



くらしをシアワセにする、ぜんぶ。

ヤマダ電機グループ 統合報告書

Integrated Report 2020

くらしをシアワセにする、ぜんぶ。



くらしをシアワセにする、ぜんぶ。



株式会社ヤマダ電機

〒370-0841 群馬県高崎市栄町1番1号

[お問い合わせ先]

サステナビリティ推進室

TEL. 0570-078-181



ヤマダ電機グループ 統合報告書 2020は FSC®森林認証紙と植物油インキを使用しています。



くらしをシェアワセにする、ぜんぶ。

ヤマダ電機は変わります。

暮らしのすべてを支える多様なサービスを創造し、

これまで以上に多くの人々に届けていくために、

家電量販店の枠を超えたさまざまな挑戦をはじめます。

“くらしをシェアワセにする、ぜんぶ。”

これは、未来に向けたヤマダの決意です。

目次

- 02 目次・編集方針
- 04 トップメッセージ
- 08 ヤマダ電機グループの価値創造
 - 08 ヤマダ電機グループの事業
 - 10 財務／非財務ハイライト
 - 12 価値創造のあゆみ
 - 14 価値創造プロセス
 - 16 セグメント別トップメッセージ
 - 20 事業活動報告
- 24 サステナビリティ
 - 24 CSRマネジメント
 - 26 SDGs達成に向けた重要課題
- 特集1 (SDGs重要課題への取り組み)
 - 28 ヤマダ電機グループが広げる
“災害に強い家”
- 特集2
 - 30 ヤマダ電機の
セールスエンジニアにできること
- (SDGs重要課題への取り組み)
 - 32 循環型社会の構築と地球環境の保全
 - (SDGs重要課題への取り組み)
 - 36 社員の成長と労働環境の改善
 - 42 お客様満足度の向上
 - 46 地域・社会貢献活動
- 48 事業の基盤
 - 48 コンプライアンス／リスクマネジメント
 - 50 株主・投資家とともに
 - 52 コーポレート・ガバナンス
- 56 コーポレートデータ

編集方針

ヤマダ電機グループは、株主・投資家をはじめとするすべてのステークホルダーの皆様へ、当グループの企業価値をより深くご理解いただくため財務・非財務情報を統合的に報告する「ヤマダ電機グループ統合報告書」を発行しています。

本報告書では、2019年度に特定したSDGs重要課題に沿った当グループが貢献できるサステナビリティ活動とその進捗を紹介するとともに、各活動の詳細については、ヤマダ電機WEBサイト内で開示しています。

【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】

2019年4月1日～2020年3月31日(2019年度)
(ただし、一部2020年度の活動内容も含んでいます。)

【発行日】

2020年7月
(前回発行：2019年7月、次回発行予定：2021年7月)

【参考にしたガイドライン】

- ・GRI「サステナビリティ・レポート・スタンダード2016」
- ・国際統合報告評議会(IIRC)「国際統合報告フレームワーク」
- ・経済産業省「価値協創のための総合的開示・対話ガイダンス」

【免責事項】

本報告書に記載されている情報のうち過去の歴史的事実以外のものは、2020年3月31日現在でヤマダ電機が判断した種々の前提および仮定に基づいたものであり、その性質上、将来その通りに実現するという保証はなく、実際の結果と大きく乖離する可能性や客観的には不正確である可能性があり、そのような事態の原因となりうる不確実性やリスクの要因は多数あります。また、記載された将来の計画や目標数値、施策の実行を確約または保証するものではありません。実際の業績は、今後の事業環境の変化などさまざまな不確定要因により、計画数値と異なる可能性があります。本報告書の内容は、情報の提供を目的としたもので、投資勧誘を目的としたものではありません。株式会社ヤマダ電機およびそのグループ各社の役員または従業員は、本報告書の使用、その内容から生じる直接的、間接的または派生的な損害または損失に対して理由の如何を問わず一切責任を負うものではありません。

代表取締役会長
山田 昇



Top Message

暮らしをまるごと支える企業グループとして、
持続的な成長を目指します。

事業環境と2020年3月期の振り返り 構造改革を推進し、大幅な増益を達成

ヤマダ電機グループは近年、自らの持続的な成長の実現に向けて「既存ビジネスの強化」と「新市場の開拓」を目標に掲げ、構造改革に取り組む一方、家電をコアに快適な住空間を提供する「暮らしまるごと」戦略を推進してきました。

前期に引き続き構造改革に取り組んだ2020年3月期は、全世界に広がった新型コロナウイルス感染症によりサプライチェーンに大きな影響が発生しましたが、当社グループの連結業績は0.7%の微増収ながら営業利益は37.5%増、親会社株主に帰属する当期純利益は67.5%増と大幅な増益を果たしました。特にこの利益面での好調の要因については、前期より取り組んできた質の高い在庫管理や、2019年10月に行ったヤマダ電機(単体)を13の支社に分ける支社制度の導入など、一連の徹底した利益率改善に向けた取り組みが実を結んだ結果であると考えています。

ホールディングス化にあたって グループガバナンスを高め、 企業価値向上を実現

2020年10月1日、ヤマダ電機グループはヤマダホールディングスとして持株会社体制に移行する予定です。

当社は群馬県前橋市で“町の電気屋”として創業し、それから47年をかけて混売店、量販店、そして国内家電量販店で初の全都道府県進出を果たしました。家電販売業界は戦後に生まれた新しい業界ですが、今や生活インフラとして社会に欠かせない存在となりました。一方でその間、私自身は家電量販店としてのサービスのあり方、事業体としての理想形について幾度も考察を重ねてきました。

ヤマダ電機がそれまでの“家電オンリーのビジネス”からの脱却に向けて、本格的に動き出したのは2011年に注文住宅のエス・バイ・エルを子会社化したのが始まりでした。そこから衣食住の「住」に的を絞った事業展開のアイデアが膨らみ、その可能性をヤマダ電機ならではの形で切り開くべく試行錯誤を重ねる中で、家電を中核に住宅、環境資源開発、金融、サービスと大きく5つのセグメントに分かれ、「暮らしまるごと」を標榜する現在の事業体にたどり着いたのです。

このたび私たちがホールディングス化を企図した背景には、5つのセグメントのより主体的な事業活動を促すとともに、経営の管理・監督と業務の執行を分離することでグループ全体の経営効率・ガバナンスを高め、さらなる企業価値向上を実現したいという思いがあります。加えて昨今、社会課題の解決に向けて企業が果たすべき役割の重要度がますます高まっている中、ヤマダ電機グループが持続可能な社会づくりへの貢献を果たしていくためには、グループガバナンスの

一層の強化が必要です。「暮らしまるごと」戦略をこれまで以上に迅速に進めていくためにも、ホールディングス化は必要な変化であると考えています。

「暮らしまるごと」戦略の進捗 全国に行きわたるネットワークを最大限に活用

2020年3月期は、ヤマダ電機グループが「暮らしまるごと」戦略を推進していくうえで、わかりやすく目に見える進捗がいくつもあった年でした。2017年度に導入した「家電住まいる館」が100店舗を突破したことをはじめ、子会社化した大塚家具とコラボレートした売場展開が都心の一部大型店舗でスタートするなど、私たちが目指す変化が実際にお客様の目に触れるようになったことは、株主をはじめとするステークホルダーの皆様からの理解を得るという意味でも非常に重要な出来事であったと考えています。2019年11月にスタートした「くらしをシアワセにする、ぜんぶ。」をキャッチフレーズにした新しいCMシリーズも、ヤマダ電機グループの変化を広く世の中に改めて訴求する良い機会になりました。

また「既存ビジネスの強化」の一環として、私たちの強みである広範かつ多様な店舗ネットワークを最大限に活かすための取り組みも進んでいます。新しい試みとして、全国に拡大中の新業態「YAMADA web.com店」では、ヤマダ電機の公式通販サイトと連動した圧倒的な品ぞろえとリアルタイムの価格設定を実現する一方で、接客から配送設置・アフターサービスまでを同じ専門スタッフが行うセールスエンジニアサービスを提供するなど、これまでに築き上げた物流ネットワークを活用しながらインターネット通販の利便性と地域密着性を両立する、これまでにない提案型サービスを展開しています。これは他のネット通販には真似のできないサービスであり、お客様の新しい生活様式に応える最新型店舗として、大きな可能性を秘めていると考えています。

わが国が超高齢社会の真っただ中にあることは逃れようのない事実であり、だからこそ私たちは社会に欠

かすことのできないインフラとして、高齢者を含めた皆様の「暮らしまるごと」を支えるサービスを提供していかなければなりません。「家電住まいる館」や「YAMADA web.com店」といったコンセプトの異なる店舗形態を地域の特色に応じて展開することは、ネット時代における家電量販店のひとつのあり方として、今後も追求していきたいと考えています。

「新市場の開拓」という観点においても、「暮らしまるごと」戦略は着実に歩みを進めています。家電と住宅の親和性が高いことは考えてみれば当然のことですが、競合の多い住宅業界において、後発のヤマダ電機がどれだけ存在感を示せるかについて疑問視する人が多かったことは事実です。しかしながら約10年にわたりチャレンジを積み重ねた結果、ヤマダ電機グループの特徴を持った住まいのコンセプトが生まれ、その差別化がようやく利益に結びついてきました。今後はリフォームや金融サービスも含め、ヤマダ電機グループとして長年蓄積してきたノウハウや店舗ネットワークを活用したビジネス展開により、さらなる成長が見込める段階に入ってきたと考えています。

循環型社会の構築に向けて リユース・リサイクルの仕組みづくりを推進

「暮らしまるごと」戦略を推進していくうえで、環境への配慮は欠かせない視点です。私たちの主力商品である家電製品は耐久消費財であり、生活の必需品であると同時に買い替えがつきものです。販売した家電製品を環境に負荷を与えずに回収・再生できる循環型社会を築き上げることは、私たち家電量販店業界にとって重要な使命であると考えています。

すでにヤマダ電機グループでは全国に広がる店舗ネットワーク等を活用し、家電・パソコンなどのリユース・リサイクルまでの一貫したフローを構築していますが、今後は再資源化を強く推し進めることでこのフローの質を高め、将来的には再資源化できない廃棄物の処理に関しても自前でできる仕組みを作り上げる必要があると考えています。こうした構想に基づ



き、2020年3月に新たに設立したのが「株式会社ヤマダ環境資源開発ホールディングス」であり、今後は同社を中心に「暮らしまるごと」戦略の一環として環境資源開発事業を推進し、将来の循環型社会の構築に向けて業界をリードしていく所存です。

「創造と挑戦」の先へ 持続的な成長を通じて、SDGs達成を目指す

皆様の生活を支えるインフラとして、この先も愛されるヤマダ電機グループであり続けるためには、環境問題だけにとどまらず、さまざまな社会課題の解決を念頭においた事業活動が求められる時代になっています。何でもそろそろ家電量販店としてメーカーが作ったものをただ販売するのではなく、その後のことも考えながら一人ひとりのお客様と向き合う姿勢が、今の時代には必要とされています。時に私たちがSPA商品を通じて自ら商品を企画し、世の中に送り出してきたのも、そうした思いが背景にあるからです。

2019年12月、ヤマダ電機グループは、持続可能な社会の構築を目指すグループ全体の指針として「SDGs達成に向けた重要課題」を特定しました。「快適な住空間の提供と社会システムの確立」、「社員の成長と労働環境の改善」、「循環型社会の構築と地球環境の保全」という特定した3項目は、いずれもヤマダ電機グループが長きにわたって皆様に必要とされるた

めに必ずや達成すべき課題です。まずはその意義をグループ全体にしっかりと浸透させるとともに、これを推進するための体制や働く環境を整え、事業を通じてひとつひとつ着実に取り組んでいくことで、SDGs達成に貢献したいと考えています。

ヤマダ電機グループは、その成長の過程で常に環境の変化と自身の課題に向き合ってきました。全国に行きわたる店舗ネットワークが私たちの強みであると述べましたが、その強みを違った角度から証明するのが、約6,000万件におよぶ各種会員の存在であると思っています。私たちがこれまでに作り上げた販売、流通、そしてリユース・リサイクルの仕組みを含めたネットワークを最大限に活用し、暮らし全般にわたる安心で安全、便利なサービスを提供していくことは、ひとつの経済圏を構築することに似ています。そこには当然、大きな責任も伴いますし、強固なガバナンス体制のもと、これまで以上にステークホルダーの声に真摯に耳を傾け、事業に反映していかねばなりません。創業2年目に掲げた経営理念「創造と挑戦」の根底にあるのは、“企業価値を高め社会に貢献する”という確かな方向性です。ヤマダ電機グループは、これからも「創造と挑戦」を胸にこの変化の時代と向き合い、社会課題の解決に貢献することで、皆様の暮らしをまるごと支える企業グループとして持続的な成長を目指します。

ヤマダ電機グループの価値創造

ヤマダ電機グループの事業

ヤマダ電機グループは主力の家電販売をはじめ、住宅や家具・インテリア、リフォーム、不動産、保険・金融など「暮らしまるごと」を提案するさまざまなサービスを通じて社会的価値を生み出し、成長を続けていきます。



家電セグメント/ 関係会社家電セグメント

都市型店舗、郊外型店舗、小商圏店舗など、商圏規模に合わせてコンセプトの異なる家電量販店のネットワークを国内外に展開し、家電や家具・インテリア等の販売事業のほか、SPA(オリジナル商品の製造販売)事業を行っています。2017年以降は、住環境のトータルコーディネート提案する新業態店舗「家電住まいる館」の出店を加速。またベスト電器をはじめとする関係子会社においても、地域密着型の家電販売事業を行っています。



住宅セグメント

ヤマダ電機の店舗ネットワークを活用し、家一軒まるごとのスマートハウスをローコストで提供することで環境配慮型社会の実現を目指しています。建売や建替えに加え、住宅の品質検査・維持管理、住宅設備の製造・販売、水回りから内装・外装までを含めたトータルなリフォームを幅広くカバーし、快適な住まいづくりをサポートします。



環境資源開発セグメント

家電やパソコンを中心に省エネで環境性能の高い製品の販売やサービス提供から、アウトレット品の販売、リユース・リサイクル・再資源化まで、グループ内で連携してワンストップのビジネスを展開しています。廃棄物の収集・運搬・再利用を含めた新たなスキームづくりにも乗り出し、社会全体の環境負荷低減に貢献していきます。



金融セグメント

「暮らしまるごと」をコーディネートするサービスの一環として、住宅ローンをはじめ、損保商品、ライフプラン提案、資金決済サービスなど、各種金融商品を展開しています。ヤマダ電機グループならではの提案型販売を通じて、お客様の多様なニーズにお応えします。



サービスセグメント

飲食業や旅行業、住宅建材・住宅設備機器に関する総合建材商社や家電製品の配送設置・工事、機械設備工事等、お客様がゆっくりくつろぎながらお買い物を楽しめるサービス、ご購入・ご契約いただいた家電製品・住宅関連商品を安心かつ安全にご提供するためのサービスを行っています。

財務／非財務ハイライト

財務情報

連結 売上高(単位：百万円)



連結 営業利益(単位：百万円)



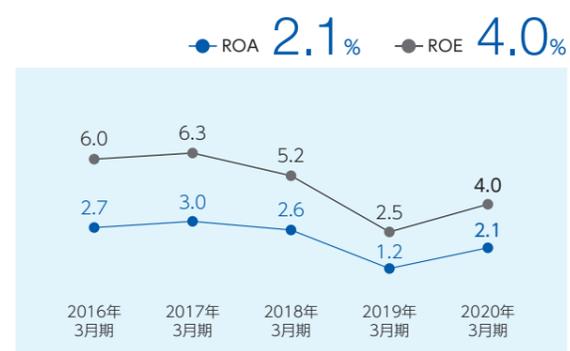
連結 経常利益(単位：百万円)



