

Yamazawa Report »2024



株式会社ヤマザワ
〒990-8585
山形市あこや町三丁目8番9号
TEL.023-631-2211(代)
<https://yamazawa.co.jp>



ヤマザワは「健康経営優良法人2024」(大規模法人部門)に認定されました。



みなさまの、より豊かな生活と、 地域の未来のために

人々の生活や価値観が
めまぐるしく変わっていく時代。
地域に密着するスーパーマーケットの役割も
ますます高度化、多様化が求められています。
わたしたちヤマザワグループは、
72年という歴史の中で培ってきた
幅広い知識と経験、社員の絆と強靭さを
新時代に向けさらに進化させていき、
お客様の生活をより豊かにし、地域にとって
欠かせない企業となるため、邁進してまいります。



PHILOSOPHY

ヤマザワグループ 経営理念

PHILOSOPHY

ヤマザワグループは、
お客様に安心と豊かさを提供し、
地域の健康元気を応援するとともに、
従業員一人一人が輝く企業を目指します

VISION

目指す姿

VISION

地域に愛される、
健康元気な100年企業を目指す

MANAGEMENT PLAN

第3次 中期経営計画

MANAGEMENT PLAN

チャレンジ“100”
～100年企業に向けてスタートアップ～

Yamazawa Report 2024

目次 >> CONTENTS

- 04 トップメッセージ
- Yamazawaの価値創造**
- 06 ヤマザワヒストリー
- 08 数字で見るヤマザワのいま
- 10 価値創造プロセス
- 12 第3次中期経営計画

- Yamazawaの戦略**
- 14 ヤマザワブランドの創出
- 15 ① 商品開発
- 16 ② サービス戦略
- 17 ③ 出店戦略

- Yamazawa のサステナビリティ**
- 18 サステナビリティ基本方針
- 20 地域貢献
- 22 環境保全
- 24 人材育成
- 26 コーポレート・ガバナンス
- 27 役員
- 28 財務・非財務ハイライト
- 30 会社概要



ヤマザワのYの字を限りない未来へ向け
て広げていき、緑の大地から大空へはば
たく鳥の翼としてシンボリックにデザイン

TOP MESSAGE

トップメッセージ

「お客様の毎日の暮らしに役立ちたい」という創業の初心を忘れず、変化する時代を切り拓く

代表取締役会長

山澤 廣

Yamazawa Hiroshi



毎日の楽しいお買い物の提供と共に、地元商品を大切に、地域の健康元気のために尽くす

代表取締役社長

古山 利昭

Furuyama Toshiaki



ヤマザワは昭和27年山形県東根市に山澤進現名誉会長が「山澤薬局」を開業し、昭和37年セルフサービス式のスーパーマーケットを開店して以来、令和4年8月に創業70周年を迎えました。その間たくさんのお客様、お取引先様、従業員の皆様からお力添えを賜り歩んでまいりました。これからも「ヤマザワグループは、お客様に安心と豊かさを提供し、地域の健康元気を応援するとともに、従業員一人一人が輝く企業を目指します」というグルー

プ経営理念に基づき、全社結束し、より良いスーパーマーケットづくりとお客様に「健康元気」を提供し続け、100年企業を目指してチャレンジし続けてまいります。

ヤマザワはお客様に毎日安心してお買い物いただける商品とライフスタイルに合った商品、美味しさをお届けするため、付加価値の高い商品づくりと楽しい店づくりにこだわっております。

またサステナビリティの取り組みとして、毎日の楽しいお買い物の提供と共に、地元商品を

大切に地域の健康元気のために地産地消を推進します。また食育活動や移動スーパーとくし丸の展開、資源リサイクルなど環境保全としてSDGsの取組にも力を入れてまいります。

また現場力向上、環境変化への原動力となる人材育成に取り組み、各種研修の他、現場でのチャレンジを積極的に行います。

また、生産性向上のためにDXを活用した販売、自動発注や省力化の仕組みづくり、デリカセンターを活用し、新たな付加価値のある

商品供給体制をつくり上げてまいります。

従業員一人一人が活躍し、生産性の高い仕事ができる様、コミュニケーションの良い風土づくりをしていくと共に、ワークライフバランスへの取り組みとして健康経営優良法人の認定を受け続け、働きやすい環境づくりを行ってまいります。

地域のお客様にヤマザワがあってよかった、働いてよかったと思える会社であり続けたいと考えています。

ヤマザワヒストリー

HISTORY

地域のスーパーマーケットとして積み上げてきた価値創造のあゆみ

当社は「健康 元気 ヤマザワ」をキャッチフレーズに、「お客様に安心と豊かさを提供するスーパーマーケット」を目指しています。この先も地域の健康元気を応援するため、100年企業を目指し「チャレンジ100」をスローガンに前進し続けます。

創業期 1962-1975 (昭和37年~昭和50年)

~ここから大きく羽ばたいていく~

1952 山形県東根市神町に山澤薬局を創業

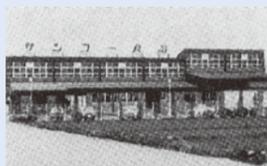


1962 山形県山形市香澄町に株式会社ヤマザワを設立

第1号店山形駅前店(山形県山形市)を開店。山形県下で初めての本格的スーパーマーケットの誕生(売場面積250坪、従業員33名)



1975 豆腐、油揚げ等の日配食品製造工場として株式会社サンコー食品を設立



基盤の確立 1975-1998 (昭和50年~平成10年)

ドミナントの構築・物流の整備・PB商品の開発

1981 山形市とその周辺地域をドミナント化するため、株式会社スーパー今井を併合

1983 サンコー食品「月山高原牛乳」新発売。現在は「おいしいサンコー牛乳」に名称変更したが、パッケージと成分無調整のおいしさは変わらず、認知度も高い主力商品

1984 宮城県第1号店として、泉ヶ丘店(仙台市泉区)を出店



泉ヶ丘店

1985 第1回S&B杯ちびっこ健康マラソン大会を開催

1987 財団法人ヤマザワ教育振興基金(現公益財団法人ヤマザワ教育振興基金)を設立

ヤマザワの新しいCIデザイン決まる



1992 商品力強化を目的として、日本流通産業株式会社(ニチリウ)に資本参加

1994 日本証券業協会の承認により、株式を店頭公開

1997 ヤマザワ創業35年を機に健康元気マーク登場



店舗数の推移



成長と発展 1998-2022 (平成10年~令和4年)

