環境

マテリアリティテーマ　**脱炭素とサーキュラーエコノミーの実現**

基本的な考え方

当社は環境基本方針に則り、事業活動を通じて生じる環境負荷を低減し、次世代に持続可能な循環型社会を引き継ぐことを目指すため、環境の重要課題として2つのマテリアリティを特定し、その課題解決に全力を注ぎます。

環境基本方針

ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングスは環境問題が地球的規模の重要な課題であることを認識し健全な事業活動を通じて、社会・経済の発展、地域との共生による持続可能な循環型社会を目指し、グループの総力を結集し地球環境保全に努めます。

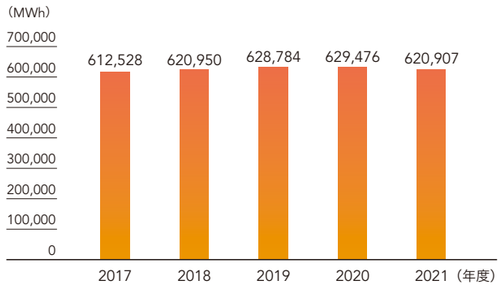
① 事業活動を通じて、省資源、省エネルギーに積極的に取り組みます。
② 環境に配慮した商品、資材の開発と普及に取り組みます。
③ 廃棄物の減量化とリデュース・リユース・リサイクルを推進します。
④ 地域における環境保全活動に貢献し、地域との調和に努めます。
⑤ この方針を従業員に周知徹底し、従業員一人ひとりの環境保全に対する心を育み、全社的なレベル、全従業員参加の取り組みとします。
⑥ この方針は社内外に公表し、積極的な情報提供に努めます。

マテリアリティと長期目標

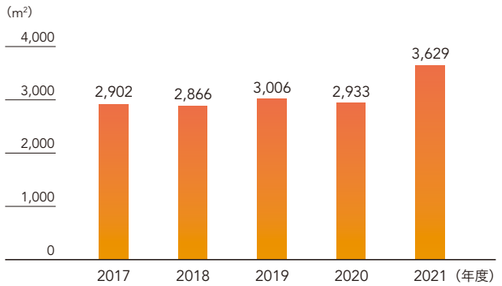
テーマ	脱炭素とサーキュラーエコノミーの実現	
マテリアリティ	カーボンニュートラルの実現	廃棄物の削減と再生利用の推進
U.S.M.H の考え方	2030年：店舗使用電力の50%を再生可能エネルギーに転換し政府目標の$CO_2$46%削減を達成 2040年：店舗の排出CO_2を総量でゼロにする 2050年：サプライチェーン全体のCO_2排出量をゼロにする努力を継続	・廃棄物の削減と資源回収、リサイクルの取り組み継続強化
目標	2030年：店舗におけるCO_2排出量を2013年比15万トン削減 2050年：カーボンニュートラルの実現	2030年：廃棄物・プラスチック50%削減 2050年：循環型地域社会の実現

事業活動による環境パフォーマンス（過去5年の推移）

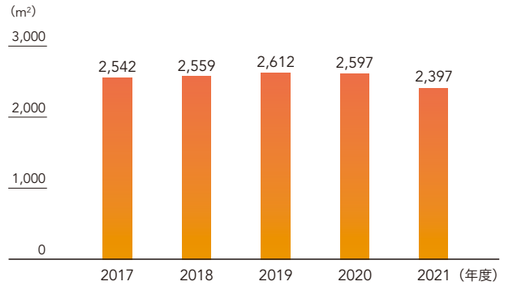
電気使用量（各事業会社合計）



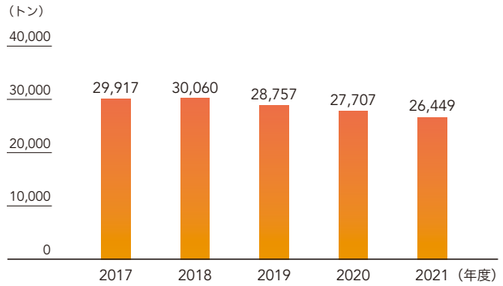
ガス使用量（各事業会社合計）



水道使用量（各事業会社合計）



廃棄物排出量（各事業会社合計）



カーボンニュートラルの実現（気候変動対応）

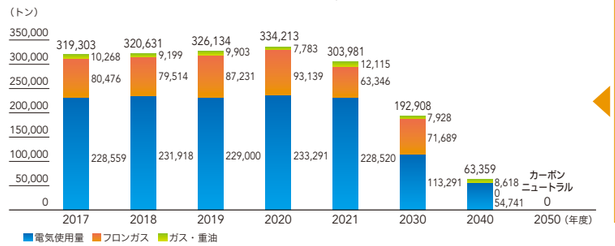
基本的な考え方

当社は営業活動における電気、ガス、冷媒フロンなどにより、CO_2を年間で38万トン（一般家庭年間排出量の14万軒分）を排出しながら、お客さまに商品・サービスを提供しています。

また、わが国では気候変動対応として、GHG排出量を2030年に2013年比46%削減、2050年までにカーボンニュートラルを進めていく方針が示されました。イオングループも2040年をめどに「店舗で発生するCO_2をゼロにする」という目標を打ち出しています。

こうした環境を踏まえ、当社はわが国のカーボンニュートラル活動と連動して、エネルギーの使用削減やエネルギー源の転換を行い、CO_2削減を推進していきます。また、フードロスゼロ化の実現もカーボンニュートラルにつながり、当社のビジネスモデルの維持・発展、地域におけるレピュテーションの維持・向上のためにも極めて重要であると考えます。

GHG排出量の推移と削減目標　※対象範囲Scope1・2



気候変動対応の取り組み
①省エネ運営の確立（省エネアクション）
②省エネ設備の拡充と省電力店舗の実装
③再生可能エネルギーの導入推進
④フロンの自然冷媒化推進とノンフロン機器への転換
＋
ペットボトルなど資源の店頭回収、食品残さのリサイクル活動によるオフセットの取り組み強化

廃棄物の削減と再生利用の推進（サーキュラーエコノミー）

基本的な考え方

サーキュラーエコノミーを目指す考え方として、① 廃棄物の量を削減する（リデュース）、② 発生した廃棄物を再利用する（リサイクル）、この2つを基本として、お客さまとともに廃棄物の焼却に伴うCO_2の削減や、環境汚染の防止に努めます。

目標・取り組み

1. プラスチック廃棄物削減の取り組み（お客さまとともに）

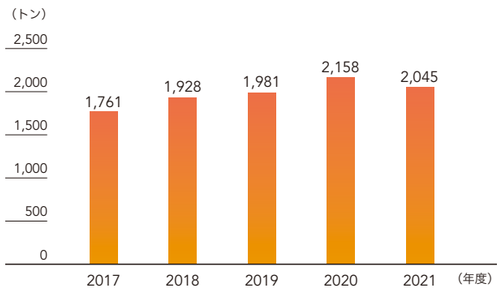
目標　2030年度：廃棄物・プラスチック50%削減、2050年度：循環型地域社会の実現

主要な取り組み
①カトラリー・レジ袋の完全脱プラスチック化、利用辞退の促進
②環境配慮型容器包装への転換
③資源の店頭回収の拡大
④ダンボール・発泡スチロール箱などのリサイクル推進
⑤サプライチェーン全体でのCO_2削減に向けた取り組みの推進

実績　お客さまとともに推進するリサイクル活動
事業会社のカスミでは、お客さまが店頭にお持ちになった使用済みペットボトルやアルミ缶、発泡トレーなどを回収し、自社リサイクルセンターに運び、圧縮、梱包してリサイクル業者さまに引き渡すリサイクルの取り組みを推進しています。
また、リサイクルセンターでは、店内で発生したダンボールや魚箱などの発泡スチロール箱、OA用紙などもリサイクルしており、お客さま、従業員が一体となって廃棄物の削減に努めています。

カスミリサイクルセンターにおけるリサイクル活動

U.S.M.H ペットボトル回収量



お客さまからお預かりしたペットボトルはリサイクルセンターでベール化し、リサイクラーさまでフルーツパックなどに生まれ変わります。

2. フードロス削減の取り組み

食品小売業においてフードロス削減は喫緊の課題であり、フードロス削減に取り組むことがサーキュラーエコノミー、さらにはカーボンニュートラルにつながることを意識し、全従業員一丸となってこの取り組みを進めています。

目標　2030年度：食品廃棄物リサイクル率50%、2050年度：食品廃棄物の完全リサイクル実現

主要な取り組み
①販売、製造における食品廃棄物の削減
②食品リサイクルループ認証店舗の拡大
③フードバンク・フードドライブの取り組み拡大
④加工食品の納品期限の見直し（1/2ルールの採用）

