロセスセンター活用による生鮮部門の豊富な品揃え

## サステナビリティへの取り組み



### 函館市との包括連携協定による緊密な連携

2011年に北海道函館市と包括連携協定を締結し、地域情報や市政に関する案内などを市内8店舗に設置した「函館市掲示板」に貼り出してお客様に発信しています。また、てまどり運動や、地域企業活性化として模擬商談会でアドバイザーとして参加するなど様々な取り組みを共同で行っています。



### ご高齢のお客様にも優しい電話・FAX宅配

函館市のスーパーアークス港町店を拠点として、函館地区全域に商品をお届けしております。インターネットを利用した注文はもちろん、昔ながらの電話・FAX注文にも対応しております。インターネット環境のないご高齢のお客様にも好評です。



### 地域の歴史を遺す取り組み

2022年9月に函館市の旧千代ヶ岱小学校跡地にスーパーアークス千代台店をオープンしました。校庭にあった桜の木を残し、イートインコーナーでは跳び箱をリメイクした椅子とテーブルを使用しています。また、2階の壁面には千代ヶ岱小学校の校歌を記すなど、学校の101年の歴史を感じられる店づくりをしています。



# 株式会社 道東アークス

〒090-0056 北海道北見市卸町3丁目3番地3  
TEL.0157-36-5121(代表) FAX.0157-36-5125



道東エリア  
14店舗

## 会社概要

代表取締役社長／北野 達志  
設立年月日／1959年12月25日  
資本金／4億50百万円  
事業内容／食品スーパー

従業員数／1,076人  
店舗数／14店  
売上高／198億85百万円

道東アークスは北見市と網走市を中心に14店舗を展開しています。地域商圏に応じた小型～大型店舗までドミナントを形成し、家庭の味にこだわった惣菜等地域密着の商品と店舗を展開しています。



代表取締役社長 北野 達志

### 道東アークスの強み

- 1 地域コミュニティ機能の発揮による知名度と信頼感
- 2 地産地消商品を取り扱い地元企業を応援
- 3 マルチタスクで高い人時生産性を実現

## サステナビリティへの取り組み



### 地元の学校に協力し販売の場を提供

地域密着企業として地域社会に貢献するため、地元の農業高校である北海道美幌高等学校で生産された農産物の即売会を実施しています。生徒の皆様はもちろん、ご家族や地域の方々にも大変喜ばれるイベントとなっています。



### 健康配慮、地産地消にこだわった商品開発

青果部門で取り扱っている地元の商品を使用し、噛む力と栄養を意識して北見歯科医師会等と共同考案した「カムカム弁当」や、地元北見市発祥の有名店「カレーのちから」のレトルトカレー等の開発・販売を行いました。



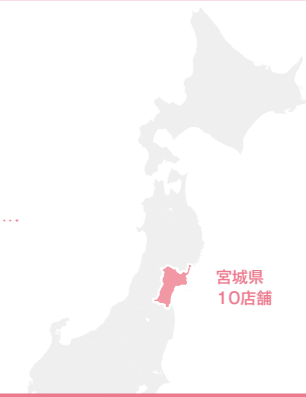
### 外部講師に頼らない自前のカリキュラムによる人材育成

2021年より新人社員研修の内容を見直し、一定期間ごとに全部門を経験させることにより、マルチタスクに対応できる人材の育成を図っています。また、入社3～5年目研修とチーフ研修では、相互の業務内容を発表することで教える側も教わる側も成長に繋がり、貴重な意見交換の場にもなっています。



# 株式会社 伊藤チェーン

〒989-1756 宮城県柴田郡柴田町大字槻木字焼燗2番地1  
TEL.0224-58-7171 FAX.0224-58-7173



宮城県  
10店舗

## 会社概要

代表取締役社長／伊藤 吉一  
設立年月日／1974年4月9日  
資本金／50百万円  
事業内容／食品スーパー

従業員数／778人  
店舗数／10店  
売上高／136億5百万円

伊藤チェーンは、宮城県の仙台市から県南地区にかけて10店舗を運営する食品スーパーです。2019年にアークスグループ入りしました。「お客様に喜ばれる商いを毎日続けよ」を社訓とし、東日本大震災の被災地区にも積極的に出店しています。



代表取締役社長 伊藤 吉一

### 伊藤チェーンの強み

- 1 宮城県南地区へのドミナント展開と地域に密着した店舗づくり
- 2 地域最大の産直品売場を通じた生産者との連携強化
- 3 道の駅のような楽しい店づくり

## サステナビリティへの取り組み



### 「ふるさと企業大賞」を受賞

2022年10月に地域総合整備財団（ふるさと財団）より、東日本大震災の被災地区である宮城県岩沼市玉浦地区へ出店したフーズガーデン玉浦食彩館による地域経済と雇用への貢献が評価され「ふるさと企業大賞（総務大臣賞）」を受賞しました。



### 産直コーナー設置で地産地消を促進

地域密着店舗として、生産者の商品を直売する産直コーナーを各店舗で展開しています。取り扱い商品は、定番の野菜・果物以外にも、水産物・デザート・特産品・雑貨等多岐にわたり、宮城県産品の地産地消にも一役買っています。



### お買い物バスの運行

食品スーパーの撤退等によって買物が困難になってしまった地域と各店舗を結ぶ「お買い物バス」を、複数店舗で無料運行しています。お買物の移動手段が少ない高齢者の方を中心に好評をいただいています。





# 株式会社 オータニ

〒321-0905 栃木県宇都宮市平出工業団地37-3  
TEL.028-661-4011(代表) FAX.028-660-2222

## 会社概要

代表取締役社長/川野 泉  
設立年月日/1982年9月1日  
資本金/98百万円  
事業内容/食品スーパー

従業員数/1,397人  
店舗数/31店  
売上高/251億39百万円



栃木県30店舗  
埼玉県1店舗

オータニは、栃木県宇都宮市に本社を置き、栃木県と埼玉県に31店舗を展開する食品スーパーです。2021年にアークスグループ入りしました。1946年の創業以来、「お店はお客様のためにある《思いやりと素直な心》」という企業理念のもと、老若男女を問わず幅広いお客様にご利用いただける品揃えに努め、安心・安全、健康、おいしさを提供しています。

## オータニの強み

- 1 創業76年以来培った地元のお客様やお取引先様との信頼関係
- 2 安さと品質を両立した「フードマーケットオータニ」と、本物志向の「フードオアシスオータニ」の2業態を展開し他社と差別化
- 3 地域特性に応じた店づくりと地元のお客様ニーズを取り入れた品揃え



代表取締役社長 川野 泉

## サステナビリティへの取り組み



### 障がい者雇用の取り組みで知事表彰や雇用支援機構表彰を受賞

青果部、グロサリー部、海産部、デリカ部等、本人の適性と希望に応じて29名の障がいを持つ従業員が活躍しています。障がい者雇用率は2023年2月末現在3.68%に達しており、2018年には栃木県障害者雇用優良企業県知事賞、2022年には高齢・障害・求職者雇用支援機構理事長賞を受賞しました。



### 使用済み紙パックの回収

2022年10月より全店舗で使用済み紙パック回収ボックスを設置し、2023年2月末までで1,500kgの紙パックを回収しました。その後は約8,000個のトイレットペーパーに生まれ変わり、1,170kgのCO<sub>2</sub>排出量の削減に貢献しています。



