



CSR REPORT 2012

株式会社 ヤマダ電機
CSRレポート2012



株式会社 ヤマダ電機 CSR REPORT 2012はFSC®森林認証紙と植物油インキを使用しています。



▶経営理念

「創造」と「挑戦」

「感謝」と「信頼」で強い企業を目指し
社員総意で企業価値を高め社会に
貢献する。

▶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(2012年3月)
総 資 産 額:連結9,378億円(2012年3月)
自 己 資 本 比 率:連結55.4%(2012年3月)
従 業 員 数:連結14,006名(2012年3月)
発行済株式総数:96,648,974株(2012年3月)

グループ会社一覧(2012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)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)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。
サトームセン(株)	店舗の賃貸。
(株)星電社	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)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)Project White	ヤマダ電機からの商品の仕入れ、販売。
エス・バイ・エル(株)	建設工事一切の設計、施工、請負および監理及 び土地建物の売買、賃貸およびその仲介斡旋。
エス・バイ・エル住工(株)	住宅パネル製造事業。
コングロエンジニアリング(株)	土木・建設工事。
エス・バイ・エル沖縄(株)	マンション事業。
エースホーム(株)	住宅フランチャイズ事業。
エス・バイ・エルハウジング(株)	住宅建築工事、エクステリア・店舗改装工事。
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。

▶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5年目と
なります。特集では2011年3月の東日本大震災発生から1年間の被災地
支援・復興への取組みに加え、事業のグローバル化に伴うCSR活動につ
いてご紹介しています。

また、パフォーマンス報告に関しては、昨年版までのトリプルボトムライン
(経済性・社会性・環境)に基づく区分から変更し、今回の報告書より社会
性・環境報告の部分をISO26000における7つの「中核主題」に沿って情
報を分類し掲載しています。

【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】2011年4月1日～2012年3月31日を主な報告対象とし、2012
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】2012年6月

本報告書の作成にあたっては、「ISO26000:2010」および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

02	経営理念・会社概要
03	編集方針・目次
04	Top Commitment
06	2011年度CSR活動ハイライト
【特集】	
08	震災復興と新たな エネルギーバランスの 時代に向けて
14	事業のグローバル展開と グローバル視点のCSR
16	ステークホルダーエンゲージメントとネットワーク
【パフォーマンス報告】	
18	●経済性パフォーマンス
【組織統治】	
20	●ガバナンス・コンプライアンス
【消費者課題】	
22	●お客様満足の追求
【組織統治・公正な事業慣行】	
24	●株主・投資家の皆様との信頼
【公正な事業慣行】	
26	●お取引先の皆様との協働
【人権】	
27	●人の多様性の尊重
【労働慣行】	
28	●社員とともに成長
【コミュニティへの参画とコミュニティの発展】	
30	●地域社会との共生
【環境】	
32	●地球環境との調和
36	有識者意見
37	CSR情報報告メディアのご紹介

Top Commitment

家電という枠を超え、家庭生活全般の

ソリューションを提供できる企業として

日本、そしてグローバル市場で貢献してまいります。

2011年度のヤマダ電機

東日本大震災の直後から始まった2011年度は、震災の影響による、ひっ迫した電力需給など、事業環境が著しく変化した一年となりました。家電販売においては、家電エコポイント制度の終了やテレビの地デジ化移行に伴い高まっていた需要の反動により、テレビ等の売上が大きく減少し、単価も下落したことが売上減少につながりました。一方で、スマートフォンや節電に伴う省エネ白物家電の販売が増加し、売上高は1兆8,354億円と前期比14.8%減と厳しい経営環境でしたが、経常利益は1,022億円と1,000億台を確保することができました。

東日本大震災に伴い営業を一時停止した東北地方の51店舗は、全社員一丸となった復旧作業により8月末までに全ての店が営業再開を果たし、引き続き、被災地の皆様のお役にたてるように努力しております。また、ヤマダ電機店舗での義援金募金をはじめ、全国で復興応援イベントなどを開催し、継続的に被災地復興に向けた支援を続けています。

2011年度の具体的な取組み

新たな取組みとしては、2011年10月に、ハウスメーカーのエス・バイ・エル株式会社を子会社化し、家一軒丸ごとのスマートハウス事業を本格的に展開することに致しました。ヤマダ電機では、業界のリーディングカンパニーとして、太陽光発電システムやIHクッキングヒーター、エコキュート、電気自動車、蓄電池などの販売を順次開始し、「省エネ・創エネ・蓄エネ」を切り口とした川下発想での提案を進めてまいりましたが、今後、エス・バイ・エルとヤマダ電機との連携を通じて、お客様に、より魅力的なスマートハウスのご提案を行っていききたいと考えています。2012年3月には、オリジナルの太陽光発電システムの販売も開始しています。

また、法人のお客様への各種省エネサービス提案を強化しているほか、今後、リサイクルからリユースまでグループ内でワンストップ化した環境事業を検討しています。

海外事業としては、中国において、瀋陽店に加え、2011年6月に天津店、2012年3月に南京店と、計3店舗に事業を拡大しています。

CSR関連の新たな取組み

海外展開に伴い、グローバル企業の推進する環境や社会的なコンプライアンスの推進について、より優れた枠組みを展開していくため、2011年10月に、グローバル・ソーシャル・コンプライアンス・プログラム(GSCP)に日本企業として初めて参画しました。海外の大手企業と、環境や社会など非競争分野でのベスト・プラクティスを共有し、製品等のライフサイクルにわたるCSRの取組みを進め、生産国でのCSRも推進する取組みです。当社でも、昨年10月にCSR倫理綱領に基づいた「取引方針」を新たに公開しました。

被災地への復興支援策として、子会社のコスモス・ベリーズ株式会社を通じて、個人事業者の方々がヤマダ電機の調達システムを活用できる、被災事業者の優遇制度を開始したほか、子会社の株式会社ヤマダエコソリューションが日本自然エネルギー技術学院を設立し、太陽光発電パネルの設置や施工に関する技術研修を行う体制を整えました。

また、今後、継続的な社会貢献を実践する組織として、2012年2月に、山田昇記念財団を設立致しました。

ヤマダ電機としての社会的役割と今後の事業について

今年は、1992年に開催されたリオの環境サミットから20年が経過し、リオ+20において、エネルギーや自然環境の保全の重要性が改めて提唱されることになります。海外を含め地球全体では、エネルギーや自然資源を有効に活用し、持続的な社会を構築する必要性が高まっています。

東日本大震災の被災地域では、現在復旧・復興事業の途上にあります。また、原子力発電所の再稼働問題などから、これまでのような安定した電力供給の見通しがつきにくい状況となっております。このため、ご家庭での節電や太陽光発電をはじめとする再生可能エネルギー導入に加え、蓄電や非常用発電等の設備についても関心が高まっています。

ヤマダ電機では、これまで優れた家電製品を、リーズナブルな価格でお客様にご提供することを通じて、お客様の生活を豊かにして頂くことを目指してまいりました。今後、家電製品に加え、家庭での省エネや環境配慮、スマートハウスをはじめ、家全体の生活のソリューションをご提供してまいります。先進的な技術やサービスを組み合わせ、震災後の環境の変化やお客様の求められるニーズに応え、お客様の生活を豊かに、より快適して頂けるサービスを推進し、世界の環境問題を解決する上でも、日本企業として貢献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 代表執行役員CEO

山田昇

2011年度CSR活動ハイライト

2011年度は、東日本大震災の影響で51店舗が一時休業を余儀なくされるなど、ヤマダ電機にとっても激動の1年間となりました。

CSR活動においても、震災被災地域の復旧・復興支援に力を入れてまいりました。一方、事業面ではスマートハウス事業の推進と中国市場への進出を加速しました。

今後も、事業を通じて社会に貢献し、皆様に選ばれる企業であり続けます。

海外店舗数 3店舗

中国 瀋陽店、
天津店、南京店

全員参加型の
経営年間提案件数

11,806件

社員からの改善提案件数

男女とも退職率

約45%減少

(2008年度比)

Yamada at a glance

スマートハウス 事業の拡大

エス・バイ・エルをグループ会社化(2011年10月)
オリジナル太陽光発電システムを販売(2012年3月)

CO₂排出量

約30%削減

2006年度比・延べ床面積当たりのCO₂排出量

女性管理職の人数

91名

(2012年3月末現在)

『Global Social Compliance Program』へ 日本企業として初参加

(2011年10月)

サプライチェーンの環境・社会面に関するコンプライアンス体制を適切に管理していくための国際的な取組み

2011年度の主な受賞・表彰

- グリーンエネルギーパートナーシップ「優秀賞」を3年連続で受賞
- 「宮崎県口蹄疫被害復興支援義援金寄附」に対し紺綬褒章を受章
- 東京証券取引所「企業行動表彰」企業に選定
- 群馬県が会長山田昇に「特別功労」表彰

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

「山田昇記念財団」の設立は、グローバルなCSRの推進に不可欠な施策として高く評価できる。今まで多くあった形式的な財団ではなく、真に地球市民としての人づくりと地球環境の保護、さらには国際社会への貢献への窓口となることを期待している。

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

マーケットシェア拡大という観点で言えば、ヤマダ電機のマーケットにおける質的存在が変わるわけであるので、マーケットに対する責任とともに、ビジネス、CSR、環境等への責任についても今後の議論を期待したい。

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

「山田昇記念財団」のように、社会貢献に資する財団を企業が設立することは大変良いと思う。家電製品の普及など近年の文明がどのような発展をし、今後どのような社会になっていくのかなどについて日本の経験も踏まえて教育していくと良いのではないか。

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。

お の じょう じ
小野 譲司 委員
青山学院大学 経営学部教授

「山田昇記念財団」が大学等で寄付講座を予定されていることに、大きな期待を寄せている。一方通行の講義ではなく、例えば、スマートハウスを題材に学生にグループワークをしてもらうなど、学生に問題意識を芽生えさせるようなものとして欲しい。

たから べ せい い ち
財部 誠一 委員
経済ジャーナリスト

ハウスメーカーの買収は、リテールから環境問題を解決していくという点で画期的な経営判断。スマートハウス拡大は大きなCSRの取り組みであるので、環境面のみでなく震災の経験も活かし、ヤマダ電機が考える「安心・安全」な住宅品質とは何かを示してほしい。

ふ く や ま ひろ ゆ き
福山 裕幸 委員
技術士(経営工学／総合技術監理部門)

国内外で店舗拡大、新規事業展開、企業統合を進める場合、グループとしての企業統治を強化することが重要かつ喫緊の経営課題だが、ヤマダ電機では、特にコンプライアンスに関する問題を防止するために、グループおよびサプライチェーンの管理を徹底して頂きたい。

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

ヤマダ電機の各店舗において女性管理職が増えてきていることは高く評価できる。この増加については、最終目標値も必要だが、そこに至るステップがより重要なので、各世代における役職者の男女比率などに注意を払いながら取組みを進めてほしい。

と く ひら つか さ
得平 司 委員
有限会社フィック代表

東日本大震災における対応について、ヤマダ電機は、家電量販店の中でも特に迅速だったように思う。地域のために早く店舗を再開して商品を提供するという当たり前のことが、被災地ではなかなかできないのだが、今回のヤマダ電機の対応は大いに評価したい。