社会的責任を果たす企業に成長

2001 ヤマザワポイントカード開始

2005 東京証券取引所市場一部に株式を上場



2011 東日本大震災発生、ヤマザワ製品もあわせ宮城県内全42店舗が被災(当時)。山形県内は停電、断水が起こったものの、翌日より営業再開

2012 連結売上高1000億円到達

2014 よねや商事株式会社(秋田県横手市)を完全子会社化

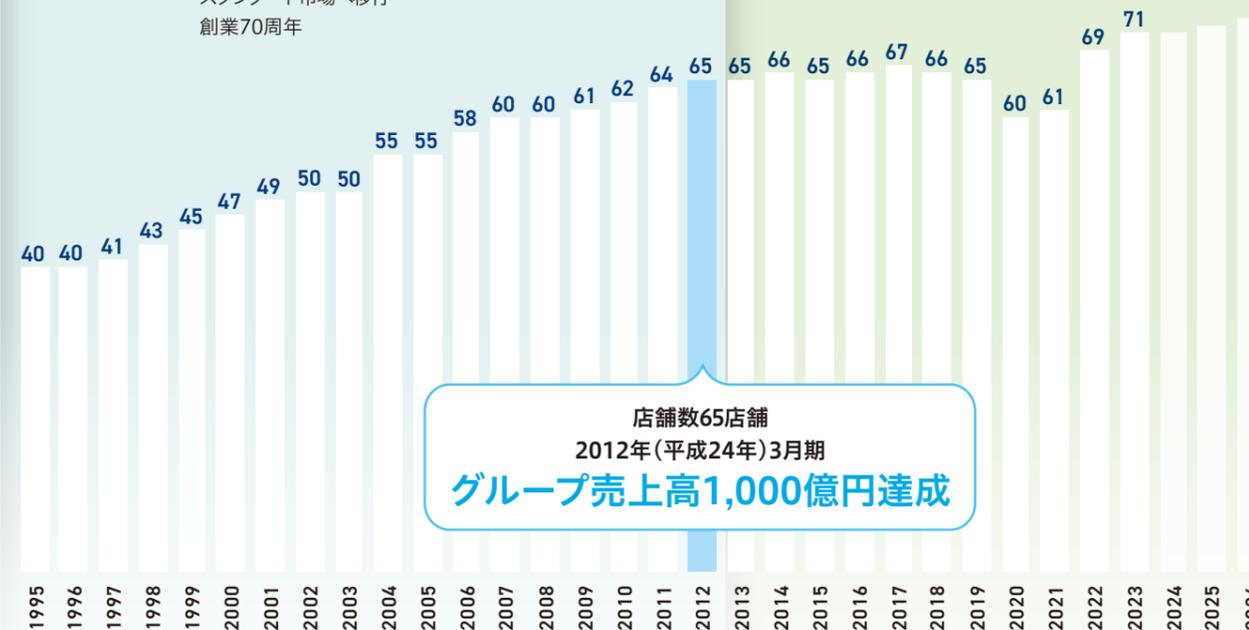
2016 第1次中期経営計画策定

2019 取締役会の任意の諮問機関として「ガバナンス委員会」設置

2020 とくし丸1号車開業(山形県山形市)



2022 東京証券取引所新市場区分であるスタンダード市場へ移行
創業70周年



店舗数65店舗
2012年(平成24年)3月期
グループ売上高1,000億円達成

2023 よねや商事株式会社(秋田県横手市)を吸収合併

川西メディカルタウン店(山形県川西町)をオープン



サンコー食品デリカセンター竣工



さくらんぼ東根店(山形県東根市)をオープン



2024 ヤマザワEdy-楽天ポイントカード導入



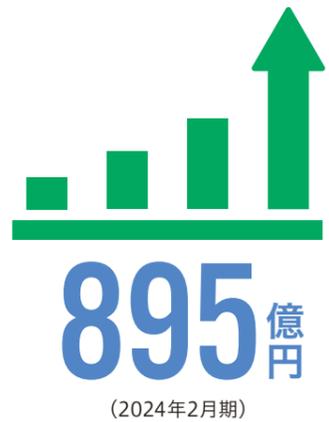
健康経営優良企業2024(大規模法人部門)認定

数字で見るヤマザワのいま

AT A GLANCE

事業の成長性(単体)

売上高



安定した増収で推移

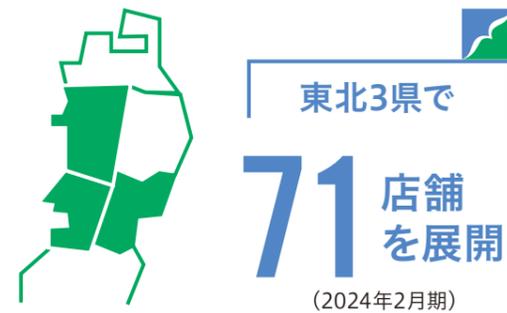
取扱商品



幅広いアイテム数でお客様のニーズに対応

店舗数

山形県44店舗/宮城県19店舗/秋田県8店舗



地域のインフラとして生活を支える存在

従業員数



人材育成の強化と健康経営の促進

企業の信頼性

創業年数



長い歴史に裏付けされた堅実な経営

災害協定締結自治体数



地域と連携した被災地支援

お客様満足度

山形県シェア



多くのお客様のご愛顧を獲得

年間客数



1日当たり10万人超のお客様が来訪

オリジナル商品「おいしいサンコー牛乳」



40年間愛飲され続けるロングセラー商品

移動スーパー「とくし丸」稼働台数



2024年度はさらに9台稼働の見込み

価値創造プロセス

VALUE CREATION

当社グループは「お客様の毎日の暮らしに役立ちたい」という初心を忘れず、変化する時代の中での確かな経営戦略の立案と着実な実践に努め、経営理念に基づき、「お客様に安心と豊かさを提供」するとともに、「地域の健康元気を応援」するため社会に貢献し続けます。そしてステークホルダーの皆様から信頼される企業を目指し、尽力してまいります。

インプット 経営資源

(2024年2月現在)

財務資本(単体)

純資産額 **26,349**百万円
総資産額 **51,712**百万円
自己資本比率 **50.9%**

人的資本(単体)

従業員数 (パート・アルバイト従業員2,808名) **984**名
「健康経営優良法人2024」(大規模法人部門) **認定取得**
女性管理職比率 **7.3%**
男性育児休暇取得率 **84.6%**

製造資本(単体)

