

 **YAMADA** *41st* お客様と歩み続けて41年。



チャレンジ
未来が変わる。
日本が変わる。 **25**

ヤマダ電機グループCSR REPORT 2014はFSC®森林認証紙と植物油インキを使用しています。



CSR REPORT 2014

ヤマダ電機グループ CSRレポート2014

 **YAMADA** *41st* お客様と歩み続けて41年。

社会と共有できる新しい 価値を創るため 「創造と挑戦」を続けてまいります

ヤマダ電機は、経営理念に「創造と挑戦」「感謝と信頼」を掲げ、企業の成長、そして持続可能な社会環境づくりのために常にイノベーションを発揮し続けてまいりました。これからもヤマダ電機グループのシナジーを最大化し、新たな価値を社会へ発信し続け、社会とともに成長する企業グループを目指してまいります。

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:代表取締役社長 山田昇
 代表取締役副社長 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(2014年3月)
 総資産額:連結1兆1,962億円(2014年3月)
 自己資本比率:連結44.2%(2014年3月)
 従業員数:21,138名(2014年3月)
 発行済株式総数:966,489,740株(2014年3月)

グループ会社一覧(2014年3月31日現在)

連結子会社

南九州ヤマダ電機株式会社	株式会社ベストクレジットサービス
株式会社沖縄ヤマダ電機	株式会社J・スタッフ
株式会社シー・アイ・シー	株式会社ベストサービス
株式会社ヤマダエコソリューション	株式会社ベストフィナンシャル
インバースネット株式会社	株式会社ビー・ビー・シー
コスモス・ベリーズ株式会社	株式会社リペア・デポ
株式会社マツヤデンキ	株式会社黒川デンキ
株式会社星電社	株式会社ハウステック
株式会社ヤマダフィナンシャル	日化メンテナンス株式会社
株式会社九州テックランド	中部日化サービス株式会社
株式会社Project White	近畿日化サービス株式会社
株式会社ヤマダ・エスバイエルホーム	山田電機(瀋陽)商業有限公司
エス・バイ・エル住工株式会社	山田電機(中国)投資有限公司
コングロエンジニアリング株式会社	BEST DENKI MALAYSIA SDN.BHD.
エースホーム株式会社	BEST DENKI (SINGAPORE) PTE.LTD.
エス・バイ・エルハウジング株式会社	PT. BESTDENKI INDONESIA
株式会社ベスト電器	

主要な非連結子会社

株式会社ワイ・ジャスト	株式会社キムラヤセレクト
株式会社テス	東金属株式会社
株式会社群馬総合設備	株式会社ヤマダ・ウッドハウス

目次

02 経営理念・会社概要	【パフォーマンス報告】
03 編集方針・目次	20 ● 経済性パフォーマンス
04 トップコミットメント	【組織統治】
06 2013年度CSR活動ハイライト・ネットワーク	22 ● ガバナンス・コンプライアンス
	【消費者課題】
	24 ● お客様満足の追求
	【組織統治・公正な事業慣行】
【特集】	28 ● 株主・投資家の皆様との信頼
08 トータルサービスソリューション を提供する企業としてのお 客様満足を追求	【公正な事業慣行】
	30 ● お取引先の皆様との協働
	【人権】
	31 ● 人の多様性の尊重
	【労働慣行】
12 グループ内で完結した リユース&リサイクルループ	32 ● 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】
	34 ● 地域社会との共生
	【環境】
16 ステークホルダー・エンゲージメント	36 ● 地球環境との調和
18 社会とともに歩むヤマダ電機グループ	42 有識者意見
	43 CSR情報報告メディアのご紹介

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7年目となります。特集では、「お客様第一主義」経営の実践としてお客様に新しい価値を提供するための製品・サービスを追求する取り組みに加え、製品の販売からリユースやリサイクル再資源化に至るまでの処理をグループ内で責任を持って完結させている活動を紹介しています。

パフォーマンス報告に関しては、ヤマダ電機本体の取り組みとあわせ、「グループCSR」をコンセプトにグループ各社での主要な取り組みを、昨年版の報告書と同様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を対象にしていますが、一部データについてはヤマダ電機(単体)の活動を対象に報告しています。

【対象期間】2013年4月1日～2014年3月31日を主な報告対象とし、2014年4月以降入手可能な重要な情報を反映しています。

【発行日】2014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

ヤマダ電機はCSR経営を通じ、 社会価値を高め、社会と共に発展する 企業を目指します。



株式会社 ヤマダ電機
代表取締役社長 兼 代表執行役員CEO



山田 昇

ヤマダ電機を取り巻く事業環境

昨年度より、景気回復の期待感から株価の上昇や円安が進行、東京オリンピックの開催決定もこうした明るいムードを一段と後押しし、企業業績の回復や個人消費にも力強さが見られ始めました。

当家電販売市場においては、日本が抱える電力事情の背景もあり、冷蔵庫、エアコンなどの省エネ家電の販売が好調に推移し、家電エコポイントや地デジ化による映像関連商品の反動減に底打ちの兆しが見られました。

2014年3月末にかけては、17年ぶりの消費増税に伴う想定を上回る駆け込み需要が発生、4月以降はその反動減が見られ、当業界のみならず、不安定な消費環境が当面続くことが予想されます。

このような市場環境の中、当社は、持続的発展が可能な社会の実現のため、少子高齢化対策、インターネットと店舗との融合による利便性の向上など、社会のニーズをいち早く捉え、家電販売を中心としたその事業領域の幅と深さを追求したソリューションビジネスを推進しています。

お客様満足度の向上に向けて、 より良いサービスを提供

ビジネスのコアである家電販売においては、専門店としてお客様第一の視点で経営を推進するため、店舗のスクラップ&ビルドを積極的に進め、未出店地域については厳選した出店により、お客様の身近なところでサービスをご提供できるよう、ネットワークの強化に努めています。

ヤマダ電機では、これまでお客様にご満足頂ける最新・最先端の家電製品を数多く取り揃え、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。今後も更なるサービス向上をめざし、ご満足頂けるサービスの提供に努めてまいります。

社会の変化を先取りし、 社会課題に事業を通じて貢献

ヤマダ電機は、家電専門店として、環境配慮の取り組みの一つとして、スマートハウス事業を推進しています。

子会社の株式会社ヤマダ・エスバイエルホーム、株式会社ハウステック、株式会社ヤマダ・ウッドハウスとのグループ内コラボレーションにより、全国の主要な168店舗(2014年3月31日現在)に「トータルスマニティライフコーナー」を設置、リフォームから新築住宅、太陽光発電システム、HEMSシステム、省エネ家電など、川下発想でトータルかつワンストップでの提案が可能となっています。

また、環境負荷を抑えた循環型社会の実現に向けて、ヤマダ電機グループ内で家電製品販売からリユース・リサイクルまで、ワンストップで対応できる仕組みを構築、販売した商品は最後まで責任を持って回収し、再利用また再資源化する循環型ビジネスを推進しています。

常にイノベーションを発揮し、 社会と共有できる価値を創造

ヤマダ電機は、現在を「第三の創業期」と位置づけています。第一の創業期は創業時、第二の創業期は混売店から量販店に移行した時です。

当社は経営理念に「創造と挑戦」、「感謝と信頼」を掲げ、企業の持続的成長のためにイノベーションを発揮し続けてきました。

これからも地域社会をはじめとした様々なステークホルダーのみなさまと信頼関係を築き、ヤマダ電機グループ内のシナジーを生かしたCSR経営を推進し、ヤマダ電機は社会価値を高め、社会と共に発展する企業を目指してまいります。

Yamada at a glance

2013年度CSR活動ハイライト

2013年度は、ヤマダ・ウッドハウスの設立や、トータルスマニティライフコーナーの増設など、大規模から小規模まで幅広いリフォームをはじめ、新築住宅から土地情報、ヤマダ電機店舗敷地内へのモデルハウスの展開等、家電量販店ならではの川下発想でスマートハウス事業を進めてまいりました。

また、お客様のニーズに応え、よりご満足いただけるサービスの一環としてお客様の意見を活かした商品開発をスタートしました。

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。

従業員退職率

男性: **38%減少**
女性: **29%減少**
(2008年度比)

全員参加型の 経営改善年間提案件数

10,361件
(2013年度)

災害備蓄品設置店舗数

247店舗
(2014年3月末現在)

太陽光パネル設置店舗数

167店舗
(2014年3月末現在)

ヤマダ電機

**グループCSR会議を
毎月開催**

トータルスマニティライフコーナーを設置

168店舗
(2014年3月末現在)

グループCO₂排出量

約 **18.7%削減**
2007年度比・延べ床面積当たりのCO₂排出量

2013年度の主な受賞・表彰

- 公益財団法人 国際文化カレッジ主催
「フォトマスター／写真とカメラの実用知識検定試験」にて
優秀団体賞受賞

2013年度の寄付活動

- 平成25年度「NHK海外たすけあい」募金活動 4,576,068円
- 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 14,648,370円

Network

グループ総店舗数
4,401店舗

(2014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	664店
南九州ヤマダ電機	4店
沖縄ヤマダ電機	7店
マツヤデンキ	89店
星電社	7店
キムラヤセレクト	6店
九州テックランド	30店
Project White	6店
ベスト電器	147店
直営店	合計960店

FC店舗数 国内	
コスモス・ベリーズFC	3,135店
マツヤデンキFC	35店
ベスト電器FC	198店
FC店舗数 国内	合計3,368店

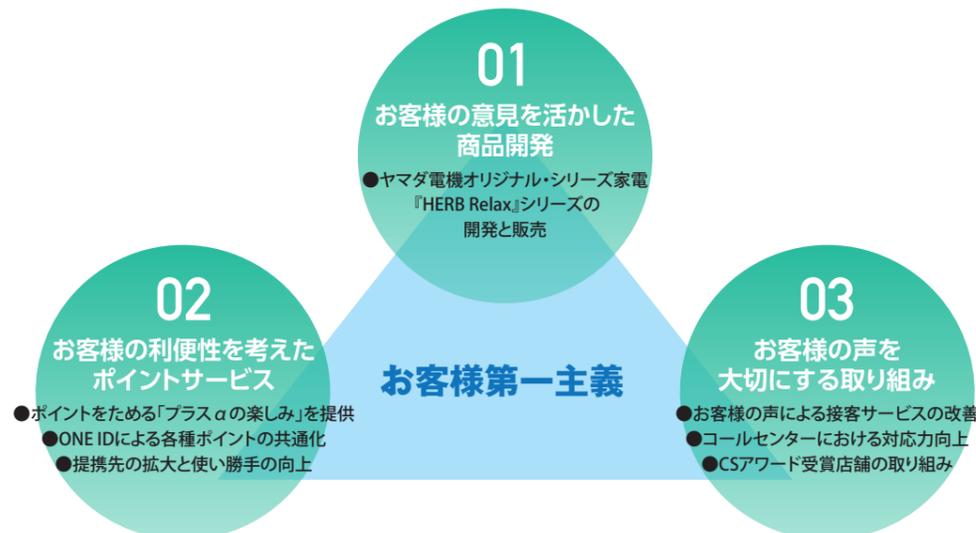
海外店舗数	
海外店舗(うちFC42店)	73店

都道府県別グループ直営店舗数一覧			
北海道	52店	滋賀県	11店
青森県	11店	京都府	14店
岩手県	14店	大阪府	37店
宮城県	18店	兵庫県	33店
秋田県	13店	奈良県	8店
山形県	12店	和歌山県	7店
福島県	14店	鳥取県	5店
茨城県	24店	島根県	7店
栃木県	17店	岡山県	19店
群馬県	19店	広島県	16店
埼玉県	38店	山口県	17店
千葉県	38店	徳島県	9店
東京都	53店	香川県	15店
神奈川県	39店	愛媛県	9店
新潟県	20店	高知県	10店
山梨県	4店	福岡県	79店
長野県	20店	佐賀県	17店
富山県	13店	長崎県	16店
石川県	9店	熊本県	33店
福井県	7店	大分県	23店
岐阜県	11店	宮崎県	21店
静岡県	16店	鹿児島県	20店
愛知県	45店	沖縄県	16店
三重県	11店	合計	960店

※都道府県別の店舗数にFC店は含まれません。

トータルサービスソリューションを提供する企業としてのお客様満足を追求

ヤマダ電機では、「創造と挑戦」「感謝と信頼」の企業理念のもと、家電販売を中心としたお客様に喜ばれる新たなソリューションの創造に挑戦しています。ヤマダ電機の考えるお客様満足は、単なる店舗の接客の質だけに留まらず、お客様がライフスタイルの変化に合わせて家電購入を思い立った時から、製品やサービスを使用し、やがてそれを手離す時まで、「ヤマダ電機でよかった」と思っていただけるよう、これまでのビジネスモデルをさらに進化させ、一歩先を行くお客様満足を追求しています。



事例 01

お客様の意見を活かした商品開発

ヤマダ電機にしかできない21世紀型商品開発「HERB Relax」の創造

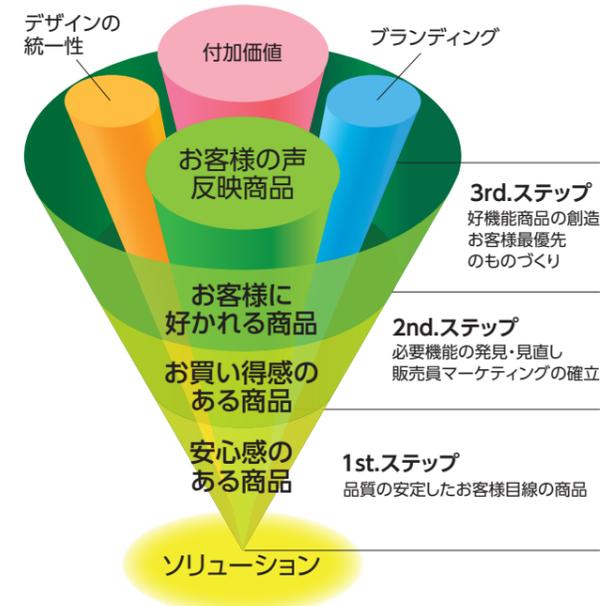
ヤマダ電機は、本来持つ流通としての機能に、メーカーとしての機能を新たに加えました。多様化するお客様のご要望をお伺いし、商品開発から販売までを自社で行う「ダイレクトマーケティング&ダイレクトファクトリー」独自のものづくりと流通システムでさらなる顧客満足の向上を目指してまいります。

