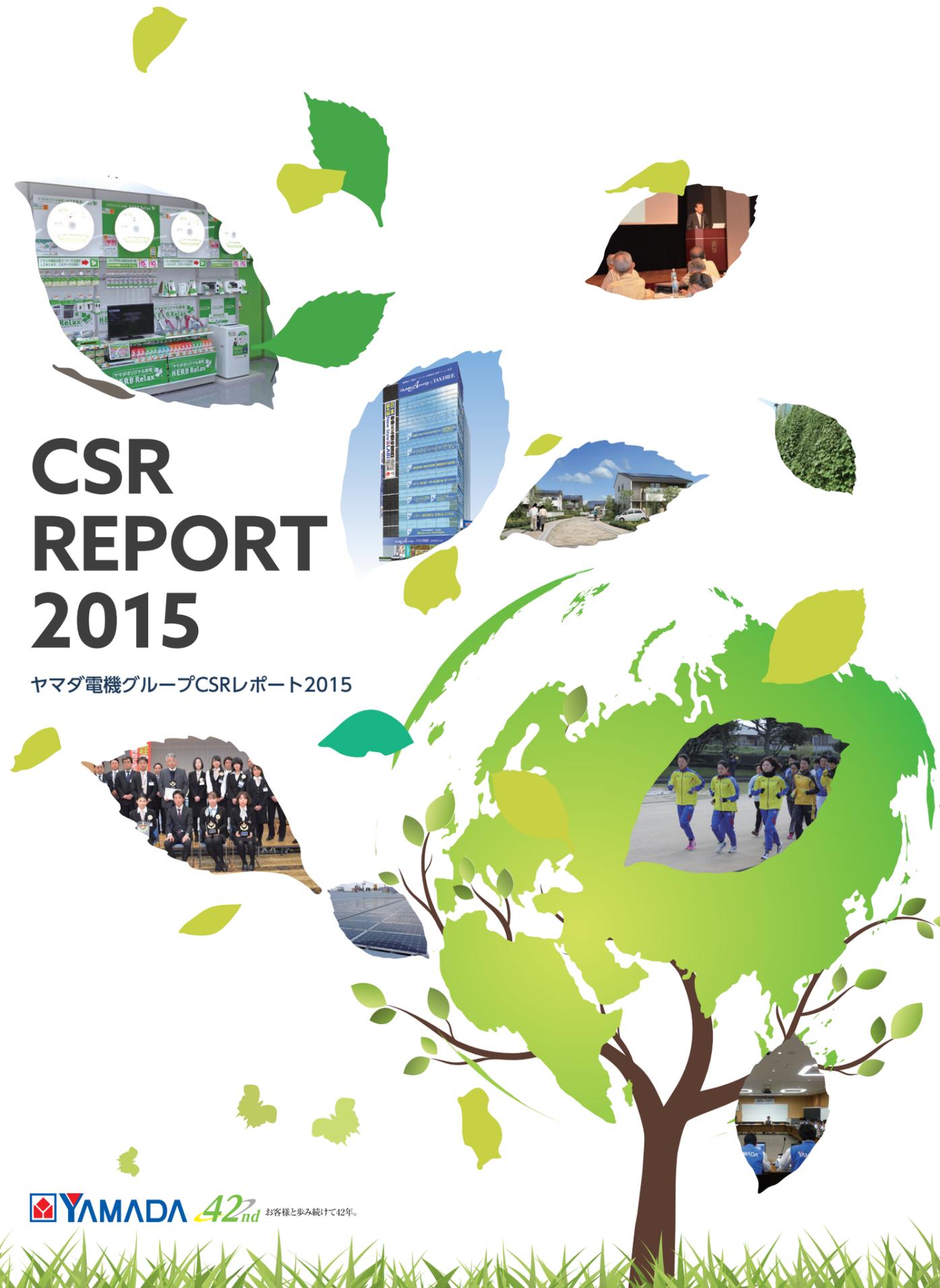




CSR REPORT 2015

ヤマダ電機グループCSRレポート2015



ヤマダ電機グループCSRREPORT 2015はFSC 森林認証紙と植物油インキを使用しています。



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。持続可能な成長に向け、グループのシナジーを最大化して「第三の創業」に挑み、企業価値を高めながら、事業を通じて社会・環境に貢献してまいります。

●目次

03 経営理念・会社概要・編集方針

04 トップ対談

07 CSR経営有識者からのコメント

08 ヤマダ電機グループの考えるCSR

【特集】

10 持続可能な社会づくりを目指して

12 より良い暮らしをサポートする
多彩なサービスの提供

14 ステークホルダー・エンゲージメント

【パフォーマンス報告】

16 ●経済性パフォーマンス

【組織統治】

18 ●ガバナンス・コンプライアンス

【消費者課題】

20 ●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

38 有識者意見

39 CSR情報報告メディアのご紹介

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(2015年3月)

総資産額：連結1兆1,224億円(2015年3月)

自己資本比率：連結43.2%(2015年3月)

従業員数：20,405名(2015年3月)

発行済株式総数：966,489,740株(2015年3月)

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、今年で8年目です。本報告書では、ヤマダ電機初の社外取締役 得平司氏と山田社長による対談を実施し、「第三の創業」に挑むヤマダ電機の想いや強みをひも解いています。特集では、「ゼロ・エミッション」を標榜する環境負荷低減のための多角的な取り組み、および店舗を起点としつつネットの優位性も効果的に組み合わせた「暮らしのサポートサービス」の取り組みを紹介します。

パフォーマンス報告に関しては、「グループCSR」をコンセプトに、ヤマダ電機本体とグループ各社での主要な取り組み情報を、ISO26000における7つの「中核主題」に沿って分類し、掲載しています。

グループ会社一覧(2015年3月31日現在)

連結子会社

南九州ヤマダ電機株式会社	株式会社ベスト電器
株式会社沖縄ヤマダ電機	株式会社ベストクレジットサービス
株式会社シーアイシー	株式会社Jスタッフ
株式会社ヤマダエコソリューション	株式会社ベストサービス
インバースネット株式会社	株式会社ベストフィナンシャル
コスモス・ベリーズ株式会社	株式会社ビービーシー
株式会社マツヤデンキ	株式会社リベア・デポ
株式会社星電社	株式会社黒川デンキ
株式会社ヤマダフィナンシャル	株式会社ハウステック
株式会社九州テックランド	日化メンテナンス株式会社
株式会社Project White	中部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

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

【対象範囲】本報告書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】2014年4月1日～2015年3月31日を主な報告対象とし、2015年4月以降入手可能な重要な情報を一部反映しています。

【発行日】2015年6月

本報告書の作成にあたっては、「ISO26000:2010」を参考にしました。また、GRI*「Sustainability Reporting Guideline」の標準開示項目の情報が記載されています。

* 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

感謝の心で信頼に応え 「第三の創業」に挑む

1973年に創業したヤマダ電機は、「創造と挑戦」の経営理念を掲げて事業に取り組んできました。「街の電気屋」から混売店へ、そして量販店へと移行した「第二の創業期」に全国へ規模を拡大し、2005年には家電量販店として国内で初めて売上高1兆円を達成。リーディングカンパニーとしてCSR経営を推進するため、2007年に「感謝と信頼」を経営理念に加えしました。昨今の社会動向を踏まえ、ヤマダ電機グループが今後どのように「第三の創業」に挑むのか。今回は、ヤマダ電機初の社外取締役 得平司氏と代表取締役社長 山田昇との対談を実施しました。

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 × 社外取締役 得平 司氏



Top Commitment



大切なのはお客様との結びつき

得平 司(以降:得平) ヤマダ電機のお客様は、現在どれくらいですか。

山田 昇(以降:山田) 国内の会員数で言うと約2,800万人以上です。発祥の地である前橋ではお客様とのお付き合いが40年を超え、お孫さんがヤマダ電機の社員というお客様や息子さんか店長をされているというお客様もいらっしゃいます。また地方の店舗では、なじみの販売員を指名されるお客様も少なくありません。

得平 会員数は日本人口の約4分の1に迫る勢いですね。以前、テックランド前橋店に伺った時に「親子3代、ヤマダ電機で買っています」という方や、「訪問販売で家々を回っていた頃から社長を知っています」という方がいました。店舗数の多さだけではなく、顧客とのつながりの強さがヤマダ電機の特徴だと言えます。

山田 ありがたいことに群馬の方々、地元企業ということで大変よく応援してください。「地域密着の社会貢献をやっているね」とお声掛けくださる方もいて、やりがいを感じます。

2014年9月1日に公益財団法人化した「山田昇記念財団」の活動を評価して下さる声も多数いただいています。

得平 お子様向けの屋内外のイベントも各種開催していますね。

山田 「上毛かるたファミリー大会」や防災について学ぶ「ファイヤーフェスタ」、職業体験イベント「わくわくワークキッズパーク」など、多くのお客様にご参加いただいています。その他にも女子陸上競技部による「ふれあいランニング教室」といった小学生対象のスポーツイベントや、撮影対象地を地元にした「ヤマダ電機フォトコンテスト」などの文化事業を行い、たくさんのお客様と深いお付き合いをさせていただいています。特にLABI1高崎では、地域の方々や行政のご参加を得て毎週のようにイベントを開催しています。

得平 先日モダンス大会が開催され、親子連れで大変にぎわっていましたね。参加者が楽しんでいて、店舗にも笑顔が増えている印象です。さらに、業界のリーダーとしてCSRを経営の重要課題に位置づけ、施策や活動を推進されています。CSRの取り組みとして、CS(顧客満足)とES(従業員満足)の両面に配慮しているらしいですね。

山田 家電業界は8兆円規模の一大産業となりました。当社は、そのリーディングカンパニーとしてCSR経営を推進するため、2007年にCSR倫理綱領を策定し、同年に「CSR経営有識者懇談会」を設置しました。CSR委員会は月1回開催し、テーマごとに進捗状況の確認を行っています。2013年からは、グループ会社とのCSR会議も毎月開催しています。

得平 女性活用にも積極的に取り組んでいるそうですが。

山田 今後の発展のためには、女性の活躍も欠かせない要素で女性社員の登用を進めています。女性管理職の育成にも力を入れ、専門部署を設置しています。また社員のワーク・ライフ・バランスを考え、残業時間の削減や勤務シフトの多様化などの工夫をし、社員が自由に使える時間を増やしています。今後も多様性を尊重する企業風土づくりを進めていきます。

