



社長メッセージ

中長期の視点に立って行動を起こし、
持続的成長と企業価値向上を目指します。

代表取締役 社長執行役員

東風谷 誠一

社長就任について

「長期経営ビジョン2030」の達成に向け
新しい体制がスタート

2025年4月1日付で代表取締役社長執行役員に就任しました。率直に申し上げれば、自らの力量で務まるのかという不安がありましたが、特別顧問の畑中さんより「社長業は最も醍醐味があり、やりがいのある仕事である」と激励をもらい、覚悟を決めて引き受けました。就任後は、株主総会まで慌ただしい日々が続き、その後も日々社長として社内外に関する様々な事柄について対応を行い、まさに休む間もない状況でした。こうした中でも、これまでの経験、特に首都圏支社長時代に様々な課題に対して積極的に対応した経験は大きな糧となっており、その姿勢を評価いただいたの社長就任であると感じています。

今回の社長交代は、中期経営計画の最終年度が始まるタイミングで行われましたが、前任社長である須崎さんの「新たな中期経営計画は新社長が策定し、自ら遂行することが望ましい」という考えに触れ、非常に納得しました。自らが中心となって策定した計画を当事者として実行することで、より深い理解と責任をもって推進できると確信しています。今後は、5年前に策定した「長期経営ビジョン2030」の達成に向け、現状の進捗を精査し、必要に応じて戦略の見直しを行います。2027年3月期から始まる次期中期経営計画は、ビジョン達成に直結する4年間とすべく、全社一丸となって取り組んでまいります。

2025年3月期の振り返り

売上高10期連続最高更新
経常利益2期連続最高を達成

2025年3月期の業績は、売上高が10期連続最高更新、経常利益も2期連続最高を達成するなど、順調に推移しました。ここ数年、販売数量は横ばいの一方で、高付加価値商材の販売強化、および物価上昇による商品価格の値上げ等の影響もあり単価アップにつながっていましたが、下期からはその傾

向が徐々に薄れつつあることを実感しています。また、コストプッシュ型のインフレが継続し、取引先様各社においても人件費や物流費などのコスト増が顕著となりました。これに伴い、取引先様から当社への要求水準も一層高まり、事業環境は一段と厳しさを増しました。

このような状況下において、短期的な視点に立つと進むべき方向性を間違える可能性があると考え、中長期の視点に立って行動を起こすことに注力しました。その一つがメーカー機能における、在庫評価減の計上です。短期的には損失計上となりますが、中長期的な成長に向けた前向きな整理であると捉えています。

短期的・一時的なものを除けば、計画との差異はごくわずかにとどまり、総じて堅調な業績を残すことができました。2026年3月期の売上高目標1兆円という大きな節目に向け、着実な基盤づくりができた一年であったと考えています。

2026年3月期の見通し・取り組み

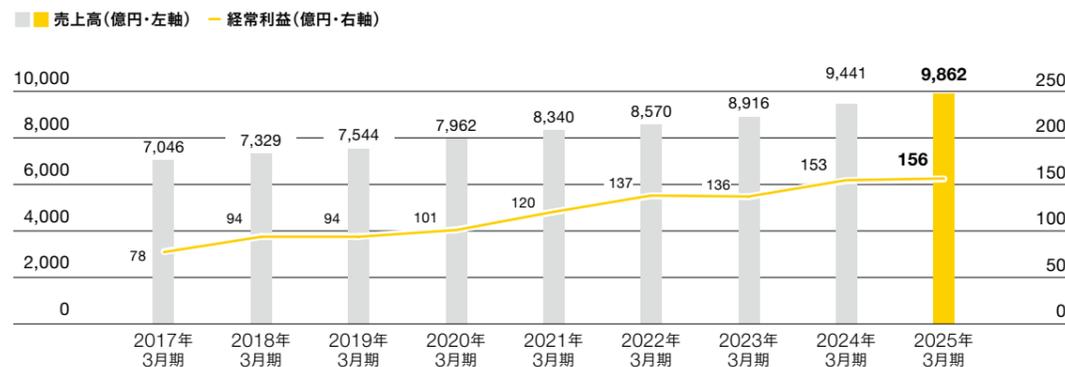
売上高1兆円を達成するために
「稼ぐ力」のさらなる強化が不可欠

2026年3月期については、当初長期経営ビジョンで2030年までの目標として掲げていた売上高1兆円を前倒しで達成する見込みです。一方、利益面においては、引き続き厳しい局面にあります。これまで業績を下支えしてきた単価上昇効果は薄れつつあり、加えて主要取引先様の企業規模拡大に伴う要請の高度化・厳格化への対応が求められています。

このような状況では目先の利益を追いがちですが、先ほど述べましたように、中長期的な視点に立って経営を考えています。その一つが人的資本への投資です。当社は人的資本への投資を早期から進め、社員の給与水準は過去3年間で約20%の増額を実施し、2026年3月期もさらなる投資を継続しております。さらに最低賃金の大幅引き上げといった社会環境の変化も重なり、短期的視点で見ると費用の増加により非常に厳しい状況にあると言えます。

しかし中長期の視点に立ってみれば、将来に向けた正社員・パート社員の優秀な人材確保につながるため、「コスト」で

売上高・経常利益の推移(連結)



はなく、「投資」として捉えています。喫緊の課題であるコストアップには生産性向上によるコスト吸収の施策を進めることで抑制が可能であると考えております。

中期経営計画2026の進捗を振り返ると、ESG領域における取り組み、特に給与水準の向上などによる働きやすい職場環境づくりは、着実に成果を挙げてきました。一方で、企業として持続的成長を遂げるためには、「稼ぐ力」のさらなる強化が不可欠です。今後は、強みである営業面、とりわけ高く評価いただいているリテールサポート機能にさらなる磨きをかけるとともに、直近の成長ドライバーである専売・優先流通品の拡大を引き続き推進していきます。

また、国内卸事業をコアとしながらも、日本市場の縮小を見据え、新たな成長領域の開拓を図ります。具体的には、取り扱いカテゴリーの拡大やメーカー機能の強化および海外事業の推進です。海外事業については、現時点では収益段階には至っておりませんが、2026年3月期中に基盤整備を進め、次期中期経営計画において成果創出へとつなげていきます。

次期中期経営計画策定に向けて

変革と挑戦でさらなる成長を目指す

当社は、2027年3月期から開始する次期中期経営計画の策定に向け、すでに準備を進めています。詳細は現時点ではお伝えできかねますが、「あらたが変わるな」という印象を強く感じてもらえる形にしたいと考えています。

そして、当社が目指す姿を明確にし、全社員が共通の志と目標を持って業務に臨める環境を整備していきます。そのためにも、若手社員を含む多様な層とコミュニケーションをとり、社員の声を反映した形でのビジョン策定を行い、浸透・推進・実現を目指します。

業績面では、「長期経営ビジョン2030」からのバックキャストに基づき、これまで以上の成長加速を目指します。今後は小

売業様においてさらなる業界再編が予想され、当社においても小売業様の大型化への対応による厳しい影響が見込まれます。これに対し、各執行部門の責任者が集まり各種施策を議論する経営会議と、会社の最高意思決定機関である取締役会で対応方針を共有し、モニタリングを含めた適切な対策を講じていきます。

加えて、物流分野の課題解決にも注力します。競合他社との共同配送を開始し、競争領域と協調領域を明確に分けた効率化の取り組みを進めています。今後は異業種を含む幅広いパートナーとの協働も視野に入れ、無駄の削減と効率向上を追求します。さらに、小売業様・メーカー様を含む三者間での効率化を推進し、当社が中心となってサプライチェーン全体の最適化を推進していきます。これらの取り組みを通じ、変化する市場環境に柔軟かつ迅速に対応し、持続的成長と企業価値向上の両立を実現します。