連結 親会社株主に帰属する当期純利益(単位：百万円)



連結 ROA、ROE(単位：%)



連結 自己資本比率(単位：%)



非財務情報

連結 正社員数(単位：名)



連結 女性管理職人数(単位：名)、女性管理職比率(単位：%)



※正社員のみ

連結 育児休業取得者数(単位：名)

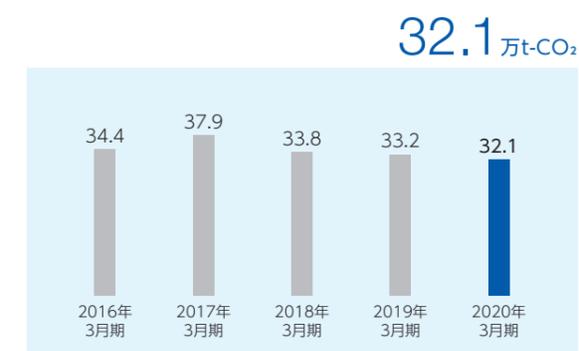


※正社員のみ

連結 家電製品アドバイザー・スマートマスター資格保有者数(単位：名)



連結 電力使用によるCO₂排出量(単位：万t-CO₂)



※1 CO₂換算係数：0.55kg-CO₂/kWh
※2 集計対象範囲はP.34を参照

連結 延べ床面積当たりCO₂排出量(単位：kg-CO₂/m²)



※1 CO₂換算係数：0.55kg-CO₂/kWh ※2 集計対象範囲はP.34を参照
※3 精度向上のため過年度の値を遡及修正しています

ヤマダ電機グループの価値創造

価値創造のあゆみ

ヤマダ電機グループは、経営理念である「創造と挑戦」を胸に、一歩先を見据えた経営の積極的な推進と、着実な資本政策の実行による財務体質の強化、経営資源の基盤強化により成長を続けてきました。これからも時代の変化を的確にとらえ、実績にとらわれない将来に向けた体制づくりを進めるとともに、次なる「創造と挑戦」を重ねるべく邁進していきます。

〈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。



1970年～

「町の電気屋」から混売店へ

ヤマダ電機の歴史は、創業者である山田昇会長が群馬県前橋市に開業した電気店「ヤマダ電化サービス」に端を発します。店舗面積わずか8坪、夫婦二人で始めた「町の電気屋」は、2度のオイルショックや外国為替の変動相場制移行の影響で円高が進んだ時期に業績を拡大し、1978年には5店舗、年商6億円を突破しました。

1980年～

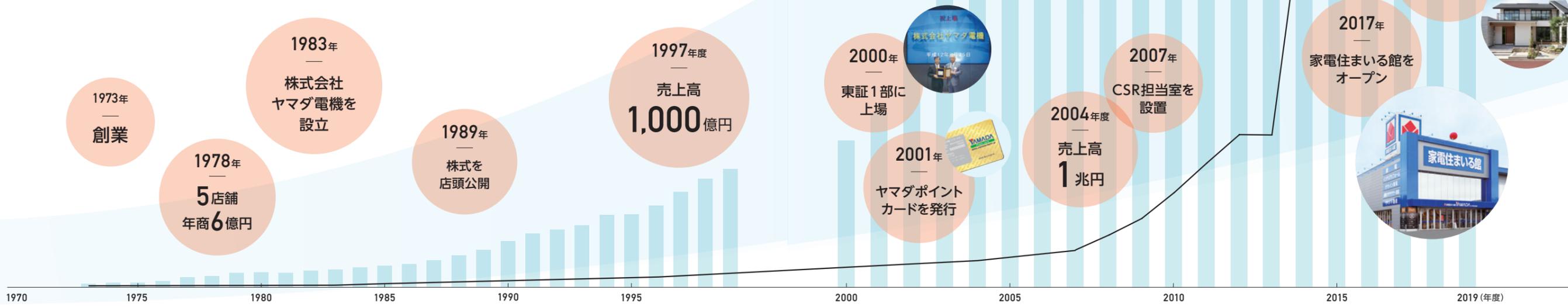
売上高日本一を達成

1983年に株式会社ヤマダ電機を設立後、FCチェーン展開、ロープライス戦略によって事業拡大に邁進しました。1989年の株式店頭公開を経て、2005年にナショナルチェーン化を実現すると、同年、国内家電量販店として初の売上高1兆円を達成。2010年度には2兆円を達成し、海外店舗の拡大を推進しました。

2010年～

家電オンリーから新領域への挑戦

2010年代に入ると「日本最大級のネットワーク・サービスのIoT企業」を目指した長期ビジョンを掲げ、家電販売を中心としたソリューションビジネスの展開を推進しました。さらに2019年には「暮らしまるごと」戦略を掲げ、事業を家電オンリーから住生活の課題解決ビジネスへと転換すべく大きく舵を切りました。



■売上高
※2001年度までは単体、以降は連結
2019年度 売上高
16,115億円

●店舗数
※店舗数につきましては、2014年より、FC店舗を加盟店数から拠点数へ集計方法を変更しています
2020年3月31日現在 店舗数
12,858店

社会の変化

- | | | | | | |
|--------------------------|------------------|-------------------------|----------------------|---------------|-------------|
| 1971 NHK総合テレビが全番組カラー化を実施 | 1982 上越新幹線開通 | 1991 バブル経済の崩壊 | 2000 大規模小売店舗立地法施行 | 2008 リーマンショック | 2015 戦後70年 |
| 1973 第一次オイルショック | 1986 男女雇用機会均等法施行 | 1995 阪神淡路大震災 | 2002 FIFAワールドカップ日韓共催 | 2011 東日本大震災 | 2019 令和に改元 |
| 1978 成田空港開港 | 1989 消費税スタート3% | 1996 携帯電話契約数が1,000万台を突破 | 2003 地上デジタル放送スタート | 2011 アナログ放送終了 | 2019 消費税10% |

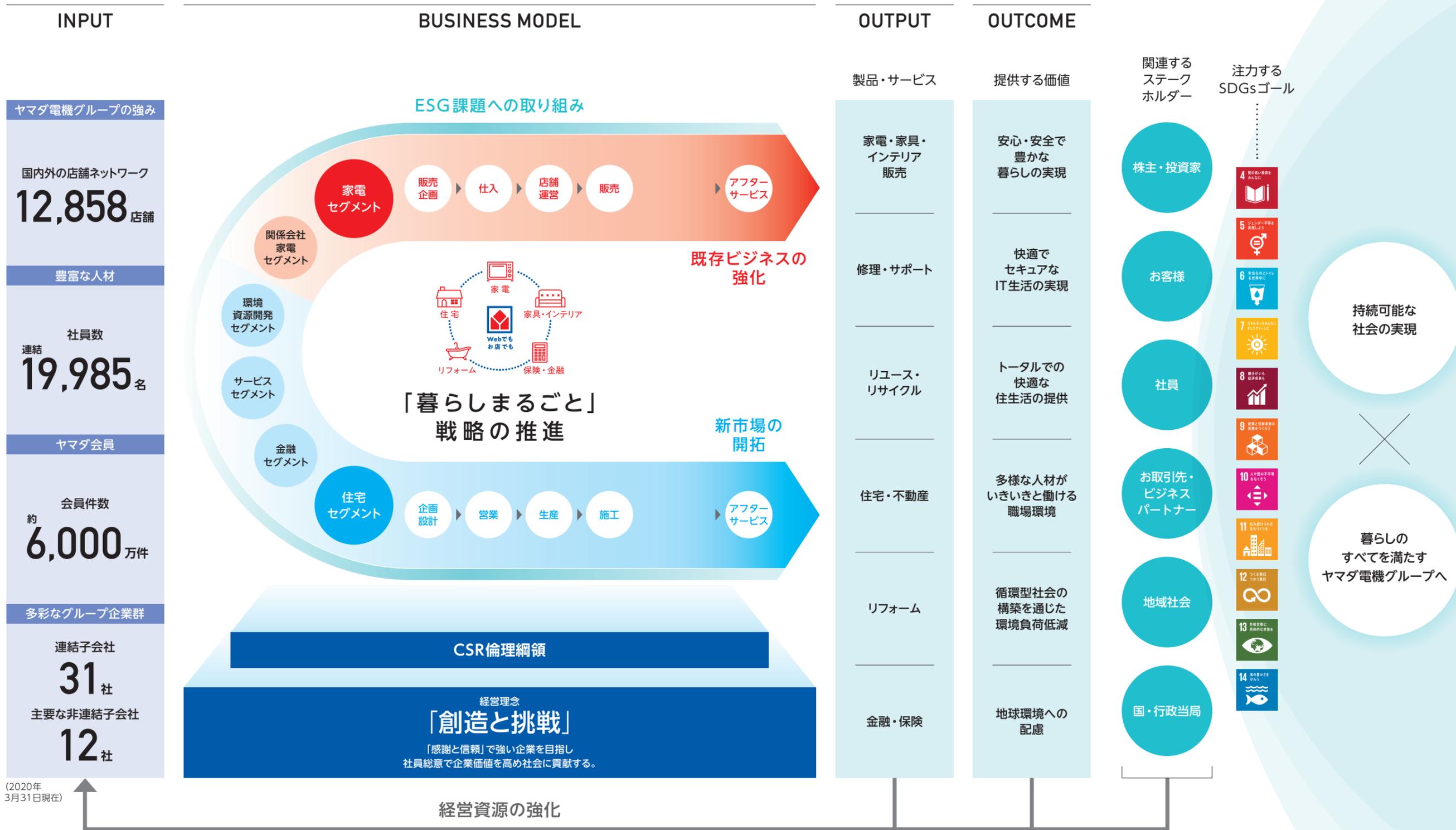
ヤマダ電機グループの価値創造

価値創造プロセス

企業価値の持続的向上に向けて

ヤマダ電機グループは、多様な資本を活用し、環境や社会課題の解決に向けたさまざまな事業活動を展開しています。社会の変化・課題を先取りし、ヤマダ電機グループシナジーを活かしたソリューションビジネスの展開を通じ、ヤマダ電機グループの社会的価値向上を図っていきます。

- 社会課題
- 少子高齢化
 - 人口の減少
 - 豊かさを
実感できる
生活への
対応
 - エコと快適の
両立への対応
 - 複雑化する
IT社会への
対応
 - 地球温暖化



セグメント別トップメッセージ

家電セグメント



株式会社ヤマダ電機
代表取締役社長
三嶋 恒夫

全国のネットワークを活かした戦略を推進

ヤマダ電機は、2011年に住宅事業に本格参入して以降、少子高齢化、人口減少、IoTの浸透といった社会変化に対応した経営改革を進める中で、「暮らしまると、快適住空間」をご提案する家電住まいる館をはじめ、都市型店舗のLABIやアウトレット・リユース館、YAMADA web.com店など、お客様の多様なニーズや市場環境に応える店舗形態を展開してきました。この多様かつ広範な店舗ネットワークが、当社の最大の強みといえます。2020年10月に予定されるヤマダ電機グループのホールディングス化に伴い、ヤマダ電機の事業は家電販売事業のマネジメントに特化されます。私たちは、この新たな枠組みの中で「暮らしまると、快適住空間」のコンセプトをブラッシュアップさせていきたいと考えています。

従来のヤマダ電機は「安さ」を前面に打ち出した企業でした。しかし今、時代が「モノ消費」から「コト消費」に移り変わろうとする中、いかにお客様のニーズを探り出し、商品としてご提案できるかどうかが重

要なテーマとなります。2019年度に当社が新たに導入した高品質接客ガイドに基づく接客コンテストやセールスエンジニアの職種は、従来に増して接客を大切にするための施策であり、「安さ」だけではなく「サービスの質」を重視するビジネスへの転換を象徴するものと考えています。

いつもお客様の期待に応えるヤマダ電機へ

今般のコロナ禍にあっても、郊外型の店舗には多数のお客様のご利用がありました。外出自粛やテレワークの推進等、家庭で過ごす機会が増えたお客様のご不便を解消し、かつ生活を豊かにする製品を多数そろえる当社の存在意義を改めて認識することになりました。これからもヤマダ電機は、お客様の期待に応える企業としてさらに邁進してまいります。そして2019年12月にヤマダ電機グループとして発表した「SDGs達成に向けた重要課題」のひとつ「快適な住空間の提供と社会システムの確立」の実現に向けて注力し、持続可能な社会の構築に貢献していきます。

関係会社家電セグメント



株式会社ベスト電器
代表取締役社長
小野 浩司

地域を支えるベスト電器でありたい

ベスト電器は1953年の創業以来、常に「お客様第一」の精神で家電販売事業を営み、九州・沖縄・山口地区を中心に店舗を展開するほか、海外にも進出を遂げています。2012年にヤマダ電機グループの一員となって以降は、地域密着型の店舗運営に徹し、ヤマダ電機グループの売上シェア向上に貢献できるよう努めてまいりました。このたび、関係会社家電セグメントの総括責任者就任にあたり、グループ企業間でのシナジー効果を発揮すべく取り組んでまいります。

現在、当社の地盤である九州地区でも予想もできなかった未曾有のコロナ不況に突入し、運輸・倉庫、ホテル・観光、飲食業界等で深刻な状況が続き、売上の減少や感染対策に伴うコスト増など影響が出ています。今後どのような形で収束に向かうのか予測は困難ですが、私たちは生活必需品である家電製品の販売はもとより、これまで続けてきた子どもたちの育成イベントへの協賛やスポーツ振興に向けた活動等を通じて、変わらず地域を支えていきたいと考えています。

グループ全体で循環型社会の構築に貢献

家電販売事業は価格もさることながら、お客様と直接接する社員のサービスの質が最も重要と考えています。当社では家電のスペシャリストを育てるために、家電製品アドバイザーなどの社外資格の取得を推奨しており、社員への補助金などを通じてサポートしています。さらには、社員の働きやすい雇用環境の整備にも取り組み、社員が性別に関係なくその能力を十分に発揮し、仕事と生活の調和を図ることができるよう、独自の行動計画を策定し、実行しています。

2019年12月、ヤマダ電機グループは「SDGs達成に向けた重要課題」を設定しましたが、当社としては家電のリユース・リサイクルサービスのさらなる発展が重要な使命のひとつであると考えています。ヤマダ電機グループでは、販売から買い取り、リサイクル、そしてリユース品の販売、再資源化までを完結できる環境が既に整っていますが、当社のアウトレット店舗も含めて活動に注力することで、重要課題「循環型社会の構築と地球環境の保全」の達成に貢献していきます。

住宅セグメント



株式会社ヤマダホームズ
代表取締役 兼 執行役員会長

増田 文彦

グループの対応力を活用し、事業拡大を

住宅、家電、インテリア、金融など、「暮らしまるごと」を体現する多種多様なサービスを展開するヤマダ電機グループの対応力は、他社と一線を画した特長といえます。住宅セグメントの事業においては、いかに集客できるかが事業拡大に向けて重要なポイントとなりますが、そこに圧倒的な集客力を誇るヤマダ電機グループの力を活用できることは大きな強みになると認識しています。

住宅セグメントは、生活の基盤となる住まいやお客様のニーズに寄り添ったサービスの提供を通じて、良質な社会インフラの構築に貢献できる事業領域です。いわば事業と社会貢献とが直結するセグメントであり、これまでに建築した住まいやお客様との関係を含め、長年蓄積してきたストック資産をより大切に活用していくことで、さらなる価値をお客様に提供することができると考えています。これからも私たちは、お客様に価値ある商品をお届けするという方針を愚直に実行していきます。

