



Exciting Discovery In One Network



私たちが描く未来

エディオンが描く豊かな暮らし—
それは、新しい発見や出会いを通して、感動が生まれる毎日
そして、一人ひとりの豊かさが社会全体の豊かさへとつながっていくこと。
私たちエディオンは、お客様一人ひとりに寄り添い
豊かな日本の未来づくりに挑戦し続けます。



ひとめでわかるエディオングループ (2024年3月31日現在)

売上高(連結)

7,210 億円



従業員数(連結)

15,947 名

グループ会社数(連結)

14 社

ELS(エコ・リビングソーラー)施工数

年間 約 14 万件

エディオンカード会員数

483 万会員

会員様向けセールスの開催や
長期修理保証など充実した
サービスを提供しています。

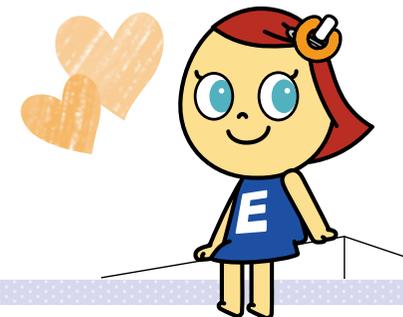
ECサイト売上成長率

約 460 %
(2018年を100とした進捗率)

ECサイト「エディオンネット
ショップ」では、配送可能な
エリアを日本全国へと拡大
しました。

お客様満足度

90 %以上



小型家電リサイクル回収量

約 6,977 t



PB商品売上高構成比

angle

29 %

店舗ネットワーク

エディオングループは、全国1,200を超える店舗ネットワークを活かし、お客様の快適な暮らしをサポートしています。

グループ総店舗数

1,202店舗

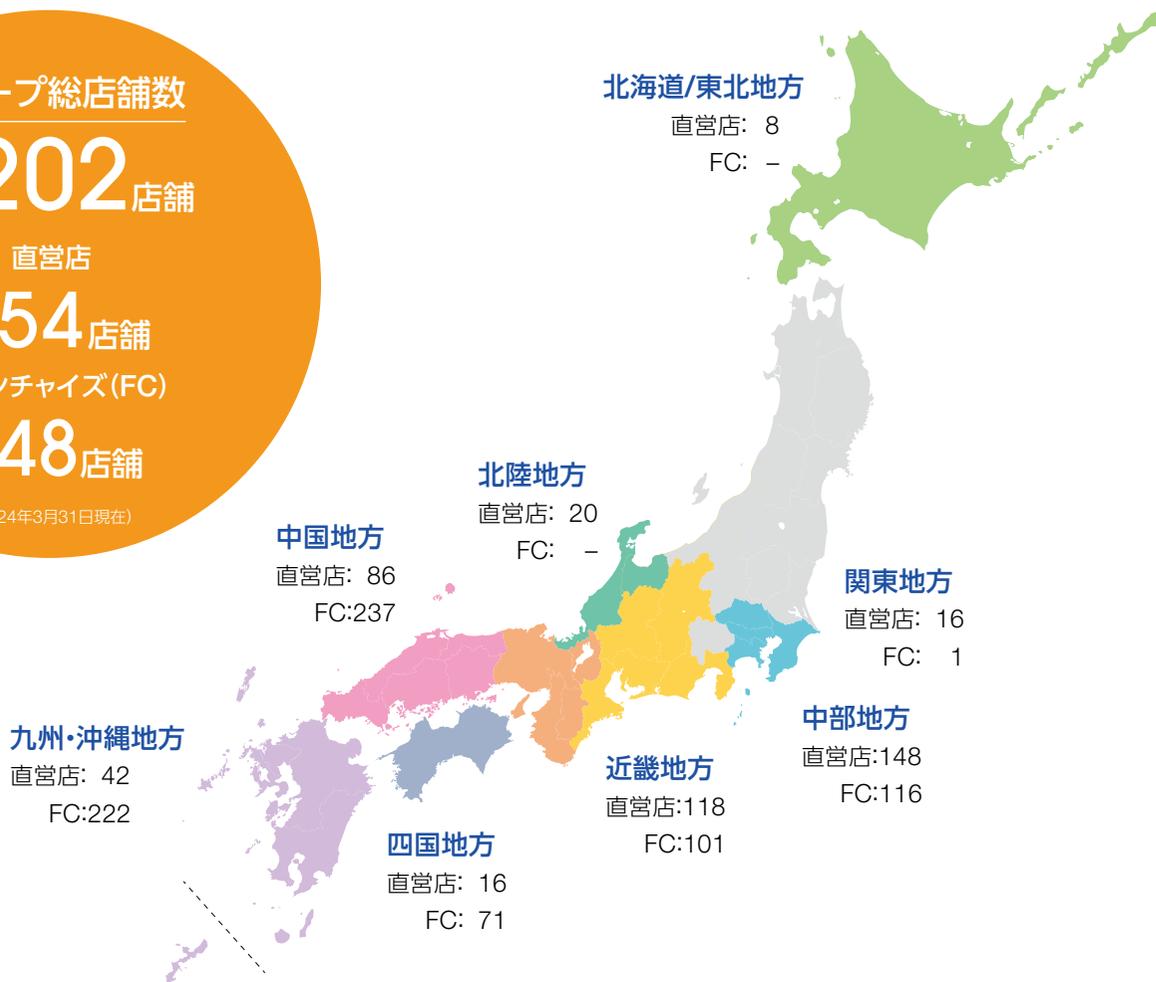
直営店

454店舗

フランチャイズ(FC)

748店舗

(2024年3月31日現在)



当社イメージキャラクター

いいなちゃん

お客様の「いいな」。
エディオンの「いいな」を
発信します。



サービスセンター
(物流)拠点数

73拠点



太陽光発電システム
設置拠点数

80拠点



プログラミング教室数

163教室

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。

エディオングループは、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対応することにより、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

イントロダクション

特集01

特集02

特集03

エディオンの価値創造

持続的成長のための基盤

ビジョンと成長戦略

- eコマースの強化
- 家電販売事業
- 教育事業
- ELS事業(リフォーム)
- 物流サービス事業

パフォーマンスデータ

編集方針

エディオングループでは、ステークホルダーの皆様へ持続的な企業価値向上のための戦略や、ESG(環境・社会・ガバナンス)への対応についてご理解いただくため、統合報告書を発行しています。2024年度は、CEO、COO、CFOメッセージを軸に、中期ビジョン達成に向けた当社グループの取り組みについて詳しくお伝えする構成としています。

対象期間

2023年4月1日～2024年3月31日

※一部、対象期間外の情報を含みます

対象組織

「(株)エディオンおよび連結子会社」14社を対象としています。本報告書中の「当社」は(株)エディオンを、「当社グループ」は「(株)エディオンおよび連結子会社」14社を意味します。

発行時期

2024年9月

参考にしたガイドライン

- IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」
- 経済産業省「価値協創ガイダンス2.0」
- Global Reporting Initiative(GRI)「サステナビリティ・レポートニング・スタンダード」
- 気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)提言

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、本報告書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、本報告書の数値は日本会計基準ベースのものです。

Section 01

エディオンの価値創造



“ 時代の変化と向き合い
エディオンは未来へ向けて
大きく動き出します ”

代表取締役会長執行役員 CEO

久保 允孝



CEO MESSAGE

＜CEOメッセージ

今こそ、エディオンが大きく前進する時

2023年度は、長引いていた新型コロナウイルス感染症による様々な制約からようやく解放され、人々の暮らしと社会が明るく前向きに動き始めました。私自身、全国各地の店舗を視察し、従業員の皆さんと顔を合わせることができるようになり、大変嬉しく思いました。時代はまさにポストコロナへと移行しています。当社グループも、今こそ未来へ向けて大きく動き出す時であると感じています。

お客様の価値観や生活スタイルが大きく変化して、国内の消費動向は、巣ごもり消費から外向き消費へと変化しています。家電需要に関しては、物価上昇や巣ごもり需要の反動減により低調となりましたが、世界各国から日本への渡航が解禁になり、

インバウンド需要の回復基調が鮮明となりました。エディオンの都市型店舗でも外国人観光客の来店客数、売上ともに大きく伸ばしていますので、言語対応できる人材の増強などを行ない、好機をつかんでいきたいと考えています。

また、ポストコロナの変化に対応するため、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の開発に急いで取り組んでまいりました。2022年4月に資本業務提携を締結した、株式会社ニトリホールディングスとの共同開発商品も順調なスタートを切っています。第1弾として電気ドリップケトル、温度調整式電気ケトル、スチームオーブントースターの3アイテムを2023年12月にオープンした関東地区旗艦店の横浜西口本店を皮切りに販売開始としました。今後、1年間で100アイテム程度を発売していきたいと考えています。

サービス型小売、脱炭素の提案に強み

エディオンは、「サービス型小売業」を提唱し、家電販売をベースにサービスやリフォーム事業をお客様に提案していくことを他社にはない強みとしています。お客様に良い商品を長く使っていただくことがエディオンの務めであると考えています。例えば、エアコンのクリーニング業界では、全国第2位となる年間約25万台の実績があり、ご家庭向けの提供に限ればトップを走っています。サービス・物流網はほぼ全国をカバーしていますので、EC販売においても冷蔵庫や洗濯機といった設置サービスを伴う大型家電の販売も大きく伸びており、これらが収益にも貢献しています。



“ お客様に良い商品を長く
安心して使っていただく
それがエディオンにとって
務めであり喜びです ”

＞CEOメッセージ

そしてもう一つ、社会全体がカーボンニュートラルの実現に向けて大きく動いています。当社は、従来から太陽光発電システムの設置・販売を行なうスマートエネルギー事業を展開しており、多くの企業が太陽光発電システムの販売事業から撤退していく中でも、継続して販売を続けてきました。その甲斐もあり、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であり、家庭でのCO₂排出量削減にも貢献しつつ、当社の業績にも寄与するというビジネスモデルを確立しています。

2023年度は、コロナ禍から光熱費削減の意識が高まり、当社のELS事業は非常に好調で、なかでも太陽光蓄電池の売上は1.5倍ほど伸びました。私自身、約35年も前から広島県や中国地方の環境会議などを通じて、世の中に環境保全の意識を広める活動に携わってきましたが、環境問題や気候変動リスクに立ち向かうには一人ひとりが正しい認識を持って行動していくことが最も重要であると考えています。当社では、エネルギー効率が高く温室効果ガス排出量の低い製品、あるいは再生可能エネルギーの活用によって温室効果ガスの排出をなくす製品、これらを世の中にお届けすることが一つの使命と考えています。今後も省エネ家電、スマートエネルギー、リフォーム事業の展開を加速してまいります。

“人”を大切に経営を続ける

エディオンは2002年の設立以来、経営理念として「効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現」を掲げています。これは、前身の一つである第一産業の時代から引き継ぐ当社グループにとって本質的な考え方です。

1947年に第一産業が創業して以降、家電需要の成長期を経て、一時踊り場のように数字が上がらない時期がありました。何か手を打たねばと営業会議に参加したところ、「どうやって利益が出る商品をお客様に売るか」といった視点で会話がされており、先代社長と私は大きな懸念を持ちました。「これではお客様に失礼だ、商売をする以前の問題である」と考え、社員の頭の中を根本的に変えなければならぬと感じました。そこでチラシ配布を取りやめ、その代わりに、お客様に必ず喜ばれることを提供していこうと、「石油ストーブのZサービス」をスタートしました。当時、ご家庭の暖房器具として普及していた石油ストーブのクリーニングサービスで、Zとは「私たちが売った商品は最後まで面倒を見る」ということを意味しています。ご家庭では毎年、シーズンオフになると石油ストーブをしまうのですが、その際、私たちがお預かりし、空焚きして石油を抜き、芯をきれいに掃除して袋に包んでお客様にお届けしました。「このようにお手入れすれば、10年、15年と石油ストーブが長持ちします」と従業員全員でお手入れサービスを始めたのです。「完全販売」という考え方はここが起源になっています。商品をあまり長く使ってもらいと買い替え需要が伸びない、当然そういった意見も出ましたが、このようなサービスを提供し続けることで、お客様が我々を信頼していただき、また当店で新しい物を買ってもらえると私たちは考えました。現在の経営理念はその時の経験が土台になっています。

さらに、私が経営者になって間もない頃、ある位の高い僧から、「歩はいずれ金になる。人を育てていくことは目標を達成することだ」という教えをいただきました。それを機に、私の中に「人を育てていくことが経営者のもう一つの責務である」という

考えが芽生えました。

人材育成に関しては、これまでも様々な施策を講じてきましたが、2023年度は次世代幹部の新たな育成プランとして「エディオンアカデミー」を開校しました。まだ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おり、今後の企業成長に向けて経営者の責務として注力しています。



Zサービスの告知(1961年)

ステークホルダーの皆様へ

そして当社グループが持続可能な成長を実現していくために、重要なステークホルダーは株主・投資家の皆様であると認識しています。昨今、上場企業に対してコーポレート・ガバナンスの強化や資本効率性を意識した経営など、高度な経営の要件が求められています。当社グループの経営においても、成長投資やM&Aなどを積極的に行ないながら、株主還元の実現も図り、バランス良く資源を配分していくことが重要であると考えています。事業を通じて社会課題の解決に貢献するとともに、株主・投資家の皆様の期待に応え、企業価値の向上を図ってまいりますので、今後ともご指導のほどお願い申し上げます。

価値創造のあゆみ

私たちエディオンは、時代の潮流や社会の変化に対応しながら、自らを変革し成長してきました。長い歴史の中で積み上げてきた強みを活かし、これからもお客様をはじめ、経済・社会の発展に貢献していきます。



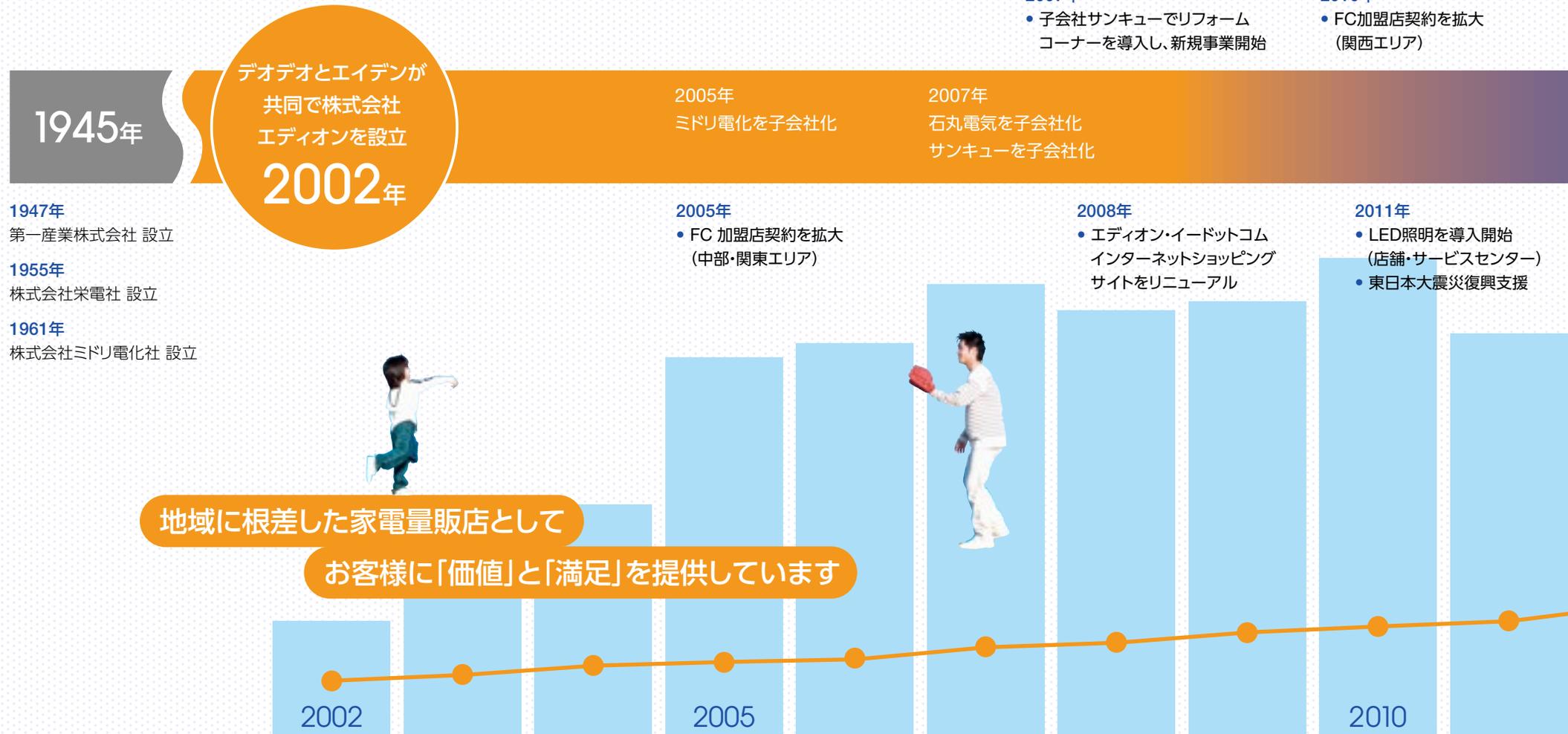
2007年

- 子会社サンキューでリフォームコーナーを導入し、新規事業開始



2010年

- FC加盟店契約を拡大(関西エリア)



価値創造のあゆみ

2025中期ビジョン



2012年
ストアブランドを「エディオン」に統一



2018年
• [e angle]販売スタート
• 教育事業開始



2019年
• なんば本店オープン
• アミューズメント性に特化



2021年
• 京都四條河原町店オープン
• TCFD提言に賛同



2023年
• 関東初の旗艦店、横浜西口本店オープン
• 岐阜正木店、交野星田店で「Nearly ZEB」
認証を取得

2012年
イー・アール・ジャパン設立

2013年
LIXILと資本業務提携
(2022年4月業務提携に変更)

2017年
フォーレストを
子会社化

2018年
e-ロジ設立

2019年
夢見るを子会社化
ジェイトップを子会社化

2022年
ニトリHDと
資本業務提携

2023年
サンフレッチェ広島を
子会社化

2024年
麻布を子会社化

1984年に誕生した、日本で1台だけの家電の健康診断を行なう特別仕様の専用車です。現在は3代目ヒマワリ号として、主に新規オープン店舗のイベントやサポートのために、全国をまわって活動しています。

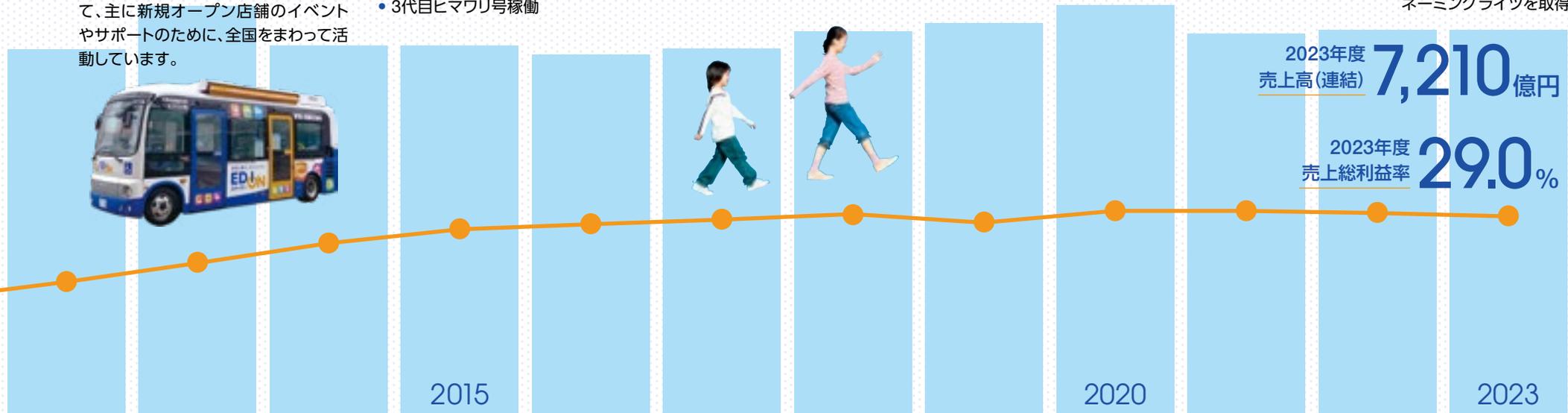


2015年
• ESCスタート(エディオン・サポート・チェーン)
• エディオンハウジング開設(不動産売買仲介事業)
• 3代目ヒマワリ号稼働

2017年
• 新エディオンネットショップを開設
• 新エディオンアプリをリリース

2022年
• ニトリコラボブース
店舗展開を開始

2024年
• サンフレッチェ広島ホームグラウンド移転
• 新サッカースタジアム「エディオンピースウイング広島」ネーミングライツを取得



価値創造領域の拡大

エディオンでは、市場競争力を維持・向上していくため、店舗運営を中核に新たな市場やターゲットを開拓し事業拡大に挑戦しています。



PB商品

「くらしを、新しい角度から。」をコンセプトに、お客様の声を活かしたオリジナル商品の開発・販売を行なっています。



リフォーム・住宅関連

キッチン、バス、トイレなど水回りをはじめ、設備関連商品、家電をトータルでお客様の暮らしをサポートしています。

配送・工事・修理サービス

即日の配送・工事、時間帯指定配送・工事をはじめ、訪問修理や小型家電リサイクルなど、幅広いサービスを提供しています。



ネットショップ

店舗と同様のポイントと長期修理保証で安心。家電商品をはじめ、日用品、文具、食品など幅広く取り扱っています。



プログラミング教室

「教育を通じて、未来の暮らしを豊かにする」という方針のもと、主体的に学び実践できる子どもたちの育成を目指しています。



エディオンの強み

私たちは創業以来培ってきた強みを深化させることで、持続的な企業価値の向上と社会課題の解決に取り組んでいきます。

当社の強みを活かし発展的な企業価値の向上に努めます

Strengths

1

接客力と提案力

従業員の資格取得や人材育成に積極的に取り組み、豊富な商品知識にもとづく接客・提案を実践しています。

- 家電製品アドバイザー
資格取得者 **4,620名**
- 充実の研修制度



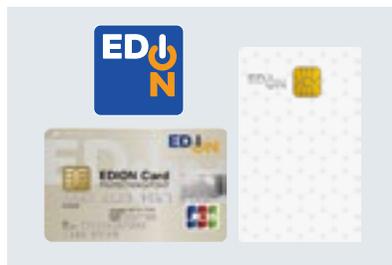
Strengths

2

お客様との“つながり”