ま え だ ひろ し
前田 宏 委員
弁護士

グローバルで事業を展開する場合、遵守すべき法令として、どのような国のどのような法令があるのかを確認するとよい。また、「国際的に通用している規範」もあわせて確認し、グループ全体に遵守すべき各国の法令と国際行動規範内容を示すことが大切。

有識者懇談会の提言を受けて



株式会社ヤマダ電機
代表取締役社長
一宮 忠男

ヤマダ電機は、2007年度からCSRに関する有識者会議を四半期毎に実施しています。ご提案やご指導を頂いた事項については、社内で検討の上、できるだけ短期間に実践し、具体的な成果につなげるよう活動を続けています。2011年度は、東日本大震災への対応や今後の復興に向けた支援活動、中国での店舗展開を踏まえたグローバルカンパニーとしてのCSR等についてご意見を頂きました。

ヤマダ電機は、地域社会の皆様と共に成長してきた企業ですので、地域の皆様に喜んで頂ける事業やCSR活動を推進していきたいと考えています。お客様や地域の皆様からのご意見をできるだけお聞きし、また、株主様、取引先の皆様、社員からの提案を取り入れながら活動を進めたいと考えています。

そのためには、実際に各ステークホルダーの皆様と接点となる社員一人ひとりが、ヤマダ電機の経営理念や社会的責任を理解し、実践していくことが重要です。国内外のグループ会社も増えていますので、CSR活動を通じてヤマダ電機の経営理念をグループ全体で共有し、引き続きお客様や地域社会に喜んで頂ける企業として成長していきたいと考えています。

震災復興と新たなエネルギーバランスの時代に向けて

2011年3月に発生した東日本大震災は、今でも日本各所にさまざまな影響を残しております。その復興に向けて、政府や自治体のみならず、企業やNPO組織などの民間の支援がより重要となっています。また、震災と原発事故およびその後の再稼働問題による不安定な電力供給や、原油価格の高騰など、現在、日本国内の新たなエネルギーバランスに向けた動きが加速しています。ヤマダ電機は、家電専門店としての役割に加え、スマートハウス事業を本格的に推進し、復興に向けて積極的な支援を行っていきたいと考えています。

■ヤマダ電機の支援・復興活動一覧(2011年度)

- 2011年**
- 3月
 - 高崎本社に災害対策本部を設置(各店舗の被災状況を確認)
 - 被災地域視察・第1次支援物資輸送
 - 社内および店頭で義援金の募金を開始
 - 現地災害対策本部を仙台市に設置・第2次支援物資輸送
 - 第3次支援物資輸送
 - 第4次支援物資輸送
 - 第5次支援物資輸送・社員持ち寄りの支援物資輸送
 - 4月
 - 東日本大震災および新燃岳噴火義援金を日本赤十字社へ寄託
 - 5月
 - 東日本大震災復興応援セール(横浜)を実施
 - 7月
 - 東日本大震災復興応援セール(名古屋)を実施
 - 9月
 - 東日本大震災復興応援セール(札幌)を実施
 - 10月
 - 横浜・名古屋・札幌の復興応援セールの売上金の一部と集まった募金を日本赤十字社に寄託
 - 11月
 - 東北震災支援交流駅伝競走大会開催
 - 自己資金がなくても家電販売店を開業できる復興支援事業(～2012年2月まで)
- 2012年**
- 2月
 - 「東日本大震災復興支援財団」への支援協力を開始



▲災害対策本部



▲支援物資輸送



▲日本赤十字へ義援金を寄託

支援から復興へ ヤマダ電機は被災地を継続的に応援

ヤマダ電機では、2011年3月11日14時46分に発生した東日本大震災において、継続的な被災地支援を続けてまいりました。その取り組みは、大きく分けて3つの段階に分かれ、それぞれその時期に最も重要と思われる活動を行ってまいりました。

震災直後から3月中は、緊急時対応として店舗の被害状況や社員の安否確認および復旧計画等を迅速に実施し、被災店舗や避難所への支援物資(水・食料・粉ミルク・医薬品・生活用品・衣料品・寝具等)の輸送に注力しました。

被災状況の全容が判明し始めた4月以降は、イベント招待等による心のケアへとシフトしていきます。役職員による募金をはじめとするヤマダ電機としての義援金寄贈の他、全国各地で開催していた

「家電フェア&大処分蚤の市」を「復興応援セール&大処分蚤の市」と変え、来場いただいた方に募金と呼び掛け、売上金の一部と共に震災支援に充てました。さらにヤマダ電機主催のスポーツ大会に被災地の子どもたちを招待するなど、イベントを通じた心の支援も実施しました。

現在も全国的に電力事情がひっ迫する中、エネルギーの自産自消を目指した「スマートハウス」の提案を通じ、震災以降、日本が突入したエネルギー新時代への貢献も果たしていきたいと考えています。

また、今後は、2012年2月に設立された「山田昇記念財団」においても、被災地への復興支援を継続的に行っていく予定です。

震災直後の取り組み

被災状況の確認と支援物資輸送

地震発生直後、すぐに高崎本社内に「災害対策本部」を設置しました。TV会議システムおよび電話連絡等を活用し、24時間態勢で各店舗の被災状況掌握に努めました。当日実施したのは以下の通りです。

- 社員安否確認
- 店舗施設被害状況確認
- 支援物資の調達
- 支援物資輸送手段の手配
- 通信システムの復旧対策

翌日には、会長が陸路で、社長以下役員3名がヘリコプターを利用し空路で福島・宮城・岩手・栃木・茨城などの被害の大きいと予測されるエリアを中心に被災状況をそれぞれ視察しました。あわせて第1次支援物資としてパンと飲料を配布しました。

それらの視察の状況をもとに15日には、災害復旧対策会議を開き、被災地店舗の被害状況を基に復旧工事計画を立案しました。店舗の再開を望むお客様の期待に応えるため、早期の工事着手を確認しました。

さらに震災から1週間後、仙台中央配工センター内に現地災害対策本部を設置しました。ここでは被災者から支援物資に関する要望を集めるとともに、各地の避難所への支援物資輸送計画等を担いました。以降、3月中に計5回、各被災店舗と避難所へ約4,000万円相当の支援物資輸送を実施しています。



▲震災直後の東北の店舗の様子



中長期の取り組み

復興応援セールと募金活動

震災から1ヵ月が過ぎ、支援物資も充足しはじめた状況になってからは、被災地への義援金寄贈を目的とした復興応援セールの開催や募金活動へ取り組みの軸を移しました。緊急支援としての食料や日用品のニーズが満たされるようになった一方で、長期にわたり避難所生活を余儀なくされる方々が大半いらっしゃることから、ヤマダ電機として、中長期の継続的な支援をどのように進めるべきかを考え、当面は義援金での経済的支援が重要であると考えたためです。



▲復興応援セールの開催や募金活動



▲お客様からの店頭募金を日本赤十字社に寄託しました。



復興への継続的な取り組み

財団法人を通じた継続支援

2011年度は、長期の復興支援や持続的な社会の構築に向けた社会貢献活動を実施するため、「山田昇記念財団」を設立しました。この他、東日本震災復興財団の活動に協力し、テレビ、冷蔵庫などの家電製品に追加ポイントを進呈しました。

「山田昇記念財団」の設立について

一般財団法人山田昇記念財団は、2012年2月、株式会社ヤマダ電機の創業者である代表取締役会長山田昇と株式会社ヤマダ電機により設立されました。財団では、震災復興支援および今後の持続可能な社会に向けた環境活動、人材育成、地域の文化保護、地域経済の発展等に資する事業を展開していきたいと考えています。

4月には、ヤマダ電機グループおよび役員・役職員・従業員・組合員・関係家族からの義援金、合計約4億5,000万円相当とお客様からの店頭募金約1,500万円を日本赤十字社に寄託しました。また、復興応援セールは、5月に横浜、7月に名古屋、9月に札幌で開催。3回の応援セールで集まったお客様からの募金と売上金の一部約666万円を、10月14日に追加義援金として日本赤十字社に寄託しました。

11月には、ヤマダ電機本社のある群馬県高崎市で毎年開催されている「高崎市小学生駅伝競走大会兼小学生長距離リレー大会」に協賛し「ヤマダ電機杯」を開催しました。この大会に福島県相馬市の小学生3チームを招待し、スポーツを通じて被災地の子どもたちを元気づけました。

また、地震や津波による被害で休業していた店舗の復旧工事を進め、順次営業を再開し、地域のコミュニティとしての機能を果たすとともに、震災で失われた家電製品を求めるお客様の声にいち早く対応し、8月までに全ての店の営業を再開しました。今後も引き続き被災地の復興に向けた支援を行ってまいります。



▲▼被災地の小学生を招待した「ヤマダ電機杯」

社員Interview

被災地の店舗における社会的責任

テックランド仙台太白店 店長
(震災当時：テックランド仙台東店 店長)

山崎 哲史

—— 仙台東店の震災当日の状況から教えてください。

震災当日、私は入り口近くの階段付近にいました。大きな揺れが来た段階で、頭に鉄の棒のようなものが落ちてきて同時に天井が崩れ始めたのが見えました。すぐさま大声と無線でお客様を誘導して全員外に出るように指示をしました。

周囲がこの世のものとは思えないような状況の中、念のため店舗の奥まで確認に行ったところ、社員は誰も逃げ出さず避難訓練の通りにお客様を誘導していました。後からみんなが共通して言っていたのは「避難訓練をやっておいてよかった」という事でした。震災前に消防立会いの下で避難訓練をやっていました。その経験が活きたというのが正直なところです。その夜は、不測の事態に備え、管理職が交代で店舗の在庫を守りました。

—— 翌日以降は、何を考えましたか？

周辺のコンビニやスーパーが閉まっていたので、食料の確保が一番考えました。仙台東店では、たまたま震災の1年くらい前から食料品も扱っていたんです。他に日用品などもあったので、生活に必要なものを店内から集めました。余震が1時間に1回くらいあるものですから、崩れてしまった店内に入るのは怖かったですね。余震がきたらすぐに出ると合図をするようにして、食料と生活用品を確保しました。そしてそれをワゴンに乗せて、道路沿いで露店のようにして周囲の住民の方にも販売しました。値段も既に分からなくなっていたので、そこは私の判断です。周囲の方も食べ物に一番困っていたので、大変喜ばれたと記憶しています。



▲震災直後のテックランド仙台東店内



▲食料、生活品を住民の方に販売

—— 何か起こった際、店長の判断で商品を処分していいという指針があったのですか？

いえ、その時はまだありませんでした。ただ近隣の方が食料に困っていたので、物がある限りはお分けしよう…。そもそも電話も通じませんから本部の判断を仰ぎようがありませんでした。後日、本部からの支援物資も来たのですが、それも自分たちの分を少しだけ残したほかは、被害の大きかった宮城野区の避難所などに届けました。

—— 震災後、店舗のリスク管理は変わりましたか？

フロア長に防災器具の使い方を熟知させるようにしています。それまでは、店長をはじめ一部の人間しか習得していませんでしたので、フロア長全員が熟知しているよう教えることにしました。それと食料の備蓄ですね。販売目的ではない食料の備蓄が必要だと考えています。

