



ヤマダ電機

CSR REPORT 2008



会社概要

会社名	株式会社ヤマダ電機	
代表者	代表取締役会長 山田 昇 代表取締役社長 一宮 忠男	2008年 6月27日 予定 より
本社所在地	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705億円(2008年3月)
総資産額	連結7,507億円(2008年3月)
自己資本比率	連結43.2%(2008年3月)
従業員数	連結10,102名(2008年3月)
発行済株式総数	96,391,142株(2008年3月)

グループ会社一覧

会社名	主な事業内容
(株)ヤマダ電機	国内有名メーカーおよび海外有名メーカーの家庭電化製品ならびにオーディオ機器・健康器具・介護関連機器・OA機器の販売と修理、ビデオソフトレンタル、ソフト・書籍の販売。
連結子会社	主な事業内容
(株)ダイクマ	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。2002年にヤマダ電機グループに参加したディスカウントストア。
南九州ヤマダ電機(株)	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。鹿児島県での店舗展開。
(株)関西ヤマダ電機	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。関西地区での店舗展開。
(株)沖縄ヤマダ電機	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。沖縄県での店舗展開。
コスモス・ベリーズ(株)	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。「コスモス・ベリーズ・FC」での地域密着による店舗展開。
(株)中四国テックランド	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。中国・四国地区でのFC店舗展開。
(株)東九州テックランド	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。大分県での店舗展開。
(株)シー・アイ・シー	廃家電の処理からリユース商品の整備・再販、東日本地区の商品配送、取付工事業務。
(株)クラムエンターテイメント	西日本地区の商品配送、取付工事業務。
インバースネット(株)	主に中古パソコンのリユース・リサイクル。通信機器、電気機器等の製造およびヤマダ電機への販売。
(株)KOUZIRO	主にオーダーメイドパソコンの製造・ヤマダ電機への販売。
(株)ふれっそホールディングス	(株)マツヤデンキ、(株)星電社、サトームセン(株)の株式保有。

連結子会社	主な事業内容
(株)マツヤデンキ	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。
(株)星電社	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。
サトームセン(株)	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。
非連結子会社	主な事業内容
(株)ヤマダプロードバンド	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。プロードバンド関連商品・サービス。
(株)ヤマダハウジング	建築物の修繕・リフォーム業務。
(株)ワイ・ジャスト	ヤマダ電機への不動産の仲介および資料交渉。
(株)ヤマダフィナンシャル	クレジットカード事業、保険事業などの金融サービス事業の展開。
(株)テス	商品の配送および取付工事。
(株)テックサイト	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。
(株)群馬総合設備	建物の空調設備工事、電気工事業務。
(株)東海テックランド	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。
(株)キムラヤセレクト	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。
関連会社	主な事業内容
(株)九州テックランド	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。

ヤマダ電機グループ店舗ネットワーク

(2008年3月31日現在)

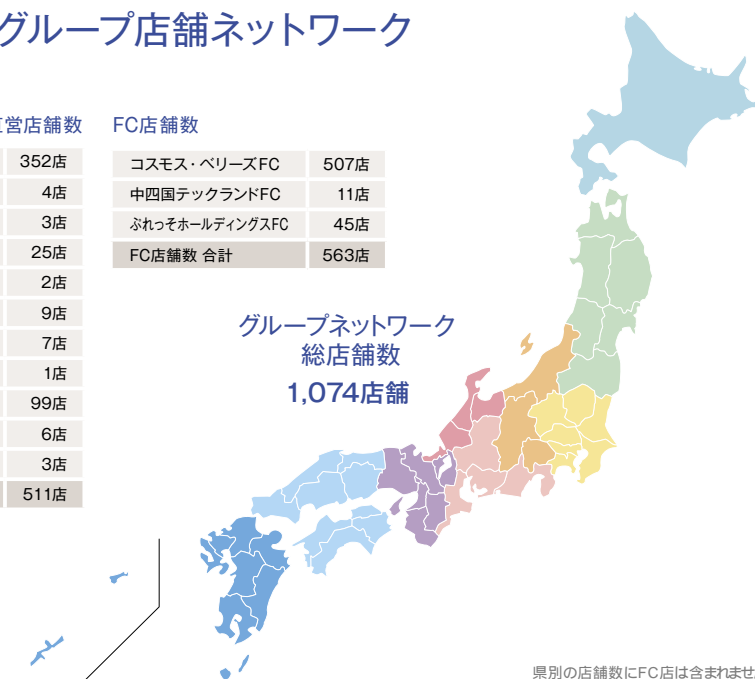
ヤマダ電機グループ直営店舗数

ヤマダ電機	352店
南九州ヤマダ電機	4店
関西ヤマダ電機	3店
ダイクマ	25店
沖縄ヤマダ電機	2店
中四国テックランド	9店
テックサイト	7店
東九州テックランド	1店
ふれっそホールディングス	99店
キムラヤセレクト	6店
東海テックランド	3店
直営店 合計	511店

FC店舗数

コスモス・ベリーズFC	507店
中四国テックランドFC	11店
ふれっそホールディングスFC	45店
FC店舗数 合計	563店

グループネットワーク
総店舗数
1,074店舗



都道府県別グループ直営店舗数一覧

北海道	29	滋賀県	5
青森県	4	京都府	9
岩手県	5	大阪府	33
宮城県	10	兵庫県	28
秋田県	5	奈良県	4
山形県	7	和歌山県	3
福島県	6	鳥取県	2
茨城県	13	島根県	2
栃木県	8	岡山県	5
群馬県	16	広島県	7
埼玉県	29	山口県	8
千葉県	26	徳島県	7
東京都	41	香川県	6
神奈川県	33	愛媛県	6
山梨県	2	高知県	8
長野県	13	福岡県	17
新潟県	10	佐賀県	3
富山県	6	長崎県	4
石川県	6	熊本県	7
福井県	4	大分県	4
岐阜県	7	宮崎県	4
静岡県	10	鹿児島県	5
愛知県	35	沖縄県	2
三重県	7	合計	511

県別の店舗数にFC店は含まれません。

目次

■ 会社概要	2	■ ガバナンス・コンプライアンス	
■ 目次・編集方針	3	■ コーポレートガバナンス	20
■ トップコミットメント	4	■ コンプライアンス	21
■ 特集Ⅰ		■ 経済性報告	
■ ヤマダ電機のこれまでとこれから	6	■ 経済パフォーマンス	22
■ ヤマダ電機のCSR	8	■ 社会性報告	
■ 特集Ⅱ		■ お客様とのかかわり	23
■ CSR経営有識者懇談会	10	■ 株主・投資家の皆様とのかかわり	24
■ 特集Ⅲ		■ お取引先の皆様とのかかわり	25
■ 環境への配慮	14	■ 社員とのかかわり	26
■ 地域社会との共生	16	■ 地域社会とのかかわり	27
■ ヤマダ電機のステークホルダー	18	■ 環境報告	
		■ 環境への取り組み	
		■ ヤマダ電機の環境への取り組み	28
		■ 事業を通じた環境負荷低減の取り組み	29
		■ 自社の環境負荷低減	30

編集方針

本報告書は、ヤマダ電機のCSR (Corporate Social Responsibility : 企業の社会的責任) 活動に関する報告書です。経済・社会・環境に関する取り組みをステークホルダーの皆様にご報告し、コミュニケーションを図りながら、当社のCSR活動への取り組みをより深化させていくことを、本報告書の目的としています。

特集では、当社とCSRのかかわりに関する特徴的な取り組みに加え、第1回報告書であることから、当社の沿革やCSRの考え方を説明しています。個別報告では、当社のCSRにかかわる各要素について説明しています。

ガバナンス・コンプライアンス

当社の経営組織、コンプライアンスへの取り組みについて報告しています。

経済性報告

当社の事業の概況を示す経営データを中心に現在の事業の状況を報告しています。

社会性報告

ステークホルダーのうち、お客様、株主様、お取引先、社員、地域社会とのかかわりについて、当社の取り組みを報告しています。

環境報告

当社の環境への取り組みに関する制度や体制、事業を通じた環境負荷低減の取り組み、自社の環境負荷についてのデータおよび環境負荷低減のための取り組みについて報告しています。

対象範囲

本報告書では、ヤマダ電機グループ (連結) を対象にしていますが、一部データについては株式会社ヤマダ電機の活動を対象に報告しています。

対象期間

2007年4月1日～2008年3月31日を主な報告対象とし、2008年4月以降の重要な情報を反映しています。

発行日

2008年6月

本報告書の作成にあたっては、GRI®の「Sustainability Reporting Guidelines 2006」を参考にしました。

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。

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 担当室 〒370-0841 群馬県高崎市栄町1-1 TEL 027(345)8181 (代表) FAX 027(345)8824

「創造と挑戦」に「感謝と信頼」を加えた CSR経営を推進してまいります。

ヤマダ電機は、今年創立35周年を迎えます。1973年に夫婦2人ではじめた小さな電気店が、現在では従業員が1万名を超え、売上高1.7兆円強の企業に成長することができました。これもお客様、株主の皆様、お取引先の皆様、そして社員やその家族、地域の方々を含めたさまざまな関係者の皆様のお力があってのことです。このような関係者の皆様とのかかわりを改めて認識し、業界のリーディングカンパニーとしての社会的な責任を意識した経営を進めています。2007年、当社の創業以来の経営理念「創造と挑戦」に「感謝と信頼」を加え、CSR経営を経営戦略の最重要課題のひとつに掲げました。本報告書は、当社のCSR報告書の第1回目として発行するものです。

ヤマダ電機の経営理念

ヤマダ電機では、「高い品質の製品をお求め易い価格で」というコンセプトのもと、お客様第一主義の経営を実践してきました。このため、他社に先駆けて取り組んだ自主物流など独自の仕組みを「創造」とともに、新たな手法を試行錯誤のもと「挑戦」することにより、徹底した「ローコスト経営」を実現してまいりました。同時に、社会のさまざまな関係者の皆様との信頼関係を築き、環境問題や社会問題に、事業を通じて貢献していきたいと考えています。2007年は「CSR倫理綱領」を策定し、社長直轄のCSR委員会を毎週開催することにいたしました。また、外部の有識者の皆様からご意見をいただくため、四半期ごとにCSR経営有識者懇談会を開催しています。

4つの要素を軸にCSRの 目標設定

現在、当社のCSR経営においては、

コンプライアンス、労働、環境、顧客満足(CS)という4つのテーマを軸に、それぞれ目標を掲げて推進しています。CSR経営有識者懇談会でいただいた意見も、随時目標設定に反映し、進捗状況を把握しています。コンプライアンスは企業として当然のことですが、労働問題、環境問題では、今後より推進できる項目もあると考えています。また、CSR経営は、お客様の声を反映する顧客満足の上に成り立つものだと考え、CS向上に向けた社内教育等にも取り組んでいます。