様々な場面で寄せられるお客様からの声に対し、スピーディーで適切な対応を心がけるとともに、関連部署で共有し、商品・サービスの開発や改善に活かしています。

- エディオンカード会員数 **483万**
- あんしん保証会員数 **866万**
- アプリダウンロード数 **1,080万件**



Strengths

3

充実したサービス

全国1,200店舗以上の家電ネットワークで、購入後のアフターサービス体制も充実。お客様に安心をお届けしています。

- エアコンクリーニング実績 **25万台**
(前年比109.2%)
- 2024年度に全国物流網完成



Strengths

4

業界屈指の保証と修理体制

コーポレート・メッセージ「買って安心 ずっと満足」のもと、お客様が安心してご購入物していただける長期保証や修理サポートを提供しています。

- 保証対象商品 **100種類以上**
- コールセンターで**一括修理**受付
- サービスセンター(物流)
拠点数 **73拠点**



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。

マテリアリティ	主な施策	取り組み
お客様の便利で豊かな生活の実現	<ul style="list-style-type: none"> 「安心の価格」で「魅力ある商品」を提供 ライフスタイルの変化への迅速な対応 「優れたサービス」の提供 「安心」の提供 	<ul style="list-style-type: none"> わかりやすい価格表示、オリジナル商品の開発 オンラインアプリユーザーの獲得 CS 向上体制の整備 環境と人に優しい店舗づくり
環境と調和した脱炭素社会の実現	<ul style="list-style-type: none"> 環境に配慮した商品販売、物流・サービスの展開 環境配慮型店舗の展開 循環型社会形成への貢献 自然環境保全活動 	<ul style="list-style-type: none"> 省エネ基準達成商品の販売 LED 照明の店舗完全導入、太陽光発電システムの設置 リサイクル・リユース事業の推進 森林保全活動への参加
働きがいのある組織と多様な人材育成の実現	<ul style="list-style-type: none"> 健康経営の推進 労働安全(衛生)の推進と徹底 ワークライフバランスの推進 障がい者雇用の促進 働きやすい職場づくり 人材育成とキャリア開発 	<ul style="list-style-type: none"> 継続して健康に働くことができる職場環境の整備 安心・安全に働ける魅力的な職場づくりの推進 業務効率化による残業時間の削減 多様な人材の採用活動を推進 ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進 多様なキャリア形成につながる研修制度
積極的な地域社会への貢献	<ul style="list-style-type: none"> スポーツ振興 次世代教育に対する支援 災害への支援活動 地域社会への貢献 	<ul style="list-style-type: none"> スポーツ部門の運営、スポーツ協賛 ロボットプログラミング事業を通じた教育支援 災害発生時も店舗営業を継続できる体制整備 全店一斉グリーン活動
お取引先様、株主様との良好な関係の実現	<ul style="list-style-type: none"> ガバナンスの強化 持続可能な物流の実現 ステークホルダーコミュニケーションの充実 お取引先様との公平・公正な取引 	<ul style="list-style-type: none"> 経営監視体制の構築 ホワイト物流の推進 企業情報の適時適切な開示 倫理綱領の制定、調達方針の策定
サステナビリティを支える事業基盤の確立	<ul style="list-style-type: none"> 持続的な事業活動 サステナビリティ経営の推進 	<ul style="list-style-type: none"> 安定した事業継続 サステナビリティ方針の制定

マテリアリティの特定プロセス

エディオングループのマテリアリティは、社会課題を幅広く把握・整理し、自社およびステークホルダーへの影響度の観点から重要性の評価を行ない、取締役会での議論を経て特定しました。今後、社会環境の変化に応じて適宜見直しを行なっていきます。

STEP1 社会課題の把握

STEP2 重要性の評価

STEP3 妥当性の確認

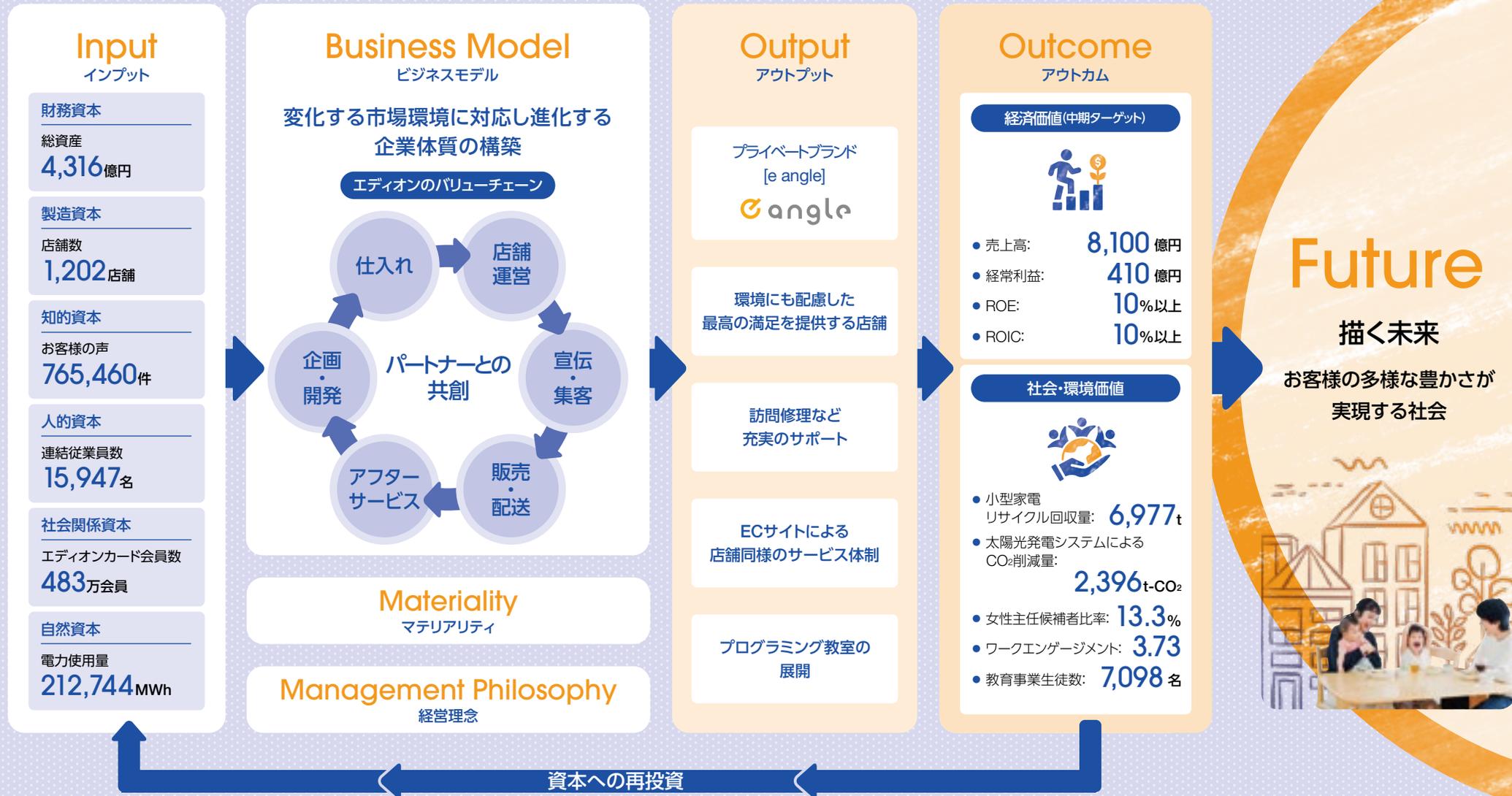
マテリアリティの特定

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、社会からの要請に対して柔軟に応え続けることで、価値創造を実現します。

社会からの要請

- デジタルソリューションの実現
- 人口減少による地域格差の是正
- 多様化する価値観への対応
- 気候変動リスクへの対策



Section 02

ビジョンと成長戦略





“ 「お客様を笑顔に」
イノベーションが生まれる
組織づくりの実行 ”

代表取締役社長執行役員 COO

高橋 浩三

COO MESSAGE

COOメッセージ

所信表明

このたび、社長を拝命しました高橋でございます。前社長の久保（現会長）からは、「現在の厳しい事業環境の中、しっかりと先を見据えたビジョンを描いて取り組んでもらいたい」との具体的な言葉をいただき、執行のバトンを引き継ぐこととなりました。

2023年度の事業環境を振り返りますと、5月に新型コロナウイルス感染症が5類に移行され、人流の回復が見られた一方、巣ごもり需要の反動減ともいえる影響がありました。お客様の消費動向はアフターコロナに入って大きく変化しており、自分へのご褒美やハレの日には高額商品を購入し、生活必需品については節約するという二極化が起きている。今後の販売戦略においては、消費者ニーズに即した需要喚起策が重要になってきますので、取扱商品のラインナップのさらなる強化が不可欠であると認識しています。

また、ネット販売、ディスカウントストアなど、異業種からの家電販売事業への参入により、お客様にとってのチャンネル選択肢は増えていますが、家電量販店としての専門性や信頼性は引き続き求められていくものと感じています。「サービス型小売業」としての当社の強みをこれまで以上に打ち出し、厳しい競争の中でも勝ち抜いていきたいと思っております。

そして、2024年度においても市場の劇的な変化に対応していくため、経営理念の実践が不可欠であると考えています。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」を目指し、すべての社員が「どうすればお客様を笑顔にできるのか」を主体的に考え、行動していくことが重要である

と考えています。これまで以上に気を引き締めて、時代の変化に向き合ってまいります。

2023年度の業績振り返り

業界各社ともに来店客数が減少し、販売面・収益面ともに厳しい一年となりました。そのような中でも、お客様のニーズを先読みするエディオンならではの取り組みは、しっかり実行できたと評価しています。例えば、2023年度は記録的な猛暑によりエアコンの伸長が見込まれていましたが、原材料・人件費の高騰により、工事費を別表記とする企業が増えました。エディオンでは、「工事費込み」の価格表示にこだわって販売を行ない、お客様からわかりやすいとご支持をいただくことができました。また、生活防衛意識が高まる中、通信費の見直しを全面に打ち出したことで、携帯電話も前年度実績を上回ることができました。さらに巣ごもり需要の反動で家電販売が低迷するなか、節電・節約・タイムパフォーマンスを意識した付加価値商品の提案、家電販売と組み合わせたリフォーム提案を強化し、これが好調に推移しました。

ネット販売については設置工事を伴う大型商品などEC化率の低い商品を強化し、二桁伸長を遂げることができました。これらの施策によって来店客数が減少するなかでも、2期連続での増収という形に手が届いたと思っています。

また、2023年12月には、エディオン最大級の横浜西口本店をオープンしました。エディオンは西日本を中心とした商圏ですが、まだ認知度の低い関東圏で、若年層のお客様に向けてエディオンを知っていただくための旗艦店として出店しました。

実際に横浜は若年層、子育て世代が非常に多く、こうしたお客様に「エディオン=ワクワク」というブランドイメージを浸透させていくことが重要であると考えています。都市型店舗は認知されるまでにある程度の期間を要しますので、常に新しい話題を発信し、プレゼンスを高めていきたいと考えています。

中期ビジョン(2022~2025年度)の進捗

中期ビジョンでは『インフラ基盤』『事業基盤』『お客様基盤』という3つの基盤強化を目指しています。

1つめの『インフラ基盤』の強化では、DXによる業務プロセスの見直しに取り組み、各店舗で生産性向上の効果が上がっています。また、2023年10月に「物流サービス本部」を新設し、インフラ基盤のさらなる強化に向けて取り組みを進めています。

2つめの『事業基盤』の強化の要は、PB(プライベートブランド)商品およびELS事業の成長です。ニトリHDとの共同開発商品を発売し、順調なスタートを切りました。また、当社独自のオリジナル商品イーアングル[e angle]においては、現在のお客様の消費行動の変化とニーズに合致する新たな商品群である「ボリュームシリーズ」「デザインシリーズ」「付加価値シリーズ」の発売を予定しており、これらはECの方にも積極的に展開していきます。ELS事業は家電に次ぐ第2の柱と位置付けて、「リフォームならエディオン」をキャッチフレーズに家電量販店ならではの安心、お得感、節約提案などの強みを生かして事業拡大を図っています。省エネ、節電の提案により、光熱費削減と環境の両方への貢献をアピールしています。

3つめの『お客様基盤』の強化に関しては、ドミナントの出店

COOメッセージ

を強化して利便性の向上を図りながら、お客様接点の強化策としてソーシャルメディア、エディオンアプリを活用したデジタルでのアプローチを推進しています。さらに今後は、少子高齢化社会を見据えた新たなサービスの展開も視野に入れています。

そして、3つの基盤に共通する「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います。自社サイトを中心としたEC戦略について現在、自社ブランドなどを含めた品揃えの見直しを図っており、加えて全国配送網の整備により、利便性の強化を目指しています。当社のEC化率は業界においてもまだ低く、伸びしろがありますので、お客様の購入チャネルの多様化に対し、柔軟な姿勢をとっていきたいと考えています。

これらの中期ビジョンをしっかりと達成するとともに、その先を見据えた明確なビジョンを打ち出していくことが経営トップの重要なミッションであると考えています。今後はさらに劇的な環境変化も予測されますから、家電を軸に新たなお客様サービスも含めてどのような展開をしていくべきなのか、取締役会、経営層とともに議論を進めており、2030年頃を目途とする長期ビジョン策定の検討にも入っています。

サステナビリティへの取り組み

気候変動対策が世界的に進むなか、当社にとってもカーボンニュートラルに向けた取り組みは社会的責務であると考えています。2023年度は岐阜正木店、交野星田店の2店舗で「Nearly ZEB」認証を取得しました。店舗運営の脱炭素化に向けて、継続的に取り組んでいきたいと考えています。

また、当社のコーポレート・メッセージである「買って安心 ずっと満足」には、より良い商品をより長く使用していただく、という意味が込められています。エネルギー効率が高く、温室効果ガス排出量が低い製品を提案し、当社独自の長期保証制度や修理サービス体制を提供することで商品をより長くご使用いただき、お客様とともに環境負荷の低減に貢献していきたいと考えています。

そして、エディオンの成長力の源泉はやはり“人”です。グローバルな競争に勝ち抜くことが求められる現代において、従来の成長レールのうえで決められたことを実行するだけでは生き残っていくことはできません。一人ひとりが主体的に考え、チャレンジする社員に成長してもらえるよう、会社がしっかりとバックアップしていく必要があります。そのために、社員が成長を実感できる評価制度、キャリアへの希望やスキルに応じた配置転換などのほか、スキル認定制度を新しくスタートしました。2023年度は主に、店舗スタッフの販売スキルに焦点を当てて取り組みましたが、今後は本社スタッフやサービス部門にも拡充し、会社全体の活性化につなげていきたいと考えています。

このほか、マテリアリティの一つでもある「お取引先様、株主様との良好な関係の実現」も重視しています。2024年2月には、不適切な免税手続きを行っていたとして国税局による税務調査で指摘を受け、追徴課税を命じられました。これについては、すでに修正申告を行ない、全額を納付済みであり、再発防止とより厳正な免税処理に向けて社員の勉強会を実施するなどの対策を講じています。さらに、システムを活用した再発防止策を各店舗に導入する準備も進めています。

ステークホルダーの皆様へ

国内の景気は緩やかな回復基調にあるものの、円安・物価上昇の度合いは著しく、依然として先行き不透明な環境が続いています。しかし、このような環境下だからこそ、全社員が知恵を絞りながらイノベーションを起こすことで、チャンスに変えることができると考えています。エディオングループの最大の強みは、「現場の声にしっかりと耳を傾けること」「お客様視点で新しいことにチャレンジしていくこと」であり、これを実践・徹底していきます。

そして、これからも株主様、お取引先様との良好な関係を守り、ステークホルダーの皆様から信頼され、社会から必要とされる企業であり続けるために、責任と透明性のある企業活動を行なってまいります。今後とも、ご支援のほどよろしく願いいたします。



中期ビジョン

2022年度～2025年度を計画期間とする中期ビジョンを策定し
当社が目指すべき方向性と目標を明確にしたうえで具体的な施策を推進しています。

中期ビジョンにおける当社のありたい姿

変化する市場環境に対応し進化する企業体質の構築

中期ビジョンでは、基本方針として「変化する市場環境に対応し進化する企業体質の構築」を掲げています。売上高の成長だけでなく、経費コントロールの強化と資本効率性の向上により、ROE10%以上、ROIC10%以上をその目標に掲げ、『インフラ基盤』『事業基盤』『お客様

基盤』という3つの基盤強化に取り組みます。また、3つの基盤すべてに関わるものとして「eコマースの強化」を、当社の持続的な成長とステークホルダーの発展を支えるものとして「サステナビリティ経営の強化」を位置付け、これに取り組むこととしています。

3つの基盤強化

インフラ基盤

多様化する環境に対応できる柔軟な基幹システム、効率的な物流ネットワーク、継続的な企業成長につながる人材マネジメント体制など、ビジネスを支える基盤の強化に努めます。

事業基盤

当社グループの主要事業である家電事業、ELS(エコ・リビングソーラー)事業、物流サービス事業、教育事業について、さらなる収益力の向上と営業効率の最適化に努めます。

お客様基盤

ドミナント強化による地域シェアの向上、マーケティングや情報発信力の強化による顧客接点の強化により、継続的に支持される好循環型のビジネスモデルの構築に努めます。

eコマースの強化

サステナビリティ経営の強化

持続的な成長とすべてのステークホルダーの発展を目指すため、気候変動への対応・事業リスクの抽出とその対策などを全社横断的に議論し、方針を定め実行します。

		3つの基盤強化	中期重点項目	ポイント
変化する市場環境に対応し進化する企業体質の構築 サステナビリティ経営の強化	インフラ基盤		新システムへの取り組み	> 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	> 全国配送工事網の構築—EC需要拡大に対応 ・物流網再編
			未来の人材力を創造	> ダイバーシティの推進とともに未来につながる人材力の創造 ・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	> 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	> お客様の暮らしを支え、より快適な生活を提案 ・オンライン商談の強化 ・新規取扱商品・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	> 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	> 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	> 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	> 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