### 宇都宮動物園へ野菜くずの無償提供

店舗で商品化した際に発生する野菜くずを宇都宮動物園に無償で提供しています。週に2回、直接店舗から回収いただいております。野菜くずの廃棄処分費の削減につながるとともに、同園のエサ代の3割削減に寄与しています。



# 株式会社 エルディ

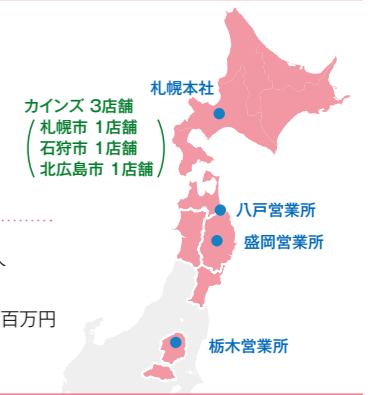
〒062-0931 北海道札幌市豊平区平岸1条1丁目9番6号  
TEL.011-812-8088(代表) FAX.011-812-8885

## 会社概要

代表取締役社長/横山 清  
代表取締役専務/土手 光三  
設立年月日/1966年5月17日  
資本金/4億80百万円

事業内容/ビルメンテナンス事業・保険事業・資源環境事業・ホームセンター事業・旅行事業

従業員数/278人  
店舗数/3店  
売上高/79億71百万円



札幌本社  
カインズ 3店舗  
(札幌市 1店舗  
石狩市 1店舗  
北広島市 1店舗)

八戸営業所  
盛岡営業所

栃木営業所

エルディは、ビルメンテナンス事業をはじめ、産業廃棄物収集運搬業、保険・旅行代理店業、ホームセンター事業の運営等、幅広い事業展開で一般のお客様はもとより、アークスグループ各社を支える企業です。グループ各社が地域のライフラインとしての機能を果たせるよう、日々サポートすることで地域社会に貢献します。

## エルディの強み

- 1 食品スーパーに不可欠な周辺業務をグループ内で請け負える
- 2 食以外の「生活全般」に関わる商品取り扱いノウハウの蓄積



代表取締役専務 土手 光三

## サステナビリティへの取り組み



### 廃棄物管理と再利用

資源環境事業では段ボール・古紙の回収を行い、再生段ボールや紙管、牛の寝藁の原料等への再利用に役立てています。その他、廃食油からバイオディーゼル燃料を精製する取り組みの検討に着手し、CO<sub>2</sub>排出量の削減にも取り組んでいきます。



### グループ各社の管財保険を統一しリスクを見える化

小売業のリスクを漏れなく顕在化させた上で、グループ各社の経営方針に沿ったリスクマネジメントの提案を行っています。また、大規模災害時の被害を予測し、保険としてカバーすることで万一の際には災害復旧会社と迅速に連携し、地域のライフラインである店舗の早期復旧に貢献します。



### ホームセンター事業における災害対応

ホームセンター(カインズ)3店舗をフランチャイズで運営しており、2017年に北広島市、2020年に石狩市と災害時における生活物資等の供給に関する協定を締結しました。加えて、2018年の北海道胆振東部地震の際には、経済産業省からの要請に応じて避難所へ物資を提供しました。

# コーポレート・ガバナンス

## コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

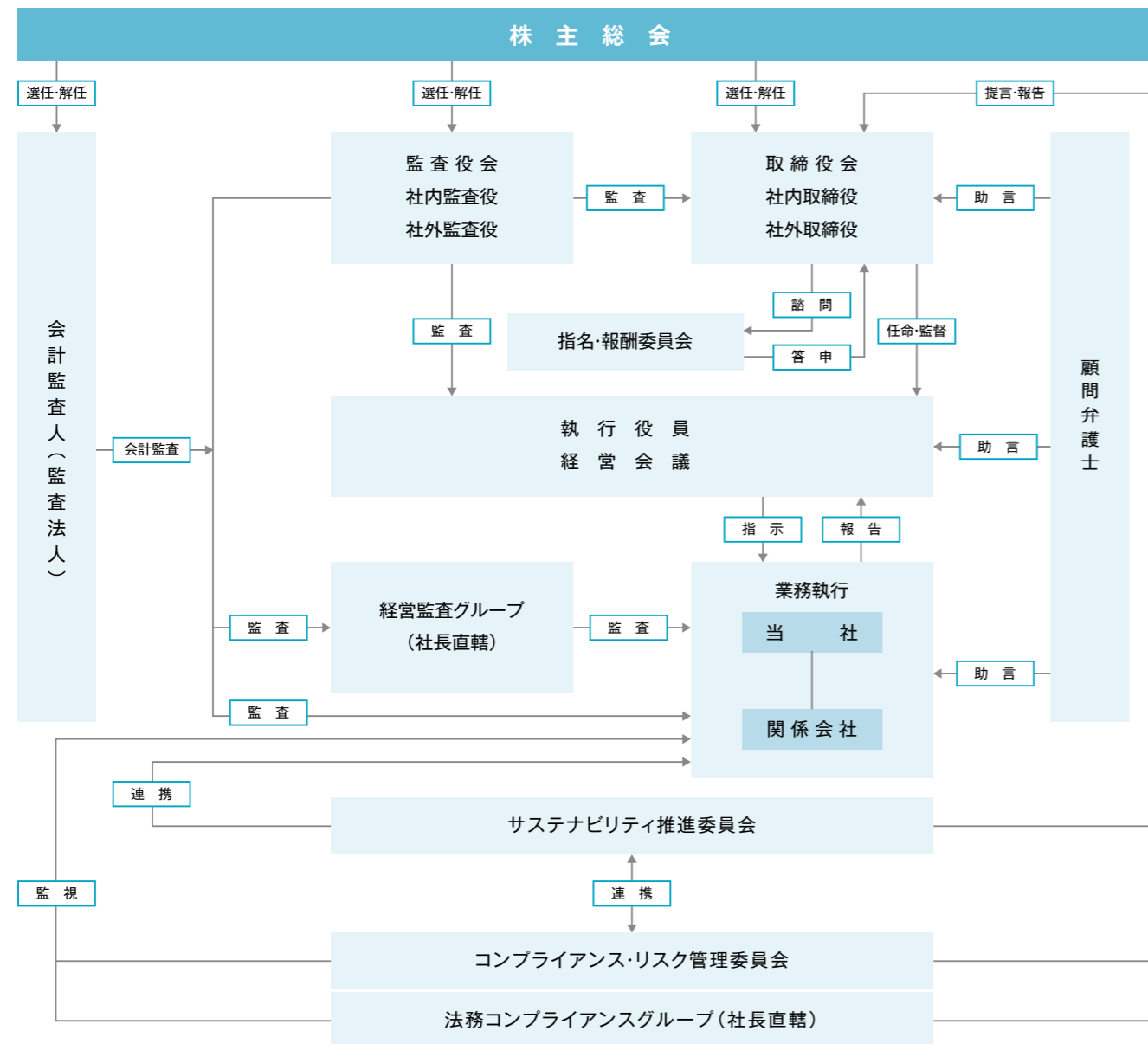
当社グループは純粋持株会社（アークス）と傘下の事業会社で構成されており、グループ理念の実践とグループ全体のコーポレート・ガバナンスの強化及びグループ企業価値の向上を経営上の最重要課題と位置付けています。コーポレート・ガバナンスの強化を実現するために、経営環境の変化に迅速に対応できる組織体制を構築し、上場企業として公正かつ透明性を以って経営を行う姿勢を貫き、全てのステークホルダーに対して適時かつ適切に情報開示を行うと同時に、企業の社会的責任及び企業倫理の確立に向けた社内体制を整備することで、コンプライアンス経営を徹底しています。

