



CSR REPORT 2011

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(2011年3月)

総資産額 ▶ 連結9,290億円(2011年3月)

自己資本比率 ▶ 連結50.5%(2011年3月)

従業員数 ▶ 連結12,439名(2011年3月)

発行済株式総数 ▶ 96,648,974株(2011年3月)

グループ会社一覧 (2011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)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。
(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。
(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。
(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。
(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。
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)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。
サトームセン(株)	店舗の賃貸。
(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。

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)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。

■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.027 (345) 8181 (代表) FAX.027 (345) 8824

Contents 〈目次〉

会社概要 2

目次・編集方針 3

Top Commitment 4

これまでのCSRの取り組み 6

2010年度CSR活動ハイライト 8

Diversity Communication 10

特集 省エネ家電からスマートハウスに向かって、日本からアジアへ 12

■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、当グループのCSR活動への取り組みをより深化させていくことを目的としています。

CSRレポートは2008年度から毎年1回発行しており、本報告書で4年目となります。特集ではこれまでの取り組みに加え、環境ビジネスや中国での活動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方針や管理体制、および実際の取り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（単体）の活動を対象に報告しています。

〈対象期間〉2010年4月1日～2011年3月31日を主な報告対象とし、2011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〉2011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。

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

環境への取り組み 32

お客様と取り組む環境への配慮 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

社会の変化を先取りし、事業を通じて 社会的役割を果たしていきたい

ヤマダ電機にとってCSRは企業経営の根幹の一つとなるものです。

企業理念である、「創造と挑戦」に加え「感謝と信頼」の考え方を明示して、

2007年から積極的に開始したCSRの取り組みは、今年で5年目となります。

こうしたなかで、ヤマダ電機の成長とともに、CSRの取り組みも着実に成果が出てきています。



2010年度のヤマダ電機

2010年度は、政府の家電エコポイント制度や夏の猛暑、厳冬の影響により、対象となる家電製品の需要が大幅に増加し、売上が大きく伸長して、2兆1,532億円と2期連続で2兆円を超え、経常利益も1,378億円と過去最高益を達成いたしました。

また、省エネ・低炭素社会に向けた家庭全体の省エネ推進に向けて、住宅エコポイントなどの制度も新設されました。ヤマダ電機では、家電製品で培った省エネ家電の販売ノウハウに加え、家庭の消費電力を最適化し、省エネを進めていくスマートハウスの取り組みを推進し、太陽光発電やエコキュート（家庭用コージェネレーション）の販売技術者を拡充してきました。さらに、2010年12月には、三菱自動車の電気自動車の販売を開始しました。次世代の家庭におけるエネルギーモデルの推進に向けて、社内の組織も改変し、スマートグリッド事業本部として推進強化しています。また、高崎本社では、環境マネジメントシステムISO14001の認証を取得しました。

具体的な取り組みや成果

一方、基盤となる家電販売事業においては、専門店としてお客様第一の視点で経営をより一層推進するため、大規模な顧客満足度調査を実施し、お客様がどのような意見やご希望をお持ちであるかを詳細に把握しました。ヤマダ電機に対するお客様のご意見は、価格や利便性に対しては高いご満足をいただいている一方で、店舗や配送等での接客や対応については、今後も改善の余地があることがわかり、社内研修に反映するなど迅速な対応に取り組んでいます。

また、約2万人の社員や契約社員に対しても、昨年につき、従業員満足度調査を実施しました。社員の働きやすさや働き甲斐向上への取り組みが浸透し、昨年とほぼ同様の高い満足度となりました。さらに、比較的キャリア意識が少なかった女性の戦力化に取り組み、管理職登用を大きく推進しています。ヤマダ電機のなかで、より高い専門性と指導力のある管理職が、お客様に向けたよりよい店舗づくりに励み、社員が一丸となって働くことができる環境をつくれるよう、会社としても引き続き、社員の声を聞き、経営に反映していきたいと考えています。

中国瀋陽店とグローバルCSR

新たな展開としては、2010年12月に中国の遼寧省瀋陽市に店舗を開店し、ヤマダ電機として初めての海外出店を果たしました。経済成長の進む中国において、世界最新・最先端の家電製品をいち早く品揃えし、中国国内のお客様の生活文化向上にご満足いただくとともに、省エネ家電の推進や家庭全体の省エネルギーを推進していただくうえでのサービスも展開していきたいと考えています。また、中国での店舗展開を踏まえ、グローバルな視点でCSR経営を推進しています。

大震災と企業の役割

2011年3月11日に発生した東日本大震災は、日本国内観測史上最大級の災害となり、ヤマダ電機としても創業以来の大規模な被災の経験を致しました。東北・関東地方にて被災された皆様には心より深くお見舞いを申し上げます。被災された皆様のなかには、ヤマダ電機のお客様や取引関係者様、株主の皆様、社員を含め、当社の事業を支えてくださった方が数多くいらっしゃいます。

地域の復旧と復興に向けて、また地域の一員として、今後も引き続き、お力になれることを実行していきたいと考えています。

今回の震災は、東北・関東および国内全体のみならず、世界的な影響を伴う大災害でした。大規模な停電を経験し、お客様はじめ、多くの皆様が、生活の隅々にわたる電気の影響を実感されたことと思います。ヤマダ電機で販売する製品の多くは、こうした電気を使用する製品であり、快適で利便性の高い生活に欠かせないものであります。一方、大きな自然災害により電気が使用できなかった経験に伴い、お客様の省エネや生活スタイルにも変化が出てくることが予想されます。ヤマダ電機もこの実態を踏まえ、お客様のニーズに沿い、「省エネ・創エネ・蓄エネ」という切り口で新たなサービスを提供できる事業を展開していきたいと考えています。

株式会社 ヤマダ電機 代表取締役会長兼CEO

山田 昇

これまでのCSRの取り組み

ヤマダ電機では、2007年度から4つのテーマ（コンプライアンス、労働、環境、顧客満足）を軸に、積極的にCSRへの取り組みを推進してきました。

社内外のステークホルダーとのコミュニケーションを通じて、お客様、株主の皆様、取引企業の皆様、地域社会や社員、地球環境に関する取り組みを推進し、内外の変化に先駆け、様々な課題に応える取り組みを実行しています。

これからもヤマダ電機は、社会の変化や課題に取り組みながら、経営と一体としたCSR活動に取り組んでいきます。



CSRレポート



くるみんマークの取得



CSRリーダーシップ研修



太陽光発電システム導入

2008年度

- CSRレポートの発行
- くるみんマークの取得（次世代育成支援対策推進法・認定マーク）
- 元日休業開始
- 女性管理職育成強化（人材開発室の設置）
- CSRリーダーシップ研修の開始
- 群馬大学への寄付（1億円）
- オール電化コーナーの設置
- 高崎本社で太陽光発電開始

2009年度

- 全社員へ従業員満足度（ES）調査の開始
- スマートグリッド推進室の設置
- 配送・工事会社と共同のCS研修実施
- 電気自動車（EV）の充電器をヤマダ電機店舗に設置開始
- 売上2兆円達成



配送・工事会社と共同のCS研修



電気自動車（EV）の充電器設置

2007年度

- CSR経営有識者懇談会開始（年4回開催）
- CSR委員会の設置（毎週開催）
- CSR担当室の設置
- CSR倫理綱領の制定
- 経営理念「創造と挑戦」に「感謝と信頼」を追加
- 改善提案制度の制度化
- グリーン電力の購入開始



CSR経営有識者懇談会



グリーン電力証書

2010年度



ISO14001（高崎本社）の取得



中国瀋陽店



東日本大震災等へ4.3億円の寄付および物資支援

- ISO14001（高崎本社）の取得
- お客様満足度（CS）調査の拡充
- 東日本大震災等へ4.3億円の寄付および物資支援
- 宮崎県口蹄疫被害へ1億円の義援金
- ヤマダ電機スマートハウス販売の設立
- 中国瀋陽店オープン

CSR経営有識者からのコメント

（※50音順）

いしい はるお

石井 晴夫 委員

東洋大学 経営学部教授

「ヤマダ電機の有する経営資源で、地域や街に貢献できることは多い。自治体等とも連携して社会貢献を推進してほしい」

おの じょうじ

小野 譲司 委員

青山学院大学 経営学部教授*

「一般に、業界トップ企業に対する顧客の期待は高く、CS評価が厳しくなる傾向があるが、様々な改善策が実行されている。引き続き、データを精査して、顧客の意識を経営改善に役立ててほしい」

さとう ひろき

佐藤 博樹 委員

東京大学大学院 情報学環教授

「従業員満足度調査の結果もよく、会社としての制度支援も充実している。社員の働き方が会社のオペレーション全体に組み入れられて継続的に改善されることが重要である」

すえよし たけじろう

末吉 竹二郎 委員

国連環境計画・金融イニシアティブ特別顧問

「ヤマダ電機の成長により、最先端の家電製品をリーズナブルな価格で買えるようになった。これから、ヤマダ電機が社会のなかでどのような役割を担っていくのかを楽しみに見ていきたい」

とくひら つかさ

得平 司 委員

有限会社フィック代表

「ヤマダ電機は、販売促進や物流、ITや教育など、普段外部から見えないところでの先進的な取り組みが成長の原点になっていると思う。そのベースには経営理念の実践があるため、外部の企業はなかなかまねできない」

