



EDION Integrated Report 2023



EDION

経営理念

効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現

効用の提供

単に商品を販売するのではなく
商品を通じて楽しさ、豊かさ
便利さとともに『価値』と
『満足』を提供します。

完全販売

最良の状態でもより長く
使い続けていただけるよう
万全のサービス体制で
臨みます。

コーポレート・メッセージ

買って安心 ずっと満足

私たちは、お客様の豊かな暮らしを永続的に支える企業でありたいと考えています。人々の生活に役立つ魅力的な商品を豊富に取り揃え、購入後も最良の状態を使い続けていただけるように、最後まで責任をもってお手伝いすることを大事にしています。また、お客様の快適な生活が少しでも長く続くことを願い、お客様の生活スタイルに合わせた様々なサービスも提供しています。

エディオンは、従業員一人ひとりがお客様への感謝の気持ちを忘れることなく、行き届いた心遣いで誠実に応対することにより、お客様とのより良い信頼関係を築いていけるよう努めてまいります。

CONTENTS

エディオンの価値創造

02 CEOメッセージ

転機を見極め
進化を遂げる



06 エディオンの事業拡大

08 価値創造プロセス

10 CFOメッセージ

資本効率を意識し
企業価値向上に努める



14 中期ビジョン

課題解決に向けた取り組み

16 特集1

eコマースの強化

18 特集2

エディオンの商品開発

20 お客様の便利で豊かな生活の実現

22 エディオンのサステナビリティ

24 環境と調和した脱炭素社会の実現

30 特集3

エディオンの教育事業

32 働きがいのある組織と多様な人材育成
の実現

> 人事統括部長インタビュー

40 積極的な地域社会への貢献

事業を支える基盤の確立

42 お取引先様、株主様との良好な関係
の実現

44 コーポレートガバナンス
> 監査役鼎談



54 企業倫理、リスクマネジメント、BCP

56 役員一覧

財務・会社情報

59 財務概況

62 10年間財務・非財務サマリー(連結)

64 グループ会社、店舗ネットワーク

65 会社情報、株式情報

編集方針

エディオンおよびエディオングループでは、ステークホルダーの皆様へ当社グループのCSRに対する考え方や環境活動についてご理解いただくため、Webサイトや紙冊子などでCSR活動を発信しています。本統合報告書は、アニュアルレポートや会社案内の機能を加え、国際統合報告評議会(IIRC)が提示するフレームワークを参考に作成しています。

業績見通しに関する注意事項

本統合報告書に記載されている将来の業績に関する予想・計画・見直しなどは、エディオンおよびエディオングループが現時点で入手可能な情報に基づいて作成したものです。実際の業績は様々な要因の変化により、これらの業績見直しとは異なる可能性があります。要因には主要市場の経済状況および製品需要の変動、国内外の各種規制ならびに会計基準・慣行などの変更が含まれます。なお、本レポートにおける将来情報に関する記述は発行時点のものであり、当社は、それらの情報を最新のものに随時更新する義務も方針も有していません。また、本レポートの数値は日本会計基準ベースのものであります。

CEOメッセージ

転機を見極め 進化を遂げる



代表取締役 会長兼社長執行役員

久保 允孝

中期ビジョン達成に向けた課題

中期ビジョンを達成するために定めた「インフラ基盤」「事業基盤」「お客様基盤」の3つの基盤強化とともに、すべての共通基盤としてeコマースについても強化していきたいと考えています。AV機器、PCなどのデジタル家電やクリーナー、理美容品といった生活家電がEC市場で拡大するなか、当社においてもeコマースが占める売上高の割合は確実に増えてきています。eコマースの強化は今後の成長戦略の大きなポイントになると考えており、自社サイトを中心としたEC戦略について見直しを行なっています。お客様が効率的に目的の商品に辿りつき、簡単に購入までの手続きを終えられるよう、システム面から改善を積み重ねています。また、アプリとの連携を強化しお買い物以外の情報も含めて当社の良さを感じていただける環境づくりにも取り組んでいます。当社は西日本への出店が中心となっていますが、ECサイトは関東圏での利用者数が想像以上に多く、お客様の利便性向上とアフターサービス体制を強化するために関東圏の物流体制の再構築にも注力しています。2023年2月には関東圏に5つのサービスセンターとそのサポートを行なう5つのデポを新設しました。これにより、西日本の既存エリアと同様に時間帯指定配達や即日訪問などの各種サービスが提供可能となり、お客様のEC需要に幅広く対応することができるようになりました。市場全体として、家電商品のEC化率は年々高まっていますが、エアコンや冷蔵庫など工事や設置が必要な商品のEC化率は思いのほか高くありません。しかしながら、当社においては、ドミナント展開による物流ネットワークと

当社の経営理念に「効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現」があります。これは、当社にとって本質的で不変の考え方になります。

近年、小売のスタイルは大きく変化しており、また家電量販店のあり方も大きく変わってきました。私は従前から続けることの大切さと変化することの重要性について幹部に向けて話をしています。「不易流行」という言葉があるように、我々のビジネスも常に新しい変化を意識していかなければならないと考えています。本質を大事にしながら、当社ならではの進化を遂げるべく、流れを見極めていく必要があります。

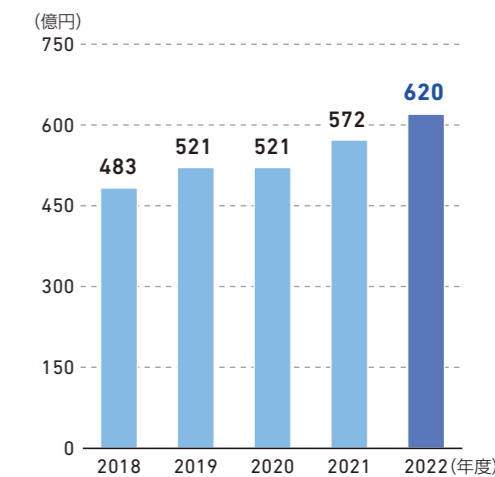
コロナ禍の影響もあり、お客様の価値観や生活スタイルはさらに大きく変化しました。経済産業省の商業動態統計によると2022年度の家電大型販売店売上高は、4兆6,664億円とここ数年ほぼ横ばいとなっていますが、その中身は変わってきています。例えば、テレビの出荷台数は毎年500万台前後ですが、チューナーレステレビの販売構成比が高くなっているなど、求められる機能は変化しています。また、国内の人口減少や少子高齢化などの構造的変化が予測されており、今後の事業環境に大きく影響が出てくると考えています。

このように当社も様々な課題に直面していますが、私はこれらを新たなチャンスだと捉えています。新しいことに積極的に取り組み、成功するまでやり続けることで企業は成長できると培ってきた経験からわかっているからです。昨年は中期ビジョンを掲げました。2025年度の目標に向けて、様々な課題解決に取り組んでいきたいと思えます。

サービス力に注力してきた信頼感もあり、大型冷蔵庫や洗濯機など設置工事をともなう商品においても年々利用者数が増加しています。今後は物流網を全国規模に展開しながら既存エリア外での知名度を向上していくことで、2025年度を目途に人口カバー率100%を達成し、eコマースの売上構成比率をさらに上げていきたいと考えています。

家電に次ぐ収益の柱として着実に成長しているELS事業についても、省エネ、リフォームなどを中心に引き続き取り組みを強化しています。ラインナップの充実、品質向上とともに収益の拡大を目指しています。例えば、電気自動車(EV)の普及が二酸化炭素排出量削減という環境問題解決策のひとつになると言われるなかで、都市部におけるマンションのEV充電器設置率は数パーセント程度と低く、EV普及に向けた環境整備は遅れています。そこで当社は、

ELS 事業売上推移



CEOメッセージ

将来的なEV関連における事業展開を視野に、EV用の充電器設置工事の受注に注力しています。

そのほか、全国5カ所の研修センターでは、リフォームの品質をより向上するため、工事施工担当者への技術研修に加え、営業担当者も含めた「販・工」一体の教育・研修を実施しています。工事対応エリアを全国に拡大するためにも、今後は工事施工担当者をはじめ人員の拡大を図っていく必要があります。

教育事業については、2023年3月末時点でプログラミング教室が155校、生徒数は6,632名と年々増加しながらしっかり事業成長しています。そもそも、事業ドメインを家電製品の接客販売としてきた私たちが教育という市場に参入したきっかけは、私の体験によるものです。数年前にドイツで開催された国際コンシューマ・エレクトロニクス展

「IFA」に訪れた際、ロボット関連のブースが前回と比べて目に見えて増加していました。理由を聞いてみると、「次世代の理系人材を育成するため、ロボットを通じて教育する」という各国の姿勢や方針が背景にありました。日本においてはIT人材の育成が世界的に遅れていると言われており、それならば我々が人材の育成を手掛け、未来の人々の暮らしに貢献したいと考え、2018年に教育事業をスタートさせました。今後は店舗内に教室を多く展開していきたいと考えています。当社店舗内の教室は立地や駐車場の設置など保護者の方から見ても通いやすく、様々な面で親和性があり効果が表れています。コミュニティを通じたシナジー効果を発揮していくことで、グループの主力事業として成長させていきたいと考えています。

人的資本についての取り組み

次世代幹部の育成を目的に、毎月、私も参加して店長研修を実施していますが、新たな育成プランとして、2023年度はエディオンアカデミーを開校しました。まだ規模は小さいですが、将来を担う人材の発掘にもつながると期待しています。経営者の責務として、今後の企業成長に向けて幹部候補の人材育成に注力していきます。

また、多様な経験をする中で、広い視野をもって経営に参画できる人材を育成していくことが企業として必要だと考えています。当社は、働きやすい環境整備にも注力しておりますが、多くの人材が多くの経験をして成長してもらうために3年に1度くらいのジョブローテーションや、新たに実施予定の海外研修などを行なっていきたいと考えてい

ます。得た経験を、これからの業務に活かしながら成長してほしいと思います。また、新規事業を行なう場合などは社内公募を実施することもあるので、積極的に手を挙げて新しいことにもどんどんチャレンジしてほしいと思います。

これまで小売業界は、競争社会のなかで年中無休や営業時間の拡大が当たり前になっていました。事業環境が大きく変化するなかで、私たちは定休日を週に1日設け、営業時間を短縮し9時間にするというチャレンジをしました。その結果、店舗に与える影響は大きくないことが判明しました。むしろ、社員のワークライフバランスが充実することで、モチベーションも上がり、一人当たりの生産性の向上にもつながるという好影響がありました。

そのため、働き方改革の一環として、定休日の見直しとともに営業時間を20時閉店から19時閉店に短縮していく方針を出しました。2023年度は200店舗まで増やしていきたいと考えています。このような改革は、長年の取り組みにより、お客様からの安心感や信頼感をいただけているからこそできていると感じています。お客様との関係、社員との関係が良好であることで、当社はこれからも新たな取り組みにチャレンジできると考えています。

ニトリホールディングスとの提携の進捗

2022年4月に結んだ資本業務提携以降、月1回のペースでトップミーティングを開催し、お互いの連携を確認しています。複数のプロジェクトが走っていますが、そのひとつとしてプライベートブランド (PB) 商品の開発が進んでいます。お客様のご意見やご要望、ご提案などから求めら

れる商品を開発できるということは、PB商品の優位性であり、今後の成長にも大きく貢献するものになると考えています。今まで以上にスピードを上げて商品開発に取り組んでおり、すでに複数の製品が具体的な段階までできています。今年、来年と魅力的な新製品のリリースに期待していただきたいと思います。

また、家電と親和性の高いテレビスタンドやキッチングッズなど、これまで扱ってこなかった新たなインテリア雑貨商品の展開も始めました。家電の接客時にプラスアルファとしてご提案することで、お客様からも喜ばれています。当社リフォーム事業においても、ニトリのシステムキッチンの取り扱いを開始するなど、新たな取り組みを行なっています。今後の展開としては、料理や洗濯など日常生活シーンのなかで家電製品や関連商品を、トータルで利用提案できるような新しい店舗と一緒に手掛けていくことを考えています。多様化するお客様の暮らしに合わせて両社で店づくりを工夫し、単に商品を購入するだけではわからない



エディオン倉敷本店

「便利さ」「快適さ」など、商品が持つ価値を提案していきたいと思っています。

今後は、お客様の購買スタイルに合わせて、当社の店舗での販売方法や売り場のあり方も変わっていくと思います。新たな価値を生み出し、大きく変化する市場環境のなかでも成長を実現すべく、取り組みを進めていきます。

社会課題の解決

2022年9月に「高針原店」において、当社初のPPAモデルによる太陽光発電設備を導入しました。太陽光発電設備をPPA事業者が設置し、発電した電力を当社が購入するスタイルで、年間約62tのCO₂排出量を削減する効果が見込まれています。環境問題への取り組みは一過性ではなく継続することが大切であると考えています。2023年6月には、新たに「豊田四郷店」にもPPAモデルを導入しました。今後も環境に配慮した店舗づくりに注力しながら、環境と調和した脱炭素社会の実現に向けた取り組みを強化し、温暖化防止および環境負荷の低減に貢献していきます。

また、当社は太陽光発電システムの設置・販売をスマートエネルギー事業として強化しており、家庭でのCO₂排出量削減にも貢献しつつ、当社業績にも寄与しています。多くの企業が太陽光発電システムの販売事業から撤退するなかでも継続して販売を続けてきました。その甲斐もあって、当社の太陽光発電システムの販売シェアは業界トップクラスとなっています。今後、太陽光発電システムは大きく変化していくと思います。テレビがブラウン管から省エネ



エディオン高針原店

液晶の薄型になっていったのと同じように、今は屋根に設置している大きな太陽光パネルも数年後には窓ガラスや壁などに貼ることができるような商品に進化していくと思います。そうすると普及率は一気に向上すると思いますが、当社には長年取り組んできたノウハウがあり、事業拡大の強みとなるだけでなく、温室効果ガス削減に向け大きく貢献できると考えています。

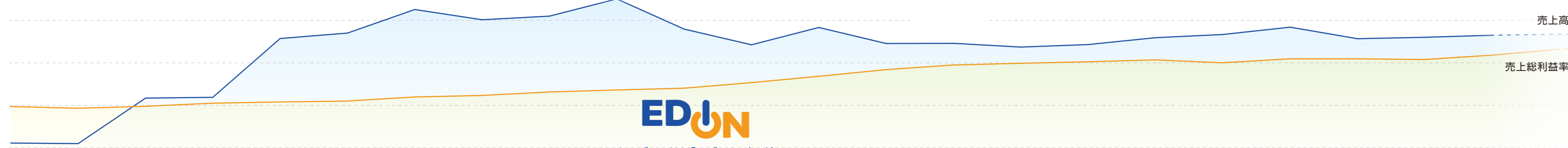
さらに、当社グループでは、2012年から使用済み小型家電製品のリサイクルおよびリユース事業を展開しています。この事業は、新しい事業の柱として成長を続けており、独自の技術やネットワークによる循環型社会の実現とともに、積極的に障がい者雇用を推進しながら働き方改革の進展や地域社会の活性化など、社会課題の解決に貢献しています。

ステークホルダーの皆様のご期待にお応えできるよう、様々な社会課題解決に取り組んでいきます。引き続きのご支援をよろしくお願いいたします。

エディオンの事業拡大

多様化する時代のなか、当社は事業を通じてお客様の生活を支えるという使命のもと、株式会社エディオンとして21年間地域の皆様とともに歩み続けてきました。

この未来もお客様に寄り添いながら、社会課題の解決とともに持続的な発展と事業拡大を図っていきます。



エディオン広島本店



エディオンなんば本店



ストアブランドを「エディオン」に統一



中国・四国・九州地方を基盤とするデオデオと中部地方を基盤とするエイデンが、企業統合しエディオン設立

- エディオンダイレクト
- エディオンとエイデンでインターネットショッピングサイトを統合
- スポーツ振興
- カルチャー・文化事業の振興
- 省エネ家電販売
- FC加盟店契約エリア拡大 (中部・関東エリア)

2004 ミドリ電化 子会社化

2006 石丸電気 子会社化
サンキュー 子会社化

- 子会社サンキューでリフォームコーナーを導入 (新規事業開始)

2008

- 大型店舗にリフォームコーナーを導入開始
- 豊田SC設立

2010

- 店舗・サービスセンターへLED照明の導入開始
- 東日本大震災復興支援

2012

LIXILと資本業務提携 (2022年4月業務提携に変更)

- 店舗屋上に太陽光発電設備の導入開始
- 『おうちdeリフォ』スタート

2014

- 『おうちdeリフォ』スタート
- リユース・リサイクル事業開始

2016

- ダイバーシティ推進労使プロジェクト発足

2018

- 新エディオンネットショップ開設
- 新『エディオンアプリ』リリース
- 厚木SC設立

2020

- 夢見る 子会社化
- ジェイトップ 子会社化
- なんば本店オープン
- オンライン学習開始
- 環境対応・レジ袋有料化

2022

- ニトリHDと資本業務提携
- 京都四条河原町店オープン
- TCFD提言に賛同
- 国際大会WROで4位・7位に入賞
- ニトリコラボブース店舗展開を開始

2023

- 関東物流構築
- 新生活セットにニトリパックを展開

2025 中期ビジョン

数字で見るエディオンの事業拡大

- 直営店舗数 450店舗
- FC店舗数 758店舗
- サービス拠点数 81拠点
- プログラミング教室数 155教室
- ELS施工数 142,922件
- EV充電設備設置店舗数 38店舗

2023年3月末現在



エディオン豊田本店



エディオン京都四条河原町店

- 家電事業 (家電販売・EC)
- 家電事業 (FC)
- ELS事業
- 物流事業
- 教育事業
- ESGの取り組み

- ESCスタート (エディオン・サポート・チェーン)
- エディオンハウジング開設 (不動産売買仲介事業)
- 3代目ヒマワリ号稼働

価値創造プロセス

エディオンは、グループ全体に浸透する経営理念を強みとして事業活動を展開し、社会からの要請に広く応え続けることで、価値創造を実現します。



成長の源泉 (インプット)

家電販売を中心とした多様な事業を通じて蓄積してきた資本は、当社の持続的成長を果たす基盤であり、今後の成長の源泉となります。今後も、さらなる充実を図り、経営理念の具現化を目指します。



CFOメッセージ

資本効率を意識し 企業価値向上に努める

取締役副社長執行役員 経営企画本部長
山崎 徳雄

中期ビジョン達成に向けて

当社は、2022年5月に2025年度に向けて中期的な目標を含んだ中期ビジョンを公表しました。「インフラ基盤」「事業基盤」「お客様基盤」という3つの基盤について強化する内容になっています。

2022年、日本の出生率は過去最低となりました。今後、国内の少子高齢化はますます加速していくことが想定されます。単身世帯の増加、販売チャネルの多様化、今まで国内では販売がなかった海外メーカー製品が店頭に並ぶなど、ひと昔前には想像もできなかったほどに業界を取り巻く環境は変化しています。次の10年でどう変わっていくのか。それは私にも正確な予測はできませんが、大切なところにはこだわりながらも、変化に柔軟に対応できる体制づくりは急務だと思っています。この中期ビジョンは、これからの時代に向けたエディオンの成長ステップになると捉えています。

当社の出店エリアは西日本が中心となっており、新規エリアへの出店は物流網とともに少しずつ拡大していく戦略をとっています。一足飛びにエリアの拡大を狙っても、一時的な規模の拡大にはつながると思いますが、結局は当社の経営理念の実行にはつながらず、単に商品を販売するだけの店舗になってしまい、継続的な企業成長にはならない可能性があると考えています。中期ビジョンにおいても、ドミナント戦略を重視しながら新規エリアへの出店を行なう計画を組んでいます。

また、DXの推進とともにeコマース・物流改革も同時に進め、既存エリアに加えて、全国のお客様との接点を強化していきます。未出店地域の知名度が向上することで商いが行ないやすくなり、次の出店につながるという好循環が生まれます。店舗の形態もこれまで通りの形ではなく、より効率的な店舗を目指さなければなりません。サステナビリティ経営の目線においても、少しでも温室効果ガスの排出が少ない、効率的な環境店舗を目指していきたいと考えています。

業務効率の改善やマーケティング戦略にも注力していますが、今後はシステムへの投資が非常に重要になると考えています。お客様にとってより便利で魅力的なものを構築したいと考えています。また、販売効率を高めるとともに、社内の業務効率の改善も期待されます。そのような取り組みが最終的にお客様の満足度向上と従業員の働きやすさにつながり、人的資本や企業の価値向上を図れるものと考えています。

株価について、2023年3月末時点のPBRは約0.7倍で市場での評価は低い状態が続いています。家電量販店業界全体が同様の水準となっていますが、米国などで家電量販店が淘汰されてきたことから、日本国内でも同様な動きになるのではないかと懸念されていることも要因のひとつであると考えています。

そのような背景はありますが、株価対策として、短期的にはROE・ROICの向上が非常に重要だと考えています。中期ビジョンの達成によりROE・ROICともに10%に

近い状態になります。自己株式の取得なども、市場の状況を見ながら判断していきたいと思っています。

また、中長期的には、当社が事業領域をどのように変化させて、企業をどのように成長させていくのかを投資家の方々に理解していただくことが重要だと思っています。

今後、国内人口の減少とともに家電需要も縮小する可能性は高く、当社では2009年からリフォーム事業に本格的に参入し家電販売事業に次ぐ第2の柱として取り組んでいます。2022年度のリフォーム事業の売上構成比は全体の8.6%に達するなど事業として成長してきました。家電で培った経験を活かしながら家電以外へのチャレンジを続け、その成長過程をしっかりとみせていくことが、株価の長期的かつ安定的な向上につながると考えています。

2023年3月期の成果と課題

2023年3月期の業績については、売上高が7,205億84百万円（前期比101.0%）、営業利益は191億86百万円（前期比102.1%）、増収増益となりました。上期は、ウクライナ情勢や中国のロックダウンなどの影響を受けてサプライチェーンが混乱した部分もありましたが、当社は早期に商談などを進めていたこともあって、大きな影響はありませんでした。しかし、7月に天候不順が続いたこともあり、夏商戦には課題が残りました。下期は、利益についてはほぼ計画通りに進捗しました。また、ニトリの商品を売場に展開するなど、新たな取り組みも行ないました。水道

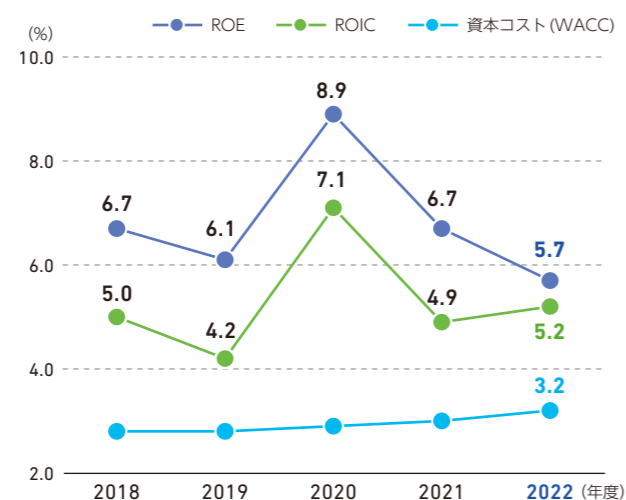
光熱費の高騰など経費面での課題はありますが、結果から見ると悪くなかったと思っています。

年々、需要の状況が予測しづらくなっている印象を受けております。決算を最後に締めてみるまでわからない部分が多々あり、そこは課題であると思っています。精度の高い予測ができれば早く打てる手は多くあるわけですから。どうしても不透明な部分があると保守的な予測となり、経営判断も保守的になっていきます。勘と経験も重要だと思っていますが、それを裏付けるデータと分析力は、多様化する時代を乗り切るためにますます重要なものであると痛感しています。当社のなかで営業数字や需要予測などの精度を高め、迅速な対応ができるよう改革を進めていきます。