コンセプトは、「お客様に好かれる好機能商品」

『HERB Relax』は、つくり手の都合で考えた高機能商品でなく、お客様目線にこだわった“お客様に好かれる好機能商品”を目指しています。メーカー品は、競合製品との比較を意識せざるを得ないため、どうしてもデザイン性や機能が日常の使用用途に対して過剰になってしまう傾向があります。

しかし、ヤマダ電機であれば、日頃からお客様と接することによって得られた「お客様が本当に必要としている機能」をもとに製品を作ることができます。「商品を作る側や売る側の都合ではなく、お客様が好きになれる使いやすい家電を販売したい」。その想いから生まれたのが『HERB Relax』です。

『HERB Relax』商品ビジョン 業界初の販売店がつくるオリジナル家電



『HERB Relax』は、お客様の声でさらに進化する

2013年に発売した第一弾の製品は、ヤマダ電機各店の販売員が、日頃の接客の中で蓄積したお客様の声を反映して開発しましたが、まだ本当の意味で「お客様に好きになっていただける製品」にたどり着いたとは考えていません。今後は『HERB Relax』専用の「お客様の声BOX」を全店舗に設置し、実際に『HERB Relax』製品を購入されたお客様や購入をご検討されたお客様の声を集め、その中の追加して欲しい機能などの要望については、今後の商品開発に活かして行く予定です。最初だけお客様の声を反映するのではなく、継続的にお客様の声を取り入れて進化させてまいります。

HERB Relax 主な製品と製品特徴

- HERB Relax ヘアドライヤー**
 - 髪にやさしい トリプルマイナスイオンドライヤー
 - 大風量1.3m³/分
 - 便利なHOT / COOL 切替スイッチ
 - 髪にやさしいヘアケアモード
- HERB Relax ヘアアイロン**
 - トルマリンセラミックコーティング
 - 直熱&蓄熱ダブルヒーターでムラが少なくスタイリング可能
 - 確認・操作しやすいタッチ式温度調整 (100 ~ 180℃)
- HERB Relax ケトル**
 - 倒れてもお湯がこぼれにくい転倒湯漏防止構造
 - 注ぎやすい傾斜ハンドル
 - お手入れかんたんステンレス内容器&広口
- HERB Relax トースター**
 - 火力が4段階で切替可能
 - ハイパワー 900W
 - 広々庫内
- HERB Relax アイロン**
 - 使い勝手がよい2.5mロングコード
 - ラクラク連続スチーム タンク容量約200ml
 - すべりが軽いチタンフッ素コートベース

事例 02

お客様の利便性を考えたポイントサービス

ヤマダポイントの価値と利便性の向上

「ポイントをためる」から「ポイントをためて楽しむ」へ。ヤマダ電機のポイントサービスは、ためる過程で楽しめる、家電以外にも交換できる、提携先が幅広いなど、価値と利便性の向上に常に取り組んでまいります。

“ためる”利便性

ヤマダポイントの魅力と価値の向上

■ヤマダポイントの種類



1 いろいろなため方がある

ヤマダポイントは、LABIやテックランドをはじめとした全国約760店舗、ヤマダウェブコムやヤマダモール等の通販サイト、幅広い提携企業でのお買い物やサービス利用など、お客様のさまざまな生活シーンでポイントをためる楽しみがあります。

2 ためるプラスαの楽しみがある

ケイタイde安心会員の方が利用できる「来店ポイント」は、2013年よりさらに進化し、スロットご利用の際に「ヤマダゲーム」を楽しんでいただけるようになりました。ゲームの成績によってヤマダポイントや通販サイトで使えるクーポンも獲得できます。

“つかう”利便性

ヤマダポイントを活用した楽しみ方提案

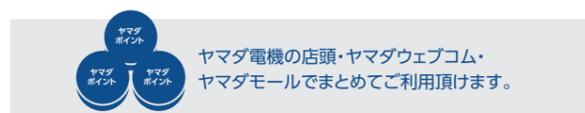
従来、家電販売店のポイントは、次回以降の家電製品購入時にポイントを使えば、その割引が受けられるという使い方が一般的でした。ヤマダ電機は、早くから日用品や食品など家電以外の商品でもポイントを利用できるよう、お客様視点の利便性向上を図ってきました。今後は、店舗に置いていない家電以外の商品やサービスに利用できるようにし、さらにお客様の選択肢の拡大を図っていくほか、お客様が提携先でヤマダマルチSNSのコンテンツを利用することで特典が受けられるなど、「ヤマダポイントを使ってどんな楽しみ方ができるか」を提案していきたいと考えています。

1 ONE IDでポイントを共通化

2013年に通常カード以外のポイント(LABIカード、ケイタイde安心、ウェブコムポイント)を共通化。「LABIカードポイント共通化手続き」をすることで、それぞれにたまったポイントを統合することができますようになりました。

■ヤマダポイントは共通化が可能

共通化手続きで4つのヤマダポイントがまとめてご利用いただけます。



2 家電以外にも使える

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



■自グループ内でポイントを使う



■広がるヤマダポイントの提携先



その他にも提携企業・サービス多数あり。詳しくはホームページを参照ください。

<http://www.yamada-denki.jp/point/>

事例 03

お客様の声を大切にする取り組み

店舗およびコールセンターでの対応スキルの向上

ヤマダ電機では、お客様に気持ちよくご利用いただけるよう、店舗での接客、コールセンターでの対応の場面などで、お客様の声を大切にする取り組みを継続して行っています。

コールセンターにおける対応力向上



コールセンターにおけるお客様対応力の向上のため、各種研修に力を入れています。

研修は、ヤマダ電機のオペレーターとしてのマナーを身につけることから始まり、その後、「LABI」「安心」「出張修理」「長期保証」「家電法」など、それぞれの部署ごとの専門分野の知識を身につけるための研修を実施しています。例えば「LABIコールセンター」の研修では、店舗の総合受付と同等の知識を身につけ、店舗へのアクセスや駐車場の台数・料金など店舗概要から、個々の商品に対する質問など、多岐にわたるお問い合わせに的確に対応できるよう、具体的な目標を定めて個別指導を行っています。

また、お客様の声を大切にするために本部、各店舗で連携し、サービスの向上に努めています。

お客様からのご意見を店舗運営に反映

ヤマダ電機では、電話・メール・お手紙のほか、店頭に設置した店長直通アンケート等によりお客様のご意見・ご要望を幅広くお聞きし、業務改善へつなげております。例えば、各種ご契約やサービスのお申し込み時に、お客様に対してご本人様であることを確認するための書類提示を求めると、「身分証明書」という呼称を用いていましたが、お客様から「身分(社会的地位・立場等)の証明ではなく、本人であることを確認するためのものではないか」とのご指摘を受け、「ご本人様確認書類」に呼び方を変更いたしました。



TOPICS

「2013年度CSアワード家電量販店部門」の大賞を受賞

社外からヤマダ電機のCS(顧客満足)の取り組みが高く評価されました

(株)メディアフラッグ主催の「2013年度CSアワード家電量販店部門」でヤマダ電機は、大賞を受賞いたしました。これは、入店のしやすさや清掃状況、安心感のある接客などをWebアンケートと覆面調査で評価するもので、ヤマダ電機はレジ対応やお客様とのコミュニケーションが高く評価されました。



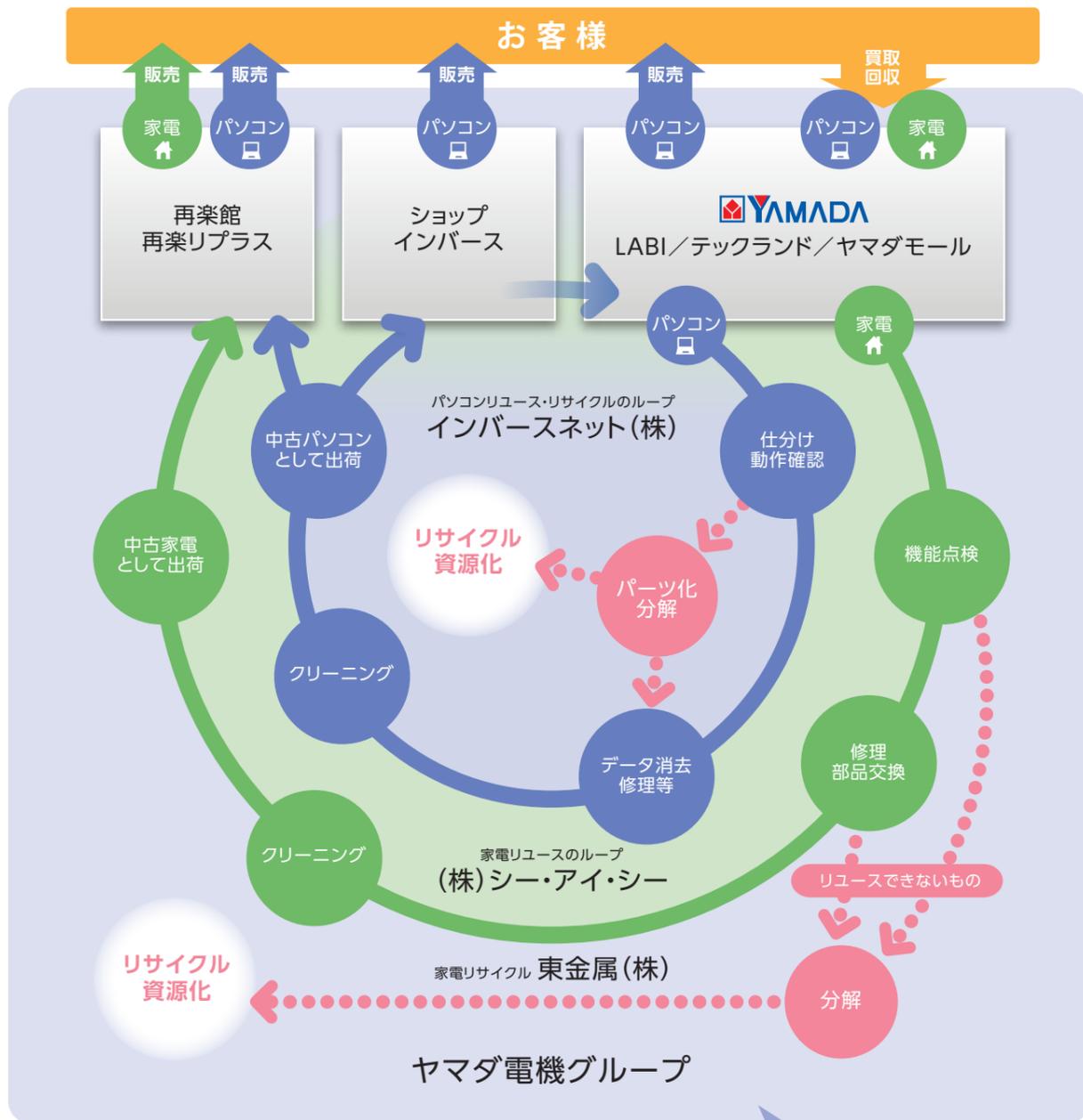
Voice -優良店舗の声-

お客様視点の売り場づくりや接客態度、明るい挨拶など、ヤマダ電機として基本的なお客様サービスを忠実に実践して来たことが受賞につながったのではないかと考えています。「掃除も品出しもすべてお客様のため」という意識の高さが評価されたのであれば大変うれしく思っています。このアワードの受賞をスタッフが誇りにできるようにしていきたいと思っております。

(株)ヤマダ電機テックランド北本店 PCフロア一長 森本 博之

グループ内で完結した リユース&リサイクルループ

ヤマダ電機では、限りある資源を有効に活用し、かけがえのない自然を次世代へと残すため、家電およびパソコンのリユース・リサイクルを積極的に推進しています。
このリユース・リサイクルをグループ内で全て完結させることで、リユース製品の販売から再資源化、最終的な廃棄物の処理に至るまで、そのすべてをヤマダ電機グループとして責任を持って取り組むことができます。また、グループ共通の製品コードによる中古品のトレーサビリティの確立やグループのシナジーを活かしたリユース・リサイクル技術の向上などさまざまなメリットもあります。



