

ヤマダ電機グループ

CORPORATE REPORT 2017



ヤマダ電機グループCORPORATE REPORT 2017はFSC®森林認証紙と植物油インキを使用しています。





社会と共有できる新しい価値を創るため 「創造と挑戦」を続けてまいります

ヤマダ電機は、経営理念に「創造と挑戦」「感謝と信頼」を掲げ、企業の成長と発展、そして持続可能な社会環境づくりのために常にイノベーションを発揮し続けてまいりました。日本最大級ネットワークサービスのIoT企業としてグループのシナジーを最大化し、今を「第三の創業期」ととらえ、企業価値を高めながら、事業を通じて社会・環境に貢献してまいります。



目次

- 04 経営理念およびESGの取り組み
- 06 価値創造のあゆみ
- 08 価値創造プロセス
- 10 **トップメッセージ**
- 14 財務情報／非財務情報
- 16 [パフォーマンス報告] 経済性パフォーマンス
- 18 [パフォーマンス報告] 株主・投資家の皆様との信頼
- 20 **中期経営計画の概要**
8つの構造改革の取り組み
- 21 ①環境ビジネス(リユース・リサイクル事業)
- 22 ①環境ビジネス(アウトレット・リユース店舗の拡大)
- 22 ②スマートハウスサービス
- 23 ③リフォームサービス
- 23 ④暮らしのサポートサービス

- 24 ⑤ヤマダネットモールサービス
- 24 ⑥独自の商品開発サービス
- 25 ⑦店舗効率向上改革
- 25 ⑧人事制度改革
- 26 トピックス
- 28 環境保全活動
- 32 お客様満足向上活動
- 34 社員満足向上活動
- 36 社会貢献活動
- 38 トピックス
- 40 ガバナンス・コンプライアンス
- 42 財務サマリー
- 42 10年間の主要財務データ
- 44 連結貸借対照表
- 46 連結損益計算書 / 連結包括利益計算書 / 連結株主資本等変動計算書
- 48 連結キャッシュ・フロー計算書
- 50 ヤマダ電機グループ概要

編集方針

ヤマダ電機グループは、社会的責任に関わる情報を開示する「CSRレポート」を発行し、ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを図り、説明責任を継続的に果たしてきました。

欧州を中心とした財務情報と非財務情報の統合報告の流れの中で、ヤマダ電機グループは2016年より、国際統合報告評議会(IIRC)が公表する「国際統合報告フレームワーク」を参考にし、財務情報と非財務情報をまとめた総合的コミュニケーションツールとして、従来の「CSRレポート」を内包する「ヤマダ電機グループコーポレートレポート」として発行しています。

さまざまなCSR活動のうち、ESG等の特にステークホルダーの関心の高い内容については同レポート内で紹介するとともに、CSR活動の詳細については、当社Webサイト内で情報を開示しています。ヤマダ電機グループは、事業活動を通じてグループ理念を実現し、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

【対象範囲】

本報告書はヤマダ電機グループを対象にしていますが、一部データについてはヤマダ電機(単体)の活動を対象に報告しています。

【対象期間】

2016年4月1日～2017年3月31日を主な報告対象とし、2017年4月以降入手可能な重要な情報を一部反映しています。

【発行日】

2017年6月

【参考にしたガイドライン】

GRI®の「サステナビリティレポートガイドライン(第4版)」と国際統合報告評議会(IIRC)の「国際統合報告フレームワーク」を参考にしています。

※GRI:Global Reporting Initiative 企業などが発行する「持続可能性報告」に関する世界的なガイドラインの作成を目的に1997年に設立された国際的な組織

【免責事項】

本報告書に記載されている情報のうち過去の歴史的事実以外のものは、2017年3月31日時点で当社が判断した種々の前提および仮定に基づいたものであり、その性質上、将来その通りに実現するという保証はなく、実際の結果と大きく乖離する可能性や客観的には不正確である可能性があり、そのような事態の原因とならざる不確実性やリスクの要因は多数あります。また、記載された将来の計画や目標数値、施策の実行を確約または保証するものではありません。実際の業績は、今後の事業環境の変化等さまざまな不確定要因により、計画数値と異なる可能性があります。本報告書の内容は、情報の提供を目的としたもので、投資勧誘を目的としたものではありません。株式会社ヤマダ電機およびそのグループ各社の役員または従業員は、本報告書の使用、その内容から生じる直接的、間接的または派生的な損害または損失に対して理由の如何を問わず一切責任を負うものではありません。

◎本報告書に関するお問い合わせ先

株式会社ヤマダ電機 CSR推進室

〒370-0841 群馬県高崎市栄町1-1 TEL.0570-078-181

経営理念およびESGの取り組み

ヤマダ電機グループは、経営理念において社会に貢献することを明記し、持続可能な社会づくりに貢献するため、CSRを経営の重要課題として位置付けています。当社においてはESG（環境、社会、ガバナンス）の考え方をもとに「コンプライアンス」「労働」「環境」「顧客満足」「従業員満足」の5つのテーマに分類し、それぞれの領域で目標を掲げ取り組みを積極的に推進しています。経営理念のもとイノベーションを発揮し続け、家電

販売を中心にその事業領域の幅と深さを追求。グループのシナジーを活かしたビジネスと価値創造に取り組み、お客様の利便性向上や地球環境保全に貢献してきました。これからも、さまざまな課題やご意見・ご要望に社員総意で取り組み、社会と共有できる新しい価値を創造します。そして、社会とともに成長し続ける企業グループを目指して、ステークホルダーの皆様への「感謝と信頼」を基盤としたCSR活動を推進していきます。

経営理念

「創造と挑戦」

「感謝と信頼」で強い企業を目指し社員総意で企業価値を高め社会に貢献する。

ヤマダ電機のCSR倫理綱領

1 信頼の確立

- ①ヤマダ電機は、お客様との約束に限らず、取引先様との契約等は、どんなに些細な約束事であっても、これを軽視せず、誠実に履行し、信頼される企業を目指します。
- ②自社の社会的責任の重大さを十分認識し、情報の管理を徹底し、お客様に安心してお買い物ができるよう信頼の確立を目指します。
- ③金融商品取引法（いわゆるJ-SOX法）に基づき適正で信頼できる財務報告を行うよう努めます。
- ④企業情報を適時適切に開示し、株主の皆様からの信頼の確立を目指します。
- ⑤業務の全てを通じて、健全で適切な運営を心がけ、社会からのゆるぎない信頼の確立を目指します。

2 お客様本位の徹底

常にお客様本位で考え、豊富な商品知識と丁寧な接客を心がけ、お客様のニーズに最も適合する商品やサービスを提供し、お客様の満足と支持をいただけるよう努めます。

3 法令等社会規範の遵守

あらゆる法令やルールを厳格に遵守し、公正かつ誠実な企業活動を行ってまいります。

4 公正な取引

取引先様等のお取引の際には、自社の利益のみを追求するのではなく、つねに公正な取引を行うよう心がけ、実践してまいります。お客様のお取引の際には、お取引内容について誤解などが生じないよう、親切な接客を心がけ、納得・ご理解いただけるよう努めます。

5 人権の尊重

お互いの人格や個性を尊重しあい、セクシャルハラスメントやパワーハラスメントなどのない企業風土の醸成に積極的に努めます。

6 環境保護への取り組み

環境問題は早急に取り組むべき人類共通の重大な課題であると認識し、省エネルギー・リサイクル等の活動に積極的に取り組みます。

7 地域社会への貢献

ヤマダ電機は、すべての店舗が地域の方々に愛され支えられて初めて、存在意義を持つことを自覚し、地域の皆様との共存をはかり、地域社会の文化に貢献してまいります。

ESG課題への取り組み

ヤマダ電機グループは、ESG（環境・社会・ガバナンス）観点で事業活動を推進しております。家電量販業界のリーディングカンパニーとして、常に環境問題、少子高齢化などの社会変化を先取りし、積極的

に取り組みを推進しております。今後もステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを通じ、社会課題の解決につながるソリューションビジネスを展開、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

Environment (環境)

- ▶環境方針を策定・公表
- ▶本社ISO14001認証取得
- ▶省エネ家電販売促進
- ▶家電・パソコンのリユース・リサイクルのワンストップ化を実現
- ▶事業活動における環境への配慮
- ▶環境教育の推進

Social (社会)

- ▶CSR倫理綱領を策定・公表
- ▶取引方針を策定・公表
- ▶お客様満足を追
- ▶社員満足を追
- ▶地域社会貢献活動を推進
- ▶「公益財団法人 山田昇記念財団」を設立 など

Governance (企業統治)

- ▶コンプライアンス委員会を導入
- ▶リスク管理委員会を導入
- ▶執行役員制度を導入
- ▶内部通報制度を導入
- ▶グループCSR会議を実施 など

ステークホルダーとのエンゲージメント

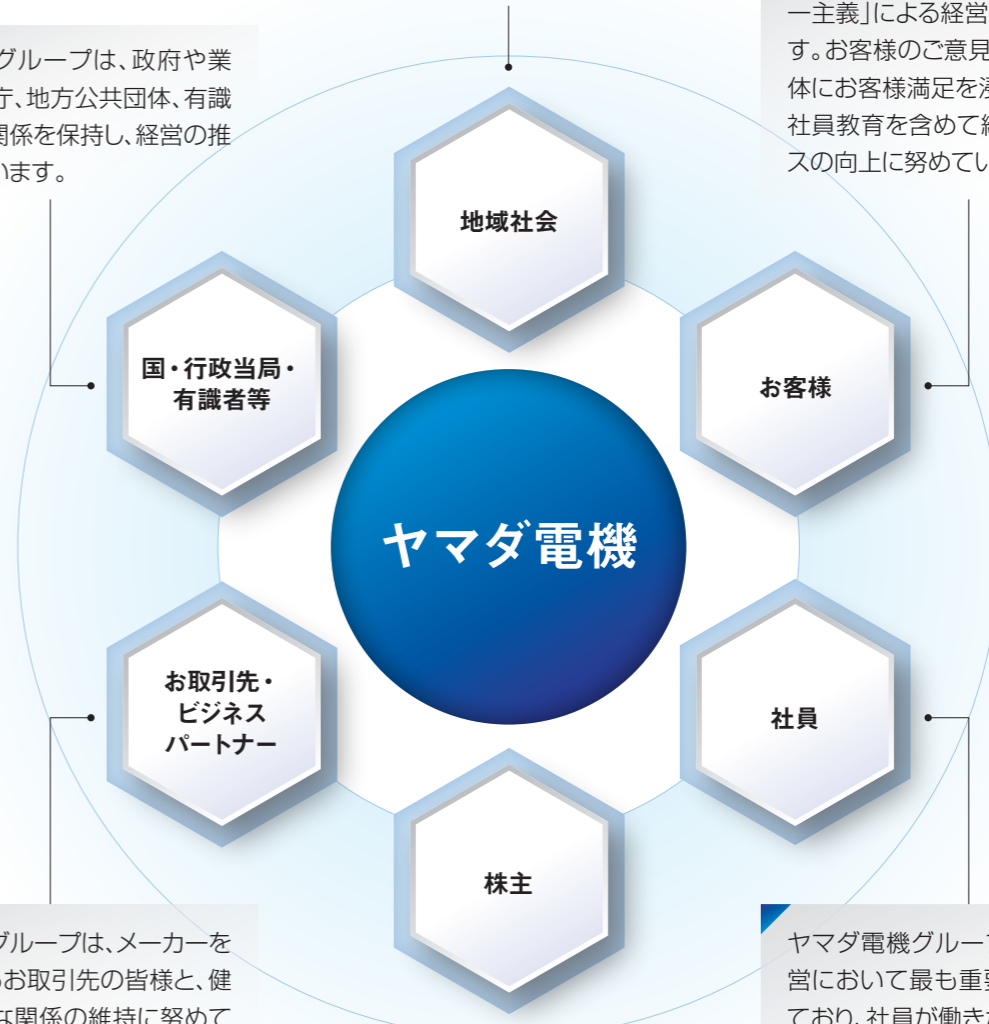
ヤマダ電機グループは、お客様、株主様、お取引先やパートナーの皆様、社員や地域社会などさまざまなステークホルダーの皆様とお互いが感謝し、信頼し合える関係を築いていくことがCSRの基本であると考えています。さらに、社会・

環境問題をはじめとするESG課題に対して積極的に取り組み、ヤマダ電機グループが持続的に成長することで、持続可能な社会づくりに貢献し、ステークホルダーの皆様とのつながりを長期にわたり深めていきたいと考えております。

ヤマダ電機グループは、全国の店舗網を通じて地域の皆様と深いかわりを持っており、地域社会はグループの基盤であるといえます。当社グループはよき企業市民として、地域社会と共生し、信頼関係を深めていくよう努めています。

ヤマダ電機グループは、「お客様第一主義」による経営を推進しています。お客様のご意見を伺い、組織全体にお客様満足を浸透できるように、社員教育を含めて継続的なサービスの向上に努めています。

ヤマダ電機グループは、政府や業務の所管省庁、地方公共団体、有識者と適切な関係を保持し、経営の推進に努めています。



ヤマダ電機グループは、メーカーをはじめとするお取引先の皆様と、健全かつ透明な関係の維持に努めており、長期的な信頼関係の構築のもと、公正・自由な競争の中で、共存共栄を目指しています。

ヤマダ電機グループは、株主の皆様からの信頼と期待に応えるため、持続的な成長を続け、企業価値を高めていくことを目指しています。また、適時・適正・公平な情報開示を行い、積極的なコミュニケーションに努めています。

ヤマダ電機グループは、「人」が経営において最も重要であると考えており、社員が働きがいを実感できる仕組みの提供をし、適正な人事評価を推進しています。同時に、社員の能力開発や労働環境の改善に努めています。

価値創造のあゆみ

ヤマダ電機グループは、昭和48年に個人電気店として創業、経営理念に「創造と挑戦」「感謝と信頼」を掲げ、企業の成長と発展のために常にイノベーションを発揮し続けてきました。創業時を「第一の創業期」、混売店から量販店に移行した時を「第二の創業期」とし、現在を「第三の創業期」と位置づけ、一歩先を見据えた積極的な経営を行っています。

当社グループは、家電専門量販店として唯一、日本全国に店舗を展開する高密度のサービスネットワークを最大限に活用し、グループ企業各社との連携強化を行い、少子高齢化、人口減、インターネット社会への対応など、めまぐるしく変化

する市場環境に対応するため、家電販売を中心とした事業領域の幅と深さを追求し、各種ソリューションビジネスの開拓をはじめとしたお客様目線・川下発想での革新的な事業展開により、中長期的な視点で持続的な企業価値向上のための取り組みを積極的に行い、「日本最大級のネットワーク・サービスのIoT*企業」を目指しています。

* IoT
Internet of Thingsの略で、あらゆる物がインターネットを通じてつながることによって実現する新たなサービス。IoTの概念はそれを扱う企業によって異なり、ここではヤマダ電機独自の視点でのIoTを指す

日本最大級のネットワーク・サービスのIoT企業へ

- 1973** 群馬県前橋市で電気店を個人創業
- 1978** 創業から5年目で5店舗、年間6億円を突破
- 1983** 株式会社ヤマダ電機設立
- 1989** 株式を店頭公開
- 1990** スイス・フラン建転換社債をはじめ起債
- 1997** 売上高1,000億円突破
- 2000** 株式を東京証券取引所市場第一部に上場
- 2001** 家電専門量販店売上高日本一
- 2005** 国内家電専門量販店として初の売上高1兆円を達成
- 2010** 国内家電専門量販店として初の売上2兆円を達成
- 2015** 中期経営計画を公表

▶ 家電専門量販店事業の強化

- 1981** 系列店から混売店への転換
- 1986** フランチャイズ(FC)第1号店として長野県佐久市に出店以降、FCチェーン展開を行う
- 1987** 大型総合家電店舗(核店舗)の第1号となる「テックランド本店」を開設
- 1992** NEBA(日本電気大型店協会)脱退
- 1998** 法人営業を本格化
- 2002** 株式会社ダイクマの株式取得
- 2005** 国内家電専門量販店初のナショナルチェーン化を実現
- 2006** 都市型大型店舗「LABI」の1号店を大阪・難波にオープン
- 2009** 旗艦店舗「LABI1日本総本店池袋」を池袋駅前にオープン
- 2010** 中国に瀋陽店をオープン
- 2012** 株式会社ベスト電器を子会社化
- 2015** 最先端コンセプトの情報発信基地「Concept LABI TOKYO」を東京駅・八重洲口にオープン
- 2016** 未来の最新ライフを総合プロデュースする「LABI LIFE SELECT 立川」を立川駅前にオープン
- 2017** 快適なライフをトータル提案「LABI LIFE SELECT 千里」を千里中央駅前にオープン



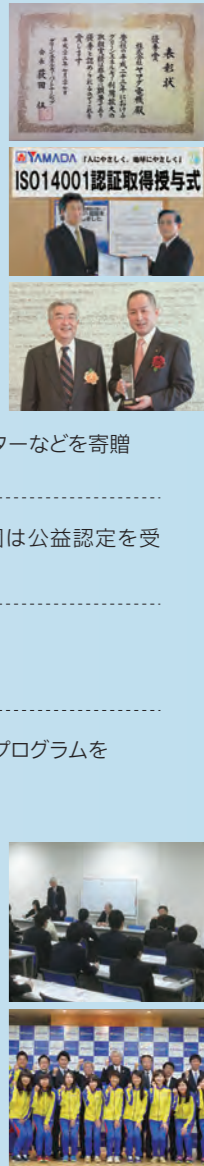
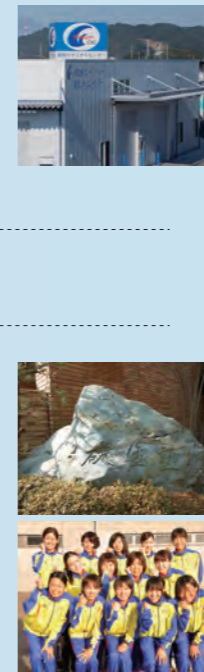
▶ ネットワーク・サービスの拡大

- 1984** 物流部門の強化と効率化のため、前橋市朝倉町に物流センター開設
- 1986** 財務情報および顧客情報の即時収集のため、全店にPOSシステムを導入並びに大型汎用コンピュータ導入
- 1988** 専門特化型店舗およびソフト提供型店舗の複合化戦略を開始
- 1991** コンピュータ関連の開発・販売会社テック情報システム株式会社を設立
- 1995** 自社物流網構築を決断し、西日本への進出構想に着手
- 2005** 全国47都道府県への直営店出店を達成
- 2011** エス・パイ・エル株式会社を子会社化
- 2012** 株式会社ハウステックを子会社化
- 2013** 株式会社ヤマダ・ウッドハウス設立
- 2013** ヤマダ電機ショッピングサイトの新名称を「ヤマダウェブコム」とし、リニューアルオープン
- 2014** リユース・アウトレット業態店舗の展開
- 2015** 業界初「電子保証書」「ポイント保証」サービス開始
- 2015** ハウステックショールームをヤマダ電機店舗にて展開
- 2016** 船井電機株式会社と国内独占販売に関する基本合意書締結



▶ 社会価値の向上

- 1973** 企業理念「創造と挑戦」を策定
- 1991** 「まごころ親切運動推進室」を設置
- 1994** 総合保守サービス「The安心」をスタート
- 1997** 環境問題に配慮した株式会社シー・アイ・シーを設立
- 2001** ヤマダ電機ポイント制を導入
- 2003** 顧客満足度向上推進元年
- 2003** 社内資格制度推進プロジェクトスタート
- 2004** 研修センター「礎生塾」を開設
- 2004** ヤマダ電機女子陸上部創立
- 2005** スマトラ義援金活動で天皇陛下より紺綬褒章を受賞
- 2007** 「CSR担当室」を設置
- 2007** 「CSR倫理綱領」を策定
- 2007** 「全員参加型の経営」を推進、改善提案制度を導入
- 2008** 高崎市に新社屋を建設、本社を移転
- 2009** 「グリーン・エネルギー・パートナーシップ」から優秀賞を受賞
- 2011** 高崎本社機能を対象としてISO14001認証を取得
- 2013** 東京証券取引所が主催する第三回「企業行動表彰」企業に選定
- 2014** パラオ共和国へパソコン・モニターなどを寄贈
- 2014** 一般財団法人山田昇記念財団は公益認定を受け、「公益財団法人」に移行
- 2015** 「リスク管理委員会」を設置
- 2016** 「女性活躍推進行動計画」実施プログラムをスタート
- 2016** デジタル機器の相談から修理までトータルでサポートする「デジタルサポートステーション」を導入
- 2017** 「次世代リーダー教育プログラム」をスタート
- 2017** ヤマダ電機女子陸上部を「ヤマダ電機陸上部」へ名称変更



