



環境と健康にやさしい暮らし

 **ECO'S Group**

2026

統合報告書

ECO'S GROUP REPORT



株式会社エコス (Eco's Co., Ltd.)
〒196-0022
東京都昭島市中神町1160番地1

ホームページ <https://www.eco-s.co.jp>

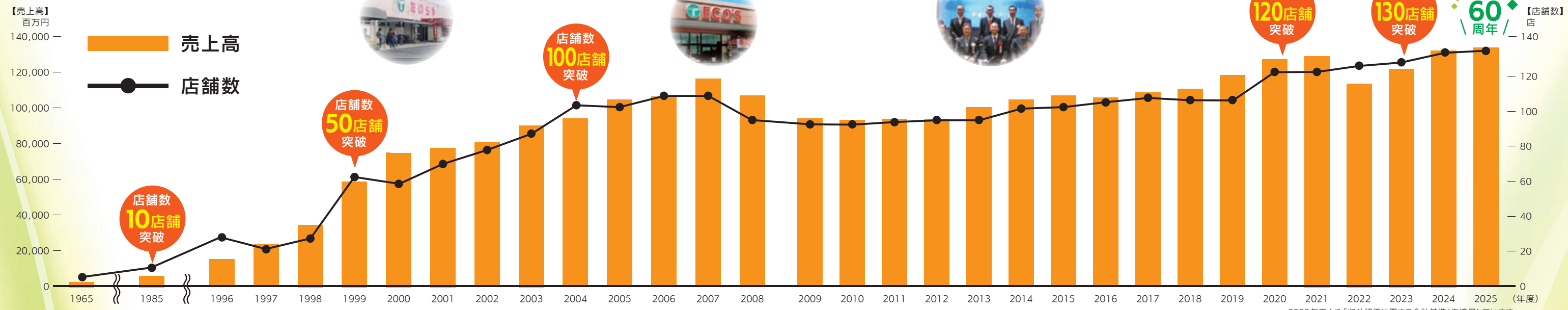
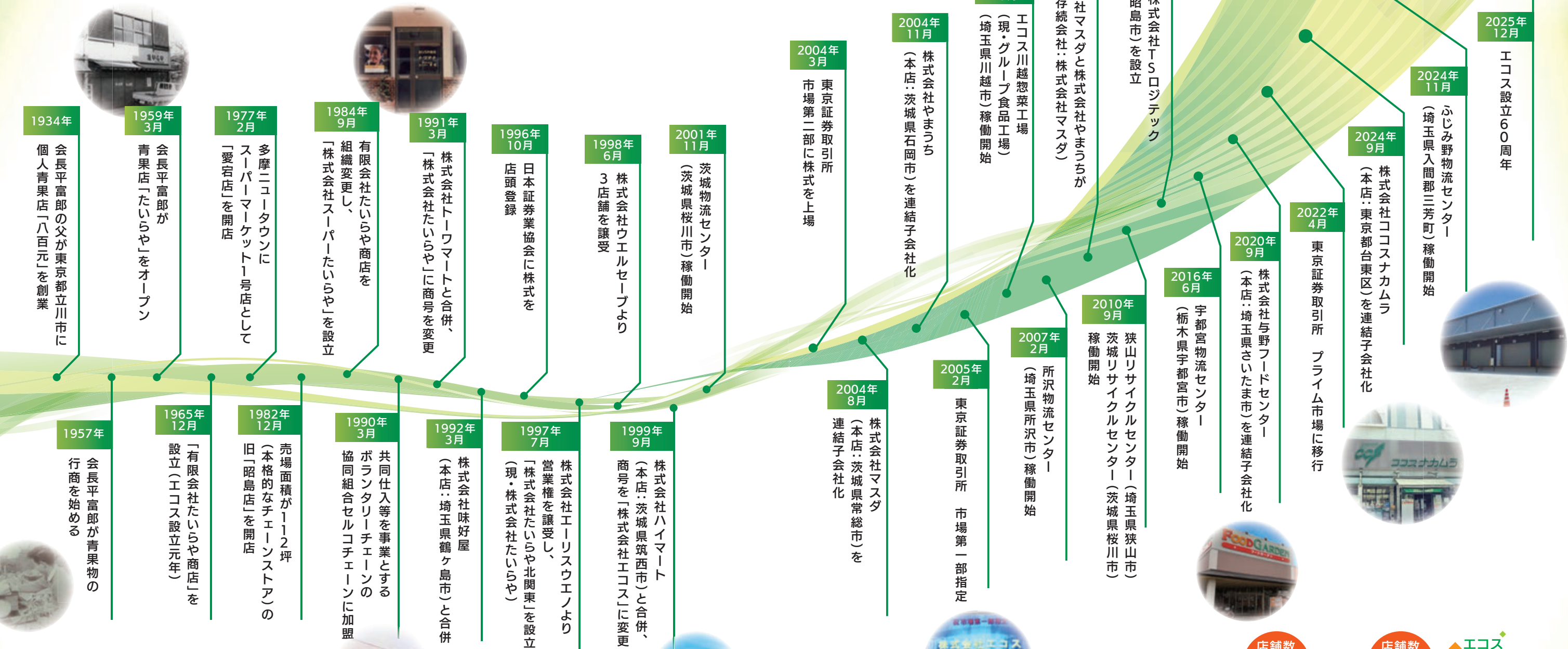


ユニバーサルデザインフォントを使用しています。

エコスグループについて

エコスグループの沿革

当社グループは、東京都立川市の個人青果店から始まり、1965年に「有限会社たいらや商店」を設立し、2025年度に60周年を迎えました。「正しい商売」を社是に掲げ、ステークホルダーの皆様との信頼関係を大切に、事業の展開に努めていきます。



■ エコスグループについて



- 01 エコスグループの沿革
- 03 CONTENTS
- 05 経営理念
- 07 価値創造プロセス
- 09 トップメッセージ

編集方針

「2026エコスグループ統合報告書」は、エコスグループの事業戦略をはじめ、地域社会・環境への取り組みやガバナンス、財務情報を簡潔に記載したものです。株主様・投資家の皆様をはじめとしたすべてのステークホルダーに、エコスグループの理解促進のためにご活用いただければ幸いです。

報告対象期間

2025年3月～2026年2月(一部に前後の活動や将来目標を含んでいます)

報告対象範囲

エコスグループ
(株式会社エコスおよび連結子会社/株式会社たいらや、株式会社与野フードセンター、
株式会社マスダ、株式会社ココスナカムラ、株式会社TSロジテック)

■ エコスグループの成長戦略



- 13 中期経営計画
- 15 グループ拠点
- 16 物流・リサイクルセンター
- 17 店舗開発
- 18 商品供給事業
- 19 商品戦略
- 20 店舗運営

■ サステナブルな経営



- 21 サステナビリティ推進
- 23 気候変動への対応
- 25 資源循環社会に向けた取り組み
- 27 地域社会との共生
- 28 人づくり
- 31 役員一覧
- 33 コーポレート・ガバナンスの推進

参考ガイドライン

本報告書は、国際統合報告評議会(IIRC、現IFRS財団)の国際統合報告フレームワークを参考にしています。

将来の見通しに関する注意事項

本報告書に記載したエコスグループの業績見通しや将来に関する記述等は、記載時点で入手可能な情報に基づいて判断したものであり、不確定な要素を含んでいます。実際の活動結果や業績等は、様々な要因により、大きく異なる可能性があります。

■ データ



- 35 会社概要／株式情報
- 36 財務ハイライト／株主優待制度
- 37 主要財務データ
- 39 環境データ／従業員関連データ

社是 「正しい商売」

ビジョン
VISION



環境と健康にやさしい暮らし

ミッション
MISSION

地域の人々の
食文化に貢献する

バリュー
VALUE

安全・安心・健康・
美味しさを提供する

社是「正しい商売」について

この言葉は、「お客様ニーズに合った安全・安心で高品質な商品をお求めやすい価格で提供し続け、地域のお客様の食文化に貢献する」というエコスグループの存在理由と到達目標を表しています。また、「社会の一員として法令やルールを守り、不正な手段による利益追求を排除し、公正な競争に基づいた企業活動を展開すること」、さらに、「反社会的勢力との関係を断ち、不当な要求に応じない企業体質を維持すること」も意味しています。

エコスの社名に込めたメッセージ

- ① **Economical** 資源の無駄遣いをせず
- ② **Ecology** 環境に配慮しながら
- ③ **Economy** お客様にとってお買い得な商品の提供を心掛けます

CIロゴ



マークの丸い形は「安定」と「和」を、「T」は若葉の形をデザインして「成長」を表現しています。4本のラインには社是「正しい商売」が織り込まれており、それぞれ「お客様」「お取引先様」「従業員」そして「エコスグループ」を意味し、調和を表しています。マークの色は、成長と親切を表す緑色を基調とし、若葉の「T」は白色で潔白と無限を表しています。

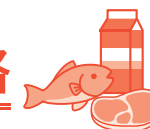
Natulive
(ナチュライブ)



「環境と健康にやさしい暮らし」というテーマに基づいて、環境にやさしくお客様の安全・安心、健康等を意識した商品を、責任をもって選択し、お届けすることを約束するシンボルマークです。

エコスグループのこだわり

商品戦略



地域の食のライフラインを担っていることを自覚し、安全・安心、鮮度の良い商品をバラエティ豊かに取り揃えています。低価格帯から高付加価値の商品、また流行りを取り入れた品揃え等、選ぶ楽しさを感じられるラインアップ強化に挑戦し続けています。

店舗運営



数あるスーパーマーケットから当社グループを選んでいただけるよう、快適なお買い物時間のご提供に注力しています。笑顔の接客や衛生管理の徹底、デジタルツールの活用で利便性を向上するなど、お客様との信頼関係の構築に努めています。

サステナブルな 経営



環境活動は継続的に行うべきと捉え、企業成長と両立し、お客様にもご参加いただける内容に取り組むことを大切にしています。地域との協力体制の構築や、従業員の成長や健康を重視した取り組みも行っています。

エコスグループについて

エコスグループの価値創造プロセス

当社グループは、社は「正しい商売」に基づいて、環境に配慮しながら、地域の皆様に安全・安心な食品を提供してきました。これからも「環境配慮・あらゆる人材が活躍できる職場づくり・コンプライアンスの徹底」の3点からなるサステナビリティ基本方針(22ページに記載)に沿って、経営資本を効果的に活用し、持続可能な成長を続け、よりよい社会づくりに貢献していきます。



※ワーク・エンゲイジメント・スコアはコトレヒト・ワーク・エンゲイジメント尺度の短縮版を使用し、正社員・嘱託社員・契約社員を対象に調査しました。

エコスグループについて

■トップメッセージ —TOP MESSAGE—

事業環境

2025年度は、エネルギー価格や原材料価格が高止まりし、物価上昇を背景にお客様の節約志向が続くなど、食品スーパーマーケット業界にとって厳しい事業環境となりました。

こうした環境下においても、私たちエコスグループは「地域の皆様の食文化に貢献する」という変わらぬ使命のもと、商品開発力の強化や店舗運営の改善を通じて、事業基盤の強化に取り組んできました。その結果、2025年度の営業収益は1,379億8,500万円、経常利益は58億9,100万円となりました。日頃より当社グループをご利用いただいているお客様をはじめ、株主・投資家の皆様、お取引先様、地域社会の皆様、そして日々の店舗運営を支える従業員に、心より御礼申し上げます。

当社グループの創業者である平富郎の言葉に、「ピンチとチャンスは同時に来る」というものがあります。これは、困難な状況こそ、新たな成長に向けて、これまでのビジネスモデルを再構築する機会であるという考え方です。物価上昇やコスト増加が続く現在は、まさに私たちが従来の発想にとらわれず、商品、売場、店舗運営、流通のあり方を変革すべき時であると考えています。2025年度は、仕入価格や各種運営コストが上昇する中でも、「商品選定会議」を通じた商品力の向上や、改装店舗を中心とした冷凍食品・惣菜売場の拡充などが成果を上げ、業績の堅調な推移につながりました。これからも「ピンチとチャンスは同時に来る」という創業者の精神を受け継ぎ、将来を見据えた挑戦を続けていきます。

2025年度の振り返り 「エコスグループのブランド化」

2025年度は、2024年度にスタートした中期経営計画の中間年度として、「エコスグループのブランド化」に取り組んだ一年でした。私たちの目指すブランド化は、地域のお客様にとって最も身近で、信頼できる食品スーパーマーケットとなることを指しています。そのためには、お客様の暮らしを深く理解し、日々の食卓に必要とされる商品とサービスを、適正な価格で安定的に提供し続けなければなりません。

商品力向上の取り組みでは「商品選定会議」が少しずつ軌道に乗ってきていると感じています。この会議では、味、見た目、価格、内容量等について、店舗運営

次の時代に向けた基盤を築いていきます
変化を成長の機会と捉え

代表取締役社長執行役員

平 邦雄



に携わる幹部だけでなく、仕事と育児を両立する世代を含む、お客様に近い生活感覚を持った社員も参加し、率直に意見を交わしています。2025年度には、こうした議論を通じて、厚切り食パンに具材をたっぷり挟んだ「貝〜naサンド」や、当社グループオリジナルのたれを使用した「銀鮭西京漬」等を発売しました。特に惣菜部門と鮮魚部門では、同会議を経て開発された商品が、お客様から好評をいただいています。

一方で、課題も明確になりました。当社グループは2025年度に設立60周年を迎え、お客様への感謝を込めて、魅力ある商品をお買い得な価格で提供する「60周年記念商品」を展開しました。しかし、商品によってはお客様のニーズを十分に捉えきれず、当初期待した成果には至りませんでした。この結果を真摯に受け止め、品揃え、価格設定、販売方法を改めて検証し、より魅力ある商品づくりにつなげていきます。

人材面では、コミュニケーションの起点となる「あいさつ」を重要な取り組みとして推進しました。あいさつは、単なる接遇の基本にとどまりません。お客様のご要望を伺う機会を生み、お取引先様や従業員同士の情報共有を促し、店舗の課題や優れた取り組みに気付くきっかけにもなります。気持ちの良い店舗環境をつくるうえでも欠かすことのできないものであり、今後も徹底していきます。

また、従業員の身だしなみについては、お客様の安全・安心を確保することを前提に、社会の価値観や働き方の変化を踏まえた新たな基準の浸透を図りました。従業員一人ひとりが自分らしさを大切にしながら、安心して力を発揮できる職場づくりを進め、多様な人材の確保と活躍につなげていきます。

店舗開発では、新規出店2店舗、移転・建て替え1店舗、既存店の改装11店舗を実施する一方、2店舗を閉店しました。この結果、2026年2月末時点のグループ連結店舗数は137店舗となりました。既存店の改装では、設備の更新に加え、需要が高まっているカテゴリーの売場拡大を進めました。また、夜間や早朝の需要が見込まれる5店舗を24時間営業とし、幅広いお客様の利便性向上に取り組みしました。

2026年度の取り組み 将来の成長を支える規模の拡大

2026年度は、中期経営計画の最終年度となります。これまで進めてきたブランド化の成果を、将来の持続的成長へとつなげる重要な一年です。当年度は「エコスグループの規模拡大」をテーマに掲げ、「商品力の強化」「人材の育成」「新規出店」を政策の柱として、事業基盤をより強固なものにしていきます。