サステナビリティ(ESG) サイバーセキュリティ対策とグループガバナンスを強化

当社は、環境(E)、社会(S)、ガバナンス(G)の各領域において、着実に成果を積み重ねてきました。私は2025年4月よりESG委員長を務めていますが、直近ではサステナビリティの取り組みが成果として顕在化し、一定の環境整備が進んだと認識しています。具体的には、CDP評価の向上、くるみん認定の取得、健康経営優良法人認定の取得、MSCIやFTSEなど国際的なESG投資指数への組み入れといった成果が挙げられます。これらは、投資対象としての信頼性向上や社会的評価の確立に寄与しており、企業価値向上の重要な要素であると考えています。

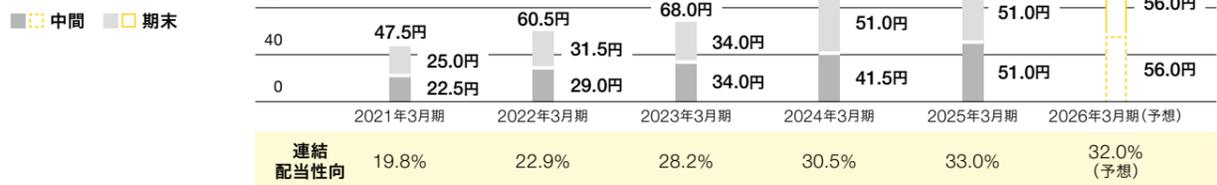
今後は、既存の認定や評価の維持・向上に加え、新たな重点課題としてサイバーセキュリティ対策を強化します。経済産業省による企業格付け制度の導入に伴い、取引継続の条件として高度なセキュリティレベルが求められることが想定され

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。今後は、配当性向30%以上を維持しながら安定配当・増配を図ってまいります。

配当方針

当社は、企業価値の継続的向上を図るとともに、株主の皆さま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

1株当たり配当金の推移



2024年1月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っており、2024年3月期中間以前は分割後の数値に換算しております。



るため、当社としてどの格付け水準を目標とするかを明確化し、体制整備を推進します。

ガバナンス面では、当社単体にとどまらず、グループ全体での体制強化を課題として認識しています。女性取締役比率や社外取締役比率の向上など取締役会の多様性・独立性向上は進んでおりますが、今後はグループ各社を含めた一貫性あるガバナンス体制を構築していきます。これらの取り組みを通じて、社会からの信頼をより確固たるものとし、持続的な企業価値向上を実現してまいります。

株主還元

配当性向30%以上を維持し安定配当・増配を図る

当社は、企業価値を示す指標の一つであるPBR1倍超を意識し、業績拡大に注力していきます。株主還元については、これまで10期連続の増配を継続しています。今後も多様な成長投資を予定していますが、現段階では配当性向30%以上を維持する方針です。2026年3月期も、中間配当56円、期末配当56円の年間配当112円と、前期比10.0円の増配を予想しています。

あらたの使命・存在意義

生活インフラを支える社会的使命を担い サプライチェーンの「中間」から「中核」へ

当社の事業は、生活インフラを支えるという重要な社会的使命を担っています。自然災害などの非常時においても、会社として進むべき方向性をあらたBCPIによって明確にしております。

また、あらた防災週間・あらた防災の日を設定し、社員や家族の命を第一優先にしながらも、社会インフラを支えるために、会社が、そして社員が災害時にどのように対応すべきか毎年議論を行っています。

これまで経験してきた災害において、会社と社員が安全を確保しながらも一丸となって事業継続に尽力する姿は、このような取り組みの成果であり、当社の企業文化を象徴するものだと思います。これを強みとして今後も継承していきます。そして、サプライチェーンの「中間」から「中核」へと進化し、川上・川下双方と協働しながら全体最適化を主導する存在を目指します。

一方で、変革すべき点として、新たな事業や取り組みに対して果敢に挑戦するチャレンジ精神の醸成、意思決定および実行のスピード向上を掲げています。加えて、AIやDXの積極活用による業務効率化・価値創造にも注力し、変化の激しい事業環境に迅速に対応できる体制を整備します。

「世の中のお役に立ち続ける」という経営理念を普遍的価値として守りつつ、行動力をもって変革を推進し、業界のリーディングカンパニーとして持続的な成長を実現していきます。

読者の皆さまへのメッセージ

世の中のお役に立ち続ける「次世代型卸商社」を目指す

当社は、これまでの23年間、着実な成長を果たしてきました。これから先も不確実性が増す厳しい経営環境が続く中においても、事業の中核である国内卸事業をさらに成長させ、同時に新たな事業領域への挑戦をしたいと考えています。これまでの日用品・化粧品・ペット関連商品における卸商社という枠を超え、当社ならではの機能の付加価値に磨きをかけ、最も世の中のお役に立つ「次世代型卸商社」を目指しています。今後は定量的・財務的な企業価値だけでなく、定性的・非財務的な企業価値も高め、社員が誇りに思う会社へと成長させていきたいと思っています。ステークホルダーの皆さまには、これまでと変わらぬご指導ご鞭撻を賜りますよう、お願い申し上げます。



Message

会長メッセージ

新体制のもと、 長期ビジョン実現と さらなる企業価値向上を 目指します。

取締役 会長 須崎 裕明

課題に向き合い活路を見出してきた8年間

私が社長に就任したのは2017年4月。会社設立から15年、完全統合から13年目のタイミングでした。初代社長も2代目社長も旧会社のオーナーであったため3代目社長もそうかと思いきや、プロパーである私が任命されて非常に驚きました。社長に就任し、現状分析や将来予測を進める中で芽生えたのは、「日本国内で卸事業だけを続けていては、いずれ限界が来る」という危機感です。最大の要因は、消費人口と労働人口の減少、それから国内小売業様の大型統合への対応です。

そこで私は2つの事業領域に活路を見出しました。1つ目が海外展開です。これまで中国、タイ、ベトナムに進出してきましたが、当初描いていた「日本製品の優位性」が、ここ数年で急速に変化しています。彼らが求めているのは、機能・使い勝手・デザインが良く、価格にも納得感がある商品です。そうしたニーズに対応すべく現在も対策を講じています。2つ目がメーカー機能です。これまでの卸売業は、メーカー様から仕入れて小売業様へ届ける役割に徹することで、在庫リスクが少ないビジネスとして成立していました。しかし、それだけでは持続的な成長は望めないため、自社商品の開発に着手しました。そこでは他の卸業者との価格競争に巻き込まれず、利益が確保できます。自社商品の開発・販売にはマーチャンダイジングなど新しい能力が求められ、2025年3月期は在庫処理などの課題にも直面しましたが、それも含めて着実に

知見を高めています。この2つの事業領域は、計画した方向へ堅調に進んでいますので、今まで以上の成長投資を行うことで継続的に発展させていきたいと考えています。

社長として注力してきた3つのテーマ

私が社長として重点的に取り組んできたテーマは、大きく3つあります。

1つ目が「標準化」です。私が社長に就任した当初、会社全体の収益性に改善すべき余地があると感じましたが、その原因は「標準化」の遅れでした。設立から10年以上が経過し、着実に事業規模を拡大していたものの、支社ごとに旧会社の特色が残っていたこともあり、収益に関する議論をする際、使っている会計用語は同じなのに経歴や立場の違いにより解釈が異なることで、議論がかみ合わないケースもありました。このような状況を打破するため、私は全社で同じ基準・手法・言語で収益性を評価し、課題を抽出して改善していく仕組みを導入しました。ここ数年、あらたの業績が堅調に推移している背景には、標準化による業務改善があるといえます。

2つ目は「集約」です。商品の重複も課題でした。グループ会社のジャベルとはペット関連商品が重複していたため、すべてのペット関連商品をジャベルに移管しました。ファッションあらたとは化粧品の重複がありましたが、ファッションあらたの事業を本体に統合しました。それが今のペットおよびヘル

