



CSR REPORT 2026



Contents

Introduction

目次・編集方針	01
アクシアル出店図	02
一目でわかるアクシアル リテイリング	03
アクシアル ポリシー	04
経営基本方針	05
中期経営計画	06
トップメッセージ	07
重要な事項（マテリアリティ）	08

Chapter 1 つなぐ

エシカルブランド『Hana-well』	10
「これしかない」と言われる一品を、より多くのお客様へ	16
地域の安心を支えるライフラインとして	17

Chapter 2 磨く

規模・機能を活かした「おいしさ」の磨き込み	18
世界とお店・食卓をダイレクトにつなぐ	19
365日の食卓を彩る、納得の価格と健康的な選択	20
独自の店舗フォーマットで実現する「豊かさ、楽しさ、便利さ」	21
もっと便利に、もっと楽しく。デジタルで広がる新しいお買い物体験	22

Chapter 3 守る

温室効果ガス排出削減	23
社会の構造変化に即応する基盤の構築～TCFD提言に基づく情報開示～	25
使い捨てプラスチックの削減～商品と資材～	27
食品廃棄物の発生抑制	29
食品廃棄物のリサイクル	30
環境への影響を意識した事業活動	31
環境会計	32

Chapter 4 育てる

TQMは経営の根幹	33
QCサークル活動による品質・価値向上	34
ライフイベントに縛られない、持続可能なキャリアの実現	35
多様な人材の活躍	36
「働く」を、もっと自由に、健やかに	37
誰もがいきいきと働ける職場づくり	38
共に育ち、ミライをつくる。アクシアルの人材育成	39
主体的なキャリア形成と専門性の追求	40

Chapter 5 共に歩む

ミライを拓く、学びの支援	41
「食」を通じて、地域の皆さまと共に	42
信頼の構築	44
会社概要	45

編集方針

本CSRレポートは、アクシアル リテイリングの持続可能な社会の実現に向けた取り組みをステークホルダーの皆さまに分かりやすく伝えることを目的として作成しています。

〔対象期間〕 2025年4月1日～2026年3月31日 ただし、対象期間外の情報も含まれます。 〔対象範囲〕 アクシアル リテイリング株式会社およびグループ企業計11社

〔発行時期〕 2026年6月

アクシアル リテイリング株式会社は、原信・ナルス・フレッセイ
3つのスーパーマーケットを運営しています。



合計 **131** 店舗

※2026年3月末現在

2025年度の新店舗・改装店舗



原信 美沢店

新潟県長岡市／2025年9月18日 改装



原信 六日町店

新潟県南魚沼市／2026年3月26日 新店



フレッセイ 富塚店

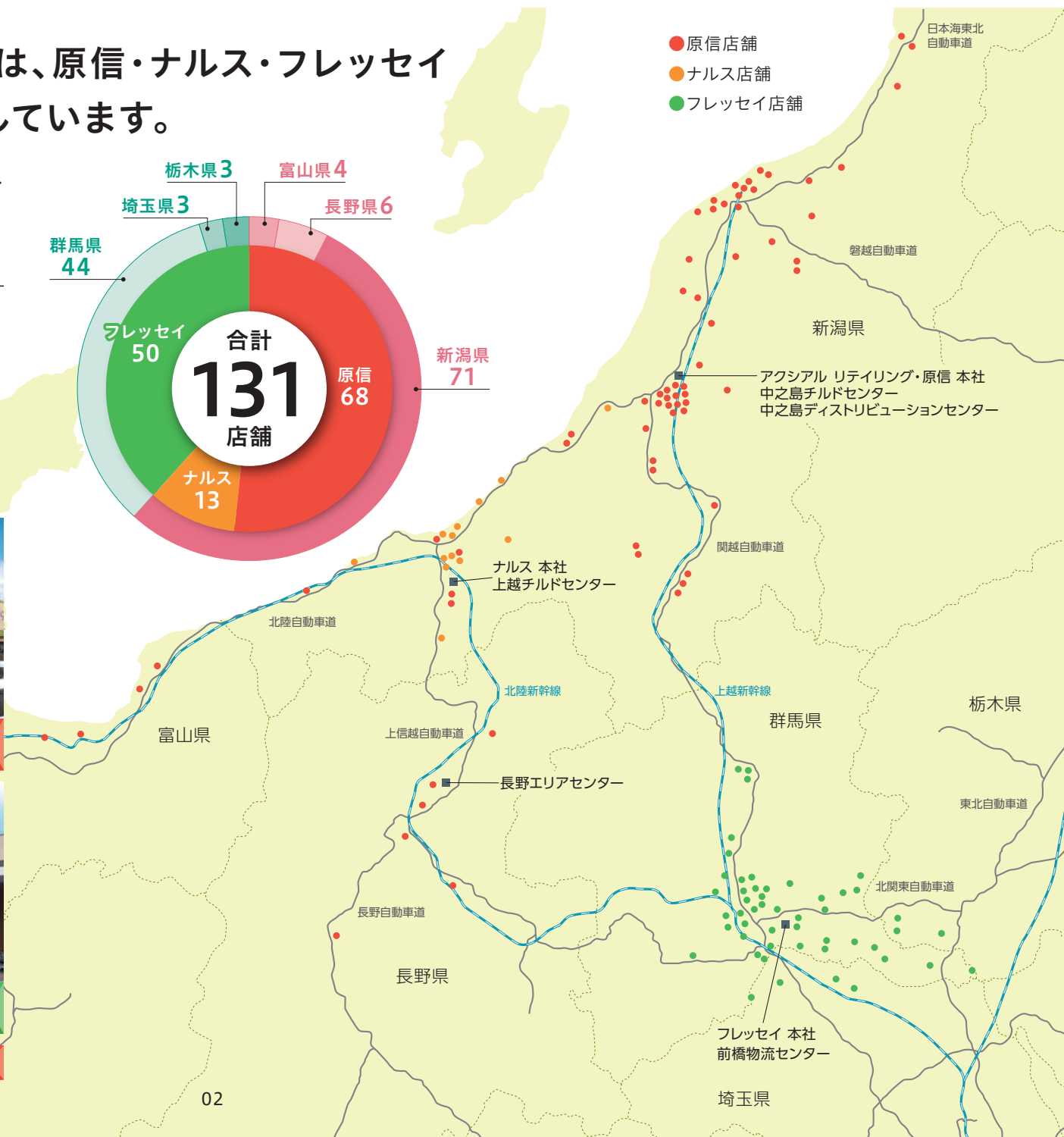
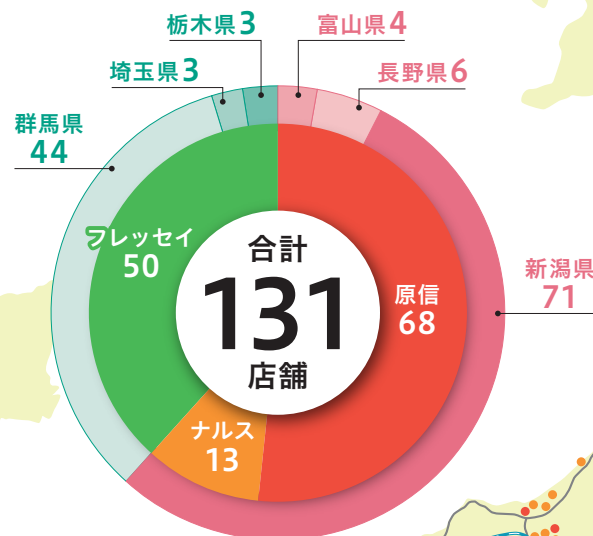
群馬県伊勢崎市／2025年7月11日 改装



フレッセイ 連取店

群馬県伊勢崎市／2026年3月20日 改装

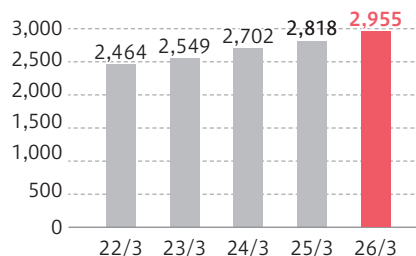
長野エリアセンター 2026年2月18日 稼働



一目でわかる アクシアル リテイリング

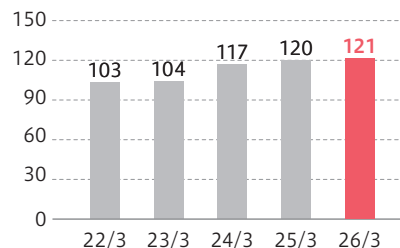
売上高

2,955 億円

前期比 **4.8%増**

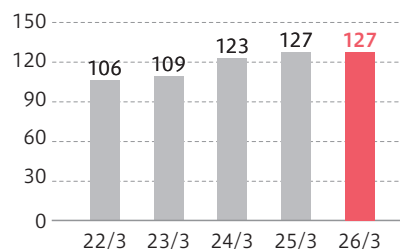
営業利益

121 億円

前期比 **1.0%増**

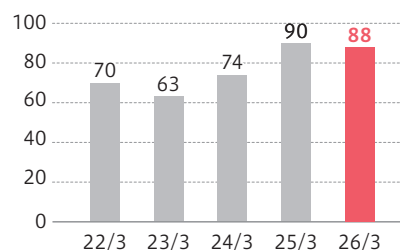
経常利益

127 億円

前期比 **0.7%増**

親会社株主に帰属する当期純利益

88 億円

前期比 **2.8%減**

当社グループは、原信・ナルス・フレッセイのスーパーマーケット事業が中核で、売上の約98%を占めています。その他事業も大半がその機能支援によるもので、全体としてスーパーマーケット事業に特化しています。

アクシアル リテイリング株式会社(持株会社)

〈スーパーマーケット事業〉

株式会社原信

株式会社ナルス

株式会社フレッセイ

原信ナルスオペレーションサービス株式会社

アクシアル レーベル株式会社

株式会社ローリー

有限会社原信ネットオーダー

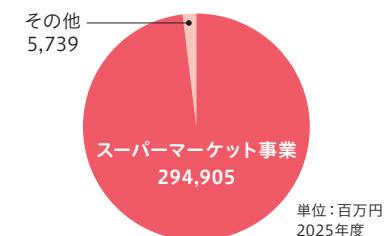
高翔商事株式会社

〈その他〉

株式会社原興産

高速印刷株式会社

株式会社アイテック

セグメント別売上高(構成)
セグメント間の内部取引高を含む

スーパーマーケット事業



株式会社原信



株式会社ナルス



株式会社フレッセイ

■原信ナルスオペレーションサービス株式会社

「原信」「ナルス」の運営をサポートする
シェアードサービス会社

■有限会社原信ネットオーダー

小売事業会社

■高翔商事株式会社

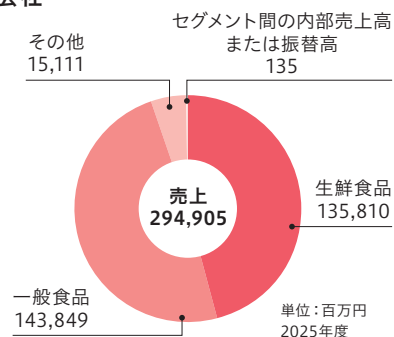
不動産管理

■アクシアル レーベル株式会社

商品開発輸入事業

■株式会社 ローリー

食品製造加工事業

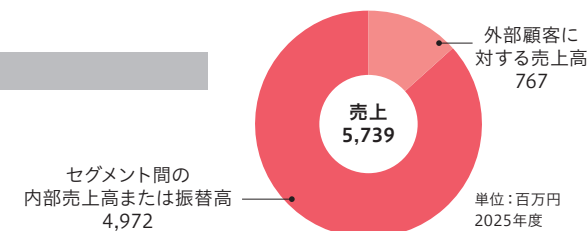


■その他

■株式会社原興産 清掃事業

■高速印刷株式会社 印刷事業

■株式会社アイテック 情報処理事業



アクシアル ポリシー

グループ経営理念

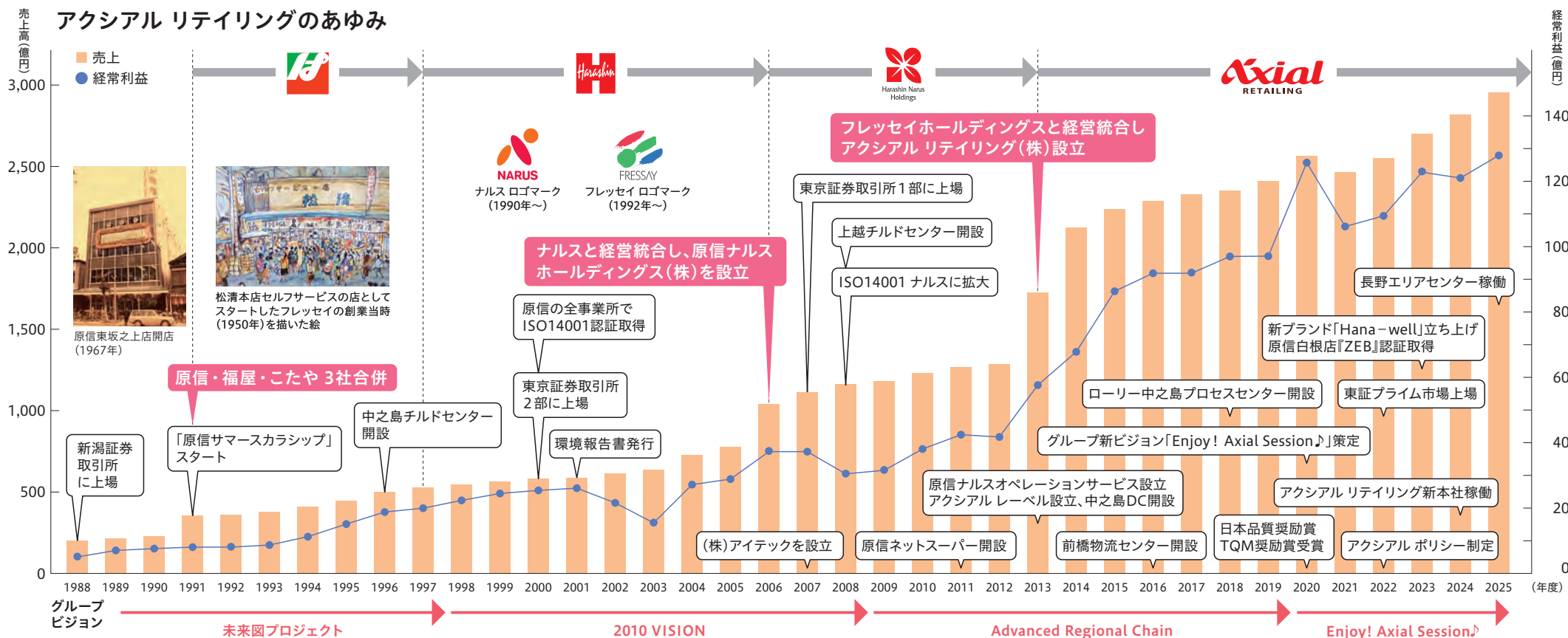
我々は
毎日の生活に必要な品を廉価で販売し、
より豊かな文化生活の実現に寄与する
ことを目的とする。

経営原則

1. 高潔な企業風土をめざします。
2. TQMを経営の根幹にします。
3. 基本を徹底します。
4. マスメリットを追求します。
5. 持続可能な社会の実現に貢献します。

行動指針

1. 「判断の基準はお客様」です。
2. 安全を最優先します。
3. 全体最適で発想します。
4. 自己育成に努めます。
5. 人間性を尊重します。
6. チームワークを大切にします。
7. コミュニケーションを円滑にします。



経営基本方針

当社では、成長モデルとなる「**グランドデザイン**」に基づき、「**経営理念**」の実現を目指しています。そして、その実現に向け中長期の方向性である「**グループビジョン**」、「**中期経営計画**」を掲げています。

目指す姿

グループ経営理念

我々は
毎日の生活に必要な品を廉価で販売し、
より豊かな文化生活の実現に寄与する
ことを目的とする。

グランドデザイン

成長モデル

規模・機能・人材によってチェーンストアとしてのマスメリットを創出し、お客様に「豊かさ」「楽しさ」「便利さ」をご提供します。

お客様に「豊かさ」「楽しさ」「便利さ」をご提供します。

規模
(スケール)

機能
(仕組み)

人材
(基盤はTQM)

目指す姿の実現に向けた方向性

グループビジョン

中長期の方向性



〈基本政策〉

品質経営

環境経営

健康経営

技術革新
への対応

人づくり

〈キーワード〉

創造
Creation

協働
Collaboration

挑戦
Challenge

TQMが経営の根幹

TQM(総合的品質管理)とは、企業理念を実現するために、全従業員がそれぞれの立場で良い仕事を継続していくための仕組みです。当社グループではこのTQMを「お客様のご満足を目的とした全員参加の組織的継続的な経営活動」と定義し、経営の根幹にすえて取り組んでいます。(P33、34参照)

中期経営計画

2029年3月期 売上高3,380億円／144店舗

中期経営計画

当社グループは、中期経営計画をローリング方式（翌連結会計年度以降の計画期間3期を每期更新する方式）により定め、実行しています。

	実績	計画		
	2026年3月期	2027年3月期	2028年3月期	2029年3月期
売上高(億円)	2,955	3,050	3,170	3,380
店舗数	131店	131店	137店	144店
経常利益率	4.3%	4.1%	4.1%	4.0%
ROA	9.2%	—	—	9.0%
ROE	9.5%	—	—	9.0%