財務指標については自己資本比率が54.6%。また、ROE5.7%、ROIC5.2%と、資本コスト(WACC)の3.2%を上回る水準となりました。もちろん、この水準はまだまだ決して高いものではなく、中期ビジョンに掲げているとおり、ROE・ROICともに10%以上という目標に向けて取り組まなければなりません。

ROE、ROIC、WACCの推移



これらの指標の達成に向けて、様々な面で業務の効率化に取り組んでいます。まず、2023年度は店舗営業時間の見直しを実施することにより、営業時間を9時間に短縮することとしました。今年度中に200店舗まで拡大する予定です。無駄な残業や光熱費の抑制につながり、CO₂の排出も抑えられるため非常に効果が高いと判断しました。

同時に、従業員に対しては社会的な物価上昇なども踏まえて、一律1万円のベースアップを実施しました。業務の効率化を進め無駄なコストを削減し、それを従業員に還元することでエンゲージメントを高めることもできる。そういった点で、こちらも非常に効果は高いと思っています。

新型コロナウイルスによる規制が取り払われたことで、海外からの訪日観光客の来店がまた見られるようになりました。「なんば本店」や「京都四条河原町店」など都市部の大型店舗は、コロナ禍の影響からその力をなかなか発揮できていませんでしたが、ようやく投資計画に近い水準にまで人流が戻ってくると思いますので、ここからの躍進に期待をしています。

キャッシュ・アロケーション

当社の投資基準は、営業キャッシュ・フローの範囲内と定め出店やシステム投資を行なっています。小売業では在庫の回転率がキャッシュ・フローに非常に大きな影響を与えますが、2023年3月末の棚卸資産金額は1,160億円と、前期と比べて100億円増加しています。これは計画内の水準ではありませんが、増加要因が資源高騰による仕入原価の高まりに付随するものであり、これをどのように圧縮していくのかは、今期の重要な課題だと捉えています。

中期ビジョンにおいては、出店投資とシステム投資を重点的に行なう計画で動いています。出店は、大型の店舗を含めて年間10店舗レベルの新規出店を予定しています。

システムについては、新POSシステムの構想を進めています。これは、お客様との接点をこれまで以上に強化し、新たな購入体験ができる仕組みとなります。これまで培ってきた当社の強みを活かしながら、変化する消費環境に対応できる柔軟なシステム構築を目指しています。

株主還元について

当社は株主様への利益還元を重視しています。業績や経営環境を総合的に判断しながら、配当性向30%以上の安定配当を基本方針としています。業績や投資計画・

市場環境などにもよりますが、株主還元の一環としての自己株式の取得は、今後も機動的な実施を検討します。

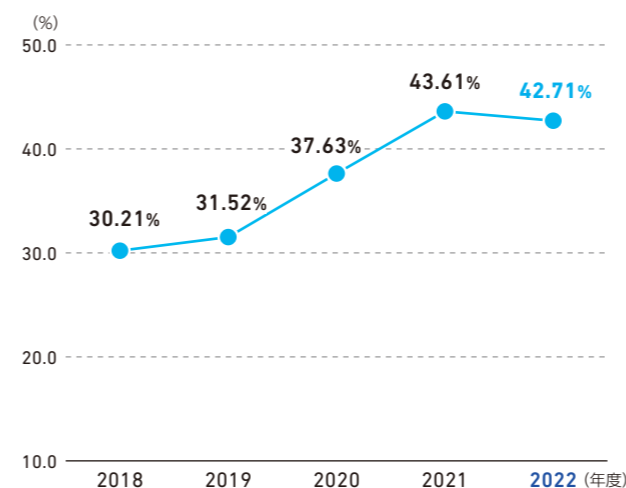
2020年から株主優待券をギフトカードタイプに変更いたしました。これが非常にご好評をいただいております。個人株主様の比率は全体の約40%にまで増加しました。個人株主様の増加は小売業を営む立場としては非常によいことだと思っています。ぜひ、エディオンファンとして応援をいただくと嬉しいです。今後も、皆様に当社をより深く知っていただくことができるよう、これまで以上にIR活動に力を入れていきたいと思っています。

ステークホルダーに向けて

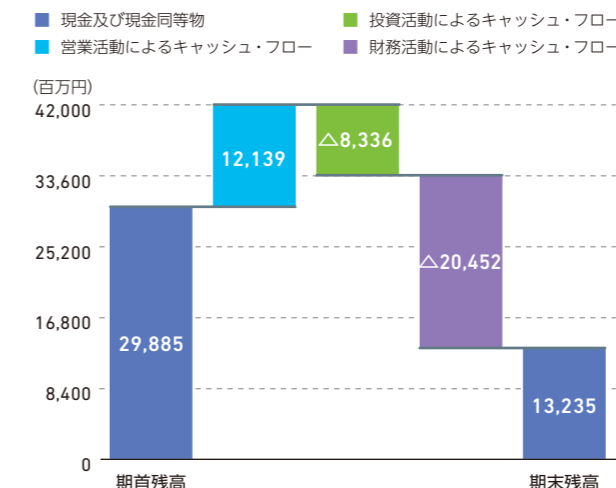
様々な経営の課題はございますが、お客様・お取引先様・従業員・株主様などすべてのステークホルダーの皆様との良好な関係を維持し、ともに高めあうことが企業の持続的な成長につながると考えております。また、IR活動においては、機関投資家だけではなく個人投資家様との対話も積極的に行ないながら、株価向上と企業価値向上に努めていきたいと思っています。

今後も皆様からの引き続きのご支援をよろしくお願いたします。

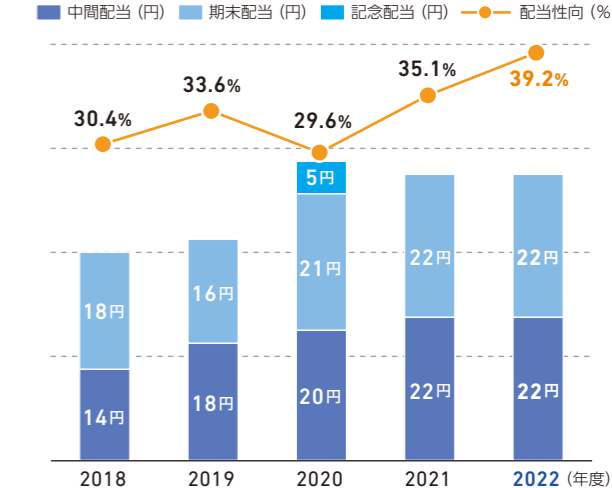
個人株主比率



キャッシュ・フロー(2022年度)



配当金の推移



中期ビジョン

2022年度から2025年度までの中期ビジョンを策定しています。

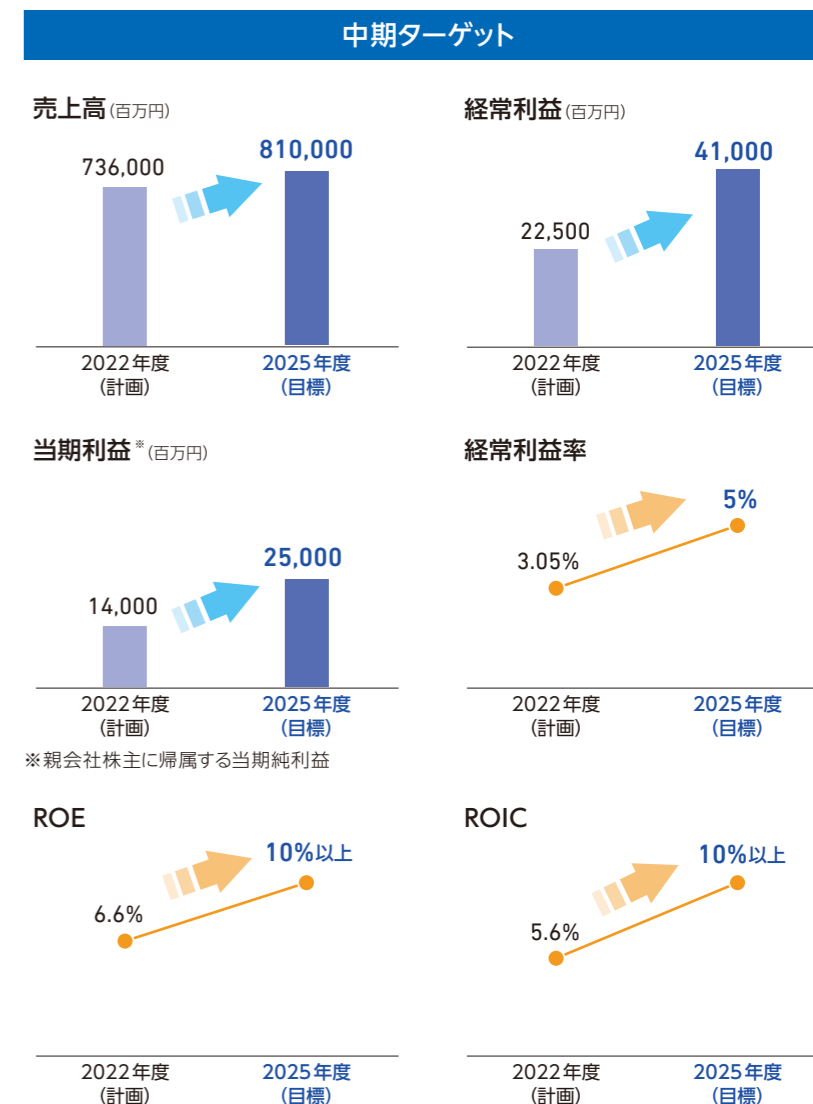
世の中が変化し、ますます社会課題解決の重要度が高まるなか、以下の取り組みを着実に遂行することで持続的な成長を図ります。



中期ビジョンと3つの基盤強化と中期重点項目		ポイント
インフラ基盤	新システムへの取り組み	<ul style="list-style-type: none"> DX推進で内製化比率80% 新店舗システムの構築(2025年)
	物流体制の再構築	<ul style="list-style-type: none"> 全国配送工事網の構築—EC需要拡大に対応 関東エリアの物流網再編
	未来の人材力を創造	<ul style="list-style-type: none"> ダイバーシティの推進とともに未来に繋がる人材力の創造 役職定年後に活躍できる場の見直し・若手管理職の育成 健康経営の推進・ワークライフバランスの重視・女性活躍の推進 持続的な能力開発
事業基盤	家電事業	<ul style="list-style-type: none"> 新たな市場を発掘し商品を提供 PB/オリジナル商品の拡充(売上構成比 2021年度25% → 2025年度35%)
	ELS事業	<ul style="list-style-type: none"> お客様の暮らしを支え、より快適な生活を提案 オンライン商談強化 新規取り扱い商品・ラインナップの強化 脱炭素社会づくりに貢献する商品の販売強化(太陽光発電システム、蓄電池)
	物流サービス事業	<ul style="list-style-type: none"> サービスメニューの強化とともに訴求強化 エアコン・洗濯機などのクリーニングやコーティングサービスの強化
	教育事業	<ul style="list-style-type: none"> 日本の未来創造に貢献できる企業に 教室展開エリアの拡大・オンライン学習の拡充
お客様基盤	ドミナント強化	<ul style="list-style-type: none"> 既存店エリアの出店強化・フランチャイズ加盟店の獲得強化
	接点強化	<ul style="list-style-type: none"> アプリなどを通じたお客様とのつながり強化
社会課題への取り組み・		持続可能な経営体質に

変化する市場環境に対応し進化する企業体質の構築

eコマースの強化



特集 1

eコマースの強化

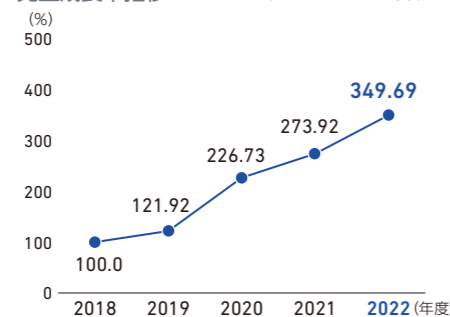
EC事業の拡充と当期実績

拡大するEC市場に対応するため、自社ECサイトの「エディオンネットショップ」を運営しています。販売チャネルのひとつとして店舗を下支えしており、配送可能なエリアの広がりとともに、高い成長率で伸長を続けています。

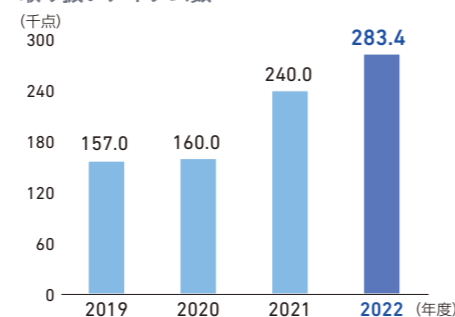
家電製品の豊富な品揃えに加えて、ゲームやおもちゃ、日用品、食品など幅広い商品を取り扱っています。購入時には、店舗と同様の配送設置サービスを提供しており、設置や工事をともなう大型家電製品の販売実績が大きく高まっています。

また、2022年度にはニトリの商品の取り扱いと、ECサイト間の相互送客をスタートしました。

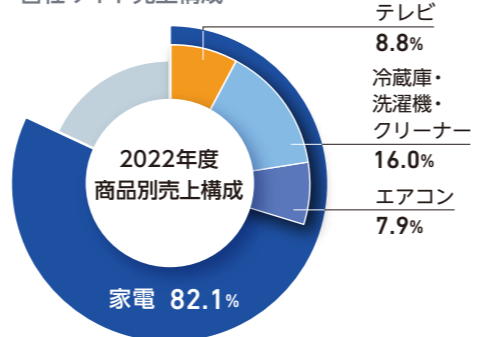
売上成長率推移 ※2018年を100とした進捗率



取り扱いアイテム数



自社サイト売上構成



ECサイトの特徴

ECサイトでもリアル店舗と同様、お客様に体験・体感をご想像いただけるように「コト発想」を軸とした商品紹介ページを日々更新しています。

例えば、春には花粉症対策、夏には熱中症対策など、季節やイベントに応じてあると嬉しい家電をカテゴリーにまとめて紹介しています。商品の紹介だけでなく、どうして必要になるのかといった説明も

掲載することで、販売員による接客体験を感じていただけるような構成を心がけています。

また、ECサイトからクリーニングメニューを申し込むことができます。エアコンやレンジフードなどはシーズン前になると多数の依頼をいただいております。好評を博しています。



事業戦略

強み

- 店舗同様の配送設置・工事サービスで大型家電のEC販売体制に強み
- コンタクトセンターやLINEなどを利用した迅速なお客様対応
- 様々な電子決済サービスと共通ポイントに対応
- 株主優待ギフトカードの利用をオンラインで完結可能

機会

- 既存出店エリアでの高い知名度と手厚い保証サービス
- 商品の受取方法は複数の手段から選択可能
- アプリとの連携で豊富な顧客接点を創出
- アプリクーポンの利用も可能

事業戦略と方針

当社は、ECサイトを独立した販売チャネルとしてではなく、店舗と相互に支えあうものと考えています。現在はリアル店舗の少ないエリアにおいてもeコマースの販売実績は高まっており、今後のドミナント戦略に好影響を与えています。

店舗に在庫がない商品でも、EC倉庫に在庫があれば即日在庫。EC倉庫に在庫がない場合でも、店舗在庫を取り置くことで、お客様への迅速な対応に効果を発揮しています。

物流網の強化

2022年度、関東物流網の構築が完了し首都圏の人口を100%カバーできる体制となりました。2025年度の全国物流網完成を目指して、店舗未出店エリアでの拠点設置を検討しています。既存エリアについても体制を強化する予定です。



2025年度
全国展開を完了

店舗同様のサービス体制

大型家電の購入時にはコンタクトセンターからご連絡を差し上げ、お客様に配送時の注意点を確認しています。

お客様の利便性を考え、様々な電子決済サービスや株主優待ギフトカードのご利用が可能です。加えて、エディオンポイントと共通ポイントを利用、または付与することができます。



アプリ関連

店舗とECサイトの双方で使用できるクーポンを配布しています。アプリとECサイトは連動しており、店舗のNFC(近距離無線通信)対応電子プライスを読み取ることで商品説明をすぐ閲覧することができます。

eコマースで購入した商品についても購入履歴が保存され、保証の有無や購入日などをアプリで確認することができます。



特集 2

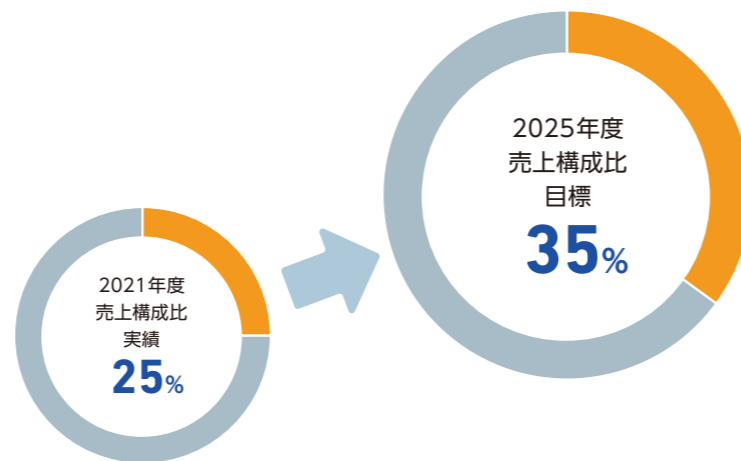
エディオンの商品開発

お客様の声を取り入れた商品開発

エディオンはお客様の声を大切に、サービス改善や商品開発に役立てることを重視しています。お客様の要望を吸い上げて、独自の斬新なアイデアを取り入れ新しい需要を開拓しています。

お客様の声から生まれるエディオンオリジナル商品の原点は、1991年、台風による塩害でエアコンの室外機に故障が発生したことでした。当時の社員は「お客様に安心して長く使っていただけるエアコンを作りたい」と思い、「耐塩害仕様室外機」を採用したオリジナルエアコンの生産を提案しました。

日々、全国の営業店舗でお客様と接している従業員の声も取り入れ、今後もお客様の生活を快適にする製品を続々と商品化していきたいと考えています。



中期ビジョンより抜粋

安全な製品を提供するための取り組み

お客様に安心して商品をお使いいただくため、1987年から「商品性能テスト研究所」を開設しており、新規商品、海外製品などの安全性、耐久性、実用性、操作性等について独自にテストを実施しています。

法律による規格や基準だけでなく、商品の安全性と基本的性能や部品の消耗程度をチェックします。加えて、「環境実験室」では、高温・低温・高湿など、日本列島で想定されるあらゆる環境下での耐久性と、商品の効用や経済性について当社独自の基準によるテストを行なっています。その他、同一条件下での性能・消費電力の比較などお客様目線で、様々なテストを実施しています。



商品性能テスト研究所におけるテストの様子

製造から販売まで手がけるプライベートブランド家電

当社は2018年11月から業界で初めて企画から製造、販売までを一貫して手がけるプライベートブランド (PB) [e angle(イーアングル)] の家電販売を開始しました。

小売業の役割のひとつとして、お客様の要望を吸い上げてメーカーに良い製品を作っていただくことがあります。しかし、様々な状況により、メーカーが小型家電を個別に商品化することは難しくなっています。

そこで、我々がお客様の声を直接反映した商品を開発しようという思いからPBを立ち上げました。

e angleの「e」は、「エディオン」や「エレクトロニクス」のほか、「いいね!」といった意味を持たせています。コンセプトは、「暮らしを、新しい角度から」。機能性に加え、デザインやカラフルな色合いなどにこだわり、開発しています。

製造から販売まで手がけるプライベートブランド家電



e angle[ANG-MO-C5] シンプルでちょうどいい、デザインレンジ



赤外線センサーとインバーターを搭載し、最適な温度に加熱できる「おまかせ温め」に加え「おまかせ解凍」が可能なシンプルタイプの電子レンジです。自動調理メニューには、よく使う「お弁当」「牛乳」などの専用ボタンも追加し、調理時間や仕上がりの調整はダイヤル式でわかりやすく、簡単に設定することができます。

20Lの広い庫内にはお手入れの簡単なフラットテーブルを採用。ハーフミラーガラスの前面扉がキッチンと調和する、デザイン性にも優れた商品です。

e angle[ANG-WM-C70-W] 自動投入&スマホアプリで遠隔操作が可能な洗濯機

7kgタイプでは初めてWi-Fiに対応し、スマートフォン専用アプリから予約や各種設定などの遠隔操作が可能なモデルです。選べる洗濯コースは11コース。洗濯物の量に合わせて洗剤・柔軟剤を自動で計量・投入することが可能です。使用水量を抑え、また洗濯物の出し入れがしやすいように取り出し口を広く、前面の高さを低く設定しています。

帰宅時間などに合わせて、終了予定時刻が設定できるほか、洗い・すすぎ・脱水などの完了をプッシュ通知で確認することもできるなど、一人ひとりのライフスタイルに合わせた快適で効率的な洗濯をサポートします。



お客様の便利で豊かな生活の実現

お客様満足度向上への取り組み

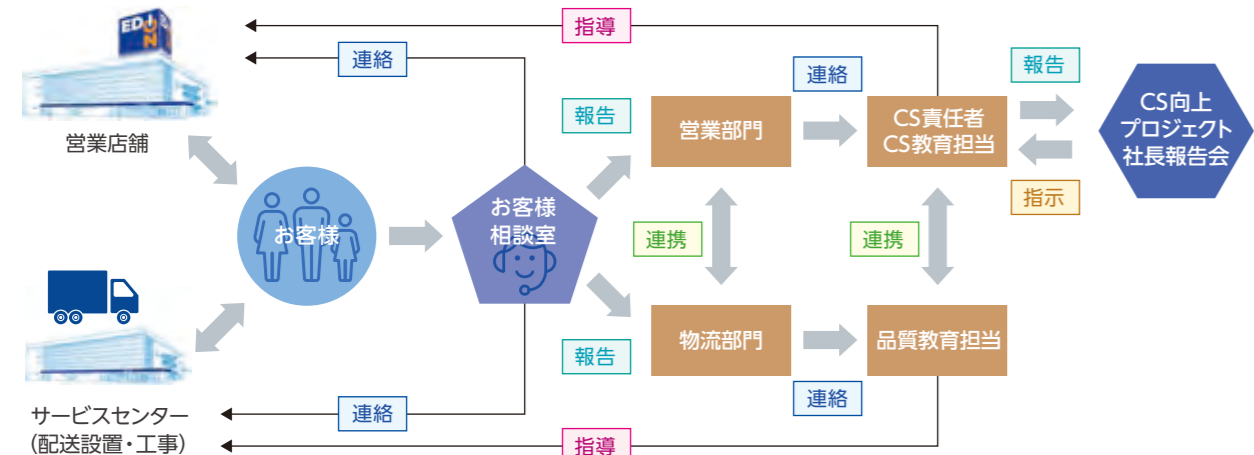
エディオングループでは、お客様満足度向上への取り組みの一環として「お客様相談室」を設置しています。お客様のお困りごとやご要望などを、営業店舗やサービスセンターなどと連携し、迅速に解決する体制を整えています。

また、配送・設置時にお渡しするアンケートハガキから、お客様からのご意見、ご感想をいただいています。お客様から寄せられた「称賛」、「要望」、「苦情」の声は、日々、営業店舗やサービスセンターにフィードバックすることで、お客様がより快適にお買い物を楽しんでいただける環境づくりに努めています。2022年度は、ハガキやWebを通じて合計765,460件の回答をいただき、お客様の満足率は90.8%でした。