ス&ビューティー領域の成長と収益の基盤になっていると感じています。

3つ目は「長期ビジョンの策定」です。3か年の中期経営計画では、成長に向けた投資や事業ポートフォリオの構築など、本質的な変革には限界があると感じ、「長期経営ビジョン2030」を策定しました。10年後のありたい姿を描き、そこから逆算して中計を位置づけたことで、社員が高い目標にも納得感を持って挑戦できるようになったと実感しています。

10年後を見据えた経営には、「想定外の出来事」が起こることを想定しておく覚悟が必要です。実際、長期経営ビジョン2030策定中にコロナ禍となり、インバウンド需要が縮小した一方で、ヘルスケア商材やペット商材の需要は拡大しました。環境や時代の変化にはプラス面もマイナス面もあります。重要なのは、変化に柔軟に対応しながらも、10年後に目指す姿を変えず、プラス面を見極めて強化していくことです。今後もこの姿勢を貫けば、多少の軌道修正はあっても、必ず長期ビジョンは実現できると私は確信しています。

次期中期経営計画策定に向けた社長交代

今回の社長交代は、従来のように前社長の指名によるものではなく、取締役会および指名・報酬委員会によるサクセッションプランの一環として進めてきたものです。複数年にわたり、社外取締役の協力も得ながら、次期経営幹部候補との面談やディスカッションを重ね、社内外の評価を統合して、東風谷さんを選任しました。中期経営計画はあと1年残っており、長期経営ビジョン2030も折り返しを迎えたタイミングでの交代ですが、その理由は、新社長が自らの方針と責任のもとで次の中計(2027~2030)を策定し、長期経営ビジョン2030の完遂に向けた主導権を持つべきだと考えたからです。

このたび社長に就任した東風谷さんには、あらたの企業価値をさらに高めていく強いリーダーシップを期待しています。企業価値の向上には、会社の成長と社員の成長に加え、稼ぐ力の強化が不可欠です。私が社長を務めた8年間では、会社の土台づくりに注力してきました。現在の当社には、ある程度の基盤が備わっており、今まで以上の成長曲線を描いていく段階にあるので、今後は東風谷さんの強みを活かして、攻めの姿勢でさらなる成長を実現していただきたいです。

取締役会議長、指名・報酬委員長としての役割を果たしていく

私は今後、取締役会議長および指名・報酬委員会の委員長として、会社の成長を支えていく役割を担います。先代の畑中さん(現特別顧問)は、指名・報酬委員会の設置、次期経営幹部候補の発掘、座談会・グループディスカッション・パネルディスカッションの実施など、様々なアイデアを取り入れ、

現在のガバナンス体制の礎を築いてくれました。私は内外の変化を注視しながら、さらに取締役会および指名・報酬委員会を充実させていきたいと考えています。特に注力したいのは、次世代経営幹部のトップ層だけでなく、中間層の人材発掘・育成です。既存の仕組みに加えて、対象者自身が成長を意識できるような新たな手法の導入も視野に入れています。執行から離れた今、これまでのように数値で成果を定量的に測ることは難しいですが、ガバナンスの強化に尽力するなど、本質的な企業価値向上に向けた取り組みを続けたいと思います。さらに、東風谷さんを中心とした執行部門が長期経営ビジョン2030の実現に向かう実効性を客観的に評価する立場となります。攻め一辺倒ではなく、軌道を修正することも必要ですので、私は適切なブレーキ役としてアドバイスできればと考えています。

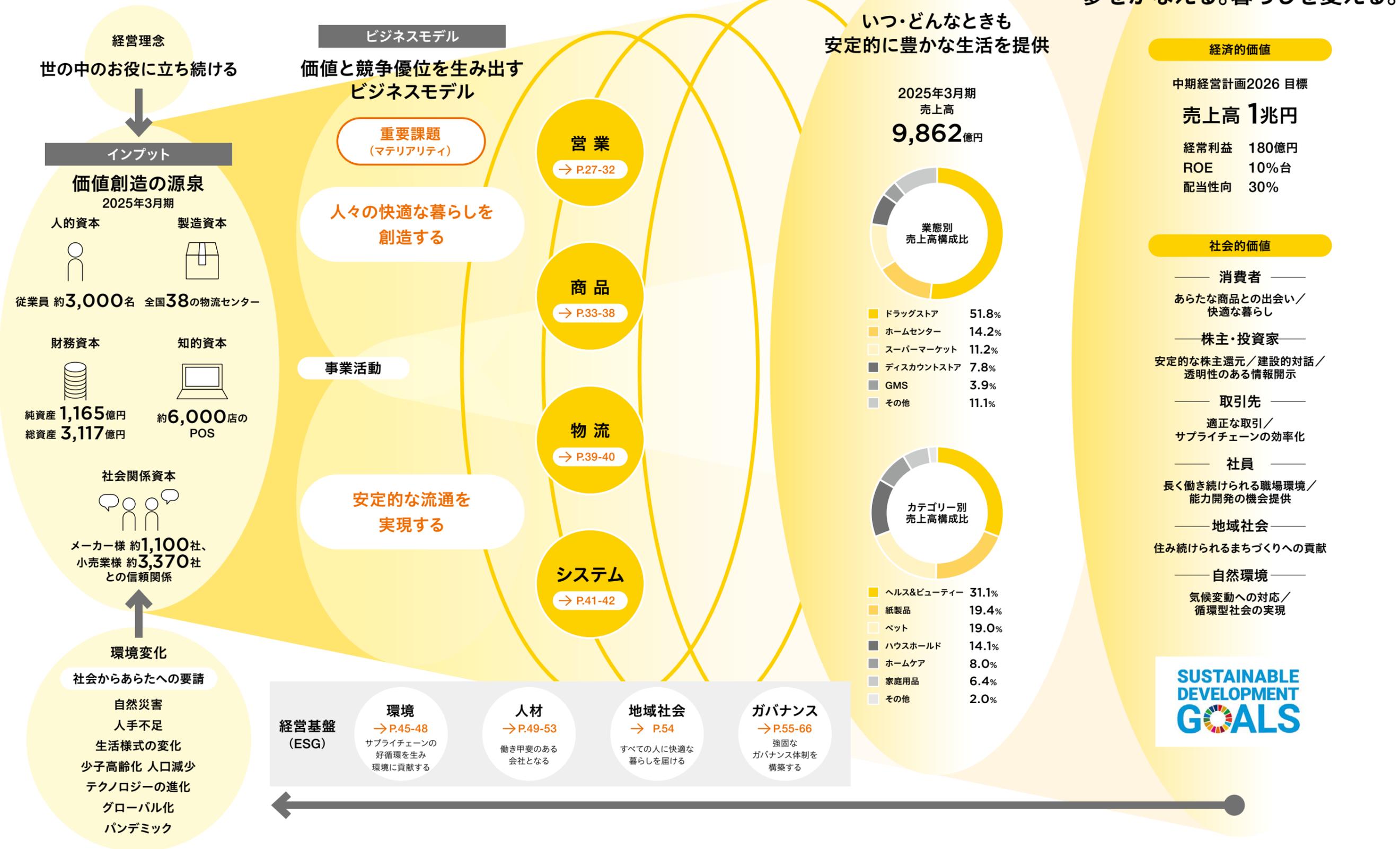
ステークホルダーとともに「世の中のお役に立ち続ける」

この8年間、執行部門の最高責任者として経営を担ってきました。メーカー様、小売業様、取引先様、協力会社様など、多くの関係者の皆さまのご支援・ご協力があったからこそ、現在の成果があると心より感謝しております。特に、長期経営ビジョン2030の実現に向けた変革に取り組む中で、ビジョンに共感し、その実行を担ってくれた社員一人ひとりの力が、今日のあらたを支えています。今後は新体制のもと、企業価値の向上と持続的な成長、そして稼ぐ力の強化を一層進めていきます。執行側は計画を立てて実現に向かい、監督側はそれをサポートすべくガバナンス強化に努めます。それが、「世の中のお役に立ち続ける」という当社の経営理念につながり、ステークホルダーの皆さまへの貢献にもつながると確信しています。私も会長という立場から全力で支えてまいりますので、ステークホルダーの皆さまにおかれましては、引き続き温かいご支援を賜りますようお願い申し上げます。



