

KS ケーズデンキ

KS ケーズデンキ
統合報告書 2020





KS ケーズデンキ

目次

01 目次・編集方針

02 ケーズデンキグループの規模と概要

03 企業理念、経営方針

05 トップメッセージ

08 社外取締役の声

09 価値創造の歴史

11 価値創造のプロセス

13 当社のビジョン

15 従業員への取り組み

17 ケーズデンキのサービス、店づくり

21 環境への取り組み

23 社会への貢献

25 コンプライアンス

27 資本政策、財務戦略、配当方針

29 財務ハイライト

31 コーポレート・ガバナンス

34 企業情報

編集方針

本報告書は、当社グループの概要、企業理念、歴史、ESGなどをはじめとする非財務情報と財務情報を合わせて開示し、当社が考える成長ビジョンについて説明することにより、更に当社に対するご理解を深めていただくことを目指しています。

【対象範囲】

本報告書は、ケーズホールディングス（連結）を対象にしていますが、一部、ケーズホールディングス（単体）もしくは、子会社のみのデータ・取り組みを対象に報告している部分がございます。

【対象期間】

2019年4月1日～2020年3月31日（2020年3月期）
ただし、一部期間外の取り組みも報告しています。

【発行日】

2020年11月

【参考にしたガイドライン】

国際統合報告書評議会（IIRC）「国際統合報告フレームワーク」

ケーズデンキグループの規模と概要

業界シェアは約10%

当家庭用電化製品市場規模は、およそ7兆円。当社グループの売上高は7,082億円（2020年3月期実績）。つまりおよそ10%の業界シェアを誇っています。

全国各地を子会社ごとに運営

当社グループは、(株)ケーズホールディングス、(株)ギガス、(株)関西ケーズデンキ、(株)ビッグ・エス、(株)北越ケーズ、(株)九州ケーズデンキ、(株)デンコードーの7社が家庭用電気製品小売業を運営しています。その他に、家庭用電気製品小売業を運営するフランチャイジーとして(株)ウシオ、(株)岡山、(株)浜松ケーズの3社があります。また、(株)ケーズソリューションシステムズが携帯電話の小売業・取次業、(株)ケーズキャリアスタッフが人材派遣業、(株)テクニカルアーツがパソコン教室の運営とパソコンサポート事業を行っています。それぞれの地域で運営することにより地域の特色を活かした人材採用、物件の開発、きめ細やかな営業支援が可能になっています。

店舗数は全国に500店舗超

既存店はスクラップ&ビルド方式により、常に新しい店舗作りを目指しています。また、空白地域・空白県への出店を進めると同時に、人口が多く住んでいる都市部への出店も強化しています。

ひよこパソコン教室



テクニカルアーツ運営
ケーズデンキ内に設置
56校
(2020年7月末時点)

家電に特化した専門店

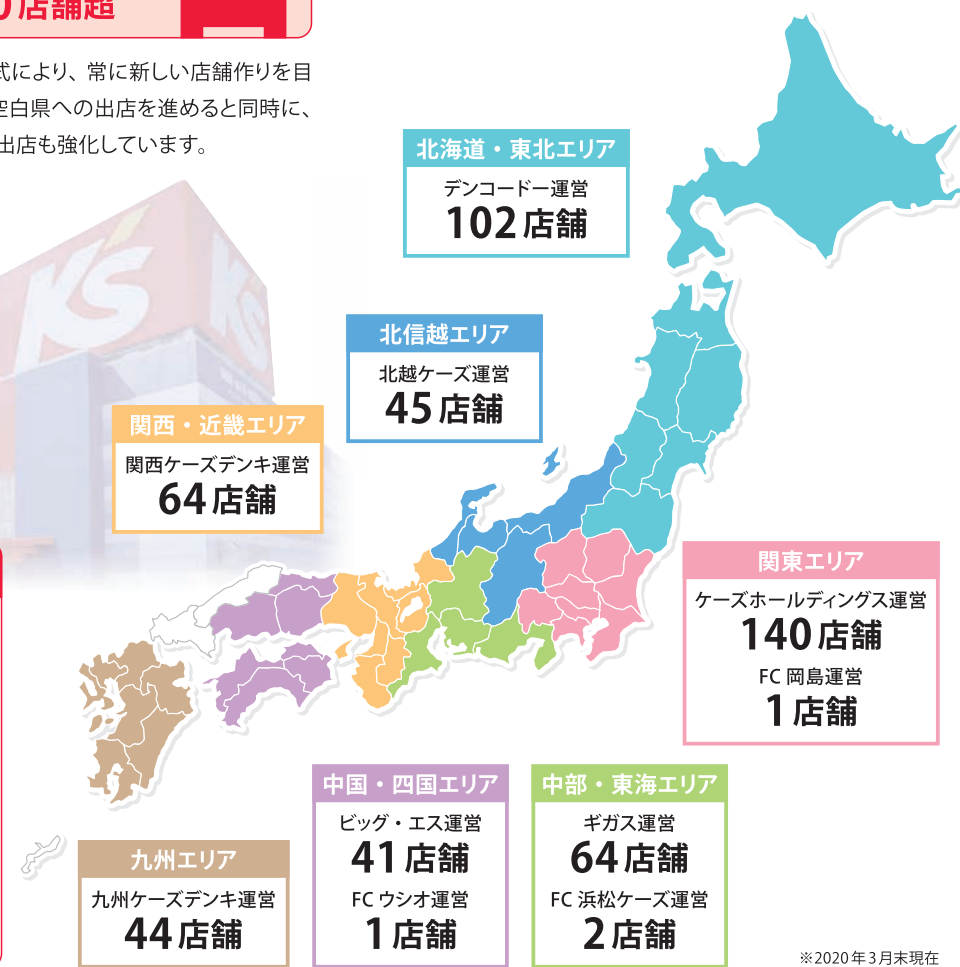
昨今は、家電以外の商品やサービスを取り扱う企業もありますが、当社グループは家電品に特化することによって従業員の専門性を高め、コストの抑制が図られており、より多くの利益を生み出すことにつながっています。

従業員数はおよそ15,000人

正社員は6,735人、臨時従業員数は8,233人*です。
*臨時従業員数は年間の平均人員で記載しています。

ケーズデンキあんしんパスポート 会員数は4,000万人超

「ケーズデンキあんしんパスポート」は2008年6月にサービスを開始し、2020年3月末現在では日本全国に4,000万人超の会員様がいらっしゃいます。2015年6月よりスマートフォン向けアプリでの運用も開始し、更に便利になっています。



企業理念、経営方針

当社グループの企業理念は、創業者である加藤馨が戦後6人で「有限会社加藤電機商会」を始めたころの思想から変わっていません。その後、現名誉会長である加藤修一が父の考え方を受け継ぎ、現在の経営方針に具現化しました。私たちは、今も変わらずその経営方針を受け継いで日々店舗を運営しています。

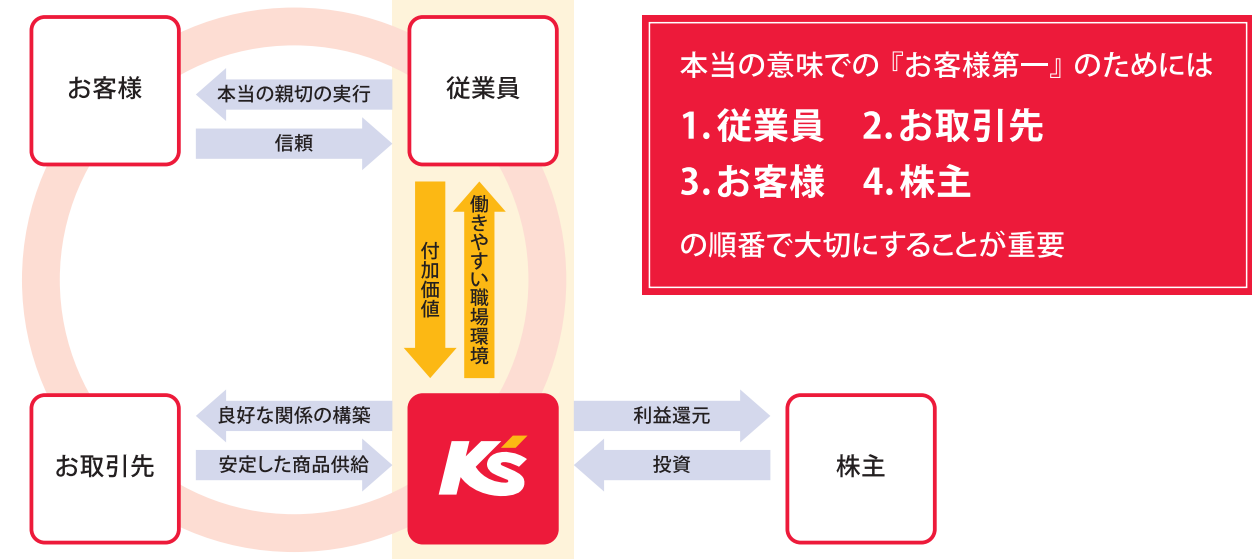
企業理念

人を中心とした事業構想を図りケースデンキグループに関わる人の幸福を図る。事業を通じて人の「わ」（和、輪）を広げ、大きな社会貢献につなげる。

経営方針

『がんばらない経営』

無理をして自分の力以上の力を出すことは短期的には可能であっても、終わりのない会社経営には適切ではありません。無理をすれば必ずその反動があります。お客様にご満足いただくためにあるべき姿に向かって、正しいことを無理をせず、確実に実行していく経営方針を『がんばらない経営』と表現しております。



