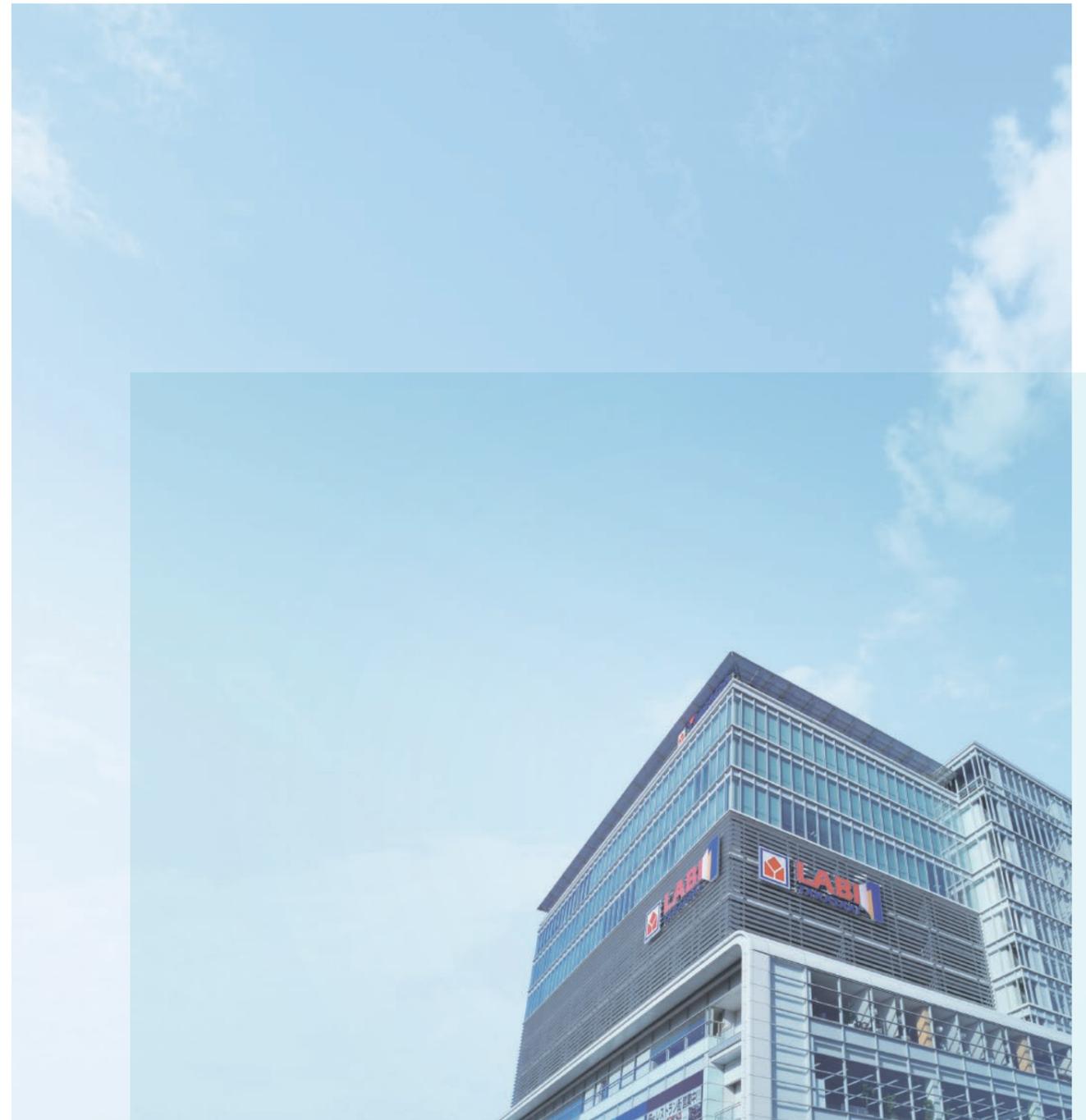


# ヤマダ電機グループ

CORPORATE REPORT 2016



ヤマダ電機グループCORPORATE REPORT 2016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	21	③リフォームサービス
06	価値創造のあゆみ	22	④暮らしのサポートサービス
08	トップメッセージ	23	⑤ヤマダネットモールサービス
12	[パフォーマンス報告] 経済性パフォーマンス	24	⑥独自の商品開発サービス
16	中期経営計画の概要	25	⑦店舗効率向上改革
17	企業価値向上のための 構造改革	26	⑧人事制度改革
18	①環境ビジネス(リユース・リサイクル事業)	27	トピックス
19	①環境ビジネス(アウトレット・リユース店舗の拡大)	28	[環境とのかかわり] 事業活動における環境への配慮
20	②スマートハウスサービス	34	[お客様とのかかわり] 顧客満足向上活動
		38	[社員とのかかわり] 社員満足向上活動
		42	[社会貢献活動] 地域社会との共生
		46	[企業統治] ガバナンス、コンプライアンス
		50	会社概要

## 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」として発行しました。

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】

2015年4月1日～2016年3月31日を主な報告対象とし、2016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】

2016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】

本資料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、2016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りう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。本資料の内容は、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、本資料の使用、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づけています。

CSR経営においては「コンプライアンス」「労働」「環境」「顧客満足」「従業員満足」の5つのテーマを軸に、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組み込み、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

<p><b>1 信頼の確立</b></p>	<p>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。</p> <p>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、お客様に安心してご購入物ができるように信頼の確立を目指します。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p><b>4 公正な取引</b></p>	<p>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。</p>
<p><b>2 お客様本位の徹底</b></p>	<p>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。</p>	<p><b>5 人権の尊重</b></p>	<p>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。</p>
<p><b>3 法令等社会規範の遵守</b></p>	<p>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。</p>	<p><b>6 環境保護への取り組み</b></p>	<p>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。</p>
		<p><b>7 地域社会への貢献</b></p>	<p>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。</p>

## 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。

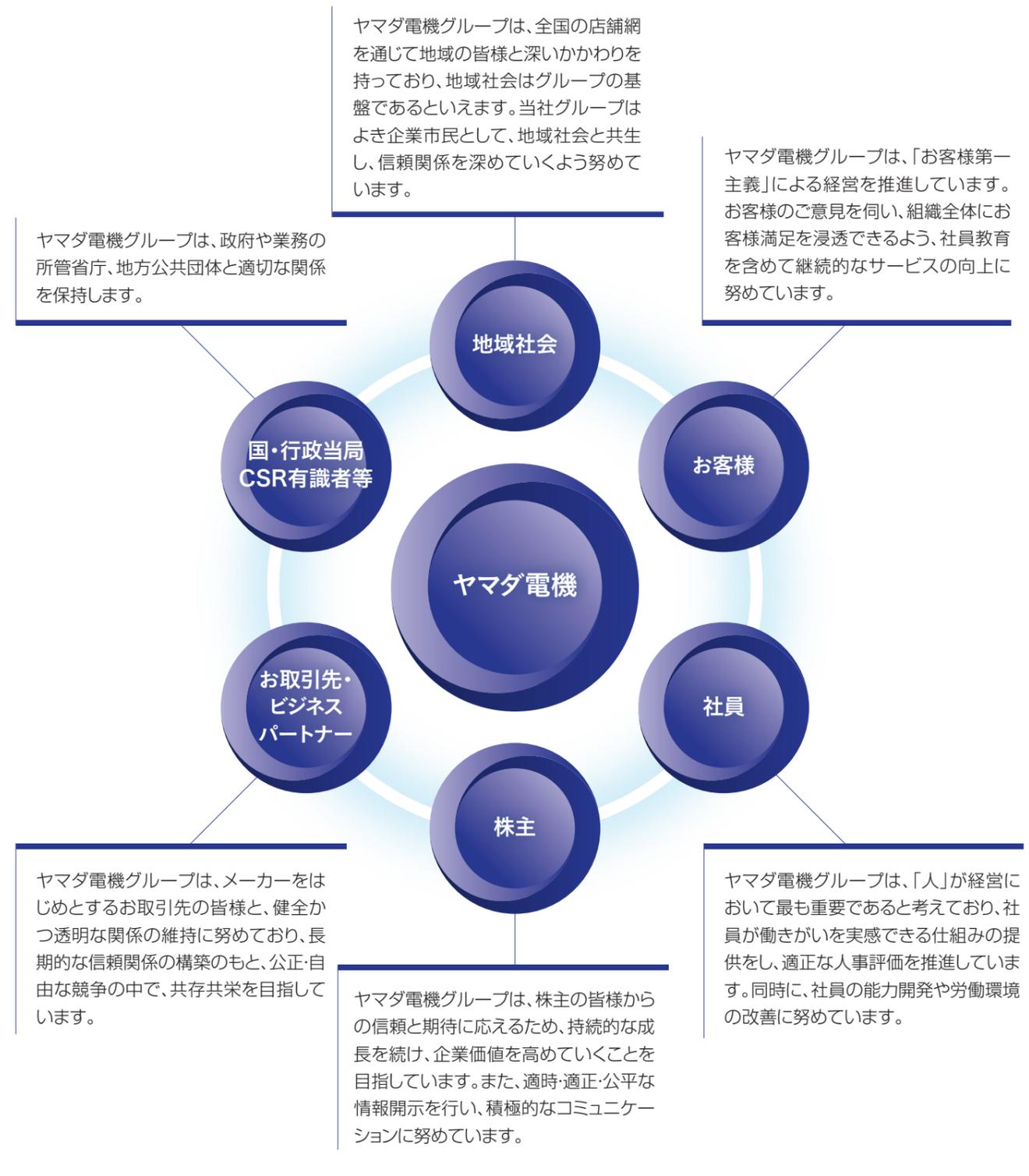
Environment (環境)	Social (社会)	Governance (企業統治)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 環境方針策定・公表</li> <li>● 本社ISO14001認証取得</li> <li>● 省エネ家電販売促進</li> <li>● 家電・パソコンのリユース・リサイクルのワンストップ化を実現</li> <li>● 事業活動における環境への配慮</li> <li>● 環境教育の推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● CSR倫理綱領を策定</li> <li>● お客様満足を追</li> <li>● 地域社会貢献活動を推進</li> <li>● 「公益財団法人 山田昇記念財団」を設立</li> <li>● GSCP*への参加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 取引方針策定・公表</li> <li>● 従業員満足を追</li> <li>● 等</li> <li>● など</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コンプライアンス委員会導入</li> <li>● リスク管理委員会導入</li> <li>● 執行役員制度を導入</li> <li>● 内部通報制度を導入</li> <li>● グループCSR会議実施</li> <li>● など</li> </ul>	

\*GSCPにつきましては、P49を参照

# 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。



# 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。

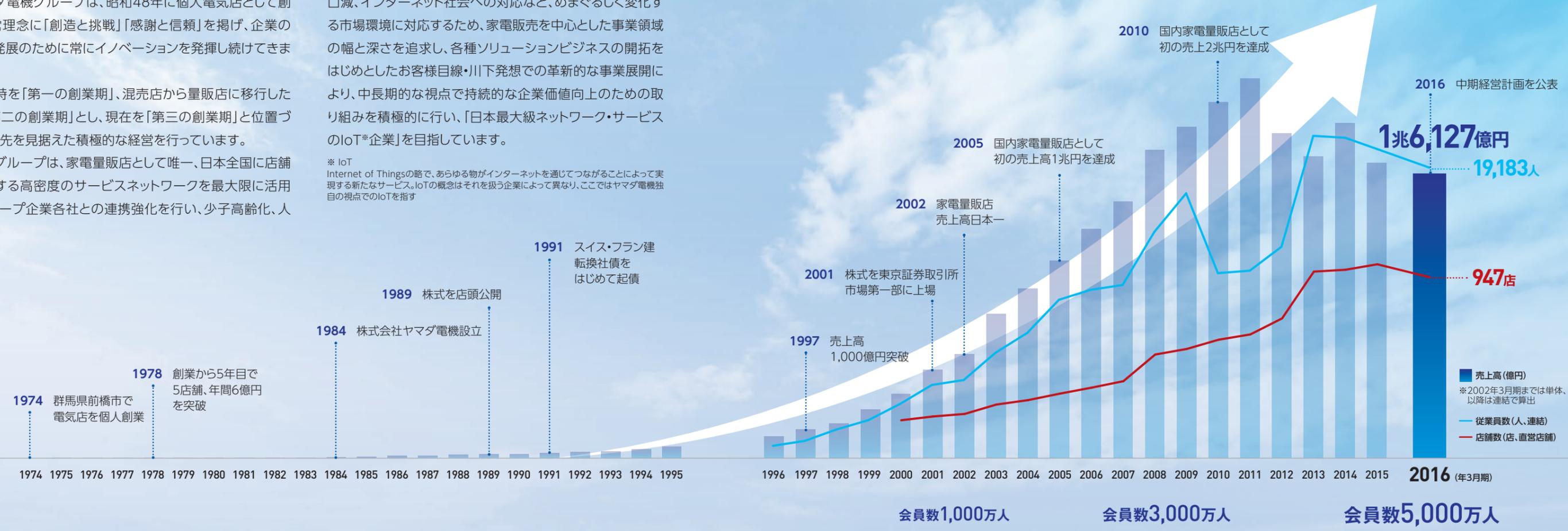
創業時を「第一の創業期」、混売店から量販店に移行した時を「第二の創業期」とし、現在を「第三の創業期」と位置づけ、一歩先を見据えた積極的な経営を行っています。

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

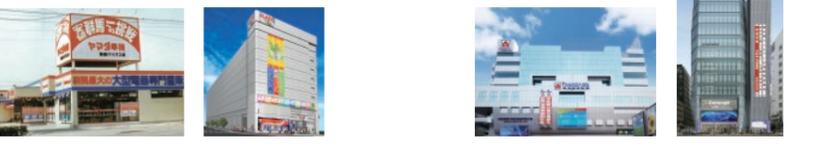
# 日本最大級ネットワーク・サービスのIoT企業へ



## 第一の創業期      第二の創業期      第三の創業期

### 家電量販店事業の強化

- 1981 系列店から混売店への転換
- 1986 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 同ビル1階に大型総合家電店舗(核店舗)の第1号として「テックランド本店」を開業
- 1992 NEBA(日本電気大型店協会)脱退
- 1993 ロープライス戦略開始
- 1998 法人営業を本格化
- 2002 「ダイクマ」の株式取得
- 2005 国内家電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」を東京・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」東京駅・八重洲口にオープン



### 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、前橋市浅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ズ(株)」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
- 2011 エス・バイ・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・アウトレット専門店「ヤマダアウトレット館前橋店」オープン
- 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



### 社会価値の向上

- 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 店舗適正支援システム導入
- 2003 顧客満足度向上推進元年
- 2004 研修センター「礎生塾」を開業
- 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褒章を受賞
- 2007 「CSR担当室」を設置
- 2007 「CSR経営有識者懇談会」を設置
- 2011 高崎本社機能を対象としてISO14001認証を取得
- 2014 パラオ共和国へパソコン・モニター等を寄贈
- 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



## モノからコトへ、サービス提供の機会を広げ、 中期経営計画の達成を目指します。

代表取締役会長 兼 取締役会議長

山田 昇



### 2016年3月期の市場環境と業績

2016年3月期の国内景気は、企業業績や雇用環境の改善など、緩やかな景気回復が見られましたが、海外経済においては、中国や新興国の景気減速リスクが顕在化するなど景気減速が懸念され、金融市場は大きく変動し、先行き不透明感が残りました。家電流通業界においては、各種政策や消費税増税による需要の反動減が長引いたことなどの影響を受けています。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」の成果が表れ、全体の業績向上に大きく貢献しました。

### 新しい経営体制をスタート

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、今期からスタートしました。私と一宮 忠男は引き続き代表権を維持しつつ、私が「代表取締役会長 兼 取締役会議長」、一宮 忠男が「代表取締役副会長 兼 代表執行役員CEO」、新たに桑野 光正が「代表取締役社長 兼 代表執行役員COO」に就任しました。私が「新規ビジネスの創出」に取り組み、一宮副会長が「構造改革」と「中期経営計画」を推進、桑野社長が「既存ビジネス」と「人事育成」を担当します。代表権を持つ3人が役割分担を明確にし、各々の事業領域推進による経営の一層の強化を図っていきます。桑野社長は、これまで店舗運営と人材育成の強化に携わ

り、業績拡大に貢献してきました。当社の経営理念である「創造と挑戦」「感謝と信頼」を実現するためには、常にイノベーションを発揮する人材を育てる必要があります。人事マネジメントと業績管理という経営の根幹に携わってきた桑野社長の資質や経験が活かされると確信しています。

### 社会的課題に中長期視点で取り組む

家電流通業界の市場環境は、少子高齢化、人口減、ネット社会等による社会ニーズの変化を背景に、変貌しつつあります。こうした中で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」という長期ビジョンを掲げ、「構造改革」を推進しています。中期的には、これらの市場環境を踏まえた上で、現在取り組んでいる「構造改革」の推進により、2020年3月期を最終年度とする「中期経営計画」を策定しました。