「第三の創業期」における創造と挑戦

得平 2020年までの家電業界の見通しについて、どのようにお考えでしょうか。

山田 家電業界は常に右肩上がりでした。しかし近年は、地デジ化やエコポイント制度で一時的に消費が盛り上がりを見せたものの、その後はピーク時の約8割の規模まで落ち込んでいます。また増税の影響もあり、ここ3年はかつてない市場の縮小を経験しました。当社のように店舗を多数抱える会社ほど影響が大きく、少子高齢化や人口減少、ネット社会への移行など、社会全体の変化への対応からも構造的な改革が不可欠な状況です。そこで現在は目先の業績というより、将来を見据えた取り組みを着々と進めています。

得平 都市型店舗のLABIや郊外型店舗のテックランドなど、全国に多様な店舗を持つヤマダ電機ならいろいろな取り組みができるでしょう。海外観光客の需要もあるので、5年後の東京オリンピックに向けて伸びていく可能性がありますね。

山田 当社は、今まさに「第三の創業期」にあります。メーカー系列の電気店から量販店に移行した第二の創業期に次ぐ正念場です。最初の創業期から変わらない「創造と挑戦」という理念に沿って、イノベーションを発揮しなければなりません。

得平 具体的には、どのような分野でイノベーションを進めるのでしょうか。

山田 例えばスマートハウスやリフォーム、SPA*1商品の開発、「暮らしのサポートサービス」などを進めています。いずれも将来の持続的な成長発展の礎となるはずですよ。

得平 「HERB Relax(ハープリラックス)」*1シリーズのアイテム数は、順調に増えていますね。

山田 私たちがSPAで扱うのは、主に消耗品や小型家電など家電メーカーがあまり力を入れていないニッチな分野です。機能の取捨選択や省エネ性能の向上など、お客様目線での商品開発を行っており、アイロンやドライヤーは、シンプルさとリーズナブルな価格でお客様よりご好評をいただいております。

得平 また敷地内にモデルハウス、店内にモデルルームを設けた店舗がありますね。家電と家を同時に選べるため、顧客の利便性が増えています。

山田 住宅と家電は親和性が高いと考え、6店舗(2015年3月末時点)の駐車場内にスマートハウスの展示場をつくりました。ヤマダ電機にお越しいただければ、モデルハウスを見た後すぐに店舗内のモデルルームで細かい仕様を選べます。それとただのモデルハウスではなく、設備や家電まで一体となった体験型のスマートハウスです。子会社のヤマダ・エスバイエルホームとヤマダ・ウッドハウスの強みを生かした前例がないサービスです。

得平 電気店らしく、全てのモデルハウスがHEMS*2搭載です。ヤマダ電機の住宅なので、省エネに関しては特に信用できます。

*1 SPA、「HERB Relax(ハープリラックス)」製造小売事業。Specialty store retailer of Private label Apparelの略。ヤマダ電機はマーケティングから企画・開発、小売までを一貫して行うSPAとして独自ブランド「HERB Relax(ハープリラックス)」シリーズを展開。店頭で日々いただくお客様の声を反映し、必要な機能を搭載したシンプルで使いやすいオリジナルの家電類を商品化し販売している。

*2 HEMS Home Energy Management Systemの略。家電製品をネットワークで結び、家庭のエネルギー一括コントロールを可能にする仕組み。



山田 スマートハウスは省エネルギー住宅ですが、切り口を変えれば快適な空間を丸ごとご提供できる住宅でもあります。LED照明をはじめとした省エネ家電とHEMSで節電し、エネルギーは太陽光で自給自足する。環境保全にとっても最高のご提案です。

得平 ヤマダ電機は、以前から省エネ製品の販売やリユース・リサイクル事業、店舗屋上への太陽光発電装置設置などでCO₂削減に貢献しています。一般住宅のスマートハウス化を図り、さらに環境保全を推進するわけですね。

山田 はい。ヤマダ・ウッドハウスのスマートハウスの太陽光パネル搭載率はほぼ100%で、ヤマダ・エスパイエルホームも約50%です。ネットワークで結ばれた家電製品は新しい価値を生み出すものですが、特にHEMSは家電製品と住宅を連動させるため、省エネやコミュニケーションを改善し、家庭環境を良くしていくテクノロジーだと言えます。またこれらのスマートハウスにICTを活用することで、病院に行きにくい方の健康管理などが在宅でできる可能性もあります。

得平 家電リユースの推進も、高齢化社会に対応したサービスと言えるでしょう。必ずしも新しい商品を必要としないお客様のニーズにも対応できますよね。

山田 家電製品やパソコンの販売からリサイクル・リユースまで、一気通貫のフローをグループ内で形成し、資源を循環させています。まだ使える家電をリユース商品として再生し、再生できないものは処理して再資源化するなど、家電のライフサイクル全般に責任を持ち、ゼロ・エミッションを目指したソリューションビジネスに取り組んでいます。スマートハウス事業についても、ゼロ・エミッション活動の一環と言えます。

店舗ネットワークの大きな可能性

得平 「暮らしのサポートサービス」は、高齢者はもちろん、多く

の顧客に喜ばれるサービスですね。全国に店舗ネットワークを持つヤマダ電機は、少子高齢化、人口減、ネット社会に対応したサービスを提供できる基盤があります。近さはやはり安心につながります。先の震災時も電池などを備えたヤマダ電機の店舗が近所にあることが、人々に安心感を与えていました。

山田 家で買い物ができるネット社会では、多数の店舗を抱えることはリスクにもなりえます。しかし逆に、店舗があるからこそできることもたくさんあるのです。消耗品や周辺商品などは手に取らないと分かりづらいですし、エアコンや冷蔵庫などの設置商品はネットでは買いにくいものです。店舗を持つ強みを生かし、品揃えもサービスも強化する。この発想で店づくりとサービスを展開していくのが、当社のコンセプトです。採算性を確保した上で、店舗をツールにしたビジネスモデルをつくり、安定的に社会貢献を続けていきたいと思えます。

得平 ヤマダ電機の信用があるからネットでも安心して注文できるし、近隣の店舗から配達してくれるので便利です。ヤマダ電機は地域になじんだ店舗が多いので、お客様の安心感はなおさらでしょう。世界ではネット販売が台頭していますが、国土の狭い日本では店舗が再評価されています。

山田 今後はネットと店舗が融合しながら発展していくと思います。すでに全国に展開している店舗ネットワークの強みを活かしていく方針です。今ある店舗をリニューアルしながら大切に使うことは、資源やエネルギーの無駄を減らすことにもつながります。先ほどのゼロ・エミッションをはじめ、当社の取り組みが、持続可能な社会に移行していく一助になればと思っています。より良い社会の実現に貢献するため、さらに「創造と挑戦」を続けてまいります。

得平 司(とくひら・つかさ)プロフィール

1954年秋田県生まれ。中央大学商学部卒。コンサルタント会社・販売増進本部の指導部長を経て流通・営業戦略コンサルタントとして1987年に独立。家電メーカーと家電量販店向けのeラーニング会社・株式会社クロスの代表取締役、2014年からヤマダ電機社外取締役兼任。



CSR経営有識者からのコメント

いいむら そむく
飯村 北 委員
弁護士



当懇談会の委員になって、良い取り組みをたくさんしていることを実感しているが、それが広く伝わっていないと思う。他社の動向を見ても、広報の重要性がとて大々大きくなってきている。また、グループ経営においては、コミュニケーションが非常に大切だ。コンプライアンスのためにも、良いことも悪いことも、すぐに経営陣に上がってくる体制を維持して、その徹底を図っていく必要がある。また、ヤマダ電機は会員数が非常に多いため、個人情報の保護にも引き続き細心の注意が必要だ。

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



CO₂削減の国際的な要求は今後いっそう強まる可能性が高い。店舗の照明の省エネ化など社内はもとより、自社製品やサービスのCO₂削減を進めているヤマダ電機の姿勢は、こうしたマクロな情勢に沿うものだ。物流の効率化、家電のリサイクル、住宅のリフォームなど、いずれも「グリーン」がキーワードになる。発電からリサイクルまで一貫して携わることで、トータルソリューションの提供が可能だ。ゼロ・エミッションを掲げ、社会課題の解決を目的とした事業を進めていけば、会社の発展こそが社会の価値を高めることになるだろう。

ふくやま ひろゆき
福山 裕幸 委員
技術士
(経営工学/総合技術管理部門)



ヤマダ電機はCSR経営の重点事項としてCS(顧客満足)向上に継続的に取り組んでおり、この懇談会でも毎回報告を受けている。ネット販売の流れが加速しているが、店頭サービスの強化は極めて重要だ。来店されたお客様の満足度や商品据え付け先での満足度、さらには商品販売後のアフターサービス満足度等を向上させていく必要がある。店頭でお客様が問題にされることの一つは、レジの行列に並ぶことだろう。ITを接客にも活用して、CS向上につながると良い。「お待たせゼロ」を実現していただきたい。

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ごとに実施しています。懇談会でいただいたご提案やご指導内容については、社内検討の上、できるだけ短期間に実践して具体的な成果につなげるよう活動を続けています。CSR経営のより一層の推進のために、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。

いしい はるお
石井 晴夫 委員
東洋大学 経営学部教授



当懇談会の得平委員が社外取締役として入れられたのはヤマダ電機の「見える化」の一環であり、企業価値の向上につながるものと確信している。CSRを経営戦略の中心に位置付け、例えば、地域の顧客の生活全てをヤマダ電機で支え守るといったプロジェクトチームを立ち上げてはどうか。また、CSやESに貢献した社員への表彰制度を採用すれば、グループ社員の一体感が高められ、グループ経営の相乗効果を大いに発揮できる。公益財団法人になった山田昇記念財団は、素晴らしい社会貢献活動を行っており期待している。