お客様相談室と各事業部門が一体となり、収集したお客様の声からサービスの改善を図っています。直接社長へ状況報告を行なう「CS向上プロジェクト社長報告会」は9年目を迎えました。迅速に現場の教育に反映させるため人材開発部も参加し、課題を明確にして継続的に良質なサービスを提供することができる体制を構築しています。

プロジェクト開始当初のお客様満足率は70%台でしたが、配送工事におけるお客様とのお約束事や確認事項を現場の作業にもれなく伝達するための設置確認票の導入など、毎年様々な改善に取り組んできたことで、今では90%以上のお客様にご満足いただけるようになってきました。今後もご来店されるお客様におもてなしの心で対応し、末永くご愛顧いただける店舗づくりを目指します。

お客様の声を改善につなげる仕組み



リモート接客の強化

オンラインリフォーム相談の開始

専任のリフォームアドバイザーと、ビデオ通話で気軽に対面相談ができる「オンラインリフォーム相談」サービスを開始しました。

また、お客様が撮影した写真で見積もりを行なう「写真で簡単見積」サービスと併用することで、相談から見積もり、施工までをご自宅で完結することができるようになりました。



エディオンアプリの配信

購入履歴や修理依頼をアプリから確認することが可能に

自社開発の「エディオンアプリ」を配信しています。アプリには、チラシやお買い得商品の確認、割引クーポンの発行、ログインポイントの付与など便利でお得な機能が満載です。また、店頭で電子プライスにスマホを近づけるだけで、商品情報や口コミなどを調べることができます。さらに、会員カードを連携することで、購入履歴や長期修理保証の有効期間をいつでも確認でき、訪問修理依頼も可能です。

アプリの総ダウンロード数は890万件を超えました(2023年3月末現在)。定期的なアップデートにより利便性も日々向上しています。

体験・体感を提供する店舗の展開

リアル店舗には、お客様が様々な商品の機能や使用感を体験・体感できる強みがあります。

例えば、調理家電であれば炊飯器の炊き比べやコーヒー豆の焙煎・試飲など、カタログだけではわからないお客様自身のこだわりを確認できます。

また、高品質な大画面テレビに最新の音響システムを組み合わせたテレビコーナーでは臨場感あふれる視聴体験が楽しめます。話題のゲーミングパソコンを利用したシミュレーターや動画撮影体験ブースなど、五感を刺激するスペースを売場にちりばめることで、エンターテインメント性にあふれた店舗づくりを目指しています。

全店舗にフリー Wi-Fi ネットワークを完備しています。最新のIoT家電を体験できるだけでなく、エディオンアプリを介して電子プライスから商品説明を確認したり、ECサイトへ直接アクセスしたり、時代とともに変化しているお客様のニーズにも迅速に対応できるようになりました。

2022年5月、エディオン広島本店リフォームコーナーに、ホームセンターを含む量販店では初となるバリアフリーリフォーム商品の実物展示を開始しました。高さや扱いやすさを考慮したキッチンや洗面化粧台など、ご来店いただくすべてのお客様にとって重要な気付きのある商品となっています。

今後もお客様のニーズや世間の流行に敏感に反応し、多彩な提案力を持ったリアル店舗の魅力をお伝えできるよう取り組んでいきます。



高圧洗浄体験コーナー

実機を様々な用途・性能別に並べて体験展示することで、実際の使用感に納得して購入することができます。



レーシングシミュレーター

高性能ゲーミングパソコンを利用したレーシングシミュレーターを一部店舗に設置しています。



バリアフリーリフォームコーナー

実物の展示を行ない、使いやすさを体験することが大切であると考えています。



動画撮影体験ブース

4Kビデオカメラや高性能マイクを駆使した動画配信スタイルの提案など、専用ブースを設けて紹介しています。

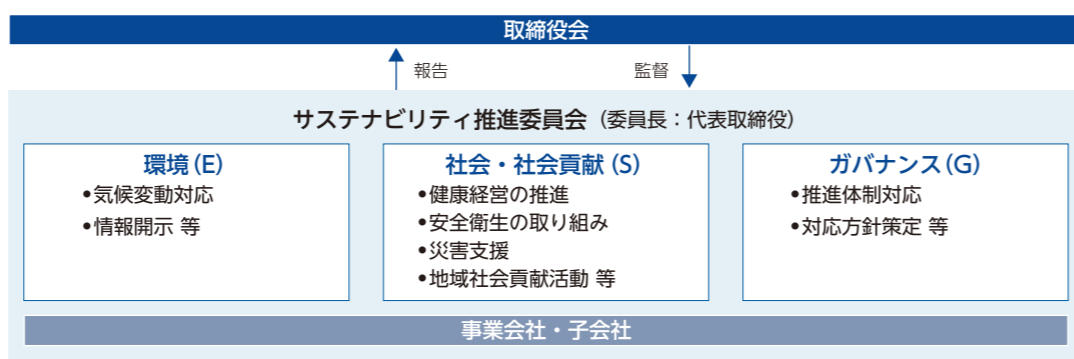
エディオンのサステナビリティ

エディオングループは、これまでも環境問題や社会課題の解決に取り組んできましたが、企業を取り巻く環境が大きく変化したことにもない、社会課題の解決による持続可能な社会の実現と持続的な企業価値向上の両立を図るため、サステナビリティ方針を制定しました。本方針は、エディオングループがサステナビリティ経営を行なっていくうえでの基本的な考え方を示すものであり、この方針に基づき、従業員一人ひとりが持続可能な社会の実現と持続的な企業価値の向上に取り組んでいきます。

エディオングループのサステナビリティ方針		2023年5月24日制定
<p>エディオングループは「お客様の豊かな暮らしを永続的に支える企業」でありたいと考えています。経営理念・倫理綱領に基づく事業活動を通じて、すべてのステークホルダーとの対話を尊重し、持続可能な社会の実現に貢献するとともに、自社の持続的な成長と企業価値の向上を目指します。</p>		
<p>1. 社会課題の解決と地域社会への貢献 事業活動を通じて社会課題の解決に取り組むとともに、地域社会との協調・交流を図り、地域の活性化や豊かな生活環境づくりに積極的な役割を果たします。</p>	<p>4. 人材育成 新たな価値創出の源泉として重要な経営資源である人材の多様性を尊重し、一人ひとりがやりがいを持って心身ともに安全・健康に働ける環境整備を行い、従業員の公平公正な処遇と能力開発に努めます。</p>	
<p>2. 環境問題への取り組み 環境負荷の低減を重要な課題の一つとして認識し、自然環境や生物多様性の保全とともに循環型社会や脱炭素社会の実現に向けて取り組むことで、豊かで潤いのある社会環境の創造を目指します。</p>	<p>5. 法令遵守および公正な取引 あらゆる法令や社会規範を遵守し、取引先とも連携し社会に対して責任ある調達活動に取り組むなど、サプライチェーン全体においても公正な事業活動を行います。</p>	
<p>3. 人権の尊重 性別や国籍など個人の属性に関係なく、すべてのステークホルダーの人権を尊重し、すべての人々の尊厳が守られる社会の実現に向けて、事業活動の人権への影響やリスクに適切に対応し、人権侵害の未然防止に努めます。</p>	<p>6. 情報開示 ステークホルダーとの対話と連携を通じて強固な信頼関係を構築し、公正かつ透明性の高い経営を行い、積極的な情報開示に努めます。</p>	

サステナビリティ推進体制

当社は、事業活動にとどまらず、環境保全や社会貢献なども軸にしたサステナビリティ経営をグループ全体で横断的に推進するため、2022年6月に「サステナビリティ推進委員会」を設置しました。同委員会は代表取締役会長兼社長執行役員が委員長となり、サステナビリティ推進に関わる重要な方針や施策、取り組みなどについて審議し、適宜、取締役会に報告しています。取締役会では、サステナビリティ推進委員会で審議された内容について報告を受け、重要事項については必要に応じて取締役会で審議するなど、管理・監督を行ないます。



マテリアリティ(重要課題)

エディオングループにおけるサステナビリティの考え方に基づいて中長期的に企業価値を向上していくために、影響を与える社会環境の変化や活動を通じて果たすべき社会的役割を整理して、重要かつ優先的に取り組むべきマテリアリティ(重要課題)を特定しています。

STEP1 社会課題の把握	STEP2 重要性の評価	STEP3 妥当性の確認	マテリアリティの特定
重要課題	施策	取り組み	ページ
お客様の便利で豊かな生活の実現	「安心の価格」で「魅力ある商品」を提供	わかりやすい価格表示、オリジナル商品の開発	P.18
	ライフスタイルの変化への迅速な対応	オンラインアプリユーザーの獲得	P.20
	「優れたサービス」の提供	CS向上体制の整備	P.20
	「安心」の提供	環境と人に優しい店舗作り	P.28
環境と調和した脱炭素社会の実現	環境に配慮した商品販売、物流・サービスの展開	省エネ基準達成商品の販売	P.29
	環境配慮型店舗の展開	LED照明の店舗完全導入、太陽光発電システムの設置	P.28
	循環型社会形成への貢献	リサイクル・リユース事業の推進	P.29
	自然環境保全活動	森林保全活動への参加	P.29
働きがいのある組織と多様な人材育成の実現	健康経営の推進	継続して健康に働くことができる職場環境の整備	P.37
	労働安全(衛生)の推進と徹底	安心・安全に働ける魅力的な職場作りの推進	P.37
	ワークライフバランスの推進	業務効率化による残業時間の削減	P.38
	障がい者雇用の促進	多様な人材の採用活動を推進	P.39
	働きやすい職場作り	ダイバーシティ&インクルージョンの推進	P.39
	人材育成とキャリア開発	多様なキャリア形成につながる研修制度	P.34
積極的な地域社会への貢献	スポーツ振興	スポーツ部門の運営、スポーツ協賛	P.40
	次世代教育に対する支援	ロボットプログラミング事業を通じた教育支援	P.30
	災害への支援活動	災害発生時も店舗営業を継続できる体制整備	P.55
	地域社会への貢献	全店一斉グリーン活動	P.41
お取引先様、株主様との良好な関係の実現	ガバナンスの強化	経営監視体制の構築	P.48
	持続可能な物流の実現	ホワイト物流の推進	P.42
	ステークホルダーコミュニケーションの充実	企業情報の適時適切な開示	P.43
	お取引先様との公平・公正な取引	倫理綱領の制定、パートナーシップ構築宣言	P.54
サステナビリティを支える事業基盤の確立	持続的な事業活動	安定した事業継続	P.59
	サステナビリティ経営の推進	サステナビリティ方針の制定	P.22

環境と調和した脱炭素社会の実現

エディオンでは、気候変動対応を重要な経営課題のひとつと認識し、2021年7月にTCFD*提言に賛同するとともに、TCFDに基づく情報開示の拡充に取り組んでいます。気候変動が当社の事業に与えるリスク・機会を分析して経営戦略・リスクマネジメントに反映するとともに、その進捗を適切に開示し、社会全体の脱炭素化に貢献しながら、さらなる成長を目指します。

TCFD 提言への対応

当社は、TCFDが推奨する4つの開示項目である「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」ごとに気候変動に対するリスクと機会についての取り組みを整理しています。今後もTCFDのフレームワークに沿って気候変動に関する情報開示を順次進め、充実を図ることで、ステークホルダーの皆様への説明責任を果たしてまいります。



*TCFDとは、「気候関連財務情報開示タスクフォース (Task Force on Climate-related Financial Disclosures)」の略称で、G20の要請を受け金融安定理事会 (FSB) により、気候関連の情報開示および気候変動への金融機関の対応を検討するために設立されました。2017年6月に、気候変動の影響を金融機関や企業等の財務報告において開示することを求める提言を公表しています。

1. ガバナンス

当社では、気候変動にともなうリスクや機会は、事業戦略や財務計画に大きな影響を及ぼすものと認識し、サステナビリティ経営をグループ全社で横断的に推進するため、2022年6月に「サステナビリティ推進委員会」を設置しました。また、気候関連課題に対する責任者として、代表取締役会長兼社長執行役員がその任を務め、取締役会の監督下にあるサステナビリティ推進委員会の委員長を担う

とともに、取締役会の主要メンバーとして意思決定を行ない、当社の代表として業務執行を指揮する責務を担っています。

サステナビリティ推進委員会では、TCFD提言に則した情報開示項目の整理と温室効果ガス排出量の見える化、対応方法およびサステナビリティ対応方針の策定等を行なうとともに、目標や施策の進捗情報を議論し、監督機関

である取締役会に報告を行なっています。取締役会では、サステナビリティ推進委員会で審議された内容について報告を受け、必要に応じて審議のうえ決議します。取締役会は当社の最高意思決定機関であり、気候変動問題を含むすべての意思決定の責任を負っています。

2. 戦略

【シナリオ分析】

当社は、台風・豪雨の激甚化等の気候災害の拡大および脱炭素化等の気候変動緩和に向けた全世界的な取り組みが経営とビジネス全体に重大な影響を与える重要課題であると認識しています。気候変動がエディオングループに与えるリスクおよび機会とそのインパクトの把握および2030年時点の世界を想定した戦略のレジリエンスと追加施策の必要性を検討するため、シナリオ分析を実施しました。その結果、消費者のライフスタイル変化への追従、気候変動への緩和や適応への対応、炭素税や省エネルギーに関する法規制強化への対応が焦点となる課題であることが判明しました。

シナリオ分析では、国際エネルギー機関 (IEA) や、気候変動に関する政府間パネル (IPCC) が公表する複数の既存シナリオを参照のうえ、パリ協定の目標である「世界の平均気温上昇を産業革命以前に比べて2℃より十分低く保ち、1.5℃に抑える努力をすること」を想定した「1.5℃/2℃シナリオ」および現在のペースで温室効果ガスが排出されることを想定した「4℃シナリオ」の2つの世界を想定しています。

気候変動関連の規制の強化や市場の変化・消費者の嗜好等の移行リスクが顕在化する「1.5℃/2℃シナリオ」にはIEA NZE 2050を、自然災害等の物理リスクが顕在化する「4℃シナリオ」にはIPCCによるSSP5-8.5とRCP8.5を選定しました。なお、1.5℃と2℃のシナリオにおいては、リスクおよび機会の傾向は同じですが、1.5℃

の方が2℃よりも気候変動への対応スピードおよび活動レベルを強化していく必要があると認識しています。この2つのシナリオを踏まえ、TCFD提言に沿って、気候関連リスクおよび機会を抽出しました。そのうえで、気候変動がもたらす移行リスク (政策・法規制、技術、市場、評判) や物理リスク (急性、慢性)、また、機会 (製品およびサービス) を特定しました。

【シナリオ分析結果】

シナリオ分析の結果、1.5℃/2℃シナリオ、4℃シナリオいずれのケースにおいても、消費者のライフスタイル変化への追従に失敗すること、気候変動への緩和や適応への対応の遅れによる評判の低下がエディオングループにとって重大なリスクであることがわかりました。一方で継続的なシナリオ分析を通して他社に先んじて1.5℃/2℃および4℃の世界のいずれにも迅速に対応できる事業戦略を構築することにより、リスクを機会に転じさせることもできると考えています。

例えば、1.5℃/2℃シナリオにおいては、炭素税や省エネルギー化に関連する規制強化が想定されているためコスト増加に繋がります。2030年時点において、最も財務に影響を与えるリスクは炭素税の導入であり、その影響金額は約17億円と予測しています。

しかしながら、脱炭素に向けて省エネや建築物ZEB化の規制が進行し、温室効果ガス排出量の規制が強化され、それらにともなう社会意識の変化への対応を進めていくなか、

参照シナリオ	・1.5 / 2℃シナリオ: IEA NZE 2050 ・4℃シナリオ: IPCC SSP5-8.5、RCP8.5
対象事業範囲	家電、リフォーム、物流事業に関連するグループ会社8社
対象年	2030年時点の影響
時間軸	気候変動の影響は長い時間をかけて顕在化していく可能性があることを踏まえ、短期・中期・長期の時間軸を次の通り定義しています。 ・短期: 現在 ~ 1年 ・中期: 1年 ~ 5年 ・長期: 5年 ~

エネルギー効率が高く温室効果ガス排出量の低い製品の需要が拡大することは、家電やリフォーム事業を展開するエディオングループにとっては機会でも考えています。

また、4℃シナリオにおいては、自然災害が激甚化した結果、被災による被害が発生するとともに、サプライチェーンの分断によって納品が遅延することにもなう販売機会の損失が見込まれます。平均気温が上昇するなかで自社の温度や湿度を一定に保つために空調のエネルギー消費量が増加し、空調コストの増加が見込まれるなか、エネルギー効率の高い空調への需要が拡大することはエディオングループにとっては機会でも考えています。このシナリオ分析を通じて気候関連リスクの影響を認識し対応策を検討することにより、事業上のリスクの低減と価値創出の機会を実現し、持続可能かつ安定的な収益を長期的に確保することを目指していきます。

環境と調和した脱炭素社会の実現

当社の主な気候変動によるリスクおよび機会

リスク・機会の分類	リスク・機会の要因	主なリスク・機会の内容と当社グループへの影響	1.5/2℃シナリオ		4℃シナリオ		
			時間軸	事業/財務影響度	時間軸	事業/財務影響度	
リスク	移行リスク	政策・法規制	炭素税の導入、省エネルギー化に関する規制強化	中期	高	非該当	
		製品のライフサイクル（調達、製品、使用、廃棄）に関する規制強化	・新規サプライチェーン構築によるコストの増加 ・当該製品やサービスに対する需要減少に起因した売上減少、事業撤退	長期	高	非該当	
		政策・法規制の義務違反、ステークホルダーニーズへの未対応	・未対応による評判低下、および時価総額減少 ・義務違反による商業停止、および売上減少 ・義務違反による訴訟に関わるコストの発生	短期	高	短期	高
	技術	気候変動の緩和・適応に資する顧客向け製品・サービスの準備の遅れ・失敗	・開発の失敗、競合に追従できないことによる顧客喪失・売上減少	中期	高	中期	高
	市場	気候変動に伴う消費者のライフスタイルの変化の見極めの失敗	・消費者の嗜好と異なる商品展開を行なうことによる収益拡大機会の喪失、売上減少	中期	高	中期	高
	評判	当社の気候変動への対応が不十分であることによる外部ステークホルダーからの評判の低下	・評判低下による売上減少 ・株価低下による時価総額の減少 ・信用棄損による資金調達コストの増加 ・人材確保難による成長への影響	短期	高	短期	高
物理的リスク	急性	台風や洪水などの異常気象の増加	・店舗の休業・営業時間短縮、来店客減少による売上減少 ・自社の在庫損害、店舗・設備損壊によるコストの増大 ・サプライチェーン上の企業が被害を受けることによる商品調達の失敗・売上減少 ・集配業務不能エリアが発生することによる売上減少 ・荷物の保管や再配達のための追加コストの発生	中期	低	中期	高
	慢性	降水パターンの変化や平均気温の上昇	・店舗・事業所・物流センター・工場の労働環境維持を目的とした空調エネルギー消費量増加による電力コストの増加 ・気温感受性の高い製品の売上減少 ・熱中症リスクの対策コストの増加 ・災害多発による保険料の増加 ・別供給先の確保等に伴う調達コストの増加 ・店舗設備の入れ替えによるコストの増大	中期	低	中期	高
機会	製品およびサービス	気候変動の緩和・適応に資する顧客向け製品・サービスの拡張、および消費者の嗜好の移り変わりへの対応	・消費者の嗜好、気候変動の緩和・適応に資する商品とサービスに対する需要増加に起因する売上増加	中期	高	中期	高

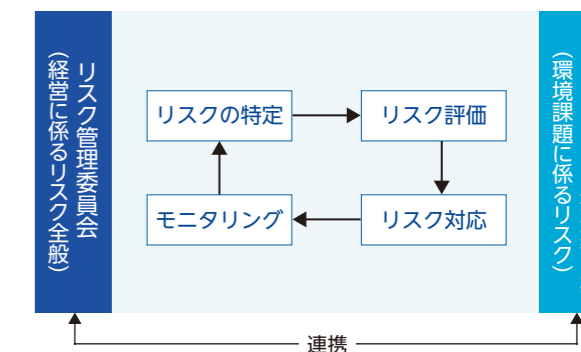
3. リスク管理

当社は、グループ全体に関わるリスク管理の基本方針や管理体制についてリスク管理規程で定めており、その規程に基づいてリスク管理委員会を設置し、グループ会社を取り巻くリスクを総括的に管理しています。

リスク管理委員会では、事業に負の影響を与えるリスクを特定し、そのリスクの影響度合いと発生可能性を評価することで、重要性の検証を行なっています。さらに想定されるリスクに対して、管理目標と具体的な対策を決定し、その進捗状況について継続的にモニタリングを実施しています。リスク管理の状況については、取締役会への報告を

行なっています。CO₂排出規制などの気候変動に関連するリスクや機会の評価・管理については、サステナビリティ推進委員会で実施しています。全社的な気候変動のリスクと機会を管理し、リスクと機会を特定・評価・管理する手法についても審議・決定のうえ、取締役会に報告しています。識別した気候変動関連リスクは「移行リスク」、「物理リスク」に分類のうえ、リスクと機会の財務的影響を評価し、重要なリスクと機会を特定後にリスク管理委員会と協議を行ない、対応策を検討しています。

リスク管理プロセス



4. 指標と目標

当社は、温室効果ガスの排出量を削減する運営を目指し、LED照明などの省エネ設備やグリーンエネルギー設備の導入を進めています。また、省エネ製品・サービスの提供を通じて、その重要性を理解していただく活動など、脱炭素社会の実現に向けた取り組みを積極的に行なっています。

● 指標と目標

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のCO₂排出量を指標と定め、温室効果ガス排出量削減目標を設定し取り組んでいます。2030年度までにグループ全体のCO₂排出量を2013年度比46%削減することを目標としており、2022年度のCO₂排出量は、2013年度比48%削減を見込んでいます。

● 温室効果ガス排出量 (Scope 1・2・3)

当社は、事業活動におけるグループ全体の温室効果ガス排出量の算定に取り組んでいます。2022年度のScope 1・2の温室効果ガス排出量は、約90,444t-CO₂を見込んでいます。また、2022年度のScope 3温室効果ガス排出量は、約33,682t-CO₂を見込んでいます。Scope 1・2のCO₂排出量推移は右記図表のとおりです。Scope 3 (Scope 1・2以外の間接排出)の算定に向けても検討を進めており、順次、開示していきます。

Scope 1・2・3温室効果ガス排出量実績および見通し

(単位：t-CO₂)

	2013年度	2021年度	2022年度 速報値	2022年度－ 2013年度対比 (削減率)
Scope 1	27,153	18,281	17,388	64% (△36%)
Scope 2	148,892	78,861	73,056	49% (△51%)
Scope 3 (一部)	61,780	36,976	33,682	55% (△45%)
合計	237,825	134,118	124,126	52% (△48%)