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つなげてまいります。

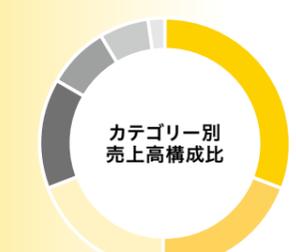
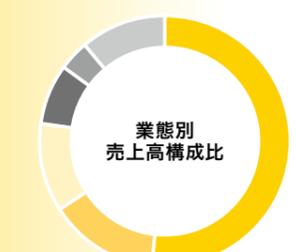


アウトカム
長期経営ビジョン2030
夢をかなえる。暮らしを変える。

アウトプット

いつ・どんなときも
安定的に豊かな生活を提供

2025年3月期
売上高
9,862億円



経済的価値

中期経営計画2026 目標
売上高 1兆円
 経常利益 180億円
 ROE 10%台
 配当性向 30%

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

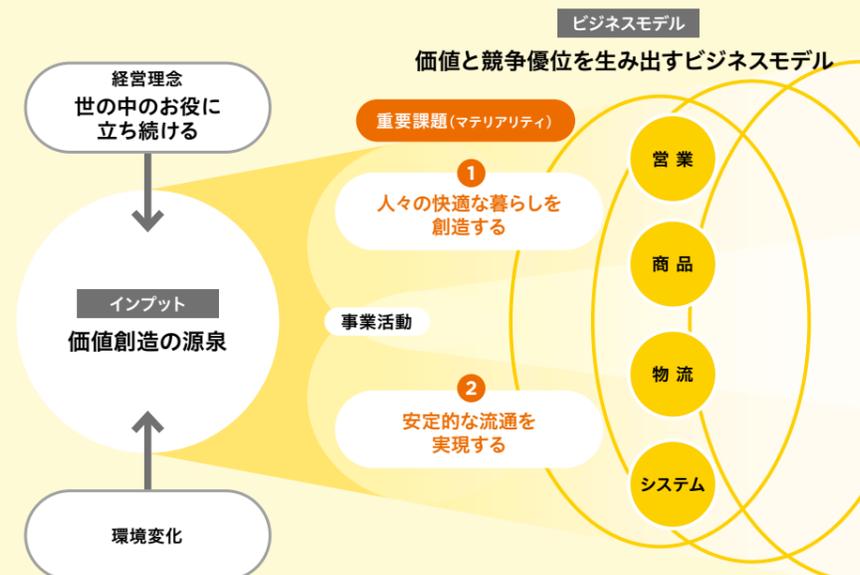


価値創造の源泉が強みを生み出す

「世の中のお役に立ち続ける」会社であるために価値と競争優位を生み出すビジネスモデル

当社は、数多くのメーカー様と小売業様を結び、その架け橋となる流通を担うことで消費者の皆さまに豊かな生活を提供しています。事業活動を通じて「世の中のお役に立ち続ける」という使命を果たすため、当社の強みを活かして各部門が連携することで、単に商品をお届けするだけでなく様々な「付加価値」を創造しています。

社会環境が大きく変化する中でも、変わらずにこの精神をもって世の中に新しい価値を提供し続けるために、これまでの豊富な経験、深い知見、そして強固な資本を最大限に活用することで、生活に身近な商品を扱う企業として「人々の快適な暮らしを創造する」、そしていつ・どんなときも「安定的な流通を実現する」ために全社一丸となって取り組んでまいります。



1 人々の快適な暮らしを創造する

営業

全国約3,370社(約6.4万店舗)の小売業様とのお取引によりすべての人の暮らしに寄り添う

→ P.27-32

全国約1,000名の営業社員を擁する当社は、消費者の皆さまへ豊かな生活を提供するための商品提案を行っています。小売業様との取引数は業界No.1の規模を誇り、その中で培われた豊富な経験と情報力を活かし、小売業様へ質の高い情報提供も行ってきます。様々な業態や地域から得られる定量情報に加え、営業社員が全国の売場で収集する定性情報を組み合わせ「売れる売場」を提案しています。また、グループ会社との連携により、販促・企画制作など、幅広い店頭支援を行っています。今後の成長戦略として海外事業にも注力しており、海外3か国でも事業を展開しています。将来的には当社の成長の柱となるよう積極的に取り組んでまいります。



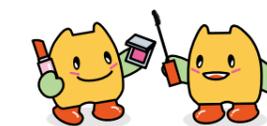
小売業様 約 3,370 社	取引店舗数 約 6.4 万店舗
国内営業拠点数 29 拠点 本社含む	海外拠点 3 か国 中国/タイ/ベトナム

商品

人々の快適な暮らしのための商品を調達あらたな需要を創造する

→ P.33-38

当社は、消費者の皆さまが安心して購入できる商品を見極める重要な役割を担っており、豊富な情報力と幅広い商品を扱う卸売業として、市場に新たな価値を創出しています。中計2026では、優れた商品を持つ様々なメーカー様と連携し、当社の全国網の販売力を活用して小売業様へ提案する専売・優先流通品の拡大を推進しています。さらに、卸売業に続く新たな収益の柱としてメーカー機能を持つグループ会社を設立しました。卸事業で培った情報力を活かした商品開発で、これらの分野をさらなる成長拡大につなげてまいります。



メーカー様 約 1,100 社	アイテム数 約 9.5 万 アイテム
専売・優先流通品 売上高構成比 7.2%	

2 安定的な流通を実現する

物流

大型センター12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

→ P.39-40

当社は、安定かつ的確な流通を通じて、日本全国に商品をお届けするための重要な役割を担っています。近年、小売業様の大型化や多様化に伴い、卸の機能もより高度で効率的な物流体制の構築が求められています。必要な商品を間違いなくお届けするため、様々な物流機器(マテハン)を導入し、効率化を進めています。各拠点での設備強化に加えて、全国の物流網を活かしたりリスク分散・BCP代替物流の検討など有事でも止まらない物流を実現しています。また、物流の2024年問題等の社会問題や環境問題への対応においても、取引先様や競合他社と協働の取り組みを実施しています。流通業界における当社の存在感や規模の大きさを活かし、流通の中核を担う企業としてサプライチェーン全体の効率化・最適化を推進しています。



物流センター 38 拠点 デポ含む	大型センター 1か所あたりの 年間出荷額(最大) 約 500 億円
あらたからの1世帯あたりの 年間出荷量 約 42.3 個 年間出荷数量 約23億個	
納品精度 99.999%	

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

→ P.41-42

数多くのメーカー様と小売業様の間で流通を担う当社にとって、取引先様からの情報を正確につなぎ、商品を確実にお届けするためのシステムは事業活動の生命線です。膨大な情報が集積し、多岐にわたるコミュニケーションが行われる当社では、これらを実現する強固なシステム基盤が不可欠です。中計2026では、IT中期経営計画に基づき基盤強化を推進しています。各部門の業務効率化により、競争力強化と持続的な成長基盤の確立を目指します。また、小売業様の大型化や多様化が進む現代において、当社のさらなる発展に向けて、AI活用やDX推進にも取り組んでいます。さらに、社員のITスキル向上や情報リテラシー向上に向けた社内教育を積極的に実施し、全社的な情報セキュリティ意識の向上と対応力強化を図っています。