とくひら つかさ
得平 司 委員
株式会社クロス
代表取締役



日本中どこでも、車でおよそ10分以内にヤマダ電機の店舗があり、そこには常時5万～6万アイテムの商品がある。震災時には物流が断絶されてしまうので、店舗が倉庫機能を発揮し、3.11の時には近所の方々に電池などを供給していた。また、多数の店舗の存在は地域の雇用にも貢献している。10,000店舗以上のネットワークは、まさにそういうバリューを持っており、またヤマダ電機にはたくさんのカード会員がいて、多くの顧客と信頼関係を結んでいる。その関係をより大切にすることが重要だろう。



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。

ヤマダ電機グループの考えるCSR

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。

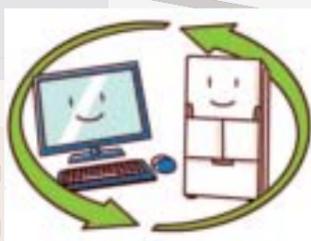
ヤマダ電機グループは、経営理念において社会に貢献することを明記し、持続可能な社会づくりに貢献するため、CSRを経営の重要課題として位置づけています。

CSR経営においては「コンプライアンス」「労働」「環境」「顧客満足」「従業員満足」の5つのテーマを軸に、それぞれの領域で目標を掲げ取り組みを積極的に推進しています。経営理念のもとイノベーションを発揮し続け、家電販売を中心にその事業領域の幅と深さを追求。グループシナジーを活かしたビジネスと価値創造に取り組み、お客様の利便性向上や地球環境保全に貢献してきました。

これからも、さまざまな課題やご意見・ご要望に社員総意で取り組み、社会と共有できる新しい価値を創造します。そして、社会とともに成長し続ける企業グループを目指して、ステークホルダーの皆様への「感謝と信頼」を基盤としたCSR活動を推進していきます。

【環境】

省エネ家電製品の販売や店舗・物流でのCO₂削減をはじめ、省エネルギー住宅の提供、家電製品とパソコンのリユース・リサイクル等の事業活動により、地球環境と調和する低炭素・循環型の**持続可能な社会の形成に貢献**しています。



【労働】

多様な取り組みを実践する社員の一人ひとりがいきいきと働けるよう、**ワーク・ライフ・バランス**を両立できる労働環境の構築に向けて取り組んでいます。



【コンプライアンス】

法令・規則を遵守し、企業倫理に基づいた事業活動を行い、**社会から信頼される企業グループ**を目指しています。



【顧客満足】

お客様の声を大切にした店舗での接客や品ぞろえの充実、地域密着サービス、お客様目線にこだわったオリジナル商品の開発等、さまざまな**お客様最優先の取り組み**を行っています。



持続可能な社会づくりを目指して

Z E R O E M I S S I O N



ヤマダ電機グループでは、省エネ家電製品の販売や店舗での各種省エネ施策をはじめ、太陽光発電システムといった再生可能エネルギー活用のための仕組みの普及・促進、省エネルギー住宅の提供、家電製品やパソコンのリユース・リサイクル事業など、グループ一体となってソリューションビジネスを推進しています。事業を通じて多角的な活動を実施し、持続可能な社会環境づくりに貢献しています。

2014年3月、日本で初めて開催された国連「気候変動に関する政府間パネル(IPCC)」の総会において、地球温暖化が将来もたらす危機が改めて浮き彫りになり、環境問題における各企業の対応は喫緊の課題となっています。ヤマダ電機グループは、地球環境との共生が持続的な成長の基盤であると考え、低炭素・資源循環型社会の実現に向けた「ゼロ・エミッション」の取り組みを、事業活動を通じて積極的に行っています。

再生可能なエネルギー普及促進で低炭素社会に貢献



2012年の「再生可能エネルギーの固定価格買取制度」を受け、ソリューションビジネスとしての太陽光発電システム関連事業を推進しています。店舗屋上への太陽光パネルの設置、太陽光発電事業への参入、ヤマダ・エスバイエルホーム、ヤマダ・ウッドハウス等と連携して一般住宅への太陽光発電システムの設置も積極的に展開しています。グループ全体の取り組みとして再生可能なエネルギーの普及を促進し、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。

リユース・リサイクルの仕組みで資源循環



ヤマダ電機グループのシー・アイ・シー、インバースネット、東金属と連携。一貫したフローを構築し、家電・パソコンのリユース・リサイクルのワンストップ化を実現。かけがえのない自然環境を次世代に残すため、限りある資源を有効活用できるよう、ヤマダアウトレット店、再栄館でのリユース製品の販売・再資源化、最終的な廃棄物の処理に至るまで、ヤマダ電機グループとして責任をもって積極的に取り組んでいます。環境配慮とお客ニーズへの対応という2つの重要なテーマに対し、グループシナジーを活かした取り組みで貢献しています。

省エネルギー住宅で地球環境を保全



ヤマダ・エスバイエルホームとヤマダ・ウッドハウス、ハウステックによるグループ内シナジーで「省エネ・創エネ・蓄エネ」の次世代住宅をお客様に提供する、スマートハウス事業をグループ一体となって推進しています。最先端の技術を結集したヤマダ電機のスマートハウスでは、HEMSを駆使して家電(省エネ)・太陽光発電(創エネ)・蓄電池(蓄エネ)を活用し、家庭内のエネルギーを効率的にコントロール。太陽光発電システムで創った電気を、住宅のオール電化やLED照明、さらには電気自動車などの機器や設備等に、エネルギーとして無駄なく使われるよう管理します。高効率で省エネな住環境を提供することで、お客様の豊かで快適な生活をサポートし、地球環境保全にも貢献しています。

より良い暮らしをサポートする 多彩なサービスの提供

S U P P O R T & S E R V I C E

ヤマダ電機には、グループ全体で10,000を超える店舗ネットワークと、家電販売にとどまらない多彩な事業・サービスの基盤があります。当社が推進する各種サービスは、これらの強みを活かしたヤマダ電機ならではの取り組みです。少子高齢化・人口減・インターネット社会に対応するため、これまでのビジネスモデルを進化させ、更なるお客様満足の上を目指してまいります。

ヤマダ電機独自のサービス



ヤマダ電機には、全国に広がる店舗網と多数のお客様の存在という強みがあります。こうしたネットワークをヤマダ電機オリジナルのオンラインサービスとつないで、どんな方にも便利なサービスを提供できるよう取り組みを進めています。例えば、通販サイト「ヤマダウェブコム」・「ヤマダモール」とリアル店舗の両方において横断的な仕組みを構築し、お買物のチャネルを多数設けることで、店舗に出向きにくいお客様の利便性が高まります。

その他にもお客様の意見・ご要望にお応えし、よりお役に立てる商品・サービスを開発・提供していきます。

お客様の毎日に寄り添って

毎日の暮らしをサポートするために、買い物便利になるサービスを提供しております。

ヤマダウェブコムの「おみせde受取り」

当社ネットショップで購入いただいた商品を、ご指定の店舗で受け取ることができます。ビジネスパーソンが出張先で深夜に注文し、後日通勤途中の店舗で受け取るなど、お客様の都合に合わせてお使いいただけます。



ポイント制度の一元化

2014年10月、ポイントカードを、従来のリライクカードからバーコード付きのカードにしました。「ヤマダウェブコム」などのインターネットサービスや携帯電話サービスの「ケイタイde安心」、さらにLABIカードも、店頭とネット両方で共通のポイントを貯めて使うことができます。



※「ヤマダモール」、「ヤマダウェブコム」でご使用の際には、「ケイタイde安心」へのポイント移行が必要です。

生活用品・食料品等の取り扱いを拡充

いつでも暮らしの必需品が手に入るよう、各地で店内の改装を進めています。家電製品以外にも雑貨や食品など、多彩な品ぞろえで、店舗の利便性を高めてまいります。



配達サービスの向上

さまざまな事情でお急ぎの方をサポートするため、購入いただいた商品を特急で配送するサービスを試行的に開始しています。自社の運送網を駆使し、注文いただいてから最短4時間で商品をお届けしています。

お客様の利便性の向上 「暮らしのサポートサービス」

ヤマダプレミアム会員だけの「暮らしのサポートサービス」は、北海道から沖縄まで全国を網羅する多店舗ネットワークとICTを活用し、お客様の暮らしを「お得」「安心」「便利」なサービスでフルサポートします。



Stakeholder Engagement

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、全国の店舗網を通じて地域の皆様と深いかかわりを持っており、地域社会は当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：P30-31
- 寄付および募金活動：P15、30、33
- 各種ボランティア活動：P30-31

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：P20-23
- 店長直通アンケート：P22
- 家電製品アドバイザー：P22、23

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：P7



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：P26
- お取引先へのアンケート：P26

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。

- 投資家ミーティング：P24
- 個人投資家説明会：P24

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：P28
- 社員研修・セミナー等：P28-29
- 安全衛生委員会：P28
- 改善提案制度：P21、29
- 内部通報制度：P27

※詳細は、上記記載の各ページをご参照ください。

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、お客様に安心してお買い物ができるよう信頼の確立を目指します。
- ③ 金融商品取引法(いわゆるJ-SOX法)に基づき適正で信頼できる財務報告を行うよう努めます。
- ④ 企業情報を適時適切に開示し、株主の皆様からの信頼の確立を目指します。
- ⑤ 業務の全てを通じて、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。

公益財団法人 山田昇記念財団

2012年2月、株式会社ヤマダ電機の創業者で代表取締役社長の山田昇と株式会社ヤマダ電機は、今までのお客様のご支援・ご愛顧に感謝し、「一般財団法人山田昇記念財団」を設立しました。設立後2年後の2014年9月からは、「公益財団法人山田昇記念財団」として新たなスタートを切り、子どもたちの健全な育成、交通安全対策、災害支援など、地域社会へ貢献するさまざまな事業活動を行っています。



2014年度の活動

「自然体験会」

群馬県内の子どもたちを招待し、群馬県渋川市の「赤城自然園」での自然体験会を4回実施しました。専門スキルを持ったインストラクターの指導のもと、生き物たちの暮らしの観察を行ったり、高い木に登って普段とは全く違う目線から森を感じるツリーイングを行うなど、自然体験を楽しんでいただきました。

「交通事故防止活動」

群馬県内の幼稚園や高校等で子どもたちの送迎用に使用している車両に対し、ドライブレコーダーの導入を支援して安全運転の啓発を行っています。事故の防止だけでなく、大きな事故につながる可能性があるヒヤリハットの事象を学ぶなど、安全な地域社会づくりを支援しています。