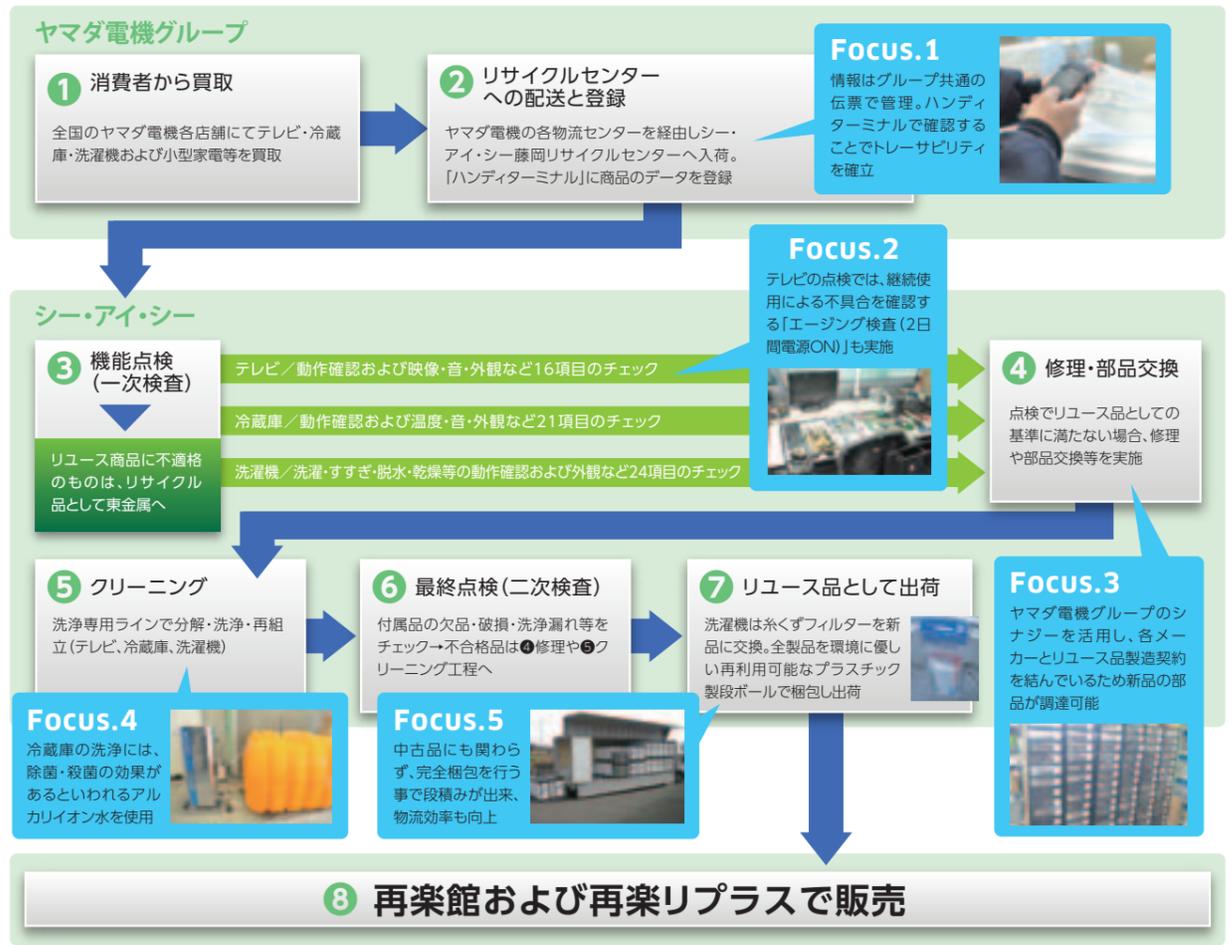
Point 共通の製品コードを用いて、買取・回収からリユース・リサイクルまで、グループ内での質の高い管理を実施しています。



環境配慮と消費者ニーズに応えるリユース品の供給

家電リサイクル法指定4品目と小型家電のリユース商品化を手掛けているのは、グループ会社シー・アイ・シーの藤岡リサイクルセンターです。家電製品をリユース品として再び市場に供給し、お客様にお使いいただくことは、廃棄物を減らすことができるとともに、必ずしも新しい商品が必要としない消費者のニーズにも対応でき、環境配慮と消費者課題への対応という両面で社会貢献に繋がっています。
リユース品の生産工程においても、可能な限りの環境配慮を実施しており、クリーニング工程の洗浄水による水質汚濁や土壌汚濁を避けるため、水のpH管理を厳格に行っています。また、ヤマダ電機からシー・アイ・シーまで配送される際に使われた梱包材(段ボール、エアパッキン等)は、すべて分別収集し、リサイクルしています。

■家電リユースの流れ



2013年度のリユース状況
(平成25年3月1日～平成26年2月28日迄)

	販売合計 (単位:台)
液晶TV	4,956
冷蔵庫	22,258
洗濯機	29,332
小型家電	6,026
合計	62,572

Voice ー担当者の声ー



使用感を感じさせないことがリユース品の価値につながるので、特に洗浄は徹底的に行っています。また、ヤマダ電機と当社で、品質および安全性・生産性について定期的に会議を実施するなど、ヤマダ電機グループとして高い品質を維持することに注力しています。

(株)シー・アイ・シー藤岡リサイクルセンター長 中村 和幸



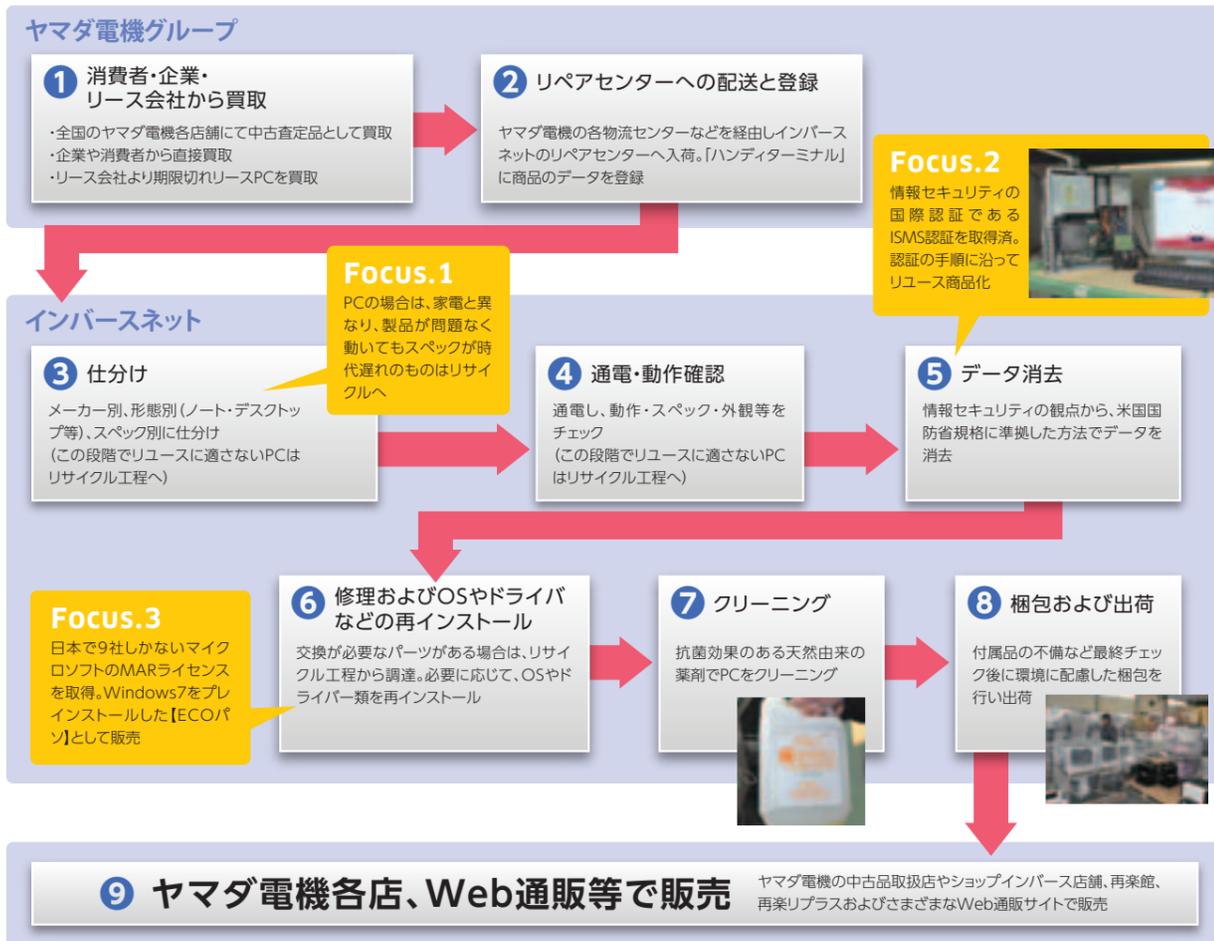
環境配慮と消費者ニーズに応えるリユース品の供給

ヤマダ電機がお客様から買い取った下取品や中古品のパソコンは、グループ会社インバースネットにて、中古パソコンへの再生、リユース不適格品のリサイクル(マテリアル・サーマル)を一括して行っています。

パソコンは家電よりもスペック向上のスピードが速く、本体が問題なく動作しても最新のアプリケーションが使用できないなど、リユースへのハードルが家電とは大きく異なります。ヤマダ電機グループでは、国際認証に基づいたデータ消去、正規Windows OSのプレインストール、環境に配慮したクリーニングなどで、価値の高い中古パソコンとして商品化しています。

また、リユースとリサイクルを同じ会社内で行うことによりパーツごとのリユースも可能にしており、廃棄物の最終処分比率は1%未満と環境に配慮したパソコンリユース事業を展開しています。

■パソコンリユースの流れ



使用済みパソコンのリユース・リサイクル状況 (平成25年3月1日～平成26年2月28日迄)

商品名	入荷時		リユース		リユース率*	最終廃棄物重量(t)
	台数(千台)	重量(t)	台数(千台)	重量(t)		
ノート型PC	196	588	193	579	98.59%	0.8
卓上型PC	213	1,917	188	1,692	88.09%	14.6
液晶ディスプレイ	112	560	111	555	99.86%	0.2

*リユース不可能なものについても、グループ内でのリサイクルを実施し、適切に処理しています。

年間CO₂削減効果(パソコンリユース事業)
平成25年度 46,389.59 t

Voice 一担当者の声



ヤマダ電機の店頭では、パソコンの買替時の下取と中古販売を目的に査定を行うという2つの買取方法を行っています。下取品の方は年数の経ったパソコンも多いため、必ずしもリユース品になるわけではありませんが、査定買取品は当社が責任を持って100%リユースしています。

インバースネット(株)
生産管理部 栃木リペアセンター
センター長 高津戸 重雄



高精度の分別技術で高いリサイクル率を実現

シー・アイ・シーでリユースできなかった家電製品は、東金属のリサイクル工場へと運ばれて分解され、素材別にリサイクル品(資源、素材)となり、有価物として精錬業者等に買い取られ、再製品化されています。一方、リユースに不適格なパソコンはインバースネット社内でリサイクル工程へと運ばれ、パーツごとに分解後、改めてパーツとしてリユースするものとリサイクル素材として分解するものに分けられます。

いずれも高精度の分別を行うことでリサイクル素材となり、資源の有効活用にご貢献しています。また家電やパソコンには、微量ながら希少金属も使用されており、「都市鉱山」と呼ばれ、それらの再資源化で日本経済にも貢献します。

■家電リサイクルのポイント

徹底した手分解による高精度の分別

- 各商品の特性を理解し、手分解で鉄と各種非鉄素材に分別
- マニュアルによる作業標準化で分解の効率をアップ
- 廃棄物に分別されたものも再度手選別で有価物を抽出

洗濯機の分解例

洗濯機の部位	リサイクル素材(重量比)
鉄使用部分	鉄(42%)
配線	銅(3%)
アルミ	アルミニウム(1%)
基盤・モーターなど	鉄・非鉄混合(17%) (▶再選別で有価物化)
プラスチック部分	その他の有価物(30%)
塩水・ゴムなど	廃棄物(7%) (▶再選別で有価物化)



▲東金属群馬工場 リサイクルライン

商品別の取扱量とリサイクル率

商品	取扱量	リサイクル法定基準	2013年度実績
液晶テレビ	1,200台	50%以上	95%
冷蔵庫	6,500台	60%以上	85%
洗濯機	6,800台	65%以上	93%

*リサイクル率(資源化した重量÷回収家電の総重量)

**取扱量は、リユースできなかったものを購入し、再商品化した量です。

■パソコンリサイクルのポイント

パーツごとにリユースかリサイクルかを判断

- ハードディスク、DVDドライブ、メモリなどパーツとしてリユースできるものを選別
 - ▶リユース工程の修理で活用するほか、パーツショップでジャンク品として販売
- 鉄・プラスチック・基盤・ケーブル類など素材ごとに仕分け
- 梱包材や緩衝材、ストレッチフィルム等もサーマルリサイクルへ



パソコンリサイクル率



Voice 一担当者の声



当社の強みは、最終的に廃棄物としてしか処理出来ないものも社内で焼却処分ができること、そしてエアコンから出るフロンも、社内で温室効果ガスではない気体に分解し処分できることが挙げられます。これによってヤマダ電機グループ内で、完全にリユース・リサイクルのループを完結させる事が可能となっています。

東金属(株)
リサイクル事業部長 鬼塚 真樹

ステークホルダー・エンゲージメント

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

ヤマダ電機は、お客様、株主様、お取引先やパートナーの皆様、社員や地域社会などさまざまなステークホルダーの皆様に対して、感謝の気持ちで接し、信頼を築いていくことがCSRの基本であると考えています。ステークホルダーの皆様と「感謝と信頼」のつながりを深めていきたいと考えています。

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、信頼関係を深めていくよう努めています。

- 地域振興：P34、35
- 寄付および募金活動：P6
- 各種ボランティア活動：P34、35

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。

- ヤマダ電機グループ各店における接客：P24-27
- お客様相談窓口：P24、25、27
- 店長直通アンケート：P24、26、27
- 家電製品アドバイザー：P26、27

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。

- CSR経営有識者懇談会：P17

地域社会

お客様

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。

- 人事方針：P32
- 社員研修・セミナー等：P32、33
- 安全衛生委員会：P32
- 改善提案制度：P25
- 内部通報制度：P31

社員

国・行政当局・CSR有識者等

ヤマダ電機

お取引先・ビジネスパートナー

株主様

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。

- ヤマダ電機取引方針：P30
- お取引先へのアンケート：P30

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。

- 株主総会：P28、29
- 投資家ミーティング：P28
- 個人投資家説明会：P28

ヤマダ電機のCSR倫理綱領 (2007年6月制定)

1. 信頼の確立

- ① ヤマダ電機は、お客様との約束に限らず、取引先様との契約等は、どんなに些細な約束事であっても、これを軽視せず、誠実に履行し、信頼される企業を目指します。
- 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

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。

CSR経営有識者懇談会

ヤマダ電機は、2007年度からCSRに関する有識者懇談会を四半期毎に実施し、今期で26回の開催となりました。いただいたご提案やご指導内容については、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。当社ではCSR経営のより一層の推進のために、いただいた貴重なご意見を参考とし、コンプライアンス・顧客満足・環境・労働の各分野について今後も真摯に取り組みを進めてまいります。



CSR経営有識者(50音順)