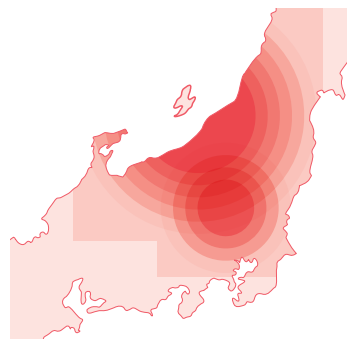
※数値は目標であり当期の会社予想とは一致しません。

重点課題

規模(スケール)

ドミナント戦略と新商勢圏開拓

- 売上高 2,955億円 ➡ 3,380億円 (2028年度末)
- 出 店 131店 ➡ 144店 (2028年度末)
- 出店体制の強化と新商勢圏への出店促進
- 新店舗フォーマットの開発



機能(仕組み)

製造小売機能の強化

- 商品の集中加工を行う製造工場機能の強化
- 直輸入の拡大
- PB、オリジナル商品の開発推進
- 長野エリアセンターの全稼働
- DC・冷凍保管・冷凍物流機能強化による物流再編
- 毎日同じ低価格販売「ESLP(エブリデイ・セიმ・ロー・プライス)」の推進
- 省人化、省力化
- DX、ITの推進
- EC(ネットスーパー、ネットオーダー等)の強化と拡大



人材(基盤はTQM)

従業員が輝く職場づくり

- スペシャリストの育成、獲得
- 採用活動の強化
- 教育体系の再整備
- やりがいを感じられる風土づくり
- 働きやすさを感じられる風土づくり
- 外国人労働者を含む多様な人材が働きやすい環境整備



改善事例発表大会

トップメッセージ

マスメリットで創る、地域社会の豊かな未来

地政学リスクの高まりや物価上昇、少子高齢化の進行など、社会環境は大きな転換期を迎えており、地域の暮らしを支える食品スーパーマーケットの役割は、これまで以上に重要になっています。

私たちが目指すのは、「規模」「機能」「人材」を磨くことで、チェーンストアの強みである“マスメリット”を創出し、お客様へ「豊かさ、楽しさ、便利さ」を提供することです。その実現に向け、現在グループビジョンとして掲げているのが、グループビジョン「Enjoy! Axial Session♪」です。「品質経営」「環境経営」「健康経営」「技術革新」「人づくり」を持続可能な成長の柱に据え、企業としての成長と、地域社会・地球環境への責任を両立させてまいります。

具体的には、店舗数や出店エリアの拡大によるスケールメリットに加え、物流・製造機能の強化、海外直輸入の推進により、良い商品を安定的に低価格でお届けする体制を構築しています。2026年2月には「長野エリアセンター」が稼働し、物流機能をさらに強化いたしました。あわせて、製造小売機能の強化に向け、その中核を担う食品製造工場の機能強化も推進しています。

こうした取り組みにより生み出された成果は、従業員の処遇改善や働きやすい環境整備にも還元し、持続可能な経営の好循環につなげてまいります。

当社は、事業活動そのものを通じて社会課題への対応に取り組む「事業と社会性の一体化」を推進しています。その象徴の一つが、エシカル商品ブランド「Hana-well」です。現在では160アイテムを超える商品へと拡大し、お客様の日々のお買い物物が、そのまま社会や環境へ

アクシアル リテイリング株式会社
代表取締役社長・CEO
原 和彦



の貢献につながる仕組みづくりを進めています。

また、環境負荷低減への取り組みも重点分野の一つです。太陽光発電のPPAモデルを活用し、雪国特有の課題解決に挑む新技術の導入を進めています。さらに、業界初となるZEB（ネット・ゼロ・エネルギー・ビル）認証店舗の展開に加え、2026年4月には長岡市中之島地区において「地域マイクログリッド事業」を開始しました。再生可能エネルギーの活用によるCO2削減のみならず、災害時には地域へ電力を供給するなど、防災拠点としての役割も担ってまいりました。

これらすべての取り組みを支える基盤は「人材」です。当社は、人材こそが企業価値の源泉であるとの考えのもと、TQM（総合的品質管理）を経営の根幹に据え、従業員一人ひとりの成長を支援しています。教育制度の充実、多様性の尊重、ライフイベントに応じたキャリア支援などを通じて、すべての従業員が能力を最大限に発揮できる職場環境の整備を進めています。さらに、現場での学びと改善を積み重ねることで、変化に柔軟に対応できる組織づくりに取り組んでまいります。

当社グループは、グループの総合力を結集し、すべてのステークホルダーの皆様へ価値を提供し続けてまいります。本レポートが、当社の考え方や取り組みへの理解を深めていただく一助となれば幸いです。今後とも変わらぬご愛顧とご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

マテリアリティ アクシアル リテイリンググループにとっての重要な事項（マテリアリティ）

重要な事項（マテリアリティ）とは

企業が経済・環境・社会の観点から特に重視すべき課題を指します。

ステークホルダーの関心と企業の事業戦略の両面から重要性を評価し、優先的に取り組むことで、企業価値の向上と持続可能な社会の実現を目指します。

経営基本方針の実現を通じた 当社が解決すべき課題の特定プロセス



STEP 1

課題の抽出

当社グループでは、外部および内部の課題、利害関係者のニーズおよび期待を分析し、当社事業活動におけるリスクと機会の分析、課題を抽出しました。

STEP 2

課題の重要性評価

事業継続におけるリスクや事業成長を促す機会の観点で、課題の重要性を評価しました。

STEP 3

課題のマッピング・素案の作成

上記から抽出された重要課題について、当社の企業理念や目指す方向に照らし合わせ、マッピングを行い、そこから導き出される方向性を広報委員会の事務局にて素案として作成しました。

STEP 4

当社グループ有識者による審議

当社グループ全社の環境課題について討議するコンプライアンス委員会環境部会においてマテリアリティの素案について議論し、マテリアリティを特定しました。

マテリアリティ アクシアル リテイリンググループにとっての重要な事項（マテリアリティ）と主要な取り組み

前ページのプロセスを経て特定された当社グループにとっての重要な事項（マテリアリティ）と、それらに対応する主要な課題は以下のとおりです。

それぞれの取り組みは多岐にわたりますが、これらの重要な課題（マテリアリティ）を「商品」を通じて横断的に対応しているのが、エシカル商品「Hana-well」です。

重要な事項（マテリアリティ）	マテリアリティに込めた思い	主要な取り組み	掲載ページ
暮らしを支える ライフラインの提供	お客様・従業員の安全および法令順守を前提に、地域のライフラインとして信頼されるお店づくりを目指し、商品をお買い求めやすい価格で提供します。	■ 食の安全確保 ■ 商品の安定供給 ■ ESLP (Everyday Same Low Price) ■ 規模の拡大 ■ 災害時対応	Chapter 1 つなぐ P 10
社会変化・技術革新 への対応	お客様のライフスタイル・社会・競争環境の変化に対し柔軟に対応し、新たな技術に対しては果敢にチャレンジします。	■ 社会変化に対応した商品開発 ■ 新商勢圏への出店、ドミナントの形成、フォーマット開発 ■ ITの活用による業務効率化 ■ アプリの活用による利便性向上 ■ ネット販売の拡大	Chapter 2 磨く P 18
持続可能な社会に向けた 環境対応	気候変動への対応、循環型社会の実現等、持続可能な社会に向けた環境対応を行ってまいります。	■ 原信・ナルス ISO14001 認証取得 ■ 温室効果ガス排出抑制 ■ 食品廃棄物の排出抑制 ■ プラスチックの使用量・排出量低減、リサイクル ■ 従業員への環境教育	Chapter 3 守る P 23
多様性を認める社会、 健康的でより豊かな 文化の実現	従業員とお客様の笑顔あふれる毎日を実現する環境づくりを大切にします。そのためにも、多様性を尊重し、誰もが安心できる社会と、従業員がイノベーションに挑戦できる職場づくりに貢献していきます。	■ 働きやすい環境づくり ■ 多様な人材の採用・登用、教育、TQM、健康経営 ■ 地域貢献 ■ 地域の人材育成、健康配慮商品、健康イベント、文化・歴史の継承	Chapter 4 育てる P 33
社会との共生	地域に根差したスーパーマーケットとして、お客様・お取引先様・株主様・地域社会等との共生を目指すとともに、透明性の高いコミュニケーションを図ります。	■ フレンドリーサービス ■ 地域・お取引先様との関係強化 ■ IR活動	Chapter 5 共に歩む P 41

■ エシカル商品
Hana-well



Hana-well

おいしさで、未来にやさしさを。 エシカルブランド『Hana-well』が描く持続可能な未来

Hana-wellは商品のおいしさを第一に、加えて体や心、地球にやさしいエシカル商品ブランドです。

Hana-wellは、社会課題への対応と事業の一体化を一層進めるため、2023年にスタートしました。世界が多くの課題に直面する今、Hana-well商品の一つひとつが持続可能な未来へと続く大きな潮流となり、社会課題対応の一助となり、未来を変えていく力になると信じています。

ブランド名には「人と地球が幸せに、そして健やかに互いを認め合いながら、手を取りながら今と未来に花が咲くように」という想いが込められており、花とWell-beingを組み合わせで命名されました。

Hana-wellで取り組む5つの軸

Earth

地球に優しく環境負荷を低減する商品をご提供します。

Healthy

体に優しく、心に癒しを与えてくれる商品をご提案します。

Local

地域で育まれた自然の恵みや文化の発信と継承に取り組めます。

Diversity

差別のない、笑顔がうまれる社会の実現を支援していきます。

Future

未来に向けた新技術に挑戦する取り組みを応援していきます。



やさしい手（人）がつながって、
健康・福祉・幸福がある。
やさしい手（人）が花を植え、
地球に笑顔をもたらす。
わたしは、やさしい手の中に、
花ことばが幸福の意味を持つ花々
動物・魚・野菜・果物で
「はーと」を表現しました。
「はーと」には、
心・命・愛・地球の意味を込めました。



ようこそ体験
Cotcot

ロゴマークデザイン
アーティスト 田中 翠恵

▶ 間伐材を用いたサステナブルな陳列棚

Hana-wellの売り場什器は、地球環境に配慮しています。改装店舗から出た木材を再利用するとともに、間伐材を効果的に活用しています。

※間伐材とは、森林の健全な成長のために木々を間引いた際に出る木材のことです。

節目が少し気になったり、色合いが統一できないなどのデメリットはありますが、味わいのある木材の什器になっています。



最新のHana-well情報はこちら

<https://www.harashinnarus.jp/hanawell/>

『Hana-well』がつなぐ、地域・人

EARTH

新潟県のお米と
茶豆でつくった
「ふわっと」

岩塚製菓様の大ヒット商品「ふわっと」とのコラボレーション商品です。新潟県産茶豆の規格外品を有効活用しています。茶豆を生地に練り込むことに加え、枝豆パウダーを生地にふりかけることで2層の味わいが楽しめます。

LOCAL

新潟県産大豆の
「とちお揚げ」

「とちお揚げ」は、新潟県長岡市栃尾地区に江戸時代より伝わる肉厚で大きな油揚げです。その油揚げを伝統的な製法と、古くより使用されてきた新潟県産大豆で再現することによって、昔ながらの極厚造りに仕上げました。

FUTURE

未来に向けた新技術に挑戦する取り組みを応援します。

青森の里りんご

日本の農業が直面する異常気象や後継者不足。私たちは農家様の力になりたいとの思いから、作業負担の大きい「選別工程」に着目しました。形や色にこだわらず、本来のおいしさを届ける「無選別りんご」の販売を通じ、生産者の労力削減と食品ロスの解消を両立。産地支援の輪をさらに広げてまいります。



DIVERSITY

パッケージへのアート作品

日々の生活に彩りを添えられるよう、パッケージには『まちごと美術館 coto coto』に所属されている障がい者アーティストの皆さんの作品を使用しています。伝えたい思いが素直に表現されたアートが、見る人の心を揺さぶります。



Pick up! 原信ミュージアム

まちごと美術館 coto coto 様との協同で、店舗のカフェコーナーにて原信ミュージアムを開催しています。現在新潟市、長岡市、柏崎市、南魚沼市、燕市の14店舗で開催しており、障がいをお持ちの方が制作したアート作品を展示しております。



原信吉田店での展示

▶ 新潟県主催『食から持続可能な社会の形成を考える学習会』開催

2025年11月、新潟県および新潟県生活協同組合連合会との共催により、共同で「エシカル消費」をテーマにした学習会を開催しました。「Hana-well」の開発秘話や試食を通じ、食品ロス削減やアニマルウェルフェアへの取り組みを紹介し、産地の課題解決を共に学ぶ貴重な機会となりました。今後も地域と連携し、持続可能な食のあり方を伝えてまいります。

Pick up! Hana-well ブース

アクシアル リテイリング本社1階には、Hana-well 商談ブース3つを設置。パーティションは国産ヒノキの間伐材、テーブルは古材をアップサイクルした天板、椅子は再生ペットボトル111本分を使用。

社会課題に取り組むエシカルブランドとして、当社の環境への取り組み姿勢を商談スペースでも発信しています。



ありのままの恵みを、おいしさへ ～ 規格外はちみつ利用 ～



Hana-wellで取り組む5つの軸

Earth

Healthy

Local

Diversity

Future



規格外農産物を使用した商品

24 品

(2024年度比 17品 ➡)

▶ 私たちが取り組む社会課題

国産はちみつ養蜂家の皆さまの困りごとに着目した商品です。

春先に採れる糖度不足の初回蜜や、クセがあり人気のない蜜（栗、トチ、シナ等）は加工用に回されてしまったり、全量使いきれずに処分されていたりして困っていました。そんなはちみつを無駄なく使用することで、地域農業の持続的な発展と生産者支援、食品ロス削減に貢献したいと考えた商品です。

▶ 特徴

瀬戸内産レモンの爽やかな酸味に、国産はちみつのやさしく上品な甘みを重ねた、バランスの良い味わいのレモンサワーです。ひと口目はすっきりとした柑橘の香りが広がり、後味にはちみつのまろやかなコクが心地よく続きます。

食事にも合わせやすい、軽やかで飲み飽きしない仕上がりです。

▶ お取引先様メッセージ

共に商品づくりに取り組む中で、素材の魅力を丁寧に引き出す姿勢に深く共感しています。

対話を重ねながら品質向上と販路拡大を実現できたことは大きな成果であり、地域と共に成長できる関係に感謝しています。

VOICE

本商品に携わったことにより、初回蜜の存在や、養蜂家さんの困りごとを知ることができました。

開発するに当たり、はちみつの味わいや、余韻を楽しんでいただける配合に着目し、何度も試作して味わいを決定しました。

原信ナルスオペレーションサービス株式会社
商品本部グロスアリー部 加食チーフバイヤー 長谷川 順一



雪国・湯沢の地が育む一粒

～ 有機栽培と熟成培養によるなめこ生産 ～



Hana-wellで取り組む5つの軸

Earth

Healthy

Local

Diversity

Future



有機栽培商品

56品

(2024年度比 6品▲)

▶ 私たちが取り組む社会課題

新潟県湯沢町で栽培されている、全国的にも希少な有機JAS認証の「なめこ」を取り扱っています。生産者の皆さまが切願する「より安全・安心」な食の提供を支援し、当社の販売ネットワークを通じて積極的に展開することで、地産地消の促進と持続可能な地域経済・農業の発展に貢献したいと考えています。

▶ 特徴

有機栽培専用工場にて、通常よりも長い時間をかけてじっくりと培養することで、栄養分を芯まで凝縮させた濃厚な味わいを実現しました。また、最新の設備により水分量を緻密にコントロールすることで、なめこ特有の抜群の弾力と、噛むほどに広がる自然な甘みとのバランスを生み出しています。

▶ 生産者様の想い

なめこ栽培に情熱を注いで30年余り。これまでは県外への出荷が中心でしたが、Hana-wellでの商品化を機に、地元新潟の皆さまに広くお届けできる機会をいただき心より感謝申し上げます。私たちがこだわり抜いた自慢の有機栽培なめこのおいしさを、ぜひ多くのご家庭の食卓で楽しんでいただければ幸いです。

VOICE

新潟県内に全国でも珍しい有機栽培のなめこを生産する生産者様がいらっしやることに驚きました。そして食べた時のおいしさ、品質の高さに2度目の驚きがありました。生産者様のもとに伺いお話を聞かせていただきどうしても当社で商品化したくなり開発した自信作です。

原信ナルスオペレーションサービス株式会社
商品本部生鮮部 青果チーフバイヤー

渡辺 太一



自然のままに。平飼いが育む「本来の味」

～ アニマルウェルフェア対応 ～



Hana-wellで取り組む5つの軸

Earth

Healthy

Local

Diversity

Future



アニマルウェルフェア対応商品

2品

(2024年度比 2品🐣)

▶ 私たちが取り組む社会課題

Hana-wellブランドにおいて初となる「アニマルウェルフェア（動物福祉）」に着目した商品です。本商品を通じて、卵が育まれる背景や生産者の思いを、お客様にも知っていただくきっかけとなることを願っています。一企業の取り組みにとどまらず、日本全体で動物福祉への理解や関心が高まる社会の実現を目指し、持続可能な食のあり方を提案し続けてまいります。