設備投資額 **3,491**百万円
店舗数(山形県内44店舗/宮城県内19店舗/秋田県内8店舗) **71**店舗

知的資本

商品開発ノウハウ/品質管理・店舗マネジメント能力

社会関係資本

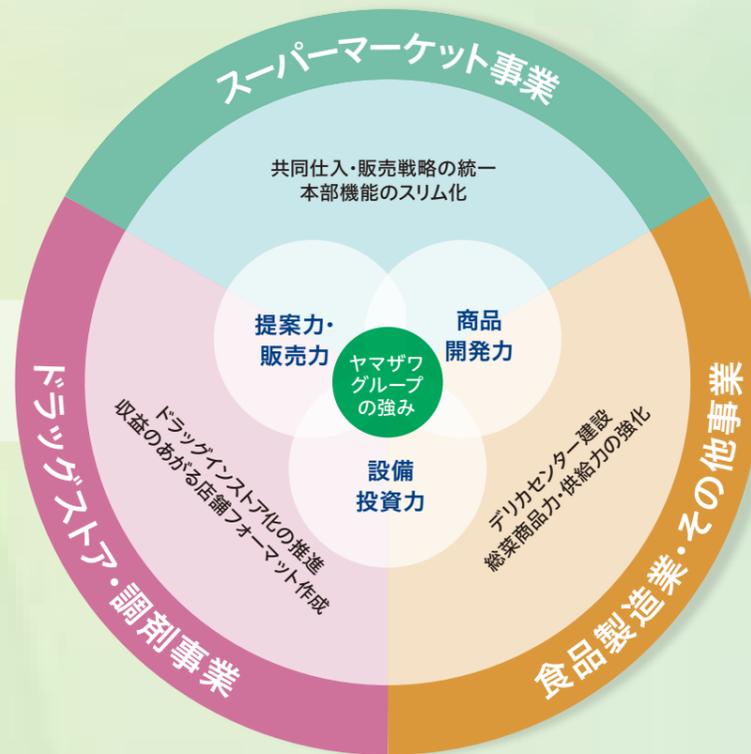
食育事業/教育振興基金/地域災害協定
フードドライブ事業

経営理念

ヤマザワグループは、お客様に安心と豊かさを提供し、地域の健康元気を応援するとともに、従業員一人一人が輝く企業を目指します

ビジネスモデル

第3次中期経営計画 (2023年3月~2025年2月)
チャレンジ“100”~100年企業に向けてスタートアップ~



アウトプット 中長期的に目指す姿

×× 地域に愛される、×× ×
× 健康元気な100年企業 ×

2030の目標数値

【営業収益】
連結 **1,100**億円
単体 **950**億円
【経常利益目標】
20億円
【経常利益率】
1.8%
【店舗数】
SM事業 **71**店舗

アウトカム 提供する価値

お客様

- 安全・安心な商品サービスの提供
- 豊かで楽しい生活



従業員

- 働きやすい環境
- ダイバーシティの実現



地域社会

- 人々との強い絆
- 食育をはじめとする地域貢献



株主・投資家

- 収益確保と安定配当
- 企業価値の向上



地域環境

- CO2排出量削減
- 食品ロス削減



外部環境(社会背景)

- 人口減少・高齢化によるマーケット縮小
- 業種・業態を超えた競争激化
- コロナ禍による消費行動の変容
- 物価上昇によるコストの高騰
- テクノロジーの変化

第3次中期経営計画 | MANAGEMENT PLAN

(2023年2月期～2025年2月期)

100年企業を目指し、基盤を盤石にする3年間

人口減少や高齢化によるマーケットの縮小や、ドラッグストアなど業種業態を超えた競争の激化、また、あらゆるコストの増加、デジタル化など、当社を取り巻く環境は急激に変化しております。第3次中期経営計画は、ヤマザワグループが、基盤を盤石にする3年間と位置づけ、新たな取組課題を明確にし確実に実行するため策定いたしました。

グループ経営理念 PHILOSOPHY

ヤマザワグループは、お客様に安心と豊かさを提供し、地域の健康元気を応援するとともに、従業員一人一人が輝く企業を目指します

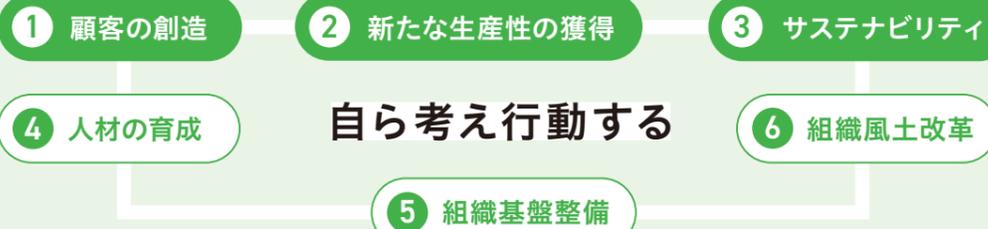
グループビジョン VISION

地域に愛される、健康元気な100年企業を目指す

数値目標 2025年2月期

【営業収益】 1,050 億円	【経常利益目標】 16 億円	【経常利益率】 1.5%
---------------------------	--------------------------	------------------------

重点課題 MATERIALITY



重点課題



MATERIALITY 1

顧客の創造



▶商品開発

- 地元商品・ヤマザワブランドの開発
- 地産地消 契約産地・栽培の再構築
- ローカルブランド開拓
- 売れ筋変化対応 便利=環境保全



▶価値訴求

- 提案力のある、買いやすい売場づくり
- 決済の多様化・ネット販売

▶設備投資 (SM事業 サンコー食品)

- 新店:6店(内S&B 4店)
- 活性化:12店
- サンコーデリカセンター2023年11月稼働



MATERIALITY 2

新たな生産性の獲得



▶業務の効率化 不採算業務再構築

- コスト削減委員会発足
- 付加価値業務への人的資本集中

▶DX推進 自動発注推進

- ITインフラの整備
- AIによる需要予測の活用

▶商品供給体制

- 惣菜工場活用
- 新物流体制構築



MATERIALITY 3

サステナビリティ



▶地域貢献

- 食育事業【収穫体験】
- 教育振興基金 地域災害協定

▶環境対策

- CO₂排出量削減
- 省エネ



▶働きやすい職場環境

- 女性管理職登用の推進
- ワークライフバランスへの取組
- 健康経営優良法人の認定取得

ヤマザワブランドの創出



さらなる店舗サービスレベルの向上を目指して



取締役営業本部長
柿崎 泰之

品揃え・鮮度(品質)・接客・清潔(クリンリネス)の基本四原則を徹底しお客様に選ばれ続けるスーパーマーケットに

ヤマザワでは本年度より、これまで23年親しまれてきた「にこかカード」を廃止、新たに「ヤマザワEdy-楽天ポイントカード」を新規導入しました。「にこかカード」はヤマザワの独自性、強みであった一方で、10倍ポイント日への集中による弊害(ポイント費用・特定曜日集中・働き方改革への歪み)を持ち合わせていました。この課題を解消すると同時に楽天ポイントカードの知名度・利便性の高さを活用して「ヤングファミリー層」の支持獲得につなげること、曜日平準化による労働環境の改善を図ることが目的です。

ただし、あくまでもポイントカードは販促ツールの一つであり、スーパーマーケットの本質は「商品力」、「提案力」、「接客力」がベースです。これをヤマザワでは「基本4原則」という言葉を使い、店舗サービスレベルの向上を図りお客様の信頼獲得につなげています。「基本4原則」とは、店舗における『品揃え』『鮮度』『接客』『清潔(クリンリネス)』のことであり、安定して維持管理することが重要と考えます。100年企業実現に向け、「店舗全体を通してお客様満足度の高い店」=「お客様に選ばれ続けるスーパーマーケット」を目指し尽力いたします。

“ヤマザワブランド”創出に向けて

商品力強化

- 山形・宮城・秋田の地元こだわった商品の販売による文化伝承、地域貢献
- PB商品や「サンコー牛乳」をはじめとするオリジナル商品による差別化
- サンコー食品デリカセンター製造商品、インスタ調理のデリカ商品等の簡便便利な即食商品の強化
- 新設「ブランド戦略室」による、「ヤマザワブランド」創出のための骨子づくり