弁護士
飯村 北 委員



東洋大学
経営学部教授
石井 晴夫 委員



国連環境計画・
金融イニシアティブ
特別顧問
末吉 竹二郎 委員



有限会社フィック代表
得平 司 委員



技術士
(経営工学/総合技術監理部門)
福山 裕幸 委員

2013年度の主な議題内容

- コンプライアンス
- 労働
- CS(顧客満足)向上
- 環境
- 海外戦略
- 人事戦略
- CSR経営戦略
- 基本経営戦略
- 情報管理戦略

※詳細は、上記記載の各ページをご参照ください。

社会とともに歩むヤマダ電機グループ

経営理念

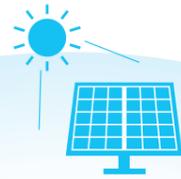
「創造と挑戦」

「感謝と信頼」で強い企業を目指し
社員総意で企業価値を高め社会に貢献する。

ヤマダ電機は、経営理念において社会に貢献することを明記し、持続可能な社会づくりに貢献するため、CSRを経営の重要課題として事業活動を行っています。

環境問題等の社会課題に対して、太陽光発電システムをはじめとする再生可能エネルギー普及促進事業や、次世代省エネ住宅「スマートハウス」の提供、またグループ内で家電製品販売からリユース・リサイクル、再販売までのサイクル確立などの取り組みを推進。ヤマダ電機グループのシナジーを活かし、家電販売を中心しつつその枠に止まらないソリューションビジネスを積極的に行い、事業とCSRの両立を実現しています。

これからもさまざまなステークホルダーのご意見・ご要望に事業を通じてお応えし、社会と共有できる新しい価値を創造、社会とともに成長し続ける企業グループを目指し、CSR経営を推進していきます。



再生可能なエネルギー普及促進事業

低炭素社会の実現

環境にやさしい太陽光発電システム関連事業を通じての再生可能なエネルギーの普及・推進により、自然と人間が共存する「低炭素社会」の実現に貢献しています。



スマートハウス事業

省エネルギー住宅で地球環境保全の実現

ヤマダ・エスバイエルホームを中心とした「省エネ・創エネ・蓄エネ」の次世代型住宅を提供するスマートハウス事業を通じて、社会・地球環境の持続可能な発展に貢献しています。

お客様の豊かな生活の実現

家電販売小売事業

家電販売事業により高品質な製品と多様なサービスをご提供し、全国のお客様の豊かな生活と利便性の向上に貢献しています。



家電・パソコンリユース・リサイクル事業

資源循環型社会の実現

ヤマダ電機グループ内でのワンストップ化を実現した家電・パソコンのリユース・リサイクル事業の取り組みを通じて、循環型社会形成の推進に貢献しています。



製造小売事業 (SPA事業)

お客様最優先のものづくりの実現

家電量販小売業として、機能・ノウハウをものづくりに活かし、お客様から伺った声を反映した商品開発を展開しています。お客様目線にこだわった「お客様に好まれる好機能商品」を目指しています。

グループシナジーを活かした
取り組みを通じて
社会との共有価値を創造

社会とともに
成長し続ける企業グループ



経済性パフォーマンス

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



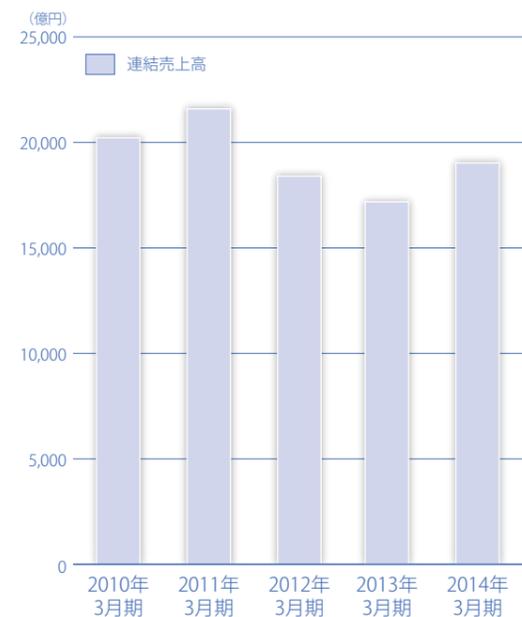
▲LABI 日本総本店池袋

収益の状況

2013年度は、政府の積極的な経済対策等による波及効果や、夏期の気温上昇や電気料金の値上げに伴う省エネ家電の販売の好調、2014年4月からの消費税増税前の駆け込み需要などの事業環境の変化も重なり、市場は大きく伸長しました。

2014年3月期の連結決算では、売上高1兆8,939億円、営業利益342億円、経常利益501億円となりました。今後も各種施策に取り組み、中長期の目標達成のため、努力してまいります。

■売上高に関する経年グラフ(過去5年)



■連結売上高・経常利益に関する表組(過去5年)

	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期
連結売上高	2,016,140	2,153,259	1,835,454	1,701,489	1,893,971
経常利益	101,586	137,847	102,225	47,906	50,187

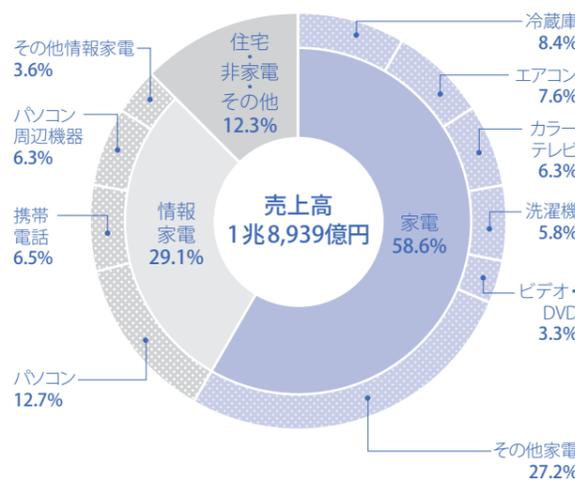
取り扱い製品・サービスと分野別販売実績

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、省エネ家電の提案のみならず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、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58.6%、情報家電が29.1%、住宅・非家電・その他が12.3%となっています。夏期の気温上昇や電気料金の値上げ、消費税増税前の駆け込み等で、省エネ・高機能の白物家電が好調かつ堅調に推移しました。その他、映像関連商品には夏場以降底打ち感が見られましたが、一部パソコンのサポート終了に伴う買い替え需要もありパソコン販売は大きく伸長するなど、市場は大きく変化を続けています。

そうした中、ヤマダ電機グループではグループ各社との連携を強化し、「ハウス関連事業」や「環境事業」などに代表されるソリューションビジネスを積極的に展開してまいります。

■分野別販売実績(2014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」への取り組みを進めています。

新たな住宅関連市場の開拓

ハウス関連事業では、子会社であるヤマダ・エスバイエルホームとハウステック、また2013年11月に設立したヤマダ・ウッドハウスとのグループ内連携により、全国の主要な168店舗へ「トータルスマニティライフコーナー」を設置し、リフォームから新築住宅、太陽光発電システム、HEMSシステム、省エネ家電など、川下発想でトータルかつワンストップでの提案を行ってまいりました。

また、新たな住宅販売チャンネルとして店舗駐車場への体験型住宅展示場の展開を開始しました。2014年3月にテックランドNew神戸垂水店(兵庫県)、テックランド春日部本店(埼玉県)にモデルハウスを設置するなど、お客様と身近な家電量販店だからこそ可能な川下発想で、市場の開拓を行っています。

家電製品リユース・リサイクル事業の推進

ヤマダ電機グループでは、環境負荷の低減を目的として、家電製品の販売からリユース・リサイクルまでグループ内でワンストップ対応できる仕組みを構築しています。

お客様に販売した家電製品で不要になったものを回収し、子会社であるシー・アイ・シー、東金属、インパースネットと連携し、清掃・分解・検査など各種プロセスを経て、リユース品として再販売、または責任を持って再資源化へとつなげるビジネスを推進し、循環型社会の形成に貢献しています。

法人向けソリューションビジネス

2012年7月に開始された「再生可能エネルギーの固定価格買取制度」を受け、太陽光発電事業において需要が大幅に高まっており、産業用のマーケットが急速に拡大しています。ヤマダ電機では住宅用のみでなく、産業用の太陽光発電システムの販売・設計・施工、アフターサービスまでを一貫して行う体制を全国展開しており、メガソーラーから小規模発電所まで、お客様に最適な規模のシステムを提供しています。光熱費とCO₂の削減、および地域社会に貢献する省エネシステムを通じ、環境と経営にやさしいソリューションをご提案しています。

店舗の展開

2013年度は、店舗開発を新しいステージに進めることを目的として、新規出店に加え、市場の変化に対応するためのスクラップ&ビルドを行いました。

期末の店舗数は、991店舗(単体直営665店舗、ベスト電器177店舗、その他連結子会社149店舗)となり、非連結子会社・フランチャイズを含むグループ店舗数の総計は4,401店舗となりました。海外店舗については、子会社ベスト電器のサプライチェーン構築を推進しました。

■ヤマダ電機グループ店舗数

区分	該当店	2012年3月末	2013年3月末	2014年3月末
直営店舗	LABI、テックランド、海外店舗等	706店	980店	991店
フランチャイズ店舗	コスモス・ベリーズFC、マツヤデンキFC、ベスト電器FC等	2,880店	3,431店	3,410店
グループ店舗合計		3,586店	4,411店	4,401店

※詳細はP7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

	算出方法等	2011年度	2012年度	2013年度
株主の皆様	株主にお支払いした配当金の額	71.5	56.5	53.6*
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	909.17	1013.73	1160.4
地域社会	地域社会に向けた活動はP34-35をご参照ください	-	-	-
行政	法人税、住民税および事業税	366.5	157.1	222.6

※上記のうち、2013年度については株主総会での承認いただいた場合の数値です。

トータルスマニティライフコーナー



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り組んでいます。



▲商品部コンプライアンス勉強会

コーポレートガバナンス

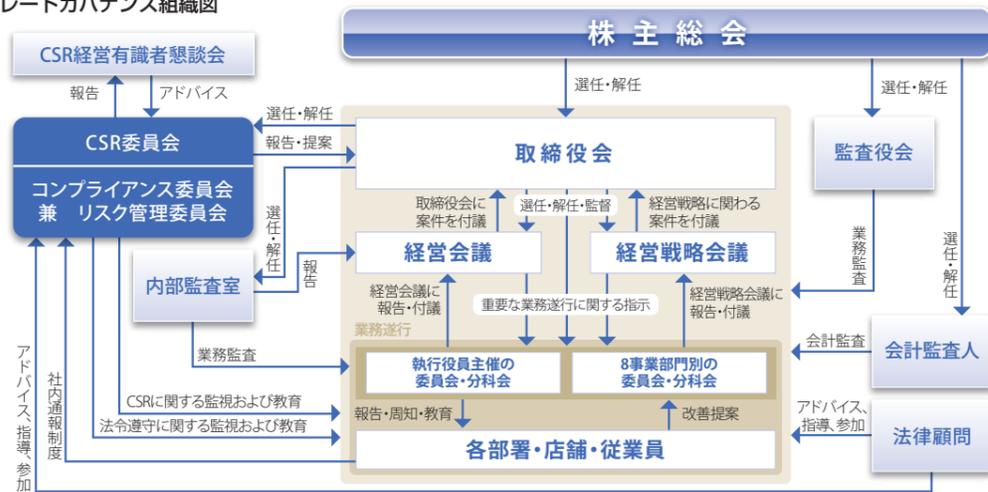
ヤマダ電機は、CSR委員会をはじめとした15の委員会と61の分科会の有機的かつ柔軟な組織による週単位でのPDCAにより経営責任の明確化と迅速な意思決定を実現しています。

経営方針としてCSR経営を実践

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、代表取締役社長兼CEO（最高経営責任者）と代表取締役副社長兼COO（最高執行責任者）、取締役兼執行役員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月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



<p>取締役会 取締役会は、取締役16名で構成されており、定時取締役会を毎月1回開催しています。また、必要に応じて臨時取締役会を開催しており、重要事項は全て付議され、業績の進捗状況についても討議し、対策を迅速に行っています。なお、社外取締役1名、社外監査役2名が参加しています。</p>	<p>経営会議 経営会議は、取締役会の開催週を除き、原則毎週開催し、経営課題や各執行役員の業務執行の進捗管理について報告が行われ、対策を迅速に行っています。</p>	<p>内部監査室 内部監査の充実を図るために社長直属の内部監査役を設置し、専任4名が日常の監査業務や、たな卸し業務の立会等、内部牽制、内部監査業務に従事しています。また、監査役および監査法人とも都度情報交換をして積極的に連携し、会社の業務活動が適正・効率的に行われているかという観点から監査を行っています。</p>
--	---	--

グループとしてのガバナンス体制強化

ヤマダ電機グループは、ヤマダ電機を中核企業と位置付けたグループトータルのガバナンス体制を構築しています。ヤマダ電機は、グループ各社に必要なに応じて取締役および監査役の派遣を行っているほか、営業・損益・財務等経営状況に関する月次報告

の実施や週次営業活動およびコンプライアンス関連の報告・定期的な内部監査の実施等を通じて、グループ全体に対する管理監督機能を果たしています。また、ヤマダ電機とグループ各社間で「関係会社基本規約」を締結しています。

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、活動をしています。年間を通じて、社員に向けた勉強会並びに啓蒙活動も実施しています。

コンプライアンス委員会を毎週1回実施

社内へのコンプライアンスの周知・徹底を図るため、担当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。2013年度は、以下のテーマについて検討しました。なお、リスク管理についても合わせて検討する「コンプライアンス兼リスク管理委員会」を月1回実施しています。

■コンプライアンス委員会取り組みテーマ例

2013年	4月	・情報セキュリティ体制の整備
	5月	・情報管理体制の強化・商標に関する講習会・顧問先法律事務所によるコンプライアンス勉強会
	6月	・不正競争防止法に関する勉強会・特許法に関する勉強会の実施
	7月	・景品表示法に関する勉強会・著作権法に関する勉強会
	8月	・消費者契約法に関する勉強会・著作権法に関する勉強会の実施
	9月	・消費税法改正について・印紙税法改正について
	10月	・独占禁止法遵守のための勉強会・パワーハラスメント防止についての勉強会
	11月	・景品表示法遵守のための勉強会・セクシュアルハラスメント防止についての勉強会
	12月	・独占禁止法勉強会・メンタルヘルス対策のための勉強会の実施
	2014年	1月
2月		・景品表示法に関する勉強会・消費税転嫁対策特別措置法に関する勉強会・特定商取引法に関する勉強会
3月		・下請法に関する勉強会・労働基準法に関する勉強会