当社グループは、創業以来、今日に至るまで社会のニーズに応えるため店舗網の構築や会員サービスの充実等に取り組んでまいりました。これらの経営資源を基盤としつつ、これからの時代に必要とされる新たなソリューションサービスの積極展開に挑戦します。「モノからコトへ」をグループの共有価値として、さまざまなサービス提供の機会を広げ、さらなる未来に向け「中期経営計画」の達成を目指します。

### 成長・発展に向けた創造と挑戦

ステークホルダーの皆様に支持され、社会価値の創造に挑戦し続けるヤマダ電機グループとなるために、新しい経営体制のもと、次の成長ステージを目指して「構造改革」を推進します。家電量販店という事業を中核にしつつ、既存ビジネスの幅と深さを追求し社会と時代が求めるニーズに応えるために、さまざまな収益モデルを創出していきます。

「新規ビジネスの創出」、「構造改革」と「中期経営計画」の推進、「既存ビジネス」と「人事育成」と幅広い領域にわたる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。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、社会価値の創造に努めていきます。



構造改革を積極的に推進し、業績計画の達成を目指します。

代表取締役副会長 兼 代表執行役員CEO

一宮 忠男



さまざまな改革を通じて利益創出に貢献し、理想的な労働環境の実現に取り組みます。

代表取締役社長 兼 代表執行役員COO

桑野 光正



### 売上高総利益率を大幅に改善

2016年3月期は、構造改革の一貫として店舗効率の改善に取り組みました。さらに販売戦略をきめ細かく展開し、売上高総利益率が大幅に改善しました。また、自社でマーケティングから企画、開発まで手掛けるSPA（製造小売事業）の売上高構成比を高めたことも、改善の要因となり、販売管理費のコントロールも相まって、全般的な業績向上につながりました。

### 構造改革の推進

中期経営計画を達成させるためにヤマダ電機グループが従来より取り組んでいる構造改革の継続と進化に注力していきます。

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」を長期ビジョンに掲げ、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) 買取りから販売の完結型であるアウトレット・リユース事業を強化する「環境ビジネス」(2) モールやWebの強化・拡充を図りIoTへの進化を進める「ヤマダネットモールサービス」(3) ヤマダ・エスバイエルホームやヤマダ・ウッドハウスの住宅等の販売を強化する「スマートハウスサービス」(4) ハウステックと一体となってB to B、B to Cの顧客拡大を図る「リフォームサービス」(5) 高齢化・ネット社会への対応として見守りサービスや家電保証サービス、カードサービス等を強化する「暮らしのサポートサービス」(6) 家電等の高粗利益商品の開発を推進する「独自の商品開発サービス」(7) 利益とコストのバランスを考慮した店舗開発を推進する「店舗効率向上改革」(8) 人材育成強化や労務時間管理システムを構築する「人事制度改革」です。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業績計画の達成を目指します。

### 新規と既存ビジネスの橋渡し

このたび副会長に就任し、構造改革の推進役として課題に取り組んでおりますが、山田会長が推し進める「新規ビジネス」も桑野社長が推し進める「既存ビジネス」も、これまで当社グループが社会や時代のニーズに応えるため、今日に至るまでに築き上げた全国の店舗ネットワークや約5,000万人の会員等のインフラ上に成り立つビジネスであり、これらの経営資源を基盤としつつ、これからの時代に必要とされる社会ニーズに応えることができる体制づくりのため、事業基盤の整備と進化を実現させる必要があります。それだけにとどまらず、これらを横断的に融合し、同化させ、さらに昇華させることが私の大きな役割となり、構造改革の実践は、両ビジネスの橋渡しとなる非常に重要な取り組みとなります。

中期経営計画達成のため当面の課題として構造改革の各テーマを設定しましたが、新体制のもとで実践・検証を進めるうちにさらに項目が増えることも考えられます。これは、構造改革推進の目的が中期経営計画のさらに先の未来を見据えているからにほかなりません。

### 企業の社会的責任を果たす

ヤマダ電機グループは、ステークホルダーの皆様が社会的責任を果たすために、多彩な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。公表した中期経営計画を含む事業計画は、経営者の一人として責任をもって遂行いたします。

### 既存ビジネスを中核にした経営の舵取り

このたび代表取締役社長 兼 代表執行役員COOに就任し、既存ビジネスを中核にした経営を担当いたします。

2016年3月期を振り返ると、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で、客単価の伸びと売上高の伸びがリンクしない状況となっております。このような環境の中でヤマダ電機は、一昨年から進めてきた構造改革により、利益率を改善することができました。

私は、既存ビジネスの維持・発展を経営課題の中核に据え、山田会長、一宮副会長と連携し2020年度を最終年度とする中期経営計画の目標達成に向け取り組んでまいります。

### 経営のカギを握る人材マネジメント

ヤマダ電機がこれまで築いてきた経営理念や方針を継承しつつ、これからの時代に必要な戦略・施策を展開してまいります。その中でも、人事制度や人材育成の改革を重要なテーマととらえ、これを遂行し、目標達成することにより、中期経営計画の実現を目指します。

家電量販店にとって人は財産であり、経営課題解決のカギを握るのは、人材・組織マネジメントの強化です。構造改革の項目の中で「人事制度改革」が掲げられている意図は、優秀な人材確保・育成とともに、効率的な人員配置の仕組みを構築することにより、業績への貢献を実現させるためです。効率的な仕組みの構築にあたっては、労働の質の向上と労務コストのバランスを図ることが課題となります。ヤマダ電機では、店舗運営に従業員のシフト勤務（交替制）体制に加え、総労働時間制という仕組みによる、きめ細かな時間管理を導入しました。「モノからコトへ」商品とともにサー

ビスの提案ができる体制を強化するために労働時間の配分を最適化させ、接客等の質の向上を図る取り組みを推進すると同時に、労務コストの縮減にもつながります。

### 労務コストを下げても、労働力は下げない

総労働時間制の基本的な考え方は、季節や天候、曜日や時間帯など、刻々と変化する店舗の状況に合わせて人員を適正に配置するというものです。これにより、売り上げと労働時間を連動させ、精度の高い勤務シフトを作成することで、必要な人員を確保・調整したうえでムダのないシフト管理が実現します。この仕組みは、売り上げ動向と人員配置の実態との乖離を極小化させ、さらに精度を高めるため、現在、全店を挙げてこの取り組みを推進しています。

総労働時間制の導入により、店舗運営に必要な人員を適正に確保しつつ、品出し等の作業と接客販売の業務分担を容易に組むことが可能となり、結果的にお客様への販売機会損失の減少に伴う販売効率の向上と従業員の残業時間縮減による労務コスト削減、労働環境の改善を同時に実現しました。

今後も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が貢献し続ける企業を目指してまいります。

### 略歴

2004年9月 ヤマダ電機入社、2004年12月 礎生塾塾長、2006年6月 取締役常務執行役員 総務本部副本部長、2014年1月 取締役 兼 執行役員常務 総務本部部長 兼 人事構成改革室長を経て、2016年4月 代表取締役社長 兼 代表執行役員COO就任

# 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。

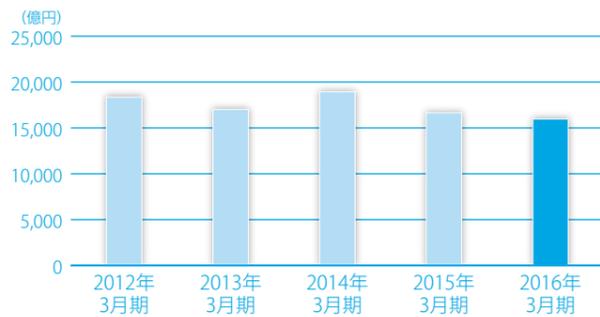
## 収益の状況

2016年3月期は、円高進行と株価の変動など、景気の先行きは依然として不透明で判断を許さない状況が続く中、家電流通業界は生活必需品としての買い替え需要に下支えられ、一部商品は堅調かつ好調に推移しましたが、家電エコポイント制度や消費税に伴う耐久消費財としての需要先食いの長引く反動減の影響は続きました。これを受け、ヤマダ電機の2016年3月期の連結決算は売上高1兆6,127億円、営業利益581億円、経常利益627億円、親会社株主に帰属する当期純利益303億円という結果になりました。

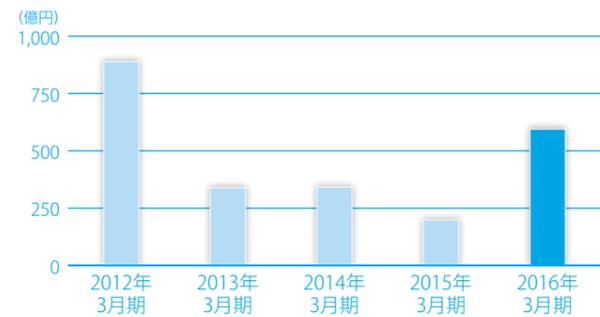
●連結財務データ (百万円)

	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
売上高	1,835,454	1,701,489	1,893,971	1,664,370	1,612,735
営業利益	88,978	33,930	34,265	19,918	58,158
経常利益	102,225	47,906	50,187	35,537	62,734
親会社株主に 帰属する当期純利益	58,265	22,203	18,666	9,340	30,395
ROA (%)	6.2	2.0	1.6	0.8	2.7
ROE (%)	11.8	4.2	3.5	1.8	6.0
自己資本比率 (%)	55.4	46.8	44.2	43.2	46.6

●【連結】売上高



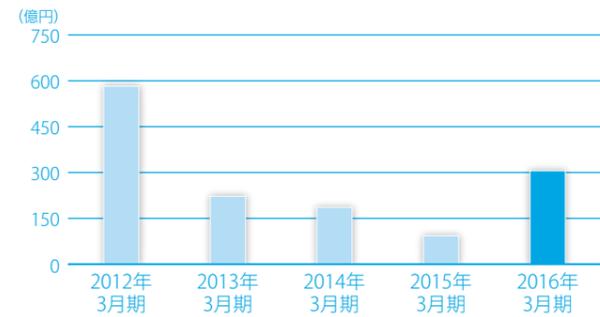
●【連結】営業利益



●【連結】経常利益



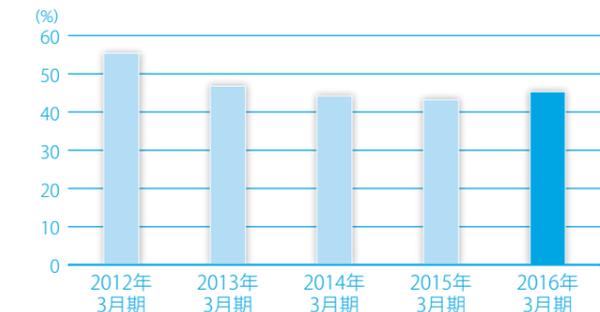
●【連結】親会社株主に帰属する当期純利益



●【連結】ROA、ROE



●【連結】自己資本比率



## 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等、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 (2016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等)提案からコト(サポートやサービス等)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「ZEH(ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス)」等)の提案を行っており、当社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、当社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)」等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。2016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16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。2016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、313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。2016年3月末の店舗数は、直営店舗947店舗(単体直営637店舗、ベスト電器161店舗、その他連結子会社149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12,087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	2014年 3月末	2015年 3月末	2016年 3月末
直営店舗	LABI、テックランド、海外店舗等	991店	1,023店	947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	8,141店	10,448店	11,140店
グループ店舗合計		9,132店	11,471店	12,087店

●グループ直営店舗数



# 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、まず株主の皆様当社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当社ホームページにおいて、IR関連情報として決算情報やプレスリリース等の開示に加え、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、当社に対する理解を深めていただけるよう努めています。

また当社は、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。このため当社の事業戦略や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回を超える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13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、理解を深めていただいています。

## 利益配分に関する基本方針

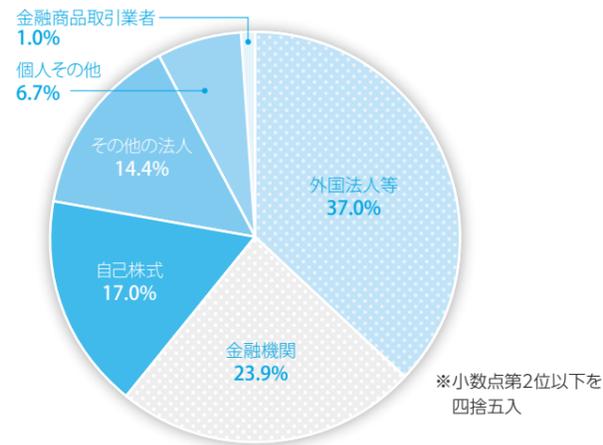
当社の利益配分は、株主に対する配当の安定性と継続性を最重要政策といたします。

当社は、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等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等、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等に充当し、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(2016年3月)



●投資家等とのミーティング回数

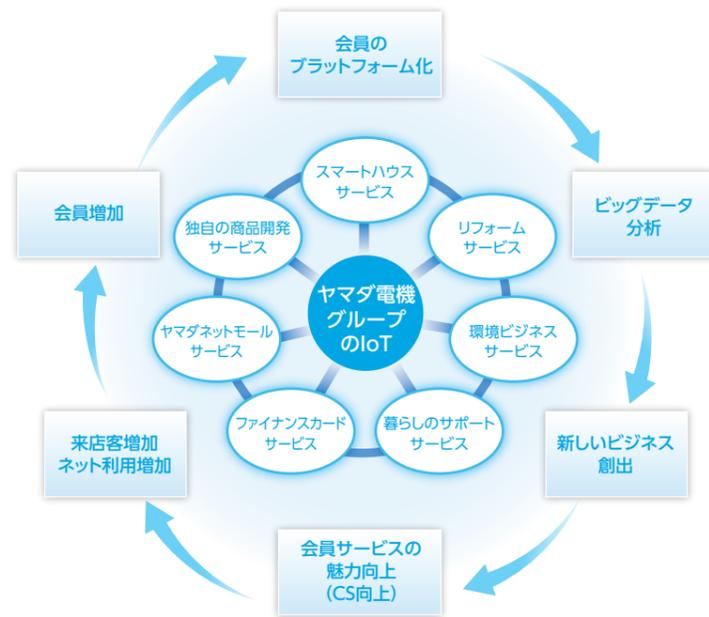
年度	回数
2013年度	222回
2014年度	186回*
2015年度	205回

※2019年満期ユーロ円CBの発行に伴い、約2ヶ月にわたり、投資家との接触が大幅に制限されたために減少

●個人投資家向け説明会

開催地	参加人数
2013年9月 東京	394名
2014年9月 東京	415名
2015年9月 東京	392名

●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

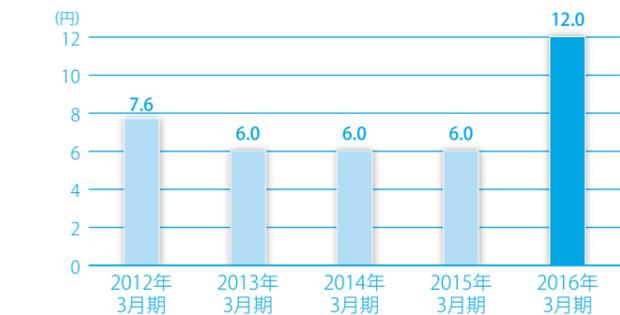
主要なステークホルダーとの経済的関係は、下記のように算出しました。詳細は、決算短信・有価証券報告書をご参照ください。

●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	2014年3月期	2015年3月期	2016年3月期
株主	株主にお支払いした配当金の額	53.6	45.2	96.2*
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	1,160.4	1,120.2	1,074.9
地域社会	地域社会に向けた活動はP42-45をご参照ください	—	—	—
行政	法人税、住民税および事業税	222.6	139.2	188.1

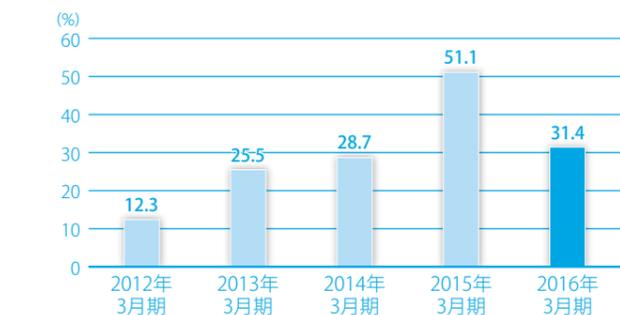
※上記のうち、2016年3月期については株主総会での承認をいただいた場合の数値

●【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  
2012年3月期、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拡充

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

2017年3月期については、2016年年明け以降の株式や為替等の金融市場の変動の影響、中国をはじめとした新興国の景気減速のリスクが高まることも予想される一方で、今後、金融市場の調整が一服することも予想されますが、先行きは依然として不透明な状況にあります。

しかしながら、国内においては、雇用環境の改善による所得情勢改善から個人消費の増加、資源価格の下落や堅調な設備投資の増加をはじめ企業業績の改善が続くことが予想されます。その他、夏季のリオデジャネイロオリンピック等のイベントによる関連市場の盛り上がりなど、全体としての国内景気は緩やかな回復基調が続くと予想されます。