販売力強化

- ミールソリューション(食生活提案)による支持獲得
- コモディティ商品の価格訴求+素材特化型チラシによる集客力強化
- 「ヤマザワEdy-楽天ポイントカード」の導入、活用で新規顧客の獲得(ヤングファミリー層)

既存店活性化

- 既存店の活性化を年間7店舗実施、10年サイクルでの活性化パターン構築
- 既存店活性化による、トレンド部門・カテゴリーの売場拡大で収益性改善

生産性向上

- サンコー食品デリカセンター活用によるアウトバック比率向上
- 業務改善の推進として、自動発注(日配AI)全店導入、新型発注端末の導入準備
- 店長の店舗運営能力向上のための各種基準見直し、ガイドライン提示
- 役職別に必要な能力・スキル向上に向けて各種研修の有効活用

1 商品戦略

お客様に安全な商品と美味しさを簡単便利にお届けするため、商品と店づくりにこだわっています。

》【山形・宮城・秋田】地産地消・地元の味・伝承

山形・宮城・秋田の地元の素材・味にこだわった商品をセレクト。自慢の唯一無二の美味しさをお届けし、地域を盛り上げます。

●地場野菜



●GI 山形セルリー



●ローカルブランド



●コラボ商品

サーモンいぶりがっこタルタル巻
山形県遊佐産サクラマス、宮城県産海苔、秋田県「雄勝野きむらや」のいぶりがっこタルタル使用



》エシカル消費

災害のあった地域や輸入制限商品を「食べて応援しよう!」を合言葉にエシカル消費を推進しています。



》ヤマザワオリジナル商品

季節・旬に応じた素材を使用し、美味しさと鮮度にこだわったヤマザワオリジナル商品を開発、提供しています。



ヤマザワグループのサンコー食品で製造した、山形県産乳100%使用したおいしい牛乳



プライベートブランド「くらしモア」

》簡単便利

お客様のニーズの変化に対応し、冷凍食品コーナーを拡充し、業務用サイズからワンプレート、幼児食、アレルゲンフリーの商品を豊富に品揃えています。

- 冷凍魚・肉加工品の拡充
- 業務用サイズ
- ワンプレート
- 幼児食
- アレルゲンフリー



2 サービス戦略

お客様により満足いただくために、様々なサービス提供に取り組んでおります。

》ギフト専用ネットショッピング

地元ならではの美味しい商品を全国のお客様へお届けするため、果物ギフトを中心にネットショッピングを開始しております。



》フードサービス&ベーカリー

店舗の出店・改装にあわせてフードサービス&ベーカリーを増設しています。インストア調理ならではの美味しさを提供します。



》イートインコーナー「ニコカフェ」

店内で購入した商品を召し上がっていただく場所として、また地域のコミュニケーションの場所として利用できます。



》パンフレットによる予約販売

大切なあの人に届けたいふるさとの味、自慢のお米や贈り物を集めたパンフレットをご用意し、予約販売を強化しています。



》「ヤマザワEdy-楽天ポイントカード」の導入

2024年3月に「ヤマザワEdy-楽天ポイントカード」を新規導入しました。全国の加盟店で貯まる・使える共通ポイントの導入により、上手に楽天ポイントを貯めてお得なお買物をお楽しみいただけます。

- 楽天Edy(プリペイド型電子マネー)機能付き
- 店舗でチャージ、Edy支払いでさらにポイントが貯まります
- その他、お得なポイントサービスを実施中です



3 出店戦略

既存店の活性化を重点的に進めながら、会社の成長につながる出店戦略を実行します。

》店舗数・出店エリア (2024年2月現在)

山形県 44 店舗
宮城県 19 店舗
秋田県 8 店舗
合計 71 店舗



《新店舗開店》

● ヤマザワ川西メディカルタウン店

2023年4月22日(土)開店

山形県東置賜郡川西町
売場面積580坪
置賜メディカルタウン計画(川西町の地域プロジェクト)の商業区域の中核を担う



● ヤマザワさくらんぼ東根店

2023年10月12日(木)開店

山形県東根市
売場面積618坪
ヤマザワ創業の地である東根市に、神町店につく2店舗目として出店



《既存店活性化》

● ヤマザワ松見町店

山形県山形市
2023年7月



● ヤマザワ茂庭店

宮城県仙台市
2023年9月



● ヤマザワ宮町店

山形県山形市
2023年11月



● ヤマザワ上山店

山形県上市市
2024年1月



● ヤマザワ荒井店

宮城県仙台市
2024年2月



サステナビリティ基本方針



地域に愛される、健康元気な100年企業を目指して

当社グループは、「お客様に安心と豊かさを提供し、地域の健康元気を応援するとともに、従業員一人一人が輝く企業を目指します」をグループ経営理念として掲げています。この経営理念に基づき、当社グループは、事業活動を通して地域の皆様の健康で豊かな暮らしの実現を応援するとともに、将来にわたる環境保全や、従業員の成長支援・働きやすい職場環境づくりを推進します。こうした取り組みを通じて持続可能な社会の実現に貢献し、グループビジョンとして標榜している「地域に愛される、健康元気な100年企業」を目指します。

マテリアリティ(重要課題)の特定プロセス

当社では、ステークホルダーにとっての重要度、当社グループの事業にとっての重要度の2つの観点から、優先して取り組むべき社会課題を抽出し、7つのマテリアリティを設定しました。

STEP 1 社会課題の抽出と、自社取り組み分析・ステークホルダーの要請確認

一般的な社会課題を基に、経営陣を含む社内関係者へのアンケート・ヒアリングを通じて、自社の現在の取り組みを整理し、自社にとっての重要性を確認しました。また、外部格付け機関(SASB,S&P等)、ベンチマーク先企業の開示情報、消費者動向などから外部ステークホルダーが当社が属している業界に対して期待していることを分析しました。

STEP 2 マテリアリティ分析の実施(抽出した課題の評価)

一般的な社会課題(25個)に対して、
①ステークホルダーにとっての重要度と、
②自社の事業にとっての重要度の2つを
軸にマッピングし、重要度を可視化しました。



STEP 3 マテリアリティの議論・特定

マテリアリティ分析の結果抽出した12項目について、経営陣を含む社内での議論を経た上で、7つのマテリアリティに再構成しました。

STEP 4 マテリアリティの取り組み方針の策定

7つのマテリアリティについて、今後の取り組み方針を決定しました。

マテリアリティ(重要課題)

当社グループでは、サステナビリティ基本方針に則り、企業価値創造と持続可能な社会を実現する上で重要と考える事項を、マテリアリティ(重要課題)として特定しました。特定したマテリアリティごとに、以下のような取り組み方針や取り組みテーマを掲げ、各課題の解決に向けた具体策の策定と推進に取り組んでいきます。