商品力の強化

本格始動から3年目を迎える商品選定会議をさらに活用し、新規商品の発掘とエコスグループ独自商品の開発を加速します。新商品だけでなく、既存商品についても、お客様からの評価や販売実績を踏まえ、継続的に改良していきます。

常時取り扱う定番商品については、品揃えや売場構成を見直し、「見やすい、探しやすい、手に取りやすい」売場づくりを進めます。生活必需品等継続的にご提供すべき商品については、売れ筋を的確に見極めた品揃えと陳列を追求します。分かりやすい棚割の整備と自動発注システムの活用により、欠品の防止、在庫回転率の改善、従業員の作業負担軽減を同時に進めていきます。

鮮度が特に重要となる生鮮食品や日配商品については、適正な発注と販売を徹底し、常に鮮度の高い商品が店頭に並ぶ状態を目指します。お客様の来店時間や用途を踏まえて製造量と品揃えを調整し、出来たてのおいしさをお届けするとともに、食品ロスの削減につなげます。

また、「60周年記念商品」としてスタートした企画を、「プライスセレクト」、通称「プラセレ」として刷新します。生活催事や季節ごとに需要が高まる商品を厳選し、月間1,000アイテム以上を目標に、お買い得な価格でグループ全店舗に展開します。お客様の生活防衛ニーズにしっかりと応え、「エコスグループの店舗では、必要な商品を納得できる価格で購入できる」と感じていただける企画へ育てていきます。

エコスグループについて

人材の育成

食品スーパーマーケットは、人材が事業運営の基盤となる労働集約型の産業です。私たちは単に商品を販売しているのではありません。効率的な店舗運営を通して、良い商品をお手頃な価格で、便利に、そして安全に提供しようと、店舗で働く一人ひとりが知恵と経験を持ち寄り努力することで、より多くの価値を生み出されています。

当社グループは、「あらゆる人材が活躍できる組織」こそ、多様なお客様のニーズに応えることができると考えています。豊富な経験を持つベテラン社員に加え、女性や若手社員等の活躍も推進します。性別や年齢にかかわらず、一人ひとりの能力、経験、意欲に応じた登用を一層加速していきます。女性管理職、若手管理職は着実に増えていますが、経営幹部の多様性については、なお課題が残されています。今後は教育・研修体制を強化し、次世代の経営を担う人材を計画的に育成します。同時に、日々の仕事そのものを成長の機会とするため、上位職から下位職への権限委譲を進め、より多くの従業員が新しい業務や責任ある役割に挑戦できる機会を増やします。

挑戦し、その結果を振り返り、学びを次の挑戦に生かす。この循環を組織文化として定着させることが重要です。すべての従業員が自ら学び、仕事に熱中し、

成長することに喜びを感じられる会社を目指していきます。

新規出店と既存店舗の成長

新規出店は、事業規模の拡大に向けた最重要課題の一つです。同時に、新たな地域のお客様に貢献する場であり、従業員にとっては新しい役割や仕事に挑戦する機会でもあります。

店舗開発チームを増強し、新たな体制のもと、現在出店している東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、茨城県、栃木県および福島県県南地域を中心に、ドミナント戦略による店舗網の拡大を進めます。物流センターや既存の物流網を有効に活用し、物流効率を高められる地域への出店を基本としながら、当社グループの認知度が十分に高くない地域についても、成長可能性を慎重に見極めたうえで出店を検討します。地域ごとのお客様の暮らしや食文化を理解し、長く支持される店舗を一つひとつ築いていきます。

新規出店と並び、既存店舗の競争力向上も重要です。お客様のライフスタイルや購買行動の変化に合わせて売場構成を見直し、調理時間の短縮につながる冷凍食品や惣菜の売場を拡大するとともに、商品アイテムの充実を進めています。冷凍食品と惣菜部門の売上構成比は徐々に高まっており、お客様からの

支持が着実に広がっていると受け止めています。今後も販売データと店舗で得られるお客様の声を活かし、地域や店舗の特性に応じた売場づくりを進めます。さらに、改装に合わせて高効率な冷凍・冷蔵設備や空調・照明設備を導入し、CO₂排出量の抑制と安全な店舗運営を両立していきます。

サステナブルな企業に向けて

当社グループが将来にわたり地域の食を支え続けるためには、経済的な成長とともに、環境・社会への責任を果たし、経営基盤を強化していくことが重要であると捉えています。

環境面では、環境配慮型の食品スーパーマーケットとして、食品廃棄物とCO₂排出量の削減に取り組みます。食品廃棄物については、需要に応じた適正な製造・発注を徹底し、発生そのものを抑制します。それでも発生する食品廃棄物については、分別を徹底し、可能な限りリサイクルにつなげます。

食品リサイクル・ループについても、新たな仕組みの構築を進め、再生された農畜産物を活用した当社独自商品の開発につなげていきます。地域の中で資源を循環させ、その価値を再びお客様にお届けすることは、当社グループならではの環境貢献になり得ると考えています。

電力をはじめとする資源の使用量を削減することは、CO₂排出量の抑制に加え、コスト競争力の向上にもつながります。エネルギーや原材料価格の高止まりを、資源の使い方を改めて見直す機会と捉え、環境負荷の低減と収益力の強化を同時に進めます。当社グループの店舗で買い物をすることが、お客様にとって環境への貢献につながり、当社グループで働くことが、従業員にとって環境への貢献につながる。そのような事業運営を目指します。

地域社会との関係では、出店地域の行政や学校をはじめとする地域コミュニティとの連携を継続していきます。私たちの店舗や事業の特性を活かして、地域の発展に貢献し、共に成長していきます。

また、当社グループの店舗網は広範囲にわたっており、それぞれの地域で食のライフラインを担っています。災害時を含め、いかなる時も可能な限り食品を供給することは、私たちの重要な使命です。在庫や物流体制の確保に加え、過去の震災や豪雨災害への対

応から得た知見を風化させることなく、次世代の経営幹部や若手社員へ継承し、有事に対応できる組織力を高めていきます。

商品面では、環境と健康に配慮した「ナチュラル」シリーズの開発と品揃えの拡充を進めます。当社グループの店舗で日々買い物をすることが、お客様ご自身とご家族の健康的な暮らしにつながる店舗づくりを目指します。

そして、すべての取り組みの土台となるのが、社是である「正しい商売」です。法令順守を徹底することはもちろん、衛生管理を通じて、お客様に安全・安心な商品と買い物環境を提供します。お取引先様と誠実な関係を築き、情報管理を徹底することで、皆様から安心してお付き合いいただける企業であり続けま

ステークホルダーの皆様へ

私は、ステークホルダーの皆様から信頼される企業こそが、変化の激しい時代においても持続的に成長できると考えています。当社グループは、これからも食品スーパーマーケット事業に経営資源を集中し、地域のお客様の豊かな食生活を支えるという使命を果たしながら、持続的な成長と企業価値の向上を実現していきます。お客様には、「エコスグループで買い物をしてよかった」と感じていただく。お取引先様には、「一緒に仕事をしてよかった」と感じていただく。従業員には、「働いていてよかった」と感じてもらう。そして株主・投資家の皆様には、「投資して良かった」と評価していただく。こうした期待にお応えするため、私たちは新たな挑戦を続けていきます。

すべてのステークホルダーの皆様から長く信頼され、必要とされる企業グループを目指していきますので、今後とも変わらぬご理解とご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

代表取締役社長執行役員
平 邦雄

エコスグループの規模拡大に向けて 挑戦を積み重ね、成長を成し遂げます



エコスグループの成長戦略

中期経営計画 2024年3月～2027年2月

エコスグループは、将来にわたりお客様に必要とされ続け、従業員が安心して働き続けられる企業として成長していくため、2024年3月から2027年2月までの中期経営計画のテーマを「サステナブルな企業へ」とし、5つの経営方針を定め、これをもとに各年度の重点施策を定めて実施しています。

テーマ

サステナブルな企業へ

経営方針

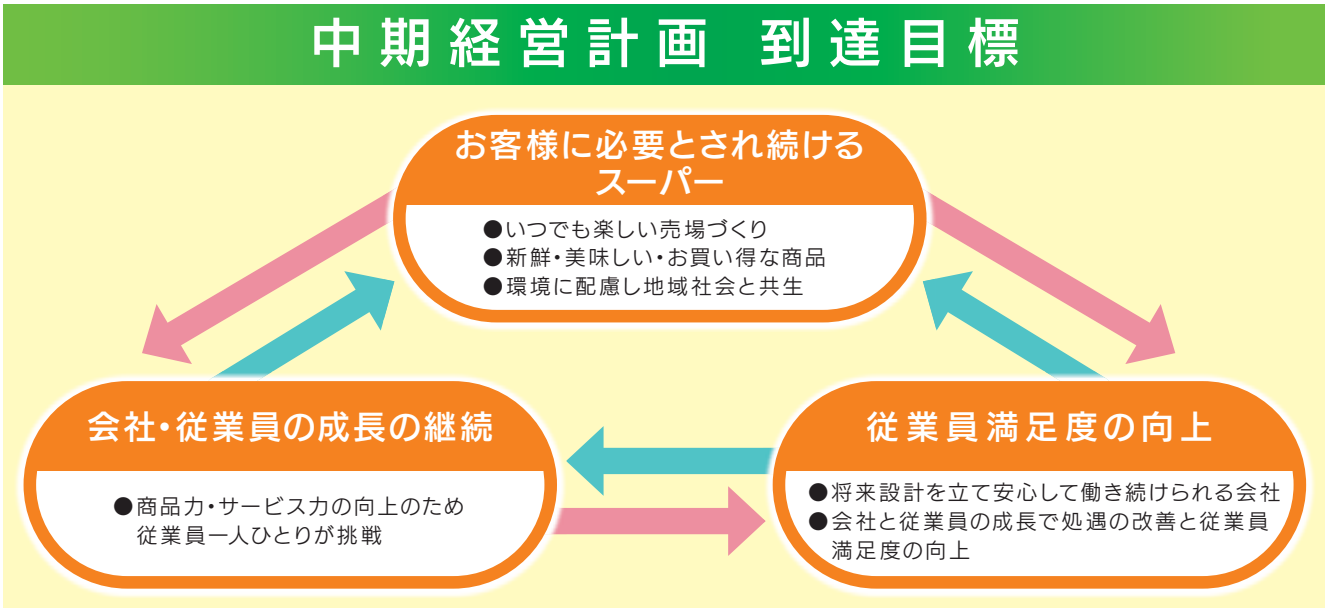
1商品改革

2サービス力向上

3人材育成

4法令順守

5従業員満足度の向上



ESGの中期3か年計画

当社グループでは、サステナブルな企業を目指すという中期経営計画の目標を実現するため、サステナビリティ推進委員会が中心となってESGの各項目についても3か年計画を作成し、中期経営計画と連動させて取り組みを行っています。計画は、サステナビリティ推進委員会で再度調整を行い、「重点課題(マテリアリティ)」として統合しました。重点課題(マテリアリティ)は21ページに掲載しています。また、サステナビリティ推進委員会や取り組みの詳細につきましては、21ページ以降の「サステナブルな経営」、31ページ以降の「コーポレート・ガバナンス」の記述をご参照ください。

行動指針

- 環境

2050年カーボンニュートラルへの活動推進
- 社会

健康経営の推進と社会人として成長できる環境づくり
- ガバナンス

プライム上場企業にふさわしい体制への進化

2025年度重点施策の振り返り

2025年度は、地域のお客様にとって最も身近で、信頼できる食品スーパーマーケットを目指し、テーマを「エコスグループのブランド化」とし、5つの重点施策に取り組みました。

2025年度重点施策テーマ 「エコスグループのブランド化」

重点施策	取り組み	成長と改善点
1. 商品力の向上	▶商品選定会議での検討商品の充実化、議論の活性化 ▶60周年の感謝を伝える品揃え	▶商品選定会議では、2024年度より検討対象アイテム数が増加した。次の段階として子育て世代のお客様層拡大を目指しレベルアップが必要 ▶60周年記念商品は、より充実した品揃えを実現するため、今後アイテム数の拡充を進める
2. あいさつからの接客・人材育成	▶基本に立ち返り、歓迎・感謝を伝えるあいさつの実施 ▶コミュニケーションを活性化し、さらなるサービス向上へつなげる	▶あいさつはさらなる改善の余地があると捉え今後も磨きをかけていく
3. 新規出店と既存店の成長	▶新規物件獲得に向け店舗開発組織の再編成 ▶効果的な改装や、好事例の水平展開を実施	▶新規2店舗、移転建て替え1店舗の出店を行ったが、新規店舗の出店はさらに推進する必要がある
4. 法令順守	▶安全で安心な食品提供のため、営業に関わる法令順守の徹底 ▶お客様・お取引先様・従業員からの信頼を高める	▶法令順守の結果、重大事故は発生しなかった ▶さらなる従業員教育を進め法令順守の徹底を深める
5. 従業員満足度の向上	▶お客様満足度の向上を図り、働く楽しさ・満足感へつなげる ▶業績に応じた処遇の改善	▶平均年間給与は、エコス単体で103.7% ▶処遇の改善は前進しており、引き続き取り組む

2026年度重点施策

2026年度は、サステナブルな企業へ向けた最終年度として、お客様への貢献と従業員満足度の向上を目指し継続して成長していくため、テーマを「エコスグループの規模拡大」とし、6つの重点施策に取り組んでいきます。

2026年度重点施策テーマ 「エコスグループの規模拡大」

重点施策	取り組み
1. 商品力の強化	▶商品選定会議では、さらに検討対象アイテム数を拡大し、引き続き子育て世代の社員からの意見を募る ▶60周年記念商品の後継「プライスセレクト」を開始し、お客様からのさらなる支持獲得に努める
2. 接客・サービス力の向上	▶歓迎・感謝を伝えるあいさつを継続 ▶身だしなみ基準徹底の継続
3. 人材育成、女性・若手の活躍	▶研修や業務を通して成長を促進する教育体制の強化 ▶性別・年齢によらず、能力・経験に応じた人材登用の推進
4. 継続的な新規出店	▶既存出店エリアへのドミナント展開を中心とした新規出店の継続 ▶既存店舗の成長に向けた改装やテナント区画への誘致推進 ▶新たな商品供給提携企業様とのパートナーシップ構築
5. 法令順守	▶安全で安心な食品提供のため、営業に関わる法令順守の継続 ▶お客様・お取引先様・従業員からの信頼の一層の向上 ▶各種ハラスメント防止に向けた対策
6. 従業員満足度の向上	▶お客様満足度の向上を図り、働く楽しさ・満足感へつなげる ▶業績に応じた処遇の改善