実績　2021年10月、群馬県のカスミ店舗において、分別した食品循環資源を店舗の惣菜の一部に再利用する食品リサイクルループに取り組み、農林水産大臣ならびに環境大臣による食品リサイクル法に基づく「再生利用事業計画」の認定を受けました。
この取り組みの特例として、収集運搬業者は認定店舗の地域の食品循環資源をリサイクルプラントに運ぶことができ、収集運搬ルートの効率化が促進されます。
今後は、出店エリアにおける食品リサイクルループの取り組みを進めていきます。

取り組み店舗の事例

カスミ大泉店（群馬県邑楽（おうら）郡）で分別した食品循環資源を収集運搬業者（沢口運輸株式会社）が保冷車で運搬し、再生利用事業者（有限会社高尾商店）に搬入して飼料化します。養鶏場（サンエッグファーム株式会社）ではその配合飼料を給餌した鶏から採卵し、その卵をゆで卵に加工して、カスミ店舗でゆで卵入弁当などを製造販売しています。

社会

マテリアリティテーマ　**食の安全と安心**

基本的な考え方

食を提供する企業として、お客さまに安全・安心な商品をお届けすることは、U.S.M.Hの使命であると考えています。全従業員が高い意識を持ち、法令や規制に基づいた安全で安心な商品の提供に取り組んでいます。

マテリアリティと目指す姿

テーマ	食の安全と安心	
マテリアリティ	食の安全への対応	責任あるマーケティングとラベリング
アプローチ・目指す姿	① グループ全体での品質・安全管理体制の高度化 ② サプライチェーン全体における食の安全・安心の確保	① マーケティング・ラベリング管理体制の構築 ② お客さまに有益な情報の発信とコミュニケーション推進

U.S.M.Hでは、食の安全と安心に関わる重要課題として、自社における安全管理体制の充実「食の安全への対応」と、小売業としてお客さまに常に安全な商品をお届けする「責任あるマーケティングとラベリング」の2つのマテリアリティに取り組みます。

食の安全への対応

社内品質・安全管理体制

U.S.M.Hの事業会社では、国際規格のマネジメントシステム認証に基づいた品質管理を徹底し、日々、品質・安全管理の維持・向上に努めています。

食の安全に関する主な取り組み

- 食品安全マネジメントシステム「ISO22000」の取得（マルエツ）
- 品質マネジメントシステム「ISO9001」の取得（カスミ）
- 放射性自主検査結果の公表

今後に向けて

サプライチェーン全体にわたる安全・安心な商品提供の仕組み構築

U.S.M.Hでは今後、原材料・商品の仕入れから販売まで、サプライチェーン全体にわたる安全・安心な商品提供の仕組みの確立を目指します。

生産者・製造メーカー
- 生産者・産地・製造工場などの定期的な確認体制の構築（トレサビリティ確認）

▶

プロセスセンター・配送センター
- 品質・鮮度を追求した物流体制の構築
- 自社経営や参画の拡大（農産・水産・畜産）
- 代替肉など、安定供給に資する商品の開発

▶

販売
- お客さまにわかりやすい表示（賞味期限・アレルギー・食品添加物など）
- 食の安全・安心に関する従業員への教育

▶

お客さまへ

責任あるマーケティングとラベリング

責任あるマーケティングとラベリングの推進

U.S.M.Hは、食を提供する企業として、お客さまに安心できる商品やサービスを適切に提供することは最優先事項であると考えます。マーケティングコミュニケーションにおいては法令を遵守のうえ、お客さまに正しい情報をお伝えし、ラベリングは事実に基づき、お客さまに有益な情報をわかりやすく伝えるよう努めます。

主な取り組み

① マーケティング研究部門の組成
② ラベリングにおける管理基準と教育体制の構築
③ お客さま、従業員の声を反映したマーケティングの確立
④ お客さまにわかりやすいラベリングの開発（特定保健用食品、機能性表示など）
⑤ マイノリティ商品の展開（ハラル・ヴィーガンなど）
⑥ 協力企業との正しい情報の共有

マテリアリティテーマ　持続可能な食のバリューチェーン

基本的な考え方

地政学的リスクや環境問題などにより食への影響が拡大し、将来お客さまに安定的に食を提供し続けることが難しくなることが予想されます。U.S.M.Hは生産者やメーカーからの商品調達に加え、自社生産やプライベートブランドの拡大によるサプライチェーン全体の安定性や効率性の追求と維持が重要であると考えています。また、その前提となるサプライチェーン全体の人権問題への対応も重要だと考えます。

マテリアリティと目指す姿

テーマ	持続可能な食のバリューチェーン	
マテリアリティ	食の安定的な調達と供給	人権の尊重
アプローチ・目指す姿	① 製造小売業化や自社物流網の再構築による、安定的な商品の供給 ② 持続可能性に配慮した商品の調達・販売推進	自社およびサプライチェーン全体の協働による人権尊重

U.S.M.Hでは、お客さまへ食を安定的にお届けすることと、商品の供給に関わるすべての人々の人権が尊重されることが重要課題であると考え「食の安定的な調達と供給」「人権の尊重」の2つのマテリアリティに取り組みます。

食の安定的な調達と供給

安定的・持続可能な食の供給に向けた取り組み

新しい調達方法による視点

① 国内外原材料調達先の開拓
② プライベートブランドによる新規商品の拡大
③ SPF商品の拡大

物流改革による視点

① 1次産業との協業
② 新たなサプライチェーンの構築
③ 新規調達ルートの開拓
④ 冷凍・冷蔵技術のアップデート

人権の尊重

U.S.M.H人権方針の策定および社内人権リスク管理体制の構築

U.S.M.Hは人権尊重の重要性を認識し、全従業員が人権への理解を深めることができる体制を構築します。

人権に関する基本的な考え方

U.S.M.H は、人権や労働に関する法およびイオングループの人権方針に則り、個人の多様な価値観・個性・プライバシーを尊重し、人種・国籍・民族・性別・年齢・出身地・宗教・学歴・心身の障がい・性的指向と性自認などを理由とした差別を一切行いません。
また、サプライチェーンにおいては、当社が関わるすべての生産者さまの人権を尊重した商取引に取り組んでいきます。

U.S.M.Hが進める今後の人権尊重の在り方

① すべての人の価値観、個性、プライバシー、多様性の尊重
② すべての人に公平公正であること
③ すべてのお取引先さまとの公正なお取引
④ 従業員の人権尊重
⑤ 人権が尊重される企業づくり

マテリアリティテーマ　食やサービスを通じた豊かで健やかな暮らしの創造

基本的な考え方

U.S.M.Hは基本理念に「お客さまの豊かで健康的な食生活に貢献すること」「地域の発展と繁栄を願い、地域に深く根ざした企業になること」を掲げています。食の提供を通してお客さまの食卓を豊かにすることはもちろん、食事を楽しむことによる満足な気持ち、笑顔、さらには健康をも実現する、地域の皆さまの暮らしにとってなくてはならない「Well-being（ウェルビーイング）」を創造する存在になることを目指していきます。

U.S.M.Hが考えるウェルビーイングとマテリアリティ

		マテリアリティ
ウェルビーイング	心の豊かさ（精神的ウェルビーイング）	豊かで楽しい生活の提案
	身体の健やかさ（身体的ウェルビーイング）	人々の健康への貢献
	人と人とのつながり（社会的ウェルビーイング）	地域との共生

お客さまとのつながり

- 「Well-being（ウェルビーイング）」とは精神的・身体的・社会的に満たされている状態を指す言葉です（WHO憲章より）。
- U.S.M.Hではウェルビーイング実現のため、「豊かで楽しい生活の提案」「人々の健康への貢献」「地域との共生」をマテリアリティと定めました。これらの取り組みを推進し、新たな価値をお客さまへお届けするための基盤として「お客さまとのつながり」もマテリアリティと位置づけました。

目標

① お客さま満足度やリピーター率
② 健康関連商品・サービスの売上構成比
③ タッチポイントの数やカスタマージャーニーのパターン数
④ 自治体との提携事業数

豊かで楽しい生活の提案

買い物体験を楽しむ場所としての店舗づくり

大きく変化する社会とともにお買い物に対するお客さまのニーズも変化しています。U.S.M.Hは、目指す新しいスーパーマーケットに向けて、お客さまとの大事な接点である店舗と商品の改革を進め、お買い物体験の進化を図っています。