2014年度は、学校法人や幼稚園、児童養護施設、特別支援学校などの施設に計116台のドライブレコーダーを寄贈しました。



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。

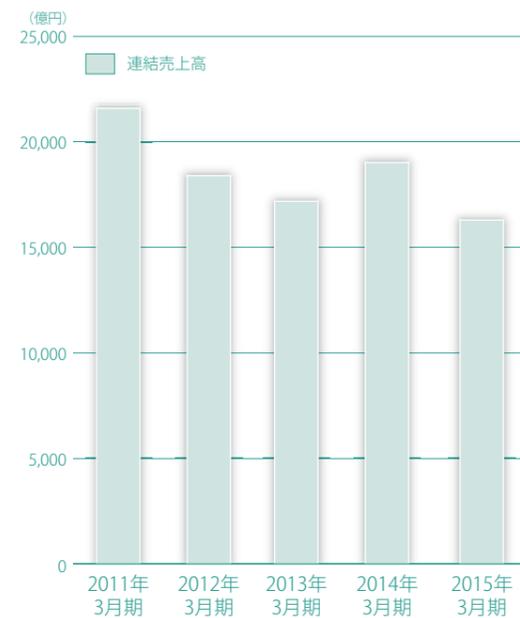


▲LABIAmenity&TAXFREE新橋銀座店

収益の状況

2014年度は、金融緩和等に端を発した円安効果等を背景に、日本経済全体が緩やかに回復した一方、2014年4月からの消費増税による需要先食いの反動、また円安による物価上昇への生活者の防衛意識の高まりなど様々な要因から、家電業界では厳しい環境が続きました。これを受け、ヤマダ電機の2015年3月期の連結決算は売上高1兆6,643億円、営業利益199億円、経常利益355億円という結果になりました。

■連結売上高に関する経年グラフ(過去5年)



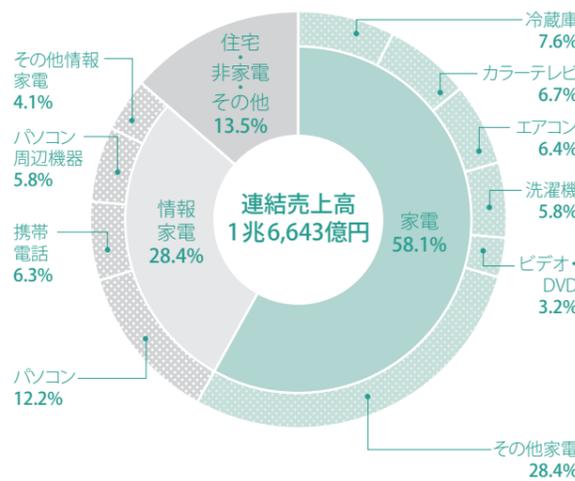
■連結売上高・連結経常利益に関する表組(過去5年) (単位:百万円)

	2011年3月期	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期
連結売上高	2,153,259	1,835,454	1,701,489	1,893,971	1,664,370
連結経常利益	137,847	102,225	47,906	50,187	35,537

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。お客様の利便性向上やニーズ対応として、店舗では省エネ家電製品、生活用品まで幅広い商品を取り揃えており、また直近ではお客様目線にこだわったSPA商品を積極的に開発・販売しています。スマートハウスや太陽光発電システムの設置などの住宅事業にも力を入れているほか、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の開催など、ピ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を提供しています。分野別の販売実績では、家電製品が58.1%、情報家電が28.4%、住宅・非家電・その他が13.5%となっています。少子高齢化やネット販売の台頭などにより社会環境は大きく変化していますが、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(2015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。

新たな市場の創造と次世代へつなぐスマートハウス・リフォーム事業の展開

ハウス関連事業では、グループ会社であるヤマダ・エスバイエルホームとヤマダ・ウッドハウス、ハウステックとの連携で、店舗内に「トータルスマニティライフコーナー(リフォームコーナー)」や体験型のモデルルーム、駐車場にモデルハウスを設置。住宅販売においては、設備を含めリフォームからスマートハウス(新築住宅)、更にインターネット社会における家庭通信インフラも含めたトータル&ワンストップの提案を行っています。住宅への省エネ家電や太陽光発電システム等の設置は、環境保全やお客様の暮らしの快適さにも寄与するため積極的に推進し、親和性の高い住宅と家電の提案を同時に行うことで、お客様の利便性向上につながっています。

家電製品リユース・リサイクル事業の推進

環境負荷低減を目的として、グループ会社のシー・アイ・シーと東金属、インパースネットと連携し、リユース・リサイクルまでを行うビジネスを推進しています。不要な家電製品の回収から、清掃・分解・検査などを行い、リユース品として再販売、またはリサイクルして再資源化へとつなげています。2015年3月には、ヤマダ電機が運営するアウトレット・リユース店舗を5店舗オープンしました。展示品や家電のほか、シー・アイ・シーと連携して古着などの非家電のリユース商品を提供し、お客様ニーズへの対応と同時に、資源の循環に貢献しています。

SPA商品の開発

マーケティングから企画・開発、小売までヤマダ電機が一貫して行うSPA商品「HERB Relax(ハープリラックス)」シリーズを展開しています。お客様から好かれる「好機能商品」をコンセプトに商品開発に取り組んでおり、必要な機能の搭載や省エネ性能の向上など、お客様目線で商品開発を積極的に進めています。2015年3月末時点で、主に消耗品や小型家電などのカテゴリーにおいて、計144点の商品数を揃えています。

店舗の展開

全国47都道府県を網羅するナショナルチェーンを確立し、店舗ネットワークの進化を図り、社会ニーズへの対応で専門店としてのサービス向上を目指しています。

2014年度の期末店舗数は、直営店舗1,023店舗(単体直営688店舗、ベスト電器182店舗、その他連結子会社146店舗、非連結子会社7店舗)となり、フランチャイズを含むグループ店舗数の総計は11,471店舗となりました。

■ヤマダ電機グループ店舗数

区分	該当店	2013年3月末	2014年3月末	2015年3月末
直営店舗	LABI、テックランド、海外店舗等	980店	991店	1,023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	3,431店	3,410店	10,448店
グループ店舗合計		4,411店	4,401店	11,471店*

*フランチャイズ店舗の集計方法の変更により、過年度データと比較して2015年3月末時点の店舗数が大幅に変更となっています。

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	2012年度	2013年度	2014年度
株主の皆様	株主にお支払いした配当金の額	56.5	53.6	45.2*
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	1013.7	1160.4	1120.2
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	157.1	222.6	139.2

*上記のうち、2014年度については株主総会での承認をいただいた場合の数値です。



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

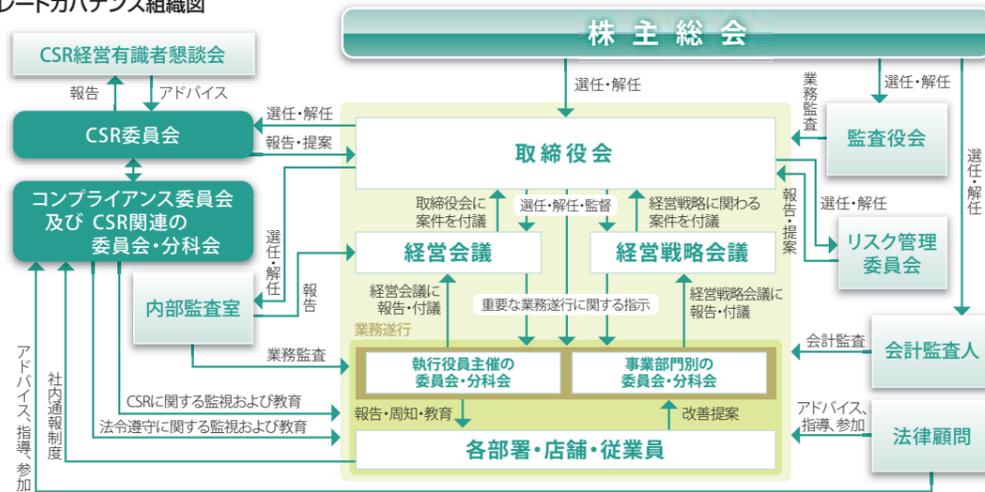
ヤマダ電機は、CSR委員会をはじめとした各種委員会および分科会の有機的かつ柔軟な組織による週単位のPDCAにより経営責任の明確化と迅速な意思決定を実現しています。

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いただいています。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

取締役会は、取締役16名（うち社外取締役1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。

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。

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5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。

2015年3月31日現在

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。2014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

2014年	4月	・パワーハラスメント予防・防止対策
	5月	・割賦販売規制に関する勉強会の実施
	6月/7月	・各種許認可に関するコンプライアンスの徹底
	8月/9月	・労務上のコンプライアンス体制の強化
	10月	・情報セキュリティ体制の強化
2015年	11月	・税務上のコンプライアンス体制の強化
	12月	・景品表示法に関する勉強会の実施
	1月/2月	・景品表示法及び下請法に関する勉強会の実施

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、従業員満足などの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

東金属(株)

全従業員参加のコンプライアンス勉強会を実施

東金属では法令遵守を徹底するために、全従業員を対象にした勉強会を実施しています。勉強会では労働法と、東金属が事業を行う廃棄物の処理や清掃に関する法律について、詳しく学んでいます。また、法令遵守状況を毎月2回社内に報告を行うと共有し、全従業員のコンプライアンス意識を高めています。

(株)ヤマダフィナンシャル

コンプライアンス勉強会を定期的に実施

ヤマダフィナンシャルは、2014年8月以後、定期的に「コンプライアンス勉強会」を行っています。実務に即したコンプライアンス意識の徹底のため、外部講師を招いて全従業員を対象とする研修会を開催するなど、社内におけるコンプライアンス意識の啓発活動、およびコンプライアンスに関わる具体的な実施事項の徹底を図っています。

■研修テーマの例

- ・クレジットカード業務を取り巻く法律
- ・貸金業法
- ・割賦販売法
- ・個人情報保護法
- ・反社会的勢力への対応 など

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し、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。