### ■家電流通市場について

当社グループが属する家電流通市場においては、これら堅調な景気に支えられ、オリンピック開催に伴う映像関連の需要拡大、白物家電の底堅い買い替え需要の発生、消費増税前の駆け込み需要(限定的)等により、堅調に推移することが予想されます。

### ■当社の取り組みについて

このような市場環境の中、家電専門店としての事業領域の幅と深さを追求し、日本最大級の店舗ネットワーク、サービスネットワークの強みを活かした独自のIoTで「モノからコト」へ顧客満足向上のための新たなビジネスの開発、各種構造改革の継続推進、既存ビジネスの強化により「量から質への転換」を図り、中長期視点での構造改革や取り組みを継続して実践し、売上総利益率の改善、販売管理費の削減等、収益性および企業価値の向上に努めてまいります。これからも家電業界のリーディングカンパニーとして、さまざまなステークホルダーの皆様との信頼関係を築き、ヤマダ電機グループ内のシナジーを活かしたCSR経営を推進し、社会価値を高め、社会とともに発展する企業を目指してまいります。

# 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、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まいりました。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」と位置付けております。これまで一歩先を見据えた経営の積極的な推進と、着実な資本政策の実行による財務本質の強化、経営資源の基盤強化により成長を続けてまいりました。

当社グループは、めまぐるしく変化する流通市場において、家電量販店として唯一、全都道府県に店舗を展開。お客様の生活圏のすぐそばにある高密度の店舗ネットワークの強みを最大限に活用した取り組みを推進し、家電製品販売を

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等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おります。

当社グループは、これらのさまざまな社会ニーズの変化を背景に、現在、下記の経営構造改革をテーマに数年来の取り組みを推進し、既に成果が表れておりますが、本改革を今後とも強力に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。

## 新市場への開拓

環境ビジネス	スマートハウスサービス	リフォームサービス	暮らしのサポートサービス
--------	-------------	-----------	--------------

## 既存ビジネスの強化

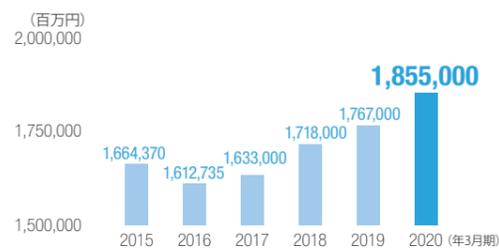
ヤマダネットモールサービス	独自の商品開発サービス	店舗効率向上改革	人事制度改革
---------------	-------------	----------	--------

これらの経済環境、家電流通市場環境や各種経営改革の進捗、既存ビジネス並びに新規ビジネスの推進等の諸施策を踏まえ、2020年3月期までの中期経営計画を策定し、2015年11月5日に公表いたしました。従来の売上高の拡大

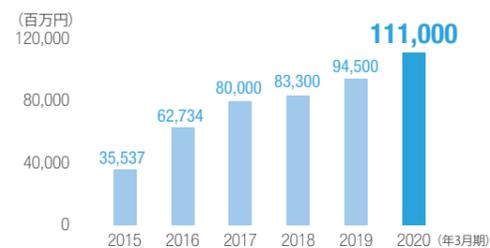
を主とした目標ではなく、事業性・収益性を考慮した計画となっております。企業規模の拡大のみを追求するものではなく、ROE等の資本効率を重視する計画であり、この計画を着実に達成することで、持続的な成長を目指します。

●中期経営計画の主要連結数値 ※2016年3月期までは実績となり、以降は計画

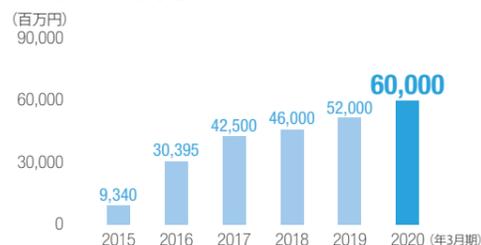
### 売上高



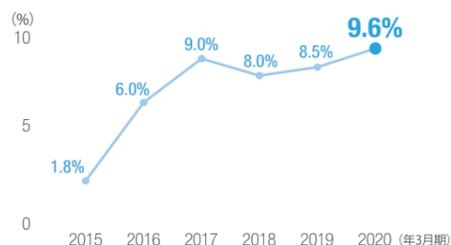
### 経常利益



### 親会社株主に帰属する当期純利益



### ROE



# 企業価値向上のための構造改革

## 新市場への開拓

<h3>1 環境ビジネス</h3> <p>[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。 P18</p> <p>[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。 P19</p>		<h3>2 スマートハウスサービス</h3> <p>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。 P20</p>
<h3>3 リフォームサービス</h3> <p>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。 P21</p>	<h3>4 暮らしのサポートサービス</h3> <p>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。 P22</p>	

## 既存ビジネスの強化

<h3>5 ヤマダネットモールサービス</h3> <p>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。 P23</p>	<h3>6 独自の商品開発サービス</h3> <p>使いやすく、 環境にやさしい オリジナル家電を 開発、販売。 P24</p>
<h3>7 店舗効率向上改革</h3> <p>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。 P25</p>	<h3>8 人事制度改革</h3> <p>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。 P26</p>

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

## 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。



ヤマダ電機では新しい製品を購入する際に、それまでご使用になられていた家電製品を買い取るサービスを実施しています。買い取った製品はグループ内で高品質なリユース品として再生し、アウトレット館などグループ内の店舗を通じて販売します。リユース品の普及・拡大を通じて多様化する消費者ニーズに応えるとともに、持続可能な低炭素・循環型の社会の形成に貢献しています。

### 中古家電の循環型システム

買い替えで不要になった家電製品の中には、比較的新しく再利用できる製品も数多くあります。ヤマダ電機グループはこうした製品を買い取って分別・再生し、販売するリユース事業を行っています。

店舗で買い取るのは、テレビ・冷蔵庫・洗濯機・パソコン類・デジカメ・携帯電話・電子レンジ・炊飯器・クリーナーの9品目。買い替え希望のお客様に、今までお使いになっていた家電製品をリサイクルするか、当社で買い取るかを提案します。原則として、7年前までに製造された製品は、製品の状態調査、付属品の有無を確認した上で買い取り金額を提示します。買い取った家電製品は、リサイクルセンターに集められ、専門の電気工事が機能等チェック後、部品交換や製品テストなどを厳しく実施。分解、洗浄、クリーニング等を行い、高品質なリユース家電として販売します。

### リユース品需要増で生産増強へ

ヤマダ電機グループは2001年からリユース・リサイクル事業に取り組み、全国に店舗を持つ強みとグループ会社との連携により、業界屈指のリユース・リサイクルの仕組みを構築してきました。これを基盤に、経営計画において、アウトレット・リユース店舗の全国出店を推進していますが、課題となるのが

生産能力です。リユース・リサイクル品の生産は、「藤岡リサイクルセンター」で行っていましたが、生産増強のため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。さらに生産能力を増強するため、子会社のシー・アイ・シーの生産体制改革を進めています。工場面積の拡大や増員を図ることで、生産台数の向上増加を図りアウトレット・リユース店舗への供給台数を増やすことで、リユース・リサイクル事業のさらなる拡大を図っています。

### パソコンのリユース

ヤマダ電機グループがお客様から買い取った古いパソコンは、グループ会社インバースネットにて、古いパソコンの再生、リユース不適格品のリサイクルを一括して行っています。パソコンは家電よりもスペック向上のスピードが速いなど、リユースへのハードルが家電とは大きく異なります。ヤマダ電機グループでは、国際認証に基づいたデータ消去、正規Windows OSのプレインストール、環境に配慮したクリーニングなどで、価値の高い中古パソコンとして商品化しています。

### リユースはお客様と地球環境のために

当社アウトレット館には、リユース家電を求めるお客様の来店がますます増えています。「旧機種種のほうがシンプルで良い」「短期間使用なのでリユース品が良い」「廃棄物を出したくない」という消費者の意識の変化により、リユースの市場は拡大を続けています。また、リユース・リサイクルは循環型社会に貢献するだけでなく、製品開発において発生するCO<sub>2</sub>を抑制するなど、環境負荷低減に向けた対策として有効です。ヤマダ電機グループは社会の要請に応え続けるために、製品のリユース・リサイクルを積極的に推進していきます。

新市場への開拓

1 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。



限りある資源を有効活用できるよう、ヤマダ電機グループは、販売から年数の経った新品や廃番品をアウトレット品として販売し、お客様から買い取ったリユース品を販売するなどしています。家電・パソコンのリユース・リサイクルまでの一貫したフローを構築し、お客様の多様なニーズに対応しています。

### アウトレット品、リユース品を販売

アウトレット品は新製品が発表された後の旧型の商品をお求めやすいリーズナブルな価格で販売するもので、日本全国の店舗や物流ネットワークを活かすことで、在庫や品揃えを充実させてお客様の利便性を高めています。

リユース品は、テックランド等の店舗でお客様の使用していた古い家電製品を買い取り、「リサイクルセンター」で点検・分解・修理・洗浄を行い、リユース家電として再生しています。

アウトレット品・リユース品は「ヤマダアウトレット館」「再楽館」で販売しています。当社グループでは、家電品の再資源化や最終的な廃棄物の処理に至るまで、限りある資源の有効活用にご貢献しています。

### リユース家電に長期保証という安心

アウトレット・リユース店舗の来店客数は、世代を超えたライフスタイルの変化に合わせ、増加の一途をたどっています。

当社のリユース品が好調な理由のひとつに、長期の品質保証制度があります。グループ会社の工場で洗浄・点検された製品は、最大24ヶ月の保証を付けて販売しており、新品同様の安心感があります。また、リユース品でも可能な限り修理に対応し、修理が不可能な商品は同等品と交換するので安心です。さらに、複数同時購入で割引を増やすキャンペーンなど、ヤマダ電機ならではの企画・提案でリユース家電の市場拡大にも努めています。

### 品揃えを充実させて収益拡大

アウトレット品、リユース品はこれまでなかった新しい顧客層の取り込みにより、その売上高構成比を高めることで、収益の向上が期待できます。従来の買取品目は冷蔵庫・洗濯機・テレビ・パソコン・携帯電話・デジタルカメラが中心でしたが、顧客層の拡大とニーズの多様化に合わせ、電子レンジ・炊飯器・クリーナーなどへ広げました。さらに一部店舗では古着などの非家電の取り扱いも始めています。リユース品の品質・性能・機能を考慮した当社グループならではの品揃えにより、新しい需要を喚起するとともに、競合店との差別化を図ります。

### 新たな成長の柱へ、出店加速

2016年3月末時点で16店舗のヤマダアウトレット館を展開していましたが、毎月1店舗のペースで開店し、2018年3月末には全国で50店舗を展開することを目指しています。

アウトレット・リユースをはじめとした環境事業は、ヤマダ電機グループの成長を牽引する事業のひとつとして期待されています。アウトレット・リユース店舗は既存のテックランドなどへの併設や、ヤマダアウトレット館への業態変更などにより、今後も出店を加速していきます。



新市場への開拓

2 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。



環境負荷低減に向けて、住宅事業の中核として位置付けているのがスマートハウス（環境配慮型住宅）事業です。店舗を活用した「家電とスマートハウスの相乗効果」で新しい暮らし方を提示し、インターネット社会における家庭通信インフラも含めたトータル&ワンストップの提案を行っています。

### 光熱費ゼロのスマートハウス

スマートハウスは、太陽光発電設備やエコキュートなどの自然エネルギーを賢く活かした「創エネ」と、余剰電力を充電できる蓄電池等を活用した「蓄エネ」、さらにLED照明やHEMS\*をセットで販売し「省エネ」をトータルに提案するもので、環境にやさしく、家計にもうれしい光熱費ゼロの住まいを実現します。

これら複合的な技術・サービスを提供するのがヤマダ電機住宅関連のグループ会社です。ヤマダ電機は、グループ会社と連携し、家電量販店ならではのお客様目線で、住まいづくりをサポートしています。

### 店舗に相談・サポート体制を構築

ヤマダ電機グループのスマートハウス販売の強みは、圧倒的な集客力があるテックランドにおいて、住宅販売促進が可能なこと。テックランド店舗内には、リフォームに総合的に対応できる「トータルスマニティライフコーナー」、「ハウステック・ショールーム」があり、敷地内にはヤマダ・エスバイエルホームやヤマダ・ウッドハウスが運営するモデルハウス、モデルルームがあります。来店されたお客様がご興味をお持ちいただければ、その場でスマートハウスの商談が可能で、気軽に専門家やリフォームのプロに相談ができます。また、金利優遇ローンや保険サービスなども充実しており、スマートハウス住宅を実現するすべてのサービス・サポートをワンストップで完結できるのが大きな強みです。

### ヤマダ電機グループ独自のIoTの活用で暮らしまるとサポートへ

ヤマダ電機は、家電販売で培ったアフターサービスのノウハウを活用し、スマートハウス購入者の暮らしをトータルにサポートします。

ヤマダ電機グループは、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「ZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）」等）をこれまでの住宅メーカーの概念にとられない、独自のIoTの切り口によりお客様目線・川下発想で提案しています。さらに、「暮らしのサポートサービス」の一環として「見守りサービス」を提供するなど、環境配慮に加えて、安心・安全な暮らしを実現する仕組みも充実しています。

ヤマダ電機のスマートハウスビジネスは、独自のIoTにより親和性の高い住宅と家電の提案を同時に行うことで、環境に配慮し、少子高齢化社会に対応した「家一軒まるごとサービス」を実現します。今後も積極的に推進し、お客様の利便性向上につなげていきます。

※HEMS  
Home Energy Management Systemの略。家電製品をネットワークで結び、家庭のエネルギーの一括コントロールを可能にする仕組み



新市場への開拓

3 リフォームサービス

## リフォームの総合提案で安心して快適な住まいづくりをサポート。



水周りを改善する規模の小さなリフォームから、高齢者に配慮した大規模なリフォームまで、ヤマダ電機は安心して快適、環境にやさしい住まいを実現するリフォームビジネスを展開。家電販売の強みとグループ会社との連携力により、リフォーム市場を開拓しています。

### グループ連携によるすべてのリフォームニーズへの対応

ヤマダ電機のリフォームサービスは、お客様の多様なライフスタイルに対応するため、お客様のご要望やご予算に合わせた最適な提案を行っています。

小〜中規模リフォームには、ヤマダ電機と住宅設備メーカーのハウステックが連携して対応します。ヤマダ電機店舗内のハウステックショールームと全国の主要168店舗に展開する「トータルスマニティライフコーナー」を通じて、専任スタッフがお客様にリフォームプランを提案しています。

さらに大規模なリノベーション型リフォームには、住宅工事の知識が豊富なヤマダ・エスバイエルホーム、ヤマダ・ウッドハウスが対応します。高齢者が快適に住めるバリアフリー住宅や2世代住宅といったリフォーム工事も行います。

### インショップ展開で新たな顧客を獲得

今後、少子高齢化、人口減といった社会変化の中で、成長が期待できる一つの分野としてリフォーム市場をとらえ、2015年11月、ハウステックショールームをヤマダ電機 LABI1 高崎へ展開。その後も全国各地のヤマダ電機店舗内へショールームを展開しています。

これまでのハウステックのビジネスは、地域の工務店をはじめとした住宅業界のビジネスユーザーがメインでしたが、この店舗内ショールームは体感型のショールームとなっており、一般のお客様も身近な店舗で実際の生活をイメージしながらシ

ステムキッチン、システムバス、洗面化粧台、トイレ、オール電化等、新築やリフォームで実現したい生活イメージを、より具体的にご想像いただけるような「住空間」を体感でき、併せて、建材や照明器具などの展示も取り揃えていますので、効率よくお打合わせいただける上、専門知識を持ったショールームアドバイザーが、お客様に丁寧にアドバイス。子育て世代のお客様からシニア世代のお客様まで、それぞれ異なるライフスタイルに合わせ、最新で多彩な住宅設備機器をショールーム内で比較・検討しながら最適な商品をお選びいただけるようになっています。

B to Bを中心としたビジネスに加え、B to Cへの拡大を図ることでブランド力の向上、新たな顧客層の拡大、グループ内一体となった営業力の強化等により、ビジネスの拡大につながっています。

### 家電量販のノウハウを惜しみなく投入

ヤマダ電機では、リフォームビジネスを家電販売に続く新しい柱として位置付け、家電量販店のノウハウを投入して、既存のビジネスモデルにとられない新しいサービスを開発しています。Webサイトでのリフォームサービスのご案内は、ヤマダ電機独自のIoTの発想から展開するもので、新たなリフォームニーズを掘り起こしています。さらに、家電量販店ならではの明快なリフォーム料金や、施工完了後も安心できる保証とアフターサービスを提供しています。今後、さまざまなリフォームニーズに対応するため、グループ会社との連携をはじめ、地域の工務店と協業し、施工体制や情報管理を強化していきます。



新市場への開拓

4 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。



ポイント会員をはじめ、ヤマダLABIカード会員や長期保証会員など、ヤマダ電機は各種サービスを展開して会員獲得に努めています。「暮らしのサポートサービス」は、「ヤマダプレミアム会員」に向けた新しいサービス。「暮らしの困った」をヤマダ電機ならではのサポートの仕組みで解決します。