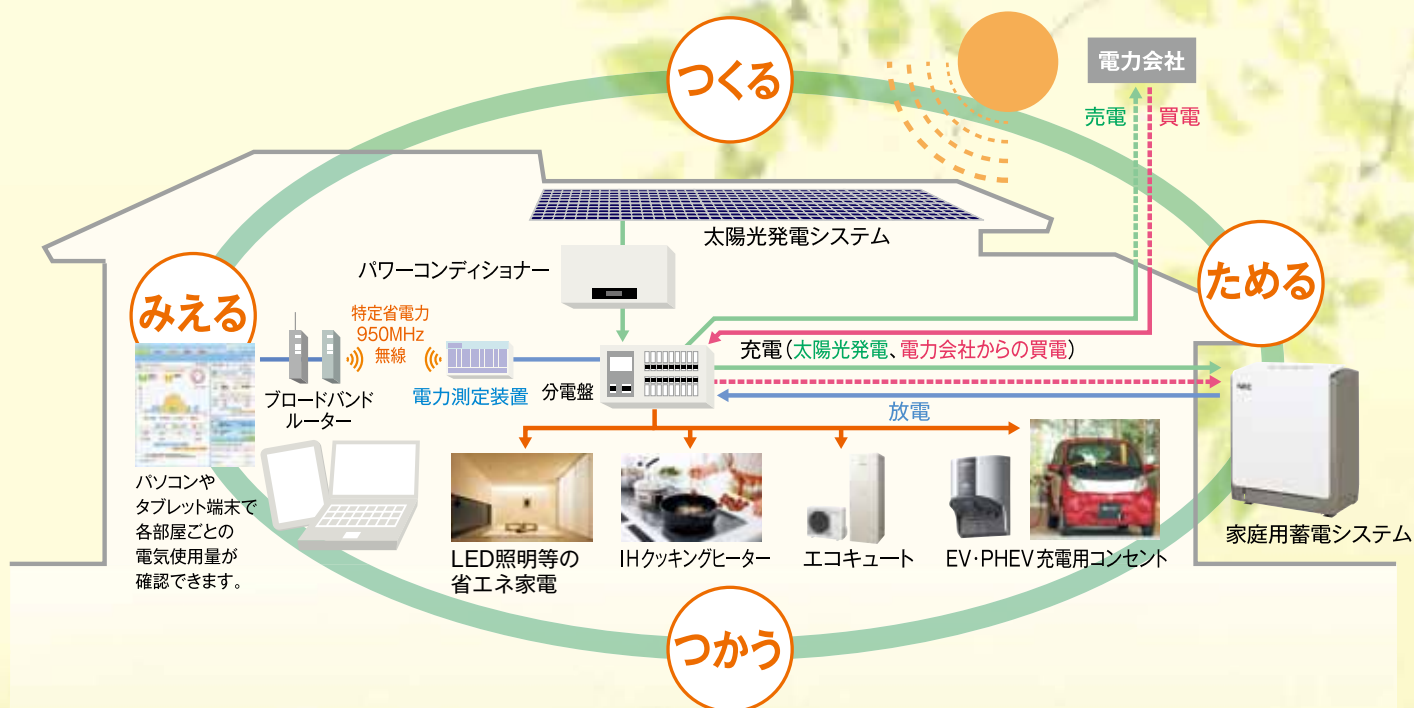
—— もしまた地震があった場合、ヤマダ電機のお店が果たす役割とはなんでしょうか？

食料以外でも、電池、ラジオなど災害時に必要なものを素早く地域の皆様に提供できるようにすることが、地域の販売店としての社会的責任だと思っています。今後、もし同じような事態が起こっても、私自身はこの前の震災と同じ行動を取るとしています。



▲震災以降に設けた防災品売り場

「省エネ・創エネ・蓄エネ」のスマートハウスで 環境に配慮した家の提案をしています



夏や冬など、電力使用量ピーク時における供給力不足への不安や火力発電へのシフトに伴う電気料金の高騰が、大きな消費者課題となっています。ヤマダ電機では、この消費者課題に本業を通じて貢献するため、電力の自給自足を目指した「スマートハウス」をご提案し、その普及を推進しています。

既に省エネ・節電の意識は高いという状況において、一層の問題解決を図るためには、個々の家庭において電力を作る「創エネ」と、ピーク時以外に電力をためておく「蓄エネ」がポイントになります。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。

できるだけ発電を多く行い売電によるコスト回収を目指した高スペックモデルから、初期導入コストを抑え「年間光熱費7割削減」を目指す普及型モデルまで、多様な選択肢から自分に合ったスマートハウスを選ぶのがヤマダ電機の特徴です。さらにビルトインタイプのエアコンなどの省エネ家電も、特定のメーカーに偏らずお客様のご希望に合わせて組み合わせができるのも、家電量販店ならではのスマートハウスです。

スマートハウスの普及モデル 「G-SMART (ジー・スマート)」発売開始

ヤマダ電機では、震災以降のひっ迫する電力事情に貢献するため、グループ会社であるエス・バイ・エルとの協働プロジェクト「S×L by YAMADA」の商品ラインナップとして、2012年4月より普及モデルとなる「G-SMART」を発売しました。

「省エネ、創エネ、蓄エネ」のトリプルエコを実現するために必要な太陽光発電とHEMSと蓄電池とIHなどをフルスペックで標準搭載しながら価格をおさえました。節電と環境配慮のためには、なによりもスマートハウスの普及が重要であるという視点から、売電を目的としない「年間光熱費7割削減」をコンセプトに導入負担の少ないモデルとなっています。



スマートハウスとしてのスペック

太陽光発電システム(発電量はプランにより変更)、HEMS、家庭用蓄電システム5.53kWh、オール電化仕様(IHクッキングヒーター、エコキュート等)、LED照明、電気自動車用コンセント

社員Interview

スマートハウスの さらなる普及に 向けて

スマートグリッド事業本部
スマートハウス推進室室長
兼EV管理部部長

佐藤 利幸

—— スマートハウス事業の最新の状況を教えてください。

ヤマダ電機とエス・バイ・エルの共同事業として、消費者目線でも考えたエネルギー自給自足の住宅販売に着手しました。さらに2012年夏以降には、県および自治体と三位一体で行うプロジェクトとしてスマートタウンを目指した街づくりを開始します。

—— 消費者目線になったポイントはなんですか？

それは、良いものがリーズナブルであるということと、最低限必要で、ご満足いただけるものをパッケージ化した家であるということです。ヤマダ電機では、太陽光という再生エネルギーを核とし、そこに蓄電池、使用量を見える化するためのHEMSを搭載して、30代や40代の方でも手の届く価格帯になっています。

また、快適な生活をおくる上で重要な間取り・収納は主婦目線でも取り入れ、誰もが欲しがるようなスマートハウスを世に送り出したいと思っています。

—— 実際の消費者ニーズはいかがでしょう？

スマートハウスをチラシに載せたこともあり、コールセンターへのお問い合わせは増えています。お客様アンケートでは、消費者の関心が最も高いのは、まだ身近な省エネ家電なんです。しかし太陽光、蓄電池、電気自動車と、まさにヤマダ電機が提案するスマートハウス関連商品に関心が高まっていることが分かりました。ですからそれらをパッケージ化して、家・環境・省エネ家電・保守点検サービス全てのものを家まるごと提案してまいります。

—— 今後の展望を聞かせてください。

今後は、電気自動車がポイントです。給電装置の発売によって電気自動車のバッテリーにためた電気で家電などが使えるようになります。将来的には住宅の電源と系統連係し、電気自動車が蓄電池の役割も果たすことになると思います。昼間は家族の足になり、夕方以降翌朝までは電源としての役割を自動車果たす。そんな未来が近いうちに来るでしょう。

街全体がスマートハウスのまちづくり ヤマダ電機の「スマートタウン」構想

ヤマダ電機がスマートハウス事業の延長線として見据えているもの、それは街全体がスマートハウス化された「スマートタウン」の実現です。2011年秋に住宅メーカーのエス・バイ・エルをグループ会社を迎えたことで、住宅の設計からかわれるようになりました。これにより、例えば屋根の斜面を太陽光発電に最も効率の良い南向きにキープすることが可能となる家電を考えた間取り・収納など、スマートタウン構想がいよいよ現実のものとなりました。

ヤマダ電機ではスマートタウンを、スマート、スマイル、アメニティ、コミュニティの4つの意味を含め、「スマニティタウン」と捉えています。街全体をスマートアイテムでつなぎ、「省エネ・創エネ・蓄エネ」を実現し、快適な住環境をご提供することを目指しています。



事業の グローバル展開と グローバル視点のCSR

ヤマダ電機は、2010年12月に中国瀋陽店を出店以来、事業のグローバル化を進めています。当社がグローバル企業として、国内外の市場で成長していくためには、さまざまな社会的責任を果たしていける企業でなくてはならないと考えています。海外での事業展開にあたっては、グローバルな人材の活用を積極的に図っていくとともに、日本とは異なる文化を尊重するビジネスモデルの構築も検討するなど、事業を通じてその国と地域に貢献できる企業を目指しています。

グローバル視点のCSRの実践

事例 1

中国においても 「地域と共に成長するヤマダ電機」を目指す

2011年6月に海外2号店となる天津店、2012年3月に3号店となる南京店を相次いでオープンし、中国市場への展開も順調に進んでいます。両店舗とも、家電製品をはじめ日用品や玩具など100万点以上の商品を揃え、キッズコーナーなどを併設し、日本のLABIと同様にショッピングだけでなく、ご家族で1日中楽しめる店舗となっています。

中国の生活文化や地域性に合った店舗運営を行っていくため中国事業を統括する現地持ち株会社「ヤマダ電機（中国）投資有限公司」を設立しました。現地に根差し、地域と共に成長するヤマダ電機を目指しています。そのため、中国のビジネスにおいても日本と同様にCSR経営を重視し、中国国内の法令遵守、公正な取引、環境への配慮、地域社会への貢献に積極的に取り組んでまいります。