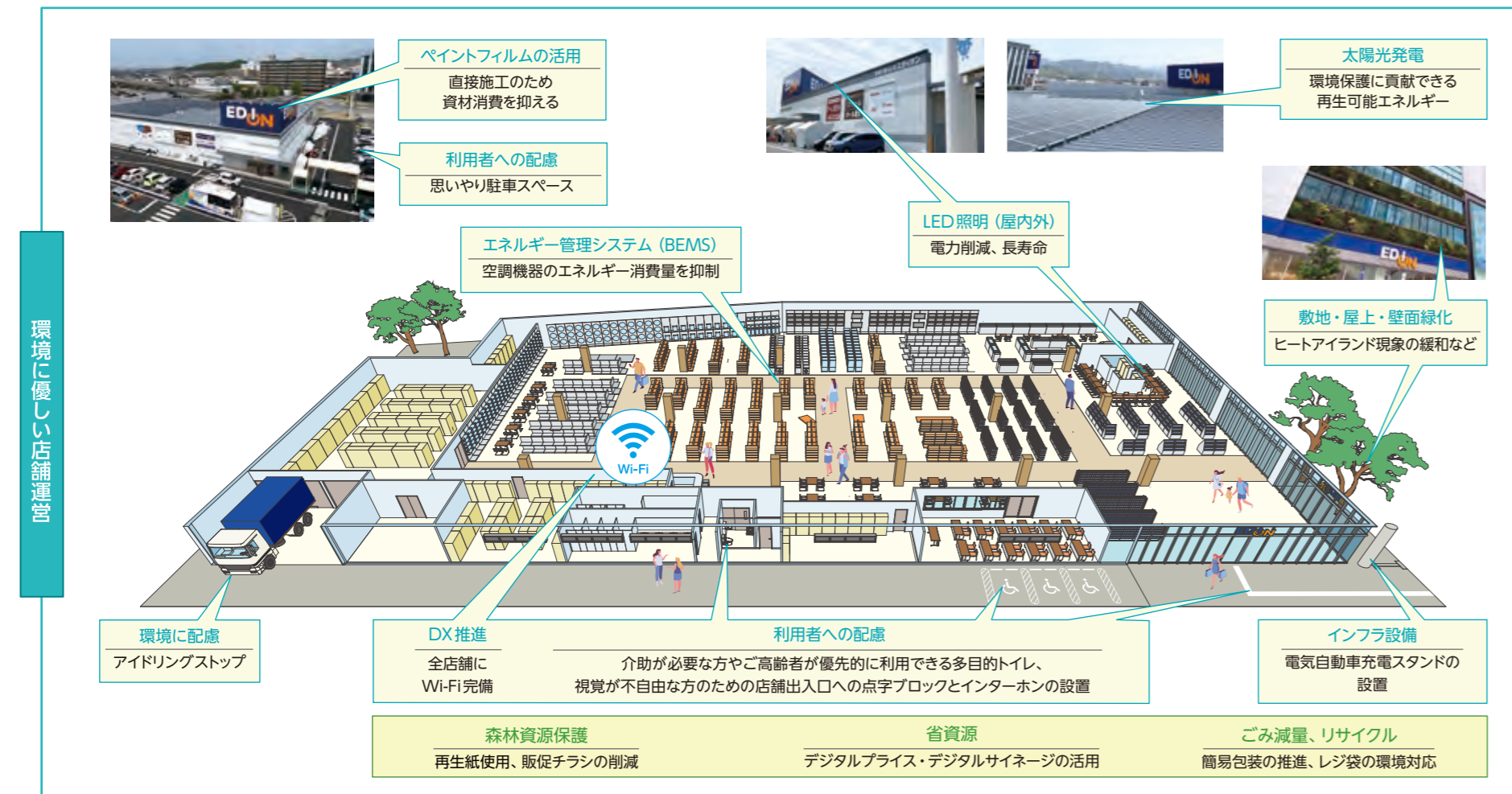
※ Scope 1 自社の直接排出量 (ガス、ガソリン、軽油など)
Scope 2 他社から供給された間接排出量 (電気など)
Scope 3 Scope 1・2以外の組織活動の上流・下流を含むバリューチェーン上の間接排出 (カテゴリ：1・3・5)

※ 詳細は <https://www.edion.co.jp/Sustainability/tcfid> をご覧ください。

環境と調和した脱炭素社会の実現

環境と人に優しい店舗作り

エディオングループ家電直営店では、店内空調機器の温度設定やエアコンフィルターの適切な清掃、店内照明の速やかな消灯、展示品の一部電源オフなどを通じて省エネルギー運営を実施しています。各店塔屋看板(屋上看板)、壁面サイン照明なども状況に応じて消灯対応しています。



省エネ家電販売の推進

営業店舗では環境保全に貢献できる製品の販売を積極的に行なっています。省エネ家電の販売に加えて、リフォーム事業を通じてオール電化、蓄電池、節水型トイレ、遮熱効果の高い外壁塗装など、お客様に省エネ製品やサービスをご提案することで、その重要性をご理解いただく活動を推進しています。

子会社(株)エディオンハウスシステムでは、事業主様向け産業用太陽光発電設備およびEV充電システムの設置など、大規模な創エネ・省エネ工事を行ない、脱炭素社会の実現に向けて活動しています。

家電健康診断車「ヒマワリ号」

エディオンの特別仕様車で、日本で1台だけの家電の健康診断専用車です。現在の車両は3代目で、主に新規オープン店舗のサポートやイベント参加のために全国を回って活動しています。

車内には各種アンテナ・テスター・工具などを搭載し、お客様にお持ち込みいただいた家電を専任担当者が無料診断しています。悪いところがあれば修理を行ないます。

豪雨や地震などの災害が起きた場合、被災地に駆けつけ家電修理の受付拠点としての役割を担う支援活動も行なっています。2020年7月には、豪雨により災害が発生した熊本県人吉市に派遣され、様々な家電の修理に活躍しました。



3代目「ヒマワリ号」

森林整備活動

森林整備活動「ひろしまフォレスト植林活動 in たけはら」に参加しています。

この活動は、地球温暖化防止と生態系の回復や、災害に強い山林の再生を目指して実施されているものです。

直近では、2018年7月に発生した「平成30年7月豪雨」で流出した地域のための植林活動を行なっています。

地域の皆様と良好な関係を保ちながら地域貢献活動を推進しています。

廃棄物削減の取り組み

2012年に子会社(株)イー・アール・ジャパンを設立しました。リサイクル事業やリユース事業を行ない、資源を有益に活用する循環型社会の実現にグループ全体で取り組んでいます。

リサイクル事業では金・銀・銅・レアメタルの元になるミックスメタル、鉄、アルミニウム、プラスチックなどの有用資源を、金属商社や精錬工場などに販売することで、資源の国内循環を支えています。情報通信機器の分別・解体は一人ひとりの丁寧な手作業により、小さなボルト1本までリサイクル活用することを可能にしています。また、リユース事業では買い取ったパソコンや携帯電話などを、作業員が一つひとつ確実にデータ消去を行なったうえで外装補修等を施し、リユース品として販売しています。



産業廃棄物の排出量

(2022年度)



52,154t

循環型社会実現のために、産業廃棄物および家電リサイクル品を適正に回収し、再生利用、再資源化を進めています。

リサイクル量

(2022年度)



9,100t

グループ一体となった回収体制を構築することで、安全で確実な再資源化による循環型社会形成の推進を行なっています。

太陽光発電システムの設置拠点数とCO₂の削減

(2022年度)

70拠点
年間 1,600t以上

全国70拠点の店舗・サービスセンター等に太陽光発電システムを設置し、年間1,600t以上のCO₂の削減に貢献しています。

特集 3

エディオンの教育事業

より多くの子どもたちに質の高い教育を届けていきたい



左より ロボ団営業部長 大津 信也
夢見る(株) 代表取締役社長 重見 彰則

当社は「家電は人の今の暮らしを豊かにする。教育は人の未来の暮らしを豊かにする。」という想いを基に、2018年から教育事業をスタート。2019年には全国104カ所子どもためのロボットプログラミング教室「ロボ団」を展開する夢見る株式会社を子会社化し、現在はエディオン店舗内での教室開校を推進しています。「ロボ団」は、「好きを学びに、社会とつながる」をコンセプトに、子どもたちの「やりきるチカラ」「考えるチカラ」「人と関わるチカラ」を育てていきたいと考えています。そのため、レッスンにおいては2人一組のペアワークを必須としており、チームワークやコミュニケーションを通してミッション達成を目指す、「ロボ団」ならではの仕組みを採用しています。

教育事業の役割と今後の事業展開

「エディオンのコアなファン作り」と「幅広い層の人材獲得」

家電販売を事業ドメインとする当社にとって、教育事業は「エディオンのコアなファン作り」に貢献するものです。子どもの頃から当社事業とふれあい、親しみやすさや身近さを感じてもらうことで、お客様として店舗へ来店する“きっかけ”となるシナジーを生み出せるということです。今後は店舗内出店の強化を中心に事業拡大を図る方針で、2025年度で全国のエディオン店舗内に45教室、生徒数3,000名を計画しています。

2023年3月末時点の「ロボ団」生徒数は5,603名と着実に増加しています。これは、小学校でプログラミング教育が開始され、2025年には大学入学共通テストでもプログラミングを含む基礎教科として「情報」が導入される予定であることから、早い段階でプログラミング教室に通わせておきたいというご家庭のニーズが高まっていることも要因のひとつと考えられます。生徒は小学校2～3年生の子どもたちが最も多く、受講は5歳から開始することができます。カリキュラムでは教育用のロボット教材を使用しますが、4年目にもなると教材のアプリケーションだけではなく、実際にプログラム言語「python」を使用して学ぶことができるカリキュラムを導入しており、より社会に通用するスキルを身に付けられるようになっていきます。「ロボ団」に通う生徒の大半はすでに複数の習い事を並行されていると聞いているのですが、これはプログラミング教育が幼少期の習い事のひとつとして受け入れられているという関心の高さがうかがえます。これまで都市部を中心に展開して

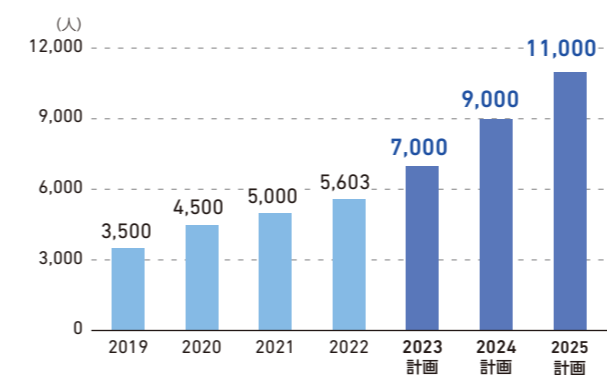
きたプログラミング教室ですが、今後は地方の店舗も活用して全国に教室を展開することで、より多くの子どもたちに質の高い教育を届けていきたいと考えています。

一方で、事業拡大のためには人材の確保が課題であると認識していることから新たな仲間を募っています。教育事業の社内での知名度が向上していることあるのですが、幸いなことに会社が実施する社員へのヒアリングにおいて、今後のキャリアとして教育事業を希望する社員が増えてきています。実は教員免許を保有している社員もエディオンには多数在籍しており、自身のスキルを活かせる新たなステージとして認識されてきたと思います。

そのほか、シニア層の活躍という面についても、定年退職を迎える店長や店長代理などマネジメント経験者にセカンドキャリアとして教室長や教室オーナーといった立場で活躍してもらえようになれば、新たなステージになりうるのではないかと考えています。

エディオンのプログラミング教育事業が一般的にも認知されることで、これまでエディオンを就職先としては検討していなかった方の興味

ロボ団生徒数の推移



を引くようになれば、結果としてより幅広い人材獲得の道が広がり、今後の事業拡大に向けた体制強化にもつながると思います。

国内最大規模のコンテスト開催

「生徒の成果発表の場」と「企業価値の向上」

生徒の成果発表の場として『ダンカップ』を毎年開催しており、昨年の第5回大会は過去最多の2,113名が参加するなど、国内の民間プログラミングスクールが開催するプログラミング大会でも最大規模となっています。各教室で学んだスキルやチカラを発揮できるステージとして、子どもたちには日々の努力の成果を、保護者の方には「その姿」を、それぞれ見てもらえる大会となっています。今回は2023年12月に開催を予定しており、今回から一般の方の観覧も可能とするために会場規模も広げています。

賛同をいただいている企業様とはコラボイベントの開催も予定しています。通学生向けのクローズドなものを一般参加も可能なオープンなものにすることで、大会規模の拡大のみならず、エディオンおよび参画される各企業様の価値向上やCSR活動の一環として、新たな顧客接点の場にもなり得る、従来のプログラミング大会の枠に留まらない大規模なイベントにしていきたいと考えています。

2022年には、国際的なロボット競技会であるWorld Robot Olympiad (WRO) 国際大会に、国内大会を勝ち抜いたロボ団の3チーム*1が進出しました。結果、第4位と第7位のダブル入賞を果たすという日本初の成果を収めることができました。2023年は、より高い目標をクリアするべく、教育水準の向上についても準備を進めています。

*1: 国内大会は約1,500チームが参加し、13チームが国際大会に進出。その13チーム中3チームがロボ団から参加。



働きがいのある組織と多様な人材育成の実現

人事統括部長インタビュー



執行役員
人事統括部長
片山 智也

当社が持続的な成長を実現していくために「人材」は最も重要な経営資本です。社員一人ひとりがスキルを磨き、高いモチベーションを維持し、最大限に能力を発揮することで、結果として社員と会社がともに成長していけると考えています。そのために様々な機会を提供することが会社の役割と認識して取り組みを進めています。

私は、1996年に入社以来、店舗での接客業務から始まり店長やエリア長を経験し、本社においては営業企画や販売促進、店舗開発などに携わってきました。2021年に人事部という管理部門に着任しましたが、携わるまでどのような業務内容なのかイメージを持っていませんでした。しかし、管轄下の人事部や人材開発部といった各部門のスタッフが、日々それぞれの専門分野で一生懸命に努力し、前向きに頑張る姿を目の当たりにしたときに、安心感と同時に、あらためてこの「人事というフィールドから当社の企業価値向上に貢献しなければならない」という強い使命感を覚えました。

人材教育プログラムコンテンツ数

(2022年度)



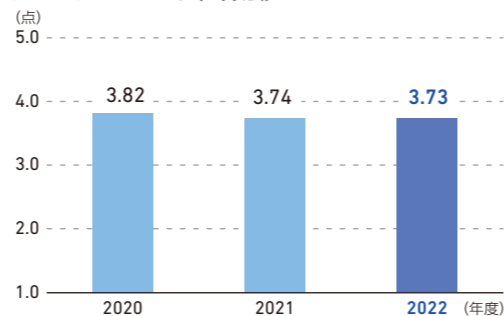
201件
約46時間

これまでの社内研修でカバーしきれなかった分野については、外部研修を増加させるなど人材教育プログラムを拡充しました。

家電製品のEC販売は年々売上構成を伸ばしていますが、当社は小売業であり、リアル店舗での接客販売を中心としたビジネスモデルです。つまり、当社にとって「人材」は最も重要な経営資本です。

将来の成長を実現するためには、継続的な投資による質的向上の実現や、適切な配置により従業員の能力を最大限発揮できる体制を構築する必要があります。そのためには、人事を支える部門長としていかに現場の社員が前向きに業務に取り組めるかという視点から環境や仕組みを構築し、エンゲージメントを高めていくのか。それこそが私の大切な職務であると考えています。

ワークエンゲージメント(5件法)



中期ビジョン 「未来の人材力を創造」の実現

変化する市場環境に対応するべく、「インフラ基盤」「事業基盤」「お客様基盤」を軸に盤石な企業体質の構築を2025年度までに目指しています。人事戦略においても、中期ビジョンに連動する形で様々な取り組みを進めています。

当期は、生産性を高めるために年間休日を1日増やして所定労働時間を減らしつつ、一律1万円のベースアップを実施しました。また、半期に1回は全従業員が4日以上 of 連休を取得できるように制度を整えました。平均残業時間については5年前と比較して半分以下となりましたが、よりいっそう業務の効率化を行ないながら適正化できるよう取り組みを進めていきます。

業務で使用する社内インフラについても、統合前の各社システムを活用しており、複数のシステムを連携して人事部でも稼働させていました。効率面でもコスト面においても早急な改善を行なう必要性があると考え、一元管理できる人事システムを導入しました。この果断により、従業員の能力や経験が管理され、見える化されたことで人材マネジメントシステムの運用が可能となりました。スキルのある社員のタレントマネジメントや配置転換だけではなく、店舗でのシフトコントロールや残業時間の抑制なども効率的に実施できるようになりました。一方で、コスト面においても

システムが一歩化されたことで、維持・運用にかかるランニングコストが抑えられるという効果もありました。

当社の人材教育プログラムは、変化の激しい時代に対応できる社員を目指した育成に注力しています。コロナ禍ではWebコンテンツを中心とした研修内容の充実を図るとともに、これまでの社内研修に加えて外部研修を増加させるなどプログラムそのものも拡充しました。また、2023年4月から、社員自らが描くキャリアプランに即した研修や実務を経験し、将来の人員配置に反映させていく試みとしてエディオンアカデミーを創設しました。初年度の今回は、本社の専門職を目指すコースを設定し、40歳くらいまでの社員を対象に将来の幹部候補生としての育成を開始しています。今後も様々なコースを設定し、中期ビジョンに掲げる「未来の人材力を創造」の実現に向けて取り組みを強化していきます。

今後の目指す姿

毎年、現状の業務内容、自己評価や勤務地の希望などについて従業員調査を実施しており、店舗別など様々な視点でエンゲージメントを分析してES向上に努めています。また、今後のキャリアビジョンの確認や希望部署などについても調査も行なっています。例えば、プライベートブランド[e angle]の商品企画やロボットプログラミング教室

「ロボ団」への配置転換など、店舗だけではなく新規事業や新規取扱商品の担当者を募集するといった人事異動においては公募の仕組みも活用し、社員自身が働きたい部署や経験してみたい部署で、能力を発揮できる機会を積極的に提供していきたいと考えています。

企業を持続的に成長させていくなかで、課題には必ず直面するものです。ただ、これまでと大きく異なるのは、今後の成長源泉は「人材」であると企業として捉えていることです。「人材」に対して効果的な投資を実行し、できることを認識して様々な取り組みを進めることで、従業員のための課題解決に邁進していきます。



働きがいのある組織と多様な人材育成の実現

人材育成

人事制度

評価制度として経営目標に連動した業績評価と組織的な行動基準に基づく行動評価を導入しています。この評価制度を軸に、成果につながる行動を実践していくことで、一人ひとりの成長につなげています。評価結果とともに、資格制度、自己啓発やオンライン研修といった各人材育成制度を活用し、モチベーション向上、能力開発の推進を図っています。

学習環境の整備

目的に合わせて対面研修とオンライン研修を組み合わせた学習を実施しています。知識の習得や啓発は「動画学習」で、接客技術や協同学習は対面による「集合研修」または「Web研修」で実施しています。基礎知識や要点を動画で予習しておくことにより、研修の場では「学び合い・教え合い」の協同的な学習やグループワーク、ロールプレイングに時間を充てることが可能になりました。



Web研修画面

各種研修の実施

接客話法やマナー研修などを通じて、お客様に真心を持って接することができる人材育成に取り組んでいます。また、業務のなかでも効率的に研修を受けられるように、Web会議システムを利用した研修とともに当社独自のeラーニング「エディオンムービーアカデミー」において教育プログラムの充実に取り組んでいます。

<研修方針>

- 経営理念に基づく人材の育成
- 企業方針による研修プログラム構築
- 顧客満足度・従業員満足度を高めるための研修実施

目的別研修

研修名	対象者
コーチャー研修<営業> (研修動画配信)	コーチャー
コーチャー研修<物流S>	コーチャー
女性キャリアビジョン研修	一般社員(女性)
選抜女性主任研修	主任(女性)
キャリア研修	役職定年者
社会人の基礎知識講座	内定者
パートナー研修支援 (CS教育担当者による研修)	契約社員・パートナー
eラーニング「Schoo」	本社部門社員

専門知識の習得はもちろん、おもてなしの心を醸成するために様々な研修を実施しています。



コーチャー研修



新入社員研修

資格取得者数

資格名	人数
家電製品総合アドバイザー	3,075
フォトマスター検定(2級以上)	806
スマートマスター	484
(国)第二種 衛生管理者	543
(国)第二種 電気工事士	539
(国)甲種 防火管理者	1,275
(国)石綿作業主任者	782
在籍資格保有者数(2022年度のべ人数)	10,037

社員のスキルアップ促進によるお客様満足度向上を目指して、資格取得を積極的に支援しています。

社内公募による配置転換

出店や新規事業、特殊な商品の取り扱いなど、個人の資格や経験・能力を専門的に活かすことができるよう、社内公募を積極的に行なっています。本人の考えや想いを尊重しながらも選考は厳正に行なわれ、事業を担う人材たり得るのかをしっかりと判断したうえで能力発揮できる人材として最終決定します。

教育事業は、教育を通じて社会貢献したいと考える人材が携わるべきだと考えており、社内公募を中心に採用していきたいと思っています。

エディオンでは年に一度、全社員が自分の希望するキャリアを申告する機会がありますが、教育事業に関わってみたいと考えている社員が年々多くなっています。

また、社内には教員免許を取得している人材が多数在籍しており、そのスキルを活かすことができる場所としても教育事業は最適だと思います。教育に携わりたいという熱い思いがあり、選考を通過できれば、子どもたちにプログラミングを教える先生へのジョブチェンジも可能です。

やはり、自らの意欲が高いなかで研修を受けてのちに職務に就いてもらう方が、能動的に学習して日々の業務にも気づきをあたえ、その後の本人のキャリアアップにもつながると思っています。2023年初春、新規に開校した福山本店校と倉敷本店校の教室長は、社内で公募して選考と面接を行ないました。次のステップに向けて高いモチベーションを保ち、教室長として授業だけでなく教室の運営も含めて幅広く活躍してくれています。

今後も、子ども達の成長と教育事業の発展に向けた熱い思いを持った人材を社内公募により採用していきたいと考えています。



ロボ団営業部マネージャー
石垣 直之

社内公募利用者の声



福山本店校 教室長
岡野 哲也

社内公募を利用して、ロボ団の教室長に就任しました。もともと、大学生のときに教員を目指して免許を取得していました。学生の頃に興味関心のあった仕事に転職せずに携わることができるということや、家電量販店に勤務しながらまったくの別事業を始められるということはとても面白いと思い、すぐに応募を決めました。

採用後は直営校で1か月半の研修に参加しました。実際に現場へ飛び込んでみると、プログラミングを子どもたちに教えるという初めての立場に最初はわからないことばかりでした。戸惑いもありましたが、勉強するための教室であり

ながら子どもたちが楽しく和気藹々と学んでいて、ロボ団に抱いていたイメージ通りの雰囲気だったことで不安も解消されました。

家電販売事業はお客様の今の暮らしを支えるものですが、教育事業はお客様の未来の暮らしを支えるものであるとうかがいました。プログラミング教室はまだまだ都市部のもので、未開拓の地域がたくさんあります。今後のキャリアプランとしては、教室のみならず事業そのものの成長に関わっていきたいと考えています。

働きがいのある組織と多様な人材育成の実現

働きやすい職場作り

従業員一人ひとりのライフスタイルに応じて、「ワークライフバランスの向上」、「両立支援制度(育児・介護の支援)」、「多様な働き方のための福利厚生」、「安全衛生の徹底」などの取り組みと支援を行なっています。また、業務改善・コスト削減委員が中心となり、日々の業務改善や働き方改革などのアイデア募集を行ない、従業員が働きやすい職場作りを推進しています。

従業員数(人)

範囲	区分	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
単体	正社員	7,834	7,830	7,918	8,037	8,087
	男性	6,846	6,798	6,866	6,905	6,921
	女性	988	1,032	1,052	1,132	1,166
	臨時従業員	6,127	6,273	6,377	6,426	6,098
	合計	13,961	14,103	14,295	14,463	14,185
グループ	正社員	8,761	8,778	9,007	9,158	9,258
	臨時従業員	6,827	7,111	7,202	7,276	6,907
	合計	15,588	15,889	16,209	16,434	16,165