さまざまなリスクに備えた管理体制の構築

リスクの発生・防止に関する管理体制の整備と発生したリスクへの対応についてリスク管理基本規程を制定し、部署ごとのリスク管理マニュアルを作成しています。東日本大震災の経験から、携帯電話を利用した社員の災害時安否確認システム導入、新型インフルエンザの流行を踏まえての予防接種等の対策など、リスク管理マニュアルは、近年実際に発生したさまざまなリスクを反映させるために絶えず見直しと改訂を行っています。

グループCSR会議の実施

ヤマダ電機グループでは、これまでヤマダ電機を中心に実施してきた「感謝と信頼」に基づくCSR経営をグループ全体で実践し、環境問題や社会課題に事業を通じて貢献していくことを目的に、毎月ヤマダ電機グループCSR会議を実施しています。ヤマダ電機グループの一員として、グループ各社においてもヤマダ電機の経営理念とCSR方針を共有し、経営面の業績だけでなく、顧客満足、環境、労働、コンプライアンスなどのCSR経営を実践していくことで、ヤマダ電機グループ全体としての信頼を高めていきます。

グループ会社の取り組み

<p>(株)ベスト電器</p> <p>CSR事務局会議の定期開催</p> <p>ベスト電器は、社会的要請に応える価値を創造し、世界に喜びの場を拡げるという企業理念のもと、「環境保全の推進」、「顧客満足の追求」、「地域社会への貢献」、「法令順守」の4つのテーマを軸にCSRの取り組みを推進しています。また毎月関係部署および</p>	<p>各関連会社から選出された17人によって構成されるCSR事務局会議を開催し、4つのテーマを中心とした各種取り組みの進捗状況を確認しながら、CSR活動を推進しています。</p>
<p>(株)ヤマダ・エスバイエルホーム</p> <p>コーポレートガバナンスの基本的な考え方</p> <p>ヤマダ・エスバイエルホームは、コーポレートガバナンスの充実が経営上の重要課題と認識し、その体制強化に努めており、取締役の人数を絞り込むことにより、取締役会が経営の意思決定を迅速かつ適正に行い、厳しい事業環境に適確且つ機動的に対応できるようにしています。また、諸施策の推進、問題の解決がスムー</p>	<p>ズに果たせるように経営会議を充実させ、経営執行の迅速化、コミュニケーションの強化にも努めています。さらに、執行業務に対する監査機能を強化することで、経営の透明性と信頼性を担保し、強固なガバナンス体制を築くことを目指しています。</p>

お客様満足への追求

常に「お客様第一主義」による経営を大切に、店舗における接客のみでなく、ヤマダ電機で販売する製品をお客様のお手元で使用していただく間も含め、トータルでご満足いただけるサービスをご提供できるように努めています。



▲パートナー企業研修会

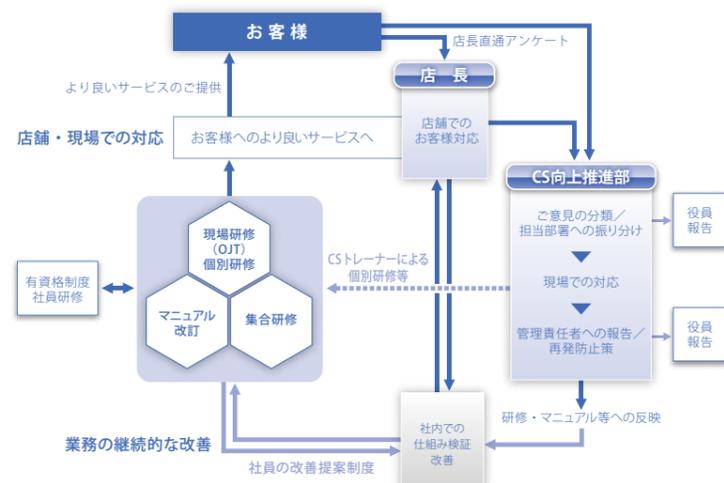
顧客満足(CS)向上の取り組み

ヤマダ電機では、リーズナブルな価格で製品をご購入いただくとともに、ご使用期間中もご満足いただけるサービスのご提供ができるように努めています。具体的には、製品ご購入時とはもとより、配送、設置工事、修理等のアフターサービスも含め、製品の使用段階からその後にいたるまで、トータルでのお客様満足向上が必要であると考えています。

社員研修をはじめ、店舗や配送・アフターサービス時などの際にお客様のご意見を伺い、お客様満足度を高めるために継続的なチェック、改善に努めています。また、社員の目の届く場所にポスターを掲示し、身だしなみについて喚起しています。



■顧客満足(CS)向上と社員教育制度の仕組み(イメージ)



家電を通じて生活提案ができる社員の育成

お客様にヤマダ電機でのお買い物を満足していただくためには、社員一人ひとりによる質の高い接客スキルが欠かせません。ヤマダ電機では、「家電を通じて生活提案ができる社員」を育成するための社員教育を推進しています。CSトレーナーによるロールプレイング教育や研修センター「礎生塾」での集合研修・CSR研修など、多方面にわたる社員研修を実施しています。さらに、女性管理職の育成支援、ビジネスマナーから商品知識などのスキル向上を図るための「社内資格制度」、現場目線からのアイデアを採用する「改善提案制度」など、社員教育との相乗効果でお客様満足に資するさまざまな制度を導入しています。



コンテスト実施による社員のモチベーション向上

ヤマダ電機は「家電を通じて生活提案ができる社員」の育成を進めるため、さまざまなコンテストの開催を通じて優秀な社員を発掘し、そのノウハウを全社員で共有することにも取り組んでいます。2014年2月には、ヤマダ電機高崎本社にて「第1回リフォームタブレット接客コンテスト 全国大会」を開催しました。これは「トータルスマニティライフコーナー」におけるタブレットを使った接客技術を競うものです。優秀な社員への表彰を通じて、社員全体のCSに対するモチベーションアップにつなげています。



お客様対応スローガンの実践

ヤマダ電機では、全ての店舗においてご来店されたお客様に親切な対応を行うことができるよう、サービスの標準化を進めています。その具体策として、お客様視点のサービスをご提供するため、2011年度よりグループ共通の接客スローガンを定めています。2013年度も前年度に引き続き、「すべてのお客様に親切な接客を心掛けよう」をスローガンに、全社員に対して「ひとりのお客様を失うことは10人のお客様を失うことにつながります」という認識の浸透を図りました。また、より具体的な「親切な接客の3原則」を策定し、入社したばかりの従業員にも分かるようにしました。

お客様からのレビューを活用したポータルサイト「ピーチクパーク」

Pi-Chiku Park (ピーチクパーク) は、ヤマダ電機の店舗でご購入いただいた商品についてご使用いただいた上での評価(レビュー)を収集・活用し、商品購入をお考えのお客様に対して有益な情報の提供を目指すレビューポータルサイトです。レビューは実際にご購入いただいたお客様のみが投稿できる仕組みとなっており、ヤマダモバイル会員の方であればどなたでも他のお客様とレビューを共有でき、また商品についての悩みや疑問をご相談いただけます。



店舗とネットが融合した「社員お届けサービス」

ヤマダ電機では、店舗での販売に加えインターネット通販に力を入れる施策に取り組んでいます。2013年3月から開始した「社員お届けサービス」は、お客様がインターネット通販サイト「ヤマダウェブコム」で15時までに注文した商品を、全国のヤマダ電機の店舗のうち最寄りの店舗から、在庫があればその日のうちに社員が直接商品を届けるサービスです。

このサービスは、ヤマダ電機の店舗ネットワークを活かし、従来のネット通販と比較してよりスピーディかつきめ細かい対応が特徴で、社員が直接届けることでお客様に安心してご利用いただけます。



※写真はイメージです。

業務委託先を含めた個人情報保護の取り組み

ヤマダ電機では、多数のお客様の個人情報を適切に管理するための取り組みを継続的に進めています。本社において情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)を取得し、ISMSに基づいた管理体制をグループ全体で構築しています。また、業務委託先(再委託先を含む)に対しても、個人情報の管理責任者、安全管理責任者等を選任し、ヤマダ電機と同様の管理体制を構築していただくようにしています。

2013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。



改善提案制度の推進

ヤマダ電機では、「社員全員参加の経営」を目的とし、日常業務から経営全般までより良い業務ができるよう、社員一人ひとりが現場の目線から積極的に提案を行う「改善提案制度」を設けています。2013年度は、店頭立つ社員よりお客様満足につながるさまざまな提案があり、多くの新規提案が採用されました。

■お客様にわかりやすい事例



家電製品アドバイザー資格の取得を推進

ヤマダ電機では、お客様が家電製品を購入される際に的確なアドバイスができるよう、社員の家電製品に対する専門知識を高めています。製品機能に対するご要望をはじめ、用途や使用頻度、設置環境や嗜好などさまざまな要素を踏まえたアドバイスを行うため、家電製品アドバイザーの取得を推奨しており、取得者数も増加しています。

2013年度には各分野370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

	2011年度	2012年度	2013年度
AV情報家電	441名	406名	383名
生活家電	361名	367名	372名
家電製品総合	432名	478名	537名

お客様の声を経営およびサービスに反映させる取り組み

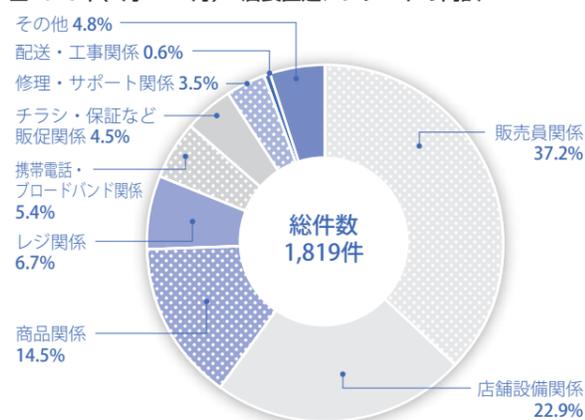
「店長直通アンケート」で、お客様のご意見に迅速に対応

お客様の声を経営およびサービスに反映させる仕組みとして、お客様のご意見・ご要望等を店内据え付けのボックスに投函していただく「店長直通アンケート」を実施しています。

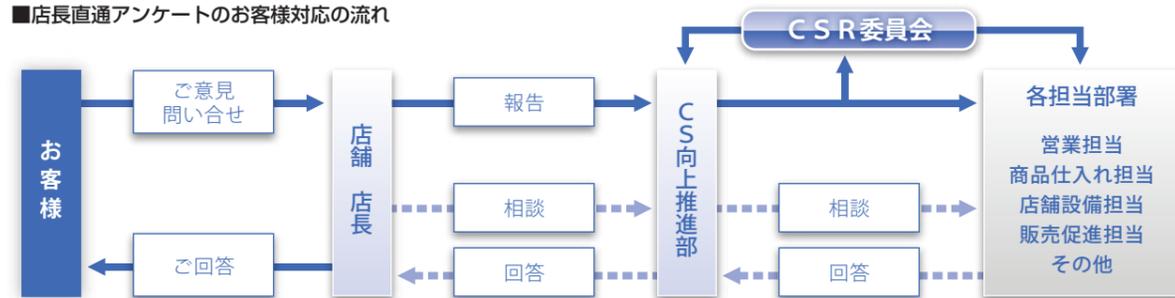
お客様からのお問い合わせやご意見・ご要望について、店長自らが必ず確認し、責任を持ってご回答するようにしています。

アンケートにより、自分たちでは目の届かなかった問題、気付かなかった課題についても、サービスの改善を迅速に行えるようになりました。また、全てのご意見・ご要望とそれに対する回答をお客様にご確認いただけるようになったこともご好評をいただいています。

■2013年(1月～12月) 店長直通アンケートの内訳



■店長直通アンケートのお客様対応の流れ



配送・工事・修理に関するCS会議を開催

ヤマダ電機では、製品ライフサイクル全般におけるお客様満足の実現を図るため、配送・工事・修理を行うパートナー企業との連携を強化し、サービスおよびマナーの向上を目的とした研修会を年に100回以上実施しています。

毎年、配送および工事を委託している大手パートナー企業20社を集めて定期的に「代表責任者集合CS会議」を実施しています。この会議では、CS向上に向けた各社の状況や具体的な取り組み事例を確認し、ヤマダ電機担当者による問題点の指摘と改善指導を行います。また、お客様アンケートに基づいて拠点、エリア、担当者別の問題点を抽出し、可能な限り個別の改善提案を行っています。同様の会議は、各営業エリアでも実施しています。

CS責任者認定研修の導入

配送・工事におけるお客様満足の取り組みの標準化を図るため、ヤマダ電機が主催する「CS責任者認定研修」をパートナー企業各社に導入していただいています。

これは、ヤマダ電機が定める配送工事に関するCS、マナー、運用、配送、設置、工事に関する基準を、所属する会社の担当者へ指導する責任者を認定するもので、教育研修、グループディスカッション、筆記試験という3つの内容で構成されています。パートナー企業各社のCS責任者をヤマダ電機が認定することで、ヤマダ電機と同様の意識の高さでお客様に対応していただくことを目指しています。

(株)マツヤデンキ、(株)星電社、(株)キムラヤセレクト

お客様の声の共有と収集方法の標準化

グループ会社のマツヤデンキと星電社においても、ヤマダ電機と同じ「店長直通アンケート」でお客様の声を収集しています。またキムラヤセレクトでは、ヤマダ電機グループであるという認識がお客様に浸透してきたことから、キムラヤセレクトに対するご意見・ご要望がヤマダ電機本社に対して行われることを想定し、

ヤマダ電機との間でお客様の声の共有化を進めています。マツヤデンキのホームページには、お客様がお電話でもメールフォームでもお好きな方法でお問い合わせが可能な「お客様ホットライン」を開設しました。