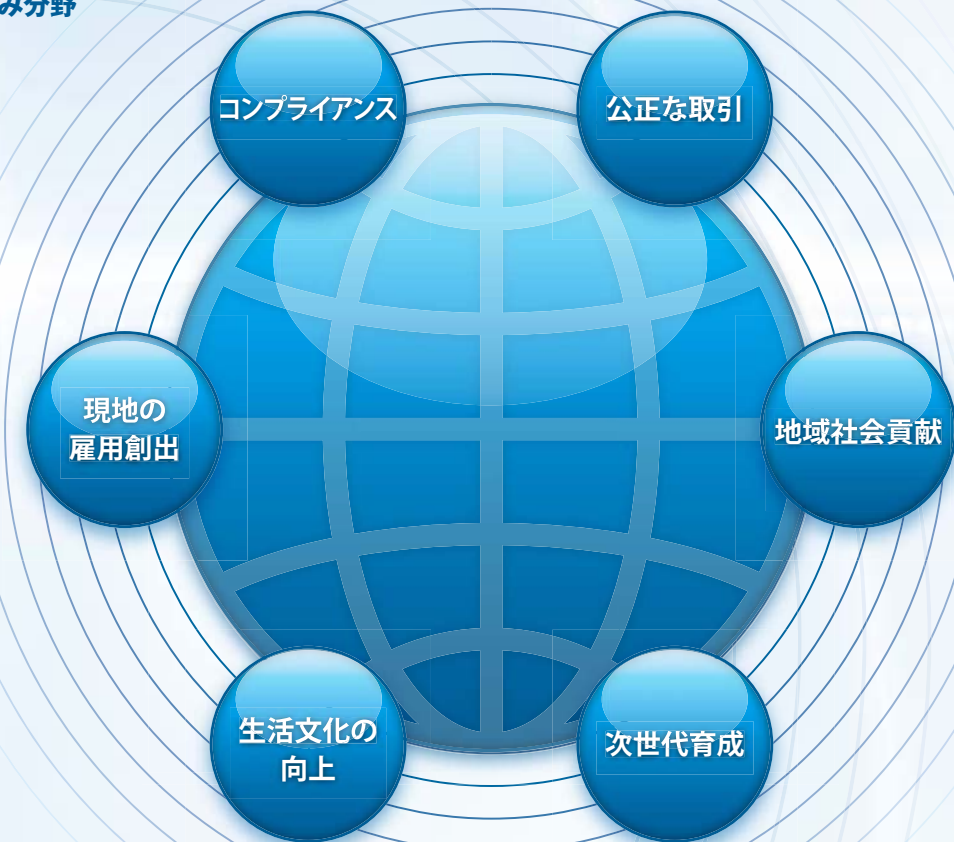


▲天津店



▲南京店

■取組み分野



事例 2

『Global Social Compliance Program』へ 日本企業として初参加

ヤマダ電機では、今後、中国など海外での店舗展開や海外メーカーとの取引増大といった事業のグローバル化を進めるにあたり、世界中のグローバル企業と共にサプライチェーンの環境・社会面に関するコンプライアンス体制を適切に管理していくための国際的な取組みであるGlobal Social Compliance Program（以下、GSCP）に日本企業として初めて参加しました。

GSCPは、世界中の大手小売業やメーカーなどが多数参加し、取引先企業の環境取組みやコンプライアンスについて、非競合分野として業界を超えて知見を共有していく枠組みです。お客様にお届けする製品のライフサイクル全般にわたって、全ての企業が法令を遵守し、コンプライアンスに取組み、また、環境や社会面において適切な経営を実施していることを把握します。同時に、業界や製品ごとに多数存在する環境・社会面の管理項目を統一し、重複を排除するなどグローバル規模での情報共有を図っています。



事例 3

カンボジアの小学校へ 太陽光発電と蓄電設備を寄贈

2011年7月、株式会社ウエストホールディングスと共同でカンボジアのチャンバック小学校へ太陽光発電システム及び蓄電設備、扇風機等を寄贈いたしました。

チャンバック小学校は、カンボジアの首都プノンペンより車で約3時間、電力供給状況が悪く、停電も頻繁に発生する地域にあります。寄贈した太陽光発電システムは、太陽光パネル18枚で合計約3kWh相当の発電が可能で、実際に発電された電気で扇風機が動くと、生徒はもちろん教職員からも大きな拍手がわきました。



▲太陽光パネル



▲蓄電設備



チャンバック小学校

ステークホルダー エンゲージメントと ネットワーク

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。

Engagement with Stakeholder ステークホルダーとのエンゲージメント



※詳細は、上記記載の各ページをご参照ください。

(2012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	522店
南九州ヤマダ電機	4店
ダイクマ	40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
九州テックランド	25店
Project White	6店
国内直営店	合計703店

海外店舗数	
中国	3店

FC店舗数	
コスモス・ベリーズFC	2,844店
マツヤFC	36店
FC店舗数	合計2,880店

都道府県別グループ直営店舗数一覧			
北海道	40店	滋賀県	8店
青森県	7店	京都府	13店
岩手県	11店	大阪府	35店
宮城県	13店	兵庫県	29店
秋田県	11店	奈良県	6店
山形県	10店	和歌山県	4店
福島県	11店	鳥取県	5店
茨城県	18店	島根県	5店
栃木県	13店	岡山県	16店
群馬県	15店	広島県	12店
埼玉県	32店	山口県	13店
千葉県	34店	徳島県	8店
東京都	49店	香川県	12店
神奈川県	34店	愛媛県	8店
新潟県	19店	高知県	10店
山梨県	3店	福岡県	28店
長野県	14店	佐賀県	3店
富山県	9店	長崎県	7店
石川県	8店	熊本県	13店
福井県	7店	大分県	9店
岐阜県	8店	宮崎県	10店
静岡県	13店	鹿児島県	18店
愛知県	38店	沖縄県	4店
三重県	10店	合計	703店

都道府県別の店舗数にFC店は含まれません。

グループ総店舗数

3,586店舗

Network

経済性パフォーマンス

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



▲南京店

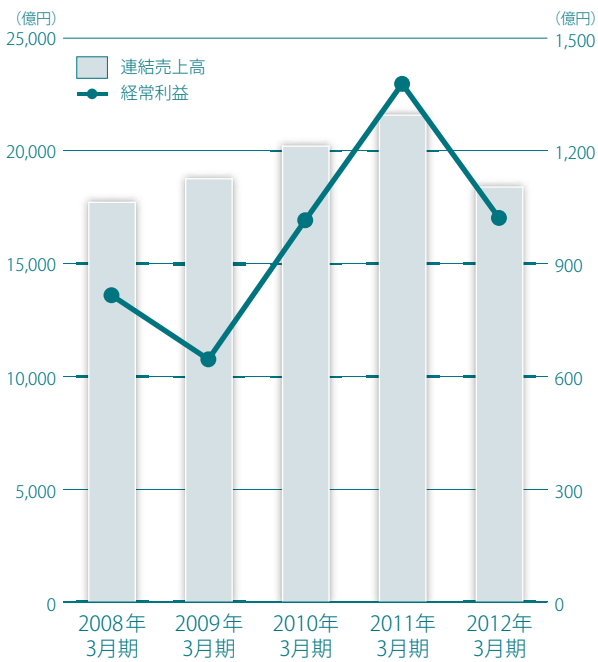


▲LABI 名古屋

収益の状況

2011年度は、家電エコポイント制度の終了や東日本大震災に伴う被災地の店舗休業、地上デジタル放送移行後の反動減など、当社収益に大きく影響する出来事が数多く存在しました。しかし、リーマンショック後取組んでまいりました経営改革の成果なども現れ、2012年3月期の連結決算では、売上高1兆8,354億円、営業利益889億円、経常利益1,022億円となりました。今後も各種施策に取組み、中長期の目標達成の為、努力してまいります。

■売上高・経常利益に関する経年グラフ(過去5年)

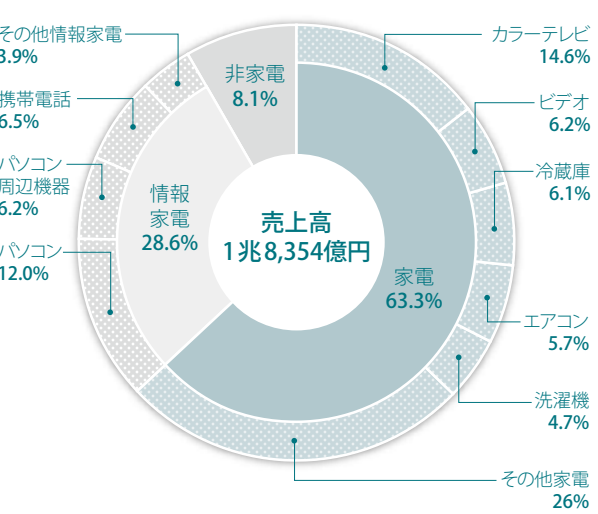


取り扱い製品・サービスと分野別販売実績

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、太陽光発電システムや電気自動車、蓄電池などのスマートハウス事業に力を入れています。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、中小企業・官公庁のお客様向けの窓口設置やパソコン教室など、ビフォアサービスからアフターサービスまで、さまざまなサービスも提供しています。

分野別の販売実績では、家電製品が63.3%、情報家電が28.6%、非家電が8.1%となっています。地デジへの切り替えや節電意識の高まり、震災の影響等により、テレビや省エネ家電、扇風機、防災グッズなど一部商品に追い風があったものの、その後の反動減の影響は大きく、家電市場は低迷が続いています。こうした中、ヤマダ電機では「スマートハウス事業」や「リサイクル・リユース等の環境事業」に代表されるソリューションビジネスの展開強化をさらに進めてまいります。

■分野別販売実績(2012年3月期)



ソリューションビジネスの拡大

ヤマダ電機では、家電製品をただ販売するだけという単品の発想ではなく、家電製品(ハード)を中心に、それに付随するさまざまな提案を行い、お客様の利便性の向上のため、「ソリューションビジネス」への取組みを進めています。

■スマートハウス事業の本格展開

2010年1月にオール電化事業部と自動車販売を統合し、スマートグリッド推進室を立ち上げて始まった「スマートハウス事業」は、2011年10月に住宅メーカーのエス・バイ・エルをグループ会社を迎えたことで新たな局面を迎えました。住宅と家電をヤマダ電機がワンストップでご提案できるようになったことで、家庭で使用するさまざまな電気製品や住宅設備機器を通じ、設計段階から快適な家電を中心とした住空間のご提案をすることができるようになりました。

ヤマダ電機は製造メーカーではなく家電量販店であるため、特定メーカーの商品にかたよって造られたスマートハウスではなく、あくまでお客様の視点で、ご要望に合わせた機能をメーカーの垣根を越えて自在に組み合わせられるという強みがあります。

■エコ家電・ネットワーク家電

近年、お客様の購買動機に定着してきた「エコ」への意識が、東日本大震災と原発問題を機に大きく加速しました。ヤマダ電機では、「省エネ・創エネ・蓄エネ」をキーワードに関連製品をトータルでご提案する売り場づくりを進め、主要店舗から順次売り場の改装を進めています。

また、昨今爆発的な普及をみせているスマートフォンやタブレットPCについても、それぞれの端末機器のみではなく、テレビなどの他の家電製品との連携を含めネットワークでのソリューションに力を入れています。これからはテレビはテレビ、PCはPC、携帯電話は携帯電話という単品の発想ではなく、それぞれをいかに繋げて生活を便利にしていくかをお客様に提案していきたいと考えています。

■法人向けソリューションビジネス

東日本大震災以降、節電と電気料金高騰への対応が各企業における急務の課題となっています。ヤマダ電機では、企業向けLED照明レンタルの「あかりレンタル」や電気を使わないエアコンの冷媒凝縮装置「ダブル冷却 のび太くん」など、光熱費とCO₂を同時に削減する省エネツールのご提供を通じ、環境と経営にやさしい節電ソリューションをご提案しています。

店舗の展開

2011年度は、国内においてLABI名古屋など計97店舗を開設し、テックランド綱島榑町店など5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」などの加盟店舗数は、2,880店舗に拡大し、ヤマダ電機グループの総店舗数は3,586店舗となっています。このうち、中国市場については、瀋陽店に続き2011年6月には「天津店」を、2012年3月には「南京店」を相次いでオープンし計3店となりました。中国においても、地域に根差し、地域社会と共に成長するヤマダ電機を目指します。