ぬかや しんべい

糠谷 真平 委員

独立行政法人国民生活センター顧問

「書籍などを通じて社内の現状が外部によく伝わるようになってきた。委員会で報告されている状況が、そのまま開示されていることは非常に良いことだと思う」

まえだ ひろし

前田 宏 委員

弁護士

「ヤマダ電機は、外部からの意見を聞く外部有識者懇談会を継続的に開催し、そこでの提言も着実に実行している。中立的にみても評価できることが多い」

ヤマダ電機では年4回CSR経営有識者懇談会を実施しています。上記は懇談会で各委員からいただいたコメントの一部を抜粋したものです。上記有識者のほか、P37の有識者意見を記載された福山裕幸委員にもご参加いただいております。

*2011年3月まで明治学院大学 経済学部教授

Yamada At A Glance

2010年度CSR活動ハイライト

本年、ヤマダ電機にとって成長の一年となりました。
家電製品の売上は拡大し、中国での店舗開店や環境ビジネスの新規事業を推進してきました。
地域社会や社員との信頼関係を深める取組みも進めてきました。
お客様に最も近い、家電製品のエキスパートとして、社員の活躍を後押しする企業として、
事業を通じた社会的な役割を果たしていきたいと考えています。

*東日本大震災における主な影響や対応については、各該当ページに記載しています。

2,730店舗
——ヤマダ電機グループ店舗数
(2011年3月末現在 中国国内店舗を含む)

年間提案件数
9,434件
——社員からの改善提案件数

約**2万人**に
第2回従業員満足度調査実施

389名
——家電製品総合アドバイザー

ヤマダ電機スマートハウス販売設立
——環境ビジネスの推進

CO₂ 排出量 (2010年度)
22%削減

——2006年度比、延べ床面積当たりのCO₂排出量

毎週**1**回
——CSR委員会開催

**中国瀋陽店
オープン**

3.6万台
——テレビ・冷蔵庫・洗濯機のリユース

42.6万台
——パソコンのリユース

ISO14001取得
——高崎本社

**売上・利益
過去最高を更新**

2010年度の主な受賞・表彰

- 群馬県高崎市／環境負荷低減活動についての表彰
- グリーンエネルギーパートナーシップ (GEP) /
優秀団体会員 (エクセレントパートナー) として表彰 (昨年に続き)
- 日本赤十字社／中国大地震への被災地復興寄付活動により紺綬褒状を受章
- 愛知県瀬戸市消防本部／近隣火事の延焼防止消火活動により社員4名が感謝状受賞

Diversity Communication

株式会社 ヤマダ電機
代表取締役社長

一宮 忠男

ヤマダ電機 女性リーダー

社員がこの会社で働いてよかったと思うような
活躍の場と環境を整えていきたい。
その過程のなかで女性管理職も確実に増えていくでしょう。

女性管理職の育成専門部署を設置

社長 ヤマダ電機では、もともと男女の区別なく、社員一人一人の実績を公正に評価するという人事方針を実行してきました。そのなかで、女性で管理職になる社員ももちろんいたのですが、やはり比較的、女性のほうが管理職になる率は低かったのが実情です。一方、当社のお客様の半分は女性ですし、社員も女性の割合が多いなかで、女性ならではのリーダーシップを発揮していただくことがより重要であると考えています。そのなかで、女性社員にとって、管理職になるうえでの不安や相談したいこと、制度として変更すべき点などがあれば、ぜひ意見を聞き、またその要望にも応えていきたいと考え、女性管理職育成のための専門部署を設置し、女性管理職の育成に力をいれてきました。



司会（竹村） 私自身も、はじめは女性社員が現場で活躍するのに、どのような面で支援できるかを考えました。まず現場の声を聞くことが大切だと思って、延べ約370人を対象にヒアリングを行い、現状の仕事やキャリアアップして管理職になるうえでの不安についても聞いてきました。その理由を把握したいと思っていたためです。女性管理職の社内研修では勉強によるレベルアップも大切ですが、集まって意見交換することによってノウハウを共有したり、横のつながりができることで不安も少なくなってきました。その結果、この3年間は女性社員の管理職増加率のほうが、男性よりも高くなっています。

お客様との接点によるこび

草間 私は入社9年目で、現在フロア長として、主に入社3年目未満の社員やアルバイトの方、20名弱の部下がいます。ヤマダ電機に入って思ったのは、やればやった分だけ、きちんと評価してもらえる会社だなということです。ですので、私のチームの若手の社員にも、今やれることを一つずつやっていけば、必ず評価してもらえるからと伝えてやる気を引き出しています。

白井 私は、お客様に喜んでいただけることと、新しい社員や若手を育てていくことがやりがいですね。お客様に喜んで買っていただくにはどうしたらよいのか、ということ自分を日々考え、また周りのスタッフと相談しながら考えています。そのために、やはり楽しい売り場づくりということを目指しています。

斉藤 店舗でお客様に接していくなかで、自分の時間を自分で組み立てて、体を動かして仕事をするのは楽しいです。新製品は、私自身も実際に自分で試してからお客様に勧めるなど、いろいろな工夫ができることも、仕事の一部として楽しんでいます。

両立のため、仕事の効率化と職場全体の理解

社長 女性は家庭を持つと、仕事と家庭の両立について考えて、結局仕事を辞めてしまう人が多いのは残念ですが、皆さんはどのように考えていますか。

白井 将来も仕事は続けていきたいと思っています。フロア長になったころよりも、休日も増えてきています。

草間 私も仕事は続けていきたいと思っています。

社長 管理職だからといって当たり前のように残業するのではなく、仕事のやり方を工夫して、スタッフに任せられるような形にしたいと思っています。当社も、“くるみんマーク”を取得して仕事と家庭のバランスをとれるような制度をつくりました。また、皆さんが改善したほうが良いと思うことがあれば、改善提案制度*を活用してほしいと思っています。これまでも現場の意見を取り入れて仕事の仕組みを変更して、改善してきています。皆さんのような女性の声も期待しています。

司会（竹村） 制度があっても周りの職場の理解も必要だと思いますが、制度は徐々に浸透してきていますか。

白井 そうですね、最近は管理職でも早番や遅番をつくって、あ



まり長時間勤務にならないような工夫をしています。

草間 私の店では、副店長が育児休暇をとりましたし、制度も割と周知されています。

斉藤 この数年、だいぶ改善されてきていると感じています。ただ、業務が忙しいので、工夫をしながら実施しています。私は、美容関連の製品を扱っているので、チームはほぼ全員女性で、家庭を持っている方も多く、時間の効率的な使い方には気を配っています。

社長 長時間職場にすることがいいことではなくて、決められた時間以内で業務を遂行できるようにしてほしいし、そのために仕事の仕組みを日々改善していくことが必要であると思っています。

*詳細はP29をご参照ください。

将来のキャリアプランを支える環境づくり

司会（竹村） 皆さんは今後のキャリアについてどんなふうに感じていますか？

草間 私は、東北から東海地方のお店に転勤してきて9年です。はじめは慣れないことが多かったですが、名古屋地域の商慣習や文化などにも慣れてきました。今後はどこか違った地域も経験してみたいです。

白井 そうですね、私も同じ店舗にいますので、他の地域や本部のような仕事も勉強してみたいという気持ちがあります。



New 港北センター本店（神奈川県）
AVソフトフロア長
白井 祐子（11年目）
2000年に入社し、AVソフト、DCフロア長等を経て現職。



星ヶ丘店（愛知県）
白物フロア長
草間 蔵子（9年目）
青森県内の店舗を経て、2002年に星ヶ丘店に異動、2007年より現職。



LABI新宿東口館（東京都）
理美容・健康副フロア長
斉藤 厚美（11年目）
2000年に入社し、LABI1高崎、胸形パ
イパス店でエアコン・季節コーナーを
担当、2009年LABI1日本総本店で理美
容・健康コーナー長に、2010年より現職。



〈司会〉
人材開発室
竹村のり子（7年目）
2004年に入社し、本社IT事業部に配属。
海外事業推進室、GMS商品部、販売促
進部を経て、2009年より現職。

省エネ家電から スマートハウスに向かって、 日本からアジアへ

最先端の製品やサービスを使い、 環境負荷も低減していくために

ヤマダ電機では、テレビ、洗濯機、冷蔵庫、エアコン、パソコン等多種多様な家電製品を扱っています。

これらの家電製品は、家庭におけるエネルギー消費のなかでも大きな割合を占め、省エネ推進において大きな役割があるため、政府の家電エコポイント制度などを背景に、当社でも省エネ家電製品の販売を推進してきました。

2011年3月11日に発生した東日本大震災の影響により、一般家庭においてもこれまで以上に節電や省エネに取り組んでいくことが重要になっています。

ヤマダ電機では、個別の省エネ家電製品の販売に加え、太陽光発電装置を組み合わせたスマートハウスや電気自動車などの環境関連製品の取扱いを推進し、先進的な技術を活用した「省エネ・創エネ・蓄エネ」に貢献していきたいと考えています。