エコスグループの成長戦略

グループ拠点

全 **137** 店舗

エコス 74店舗

たいらや 28店舗

与野フードセンター 14店舗

マスダ 13店舗

ココス
ナカムラ 8店舗

屋号別店舗数

TAIRAYA 80店舗

エコス 10店舗

たいらや 28店舗

FoodGARDEN 6店舗

Y・VALUE 1店舗

マスダ 3店舗

ヤマウチ 1店舗

ココスナカムラ 7店舗

GOLDEN BULL 1店舗

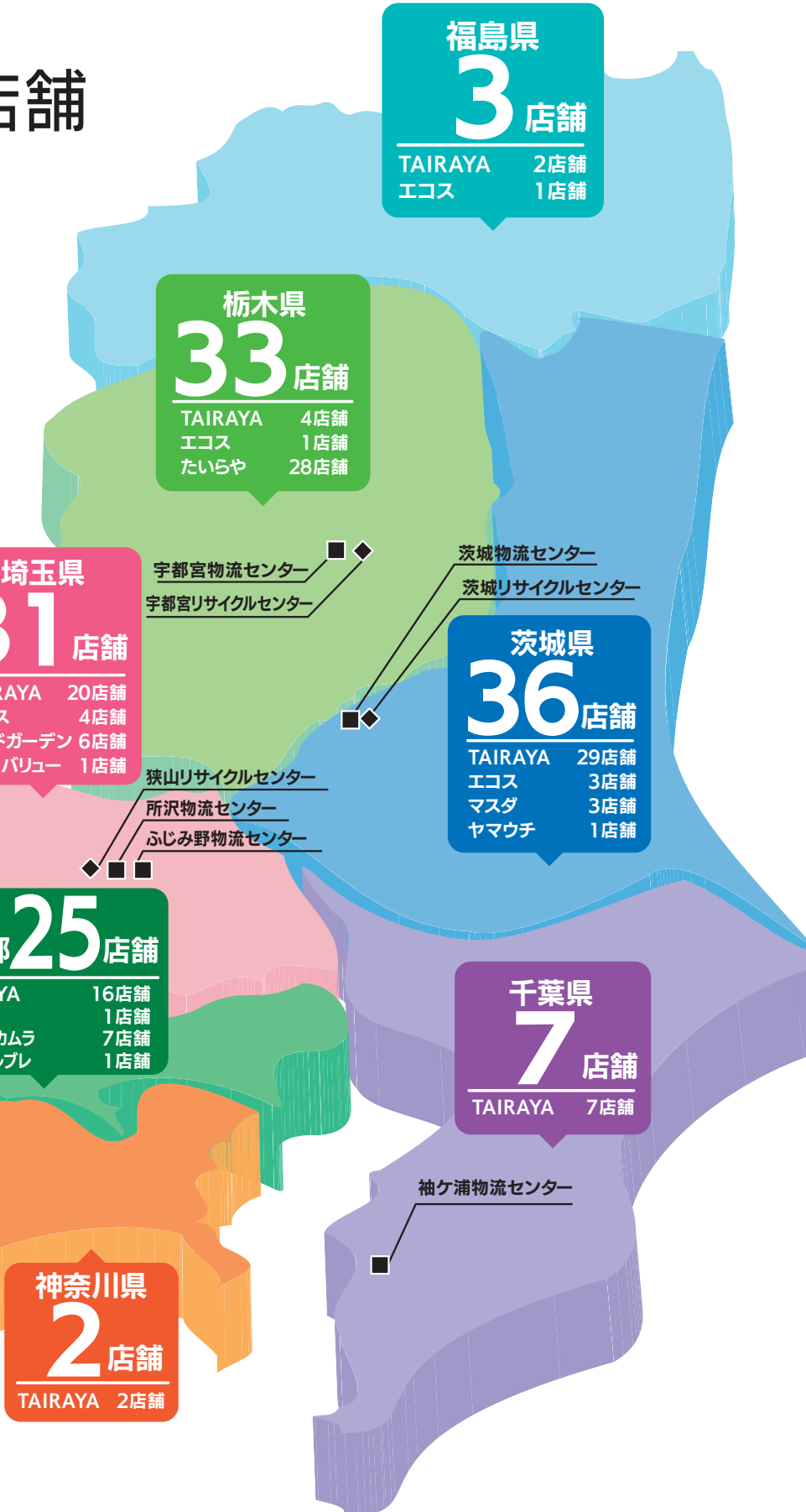
TSロジテック

物流センター

- 所沢物流センター
- ふじみ野物流センター
- 宇都宮物流センター
- 茨城物流センター
- 袖ヶ浦物流センター

リサイクルセンター

- ◆ 狭山リサイクルセンター
- ◆ 茨城リサイクルセンター
- ◆ 宇都宮リサイクルセンター



物流センター

エコスグループの物流とリサイクル事業はグループ会社のTSロジテックが担っています。

5か所の物流センターから当社グループ137店舗と商品供給先様18店舗に、自社車両のほか、協力運送会社様の車両を活用して商品を送り届けています。

物流センターでは、お取引先様から一括納品された商品の検品と店舗別・棚別の仕分けを行っています。ケースソーター、シャトルシステム、ウェアラブル端末等を活用し、正確性向上と効率化を図りながら、店舗作業の省力化を進めています。

ふじみ野物流センターでは、太陽光発電パネル・大型蓄電池を設置し、所沢・ふじみ野エリア内では自社物流便を本格始動しており、有事の際にも安定稼働できる体制を整えています。

また、一部の売れ筋商品をストックし急激な需要の変化にも備えており、当社グループのスーパーマーケット事業を支えています。



所沢物流センター

住所 埼玉県所沢市 開設年月 2007年2月
主な機能 冷蔵・冷凍商品の仕分け・配送



ふじみ野物流センター

住所 埼玉県入間郡三芳町 開設年月 2024年11月
主な機能 常温商品の仕分け・配送・保管



茨城物流センター

住所 茨城県桜川市 開設年月 2001年11月
主な機能 常温商品の仕分け・配送・保管/冷蔵・冷凍商品の仕分け・配送



宇都宮物流センター

住所 栃木県宇都宮市 開設年月 2016年5月
主な機能 常温商品の仕分け・配送・保管/冷蔵・冷凍商品の仕分け・配送



袖ヶ浦物流センター

住所 千葉県袖ヶ浦市 開設年月 2008年6月
主な機能 常温商品の仕分け・配送・保管/冷蔵・冷凍商品の仕分け・配送

リサイクルセンター

3か所のリサイクルセンターでは、店舗から資源物を回収し、圧縮・溶解等の一次加工を行い、リサイクル業者に引き渡しています。資源化の内容については、25ページに記載しています。さらに、店舗で使用しているお買い物かごの洗浄を行い、グループ店舗の活動を支えています。



狭山リサイクルセンター

住所 埼玉県狭山市 開設年月 2010年9月 主な機能 資源物の加工



茨城リサイクルセンター

住所 茨城県桜川市 開設年月 2010年9月 主な機能 資源物の加工



宇都宮リサイクルセンター

住所 栃木県宇都宮市 開設年月 2025年2月 主な機能 資源物の加工

エコスグループの成長戦略

店舗開発

エコスグループは中期経営計画に基づき、売上規模の拡大を目指し、新規出店の促進や既存店舗の改装を進めています。物流センターからの配送効率の良い、東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、茨城県、栃木県、福島県県南地域へのドミナント展開を今後さらに深化させていきます。新規出店では、土地の取得や賃借に加え、既存物件を活用した居抜き出店も積極的に行い、工事期間の短縮や、コスト抑制による投資回収期間の短縮を実現しています。

既存店の改装は、直近5年間で39店舗行っています。2025年度は11店舗、冷蔵・冷凍設備をはじめとする機器類の更新のほか、惣菜、冷凍食品売場の拡張等、最新のマーチャндаイジングを取り入れた店舗フォーマットへの転換を推進しました。

新店 2025年3月～2026年2月



改装店 2025年3月～2026年2月

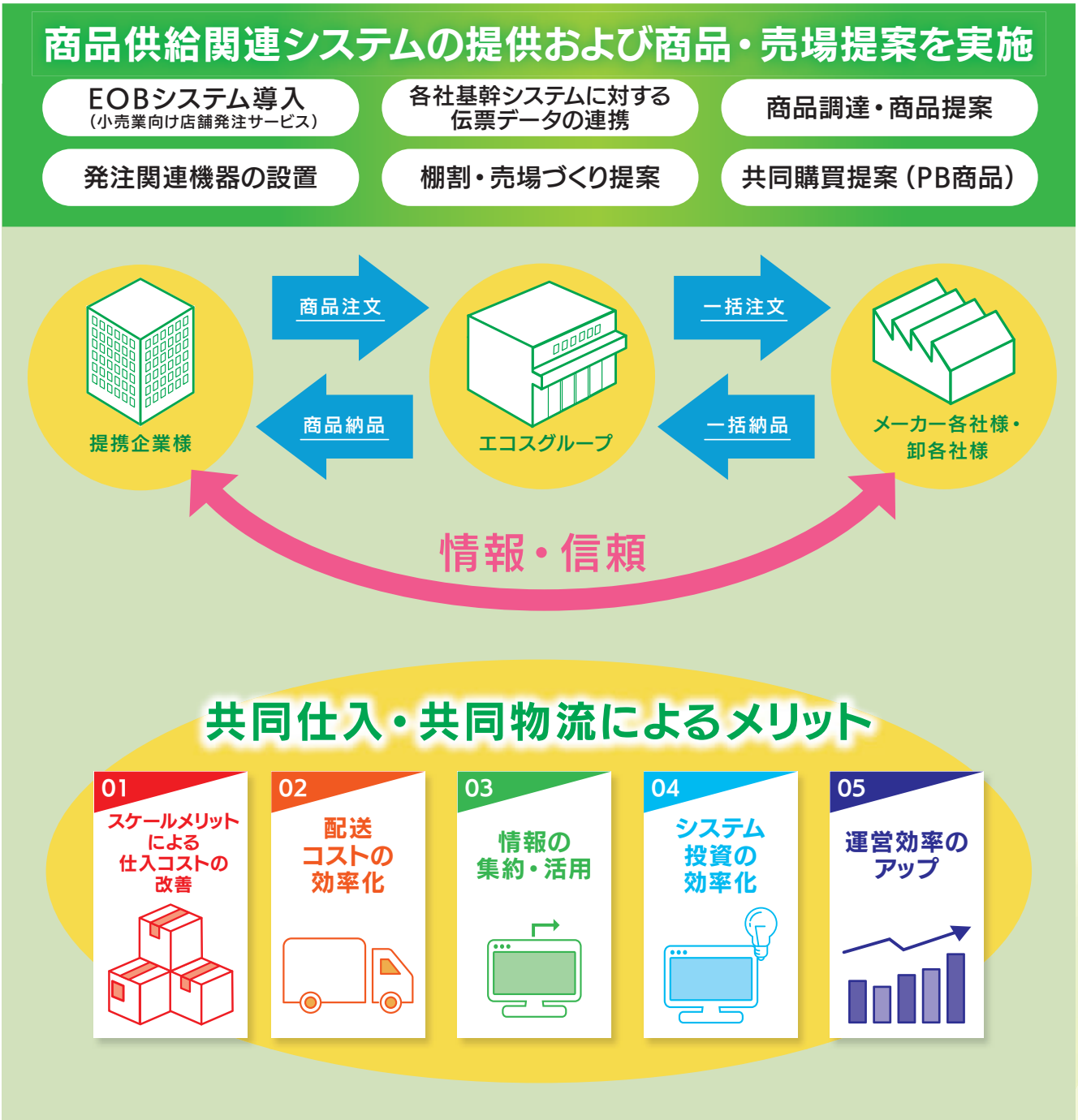


店舗収益力の向上を目指し、従業員の作業効率を高める什器や備品の導入も積極的に行っています。売場の構成については、特に通路幅を広く取り、商品カテゴリーごとに整理された配置に変更し、お客様にとってより利便性の高い店舗づくりを進めています。また多様なテナント導入を進めることでもお客様の利便性向上に努めています。100円均一ショップやドラッグストア、クリニック、コインランドリー、クリーニング店、美容室、精米所等、地域のニーズに応じた業種の展開に取り組んでおり、今後もテナント区画への誘致を行い、店舗の集客率向上につなげていきます。

商品供給事業

当社グループでは、これまで蓄積してきた食品スーパーマーケット運営のノウハウを活かし、提携企業様に対して共同仕入れ・共同物流を通じた商品供給事業を展開しています。この取り組みは資本提携を伴わず、物流の効率化や情報の集約・活用を通じて、提携企業様の事業運営を側面から支援するものです。また、当社グループのオリジナル商品をはじめとした仕入商品の提案や発注の仕組みづくり、売場の棚割提案に加え、メーカー各社様・卸各社様との商談や物流手配も当社グループが担うことで、提携企業様の業務効率化にも貢献しています。

この事業は、当社グループが出店していない地域のお客様に対しても、「食文化の貢献」に寄与できる取り組みとなっています。2026年2月末時点で10社の提携企業様と連携しており、今後もさらなるパートナーシップの拡大を目指しています。これからも提携企業様と協力しながら、より価値ある提案を通じて、双方にとってのメリットの最大化を目指していきます。



エコスグループの成長戦略

商品戦略

エコスグループならではの魅力ある商品づくり・売場づくりを心がけ、お客様の健康な暮らしへの貢献、楽しいお買い物時間の提供に積極的に取り組んでいます。

高鮮度・高品質の追求

高品質商品の販売にこだわり、商品選定時の見極め、温度管理や衛生管理といった品質管理、店内加工での丁寧な商品づくり等を徹底しています。

より一層鮮度の良い商品を取り扱うために、青果・鮮魚はエリアごとに最寄りの市場で買い付けを行い、特に青果部門では生産者の方からこだわりの商品を直接仕入れる産地直送にも力を入れています。



商品選定会議

新たな商品の開発・開拓に向けて、商品選定会議のさらなる充実化を進め、商品開発担当、店舗運営担当、その他の部署からも幅広く意見を集め、品揃えに反映しています。

地域の暮らしに合わせた品揃え

地域のお客様のライフスタイルに合わせて、最適な量で商品づくりを行い、簡単便利な商品として、冷凍食品や惣菜、フライパンで焼くだけ・レンジアップするだけの味付け商品等を充実させています。

季節に合ったおすすめ商品や季節催事の商品は、「今必要なものを お得に」というコンセプトの「プライスセレクト」商品として、お買い得な価格での提供に努めています。店舗ごとに品揃えや売場を工夫できる「個店主義」により、地域イベントに欠かせない商品や特産品を品揃えするほか、お客様の声を反映した売場づくりを行い、多様なニーズに応えています。



商品開発者の声



バナナを丸ごと1本
チョコバナナ
クレープ

惣菜部門 関口チーフバイヤー

専門店に並ばず当社で気軽に購入できれば、お客様に喜んでいただけるのではと考え開発に至りました。様々なチョコバナナクレープの中身を研究し、販売価格に対して満足感が得られるよう、バナナは1本使用し税抜500円以内に収めています。この1~2年でスイーツコーナーの基盤が徐々にでき、今後はスイーツコーナーもお買い物の目的の1つになるよう、さらに開発を進めていきたいと思います。



マヨネーズ

グロサリー部門 斉藤チーフバイヤー

価格高騰の中、売れ筋の商品で当社グループの低単価オリジナル商品を開発し、お客様の手に取っていただける機会を増やしたいと考えました。コスパはもちろん、味にもこだわっています。国産卵黄を使用することで、幅広い層のお客様に使用していただける、コクがありながらマイルドなバランスのとれた味わいを実現しました。今後もお客様にご支持いただけるオリジナル商品の開発に努めます。

店舗運営

当社グループは、地域の食を支えるライフラインとしての責任を常に自覚し、すべてのお客様に対して安全・安心、楽しく快適なお買い物環境の提供に努めています。

お客様とのコミュニケーション

笑顔と信頼を大切に接客を常に心がけています。レジ責任者会議では各店舗の好事例や課題を共有し、サービス品質の向上に取り組んでいます。また、各店舗でいただくお客様の声をもとに改善策を検討し、より良い店舗運営の実現に努めています。今後もサービス力を高め、選ばれる店舗づくりを推進します。