(株)ヤマダエコソリューション

カスタマーセンターの設置とお客様の声を活かした教育研修

ヤマダエコソリューションでは、商品の配送・設置に対する専用カスタマーセンターを設け、ヤマダ電機各店舗で配布されたお客様アンケートの回収・集計業務を行っています。寄せられたお客様の声は配送・設置スタッフの教育・研修、およびヤマダ電機の社員教育に活用され、さらにヤマダ電機グループ全社にも情報共有されています。

商品の配送・設置スタッフが、ヤマダ電機の一員として店舗と同様に質の高いサービスを提供できるよう、お客様第一主義で、清潔感のある身嗜みや言葉遣いのマナーを徹底教育しています。

主な研修内容

- 挨拶や礼儀などの基礎的な研修
- 設置技術、コンプライアンス遵守のための教育研修
- 電気工事士資格取得支援研修
- 太陽光発電システム施工ID研修

(株)ベスト電器、(株)テス

プライバシーマークの取得

ベスト電器では、コンプライアンスの徹底と更なる個人情報の適切な管理の実現を目標とし、ベスト電器および子会社のJ・スタッフとベストフィナンシャルにおいて個人情報を適切に取り扱っている組織を認定する「プライバシーマーク」を取得しています。

テスでも2008年度にプライバシーマークを取得しており、個

人情報保護管理者を選任し、幹部に対してプライバシーマーク監査員としての教育を義務付け、業務委託契約講習を実施、個人情報漏洩等の防止策についても周知を行っています。また、新入社員を含めて年に1度定期的に研修を実施するなど、理解を深めるための社員教育を行っています。

グループ会社各社

事業に応じた、さまざまな資格取得支援

各グループ会社では、それぞれの事業に応じたさまざまな資格取得を企業として積極的に支援しています。ハウステックでは、「資格取得に対する補助及び褒賞に関する規則」を制定し、事業運営・業務に必要な約70の資格の受験料をはじめ、資格取得に

必要なテキストや問題集代金、試験会場までの交通費などの補助を行っています。また、資格を取得した際には報奨金の支給も実施しています。その他のグループ会社でも、下記のように資格取得の支援を行っています。

企業名	資格
ベスト電器	家電製品アドバイザー、家電製品エンジニア
ヤマダ・エスバイエルホーム	建築士、宅地建物取引主任者
マツヤデンキ	家電製品アドバイザー
テス	家電製品アドバイザー、家電製品エンジニア、第二種電気工事士、冷媒回収技術者、ガス溶接技能者
ヤマダエコソリューション	家電製品アドバイザー、第二種電気工事士
Project White	マイクロソフト社認定テクノロジースペシャリスト
インバースネット	情報機器リユース・リサイクル取扱者検定
東金属	公害防止管理者、重機、冷媒回収等の各種資格
キムラヤセレクト	登録販売者

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。

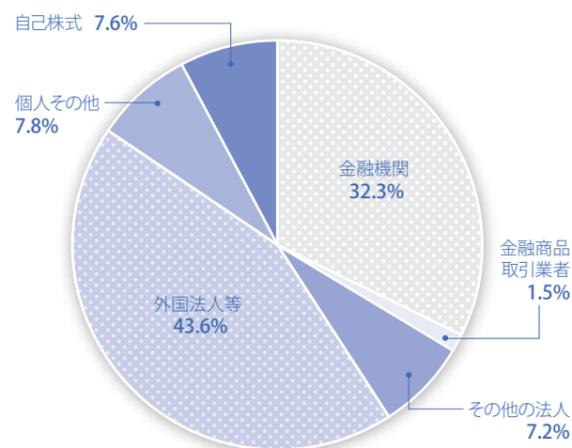
事業・財務情報の適時・適正な開示

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ていただけるよう努めています。

また、当社は現在、外国法人等の株主が多くなっており、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なります。このため当社の事業戦略やCSRに関する取り組みについても、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、理解を深めていただいています。

■株式保有比率(2014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。

■投資家等とのミーティング回数

	回数
2011年度	237回
2012年度	211回
2013年度	222回

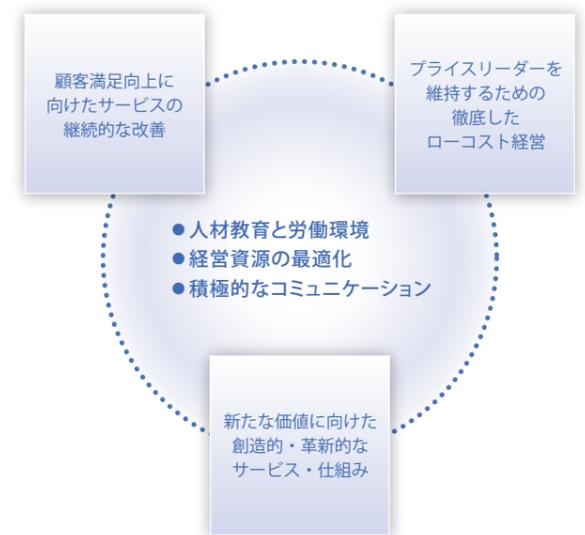
■個人投資家向け説明会

	開催地	参加人数
2011年9月	名古屋	423名
2012年9月	東京	508名
2013年9月	東京	394名

利益配分に関する基本方針

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

2014年3月期の1株当たりの配当金は、年間6円を予定しております。



株式の分割、単元株式数の変更について

2007年11月27日に全国証券取引所が公表した「売買単位の集約に向けた行動計画」の趣旨を踏まえ、2013年9月30日を基準日とし、同日最終の株主名簿に記載または記録された株主の所有する普通株式を1株につき10株の割合をもって分割するとともに、単元株式数を現行の10株から100株に変更いたしました。

なお、この株式の分割および単元株式数の変更に伴う投資単位の実質的な変更はありません。(配当金および株主優待についても実質的な変更はありません)

自己株式の取得を実施

経営環境の変化に応じた機動的な資本政策遂行、資本効率の向上を通じた株主利益の向上を図るため、定款の定めに基づき自己株式の取得を実施しました。

- 平成25年10月15日開催の取締役会における決議内容
 - 取得対象株式の種類 ……普通株式
 - 取得し得る株式の総数 ……60,000,000株(上限)
[発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合6.37%]
 - 株式の取得価額の総額 ……15,000,000,000円(上限)
 - 取得期間…平成25年10月16日～平成25年12月20日
- 上記取締役会決議に基づき取得した自己株式の累計(平成25年12月17日現在)
 - 取得した株式の総数 ……48,027,200株
 - 株式の取得価額の総額 ……14,999,977,688円

今後の経営方針

当社グループを取り巻く市場環境は緩やかな回復基調が見られるものの、消費増税後の一時的な需要縮小や反動減などが見られ、また世界経済でも新興国の成長鈍化や欧州の政情不安など懸念すべき事項があり、予断を許さない状況が続くと予想されます。

予想される家電市場の停滞を打破するための施策

- 家電販売を中心とした領域の幅と深さを追求した各ソリューションビジネスを展開、その可能性を追求し、他社との差別化を図ってまいります。そうした取り組みの一つであるハウス関連事業では、ヤマダ電機店舗内への「トータルスマニティライフコーナー」の設置など、ヤマダ・エスバイエルホーム、ヤマダ・ウッドハウス、ハウステックのグループ内コラボレーションを発揮し、川下発想で新たな市場の開拓を行ってまいります。
- 今後もめまぐるしい変化が予想される流通業界において、スピード感を持ち柔軟に対応できるよう、グループ企業間の経営資源の効率化を図り、財務体質の強化、経営基盤の強化に努めてまいります。
- 都市型店舗から郊外型店舗、地域密着までお客様のあらゆるニーズに対応できるネットワークを持つ強みを活かし、持続的な成長のための基盤づくりを行ってまいります。店舗展開においては、スクラップ&ビルドや改装による店舗力向上、可能性のある地域への出店による店舗ネットワークの強化と効率化により、市場シェアの維持・向上を図ってまいります。
- 少子高齢化社会に向かう中で、売上向上、顧客満足の上昇のための各種教育プログラム、研修、また女性管理職の育成などの人材育成にも継続して取り組んでまいります。



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。



▲お取引先様との商談風景

公正な取引に関する基本的な考え方

ヤマダ電機では、2011年10月にお取引先様向けの取引方針を開示し、公平・公正な取引をCSR経営の重要ポイントとして取り組んでいます。

国内の主要家電メーカーおよび生活用品メーカーや卸売業者等、さまざまな企業との間で取引を行っています。その中でも家電メーカーはCSRについても優れた知見を有しており、先進的な取り組みを行っている企業が多くなっています。ヤマダ電機では、お取引先との間で相互のCSR活動に対する理解を深め、企業の社会的責任に対する情報共有を進めて、双方の知見を活かした健全なパートナーシップの構築を目指しています。

公正で持続的なお取引に向けて

CSR倫理綱領の遵守

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

コンプライアンス勉強会の開催

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

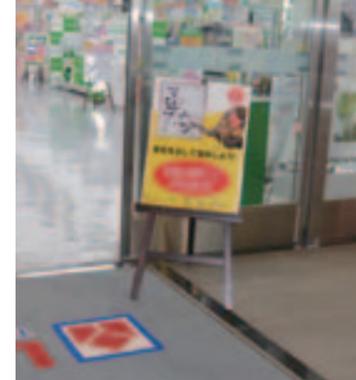
ヤマダ電機取引方針（2011年10月制定）

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生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づくりに取り組んでいます。



▲プロジェクトY いじめ防止呼びかけポスター

人権の尊重に対する考え方

2007年6月に策定したCSR倫理綱領の第5条において、人権に関する基本的な考え方として、お互いの人格や個性を尊重する企業であることを謳い、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。

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

ハラスメントの防止

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

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

いじめ解決のための啓発活動「プロジェクトY」への参加

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

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は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月開催される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。



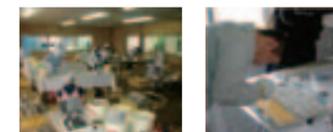
グループ会社の取り組み

インバースネット(株)

インバースグリーンプロジェクト

インバースネットは、体に障がいを持つ人が真に自立するためには、収入面の支援が不可欠であると考え、家電やパソコンのリサイクルという自社の事業を活かし、キーボードの解体作業などを身体障がい者の方に委託する「インバースグリーンプロジェクト」を2006年度から始めました。

現在は、ルーターやCDドライブの解体まで委託範囲を広げ、月に14,000アイテムほどの解体作業をお願いしています。福祉施設の関係者からは、「働くことの楽しさや、働いて得た収入のありがたみを実感できることの意味は大きい」という声をいただいています。



社員とともに成長

経営において最も重要なのは「人」と考えています。そのため、社員が働きがいを実感できる仕組みについて、常に改善を図っています。人材の育成と能力開発、労働環境の改善に努めています。



▲研修風景

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。2014年3月現在での社員の平均年齢は33.4歳、平均雇用期間は8.1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、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。さらに2013年4月から施行された、希望者全員の65歳までの雇用義務を定めた「高齢者雇用安定法の改正」にも対応しています。

■雇用者数

		2011年度	2012年度	2013年度
管理職人数	男性	3,423名	3,207名	3,171名
	女性	94名	68名	70名
	合計	3,517名	3,275名	3,241名
社員数		10,298名	10,699名	11,460名
平均臨時雇用者数		9,179名	9,018名	9,573名
障がい者雇用者数		404名	411名	449名

※上記は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基となるのは、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。

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
新任フロア長研修	35名	3日	3回
店長研修	229名	4日	8回
女性管理職研修	15名	3日	1回
新任地区部長研修	11名	2日	3回
新店研修	184名	3日	8回

Voice

—女性管理職の声—



(株)ヤマダ電機
営業本部
白物・季節商品部
SMD
我妻 舞子

ヤマダ電機に入社して8年半経ちますが、元々は私も店舗の販売員として勤務していました。その後、LABIの管理職、中国店舗の管理職として活躍のチャンスをいただき、経験を重ねています。現在在籍している商品部は、今まで以上に責任が大きい部署で、商品の仕入れ、売場づくり、お取引先様との商談などを行っています。現場の皆さんが販売しやすい売場、よりよい販促や、イベントが出来るよう考えています。どの職種でもそれぞれの厳しさ、楽しさがありますが、やってみたいという気持ちがあれば、年齢性別問わず、チャンスを与える会社です。

ワークライフバランスの推進

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

育児・介護支援制度では、産前休業の拡充（法令規定よりプラス2週間）、育児休業の拡充（子供が3歳まで）、復職後の支援制度、再雇用制度などを導入し、社員が育児や介護など生活の節目の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。こうした取り組みにより、従業員の満足度向上につながっております。



■特別休暇など取得者数

		2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度
育児休暇取得者数	合計	80名	128名	169名	164名	201名
	うち男性	5名	5名	5名	2名	4名
介護休暇取得者数		8名	3名	5名	8名	4名
時短勤務者数		87名	57名	82名	112名	100名
健康診断受診率		95.2%	94.2%	95.0%	94.3%	94.0%

全員参加型経営による労使協調

ヤマダ電機では、労使間の対話を促進するため、毎月1回、労使協議会を開催しています。経営側からは売上高等の経営指標を労働組合側に提示し、その数字を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。

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

メンタルヘルスと健康管理

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

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

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

グループ会社の取り組み

(株)ヤマダ・エスバイエルホーム

社員のキャリアプラン支援

ヤマダ・エスバイエルホームでは、年1回の自己申告制度を設け、社員一人ひとりの自己キャリアプラン、希望職種、勤務地希望や、家庭環境、業務・職場環境の改善に関する意見を自由に申告できる環境を整備しています。

また、職域エリア制度を導入しており、従業員が家庭環境から転勤ができない場合に、自己申告書での申告において地域エリア

職を選択し、転居を伴う異動を検討する際に配慮する仕組みをとっています。

さらに、2010年度より社員の満足度を知るため、意識調査に関する設問を設けています。社員の感情、働き甲斐、職場風土等、様々な側面から分析を行い、改善に努めています。

イクメンサポーター宣言

ヤマダ・エスバイエルホームは、厚生労働省が実施する男性がもっと積極的に育児に関わるための「イクメンプロジェクト」の趣旨に賛同し、2011年7月に「イクメンサポーター登録」を行いました。