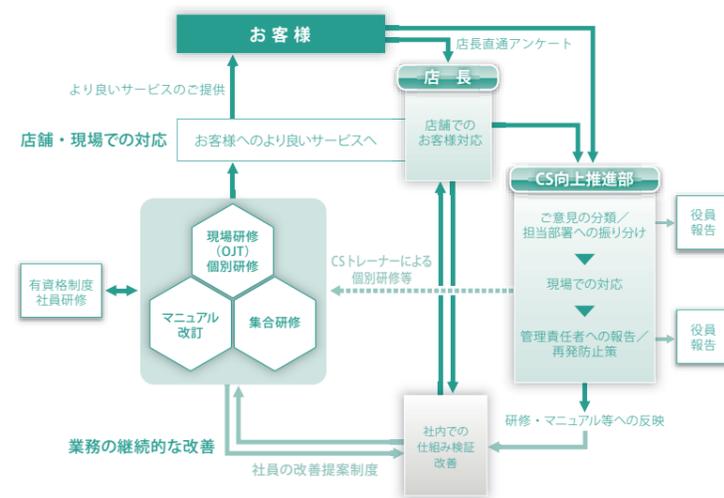
▲パートナー企業研修会

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をご提供できるように努めています。具体的には、製品ご購入時はもとより、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。2015年1月には、ヤマダ電機高崎本社にて「第2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。2014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、入社したばかりの社員にも分かるようにしました。

お客様目線にこだわった「好機能商品」『HERB Relax』

ヤマダ電機が開発から販売までを行う『HERB Relax』は、お客様に好かれる「好機能商品」がコンセプトのブランドです。他社メーカー品と機能や価格で差別化した商品の開発、専用コールセンターの設置や社内啓発等に取り組んだ結果、2014年度の商品のアイテム数が大幅に拡大しました。商品数は白物家電52点、黒物家電92点(2015年3月末現在)となっています。



生産面の管理においては、主要生産国である中国で工場に新規委託と量産を検討する際、購買・受入・品質・倉庫管理に関して60項目に及ぶチェックリストを用い、監査を実施しています。今後もお客様の声を拾う仕組み等の体制整備やオリジナリティの追求で「好機能商品」を充実させ、お客様満足の向上に貢献してまいります。

Voice

(株)ヤマダ電機
SPA推進事業部 白物推進部長
小林 美和子



HERB Relaxの開発当初は商品のリリースに注力していましたが、一定のラインナップが揃った現在は、さらに独自性の高い商品の企画・開発を行っています。ハンディクリーナーとポップアップトースターは、特に機能やデザインにご好評をいただき、それぞれの商品カテゴリーでヤマダ電機の取扱商品中売上No.1を獲得しました。また直近では、夜間電力を効率的に利用できる食器乾燥器を発売しています。売上の拡大はもちろんですが、一消費者の目線をもとに開発した商品がお客様のお役に立っていると実感できることが、商品開発に携わる上でのやりがいです。

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。2014年度もISMSの管理項目の確認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。2014年度も、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の確か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資格の取得を推奨しており、取得者数も増加しています。

2014年度には家電製品アドバイザー資格取得者数が1,600名を超えました。

■家電製品アドバイザー数

	2012年度	2013年度	2014年度
AV情報家電	406名	383名	566名
生活家電	367名	372名	398名
家電製品総合	478名	537名	685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

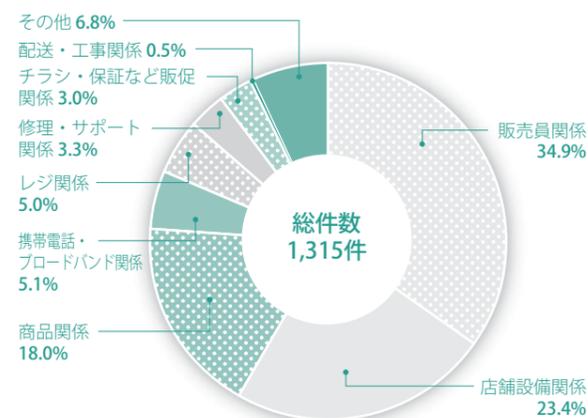
「店長直通アンケート」で、お客様のご意見に迅速に対応

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。

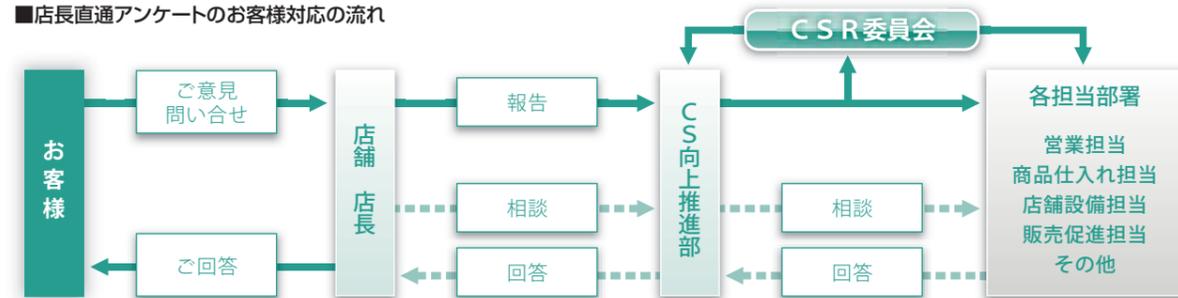
お客様からのお問い合わせやご意見・ご要望について、店長自らが必ず確認し、責任を持ってご回答するようにしています。

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。

■2014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。

グループ会社の取り組み

(株)ヤマダ・エスバイエルホーム

CGのプレゼン研修の実施

ヤマダ・エスバイエルホームは、お客様に住まいの計画をより具体的にご理解いただけるよう、独自のCADシステムを導入しています。社員がCGを活用した更に質の高い提案を実践できるように、設計部門、展示場受付、営業部門の社員を対象とした能力別研修を実施しています。新入社員、中途採用社員など初心者対象の基礎編、より質の高いプレゼンを目指したいというベテラン社員対象の応用編等、目指すスキルに合わせてメニューを選択できるようになっています。



(株)ベスト電器

従業員のスキルアップを通じた顧客満足度の向上

ベスト電器グループでは、お客様満足度向上を目指して、従業員のスキルアップを目的とした研修の充実を図りました。2014年度はパート、嘱託、契約社員、社員の全従業員を対象に年間を通じて実施しました。

接客およびマネジメント層を対象とした、接客スキル向上研修・店長マネジメント研修・女性スキルアップ研修・法人営業力強化研修は、店頭での接客スキルの向上とスキルの標準化、指導力強化によるお客様満足度と営業力の向上を期待しています。技術研修は、リフォーム研修・商品研修の2つの側面からお客様満足度上昇を狙っています。



(株)マツヤデンキ

心の満足を高めるサービス展開

マツヤデンキは、お客様視点に立って提案をすることでお客様満足度の向上を目指しています。地域密着の専門店として「いいもの大切に」、「あたたかい心大切に」の企業理念を常に念頭におき、お客様に必要とされる存在になれるようにサービスを行っています。社員が

お客様宅を巡回してご用聞きをするHCS(ホームコミュニケーションスタッフ)活動、商品配送時に商品設置と丁寧な説明を行うこと、お買い上げ後に電話で使い勝手を伺うことや、お礼状を送ることなど、商品だけでなく心の満足も高めるサービスを心がけています。

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、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。

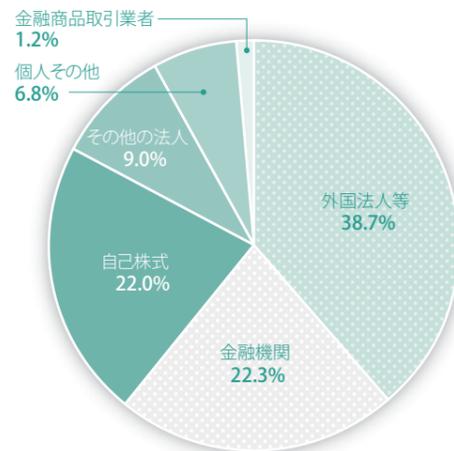
事業・財務情報の適時・適正な開示

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、従来より外国人持株比率が高く、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に関する取り組みについても、国内及び海外で年間180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を行っています。

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12年連続開催しており、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(2015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

年度	回数
2012年度	211回
2013年度	222回
2014年度	186回*

※2019年満期ユーロ円CBの発行に伴い、約2ヶ月にわたり、投資家との接触が大幅に制限されたために減少しています。

■個人投資家向け説明会

開催地	参加人数
2012年9月	508名
2013年9月	394名
2014年9月	415名

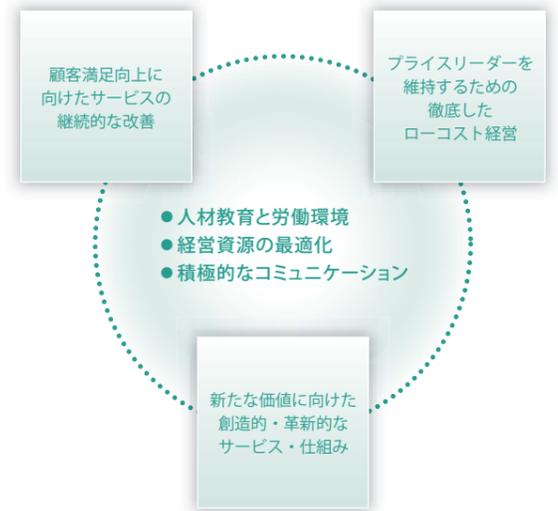
利益配分に関する基本方針

当社の利益配分は、株主様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。

当社は、将来における持続的な企業価値向上に向け、資金効率の向上を図りつつも、将来における企業価値の向上や経営基盤の強化による安定した成長、業界内におけるシェアの維持・向上のための内部留保も不可欠であると考え、連結配当性向30%以上を目標とし、財政状況や当期の業績等を勘案して配当金額を決定してまいります。

なお、内部留保金につきましては、少子高齢化、人口減、インターネット社会への対応等、めまぐるしく変化する流通市場環境に対応するため、家電専門店としての事業領域の幅と深さを追求した各種ソリューションビジネスの強化、競争力の維持・向上のための既存店舗とそのネットワークの効率化、人材の確保、財務体質の強化、各ステークホルダーへの還元等に充当し、企業の持続的成長のために有効活用してまいります。