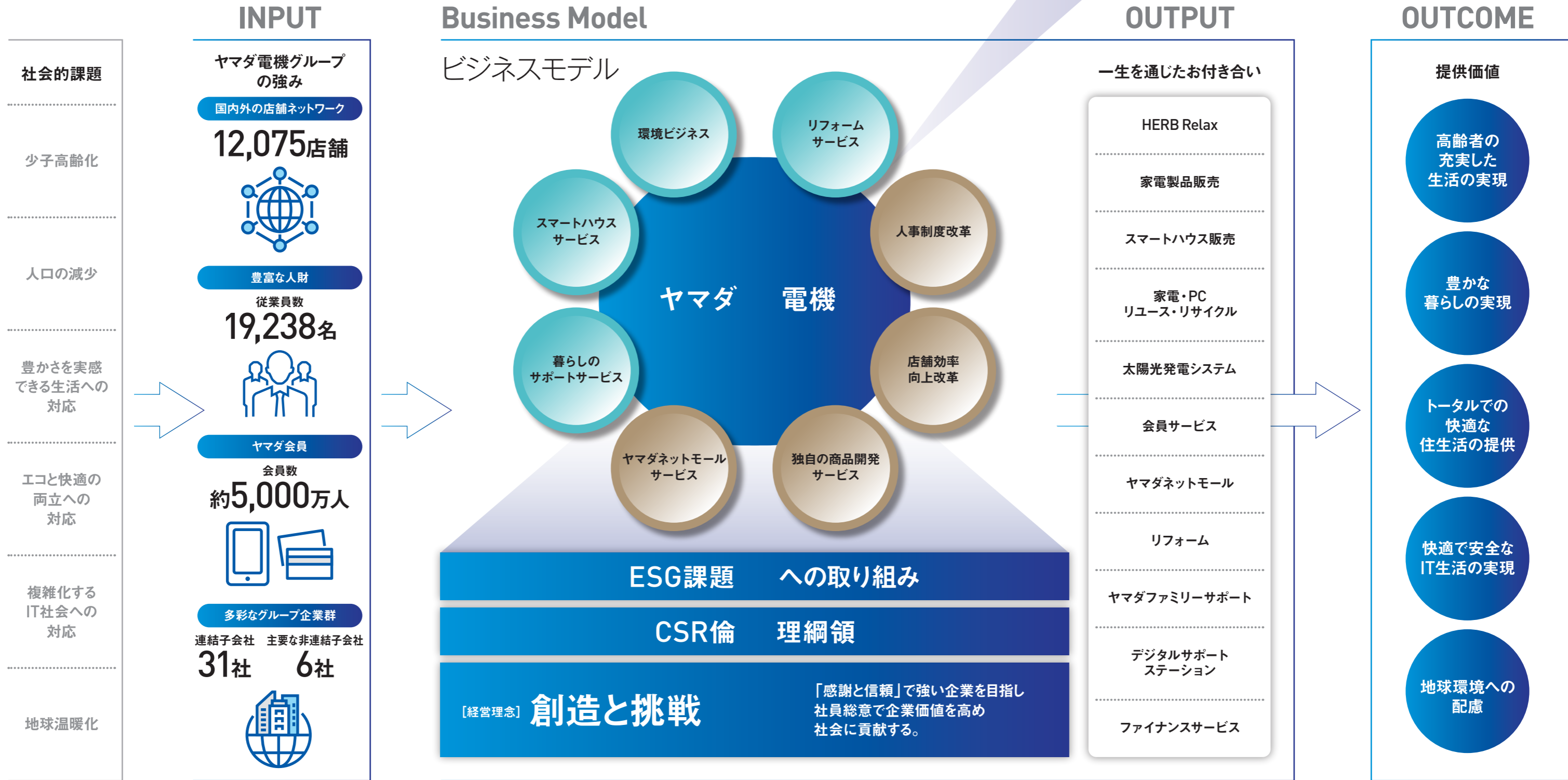
価値創造プロセス

企業価値の持続的向上に向けて

ヤマダ電機グループは、多様な資本を活用し、少子高齢化や社会のネット化など、環境や社会課題の解決に向けたさまざまな事業活動を展開しています。再生可能なエネルギー普及促進、省エネ住宅「スマートハウス」の提供、お客様の暮らしをサポートする「お得」「安心」「便利」なサービスの開発など

の取り組みを推進しています。社会の変化・課題を先取りし、ヤマダ電機グループシナジーを活かしたソリューションビジネスの展開を通じ、ヤマダ電機グループの社会的価値向上を図っていきます。

日本最大級のネットワーク・サービスのIoT企業へ



現場主義での 構造改革強化

今年度の経営スローガンである現場主義を徹底し、
会社経営3代表体制による構造改革の強化・推進を図ってまいります。



現場主義に徹し
「やるべき方針の実行徹底」で
目標達成を図ります。

代表取締役会長 兼 取締役会議長

山田 昇 YAMADA Noboru



2017年3月期の市場環境と業績

2017年3月期については、国内景気は政府の経済対策や日銀による金融政策などにより、緩やかな景気回復が続きましたが、海外経済においては、中国や新興国の景気減速や成長鈍化、イギリスのEU離脱問題などから円高が進行するなど、金融市場は大きく変動し、先行き不透明な状況が続きました。家電流通業界においては、家電エコポイントや地デジに伴う特需の反動減による長引く市場低迷にも底打ち感が見ら

れ始めています。このような市場環境の中、当社グループが数年来、取り組んできた「構造改革」の成果が着実に形になってきており、全体の業績向上に大きく貢献しました。

新経営体制の下で構造改革が進展

2016年1月に会長、副会長、社長の3名の代表取締役を中心とする新しい経営体制を発表し、同年4月からスタートしました。

役割分担が明確になり、会長の私が

「新規ビジネスの創出」、一宮副会長が「構造改革と中期経営計画の推進」、桑野社長が「既存ビジネスと人材育成」を担当し、それぞれ課題を挙げて取り組んできました。その成果が「構造改革強化推進の年」と位置付けた2017年3月期の後半から着実に成果としてあがってきており、3代表の連携と取り組みの進捗に手応えを感じています。

私が担当している「新規ビジネスの創出」では、住まいに関連するさまざまな事業があり、国内家電販売市場の成長が鈍化する懸念がある中、今後の成

長を見据えて住宅関連を中心とした新規ビジネスの構築に取り組んでおり、新規ビジネスと既存ビジネスを有機的にリンクさせ、トータルサービスとして発展させています。家電専門店として事業領域の幅と深さを追求した独自のビジネスモデルを創造することで、構造改革の推進や先行投資が結実し、2018年3月期は大幅な改善を見込んでいます。

一宮副会長は商品や店舗開発などの各種構造改革を推進し、「FUNAI」ブランドの国内向け液晶テレビなどを当社が独占販売する合意を実現させるなど、大きな成果をあげています。桑野社長は家電販売を中心とした既存事業の強化による売上げ向上や利益率の改善、女性社員をはじめとする人材育成などのテーマに取り組んでいます。

現場主義で課題達成のための改善を推進

少子高齢化、人口減少、年齢構成の変化、インターネットの浸透などにより、当社を取り巻く市場環境は短期間のうちに大きく変動しています。当社の経営は大きな転換点とも言うべき、課題

と社会的変化の中で、課題克服のための構造改革の必要性が高まっています。改革の成果が顕在化しつつあるものの、改革はまだ途半ばであると考えています。これまで課題達成のためにさまざまな改善を行ってきましたが、確実に言えることはその答えは現場にあるということです。2018年3月期は経営スローガンとして「現場主義に徹し「やるべき方針の実行徹底」で目標達成を図ろう！」を掲げており、この考えを着実に遂行し改革を推進していきます。

真に現場主義に徹し、やるべきことを実行、徹底することで、実際の成果はもちろんのこと、その過程において担当者とともに課題情報を共有し、ともに汗を流し、問題に取り組むことが求められます。そうすることで、人材育成が図られ、小さな目標から大きな目標までの達成が可能となると考えています。

持続的な成長により社会価値の創造に努める

モノのサービスだけではなくコトのサービスまでも両立できることがヤマダ電機グループの強みです。家電販売や住宅販売からリフォーム、保険、ヤマダ

ファミリーサポート、さらには金融ビジネスにおける住宅ファイナンスまでグループ企業を通じて提案し、「家一軒まるごと」のサービスを提供。お客様と「ゆりかごから墓場まで」一生を通じたお付き合いをさせていただくことが理想です。そのためには、お客様のニーズを的確に把握することが必要であり、長年にわたって蓄積してきた会員データなどのビッグデータを積極的に活用していきます。

私が担当している「新規ビジネスの創出」については、リフォーム事業、スマートハウス事業、金融サービス事業および各種サポートサービス事業の構築・発展、さらに4事業の機会のあるM&Aを重点施策として経営に取り組んでいきます。一宮副会長、桑野社長も各々の重点施策を着実に遂行、全社一丸となって目標達成に邁進していきます。

さまざまな課題の着実な実現を目指し挑戦していくのがヤマダ電機グループの経営理念に基づく経営姿勢です。ステークホルダーの皆様へ支持され、社会価値の創造に挑戦し続けるヤマダ電機グループとして、これからも、企業の持続的成長と発展のため、全社を挙げて取り組み、社会に貢献していきます。

引き続き構造改革を積極的に推進していきます。

代表取締役副会長 兼 代表執行役員CEO

一宮 忠男 ICHIMIYA Tadao



売上高総利益率の向上

2017年3月期は、引き続き家電販売を中心とした新たな事業領域への挑戦と構造改革の推進を行い、利益率の改善や販売管理費の削減につなげました。またビッグデータの活用によりモノからコトへのポイント付与により、来店客数、リピート率、販促効率の向上などを図ることで売上高総利益率が向上するなど、2015年第1四半期に実施した大量閉店を含む大改革以降、構造改革の成果が現れています。

構造改革の根底は現場にある

私は「構造改革と中期経営計画の推進」を担当しており、構造改革については途半ばではあるものの、徐々に成果が出始めてきたと考えています。ただし構造改革については、常に問題や現状を把握し、問題点を見つけ出したうえで改善していくことが求められます。そのためには現場主義の発想が重要です。構造改革の根底は現場にあると考え、私自身、現場に足を運んでいます。その中で構造改革をどのように進めていくべきか、やるべきことを本当にやるためにはどうしたら良いか、絶えず

模索しています。

中期経営計画は、当社グループの持続的成長の実現とステークホルダーの皆様の期待に応えるために、「日本最大級のネットワーク・サービスのIoT企業」の長期ビジョンのもと、8つの構造改革項目に積極的に取り組むことで実現を図ります。具体的には、(1)「環境ビジネス」(2)「ヤマダネットモールサービス」(3)「スマートハウスサービス」(4)「リフォームサービス」(5)「暮らしのサポートサービス」(6)「独自の商品開発サービス」(7)「店舗効率向上改革」(8)「人事制度改革」であり、これらの改革を同時並行的に遂行し、2020年3月期を最終年度とする中期経営計画の達成を目指します。

「FUNAI」ブランドの国内独占販売契約

商品および店舗改革などの各種構造改革を推進する中で、成果が出てきています。そのひとつが「FUNAI」ブランドの国内向け液晶テレビ、ブルーレイレコーダーをヤマダ電機が独占販売する基本合意を実現しました。船井電機は北米でトップクラスのシェア獲得経験があり、技術力や生産力があります。製品の信頼性も高く、ともにしっかりと

たブランドを構築していきたいと考えています。10年間、当社が独占販売できるため、フルラインアップを揃えて全国で一斉に販売し、グループ全体で取り組むことで、国内テレビ市場での台数シェア5%を目指します。成功すれば新たなビジネスモデルになるため、当社グループの力量が試されると考えます。

また構造改革の強化・推進に関して、「リアルとバーチャルが融合した先進性のある店舗開発と安定した収益の確保を図る」、「商品開発と改廃、交叉比率の向上」、「各種ソリューションビジネスの収益向上」の主要4項目について積極的に取り組み、構造改革を推進していきます。

中期経営計画を含む事業計画を着実に遂行

ヤマダ電機グループは、ステークホルダーの皆様には社会的責任を果たすために、人材の確保を含むグループ会社の力を基盤とした事業活動を通して、「モノからコト」への事業展開を確実に成果に結び付けていくことが最も重要です。中期経営計画を含む事業計画を着実に遂行し、経営者の一人として責任をもって臨みます。

既存事業の利益向上と職場環境の改善の両立を図ります。

代表取締役社長 兼 代表執行役員COO

桑野 光正 KUWANO Mitsumasa



既存事業の強化による売上の向上

2017年3月期については前期同様、家電量販店全体では少子高齢化・人口減・インターネット社会の影響が見られます。このような環境の中でヤマダ電機は、構造改革の強化・推進により、利益率を改善することができました。

私は既存ビジネスを担当し、既存事業の強化による売上の向上および人材育成に取り組んでいます。来店客数と客単価を上げるための施策を推進する中で、2016年には訪問コンシェルジュサービスを東京・八重洲の「Concept LABI TOKYO」からスタートし、お客様から高評価をいただくとともに、従業員のやりがいが高めることに寄与しました。

既存事業強化による売上増の施策

私が担当する、構造改革における既存事業達成については、6つの重要施策を掲げています。

まず1番目が、「接客」と「在庫」の改善です。接客については、計画的なシフトにより人員数や配置、質の最適化や最大化を図るとともに柔軟な対応によりお客様に快適で納得感の高い買い物をしていただくことを目指して取り

組みます。また本社とセンターを中心に在庫管理を徹底することで、商品のラインアップを確実に揃えていきます。

2番目が利益管理です。単に安価で販売するのではなく、粗利目標の達成を図るための利益管理も重要であり、社員教育と併せて徹底していきます。

3番目がエリア別の定量的な販促の推進です。グループ各店で画一的な商品販売をするのではなく、季節や地域、来店されるお客様の特性に応じて、柔軟に商品を揃える必要があります。会社の規模が大きくなって、お客様のニーズを把握し、フィードバックすることで情報を共有し、きめ細かい対応を行っていくことが求められます。

4番目が販売促進企画充実と強化によるサービス収益の向上です。現在ヤマダ電機グループでは、IoTビジネス、住宅販売などのさまざまなサービスがありますが、お客様から得た情報を的確かつ効率的に活用し、個々のニーズに合わせた販売促進手段の開発に取り組んでいます。

人材育成のための施策

残り2つは人材育成に関する施策となります。

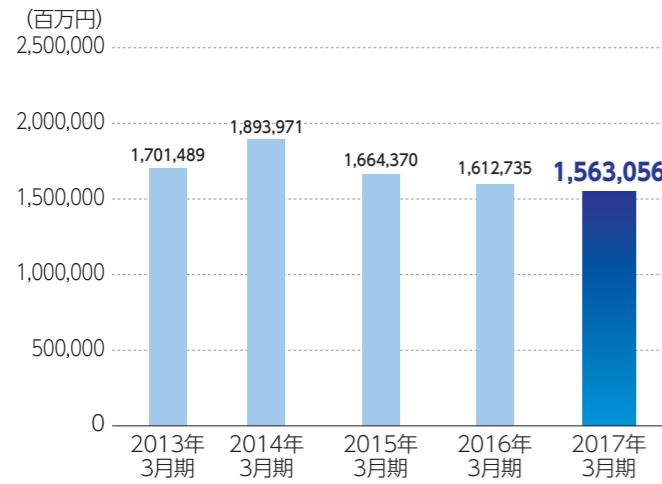
5番目は人材教育による人材の活性化です。パート比率が高まる中での教育や管理の徹底を図っていきます。また家庭の事情などにより異動できない社員のためにエリア限定社員制度を導入するなどして、安心して働ける職場環境の構築に取り組んでいます。

6番目がCSの向上と自己啓発です。ヤマダ電機は家電のみならず「家一軒丸ごと」の販売を行っており、お客様に生活をトータルで提案することができます。そのため家電アドバイザーやスマートマスターなどの外部資格の積極的な取得を推奨しており、社員のスキルアップや自信につながり、ひいてはお客様の信頼や満足度の向上にも寄与すると考えています。

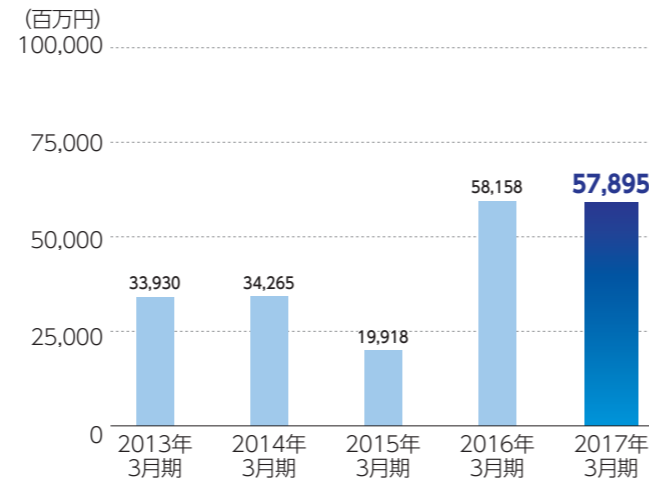
以上の6項目を着実に遂行することで、さらなる構造改革による利益創出を図り、新たな社会価値の創造に向け、役員・従業員が結束してヤマダ電機グループに関わるすべてのステークホルダーの皆様と発展し続ける企業を目指してまいります。