CFOメッセージ

変化に強い、進化する 企業体質を構築し 資本コストと株価を意識した 経営の実践を目指します

取締役上席執行役員
経営企画本部長
石田 亜紀

2023年度の主な財務活動

新型コロナウイルス感染症が5類に移行したことにより、2023年度は消費の傾向が変化し、2022年度まで継続していた巣ごもり需要から外向き需要へ、外食や旅行などに消費が流れたことで、当社グループの業績にとってはやや厳しい方向に振れたと認識しています。原材料の値上げによる商品価格高騰などで生活防衛意識も高まり、耐久消費財の売上げは低調でした。記録的な猛暑の中で夏商戦においては、エアコンが大きく伸長しましたが、暖冬の影響もあり季節商品全体ではやや苦戦したと捉えています。

このような中で、当社は中期ビジョンの戦略に基づき、子会社2社の取得に関して投資を実行しました。一つは、2023年9月の株式会社サンフレッチェ広島で、当社はクラブ設立時よりスポンサーとして支援してきましたが、今後はこれまで以上に広島県の有力企業やファンの方々とともに、クラブの成長と発展を目指していきたいと考えています。2024年の2月には広島市の中心部にサッカー専用の『まちなかスタジアム』として「エディオンピースウイング広島」が完成しましたが、当社は建設費の一部として30億円の寄付を行なっています。

もう一つは、2024年3月に株式会社麻布を連結子会社としました。同社は全国38ヵ所に拠点を置き、外壁塗装を中心にリフォーム事業を営む会社です。当社はかねてより家電に次ぐ第2の柱としてリフォームを中心とするELS(エコ・リビングソーラー)事業に注力しており、麻布の持つ塗装技術や職人とのネットワーク、営業力の高さを活かし、ELS事業のさらなる強化を図っていきたいと考えています。

経営資源の適切な再配分と企業価値の向上を目指し、グループ内の再編も同時に推し進めています。特に、再編が進む物流・サービス分野の拡大に取り組んでいますが、そのほか、業

務の効率性の向上だけでなく新たな価値を提供するために、システム投資にも注力しています。人的資本投資の一環として、2023年度には人事システムの刷新を行ないました。2024年度以降の取り組みとしては、当社の100%子会社である株式会社サンキューを2025年4月1日付で吸収合併することとしました。サンキューは、北陸と北海道を中心に「100満ボルト」のストアブランドで展開する個性豊かな家電量販店です。2015年より、システム統合と業務の共通化などを行なってきましたが、今回の合併を機にさらなる効率化を図り、成長を目指したいと考えています。また、2024年8月に物流事業会社を新たに子会社化しました。いわゆる物流の2024年問題の解決を図りながら事業価値の向上につなげていきたいと考えています。

財政状態に関しては、2023年のなんば本店の建物および土地の取得を行ないました。これにより資産と負債が前期と比較すると増加しましたが、経費削減効果もあり、単年度のキャッシュフローは改善します。今後はこれまで以上にキャッシュフローの創出を意識し、資本効率性の向上にも取り組んでいきます。

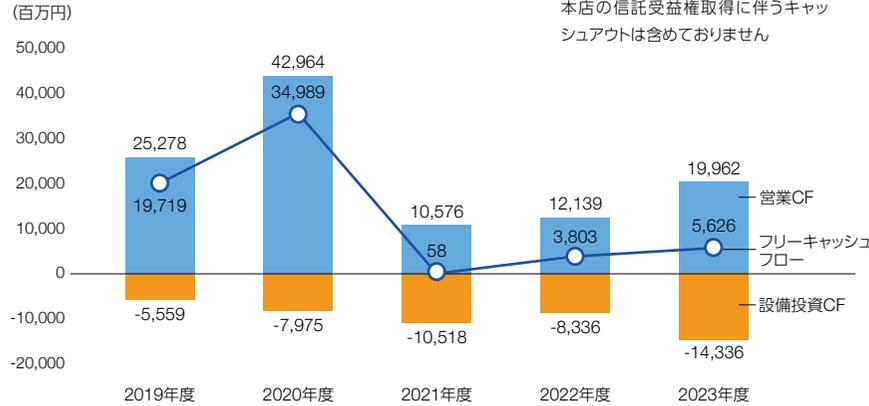
2022-2025年度中期ビジョン(4ヵ年)の投資・財務戦略

2022年度から2025年度までの中期ビジョンでは、インフラ基盤、事業基盤、お客様基盤の3つの基盤強化に取り組んでおり、投資の基本方針としては営業キャッシュ・フローの範囲内での投資を一つの指針としています。当期の利益から減価償却費を除いたキャッシュ・フローが約200億円という水準であり、これを株主還元および成長投資・設備投資に振り向けています。

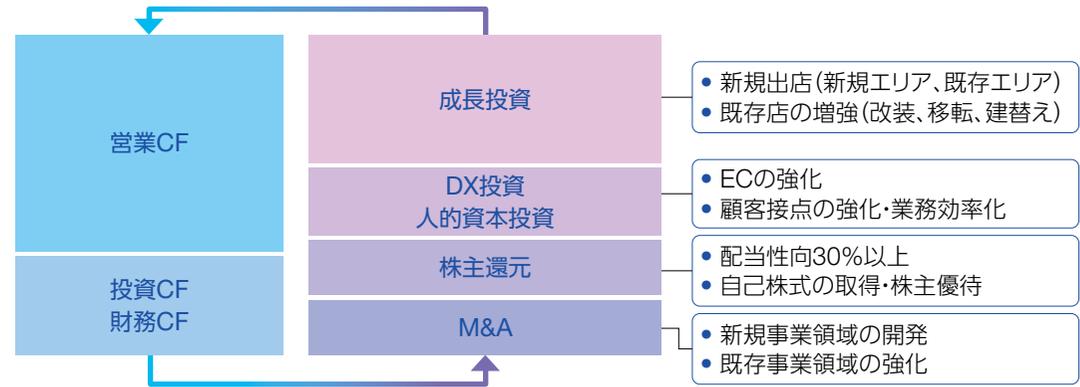
中期ビジョンにおいては、出店投資とeコマース強化などのシステム投資に重点を置いています。出店に関しては、2023年度は9店舗の新設、6店舗の移転・建替えを実施しました。このほか、先に述べた当社グループの第2の柱として取り組みを強

> CFOメッセージ

フリーキャッシュフローの推移



キャピタルアロケーション(イメージ)



化しているELS事業、あるいは、携帯電話事業やまったく新しい小売BtoC事業など、新規事業への種まきについてはM&Aなども含めた投資を検討しています。

投資の効果測定は、主に新店投資に関して年度ごと、月ごとに評価を行い、出退店に関する議論と意思決定を行なっています。システム投資については短期・中期での投資効果の定量的な測定は困難なところもありますが、例えば、時間外労働時間が大幅に短縮できているなど、間接的に成果を捉え評価しています。

資本コストと株価を意識した経営の実現について

当社は従来から、財務の健全性ととも資本収益性の向上を図るべく、ROE・ROICの向上を経営目標の一つとしてきました。現在、当社の株主資本コストは約5%と算定しており、過去においても継続的にROEが株主資本コストを上回っていますが、その水準はまだ低いものと認識しています。また、PBRは、家電量販店業界の平均0.7~0.8倍、中央値0.6~0.7倍に

対して、当社の水準は0.5倍から直近で0.8倍と業界よりもやや弱い水準となっています。PBRの低水準は、投資家からの当社に対する期待が低いことのと表れであり、その要因は少子高齢化や人口減少など日本国内の需要構造の変化などから、業界全体の成長性について不透明と考えられていることと、加えて、当社のROEがまだまだ低いことと捉えています。PBR改善に向けては、収益力の強化、資本収益性の向上、成長戦略に向けた投資とその説明の強化、株主還元を通じた資本効率の向上などを図るとともに、資本コストと株価を意識した経営の実践をこれまで以上に進めていこうと考えています。

そして、これらを実践するには、やはり中長期的な事業戦略が重要であると認識しています。家電量販というセクターに関しては、「地上波デジタルテレビの普及が進めば、テレビ需要は減少し家電量販店は少なくなる」「すべてがネット通販に置き換わる」とネガティブな見通しが15年以上継続していますが、その間に業界の実績は利益水準も含めて向上してきました。これは各社

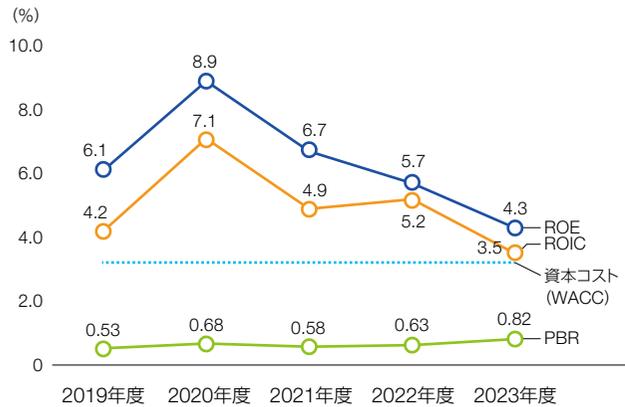
が社会・環境の変化に即応した経営戦略を立て、その遂行に向けた努力によって実績を獲得してきた結果だと捉えています。

そして、私たちエディオンは現中期ビジョンにおいても、変化する市場環境に対応し、進化する企業体質の構築を進めています。2025年度目標は売上高の成長だけでなく、経費コントロールの強化と資本効率性向上により、ROE10%以上、ROIC10%以上の目標を掲げています。事業基盤の進化を目指したELS事業の領域拡大、物流サービス事業のエリア拡大などの施策は順調に進捗しています。2023年度もエアコンクリーニング、メンテナンスなどのサービス事業が伸長していますが、当社の強みであるアフターフォロー体制と顧客接点力をさらに強化し、お客様から継続的に支持される好循環のビジネスモデルをより強固にしていこうと考えています。加えて、サステナビリティ経営、コーポレート・ガバナンス体制の強化を図り、より経営の高度化を目指していきます。そして、当社の姿をステークホルダーの皆様積極的に示していくことも重要です。統合報

▶ CFOメッセージ

告書やWEB媒体での情報発信を拡充するとともに、投資家の皆様との対話促進を行ない、当社の現状と事業戦略をご理解いただくことに努めていきたいと考えています。

ROE、ROIC、WACC、PBRの推移



未来の人材育成に貢献する教育事業

教育事業は「エディオンのコアなファンづくり」を目指した取り組みとして、2018年にスタートしましたが、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したいという狙いがあります。全国で子どもの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。

昨今、プログラミングが小学校、中学校、高校と必修化が進められ、子どもたちにとってプログラミングが身近なものとなりつつあります。地域でも塾のようなスタイルのプログラミング教

室が増え始めていますが、当社は「ロボットプログラミング」という特徴のある分野の教室を開催しています。ロボ団の教室では、二人の児童がペアになり、どのように動かすかを考え、パーツを組み上げながら、目的を達成するためのプログラムを書いていきます。個人のプログラミング技術という点では色々な教育方法はあると思いますが、二人で行なうロボットプログラミングはシステムエンジニア的な発想や課題解決能力とともにコミュニケーション能力も養われます。ロボ団教室の卒業一期生だったある生徒が、大学でそのままロボット工学の道に進み、その世界でかなり活躍しているそうです。教室の加入率や評判が高だけでなく、当社の事業が未来の人材育成に貢献できることは非常に価値があることです。今後も出店を増やし、2025年度までに全国45教室、生徒数3,000名まで拡大することを計画しています。

そして、もう一つ、ロボ団教室で育った児童が将来、エディオンに入社して活躍してほしいという夢も描いています。当社は現在、システムの内製化比率80%を中期ビジョンの目標に掲げ、物流、販売、管理部門などのシステム刷新に取り組んでいますが、人材が非常に不足しています。社会全体のシステム需要に比べてデジタル人材がまったく足りていないのが日本の現状であり、当社の教育事業はその点でも意義があると考えています。

人的資本経営への取り組み

当社は家電量販の再編の大波の中で、いくつかの会社が経営統合を行なってきた会社ですが、人材に対しては非常に優しい会社であると思っています。しかしながら、それをしっかりと明文化し、示すという点では遅れをとっています。女性管理職比

率も低く留まっており、外部から見れば、まだまだ物足りなく見えることでしょう。今後は、当社が持つ人材に優しい会社という風土をさらに磨き、人事制度や育成システムに落とし込み、組織全体に浸透させていくことが重要だと考えています。当社の経営理念である「効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現」を達成する競争力の源泉は、やはり日々お客様に接する人材です。一人ひとりの人材が能力を最大限に発揮できる環境づくりを目指して、ベースアップ、年間休日などの制度拡充を含めた人的資本への投資を積極的に実行していきます。

株主様への還元

2023年度の株主還元につきましては、年間配当45円、配当性向に換算すると50.0%とさせていただきます。株主様への利益還元を経営の重要課題と認識し、業績および経営環境などを総合的に加味し、配当性向30%以上の安定配当を基本方針としています。自己株取得は、資本効率の向上に資する株主還元策を前提に、業績・経営環境や投資および株価を含めた市場環境を総合的に考慮し、機動的に実施します。

ステークホルダーへのメッセージ

先行きの見通しが難しい環境の中、当社グループは独自の経営戦略に基づいて、企業価値向上を図るために邁進していきます。今後のIR活動では、機関投資家だけではなく個人投資家様との対話が行なえる機会を積極的に増やし、当社グループの企業価値向上に皆様からのご意見を役立てていきたいと考えています。今後も引き続きご支援をよろしくお願いいたします。

事業別戦略

eコマースの強化

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。販売チャネルの一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。



取締役専務執行役員
eコマース本部長
淨弘 晴義

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。

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。現在で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出荷。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。

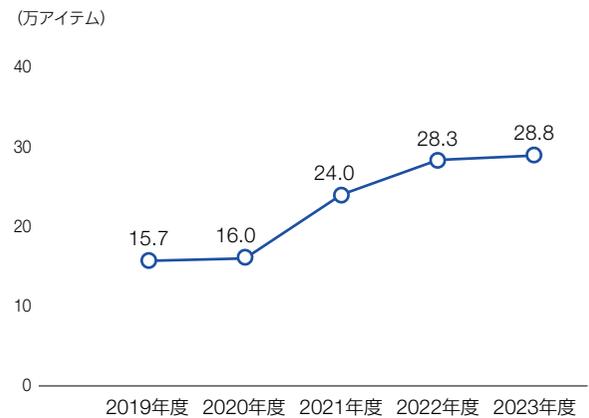
強み

- 大型家電の購入時に、店舗同様の配送設置・工事サービスを受けられる
- コンタクトセンターやソーシャルメディアなどを利用した迅速なお客様対応
- 多様な電子決済サービスと共通ポイントに対応
- 株主優待の電子ギフトカードもエディオンネットショップで利用可能

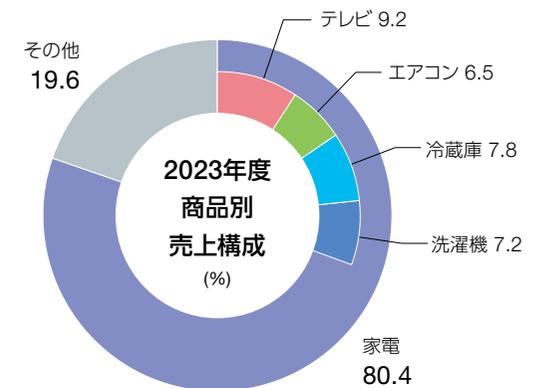
売上高成長率推移(自社EC)



取り扱いアイテム数



売上構成



> 事業別戦略



主力事業である家電事業では、北海道から九州・沖縄まで、商圏規模に合わせた店舗を展開し、地域に密着した事業活動を行っています。また、ECサイト「エディオンネットショップ」の運営や、PB商品 イーアングル[e angle]の開発・販売にも注力しています。



取締役上席執行役員
営業本部長
井上 利郎

2023年度の取り組みと成果

当社グループは、全国に1,202店舗(2024年3月31日現在)を展開しており、他の家電量販店に比べて、地域コミュニティとのつながりが強いことを強みとしています。店舗運営においては、長期修理保証をはじめ質の高いアフターサービスを通じて顧客満足を高めながら、利益率の良い高付加価値の商品やプライベートブランド(PB)商品の販売に注力しています。

2023年度は、12月に横浜市西区の複合商業施設「CeeU Yokohama」内に当社最大級の店舗となるエディオン横浜西口本店を新設しました。同店舗を拠点に関東エリアへの出店拡大、ブランド浸透活動を強化していく方針です。

また、ニトリHDとの共同開発商品「電気ドリップケトル」「温度調整式電気ケトル」「スチームオーブントースター」を、2023年12月よりエディオンネットショップおよびエディオンの店頭で販売を開始しました。今後、共同開発商品を含めアイテム数を増やしていく予定で、売上高に占めるPB商品比率35%を目標に、売上総利益率の安定化を図ります。

主なリスクと機会

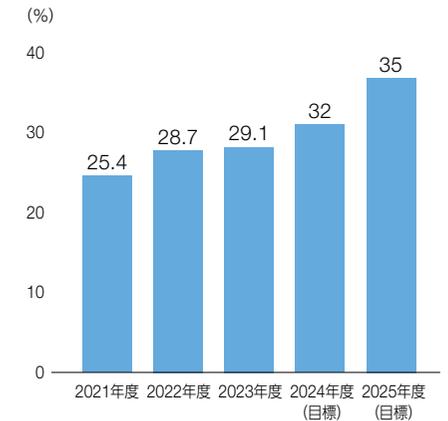
リスク

- 人口および世帯数の減少による国内市場規模の縮小
- 労働人口減少による優秀な人材の確保困難や流出
- 大規模な自然災害の発生による操業の停止

機会

- アフターコロナ移行による人流・消費活動の回復
- 顧客ニーズの多様化による販売機会の拡大
- サステナビリティに取り組む企業としてのブランド価値の向上

PB商品売上高構成比率の推移



TOPICS 洗剤自動投入機能付き食器洗い乾燥機を新発売

PBブランド[e angle]では、2023年12月に据え置きタイプでは国内初*となる洗剤自動投入機能付き食器洗い乾燥機を発売しました。「賃貸住まいのため水栓工事ができなくて諦めていた」「手軽な据え置き型で、洗剤の自動投入できるものがほしい」といったユーザーの声から誕生した商品です。工事不要で購入したその日から使用可能で、洗剤の使い過ぎ防止や節水にもつながり、環境にも優しい商品設計です。*2023年12月7日現在(当社調べ)

> 事業別戦略



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「コアなファンづくり」に貢献するものです。2018年の参入以降、「教育を通じて未来の暮らしを豊かにする」という基本方針のもと、プログラミング教室を展開しており、現在では全国163教室※にまで拡大しています。

※2024年3月31日現在



2023年度の取り組みと成果

当社では、年長・小学生を対象とするロボットプログラミング教室「ロボ団」を全国で運営しています。ロボ団では、算数や理科の要素の取り入れ、二人で一台のロボットを使って学ぶコミュニケーションを重視した「ペアラーニング」など独自のカリキュラムを用意しています。AIや機械学習などの分野で用いられるプログラミング言語“Python”の習得を目指すなど、本格的な学習内容が評価され、プログラミング教育において多くの受賞とともに高く評価されています。

2023年度は、子どもたちのプログラミング能力を定量的に評価することで、自主的な学びを促進し、成長をより加速させたいという思いのもと、「プログラミング能力検定(プロ検)」をカリキュラムに導入しました。“学び”と“評価”の両輪からプログラミングスキルを培う環境を提供していきます。

今後はエディオン店舗内出店の強化を中心に事業拡大を図る方針で、2026年度で48校、生徒数3,000名を計画しています。また、生徒数の増加にあわせて指導者の育成にも力を入れていきます。

主なリスクと機会

リスク

- 少子化の進行による市場規模の縮小
- 大手教育機関やIT企業などの新規参入
- 専門知識を持つIT人材の不足

機会

- AIなどの技術発展によるプログラミングへの関心の高まり
- 大学入試へのプログラミング科目導入の流れ
- 自治体や教育機関とのイノベーションによる新たな価値の創出

TOPICS 体験学習イベントの開催

当社の教育事業は、知識やスキルの習得だけでなく、創造的な考え方を主体的に学び実践できる能力を育ててほしいという思いから、地域児童のための体験学習イベントを定期的に開催しています。2023年度は、パナソニック株式会社様のご協力のもと、家電製品の仕組みを学習し、オリジナル乾電池を制作する体験イベントを福山本店で実施し、地域の子どもたち33名が参加しました。初めての体験に好奇心が刺激された様子でした。

TOPICS [STREAM FEST.2023]を開催

2023年12月28日、エディオン主催によるSTREAM教育※をテーマにした小中学生向けの体験型イベント「STREAM FEST.2023」(ストリームフェス)をマイドームおおさかにて開催しました。プログラミングのチャレンジ体験、スマホのAI体験などのワークショップのほか、ロボ団の生徒を対象としたロボコン大会を実施。会場には約2,000名が集まり大いに賑わいました。今後もプログラミングを身近に感じていただけるイベントを多数企画してまいります。