“お客様を大切にする”というのはどの小売業でも重要視している考え方だと思います。しかし当社は敢えて、順番をつけるのであれば「1、従業員 2、お取引先 3、お客様 4、株主」の順に大切にしようと考えています。これは決してお客様を軽んじているわけではありません。お客様を大切にするにはまず会社が従業員を大切にしなければそのことは実現しません。会社から大切にされていない従業員が、お客様に親切にすることができのでしょうか。従業員が大切にされていると感じるからこそ、お客様に本当の親切を提供することができるのです。お取引先も同じです。お取引先と良好な関係を築くことで、お客様へ安定した商品提供を実現することができます。

つまり、従業員、お取引先の順で大切にすることとは、結果的に本当の意味でお客様を大切にすることにつながるのです。そして得られた利益は株主をはじめとした、すべてのステークホルダーに還元されます。この一連のつながりが事業を通じた人の「わ」（和、輪）であり、そのことが延いては社会貢献に繋がるという考え方です。

我社の信条

一、我等は今日一日を、感謝の気持ちで働きましょう

一、我等は今日一日を、健康で楽しく働きましょう

一、我等は今日一日を、親切と愛情を以って働きましょう

一、我等は今日一日を、電気専門店の誇りを以って働きましょう

一、我等は今日一日を、生産性の向上に努力しましょう

当社の創業者である加藤馨は、店舗が拡大するにあたり従業員が分かりやすく企業理念を実行するための行動基準を作ろうと、5項目からなる我社の信条を作りました。
生産性の向上を最後に配し、すべての人に対して感謝の気持ちをもって、健康で楽しく、愛情をもって働くという我社の信条は、従業員を大切にせる企業理念に通底しています。

店舗運営理念

ケースデンキのK'sとは

Keep! Customer Satisfaction（お客様の満足を守りつづけよう!）

というケースデンキの企業姿勢を表しています。私たちにとって最も大切なことは、お客様一人ひとりに「満足」を提供することです。

ケースデンキはお客様に3つの満足（S）をお約束します。

1. Keep! Super Price 新製品を超安値で提供し続けます。

安値を実現するためにムダを省き、知恵を駆使してお客様にご満足いただける「ケース価格」を提案し続けます。

2. Keep! Super Service アフターサービスでも日本一を目指します。

従業員一丸となって、時代の一步先を行くサービスを考え、実行します。

3. Keep! Super Quality 品質の高い商品だけを提供し続けます。

いつも、安心して買い物いただけるよう、全ての商品を品質第一で選び、提供します。

私たちの仕事の全ては、以上のことを実現するためにあるのです。

Customer Satisfaction（CS：顧客満足）とは

提供された商品・サービスなどについて、お客様が自分自身の基準で評価すること。

私達にとっては？

お客様側から客観的にサービスを捉え、お客様の満足を追求すること

自社の立場・サービスの提供者の立場から都合の良い方に考えないこと

トップメッセージ



代表取締役社長執行役員

平本 忠

「がんばらない経営」が ESG、SDGs 実現の原動力

この度の新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様に心よりお見舞い申し上げますとともに、この未曾有の危機の中、医療従事者をはじめ社会生活を支えていただいている皆様に敬意と感謝を申し上げます。

私ども家電小売業も生活必需品を取り扱う社会インフラの一つとして、社会的責任を果たしていく所存です。そのためにも当社としては、従業員の健康と安全を最優先に安定した店舗運営をご提供できるよう取り組んでいるところです。そのことが、結果としてお客様

やお取引先様への感染予防に最も有効な対策であると考えています。

当社は、「人」を中心に据えた考え方を基本としております。まず従業員を第一とすることで、お客様、お取引先様、そして株主様、その「人」との「わ」（和、輪）を大きくし、当社の事業を成長させると同時に、当社に関わるすべてのステークホルダーの「人」が幸福を感じていただけるものと考えております。その経営の基本理念が「がんばらない経営」ということです。

「がんばらない経営」は2つの考え方から成り立っています。1つは「正しいことを確実に行う」、もう1つは「無理をしない」ということです。道理に背いて我を張り、従業員に過度な圧力をかけて背伸びをした経営を続ければ、いずれは歪みが生じてきます。それは誰も幸福にしないし長続きもしません。当社は「がんばらない経営」の理念のもと創業以来着実に成長し、これからも「人」とともに成長し続けます。

昨今、ESGやSDGsに大きな注目が集まり、グローバルな社会になったことで地球規模でサステナブルな行動が企業にも求められています。当社は創業以来、サステナブルな経営をしてきたものと考えております。

当社は「経営とは終わりのない駅伝競走」という考え方を創業から受け継いでいます。経営とはゴールテープを目指して全力疾走をすることではなく、無理をせず着実にタスキをつないでいくことです。要するにサステナブル経営の考え方と同一です。そのためには社会の要請に素直に適応していなければなりません。振り返ってみますと、まさにESGやSDGsに沿った考え方で経営をしてきたものと考えております。

環境への取り組みでは、地球温暖化の問題が大きく取り上げられた2005年の京都議定書が公布されてから業界に先駆けて「省エネ推進室（現CSR部）」を立ち上げ、店舗の省エネはもちろん、省エネ家電の普及推進活動にも積極的に取り組んでおります。

また2000年代に入り大型家電の廃棄問題から法制化された「家電リサイクル法」の施行とともに、当社では早期にリサイクル管理システムを構築し、ご不要になった家電品の適切な回収とリサイクル業者への引渡業務を行っております。

その後制定された「小型家電リサイクル法」においては、小売店での使用済み小型廃家電の回収は任意とされましたが、消費者の利便性と家電専門店としての社会的責任という観点から、業界の中でも先がけて省庁からの承認を得て、全店で取り組みをスタートさせました。

更に昨今、働き方改革が叫ばれていますが、当社はずっと働きやすい会社として従業員を大切にしている経営で業績を伸ばしてきました。2013年に「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞 実行委員長賞を受賞し、ご評価いただいております。

申し上げたいことは、これらのことは当社が創業以来培ってきた正しいことを素直に確実に実行するという経営方針によって、当たり前のこととして取り組んできた結果であるということです。

これからも「がんばらない経営」をESG、SDGs実現の原動力として取り組んで参ります。

そして、この度、統合報告書という形でその取り組みを整理しまとめました。

今後すべてのステークホルダーの皆様との対話を通して、より一層の企業価値向上に努めてまいりたいと思っております。



SDGsとは
「持続可能な開発目標：Sustainable Development Goals」の略称です。2015年9月の国連サミットで採択された、2030年までの実現を目指す国際目標で、17のゴールと169のターゲットから構成されています。

家電専門店としての成長戦略

当社は家電専門店として全国あまねくドミナント出店を続けてまいります。

総務省の発表によれば2020年1月1日現在の総人口は、1億2,714万人となり、前年比0.24%（30.5万人）の減少となったとのこと。この先も人口減少は進みますが、当社はドミナント展開による出店をし続け、人口減少率を上回るシェア拡大を図って参ります。人口減少が進む中、家電需要も逡減することから業界内では多角化に踏み出す向きもございます。

しかし当社は、他業種への参入にコストをかけるより得意な家電流通に集中することで、専門店としてのクオリティを高められ、オペレーション効率の向上を図り、品質の高いサービスとローコストの両面を実現しながらシェア拡大を目指します。

そのような取り組みでなぜ今後もシェア拡大が可能かといいますと、家電は生活必需品として需要は無くないということ、そして家電にまつわるイノベーションの芽はこの先も途切れることはないからです。当社は家電専門店としてメーカー様と一緒に新しい商品の普及という使命をしっかりと担ってまいりたいと思っております。

シェア拡大をするための競争力の源泉は「人」です。「がんばらない経営」の理念のもと、人の成長とともに会社も成長し続けます。人は抑圧された環境下では育たないと思っています。当社にノルマは無く、道しるべとしての目標があるだけです。重要なことは正しい仕事をしているかどうかです。

当社は地域に根差した店舗の集合体で、全国500店舗には「がんばらない経営」を実践できる店長が揃っています。それぞれの店舗で店長を中心にスタッフ全員が一体となり、正しいことを無理せず素直に確実に実行する「がんばらない経営」の実践をしています。その中で人は育ち、次の店長がこれからも誕生し続けていきます。

また昨今、EC（エレクトロニックコマース）の拡大が注目されていますが、サイバー空間の中であっても消費者がどこを選ぶかという競争であり、要するに品揃えと価格とサービスの総合力が問われることはリアル店舗と同じです。あくまでも消費者ニーズに対応していくこ

とが重要で、消費者ニーズがECにシフトしていけば自然にEC化率が高まっていくものと考えています。

実際に今年コロナ禍の中にあって、当社では冷蔵庫、洗濯機、テレビ、エアコンなど、配送設置の伴う大型家電も順調に売り上げを伸ばしていますが、これらの大型家電はECで買い物をされる割合（EC化率）は1%もありません。

やはり、店頭で実物を見て体感しながら専門性の高いスタッフの説明を受け、安心して商品選択ができることのニーズが無くなることはないのではないかと考えております。

もちろん、ECに向いている商品もございます。消耗品や小物品がその一例ですが、それらの商品のEC化率が高い要因は消費者のニーズとしてECでの買いやすさにあるわけですから、その商品群に対してはEC強化を図って消費者ニーズに対応しております。EC向きの商品についても、万一の商品交換や修理の相談など、サービスの安心感でいえば、近くに店舗があることは大きな強みであると考えています。