▶ 特徴

平飼いの環境では、鶏の運動量が多くなりストレスが軽減されるため、平飼いによる鶏が産んだたまごは、「黄身が自然に近い淡い色味」になります。また、たまご特有の「臭み」が少ないことも、大きな特徴となります。

「たまごかけご飯」などシンプルな形で楽しみいただけますと、より一層たまごのおいしさを感じていただけます。

▶ お取引先様メッセージ

自然環境に近い飼育環境で育てたたまごは「よりおいしい」と考え、今日まで平飼いを続けています。

人が鶏にしてあげられることは可能な限り行う。そしてその恵みを1人でも多くの方に召し上がっていただけたら嬉しいです。



VOICE

本商品に携わったことにより、私自身も養鶏事情を深く知ることができました。

決して大量生産されるたまごを否定するのではなく、ともに「共存」できる未来を築いていけたら嬉しく思います。

原信ナルスオペレーションサービス株式会社
商品本部エシカル商品企画部 マーチャンダイザー 板倉 諒太



未来の健康を、今日の味付けから

～ Hana-wellの調味料 ～



Hana-wellで取り組む5つの軸

Earth

Healthy

Local

Diversity

Future

▶ わたしたちが取り組む社会課題

例えば、オーガニックアガベシロップの原料となるアガベは、メキシコの乾燥地帯でわずかな雨水のみで育つサステナブルな植物で、農業に適さない荒地の緑化に貢献しています。また、バガスと呼ばれる搾りかすはプラスチックの代替品などに活用されています。アガベの活用法拡大が、環境にやさしい取り組みにつながると考えています。

▶ 特徴

● オーガニックアガベシロップ

食後の血糖値が上昇するスピードを示すGI値が21と、全食品中でトップレベルの低GI食品。低温でも固まらず、水溶性で飲み物や料理になじみやすいことが特徴。

● だし

塩や化学調味料・保存料不使用で、だし本来の旨味を感じられるのが特徴。
※野菜だしには塩を使用。

● オリーブオイル

収穫後24時間以内に搾油。低温で抽出することで、熱による劣化が抑えられ、よりフレッシュな状態をキープ。

● オーガニックソース

トマトの濃厚な甘味や旨味、りんごの酸味、砂糖のkokoroのバランス。かける以外に、下味付けや隠し味としても。

● 純正圧搾ごま油

ごま油100%のピュアオイル。添加物などは使用せず、圧力だけで搾り出す製法で、ごま本来の香りを味わえる。

● 極醸玄米入り塩こうじ

通常の塩こうじに新潟県産玄米を加え、長期発酵熟成。味噌のような色味と豊かな発酵香が特徴。

● 有機トマトケチャップ

オーガニックアガベシロップを使用し、甘さすっきりな仕上がり。2種の有機醸造酢をブレンドすることで酸味も引き立っているのが特徴。

VOICE

「本来の味や素材の個性を生かす」というのが、共通して大事にした点でもあり苦労した点です。極力余計なものを加えないため、使用原料や配合のわずかな差で味の印象が変わってしまいますが、試作を重ねることでおいしさを追求しました。

原信ナルスオペレーションサービス株式会社
商品本部グロサリー部 加食バイヤー

青木 絹香



「これしかない」と言われる一品を、より多くのお客様へ ～ アクシアル プライベートブランド (PB) 商品 ～

「安いから買う」のではなく、「良いものだから選ぶ」。そんな新しいPB商品の姿を目指し、私たちは多角的な価値創造に挑んでいます。

徹底した品質管理と妥協のない機能開発により、お客様の日常に驚きとご満足のご提供を目指しています。また独自の品ぞろえで、地域社会から一番に選ばれる企業へと進化し続けます。



▶ アクシアル One Dinner

高まるシングル需要や「コ食」ニーズに応える、1人前設計のメニュー提案調味料です。

「ちょうどいい、おいしい、簡単便利」をキーワードに、1人前×2袋の個包装を採用。あれこれ具材を用意しなくても、フライパンひとつで手軽に野菜たっぷりの主菜が完成します。まろやかでやさしい味付けは、お子様からご年配の方まで幅広くお楽しみいただけます。

VOICE

国勢調査で単身世帯が約38%に達する中、既存の調味料は3～4人前が主流で、1人前の選択肢が少ないことに着目しました。「健康のために野菜を食べたいが、1人分を作る手間は省きたい」というお客様の想いに寄り添い、具材を切って炒めるだけの2ステップ調理にこだわりました。

アクシアル レーベル株式会社 常務取締役 神林 弘幸



アクシアル PB 商品



▶ アクシアル 濃い緑茶 / ルイボス茶 / ジャスミン茶 (各500ml)

産地と品質にこだわったラインナップを展開しています。厳選された静岡県産茶葉を使用した「濃い緑茶」をはじめ、カフェインを気にせず、どなたでも気軽に飲める最高等級の「ルイボス茶」、自然な香りを活かした「ジャスミン茶」など、素材の良さを引き出した商品展開を通じて、多様化するライフスタイルと健康維持をサポートしてまいります。

VOICE

開発に当たって、最も時間がかかったのは、「味と原価のバランス」でした。品質と味にこだわりながらも、お求めやすい価格にも徹底的にこだわり、何度も何度も茶葉の原料や抽出方法を変更しながら、試作品を作成し、官能検査にて評価を確認しました。

アクシアル レーベル株式会社 商品開発部 マーチャンダイザー 張 文男



576 品目 (2024年度比
40品➡)

地域の安心を支えるライフラインとして

スーパーマーケットは、日常の食卓を支えるだけでなく、災害時において地域の皆様の生活を守る極めて重要な社会インフラです。

当社では、非常時においても食料品や生活必需品を安定的かつ迅速にお届けできるよう、日頃から強固な供給体制の構築と備えに努めています。

▶「ローリングストック（備災）」の提案

災害に備えて特別な準備をするのではなく、普段から少し多めに食料品や日用品を購入し、使った分を買い足していくことで、常に一定量を家庭にストックしておく「備災」を提案しています。日々の生活で消費しながら新しく買い足すため、常に鮮度の高い備蓄が維持されます。

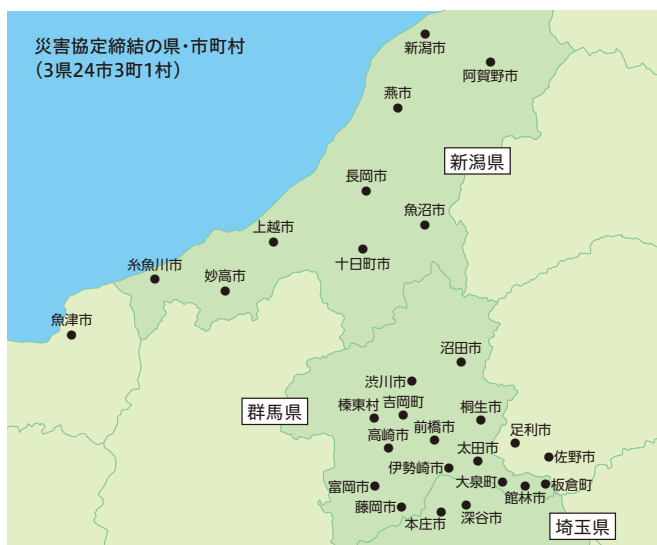
当社では店内に専用コーナーを設け、レトルト食品や缶詰、緊急簡易トイレや乾電池など各種商品を展開しています。



▶官民連携による防災ネットワークの強化

当社グループは、出店エリアの自治体と災害時における支援協定を締結しています。

災害発生時には自治体からの要請に応じ、食料品や生活必需品を供給し、さらに自治体の手配する物資の集積・配送拠点として店舗敷地や施設を提供します。



▶地域マイクログリッド事業の開始（国内スーパーマーケット初※）

アクシアル リテイリングは、2026年4月より新潟県長岡市中之島地区において、環境省の「TPOモデル事業」を活用した地域マイクログリッド事業を開始いたしました。TPO（第三者保有）モデルを活用した地域間電力融通は、日本のスーパーマーケット業界において初の取り組みとなります。

●再生可能エネルギーの効率的活用

グループ拠点（本社・物流センター）および周辺の協力企業3社を自営線で接続。太陽光発電による年間約240万kWh（一般家庭約650世帯分）の電力を地区内で効率的に分け合い、年間約1,050トンのCO2排出削減を見込んでいます。

●災害に強い地域社会への貢献

大規模災害等による系統停電時においても、蓄電池やEMS（エネルギーマネジメントシステム）を活用した自立運転により、電力供給を一定時間継続することが可能です。

●自治体との連携による防災力向上

長岡市との協定に基づき、非常時にはEV（電動車両）等を活用して地域への電力供給を行うなど、地域の防災拠点としての役割を担います。



※国内初：TPOモデルを活用した地域マイクログリッドによる電力融通として（2026年4月時点、当社調べ）

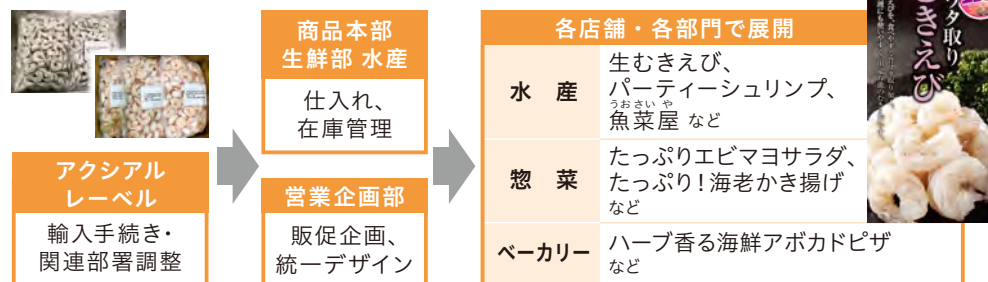
規模・機能を活かした「おいしさ」の磨き込み

アクシアル リテイリングでは、グループの規模と機能をフル活用してより魅力ある商品の開発に努めています。

▶ 9ヶ月先を見据えた独自の調達・開発

私たちは、多様化するニーズをいち早く捉えるため、9ヶ月先を見越した商品開発に取り組んでいます。2025年度には235品目の独自商品を展開し、多くのお客様の食卓へお届けすることができました。

中でも『背ワタ取り むきえび』は、グループの調達網を活かした現地直輸入により、高品質ながらお求めやすい価格を実現した商品です。単体での販売に留まらず、惣菜部門やベーカリー部門のメニュー原料としても展開。グループの連携を最大限に活かし、これからも価値ある食の提案を続けてまいります。



▶ 本社設備「MDラボ」による研究開発体制

より高品質な商品づくりを目指し、本社に最新の研究開発設備を導入しています。

MDラボ、はらナルキッチン

店舗と同一の設備や、未来を見据えた開発設備に加え、一般家庭と同じ調理器具を備え、多角的な検証を行っています。

科学的評価と安全性の担保

官能評価室での味の科学的分析や、食品検査室での厳格な安全性の確認を行っています。



▶ 製造・供給体制の最適化（内製化の推進）

グループ内の製造機能を強化し、鮮度と品質、そして店舗の効率化を同時に実現しています。

製造機能の分担

ローリーが中心的な製造機能を担うほか、フレッセイのプロセスセンターでは生鮮品の一部を製造・加工しています。

提供価値の向上

内製化により、時間が経ってもおいしさを保てる商品の供給が可能になるとともに、店舗の作業効率化にも大きく貢献しています。



チルド惣菜の製造

▶ スイーツ新ブランド『ポン・デ・パンチュール』

グループ内のシナジーを活かし、バイヤーと製造部門が連携した商品開発を推進しています。その象徴的な商品である『ポン・デ・パンチュール（仏語で「絵の橋」）』は、ローリーの製造技術とバイヤーの知見を融合させて誕生しました。本商品を通じて、お客様に「ゆとりある時間」という付加価値を提供するとともに、地域のお客様の豊かな暮らしに貢献してまいります。



● とろっとなめらかプリン

卵本来のkokをしっかりと感じられる卵液をベースに、生クリームを加えることで、卵の香りとkok、ふんわり軽やかな口溶けが楽しめる一品です。180円と手頃な価格も魅力です。



● 濃厚N.Y. チーズケーキ

オーストラリア産クリームチーズのkokとまろやかさに、水分量を調整した特殊なヨーグルトで爽やかな酸味をプラス。さらに生クリームも加えて、ふんわり軽やかな口溶けに仕上げました。濃厚なのに後味はすっきりした味わいです。



世界と店・食卓をダイレクトにつなぐ ～ アクシアル 直輸入商品 ～

商社や市場を介した従来の枠組みにとらわれず、国内外の生産者やサプライヤーとの直接取引を強化しています。自社インフラを活かして世界中の「まだ見ぬおいしさ」を掘り起こし、原材料からこだわったオリジナル商品を、納得いただける価格で開発・提供。さらに、店舗で使用する資材の調達も同様の姿勢で取り組んでいます。アクシアルならではの「独自調達」で、世界と地域の食卓をつなぎます。

▶ バター香るクロワッサン

開発にあたり、原料の輸入から製造、販売までをグループ内で完結させる独自の開発スキームを構築しました。中間コストを徹底的に削減することで、高品質な商品を低価格で提供する「おいしさがドまん中」な商品化を実現しています。品質面では、混成油脂（コンパウンドバター）を使用せず、厳選された欧州産発酵バターを贅沢に生地へ織り込みました。また、本場フランス人シェフから直接技術指導を受けた職人が、その技を忠実に再現。毎日一つひとつ丁寧に焼き上げ、本格的なクオリティを誰もが気軽に楽しめる逸品としてお届けしています。



▶ イタリアワイン クロノ

イタリア南部プーリア州のワイナリーから厳選したワインを直接調達。中間コストを削減することで、本格的なフルボディの赤ワインを日常的に楽しめる価格で提供し、お客様の食卓に彩りを添えることを目指しています。

●「クロノ アパッシメント IGT プーリア」

温暖なプーリア州の伝統技法である「陰干し」した葡萄を使用。糖度と果実味を凝縮させることで、甘美で濃厚なフルボディの味わいを実現しました。肉料理やチーズとのペアリングはもちろん、ワイン単体でもその豊かな個性を堪能いただけます。

●「クロノ プリミティーヴォ IGT プーリア」

完熟したベリーやスパイスの芳醇な香りが特徴のプリミティーヴォ（ジンファンデル）種を採用。力強いフルボディでありながら、滑らかなタンニン（渋み）が特徴で、お肉料理をはじめとする多様なメニューとの調和をお楽しみいただけます。



▶ ナチュラオリーブ エキストラバージンオリーブオイル

高品質な商品をよりお求めやすい価格でお届けする取り組みの一つとしてスペイン産エキストラバージンオリーブオイルの独自調達を推進しています。

●圧倒的なコストパフォーマンスと安定供給の実現

40フィートコンテナによるスペインからの直接輸入体制を構築し、中間マージンをカットしました。市場相場が高騰する中、916gサイズで980円（2026年2月時点）という魅力的な低価格を実現しています。

●産地の専門性と品質へのこだわり生産背景の信頼性

製造元は広大な自社畑を所有するオリーブ農家であり、原料の特性を熟知した専門性の高い生産体制を整えています。柑橘類を彷彿とさせるフルーティーな香りと、程よい辛味を両立。生食から加熱調理まで幅広く活用でき、食卓に彩りを添える品質を追求しました。



365日の食卓を彩る、納得の価格と健康的な選択

物価高騰が続く中、日々の暮らしを守る『納得の価格（ESLP）』と、将来の体づくりを支える『納得の品質（健康軸商品）』のご提供で、お客様のそれぞれのニーズに合わせた地域の食生活に貢献します。

▶ ESLP (Everyday Same Low Price) への取り組み

近年、商品の値上げが続く厳しい環境下において、当社グループは「いつご来店いただいても、安心して買い求めいただける価格」の提供を目指しています。

具体的には、グループのマスメリットを最大限に活かし、価格競争力の強化に努めています。今後は生鮮食品や住居用品へと対象を拡大し、より多くのお客様にご支持いただける体制を築いてまいります。

また、当社グループのスーパーマーケット3社は、全国の加盟店と共同仕入れを行う「CGCグループ」に参画しています。この国内最大規模のネットワークをフルに活用することで、自社グループ単独では成し得ない規模のメリットを追求し、地域のお客様へ還元しています。

● POWER PRICE

オリジナル商品を中心に長期間お求めやすい価格をお約束する販促。



● アクシアルブランド

価格・品質にこだわったプライベートブランド商品。



● Long Run Price

価格感度の高い商品を中心に特売並みの価格を一定期間提供する販促。



● CGC 商品

国内最大規模の共同仕入れ機構 CGC の商品。



▶ 健康的でおいしい食のご提案

お客様の健康を「食」から支えるため、多様化する健康ニーズにお応えする商品開発とラインアップの充実に注力しています。当社独自の「おいしさ」へのこだわりを追求し、毎日の食卓にさらなる豊かさと楽しさをお届けします。