区分	マテリアリティ	取り組み方針	主な取り組みテーマ
地域の健康元気を応援  地域貢献	安心・安全の追求	取引先を含めた食品の安全・衛生管理の徹底に努め、お客様に安心・安全な商品・サービスを提供していきます。	食の安全を担保するための衛生管理、サプライチェーン管理の徹底 お客様が求める商品・サービスの安定供給
	健康で豊かな暮らしの実現	日々の生活に欠かせない商品を販売する事業を通じて、お客様の生活をより健康で豊かにし、選ばれ続ける存在を目指していきます。	食を通じた健康元気への貢献 地産地消商品の積極的な取り扱いによる地域貢献 お客様の健康の維持・管理にお役に立つ商品(薬)・情報の提供
	地域活性化の支援	地域に根差した企業として、地域の皆様がより豊かで安全な暮らしを営めるようサポートしていきます。	地域振興活動の参画、推進 生活インフラ整備
住み続けるための環境保全  環境保全	循環型社会の実現	食品廃棄物・プラスチック等の資源の削減・循環する仕組みを推進し、循環型社会の実現に貢献していきます。	食品廃棄物の削減 プラスチックの使用量削減 資源のリサイクル強化
	脱炭素の取り組みの推進	温室効果ガス排出量の削減を中心とした脱炭素の取り組みを推進し、カーボンニュートラルに貢献していきます。	温室効果ガス排出量の継続的な実績管理 省エネ(エネルギー効率向上)・再生可能エネルギーへの取り組みの推進
従業員が輝く組織づくり  人材育成	生き生きと働く場の提供	従業員が生き生きと働くための体制を整備することで、一人一人が個性を最大限発揮し、当社の企業価値をさらに高めていきます。	ワークライフバランスの推進 社員の健康の維持、促進 性別、年齢、国籍に関係なく働きやすい職場環境の実現
	成長支援	企業価値向上における源である「人財」の成長を支援するため、教育制度の充実や新たな人事制度の構築に取り組んでいきます。	階層別教育体系の強化 従業員の能力の発揮と、公正な評価の実現を目的とした新人事制度の構築

地域貢献



安心して快適に暮らせる
ふるさとを目指して
多様な取り組みを展開しています。



移動スーパー「とくし丸」事業拡大

日常の買物が不便なお客様を「生活インフラ」として支えるため、移動スーパー「とくし丸」事業を拡大しています。「とくし丸」は、個人事業主を販売パートナーとして、店舗と同じ商品を専用車両に積込み、依頼された方のご自宅まで伺いお買物をさせていただくサービスです。お客様のご希望の商品を手配したり、一人暮らしのお客様へ積極的にお声がけをすることで地域の見守りも行います。



ヤマザワ吉岡店(宮城県黒川郡大和町)を拠点とする「とくし丸」は自治体(大和町・大衡村)と地域見守り協定を締結いたしました。

●稼働台数(2024年2月現在)

山形県 12台 宮城県 2台
秋田県 9台 合計 23台

自治体との包括協定・災害協定締結



ヤマザワと山形県の包括連携協定締結式



ヤマザワと天童市の災害協定締結式

様々な災害が多発する中、出店エリアを中心に自治体との災害協定締結を積極的に実施し、災害発生時に食料品や生活必需品の供給を中心に自治体を支援しております。さらに、2024年3月に山形県と包括連携協定を締結し、相互の人的・物的・知的資源を活用して協働することにより、地域社会の発展に尽力してまいります。

地元プロスポーツチームへの支援



モンテディオ山形



山形ワイヴァンズ

地元プロスポーツチームへの支援を通じ、地域活性化と地元の方々とのつながりを大切にしています。ヤマザワの一部の店舗では、モンテディオ山形のグッズの取り扱いも行っています。

地域イベントの開催・参加



第37回ヤマザワ・S&B杯ちびっこ健康マラソン大会



踊り手として毎年参加する「山形花笠まつり」

地域密着の食品スーパーとしてお客様の健康元気を応援するため、各種スポーツ大会や地域イベントへの開催・参加を行っています。「ヤマザワカップ山形県女子駅伝大会」や「ちびっこマラソン大会」、「ヤマザワファミリーミュージカル」等のイベント開催やリトルリーグ野球大会を主催しています。また、山形市内で開催される「山形花笠まつり」に踊り手として隊列を組んで参加しています。秋の風物詩「日本一の芋煮会フェスティバル」や各地のマラソン大会に協賛しています。

食育・収穫体験イベントの開催



提携農場や地元食品加工工場を中心に収穫体験や工場見学を実施し、地元商品の美味しさや安全性を学ぶ場を提供しています。

職場体験活動



店舗での職場活動の受け入れを通して、未来を担う地域の子供たちの勤労観・職場観・自立心の育成を支援しています。

環境保全



誰もが安心して暮らせるよう、
脱炭素社会の実現に向け、
環境負荷の低減に取り組んでいます。



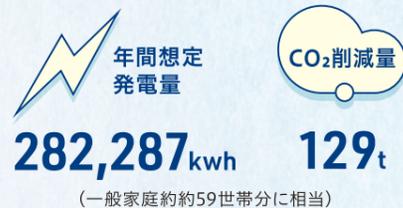
太陽光発電システムの導入



松見町店の太陽光発電システム

店舗の屋上に太陽光発電（PPAモデル）システムを導入し、取り付けた店舗はその電力を購入することでCO₂排出量削減に取り組んでいます。2024年3月までにヤマザワ松見町店、荒井店、他7店舗へ導入され、2025年3月までにさらに6店舗への導入を計画しています。

●2023年度実績見込み（松見町店）



廃棄物のリサイクル推進



魚あら・肉脂・野菜くず等を回収し、飼料や肥料にリサイクルしています。全店の惣菜の揚物などで使用した『植物性食用油』もインク原料や燃料へとリサイクルしています。

食品ロスの削減



自治体、社会福祉協議会、フードバンクと連携し、食品・生活用品を寄付

食品スーパーとして、食品ロスの削減は重要な課題の一つです。販売期限の見直しを進めるとともに、お客様へ「てまえどり」への啓蒙活動を実施し、廃棄の削減に努めています。また、店舗ではフードドライブ活動を拡大しています。社会貢献としてご家庭で食べ切れずに余っている食品を回収し、フードバンクに寄付を行うとともに、食品を販売する小売業として、食品ロス削減への関心を高めるため積極的にアピールしていきます。

プラスチックの削減

レジ袋の削減のため「マイバック持参運動」の推進やギフトのエコ包装にも積極的に取り組んでいます。

●2023年度実績



省エネの取組み



店舗の省エネの取組みとして、照明のLED化や間引き、冷ケースの設定温度の見直し、飲料の常温販売、空調制御システムの導入を進め、従業員もノーネクタイ推奨、衣替えを廃止し個人でエコスタイルを選択する等、あらゆる節電に取り組んでいます。

資源のリサイクル運動



店頭に設置されたリサイクルBOXの写真

店舗にリサイクルBOXを設置し、牛乳パック・発泡トレー・透明トレー・ペットボトル・アルミ缶の回収を実施しています。回収された発泡トレーは、再び商品トレーとして生まれ変わります。一部店舗において、ポイントサービス付き雑紙リサイクルBOXを設置し、リサイクルを推進しています。