金融セグメント



株式会社ヤマダファイナンスサービス
代表取締役

古谷野 賢一

幅広い金融ニーズに応える提案型営業の実践

金融セグメントは、ヤマダ電機グループの「暮らしまるごと」戦略を金融面から支えるべく自宅新築、リフォーム、資金決済、保険商品、ライフプラン提案、不動産情報の6分野でサービスを展開しています。自宅新築には「ヤマダフラット35」、リフォームには「ヤマダリビングローン」など各分野でお客様目線に立った金融商品をご提供するとともに、金融ニーズに多面的に対応する提案型営業の実践を目指しています。

金融セグメント各社の業歴は浅く、これまでは個別に事業拡大の道筋を模索してきました。金融事業のキャッチフレーズ「皆様の夢の実現のパートナー」をスピード感を持って実践するために、今後は金融事業の統合が必要です。これができて初めて幅広い金融ニーズに応えることが可能になると考え、現在、総合金融会社化を目指しております。今後も、他の家電量販店にはない金融商品の品揃えと条件面の優位性を確保し、ヤマダ電機グループの提案型販売の強力な武器として金融事業を発展させてまいります。

環境資源開発セグメント



株式会社ヤマダ環境資源開発ホールディングス
代表取締役社長

桑野 光正

循環型社会の構築にグループで挑む

環境資源開発セグメントは、循環型社会の構築に向け、製品のリユース・リサイクル、廃棄物の削減、再資源化素材の活用を3本柱とした事業を展開しています。その基盤はヤマダ電機グループの柱である家電販売事業にあり、使用済家電製品をリユースし、それが不可能な製品はリサイクルして資源として活用するほか、リサイクルが困難な製品は減容化して処分を行っています。この事業サイクルをワンストップで運用できる仕組み・インフラを構築することが、当事業最大のミッションであると考えています。

またヤマダ電機グループでは、自社ブランド「YAMADA SELECT」を通じてメーカーとしての側面も有しています。そのため「製造→販売→回収→リユース→再販」および「製造→販売→回収→リサイクル→再製品化→製造」のふたつの製品ライフサイクルをグループ内で完結できるインフラを構築し、事業化することで、製造事業者および小売事業者としての社会的責任を果たしていきたいと考えています。

サービスセグメント



株式会社ヤマダトレーディング
代表取締役社長

岩井 明彦

多様なサービスを連携させ、シナジーを創出

サービスセグメントは、住宅建材・住宅設備機器のトレーディング事業をはじめ、建設業、卸売業、レストランや旅行等のサービス業など、多様な業種がラインアップされています。例えばヤマダトレーディングでは、ヤマダ電機グループ各社との情報交換や連携を密にし、各社のニーズに合致した商材の提案を行うとともに、希望する商材を効率的に調達し、原価低減に寄与することが重要な役割です。サービスセグメント全体としても連携サービス体制を構築し、シナジー効果を発揮することが今後の大きな課題と捉えています。

サービスセグメントでは、事業を通じた社会課題の解決にも積極的に取り組んでいきます。直近の事例として、新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて市場で不足したマスク等の衛生用品をセグメント間の連携によって仕入れ、多くの方にお届けしました。今後も当セグメントでは、社会のためにできることを常に模索し、迅速に行動することで、グループの発展に寄与するとともに持続可能な社会に貢献していきます。

事業活動報告

事業環境におけるリスクと機会

リスク

- 生活防衛意識の高まりに伴う個人消費の鈍化
- 感染症リスクに起因する景気後退
- インバウンド需要の減少
- 中国経済の減速による市場の縮小
- 業種・業態を超えた競争の激化

機会

- 5Gサービス関連機器の需要増大
- テレワーク拡大に伴う関連機器、サービス需要の増大
- さまざまな製品・サービスによるトータルな住空間の提案
- 住宅リフォーム市場の拡大
- インターネット販売の拡大

事業概要

ヤマダ電機グループは主力の家電販売事業を通じて、質の高い製品と多様なサービスを提供し、お客様の豊かな生活と利便性の向上に貢献しています。近年は家電と親和性の高い住宅、リフォーム、住宅設備機器、住空間の家具雑貨関連の提案に加え、金融・不動産サービスなどが一体となった「暮らしまるごと」のコンセプトに基づく各種事業を展開しています。日本全国に都市型店舗から郊外型店舗、地域密着型店舗ま

でお客様の多様なニーズに対応できる店舗ネットワークを持つ強みを活かすとともに、インターネット販売との融合や、SPA（製造小売）商品の開発強化などにも取り組んでいます。2019年10月には、利益率改善を重視する支社長制度の導入を行いました。今後も社会の変容に合わせてヤマダ電機グループの経営資源を最大限に活かした取り組みを積極的に行い、持続的な成長と企業価値の向上に尽力していきます。

収益の状況

2020年3月期は、頻発した自然災害や消費増税に伴う反動減による一時的な影響を受けつつも総じて堅調に推移しました。中でも主力の家電流通業界において、消費増税に伴う駆け込み需要を背景に、テレビや冷蔵庫、洗濯機等の高単価商品を中心に好調に推移。またパソコンなどのデジタル機器も買い替え需要が好調に推移しました。これを受け2020年3月期の連結

決算は、前期を上回る売上高1兆6,115億円、営業利益383億円、経常利益460億円、親会社株主に帰属する当期純利益246億円となりました。

▶連結財務データ

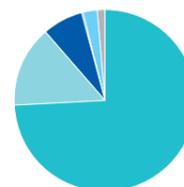
(単位：百万円)

	2016年 3月期	2017年 3月期	2018年 3月期	2019年 3月期	2020年 3月期
売上高	1,612,735	1,563,056	1,573,873	1,600,583	1,611,538
営業利益	58,158	57,895	38,763	27,864	38,326
経常利益	62,734	66,040	47,335	36,889	46,074
親会社株主に帰属する当期純利益	30,395	34,528	29,779	14,692	24,605
自己資本比率(%)	46.6	48.4	49.8	49.7	54.6
ROA(%)	2.7	3.0	2.6	1.2	2.1
ROE(%)	6.0	6.3	5.2	2.5	4.0

▶売上総利益率の推移



▶事業セグメント別販売実績



- 家電セグメント 1兆3,978億円
- 金融セグメント 24億円
- 関係会社 家電セグメント 2,697億円
- 環境資源開発セグメント 460億円
- 住宅セグメント 1,343億円
- サービスセグメント 130億円

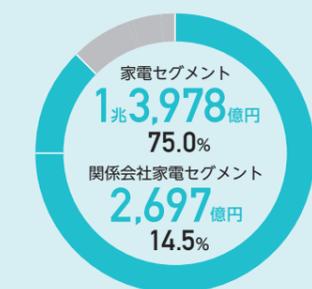
※実績の一部には、非連結子会社等の数値も含まれており、かつ、グループ内の取引相殺は行っておらず、決算の数値とは異なります

家電セグメント／関係会社家電セグメント

2020年3月期の主な取り組み

2019年10月の消費増税後の個人消費の急激な鈍化が予測される中、家電販売事業ではよりスピード感をもって事業の強化を果たすべく新しい収益モデルへの改革を推進しました。具体的には、2018年度より着手した「セルアウト重視による在庫適正化」に継続して取り組み、利益率の改善に努めました。加えて、家電をコアに生活インフラとしての「暮らしまるごと」の提案を軸とした販売へのシフトを図り、その強化の一環として株式会社大塚家具の子会社化を実現しました。

▶売上高／売上高構成比率



※連結決算数値とは異なります

01 大塚家具の子会社化

「暮らしまるごと」提案の強化に向け、2019年12月に家具販売のノウハウに優れた大塚家具を子会社化しました。2020年2月には、既存4店舗のリニューアルに合わせ、大塚家具とのコラボレーションによるライフスタイル提案型の売場展開をスタート。3月には大塚家具店舗でも家電製品の取り扱いを始めました。今後も互いの強みを活かしたシナジーの発揮に向け、さらなる展開を模索していきます。



02 新シリーズのデザイン家電「SERIE NOIR」

ヤマダ電機オリジナルのSPA（製造小売）商品「YAMADA SELECT」に、機能性とデザイン性を両立させたこだわりのデザイン家電シリーズ「SERIE NOIR」が誕生。2020年1月に発売したシリーズ第一弾は、「Cooking Pot（グリル鍋）」「Hot Plate mini（A4サイズホットプレート）」「Cooking Pot mini（ミニグリル鍋）」の3モデルで、いずれもキッチン・ダイニングに溶け込む上質なデザインと高い機能性が特長です。今後も同シリーズの拡充を図るとともに、家電の枠を超えたSPA商品の開発を進めていきます。



2021年3月期の課題と展望

新型コロナウイルス感染症の世界的な流行の影響によるインバウンド需要の減少、生活防衛意識の高まりによる消費者行動の変化等により、厳しい状況が予想されます。こうした状況下、家電セグメントは継続した改革による利益率改善を目指します。また、既存店においてはヤマダ電機と大塚家具の両店舗における家電と家具・インテリアを組み合わせたシーン提案の推進によりシナジー効果の発揮を目指すほか、SPA商品の開発強化、新型コロナウイルス感染症の影響により、不要不急の外出自粛のための楽しみを楽しく、快適に過ごすための提案を行っていきます。加えて、インターネットと店舗が融合した最新型店舗「YAMADA web.com」店舗の拡大を図ります。

住宅セグメント

2020年3月期の主な取り組み

台風など頻発した自然災害の影響で工期遅れが発生したほか、消費増税後の反動減の影響がリフォーム部門で大きく出るなど、厳しい事業環境が継続しました。その中で事業グループ再編によるシナジー効果を最大化させるべく取り組みを行ってまいりました。また2020年3月には、「暮らしまるごと」提案の強化として、株式会社ナックの住宅事業の中核会社であり、全国で注文住宅事業を展開する株式会社レオハウス（現：ヤマダレオハウス）の子会社化を発表しました。

▶売上高／売上高構成比率



※連結決算数値とは異なります

01 レオハウスの子会社化

2020年5月に子会社化を完了したヤマダレオハウスは、「人生を豊かにする家づくりを、一緒に。」を掲げ、自由設計・注文住宅に強みを持つハウスメーカーです。オリコン顧客満足度ランキングにおいて、評価項目「金額の納得感」を3年連続（2016～2018年）で第1位を受賞するなどオーダーメイドの満足を提供しており、ヤマダ電機グループが推進する「暮らしまるごと」戦略とのシナジー効果の創出に期待ができません。



02 家守りホールディングスの子会社化

2019年2月、新築住宅の品質検査から既存住宅の点検・メンテナンス、住宅ローンの切り替え提案など住まいに関するサービスを幅広く手掛ける家守りホールディングスと資本業務提携を締結および株式を取得し、子会社化しました。15万戸以上という家守りホールディングスの豊富な検査実績を活かしてリフォームの潜在需要の掘り起こしを図るほか、ヤマダ電機グループのネットワークを効果的に活用しながら、消費者ニーズにきめ細やかに対応するさまざまなサービスを展開していきます。

2021年3月期の課題と展望

近年、新設住宅着工戸数は減少傾向にありますが、中長期的にはリフォーム市場は堅調な推移を見込んでいます。しかしながら、既に新型コロナウイルス感染症の影響で雇用や景気の先行き不安で住宅購入を手控える動きが出ており、厳しい事業環境が継続することが予測されます。住宅セグメントでは、前期に引き続き「暮らしまるごと」提案のさらなる推進を図るべく、ヤマダ電機グループならではのトータルな対応力を活用したサービスの提供・提案を目指します。加えて「災害に強い」をコンセプトに掲げた長期優良住宅の推進や、レオハウスの子会社化を含めたスケールメリット等を活かし、住宅セグメントの規模拡大を図っていきます。

金融セグメント

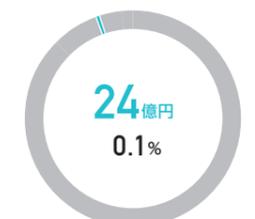
2020年3月期の主な取り組みと今後の展望

ヤマダ電機グループの成長戦略の柱である「提案型販売」を推進するために金融事業の自社化は必須であり、各種金融商品開発・販売およびそれを実践するための組織づくり、資格取得に取り組んでいます。「皆様の夢の実現のパートナー」を目指しスピード感を持って実践してまいります。昨年度の各金融事業のトピックスは下記の通りです。

- 1 住宅ローン事業：フラット35実行累計1,300件・融資額400億円超過
- 2 リフォームローン事業：延利用者15千件超過・大家家具販売にも利用開始
- 3 損保事業：自然災害に備える業界初の「ヤマダの災害安心保険」販売開始
- 4 保険代理店事業：ファイナンシャル・プランナー（FP）自社化（100名体制）によりライフプラン提案を全国展開
- 5 クレジット事業：「即時発行」・「36回無金利分割」開始で顧客利便性を向上
- 6 不動産事業：株式会社センチュリー21ジャパンと提携し全国出店を加速

今後も金融セグメント各社の体制整備を急ぎつつ、事業拡大の道筋を模索していきます。

▶売上高／売上高構成比率



※連結決算数値とは異なります

環境資源開発セグメント

2020年3月期の主な取り組みと今後の展望

リユース事業においては、ヤマダ電機グループの家電小売店舗における買い取りが思うように進まず、リユース台数が減少しました。今後はリユース品の買い取り強化に向けて、店舗接客端末（T-POS）に買い取り査定機能を実装するほか、お客様のご自宅への製品配送時に不用品の確認に努め、買い取り査定サービスを行うといった対策を講じます。リサイクル事業においては、既存設備の増強に向けて、許認可取得などを含めて準備を進めました。また2020年3月、ヤマダ電機グループにおいてリユース、リサイクルを主な事業とする「株式会社ヤマダ環境資源開発ホールディングス」を設立。今後は環境資源開発セグメントとして、事業拡大や新たな事業展開のサポートを担っていきます。

▶売上高／売上高構成比率



※連結決算数値とは異なります

サービスセグメント

2020年3月期の主な取り組みと今後の展望

2020年3月期、サービスセグメントの売上高は順調に推移しました。トレーディング事業においては、株式会社ヤマダホームズと連携して災害に強い家「NEXIS」の標準装備の設定を行い、各装備品の搭載率向上に取り組みました。2020年を迎えて世界的に蔓延した新型コロナウイルス感染症の影響により、建築資材や住宅設備機器等の欠品や納期遅延が発生し実績が減少しましたが、新規商材の受注・販売を開始したことにより影響は軽微なものとなっています。ただし、フード事業や旅行会社等のサービス事業が苦戦を強いられ、今後も厳しい事業環境が見込まれます。対策として、従来の商品群にとらわれない新規売上の柱を構築し、事業の安定・向上を図っていきます。

▶売上高／売上高構成比率



※連結決算数値とは異なります

サステナビリティ

CSRマネジメント

ヤマダ電機グループはCSR理念やESGに対する考え方に基づき、家電量販店業界のリーディングカンパニーとして常に環境や少子高齢化などの社会変化を的確に捉えながら、「持続可能な社会の実現」に取り組んでいきます。



基本的な考え方

ヤマダ電機グループは、経営理念に「創造と挑戦」を掲げ、自らの成長や社会の発展のためにさまざまな事業や取り組みを行っています。そして、社会とともに成長し続ける企業グループを目指すため、具体的な行動指針である「CSR倫理綱領」に沿って、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活動を推進しています。

加えてヤマダ電機グループが、今後も社会課題の解決に寄与し、企業価値を向上させる企業であり続けるためには環境・社会・ガバナンスへの配慮が必要不可欠と認識しており、社内外において積極的に取り組むことで、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