今後も安定した利益成長に基づく持続的な配当を目指してまいります。



株主優待制度の内容拡充

ヤマダ電機では、株主様の日頃のご支援に感謝し、当社株式の投資の魅力を高め、長期的に当社株式を保有していただける株主様を増やしていくことを目的に、株主優待制度を設けています。株主優待制度は所有株式数に応じたものと保有期間に応じたものを用意しており、年2回、3月末と9月末を基準日に優待券を贈呈しています。

今後の見通し

●日本経済について

平成28年3月期については、アベノミクスによる継続した景気回復の期待を背景とし、企業業績の向上やそれに伴う雇用環境の改善、個人の可処分所得の上昇や世帯別所得の上昇、インバウンド(訪日外国人観光客向け)需要・アウトバウンド(旅行やビジネスで海外を訪れる日本人向け)需要の盛り上がり等、消費環境は底堅く、緩やかな上昇傾向が続いていくと予想されます。

●家電流通市場について

当社グループが属する家電流通市場においては、これら景気回復に下支えられた底堅い買い替え需要や消費増税後の反動減の一巡感等により、堅調に推移することが予想されます。

また、日本における将来的な課題として、少子高齢化、人口減、インターネット社会への変遷等、めまぐるしく変化する流通市場環境に対応していくことが求められます。

●当社の取り組みについて

このような市場環境の中、前期から実践しているマーケットの縮小に対する自社競合や他社競合も踏まえた家電量販店として全国チェーン展開における店舗ネットワークの効率改善や家電量販業界のリーディングカンパニーとしてのコンプライアンス面での取り組みおよび協力、将来における少子高齢化・人口減等の社会ニーズの変化に中長期視点での各種構造改革

- ①「暮らしのサポートサービス」の展開
- ②「スマートハウス」「リフォーム」ソリューションの推進
- ③「環境(買い取りからリユース・リサイクル)」ソリューションの推進
- ④新たな店舗コンセプトに基づく開発推進
- ⑤SPA商品「HERB Relax」シリーズの開発推進
- ⑥人事制度改革の推進

を継続して実践し、「量から質への転換」を図り、企業価値の向上に努めてまいります。

これからも家電業界のリーディングカンパニーとして、さまざまなステークホルダーの皆様との信頼関係を築き、ヤマダ電機グループ内のシナジーを活かしたCSR経営を推進し、社会価値を高め、社会とともに発展する企業を目指してまいります。



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。

第3回CSRアンケートの実施

2010年度より、ヤマダ電機はISO26000を踏まえた取り組みを開始しました。ISO26000では、バリューチェーン全体にわたるコンプライアンスの取り組みが重視されます。ヤマダ電機では、お客様が購入される商品の全ライフサイクルにわたり、社会・環境・ガバナンス等のコンプライアンスを推進することを目的に、2012年度から主要お取引先及びグループ会社全社を対象に、コンプライアンス状況の確認のための「CSRアンケート」調査を行っています。アンケート内容は、ISO26000及びサプライチェーン全体で労働・環境状況を継続的に改善することを目的としている国際的な取り組みGSCP (Global Social Compliance Program)などを参照し、作成しています。

第3回CSRアンケート結果では、お取引先とヤマダ電機グループ会社ともに実施率が高まっており、「ヤマダ電機取引方針」が浸透しつつあります。今後もヤマダ電機は、サプライチェーン全体においてCSRの取り組みを推進していきます。

第3回「CSRアンケート」実施概要

- 対象社 ヤマダ電機グループ会社全社
ヤマダ電機主要お取引先
- 実施期間 ヤマダ電機グループ会社
2014年6月末～2014年7月中旬
ヤマダ電機主要お取引先
2014年6月末～2014年8月初旬
- 回答率 ヤマダ電機グループ会社：100%
ヤマダ電機主要お取引先：81.3%

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。

サプライチェーン全体でCSR活動推進

ヤマダ電機は、SPA商品「HERB Relax」の原材料調達から製造・物流・販売等のプロセスにおいて、サプライチェーン全体を管理しています。2015年3月、ヤマダ電機は策定した「お取引方針」に基づき、SPA商品の製造委託先全社に対し、人権尊重、労働安全衛生などの項目を含めたCSRアンケート調査を実施しました。今後も継続して調査を実施し、SPA商品のお取引先とのコミュニケーションを図り、サプライチェーン全体でCSR活動の継続的なレベルアップを図ってまいります。

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

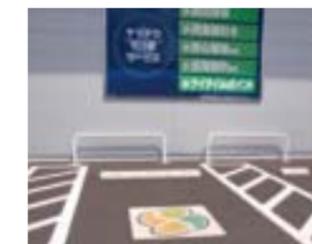
ヤマダ電機では、社内外からの通報受付窓口として内部通報制度を運用しています。内部通報制度は、主にコンプライアンスの遵守を目的として社内には設けている制度ですが、人権や差別に関する通報も受け付けています。通報された内容に関して毎月開催されるCSR委員会で報告が行われ、あわせて対応策の検討を行っています。



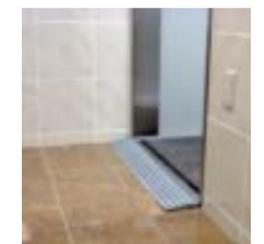
お客様に対する配慮

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。



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」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。2015年3月現在の社員の平均年齢は34.5歳、平均雇用期間は9.1年です。

また、社内有用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

		2012年度	2013年度	2014年度
管理職人数	男性	3,207名	3,171名	3,097名
	女性	68名	70名	65名
	合計	3,275名	3,241名	3,162名
社員数		10,699名	11,460名	10,895名
平均臨時雇用者数		9,018名	9,573名	8,935名
障がい者雇用者数		411名	449名	423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ものは、社内有用資格制度です。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2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
新人研修	271名	3ヶ月	1回
新任フロア長研修	55名	3日	2回
店長研修	402名	3日	11回
新任地区部長研修	11名	1日	1回
新店研修	90名	3日	10回
リフォーム研修	51名	3日	2回

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

		2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
育児休暇取得者数	合計	128名	169名	164名	201名	204名
	うち男性	5名	5名	2名	4名	6名
介護休暇取得者数		3名	5名	8名	4名	7名
時短勤務者数		57名	82名	112名	100名	152名
健康診断受診率		94.2%	95.0%	94.3%	94.0%	95.1%

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、その数字をもと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

女性社員の意見をもとにした商品開発

ヤマダ・エスバイエルホームは、所属部署や年齢等を問わない多様な女性メンバーの意見をもとにした商品の開発を進めています。2014年度は、営業現場からの要望に対し、キッチン収納の仕様およびパリエーションの改善を実施しました。これはお客様にもご好評をいただき、新商品に標準的に搭載されたり、建売分譲住宅で採用されるなど、着実に販売量を増やしています。これからも、お客様の使い勝手や機能向上などを目的とした改善提案に取り組んでいきます。



(株)ベスト電器

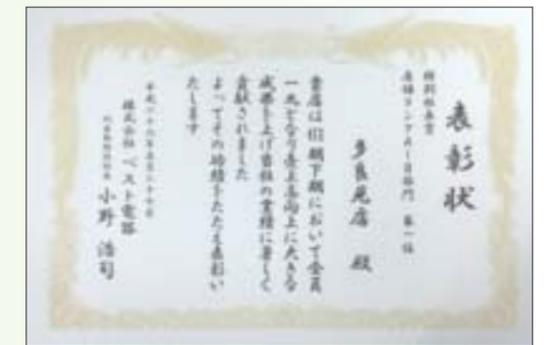
ダイバーシティ経営に向けて女性活躍推進委員会を開始

店舗や本社、関連会社の女性役職者を中心とした19名のメンバーで、女性活躍推進委員会を設置しています。これはグループ会社を横断する会議で、あらゆるライフステージの女性が能力を存分に発揮できるように職場環境を整備し、会社の発展に寄与することを目的としています。2ヵ月に1回集まり、女性が働きやすい環境を築くうえで生じる様々な問題点を全員で洗い出して議論し、会社へ提言しています。



キャリアアップ、モチベーション向上のための表彰制度

ベスト電器では、年間売上の優秀な店舗や営業所を表彰する「特別社長賞」、売上上位の個人への「ベストセールス賞」、また優秀な改善提案を行った店舗や個人に対する「改善提案賞」といった表彰制度を設けています。こうした制度により、社員のキャリアアップやモチベーションの向上を図っています。



(株)ハウステック

OBによる若手社員向けの教育支援

ハウステックでは、OBが自らの培ってきた経験やスキルを若手社員へ伝える研修を行っています。若手社員の設計力や製品の品質向上を目的に、主に基礎的な技術や知識の習得を図る講座を、年間36回、17テーマ実施しています。実際の図面を使用した演習などの実務レベルで役立つ内容は、若手社員の基礎的な技術習得に大きく寄与しています。これからもハウステックでは、製品の品質向上に対して積極的に取り組みます。



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。



▲ヤマダ電機陸上部 活動風景

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。

女子陸上部による「五島市陸上教室」の開催

2014年4月、五島市中央公園陸上競技場（長崎県五島市）にて、中高生や一般ランナー約100名を対象にヤマダ電機女子陸上競技部による「五島市陸上教室」を開催しました。陸上部が毎年、五島市で強化合宿を行っていることから実現した本教室では、森川監督と選手が色々な練習を参加者に紹介。自分に合った練習をすることの大切さと、走る楽しさを伝えました。



また陸上部の実績としては、2014年12月に行われた「第34回全日本実業団女子駅伝大会」で、ヤマダ電機陸上競技部が3位入賞しました。

ドイツスポーツ少年団が高崎本社を訪問

2014年8月、ドイツスポーツ少年団の柔道チーム10名がヤマダ電機本社を訪問し、本社内とLABI1高崎の見学を行いました。この訪問は、日本とドイツのスポーツ少年団の青少年・指導者の交流により友好と親善を深め、青少年スポーツの発展に寄与することなどを目的としています。公益財団法人 日本体育協会日本スポーツ少年団などが主催する「日独スポーツ少年団同時交流」の一環で、事務局である群馬県と高崎市からの要請に賛同し、実現したものです。