● 「だし香る」シリーズ

塩味を抑えつつ、だしの旨みで味を調える健康配慮型シリーズです。和洋中の幅広いカテゴリーに展開しています。

● 365×3 サラダライフ

「365日、毎食サラダを」をコンセプトに、青果・精肉・水産部門などが連携。素材にひと手間加えた、メインディッシュにもなるこだわりのサラダです。

● うおさいや 魚菜屋、魚の匠

健康に良い魚料理を、もっと身近に。調理に手間がかかる魚メニューを、レンジアップやそのまま食べられるお惣菜として手軽に楽しめます。

● こくじょう 「極醸」シリーズ

味噌・麹・ヨーグルトなどの発酵食品に漬け込んだ、漬け魚や味付け肉のシリーズ。発酵の力で素材の旨みを引き出した、体にやさしいおいしさです。



独自の店舗フォーマットで実現する「豊かさ、楽しさ、便利さ」

アクシアル リテイリンググループは、変化し続けるお客様のニーズを捉え、独自の店舗フォーマットの開発を通じて「豊かさ・楽しさ・便利さ」を提供しています。

私たちは「お客様のご満足」を全ての判断基準に据え、戦略的な品ぞろえとサービス、そしてスムーズな購買体験を可能にする店舗設計を追求し続けています。

▶ 時代とともに進化し続ける店舗戦略

アクシアル リテイリンググループの店舗フォーマットは、決まった形にとどまることはありません。常にお客様の声に耳を傾け、時代の要請に合わせた新しい商品やサービスを積極的に取り入れることで、進化を続けてきました。開放感と活気にあふれた売場空間で、大型カートを使いながらストレスなくお買い物ができる独自のスタイルは、多くのお客様からのご支持をいただいています。

▶ 多様なライフスタイルに寄り添う3つの展開

現在は、磨き上げてきた標準フォーマット「NCII+」を軸に、商圈の特性に応じた柔軟な店舗展開を行っています。

NCII+（ニューコンセプトツープラス）：グループの核となる標準店舗フォーマット。

セントラルマーケット：豊富な品ぞろえと専門性を備え、広域からの集客に対応。

エキスパレスマーケット：利便性を高め、近隣の小商圈のお客様の日常に寄り添う。



だし香シリーズ

塩味を抑えながら、だしの旨みで味を調える健康商品シリーズ。

Meat Deli（原信・ナルスのみ）

お肉の専門バイヤーが厳選した素材をお肉さんが店内調理する「ミートデリ」。素材にこだわり、味付けもお肉さんが考案。鮮度抜群、おいしさ自慢のお肉のお惣菜をお楽しみください。

Meat Deli

365×3 サラダライフ

365日、毎日毎食サラダを召し上がっていただけるよう、青果・精肉・水産部門などが連携してひと手間加えたこだわりサラダ。

365×3
salad life



極シリーズ

味噌・麹・ヨーグルトなど発酵食品に漬け込んだ漬け魚・味付け肉を中心とするシリーズ。惣菜・弁当もご提供しています。



Hana-well（原信・ナルスのみ）

「Earth」「Healthy」「Local」「Diversity」「Future」の5つを軸に、商品開発、販売活動を行うことで、社会課題への対応と事業活動の一体化を目指しています。

魚菜屋・魚の匠

良質なたんぱく源として古くから日本で食べられてきたお魚は、調理工程が多く、手間暇がかかることから、日本人の摂取量が減少しています。新鮮な魚介をおいしく、手軽に召し上がっていただけるよう、ご提供しています。



小国饅頭

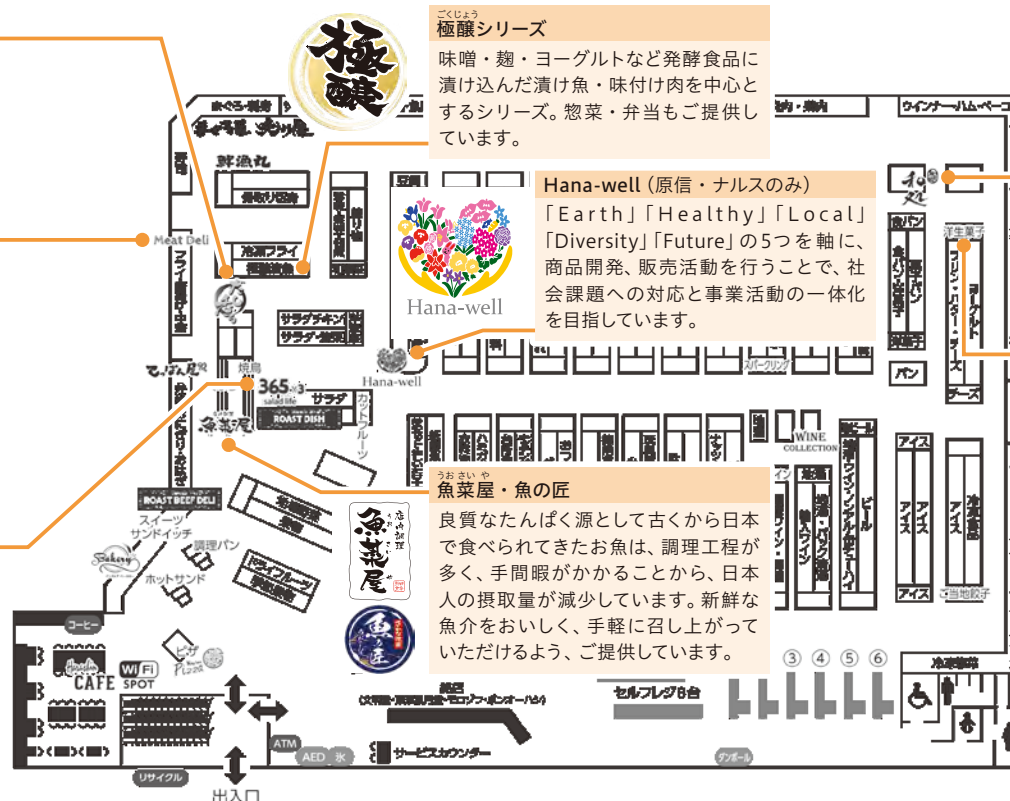
長岡市小国地区で105年3代続いた山理屋直伝の饅頭です。直火炊きあんこのコクのある甘さと塩気の効いた秘伝の皮が特徴です。

Pont de Peinture（原信・ナルスのみ）

コンセプトは「おいしさにこだわり 日常に寄り添う洋菓子店」。ブランド名のポン・デ・パンチュールは、フランス語で「絵の橋」を意味します。長岡市にある長生橋のたもとで創業したルーツに加え、絵画を眺めながらゆったりとした時間を過ごすような、そんなひと時にお勧めするスイーツを……という思いが込められています。



Pont de
Peinture
ポン・デ・パンチュール



もっと便利に、もっと楽しく。デジタルで広がる新しいお買い物体験

「いつでも、どこでもお買い物ができる安心を。」私たちは、公式アプリやネットスーパーを通じて、お客様一人ひとりの生活スタイルに寄り添った、便利で快適なサービスをお届けしています。

▶ 原信ナルスアプリ フレッセイアプリ

各社でお買い物が楽しくなる機能を持ったアプリをリリースしています。中でも「原信ナルスアプリ」は2025年4月にフルリニューアルし、操作性向上と同時に、情報発信ツールとしての役割を強化しました。独自商品を中心とするおすすめ商品やオリジナルレシピなどの商品情報を前面に打ち出す仕様に変更し、クーポンの毎日配信や会員様限定優待企画を展開することで、お客様の来店動機創出を図っています。

原信ナルスアプリ https://www.harashinnarus.jp/app_lp/ 

フレッセイアプリ https://www.fressay.co.jp/app_lp/ 



▶ オンラインショップ

オンラインショップでは、出店エリア外のお客様にもご利用いただけるよう、地元の名産品や「当社ならではの」魅力ある商品の発掘・開発を進めています。

一例として、地元長岡の味でもある「生姜醤油鍋用スープ」「長岡醤油赤飯の素」は、新潟県外のお客様からも多くのご注文をいただいています。

原信ナルスオンラインショップ <https://net-de-harashin-narus.axial-r.com/shop/?r=home> 

フレッセイネットオーダー <https://net-de-fressay.axial-r.com/fsshop/> 

▶ ネットスーパー

共働き世帯や高齢者の増加に伴い利用が増加しているネットスーパーでは、サンプル同梱やセグメント別クーポンでお客様満足度向上に努めています。また、市場拡大の半面で直面するドライバー不足という社会課題に対し、今後も安定して商品をお届けできる持続可能な仕組みづくりに取り組んでいます。

原信ネットスーパー

<https://harashin-net.axial-r.com/super/app/common/sitetop/?r=hnhp> 

フレッセイネットスーパー

<https://fressay-netsuper.axial-r.com/fssuper/app/common/sitetop/> 

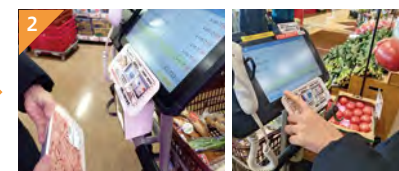
▶ スマートカート導入による利便性向上

お客様自身が商品をスキャンしながらお買い物ができるスマートカートを、現在、原信関屋店、原信下飯野店、原信美沢店、原信六日町店の4店舗に導入しています。お会計の待ち時間短縮や買い物途中の金額が分かることで、お買い物の利便性に大きく貢献しています。

今後原信ナルスアプリとの連携や、スマートカートで決済ができるようバージョンアップを検討しています。



1
マイバッグ、リユースするレジ袋、マイバケット、お買い物カゴのいずれかをセット



2
お買い物中に商品のバーコードをスキャン。バーコードがない商品はバーコードなしのボタンから商品を選択



3
スキャン後に商品をカゴや袋に入れる



4
お買い物が終わったらカート画面の「お会計」をタッチ



5
レジ画面の案内に沿って操作



6
お会計バーコードをスキャンしてお支払い

待ち時間少なく
お買い物完了！

温室効果ガス排出削減～次世代型店舗展開～

アクシアル リテイリングは、持続可能な地域社会の実現に向け、グループ全体で環境負荷低減の取り組みを強化しています。新店オープンや既存店の改装にあわせ、省エネ型設備の導入を進めています。

▶『ZEB』認証取得店舗の展開

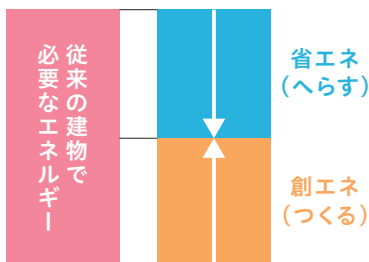
スーパーマーケット業界において『ZEB』認証を初取得した原信白根店に続き、2025年3月には原信阿賀野店でも同認証を取得しました。原信・ナルスでは、環境マネジメントシステム「ISO14001」の環境目標に「省エネ性能型店舗建設の推進」を掲げ、その達成に向けて継続的に取り組んでいます。

Pick up! ZEB(ネット・ゼロ・エネルギー・ビル)

快適な室内環境を維持しつつ、建物で消費する年間の一次エネルギー（自然界から採取されるエネルギー）の収支をゼロにすることを目指した建物です。

建物の省エネ性能を国の基準で5段階評価する公的制度「BELS（ベルス）」において、最高ランクである星5つを獲得し、さらに徹底した「省エネ」と太陽光発電などの「創エネ」を組み合わせることで、年間のエネルギー消費量を正味（ネット）でゼロ以下に抑えた建築物が『ZEB』として認証されます。

省エネ+創エネで
0%以下まで削減



原信 白根店



BELS 認証

▶ ノンフロンケース

冷凍冷蔵設備での対策を強化しています。具体的には、店内のショーケースで使用されているフロン類の漏えい量を管理・抑制するとともに、地球温暖化やオゾン層破壊への影響が極めて少ない自然冷媒を採用したショーケースの導入を積極的に進めています。

従来の代替フロンに代わり、プロパンを主成分とする自然冷媒を活用することで、温室効果ガスの排出削減を推進し、持続可能な社会の実現と地球環境の保護に貢献してまいります。

▶ 扉付きの冷凍ケース

エネルギー効率の最大化を目指し、冷凍食品コーナーにおいて「扉付きショーケース」の導入を積極的に推進しています。従来のオープン型ケースと比較して、扉を設置することで冷気の外部漏れを大幅に抑制でき、冷却効率が格段に向上しました。これにより、商品鮮度をより安定的に維持できるだけでなく、電力消費量の大幅な削減を実現しています。また、この取り組みは環境面だけでなく、店内のお買い物環境の改善にも大きく寄与しています。ショーケース周辺への冷気の流出を防ぐことで、「冷食売場特有の冷え込み」を解消し、お客様が快適にお買い物をお楽しみいただける環境を整えました。同時に、売場で働く従業員の作業環境における寒さ対策としても高い効果を発揮しており、環境負荷低減と店舗環境の質的向上を両立させています。



ノンフロン機器

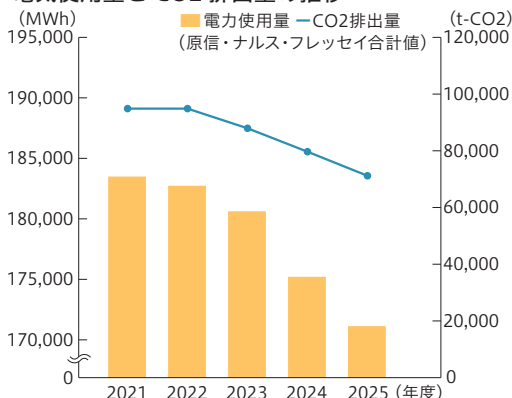
温室効果ガス排出削減～創エネと物流改革～

私たちは、店舗への太陽光パネル設置や物流網全体における輸送エネルギーの最適化にも取り組んでいます。サプライチェーン全体での温室効果ガス排出削減を徹底することで、環境負荷を最小限に抑えた「持続可能な食のインフラ」を構築し、未来の地域社会を守り続けてまいります。

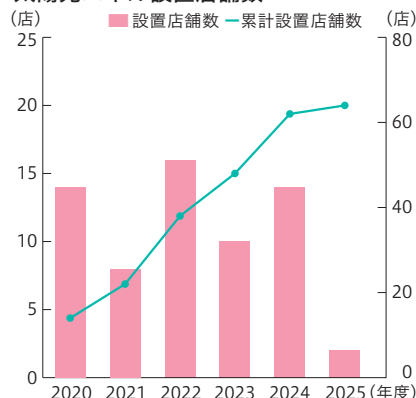
▶ 雪国の環境を克服する、太陽光パネルの設置拡大

当社では、自然エネルギーを積極的に活用した店舗運営を行っています。特に新潟県の冬は積雪が多く、曇天の日が続きますが、当社はコストメリットを見極めながら、雪国という環境に果敢に挑戦し、太陽光パネルの設置を進めています。その結果、現在ではスーパーマーケット事業の事業所合計で65箇所にまで設置が拡大しています。

電気使用量とCO2排出量の推移



太陽光パネル設置店舗数



▶ 長野エリアセンターの開設による「低炭素物流」の加速

2026年2月、長野エリアのさらなる物流効率化と輸送に伴う温室効果ガス削減を目指し、「原信ナルス長野エリアセンター」が稼働を開始しました。この新拠点により、サプライチェーン全体での環境負荷低減をさらに一歩進めています。

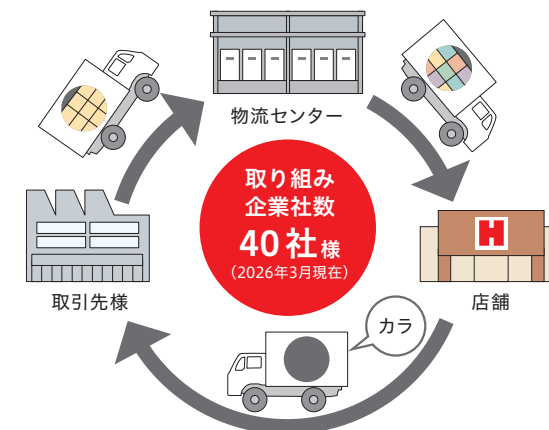
これまで新潟県の物流拠点から長野エリアの各店舗へ運んでいたGroサリー商品の配送ルートを見直しました。長野市内に新たな物流拠点を構えることで、店舗への配送距離を大幅に短縮。トラックの走行距離を削減し、温室効果ガス（CO2）の排出抑制に大きく貢献しています。

効率的な物流網の整備を通じて、地域の皆さまへ新鮮な商品を届けながら、地球環境を守る「持続可能なリテール・ロジスティクス」を実現してまいります。

▶ 戻り便の有効活用

物流センターから各店舗へ商品を納品した後、荷台が空の状態に戻るトラックを活用し、店舗近隣のお取引先様から商品を預かって物流センターへ運ぶ「戻り便」を推進しています。

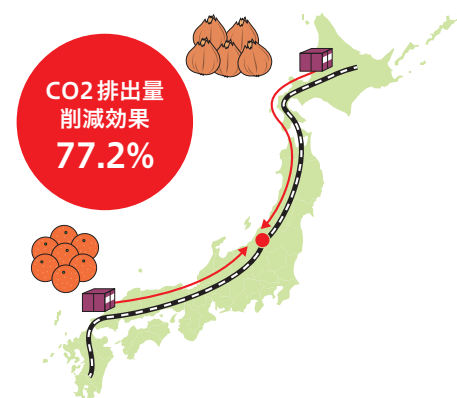
この効率的な物流サイクルにより、2025年度は地球約51周分に相当する走行距離を削減することができました。私たちは、物流網全体の無駄を徹底的に排除することで、温室効果ガスの排出抑制と持続可能なサプライチェーンの構築に取り組んでいます。