※STREAM教育: 今後学ぶべき教育分野の頭文字をとった造語であるSTEAM教育(科学、技術、工学、芸術、数学)にRobotics(ロボット工学)を加えたもの

> 事業別戦略



ELS事業(リフォーム)

当社は2007年からリフォームやオール電化、太陽光発電システムなどのリフォーム事業を展開しています。家電販売の強みを活かした「家電×リフォーム」の提案のほか、光熱費削減やバリアフリーのご相談など、お客様の暮らしに寄り添った付加価値の高いサービスを提供しており、家電販売に次ぐ収益の柱となっています。



上席執行役員
ELS統括部長
小島 規和

2023年度の取り組みと成果

当社は、国内最大規模・全国300以上のリフォーム拠点を有し、地域に密着したリフォーム事業を展開しています。各拠点には専任のリフォームアドバイザーが在籍しており、バスやキッチン、トイレなどあらゆるメーカーの商品を、わかりやすい工事込みのパッケージ価格でご提案することでお客様から選ばれています。本年よりECサイトでのリフォーム商品の販売を開始するなど、サービスの拡充を図っています。

また、近年では、住まいの「省エネ性能」「安心・安全」に加え、建物の性能向上を通じた「住宅の長寿命化」を重視しています。具体的には、太陽光発電・蓄電池・電気自動車(EV)関連のスマートエネルギー、水回りリフォーム、住宅を守る外壁塗装のそれぞれに専任スタッフを配置し、お客様の暮らしに寄り添った家電×リフォームのご提案を行なっています。さらにリフォーム工事に従事する施工管理担当者を自社社員で約200名配置し、施工品質の向上にも務めています。

主なリスクと機会

リスク

- リフォーム用建材の価格高騰や資材不足
- 少子高齢化による人手不足と労働時間規制(建設業)の厳格化
- インターネットやSNSでの風評によるブランド価値の毀損

機会

- 高齢化社会への転換にともなう性能向上リフォームのニーズ拡大
- 電気代の高騰や環境意識の高まりによるスマートエネルギー化の需要増
- 空き家の増加にともなう住宅リノベーションの活性化

リフォーム売上高の推移



※2023年度から算出方式を変更しております

TOPICS M&Aによる競争力の強化

2024年3月、リフォーム事業を展開する株式会社麻布(愛知県春日井市)の全株式を取得しました。同社は、外壁塗装の技術、職人とのネットワークに強みを持ち、全国38カ所に営業所を置いています。今後、両社のイノベーションによって、外壁や屋根・リノベーションなどの大型リフォームにもサービス内容を拡大、トータルでお客様のライフスタイルをサポートできる体制を構築し、ELS事業領域の拡大を図っていきます。

> 事業別戦略



当社の物流サービス事業は、店舗のみならずeコマース事業の拡大にも対応した調達物流から配送・工事・修理などのサービス全般を一貫して管轄しています。お客様が購入される前のビフォアサービスから、購入された後のアフターサービスが当社の強みであり、その体制の強化とともに対応可能エリアの拡大を図っています。



上席執行役員
物流サービス本部長
池畑 裕次

2023年度の取り組みと成果

当社では、高まるEC需要を背景に、全国どの地域でも高品質なサービスを提供できるよう、物流体制の強化・構築に取り組んでいます。2023年10月には、連結子会社である株式会社ジェイトップが、連結子会社であった株式会社e-ロジを吸収合併しました。物流・配送サービスを担う両社の合併により、全国物流体制の最適化が加速しています。

店舗数の少ない東日本においては、2023年10月宮城県仙台市で東北初のサービスセンターを開設し、時間指定配送が可能となりました。2024年5月山梨デポ、新潟デポが新たに開設し、全国物流網が完成しました。

昨今、「2024年問題」と言われるように、深刻なドライバー不足を受けて物流・サプライチェーンが機能不全に陥るリスクが懸念されています。当社においては、AIやIoT技術の利用による作業効率化なども含め、影響を最小限に留めるよう努めています。

主なリスクと機会

リスク

- 物流業界の人手不足
- 大規模災害による物流ネットワークの寸断
- サイバー攻撃などによる顧客情報の流出

機会

- インターネットショッピング利用者数の拡大
- 効率的な配送の実現による競争優位性の確立
- 消費者ニーズの変化へ対応(モノ売りからコト売り)

エアコンクリーニングサービスの実績推移



TOPICS 訪問修理窓口の統一

当社では2023年度下期より、修理受付体制の強化施策の一環として、大型家電の訪問修理窓口を統一しました。これにより、店舗での受付作業の軽減や受電率の向上、受付からサービス提供までのスピードアップにもつながっています。また、スマートフォンやPCでのチャット利用やWEBフォームでの受付など、電話以外での受付方法も充実させており、お客様の利便性も向上しています。

特集 01

首都圏最大規模の旗艦店

横浜西口本店OPEN

2023年12月15日、横浜駅西口から徒歩約5分に立地する商業施設「CeeU Yokohama」の2階から7階に、エディオン最大級の売場面積を誇る「エディオン横浜西口本店」がオープンしました。当社では関東エリアのフラッグシップストアと位置付けており、横浜西口本店を中核に首都圏でのブランド浸透・シェア拡大を目指します。

横浜西口本店の概要

所在地: 〒220-0005 神奈川県横浜市西区南幸2-16-1 (CeeU Yokohama内)

売場面積: 約12,000㎡

フロア: 2F: モバイルのフロア 3F: ヘルス&ビューティのフロア
 4F: ライフスタイルのフロア 5F: デジタルライフのフロア
 6F: アミューズメントのフロア 7F: 玩具・プラモデル・フィギュアのフロア

▶ 神奈川県の11店舗



五感を刺激しワクワクが生まれる 劇場型アミューズメント店舗

横浜西口本店のコンセプトは、「ワクワクを、買いに行こう。—買い物ゴコロを刺激する、家電と遊びの新体験!—」。従来の家電量販店のスタイルにとらわれない、エンターテインメント性のあるコンテンツや商品体験ブースなどが各フロアに点在し、欲しかったものを買いに行く喜びや、出会って欲しくなる高揚感など、ワクワクが生まれる劇場型アミューズメント店舗となっています。圧倒的な品揃えも魅力の一つ。家電はもちろん、ゲームや玩具、美容や健康用品といった幅広いジャンルの商品を取り扱っています。

また、横浜西口本店には、「エディオン初」となる試みが数多く盛り込まれています。例えば、女性特有の健康課題・悩みを相談できる「フェムテックコーナー(3階)」、ユニーク家電で知られるサンコー(株)とコラボした「THANKOおもしろアイデア家電



吹き抜けのある
開放的な店内



巨大なLEDウォール
がゲームの臨場感
を演出!

コーナー(4階)」、合計10台のゲーミングPCを備えた「ゲーム対戦場 オクタゴン(6階)」、全国的にも珍しい「ミニ四駆5レーン樹脂製コース(7階)」などがあります。

特に6・7階のゲームやホビーのフロアの充実度は群を抜いており、まるでテーマパークのような創造性あふれる演出が盛りだくさん。インバウンドのお客様にもSNSなどを中心に話題となっており、新たな“クールジャパン”の発信基地としての発展も期待されます。

地域の子どもたちと考える 「未来の家電」プロジェクト

横浜西口本店では2023年12月のオープンに先駆けて、地元の小学校である横浜市立宮谷小学校の児童と先生方、保護者

の皆様、地域の方々とコラボレーションして、「あったらいいな! 未来のわくわく家電プロジェクト」と題するイベントを開催しました。これは「未来の家電」をテーマに、自由な発想で子どもたちの考える、あったらいいなと思う家電製品のイラストを説明とともに描いていただくというものです。豊かな想像力で描かれた未来の家電のアイデアに、店舗スタッフ一同も大いに刺激を受けました。完成した作品は、5・6・7階の壁面アートとして飾られています。

エディオンの強みは地域密着型の店舗運営であること。都市部の店舗においても地域貢献に対する姿勢は変わりません。今後も地元で活躍するアーティストや団体などとのコラボレーションを積極的に行なっていく予定です。



地元の小学生が
描く「未来の家電」
が紹介された壁面
パネル

3F ヘルス&ビューティのフロア

女性特有の健康課題・悩みに寄り添う
フェムテックコーナー

FemTech(フェムテック)とは、Female(女性)とTechnology(テクノロジー)をかけあわせた造語。思春期・性成熟期・更年期・老年期といった、ライフステージごとに訪れる女性特有の健康課題を、テクノロジーによって解決する商品やサービス全般を指します。ライフイベントに起因する望まない離職などを防ぎ、女性の活躍を推進するものとして注目が高まっています。

横浜西口本店では、安全面にもこだわり、安心して使えるスマート温活グッズや美容ケア用品など幅広くラインナップしています。



ニトリHDとのコラボでトータルコーディネート提案



4F ライフスタイルのフロア

地域最大級のショールーム型
リフォームコーナー

冷蔵庫や洗濯機、エアコンなどの白物家電、調理、照明などの生活家電やリフォームコーナーもあり、地域最大級の商品ラインナップとなっています。また、ニトリHDと4メーカー(LIXIL、クリナップ、TOTO、トクラス)がコラボしたショールームのようなブースが並び、実際に体験しながら商品を選べます。エディオンが得意としてきた省エネ提案などのニーズにもお応えし、お客様の暮らしに寄り添った「家電×リフォーム」をご提案します。



注目のトータルボディケア用品がラインナップ



5F デジタルライフのフロア

完全セルフ試聴ができる
ワイヤレスイヤホンコーナー

テレビやパソコン、オーディオ、ウォッチなど最新のデジタル機器を体験・体感できます。ワイヤレスイヤホンコーナーでは、自分のスマホに接続して、各社の商品を自由に試聴可能で、着心地や音質を試してから納得の1台を選べます。テレビコーナーでは、100インチの大型テレビまで幅広い商品を取り揃えるほか、ニトリHDとコラボしてリビングルームを再現しており、実際にリビングに居るような感覚で画面の大きさを検討することができます。



各メーカーの最新機種が完全セルフで試聴可能に!



約130席のデュエルスペースを完備



6F アミューズメントのフロア

地域最大級のカードショップ
「トレカ・キャピタル」

トレカ・キャピタルは、エディオンが運営するトレーディングカードの専門店で、約1万点を誇る品揃えは地域最大級。在庫や価格の検索、注文もできるトレカ検索機も配置しています。お客様同士が自由に対戦できるデュエルスペースの利用は無料。各種の公式大会を想定した造りとなっており、連日熱い戦いが繰り広げられています。

7F 玩具・プラモデル・フィギュアフロア

プラモデル製作スペース
「EDIONビルドベース」

子どもから大人まで楽しめる充実した品揃え。プラモデルのジャンルも豊富で、併設された専用アトリエ「EDIONビルドベース」では一連の製作が可能。工作デスク、塗装デスク、撮影デスクが揃っており、思い思いの創作を楽しむことができます。

また、同フロアにはロボットプログラミング教室「ロボ団」を開校。知的好奇心を刺激するアカデミックな一面もブランドイメージの向上に寄与しています。



本格的な塗装に気軽にチャレンジできる!



VOICE

関東圏でのブランドイメージ定着に向けて役割を果たしていきます

エディオンは西日本を中心とした商圏としていますが、ここ数年は神奈川県を中心に関東圏への出店を加速しており、横浜西口本店は旗艦店として経営戦略上、重要な役割を担っています。

オープン以来、若年層、ファミリー層、外国籍の方など幅広い層のお客様に足を運んでいただいております。年間400万名の来店者数を目指していますが、この目標を達成するためには、エディオンのブランドイメージの定着が必須です。

今後は商品を販売するだけでなく、イベントや情報発信の中核拠点としてプレゼンスを高めていけるよう、店舗スタッフの皆さんとアイデアを出し合いながら取り組んでいきたいと考えています。

執行役員
エディオン横浜西口本店
店長
住田 徳也



特集 **02**

環境と人に優しい店舗づくりに向けて

「Nearly ZEB」認証を取得

2023年9月、岐阜正木店(岐阜県)の新設オープンに伴い、グループで初となる「Nearly ZEB」認証を取得しました。同年10月にオープンした、交野星田店(大阪府)でも「Nearly ZEB」認証を取得。この取り組みは、地球環境保全と企業価値向上を両立させるための大きな一歩となっています。

写真：交野星田店屋上



交野星田店



岐阜正木店

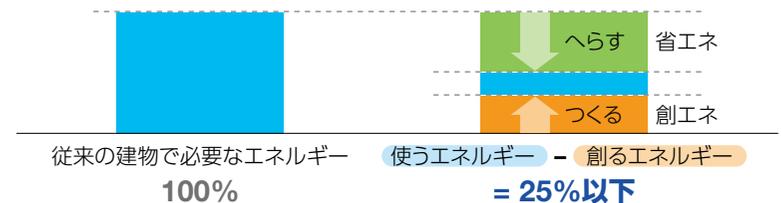
ZEB(ゼブ)とは?

Net Zero Energy Building(ネット・ゼロ・エネルギー・ビル)の略称で、建物で消費されるエネルギーを効率化し、年間の一次エネルギー消費量をゼロにすることを目的とした建築物のこと。達成状況に応じて4段階に区分されます。

- ZEB** 省エネ+創エネで一次エネルギー消費量を0%以下まで削減している建物
- Nearly ZEB** 省エネ+創エネで一次エネルギー消費量を25%以下まで削減している建物
- ZEB Ready** 省エネで一次エネルギー消費量を50%以下まで削減している建物
- ZEB Oriented** 「ZEB」化が難しい大規模な建築物を対象に新しく設置された区分

Nearly ZEB(ニアリーゼブ)

省エネ+創エネで**25%以下まで削減**



エディオンがZEB化に取り組む理由

地球温暖化は、今や世界全体で取り組むべき喫緊の課題となっています。2020年10月には、日本政府が2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする「カーボンニュートラル」を目指すことを宣言。企業に対しても脱炭素化に向けた取り組み強化がこれまで以上に求められています。

全国に約1,200の店舗ネットワークを持ち、幅広い事業を展開するエディオングループにとっても例外ではありません。エディオンは2002年の設立以来、小型家電リサイクルや全店

一斉グリーン活動、地域の森林を守るための植林活動など、環境保全に関する様々な取り組みを行なってきました。脱炭素化への取り組みについて、「2030年度までにScope1・2合計のCO₂排出量を2013年度比46%削減する」ことを2021年に目標として掲げ、達成に向けて中長期的な視点からいくつかの施策を決定しました。その一つが「新設店舗のZEB化推進」です。

前例が無い中でのチャレンジ

家電量販店は、他業種の店舗に比べて多くのエネルギーを消費します。エネルギー消費の大部分は電力で、店舗を運営するためだけでなく、店内に展示している家電商品を動かすためにも電力が必要です。また、広い店内を快適に保つための空調にも多くのエネルギーを必要とします。これまで、LED照明や省エネ機器への交換など個別に対応していましたが、建物トータルで省エネに取り組まなければ、脱炭素化への目標達成は難しいという課題意識がありました。

当初、家電量販店でZEB認証を取得している企業はほとんど無く、限られた情報の中、手探りでスタートでした。それでも、電力会社や空調機メーカーなど、外部の方々の知見をいただきながらZEB認証に関する調査を進めていきました。ZEB化を進めていくためには、太陽光パネルや省エネ機器など、設備投資に多くの費用がかかります。費用対効果を入念に検証し

た結果、「ZEB」まではハードルが高いものの、「Nearly ZEB」であれば、予算内での認証取得が可能だという確信を持つことができました。そして、その時点で新設が決まっていた岐阜正木店と交野星田店を対象に、Nearly ZEBの認証取得に向けた店舗設計へ舵を切りました。

一般的に建物規模が大きくなればなるほど、ZEBの達成は難しくなります。エネルギー消費量や必要な設備が増えてしまうからです。岐阜正木店と交野星田店についても、決して小規模店舗という訳ではありません。しかし、持続可能な店舗運営の実現に向けて必須の取り組みであるとの認識のもと計画を推し進め、省エネ+創エネで年間の一次エネルギー消費量を正味25%以下まで抑えることに成功しました。両店舗で認証を取得できたことは、エディオングループにとって目標達成に向けた大きな成果です。

関連するSDGs



地球温暖化は、SDGsの目標7「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」、目標13「気候変動に具体的な対策を」と直接的に関わっています。しかし、地球温暖化の影響は、私たちの暮らしの様々な分野へと派生し、新たな問題を引き起こします。脱炭素化に向けた取り組みは、SDGsの達成に欠かすことのできない最も重要なテーマの一つと捉えられています。

店舗開発本部
店舗建設部長
神谷 欣弘





エディオン 交野星田店

所在地:

大阪府交野市星田北6-25-26

売場面積: 2,287m²

駐車台数: 約100台

営業時間: 10:00~20:00

CASE エディオン交野星田店

2023年10月20日、大阪府交野市に「エディオン交野星田店」が新設オープンしました。同店は、JR学研都市線星田駅から徒歩約7分、東高野街道に面した利便性の良い立地で、大阪府内47店舗目となる直営店です。脱炭素目標に対し全社的に取り組みを実行していく中で、計画がスタートしました。

交野星田店におけるZEB化のポイント

ZEB化を実現するためには、「パッシブ技術」「アクティブ技術」「再エネ電力」という3つの柱が重要になります。交野星田店では、パッシブ技術として建物外壁の断熱性を向上させるとともに、アクティブ技術として、ビルエネルギー管理システム (BEMS) や高効率空調、調光式LED照明などを導入。さらに、再エネ電力として、PPA^{*1}モデルを活用した太陽光発電設備やCO₂フリー電力^{**2}を導入しています。

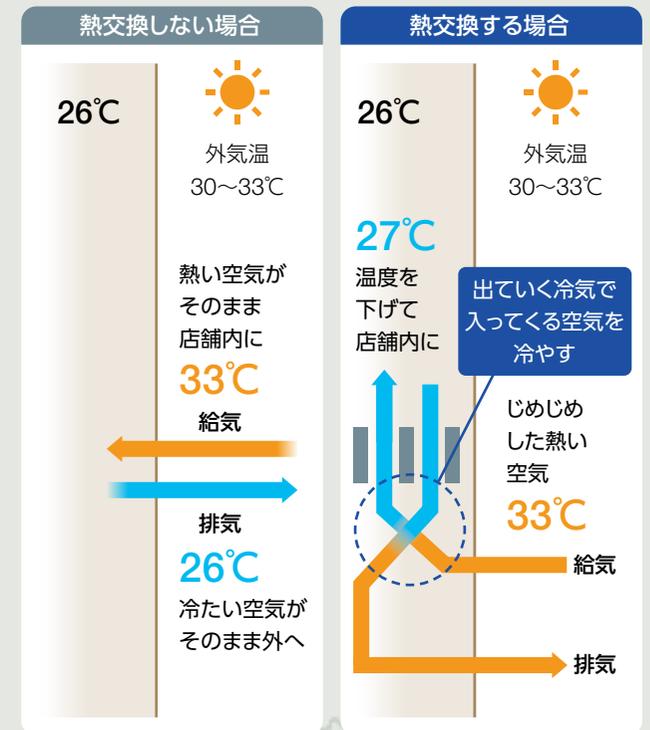
例えば、ビルエネルギー管理システム (BEMS) では、使用する電力量を時間や場所ごとに計測し、見える化したデータを分析し、調整することで電力削減を図っています。また、高効率空調では全熱交換器を用いて、エネルギー利用の効率化を図っています。これは、換気の際に排出されてしまう暖気や冷気を、全熱交換機を通すことによって再利用する省エネルギーシステムです。調光式LED照明では、売り場や時間ごとに照度を変えるなど工夫しています。

これらの取り組みの結果、交野星田店では一次エネルギー消費率を86%削減。ZEBに限りなく近い建物であると評価され、「Nearly ZEB」認証を取得することができました。

^{*1} PPA: Power Purchase Agreement (電力販売契約) の略。企業など施設所有者が提供する敷地や屋根などのスペースを貸し、電力会社が太陽光発電システムを設置して、発電された電力を施設所有者が利用して料金を支払う仕組み

^{**2} CO₂フリー電力: 化石燃料などを用いずCO₂を排出しない実質非化石電源に由来する電力。水力や風力、太陽光などの再生可能エネルギー電力のほかに原子力発電が含まれる場合もある

