



ヤマダ電機CSR REPORT 2010はFSC森林認証紙と大豆油インクを使用しています。



CSR REPORT 2010

株式会社 ヤマダ電機

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

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(2010年3月)

総資産額 ● 連結8,996億円(2010年3月)

自己資本比率 ● 連結45.0%(2010年3月)

従業員数 ● 連結12,280名(2010年3月)

発行済株式総数 ● 96,648,974株(2010年3月)

グループ会社一覧 (2010年3月31日現在)

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・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)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)ヤマダエコソリューション	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。

連結子会社	主な事業内容
(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)ぶ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。
(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。
(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)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)九州テックランド	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)ワイ・ジャスト	ヤマダ電機への不動産の仲介および賃料交渉。
(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)キムラセレクト	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。
(株)Project White	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 (2010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	405店
南九州ヤマダ電機	4店
関西ヤマダ電機	1店
ダイクマ	23店
沖縄ヤマダ電機	4店
中四国テックランド	9店
テックサイト	5店
東九州テックランド	1店
ぶれっそホールディングス	96店
キムラセレクト	5店
東海テックランド	3店
九州テックランド	18店
Project White	7店
直営店 合計	581店

FC店舗数	
コスモス・ベリーズFC	1,364店
ぶれっそホールディングスFC	31店
FC店舗数 合計	1,395店

都道府県別グループ直営店舗数一覧			
北海道	34	滋賀県	6
青森県	5	京都府	10
岩手県	5	大阪府	35
宮城県	10	兵庫県	26
秋田県	6	奈良県	6
山形県	7	和歌山県	4
福島県	9	鳥取県	2
茨城県	14	島根県	2
栃木県	8	岡山県	10
群馬県	16	広島県	7
埼玉県	29	山口県	9
千葉県	29	徳島県	7
東京都	50	香川県	10
神奈川県	33	愛媛県	8
新潟県	10	高知県	9
山梨県	3	福岡県	23
長野県	13	佐賀県	3
富山県	7	長崎県	6
石川県	8	熊本県	11
福井県	4	大分県	6
岐阜県	6	宮崎県	5
静岡県	11	鹿児島県	12
愛知県	35	沖縄県	4
三重県	8	合 計	581

グループネットワーク
総店舗数
1,976店舗

都道府県別の店舗数にFC店は含まれません。

編集方針

本報告書は、ヤマダ電機グループの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・環境に関する取組みをステークホルダーの皆さまにご報告し、コミュニケーションを図りながら、当グループのCSR活動への取組みをより深化させていくことを目的としています。

特集では、継続的に実施しているCSR懇談会の概要報告に加え、「ヤマダ電機の考えるCSR」のイメージをお示しし、当社の環境と労働への考え方についてご紹介しています。

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、当社の取組みを報告しています。

環境報告

当社の環境への取組み方針や管理体制、および実際の取組み内容と環境負荷データ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〉 2009年4月1日～2010年3月31日を主な報告対象とし、2010年4月以降入手可能な重要な情報を反映しています。

〈発効日〉 2010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 法務室
〒370-0841 群馬県高崎市栄町1-1
TEL.027(345)8181(代表) FAX.027(345)8824

Contents

〔目次〕

会社概要	2
目次・編集方針	3
トップ対談	4

特集Ⅰ

CSR経営有識者懇談会	8
-------------	---

特集Ⅱ

ヤマダ電機の考えるCSR	10
--------------	----

特集Ⅲ

環境配慮社会へ向けて	12
------------	----

特集Ⅳ

ヤマダ電機で働くこと	14
------------	----

ヤマダ電機のステークホルダー	16
----------------	----

ガバナンス・コンプライアンス

コーポレートガバナンス	18
コンプライアンス	19

経済性報告

経済パフォーマンス	20
-----------	----

社会性報告

お客様とのかかわり	22
株主・投資家の皆様とのかかわり	24
お取引先の皆様とのかかわり	26
社員とのかかわり	28
地域社会とのかかわり	30

環境報告

環境への取組み	
ヤマダ電機の環境への取組み	32
お客様と取組む環境への配慮	33
事業活動における環境への配慮	34

GRIガイドライン対照表	36
--------------	----

有識者意見	37
-------	----

消費者に近い存在として、サービスを通じて環境や地域に貢献していきます

株式会社 ヤマダ電機
代表取締役会長兼CEO

山田 昇

国連環境計画・金融イニシアティブ
特別顧問

末吉 竹二郎氏

現国連環境計画・金融イニシアティブ特別顧問。政府「地球温暖化問題に関する懇談会」元委員。環境・CSR分野において、自治体へのアドバイザーや企業の社外取締役、東京大学大学院非常勤講師などを多数務める。

末吉 持続可能な社会の実現に向けた取組みが企業に求められていますが、企業経営の中、社会的責任についてはどのように考えていますか。

会長 社会や経営環境の変化の中で、持続的成長という目標に対して、継続的にCSR活動を実施していくことが当社の経営スタンスです。このため、CSRについては毎週経営会議の中で状況を共有し、月次情報の開示、四半期毎の懇談会開催、毎年のレポート発行を続けています。経営環境の変化は非常に早いですし、不透明な要素もありますが、一方で、経営には中期的な視点が求められます。このため、常に3年後の社会を想定しながら取組みを進めています。

末吉 目先のことでなく、将来を見据えた方向で、絶えず持続可能性を踏まえた経営を考えていることは素晴らしいと思います。

持続可能性を配慮した新たなビジネス

会長 当社は家電専門店として、究極的には家庭丸ごとのサービスを考えて取組んでいます。数年前にリフォーム事業を立ち上げ、太陽光発電システムも取り扱い始めました。将来的には、電気自動車を販売する時代も来ると考えており、現在も一部の地域で充電スタンドの設置等を実施しています。太陽光発電システムを提案することによって、家庭へのトータルなサービスができると考えています。最近では、CO₂削減に向けて物流の効率化にも取り組んでいます。

末吉 部分的に最適を求めるのではなく、トータルで取組んでいることは、非常に重要です。

会長 太陽光パネルは、当社が日本で最も多く売っています。今までは、テレビが家電の中心だったのですが、太陽光パネルによってハードからメンテナンス・サービスまで、家庭の様々なサービスに発展しています。また、太陽光パネルをつけたお客様は、将来的には電気自動車を検討される、スマートグリッドという次世代ビジネスにもつながると思っています。また、中古住宅を仕入れて、太陽光からオール電化までセットにして販売することを始めています。



Noboru Yamada

末吉 トータル・サービス・ソリューションを非常に気に入っています。ものをつくるだけでなく、使う、買い換えるなど、トータルで環境負荷を考えていくことに価値があると思います。省エネ商品は使い方によって効果も異なるため、消費者に対して選び方や使い方などの情報提供も必要になってきます。そのため、消費者が商品を買う際に、環境の視点を考える材料を提供することは、ヤマダ電機の役割だと思います。

会長 そういう視点は是非必要ですね。逆に消費者の視点を通していろいろな新しいビジネスチャンスもあると思います。消費者の方への情報発信もしており、ニーズにあったヒット商品が出ています。

消費者に近い流通業としての役割を果たし、地位を向上していくこともCSRの一つであると思います。消費者ニーズをよく理解しているため、メーカーから商品開発の相談を受けることがあります。

末吉 一消費者から見ると、ヤマダ電機のお店に行くと色々なことが相談できるし、情報を得ることができるということですね。

国内外への展開を踏まえた今後のCSR

末吉 ヤマダ電機のような大きな企業が、日本の消費者を動かすことによって日本のメーカーによい影響力をかければ、メーカーの実力も上がり、内需拡大につながると思



ています。

今後、中国をはじめ海外にも展開される予定と聞いていますが、海外で日本の省エネ製品を使ってもらうことは、海外の国自体のCO₂削減にもつながると思います。それ以外にも貢献できる点はあると思いますか。

会長 当社では家電製品のリサイクル、リユースを行っていますが、アジアでの取組みはこれからです。家電製品をとりまくいろいろなサービスが広がり、ソリューションビジネスにも貢献できます。

末吉 中国は非常にビジネスチャンスが大きいですが、一方でリスクもあります。例えば環境問題や従業員教育についても、日本で実施している内容を中国で最初から行っていくことは、企業のリスク管理としても非常に大切です。将来のことになるかもしれませんが、途上国の人々をヤマダ電機のパワーで助けてあげる、できればビジネスと絡めたほうが良いと思っています。今世界の流れですと、人口ピラミッドの上層部だけがビジネスの対象になっていて、途上国で暮らす約40億人は対象になっていません。今、国連などが中心にやっているボトム・オブ・ピラミッドが地球規模で求められています。

欧米の大手企業は既に入り始めているため、近い将来、日本最大の家電量販店として電気製品分野で始められることを期待しています。

会長 何か機会があったら考えていきたいと思っています。私



Takejiro Sueyoshi

どもができるのは、いろいろな販売サービスを通じて、また企業文化を通じて、地域の皆さんに貢献するという方法になると思います。

積極的なコミュニケーションの継続を

末吉 ヤマダ電機のビジネスモデルの良さが、外部にあまりよく伝わっていない気がします。従業員を大事にする姿勢や「創造と挑戦」「感謝と信頼」について、消費者や取引先などにも積極的に伝えたらよいのではないのでしょうか。

会長 当社は箱根の研修所で定期的に企業理念を継続するための研修を実施しています。幹部候補が中心になって実施している勉強会では、自主的にいろいろな取組みも進めてくれています。

末吉 売上高2兆円は、消費者が支持をしている結果です。消費者の中には、商品を通じての情報提供だけではなく、その商品を扱っているヤマダ電機はどういう会社なのかという関心もあると思います。また、消費者に近い立場として、消費の先行きについても情報発信すれば、消費者も喜ぶことになります。

会長 CSRを積極的に推進して今年で3年目になります。労働環境、女性社員の育成、環境問題など、様々な取組みを実施する中で、会社がだんだんよくなっているという実感があります。CSRの取組みを始めて会社の中も、お取引先に対しても、意識が変わったと思っています。

末吉 CSRを実践すると、外部の取引先などが、その会社とビジネスする価値が高いと考え、会社の評判にもつながっていきます。ウォルマートは、世界最大の流通業として社内従業員の適切な処遇や環境配慮に努めるだけでなく、社外のサプライヤーなどに品質管理や環境問題への取組みを求めるなかで安さを追求しています。だからこそ「価値ある低価格」として受け止められているのです。

会長 まさに言われたとおりで、当社でも実践し続けたいと思っています。（了）

経営理念の実践のため、顧客満足と社員満足の両方を高めていきます

株式会社 ヤマダ電機
代表取締役社長

一宮 忠男

東京大学
社会科学研究所教授

佐藤 博樹氏

雇用職業総合研究所（現労働政策研究・研修機構）研究員、法政大学経営学部教授などを経て現職。厚生労働省「労働政策審議会分科会」委員、内閣府「男女共同参画会議」議員、厚生労働省「仕事と生活の調和推進委員会」委員長など歴任。

経営理念としてのCSR

社長 ヤマダ電機の経営理念は、「創造と挑戦」と「感謝と信頼」です。その中の「感謝と信頼」は、お客様に対して感謝をし、信頼されるという小売業の基本です。これは一見簡単な言葉に見えますが、我々は経営者として、社員にも感謝・信頼される会社にすることが重要だと思っています。

佐藤 CSRが、「感謝と信頼」につながっているのは非常に大切だと思います。CSRにおいてコンプライアンスは当然の話で、その上で社会と消費者や従業員に受け入れられる会社を目指すことが求められます。何か特別なことを実施することより、お客様や社会から感謝・信頼される事業活動が、CSRの基本になります。さらに社会の課題である環境問題に対しても、企業活動から解決・提案できるもの

があるといいですね。

社長 ヤマダ電機でも省エネ家電の販売や物流の効率化などによって、温暖化対策をはじめとする環境問題に取り組んでいます。同時に、雇用を維持し、社員の成長を促すことも大切です。つまり、顧客満足（CS）に加え、社員満足（ES）も考えていく必要があります。これが経営理念の具現化、実践化だと考えています。

全員参加型の経営

社長 当社は、社員から経営改善の意見を聞く、全員参加型の改善提案制度を実施しています。2009年度には、社員等約2万人を対象に社員満足度調査を実施しました。社員がどのように会社を捉えているのか、意見を聞くことは重要なことです。社内でも今後の取組みを検討しています