財務情報 / 非財務情報

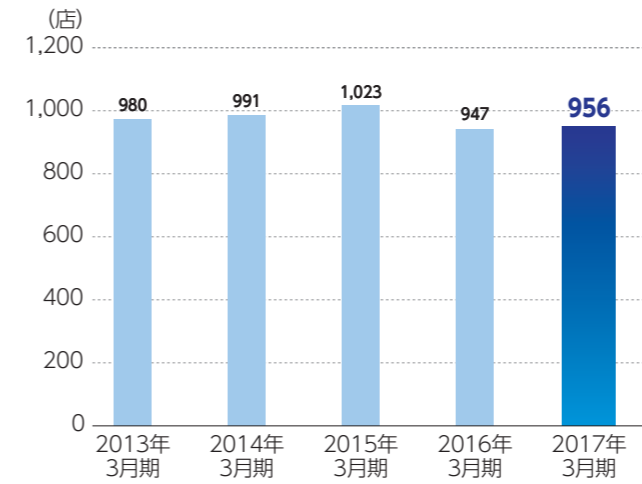
連結 売上高



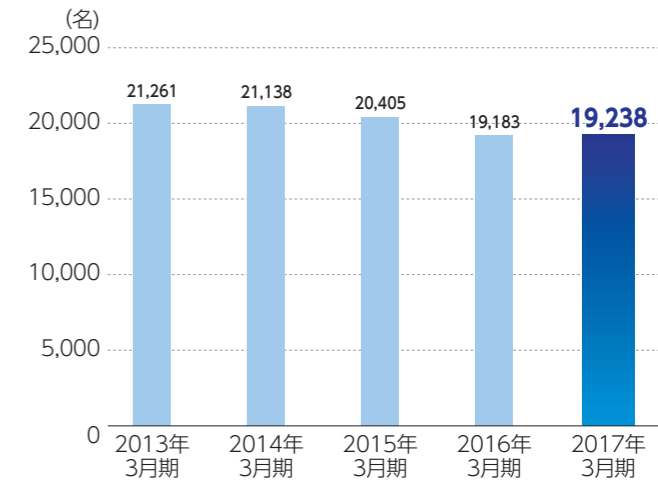
連結 営業利益



グループ直営店舗数

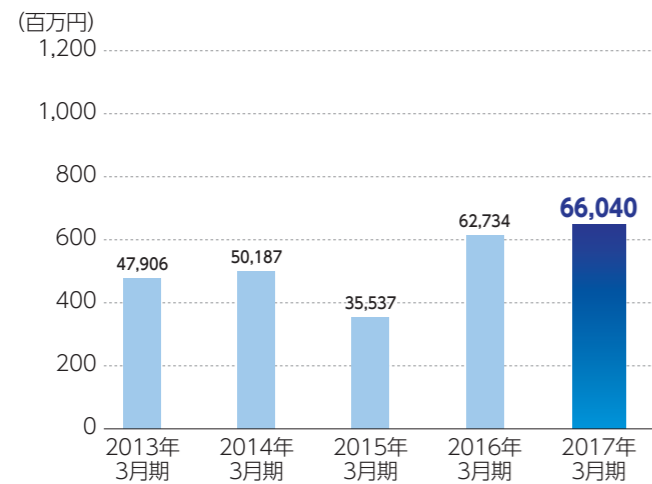


連結 従業員数

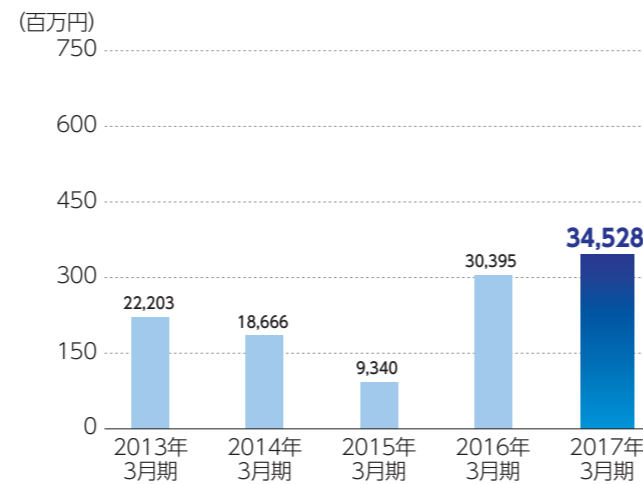


※平均臨時雇用者数を除く

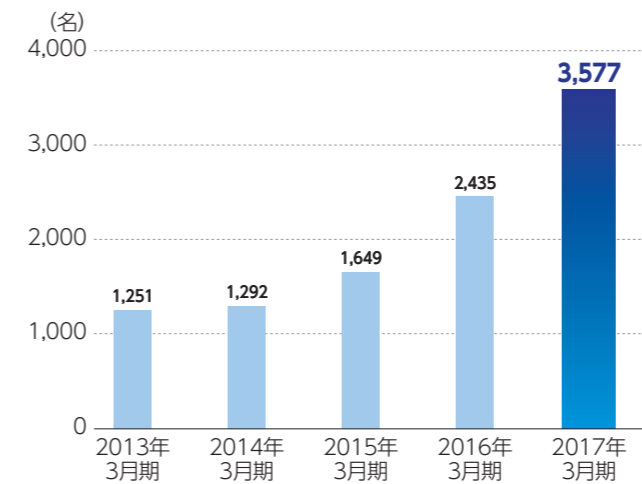
連結 経常利益



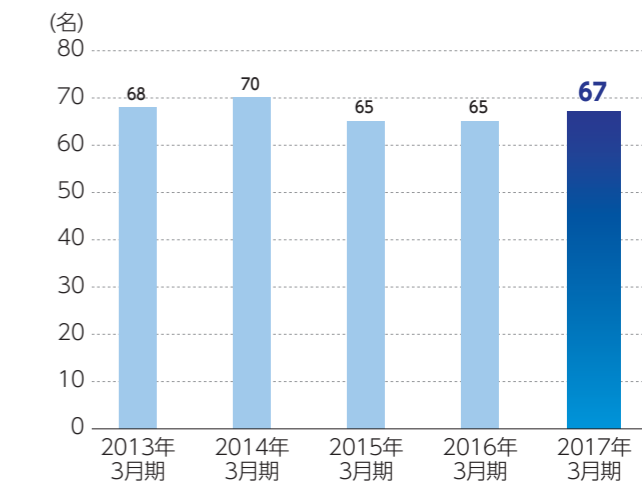
連結 親会社株主に帰属する当期純利益



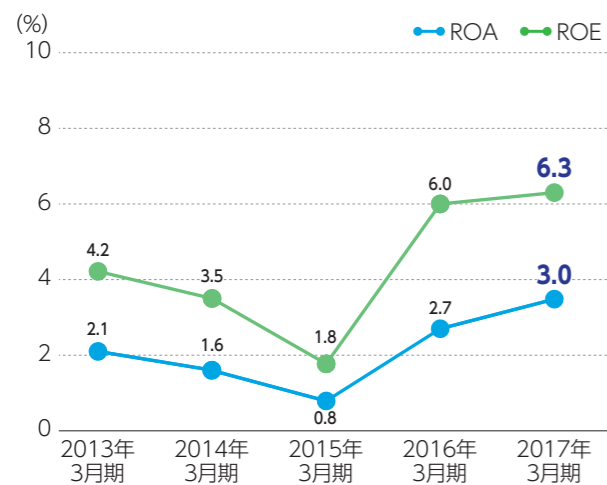
家電製品アドバイザー数



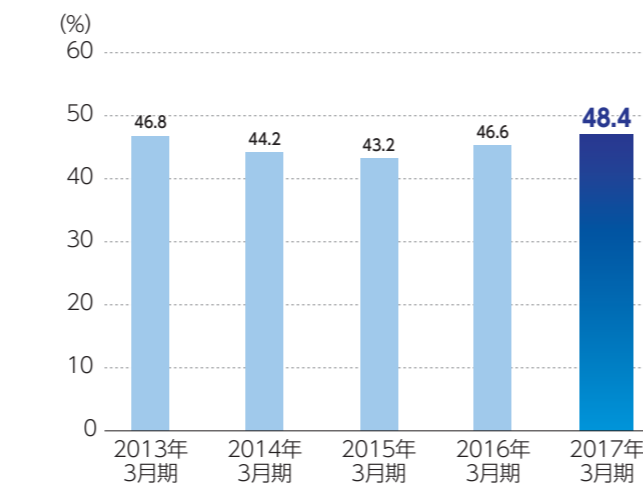
女性管理職者数



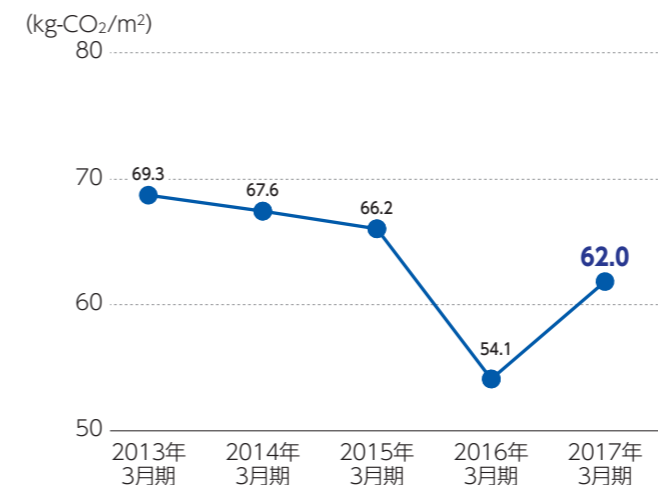
連結 ROA, ROE



連結 自己資本比率

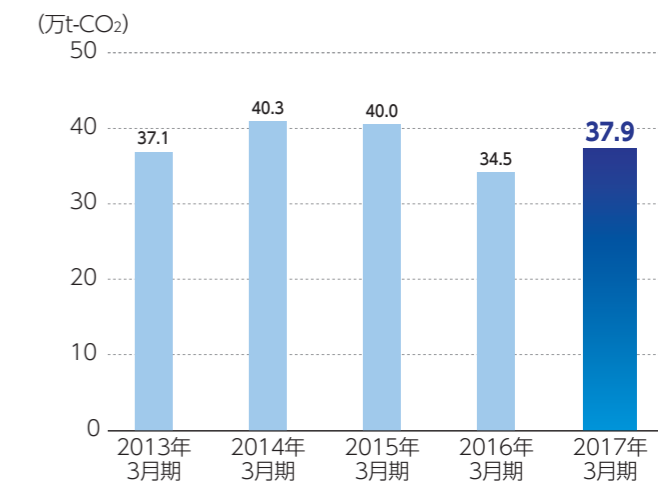


延べ床面積当たりCO₂排出量



※CO₂換算係数:0.55kg-CO₂/kWh

電力使用によるCO₂排出量



※CO₂換算係数:0.55kg-CO₂/kWh

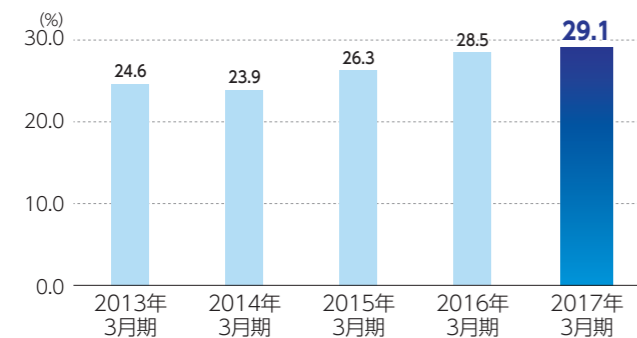
経済性パフォーマンス

収益や株価とともに“ヤマダ電機”のブランド価値をさらに高め、お客様およびビジネスパートナーとの良好な関係づくりに注力するなど、継続的な取り組みを積み重ねて、企業価値の向上に努めてまいります。

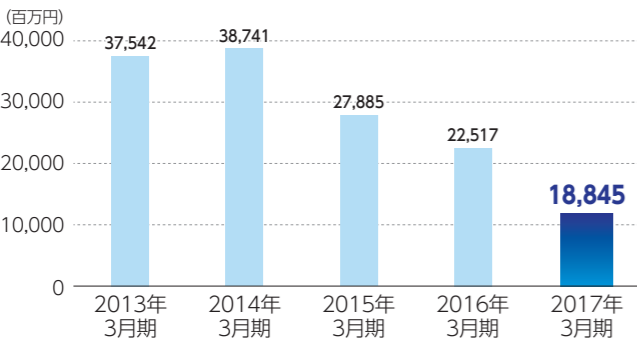
収益の状況

2017年3月期は、企業収益の一定の改善や雇用環境の改善が続き、景気は緩やかな回復基調で推移する中、家電流通業界は家電エコポイントや地デジ化に伴う特需の反動減による長引く市場低迷が続いてきたテレビに底打ち感が見られ、パソコンや携帯電話などのデジタル関連商品の特殊事情、一部季節要因を除けば概ね堅調に推移しました。これを受け、ヤマダ電機の2017年3月期の連結決算は売上高1兆5,630億円、営業利益578億円、経常利益660億円、親会社株主に帰属する当期純利益345億円という結果になりました。

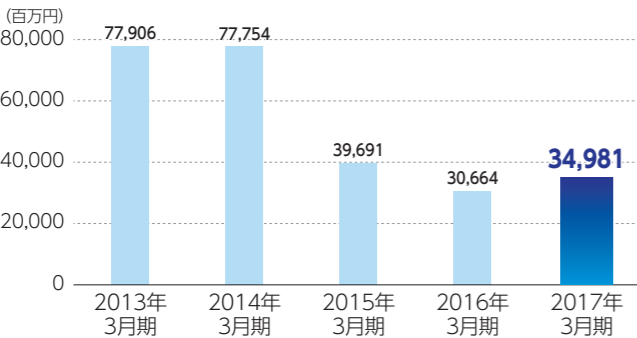
売上総利益率の推移



設備投資の推移



現金及び現金同等物の期末残高



連結財務データ

	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
売上高	1,701,489	1,893,971	1,664,370	1,612,735	1,563,056
営業利益	33,930	34,265	19,918	58,158	57,895
経常利益	47,906	50,187	35,537	62,734	66,040
親会社株主に帰属する当期純利益	22,203	18,666	9,340	30,395	34,528
ROA (%)	2.1	1.6	0.8	2.7	3.0
ROE (%)	4.2	3.5	1.8	6.0	6.3
自己資本比率 (%)	46.8	44.2	43.2	46.6	48.4

財政状態に関する分析

資産、負債、純資産の状況

当連結会計年度末の総資産額は、前連結会計年度末に比べ12,734百万円増加(前期比1.1%増)して1,159,456百万円となりました。主な要因は、戦略的季節商品の仕入および売場構成モデルの変更などによる商品および製品の増加によるものです。

負債は、15,091百万円減少(前期比2.6%減)し573,909百万円となりました。主な要因は、長期借入金の減少によるものです。

純資産は、利益剰余金の増加などにより、27,825百万円増加(前期比5.0%増)して585,547百万円となりました。この結果、自己資本比率は48.4%(前期比1.8ポイント増)となりました。

キャッシュ・フローの状況

当連結会計年度末における現金及び現金同等物は、前連結会計年度末に比べ4,316百万円増加して34,981百万円(前期比14.1%増)となりました。

当連結会計年度における各キャッシュ・フローは以下のとおりです。

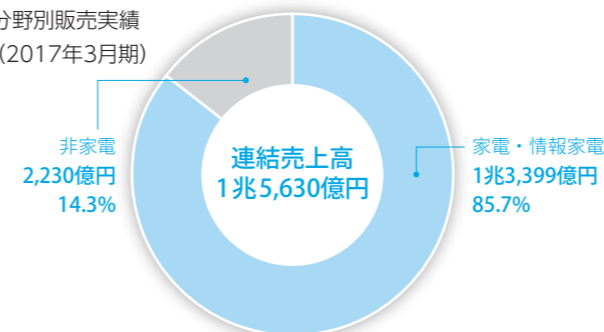
- **営業活動によるキャッシュ・フロー**
営業活動によるキャッシュ・フローは、43,855百万円の収入となりました。これは主に、法人税などの支払があったものの、税金等調整前当期純利益の計上によるものです。
- **投資活動によるキャッシュ・フロー**
投資活動によるキャッシュ・フローは、15,279百万円の支出となりました。これは主に、店舗改装などに伴う有形固定資産の取得によるものです。
- **財務活動によるキャッシュ・フロー**
財務活動によるキャッシュ・フローは、24,382百万円の支出となりました。これは主に、長期借入金の返済による支出によるものです。

取り扱い製品・サービスと分野別販売実績

ヤマダ電機グループでは、さまざまな家電製品、情報家電などを個人・法人のお客様に販売しています。スマートハウスやリフォームなどの住宅事業にも力を入れているほか、中小企業・官公庁のお客様向けの窓口設置やパソコン教室の開催など、ビフォアサービスからアフターサービスまでさまざまなサービスを提供しています。少子高齢化や人口減、ネット社会の浸透などにより社会ニーズは大きく変化していますが、そうした中、ヤマダ電機グループは、日本最大級の店舗ネットワークの強みを活かしたお客様本位のサービス向上を目指し、暮らしの安心、スマートハウス、リフォーム、環境、ネット社会でのモール運営など、IoT時代をリードする企業を目指してまいります。

分野別販売実績

(2017年3月期)



「モノからコト」へ「モノ+コト」へ

ヤマダ電機グループは、刻々と変化する社会ニーズに対応するため、「モノ(家電製品をはじめとした商品など)提案からコト(サポートやサービスなど)提案の強化」を推進しています。お客様の利便性向上のため、「モノ」だけを販売するのではなく「コト」も一緒に提案することで「モノ」の価値をさらに向上させる取り組みを行っています。

新たな市場の創造と次世代へつなぐスマートハウス・リフォーム事業の展開

ヤマダ電機グループは、ヤマダ電機の店舗網、子会社のヤマダ・エスバイエルホーム(東証第一部:コード番号1919)やヤマダ・ウッドハウスを通じ、省エネ家電の普及推進による「省エネ」、太陽光発電システムによる「創エネ」、電気をためる「蓄エネ」、これらを「HEMS」でかきこくコントロールし「通信インフラ」で融合させたスマートハウス(新築住宅や「ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス」など)の提案を行っており、店舗駐車場へのモデルハウスおよび事務所兼ショールームの設置、店舗内へのモデルルームの設置でこれまでの住宅メーカーの概念にとらわれない、「家一軒丸ごと」かつ「少子高齢化社会」対応の独自のビジネスモデルをお客様目線の川下発想で新たな顧客の開拓を行っています。さらに、子会社の住設機器メーカーであるハウステックの当社店舗内へのショールームの展開を通じ、これまでのB to B中心のビジネスモデルからB to Cの新たな需要の拡大、当社「トータルスマニティライフコーナー(リフォームコーナー)」などとの連携によるリフォーム提案を積極的に行っています。

家電製品リユース・リサイクル事業の推進

環境負荷低減を目的として、グループ会社のシー・アイ・シーと東金属、インバースネットと連携し、リユース・リサイクルまでを行うビジネスを推進しています。不要な家電製品の回収から、清掃・分解・検査などを行い、リユース品として再販売、またはリサイクルして再資源化へとつなげています。2017年3月末現在、ヤマダ電機が運営するアウトレット・リユース店舗は19店舗となりました。家電だけでなく、子会社のシー・アイ・シーと連携して古着などの非家電のリユース商品も提供し、お客様ニーズへの対応と同時に、資源の循環に貢献しています。

SPA商品の開発

マーケティングから企画・開発、小売までをヤマダ電機が一貫して行うSPA商品「HERB Relax(ハープリラックス)」シリーズを展開しています。「高機能」ではなくお客様から好かれる「好機能商品」をコンセプトに商品開発に取り組んでおり、必要な機能の搭載や省エネ性能の向上など、お客様目線で商品開発を積極的に進めています。2017年3月末時点で、主に消耗品や小型家電などのカテゴリーにおいて、380点の商品数を揃えています。



店舗の展開

全国47都道府県を網羅するナショナルチェーンを確立し、店舗ネットワークの進化を図り、社会ニーズへの対応で専門店としてのサービス向上を目指しています。2017年3月末の店舗数は、直営店舗956店舗(単体直営649店舗、ベスト電器142店舗、その他連結子会社165店舗)となり、フランチャイズを含むグループ店舗数の総計は12,075店舗となりました。

ヤマダ電機グループ店舗数

区分	該当店	2015年3月末	2016年3月末	2017年3月末
直営店舗	LABI、テックランド、海外店舗 等	1,023店	947店	956店
フランチャイズ店舗	コスモス・ベリーズFC、マツヤデンキFC、ベスト電器FC 等	10,448店	11,140店	11,119店
グループ店舗合計		11,471店	12,087店	12,075店

株主・投資家の皆様との信頼

持続的な成長を続けて企業価値を高め、社会に貢献していくことが当社の使命であると考えています。そのためには、まず株主の皆様にはヤマダ電機をよりご理解いただき、信頼関係を深めていくことが不可欠です。ヤマダ電機では、適時・適正な情報開示を行い、積極的なコミュニケーションに努めています。

事業・財務情報の適時・適正な開示

ヤマダ電機では、株主や投資家をはじめとした皆様にはホームページにおいて、IR情報として決算情報やプレスリリースなどの開示に加え、新商品開発や新たな取り組みの開始に伴う情報を開示し、ヤマダ電機に対する理解を深めていただけるよう努めています。

またヤマダ電機は、従来より外国人持株比率が高く、グローバルな視点で経営の業績や経営方針を説明する機会が多くあります。このため、事業戦略やCSRに関する取り組みについても、国内および海外で年間200回前後の投資家やアナリストの方々とのミーティングを行っています。

個人投資家の皆様には年1回の「個人投資家向け説明会」を、主要都市を巡回する形で14年連続開催しており、毎回経営トップより直接ヤマダ電機の経営理念や経営方針、現在の業績と今後の事業戦略について説明し、理解を深めています。

利益配分に関する基本方針

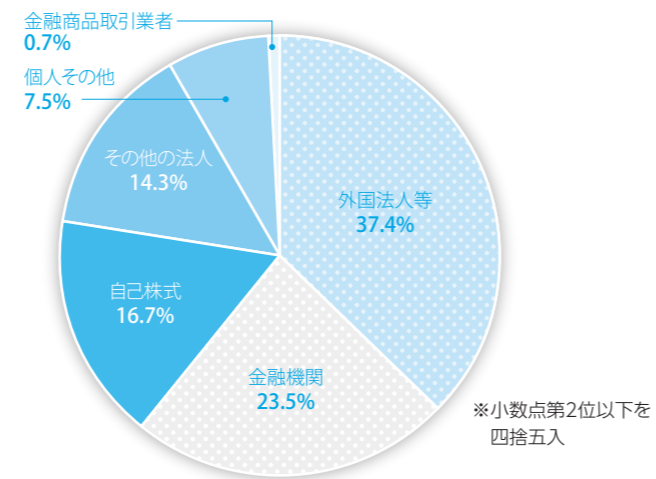
ヤマダ電機の利益配分は、株主様に対する配当の安定性と継続性を最重要政策といたします。

ヤマダ電機は、将来における持続的な企業価値向上に向け、資金効率の向上を図りつつも、将来における企業価値の向上や経営基盤の強化による安定した成長、業界内におけるシェアの維持・向上のための内部留保も不可欠であると考え、連結配当性向30%以上を目標とし、財政状況や当期の業績などを勘案して配当金額を決定してまいります。

なお、内部留保金につきましては、少子高齢化、人口減、インターネット社会への対応など、めまぐるしく変化する流通市場環境に対応するため、家電専門店としての事業領域の幅と深さを追求した各種ソリューションビジネスの強化、競争力の維持・向上のための既存店舗とそのネットワークの効率化、人材の確保、財務体質の強化、各ステークホルダーへの還元などに充当し、企業の持続的成長のために有効活用してまいります。

今後も安定した利益成長に基づく持続的な配当を目指してまいります。

▶ 株式保有比率 (2017年3月)

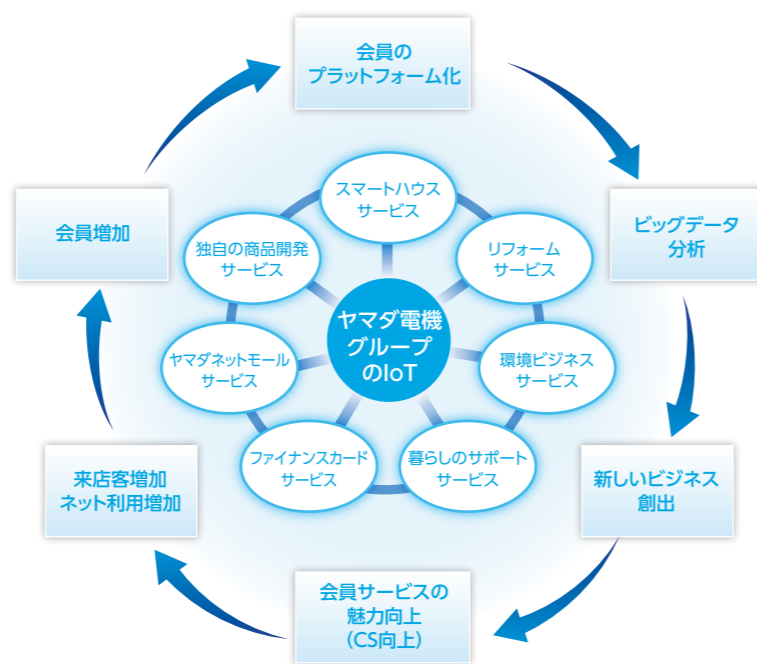


▶ 投資家等とのミーティング回数 ▶ 個人投資家向け説明会

年度	回数	開催地	参加人数*
2014年度	186回	2014年9月 東京	415名
2015年度	205回	2015年9月 東京	392名
2016年度	194回	2016年9月 東京	297名

※開催場所の変更に伴い、参加人数の変動がありました

▶ ヤマダ電機グループのIoT



主要なステークホルダーとの経済的関係

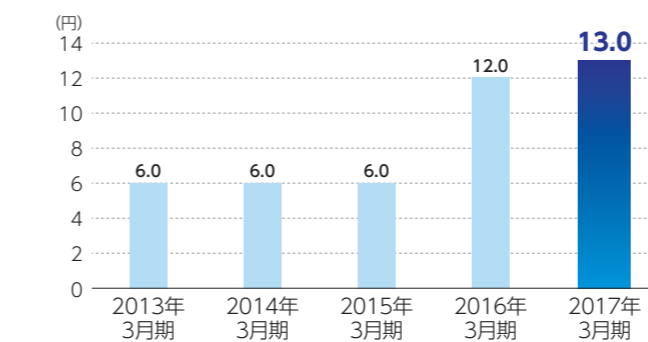
主要なステークホルダーとの経済的関係は、下記のように算出しました。詳細は、決算短信・有価証券報告書をご参照ください。

▶ 主要なステークホルダーとの経済的関係 (単位:億円)

	算出方法等	2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期
株主	株主にお支払いした配当金の額	45.2	96.2	104.6*
社員および役員	販売費および一般管理費のうち人件費および役員報酬の合計額	1,597.4	1,521.1	1,539.1
地域社会	地域社会に向けた活動はP36-39をご参照ください	-	-	-
行政	法人税、住民税および事業税	139.2	188.1	209.7