具体的には、昨年より社員の働き易さを重視した仕組みに向けた改善、例えば休暇取得の推進に取り組み、離職率も徐々に減ってきています。企業経営において、さまざまな資源を最適化していくことが必要ですが、最も重要なのは人です。今後も社員の能力開発に加え、当社での働きがいを実感してもらう仕組みを構築していきたいと考えています。また環境問題では、すでに事業化を進めている家電製品のリユースやリサイクルに加え、地球温暖化問題においても、省エネ家電

の販売促進などによって貢献が可能であると考えています。現在、省エネ型家電の販売推進に向けた店舗での取り組みに励んでおりますし、エコポイントの導入も致しました。また、自社店舗での省エネや省資源にも取り組んでまいります。さらに、お客様のご意見に迅速に対応しCSを向上させるとともに、クレームを発生させない仕組みを構築するため、社員教育を徹底し、会社全体に顧客満足の意識を浸透させていくことを目指しています。

CSR経営の推進へ

CSR経営の推進は今後の当社の持続的な成長においても欠かせないものです。長期的には3兆円の売上げ規模の達成を目指していく中で、当社の事業を通じて関係者の皆様や、社会全体に向けた貢献を少しでも増やすことができればと願っています。

本報告書は、当社の現状を理解していただくため、社会・環境面の開示を重点にまとめました。忌憚のないご意見をいただければと存じます。

代表取締役会長兼CEO

山田昇



ヤマダ電機の これまでとこれから

ヤマダ電機は、昭和48年（1973年）に町の電気屋さん（「ヤマダ電化サービス」）としてスタートしました。個別訪問によりテレビを販売する電気店から、家電製品の量販店として事業を拡大し、2008年3月期には1兆7,678億円の売上を達成することができました。

当社では、個人電気店の時代から一貫してお客様第一主義のビジネスを続けています。家電量販店として、「高い品質の商品をお求めやすい価格で」お客様にご提供するために、社内ではローコスト経営を徹底してきました。社内の費用を削減するだけでなく、同時にお客様へのサービスを維持していくための仕組みをつくるため、情報システムを取り入れ、さまざまなサービスを標準化し、改革を続けました。また、会社経営で最も重要なのは人です。つまり、社員がやりがいを持って仕事をし、お客様によりサービスを提供し、自分自身の能力を高めていくことを目指してきました。お客様満足を軸にした社内資格制度をつくり、社員が能力を向上させるとともに、お客様満足の向上を両立できるようにしています。



1973年
ヤマダ電化サービス



東証一部上場祝賀会



1兆円製品モデルカタログ

ヤマダ電機の経営理念

「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。

経営計画

ヤマダ電機は、今後もお客様に支持していただけるサービスを充実し、売上高2兆円を目指して事業の拡大を進めていきたいと考えています。

年	主な経営関連事項
1983	株式会社ヤマダ電機設立
1984	「前橋南店」を開設し、本格的チェーン展開開始
1986	物流部門の強化と効率化のため「流通センター」を設立
1987	全店にPOSシステムを導入
1987	フランチャイズ店第1号として長野県佐久市に出店
1987	前橋市日吉町に本社を移転
1989	大型総合家電店舗として「テックランド本店」を開設
1989	日本証券業協会東京地区協会(現 JASDAQ)に株式店頭登録
1992	社内誌を創刊
1993	自己啓発型資格認定制度導入
1994	社員能力給制度導入
1996	売上高1,000億円超を達成
1997	株式会社シー・アイ・シーを設立
1997	南九州ヤマダ電機株式会社を設立
2000	東京証券取引所取引市場第一部に上場
2001	家電量販店売上高日本一に
2001	ポイント制導入
2002	株式会社関西ヤマダ電機・株式会社沖縄ヤマダ電機設立
2002	株式会社ダイクマの経営権を引き継ぐ
2003	株式会社ヤマダブロードバンド設立
2003	創立30周年
2003	顧客満足向上推進元年として取り組み拡充
2003	有資格制度推進プロジェクト開始
2003	ヤマダオリジナルキャラクター「デンちゃん」が決定
2003	株式会社リーガル・ユナイテッド・トラスティーズ(現株式会社ワイ・ジャスト)設立
2004	ヤマダ電機女子陸上部創立
2004	研修センター「礎生塾」開設
2005	売上高1兆円超を達成
2005	スマトラ義援金活動で紺綬褒状を受章、日本赤十字社より感謝状受賞
2005	コスモス・ベリーズ株式会社設立
2005	株式会社ヤマダハウジング、株式会社東海テックランド、株式会社中四国テックランド設立
2006	都市型大型店LABIの第1号店を大阪・難波にオープン
2006	株式会社ヤマダフィナンシャル、株式会社テックサイト設立
2007	株式会社九州テックランド、株式会社東九州テックランド設立
2007	CSR倫理綱領策定、CSR担当室設置、CSR経営有識者懇談会開始
2007	株式会社ぶれっそホールディングス、株式会社キムラセレクトの経営権を引き継ぐ
2008	創立35周年、「CSR REPORT 2008」発行
2008	高崎市栄町に本社を移転



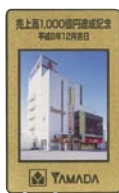
1992年 社内誌創刊号



1987年 テックランド本店



1993年 自己啓発型資格認定のご案内



1996年 売上高1,000億円達成記念テレカ



2000年 東証一部上場



2001年 ヤマダポイントカード



2003年 デンちゃん誕生



2004年 礎生塾



2006年 LABIなんば店オープン

ヤマダ電機のCSR

経営理念とCSRの実践

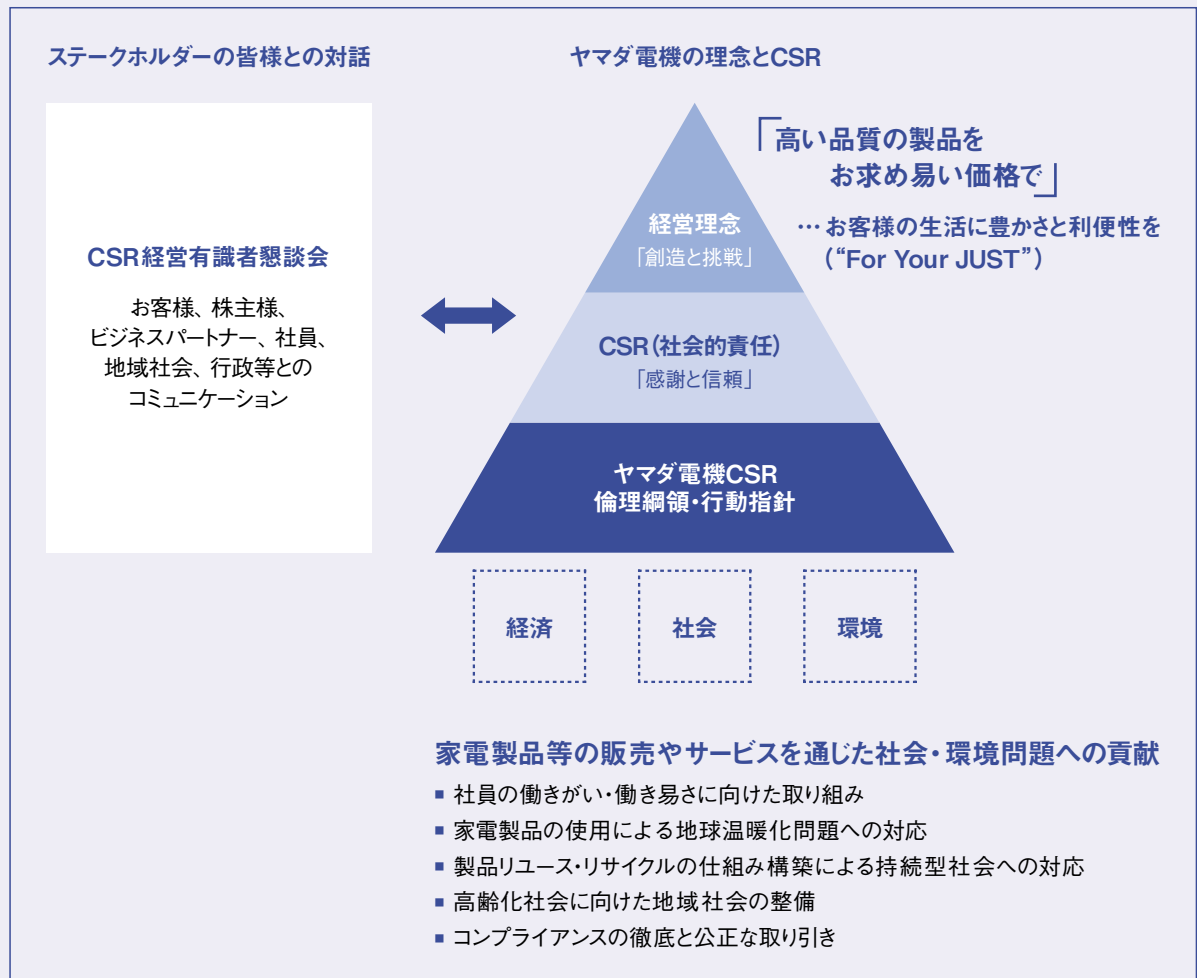
企業が事業を運営し、お客様のご支持をいただいで売上・利益をあげていくことは社会の中で重要な役割のひとつですが、単に自社のお客様、株主様、そして社員が幸せであればよいというわけではありません。自社の企業価値を高めていくと同時に、自社の活動を通じて社会に貢献していくことが非常に重要になっています。当社では、経営理念において社会に貢献することを明記しておりますが、今後、CSRを経営の重要課題として推進していくため、2007年6月社長直轄のCSR委員会を設置し、倫理綱領を策定しました。また、当社の創業以来の経営理念である「創造と挑戦」に「感謝と信頼」を加え、今

後地域社会や環境問題に対して積極的な取り組みを進めていくことを公表しました。

ヤマダ電機は家電量販店として家電の販売を中心に事業を展開していますが、国内外の環境問題や国内の高齢化に向けた社会問題などにも、貢献できることがあると考えています。

2007年度下半期から、CSRについてコンプライアンス、労働、環境、顧客満足の区分ごとに目標を設定し、毎週実施状況について管理しています。達成状況やCSRの課題などを踏まえ、適宜目標等を見直し、継続的な向上に向けて取り組みを推進していきます。