が、他の企業と比べて当社は相対的にどのようなレベルなのか、改善する点などご意見をお聞きたいと思います。
佐藤 満足度調査の結果は、全体的にみて高いと思います。今後、どのような人の満足度が高いか、CSRや経営理念を理解しているかなどを分析することが重要です。また女性は、相対的に男性よりも現在のままのポジションでよいという意見が多く見られました。今後、女性へのモチベーション喚起と同時に、管理職からも女性に期待していくことが大切です。このためには、管理職の意識改革も併せてやっていただきたいと思います。

社長 今後は、女性だからという「だから」ではなく、女性だから「こそ」という視点も大切にしたいと思っています。昨年度から女性管理職登用のプロジェクトを発足し、管理職の女性や候補生の意見を聞きながら、サポート方法など改善点について検討しています。基本的には、男女関係なく公平な人事評価を行うことが大事だと思っています。

顧客満足と社員満足の両立

佐藤 労働環境の制度面では、育児休業や短時間勤務、休暇なども整えられてきています。今後は、制度実践の中で、職場風土や働き方において管理職の仕事のマネジメント、あるいは社員一人一人の働き方にどのように活かしていくかが重要です。

社長 制度は大切ですが取組みを実現する手段に過ぎず、経営理念を時代環境に合わせて具現化していくことが重要です。今年は、現場主義で改革を実践していく年と位置づけ、残業の削減や女性管理職登用の推進も同時に進めていきます。

佐藤 福利厚生制度は重要ですが、手段だということは理解できます。社員から信頼される会社が、労働条件がよいからということにはつながらないからです。つまり、労働

条件をよくしたら、やりがいを持ったり生きがいを持てる訳ではありません。社員は、自分が働いている会社が社会からどう見られているか、仕事のやりがいがあるか、自分のやっていることがよいことかを考えていると思います。
社長 そのためにも、顧客満足と社員満足を両立することが求められます。私どもは、社員に働きやすい環境を提供できるように制度を改善してきました。社員が、家庭を大切に、ワーク・ライフ・バランスを保てることは、よい仕事をする上でも非常に重要であると創業時から考えています。

佐藤 ワーク・ライフ・バランスは、仕事はきちんと実施し、仕事以外でのやりたいことを実現できる時間をとれるように、仕事の仕方を調整していくことです。それはメリハリのある働き方にもつながります。残業も必要ありますが、初めから残業を前提とした仕事の仕方はよくないと思います。

社長 働きやすい仕組みの実現には、管理職も職場の環境づくりについて理解し、積極的に改善をしていかないとはいけません。本当の能力のある管理者は、与えられた時間の中で、与えた業務をいかに効率よく行えるかということです。

佐藤 管理職がいない場合の情報共有や緊急時の連絡などの仕組みが円滑に機能するように、業務のやり方を変えていながら、社員の働き方を改善し生産性を高めるなど、経営効率を高めていくことが望まれます。そのためには、マニュアルの整備をはじめとして、会社としてできる環境づくりも求められています。

社長 当社でも様々な業務のマニュアル化を進めています。評価の仕方を管理者や会社として明示することが必要です。我々もCSRの中での経営理念の実践として、顧客の満足、従業員の満足を引き続き高めていきたいと思っています。（了）





ヤマダ電機では、2007年11月から四半期毎にCSR経営に関して有識者との懇談会を開催しています。有識者の方々からは、外部環境の変化に応じたCSRの動向についてご意見をいただくとともに、ヤマダ電機のCSRの取組みについても助言をいただいています。外部の皆様との定期的な意見交換を通じて、引き続き、社会環境やステークホルダーのご意向を踏まえた取組みを進めていきたいと考えています。

労働問題、社員の働き方

鈴木委員 山田会長が以前から言っているように、社員がヤマダ電機で働いていることで、生きがいや達成感をどのように感じているか、点検してはいかがでしょうか。また、企業の社会的責任と大学教育との連携についても、リーディングカンパニーとして、今後のCSRの方向性を打ち立てていただきたいと思います。

一宮社長 経営の原点は、お客様から「ありがとう」と言われる会社になるということと、社員からヤマダ電機に入ってよかったという会社にしていくことだと思っています。また、労働問題についても、女性管理職の推進に向けた取組みを開始しました。女性の視点を活かして、女性が働きやすい環境になることは、全社員にとってもよりよい職場環境になると考えています。

佐藤委員 女性管理職の育成に取組むのは大事ですが、日々現場で女性が店舗で仕事をしながら男性と同じように上司にも期待されること、さらに能力を高める機会があるかについても非常に大事なところです。

それから、労働時間については、残業のない日、ある日というようにある程度事前にコントロールできると良いでしょう。仕事量を減らすだけではなく、管理職もメリハリのある働き方ができるような仕組みを作ることが大切だと思います。つまり、人を育成しながら、管理職は管理職しかできない仕事を行い、その他の仕事は部下に任せるなど、育成を踏まえた仕事の配分やスケジュール管理などをセットでやっていくといいと思います。

山田会長 人事制度の中で透明性の高い評価があることが非常に大切だと思っています。やる気のある人にはどんどんチャンスを与えていこうと思っており、女性・男性は関係ないと思います。

得平委員 家電量販業界では他の流通業と同様に、土曜・日曜日は全員が出て販売していますが、土曜・日曜日は子どもの運動会や父兄参観日などの家庭のイベントもあります。年に1、2回は子どもの記念日に休暇が取れる仕組みがあると、社員も仕事のメリハリにもなってよいのではないかと思います。

「特集Ⅱ ヤマダ電機で働くこと」P.14～P.15参照
「社員とのかかわり」P.28～P.29参照

顧客満足に向けた継続的な取組み

前田委員 ヤマダ電機は店舗数の拡大が続いていますが、サービスの質を維持するために人材の確保や教育を、どのように進められていますか。

山田会長 ヤマダ電機は創業37年目になります。小売業は人と人とのつながりを基本としているため、社員のレベルそのものが顧客満足度につながります。社員をどのように育てていくかは難しい問題ですが、どのような点に重点をおいて教育プログラムを進めるかを常に検討しています。また、家電量販店は、「価格」が重要な競争力になりますので、お客様のご要望に沿う価格で製品を提供しながら、サービスを向上させることが重要だと考えています。成長のスピードと顧客満足（CS）のバランスをとるのは難しいことですが、引き続き、成長とお客様満足を維持・向上できるように取組んでいきたいと思っています。

福山委員 お客様からいただいた意見、「ボイス・オブ・カスタマー」に基づいて、継続的に改善に取組んでいることは評価できます。苦情についてはマイナスに捉えるのではなく、逆に、ヤマダ電機のサービスをよりよくできる可能性があるという理解して対応することが求められるのではないのでしょうか。



加藤副社長 今後は配送や工事など明確に改善のポイントがわかる項目について、サービスの質を評価していきたいと思っています。

「お客様とのかかわり」P.22～P.23参照

環境への取組み

糠谷委員 ヤマダ電機が、環境問題や労働問題への対応など、様々な取組みをされていることを評価しています。その一方で、夜遅くまで営業している場合のコストと利益の観点についてはどのようにお考えですか。

桑野専務 営業時間については、お客様のニーズに合わせて時間を設定しています。つまり、長時間営業で電気などのエネルギーは使いますが、お客様のニーズがある場合には、コスト対効果が見込めると考えています。

得平委員 環境については、家電リサイクルや省エネ関連のエコポイント対象商品として、テレビ、エアコン、冷蔵庫が重視されていますが、家庭のエネルギー消費をみると、照明や水道代を含めた洗濯機、それから電池なども重要です。ヤマダ電機はリーディングカンパニーとして、これらの環境に関わる商品についても今後、取組みを強化していただきたいと思います。

末吉委員 今後は低炭素社会の実現に向けて、価値基準が

変わると思います。たとえば、これまではエコポイントのように、環境によい製品をポジティブ・スクリーニングで評価をしてきました。しかし、まもなくネガティブ・スクリーニングに変わってくると思います。つまり、環境に悪いものは取り扱われなくなる可能性があるということです。具体的にはアメリカのカリフォルニア州では、エネルギー効率の悪いテレビは販売禁止になりました。数年前までは考えられなかった状況が起きてきています。社会からの要求に対して、どう対応していくのか、少し先を読んでいく必要があると思います。

山田会長 当社では常に3年後を見据えて取組みを進めています。環境問題だけでなく、社員の働き方という観点も配慮しながら、営業をしており、そのなかで成長する努力をしています。これは社員の努力のおかげでもあり、ヤマダ電機は人材あってこそこの企業であるということを、企業理念としています。その結果、投資家の方からも評価をいただいております。外国人の持株比率も高い水準を維持しています。

環境や従業員の視点を含め、今後もCSRに関する様々な問題に対し、長期的な視野に立って引き続き取組んでいきたいと考えています。

「特集Ⅱ 環境配慮社会へ向けて」P.12～P.13参照
「環境への取組み」P.32～P.35参照

※本ページは、2009年度に実施した4回のCSR経営有識者懇談会の主要な議論を抜粋して作成しています。

出席者

※写真は五十音順です。



とくひら つかさ
得平 司
有限会社フィック
代表



なかや しんぺい
糠谷 真平
独立行政法人
国民生活センター
顧問



ふくやま ひろあき
福山 裕幸
株式会社
日立製作所
名誉顧問



まえだ ひろし
前田 宏
弁護士



さとう ひろき
佐藤 博樹
東京大学
社会科学研究所
教授



すえよし たけじろう
末吉 竹二郎
国連環境計画・
金融イニシアティブ
特別顧問



すずき まさる
鈴木 守
上武大学
学長

ヤマダ電機側の参加者

- 代表取締役会長（山田 昇）
- 取締役兼執行役員専務（桑野 光正）
- 広報部 部長代理（金子 利昭）
- 代表取締役社長（一宮 忠男）
- 取締役兼執行役員専務（茂木 守）
- 人材開発室（竹村 のり子）
- 取締役兼執行役員副社長（飯塚 裕恭）
- 取締役兼執行役員副社長（加藤 孝生）
- 取締役兼執行役員常務（樋口 春彦）
- 法務室 CSR担当理事（加藤 等）

※当役職は、参加当時のものです。

ヤマダ電機はお客様、関係者（ステークホルダー）の皆様への「感謝と信頼」を基盤とし、持続可能な社会に向けて新たなサービスを「創造と挑戦」により普及させていくことで、地球温暖化や少子高齢化など国内外の様々な課題や変化に積極的に取組んでいきたいと考えています。これはヤマダ電機で働く社員一人ひとりの取組みから形づくられるものです。明るく豊かな社会に向けて、ヤマダ電機は皆様の身近な生活のなかで成長していきたいと考えています。

CSRの内容は論者によってさまざまですが、私は「企業も『人』と同じように、自分だけでは存在しえず、周りの多くの人や地域社会や環境に支えられ育まれて初めて存在しうるのだから、互いに助け合わなければならない」ということだと考えています。（会長の一言メッセージより抜粋）



地球温暖化や水・資源問題など環境問題が社会全体で大きな課題となり、企業経営においても極めて重要性が増しています。世界全体で、持続的な成長を続けていくためには、環境への負荷を低減していくことが不可欠になっており、エネルギーや資源の有効活用、省エネ・省資源、特定物質の適正管理などが求められています。ヤマダ電機では、環境問題を重要な経営課題のひとつとして、積極的に事業を通じた環境への取組み、製品のリユース、店舗での省エネ・省資源を実行しています。

日本国内では、CO₂の削減を達成するために、家庭部門や運輸物流部門でのCO₂削減が重要な課題のひとつになっており、エコポイントなどの政策などを背景に、個人のお客様のエコへの関心も高まってきました。

ヤマダ電機では、家電製品を販売する立場から、お客様によりご満足いただける省エネ家電の取り扱いを拡充しています。また、家電製品だけでなく、家庭全体でCO₂の削減を実施できる太陽光発電システムや、エコキュートな

どオール電化のための設備・サービスの販売や工事も実施し、お客様が身近に省エネやエコへの取組みを実施していただくご支援を実施しています。

また、全国に約2,000店舗展開する直営店では、デマンドコントローラーの設置に加え、各店舗に水光熱管理の担当者を設置し、省エネや省資源の実施を確実に行う体制を整えました。

ヤマダ電機は、家電製品のエキスパートとして、家庭全体の省エネ支援や環境への取組み推進に向けたご支援を今後も続けていきます。



低炭素社会 へ向けた 取組み

家庭からのCO₂排出量が急増している中、低炭素社会へ向けて各家庭での取組みの普及が不可欠となっています。ヤマダ電機はお客様の視点を重視し、お客様が安心して省エネや創エネに取り組めるようサポート体制や各種サービスを開始しています。家全体でのエネルギーを考えた効率的な機器の導入や、電気自動車の充電器インフラの展開、太陽光パネルの長期保証などを充実させ、低炭素社会の構築に貢献していきたいと考えています。