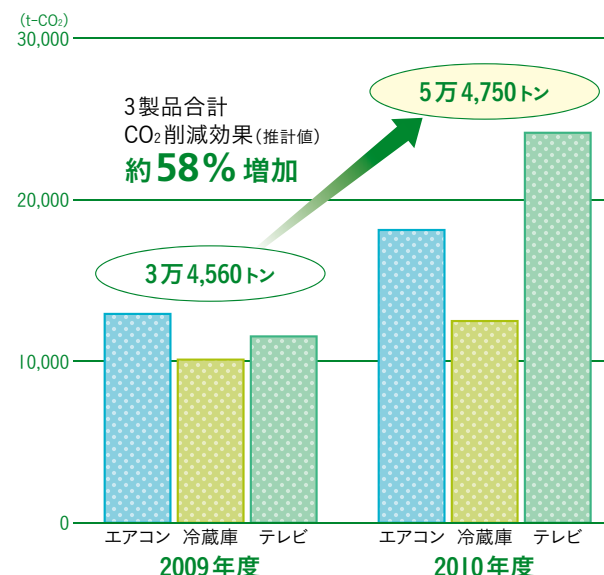
省エネ家電の普及に向けて

省エネ家電をお求めやすい価格で提供

ヤマダ電機では、省エネ家電の販売を推進しています。2010年度の子ヤマダ電機の家電取り扱い、国内全体の2割以上を占めています。今後、家庭での省エネを進めていくうえで、省エネ家電の普及は重要な取組みの一つです。ヤマダ電機では、お客様に省エネ家電を購入していただくうえで、生活スタイルや嗜好に合った製品のアドバイスなどをさせていただき、お求めやすい価格でのご提供に努めています。

2010年度にお客様に買い替えていただいた家電製品のCO₂削減効果は、年間5万4,750トンと試算しています。

■省エネ家電買い替えに伴う年間CO₂削減効果（当社推計*）



*上記削減効果の推計は、当社での買い替えによる販売台数を対象に試算しています。各製品の消費電力量は、省エネ性能カタログの平均値を使用し、それぞれの家電製品について購入年の前年型と90年代の特定年度の型を比較しています。詳細はP33をご参照ください。

省エネ機能を活かす家電製品の使い方

たとえば、「LED電球に買い替える場合、家のなかのどの場所にするのがよいのか」など省エネ家電製品を購入する場合でも、実際の使い方や設置場所などによって、電力使用量や使いやすさ（満足度）は異なってきます。

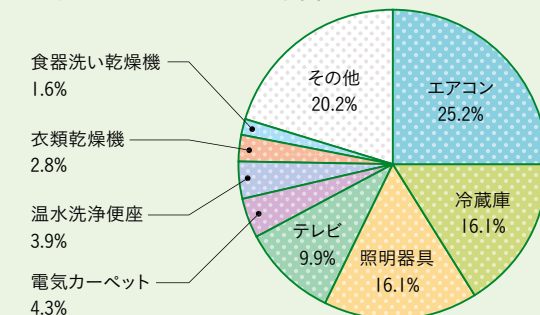
ヤマダ電機では、省エネ家電製品の機能や使い方や選び方などについて、店舗で多数のお客様と接する社員が解説する小冊子「省エネくらぶ」を毎年2回発行しています。家電製品のエキスパートとして、店舗で多数のお客様と接する社員が、お客様目線で商品の機能も紹介、省エネ製品の選び方やより効果的な使い方のサポートをしています。



家庭におけるエネルギー消費の動向

国内では、家庭での生活における電力消費量が上昇を続けています。一般的に、家庭で消費する電力の主なものは、エアコン、冷蔵庫、照明器具、テレビなどでこれらの4つの電気製品で平均して7割近くの電力を消費しています。2009年より開始された家電エコポイント制度の背景にもあるように、これらの家電製品の電力消費を抑制するうえで、省エネ家電を普及することは重要な取組みであると考えています。

■家庭でいちばん電気を消費するものは？



〈出典〉財団法人省エネルギーセンター

スマートハウス事業を展開

エネルギーシステムの取り扱いを開始

ヤマダ電機は、家庭全体でのエコ活動支援に向けたスマートハウスビジネスの一環として、太陽光発電システム、エコキュート、省エネ環境対策商品に加え、2010年12月より東京都・神奈川県・埼玉県の17店舗で電気自動車も販売しています。さらに、2011年4月からは家庭のコンセントから充電できる蓄電池の取り扱いも始めています。停電時にバックアップ電源として活用することができ、太陽光発電システムと組み合わせることも可能です。

住宅も含めたトータルソリューション

ヤマダ電機は、2011年3月に「ヤマダ電機スマートハウス販売」を設立し、太陽光発電、電気自動車、住宅の3分野に分かれていた一般家庭の「省エネ・創エネ・蓄エネ」をまとめてご提案できるようになりました。多種多様なスマートハウス関連商品をトータルかつワンストップでご提供して、お客様の省エネ・利便性向上に加え、環境負荷の低減につなげていただきます。スマートハウスの取組みでは、自治体（さいたま市）や三菱自動車工業株式会社とも連携・協力しています。これからもヤマダ電機は、積極的にスマートハウスビジネスを通じた家庭全体でのエコ活動支援を実行してまいります。



自動車メーカー（電気自動車普及）の視点から

電気自動車はこれまでの車と全く異なる商品のため、購入者層もこれまでとは異なることが想定されました。ヤマダ電機の店舗には1日何万人ものお客様が訪れているため、アイ・ミーブを展示することで、これまで三菱自動車と接点がなかったお客様にも見てもらい、実感してもらうことができます。

さらに、ヤマダ電機は、スマートハウスにも力を入れており、太陽光発電システムの販売量も増えています。電気自動車も含めた家全体の環境配慮として、お客様にもトータルなメリットがあり、電気自動車を生活の一部としていただくスタイルの広がりにもつながっていくと思います。

三菱自動車工業株式会社
国内営業・サービス本部 営業・広告部
乗光 圭一 部長



行政の視点から

さいたま市では電気自動車やLED電球など環境に優しい製品の普及に加えて、太陽光発電システムなど再生可能エネルギーの普及にも力を入れています。

家電をはじめ身近な商品を多数販売しているヤマダ電機に電気自動車を扱っていただくことで、多数の市民の皆様にも電気自動車や蓄電池のことを知っていただくことができます。また将来、電気自動車のバッテリーが家庭用や事業用にもリユースされる仕組みができれば、循環型社会にもつながります。

太陽光発電システムの設置などについて、地元企業とも一層の連携を進めていただき、地域の活性化と環境配慮を両立していく枠組みを市とともにつくっていただけることを期待しています。

さいたま市環境局 環境共生部
環境未来都市推進課 **千枝 直人 課長**



日本からアジアへ、世界最新・最先端家電製品の販売



世界では、高性能の使いやすい家電製品が次々と開発されています。ヤマダ電機は、中国においてもこれまで培った経営システムを実践し、お客様のニーズに沿い、また生活の利便性や楽しめやすさなどの機能を備える最新の家電製品を紹介していきたいと考えています。

中国では近年、環境配慮型都市の建設や、企業などへの省エネ規制が制定されるなど、環境配慮と経済発展を両立する政策が強化される方向となっています。ヤマダ電機の提供する最新家電製品の多くは優れた省エネ性能を持っています。お客様が、家電製品の機能と省エネを実現するうえでのさまざまなご提案もしていきたいと考えています。

親切・丁寧な日本式の接客

瀋陽店においても、日本のヤマダ電機の店舗と同様に、親切・丁寧な接客を進め、お客様に、店舗での買い物を楽しんでいたきたいと考えています。中国でも、日本と同様の接客研修をし、CSトレーナー（CS向上に向けた本部トレーナー、P22-23参照）が店舗でのOJT（On the Job Training）を進めています。笑顔での親切な対応は、お客様からのご好評をいただいています。今後も継続して高いサービスをご提供できるように努めていきます。

瀋陽店は、床面積2万平方メートルの店舗です。家電製品のほか、おもちゃや生活雑貨などを取り揃えています。



中国瀋陽店オープン

ヤマダ電機は、2010年12月、海外初の店舗として、中国遼寧省瀋陽市に店舗を開店しました。中国は、2010年に世界第2の経済大国となり、毎年10%近い成長を続け、一人当たり所得も増加し、家電製品に対する需要拡大とともに、最先端の商品に対するニーズも高まっています。ヤマダ電機では、瀋陽店をはじめ、中国の店舗でも、世界最新・最先端の家電製品・情報機器をいち早くリーズナブルな価格でご提供・ご提案していきたいと考えています。また、日本の店舗と同様に、丁寧で親切な接客と明るいきれいな店内でお買い物を楽しんでもらうこと、中国のお客様にも家電製品を買う楽しさと使う便利さを実感していただきたいと考えています。

世界最新の家電製品を提供

ヤマダ電機では、長年にわたってお客様にご満足いただけるような世界最新・最先端の家電製品を多数取り揃え、リーズナブルな価格でご提供できるような経営システムを構築してきました。

副店長のコメント

瀋陽店では、ヤマダ電機の丁寧な接客やお店の明るい雰囲気、お客様に高く評価していただいております。これからもより多くのお客様に来店していただき、楽しんで買い物ができる場を提供していきたいと思っています。

日本ではヤマダ電機に6年間勤務し、ヤマダ電機を通じて、日本の経営の良さを内部から見てきました。ヤ

マダ電機は、現場の声を聞き、社員一人一人を公平に評価してくれる会社ですが、さらに社員が一丸となって目標達成をしていく団結力があります。社員一人一人へのきめ細やかな研修やOJTも社員の能力ややる気の向上にも重要です。これまでの経験を活かし、中国と日本の架け橋になって中国のお客様に良い商品を使っただけで、そしてご満足いただきたいと思っています。



中国瀋陽店
劉紅 副店長

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。

ステークホルダー

ヤマダ電機は、小売業を通じて地域の皆様と深いかわりを持っており、地域社会は当グループの基盤であるといえます。当グループはよき企業市民として、地域社会と共生し、信頼関係を高めていくよう努めています。