### コンセプトは「暮らしの安心」

少子高齢化や人口減といった社会の変化、また、インターネットの普及・浸透に対応するため、ヤマダ電機グループは独自のIoTで新しいサービスを創出しています。

例えば、家電製品総合保守契約「New The 安心」は、年間費をお支払いいただければ、他店で購入した商品も保証するユニークな保証サービスです。加入すると、どの販売店で買ったかわからない家電製品でも、故障すればヤマダ電機が対応します。こうした特徴的なサービスを提供し、顧客満足の上につなげています。

### 「ヤマダプレミアム会員」への新サービス

さまざまなソリューション・サービスの中でも、暮らしのお困りごとに素早く対応するのが「ヤマダプレミアム会員」に提供する「暮らしのサポートサービス」です。このサービスは、各種サポートサービスの会員割引や配送時間帯指定無料、電話一本お届けサービス、特別クーポン進呈、リフォーム24時間相談無料などのサービスを総合して提供します。中でも、「みまもりサービス」「暮らしのお手伝いサービス」は、ひとり暮らしの高齢者を想定した新しいサービスです。日本光電が商品化した「SUKOYAKA®」を使用して、体調変化の予兆や居住環境の変化を把握し、離れて暮らすご家族にお知らせするとともに、健康増進や未病管理にもつながる機能を提供します。

ヤマダ電機は、「暮らしのサポートサービス」をはじめ、月額

会費で特典を享受できる「ヤマダプレミアム会員」のサービス提案を行っています。全国の店舗ネットワークとIoTを活用した「お得・安心・便利なサービス」でプレミアム会員の暮らしをサポートし、さらなる顧客の固定化、リピート率向上を目指します。



### 新しい収益モデルを創出する

少子高齢化や人口減、インターネット利用の影響で、家電市場はかつてのような高い成長率を見込めない状況にあります。将来にわたってヤマダ電機をご利用いただくお客様、株主の皆様、社員のために、家電販売の領域で新しい収益モデルを構築することが求められます。

「暮らしのサポートサービス」のコンセプトは、「モノからコト」へ、ヤマダ電機の事業領域を拡大させる大きな可能性を持っています。電力販売など、さまざまな異分野と協業することで、ヤマダ電機の5,000万におよぶ会員の皆様にさまざまなソリューションを提供できるようにしてまいります。今後も、サービス開発に努め、顧客満足の上を目指します。

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。



ネット通販を利用するお客様が確実に増える中で、ネットに掲載する商品・サービスでリアル店舗の利便性を補完するとともに、家電ネット通販「ヤマダウェブコム」とその先にある顧客ニーズに応じるために取り組んでいるのが、ヤマダ電機のオンラインショッピングモール「ヤマダモール」です。

### “非家電”商品を扱う「ヤマダモール」

「ヤマダモール」は、食料・飲料品や美容・健康商品などの生活用品と、書籍・DVDや化粧品、アクセサリなどの趣味・嗜好品、コンタクトレンズや医薬品・医療用品など、身近で日々の生活に直結する商品を、約120万点(2016年3月末現在)揃えています。家電製品と同時に提案できるアイテムが中心で、リアル店舗と競合することなく、お互いが補完し合うことで相乗効果を発揮し、売り上げに貢献しています。

### 他社と一線を画したソリューション

ネットと店舗の相互利用を促進するオムニチャネル化は、流通や小売り各社が取り組む大きな課題です。「ヤマダモール」は単純な相互利用にとどまらない、“リアル店舗を持つ強み”を活かしたソリューション事業のひとつとして、大きく3つのテーマに取り組んでいます。

1つ目はリアル店舗でのネット通販商品の販売です。例えば、2013年末にはモール出店者の「かに・おせち」の販売を店舗で開始し、大好評を得ながら大きな成長を遂げています。

2つ目はヤマダ電機のポイント会員をインフラとして活用することです。EC(電子商取引)に取り組む事業者にとってヤマダ電機のポイント会員は大きな魅力です。「ヤマダモール」は、“申込み即ショップオープン”が可能で、事業者の容易な出店を促進することで、ポイント会員に常にフレッシュな商品やサービスを提供し、ヤマダ電機の一層のシェアアップを目指しています。

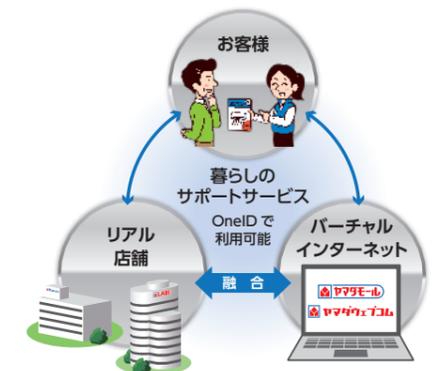
3つ目がレコメンド機能の充実です。お客様がリアル店舗で商品を購入する際、「ヤマダモール」の掲載商品をおすすめすることで、お買い物の利便性を高めたいと考えています。

### ネットとリアルの融合のさらに先へ

モールビジネスとしての「ヤマダモール」は、リアル店舗の利便性を補完するだけでなく、新しい事業の導入口としての可能性を追求しています。

現在、リアル店舗の利用者は、それと気づくことなくリアルとバーチャル(ネット通販)を行き来して、ヤマダ電機のマルチSNSや豊富なコンテンツを楽しんでいます。この境目のないシームレスな仕組みを持った「ヤマダウェブコム」や「ヤマダモール」は、スマートハウスやアウトレット・リユースなど当社のソリューション事業と相互の導線となり、リアル店舗へ誘導・送客を行うことで“リアル店舗を持つ強み”をフルに活用できるようになります。

常に仕組みを進化させ、ネット通販を通じてポイント会員を新規事業やサービスへつなぎ、ヤマダ電機の利用シェアを高め、顧客満足の上につなげていきます。



既存ビジネスの強化

6 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。



企画から販売までを一貫して自社で行うSPA商品。ヤマダ電機は、オリジナル家電「HERB Relax(ハープリラックス)」※シリーズを販売しています。お客様に身近な家電量販店が作るシリーズ家電として、本当に必要な機能を徹底追求し、ご納得いただける製品に仕上げています。

### ヤマダ電機のオリジナル家電

先進的で高機能な家電ではなく、シンプルで使い勝手のよい家電を求めお客様のニーズは、多様化するライフスタイルに合わせて増加しています。ヤマダ電機は「高機能」ではなく、お客様に好かれる「好機能商品」をコンセプトに、徹底してお客様目線で商品開発を進めてきました。消耗品から生活家電の313点(2016年3月末現在)ものラインアップが広がっています。

当社オリジナル製品の強みは、日本で最も多くのお客様が来店される家電量販店として、お客様の声を直接反映した製品づくりが可能。また、流通コストを削減した価格設定が可能。また、リーズナブルな製品を、全国のヤマダ電機の店頭で直接販売できることが挙げられます。

### 徹底したお客様目線の開発

オリジナル家電「HERB Relax」シリーズは、接客時にお客様から得た情報と販売スタッフの声を合わせ、使いやすさと利便性にこだわったシリーズ家電です。例えば電源コードの長いアイロンは、「従来品はコードが短くて使いづらい」という声を反映して開発しました。また、食器乾燥器では、「時間設定で夜間電力を利用すれば節電できるのでは」という声にお応えし、予約タイマーを付けて製品化。効率的に利用できるようになりました。シンプルな機能でデザイン的にも好評なハンディクリーナーとポップアップトースターは、それぞれの商品カテゴリー

において、ヤマダ電機の取扱商品中No.1の売り上げを誇っています。

オリジナル家電「HERB Relax」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ています。一定のラインアップが揃った現在、さらなるブランド強化に向け、独自性の高い商品づくりに向け、「デザイン家電」の開発にも挑んでいます。



### 取り扱い拡大で業績に貢献

SPA手法によるオリジナル品は、一般的な家電よりも原価を抑えることができます。高い利益率を達成できるため、オリジナル品の取り扱い拡大に向けて、商品開発に注力。販売数量を増やし、業績全体の利益率の向上を狙いながら、お客様に喜んでいただける「使いやすく、環境にやさしい好機能商品」の開発に注力していきます。

※SPA、「HERB Relax(ハープリラックス)」製造小売事業。Specialty store retailer of Private label Apparelの略。ヤマダ電機はマーケティングから企画・開発、小売までを一貫して行うSPAとして独自ブランド「HERB Relax」シリーズを展開。店頭で日々いただくお客様の声を反映し、必要な機能を搭載したシンプルで使いやすいオリジナルの家電類を商品化し販売

既存ビジネスの強化

7 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。



ヤマダ電機ではお客様の利便性を高めるために、全国の既存店の改装やスクラップアンドビルド(以下S&B)業態転換を推進しています。改装は、店舗の「改修」だけでなく、時代のニーズ、市場変化を先取りした売場へと「再生」するもの。ヤマダ電機ならではの品揃えやサービスを提供できる店舗へと進化し続けます。

### 市場変化に合わせて既存店を改装

当社の店舗改装は、品揃えの見直しや店内通路の拡幅、店舗をリフレッシュさせる営繕・修繕、トイレのバリアフリー化など、お客様が安全で便利に、店舗をご利用いただけるよう、お客様目線で見直しを図るものです。

当社が店舗改装を積極的に推進する理由に、市場変化への対応があります。少子高齢化、人口減、ネット社会など、当社はこうした社会ニーズの変化を察知し、商品の特徴を押し出した生活シーン別の展示や品揃えの充実で売場全体の魅力を向上させています。この中で現状市場変化に十分対応できない店舗については、順次積極的にS&Bを進めています。

### 戦略的改装で収益アップへ

一般的には、店舗改装は決められたフォーマットに基づいて効率的に実施されるものです。しかし、当社は地域によって売れ筋商品は異なるため、改装にあたっては事前に役員が現場を視察し、要望を聞きながら、品揃えやレイアウトなどを柔軟に変更。地域の市場性に合わせた最適な売場づくりを行っています。

いつ、どのタイミングで改装するか、実施時期は売り上げに影響を与える重要なテーマです。当社は、競合他社や市場の情報をいち早く把握した「戦略的改装」を展開しています。この実現には、柔軟かつスピーディーな対応が必要であり、当社

は、長年培ってきた業界最速レベルの改装ノウハウにより実現しています。

このような戦略により売上増、粗利益改善など、店舗効率が大幅に向上しています。



### 多様なニーズに対応する新しい店舗へ

当社は、店舗改装やS&Bを、市場シェアを確保する重要な戦略と位置付け、2020年3月期を最終とする中期経営計画において、さまざまなコンセプトを持った店舗の開発を推進しています。テックランド等の郊外型店舗をはじめ、都市型(総合館、大型館、カテゴリ館、コンセプト館)、アットレット・リユースといった新しい店舗形態により、ヤマダ電機は世界に類を見ない多様な専門店を有する店舗ネットワークの構築を目指します。

ヤマダ電機の店舗が、常に新しい発見につながる情報発信基地となるために、お客様はもちろん、そこで働く社員も満足できる店舗を全国に広めてまいります。

既存ビジネスの強化

8 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。



ヤマダ電機は、店舗別にシフトを最適化する仕組みを構築し、労働生産性と販売効率の向上を図る「人事制度改革」を実施しています。より公正で、公平な制度に改めることで、ヤマダ電機の将来を担う優秀な人材を確保します。

### 優秀な人材の確保のために

小売業であるヤマダ電機にとって、人材は成長力の源泉であり、人の管理・育成は重要な経営の根幹に関わる小売業としての永遠のテーマです。ヤマダ電機にはさまざまな雇用形態の人たちが働いており、雇用管理の重要性が増しています。当社は、労働環境改善をはじめ、優秀な人材の確保と定着、それらによってもたらされる売り上げの安定化を狙い、人事制度改革に取り組んでいます。

### 人の力を引き出す人事制度改革

#### ▶ 階層別ステップアップ

パート・アルバイトから一般社員へ、さらに管理職へ、上位職へスライド登用するのが「階層別ステップアップ」です。各階層に3級・2級・1級の資格取得基準を設定し、試験結果と上司の評価を組み合わせた「有資格認定制度」を導入しました。より客観的な能力評価により、優秀な人材の育成と確保を狙います。

外部の資格取得も奨励しています。家電のプロになるための「家電製品アドバイザー」(一般財団法人 家電製品協会認定センター)や「フォトマスター検定」(公益財団法人 国際文化カレッジ)の資格を取得することで、接客に活かし、お客様との信頼形成につなげます。

#### ▶ 賃金体系改革

在職中の貢献度をより反映できるように、退職金給付制度の見直しを行いました。

#### ▶ 店別シフト改革

店舗販売スタッフの勤務シフトを最適化するために、店舗ごとの条件に合わせた多彩なシフトパターンを設計しました。ムリ・ムダのないシフトを組むことにより人件費をコントロールするとともに、最小限の労働力を最大活用することで、売り上げの安定化に貢献します。

### 時代の変化に対応してES向上へ

人事制度改革は、ヤマダ電機グループで働くすべての人が「ヤマダに入社して良かった」と実感してもらうこと、すなわちES(従業員満足)の向上に寄与することが大きな狙いです。

全国に広がる店舗では、日々営業する中でどうしてもムリ・ムダが生じます。一方、経営的には人件費等コストの低減が求められます。人員の最適配置と最大活用、人件費のコントロールにより、公正・公平な職場と店舗運営を実現します。時代の変化に柔軟に対応したより合理的な制度に転換し、社員の活性化を図ります。



▲研修風景

## TOPICS 01 最先端コンセプトの情報発信基地 「Concept LABI TOKYO」

ヤマダ電機は2015年10月末に、東京の中心で日本の表玄関にあたる東京駅・八重洲口に「Concept LABI TOKYO(コンセプト ラビトウキョウ)」をオープンしました。

これまでの LABI、その他家電量販店では味わえない日本が誇る最先端の家電製品とサービスをワンストップで提供し、最先端コンセプトの情報発信基地として、一流メーカー各社の最新製品やサービスを、ライフスタイルとともに提案します。

家電量販店として唯一、全国に店舗ネットワークを持つ強みを最大限に活かし、日本国内のみならず全世界に向けて最先端の情報を発信する、ここにしかない全く新しいヤマダ電機の店舗です。

「Concept LABI TOKYO」は、B1Fから10Fまでの各フロアのコンセプトをそれぞれ「Stage(ステージ)」で表現。最先端の商品や多彩なサービスソリューション、TAX FREEに加え、企業・法人・官公庁専用窓口を設置し、各Stageでのイベントを通じて絶えず最新の情報発信を行っていきます。

「Concept LABI TOKYO」は、ご来店いただいた皆様に、いつも新しい発見とときめく出会いを提供し、魅力あふれる最新の商品、サービスの情報発信により、最先端の驚きと感動をお届けします。



## TOPICS 02 テックランド札幌本店に 住空間提案型ショールーム

ショールームを全国展開するヤマダ電機グループの住宅設備会社・株式会社ハウステックは、2015年12月、テックランド札幌本店内に「住空間提案型ショールーム」をオープンしました。「リフォームで実現したい生活」を具体的にイメージできるお店として、高齢者やファミリー、新婚などの幅広い層のお客様にトータルな商品提案を行っています。

テックランド札幌本店の集客力は、単独型ショールームにはない大きな強みです。「リフォーム相談会」や「生活の困りごとアドバイス」といった企画をチラシで告知することにより、週末には数多くのお客様がご来店されています。食器洗い乾燥機をお買い求めになるお客様に水周りのお困りごとをお聞きして、ショールームへご案内するといった家電販売スタッフとハウステック・アドバイザーの連携も強化しています。



また、ショールームには、工務店・ハウスメーカーなどの業者様も多く来場します。自社のお客様とともに訪れ、ハウステック製品の使い勝手などを確認してもらうなど、「B to B to C」\*としてのショールーム活用も浸透してきました。今後、ヤマダ電機グループの多様な事業と協働し、拡大するリフォーム市場に対応していきます。

\*「B to B to C」  
ヤマダ電機グループ独自の考えで、工務店の方だけではなく、一緒にご来店されたお客様までもサポートするなど、従来の「B to B」・「B to C」にとられない新たな考え方

# 事業活動における環境への配慮

ヤマダ電機は、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月に当社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。

### 2015年度の主な取り組み

ヤマダ電機では、事業活動における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・リサイクル等を行っています。

2015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CSR委員会でも報告するとともに、月次報告としてホームページに開示しています。これらの活動は、四半期ごとの「CSR経営有識者懇談会」において報告され、外部有識者の方からのご指摘・ご意見をいただきながらその取り組み内容を発展させています。