▶ サプライチェーンの協働によるモーダルシフトの推進

原信とナルスでは、気候変動に伴う国産農作物の凶作リスクへの備えと、不測の事態における環境負荷低減（CO2排出量削減）を両立するため、株式会社ジジシージャパンをはじめとする計6社協働で輸送スキームを構築しています。

玉ねぎ等の調達において、海外からの共同輸入・加工体制を整え、国内の各配送拠点（北海道・広島・新潟）への輸送をトラックから鉄道輸送（モーダルシフト）へと切り替えています。今後も持続可能な物流の実現と、安定した商品供給に努めてまいります。



社会の構造変化に即応する基盤の構築～TCFD提言に基づく情報開示～

アクシアル リテイリングは、気候変動を経営における最重要課題の一つと捉えています。私たちは、国際的な情報開示の枠組みである「TCFD 提言」を、自社の気候変動対応の適切さを検証するための重要な指針として活用しています。透明性の高い情報開示を通じて、持続可能な社会の実現と、企業価値のさらなる向上を目指してまいります。

ガバナンス

気候変動対応は、グループ全体で取り組むべき重要課題の一つと考え、取締役会による監督と環境部会を中心とするガバナンス体制を構築しています。

取締役会は、気候変動対応全般に関するリスクおよび機会の監督に関する責任と権限を有しており、各種会議体、委員会などで審議、協議された内容の報告を受け、当社グループの気候変動によるリスクおよび機会への対応方針および実行計画等についての審議、監督を行っています。

気候変動対応に関するガバナンス体制



戦略

当社は、SBT目標設定年度である2030年度を見据え、気候変動がもたらす異常気象などの「物理リスク」、政策規制の導入及び市場ニーズの変化などの「移行リスク」について検討を行いました。検討の結果、特定した気候関連リスク及び機会は、当社の戦略や施策に反映のうえ対応します。

当社グループは、スーパーマーケット事業を主要事業としており、当社グループの事業全体の売上高および営業利益に対し、同事業の売上高および営業利益は、いずれも9割超を占めています。シナリオ分析をするにあたり、このような理由から、スーパーマーケット事業を検証の対象事業としています。

また「1.5℃上昇のシナリオ」「4℃上昇のシナリオ」の2つのシナリオについて、2030年時点の影響を分析し、分析では国際エネルギー機関（IEA）の「WEO：World Energy Outlook（世界エネルギー展望）」で示されているシナリオや「IPCC：Intergovernmental Panel on Climate Change（気候変動に関する政府間パネル）」の報告書等を参考にいたしました。

気候関連リスク・機会項目とインパクト評価

区分	タイプ		時間軸	重要なリスク 機会事項	発生する可能性 のある事象	財務インパクト (上昇シナリオ)		検討している 対応策
						1.5℃	4℃	
リスク	物理的 リスク	急性	中期	異常気象の発生割合・ 深刻度の増加	保有する財産・資産への 被害の発生	小～中	大	BCP対策の再構築 や災害発生時の施設 維持
					気象災害によるインフラ の損害や調達先の被災に よる商品の調達にリスク を及ぼす			
		慢性		平均気温の上昇	飼料・畜産物生産量・漁 獲量が変動し、価格に影 響を及ぼす可能性がある	小～中		産地・取引先など の分散化
				海面上昇	沿岸の施設・設備が被害 を受け、物流網の問題が 発生			
	移行 リスク	政策 法規制	短期	電力小売価格の変動	電力料金の支払い増	大	小	店舗の設計の見直し・新技術導入に よる省エネ・創エネの推進
				低炭素な新しい生産技術 の開発	自然冷媒を用いた設備機 器など、新技術の設備投 資の増加			
		中期	炭素税課税	炭素税課税による 税負担増	21.4※ 億円	20.3※ 億円		
機会	資源効率化		短期	低炭素な新しい生産技術 の開発	省エネ設備の導入拡大などによる エネルギー使用量削減・再生 エネルギー導入	大	小	新技術導入による省エネ・ 創エネの推進
	市場			消費者嗜好の変化	低炭素製品・サービスに対する 需要変化への対応	小～中	大	エシカル商品Hana-well や環境に配慮したオリジナル 商品の開発・販売推進
	レジリエンス		中期	商品の安定供給の 維持・継続	災害時にも止まらない物 流網で商品を提供	中	大	大規模災害時に備え、蓄電池 などの自立型電源を活用する ことで、物流拠点の継続的な 稼働とサプライチェーンの維持

※炭素税価格想定：（1.5℃シナリオ）2030年 140\$/t-CO₂（4℃シナリオ）2030年 133\$/t-CO₂ 出典：IEA（国際エネルギー機関）『World Energy Outlook 2024』、Net Zero Emissions by 2050（NZE）シナリオ
為替レートはUS\$1=158.72（2026年3月期の平均値を採用）。スコープ1、2を対象とし、環境マネジメントシステムの運用により2026年3月期よりも5%温室効果ガスが削減されると仮定

社会の構造変化に即応する基盤の構築～TCFD提言に基づく情報開示～

リスクマネジメント

当社の気候変動問題に関するリスクマネジメントは、取締役会がそのリスクおよび機会の監督に関する責任と権限を有しています。特に全グループに関わる気候変動リスクについては、コンプライアンス委員会内の環境部会において年に6回審議・協議されており、取締役会はその内容の報告を受け、当社グループのサステナビリティのリスク管理を行っています。

指標と目標

当社は、気候関連リスク・機会を管理するための指標として、Scope 1・2・3排出量を指標として定めています。

また目標については、国の削減目標に基づき削減を進めており、ISO14001の認証取得をしている株式会社原信と株式会社ナルスにおいては、具体的な数値目標を掲げ、達成状況についてモニタリングしています。

※集計における参考資料、出典

- ・「サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位について (Ver.3.6)」(環境省)
- ・「サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベース (Ver.3.6)」(環境省)
- ・温室効果ガス排出量 算定・報告・公表制度における算出方法・排出係数一覧(環境省)

GHG排出量

分 類		2024年度		2025年度	
		排出量(CO2-t)	割合(%)	排出量(CO2-t)	割合(%)
スコープ 1	直接排出	23,586	1.3	26,066	1.5
スコープ 2	エネルギー起源の間接排出	78,371	4.4	74,381	4.3
	計	101,957	5.7	100,447	5.8
スコープ 3	【カテゴリ1】購入した製品・サービス	1,242,374	68.9	1,316,840	76.1
	【カテゴリ2】資本財	174,735	9.7	11,522	0.7
	【カテゴリ3】エネルギー関連活動	12,459	0.7	12,177	0.7
	【カテゴリ4】輸送、配送(上流)	61,161	3.4	71,740	4.2
	【カテゴリ5】事業から出る廃棄物	4,080	0.2	1,681	0.1
	【カテゴリ6】出張	85	0.0	70	0.0
	【カテゴリ7】雇用者の通勤	10,649	0.6	10,985	0.6
	【カテゴリ8】リース資産(上流)	排出量が小さくサプライチェーン排出量全体に与える影響が小さいため算定しない			
	【カテゴリ9】輸送、配送(下流)	183,019	10.2	180,458	10.4
	【カテゴリ10】販売した製品の加工	必要なデータ収集が困難なため算定しない			
	【カテゴリ11】販売した製品の使用	排出量が小さくサプライチェーン排出量全体に与える影響が小さいため算定しない			
	【カテゴリ12】販売した製品の廃棄	10,546	0.6	24,173	1.4
	【カテゴリ13】リース(下流)	排出量が小さくサプライチェーン排出量全体に与える影響が小さいため算定しない			
	【カテゴリ14】フランチャイズ	算定対象外			
	【カテゴリ15】投資	1,115	0.1	614	0.0
	計	1,700,223	94.3	1,630,260	94.2
合計		1,802,180	100.0	1,730,707	100.0

使い捨てプラスチックの削減～商品と資材～

アクシアル リテイリングでは、限りある資源を次世代へつなぐため、毎日の暮らしに欠かせない「商品」と「資材」の両面からプラスチック削減を推進しています。

▶ 環境に配慮した商品の開発・販売

限りある資源を大切にするため、商品の品質を維持しながら、環境負荷を最小限に抑える商品の開発を推進しています。

● アクシアル PB『おいしい水』(2L・500ml)

山形の霊峰・出羽三山の地下水系より採水したナチュラルミネラルウォーターです。おいしさと環境へのやさしさを両立するため、包装資材の改善に取り組んでいます。

バイオマスプラスチックの採用：ボトル本体とキャップに、植物由来のバイオマスプラスチックを30%使用しています。

プラスチック使用量の削減：フィルム自体のサイズを縮小するなどの設計見直しにより、年間で約555kgのプラスチック使用量削減を実現しました。



● アクシアル PB『バイオマス手付きポリ袋』

レジ袋有料化以降も、ゴミ袋やサブバッグとして根強い需要がある「手付きポリ袋」においても、環境負荷を低減する素材選を徹底しています。

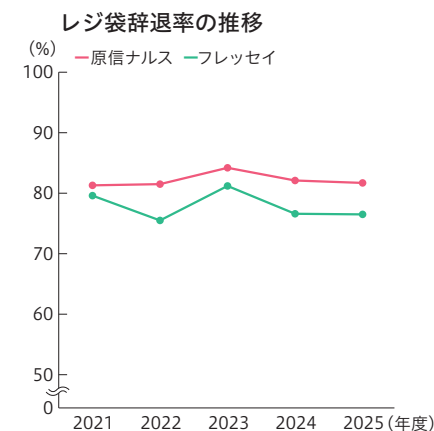
バイオマスプラスチック25%配合：原料に植物由来のバイオマスプラスチックを25%使用しています。植物由来の資源を配合することで、従来の石油由来プラスチックの使用量を抑え、温室効果ガスの排出削減に貢献しています。

用途に合わせて選べる5サイズ展開：SSサイズからLLサイズまで、きめ細かな5サイズをラインアップしています。お買い物量や家庭での再利用シーンに合わせて最適なサイズを選べるようにすることで、資材の無駄遣いを防ぎます。



▶ レジ袋の3R

最も身近なプラスチック資材であるレジ袋において、「Reduce (発生抑制)」「Reuse (再利用)」「Recycle (再資源化)」の3Rを推進しています。マイバスケットの普及によるレジ袋そのものの削減(Reduce)をはじめ、一度使った袋を繰り返し活用する「リユース!レジ袋」の推奨(Reuse)、さらに役割を終えた袋を店頭で回収し、再びプラスチック素材へと再生する仕組み(Recycle)を構築しています。



繰り返し使える
アクシアル・フレッセイ
マイバスケッでお買い物



レジ袋の再利用
他社のレジ袋もOK!

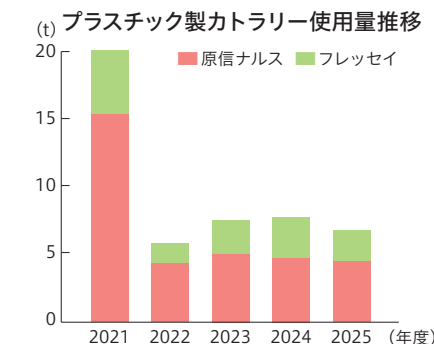


レジ袋の店頭回収
ポリ袋もOK!



▶ カトラリーの有料化とバイオマス素材への転換

プラスチック資源循環促進法の施行に伴い、プラスチック製スプーンなどのカトラリー有料化を他社に先駆けて実施しました。同時に、素材を植物由来のバイオマスプラスチックへ切り替えることで、プラスチック資源の節約とCO2排出量の削減を同時に進めています。(有料化は原信・ナルスのみ実施)



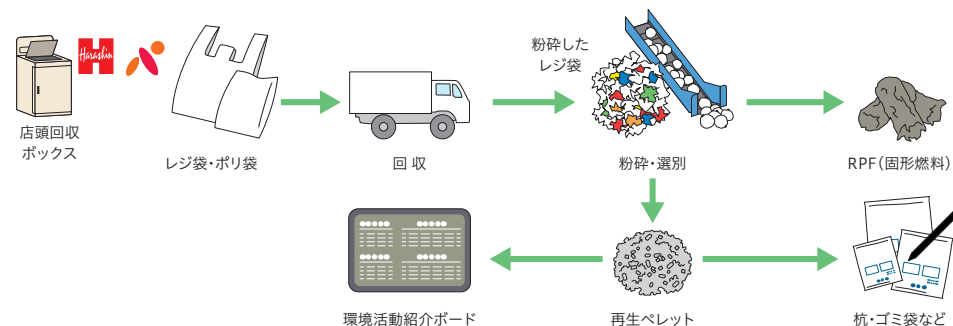
使い捨てプラスチックのリサイクル～お客様と創る資源循環～

1991年に発泡トレーの店頭回収を開始して以来、30年以上にわたり、お客様と共にプラスチック資源の循環に取り組んできました。

店頭の回収ボックスへお持ちいただいた発泡トレーやレジ袋などの資源物は、地域の拠点へと集められ、再び大切な「再生原料」へと生まれ変わります。

リサイクルのながれ

お客様が店頭へお持ちいただいた資源物は、原信、ナルス、フレッセイの各拠点を経て、リサイクル業者様により再資源化されます。特に発泡トレーについては、自社で減容処理（ポリウムを小さくする加工）を行ってから出荷することで、輸送効率を高め環境負荷を抑えています。



店頭資源物回収・リサイクルのあゆみ

1990年 牛乳パックの店頭回収を開始(原信・フレッセイ その後ナルスも実施)

1991年 発泡トレーの店頭回収を開始(原信・フレッセイ その後ナルスも実施)

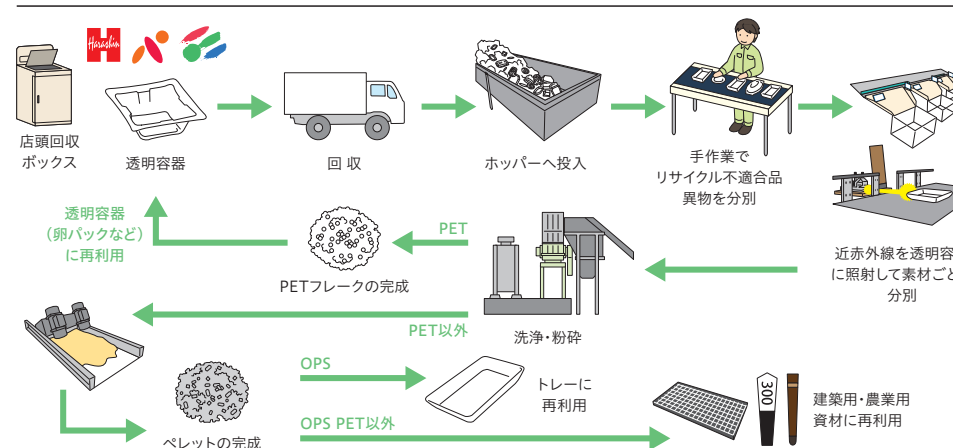
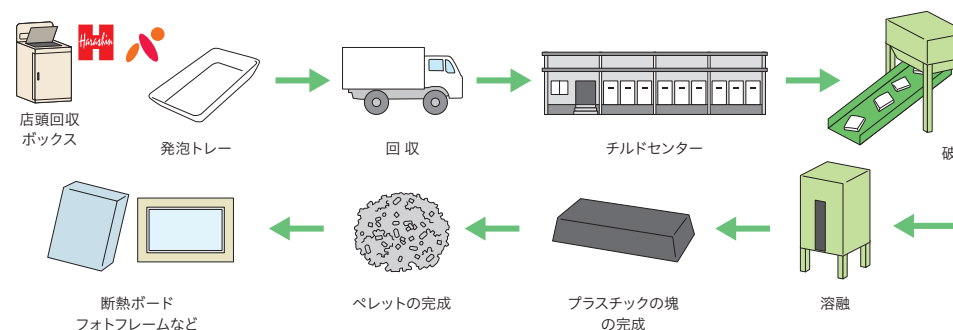
1997年 行政の回収拠点としてペットボトルの店頭回収を開始(原信・ナルスの一部店舗)

2001年 レジ袋の店頭回収を開始(原信からスタート その後ナルスも実施)

2009年 透明容器の店頭回収を開始(原信・ナルス・フレッセイ)
ペットボトルキャップの店頭回収を開始(原信・ナルス)

2010年 アルミ付き紙パックの回収を開始(原信・ナルス)

2012年 古紙の店頭回収を開始(フレッセイの一部店舗)



環境関連履歴

2000年 ISO14001認証取得(原信)

2008年 ISO14001認証取得(ナルス)

2011年「新潟県優良リサイクル事業所表彰」受賞

2013年「3R推進功労者等表彰」会長賞受賞

2021年「第1回新潟SDGsアワード」大賞受賞

2022年「第1回サステナブル・リテリング表彰」総合賞受賞

食品廃棄物の発生抑制

持続可能な食のインフラを支える重要課題として、サプライチェーン全体での食品廃棄物削減に注力しています。

▶ 店長による1日3回の巡回マネジメント

アクシアル リテイリンググループの店舗では、店長が1日3回（9時・12時・15時を基本）の売場巡回を徹底しています。データに基づき販売計画や作業の進捗をリアルタイムで確認し、的確な修正指示を行うことで、店舗全体のマネジメント力と売場の質を向上させています。