あくまで当社にとっては店舗での人の力が当社の競争力の源泉であり、出店については今後も積極的にドミナント展開を進めてまいります。

また既存店のスクラップ＆ビルドも継続的に行って参ります。一見、現状のまま営業を続けることができるように思われるかもしれませんが、常に新しい店舗でお客様をお迎えできるようにすることはストアロイヤリティの向上につながります。そして何より、従業員に新しい設備、良い環境で働いてもらいたいということを重要視しています。全国あまねくお客様がケースデンキの店舗にアクセスできるような店舗網を築いてまいります。

一方、デジタル社会に対応するということでは、業務効率を向上させるためのDX（デジタルトランスフォーメーション）を推進します。言うなれば、実店舗でのフロントはアナログでヒューマンタッチな質を向上させ、バックヤード・バックオフィスはデジタル化で業務効率改善を図りローコストを推し進めるということです。

私どもは、これからも家電専門店として「品がいい・値が安い・サービスがいい」ということへの飽くなき追求に全従業員がワンチームで取り組んでまいります。

株式会社ケースホールディングス
代表取締役社長執行役員

平本 忠



社外取締役の声



ケースホールディングスは家電流通企業のリーダー企業として存在しております。

当社は「がんばらない経営」を標榜し、その本質はお客様を第一に考える従業員の活動指針と企業の気質そのものであると感じます。

私自身も多くの小売業と接する中で、この本質を追求していることが当社の事業基盤の源泉であると心底感じます。

成熟時代を迎え、多くのテクノロジーのイノベーションが起きる中で、本質を見失わず、お客様とい

う原点を大事にし、時代の変化にしっかりと対応していくことが当社の成長を支えていくと感じます。

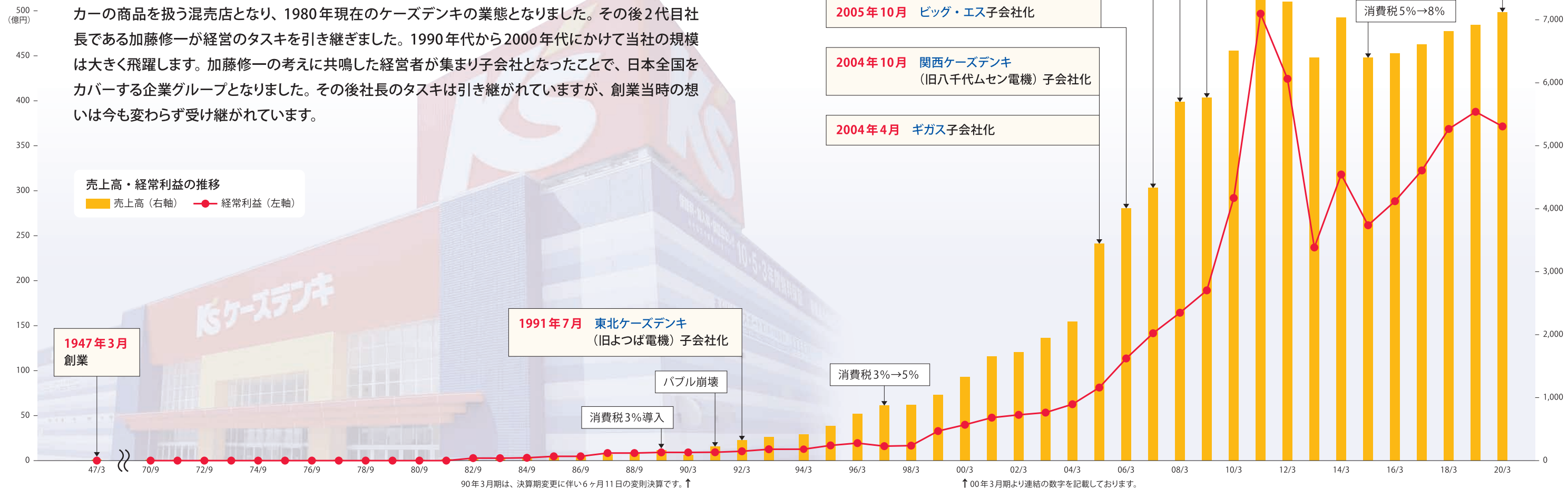
昨年には、監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へと移行し、一層のコーポレートガバナンス強化にも努めております。より強い会社になる経営体制の議論も積極的に行っております。

私も社外取締役として、自らの経験や見識を高めつつ、当社の発展に寄与すべく、取締役会で積極的に議論に関与してまいります。

取締役 湯浅 智之

価値創造の歴史

当社の創業者である加藤馨は戦後復員し、水戸市にその居住地を定めました。1947年よりラジオの修理販売などを生業として始めましたが、1955年には、業容の拡大により有限会社加藤電機商会を設立、従業員数名でラジオの販売修理などを行っていました。当時のモットーは“誠実第一主義”。お客様には商品の長所短所をはっきり伝え、売ろうとするのではなく、家庭電化計画を応援する——。その人柄が信頼され、業容を徐々に拡大。ナショナル（現パナソニック）の専売店を経て複数のメーカーの商品を扱う混売店となり、1980年現在のケーズデンキの業態となりました。その後2代目社長である加藤修一が経営のタスキを引き継ぎました。1990年代から2000年代にかけて当社の規模は大きく飛躍します。加藤修一の考えに共鳴した経営者が集まり子会社となったことで、日本全国をカバーする企業グループとなりました。その後社長のタスキは引き継がれていますが、創業当時の想いは今も変わらず受け継がれています。