従来のスーパーマーケット
食品から日用品までワンストップでお買い物ができる施設

▼

U.S.M.Hの考える新しいスーパーマーケット
お買い物が非日常的な体験として感じられる、心の豊かさが醸成される居心地のよい空間

2022年にオープンした「買い物体験型店舗」

マルエツ 板橋南町店

BLANDE 研究学園店

マックスバリュエクスプレス 幕張店

心の豊かさが感じられるスーパーマーケットを目指して

BLANDEの取り組み

豊富で新鮮なお魚をお客さまのご要望に応じて調理加工します。

BLANDEでは量り売りのワインやチーズを試飲・試食しながら専門スタッフとの対話をお楽しみいただけます。

eatime

「食の時間を、おいしさはもちろん、発見や幸せを感じる“いい時間”に。食を通して“いい時間”をお届けしたい」――そんな思いを込めて「eat」と「time」を合わせ「eatime」が生まれました。地域の食文化や逸品に焦点を当て、高い品質で新しい価値をお届けしています。

eatime chef

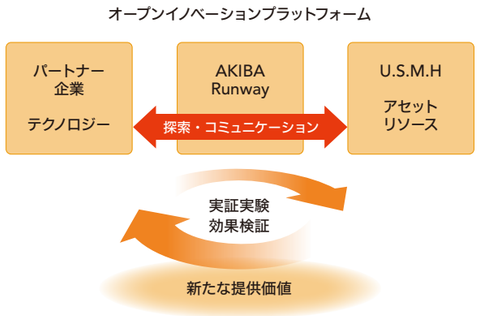
「今日のごはんは、逸品つくろう」をコンセプトに、有名シェフや料理家、管理栄養士が考案した主菜、副菜セットの献立メニューを約20分で手軽につくれるミールキットです（ネットスーパー限定商品を一部店頭で販売しています）。

Green Growers

植物工場生まれの高鮮度、高栄養価のレタスや、BEYOND MEAT社の植物性代替肉「BEYOND BEEF」を取り扱っています。

オープンイノベーションプラットフォーム「AKIBA Runway」
（2022年3月スタート）

独自でユニークな技術を持つ企業と連携し、小売業における新しい提供価値を創出することを目的とし、U.S.M.H専門チームがパートナー企業の探索と関係構築を行います。今後、この取り組みをさらに加速し、お客さまに新たな価値を提供していきます。



人々の健康への貢献

基本的な考え方

社会の高齢化が進み、「人生100年時代」の到来ともいわれる中、健康の維持、生活習慣病の予防などの健康課題への要請はますます高まっています。U.S.M.Hはお客さまや従業員の健やかな暮らしや地域の健やかな営みの実現を目指し、健康の源となる「食」の提供や「食」に関わるサービスの提供を通じ、人々の活力ある暮らしに貢献していきます。

主な取り組み

① 健康に関する専門人財の育成
② 健康に関する商品開発
③ ヘルスサポートサービスの拡充
④ 健康関連企業との協業

管理栄養士が講師を務めるマルエツの料理教室

小学生や保育園児への食育活動

地域との共生・顧客とのつながり

基本的な考え方

ウェルビーイングの実現に対し、U.S.M.Hは地域に根ざした企業として地域の活性化や課題解決に貢献していきます。また、お客さまとのつながりやニーズをとらえて、さまざまな商品・サービスを変革して期待にお応えすることが重要であると考えます。U.S.M.Hがパイプ役となり、お客さまが地域や社会とのつながりを深めることが、ウェルビーイングな暮らし、活気のあるサステナブルな社会の実現につながると考えています。

地域社会の豊かさへの貢献

主な取り組み

① 地域課題解決を考える組織の組成
② フードバンク・フードドライブ活動の拡大
③ 地域資源（耕作放棄地など）の活用検討
④ 地域インフラ拠点としての認知づくり
⑤ 食文化の伝承などの情報発信

買物困難地域への移動販売の取り組み

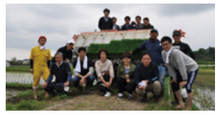
事業会社のカスミでは、お買い物が不便な地域に商品をお届けする移動販売を2013年より実施しています。行政などと連携し、生鮮食品や惣菜、日配品など約650品目をご提供しています。

フードバンク・フードドライブ活動の取り組み

カスミでは、販売期限超過後も賞味期限が十分にある商品をフードバンク団体や社会福祉協議会に寄付しています。また、マルエツ、マックスバリュ関東では賞味期限が十分にある食品などをお客さまからお預かりし、フードバンク団体や社会福祉協議会などに寄付するフードドライブの取り組みを実施しています。

地域の皆さまとの結びつき

カスミオリジナル清酒「結霞（ゆいかすみ）」は、茨城県常陸太田市にある有限会社栗原農園さまで酒米を育てていただき、同市の酒蔵、岡部合名会社さまでお酒造りをしていただいています。生産から販売まで「純茨城産」と「地域の人々との結び合い」をコンセプトに、2018年に取り組みを開始しました。


地元生産者の皆さま

カスミオリジナル清酒「結霞」

植樹活動による森づくりに参加

マックスバリュ関東では、「君津イオンの森づくり」に従業員40名が参加しました。今後、植樹した森の一画を「マックスバリュが育てる森」として管理し、地域の環境保全に貢献していきます。

植樹活動の参加者

お客さまとのつながりを深める取り組み

主な取り組み

① DXを活用した顧客ニーズの把握
② OMOの推進
③ 店舗における接客の深化
④ 地域社会との積極的な交流

デジタルブランド「ignica（イグニカ）」

これからのリテールの在り方の創造を目指して誕生したU.S.M.H独自のデジタルブランドです。

ignicaの主なサービス

Scan&Go

レジ待ちを短縮したスピーディーなお買い物や非接触で安心なお買い物を実現しています。

BOPIS (Buy Online Pick-up In Store)

「Online Delivery」では、ご自宅への配送のほか、店舗へ入店せずに商品を受け取れる無人ピックアップサービスを設置しています（一部対応していない店舗もあります）。

導入の流れ

iginca製品を店舗へ導入

お客さまの新たな購買体験の創造

従業員が働きやすい環境づくり

DX推進による新たな価値の創造

経済産業省より「DX認定事業者」に選定

2021年7月、U.S.M.Hはデジタル施策およびその開発を支える推進体制の整備が経済産業省の認定基準を満たしていること、また適切な情報開示を行っていることなどが評価され、DX認定事業者に選定されました。

DXの導入により、レジ作業が簡素化され、従業員が接客販売へシフトすることも可能になります。

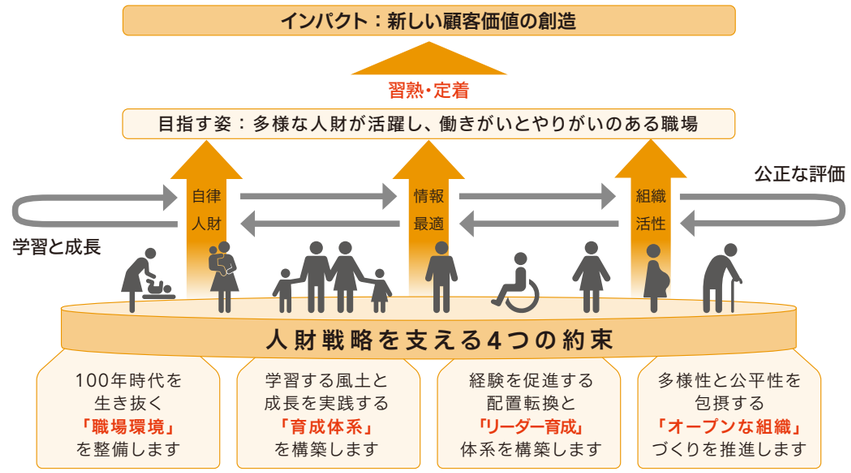
マテリアリティテーマ　多様な人財の活躍と働きがいの追求

人的資本に関する基本的な考え方

私たちユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングスの企業価値は、一人ひとりの意識や行動によって大きく変化するため、人財は資源ではなく「資本」とみなし、従業員「全体」ではなく、従業員一人ひとりの「個」を尊重することを基本的な考え方とします。

また、自律的に働く個人が集う集団である「組織」を目指していきます。

人事戦略



新たな人財育成の取り組み

U.S.M.H Retail Chef Academy

概要：生活者の視点で、より販売力や商品の知識を身につけるために、**調理技術を習得するU.S.M.Hオリジナルプログラム**

2021年4月から開講

1. eラーニングで予習
2. 調理学校講師や料理研究家による実習
3. 事後復習としての調理実践

これらを繰り返す6ヵ月間のプログラム

2023年2月現在、4期まで終了し、64名が受講しました。

U.S.M.H Business Academy

概要：単科学習とケーススタディの実演を通して、幹部人財が課題解決業務に必要な専門知見を習得する、**幹部人財育成に特化した社内研修プログラム**

1. 事業戦略立案
2. マーケティング戦略
3. ブランディング
4. データマーケティング
5. データサイエンス
6. プロジェクトマネジメント
7. 管理会計

働きがいとやりがい

健康経営と働きがいとやりがいにおける基本的な考え方

長寿化により、ステージの移行を数多く経験する「マルチステージ」の人生が到来し、人生100年時代といわれています。人生の選択肢が多様化するため、主体的に人生をどのように計画するかが問われています。