●2023年度実績



人材育成



柔軟で働きやすい職場環境の整備と
目標に沿ったキャリアアップを
応援します。



健康経営



当社は従業員が個性や能力を最大限に発揮するためには心身の健康が重要と捉え、従業員とその家族の健康づくりに重点をおき、キャッチフレーズ「健康・元気・ヤマザワ」を目指して健康経営に取り組めます。

【身体的健康への取組み】

定期健康診断受診率100%を目指す

【精神的健康への取組み】

ストレスチェックによる体調・メンタルの健康を目指す

【ハラスメント防止の取組み】

ハラスメント相談窓口の設置

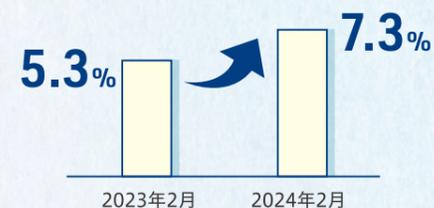
女性活躍



メンバーによるWEB会議

当社は2023年に女性が働きやすい職場づくりを目指し、「レディースプロジェクト」を発足しました。女性が育児・介護等で休暇を取得した後も、キャリアを継続できる魅力ある会社にするため、様々な人事制度の周知徹底とともに、日頃の悩み、不安に向き合い、共有し、改善策を提案しています。

【女性管理職比率】



充実した研修制度

OJT教育強化とOFF-JT教育の体系化を実践。従業員エンゲージメントの向上に努めています。

【入社からの流れ】

入社年数	1年目	2・3年目	3年目以降	5年目以降
役職(目安)	各店舗 部門担当者		部門チーフ	副店長 本部バイヤー 本部マネジャー 店長
研修制度	月1回 新入社員集合研修 ローテーション研修	フォロー研修 部門別研修	チーフ研修	中堅育成・社外セミナー 副店長研修 店長会議研修
	各種研修・勉強会・個別研修			
	通信教育・資格取得等による自己啓発の推進			

新入社員研修

(1) ローテーション研修

4月に入社してから5ヶ月の間に、主要部門である青果、精肉、鮮魚、惣菜、グロスアリー(日配・一般食品・家庭用品)、接客サービス(レジ)の6部門を体験するローテーション研修を実施しています。



(2) 集合研修

入社後、専門知識を持つ社内講師による知識教育を定期的に行うと共に、グループワークによるコミュニケーション研修に力を入れています。新入社員自らが中心となってPDCAサイクルに従い、売場作りを行います。



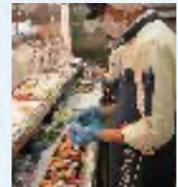
(3) 正式配属

ローテーション研修終了後、その体験を経て本人の希望と適性を見極めて配属部門を決定し、正式配属となります。



部門別研修

部門毎にカリキュラムがあり、段階に応じたOJT・OffJTを通して、部門チーフを目指すための数値管理・販売テクニック・考え方を学んでいきます。



その他勉強会・研修

- 部門ごとにトレーナーが巡店実務指導を行います。
- WEB研修や外部研修を積極的に取り入れ、個々に応じた育成を行っています。
- 各部署や店長会議研修を積極的に行っています。新たな課題を共有し、互いに学び合う風土を醸成しています。



店舗の部門担当、チーフとしての実務経験の他、上記の各種研修・勉強会を通して「食品表示検定」・「衛生管理者」・「調理師」・「リテールマーケティング検定」・「メンタルヘルスマネジメント検定」などの資格取得、知識・技能の向上をサポートします。その後、能力・適性により店長、バイヤー等への道を目指します。

コーポレート・ガバナンス

CORPORATE GOVERNANCE

基本的な考え方

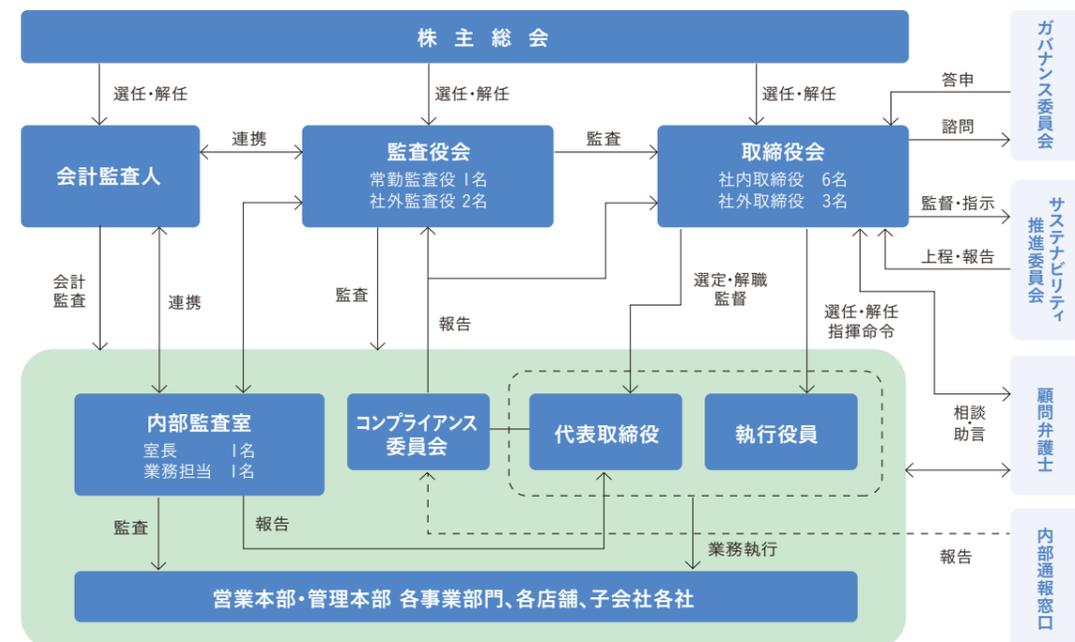
当社は、法令に基づく企業倫理の向上が重要な課題と認識し、迅速で正確な情報開示を行い、経営の透明性を高め、株主様、取引先様、従業員等ステークホルダーとの良好な関係を築き、コーポレート・ガバナンスの充実を図ってまいります。

そのため、機関設計として監査役会設置会社を採用し、監査役による取締役に対する独立した実効性の高い監査を受けつつ、取締役会は、取締役・監査役による適切なリスクテイクを支えるべく環境を整備しております。そうした環境のもと、取締役会は株主に対する受託者責任と説明責任を踏まえ、当社の持続的成長と中長期的な企業価値の向上を促し、収益力、資本効率等の改善を図るための役割と責務を適切に果たします。