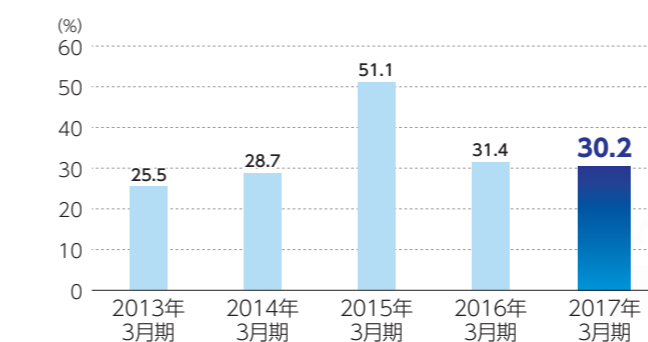
※上記のうち、2017年3月期については株主総会での承認をいただいた場合の数値

▶ 【単体】1株当たりの配当金*

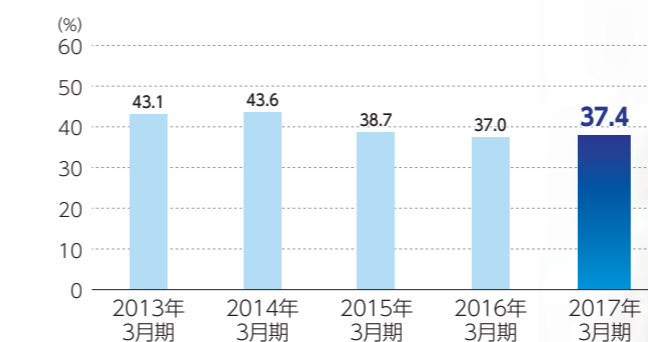


※当社は2013年10月1日付で株式1株につき10株の株式分割を実施。2013年3月期は株式分割を勘案した金額

▶ 【連結】配当性向

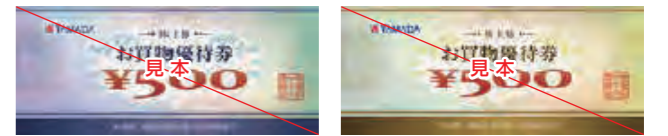


▶ 【単体】外国人持株比率



株主優待制度の内容

ヤマダ電機では、株主様の日頃のご支援に感謝し、当社株式の投資の魅力を高め、長期的に当社株式を保有していただける株主様を増やしていくことを目的に、株主優待制度を設けています。株主優待制度は所有株式数に応じたものと保有期間に応じたものを用意しており、年2回、3月末と9月末を基準日に優待券を贈呈しています。



今後の見通し

日本経済について

2018年3月期については、英国のEU離脱問題における英国および欧州経済に与える影響、米国の新政権における政策動向、中国や新興国の経済動向など、世界経済の先行きが不透明な状況にあります。

しかしながら、国内においては、堅調な個人消費や企業業績の改善などにより、景気は底堅く推移すると予想されます。

家電流通市場について

ヤマダ電機グループが属する家電流通市場は、パソコンやデジタル関連商品の構造的な需要減少は続きますが、白物家電の底堅い買い替え需要やテレビの買い替え需要などにより、前年並みで推移すると予想されます。

ヤマダ電機の取り組みについて

このような市場環境の中、日本最大の家電専門店として、家電販売を基盤とした新たな事業領域の開拓と構造改革の推進などの取り組みを継続して実践し、ヤマダ電機グループの経営資源を最大限に活かした取り組みを積極的に行い、売上総利益率の改善、販売管理費の削減など、収益性および企業価値の向上に努めてまいります。



中期経営計画の概要 (2015年11月5日公表)

ヤマダ電機グループは、2020年3月期を最終とする中期経営計画を策定、2015年11月に公表いたしました。

従来の売上高の拡大を主とした目標ではなく、事業性・収益性を考慮した計画となっています。企業規模の拡大のみを追求するものではなく、ROEなどの資本効率を重視する計画であり、この計画を着実に達成することで、持続的な成長を目指しています。

これまでの家電販売を中心とした既存ビジネスに加え、その事業領域の幅と深さを追求した各種ソリューションビジネスなどの新規ビジネスの開拓(新市場への開拓)をもうひとつの柱とし、少子高齢化、人口減、インターネット社会に対応したサービスを展開し、お客様目線・川下発想での革新的な事業展開によ

り、中長期的な視点で持続的な企業価値向上のための取り組みを積極的に行ってきました。

2017年度につきましては、「現場主義の徹底」のもと人材育成の強化を中心としながら、このようなさまざまな社会ニーズの変化を背景に、下記の構造改革を今後も継続的に強力で推進することで、さらなる成果につなげられるよう取り組んでまいります。

本章ではテーマごとの進捗の概要をご報告し、関連した特徴的な取り組みには、トピックスとして記載をしています。

今後も経営理念である「創造と挑戦」「感謝と信頼」のもと、ヤマダ電機グループの持続的成長と発展のためイノベーションを発揮し続けてまいります。

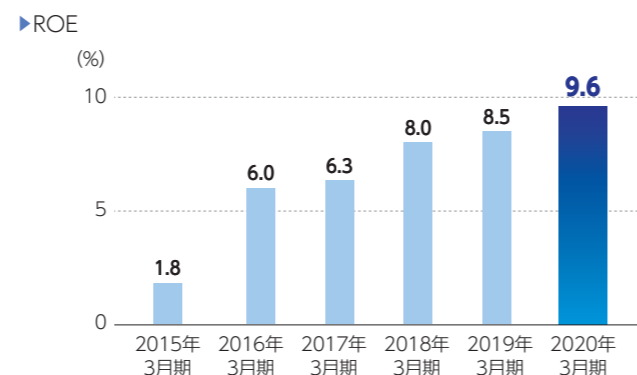
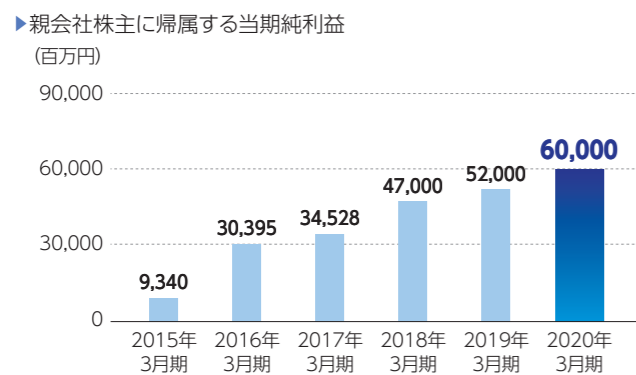
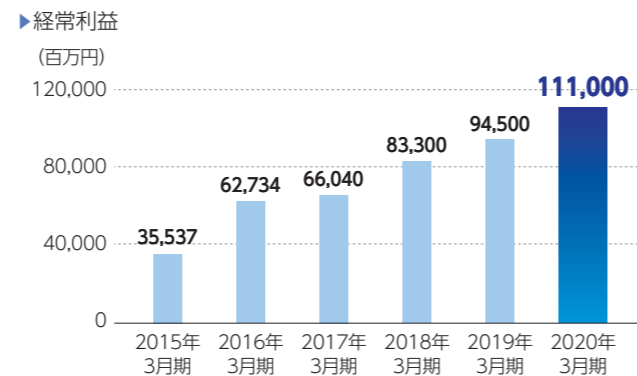
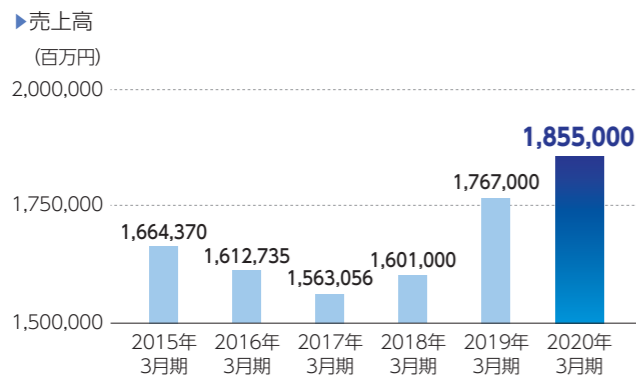
新市場への開拓



既存ビジネスの強化



中期経営計画の主要連結数値 ※2017年3月期までは実績、2018年3月期は2017年5月9日の公表予測、以降は計画



8つの構造改革の取り組み

企業価値向上のための構造改革

新市場への開拓

1 環境ビジネス

リユース・リサイクル事業

自社グループによる循環型ビジネスを展開

アウトレット・リユース店舗の拡大

アウトレット・リユースで多様なニーズに対応

2 スマートハウスサービス

環境負荷低減に向けた住宅事業の中核

3 リフォームサービス

総合提案で住まいづくりをサポート

4 暮らしのサポートサービス

ヤマダ電機ならではのサポートの仕組みを創出

既存ビジネスの強化

5 ヤマダネットモールサービス

リアル店舗とインターネット通信販売をつなぐサービス

6 独自の商品開発サービス

企画から販売までを一貫して自社で行うSPA商品

7 店舗効率向上改革

ニーズや市場変化を先取りした売場へと「再生」

8 人事制度改革

ヤマダ電機の将来を担う優秀な人材を確保

新市場への開拓

環境ビジネス | リユース・リサイクル事業

買取品をリユース品に再生。
自社グループによる循環型ビジネスを確立。

事業拡大に向けて

パソコン、大型家電の買い取りについては、安定した実績をあげることができました。パソコンについてはお取引先と連携した買い替え販促の実施、大型家電については配送時に買い取りを行うことによるお客様の利便性の高さなどから、想定通りの進捗となっています。

新たな取り組みとして、レンジ・クリーナー・炊飯器の買い取りを開始致しました。配送対象商品ではないという特性上、お客様に買い取りのために再来店していただく必要があります。そのため、お客様が商品購入時にご使用中の製品をお持ち込みいただけるよう、店頭でのPOPや折込チラシ内容の見直しなどを行い、告知強化を行いました。

昨今のライフスタイルに合わせて、商品をかきこく選択されるお客様も増えているように感じます。必要な機能が備わった商品を購入しやすい価格帯で提供し続けることができれば、リユース市場は拡大する可能性があると考えています。このよう

な市場環境を見据え、多くのお客様にヤマダ電機グループの買い取りサービスをご利用いただけるよう、サービスの利便性向上に努め、買い取り台数、リユース品供給台数の拡大を図り、CO₂削減による環境負荷低減にも取り組んでまいります。

リユース生産効率向上への取り組み

2015年10月に「滋賀リユース・リサイクルセンター」を稼働させました。それまで生産拠点は1拠点しかなく一極集中で対応していました。滋賀リユース・リサイクルセンターの稼働により東西での2拠点体制となりました。東西に拠点を設けることにより、物流コストの低減とともに、生産能力も向上しており、買い取った製品をより早く店舗に供給することができるようになりました。また、現在は新たな取り組みとして、より多くのリユース品を生産・供給するため、製品の修理技術向上に取り組んでおります。



8つの構造改革の取り組み

1 新市場への開拓
環境ビジネス | アウトレット・リユース店舗の拡大

**安価で安心、環境にもやさしい
アウトレット・リユース専門店を全国へ。**



業績は順調に拡大

アウトレット・リユース専門店について新規出店は2店舗に留まりましたが、全体の売上は1.5倍に増加し、リユースについても、台数ベースで1.5倍に増加しています。ビジネスを始めて2年目となりますが、既存店ベースでは順調に推移しました。買い取りの商品数は月間約1万台、年間では約13万台で、洗濯機、冷蔵庫、テレビが多く占めています。今後は買い取りの強化や買い取り品の幅を増やすことで、在庫の確保を進めていきます。例えば、従来は稼働する商品のみを買い取りしていましたが、今後は高い技術をもった自社専門スタッフによる部品単位での修理をおこなうことで、稼働しなくなった製品の買い取りも進めていきます。

来店されるお客様数は増加傾向

来店されるお客様については、リユースでは学生が中心のシングル需要が好調です。2016年は業務用としての増加も顕著

でした。社宅、寮、事務所にリユース商品が求められています。販売施策として主力商品であるテレビ、冷蔵庫、洗濯機の展示数を増やしており、また商品の取り扱いとして2016年末からはレンジも拡充し全店での販売を開始しています。


アウトレット店では幅広い層を中心に、来店者数の増加傾向は継続しています。当初5店舗で展開していた古着を大型店のヤマダアウトレット門真店、貝塚店にも導入し古着の買い取り・販売を進めており、売上や収益の改善が進んでいます。

空白地域への出店

2017年は、販売戦略の見直しを進めるとともに、リユース品の比率を高めることで収益率の拡大を図っていきます。一方で、アウトレット・リユース専門店の出店については、商圏の見極めが重要となりますが、大都市圏で店舗がない地域への出店を進めています。現状(2017年3月時点)の19店舗から23店舗程度まで拡大していく予定です。

2 新市場への開拓
スマートハウスサービス

**業界トップのネットワークを活用し
環境にやさしい快適な住まいを提案。**



2020年までにネット・ゼロ・エネルギー・ハウスの家を100%販売

国策でネット・ゼロ・エネルギー・ハウスの設置が推進される中、断熱性、省エネ性、太陽光での発電を兼ね備えた家の販売は3年が経過しました。家電専門量販店のヤマダ電機グループとして、家を丸ごと販売できるネットワークを構築し、2020年までに販売する住宅については100%、ネット・ゼロ・エネルギー・ハウスにすることを目標としています。認知度向上については、CMやチラシなどでの宣伝を進めており、3年前に比べるとヤマダ電機グループでの構成比率は格段に高まっています。またヤマダ・エスバイエルホーム、ハウステックともにヤマダ電機グループとしての知名度が大幅に向上しており、ヤマダ電機グループとしてのスマートハウス販売を加速させています。

グループのインフラを活用したスマートハウス

総合住宅展示場への展開を進めていますが、ヤマダ電機グループのインフラを活用したスマートハウスという面ではテック

ランド春日部本店などで駐車場活用を行い、さらに店舗内に住宅コーナーを設置し、家電との相乗効果を図っています。LABI LIFE SELECT 千里では「小堀の住まい LABI 千里館」を開業し、デザイン力を中心にヤマダ・エスバイエルホームのブランド価値を高め、グループ成長への寄与を図ります。

家と家電をひとつのパッケージとして販売し、またリフォームにも対応し、お客様の利便性の向上のためにもヤマダ電機のリアル店舗をこれからも活用していきます。


お客様の豊かなライフスタイルのために

少子高齢化が進み、戸建て住宅の右肩上がりの成長が見込みにくい中で、スマートハウス化などのリフォーム提案、省エネ家電との融合など、既築住宅への提案強化、マンションなどの特建物件の改装および注文住宅の販売も進めていきます。

強く長く住める家に、最新家電や省エネ家電などのスマート家電を組み込み、お客様のライフスタイルが豊かになることを目指し、グループ全体で取り組んでいきます。

3 新市場への開拓
リフォームサービス

**リフォームの総合提案で
安心で快適な住まいづくりをサポート。**



ハウステックショールームの展開

少子高齢化、人口減といった社会変化の中で、成長が期待できるひとつの分野としてリフォーム市場をとらえています。住宅設備メーカーのハウステックと連携し、システムキッチンなどの水廻り商品に特化した商品を販売しており、2015年11月からヤマダ電機の店舗内にハウステックショールームを開業。2017年2月には63店舗を展開しています。

お客様のためになる住まいの総合提案

商品面では、ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス関連として、屋根や外壁などの高密度・高断熱化のための外回りリフォーム、太陽光発電での創エネ、省エネ商品の提案を推進していきます。

組織面では営業本部を主体としてリフォームの実績改善や管理、指導を統一して行います。すべてのお客様に対し、お客様のためになる住まいの総合提案を行い、お客様満足の向上を図るとともに販売の拡充を進めます。

リフォーム8つの安心宣言


ヤマダ電機グループでは、お客様に安心してご利用いただけるように、8つの安心宣言を掲げています。

1. 地域最大級のショールーム展示場で最新商品の提案をします
2. フルサポート体制で安心・安全宣言!
3. アンケートの全公開宣言で嘘のない信頼向上を目指します
4. 担当者入替制度で安心・信頼接客をします
5. 女性による安心接客を行います
6. 弊社社員がお客様のご自宅に訪問いたします
7. 安心明瞭スピードプランの提案をします
8. 地元地域のプロ施工管理で安心施工を行います

お客様からは、明確に方針を示してくれるので安心と高い評価をいただき、受注量も増加しています。

4 新市場への開拓
暮らしのサポートサービス

**会員みなさまの暮らしの安心をサポートする
新しいサービスを創出。**



収益性の高い事業モデルの開拓

Newビジネス開発室が2016年1月に設置され、その後1年間、新規事業の種時きをスモールテストとして繰り返してきました。その中で、収益につながる有望なモデルをいくつか見いだすことができ、この1年は想定以上に進捗したと考えています。

さらに、ヤマダ電機グループの持つビッグデータを活用し、新しいビジネスモデルの構築を目指します。

3つの注力事業

今後のヤマダ電機グループのビジネスモデルとして期待を寄せているものに、次の3つの事業があります。

1つ目は「賃貸事業」です。2016年3月からスタートし2017年2月時点で5店舗にて展開しています。テックランドを中心に収益向上の可能性があるビジネスであり、今年度には60店舗程度までの拡大を見込んでいます。

2つ目が「ヤマダファミリーサポート」です。お客様とは「ゆりかごから墓場まで」一生を通じたお付き合いをさせていただくことを理想とし、日々の暮らしから葬儀までをサポートする互助会的なビジネスとして今後拡大させていきます。

3つ目が「保険事業」です。現在、テスト店舗でいくつかのモデルに取り組んでいますが、収益への寄与に手応えを得ており、これから積極的に展開して100店舗程度までの拡大を考えています。

当面は成長の可能性が高い上記3ビジネスを中心に取り組んでいく方針です。

収益貢献を目指す


近年、家電市場の成長が見込みにくい中、他業種への参入を進めていますが、それぞれ競争はより厳しくなると想定されます。そのような状況において、ヤマダ電機のリアル店舗のプラットフォームを活用した事業モデルを育てていき収益貢献を目指します。

8つの構造改革の取り組み

5 既存ビジネスの強化

ヤマダネットモールサービス

リアル店舗とネット通販の橋渡し。連携しやすい商品・仕組みをモールビジネスが提供。



モール商品をご購入いただいているお客様は増加

ヤマダモールはネットとリアル店舗の相互利用を促進し、「リアル店舗を持つ強み」を活かしたソリューション事業を展開しています。お客様がリアル店舗で商品を購入する際、ヤマダモールの掲載商品をおすすめする「レコメンド機能」の拡充を進めています。レコメンド機能を参考にした購入は、商品によっては効果が表われています。店頭でネット通販商品を購入、またはヤマダモールで商品を購入いただいているお客様も増加しています。また、新規出店促進の仕組み・施策が想定以上の効果を上げ、出店数が予測を上回ったことも奏功し、2016年度は当初予測以上の進捗となっています。

取り扱いアイテム数はほぼ倍増

ヤマダモールは、生活用品、趣味・嗜好品、医薬品・医療品など身近で日々の生活に直結する商品を揃えています。2015年度末時点の商品数は約120万アイテムでしたが、書籍などの充

実に伴い、取り扱い商品数は100万アイテムほど増えていきます。商品ラインアップの拡充と併せ、今後は、事業成長を考えてヤマダ会員の新規顧客化を最大化・最適化できるように、新たな取り組みを行います。具体的には、店頭のリソースを必要以上に使うことがないシステム・仕組みをテスト中であり、すでに導入済みのタブレットPOSとの連携を強化し、店頭での販売、店頭からの流入を持続できる取り組みを強化していきます。


他ソリューション事業との親和性を高めたサービスを強化

住宅関連事業の販促物の一部としてヤマダモール商品を提供していることや、オリジナル商品の開発や販促支援を行うなど、他のソリューション事業との連携を推進しています。また新規出店に関しては、単に数を増やすのではなく、出店する事業者がヤマダモールの特長を理解したうえで検討してもらうとともに事業者の選定を行い、魅力のあるモール展開により新規出店の拡大と併せて事業計画の達成を目指します。

6 既存ビジネスの強化

独自の商品開発サービス

使いやすく、環境にやさしいオリジナル家電を開発、販売。



オリジナル家電のラインアップ拡大

オリジナルブランド家電である「HERB Relax(ハーブリラックス)」シリーズは、シンプルで使いやすく暮らしを彩るデザインに優れた家電シリーズとして展開し、昨年度に引き続き一層のラインアップ充実を図っています。他社のオリジナル家電との差別化、ブランド力アップを図ることを目的としたデザイン家電は調理家電で6種類発売、サンリオとのコラボ家電については14種類まで増えました。大型家電においても7kgの洗濯機の販売を開始し、ハーブリラックス商品の売上向上に貢献できています。今後はSPA方式にとらわれず、PB形式での生産も検討していきます。

商品の拡大傾向は継続

オリジナル家電について、商品数は380点(2017年3月時点)で、1年前に比べ67点増加しました。さまざまな商品が増える中で、特に丸型LED灯については競合商品も少なく、省エネ

性能だけでなく付加価値(リモコン付)も高いことから、お客様から高い評価をいただいています。また値段と機能のバランスがとれた電子レンジについては、店頭での販売が非常にしやすくお客様からの評価も高いヒット商品となっています。

商品数はPB化を活用することで開発スピードを加速でき、2016年度以上に増やしていくことを想定しています。またデザイン家電についても、デザイン性の高い商品を販売し好評を得ており、調理家電を中心にこちらも拡大を図っていきます。


お客様とともに社員への認知浸透を図る

今後さらにオリジナル家電の認知度を高めていくためにも、お客様だけでなく、社員への浸透も図っていきたく思います。販売数が増加した電子レンジは、機能性を社員がしっかりと説明したことが一因であり、ハーブリラックス商品の特徴である「好」機能をしっかりお客様に訴求することで、一層の業績拡大に寄与していきます。

7 既存ビジネスの強化

店舗効率向上改革

業界トップレベル年間200店の改装スピードで市場変化に対応した店舗へ進化。



店舗改装は計画通りに進捗

中期経営計画に沿って直営店舗である約650店舗の全面改装については、ほぼ予定通りに進捗しています。4K需要やオリンピック需要などからテレビ販売が好調、引き続き調理家電などの嗜好性の高い白物商品についても売れ行きが良く、それらに対応する売場レイアウトの設定ができたこともあり売上高・営業利益率の向上に貢献しています。