この緻密なコミュニケーションと進捗管理により、商品の製造・発注における「ムダ・ムラ」を徹底的に排除しています。必要な分を必要なだけ提供する体制を構築することで、販売機会の損失を防ぐとともに、食品廃棄の発生抑制という環境面での大きな成果につなげています。

▶ 繁忙期の需給最適化

お盆や年末年始、季節の行事といった需要が急増する繁忙期には、本部から全店へ重点商品の売上進捗状況をリアルタイムで配信しています。販売計画と実際の進捗に乖離が生じた場合、各店は即座に商品の過不足を報告。余剰が見込まれる店舗から不足している店舗へと速やかに商品を移動させる「相互補完体制」を整えています。この機動的な在庫調整により、お客様への安定供給を維持しながら、販売機会の損失と食品ロスの発生を最小限に抑えています。

▶ 「てまえどり」へのご協力

食品ロス削減に向けた啓発活動として「てまえどり」を推進しています。これは、購入してすぐに食べる場合に、棚の手前にある販売期限の迫った商品を積極的に選んでいただく購買行動です。

スーパーマーケットでは常に鮮度の良い商品を提供するため「先入れ先出し」を原則としていますが、奥の商品から購入されることで、手前の期限が短い商品が廃棄されてしまう課題があります。私たちは牛乳、納豆、パンなどの日配品を中心に啓発POPを設置し、一人でも多くのお客様にこの活動が広まるよう取り組んでいます。



▶ AIを活用した食品ロスの削減

当社では、売れ残りによる食品ロスを減らすために、日々の値引きや発注の工夫だけでなく、「そもそも、お店の棚に並べる商品そのものを見直す」という根本的な改革に、AI（人工知能）を活用して取り組んでいます。

これまででも、商品の「売れ行き」と「廃棄ロス」の分析は行っていましたが、お店にある多数の商品を分析することに、たくさんの時間を要していました。しかしAIを導入することで、短時間でより正確な情報を得ることができるようになりました。

またこのAIの取り組みには、単にゴミを減らすだけではないうれしい発見があります。それは、他の地域の店舗で大人気なのに、自分の店舗ではお客様へのアピールが弱かった商品を見つけ出せることです。AIが他のお店の売れ行きデータを分析するため、今まで見過ごしていた地域のお客様のニーズに新しく応えられるようになりました。

当社はこれからも、AIという最先端の技術を活用し、地球環境保全とより豊かで楽しい食シーンのご提供を目指してまいります。

▶ PB商品の賞味期限延長

アクシアル リテイリングでは、食品ロス削減と利便性向上を目指し、PB商品の賞味期限延長を推進しています。

製造工程の抜本的な改善により、高い品質を維持したまま、科学的根拠に基づいた販売期間の長期化を実現しました。

この取り組みにより、店舗での在庫管理が容易になり、お客様へより安定した商品供給が可能となります。また、販売機会の拡大は、物流の最適化や店舗オペレーションの効率化にも直結します。私たちは、サプライチェーン全体の無駄を最小限に抑えることで、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。



賞味期限が6日延びた
国産ひきわり納豆

食品廃棄物のリサイクル

アクシアル リテイリングでは、店舗から発生する野菜くずなどの食品廃棄物を貴重な資源と捉え、地域社会と連携した「循環型リサイクル」を推進しています。

自治体やリサイクル業者、そして生産者の皆さまと手を取り合い、食品廃棄物の排出抑制と資源化を徹底することで、環境負荷の低減と豊かな地域農業の発展に貢献してまいります。

▶ JA 魚沼様（旧：JA 津南町様）との取り組み概要

JA 魚沼様との『津南持続循環型農業』は2002年1月に長岡市内の4店舗からスタートしました。スーパーマーケット、青果中間流通業者、農協が主体となった共同循環事業は当時、全国初の取り組みでした。

現在は、新潟市や十日町市など7市内32店舗の野菜くずを回収、堆肥にリサイクルしています。そして、その堆肥を使って生産された野菜を、原信・ナルスで販売するというリサイクルループを形成しています。



堆肥化センター

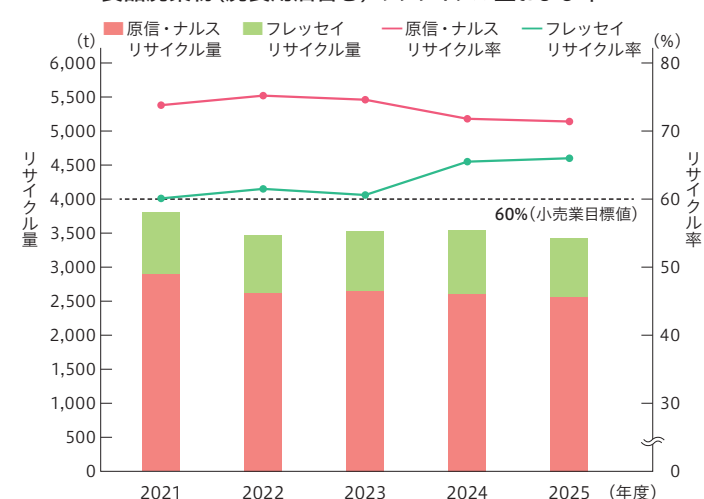


▶ 群成舎様との「すまいるーぷ」の取り組み

「すまいるーぷ」は、高崎市内にあるスーパーマーケットや食品工場などの食品関連事業者、リサイクル業者、農・畜産業者が協力し合って循環型社会の構築を目指した取り組みです。食品関連事業者から出た野菜くずなどをリサイクル業者が飼料化し、その飼料を使って豚肉を生産、そしてスーパーマーケットなどで販売しています。フレッセイにおいても食品循環資源のリサイクル推進のため、2011年に7店舗で実験をスタートし、その後2012年より本格的に取り組みを開始しました。

2025年度は約49.5tの野菜くずをリサイクルしました。

食品廃棄物(廃食用油含む)のリサイクル量および率



専用の回収車が
各店舗を回ります



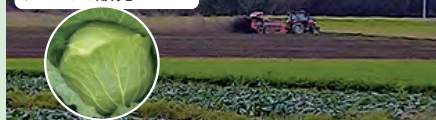
回収された野菜くずは、
毎日2t回収されています。

ショベルカーで
豪快に混ぜます



牛・豚・鶏フンとキノコ
廃菌床、もみ殻を加えて
混ぜます。

収穫されたニンジン
やキャベツは原信・
ナルスで販売



野菜や米、ユリの栽培に、野菜くず由来の
堆肥が使われ、循環型社会形成の一助に
なっています。

発酵熱で
60～80℃
まで上昇

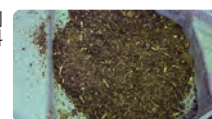


約2ヶ月かけてかき混ぜ、微生物の力を使
って発酵させることで、野菜くずが堆肥に
生まれ変わります。この堆肥を使うことで、
畑の土壌の栄養が高まり、農産物が育ちや
すい土になります。

豚肉は
一部店舗で販売



飼料

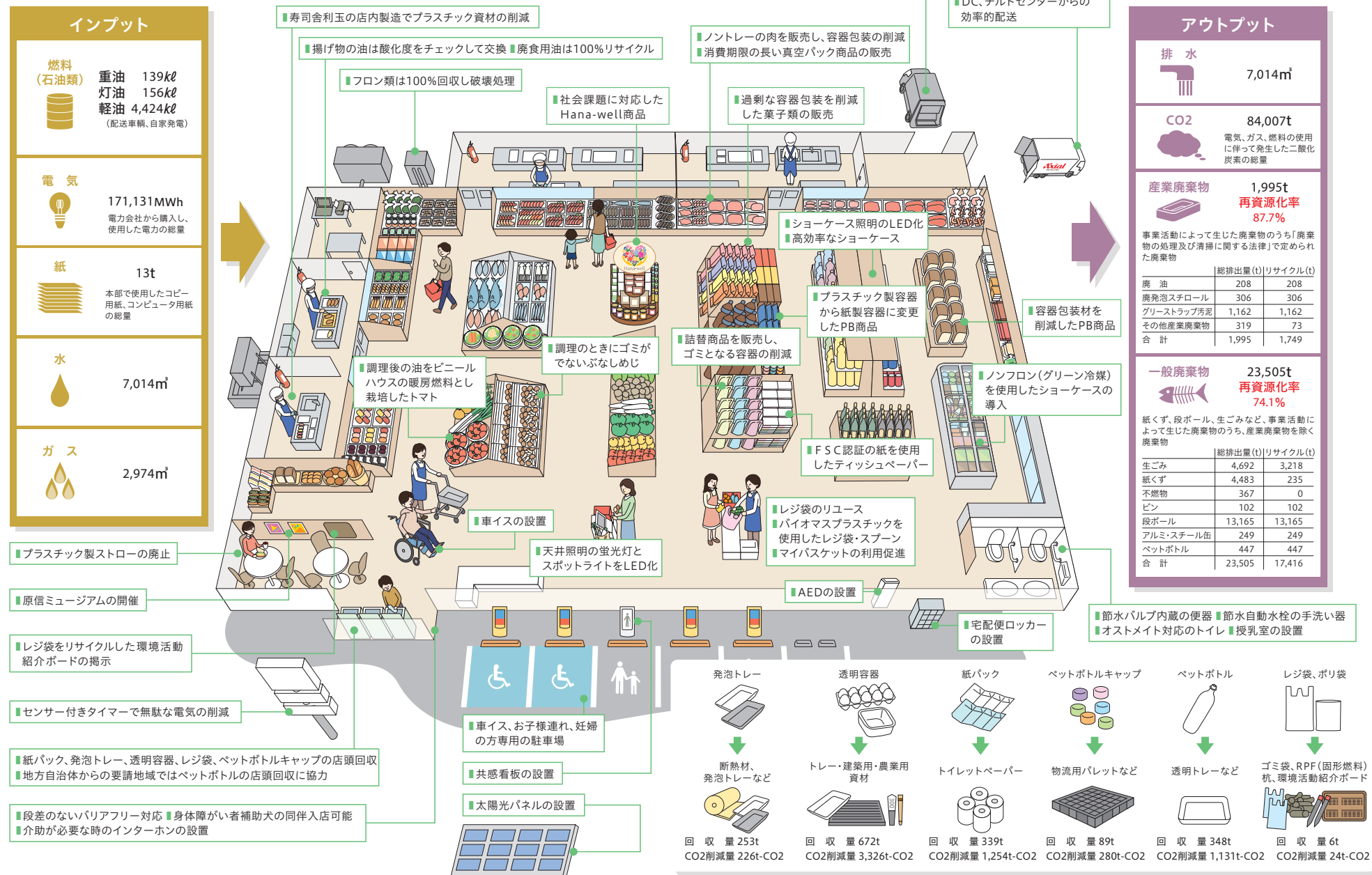


専用の容器で
回収



野菜くずを脱水・乾燥

環境への影響を意識した事業活動



環境会計

環境保全活動に対する投資、費用とその効果を把握して、環境保全活動の効率化に努めています。
コスト集計及び効果の把握方法は環境省「環境会計ガイドライン2005版」を参考にして作成しました。

環境保全コスト

分 類		主な取り組みの内容	2024年度			2025年度		
			投資額 (千円)	費用額 (千円)	CO2削減 効果 (t-CO2)	投資額 (千円)	費用額 (千円)	CO2削減 効果 (t-CO2)
(1)事業エリア内コスト		—	146,317	308,884	—	346,459	352,384	2,569
内 訳	(1)－1公害防止コスト	ばい煙・地下タンク・浄化槽検査費 グリーストラップ等設備導入費 グリーストラップ清掃費、浄化槽維持費など	52,312	43,593	—	51,308	43,519	—
	(1)－2地球環境保全コスト	LED照明工事など	94,005	3,402	—	295,151	3,786	2,569
	(1)－3資源循環コスト	廃棄物処理費、生ゴミリサイクル費など	—	261,889	—	—	305,079	—
(2)上・下流コスト		容器包装リサイクル法再商品化委託料	—	60,786	—	—	66,372	—
(3)管理活動コスト		ISO審査費用、環境教育、EMS各種勉強会、展示会、新店の緑地など	5,811	3,686	—	6,126	1,701	—
(4)研究開発コスト		—	—	—	—	—	—	—
(5)社会活動コスト		各種組合費など	—	50	—	—	50	—
(6)環境損傷対応コスト		アスベスト除去費用	—	116,250	—	—	—	—
合 計		—	268,378	369,670	—	352,585	418,756	2,569

※対象企業：原信、ナルス

※減価償却費については2000年以降に実施した原信の設備投資について集計しており、ナルスでは集計していません。

環境保全対策に伴う経済効果

(単位：千円)

	効果の内容	2024年度	2025年度
収 益	リサイクル品売却益	87,704	88,886
	店頭回収品売却益	16,581	24,785
費 用 節 減	店頭回収による容器包装リサイクル法 再商品化委託料の節減	32,222	42,441
	ショッピングバッグ持参による レジ袋費の節減	215,562	251,006
合 計	—	352,069	407,117

※対象企業：原信、ナルス、フレッセイ

環境保全効果

環境保全効果の分類	環境パフォーマンス指標(単位)	2024年度	2025年度
事業活動に投入する資源に関する環境保全効果	電力使用量(MWh)	175,211	171,131
	ガス使用量(千m ³)	325	297
	重油使用量(k(l))	49	139
	灯油使用量(k(l))	92	156
	軽油使用量(k(l))	4,050	4,424
事業活動から排出する環境負荷及び廃棄物に関する環境保全効果	水使用量(千m ³)	719	701
	CO2排出量(t-CO2)	79,673	84,007
	廃棄物総排出量(t)	25,357	25,500
	廃棄物最終処分量(t)	5,636	6,108
	排水量(千m ³)	719	701
事業活動から産出する財・サービスに関する環境保全効果	レジ袋回収量(t)	6	6
	紙パック回収量(t)	337	339
	発泡トレイ回収量(t)	254	253
	透明容器回収量(t)	631	672
	ペットボトルキャップ回収量(t)	88	89
	ペットボトル回収量(t)	474	348

※対象企業：原信、ナルス、フレッセイ

TQMは経営の根幹

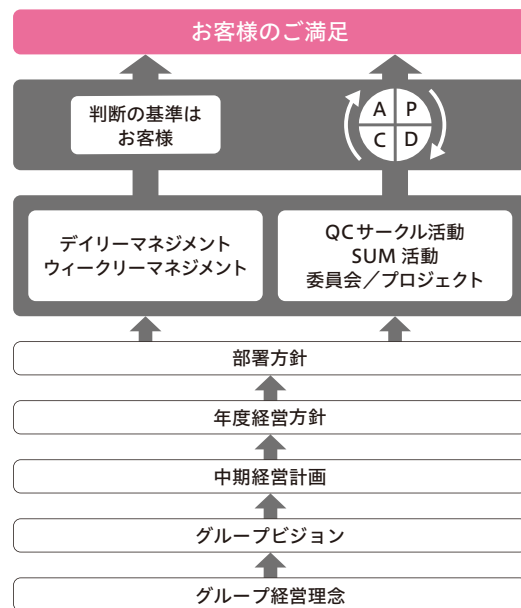
アクシアル リテイリンググループでは、TQM（総合的品質管理）を「お客様のご満足を目的とした、全員参加の組織的・継続的な経営活動」と定義しています。これは単なる管理手法ではなく、グループ経営理念や中期経営計画を実現するための「経営の根幹」です。

▶ TQM

TQMの活動の中核をなす改善活動は、同じ職場（部門）の人たちがチームを編成して取り組むQCサークル活動と、店長や部課長、バイヤーなど専門担当が自らの分野で主体となって取り組むSUM活動（SUM：Service UpのためのManagement活動の略称、アクシアル独自の用語）の2つがあります。どちらの活動も年度方針に紐づく重点目標を達成できるようテーマを選定して活動します。

また、良い状態を保つための維持の活動は、実施項目を定めて日々管理するデイリーマネジメント、週単位で管理するウィークリーマネジメント、さらに月・四半期、年単位で管理します。

改善活動と維持の活動、どちらもPDCAを回すことで継続的に質の向上につながっています。



▶ 成長を支える教育プログラム

個人のスキルアップと、組織の知恵の共有を仕組み化しています。

教育制度（QC手法研修）

社員の区分を問わず、必要なタイミングで受講できる「9つの専門研修カリキュラム」を用意しています。

ステップリーダー制の導入

QCサークル活動における主体性を育むため、各工程ごとにリーダーを交代する「ステップリーダー制」を導入しています。全員がリーダーを経験することで、QC手法の習得のみならず、リーダーシップの向上を図ります。また、チーフがこれらを指導・支援することで、管理職側のマネジメント能力強化にもつなげています。この取り組みにより、メンバー一人ひとりの当事者意識が高まり、組織全体の活性化を実現しています。