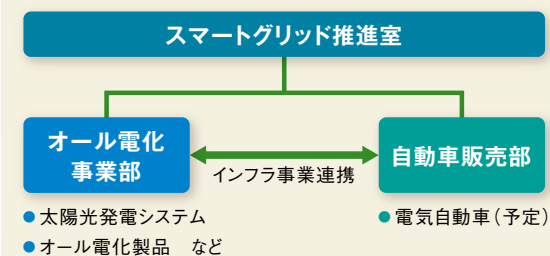
低炭素社会へ向けて、省エネ家電、太陽光発電システムやオール電化製品の販売を積極的に進めています。現在、太陽光発電システムの販売は、国内でもっとも多い年間約6,000棟に達しています。またオール電化コーナーを約400店舗まで拡大し、IHクッキングヒーターやエコキュートの販売推進に取り組んでいます。

さらに、将来を見据えた低炭素社会の推進に向けては、単体製品の省エネだけでなく、家庭のオール電化、電気自動車や太陽光発電システムなどをつなげたトータルでのソリューションが重要になってきます。その取組みの一歩として、ヤマダ電機では、2010年1月にオール電化事業部と自動車販売部を統合し、スマー

トグリッド推進室を設置しました。これらの事業を連携することで、例えば電気自動車の充電器など将来のインフラを含め、お客様に一貫したサービスをご提供していきたいと考えております。



● 社内でのビジネス支援体制



資源の大量消費・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。ヤマダ電機では、事業の中心である家電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サービスを実施しています。

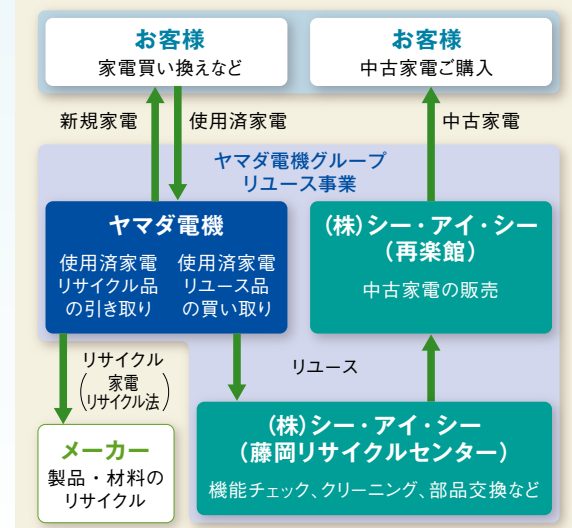
ヤマダ電機ではグループ関係会社の株式会社シー・アイ・シーと協力して2001年から家電リユース事業をはじめています。ヤマダ電機店頭でお客様の家電買い替え時などに使用済家電の買い取りを実施した後、シー・アイ・シーの藤岡リサイクルセンターで使用済家電の機能チェックやクリーニングを行います。これ



循環型社会 へ向けた 取組み

ら一連の検査を終了した使用済家電を、中古家電としてシー・アイ・シーの再楽館で販売しています。現在テレビ・冷蔵庫・洗濯機・乾燥機について毎年3～5万台の家電リユースを実施しています。この一貫したリユースの仕組みは他の製品や様々な地域などにも応用が可能なものであり、今後もリユース事業を推進していきたいと考えています。

● ヤマダ電機のリユース事業



※ リユース事業の詳細については、2008年CSRレポート特集に紹介しています。

社員が働きがいと誇りを持って仕事に取り組める環境を整えていくことは、経営のもっとも大切な要素であると考えています。そのため、社会環境の変化や社員からの意見を踏まえて、よりよい仕組みや制度を検討し、柔軟・迅速に取り入れています。多様な人材が、働きがいを持って仕事に取り組み、個々の能力を活かすことによって、お客様や社会に対してよいサービスや価値を提供できることが会社の理念です。

男女や年齢等にかかわらず、多様な人材に活躍してほしいと考えています。そのため、透明な資格制度をもとにした公正な評価を実施しています。

人事方針

社員の能力を重視し、実力主義により公正な評価をしています。社内資格制度のもとで、希望する契約社員について、正社員への移行も可能になっています。また、社員の能力向上に向けた研修機会も提供しています。

採用方針

新卒、中途社員、パート・アルバイトなど様々な形態で社員を採用しており、業務内容に応じた多様な人材を採用しています。女性社員は会社全体の約2割を占めており、近年の新卒社員では約4割となっています。

社内有資格制度

ヤマダ電機の社内有資格制度は、社員の現在の能力を適切に評価するために実施しています。販売に必要なノウハウや知識だけでなく、経営理念や社会環境を理解するための問題も取り入れ、定期的に試験を実施しています。

新卒採用について

新卒採用では、業務内容の特性に応じた採用を進めており、組織の活性化に向けた人材の確保に努めています。近年では女性の応募者も増えており、採用活動では育休や産休などの質問が出ることも多く、当社でも関連制度の充実に取り組んでいます。また当社のCSRや環境の取組みに興味を持って志望する学生も多くなってきました。CSRは当社の経営方針上重要な位置づけであり、学生の皆様にも積極的に理解していただくよう努めています。



総務本部 採用部
田村 正章

開かれた
機会と
公正な評価

改善提案制度

現場の声を反映して、より良い仕組みに改善していく制度として、改善提案制度を設けています。社員が業務を通じて気が付いた改善点を提案し、効果や実現性の高いものについて、随時採用しています。2009年度は10,791件の提案があり、355件を実施することにより、金額換算にして約5億8,000万円の改善に結びついています。

社員満足度調査

2009年度は、社員のみならず契約社員、パート・アルバイトも対象とした満足度調査を実施しました。今後は分析結果をもとに改善点を検討し、さらなる経営改善に役立てていきます。

会長の毎日メッセージ

当社で働く社員全員へ経営者の声が届くように、山田会長から毎日一言メッセージが送られます。

全員参加型
の経営

くるみんマーク

2008年度にくるみんマークを取得しました。育児や介護など家庭での仕事と業務を両立するために重要な施策を取り入れて、社員が働きやすい環境を整えていきます。



時間外労働の削減

流通業は繁忙期に業務が集中し、時間外労働が必要な時期がありますが、管理者を含めた職場全体が、労働時間を削減する環境を提供することが大切だと考えています。2009年度は前年度に比べて3.3%の削減を実現しました。今後も引き続き、時間外労働の削減に継続的に取り組んでいきます。

働きやすさ

社員が休みを取りやすくするため、業界に先駆けて元日休業を導入しています。2009年度の3連続休暇の取得率は95%以上になりました。今後は、その他の労働環境の向上等についても検討をしています。

ワーク・ライフ・バランス

ヤマダ電機では、仕事と家庭のバランスを保つことは、良い仕事をするうえで重要な要素であると考えています。このため、基本的に単身赴任は実施しないなど、社員が一人の人間として充実した家庭生活を送れるような仕組みを考えています。

働きやすさ



能力向上支援

ヤマダ電機では
透明性の高い人事制度の中で
社員の成長を促す環境を
つくっていくよう努めています



箱根の研修施設



集合研修の様子

集合研修

ヤマダ電機では、集合研修施設での研修を定期的に開催しています。多忙な社員が、一時仕事を離れて研修に参加することは難しい場合もありますが、常に最新の製品知識・接客マナーなどを身につけることは、業務遂行において重要であると考えています。

CSR研修

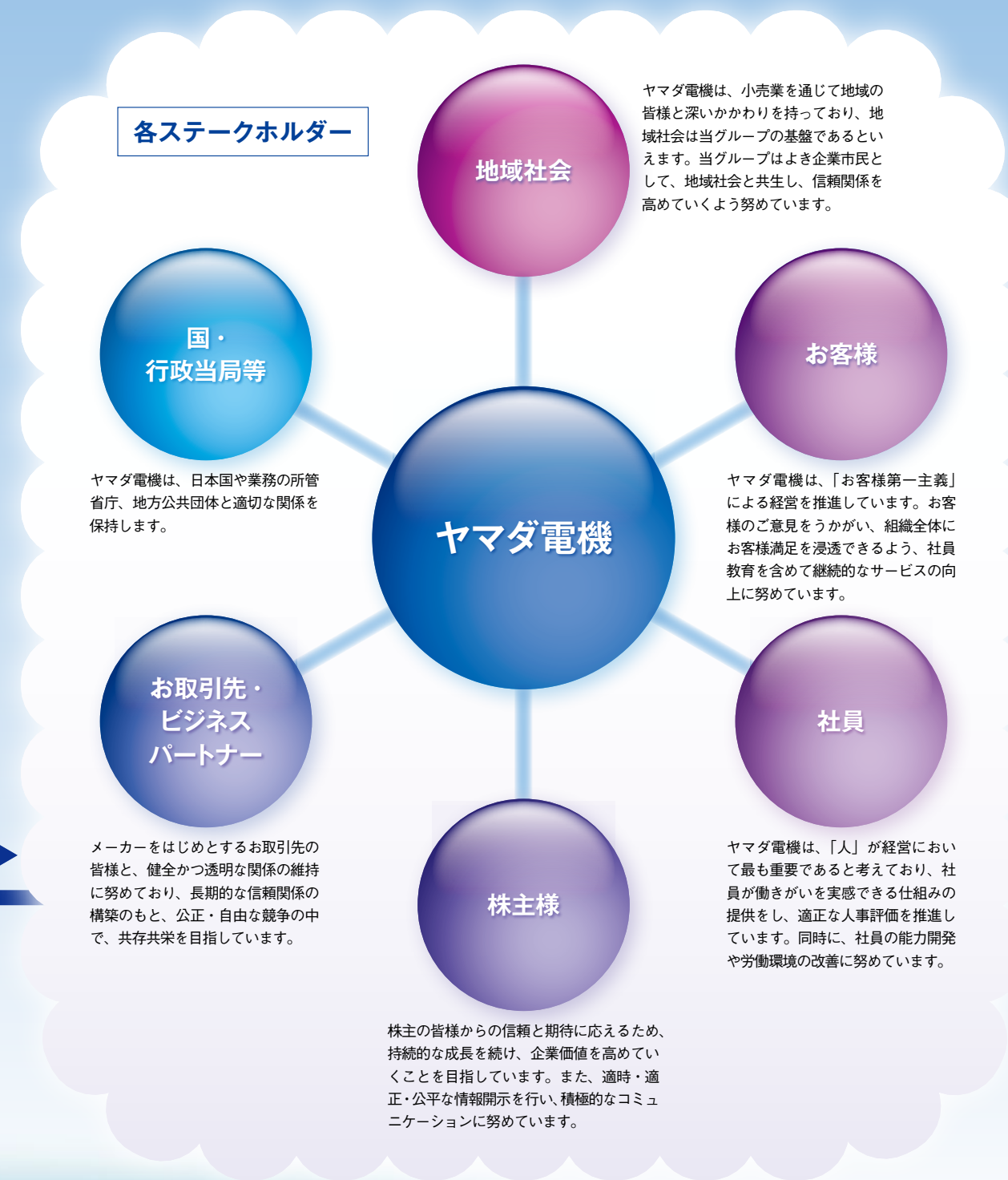
CSRの考え方を経営理念や業務を踏まえて、実践していくことは、中長期的にも重要な経営戦略のひとつです。管理職社員等を対象にしたCSR研修を実施し、社員が自らCSRについて考える機会を提供しています。

女性管理職の育成支援

社員の約2割近くを女性社員が占める一方で、女性管理職は相対的に少数に留まっています。今後、多くの女性管理職に活躍してもらうため、女性管理職候補者を対象とした研修の実施や、時短勤務など新たな支援の方法や仕組みの改善を検討しています。

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様々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。



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、
持続的に社会から信頼される企業市民として事業を継続する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。