私たちU.S.M.Hの企業価値を創出する資本は従業員一人ひとりであり、それぞれが生活を営む生活者です。100年時代でさまざまな人生の選択肢から選ぶためには、より金銭的な有形資産と、家族や友人関係、知識などとともに、「健康」という無形資産とのバランスをとることがますます重要となります。十分な休息は身体的な疲労を和らげるだけでなく、精神的な健康をもたらし、仕事への活力につながります。従業員一人ひとりの心身の健康を保持・増進することで、職場における業務パフォーマンスは向上し、ひいては業績や企業価値の向上につながると考えています。

そのためにも、有給休暇の取得促進、育児休業や介護休業などの育児・介護と仕事の両立、インターバル勤務時間や変形労働時間制の活用など、従業員一人ひとりの心身の健康と柔軟な働き方を促進する制度や職場環境を構築していきます。

具体的な取り組み

1. 職場環境の整備
   - 敷地内禁煙の推進
   - 連続休暇や年次有給休暇の取得促進
   - 特定保健指導の推進
   - プラチナくるみんの取得推進
   - 子育て支援制度、介護支援制度の充実
   - 障がい者雇用特例子会社の設置
2. 健康意識の向上
   - 従業員向けヘルスサポートの実施
   - 従業員ウォークラリーの開催
   - 「Pep Up」による「健康年齢」の維持・改善の支援
   - 食育関連の社内資格制度

働き方データ

2022年2月期末	総労働時間前年比（既存店）	人件費前年比	人時売上高	育児休業取得率	定期健康診断受診率
マルエツ	98.8%	100.7%	13,058円／H	100%	99.8%
カスミ	97.5%	100.5%	14,277円／H	100%	97.8%
マックスバリュ関東	101.5%	101.0%	11,750円／H	100%	98.3%

人財の多様性とインクルージョンの実現

ダイバーシティ＆インクルージョンにおける基本的な考え方

近年、SDGs（持続可能な開発目標）達成の一環として、人々の多様性を受け入れる社会の実現が求められています。いわゆる「ダイバーシティの実現」は政府や自治体の課題ではなく、重要な経営資源である「ヒト」を活用する私たち企業においても、積極的に取り組んでいかなければならない重要課題です。

私たちU.S.M.Hは、多様な属性の違いを活かし、個々の人財の能力を最大限に引き出すことにより、全社的かつ継続的に進めていく経営上の重要取り組みとして、ダイバーシティ（多様性）・エクイティ（公平性）＆インクルージョン（包摂性）を推進していきます。ダイバーシティ＆インクルージョンの推進を経営戦略に組み込み、実践し続けることで、社会における当社グループの企業価値の向上に努めます。

具体的な取り組みとして、ライフステージに合わせた働き方を全社的に取り組み、「女性の役員比率、女性の本社管理職比率を2030年までに30%、2050年には50%」にすることを目標に活動を推進します。また、多様な経験や能力を有する人財が集う企業グループでありたいと考えることから、自社以外のキャリア経験を有する従業員比率を高めるなどキャリア採用を強化し、ダイバーシティを推進していきます。

多様性関連実績データ

2022年2月期末	本社管理職数	うち女性管理職数	女性本社管理職比率	外国籍従業員数
マルエツ	146名	13名	8.9%	929名
カスミ	86名	13名	15.1%	308名
マックスバリュ関東	26名	4名	15.3%	68名
グループ合計	258名	30名	11.6%	1,305名

女性活躍の推進

Q1. キャリアアップを意識したのはいつ頃ですか？

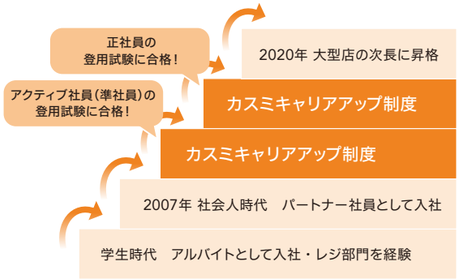
パートナー社員時代にさまざまなことを教わり、覚えることが楽しくなりました。もっといろいろ挑戦してみたいと思ったことが、キャリアアップを考えるきっかけだったと思います。

Q2. 女性管理職が増えるとカスミは変わるでしょうか？

女性は仕事と同じように私生活も大事にする傾向があります。ワークライフバランスをさらに尊重できる会社になる可能性があると思います

(株)カスミ
フードスクエアビバモール加須店 次長
嶋田 香さん

キャリアップのイメージ



育休パパの推進

お互いに心に余裕のある育児ができる

(株)カスミ 谷井田店 鮮魚担当
山田 悠介さん
(2019年入社／26歳)

3ヵ月 育児休業取得

男性の育休取得率の低さについて思うことは？

家事・育児は女性の仕事という無意識の定着を改善しなければいけないと思います。実際、育休中に育児の大変さを知り、妻一人に任せるのではなく夫婦で育児を分担することで、お互いに心に余裕のある育児ができます。

育児は妻のワンオペではなく夫婦でツーオペ

U.S.M.H(株) デジタル企画
川村 昂弘さん
(2014年入社／33歳)

21日 育児休業取得

育休の取得を報告した際の上司や同僚の反応は？

上司に育休取得の希望を出す際、「今とるの？」と言われるか不安でしたが、「そんなに短い期間でいいの？」と前向きな反応でとても安心しました。同僚もハードスケジュールの中でしたが、快く承諾してくれました。

障がい者雇用の推進

マルエツの特例子会社 株式会社マーノ
1992年3月設立（同年5月、特例子会社認定）

店舗業務

店舗では、4～6人のメンバーとリーダー1人で1チームとなって働くチーム就労として、商品の陳列や休憩室の清掃などを行っています。（写真）
また、特定の部門の中でたくさんのスタッフと一緒に、商品の製造や加工などをする働き方もあります（部門就労）。

ガバナンス

マテリアリティテーマ　**企業統治の強化**

コーポレート・ガバナンス

基本方針

(1) 基本理念に掲げる、お客さまの豊かで健康的な食生活への貢献、地域の発展と繁栄への貢献を基本とし、事業会社の自主・自律性を尊重します。

(2) 株主さまをはじめとするステークホルダーとの適切な協働を実現するため、意思決定の透明性及び公正性を確保します。

(3) 日々のお買物を通じてご意見いただけるお客さま株主をはじめとするステークホルダーと建設的な対話を通じて経営に活かせる体制を構築します。

(4) 経営の意思決定過程の合理性の確保、健全な企業家精神を発揮、会社の迅速・果断な意思決定により、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図ります。

コーポレート・ガバナンス・ガイドラインおよびコーポレート・ガバナンス報告書の内容は下記ウェブサイトをご覧ください。

詳しくはこちら
- コーポレート・ガバナンス・ガイドライン https://cdn.usmh.co.jp/wp-content/themes/usmh/files/20211220/US_governanceguide_20211213.pdf
- コーポレート・ガバナンス報告書 https://cdn.usmh.co.jp/wp-content/themes/usmh/files/20220531/US_20220527.pdf

コーポレート・ガバナンス強化の変遷

		～2015年2月	2015年3月	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
商号		(株) マルエツ (株) カスミ マックスバリュ関東 (株)	ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス (株)							
会社形態		共同持株会社								
企業統治の体制		監査役会設置会社								
任意の委員会				人事・報酬諮問委員会 (業績達成ポイント検証、報酬水準) 2016年5月～						
					取締役会の実効性評価諮問委員会 (実効性課題検証) 2017年1月～					
									特別委員会 2021年12月～	
取締役		8名	9名							
うち：社外取締役		2名	3名							
(うち：女性)		—	(1名)	2016年5月～						
監査役		4名	5名							
うち：社外監査役		2名	3名							
取締役会の実効性強化	評価の仕組み				取締役会実効性評価アンケートの実施 2017年1月～					
								質問設計の変更		
	役員報酬				制度導入 (金銭・株式) 2017年5月～			改訂 (業績連動部分の拡大) 2020年5月～		
					○譲渡制限付株式報酬 (3年RS)			○譲渡制限期間短縮 (1年RS)		
					○株式報酬型1円ストックオプション			○業績連動金銭報酬割合の拡大		
	重要課題							取締役会の多様性について方向性の検討→	○	
								後継者育成計画について方向性検討→	○	
コーポレート・ガバナンス基本方針				基本方針策定						
コーポレート・ガバナンス・ガイドライン				策定		東証コーポレートガバナンス・コード改訂に伴う改定			東証市場再編に伴う改定	