1955年

有限会社加藤電機商会を設立
修理と配達を主なサービスとしていた。



1980年

カトーデンキ販売株式会社を設立
当時社長の加藤馨は、設立の際に「まず社員の利益を考えること。お客様と同様に社員は大切」と実感。



1991年～

フランチャイズ展開、事業の統合
「相手も自分も得をすること」を前提に進める。



1997年

株式会社ケーズデンキに商号変更
店名を「ケーズデンキ」に統一。合わせてテレビCMを開始。1999年には旗艦店となる水戸本店をオープン。



2002年

東京証券取引市場第一部に昇格
2001年の東証二部上場から1年後、一部に昇格。



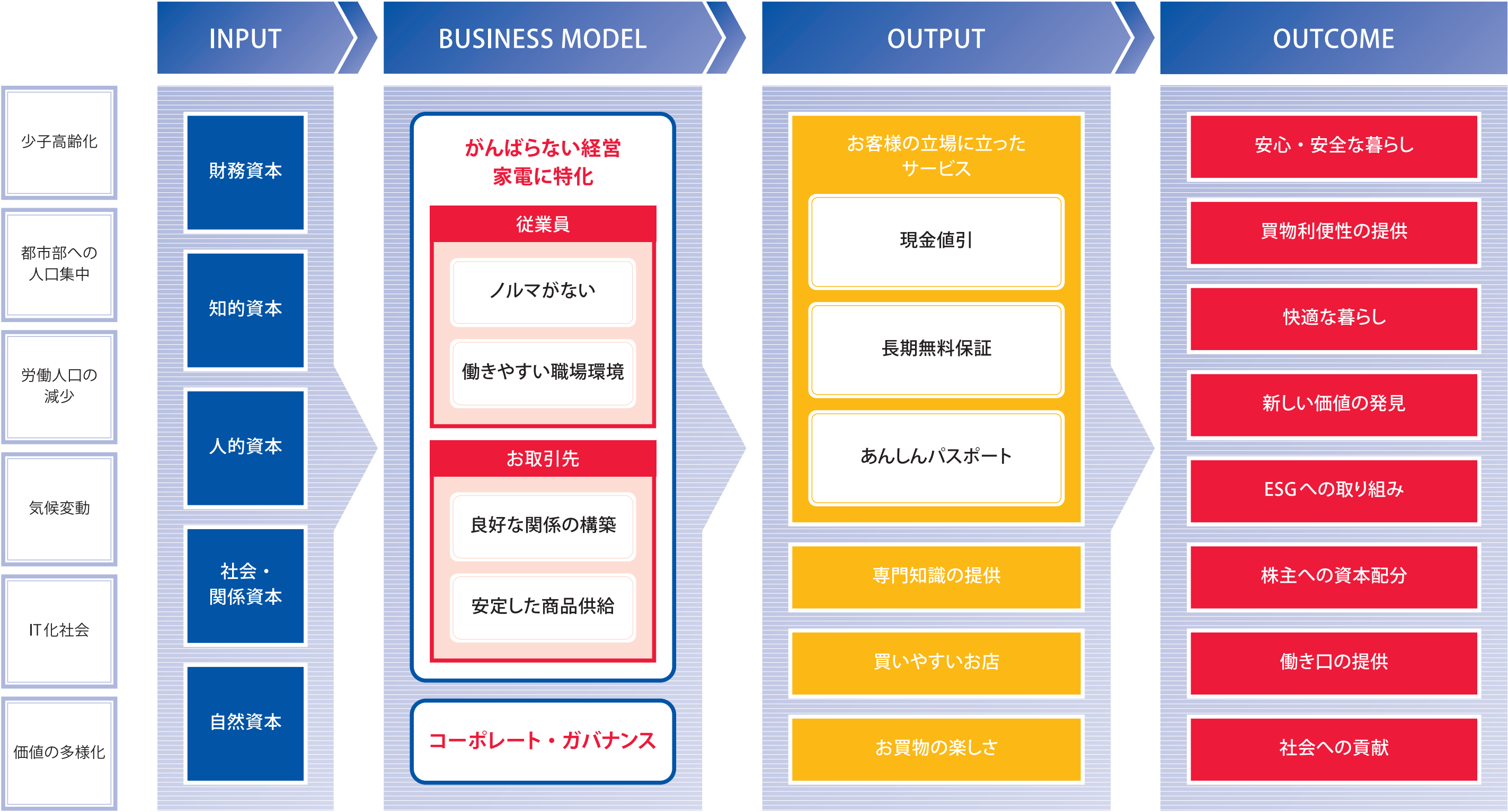
2007年

株式会社ケーズホールディングスに商号変更
2008年にはケーズデンキあんしんパスポートを導入開始。



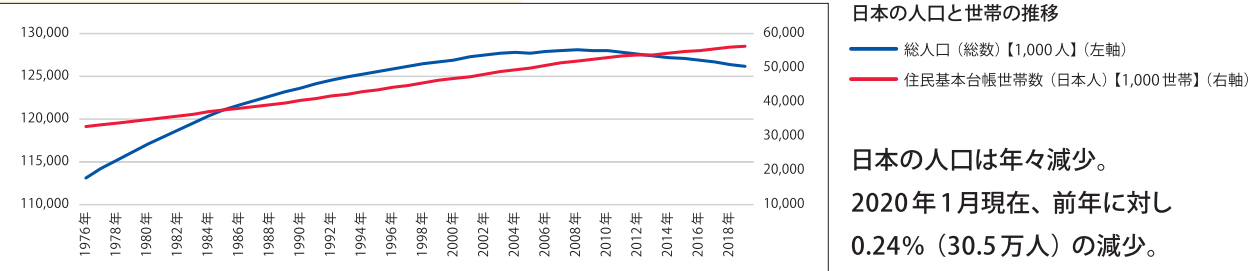
価値創造のプロセス

当社グループは、家電専門店として「がんばらない経営」を経営方針に、サステナブルな企業価値創造に取り組んでまいります。



当社のビジョン

日本の人口、世帯数の変化



※（総務省）「人口推計」及び「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」のデータを基に作成

人口減のスピードよりも当社がシェアを拡大するスピードが早ければ成長可能

取り組み 1 客単価、商品単価UPで既存店前年比100%をキープ

- 親切な接客で高付加価値商品の拡販
- お買上げ点数のUP
- 使用満足度向上につながる関連商品（消耗品など）を親切な接客でセット販売

取り組み 2 年間200億円売上高増加を目指して出店（年間20店開店、10店閉鎖）

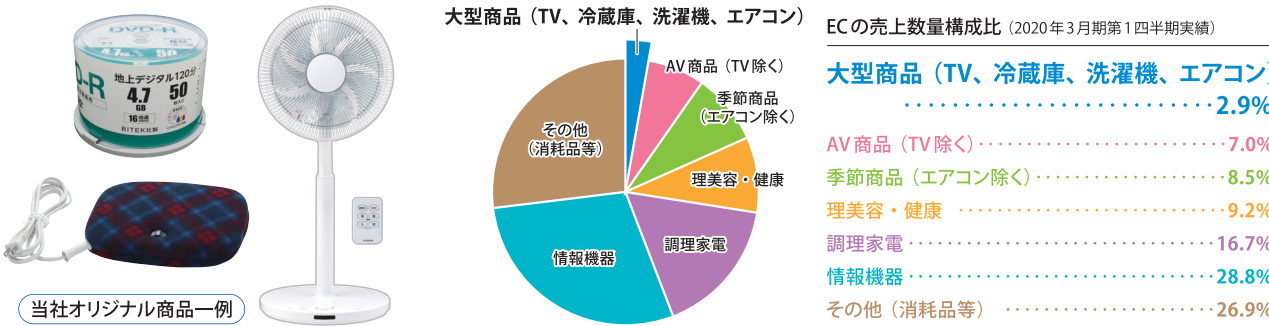
- 既存店はスクラップ＆ビルドで常に最適な場所にリロケーション
- 空白県、空白地域に出店し、国内店舗網を構築
- 都市部（駅前ターミナル型ではなく人口が多い地域）へ積極出店
- 新規出店によって従業員がいつか店長になるという目標を持って働くことが大切

	郊外型店舗	都市型店舗
周辺環境	一軒家	高層マンション
対象商圏人口	5万人～15万人	15万人以上
人口密度	低い	高い
移動手段	車、バイク	徒歩、バイク、自転車、電車（車は少ない）
売場面積	2000～1500坪	1000～600坪
店舗形態	・平屋、平面駐車場　・単独出店	・多層階の建物の1フロア、屋上駐車場　・他業態との共同出店
品揃え	15,000～27,000種類	10,000～12,000種類
メリット	・郊外のため賃料が安価 ・広い土地を確保できる	・他業態との共同出店で賃料、建築コストを下げる事が可能 ・周辺の商圏人口が多い　・大型商品は持帰りが少ないため、倉庫小規模でよい
デメリット	・インフラからの整備が必要なため初期の建築コストがかかる ・周辺の商圏人口が少ない	・人口密集地のため賃料が高い ・広い土地が確保できない
立地環境		

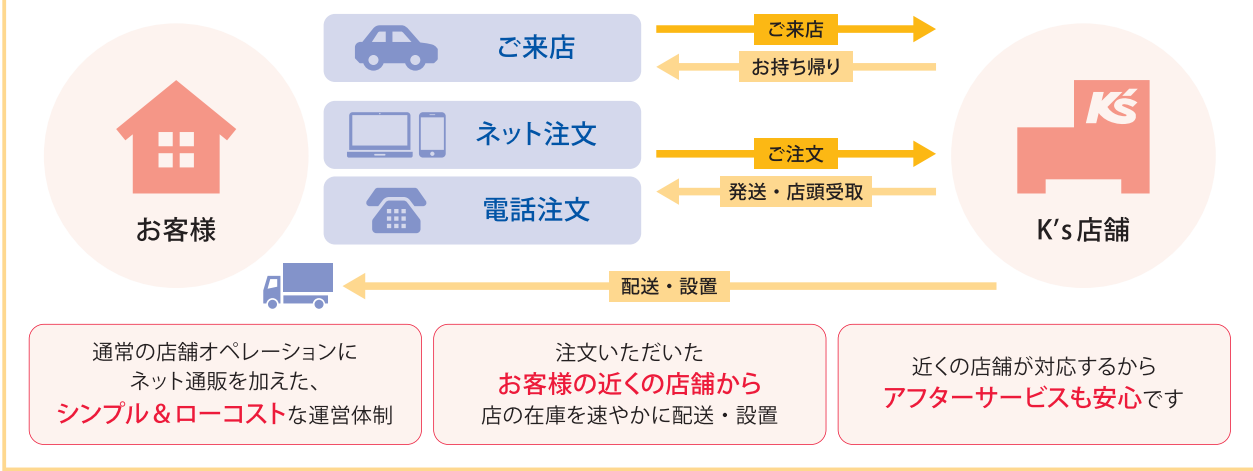
当社店舗における郊外型店舗・都市型店舗比較

取り組み 3 ECへの取り組み

- 自社サイト、PayPayモール、楽天市場に出店
- 配送、工事、リサイクルが必要な商品はEC化率が低い
- ECに向いている消耗品や小物商品はオリジナル商品を開発し、強化していく



当社の販売チャネル お客様の様々な買い方に対応します。



取り組み 4 店舗の魅力度向上

- 家電専門店として専門知識があり親切が提供できる人材育成
- IoT、AI家電を体感できる「つながる家電」売場
- テクニカルアーツ子会社化により「ひよこパソコン教室」の拡大、コミュニティの場を提供、パソコンサポート業務の強化
- ケーズキャリアスタッフ（人材派遣業）を設立
65歳以上ベテラン社員のキャリアを活かした優れた人材を確保

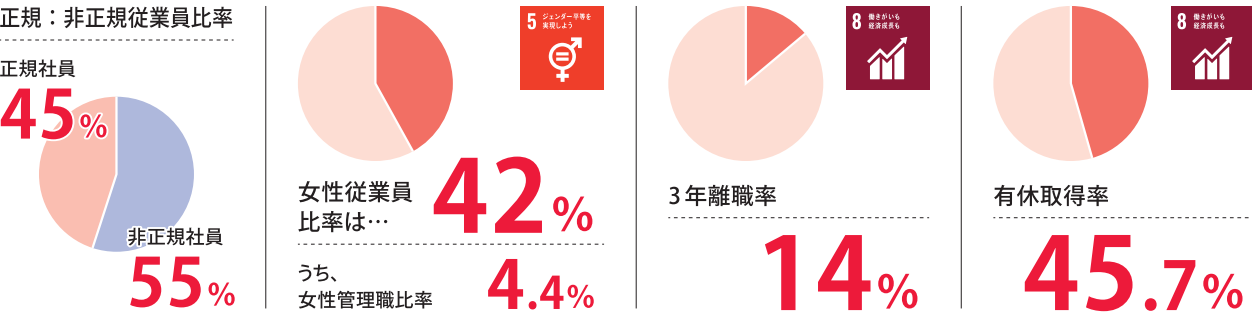


従業員への取り組み

経営方針に掲げている通り、当社には『お客様を大切にするためにはまず会社が従業員を大切にしなければそのことは実現しない』という考え方があります。昨今、働き方改革が叫ばれていますが、当社にとっては以前より最も重視してきた取り組み事項の一つなのです。

お客様第一のための「従業員第一」

お客様を大切にすることとは一体どういうことでしょうか。当社が考える“本当の親切”とは、従業員がお客様のご要望をよく聞き、お客様のニーズに合った商品をお勧めすることです。そこには“人間”が介在しなければ提供できない価値やサービスがあります。その実現のためには、まず従業員が楽しく生き活きと働ける環境が無くてはなりません。そのような環境をいかにして作り上げてきたか、当社の従業員の状況を数字と取組事項でご紹介します。