コーポレート・ガバナンスの概要

組織形態	監査役会設置会社
取締役会議長	古山 利昭(代表取締役社長)
取締役監査役人数	12名(取締役9名、監査役3名)
取締役会開催状況(2023年度実績)	開催回数 14回 出席率98%
監査等委員会開催状況(2023年度実績)	開催回数 12回 出席率100%
取締役監査役を選任	取締役会で候補者を決定し、株主総会で選任しています。
社外取締役監査役を選任	東京証券取引所のガイドラインに基づき、専門的な知見に基づく客観的かつ適切な監視・監督及び監査といった機能・役割を担うと共に、一般株主と利益相反が生じる恐れがないことを基本的な考え方として選任しています。

ガバナンス体制図



役員

MANAGEMENT (2024年2月現在)



左から 川井雅浩、山本哲也、半田 稔、工藤和久、池田正廣、古山利昭、高橋一夫、山澤 廣、高橋 修、上畑日登美、廣瀬 渉、柿崎泰之

取締役

代表取締役会長 山澤 廣 (㈱ヤマザワ薬品代表取締役会長)	代表取締役社長 古山 利昭 (㈱サンコー食品代表取締役社長)	専務取締役 上畑 日登美 (㈱ヤマザワ薬品代表取締役社長)
取締役 工藤 和久 (管理本部長)	取締役 柿崎 泰之 (営業本部長)	取締役 山本 哲也 (人事教育部長兼情報物流部部長兼プロジェクト管掌)
取締役(社外) 高橋 一夫 (高橋一夫公認会計士事務所所長)	取締役(社外) 半田 稔 (半田稔法律事務所所長、㈱じもとホールディングス社外取締役)	取締役(社外) 高橋 修 (ネットヨタ山形㈱代表取締役社長)

監査役

常勤監査役 池田 正廣	監査役(社外) 川井 雅浩 (川井雅浩税理士事務所所長、 ㈱塚田会計事務所代表取締役)	監査役(社外) 廣瀬 渉 (フィデアホールディングス㈱社外取締役、 ㈱荘内銀行 取締役)
--------------------	--	---

執行役員

大場 正 (開発部部長)	岡崎 雅則 (㈱サンコー食品営業本部長)	布施 清治 (生鮮商品部部長)
瀧 幸法 (営業企画部部長)	庄子 泰央 (㈱サンコー食品取締役管理本部長)	藤本 英二 (財務・経営企画部部長)

当社取締役及び監査役に期待する専門性【スキルマトリックス】

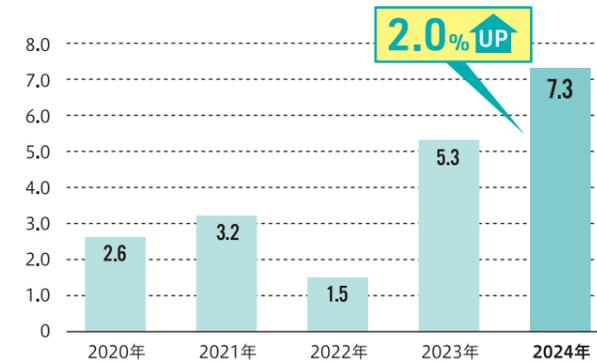
	氏名	委員会	企業経営	営業 / マーケティング	人事・労務 / 人材開発	財務 / 会計	法務 / リスク管理	ESG/SDGs
取締役	社内	山澤 廣	ガバナンス	●	●	●	●	●
		古山 利昭	ガバナンス	●	●	●	●	●
		上畑 日登美		●	●	●	●	●
		工藤 和久			●	●	●	●
		柿崎 泰之			●	●	●	●
		山本 哲也			●	●	●	●
取締役	社外	高橋 一夫	ガバナンス	●	●	●	●	●
		半田 稔	ガバナンス	●	●	●	●	●
		高橋 修	ガバナンス	●	●	●	●	●
監査役	社内	池田 正廣				●	●	●
		川井 雅浩	ガバナンス	●		●	●	●
		廣瀬 渉	ガバナンス			●	●	●

財務・非財務ハイライト

DATE FILE



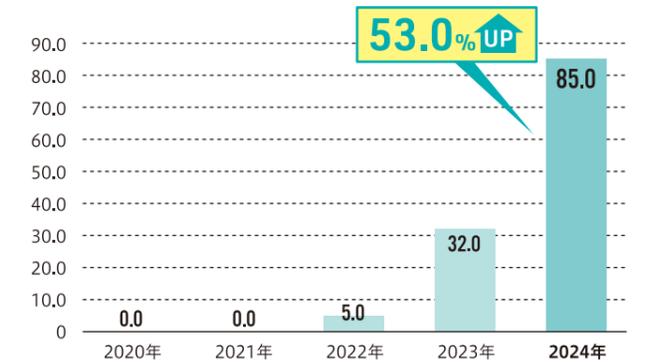
女性管理職比率



女性従業員育児休業比率



男性従業員育児休業比率



		2015年2月	2016年2月	2017年2月	2018年2月	2019年2月	2020年2月	2021年2月	2022年2月	2023年2月 ^{※7}	2024年2月
財務(連結)	売上高 (百万円)	112,086	114,266	114,111	114,303	110,688	109,709	112,938	110,673	99,457	101,891
	営業利益 (百万円)	1,187	1,817	1,551	1,159	220	627	2,459	1,100	710	625
	営業利益率 (%)	1.1	1.6	1.4	1.0	0.2	0.6	2.2	1.0	0.7	0.6
	経常利益 (百万円)	1,235	1,988	1,625	1,231	283	698	2,409	1,161	928	677
	親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	396	517	1,361	389	△245	△220	878	368	205	451
	純資産額 (百万円)	28,068	28,188	29,265	29,297	28,658	28,162	28,732	28,812	28,636	28,859
	総資産額 (百万円)	53,690	52,125	51,799	50,906	49,397	50,284	50,902	49,373	54,259	58,186
	1株あたり純資産額 (円)	2,577.17	2,587.70	2,685.88	2,688.36	2,629.22	2,582.30	2,634.57	2,641.72	2,658.44	2,677.32
	1株あたり当期純利益 (円)	36.43	47.50	125.04	35.74	△22.50	△20.25	80.56	33.76	18.90	41.92
	自己資本比率 (%)	52.2	54.0	56.5	57.5	58.0	56.0	56.4	58.3	52.8	49.6
	自己資本利益率(ROE) (%)	1.41	1.84	4.74	1.33	△0.85	△0.78	3.09	1.28	0.72	1.57
	総資産利益率(ROE) (%)	0.01	0.02	0.05	0.01	△0.49	△43.75	0.03	0.01	0.01	0.02
	営業活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	4,702	2,801	3,172	1,884	3,161	3,382	5,688	2,253	1,931	1,628
投資活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△716	△2,932	691	△3,437	△718	△2,433	△3,599	△3,113	△7,128	△3,542	
財務活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△985	△1,821	△3,175	△57	△1,106	△136	△1,550	△699	4,402	2,599	
1株あたり配当金 ^{※1} (円)	33.00	33.00	33.00	33.00	30.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	
配当性向 ^{※2} (%)	148.2	118.1	26.4	134.7	—	—	58.0	101.7	171.2	52.3	
非財務(単体)	従業員数 (人)	885	875	855	865	854	860	848	862	865	984
	平均臨時雇用 ^{※3} (人)	2,761	2,687	2,722	2,803	2,761	2,715	2,635	2,605	2,563	2,808
	女性採用比率 ^{※4} (%)	60.0	46.6	20.0	31.0	31.5	53.3	51.9	28.1	60.0	20.0
	女性管理職比率 (%)	—	—	—	—	—	2.6	3.2	1.5	5.3	7.3
	女性従業員育児休業比率 ^{※5} (%)	—	—	—	—	—	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	男性従業員育児休業比率 ^{※6} (%)	—	—	—	—	—	0.0	0.0	5.0	32.0	85.0
	教育・研修費用 (千円)	—	—	—	—	—	11,367	16,432	10,976	18,907	16,356