平均年齢・単体

区分	2020年度	2021年度	2022年度
全体	41歳6か月	41歳10か月	42歳6か月
男性	43歳0か月	43歳1か月	43歳10か月
女性	34歳0か月	34歳0か月	34歳5か月

平均勤続年数・単体

区分	2020年度	2021年度	2022年度
全体	16年8か月	16年10か月	17年7か月
男性	18年1か月	18年1か月	18年11か月
女性	10年0か月	9年0か月	9年7か月

離職率(%) ※3月末退職者は含みません

区分	2020年度	2021年度	2022年度
全体	3.04	2.67	3.32
男性	2.53	2.26	2.64
女性	6.27	5.12	7.18

男女別採用割合の推移(人)

	2020年度 (2021年4月入社)	2021年度 (2022年4月入社)	2022年度 (2023年4月入社)
男性	259	210	191
女性	131	129	64
女性比率	33.6%	38.1%	25.1%



男性労働者の育児休業取得率及び労働者の男女の賃金の差異(単体)

2022年度			
男性労働者の 育児休業取得率 (%) *2	労働者の男女の賃金の差異 (%) *1,3		
	全労働者	うち正規雇用 労働者	うちパート・ 有期労働者
76.1	42.7	69.8	68.2

*1. 「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」(平成27年法律第64号)の規定に基づき算出したものです。

*2. 「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律」(平成3年法律第76号)の規定に基づき、「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律施行規則」(平成3年労働省令第25号)第71条の4第2号における育児休業等および育児目的休暇の取得割合を算出したものです。

*3. 男女の賃金の差異の主な要因は、女性の平均年齢が9歳5か月、平均勤続年数が9年4か月、それぞれ男性より下回っている事等によりです。

健康経営の推進

従業員とその家族の健康を重視し、健康保持・増進に取り組んでいます。従業員が長く健康に働けるよう健康診断受診の徹底と病気の予防を積極的に推進しています。

健康経営宣言

エディオンの経営理念である「効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現」を達成するには、経営の基盤となる従業員とその家族の健康が必要不可欠です。

エディオンは従業員とその家族の心身の健康を第一と考え、従業員が生き生きと働ける健康づくりと健全な経営を推進し、従業員の健康の維持向上に努めることを宣言いたします。

健康経営優良法人2023に認定

経済産業省および日本健康会議が選定する「健康経営優良法人2023(大規模法人部門)」において、従業員への健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践する「健康経営」の取り組みが優良であると、4年連続で認定されています。今後も引き続き、従業員の健康の維持・増進に努めていきます。



●健康経営関連指標の設定

健康経営をより推進するための指標を設定しました。実績および目標は以下のとおりです。

目標項目	2022年度 実績	2023年度 目標	
健康診断受診率の100%達成	95.0%	100.0%	
生活習慣病リスク有所見者の削減	27.0%	26.8%	
ストレスチェック受検率向上	92.2%	93.0%	
高ストレス者比率低下	6.4%	5.2%	
有給休暇の取得促進	10.4日	10.5日	
喫煙率の低減	23.8%	23.0%	
プレゼンティーズム*1(損失)の低減	21.9%	20.0%	
アブセンティーズム*2の低減	0.78日	0.75日	
ワークエンゲージメントの向上	自社独自測定*3	3.73点	3.90点
	活力・熱意*4	2.63点	3.00点

*1 プレゼンティーズム：心身の状態の不調から本来発揮されるべきパフォーマンスが低下している状態(東大1項目版にて計測)

*2 アブセンティーズム：病気や体調不良などにより会社を欠勤すること(従業員アンケートにて過去4週間の勤務状況を調査)

*3 従業員へのアンケートにて自社独自の方法により測定(5件法)

*4 職業性ストレス簡易調査票(短縮80項目版)の活力・熱意に関する項目を測定(4件法)

健康を維持・向上するための推進体制



働きがいのある組織と多様な人材育成の実現

ワークライフバランスの向上

主体的な働き方・休み方改革を実現し、活き活きと働き続けられる職場作りに向けて、取り組みを強化しています。社員の健康維持や仕事に対するモチベーションの向上は、より高いパフォーマンスの発揮につながり、生産性の向上に寄与するものと考えています。

●店舗営業時間の短縮

一部の店舗において、通常営業時間を9時間に短縮することにいたしました。まず、78店舗で営業時間を短縮し、2024年3月末までに計200店舗まで拡大する予定です。営業時間を短縮することでCO₂排出量の削減や従業員のワークライフバランスの向上を推進します。

●勤務間インターバル制度の導入

生活時間や睡眠時間を確保するため、勤務終了から勤務時間までに十分な休息時間を設けています。勤怠管理システムにより11時間の休息時間が得られるように見える化し、全従業員のインターバルをシステム上で確保しています。

●労働時間削減への取り組み

営業時間が10時間を超える営業店舗・サービスセンターでは、勤務シフト制の活用により長時間に及ぶ時間外労働が発生しないように工夫して店舗運営を行なっています。

●コミュニケーション向上への取り組み

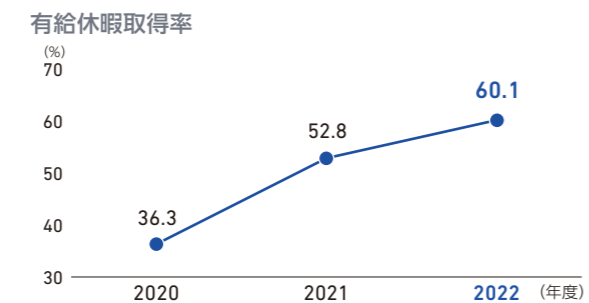
職場でのコミュニケーションを向上するために、全社的なレクリエーション活動を推進しています。労働組合広報誌「Harmony(ハーモニー)」を発行し、様々な職場での取り組みや労使でのプロジェクトを周知しています。

メンタルヘルス対策

メンタルヘルス対策の一環として、労働安全衛生法で定める50人以上の事業場だけでなく、全事業場を対象としたストレスチェックを年1回実施しています。その結果に基づき、高ストレス者の多い事業所への保健師等の訪問、高ストレスの従業員に対する産業医面談の実施などを行なっています。

制度利用の促進

社内制度の利用を促進し、管理職層を対象とした研修では出産・育児・介護などと勤務の両立支援制度について、周知と理解促進を行なっています。



介護休業取得者数・復職者数(人)

		2020年度	2021年度	2022年度
男性	取得者数	3	3	3
	復職者数	3	1	3
女性	取得者数	9	8	12
	復職者数	8	5	11

育児休業取得者数・復職者数(人)

		2020年度	2021年度	2022年度
男性	取得者数	2	9	21
	復職者数	2	5	15
女性	取得者数	109	95	95
	復職者数	80	91	97

※「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律」(平成3年法律第76号)の規定に基づき、「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律施行規則」(平成3年労働省令第25号)第71条の4第2号における育児休業等および育児目的休暇の取得割合を算出したものです。

副業(兼業)への対応

社会や働き方の変化にとまどない、社内だけでは得られない知識やスキルを身に付け、将来に向けた自身のキャリアアップとともに会社に寄与する人材育成を目的としています。

健全な労使関係

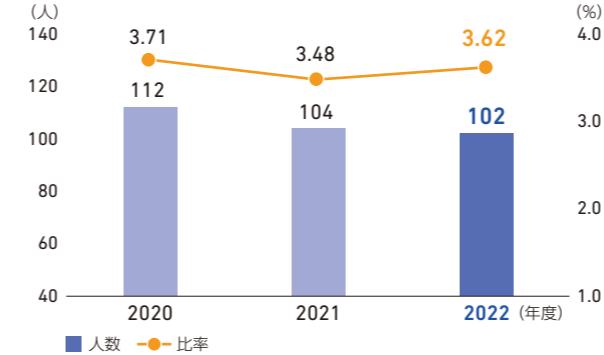
健全な労使関係を築くため、労使間にまつわる情報交換と協議を行なっています。賃闘から一時金交渉をはじめ、災害時ガイドラインの策定、経営協議会や労使協議会、時間管理協議会等を定期的に開催し、その結果を社内ポータルサイトなどで速やかに従業員へ発信しています。

ダイバーシティ&インクルージョン

女性活躍の推進

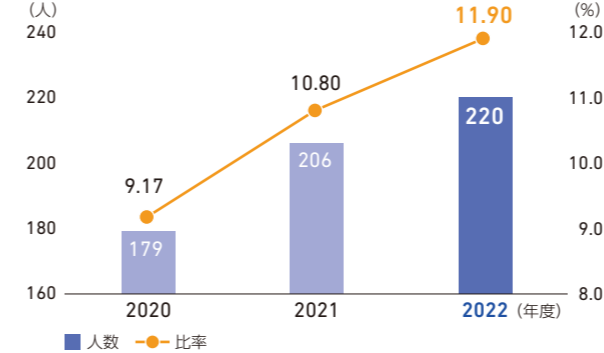
倫理綱領にて、働きやすい職場、社員の公平・公正な処遇と能力開発に努めることを定めており、労働組合とも協調し女性従業員の活躍を推進しています。

主任以上の女性人数・比率*(単体)



※ 主任以上の女性比率=主任以上の女性人数/主任以上の従業員数

女性主任候補者数・比率*(単体)



※ 女性主任候補者比率=女性主任候補者数/主任候補者の従業員数

子育てサポートの取り組み

次世代育成支援対策推進法に基づき、子育てに関する支援など一定の基準を満たした企業を、厚生労働省が「子育てサポート企業」として認定する「くるみん」を取得しています。配偶者の出産時に特別有給休暇を2日取得できるなど、子育てサポートに対する独自の取り組みを行なっています。さらに、産休や育休の取得推進に向け、研修動画の作成などに取り組んでいます。

第4期計画(2021年3月～2023年2月)は男性従業員の育休取得の啓蒙・推進を中心に策定しました。社内ポータルサイトや労働組合広報誌などでも従業員に周知を図ったことで、取得数は増加傾向にあります。

配偶者出産時特別有給休暇の取得者数(人)

	2020年度	2021年度	2022年度
取得者数	117	86	96

●育児・介護短時間勤務制度

主に育児休業からの復職者を対象として、時間短縮勤務制度を導入しています。また、介護に対する時間短縮勤務制度も導入しています。仕事と生活の両立を図れるように、1日の勤務時間を5時間、6時間、7時間から選択して働くことが可能です。

障がい者雇用の推進

グループ全体で丁寧な指導や快適な職場環境の整備など、誰もが安心して働ける企業を目指しています。子会社(株)イー・アール・ジャパンでは、障がいを持たれる方にも働きやすい環境を整えるなど、2022年度のグループにおける雇用率は2.39%となりました。2019年5月から新しい農園型就労支援に参画し、障がい者の社会参加支援に取り組んでいます。

シニア人材の活用

定年退職者を対象とした定年再雇用制度を整備しています。2020年度から、これまでは60歳であった社員の定年退職年齢を1年ずつ延長しており、2029年度以降は一律65歳まで引き上げるなど、環境作りに注力しています。

ダイバーシティ推進労使プロジェクト

従業員一人ひとりが性別等を問わずライフステージに合わせた幅広い働き方を柔軟に選択できるよう、ダイバーシティ推進労使プロジェクト活動を進めています。労使一体となって各種課題への解決策を協議・立案するほか、ガイドブックの作成などによる啓蒙活動にも取り組んでいます。

積極的な地域社会への貢献

スポーツ振興

「エディオン女子陸上競技部」、「エディオンアーチェリー部」をはじめ、様々なスポーツ振興・発展に貢献しています。

エディオン女子陸上競技部

[www https://www.edion.co.jp/athlete/](https://www.edion.co.jp/athlete/)

長距離ブロック8名、一般種目ブロック3名(2023年3月時点)が在籍しており、日本代表選手として国内外の大会において入賞するなど幅広く活躍を続けています。1989年の創部以降、駅伝日本一を決める全日本実業団対抗女子駅伝競走大会に29回出場しています。

●女子陸上競技部による地域社会貢献活動

地域の小・中学生を対象に陸上教室などを開催し、走り方の基本や体の使い方などをわかりやすく指導しています。

地域の子どもたちとのふれあいを通じて、陸上競技の魅力を発信することで、スポーツ振興をはじめ、地域社会への貢献にも積極的に取り組んでいます。



エディオンアーチェリー部

[www https://www.edion.co.jp/csr/community/archery](https://www.edion.co.jp/csr/community/archery)

1990年に創部し、数々の全国大会優勝や国際大会への出場実績があります。



エディオン女子陸上競技部戦歴

年	大会名	種目	結果	選手
2020年	第103回日本陸上競技選手権大会 クロスカントリー競走	シニア女子 8km	優勝	石澤 ゆかり
	第44回全日本競歩能美大会	20km競歩	優勝	藤井 菜々子
2021年	第104回日本陸上競技選手権大会	20km競歩	優勝	藤井 菜々子
	第104回日本陸上競技選手権大会 クロスカントリー競走	シニア女子 8km	優勝	萩谷 楓
	第36回静岡国際陸上競技大会	800m	優勝	北村 夢
	第32回オリンピック競技大会 (日本・東京)	100mH	出場	木村 文子
2022年	第29回世界競歩チーム選手権 (オマーン・マスカット)	5,000m	出場	萩谷 楓
	第106回日本陸上競技選手権大会	20km競歩	13位	藤井 菜々子
		走高跳	2位	武山 玲奈
	第18回世界陸上競技選手権大会 (アメリカ・オレゴン)	20km競歩	6位	藤井 菜々子

年	大会名	種目	結果	選手
2022年	第70回全日本実業団対抗陸上競技選手権大会	20km競歩	優勝	藤井 菜々子
	ロンドンマラソン	マラソン	9位	細田 あい
	クイーンズ駅伝in宮城 第42回全日本実業団対抗女子駅伝競走大会	駅伝	4位	団体

エディオンアーチェリー部戦歴

年	大会名	種目	結果	選手
2020年	広島県会長杯	リカーブ男子 団体	日本記録 樹立	菊地 栄樹・ 岩田 歩・ 河田 悠希
	第68回全日本実業団アーチェリー大会	リカーブ男子	優勝	河田 悠希
2021年	第32回オリンピック競技大会 (日本・東京)	男子個人	出場	河田 悠希
		男子団体	銅メダル	河田 悠希
2022年	第70回全日本実業団アーチェリー大会	リカーブ男子	優勝	河田 悠希

サンフレッチェ広島

1997年からクラブトップパートナーを務め、地域スポーツの振興・発展に貢献しています。

2022シーズンは、「JリーグYBCルヴァンカップ」でクラブ創設以来、初の優勝を果たしました。



© 2022 S.FC

サンフレッチェ広島レジーナ

2020年に創立された日本初の女子プロサッカーリーグ (WEリーグ) 加盟クラブのパートナーを務めています。



© 2022 S.FC

プロ野球のスポンサー活動

「中日ドラゴンズ」、「広島東洋カープ」、「福岡ソフトバンクホークス」とスポンサー契約を締結しています。各球団の応援セール等により店頭・チームともに盛り上げを図っています。

また、子会社(株)サンキューでは「北海道日本ハムファイターズ」を支援しています。

ネーミングライツの取得

地域社会の一員として、地域のスポーツ・文化の発展に貢献していきたいという思いから、サンフレッチェ広島のホームスタジアムである広島市のエディオンスタジアム広島(広島広域公園陸上競技場)、大阪市のエディオンアリーナ大阪(大阪府立体育会館)、名古屋市のエディオン久屋広場(久屋大通公園 久屋広場)など、各施設のネーミングライツを取得しています。



エディオンアリーナ大阪

Detonation Gaming (プロeスポーツチーム)

2018年からスポンサー契約を締結し、同チームによる店頭イベントを積極的に開催しています。また、関連ブースや商品の提案コーナーを展開するなど、eスポーツの振興・発展に貢献しています。



文化振興・社会貢献

全店一斉クリーン活動

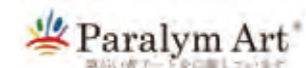
2007年から本社事務所や直営店舗、サービスセンターの周辺だけではなく、道路や公園といった公共スペースも対象とした全店一斉クリーン活動を実施しています。

毎年全国約480拠点・10,000名の従業員が参加しています。



Paralym Art®に賛同

2021年9月からオフィシャルパートナーとして協賛しています。本協賛を通じて地域社会との協調を図り、持続可能な社会の実現に向けて貢献していきます。



ウクライナ避難民のための支援

避難民の受け入れを担う大阪市、神戸市、広島市からの要望に応え、生活に必要な家電製品の寄贈を行ないました。

お取引先様、株主様との良好な関係の実現

お取引先様との関わり

エディオングループでは、倫理綱領に「お取引先様と透明な取引を行ない、お互いの発展に努めます」、「お客様、お取引先様の個人情報、企業機密を厳正に取り扱います」と定めています。仕入先、協力会社その他のいずれのお取引先様にも公平かつ公正に接するとともに、取引に際しては商取引に関する法令・健全な商慣習を遵守し、透明な取引条件、良好な関係維持のもと、お互いの発展に努めています。

公正な取引の推進

商取引に関する法令・健全な商慣習を遵守し、透明な取引条件と良好な関係維持のもと、お互いの発展に努めるとともに、「外注管理規程」や情報管理に関する諸規程等に従い、厳正なる審査を行なったうえで、協力会社への委託を行なっています。また、「独占禁止法遵守のための行動指針」を定めるとともに、「独占禁止法コンプライアンスマニュアル」を作成し周知することで、グループ全体を通じたコンプライアンス意識の強化を進めています。

<独占禁止法遵守のための行動指針>

独占禁止法および、その他の関係法令・健全な商慣習を遵守し、公正で自由な競争原理に基づいて営業活動を行ないます。

お取引先様は、当社と対等な位置にあるパートナーであり、エディオングループは、お取引先様との間で、長期的で安心した信頼関係の確立を図ります。

「ホワイト物流」推進運動

～持続可能な物流の実現に向けた自主行動宣言～
国土交通省による「ホワイト物流」推進運動の趣旨に賛同し、次のように取り組むことを宣言しています。

● 取り組み方針

事業活動に必要な物流の持続的・安定的な確保を経営課題として認識し、生産性の高い物流と働き方改革の実現に向け、取引先や物流事業者等の関係者との相互理解と協力のもとで、物流の改善に取り組めます。

● 法令遵守への配慮

法令違反が生じる恐れがある場合の契約内容や運送内容の見直しに適切に対応するなど、取引先の物流事業者が労働関係法令・貨物自動車運送事業関係法令を遵守できるよう、必要な配慮を行ないます。

● 契約内容の明確化・遵守

運送および荷役、検品等の運送以外の役務に関する契約内容を明確化するとともに、取引先や物流事業者等の関係者の協力を得つつ、その遵守に努めます。

物流サービス品質向上への取り組み

当社の従業員だけでなく、協力会社の関係者とも力を合わせて品質の向上に努めています。特に、物流協力会社においては、年2回のマナー教育研修を実施し、継続的なマナー品質の維持向上に努めています。また、苦情事例・称賛事例の共有を行ない、現場での事故防止・再発防止などに努め、より快適なサービスが提供できる体制作りにも注力しています。

マナー教育座学研修



技術研修

株主様との取り組み

当社は、持続的な成長を続け、中長期的に企業価値の向上を図り、社会貢献を果たしていきたいと考えています。株主様をはじめとした社内外のステークホルダーの皆様に対しては、会社の経営に関する重要情報を適時適切に開示し、積極的なコミュニケーションを行ないます。

株主様・投資家とのコミュニケーション

インサイダー情報を適正に管理しつつ、フェア・ディスクロージャー・ルールに則り、機関投資家向けには決算説明会を、個人株主様向けには証券会社の個別説明会等を開催するなどの対話に取り組んでいます。意見は経営陣へ定期的に報告のうえ、今後の経営に活かしています。また、東京証券取引所の規則に基づく適時開示のほか、株主様の投資判断に資すると思われる事項は積極的に当社コーポレートサイトにて開示しています。

定時株主総会は、毎年6月に開催しています。議案については、招集通知を早期にお届けするとともに当社コーポレートサイトにも掲載し、十分に審議いただけるよう取り組んでいます。また、利便性向上のため、書面、インターネットによる議決権行使も可能とする体制を整えています。なお、2023年6月開催の株主総会はアーカイブ配信を行なっています。



株主総会

利益配分に関する基本方針

安定的な経営基盤の確保に努めるほか、株主還元を経営の重要課題と考えています。株主様への安定的配当の実施を念頭に置きながら業績および経営基盤強化のための内部留保等を勘案し、配当額を決定することを基本方針としています。また、中間配当と期末配当の年2回、剰余金の配当を行なうこととしています。

1株当たり配当額と配当性向

(単位：円銭)

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度予想*
中間配当	18.00	20.00	22.00	22.00	22.00
期末配当	16.00	26.00	22.00	22.00	22.00
年間配当	34.00	46.00	44.00	44.00	44.00
配当性向(連結)	33.6%	29.6%	35.1%	39.2%	37.7%

*2023年6月29日開示時点

株主優待制度

より多くの株主様に、当社の株式を中長期的に保有していただくため、株主優待制度を導入しています。エディオン、100満ポルトの店舗(フランチャイズ店を含む)とエディオンネットショップ(<https://www.edion.com>)で利用可能なギフトカードを贈呈しています。また、1年以上

長期保有の株主様(同一株主番号で2回以上、3月31日現在の株主名簿に記載された株主様)への感謝を込め、贈呈額の加算制度を導入しました。

株主優待制度 概要

対象者	毎年3月31日現在の株主名簿に記載された、1単元(100株)以上を所有の株主様
有効期限	2024年6月30日まで(1年間)



所有株数	優待金額	長期保有加算額
100～499株	ギフトカード 3,000円分	1,000円分
500～999株	ギフトカード 10,000円分	
1,000～1,999株	ギフトカード 15,000円分	2,000円分
2,000～4,999株	ギフトカード 20,000円分	
5,000～9,999株	ギフトカード 25,000円分	
10,000株以上	ギフトカード 50,000円分	

コーポレートガバナンス

監査役による三者対談を2023年7月に実施しました。

監査役鼎談



山田 富士雄
常勤監査役
(在任期間：6年)

福田 有希
社外監査役
(在任期間：6年)

沖中 隆志
社外監査役
(2022年7月就任)

Q. 監査役として重視していることについて

山田 監査役役割は、第一に取締役職務の執行を監査することと監査報告を作成することです。これは会社法上求められている役割です。その役割に真摯に取り組むため、当期に監査役監査基準と監査役会規程を改定しました。双方とも公益社団法人日本監査役協会の雛形を参考に、不足している部分の追加やわかりやすい表現への変更などを行ないました。

一方で、ステークホルダーの皆様が期待することは、上場企業である以上、健全で持続的な成長を通じて中長期的な企業価値の向上を実現し、株価上昇や配当増加という株主還元が拡充されることだと思います。ただ、それは執行側の営業政策や商品施策の成功等に関わる部分が大いだと思いますので、監査役としては、取締役会における意思決定、経営判断の合理性やリスク分析の正確さ等について監査することで、会社に著しい損害が生じる懸念を排除できるようにしたいと考えています。

沖中 私は税理士として、他の大企業や中小企業と関わることが多いため、他社と比較して客観的に全体を見渡すだけではなく、細かい点も含めて確認するようにしています。事前に配布された資料から気づくことがあれば、取締役会で確認することで、社外役員を含めた取締役全員の情報共有となるように考えています。実際には、たくさんの資料のなかで私たちが確認できることは限られているということも理解していますが、取締役の方々がどのように認識して運営しようと考えているのかに重点を置きながら、外部の視点で指摘していくことが重要だと考えています。