※数値は2020年3月末日現在

従業員が無理なく働ける取り組み

● ノルマ・残業のない環境づくり

従業員自身が楽しく生き活きと働くことができれば、お客様に対しての本当の親切は実行できます。そのため当社にはノルマがありません。従業員は目標に向かって努力しますが、ノルマではありません。もしノルマがあったらお客様が必要としていない商品をあの手この手を使って売ろうとしてしまうかもしれません。それはお客様のためにならないばかりか、引き続き当社をご利用いただくことにつながりません。従業員が笑顔で働くことが、まず一番大切なのです。

残業のない環境づくりもその一環です。その考え方の根本は「がんばらない経営」です。明日できることは今日やらない。今だけ残業して良い成績を残したとしても、終わりのない経営には意味の無いことであると考えています。

● 有給・連続休暇取得促進

当社は、有給の取得や連続休暇取得の促進に取り組んでいます。連続5日間の休日の取得の呼びかけも積極的に行っています。

● 人件費の考え方

当社にとって一番大切なのはまず従業員です。優秀な人材が入社し、その後も長く働いてもらうために、賃金、福利厚生についてはできる限り充実したものを提供したいと考えています。そのため、賃金や福利厚生などの待遇改善は積極的に行っています。

● 子育てサポート

当社は、子育てサポートに積極的に取り組んでいます。企業として2017年に「プラチナくるみん」を取得しました。また、家電量販店としては初めてとなる「えるぼし（最高ランク）」も取得しています。これは、女性の活躍推進が評価されたものです。また新たな取り組みとして、企業内保育所「ケース&リリーナーサリー」を2018年に開設しました。今後とも、従業員が安心して働ける環境を整えて参ります。



人材の育成

● eラーニングの実施

当社では、社内イントラネットを使用したeラーニングシステムを活用し、販売のスキル向上や、会社の制度説明などを行っています。

● 資格取得支援制度

当社には、「家電アドバイザー資格」などといった、販売に活用できる資格を取得するための支援制度があります。試験を受けるための教材費の一部補助や、取得後の特別手当の支給などにより積極的にバックアップしています。

豊富な人材

● ケーズキャリアスタッフでの取り組み

当社の子会社であるケーズキャリアスタッフは、人材派遣業を営んでいます。昨今は65歳以降も、働く体力と意欲が非常に高い従業員がたくさんいます。経験から培った高いスキルを再度当社で活かしていただくために、ケーズキャリアスタッフでは一般の派遣社員の募集と共に、65歳以上の当社従業員が再び活躍できる場を積極的に提供しています。

● 介護サポート

当社には、働きながらもしくは会社に在籍しながら大切な方の介護ができるよう、一定期間の休暇を取得できる介護休暇制度があります。今後も高齢化が進む我が国においては、当社にとっても重要な制度の一つです。

● 勤務間インターバル制度導入

当社は、仕事と次の仕事の間は10時間のインターバルを設けるという勤務間インターバル制度を導入いたしました。従業員の健康を守るために必要な制度と考えています。

● 健康管理とメンタルヘルス

当社では、年に1回の健康診断と人間ドックを実施しています。また当社の50人以上の事業所の所属長は衛生管理資格者を取得し、メンタルヘルスチェックも行っています。

● 「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞 実行委員長賞 受賞

当社は従業員、お取引先、お客様、株主様をはじめとするすべてのステークホルダーの皆様を大切にしていることが評価され、2013年3月22日「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞 実行委員長賞を受賞いたしました。



● 女性活躍推進

当社は、女性の活躍を推進するための研修があります。女性管理職候補を対象に女性店長が講師役となり、自分が働く上で苦労した事、悩んだ事などを忌憚なく話し合い、ライフステージが進むと共にどう働くかを考え、将来への不安を払拭し目標に向かって前進してもらえるよう取り組んでいます。



上級執行役員 保村水戸本店長

● 障がい者雇用促進への取り組み

当社は障がい者の採用並びに継続雇用にも積極的に取り組んでおり、障がい者一人一人の適性を考慮した職場への配置・仕事内容などの配慮を行っています。

ケースデンキのサービス、店づくり

ケースデンキは、お客様の立場になって、喜んでいただけるサービスとは何だろう、お買い物しやすいお店とはどのような店舗だろうと日々考えています。ケースデンキは全国に500店舗以上になりましたが、日本全国どの店舗を利用しても質の高いサービス、同じ安心感をご提供できるような店づくりを目指しています。

お客様の立場に立ったサービス

一口に『お客様の立場に立ったサービス』といっても、簡単ではありません。当社はそれを実現するために、まずお客様のお話をよく聞くことを大切にしています。私たちの都合で無理に売るのはなく、お客様のご要望を伺って、最適な商品をお勧めします。そして当社はアフターサービスに力を入れています。家電品は使い方が複雑だったり、故障したり、いろいろなことが考えられます。ですから、お客様との関係は“売れば終わり”ではないと考えています。

お支払金額でお比べください。「現金値引」

家電量販店業界ではポイント制度を導入している会社が多いのですが、当社ではポイント制度を採用せず現金値引にこだわっています。国内であればどこでも通用する現金でのやり取りが一番だと思いますし、その場でお客様に安くなったことを実感していただけます。ポイントですと使用できる店舗が限られていたり、有効期限がある等、お客様の行動を制限することになります。当社はお客様はもっと自由であるべきと考えます。

保証限度額なしで何度でも使える。「長期無料保証」

当店は、指定機種で一定の購入金額以上の商品について、メーカーの1年保証に、独自の保証（メーカー保証に準拠）を加えた10、5、3年間の長期無料保証を行っております。商品の中にはメーカー保証が切れた後まもなく故障してしまう場合が稀にあり、多額の修理費用がかかってしまうため、折角の買い物も喜びが半減してしまいます。そのようなことを少しでも減らすことができれば、お客様は安心して当店でご購入いただけると考えます。

お伝えたい、4つの安心。「ケースデンキあんしんパスポート」

お客様が当店でより安心してお買い物をしていただきたいとの思いからこのサービスが生まれました。おかげさまで、4,000万人以上のお客様にご加入いただいております。（2020年3月末現在）

① パスポート会員様限定の現金値引で『価格』が安心です。

販売価格から、更に会員様限定にて現金値引いたします。（一部値引対象外の商品・サービスがございます。）

② カンタン手続きの長期無料保証で『アフターサービス』が安心です。

お会計時に「あんしんパスポート」をご提示いただくだけで、「10年間・5年間・3年間無料保証」の自動加入手続きが完了いたします。（当社指定機種に限りです。）

③ お買上げデータ保存で『万が一の商品リコール』にも安心です。

お買上げの商品に、万が一のメーカー商品リコールが発生した場合でも、当社より迅速にご連絡いたします。

④ お買上げ商品お調べサービスで『消耗品等のお買物』が安心です。

過去にお買上げいただいた商品の消耗品をお調べいたします。プリンター対応インク、蛍光管サイズ、対応メディアなど…。

会員募集中！
加入料
年会費無料

ケースデンキあんしんパスポートアプリなら 最新チラシがスマホで見られる!! アプリ限定クーポンも配信!

日本版顧客満足度指数（JCSI）住設機器サービス部門 連続上位ランクイン

エアコンなどの白物家電やガス・電化製品などを購入した際の自宅での取付設置・修理対応サービス時における顧客満足度を調査。サービス産業生産性協議会調べ。

当店はエアコンなどの白物家電やガス・電化製品などを購入した際の自宅での取付設置・修理対応サービス時における顧客満足度ランキングで、継続的に高い評価を得ています。

2015年度

第1位

調査期間 2015年11月～12月
2016年2月3日発表

2017年度

第1位

調査期間 2017年11月～12月
2018年2月14日発表

2019年度

第2位

調査期間 2019年11月～12月
2020年2月19日発表

お買い物しやすい店づくり

ケースデンキは、どなたにもご利用やすく、家電専門店ならではの品揃えがあり、見ていて楽しくなる売り場づくりを目指しています。



お店づくりの工夫

● 広い駐車場

ケースデンキは、郊外の幹線道路沿いに多く立地しています。そのため、多くのお客様がお車で来店されます。家電品をお車に積み込む場合にもドアが開け閉めしやすく、ゆとりをもって駐車できるよう設計しています。ピロティ型の場合は雨も防ぐことができます。また、道路から店舗への入場もスムーズになるよう考えて設計しています。



● 見やすい店内サイン・低い商品陳列棚

店内にある商品陳列棚は、高さが決まっています。視界を遮らないようにあまり高くせずに、店内の奥まで見通せるようになっています。店内サインを見ればどこに目的の商品があるのかが分かります。また従業員にとっても、店内が見渡しやすいことで素早くお困りのお客様のもとに駆け付けることができるという工夫なのです。



● 広い店内通路

店内は通路幅を広くとっています。これは、お買い物中にカートを押しながら通路をすれ違っても、ゆとりをもって商品をご覧いただけるようにするためです。



● 実際に触って試せる楽しい売り場づくり

店内にある商品は、実際にお試しができるようにしています。また近年の取り組みとして「つながる家電」IoT家電売場を順次設置しています。これは実際のリビングや台所と同じような空間にIoT家電を配置し、スマートスピーカーを通してエアコンやテレビをつけるなどの体験ができます。



● 地域に合った品揃え

ケーズデンキは、家電専門店として家電に特化した品揃えをしています。店舗の規模によって異なりますが、平均的な大きさの店舗でおよそ20,000種類前後を揃えています。例えばプリンターのインクカートリッジなどの消耗品でも幅広い品揃えをしています。また、それぞれの地域の特徴に合わせて臨機応変に在庫数や商品ラインアップを変更しています。