年間受注行数 約 4.6 億行	2025年3月期 システム投資額 約 15 億円
データセンター 東西 2 か所	バックアップ センター保有

持続的な成長に向けた経営戦略

長期経営ビジョン2030

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2020年に策定いたしました。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。

長期経営ビジョン2030

環境変化の中でも「世の中のお役に立ち続ける」会社であるために

夢をかなえる。暮らしを変える。

当社の機能発揮によって暮らしを豊かにすることで、「この先もずっと豊かで快適な毎を送りたい。」という人々の当たり前のようかけがえのない夢をかなえていく。

中期経営計画2026にて目標前倒し

目標数値 **2030年3月期までに売上高1兆円を突破** → **2026年3月期に売上高1兆円を突破**

ESG重要課題

- 環境: サプライチェーンの好循環による環境貢献
- 人材: 社員にとって働き甲斐のある会社となる
- 地域社会: すべての人に快適な生活を届ける
- ガバナンス: 持続的成長を支える強固なガバナンス体制

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

01 国内事業	02 海外事業	03 新規事業	04 経営基盤	05 サステナビリティ
変化する需要への即応	中国・ASEAN地域での製造・販売の基盤確立	中間流通の強みを活かした新たな領域への挑戦	成長を促進する基盤への進化	持続可能な社会の実現に向けたESG
国内卸	海外事業	無形資産	資本戦略	ESG
物流受託	商品		システム・DX	
店頭管理	EC・B2C		ロジスティクス	

中期経営計画2026

「長期経営ビジョン2030」に向けた第2フェーズとして、2026年3月期を最終年度とした「中期経営計画2026」を推進しております。前中計で仕掛けてきた施策を大きく実現する3年、そしてさらなる成長に向けた新しい仕掛けを行う3年とし、成長を加速させてまいります。

中計2026テーマ「成長の加速」

「成長事業」「基盤」「人材」における成長戦略を加速し、長期経営ビジョン2030の売上目標を早期達成。2030のその先を見据えた企業成長で存在感を発揮し、PBR1倍超も視野に、さらなる企業価値向上へ。

2023年3月期実績	2026年3月期目標数値
売上高 8,916億円	1兆円
経常利益 136億円	180億円
ROE 8.3%	10%台
配当性向 28.2%	30%

2024年3月期達成!

成長戦略

- 卸事業のさらなる成長
- 商品調達・企画・開発機能強化

基盤強化

- 生産性向上に向けた物流改革・IT改革・DX推進
- 人的資本経営への変革

サステナビリティ

- 環境貢献
- ガバナンス体制強化

PBR1倍超を意識した成長投資と株主価値創造施策で **さらなる企業価値向上へ**

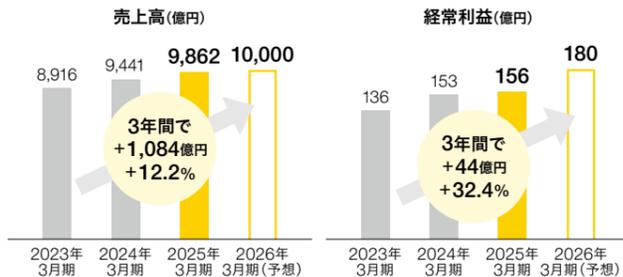
中期経営計画2026 進捗

	中計2026戦略	2025年3月期実績
成長戦略	<ul style="list-style-type: none"> ヘルス&ビューティー・ペットカテゴリーの拡大 専売・優先流通品の拡大で独自性を強化 新規取引の獲得 	<ul style="list-style-type: none"> 専売・優先流通品の売上拡大 コンビニ業態との新規取引開始 その他業態との新規取引開始
基盤強化	<ul style="list-style-type: none"> IT中計施策の実践による業務効率化と物流生産性の向上 人的資本経営への変革:2023年4月より新人事制度施行 	<ul style="list-style-type: none"> 給与制度改定による従業員の給与水準の向上 2024年問題への対応として物流事業者との対話を実施
サステナビリティ	<ul style="list-style-type: none"> サプライチェーンの中核として取引先様と協働しCO₂削減 ガバナンス体制強化 	<ul style="list-style-type: none"> CDP回答:2023年度C評価→2024年度B評価 くるみん認定取得 健康経営優良法人認定取得
計画との乖離と遅れ	<ul style="list-style-type: none"> メーカー機能における成長戦略の見直しにより構造改革を実施 各種IT中計施策の実装遅れおよび想定以上の運賃上昇 	<ul style="list-style-type: none"> 将来に向けた人事戦略として積極的な採用と制度の見直しを実施

2026年3月期 連結業績予想修正(百万円)

	2026年3月期当初予想	2026年3月期修正予想	増減額
売上高	1,000,000	1,000,000	±0
営業利益	-	17,280	-
経常利益	20,000	18,000	▲2,000
親会社株主に帰属する当期純利益	-	11,700	-

中計3か年での業績拡大



経常利益200億円は2027年3月期に達成予定

次期中計を見据えて

2025年3月期 中計2026との乖離と遅れ

メーカー機能の成長戦略の見直し	想定以上の人件費増加	想定以上の物流費増加
<p>中計2026戦略として卸以外の領域拡大を目指しメーカー機能を推進</p> <p>将来を見据えた戦略見直しによる構造改革(ブランドの集約)を実施</p> <p>メーカー機能の構造改革等与える一時的な影響額880百万円(売上総利益+販管費)</p> <p>※一時的影響額を除いた場合</p> <p>売上高 +17,212百万円 101.8%</p> <p>営業利益 ▲430百万円 97.4%</p> <p>経常利益 ▲102百万円 99.4%</p> <p>当期純利益 +239百万円 102.2%</p>	<p>パート人件費増加(時給アップ、短期雇用増加含む)</p> <p>人的資本投資の強化として社員の給与水準向上を早期に実施</p> <p>正社員1人当たり給与(2022年3月期比)</p> <p>2025年3月期 約20%UP</p> <p>2026年3月期 27%UP予定</p> <p>離職率低下・積極的な採用につながり人事戦略は順調</p>	<p>2024年問題への対応等による継続的な運賃上昇</p> <p>運賃の売上高比率</p> <p>2024年3月期 1.95%</p> <p>2025年3月期 1.99%</p> <p>庫内の物流生産性向上とサプライチェーン全体での効率化を進める</p>
2025年3月期で処理済み	IT中計施策の実装により2026年3月期に回収予定	

売上高・経常利益目標



財務戦略

長期経営ビジョン2030のありたい姿へ進むためには、各種成長戦略・基盤強化・サステナビリティ戦略の推進が必要です。具体的に進めるうえで中期経営計画2026の各種施策とともに、長期的視点に立った成長投資が欠かせません。この成長投資を実施するうえで資本コストを意識し、次の成長に確実につながる投資を目指し、財務戦略を立案・推進し、企業価値向上を図っております。

株主還元(配当方針)

株主還元につきまして、中期経営計画2026の目標であった配当性向30%を達成しており、配当の方針としまして、配当性向30%以上を意識しながら、安定配当を維持し、さらに増配を継続することとしております。

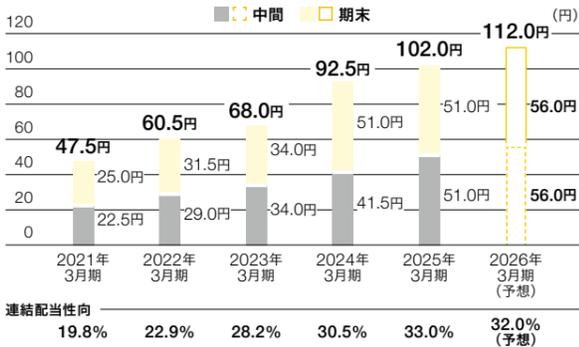
2025年3月期において、2024年3月期から9.5円増配の

通期102円の配当とし、2026年3月期の予想配当はさらに10円増配となる112円としており、11期連続の増配を予定しております。

今後もROEを高め、安定的な株主還元を行うことで企業価値を向上してまいります。

2025年3月期 配当性向33.0% 中計2026目標の配当性向30%以上を維持

1株当たり配当金の推移



2026年3月期 配当金(予想)