福田 私もリスクマネジメントの視点が監査役にとって最も重要だと思いますが、成長に向けた機会も重視したいと考えています。取締役の職務執行を監査することが一番の役割ですが、さらなる成長を目指す企業において、無難なことを毎日繰り返しては衰退の道をたどることとなります。取締役会で新店舗の出店やM&Aなどを議論する際には、潜在的なリスクも含めたリスクの全体像や、その程度が最大限認識されているかという点を特に意識します。一方で、取締役による経営判断の機会とリスクとのバランスを見ながら、企業価値向上という大きな観点で進むべき所は進むというスタンスも必要だと思います。例えば、新規出店の際には、都市型の店舗もあれば郊外型の店舗もあるなかで、投資費用を何年で回収できるかという視点だけではなく、本当にその出店がドミナント戦略に合致したものなのか、異なる戦略やニーズから必要な出店なのかを識別する意識を持って、複数の角度から見るようにしています。同じエリア内の他店舗の実績や競合

他社の状況など、場合によっては資料をさらに追加してもらって確認しています。

沖中 新規出店については特に注意を払っています。出店が多角的な視野から検討すべきものなのは取締役全員の共通認識であることは言うまでもありません。まずは各店舗別の損益および収支状況をよく確認します。減損となった店舗や撤退した店舗の状況を再確認するとともに反省と振り返りを促すことによって、その後の出店につながる検討をしているのかを含めてチェックしています。

福田 M&Aについては、取締役会で議論する際に家電量販事業と非常に親和性の高いリフォーム事業をはじめ、教育事業など複数事業を展開していくなかで、M&Aを実施することが当社の戦略上どういう位置付けで、どういう機会とリスクを取ろうとしているのか、潜在的な可能性も含めてどこまでの内容を検討しているのか、ということを取締役会で確認するようにしています。

山田 監査役と内部監査室の連携という点では、全国の店舗や物流の拠点に対し、内部監査室の店舗監査チームに同行して現場往査を実施しています。主に店長に個別でヒアリングし、自店舗の課題や本部に対しての要望などを聞き取りしています。店長のミッションは、店舗の売上と営業利益の目標達成にありますから、リピート購入していただけるエディオンファンをたくさん作ってもらうこと、そして将来的に自分の後を任せられる人材をしっかり育成することをお願いしています。

Q. サステナビリティ経営の課題について

山田 当社では、環境と調和した脱炭素社会の実現が大きなテーマとなっており、開示したKPIの中長期的あるいは目標値に対する推移を、監査役としてモニタリングしていきたいと考えています。リスク管理のプロセスについても、正常に機能しているか、何か問題が起こったときに解決するためのサイクルが回るかというところも含めてモニタリングしていく予定です。

福田 ダイバーシティ&インクルージョンの取り組みでは、私は、すべての仕事に最低限の向き不向きはあるとしても、基本的には女性も男性も関係ないと思っています。その仕事に求められる職責に照らして、必要なノウハウと、経験や訓練を積んできていて、その役割を担うことができる人材なのかどうかによって決められるべきだと考えています。クリアで論理的ながら、決して画一的ではない評価基準が必要で、結果的に女性が登用される場合もあるでしょうし、男性になる場合もあるだろうということだと思います。

沖中 女性活躍という観点では、各メーカーの新規商品に女性目線の商品が増えてきていることもあり、今後はもっと女性が活躍できる業態になると思っています。当社の平均勤続年数は男性で18年11か月、女性で9年7か月となっており、これからは女性がより長く働くことができる環境づくりが必要だと認識しています。すでに育児休暇制度は整備されていますが、時短勤務や、数年のブランクが空いた場合の職場復帰に関する仕組みをさらに

整えるなど、より良くなるよう取り組んでもらいたいと思います。

山田 私が店舗に往査するときには、各店舗のスタッフの多様性についても見るようにしています。携帯電話の販売店では女性店長や女性スタッフも多く、免税販売の多い店舗では外国人スタッフが多く在籍しています。今回提出した有価証券報告書の「人的資本経営の取り組み」の項目にも記載しておりますが、当社は「女性活躍推進法」の行動計画として、正社員の女性採用比率を現時点の25.1%から2027年度には35%以上に、中期目標として正社員の女性割合を14.4%から20%以上に引き上げることに加え、女性管理職の比率を2.2%から5%以上に高めることを掲げています。正社員の女性比率は、女性の採用比率を高めていくことによって達成が見込まれるため、このKPIを年度ごとにモニタリングし、想定した進捗に



KPIに対する達成度合いを
監査役としてモニタリングしていく

コーポレート・ガバナンス



どこに力点を置き資本市場に訴えるのか 議論を深めていきたい

満たないようであれば人事部門の責任者にもヒアリングしていきたく考えています。現在の女性管理職比率は2.2%で、これは非常に低い水準だと認識しています。中期目標の5%でもまだまだ低い印象なので、早期に達成してさらに高い目標に向けて取り組んでもらいたいと思います。

沖中 これらのKPIを着実に達成し女性社員の勤続年数が伸びていけば、より多くの経験を積むことができるため、管理職になる人も増えてくるでしょうし、結果的に女性の管理職比率は上がってくると思います。また、男性の育児休暇取得率についても100%ではないため、まだまだ改善できる余地はあると思います。

福田 女性管理職を育成するためには、教育や研修体制も整備していく必要があると思います。

山田 女性管理職の育成という点では、入社時からの研修を通じて個性や適性を見極めて配属していますが、女性社員に将来のキャリアパスを示しているのかという点については改善の余地があると思います。

Q. 事業領域の拡大と多様化するリスクのなかで重視すべきことについて

山田 当社の主力事業の家電販売に関しては、生活必需品として買い替え需要があるので、急激に市場が縮小するということはないと思います。ただ、今後国内の人口減少とか高齢化が進行していくことは確実なので、将来的に地方店舗の存続が難しくなる事態はあるかもしれません。または、IT技術やAIの急速な進化によって劇的にシュリンクしてくる製品や市場が出てくる可能性があります。だからこそ積極的に事業の多角化を進めていく必要があると思います。

福田 私も店舗は絶対になくならないと思っています。店舗とeコマースの一番の違いというのは、購入するものが事前に決まっているかどうかです。基本的にeコマースではお客様が購入する物を決めているケースが多いため、価格が重要な購買要因になると思います。店舗では、新たな家電機能をリアルに体験することで、こんなことも

できるんだと潜在的な期待やニーズが生まれ購買意欲が刺激されるものですから、これが完全になくなることはないでしょう。ただし、地方の店舗が従来通りに存続できるかは、資本の論理としてeコマースで対応せざるを得ない局面が来ることもあると思います。

山田 展開しているリフォーム事業は、お風呂、キッチン、トイレなど生活シーンに近い商品を幅広く手掛けています。これにより、お客様と一緒に洗濯機や冷蔵庫を提案できることもあり、家電販売とのシナジーが非常に高いです。事業としても黒字化を達成し、順調に拡大していると認識しています。リフォーム工事の仕上がりに満足していただけたお客様とは長いお付き合いとなって信頼関係が構築できますが、残念ながら、苦情をいただくこともあります。それでも、最終的には満足していただけるよう、工事業者の選定や現場管理者の教育体制の構築に今後も注力していく必要があると考えています。

沖中 外部の協力業者などパートナー企業との関係性は非常に重要だと思います。リフォーム事業や家電商品の設置を含めた物流事業については、パートナー企業との協働が数多くあります。家電量販店が提供するリフォームは非常にリーズナブルですし、物流事業にかかる費用は商品価格に含まれています。現在のように物価が高騰している状況のなか、リフォーム事業や物流事業については、パートナー企業との共存を考えてグループ全体で守っていくような施策を再構築する必要が生じてくると

思います。大企業に比べ、中小企業では人手不足が顕著なので、これからのパートナー企業との関係性は非常に重要な課題になると考えています。

福田 今後、規模の拡大が予想されるEC事業においては、物流体制の整備が必要になります。注文した商品の配達に1週間後では敬遠されますので、物流網の整備は全社を挙げて取り組むことになると思います。特に東日本は出店数が少ないため、eコマースをひとつのツールとして、物流もセットに販売活動を考えなければいけないと思います。物流に予定される2024年問題についても、影響を最小限に留められるように取り組んでいるかどうか注視していきます。

山田 昨年度、教育事業も初めて単年度黒字を達成しました。当初は社会貢献という印象もありましたが成長路線が見えてきたと思っています。今後の課題には、少子化のトレンドが続いていく限りどれだけ生徒数を確保できるかという点が挙げられます。現在の教育プログラムのブラッシュアップに加えて、発展的なコースをより拡張して、ひとりの生徒が通う年数を伸ばしていくことが重要です。それによって、将来のエディオンファン作りという役割も果たすこともできますので、事業として拡大していくことを期待しています。

Q. 今後の取り組みや課題について

山田 今後の課題としては、エディオンというブランドをいかに広めていけるか。特に東日本での知名度はまだ低く、このエリアの知名度を上げていくことで新規出店やeコマースの事業拡大につながると考えています。テレビコマースや折り込みチラシ、ダイレクトメールなどコストをかけて活動していますが、あまり効果を上げていないように思えません。しっかりと効果を検証して取り組みを進めてもらいたいと思います。

福田 株主様だけでなくすべてのステークホルダーの皆様にとって、株価が適切に評価され、純資産の内容と比べても遜色ない場合、自分が投資や勤務をしている会社が社会的に適切な評価を受けていると実感できます。機関投資家やアナリスト等が株価を評価する基準に、資本の効率性や生産性等があります。例えば、当社のROEは目標の8%には届いていないものの5%から8%の間では推移しており、資本コストの水準も上回っています。理論的には企業価値にもプラスが出るはずなのに、PBRが伸びないということが何を意味しているのか。資本市場の論理を詳しく知ること、適切に情報発信していくことなど、できることは多々あるはずです。どこに力点を置いてどのタイミングで資本市場に論理的に訴えていくのか、社外監査役として議論を深めたいと考えています。

沖中 エディオンは統合会社ということもあり、システムの面で大きな課題を持っています。過去にはシステムに多額の費用をかけて対応してきた歴史があったうえで、現在は内製化の方向に舵が切られています。会社の発展につながるよう取り組んでもらいたいと思うとともに、監査役としてもできる限りの対応をします。

業績の向上が株価の上昇を促し、ステークホルダーの皆様からの評価につながります。そのためにたくさんの議案が取締役会で議論されています。我々は取締役の執行を監査しつつ、エディオンの企業価値がさらに向上するよう、引き続き監査役の職務に取り組んでいきたいと思っています。



社外監査役として外部の視点で
細かい点も含め指摘していくことが重要

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

エディオンは、株主の皆様、お客様、地域社会、お取引先様、従業員などの利害関係者（ステークホルダー）からいただく安心と信頼のもとに成り立つ地域密着型のビジネスを展開しており、サービス型小売業として地域社会に受け入れられ、広くご愛顧をいただくために以下の3つを事業運営の基本的な指針として位置付けています。

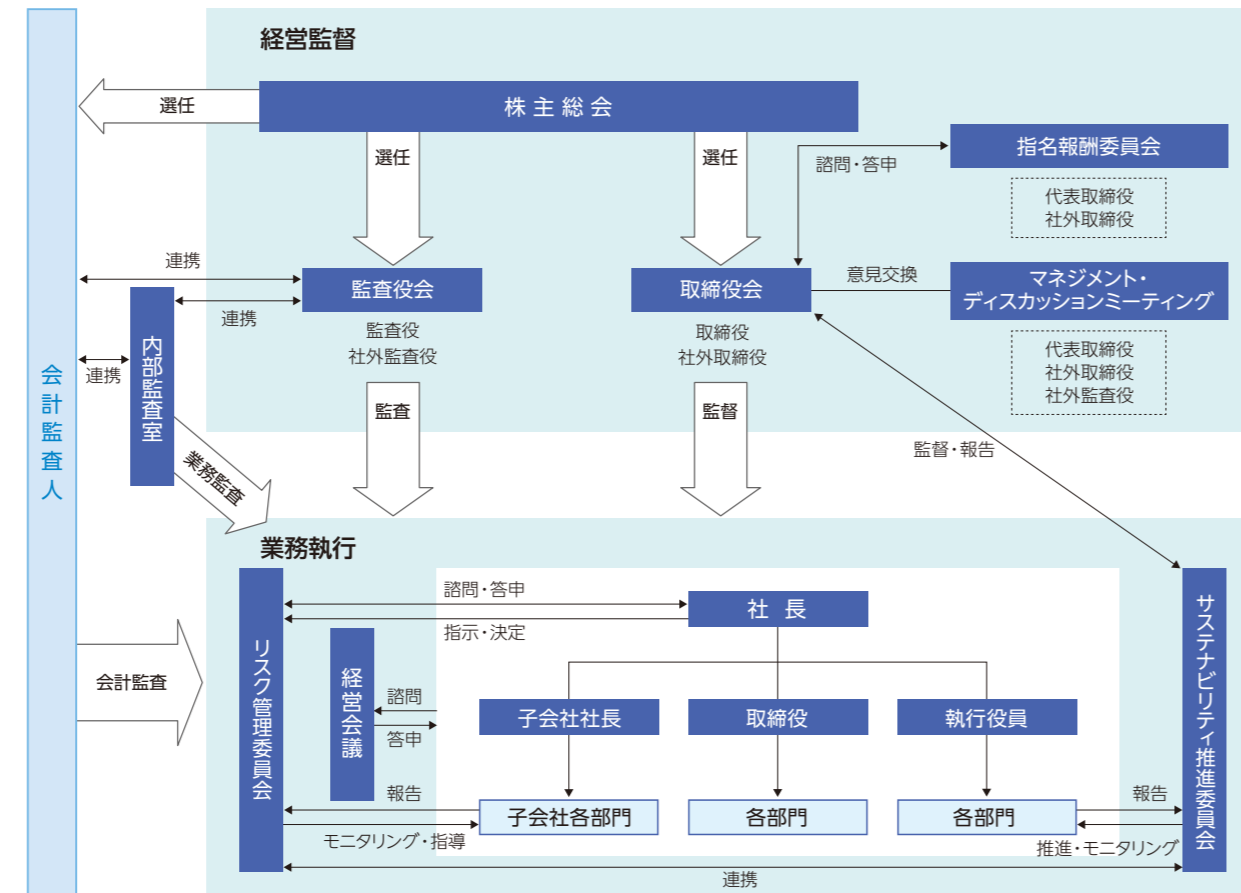
第一に、取締役・執行役員および従業員のコンプライアンス(法令遵守)はもとより、地域社会の良き一員として、「CSR (Corporate Social Responsibility= 企業の社会的責任)」を踏まえた事業活動を行ないます。

第二に、ステークホルダー（とりわけ株主様）から見た経営施策の合理性・納得性と意思決定プロセスの透明性を確保するとともにステークホルダーに向けたアカウンタビリティ(説明責任)を全うします。

第三に、迅速かつ的確な意思決定と強力な業務執行を行なうトップマネジメント体制作りおよび現場情報とステークホルダーのご意見・ご要望がタイムリーにトップマネジメントに達する社内コミュニケーションの向上に努めます。

当社グループではこれらを確実に機能させるための経営監視体制構築がコーポレート・ガバナンスの課題であると認識しています。

内部統制システムとリスク管理体制



コーポレート・ガバナンス体制の概要

エディオンでは社外取締役6名、社外監査役2名を選任しています。

経営の意思決定と、業務執行を監督する取締役会において、社外取締役6名は自身の経験と知見を踏まえ公正な立場から意見・助言を述べることで、ガバナンス向上に資すると考えています。監査役3名のうち2名を税務・会計・財務に精通した社外監査役とすることで経営への監督機能を強化しています。

内部統制システムの運用を通じて、グループ全体のガバナンス強化および会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に努めています。

● 取締役会 開催回数：17回

法定事項の決議および取締役の業務執行状況の報告のほか、エディオングループの経営方針、戦略に関する事項など、経営に関する重要事項を審議・決定します。審議・決定にあたっては、社外取締役・社外監査役の意見・助言も踏まえた議論を行ない、意思決定プロセスの透明性確保に努めています。

● 監査役会 開催回数：9回

取締役会における意思決定および取締役の職務執行について厳正な監査を実施し、内部監査部門と連絡会議等による情報共有を図っています。

● 指名報酬委員会 開催回数：12回

取締役会の諮問機関として、当社および子会社の取締役・執行役員を選任、後継者計画および報酬に関する事項などを検討します。

● マネジメント・ディスカッションミーティング 開催回数：2016年設置から5回

代表取締役と社外役員の間で、経営上重要な課題について、社外役員の客観的な立場からの提言など、様々な意見交換を行ないます。

● 経営会議 開催回数：12回

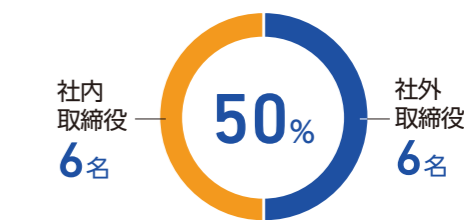
エディオングループの経営戦略のもと、個別の業務執行に関する事項を審議・決定するとともに、各部門の状況報告を行なうなど、経営幹部の業務執行を迅速に行なうための協議の場として活用します。

● リスク管理委員会 開催回数：4回

コンプライアンスや有事の際の対応方針 (BCP等) など、重大なリスクの把握、評価、分析および対策の検討とモニタリングを行ない、グループ企業を取り巻きリスクを総合的に管理します。

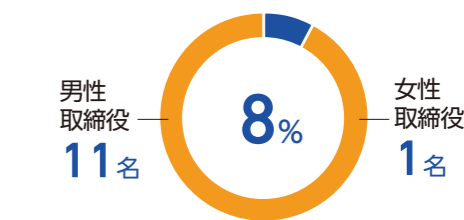
独立社外取締役の比率

(2023年6月29日現在)



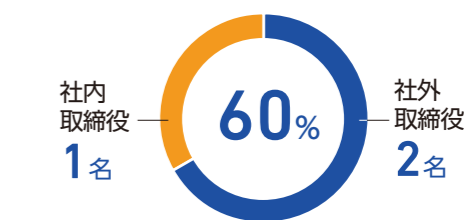
女性取締役の比率

(2023年6月29日現在)



指名報酬委員会の独立社外取締役の比率

(2023年6月29日現在)



コーポレート・ガバナンス

社外取締役期待する役割

当社は、コーポレートガバナンス・コードに示された以下の項目を社外取締役に期待する役割として捉えています。

1. 経営の方針や経営改善について、自らの知見に基づき、会社の持続的な成長を促し中長期的な企業価値の向上を図る、との観点からの助言を行なうこと
2. 経営陣幹部の選解任その他の取締役会の重要な意思決定を通じ、経営の監督を行なうこと
3. 会社と経営陣・支配株主等との間の利益相反を監督すること
4. 経営陣・支配株主から独立した立場で、少数株主をはじめとするステークホルダーの意見を取締役会に適切に反映させること

当社の社外取締役6名は、企業経営経験者および各専門分野における有識者・学識者であり、その豊富な経験と専門的な知識に基づき、独立かつ客観的な視点で取締役の業務執行の監督、経営方針や経営計画等に対する助言など、社外取締役として期待される役割を果たしています。

氏名	現在の当社における地位および担当	専門性	選任理由
石橋 省三	取締役 指名報酬委員長	企業経営	企業経営・金融における豊富な経験と知見を有しており、取締役会等における発言や、取締役会の諮問機関である指名報酬委員会の委員長を務めるなど、自らの経験と知見を踏まえた活動により経営の透明性の向上と取締役会の監督機能強化に貢献しています
高木 施文	取締役 指名報酬委員	法律	弁護士としての企業法務の経験と専門的知見を有しており、取締役会等における発言や、取締役会の諮問機関である指名報酬委員会の委員を務めるなど、自らの経験と知見を踏まえた活動により経営の透明性の向上と取締役会の監督機能強化に貢献しています
眞弓 奈穂子	取締役	金融	金融・証券部門における豊富な経験に基づく助言等、自らの経験と知見を踏まえた活動により取締役会の監督機能強化に貢献しています
福島 淑彦	取締役	経済・経営	経済・経営分野における学識者としての知見に基づく助言等、自らの経験と知見を踏まえた活動により取締役会の監督機能強化に貢献しています
森 忠嗣	取締役	企業経営	小売業を営む企業の業務執行取締役としての豊富な経験および知見に基づく助言等、自らの経験と知見を踏まえた活動により取締役会の監督機能強化に貢献しています
坂井 義清	取締役	企業経営	通信ネットワーク事業を営む企業の財務経理部門担当および業務執行取締役としての豊富な経験および知見に基づく助言等、自らの経験や知見を踏まえた活動により取締役会の監督機能強化に貢献しています

取締役および監査役のスキルマトリックス

氏名	役職	主なスキル・経験、期待する役割								
		企業経営 経営戦略	財務会計 税務	営業 マーケティング	店舗開発	IT・DX	物流 ロジスティクス	人事 人材育成	法務 リスク管理	内部統制 ガバナンス
久保 允誉	代表取締役 会長兼社長執行役員	●		●	●			●	●	●
山崎 徳雄	取締役 副社長執行役員	●	●		●			●	●	●
金子 悟士	取締役 副社長執行役員	●		●		●	●			
高橋 浩三	取締役 専務執行役員	●		●	●					
浄弘 晴義	取締役 専務執行役員	●		●	●		●			
石田 亜紀	取締役 上席執行役員	●	●			●	●			●
石橋 省三	社外取締役	●	●			●				●
高木 施文	社外取締役	●							●	●
眞弓 奈穂子	社外取締役	●	●							●
福島 淑彦	社外取締役	●		●				●		●
森 忠嗣	社外取締役	●	●		●	●				●
坂井 義清	社外取締役	●	●	●		●				●
山田 富士雄	常勤監査役		●						●	●
福田 有希	社外監査役		●							●
沖中 隆志	社外監査役		●							●

各取締役および監査役の所有する主なスキル・経験、期待する役割等に●印を表示しています

コーポレート・ガバナンス

取締役・監査役候補者の指名および経営陣幹部（執行役員）の選解任方針

取締役・監査役候補者および経営陣幹部（執行役員）を決定する際には、「識見、実績、能力を有していること」、「高い倫理観を有していること」、「当社グループの企業理念の実現に向けて行動できること」の3項目を考慮します。さらに、社外取締役および社外監査役については、これらに加え、「専門的知識や豊富な経験を有していること」、「独立かつ客観的な視点で取締役の業務執行の監督、経営方針や経営計画等に対する助言ができること」を考慮します。

また、「法令もしくは定款その他当社グループの規程に違反して、当社グループに多大な損失もしくは業務上の支障を生じさせたこと」など、当社の定める事項に該当した場合には、解任事由とします。

役員に対するトレーニングの方針

取締役および監査役が期待される役割・責務を適切に果たし、企業価値の向上やコンプライアンスの徹底を目的としたトレーニングを実施する方針です。

具体的には、外部教育訓練の受講や、当社の店舗・物流拠点・子会社等の現場視察等、取締役および監査役の業務を行なうにあたって必要な知識を習得する機会を提供しております。

サクセッションプラン

次世代経営人材の育成

当社は、独立社外取締役を委員長とする指名報酬委員会を設置しています。指名報酬委員会は、3名以上の取締役で構成され、うち過半数を独立社外取締役としており、当社グループの取締役、執行役員の候補者および後継者計画の検討並びに取締役、執行役員の報酬に関する事項の検討を行なっています。次世代経営人材に求められる資質や能力について議論を行ない取締役会のスキル等バランスを考慮したうえで選定し、取締役会において、指名報酬委員会の協議内容を審議したうえで決定しています。