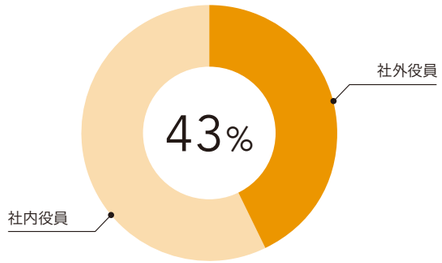
コーポレート・ガバナンス体制

当社は、取締役会・監査役会設置会社であり、それぞれの機関を通じてコーポレート・ガバナンスの充実に努めています。

取締役会の構成

社外役員　社内役員

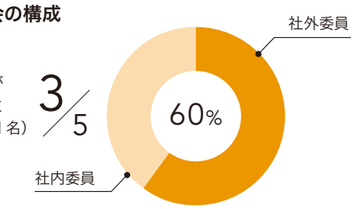
社外役員が占める人数（うち女性1名）　6/14



人事・報酬諮問委員会の構成

社外委員　社内委員

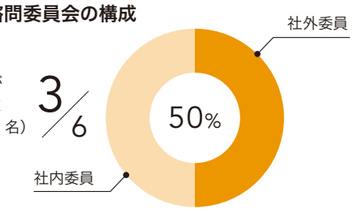
社外委員が占める人数（うち女性1名）　3/5

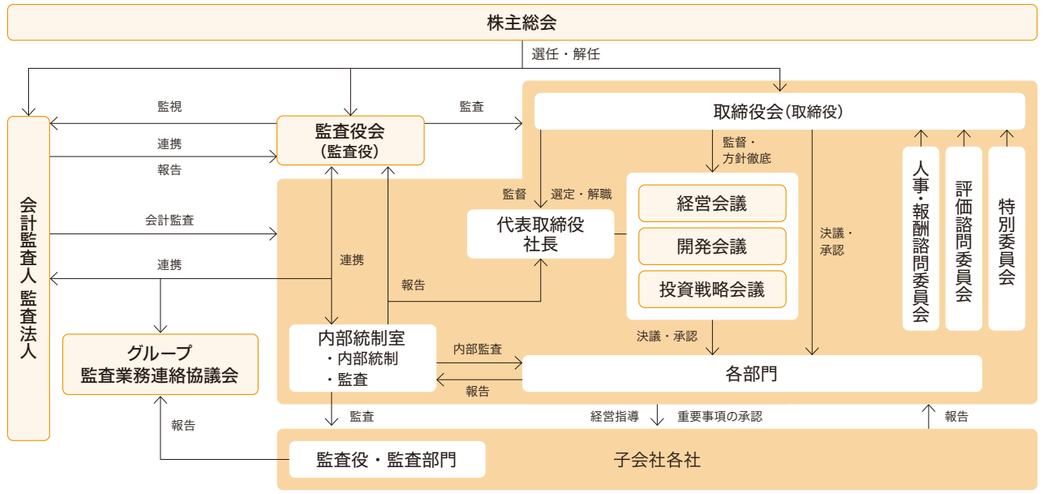


取締役会実効性評価諮問委員会の構成

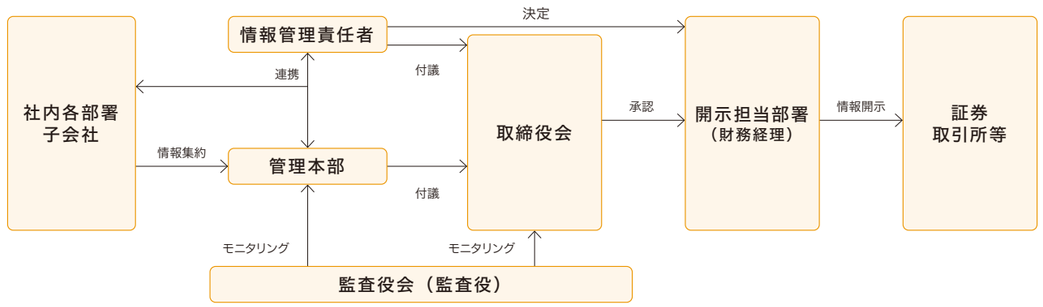
社外委員　社内委員

社外委員が占める人数（うち女性1名）　3/6





適時開示体制模式図



取締役会の実効性評価

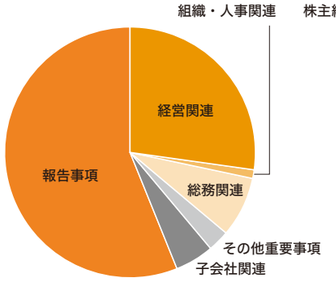
（1）評価プロセス

質問内容協議 → 質問内容決定 → アンケート実施 → 回収結果分析 → 取締役会報告 → CG報告書提出

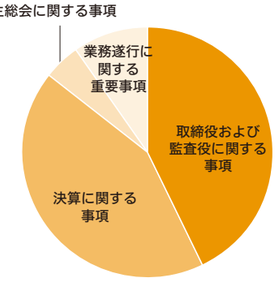
（2）評価項目および結果

	過去3年実績				2021年度	3年平均との乖離
	2018年度	2019年度	2020年度	平均		
1. 取締役会の役割・機能	2.3	2.5	2.6	2.5	**2.6**	+0.2
2. 取締役会の構成・規模	2.8	2.7	2.8	2.8	**2.6**	-0.1
3. 取締役会の運営	2.7	2.6	2.8	2.7	**2.7**	±0
4. 監査機関との連携	2.7	2.7	2.8	2.7	**2.8**	+0.1
5. 経営陣とのコミュニケーション	2.7	2.9	2.8	2.8	**2.8**	±0
6. 株主・投資家との関係	2.8	2.8	2.7	2.8	**2.8**	±0

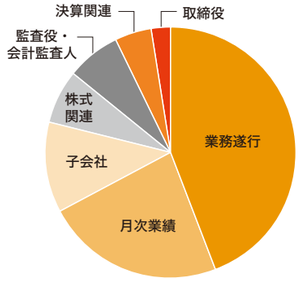
2021年3月～1月提出議案



経営関連に関する協議



報告事項



（3）2022年度の課題と今後の対応方針

課題

（今後に向けた「取締役会の実効性評価諮問委員会」からの提案）
i 自社と子会社の取締役会の多様性を促進する
ii 事業会社の後継者育成計画に当社取締役会が関与していくことを検討する

対応方針

対応方針（「取締役会の実効性評価諮問委員会」からの答申）
i 取締役会の多様性促進
- 計画策定の目的、ゴール、求められる人財要件、社外役員の任用に関する内規（案）を提案
- 提案された内容について、事業会社中心に具体的検討を開始していくことを確認

ii 事業会社の後継者育成計画に当社取締役会が関与していくことを検討する
- 計画策定の目的、ゴール、推進体制、求められる経験、求められる人財像、人財プールの策定、候補人財の選抜方法を提案
- 提案された内容について、取締役会が事業会社の計画策定を定期的にモニタリングすることを確認

経験・スキルマトリクス

取締役候補者の指名について、当社の経営理念に基づき、当社グループ全体のさらなる発展に貢献することができる人物であることに加えて、管掌部門の抱える課題を的確に把握し、他の役職員と協力して問題を解決する能力があること、法令および企業倫理の遵守に徹する見識を有することなどを総合的に判断し指名を行っています。さらに、実効性の高い取締役会を推進するにあたり、高いスキルを有する取締役は下表のとおりです。

氏名	役職	企業経営	人事 組織開発	財務・会計 投資戦略	法律 ガバナンス	ビジネス変革	グローバル 視点	消費者視点
藤田 元宏	代表取締役社長	●	●			●		
古瀬 良多	代表取締役副社長	●	●	●				
山本 慎一郎	代表取締役副社長	●	●			●		
島田 諭	取締役副社長	●	●					
本間 正治	取締役		●	●				
岡田 元也	取締役相談役	●				●	●	
寺川 彰	取締役（社外）	●					●	
鳥飼 重和	取締役（独立社外）	●		●	●			
牧野 直子	取締役（独立社外）							●
代々城 忠義	常勤監査役				●			
坂本 雅視	常勤監査役			●	●			
井原 孝一	監査役（社外）			●			●	
石本 博文	監査役（社外）			●	●			
岡本 忍	監査役（独立社外）		●	●	●			

任意の委員会と委員構成

氏名	役職	人事・報酬諮問委員会	取締役会の 実行性評価諮問委員会	特別委員会
鳥飼 重和	取締役（独立社外）	委員長	委員長	委員長
牧野 直子	取締役（独立社外）	委員	委員	委員
岡本 忍	監査役（独立社外）	委員	委員	委員

役員の指名・報酬

● 取締役・監査役候補の指名方針および手続

当社では、取締役・監査役候補の指名を行うにあたっての方針・手続を現在、社内規程等で定めてはいませんが、当社の経営理念に当社グループ全体のさらなる発展に貢献することが期待できる人物等の観点から総合的に判断しています。
（詳細は、「コーポレートガバナンス報告書」原則3-1. 情報開示の充実欄をご参照ください）

なお、株主総会への解任案提出については、法令および定款に違反する行為またはその恐れのある行為があった場合やその他、職務を適正に遂行することが困難と認められる事由が生じた場合に、人事・報酬諮問委員会が、解任基準の該当有無を協議し、取締役会に答申することとしています。