ヤマダ電機のCSR (概念イメージ)



現在実施しているCSRの主な取り組み内容

分類	主な取り組み内容
コンプライアンス	内部統制システムの確立
	公正な取引引きに向けた社内ルールの確立
	クレームの削減
	J-SOX法対応の確立
労働	時間外勤務の削減
	連続休暇制度の確立
	契約社員の正社員化
	障がい者・シルバー雇用促進
	出産育児介護制度改善
	セクハラ・パワハラゼロへ
	賃金水準の検討

分類	主な取り組み内容
環境	店舗のCO ₂ 削減
	店舗の省資源
	パソコン・家電のリユース促進
	家電リサイクルの法令遵守徹底
顧客満足	お客様対応の評価
	コールセンター等の対応評価
	店舗幹部研修
	店舗での現場社員研修(CST)
	有資格試験の成績向上

ヤマダ電機のCSR倫理綱領(2007年6月制定)

1. 信頼の確立

- (1) 株式会社ヤマダ電機は、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、お客様が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) 業務のすべてを通じて、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. 公正な取引引き

取引先様等とお取引引きの際には、自社の利益のみを追求するのではなく、常に公正な取引引きを行うよう心がけ、実践してまいります。お客様とお取引引きの際には、お取引引き内容について誤解などが生じないように、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

株式会社ヤマダ電機は、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図り、地域社会の文化に貢献してまいります。

CSR経営有識者懇談会

ヤマダ電機では、2007年11月より年4回「CSR経営有識者懇談会」を開催することとし、これまで経営層自ら、自社のCSRの取り組みについて外部の有識者の方々と率直な意見交換を行い、取り組みに反映させています。本特集では、第2回懇談会の内容をご紹介します。



司会： これより第2回株式会社ヤマダ電機CSR経営有識者懇談会を開催します。

山田社長： 我々は第1回懇談会において勉強させていただいた内容を受けて、さっそく課題解決に取り組んできました。具体的には、コンプライアンス、環境、労働問題の3つの重点項目に絞り込み、週1回のCSR分科会を通して具体的な施策の実施を図ってきました。すでに社内的、社外的に規定化、実行している内容について、各担当者より取り組みの経過報告

を行っていますが、本日ご指摘いただいた意見をもとに、次回懇談会に向けて取り組む予定です。

コンプライアンスと顧客満足

糠谷委員： コンプライアンスを、非常に幅広くやっているのは評価します。ただし、小売業として一番大事なことは、従業員全員が理解し、顧客対応にどうつながっていくかだと思います。個人的な例で恐縮



井上 弘
(いのうえ ひろし)
株式会社東京放送
代表取締役社長



鈴木 守
(すずき まもる)
国立大学法人
群馬大学 学長
医学博士



得平 司
(とくひら つかさ)
有限会社フィック 代表
流通業・小売業の
専門家

CSR経営有識者懇談会での主なご意見等

	第1回(2007年11月開催)	第2回(2008年2月開催)
主なご意見等	<p>コンプライアンスは、法令の基準だけでなく、一般市民の視点をもとにした誠実な対応が重要である</p> <p>労働環境等の整備とともに、働きがいのある環境をつくることが重要である</p> <p>家電流通業として環境問題への取り組みを期待したい</p> <p>顧客から見た接点である店舗での対応につながるような取り組みや社員教育を推進してほしい</p>	<p>CSRに関する取り組みや方針を、店舗運営における現場まで浸透させ会社として一体となった取り組みを実施することが重要である</p> <p>社員教育を徹底し、知らなかったことによるコンプライアンス違反や対応の不備を起こさないようにすることが重要である</p> <p>店舗のエネルギー消費量を把握し、省エネを推進してほしい</p> <p>製品の利用に応じた省エネ効率などを配慮し、顧客に提案型営業を推進してほしい</p> <p>地域の店舗等との共生が可能な協業のあり方を構築してほしい</p>
対応	<p>上記のご意見を社内にて検討し、CSRの計画・実践に反映しています(8ページ参照)。</p> <p>個別の対応状況については、懇談会開催についての当社ホームページ www.yamada-denki.jp をご参照ください。</p>	

ヤマダ電機側の参加者は、社長(山田 昇)、副社長(一宮 忠男)、専務執行役員(加藤 孝生)、常務執行役員(樋口 春彦、桑野 光正)、総務本部付(高橋 千明)、社長付特別顧問(反保 俊)、CSR担当室 室長(加藤 等)です。

ですが、昨年末にヤマダ電機のある店舗でIHクッキングヒーターを購入した際に、セッティングが不十分で部品が壊れ、アフターケアの工事の対応も事務的な印象を受けました。また、別の日にある製品を探しに行ったところ、販売していなかったのですが取り寄せなどの提案対応がなく、結局他の店で購入しました。店舗での顧客対応については、経営と現場との連携が重要だと思います。

山田社長: ご指摘いただいたように、新規商品などにおいてまだ専門知識が行き届いていないケースもあるため、今後さらに教育を充実させていきたいと考えています。

ただし、安価な商品提供と高度な顧客サービスを両立させた店舗モデルがなかなかつくりにくいのも事実なのです。現在当社では、グループ内の約1,100店舗のうち、約400店を家電量販店型として最低限のサービスで、できるだけ安価に商品をご提供する、そして残りの約600店を地域密着型にして100%お客様のニーズに応えていくビジネスモデルを構築しています。

得平委員: 販売員のCS(顧客満足)が求められる背景のひとつは、顧客層が20~30代から団塊世代に移り、お客様の年代が上がってきているというこ

とがあります。もうひとつは、電化製品の使い方が難しくなり、より細かい説明が求められているという事情です。家電量販店の中でも、ヤマダ電機はしっかりとした教育システムを持っている企業です。ヤマダ電機は新規店舗が増えており、社歴が浅い新人販売員も多いと思います。コンプライアンスの大きな問題は、販売員は知らなかったということです。社員のレベルを早く上げて、「無知」をなくす、また、店長・責任者レベルの人が運用について時間をとって社員に説明・徹底し不備をなくすことが非常に大事であると思います。

山田社長: 当社も、業界のリーディングカンパニーとして社会的責任を果たしていくために、これまでの経営理念としてきた「創造と挑戦」に「感謝と信頼」を加え、取り組みを進めています。お客様の期待に応えるためには、より高いレベルの顧客満足を目指していかなければならなくなってきたと考えています。

井上委員: コンプライアンス、環境の問題に関して計画を立て、着々と実行しているヤマダ電機の実行力に敬意を表します。当社でもコンプライアンス上の問題が起きることがありますが、最後は社員教育に尽きるという気がします。環境問題についてはPRする側ですが、問題はつい単眼的な視点になってしまうこ



中上 英俊
(なかがみ ひでとし)

株式会社住環境計画研究所
所長
東京工業大学特任教授



糠谷 真平
(ぬかや しんぺい)

独立行政法人国民生活センター
顧問(前理事長)
元経済企画事務次官



前田 宏
(まえだ ひろし)

弁護士
元検事総長

写真は五十音順です。



とです。ジャーナリズムにおいては複眼でものを見ることが大切なので、番組作成の時には注意を心がけています。

環境・CSR問題への対応とコスト負担

中上委員： 省エネ法が改正されると、全社的に規制の網に引っかかってくると考えられます。この点で、まず各店舗のエネルギーの使い方を把握することが必要です。例えば全店舗のデータを比較して、この店舗は400店舗中300番目というように順位づけをするだけでも次の行動展開につながります。一方で、儲かっている店舗は二酸化炭素(CO₂)の排出量が多く、儲かっていない店は排出量が少ないことも事実なので、ただ少なければいいというのではなく、どういう基準で評価するかということも重要です。また、CO₂を何トン減らしました、と言われてもあまりピンときません。例えば一家庭で出るCO₂が1年間で約4トンなので、削減量が4万トンの場合1万軒ぐらいと例示すればより身近でわかりやすくなるなど、いろいろな取り組みが可能だと思います。

前田委員： ヤマダ電機が真面目にCSRの問題に取り組んでいることがよくわかります。コンプライアンス、労働問題、環境問題などCSRを追求すると、売上げに影響するのではないかと思います。糠谷委員の意見にもあったように、幹部から末端の従業員

までどう伝えていくか、その場合、幹部が会社とお客様のどちらの方向を向いているかということが重要ですが、その点で経営者の意見を聞かせていただけますか。

一宮副社長： 当社は、CSRを高めることにより売上げ・利益はさらに向上していくと考えています。

また、環境問題で小売業として一番大事なことは、お客様に環境に適した商品とそうでない商品とどう違うのか専門量販店としてきちんと説明していくことです。環境に適した商品は付加価値があるため、単価が上がる場合もあります。

また、コンプライアンスに関しても社員のモラル形成に努めています。委員からのご指摘がありましたように、我々経営陣の考えていることをいかに末端の従業員まで伝えていくかが重要であり、単なる接客技術や技能を教えるだけではなく企業人としてのモラル・対応を教えていくことでお客様の信頼を得ていきたいと考えています。

お客様に他のお客様を紹介してもらうことが我々のCSの最終目標なので、単に法律・法令を守れというだけではなく、それを通して接客を向上させていくことです。

こうした一連のCSRへの取り組みはコストがかかるのは事実です。しかし、費用対効果という単純な見方ではなく、企業の土台をつくるもの、さらには売上げにも結びつけていけるものだと確信して実践



山田 昇
(やまだ のぼる)

株式会社ヤマダ電機
代表取締役社長
兼CEO



一宮 忠男
(いちみや ただお)

株式会社ヤマダ電機
代表取締役副社長
兼COO

当社役職は
2008年2月現在のものです。



しています。

中上委員： 環境配慮型の商品でも実験室での測定方法と実際の使い方とは差があり、結果的にあまり省エネになっていないということも言えるでしょう。例えば、エアコンでも省エネの観点では、部屋の大きさによって効率的な機器の選び方が異なります。本来ならメーカーがユーザーにきちんと伝えるべきこともありますが、私はユーザーとの接点がある販売店が的確な情報を持ち、お客様に伝えるのが一番よいと考えています。使用方法に適した製品の選び方なども、社員教育に活用してほしいと思います。

地域との共生

鈴木委員： 地元の旧市街の商店街をどのように活性化させていくか検討しており、商店街の方々に話をうかがうとチェーンストア・量販店に対して規制を設けてほしいという声も出ています。群馬県は自動車の保有率が全国第3位ということもあり、郊外の量販店がたくさんできて旧市街の商店街は焦りもあり