ヤマダ電機は、政府や業務の所管省庁、地方公共団体と適切な関係を保持します。

国・
行政当局等

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・自由な競争のなかで、共存共栄を目指しています。

お取引先・
ビジネス
パートナー

地域社会

ヤマダ電機

株主様

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。

お客様

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。お客様のご意見を伺い、組織全体にお客様満足度を浸透できるよう、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。

社員

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

Network

グループ総店舗数 **2,730**店舗

(2011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	436店
南九州ヤマダ電機	4店
ダイクマ	41店
沖縄ヤマダ電機	4店
ぶれっそホールディングス	97店
キムラヤセレクト	5店
九州デックランド	18店
Project White	6店
国内直営店 合計	611店

海外店舗数	
中国	1店

FC店舗数	
コスモス・ベリーズFC	2,084店
ぶれっそホールディングスFC	34店
FC店舗数 合計	2,118店

都道府県別グループ直営店舗数一覧			
北海道	34店	滋賀県	7店
青森県	5店	京都府	11店
岩手県	8店	大阪府	35店
宮城県	10店	兵庫県	27店
秋田県	6店	奈良県	6店
山形県	9店	和歌山県	4店
福島県	11店	鳥取県	3店
茨城県	16店	島根県	2店
栃木県	9店	岡山県	12店
群馬県	15店	広島県	10店
埼玉県	27店	山口県	10店
千葉県	30店	徳島県	7店
東京都	48店	香川県	11店
神奈川県	35店	愛媛県	8店
新潟県	11店	高知県	9店
山梨県	3店	福岡県	25店
長野県	13店	佐賀県	3店
富山県	7店	長崎県	6店
石川県	8店	熊本県	11店
福井県	5店	大分県	7店
岐阜県	7店	宮崎県	8店
静岡県	12店	鹿児島県	12店
愛知県	36店	沖縄県	4店
三重県	8店	合 計	611店

都道府県別の店舗数にFC店は含まれません。

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。

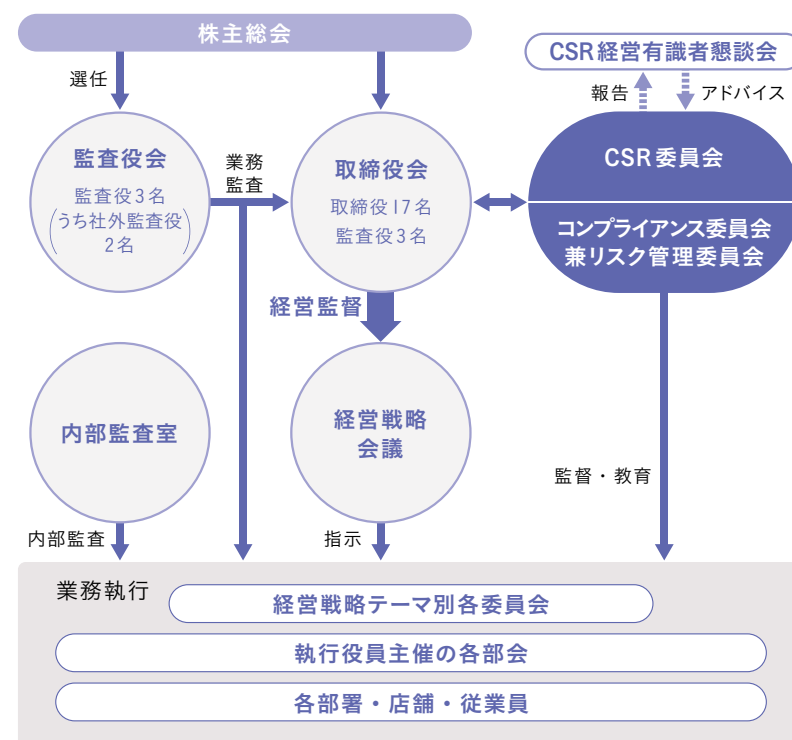
コーポレートガバナンスの状況

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）」を経営理念の中枢に据え、2007年6月よりCSR委員会を設置しています。CSR委員会は、原則として毎週1回開催しております。また四半期毎にCSR経営有識者懇談会において外部からアドバイスを得ています。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。

毎週CSR委員会を開催し、
進捗状況を報告しています。



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回開催しています。また、毎月テーマを決め、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。2010年度は、以下のテーマについて勉強会を実施しました。

■コンプライアンス勉強会テーマ例

- 各部署の業務に関する法令のレビュー
- パワーハラスメント・セクシャルハラスメント防止対策
- 環境マネジメント
- 子会社の内部統制の強化
- 消費者契約法
- 裁判員裁判
- 取引管理、新規取引先に関するリスク管理
- 社内マニュアルの見直し
- 新規事業に関する業務マニュアル
- 中国関連の法令や業務慣行について

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、関係会社基本規約を制定し、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。また当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。

リスク管理と災害時対応について

ヤマダ電機では、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。

今年度は、中国への出店を踏まえ、国内との相違点などについて勉強会を実施しました。

当社ではまた、2009年度に中越地震における対応を踏まえ、緊急災害時行動マニュアルや避難基準等を全面的に見直しており、東日本大震災では、当該危機管理マニュアルをベースに初期対応を行いました。店舗では、人命と安全確保を最優先とし、対応を進めました。

震災後の対応と 緊急災害時行動マニュアルの更新

地震直後には、当社会長・社長をはじめとする経営層が直接現地での状況把握を行い、物資の供給やお客様の安全確保などを支援しました。当社全体で被害を受けた店舗は112店舗あり、当初は51店舗が営業できない状態でしたが、3月末時点では6店舗のみが休業しています。危機管理体制については、震災後の状況を踏まえ、今後必要に応じた改善の検討をしていきます。



緊急災害時行動マニュアル

経済パフォーマンス

今後も収益や株価を高めることだけでなく、ステークホルダーとの良好な関係を築き、継続的な取組みを積み重ねて、企業価値の持続的な向上に努めていきます。

収益の状況

2011年3月期の連結決算では、売上高2兆1,532億円、営業利益1,227億円、経常利益1,378億円となり、すべて過去最高となりました。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。

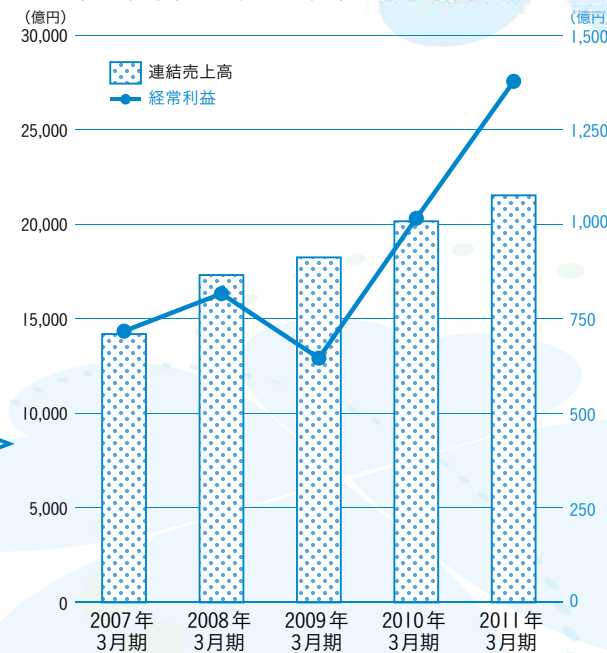
※2010年度は、東日本大震災のため39億円の特別損失を計上しました。

2011年3月期売上高

2兆1,532億円

営業利益、経常利益ともに
過去最高となりました。

■売上高・経常利益に関する経年グラフ（過去5年）

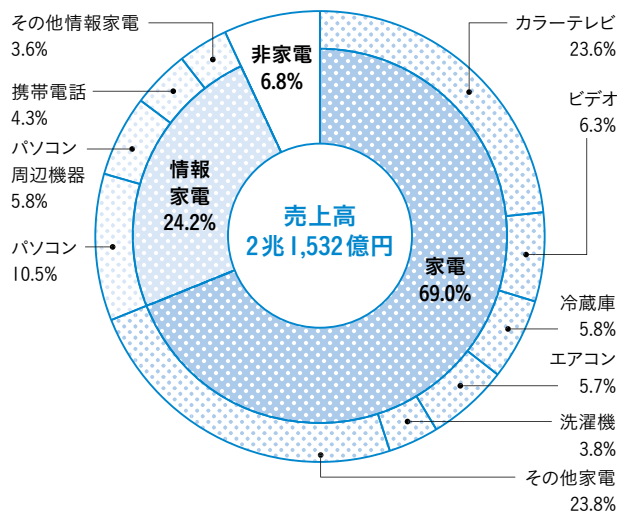


取り扱い製品・サービスと分野別販売実績

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69.0%、情報家電が24.2%、非家電が6.8%となっています。今期は、地デジ切り替えやエコポイントの追い風によってテレビが、夏の猛暑と厳冬の影響によりエアコン・暖房商品等が好調に推移しました。また、東日本大震災による電力不足の懸念で、太陽光発電システムに関するお問い合わせが増加しています。