成功事例共有システム

効果が実証された対策は即座に共有システムに登録し、他店舗や本部へ「水平展開（横展開）」し、全社マニュアルに反映することで、グループ全体の品質を底上げします。

事例発表大会の開催

年間4件の活動報告に加え、春秋の大会で優れた事例を全社共有。誰もが聴講でき、互いに学び合う文化が根付いています。

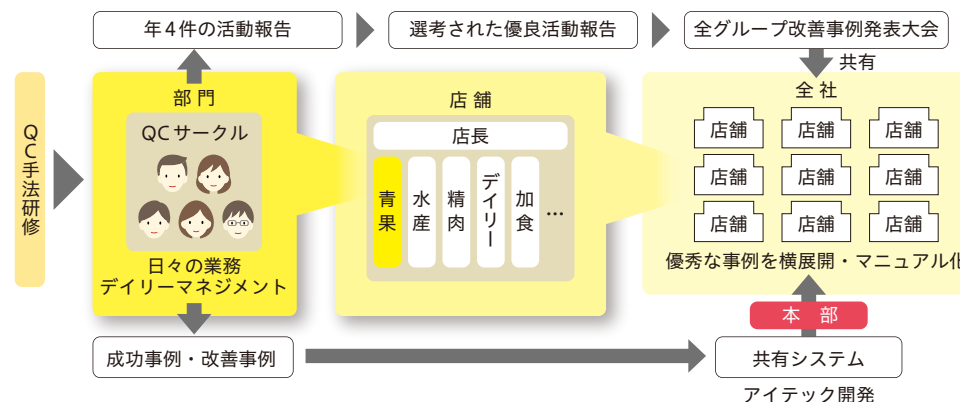
Pick up! 社外からも評価された現場力

第3回 事務・販売・サービス（含む医療・福祉）部門 QCサークルグランドチャンピオン大会

2026年6月、アクシアル リテイリンググループから標記大会に2サークルがダブル出場しました。まぐろの鮮度、おいしさを伝えることにこだわった「いきいき鮮魚サークル」は北陸、粘土を使った実験でパンの製造不良を解消した「ぱんだパンサークル」は関東と、異なるエリアで開催された社外大会で、それぞれ活動が評価されて出場に至りました。

💡 ナルス上越インター店 水産部門
いきいき鮮魚サークル
テーマ 「お盆にツヤツヤのまぐろをお届けしよう」

💡 フレッセイ朝日町店 ベーカリー部門
ぱんだパンサークル
テーマ 「ペーコンチーズフランスの製造不良個数削減」



QCサークル活動による品質・価値向上

現場の社員が主体となって課題解決に取り組む「QCサークル活動」のうち、2025年度の優れた取り組み事例を紹介します。

▶【事例】アップルパイのリニューアルに伴う販売最大化への挑戦

実施店舗：原信 燕店 ベーカリー部門（サークル名：つばたろサークル）

1. 背景と課題の特定

ペストリー・パイ分類において、売上高が前年対比89.2%と苦戦していました。そこで、分類内売上1位の「アップルパイ」のリニューアル（2025年5月）を機に、「ホールサイズをお客様にいかに美味しく届けるか」をテーマに掲げ、活動を開始しました。



ペストリー・パイ分類のなかで売上1位のアップルパイが5月にリニューアル

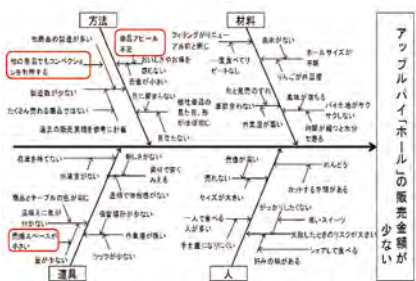


ペストリー・パイ分類は、売上高昨対比89.2%と苦戦

1ホール680円 ⇒ 598円
おいしく、お買い得に！

アップルパイをお買い上げいただき、お客様においしさを届けるにはどうしたらよいか？

特性要因図を用いた要因分析により、3点を重要要因として特定しました。



重要要因

- ①売場が狭い
販売1位の店舗と比べて1/4
- ②商品アピールが不足
全店共通で配布されるPOPのみ
- ③製造に制約あり
他の商品製造もあってアップルパイの製造順が6番目



2. 主な取り組み内容（対策）

売場配置の最適化（優位置）



店頭の左右で売れ方に差があるか実験
→ 左側が「優位置」と判断

売場拡大



80cm ⇒ 180cm
7フェイシングでワイド展開



商品アピール



他サークルにも協力してもらい
有人試食会、店内放送

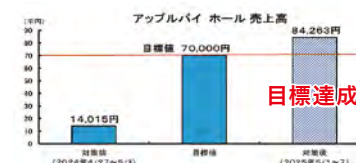
製造工程、作業時間の短縮



【切り口拡大】 0.25cm → 0.5cm
【フィリング順序見直し】 1分12秒 → 1個あたり4秒短縮

3. 活動の成果

対策の結果、目標値を大幅に上回る成果を達成し、全店で1位の売上を記録しました。



昨年比333.3%
全店1位



メンバーは、高い目標への挑戦によるモチベーション、製造技術が向上しました。

ライフイベントに縛られない、持続可能なキャリアの実現

私たちは、人生のどのステージにいても、自分らしい働き方を大切にしながら、一歩先を目指せる環境を整えています。

▶ 育児・介護との両立支援

●「出産・育児休業制度説明会」の開催

原信・ナルスでは、従業員が安心して制度を利用できるよう定期的に説明会を開催しています。制度の解説に加え、育児休業を経て復帰した社員による体験談発表を実施。「育児中の悩みや工夫」「仕事との両立のコツ」など、経験者ならではのリアルな声が、これからライフイベントを迎える社員の不安解消につながっています。また、介護休暇・休業制度も整備し、個々の事情に合わせた柔軟な働き方をサポートしています。

●男性の育児休業取得の推進

男性の育児休業取得率は、原信・ナルスで2025年度96.2%と高い水準で推移しています。「夫婦で協力して育児のスタートを切りたい」「復職するパートナーを支えたい」といった声が多く、家族と過ごすかけがえのない時間は、従業員自身の成長や、生活者視点を活かした店づくり・商品開発にも反映されています。

VOICE 両立への基盤づくり

妻の希望もあり、また家族が増えるこの機に家庭の基盤をしっかり固めたいと考え、育児休業を取得いたしました。将来的に仕事と家庭を高い次元で両立していくための準備期間とするのが目的でした。

実際に育休を経験し、日々の育児や家事の大変さを肌で感じることで、復職後を見据えた家庭内での役割分担を具体的に整理することができました。何より、子どもたちの目覚ましい成長や変化を間近で見守ることができたのは、かけがえのない経験です。



株式会社原信 宮関店 店長 関 淳哉

●両立支援コーディネーターの配置

人事教育部に「両立支援コーディネーター」が配置されています。育児・介護・病気と仕事の両立を円滑にするため、公的サポートとの連携や休職中・復職時のフォローを個別に行い、キャリアの継続を強力にバックアップしています。

▶ 女性の活躍推進とキャリアアップ支援

●誰もが挑戦できる職場環境と管理職登用

従業員の7割以上が女性であるスーパーマーケットにおいて、作業環境や什器の改善を進め、性別を問わず誰もが力を発揮できる環境を整えています。

教育・評価についても男女平等な機会を提供し、女性管理職の拡充に向けたキャリアモデルの開発を推進。2025年度末時点で、グループ3社（原信・ナルス・フレッセイ）の女性管理職数は合計32人となりました。

●レギュラー社員への区分変更

年に1回、パートナー社員等からレギュラー社員（正社員）へ挑戦できる「区分変更試験」を実施しています。2025年度はグループ全体で7人が合格しました。技能習得に合わせステップアップできる仕組みにより、従業員の挑戦意欲を応援しています。

VOICE 経験を力に。全店を支える架け橋へ

パートナー社員として入社し、できる業務が増えていく中で仕事の楽しさを実感し、区分変更試験に挑戦しました。レギュラー社員となり、複数の店舗異動を経て得た現場の知見は、今の私の大きな財産です。

現在はインストラクターとして、各店舗の課題に寄り添った指導を行っています。現場ごとに異なる課題に対し、最適解を共に考え、成功事例を全店へと横展開していくことに非常に大きなやりがいを感じています。



原信ナルスオペレーションサービス株式会社 店舗運営部 お客様コミュニケーション室 戸田 香菜

多様な人材の活躍

私たちは、多様なバックグラウンドを持つ従業員が、それぞれの強みを活かし、自分らしく力を発揮できる職場環境の整備に努めています。

▶ 多様な人材の活躍（外国籍社員・特定技能・技能実習生）

採用にあたっては国籍・出身地・性別を問わず、個人の能力と人間性を重視した選考を行い、幅広い人材を受け入れています。

● レギュラー社員

「技術・人文知識・国際業務」などの在留資格を持つ社員が、グループ全体で10名活躍しています。

● パートナー社員

店舗・物流センター・食品製造工場において、永住者や日本人の配偶者などの在留資格を持つパートナー社員が127名就労しています。

● 特定技能、技能実習生

原信、フレッセイ、ローリーでは、多くの特定技能・技能実習生が活躍しています。

中でも原信では、ベトナムの送り出し機関と連携し、実習生が就労の際に負担する手数料を無料化する「ゼロフィープロジェクト」を推進しています。

また、実習生が就業しながら3年間の学習を通じて短期大学士を取得できる独自プログラムを運用しています。経済的負担を軽減し、学びの機会を保障することで、日本での経験が彼らのキャリア形成に直結する環境づくりに取り組んでいます。



▶ シニア人材（高齢者）の活躍

労働力の確保、および長年培われた技術やノウハウを継承する観点から、レギュラー社員・パートナー社員ともに定年後再雇用の継続勤務上限を70歳まで引き上げています。また、原信・ナルスでは「セカンドライフセミナー」を定期開催し、再雇用制度や働き方のほか、年金などのマネープランについても情報提供を行い、安心して長く働き続けられる環境をサポートしています。

60歳以上の従業員数 （パートナー社員）

原信・ナルス	： 1,802名
フレッセイ	： 402名



▶ 中途採用（キャリア採用）の推進

多様な視点を組織に取り入れるため、社会人経験を持つ方の採用を積極的に推進しています。2026年度は、アクシアルグループでは28名の新しい仲間が加わりました。

▶ 外部認証の取得

多様な働き方を推進する企業として、以下の認定を受けています。

● くるみん認定

子育てサポート企業として（厚生労働省）

● Ni-ful（ニーフル）ゴールド認定企業

多様な人材が柔軟に活躍している企業として（新潟県）

● 群馬いきいきカンパニー（ゴールド認証）

ワーク・ライフ・バランス推進企業として（群馬県 / フレッセイにて取得）

▶ 障がい者雇用の推進と安定就労

障がいのある方が就労を通じて誇りを持ち、自立した生活を送れるよう、雇用環境の整備を継続的・計画的に進めています。全事業会社において、法定雇用率を上回る雇用率を目指しています。

「働く」を、もっと自由に、健やかに

私たちは、多様な価値観やライフスタイルを尊重し、一人ひとりが安心して力を発揮できる環境整備を進めています。

▶ 個性を尊重する「身だしなみ基準」の刷新

社会環境の変化やダイバーシティの推進に合わせ、身だしなみ基準を大幅に見直しました。「お客様に威圧感や不快感を与えないこと」を前提に、従業員の個性を尊重するスタイルを認めています。自分らしさを表現できる自由な環境が、新しい発想や自然な笑顔を生み、風通しの良い職場づくりにつながっています。



▶ 有給休暇の取得推進と柔軟な働き方

「休みやすく、働き続けたい」環境を目指し、会議頻度の見直しや店舗間での応援体制を構築しています。

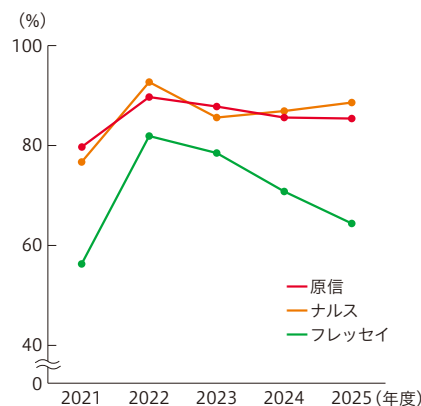
原信・ナルス

年4回の6連休取得と半日有給休暇制度を導入。

フレッセイ

休暇パターンの拡充により、年4回の「3連休以上」の取得を推奨。

制度の柔軟性を高めることで、取得率は高い水準を維持しています。



▶ 若手社員を支える「奨学金返済支援制度」

従業員が経済的な不安を感じず、日々の生活と業務に集中できるよう、2024年4月より本制度を導入しました。

支援内容: 一定条件を満たす従業員に対し、返済額の実費を支援（規定による上限あり）。

実績: 現在、133名の従業員がこの制度を利用し、将来への安心感を持って働いています。

▶ 柔軟な時間活用を可能にする「不就業制度」

勤務時間内に、1日最大2時間まで業務を離れることを認める制度を導入しました。通院、お客様の学校行事への参加、役所での手続き、あるいはリフレッシュのための運動など、プライベートと仕事を柔軟に両立できる環境を整えています。

▶ 多目的ホールを活用した健康経営の推進

本社に設置されている多目的ホールには、最新のフィットネスマシンやボルダリングウォールがあります。出勤前や休憩時間、退勤後などに多くの従業員がリフレッシュの場として活用しています。

フィットネス体験

専門トレーナーによるヨガ、ピラティス、キックボクシングなどの講座を月2回開催。運動のきっかけづくりとして好評です。

チーム対抗運動イベント

3人1組で消費カロリーを競うイベントを年4回開催。部署の垣根を超えた交流が生まれ、優勝チームは社長より表彰されます。

誰もがいきいきと働ける職場づくり

私たちは、全ての従業員が安心して能力を発揮できる環境を実現するため、健康経営の推進を軸に、多様な視点から職場環境の整備に取り組んでいます。

▶ 選ばれ、働き続けたい職場環境の整備

● 健康経営優良法人の認定

経済産業省が推進する「健康経営優良法人認定制度」において、原信・ナルスが5年連続、アイテックが3年連続、高速印刷が初の認定を受けました。グループを挙げて、従業員の健康を経営の基盤と捉えた活動を継続しています。メンタルヘルスケア体制で、身体の健康に加え、心の健康（メンタルヘルス）を支えるため、以下の取り組みを強化しています。

相談窓口の設置

悩みや不安を早期に解消するための専用窓口を運用。

教育・啓発

店長職などを対象とした、部下への接し方や心の不調に気づくための勉強会を実施。

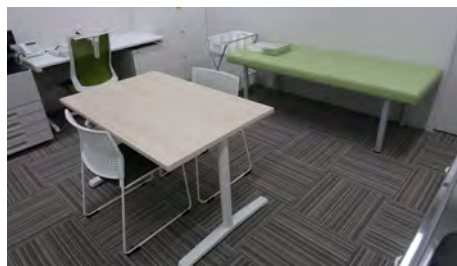
カウンセリング

専門家による個別カウンセリング体制の整備。



● 産業保健室の拡充

アクシアル本社には、産業保健室・休養室・保健面談室があります。保健師が常駐し、日常的な健康相談から、仕事と治療の両立に関する専門的なアドバイスまで、従業員に寄り添ったサポートを行っています。



産業保健室

▶ 安全・安心な職場を守る取り組み

● カスタマーハラスメント（カスハラ）への対応

近年の社会的関心の高まりを受け、当社では従業員の心身の安全を守ることを最優先課題と捉えています。カスタマーハラスメントに対する基本方針を定め、万が一の際の具体的な相談・対応体制を整備しました。

● 通報・相談窓口の運用と教育

ハラスメントのない職場づくりのため、全従業員を対象にeラーニングを活用した研修を開始しました。また、内部（各社労働組合・労務企画室）および外部（顧問弁護士）に「内部通報窓口」を設置。関連部署と密に連携し、自浄作用のある健全な組織運営に努めています。

▶ フェムケア（女性特有の健康支援）の推進

● 階層別フェムケア教育の実施

女性の心身の変化に対する理解を深めるため、階層別の勉強会を開催しました。生理、更年期、不妊治療などを重点テーマとし、当事者の知識向上だけでなく、周囲の従業員が思いやりを持って接することで、誰もが休暇を取得しやすく、働きやすい風土づくりを目指しています。

● 生理用品の備え付け

女性従業員の不安やストレスを軽減し、安心して業務に専念できるよう、グループ全事業所の女性トイレに生理用品を設置しました。急な事態にも対応できる環境を整え、安心感のある支援を継続していきます。

共に育ち、ミライをつくる。アクシアルの人材育成

私たちは、従業員一人ひとりが主体的にキャリアを築き、専門性を深めることで、新たな価値を生み出し続ける組織を目指しています。

▶ 企業価値を創造し続ける人材戦略

当社グループにとって、人材は企業価値創造の中核です。「専門性の追求」「多様性の確保」「成長の実感」を柱に、個人の成長が組織の変革を後押しする「人的資本経営」を推進。自ら変革を起こし、イノベーションを創造し続けられるスペシャリスト集団を形成します。

▶ 体系的な教育訓練プログラム

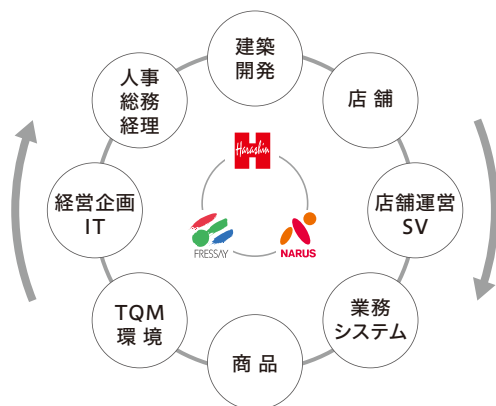
チェーンストア経営の基幹業務を担う人材を育成するため、独自の教育体系を構築しています。