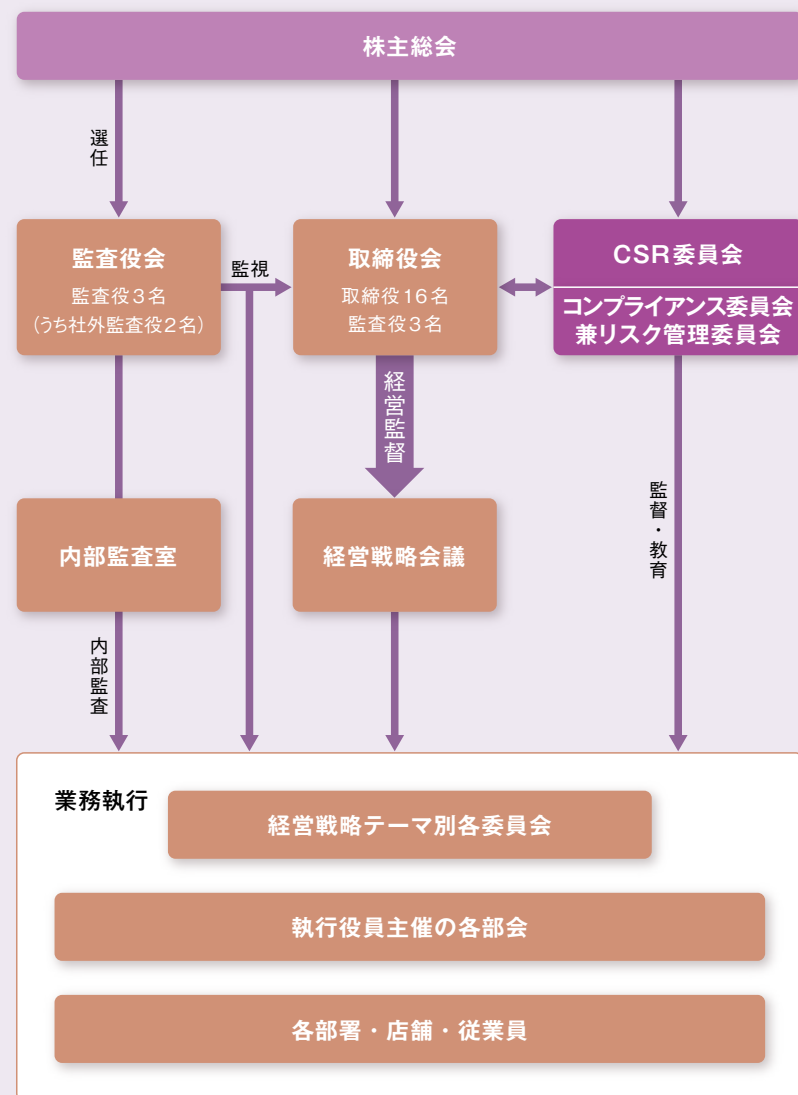
コーポレートガバナンスの状況

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執行役員制度を導入しています。代表取締役会長兼CEO（最高経営責任者）と代表取締役社長兼COO（最高執行責任者）、2名の取締役副社長（各CIO、CMOを兼任）、取締役兼執行役員専務管財本部長CFOを経営責任

者とする組織のもとで各種委員会を開催し、各執行役員が担当の業務を統括、経営責任の明確化と迅速な意思決定につなげています。

また、「企業の社会的責任（CSR）」を経営理念の中核に据え、2007年6月よりCSR委員会を設置しています。CSR倫理綱領の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、経営方針としてCSRを実践しています。

●コーポレートガバナンス組織図



取締役会

取締役会は、原則毎週開催し、重要事項が付議され、業績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をし、会社の業務活動が適正・効率的に行われているかという観点から監査を行っています。

コンプライアンス

ヤマダ電機は、コンプライアンス（法令等遵守）を企業経営の重要課題に位置付けており、コンプライアンスの確立・徹底に向け、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

社内への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ています。コンプライアンス委員会は毎週1回開催し、月毎にテーマを決め、問題点の抽出と改善を議論しています。

2009年度は、個人情報の管理や各種営業許認可などについて検討を行い、内容を周知しました。また全社的にコンプライアンスの意識浸透を図るため、各部署に向けてテーマ別に各種勉強会を実施しています。

●コンプライアンス勉強会テーマ例

項 目	個別テーマ
法令遵守	景品表示法について 公官庁対応について
CSR	CSR活動について
情報セキュリティ	ISMSについて 情報漏洩について
営業上のリスク	サービス事業部CS活動 契約と契約書について
環境関連法令	ISO取得に向けて

リスク管理体制の確立

ヤマダ電機では、リスク発生防止にかかわる管理体制の整備と発生したリスクへの対応等について、リスク管理基

●ヤマダ電機のCSR倫理綱領（2007年6月制定）

1. 信頼の確立

- 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。
- 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ができるよう信頼の確立を目指します。
- 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。
- 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。
- 業務の全てを通じて、健全で適切な運営を心がけ、社会からのゆるぎない信頼の確立を目指します。

2. お客様本位の徹底

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

本規程を制定しています。具体的には、部署ごとに①組織図、②職務権限、③立案・審査・承認プロセス、④管理簿の有無、⑤職務分掌等を規定したリスク管理マニュアルを作成し、想定リスクへの対応や権限乱用防止を図っています。さらに月1回開催される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。

また、集中豪雨等の増加など近年の災害の態様変化を踏まえ、より迅速かつ有効な対応ができるよう、緊急災害時行動マニュアルや避難基準等の全面的見直しを実施しました。



緊急災害時行動マニュアル

グループ会社の管理強化

ヤマダ電機では、関係会社管理規程、関係会社基本規程を制定し、グループ会社各社の主体性を維持しつつ各社の業務の適性を確保しています。また弊社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おり、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。

3. 法令等社会規範の遵守

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

4. 公正な取引

取引先様等とお取引の際には、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。お客様とお取引の際には、お取引内容について誤解などが生じないよう、親切な接客を心がけ、納得・ご理解いただけるよう努めます。

5. 人権の尊重

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

6. 環境保護への取り組み

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

7. 地域社会への貢献

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はかり、地域社会の文化に貢献してまいります。

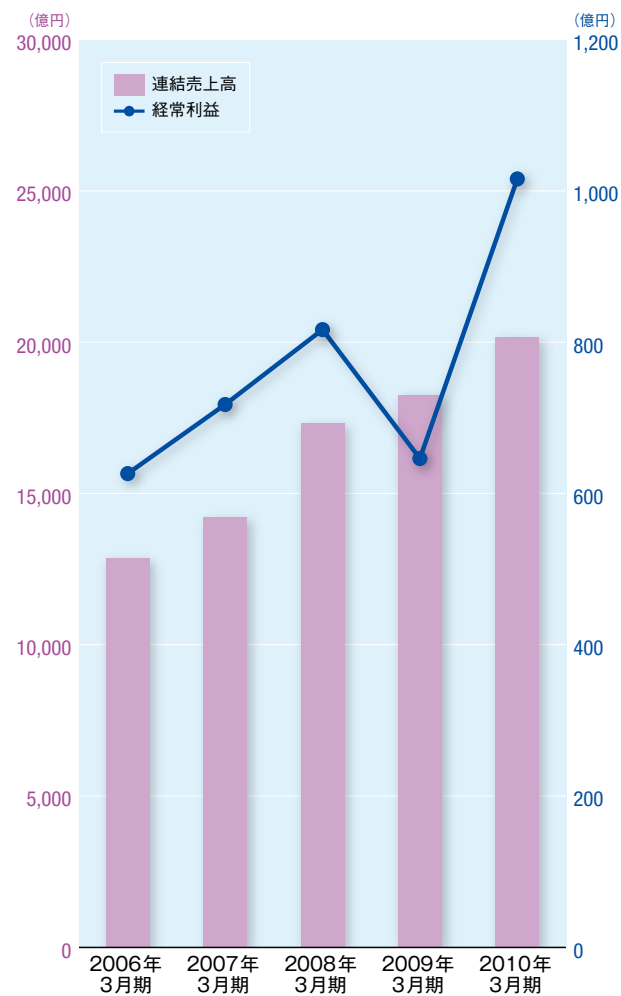
経済パフォーマンス

企業価値の向上は、株価を高めることだけではなく、
様々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

2010年3月期の連結決算において、売上高2兆161億円、経常利益1,015億円となり、国内家電量販専門店として初の売上高2兆円を達成しました（国内専門量販店としても初。世界の家電量販専門店としては売上高第2位）。今後は新たな中長期目標として、売上高3兆円を目指していきます。

● 売上高・経常利益に関する経年グラフ（過去5年）

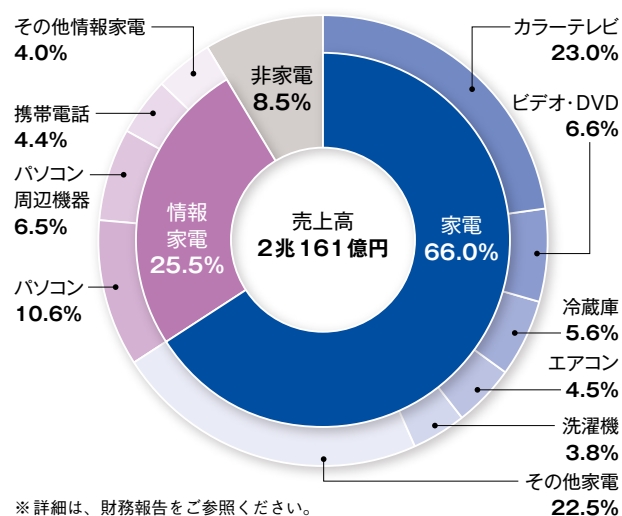


取り扱い製品・サービスと分野別販売実績

ヤマダ電機では、様々な家電製品、情報家電などを個人・法人のお客様に販売しています。近年は、これらに加えてIHクッキングヒーターやエコキュート、太陽光発電システムなど、環境にやさしいオール電化関連製品も数多く扱っています。さらに、お客様の利便性向上やニーズに対応するため、時計・ブランド品、ゴルフ用品から、各種生活用品まで、幅広い商品を取り揃えています。また、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、ビフォアサービスからアフターサービスまで、様々なサービスも提供しています。

分野別の販売実績では、家電製品が66.0%、情報家電が25.5%、非家電が8.5%となっています。今期はエコポイント対象商品のテレビ・冷蔵庫、地球温暖化への取組み意識向上によってオール電化関連製品が好調に推移しました。またウィルス対策として空気清浄機なども売上を牽引しました。

● 分野別販売実績（2010年3月期）



店舗の展開

2010年3月期は、LABI1日本総本店池袋など都市型大型店LABIを計2店舗開設、郊外型店テックランドを計32店舗開設し、19店舗を閉鎖しました。また、小商圏地域密着型フランチャイズチェーン「コスモス・ベリーズ」の加盟店舗数は、1,364店舗にまで拡大し、ヤマダ電機グループの総店舗数は1,976店舗となっています。今後お客様の様々なニーズに対応するとともに、効率的な店舗ネットワークの展開に努めていきます。

● ヤマダ電機グループ店舗数

区分	該当店	2009年3月末	2010年3月末
直営店舗	ヤマダ電機、LABI、テックランド、ぶれっそホールディングス 等	567店	581店
	LABI Tecca		
フランチャイズ店舗	コスモス・ベリーズFC、テックランドFC、ぶれっそホールディングスFC 等	933店	1,395店
	Berry's コスモスベリーズ		
グループ店舗合計		1,500店	1,976店

※ 詳細は「会社概要」(P.2)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

主要なステークホルダーとの経済的関係は、下記のように試算しました。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)			
	試算方法等	2009年度	2010年度
株主の皆様	株主にお支払いした配当金の額	31.0	37.7
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	768.6	850.35
地域社会	地域社会に向けた活動はP30-31、P33をご参照ください	—	—
行政	法人税、住民税および事業税	334.1	449.7

変化を先取りし、社会の課題に事業を通じて貢献する

ヤマダ電機では、これまで家電製品の販売だけでなく、非家電製品の販売や、周辺サービスなどを含めた様々なサービスを提供してきましたが、2009年10月にオープンしたLABI1日本総本店池袋や11月にオープンしたLABI1池袋モバイルドリーム館では、これまでの家電量販店の枠にとらわれない総合流通化を実現し、新しい業態としての展開を図っています。

また、低炭素社会の構築に向けてニーズが高まっている省エネ・創エネ関連製品として、エコキュート、太陽光発電システムやIHクッキングヒーターなどを取り扱い、家庭全体での環境負荷の低減にむけ、お客様のニーズを先取りしたサービスを展開しています。

地球温暖化を始めとする社会の様々な課題に対して、ヤマダ電機の事業等を活用した取組みを今後も進めていきたいと考えています。

お客様とのかかわり

ヤマダ電機は「お客様第一主義」による経営を継続的に進めており、2009年度も、前年に続き顧客満足向上に向けた取組みを実施しました。店舗全体での取組みに加え、配送工事やアフターサービスなど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ご満足いただけるようなサービスをご提供できるように努めています。

お客様の声に対応し、より改善していく仕組み

ヤマダ電機では、お客様の声を真摯に受け止め、迅速に対応すると共に、より優れた標準的な仕組みを維持・推進できるように、現場と本部をつなげる仕組みを構築しています。

CS向上推進室では、お客様からのメールやFAX、電話やお手紙などを定量・定性の両面で分析し、各部署に振り分けて現場での対応を実施すると共に、全体としてどのようなご意見が多いのか、それに対してどのように対応しているかを経営層に報告しています。（詳細は2009年CSRレポートの特集をご参照ください）