#### 2015年度の主な取り組みと実績

主な取り組み		2015年度目標	2015年度実績 (2016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)	143,139台	150,225台
	エアコンリユース	1,253セット	905セット
	パソコンリユース	535,000台	317,178台
	CO <sub>2</sub> 抑制	47,120.0t	28,144.6t
	インクカートリッジリサイクル回収、販売によるCO <sub>2</sub> 抑制	1,418,000個	1,237,503個
	CO <sub>2</sub> 抑制	107.4t	93.6t
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 <sub>2</sub> 抑制	太陽光発電 293.4t エコキュート 119.6t	太陽光発電 57.4t エコキュート 106.0t
	デマンドコントローラー設置店舗のCO <sub>2</sub> 削減 <sup>*1</sup>	2014年度対比90%以下 CO <sub>2</sub> 抑制 19,799.4t	CO <sub>2</sub> 抑制 29,596.6t
	グリーン電力導入量(本社社屋) <sup>*1</sup>	2014年度対比98%以下 CO <sub>2</sub> 抑制 5,732.4t	CO <sub>2</sub> 抑制 5,376.0t
	グリーン電力導入量(本社を除く) <sup>*1</sup>	2014年度対比90%以下 CO <sub>2</sub> 抑制 1,086.7t	CO <sub>2</sub> 抑制 1,075.5t
	太陽光発電によるCO <sub>2</sub> 削減(高崎・千里) <sup>*2</sup>	5.8t	6.2t
	店舗屋上太陽光発電機設置による発電量	39,944,482kWh	39,042,064kWh

<sup>\*1</sup> CO<sub>2</sub>換算係数:0.55kg-CO<sub>2</sub>/kWh  
<sup>\*2</sup> 代表的な地域の年間予測発電量からCO<sub>2</sub>削減係数314.5g-CO<sub>2</sub>/kWhで算出

### 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。

# 製品ライフサイクルで環境負荷を低減

ヤマダ電機では、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。

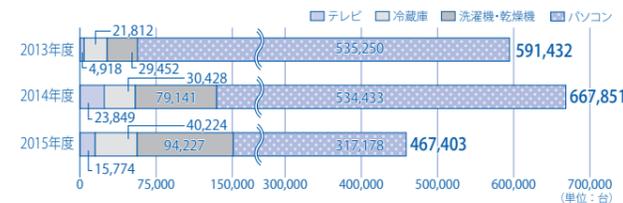
### ヤマダ電機グループでリユース・リサイクルを推進

ヤマダ電機では、循環型社会形成を推進することによる環境負荷低減、買い替え需要に対するお客様の利便性を考慮し、販売促進活動と連動した買い取りサービスを実施しています。買い取りした商品はグループ内で再商品化を行い、当社アウトレット館を含むグループ内リユース販売店舗で販売。再商品化できなかった商品もグループ内でリサイクルする、一気通貫のリユース・リサイクルシステムを実現しています。

### 家電製品・パソコンのリユース

当社グループでは、家電リユース事業を2001年から、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。2015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15万台、パソコン約31.7万台です。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。2016年度はリユース工場の増設と人員強化でさらなるリユース生産台数の向上と品質の向上を図ります。

#### リユース台数



### 「PLA-PLUS(プラプラ)プロジェクト」への参画

ベスト電器は、環境省が主催する製品プラスチックの店頭回収によるリサイクルの実施事業「PLA-PLUS(プラプラ)プロジェクト」に参加しました。この取り組みは、2016年2月14日～3月14日に行われ、54の企業・団体が協力し、製品プラスチックのリサイクルの仕組みを作ることを目的に、各店舗等にて消費者からプラスチック製品を回収して実証実験を行うものです。ベスト電器では、福岡本店で回収ボックスを設置し、回収を呼びかけました。



### 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。

2015年度は約123万個のインクカートリッジを回収し、7,352,190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、「子供たちの未来のための支援」「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CO<sub>2</sub>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 (単位: 台)

種類	2013年度	2014年度	2015年度
インクカートリッジ	2,385,138	1,416,636	1,237,503
使用済み携帯電話	11,735	8,939	5,936

### 環境に配慮した商品の販売促進

社会全体での環境負荷低減に向け、「省エネ、創エネ、蓄エネ」を切り口とした家電製品やスマートハウスなど環境に配慮した商品・サービスの提供を積極的に推進しています。

2015年度の省エネ家電への買い替えによるCO<sub>2</sub>排出量の削減効果は、年間約1万8,830トンとなりました。

ヤマダ電機では、これからも省エネ家電の販売推進に加え、太陽光発電やエコキュートなど家庭全体のエネルギーマネジメントを含めたスマートハウスのご提案を強化し、家庭でのCO<sub>2</sub>排出量の削減を目指していきます。

#### ●省エネ家電の買い替えに伴う年間CO<sub>2</sub>削減効果(当社推計) (単位: t-CO<sub>2</sub>)

種類	2013年度	2014年度	2015年度
エアコン	2,359	2,556	2,266
冷蔵庫	22,469	13,164	14,050
テレビ	3,352	2,224	2,515
合計	28,181	17,944	18,830

<sup>\*</sup>買い替えによる販売台数が対象  
<sup>\*</sup>テレビ:2006年型と2014年型の液晶32V型の平均的な年間消費電力量の目安を比較  
冷蔵庫:2002年型と2013年型の401L~450Lの平均的な年間消費電力量の目安を比較  
エアコン:2004年型と2014年型の冷暖房兼用・壁掛け形・冷房能力2.8kWクラス・省エネ型代表機種種の平均的な年間消費電力量の目安を比較  
<sup>\*</sup>いずれも省エネ性能カタログを参考に算出  
<sup>\*</sup>CO<sub>2</sub>換算係数:0.55kg-CO<sub>2</sub>/kWh

環境とのかかわり

# 事業活動における環境への配慮

ヤマダ電機では、店舗・物流などから排出されるCO<sub>2</sub>の削減や環境負荷の低減を目指した活動を推進しています。

## ➤ 店舗・物流における環境への取り組み

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。

## ➤ 店舗における省エネの推進

### デマンドコントローラー導入によるCO<sub>2</sub>削減

店舗ごとのCO<sub>2</sub>排出量比較や、設備・時間ごとの電気使用量の分析を行い、各店舗の省エネ化につなげるために、デマンドコントローラーを導入しています。2015年度の設置店舗数は、390店舗となっています。

2016年2月には、当社の省エネに対する取り組みが評価され、当社のLBI1なんばが「平成27年度おおさかストップ温暖化賞節電賞」を受賞し、大阪府から表彰されました。(P33参照)

### 照明のLED化

ヤマダ電機では2013年下期から、店舗照明にLED照明の導入を順次開始いたしました。2016年3月末現在、423店舗がLED照明を使用し省エネルギー化を推進しています。



## ➤ CO<sub>2</sub>削減に向けた共同配送

ヤマダ電機は2010年より、九州地区で行われている物流業者、家電量販店など複数の団体による、物流車両の環境負荷低減のための共同配送に参加しています。この取り組みにより1台当たりの積載効率が上がり、車両台数の削減と2015年度は91.1tのCO<sub>2</sub>の排出を抑制し、単独配送時と比較して約50.6%のCO<sub>2</sub>排出量を削減しました。

## ➤ 環境教育によるCO<sub>2</sub>削減

当社の有資格試験制度に環境に関する問題を取り入れ、また、家電製品アドバイザー試験の受験を推進、啓発し、従業員の環境負荷抑制の意識向上を図っています。

## ➤ 店舗への再生可能エネルギー導入

### グリーン電力の継続利用

ヤマダ電機は2008年度よりグリーン電力を継続して利用しており、2015年度の対象店舗は83店舗で、合計1,185万kWhのグリーン電力化を実施しました。高崎にあるヤマダ電機本社屋は、使用電力の100%がグリーン電力化となります。

こうしたグリーン電力普及推進への貢献が評価され、「グリーン・エネルギー・パートナーシップ」の「エクセレント・パートナー（優秀団体会員）」にも選出されています。

### 太陽光発電システムの導入

店舗の屋上などを利用し、太陽光発電システムの導入を行っています。2016年3月末時点で、191店舗に設置し、2015年度は39,042千kWhを発電しました。



### ● 店舗における環境への取り組み

	2013年度	2014年度	2015年度
デマンドコントローラー導入店舗数(累計) [店]	419	409	390
グリーン電力導入量 [kWh]	13,171,980	12,813,230	11,856,363
グリーン電力使用対象店舗 [店]	86	84	83
太陽光発電導入量 [kWh]	17,644	20,706	19,942
店舗太陽光発電量 [kWh]	22,849,749	39,926,148	39,042,064

## ➤ 物流における取り組み

物流における環境への取り組みを進めるため、委託会社様や協力会社様に、アイドリングストップの協力を進めています。2015年度の実施率は99%以上と2010年の開始から高水準を維持しています。

## ➤ 電力使用によるCO<sub>2</sub>排出量

ヤマダ電機では事業活動に伴うCO<sub>2</sub>削減の取り組みを継続的に行っています。2015年度は、店内照明のLED化や、冷暖夏冬が大きく寄与し、2010年度比で延べ床面積当たりのCO<sub>2</sub>排出量を約19.4%削減することができました。

### ● 延べ床面積当たりCO<sub>2</sub>排出量



※CO<sub>2</sub>換算係数:0.55kg-CO<sub>2</sub>/kWh

### ● 電力使用によるCO<sub>2</sub>排出量



## ➤ 廃棄物

ヤマダ電機では、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。

2015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

	2013年度	2014年度	2015年度
産業廃棄物排出量 (t)	39,300	33,405	26,724
グループ対象店舗	785店舗	819店舗	737店舗

### ● 一般廃棄物排出量

	2013年度	2014年度	2015年度
一般廃棄物排出量 (t)	45,000	39,600	32,868
グループ対象店舗	785店舗	819店舗	737店舗

※リサイクル対象外廃棄物

## ➤ 2015年度環境データ範囲

	電力使用によるCO <sub>2</sub> 排出量	延べ床面積当たりCO <sub>2</sub> 排出量	廃棄物排出量
ヤマダ電機	○	○	○
南九州ヤマダ電機	○	○	○
沖縄ヤマダ電機	○	○	○
その他グループ企業	*	*	-

\* 星電社、九州テックランド、シー・アイ・シー、インパースネット、コスモス・ペリーズ、ヤマダエコソリューション、マツヤデンキ、Project White、ヤマダ・エスパイエルホーム、東金属、群馬総合設備、ベスト電器、テス、ワイズセレクト、ハウステック  
過年度の環境データ範囲の対象は、グループ企業の統廃合等により年度ごとに異なる

## ➤ グループ会社の取り組み

### 株式会社ハウステック

### 「環境・安全管理報告書」を通じ、環境安全管理レベルを向上

ハウステックは環境・安全衛生・防災および化学物質管理に関するあらゆる管理項目を網羅した独自の「環境・安全管理報告書」を作成しています。毎年度、各製造事業が作成する「環境・安全管理報告書」に基づき、環境安全部門による環境安全監査が実施されます。監査時に安全に関しては、労働安全衛生マネジメントシステムを参考にし、書類監査と、現場監査が実施されています。環境安全関連法令遵守の状況、安全率の確保、法定資格者の充足状況のほか、ハウステック独自目標の達成状況も確認しています。

また、監査による指摘事項を踏まえて、改善状況の確認のためのフォローアップ監査を行い、本質安全化の推進と環境関連法令の遵守徹底により、環境安全管理レベルの向上に取り組んでいます。

### 物流における環境配慮

ハウステックでは、物流会社と連携した積み替え拠点の推進や配送トラックの車格の変更(2t車輦から軽トラック)などにより、CO<sub>2</sub>排出量の削減に努めています。

また、積載改善によるエネルギーの利用の効率化を図っています。例えば、現地時間指定の配送を「AM9時着」のようなピンポイント指定ではなく、「AM9～AM10時着」といった幅を持たせることにより、配車割れによる配送車輛増を抑制し、複数箇所配送を行って、積載効率を向上させています。それに加えて、積み替え倉庫を確保することで、従来であれば2t車輛による現地までの配送を、10t車輛で積み替え倉庫まで配送することで、積載効率向上並びに、配送距離の短縮化を図っています。

(株)ヤマダ・エスバイエルホーム、(株)ヤマダ・ウッドハウス

### 太陽光発電システムの普及推進

ヤマダ・エスバイエルホームとヤマダ・ウッドハウスでは、住宅用の太陽光発電システムの普及に積極的に取り組んでいます。

ヤマダ・エスバイエルホームでは、固定買い取り金額が下がった影響で、2015年度新築住宅の太陽光発電システム設置率は47.3%となっています。2016年度は、新築住宅でのネット・ゼロ・エネルギー・ハウスへの取り組みや、リフォームでのオーナー様への提案を強化し、さらなる普及に向けて取り組めます。

ヤマダ・ウッドハウスでは、日照条件や法令等の制約がある場合を除けば100%太陽光パネルを設置できる体制のもとに、積極的にお客様への提案を行っています。また、環境意識を強く持ったゼロエネルギーハウス(ZEH)の商品化への取り組みも開始し、すでにお引渡しを完了いたしました、今後もオーナー様への提案を強化してまいります。



▲株式会社ヤマダ・エスバイエルホーム



▲株式会社ヤマダ・ウッドハウス

(株)ヤマダ・エスバイエルホーム

### 森林生態系の保全に配慮した木材使用

ヤマダ・エスバイエルホームおよびそのグループ会社は、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。2015年度は昨年度に引き続き住宅事業の87.4%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)と合板に分類でき、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)等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、野地板等に使用する野地合板に細分化されます。



### 売布分譲地、トリヴェール和泉分譲地の小堀の住まい

ヤマダ・エスバイエルホームの宝塚売布の分譲地のテーマは「自然・街・人への思いやりのある街」です。街並みを乱さず、美しい景観を演出するために道路から50cmは緑地帯として緑の確保に努め、通りごとにシンボルツリーを植栽して街路空間を演出しています。2016年度は企業建築家「kobori研築工房」による造形美・個性美・機能美にこだわった住む人にとってのオンリーワンの分譲住宅が売布に4棟完成しました。

トリヴェール和泉の分譲地は入り口から西南下がりの地形になっており、遠景の山並みまで眺望が開けています。分譲地内の道路は柔らかな曲線ラインがポイントになり外壁の圧迫感を和らげています。門塀などは道路から1m以上後退させ、シンボルツリーや緑化に努め、空間の広がりを感じさせる街並みです。2015年度は「kobori研築工房」の企業建築家による分譲住宅が、トリヴェール和泉に2棟完成しました。

(株)ヤマダ・ウッドハウス

### 「Leaf to Home」を採用した住宅事業の展開

ヤマダ・ウッドハウスは、日産製のリーフを蓄電池(24~30kW)と見立て、深夜間の安い電力をリーフに充電し、日中の電気代が高い時には、リーフに充電された電気を住宅の中で使用していく「Leaf to Home」をご提案しています。非常時には2日分の住戸内の電気を確保することになるため、この車(充電器)と住宅をセットにして販売することにより、一層の電力消費の節減を見込んでいます。

東金属(株)

### 国立科学博物館での環境講座の開催

国立科学博物館(東京都台東区)では科学に興味を持ってもらう入口としてサイエンスナビ講座を月2回開催しています。東金属は2015年4月1日のサイエンスナビコーナーにて、環境・リサイクルに関する講座を昨年に引き続き開催しました。その内1つの講座としてリサイクルメタルを使用した『金属リサイクルの仕組みを知ろう!リサイクルメタルで作るヘンテコ生物』の講座を開催しました。当講座は継続的に行っており、博物館側からも専用の看板を作成していただいたり、特集の本を閲覧コーナーのメイン場所に設置いただいたり、積極的にバックアップをいただいております。



### 地域社会に根ざした環境授業の実施

2015年度は、地域の小・中学校向けに次の2つを目的に、合計10校に出前授業を行いました。

- ①身近なもののリサイクルについて楽しく学んでいただく
- ②環境・リサイクル業界での仕事について子供たちに知っていただく

子供たちにより楽しく3R(リデュース、リユース、リサイクル)を理解していただくために、授業の前半はクイズや映像を使って楽しく学んでからゴミの分別体験を行い、後半はスクラップを画用紙の上に並べてアートを作りました。先生や保護者からは、子供たちがリサイクルを主体的にとらえることができたという評価をいただきました。



### 太陽光発電設備で発電した電力の売電を開始

東金属が所有している群馬県太田市古戸町の土地に太陽光発電設備を設置し、売電を開始しました。

敷地面積は13,700m<sup>2</sup>、発電出力は1,000kWです。

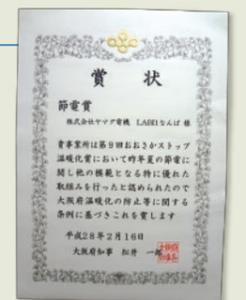
空き地を有効活用し、地球にやさしい自然エネルギーを作り出しています。



### TOPICS

### 「おおさかストップ温暖化賞」を受賞

2016年2月16日、大阪府公館(大阪府大阪市)にて「おおさかストップ温暖化賞」の表彰式が行われ、当社「LABI1なんば」が「節電賞」に選ばれました。「おおさかストップ温暖化賞」は、「大阪府温暖化防止等に関する条例」に基づき、事業活動における温室効果ガスおよび人工排熱の排出抑制並びに電気の需要の平準化に関し、他の事業者の模範となる特に優れた取り組みをした事業者を表彰するものです。今後もヤマダ電機グループは、CSR活動の一環として、環境負荷低減と循環型社会の構築を目指してまいります。