## コーポレート・ガバナンスの体制

コーポレート・ガバナンスの体制につきましては、下図の通りです。経営上の最終意思決定は毎月開催する取締役会で行っていますが、経営資源の使用権限に関する職務ごとの執行責任を明確にするため、執行役員制度を導入するとともに、当社グループの重要事項についての討議を深める場として、当社の取締役、監査役、執行役員及び事業会社の社長で構成するグループ経営会議を毎月開催し、グループ各社間のコミュニケーションの統一と徹底を図っています。

当社は、社外役員が取締役会、経営会議等の重要会議への出席や、監査役監査を実施することにより、経営監視機能の確保を図っています。

コーポレート・ガバナンス体制図



## 役員報酬等

当社の取締役の報酬は、現在、固定報酬、業績連動報酬（賞与）及び退職慰労金により構成されています。当社は、各々のステークホルダーの立場を尊重し、ゴーイングコンサーンとして継続的に事業の成長、拡大を図ることを最優先と考えています。現時点では、取締役への株式報酬制度を採用していませんが、2022年5月に任意の諮問機関である指名・報酬委員会を設置しており、当委員会において、株式報酬や退職慰労金のあり方について検討を重ねています。

## 取締役会の主な審議項目

取締役会の主な審議項目は、下表の通りです。経営上の最終意思決定は毎月開催する取締役会で行っており、経営戦略、投資、ガバナンスに関する決議を年間60回以上重ねています。

事業環境変化が著しい中、短期サイクルで経営意思決定と実行を繰り返すPDCA型の経営が確立しつつあります。

取締役会 審議項目・回数について

項目	審議回数			
	決議	報告	合計	
経営戦略	事業戦略	17	20	37
	DX等	8	14	22
投資関係	25	10	35	
ガバナンス	13	5	18	
サステナビリティ	2	4	6	
コンプライアンス・リスクマネジメント	4	13	17	
人事関係	9	5	14	
委員会関係	0	15	15	
その他	1	6	7	
合計	79	92	171	

## 取締役会の実効性評価

当社は、毎年、取締役会全体としての実効性に関する評価・分析について、取締役及び監査役に対して自己評価アンケートを実施し、回答に基づき、取締役会にて総括及び結果分析を行い、その結果抽出された課題に対して対策を講じています。

2022年度はその集計結果を踏まえ取締役会において議論した結果、当社の取締役会は、アンケートの全ての項目について概ね有効に機能しているとの評価を得られており、実効性について重大な指摘はありません。また、取締役会での審議について、各取締役の積極的な発言により議論が一層活性化している一方で、社外取締役・女性取締役の増員等、多様性についてのより一層の取り組みや、SDGsやDXへの取り組みについての議論と理解の深化が必要等、検討すべき事項が明らかになりました。

当社では、これらの課題に対し、他社での経営経験を有する女性社外取締役を増員し、また、SDGsやDXへの取り組みについては、取締役会における審議のほか、全取締役及び全監査役に加え、執行役員と事業会社の社長が参加する役員合宿研修会にて討議を重ね、一定の成果を得ています。

2023年度の実効性評価は事業会社の拡大、新規事業の広がり、時代の要請に伴う対応等、取締役会の上程議案・審議事項が増加する中で審議時間の十分な確保等についてのより一層の取り組みが必要であることを確認しました。



## 社外取締役コメント

### 持株会社のガバナンスを強化する



社外取締役  
佐伯 浩

教育者・研究者としての幅広い見識と、北海道大学の副学長・総長等の豊富な組織運営の経験を持つ。2014年に当社取締役就任。2022年より指名・報酬委員会 委員。

2022年度はコロナ感染症が大流行し、当社グループの展開地域においても多くの感染者が発生しましたが、従業員全員の努力により食品スーパーの主要な役割である「市民に対する生活物資の供給」を十分果たしてきたと思います。また、人類にとって果たすべき大切な役割であるSDGsに関する社員教育に注力してきたことは評価に値します。

一方、グループ各社間の業績に大きな差が見られるようになってきました。この企業間格差が大きくならぬうちに、持株会社アークスからのサポートが必要と思われます。個々の企業の独自性も重要ですが、グループ全体のバランスの取れた発展はより重要です。若手社員の他社での研修も必要と思われます。

取締役会の運営や意思決定プロセスにおいて、限られた時間と回数の中で結論を出す必要があることから、論点を明確にしたり選択肢を提示することで、より集中した議論と納得性の高い合意形成を図っていきたくと考えております。

### 環境変化に強い企業体質の維持へ



社外取締役  
富樫 豊子

北海道人材バンク㈱の経営者として、人材発掘に関する豊富な経験と実績を有しており、幅広い活動による経験や知見を持つ。2022年に当社取締役就任。

2022年度は基幹システムのバージョンアップに関する課題が解決し、お客様がより使いやすいお店づくりに向けて情報システム部門のリソースを営業部門のDX化に振り向けるための布石を打った年であったと思います。

2023年度は“生活防衛”を最優先課題とすべきと考えております。生活防衛とは、価格対応のみならず地震や気象災害に備えるためのBCP（事業継続計画）も含まれます。当社が有事の際に事業継続することによって地域のお客様の生活を守ることに繋がります。そのような意味で当社グループは単なる事業体に留まらず、「地域のライフライン」であるということを従業員一人一人がより自覚できるような取り組みを進めてほしいと思います。

国内外の先行き不透明感や自然災害リスクの高まりなど、当社を取り巻く環境は厳しさを増しておりますが、どんな大変な状況が押し寄せてきても十分に耐えうる企業体質を維持するため、内部留保を厚くしておくことも一つの備えではないかと考えております。

### 経営判断を繰り返し更なる飛躍へ

2022年度はグループ各社における事業拡張、不動産購入・売却、店舗改装やスクラップ&ビルド等の投資案件が当社取締役会に毎回上程されてきました。将来に繋がる経営判断が多く、数年後の収穫が楽しみです。この他に避けて通れない諸課題、基幹システムの統合をはじめ、物流改革、女性活躍推進優良企業として「えるぼし」の取得、育児休業制度の充実、アークスRARAカードの改革、ホームページの刷新、コーポレートガバナンス・コードへの対応等々新しい課題に取り組んだ目まぐるしい年でした。2022年度時点でコーポレートガバナンス・コード全てをコンプライするための残課題はいずれも見通しが立ったと考えています。目の前の課題をクリアした後はグループ全体の成長戦略に立ち戻るべきです。