■分野別販売実績（2011年3月期）



店舗の展開

2011年3月期は、LABI新宿東口館など計41店舗を開設し、テックランド日野店など9店舗を閉鎖しました。また、地域密着型フランチャイズチェーン「コスモス・ベリーズ」等の加盟店舗数は、2,118店舗に拡大し、ヤマダ電機グループの総店舗数は2,730店舗となっています。今後も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	2011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 海外（中国）等	567店	581店	612店
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	2,118店
グループ店舗合計		1,500店	1,976店	2,730店

※詳細はPI7をご参照ください。



グループ総店舗数
2,730店舗

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	2009年度	2010年度	2011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	71.5
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	887.19
地域社会	地域社会に向けた活動はP30-31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	637.0

※上記は株主総会での決定事項となります。

時代に先駆け、社会に貢献できる新規事業の推進

ヤマダ電機では、お客様のニーズを踏まえ、社会に貢献できる新規事業を積極的に推進していきます。

スマートハウス事業

ヤマダ電機では、家電製品に加え、家全体のエネルギーマネジメントを推進するスマートハウス事業を展開しています。2010年1月にスマートグリッド推進室（オール電化事業部と自動車販売を統合）を設置し、太陽光発電システム、オール電化製品の販売に加え、電気自動車の販売、充電設備の設置などを検討する専門部署を設置しました。2011年3月には、ヤマダ電機スマートハウス販売（特集PI4参照）を設立し、家庭全体での環境配慮推進に向けた取組みを強化しています。環境配慮に貢献するビジネスは、今後も成長することが見込まれています。ヤマダ電機では、既存のチャネルや事業におけるノウハウをもとに、社会全体にとっても望まれる事業の展開を進めていきたいと考えています。

女性向けのフロア

2010年4月にオープンしたLABI新宿東口館は、「女性に優しい」をコンセプトとして明るくキレイな店内に、理美容コーナーやデコレーションコーナーなど、魅力ある9つのフロアで女性の視点に立ったお店づくりを行っております。

LED照明のレンタル事業

震災の影響などにより省エネルギーを社会全体で推進する必要性が高まっています。ヤマダ電機では、2011年4月1日より、お客様が初期投資の負担なしでLED照明を導入する「あかりレンタル」事業を、オフィス、病院、工場などに開始しました。LED照明は白熱電球に比べてエネルギー消費量が大きく削減できます。お客様のニーズと、社会全体の環境負荷の低減に向けて、事業を通じた取組みを推進していきます。

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います。

お客様とのかかわり

2010年度は、国内の店舗におけるお客様満足度の状況を改めて包括的に調査し、今後の課題等を整理しました。店舗全体での取組みに加え、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ま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。具体的には、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。

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。

トータルとしてのお客様満足向上へ

1 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、迅速に対応するとともに、より優れた標準的な仕組みを維持・推進できるようにCS向上推進室を中心に、現場と本部をつなげる仕組みを構築しています（P23図ご参照）。

※詳細は、2009年CSRレポートの特集をご参照ください。

2 社員研修

お客様満足の向上に向け、社員研修を継続的に実施しています。2010年度は、eラーニングによる研修コンテンツを拡充し、延べ20万8,059名が受講しました。また集合研修には1,421名が参加しました。

3 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。

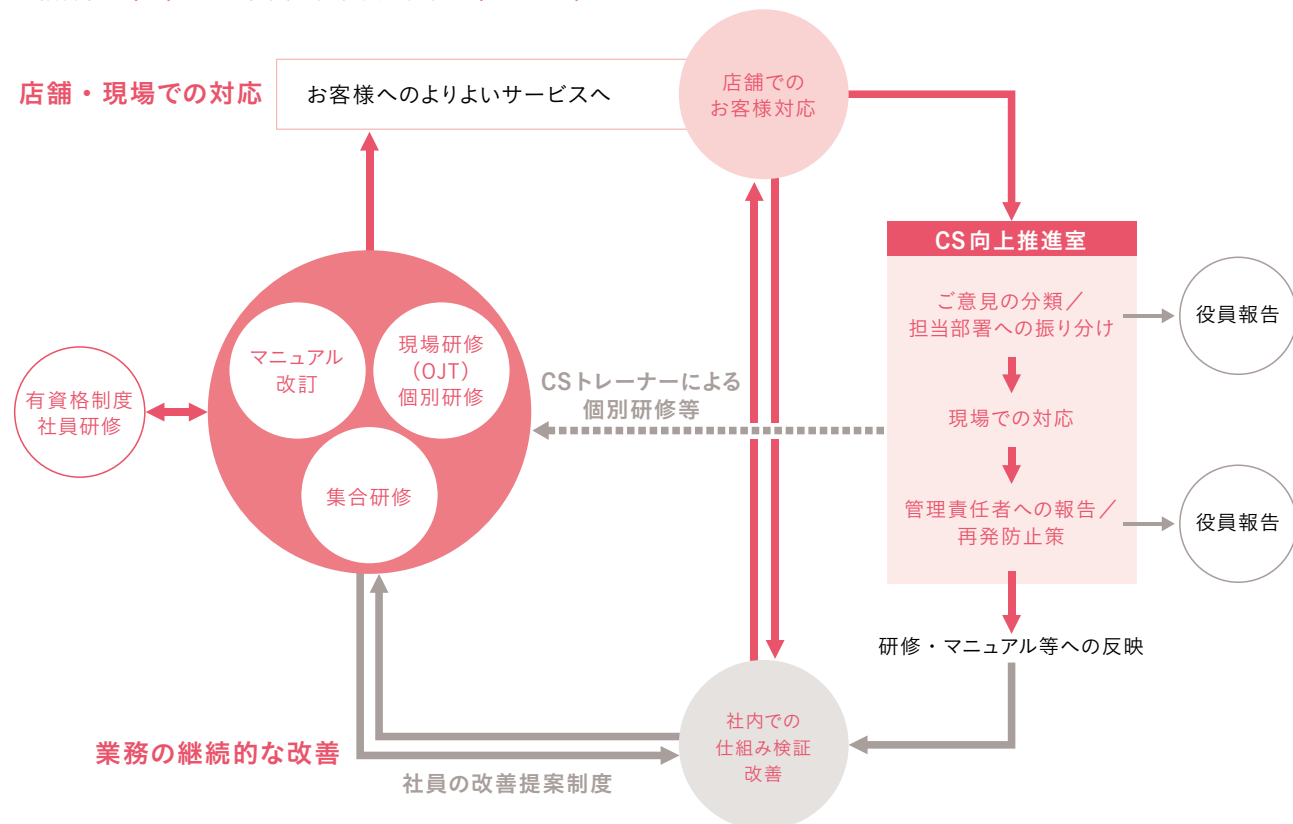
このため、ヤマダ電機では、配送・設置工事について、お客様からのお問い合わせ等の内容を詳細に調査し、お取引先企業へのフィードバックをしています。またサービスおよびマナーの向上に向けた研修会等を全国で年間に累計100回以上実施しています。

この結果、配送や修理に関するお客様からのお問い合わせ等のうち、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。2010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。

■顧客満足（CS）向上と社員教育制度の仕組み（イメージ）



※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レポートの特集に詳細に紹介しています。

お客様満足度調査の実施

ヤマダ電機では、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。

2010年度は、外部調査機関に委託し、包括的なCS調査を実施しました。価格や利便性、ポイントサービスについて高い評価をいただいた一方、2010年度は、エコポイント制度などを背景にお客様に多数ご来店いただき、レジでお客様をお待たせすることも多くなっておりました。人員配置の徹底や巡回対応などを進め、改善に努めています。また、修理に関するアンケート調査も実施しています。修理日数や基本的なマナーなどについて継続的にお客様満足度についての現状の把握をし、改善に努めており、9割以上のお客様にご満足いただいています。今後も、ヤマダ電機で商品やサービスを購入していただくお客様にご満足いただけるよう、継続的な改善を進めていきます。

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。2010年度には各分野350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

	2008年度	2009年度	2010年度
AV情報家電	296名	376名	434名
生活家電	242名	325名	368名
家電製品総合	263名	360名	389名

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、株主の皆様当に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年間200回を超える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。

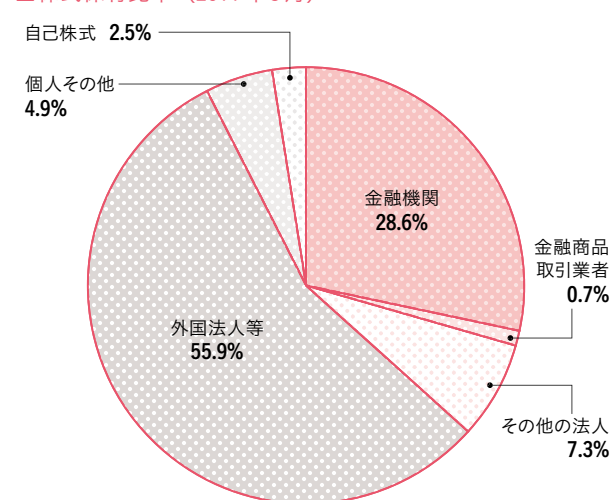
個人投資家の皆様には年1回の「個人投資家向け説明会」を、主要都市を巡回する形で開催しており、毎回経営トップより直接ヤマダ電機の経営理念や経営方針、現在の業績と今後の事業計画について説明しています。