当社を取り巻く市場環境が大きく変化するなか、持続的に成長していくために、従業員全員が経営者意識を持ち、自らの行動が経営にどう影響するかを考え理解し行動することが重要です。執行役員以上のセクションマネージャーを中心に、経営会議等を通じて事業課題に対する解決に向けて議論を行ない、全体の意識の共有とスキル向上を図っています。また、組織を問わず日常的な議論の活性化、ボトムアップからの企画立案、性別・年齢を問わず提案しやすい風土の醸成など、長期的な経営人材の育成環境作りにも取り組んでいます。次の時代、その次の時代の経営を担う人材を数多く育成することで、グループ一体経営をサステナブルなものにしていく取り組みが不可欠であると認識しています。

取締役会の実効性評価

取締役会は、全取締役（10名）および全監査役（3名）を対象として2023年3月から4月にかけて「取締役会評価アンケート」を実施し、取締役会の構成、審議・意思決定プロセス、職務遂行状況の監督など、2022年度における取締役会全体の実効性に関する分析・評価を実施しました。

その結果、取締役会の構成、意思決定プロセス等において、当社の取締役会は適切に機能しており、取締役会の実効性は確保されていることを確認しました。特に、ROE・ROICなどの経営指標を意識した議論が行なわれていることの評価が上がり、また、多角的視点から経営戦略が議論され、その戦略や経営方針との整合性を考慮して審議されていることが高く評価されました。

一方で、サステナビリティを意識した、中長期的な企業価値向上に向けた議論は、よりいっそう内容を充実させることが必要であるとされました。

今回の評価結果を踏まえ、引き続き取締役会のさらなる実効性の確保および機能向上を図ってまいります。

役員報酬制度の概要

1. 基本方針

役員報酬は、企業価値の向上に対するインセンティブを与えるとともに、株主の視点に立脚した経営意識の醸成を図り、持続的な成長を目指すことを目的として、金銭による基本報酬と業績連動報酬、譲渡制限付株式の付与のための報酬（株式報酬）から構成します。

金銭報酬と株式報酬の総額はそれぞれ株主総会で決議された限度額の範囲内で、基本報酬65%、業績連動報酬20%、株式報酬15%を基準とします。

2. 報酬額決定手続

各報酬額の決定にあたっては、取締役会の諮問機関として独立社外取締役を委員長とする「指名報酬委員会」にて検討を行ない、取締役会にて決議します。

(1) 基本報酬

各取締役の役位、在任期間、会社への貢献度により年度毎の固定報酬額を決定します。

(2) 業績連動報酬

対象事業年度の業績目標（親会社株主に帰属する当期純利益）の達成度により報酬額を決定します。

(3) 株式報酬

各取締役の役位、会社への貢献度により報酬額を決定し、譲渡制限付株式の割当を行ないます。

なお、社外取締役は客観的立場から当社および当社グループ全体の経営に対して監督および助言を行なう役割を担い、監査役は客観的立場から取締役の業務の執行を監査する役割を担うことから、社外取締役および監査役には、それぞれ基本報酬（固定報酬）のみを支給します。

報酬等の総額が1億円以上である者の報酬等の総額等

氏名	役員区分	会社区分	報酬等の種類別の総額（百万円）				報酬等の総額 （百万円）
			基本報酬	業績連動報酬	賞与	非金銭報酬等	
久保 允誉	取締役	提出会社	186	－	42	38	267
金子 悟士	取締役	提出会社	110	－	6	9	126

(注) 1. 久保 允誉に対する報酬等の種類別の額の「非金銭報酬等」は、譲渡制限付株式報酬38百万円です。
2. 金子 悟士に対する報酬等の種類別の額の「非金銭報酬等」は、譲渡制限付株式報酬9百万円です。

企業倫理、リスクマネジメント、BCP

エディオングループ倫理綱領

エディオンは、お客様に安心と信頼をいただくべく、役員、社員一同が、その社会的責任を自覚し、法令と健全な社会習慣を遵守するとともに、高い倫理観と良識を踏まえて行動するために「エディオングループ倫理綱領」を制定しております。

1. お客様に最高の満足と安心をご提供します

- ① 私たちは、つねにお客様の立場に立ち、ご要望を踏まえて行動し、ご満足いただける商品とサービスをご提供します。
- ② 私たちはすべてのお客様に誠意をもって接し、お買いあげいただく商品・サービスの品質・機能を偽りなくご説明します。
- ③ お買いあげいただいた商品・サービスに関するご相談、トラブルや苦情に対しては、迅速かつ誠実に対応し、お客様の安全・安心と信頼の維持に努めます。

2. お客様本位の公正な競争を行います

私たちは、同業他社と公正で自由な競争を行い、お客様によりよい商品を適正な価格でご提供します。

3. お取引先様と透明な取引を行い、お互いの発展に努めます

私たちは、仕入先、協力会社その他のいずれのお取引先様にも公平かつ公正に接するとともに、取引に際しては商取引に関する法令・健全な商慣習を遵守し、透明な取引条件、良好な関係維持のもと、お互いの発展に努めます。

4. お客様、お取引先様の個人情報、企業機密を厳正に取り扱います

- ① 私たちは、お客様の個人情報を、個人情報保護に関する法令・社内規程を踏まえて厳正に取り扱います。
- ② 私たちは、業務上知り得た、会社およびお取引先様の企業機密について、内部情報管理・インサイダー取引に関する法令・社内規程等を踏まえて厳正に取り扱います。

5. 政治、行政等と健全かつ正常な関係を保ちます

私たちは、政治や行政と健全な関係を維持し、業界の発展とお客様へのサービス向上を目指します。

6. 企業情報を適時適切に開示します

私たちは株主様をはじめ社内、社外のステークホルダーの皆様に対し、会社の経営に関する重要情報を適時適切に開示します。

7. 環境問題に積極的に取り組みます

私たちは、環境問題の重要性を認識し、資源の有効活用、リサイクル、省エネルギー等に積極的に取り組み、自然と資源を守って恵み豊かな生活環境を次世代に引き継ぐよう取り組みます。

8. よき企業市民として地域社会との協調を図ります

- ① 私たちは、よき企業市民として、地域社会との協調・交流に努め、地域社会の文化・慣習を尊重して事業を行います。
- ② 私たちは、健全な地域活動への協力を通じて広く社会貢献を行います。

9. 反社会的勢力とかかわりません

私たちは、社会の秩序や市民・企業の健全な活動に悪影響を及ぼす反社会的勢力との交際や便宜供与をいっさい行いません。

10. 働きやすい職場、社員の公平・公正な処遇と能力開発に努めます

- ① 私たちは、社員がお互いの人権を尊重し、健康に留意しつつ、不当な差別やセクハラ等のない、健全な組織風土の醸成に努めます。
- ② 採用、異動、昇給、昇格、昇進は一人ひとりの実績、意欲、能力を唯一の基準とし、公平かつ公正な手続きにもとづいて実施します。
- ③ 私たちは、つねにオープンなコミュニケーションを通じて、相談し、助け合い、お互いを切磋琢磨し合います。

企業倫理、リスクマネジメントに関する基本的な考え方

コーポレート・ガバナンスの一環として「エディオングループ倫理綱領」を制定しています。従業員がいつでも内容を確認できるよう、社員手帳などにも掲載されています。また、コンプライアンスマニュアルを作成・更新しています。新入社員研修をはじめとする研修で啓蒙活動を実施し、周知を進めています。

<リスクマネジメント方針>

リスク管理委員会を定期的に開催し、グループ各社における課題に関する情報共有や検討を行ない、コンプライアンス違反が疑われる時や重大な問題が発生した場合は、問題の検討と対応方法を決定する。さらに、自然災害や社会の変化、事故、事件発生に関しても、関係部門と調整して危機管理の機能を推進する。

<企業倫理(コンプライアンス)方針>

- 就業規則や服務規程等を定めた文章においてコンプライアンス違反を行なってはならない旨の内容およびその発生原因や背景を従業員に周知・啓発を行なう。
- 社内通達、ポスターの掲示により、コンプライアンス違反の内容および発生原因や背景を従業員に周知するとともに、従業員研修を実施し、コンプライアンス意識向上のための啓発を行なう。
- 内部通報窓口を設置し、通報体制を整備し、積極的に相談に応える。
- コンプライアンス違反が疑われる時や重大な問題が発生した場合、速やかに事実確認、対策案の協議を行ない、リスク管理委員会に報告する。

コンプライアンス教育の実施

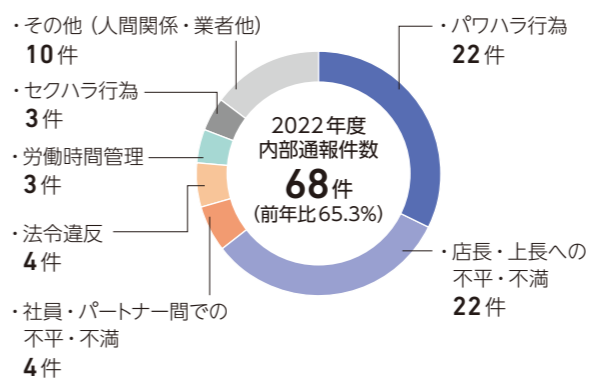
2022年度研修状況

新入社員研修	年1回(4月)
店長・所長・モバイルMG・本社管理職合同候補者研修	年2回(8月・2月)
店長代理・ELS MG・所長代理合同候補者研修	年2回(8月・2月)
サービス主任候補者研修	年2回(8月・2月)
店長研修	年6回
所長研修	年1回

内部通報制度

社内においては内部通報窓口を設置し、外部窓口としては労働組合や弁護士事務所と連携して、従業員が相談しやすいホットラインの体制を敷いています。通報された案件については関係部署にて調査と検証を行ない、当事者へ改善指導を行なっています。

2022年度 内部通報件数



情報セキュリティ体制

個人情報保護法に対処すべく、個人情報保護方針、個人情報保護管理基本規程を制定するとともに、総務統括部が統括する個人情報保護管理体制を構築しています。個人情報保護方針については、<https://www.edion.co.jp/privacy> をご参照ください。

BCP(事業継続計画)

エディオングループは、お客様の豊かな暮らしを永続的に支える企業でありたいと考えています。

この考えのもと、甚大な被害をもたらす危機が発生した場合においても、お客様を含めたすべてのステークホルダーに安全と安心を提供するために、BCP(事業継続計画)を策定しており、重要業務の継続および早期復旧に努めていきます。

<BCP 基本方針>

1. 生命・安全・健康の確保を最優先します
2. 商品販売をはじめとする重要業務の継続および早期復旧により社会的責任を果たすよう努めます
3. 地域社会の安全確保への協力に努めます
4. 教育訓練をはじめ平時からの準備に努め、BCPを継続的に見直し、改善を行なうことで事業継続マネジメント(BCM)への取り組みを推進します

役員一覧

取締役 (2023年6月29日現在)



久保 允誉

代表取締役
会長兼社長執行役員

1950年2月18日生
所有株式数: 2,212,386株
取締役会への出席状況: 100%

[主な略歴]
1992年 4月 (株)ダイイチ(現(株)エディオン)
代表取締役社長
2002年 3月 当社代表取締役会長
2003年 7月 当社代表取締役社長
2004年10月 (株)ふれあいチャンネル
(現(株)ちゅピCOM)
代表取締役副社長
2012年 6月 当社代表取締役会長兼社長
2015年 2月 (株)サンフレッチェ広島
代表取締役会長(現)
2018年 4月 (株)サンキュー
代表取締役会長(現)
2018年 6月 当社代表取締役会長兼
社長執行役員(現)



山崎 徳雄

取締役 副社長執行役員

1957年1月15日生
所有株式数: 67,036株
取締役会への出席状況: 100%

[主な略歴]
2009年 6月 当社取締役
2012年 4月 当社経営企画本部長兼広報部長
2012年 6月 当社常務取締役
2012年10月 当社経営企画本部長兼
経営企画部長兼広報部長
2014年 2月 当社経営企画本部長(現)
2014年 6月 当社専務取締役
2018年 6月 当社取締役専務執行役員
2021年 6月 当社取締役副社長執行役員(現)



金子 悟士

取締役 副社長執行役員

1972年8月1日生
所有株式数: 46,546株
取締役会への出席状況: 100%

[主な略歴]
2013年10月 (株)Loudmouth Japan
(現(株)ラウドマウスジャパン)
代表取締役社長(現)
2014年 1月 Loudmouth Golf LLC,
Chief Strategy Officer &
Managing Director
2016年 6月 Oracle Corporation,
Group Manager
2018年 6月 当社社外取締役
2019年 2月 当社取締役専務執行役員
当社物流ITサービス本部長
2019年 6月 (株)e-ロジ代表取締役社長
2021年 2月 当社事業本部長
2021年 6月 当社取締役副社長執行役員(現)
2022年10月 当社ソリューションサービス本部長
(現)
2022年10月 (株)EDIONクロスベンチャーズ
代表取締役社長(現)



石橋 省三

社外取締役

1949年7月5日生
所有株式数: 0株
取締役会への出席状況: 100%

[主な略歴]
1995年 1月 (株)野村総合研究所経営開発部長
1997年 4月 野村證券(株)金融研究所経営
調査部長
1998年 6月 同社金融研究所副所長兼企業
調査部長
2000年 5月 リーマン・ブラザーズ証券(株)
マネージング・ディレクター
2003年 9月 一般財団法人石橋湛山記念財
団代表理事(現)
2004年 4月 国立大学法人東京医科歯科大学
理事
2005年 4月 学校法人立正大学学園監事
2007年 6月 (株)みんかぶ(現(株)ミンカブ・
ジ・インフォノイド)社外監査役
2008年 4月 学校法人栗本学園
(名古屋商科大学)理事(現)
2014年 6月 当社社外取締役(現)
2017年 3月 (株)みんかぶ社外取締役(現)



高木 施文

社外取締役

1962年 12月 23日生
所有株式数: 0株
取締役会への出席状況: 94%

[主な略歴]
1990年 4月 弁護士登録 プレークモア法律
事務所入所
1992年10月 足立・ヘンダーソン・宮武・藤田
法律事務所入所
1999年 8月 東京青山・青木・狛法律事務所
パートナー
2002年 8月 ホワイト&ケース法律事務所
パートナー
2014年 3月 高木法律事務所開設
(現在に至る)
2015年 6月 当社社外取締役(現)



眞弓 奈穂子

社外取締役

1955年 10月 29日生
所有株式数: 0株
取締役会への出席状況: 100%

[主な略歴]
1993年 7月 チュリッヒ・スカダー・インベ
ストメント・ジャパン(株)(現
ドイチェ・アセット・マネジメン
ト(株))年金営業部グループリ
ーダー
2002年 5月 同社常務執行役員年金クライア
ントサービス部ヘッド
2002年 7月 ユービーエス・グローバル・ア
セット・マネジメント(株)(現
UBS アセット・マネジメント(株))
常務取締役年金営業部ヘッド
2005年 8月 ラザード・ジャパン・アセット・
マネジメント(株)マーケティ
ング・クライアントサービス部デ
イレクター年金チームヘッド
2019年 6月 当社社外取締役(現)



高橋 浩三

取締役 専務執行役員

1961年9月12日生
所有株式数: 31,889株
取締役会への出席状況: 100%

[主な略歴]
2014年 2月 当社執行役員
2014年 2月 当社中四国営業部長
2015年 4月 当社近畿営業部長
2018年 2月 当社営業統括部長
2018年 7月 当社上席執行役員
2020年10月 当社商品統括部長
2021年 2月 当社事業副本部長兼商品統括
部長
2021年 6月 当社取締役常務執行役員
2021年10月 当社営業事業部長兼
商品統括部長
2022年 2月 当社営業事業部長兼
営業統括部長
2022年10月 当社営業本部長兼
営業統括部長
2023年 4月 当社営業本部長(現)
2023年 6月 当社取締役専務執行役員(現)



浄弘 晴義

取締役 専務執行役員

1957年3月9日生
所有株式数: 15,200株
取締役会への出席状況: 100%

[主な略歴]
2018年 7月 当社執行役員
2018年 7月 当社法人営業統括部長
2019年 4月 当社EC・ビジネス統括部長
2019年 6月 フォーレスト(株)代表取締役社長
2019年 7月 当社上席執行役員
2021年 2月 (株)e-ロジ代表取締役社長(現)
2021年 6月 当社取締役常務執行役員
2021年10月 当社物流サービス事業部長
2022年 5月 (株)ジェイトップ代表取締役社長(現)
2022年10月 当社ソリューションサービス本部
副本部長兼物流サービス統括部長
(現)
2023年 6月 当社取締役専務執行役員(現)



石田 亜紀

取締役 上席執行役員

1972年8月21日生
所有株式数: 8,213株
取締役会への出席状況: ー

[主な略歴]
2016年 1月 当社経営企画部長
2020年 2月 当社執行役員
2020年 2月 当社経営企画統括部長兼
経営企画部長
2021年 7月 当社経営企画統括部長兼
IR広報部長
2022年 6月 当社上席執行役員
2022年10月 当社経営企画本部副本部長兼
経営企画統括部長兼IR広報部長
(現)
2023年 6月 当社取締役上席執行役員(現)



福島 淑彦

社外取締役

1963年10月30日生
所有株式数: 0株
取締役会への出席状況: 100%

[主な略歴]
1990年 4月 ソロモンブラザーズアジア証
券(株)(現シイングループ証券
(株))入社
1995年 7月 スウェーデン王立ストックホルム
大学経済学講師
2003年 4月 名古屋商科大学総合経営学部
助教授
2006年 7月 名古屋商科大学総合経営学部
教授
2007年 4月 早稲田大学政治経済学術院
教授(現)
2010年 4月 早稲田大学CSR研究所所長
2019年 6月 当社社外取締役(現)



森 忠嗣

社外取締役

1963年9月22日生
所有株式数: 1,000株
取締役会への出席状況: ー

[主な略歴]
2004年 4月 (株)阪急百貨店経営政策室長
2006年 6月 同社取締役執行役員
2007年10月 エイチ・ツー・オー リテイリング
(株)取締役執行役員
経営企画室長、システム企画担当
2012年 3月 同社取締役常務執行役員
2012年12月(株)梅の花社外取締役
2014年 4月 エイチ・ツー・オーリテイリング
(株)取締役常務執行役員
財務室担当
2020年11月(株)ヒト・コミュニケーションズ・
ホールディングス社外取締役(現)
2021年 6月(株)関西スーパーマーケット
取締役
2021年12月 同社顧問
2022年 6月 当社社外取締役(現)
2023年 3月 シルバーエッジ・テクノロジ
(株)社外取締役(現)



坂井 義清

社外取締役

1956年10月10日生
所有株式数: 0株
取締役会への出席状況: ー

[主な略歴]
1994年 8月 エヌ・ティ・ティ移動通信網(株)
(現(株)NTTドコモ)
経理部ファイナンス室長
1999年 7月 東日本電信電話(株)
財務部会計部門長
2002年 7月 (株)エヌ・ティ・ティ・ドコモ
(現(株)NTTドコモ)財務部
担当部長
2005年 6月 同社IR部長
2008年 7月 同社広報部長
2009年 6月 同社執行役員広報部長
2012年 6月 日本電信電話(株)
取締役財務部門長
2014年 6月 (株)NTTドコモ
代表取締役副社長
2015年 7月 同社代表取締役副社長
営業本部長
2016年 6月 NTTフィナンズ(株)
代表取締役社長
2021年 6月 同社相談役(現)
2023年 6月 当社社外取締役(現)

(注) 所有株式数は2023年3月31日現在

(注) 所有株式数は2023年3月31日現在

役員一覧

監査役（2023年6月29日現在）



山田 富士雄

常勤監査役

1959年8月29日生
所有株式数：4,337株
取締役会への出席状況：95%

[主な略歴]
1982年 3月 (株) 米電社 (現 (株) エディオン) 入社
2010年 4月 当社財務部長
2013年 4月 当社執行役員
当社財務経理統括部長兼財務部長
2015年 4月 当社財務経理統括部長兼管理部長
2017年 4月 当社財務経理統括部長
2017年 6月 当社監査役 (現)
(株) サンキュー監査役 (現)
(株) エヌワーク監査役 (現)
(株) エディオンハウスシステム監査役 (現)
(株) イー・アール・ジャパン監査役 (現)
2018年 3月 (株) e-ロジ監査役 (現)
2019年11月 (株) ジェイトップ監査役 (現)
2023年 5月 夢見る (株) 監査役 (現)



福田 有希

社外監査役

1963年7月30日生
所有株式数：0株
取締役会への出席状況：100%

[主な略歴]
1997年 1月 センチュリー監査法人 (現 EY新日本有限責任監査法人) 入所
1997年 4月 公認会計士登録
2000年 8月 税理士登録
福田公認会計士・税理士事務所 開業 (現在に至る)
2016年 4月 大阪地方裁判所・高等裁判所 専門委員 (現)
2017年 6月 当社社外監査役 (現)
2017年11月 (株) 精工監査役 (現)



沖中 隆志

社外監査役

1963年2月25日生
所有株式数：0株
取締役会への出席状況：100%

[主な略歴]
1985年 4月 中谷洋一公認会計士・税理士事務所 事務所入所
1991年 5月 中谷会計グループ柳生佳洋 税理士事務所 転籍
2000年 7月 中谷会計グループ沖中隆志 税理士事務所 開業 (現在に至る)
2004年 5月 (株) ミドリ電化 (現 (株) エディオン) 監査役
2005年 4月 当社社外監査役
2021年 6月 当社補欠監査役
2022年 7月 当社社外監査役 (現)

(注) 所有株式数は2023年3月31日現在

執行役員（2023年7月1日現在）

上席執行役員

プロジェクト推進室長

店舗開発統括部長

ELS統括部長

財務経理統括部長

営業本部副本部長 兼 商品統括部長

ITソリューション統括部長

総務統括部長 兼 法務部長

サステナビリティ推進部長

池畑 裕次

藤原 弘和

小島 規和

浅野間 康弘

山田 英司

村上 淳

岡嶋 正幸

山根 よしえ

執行役員

加藤 孝宏

北川 和男

門世 栄次郎

渡辺 伸一

長崎 充善

長谷川 剛

山本 賢

香川 辰登

西田 孝弘

角田 圭

片山 智也

木下 智博

財務概況

財政状態および経営成績の状況

当連結会計年度における我が国経済は、ロシア・ウクライナ情勢や、原材料・エネルギー価格高騰による物価上昇、急速な為替変動の影響など、依然として先行き不透明な状況が続いております。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症による行動制限が段階的に緩和されたことなどから、社会活動の正常化と民間消費の回復が緩やかに進んでおります。

このような状況を受けて、当企業グループにおきましては、前年に比べて、売上が伸長しております。

商品別につきましては、エアコンなどの季節家電商品が、6月下旬から7月上旬にかけての記録的な高温や12月下旬に寒さが厳しくなったことなどから好調に推移いたしました。

その他、リフォームなどの住宅設備やゲーム・玩具は、商品供給状況が安定したことから売上が伸長いたしました。

また、当社は2022年4月に株式会社ニトリホールディングスとの資本業務提携契約を締結いたしました。エディオングループ直営店舗全店（エディオン・100満ポルト）でニトリの一部の家具・インテリア商品の取り扱いを開始するなど、両グループの経営資源やノウハウを相互活用し、両グループの事業拡大を図ってまいります。