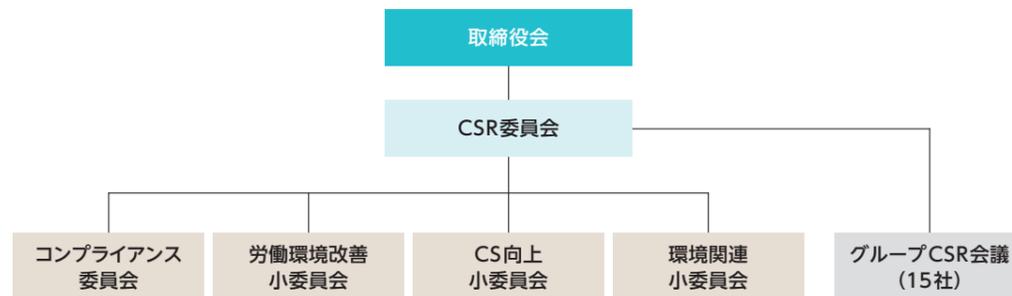
» CSR倫理綱領
<https://www.yamada-denki.jp/csr/csrethics.html>

CSR推進体制

ヤマダ電機グループでは、グループ会社を含めたCSR推進強化とCSRに関するKPIの進捗確認の場として「CSR委員会」を設置しています。メンバーはサステナビリティ推進室長を委員長として、担当取締役で構成されています。また、CSR委員会の配下にある「コンプライアンス委員会」「労働環境改善小委員会」「CS向上小委員会」「環境関連小委員会」の4つの委員会は、個別活動の内容について議論し、今後の活動の目標の確認を行っています。グループ会社のCSR活動につい

ては、「グループCSR会議」を年に11回実施し、各グループ会社の取り組み内容の報告や情報共有を図っています。

2019年10月には、持続可能な社会の実現に貢献する企業であり続けるため、事業を通じた社会課題の解決が不可欠であると認識し、対応部署を従来の「CSR推進室CSR担当部」から「サステナビリティ推進室 SDGs推進部」に変更しました。



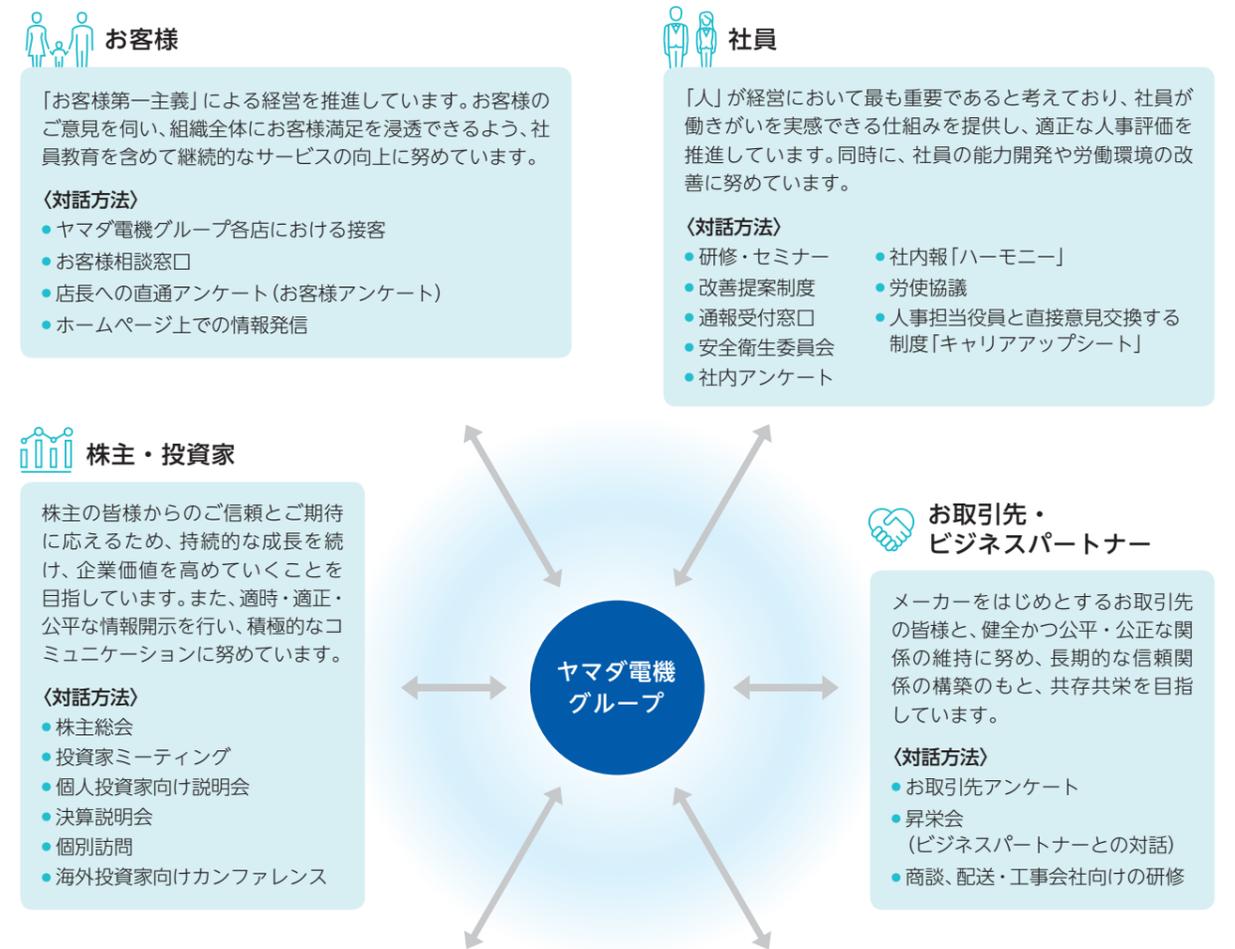
CSR研修・教育

2019年10月、ヤマダ電機本社にて、ヤマダ電機および関係会社の経営幹部を対象に、SDGs勉強会を実施しました。当日はSDGsの本質から、SDGsを通じて企業がやるべきこと、ヤマダ電機グループの事業が貢献できるSDGs課題などについて学び、理解を深めました。今後は、対象範囲を広げ、CSR浸透のためにヤマダ電機グループ全体で取り組んでいきます。



ステークホルダー・エンゲージメント

ヤマダ電機グループは、お客様、株主・投資家の皆様、お取引先やビジネスパートナーの皆様、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と、健全な対話を通じて、お互いが感謝、信頼し合える関係を築き、企業価値向上に努めています。



サステナビリティ

SDGs達成に向けた重要課題

ヤマダ電機グループは、事業活動を通じ、SDGsの目標達成に貢献すべく積極的に取り組んでいきます。



SDGs重要課題特定プロセス

2015年9月「国連持続可能な開発サミット」において、国連加盟国が2030年までの実現を目指す17のゴールと169のターゲットからなる「持続可能な開発目標」が掲げられ、国だけでなく企業にも積極的な関与が求められています。ヤマダ電機グループは、SDG Compassに沿ったSDGsの理解浸透および取り組みの推進を図っており、2019年度はさらなる貢献を目指すため、SDGs達成に向けた重要課題を特定しました。



STEP 1

SDGsを理解する

初めのステップとして、SDGsの社内理解・浸透のために以下の取り組みを行っています。

- ① SDGs研修の実施
- ② SDGsピンバッジの配布
- ③ 社内報を使用した周知
- ④ 本社内でのSDGsのPOPによる周知

STEP 2

優先課題を決定する

17のゴールと169のターゲットに対し、ヤマダ電機グループの事業とCSR活動との整理を行い、次の5つの視点から今後注力するSDGsの11ゴールを選定し、達成に向けた重要課題を特定しました。

- ① 経営理念との整合性
- ② SDGs達成への貢献度
- ③ ヤマダ電機グループならではの貢献ができるのか
- ④ 業界の傾向
- ⑤ 日本政府策定の実施指針との整合性

STEP 3

目標を設定する

特定した重要課題に対し具体的な取り組み内容とKPIを設定し、PDCAを回していきます。

STEP 4 / STEP 5

・経営へ統合する ・報告とコミュニケーションを行う

2019年度以降は、具体的な取り組みとそれに対するKPIを経営計画に組み込んでいきます。進捗状況については定期的に報告し、ステークホルダーとの対話を進めていきます。

SDGs達成に向けた重要課題



●●● 快適な住空間の提供と社会システムの確立

家電・家具・インテリア・リフォームのみならず、「暮らしまると」を提案することで、社会に必要な存在となり、お客様の「住」を支えるヤマダ電機グループを実現していきます。



》 P. 28

特集
ヤマダ電機グループが広げる
“災害に強い家”

●●● 循環型社会の構築と地球環境の保全

販売した家電やパソコンのリユース・リサイクルを通じ、循環型社会の形成に貢献し、再生可能エネルギーの導入や環境配慮型製品開発・販売に力を入れていきます。



》 P. 32

- 環境マネジメント
- 廃棄物削減
- 地球温暖化防止

●●● 社員の成長と労働環境の改善

人は経営において最も重要であるとの考えから、社員の人材教育、ダイバーシティの推進、ワーク・ライフ・バランスの保てる職場環境を構築し、事業の持続的な発展を実現していきます。



》 P. 36

- 人材の確保・育成・評価
- ダイバーシティの推進
- ワーク・ライフ・バランスの推進
- 労働安全衛生
- 人権の尊重

中長期方針

SDGs重要課題	取り組み内容	中長期方針
快適な住空間の提供と社会システムの確立	お客様満足度の向上	お客様の「住」を支える提案を継続して実施する
循環型社会の構築と地球環境の保全	廃棄物削減	リユース・リサイクルの仕組みを通じた廃棄物の減量化と再資源化に取り組む
	地球温暖化防止	効率的なエネルギー利用や再生可能エネルギーの活用で環境負荷低減を図る
社員の成長と労働環境の改善	人材の確保・育成・評価	人材の育成と能力開発を通じ、経営における最も重要な「人」を大切に人材マネジメントを行う
	ダイバーシティの推進	多様な人材が能力を最大限に発揮できるようダイバーシティマネジメントを強化する
	ワーク・ライフ・バランスの推進	家庭と仕事の両立を図るための制度の拡充と就業環境を整備する
	労働安全衛生	社員の安全・健康を促進し、いきいきと安心して働ける職場環境を維持する
人権の尊重	人権意識の醸成に向けた体制の確立と運用	

ヤマダ電機グループが広げる “災害に強い家”

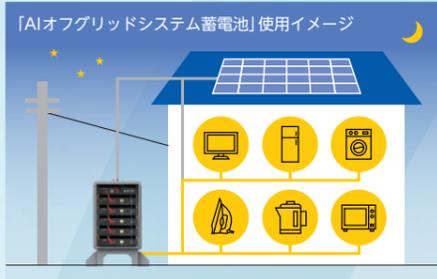
ヤマダ電機グループが本格的に住宅関連事業に参入したのは2011年8月のこと。そのきっかけのひとつには、同年3月に起こった東日本大震災がありました。震災以降の節電意識の高まりを背景に、全国の店舗における太陽光発電や蓄電池などに住宅を組み合わせたご提案を通じて、皆様の安心・安全を守る取り組みをスタートさせました。あれから9年、ヤマダ電機グループが追い求めてきた“災害に強い家”は、電気・飲料水を自給自足する新発想の注文住宅「NEXIS」に体现されています。



1

蓄電して家の
電力をまかなう

太陽光発電+ 蓄電池システム



社会課題 1

住宅向け太陽光発電システムでは、屋根などに設置したソーラーパネルで発電した電力を家庭で使用し、あまった電力は電力会社に売電するのが一般的です。しかしソーラーパネルだけでは電力の備蓄ができず、天候や時間帯によって発電量が左右されるといったデメリットもあるため、災害時や停電時における対応力という意味では課題がありました。

取り組み 1

ヤマダホームズの注文住宅「NEXIS」は、太陽光発電システムと「AIオフグリッドシステム蓄電池」を組み合わせ、あまった電力を売ることなく大容量の蓄電池に充電することで、発電が行われない夜間や停電時に備える“災害に強い”住宅です。蓄電池は4人家族で使うピーク時の電力量に対応可能な10kWhの大容量を確保し、買電ゼロを実現^{*}。一般的な蓄電システムでは、停電の際は家庭内で使用できる電気製品に限られますが、「NEXIS」は蓄電池から家庭内へ6.0kVA(60A契約相当)の電力供給が可能のため、すべての電気製品の利用が可能です。ただでさえ不安が募る災害時、ライフラインのひとつである電気の心配がなくなることは大きな安心材料と言えるでしょう。

*「AIオフグリッドシステム蓄電池」によりオフグリッド生活が可能となりますが、非常用電源として電力会社との基本契約は必要となります

2

災害時の最重要 ライフラインを確保 空気から飲料水を 生み出す製水器



社会課題 2

災害時のライフラインの断絶によって、生活に最も深刻な影響を与えるのは「水」であり、その用途は飲用をはじめ、洗面・手洗い、トイレ、歯磨き、入浴など多岐にわたります。上水道は一度被害を受けると復旧までにかなりの日数がかかることから、災害時の備えとして家庭でも最優先に対策すべき事柄といえます。

取り組み 2

「NEXIS」は、断水時にも安心な“空気から飲料水を生み出す”製水器を標準搭載することで、最重要ライフラインを確保しています。その仕組みは、取り込んだ空気から高性能フィルターを用いて埃や塵などを取り除き、空気を強制的に温めて結露を作り水に変えるというもの。その水をろ過することで、1日に16~25リットル程度の安全な飲料水を生成することが可能です。また、できた水は定期的に循環させることで劣化を防ぎ、常に安全な飲料水としての状態を維持します^{*}。空気を水源とする製水器は、災害時の有用性はもちろん、世界の水問題の解決にも寄与することが期待される技術です。

*年1回程度のフィルター交換が必要です。水道法の「水質基準に関する省令」、水道水の品質基準で定められた厚生労働省指定の最も厳しい「51項目の検査」と同様の検査を行い、合格しています

3

地震大国日本の災害に対応 耐震構造&耐震シェルター



社会課題 3

地震大国として知られる日本で暮らす以上、地震への備えは誰もが常日頃から意識すべき課題です。地震被害で特に危険とされるのは、建物そのものの倒壊や家具の転倒・落下によるもので、その対策として耐震構造の住宅を選ぶことが非常に有効です。

取り組み 3

「NEXIS」は、国土交通省が認定する「長期優良住宅」の4つの性能基準における最高等級を標準仕様とし、そのひとつに耐震性があります。具体的には、地震に強い耐震構造を採用するとともに地震や台風に強い防災瓦を採用、これまで60年以上にわたって地震による全・半壊ゼロの技術で家族の安心を守ります。また、注文住宅のオプションとしてオリジナルの耐震シェルター(4畳半サイズ)を開発。2階建木造住宅の約3棟分に相当する100トンの荷重に耐えるなど^{*}、いざという時の安心感を高めています。ヤマダホームズは「災害は必ず起こるもの」という考えのもと、これからも“災害に強い”住まいづくりを続けていきます。

*自社検証実験結果による

自然災害に備える業界初の保険商品「ヤマダの災害安心保険」

ヤマダは住まいそのものの安心・安全はもちろん、万が一への備えがそろって初めて「災害に強い家」になると考えています。ヤマダ少額短期保険が提供する「ヤマダの災害安心保険」は、地震・水災・風災・雹災・雪災・落雷などの自然災害による建物・家電・家具・生活雑貨の被害やご家族全員のケガや重度障害などを補償します。