衛生管理

お客様に安心して快適にお買い物を楽しんでいただけるよう、毎日のクリンタイム清掃に加えて、重点清掃を計画的に実施し、売場と商品加工作業場の衛生管理を徹底しています。グループ共通の品質・衛生管理基準を定め、食品表示や計量管理等の関連法令に対応したマニュアルを運用しています。さらに、品質管理部門による教育を通じて店舗担当者の知識向上を図り、安全・安心な商品とサービスの提供に取り組んでいます。



ポイントカードと公式アプリ

当社グループのポイントカード「ハッピーカード」は、ハウスプリペイド型電子マネー機能を備えており、会計時の利便性向上に貢献しています。従来のプラスチックカードに加え、LINEミニアプリ版の提供も開始し、会員数は97万名に達しています。また、公式アプリとポイントカードを連携することで、電子マネー機能をより便利にご利用いただけます。アプリ上では電子マネー残高や利用履歴の確認が可能のほか、電子レシートサービスとの連携により紙資源の使用削減を推進し、環境負荷の低減にも貢献しています。さらに、お気に入り店舗を登録することで、店舗ごとのお得な情報やキャンペーン情報をタイムリーに受け取ることができます。今後も、お客様とのつながりを深め、当社グループのファンになっていただけるよう、魅力的なキャンペーンの展開やサービスの利便性向上に継続的に取り組んでいきます。



デジタル販促

お客様とのコミュニケーション強化にデジタル販促を活用しています。公式Instagramでは、動画や画像を活用して、おすすめ商品やお得な情報、新規オープン・改装店舗の紹介、調理方法の提案などを発信し、お買い物の楽しさや利便性の向上に努めています。店頭ではデジタルサイネージや音声販促、レシピカードを活用し、旬の商品やメニュー提案を行い、毎日の食卓をより豊かで楽しいものにする情報発信を推進しています。



店舗運営部 落合エリアマネジャー

常にお客様に喜んでいただける、飽きの来ない店舗を目指して、地域で話題の商品等を取り入れてみたり、好事例の水平展開をスピード感を持って行っています。24時間営業化した店舗では、店長をリーダーに夜間帯の従業員育成を進めており、ゆっくりとお買い物を楽しんでいただけるよう、清潔な店舗づくりや、接客に注力しています。その結果、徐々に夜間・早朝時間帯の売上の伸びを感じています。今後も、従業員のマルチジョブ化を推進し、生産性の向上とお客様満足度を両立した店舗運営を推進していきます。

サステナブルな経営

サステナビリティ推進

エコスグループは「環境と健康にやさしい暮らし」を提供し続ける企業を目指し、サステナビリティに関する取り組みを推進するためサステナビリティ推進委員会を設置し、施策の審議や目標の進捗確認を行っています。

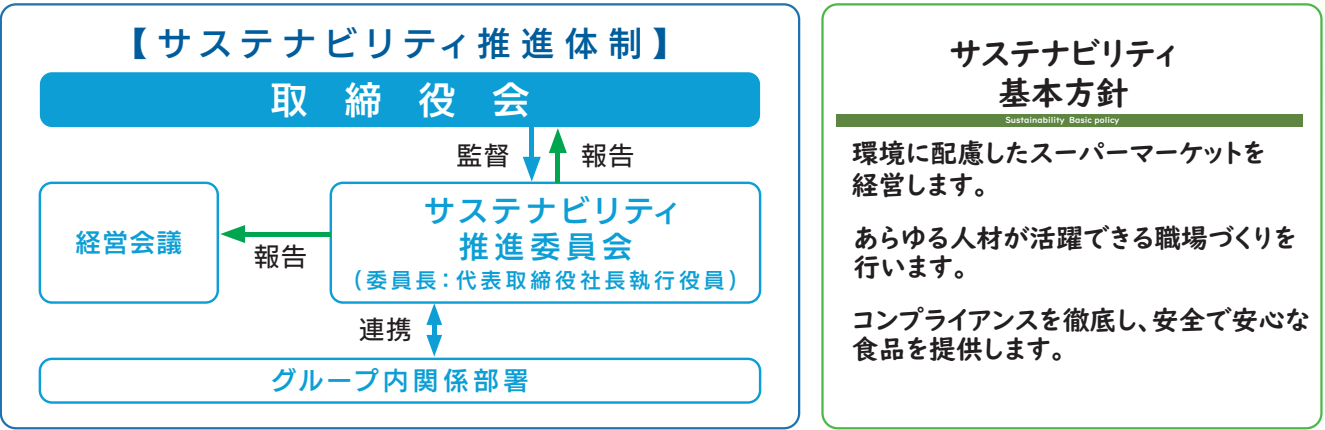
ESGの各項目については、委員会での議論を通じて中期経営計画と連動させた目標設定を行い、さらに「重点課題(マテリアリティ)」として改めて整理し以下の内容を定めました。

重要課題(マテリアリティ)

重要課題 (マテリアリティ)	取り組み項目	目標と指標 2027年2月期まで	取り組み内容	2025年度実績	主に関連する SDGs
環境に 配慮した 事業活動	気候変動への 対応 (CO ₂ 排出量の 削減)	・2013年度比で排出総量を 約35%削減、売上百万円 当たり約40%削減	・省エネルギー ・再生可能エネルギーの活用	・Scope1: 1,564t-CO ₂ ・Scope2: 52,320t-CO ₂ ・2013年度比で32.6%削減、 ・売上百万円当たり37.3%削減	7 気候変動 11 持続可能な 消費と生産
	食品廃棄物の 削減	・食品ロス金額を 2023年度比3%削減 ・食品リサイクル率87%の 達成	・商品の適正管理 ・食品リサイクル分別の徹底 ・リサイクル・ループ商品の開発・販売	・食品ロス金額は117% ※集計方法変更による増加 ・食品リサイクル量1,552t 食品リサイクル率89.3% ・サスベジタブルブロッコリー 売上約2,000万円 ・サスベジタブル長ねぎ 売上約1,300万円	12 持続可能な 消費と生産 13 気候変動 14 海洋資源 15 陸域生態系 の持続可能な 開発
	資源の循環	・資源リサイクル回収量 2023年度比3%アップ ・廃棄物を2023年度比3% 削減 ・プラスチック包装使用量を 2023年度比3%削減	・資源リサイクル分別の推進 ・資源物回収周知の推進 ・詰め替え商品やエコパッケージ 商品の品揃え ・包装資材の見直し	・資源リサイクル量10,002t 2023年度比97.7% ・廃棄物排出量3,972t 2023年度比96.7% ・プラスチック包装使用量1,484t 2023年度比101.5%	
地域社会 との共生	地域の ライフライン 拠点	・ライフラインとして、 改装・点検のための休業や 年始休業以外は毎日営業	・設備の適正管理 ・自社物流網の確保 ・災害時の運営維持	・営業日数362日 ・年間買上点数約6億点	3 気候変動 4 質の高い 雇用と経済 成長
	地域社会への 貢献	・地域雇用の創出 ・地域行政や教育機関との 協力	・新規出店や改装による雇用機会 の拡大 ・地域活動や教育活動に年間20件 以上参加	・客数6,458万人 ・PAおよび契約社員人数4,029人 (8時間換算) ・地域行政にオープンハウス場所提供等や 教育機関に職業体験等の協力を実施	5 気候変動 8 質の高い 雇用と経済 成長 10 気候変動 11 持続可能な 消費と生産 16 平和と 正義
あらゆる 人材の 活躍推進	多様な人材の 採用、登用	・若手管理職比率30%以上 ・女性管理職比率10%以上	・適性を重視した採用、登用 ・若手研修の実施 ・自己申告制度を活用した適材配置 ・採用時、女性比率30%以上 ・あらゆる人材の活躍事例を発信	・若手管理職比率7.7% ・女性管理職比率6.9% ・採用時女性比率28.4% ・各階層に対する研修や海外研修等を実施	10 気候変動 11 持続可能な 消費と生産 16 平和と 正義
	人権の尊重	・リスク評価を定期的に 実施し、人権リスクを軽減・ 排除する	・人権方針の策定 ・人権デュー・ディリジェンスの実施 ・人権方針の順守に向けた研修の実施 ・ハラスメント防止研修の実施	・人権方針の策定 ・生団連が定める「外国人の受け入れに 関する基本方針」に賛同 ・ハラスメント防止研修を各階層で実施	5 気候変動 8 質の高い 雇用と経済 成長 9 気候変動 10 気候変動 11 持続可能な 消費と生産 16 平和と 正義
	従業員の 健康増進	・有給休暇取得率70%以上 ・メタが該当率の削減	・有給休暇取得日数の確認 ・健康診断の拠点別実施 ・特定保健指導の促進	・有給休暇取得率40.7% ・メタが該当者全員へ特定保健指導受診を 促進、各拠点での指導実施	10 気候変動 11 持続可能な 消費と生産 16 平和と 正義
コンプライアンスの 徹底	食品関連 営業法規 順守の徹底	・販売商品を起因とする 重大健康被害ゼロ	・品質管理部門による、現場指導 ・部門横断のプロジェクトチームで 課題認識会議の実施および現場へ のフィードバックの実施	・重大健康被害ゼロ	5 気候変動 8 質の高い 雇用と経済 成長 9 気候変動 10 気候変動 11 持続可能な 消費と生産 16 平和と 正義
	リスク マネジメント	・公正な商品調達 ・内部通報システムの実効性の 確保	・公正取引のための社内セミナー 年3回以上の開催 ・法務部門による取引状況調査の実施 ・内部通報ルールに則った運営維持	・公正取引のための社内セミナーを3回実施 ・内部通報の適正運用	12 持続可能な 消費と生産 14 海洋資源 15 陸域生態系 の持続可能な 開発 17 気候変動 18 気候変動 19 気候変動 20 気候変動 21 気候変動 22 気候変動 23 気候変動 24 気候変動 25 気候変動 26 気候変動 27 気候変動 28 気候変動 29 気候変動 30 気候変動 31 気候変動 32 気候変動 33 気候変動 34 気候変動 35 気候変動 36 気候変動 37 気候変動 38 気候変動 39 気候変動 40 気候変動 41 気候変動 42 気候変動 43 気候変動 44 気候変動 45 気候変動 46 気候変動 47 気候変動 48 気候変動 49 気候変動 50 気候変動 51 気候変動 52 気候変動 53 気候変動 54 気候変動 55 気候変動 56 気候変動 57 気候変動 58 気候変動 59 気候変動 60 気候変動 61 気候変動 62 気候変動 63 気候変動 64 気候変動 65 気候変動 66 気候変動 67 気候変動 68 気候変動 69 気候変動 70 気候変動 71 気候変動 72 気候変動 73 気候変動 74 気候変動 75 気候変動 76 気候変動 77 気候変動 78 気候変動 79 気候変動 80 気候変動 81 気候変動 82 気候変動 83 気候変動 84 気候変動 85 気候変動 86 気候変動 87 気候変動 88 気候変動 89 気候変動 90 気候変動 91 気候変動 92 気候変動 93 気候変動 94 気候変動 95 気候変動 96 気候変動 97 気候変動 98 気候変動 99 気候変動 100 気候変動
	コーポレート ガバナンスの 推進	・経営の健全性維持、 さらなる効率化 ・情報開示の充実を図る	・CGコードの適正な更新実施 ・株主様との対話の強化 ・内部統制推進体制の実態に 合わせた整備	・CGコードの全項目についてコンプライを 達成 ・「資本コストや株価値を意識した経営の実現 に向けた対応」を開示 ・決算説明資料開示	10 気候変動 11 持続可能な 消費と生産 16 平和と 正義

サステナビリティ推進体制

サステナビリティ推進委員会は、代表取締役社長執行役員が委員長を務め、執行役員、専門知識を持つ社外のアドバイザー等で構成されています。また、サステナビリティに関する考え方を従業員と共有できるよう策定したサステナビリティ基本方針を取り組みの軸とし、サステナビリティを重視した経営を行うことで、社会の課題解決と持続的発展に貢献し、当社グループの成長を目指しています。



環境保全の取り組み

当社グループでは、環境問題への取り組みを重要な企業の社会的責任と捉えています。「環境と健康にやさしい暮らし」をお客様をはじめ地域の皆様に継続的に提案し、発展させていくため、下記5項目からなる環境方針を策定し、1998年から様々な取り組みを継続して実施しています。

エコスグループの
環境方針

- ① 地域の食生活文化貢献のため、環境に配慮した安全で安心な商品づくりと提供に努めます。
- ② 地球温暖化防止のため、環境に配慮した店舗づくりをめざし、省資源・省エネルギーに取り組みます。
- ③ 資源循環社会実現のため、廃棄物の削減と資源の有効活用に取り組みます。
- ④ 食品ロス問題に積極的に取り組み、食品廃棄の抑制、食品残さを利用したリサイクル・ループを推進します。
- ⑤ この方針を全社員に周知徹底し、社員一人ひとりが環境に配慮した取り組みを実践し、環境に関連した法規制を順守します。

エコスグループの主な環境活動の歩み

1998年 6月	店舗から排出される食品残さの食品リサイクル(堆肥化)を茨城地区で開始
2000年 4月	発泡食品トレイ、牛乳パックの店頭回収を開始
2002年 1月	JA北つくばとの食品リサイクル・ループ(特別栽培米プロジェクト)の開始
2002年10月	食品リサイクル・ループによる特別栽培米コシヒカリ(通称エコス米)の販売を開始
2006年10月	食品リサイクル(液飼化)を東京地区で開始
2007年 5月	食品リサイクル・ループで生産した豚肉(旨香豚)の販売を開始
2008年 4月	缶の店頭回収を全店で開始
2009年 9月	消費電力量のデマンド監視装置を設置
2010年 9月	埼玉県狭山市および茨城県桜川市にて自社の資源リサイクルセンターが稼働開始
2013年 3月	店舗の照明をLED照明へ変更開始
2013年11月	日本食糧新聞社主催 第22回食品安全安心・環境貢献賞奨励賞を受賞
2015年11月	“旨香豚”“地球環境にやさしい桃”が「第7回フード・アクション・ニッポンアワード2015」に入賞
2021年 7月	再生可能エネルギーの導入開始
2023年11月	食品リサイクル・ループで生産した農産物(サスベジタブルブロッコリー)の販売を開始

気候変動への対応（TCFD提言に沿った情報開示）

エコスグループは、気候変動問題に関して「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」の提言に沿った取り組みと情報開示を行っています。CO₂排出量の継続的な削減に努めながら、事業の持続性を向上させ、企業価値向上につなげていきます。

詳細は当社ホームページをご参照ください。https://x.gd/YFhIB



ガバナンス

サステナビリティ推進委員会において、気候変動対策として、CO₂排出量の削減目標や戦略の策定、進捗の管理等を行い、幅広い観点から気候変動に関するリスク・機会を識別・評価・管理しています。重要な方針・実行施策・その実施状況等を定期的に取締役会へ報告しています。

当社グループでは、気候変動問題に実効的に取り組むため、IPCC（気候変動に関する政府間パネル）が発行した第6次評価報告書等を参考に、以下の2つのシナリオを設定し、2030年時点の影響について分析を行い、各シナリオに対応する戦略を策定しています。