ます。地域によって異なると思いますが、例えばヤマダ電機の一部の機能、修理サービスなどを地域店に依頼するといった共存は可能なのでしょうか。

山田社長： ヤマダ電機では地域の中小店との融合、連携を検討しており、説明を続けているところです。今後、高齢化を迎える社会の中で、地域に密着している中小店との協力体制は、社会にとって重要なテーマであると考えています。量販店に対するお客様からのニーズは品揃えですが、アフターケアなど細かな対応ができる地域店の方々と補完的な形でお客様にサービスを展開できればよいと考えております。

反保顧問： 具体的には、子会社コスモス・ベリーズを通じて地域店との事業を展開しています。ヤマダ電機の販売する商品の一部を、地域店の方々に販売していただくチェーン展開のモデルで、地域店の方々は在庫を保有することなく当社の品揃えをお客様に提示できるものです。現在全国で500店舗強が加盟店として登録されており、地域店の方々からもよい反応をいただいているため、来年度も加盟店舗の拡大を目指していきたいと考えています。



環境への配慮

大量消費・大量廃棄から循環型社会を構築していくため、部品や材料のリサイクルや製品の再利用が大きな課題となっています。家電リサイクル法のもと、テレビ、洗濯機、冷蔵庫、エアコンの4つの家電製品は、指定引き取り場所で毎年1,700万台以上が回収されています。これら家電製品のリサイクルやリユースが進むことによって、地球温暖化問題の原因となる二酸化炭素(CO₂)排出量も抑制することが可能です。ヤマダ電機では、事業の中心である家電製品のリユースの仕組みを構築し、お客様に中古家電を安心して購入していただけるプロセスを試行錯誤のもと開発してきました。7年前から開始したリユース事業では、現在毎年3万台の家電製品を販売するようになっています。

同時に、国内で511店舗(2008年3月末現在)の直営店舗を持つヤマダ電機は、自社の事業活動における直接的な環境負荷を低減していくことも大きな課題です。2007年度は国内家電量販店として初めてグリーン電力を購入し、環境に配慮した家電量販店をつくりました。今後も持続型社会の構築に向けて環境負荷の低減に貢献できる取り組みを展開していきます。

個別の取り組みは環境報告(28~31ページ)をご参照ください。

家電製品のリユース(再利用)を事業化

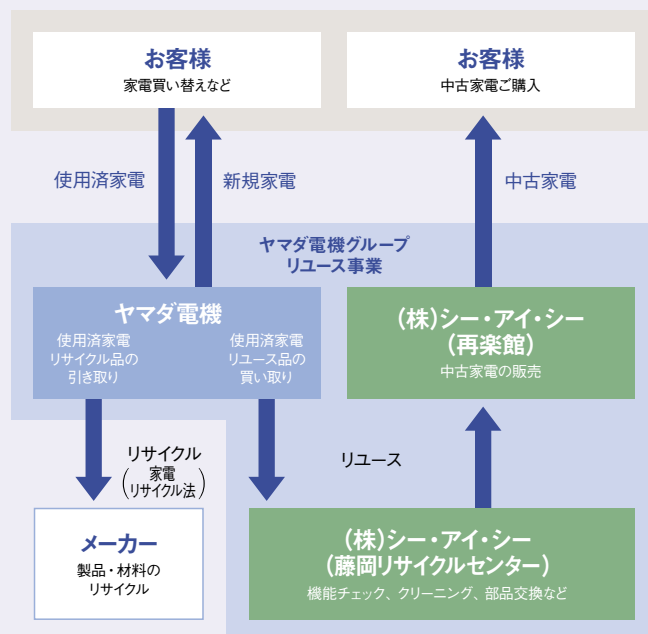
家電リサイクル法の施行によって、洗濯機、冷蔵庫、テレビなどの家電製品を処分する際に、お客様がリサイクル料を支払い、使用済家電をメーカーでリサイクルする仕組みができました。一方、家電製品を買い替えるお客様が使用していた製品が、中古家電として利用できる可能性もあります。

ヤマダ電機で家電製品を購入されるお客様の中に

は、まだ比較的新しい製品についても、新たな機能や大きさの変更などによって買い替えをされるケースがあります。お客様の使っていた家電製品を再利用できれば、家電製品を長く使用することができるのではないかと考え、家電製品のリユースに向けた事業をはじめました。

ヤマダ電機とグループ関連会社である株式会社

ヤマダ電機のリユース事業



家電製品のリユースのフロー



シー・アイ・シーは、2001年から以下のような流れで家電製品のリユース事業を展開しています。

ヤマダ電機では家電製品を購入されるお客様に対し、これまで使用されていた製品（原則として7年前までに製造されたもの）については、簡易調査を実施し、リユースのための買い取りをしています。買い取りをした家電製品は、(株)シー・アイ・シーの藤岡リサイクルセンターに配送し、機能チェックをした後に、クリーニングをします。部品の交換や製品テストなどは、専門の資格を持った電気工事が実施しています。

中古家電として販売できる家電は(株)シー・アイ・シーの「再楽館」にて販売しています。これまで累計11万台を超える販売をしてきました。

中古家電の購入に関心をお持ちのお客様は多く、現在展開している群馬県高崎市と太田市の2店舗には都心など遠くからお越しになるお客様もいらっしゃいます。使える製品をできるだけ長く使い、廃棄物や不要なエネルギーを使用しないという社会的な要請も増えている中で、製品のリユースを推進することは重要な取り組みのひとつです。今後も持続型社会の構築に向けた新たなビジネスを推進・創造していきたいと考えています。

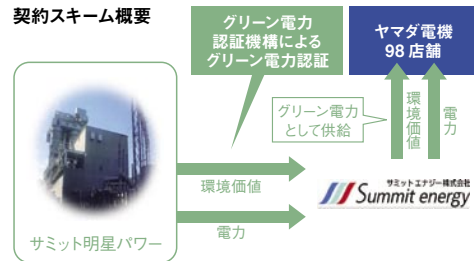
店舗での環境配慮

グリーン電力の導入を開始

ヤマダ電機では、2008年1月以降、関東地区98店舗において年間360万kWhをグリーン電力で賄いはじめました。これは、国内最大級の本質バイオマス発電所を保有するサミット明星パワー社の電力をサミットエナジー社から購入し、ヤマダ電機各店舗の電力として利用するものです。この案件をはじめとして、今後グリーン電力の導入を拡大し環境に配慮した取り組みを推進していきます。



契約スキーム概要



(株)シー・アイ・シー



機能チェック

時間をかけて厳重に一連の工程機能の点検を行います。



商品のリペア

機能チェックで不適正な商品は電気工事が部品交換などを行い修理します。



クリーニング

商品を分解し、アルカリイオン水を用いて徹底洗浄を行います。



二次機能チェック

一連の工程機能の再点検を行います。



販売

中古家電として、再楽館で販売します。



ジェットドラム洗浄 アルカリイオン水

藤岡リサイクルセンター

再楽館

地域社会との共生

地域電気店との連携したビジネス

コスモス・ベリーズ —地域電気店との共生を目指して—

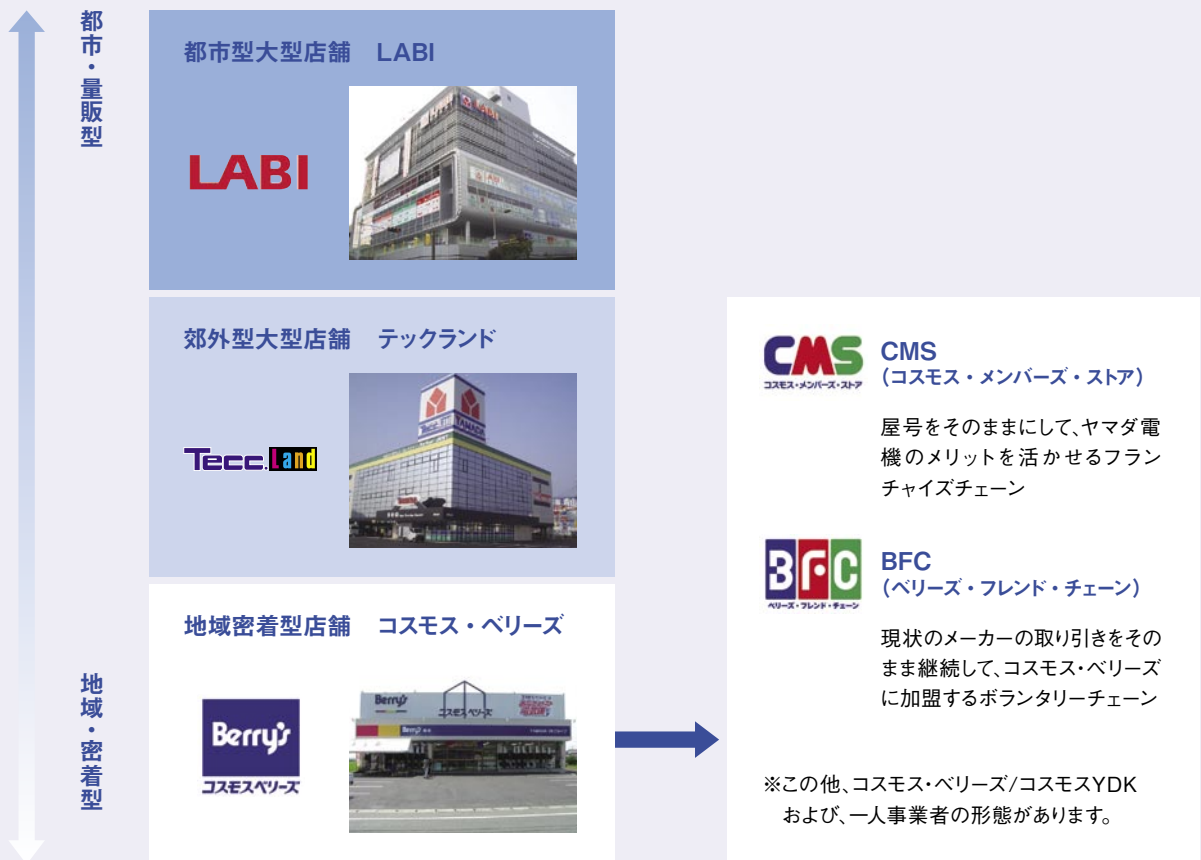
国内では高齢化が進んでいます。ヤマダ電機は、地域の電気店であった創業期を経て、現在大型量販店を中心とした事業を展開していますが、自宅での修理や部品の宅配などお客様の個別のご要望に応える地域の電気店の重要性を強く認識しています。特に高齢化が進む国内では、大型量販店まで足を運ぶことが難しい場合や、修理などをすぐにしてくれる親切な地域の電気店の役割が大きくなると考えています。