1株当たり112円(配当性向32.0%)

+

株主優待QUOカード
100株以上お持ちの株主様へ
1,000円分 QUOカード
年2回贈呈

株主優待: 当社オリジナルQUOカード

2024年1月1日付で当社普通株式を2:1に分割しております。それ以前の数値は分割後の金額に換算しております。

配当方針 配当性向30%以上を意識しながら安定配当・増配を図る

中期経営計画2026 事業成長・基盤構築への投資を軸に株主還元のさらなる充実をはかる

2026年3月期を最終年度とする中期経営計画2026は以下のように推進しています。

キャッシュ・イン

- 売上拡大と収益性改善による **営業CF拡大 400億円水準**
- 資産回転の改善 **資産サイクル2日間水準 約50億円**
- 政策保有株式の縮減 **純資産の10%未満**
- 柔軟性のある外部からの **資金調達**

キャッシュ・アロケーション

- 事業成長・基盤構築への投資 **150億円水準**
 - DX推進、IT改革への投資
 - 人事制度浸透を進める組織改革、人材育成
 - 国内事業の成長を支える物流基盤への投資
- 株主価値創造施策への投資
 - 2024年3月期 **配当性向 30% 達成**
 - 市場動向により資本構成の最適化・流動性向上を目指した株主施策

※ 資産サイクル: 売掛金・在庫・買掛金の回転日数

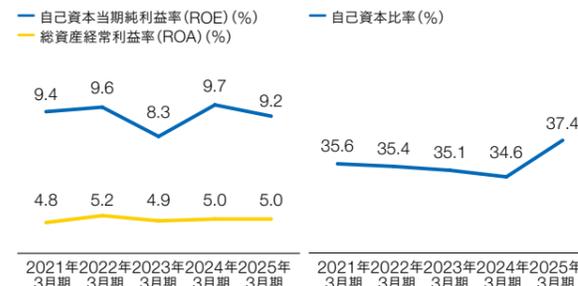
財務・経営指標

中期経営計画2026において、企業価値向上の重点指標の一つにROEを掲げています。財務健全性はもちろん、収益力の向上と資本効率性を高めることを柱として中期経営計画の最終年度である2026年3月期に10%達成を目標としております。

株式会社 日本格付研究所(JCR)による信用格付 **BBB+** >> **A-**

2022年4月11日より格上げ 安定した経営を継続

各種指標および評価

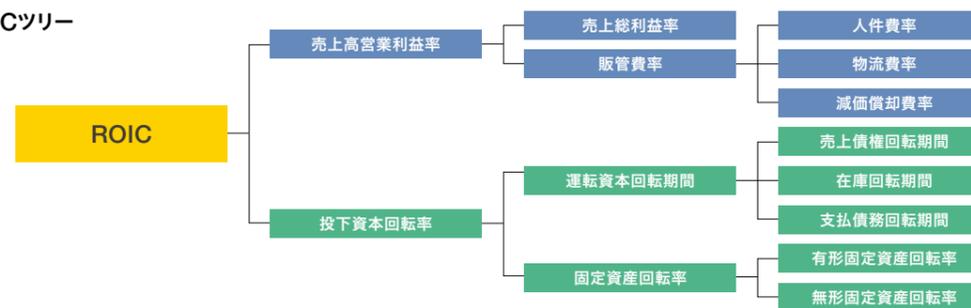


将来に向けた財務視点の高度化

あらたでは、「ROE」を資本生産性向上を測るKPIとして取り組んでまいりました。企業価値の最大化に向けては、基盤投資に加えて成長投資への取り組みを加速させる必要があります。それゆえ、投資対効果を測る資本生産性指標の重要性は益々高まっています。

今後は、事業部門評価、投資審査、プロジェクト管理等のプロセスに「ROIC」「EBITDA」の考え方を取り入れることで、「資本コスト」「投資対リターン」に対する社内の意識を高めると同時に、すべてのステークホルダーにご理解いただきやすい財務基盤・投資活動の実現を目指してまいります。

あらたROICツリー



社会インフラとしての責任を果たしつつ

ステークホルダーの期待を超える企業活動を通じて持続的な成長を目指す

成長戦略へ

あらたグループは日用品・化粧品の流れ経済における重要な役割を担わせていただいております。すべての消費者に安心をお届けする使命を果たすべく、日々、業務の高度化に努めております。

外部環境を見渡すと、政治・経済・外交・気候変動をはじめ不確実性が高まっておりますが、あらたグループの置かれた状況は、一方では地に足を付けた堅実な経営を志向しつつ、他方ではリスクを見極めて将来を見据えた成長投資に積極的に取り組むべき局面にあるものと考えています。

新規事業育成・M&Aといった成長投資には相応の規模の資金が必要であります。

あらたグループでは、健全かつ安定した財務基盤をバックグラウンドにこれまでも適切な調達・運用を実現してまいりました。

今後は、より長期的な視点から果敢な投資を実行してまいります。多様化する投資に必要な資金の確保にあたっては、取引基盤の改革(CCC改善・政策保有株式売却)を引き続き推し進めると同時に、ローン・社債・資本など多様な調達手段の中から適時適切に対応できるよう体制を強化してまいります。

財務戦略

こうした中で、あらたの課題は既存事業の優位性を維持・強化して収益性向上につなげることであり、さらに、今後の成長に資する事業への取り組みを強化することにあります。これらを支える、人的資本・物流・デジタル化をメインとした基盤投資、



根橋 央
上席執行役員 業務本部長

人材戦略

企業価値のさらなる向上に向けた人的資本経営の変革

長期経営ビジョン2030「夢をかなえる。暮らしを変える。」に向けた中計2026の第一フェーズとして2023年4月に新人事制度をスタートしました。2年目となる2025年3月期は、新人事制度の定着を図るとともに、福利厚生充実など制度の見直しを行い、職場環境整備を進めてまいりました。

企業成長には社員一人ひとりの能力を最大限に引き出す適材適所の人材配置と計画的な育成を通じて、個人の成長とモチベーションを促すことが必要不可欠です。将来的なタレントマネジメントの前提となる人事情報の整備については、人事評価や職制履歴等の情報、キャリアプラン等の本人意向を包括的に管理し、信頼性の高い情報をもとにした社員の能力開発やキャリアプランニングを支援する基盤を築きつつあります。人材育成のベースとなる研修については、

当社人事部組織内にある研修室が実施しており、社員の専門性や能力向上を目指し日々高度化を進めております。

社員個々の成長なくして会社の成長は実現しません。社員が「強く」「正しく」活躍し続け、「楽しく」働けるよう、人材育成の強化と、職場環境整備をさらに進め、社員の成長とともに、企業価値を向上させていくことを目指します。



河野 博之
執行役員 人事本部長 兼 人事部長

人材に対する基本的な考え方



成長のポイント

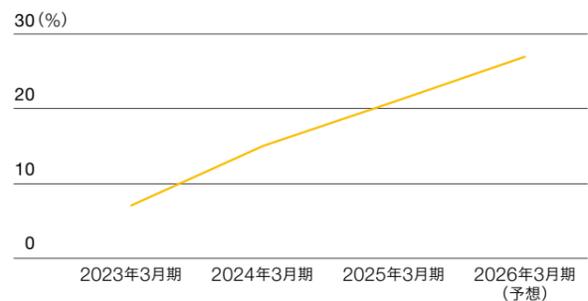
多様な働き方の確立	キャリアパス・成長機会の充実
縦横両面での組織一体感醸成	社員の生産性・エンゲージメント向上