気温上昇1.5℃シナリオ
（脱炭素シナリオ）

炭素税導入等の規制が強化され、再生可能エネルギーの導入が拡大する。これにより気温上昇が抑えられ、大規模自然災害等の発生頻度も現在より大きく増加せず、農産物・水産物・畜産物の収穫量への影響も限定される。一方で、エネルギー費用が高騰し、水光熱費、物流関連のコストが増加する。消費者の気候変動問題への関心が高まり、ライフスタイルに変化が及ぶとともに、企業を見る目が厳しくなる。

気温上昇4.0℃シナリオ
（温暖化進行シナリオ）

炭素税の導入や再生可能エネルギーの導入が拡大せず、脱炭素社会への移行が進まない。これにより気温上昇が抑えられず異常気象がさらに増加、風水害が多発し、数年に一度レベルの災害が毎年のように起こり、感染症の発生リスクも高まる。全般的に物理的リスクの影響が高まる。

戦略

シナリオ分析の結果、1.5℃未満シナリオでは、脱炭素社会への移行に伴うカーボンプライシング等の規制強化や、再生可能エネルギー調達に伴う追加コストが主要な移行リスク・対応コストとして想定されます。一方、4.0℃上昇シナリオでは、世界的な異常気象や気温上昇が引き起こす食料品不足や物流網への物理的リスクの影響が大きいと考えられます。

今回は定量化が可能な項目として、1.5℃未満シナリオにおけるカーボンプライシング導入時の追加費用、およびScope2排出量削減策の一つである非化石証書購入に伴う費用について試算を行いました。カーボンプライシングが導入された場合の2030年時点での費用負担は11.6億円～14.6億円となりますが、非化石証書により電力使用分のCO₂排出量を実質的に削減し電力以外のカーボンプライシング費用を負担した場合は0.9億円～5.4億円と試算されました。その他のリスクに関しても今後試算を検討していきます。

※IEA「World Energy Outlook 2025」等におけるネットゼロ移行シナリオの炭素価格水準を参考に、2030年時点の炭素税を180ドル/tCO₂と仮定し、1ドル＝150円で試算
※一般社団法人日本卸電力取引所の価格制限設定より、価格を0.4円/kWh～4円/kWhと仮定
※2030年度CO₂排出量について、2013年度比46％削減ができた時を最小値、2025年度の削減量（32.6％）にとどまった時を最大値として試算

当社グループでは、引き続き脱炭素に向けた取り組みを継続し、食品ロスの削減も徹底していきます。また、過去に水害被害を受けた店舗での経験を教訓とし、台風や洪水等のリスクも十分考慮し異常気象による災害に対してレジリエンスの高い店舗網と関連するインフラを構築していきます。現在、個々の店舗での対応も含めた自然災害に対応するBCPの策定等を進めています。さらに今後は定量的なインパクト評価も実施していきます。

リスク管理

1. 気候関連リスクの選別・評価プロセス
気候関連のリスクおよび機会は、マテリアリティ分析の手法によりサステナビリティ推進委員会にて1年に1回以上の頻度で選別・評価を行い、十分に内容を審議したのちに決定しています。
2. 気候関連リスクの管理プロセス
サステナビリティ推進委員会で承認された気候関連のリスクと機会を踏まえ、各関連部署は目標を設定し活動します。目標の進捗管理はサステナビリティ推進委員会が行い、取締役会・経営会議へ報告されます。
3. 気候関連リスクの選別・評価・管理プロセスと全社総合リスク管理への統合
当社グループでは、事業活動に伴って発生する可能性のある様々なリスクを経営レベルで統合的に管理するための体制を構築しており、気候変動リスクも対象に含めています。具体的には、リスクマネジメントの最高責任者を代表取締役社長執行役員、各部の責任者を執行役員が務め、正しい商売推進委員会やサステナビリティ推進委員会を通じて、気候関連リスクを含む経営戦略や設備投資等、経営に重要な影響を与える可能性のある潜在的なリスクを特定し、これらのリスクの管理・低減に取り組んでいます。

指標と目標

CO₂排出量の推移

2025年度は、2024年9月にグループ入りした株式会社ココスナカムラ（8店舗）の通年分のScope1.2が加算されたほか、既存10店舗での冷凍食品売場の充実化、新店3店舗の開店、5店舗の24時間営業化を進めた結果、CO₂排出量は増加しました。ただしガス空調の電化によりScope1は減少し、また全社を挙げての省エネ活動により既存拠点の平均電気使用量も減少しました。2026年度は一部店舗で太陽光発電設備を導入し、省エネにも一層取り組むことにしているため、CO₂排出量は削減を見込んでいます。

CO₂排出量（Scope1、Scope2）の削減目標

2050年度カーボンニュートラルに向けて、2030年度に2013年度比46％削減を目指します。2025年度から2030年度の削減量を平準化し、2026年度から2028年度の3か年では、2013年度比40.6％削減、売上百万円当たりのCO₂排出量0.354tを目指します。主な対策として、省エネ活動を継続し、太陽光パネル・再生可能エネルギーの導入を拡大します。

またScope3については、今後測定の詳細化を図りサプライチェーン全体としての目標設定を検討していきます。

指標と目標

CO₂排出量の推移

（単位 tCO₂）

		実績値				目標値				
		2013年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	2030年度
総排出量	Scope1	2,060	1,661	1,620	1,564	1,500	1,438	1,376	1,314	1,251
	Scope2	77,844	48,228	51,448	52,320	50,237	48,152	46,067	43,982	41,897
	Scope1+2	79,904	49,889	53,068	53,885	51,737	49,590	47,443	45,295	43,148
	2013年度比削減率	-	34.9%	33.6%	32.6%	35.3%	37.9%	40.6%	43.3%	46.0%
原単位		2013年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	2030年度
	売上百万円当たり(tCO ₂ /百万円)	0.640	0.395	0.397	0.402	0.386	0.370	0.354	0.338	0.322
	2013年度比削減率	-	35.8%	37.9%	37.3%	39.8%	42.3%	44.8%	47.3%	49.8%

※基準年2013年度のCO₂排出量は、2025年時点グループ連結数値との比較整合性を保つため、連結子会社のココスナカムラ・TSロジテック数値を追加しました。ココスナカムラは2013年度数値、TSロジテックは遡求可能なデータとして2014年度数値を使用しています。

CO₂排出量削減に向けた取り組み

店舗設備に省エネタイプを使用

冷蔵・冷凍ケースや外灯、店舗内照明に消費電力の少ないLEDを使用しています。冷凍食品・アイスコーナーには開閉式の冷凍ケースを使用し、商品パッケージが広く見渡せる陳列で扉の開閉を少なくし、消費電力削減につなげています。店内作業場の一部の水道には節水装置を取り付け、最新の装置では水量を77.5％削減する効果が出ています。



太陽光パネル・再生可能エネルギーの活用

店舗や物流センターの屋根上に太陽光パネルの導入を進めています。CO₂を排出せずに太陽光で作られた電気を消費することで、設置拠点では、年間約157tの排出を抑えました。また、店舗（3拠点）・本部の一部施設と、店舗（19拠点）の外看板照明の電力を再生可能エネルギーへ切り替えています。これにより、切り替えなかった場合に比べ、CO₂排出量は年間約816tの削減となりました。

リサイクルステーションの設置

店頭にリサイクルステーションを設置し、お客様の家庭から排出される資源物を回収・再資源化しています。2025年度は、焼却処分した時と比べ約254kgのCO₂排出量の削減となりました。

サステナブルな経営

資源循環社会に向けた取り組み

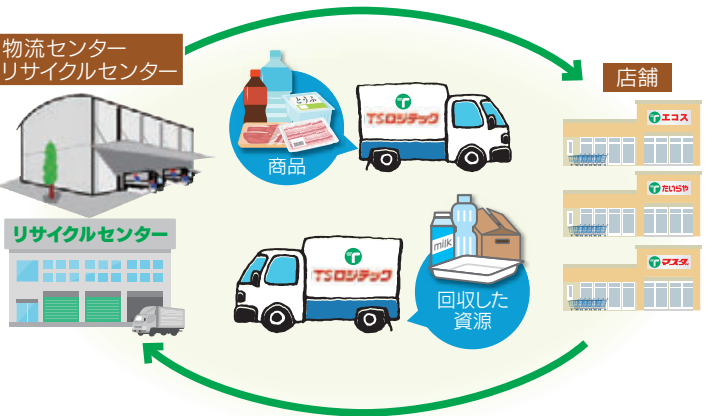
各店舗で排出されるダンボールや発泡スチロール、お客様から回収した資源物はエコスグループのTSロジテックが運営するリサイクルセンターに集められ、目視による分別の徹底、圧縮処理や溶解(インゴット

化)を行い、環境負荷を最小限に抑えた上でリサイクル事業者に引き渡されています。このプロセスを回すことにより、焼却廃棄物の削減、CO₂排出量の削減、資源の有効活用に貢献しています。



無駄のないリサイクル回収フロー

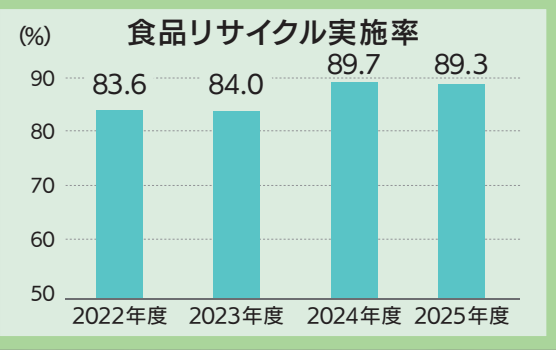
当社グループのリサイクルセンターは、物流センターの近隣に所在しており、店舗で回収した資源物は物流納品の帰り便を利用して運搬することが可能となっています。帰り便を利用することで、別の運送手段を用意する必要がないため、無駄なエネルギー消費やCO₂の排出を防ぎ、生産性の向上にもつながっています。



食品リサイクル・ループの取り組み

当社グループでは、各店舗の作業過程で排出された野菜やお弁当材料等の食品残さを、新しい食品を生み出す堆肥や飼料として再利用する取り組みを進めています。2002年に開始したこの取り組みは、世界で拡大しつつある「サーキュラーエコノミー」の先駆けとなるものです。2025年度は、堆肥化1,026t、飼料化

526tとなり、食品リサイクル率は89.3%と食品リサイクル法の基本方針で設定された食品小売業目標値65%を大幅に上回っています。その他、環境にやさしい商品の開発・販売や、売り切り販売を積極的に行うことにより、食品廃棄物の低減化に努めています。



2023年度から新たに「サスベジタブルシリーズ」の販売を始めました。食品残さを再利用した堆肥を用い、栽培されたサステナブルな野菜で、季節ごとにブロッコリー、とうもろこし、長ねぎ、えだまめを販売してきました。契約農場から産地直送で仕入れているため、環境にやさしいだけでなく、鮮度の良さも特長となっています。今後は、野菜の種類の拡大や、また新しい食品リサイクル・ループ商品の開発にも取り組んでいきます。

サステナブルな経営

地域社会との共生

エコスグループは「地域密着の店舗づくり」に取り組む中で、社会貢献や地域の皆様と交流を深めたいとの思いから地域社会との共生を目指し、地域との協定締結やスポーツ・芸術文化活動への支援、将来を担う子どもたちへの教育機会の提供等を行っています。

地域との協力体制の構築

安全・安心な暮らしや環境保全のため、店舗が所在する地域の自治体と協力しています。

生活物資の供給や施設使用の協力を行うべく、災害時に備えた連携協定を結んでいます。また消費者の生活に密着した業態であることを活かし、地域活性化に向けて様々な協力をするため、包括連携協定を締結しています。当社本部および4店舗が所在する昭島市

では、市主催のクリーン運動に参加しているほか、「健康なまちづくりプロジェクト」に参加し、定期的に当社店舗のスペースをご提供しまちかど血圧測定会の実施に協力しています。さらに各地域催事への協力や、子ども110番の家への登録、詐欺被害防止の呼びかけ、熱中症予防のためのクーリングシェルの場所提供等を行っています。



▲昭島市クリーン運動



▲TAIRAYA 拝島店
昭島市まちかど血圧測定会



▲TAIRAYA 奈良橋店
多摩湖駅伝出張販売店

地域スポーツ・芸術文化振興

当社グループは、地域のスポーツや芸術文化の発展・活性化のサポートを行っています。プロスポーツチームへの協賛・セカンドキャリアの提供から、地域の皆様のサポートまで幅広く支援しています。

たいらや

- プロサイクルロードレースチーム「宇都宮ブリッツェン」オフィシャルパートナー
- プロアイスホッケーチーム「栃木日光アイスバックス」オフィシャルパートナー
- サッカークラブ「栃木SC」オフィシャルパートナー
- ボーイズリーグ栃木県支部 協賛
- プロバスケットボールチーム「宇都宮ブレックス」オフィシャルパートナー

与野フードセンター

- プロサッカークラブ「浦和レッドダイヤモンズ」プレミアムパートナー
- 剣道道場（一心館）の運営サポート
- 彩の国さいたま芸術劇場（公益社団法人埼玉県芸術文化振興財団）サポーター会員



▲与野フードセンター「浦和レッドダイヤモンズ」とのハートフルサッカー教室

教育機会の提供

当社グループは、将来を担う若い人たちの教育の機会となるよう、様々な取り組みを行っています。各店舗にて、小学生の社会科見学、中学生・高校生の職場体験を随時実施しています。一部店舗では小学校低学年までのお子様を対象にレジ業務の体験会を行い、さらには小学校の社会科教材用の情報提供や、大学での授業への参加（キャリアデザインや商品開発）も行っています。スーパーマーケット事業の地域との関わりや役割を伝えていくことは、若い人たちへの職業観醸成の機会提供と同時に、携わる従業員の気付きや学びにもつながっています。



▲埼玉大学 お弁当の共同開発
経営課題の解決策を考える課題解決型授業の実施

人づくり

当社グループは、あらゆる人材が活躍できる職場づくりを行っています。教育、人事制度の整備に加え、従業員が安心して働き続けることができる職場であり続けるため、従業員満足度の向上につながる施策を推進しています。

人材育成

すべての従業員が事業活動の意義を理解した上で継続して勤務できるよう、教育に積極的に取り組んでいます。正社員から各店舗のパート・アルバイト社員まで、集合研修を実施し、経営理念の浸透、接客や身だしなみに関する考え方、職場におけるコンプライアンスといった基本の徹底を図っています。

若手年次研修

新入社員は、約1か月の入社時研修でビジネスマナーや当社グループならではの商売の考え方を学ぶことから始まり、その後数か月かけて各部門業務（青果、鮮魚、精肉、惣菜、グロサリー、レジ）を学びます。入社2年目から5年目までは若手研修として年に数回集合研修や部門別研修を行い、それぞれの年次に必要なキャリアアップのための知識や考え方の習得を推進しています。

集合研修は対面で行うことにこだわり、同期同士や講師を務める従業員との交流を深める機会となっています。こうした学びの場は、知識やスキルの習得だけでなく、部門や店舗を超えた社内ネットワークの構築にもつながり、一人ひとりの成長とキャリア形成を後押ししています。

海外研修

若手社員を対象とした海外研修を実施しています。海外の小売業視察を通じ、商売環境と商売手法の関係を学び、主体的に挑戦する姿勢を育成しています。また、異なる文化や価値観に触れることで視野を広げ、業務への新たな気付きや改善提案につなげています。さらに、グループ会社の垣根を超えた社員同士の交流を通じて、人的ネットワークの構築とグループ内の連携を図っています。研修で得た学びを日々の業務に活かし、エコスグループの持続的な成長につなげていきます。