全熱交換器の仕組み



ZEB化による様々なメリット

ZEB化には脱炭素への貢献以外にもたくさんのメリットがあります。

1つめは経済的効果です。昨今の燃料価格の高騰に伴い電気料金もますます上昇傾向にあります。ZEB化を実現することにより、ランニングコストを削減することができます。設備投資に掛かるイニシャルコストは決して小さいものではありませんが、ランニングコストとのバランスで見ると、経済と環境が両立できるようになっています。

2つめはブランドイメージの向上です。交野星田店は、官民一体の複合開発地域「スマートエコタウン星田」の一角に位置しており、近隣には環境意識の高い方々が居住されています。環境保全に取り組む企業としてのイメージ向上は、業績に大きく寄与するでしょう。

3つめは空間の質の向上です。一般に省エネや節電は「我慢するもの」と思われがちですが、ZEB化によって空調の音は静かになり、温度や湿度も安定化します。これにより、お客様は快適な空間でお買い物を楽しむことができますし、店舗スタッフの働きやすさ、生産性の向上が期待できます。

4つめは非常時のBCP*対策です。自然災害によって外部からの電力供給が途絶えた場合でも、ZEB化の取り組みにより、エネルギー消費量が軽減された店舗では、太陽光発電による再生可能エネルギーだけで、一定期間の事業活動の継続が可能です。

当初は脱炭素化の目標達成に向けたZEB化の取り組みですが、様々なメリットが生まれ、企業価値の向上にも結び付いています。

*BCP: Business Continuity Plan(事業継続計画)

ZEB化によるメリット

- 1 経済的効果
- 2 ブランドイメージ向上
- 3 空間の質の向上
- 4 BCP対策

全国店舗への展開を目指して

エディオンでは、環境保全とお客様にとっての買い物のしやすさを両立させる店づくりを続けていきます。今後、新店オープンの際にはZEB化に向けた取り組みを積極的に進めていくとともに、既存店舗についてもノウハウを生かした設備更新など、計画的な省エネを実施していきます。

また、地域貢献の視点からも災害時に対応できる店舗づくり

を目指していく必要があります。細かいところでは災害時に店舗でスマホの充電をしていただけたこと、太陽光発電設備を非常用電源として活用するなど、利用者の皆様の立場で幅広く検討していきたいと考えています。将来的には災害時の一時避難所としての機能も視野に入れ、「地域に貢献できる店舗」を目指していきたいと思っております。



店舗の外壁に設置されたグリーンカーテン



屋上に敷き詰められた太陽光パネル



調光式のLED照明で売り場ごとの照度を調整



モニターでエネルギー消費量を「見える化」

特集 **03**

人材の価値を高め
企業価値の向上へつなげる

人的資本経営の推進

当社グループにとって「人材」は、持続的な成長を実現していくために最も重要な経営資本です。中期ビジョンの達成およびその先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や、一人ひとりが能力を最大限発揮できる体制の構築が欠かせません。『多様な人材の価値を最大限に高めることが企業価値の向上につながる』という考えのもと、経営戦略と人材戦略を連動させた「人的資本経営」を推進しています。



執行役員
人事統括部長
片山 智也

エディオンの人材に対する考え方

エディオングループでは現在、約1万6千名の従業員が働いています。そのうち、約9割が全国の店舗や物流センターといったいわゆる“現場”で働いています。ひと口に現場といっても労働環境は様々ですから、それぞれの状況を理解してより良い環

境や制度を構築し、ワークエンゲージメントを高めていくことが責務であると考えています。

中期ビジョンにおいては、変化する市場環境に対応すべく、『インフラ基盤』『事業基盤』『お客様基盤』と3つの基盤強化を掲げています。そのうちインフラ基盤では、人材に関する方針

とし、「未来の人材力を創造」することを重点目標としています。先行きが不透明で将来の予測が困難な時代に、企業が競争に勝ち抜き成長を続けていくためには、状況を的確に判断し、柔軟に対応できる人材の力が不可欠です。そして、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」を主体的に実践していくことのできる人材を獲得・育成するために、様々な施策を展開しています。

人材戦略のKPI

エディオンでは、経営戦略と一体となって人材戦略を推進していくために、「人材KPI」を設定しています。このKPIによって人事施策の効果・進捗を定量的に測定しながら、取り組みの強化・見直しを図っています。

特に離職率については、昨今、若年層の早期離職が社会的な問題となっていますが、当社においてはコロナ禍の期間の反動により微増の傾向にあるものの、小売業界の離職率と比べても低い水準を保っています。今後も働く人に優しい施策と企業風土の醸成に努め、現在の水準を維持していきたいと考

えています。

ワークエンゲージメントについて横ばいの状況が続いていますが、従業員が希望する勤務地や希望する部署・職種への配置転換など、一人ひとりが能力を発揮できる機会を拡充していくことで目標達成を目指したいと考えています。

人材開発・育成の方針

人材開発においては、経営理念における「効用の提供」と「完全販売」への理解を深めることを主眼に置いています。さらに、年度ごとに経営戦略に基づく人材開発の目標を設定し、具体的な施策に落とし込んでいます。2023年度は「効率化による企業価値向上」を基本方針とし、残業時間の削減や業務生産性の向上に取り組みました。2024年度は「変化に対する対応力強化」を基本方針として掲げています。

例えば、当社では、家電に次ぐ第2の柱としてリフォーム事業に注力しています。リフォームで取り扱う商品はキッチン・バス・トイレや外壁塗装など様々で高度な知識と接客スキルを要します。入社3年後の社員で見ると、白物家電の接客スキルはほぼ

全員が保有していますが、リフォームの接客スキルとなると5人に1人くらいの割合でしか身に付いていません。そこで、若手社員の早期の戦力化・スペシャリスト化を目指した教育カリキュラムを導入して、ジョブローテーションに取り組んでいます。2025年度からは接客スキルを6項目に分類し、3年終了時点で6項目すべて一定レベル以上を習得できる研修メニューをさらに拡充していく予定です。

給与ベースアップの実施

当社では2024年度、『2023年度のベースアップ(4%)』に引き続き、『2年連続でベースアップ(約4.5%)』を実施しました。これは、昨今の物価上昇を踏まえた従業員への生活支援、および将来における優秀人材の確保を目的としたもので、過去最大のベースアップ水準となっています。今後も人的資本への投資戦略の一環として、会社業績に応じた継続的な報酬水準の向上を図っていきます。

主な人材KPI

人材戦略	重点分野	指標	2021年度実績	2022年度実績	2023年度実績	2025年度目標
未来の人材力を創造	人件費率の改善	人件費率(連結)	11.2%	11.0%	11.0%	9.0%
	女性活躍の推進	女性社員比率(単体、正社員)	14.1%	14.4%	14.6%	20.0%
		女性管理職比率(単体)	2.1%	2.2%	2.4%	5.0%
	ワークライフバランスの重視	離職率(単体)	2.67%	3.32%	4.61%	—
		有給休暇取得率(単体)	52.8%	60.1%	69.1%	75.0%
	従業員満足度の向上	ワークエンゲージメント(単体)	3.74	3.73	3.73	3.80

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DE&I)

女性活躍の推進

ダイバーシティの属性の一つである女性の活躍を推進する

VOICE：活躍する女性社員の声



(左) 徳永 幸子 店長(岡山県・下中野店)
(右) 達広(たつま) 志穂 店長代理(岡山県・総社店)

徳永 店長に就任してから15年目になります。店舗責任者であっても売り場に出て接客もしますし、セールスの記念品交換なども行ないます。評価する側は現場の状況を知っておかなければならない、と思うからです。

私はエディオンで女性として初めての店長に命じられたので、「私が失敗すると次の女性店長は育たなくなってしまう」というプレッシャーを常に感じていましたし、悩みもしました。ですが、何年も店長をしていれば、売上や利益目標の達成に向けてどのようにするかという考えや行動とともに、もう一つ上の視座で物事を見ることができるようになります。そうした人間的な成長が仕事のやりがいになっています。達広さんをはじめ、自分の部下が成長していく姿を近くで見られるのは、店長としてのやりがいと感じており、ここまで続けてきて本当に良かったと感じています。

ことで、多様な価値観・視点が事業活動全般に反映されることを目指しています。また、女性がライフスタイルの変化によりキャリアを失うことなく活躍できる環境を整えることも重要であるとの考えから、「女性キャリアビジョン研修」を実施しています。入社6年目までの女性社員を対象にした研修では、会社の

私が店長になった当時は、男性の育休などは世間でもあまり制度が浸透しておりませんでした。今は随分変わり、下中野店でも男性3名が育児休業制度を利用しており、昔と比べてかなり充実していると思います。一方で、女性のキャリアアップを考えたときに、「制度を利用して店舗に迷惑をかけてしまうのではないか」「本当に自分が昇進して良いのだろうか」と悩んでいる女性社員はまだ多いのではないかと感じています。結婚や出産を経て同じ職務で復帰ができて、同じ志を持ちながら時短勤務でやっていくということの難しさは残っているのではないかなと思います。そういった悩みを解消するためには、一人でも多くのロールモデルが出てくることだと思います。そのために、微力ながら力になれば良いなと思います。

達広 現在は店長代理として働いていますが、常に向上心があったわけではなく、キャリアアップを諦めていた時期がありました。主任のままでもいいという希望を面談で告げると、どの店長からも「勿体ない」と言われ、その言葉自体がプレッシャーになり、怖くなってしまったからです。そういった心理状況で5年ほど働いていました。

キャリアアップを目指すきっかけとなったのは、ある店長か

人事制度・支援制度を知り、長期的なキャリアビジョンを持って仕事に向き合うことを学びます。リーダー職歴10年以上の女性社員を対象にした研修では、女性らしさを活かしながらリーダーシップを発揮し、後輩たちが前向きに仕事に取り組めるような働きかけができる人材になることを学びます。

らの言葉です。「今の主任という職務を、責任をもって全うしたらいい」と言っていたが、救われたのを覚えています。その後、心の整理がつき、上を目指すために頑張りたいという思いを伝えたところ、「転勤することにはなるが、次のステップへ成長できる店舗がある」と言ってくださいました。そこが、徳永店長のおられる倉敷南店(当時)でした。

当時は課題をたくさん与えられたのですが、「この人に言われたことであればやり遂げたい」と思わせてくれた人が徳永店長です。職場が離れた現在も、悩みがあれば相談できる環境があり、大変ありがたく感じています。

女性はリーダーから主任への壁が1番大きいのではないかなと思います。職責も上がりますし、残業時間や転勤の心配も出てきますので、家庭とのしがらみが大きく、能力があってもセーブしてしまうのだと思います。最近は女性主任が増えてきていますが、ぜひ、女性店長との交流の機会を増やしてあげて欲しいです。まだまだ男性店長ばかりというのが現実なので、きっと良い刺激になるはずですよ。

私自身は徳永店長がよく仰っている、「仕事は楽しく、厳しく」を実践できるような店長になりたいと考えています。店長になることが今まで私を助けてくれた方々への1番の恩返しになると思うので、頑張っていきたいです。

(取材日: 2024年6月14日)

男性の育児休業取得支援

従業員が安心して長く働き続けられるためには、出産や育児、介護の際に、退職以外を選択できることが重要です。管理職に向けての制度説明や他の従業員に制度を理解してもらうための社内広報誌を配布し、従業員間の共通認識が持てるように努めています。特に育児休暇取得促進の取り組みでは、啓発ポスターの掲示や社内通達などを通じた啓蒙活動を積極的に行っており、従業員が制度を利用しやすい環境づくりと職場内の従業員の理解を深める活動を行なっています。

また、男性従業員の育児休業取得促進を目的として、2024年4月より育児目的休暇を2日から5日に拡充しました。今後も、制度・環境の両面から、誰もが働きやすい雇用環境の整備に取り組んでいきます。

子育てサポート企業の認定マーク「くるみん」取得

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。これは、厚生労働大臣が次世代育成支援対策推進法に基づき、一般事業主行動計画を策定した企業のうち、計画に定めた目標を達成し、一定の基準を満たした企業が申請を行なうことによって「子育てサポート企業」として認定されるものです。



シニア人材の活躍推進

少子高齢化による労働人口の減少が深刻化するなか、労働意欲のあるシニア人材の活躍が期待されています。エディオンでは、定年退職後も働く意欲を有する方を再雇用しており、上限年齢を現在の65歳から70歳までに引き上げました。

また、役職定年を迎えた人材がその実務能力や知見を活かし、モチベーション高く働き続けられる環境づくりを進めています。担当する業務については、対象者の能力・適性・業務経験などを勘案したうえで見直しを行ない、処遇についても年齢ではなく成果や貢献度に見合ったものとしています。

障がい者雇用

障がいの有無に関係なく従業員がともに働き、持てる力を発揮できる職場環境の実現に取り組んでいます。現在は、家電営業店舗や物流サービス拠点、小型家電リサイクル処理施設などの各現場で、障がいのある従業員が活躍しています。2023年度のグループにおける障がい者雇用率は2.52%となりました。

今後も適用職務や業務の拡大を図り、障がいのある従業員の皆さんが自信を持ってできる仕事を増やし、人間的にも成長できるよう指導を重ねることで、働きがいを持って意欲的に明るく楽しく働ける環境を整備してまいります。

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。

教育研修体制

エディオンでは、一人ひとりの多様性を尊重し、成長を後押しするとともに、常に新しいことに挑戦できる環境を整え、お客様や社会に貢献できる人材の育成を目指しています。

研修制度では、入社年月および職責に応じた「階層別教育」のほか、次世代管理職研修をはじめとする「選抜教育」、女性キャリアビジョン研修などの「目的別教育」、部門別・職種別の専門的知識を習得するための「職能別教育」、各部署でのOJT (On the Job Training) による現地教育を行なっています。

自己研鑽のための機会提供としては、eラーニングや資格取得支援制度など、学習環境の整備を行ない、一人ひとりのスキルアップを図る体制を整えています。

エディオンアカデミー

2023年4月、エディオンの将来を担う人材の発掘と専門スキルを有する社員の育成を目的に、「エディオンアカデミー」を開校しました。エディオンアカデミーでは、希望するキャリアに応じて「店長育成コース」と「本社専門職育成コース」があり、外部ビジネススクールでのビジネススキル習得や従業員自らが描くキャリアプランに即した研修などを実施しています。

2023年度は、「本社専門職育成コース」にて希望者を募り、社内選抜を経て7名が受講。高度なマネジメントスキルと広い視野を身に付けるため、9ヵ月間、外部ビジネススクールにて異業種の方々とともに学びました。学習後は、希望する本社部署での業務を経験し、業務改革・改善策を経営層に提案しています。また、希望部署に候補者として情報を登録し、意欲とスキルを備えた人材を効率良く配置できる仕組みとしています。この取り組みは現場と本社のジョブローテーション促進も視野に入れており、両方を経験したスペシャリスト社員の育成にもつながると期待しています。

2024年度は現場店長の早期育成を目的として、「現場管理職最短コース」を新設しました。実務知識だけでなく、広い視野と専門性を身に付け、社会の変化に対応できる現場管理職の育成を目指します。



エディオンアカデミー卒業生(後列7名)

次世代管理職研修

2023年度は研修内容の充実を図るべく、1 on 1研修やハラスメント防止といった研修を新設しました。また、従来の店長研修を次世代管理職研修に切り替えて運用しています。次世代管理職研修は、現場従業員が業務改革・改善策を経営層に対して直接提案・意見交換し、企業運営に参画できる場となっています。

本研修から業務改善に至った一例として、割引システムの自動化があります。これまでは、セールやイベントごとに異なる割引を従業員がそれぞれレジ操作して対応してきました。人的作業によるミスや操作の非効率性に対する意見を受け、自動割引システムへと改修しました。こうした業務改革・改善策の立案を通して従業員の課題解決力を高め、将来を担う人材の育成に努めます。

資格取得制度

従業員の能力開発の機会を増やし、キャリア形成を支援する制度の一つとして、「資格取得制度」を導入しています。資格取得基準に基づいて合格時には補助金を支給するなど、資格取得を積極的に支援しています。

家電販売のプロフェッショナルを認定する「家電製品アドバイザー」など、事業に関連する資格の在籍資格保有者数は、年々増加しており、2023年度は11,559名となりました。2024年度は資格保有者数12,000名を目標に、資格取得を積極的に支援していきます。

社内公募による配置転換と育成

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つつも厳正に選考を実施し、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。

ほかにも、人員配置の最適化による業務の効率化を図るために、「ミキワメ適性検査」を導入しています。結果診断はフィードバックされ、自身の性格の特徴を客観的に把握し、ポジティブな面・ネガティブな面を理解して仕事に活かすことが可能になっています。自己申告に性格診断を加味し、職場との適性をきめ細かに把握することで人員配置・育成計画のさらなる最適化を図っていきます。



ミキワメ適性検査

働きやすい職場づくり

2024年度に実施した主な制度拡充

年間休日の増加

113日 → 114日に変更

育児目的休暇の増加

最大2日間 → 5日間に変更(義務化)

介護短時間勤務期間の延長

最長3年間 → 介護の終了まで

雇用延長制度の改定

最長70歳まで延長

ワークライフバランスの向上

エディオンでは、ワークライフバランスを実現し、従業員一人ひとりの生産性を高め、「男女ともに育児・介護をしながらキャリアアップ」できる体制づくりに注力しています。

育児休業については、2024年4月より育児目的休暇を2日から5日に増やしました。介護休業については、介護短時間勤務の期間を延長し、介護が終了するまで無期限としました。

さらに、長時間労働の是正を働き方改革の主要テーマとし、労働時間の短縮に取り組んでいます。2023年度は一部の店舗において、営業時間を10時間から9時間に短縮する取り組みを進めました。2024年3月末時点で、200店舗まで拡大しています。営業時間が10時間を超える店舗・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います。

また、2023年度からは4連休以上の休暇を上期・下期でそれぞれ一回ずつ取得できる連続休暇制度の導入を開始しました。年次有給休暇の取得では、本人や家族の記念日などには、優先的に取得するよう推進しています。

ワークライフバランスに関連する指標および目標(一部)

	2021年度 実績	2022年度 実績	2023年度 実績	2024年度 目標
月平均残業時間 (時間)	12.9	13.0	8.0	6.5
連続休暇制度の 取得率(2023年 (%) 度から制度開始)	—	—	90.7	100.0

やりがいを感じられる仕組み

エディオンは、従業員が自ら考えチャレンジする組織・風土づくりのために、従業員のキャリア開発と能力開発を多方面からバックアップし、会社と個人がともに成長の喜びを実感できる組織風土を目指しています。

例えば、全社員を対象にした自己申告を毎年実施しています。従業員一人ひとりの今後のキャリアや仕事についての考え

方、会社・他部門・自部門に対する提案や要望、異動希望をはじめ、社員と家族の健康状態や家庭状況、職務への適性・興味、上司・メンバーとのコミュニケーションなどを含む職務・職場の総合的満足度などを、直属の上司を通すことなく、人事部へ直接伝えることができます。

地域限定社員制度

働き方の多様化を推進するために、地域限定社員制度を設けています。これは、育児や介護などで転勤が難しい従業員や、働く時間に制約はあるものの正社員として店長や上長としてのキャリアアップを目指したいと考える優秀な人材に活躍の場を提供するための制度です。地域に貢献したい想いを持つ方や、地方創生という視点から社会課題の解決に挑戦したいという方のニーズに応える制度にもなっています。

また、ゼネラルコース(全国転勤あり)を選択している従業員でも育児や介護などで転居が難しい場合には、一時的にエリア限定コース(地域限定)になることができる制度を設けています。

VOICE：地元で愛される企業で働く



今年で入社3年目になり、調理家電の担当社員として働いています。高校卒業後の就職先を考える際に一番大切にしていたのが、地域の人たちに愛され、地域に必要とされている企業で働きたいということでした。入社当初は、日々不安なことがたくさんありましたが、一緒に働いている先輩や地域のお客様にも支えられて、今は楽しく働いています。休日は、友人と遊んだり、旅行に行ったりしてプライベートも充実しています。今後も、大好きな地元で働いて、地域のお客様に愛される社員を目指して頑張っていきたいと思います。

社外取締役座談会

社外取締役4名による座談会を実施しました。中期ビジョンの達成に向けた当社グループのあるべき姿や、ガバナンス体制の強化、企業価値向上のために期待することなど、忌憚なく語り合っていました。



社外取締役
石橋 省三
指名報酬委員長
(在任期間: 10年)

社外取締役
眞弓 奈穂子
(在任期間: 5年)

社外取締役
森 忠嗣
(在任期間: 2年)

社外取締役
坂井 義清
指名報酬委員
(在任期間: 1年)