パラオ共和国へのパソコン・モニター等の寄贈

ヤマダ電機は2014年7月、パラオ共和国にパソコン・モニター等一式を寄贈し、それに伴い高崎本社にて贈呈式を開催しました。ヤマダ電機とパラオ共和国は、2013年に大統領御一行が本社およびLABI1高崎を訪問されて以来交流を深めており、今回の寄贈は開発途上国であるパラオ国内の教育環境の改善のため、大統領夫人の要望のもと、IT教育環境の支援を目的に行ったものです。8月には、寄贈先の学校に訪問して大統領夫人と面会し、生徒たちとの交流も深めました。



女子陸上部顧問による健康セミナー開催

2014年10月、高崎市文化会館（群馬県高崎市）にて、ヤマダ電機女子陸上部・機端顧問による健康セミナー「健康で100歳を目指す生活法!」と、特別講演「箱根駅伝の思い出」を開催しました。機端顧問は講演で、自身の体験談をもとに何事にも目標をもって臨むことの大切さを伝え、セミナーでは、日常生活に簡単な運動を取り入れることが、「生活習慣病」の発生を未然に防ぐことを紹介しました。



小学生サッカー教室とAED講習会

2014年11月、前橋育英高校サッカーグラウンド（群馬県高崎市島野町）にて、サッカー元日本代表や元Jリーガーを招き、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200人が参加し、一流選手のサッカー技術に触れるとともに、スポーツ時の万が一の場合に備え、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

コスモス・ベリーズ(株)

量販店と地域店との共生で地域活性化

コスモス・ベリーズは、「量販店と地域店の共生」を実現するため、全国に広がる地域加盟店にヤマダ電機独自の店舗運営の仕組みやノウハウを共有しています。これにより地域店単独では実現し得なかったスケールメリットを活用できるようになり、従来の地域密着の営業で培ってきた顧客との信頼関係や、小回りの利くフットワークを強力な武器に「地域に役立つ店」づくりを充実させ、地域の活性化に貢献しています。こうしたwin-winの関係を、家電販売店だけでなく、様々な業態に広げられるよう積極的に提案をすすめています。



(株)ヤマダ・エスバイエルホーム

専門学校での教育機会の提供

専門学校と企業が連携し、実践的な職業教育をするための文部科学省の認定制度「職業実践専門課程」の一環として、日本工学院のテクノロジーカレッジ建築学科と建築設計科の学生約300人を対象に、「企業連携授業」を行いました。授業では、ネット・ゼロ・エネルギー・ハウスやリノベーションなどの現在の住宅産業のトレンドや、住宅業界で活躍するために何をすべきか、どういう人材が望ましいかなど、幅広く実務に則したテーマで講義を行い、学生達の熱気に湧きました。



文部科学省委託事業への参加

ヤマダ・エスバイエルホームでは、文部科学省が委託する「成長分野における中核的専門人材養成の戦略的推進」事業に参画しています。次世代の技術者養成のための新たな学習システムの構築を目指す「社会基盤整備分野の中核的人材養成プログラム開発プロジェクト」や、教育機関と産業界が連携した高度な人材の養成

と、社会人や女性等の学び直し支援を目的とした「産官学連携コンソーシアム及び職域プロジェクト」に参画して、人材育成、産業の発展に尽力しています。

東金属(株)

国立科学博物館での環境講座の開催

東金属は2014年11月、国立科学博物館（東京都台東区）のサイエンスナビコーナーにて、環境・リサイクルに関する講座を開催しました。身近なもののリサイクルについて楽しく学んでもらうこと、また環境・リサイクル業界での仕事について子どもたちに知ってもらうことを目的とした本講座。金属・家電リサイクルについてのクイズや映像を鑑賞し、スクラップの形を活かしたヘンテコ生物のアート作品を制作し、子どもたちからは「これは何?」「知らなかった!」「面白い形だね」といった声を多くいただきました。



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。



▲リユース品のクリーニング

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。

2014年度の主な取り組み

ヤマダ電機では、事業活動においての環境配慮を重視しており、省エネおよび環境性能の高い製品の販売・サービスの提供や、製品のリユース・リサイクル等を行っています。また事業の拡大に伴い、各店舗・事業所で省エネ・省資源等の環境への取り組みの標準化を進めています。

2014年度は事業を通じた環境負荷低減の取り組みとして、スマートハウス事業、またグループ会社（シー・アイ・シー、東金属、インバースネット）との連携で実現した家電・パソコンのリユース・

リサイクルも、引き続き推進しています。店舗においても、高崎本社社屋を対象に認証取得したISO14001に基づき、定量的な目標設定・管理のもと、環境負荷低減に向けた取り組みを推進しています。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。

■2014年度の主な取り組みと実績

主な取り組み		2014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)	56,045台	133,418台
	エアコンリユース	6,151セット	3,802セット
	パソコンリユース	535,300台	534,433台
	CO ₂ 抑制	47,366.2t	47,303.6t
	インクカートリッジリサイクル回収、販売によるCO ₂ 抑制	1,665,000個	1,416,636個
事業活動における環境負荷の低減	オール電化製品販売によるCO ₂ 抑制	太陽光発電 384.7t エコキュート 209.9t	太陽光発電 149.1t エコキュート 117.5t
	デマンドコントローラー設置店舗のCO ₂ 削減 ^{※1}	2013年度対比95%以下 CO ₂ 削減量 11,040.6t	10,086.1t
	グリーン電力導入量(本社社屋) ^{※1}	2013年度対比95%以下 CO ₂ 削減量 5,569.7t	5,824.3t
	グリーン電力導入量(本社を除く) ^{※1}	2013年度対比95%以下 CO ₂ 削減量 1,312.7t	1,208.7t
	太陽光発電によるCO ₂ 削減(高崎・千里) ^{※2}	5,644t	6,512t
店舗屋上太陽光発電機設置による発電量	36,195,639kWh	39,926,148kWh	

※1 CO₂換算係数:0.55kg-CO₂/kWh
 ※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

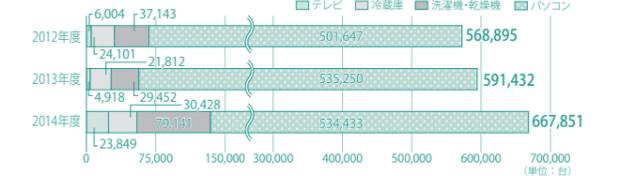
当社グループでは、家電リユース事業を2001年から、パソコンリユース・リサイクル事業を2007年から実施しています。

2014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13.3万台、パソコン約53.4万台です。家電リユース品をお客様に安心してご使用いただけるよう、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。

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/パン」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。Windows 7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。インクカートリッジの回収を通じて、特定非営利活動法人国際協力NGOセンター(JANIC)と公益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。2014年度は約141万個のインクカートリッジを回収し、9,063,040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	2012年度	2013年度	2014年度
インクカートリッジ	2,529,594	2,385,138	1,416,636
使用済み携帯電話	14,748	11,735	8,939

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

2014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1万7,944トンとなりました。

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	2012年度	2013年度	2014年度
エアコン	3,105	2,359	2,556
冷蔵庫	15,550	22,469	13,164
テレビ	3,033	3,352	2,224
合計	21,688	28,181	17,944

※買い替えによる販売台数が対象
 ※テレビ:2006年型と2013年型の液晶32V型の平均的な年間消費電力量の目安を比較
 ※冷蔵庫:2002年型と2012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考に算出
 ※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。2014年度の設置店舗数は、409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は、①従業員用自動販売機のディスプレイ用蛍光灯の消灯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。

照明のLED化

ヤマダ電機では、2013年下期から店舗照明のLED照明への切り替えを進めています。2015年3月末時点で426店舗がLED照明を採用しています。



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～2015年3月の累計で334.0tのCO₂の排出を抑制し、単独配送時と比較して約41%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、2014年度の対象店舗は84店舗、合計約1,281万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。

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、2014年7月にオープンした大綱白里、8月にオープンした上郡店など、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。2015年3月末時点で175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

	2012年度	2013年度	2014年度
デマンドコントローラー導入店舗数(累計) [店]	372	419	409
省エネ型ヒートポンプ自動販売機導入台数(累計) [台]	1,855	2,113	2,135
エコカー導入台数 [台] (天然ガス・電気自動車)	66*	48	35
グリーン電力導入量 [kWh]	13,216,944	13,171,980	12,813,230
グリーン電力使用対象店舗 [店]	89	86	84
太陽光発電導入量 [kWh]	18,407	17,644	20,706

*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。2014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。2014年度は、猛暑や大雪といった天候の影響がりましたが、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、2008年度比で延べ床面積当たりのCO₂排出量を約13.6%削減することができました。

電力使用によるCO₂排出量



※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0.551 [kg-CO₂/kWh]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。

延べ床面積当たりCO₂排出量



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

	2012年度	2013年度	2014年度
レジ袋・紙類 (t)	348.7	455.5	421.4
レジ袋・ポリエチレン (t)	442.5	496.3	400.6
レシート (t)	223.1	303.2	261.2
チラシ (千万枚)	174.4	168.6	166.7

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。2014年度も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ました。

産業廃棄物排出量

	2012年度	2013年度	2014年度
産業廃棄物排出量 (t)	34,180	39,300	33,405
グループ対象店舗	711店舗	785店舗	819店舗

一般廃棄物排出量

	2012年度	2013年度	2014年度
一般廃棄物排出量 (t)	40,100	45,000	39,600
グループ対象店舗	711店舗	785店舗	819店舗

※リサイクル対象外廃棄物

2014年度環境データ範囲

	電力使用によるCO ₂ 排出量	延べ床面積当たり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	*	*	—	○

*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、キムラヤセレクト、ハウステック。
過年度の環境データ範囲の対象は、グループ企業の統廃合等により年度ごとに異なっております。



(株)ヤマダ・エスバイエルホーム、(株)ヤマダ・ウッドハウス

太陽光発電システムの普及推進

ヤマダ・エスバイエルホームとヤマダ・ウッドハウスでは、住宅用の太陽光発電システムの普及に積極的に取り組んでいます。

ヤマダ・エスバイエルホームでは2014年度、新築住宅で457件、リフォームで1,339件の太陽光発電システムを設置し、設置件数の合計は対前年比は261%と大きな伸びとなっています。2015年度は、新築住宅でのネット・ゼロ・エネルギー・ハウスへの取り組みや、リフォームでのオーナー様への提案を強化し、更なる普及に向けて取り組めます。