階層別研修

役職等の階層別研修や女性活躍研修、中途採用者研修も定期的開催しています。例えば新任店長や新任バイヤーに向けた業務ノウハウやコンプライアンス等の研修を行っています。また、パート社員に向けては、当社グループでステップアップできるように、業務をeラーニング形式で学べる環境を整えながら、OJT(On the Job Training)の促進を行っています。

自己育成の機会提供

従業員が会社指定の通信講座を修了した場合に費用を会社負担とする「チャレンジスクール」制度や、作業環境の衛生管理や労働者の健康管理、衛生教育や健康の保持・増進に資する資格である衛生管理者資格取得のための社内講習会を年2回実施しています。



▲新入社員研修



▲海外研修参加者集合写真



▲新規店舗集合研修

サステナブルな経営

様々な人材の活躍推進のための制度

女性社員の活躍推進

女性の活躍をより一層推進するために、2025年2月末時点で6.9%の女性管理職比率を2027年までに10%以上とすることを目標としています。

また、2016年以降新卒入社者数に占める女性比率は30%以上を目指して採用活動を継続しており、2026年4月の入社者に占める女性比率は41.3%となりました。今後もSNSを活用した情報発信や仕事理解を深めるイベントの実施等を通じて、多様な人材が活躍できる環境づくりを推進していきます。

障がい者雇用の推進

当社では、地域の特別支援学校や支援機関等から実習を随時受け入れています。就労前に実際の職場で実習を行うことで、職場環境や業務内容への理解を深めいただき、安心して勤務を開始できる体制づくりに努めています。「1店舗1名以上の障がい者雇用」を目標に掲げ、商品陳列、惣菜の調理加工、清掃業務等、幅広い分野で障がいのある方々が活躍しています。また、入社後も安心して働き続けられるよう、地域の支援機関と継続的に連携し、定着支援や職場での活躍をサポートしています。このような取り組みもあり、2025年度末の当社の障がい者雇用率は法定雇用率を上回る3.7%となっています。

外国人技能実習生

当社ではこれまで、食品工場においてベトナムからの技能実習生および特定技能外国人を受け入れてきました。2025年度からは店舗の精肉部門においても受け入れを開始し、活躍の場を広げています。

外国人材が安心して働き、能力を十分に発揮できるよう、業務に関する言語面のサポートに加え、生活面の支援など、受け入れ体制を充実させ、技能実習生や特定技能外国人が長期的に成長し、活躍できる環境づくりに努めていきます。

パート社員の活躍推進

パート社員(短時間勤務者)を公正に評価・処遇し、やりがいを持ってキャリアアップすることを支援する制度です。技術習得や処遇のほか、毎年実施する正社員登用試験についても定めており、パート社員の将来設計の支援も積極的に行っています。

健康経営

エコスグループでは、従業員とその家族の健康維持・増進を重要な経営課題の一つと位置付け、心身ともに健やかに働ける職場環境づくりに取り組んでいます。

笑顔やあいさつは、より良い接客の実現だけでなく、円滑なコミュニケーションやチームワークの醸成、安心して働ける職場づくりにつながると考えています。そのため、啓発ポスターの掲示に加え、定期的に集合研修を実施し、従業員の意識向上に努めています。

また、医療機関と連携し、複数拠点でインフルエンザ予防接種を実施するとともに、定期健康診断については勤務地で受診できる体制を整備しています。健康診断結果については継続的に管理し、再検査対象者の受診状況を毎月確認しています。さらに、希望者には医師や保健師による健康指導を店舗で受けられる機会を提供しているほか、健康相談ダイヤルや産業医によるメンタルヘルス相談窓口を設け、従業員の健康維持を支援しています。

人材の適材配置

新入社員の店舗配属にあたっては、各部門での業務体験を実施したうえで、一人ひとりの希望や適性を踏まえて配属先を決定しています。

また、新入社員以外の人員配置においても、世代や性別のバランスに配慮するだけでなく、年1回実施する自己申告制度を通じて把握した本人のキャリア志向や希望を考慮しています。さらに、不定期ではありますが、本部業務を含めた部門別の公募を実施するなど、従業員が自らの能力や意欲を発揮できる機会の創出に努めています。

新入社員のサポート

「新入社員アシスト制度」として、新入社員数名と、直接上司と部下の関係にない先輩社員1名でチームをつくり活動しています。新入社員に人事部より定期的にアンケートも行い、悩み等に個別対応することで、コミュニケーションを促進しています。

育児や介護との両立

育児時間短縮勤務ができる要件を、法定基準を上回る「子どもが中学校入学までの期間」としています。さらには男性の育児休業取得率向上に向け人事部による該当者へのヒアリングを実施しています。2026年度からは育児休業を取得した従業員を対象に「育児支援金」を支給する制度を新設し、安心して育児に取り組める環境づくりを進めています。

また、妊娠、出産、育児、介護が退職の理由である正社員は、退職時に申請しておくことで、将来就労が可能になった際、優先的に正社員として復職できる制度を導入しています。

長く働ける環境づくり

定年年齢を迎える正社員には、到達前に再雇用の希望を確認し、嘱託契約社員やパート社員として雇用の継続を行っており、最長で75歳まで勤務可能となっています。また40歳以上の正社員・嘱託契約社員にセカンドライフセミナーを実施しています。

今後も、一人ひとりの健康意識の向上を促進するとともに、従業員が心身ともに健康でいきいきと働き続けられる環境づくりに取り組んでいきます。

女性特有の健康課題

女性特有の健康課題への理解促進と支援強化を目的として、管理職向け研修を実施するとともに、従業員およびその家族が無料で「卵巣予備能を測定するAMH検査」を受けられるサービスを導入しました。

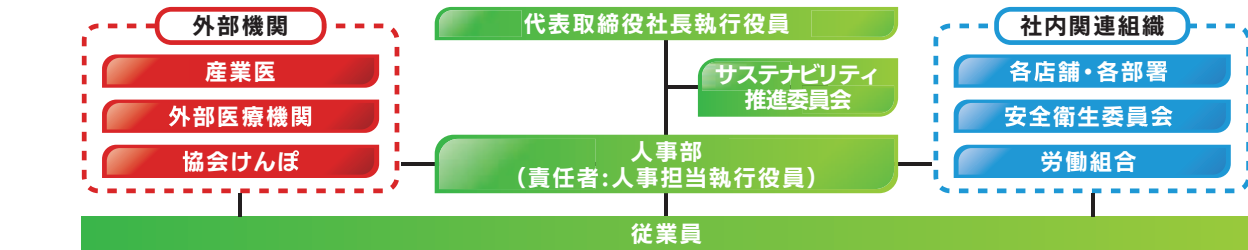
人間ドッグ受診の推奨

疾病の早期発見・早期治療、従業員の健康意識の向上を目的として、人間ドッグの受診を推奨しており、協会けんぽからの補助に加え、会社独自の補助金を支給しています。

健康経営推進体制

人事担当執行役員を責任者として、人事部が中心となり推進しています。各店の安全衛生委員会と連携を図ることで、状況把握と対策実施に努め、サステナビリティ推進委員会における報告等を通じて経営全般との連携、調整を行っています。また企業内労働組合と定期的な協議会を開催し、従業員の待遇や管理上の問題点とその対策等について連携、調整等を行って

います。社外の機関として、協会けんぽと連携を図り、従業員の健康増進を図っているほか、各事業場での健康診断実施を委託している医療機関とも情報連携を行い、従業員の健康状態を把握できる体制を整えています。さらに日頃より産業医と連携を図り従業員の健康について報告・相談を行い、必要に応じたアドバイス、指導をいただいています。



健康・ウェルビーイング指標

当社グループでは、従業員の健康状態や働きがいを定量的に把握し、健康経営および人的資本経営の推進に活用しています。従業員アンケートを通じて、アブセンティズム、プレゼンティズム、ワーク・エンゲージメントを継続的に測定し、施策の改善に役立てています。

アブセンティズム

健康問題に起因したパフォーマンスの損失を表す指標で、健康問題による欠勤のこと。1年間の病欠日数で表す。(単位:日/年)

2023年	2024年	2025年
4.23	3.10	4.06

病気による休暇取得や遅刻早退については、2024年度は改善が見られたものの、2025年度は再び増加しました。今後も健康診断や人間ドッグの受診促進、疾病の早期発見・早期治療支援等を通じて、アブセンティズムの低減に取り組んでいきます。

プレゼンティズム

健康問題に起因したパフォーマンスの損失を表す指標で、勤怠管理上は表に出てこないが、健康問題が理由で生産性が低下している状態のこと。100%が損失の無い状態。(単位:%)

2023年	2024年	2025年
61.1	64.1	64.5

WHO-HPQにおける「絶対的プレゼンティズム」は継続的に改善しており、従業員の健康状態や働きやすさの向上が業務パフォーマンスの改善につながっているものと考えています。今後も健康維持・増進施策を推進し、生産性向上に取り組んでいきます。

人権方針

当社グループは、社は「正しい商売」の経営理念のもと、「地域の食生活の文化に貢献すること」を使命とし、地域のライフラインとしての責任を果たし続けることを目指しています。そのために、当社グループの事業に関わるすべてのステークホルダーの人格、個性、多様性を尊重し、一人ひとりの人権と個人の尊厳を大切にすることが重要である

と考えています。当社グループのすべての役員および従業員が人権への理解を深め、人権尊重の責任を自ら果たす指針として、人権方針を定めています。

当社グループの人権方針は、ホームページをご確認ください。<https://x.gd/pL5sT>



コーポレート・ガバナンス

役員一覧 (2026年6月1日現在)

取締役



代表取締役社長執行役員

平 邦雄 1968年6月12日生
1991年4月 株式会社ダイエー入社
1994年10月 当社入社 取締役
1999年5月 常務取締役企画室長兼開発本部副部長
2000年1月 常務取締役第一販売事業部長
2002年11月 常務取締役営業本部長
2004年5月 専務取締役営業本部長兼物流部管掌
2005年5月 取締役副社長兼営業本部長
2006年3月 代表取締役社長兼営業本部長
2010年9月 代表取締役社長
2022年5月 代表取締役社長執行役員(現任)



取締役副社長執行役員

平 典子 1966年2月27日生
1995年8月 当社入社
2011年9月 取締役営業本部副部長
2012年3月 常務取締役営業本部副部長
2012年5月 株式会社たいらや常務取締役
2013年5月 同社専務取締役
2014年3月 同社代表取締役社長(現任)
2014年5月 取締役
2017年6月 取締役副社長
2022年5月 取締役副社長執行役員(現任)



社外取締役 (任意の指名・報酬委員会委員長)

藤田 昇三 1948年8月1日生
1976年4月 東京地方検察庁検事任官
2003年9月 佐賀地方検察庁検事正
2008年7月 最高検察庁裁判員公判部長
2010年6月 広島高等検察庁検事長
2010年12月 名古屋高等検察庁検事長
2011年8月 定年退官
2011年9月 弁護士登録
2012年6月 株式会社整理回収機構代表取締役社長
2015年10月 奥野総合法律事務所入所
2017年5月 当社取締役(現任)
2019年2月 藤田昇三法律事務所開設
重要な兼職の状況
文化シャッター株式会社 社外取締役・監査等委員
三機工業株式会社 社外監査役



社外取締役 (任意の指名・報酬委員会委員)

野原 信広 1968年12月12日生
1991年4月 松下電器産業株式会社(現パナソニックホールディングス株式会社)入社
2007年3月 株式会社タチバナ・インダストリーズ設立代表取締役(現任)
2015年4月 株式会社タンデム・デザイン設立代表取締役(現任)
2016年5月 当社取締役(現任)
重要な兼職の状況
株式会社タチバナ・インダストリーズ 代表取締役
株式会社タンデム・デザイン 代表取締役

監査役



常勤監査役

浅賀 真一 1964年11月17日生
1988年4月 株式会社協和銀行(現株式会社りそな銀行)入行
2021年4月 りそな総合研究所株式会社(転籍)
2022年4月 りそなデジタルハブ株式会社非常勤監査役
2025年5月 当社常勤監査役(現任)



社外監査役

鈴木 茂生 1958年8月17日生
1994年4月 弁護士登録
2003年6月 ダイア建設株式会社監査役
2006年4月 学校法人青山学院大学客員教授
2007年4月 第二東京弁護士会副会長
2014年2月 第二東京弁護士会広報室長
2015年5月 東京都弁護士協同組合常務理事
2017年5月 当社監査役(現任)
重要な兼職の状況
全国弁護士協同組合連合会 副理事長
医療法人社団やしの木会 監事
一般社団法人ふくしま科学技術推進機構 監事



社外監査役

雨宮 真歩 1972年3月29日生
2011年12月 弁護士登録
2011年12月 雨宮眞也法律事務所入所
2017年5月 当社監査役(現任)

執行役員

常務執行役員 開発部管掌
飯島 朋幸

常務執行役員 生鮮食品部管掌
上野 潔

常務執行役員 グロサリー部管掌
芳野 幸夫

常務執行役員 総務部管掌 兼 人事部管掌
瀧田 勇介

執行役員 業務部長 兼 営業企画部長
齊田 純児

執行役員 財務経理部長
小川 肇

執行役員 第1店舗運営部長
鈴木 啓太

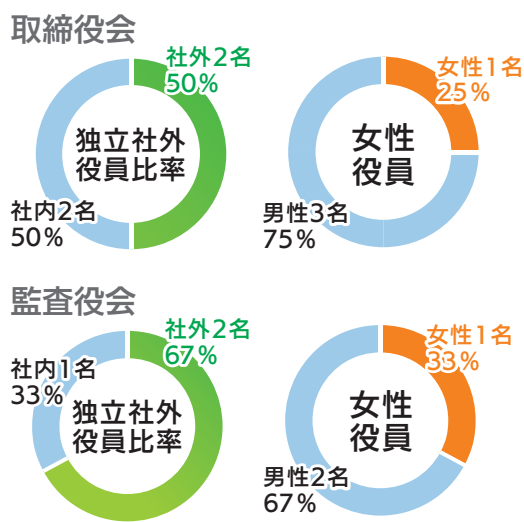
執行役員 第2店舗運営部長
潮田 知則

取締役・監査役のスキルマトリクス

氏名	企業経営・人事・人材	法務・リスクマネジメント	財務・会計	マーケティング・営業	サステナビリティ
平邦雄	○		○		
平典子	○			○	
藤田昇三		○			○
野原信広	○			○	

上記の一覧は、取締役のすべての知見を表すものではありません。

取締役会・監査役会の構成



役員報酬に関する基本方針

当社の取締役、執行役員、監査役の報酬は、企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとして十分に機能するよう株主利益と連動した報酬体系とし、個々の報酬の決定に際しては各職責を踏まえた適正な水準とすることを基本方針として設計・

運用しています。取締役(社外取締役を除く。)、執行役員の報酬は、固定報酬である基本報酬と、業績に応じて変動する業績連動報酬によって構成されており、役位別にその構成割合を定めています。

取締役及び監査役の報酬等の総額 (2025年3月～2026年2月)

役員区分	報酬等の総額(百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)			対象となる役員の員数(名)
		基本報酬	賞与	譲渡制限付株式報酬	
取締役(社外取締役を除く)	126	60	30	36	2
監査役(社外監査役を除く)	9	8	1	-	2
社外役員	19	19	-	-	4