駅前の体験型店舗の拡充計画

2016年11月には立川に体験型の店舗である「LABI LIFE SELECT 立川」をオープンいたしました。少子高齢化や都心回帰の傾向が進む中、駅前立地に対するお客様のニーズとも相まって、想定以上に売上は好調です。既存店についても、同じく駅前立地であった「LABI 千里」を全面リニューアル改装し、2017年3月に同様の体験型店舗「LABI LIFE SELECT 千里」としてオープンいたしました。

これら体験型店舗についても、今後も引き続き立地条件などを勘案しながら展開してまいります。

お客様満足向上の取り組み

2016年からはPCのサポートをヤマダ電機グループで手厚く行うコーナー「デジタルサポートステーション」を順次設置しています。売上高や利益率向上に貢献するとともに、接客レベルの向上、それに伴うお客様満足の上にも寄与しています。

新しい形態の店舗も検討

少子高齢化・それに伴う都心回帰の影響や社会構造変化に伴う顧客満足・嗜好性の変化なども考慮した、新しいコンセプトの店舗網整備や販売業態の新構築など、さまざまな新提案を含めたリアル店舗の有効活用をさらに進めてまいります。景気や社会情勢に柔軟に対応できるスピード感を有していることが当社の強みであり、今後も「創造と挑戦」をモットーにチャレンジし続けてまいります。

8 既存ビジネスの強化

人事制度改革

最適なシフト管理、評価制度を構築し人材の可能性を引き出す。



働きやすい職場環境の構築

2016年度は社員の定着率が改善しました。社員にとって働きやすい職場環境の構築が進んでいます。社外資格の取得については、家電製品アドバイザーなどで計画通りに進捗しています。賃金体系は退職金制度の見直しを進め、在職中の役職に応じたポイント制に切り替え、会社への貢献に応じた退職金制度をスタートさせています。また労務管理については1分単位の管理に変更しており、サービス残業の撲滅を図っています。

人事制度改革の新たな取り組み

人事制度改革については、新たな施策を積極的に推進しています。①「エリア社員制度の導入」：従来は全国での勤務可能な方を採用していましたが、社員の出産・育児・介護へのニーズが高まる中で、転居を伴わない社員制度を2017年4月から実施しています。②「企業型の選択年金」：税制上のメリットがあり退職金の上積みを図るため、個人型の確定給付年金の推進を10月

から導入します。③「次世代リーダー教育プログラム」：2016年の女性活躍推進をベースに育成を進めましたが、企業の持続的な成長には男女の育成が必要との観点から、標準店舗で3名以上の男女複数名のリーダー候補者を育てていきます。④「評価制度の改変」：自己啓発キャンペーンを継続し、職種評価、CS評価、社内外の資格取得、提案などを加算評価する制度で、会社に貢献できる点を評価します。

人事面からも「現場主義」をサポート

女性社員が自ら課題を決め、PDCAサイクルを回して課題解決に取り組む女性管理職のスキルアップ研修を半年間17名の女性社員が行い、リーダーとして後進の育成が期待されています。ヤマダ電機はさまざまな事業に展開する中で、マニュアルだけではなく、上司と一緒に汗をかいてともに業務を行いながら教えていくことが重要であり、今期のスローガンでもある「現場主義」に則って、制度化により計画的に進めながら、人事制度改革を進めていきます。

TOPICS

1

LABI LIFE SELECT 千里

「すごいね!」とお客様が驚かれる新しいイメージの店舗



千里中央駅と通路で結んでいる店舗の南口は、来店されるお客様の約半分が利用される主要な場所ですが、そこに今回の改装でハウステックのショールームとヤマダ・エスバイエルホームの店舗を配しています。

また、従来の店舗に比べ、通路を広くするなど売り場づくりにも工夫を凝らしています。売り場に併設しているカフェは満席になることも多く、また店内各所にソファを設置しており、ゆっくりと滞在しやすい新しいイメージの店舗となっています。お客様からは店舗イメージの変化から、驚きをとまなび「すごいね!」との評価をいただいています。

小堀の住まい LABI 千里館

ヤマダ・エスバイエルホームの住宅展示をヤマダ電機のインショップに展開するのは初めての試みですが、「小堀の住まい」に対するお客様の認知度は高く、ダイレクトメールなどのご案内により、多くのお客様にご来店いただいています。専任スタッフに住まいと暮らしに関するさまざまな相談ができ、企業建築家が手がけた注文住宅実例展示や最新IoTの展示、ゆっくりと相談できる個室ブースもご用意。家電を目的に来店されたお客様に高機能住宅を販売するなど、早くも成果があがっています。またヤマダ電機が住宅を販売していることも認知は広まっており、リフォームのハウステックと併せて、グループでのシナジー効果が出ています。



体験型店舗としてのさまざまな取り組み

体験型店舗としても改装しており、テレビ売り場では、画面の色の違いを感じやすいように工夫し、お客様により実際に即した色を認識していただくことで、大型画面のテレビも選びやすくなっています。その他には、実際に



に血圧を測って関連商品を提案する健康カウンターや、高機能な調理器具を使って実際の料理の味を確認いただける調理実演コーナー、近隣地域では初めてとなるお子様向けのキッズコーナーなどが好評を得ています。

お客様に新しい価値を提供

デジタルサポートステーション(DSS)は、パソコン、スマートフォン、タブレット、インターネットなどのデジタル機器の相談から修理まで、トータルにサポートするコーナーです。接客時の説明でお客様にも納得いただき、サポート面でもご好評いただいています。DSSでは専任社員に加え、パソコンの販売社員も対応し、商品の一部としてサポートも販売しており、サポート価格の「見える化」からお客様の安心や満足度の向上に寄与しています。[LABI LIFE SELECT 千里]では、「最先端の家電」から「快適な住環境」まで理想の最新ライフをセレクトできる新型店舗として、さまざまな提案



で高いクオリティーを維持するとともに、お客様満足度をさらに高めていながら、新しい価値を提供していきます。

TOPICS

2

滋賀リユース・リサイクルセンター

循環型環境社会に貢献する西日本の拠点



グループ会社のシー・アイ・シーが運営する「滋賀リユース・リサイクルセンター」は、2015年10月から操業を開始。群馬県藤岡市に次いで2番目の施設であり、集荷した商品を東西で対応することが可能となり、物流効率の向上につながっています。

生産品目は冷蔵庫、洗濯機、テレビで、生産能力は、年間36,000台を目標としており、2016年度は約30,000台を生産しています。生産した商品は、愛知県以西の西日本のヤマダアウトレット館7店舗、ベスト電器1店舗、およびシー・アイ・シーとしての販売を行っています。

ヤマダ電機グループによる圧倒的な物量の確保が可能であるとともに、徹底的な洗浄分解による汚れの除去や美観の向上が特徴です。さらに、高い技術を持った自社専門スタッフによる部品単位での修理を行うことで高リユース率を実現し、リユース品については他社にはない「2年保証」を付けている点も強みとなっています。

今後は、2016年より実施しているリユース品の部品を再利用した修理を、システムチックに効率的に行うことにより、全体的なリユース率の向上を図っていきます。また修理データを基に不具合傾向を把握して効率的な生産を行い、環境型社会の形成と環境負荷軽減を目指していきます。

TOPICS

3

ヤマダアウトレット門真店 ベスト電器長崎本店

アウトレット店の店舗展開と取り扱い商品の拡充

アウトレット店はテックランド店とは異なり、リユース品の販売を中心に行っており、幅広い価格帯と商品ラインアップ、さらに家電の2年保証による安心安全がお客様から支持されています。またアウトレット品の販売は、基本的に1点ものの販売であることから、お客様との巡り合わせであり、来店いただいたお客様の機能面や価格面でのニーズに合った商品を取り揃え、お客様に満足いただいています。ヤマダ電機グループでは、アウトレット店の店舗展開を進めるとともに、取り扱い商品の拡充も進めています。

グループ会社であるベスト電器では、2017年3月から長崎本店がリユース品の取り扱いを開始しています。古くからの商店街にあるなどの地域の特性から、これまでは年齢層の高い固定客が中心となっていましたが、チラシや口コミでリユース品の取り扱いを認識いただき、若い方の来店や来店者数自体が増加しています。

ヤマダアウトレット門真店では、アウトレット店として古着の買い取り・販売も始めています。従来の電化製品だけでなく、古着も扱い始めたことで若いお客様を中心に来店される客層が拡大しており、来店者数は大幅に増えています。また古着を目的に来店された方でも電化製品の購入につながる例も見られ、新たな商品を始めたことによる相乗効果もうまれています。



環境保全活動

ヤマダ電機グループは、地球環境との共生が社会・経済の持続的発展の基盤であると考えています。そのため、事業活動での環境負荷低減、本業を通じた環境保全などの取り組みを積極的に推進しています。

環境マネジメント

2010年8月にヤマダ電機の環境活動に対する基本姿勢を示した「環境方針」を策定しました。この「環境方針」とISO14001を具体的な行動指針として環境活動に取り組んでいます。

ヤマダ電機の環境方針(2010年8月制定)

《行動指針》

1. 環境に関する法規制を遵守し、自らの社会的な責任を踏まえて地球環境保全および環境負荷低減に向けた事業活動を推進します。
2. すべての事業活動を通じて環境影響の把握を進め、事業活動を通じて発生する環境負荷の低減に向けた継続的な改善と汚染の予防に努めます。
3. 本業を通じて社会全体での地球環境保全に寄与するサービスおよび製品の販売を推進します。
4. 環境に係る問題に関する学習を通じて、一人ひとりが責任をもって自発的に行動できるようにします。
5. お客様や地域の皆様との連携を進めながら、地球環境保全に向けた取り組みを進め、積極的に情報開示をします。

2016年度の主な取り組み

ヤマダ電機では、事業活動においての環境配慮を重視しており、省エネおよび環境性能の高い製品の販売・サービスの提供や、製品のリユース・リサイクルなどを行っています。

2016年度は事業を通じた環境負荷低減の取り組みとして、スマートハウス事業、またグループ会社(シー・アイ・シー、東金属、インバースネット)との連携で実現した家電・パソコンのリユース・リサイクルも、引き続き推進しています。店舗においても、高崎本社社屋を対象に認証取得したISO14001に基づき、定量的な目標設定・管理のもと、環境負荷低減に向けた取り組みを推進しています。進捗状況は毎月開催の環境対策小委員会で報告するとともに、ホームページに開示しています。

▶2016年度の主な取り組みと実績

主な取り組み		2016年度目標	2016年度実績 (2017年3月31日まで)
本業における 環境負荷の低減	家電リユース(テレビ、冷蔵庫、洗濯機、乾燥機)	149,000台	121,854台
	エアコンリユース	1,000セット	1,090セット
	パソコンリユース	338,370台	299,604台
	CO ₂ 抑制	29,928.3t	CO ₂ 抑制 26,645.3t
	インクカートリッジリサイクル回収、販売によるCO ₂ 抑制	1,210,000個	970,275個
事業活動における 環境負荷の低減	オール電化製品販売によるCO ₂ 抑制	エコキュート 222.28t	エコキュート 106.72t
	デマンドコントローラー設置店舗のCO ₂ 削減 ^{※1}	2015年度対比 95.8%以下 CO ₂ 削減量 7,315.5t	CO ₂ 削減量 ▲3,936.7t
	グリーン電力導入量(本社社屋) ^{※1}	2015年度対比 98.8%以下 CO ₂ 削減量 5,316.2t	CO ₂ 削減量 5,540.5t
	グリーン電力導入量(本社を除く) ^{※1}	2015年度対比 95.8%以下 CO ₂ 削減量 1,090.5t	CO ₂ 削減量 1,054.3t
	太陽光発電によるCO ₂ 削減(高崎・千里) ^{※2}	6.031t	6.147t
	店舗屋上太陽光発電によるCO ₂ 削減への貢献	発電量 39,351,108kWh	発電量 44,021,689kWh
物流効率化によるCO ₂ 削減	-	84.6t	

※1 CO₂換算係数:0.55kg-CO₂/kWh

※2 代表的な地域の年間予測発電量からCO₂削減係数314.5g-CO₂/kWhで算出

製品ライフサイクルで環境負荷を低減

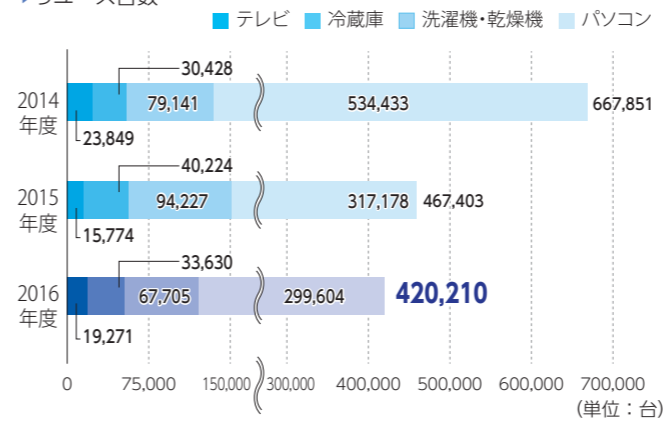
ヤマダ電機グループでは、省エネ家電や太陽光発電システムなどをはじめとした、ご家庭での省エネ・創エネ・蓄エネ推進の支援、また、使用済み家電のリユース・リサイクルの仕組みを構築し、お客様の環境対策や社会全体の環境負荷低減に向けて取り組んでいます。

家電製品・パソコンのリユース

ヤマダ電機グループでは、家電リユース事業を2001年度から、パソコンリユース・リサイクル事業を2007年から実施しています。

2016年度のリユース実績は、家電(テレビ・冷蔵庫・洗濯機・乾燥機)約12万台、パソコン約30万台です。家電リユース品をお客様に安心してご使用いただけるよう、厳密な機能チェックやクリーニングと、販売時に最大24ヶ月間の保証を付帯するなど、お客様に安心してご購入いただける再商品化をグループ会社のシー・アイ・シーとともに構築しています。また、パソコンリユース・リサイクルはインバースネットと実施しています。

▶リユース台数



インクカートリッジや携帯電話のリサイクル

各店舗にインクカートリッジの回収BOXを設置し、回収した使用済みインクカートリッジ1個に対し10円を特定非営利活動法人国際協力NGOセンター(JANIC)と公益財団法人交通遺児育成基金へ寄付する活動に取り組んでいます。2016年度は約97万個のインクカートリッジを回収し、6,269,040円の寄付を行いました。これからも使用済みインクカートリッジの再生を通じ、「恵まれない子どもたちへの支援」「環境循環型社会への取り組み」「空インクの再利用によるゴミ削減とCO₂排出量削減」をより一層進めてまいります。また、使用済み携帯電話をグループ会社のインバースネットの協力のもと回収し、希少金属を抽出して、安定供給に役立てるよう、取り組んでいます。



▶回収台数

種類	2014年度	2015年度	2016年度
インクカートリッジ	1,416,636	1,237,503	970,275
使用済み携帯電話	8,939	5,936	4,208

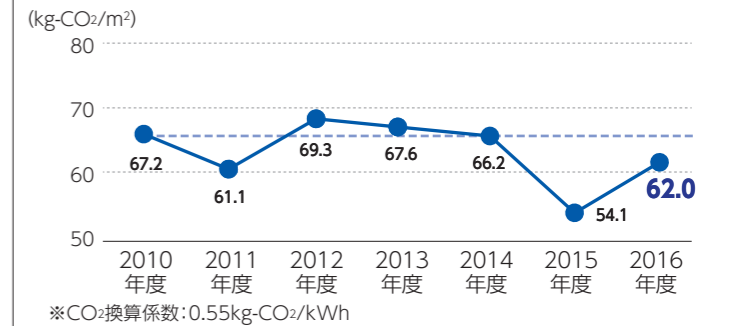
ISO14001本社機能認証取得

ヤマダ電機は、2011年1月に高崎本社を対象として環境マネジメントシステムISO14001認証を取得し、事業活動に伴う環境負荷を抑制するため、店舗における省エネ推進をはじめ、再生可能エネルギーの導入など省エネ・省資源に向けた取り組みを推進しています。

電力使用によるCO₂排出量

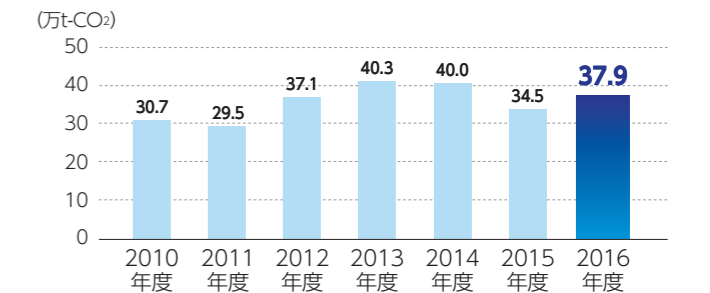
ヤマダ電機グループでは事業活動に伴うCO₂削減の取り組みを継続的に行っています。

▶延べ床面積当たりCO₂排出量



※CO₂換算係数:0.55kg-CO₂/kWh

▶電力使用によるCO₂排出量



※CO₂換算係数:0.55kg-CO₂/kWh

廃棄物

ヤマダ電機グループでは、店舗から排出される廃棄物に加え、お客様から引き取った家電リサイクル法対象外の廃家電について、対象法令に基づき、適切に処理を行っています。

2016年度も法令に則った適正処理に努めました。

▶産業廃棄物排出量

	2014年度	2015年度	2016年度
産業廃棄物排出量(t)	33,405	26,724	26,189
グループ対象店舗	819店舗	737店舗	678店舗

▶一般廃棄物排出量

	2014年度	2015年度	2016年度
一般廃棄物排出量(t)	39,600	32,868	31,225
グループ対象店舗	819店舗	737店舗	678店舗

※リサイクル対象外廃棄物

環境保全活動

ヤマダ電機グループは、地球環境との共生が社会・経済の持続的発展の基盤であると考えています。そのため、事業活動での環境負荷低減、本業を通じた環境保全などの取り組みを積極的に推進しています。

グループ会社における環境保全活動

(株)ハウステック

環境配慮製品アセスメント制度により省エネ商品の普及

ハウステックでは、製品のライフサイクルの各段階において、環境負荷を低減するために「環境配慮製品アセスメント」を実施し、一定基準を満たした製品を「環境配慮製品」と認定し、環境配慮型の商品の開発・製造・販売を積極的に取り組んでいます。

ハウステックにおける2016年度末現在の環境配慮製品の売上比率は99%となり、計画を達成することができました。

部品重量の低減、再生材料の利用などの「環境配慮製品アセスメント」を実施し、製品のライフサイクル全体において、環境負荷の少ない製品の開発を進め、環境に配慮したもののづくりを強化しています。



環境配慮製品アセスメント項目

評価項目	評価ポイント
減量化	省資源、小型化、軽量化、標準化
長寿命化	耐久性、信頼性、修理、保守容易性
再利用・再生資源化	再生材料の利用
分解化	分解性、分別容易性
処理容易性	破碎・分解処理容易性
環境安全性	環境負荷低減
省エネルギー性	製造時、使用時の省エネ性

化学物質大気排出量の自主削減

ハウステックは化学物質の大気排出量削減は環境負荷低減の重要課題のひとつと考えています。

PRTR法*対象物質に加え、アセトン、酢酸エチルなどの自主管理物質も削除対象とし、化学物質の購入から使用、廃棄、製品化までの管理などにより、削減に取り組んでいます。

PRTR法対象物質と自主管理物質調査結果(2016年度)

	化学物質名
管理対象物質	トルエン、キシレン、スチレン、メタクリル酸メチル、グリオキサールジシクロペンタジエン
自主管理物質	アセトン、酢酸エチル、シクロヘキサン

*PRTR法とは、人の健康や生態系に有害な影響をおよぼすおそれのある化学物質が、事業所から環境(大気、水、土壌)へ排出される量および廃棄物に含まれて事業所外へ移動する量を、事業者が自ら把握し国に届け出をし、国は届出データや推計に基づき、排出量・移動量を集計・公表する制度です。2001年4月から実地されています。

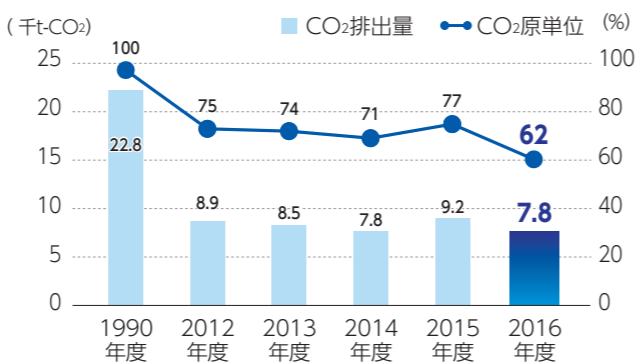
CO₂排出量の削減

ハウステックは、京都議定書で設定された目標などを考慮し2016年までにCO₂排出量を1990年度比42%、CO₂原単位*を68%にするという目標を掲げ、製造事業所の省エネルギー化などによるCO₂排出量の削減を進めております。

2016年度は、CO₂排出量は目標数値10.2千トンに対して、実績7.8千トンとなり、目標の達成ができました。今後も引き続き、CO₂排出量の削減をさらに推進するとともに、お客様などの協力もいただきながら、製造事業所だけではなく製品のライフサイクル全体の視点からも地球温暖化防止に取り組んでいきます。

*CO₂原単位= CO₂排出量÷売上高(1990年度比)

▶ハウステック CO₂排出量とCO₂原単位推移



(株)Project White

パソコンの回収・再資源により循環型社会形成の推進に貢献

Project Whiteでは、循環型社会の形成の推進のため、「資源の有効な利用の促進に関する法律」の改正に合わせ、個人のお客様から排出される使用済み当社製パソコンの回収・再資源化を推進しています。個人のお客様からの使用済み当社製パソコンの排出申込みは、すべて「ツクモサポート・PCリサイクルセンター」にて受付、再資源化処理施設にて、法律に沿った適正な再資源化処理を行っています。