● 授乳室・キッズランド、キッズ用カートの設置

ケーズデンキの店舗では、小さなお子様がいらっしゃる方もゆっくりお買い物ができるように授乳室やお子様が見本を読めるキッズランドを設置しています。またベビー用カートや子供用カートも揃えています。



もしものために

● AEDの設置

ケーズデンキの店舗入り口付近には、AEDが設置されています。従業員は消防訓練などに使い方についても学んでいます。



● 災害用備蓄

ケーズデンキの店舗では、東日本大震災の経験から、水や食料など万が一のための災害用品の備蓄を行っています。



どなたでもご利用しやすく

● 段差の少ない店づくり

ケーズデンキは、なるべく1フロアの売り場でお客様ができる店舗が理想だと考えています。お客様が商品を探してエスカレーターを利用する手間を極力減らしたいと考えています。また店内も段差を極力少なくし、お買い物カートや車椅子などでもスムーズにお買い物ができるようにしています。



● 車椅子の設置

ケーズデンキの店舗は、入り口付近にどなたでもご利用できるように車椅子を設置しています。



● 多目的トイレの設置

ケーズデンキの店舗では、出来る限り多目的トイレを設置するように設計しています。



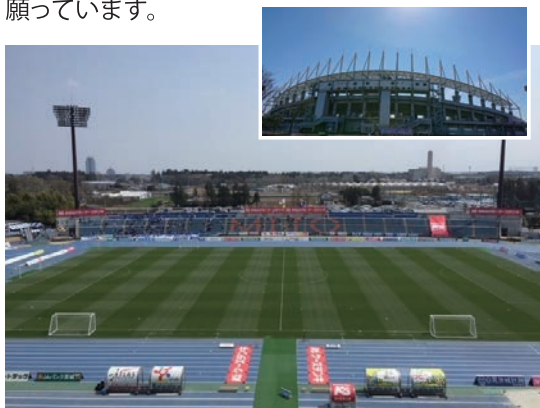
社会への貢献

当社グループは、地域と共生することの大切さを認識し、各地でイベントへの参画、スポーツ事業へのスポンサー支援などを行っています。

スポーツの振興

「ケーズデンキスタジアム水戸」ネーミングライツ

当社は、2009年より水戸市陸上競技場のネーミングライツを取得しています。競技場は「ケーズデンキスタジアム水戸」という名称になっており、サッカー、ラグビー、陸上競技など様々な競技が行われています。当社はスポーツ振興への支援を通し、青少年の健全な育成に役立つことを願っています。



「東北楽天ゴールデンイーグルス」オフィシャルスポンサー

当社は、2005年よりパシフィック・リーグに所属する「東北楽天ゴールデンイーグルス」のオフィシャルスポンサーをしています。



「水戸ホーリーホック」トップパートナー

当社は、2001年よりサッカー J2リーグに所属する「水戸ホーリーホック」のトップパートナーです。茨城県内在住の小学生以下のお様が年間ホームゲームが無料で観戦できる「ケーズデンキ キッズパスポート」にも協賛しており、地域のお子様のスポーツ振興支援にもつながっています。



「茨城ロボッツ」ブロンズスポンサー

当社は、2019年よりプロバスケットボールBリーグに所属する「茨城ロボッツ」のブロンズスポンサーをしています。プロバスケットボールリーグはまだ誕生して間もないリーグです。協賛することで、リーグ自体の知名度の振興にもつながることを願っています。



「カマタマーレ讃岐」オフィシャルスポンサー

当社は、2011年よりサッカー J3リーグに所属する「カマタマーレ讃岐」のオフィシャルスポンサーをしています。



寄付・支援活動

東日本大震災復興支援活動

2011年	7月	仮設住宅や被災住宅で生活されている方々に対し、扇風機を1,500台寄贈	
	10月	お近くに家電量販店がないため購入できずお困りのお客様を少しでもサポートさせていただくため、陸前高田市及び南三陸町において、移動トラックによる販売を実施	
2012年	7月	東日本大震災により被災した子供たちを支援する共生住宅「手のひらに太陽の家」に対し、必要な家電品一式を寄贈	
2012年～2014年		震災被災者への復興支援活動の一貫として、「家電製品・お困り事で相談会」を各地の仮設住宅にて実施。相談会は、2012年～2014年時点まで、66回（対象戸数9,824戸）開催し、被災者の方々の家電製品の使用アドバイスや不調な家電の点検・清掃・修理などを店舗や有志にて実施。	

日本赤十字社への寄付

当社は、2018年より、毎年日本赤十字社茨城県支部へ寄付を行っています。寄付金は、乳児院の整備や災害救護車両、災害救護資材などに使われています。



献血への協力活動

当社は、従業員へ定期的に献血場所の案内や呼びかけなどを行い、献血活動への協力活動を行っています。



参考：茨城県水戸市「献血ルームMEET」

地域の子育て・高齢者支援

当社は、茨城県「いばらきKidsClub」、群馬県「ぐーちょきパスポート」、栃木県「とちぎ笑顔つぎぎカード」、埼玉県「パパ・ママ応援ショップ優待カード」など、妊娠中の方やお子様のいるご家庭が優待サービスを受けられる制度への参画をしています。また、茨城県「いばらきシニアカード」など、高齢者が優待制度を受けられる制度にも参加しております。



コンプライアンス

当社グループは、当社を取り巻く法令を遵守することを重視しております。
お取引先をはじめ当社を取り巻くすべてのステークホルダーと良好な関係を保つことで
健全な事業活動を推進してまいります。

社内のコンプライアンス・リスク管理

コンプライアンス委員会

当社グループは、「コンプライアンス綱領・体制」及び「グループコンプライアンス規程」を作成しています。また、当社取締役を委員長とするグループコンプライアンス委員会を定期的に開催し、具体的な事例を報告・共有することによってグループ全体で法令遵守の徹底を図っています。

内部通報制度

当社グループには、内部通報制度があります。「グループ内部通報規程」を作成し、組織的または法令違反行為に関する通報制度を定めることにより、当該行為の抑制と是正を図っています。グループコンプライアンス委員会は、事実関係の調査の結果、違法行為等が行われていることを確認したときは、直ちにその行為の中止を命令することができます。また、通報者が不利益な処遇にならないために保護される仕組みとなっています。

災害時への対応

当社グループは、「災害危機管理マニュアル」を定めています。いつ、どこで発生するか分からない災害に備えるため、まずはお客様と社員の安全確保を図ることを最優先事項として地震、火災、風水害などの災害発生時における行動指針を定めています。従業員はマニュアルに沿って速やかに通報・避難・誘導等を行います。また、万が一に備え、店舗には救助用品、復旧作業用品、飲料水、食料品、衣料品などを備蓄しています。



家電小売業をとりまく法令の遵守

お取引先との公正な取引

当社は、お客様第一を実現するためにはお取引先との良好な関係が重要であると考えています。お取引先との良好な関係を保つことで、お客様に対し安定的に良い商品を提供し、お客様に喜ばれる商品配送・設置工事を提供することができます。そのため、独占禁止法により不公正な取引方法の一類型として禁止されている「優越的地位の濫用」の禁止や、「下請法」の遵守には特に重点を置いています。



個人情報管理

当社は、商品の配送・設置工事の受付や、長期無料保証対象商品お買い上げの際のお客様情報の登録など日頃から多くのお客様の個人情報を取り扱います。また、ケースデンキあんしんパスポートにご入会いただいている会員様は、約4,000万人（2020年3月末時点）となり、個人情報の管理は非常に重要な取り組み事項の一つとなっています。そのため、「個人情報取扱規程」を定め、「個人情報取り扱い運用マニュアル」によって目的外の利用をしないこと、適切に管理すること等、徹底した管理を図っています。万が一個人情報流出した際は、個人情報保護委員会の定めにしたがって速やかに報告をする体制になっています。



カード情報の非保持化

家電品は比較的高単価であり、カードの支払い比率は年々高まっています。当社はカード情報の非保持化に対応したシステムを導入しております。また、ECサイトでもカード情報を保持しない仕組みになっています。

公益社団法人 全国家庭電気製品公正取引協議会への加入

当社は、全国家庭電気製品公正取引協議会に加入しています。協会で定めた公正競争規約を遵守することで、間違った情報や大げさな広告、分かりにくい価格表示などをなくし、お客様に安心して家電を購入できる環境をご提供することを目的としています。

ケースデンキは全国家庭電気製品公正取引協議会に加盟する

適正な表示推進店です

ケースデンキは消費者庁及び公正取引委員会から
認定された家電公取協のルールに基づき

**価格や商品説明などについて
適正な表示を推進しています**



表示を正しく
家電公取協会員

リサイクル法、情報機器の処分について

お客様からお引き取りしたテレビ・冷蔵庫・洗濯機・エアコンの特定4品目は、「家電リサイクル法」に則り、お客様よりリサイクル収集運搬料をお預かりしたうえで、当社が責任をもって適切に製造メーカーに引き渡し、リサイクルされています。また、特定4品目以外のお客様からお引き取りした使用済み廃家電品は「小型家電リサイクル法」に則り、お客様より処分料金をお預かりしたうえで、国の認定を受けた再資源事業者適切に引渡してリサイクルされています。特に、パソコンについては鍵のついた容器を使用して運搬するなど管理を強化したうえで運用しています。

店舗運営に必要な資格等

古物商、消防法に基づく防火管理者、医療機器販売、第二種衛生管理者など、店舗を運営するうえで必要な資格は多岐にわたります。必要な資格は漏れなく取得されるよう適正に管理しています。

財務ハイライト

(単位：百万円)