建物の構造・お住いの地域に関係なく保険料が全国一律で地震に加え近年頻発する台風や豪雨災害などに備えることができる業界初の保険商品です。保険料がヤマダポイントで払えるのもヤマダならではのサービスです。

VOICE

暮らしを支える安心・安全を提供

ヤマダホームズの「NEXIS」は、東日本大震災をきっかけに開発が始まった“災害に強い家”のひとつの完成形であり、年々増加する自然災害への備えという意味でも社会のニーズを的確に捉えた住宅であると考えています。家電販売業界最大手であるヤマダ電機を親会社に持つ強みと、注文住宅の老舗ならではの知見やこだわりを組み合わせ、それらをパッケージとして提供することで価格以上に安心・安全なクオリティを実現しています。また、住生活全般の課題解決ビジネスを展開するヤマダ電機グループの一員として、災害保険や住宅品質検査などのサービスをワンストップでお届けできる販売体制も特長です。これからもヤマダホームズは、長きにわたってお客様の暮らしの安心・安全を支える家づくりに邁進していきます。



株式会社ヤマダホームズ
代表取締役 兼 執行役員社長
松本 英樹

ヤマダ電機の セールスエンジニアに できること

ヤマダ電機は時代に合った「暮らしまるごと」のご提案をよりシームレス、アクティブに展開していくために「セールスエンジニア」の育成を強化しています。

店頭での商品のご案内から配送・設置・工事まで、商品販売の一連の流れを担う重要な役割についてご紹介します。



1 セールス エンジニアとは

セールスエンジニアは、店頭でのお客様対応から配送・設置、アフターサービスまでを一貫して行うヤマダ電機ならではの専門職として2019年に新設されました。

ヤマダ電機では現在65名(2020年5月現在)のセールスエンジニアが店舗で活躍しており、2020年度の新卒社員50名が現場に立つ準備を進めています。家電の配送・設置でお客様宅へ伺った際に取付工事のみでなく、家電や家具・インテリアからリフォームなどに関して、お客様の暮らしをより快適にするさまざまなご提案を行うなど、「暮らしまるごと」コンサルティングの役割も担います。



▶セールスエンジニアの仕事の流れ



2 セールス エンジニアを育てる

ヤマダ電機はこれからの接客・販売・配送の現場を担うセールスエンジニアを育てるために、スキル習得や資格取得に向けた教育・研修体制を整えています。

1 座学／実務研修

4月の入社後、研修センターで配送工事訪問時のマナー、配送実習、設置工事の技術など、セールスエンジニアに必要とされる基本項目を専門のトレーナーから学びます。併設された専用のモデルハウスでは、取り扱う商品そのものの知識習得や、商品を使った設置研修などを通じて現場での対応力を身につけます。

2 資格取得

セールスエンジニアには、住戸や店舗の配線工事等の専門技術者に必要な国家資格「第二種電気工事士」の取得が欠かせません。そこで実務研修と並行して、6月と10月に行われる資格試験に向けて計画的な筆記・技能試験対策をします。また、今後はより高度な第一種電気工事士や冷媒回収技術者などの資格取得も支援していく予定です。



3 実務研修

お客様宅訪問時のマナー、配送・設置・搬入経路、後片付け等の手法を現場で学ぶべく、工事スタッフに同行して実務研修を重ねます。



4 店舗配属

約3カ月間の研修を終え、店舗へ配属。研修終了後も、同僚や先輩からのフォローは続きます。



お客様に寄り添う仕事

2019年4月にヤマダ電機に入社し、高崎本社にてセールスエンジニアの業務について約6カ月間学んだあと、2019年9月より現在の配属先にて働いています。研修中は幅広い業務内容を覚えるだけで大変でしたが、講師や先輩の皆さんに親身になって教えていただき、仕事のイロハを覚えることができました。自分自身も研修での学びと並行して自宅の家電を使って理解に努めました。実際に自分が体験したからこそお客様にわかりやすく説明ができますし、自信をもって接客ができると考えています。店頭での販売から配送・設置、さらにはお客様の悩みごとにも寄りそうセールスエンジニアの仕事は大変やりがいの大きい仕事です。セールスエンジニアとしてひとつひとつの行動や言葉に責任を持つことの大切さを感じるとともに、日々お客様と身近に接することに楽しさを感じています。

LABI1 LIFE SELECT高崎
セールスエンジニア
上田 翔生



一人ひとりがお客様に信頼されるサービスを提供

社会の変容とともにお客様のライフスタイルや意識が大きく変わる中、家電製品の購入スタイルも多様化してきています。当社は、専門店としてお客様のニーズに応え、付加価値をつけてお客様に喜んでもらえるように、セールスエンジニアを立ち上げました。店舗での販売から配送設置、エアコン工事までお客様のニーズに最後まで対応し、生活のお困りごとに対してご相談やご提案を行うなど、他社に真似のできないサービスを提供することが可能です。セールスエンジニアの育成に向けては、技術習得以前に、お客様に「〇〇さんで良かった、ありがとう」と信頼される社員になれるよう教育を行っています。高齢化社会の中で、セールスエンジニアがお客様に常に頼りにされる存在になれるよう、さらなるサービス向上に努めます。

人事総務本部 人材開発室
室長 上席理事
鮎澤 亮



循環型社会の構築と地球環境の保全



Sustainability

環境マネジメント

ヤマダ電機グループは、地球環境との共存が持続的な社会・経済の発展につながるという考えのもと、事業活動全体を通じた環境課題解決に取り組んでいます。環境方針およびISO14001を具体的な行動指針として、リユース・リサイクルによるCO₂排出量削減活動など環境負荷低減の取り組みを積極的に推進しています。

基本方針

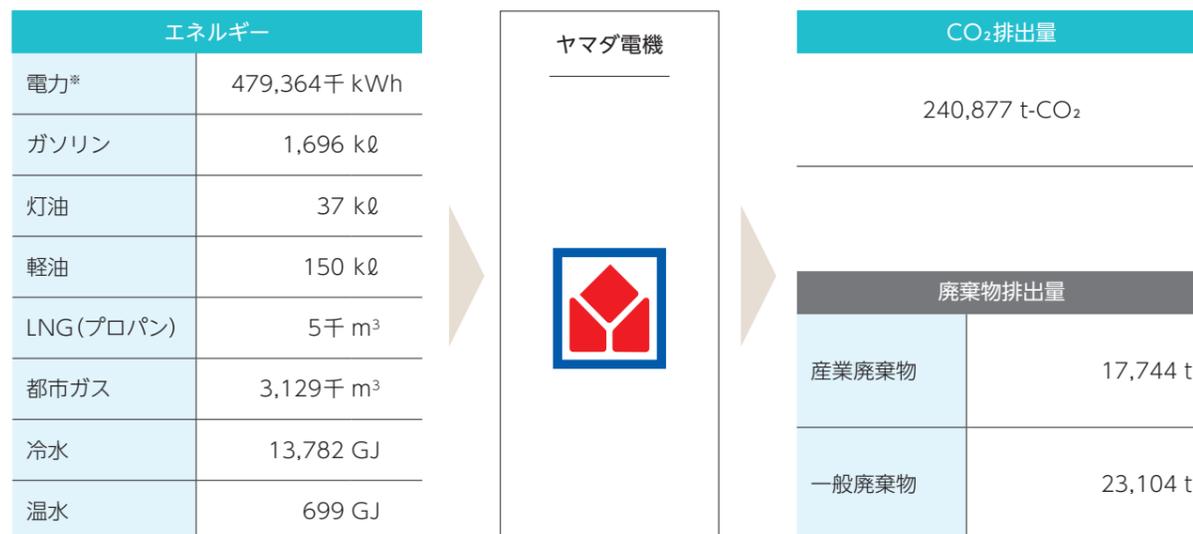
ヤマダ電機グループの環境方針 https://www.yamada-denki.jp/csr/environmental_policy.html

2019年度の主な取り組みと実績・目標

主な取り組み		2019年度目標	2019年度実績	2020年度目標
廃棄物削減	家電4品目のリユース (テレビ、冷蔵庫、洗濯機、乾燥機)	93,251台	55,685台	96,536台
	パソコンリユース	355,700台	395,363台	384,900台
地球温暖化防止	電力使用量全体に占める 再生可能エネルギー [※] 率	—	1.85%	前年度比増
	物流効率化によるCO ₂ 削減量	—	75.66t-CO ₂	前年度比改善

※グリーン電力導入量(バイオマス発電量)数値

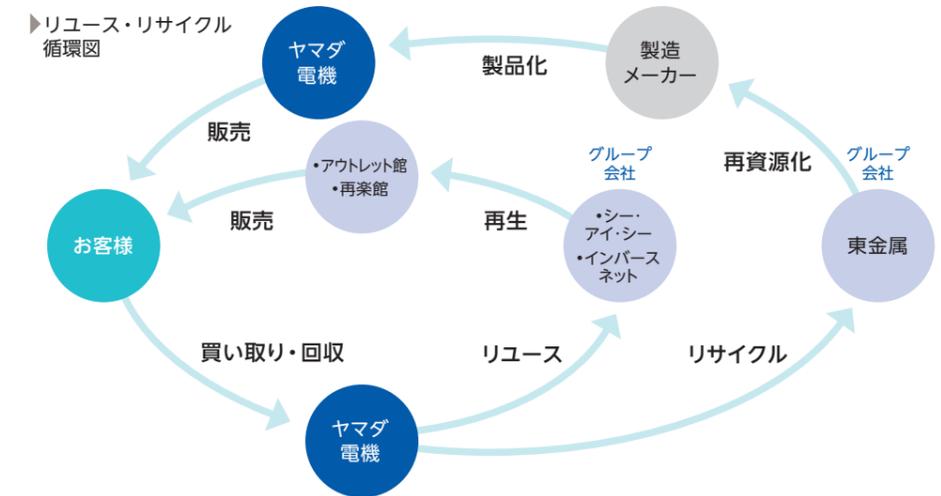
▶(単体)2019年度マテリアルフロー



※電気事業者ごとの排出係数を使用

廃棄物削減

ヤマダ電機グループでは、お客様から回収した使用済み家電のリユース・リサイクル、再製品化・再販する仕組みを構築し、製品ライフサイクルをグループ内で完結することで、社会全体の環境負荷低減に貢献しています。



● 2019年度の取り組み

ヤマダ電機グループでは、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。2019年度も法令に則った適正処理に努めました。

▶産業廃棄物排出量

	2017年度	2018年度	2019年度
排出量(t)	24,879	18,162	20,875
グループ対象店舗(店) ^{※1}	686	698	716

▶一般廃棄物排出量

	2017年度	2018年度	2019年度
排出量(t) ^{※2}	29,445	24,233	27,505
グループ対象店舗(店) ^{※1}	686	698	716

※1 ヤマダ電機、沖縄ヤマダ電機、九州テックランド

※2 リサイクル対象外廃棄物

● リユース・リサイクル

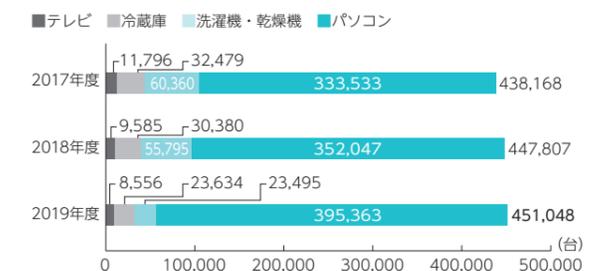
ヤマダ電機グループでは、製品のリユース・リサイクルを行う、家電リユース事業および、パソコンリユース・リサイクル事業を展開しています。2019年度のリユース実績は、家電(テレビ・冷蔵庫・洗濯

機・乾燥機)約5万6千台、パソコン約39万5千台でした。

家電リユースについては、グループ会社のシー・アイ・シーとともに、良品の買い取りから再商品化と販売まで、一貫したリユース家電の流通網を構築しています。2つのリサイクルセンターにおける厳密な機能チェックやクリーニング、修理、さらに販売時に最大24カ月間の保証を付帯するなど、お客様に家電リユース品を安心してご購入いただけるサービスを提供しています。

また、パソコンリユース・リサイクルについては、グループ会社のインバースネットと協力し、中古パソコンの再商品化、再商品化のできないものは解体し、原材料として再利用(マテリアルリサイクル)、または燃料として再利用(サーマルリサイクル)を実施しています。今後も高度な技術力を活用し、リユース・リサイクル率の向上を目指していきます。

▶リユース台数



サステナビリティ

循環型社会の構築と地球環境の保全



Sustainability

● インクカートリッジのリサイクル

各店舗のインクカートリッジの回収BOXから回収した、再利用可能な使用済みインクカートリッジ1個に対し、10円を寄付する活動を行っています。2019年度は約106万個のインクカートリッジを回収し、11,397,040円を公益財団法人交通遺児育成基金へ寄付しました。また、その回収、販売によるCO₂抑制量は80.4tになります。今後もインクカートリッジ回収を通じ、「循環型社会への取り組み」をさらに進めていきます。

▶回収個数 (単位：個)

	2017年度	2018年度	2019年度
インクカートリッジ	981,993	930,329	1,061,896

■ 地球温暖化防止

ヤマダ電機グループでは、定量的な目標設定・管理のもと、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。

また、省エネ家電への買い替えを促進し、お客様の製品使用段階でのCO₂を削減する取り組みにも注力しています。

● 電力使用によるCO₂排出量

ヤマダ電機グループでは事業活動に伴うCO₂排出量削減の取り組みを積極的・継続的に行っています。

電力使用によるCO₂排出を削減するため、1.85%を再生可能エネルギーで賄っています。

▶電力使用によるCO₂排出量*▶延べ床面積当たりCO₂排出量*

※CO₂換算係数：0.55kg-CO₂/kWh
 ※2019年度集計対象範囲：ヤマダ電機、国内の連結子会社16社および非連結子会社12社、計29社
 ※精度向上のため過年度の値を遡及修正しています

● 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排出量削減

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、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っています。2020年3月末現在での設置店舗数は689店舗中343店舗となっています。

▶照明のLED化

2013年度下期から店舗に順次、LED照明を導入しています。2020年3月末現在、689店舗中541店舗がLED照明を使用し、省エネルギー化を推進しています。



● 環境教育

ヤマダ電機の有資格試験制度に環境に関する問題を取り入れるとともに、一般財団法人家電製品協会が認定する家電製品アドバイザー、スマートマスター試験の受験を推進し、社員の環境負荷抑制の意識向上を図っています。また、社内報や社内イントラネットを通じて環境関連の情報を発信し、環境問題への意識を高め、取り組みの活性化につなげています。

● 再生可能エネルギーへの取り組み

▶グリーン電力の継続利用

ヤマダ電機は2008年度よりグリーン電力を継続して利用しており、2019年度の対象店舗は77店舗で、合計10,847千kWhのグリーン電力化を実施しました。高崎にあるヤマダ電機本社社屋は、使用電力の100%がグリーン電力となります。

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）」にも選出されています。

▶太陽光発電システムの導入

店舗の屋上などを利用し、太陽光発電システムの導入を推進しています。2020年3月末現在で203店舗に設置し、2019年度は43,830千kWhを発電しました。



● 物流における省エネの推進

物流における環境への取り組みを進めるため、委託会社様や協力会社様に、アイドリングストップの協力を要請しています。2019年度の実施率は98%以上と、2010年の開始から高水準を維持しています。