▶2016年度 パソコンなどの回収・再利用の実績

製品区分		回収重量	回収台数	資源再利用量
		kg	台	kg
デスクトップPC	家庭系	6461.0	700	4706.1
ノートブックPC	家庭系	142.0	71	81.1
CRTディスプレイ	家庭系	16.3	1	13.4
液晶ディスプレイ	家庭系	238.7	46	188.3

(株)ヤマダ・エスバイエルホーム

ISO14001 認証取得推進

ヤマダ・エスバイエルホームは、1997年10月に、子会社であるエス・バイ・エル住工のつくば工場・山口工場において、品質マネジメントシステムに関する国際規格ISO9001の認証を取得しました。また1998年10月に、環境マネジメントに関する国際規格ISO14001の認証を取得しました。各工場とも定期審査を受け、品質マネジメントシステムと環境マネジメントシステムの定着を図っており、お客様に満足していただける品質の高い住まい、地球環境に配慮した住まいの提供に努めています。山口工場では1998年より、つくば工場では2011年より、デマンドコントローラーを導入し、事業活動に伴うCO₂を削減することで省エネ化を推進しています。また、工場でのガス・ガソリン使用量、一般廃棄物・産業廃棄物・ダイオキシン類排出量などの削減にも努めています。各拠点が入居しているビルなどでは、廃棄物の処理および清掃、排気、排水、土壌汚染、地下水汚染、騒音、臭気、温室効果ガス(GHG)などの排出量などに関連する法令遵守を確認しています。さらに、定期的な空気環境測定や消防設備法定点検を実施し、適正な職場環境づくりにも努めています。



森林生態系の保全に配慮した木材の使用

ヤマダ・エスバイエルホームグループは、地球規模での環境保全、持続可能な森林育成の観点より、構造部材として使用する木材の合法性の証明およびトレーサビリティの確立に取り組んでいます。2016年度は昨年度に引き続き住宅事業(戸建)の90.6%を占めるSxL構法(木質接着パネル構法)の構造部材について、合法性の証明並びにトレーサビリティの確立に取り組まれました。

SxL構法の木材の構成要素は、ディメンションランバー(ツーバイフォー材)、合板および構造用パネルに分類でき、さらには接着パネル用ディメンションランバー、集成材用ディメンションランバー、ラフター(垂木)などに使用する無加工ディメンションランバー、接着壁パネル用合板、接着床パネル用合板、野地板などに使用する野地合板、OSB(オリエンテッド・ストランド・ボード)に細分化されます。ディメンションランバーの樹種はスプルース・パイン・ファー(SPF)、ヘムファー(HF)、ダグラスファー(DF)で、北米より輸入しております森林認証材です。

パネル用合板の樹種は針葉樹のロシア産ラーチで、日本木材輸入協会より合法証明書が発行されている木材です。野地板で合板の場合は、一部ダグラスファー(DF)を使用しており、OSBの場合は、主に広葉樹アスペンを使用しており、どちらも森林認証材となります。



東金属(株)

群馬方式リサイクル事業の推進

東金属は群馬方式リサイクル事業の協力事業者として、家電リサイクル地域方式事業を推進しています。家電リサイクル地域方式は、一般社団法人環境適正推進協会が運用者となり、家電リサイクル法を補完し、使用済み家電4品目の再資源化を促進させることを目的とした家電リサイクルを行うシステムです。当社は、排出者の利便性の向上、リサイクル料金の低減を図りながら「特定家庭用機器一般廃棄物及び特定家庭用機器産業廃棄物の再生又は処分の方法として環境大臣が定める方法」に則り、お客様から引き取った使用済み家電の収集運搬および適正な処理を行っています。

国立科学博物館での環境講座の開催

2017年4月1日(土)、上野の国立科学博物館サイエンスナビコーナーで「金属リサイクルの仕組みを知ろう!リサイクルメタルでつくるアマゾンのヘンテコ生物」という講座を開催しました。春休み期間中ということもあり、九州など遠方から来館している子どもたちも目立ちました。

ヘンテコ生物の工作を通じスクラップという資源を実際に手で触れる機会を提供。金属の色や重さの違いを子どもたちに体感してもらい、資源リサイクルに対する関心を高めてもらうことを狙っています。また、産業廃棄物・家電製品のリサイクルを例に金属のリサイクルについて映像やクイズを交えて紹介した後、リサイクルメタルを利用したアート工作を行い大変盛り上がりました。



小型家電のリサイクル事業を推進

東金属では、限りある資源を有効に活用するため、2017年に小型家電認定事業者の認定を受け、ヤマダ電機のグループ会社シー・アイ・シー、インバースネットとも協力し、小型家電のリユース・リサイクル事業を積極的に推進しています。シー・アイ・シー、インバースネットでリユースできなかった小型家電は、東金属のリサイクル工場へと運ばれ、素材別にリサイクル品(資源、素材)となり、有価物として精錬業者などに買い取られ、再製品化されています。



*小型家電リユース・リサイクルとは
2013年4月1日、「使用済み小型電子機器等の再資源化の促進に関する法律(以下、小型家電リサイクル法)」が施行されました。この法律は、使用済みの小型電子機器(小型家電)などの再資源化を促進することで、アルミ、貴金属、レアメタルなどの資源を有効利用することが目的としています。

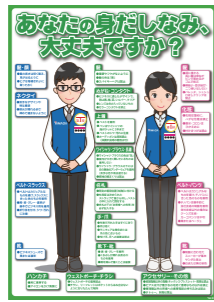
お客様満足向上活動

常に「お客様第一主義」による経営を大切に、店舗における接客のみでなく、ヤマダ電機で販売する製品をお客様のお手元で使用していただく間も含め、トータルでご満足いただけるサービスをご提供できるように努めています。

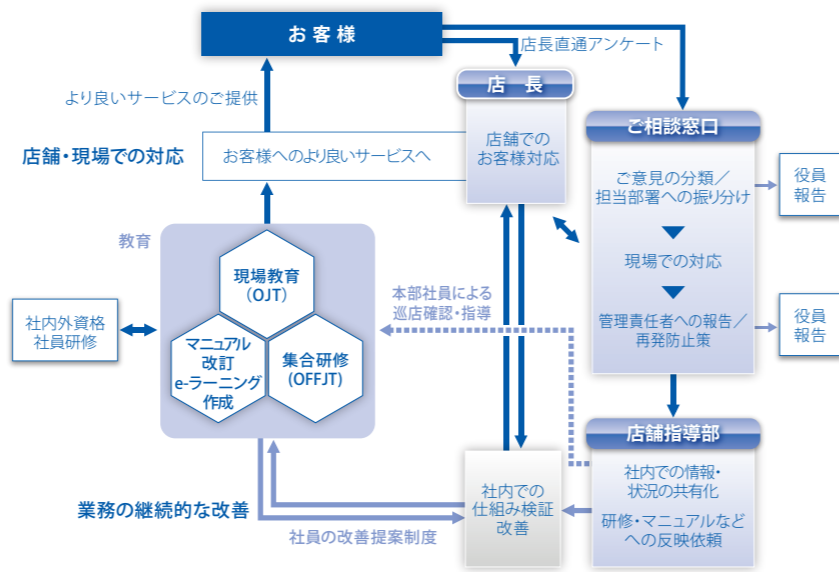
お客様満足向上の取り組み

ヤマダ電機では、リーズナブルな価格で製品をご購入いただくとともに、ご使用期間中もご満足いただけるサービスの提供ができるように努めています。具体的には、製品ご購入時はもとより、配送、設置工事、修理などのアフターサービスも含め、製品の使用段階からその後にいるまで、トータルでのお客様満足向上が必要であると考えています。

社員研修をはじめ、店舗や配送・アフターサービス時などの際にお客様のご意見を伺い、お客様満足度を高めるために継続的なチェック、改善に努めています。また、社員の目の届く場所にポスターを掲示し、身だしなみについて喚起しています。



▶お客様満足向上と社員教育制度の仕組み(イメージ)



CS向上&自己啓発キャンペーン実施による社員教育

店舗および本社社員全員を対象に「CS向上&自己啓発キャンペーン」と銘打って、社内キャンペーンを実施しました。モノ売りからコト売りの提案を強化していくうえで、社員そのものの「接客の質」を高め、接客の基本事項の「笑顔で接客」および、家電と住まい(リフォームなど)の知識習得を目指すことで、お客様満足向上を図りました。加えて、お客様満足向上の意識付けツールとしてバッジを装着して意識の高揚を図りました。

また、本部社員についてはお取引先様と直接商談する社員を対象に、お客様満足向上の観点からお取引先様のご意見を収集するためにアンケートを実施しました。



家電製品アドバイザー資格の取得を推進

ヤマダ電機では、お客様が家電製品を購入される際に的確なアドバイスができるよう、社員の家電製品に対する専門知識を高めています。製品機能に対するご要望をはじめ、用途や使用頻度、設置環境や嗜好などさまざまな要素を踏まえたアドバイスを行うため、家電製品アドバイザー資格を中心に社外資格取得の取り組みをしています。メーカー様のご協力による社外講師による実践的勉強会を開催して取得者数も増加しています。

2016年度には家電製品アドバイザー資格取得者数が3,500名を超えました。

▶家電製品アドバイザー数

	2014年度	2015年度	2016年度
AV情報家電	566名	812名	1,339名
生活家電	398名	574名	920名
家電製品総合	685名	1,049名	1,318名

改善提案制度の推進

ヤマダ電機では、「社員全員参加の経営」を目的とし、日常業務から経営全般までより良い業務ができるよう、社員一人ひとりが現場の目線から積極的に提案を行う「改善提案制度」を設けています。

2016年度も、販売支援や経費削減、顧客満足向上、社員満足向上につながる5,838件もの提案があり、182件の提案が新規採用されました。

CS責任者認定研修の実施

配送・工事におけるお客様満足の取り組みの標準化を図るため、ヤマダ電機が主催する「CS責任者認定研修」をパートナー企業各社に導入していただいています。これは、ヤマダ電機が定める配送工事に関するお客様満足、マナー、運用、配送、設置、工事に関する基準を、所属する会社の担当者へ教育する責任者を認定するもので、教育研修、グループディスカッション、筆記試験という3つの内容で構成されています。パートナー企業各社のCS責任者をヤマダ電機が認定することで、ヤマダ電機と同様の意識の高さでお客様に対応していただくことを目指しています。

▶2016年度 実施状況

	人数
新規CS責任者研修	228名
CS責任者更新研修	784名

グループ会社におけるお客様満足向上活動

ヤマダファイナンスサービスを設立

(株)ヤマダファイナンスサービス

ヤマダファイナンスサービスは、リフォーム工事にご利用いただける「ヤマダリフォームローン」、新築住宅の建設時または購入時にご利用いただける「ヤマダフラット35」「ヤマダフラットつなぎ」などの各種ローンを業界内での最低金利*などでご用意し、金融面からお客様をサポートしてまいります。

*当社調査によるものです



従業員のスキルアップを通じたお客様満足の向上

(株)ベスト電器

ベスト電器グループでは、お客様満足向上を目指して、従業員のスキルアップを目的とした研修の充実を図りました。2016年度は、社員、契約社員、嘱託、パートの全従業員を対象に年間を通じて実施しました。

接客面の向上を目的とした研修に取り組み、マネジメント層や役職者を対象とした、店長候補者・係長候補者研修、新任店長・新任係長研修を実施し、店頭での接客スキルの向上とスキルの標準化、指導力強化におけるお客様満足と営業力の向上を期待しています。

また、女性活躍推進法の行動計画に基づき、女性社員を対象とした研修「キャリアデザイン塾」を実施し、女性の活躍の場と地位向上による女性視点のお客様満足に取り組みました。スペシャリスト育成においては、リフォーム研修、商品研修、法人営業力強化研修の側面からお客様満足の向上に努めています。



▶2016年度研修実施回数

本社集合研修	21回
地区集合研修(現地研修)	240回

グループ各社

各グループ会社では、それぞれの事業に応じたさまざまな資格取得を企業として積極的に支援しています。また、資格を取得した際には手当での支給なども実施しています。

企業名	資格
ベスト電器	家電製品アドバイザー、家電製品エンジニア
ヤマダ・エスバイエルホーム	建築士、宅地建物取引士
マツヤデンキ	家電製品アドバイザー
テス	家電製品アドバイザー、家電製品エンジニア、第二種電気工事士、冷媒回収技術者、ガス溶接技能者
Project White	マイクロソフト認定テクノロジースペシャリスト
インバースネット	情報機器リユース・リサイクル取扱者
東金属	公害防止管理者、重機、冷媒回収等の各種資格
ワイズセレクト	登録販売者

社員満足向上活動

経営において最も重要なのは「人」と考えています。そのため、社員が働きがいを実感できる仕組みについて、常に改善を図っています。人材の育成と能力開発、労働環境の改善に努めています。また、性別や年齢、身体的な差異にかかわらず一人ひとりの人格や個性が活きる企業風土づくりに努めています。

社員満足向上

人事方針

ヤマダ電機では、社内外資格取得などに応じた社員個人の能力を重視し、能力主義に基づく公正な評価を実施しています。また、社員が業務を通じて能力を向上し、さらに仕事にやりがいを持って働き続けることができるような環境を整えています。

業務内容の特性に応じた人材の確保を進めており、組織の活性化に努めています。2017年3月末現在の正社員の平均年齢は36.5歳、平均雇用期間は11.0年です。

また、社内資格制度との連携による契約社員の正社員登用、障がい者雇用、高齢者の再雇用なども推進しており、障がい者雇用については、2009年1月以降は法定雇用率を超えています。さらに2013年4月から施行された、希望者全員の65歳までの雇用義務を定めた「高齢者雇用安定法」の改正にも対応しています。

▶雇用者数

	2014年度	2015年度	2016年度	
管理職人数	男性	3,097名	3,021名	2,996名
	女性	65名	65名	67名
	合計	3,162名	3,086名	3,063名
社員数	10,895名	10,725名	10,568名	
平均臨時雇用者数	8,935名	8,487名	7,902名	
障がい者雇用者数	423名	395名	387名	

※上記はヤマダ電機単体の人数

社員年間表彰制度

ヤマダ電機の人事評価においては、年功序列ではない能力主義を通じ、公正公平な人事評価システムを構築しています。その一環として、店舗規模別の年間売上上の優秀な店舗、法人営業所、売上上位者個人、優秀な改善提案を行った店舗や個人に対して、毎年表彰を行っています。2016年度は計50名、22の店舗や営業所が表彰されました。



ワークライフバランスの推進

社員が働きやすい労働環境を実現するには、ワークライフバランス(仕事と生活の調和)に配慮した職場環境の提供が重要であると考えています。

育児・介護支援制度では、産前休業の拡充(法令規定よりプラス2週間)、育児休業の拡充(子どもが3歳まで)、復職後の支援制度、再雇用制度などを導入し、社員が育児や介護など生活の節目の中で仕事と生活の調整をできるだけしやすいような仕組みを整えています。

また、職場の安全衛生環境の向上を図るため、全店舗に安全衛生委員会を設置し、毎月1回、本社から提示される労働安全衛生上のテーマについて店舗単位で話し合いを行っています。こうした取り組みにより、従業員の満足度向上につながっています。



▶特別休業など取得者数

	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	
育児休業取得者数	合計	164名	201名	204名	169名	159名
	うち男性	2名	4名	6名	2名	5名
介護休業取得者数	8名	4名	7名	13名	11名	
時短勤務者数	112名	100名	152名	148名	134名	
健康診断受診率	94.3%	94.0%	95.1%	95.3%	95.9%	

※上記はヤマダ電機単体の人数

群馬県いきいきGカンパニー認証制度

群馬県では、仕事と家庭の両立支援に加え、職場における女性の活躍推進や従業員の家庭教育などワークライフバランスの推進などに係る企業、団体の取り組みを応援する、「群馬県いきいきGカンパニー認証制度」を運営しており、ヤマダ電機も認証を取得しています。



人材育成

管理職候補者の教育

副店長1級、主任1級、一般1級取得者に対して上級職にステップアップするべく、候補者教育を実施しています。教育内容はeラーニングによる管理職の基礎知識の習得、配送・工事同行研修による顧客のニーズ・満足度確認で、その後候補者試験、エリア長による面接を経て管理職候補者の選抜となります。契約社員については正社員としての登用に つながり、社員のモチベーションや満足度向上に結びついています。

▶2016年度実績

	店長候補	副店長候補	主任候補	合計
認定人数	14名	10名	210名	234名

※上記はヤマダ電機単体の人数

女性活躍推進と次世代リーダー教育プログラムの発足

ヤマダ電機は、女性活躍推進法の施行(2016年4月1日)にあたり、今まで進めてきた女性管理職育成プログラムを踏まえ、現状把握・課題分析を改めて実施し、行動計画を策定しました。2016年度は、企業の持続的な成長には、男女の育成が必要との観点から、今まで進めてきた女性活躍推進をベースに、「次世代リーダー教育プログラム」を発足しました。各店舗にリーダーを配置して従業員の教育などを行い、「社員生産性の向上」、「CS・ES向上」、「女性管理職の育成」を図るとともに、多様な人材が活躍できるような職場環境の整備に努めています。



グループ会社における社員満足向上活動

(株)ハウステック

働きやすい職場環境の整備

ハウステックは、すべての従業員が能力を十分に発揮できるように、働きやすい労働環境の整備を積極的に推進しています。育児・介護休業法などの法改正に合わせて、ワークライフバランスの関連制度の見直しおよび整備を行っています。2016年度は、従業員が働きやすい環境を構築するため、次のような関連制度をブラッシュアップしました。

- 妊娠中及び産後1年を経過しない女性の短時間勤務・休職制度
- 育児・介護のための在宅勤務制度
- 積立年次有給休暇
- 家族看護休暇・子の看護休暇

その他

(株)ヤマダ・エスバイエルホーム

女性社員の目線での商品開発

ヤマダ・エスバイエルホームは、所属部署や年齢などを問わない多様な女性メンバーの意見をもとにした商品の開発を進めています。

2016年度は、「女性活躍推進チーム」による女性の意見を活かした第5弾商品として、キッチン収納「パワフル収納」を開発いたしました。「パワフル収納」は「キッチン収納」のコンセプトである「大容量」で「かっこいい収納」を継承しつつ、多彩な間取りやご要望に対応できるパリエーションやアイデアを搭載、女性目線の収納提案を行いました。この活動で開発した「収納提案」は、社内での認知度の向上とともにお客様にもご好評いただいています。新商品への標準搭載、建売分譲での採用はもちろん、キッチンリフォームでの採用など、住まいのプランニングには欠かせない家事楽アイテムとして、年を追うごとに販売量を伸ばしています。今後も、女性の活躍の場を広げるとともに、女性がその能力を十分に発揮し、活躍できる環境整備に取り組んでいきます。



(株)ベスト電器

女性社員の活躍を推進

ベスト電器では女性従業員20名からなる女性活躍推進委員会を設置しています。これはグループ会社を横断する委員会で、あらゆるライフステージの女性が能力を存分に発揮できるように職場環境を整備し、会社の発展に寄与することを目的としています。働きやすい環境を構築するうえで生じる問題点を議論し、女性の社会復帰を促すため、育児休業・育児短時間勤務制度を見直すなど制度改革も推進してきました。

2016年は福岡地区の店舗を訪問し、実際に現場で働く従業員の意見を集約する活動を実施しています。また、福岡市が主催する「ふくおか女性活躍NEXT企業 見える化サイト」に当社の女性活躍推進の取り組み状況を掲載しております。



キャリアアップ、モチベーション向上のための表彰制度

ベスト電器では、年間売上上の優秀な店舗や営業所を表彰する「特別社長賞」、売上上位の個人への「ベストセールス賞」、また優秀な改善提案を行った店舗や個人に対する「改善提案賞」といった表彰制度を設けています。こうした制度により、社員のキャリアアップやモチベーションの向上を図っています。



社会貢献活動

小売業は地域社会に根ざした企業活動を通して、皆様の理解・支持を得ながら、その発展に貢献することが求められています。ヤマダ電機は、コミュニティの一員として地域社会と共生し、信頼関係を深めていくよう努めています。

社会貢献

第3回ヤマダ電機 小学生サッカー教室 & AED講習会

2016年6月11日(土)、前橋総合運動公園 陸上競技・サッカー場(群馬県前橋市)で「第3回ヤマダ電機 小学生サッカー教室&AED講習会」を開催いたしました。

小学生とその保護者約120名に加え、山田昇記念財団より群馬県高崎市と前橋市の児童養護施設の子どもたち10名を招待し、一流選手の技術に触れサッカーの楽しさを体感するとともにAED(自動体外式除細動器)を用いた一次救命方法の認知度を高める社会貢献活動に取り組んでまいります。



「夏の上州将棋祭り 第12回YAMADAこども将棋大会」

2016年8月27日(土)、LABI1高崎4階イベントスペース「LABI Gate」において「夏の上州将棋祭り第12回YAMADAこども将棋大会」が開催されました。大会は、日本の伝統文化「将棋」を通じて、将棋文化の継承・発展と小・中学生に対する教育的な社会貢献を目的に年2回(夏、冬)開催しています。

「夏の上州将棋祭り第12回YAMADAこども将棋大会」は、全国から集まった172名の子ども棋士が「小学生・低学年の部」、「小学生・高学年の部」、「中学生の部」、「初心者の部」の4部門に分かれ、熱戦を繰り広げました。

また、同会場では、プロ棋士による指導対局や自由対局、詰め将棋クイズ、将棋教室、ジャンケン大会なども行われ、来場者は、1日を通して将棋の魅力を堪能しました。



「第11回ヤマダ電機フォトコンテスト2016」

2016年10月8日(土)、LABI1高崎4階イベントスペース「LABI Gate」において「第11回ヤマダ電機フォトコンテスト2016」の表彰式が開催されました。

このコンテストは、ヤマダ電機CSR経営の一環として県内の自然環境や後世に残したい文化遺産などの保護・啓発に貢献し、文化振興の活性化につなげることを目的に開催するものです。