# 顧客満足向上活動

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。

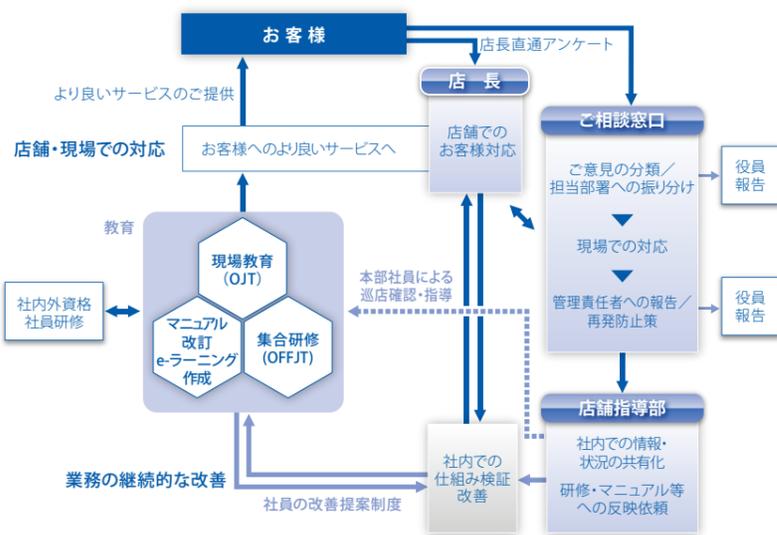
## ▶ 顧客満足(CS)向上の取り組み

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ご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、修理等のアフターサービスも含め、製品の使用段階からその後いたるまで、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。



●顧客満足(CS)向上と社員教育制度の仕組み(イメージ)



## ▶ 家電を通じて生活提案ができる社員の育成

お客様にヤマダ電機でのお買い物を満足していただくためには、社員一人ひとりによる質の高い接客スキルが欠かせません。ヤマダ電機では、「家電を通じて生活提案ができる社員」を育成するための社員教育を推進しています。研修センター「礎生塾」での集合研修を行い、管理職に対してCSR経営、部下育成、お客様により良いご案内・ご提案ができる接客や売場づくりの習得を行っています。現場教育に関しては、エリア責任者が自ら店舗従業員へのOJT指導を行っています。また従業員に関しては、社内資格および社外資格の習得を通じて商品知識の向上を図っており、多方面にわたる社員教育を実施しています。

さらに現場目線からのアイデアを採用する「改善提案制度」、お客様からのご意見を店舗に取り入れる「店長直通アンケート」を実施し、社員教育との相乗効果でお客様満足に資するさまざまな制度を導入しています。



▲研修用テキスト

## ▶ 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の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。

2015年度には家電製品アドバイザー資格取得者数が2,435名を超えました。

●家電製品アドバイザー数

	2013年度	2014年度	2015年度
AV情報家電	383名	566名	812名
生活家電	372名	398名	574名
家電製品総合	537名	685名	1,049名

## ▶ お客様対応スローガンの実践

ヤマダ電機では、すべての店舗においてご来店されたお客様に親切的な対応を行うことができるよう、サービスの標準化を進めています。その具体策として、お客様視点のサービスをご提供するため、2011年度よりグループ共通の接客スローガンを定めています。

2015年度も前年度に引き続き、「すべてのお客様に親切的な接客を心掛けよう」をスローガンに、全社員に対して「ひとりのお客様を失うことは10人のお客様を失うことにつながります」という認識の浸透を図りました。また、より具体的な「親切的な接客の3原則」を策定し、入社したばかりの社員にもわかるようにしました。

## ▶ お客様目線にこだわった“好機能商品” [HERB Relax]

ヤマダ電機が開発から販売までを行う「HERB Relax」は、高性能ではなくお客様に好かれる“好機能商品”がコンセプトのブランドです。専用コールセンターの設置や、開発能力の向上などに取り組んだ結果、2015年度の商品のアイテム数が大幅に拡大し、商品数は313点(2016年3月末現在)となっています。



生産品質の管理においては、工場に新規取引を検討する際、また取引開始後は定期的に購買・受入・品質・倉庫管理に関して60項目におよぶチェックリストを用い、監査を実施しています。今後もお客様の声を拾う仕組み等の体制整備やオリジナリティの追求で“好機能商品”を充実させ、お客様満足の向上に貢献してまいります。

## ▶ 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。2015年度も、店頭に立つ社員よりお客様満足につながるさまざまな提案があり、多くの新規提案が採用されました。



▲改善提案事例

## ▶ ヤマダポイントを活用した楽しみ方提案

従来、家電販売店のポイントは、次回以降の家電製品購入時にポイントを使えば、その割引が受けられるという使い方が一般的でした。ヤマダ電機は、早くから日用品や食料品など家電以外の商品でもポイントを利用できるようにし、さらにお客様の選択肢の拡大を図っていくほか、お客様がヤマダモールをはじめとした提携先を利用することで特典が受けられるなど、「ヤマダポイントを使ってどんな楽しみ方ができるか」を提案しています。

店舗で扱っている家電以外の日用品や食料品にもポイントを使えるほか、2012年よりヤマダマルチSNSで提供しているゲームや動画などのコンテンツとの交換も可能。家電販売店の枠を超えた、多彩な商品やサービスにポイントを使うことができます。

### TOPICS

## お客様が安心して利用いただける「ヤマダ高速便」

ヤマダ電機は、全地域を対象に店舗のスタッフが対象商品を届ける当日配送サービス「ヤマダ高速便」を開始しました。同サービスでは、『15時までの注文を、近隣のヤマダ電機スタッフが当日配送する。対象の商品は、在庫があり、スタッフによる設置が必要のない商品。即日配送が可能な場合、注文確認の画面で「スタッフお届け可」のアイコンが表示される。決済が完了すると、近隣のヤマダ電機スタッフから電話で注文内容と届出時間の連絡が入る。』このサービスは、ヤマダ電

機の店舗のネットワークを活かし、従来のネット通販と比較してよりきめ細かい対応が特徴で、ヤマダ電機社員が直接届けることでお客様に安心してご利用いただけます。



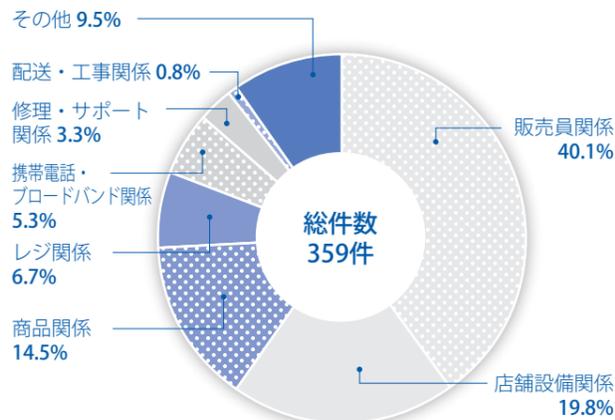
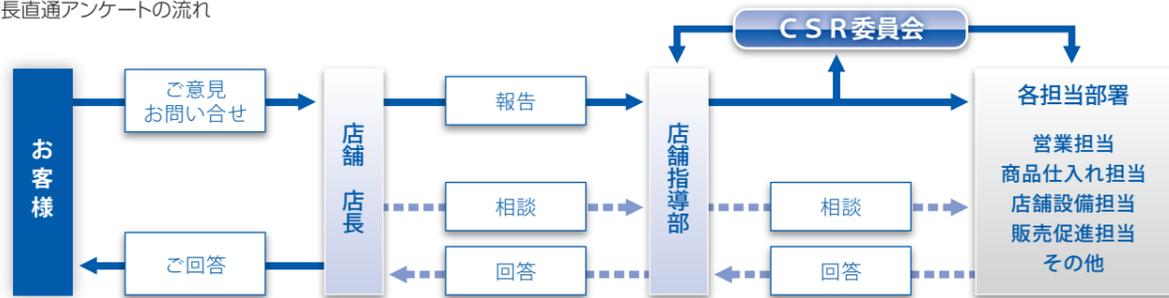
お客様の声を経営およびサービスに反映させる取り組み

「店長直通アンケート」で、お客様のご意見に迅速に対応

お客様の声を経営およびサービスに反映させる仕組みとして、お客様のご意見・ご要望等を店内据え付けのボックスに投函していただく「店長直通アンケート」を実施しています。お客様からのお問い合わせやご意見・ご要望について、店長自らが必ず確認し、責任を持ってご回答するようにしています。

アンケートにより、自分たちでは目が届かなかったり、気付かなかった部分についても再認識でき、迅速にサービスの改善につながられるようになりました。また、すべてのご意見・ご要望とそれに対する回答をボードに貼付することで、お客様にご確認いただけるようになったこともご好評をいただいています。

●店長直通アンケートの流れ



配送・工事・修理に関するCS会議を開催

ヤマダ電機では、製品のお届けからご使用期間中全般においてお客様にご満足いただくため、配送・工事・修理を行うパートナー企業との連携を強化し、サービスおよびマナーの向上を目的とした研修会を年に100回以上実施しています。毎年、配送および工事を委託している大手パートナー企業20社が集まり定期的に「代表責任者集合CS会議」を実施しています。

この会議では、CS向上に向けた各社の状況や具体的な取り組み事例を確認し、ヤマダ電機担当者による問題点の指摘と改善指導を行います。また、お客様アンケートに基づいて拠点、エリア、担当者別の問題点を抽出し、可能な限り個別の改善提案を行っています。同様の会議は、各営業エリアでも実施しています。

CS責任者認定研修の導入

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CS、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。

安全衛生大会の開催

安全衛生大会は、現場における労働者の安全と健康を確保し、快適な作業環境の形成を促進することを目的に関係者が一堂に会して安全意識を向上させ共有することを目的としています。2015年度は「日々のKY\*活動で無くそうキケン、施工安全品質向上によるゼロ災害」をスローガンとして掲げました。

重点事項として、①安全衛生協議会(TV会議)、安全パトロールを通じ、従事職方の安全衛生教育を実施する。②事故事例や各種情報のタイムリーな伝達と効果的な活用により、KY能力を高め、災害防止を図る。③年度実施事項の推進により、施工協力業者の安全意識向上を図る。④施工協力業者の安全衛生自主活動を指導することにより、その推進に努める。を挙げ、ブロック内安全管理体制の確立、安全衛生教育の推進、資格の実態調査と取得の義務化、安全衛生協議会(協力業者会議)の開催、安全パトロールの実施、安全大会の実施などに取り組みました。

\*KY:危険予知



グループ会社の取り組み

(株)ヤマダ・エスバイエルホーム

設計社員研修による設計スキルの向上

ヤマダ・エスバイエルホームでは、若手社員、中堅社員、責任者ごとにそれぞれに必要な知識を身に付けるため、設計社員研修を行っています。2015年度は若手社員向けに外部から講師を招き、耐震・環境に対する基礎知識や技術情報のセミナーを開催しました。また、社員が講師となり省エネ法改正についての勉強会も行いました。設計責任者向けにはグループディスカッションを行い、設計スキルやモチベーション向上のための研修を、随時行っています。



(株)ベスト電器

従業員のスキルアップを通じた顧客満足の向上

ベスト電器グループでは、顧客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。2015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、接客スキル向上研修、マネジメント層や役職者を対象とした、店長マネジメント研修、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平準化、指導力強化による顧客満足と営業力の向上を期待しています。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等を通じ顧客満足の向上を図っています。



2015年度の実施回数

- 本社集合教育…22回
- 地区集合研修(現地研修)…272回

(株)マツヤデンキ

心の満足度を高めるサービス展開

マツヤデンキでは、地域密着型家電専門店として、お客様により豊かで快適な暮らしを提供するために、よりきめ細やかなサービス提供により、顧客満足の向上を目指しています。「いいもの大切に」、「あたたかい心大切に」、「人をいかに喜び大切に」の経営理念を実践し、それぞれの店が地域のお客様にとって、なくてはならない存在となり、お客様に支持され活かされ続ける企業を目指したいと考えています。

そのために3つのことに力を注いでいます。1つ目は、家電にとどまらずリフォームをはじめとする様々な暮らしに関するサービス提案を行っています。2つ目は、お客様宅に定期的な訪問やサービス活動をするスタッフを配置し、商品購入後も安心してお使いいただくことを大切にしています。3つ目は、店をモノを買ったり売ったりするだけの場所と考えず、お客様が気軽に立ち寄り、お困りごとを相談いただけるおもてなしとふれあいのある店づくりに取り組んでいます。この3つに注力することで、お客様との信頼の輪が広がっていく…それこそが、私たちの目指す「真の地域密着店舗」なのです。

グループ会社各社

事業に応じた、さまざまな資格取得支援

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等支給も実施しています。その他のグループ会社でも、下記のように資格取得の支援を行っています。

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
ヤマダエコソリューション	家電製品アドバイザー、第二種電気工事士
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。

## 人事方針

ヤマダ電機では、社内外資格取得等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きたいと考えています。

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。2016年3月末現在の正社員の平均年齢は35.4歳、平均雇用期間は10.0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、高齢者の再雇用等も推進しており、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

		2013年度	2014年度	2015年度
管理職人数	男性	3,171名	3,097名	3,021名
	女性	70名	65名	65名
	合計	3,241名	3,162名	3,086名
社員数		11,460名	10,895名	10,725名
平均臨時雇用者数		9,573名	8,935名	8,487名
障がい者雇用者数		449名	423名	395名

※上記はヤマダ電機単体の人数

## 人材の育成と能力開発

ヤマダ電機における社員の能力開発と評価のものは、社内資格制度です。社内資格は、店舗での販売に必要な知識や経営理念などの知識を確認するものであり、年2回の試験を実施しています。

お客様へのサービス向上のための新入社員研修にも力を入れており、約3ヶ月間の研修で、接客や商品に関する基本的な知識を身につけられるようにしています。2008年度からは若手幹部社員にヤマダ電機の経営理念やCSRへの理解を深めてもらうための集合研修を外部有識者の協力のもと実施しています。

### ●各研修概要

	回数	参加人数	期間
店長・副店長研修	13回	380名	3日
新店研修	5回	70名	3日
リフォーム(スマニティ)研修	1回	48名	3日

※上記はヤマダ電機単体の人数

## 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(子供が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。



### ●特別休暇など取得者数

		2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度
育児休暇取得者数	合計	169名	164名	201名	204名	169名
	うち男性	5名	2名	4名	6名	2名
介護休暇取得者数		5名	8名	4名	7名	13名
時短勤務者数		82名	112名	100名	152名	148名
健康診断受診率		95.0%	94.3%	94.0%	95.1%	95.3%

※上記はヤマダ電機単体の人数

## 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。

### ●2015年度実績

	店長候補	副店長候補	主任候補	合計
認定人数	20名	30名	250名	300名

※上記はヤマダ電機単体の人数

## e-ラーニング教育

商品知識研修では足りない専門的な内容について、e-ラーニングで補足しています。営業本部の教育取り組み徹底事項としてその時々テーマに準じたコンテンツを用意、指定受講者を選定しています。その受講率は管理職の部下育成の評価項目に連動しています。そのため100%受講が徹底され、社員のスキル向上に貢献しています。



## 店長・副店長の管理技術向上のための礎生塾研修

店長・副店長の管理技術向上のために当社研修施設「礎生塾」での研修を実施しています。その内容はまず経営理念・実践要綱・CSRの理解にはじまり、管理職としてのコミュニケーション、リーダーシップのとり方とOJT教育の仕方をロールプレイングを通して習得。そして、シフトの企画・設計・運用を学びマネジメント技術を習得。また、管理者目線での店舗における損益管理の手法を学び、管理技術の向上を目指しています。

## 全員参加型経営による労使協調

ヤマダ電機では、労使間の対話を促進するため、毎月1回、労使協議会を開催しています。経営側からは売上高等の経営指標を労働組合側に提示し、その数字をもとに経営上の課題や問題点について労使間で話し合います。一方、労働組合側からは組合目線での現場巡回による情報共有および活動の報告などが行われます。

また、全員参加型経営の具体的な制度として、さまざまな立場の社員がヤマダ電機の経営上の課題を考え、それを解決するための提案を行う「改善提案制度」を2007年より導入しています。

## メンタルヘルスと健康管理

社員が持てる能力を最大限発揮してそれぞれの仕事に従事できるよう、メンタルヘルスと健康管理に対する啓発と指導を行っています。

メンタルヘルスについては、気軽に電話相談ができるよう医療機関と協力して相談窓口(フリーダイヤル)を設置しています。また、メンタルヘルスに関する正しい知識と万が一の場合の対処方法を習得するために、産業医による管理監督者向けのライフケア教育を実施しています。