TOPIC

「関東地区電気使用合理化委員会委員長表彰」
最優秀賞を受賞

2020年2月、ヤマダ電機は「令和元年度 関東地区電気使用合理化委員会委員長表彰」の最優秀賞を受賞しました。この賞は、電気の効率的な使用に関する普及・促進・PR活動を行う関東地区電気使用合理化委員会によって、電気を合理的に使用する意識の高揚を図るために創設され、「省エネルギー月間」となる毎年2月に、電力の有効活用、省エネの推進、負荷率の向上などに顕著な功績を挙げた工場・事業場・事業者および個人に贈られます。

ヤマダ電機は従来、省エネを推進するさまざまな施策を実施してきました。特に2018年度に行った60店舗の照明設備のLEDへの改修、エネルギー管理の運用体制の整備といった取り組みは高く評価され、導入前と比べて年間4,435MWhの電力使用量削減を実現しました。今後も引き続きエネルギーの効率的な利用に努め、環境負荷低減を通じて企業の責務を果たしていきます。



■ グループ会社の取り組み

株式会社ハウステック

● 社会要請に応える環境配慮型浄化槽の
開発・普及

住宅設備機器ならびに環境設備機器を基盤事業のひとつに据えるハウステックは、水環境ビジネスに取り組み、浄化槽の開発・販売に注力しています。日本では住宅の新築に際して浄化槽の設置が法律で定められ、トイレの汚水のみを扱う単独型、台所や風呂なども含めた生活排水全般を処理する合併型の浄化槽が普及してきました。2020年施行の改正浄化槽法では既設の単独型浄化槽について合併型への転換が促されました。ハウステックが2020年5月に販売開始した最新型は、省スペース化を実現し、合併型への転換の可能性を広げたほか、省エネ性能に優れ、低炭素社会の実現という社会要請にも貢献しています。引き続き、環境配慮型浄化槽の開発・普及に尽力し、国内外を問わず水環境のさらなる向上を目指します。



社員の成長と労働環境の改善



Sustainability

基本的な考え方

ヤマダ電機グループでは、企業の持続的な発展には、社員は欠かせない経営資源と捉え、性別・国籍・年齢などに関係なく、多様な経験・価値観を持った人材が能力を最大限に発揮し、成長・活躍できる環境づくりに努めています。人材の確保、育成、人事評価を通じた社員の能力開発・向上を図り、多様性、個性を尊重した健康で働きやすく、安心・安全な労働環境の確保に積極的に取り組んでいます。

2020年の目標

項目	目標
人材の育成	学習支援ツールを活用した研修の継続実施
ダイバーシティの推進	女性管理職比率の向上
ワーク・ライフ・バランスの推進	有給休暇取得の促進
労働安全衛生	健康診断受診率の向上
人権の尊重	人権尊重に関する基本的な考え方の理解浸透を推進する

人材の確保

● 新卒採用

2020年4月、ヤマダ電機で403名の新卒学生の採用を行い、組織の活性化を図りました。ヤマダ電機グループでは、家電・家具・リフォームなどの製品とサービスの拡大に伴い、幅広いお客様のニーズに対応できる能力を持った人材の採用を進めるとともに、若い新たな人材の育成に努めています。今後も、新規事業に対応した人材、本社業務の強化を目的としたシステムなどの専門的な知識を持った人材の採用に取り組んでいきます。

● 正社員登用制度

ヤマダ電機では、社内資格制度などとの連携により、非正規社員・契約社員の正社員登用制度を設けています。2019年度は、97名を正社員として登用しました。

人材の育成

● 教育・研修制度

ヤマダ電機では、社員の希望や適性に沿った職種に挑戦できる体制を整えるとともに、一人ひとりが能力を発揮し、成長・活躍できるよう教育・研修制度の充実を図っています。新入社員に対しては、合宿研修の実施、グループ討論によるチームワークの醸成、実際の商品を使った商品の基礎知識の習得など、ヤマダ電機の社員として必要なノウハウを学びます。研修後は、配属先にて新人研修期間を経て、一人前の社員として活躍します。他にも、対象者別の教育体系に基づいた教育を展開し、有能な人材の育成に努めています。

● 次世代リーダー育成プログラム

ヤマダ電機では、企業の持続的な成長には、男女を問わない若手リーダーの育成が必要との観点から、「次世代リーダー育成プログラム」を継続実施しています。同プログラムでは、業績向上につながる自標の

設定から、部署全体で目標達成を実現できる人材の育成を目指しています。2019年度は、本社勤務の社員12名に対し、業務改善意識の醸成に焦点を当てた教育を行いました。自ら決めた会社の発展につながる活動テーマに取り組み、1年間定期的に社外取締役へ進捗報告を行い、目標設定と進捗管理を通じて目標達成度合いを検証しました。年度末には、1年の成果を発表する場を設け、プログラムの効果の確認・改善も図っています。

TOPIC

接客コンテストの開催

ヤマダ電機では、売り場に立つすべての販売員の指針である提案型接客を目指して作成した「高品質接客ガイド」に沿った接客スタイル標準化・定着化を目的とし、優秀な社員を発掘し、その接客内容を活かした人材育成を行うため、接客コンテストを年2回行っています。2019年度は、家電販売員に加え、リフォームアドバイザーを対象に、接客の工夫、商品提案方法、現状の課題、提案接客力の観点から審査をし、優秀社員を決定しました。



人事・業績評価

● 人事評価システムの構築

ヤマダ電機では、年功序列ではない能力主義を重視し、公正・公平で透明性のある人事評価システムを構築しています。恒常的かつ継続的に社員の接客の質を高め、幅広い商品知識の習得を通じてCS向上を図るべく、必要に応じて評価基準などの見直しを図りながら、公平で透明性のある業績評価制度の構築・運用を目指しています。

● 年間社員表彰制度

ヤマダ電機では、店舗規模別の年間売上の優秀店舗、法人営業所、個人売上の上位者に対して、毎年度表彰を行っています。2019年度は計48名と計15店舗・営業所が表彰されました。



ダイバーシティの推進

ヤマダ電機グループは、すべての人材への平等なキャリア機会と働きやすい会社を実現し、持続可能な成長を支えるために、ダイバーシティの推進に取り組んでいます。

▶(連結)社員に関するデータ(各年度3月31日現在)

項目	2017年度		2018年度		2019年度		
	連結	単体	連結	単体	連結	単体	
正社員数(名)	男性	17,448	8,852	16,733	9,055	17,498	9,153
	女性	2,304	1,309	2,120	1,377	2,487	1,386
	合計	19,752	10,161	18,853	10,432	19,985	10,539
正社員の女性比率(%)	11.7	12.9	11.2	13.2	12.4	13.2	
管理職に占める女性比率(%)	2.5	2.6	3.0	3.1	3.2	3.0	
平均勤続年数(年)	男性	—	12.8	—	13.3	—	13.0
	女性	—	10.1	—	10.0	—	10.8
	合計	10.9	12.5	11.8	12.8	12.7	12.7
離職率(%)	3.6	4.1	4.3	5.0	5.6	4.0	
障がい者雇用人数(名)	533	414	569	428	612	427	
定年再雇用者数(名)	95	34	105	34	128	47	
定年再雇用者率(%)	88.1	89.5	81.8	82.9	82.9	82.5	
外国籍雇用者数(名)	男性	63	59	73	69	103	88
	女性	40	38	67	65	121	95
	合計	103	97	140	134	224	183

社員の成長と労働環境の改善



● 女性活躍推進

ヤマダ電機では、女性が活躍できる環境を整備することは、ダイバーシティを推進するうえで必要不可欠な取り組みであると認識しています。また、2016年4月からの女性活躍推進法の施行に伴い、これに沿った取り組みを着実に進めるべく、女性活躍推進行動計画を策定し、推進しています。女性活躍推進行動計画に基づき、管理職への昇格者の女性比率15%を目標に掲げ、取り組んでいます。2019年度は5名の女性が管理職に就任しました。また、2019年度からは、男女関係なく能力を発揮できるよう女性のセールスエンジニア育成にも力を入れており、育成対象者19名のうち3名の女性セールスエンジニアが誕生しました。2018年度に誕生した初の女性取締役に続き、より多くの女性が活躍できるよう労働環境の整備を進めていきます。

》女性活躍推進行動計画

https://www.yamada-denki.jp/csr/female_success.html

● 外国籍社員の登用

ヤマダ電機では、多様なお客様の店頭での対応強化のため外国籍社員の採用に取り組んでいます。採用基準は設けず、国籍を問わない採用を重視しています。今後も社内人材の多様化を図るとともに優秀な人材の確保を進めていきます。

● 障がい者雇用

ヤマダ電機では、本社を含めバリアフリーを徹底しており、障がいのある社員が安心して働くことができる環境整備に努めています。障がい者雇用率は、2019年度も引き続き、法定雇用率を達成しました。

● 定年再雇用制度

ヤマダ電機では、正社員の定年は60歳ですが、最大75歳まで勤務できる定年再雇用制度を導入しています。高度な技術や知識を持つシニアの人材がキャ

リアと経験を活かし、社員の指導などで活躍しています。

■ ワーク・ライフ・バランスの推進

ヤマダ電機グループでは、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。

社員が育児や介護などのライフイベントに際しても、柔軟な働き方を選択できるよう、充実した両立制度を整えています。

▶ (単体) 主な両立支援制度 (2020年4月現在)

項目	制度	内容
育児	育児休業制度	子が3歳に達するまで取得可能 (法令では1歳になるまで)
	育児短時間勤務制度	子が小学校を卒業する前まで取得可能 (法令では小学校入学まで)
	産前産後休暇	産前8週間(多胎14週間)、産後8週間
	子の看護休暇	小学校就学前の始期に達するまで、傷病にかかった子の世話、又は予防接種や健康診断を受けさせるために看護を必要とする場合、小学校就学前の子が1人の場合は5日、2人以上の場合には10日取得可能
介護	介護休業制度	要介護状態の家族1人につき184日まで取得可能
	介護休暇制度	要介護状態の家族1人につき年間5日間、2人以上の場合には、10日取得可能
その他	中抜け勤務シフト制度	私事都合により所定の休憩時間を超えて勤務を外れることができる。中抜け前後の勤務時間合計が、所定の労働時間になる範囲で利用可能
	生理休暇	女性社員が生理日に、著しく就業に困難な時は請求により休暇を認め、通常賃金を支給する
	失効年次有給休暇積立制度	時効にて消滅した年次有給休暇を最大60日まで積立することができる。本人から事前の申し出により、年次有給消化後、本人の傷病による欠勤、介護の場合に利用できる
	ふるさと人事制度	総合職として業務にあたる社員は、全国の各拠点へ転勤する場合がある。転勤者については、転勤先で一定期間勤務すると、元の拠点へ戻ることができる
	連続休暇	最大7日間の連続休暇を取得可能
	女性労働者が、母子保健法による保健指導又は健康診査を受けるための特別休暇	妊娠23週までは4週間に1回、妊娠24週から35週の間は2週に1回、妊娠36週から出産までは1週間に1回とする

▶ (連結) 制度利用データ (正社員のみ) (各年度3月31日現在)

項目		2017年度		2018年度		2019年度	
		連結	単体	連結	単体	連結	単体
有給休暇取得率(%)	合計	—	22.0	—	26.5	—	28.9
	男性	8	5	11	10	28	18
育児休業取得者数(名)	女性	130	89	122	95	215	75
	合計	138	94	133	105	243	93
	男性	1	1	1	1	10	7
育児短時間勤務取得者数(名)	女性	118	85	134	89	350	59
	合計	119	86	135	90	360	66
	男性	2	2	1	1	4	3
介護休業取得者数(名)	女性	1	1	2	1	5	2
	合計	3	3	3	2	9	5

● エリア社員制度の導入

ヤマダ電機では、転居を伴わないエリア社員制度を2017年4月から実施しています。出産・育児、親の介護など、自らのライフプランや家庭環境に合わせた働き方の選択を可能にし、安心して暮らせるようにするための制度で、全国に異動の可能性のある総合職とは異なり、異動はエリア内だけに留まります。

● 健全な労使関係

ヤマダ電機の労働協約対象者となる従業員は労働組合に基本的に全員加入となります。労働組合への加入率は76.4%です。労使間の対話促進のため、毎月1回、労使協議会を開催しています。経営側および組合側との情報共有、労働条件に関する課題解決に向けた話し合い、活動の報告などを行っています。2019年度は、同一労働同一賃金、勤務時間インターバル制度、評価制度の周知等について協議しました。

● 企業型確定拠出年金「CoDeCo」の運用

ヤマダ電機グループでは、社員の老後の所得確保と生活の安定に向けた自主的な努力の支援などを目的として、社員限定の企業型確定拠出年金制度「ヤマダのCoDeCo」を運用しています。節税メリットと運用メリットを活用して将来のために積み立てる年金制度です。節税メリットとしては、給与から税金や社会保険料が引かれていますが、「CoDeCo」の掛け金には税金や社会保険料がかかりません。また運用については、現在、定期預金は年間で0.01%程度の利息ですが、「CoDeCo」の利用者は平均2.08%の運用益があり、さらに運用益は非課税となっています。



● 勤務間インターバル制度の運用

ヤマダ電機では、業務効率化と時間外労働の削減を目的とし、2019年度より、終業と始業の間に最低10時間の休息を確保する「勤務間インターバル制度」を運用しており、2020年度からは最低11時間の休息確保を原則としています。今後もこの制度を通じて、時間外労働時間の削減とともに、働き方改革を目指します。

● 社内アンケートの実施

ヤマダ電機の正社員、契約社員、パートタイマーに対し、毎年度社内アンケートを実施しています。主な設問は、勤続意欲、仕事への満足度、労働環境、教育制度、CSRの取り組みなどについてです。2019年度は、6月に807店舗、19,057名を対象に実施し、対象者からの回収率は80.6%で前年度の回収率を上回りました。勤続意欲は前年度に引き続き過去最高を確認し、仕事への満足度に関しては対象者全体で向上しました。

社員の成長と労働環境の改善



労働安全衛生

● 基本的な考え方

ヤマダ電機は、すべての社員が安心して働ける労働安全衛生環境の維持向上と健康の増進が企業存続の基盤をなすという考えのもと、安全衛生の確保や快適な労働環境の形成、業務遂行の円滑化および生産性の向上、社員の健康管理に取り組んでいます。

▶ 安全衛生方針

<https://www.yamada-denki.jp/company/005.html>

● 労働安全衛生の推進体制

ヤマダ電機では、店長を委員長として「安全衛生委員会」を設置し、全店舗にて月1回開催しています。また、委員会では年間テーマ(重点項目・協議項目)を設定し、毎月年間テーマに対する活動や協議を行い、その結果を本社の労務部に提出して管理を行っています。2019年度の安全衛生委員会の年間テーマは「安全管理、環境管理、健康管理」と定め、ヒヤリ・ハット報告書作成による労災発生防止、店舗内環境点検(温度、換気、照度など)、ストレスチェックの実施、年間所定外労働時間の確認などの活動を各店舗で推進しました。

● 労働災害発生防止に向けた主な取り組み

労働災害ゼロに向けて重点項目を定め、さまざまな対策を講じています。重篤なけがなどにつながるリスクを排除するため、「ヒヤリ・ハット報告書」を作成し、個別事例を検討することで再発防止に努めています。また、地震や火災などの緊急災害が発生した際、お客様の安全を確保しつつ的確な初期対応ができるよう、各店舗で防災訓練を実施しています。