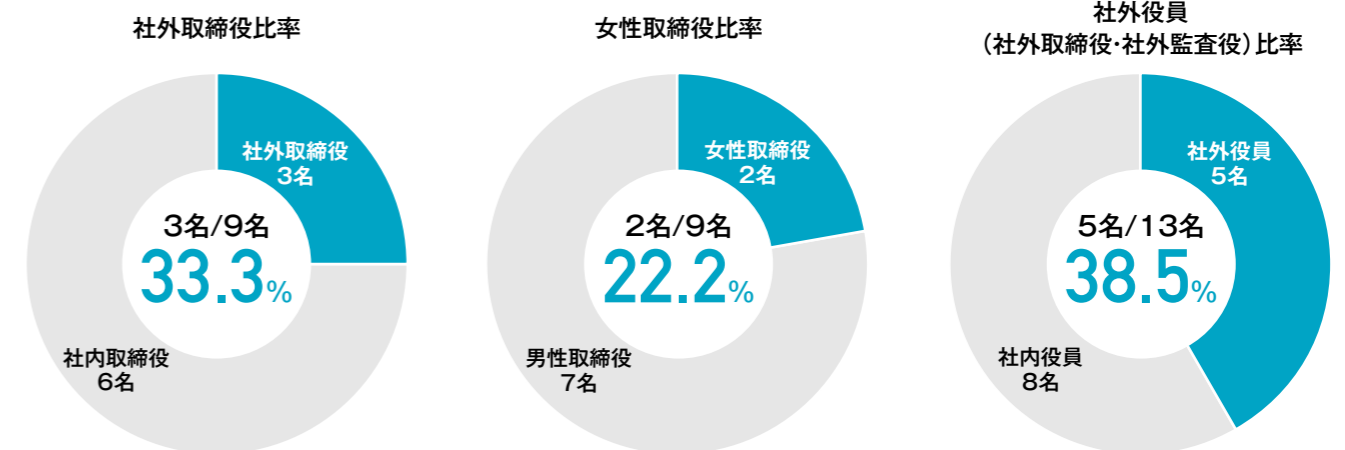
今後のガバナンスや意思決定プロセスにおいて改善していくべき点としては、取締役会議案の選別、事前説明による省力化、近年関心が高まっている人的資本やコンプライアンスリスク領域に関する情報連携のさらなる強化が必要であるとと考えております。



社外取締役  
佐々木 亮子

(有)アールズセミナーの企業経営に加えて、北海道副知事として行政職の経験も持つ。2015年に当社取締役就任。2022年より指名・報酬委員会 委員。

### 取締役会の構成(2023年5月23日現在)



当社取締役会は、現在9名の取締役が就任し、事業経営に精通し、知識、経験、能力等を有する人材で構成されています。また、多様性を確保するため、社外取締役の3名は小売業界以外から招聘し、うち2名は他社での経営経験を有する女性取締役です。

# 役員一覧 2023年5月23日現在



代表取締役社長  
横山 清  
1935年5月15日生

1961年12月 当社入社  
1964年12月 当社常務取締役  
1970年4月 当社代表取締役専務  
1985年4月 当社代表取締役社長(現任)  
2002年11月 ㈱ラルズ代表取締役社長  
2007年5月 当社代表取締役会長兼CEO(現任)



取締役副社長執行役員  
古川 公一  
1956年5月7日生

1980年4月 ㈱北海道銀行入行  
1998年10月 当社入社  
2002年11月 当社執行役員  
2006年5月 ㈱ラルズ取締役(現任)  
2013年5月 当社取締役常務執行役員  
2019年5月 当社取締役専務執行役員  
2021年5月 当社取締役副社長執行役員(現任)



取締役執行役員  
猫宮 一久  
1960年8月11日生

1983年3月 当社入社  
2005年5月 ㈱ラルズ執行役員  
2006年5月 当社取締役  
2010年5月 当社常務取締役  
2016年5月 当社代表取締役社長兼COO(現任)  
当社取締役執行役員(現任)



常勤監査役  
佐川 広幸  
1949年5月31日生

1974年4月 ㈱定鉄商事  
(現㈱東光ストア)入社  
1989年5月 当社取締役  
1997年6月 当社常務取締役  
2002年6月 当社専務取締役  
2008年5月 当社監査役(現任)  
2014年5月 当社常勤監査役(現任)



監査役  
田守 隆行  
1952年11月2日生

1976年4月 ㈱定鉄商事  
(現㈱東光ストア)入社  
1995年6月 当社取締役  
2010年5月 当社常務取締役  
2014年5月 当社常勤監査役(現任)  
2019年5月 当社監査役(現任)



監査役  
高嶋 智  
1951年10月21日生

1985年4月 高嶋智法律事務所開設  
1993年5月 当社社外監査役(現任)  
1996年1月 札幌中央法律事務所開設  
2006年8月 たかしま総合法律事務所  
所長(現任)



監査役  
伊東 和範  
1949年5月16日生

1968年4月 札幌国税局入局  
2008年7月 札幌中税務署長  
2009年8月 伊東和範税理士事務所  
所長(現任)  
2013年5月 当社社外監査役(現任)



取締役執行役員  
三浦 建彦  
1971年8月28日生

2005年6月 ㈱ユニバース入社  
2011年7月 当社取締役  
2020年5月 当社代表取締役COO  
当社取締役執行役員(現任)  
2021年5月 ㈱ユニバース代表取締役社長(現任)



取締役執行役員  
福原 郁治  
1967年9月30日生

1995年9月 ㈱福原入社  
2006年5月 当社取締役  
2009年5月 当社常務取締役  
2013年5月 当社代表取締役社長(現任)  
当社取締役執行役員(現任)



取締役執行役員  
六車 亮  
1953年10月16日生

1981年2月 ㈱ふじ(現㈱道北アークス)入社  
1987年12月 当社取締役  
1991年7月 当社常務取締役  
1992年7月 当社専務取締役  
1998年7月 当社代表取締役社長(現任)  
2004年10月 当社取締役執行役員  
2022年6月 当社執行役員  
2023年5月 当社取締役執行役員(現任)



執行役員  
小苺 秀樹  
1962年12月26日生

1988年3月 ㈱ジョイス(現㈱ベルジョイス)入社  
2004年6月 当社取締役  
2007年1月 当社常務取締役  
2009年1月 当社代表取締役兼社長執行役員  
2012年9月 当社取締役執行役員  
2016年3月 ㈱ベルジョイス代表取締役会長(現任)  
2022年5月 当社執行役員(現任)



執行役員  
澤田 司  
1959年1月31日生

1990年10月 ㈱ベル開発入社  
1992年5月 当社取締役  
2004年5月 ㈱ベル開発代表取締役社長  
2010年5月 ㈱ベルプラス(現㈱ベルジョイス)  
代表取締役社長  
2016年3月 ㈱ベルジョイス代表取締役社長(現任)  
2016年5月 当社取締役執行役員  
2022年5月 当社執行役員(現任)



取締役  
佐伯 浩  
1941年7月1日生

1984年4月 北海道大学工学部教授  
2001年4月 同大学院工学研究科長・工学部長  
2003年5月 同大学副学長  
2007年5月 同大学総長  
2013年4月 同大学名誉教授(現任)  
2014年5月 当社社外取締役(現任)



取締役  
佐々木 亮子  
1946年7月6日生

1992年6月 ㈱調査開発センター常務取締役  
南アールズセミナー代表取締役  
2002年7月 北海道副知事  
2007年7月 北海道公安委員会委員長  
2013年6月 北海道電力㈱社外取締役  
2015年5月 当社社外取締役(現任)  
2018年4月 北海道大学新渡戸カレッジフェロー(現任)



取締役  
富樫 豊子  
1955年6月11日生

1985年4月 ㈱B4取締役  
1996年8月 ㈱北海道人材バンク代表取締役社長  
2012年8月 北海道人材バンク代表取締役会長(現任)  
2022年5月 当社社外取締役(現任)



執行役員  
井上 浩一  
1956年8月11日生

1989年5月 ソニー㈱(現ソニーグループ㈱)入社  
2005年9月 ㈱ユニバース入社  
2010年7月 当社取締役  
2014年5月 当社取締役執行役員  
2020年4月 ㈱ユニバース取締役アークス担当  
2022年5月 当社執行役員(現任)



執行役員  
松尾 直人  
1963年1月6日生

1990年9月 当社入社  
2012年5月 ㈱ラルズ執行役員  
2014年5月 当社取締役  
2016年5月 当社常務取締役  
2020年5月 当社専務取締役(現任)  
当社執行役員(現任)