今回は「群馬の風景部門(群馬の山と川)」と「赤城自然園部門」、「ポートレート部門」、「高校 組写真(くみしゃん)部門」の4部門で作品を募集。各部門合わせて866点の応募があり、グランプリのヤマダ電機大賞をはじめ、16名と3校が入賞しました。

また、同日、作品応募者の中から抽選で200名様をご招待し、「立木義浩先生の応募作品講評&トークショー」を開催いたしました。立木先生から直接アドバイスをいただける貴重な機会となり、参加者には非常に満足度の高いイベントとなりました。



「OSAKA EKIDEN in 長居 兼 第19回全国視覚障がい者駅伝大会」にヤマダ電機が特別協賛

2016年11月20日(日)、ヤンマースタジアム長居および長居公園内周回コース(大阪府大阪市)において認定NPO法人日本盲人マラソン協会主催「OSAKA EKIDEN in 長居 兼 第19回全国視覚障がい者駅伝大会」が開催されました。視覚障がい者の部24チーム、一般の部15チーム、混成の部6チームが参加し一般参加者とともに、視覚障がい者も伴走者と一緒に20kmのコースを快走しました。

認定NPO法人日本盲人マラソン協会は、この他にも、神宮外苑ロードレースや伴走サポーター講習などを開催し、ノーマライゼーション*社会の実現に向けた活動に取り組んでいます。

ヤマダ電機は、認定NPO法人日本盲人マラソン協会の趣旨に賛同し、「OSAKA EKIDEN in 長居 兼 第19回全国視覚障がい者駅伝大会」に特別協賛しました。

*ノーマライゼーション:社会福祉をめぐる社会理念のひとつで、障がい者も、健常者と同様の生活ができるように支援するべき、という考え方。



第6回ヤマダ電機杯 「第15回高崎市小学生駅伝競走大会 兼 第6回高崎市小学生長距離リレー大会」

2016年12月11日(日)、浜川競技場および浜川運動公園内周回コース(群馬県高崎市)において、第6回ヤマダ電機杯「第15回高崎市小学生駅伝競走大会 兼 第6回高崎市小学生長距離リレー大会」(高崎市陸上競技協会、株式会社ヤマダ電機共催)が開催されました。この大会は、高崎市の小学生が楽しく走り、競い合うことにより健康保持増進と体力の向上、強い心の育成を目的に開催しています。また、「東日本大震災復興支援交流駅伝大会」として、プロ野球独立リーグ・ベースボール・チャレンジ・リーグに所属する群馬県のプロ野球チーム、群馬ダイヤモンドペガサス様のご協力により毎年、福島県の野球チームを招待し、高崎市の小学生と一本のタスキをつないで交流を深める取り組みやヤマダ電機女子陸上競技部選手との交流イベントも開催しました。



「新春 上州将棋祭り2017」

2017年1月3日(火)、4日(水)の2日間、LABI1高崎4階イベントスペース「LABI Gate」において、「新春 上州将棋祭り2017」が開かれました。「上州将棋祭り」は、日本の伝統文化「将棋」を通じて、幅広い年齢層への普及と発展、小・中学生を中心とした教育的側面から地域社会へ貢献することを目的に毎年開催しています。2日間を通して、2,216名にご来場いただきました。1月3日(火)開催の「第13回YAMADAこども将棋大会」は、全国から集まった192名の子ども棋士が「小学生・低学年の部」、「小学生・高学年の部」、「中学生の部」、「初心者の部」の4部門に分かれ、熱戦を繰り広げました。また、同会場では、プロ棋士による指導対局や自由対局、詰め将棋クイズ、将棋教室、ジャンケン大会なども行われ、子ども棋士とご父兄や一般の来場者は、1日を通して将棋の魅力を堪能しました。1月4日(水)開催の「第7回上州将棋祭り」は、「佐藤名人」対「森内九段」の新春スペシャル対局を目玉企画として、「船江六段」対「渡部女流初段」による上州YAMADAチャレンジ杯ドリームファイナル、「藤井九段」対「高見五段」の新春特選対局、サイン会、詰め将棋クイズなど、華やかなプロ棋士12名による熱戦や来場者との交流イベントが多数開催されました。開会式では山田会長が「将棋は世代を超えて誰でも楽しめる日本の伝統文化であり、今後も普及・発展に貢献していきたい」と本将棋祭りに対する思いを伝えました。



平成28年度全国高等学校総合体育大会 「第66回全国高等学校スキー大会」にヤマダ電機が特別協賛

2017年2月2日(木)~6日(月)、群馬県片品村において平成28年度全国高等学校総合体育大会(インターハイ)「第66回全国高等学校スキー大会」が開催されました。この大会は、高校生のスキー大会として国内で最も権威ある大会であり、全国各地から激しい予選を勝ち抜いた約1,000名の選手が日ごろ培った力と技を存分に発揮し、熱い戦いを繰り広げました。



ヤマダ電機女子陸上競技部による 「渋川市トップアスリート講習会」

2017年3月30日(木)、赤城総合運動公園(群馬県渋川市)にて、渋川市内の小・中学生約110名を対象に「渋川市トップアスリート講習会」が開催され、森川監督をはじめヤマダ電機女子陸上競技部16名全員が講師として参加しました。

参加者は、持久力を高める手法や練習前後のストレッチ法などを一緒に実践するとともに森川監督による練習に対する心構えなどの講話にも熱心に耳を傾けていました。



救援義援金の募金活動

ヤマダ電機グループは、自然災害などにおける被災された地域社会の一員として、復旧・復興に向けた支援を行っています。熊本地震により被災された皆様の生活支援や復興を願い、ヤマダ電機およびグループ会社において「救援義援金の募金活動」を2016年4月15日から5月31日までの期間で実施いたしました。6月17日に当社代表者が日本赤十字社本社を訪問し、お客様ならびに従業員から寄せられた救援義援金6,747,993円を、日本赤十字社を通じ、被災地にお届けするため寄付いたしました。



公益財団法人 山田昇記念財団 恵まれない子どもたちへの支援

平成27年4月1日の生活困窮者自立支援法の施行に伴い、国、県、市で貧困児童への対策が行われてきております。公益財団法人 山田昇記念財団では、恵まれない子どもたちへの支援を実施しております。

1 キッズチャレンジプログラム ～子どもの仕事への興味促進～

目的
生活保護世帯に属する児童に対し、「学ぶことの楽しさ」や「働くことの大切さ」などの理解を促進させ「将来への夢や希望」を持つとともに、ひとつの目的を達成させることにより子どもたちに自信を持たせ、目標達成に向けた努力の大切さを学ぶ機会とする。

概要
前橋市内の小学校4年生と5年生の5名が参加し、沼田市内の住宅メーカー工場で業務の説明を受けた後、簡単な大工仕事を体験、住宅展示場の見学も行いました。さらに前橋市内の大学にて、「お仕事会議」として仕事を大変さや大切さなどについての話し合いも行いました。この事業は、前橋市と協働して、NPO教育支援協会北関東にも協力いただき実施しております。



2 自立支援 ～児童養護施設卒業者への自立支援～

目的
児童養護施設を卒業する子どもたちは、基本的に親の支援を受けることができず独立に対して社会的、経済的にさまざまな問題が発生することがあり、生活必要家電品を無償で提供し、独立の際の経済的支援を行い、貧困の連鎖解消へつなげていくことを目的とする。

概要
児童養護施設を卒業する子どもたち12名に、1人暮らしに必要な家電セットとして、①冷蔵庫、②洗濯機、③電子レンジ、④炊飯ジャー、⑤掃除機、の家電セットをプレゼントしています。家電については、リサイクルを行っているヤマダ電機グループのシー・アイ・シーの協力を得ています。今回支援を行った児童養護施設の先生方に、支援状況や感想をヒアリングし、来年度の募集時期や家電の選定などを検討し、継続して実施していきます。

支援実績	
冷蔵庫	8台
洗濯機	7台
電子レンジ	10台
炊飯ジャー	9台
掃除機	10台

BPC ベスト電器グループ 株式会社ビー・ピー・シー 障がい者雇用を通じた地域社会への貢献

福岡市にあるビー・ピー・シーは、地域社会への貢献や社会的責任の重要性から「身体障がい者」の雇用に配慮した、重度障がい者多数雇用事業所です。福岡県や福岡市、銀行などからも出資を得た第三セクター方式で1994年に設立、親会社であるベスト電器や県市町村、学校などから印刷物や、商品券などのデータ管理業務などを受注し運営しています。福岡市内の特例子会社のモデルとなっており、企業や障がい者施設の方々の視察や見学も数多くあります。

従業員は福岡市とその近郊から車で通勤しており、車椅子や杖歩行などの下肢の障がい者、内部疾患者、聴覚障がい者の方を中心に現在29名（うち障がい者は22名、男性26名、女性3名）となっています。基本的には残業はなく、快適な労働環境や業務内容が評価され、退職する社員は殆どおらず極めて高い定着率となっています。施設はすべてバリアフリーで、下肢の障がい者には屋根付きの駐車場を設け、駐車場から構内まで傘を必要としない構造

になっています。また住宅地の中に事業所があるため、印刷時の騒音に注意しながら作業を進めるほか、毎月2～3回地域の公園清掃を行うなど、地域住民との友好や親睦を深めています。事業を安定させながら社員の雇用の維持や拡大を図り、今後も障がい者雇用を通じて地域社会に貢献していきます。



WOOD HOS 株式会社ヤマダ・ウッドハウス グッドデザイン賞受賞

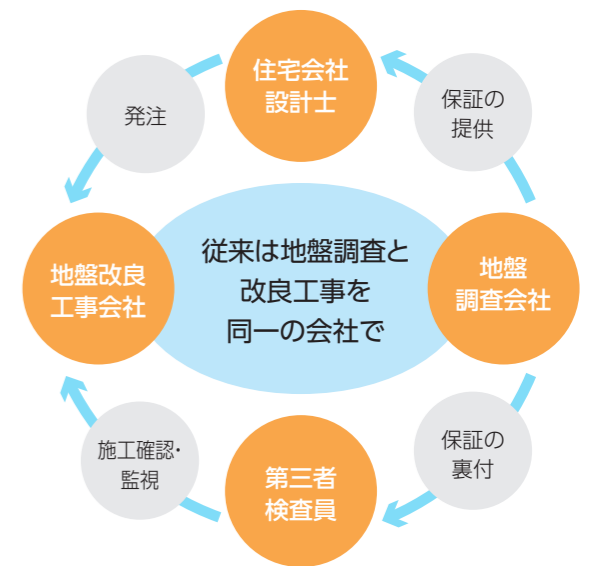
グッドデザイン賞は、さまざまに展開される事象の中から「よいデザイン」を選び、顕彰することを通じ、私たちの暮らしを、産業を、そして社会全体を、より豊かなものへと導くことを目的とした公益財団法人日本デザイン振興会が主催する「総合的なデザインの推奨制度」です。ヤマダ・ウッドハウスでは、「地盤調査・改良の仕組み」および「施工者育成プログラム」がグッドデザイン賞を受賞しています。

1 地盤調査・改良の仕組み

新築物件の地盤調査に関わる業界の仕組みを整理し、消費者にとってより適切なシステムにするための取り組みが評価されました。

従来は地盤調査と改良工事を同一の会社が行っていたことで、不要な改良工事の温床になっていた経緯があります。地盤調査を行った会社が改良設計を行い、改良工事を発注する流れで第三者の目が入らなかったことから、不明瞭な部分が見られました。10件の地盤調査に対して8件程度の改良工事が行われてきましたが、中には不要な改良工事があったのではないかと問題視されています。また地盤補強を行うことで当初計画を上回る費用が発生するなどの問題や、不要な工事による騒音の問題などが見られます。

そこで、地盤調査会社と地盤改良工事会社を分けることが、取り組みのポイントとなっています。また複数社への相見積りにより競争原理を入れることで費用の低減を図ることもでき、また中間マージンを除いたことにより、全体の費用としては8.5%程度の費用削減を図ることができます。ヤマダ・ウッドハウスでは、このようなシステムを、これまで共同購入などを進めていた全国200程度の工務店とともに、推進していきます。

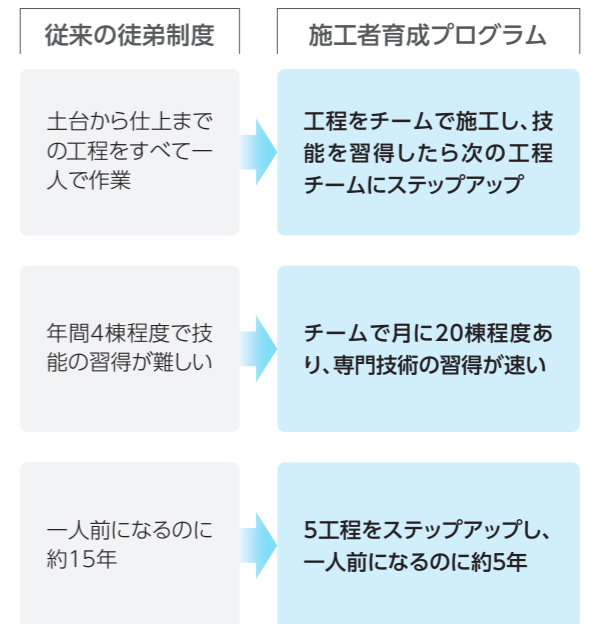


2 施工者育成プログラム

徒弟制度による大工の育成制度を変革し、工事の工程を5段階に分け、それぞれの工程を集中的に、かつ、数をこなすことで徹底的に学ぶ育成プログラムが評価されました。

一般的に大工業に関わらず、職人業務に関しては人材不足が問題となっています。また宮大工のように高いスキルが求められる業務がある一方で、従来の伝統的な方法ではなくプレカットと呼ばれる現場で組み立てるだけの手法もあり、大工業の技術について2極化が進んでいます。また住宅については、省エネ・高耐震・高耐久などの高性能住宅が求められています。プレカットなどの量産住宅を作る大工については、徒弟制度における育成期間の長さや質のバラつきが問題になっています。

ヤマダ・ウッドハウスは群馬県の杉内工務店とともに、連名で新たな育成方式を申請しました。従来の徒弟制度では、全工程を一人で完成させる必要があることから、工程ごとの知識習得が難しい面があります。このプログラムでは、特定の作業を集中的に行う段階的集中施工の方式を推進しており、技能習得を速くすることができるとともに、段階が上がる度に賃金が上昇することで大工のやりがいの向上にもつながっています。また作業の段階化を図ることで、女性や高齢者など、幅広い人材に働く場を提供することができ、通常は一人前になるのに15年程度かかると言われていますが、5年程度での技術取得が可能となっています。今後は当社のネットワークを活用し、全国的に展開することを目指しています。



ガバナンス・コンプライアンス

ヤマダ電機は、社会から信頼されるために、透明で公正な持続性のある企業活動を行うことを目指しています。迅速な経営的意思決定ができる経営組織を構築し、企業価値、株主価値の継続的な維持向上に向けて取り組んでいます。

コーポレート・ガバナンス

ヤマダ電機は、CSR委員会をはじめとした各種委員会および分科会の有機的かつ柔軟な組織による週単位でのPDCAにより経営責任の明確化と迅速な意思決定を実現しています。

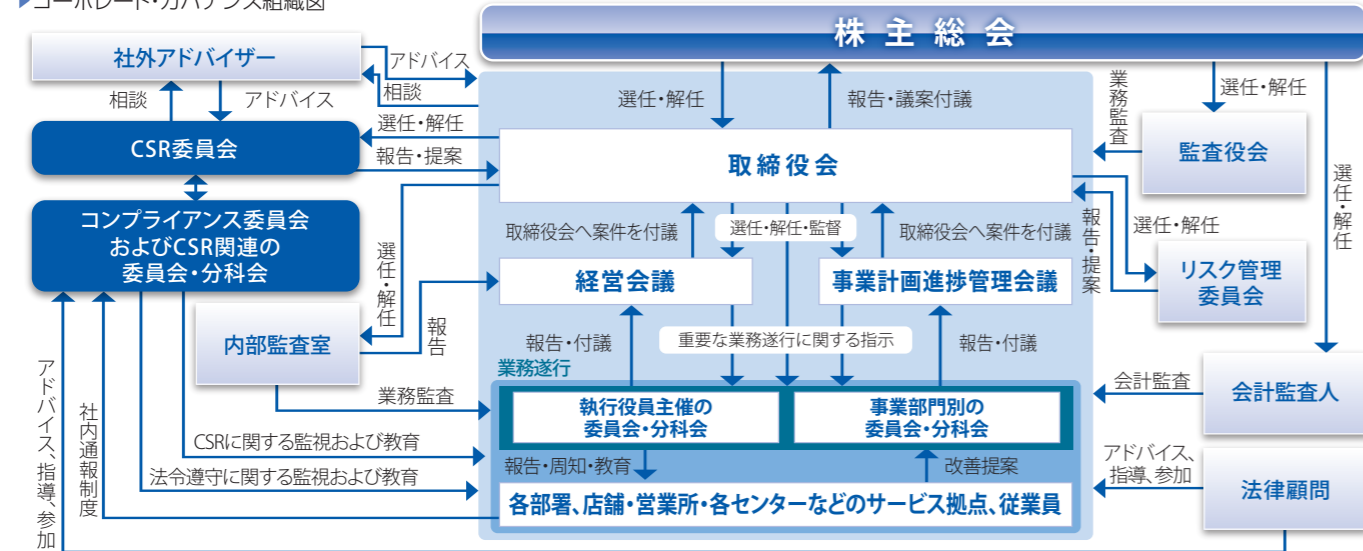
経営方針としてCSR経営を実践

当社は、監査役会制度を採用しており、取締役会と監査役会により業務執行の監督および監視を行っています。「経営の意思決定と監督機能」と「業務執行機能」を明確に分離し、経営環境の変化にスピーディーに対応できるよう、各執行役員による業務執行体制を導入し、代表取締役会長 兼 取締役会議長と代表取締役副会長 兼 代表執行役員CEO（最高経営責任者）、代表取締役社長 兼 代表執行役員COO（最高執行責任者）を経営責任者とする組織のもと、各事業部門ならびに各種委員会・分科会を開催し、各執行役員が担当の業務執行に専任し、経営に対する責任を明確にする体制をとっています。

また、コンプライアンス委員会および内部監査室、リスク管理委員会に加え、「企業の社会的責任」(CSR)を経営理念の中枢にすえ、CSR委員会を設置し、企業の社会的責任について具体化した倫理綱領・企業規範を策定し、取締役会での承認を得て企業の持つ社会的責任の意義を十分認識し、グループ内外に向け啓蒙活動を行っています。

当社は、これらの体制により、コーポレート・ガバナンスに関する「経営の透明性を高め、公正な企業活動を実施して、企業価値、株主価値を継続的に維持向上させていく」という基本的な考え方の具現化に努めています。

▶コーポレート・ガバナンス組織図



取締役会

取締役会は、取締役16名（うち社外取締役2名）で構成されており、定時取締役会を毎月1回開催しています。また、必要に応じて臨時取締役会を開催しており、重要事項はすべて付議され、業績の進捗状況についても討議し、対策を迅速に行っています。なお、社外取締役2名、社外監査役2名が参加しています。

経営会議

経営会議は、取締役会の開催週を除き、原則毎週開催し、経営課題や各執行役員の業務執行の進捗管理について報告が行われ、対策を迅速に行っています。

内部監査室

内部監査の充実を図るために社長直属の内部監査室を設置し、専任7名が日常の監査業務や、たな卸し業務の立会など、内部牽制、内部監査業務に従事しています。また、監査役および監査法人とも都度情報交換をして積極的に連携し、会社の業務活動が適正・効率的に行われているかという観点から監査を行っています。

コンプライアンス

ヤマダ電機は、コンプライアンス（法令等遵守）を企業経営の重要課題に位置付けており、コンプライアンスの確立・徹底に向けた取り組みを行っており、年間を通じて、社員に向けた勉強会ならびに啓蒙活動を実施しています。

コンプライアンス委員会を毎週1回実施

社内へのコンプライアンスの周知・徹底を図るため、担当取締役を委員長とするコンプライアンス委員会を設置し、毎週1回開催しています。コンプライアンス委員会では毎月テーマを定め、問題点の抽出と改善の議論を行い、必要に応じて改善などを実践しています。

内部通報制度の活用

ヤマダ電機では、社内外からの通報受付窓口として内部通報制度を運用しています。内部通報制度は、主にコンプライアンスの遵守を目的として社内には設けている制度ですが、人権や差別に関する通報も受け付けています。通報された内容に関しては、関連部署と調整し対策などの検討を行っています。

業務委託先を含めた個人情報保護の取り組み

ヤマダ電機では、多数のお客様の個人情報を適切に管理するための取り組みを継続的に進めています。本社において情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）を取得し、ISMSに基づいた管理体制をグループ全体で構築しています。また、業務委託先（再委託先を含む）に対しても、個人情報の管理責任者、安全管理責任者などを選任し、ヤマダ電機と同様の管理体制を構築していただくようにしています。



公正な取引

ビジネスパートナーの皆様と健全かつ透明な関係を維持し、双方にとって利益となる長期的な信頼関係を構築するなど、公正な事業慣行に基づいた共存共栄を目指しています。

公正な取引に関する基本的な考え方

ヤマダ電機では、2011年10月にお取引先向けの取引方針を開示し、公平・公正な取引をCSR経営の重要ポイントとして取り組んでいます。

国内の主要家電メーカーおよび生活用品メーカーや卸売業者等、さまざまな企業との間で取引を行っていますが、その中でも家電メーカーはCSRについても優れた知見を有しており、先進的な取り組みを行っている企業が数多くあります。ヤマダ電機では、お取引先との間でお互いのCSR活動に対する理解を深め、企業の社会的責任に対する情報共有を進めて、双方の知見を活かした健全なパートナーシップの構築を目指しています。