2009年度も、「親切、丁寧、気配り（STK）」をキャッチフレーズとして、重点的な取組みを実施しました。本年度は、お客様がご来店されてからお帰りになるまで、心地よく満足してお帰りいただけるように、店舗全体に具体的な行動基準を設定し、社員の具体的な行動につなげています。これらの取組みは、その後のお客様アンケートをもとに、成果分析をし、その結果やご意見を踏まえて、継続的に重点課題を整理して、サービス向上を進めています。

この結果、お客様からのご意見における苦情の構成比が着実に低くなっています。ヤマダ電機は、事業規模の拡大

に伴い、新入社員や未経験者の社員が入社しており、継続的な教育研修が必要であると考えています。引き続き、サービスの改善とお客様満足の向上に努めていきます。

お客様へのCSアンケートの実施

当社では、来店していただいたお客様を対象に、CSアンケートを実施し、集計結果を分析、CS向上に向けた取組みに役立てています。アンケートでは、店舗での店員の対応や、混雑時の対応、待ち時間等についてお聞きし、店舗別・売り場別でのお客様満足度を分析しています。

アンケート結果では、前年に比べて全般的にお客様満足が向上し、お褒めの言葉が増え、苦情が減少傾向にありますが、引き続き改善すべき課題も明確になりました。今後も継続的にお客様のご意見を伺い、結果を真摯に受け止めて、サービス向上に努めていきます。

CS向上に向けた継続的な取組みについて

ヤマダ電機では、お求めやすい価格で家電製品等を購入していただくとともに、お手元で使用していただく間もご

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。このため、社員研修をはじめ、店舗や配送・アフターサービスなどでもお客様のご意見を伺い、お客様満足を高めるために継続的なチェック、改善に努めています。

お客様の個人情報保護への取組み

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よう継続的に取組みを進めています。本社では情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）を取得しており、グループ全体での管理体制を構築しています。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。2009年度もISMSの管理項目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。

専門知識をもとにした家電製品のアドバイス充実へ

ヤマダ電機では、お客様が家電製品を購入される際に、お客様のご要望をお聞きし、用途や使用頻度、設置環境や嗜好など様々な要素を踏まえて、製品のアドバイスができるように社員の家電製品に対する専門知識を高めています。このため、家電製品アドバイザーの取得を推奨しており、取得者数も増加しています。2009年度には各分野300人を超える家電製品アドバイザーが在籍しています。

●家電製品アドバイザー数			
	2007年度	2008年度	2009年度
AV情報家電	225名	296名	376名
生活家電	179名	242名	325名
家電製品総合	176名	263名	360名

トータルとしてのお客様満足向上へ

ヤマダ電機では、製品を店舗で購入していただくときだけでなく、配送や設置工事、修理など、製品の使用段階にいたるトータルとしてのお客様満足の向上が必要であると考えています。

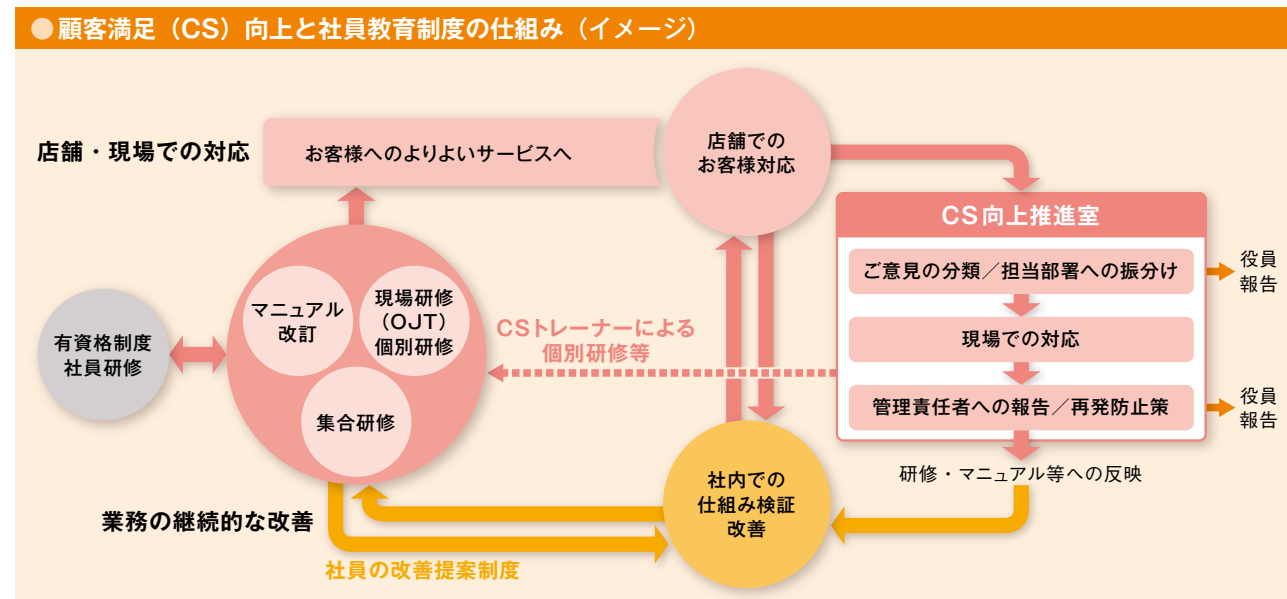
■配送・工事・修理における顧客満足向上の取組み

店舗での取組みについては、ヤマダ電機の社員や管理者が直接その状況の把握や満足度向上に向けた取組みを実施することができますが、配送工事や修理などのアフターサービスについては、お取引先である設置・工事事業者、配送事業者の方々の対応が、ヤマダ電機で購入した製品の評価を左右することになります。

このため、ヤマダ電機では、配送・設置工事について、お客様からのお問合せ等の内容を詳細に調査し、お取引先企業へのフィードバックならびにサービスおよびマナーの向上に向けた研修会等を実施しています。この結果、配送や修理に関するお客様からのお問合せ等のうち、苦情等の件数は減少傾向にあります。引き続き、配送事業者等との連携を進めながらお客様へのサービス向上を進めてまいります。

■お取引先の取組みに関する透明性の高い評価に向けて

ヤマダ電機では、顧客満足向上に向けた取組みの一環として、サービス事業部の行うお取引先に対するCSR評価の仕組みを標準化し、評価基準を策定しています。外部委託先のある部署が共通の指標でお取引先の顧客満足に向けた活動を評価できるよう、勉強会を定期的実施し、よりよい事例をヤマダ電機のお取引先も共有できるような仕組みを構築しています。



※ お客様満足の向上と社員教育制度の仕組みについては、2009年CSRレポート特集に詳細に紹介しています。

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。このためには、株主の皆様当社をより理解いただき、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。

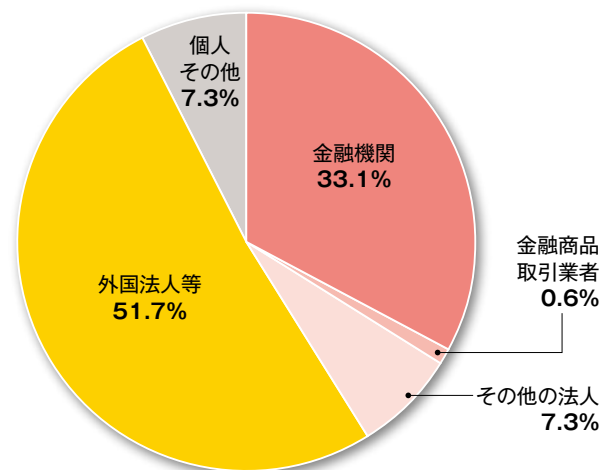
事業・財務情報の適時・適正な開示

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・適正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。

また、投資家やアナリストの方々と年間約200回超のミーティングを実施しています。当社は、現在株主の過半が外国法人等となっており、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、当社が実施しているCSRに関する取組みについても、当社の重要な経営理念の実践として、投資家やアナリストの方々に説明するように努めています。

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計画について説明しています。

● 株式保有比率（2010年3月）



● 投資家等とのミーティング回数

年度	回数
2007年度	223回
2008年度	227回
2009年度	213回*

※2009年度から1回あたり10名前後が参加するスモールグループミーティングの件数を1.5倍に増加

● 個人投資家向け説明会

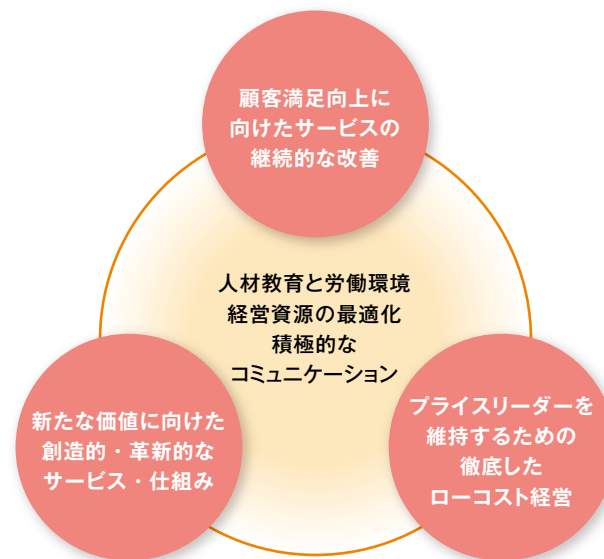
開催時期	開催地	参加人数
2007年9月	東京	約300名
2008年9月	東京	約470名
2009年9月	東京	約408名



個人投資家向け説明会の会場風景

利益分配に関する基本方針

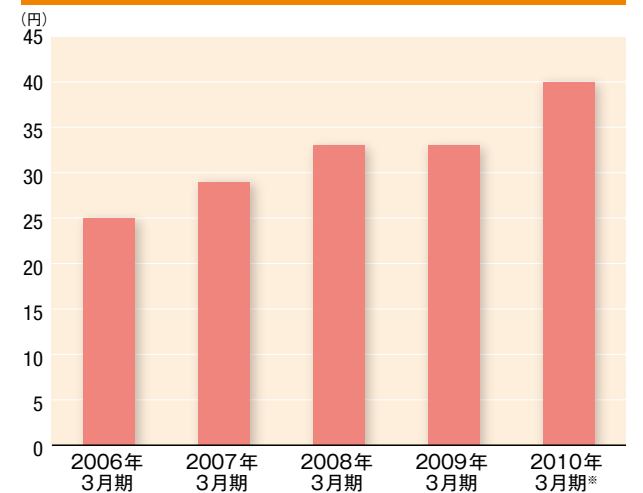
当社の利益分配は、株主に対する配当の安定性と継続性を最重要政策としています。同時に社会環境の変化が続くなかにおいては、企業体質の強化による安定した成長性を確保するため、内部留保も不可欠であると考え、収益に応じた配当を行うことを基本方針としています。



内部留保は、今後の競争力維持向上のため、新店舗の開設、既存店改装等の設備資金および人材開発資金や、財務体質の強化などに充当し、経営基盤の確立のために有効活用する予定です。

2010年3月期末基準日の1株当たり配当金は、普通配当37円に売上高2兆円達成記念配当3円を加えた40円を予定しています。

● 1株あたりの配当金の推移（過去5年間）



※うち3円は売上高2兆円達成記念配当

中長期的な経営戦略

ヤマダ電機は、今後も店舗展開において、都市型店舗LABIの開発推進、郊外型店テックランドの開発推進、既存店の活性化（改装やS&B）、小商圏地域密着型FCチェーン展開による量販店と地域電器専門店との共生、ネットワーク作りを推進していきます。

また、家電・情報家電の販売に加え、低炭素社会の実現に向けたオール電化関連商品・太陽光発電等のスマートグリッドシステム提案、LED照明等の省エネ型商品の普及推進のための提案を積極的に行っていく予定です。その他、3Dテレビなど次世代商品の拡販にも

積極的に取り組んでいきます。

長引く消費低迷などにより、消費マインドは横ばいを続けており、今後の動向についての不透明感も強く、当家電業界においても、市場環境は引き続き厳しい状況が続くものと予測されます。

こうした中でもヤマダ電機では、経営改革にも継続して取り組んでいく計画です。他社との差別化を進めると共に、店舗効率の改革と改善・品揃えの充実・財務体質の改善・諸経費の削減に取組み、キャッシュ・フロー改善、ローコスト経営に徹して収益力の向上を図ります。

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、長期的に信頼関係を構築して、共存共栄を目指しています。