コスモス・ベリーズは、2006年から地域電気店の皆様と連携・共生を目指すビジネスとしてはじめまし

た。加盟店に登録した地域電気店の皆様には、ヤマダ電機テックランド店舗にて販売している商品を当社と同じ価格で（一部の商品を除きます）調達していただき、各地域電気店のサービス内容にあわせて独自の価格設定をして販売していただきます。このほか新製品の情報提供や販売のためのチラシの提供など、販売促進のための支援もしています。

地域電気店の皆様にも多数賛同していただき、2008年5月まで2年8か月で550店舗に加盟店登録をしていただきました。2011年までに全国3,000店の加盟を目指しています。会員企業の方々と情報共有を進め、地域のお客様のニーズに沿ったサービスを提供していきたいと考えています。

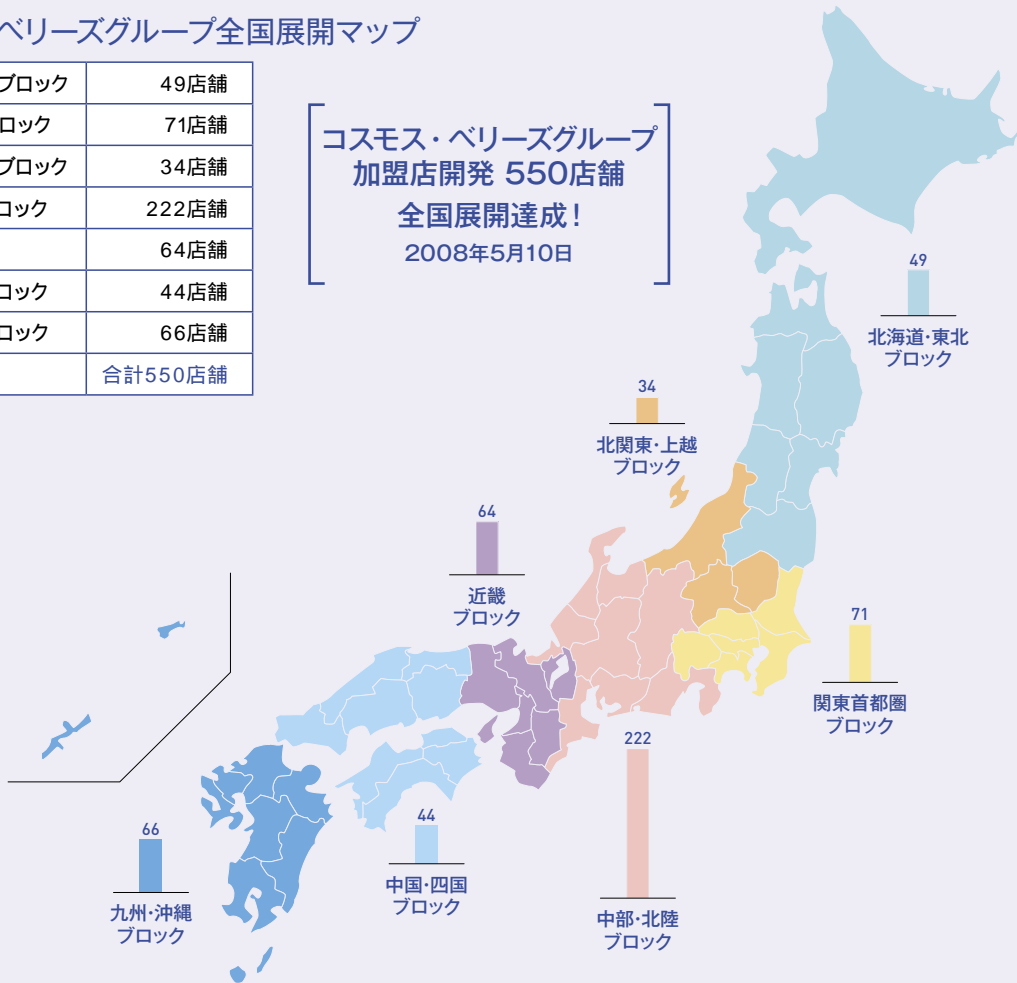
ヤマダ電機の事業展開



コスモス・ベリーズグループ全国展開マップ

北海道・東北ブロック	49店舗
関東首都圏ブロック	71店舗
北関東・上越ブロック	34店舗
中部・北陸ブロック	222店舗
近畿ブロック	64店舗
中国・四国ブロック	44店舗
九州・沖縄ブロック	66店舗
全国合計	合計550店舗

コスモス・ベリーズグループ
加盟店開発 550店舗
全国展開達成！
2008年5月10日



会員になった地域電気店の声 ①

BFC

有限会社
マツヤデンキチェーン

代表取締役・本部長
松本 真様

群馬県前橋市



2年前にコスモス・ベリーズが発足したときからベリーズチェーンに入っています。コスモス・ベリーズに加盟できて、お客様がほしいとおっしゃっている商品を販売できるようになり、大変嬉しいし、お客様ご自身も喜んでいきます。以前よりも販売時間が短縮され、売上げも維持できるようになりました。テックランドはショールームのように使わせてもらっています。今後はオール電化などの要望にも応えていきたいと思っています。

会員になった地域電気店の声 ②

CMS

株式会社
桜井電気商会

代表取締役
桜井 豊元様

千葉県松戸市



もともとBFCでしたが、ヤマダ電機の経営のインフラや情報が共有できるCMSになりました。いろいろな情報を共有できて、メーカーの担当者の方ともお話できるようになり、経営が大きく変わったと実感しています。実際にコスモス・ベリーズに入って売上げも10%くらいあがりました。商品の販売価格が以前より安くなったので、これまで高くして素通りしていたお客様がもどってきています。実際に、3年以上当店でご購入いただけなかった昔のお客様との取り引きも再開できました。

ヤマダ電機のステークホルダー

ヤマダ電機は、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に対して、感謝の気持ちで接し、信頼を築いていくことがCSRの基本であると考えています。ステークホルダーの皆様と「感謝と信頼」のつながりを深めていきたいと考えています。

新社長からのご挨拶

一宮 忠男

代表取締役社長
兼COO



ヤマダ電機は、企業理念である「創造と挑戦」を組織と人によって、具現化してきました。当社は、現場からの情報を委員会や分科会を通じて組織的に議論し、スピード感を持って実行していく企業です。今後もこの組織としての強みを活かしつつ、ヤマダ電機がより魅力ある企業として持続的に成長・発展していくために、尽力していきたいと考えています。

CSRにおいては、特に人材の教育に重点的に取り組んでいきたいと考えています。社員一人ひとりがスキルを伸ばし、専門性を高めると同時に、社員が働きやすい環境を整えていきたいと思えます。お客様をはじめ、さまざまな関係者の皆様との対話を通じて信頼関係を積み重ねて、最終的には企業価値の向上につながる取り組みを進めていく所存です。



当社は、小売業を通じて地域の皆様と深いかかわりを持っており、地域社会は当社の基盤であると言えます。当社はよき企業市民として、地域社会と共生し、信頼関係を高めていくよう努めています。

地域社会



当社は、日本国や業務の所管省庁、地方公共団体と適切な関係を保持します。

国・
行政当局等

お客様

当社は、「お客様第一主義」による経営を推進しています。アンケート調査などによりお客様のご意見をうかがい、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。



株主様

当社は、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

社員

当社は、「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を提供し、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。



取引先・
ビジネス
パートナー

当社は、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。



コーポレートガバナンス

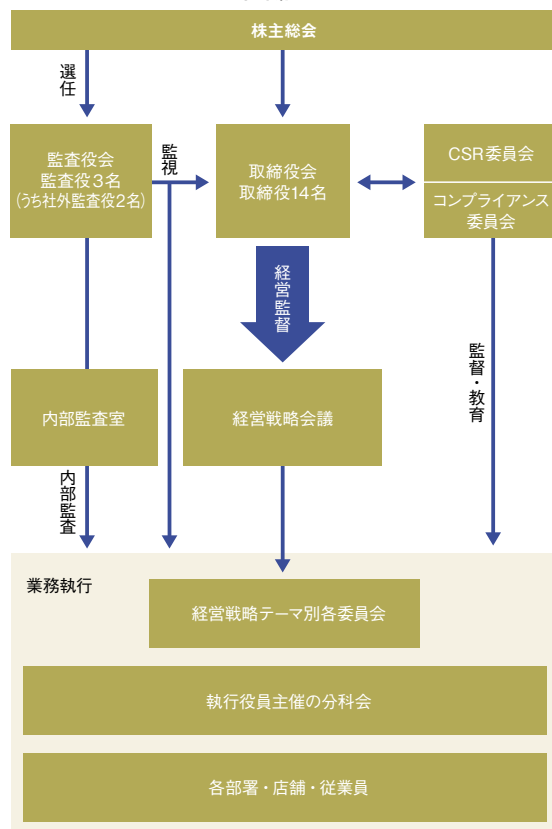
ヤマダ電機は、透明で公正な企業活動を実施し、継続的に社会から信頼される企業市民として事業を遂行することを目指しています。迅速な意思決定ができる経営組織を構築し、企業価値、株主価値の継続的な維持向上に取り組んでいます。

コーポレートガバナンス組織図

ヤマダ電機では、「経営の意思決定と監督機能」と「業務執行機能」を分離し、権限と責任の明確化をする執行役員制度を導入しています。代表取締役会長兼CEOと代表取締役社長兼COOを経営責任者とする組織のもとで各種委員会を開催し、各執行役員が業務を統括しています。

2007年6月より、社長直轄のCSR委員会を設置し、毎週幹部職員により目標の進捗管理および主要事項の確認・議論を行っています。

■ コーポレートガバナンス組織図



※取締役等の人数については、2008年4月1日に発表した通りです。詳細は、当社ホームページをご参照ください。

内部統制システムの確立に向けて

2008年度より金融商品取引法に基づき、上場会社は有価証券報告書の記載内容の適正性について、「確認書」および内部統制の体制について「内部統制報告書」を提出することが義務付けられています。当社では、2006年より内部統制システムの確立に向けて検討委員会のもと各種規定および文書管理の徹底に努めています。

取締役会

取締役会業務は、原則毎週開催し、重要事項が付議され、業務の進捗状況について討議し、迅速な対応に努めています。毎月1回、執行役員を含めた拡大取締役会を開催しています。社外取締役はいません。