健康面では、生活習慣病の予防を目的として定期健康診断を実施するとともに、その結果をもとにした特定保健指導を実施しています。

## 人権の尊重に対する考え方

2007年6月に策定したCSR倫理綱領の第5条において、人権に関する基本的な考え方として、お互いの人格や個性を尊重する企業であること、さらにハラスメント行為のない企業を目指すことを明記しています。CSR倫理綱領は、新入社員教育に使用されるテキストに掲載するなど、ヤマダ電機で働く上で必要な心がけとして、すべての社員に対して浸透を図っています。

グループ会社においても、各社の行動規範に人権尊重の経営姿勢を明記するなど、ヤマダ電機グループとして人権を尊重した経営姿勢を共有しています。

### TOPICS

## 株式会社九州テックランド 能力と個性を発揮できる共生社会の実現へ

九州テックランドでは、「障がい者の方が働きやすい職場にする取り組みが会社全体の働きやすい職場になる」と考えており、積極的な障がい者雇用を推進しております。個々の特性にあわせた業務内容や声かけなどの環境作りに配慮し、全員で行うことでコミュニケーションが図れており、就労する障がい者数も年々増加しています。2015年6月1日現在の雇用率は4.55%となり、鹿児島県より障害者雇用優良事業所として表彰を受けました。



## ハラスメントの防止

ヤマダ電機では、管理職を対象にした研修・勉強会等においてセクシャルハラスメントおよびパワーハラスメントに関するテーマを定期的に取り上げ、管理職が率先してハラスメントのない職場環境づくりに取り組むよう指導しています。

この「管理職が率先して取り組む」姿勢は、グループ各社でも共有しており、研修・勉強会・幹部会議などを活用し、まずは、幹部社員の意識から高めています。

## 女性活躍推進法への対応

今後の発展のためには、女性の活躍も欠かせない要素と認識しています。

女性活躍推進法の施行(2016年4月1日)に当たり、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。

### ● 行動計画

計画期間	2016年4月1日～2021年3月31日(5ヵ年)
当社の課題	(1)管理職に占める女性の割合が少ない (2)主要業務である家電販売に従事する人の割合が、女性は男性に比べてやや少なく、管理職を目指す人の割合も同様に女性はやや少ない
目標	一般職から管理職に昇格する者に占める女性の割合を、社員の男女比と同じ15%にする
取り組み内容および実施時期	(1)男女役割分担の意識改革に努め、家電の接客販売に従事する人の割合において男女差をなくす 2016年 4月 全店の社員部門配置状況を地域別に集計、数値化 5月 社内関係部署で結果を共有、適宜配置転換を実施 2016年10月 再集計(以後、半期に1度の集計と社内共有を継続)  (2)社内の管理職候補者教育を修了し、認定候補者となる女性社員を増やす 2016年 4月 昨年度の認定者を発表 地域別の男女比を社内でも共有 2016年10月～当年の候補者教育開始 2017年 4月 認定者を発表 (以後、毎年同様に実施)  (3)女性の管理職候補者に対し、キャリア研修を実施 2016年 4月～研修内容を検討、研修の目的や目標を具体的に決める 5月～目的・目標に照らして、当年の研修対象者を選抜 10月 第1回キャリア研修実施 11月 第2回キャリア研修実施 (以後、毎年同様に実施)

### ● 女性活躍に関する情報

	2015年3月末時点
管理職に占める女性の割合	2.1%
過去3年間の昇格者に占める女性の割合	4.9%

## いじめ解決のための啓発活動「プロジェクトY」への参加

「プロジェクトY」とは、公益社団法人人権啓発センターが主催する、いじめの解決のための社会づくりを目的とした実効的な啓発活動の取り組みです。2013年に制定された「いじめ防止対策推進法」を踏まえ、社会に対して、いじめの防止、早期発見、対処などを啓発するもので、ヤマダ電機もこのプロジェクトに参加しており、店舗での啓発ポスター掲示によるいじめ防止の呼びかけや、電話相談窓口の周知等を行っています。

## 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げの優秀な店舗、法人営業所、売上げ上位者個人、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。2015年度は計51名、21の店舗や営業所が表彰されました。



## グループ会社の取り組み

### (株)ベスト電器

#### 女性活躍推進委員会を設置

ベスト電器では、店舗や本社、関連会社の女性役職者を中心とした18名のメンバーで、「女性活躍推進委員会」を設置しています。これはベスト電器のグループ会社を横断する会議で、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。2ヶ月に1回集まり、女性が働きやすい環境を築く上での課題点を全員で洗い出して議論しています。2015年度は、就労支援制度に関する提言をまとめ、ポスター等による周知活動や就労関連規程の改訂を実現させるなど、積極的な活動を行っています。

## 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、年間売上げの優秀な店舗や営業所を表彰する「特別社長賞」、売上げ上位の個人への「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。



### (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、所属部署や年齢等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。

2015年度からはキッチンメーカーと共同で「キッチン収納」のコンセプトを盛り込んだオリジナル食器棚の開発(継続中)や、各「収納提案」の販売推進策の検討などにも取り組んでいます。

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。

引き続き、使い勝手や機能向上など暮らしの変化に対応するとともに、より完成度を高めるための改善に取り組んでいきます。



## 社有車利用における安全管理

ヤマダ・エスバイエルホームは、支店総務責任者、安全運転管理者、副安全運転管理者を対象に、交通事故削減を目的とした「交通事故削減研修」を実施しています。

発生した過去の事故報告および損保会社データ等をもとに策定した事故削減プログラムにより、交通事故再発防止策を集中的に実践、習慣化させることによって、事故を効率良く削減させるための取り組みです。

2015年度から新しい車両管理システム(e-テレマ)を導入しました。日々、急発進、急減速、スピードの出し過ぎのデータを抽出し、個人別に注意・指導を行うことにより、社有車の交通事故が、前年と比較して約40%削減できました。

### (株)ハウステック

#### 人材育成と能力開発の研修

ハウステックは人材の育成と能力開発に対して、営業部門、CS(顧客満足)部門を中心に研修を実施しています。2015年度は、下記の研修内容を実施しました。

研修名	概要
新入社員研修	会社のルール・マナーおよび商品知識などに関する研修
営業力強化研修	ロールプレイングによる個別提案型商談スキルの取得
マネジメント強化研修	優秀事例の共有化、共通課題解決に向けた実践策の立案、実践、フォローに関する研修
ショールームアドバイザー研修	・商品知識勉強会 ・マナー研修 ・ショールームアドバイザーリーダー研修
重点資格取得講座	・浄化槽設備士資格 ・キッチンスペシャリスト資格
エコキュート講習	エコキュートに関する研修
温水洗浄便座講習	温水便座構造・修理方法に関する講習
CS基礎、フラッシュアップ研修	CS本質と対人能力の基本のフラッシュアップ研修

# 地域社会との共生

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。

## ヤマダ電機の社会貢献活動

ヤマダ電機では、地域社会とともに発展していくという基本方針のもと、地域社会に役立つ情報発信や活動支援などを推進し、積極的な社会貢献活動を展開しています。2012年2月に設立した「山田昇記念財団」においても独自の社会貢献活動を推進しています。

### ➡ 「上州将棋まつり」

2016年1月3日、4日の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2016」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、2,122名にご来場いただきました。



会において、将棋界で活躍する女性にスポットライトを当て、女流棋士が輝ける場所と機会を提供し、ひいては将棋界全体の興隆にもつながるようとの思いを込めたものであります。

予選から若手女流棋士16名（アマチュア1名含む）が熱戦を繰り広げ、本戦トーナメントでは多くのお客様に会場へお越しいただきました。また「ニコニコ動画」による大会の生中継も実施され、延べアクセス数は63,000件以上を数えるなど、多くのお客様に大会をお楽しみいただくことができました。



### ➡ 「安全・安心まちづくり運動」イベントを開催

2015年4月25日、LABI1高崎「LABI Garden」にて、群馬県防犯協会と群馬県交通安全協会のご協力をいただき、「安全・安心まちづくり運動」のイベントを開催いたしました。

このイベントは、防犯思想の普及・浸透を図り、犯罪防止・不審者対策や、交通ルールの遵守、正しい交通マナーの実践を習慣付けることを目的に毎年春の交通安全運動に合わせて開催しています。ヤマダ電機は、今後も地域の皆様とともに、安全・安心まちづくりについて考え、貢献するイベントや取り組みを積極的に行ってまいります。

### ➡ 「第1回女子将棋YAMADA チャレンジ杯」

2015年8月23日、LABI1高崎の4階「LABI Gate」にて、「第1回女子将棋YAMADAチャレンジ杯」（主催：日本将棋連盟、特別協賛：株式会社ヤマダ電機）が開催されました。当社はこれまでCSR活動の一環として「上州将棋祭り」や「ヤマダ子ども将棋教室」に取り組んできた経緯を踏まえ、新たな取り組みとして、日本の伝統文化「将棋」のさらなる普及・発展を目的に開催いたしました。本大会は、女性の社会進出が叫ばれる現代社

### ➡ ヤマダ電機女子陸上競技部による「ふれあいランニング教室」開催

2015年12月14日、多賀城市立八幡小学校（宮城県多賀城市）にて、小学4年生50名を対象にヤマダ電機女子陸上競技部による「ふれあいランニング教室」が開催され、生徒たちへ走る楽しさを伝えました。

このランニング教室は、スポーツ活動を通じた復興支援を目的に、全日本実業団女子駅伝に参加したチームが駅伝コース沿いの小学校で開催しているものです。



## TOPICS

## 公益財団法人 山田昇記念財団活動紹介

ヤマダ電機は2013年に創立40周年を迎えました。今までのお客様のご支援・ご愛顧に感謝し、株式会社ヤマダ電機の創業者である山田昇（現代表取締役会長）と株式会社ヤマダ電機は、2012年2月10日に一般財団法人山田昇記念財団を設立しました。設立後2年間の事業活動の実績をもとに、2014年9月より「公益財団法人山田昇記念財団」として認定され、新たなスタート切りました。

公益財団法人山田昇記念財団では、子供たちの健全な育成、交通安全対策、並びに災害支援など、地域社会へ貢献する各種事業活動を実施しております。

### 1. 自然体験活動 計4回実施

#### 【目的】

赤城自然園のフィールドで、自然に触れる機会を提供し豊かな感性を育み、健やかな成長や心身の快適性を向上させ保養効果を高めることを目的に自然体験プログラムを実施。

#### 【概要】

群馬県内の子供たちを招待し、群馬県渋川市の「赤城自然園」での自然体験会をこれまで4回実施しました。専門スキルを持ったインストラクターの指導のもと、参加者は生き物たちの暮らしの観察を行ったり、高い木に登って普段とは全く違う目線から森を感じるツリーイングを行うなど、自然体験を心と身を使って楽しみました。

#### プログラム1 昆虫や植物観察



生き物たちは、厳しい自然環境の中で、生きるためにさまざまな工夫をしています。なかなか触れることのできない昆虫や植物を身近に感じながら赤城自然園の中を散策。

#### プログラム2 ツリーイング



ただ木を見上げるだけではなく、木に肌で触れ、全く違う目線で森を感じるツリーイング。ロープとハーネスを使い、安全にかつ大人数で木登りができます。

#### プログラム3 ネイチャーゲーム・クラフト



目を閉じて耳を澄まして鳥の声や草の匂いを感じたり、木の実や枝を使用して作品を作りながら、五感によるさまざま自然体験を行います。

#### プログラム4 ポニーの引き馬体験



みんなで交代しながら、手綱で引かれたポニーの背にゆられながら赤城自然園の中をゆっくり歩きます。一緒に歩きながらポニーについてのお話を聞いたり、ポニーに食べ物をあげたり、ポニーと触れ合います。

### 2. 交通事故防止活動

#### 【目的】

子供たちを交通事故から守るために、交通事故の総数を減らし重大事故の発生を抑えることを目的とし、交通安全運動などの啓蒙を行う。

#### 【概要】

群馬県内の幼稚園や高校等で子供たちの送迎用に使用している車両に対し、ドライブレコーダーの導入を支援して安全運転の啓蒙を行っています。事故の防止だけでなく、大きな事故につながる可能性があるヒヤリハットの事象を学ぶなど、安全な地域社会づくりを支援しています。

2015年度は、学校法人や幼稚園、児童養護施設、特別支援学校などの施設に計96台のドライブレコーダーを寄贈しました。これまでの累計寄贈数は212台となっています。

#### 第4回 ドライブレコーダー機器寄贈先一覧（18団体 48台）

幼稚園	1園	特別支援学校	3校
高等学校	13校	児童養護施設	1施設

#### 第5回 ドライブレコーダー機器寄贈先一覧（19団体 48台）

幼稚園	19園	児童養護施設	1施設
-----	-----	--------	-----

## ヤマダ電機女子陸上競技部 森川監督による講演会の開催

2016年3月6日、ヤマダ電機女子陸上競技部の拠点があり、後援会も組織されている群馬県吉岡町の吉岡町文化センター大ホールにおいて、よしおか健康No.1プロジェクト事業「健康No.1体験発表会及び講演会」が開催され、約400名が参加しました。第1部の吉岡町民の健康づくり「体験発表会」に続き、第2部ではヤマダ電機女子陸上競技部の森川賢一監督による「ほどほどで、健康満足人生の作り方」と題し、健康・体力づくりを60%程度の力で無理なく毎日継続することの大切さについて講演しました。

今後もヤマダ電機は、CSR経営の一環として女子陸上競技部の活動を通じ、地域貢献に取り組んでまいります。



## 第5回ヤマダ電機杯を開催

2015年11月22日、高崎浜川競技場および周辺コースにて、高崎市内の小学1年～6年生とともに、福島県南相馬市の子供たち約500名が参加し、ヤマダ電機主催による駅伝大会が盛大に開催されました。

今回は「ヤマダ電機杯」として第5回目の開催となり、女子陸上競技部の選手も参加し、本社がある地元、高崎地域の小学生の健全な育成、教育支援とともに、スポーツを通しての地域活性化のため、高崎陸上協会と協力し開催しました。

ヤマダ電機はこれからも、陸上競技部の活動を通じ、子供たちの教育支援、スポーツ振興、地元地域の活性化のため、積極的に取り組んでまいります。



## グループ会社の取り組み

(株)ヤマダ・エスバイエルホーム

### 文部科学省委託事業への参加

ヤマダ・エスバイエルホームは、2013年に学校法人片柳学園 日本工学院八王子専門学校のキャンパスにスマートハウス実習棟を建設したことをきっかけに、産学連携の提携を締結するとともに、同校が参画する文部科学省委託事業「社会基盤分野の中核的専門人材養成プログラム開発プロジェクト」のメンバーとなっています。

2015年度はスマート技術専門部会の委員として、スマートハウスに関する専門技術者育成のために、専門学校の教育カリキュラムの編成および卒業後の資格制度として、一般社団法人家電製品協会、家電メーカーと協働で新資格制度「スマートマスター」の設立に参画しました。

「スマートマスター」とは、エネルギー問題やスマートハウス、家電製品の知識を幅広く必要とする資格で、特にカリキュラムの中の①スマートハウス概論、②スマートハウスのコア知識において、省エネ住宅、リフォーム工事、建築法規に関わるセッションの検討を行いました。

「スマートマスター」は「家電製品アドバイザー」「家電製品エンジニア」と並び一般社団法人家電製品協会認定センターの3つ目の資格として2015年度より導入されています。

### 京都大学との共同研究 包括的木構造への取り組み

ヤマダ・エスバイエルホームは、建築基準法における木質プレハブ工法を担う一社として、京大大学生存圏研究所生活圏構造機能分野教授 五十田博士と、木質接着パネルに関する共同研究に取り組んでいます。2011年度(信州大学工学部教授時)には木質ラーメン構造と木質接着パネルの融合の研究、2014年度には超高強度耐力壁に関する研究に取り組みました。

2015年度は、木質接着パネルに関する研究成果を踏まえ、社内の技術系社員を対象に研修を行い、特に木造軸組み工法や2×4工法といった一般木造と木質プレハブ工法の違いについて技術継承を行いました。また、2017年度以降に向けた当社独自の「木質接着パネル構法」の構法改善に関して、合同会議を10回開催し、実験結果の分析、改善策の策定などを行いました。

今後は2020年東京オリンピック開催に向けて、諸施設を木構造で建設を検討するという政府の方針を視野に入れ、多層構造、非住宅への木質プレハブ工法の可能性についての研究を進める予定です。



▲京都大学共同研究パネル

### 川崎医科大学との共同研究 建築医学への取り組み

ヤマダ・エスバイエルホームは、住まい手の健康を守るという課題に、業界の枠を越えて医学界と協働で取り組んでいます。2015年度は、川崎医科大学衛生学教授 大槻博士と、マイナス荷電粒子が優位な空間が人体に及ぼす影響を実証し、その成果を、科学と医学分野の一次研究論文を扱っている「PLOS ONE」に発表しました。

その成果とは、マイナス荷電粒子が優位な居住空間に一定時間滞在していると、ウイルス感染やがん細胞に抵抗する「NK細胞」が活性化し、人体の免疫力が向上するというものです。人間は加齢に伴い免疫力が低下しますが、免疫力の向上を住空間が担うことができたとする画期的な成果です。