▶ 社外取締役座談会

エディオングループを取り巻く事業環境について

石橋: 事業環境は率直に言って厳しいですね。一つはやはり、少子高齢化・人口減少の問題がマーケット全体に重くのしかかっていることです。もう一つは、消費者ニーズの変化が挙げられます。高度成長期のように皆が同じものを買えば満足というわけではなくて、何か一味違ったものが欲しいという個性を重視する消費者マインドが主流になってきているということも影響していると思います。

森: 家電製品で言うと、誰もが買う新製品っていうのはおそらくもう簡単には出てこないですね。皆が買う家電製品と言えば、携帯電話が最後でしょうか。今はもうすべてが買い替えで、そういった状況に対応した業界構造におのずと変わっていったというのが現状だと認識しています。

坂井: 少子高齢化・人口減少のほかにも注視すべき事業環境の変化がいくつか思い当たります。例えば、円安と物価高です。この影響で買い控えの圧力は今後かなり出てくると思います。一方でインバウンドがまた復活してくるといって、従来とは少し違うトレンドになってきたという気がします。それから、働き方改革と人手不足ということを背景に、生成AIの活用が大変注目を浴びています。あと5年もしたら市場にも様々な違うものが出てくるでしょうね。

眞弓: コロナ禍を経験して、消費者ニーズの多様化・複雑化などいろいろな問題が出てきて、成長産業ではないということは経営層の皆さんも認識していると思います。ただ、そうした中で一生懸命、新しいことに取り組んでいるというのも最近のエディオンの特徴だと思います。家電販売という本業での生き

残りプラスアルファ多角化、プログラミング教育事業などやっていますが、そうしたなかから将来性が見えてくればというところだと思います。

坂井: 家電販売でも店舗の効率化やEC化など、一生懸命取り組みが進められていますが、もう少しテンポアップする必要があるかなという印象があります。私はシステムについて専門ではありませんが、社内システムってものすごく大事だと思っています。システムの作り込み方によって、仕事のやり方も決まってくるし、効率化も様変わりする。さらには企業の競争力やブランド力まで左右するものだと思います。そういった意味で、社内システムをより良くより使いやすくしていく今後の取り組みに期待しています。

森: システムという意味では、サイバーセキュリティも大事ですね。昨今、世間ではいろいろな事件が起こっていますが、企業活動そのものが止まってしまうからですね。

石橋: システム開発はコストが先行しますから、成果が出るまでに我慢が必要です。お金はたくさん払って期待が膨らんでいるのに、実際何も出てこないというケースもある。必要なのは、経営トップがしっかりとコミットメントして途中で挫折することなく、最後までしっかりとサポートしていくということですね。もちろん、我々としてもチェックを欠かしてはならないと思っています。

取締役会の実効性評価について

坂井: 当社の取締役会は社外と社内が半々でバランスがよいと思います。また、我々が発言したことも、しっかりと取り入れて

くれ、前向きな良い議論ができていると思います。2024年度から監査等委員会の設置会社になりますが、以前から監査役も積極的に参加して発言されていますから、制度は変わるけれども従来から先取りしてやっておられたんだろうなという印象を持っています。

森: きちっと言うべきことが言えるような雰囲気できていますよね。多様性で言うと、バックグラウンドも様々な人がいるので、いろんな見方から意見が出ます。時々、本質から外れるような発言もありますが、それはそれで大事なことだと思います。そこにももしかしたら新しい発見の種があるかもしれない。多様性ってそういうものですから。効率の面だけで言うと、画一的な方が都合はいいですからね。

眞弓: 取締役会はオープンで透明性が高いと思います。また、エディオンで採用された方ばかりでなく、最近是他社からの転職組の方も多く役員になられており、以前に比べてだいぶ組織が変わってきたという印象があります。

石橋: 執行役員も社外から入れてきた歴史があって、金融関係から来た人間がいたり、メーカー出身の人もいたりして、当社には多様な人材が揃っていると思います。エディオンのカルチャーに染まっていない人が必ず社内において、その様な人がい



社外取締役

石橋 省三

指名報酬委員長

(在任期間: 10年)

＞ 社外取締役座談会

ることが刺激になっていると思います。社外から人を入れてきたという点は、高く評価すべきと思っています。

森: ただ、全体的に女性は少ないですね。女性店長は特に少ないと思います。当社に限らず、日本企業全体の課題ではあると思いますが。

眞弓: 人材の課題という点では、目標だとか育成プログラムだとか、いろんなことは人事施策の一環としてやっていたらと思うんですけど、それが私たちには見えてこないという部分はあると思います。

石橋: おそらく従来型の男性社会の店長に求めるものがあったわけですよ。過去の店長がやってきたという文化、それを押し付けている限りなかなか女性は増えてこないの、そこから変えていくということが必要だろうと思います。時間がかかることだとは思いますが。

坂井: まずは母数を増やしていくことでしょうか。

石橋: 三浦まり先生が書いた『さらば、男性政治』という本の中で、「適任な人を女性から選ぶとしないで、最初から何割女性と決めて取り組むべき」という内容があったのですが、それくらいこのことをやらないといけないのかもしれないですね。



社外取締役

眞弓 奈穂子

(在任期間: 5年)

中期ビジョンの進捗と評価について

眞弓: 『インフラ基盤』『事業基盤』『お客様基盤』という3つの基盤の強化は変わらないでやってきていますし、加えてeコマースへの注力ですとか、サステナビリティ経営の強化、これはずっと引き継いで取締役会でも議論してきています。ある意味では方向性というものが明確になって、それを実行してきているということですね。例えば、インフラ基盤では物流体制の強化など、大きく進展しているものもあると思います。

坂井: 当社は基本的に営業基盤が西日本にあり、関東から東北にかけては基盤が薄い。そういうところに対しても物流網を着々と構築してきています。店舗がないからeコマースでカバーしようということで、東側をいかに伸ばすかってところは着実にやっていると評価しています。それからニトリHDとの提携についても、なかなか刺激があって良いと感じています。ニトリHDはもともと北海道で西側に弱いので、双方にとって非常にいい提携なんじゃないかなという印象です。

森: 仰るとおり、物流網の整備やシステムの整備は着実に進んでおり評価することだと思います。ただし、先行き不透明な時代ですから、この先どうなるかっていうのは結局のところ分からない。ですから、それに向けていろんなことをやり続けながら、将来の姿を見つけにいているというのが現状でしょうか。

石橋: サステナビリティ経営については、私は大いに当社を評価しています。というのは、創業の理念が、「効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現」であるわけですが、これこそサステナビリティそのものだと思っているからです。創業当時から現代のサステナビリティの思想を先取りしていたと感心



社外取締役

森 忠嗣

(在任期間: 2年)

しています。

坂井: 全く同感です。「効用の提供と完全販売」って、本当にサステナビリティを先取りしている根本理念ですよ。とにかく商品を中心に長く使う、ずっと使っていただくところがポイントですね。

眞弓: そしてそれをまた買い替えだとか、そういう需要に応じていくと。これは、昨今の循環型経済の概念にも通じるものがありますね。

森: 充実した10年間の長期修理保証を付けているのはエディオンだけですからね。

眞弓: あとは目に見えないサービスというか、人と人との対話というか、そういったところもエディオンの強みだと思います。サービススタッフのアプローチというのは非常に大事ですし、そこをしっかりと教育もしていると思います。そういった強みは投資家の皆さんには伝わりづらいものなので、もったいないなっと思っています。

坂井: 私はまだ就任して1年なので、現場にはあまり触れていないので、もう少し触れるような機会を設けていただくと有難いです。

眞弓: 私は何店舗か視察をさせていただいていますが、ロイヤリティはかなり高いと思います。店舗でもいろんなタイプの方

▶ 社外取締役座談会

がいらっやって、会社のサポートもしっかりしています。人材がこれから育っていく土壌はあると思いますし、外からの採用にも力を入れておられます。店舗における人材の多様性もこれから進んでいくと思います。

石橋: 一方で、少しお行儀が良過ぎるという印象を持っています。もう少し尖った発想の人がいてもいいのかなと思います。お客様対応がメインですから、仕方がないのかもしれないですけど、もう少し新しいことに挑戦する姿勢があってもいいのかなと思います。そういった意味で、まずやれるかなと思うのは管理職の研修ですね。人材が集まって意見交換するっていうようなことをやっていくと、少し流れが変わるかもしれないとは思いますが。

坂井: 型破りな人って確かにあまり見ませんね。私はまだ、本社の中の人しかあまり知らないのですが、確かに資料などもきれいにまとめてくれますし、お行儀の良い模範生という感じがします。

眞弓: 加えて重要なのは、いろいろな人材なり、考え方なり、それを許容できるような体制ですよ。

森: そういった人が出てきた時に、思い切り力を発揮してもらうことが大事で。除外しないように、個性として見ていかなきゃならないでしょうね。

坂井: 新製品だとか新サービスっていうのは、そういった型破りなタイプの人でなくては、なかなか思い付かなかったりしますし。そういった意味では、2023年12月にオープンした横浜西口本店は、よくある家電量販店とはちょっと違う、かなり尖った面白い店舗だと思いました。

石橋: 店舗で売っている物はユニークで面白いものが多くあり

ます。あとは、お店に入って何か新発見があるのかなとか、楽しそうだな……というワクワク感をより一層出して欲しいと思います。

森: 今まででは郊外への出店が中心で、都心部への出店は歴史が浅いので、評価はまだまだこれからですね。ワクワク感だけでなく、しっかりと収益を出せるように頑張ってもらいたいと思います。

今後のエディオングループに期待すること

眞弓: AIとかDX、そういったところをうまく活用して、さらに飛躍していただきたいと思います。新店を出して、そこで売上げを伸ばすという方法は、ある意味では限界が見えていますので、大型店舗がいいのか、都市型店舗がいいのか、地域がどこなのかとか、システムを活用しながら個別対応できめ細かくやっていく必要があると思います。いろいろな意味でシステム運用と人の調和と言いますか、バランスが重要になってくるのではないかと考えています。

森: 前身のデオデオ、ミドリ、エイデンの時代から見ると、随分と組織風土も変わっている、進化していると思います。家電業界っていうのは、今このままの状態であるはずはなく、これから先遅かれ早かれ転換期を迎えます。その時の先駆者というかリーダーになって欲しいなと思います。

坂井: お客様目線かもしれませんが、便利で快適な生活を送る時に、家電って絶対必要なんですよ。家電が無かったら生活ができないので、家の中のインフラだと思っていいと思うんです。そういったなかでエディオンがどのような役割を果たして

いくかといった時に、「効用の提供と完全販売」というお客様第一にしているという姿勢をお客様が感じとれるようなことができればいいですし、そうしたことを今後のエディオンに期待していきたいなと思います。

石橋: 今、株式市場では「日本の家電業界の成長性ってあるの?」ということが言われていて、PER(株価収益率)で買う銘柄じゃないと思われると認識しています。しかし、世界にはお客様が欲しくなる魅力的な製品が幾多とあり、それを的確に提供できるとするならば無限の可能性を秘めていると言えます。だからその可能性を引き出すことが重要で、エディオンこそが新しい家電量販店の姿を築き上げていくと期待しています。そうすれば、また違ったPERの水準を達成する会社になっていくと思います。

眞弓: もう一つ、高橋新社長での体制にも期待しています。理想的な形でバトンタッチ、世代交代が実現したわけですから。

石橋: 創業家を柱としてきた会社で、久保さんが長く社長をされてきたのが、創業家以外から社長が出たということで大いに注目しています。我々としては、新社長が新しい視点でやろうということをサポートし、それをステークホルダーの立場から正しく評価していくことが肝要だと思います。



社外取締役

坂井 義清

指名報酬委員

(在任期間: 1年)

Section 03

持続的成長のための基盤



サステナビリティ・マネジメント

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」でありたいという考えのもとサステナビリティへの取り組みを戦略的に推進していくための体制を整えています。

サステナビリティの考え方

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とともに、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)

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。

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。

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。

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。

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。

5. 法令遵守及び公正な取引

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。

6. 情報開示

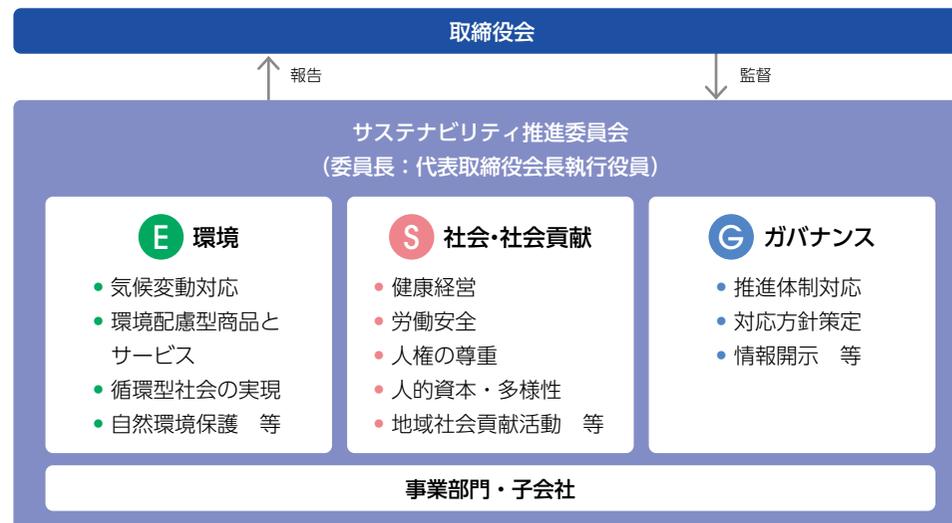
ステークホルダーとの対話と連携を通じて強固な信頼関係を構築し、公正かつ透明性の高い経営を行い、積極的な情報開示に努めます。

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。2023年度は2回開催しました。

サステナビリティ推進委員会における主な議論内容

- 第1回(2023年3月27日)
 - ・委員会の概要(設置目的・役割等)
 - ・サステナビリティ経営に関する動向と当社課題
- 第2回(2023年9月21日)
 - ・サステナビリティ方針
 - ・有価証券報告書へのサステナビリティ情報開示(CO₂排出量削減実績状況、人的資本等)
 - ・その他の外部評価(健康経営度調査結果等)
 - ・脱炭素社会の実現に向けた各自治体の取り組み等



ステークホルダーとの対話

エディオングループは、多様な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います。各ステークホルダーからの要請や期待を把握したうえで優先すべき課題を整理し、取り組みを進めています。

ステークホルダー	エディオングループに対する期待	主な対話方法
お客様	<ul style="list-style-type: none"> • 高品質で満足できる商品・サービスの提供 • 快適で過ごしやすい店舗 • 安心できる長期保証サービスの提供 • 個人情報の適切な管理 	<ul style="list-style-type: none"> • 各店舗における接客やイベント • エディオンネットショップ • オンラインリフォーム相談 • お客様相談室 • お客様アンケート • エディオンアプリやSNSでの情報発信
株主・投資家	<ul style="list-style-type: none"> • 企業情報の適時・適切な開示 • 利益の適正な還元 • 中長期的な企業価値の向上 • 株主優待制度 	<ul style="list-style-type: none"> • 株主総会 • 決算説明会 • 統合報告書 • 株主通信 • 機関投資家向けIRミーティング • IRサイト
取引先、加盟店	<ul style="list-style-type: none"> • 公平・公正な取引関係の維持 • 円滑な情報共有 • 人権、安全、環境などに配慮した調達活動 	<ul style="list-style-type: none"> • 定期的な店舗訪問 • マナー教育研修 • 相談窓口
従業員	<ul style="list-style-type: none"> • 公平・公正な評価・処遇 • 健康的で働きやすい職場環境 • 自己成長と働きがい • ワークライフバランスの尊重 	<ul style="list-style-type: none"> • 従業員向け研修制度 • イン트라ネットを通じたコミュニケーション • スマイルサインミーティング • 社内報による情報提供 • 内部通報制度・相談窓口 • エディオン労働組合
地域社会	<ul style="list-style-type: none"> • 地域の文化や慣習の尊重、環境の保全 • スポーツ振興・発展 • 周辺地域での災害時支援 • 地域貢献活動への参加 	<ul style="list-style-type: none"> • ロボットプログラミング教室によるイベント開催 • 所属選手によるスポーツ教室 • 「エディオンピースウイング広島」の避難所としての活用 • 芸術・文化活動への協賛支援 • 従業員による地域活動への参加
政府・自治体	<ul style="list-style-type: none"> • 法令の遵守、税金の納付 • 地域経済発展への貢献 	<ul style="list-style-type: none"> • 各種届出、調査・アンケートへの回答 • 業界団体を通じての対話

株主・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、機関投資家様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を開催するなどの対話に取り組んでいます。収集した意見は経営陣へ定期的に報告のうえ、今後の経営に活かすようにしています。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、2024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

役員一覧

取締役 (2024年6月27日現在) ※所有株式数は2024年4月31日現在



久保 允誉
代表取締役会長
執行役員 CEO
(指名報酬委員)

1950年2月18日生
所有株式数: 2,239,815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
2024年 6月 当社代表取締役会長執行役員 CEO(現)



山崎 徳雄
代表取締役副会長
執行役員

1957年1月15日生
所有株式数: 74,152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
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
2024年 6月 当社代表取締役副会長執行役員(現)



高橋 浩三
代表取締役社長
執行役員 COO

1961年9月12日生
所有株式数: 37,400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 当社事業本部副本部長 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
2023年 6月 当社取締役専務執行役員
2024年 6月 当社代表取締役社長執行役員 COO(現)



金子 悟士
取締役副社長執行役員
IT戦略本部管掌

1972年8月1日生
所有株式数: 55,920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
2022年10月 (株)EDIONクロスベンチャーズ 代表取締役社長(現)
2023年10月 当社IT戦略本部管掌(現)



浄弘 晴義
取締役専務執行役員
eコマース本部長

1957年3月9日生
所有株式数: 19,900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 当社物流サービス本部長
2021年 2月 (株)e-ロジ代表取締役社長
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
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
2023年 6月 当社取締役専務執行役員(現)
2024年 6月 当社eコマース本部長(現)



石田 亜紀
取締役上席執行役員
経営企画本部長

1972年8月21日生
所有株式数: 12,017株
取締役会への出席状況: 100%

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
2023年 6月 当社取締役上席執行役員(現)
2023年10月 当社経営企画本部長 兼 IR広報部長(現)

> 役員一覧



井上 利郎

取締役上席執行役員
営業本部長

1970年12月24日生

所有株式数: 5,100株

取締役会への出席状況: ー

主な略歴

2018年10月 当社モバイル・ネットワーク
営業部長
2020年 2月 当社モバイル・ネットワーク
商品部長
2021年 4月 当社通信商品部長
2022年 2月 当社情報通信営業部長
2022年10月 当社情報通信運営部長
2023年 4月 当社モバイルネットワーク
統括部長
2023年10月 当社執行役員
2024年 2月 当社上席執行役員
当社デジタル家電統括部長
2024年 6月 当社取締役上席執行役員(現)
当社営業本部長(現)



石橋 省三

社外取締役
(指名報酬委員長)

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
(指名報酬委員)

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 ブレークモア アンド
ミツキ(ブ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 東京青山法律事務所(現 ベーカー&
マッケンジー)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 チューリッヒ・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・マネージ
メント(株)マーケティング・クライアン
トサービス部ディレクター年金チーム
ヘッド
2019年6月 当社社外取締役(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)
(現シティグループ証券(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: 100%

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、
システム企画室担当
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 シルバーエッグ・テクノロジー(株)
社外取締役(現)

役員一覧



山根 よしえ

取締役
常勤監査等委員

1966年8月5日生
所有株式数: 2,561株
取締役会への出席状況: ー

主な略歴

2013年 4月 当社総務部長
2016年 4月 当社業務改善推進部長
2017年 1月 当社情報セキュリティ部長
2017年10月 (株)エディオンハウスシステム
管理部長
2018年 4月 (株)サンキュー管理部長
2020年 4月 (株)サンキュー執行役員
2023年 4月 (株)サンキュー管理本部副本部長
兼管理統括部長
2023年 7月 当社上席執行役員
当社サステナビリティ推進部長
2024年 6月 当社取締役(常勤監査等委員)(現)



福田 有希

社外取締役
監査等委員

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
2017年11月 (株)精工監査役(現)
2024年 6月 当社社外取締役(監査等委員)(現)

※社外取締役福田有希氏は、2024年6月27日開催の第23回定時株主総会において取締役に選任され就任しましたが、当事業年度においては社外監査役に就任しておりますので、社外監査役としての出席状況を記載しております。



坂井 義清

社外取締役
監査等委員
(監査等委員会委員長)
(指名報酬委員)