監査役

当社は監査役制度を採用しており、常勤監査役1名と非常勤の社外監査役2名で構成されています。取締役会のほか、執行役員の業務執行についての監査を行っています。

内部監査

社長直属の内部監査室を設置し、日常の監査業務や店長交代時の引き継ぎの立会い、棚卸し業務の立会い等を行っています。監査役および監査法人と連携し、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づけており、コンプライアンスの確立に向け、各種の対策、活動をしています。

コンプライアンス委員会の設置

社内にコンプライアンスの周知徹底を図るため、担当役員を委員長とするコンプライアンス委員会を設置しました。コンプライアンス委員会は毎週1回開催し、月ごとにテーマを決め、問題点の抽出と改善を議論しています。

当社のコンプライアンスは、コンプライアンス委員会が中心となって取り組んでいます。その上部機関であるCSR委員会や、外部のCSR経営有識者懇談会からもコンプライアンスについて提言をいただいております。複数の機関で多角的な視点からコンプライアンスを図っています。

リスク管理体制の確立

当社では、リスクの発生防止と発生後の対応についてリスク管理基本規程を制定しています。また部署ごとにリスク管理マニュアルやルールブックを作成しており、管理マニュアルには組織図、職務権限、立案・審査・承認プロセス、管理簿の有無、職務分掌等を規定し、想定リスクへの対応や権限乱用防止を図っています。月1回リスク管理委員会で各部署の問題点管理、現状業務に沿ったマニュアルの改廃を行っています。



ルールブック

グループ会社の管理強化

ヤマダ電機では、グループ会社各社のコンプライアンスの確立にも取り組んでいます。各社に対して事業・業務内容に即した対応項目を掲げて改善を指導し、各社

から毎月報告を受けています。

また、関係会社の管理規程・基本規約を制定し、当社グループ会社の主体性を維持しつつ各社の適正な業務の遂行体制を確保しています。

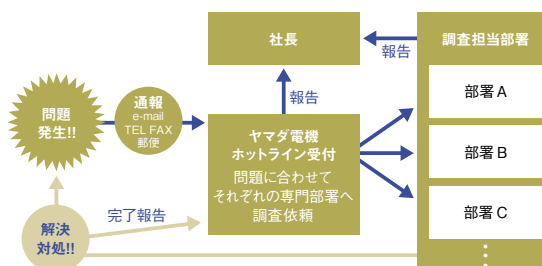
情報セキュリティおよびIT全般統制の取り組み

当社は、個人情報保護、情報セキュリティ対策の観点から、本社3部門を対象にして2006年よりISMSの認証取得をしています。情報セキュリティ遵守体制として、代表取締役社長を最高責任者、副社長をCISO(情報セキュリティ最高責任者)に据え、全社一丸となった体制を構築しています。

また、IT全般統制の基準として一般的に認知されているCOBITに基づき、IT全般統制の整備運営を行っています。

内部通報制度の制定

内部通報の窓口を本社内に設置し、従業員が、社内で法令違反や不正行為などのコンプライアンス違反を発見した場合、通報できる制度(内部通報制度)を制定しました。通報を受けた案件につきましては、担当部署に回付し、対応を指示しています。また、月単位で経営陣への報告を実施しています。



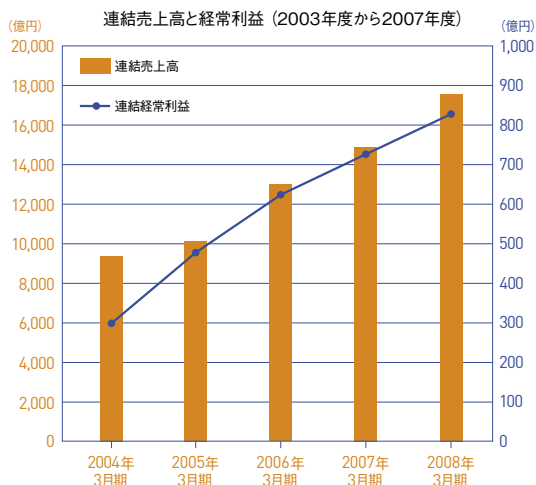
経済パフォーマンス

企業価値の向上は、単に株価を高めることだけでなく、さまざまなステークホルダーと良好な関係を築きながら、継続的に収益を積み重ねていくことによって実現できるものと考えています。今後も持続的な企業価値の向上に努めていきます。

収益の状況

2008年3月期の連結決算では、売上高1兆7,678億円、経常利益816億円を達成しました。中期目標として、売上高2兆円の目標を設定し、早期の達成を目指しています。

売上高・経常利益に関する経年グラフ(過去5年)



ヤマダ電機グループ店舗のネットワーク

2008年3月現在、ヤマダ電機グループの直営店舗は511店、フランチャイズ店舗は563店になりました。ヤマダ電機は全国すべての都道府県に直営店を展開しています。

■ 全国の店舗数 (2008年3月末現在)

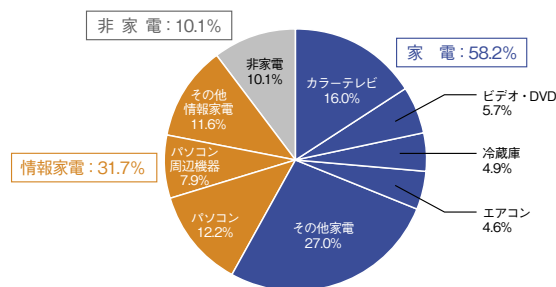
区分	該当店	店舗数
直営店舗	ヤマダ電機、南九州ヤマダ電機、関西ヤマダ電機、ダイクマ、沖縄ヤマダ電機、中四国テックランド、テックサイト、東九州テックランド、ぶれっそホールディングス、キムラヤセレクト、東海テックランド	511店
フランチャイズ店舗	コスモス・ベリーズFC、中四国テックランドFC、ぶれっそホールディングスFC	563店

「高い品質の製品をお求めやすい価格で」を基本コンセプトに

ヤマダ電機では、さまざまな家電製品、情報家電、情報機器を個人・法人のお客様に販売しています。家電製品の販売のみならず、お客様の利便性の向上、さまざまなニーズにお応えするため、ギフト関連商品、カー用品からブランド・時計・貴金属等の幅広い品揃えに加え、店舗でのパソコン教室や中小企業・官公庁のお客様向けの窓口設置など、ピ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。

製品別販売実績

合計：1兆7,678億円(2008年3月期)



主要なステークホルダーとの経済的關係

主要なステークホルダーとの経済的關係は下記のよう試算しました。詳細は決算短信をご参照ください。

■ 主要なステークホルダーとの経済的關係

	試算方法等	金額 (単位: 億円)
株主の皆様	株主にお支払いした配当金の額	27.7
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	669.7
地域社会	27ページをご参照ください	-
行政	法人税、住民税および事業税	308.0

お客様とのかかわり

ヤマダ電機は「お客様第一主義」による経営を推進しています。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。

現場のCS向上を指導する専門チーム (CSTレーナー制度)

当社では、お客様満足向上のため、社内スタッフの対応改善を推進する専門チームを派遣し、現場でのロールプレイングを中心とした教育を実施しています。お客様への応対や販売のときの説明などを現場で直接指導し、より快適なサービスを提供することを目指しています。専門チームは定期的に店舗を訪問し、状況が改善するまで現場で継続的な研修を行います。

さらに2007年から、過去のデータをもとに重点的なサービス改善テーマによる教育も進め、お客様の不満・苦情を未然に予防できる機会を増やし、CS向上に役立てています。現在55名から成る専門チームのメンバーが全国の店舗を指導しています。今後もお客様へのサービス向上を目指していきます。

お客様サービス向上を目指して

当社では永続的に「ヤマダ電機は接客日本一」とお客様に認めていただけるように、2003年度から全店の社員に対して、社内資格制度を導入しています。

現在では3階層・19職能別に3段階の認定級を設け、年3回の試験を実施し、日々社員に対して各種能力の向上を図っています。2008年度7月からは本部社員に対しても、制度の導入を開始します。

苦情やご相談への対応

お客様からサービスや製品などについて、電話やメールによるお問い合わせがあった場合、迅速に適切な対応が行えるように、本社関連部署と店舗との連携を図っています。お客様へのよりよいサービスのご提供

に努めています。

苦情についても迅速に適切な対応に努め、必要に応じて教育部署からの研修指導を行っています。社員向けのビジネスマナーマニュアルの改廃を行い、TV会議を活用して毎週苦情発生状況を全店に認識させ、事前に苦情を防止できるように取り組んでいます。

社員一人ひとりが「業務品質基準」を持つ

当社では、修理期間の約束やトイレの掃除など、お客様とかわるさまざまなサービスの品質基準にバラツキが出ないように、「業務品質基準」を定めています。社員が自分の行う業務一つひとつに高い品質基準を持ち、これを全員で守ることで、会社全体として高いサービス品質を維持していきます。

お客様の個人情報保護への取り組み

2005年4月1日より個人情報保護法が施行されました。お客様一人ひとりからお預かりしている個人情報の保護に対する厳しい取り組み、信頼体制の確立に努めています。2006年7月に本社ビルにて「ISMS」認証を取得し、さらに2007年7月には国際認証規格である「ISO27001」への移行審査が実施され、認証を取得しました。

株主・投資家の皆様とのかかわり

ヤマダ電機では、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を目指しています。

このため、株主の皆様当社をより理解していただき、信頼関係を築いていくことが不可欠です。適時、適切な情報開示を行い、積極的なコミュニケーションに努めています。

事業・財務情報の適時かつ適正な開示

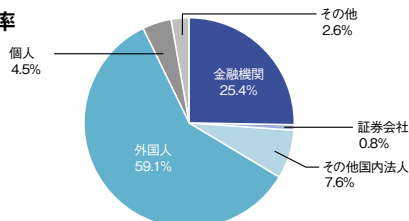
株主や投資家の皆様に、当社に対する理解を深めていただくために適時、適切な情報開示に努めています。当社ホームページには、IR関連情報として、決算情報やプレスリリース等の開示に加え、毎月定期的に月次IR情報を開示しています。

投資家やアナリストの方々と年間約200回のミーティングを実施しています。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、主要都市を巡る形で開催しています。

個人投資家向けの説明会では、当社に対する理解を深めていただくために毎回経営トップから直接、ヤマダ電機の経営理念や経営方針、今後の事業計画についてご説明しています。

個人投資家の皆様が当社の株式をご購入いただき易くするために、2006年7月から1単元の株式数を100株から10株へ変更しました。今後も投資家の皆様に理解を深めていただくよう、積極的なコミュニケーションに努めていきます。

■ 株式保有比率 (2008年3月)