コーポレート・ガバナンス

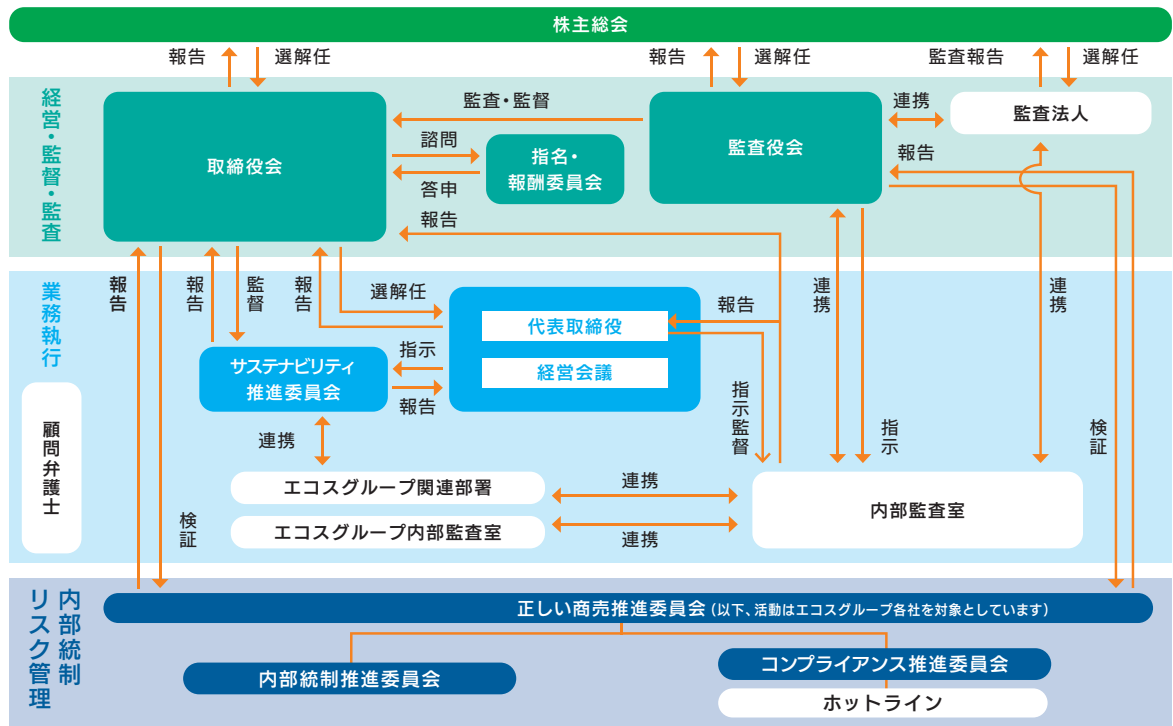
コーポレート・ガバナンスの推進

基本的な考え方

当社グループは、社是「正しい商売」を実践し、株主の皆様やお客様をはじめとするすべてのステークホルダーから高い評価と信頼を得られる企業であり続けるため、コーポレート・ガバナンスの充実を経営の重要課題の一つと考えています。事業環境の変化に対し迅速に対応できる経営組織を構築し、意思決定と適正な業務執行、グループを含む内部統制の推進、経営情報の適時開示等の体制を整備・推進することにより、経営の効率性、健全性および透明性を高め、企業価値の向上に努めていきます。

速に対応できる経営組織を構築し、意思決定と適正な業務執行、グループを含む内部統制の推進、経営情報の適時開示等の体制を整備・推進することにより、経営の効率性、健全性および透明性を高め、企業価値の向上に努めていきます。

コーポレート・ガバナンスの体制



取締役会

目的	業務執行の意志決定、監督
構成員	社内取締役2名、社外取締役2名 常勤監査役1名、社外監査役2名
主な議題	・経営方針 ・営業施策 ・指名、報酬 ・規定制定および改定 ・財務、株式
開催回数	10回（8月・12月を除く毎月開催）
出席状況	100%

経営会議

目的	業務執行全般に関する事項および重要事項の決定
構成員	社内取締役2名、執行役員8名 部長およびその他
主な議題	・商品政策 ・販売施策 ・人事、設備投資
開催回数	10回（8月・12月を除く毎月開催）

監査役会

目的	取締役の職務執行についての監査
構成員	常勤監査役1名、社外監査役2名
主な議題	・監査方針 ・監査報告の作成 ・会計監査人の評価
開催回数	10回（8月・12月を除く毎月開催）
出席状況	100%

正しい商売推進委員会

目的	ガバナンス体制の維持・強化
構成員	社内取締役2名、常勤監査役1名 執行役員8名、グループ各社社長2名
主な議題	・内部統制の履行状況 ・コンプライアンス、リスク管理および内部通報の運用状況
開催回数	2回（4、10月）

取締役会の実効性の評価について

当社では、取締役会の機能の維持・向上のため、取締役会の運営、議題、および機能に関する課題を抽出し、改善を図ることを目的として、毎年全取締役、監査役、執行役員、並びにグループ各社の社長に対して実効性評価

2025年度の取り組みへの評価結果概要

前年度の評価を踏まえ、2025年度の取締役会においては、以下の取り組みを実施し、適切な運営が行われるとともに、取締役会の実効性が確保されていることを確認いたしました。

- 取締役・監査役・執行役員等に対し、継続的かつ充実したトレーニングの機会を提供する。
- 資本コストや株価を意識した経営の実現に向け、現状分析および評価を踏まえた議論を行う場を構築する。
- リスクテイクを支える体制について、正しい商売推進委員会等からの適切な報告に基づき、取締役会における議論を一層深化させる。

内部統制に関する組織体制について

当社グループは、取締役会で決定した「業務の適正を確保するための体制の整備に関する基本方針」に基づき、内部統制システムの整備・運用を行っています。内部統制システムの整備・運用状況については、定期的に評価を行い、必要に応じて改善措置を講じること、その実効性の確保に努めています。また、統制基準に基づいて業務を遂行するとともに、各担当部署が相互に連携し、内部統制に関する協議や情報共有を適切かつ効率的に行う体制を整備しています。

当社グループの内部統制基本方針をご参照ください
<https://www.eco-s.co.jp/sustainability/governance/>



●内部統制推進委員会

内部統制推進委員会は、年2回開催し、各部署から内部統制の運用状況について報告を受け、その内容を検証することで、内部統制システムが適切に運用されていることを確認しています。内部統制推進委員会は正しい商売推進委員会に対して定期的に報告し、同委員会監督のもと、内部統制体制の継続的な改善に取り組んでいます。

アンケートを実施しています。このアンケートを基に、取締役会において実効性の分析および評価について審議し、その結果を取締役会のさらなる改善に役立てることで、監督機能及び意思決定機能の向上に努めています。

2026年度の取り組み

2026年度は、取締役会のさらなる実効性の向上およびコーポレート・ガバナンスの一層の強化に向け、以下の事項を今後の課題として認識し、取締役会運営のさらなる改善に取り組んでいきます。

- 取締役会の多様性確保に向け、若手・女性社員の段階的な登用と執行役員候補者の育成を進める。
- 資本コストや株価を意識した経営の実現に向け、取締役会等における議論のさらなる活性化を図る。
- 株主との対話を積極的に行い、その内容を取締役会へ共有し、議論の深化を図る。

コンプライアンスに関する組織体制について

当社グループは、安全で安心な食品を提供する事業者として、コンプライアンスの推進・徹底に取り組んでいます。外部講師による法令研修やコンプライアンスに関する基礎研修等を定期的実施し、コンプライアンス意識の向上と法令順守の徹底を図っています。

●コンプライアンス推進委員会

コンプライアンス推進委員会は、年2回開催し、各部署からコンプライアンスの順守状況および運用状況について報告を受け、コンプライアンス体制の実効性を確認しています。また、社会環境の変化等を踏まえ、必要に応じてコンプライアンス体制の見直しを行っています。コンプライアンス推進委員会は正しい商売推進委員会に対して定期的に報告し、同委員会監督のもと、コンプライアンス体制の継続的な強化に取り組んでいます。

●エコスグループホットライン

当社グループでは、電話およびメールによる内部通報窓口を社内と外部弁護士事務所の2か所に設置しています。相談者が不利益を被ることがないように配慮し、相談しやすい環境を整備することで、制度の実効性を高めるよう取り組んでいます。

会社概要

商号 株式会社エコス (Eco's Co., Ltd.)
代表者名 代表取締役社長執行役員 平 邦雄
設立 1965年12月
資本金 3,318百万円
本社 東京都昭島市中神町1160番地1

連結子会社

商号 株式会社たいらや
代表者名 代表取締役社長 平 典子
本社 栃木県宇都宮市平出工業団地9-23
エコスグループ宇都宮物流センター2階
店舗数 28店舗

商号 株式会社マสด
代表者名 代表取締役社長 千羽 一郎
本社 茨城県取手市東6-10-8
店舗数 13店舗

社員数(連結) 正社員1,574名
上記の他、パートタイマー及び契約社員の年間の
平均人員は4,029名(1日8時間換算)

店舗数(連結) 137店舗
(単体) 74店舗

商号 株式会社与野フードセンター
代表者名 代表取締役社長 宮崎 和美
本社 埼玉県さいたま市中央区新中里4-13-13
店舗数 14店舗

商号 株式会社ココスナカムラ
代表者名 代表取締役社長執行役員 芳野 幸夫
本社 東京都足立区梅田7-34-12
店舗数 8店舗

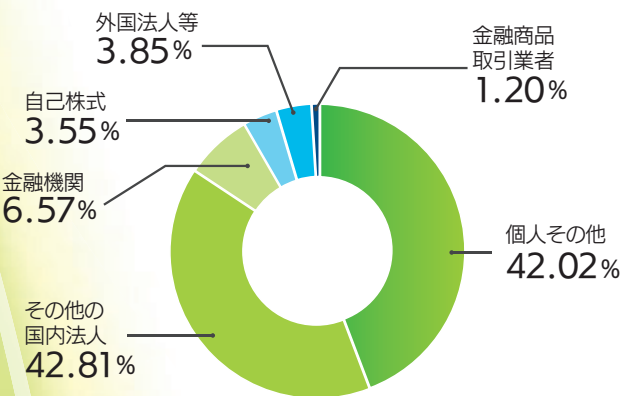
商号 株式会社TSロジテック
代表者名 代表取締役社長 瀧田 勇介
本社 東京都昭島市中神町1160番地1
拠点数 8拠点

株式情報

株式の状況

発行可能株式総数.....36,000,000株
発行済株式総数.....11,648,917株
単元株式数.....100株
株主数.....22,863名
上場証券取引所...東京証券取引所 プライム市場
(証券コード7520)

所有者別株式分布状況

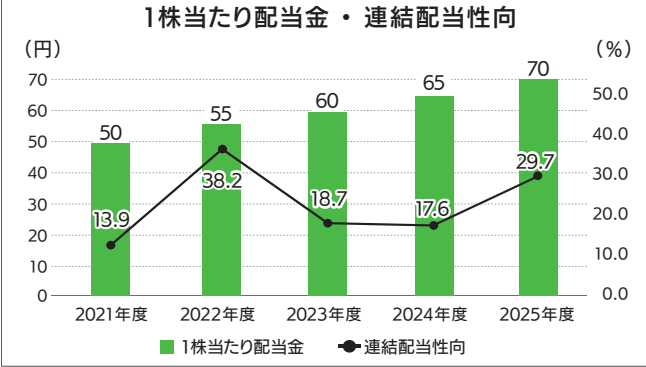
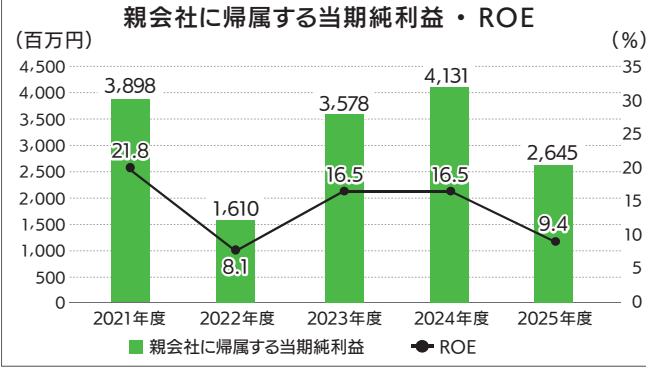
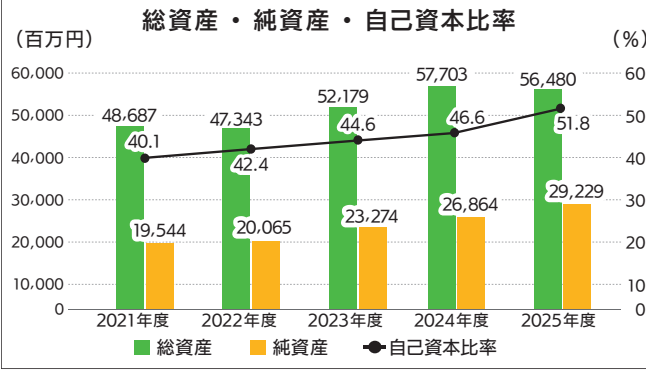
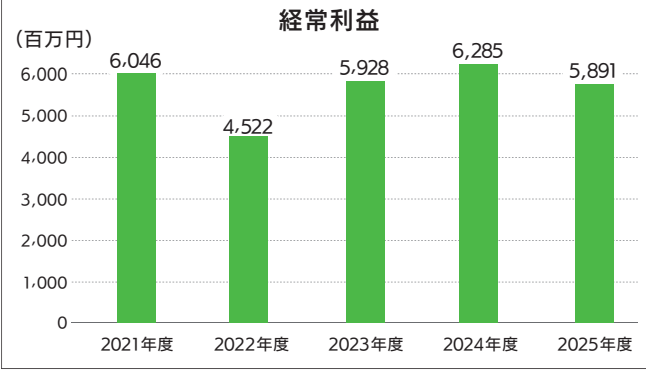
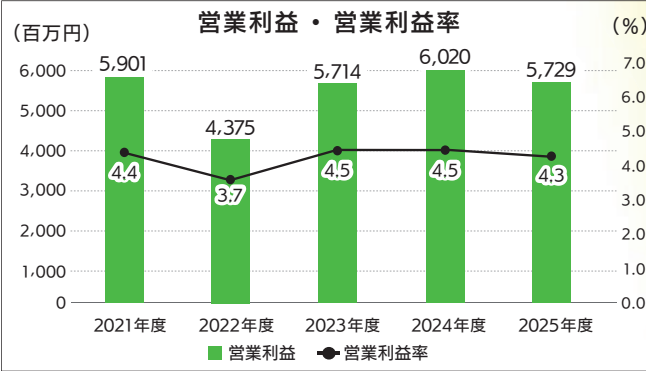
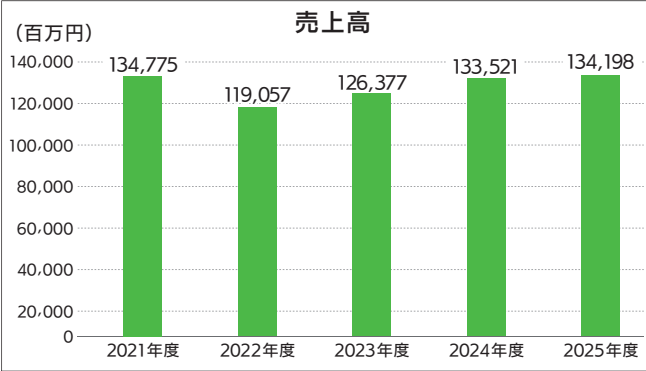