取引先アンケートの実施

ヤマダ電機グループでは「ヤマダ電機CSR倫理綱領」に基づき、環境・社会・倫理などにおける法令遵守を推進しております。今般、バリューチェーン全体にわたるコンプライアンスの取り組みが重視されています。ヤマダ電機グループが提供する商品やサービスは、国内および海外の数多くの法人の手を経てお客様へ提供されますが、どの過程においても各種法令が遵守され、環境・社会・倫理面で問題のないものを提供したいと考えています。そのため、ヤマダ電機グループでは、策定した「ヤマダ電機取引方針」に基づき、年1回主要取引先、ヤマダ電機グループ会社全社を対象としてアンケート調査を実施しています。今後もヤマダ電機グループはサプライチェーン全体における法令遵守を推進していきます。

ヤマダ電機取引方針

1. 法令遵守

・該当する法令及び国際的なルールに遵守している。

2. 人権の尊重

・企業活動に係るすべての人の人権と個人の尊厳を尊重し、ハラスメントや非人道的な活動を行わない。
・児童労働、差別、肉体的、精神的及び性的なハラスメントを行わない。
・従業員またはその従業員代表と誠実に対話、協議し、健全な労使関係を構築する。
・結社の自由や団体交渉に対する従業員の権利を尊重する。

3. 労働・雇用

・労働に対して現地法令に基づく最低賃金を踏まえた適切な賃金を支払う。
・強制的な労働を行わない。
・現地法令に定められた適切な労働時間を順守する。
・職場の機械装置等に関する安全対策を講じ、施設の安全衛生管理に努める。
・緊急時や災害時の避難路を確保し、定期的な防災訓練を行う。
・身体的に負担のかかる作業への配慮を行う。
・従業員の心身の健康管理に配慮する。
・労働災害や労働疾病の削減に努める。

4. 環境保全

・環境法令に遵守すると共に、環境負荷の低減や汚染予防に努める。
・環境パフォーマンスの把握に努め、定期的な見直しを行う。
・エネルギーの効率利用、省エネルギーに努める。
・温室効果ガスの排出削減に努める。
・省資源、リサイクル、再利用等に努める。
・廃棄物の適正な管理及び処理を順守する。
・水資源の適正利用と節水に努める。
・騒音や臭気による悪影響の低減に努める。
・大気、水、土壌、地下水等への汚染予防に努める。
・生物多様性・生態系の保全に努める。

5. 公正な取引

・公正で透明な取引、自由で適正な競争を行う。
・反社会的勢力に対して毅然とした対応を行う。
・調達先における法令遵守に努め、定期的な法令遵守の確認を行う。
・汚職や賄賂を禁じる。
・現地の法令及び国際的なルールに基づき知的財産の保護に努める。
・輸出入に関する規制を順守する。
・適切な情報開示を進める。
・社内外に違反等に関する通知窓口を確保する。

6. 商品の安全確保

・商品・製品の品質及び安全性の確保と向上に努める。
・製品欠陥事故等に関し、現地の該当法令を遵守し、迅速な対応を行う。

7. 情報の取扱い

・情報の取扱いや管理に十分留意し、目的外利用を禁ずる。
・個人情報保護を含め関連法令に関する定期的な法令遵守の確認を行う。

8. 地域社会との共生と貢献

・地域社会と良好な関係を維持し、地域貢献に資する活動を推進する。

財務サマリー

10年間の主要財務データ

		第31期	第32期	第33期
		2008年3月	2009年3月	2010年3月
連結売上高	百万円	1,767,818	1,871,828	2,016,140
連結営業利益	百万円	65,424	49,522	87,303
連結経常利益	百万円	81,652	64,604	101,586
親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	49,174	33,207	55,947
純資産額	百万円	326,937	356,452	406,381
総資産額	百万円	750,213	778,489	899,612
ROA	%	6.6	4.3	6.2
ROE	%	15.9	9.8	14.8
1株当たり純資産額	円	3,443.63	3,757.06	4,297.29
1株当たり当期純利益金額	円	511.83	353.32	594.26
潜在株式調整後1株当たり当期純利益金額	円	509.90	352.47	593.84
資本金	億円	705	707	710
自己資本比率	%	43.1	45.4	45.0
株価収益率	倍	16.80	10.92	11.61
営業活動によるキャッシュ・フロー	百万円	26,934	50,498	133,718
投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	△123,305	△67,347	△108,218
財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	120,569	△307	8,555
現金及び現金同等物の期末残高	百万円	65,029	47,956	83,045

第34期	第35期	第36期	第37期	第38期	第39期	第40期
2011年3月	2012年3月	2013年3月	2014年3月	2015年3月	2016年3月	2017年3月
2,153,259	1,835,454	1,701,489	1,893,971	1,664,370	1,612,735	1,563,056
122,764	88,978	33,930	34,265	19,918	58,158	57,895
137,847	102,225	47,906	50,187	35,537	62,734	66,040
70,754	58,265	22,203	18,666	9,340	30,395	34,528
470,849	526,743	555,391	553,354	509,397	557,722	585,547
929,010	937,841	1,138,389	1,196,288	1,122,407	1,146,722	1,159,456
7.6	6.2	2.1	1.6	0.8	2.7	3.0
16.2	11.8	4.2	3.5	1.8	6.0	6.3
4,978.38	5,516.15	565.33	592.17	643.03	666.03	697.46
751.03	618.46	23.56	20.21	11.73	38.22	43.00
-	-	-	20.21	11.72	38.16	42.89
710	710	710	710	710	710	710
50.5	55.4	46.8	44.2	43.2	46.6	48.4
7.47	8.36	18.22	17.01	42.18	13.92	12.91
93,071	34,259	△12,789	45,148	22,982	△23	43,855
△25,237	△38,063	△39,232	△38,606	△20,232	△13,437	△15,279
△45,940	△24,361	47,174	△7,646	△41,487	4,732	△24,382
104,814	76,344	77,906	77,754	39,691	30,664	34,981

- (注) 1. 売上高には消費税等は含まれておりません。
 2. 第34期、第35期及び第36期の潜在株式調整後1株当たり当期純利益金額については、希薄化効果を有している潜在株式が存在しないため記載しておりません。
 3. 当社は、平成25年10月1日付で株式1株につき10株の株式分割を実施しておりますが、第36期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり純資産額、1株当たり当期純利益金額及び潜在株式調整後1株当たり当期純利益金額を算出しております。

連結貸借対照表

(単位:百万円)

		前連結会計年度 (平成28年3月31日)	当連結会計年度 (平成29年3月31日)
資産の部	流動資産		
	現金及び預金	31,604	35,341
	受取手形及び売掛金	59,249	56,868
	商品及び製品	356,075	373,114
	仕掛品	2,303	2,580
	原材料及び貯蔵品	3,103	3,355
	繰延税金資産	12,274	9,309
	その他	43,049	44,629
	貸倒引当金	△7,393	△6,714
	流動資産合計	500,266	518,484
	固定資産		
	有形固定資産		
	建物及び構築物(純額)	224,663	220,476
	土地	184,484	187,895
	リース資産(純額)	10,660	10,355
	建設仮勘定	7,379	853
	その他(純額)	11,417	12,685
	有形固定資産合計	438,606	432,266
	無形固定資産	35,476	33,526
	投資その他の資産		
	投資有価証券	4,042	5,186
	長期貸付金	9,499	12,582
	退職給付に係る資産	1,755	2,009
	繰延税金資産	13,643	16,794
	差入保証金	113,333	108,225
	その他	35,967	36,277
	貸倒引当金	△5,868	△5,896
	投資その他の資産合計	172,373	175,180
	固定資産合計	646,455	640,972
	資産合計	1,146,722	1,159,456

(単位:百万円)

		前連結会計年度 (平成28年3月31日)	当連結会計年度 (平成29年3月31日)
負債の部	流動負債		
	支払手形及び買掛金	79,950	82,372
	短期借入金	67,695	77,155
	1年内返済予定の長期借入金	59,212	58,083
	リース債務	2,512	2,537
	未払法人税等	14,629	12,481
	賞与引当金	8,064	7,601
	役員賞与引当金	114	124
	ポイント引当金	17,073	10,790
	完成工事補償引当金	192	210
	関係会社整理損失引当金	320	293
	その他	46,796	49,598
	流動負債合計	296,561	301,248
	固定負債		
	社債	100,316	100,216
	長期借入金	105,155	85,559
	リース債務	11,428	11,322
	役員退職慰労引当金	536	572
	商品保証引当金	12,522	11,683
	利息返還損失引当金	245	190
	商品券等回収引当金	287	276
	退職給付に係る負債	23,700	24,763
	資産除去債務	24,306	24,748
	その他	13,938	13,327
	固定負債合計	292,438	272,661
	負債合計	589,000	573,909
純資産の部	株主資本		
	資本金	71,058	71,058
	資本剰余金	73,001	73,734
	利益剰余金	458,107	480,846
	自己株式	△68,231	△67,213
	株主資本合計	533,936	558,426
	その他の包括利益累計額		
	その他有価証券評価差額金	934	1,221
	為替換算調整勘定	△1,966	△485
	退職給付に係る調整累計額	1,488	2,161
	その他の包括利益累計額合計	456	2,897
	新株予約権		
	非支配株主持分	521	843
		22,807	23,380
	純資産合計	557,722	585,547
	負債純資産合計	1,146,722	1,159,456

連結損益計算書

	(単位:百万円)	
	前連結会計年度 (自平成27年4月1日 至平成28年3月31日)	当連結会計年度 (自平成28年4月1日 至平成29年3月31日)
売上高	1,612,735	1,563,056
売上原価	1,153,234	1,107,856
売上総利益	459,501	455,199
販売費及び一般管理費	401,342	397,304
営業利益	58,158	57,895
営業外収益		
受取利息	1,168	1,080
仕入割引	6,961	6,314
受取賃貸料	2,963	4,113
売電収入	1,807	1,922
その他	4,448	4,324
営業外収益合計	17,349	17,755
営業外費用		
支払利息	1,742	1,452
為替差損	4,054	1,782
賃貸費用	2,317	3,616
賃借料	2,330	693
売電費用	828	786
その他	1,498	1,278
営業外費用合計	12,772	9,610
経常利益	62,734	66,040
特別利益		
固定資産売却益	103	139
関係会社株式売却益	741	-
投資有価証券売却益	549	-
受取保険金	353	-
その他	96	-
特別利益合計	1,843	139
特別損失		
固定資産処分損	358	583
減損損失	7,781	6,083
災害による損失	-	1,147
店舗閉鎖損失	4,389	-
その他	979	1,483
特別損失合計	13,508	9,297
税金等調整前当期純利益	51,070	56,882
法人税、住民税及び事業税	18,810	20,972
法人税等調整額	327	△680
法人税等合計	19,138	20,291
当期純利益	31,932	36,590
非支配株主に帰属する当期純利益	1,536	2,062
親会社株主に帰属する当期純利益	30,395	34,528

連結包括利益計算書

	(単位:百万円)	
	前連結会計年度 (自平成27年4月1日 至平成28年3月31日)	当連結会計年度 (自平成28年4月1日 至平成29年3月31日)
当期純利益	31,932	36,590
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△1,041	382
為替換算調整勘定	767	1,419
退職給付に係る調整額	898	980
持分法適用会社に対する持分相当額	△0	0
その他の包括利益合計	624	2,782
包括利益	32,556	39,373
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	31,935	36,969
非支配株主に係る包括利益	621	2,403

連結株主資本等変動計算書

	(単位:百万円)				
	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
前連結会計年度(自平成27年4月1日 至平成28年3月31日)					
当期首残高	71,058	70,977	432,236	△88,320	485,951
当期変動額					
剰余金の配当			△4,524		△4,524
親会社株主に帰属する当期純利益			30,395		30,395
自己株式の取得				△0	△0
自己株式の処分		2,671		20,088	22,760
合併による増加			0		0
連結子会社株式の取得による持分の増減		△647			△647
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)					
当期変動額合計	-	2,024	25,871	20,088	47,984
当期末残高	71,058	73,001	458,107	△68,231	533,936

	その他の包括利益累計額				新株予約権	非支配株主持分	純資産合計
	その他有価証券 評価差額金	為替換算調整勘定	退職給付に係る 調整累計額	その他の包括 利益累計額合計			
当期首残高	1,598	△2,770	89	△1,082	297	24,231	509,397
当期変動額							
剰余金の配当							△4,524
親会社株主に帰属する当期純利益							30,395
自己株式の取得							△0
自己株式の処分							22,760
合併による増加							0
連結子会社株式の取得による持分の増減							△647
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△664	804	1,399	1,539	224	△1,424	339
当期変動額合計	△664	804	1,399	1,539	224	△1,424	48,324
当期末残高	934	△1,966	1,488	456	521	22,807	557,722

	(単位:百万円)				
	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当連結会計年度(自平成28年4月1日 至平成29年3月31日)					
当期首残高	71,058	73,001	458,107	△68,231	533,936
当期変動額					
剰余金の配当			△9,628		△9,628
親会社株主に帰属する当期純利益			34,528		34,528
自己株式の処分		△0		6	6
連結範囲の変動			△2,161		△2,161
連結子会社株式の取得による持分の増減		733		1,010	1,744
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)					
当期変動額合計	-	733	22,738	1,017	24,489
当期末残高	71,058	73,734	480,846	△67,213	558,426

	その他の包括利益累計額				新株予約権	非支配株主持分	純資産合計
	その他有価証券 評価差額金	為替換算調整勘定	退職給付に係る 調整累計額	その他の包括 利益累計額合計			
当期首残高	934	△1,966	1,488	456	521	22,807	557,722
当期変動額							
剰余金の配当							△9,628
親会社株主に帰属する当期純利益							34,528
自己株式の処分							6
連結範囲の変動							△2,161
連結子会社株式の取得による持分の増減							1,744
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	286	1,480	672	2,440	322	572	3,335
当期変動額合計	286	1,480	672	2,440	322	572	27,825
当期末残高	1,221	△485	2,161	2,897	843	23,380	585,547

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (自平成27年4月1日 至平成28年3月31日)	当連結会計年度 (自平成28年4月1日 至平成29年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	51,070	56,882
減価償却費	21,783	19,460
減損損失	7,781	6,083
のれん償却額	452	138
ポイント引当金の増減額(△は減少)	△3,854	△ 6,281
商品保証引当金の増減額(△は減少)	△1,582	△ 839
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△1,306	△ 242
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	899	1,787
受取利息及び受取配当金	△1,299	△ 1,189
支払利息	1,742	1,452
為替差損益(△は益)	3,842	1,927
関係会社株式売却損益(△は益)	△741	-
投資有価証券売却損益(△は益)	△562	△ 1
受取保険金	△353	-
固定資産処分損益(△は益)	358	583
店舗閉鎖損失	4,389	-
売上債権の増減額(△は増加)	△10,566	2,106
前受金の増減額(△は減少)	△1,942	△ 1,239
たな卸資産の増減額(△は増加)	△41,203	△ 16,687
仕入債務の増減額(△は減少)	△8,273	2,354
未収入金の増減額(△は増加)	3,193	△ 3,877
未払消費税等の増減額(△は減少)	△9,484	4,010
その他の流動資産の増減額(△は増加)	△288	△ 58
その他の流動負債の増減額(△は減少)	△4,435	559
その他	△1,467	2,430
小計	8,150	69,359
利息及び配当金の受取額	350	254
利息の支払額	△1,709	△ 1,463
法人税等の支払額又は還付金(△は支払)	△7,167	△ 24,295
保険金の受取額	353	-
営業活動によるキャッシュ・フロー	△23	43,855

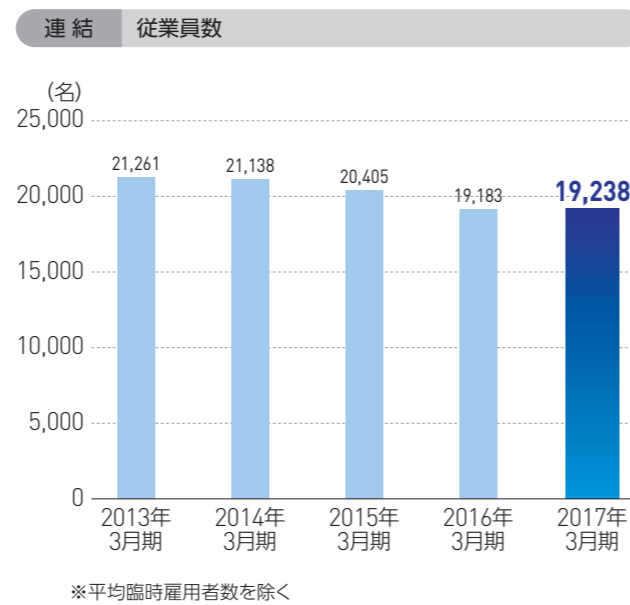
(単位:百万円)

	前連結会計年度 (自平成27年4月1日 至平成28年3月31日)	当連結会計年度 (自平成28年4月1日 至平成29年3月31日)
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入による支出	△901	△ 480
定期預金の払戻による収入	1,208	1,996
有形固定資産の取得による支出	△21,288	△ 17,455
有形固定資産の売却による収入	1,538	489
無形固定資産の取得による支出	△611	△ 786
差入保証金の差入による支出	△2,923	△ 3,051
差入保証金の回収による収入	8,798	8,601
投資有価証券の売却及び償還による収入	1,311	288
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入	968	-
関係会社株式の取得による支出	-	△ 589
貸付けによる支出	△2,190	△ 5,734
貸付金の回収による収入	1,030	979
その他	△376	462
投資活動によるキャッシュ・フロー	△13,437	△ 15,279
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額(△は減少)	△10,785	9,460
長期借入れによる収入	56,480	40,600
長期借入金の返済による支出	△55,591	△ 61,325
自己株式の取得による支出	△0	-
自己株式の処分による収入	22,744	0
リース債務の返済による支出	△2,740	△ 3,600
セール・アンド・リースバックによる収入	1,187	194
配当金の支払額	△4,524	△ 9,625
連結の範囲の変更を伴わない子会社株式の取得による支出	△1,952	-
その他	△85	△ 85
財務活動によるキャッシュ・フロー	4,732	△ 24,382
現金及び現金同等物に係る換算差額	△396	△ 307
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△9,124	3,887
現金及び現金同等物の期首残高	39,691	30,664
連結の範囲の変更に伴う現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	-	351
連結子会社の合併による現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	-	78
非連結子会社との合併に伴う現金及び現金同等物の増加額	97	-
現金及び現金同等物の期末残高	30,664	34,981

ヤマダ電機グループ概要

ヤマダ電機 会社概要

会社名	株式会社ヤマダ電機
代表取締役会長	山田 昇
代表取締役副会長	一宮 忠男
代表取締役社長	桑野 光正
本社所在地	〒370-0841 群馬県高崎市栄町1番1号
創業	1973年4月
設立	1983年9月
資本金	連結710億円(2017年3月)
総資産額	連結1兆1,594億円(2017年3月)
自己資本比率	連結48.4%(2017年3月)
従業員数	連結19,238名*(2017年3月)
発行済株式総数	966,489,740株(2017年3月)



グループ会社一覧

連結子会社

- 株式会社沖縄ヤマダ電機
- 株式会社シー・アイ・シー
- インバースネット株式会社
- コスモス・ベリーズ株式会社
- 株式会社マツヤデンキ
- 株式会社星電社
- 株式会社ヤマダフィナンシャル
- 株式会社九州テックランド
- 株式会社Project White
- 株式会社ワイズセレクト
- 株式会社ヤマダ・ウッドハウス
- 株式会社ヤマダ・エスバイエルホーム
- エス・バイ・エル住工株式会社
- エス・バイ・エルハウジング株式会社
- エースホーム株式会社
- コングロエンジニアリング株式会社

- 株式会社ベスト電器
- 株式会社ベストサービス
- 株式会社リペア・デポ
- 株式会社J・スタッフ
- 株式会社ベストクレジットサービス
- 株式会社ビー・ピー・シー
- 株式会社黒川デンキ
- 株式会社ベストフィナンシャル
- 株式会社ハウステック
- 日化メンテナンス株式会社
- 中部日化サービス株式会社
- 山田電機(瀋陽)商業有限公司
- 山田電機(中国)投資有限公司
- BEST DENKI MALAYSIA SDN.BHD.
- BEST DENKI (SINGAPORE) PTE.LTD.

主要な非連結子会社

- 株式会社ワイ・ジャスト
- 株式会社テス
- 株式会社群馬総合設備
- 東金属株式会社
- 株式会社ヤマダファイナンスサービス
- 株式会社ヤマダトレーディング

関連会社

- Y.U-mobile 株式会社

グループネットワーク

(2017年3月31日現在)

都道府県別直営店舗数		国内直営店舗数	
北海道 北海道 50店	滋賀県 8店	ヤマダ電機 649店	
青森県 10店	京都府 14店	沖縄ヤマダ電機 7店	
岩手県 13店	大阪府 38店	マツヤデンキ 85店	
宮城県 19店	兵庫県 32店	星電社 7店	
秋田県 11店	奈良県 8店	ワイズセレクト 5店	
山形県 12店	和歌山県 6店	九州テックランド 30店	
福島県 15店	鳥取県 5店	Project White 10店	
茨城県 15店	島根県 8店	ベスト電器 142店	
栃木県 16店	岡山県 21店	合計 935店	
群馬県 19店	広島県 15店		
埼玉県 37店	山口県 17店		
千葉県 39店	徳島県 9店		
東京都 51店	香川県 12店		
神奈川県 39店	愛媛県 8店		
新潟県 20店	高知県 10店		
富山県 13店	福岡県 77店		
石川県 9店	佐賀県 17店		
福井県 6店	長崎県 18店		
山梨県 5店	熊本県 34店		
長野県 20店	大分県 20店		
岐阜県 10店	宮崎県 21店		
静岡県 15店	鹿児島県 20店		
愛知県 46店	沖縄県 16店		
三重県 11店			
	合計 935店		

都道府県別の店舗数にFC店は含まれません。

国内FC店舗数	
コスモス・ベリーズFC	10,858店
ベスト電器FC	175店
マツヤデンキFC	33店
合計	11,066店

海外店舗数	
直営店舗	21店
FC店舗	53店
合計	74店

ヤマダ電機グループ
店舗ネットワーク
12,075店舗