■ 投資家等とのミーティング回数

年度	回数
2006年度	203回
2007年度	223回

■ 個人投資家向け説明会

開催時期	開催地	参加人数
2006年9月	大阪	約400名
2007年9月	東京	約300名

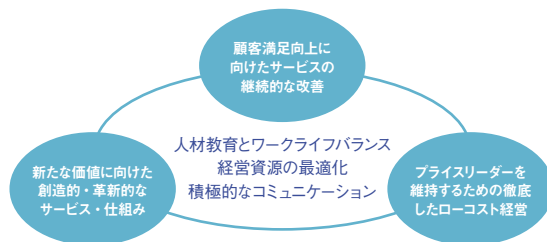


個人投資家向け説明会

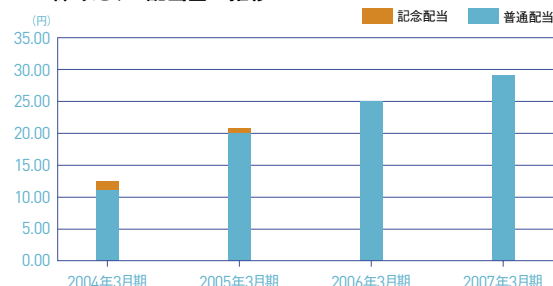
持続的な成長に向けたヤマダ電機の経営戦略

ヤマダ電機は、お客様第一主義を基本として、持続的な成長を目指した経営資源の最適化を図るよう努めています。株主の皆様には、当社の成長の成果を積極的に利益還元するように努めています。

2003年から一株あたりの年間配当を4期連続して増配しています。



■ 一株あたりの配当金の推移



お取引先の皆様とのかかわり

ヤマダ電機は、製造メーカーをはじめとする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、長期的な信頼関係を構築して、共存共栄を目指しています。

家電製造メーカーとのかかわり

ヤマダ電機は、国内の家電製品を製造する大部分の企業様との取引関係があります。大手家電メーカーの多くは、CSRへの取り組みを早期に開始され、先進的な取り組みを進めています。当社では、このように先行的なCSRの取り組みをされているビジネスパートナーの皆様と情報共有を進め、今後も継続的に施策を検討していきます。

公正で持続的なお取引きに向けて

ヤマダ電機では、私的独占の禁止および公正取引の確保に関する法律等の適用法令の遵守に力を入れています。

家電のライフサイクルにかかわる取引先

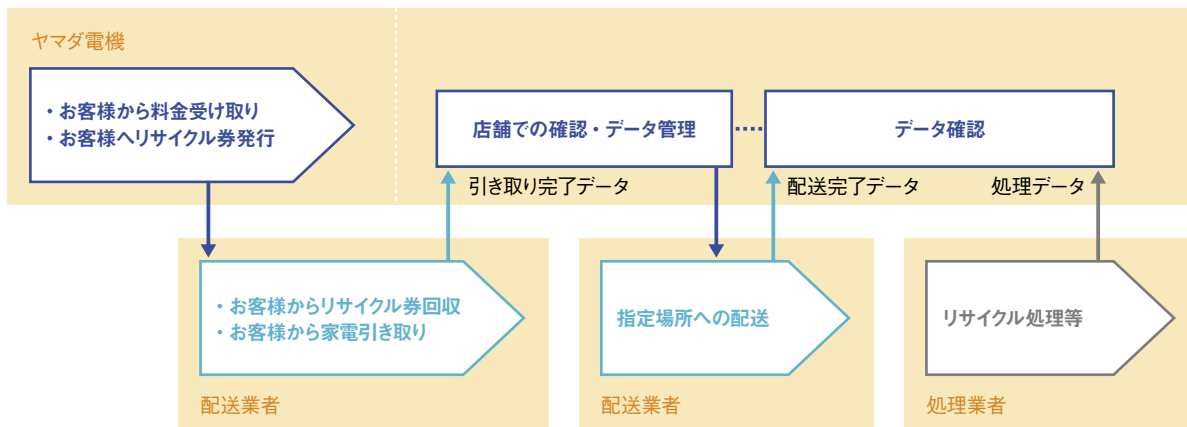
使用済みの家電製品をリサイクルし、資源を循環させる仕組みは、持続型社会の構築において重要な活動

です。当社では2007年7月に、委託配送業者がお客様の使用済家電を個人的に流用していることが社内調査で発見され、行政指導を受けるなどご迷惑をおかけしました。

これまで委託配送業者について適正な取り組みをしていると考えていましたが、実際には不適切な処理が発覚し、お預かりしたリサイクル料金を返却しました。そこで、リサイクル料金の受け取りや家電リサイクル券の発行を委託会社に任せていた仕組みを大幅に変更して、当社独自のリサイクル券管理システムを構築し、現在は当社と配送業者の業務とを完全に分離しています。

また、廃棄物事業者については、過去の実績等をもとに優良な事業者の方々を選定し、取引きをしています。今後も適正廃棄やリサイクルの推進に向けた取り組みを継続的に実施していきます。

リサイクル券管理システムの概要



社員とのかかわり

経営において最も重要なのは「人」と考えています。
社員が働きがいを実感できる仕組みを構築したいと考えています。
社員の能力開発や労働環境の改善の状況を報告します。

人事方針

ヤマダ電機では、社員各人の能力を重視し、社内資格等に応じた実力主義に基づく公正な評価を実施しています。社員が当社の業務を通じて能力を向上させ、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。

事業拡大に伴い、毎年多数の社員を採用しており、2007年度は1,300名の新卒社員を採用しました。女性や若年層の雇用も積極的に実施しています。2008年3月時点での社員の平均年齢は28.2歳、平均雇用期間は3.5年です。

また社内資格制度との連携を進め、契約社員の正社員化も進めています。

		2006年度	2007年度
管理職 人数	男性(名)	2,178	2,572
	女性(名)	11	24
	合計(名)	2,189	2,596
社員数(名)		7,072	8,747
平均臨時雇用者数(名)		6,753	8,064

(ヤマダ電機単体、2008年3月現在)

人材の育成と能力開発

ヤマダ電機では、社内の資格制度をもとに、社員の能力開発と評価を実施しています。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



るための試験をもとに評価します。2007年度よりCSR関連の問題も組み入れ、社員が環境や社会問題に自発的な取り組みを推進することを目指しています。社内資格は、全社員の86%以上が対象になっています。一般職社員については、一定の勤務期間等を経過した後に参加します。また、店舗の開店時や管理職向けに集合研修も実施しています。

■ 社内資格制度の試験実施状況

	区分	実施頻度	2007年度の実施累計
	一般職	年3回	23回
中間管理職	フロア長	年3回	15回
上級管理職	店長	年3回	11回

有資格者(2007年5月現在) 家電製品アドバイザー ●AV情報家電225名 ●生活家電179名 ●家電製品総合176名

■ 集合研修

区分	概要	対象者・人数等	期間	開催頻度
店長研修	毎年重点テーマを決めて実施。2007年度は理念	全店長(約800名)	3泊4日	年1回
新任フロア長研修	新任フロア長になり、6ヵ月後に実施。経営理念、倫理、管理者としての役割等に関する研修	約160名	2泊3日	毎月
新店研修	新規店舗の開店前に、開店直後の運営等に重点をおいて研修	約200名	2泊3日	毎月

働き易さに向けて

現在、時間外勤務の削減や、休暇の拡充など働きやすい労働環境の構築に向けた改善を進めています。例えば、従業員のワークライフバランス(仕事と生活の調和)を実現するため、流通業界で慣行となっていた元日営業を2009年1月から中止することを決定しました。また、労働組合と賃金水準の改善についても協議を続けています。社員が各自のワークライフバランスの実現のためによりよい職場環境となるように改善していきたいと考えています。

	2006年度	2007年度
育児休暇取得者数	27名	40名(男性1名)
介護休暇取得者数	1名	5名

地域社会とのかかわり

小売業は地域の皆様との共生がなくては発展することはできません。ヤマダ電機は、よき企業市民として、地域社会と共生し、信頼関係を高めていくように努めます。

交通安全への取り組み

ヤマダ電機グループの関連車両約1,000台に、ドライブレコーダー(運転記録装置)を設置し、交通安全に取り組んでいます。

ドライブレコーダー搭載車両の運転者が意識して安全運転を心がけ、交通事故の少ない地域社会の一員として活動するように努めています。



募金活動

インクカートリッジ回収による募金活動

ヤマダ電機は、グループ全店および設置協力会社240社(2008年4月20日現在)に使用済みインクカートリッジの回収ボックスを設置しています。回収したカートリッジはリサイクルインクの製造・販売を行うジット株式会社にてリサイクルが実施されます。当社とジット社は、回収したカートリッジ1個あたり10円を、3ヵ月ごとに寄付する予定です。年間300万個の回収によって3,000万円の寄付をすることを目標にしています。2007年12月に寄付をはじめて以降、約67万個のカートリッジを回収しています。

新潟県中越沖地震被災地への募金

新潟県中越沖地震の被災地復興のための募金箱に

は、当社に来店したお客様や社員から多額の募金をいただきました。2007年9月に募金額全額を柏崎市市長に贈呈しました。



■ 主な募金活動の実績

募金贈呈時期	寄付金額(円)	寄付贈呈先	募金活動の趣旨
2007年9月	3,007,023	柏崎市	新潟県中越沖地震被災地の復興支援
2008年1月	3,151,500	NPO法人国際協力NGOセンター/ 財団法人交通遺児育成基金	<ul style="list-style-type: none"> ● 恵まれない子供たちへの支援 ● 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

女子陸上部

地域社会文化活動や公報活動にも力を注いでいます。本社のある前橋市が、企業スポーツの中でも人気の「駅伝」に力を入れていることから、ヤマダ電機女子陸上競技部を創設しました。東日本女子駅伝で優勝するなど多くの優秀な選手が所属しています。



環境への取り組み

ヤマダ電機では、地球環境が社会・経済の持続的発展の基盤であることを認識し、事業活動での環境負荷の削減、本業を通じた環境保全への取り組みを展開しています。

ヤマダ電機の環境への取り組み

主な環境影響

家電製品の販売を主体とするヤマダ電機の環境への影響・負荷としては、事業活動における電力・水・ガソリン・紙等の使用による直接的な環境影響と、お客様への家電製品の販売を通じて発生する間接的な環境影響とがあります。