なお、東日本大震災に関する影響については、当社ホームページに公表しているほか、各ページに該当情報を一部記載しています。

■投資家等とのミーティング回数

年度	回数
2008年度	227回
2009年度	213回
2010年度	216回

■株式保有比率（2011年3月）



※小数点第2位以下を四捨五入して表示しています。

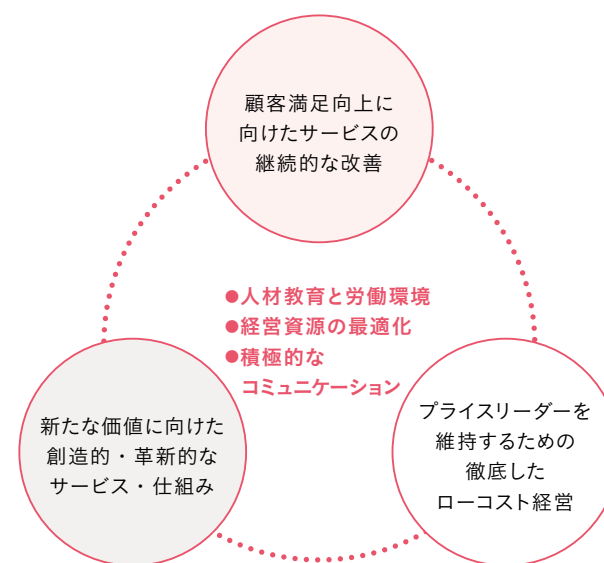
■個人投資家向け説明会

年度	開催地	参加人数
2008年9月	東京	470名
2009年9月	東京	408名
2010年9月	東京	569名

2010年度は業績が順調に推移しました。

利益分配に関する基本方針

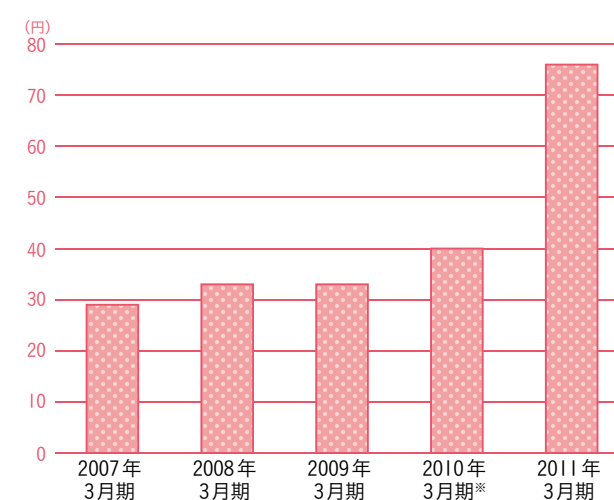
当社の利益分配は、株主に対する配当の安定性と継続性を最重要政策としています。同時に社会環境の変化が続くなかにおいては、企業体質の強化による安定した成長性を確保するため、内部留保も不可欠であると考え、収益に応じた配当を行うことを基本方針としています。



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。

2011年3月期末基準日の1株当たり配当金は、業績が順調に推移していることを考慮し、普通配当を39円増配し、76円を予定しています。

■1株当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

今後の経営方針等について

国内経済の長期的な低迷に加え、東日本大震災の影響による消費マインドの急速な冷え込みなど、不透明な厳しい経営環境が続きますが、ヤマダ電機では、これまで実施してきた経営改革を推進し、ローコストオペレーションの徹底、キャッシュ・フロー改善、収益力の向上および経営体質の強化に取り組んでいきます。

お客様には、「省エネ・創エネ・蓄エネ」をキーワードとして、スマートハウスビジネスの展開強化に向けた、太陽光発電システム、オール電化商品、電気自動車（EV）、家庭用蓄電池等の

提案を進め、国内の再生可能エネルギーの普及推進を図ります。また、3Dテレビ、スマートフォン、タブレット端末等、次世代商品の拡販にも積極的に取り組み、市場を創造していきたいと考えています。

店舗展開においては、都市型店LABI、郊外型テックランド（大型）に加え、商圏15万人以下の地域密着サービスをコンセプトとした新しいコンセプトのテックランド（小商圏型）の出店にも注力していきます。海外では、中国瀋陽店に続き、2011年6月には天津店を開店します。



個人投資家向け説明会の会場風景

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。

ヤマダ電機のCSR活動に関する周知について

お取引先の企業の皆様と、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関しても、ヤマダ電機と同様にリスク管理を進めていただけるよう、お取引先企業のある各部署の担当者に対し勉強会を実施して、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お取引先企業の皆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・設置工事会社とともにお客様満足への意識向上に取り組んでいきます。(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	

お取引先との
信頼関係を重視した
取組みを実施しています。

グループ内の地域店 コスモス・ベリーズ

コスモス・ベリーズは、2005年にヤマダ電機と株式会社豊栄家電の共同出資で設立したヤマダ電機グループにおける地域の電気店のネットワークです。2011年3月末現在、全国に2,084店舗の地域店がヤマダ電機グループのコスモス・ベリーズのもと、営業をしています。コスモス・ベリーズの加盟店は、地域のニーズに合う商品について、ヤマダ電機グループとしての仕入れや調達に、独自のサービスをつけて販売しています。

コスモス・ベリーズに参加している店舗の皆様にも、当社のCSRの考え方を踏まえて事業を展開していただいています。

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

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、お客様に安心してご購入物ができるよう信頼の確立を目指します。
- (3) 金融商品取引法（いわゆるJ-SOX法）に基づき適正で信頼できる財務報告を行うよう努めます。
- (4) 企業情報を適時適切に開示し、株主の皆様からの信頼の確立を目指します。
- (5) 業務の全てを通じて、健全で適切な運営を心がけ、社会からのゆるぎない信頼の確立を目指します。

2. お客様本位の徹底

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

3. 法令等社会規範の遵守

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

4. 公正な取引

取引先様等とお取引の際には、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、親切的な接客を心がけ、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。

全員参加型の経営により、 年間9,434件の 改善提案がありました。

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。

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。2011年3月現在での社員の平均年齢は31.0歳、平均雇用期間は6.1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

		2008年度	2009年度	2010年度
管理職人数	男性（名）	3,359	3,577	3,508
	女性（名）	72	81	90
	合計（名）	3,431	3,658	3,598
従業員数（名）		9,067	9,882	10,012
平均臨時雇用者数（名）		8,431	8,865	9,135
障がい者雇用者数（名）		395	404	431

※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。

お客様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もらっています。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

		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	618名	3ヶ月	1回
新任フロア長研修	フロア長に就任して3ヶ月以内に実施。経営理念やマネジメント、管理職としての役割等に関する研修	165名	3日	7回
店長研修	年1回店長は参加が原則。基準に基づき3クラスに分かれたスキルアップ研修	301名	4日	10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	62名	3日	5回
その他	管理職候補者研修等	137名	3日	4回
新店研修	新規店舗の開店前に実施する、開店後地域に信頼される店舗づくり等に重点をおいた研修	138名	3日	15回



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、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くと考えています。

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、再雇用制度などを運用し、社員が育児や介護など生活の節目のなか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。

育児休暇の取得者は、人数・割合ともに5年前の2倍以上になりました。また、正社員の退職率は、男女とも減少しており、5年前と比較して男性は4%、女性は7%減少しています。

■特別休暇など取得者数

		2008年度	2009年度	2010年度
育児休暇取得者数	合計（名）	59	80	128
	うち男性（名）	4	5	5
介護休暇取得者数（名）		3	8	3
時短勤務者数（名）		42	87	57

従業員満足度調査の実施

2011年2月に、社員・契約社員など約2万人を対象にした第2回従業員満足度調査を実施しました。第2回の結果では、仕事内容や労働環境について、過半が満足していますが、社内の育児休暇、介護関連の制度やその変更について十分に認知されていないことがわかりました。こうした制度を社員全員に周知するようにeラーニングなどの研修を拡充することにしました。

今後も、毎年定期的に従業員満足度調査を実施し、分析結果を活かした労働環境の改善やキャリア開発など、社員満足の向上に努めていきたいと考えています。



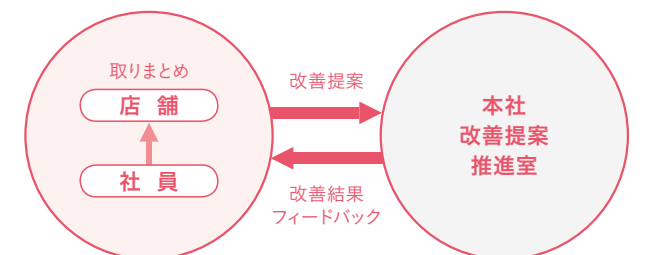
女性管理職の増加

3年前から取組みを開始した女性管理職育成プログラムは、徐々に結果が出始めています。女性管理職の増加率は男性管理職の増加率よりも高くなっています。一方、社員全体の割合から見ると、女性社員はまだ管理職が少ない状況です。結婚や出産後に就労継続の意志があり、制度上の不満も少ない一方で、実際には職場への負担などの意見も聞かれており、職場全体の労働時間短縮が重要であると考えています。引き続き現場の声を聞きながら、女性社員の能力発揮の場を提供できるようにサポートしていきたくと考えています。

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。2010年度は、9,434件の提案が本部に集まりました。これは店舗ごとに集計した後の提案数で、実際にはこの数倍の提案が出されています。これまで累計で本部には3万2,000件以上の提案が出され、1,336件を採用しています。

■「全員参加の経営」改善提案制度





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努めています。

ヤマダ電機の社会貢献について

ヤマダ電機では、地域社会とともに発展していくうえでの社会的な責任として、地域社会の重要な活動に向けた金銭・物品の提供や役職員による情報発信・活動支援など、社会貢献活動について積極的な取り組みをしています。