● 役員報酬に関する考え方

当社では、中長期的な業績等を反映させ、取締役による健全な企業家精神の発揮を通じて、当社の持続的な成長と企業価値の向上を促進させることを基本方針とし、業績連動の割合を高めた役員報酬体系としています。

● 役員報酬の決定プロセス

当社では、以下表のとおり、役割別に報酬額を決定。取締役会の下に独立社外役員を主たる構成員とする「人事・報酬諮問委員会」を継続的に配置し、毎年4月に事業会社ごとの前年業績結果を確認し、報酬水準の妥当性を検証することにより、客観性、透明性に配慮しています。

● 取締役の個人別の役員報酬の算定

役位別報酬基準表で定められた①固定金銭報酬、②業績連動金銭報酬、および業績連動非金銭報酬の株式報酬（③譲渡制限付株式報酬、④株式報酬型ストックオプション）にて構成。

• 取締役（社外役員を除く）報酬制度の概要

役員別	概要
取締役	人事・報酬諮問委員会の答申に基づき株主総会の決議によって決定された報酬限度額の範囲内において、取締役会の決議により決定
社外取締役	月例報酬のみで構成し、報酬の水準は、第三者による国内企業の報酬水準を参考に、人事・報酬諮問委員会の答申に基づき株主総会の決議によって決定された報酬限度額の範囲内において、取締役会の決議により決定
監査役	月例報酬のみで構成し、報酬の水準は、第三者による国内企業の報酬水準を参考に、株主総会で決議された報酬限度額の範囲内において、監査役の協議により決定

報酬	プラン		内容	業績連動の有無	交付物	評価対象
月額報酬	月例報酬	基本報酬	取締役の役位に応じて設定する固定額を毎月支給する金銭報酬	固定	金銭	—
		役割報酬				
	年次業績報酬（月次反映）		前年度の業績達成率および取締役個人の評価によって支給額が決定される業績連動金銭報酬	業績連動		短期
エクイティ報酬	譲渡制限付株式報酬（RS）		中期経営計画に連動し、対象期間の1年ごとに付与する事前確定届出型の株式報酬		株式	中長期
	株式報酬型ストックオプション（SO）		前年度の業績達成率に応じて付与される当社の株式報酬		新株予約権	

役位別報酬	割合（%）				合計
	固定報酬	業績連動報酬			
	金銭報酬		株式報酬型ストックオプション（SO）	譲渡制限付き株式報酬（RS）	
（代表取締役）会長・社長	45	40	10	5	100
（代表取締役）副社長	45	40	10	5	
（代表権なし）会長・副社長	50	35	10	5	
専務取締役	55	30	10	5	
常務取締役	58	27	10	5	
兼務取締役	60	25	10	5	

親会社との関係

当社の親会社であるイオン株式会社の役員2名が、当社の取締役を兼任しています。しかしながら当社グループは事業運営にあたっては、独自の経営判断に基づき遂行し、イオン株式会社とは相互に自主・自律性を尊重しつつ連携を保ち、持続的な成長、発展および業績の向上につながるような組織体制を重視したコーポレート・ガバナンス体制を有しており、イオン株式会社からの独立性を確保しています。

なお、イオン株式会社の「上場子会社のガバナンスに関する方針」は、以下のとおりです。

：当社は、「お客さまを原点に平和を追求し、人間を尊重し、地域社会に貢献する」という基本理念のもとに、グループ会社の経営の自主性・独自性を重視し、分権制によるグループ経営を実践することで、グループ全体の企業価値が向上するものと考え、創業以来これを実践してきました。

そのような中、親会社である当社は、グループガバナンスの透明性と経営のスピードを高めるため、指名委員会等設置会社へ2003年にいち早く移行、さらに特定の事業に偏することなくグループの視点に立った経営を強化すべく2008年に純粋持株会社に移行し、グループ全体のシナジーを高めるための経営諸施策を実施しています。グループ会社のうち、特に事業・地域の特性を踏まえた自律的経営により持続的な成長が促進され、資本市場からの規律によりその経営の質が向上すると見込まれるものについては上場子会社としています。そして、上場子会社の少数株主保護の観点から、独立社外取締役の選任や独立役員による諮問委員会の設置などを要請しています。：

以上のとおり、当社はイオングループ各社との連携およびシナジーの最大化を図ることにより、少数株主の利益につながるものと認識しています。

社外取締役メッセージ

社外取締役（非常勤）
寺川 彰

私は社外取締役として、株主の皆さまから負託された、当社経営の透明性を高める役割を担うことはもちろん、当社がお客さま・お取引先さま、そして従業員を含む社会にとってよりよい企業になるべくその責務を果たしていく所存です。

新型コロナウイルス感染症の流行のみならず、エネルギー価格や各種食品原料の値上がりの中、当社を取り巻く外部環境は極めて厳しい一方で、消費構造は予想を超える速さで大きく変化しています。

しかしながら、当社のライフラインとしてのかけがえのない役割、そしてお客さまの視点に立ち、食の豊かさ・楽しみを実感いただくというすばらしい存在意義はいささかも揺るぐことはありません。

私は、取締役会での議論や役員・従業員との対話の中で、経営者のみならず、一人の生活者としての目線を大事にして、お客さま、お取引先さまの期待を超えるスーパーマーケットとして成長していく当社の挑戦を後押しできればと考えています。

独立社外取締役（非常勤）
鳥飼 重和

当社は、経営トップを中心に、大きな改革を目指しています。

その例として、今年に入って経営トップから示された取締役会における討議議案をご紹介します。

• **第3次中期経営計画施策**

1. 商品変革ユニット
2. 店舗変革ユニット
3. アウトサイドデジタルユニット
4. 第3エンジンユニット
5. 人材戦略ユニット
6. デジタル開発ユニット

• **サステナビリティ推進活動報告**

• **取締役会の実効性施策**

以上、経営トップをはじめとする執行責任者は、時代の変化の流れを読み、経営の大きな改革を目指しています。

それが「変革」「デジタル」「人材戦略」「サステナビリティ」などを示す言葉に表れています。現に、デジタル化に徹した店舗も実働し、それをさらに推進する施策も実行されつつあります。

我々社外取締役は、この改革の実効性確保のため、遠慮なく意見を申し上げるつもりです。

独立社外取締役（非常勤）
牧野 直子

私は、消費者に近い立場、管理栄養士、また料理研究家として、食卓寄りの視点で取締役会に出席しています。取締役会では、今のスーパーマーケットに求められているお客さまのニーズ、食や健康のトレンドについてお伝えしています。また、取締役会以外でも、お客さまの健康的な食生活に向けたメニュー開発や、食の提案に長けた人材の教育に関わっています。

取締役会の運営については、独立社外取締役に対しても、情報提供が適切になされています。厳しい環境下における第2次中期経営計画の迅速な共有、ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス（U.S.M.H）について理解を深めるための店舗など関連施設への視察や、社内報の共有がなされています。

今後、第2次中期経営計画に掲げられたデジタル改革により、あらゆる人のウェルビーイングにつながるサステナブルな食を届ける企業であり続けるよう、期待しています。

役員一覧

取締役

藤田 元宏
代表取締役社長

1955年7月11日生
任期：1年
所有株式数（千株）：143
取締役会への出席状況：100%（12回／12回）

1978年 3月 （株）カスミ入社
2000年 5月 同社取締役
2004年 5月 同社常務取締役
2005年 3月 同社上席執行役員業務サービス本部マネジャー 兼 コンプライアンス統括室マネジャー
2006年 5月 同社開発本部マネジャー
2007年 5月 同社専務取締役
2009年 2月 同社店舗開発・サービス本部マネジャー
2010年 9月 同社販売統括本部マネジャー 兼フードマーケット運営事業本部マネジャー
2011年 9月 同社営業統括本部マネジャー 兼フードマーケット運営事業本部マネジャー
2012年 3月 同社代表取締役社長
2015年 3月 当社取締役副社長
2017年 3月 当社代表取締役社長（現）
イオン（株）執行役スーパーマーケット事業担当
（株）カスミ取締役（現）
2017年 5月 マックスバリュ関東（株）取締役（現）
2019年 3月 イオン（株）代表執行役副社長 スーパーマーケット事業担当
2020年 3月 同社代表執行役副社長 スーパーマーケット・商品物流担当
2021年 3月 同社代表執行役副社長 スーパーマーケット担当
2022年 3月 同社執行役副会長特命担当（現）