## 取締役・執行役員スキル・マトリックス

各取締役並びに執行役員が有する主な専門性及び経験をスキル・マトリックスに図示しています。

また、当社の経営戦略やサステナビリティに関する重点課題について、取締役並びに執行役員がスキル・マトリックスに示したそれぞれの経験・スキル・知識に基づき、どのような視点から貢献し、知見を提供しているか、54ページの表に記載しています。

役職名	氏名	経営・業務経験									主要テーマに対する取締役・執行役員の貢献・提供視点								
		経営・業務経験			マネジメントスキル・知識						経営戦略			サステナビリティに関するマテリアリティ(重点課題)					
		企業経営	業界知見	グループ理念・運営方針の実践	財務会計	リスクマネジメント	コンプライアンス	DX・IT・セキュリティ	営業・マーケティング	ガバナンス	サステナビリティ	業績管理推進	重点戦略	地域社会との共生	地球環境への配慮	暮らしへの貢献	ダイバーシティ&インクルージョンの推進	ガバナンス強化	
代表取締役社長	横山 清	○	○	○		○	○	○	○	○			代表取締役社長として当社グループの経営を統括する立場からの視点	事業会社経営の視点(全社)	エネルギー問題への造詣に基づく視点	事業会社経営の視点(全社)		事業会社経営の視点	
取締役副社長 執行役員	古川 公一		○	○	○	○	○		○	○			グループ全体の業績・経営状態を踏まえた視点	多くのM&A案件を担当した経験からの視点		管理部門管掌副社長の立場からの視点		管理部門管掌副社長の立場からの視点	
取締役執行役員	猫宮 一久	○	○	○				○					事業会社経営を主導する立場からの視点	事業会社経営の視点(道央)		事業会社経営の視点(道央)	従業員教育・人材マネジメントの視点		
取締役執行役員	三浦 建彦	○	○	○				○					事業会社経営を主導する立場からの視点	事業会社経営の視点(東北)		事業会社経営の視点(東北)	従業員教育・人材マネジメントの視点		
取締役執行役員	福原 郁治	○	○	○				○					事業会社経営を主導する立場からの視点	事業会社経営の視点(道東)		事業会社経営の視点(道東)	従業員教育・人材マネジメントの視点		
取締役執行役員	六車 亮	○	○	○				○	○				事業会社経営を主導する立場からの視点	事業会社経営の視点(道北)		事業会社経営の視点(道北)	従業員教育・人材マネジメントの視点	事業会社経営の視点	
取締役 (社外・独立役員)	佐伯 浩					○			○	○						環境に対する工学的アプローチの視点	地方経済における消費者視点		学識経験者としての客観的な視点
取締役 (社外・独立役員)	佐々木 亮子	○				○			○	○			異業種経営・知見からの視点		地方経済における電力需給に関する視点		多様な人材・働き方に関する視点	異業種経営・知見からの視点	
取締役 (社外・独立役員)	富樫 豊子	○				○			○	○			異業種経営・知見からの視点		地域経済における消費者視点		多様な人材・働き方に関する視点	異業種経営・知見からの視点	
執行役員	小苅米 秀樹	○	○	○				○					事業会社経営を主導する立場からの視点	事業会社経営の視点(東北)		事業会社経営の視点(東北)	従業員教育・人材マネジメントの視点		
執行役員	澤田 司	○	○	○				○					事業会社経営を主導する立場からの視点	事業会社経営の視点(東北)		事業会社経営の視点(東北)	従業員教育・人材マネジメントの視点		
執行役員	井上 浩一			○				○						グループ横断のDXを推進する立場からの視点				セキュリティ強化の視点	
執行役員	松尾 直人		○	○				○						MD、ロジスティクス等のスケールメリットに関する視点	オンラインショップを推進する立場からの視点	省エネルギー、BCP推進の立場からの視点			

# コンプライアンス・リスク管理

## コンプライアンス及びリスク管理に関する基本的な考え方

当社では、当社グループのコンプライアンス及びリスク管理を統括する組織として、2008年に、社長を委員長とし社外弁護士も参加する「コンプライアンス・リスク管理委員会」を設置し、当委員会の運営状況について定期的に取締役会に報告しています。

### コンプライアンスの徹底

「コンプライアンス規程」により当社グループのコンプライアンスに関する取扱いに必要な事項を定め、コンプライアンスの徹底を図り、公正で誠実な経営を行っています。

### リスク管理

「リスク管理規程」により、リスク管理に関する基本方針や体制を定め、この規程に従いリスク管理体制及び管理手法を整備し、当社グループのリスクを総括的かつ個別別に管理しています。

## 主なリスクと対応策

主なリスク	具体的リスク	対応策
自然災害、 事故・事件	<ul style="list-style-type: none"> <li>地震、津波、台風、集中豪雨、洪水等の大災害</li> <li>火災や店内外の事故や事件</li> <li>上記に伴う店舗運営や商品調達等の事業活動の阻害</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業継続計画 (BCP) 及び防災マニュアルの策定</li> <li>緊急連絡体制及びグループ各社との情報共有体制の構築</li> <li>緊急物資や災害用備品の保管</li> <li>グループ各社における避難訓練及び防犯対策の実施チェック</li> </ul>
感染症・伝染病	<ul style="list-style-type: none"> <li>お客様及び従業員の健康リスク</li> <li>人員不足に関するリスク</li> <li>商品調達に関するリスク</li> <li>価格競争激化に関するリスク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>公的指針に則った対応ルールの整備と感染症対策の徹底</li> <li>本部及び部門間、店舗間の人員応援体制整備</li> <li>グループ各社における独自の商品調達枠の確保</li> <li>グループ共同調達の拡大、CGCや新日本スーパーマーケット同盟の活用</li> </ul>
人材確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>少子高齢化の進行による労働人口の減少</li> <li>企業間における人材獲得競争の激化</li> <li>離職による優秀な人材の確保・育成難</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社内環境整備方針の確立と徹底</li> <li>ダイバーシティ&amp;インクルージョンの推進</li> <li>採用方法の多様化</li> <li>教育研修制度の充実</li> </ul>
労務管理・ 職場の安全衛生	<ul style="list-style-type: none"> <li>職場の安全衛生問題 (過重労働、ハラスメント等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社内環境整備方針の確立と徹底</li> <li>過重労働やハラスメント有無の定期チェックとグループ間共有</li> <li>各階層向けハラスメント研修・啓発の実施</li> <li>「ハラスメントガイドライン」の制定</li> <li>産業医との緊密な連携とグループ各社への随時情報共有</li> </ul>
地政学	<ul style="list-style-type: none"> <li>テロや戦争、紛争等の政治的な不安による世界経済不況</li> <li>エネルギー価格の高騰やサプライチェーンの混乱等</li> <li>上記に伴うコスト上昇や消費マインドの冷え込み</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ各社における独自の商品調達枠の確保</li> <li>省エネ設備の導入促進、エネルギー調達の多様化検討</li> <li>グループ各社間の情報共有とスケールメリットの活用</li> </ul>
商品・食品の安全性	<ul style="list-style-type: none"> <li>食品表示や販促広告の誤り</li> <li>食中毒等商品の問題</li> <li>風評被害</li> <li>損害賠償の発生</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>HACCP基準による指導とグループ各社の衛生管理を徹底</li> <li>表示ルール及び運用状況の定期チェック</li> </ul>
情報セキュリティ・ 情報管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>災害、停電等によるソフトウェア及び機器の欠陥</li> <li>コンピュータウイルスの感染や内部からの不正アクセス</li> <li>上記に伴う情報システムの停止または一時的な混乱、個人情報を含む内部情報の流出、改ざんなど</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ハードウェアの予防保守管理</li> <li>ネットワーク冗長化/疎通監視</li> <li>ソフトウェア稼働状況の監視</li> <li>個人情報保護に関する各種規程・ガイドラインの策定と従業員研修の実施</li> </ul>
事業環境の変化	<ul style="list-style-type: none"> <li>小売業界における競争激化</li> <li>お客様の消費動向の変化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>エリアドミナント戦略による地域シェアの確保</li> <li>顧客情報を活用したマーケティング推進</li> </ul>
コンプライアンス・ 不祥事	<ul style="list-style-type: none"> <li>ハラスメント、SNSリスク</li> <li>重大な不祥事、コンプライアンス上の問題</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アークスグループ・フィロソフィーやコンプライアンス・ニュースを活用した従業員への啓蒙</li> <li>コンプライアンス・リスク管理委員会によるリスク事案の共有</li> <li>顧問弁護士等の外部専門家との連携</li> <li>法令遵守の重要性についての教育、啓蒙を継続</li> </ul>