家電・その他取扱い製品の製造企業等とのかかわり

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。また生活用品等の製造や卸事業の企業様との取引も多くなっております。家電製品等のメーカーの皆様をはじめ、お取引先企業様の多くは、CSRの取組みを早期に開始され、先進的な取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に向けて

ヤマダ電機では、お取引を行う企業の皆様と、「公正取引の確保に関する法律」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。

お取引先とのパートナーシップ

ヤマダ電機は量販店として唯一マイクロソフト株式会社のゴールドパートナー企業に認定されています。ゴールドパートナーとは、同社が取引をしているパートナー企業の中でもハイレベルなIT技術を持ち、同社がユーザーへ推奨できる「システム構築力を持つエキスパート企業」のことです。国内では約200社が認定されていますが、家電量販店としてはヤマダ電機が初の認定企業となりました。



ヤマダ電機のCSR活動についての周知について

お取引先の企業の皆様には、ヤマダ電機のCSRの取組みや、その一環として推進しているお客様満足、環境への配慮などについて定期的に会議を開催し、情報共有を進めています。また、情報管理などのコンプライアンス等についても、ヤマダ電機と同様にリスク管理を進めていく上での取組みについて、お取引先企業のある各部署の担当者への勉強会を実施して、お取引先との協力を推進しています。ヤマダ電機のお取引先は、大小様々な規模の企業がありますが、ヤマダ電機との事業を通じて、事業活動における社会や環境面での影響について考慮し、よりよい社会に向けた積極的な取組みを進めていただきたいと考えています。

配送・設置工事にかかわる取引会社様との連携について

ヤマダ電機は、お客様が店舗で購入された家電製品の配送・設置工事について、数百社の事業会社と取引があります。これらの配送・設置工事会社の皆様とお客様満足の向上に向けた定期的な情報共有を実施しています。引き続き、お客様のご意見やご要望、対応時間や対応策について情報共有を進め、よりよいサービスをお客様にご提供できるように努めていきます。課題を改善していくだけでなく、より良い対応事例を整理し、高い満足度を得た協力会社の担当者に対してはフィードバックを実施しています。

ヤマダ電機ではお客様から、店舗内のサービスだけでなく大型家電製品等の配送・設置工事についてご意見をいただくケースが多くありましたが、これらの定期的な会議やお取引先企業での研修等により、お客様からのアンケート

結果において満足度が改善してきています。今後も、取引している配送・設置工事会社と共にお客様満足への意識向上に取組んでいきます。(お客様満足に関する取組みの詳細についてはP22-23ページをご参照ください。)

※下請法を遵守しています。

● 配送・設置工事会社とのCS定例共同会議の概要			
企業の規模	開催頻度	開催場所	会議内容
大規模	毎月	本社	配送・設置工事に関する、CSへの取組み状況確認
中規模	2ヶ月毎	全国7エリア	
小規模	2ヶ月毎	所属拠点	

CS向上に向けたお取引先での取組み

- お客様コールセンター
(お客様向け電話窓口を開設し、お客様からのご要望に早期に対応、今後の業務に反映)
- 配送・設置工事担当者向けコールセンター
(配送・設置工事担当者が困った際に技術的な相談ができる電話窓口を開設)
- 顧客満足度向上に向けた定期的なミーティングの実施
(配送・設置工事の拠点単位ですべての業務終了後に実施)
- 配送・設置工事研修用DVDの作成と研修の実施 (配送・設置工事作業中の注意点を映像で研修)
- 自社内評価制度の確立 (コールセンターへの入電結果の活用による自社社員の表彰等)



CS定例共同会議の様子

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。
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、労働環境の改善の状況を報告します。

人事方針

ヤマダ電機では、社員個人の能力を重視し、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し、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。また、近年は女性の応募数も増加し
ており、2010年の新卒採用では約4割が女性となりました。

業務内容の特性に応じた採用を進めており、組織の活性
化に向けた人材の確保に努めています。2010年3月現在
での社員の平均年齢は30.2歳、平均雇用期間は5.3年です。

また社内有資格制度との連携による契約社員の正社員
化も進めています。また障がい者雇用も推進しており、
2009年1月以降は法定雇用率を超えています。

● 雇用者数				
		2007年度	2008年度	2009年度
管理職人数	男性（名）	2,572	3,359	3,577
	女性（名）	24	72	81
	合計（名）	2,596	3,431	3,658
社員数（名）		8,747	9,067	9,882
平均臨時雇用者数（名）		8,064	8,431	8,865
障がい者雇用者数（名）		187	395	404

※上記は（株）ヤマダ電機単体の人数です。

人材の育成と能力開発

ヤマダ電機では、社内有資格制度をもとに、社員の能力
の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もので、
年3回試験を実施しています。

お客さまへのサービス向上に向けて新入社員への研修に
も力を入れており、新人向けの研修を約3ヶ月間実施、接
客や商品に関する基本的な知識を高めています。
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。

研修の様子



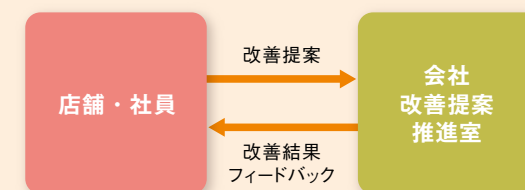
● 各研修概要

		参加人数	期間	実施回数
新人研修	社会人マナーや接客、商品の基礎知識等に関する研修	1,062名	3ヶ月	1回
新任フロア長研修	新任フロア長に就任して6ヶ月後に実施。経営理念や倫理、管理者としての役割等に関する研修	397名	3日	16回
店長研修	毎年、重点テーマを決めて実施。2009年度は経営理念等	377名	4日	17回
女性管理職研修	女性管理職になるためのステップアップ研修	114名	3日	9回
その他	上級管理職候補者研修等	100名	3～6日	3回
新店研修	新規店舗の開店前に実施する、開店直後の運営等に重点をおいた研修	147名	4日	9回

全員参加型の経営へ

社員が会社の一員として経営に参加しているという意識
を持って働くことは重要です。ヤマダ電機は社員が業務を
通じて考えた提案を、迅速に取り入れて反映していく改善
提案制度を構築しています。この制度は2007年9月から
開始しており、一定期間ごとにテーマを定めて、店舗や本
部など様々な立場からヤマダ電機の経営上の課題を考えて
もらっています。これまで累計で2万3,000件以上の提案
を受け、925件の採用をしています。

● 「全員参加の経営」改善提案制度



● 改善提案制度テーマ（2009年度）

4月・5月	WEB関連 (ケイタイdeポイント・会社ホームページ)
6月・7月	提出啓蒙
8月・9月	棚卸関連(実施方法および関連帳票・プログラム等)
10月・11月	CS向上関連(配送・工事・修理等サービス向上)
12月以降	直近の状況に沿ったタイムリーな内容

管理者向けCSR研修

ヤマダ電機の経営理念やCSRを理解するた
めの本部研修に参加しました。研修は合計3回
あり、各回のテーマ「家電流通の革新」、「創造
と挑戦」、「感謝と信頼」について、外部有識者
や参加者と議論を深めることで、お客様第一の
現場視点と、会社としての経営判断を両立して

業務を実施する自信を身につけることができ
たと思っています。研修後も月1回参加者は自主
的に集まり、研修で得たことを自部署メンバ
ーに伝える方法やその結果などについて意見交換
を行っています。

広告室 理事 稲見 貴昭（入社12年目）



働きやすさに向けて

ヤマダ電機では、社員がより働きやすい労働環境の改善
に向けて、日々取組みを進めています。2008年4月には、
群馬労働局長より「次世代育成支援対策推進法第13条」
に基づき「基準適合一般事業主認定」を受け、次世代認定
マーク「くるみん」を取得しました。

また、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を提供していきたいと考えています。
2009年度は、時間外勤務の削減、連続休暇制度の確立な
どを主要テーマとして取組みを進めてきました。時間外勤
務削減に向けては、時間外勤務の内容を分析し、業務改善
や人員管理の徹底に努めています。

● 特別休暇など取得者数

		2007年度	2008年度	2009年度
育児休暇 取得者数	合計（名）	40	59	80
	うち男性（名）	1	4	5
介護休暇取得者数（名）		5	3	8
時短勤務者数（名）		25	42	87

社員満足度調査の実施

2010年2月に社員など約2万人を対象にした社員満足
度調査を実施しました。今後も毎年定期的に実施する予定
であり、分析結果を活かした労働環境の改善やキャリアの
充実など社員満足の向上に取組んでいきます。

地域社会とのかかわり

小売業は地域に根ざした企業活動を行い、地域の皆様の理解・支持を得ながら地域発展に貢献するという重要な役割を担っております。ヤマダ電機は、地域社会の一員として地域社会と共生し、信頼関係を高めていくように務めています。

地域における環境支援活動

■ ヤマダ本社太陽光発電システム見学会を開催

2009年4月、市民の立場で環境エネルギー問題を考え太陽光発電システムの普及を目指すNPO法人「太陽光発電所ネットワーク」群馬地域交流会の要望を受け、本社ビルに設置している太陽光発電システムの見学会を行いました。システム概要説明の後、ソーラーパネルの見学を実施。その後の質疑応答では、当社のオール電化事業部における新エネルギーの普及促進が話題になりました。



■ 「長野県におけるレジ袋削減のための協定」を締結

2009年5月、長野県（知事:村井仁）と当社は、レジ袋削減県民スクラム運動をさらに広げるために、「長野県におけるレジ袋削減のための協定」を締結しました。協定締結後、テックランドNewSBC通り本店において店頭キャンペーンを実施、お客様にレジ袋削減への協力をお願いしました。



■ さいたま市「環境講座」への講師派遣

2009年11月、埼玉県さいたま市栄和公民館からの要請を受け、当社環境活動の取組みを紹介する「環境講座」を開催、地元住民の方々約30人が参加しました。総務部環

境担当次長の杉崎より、地球環境問題の現状や、グリーン電力をはじめ、省エネ型商品の販売推進、太陽光発電システム販売など、当社の環境活動を紹介しました。



ヤマダ電機役職員による教育支援・社会貢献活動

大学や地域教育機関などにおいて、経営理念や事業内容、環境問題や労働問題の改善に向けた取組みについて、当社社長をはじめ役職員が講演を行うなど、教育支援・社会貢献活動に積極的に取り組んでいます。



時期	機関名	内容
2009年5月	清華大学 ビジネススクール	学生・職員17名がLABI品川大井町店を訪れ店舗を見学。ヤマダ電機の事業内容、環境への取組み、中国ビジネスへの取組み状況などを紹介（写真左上）
2009年10月	群馬県生涯学習センター 「平成21年度群馬キャリアデザイン支援講座Ⅱ（ワークライフバランス編）」	育児休暇制度や有給休暇取得推進、勤務時間短縮等、社員の労働環境改善に向けた制度の整備などを紹介
2009年11月	創価大学現代経営学 「トップが語る現代経営」	約900名の学生を対象にヤマダ電機の経営と理念を紹介（写真右上）

募金活動

■ ハイチ地震被災者への復興支援募金活動を実施

2010年1月に発生した「ハイチ地震」による被災者の方々の復興支援のため、社員ならびに全国の店舗店頭において「救援募金活動」を実施しました。社員、全国のお客様から寄せられた義援金約710万円を、日本赤十字社を通じて贈呈しました。



教育活動への支援

■ 第5回子供体験教室「群馬ちびっこ大学」開催

2009年8月LABI1高崎において、群馬大学が主催する地域貢献事業、第5回子供体験教室「群馬ちびっこ大学」が開催されました。

ヤマダ電機は、教育支援、地域貢献活動として会場提供や運営面において協力しました。同大学主催の体験教室は恒例となっており、毎年大勢の子供たちが来場しています。普段はなかなか体験できない様々な実験などを楽しんでもいただきました。



文化活動への支援

■ 高崎を舞台にした青春映画「ばかもの」の撮影に協力

2009年6月LABI1高崎において、高崎を舞台にした青春映画「ばかもの」（企画・制作 東北新社 公開2010年秋予定）の撮影に協力しました。ここでは、文化芸術振興に力を入れている高崎市も協力しており、当社も地元高崎の文化芸術振興の一環として参加しました。主人公役の成宮さんが大学卒業後、地元のヤマダ電機に販売員として就職し、接客するシーンの撮影を行いました。



スポーツによる地域貢献活動

■ 女子陸上部

2009年4月に開催された第10回前橋シティマラソン、および8月に行われた第28回あかぎ大沼・白樺マラソン大会にゲスト参加し、市民ランナーと共に汗を流しました。また、2010年1月の「皇后杯第28回全国都道府県対抗女子駅伝」では、群馬県代表に3名、長野県代表に1名が出場し、県の代表として力走しました。