■ヤマダ電機グループ店舗数

区分	該当店	2010年 3月末	2011年 3月末	2012年 3月末
直営店舗	LABI、テックランド、海外(中国)等	581店	612店	706店
フランチャイズ 店舗	コスモス・ベリーズFC、マツヤFC等	1,395店	2,118店	2,880店
グループ店舗合計		1,976店	2,730店	3,586店

※詳細はP17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	2010年度	2011年度	2012年度
株主の皆様	株主にお支払いした配当金の額	37.7	71.5	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	850.35	887.19	909.17
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	449.7	637.0	366.5

※上記は株主総会での決定事項となります。



▲商品部コンプライアンス勉強会

ガバナンス・コンプライアンス

ヤマダ電機は、企業市民として社会から信頼されるために、透明で公正な企業活動を実施し、持続的な事業活動を行うことを目指しています。

迅速な経営の意思決定ができる経営組織を構築し、企業価値、株主価値の継続的な維持向上に向けて取組んでいます。

コーポレートガバナンス

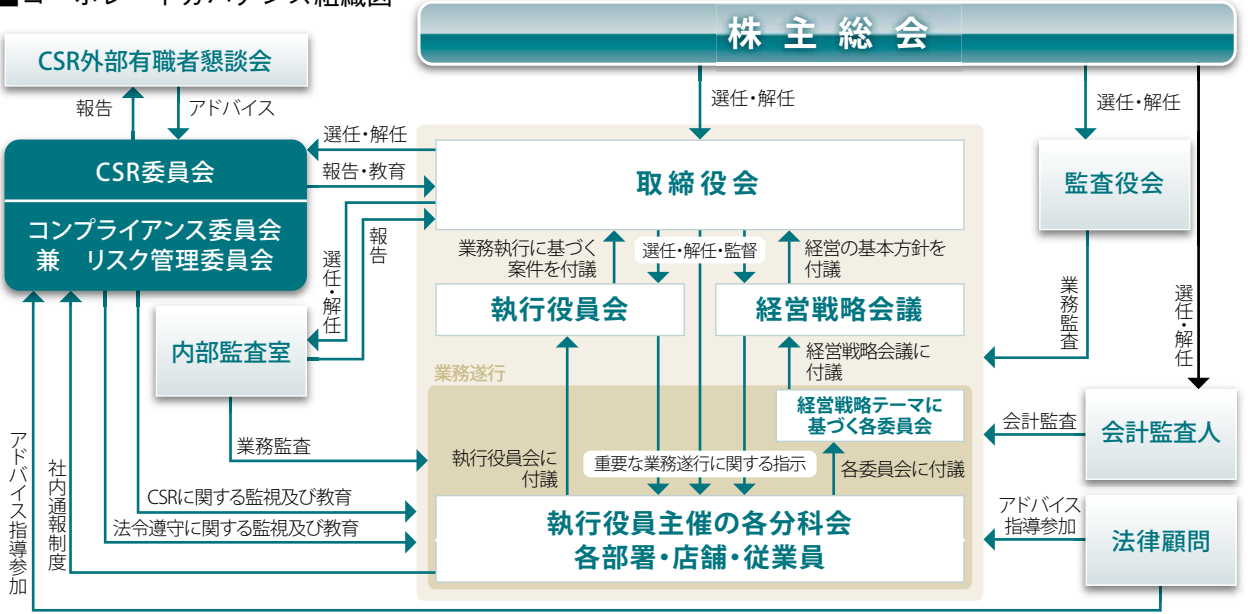
ヤマダ電機は、CSR委員会をはじめとした15の委員会と61の分科会の有機的かつ柔軟な組織による週単位でのPDCAにより経営責任の明確化と迅速な意思決定を実現しています。

コーポレートガバナンスの状況

ヤマダ電機は、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。執行役員制度とは、「経営の意思決定と監督機能」と「業務執行機能」を明確に分離した組織で、ヤマダ電機では、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）、取締役副社長、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ており、2007年6月より設置されたCSR委員会を原則として毎週1回開催しております。あわせて四半期毎にCSR経営有識者懇談会を実施し外部からの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経営を実践しています。

■コーポレートガバナンス組織図



取締役会	監査役	内部監査
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。社外取締役はいません。	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。取締役会や執行役員の業務執行及び会社全体の業務の監査を行っています。	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

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・活動を行っています。年間を通じて、社員に向けた勉強会を実施しています。

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毎週1回開催しています。コンプライアンス委員会では毎月テーマを定め、問題点の抽出と改善の議論を行い、必要に応じて改善等を実践しています。2011年度は、以下のテーマについて検討しました。

■コンプライアンス委員会取組みテーマ例

2011年	4月	・書類管理におけるリスク低減
	5月	・債権回収のための保証と担保
	6月	・個人情報保護法 ・下請法
	7月	・規定・マニュアル類の整備 ・中国子会社におけるコンプライアンス体制の強化
	8月	・業務・取引上のリスク低減
	9月	・各種許認可におけるコンプライアンス状況の確認
	10月	・海外現地法人の規定類の整備
	12月	・反社会的勢力への対策
2012年	1月	・書類作成上のコンプライアンス徹底
	2月	・公正な取引のための取組み強化

リスク管理と災害時対応について

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

東日本大震災では、それまでの想定を超えるさまざまな被害を目の当たりにすることとなり、災害時の行動マニュアルは、直近の災害経験に基づいた改善を絶えず行うべきという観点から、震災の経験を各マニュアルに反映させるよう継続して見直し作業を行っています。特に人命と安全確保を最優先に考え、震災後に具体化した施策として、携帯電話を利用した社員の災害時安否確認システムを新たに導入しました。

さらに、インフルエンザの流行など、事業に影響を及ぼす社員の健康管理上のリスクを想定し、予防接種等の対策を実施するようにしています。



▲緊急災害時行動マニュアル

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。
- 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に、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。



▲2011年度 個人投資家向け説明会(左／右)



株主・投資家の皆様との信頼

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

事業・財務情報の適時・適正な開示

ヤマダ電機では、株主や投資家をはじめとした皆様に当社ホームページにおいて、IR関連情報として決算情報やプレスリリース等の開示に加え、毎月定期的に月次IR情報を開示し、当社に対する理解を深めるよう努めています。

また、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。このため当社の事業戦略やCSRに関する取組みについても、年間200回を超える投資家やアナリストの方々とのミーティングの中で説明しています。

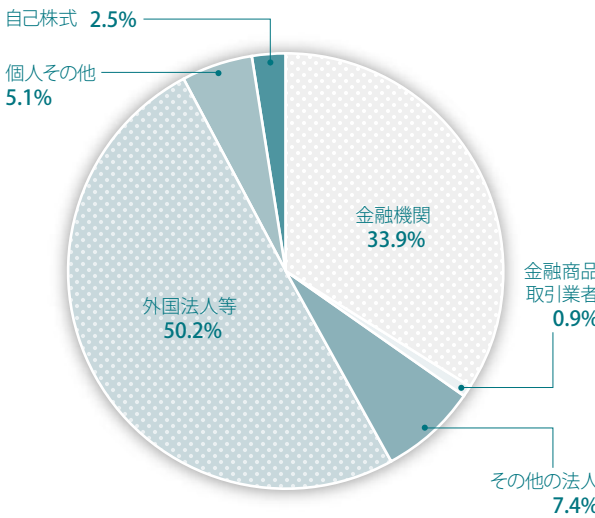
個人投資家の皆様には年1回の「個人投資家向け説明会」を、主要都市を巡回する形で開催しており、毎回経営トップより直接ヤマダ電機の経営理念や経営方針、現在の業績と今後の事業戦略について説明し、理解を深めています。

なお、国内外で発生した各被災支援等に関する取組みについては、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

	回数
2009年度	213回
2010年度	216回
2011年度	237回

■株式保有比率(2012年3月)



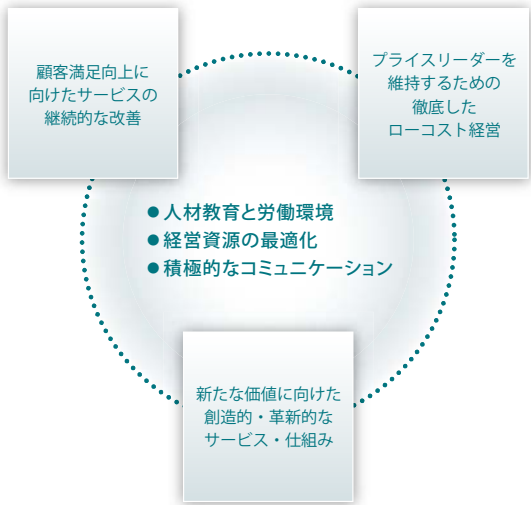
※小数点第2位以下を四捨五入して表示しています。

■個人投資家向け説明会

	開催地	開催地
2009年9月	東京	408名
2010年9月	東京	569名
2011年9月	名古屋	423名

利益分配に関する基本方針

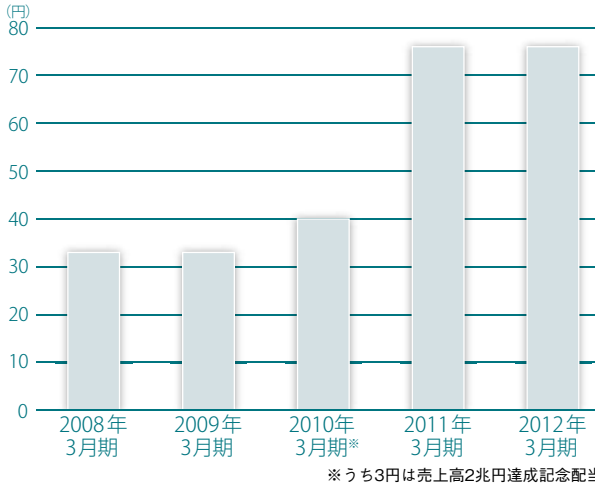
当社の利益配分は、株主に対する配当の安定性と継続性を最重要政策といたします。同時に流通経済の変革の中、企業体質の強化による安定した成長性を確保するため、内部留保も不可欠であると考え、収益に応じた配当を行うことを基本方針としております。また、内部



留保金は、今後の競争力維持向上のため、新店舗の解説、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いたします。

2012年3月期の1株当たり配当金は、年間76円を予定しております。また、2013年3月期の1株当たり配当金につきましては、普通配当76円を予定しております。

■1株当たりの配当金の推移(過去5年間)



今後の経営方針

当社グループを取り巻く経済環境は、長期化する株安・円高、雇用環境不安、東日本大震災からの復旧の遅れも加わり、先行きの不透明感は依然として強く、消費マインドの低迷、家電特需の反動等、引き続き厳しい経営環境が続くものと予想されます。