## コンプライアンス教育

コンプライアンス・リスク管理委員会では、当社グループの全役職員に、企業理念や行動指針を記したアークスグループ・フィロソフィーを配布し、関連法令やグループ理念・行動規範についての教育を行い、コーポレート・ガバナンスやコンプライアンスに関する基本事項を周知徹底しています。また、定期的に、コンプライアンス・ニュースを発行し、コンプライアンスの強化及び企業倫理の浸透を図っています。



コンプライアンス・ニュース

## 内部通報制度およびアークスグループお取引先様専用ヘルプライン

当社グループでは、法令違反や不正・ハラスメント等の防止と早期発見、早期是正、再発防止を目的にグループ各社の従業員等を対象とした「内部通報窓口」とお取引先様を対象とした通報窓口「アークスグループお取引先様専用ヘルプライン」を設けています。

### 内部通報制度

法令及び社内規程並びに社会的な規範に反する行為等を早期に発見し、是正することを目的とする社内報告体制として、社内担当者及び社外弁護士を直接の窓口とする内部通報システムを整備し、「内部通報規程」を定め、その運用を行っています。

### アークスグループお取引先様専用ヘルプライン

グループ各社の従業員が、法令、アークスグループ行動指針、お取引先様との契約、その他社会が求める倫理に反する行為を行った(或いは行ったのを見かけた)場合に、お取引先様からご連絡いただく専用の窓口を設置しています。

## 品質保証推進

当社グループでは、2018年に「品質保証推進室」を新設し、自社製造商品の「品質方針」および「品質保証規程」を同年に制定しました。グループ各社担当者が出席する「品質保証推進委員会」を定期的に開催し、議論内容を従業員へ周知し継続的な活動に結び付けています。また定期的にQAP(品質保証推進)ニュースを発行し、勉強会等も実施し、衛生管理の積極的な啓発活動に取り組んでいます。



店舗ごとに衛生管理について勉強会を実施



QAP(品質保証推進)ニュース



## 重要指標

### 10年間のサマリー(連結)

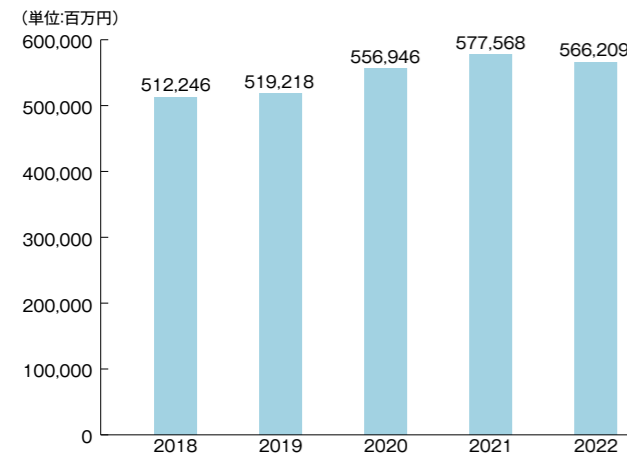
項目	単位	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
売上高	百万円	454,391	470,310	501,905	512,645	513,955	512,246	519,218	556,946	577,568	566,209
営業利益	百万円	13,435	12,712	14,429	14,854	14,440	14,821	12,119	17,748	15,562	14,835
経常利益	百万円	14,688	14,290	15,894	16,471	16,366	16,405	13,746	19,503	17,306	16,444
経常利益率	%	3.2%	3.0%	3.2%	3.2%	3.2%	3.2%	2.6%	3.5%	3.0%	2.9%
当期純利益	百万円	6,375	9,475	6,547	10,493	10,255	10,168	6,870	12,967	10,304	9,947
総資産	百万円	177,564	201,356	200,954	205,313	211,157	226,846	232,332	251,032	258,025	266,155
純資産	百万円	110,019	119,417	118,368	126,859	133,442	147,529	144,580	157,504	163,995	171,686
ROA(総資産経常利益率)	%	8.3%	7.5%	7.9%	8.1%	7.9%	7.5%	6.0%	8.1%	6.8%	6.3%
ROE(自己資本当期純利益率)	%	5.9%	8.3%	5.6%	8.6%	7.9%	7.2%	4.7%	8.6%	6.4%	5.9%
総資産回転率	回	2.6	2.3	2.5	2.5	2.4	2.3	2.2	2.2	2.2	2.1
自己資本比率	%	62.0%	58.7%	58.9%	61.8%	63.2%	65.0%	62.2%	62.7%	63.5%	64.5%
営業活動によるキャッシュ・フロー	百万円	12,057	17,764	12,757	16,257	18,087	16,186	16,584	29,047	14,247	16,989
投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	△ 3,262	△ 3,467	△ 5,571	△ 7,560	△ 10,276	△ 18,033	△ 10,775	△ 5,627	△ 4,417	△ 7,768
財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	△ 4,496	△ 4,344	△ 8,176	△ 4,509	△ 4,936	5,796	△ 5,159	△ 3,887	△ 7,422	△ 2,801
現金及び現金同等物の期末残高	百万円	23,288	33,240	32,023	36,209	39,084	43,033	44,212	63,767	66,175	72,594
1株あたり当期純利益(EPS)	円	115	171	117	188	185	183	121	229	182	177
1株あたり純資産	円	1,999	2,128	2,128	2,281	2,425	2,557	2,558	2,787	2,910	3,066
1株あたり配当金	円	40	42	42	46	48	50	50	55	57	58
総従業員数	人	24,196	26,401	26,923	26,648	26,788	26,813	27,891	28,855	30,135	29,887
期末店舗数	店	290	319	339	338	336	334	345	344	375	373

※西暦年は「会計年度」を表しております。

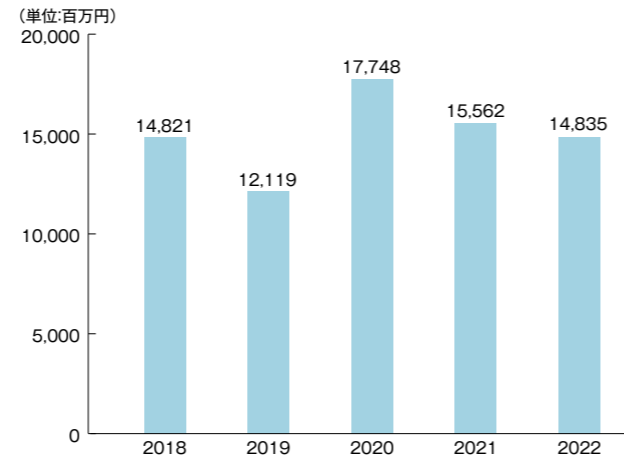
※2022年度の各財務数値については「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用した後の数値です。