古瀬 良多
代表取締役副社長

1957年1月3日生
任期：1年
所有株式数（千株）：41
取締役会への出席状況：100.0%（12回／12回）

1980年 3月 （株）マルエツ入社
2006年 5月 同社取締役執行役員
2008年 5月 同社常務執行役員
2011年 5月 同社専務執行役員
2013年 4月 同社経営企画本部長兼財務経理管掌
2013年 5月 同社副社長執行役員
2014年 3月 同社経営企画本部長兼財務経理管掌兼開発管掌
2015年 3月 当社取締役
2015年 4月 （株）マルエツ経営企画本部長兼 開発管掌
2017年 3月 同社代表取締役副社長管理統括
2019年 3月 当社代表取締役副社長経営企画本部管掌
（株）マルエツ代表取締役社長（現）
2020年 3月 当社代表取締役副社長（現）

鳥飼 重和
取締役

1947年3月12日生
任期：1年
所有株式数（千株）：—
取締役会への出席状況：100%（12回／12回）

1975年 4月 税理士事務所入所
1990年 4月 弁護士登録
1994年 4月 鳥飼経営法律事務所（現 鳥飼総合法律事務所）代表（現）
2015年 3月 当社取締役（現）
2017年 6月 栗田工業（株）社外監査役
2018年 6月 理想科学工業（株）社外取締役（現）

牧野 直子
取締役

1968年1月28日生
任期：1年
所有株式数（千株）：—
取締役会への出席状況：91.7%（11回／12回）

1990年 4月 （株）荒牧麻子事務所（現（株）ダイエットコミュニケーションズ）入社
1995年12月 同事務所退社
1996年 1月 フリーランスとして活動（中野区フリー活動栄養士会所属）
2004年 3月 （有）スタジオ食（くう）代表取締役（現）
2007年 5月 日本食育学会評議員　同学会編集委員会委員
2013年 4月 一般社団法人日本食育学会代議員（現）同学会編集委員会委員
2016年 1月 同学会　企画委員会委員（現）
2016年 5月 当社取締役（現）
2022年 1月 一般社団法人日本食育学会代議員　同学会学会賞選考委員（現）

山本 慎一郎
代表取締役副社長

1959年7月24日生
任期：1年
所有株式数（千株）：24
取締役会への出席状況：100%（12回／12回）

2013年 3月 （株）カスミ入社　顧問
2014年 5月 同社常務取締役上席執行役員ロジスティック本部マネジャー
2017年 3月 同社専務取締役上席執行役員
2018年 3月 当社ICT本部長
2019年 3月 （株）カスミ専務取締役上席執行役員ビジネス変革室マネジャー 兼 ビジネスリモデルマネジャー
2020年 3月 同社代表取締役社長（現）当社デジタル本部長
2020年 5月 当社取締役デジタル本部長
2022年 3月 当社代表取締役副社長兼デジタル本部長（現）

島田 諭
取締役副社長

1972年6月5日生
任期：1年
所有株式数（千株）：—
取締役会への出席状況：—（新任）

1995年 4月 ジャスコ（株）（現イオン（株））入社
2002年 9月 同社農産商品部
2011年 3月 イオン（株）戦略部
2015年 4月 同社グループCOO付
2019年 5月 イオンライフ（株）代表取締役社長
2021年 2月 マックスバリュ関東（株）取締役
2021年 3月 同社代表取締役社長(現)
2022年 5月 当社取締役副社長（現）

本間 正治
取締役

1969年10月11日生
任期：1年
所有株式数（千株）：11
取締役会への出席状況：100%（10回／10回）

1992年 3月 （株）マルエツ入社
2010年 3月 同社経営企画本部経営計画部長
2013年 5月 同社執行役員経営企画本部経営計画部長
2015年 5月 マックスバリュ関東（株）取締役（現）
2017年 3月 （株）マルエツ執行役員管理統括経営企画本部長
2019年 3月 同社執行役員経営企画本部長
2019年 5月 同社常務執行役員経営企画本部長
2020年 5月 同社取締役常務執行役員経営企画本部長（現）
2021年 5月 当社取締役（現）

岡田 元也
取締役相談役

1951年6月17日生
任期：1年
所有株式数（千株）：—
取締役会への出席状況：91.7%（11回／12回）

1979年 3月 ジャスコ（株）（現 イオン（株））入社
1990年 5月 同社取締役
1992年 2月 同社常務取締役
1995年 5月 同社専務取締役
1997年 6月 同社代表取締役社長
2002年 5月 イオンモール(株)取締役相談役（現）
2003年 5月 イオン（株）取締役兼代表執行役社長
2004年 5月 （株）カスミ取締役相談役
2005年11月 （株）ツルハホールディングス社外取締役相談役
2012年 3月 イオン（株）取締役兼代表執行役社長グループCEO
2014年 8月 （株）クスリのアオキホールディングス社外取締役（現）
2014年11月 ウエルシアホールディングス（株）取締役（現）
2015年 3月 当社取締役相談役（現）
2020年 3月 イオン（株）取締役兼代表執行役会長（現）

寺川 彰
取締役

1958年2月8日生
任期：1年
所有株式数（千株）：—
取締役会への出席状況：100%（12回／12回）

1981年 4月 丸紅（株）入社
2010年 4月 同社執行役員経営企画部長
2012年 4月 同社執行役員化学品部門長
2013年 4月 同社常務執行役員化学品部門長
2014年 4月 同社常務執行役員経営企画部担当役員、内部統制委員会委員長、投融資委員会副委員長
2014年 6月 同社代表取締役常務執行役員、経営企画部担当役員、内部統制委員会委員長、投融資委員会副委員長
2015年 4月 同社代表取締役常務執行役員CSO、秘書部担当役員補佐、東アジア総代表、役員処遇委員会委員長、投融資委員会副委員長
2016年 4月 同社代表取締役常務執行役員、素材グループCEO
2016年 6月 同社常務執行役員、素材グループCEO
2018年 4月 同社専務執行役員、食料グループCEO、東アジア総代表、投融資委員会副委員長
2019年 4月 同社専務執行役員、食料･アグリ･化学品グループCEO、投融資委員会副委員長
2019年 5月 当社取締役（現）
2020年 4月 丸紅(株)副社長執行役員、食料･アグリ・化学品グループCEO、食料本部長
2021年 4月 同社副社長執行役員、食料・アグリ・化学品グループCEO、投融資委員会副委員長
2021年 6月 同社代表取締役副社長執行役員、食料・アグリ・化学品グループCEO、投融資委員会副委員長
2022年 4月 同社代表取締役副社長執行役員、生活産業グループCEO、投融資委員会副委員長（現）

監査役

代々城 忠義
常勤監査役

1959年1月27日生
任期：4年
所有株式数（千株）：9
監査役会への出席状況：100%（13回／13回）

1981年 3月 （株）カスミ入社
2002年 9月 同社第10販売部マネジャー
2005年 3月 同社フードマーケット第3販売本部マネジャー
2007年 5月 同社執行役員
2007年 6月 同社コンプライアンス統括室副室マネジャー 兼 監査マネジャー
2013年 3月 同社コンプライアンス統括室マネジャー兼監査マネジャー
2014年 5月 同社常勤監査役
2019年 5月 同社監査役（現）
当社常勤監査役（現）

坂本 雅視
常勤監査役

1958年2月25日生
任期：4年
所有株式数（千株）：21
監査役会への出席状況：100%（13回／13回）

1980年 3月 （株）マルエツ入社
2008年 3月 同社経営企画本部経営計画部長
2010年 3月 同社財務経理本部長
2010年 5月 同社執行役員財務経理本部長
2012年 5月 同社執行役員ヒューマンパフォーマンス改革本部長
2013年 4月 同社執行役員兼（株）マーノ代表取締役社長兼（株）マーノセンターサポート代表取締役社長
2013年 5月 同社顧問兼（株）マーノ代表取締役社長兼(株)マーノセンターサポート代表取締役社長
2014年 5月 （株）マーノ代表取締役社長 兼（株）マーノセンターサポート代表取締役社長
2015年 3月 （株）マーノ代表取締役社長
2017年 3月 （株）アスビズサポート代表取締役社長
2018年 3月 （株）マルエツ顧問社長付
2018年 5月 同社常勤監査役
2020年 5月 同社監査役（現）
当社常勤監査役（現）

井原 孝一
監査役

1962年10月8日生
任期：4年
所有株式数（千株）：—
監査役会への出席状況：100%（13回／13回）

1986年 4月 丸紅（株）入社
2013年 4月 丸紅アセアン会社CFO（シンガポール）
2015年 4月 丸紅（株）財務部担当部長
2017年 1月 丸紅メイト（株）取締役管理本部長
2018年 4月 丸紅（株）生活産業グループ企画部長
2018年10月 同社食料グループ企画部長兼生活産業グループ企画部長
2018年11月 同社食料グループ企画部長
2019年 4月 同社食料･アグリ･化学品グループ管理部長
2019年 5月 当社監査役（現）
2022年 4月 丸紅（株）生活産業グループ管理部（現）