予想される家電市場の低迷を打破するため、

- 子会社化したエス・バイ・エル株式会社との連携を強化し、太陽光発電システム・オール電化商品・EV(電気自動車)、蓄電池等、個人から法人までさまざまなニーズに合わせた省エネ家電の積極的なご提案を行ってまいります。
- スマートテレビ、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組み、新たな市場を創造してまいります。
- 今年度の経営スローガンに「新たなステージへ創造と挑戦」を掲げ、低迷する家電市場の現状を打破し新たなステージに向かうべく、経営改革を継続、ソリューションビジネスの積極的な展開により他社との差別化を進めると共に、真の顧客満足を目指し、各種施策に取組んでまいります。
- 店舗展開においては、都市型LABI、郊外型テックランドをはじめとして、市場規模に応じた未展開エリアへの出店を積極的に推進

し、世界では類を見ない可能性のあるナショナルチェーン展開によるサービスネットワークの充実を図ってまいります。

■環境ビジネス推進のためのグループ企業の拡大

環境負荷を抑えた持続型社会に向け、お客様の省エネ生活をサポートし、社会全体の環境配慮を推進するため、ヤマダ電機は環境ビジネスを拡大しています。

2011年度にグループ会社化した住宅メーカー「エス・バイ・エル株式会社」の他に、総合リサイクル業の「東金属株式会社」、住宅および環境設備企業を傘下に持つ「株式会社ハウステックホールディングス*」が、ヤマダ電機グループの一員となりました。これによりヤマダ電機グループ内において「家電製品の販売からリサイクル・リユースまでのワンストップ化」を実現するとともに、システムバスやキッチン、給湯器、浄化槽等の住宅設備機器などをご提供することにより、家全体のソリューションをご提供する体制が整いました。さらに、水処理施設等環境設備の製造・販売を手掛け、保守点検、メンテナンス等のアフターサービスもご提供してまいります。ヤマダ電機グループでは、このような事業の拡大を通じて地球環境への配慮、環境負荷の低減、高度循環型社会の形成を目指し、環境ビジネスの拡充を図ってまいります。

※2012年6月末グループ化予定

東京証券取引所より「企業行動表彰」企業に選定

ヤマダ電機は、東京証券取引所が主催する第3回（平成23年度）「企業行動表彰」企業に選定されました。これは、東証が市場開設者としての立場から望ましいと考える上場会社としての企業行動を普及・促進するために、東証の企業行動規範の浸透・充実に資すると認められる企業行動を表彰するもので、ヤマダ電機は「株主総会招集通知の早期発送」が認められての受賞となりました。

当社では、株主総会招集通知の早期発送のため、スケジュール管理の徹底や関係各部の綿密な連携と情報収集、通知作成のシステム化等を実施し、事務負担の軽減やチェック機能強化を図っています。この受賞を励みとし、今後もステークホルダーの期待にお応えできるよう一層努力してまいります。



▲第3回「企業行動表彰」企業に選定されました

お取引先の皆様との協働

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

2011年度の主な取組み

2011年度はGSCP（Global Social Compliance Program）に日本企業として初めて参加し（P15をご参照ください）2011年10月に取引会社様向けに以下の取引方針を開示しました。

ヤマダ電機は、国内の主要家電メーカーおよび生活用品メーカーや卸業等、さまざまなビジネスパートナーの間でお取引を行っていますが、特に日本の家電メーカーの多くはCSRについても優れた知見を有されており、他の業界と比較しても先進的な取組みを行っている企業が多くなっています。当社では、お取引先との間でお互いのCSR活動に対する理解を深め、企業の社会的責任に対する情報共有を進めて、双方の知見を活かした健全なパートナーシップの構築を目指しています。

公正で持続的なお取引に向けて

■CSR倫理綱領の遵守

ヤマダ電機では、2007年6月に制定したCSR倫理綱領第4条において公正な取引を行う決意と基本的な考え方を明示しており、お取引を行うビジネスパートナーの皆様と、「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ます。

■コンプライアンス勉強会の開催

お取引先企業との接点が多い商品部所属の社員を対象に、コンプライアンス勉強会を毎月1回開催しています。勉強会では、独占禁止法に

違反した企業の過去事例を具体的に挙げながら、どのような行為が公正な取引から外れるのかなどについて確認を行っています。

■お取引先へのヒアリングの実施

公正な取引から外れる事例がないかを第三者的な視点から確認するため、商談協約コンプライアンス管理室が中心となり、お取引先企業に対してお取引状況のヒアリングを実施しています。

海外店舗における取組み

ヤマダ電機の海外店舗の開店（2010年12月）にあたっては、中国の国内法に関する勉強会を実施しています。日本の独占禁止法に相当する現地法令をはじめ、中国国内の家電メーカー、生活用品メーカー、運送業者等と公正な取引を行うために必要な法知識を前もって身につけるように努めています。



▲商談コーナー（高崎本社）

ヤマダ電機取引方針

2011年10月制定

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

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

人の多様性の尊重

ヤマダ電機では、性別や年齢、身体的な差異に関わりなく
一人ひとりの人格や個性が活きる企業風土づくりに努めています。
また、全てのお客様が利用しやすい店舗作りに取り組んでいます。

人権の尊重に対する考え方

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

定期的な社員教育の実施

毎週開催されるCSR委員会や店長以上を対象にした研修・勉強会等においてセクシャルハラスメントおよびパワーハラスメントに関するテーマを定期的に取り上げ、管理監督者が率先してハラスメントのない職場環境づくりに取り組むよう指導しています。

内部通報制度の活用

ヤマダ電機では、社内外からの通報受付窓口として内部通報制度を運用しています。内部通報制度は、主にコンプライアンスの遵守を目的として社内に設けている制度ですが、人権や差別に関する通報も受け付けています。通報された内容に関して毎週開催されるCSR委員会で報告が行われ、あわせて対応策の検討を行っています。



お客様に対する配慮

ヤマダ電機の各店舗では、小さなお子様からお年寄まで、全てのお客様に心からお買い物を楽しんでいただけるよう店舗のバリアフリー化を進めています。新規開設店で2フロア以上ある店舗においては、必ずエレベーターやエスカレーター等の移動手段を確保しているほか、店舗の出入口等を基本的にオールフラット設計とし、どこからでもお客様が段差なく出入りできるようにしています。バリアフリー設計ではない古い店舗においても、段差を解消するシートの導入等を進めています。さらに車いすの方でも楽に使用できるユニバーサルデザインのトイレや視覚に障がいを持つ方のための点字ブロック・点字の案内表示、小さなお子様連れの方のための授乳室など、さまざまなバリアフリー設備の整備を行っています。



▲バリアフリーに配慮した店舗設計



▲シルバーマーク用駐車スペース



▲段差を解消する工夫



▲店舗の出入口に車いすを用意

社員とともに成長

経営において最も重要なのは「人」であると考えています。
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。



▲中国人スタッフによる店舗運営(左／右)



人事方針

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

業務内容の特性に応じた採用を薦めており、組織の活性化に向けた人材の確保に努めています。2012年3月現在での社員の平均年齢は31.6歳、平均雇用期間は6.8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、障がい者雇用、高齢者の再雇用等も推進しており、障がい者雇用は、2009年1月以降は法定雇用率を超えています。高齢者雇用については法制度が整えられ次第、法律への対応を図るとともに、本人の意欲・能力とヤマダ電機が必要としている人材を鑑みながら、法律で決められた範囲を超えた再雇用を進めていくことも考えています。

■雇用者数

		2009年度	2010年度	2011年度
管理職人数	男性(名)	3,577	3,508	3,430
	女性(名)	81	90	91
	合計(名)	3,658	3,598	3,521
従業員(名)		9,882	10,012	10,298
平均臨時雇用者数(名)		8,865	9,135	9,179
障がい者雇用者数(名)		404	431	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

ヤマダ電機における社員の能力開発と評価のものは、社内有資格制度です。社内資格は、店舗での販売に必要な知識や経営理念などの知識を確認するものであり、年3回の試験を実施しています。



▲新入社員研修

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、約3ヵ月間の研修で、接客や商品に関する基本的な知識を身につけられるように実施しています。2008年度からは若手幹部社員にヤマダ電機の経営理念やCSRへの理解を深めてもらうための集合研修を外部有識者の協力のもと実施しています。

■各研修概要

		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	605名	3ヵ月	1回
新任フロア長研修	フロア長に就任して3ヵ月以内に実施。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	87名	3日	4回
店長研修	年1回店長は参加が原則。店舗オペレーションに基づき3クラスに分かれたスキルアップ研修	386名	4日	15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	95名	3日	8回
その他	管理職候補者研修等	29名	3日	1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	277名	3日	20回

中国における人事方針と人材育成

瀋陽、天津、南京の店舗では、それぞれのオープンに合わせて新卒者を中心に現地従業員を採用しました。3店舗目となる南京店では、全て中国人のスタッフで店舗運営を行っています。採用者には、ヤマダ電機の経営方針や社会人としてのマナーを身につけるために、日本と同様に合宿形式の研修を実施しています。一週間程度の集団生活をおくことで社会人としての基礎・ルールなどを学んでもらいます。接客等の教育についても、日本式を一律に押し付けるのではなく、お客様のためになぜそのサービスが必要であるかを丁寧に説明し、中国人の社員が理解・納得できるよう配慮しています。

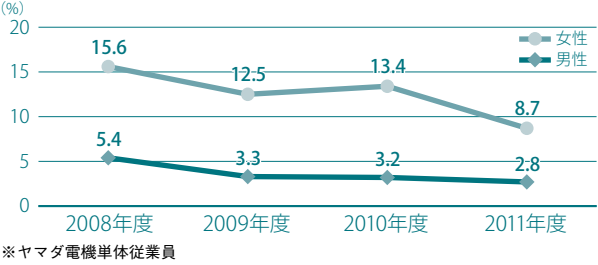
働きやすさに向けて

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

育児・介護支援制度では、産前休業の拡充(法令規定よりプラス2週間)、育児休業の拡充(子供が3歳まで)、復職後の支援制度、再雇用制度などを導入し、社員が育児や介護など生活の節目の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。

また、職場の安全衛生環境の向上を図るため、全店舗に安全衛生委員会を設置し、毎月1回本社から提示される労働安全衛生上のテーマについて店舗単位で話し合いを行っています。こうした取組みの結果、従業員の退職率が男女ともに減少傾向にあります。

■退職率の推移(従業員)



※ヤマダ電機単体従業員

■特別休暇など取得者数

		2009年度	2010年度	2011年度
育児休暇取得者数	合計(名)	80	128	169
	うち男性(名)	5	5	5
介護休暇取得者数(名)		8	3	5
時短勤務者数(名)		87	57	82
健康診断受診率		95.2%	94.2%	95.0%

女性管理職の増加

4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、徐々に成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おり、2011年度には5名の女性店長(部長職)が誕生しました。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。引き続き現場の声に耳を傾けながら、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いと考えています。



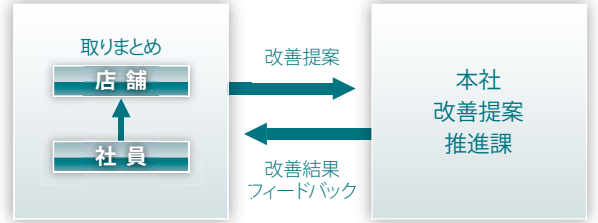
◀女性管理職研修

全員参加型の経営へ

ヤマダ電機では、2007年9月より、社員が業務を通じて感じたことを迅速に取り入れ、反映していく「改善提案制度」を構築しています。一定期間ごとにテーマを定めて、さまざまな立場の社員がヤマダ電機の経営上の課題を考え、それを解決する提案を行う制度です。2011年度は、1万1,806件の提案が本部に集まりました。これまで累計で本部には4万4,700件以上の提案が出され、1,728件を採用しています。