## 財務ハイライト

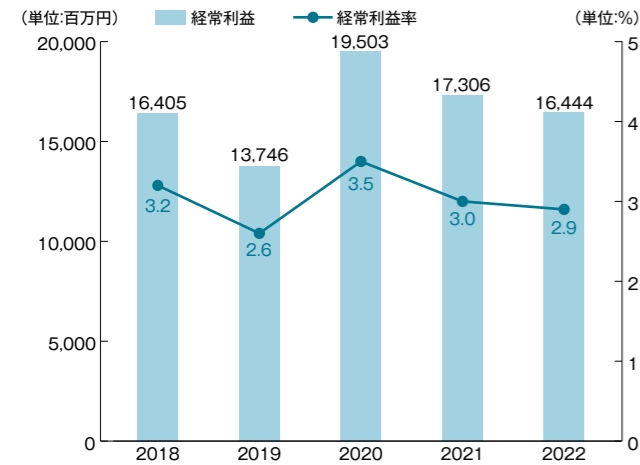
### 売上高



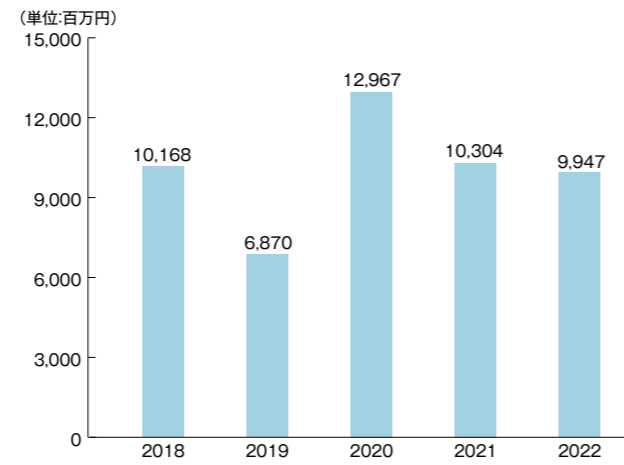
### 営業利益



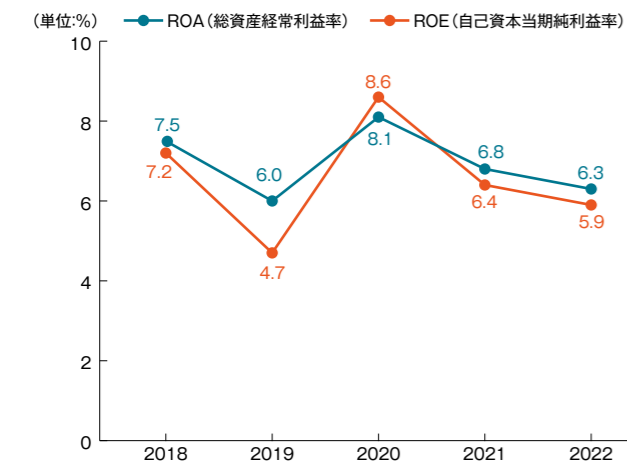
### 経常利益・経常利益率



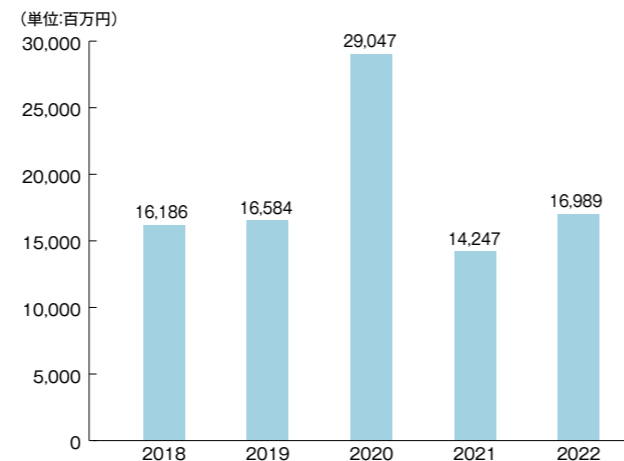
### 当期純利益



### ROA (総資産経常利益率)・ROE (自己資本当期純利益率)



### 営業活動によるキャッシュ・フロー



## 非財務ハイライト

	2021年度
CO <sub>2</sub> 排出総量	337,317t-CO <sub>2</sub> e
Scope 1	93,776t-CO <sub>2</sub> e
うち、フロン類の漏えいに伴う排出	55,179t-CO <sub>2</sub> e
Scope 2	243,541t-CO <sub>2</sub> e
1店舗当たりCO <sub>2</sub> 排出量	906t-CO <sub>2</sub> e
売上1億円当たりCO <sub>2</sub> 排出量	59t-CO <sub>2</sub> e
容器包装プラスチック使用量	5,369t
レジ袋辞退率	85.3%
食品廃棄物発生量	16,112t
食品リサイクル量	9,951t
食品リサイクル率	61.8%

	2021年度	2022年度
従業員数(総人数)	30,135人	29,887人
従業員数(8H換算)	21,193人	20,985人
新卒採用人数	176人	146人
女性管理職比率	6.3%	6.5%
女性管理職数	51人	53人
障がい者雇用率	2.7%	2.9%
男性育休取得人数	5人	21人
有給取得率(正社員のみ)	45.5%	52.0%
1人当たり研修時間数(正社員のみ)	-	17.3時間

※2022年度の各財務数値については「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)等を適用した後の数値です。



## 会社概要 2023年2月28日現在

会社名	株式会社アークス
所在地	〒064-8610 札幌市中央区南13条西11丁目2番32号
代表者	代表取締役社長 横山 清
設立	1961年10月28日

資本金	212億5百万円
従業員数	162名 ※パートナー社員は8時間換算
会計監査人	EY新日本有限責任監査法人
上場取引所	東京証券取引所 プライム市場 / 札幌証券取引所

## 株式の状況 2023年2月28日現在

発行可能株式総数	200,000,000株
発行済株式の総数	57,649,868株
株主数	47,323名 ※前期比5,862名増

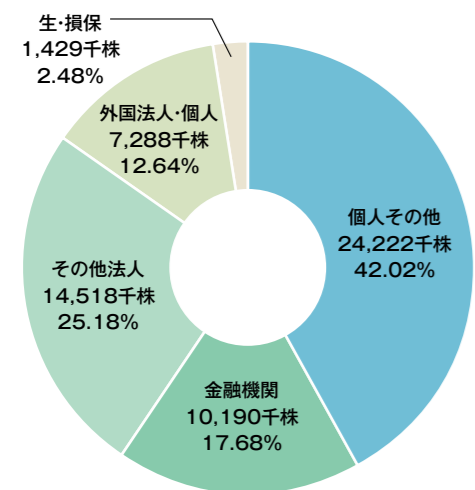
### 大株主(上位10名)

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,808,600	6.80
横山 清	3,040,554	5.43
株式会社北海道銀行	2,533,972	4.52
有限会社丸治	1,437,131	2.56
株式会社北洋銀行	1,415,844	2.52