■ 寄付について

2010年度は、以下の寄付を実施しています。

支援先	実施形態	ヤマダ電機グループ 寄付総額(社員等含む)	お客様からの 募金総額
宮崎県口蹄疫	金銭	1億円	左記のうち144万円
東日本大震災 および 新燃岳噴火	金銭	4.3億円	左記のうち1,486万円
	日用品等	約4,000万円分	—

※ 東日本大震災及び新燃岳噴火の金額は2011年3月31日現在のものです。

■ 役職員による社会貢献活動について

ヤマダ電機では、地域社会の文化育成、教育、スポーツ、環境等の様々なイベントや情報発信に関する活動を支援し、地域社会の活動に参画しています。以下のほか、役員が、東洋大学(1)、群馬工業高等専門学校(2)、関東第一高等学校でヤマダ電機の経営や事業等に関する講演を行いました。また、環境保護への関心や意識を向上するための様々なイベント等を開催、協賛しています。また、ヤマダ電機女子陸上競技部では、国内外の競技大会やスポーツ振興イベントに参加し、積極的な活動をしています(8)。

	イベント	内容
文化・教育	第6回群馬ちびっこ大学 (LABI1 高崎) (2010年8月)	群馬大学主催の夏休みの子供向け体験教室で、当社LABI1 高崎にて開催され、2010年は約1,000人が参加しました。
文化・教育	第1回 YAMADA こども将棋大会 (4) (2011年1月)	「上州将棋祭り」(主催：上州将棋祭り委員会・共催：日本将棋連盟)が、当社LABI1 高崎で開催され、その一環として小中学生の大会を開催しました。
環境	E-KIZUNAサミット・フォーラム in さいたま (5) (2010年4月)	電気自動車 (EV) 普及促進を狙いとしたサミットで国・自治体・企業が参加しており、流通業界を代表して当社の環境への取り組みを紹介しました。
環境・教育	第1回ヤマダ電機「フォトコンテスト2010夏」(6) (2010年8月)	自然環境保護・文化芸術振興の場として群馬県「赤城自然園」の自然をテーマにしたフォトコンテストを開催し、825点の作品が寄せられました。
環境・教育	群馬県高崎市「地球市民の日」(7) (2010年10月)	高崎市が記念事業として毎年実施している環境イベントに参加し、当社の環境負荷低減活動が表彰されました。

大震災の 復旧・復興支援も 継続していきます。

災害対策支援について

ヤマダ電機では、自然災害等における被災された地域社会の一員として、復旧・復興に向けた支援を続けています。宮崎県における口蹄疫被害では、畜産農家の方々への復興支援および、農業高校・農業大学の畜産実習再開のための教育支援と店頭募金に加え、ヤマダ電機グループからの寄付を加え、総額1億円を宮崎県に寄付しました(8)。

東日本大震災等での主な支援内容

東日本大震災では、発生直後から被災地域において店舗の在庫物資等を無償提供するとともに、全国の店舗の協力体制を整え、被災地域への物資提供を実施しました。また被災当日に帰宅困難になられたお客様には店舗スペースのご提供などを実施しました。2011年4月末現在では、以下のようなご支援を実行しています。

- 被災地における物資の無償提供
飲料、食品、おむつ・トイレットペーパー等の物資総額約4,000万円相当
- 寄付金の実行
ヤマダ電機グループとして4.3億円の寄付金を日本赤十字社へ寄贈

※ 新燃岳噴火分を合わせた金額です。



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組みを進め、積極的に情報開示をします。

環境方針と概要

ヤマダ電機では家電製品の販売を中心とする事業活動において、環境への配慮を重視し、省エネや環境性能の高い家電製品の販売やサービスの提供、家電製品のリユース事業を推進しています。

また、事業拡大に伴う環境負荷を低減するため、各店舗・事業所で取組みの標準化を進めながら、省エネや省資源等に積極的に取り組んでいます。

これらの取組みを、経営の仕組みとして体系的に推進していくため、2010年8月には環境方針を制定し、2011年1月には高崎本社を対象にISO14001の認証を取得しました。

2010年度の主な取組みと達成状況

2010年度は高崎本社にてISO14001の認証を取得し、本業における取組みとして電気自動車の販売、事業活動における取組みとして店舗環境配慮設計の推進、物流・配送におけるアイドリングストップなど新たな取組みを実施しました。主な取組みと達成状況は下表のとおりです。

2010年度も昨年に引き続き、定量的に目標管理を実施しています。進捗状況は毎週社長直轄のCSR委員会で報告するとともに、月次報告として開示しています。また、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のご意見をいただきながら取組みを発展させています。

■2010年度の主な取組みと達成状況

主な取組み		目標	実績	達成状況
本業における環境負荷の低減	家電リユースの促進	買取台数35,000台	買取台数36,388台	○
	パソコンリユースの促進	販売台数358,091台	販売台数426,364台	○
	電気自動車の販売	電気自動車販売早期実現	2010年12月より開始(神奈川県、埼玉県等)	○
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導入によるCO ₂ 削減	CO ₂ 排出量前年比95%以下	CO ₂ 排出量前年比97.3%	未達成
	グリーン電力導入に伴うCO ₂ 削減*	CO ₂ 排出量9,000トン以下	CO ₂ 排出量8,996.8トン	○
	店舗環境配慮設計の推進	積極的な省エネ設計、設備導入	2010年8月オープン店舗から省エネ設計開始	○
	アイドリングストップの推進(物流車両)	実施率80%以上	実施率99.6%	○
	アイドリングストップの推進(配送工事車両)	実施率80%以上	実施率99.9%	○

*グリーン電力導入により、店舗からのCO₂排出量を削減効果に換算した目標を設定しています。

省エネ家電販売によるCO₂削減効果は、

年間約 **54,750**トンに相当します。

お客様と取り組む環境への配慮

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り組んでいます。

環境に配慮した商品の普及に向けて

社会全体での環境負荷低減に向けて、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促進

家電エコポイント制度などにより、お客様の省エネ家電に対する需要も高まり、省エネ家電の販売量が増加しています。2010年度のエアコン、冷蔵庫、テレビの省エネ家電への買い替えによるCO₂排出量の削減効果は、年間約5万4,750トンにのぼり、前年と比べ58%拡大しています。

ヤマダ電機では、省エネ家電の販売推進に加え、太陽光発電や電気自動車など家庭全体のエネルギーマネジメントに向けたスマートハウスのご提案を進め、家庭における環境配慮の取組みを推進しています。

■省エネ家電の買い替えに伴う年間CO₂削減効果(当社推計) (単位：t-CO₂)

種類	2009年度	2010年度
エアコン	12,930	18,120
冷蔵庫	10,100	12,490
テレビ	11,530	24,140
合計	34,560	54,750

【CO₂削減効果の推計方法】
CO₂削減効果は、ヤマダ電機で販売したエアコン・冷蔵庫・テレビの3つの家電製品のうち、買い替え分について、省エネ性能カタログの情報をもとに推計しています。CO₂排出係数は、国内の温室効果ガス排出量・算定・報告・公表制度のデータを使用しています。



電気自動車の販売開始

2010年12月より、東京都・神奈川県・埼玉県の17店舗において電気自動車の販売を開始しました。電気自動車は、オール電化や太陽光発電システムと組み合わせることで、お客様の利便性をさらに高めることが可能となります。また、一般家庭内での大容量の蓄電池としての活用も考えられています。2011年3月には「スマートハウス販売」を設立し、ワンストップでお客様にご提供することで、低炭素社会の実現に寄与し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

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。

2010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3.6万台、パソコン約42.6万台です。

家電リユース品をお客様に安心して使用していただけるよう、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グループ会社の株式会社シー・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株式会社と実施しています。

※リユース事業については2008年CSRレポートの特集に詳細に紹介しています。

■リユース台数 (単位:台)

	2008年度	2009年度	2010年度
テレビ	13,485	11,457	4,619
冷蔵庫	16,675	7,723	10,578
洗濯機・乾燥機	18,295	10,456	21,191
パソコン	397,655	373,455	426,364
合計	446,110	403,091	462,752

■リサイクルの推進

各店舗にイン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、特定非営利活動法人国際協力NGOセンター(JANIC)と財団法人交通遺児育成基金へ寄付をし、医療支援、環境支援、交通遺児育成支援に役立てていただいています。2010年度は約249万台のインカートリッジを回収し、約1,460万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。

■回収台数 (単位:台)

	2008年度	2009年度	2010年度
インカートリッジ	2,575,665	2,732,351	2,491,548
使用済み携帯電話*	10,559	146,267	26,762

*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・物流から排出される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・物流における環境への取組み

ヤマダ電機では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・省資源に向けた取組みを推進しています。2011年1月には高崎本社を対象に環境マネジメントシステムISO14001の認証を取得しました。

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。2010年度の設置店舗は、昨年度の305店舗から320店舗に拡大しました。

■店舗における環境配慮設計の推進

環境負荷を配慮した店舗の設計を始めています。2010年8月オープンの諫早店で、外壁の遮熱性向上や省エネ空調設備導入など環境配慮設計を実施しました。今後も店舗への省エネ設計、設備導入を実施していきたいと考えています。