また、労使間の対話を促進するため、毎月1回、労使協議会を開催しています。経営側からは売上高等の経営指標を労働組合側に提示し、その数字を基に経営上の課題や問題点について労使間で話し合います。一方、組合側からは機関誌や新聞等の提示および活動の報告などが行われます。

■「全員参加型の経営」改善提案制度



S T A F F V O I C E

充実の制度で管理職となる不安は解消。 今、店長として人の育成に一生懸命です。



テックランド花巻店
店長 高森 久恵

人の魅力でお客様に来てもらう、店長としてそういうお店にしたいと考えています。今はそのための人材育成に力を注いでいる真っ最中です。店長となってからは、自分の決済が全てお店に影響してしまう、自分が方針を出さないとお店が動かないなど、やはり責任は大きくなりました。でもヤマダ電機には女性管理職のみの集合研修やTV会議があり、同じ立場の人同士で話し合えるなど、会社のフォローも手厚いので助かりました。もし、次の世代の女性店長候補に不安などがあるなら、それを解消してあげるのが自分たちの役割ではないかと思っています。

地域社会との共生

小売業は地域に根ざした企業活動を行い、皆様の理解・支持を得ながらその発展に貢献することが求められています。

ヤマダ電機は、コミュニティの一員として地域社会と共生し、信頼関係を深めていくように努めています。

ヤマダ電機の社会貢献活動

ヤマダ電機では、地域社会とともに発展していくという基本方針のもと、地域社会に役立つ情報発信や活動支援などを推進し、積極的な社会貢献活動を展開しています。今後も社会貢献を実施するため2012年2月に「山田昇記念財団」を設立しました。

文化・スポーツを通じた地域振興

ヤマダ電機の創業の地である群馬県を中心に、地域の文化活動やスポーツ振興に力を入れています。

■ヤマダ電機フォトコンテスト

2010年度、群馬県の自然を被写体とした「ヤマダ電機フォトコンテスト（第1回）」を開催しました。2011年度は、7月に第2回として「赤城自然園」と「群馬の自然（榛名エリア）」、12月に第3回として「赤城自然園」と「群馬の自然（沼田エリア）」をテーマに開催しました。このフォトコンテストは、自然環境保護意識の啓発と写真を通じた文化振興の場を提供することを目的としています。



■文化財保存全国協議会 第42回群馬大会に協力

2011年6月、「文化財保存全国協議会 第42回群馬大会」がLABI1高崎のイベントスペースにおいて開催されました。「豪族居館と古墳群の整備」をテーマとした2部構成で行われ、第一部では「群馬の遺跡最新情報」について、第二部では、『古墳時代豪族居館遺跡の保存・整備・活用』をテーマとした基調講演や遺跡調査等に関する事例報告が行われ、参加者は熱心に耳を傾けていました。



■上州将棋祭りとYAMADAこども将棋大会



ヤマダ電機は、日本将棋連盟と上州将棋祭り委員会が共催している「上州将棋祭り」に第1回より特別協賛として協力しており、LABI1高崎をイベント会場として提供しています。

2012年1月3日、4日の2日間にわたり、「将棋名人400年祭 上州将棋祭り」を開催しました。初日の3日は「新春YAMADAこども将棋大会」が行われ、「小学生の低学年」「小学生の高学年」「中学生」の3部門に分かれたトーナメント方式による熱戦が繰り広げられました。子ども同士の対戦のほか、プロ棋士による指導対局を行うなど、子どもたちの育成にも配慮した大会となっています。二日目の4日は、メインイベントである『永世名人対局：「森内俊之名人 vs 羽生善治二冠」』が開催されたほか、将棋名人のトークショーやプロ棋士との写真撮影会なども行われ、多くの将棋ファンが楽しい一日を過ごしました。



■女子陸上競技部

2004年に創設されたヤマダ電機女子陸上競技部は、国内外の競技活動を通じて陸上競技への関心を高めるとともに、子どもたちのスポーツイベントに協力・参加するなど、スポーツを通じた地域振興に積極的に取り組んでいます。

2011年度は、所属の西原加純選手が山口国体の女子5,000メートルや全日本実業団対抗陸上競技選手権大会の女子1万メートルで優勝するなど、競技者としても優秀な成績を収めています。



▲女子陸上競技部



▲上州将棋祭り

次世代育成・教育支援

次の時代を担う子どもたちが、将来に夢を持ち、のびのびと成長することを願って、貴重な体験ができるイベントや教育・セミナーなどを行っています。

■駅伝大会「ヤマダ電機杯」

高崎市小学生駅伝競走大会兼小学生長距離リレー大会が、第10回を迎える2011年度の大会よりヤマダ電機が主催する「ヤマダ電機杯」となり、11月に95チーム560名の参加を得て開催されました。今回は「東北震災支援交流駅伝競走大会」として実施し、高崎市内の小学生とともに福島県南相馬市の子どもたちも参加しています。競技終了後には、ヤマダ電機女子陸上競技部の選手たちによるランニング教室も行いました。



■こども体験教室「群馬ちびっ子大学」

2011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7回こども体験教室「群馬ちびっ子大学」が4,000名を超える参加者を迎えて開催されました。開場と同時に多くの子ども達が来場し、普段体験できない様々な実験や工作などを楽しみました。ヤマダ電機では、「群馬ちびっ子大学」の会場提供や運営の協力・支援を行っています。



環境保全のための活動

ヤマダ電機グループ単独の活動のみでなく、多くの企業・地域と力をあわせて地球環境の保護に努めています。

■日本自然エネルギー技術学院の創設

電力需給の問題や環境保護の観点から、太陽光発電をはじめとした再生可能エネルギーへの関心が高まっています。今後予想される需要増や各メーカーによって異なるパネル施工方法に対応するため、施工技術の習熟が求められています。

株式会社ヤマダエコソリューションでは、太陽光発電設備の施工技術の教育・研修を行うことを目的とした「日本自然エネルギー技術学院」を創設し、2011年11月に開校いたしました。受講生は、太陽光発電に関する知識と施工技術を分かりやすく学べるほか、学院の創設にご協力いただいた国内外の主要太陽光パネルメーカー8社の施工ID取得することができます。ヤマダ電機グループでは、この学院の取組みを通じ、地球環境保全の一環として太陽光発電の普及に貢献してまいります。



寄付および募金活動 2011年度は、以下の寄付および募金活動による寄贈を実施しています。

使用済みインクカートリッジ回収による子どもたちの未来のための募金活動	第15回 2011年4月～7月	2,864,610円
	第16回 2011年7月～10月	3,525,980円
	第17回 2011年10月～2012年1月	4,129,230円
	合計	10,519,820円
日本赤十字社東日本大震災および新燃岳噴火への義援金	お客様からの店頭募金やお取引様からの募金	19,024,092円
	ヤマダ電機グループ寄付（関係家族、役員、グループ企業）	415,553,000円
	ヤマダ電機グループ従業員から被災従業員への義援金	52,473,254円
	ヤマダ電機グループ従業員から被災地向け支援物資	39,959,133円
	震災復興セール売り上げの一部	3,000,000円
	合計	530,009,479円

地球環境との調和

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

環境マネジメント

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

2011年度の主な取組み

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およびサービスの提供、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組んでいます。

2011年度はスマートハウス事業を本格的に推進し、事業を通じた社会全体の環境負荷低減に取組んでいます。

また、高崎本社を対象に認証取得したISO14001に基づき店舗でも

積極的に環境負荷の低減を進めました。特に震災に起因する節電の必要性から店舗における省エネに力を入れ、LABI新宿西口館の全ての照明にLEDを採用したほか、一部新店を除き照明のLED化を推進しました。また、2010年度に未達成となっていた「デマンドコントローラー導入によるCO₂削減」について、2011年度は目標を達成することができました。主な取組みと達成状況は下表のとおりです。

また、昨年に引き続き、定量的に目標管理を実施しています。進捗状況は毎週開催のCSR委員会で報告するとともに、月次報告としてホームページに開示しています。これらの活動は、四半期ごとの「CSR経営有識者懇談会」において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。

■2011年度の主な取組みと達成状況

主な取組み		目標	達成率(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 40,000台	114.3% (45,708台)	◎
	パソコンリユースの促進	販売台数 439,153台	108.5% (476,479台)	◎
事業活動における環境負荷の低減	本社事務室の節電運動推進	2009年度対比 95%以下	120.9%	◎
	デマンドコントローラー導入によるCO ₂ 削減	2009年度対比 92%以下	112.1%	○
	グリーン電力導入に伴うCO ₂ 削減*	CO ₂ 排出量 8,547t以下	119.4% (7,159t)	◎
	店舗環境配慮設計の推進	各地域別に実施		○
	アイドリングストップの推進(物流車両)	実施率 98%以上	101.9%	○
	アイドリングストップの推進(配送工事車両)	実施率 98%以上	102.0%	○

*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。

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。



▲店舗屋上の緑化(LABI新宿西口館)



▲店舗屋上の太陽光発電(LABI新宿西口館)

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をはじめとしたご家庭での省エネ・創エネ・蓄エネ推進の支援、また、使用済み家電のリサイクル・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

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

〔環境に配慮した商品の販売促進〕

2011年度は、テレビをはじめ家電販売量が減少したため、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2万6,017トン、前年比47.5%となりました。

ヤマダ電機では、これからも省エネ家電の販売推進に加え、太陽光発電や電気自動車など家庭全体のエネルギーマネジメントを含めたスマートハウスのご提案を強化し、家庭全体でのCO₂排出量の削減を目指していきます。

■省エネ家電の買い替えに伴う年間CO₂削減効果(当社推計)

(単位: t-CO₂)

種 類	2009年度	2010年度	2011年度
エアコン	12,930	18,120	3,585
冷蔵庫	10,100	12,490	12,430
テレビ	11,530	24,140	10,003
合計	34,560	54,750	26,018

【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。

オリジナル太陽光発電システムの販売開始



2012年3月10日よりヤマダ電機オリジナルの太陽光発電システムの販売を開始しました。当社は、再生可能エネルギーの浸透こそが環境およびエネルギー問題の大きな課題と認識しており、オリジナル商品の開発を続けてきました。太陽光発電には大きな注目が集まっていますが、導入コストが高いため普及に至っていないのが実情です。そのため、従来よりも約20%安く導入できるオリジナルの太陽光発電を開発・提供することで、節電と低炭素社会の実現に貢献したいと考えています。

商品のリユース・リサイクル推進

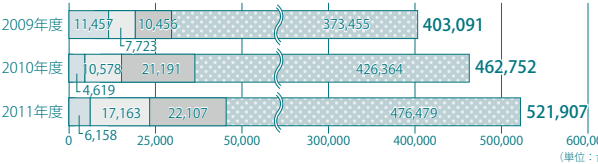
ヤマダ電機では、循環型社会への転換を図り環境負荷を削減していくために、商品使用後の環境対策として、家電製品などのリユース・リサイクルの仕組みをグループ会社とともに構築し、事業を通じた取組みを推進しています。