	2011年3月期	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期		2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期
連結損益サマリー											
売上高	770,947	726,015	637,497	701,198		637,194	644,181	658,150	679,132	689,125	708,222
売上総利益	179,580	171,447	150,386	166,551		161,142	169,267	179,913	191,632	193,786	199,888
販売費及び一般管理費	138,650	137,361	133,887	142,913		142,603	147,522	154,299	160,868	161,064	166,899
人件費	49,964	50,076	50,426	53,559		52,145	53,299	55,706	57,714	57,356	59,509
広告宣伝費	14,189	16,313	14,373	14,330		14,131	14,064	14,056	15,241	14,744	13,834
地代家賃	18,839	20,121	21,201	22,503		23,560	24,512	25,727	26,964	27,431	27,982
減価償却費	10,867	11,748	12,154	12,500		13,071	13,983	14,748	14,662	14,067	13,707
商品保証引当金繰入額	3,085	2,443	2,540	3,137		3,443	4,160	4,513	4,515	4,816	5,802
その他	41,704	36,658	33,190	36,881		36,250	37,501	39,547	41,770	42,647	46,062
営業利益	40,930	34,086	16,498	23,638		18,539	21,744	25,613	30,764	32,722	32,989
経常利益	49,365	42,123	23,396	31,494		25,849	28,614	32,108	36,661	38,539	37,040
親会社株主に帰属する当期純利益	23,412	23,754	13,265	17,493		15,030	16,305	20,154	22,706	23,807	21,525

連結財務サマリー											
純資産額	127,088	145,315	154,415	166,965		171,176	185,951	195,414	242,360	255,782	252,421
総資産額	314,464	338,024	355,887	374,393		391,560	385,713	397,574	403,658	410,156	389,512

連結キャッシュフロー											
営業活動によるキャッシュ・フロー	31,153	14,123	18,602	55,585		△ 432	43,542	26,689	37,483	25,206	60,016
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 18,014	△ 18,274	△ 17,840	△ 17,972		△ 20,527	△ 17,588	△ 16,266	△ 10,901	△ 7,292	△ 11,607
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 11,640	3,075	499	△ 37,403		31,672	△ 39,418	△ 11,025	△ 24,872	△ 16,574	△ 45,330
現金及び現金同等物の期末残高	9,943	9,316	10,568	10,782		21,495	8,150	7,503	9,212	10,551	13,629

財務指標											
自己資本比率（％）	39.9	42.6	43.1	44.3		43.4	47.9	48.9	59.8	62.1	64.6
年間1株当たり配当金（円）※1	11.25	15.00	15.00	17.50		17.50	20.00	27.50	31.50	30.00	30.00
連結配当性向（％）	10.7	13.7	24.0	21.1		24.0	24.6	27.4	28.5	29.1	31.2
1株当たり純資産（円）※1	583.47	674.76	727.67	796.51		854.77	913.33	986.81	1,050.63	1,118.75	1,182.52
1株当たり当期純利益（円）※1	104.99	109.32	62.40	82.86		72.85	81.16	100.28	110.63	103.13	96.22
株主資本当期純利益率（％）	19.7	17.6	8.9	11.0		9.0	9.2	10.6	10.4	9.6	8.5
期末発行済株式総数（自己株式を含む）（千株）	61,026	61,026	61,026	61,026		61,026	61,026	112,053	115,976	235,463	235,463
期末株価（円）※1	600	667	751.25	717.25		971.25	932.5	1,021	1,471	982	1,023
期末時価総額（百万円）	146,464	162,819	183,385	175,085		237,088	227,629	228,813	341,203	231,224	240,878
株価純資産倍率（倍）※2	1.03	0.99	1.03	0.90		1.14	1.02	1.03	1.40	0.88	0.87
株価収益率（倍）※2	5.71	6.10	12.04	8.66		13.33	11.49	10.18	13.30	9.52	10.63

※1 株式分割調整した値 ※2 期末株価に基づく値

コーポレート・ガバナンス

役員紹介

定款上の取締役の員数	定款上の取締役の任期	取締役会の議長	取締役の人数	社外取締役の選任状況	社外取締役の人数	社外取締役のうち独立役員に指定されている人数
20名	1年	社長	11名	選任している	4名	4名

役員報酬

当社役員の報酬制度は、当社グループの継続的な成長と企業価値向上に資する役員報酬体系の確立を目的とし、役職に基づく「基本報酬」、短期インセンティブとして「業績連動報酬」、中期インセンティブとしての「株式報酬制度」を2021年3月期より導入しております。なお、社外取締役及び監査等委員である取締役につきましては、客観的立場から当社及び当社グループ全体の経営に対して監督及び助言を行う役割を担うことから、固定報酬のみとしております。

役員区分		取締役 (監査等委員及び社外取締役を除く。)	取締役 (監査等委員) (社外取締役を除く。)	監査役 (社外監査役を除く。)	社外役員
報酬等の総額（百万円）		267	12	1	24
報酬等の種類別の額（百万円）	固定報酬	220	12	1	24
	業績連動報酬	—	—	—	—
	ストックオプション	47	—	—	—
対象となる役員の員数（人）		8	1	1	7

※当社は2019年6月より監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へ移行いたしました。



(2020年6月25日現在)

1 代表取締役社長執行役員

平本 忠 1958年11月6日生

1983年4月 当社入社
1995年4月 総合企画部長
1995年6月 取締役
2003年6月 常務取締役
2006年6月 専務取締役企画・開発本部長 兼 企画部長
2017年4月 専務取締役企画・開発本部長
2017年6月 代表取締役社長 兼 企画・開発本部長
2018年4月 代表取締役社長
2020年6月 代表取締役社長執行役員（現任）

2 取締役専務執行役員 経営企画本部長

鈴木 一義 1961年4月19日生

1984年4月 当社入社
2008年4月 営業本部営業企画部長
2009年7月 執行役員
2011年6月 取締役
2012年4月 取締役営業副本部長 兼 営業企画部長
2013年6月 取締役営業本部長 兼 営業企画部長
2016年4月 取締役営業本部長
2017年4月 取締役管理本部長
2017年6月 常務取締役管理本部長
2018年4月 常務取締役経営企画本部長
2018年6月 株式会社ケーズキャリアスタッフ 代表取締役社長（現任）
専務取締役経営企画本部長
2019年6月 株式会社テクニカルアーツ代表取締役会長（現任）
2020年6月 取締役専務執行役員経営企画本部長（現任）

3 取締役常務執行役員 営業本部長

大坂 尚登 1973年1月30日生

1994年4月 当社入社
1999年8月 株式会社ビッグ・エス入社
2004年6月 同社取締役
2005年4月 同社専務取締役
2008年6月 同社代表取締役社長
2009年6月 当社取締役
2017年4月 取締役営業本部長
2018年4月 常務取締役営業本部長
2020年6月 取締役常務執行役員営業本部長（現任）

4 取締役上席執行役員 企画・開発本部長 兼 企画部長

水野 恵一 1963年3月19日生

1981年3月 ユニー株式会社入社
2004年2月 当社入社
2008年4月 企画・開発本部開発部部長
2009年7月 執行役員企画・開発本部開発部長
2012年6月 取締役企画・開発本部開発部長
2016年6月 上席執行役員企画・開発本部開発部長
2017年4月 上席執行役員企画・開発本部副本部長 兼 開発部長 兼 企画部長
2018年4月 上席執行役員企画・開発本部長 兼 企画部長
2018年6月 取締役企画・開発本部長 兼 企画部長
2020年6月 取締役上席執行役員企画・開発本部長 兼 企画部長（現任）

5 取締役上席執行役員 管理本部長

吉原 祐二 1967年2月8日生

1986年11月 当社入社
2009年12月 営業本部営業推進部長
2011年6月 執行役員営業本部営業推進部長
2016年4月 執行役員管理本部総務人事部長
2018年4月 上席執行役員管理本部長
2019年6月 取締役管理本部長
2020年6月 取締役上席執行役員管理本部長（現任）

6 取締役上席執行役員 経営企画本部経営企画室長

水谷 太郎 1970年12月11日生

1999年9月 株式会社ユーアイ電器入社
2005年10月 当社入社
2013年8月 公認会計士登録
2014年10月 経営企画室室長
2015年4月 執行役員経営企画室室長
2015年11月 税理士登録
2019年4月 上席執行役員経営企画本部経営企画室長
2020年6月 取締役上席執行役員経営企画本部経営企画室長（現任）

7 取締役

湯浅 智之 1976年10月10日生

2000年5月 アンダーセンコンサルティング株式会社（現アクセンチュア株式会社）入社
2005年10月 株式会社リヴァンプ入社
2010年4月 同社取締役
2011年3月 同社取締役副社長
2016年3月 株式会社リンクアンドモチベーション 社外取締役（現任）
2016年4月 株式会社リヴァンプ代表取締役社長 兼 CEO（現任）
2016年6月 当社社外取締役（現任）

8 取締役（監査等委員）

鈴木 大 1958年3月22日生

1985年6月 株式会社つよび電機（株式会社東北ケーズデンキに社名変更、株式会社デンコードーと合併）入社
1997年4月 当社入社
2009年4月 管理本部経理部長
2011年6月 執行役員管理本部経理部長
2013年6月 取締役管理本部経理部長
2016年6月 上席執行役員管理本部経理部長
2017年6月 取締役管理本部経理部長
2019年1月 取締役監査室室長
2019年6月 取締役（監査等委員）（現任）