1956年10月10日生
所有株式数: 0株
取締役会への出席状況: 100%

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ファイナンス(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
2024年6月 当社社外取締役(監査等委員)(現)



清水 英昭

社外取締役
監査等委員

1958年7月15日生
所有株式数: 0株
取締役会への出席状況: ー

主な略歴

1990年 4月 弁護士登録
山田忠史法律事務所勤務
2000年 4月 清水英昭法律事務所開設
2011年12月 上原・清水法律事務所開設
2012年12月 清水英昭法律事務所開設
(現在に至る)
2024年 6月 当社社外取締役(監査等委員)(現)

執行役員 (2024年8月1日現在)

上席執行役員

物流サービス本部 本部長
店舗開発本部 本部長
ELS統括部 統括部長
財務経理統括部 統括部長
内部監査室 室長
株式会社EDIONクロスベンチャーズ
取締役副社長
総務人事本部 本部長
販売統括部 統括部長
営業企画統括部 統括部長
マーケティング統括部 統括部長
広島本店 店長
IT戦略本部 本部長

執行役員

フランチャイズ統括部 統括部長
eコマース統括部 統括部長
人事統括部 統括部長
なんば本店 店長
商品統括部 統括部長
商品企画統括部 統括部長
ELS統括部 副統括部長
物流サービス統括部 物流サービス統括部長
サステナビリティ推進部 部長
横浜西口本店 店長

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
門世 栄次郎
長崎 充善
長谷川 剛
北川 和男
山本 賢

渡辺 伸一
角田 圭
片山 智也
木下 智博
兵頭 剛
安倍 寛
土橋 武
森田 孝博
向田 万里子
住田 徳也

＞コーポレート・ガバナンス

【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8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8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。

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: 10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などによる情報共有を図っています。

監査等委員会

当社グループは、変化の激しい経営環境に柔軟に対応し、さらなる経営体質の強化を図っていくため、企業価値の向上に向けコーポレート・ガバナンスの強化に努めています。

その一環として、2024年6月27日開催の第23回定時株主総会の決議により、監査等委員会設置会社へ移行しました。取締役会における方針や戦略策定などの重点審議および業務執行に対する監督機能を強化することで、一層のコーポレート・ガバナンスの強化・充実を図るとともに、取締役会から取締役への柔軟な業務執行権限の委任が可能となり、業務執行における意思決定の機動性・迅速性の向上が望めることにより、さらなる企業価値の向上を図ってまいります。

指名報酬委員会 開催回数: 10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・執行役員の選解任、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

有事の際の対応方針(BCP等)やコンプライアンスなど、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くリスクを総括的に管理します。

独立社外取締役の比率

(2024年6月27日現在)



女性取締役の比率

(2024年6月27日現在)



指名報酬委員会の独立社外取締役の比率

(2024年6月27日現在)



＞コーポレート・ガバナンス

取締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	サステナ ビリティ
久保 允誉	代表取締役会長 執行役員 CEO (指名報酬委員)	●		●	●			●	●	●	●
山崎 徳雄	代表取締役副会長 執行役員	●	●		●			●	●	●	●
高橋 浩三	代表取締役社長 執行役員 COO	●		●	●			●			●
金子 悟士	取締役副社長 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	●	●		●	●	●			●	●
井上 利郎	取締役 上席執行役員	●		●							
石橋 省三	社外取締役 (指名報酬委員長)	●	●			●				●	
高木 施文	社外取締役 (指名報酬委員)	●	●						●	●	
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	●	●		●	●				●	
山根 よしえ	取締役 (常勤監査等委員)	●						●	●	●	●
福田 有希	社外取締役 (監査等委員)		●						●	●	
坂井 義清	社外取締役 (監査等委員) (指名報酬委員)	●	●	●		●				●	
清水 英昭	社外取締役 (監査等委員)								●	●	

＜コーポレート・ガバナンス

【取締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など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。

【取締役会の実効性評価

取締役会は、全取締役12名と全監査役3名を対象として2024年4月に「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、2023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、意思決定プロセスなどにおいて、当社の取締役会は概ね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、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が行なわれていることの評価が向上し、また、経営戦略や経営方針との整合性を考慮して、多角的視点から審議されていることや、業務執行結果の検証についても評価されました。

一方で、ROE・ROICなどの経営指標および資本コストを意識した議論に関しては、一定程度考慮はされているものの、より一層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。

【役員に対するトレーニングの方針

取締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など、取締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います。

【役員報酬制度

1. 基本方針

当社の役員報酬は、次の基本方針に基づき報酬額を決定します。

- ・企業価値の向上に対するインセンティブとして機能すること
- ・株主の視点に立脚した経営意識の醸成を図り、持続的な成長に資すること
- ・事業規模および業績に対して適切な水準であること
- ・取締役に対する評価や報酬額決定プロセスにおいて透明性および公平性を確保すること

2. 報酬の構成および割合

役員報酬は基本部分と業績連動部分からなる金銭による報酬と、譲渡制限付株式の付与のための報酬(株式報酬)で構成しており、それぞれの総額は株主総会で決議された限度額の範囲内で支給します。

各報酬の割合は基本部分が60%、金銭の業績連動部分と株式報酬の合計が40%を基準とし、次に記載の評価手続きにより決定します。

3. 取締役の個別の報酬等の内容にかかる決定方針

取締役の個別の報酬等の内容の決定にあたっては、公平性および透明性を確保するため、取締役会の諮問機関である独立社外取締役を委員長とする「指名報酬委員会」による審議を経て、取締役会にて決議します。

- ・基本部分: 各取締役の役位、在任期間、会社への貢献度により各取締役の評価を行ない、年度ごとの固定報酬額を決定します。
- ・業績連動部分: 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)の達成度を基準として各取締役の評価を行ない、報酬額を決定します。
- ・株式報酬: 各取締役の役位、会社への貢献度により各取締役の評価を行ない、決定した報酬額に応じた譲渡制限付株式の割当を行ないます。

【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、4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、執行役員候補者および後継者計画の検討ならびに取締役、執行役員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

＞コーポレート・ガバナンス

スキルなどの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づく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。

エディオンの ESG

G 企業倫理、リスクマネジメント

エディオングループは、事業環境の変化にともなう法令・規制の変化や、多様化するリスクに適切に対応していくための体制を整備しています。

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」を制定しています。

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

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。

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。

腐敗防止の取り組み

当社グループは、役員・社員一同が遵守すべき行動基準を定める「エディオングループ倫理綱領」において、商取引に関する法令・商慣習を遵守することを宣言しています。この方針のもと、公務員等に対する贈賄の禁止や代理店を通じた汚職行為の防止などを定めた防止規程を制定するとともに、防止策となるチェック手続きを定めたガイドラインを策定しています。これらの規程・ガイドラインに則り、問題行為の早期発見・是正ができる体制を整えています。万一、当社役員が腐敗行為に該当する行為を行なった場合には、速やかに対処・是正するとともに、必要に応じて取り組みの内容を見直し、再発防止に努めます。

なお、2023年度において、腐敗防止に関連した法令違反や罰金・課徴金などはありませんでした。

税務ガバナンス

エディオングループは適切な税務申告および納税を企業の果たすべき社会的責任と考えています。税務に関する法令・規則などに従い、租税回避を目的とした税務プランニングは選択しません。研修などを通じ、グループ内の税務知識を高め、適切な課税処理を行なえるよう税務ガバナンスの維持に努めます。

また、税務当局からの問い合わせに対して適時適切な対応を行ない、公正な関係を維持し、信頼関係を構築します。税務当局と意見の相違が生じた場合、税務当局と協議し、課題の解決を図ります。今後も適切な納税を通じ、地域社会の発展に貢献してまいります。

コンプライアンス教育

エディオングループでは、従業員一人ひとりが倫理・コンプライアンスを尊重する企業風土の醸成を目指して、階層別のコンプライアンス教育を実施しています。

2023年度の研修実績

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

知的財産マネジメント

事業活動を通じて育まれたブランドや商標、著作物その他の知的財産は、エディオングループにとっての重要な資産です。当社では、知的財産の創出に努めるとともに、これを適切に管理・活用していくことが不可欠であると認識し、知的財産の管理などを図りながら、その価値を一層高めていきます。なお、第三者の知的財産についても最大限に尊重してまいります。

▶ 企業倫理、リスクマネジメント

■ 重要リスクの特定と対応プロセス

エディオングループでは、リスク管理委員会を年4回開催し、リスクの特定、対応計画の策定について議論しています。全社横断的に対応すべきと判断されたリスクを「重要リスク」として取締役会へ報告し、その対応状況をモニタリングしています。2023年度、当企業グループにおいて認識した重要リスクは以下のとおりです。

季節的要因に関するリスク 販売する商品の中には季節的要因により売上が左右される商品もあり、夏季における長期的な梅雨、冷夏や暖冬などによっては、当社グループの業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

競合に関するリスク 当社グループが出店している地域においては、同様の商品を取り扱う他社の店舗が多数存在しています。今後の新規出店などによりお互いの競争が厳しくなることで当社グループの業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

自然災害・事故等に関するリスク 地震・台風等の大規模な自然災害により店舗などが被災した場合や、店舗において火災が発生した場合、被災店舗の営業休止、被害に遭われた方々に対する損害賠償責任等が発生し、当社グループの業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

情報セキュリティに関するリスク サイバー攻撃や不測の事態等により、万が一情報の流出などが発生した場合、当社グループに対する信頼が低下し、売上の減少など業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

固定資産の減損会計に関するリスク 店舗等の収益性の低下により各店舗等の簿価が回収できない事が見込まれる場合、もしくは「固定資産の減損に係る会計基準」等の変更がある場合、当該店舗等について減損損失が計上され、当社グループの業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

店舗開発に関するリスク 当社グループの出店条件に合致する物件が出店計画数に満たない場合、当社グループの業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

外部委託業者に関するリスク 外部委託業者が業務を行なううえで遵守すべき法令やガイドラインに違反する行為があった場合、当社グループの業績に影響を与える可能性があります。

法的規制等に関するリスク 出店計画や事業の遂行に関して、法的規制および規制の変更などの影響を受ける可能性があります。

■ 情報セキュリティ

当社グループは、カード会員情報や顧客購入履歴データなど、多くの個人情報を取り扱っています。また、グループ各社の技術・営業等に関する機密情報などを多数保有しております。これらの情報については、「エディオングループ情報セキュリティ管理規程」によって厳重に管理しています。

昨今では常にサイバー攻撃に晒されるリスクがあり、当企業グループに対する不正なアクセスの監視を強化するとともに、従業員の情報の取り扱いに対する教育にも力を注いでいます。

■ BCP(事業継続計画)の取り組み

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を努めます
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

エディオンの ESG

E 環境マネジメント

エディオングループは、環境負荷の低減を重要な課題の一つとして認識し、「エディオングループ環境方針」に沿った環境保全活動を組織的・継続的に展開しています。

環境方針の策定

2024年3月、当社は新たに「エディオングループ環境方針」を策定しました。これは、当社グループの全従業員が事業活動において基本とすべき姿勢を明文化したものです。今後、環境方針の周知徹底を行ない、環境保全に関する意識向上を図ります。

環境マネジメントシステム

当社グループでは、国際標準規格ISO14001に基づく自社独自の環境マネジメントシステムを構築し、グループ一体となった環境改善活動を推進しています。今後、順次適用範囲を拡大していきます。

エディオングループ環境方針

エディオングループは、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ため、事業活動が環境に与える影響を正しく認識し、環境問題に積極的に取り組みます。

1. 環境配慮型商品・サービスの提供

環境に配慮した商品・サービスの提供を通じて、お客様とともに環境問題に取り組む社会を目指します。

2. 循環型社会に向けた取り組み

リサイクルや環境負荷の少ない調達活動などにより廃棄物の削減に努め、持続可能な循環型社会の実現に貢献します。

3. 脱炭素社会に向けた取り組み

事業活動における資源・エネルギー効率の改善により温室効果ガス排出量の削減に努め、脱炭素社会の実現に貢献します。

4. 自然環境保全

森林保全活動などの地域の自然保護活動を推進するとともに、生物多様性や水・土壌環境を育む豊かな自然環境の保全に取り組めます。

5. 周知・啓蒙

役員・従業員のほか、お客様・お取引先様などの事業活動に関わる皆様へ本方針を周知し、サプライチェーン全体のパートナーシップによる環境負荷の低減を目指します。

6. 環境に関する法令遵守と情報開示

環境に関連する国際規範・法令を遵守して環境汚染の予防に取り組むとともに、国際基準に沿った適切な環境情報の開示とステークホルダーとのコミュニケーションに努めます。

7. 環境推進体制

常に実効性のある取り組みを推進するため、環境マネジメントシステムを構築・運用し、継続的な改善に努めます。

制定 2024年3月27日

エディオンの ESG

E 環境と調和した脱炭素社会の実現

エディオングループでは、気候変動対応を重要な経営課題の一つと認識し、事業活動にともなう環境負荷の低減に努めカーボンニュートラルの実現に向けて取り組みを推進しています。

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。

ガバナンス

当社では、気候関連課題に対する責任者として、CEOである代表取締役会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などを行なうとともに、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、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。

戦略

気候変動が当社グループに与えるリスクと機会、財務的インパクト、2030年時点の世界を想定した戦略のレジリエンスなどを検討するため、シナリオ分析を実施しました。

シナリオ分析の結果、抜本的なシステム移行が達成された場合の1.5°C/2°Cシナリオでは、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し、省エネ家電やリフォーム事業を展開する当社グループにとって機会につながると考えられます。一方、有効な気候変動対策が導入されなかった場合の4°Cシナリオでは、エネルギー効率の高い空調への需要拡大が見込まれます。

1.5°C/2°Cおよび4°Cのいずれのシナリオのもとでも、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ができることを確認しました。

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。

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を実施し、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。

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、Scope1・2・3のCO₂排出量を定め、Scope1・2の合計を2030年度までに2013年度比46%削減することを目標としています。2023年度のScope1・2の合計は、2013年度比39%削減を見込んでいます。Scope3の削減目標については今後検討してまいります。

Scope 1・2・3温室効果ガス排出量の実績および見通し

(単位: t-CO₂e)

	2023年度速報値	削減率(対2013年度)	削減率(対2022年度)
Scope 1	18,980	66%(△34%)	—
Scope 2	100,242	60%(△40%)	—
Scope 3	10,565,795	—	99%(△1%)

※Scope1: 自社の直接排出量(ガス、ガソリン、軽油など)

※Scope2: 他社から供給された間接排出量(電気など)

※Scope3: Scope1・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

＞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°C/2°Cシナリオ		4°C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連する規制強化 製品のライフサイクル（調達、製品、使用、廃棄）に関連する規制強化	<ul style="list-style-type: none"> 税支払の増加 エネルギーコストの増加 省エネ・再エネに関連する設備投資コストの増加 サプライチェーンの操業コスト増による調達コストの増加 事業活動の制限・縮小 	中期	高	非該当	
		政策・法規制	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	<ul style="list-style-type: none"> 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	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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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 気温感応度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 別供給先の確保など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	<ul style="list-style-type: none"> 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	

エディオンの ESG

E 資源循環、生物多様性

エディオンでは、企業活動と環境問題の重要性を認識し、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いでいくための取り組みを行なっています。

小型家電リサイクルの促進

当社のグループ会社であり認定事業者である(株)イー・アール・ジャパンと連携し、エディオン、100満ボルトの直営店舗で使用済み小型家電の回収を積極的に行なっています。

イー・アール・ジャパンでは、使用済みの携帯電話やパソコン、DVDプレーヤーなどの小型家電製品から、金や銀などの貴金属、レアメタルを回収しています。2023年度の小型家電リサイクル回収量は6,977tでした。回収された資源は、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。

全国に広がるグループネットワークを活かした回収体制の構築により、安全で確実な再資源化を推進しています。



回収された小型家電

発泡スチロールの減容と再資源化

家電の梱包等に使用されている発泡スチロールの排出量が多い9拠点に減容機を導入し、再資源化に取り組んでいます。2023年度は、324tの発泡スチロールを再生資源に加工しました。また、加工の際に発泡スチロールを溶解減容処理することで、運搬に用いるトラックは通常の1/20の台数となり、CO₂の排出も抑制しています。



再資源化される発泡スチロール

生物多様性保全に対する考え方

全国に1,200店舗以上を有する当社グループの事業活動は、少なからず生物多様性に影響を与えています。当社では、エディオングループ環境方針に基づき、貴重な森林・水・土壌など自然環境の保全に努めています。自然資本に関するリスクと機会の開示フレームワークであるTNFD (Taskforce on Nature-related Financial Disclosures)などを参考にしながら、情報開示に向けた検討を開始しています。

森林整備活動

杉や桧の銘木が見事に立ち並ぶ桜の名所で世界遺産にも登録されている吉野山(奈良県)は、近年では荒廃地や放置林が点在し、景観や治山治水における影響が懸念されています。このような背景から、県、町、企業等が力を合わせて「吉野フォレスト森林整備活動」を開催しており、当社はこの活動に2008年から参加しています。

2023年度も従業員が参加し、地域の皆様とともに自然環境の保全に取り組みました。



森林整備活動の様子

エディオンの ESG

S お客様満足度の向上

エディオンの商売の原点は「お客様第一主義」です。「お客様は最高のコンサルタント」と考え、多くのお客様にご満足いただけるようお客様の声を反映したサービス改善やオリジナル商品の改良・開発に努めています。

お客様の声にお応えする取り組み

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。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しています。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。

CS向上プロジェクト社長報告会

お客様満足に関して、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10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ごと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。今後とも来店されるお客様におもてなしの心で応対し、未永くご愛顧いただける店舗づくりを目指します。

専門知識・専門技術による接客

お客様に満足してお買い物いただくためには、販売担当者のレベルアップが欠かせません。エディオンでは接客の「質」の向上を図るために、家電の販売接客のプロフェッショナル「家電製品アドバイザー」、各機器設置・トラブル対応のプロフェッショナル「家電製品エンジニア」、住まいと暮らしのスペシャリスト「スマートマスター」、写真とカメラの知識・技能を備えるスペシャリスト「フォトマスター」などの資格取得と人材育成に積極的に取り組み、豊富な商品知識にもとづく接客を実践しています。今後も従業員のレベルアップを通してお客様の満足度向上に努めます。

資格取得者数

- 家電製品アドバイザー 4,620名
- 家電製品エンジニア 261名
- スマートマスター 685名
- フォトマスター(延べ人数) 1,041名

※(株)エディオンおよび(株)サンキュー
2024年3月末現在

商品性能テスト研究所

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、操作性など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商品の操作性をチェックします。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。そのほか、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

エディオンの ESG

S 労働安全衛生、健康経営

エディオングループは、働く人の安全確保および健康保持を、事業活動を行なううえでの最優先事項と位置付け、安心・安全に働ける魅力的な職場づくりを推進しています。

安全衛生委員会

従業員の長時間労働による健康障害の未然防止対策や健康管理など、全社の安全衛生に関する取り組みは「安全衛生委員会」を中心に進めています。安全衛生委員会では、安全衛生活動についての報告・審議、改善施策の決定や、健康診断受診状況・ストレスチェック結果等の確認を行ない、職場の安全衛生担当者を通して安全衛生教育の浸透・推進を図っています。

安全衛生委員会の主な活動内容

- 長時間労働による健康障害の防止対策
- 施設、設備等の点検および使用状況の確認
- 健康診断および健康増進のための措置
- 労働災害の原因の調査および再発防止対策
- 安全衛生情報の収集および労働災害疾病休業等統計
(2023年度 労働災害件数 22件 ※休業者のみ 度数率 0.78 強度率 0.03) など

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、従業員が生き活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2024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2024(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、5年連続で認定されています。今後も引き続き、従業員の健康維持・増進に努めていきます。



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はなく、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。

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。(一部抜粋)

目標項目	2022年度 実績	2023年度 実績	2024年度 目標
定期健康診断受診率(他社への出向者含む)	95.0%	97.5% ^{※5}	100%
生活習慣病リスク有所見者率	27.0%	30.2%	25.0%
喫煙率	23.8%	24.4%	23.0%
ストレスチェック受検率	92.2%	92.9%	100.0%
高ストレス者比率	6.4%	5.5%	5.0%
プレゼンティーイズム ^{※1} (損失割合平均)	21.9%	20.9%	20.0%
アブセンティーイズム ^{※2}	0.78日	0.45日	0.70日
ワークエンゲージメント(自社独自測定 ^{※3})	3.73	3.73	3.80
ワークエンゲージメント(活力・熱意 ^{※4})	2.63	2.61	2.70
年次有給休暇取得率	60.1%	69.1%	75.0%