大株主(上位10名)

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
株式会社琢磨	2,007	17.87
株式会社タイラコーポレーション	2,000	17.80
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	624	5.56
平 富郎	308	2.74
エコス従業員持株会	303	2.70
株式会社ママダ	295	2.63
平 典子	277	2.47
有限会社ナカジマ	94	0.84
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	86	0.77
平 邦雄	84	0.76

※当社は、自己株式を432,404株保有しています。上記の持株比率は、自己株式を
控除して計算しています。持株数は千株未満を切り捨てて表示しています。

財務ハイライト



株主優待制度の内容

贈呈内容

株主ご優待券またはお米のいずれかをお選びいただけます。
贈呈基準は以下の表をご参照ください。

対象者

株主名簿に記載された株主様のうち、100株以上を
同一株主番号で1年以上継続保有されている株主様

贈呈基準日

2月末日

贈呈基準

持株数	株主ご優待品 いずれか一方をご選択いただけます	
	株主ご優待券	お米
100株～999株	6,000円の株主ご優待券 (100円券×60枚綴り)	当社取扱米(コシヒカリ) 4kg(2kg×2袋)
1,000株～9,999株	20,000円の株主ご優待券 (100円券×100枚綴り×2冊)	当社取扱米(コシヒカリ) 8kg(2kg×4袋)
10,000株以上	40,000円分の株主ご優待券 (100円券×100枚綴り×4冊)	当社取扱米(コシヒカリ) 16kg(2kg×8袋)

株主ご優待券のご使用について

エコスグループ全店にて、お買い上げ1,000円(消費税込み)ごとに1枚ご使用いただけます。
(ご優待券には有効期限があります。)

主要財務データ（連結）

	2016/2月期	2017/2月期	2018/2月期	2019/2月期
損益状況				
営業収益	117,885	114,764	117,330	121,142
売上高	114,675	112,353	114,850	118,663
営業収入	3,210	2,411	2,480	2,479
売上総利益	27,893	28,367	29,027	29,671
営業総利益	31,104	30,778	31,508	32,150
販売管理費	27,584	27,364	27,852	28,289
営業利益	3,520	3,414	3,655	3,861
営業外収益	237	253	283	283
営業外費用	210	138	123	114
経常利益	3,546	3,528	3,815	4,030
特別利益	229	7	212	58
特別損失	1,125	820	708	999
税金等調整前当期純利益	2,650	2,715	3,319	3,090
法人税等合計	1,119	1,163	1,235	1,159
親会社株主に帰属する当期純利益	1,531	1,552	2,083	1,930

財政状況				
資産合計	36,257	38,034	40,767	41,917
現金及び預金	3,024	4,359	6,933	8,318
商品及び製品	3,453	3,511	3,661	3,708
有形固定資産	18,036	18,372	18,345	17,350
無形固定資産	716	612	509	389
投資その他資産	7,036	7,051	7,044	7,368
その他	3,992	4,129	4,275	4,784
負債合計	27,303	27,443	28,479	28,469
買掛金	6,280	6,154	6,244	6,574
有利子負債	13,573	14,598	15,485	15,540
その他	7,450	6,691	6,750	6,355
純資産合計	8,954	10,591	12,287	13,448
株主資本	10,069	11,547	13,360	14,657
その他包括利益累計額	△ 1,310	△ 1,158	△ 1,237	△ 1,319
新株予約権	194	201	163	110

キャッシュ・フロー状況				
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,210	4,126	4,768	4,165
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,874	△ 3,457	△ 2,502	△ 1,896
フリー・キャッシュ・フロー	1,336	669	2,266	2,268
財務活動によるキャッシュ・フロー	147	665	308	△ 883
現金及び現金同等物の期末残高	3,004	4,338	6,913	8,298

1株当たり情報				
1株当たり純資産額（円）BPS	881.63	1,028.97	1,183.29	1,239.38
1株当たり当期純利益（円）EPS	164.86	155.37	201.85	175.14
1株当たり配当金（円）	20.00	25.00	30.00	35.00

主要財務指標				
自己資本比率（％）	24.2	27.3	29.7	31.8
自己資本当期純利益率（ROE）（％）	19.4	16.2	18.5	15.2
総資産経常利益率（ROA）（％）	9.8	9.3	9.4	9.6
株価収益率（PER）（倍）	7.1	7.7	6.1	9.5
株価純資産倍率（PBR）（倍）	1.3	1.2	1.0	1.3

2023年2月期初より「収益認識に関する会計基準」を適用しています。

	2020/2月期	2021/2月期	2022/2月期	2023/2月期	2024/2月期	2025/2月期	2026/2月期
(単位：百万円)							
営業収益	126,557	136,014	137,651	122,749	130,039	137,176	137,985
売上高	124,005	133,326	134,775	119,057	126,377	133,521	134,198
営業収入	2,552	2,687	2,876	3,691	3,661	3,654	3,786
売上総利益	30,290	33,185	33,889	31,466	33,539	36,067	36,863
営業総利益	32,843	35,873	36,766	35,158	37,201	39,722	40,650
販売管理費	28,555	30,135	30,864	30,782	31,487	33,702	34,920
営業利益	4,288	5,738	5,901	4,375	5,714	6,020	5,729
営業外収益	220	241	249	239	258	359	310
営業外費用	110	113	105	92	44	94	147
経常利益	4,398	5,866	6,046	4,522	5,928	6,285	5,891
特別利益	2	46	105	4	42	3	578
特別損失	538	2,560	334	2,082	711	292	2,579
税金等調整前当期純利益	3,861	3,352	5,818	2,444	5,258	5,996	3,891
法人税等合計	1,449	1,797	1,919	833	1,680	1,865	1,245
親会社株主に帰属する当期純利益	2,411	1,554	3,898	1,610	3,578	4,131	2,645

資産合計	41,523	47,207	48,687	47,343	52,179	57,703	56,480
現金及び預金	5,717	10,620	11,583	9,041	12,690	13,457	10,150
商品及び製品	3,735	3,714	3,749	3,915	3,808	4,036	4,443
有形固定資産	16,888	17,558	18,567	19,148	21,039	23,278	24,153
無形固定資産	714	1,115	1,040	938	853	1,406	1,216
投資その他資産	8,009	8,740	8,567	8,926	8,137	9,035	9,769
その他	6,460	5,460	5,181	5,375	5,652	6,489	6,746
負債合計	26,733	30,945	29,143	27,278	28,905	30,839	27,250
買掛金	7,545	7,610	7,590	7,489	8,130	8,166	8,237
有利子負債	12,064	13,426	12,187	11,642	11,797	12,748	9,927
その他	7,124	9,909	9,366	8,147	8,978	9,924	9,085
純資産合計	14,789	16,261	19,544	20,065	23,274	26,864	29,229
株主資本	16,024	17,424	20,761	21,267	24,313	27,779	29,739
その他包括利益累計額	△ 1,342	△ 1,235	△ 1,226	△ 1,207	△ 1,039	△ 914	△ 509
新株予約権	107	73	9	5	－	－	－

営業活動によるキャッシュ・フロー	4,108	6,800	6,132	3,334	7,362	5,266	5,267
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,996	△ 1,194	△ 3,274	△ 4,200	△ 3,289	△ 3,050	△ 5,003
フリー・キャッシュ・フロー	2,111	5,605	2,858	△ 866	4,072	2,215	263
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 4,713	△ 702	△ 1,895	△ 1,675	△ 423	△ 1,448	△ 3,550
現金及び現金同等物の期末残高	5,697	10,600	11,563	9,021	12,669	13,437	10,150

1株当たり純資産額（円）BPS	1,424.54	1,490.28	1,717.86	1,800.21	2,077.85	2,395.06	2,601.69
1株当たり当期純利益（円）EPS	232.51	144.20	358.64	143.87	320.51	368.46	235.60
1株当たり配当金（円）	40.00	45.00	50.00	55.00	60.00	65.00	70.00

自己資本比率（％）	35.4	34.3	40.1	42.4	44.6	46.6	51.8
自己資本当期純利益率（ROE）（％）	17.2	10.1	21.8	8.1	16.5	16.5	9.4
総資産経常利益率（ROA）（％）	10.6	12.4	12.6	9.4	11.9	11.4	10.3
株価収益率（PER）（倍）	6.1	12.6	5.6	12.7	7.1	5.3	13.1
株価純資産倍率（PBR）（倍）	1.0	1.2	1.2	1.0	1.1	0.8	1.2

データ

環境データ

※2024年9月から株式会社ココスナカムラの数値を追加。

			単位	グループ合計						
				2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	前年比
省エネルギー法	電力使用量		千kwh	118,867	117,931	108,717	118,207	122,204	124,276	101.7%
	水道使用量		千㎡	466	450	384	382	412	400	97.2%
	都市ガス使用量		千㎡	380	384	354	388	386	377	97.6%
	LPガス使用量		千㎡	150	133	124	124	120	121	101.3%
	重油・灯油使用量		千ℓ	15	18	20	21	17	177	102.2%
容器包装リサイクル法	店頭回収	食品トレーリサイクル量	t	127	173	185	187	174	149	85.9%
		牛乳パックリサイクル量	t	112	102	96	96	90	85	94.2%
		缶リサイクル量	t	188	185	226	224	208	189	90.9%
		ペットボトルリサイクル量	t	436	438	452	439	444	422	95.0%
		ペットボトルキャップ回収量	t	23	21	24	24	25	22	88.1%
		ダンボールリサイクル量	t	7,980	8,043	7,663	8,728	8,771	8,736	99.6%
		ミックスペーパー等リサイクル量	t	367	236	381	521	538	386	71.6%
		発泡スチロールリサイクル量	t	266	215	214	173	195	132	67.4%
		ストレッチフィルムリサイクル量	t	30	33	33	32	26	24	90.8%
		PPバンドリサイクル量	t	3	7	8	5	5	6	115.9%
	リユース	専用クレート流通枚数	万枚	186	189	190	176	179	169	94.3%
	リデュース	レジ袋辞退率	%	69.6	69.9	68.9	68.4	70.7	61.3	86.7%
食品リサイクル法	食品残さリサイクル量		t	1,534	1,640	1,602	1,716	1,643	1,552	94.4%
	堆肥化リサイクル量		t	977	1,064	1,037	1,128	1,037	1,026	99.0%
	飼料化リサイクル量		t	557	576	565	587	606	526	86.7%
廃棄物処理法	可燃ごみ排出量		t	3,731	3,735	3,397	3,370	3,276	3,284	100.2%
	ビニプラごみ排出量		t	775	801	718	736	752	688	91.5%

CO ₂ 排出量および削減量			単位	グループ合計							
				2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	前年比	
省エネルギー法		電力使用による排出量	kg	52,420,162	53,186,840	40,877,537	48,228,456	51,447,884	52,320,070	101.7%	
		水道使用による排出量	kg	251,864	242,941	207,180	206,527	222,294	215,960	97.2%	
		都市ガス使用による排出量	kg	847,400	856,320	789,420	865,240	791,464	772,633	97.6%	
		LPガス使用による排出量	kg	896,414	794,821	741,036	741,605	781,351	791,853	101.3%	
		重油・灯油使用による排出量	kg	40,650	48,191	52,035	54,362	47,163	0	0.0%	
廃棄物処理法		可燃ごみによる排出量	kg	1,269	1,270	1,155	1,146	1,114	1,116	100.2%	
		ビニプラごみによる排出量	kg	294	304	273	280	286	261	91.5%	
エネルギーと廃棄物による排出量計 ①			kg	54,458,053	55,130,687	42,668,635	50,097,616	53,291,513	53,885,934	101.1%	
容器包装 リサイクル法	リ サイ クル	店頭回収	食品トレーリサイクルによる削減量	kg	48	66	71	71	66	57	85.9%
		牛乳パックリサイクルによる削減量	kg	38	35	33	33	31	29	94.2%	
		ペットボトルリサイクルによる削減量	kg	166	166	171	167	169	160	95.0%	
		ペットボトルキャップ回収による削減量	kg	9	8	9	9	9	8	88.1%	
		ダンボールリサイクルによる削減量	kg	2,713	2,735	2,606	2,968	2,982	2,970	99.6%	
		ミックスペーパー等リサイクルによる削減量	kg	601	386	623	854	883	632	71.6%	
		発泡スチロールリサイクル削減量	kg	48	66	66	66	74	50	67.4%	
		ストレッチフィルムリサイクルによる削減量	kg	11	13	13	12	10	9	90.8%	
		PPバンドリサイクルによる削減量	kg	1	3	3	2	2	2	115.9%	
食品リサイクル法		食品残さリサイクルによる削減量	kg	522	558	545	583	559	528	94.4%	
		堆肥化リサイクルによる削減量	kg	332	362	353	384	353	349	99.0%	
		飼料化リサイクルによる削減量	kg	189	196	192	200	206	179	86.7%	
リサイクル回収によるCO ₂ 削減量計 ②			kg	4,157	4,036	4,140	4,765	4,785	4,446	92.9%	
①ー②			kg	54,453,896	55,126,651	42,664,495	50,092,851	53,286,728	53,881,488	101.1%	

*GHGプロトコル（温室効果ガスや気候変動に関する国際スタンダードを開発するイニシアチブ）の基準に準拠して算定

従業員関連データ

	エコス	たいらや	与野フードセンター	マスダ	ココスナカムラ	TSロジテック
役員数※(人)	12	7	9	3	6	6
	男性	10	6	3	6	6
	女性	2	1	0	0	0
正社員数(人)	799	371	123	110	92	62
	男性	642	266	91	76	52
	女性	157	105	22	19	10
パート・アルバイト・契約社員数(人)*	4,327	1,575	720	588	263	177
管理職数(役員含む)(人)	139	49	24	23	18	6
	男性	129	43	23	17	5
	女性	10	6	0	0	1

※エコス・ココスナカムラの役員数には執行役員を含みます。エコス以外の役員数には、エコスの役員を兼任するものを含みます。

*パート・アルバイト数は在籍者数です。

※2024年9月からココスナカムラの数値を追加。

グループ合計	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期	2026年2月期
新卒採用者数(人)	109	81	54	72	67
新卒採用者女性比率	36.7%	32.1%	24.1%	18.1%	28.4%
中途採用者数(人)	29	27	43	56	18
中途採用者比率	21.0%	25.0%	44.3%	43.8%	24.3%

エコス単体		2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期	2026年2月期
障がい者雇用率		2.6%	2.6%	3.1%	4.0%	3.4%
育児休業取得者数(人) ※正社員のみ		5	8	2	4	2
	男性	取得者:3/対象者:7	取得者:3/対象者:7	取得者:1/対象者:2	取得者:2/対象者:2	取得者:1/対象者:1
	女性	取得者:2/対象者:2	取得者:5/対象者:5	取得者:1/対象者:1	取得者:2/対象者:2	取得者:1/対象者:1
年次有給休暇取得率		57.5%	62.8%	59.3%	61.1%	64.8%
平均月間残業時間(時間)		13.9	11.3	12.8	12.4	11.6
中途入社者管理職比率		49.4%	42.8%	46.6%	46.1%	40.5%
労働災害発生状況(年千人率※)		1.5	1.7	2.0	2.1	2.1

※年千人率は、1年間の労働者1,000人当たり発生した死傷者数の割合を示すものです。