9 取締役（監査等委員）

小野瀬 益夫 1957年12月20日生

1980年4月 センチュリー監査法人（現EY新日本有限責任監査法人）入社
1985年1月 小野瀬公認会計士事務所設立代表（現任）
1997年6月 水戸信用金庫監事
2009年1月 小野瀬・木下税理士法人設立代表社員（現任）
2010年6月 ホリイフードサービス株式会社社外監査役
2015年9月 香陵住販株式会社社外監査役
2018年10月 当社社外監査役
2019年6月 当社社外取締役（監査等委員）（現任）

10 取締役（監査等委員）

高橋 比沙子 1960年7月15日生

1990年6月 小宮山法律事務所入所
1996年10月 TAC株式会社社会保険労務士講座 専任講師（現任）
1996年11月 高橋社会保険労務士事務所開業
2007年4月 社会保険労務士法人PMサポート社員（現任）
2019年6月 当社社外取締役（監査等委員）（現任）

11 取締役（監査等委員）

文堂 弘之 1970年12月18日生

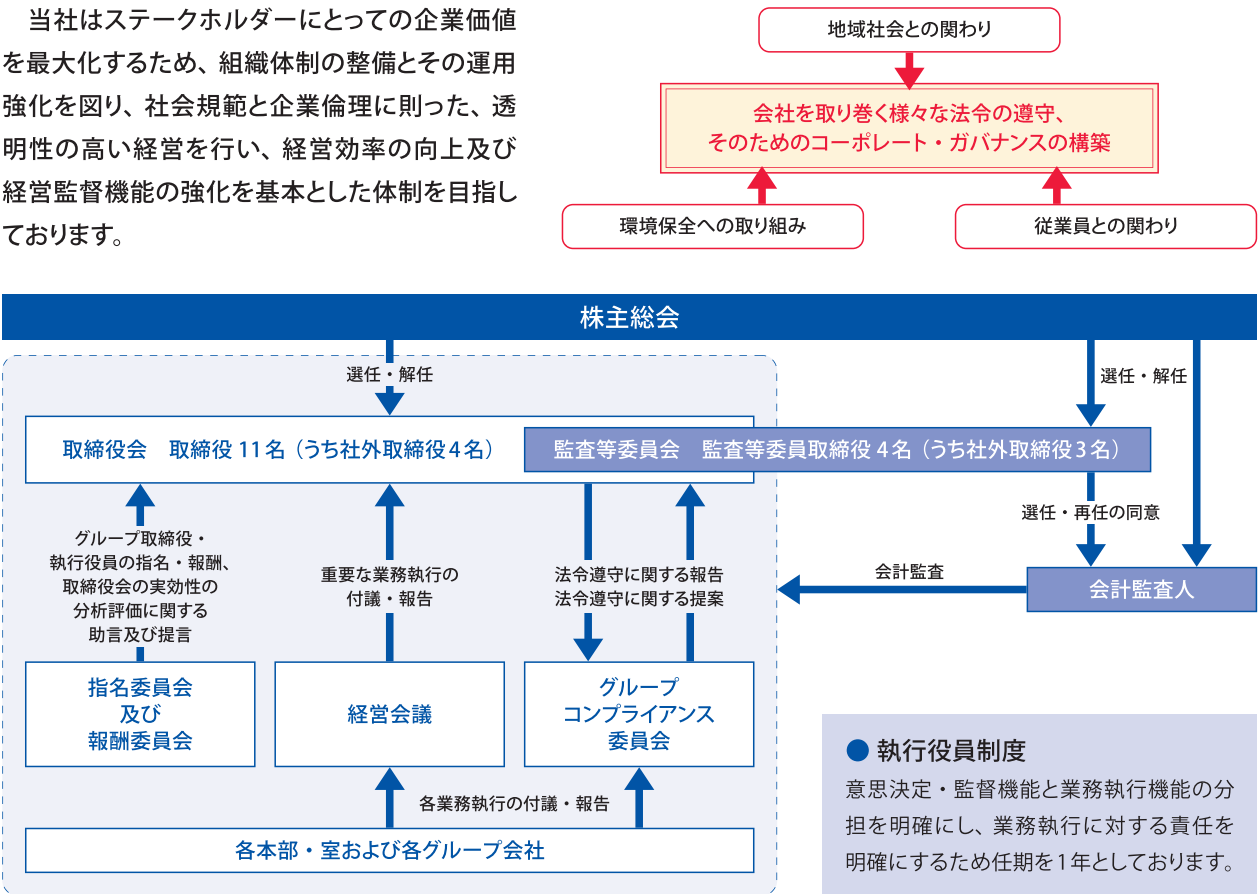
2001年4月 常磐大学人間科学部専任講師
2005年4月 同大学人間科学部助教授
2008年4月 同大学国際学部准教授
2013年4月 同大学国際学部教授
2017年4月 同大学総合政策学部教授（現任）
2019年6月 当社社外取締役（監査等委員）（現任）

コーポレート・ガバナンス

当社は、2019年6月に監査役会設置会社から監査等委員会設置会社に移行しました。
経営環境の変化に機動的な対応ができる体制を整えるとともに多角的な視点による
取締役会の監督機能の強化を図ることを目的として、当該会社機構を採用しています。

会社の体制について

当社はステークホルダーにとっての企業価値を最大化するため、組織体制の整備とその運用強化を図り、社会規範と企業倫理に則った、透明性の高い経営を行い、経営効率の向上及び経営監督機能の強化を基本とした体制を目指しております。



● 取締役会

定例の取締役会を原則月1回開催し、重要事項の決定並びに取締役の業務執行状況の監督を行っております。取締役会は業務執行を担当する取締役に職務分掌に基づき業務の執行を行わせ、取締役は委任された事項について諸規程に定める機関または手続により必要な決定を行うものであります。

● 経営会議

社外取締役を除く取締役、上席執行役員及び子会社代表取締役社長を構成メンバーとする経営会議を原則月1回開催し、各部門及び各子会社の業務執行に関する基本的事項及び重要事項に関する審議と決定をしております。

● 指名委員会及び報酬委員会

取締役会の透明性、公正性を担保することを目的として任意の委員会である指名委員会及び報酬委員会を設置し、取締役選任に関する株主総会議案及び執行役員候補者の選任に関する取締役会議案、取締役及び執行役員の報酬等の内容、取締役会の全体の実効性についての分析評価について審議し、取締役にに対し助言・提言を行うこととしております。

● 監査等委員会

4名（社外取締役3名）
当社は監査等委員会設置会社であります。内部監査室及びグループ各社監査役と連携し、取締役の業務執行の監視を行い、経営の監督機能の強化に努めることとしております。

企業情報

会社概要

(2020年3月期実績)

商号	株式会社ケースホールディングス
本社所在地	茨城県水戸市桜川1-1-1
登記上 本店所在地	茨城県水戸市柳町1-13-20
創業	1947年（昭和22年）3月
資本金	181億円
代表者	代表取締役社長執行役員 平本 忠
事業内容	家庭電化商品並びに関連商品の販売及び附帯工事・修理
売上高	7,082億22百万円〔連結〕 5,766億33百万円〔単体〕
社員数	14,968名〔連結〕 （うち臨時従業員8,233名） 4,625名〔単体〕 （うち臨時従業員2,408名）
店舗数	504店〔連結〕
ホームページ	https://www.ksdenki.co.jp

株式情報

(2020年3月31日現在)

発行可能株式総数	520,000,000株
発行済株式の総数	235,463,121株
株主数	13,979名
上場証券取引所	東京証券取引所
株主名簿管理人	三菱UFJ信託株式会社

子会社

法人名	資本金（百万円）	事業内容	本社事務所所在地＆サイト
株式会社デンコードー	2,866	家庭電化製品並びに関連商品の販売および附帯工事・修理サービス	宮城県名取市上余田字千刈田308番地 https://www.ksdenki.co.jp/denkodo/
株式会社北越ケース	334		新潟県新潟市中央区女池8丁目16番17号 https://www.ksdenki.co.jp/hokuetsu/
株式会社ギガス	2,124		愛知県名古屋市中東区高社2丁目130番地 https://www.ksdenki.co.jp/gigas/
株式会社関西ケースデンキ	1,259		大阪府大阪市浪速区難波中3-5-13朝日生命難波ビル5F https://www.ksdenki.co.jp/kansai/
株式会社ビッグ・エス	253		香川県高松市多肥上町1210番地 https://www.ksdenki.co.jp/big-s/
株式会社九州ケースデンキ	80	携帯電話 小売業・取次業	鹿児島県鹿児島市東開町4番地12 https://www.ksdenki.co.jp/kyushu/
株式会社 ケースソリューションシステムズ	30		茨城県ひたちなか市笹野町2-3-5
株式会社 ケースキャリアスタッフ	10		茨城県水戸市城南1-4-7第5ブリンビル1F https://kcs.ksdenki.co.jp/
株式会社 テクニカルアーツ	13	テクニカルサポート、 教室	東京都豊島区南池袋2-15-1南池袋光ビル6F https://technicalarts.co.jp/

FC

・株式会社ウシオ（鳥取県） ・株式会社岡島（山梨県） ・株式会社浜松ケース（静岡県）

大株主

(2020年3月31日現在)

大株主	持株数 （千株）	持株比率
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	16,156	7.6%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	13,455	6.3%
ケースデンキ従業員持株会	10,867	5.1%
加藤 修一	6,258	2.9%
佐藤商事株式会社	6,216	2.9%
加藤 幸男	6,004	2.8%
加藤 新次郎	4,856	2.2%
BBH FOR FIDELITY PURITAN TR : FIDELITY SR INTRINSIC OPPORTUNITIES FUND	3,900	1.8%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口5）	3,877	1.8%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口7）	3,751	1.7%

（注）1. 当社は自己株式22,770,082株を保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。
2. 持株比率は自己株式を控除して計算しております。