ヤマダ・ウッドハウスでは、日照条件や法令等の制約がある場合を除けば100%太陽光パネルを設置できる体制をもとに、積極的にお客様への提案を行っています。取り組みの成果として、環境への貢献はもちろん、住宅内へのモニター設置により、お住まいになる方の節電意識の高まりにも寄与しています。



(株)ヤマダ・エスバイエルホーム

森林生態系の保全に配慮した木材使用

ヤマダ・エスバイエルホームグループは、地球規模での環境保全、持続可能な森林育成のため、構造部材に使用する木材の合法性の証明や、トレーサビリティの確立に取り組んでいます。2014年度は、昨年度に引き続き住宅事業の89%を占めるSxL構法(木質接着パネル構法)の構造部材について、これらに取り組まれました。また、北米からの輸入木材は全て森林認証材を使用しており、その他の輸入材は日本木材輸入協会から合法証明書が発行されている木材を使用して、森林とその生態系保全に配慮しています。

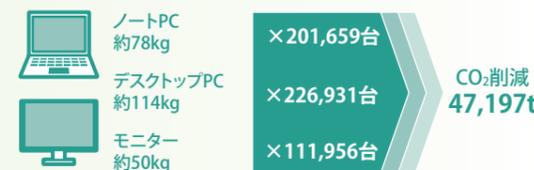


インバースネット(株)

リユース事業によるCO₂削減効果

インバースネットでは、ヤマダ電機が買い取った使用済みパソコンをリユース・リサイクルする事業を行っています。2014年度のリユース台数はノートPCが201,659台、デスクトップPCが226,931台、液晶モニター111,956台の実績で、リユースによる1台あたりのCO₂削減効果は、ノートPC:78kgCO₂、デスクトップPC:114kgCO₂、液晶モニター:50kgCO₂で、CO₂削減量は計47,197tとなっています。

■リユース事業におけるCO₂削減への貢献



※RITEA評価CO₂排出量削減効果値(第C-004(2013~2014)号)を使用

(株)ベスト電器

「PLA-PLUS(プラプラ)プロジェクト」への参画

ベスト電器は、環境省が主催する製品プラスチックの店頭回収によるリサイクルの実施事業「PLA-PLUS(プラプラ)プロジェクト」に参加しました。この取り組みは、2015年2月6日~3月6日に行われ、130の企業・団体が協力し、製品プラスチックのリサイクルの仕組みを作ることを目的に、各店舗等にて消費者からプラスチック製品を回収して実証実験を行うものです。ベスト電器では、福岡本店と小倉南店で回収ボックスを設置し、回収を呼びかけました。



(株)シー・アイ・シー

地域と共に歩む 環境美化活動

シー・アイ・シーは、公益社団法人群馬県環境資源保全協会(高崎支部)に所属して、地域の皆さまとともに環境美化活動を行っています。群馬県が推進する「美しいふるさと群馬づくり」の活動に積極的に参加し、5月・6月の「春の環境美化月間」と9月・10月の「秋の環境美化月間」では従業員延べ235名が清掃活動を行い、ごみの不法投棄防止や減量化、植栽・植林等を呼びかける普及啓発等を実施しました。今後も地域社会の一員として積極的に地域環境活動に従事していきます。

(株)ハウステック

廃棄物の削減に向けた取り組み

ハウステックグループでは、廃棄物発生量の抑制と廃棄物のリサイクルに積極的に取り組んでいます。2014年度も省資源製品への転換と歩留り率の向上、不良品の低減や商品の回転率、出荷トラックの積載率の向上などを進めた結果、廃棄物発生量は(2000年度比)48%となり目標を達成しました。また、リサイクル率[※]についても98%となり目標を達成しました。今後も、各製造部門の活動内容などの情報交換を活発に行って連携を図り、廃棄物削減とリサイクル率向上に取り組んでいきます。

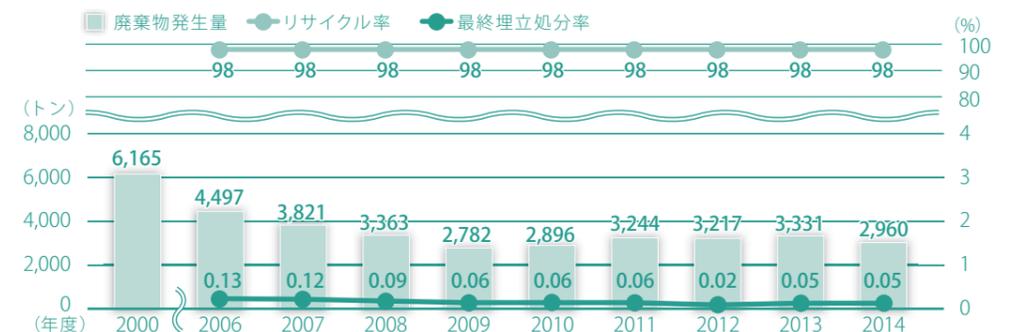
※リサイクル率=再資源化物量÷廃棄物発生量

廃棄物最終処分量の削減~ゼロ・エミッション活動の継続

ハウステックグループでは、廃棄物の最終処分量の削減に向けたゼロ・エミッション活動(廃棄物の最終埋立処分量[※]を1%以下、かつ最終埋立処分量を年間5トン未満)に取り組んでいます。既に全製造部門が目標を達成していますが、更なる最終処分量削減に向けて活動を継続していきます。

※最終埋立処分量=最終埋立処分量÷廃棄物発生量

■廃棄物発生量、リサイクル率および最終埋立処分量推移

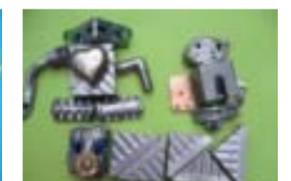


東金属(株)

地域社会に根ざした環境授業の実施

2014年度は、地域の小中学校向けに次の2つを目的に出前授業を行いました。

- ①身近なもののリサイクルについて楽しく学んでいただく
 - ②環境・リサイクル業界での仕事について子供たちに知ってもらう
- 子供たちにより楽しく3Rやリサイクルを理解してもらうために、授業の前半はクイズや映像を使って楽しく学んでからゴミの分別体験を行い、後半はスクラップを画用紙の上に並べてアートを作りました。先生や保護者からは、子供たちがリサイクルを主体的にとらえることができたという良い評価をいただきました。



持続可能な社会への道を拓く「第三の創業」

2015年という年は、第二次世界大戦以降では最も重要な年になると言われています。その理由は、12月にパリでCOP21が開催され、地球温暖化の原因であるCO₂排出の削減に取り組む国際枠組みが誕生すると期待されているからです。温暖化問題はもう待たない状況ですが、それへの取り組みと言えば、1997年に京都で生まれた京都議定書が有名です。この協定は日本を含む40か国を越えて参加した限定的なものでした。ところが、パリで生まれる協定は世界中の国々が参加する人類史上初の本格的な枠組みとなります。換言すれば、21世紀前半の世界の在り方を律していく極めて重要な国際合意が生まれるのが今年です。

その最重要な年に発表されたヤマダ電機グループのCSRレポート2015を拝見しますと、随所にヤマダ電機グループの皆さんの温暖化問題への関心の高さがうかがえます。誠に時宜に適した取り組みだと感じました。なぜならば、堂々と「ゼロ・エミッション」を掲げ、持続可能な社会づくりへのミッションを明確にしているからです。そして、その高邁な目標の下、具体的な取り組みとして、太陽光発電システム関連事業を推進し、家電・パソコンのリユース・リサイクルのワンストップ化を実現し、さらに重要なのは、扱う商品が単なるモノから、トータルで問題解決を図る「ソリューション型」にシフトさせつつあることです。スマートハウス事業はその典型例であり、HEMSを駆使した家庭内のエネルギー効率を格段に進めようとしています。

ところで、企業の社会的責任（CSR）といえば、すぐに社業の脇で何か社会の役に立つことをしようと思いますが、商品やサービスを通じて社業の発展を目指す企業であれば、CSRの第一歩は、その本業を通じてお客様に満足していただくことです。換言すれば、本業に磨きをかけて顧客満足度を高めていくのがCSRの第一歩です。その点で、ヤマダ電機グループは強いこだわりを持ってお客様

満足を追求しているように見受けられます。例えば、好機能商品としてのHERB Relaxなどの本業に力を入れる一方で、顧客満足度向上に欠かせない社員教育の強化など、お客様目線の姿勢は好感が持てます。

さて、CSRレポート冒頭の山田昇社長のコメントです。1973年に「街の電気屋」としてスタートしたヤマダ電機が混売店として大きく成長していった「第一の創業」、2005年に売り上げ1兆円を達成する日本一の量販店に成長するまでの「第二の創業期」を振り返った上で、社会構造の激変を受け経営環境が一層難しくなってきた時期を山田昇社長は「今まさに『第三の創業』という転機」と捉え、創業以来の「創造と挑戦」の理念で積極的に受け止める覚悟を述べておられます。創業者ならではのピンチをチャンスに変えようとする強い意志の表明です。

これは一般論ですが、経営環境が厳しくなると、CSRや環境は緩みがちです。でも、社内しか見ない社業復活が許されるのは昔のことでした。今では、いかなる状況下でも、環境やCSRは忘れてはならないものになりました。いや、寧ろ、環境やCSRを一層取り込むことで却って苦境脱出がより効果的かつ永続的になるというのが世界の流れになってきました。

とすれば、日本の家電量販店のビジネスモデルの開拓者であったヤマダ電機グループこそ、その世界の流れをうんと取り込んでいただきたい。幸いにも、ヤマダ電機グループは2007年に「感謝と信頼」を経営理念に取り入れています。お客様と社会からの信頼を最も大事にするヤマダ電機グループだからこそ、社会が直面する問題解決と自社の業績伸長を一体化できる存在です。ヤマダ電機グループのリーダーシップが21世紀にふさわしい家電量販店の新しいビジネスモデルを生み出し、消費者のライフオリティの向上を通じて経済全体の活性化に繋がることを切に祈っております。



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、長年にわたって継続的に取り組んでいる活動など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
- ・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」「従業員満足」の5つのテーマについて、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。