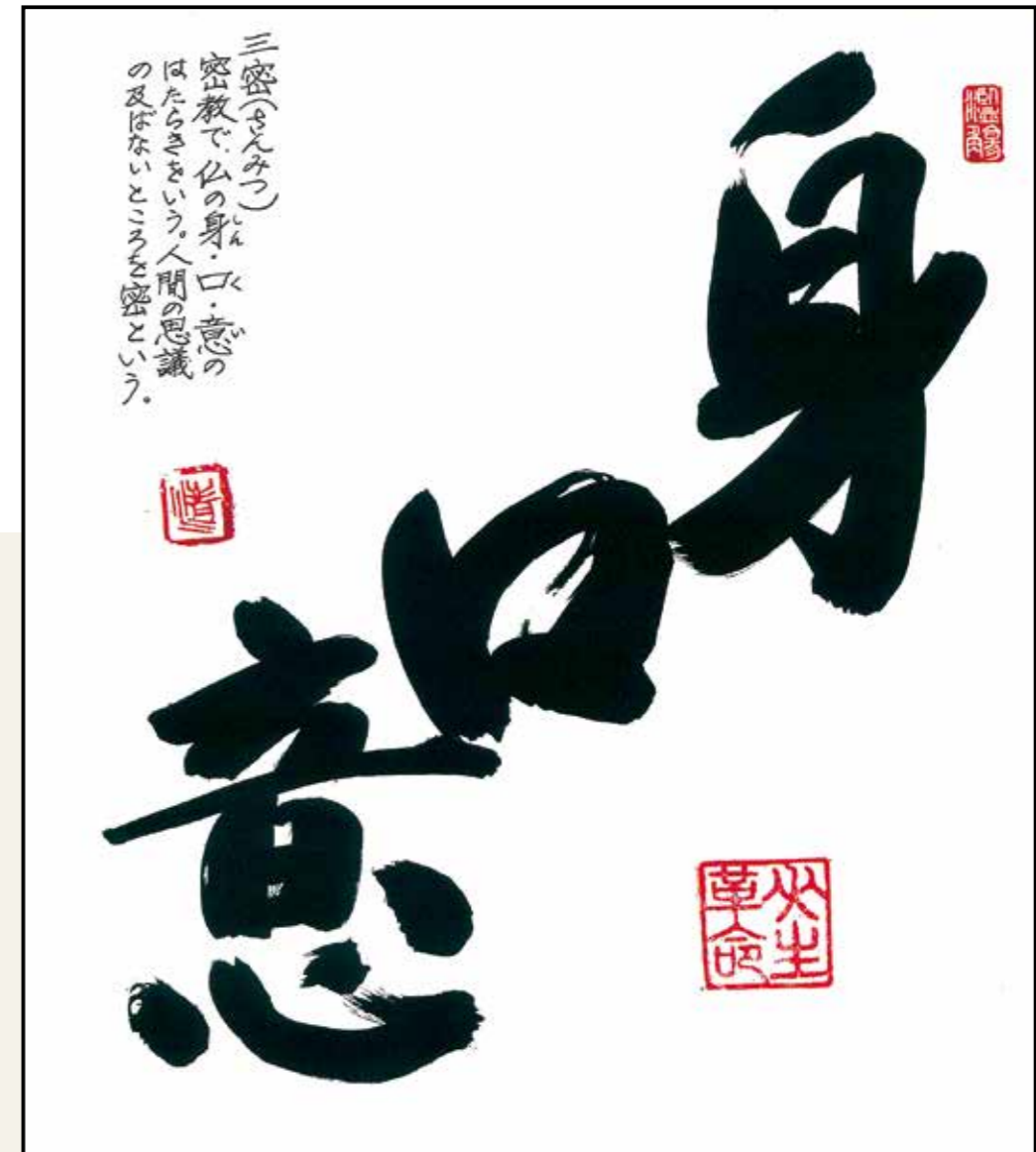
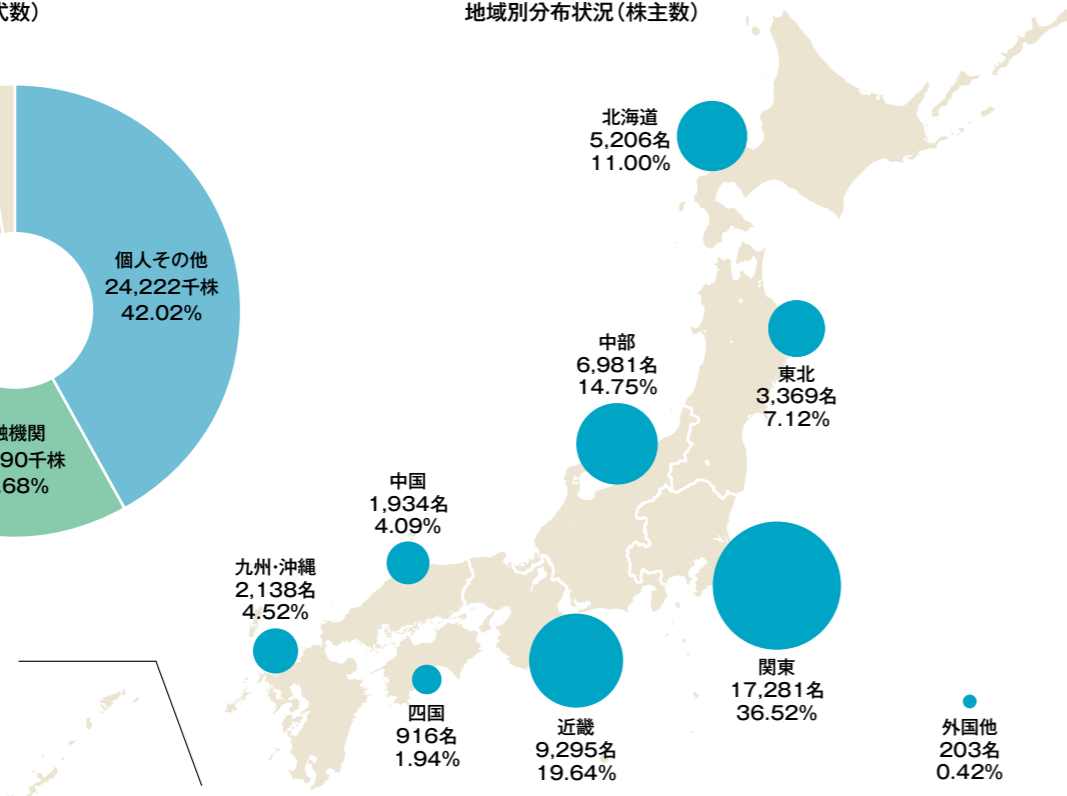
株主名	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社バローホールディングス	1,335,000	2.38
株式会社リテールパートナーズ	1,335,000	2.38
アークスグループ社員持株会	1,065,598	1.90
アークスグループ取引先持株会	1,033,902	1.84
株式会社北陸銀行	977,208	1.74

※当社は、自己株式1,666,818株を保有しておりますが、上記大株主から、これを除いております。  
※持株比率は自己株式(1,666,818株)を控除して計算しております。

### 所有者別分布状況(株式数)



### 地域別分布状況(株主数)



密教の教えで、やること(身)、言うこと(口)、思うこと(意)の3つを「三密」と呼び、人間の行いはこの身口意で成り立っているといわれています。  
当社グループは、この3つを一致させることで、ステークホルダーの皆様との信頼関係とコミュニケーションをより一層深化させてまいります。  
(揮毫：株式会社アークス 代表取締役社長 横山 清)