石本 博文
監査役

1962年1月8日生
任期：4年
所有株式数（千株）：—
監査役会への出席状況：100%（13回／13回）

1986年 8月 ジャスコ（株）（現 イオン（株））入社
2002年 2月 イオン（株）コーポレート・プランディング部マネージャー
2005年 3月 同社戦略部
2011年 5月 （株）イオンイーハート取締役マーケティング本部長兼新規事業本部長
2015年 3月 イオンリテール（株）経営企画部マネージャー
2016年 9月 同社関連企業部マネージャー
2020年 5月 イオンビッグ（株）常勤監査役（現）
2021年 5月 当社監査役（現）

岡本 忍
監査役

1954年6月18日生
任期：4年
所有株式数（千株）：—
監査役会への出席状況：100%（13回／13回）

1977年 4月 東京国税局総務部総務課
2005年 7月 東京国税局課税第1部企画調整官
2006年 7月 高松国税局川島税務署長（徳島県）
2007年 7月 東京国税局調査第3部統括国税調査官
2008年 7月 同局総務部企画課長
2009年 7月 同局総務部人事第1課長
2012年 7月 国税庁民官官房首席国税庁監察官
2013年 6月 名古屋国税局総務部長
2014年 7月 熊本国税局長
2015年10月 岡本忍税理士事務所代表（現）
2016年 5月 当社監査役（現）
2016年 6月 （株）理研グリーン監査役
2019年 6月 山一電機（株）監査役（現）

リスクマネジメント

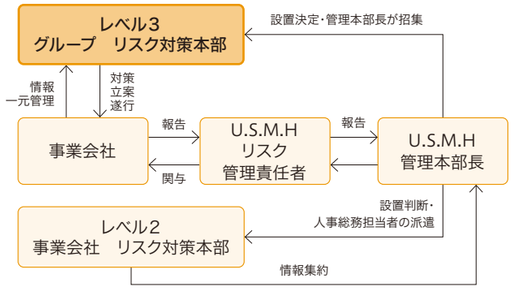
リスク管理体制と取り組み

当社においては、経営目標の達成に影響を与えるすべての事業に対して、あらかじめ、これらの事象発生時に生じる事態を想定して、未然防止・拡大防止を適切に管理することを「リスク管理」と定義しています。

複雑化した経営環境の中、リスク管理を経営の重要課題と位置づけ、全社レベルでのリスクの把握、評価および対策の検討を実施することにより、経営資源の保全を図ります。また、重大な災害などの緊急事態が発生した場合には、お客さま、従業員、家族の安全・健康維持に十分に配慮し、社会的人道的責任を果たします。ならびに、災害、事件・事故等が発生した場合においても、当社の事業活動が中断しないこと、また、万が一、事業活動が中断した場合においても速やかに復旧し、事業の中断に伴うリスクを極小化するための体制を構築し、全従業員への徹底を図ります。

ならびに、当社の取締役および従業員の職務執行が法令および定款に適合し、行動する指針として定めた「U.S.M.H行動規範」を全対象者に周知徹底するとともに、内部監査・内部統制の状況について、定期的に「経営会議」に報告しています。

リスク管理体制



主要なリスク

リスク分類	主なリスク項目
商品事故・欠陥商品	食中毒発生、表示違い、日付改ざん、表示義務違反、異物混入、賞味期限切れ
店内事故	店内事故発生、強盗発生、お客さまの転倒
人的トラブル	役職員の犯罪・逮捕、役職員の不正、役職員の飲酒事故
労務上のトラブル	セクハラの発生、パワハラの発生、従業員の自殺、労災事故の発生、過労死の発生
企業の過失	火災発生、食中毒の発生、異物混入、伝染病の発生、インサイダー発覚、個人情報の流出、重大な環境汚染
企業の犯罪	偽装・隠ぺい行為、脱税、粉飾決算、違法行為(独禁法・公取法・インサイダー取引・産廃物処理)、贈収賄、インターネットによる告発内容
企業への脅迫・犯罪	針混入などによる脅迫、特殊クレームによる脅迫、毒物混入、強盗・窃盗、反社会的勢力などからの恐喝、不審者の侵入、爆破予告、ソーシャルメディアの不適切利用、ランサムウェアによる身代金要求
自然災害	地震・台風・洪水、竜巻、ゲリラ豪雨、大雨による河川の氾濫、断水、大雪による入荷の遅れ、台風・大雨による市場の商品取引不能、送電線の倒壊等による停電
取引先の信用不安、倒産	デベロッパー倒産、取引先倒産、テナント倒産
企業に対する訴訟、係争など	告訴、告発事件および各種損害賠償請求事案、株主代表訴訟

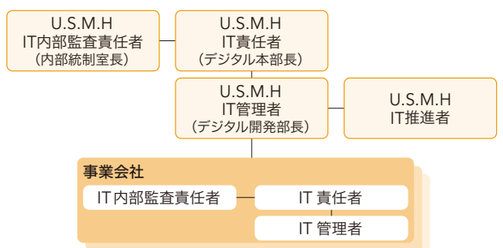
災害リスクに対応するBCPの取り組み

首都圏で大規模な地震や災害が発生した場合においても、当社および各事業会社の機能を維持して、各事業会社の店舗営業の維持、もしくは早期復旧することを目的に、「事業継続基本計画書（BCP）」を策定しています。各事業会社と連携し、お客さま・従業員の安全・安心の確保を最優先にして、被災店舗の営業の早期再開・非被災店舗の営業に影響が生じないよう対応を実施しています。また、首都圏の特性を踏まえ、帰宅困難者対等の地域支援を行政と連携して実施しています。

ITガバナンスおよび情報セキュリティ

当社グループにおいて、多方面にDXを推進すると同時に、イオングループ共通の指針としてITガバナンスガイドラインを制定するとともに管理体制の強化に努めています。ITにおける投資や調達、委託先や開発プロジェクトなどを管理するにあたり、セルフチェックによる監査事項を定め、定期的にモニタリングし、経営会議などで確認・改善を継続しています。

IT ガバナンス管理体制



コンプライアンス

コンプライアンスの基本的考え方

当社は、お客さまの豊かで健康的な食生活への貢献すること、地域の発展と繁栄を願い、地域に深く根ざした企業となることを経営理念としています。当社および子会社の取締役および従業員の職務の執行が法令および定款に適合し、行動する指針として定め「U.S.M.H行動規範」の周知を図るとともに、コンプライアンス意識の向上や基本理念の共有を目的に各種研修を通じて責任者への教育を継続して実施しています。

また、内部通報窓口として「イオン行動規範110番」を設置し、子会社には、当社グループの仕組みに応じた社内ヘルプライン、人事を主管する部署への相談窓口を設置しています。ならびに改正公益通報者保護法が2022年6月からの施行に伴い、利用者が不利益な扱いを受けることのないよう周知徹底するとともに、報告・通報があった場合、担当部署はその内容を精査して、違反行為があれば社内規定に基づき必要な処置をしたうえで、再発防止策を自ら策定し、または策定させて全社的に実施しています。

不正・不祥事防止への具体的取り組み

当社グループは「U.S.M.H行動規範」に基づき、いかなる場合でも賄賂などの不正な手段によって利益を求めることはないことを、すべての役職員が共有します。仮に不正行為があった場合に、役職員や取引先などが情報提供を行う手段として「内部通報窓口」へ通報することを当社および子会社の役職員に周知徹底しています。

また、グループ役員コンプライアンス研修を通じて、不正な意図を持った便益の提供などの不正行為や不祥事について具体的な事例から学び、発生した原因の追究、再発防止策の検証を行い、自らが考え、判断し、行動することを誓約しています。

ならびに当社管理本部が公認会計士など外部の専門家と連携を図り、財務報告の信頼性に及ぼす影響の重要性に鑑み、法令遵守の対応および周知徹底のための教育を当社および子会社の管理職に対して毎年実施しています。

内部通報制度

当社の職務執行に関して、あらゆる分野の法令に対する違法行為、「行動規範」などの企業倫理に反する行為、公正な取引に反する行為およびお客さまの利益を侵害する行為などを内部通報したことによる処遇上の不利益な取り扱いから保護することを目的とした「通報者保護規程」を定めています。

また、通報者保護の仕組みとして、保護の対象とする情報、通報者の範囲、保護の内容、守秘義務、通報情報の取り扱いと対応などを、「通報者保護規程」に具体的に規定し、周知徹底を図っています。特に、保護する内容については、通報を行ったことを理由とする解雇、降格などの懲戒処分、不利益な配置転換、通報者の特定が可能と判断される個人情報の開示などの処遇からこれらを保護するものとしています。

ならびに内部通報実績は、事業会社の代表取締役社長を含む当社経営会議において、半期ごとに共有し、通報件数の推移や通報の多い通報分類、具体的な通報内容や対応結果を確認しています。特に、事業会社における対応報告から想定される課題として、社内ルールの違反、さまざまなハラスメント、人間関係などの通報への対応や管理体制が、本質的な課題解決となっているかどうかなども経営会議で定期的に共有しています。