選ばれる企業としての競争力強化

新人事制度の定着とさらなる見直し

2023年4月に人事制度を改定し、給与・賞与を中心に制度の新設・拡充を実施。2025年3月期はさらなる給与水準の見直しや制度改定、人材強化を進め、総合的な人的資本への投資を通じて社員エンゲージメントを一層高め、企業と社員の持続的な成長の基盤を構築しました。

正社員1人当たり給与水準増加率の推移(2022年3月期比)



新人事制度 主な新設・拡充内容

- 職種区分として「エリア管理職」を新設**
→ 地域限定職のまま管理職昇格の選択肢を増やす
- シニア活躍に向けた制度改定**
→ 長く活躍できる環境を整備し、豊富な知見を企業の成長につなげる
- ジョブリターン制度の改定(正社員登用が可能に)**
→ 当社で培った知見やスキルを活かし再び活躍する場を提供
- 昇格要件の改定**
→ 年齢にとらわれず、実力に応じて早期に昇格可能に
- 職種転換回数の改定**
→ キャリアパス・ライフイベント双方に考慮できるよう、回数制限を緩和
- 人事評価制度の改定**
→ 個人目標達成度・行動指標評価を明確化、メリハリのある公正な評価へ

企業成長を加速させる人材強化

■ 先を見据えた積極的な採用

当社には豊富な知識と経験を持つベテラン層が活躍している一方で、若手層が相対的に少ない「逆ピラミッド型」の構造となっております。この課題解決には、若手・中堅層の強化・拡充が不可欠であると認識しており、積極的な採用活動を進めております。新卒採用では希望したエリアで業務の基礎を固め、その後は社員一人ひとりの成長可能性を考慮し、多様なキャリアパスを支援していきます。現場の即戦力となるキャリア採用では、将来の幹部候補も見据えた戦略的な採用を進め、組織の活性化と多様な知見の獲得に努めております。

📄 P.51 人事関連データページ:新卒・キャリア採用状況

■ 研修体系の強化

社員の専門能力向上のため、スキル研修に注力しています。具体的には、ロジスティクス本部での管理職育成トレーニングを他部門にも展開し、組織全体のリーダーシップ強化を図っていきます。また、公正な人事評価を実現するため、評価者研修を強化し、評価者個々のスキル向上と評価基準の浸透に努めております。

📄 P.53 人材育成・研修:主な研修・育成制度



社員意識調査結果から見える効果

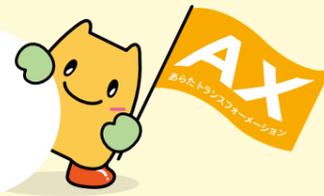
社員が自らの仕事や働き方、企業風土などの項目について5段階の評価を行う「社員意識調査」を毎年実施。評価とは別にメッセージ欄も設けており、社員の声が直接経営層に届く仕組みとなっております。意識調査の回答率は97.2%と高

い水準を維持しております。エンゲージメント向上に通じる主要項目でスコア上昇が見られ、離職率も産業平均と比較すると低水準となっております。

2025年2月調査	評価の納得性	やりがい	働き方	休暇取得	社員満足度	継続勤務意識	KPI 継続勤務意識 2026年目標 4.0
点数(5段階評価)	3.8	3.8	3.7	4.0	3.6	3.7	
前年比	+0.08	+0.03	+0.20	+0.05	+0.08	+0.02	

特集

「成長の加速」を支える風土醸成



中期経営計画2026では「成長の加速」というテーマを掲げ、持続的な成長を目指して様々な戦略や制度改革を推進してまいりました。当社は、社員を同じ目的につながるパートナーであると考えており、社員の成長のために会社が変わり、会社の成長のために社員一人ひとりが成長する。その好循環が、さらなる成長の加速につながると考えています。

しかし、その効果を最大化してさらなる企業価値向上を実現するためには、組織全体の能力を最大限に発揮できる、すなわち「社員一人ひとりが最大限に能力を発揮できる」組織づくりを目指した風土の醸成が不可欠です。

本特集では、このような考えに基づき、当社の「成長の加速」を支える風土醸成に向けた取り組みをご紹介します。

考 会社と自分の将来について考える

■ ラウンドテーブルミーティング

当社は社員と経営層がベクトルを合わせより強い組織をつくりあげていくことを目指し、中長期経営ビジョンの浸透と人材育成を実施しています。経営戦略本部メンバーが各エリアに訪問し次世代を担う若手社員から中堅社員を対象とした「ラウンドテーブルミーティング」という取り組みを2024年に開始し、2025年に第2期の活動を始めました。当社の中長期経営ビジョンや重要施策など「深く会社を知る」機会を提供し、同時に「10年後のあらかたグループ」についてのディスカッションを実施。社員一人ひとりが当事者意識を持ち「会社の将来について考える」足掛かりとしています。



参加メンバーの声

- ミーティングを通して実感した「未来を明るくするのは自分達自身だ」ということを職場メンバーにも共有したい。
- 参加メンバー同士の考えを共有する事で、自分に自信が付き、違った見方ができるようになるきっかけになった。
- 会社の将来について考えることで、自然と10年後の自分についても考えることができた。
- 参加メンバーとのディスカッションを通して、あらかたはまだ成長できる会社だと感じた。
- 最終的にあらかたグループに関わる全員が「あらかたグループが好き」という未来をつくりたい。

対話から生まれるあらかたグループの成長

あらかたグループが長期的な目標に挑戦していくためには、まず私たち社員が「あらかたはさらに成長していく」という実感や自信を持つことが必要だと考えています。そのための一歩として、昨年からラウンドテーブルミーティングをスタートしました。

このミーティングではあらかたグループの現状や今後のビジョン、各本部の指針を伝え、将来について共に語り合う時間・場を作っています。会社全体の未来を「自分ごと」として捉える機会を作り、いつもと違う視点で物事を考えていくことがこのミーティングの目指すところです。また、参加メンバーからは日頃感じている会社の課題や、自分と会社の将来についての率直な声を聞かせてもらうことも大切にしています。

今後はさらに社員一人ひとりが会社の将来について考え、行動に移すことができる強い組織づくりを進めていきます。



小西 小百合
経営戦略本部 経営戦略部
マネージャー



知 会社を知り、未来を共に創る

■ 社内広報強化

全国に約3,000名の社員を擁する当社は、合併を繰り返しながら地域密着型のビジネスを展開し、発展を遂げてきました。しかし、全国規模の卸商社としてさらなる成長を目指す上で、全社的な帰属意識の向上と、目指すべき方向性

の統一が課題となっております。そこで、当社は企業文化の醸成を重要な経営課題の一つと位置づけ、社内広報強化を通じて、社員が会社をより深く理解し、一体感を持って業務に取り組める環境づくりを進めています。

01 深掘り

プレスリリースの社内向け発信

対外的なプレスリリースを、社員が「自分ごと」として捉えられるよう、わかりやすくみ砕いた形で社内向けに発信しています。これにより、各部門の担当者が会社の最新動向や事業戦略を深く理解できるように努めております。各拠点やグループ会社のトピックスにも焦点を当て、NEWS LETTERという形で、年間約50本発信しております。



02 迅速に

社内WEBサイト「社内掲示板あらかた」の開設

従来の紙媒体の社内報を刷新し、WEBサイト「社内掲示板あらかた」の運用を2025年1月より開始しました。本サイトでは、経営層からのメッセージや、各部署のPR情報などの即時性の高い情報を迅速に共有できるほか、社員のキャリアパス情報や他部署・他拠点との連携を促すコミュニケーションツールとしても活用しています。会社と社員の双方向のコミュニケーションを活性化し、より身近な情報共有プラットフォームとして機能させています。