環境への取組み

ヤマダ電機では、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組みを展開しています。

ヤマダ電機の環境への取組み

環境方針と概要

ヤマダ電機ではCSR倫理綱領に沿い、継続的に環境への取組みを推進しています。

店舗や事業所では、電力や水資源、レジ袋やチラシなどの資源を使用しています。そのため、省エネ・省資源などの環境対策を推進する管理体制を構築、個別に目標を立てて進捗を管理し、事業活動で生じる環境負荷の削減を進めています。

また、お客様の環境配慮行動をお手伝いするため、省エネ家電の販売や家電・パソコンのリユース推進に取り組んでいます。さらに、近年普及が拡大している太陽光発電システムやオール電化事業なども積極的に進め、社会全体での環境負荷低減に向けて、事業を通じて取組んでいきたいと考えています。

2009年度の主な取組みと達成状況

環境問題への取組みについて、毎年目標を立て、進捗状況については定量的に管理をしています。毎週社長直轄のCSR委員会で報告するとともに、四半期ごとの「CSR経営有識者懇談会」において外部有識者の方からご意見をいただいています。2009年度の取組みは、おおむね目標を達成しました。

● 2009年度の主な取組みと達成状況			
主な取組み		達成状況	
事業活動における環境負荷の低減	デマンドコントローラーの導入拡大	◎	目標を大幅に上回りました
	グリーン電力導入	○	目標を達成しました
	太陽光発電システム運用	○	目標を達成しました
	自動販売機省エネ運用	○	目標を達成しました
	環境配慮型消耗品などの導入*	◎	ほとんどの取組みで目標を大幅に上回りました
お客様と取組む環境負荷の低減	家電リユース（テレビ、冷蔵庫、洗濯機、乾燥機）の促進	○	目標を達成しました
	パソコンリユースの促進	○	目標を達成しました
	インクカートリッジ回収促進	○	目標をほぼ達成しました

※ポリエチレン製レジ袋の薄肉化、紙製レジ袋の表面加工廃止、ゴミ袋の薄肉化、環境配慮型気泡緩衝材導入、紙製消耗品の薄肉化・仕様変更など

環境コミュニケーション

お客様に環境問題や家電製品の環境情報などについて知っていただくため、環境対策DVDや「省エネくらぶ」を作成し、各店舗などで放映・配布しております。また、地域の環境イベントにも積極的に参加し、ヤマダ電機の環境保全活動について紹介しています。



時期	イベント	内容
2009年10月	高崎市 地球市民の日	ポスター展示やTVを設置し、環境対策DVD、「省エネくらぶ」の放映・配布を実施
2009年11月	さいたま市 栄和公民館主催 「環境講座」	講師を派遣し、グリーン電力導入や省エネ製品、太陽光発電システム販売などの取組みを紹介

お客様と取組む環境への配慮

ヤマダ電機では、省エネ家電や太陽光発電システムなどご家庭での省エネ・創エネ推進の支援、使用済み家電のリサイクル・リユースの仕組みを構築し、自社事業を通じて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組んでいます。

環境に配慮した商品の普及に向けて

当社では、低炭素社会の構築に向けて、お客様のニーズや選びやすさを踏まえ、省エネ家電やオール電化製品、太陽光発電システムなど環境に配慮した商品の提供を積極的に推進しています。

環境に配慮した商品の販売推進

ヤマダ電機では、省エネ家電の販売を積極的に進めています。

また近年は、省エネ家電への買い替えだけでなく、オール電化へのリフォームなどのニーズも高くなっています。

こうした状況を踏まえて、2008年10月から各店舗に「オール電化コーナー」の展開を始め、太陽光発電システム・エコキュート・IHクッキングヒーターなどを販売しています。オール電化コーナーは現在約400店舗に設置しており、太陽光発電システムの販売数は年間約6,000棟と日本トップになりました。

今後も、省エネにつながる製品販売を推進していきます。

電気自動車 急速充電器の設置

低炭素社会の構築に向け、次世代の交通手段として期待される電気自動車の普及には急速充電器の設置などのインフラ整備が不可欠です。ヤマダ電機は2010年3月に大阪府のEVアクションプログラムを通じて、LABI1 なんばに太陽光発電システムと電気自動車用の急速充電器を設置しました。今後も他自治体などでの取組みに積極的に参加し、都心や郊外など多数の店舗における電気自動車の取り扱いや充電器の設置など、積極的に貢献していきたいと考えています。



商品のリユース・リサイクル推進

商品の使用後の環境対策も、循環型社会への転換を図り環境負荷を削減していくためには重要です。ヤマダ電機では、家電製品などのリユース・リサイクルの仕組みをグループ会社とともに構築し、事業を通じた取組みを推進しています。

■ 家電製品・パソコンのリユース

ヤマダ電機では、お客様にリユース品を快適な状態で使用していただけるように、厳密な機能チェックやクリーニングなど独自システムを構築し、リユース品の普及拡大に努めています。テレビ・冷蔵庫・洗濯機・乾燥機のリユース事業をグループ会社の株式会社シー・アイ・シーとともに2001年から展開しています。さらに、パソコンリユース・リサイクル事業をグループ会社のインバースネット株式会社とともに2007年10月から実施しています。エコポイント付与などの影響で2009年度はリユース販売数が若干減少傾向にありますが、おおむね良好に推移しています。

● リユース台数 (単位：台)			
	2007年度	2008年度	2009年度
テレビ	9,092	13,485	11,457
冷蔵庫	10,180	16,675	7,723
洗濯機・乾燥機	11,616	18,295	10,456
パソコン	192,708	397,655	373,455

■ リサイクルの推進

各店舗にインクカートリッジの回収BOXを設置し、リサイクルを推進しています。回収したカートリッジを通じて、2009年度は約1,363万円の寄付をしました。

また、使用済み携帯電話をインバースネット株式会社の協力のもと回収しています。

2009年7月には経済産業省のモデル事業「使用済携帯電話回収促進キャンペーン」に参加し、携帯電話の回収促進に協力しました。

● 回収台数 (単位：個・台)			
	2007年度	2008年度	2009年度
インクカートリッジ※1	673,711	2,575,665	2,732,351
使用済み携帯電話※2	—	10,559	146,267

※1 インクカートリッジ回収は2007年11月より開始

※2 使用済み携帯電話回収は2008年12月より開始

事業活動における環境への配慮

ヤマダ電機では、店舗などから排出されるCO₂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。今後も、段階的に取組み対象店舗や範囲を拡大していきます。

店舗における環境への取組み

ヤマダ電機では店舗での環境負荷低減に向け、環境への取組みの標準化を図り、全店舗でより良い活動が推進できるよう努めています。

■ デマンドコントローラー導入によるCO₂削減

デマンドコントローラーによって、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、各店舗の省エネ化につなげています。2009年度の設置店舗は、昨年度の275店舗から305店舗に拡大しました。

■ 環境教育によるCO₂削減

店舗でのCO₂削減を進めるため、各店舗の水光熱担当者向けに毎週1回テレビ勉強会を実施しています。勉強会では、電気使用量内訳（空調、店内照明、コンセント、駐車場照明、外灯）の店舗別比較結果などを伝え、各店舗に啓発を行っています。

■ 省エネ型自動販売機によるCO₂削減

2007年3月から従来の自動販売機を、超省エネ型ヒートポンプ自動販売機に置き換えています。2009年度の設置数は昨年度の327台から大きく増加し、475台となりました。

■ グリーン電力の継続利用

グリーン電力を継続して利用し、2009年度対象店舗は89店舗、合計1,600万kWhのグリーン電力化を実施

しました。なお、2008年7月からは高崎本社のすべての電力をグリーン電力化しています。こうしたグリーン電力普及推進への貢献が評価され、2009年5月には「グリーン・エネルギー・パートナーシップ」から優秀賞を受賞しました。

■ 太陽光発電システムの導入

2009年3月から高崎本社屋上で太陽光発電システムを稼働しています。また2010年3月にLABI1 なんば店に電気自動車の急速充電器と太陽光発電システムを導入しました。

	2007年度	2008年度	2009年度
デマンドコントローラー導入店舗数（累計）（店）	105	275	305
省エネ型自動販売機導入台数（累計）（台）	17	327	475
エコカー導入台数（台）	—	47	47
グリーン電力導入量（kWh）	297,039	1,2304,286	1,6075,855

事業活動による直接的な環境影響

ヤマダ電機では、グループ全体での環境負荷低減を目指しており、グループ内の環境影響について、段階的に対象範囲を拡大しています。

■ 電力使用によるCO₂排出量

ヤマダ電機では、店舗数が拡大しておりますが、2009年度の電力使用によるCO₂排出量は30.8万t-CO₂で、前年度からの増加はありませんでした。店舗での省エネ取組みを推進した結果、延べ床面積あたりの2009年度のCO₂排出量は前年度より6.5%減少しています。

● 電力使用によるCO₂排出量



※1 CO₂排出量について：CO₂排出量係数を0.555 [kg-CO₂/kWh] として算出しており、グリーン電力による削減効果はデータに含めていません
 ※2 延べ床面積あたりCO₂排出量について：2009年度データから対象範囲を一部（下表：その他のグループ）について拡大しました

■ 資源利用

小売業の業務の中で使用される主な資源として、レジ袋・レシート・新聞への折込チラシ等の環境負荷を把握しています。

● 紙類などの購入量

	2007年度	2008年度	2009年度
レジ袋・紙類（t）	473.9	543.6	542.8
レジ袋・ポリエチレン（t）	539.7	492.0	592.4
レシート（t）	282.7	329.6	274.3
チラシ（千万枚）	254.3	276.4	205.8

● 本レポートに掲載した環境データ範囲

	電力使用量	廃棄物排出量	資源	
			レジ袋・レシート	チラシ
（株）ヤマダ電機	○	○ ^{※4}	○	○
（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	○	○	○	○
その他グループ企業	○ ^{※5}	—	○ ^{※6}	○ ^{※7}

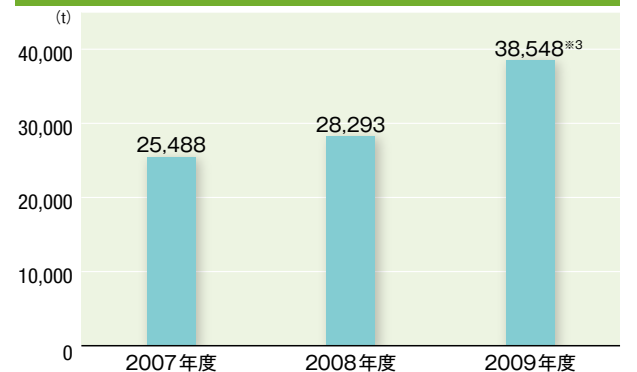
※4 ヤマダ電機255店舗。
 ※5 コスモス・ベリーズ(株)、(株)星電社、(株)シー・アイ・シー。

店舗拡大により、必要な資源量も増加しております。一方、ポリエチレン製のレジ袋の薄肉化を始め、2009年からはゴミ袋や紙製消耗品の薄肉化、環境配慮型気泡緩衝材などを実施し、さらなる省資源化に取り組んでいます。

■ 廃棄物

廃棄プラスチック類や金属くずなどの産業廃棄物を産業廃棄物管理票（マニフェスト）のもとに管理し、適切に処理を行っています。

● 産業廃棄物排出量



※3 2008年度まではヤマダ電機255店舗を対象としていましたが、2009年度から範囲を拡大しました（下表）

■ 水利用

省資源の観点から、トイレなどの節水に努めています。店舗の水使用量についてはグループでの把握を進めています。



GRIガイドライン対照表

この対照表は、「GRI サステナビリティ レポーティング ガイドライン 2006」とヤマダ電機ホームページおよび『CSR REPORT 2010』での掲載情報について、当社の解釈に基づいて作成しています。