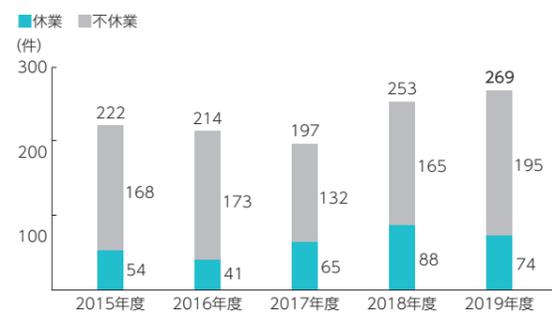
● 労働災害の発生状況

2019年度の労働災害件数は269*件(休業74件・不休業195件)で、重大災害の発生はありませんでし

た。労働災害が発生した場合は、「安全衛生委員会」に改善策を含めた報告書の提出を義務付けており、本委員会にて対応を決定します。今後も全社を挙げて安全管理レベルの向上に努めます。

*つまり、すべりなど軽度災害を含む

▶ (単体)労働災害件数



● 健康管理とメンタルヘルス

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、健康管理とメンタルヘルスに対する啓発と指導を行っています。身体的な健康面では、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。メンタルヘルスについては、法令に基づいたストレスチェックを実施し、社員自らのストレスの状況に対する気づきを促すことでメンタル不調のリスクを低減させる取り組みを行っています。また、気軽に電話相談ができ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。さらに、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ています。2019年度は、双方向で意見交換ができるテレビ勉強会を4回実施し、メンタルヘルスを含む健康全般についての理解を深めました。

▶ (単体)ストレスチェック受診率

(単位: %)

2017年度	2018年度	2019年度
92.7	91.2	94.5

人権の尊重

● 基本的な考え方

グローバル化の進展によって、企業は、「世界人権宣言」や、ILO「労働における基本原則」、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」などの国際規範の理解に努め、組織内だけでなくとどまらず、事業活動が影響を及ぼすさまざまなステークホルダーの人権課題への対応が求められています。こうした状況を踏まえ、ヤマダ電機はCSR倫理綱領における人権尊重の内容を見直し、人権尊重に関する基本的な考え方や課題への取り組む姿勢を明確にし、今後も事業活動に関わるすべての人権尊重の責任を果たすよう努めていきます。

● 人権尊重の取り組み

ヤマダ電機グループでは、人権意識の向上や人権尊重の風土構築を目的とし、ビジネス遂行上で起きるさまざまな人権問題をテーマにしたCSR研修を行っています。2019年度は、ヤマダ電機グループの役員を対象に、外部講師を招き、人権尊重に対する基本的な考え方や人権意識の浸透をテーマにした研修を行いました。グループ会社においても、人権尊重を重視するなど、ヤマダ電機グループとしての経営姿勢を共有しています。また、お取引先にアンケートを実施し、お取引先の労働環境などでの人権課題を確認しています。

グループ会社における取り組み

コスモス・ベリーズ株式会社

● 健康経営に注力し健康宣言優良事業所、銀賞を受賞

コスモス・ベリーズは家電販売やソリューションビジネスを通じて新しいビジネスを提供し、さまざまな地域の店舗への支援を行っています。また、社員一人ひとりが健やかで充実した心身を維持できてこそ、

最高のパフォーマンスを発揮するという認識のもと、健康経営にも取り組んでいます。健康診断にバス健診を導入し、受診日時の柔軟な選択など時間的な制約の緩和を図った結果、受診率のみならず個々の健康への意識も向上しました。他にも、「RIZAP」の法人向けプログラムを取り入れ、トレーナーを招いて社内でセミナーを開催するなど、社員の健康増進に配慮した取り組みは好評を博し、2019年に全国健康保険協会・愛知支部が認定する健康宣言優良事業所の銀賞を受賞しました。また、「健康経営優良法人2020(中小規模法人部門)」にも認定されました。



株式会社九州テックランド

● 障がい者雇用を全店舗一丸で促進

九州テックランドは障がいのある方が活躍できる社会の実現を視野に、その雇用の促進に注力しています。実際「1店舗1名」を基本方針に、各店長と意思統一を図って受け入れ体制を充実させるなど、会社全体で取り組んでいます。その結果、2019年度の障がい者雇用率は法定基準の2.2%を大きく上回る4.6%となりました。

Sustainability

サステナビリティ

お客様満足度の向上

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、ヤマダ電機グループで販売する製品をお客様のお手元で使用していただく段階も含め、トータルでご満足いただけるサービスの提供を目指しています。

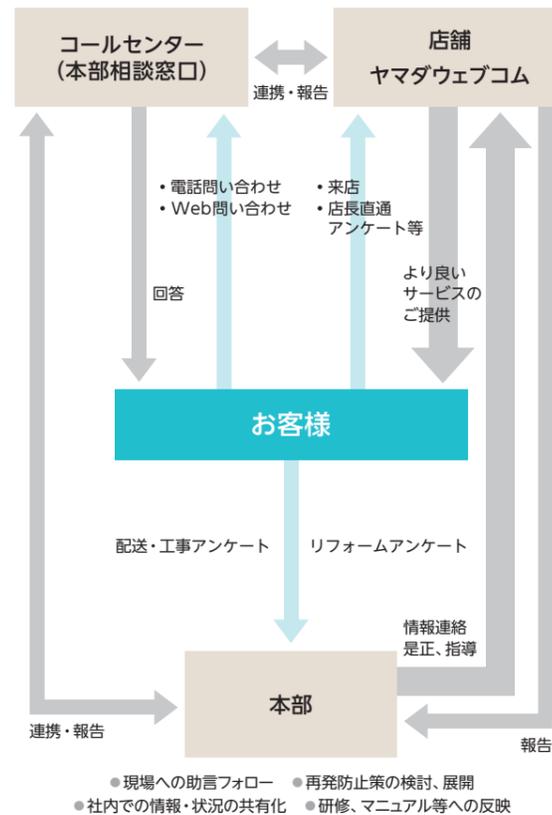
Sustainability

お客様満足に向けた取り組み

● サポート体制

ヤマダ電機では、豊富な品揃え、親切丁寧な接客、リーズナブルな価格での製品提供に努めています。製品ご購入時はもとより、配送、設置工事、修理、サポートなど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、お客様に満足していただけるよう努めています。さらに現場の意見とお客様のご意見の収集を行い、改善に活用しています。

▶お客様満足度向上の仕組み



● お客様相談窓口の設置

ヤマダ電機では、お客様の声を最大限に活かすため、各種コールセンターを設けて多くのご意見を伺っています。2019年1月には、コールセンターを本社

へ移管し、重要な相談に対して迅速に対応する体制を構築しました。いただいたご意見に対しては、週1回から月1回の頻度で定例会を行い、具体的な改善計画の立案と実施、改善の取り組み状況を役員へ報告しています。また新たに、コールセンターの受付社員に向けた研修を開始し、お客様からのご意見に対する受け答え、ご意見の集約の仕方など、対応向上の強化を図っています。

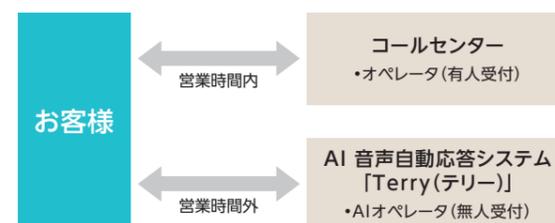


コールセンターの受付対応の研修風景

● AI 音声自動応答システムによる
夜間出張修理受付業務を開始

ヤマダ電機は、Hmcomm株式会社との検証を重ね、高い音声認識率、実用性が認められたAI 音声自動応答システム「Terry(テリー)」による夜間出張修理受付業務を開始しました。受付時間外であった夜間の出張修理電話受付をAI 音声自動応答システムにて行うことで、これまで以上にお客様のライフスタイル、ニーズに合わせた受付が可能になります。また、受付時間内でも回線混雑時の補助的な運用を行い、繁忙期の電話がつながりにくい状況を解消します。今後も、アフターサービスのさらなる充実と利便性の向上に努めていきます。

▶コールセンター受付のイメージ



● タブレットPOS*の活用

お客様の利便性向上を目的に、機動性の高いタブレットPOSを導入・活用しています。すべての店舗販売員がPOSレジ機能のタブレットを使用することで、これまで以上にお客様のニーズに応じた商品提案を行うことが可能になりました。また、従来の在庫確認などをお客様をお待たせしていた状況を解消し、接客から会計までをスムーズに行うことができました。



*POS:「販売時点情報管理システム(Point of sales system)」を意味する言葉で、商品の販売状況のデータを収集・分析するシステム

● 顔認証決済サービス「ヤマダ Pay」の導入

ヤマダ電機は、LABIカード会員様の「ケータイdeクレジット」登録の方を対象に2020年2月より、YAMADA web.comの5店舗で顔認証決済サービス「ヤマダ Pay」を導入しました。

本システムは、株式会社トリプルアイズによるAI画像解析プラットフォームをもとに開発され、お客様の性別、年齢、感情などを読み取ることで本人確認ができるほか、手ぶらでお買い物を楽しめるため、気軽にご来店いただくことが可能となります。本システムの導入は、家電量販店ではヤマダ電機が初となり、これまで以上に安心・安全なお買い物の場をお客様に提供していきます。



お客様の声にこたえる人材育成・研修

● 接客力の向上

接客力の向上に向け、OJTによる現場教育を中心とした実践的な教育指導を行うとともに、集合研修やeラーニングなどで体系的な研修を実施しています。また、サービスの質と精度をさらに高めるため、店舗や配送・アフターサービス時にお客様アンケートを実施し、教育に活かしています。

▶販売における階層別教育スキーム

項目	テーマ
店内教育OJT	上長・先輩社員によるOJT教育
	次世代リーダー教育
	エリア長および本部教育トレーナーによる現場教育
社外資格研修	家電アドバイザー、スマートマスターの習得フォロー教育
	お取引先主催勉強会および展示内覧会
	マイスター取得教育
自己啓発勉強ツール	自己啓発用スマホ/PC学習用コンテンツ

▶社外資格の取得推進

お客様が家電製品を購入される際に、製品の機能や用途、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的確なアドバイスを行うためには、社員の家電製品に対する高い専門知識が求められます。ヤマダ電機グループでは、家電製品アドバイザー^{*1}、スマートマスター^{*2}資格を中心とした社外資格の取得推進に力を入れています。また、メーカー様にご協力いただき、社外講師による実践的勉強会を開催するなど、数々の施策を通じて、資格取得人数は着実に増加しています。2019年度においても前年度に引き続き、資格取得人数の増加に伴い社員の活躍の場も増え、お客様満足度の向上につながりました。

*1 家電の販売・営業・接客のプロとして、お客様の商品選択や使用方法、不具合対応などについての的確にアドバイスするための資格。

*2 スマートハウスに関連する知識として、家や家電、住宅設備、エネルギー管理まで幅広く理解し、お客様それぞれのニーズに合ったスマートハウス構築をサポートするための資格。

サステナビリティ

お客様満足度の向上

Sustainability

▶各年度末 資格保有者数* (単位：名)

資格	2017年度	2018年度	2019年度
家電製品総合アドバイザー	3,379	3,733	4,056
家電製品アドバイザー(AV情報家電)	1,832	2,069	2,159
家電製品アドバイザー(生活家電)	1,584	1,870	2,080
スマートマスター	441	758	1,068
合計	7,236	8,430	9,363

*ヤマダ電機グループ合計延べ人数

▶学習支援ツールの充実

お客様満足度向上のために、独自の学習支援ツールの開発と、充実を図っています。就業時間内の学習の場として25分×60本(年間)程度のeラーニングコンテンツを用意するほか、自発的な学びのツールとして個人端末からアクセスできる「ヤマダ総合学習サイト」を開発しています。2019年度は、家電アドバイザー、スマートマスター資格試験対策のコンテンツを拡充しました。また、高品質な接客を行うための接客補助ツールとして、タブレットPOSに商品販売時のセールスポイントを表示するなど、現場での接客対応に適した学習ツールを提供しています。さらに、接客コンテストで選ばれた優秀な接客内容を動画配信するなど、グループ全体の接客水準を向上させる取り組みを行っています。



▶エリア長教育の推進

週1回各店舗エリアの責任者を本社に集め、一定の評価項目に対応した教育の評価と確認を行うことで、現場教育の強化を図っています。こうした教育の場はエリア長同士のコミュニケーションを図る場としても活用されています。また、58名のエリア長による現場での販売教育も実施しており、売上改善が望まれる店舗に対し、3カ月に1回の頻度で、売上向上を目指

す教育を行っています。2019年10月より「支社長制度」を導入し、ヤマダ電機を13支社に分け、各支社長がエリア長教育を行う仕組みを整えています。

●配送・工事技術向上

▶CS責任者認定研修

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、ヤマダ電機が主宰する「CS責任者認定研修」をパートナー企業各社に受講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お客様満足、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教育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。

▶2019年度 受講人数 (単位：名)

研修	受講者	うち合格者
新規CS責任者研修	139	132
CS責任者更新研修	600	519

*CS責任者更新研修受講者数には、新規CS責任者研修の合格者を含みます

▶セールスエンジニアの育成

ヤマダ電機では、商品の販売から配送、設置工事、古い商品の引き上げなどを一手に担うセールスエンジニアの育成を強化しています。夏季や年末年始、年度末など配送工事件数が増加するシーズンに配送専門のスタッフをサポートするとともに、家電や家具、インテリアからリフォームまでを含めて提案できる技術者兼アドバイザーとして、お客様の暮らしをより快適にすることを目指しています。

育成の一環として、2019年度よりエアコンなどの設置作業を身につけるための新人研修を開始しました。また、工業系の高校からの採用を強化するほか、女性のセールスエンジニアの育成にも注力しています。

2019年度は、16名中15名が「第二種電気工事士」の資格を取得しました。合格率は全国合格率52.7%に比べ93.7%と高い数値でした。

●提案力の向上

▶リフォーム提案の強化

ヤマダ電機グループでは、お客様の暮らしの快適さや利便性の向上につなげるため、リフォーム提案の強化に取り組んでいます。家電だけでなく、水回りや外装、内装、家具まで含めた提案を行います。お客様のお住まいに対し、的確なアドバイスを行うインテリア家電リフォームアドバイザーの育成を強化しており、2019年11月には社内で接客コンテストを実施するなど、スキルの向上に努めています。また、お客様の住まいの増築や改築のニーズにも対応するため、建築士資格を持った社員が適切な提案を行います。



TOPIC

お客様アンケートによる年間表彰

ヤマダ電機では、配送・工事担当者に対するお客様アンケートを実施しています。集計結果は3月末に取りまとめ、高評価だった社員には、最優秀、優秀、奨励、優良の各賞を6月に授与しています。2019年度(第10回)は、最優秀賞が2名、優秀賞が10名、奨励賞が11名、優良賞が284名とトータルで307名が受賞しました。今後も、担当者のモチベーション向上を促すとともに、取り組みの好事例の水平展開を図ることで、お客様満足度向上に努めていきます。

VOICE
最優秀賞の受賞を励みに
サービス向上を目指します株式会社家電サービス
主任
丸山 真

私たちが直接お客様のご自宅にお届けする製品は、長く使用していただくことを前提としているので、設置の際にはお客様が使いやすいような提案をプロの目線で行っています。平日頃から商品価値以上の喜びを感じていただくことを心掛けて接客に臨んでいますが、お客様からその場で喜びの言葉をいただくことが一番の励みです。このたび、「お客様アンケートによる年間表彰」にて、最優秀賞を受賞できたことは望外の喜びでした。一度だけの受賞に終わるのではなく、この先何年も続けて受賞できるよう、弊社の社員全員で一層のスキルアップに励み、お客様に対するサービスの向上を目指します。