(株)ベスト電器

社員表彰制度

ベスト電器では、年間売り上げの優秀な店舗や営業所、売り上げ上位者の個人、優秀な改善提案を行った店舗や個人に対する表彰制度を設けており、社員の仕事へのモチベーションアップやキャリアアップに活用しています。



▲久留米南店



▲南風原店

表彰内容

- 特別社長賞(団体表彰)
店舗、法人営業、BS営業所、関連企業の業績上位を表彰
- ベストセールス賞(個人表彰)
売上高上位者を表彰(【男子家電・PC】、【法人営業】、【女子】、【準社員】)
- 改善提案賞
最優秀提案賞(個人・3名)、店舗表彰(団体1位～3位)、ポイントゲッター賞(年間獲得ポイントの1位～5位および200P以上獲得者)

インバースネット(株)、(株)ヤマダエコソリューション

非正規雇用者の正社員登用

インバースネットでは、本人の能力ややる気を鑑みて、アルバイトなど非正規雇用者の正社員登用を適宜行っています。ヤマダ

エコソリューションにおいても、派遣社員を中心に本人の希望を確認しながら正社員への登用を積極的に進めています。

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。



▲上州将棋祭り(第7回YAMADAこども将棋大会)

ヤマダ電機の社会貢献活動

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

第1回ヤマダ電機上毛かるたファミリー大会を開催

2014年2月、LABI1 高崎4階イベントスペース「LABI Gate」にて、「第1回ヤマダ電機上毛かるたファミリー大会」を開催しました。この大会は、ヤマダ電機創業の地である群馬県の郷土の宝である「上毛かるた」を通じて、群馬の名所、旧跡、産業、文化、人物に関する知識を深め、郷土愛を育み、家族の絆を深めることを目的としています。当日は、県内から40チーム120人の親子が上位入賞を目指し熱戦を繰り広げました。



第5回ファイヤーフェスタ in LABI1 高崎

2013年9月、LABI1 高崎イベントスペース「LABI Garden」にて、防災について学ぶイベント「第5回ファイヤーフェスタ」を開催しました。ファイヤーフェスタは、ご家族で楽しみながら、防災イベントを体験していただくことを目的として毎年実施しており、第5回となる2013年度は、消防士による水消火器体験や応急処置の体験、また地震を体験できる車両の設置や消防局員と子どもたちによる防災啓発を促すための歌と踊り、劇なども披露されました。



女子陸上部による「ふれあいランニング教室」

2013年12月、利府町立菅谷台小学校(宮城県宮城郡)にて、女子陸上部による「ふれあいランニング教室」を開催しました。このランニング教室は、スポーツ活動を通じた東日本大震災の復興支援を目的に実施しており、昨年度は小学6年生141名に参加いただきました。女子陸上部全員が鬼ごっこや1,000m走などのイベントに積極的に参加し、生徒たちへ走る楽しさを伝えました。



夏休み子ども職業体験イベント

2013年7月、LABI1 高崎「LABI Gate」「LABI Garden」の2会場にて、子どもたちが10種類の職業を体験できるイベント「わくワークキッズパーク」を開催しました。本格的な仕事を体験してもらうため、消防士や大工、テレビ局スタッフやラジオ局スタッフなど、それぞれの職業において実際に現場で使用されている機材を用意。参加した子どもたちに、さまざまな職業を楽しみながら体験してもらうことができました。

小学生サッカー教室&AED講習会

2013年6月、群馬県高崎市島野町の前橋育英高校サッカーグラウンドにて、サッカーの元日本代表や元Jリーガーを招いた小学生サッカー教室と自動体外式除細動器(AED)の講習会を開催しました。小学生とその保護者約150人が参加し、一流選手の技術に触れるとともに、スポーツ時の万一の場合に備え、人の命を救うAEDの使い方を学びました。



グループ会社の取り組み

(株)ヤマダ・エスバイエルホーム

産学連携でスマートハウス技術者育成

ヤマダ・エスバイエルホームと日本工学院専門学校・日本工学院八王子専門学校を設置する学校法人片柳学園は、スマートハウスの更なる普及拡大に向けて、人材育成から研究開発および販売に至るまで、スマートハウス実習棟の建設および活用を通じた包括的な協働を進めています。

2013年8月には、日本工学院八王子専門学校キャンパスにスマートハウス実習棟を建設しました。この実習棟では、建築やインテリアデザイン、エレクトロニクス分野を中心に、エネルギーシステムの仕組み、制御システムなど最新のスマートハウス技術が習得できます。ヤマダ・エスバイエルホームと片柳学園では、今後も更なるスマートハウスの普及拡大および次世代を担う技術者の育成に向けて、包括的な協働に努めていきます。

海外ビジネススクールによる工場見学会に協力

インドのウィリンカー・ビジネス大学院が実施した2013年の日本スタディツアーに協力し、ヤマダ・エスバイエルホームつくば工場の見学会を実施しました。

このツアーは、日本企業の製造現場を見学し、日本の産業、企業経営について理解を深める目的で毎年実施されているもので、今回は、ヤマダ電機グループとしての品質確保やお客さまを第一に考えた生産工程について紹介しました。ヤマダ・エスバイエルホームでは、この工場見学会がインドにおける製造業の技術発展の一助となれればと考えています。



主な取り組み内容

- スマートハウス実習棟を活用した授業による即戦力となる人材育成
- 太陽光発電システムの施工技術者の育成
- スマートハウス関連技術の実験、実証
- ヤマダ・エスバイエルホーム社員に対する教育
- 一般ユーザーに対するショールーム的活用
- 日本工学院の学生への就職支援



東金属(株)

小学生向けリサイクル体験教室と地域住民への工場開放

東金属では、事業所周辺の小学生を対象とした「リサイクル体験教室」を出張授業の形式で月に1回程度実施しています。具体的には、業務上で発生した鉄・銅・アルミなどのスクラップを使用して、子どもたちには自由な発想でアート作品を作ってもらい、同時に素材である金属スクラップの姿(車や機械製品など)も紹介し、それが回収・リサイクルされたものであることを学んでい

ただきます。保護者の方や学校関係者などからは、「実体験を伴って教えてもらえるので有意義だった」との声をいただいています。また、金属製品のリサイクルや廃棄物の焼却等を行う企業の責任として、工場を定期的に地域住民の方々へ開放しており、工場内で行っている環境活動や焼却炉の稼働状況などを説明しています。

(株)ワイ・ジャスト

「前橋イルミネーション&ライトアップat広瀬川」に協力

群馬県前橋市では、「都市魅力アップ共創(民間協働)推進事業」として、中心市街地のにぎわい創出に繋げることを目的に広瀬川に架かる朔太郎橋周辺のイルミネーション&ライトアップを実施しています。ワイ・ジャストは、群馬県に本社を置き電気通信工事業を営む企業として、この取り組みに賛同し、協賛企業に名を連ねるとともに「群馬イルミネーション推進協議会」の事務局のお手伝いをしています。



一般財団法人 山田昇記念財団

自然体験会を開催

一般財団法人山田昇記念財団の継続的な事業として、次世代を担う子どもたちに自然と触れ合う機会を提供し、豊かな感性を育み、健やかな成長への一助となることを目的とした「自然体験活動」を行っています。

2013年度は群馬県の児童養護施設から18名を招待し、12月22日、同県渡川市の赤城自然園にて開催しました。当日は小雪の降るあいにくの天気でしたが、「ツリーイング」「自然観察」といったプログラムを通じて、普段ではあまり見られない子どもたちの行動や笑顔を見ることが出来ました。財団では今後も「自然体験活動」を行い、子どもたちにどのような効果を与えているかの検証についてもあわせて行う予定です。



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低減、

本業を通じた環境保全などの取り組みを積極的に推進しています。



▲屋上緑化

環境マネジメント

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

2013年度の主な取り組み

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・事業所で取り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。

2013年度は前年度に引き続いてスマートハウス事業を推進し、事業を通じた社会全体の環境負荷低減に取り組んでいます。また、2012年度からシー・アイ・シーと東金属、インバースネットとのグ

ループ内連携により実現した家電・パソコンのリユース・リサイクルの取り組みも推進しております。

高崎本社屋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ており、取り組み内容は定量的に目標管理を実施しています。進捗状況は毎月開催の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」において報告され、外部有識者の方からのご指摘・ご意見をいただきながらその取り組み内容を発展させています。

■2013年度の主な取り組みと実績

主な取り組み		2013年度目標	実績
本業における環境負荷の低減	家電リユース(テレビ、冷蔵庫、洗濯機、乾燥機)	68,030台	56,182台
	エアコンリユースの促進	15,650セット	10,978セット
	パソコンリユースの促進	544,400台	535,250台
	インクカートリッジリサイクル	2,540,000個	2,385,138個
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 の削減 ^{*1}	4,456t	1,335t
	グリーン電力導入に伴うCO ₂ 削減 ^{*1}	7,121t	7,244t
	太陽光発電導入に伴うCO ₂ 削減(LABI1高崎・LABI千里) ^{*2}	5,572t	5,549t
	店舗屋上太陽光発電機設置による発電量	26,037,555kWh	23,027,550kWh

※1 CO₂換算係数:0.55kg-CO₂/kWh デマンドコントローラーは2012年度対比の削減量をCO₂換算
 ※2 代表的な地域の年間予測発電量からCO₂削減係数314.5g-CO₂/kWhで算出

ヤマダ電機の環境方針(2010年8月制定)

《行動指針》

1. 環境に関する法規制を遵守し、自らの社会的な責任を踏まえて地球環境保全および環境負荷低減に向けた事業活動を推進します。
2. すべての事業活動を通じて環境影響の把握を進め、事業活動を通じて発生する環境負荷の低減に向けた継続的な改善と汚染の予防に努めます。
3. 本業を通じて社会全体での地球環境保全に寄与するサービスおよび製品の販売を推進します。
4. 環境に係る問題に関する学習を通じて、一人ひとりが責任をもって自発的に行動できるようにします。
5. お客様や地域の皆様との連携を進めながら、地球環境保全に向けた取り組みを進め、積極的に情報開示をします。

製品ライフサイクルで環境負荷を低減

ヤマダ電機では、省エネ家電や太陽光発電システムなどをはじめとした、ご家庭での省エネ・創エネ・蓄エネ推進の支援、また、使用済み家電のリユース・リサイクルの仕組みを構築し、お客様の環境対策や社会全体の環境負荷低減に向けて取り組んでいます。

ヤマダ電機グループでリユース・リサイクルを推進

ヤマダ電機では、循環型社会への転換を図り環境負荷を低減していくために、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、事業を通じた取り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。

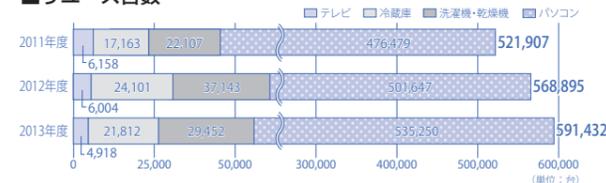
2013年度のリユース実績は、家電(テレビ・冷蔵庫・洗濯機・乾燥機)約5.6万台、パソコン約53.5万台です。家電リユース品をお客様に安心してご使用していただけるよう、厳密な機能チェックやクリーニングなど独自システムをグループ会社のシー・アイ・シーとともに構築しています。また、パソコンリユース・リサイクルはインバースネットと実施しています。

⇒特集2(P12-P15)で、リユース・リサイクルの流れを詳しくご紹介しています)

またインバースネットは、日本で9社しかないマイクロソフトのMARライセンスを取得しており、リユースのパソコンを「ECOパソ」として

販売しています。MAR(Microsoft Authorized Refurbisher)プログラムとは、中古パソコンに対してマイクロソフトがWindows OSの正規ライセンスを提供するものです。Windows7がプレインストールされているため、購入されたお客様がOSをパッケージで購入する必要がなく、その分の廃棄物削減に貢献するほか、パッケージより安価で正規Windowsのライセンスを安心して購入することができます。

■リユース台数



インクカートリッジや携帯電話のリサイクル

各店舗にインクカートリッジの回収BOXを設置し、リサイクルを推進しています。回収したインク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。2013年度は約238万個のインクカートリッジを回収し、14,648,370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の協力のもと回収しています。

■回収台数

種 類	2011年度	2012年度	2013年度
インクカートリッジ	2,402,791	2,529,594	2,385,138
使用済み携帯電話*	22,551	14,748	11,735

*使用済み携帯電話回収は2008年12月より開始

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

2013年度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2万8,183トン、前年比129.9%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)

種 類	2011年度	2012年度	2013年度
エアコン	3,585	3,106	2,360
冷蔵庫	12,430	15,550	22,470
テレビ	10,003	3,033	3,353
合計	26,018	21,689	28,183

※買い替えによる販売台数が対象
 ※テレビ:2006年型と2012年型の液晶32型の平均的な年間消費電力量の目安を比較
 ※冷蔵庫:2001年型と2011年型の401L~450Lの平均的な年間消費電力量の目安を比較
 ※エアコン:2002年型と2012年型の冷暖房兼用・壁掛け形・冷房能力2.8kWクラス・省エネ型代表機種種の平均的な年間消費電力量の目安を比較
 ※いずれも省エネ性能カタログを参照に算出
 ※CO₂換算係数:0.55kg-CO₂/kWh

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り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り組み

ヤマダ電機は、2011年1月に高崎本社を対象として環境マネジメントシステムISO14001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・省資源に向けた取り組みを推進しています。

店舗における省エネの推進

デマンドコントローラー導入による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。2013年度の設置店舗数は、419店舗となっています。

自動販売機の運用見直しによる省エネ

ヤマダ電機では、従来から新規設置を中心に省エネ型自動販売機の導入を進めています。主な取り組みとして、①従業員用自動販売機のディスプレイ用蛍光灯を消灯②使用電力量の多い旧年式販売機の入れ替え③新規設置におけるヒートポンプ式超省エネ型販売機（ノンフロン）の導入拡大です。こうした運用の見直しにより、CO₂削減を見込んでいます。