項目	指標	記載ページ
戦略とプロフィール		
1 戦略および分析		
1.1	組織にとっての持続可能性の適合性と、その戦略に関する組織の最高意思決定者（CEO、会長またはそれに相当する上級幹部）の声明	4-7
1.2	主要な影響、リスクおよび機会の説明	4-7
2 組織のプロフィール		
2.1	組織の名称	2
2.2	主要なブランド、製品および／またはサービス	2, 20-21
2.3	主要部署、事業会社、子会社および共同事業などの組織の経営構造	2
2.4	組織の本社の所在地	2
2.5	組織が事業展開している国の数および大規模な事業展開を行っている、あるいは報告書中に掲載されているサステナビリティの課題に特に関連のある国名	2
2.6	所有形態の性質および法的形式	2
2.7	参入市場（地理的内訳、参入セクター、顧客／受益者の種類を含む）	20-21
2.8	以下の項目を含む報告組織の規模 ●従業員数 ●純売上高（民間組織について）あるいは純収入（公的組織について） ●負債および株主資本に区分した総資本（民間組織について） ●提供する製品またはサービスの量	2, 20-21, 28-29
2.9	以下の項目を含む、規模、構造または所有形態に関して報告期間中に生じた大幅な変更 ●施設のオープン、閉鎖および拡張などを含む所在地または運営の変更 ●株主資本構造およびその資本形成における維持および変更業務（民間組織の場合）	20-21
2.10	報告期間中の受賞歴	26-27, 34-35
3 報告要素		
報告書のプロフィール		
3.1	提供する情報の報告期間（会計年度／暦年など）	3
3.2	前回の報告書発効日（該当する場合）	3
3.3	報告サイクル（年次、半年ごとなど）	3
3.4	報告書またはその内容に関する質問の窓口	3
報告書のスコープおよびバウンダリー		
3.5	以下を含め、報告書の内容を確定するためのプロセス ●重要性の判断 ●報告書内およびテーマの優先順位付け ●組織が報告書の利用を期待するステークホルダーの特定	8-9, 16-17
3.6	報告書のバウンダリー（国、部署、子会社、リース施設、共同事業、サプライヤー（供給者）など）	3
3.7	報告書のスコープまたはバウンダリーに関する具体的な制限事項を明記する	3, 34-35
3.9	報告書内の指標およびその他の情報を編集するために適用された推計の基となる前提条件および技法を含む、データ測定方法および計算の基盤	34-35
3.11	報告書に適用されているスコープ、バウンダリーまたは測定方法における前回の報告期間からの大幅な変更	34-35
GRI内容索引		
3.12	報告書内の標準開示の所在場所を示す表	36
保証		
3.13	報告書の外部保証添付に関する方針および現在の実際慣行。サステナビリティ報告書に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基盤を説明する。また、報告組織と保証の提供者との関係を説明する	37
4 ガバナンス、コミットメントおよび参画		
ガバナンス		
4.1	戦略の設定または全組織の監督など、特別な業務を担当する最高統治機関の下にある委員会を含む統治構造（ガバナンスの構造）	18
4.2	最高統治機関の長が執行役員を兼ねているかどうかを示す（兼ねている場合は、組織の経営におけるその役割と、このような人事になっている理由も示す）	18
4.3	単一の理事会構造を有する組織の場合は、最高統治機関における社外メンバーおよび／または非執行メンバーの人数を明記する	18
4.4	株主および従業員が最高統治機関に対して提案または指示を提供するためのメカニズム	18, 28-29
4.5	最高統治機関メンバー、上級管理職および執行役についての報酬（退任の取り決めを含む）と組織のパフォーマンス（社会的および環境的パフォーマンス含む）との関係	18, 20-21
4.6	最高統治機関が利害相反問題の回避を確保するために実施されているプロセス	18
4.8	経済的、環境的、社会的パフォーマンス、さらにその実践状況に関して、組織内で開発したミッション（使命）およびバリュー（価値）についての声明、行動規範および原則	4-7, 19
4.9	組織が経済的、環境的、社会的パフォーマンスを特定し、マネジメントしていることを最高統治機関が監督するためのプロセス。関連のあるリスクと機会および国際的に合意された基準、行動規範および原則への支持または遵守を含む	18
4.10	最高統治機関のパフォーマンスを、特に経済的、環境的、社会的パフォーマンスという観点で評価するためのプロセス	18
ステークホルダー参画		
4.14	組織に参画したステークホルダー・グループのリスト	16-17
4.15	参画してもらうステークホルダーの特定および選定の基準	16-17
4.16	種類ごとのおよびステークホルダー・グループごとの参画の頻度など、ステークホルダー参画へのアプローチ	22-31
4.17	その報告を通じた場合も含め、ステークホルダー参画を通じて浮かび上がった主要なテーマおよび懸案事項と、それらに対して組織がどのように対応したか	22-31

項目	指標	記載ページ
5 マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標		
経済		
マネジメント・アプローチ		19, 20-21
側面：経済のパフォーマンス		
EC1	収入、事業コスト、従業員の給与、寄与およびその他のコミュニティへの投資、内部留保および資本提供者や政府に対する支払いなど、創出および分配した直接的な経済的価値	20-21
EC2	気候変動による組織の活動に対する財務上の影響およびその他のリスクと機会	4-5, 33
側面：間接的な経済的影響		
EC8	商業活動、現物支給、または無料奉仕を通じて、主に公共の利益のために提供されるインフラ投資およびサービスの展開図に影響	30-31
環境		
マネジメント・アプローチ		12-13, 19, 32-35
側面：原材料		
EN1	使用原材料の重量または量	34-35
EN2	リサイクル由来の使用原材料の割合	34-35
側面：エネルギー		
EN3	一次エネルギー源ごとの直接的エネルギー消費量	34-35
EN4	一次エネルギー源ごとの間接的エネルギー消費量	34-35
EN5	省エネルギーおよび効率改善によって節約されたエネルギー量	34-35
EN6	エネルギー効率の高いあるいは再生可能エネルギーに基づく製品およびサービスを提供するための率先取り組み、およびこれらの率先取り組みの成果としてのエネルギー必要量の削減量	33
EN7	間接的エネルギー消費量削減のための率先取り組みと達成された削減量	33
側面：水		
EN8	水源からの総取水量	34-35
側面：排出物、排水および廃棄物		
EN16	重量で表記する直接および間接的な温室効果ガスの総排出量	34-35
EN18	温室効果ガス排出量削減のための率先取り組みと達成された削減量	34-35
EN22	種類および廃棄方法ごとの廃棄物の総重量	34-35
側面：製品およびサービス		
EN26	製品およびサービスの環境影響を緩和する率先取り組みと影響削減の程度	33
EN27	カテゴリ別再生利用される販売製品およびその梱包材の割合	33
側面：輸送		
EN29	組織の業務に使用される製品、その他物品、原材料の輸送および従業員の移動からもたらされる著しい環境影響	34-35
労働慣行とディーセント・ワーク（公正な労働条件）		
マネジメント・アプローチ		14-15, 19, 28-29
側面：雇用		
LA1	雇用の種類、雇用契約および地域別の総労働力	28-29
LA2	従業員の総離職数および離職率の年齢、性別および地域による内訳	28-29
側面：労使関係		
LA4	団体交渉協定の対象となる従業員の割合	28-29
LA5	労働協約に定められているかどうかも含め、著しい業務変更に関する最低通知期間	28-29
側面：労働安全衛生		
LA6	労働安全衛生プログラムについての監視および助言を行う、公式の労働安全衛生委員会の対象となる総従業員の割合	28-29
側面：研修および教育		
LA10	従業員のカテゴリ別、従業員あたりの年間平均研修時間	28-29
LA11	従業員の継続的な雇用適性を支え、キャリアの終了計画を支援する技能管理および生涯学習のためのプログラム	14-15, 28-29
LA12	定期的にパフォーマンスおよびキャリア開発のレビューを受けている従業員の割合	28-29
側面：多様性と機会均等		
LA13	性別、年齢、マイノリティグループおよびその他の多様性の指標に従った、統治体（経営管理職）の構成およびカテゴリ別従業員の割合	28-29
人権		
マネジメント・アプローチ		19, 28-29
側面：投資および調達の人権		
HR3	研修を受けた従業員の割合を含め、業務に関連する人権の側面に関わる方針および手順に関する従業員研修の総時間	28-29
社会		
マネジメント・アプローチ		19, 30-31
製品責任		
マネジメント・アプローチ		19, 20-21, 22-23
側面：顧客の安全衛生		
PR1	製品およびサービスの安全衛生の影響について、改善のために評価が行われている、ライフサイクルのステージ、ならびにそのような手順の対象となる主要な製品およびサービスのカテゴリの割合	22-23
側面：製品およびサービスのラベリング		
PR3	各種手順により必要とされている製品およびサービス情報の種類と、このような情報要件の対象となる主要な製品およびサービスの割合	22-23
PR5	顧客満足度を計る調査結果を含む、顧客満足に関する実際慣行	8-9, 22-23
側面：マーケティング・コミュニケーション		
PR6	広告、宣伝および支援行為を含むマーケティング・コミュニケーションに関する法律、基準および自主規範の遵守のためのプログラム	19

有識者意見

『CSR Report 2010』を読んで

本報告書は、GRIのガイドラインに基いて構成され、経済性、社会性、および環境に関する報告として、過去2回の報告書との連続性が保たれています。ここでは、CSR活動の目的、PDCAの有効性、重要な問題に関するステークホルダーのかかわりあいなどに着目して意見を述べます。

当意見は、四半期毎に開催される同社のCSR経営有識者懇談会に出席し審議した内容、および本報告書の記載内容に基づいて執筆しています。

■ 同社のCSR経営の視点

同社は、創業35周年を機に、創業以来の経営理念である「創造と挑戦」「感謝と信頼」に加え、「CSR経営」を経営戦略の最重要課題に掲げて取組まれ3年目になります。第3回目となる本報告書は、過去3年間の活動実績の積み上げが反映されたことにより、内容が充実してきたことが実感されます。

トップコミットメントは、国連環境計画・金融イニシアティブ特別顧問の末吉竹二郎氏と山田会長、および東京大学・社会科学研究所教授の佐藤博樹氏と一宮社長のトップ対談を通して、より俯瞰的に、かつ重点的にCSR活動への取組み目的と姿勢が述べられています。「中期的視点に立って常に3年後の社会を想定しながらCSR経営に取組みます」および「経営理念の実践のために顧客満足と社員満足の両方を高めていきます」という言葉に、国内外への展開を踏まえたCSR経営に対する会長および社長の強い信念を汲み取ることができます。

■ これまでの取組みで評価したい点

社会性報告においては、お客様、株主・投資家、取引先、社員、地域社会とのかかわりという切り口で、活動内容、重点項目の取組みが記述され、環境報告における家電商品のリユース・リサイクルの推進、店舗の省エネ・省資源の年度別推進状況と共にPDCAが確

立されていることを確認することができます。また、人材の育成と能力開発を重要課題の一つととらえ、社内有資格制度の充実、若手幹部社員集合教育、女性管理職研修等の各種研修に注力し、成果を挙げていることは高く評価できます。

これらの内容は、CSR経営有識者懇談会での報告および審議を通して確認された内容を反映したものとなっています。

■ 今後の取組みでお願いしたい点

今後、中国をはじめ海外への展開が推進される中で、経済、環境、社会的側面の多様化に対応するグローバルな視点が必要となります。特に、地球環境保全への取組み強化は重要課題であり、ISO14001（環境マネジメントシステム）の認証取得を早期に実現され、真の国際企業としての基盤を磐石にされるようお願いします。

企業の成長のスピードと顧客満足および社員満足とのバランスをとることは難しい課題ですが、お客様CSアンケートおよび今年より始めた社員満足度調査の継続的実施と維持向上活動に一層注力されるようお願いします。

国内最大級の事業を展開する流通業としての強みを発揮し、商品・容器包装・物流・店舗でのエネルギー消費・廃棄物等に関するサービスを通じて地域や文化に貢献する努力を継続して戴きたいと思います。

福山 裕幸 氏

株式会社 日立製作所
名誉顧問／社団法人
日本技術士会技術士
（経営工学／総合技術
監理部門）

長年にわたりモノづくりと品質保証に従事。



ヤマダ電機グループ『CSR REPORT 2010』アンケート

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に○をご記入ください。また、ご意見・ご感想をご記入ください。（複数回答可）

トップ対談	
特集Ⅰ CSR経営有識者懇談会	
特集Ⅱ ヤマダ電機の考えるCSR	
特集Ⅲ 環境配慮社会へ向けて	
特集Ⅳ ヤマダ電機で働くこと	
ヤマダ電機のステークホルダー	
コーポレートガバナンス	
コンプライアンス	
経済パフォーマンス	
お客様とのかかわり	

株主・投資家の皆様とのかかわり	
お取引先の皆様とのかかわり	
社員とのかかわり	
地域社会とのかかわり	
ヤマダ電機の環境への取組み	
お客様と取組む環境への配慮	
事業活動における環境への配慮	
GRIガイドライン対照表	
有識者意見	
デザイン・表紙等	

（ご意見など）

Q3 ヤマダ電機グループのCSRへの取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、ご自由にご記入ください。

☐ 非常に評価できる
 ☐ かなり評価できる
 ☐ 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られましたか？
以下のの中から該当するものを一つだけお選びください。

- ☐ 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
 ☐ お取引先・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。