長期経営ビジョン2030達成に向けた羅針盤としての社内広報

当社は、北海道から九州、海外にそれぞれ、オフィスや物流センターを構えており、広範囲に約3,000名の社員が働いております。中期経営計画2026や、長期経営ビジョン2030を達成する同じ目標に向かうため、2024年より「深掘り」と「スピード感」の2つの軸で社内広報の運用を開始いたしました。経営層をはじめ、各本部・各支社からも、会社の改革や成長につながる情報の共有があり、必要なタイミングで連携して発信しております。今後は内容を精査し、高い目標に向け社員のエンゲージメントを高め、全社員が一丸となって長期経営ビジョン2030の達成に向けて邁進できるよう、社内広報をさらに強化してまいります。当社の挑戦と成長のストーリーを共有し、共感を生むことで、社員一人ひとりが自律的に考え、行動する文化を醸成していきます。



柴田 美奈
コーポレートガバナンス統括本部 広報IR部
チームリーダー

個 DEI推進 多様な個性が輝く職場へ

■ A&Jプロジェクト

2023年7月よりあらたグループ全体のDEI推進に向けて、グループ会社であるジャベルとあらたの女性社員で「A(あらた)&J(ジャベル)プロジェクト」を発足しました。様々なバックグラウンドを持つ社員で構成し「女性が活躍する会社＝全社員が活躍できる会社」という考えのもと、性別や年齢を



問わず全社員が働きやすく活躍できる会社となることを目指し活動しています。オンラインでの会議も活用し、月1回議論を進め、経営層へ提言を行い、具体的な取り組みにつなげています。また、参画した社員自身の主体的なキャリア形成のきっかけにもなっています。

活動の流れ

- プロジェクト発足
- スプレッドシートで多角的に課題・理由・解決策を議論
- 解決策を短・中・長期視点でマッピングし整理/両社訪問し好事例を抽出
- ゲームを用いたDEI理解促進/社員に意見ヒアリング
- 具体化に向けて各機能本部と打ち合わせ
- 取締役会・経営会議にてご提案/実現事項の具体化
- プロジェクト終了後も実現事項についてモニタリングを継続

— 活動のあゆみ

1期 2023年7月～2024年5月

多岐にわたる議論を通して会社に必要なのは「制度」だけでなく「風土」とあるという結論に至り、1期では「DEI風土醸成」をテーマに掲げ活動。DEI風土醸成の第一歩として育休制度説明会や育休交流会、外部講師によるDEIセミナーを実施しました。また、在宅・リモートワーク推進など、働きやすい環境整備についても議論し、経営層へ提案しました。



育休取得者×若手社員
育休交流会



アンコンシャス・バイアス講習
P.50

2期 2024年7月～2025年5月

2期では、支社の営業社員が参画し、エリア特性や子育てと営業の両立といった課題について議論しました。1期の「DEI風土醸成」の議論を深め、よりよい風土醸成には、「働き続けるイメージがもてること」、「社員と会社の一体感を強めること」が必要であるという結論に至りました。多様なロールモデルとの出会いや定期的な担当業務変更により、キャリア形成を具体化し、制度運用の明確化や会社方針の共有が正しく行われるべくマネジメント力やコミュニケーション力を強化することにより一体感を高めていくことを提案しました。

キャリアブック「あらたのヒトビト」

老若男女問わず社員の働き方を紹介するキャリアブック「あらたのヒトビト」を作成し、「社内掲示板あらたん」に公開。多様な社員の仕事やパーソナルな部分を紹介することで、当社での働き方やキャリアへの考え方について知り、社員一人ひとりが自身のキャリア形成について「考える」機会となるよう、継続的に発信してまいります。



DEI推進から広がる、声紡ぐよりよい風土づくり

A&Jプロジェクトは、多様な社員が活躍する会社を目指し、女性活躍の観点から女性社員で構成されたプロジェクトであり、社員間の交流が少なかったグループ会社を横断した意見交換の場としても、初めての取り組みとなりました。活動を進める中で、私たち自身の対話から「女性に限らず、全社員が活躍できる会社とは」という大きな目的へと進化しました。

活動を通して、他拠点やグループ会社を知り、全社的な視点で議論を進めたことで、メンバーは視野を広げ、新たな気付きを得ることができました。そして、経営層との対話を通し、社員の声に耳を傾けてくれる「風通しの良い社風」を改めて実感する貴重な機会となりました。

A&Jプロジェクトから生まれた新しい取り組みが、よりよい風土づくりのきっかけとなり得ようつなげてまいります。



サステナビリティ推進室
(A&Jプロジェクト事務局)

活 社員の成長支援による組織全体の活性化

ロジスティクス本部では、「人材育成による基盤強化」をテーマに掲げ、4つの柱を軸とした体系的な教育・研修プログラムを展開し、社員一人ひとりの成長を支援することで、組織全体の活性化と生産性向上を図っています。

■ 良好な職場づくり研修

当社は、パート従業員や派遣社員を全国で約1万人擁しており、この大規模な人材基盤が当社の事業を支えています。各拠点で数百名のパート従業員を統率する、当社の物流センターで働く物流社員を対象に「良好な職場づくり研修」を開催。パート従業員との円滑なコミュニケーション、ハラスメント防止、相互理解の促進、そして良好な人間関係を構築するための知識とスキルについて研修を行い、他拠点の物流社員同士の交流の場にもなりました。

研修を通じて、当社の社員がリーダーシップを発揮して働きやすい環境を整備することで、パート従業員が働き甲斐

物流系業務スキル研修

管理職育成トレーニング

数値分析トレーニング

良好な職場づくり研修

を感じ、安心して業務に取り組める組織づくりを進めていきます。



働きやすい職場環境づくりへの一歩

物流拠点では、専門的なスキルを持つ人材の確保と生産性の向上が重要な課題です。そこで、当社は従業員がより働きやすい環境づくりを推進するため、専門家による研修を実施しました。全4回にわたり、179名の従業員が参加したこの研修では、ハラスメントへの懸念から十分な指導が難しかったことや、法的知識の重要性、理想とする職場のあり方、そして自分自身の働き方に対する意識付けなど、参加者から様々な意見が寄せられ、多くの気づきが得られました。この研修により、職場の人間関係を良好に保ち、従業員が長く働き続けたいと思う環境づくりの第一歩を踏み出せたと実感しています。今後も継続的な取り組みを通じて、従業員満足度の向上に努めてまいります。



江花 誠
ロジスティクス本部 物流企画部
マネージャー

主 自由な発想と主体性を育む環境へ

社員一人ひとりが能力を最大限に発揮し、いきいきと働く職場環境を構築するため、「風通しの良い職場づくり」を推進する新しい取り組みを導入しました。従来の枠にとら

われない柔軟な発想と、自ら考え行動する主体性を育み、多様な個性を尊重し合うことで、活発なコミュニケーションによる新たな価値創造を目指します。

■ 「さん付け呼称」で風通しの良い職場づくり

従来の役職名称を廃止し、役職や入社年次に関わらずお互いを「さん」付けで呼び合う「さん付け呼称」を導入しました。社員間の心理的な障壁を取り払いフラットな関係を築くことで、誰もが気軽に意見を発信できる、より風通しの良い組織づくりを目指しています。また、呼び捨てやニックネームに起因するハラスメントの防止にも寄与すると考えています。

東風谷さん!



■ 「身だしなみ自由化」をイノベーション創出につなげる

2024年8月より、服装や髪型等の基準を大幅に緩和する「身だしなみ自由化」を導入しました。柔軟な発想を持ちながらもしっかりと自分自身の考えと判断力を持ち、よりよい働き方を主体的に考えていくきっかけとなることを期待しています。社員のモチベーション向上に加えて、多様な価値観を認め合い、互いを尊重できる組織へと進化し、イノベーションの創出につなげてまいります。