※1 株式会社ヤマザワ単体の指標になります。 ※2 株式会社ヤマザワ単体の指標になります。 ※3 1日8時間換算によるパートタイマー、アルバイトの人員数になります。
 ※4 対象期間中の新卒採用者における女性の割合です。 ※5 対象期間中に出生した女性従業員のうち育児休業を取得した人数の割合です。
 ※6 対象期間中に生まれた男性従業員のうち育児休業を取得した人数の割合です。 ※7 収益認識に関する会計基準(企業会計基準第29号)を2023年2期の期首から適用しています。

会社概要

COMPANY PROFILE

会社概要

- 商号 株式会社ヤマザワ(YAMAZAWA CO.,LTD.)
- 本社所在地 〒990-8585
山形県山形市あこや町三丁目8番9号
TEL023-631-2211(代)
- ホームページ <https://yamazawa.co.jp>
- 設立 1962年10月4日
- 事業内容 食品スーパーマーケットを核とする小売業
- 資本金 2,388百万円
- 売上高 89,568百万円(2024年2月期)
- 店舗数 71店舗
(山形県44店舗・宮城県19店舗・秋田県8店舗)
- 従業員数 984名 正社員以外2,808名
- 上場市場 東京証券取引所スタンダード市場
(証券コード 9993)
- 関連会社 株式会社ヤマザワ薬品・株式会社サンコー食品
株式会社ヤマザワ保険サービス

株式の総数

- 発行可能株式総数 **19,835,000 株**
- 発行済株式総数 **10,960,825 株**
- 株主数 **11,792 名**

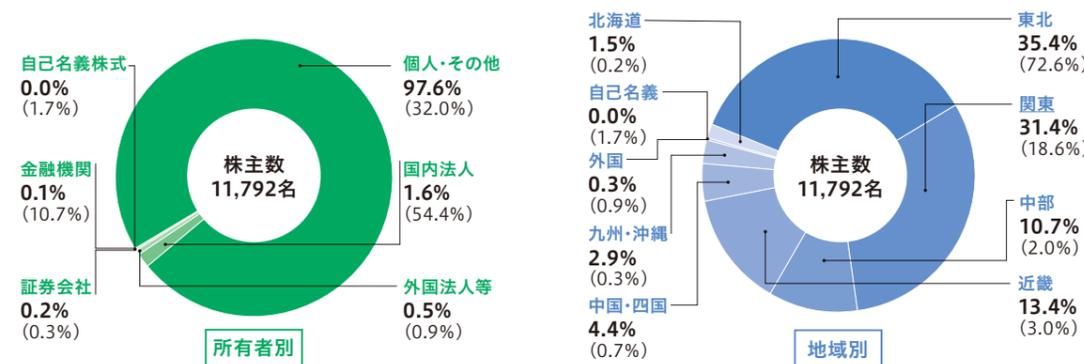
大株主(上位10名)

	千株	%
1 (有)ヤマザワ興産	1,011	9.39
2 (公財)ヤマザワ教育振興基金	893	8.29
3 ヤマザワ取引先持株会	659	6.12
4 ヤマザワ産業(株)	634	5.89
5 (株)山景	611	5.67
6 (有)ヤマザワコーポレーション	531	4.93
7 (有)ヤマザワホーム	487	4.53
8 (株)ヤマザワ・エージェンシー	481	4.46
9 (株)山形銀行	340	3.16
10 山澤 進	317	2.95

※持株比率は自己株式(185千株)を控除して計算しています。

株式の分布状況

※カッコ内の数字は、発行済株式総数(10,960,825株)に対する所有株式数の分布割合です。



IRカレンダー



公益財団法人 ヤマザワ教育振興基金



ヤマザワより山形大学へ奨学金寄贈



ヤマザワより東根市へ教育資材費贈呈

ヤマザワより川西町へ教育資材費贈呈

地域の将来を担う子供たちの健やかな成長へのお役に立てばとの思いから、当法人は設立されました。毎年、山形大学学生への返済義務のない奨学金の支給、地域の小中学校への教育機材の助成、高等学校へのスポーツ活動支援、地域のスポーツ・文化イベントへの助成を実施しています。

●ヤマザワ教育振興基金実績
(2024年3月実績)

基金設立 **1987年**
寄贈先実績 **646校 48団体**
寄贈金額実績 **3億6,951万円**

グループ企業

■ドラッグストア&調剤薬局 株式会社ヤマザワ薬品

「地域の皆様が健康で楽しく、より便利に、より豊かに、生き生きと生活できる商品と情報を提供し、『生活の質』の向上を実現する」を基本理念としてドラッグストア事業と調剤薬局事業を展開しております。お客様の健康寿命を延ばすための取組みの一つである「セルフメディケーション」の推進に力を入れております。

お客様の「健康と美容」を支えるドラッグヤマザワは、気軽に健康・美容・生活について相談できる信頼ある店づくりに努めております。医薬品・化粧品・日用品の豊富な品揃えと、的確なアドバイスで日々の生活を支えてまいります。

ヤマザワ調剤薬局は高度な薬学的管理に対応するとともに、患者様を中心とした様々なニーズに応えられる地域の健康ステーションとして「かかりつけ薬局・薬剤師」を目指しております。

お薬や服薬指導だけでなく、健康増進活動として健康セミナー開催や医療機関との連携など、地域医療に貢献できるよう尽力してまいります。



■日配及び惣菜商品の自社製造工場 株式会社サンコー食品

ヤマザワグループに牛乳・豆腐・納豆・味噌・麺類などの日配食品と、弁当・おにぎり・助六寿司・煮物・サラダ・オードブル・おぼろ・大福など惣菜商品を製造・供給する食品製造会社です。

2023年11月に新工場「デリカセンター」を稼働し、原料管理、温度管理、衛生管理が行き届いた工場にて、惣菜商品の製造能力増強と新商品の開発強化、そしてさらなる味・品質・鮮度の向上を実現します。

また、鮮魚プロセスセンターとしての機能を有し、ヤマザワ鮮魚部門の主要なカテゴリーである切身の品質管理と店頭サービスレベルの向上を目指します。



■損害保険、生命保険の代理業務およびペット保険の引受保険会社
株式会社ヤマザワ保険サービス