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。



CO₂削減に向けた共同配送

ヤマダ電機は2010年より、九州地区で行われている行政、物流業者、家電量販店など官産学20団体による、環境負荷低減のための共同物流プラットフォーム実証実験に参加しています。この取り組みにより1台当たりの積載効率が上がり、車両台数の削減と2011年10月～2014年3月の累計で284.9tのCO₂の排出を抑制し、単独配送時と比較して約43.2%のCO₂排出量を削減しました。

環境教育によるCO₂削減

店舗有資格、本部有資格試験にも環境に関する問題を取り入れ、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、2013年度の対象店舗は86店舗、合計約1,317万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、2013年8月にオープンしたテックランド大泉店、11月にオープンしたNEW座間店など、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。現在、167店舗に太陽光パネルを設置しています。



■店舗における環境への取り組み

	2011年度	2012年度	2013年度
デマンドコントローラー導入店舗数(累計)[店]	371	372	419
省エネ型ヒートポンプ自動販売機導入台数(累計)[台]	915	1,855	2,113
エコカー導入台数[台] (天然ガス・電気自動車)	48	66*	48
グリーン電力導入量[kWh]	12,580,208	13,216,944	13,171,980
グリーン電力使用対象店舗[店]	90	89	86
太陽光発電導入量[kWh]	17,786	18,407	17,644

*2012年度より電気自動車を導入しています。

物流における取り組み

物流における環境への取り組みを進めるため、委託会社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。2013年度の実施率は99%以上と高水準を維持しました。

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、取り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。2013年度は、猛暑や大雪といった天候の影響がありましたが、社内で取り組み可能な省エネ活動を精力的に展開した結果、2007年度比で延べ床面積当たりのCO₂排出量を約18.7%削減することができました。

■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0.561 [kg-CO₂/kWh]として算出しています。

*2 電力使用によるCO₂排出量、延べ床面積当たりCO₂排出量:2007年度は右下表のその他グループ企業7社、2008年度は8社、2009年度は13社のデータを対象に算出しています。

※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やゴミ袋の薄肉化、紙製袋のコーティング廃止、シール台紙廃止、レシートの芯の廃止などを実施し、省資源化に取り組んでいます。

■紙類などの購入量

	2011年度	2012年度	2013年度
レジ袋・紙類(t)	483.2	348.7	455.5
レジ袋・ポリエチレン(t)	515.7	442.5	496.3
レシート(t)	243.8	223.1	303.2
チラシ(千万枚)	186.7	174.4	168.6

※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。2013年度も対象店舗数を拡大し、3R(リデュース、リユース、リサイクル)の取り組みを強化して資源の有効利用に努めています。

■産業廃棄物排出量

	2011年度	2012年度	2013年度
産業廃棄物排出量(t)	34,878	34,180	39,300
グループ対象店舗	597店舗	711店舗	785店舗

※過年度のデータについても範囲を拡充しています。

■一般廃棄物排出量

	2011年度	2012年度	2013年度
一般廃棄物排出量(t)	42,192	40,100	45,000
グループ対象店舗	597店舗	711店舗	785店舗

※リサイクル対象外廃棄物

※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。

■2013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
ヤマダ電機	○	○	○
南九州ヤマダ電機	○	○	○
沖縄ヤマダ電機	○	○	○
その他グループ企業	*3	—	九州テックランド

*3 星電社、九州テックランド、シー・アイ・シー、インバースネット、コスモス・ベリーズ、ヤマダエコソリューション、マツヤデンキ、Project White、ヤマダ・エスバイエルホーム、東金属、群馬総合設備、ベスト電器、テス、キムラセレクト、ハウステック

(株)ヤマダ・エスバイエルホーム

グリーンカーテン

ヤマダ・エスバイエルホームは、工場や一部展示場でグリーンカーテンを実施し、窓からの日差しを遮り、室内温度の上昇を抑制しています。グリーンカーテンは、植物の蒸散作用によって周囲を冷やすことも期待できる、省エネに有効なツールのひとつです。

つくば工場では2012年6月に「つくば環境スタイルサポーターズ」に入会し、2012年11月、「つくば市グリーンカーテンコンテスト」生育部門事業部の部において、努力賞を受賞、また、2013年11月には優秀賞を受賞しました。



住まいの長寿命化

ヤマダ・エスバイエルホームは、長期優良住宅先導的事業で採択された高耐久化システム技術「LOOP (ループ) (Long Owner Program) により、住まいの長寿命化を推進しています。

「LOOP」の特徴

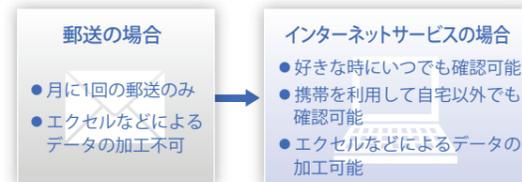
- ①自然エネルギーを活用した半永久的に持続可能な仕組み
独自技術「壁体内換気システム」で、壁の中に床下の乾燥した空気を通すことにより、構造躯体の木材を乾燥状態に保ち、内部結露を防止
- ②将来劣化の可能性がある部位の見える化
住宅の諸条件を、個別に壁体内換気パネル設計に反映させる技術と、木材の含水率を視覚化し、設計段階の対策を容易にする評価システムの開発活用
- ③将来劣化の可能性がある部位の耐久性向上
最も湿気の影響を受けやすい部分の効果的な湿気対策を可能とし、含水率の上昇要因を低減する「ドライセル」と「耐湿パネル」の採用
- ④将来劣化の可能性がある部位を点検診断
構造躯体内部の点検(含水率測定)を容易にする点検口(見える窓)「Lupe(ルーベ)」の採用

(株)ヤマダフィナンシャル

明細書の発行を電子化し、紙使用量を削減

ヤマダフィナンシャルでは、お客様へ送付するクレジットカードのご利用明細書をWeb上で発行する電子化を進めています。明細書の電子化によって紙使用量を削減し、紙の廃棄に伴うCO₂発生量の削減へつなげていきます。

■電子化のメリット



(株)ベスト電器

業界を超えたプラスチック回収・リサイクル運動に参加

ベスト電器は、2013年11月から2014年3月に行われた環境省と日本環境設計による業界を超えてプラスチック回収を促し、リサイクルを進めるプロジェクト「PLA-PLUSプロジェクト」に参加しました。これは、プラスチック製品リサイクルの仕組みを作るため各企業が業界を超えて協力し、消費者に回収袋を配布して

回収・リサイクルの実証実験を行うものです。ベスト電器では久留米本店および福岡店に専用の回収ボックスを設置するとともに、来店されたお客様に対して、自宅にある不要なプラスチック製品の回収を呼びかけました。

東金属(株)

「フロン」を回収・無害化し、証明書を発行

東金属では、自動販売機の解体作業で得た冷媒であるフロンの無害化ノウハウを活かして、家庭用エアコンや業務用クーラーのフロンを回収し、分解・無害化させるサービスを展開しています。「アークプラズマ方式」のフロン破壊機を使用することで、フロンの破壊効率は法定を上回る99.99%を維持しています。

回収したフロンは、破壊前と破壊後の数量を計測・比較し、破壊したフロンの量を証明書として発行しています。フロンの確実な破壊・無害化は、建物を所有する企業・個人にとっても社会的責任に関わる重要な取り組みとなっており、東金属もその期待に応えるべく確実な破壊処理で環境保全に貢献していきたいと考えています。

フロンの回収・無害化の手順

- ①顧客先にて、フロン回収機を使用しフロンをボンベに回収
- ②封印後、回収量を計測。密閉状態で東金属へ搬送
- ③ボンベからフロン破壊機にフロンを移し、機械がフロンを破壊
 - (1)セパレーターで油とフロンを分離
 - (2)フロンを「アークプラズマ方式」で分解
 - (3)分解されたものを石灰に吸着させ「蛍石」に
 - (4)リサイクル業者に委託し、蛍石を路盤材などに再活用



埼玉工場に太陽光発電システムを導入

東金属では、2013年に本社工場に続いて埼玉工場においても太陽光発電システムを導入しました。本社工場と埼玉工場を併せた発電量は、石油に換算すると約4,400リットル分に相当し、その環境負荷削減効果は、杉の木966本が1年間に吸収するCO₂量に相当します。

導入した太陽光発電システムは、蓄電装置を備えた防災型で、災害発生時などに電力会社からの電力供給が途絶えて停電になった場合でも、蓄電装置に蓄えた電力で照明設備や通信機器などを2~3日は使用することができ、環境への貢献のみでなく災害対策としても機能します。



(株)シー・アイ・シー

環境方針の策定とISO14001認証取得

シー・アイ・シーは、2010年6月に環境方針を策定し、2011年1月に環境マネジメントシステム規格「ISO14001:2004」を認証取得しました。豊かで活力のある社会経済、また循環型社会の形成に貢献するため、新技術の研究を積極的に行っており、地球環境保護のための様々な活動も展開しています。



認証規格	ISO14001:2004
登録番号	Certificate Number 8967
初回登録日	2011年1月19日
改定日	2013年9月10日
適用範囲	・産業廃棄物及び一般廃棄物収集運搬・処理事業に掛かる本社事務・営業活動。 ・家電リユース事業及び総合リサイクルショップの再栄館・再楽リプラスの運営に掛かる本社事務・営業活動。

群馬県環境GS(ぐんま・スタンダード)事業者に認定

シー・アイ・シーは、2013年6月12日に環境GS(ぐんま・スタンダード)事業者に認定されました。この制度は、事業者が温室効果ガスを持続的に削減するための計画(Plan)を立て、実行(Do)・点検(Check)・見直し(Action)を行う「環境マネジメントシステム」を整備し、組織的に運用することを県が支援し、取り組みを県が認定・公表するものです。

シー・アイ・シーの取り組み内容は大きく2つあり、省エネルギーと廃棄物減量化です。その他にも、環境方針の全社員への周知や環境教育による意識向上を図る取り組み、地域環境美化のための会社周辺のクリーン活動(清掃)などを実施しています。



お客様とともに、「社会価値」を創造する

今年のCSRレポートを2つのグローバルな視点から読みました。

第一の視点は、「地球温暖化問題」です。去る3月、日本で初めて国連の「気候変動に関する政府間パネル(IPCC)」の総会が横浜で開かれました。IPCCは世界の科学者の集まりで、地球温暖化に関する科学的知見を世界195カ国の政策決定者に提供しています。今年7年ぶりに出た報告書の結論は、「温暖化の被害は世界中に拡大し、このままでは、干ばつや洪水、熱波や海面上昇、水供給や食料生産の危機、更には、人間の日常生活や健康に影響を与え、生命まで奪いかねない。多くの他の生き物が絶滅の危機にさらされている」と非常に厳しい警告となりました。

一方、国際社会は来年12月にパリで開催される国連の「気候変動枠組み条約締約国会議(COP21)」で、全ての国が参加する2020年以降の温暖化ガスの排出削減枠組みを決める予定です。平均気温の上昇を2度未満に抑えるためには、世界の削減目標は非常に大きいものにしなければなりません(IPCCは2050年までに2010年比▲40～70%の削減を求めています)。

第二の視点は、「社会価値の創造」です。ご承知の通り、企業を監視する社会の目は年々厳しくなっています。従来、企業経営では売り上げと利益の成長ばかりが強調され、自社の利益拡大のためには何をしてもよいといった風潮すらありました。しかし、そうした利益至上主義が続けば「企業は栄えても環境や社会が壊れる」という反省から、「利益も大事だけれど、社会や環境をもっと大切にしよう。企業こそが社会課題を解決できる能力を持っているのだから、そうすべきだ」という新しい企業理念が登場してきたのです。

換言すれば、自らの企業価値を高める過程で社会課題の解決を図り、社会全体の価値を高めるのが正しい企業経営だということです。企業価値と社会価値の二正面作戦こそ、21世紀の企業戦略なのです。

この2つの視点を統合してみると、「これからの企業は、温暖化問題の解決を通じて社会価値の創造を図ることが企業経営の基本になるのではないのでしょうか。そう考えてこのレポートを開きますと、ヤマダ電機グループの持つ潜在力の大きさに改めて気付かされます。その潜在力とは第一に、全国に広がる店舗網を活用して、環境にも優れた商品を圧倒的なボリュームでお客様にお届けできるパワーです。更に重要なのが、多くの商品やサービスを包括的に組み合わせた「トータルソリューション」を提供できるグループ全体のシナジーの強みと大きさです。

さて、日本は京都議定書の第一約束期間(2008～2012年)に1990年比▲6%の削減を約束しました。その結果は▲8.4%と目標を大幅にクリアしました。しかし、中身を見ますと、削減は専ら森林の吸収や海外での削減であり(計▲9.8%)、国内における実際の総排出量は東日本大震災の影響もあり+1.4%と増加しています。

こうした現実を踏まえ、これから日本が取り組む温暖化ガスの排出削減には国を挙げての努力が求められます。もとより、ヤマダ電機グループが扱う商品の利用には電力消費は避けて通れません。だからこそ、より省エネでより省資源の商品販売に注力し、物流の効率化を一段と進め、リユース・リサイクルまでワンストップでの対応力の向上に努めているヤマダ電機グループがこの問題にどう取り組むのか、社会の関心と期待は大いに高まるばかりなのです。

言うまでもなく、ヤマダ電機グループを取り巻く経営環境は時々刻々と変化しています。消費者のライフスタイルから、電力市場の自由化などのエネルギー改革まで様々な変化があります。そうした業界の経営環境が激変する中であって、社長以下皆さんの優れた経営努力でいち早く業績の回復を果たしつつある業界リーダーであるヤマダ電機グループだからこそ、その本業を発展させつつ、社会が共有できる新しい価値を創り、社会と共に成長し続ける企業であり続けてほしいと切に願う次第です。



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 FI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等で啓蒙に努める。

著書 / 『日本新生』(北星堂)
『カーボンリスク』(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、長期にわたって継続的に取り組んでいる活動などを中心に報告しています。

- 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

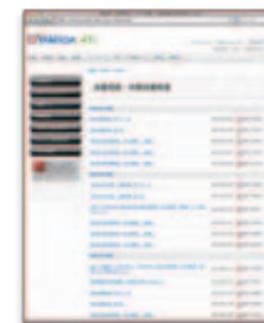


Webサイト IR情報ページ

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 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。