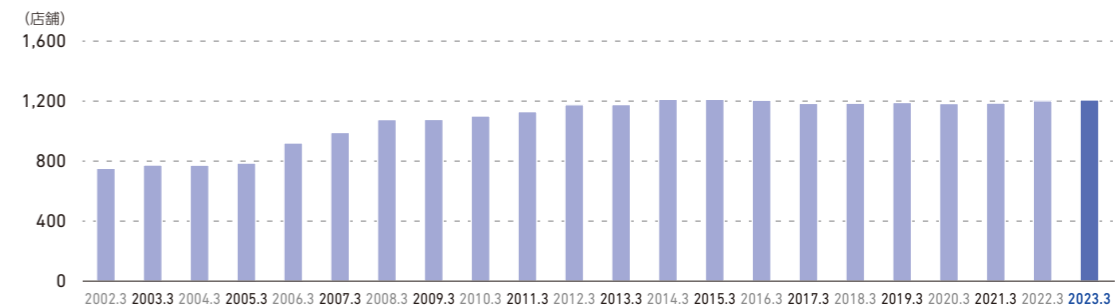
当連結会計年度のサステナビリティに関する取り組みといたしましては、2022年6月に「サステナビリティ推進委員会」を設置いたしました。気候変動を主要なテーマとし様々な社会環境問題解決に向けて積極的に取り組む体制作りを推進しております。2022年9月に「エディオン

高針原店」においてCO₂排出量削減の一環としてPPAモデルによる太陽光発電設備を導入したほか、「全店一斉グリーン活動」や各地域の「森林保全活動」など、自然環境の保全とともに循環型社会や脱炭素社会の実現に向けて取り組むことで、豊かで潤いのある社会環境の創造を目指してまいります。

エディオングループ直営店出退店状況

年月	店舗名	都道府県	区分
2022年 4月	エディオン ホームズ川崎大師店	神奈川県	新設
	エディオン オアシスタウン吹田SST店	大阪府	新設
	エディオン ダイナシティ小田原店	神奈川県	新設
	エディオン ルビットタウン刈谷店	愛知県	新設
5月	100満ポルト 金沢高柳店	石川県	建替え
	auショップ イオンモール鈴鹿店 (非家電)	三重県	閉鎖
6月	エディオン トキハ別府店	大分県	移転
	エディオン アクロスプラザ三原店	広島県	移転
12月	エディオン 瀬谷店	神奈川県	新設
	エディオン 東浦店	愛知県	閉鎖
2023年 3月	ドコモショップ 栄オアシス21店 (非家電)	愛知県	閉鎖
	ドコモショップ 本通西店 (非家電)	広島県	閉鎖

総店舗数



1,208 店舗

財務概況

<連結売上高>

当連結会計年度の連結売上高は7,205億84百万円(前期比101.0%)となりました。これは、エアコンなどの季節家電商品が好調に推移するとともに、商品供給状況が安定したリフォームなどの住宅設備やゲーム・玩具が伸長したこと等によるものであります。

<営業利益>

当連結会計年度の営業利益は191億86百万円(前期比102.1%)となりました。これは主に連結売上高の増加等によるものであります。

<経常利益>

当連結会計年度の経常利益は192億48百万円(前期比89.2%)となりました。これは主に助成金収入が前連結会計年度の24億29百万円に対し、当連結会計年度は

48百万円となるなど、23億80百万円減少したこと等によるものであります。

<親会社株主に帰属する当期純利益>

当連結会計年度の親会社株主に帰属する当期純利益は113億93百万円(前期比86.9%)となりました。これは主に経常利益の減少によるものの他、減損損失が24億33百万円あったこと等によるものであります。

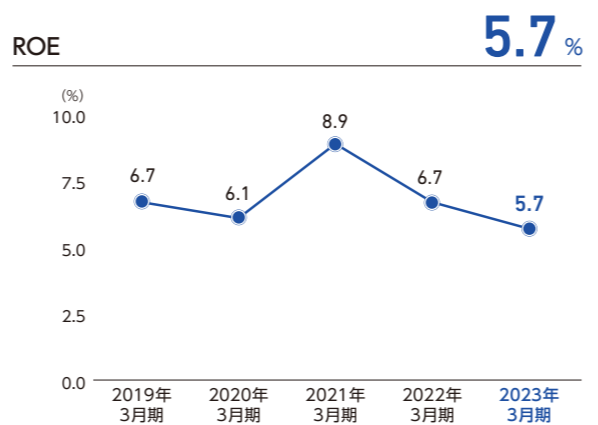
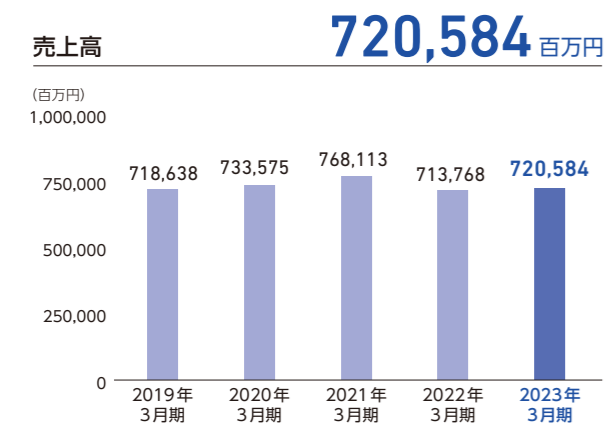
連結財政状態

総資産は、前連結会計年度末と比較し86億4百万円減少し、3,693億65百万円となりました。これは夏商戦に向けた在庫の早期確保を目的に商品および製品が100億38百万円増加した一方、長期借入金の返済等により現金および預金が166億49百万円減少したこと等により

流動資産が48億57百万円減少し、また、減価償却や除売却により建物および構築物が36億63百万円減少したこと等により固定資産が37億47百万円減少したためであります。

負債は、前連結会計年度末と比較し107億80百万円減少し、1,677億8百万円となりました。これは未払法人税等が36億9百万円増加した一方、支払手形および買掛金が55億81百万円減少したこと等により流動負債が11億61百万円減少し、また、長期借入金が返済等により109億93百万円減少した事等により固定負債が96億19百万円減少したためであります。

純資産は、前連結会計年度末と比較し21億76百万円増加し、2,016億56百万円となりました。これは主に、剰余金の配当により45億2百万円、自己株式の取得等により49億23百万円減少したものの、親会社株主に帰属する当期純利益により113億93百万円増加したためであります。



以上の結果、自己資本比率は前連結会計年度末の52.8%から当連結会計年度末は54.6%となりました。

キャッシュ・フローの状況

当連結会計年度末における連結ベースの現金および現金同等物(以下「資金」という。)は、前連結会計年度末と比較し166億49百万円減少し、132億35百万円(前期比44.3%)となりました。当連結会計年度における各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は次の通りであります。

(営業活動によるキャッシュ・フロー)

営業活動の結果得られた資金は121億39百万円(前連結会計年度に得られた資金は105億76百万円)となりました。これは、税金等調整前当期純利益が169億

1百万円、減価償却費が105億80百万円、減損損失が24億33百万円、棚卸資産の増加による資金の減少が101億23百万円、仕入債務の減少による資金の減少が55億81百万円、法人税等の支払額が24億41百万円あったこと等によるものであります。

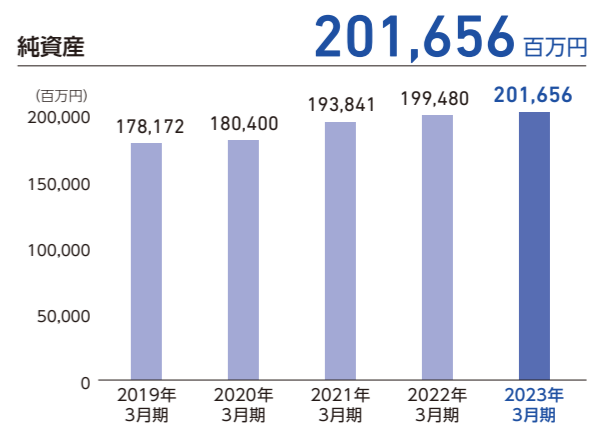
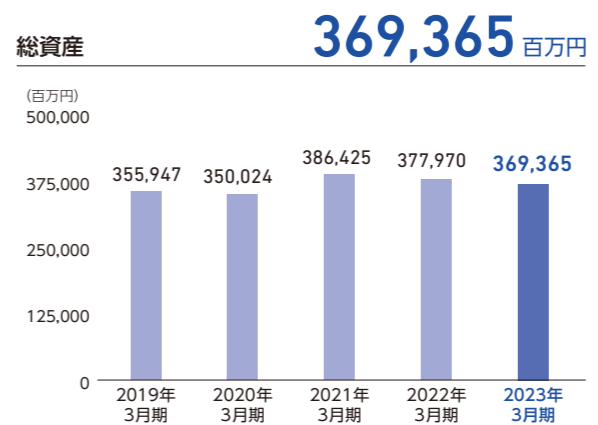
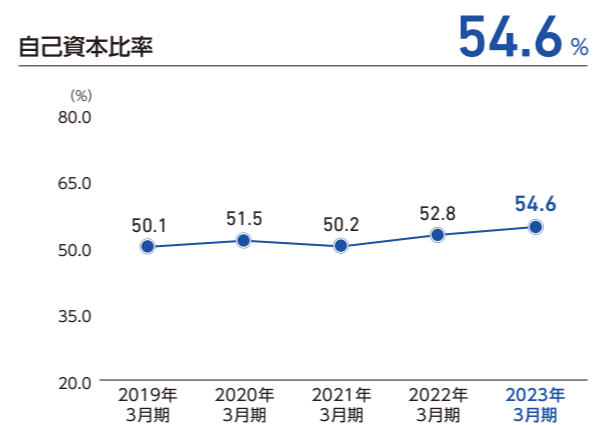
(投資活動によるキャッシュ・フロー)

投資活動の結果使用した資金は83億36百万円(前連結会計年度に使用した資金は105億18百万円)となりました。これは、有形固定資産の取得による支出が54億17百万円、有形固定資産の売却による収入が9億52百万円、投資有価証券の取得による支出が7億50百万円、差入保証金の差入による支出が10億71百万円あったこと等によるものであります。

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

財務活動の結果使用した資金は204億52百万円(前連結会計年度に使用した資金は132億45百万円)となりました。これは、長期借入金の返済による支出が104億22百万円、自己株式の取得による支出が50億1百万円、配当金の支払額が41億20百万円あったこと等によるものであります。

※詳細は第22期有価証券報告書をご参照ください。



10年間財務・非財務サマリー(連結)

	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3
	百万円									
業績										
売上高	766,699	691,216	692,087	674,426	686,284	718,638	733,575	768,113	713,768	720,584
営業利益	13,720	10,745	17,050	15,273	15,378	17,842	12,284	26,785	18,796	19,186
経常利益	14,883	11,118	17,275	16,005	16,167	18,889	13,365	27,811	21,589	19,248
親会社株主に帰属する当期純利益	5,149	4,929	6,022	13,118	8,944	11,642	10,977	16,633	13,109	11,393
財政状態										
総資産額	385,799	367,338	360,307	368,161	369,448	355,947	350,024	386,425	377,970	369,365
純資産額	146,756	145,086	141,986	151,512	169,005	178,172	180,400	193,841	199,480	201,656
キャッシュ・フロー										
営業活動によるキャッシュ・フロー	45,741	△17,215	37,154	19,333	21,553	28,304	25,278	42,964	10,576	12,139
投資活動によるキャッシュ・フロー	△13,154	△3,774	△9,753	△13,484	△8,944	△12,419	△5,559	△7,975	△10,518	△8,336
財務活動によるキャッシュ・フロー	△22,259	9,697	△24,156	△8,168	△14,308	△15,077	△12,780	△7,891	△13,245	△20,452
現金および現金同等物の期末残高	20,293	9,001	12,246	9,927	8,227	9,035	15,974	43,072	29,885	13,235
	円									
1株当たり情報										
当期純利益	48.42	45.77	60.04	133.04	90.84	105.34	101.33	155.34	125.41	112.36
潜在株式調整後当期純利益	48.33	42.69	47.66	102.89	71.90	93.78	90.49	139.79	112.60	100.32
配当金	22.00	20.00	22.00	26.00	28.00	32.00	34.00	46.00	44.00	44.00
純資産額	1,325.29	1,389.43	1,437.65	1,558.86	1,535.84	1,601.53	1,685.50	1,809.68	1,950.13	2,048.30
	%									
指標										
自己資本比率	38.0	39.5	39.4	41.2	45.7	50.1	51.5	50.2	52.8	54.6
自己資本利益率(ROE)	3.6	3.4	4.2	8.9	5.6	6.7	6.1	8.9	6.7	5.7
売上高営業利益率	1.8	1.6	2.5	2.3	2.2	2.5	1.7	3.5	2.6	2.7
株価収益率(PER)(倍)	11.88	19.75	14.22	7.69	13.63	9.17	8.81	7.98	9.05	11.41
株価純資産倍率(PBR)(倍)	0.43	0.65	0.59	0.66	0.81	0.60	0.53	0.68	0.58	0.63
投下資本利益率(ROIC)※含CB	3.2	2.5*1	4.1*1	4.0*1	4.2	5.0	4.2	7.0	4.9	5.2
D/Eレシオ(倍)※含CB	0.7	0.8	0.7	0.6	0.4	0.4	0.3	0.3	0.3	0.2
配当性向	45.4	43.7	36.6	19.5	30.8	30.4	33.6	29.6	35.1	39.2

	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3
非財務情報										
従業員数合計(人)	16,002	15,537	15,645	15,227	15,496	15,535	15,889	16,209	16,434	16,165
うち従業員数(正社員)(人)	9,109	8,788	8,663	8,551	8,653	8,761	8,778	9,007	9,158	9,258
うち従業員数(臨時従業員) ※8時間換算(人)	6,893	6,749	6,982	6,676	6,843	6,827	7,111	7,202	7,276	6,907
従業員の女性比率・臨時従業員含む (単体)	—	—	35.6%	35.5%	35.4%	36.1%	36.3%	36.6%	37.1%	37.1%
独立社外役員比率(%)	9.1%	15.4%	16.7%	14.3%	40.0%	44.4%	44.4%	50.0%	50.0%	50.0%
総店舗数	1,212	1,212	1,206	1,185	1,186	1,191	1,184	1,187	1,202	1,208
総売場面積(千㎡)※FC店除く	1,053	1,030	1,024	1,019	1,020	1,039	1,055	1,058	1,086	1,087
エディオンカード会員(万人)	456	465	469	475	482	489	490	486	485	485
あんしん保証カード会員(万人)	341	502	640	720	775	798	809	829	838	854
産業廃棄物の排出量(t)	—	—	38,794	41,302	49,036	45,811	49,610	49,241	47,294	52,154
小型家電リサイクル回収量(t)※2 ※エディオン・サンキュー(北海道は除く)	—	—	4,922	5,130	5,193	5,158	5,481	6,207	5,634	5,118
小型家電リサイクル処理量(t)※2※3	—	—	5,914	6,511	6,787	7,370	8,286	8,244	7,995	7,252
CO ₂ の排出量(t-CO ₂)※4	—	—	151,306	138,773	126,736	111,327	112,809	110,994	—	—
Scope1	27,153	—	—	—	—	—	—	—	18,281	17,388
Scope2	148,892	—	—	—	—	—	—	—	78,861	73,056
Scope3(一部)	61,780	—	—	—	—	—	—	—	36,976	33,682
太陽光発電システムの設置拠点数	1	4	26	53	65	72	72	72	70	69
電力購入契約(PPA)の設置拠点数	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1
太陽光発電システムの発電量 (千kWh)	—	—	—	2,338	3,334	4,622	4,524	4,608	4,197	4,918
太陽光発電システムによる CO ₂ の削減量(t-CO ₂)	—	—	—	792	1,130	1,566	1,534	1,561	1,422	1,667

※1 税率変更などともなう繰延税金資産の取り崩し・積み増しの特殊要因を除外

※2 2022年から集計方法変更のため数値を一部訂正しています

※3 当社グループ排出、自治体からの回収処理量

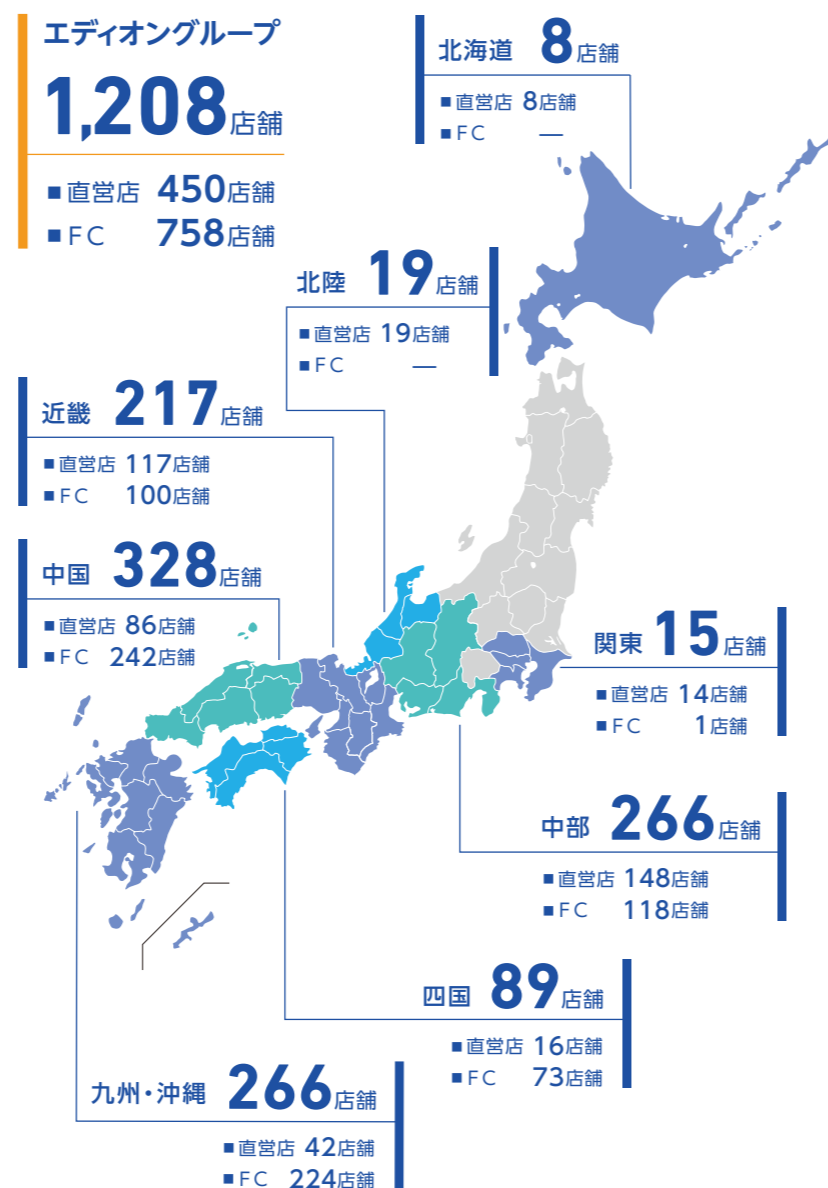
※4 2021年度よりTCFD提言に基づき、Scope1・2・3のCO₂排出量を指標と定め、算出方法を変更しています

グループ会社 (2023年3月31日現在)

名称	住所	資本金 (百万円)	主要な事業の内容	議決権の所有割合(%)
連結子会社				
(株)サンキュー	福井県 福井市	10	家庭電化商品等の販売	100.00
フォーレスト(株)	さいたま市 大宮区	90	文具・事務用品、オフィス用品、日用品等の通信販売	100.00
フォーレスト酒販(株)	さいたま市 大宮区	12	酒類等の販売	100.00
(株)EDIONクロスベンチャーズ	名古屋市 千種区	30	情報システムの運営および開発	100.00
(株)エディオンハウスシステム	広島市中区	20	住宅リフォーム、太陽光発電システムの販売・工事等	100.00
(株)ジェイトップ	名古屋市 中村区	94	フリーペーパーや求人誌、その他雑誌等の一般貨物の配送	100.00
(株)イー・アール・ジャパン	広島市中区	100	リユース事業およびリサイクル事業	100.00
(株)e-ロジ	広島市中区	50	貨物運送業、倉庫管理業等	100.00
(株)プライムステーション	東京都品川区	41	企画・印刷事業	100.00
夢見る(株)	堺市北区	10	プログラミング教室等の運営	100.00
(株)EdBank	東京都品川区	10	プログラミング教室等の運営	100.00
持分法適用関連会社				
(株)サンフレッチェ広島	広島市中区	220	プロサッカーチーム	46.96

- (注) 1. 2022年8月1日付で、株式会社プライムステーション、株式会社Hampsteadおよび株式会社EdBankの全株式を取得し、100%子会社化しております。
2. 2022年10月1日付で、連結子会社である株式会社エヌワークと株式会社Hampsteadは、株式会社エヌワークを存続会社とする吸収合併を行ない、商号を株式会社EDIONクロスベンチャーズに変更しております。
3. 2023年10月1日付で、連結子会社である株式会社ジェイトップと株式会社e-ロジは、株式会社ジェイトップを存続会社とする吸収合併を行ないます。
4. 2023年9月10日を払い込み最終期日として、株式会社サンフレッチェ広島が第三者割当増資にて発行する普通株式626,387株のうち500,000株を当社が引き受けております。本取得により、議決権所有割合は76.1%まで上昇し連結子会社となります。

店舗ネットワーク (2023年3月31日現在)



会社情報 (2023年3月31日現在)

商号	株式会社エディオン
URL	https://www.edion.com
本店所在地	〒730-8620 広島市中区紙屋町二丁目1番18号
本社所在地	〒530-0005 大阪市北区中之島二丁目3番33号 TEL 06-6202-6011 (大代表)
設立	2002年3月29日
資本金	119億40百万円
決算期日	毎年3月31日
従業員数	16,165名 (正社員9,258名、臨時従業員6,907名)

大株主 (上位10名)

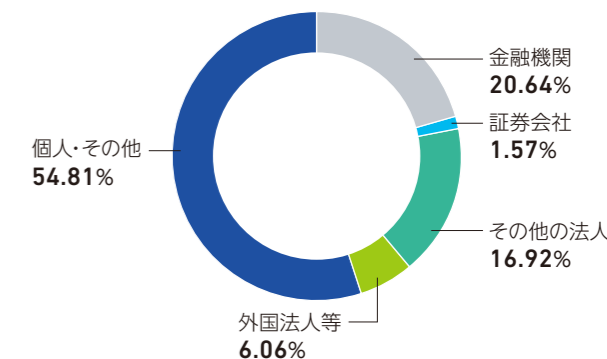
株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
株式会社ニトリホールディングス	10,225	10.39
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	9,055	9.20
エディオングループ社員持株会	8,242	8.37
株式会社ダイイチ	3,449	3.50
久保允誉	2,211	2.25
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	2,137	2.17
第一生命保険株式会社	1,811	1.84
株式会社三菱UFJ銀行	1,692	1.72
エディオングループ取引先持株会	1,684	1.71
住友生命保険相互会社	1,624	1.65

- (注) 1. 持株数は、千株未満を切り捨てて表示しています。
2. 当社は自己株式13,554,763株を保有していますが、上記大株主からは除外しています。
3. 持株比率は、自己株式を除いて算出しています。

株式情報 (2023年3月31日現在)

上場取引所	東京証券取引所 プライム市場
証券コード	2730
発行可能株式総数	300,000,000株
発行済株式総数	112,005,636株
株主数	113,250名
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
1単元の株式数	100株
会計監査人	EY新日本有限責任監査法人

所有者別株式分布



株主総利回り (配当込み比較指標: TOPIX (東証株価指数))