〔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。

2011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4.5万台、パソコン約47.6万台です。家電リユース品をお客様に安心してご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。

■リユース台数



〔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、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。2011年度は約155万台のインクカートリッジを回収し、約1,000万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)

種 類	2009年度	2010年度	2011年度
インクカートリッジ	2,732,351	2,491,548	1,558,783
使用済み携帯電話*	146,267	26,762	22,551

*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、事業拡大を踏まえ段階的に取組み対象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

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

〔店舗における省エネの推進〕

■デマンドコントローラー導入によるCO₂削減

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るために、デマンドコントローラーを導入しています。2011年度の設置店舗は、昨年度の320店舗から371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。

2011年7月、東京新宿にオープンした「LABI新宿西口館」では、館内の照明を全てLED化することで電力使用量を約35%削減したほか、エアコン省エネ促進システムの導入でも20%の削減を実現。屋上緑化で断熱効果を高めたこととあわせてCO₂削減を目指しています。屋上には、さらに太陽光パネルを設置し、店舗で使用する電力の一部を賄うなど、最先端の環境配慮設計を導入しています。

■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。2011年度の設置数は昨年度の605台から増加し、915台となりました。

■反射板による節電

2011年度より店舗内に高効率の反射板を導入することで、少ない光量でも明るさを維持できるよう調光し、節電に繋がっています。



◀店舗内照明のLED化(LABI新宿西口館)

環境教育によるCO₂削減

毎週1回、各店舗の水光熱担当者を対象としたテレビ勉強会を実施し、店舗ごとの優れたCO₂削減活動を全店舗で共有しています。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、2011年度の対象店舗は90店舗、合計約1,258万kWhのグリーン電力化を実施しました。なお、高崎本社は2008年7月より全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「グリーン・エネルギー・パートナーシップ」の「エクセレント・パートナー（優秀団体会員）」に選出されています。さらに毎年の購入実績値が高いことも評価され、2009年度から2011年度まで3年連続で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月に高崎本社屋上で太陽光発電システムを導入したことを皮切りに、2011年2月オープンのテックランド横浜泉店、7月オープンのLABI新宿西口館など、新規オープン店舗には太陽光発電システムの導入を積極的に推進しています。

〔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。2011年度の実施率は99%以上と高水準を維持しました。

	2009年度	2010年度	2011年度
デマンドコントローラー導入店舗数(累計)(店)	305	320	371
省エネ型自動販売機導入台数(累計)(台)	475	605	915
グリーン電力導入量(万kWh)	1,607	1,594	1,258
太陽光発電導入量(kWh)	17,799	18,675	17,786



▲店舗内照明のLED化(LABI新宿西口館)



▲LABI新宿西口館

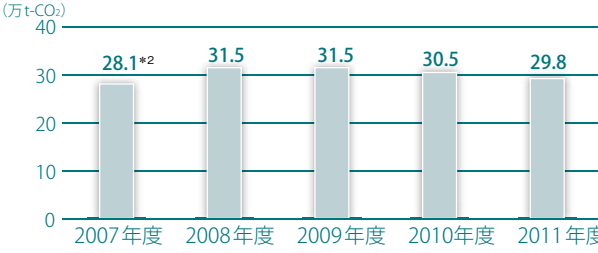
事業活動による直接的な環境影響

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。

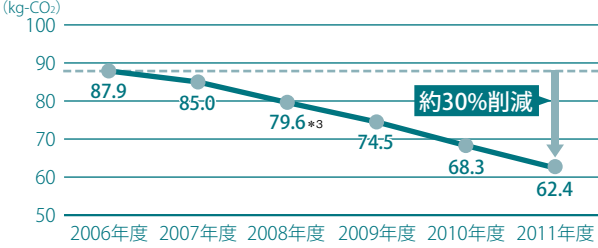
〔電力使用によるCO₂排出量〕

ヤマダ電機では事業活動に伴うCO₂削減を継続的に目指しています。2011年度は、東日本大震災に伴う節電に加え、店舗での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活動を継続的に取組み、2006年度比延べ床面積当たりCO₂排出量は約30%削減しました。今後、店舗を含む、事業全体にわたりエネルギーの効率的な利用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年度以降は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(右下表のその他グループ企業以外)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(右下表のその他グループ企業以外)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レジ袋・レシート・新聞への折込チラシ等の主な資源について環境負荷を把握管理しています。

また、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

	2009年度	2010年度	2011年度
レジ袋・紙類(t)	542.8	561.2	483.2
レジ袋・ポリエチレン(t)	592.4	561.0	515.7
レシート(t)	274.3	269.5	243.8
チラシ(千万枚)	205.8	180.5	186.7

※過年度のデータについても範囲を拡充しています。

〔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

	2009年度	2010年度	2011年度
産業廃棄物排出量(t)	57,822	69,386	34,878
グループ対象店舗	466店舗	496店舗	597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。

■2011年度環境データ範囲

	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	○	○	○
南九州ヤマダ電機(株)	○	○	○
(株)沖縄ヤマダ電機	○	○	○
その他グループ企業	*4	—	(株)九州テックランド

*4 (株)星電社、(株)九州テックランド、(株)シー・アイ・シー、インバースネット(株)、コスモス・ベリーズ(株)、(株)ヤマダエコソリューション、(株)KOUZIRO、(株)マツヤデンキ、(株)Project White

地球と共に成長するための社会的責任

まずは、ヤマダ電機の震災復興への取り組みです。日ごろの準備と現場の良き判断力に支えられた支援は素晴らしいものでした。改めて敬意を表します。

さて、レポートを読んで強く感じるのはヤマダ電機の事業の拡大です。

第一は、「弛まぬ業容の拡大」です。2兆円レベルまで膨らんだ売上高。3,586店のグループ店舗。連結従業員数が14,000人。いずれを見ても際立つ存在です。

第二は、「ソリューションビジネスの拡大」です。単品としての製品やサービスの提供から「ソリューション」の提案は、家一軒丸ごとの「スマートハウス」から街全体丸ごとの「スマートタウン」へとどんどん広がる気配です。

第三は、「海外事業の拡大」です。今のところは中国での拡大に取り組んでいますが、カンボジアの小学校へ太陽光発電の設備を寄贈するなどグローバル市場に繋がる貢献も始まっておりますので、やがてアジア、さらには世界が視野に入ってくるかもしれません。

言うまでもなく、これらの拡大は事業会社として当然であり、その成果は当社の経営理念の正しさと、その経営努力の賜物であり、それ自体大変喜ばしいことです。

とは言え、忘れてならないのは、その存在が大きくなればなる程、新たな社会的責任が生まれてくることです。

第一は「大きさに伴う社会への責任」です。ヤマダ電機はその大きさ故、多くの人々の「日常生活の豊かさ」を左右する存在となったのだという自覚と責任感がとても重要になってきます。

第二は「社会の将来への責任」です。ソリューションの提供とは「問題を良く認識しその解決を図る」と言うことです。ですから、これまでの仕事とは質的に異なり、先々どんな製品やサービスが必要となるのか、「社会のあるべき姿」に深く係ることを意味するからです。

第三は「異なる価値観の人々への責任」です。国境を越えれば、そこには多くの異なる文化や倫理観、さらには、異なる人生観が待っています。ヤマダ電機はその異なる消費者の生活の豊かさに係るという新たな責任を背負うことになるのです。

折しも、21世紀の世界は温暖化などさまざまな地球問題を抱えその解決が急務です。そうした中、「家電の枠を越え家庭生活全般のソリューションを提供するヤマダ電機」の果たすべき役割は非常に大きなものがあります。ヤマダ電機がますます拡大する事業を通じてその社会的責任を果たすことを期待して止みません。



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（1945年1月3日生）

1967年4月 三菱銀行入行
1994年6月 同行取締役・ニューヨーク支店長
1996年4月 東京三菱銀行信託会社（NY）頭取
1998年6月 日興アセットマネジメント副社長
2003年7月 国連環境計画・金融イニシアティブ特別顧問（現任）

UNEP FIIに関わるほか、中央環境審議会など各種審議会の委員、川崎市、鹿児島市のアドバイザー、東京大学大学院非常勤講師なども務めるほか、企業の社外役員を務め、環境問題や企業の社会的責任について、講演、著書、新聞、TV等で活躍。

著書／『日本新生』（北星堂）
『カーボンスク』（共著、北星堂）
『有害連鎖』（幻冬舎）
『最新CSR事情』（泰文堂）
『地球温暖化講義』（東洋経済）
『グリーン・ニューディール』（編著、環境新聞）
『グリーン経済最前線』（共著、岩波新書）

CSR情報報告メディアのご紹介

ヤマダ電機では、CSR（企業の社会的責任）に関する情報を皆様にお伝えするため、毎年6月に年次報告書として「CSR REPORT」を発行しているほか、当社Webサイトにおいて、経済性・社会性・環境保全活動に関する情報を月次報告としてリアルタイムにご提供しています。

CSR REPORT（冊子）

冊子版のCSRレポートでは、前年4月から当年3月まで1年間のCSRに関する活動（経済性・社会性・環境）をまとめてご報告しています。毎号異なる取り組みを「特集」としてクローズアップしているほか、ヤマダ電機の活動に対する第三者のご意見等を掲載しています。2012年版より、ISO26000を参照した構成としました。
また、冊子版は、過去のものを含めWebサイトよりPDFファイルをダウンロードすることができます。



Webサイト CSR情報ページ

URL <http://www.yamada-denki.jp/csr/index.html>

Webサイトでは、ヤマダ電機のCSRに関する基本的な考え方やCSR倫理綱領、取引方針など、CSRに対する理念や仕組み、継続的に取り組んでいる活動を中心にご報告しています。

- ◎WebサイトCSR情報の主なコンテンツ
- ・トップコミットメント
 - ・CSR倫理綱領
 - ・CSR有識者懇談会
 - ・月次CSR活動
 - ・環境活動
 - ・社会活動
 - ・コンプライアンス



Webサイト 月次CSR活動

URL <http://www.yamada-denki.jp/csr/monthly/index.html>

月次CSR活動は、直近の主な取り組みを月別にリアルタイムでご紹介しています。その月の主なCSR活動トピックスに加え、継続的な報告として「CS（顧客満足）」「環境活動」「労働環境」「コンプライアンス」の4項目について、活動データを掲載しています。



Webサイト IR情報ページ

URL <http://www.yamada-denki.jp/ir/index.html>

WebサイトのIR情報ページでは、当社の経済性情報全般についてさまざまな情報を開示しています。主な経営データがWeb上でご確認いただけるほか、決算短信や有価証券報告書などのPDFファイルをダウンロードすることもできます。

- ◎WebサイトIR情報の主なコンテンツ
- ・決算短信
 - ・主なプレスリリース
 - ・各種データ
 - ・株価情報
 - ・有価証券報告書等
 - ・IR DATA（英語）
 - ・月次IR情報



Webサイト 月次IR情報

URL <http://www.yamada-denki.jp/ir/monthly.html>

月次IR情報ページでは、過去5年間の月別IR情報をPDFファイルでダウンロードすることができます。