※1 プレゼンティーイズム: 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 アブセンティーイズム: 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30項目版)の活力・熱意に関する項目を測定(4件法)

※5 診断受診者の集計に誤りがあったため実績数値を修正しています

エディオンの ESG

S 人権の尊重

エディオングループは、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。

人権方針の策定

エディオングループでは、全役員・全従業員が人権尊重の考え方を理解・共有し、実践していくため、2024年3月、新たに「エディオングループ人権方針」を策定しました。今後、本方針のもと、社内教育を進めるとともに、実効性のある人権デュー・ディリジェンスの仕組みの構築を進めていきます。

エディオングループ人権方針

エディオングループは、あらゆる人々の人権が尊重される社会を実現することが企業の社会的責任であることを認識し、その責務を果たすための基本的な行動指針として、本方針を策定します。

1. 本方針の位置付けと適用範囲

エディオングループは、「お客様の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。本方針は、このような企業姿勢を実現するための行動規範として、「エディオングループ倫理綱領」を補完し、一体となってエディオングループ各社の役員と従業員すべてに適用されるものです。

また、エディオングループの事業活動に関わるあらゆるステークホルダーの皆様にも、本方針の定める行動規範をご理解、ご尊重いただくとともに、人権尊重に向けた取り組みを実施いただけることを期待します。

2. 国際規範の尊重

エディオングループは、「国際人権章典」「労働における基本原則及び権利に関するILO宣言」等の国際規範に認められた人権を尊重するとともに、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」などの国際的な原則・基準に則り、事業活動を通じた人権尊重の取り組みを推進します。

3. 法令の遵守

エディオングループは、事業活動において適用される法令や社会規範を遵守します。また、あらゆる国、地域の法令や社会規範が国際規範に認められた人権と矛盾・抵触する場合は、人権を最大限尊重する方法を可能な限り追及します。

4. 重点課題の特定

エディオングループは、その事業活動において特に重視すべき人権課題として、次の課題が存在することを認識し、これらに重点的に取り組みます。

①人種、民族、国籍、信条、宗教、性別、性自認、性的指向、社会的身分及び門地、障がい、職種、雇用形態等に基づくあらゆる差別の禁止

②児童労働、強制労働や若年労働者の保護、その他非人道的な労働環境の撤廃

③結社の自由、団体交渉権その他の労働者の権利の尊重

④安全衛生の確保、労働者の適切な健康管理、ハラスメントの禁止などによる働きやすい職場環境の整備

⑤労働時間の適切な管理と不当な時間外労働の撤廃、適正な賃金の支払い

⑥人の生命、身体、財産等を侵害しない安全な商品、サービスの調達と提供

⑦広告、マーケティング活動における差別やハラスメントにつながる表現の防止

⑧人権に負の影響を与える環境問題の解決に向けた、サプライチェーン全体の環境負荷の低減

5. 人権デュー・ディリジェンスの実施

エディオングループは、事業活動に伴い生じうる人権への負の影響を特定・評価し、その防止・軽減策を講じるため、人権デュー・ディリジェンスを実施します。

6. 救済

エディオングループは、万一事業活動を通じて人権への負の影響が生じていることが判明した場合は、その是正と救済に向けて、適正な手続を通じた迅速かつ適切な対応を行います。

7. 教育と対話

エディオングループは、本方針に従って人権課題を解決するために、すべての役員・従業員に適切な教育と啓発を行います。また、ステークホルダーの皆様にも本方針を公開して理解と浸透を促すほか、継続的な対話を通じて強固な信頼関係を構築し、人権課題の的確な把握と取り組みの改善に努めます。

8. 情報開示

エディオングループは、本方針に基づく人権課題への取り組みの実施状況について、コーポレートサイト等を通じた適切な情報開示を行います。

制定 2024年3月27日

内部通報制度

エディオングループでは、内部通報窓口を設置しています。また、通報者の秘密・匿名性を確保し通報しやすい環境を整備するために、労働組合や弁護士事務所とも連携しています。加えて、ステークホルダー全般にわたる幅広い人権侵害の苦情、通報を受け付けるため、外部の第三者である弁護士事務所を窓口とする通報窓口を設置し、リスク低減を実施しています。

エディオンの ESG

S サプライチェーン・マネジメント

エディオングループは、安心して満足いただける製品・サービスの提供だけでなく、調達活動を含めたサプライチェーン全体で持続可能な社会の実現に貢献していきます。

調達方針の策定

2024年3月、「エディオングループ調達方針」を策定しました。本方針では、公正・公平・透明な取引を実践するとともに、法令・倫理の遵守、人権、環境へ配慮した調達活動の基本姿勢を定めています。今後、本方針をもとに、取引先とのパートナーシップの強化を推進していきます。

エディオングループ調達方針

エディオングループは、事業活動を通じて様々な社会課題の解決に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献することが企業の社会的責任であると認識しています。品質・価格・納期・安定供給・経営の安定性・技術開発力等に加え、公正で透明性の高い情報開示・法令及び社会的規範の遵守・人権の尊重・不当な差別の撤廃・児童労働や強制労働の排除・環境保全活動など、企業の社会的責任への取り組み等の諸般の事情を総合的に考慮して、調達先を選定した上で、サプライチェーン全体の継続的な発展に向けて、お取引先様と良好かつ健全なパートナーシップを構築することにより相互の繁栄・存続を目指し、持続可能な調達活動に取り組みます。

1. 法令遵守

調達活動に適用されるあらゆる法令及び国際規範を遵守します。

2. 商品・サービスの品質と安全性の確保

- ①お取引先様との協調のもと、商品・サービスの品質と安全性の維持・向上に努めます。
- ②商品・サービスの欠陥や事故が万一発見された場合、適切な情報開示、行政機関への報告や商品回収など、法令を遵守した適切な対応を迅速に実施するものとし、そのために必要な体制を構築します。
- ③品質と安全性に関する法規制に違反する商品や、第三者の知的財産権を侵害する商品の取扱いはいいたしません。

3. 人権尊重

- ①「エディオングループ人権方針」に従い、調達活動に関わるすべての人々の人権を尊重し、人種、民族、国籍、信条、宗教、性別、性自認、性的指向、社会的身分及び門地、障がい、職種、雇用形態等に基づくあらゆる差別を排除します。
- ②人権デュー・ディリジェンスを実施し、調達活動に伴う人権への負の影響の特定・評価とその防止・軽減に努めます。万一人権侵害が発生した場合は、速やかな是正・救済に取り組みます。

4. 労働環境の整備

- ①児童労働、強制労働の禁止や若年労働者の保護、その他の非人道的な労働環境の撤廃に取り組みます。
- ②結社の自由、団体交渉権その他の労働者の権利を尊重します。
- ③労働関連法令を遵守し、安全衛生の確保、労働者の適切な健康管理、ハラスメントの防止など、働きやすい職場の整備に努めます。
- ④労働時間を適切に管理し、不当な時間外労働の撤廃に取り組みます。
- ⑤雇用、昇進、報酬などの機会均等を確保し、労働者の公平・公正な処遇と能力開発に努めます。

5. 環境への配慮

- ①「エディオングループ環境方針」に従い、環境関連法令を遵守し、サプライチェーン全体のパートナーシップによる環境負荷の低減を目指します。
- ②リサイクルや環境負荷の少ない調達活動などにより廃棄物の削減に努め、持続可能な循環型社会の実現に貢献します。
- ③資源・エネルギーの効率的な調達により温室効果ガス排出量の削減に努め、脱炭素社会の実現に貢献します。
- ④調達活動が自然や生態系に与える影響を認識し、水・土壌環境、生物多様性その他の環境保全に取り組みます。
- ⑤環境マネジメントシステムを構築・運用し、常に実効性のある取り組みを推進します。

6. 公平・公正な取引

- ①商取引に関する法令や健全な商慣習を遵守し、いずれのお取引先様とも公平かつ公正に接するとともに、自由な競争と透明な取引を行います。
- ②反社会的勢力との交際や便宜供与を一切行わず、いかなる関わりも持ちません。
- ③政治や行政と健全かつ正常な関係を維持し、汚職、賄賂、その他のあらゆる腐敗の防止を徹底します。

7. 情報管理

- ①情報関連法令やエディオングループ「個人情報保護方針」を遵守し、個人情報や機密情報を適切に管理します。
- ②情報セキュリティ体制を構築し、社内外からの不正アクセス等による情報の流出・損失の防止に努めるとともに、従業員の教育・訓練を継続的に実施します。

8. 事業の継続

自然災害等の危機が発生した場合でも、防災上の必需物資などの製品を供給できるサプライチェーンを整備し、出来る限り事業を継続できる体制の構築に努めます。

9. 社会との共生

地域社会との健全な協調・交流を図り、お取引先様とともに広く社会に貢献できる活動を行います。

10. 情報公開と対話

適切な情報公開とコミュニケーションを通じて、あらゆるステークホルダーと信頼関係を構築するとともに、サプライチェーン上の課題を的確に把握し、その解決に努めます。

11. 適用範囲

本方針は、すべてのお取引先様を対象にしています。

制定 2024年3月27日

▶ サプライチェーン・マネジメント

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などに従い、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。

サプライチェーン全体での人権配慮

当社グループ内における人権侵害に限らず、調達から商品の販売・サービスの提供、そして廃棄・再利用に至るまで、サプライチェーン全体における人権に関するリスク管理と適切な対応を行なうための組織体制を整えています。また、サプライチェーン上での労働問題など、様々な人権に関する負の影響が発生することを防止・軽減するため、お取引先様に対し「エディオングループ人権方針」および「エディオングループ調達方針」への理解と協力を求めています。

「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みます。

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づくりにも注力しています。



マナー教育座学研修



技術研修

エディオンの ESG

S 地域社会への貢献

エディオングループでは、事業活動だけでなく、スポーツ振興や文化振興・社会貢献活動を通じて、地域社会の発展に貢献しています。

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

長距離ブロック9名、一般種目ブロック5名(2024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30回出場しています。



WEBサイト <https://www.edion.co.jp/athlete/>

2023年度の主な戦歴

第107回日本陸上競技選手権大会・10,000m 兼 パリ2024オリンピック競技大会 日本代表選手選考競技会	10,000m	8位	矢田 みくに
エディオンディスタンスチャレンジ in 大阪 2023	5,000m 1組	3着	工藤 杏華
	5,000m 2組	8着	江口 美咲
		20着	平岡 美帆
	5,000m 4組	1着	水本 佳菜
		9着	中島 紗弥

エディオンアーチェリー部

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。

WEBサイト <https://www.edion.co.jp/Sustainability/community/archery>

2023年度の主な戦歴

第58回広島県アーチェリー選手権大会	リカーブ男子	1位	河田 悠希
		2位	岩田 歩
	リカーブ女子	1位	堀口 理沙
		2位	樽本 邑里



プロサッカーチーム サンフレッチェ広島・サンフレッチェ広島レジーナ

エディオンは旧デオデオ時代を含め、1992年のサンフレッチェ設立当初からスポンサーとして支援してきましたが、2023年9月にサンフレッチェ広島を運営する株式会社サンフレッチェ広島を連結子会社化しました。今後は、これまで以上に地域企業やファンの皆様とともに、クラブの成長と発展を目指してサポートしていきます。



WEリーグカップ優勝

TOPICS

サッカースタジアム「エディオンピースウイング広島」が開業

サンフレッチェ広島の新たな本拠地となる「エディオンピースウイング広島」が、2024年2月に開業しました。広島市中心部に誕生した新スタジアムは「歓声と憩いをまちなかに。」がコンセプト。32m×9mのメインビジョン、多彩な演出が可能なムービングライト、最新鋭の音響設備などを備え、翼(ウイング)をイメージさせる屋根を持つ開放型のスタジアムです。また、緑豊かな園内は憩いの場として、幅広い世代の方々が日常的に訪れたいくなる国際平和都市にふさわしい広島市街の新たなランドマークとなっています。



スタジアムモニュメント



サンフレッチェ広島

▶ 地域社会への貢献

プロeスポーツチーム「Detonation FocusMe」

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。



エディオンスポーツ教室の開催

地域の子どもたちに、身体を動かすことの楽しさや運動の大切さを、トップアスリートとのふれあいの中で感じていただくことを目的に、「エディオンスポーツ教室」を開催しています。2023年11月12日に第2回目を広島県総合グランドにて実施しました。エディオン女子陸上競技部、サンフレッチェ広島レジーナの所属選手らが講師を務め、小学校4年生から6年生81名に陸上競技・サッカーの2種目を体験していただきました。



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。2023年度は、2月14日に実施し、全国約480拠点の従業員が参加しました。



パラリンアートに賛同

パラリンアートとは「障がい者がアートで夢を叶える世界を作る」ために、一般社団法人 障がい者自立推進機構が主体となり、障がい者の社会参加と経済的自立を推進する取り組みです。エディオンは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。

2023年12月28日には、マイドームおおさかで開催された小中学生を対象とする体験型イベント「STREAM FEST.2023」にて、エディオンとパラリンアートがコラボレーションし、パラリンアート展覧会を出展しました。ブース内ではワークショップとして缶バッジづくりを体験いただき、缶バッジの売上金の一部はパラリンアートに寄附しました。



パラリンアート絵画パネルの展示風景

能登半島地震への支援活動

当社グループの株式会社サンキューでは、2024年1月1日に発生した「令和6年能登半島地震」によって被災された皆様や被災地の復興に役立てていただくために、2024年1月26日、義援金1,000万円を寄附しました。そのほか、同社では被害を受けられたお客様が対象の店舗にて商品を購入される際の割引支援、サンフレッチェ広島レジーナの選手による募金活動などを実施しました。復興支援などの活動に尽力されている方々に深く敬意を表しますとともに、被災された方々の安全と一日も早い復興を心より祈念いたします。



©2024 S.FC

11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	2024/3
											(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	721,085
営業利益	13,720	10,745	17,050	15,273	15,378	17,842	12,284	26,785	18,796	19,186	16,929
経常利益	14,883	11,118	17,275	16,005	16,167	18,889	13,365	27,811	21,589	19,248	17,339
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	9,021
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	431,694
純資産額	146,756	145,086	141,986	151,512	169,005	178,172	180,400	193,841	199,480	201,656	214,921
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	19,962
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	△68,717
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	47,531
現金及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	12,011
											(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	90.07
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	81.35
配当金	22.00	20.00	22.00	26.00	28.00	32.00	34.00	46.00	44.00	44.00	45.00
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	2,042.40
											(%)
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	49.7
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	4.3
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	2.3
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	17.19
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	0.76
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	3.5
D/EL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	0.4
配当性向	45.4	43.7	36.6	19.5	30.8	30.4	33.6	29.6	35.1	39.2	50.0

※1 税率変更などに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

▶ 11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	2024/3
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	15,947
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	9,170
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	6,777
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%	37.2%	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%	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	1,202
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	1,121
エディオンカード会員(万人)	456	465	469	475	482	489	490	486	485	485	483
あんしん保証カード会員(万人)	341	502	640	720	775	798	809	829	838	854	866
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	41,174
小型家電リサイクル回収量(t)	—	2,915	6,346	6,928	7,619	7,760	9,073	8,853	8,135	8,718	6,977
CO ₂ の排出量(t-CO ₂)※1	—	—	151,306	138,773	126,736	111,327	112,809	110,994	—	—	—
Scope1	28,961	—	—	—	—	—	—	—	21,108	20,273	18,980
Scope2	166,542	—	—	—	—	—	—	—	93,705	85,470	100,242
Scope3	61,780※2	—	—	—	—	—	—	—	36,976※2	10,624,918※3	10,565,795
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	68
太陽光発電システム(自家消費)の 設置拠点数	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5
電力購入契約(PPA)の設置拠点数	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	7
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	5,471
太陽光発電システムによる CO ₂ の削減量(t-CO ₂)※3	—	—	—	1,372	1,727	2,293	2,090	2,051	1,817	2,134	2,396

※1 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

※2 Scope3のうち、一部のカテゴリのみ算出

※3 2023年度 集計方法変更のため数値を修正しています

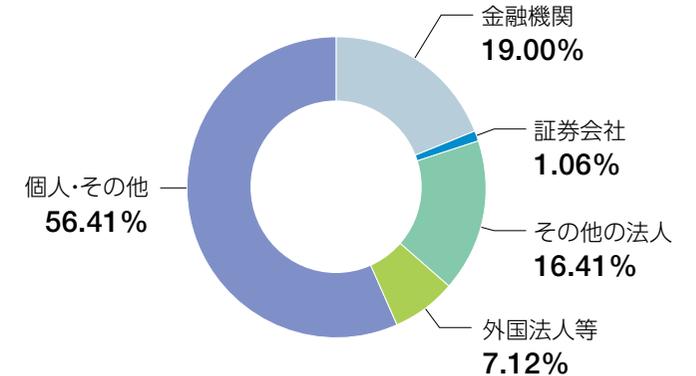
会社情報 (2024年3月31日現在)

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	15,947名 (正社員9,170名、臨時従業員6,777名)

株式情報 (2024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	151,523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

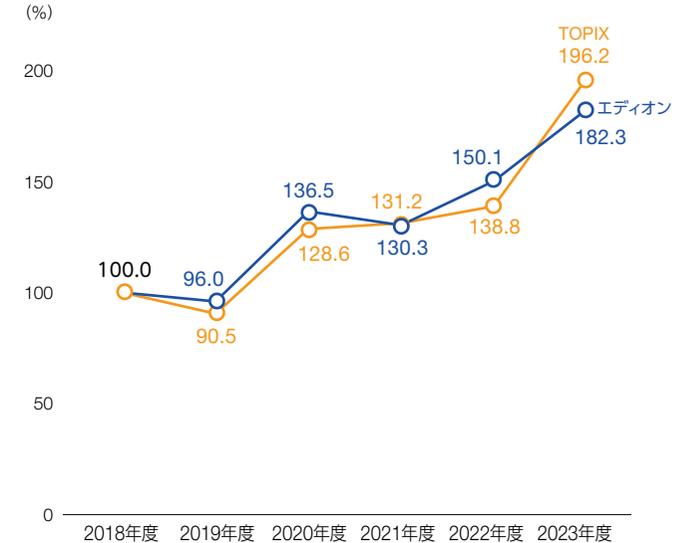


大株主(上位10名)

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	9.73
エディオングループ社員持株会	7,870	7.49
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	7,561	7.20
株式会社ダイイチ	3,449	3.28
久保 允誉	2,236	2.13
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,977	1.88
NOMURA AYA	1,910	1.82
第一生命保険株式会社	1,811	1.72
株式会社三菱UFJ銀行	1,692	1.61
エディオングループ取引先持株会	1,687	1.61

- (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6,929,139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

株主総利回り (配当込み比較指標: TOPIX(東証株価指数))



社外からの評価

MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ

世界最大規模の年金運用機関であるGPIF(年金積立金管理運用独立行政法人)がESG投資のために採用している「MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ」の構成銘柄に選定されています。

SOMPOサステナビリティ・インデックス



2024年度、「SOMPOサステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に選定されました。本インデックスは、ESGの取り組みに優れた約300銘柄から構成されるもので、複数の年金基金・機関投資家のサステナブル運用に採用されています。

健康経営優良法人2024(大規模法人部門)



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2024(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認定されました。今回で5年連続の認定となります。

グループ会社 (2024年8月1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
(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	一般貨物運送業、家電販売・設置事業、電気工事事業等	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)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
(株)麻布	愛知県春日井市	10	屋根・外壁塗装・リフォーム	100.00
室山運輸(株)	岡山県倉敷市	20	一般貨物自動車運送事業	100.00
(株)サンフレッチェ広島	広島市中区	2,099	プロサッカーチームの運営	76.10
その他	1社			

- (注) 1. 主要な連結子会社にキャッシュ・マネジメント・システム(CMS)を導入し、資金の貸付けおよび余剰資金の受入れなど一元管理を行なっています
 2. (株)サンフレッチェ広島は特定子会社に該当していません
 3. 2023年10月1日付で、連結子会社である(株)ジェイトップと(株)e-ロジは、(株)ジェイトップを存続会社とする吸収合併を行なっています
 4. 2024年3月27日開催の取締役会において、当社は100%子会社である(株)サンキューを2025年4月1日付で吸収合併することを決議しています
 5. 2024年7月1日付で、連結子会社であるフォーレスト(株)とフォーレスト酒販(株)は、フォーレスト(株)を存続会社とする吸収合併を行なっています



株式会社 エディオン

<https://www.edion.com>

〒530-0005 大阪市北区中之島二丁目3番33号 TEL 06-6202-6011 (大代表)