階層別教育（ステップアップ研修）

入社時から管理職に至るまで、各ステージに必要な知識・マネジメント能力を段階的に習得します。

配転教育（ジョブローテーション）

定期的な異動を通じて小売業の分業体制を深く理解し、自身の新たな能力と適性を発見。数値責任を果たせる多角的な視点を持った専門家（スペシャリスト）を育てます。



プロフェッショナル・キャリアパス



商品本部グロサリー部
デイリーチーフバイヤー
徳永 直子

店舗でのチーフ、店次長、店長を経験後、現在はデイリーチーフバイヤーとして商品調達を統括。現場とマネジメント、商品開発の多角的なキャリアを歩んできました。

入社
部門担当

部門チーフ

店次長

バイヤー

店長

チーフ
バイヤー

印象に残るエピソード

改装店舗の店長を任された際、商圈分析と店舗の新コンセプトを策定しました。オープン後、お客様から「お店が良くなって買い物をするのが楽しく、幸せ」とのお言葉をいただいたことは、今も私の原動力になっています。

成長のポイント

店長を経て再びバイヤーに戻ったことで、視座が大きく変わりました。単なる仕入れではなく、「現場で活かせるか」「お客様に喜ばれる提案か」を多角的に検証できるようになったことが、最大の成長だと感じています。

モットーと今後の抱負

「お客様視点を忘れない」。これが私の譲れない軸です。今後は現場とバイヤー両方の経験を活かし、毎日の生活に「小さな喜び」を届ける売場づくりを推進します。併せて、次世代の従業員がやりがいを持って働ける環境づくりにも力を注いでまいります。

▶ 実践的な技術訓練と評価

● 訓練センターの活用

3拠点の訓練センターで、トレーナーによる集中指導を実施。2025年度は年間100件以上の研修を行いました。

● 技能検定制度（初級・中級・上級）

社員の技術レベルを可視化。全社員が客観的な指標を持ってスキル向上に取り組み、お客様にご満足いただける売場・商品づくりを実現しています。

主体的なキャリア形成と専門性の追求

多様な学びと挑戦の機会を提供し、従業員が自らの意思で「目指すべきプロフェッショナル像」を実現するための支援を強化しています。

▶ 専門性を証明する「スペシャリスト認定試験」

チェーンストア機能の分業体制を強化するため、専門家の登竜門となる「スペシャリスト認定試験」を実施しています。

多角的な評価

筆記、レポート、面接に加え、実技として「オムライス検定（カゴメ株式会社様監修）」を導入。

食への探究心

一品を丁寧につくる大切さを通じ、商品づくりの奥深さを体験。社内には「オムライスアンバサダー」も誕生しています。



オムライス検定合格証

▶ 公的資格の取得支援

衛生管理者や簿記などの店舗運営に必須の資格から、色彩士、さらにはIT分野の高度情報処理資格（ネットワークスペシャリスト等）まで、部署ごとの専門性を高める公的資格の取得を強力にバックアップしています。

品質管理検定合格者	419人
色彩士検定合格者	411人
食品表示検定合格者	327人
日商簿記合格者	205人
基本情報技術者合格者	40人
応用情報技術者合格者	10人

※2026年3月末現在。原信、ナルス、フレッセイ、アイテックの合算数値。

▶ 感性と創造力を磨く独自の学び

● アメリカ視察とデザイン基礎講座

流通先進国のアメリカ視察を定期的の実施し、世界のトレンドを吸収。また、長岡造形大学の講師を招いた「デザイン基礎講座」では、商品の魅力を「正しく伝える技術」を習得しています。



アメリカ視察研修



トレーダー・ジョーズ様にて



デザイン基礎講座

● アイデア発想道場

長岡技術科学大学との連携により、中堅幹部を対象とした半年間の研修を実施。独創的でイノベティブな思考法を磨いています。



グループディスカッション

● 「美食の旅」支援制度

休日を利用して国内外の美食に触れる旅を支援。

実際に「おいしい」を体験することが、価値ある商品開発の原動力となっています。



ミライを拓く、学びの支援

アクシアル リテイリングでは、長岡に息づく「米百俵の精神」を受け継ぎ、次世代を担う子供たちの育成に力を注いでいます。

地域の皆さまと協力し、学校の枠組みを超えた多様な教育機会を提供することで、豊かな未来を切り拓く人材の輩出と、持続可能な社会づくりに貢献してまいります。

▶ 原信サマースカラシップ

長岡市とアメリカ・テキサス州フォートワース市の姉妹都市締結を機に、両市の高校生による交換プログラムを実施しています。本プログラムでは、日米の高校生がペアを組み、互いの国でホームステイを行うことで異文化への理解を深めます。1991年の開始以来、地域の皆様への恩返しと、次世代を担う若者たちに広い視野を持ってほしいという願いから継続してまいりました。原信が資金提供を行い、長岡市国際交流協会様との協力体制のもと、未来のグローバル人材を育てています。



本部表敬訪問での記念撮影



長岡まつり平和祭 大民踊流し

▶ 小学校での出前授業「魚の下ごしらえ教室」

地域の子どもたちに、料理を通じた「感謝の心」を伝えていきたい。そんな思いから、地元の小学校で調理実習のお手伝いをしています。

テーマは、料理の基本である「下ごしらえ」です。昨今の「魚離れ」を踏まえ、栄養たっぷりの魚を身近に感じてもらえるよう、手軽で楽しい調理法を伝授。自らの手で料理を作る喜びを知る、大切なきっかけづくりを目指しています。



参加した生徒と保護者の皆様



魚の構造から捌く場所を見極める

▶ 高校生との商品共同開発

フレッセイでは、群馬県との「地域活性化包括連携協定」の一環として、地元の高校生との商品共同開発に取り組んでおり、本活動は今年で16年目を迎えました。

2025年度は、高崎商業高等学校の生徒4名とともに「群馬県産ほうれん草を使った深みあるジャーマンポテト」を開発。地域の皆様からご好評をいただきました。

Pick up! 未来を担う志を支える「長岡社奨学会」

郷土の人材育成を願う「長岡社」の志を継承し、原信は1997年から「長岡社奨学会」の活動を支えています。経済的な理由で進学が困難な県内の学業優秀な学生へ、奨学金の給付や貸与を行うことで、夢に向かって学ぶ若者たちを応援しています。さらに、地域の文化やスポーツ、国際交流などの活動支援も通じて、豊かな地域社会の形成と未来のリーダー育成に貢献し続けています。

「食」を通じて、地域の皆さまと共に

アクシアル リテイリングは、地域の皆さまの健やかな暮らしと、かけがえのない地域文化の継承を、これからも支えてまいります。

▶ 原信・ナルス ウォーキングデー

原信・ナルスでは、地域の皆さまの健康的な暮らしに寄与することを目的に、「原信・ナルス ウォーキングデー」を開催しています。

2025年度は延べ516名の皆さまにご参加いただきました。今後も「食」に加えて「運動」の大切さを実感していただくきっかけとなるよう、本活動を継続してまいります。



ウォーキングを楽しむ

▶ 地域の伝統と想いを受け継ぐ「山理屋小国饅頭」

100年の歴史を持つ長岡市小国地区の銘菓「小国饅頭」。山理屋菓子舗様の廃業にあたり、当社はその伝統の味を受け継ぐべく製法を継承しました。

現在は当社グループのローリーで製造を行い、地域の皆さまに変わらぬおいしさをお届けしています。発売以来、多くのお客様に支えられ、地域の伝統を未来へつなぐ象徴的な取り組みとなりました。

今後も地域の宝である文化や産品を守り抜き、地域社会と共に歩み続けます。



「つなぐ」小国饅頭物語



<https://www.youtube.com/watch?v=-1gkpYqUiRw>

▶ 地域のお祭り・伝統行事への協賛

アクシアル リテイリングは、地域社会の活性化を願い、出店エリアで開催される様々なお祭りに協賛しています。

日本三大花火大会の一つである『長岡まつり大花火大会』においては、「慰霊・復興・平和」への祈りを込め、大会を代表するプログラムである「正三尺玉三連発」を打ち上げています。

夜空を彩る大輪の花火とともに、地域の皆さまと感動を分かち合い、豊かな街づくりを支えてまいります。



Pick up! 「夜空彩る長岡大花火御膳」の売上金一部を長岡花火財団へ寄付

原信では、長岡まつりに合わせ、長岡名物の醤油赤飯などを盛り込んだ限定商品「夜空彩る長岡大花火御膳」を23店舗で販売し、売上金の一部50万円を長岡花火財団様へ寄付いたしました。

今後も地域の伝統文化と平和な社会づくりに貢献してまいります。



寄付のようす

「食」を通じて、地域の皆さまと共に

アクシアル リテイリングは、地域の皆様の日々の暮らしに寄り添い、それぞれのライフステージに応じた健やかで豊かな生活の実現をサポートしてまいります。

▶ シルバースデーの開催

シニア世代の健やかな暮らしを願い、登録会員様を対象とした特典をご用意しています。

地域の皆様のライフステージに合わせ、日々のお買い物を通じたご支援を継続しています。

原信・ナルス：毎週木曜日や年金支給日に合わせた割引やポイントアップを実施。

フレッセイ：群馬・栃木県内の店舗にて、火曜日の割引サービスや優待デーを開催。



▶ 子育て支援への協賛

地域の子育てを応援するため、各自治体の支援制度に参画しています。

新潟県内では子育て応援ネットワーク「トキっ子くらぶ」に加盟し、会員様への割引クーポン配布や、お買い上げ金額からの5%割引サービスを実施しています。

子育て世帯の経済的負担を軽減し、安心して暮らせる環境づくりに貢献してまいります。



▶ 結婚支援事業「mari*pass (マリパス)」への協賛

原信・ナルスは、新潟県の結婚応援制度「mari*pass」に賛同し、2024年12月より協賛を開始しました。結婚予定や新婚カップルの方々へ割引クーポンを配布し、新しい門出と新生活を応援しています。

地域密着型スーパーとして、温かい地域社会づくりに寄与してまいります。



▶ 新潟県フードバンク推進協議会様へ商品券100万円を寄付

原信は、2026年3月25日、特定非営利活動法人 新潟県フードバンク推進協議会様へ、地域社会への貢献の一環として「原信商品券100万円分」を寄付いたしました。

今回の寄付金は、同協議会が取り組む「子どもの未来応援プロジェクト」に活用され、新潟県内の支援を必要とするご家庭への食支援などに役立てられる予定です。

当社グループは、今後も地域社会と連携し、社会課題への対応と持続可能な社会の実現に向けた活動を継続してまいります。



贈呈式

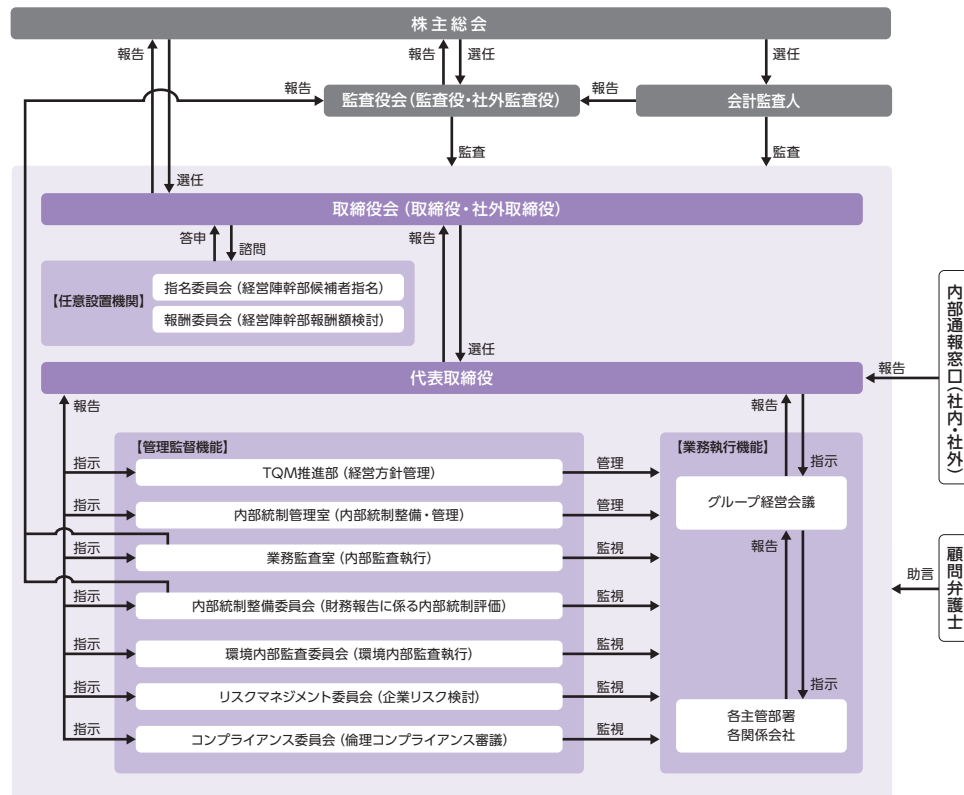
信頼の構築

法令順守はもとより、高い倫理観に基づいた企業活動を推進することで、すべてのステークホルダーの皆様から信頼される企業を目指します。

▶ コーポレート・ガバナンス

当社では、経営における意思決定と業務執行の役割を明確化するため、2007年5月より執行役員制度を導入しています。企業集団全体において迅速かつ機動的な経営戦略を実現するとともに、責任の所在を明確にすることで、コーポレート・ガバナンス体制のさらなる強化を図っています。

コーポレート・ガバナンス体制についての模式図



▶ 公正取引の推進

● 多様なステークホルダーとの信頼構築に向けて

原信・ナルス・フレッセイでは、持続可能な社会の実現を目指し、「マルチステークホルダー方針」および「パートナーシップ構築宣言」に基づいた取り組みを推進しています。

お取引先様をはじめ、地域社会や従業員など、多様なステークホルダーとの対話と協働を重視し、強固な信頼関係を築くことで、豊かな地域社会の形成と持続的な価値創造に取り組んでまいります。

● お取引にあたってのお約束

当社グループでは、独自の取引方針として「お取引にあたってのお約束」を定めています。これに基づき、すべてのお取引先様と平等で対等な関係を維持し、共に成長できるパートナーシップの構築に努めています。

お取引にあたってのお約束

1. お取引先様とは、明るく、紳士的な姿勢で面談いたします。
2. お取引先様と交わしたお約束は、誠実に守ります。
3. お取引先様に対しては、商品の買取りを原則とし、不当な返品はいたしません。
4. お取引先様との取引は、公平、公正な関係を保ちます。
5. お取引先様からの接待、贈答は、会社も個人もお受けいたしません。

会社概要

[会 社 名] アクシアル リテイリング株式会社

[所 在 地] 新潟県長岡市中之島1993番地17

[設 立] 1967年8月

[代 表 者] 取締役社長・CEO 原 和彦

[資 本 金] 31億5,971万2,610円

[上場取引所] 東京証券取引所 プライム市場(証券コード:8255)

[事 業 内 容] スーパーマーケット事業を中心とした企業集団の持株会社



5. アクシアル レーベル株式会社

新潟県長岡市中之島1993番地17

代表取締役社長 中川 学

2014年設立

PB商品の企画、製造、加工、卸売、小売、輸入など



6. 株式会社ローリー

新潟県長岡市中興野232-1

代表取締役社長 宮路 光広

1978年設立

惣菜、パン、洋菓子などの製造や水産、精肉などの加工



7. 株式会社原興産

新潟県長岡市台町2丁目1番地15

代表取締役社長 小川 昌尚

1984年設立

損害保険代理店、生命保険代理店、ビル清掃業、不動産賃貸業

<https://www.harashinnarus.jp/harakosan/>

株式会社原興産

アクシアル リテイリング グループ企業 会社概要

1. 株式会社原信

新潟県長岡市中之島1993番地17

代表取締役社長 原 和彦

2006年4月設立(創業1967年)

スーパーマーケットチェーン「原信」の運営

<https://www.harashinnarus.jp/>



2. 株式会社ナルス

新潟県上越市大字石沢字外新田 1423-1

代表取締役社長 原 和彦

1959年設立

スーパーマーケットチェーン「ナルス」の運営

<https://www.harashinnarus.jp/>



3. 株式会社フレッセイ

群馬県前橋市力丸町491番地1

代表取締役社長 早川 仁

1950年設立

スーパーマーケットチェーン「フレッセイ」の運営

<https://www.fressay.co.jp/>



4. 原信ナルスオペレーションサービス株式会社

新潟県長岡市中之島1993番地17

代表取締役社長 原 和彦

2008年設立

「原信」「ナルス」の運営をサポートするシェアードサービス会社



8. 高速印刷株式会社

新潟県長岡市北陽1丁目53番地41

代表取締役社長 高橋 和章

1982年設立

印刷全般、広告代理店業務、web制作、イベント企画・運営

<http://www.kousoku-print.jp/>



9. 株式会社アイテック

新潟県長岡市中興野16番地1

代表取締役社長 近藤 英俊

2007年設立

食品スーパー等の運営に必要な各種システム開発、導入、運用、保守

<http://www.itecinc.jp/>



10. 有限会社原信ネットオーダー

新潟県長岡市中之島1993番地17

代表取締役社長 中川 学

2023年完全子会社化

各種商品の小売



11. 高翔商事株式会社

群馬県高崎市上並榎町468番地1

代表取締役社長 堀川 博史

2012年設立

不動産管理