ヤマダ電機では、事業活動の環境負荷を把握し、環境負荷の低減に努めるとともに、家電量販店として環境影響を考慮したサービスのご提供を推進します。

環境マネジメント体制

ヤマダ電機では環境を含めたCSR活動をグループ全体で推進するため、CSR担当室を設置しています。CSR担当室ではCSRにかかわる情報収集、他部署への提言などCSRへの取り組みに対する内外へのコミュニケーション活動を行っています。また、各店舗の副店長を環境管理者とし、店舗ごとに責任を持って環境への取り組みを行うための体制をつくっています。

改善提案制度

環境への取り組みを「社員全員参加」で行うため、ヤマダ電機では環境に関する改善提案制度を設けて社員からの提案を募集しており、よい提案については採用をしています。2007年3月には300件を超える社員からの提案がありました。提案内容には、省エネPOP演出や、省エネ提案コーナーの設置、電源センサーの導入などがありました。具体化に向けて検討を進め、よりよい仕組みを実行していきます。

環境コミュニケーション

ENEX2008への出展

ヤマダ電機は、省エネルギー・新エネルギーの総合展示会「ENEX2008」に出展しました。期間中は多数の方々がヤマダ電機ブースに来場され賑わいました。



ENEX東京



ENEX大阪

CSR環境への取り組みの動画放映

ヤマダ電機ではお客様に省エネ意識を向上していただくため、CSR環境への取り組みの動画を制作して各店舗で放映しています。



ホームページによる動画配信



オリジナルキャラクター
デンちゃんと博士

事業を通じた環境負荷低減の取り組み

ヤマダ電機では、省エネ型家電の販売促進や使用済み家電のリサイクル・リユースの仕組みを構築し、お客様の環境対策や社会全体の環境負荷低減を支援しています。

省エネ型製品の普及に向けて

省エネ型製品普及推進優良店

ヤマダ電機ではお客様に省エネ型製品に関する情報をわかりやすく適切に伝えるなど、省エネ型製品普及への取り組みを行っています。このような取り組みの結果、2007年度には「LABI1なんば店」が省エネ型製品普及推進優良店舗に認定されました。

今後もこの取り組みをより推進し、省エネ型製品普及推進優良店制度において応募店舗全店が認定されることを目標としています。この目標達成に向け、事前に全店舗で当制度の評価項目について実績評価・自己評価を行い、各店舗に意識付けをしています。また、事前評価の低い店舗については取り組み強化を行っています。



優良店のLABI1なんば店



認定証

電球型蛍光灯販売促進

省エネキャンペーンとして、電球型蛍光灯販売の促進キャンペーンを2007年11月23日から10日間にわたり行いました。キャンペーン中には目標を超える48,479個の電球型蛍光灯を販売しました。

エコポイントの開始

2008年4月からヤマダ電機全店舗でエコポイント制度を試験的に導入しています。エコポイント制度は環境に配慮した商品をご購入した場合にエコポイントがたまり、そのポイントを好きな商品・サービスと交換できる制度です。



製品のリユース推進に向けて

パソコンのリユース

環境への取り組みとして中古パソコンのリユースを進めています。2007年度下期は192,708台のパソコンのリユースを行いました。その結果、15,609tのCO₂削減効果があったと推計しています。

CO₂削減効果は、「中古情報機器協会(RITEA)評価」を前提に計算しています。

家電製品のリユース

使用済み家電を独自のシステムによりリユースしています。(特集 環境への配慮14~15ページ参照) 2007年度では29,468台の家電(テレビ・冷蔵庫・洗濯機)のリユースを行いました。

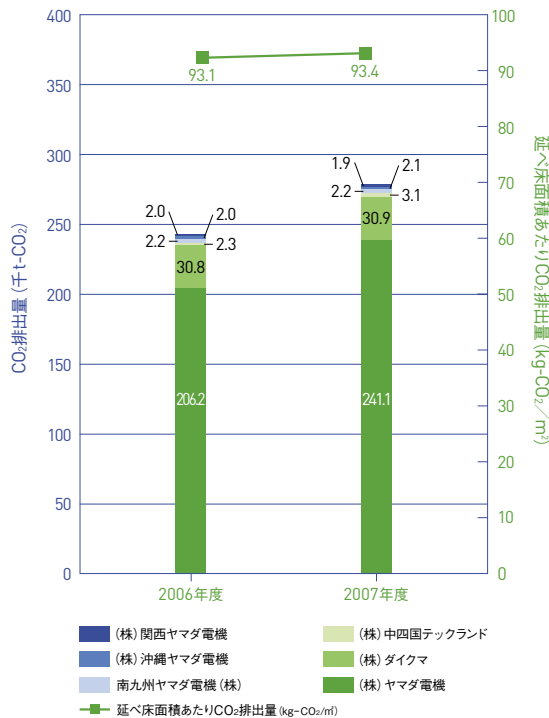
自社の環境負荷低減

ヤマダ電機では、店舗から排出される温室効果ガスの低減を目的とした活動や、システムの導入を行っています。また、店舗で使用される資源においても、使用量の削減や材質の変更などを行い、環境負荷低減を目的とした活動を進めています。

電力使用によるCO₂排出量

ヤマダ電機の2007年度の電力使用によるCO₂排出量は28.1万t-CO₂で、2006年度の24.6万t-CO₂に比べて14.6%の増加となっています。延べ床面積あたりでのCO₂排出量は、2006年度は93.1kg-CO₂/m²、2007年度は93.4kg-CO₂/m²と、ほぼ横ばいになっています。

■ 電力使用によるCO₂排出量



CO₂排出量係数を0.555[kg-CO₂/kWh]として算出しています。

CO₂排出量削減目標と取り組み

ヤマダ電機は全国に直営店511店舗を持ち、年間20万t以上のCO₂を排出しています。また、事業規模の拡大に伴い、エネルギー使用量およびCO₂排出量が増加しています。このため、経済活動を続けながら現在の地球温暖化問題に取り組んでいくためには、より積極的な対応が必要であると考えています。そこで、ヤマダ電機では業界目標値を超えて2010年までにCO₂排出量を2006年度比5%削減(店舗売上面積比)する目標を設定しました。

CO₂排出量削減への取り組みとして、現在109店舗にデマンドコントローラを設置し、店舗ごとのCO₂排出量比較や、設備・時間ごとの電気使用量の分析を行い、店舗の省エネ化につなげています。今後は全店舗設置を目指し排出管理を進めていきます。また、従業員用自動販売機のディスプレイ蛍光灯消灯や、旧年式自動販売機の入れ替え、超省エネ型ヒートポンプ自動販売機の設置拡大など、自動販売機の運用の見直しを行っています。

店舗の省エネ化を進めると同時に、年間360万kWhを目標にグリーン電力の導入もはじめています(15ページ参照)。

資源使用量と取り組み

ヤマダ電機では、事業活動で使用する主な資源量の把握をしました。省資源への取り組みについては未だ不十分な面もあります。今後、把握したデータをもとに真摯に各種対策を行い、省資源を推進していきます。

紙類など

小売業を主な事業とするヤマダ電機では、業務を行う上で、新聞への折込チラシ、レジ袋やレシートなどさまざまな紙・石油資源を使用しています。

レジ袋の省資源化

ヤマダ電機では、ポリエチレン製レジ袋の薄肉化を行い、省資源化に取り組んでいます。レジ袋の薄肉化は、使用後の焼却時に発生するCO₂排出量の削減に

紙類などの使用量

(単位:t)

	2006年度	2007年度
レシート	240.5	282.7
チラシ	—	39.0
レジ袋(紙製)	204.9	271.1
レジ袋(ポリエチレン製)	376.9	377.8

本レポートに掲載した環境データ範囲

	電力	資源			水
		レシート	チラシ	レジ袋	
(株)ヤマダ電機	○	○	○	○	○
(株)ダイクマ	○	○	○	○	○
南九州ヤマダ電機(株)	○	○	○	○	○
(株)関西ヤマダ電機	○	○	○	○	○
(株)沖縄ヤマダ電機	○	○	○	○	○
(株)中四国テックランド	○	○	○	○	
(株)テックサイト		○	○	○	
(株)東九州テックランド		○	○	○	

もつながります。2007年7月より順次切り替えを開始し、2007年10月より全対象商品の切り替えが完了しました。これによって、2007年度では10%の削減効果がありました。

水使用量

ヤマダ電機では店舗のトイレなど、日々多くの水を使用しております。2007年度の水使用量は80万m³でした。

環境配慮型レジ袋の導入

2008年5月以降、ヤマダ電機は環境配慮型レジ袋の導入に取り組んでいます。環境配慮型レジ袋とは、ポリエチレンに特殊な添加剤(ナノハイブリッドカプセル2:NHC₂)を添加したレジ袋のことです。NHC₂によってレジ袋の引っ張り強度などが強化され、さらなる薄肉化が実現可能になるとともに、焼却時には酸素吸着剤の効果でCO₂排出量を削減することができます。

ヤマダ電機「CSR REPORT 2008」

Q1. 本報告書をご覧になった感想はいかがでしたか？

デザイン

とても見やすい 見やすい どちらともいえない 見にくい とても見にくい

内容のわかりやすさ

とてもわかりやすい わかりやすい どちらともいえない わかりにくい とてもわかりにくい

内容の充実度

大変充実している 充実している どちらともいえない やや不十分 不十分

Q2. 関心を持たれた内容と、その感想を教えてください。(複数回答可)

トップコミットメント		経済パフォーマンス	
特集Ⅰ ヤマダ電機のこれまでとこれから		お客様とのかかわり	
特集Ⅰ ヤマダ電機のCSR		株主・投資家の皆様とのかかわり	
特集Ⅱ CSR経営有識者懇談会		お取引先の皆様とのかかわり	
特集Ⅲ 環境への配慮		社員とのかかわり	
特集Ⅲ 地域社会との共生		地域社会とのかかわり	
ヤマダ電機のステークホルダー		ヤマダ電機の環境への取り組み	
コーポレートガバナンス		事業を通じた環境負荷低減の取り組み	
コンプライアンス		自社の環境負荷低減	

Q3. ヤマダ電機のCSRへの取り組みについての評価とご意見・ご感想などがございましたら、ご自由にご記入下さい。

非常に評価できる 評価できる どちらともいえない あまり評価できない 全く評価できない

Q4. 本報告書はどのようなお立場でお読みになりましたか？ 以下の中から該当するものを一つだけお選び下さい。

個人のお客様 法人のお客様 当グループの社員とその家族 経営企画およびCSR担当の方
 株主・投資家の方 取引先・同業他社の方 学生の方 その他 ()

さしつかえない範囲でご記入ください。

性別 男性 女性

居住地 都・道・府・県 市・区・町・村

年齢 10代 20代 30代 40代 50代 60代以上

ご協力ありがとうございました。