■省エネ型自動販売機導入の拡大

2007年3月から従来の自動販売機を、省エネ型ヒートポンプ自動販売機に置き換えています。2010年度の設置数は昨年度の475台から増加し、605台となりました。

環境教育によるCO₂削減

各店舗での主な取組みを、全店舗で広げて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、ISO14001の取組み内容とともに電気使用量内訳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。また、店舗有資格、本部有資格試験にもISO14001の問題を取り入れ、社員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

グリーン電力を継続して利用し、2010年度対象店舗は89店舗、合計約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、2010年7月には前年に引き続き「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

2011年2月にテックランド横浜泉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。なお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。

物流における取組み

物流における環境への取組みを進めるため、委託会社や協力会社とともに、アイドリングストップの徹底に努めています。2010年度の実施率は99%以上と高水準を維持しました。



	2008年度	2009年度	2010年度
デマンドコントローラー導入店舗数（累計）（店）	275	305	320
省エネ型自動販売機導入台数（累計）（台）	327	475	605
グリーン電力導入量（万kWh）	1,230	1,607	1,594
太陽光発電導入量（kWh）	—	17,799	18,675

高崎本社を対象に

ISO14001の認証を取得しました。

2010年度の延べ床面積当たりCO₂排出量は

2006年度比率で**約22%削減**になりました。

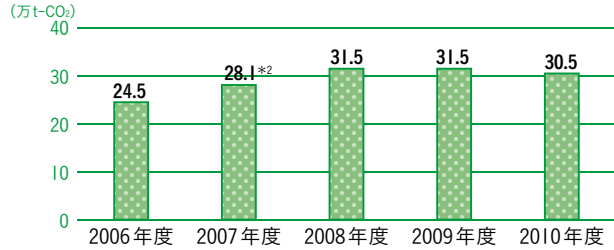
事業活動による直接的な環境影響

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、取組みの標準化を進めるとともに管理把握対象範囲を拡大しています。

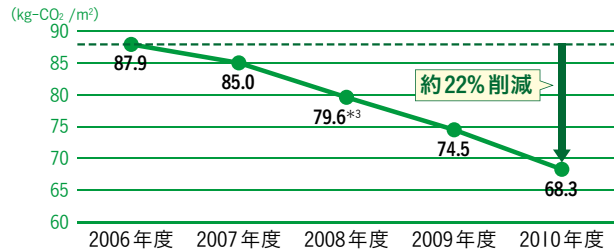
■電力使用によるCO₂排出量

ヤマダ電機では2010年までに延べ床面積当たりCO₂排出量を2006年度比5%削減の目標を設定しましたが、デマンドコントローラーの導入拡大や社員による省エネ取組みなど継続的な取組みの結果、2010年度には同約22%削減を達成しました。今後も店舗の拡大に伴うエネルギー使用量を抑制するため、店舗のエネルギー効率化に向けて取組みを推進していきます。

■電力使用によるCO₂排出量*1



■延べ床面積当たりCO₂排出量



*1 CO₂排出係数：温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度の排出係数（代替値）を使用し、2009年度以前は0.555[kg-CO₂/kWh]、2010年度は0.561[kg-CO₂/kWh]として算出しています。
*2 CO₂排出量：2007年度以前は4社（右下表の他のグループ企業以外）のみを対象として算出しています。
*3 延べ床面積当たりCO₂排出量：2008年度以前は4社（右下表の他のグループ企業以外）のみを対象として算出しています。
※過年度のデータについても範囲を拡充しています。

■資源利用

小売業の業務のなか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管理しています。家電販売量の拡大により、必要な資源量も増加しておりますが、ポリエチレン製のレジ袋の薄肉化、ゴミ袋や紙製消耗品の薄肉化、環境配慮型気泡緩衝材、シール台紙廃止などを実施し、省資源化に取り組んでいます。

■紙類などの購入量

	2008年度	2009年度	2010年度
レジ袋・紙類（t）	543.6	542.8	561.2
レジ袋・ポリエチレン（t）	492.0	592.4	561.0
レシート（t）	329.6	274.3	269.5
チラシ（千枚枚）	276.4	205.8	180.5

■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。2009年度以降は、管理対象店舗の拡大および買い替え工事等に伴うお客様からの引取量の増加によって、排出量は増加傾向にありますが、リサイクル率の高い処理事業者を選定するなど、有効資源化に努めています。

■産業廃棄物排出量

	2008年度	2009年度	2010年度
産業廃棄物排出量（t）	31,924	57,822	69,386
グループ対象店舗	324店舗	466店舗	496店舗

※過年度のデータについても範囲を拡充しています。

■水利用

省資源の観点から、トイレ節水器、人感センサーの取り付けを進め、トイレなどの節水に努めています。

■本レポートに掲載した環境データ範囲

	電力使用によるCO ₂ 排出量	紙類などの購入量	廃棄物排出量
(株)ヤマダ電機	○	○	○
(株)ダイクマ*4	○	○	○
(株)南九州ヤマダ電機	○	○	○
(株)沖縄ヤマダ電機	○	○	○
その他グループ企業	(株)星電社、(株)九州テックランド、(株)シ・アイ・シー、インパースネット(株)、コスモス・ベリーズ(株)	—	(株)九州テックランド

*4 前年度の範囲、(株)関西ヤマダ電機、(株)中四国テックランドを含む（2010年度に合併のため）

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 2011』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	4-5
1.2	主要な影響、リスクおよび機会の説明	4-5
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関連している国名	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）	16-17, 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）	16-17, 20-21, 24-25
2.10	報告期間中の受賞歴	8-9, 30-31, 34
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	2
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	4-5, 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務慣行。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、さらにその実状状況に関して、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	4-5, 27, 32
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, 32
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, 32
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	18-35
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	18-35

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		20-21, 27
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, 12-15, 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因と影響	30-31
環境		
マネジメント・アプローチ		12-15, 27, 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なエネルギー消費量	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	12-15, 33
EN7	間接的な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	12-15, 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	12-15, 32-33
EN27	カテゴリ別の再生利用される販売製品およびその梱包材の割合	32-33, 34-35
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		10-11, 27, 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、公式の労使合同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の、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	10-11, 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の従業員の割合	28-29

人権		
マネジメント・アプローチ		27-29
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		27, 30-31

製品責任		
マネジメント・アプローチ		20-21, 22-23, 27
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務慣行	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, 22-23

有識者意見

福山 裕幸 氏

株式会社 日立製作所 名誉顧問／
公益社団法人 日本技術士会 CPD 認定会員
（経営工学／総合技術監理部門）



『CSR Report 2011』を読んで

本報告書は、GRIガイドラインに基づいて構成されており、ガバナンス・コンプライアンス、経済性、社会性、環境に関する報告書として、過去3回の報告書との連続性が保たれています。本意見は、筆者が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議論された内容、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

同社は昨年度のCSR報告書のトップコミットメントで、「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経営に取り組みます」と述べられています。本年度のレポートから2010年度の活動を見てみますと、経営の基盤となる経済性について、売上高および経常利益ともに過去最高を達成されました。環境面については、高崎本社を対象としたISO14001（環境マネジメントシステム）の認証取得に伴い環境方針を策定されました。社会性については、外部調査機関によるCS調査や社員満足度調査を継続的に実施し改善に努められました。口蹄疫や東日本大震災等の発生に対する寄付金や物資の無償提供等を実施され、積極的に社会貢献活動に取り組まれました。引き続き、中長期的視点に立ったCSR経営の深化に努めて戴くようお願いします。

■ これまでの取り組みで評価したい点

第1は、高崎本社を対象としたISO14001（環境マネジメントシステム）の認証取得です。これにより同社の環境方針が明確となり、国際標準に則った環境マネジメントが本格的に展開できる土台が構築されました。環境活動は積極的に展開されており、その成果が各種指標の実績値にあらわれています。省エネ家電の販売や事業活動におけるCO₂排出削減はおおむね目標を達成しました。

第2は、顧客満足と従業員満足の両方を高める活動です。外部調査機関に委託した包括的なCS調査により、価格や利便性に対して高い満足を得ている一方で店舗や配送等での接客や対応について改善の余地があることが分かり、活動の方向が明確になりました。社員満足度調査結果を反映した人材の育成と労働環境の改善が着実に進んでおり、女性管理職が大きく増加し、その増加率は男性より高くなった点も評価できます。

第3は、昨年12月の中国遼寧省瀋陽市における海外初の店舗の開店です。同店は、日本の店舗で実績を積まれた中国人幹部社員や昨年入社され国内店で研修を積まれた中国人留学生を中心に、計画通り立ち上げられました。現場主義に則って盤石の経営基盤を築きあげるとともに、店舗経営のノウハウを次の店舗展開に活かして戴きたいと思います。

■ 今後の取り組みでお願いしたい点

グローバル市場への進出には多くの機会がありますが同時に脅威も伴います。グローバルな視点に立ったサプライチェーンの強化が必須です。国内外のグローバル企業の活動を積極的に学び、リスクを最小限にする仕掛けを構築することが望まれます。同社がグローバル企業として持続的に成長するため、ISO26000（CSRに関するガイドランス）を踏まえた経営に取り組んで戴きたいと思います。本年3月に設立された「ヤマダ電機スマートハウス販売」を中心に、省エネ環境対策商品に加えて、太陽光発電、電気自動車、住宅を一体とした提案を強化し、「省エネ・創エネ・蓄エネ」システムのトータルソリューション事業に一層の経営資源を投入して戴きたいと思います。経済性パフォーマンスを持続的に向上させるとともに、地域社会の一員として積極的に社会貢献活動を継続され、CSR経営を深化させるようご努力をお願いします。