2015年12月13日には、同じく産学提携先である日本工学院八王子専門学校の講義室で、オーナー様や、住まいを検討中のお客様を対象に、大槻博士の10年間にわたる研究成果や2015年に実証した成果を交えて健康増進に向けた講演を開催しました。

今後は高齢化社会における健康寿命を延ばすという社会的使命に向かって、さらに研究を進めるとともに、戸建住宅や高齢者施設、また既存住宅等へ展開していく予定です。



▲セミナー風景

(株)シー・アイ・シー

### 地域とともに歩む 環境美化活動

シー・アイ・シーは、公益社団法人群馬県環境資源保全協会(高崎支部)に所属し、地域の皆さまとともに環境美化活動を行っています。

群馬県が推進する「美しいふるさと群馬づくり」の活動に積極的に参加し、5月・6月の「春の環境美化月間」と9月・10月の「秋の環境美化月間」では従業員6名が清掃活動に参加し、ごみの不法投棄や減量化、植栽・植林等呼びかけの普及啓発等を実施しました。今後も地域社会の一員として積極的に地域環境活動に従事していきます。

コスモス・ベリーズ(株)

### 量販店と地域店との共生で地域活性化

コスモス・ベリーズは、「量販店と地域店の共生」を実現するため、全国に広がる地域加盟店にヤマダ電機独自の店舗やサービスネットワークを活用した運営の仕組みやノウハウを共有しています。これにより地域店単独では実現し得なかったスケールメリットを活用できるようになり、従来の地域密着の営業で培ってきた顧客との信頼関係や、小回りの利くフットワークを強力な武器に「地域に役立つ店」づくりを充実させ、地域の活性化に貢献しています。こうした「共生」の関係を、家電販売店だけでなく、さまざまな業態に広げられるよう積極的に提案を進めています。



### ローカルプラットフォーム事業

少子高齢化、人口減、ネットの浸透といった社会ニーズが刻々と変化中、地域密着店を求める顧客は増えていますが、地域密着店はどんどん減っているのが現状です。また、国の方針として、地方創生、地域活性化を掲げています。

当社の地域加盟店が持っている高齢者世帯を含めたお客様のお困りごとを何でも相談を受け、お店はその地域で信頼できるほかの業種の地域密着店とネットワークを結び、お客様のお困りごとを解決します。コスモス・ベリーズは、お客様のお困りごとを解決するローカルプラットフォーム事業を進めています。

### ものづくりにこだわったメーカーを応援

ものづくりの選択と集中の流れの中で、お客様にとっては必要な商品までもがなくなっています。一方では それをひとつのチャンスととらえ、お客様のニーズに合ったこだわった商品をさまざまなルートで作り始めています。ただし、このような商品は生産量に限度があり、また、ひとつの商品にこだわりがあるため、大切に販売してくれる専門店や、限られたセレクトショップに供給される傾向にあります。

コスモス・ベリーズはそうした商品をコスモス・ベリーズのネットワークと融合し、ヤマダ電機のスケールメリット、さらに量販店には供給できないこだわった商品を提供することにより、加盟店様のお客様のニーズに対応できるようにしていきたいと思っています。

# 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。迅速な経営の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。

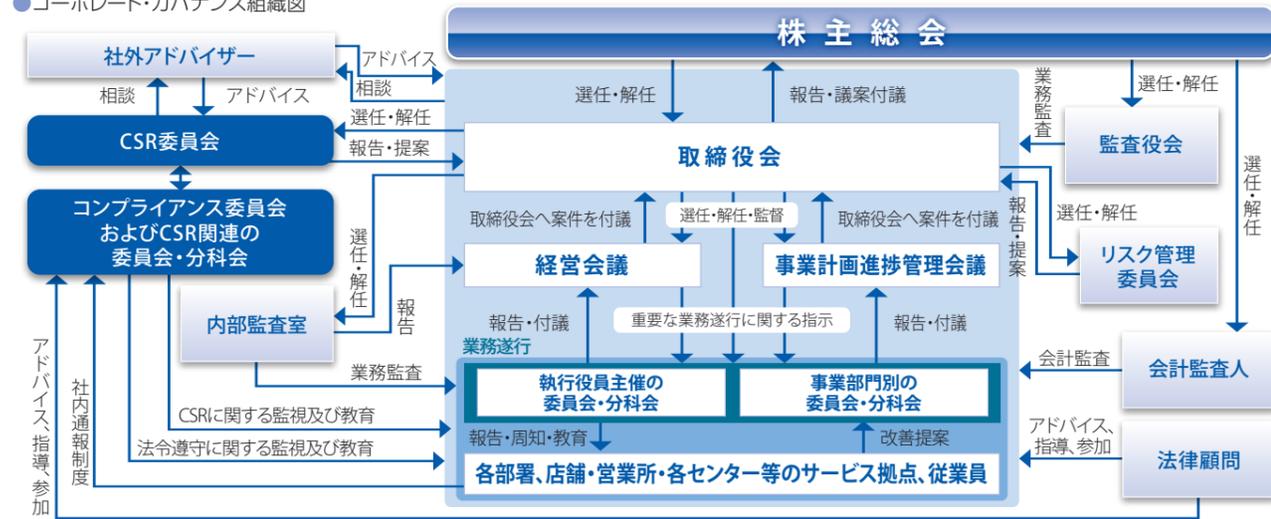
### 経営方針としてCSR経営を実践

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、各事業部門並びに各種委員会・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)を経営理念の中核にすえ、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4名が日常の監査業務や、たな卸し業務の立会等、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。

2016年3月31日現在

### グループとしてのガバナンス体制強化

ヤマダ電機グループは、ヤマダ電機を中核企業と位置付けたグループトータルでのガバナンス体制を構築しています。ヤマダ電機は、グループ各社に必要なに応じて取締役および監査役の派遣を行っているほか、営業・損益・財務等経営状況に関する月次報告の実施や週次営業活動およびコンプライアンス関連の報告・定期的な内部監査の実施等を通じて、グループ全体に対する管理監督機能を果たしています。また、ヤマダ電機とグループ各社の間で「関係会社基本規約」を締結しています。

### ガバナンス強化に向けリスク管理委員会を設置

ヤマダ電機グループでは、グループ全体の経営の健全性・安定性を確保するため、内部統制システムを適切に運用し、リスク管理にも取り組んでいます。

2015年6月に、新たにリスク管理委員会を発足し、これまで個別に対応してきた各リスクに対して、会社全体の経営リスクとしてとらえ、リスク管理の強化に取り組んでいます。

委員は各業務執行取締役で構成し、総務本部にリスク管理委員会事務局を設け、毎月1回委員会を開催しています。また、活動内容は必要に応じて取締役会にて報告を行っています。

主な検討内容として

- ①経営に影響を及ぼすおそれのある重大リスクへの対策・体制の整備・運用
  - ②各事業部内に内在するリスクへの対策・体制の設備・運用
  - ③新法・改正法の対応体制の設備・運用 など
- 今後もヤマダ電機グループは、リスク管理体制の整備と強化に取り組んでいきます。

### 【社外取締役メッセージ】



得平 司  
株式会社クロス 代表取締役

ヤマダ電機の社外取締役として、①ステークホルダーに対してヤマダ電機がコンプライアンスを厳守し業界発展に寄与できるか、②常に顧客視点の立場から顧客に支持される企業づくりができていくか、③ヤマダ電機の経営が常にナンバーワン企業として相応しい健全なものであるか、④ヤマダ電機の多くの店舗や子会社においてガバナンス（統治）が適切なものであるかどうか、を常にチェックしています。

社外取締役としてヤマダ電機を見た場合、素晴らしいと感じる点は3つあります。1つ目は経営の意思決定から実行までのスピードの速さで、取締役会や経営会議等で決定されたことは素早く実行されます。2つ目はIT機器を使ったシステムの構築で現場のいろいろな問題点がすぐに表面化され、表面化した課題に対して担当者がすぐに現地に行き、3現主義で解決する点。3つ目は、経営トップである会長、副会長、社長が現場を良く回り、経営判断が的確で素早く、さらに組織がフラットで大企業でありながら俊敏な経営ができていくことです。

今後は、厳しい環境の中でも新しい市場開発に挑戦していく企業づくりが行われるかどうか、また、常に高い生産性のある企業であるように、業務改革の進捗と成果についてもチェックしたいと思います。

ステークホルダーの皆様には、ヤマダ電機が家電業界のナンバーワン企業にふさわしい業績と社会責任を果たせるように、社外取締役として役割を果たしたいと思います。

### TOPICS

## コンプライアンス徹底に向けた取り組み

近年当社に関連のある法分野で改正が続いていることから、コンプライアンス委員会を通じ、特に重要な項目について対応を強化しております。2015年度は複数のテーマを設けた上、関係者全員に参加を義務付けた勉強会を複数回にわたって実施し、社員の意識向上に努めました。また、景品表示法改正に伴い、ヤマダ電機グループでは、適正かつお客さまにとってわかりやすい価格表示を行う目的として、2016年に「景品表示管理部」を設置しました。関係部署向けの勉強会を実施、相談窓口の設置などを通じて、広告表示についての理解促進、意識啓発およびスキル向上に取り組んでいます。

今後も引き続きコンプライアンスの徹底に向けて、グループ全体で取り組みを推進していきます。



▲景品表示法勉強会

# 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並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、必要に応じて改善等を実践しています。2015年度は、以下のテーマについて検討しました。

### ●コンプライアンス委員会テーマ(2015年4月~2016年3月)

2015年	4月	・景品表示法に関する勉強会の実施
	5月	・反社会的勢力への対応体制の整備
	6月	・パワハラ・セクハラ防止研修会の実施
	7月	・労務上のコンプライアンス体制の強化
	8月	・下請法に関する勉強会の実施
	9月	・情報セキュリティ体制の強化
	10月	・各部署におけるコンプライアンス体制の整備
2016年	11月	・インサイダー取引防止に関する勉強会の実施
	12月	・マイナンバー制度に関する勉強会の実施
	1月	・情報セキュリティ体制の強化
	2月	・各種許認可におけるコンプライアンス状況の確認
		・労務上のコンプライアンス体制の強化
	3月	・法改正施行を踏まえた景品表示法勉強会

## ▶ さまざまなリスクに備えた管理体制の構築

リスクの発生・防止に関する管理体制の整備と発生したリスクへの対応についてリスク管理基本規程を制定し、部署ごとのリスク管理マニュアルを作成しています。

東日本大震災の経験から、携帯電話を利用した社員の災害時安否確認システム導入、新型インフルエンザの流行を踏まえての予防接種等、リスク管理マニュアルは、近年実際に発生したさまざまなリスクを反映させるために絶えず見直し、改訂を行っています。

## ▶ グループCSR会議の実施

ヤマダ電機グループでは、これまでヤマダ電機を中心に実施してきた「感謝と信頼」に基づくCSR経営をグループ全体で実践し、環境問題や社会課題に事業を通じて貢献していくことを目的に、毎月ヤマダ電機グループCSR会議を実施しています。

ヤマダ電機グループの一員として、グループ各社においてもヤマダ電機の経営理念とCSR方針を共有し、経営面の業績だけでなく、顧客満足、環境、労働、コンプライアンス、従業員満足などのCSR経営を実践していくことで、ヤマダ電機グループ全体としての信頼を高めていきます。

## ▶ 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て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等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、安全管理責任者等を選任し、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。

2015年度もISMSの管理項目の確認や情報漏えいの防止のため、関連部署が集まり定期的な勉強会を実施しました。



# 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月にお取引先様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。

## ▶ 公正で持続的なお取引に向けて

### CSR倫理綱領の遵守

ヤマダ電機では、2007年6月に制定したCSR倫理綱領第4条において公正な取引を行う決意と基本的な考え方を明示しており、お取引を行うビジネスパートナーの皆様と、独占禁止法等に基づき、公正な取引を実施するように努めています。事業の拡大に応じてお取引先企業数が増加しており、引き続き公正な取引を徹底できるように、社内での研修や確認を進めていきます。

### コンプライアンス勉強会の開催

お取引先企業との接点が多い商品部所属の社員を主な対象とした、コンプライアンス勉強会を随時開催しています。勉強会では、独占禁止法や下請法等に違反した企業の過去事例を具体的に挙げながら、どのような行為が公正な取引から外れるのかなどについて教育を行っています。

## ▶ 第4回CSRアンケートの実施

2010年度より、ヤマダ電機はISO26000を踏まえた取り組みを開始しました。ISO26000では、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ます。ヤマダ電機では、お客様が購入される商品の全ライフサイクルにわたり、社会・環境・ガバナンス等のコンプライアンスを推進することを目的に、2012年度から主要お取引先およびグループ会社全社を対象に、コンプライアンス状況の確認のための「CSRアンケート」調査を行っています。アンケート内容は、ISO26000およびサプライチェーン全体で労働・環境状況を継続的に改善することを目的としている国際的な取り組みGSCP(Global Social Compliance Program)などを参照し、作成しています。

第4回CSRアンケート結果では、お取引先とヤマダ電機グループ会社ともに実施率が高まっており、「ヤマダ電機取引方針」が浸透しつつあります。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いてCSRの取り組みを推進していきます。

### 第4回「CSRアンケート」実施概要

- **対象社** ・ヤマダ電機グループ会社全社  
・ヤマダ電機主要お取引先
- **実施期間** ・ヤマダ電機グループ会社  
2015年5月末~2015年6月中旬  
・ヤマダ電機主要お取引先  
2015年6月末~2015年7月初旬
- **回答率** ・ヤマダ電機グループ会社: 100%  
・ヤマダ電機主要お取引先: 77.8%

### ヤマダ電機取引方針(2011年10月制定)

ヤマダ電機では、社会全体の持続的な発展をめざし、業務のバリューチェーン全体にわたって以下の方針に基づき事業を運営されている企業・組織との取引を推進しています。

- 企業倫理に基づいて、適用される現地法令及び関連する国際ルールを遵守している。
- 環境法令に遵守し、環境負荷の軽減に向けた配慮を継続して実施している。
- すべての人々の人権と個人の尊厳を尊重し、労働や社会面の法令を遵守して、公正な取引を継続して実施している。

# 会社概要

## 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(2016年3月)
総資産額	連結1兆1,467億円(2016年3月)
自己資本比率	連結46.6%(2016年3月)
従業員数	連結19,183名*(2016年3月)
発行済株式総数	966,489,740株(2016年3月)

※平均臨時雇用者数を除く

## グループ会社一覧(2016年3月31日現在)

### ■連結子会社

南九州ヤマダ電機株式会社  
 株式会社沖縄ヤマダ電機  
 株式会社シー・アイ・シー  
 株式会社ヤマダエコソリューション  
 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  
 株式会社ヤマダ・エスバイエルホーム  
 エス・バイ・エル住工株式会社  
 コングロエンジニアリング株式会社  
 エースホーム株式会社  
 エス・バイ・エルハウジング株式会社

株式会社ベスト電器  
 株式会社ベストクレジットサービス  
 株式会社J・スタッフ  
 株式会社ベストサービス  
 株式会社ベストフィナンシャル  
 株式会社ビー・ピー・シー  
 株式会社リペア・デポ  
 株式会社黒川デンキ  
 BEST DENKI MALAYSIA SDN.BHD.  
 BEST DENKI (SINGAPORE) PTE.LTD.  
 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  
 株式会社ワイズセレクト  
 山田電機(瀋陽)商業有限公司  
 山田電機(中国)投資有限公司

### ■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・ウッドハウス



## グループネットワーク

(2016年3月31日現在)

都道府県別直営店舗数	
北海道	50店
青森県	10店
秋田県	11店
岩手県	12店
宮城県	18店
山形県	12店
福島県	15店
栃木県	16店
茨城県	14店
群馬県	19店
埼玉県	37店
千葉県	39店
東京都	52店
神奈川県	39店
新潟県	20店
富山県	13店
石川県	9店
福井県	6店
長野県	20店
山梨県	5店
静岡県	14店
岐阜県	10店
愛知県	45店
滋賀県	8店
大阪府	37店
京都府	14店
兵庫県	32店
三重県	11店
奈良県	8店
和歌山県	5店
鳥取県	5店
島根県	8店
岡山県	20店
広島県	14店
山口県	17店
愛媛県	8店
高知県	10店
香川県	12店
徳島県	9店
福岡県	78店
佐賀県	17店
大分県	20店
長崎県	18店
熊本県	34店
宮崎県	21店
鹿児島県	20店
沖縄県	16店
<b>合計</b>	<b>928店</b>

都道府県別の店舗数にFC店は含まれません。

国内直営店舗数	
ヤマダ電機	637店
南九州ヤマダ電機	4店
沖縄ヤマダ電機	7店
マツヤデンキ	86店
星電社	7店
ワイズセレクト	5店
九州テックランド	30店
Project White	9店
ベスト電器	143店
<b>直営店</b>	<b>合計 928店</b>

国内FC店舗数	
コスモス・ベリーズFC	10,872店
ベスト電器FC	178店
マツヤデンキFC	34店
<b>合計</b>	<b>11,084店</b>

海外店舗数	
直営店舗	19店
FC店舗	56店
<b>合計</b>	<b>75店</b>



# ヤマダ電機グループ 店舗ネットワーク 12,087店舗