▶グループ会社における取り組み

株式会社ヤマダホームズ

●住宅設備の10年間安心保証サービス

ヤマダホームズでは、建築いただいたお客様に対し、住宅設備を10年間延長保証しています。システムキッチン、システムバス、洗面化粧台、トイレ、給湯器、エアコンなどの住宅設備に関して、通常1～2年間であるメーカー保証期間の終了後も、お引き渡し後の10年間はヤマダホームズが延長保証いたします。住宅設備に故障・不具合が発生した場合は、修理交換経費(部品代・作業料・出張費など)を無料とさせていただきます。また、24時間365日の緊急出動サービスで水・ガラス・鍵のトラブルに対応しています。「万が一のときに安心できる暮らし」がヤマダホームズの思いであり、お客様からは通常よりも長い保証に対してご好評をいただいております。

*本サービスおよび保証には適用条件があります

サステナビリティ

地域・社会貢献活動

小売業は地域社会に根ざした企業活動を通じて、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。ヤマダ電機グループは、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努めています。

Sustainability

2019年度の主な取り組み

● 第9回ヤマダ電機杯
「高崎市小学生駅伝競走・マラソン大会」
「東日本大震災復興支援交流駅伝競走大会」を開催

2019年12月、群馬県高崎市の浜川競技場および浜川運動公園内周回コースにて、第9回ヤマダ電機杯を高崎市陸上競技協会と共催しました。

「高崎市小学生駅伝競走・マラソン大会」では、高崎市の小学生が楽しく走り、競い合うことにより健康保持増進と体力の向上を図り、強い心を育成することを目的としています。また、「東日本大震災復興支援交流駅伝競走大会」では、プロ野球独立リーグ・ベースボール・チャレンジ・リーグに所属する群馬県のプロ野球チーム、群馬ダイヤモンドペガサス様のご協力により、今年も福島県の野球チームを招待し、駅伝と一緒に走ることで交流を深めました。

大会終了後には、ヤマダ電機陸上競技部の選手による陸上教室も行われ、速く走る練習や選手によるパフォーマンスが披露されました。今後も、当社の陸上競技部を通して、スポーツの振興と地域への貢献を続けていきます。



● 「OSAKA EKIDEN in 長居 兼
第22回全国視覚障がい者駅伝大会」に特別協賛

2019年11月、ヤンマースタジアム長居および長居公園内周回コース(大阪府大阪市)において認定NPO法人日本ブラインドマラソン協会主催「OSAKA EKIDEN in 長居 兼 第22回全国視覚障がい者駅伝大会」が開催され、ヤマダ電機は前年に引き続き特別協賛しました。

当日は、視覚障がい者の部28チーム、一般の部9チーム、混成の部7チーム、盲学校の部5チームが参加し、視覚障がい者も伴走者と一緒に20kmのコースを快走しました。また、大会を盛り上げようと、オリンピック、パラリンピック等の国際大会で活躍された多くのゲストランナーが応援に駆けつけ、参加者と一緒に駅伝を楽しみました。

同協会は、この他にも、神宮外苑ロードレースや伴走サポーター講習開催等、ノーマライゼーション社会の実現に向けた活動に取り組んでおり、引き続きこのような活動を通して地域に貢献していきます。



● 「第6回ヤマダ電機 小学生サッカー教室&
AED講習会」を開催

2019年5月、前橋育英高等学校サッカー高崎グラウンド(群馬県高崎市)において「第6回ヤマダ電機 小学生サッカー教室&AED講習会」を開催しました。

「第96回全国高校サッカー選手権大会」の優勝校、前橋育英高等学校サッカー部の山田耕介監督を講師に迎え、低学年の部の保護者同伴のペアと高学年の部に

分かれて、サッカーの楽しさを体感していただきました。また、「AED講習会」では、心肺蘇生を試みる胸骨圧迫のポイントやAED(自動体外式除細動器)の重要性・使用方法について学んでいただきました。これからもスポーツ振興とAEDによる一次救命方法の認知度を高める活動を推進していきます。



● 「第21回ぐんま環境フェスティバル」を開催

2019年10月、「第21回ぐんま環境フェスティバル」が開催され、LABI1 LIFE SELECT高崎の4階「LABI1 LIFE SELECT GATE」および1階屋外の「LABI1 LIFE SELECT GARDEN」を会場として提供しました。本フェスティバルは、公益社団法人群馬県環境資源創生協会が事務局となり、群馬県だけでなく国内外の環境問題の現状や、課題に対する取り組みについて理解を深めてもらうことを目的に毎年開催されています。

当日は、行政やNPO法人、民間企業などさまざまな団体による環境保全に関する展示や体験コーナーが用意され、多くの来場者が地球温暖化や自然環境などについて理解を深める場となりました。今後も、環境負荷低減と循環型社会の構築にかかわる活動や支援を通して、地域に貢献していきます。



グループ会社における取り組み

株式会社ベスト電器

● 地域の未来を担う子どもたちの成長をサポート

ベスト電器は、地元・福岡のさらなる発展に向けた地域活動をサポートしています。2019年度は、「ミニふくおか」に6回目の協賛をしました。福岡市主催の本イベントは、県内のNPO法人子ども文化コミュニティが事務局を務め、地元の小中学生が企画から携わり、会場に作り上げた仮想の街「ミニふくおか」で、働く・学ぶ・遊ぶといった社会生活を体験します。また、子どもたちにとっては、自ら考えて行動する力を育む場にもなっています。今後も、次代を担う若い世代の成長を手助けすることで、地域社会に貢献していきます。

東金属株式会社

● 「太田市産業環境フェスティバル」出展を通して
資源循環の重要性を発信

家電を含む資源ゴミの回収から選別、粉碎、再利用まで、総合リサイクル業を展開する東金属は、「太田市(群馬県)産業環境フェスティバル」に継続的に出展しています。このイベントは、次世代に向けた産業振興と地域経済の活性化や、環境に対する市民の関心を高めることを目的に毎年開催されるイベントです。2019年度は「暮らしに身近な小型家電リサイクル」をテーマに立体模型や写真パネルなどを活用して、一般の人にも分かりやすくリサイクルの処理工程、工場内設備、同社の取り扱い実績(年間72万個 6,300t)などの説明を実施しました。このような取り組みを続けることや、SDGs宣言を行うなど、自治体や地域の皆様に資源循環の重要性を発信し、環境負荷の低減に貢献していきます。



事業の基盤

コンプライアンス／リスクマネジメント

コンプライアンスとリスクマネジメントを経営の重要課題と位置づけ、グループ一体でコンプライアンスの徹底、公平・公正な取引、実効性の高いリスク管理活動に取り組んでいます。

Business fundamental

コンプライアンスの推進

ヤマダ電機は、コンプライアンスの確立・徹底に向け、年間を通じて社員に向けた教育・研修ならびに啓発活動を実施しています。

● コンプライアンス推進体制

コンプライアンスの周知徹底を図るため、担当取締役を委員長とするコンプライアンス分科会を設置し、毎週開催しています。同分科会では、毎月強化テーマを定め、問題点の抽出と改善策の議論を行い、情報共有や適切な対処を図っています。

▶コンプライアンス分科会のテーマ(2019年度)

	テーマ
2019年	4月 景品表示法について
	5月 機密保持について
	6月 民法(債権法)改正について
	7月 個人情報保護法について
	8月 独占禁止法について
	9月 パワハラ防止法について
	10月 民法(債権法)改正について
	11月 内部統制システムの確認と整備
2020年	12月 内部統制システムの確認と整備
	1月 民法改正について
	2月 民法改正について
3月 民法改正について	

● 内部通報制度

ヤマダ電機では、コンプライアンス違反の未然防止を図るため、社内外からの通報を受付する窓口を設置し、内部通報制度を運用しています。また、コンプライアンス関連だけでなく、ハラスメントや差別、人権に関する通報・相談も受け付けています。通報は匿名でも可能で、通報による不利益な取り扱いがないよう、「公益通報者保護規程」を定め、通報者の保護に努めています。通報内容に関しては、関連部署と連携し対応しています。さらに、定期的に通報件数、事案

概要、対応結果、未対応の進捗状況などをまとめ、取締役会で報告をしています。2019年度の内部通報件数は107件で、すべて適正に対応しました。

● コンプライアンス研修

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、コンプライアンス研修を随時開催しています。コンプライアンス研修は、法令遵守に基づき正しい店舗運営と知識を学ぶ機会となっています。また、2019年度は店舗管理職2,923名を対象としたコンプライアンステストを、eラーニングにて実施しました。研修だけではなくテストを通じた知識習得の確認を行っており、点数に応じて追試も実施することでコンプライアンス徹底に努めています。

公平・公正な取引

● 基本的な考え方

ヤマダ電機では、お取引先向けの取引方針を策定し、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など、さまざまな企業との間で取引を行っていますが、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数多くあります。ヤマダ電機では、お取引先との間でお互いのCSR活動に対する理解を深め、企業の社会的責任に対する情報共有を進めて、双方の知見を活かした健全なパートナーシップの構築を目指しています。

● 取引先アンケートの実施

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ている中、ヤマダ電機グループでは「ヤマダ電機 CSR倫理綱領」に基づき、環境・社会・倫理などの領域における法令遵守を推進しています。ヤマダ電機グループが提供する商品やサービスは国内および海外の数多くの法人の手を経てお客様へ提

供されますが、どの過程においても各種法令が遵守され、環境・社会・倫理面で問題のないものを提供したいと考えています。そのため、ヤマダ電機グループでは、「ヤマダ電機取引方針」に基づき、年1回主要お取引先(1次および2次)を対象にアンケート調査を実施しています。回答結果については集計・分析を行い、リスクが高いと懸念される場合にはヒアリングや改善要請などの対応を行っています。

▶ヤマダ電機取引方針

https://www.yamada-denki.jp/csr/sourcing_policy.html

● 2019年度の取引先アンケート結果

2019年度は、法令順守、人権の尊重など取引方針の8項目に基づいたアンケート調査を主要取引先、およびSPA商品委託製造会社を対象に実施しました。今後も、取引方針をより多くのお取引先に周知すると同時にアンケート実施社数の拡大を図り、お取引先とともに社会的責任を果たしてまいります。

▶アンケート調査の実施状況

項目	主要取引先	SPA商品委託製造会社	計
対象社数(社)	48	18	66
回収率(%)	89.6	100	92.4

▶アンケート結果

〈1次取引先〉

すべての項目で95%以上の実施率*を確認でき、法令遵守、情報の取り扱いの項目に関しては、実施率100%を達成しました。労働・雇用については、前年度より下がりましたが、99%を超える実施率を保っています。今後の課題は、労働・雇用のさらなる強化です。

〈2次取引先〉

全体の平均実施率は、1次取引先より低く、80%未満となりました。実施率80%を超える項目は、法令遵守、人権の尊重、商品の安全確保で、今後の課題は、情報の取り扱い、地域社会との共生と貢献です。

*各8項目に定めた確認事項に対し、対応ができていると回答した1次・2次取引先企業の割合

リスクマネジメント

ヤマダ電機は、事業活動に影響を与えるリスクに適切に対応するため、リスク管理体制を整備し、運用しています。

● リスクマネジメント推進体制

ヤマダ電機では、総務本部長を委員長とする「リスク管理委員会」を月1回開催しています。業務上のリスクを特定し、その対応策を策定するとともに、必要な情報を共有し、リスク発生の未然防止に努めています。また、これらの活動状況を取締役会で報告しています。リスクの発生防止に関する管理体制および発生したリスクへの対応については「リスク管理基本規程」を定め、部署ごとに同規程に基づき運用しています。

● 情報セキュリティへの対応

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、情報セキュリティ基本方針を策定し、これを徹底しています。また、高崎本社は情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)の国際規格ISO/IEC27001の認証を取得し、ISMSに基づく管理体制をグループ全体で構築しています。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、安全管理責任者の選任など、ヤマダ電機と同様の管理体制の構築・運用を要請しています。

● 災害リスクへの対応

大規模災害発生時の事業継続計画(BCP)として、被害を最小限に抑える事前行動を徹底するため、「防災対策基本方針」および「災害対処マニュアル」に基づく体制を構築し、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などの対策を行ってきました。また、新型コロナウイルス感染症予防対策として、大手家電流通協会が定めたガイドラインに沿った具体的な対策を講じています。

事業の基盤

株主・投資家とともに

ヤマダ電機は、持続的な成長を続けて企業価値を高め、社会に貢献していくことが使命であると考え、株主・投資家に向けて適時・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。

Business fundamental

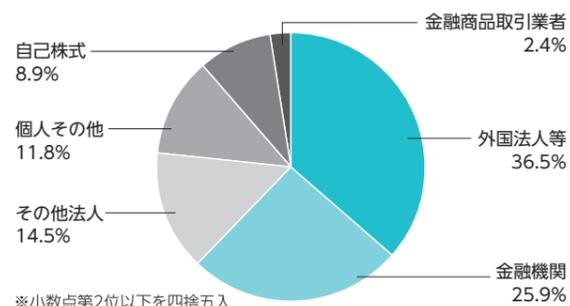
事業・財務情報の適時・適正な開示

ヤマダ電機は、株主や投資家をはじめとしたステークホルダーの皆様へ、ホームページを通じてIR情報を発信しています。決算情報やプレスリリースなどの開示資料に加え、新商品開発や新たな取り組みなどをお伝えし、ヤマダ電機に対する理解を深めていただけるよう努めています。

株主・投資家とのコミュニケーション

ヤマダ電機は、個人投資家や、国内外の機関投資家の皆様との建設的な対話を実現するとともに、一方的な情報発信にとどまることなく、対話により得られた情報を経営に反映するために、情報収集・発信機能を強化しています。また、従来より外国人持株比率が高く、グローバルな視点で業績や経営方針を説明する機会を数多く持っています。事業戦略やCSRに関する取り組みについても、国内および海外で年間200回前後、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。

▶ 株式保有比率 (2020年3月31日現在)



▶ (単体) 外国人持株比率



● 株主総会

ヤマダ電機は、定時株主総会を毎年6月に開催しています。株主総会の招集通知は株主の皆様へ議案を十分にご審議いただけるよう早期にお届けし、皆様からのご質問に対しては、ヤマダ電機の取り組みをより一層ご理解いただくため、わかりやすい説明を心がけています。

● IR活動

投資家の皆様のために毎年、アナリストや機関投資家向けの「決算説明会」に加え「個人投資家向け説明会」を開催しています。説明会は17年連続で開催しており、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。



個人投資家向け説明会

▶ IR活動内容

対象者	IR活動
国内機関投資家・アナリスト	・四半期ごとの説明会開催 ・決算説明会 ・個別訪問
海外機関投資家	・個別訪問 ・海外投資家向けカンファレンス参加
個人株主・投資家	・個人投資家向け説明会

▶ 投資家等とのミーティング回数 (単位: 回)

年度	回数
2017年度	192
2018年度	221
2019年度	212

▶ 個人投資家向け説明会

開催時期	開催地	参加人数
2017年9月	東京	267名
2018年9月	東京	300名
2019年9月	東京	317名

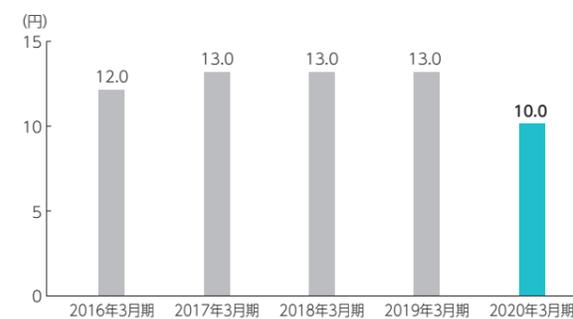
利益配分に関する基本方針

利益配分は、株主の皆様に対する配当の安定性と継続性を最重要方針としています。

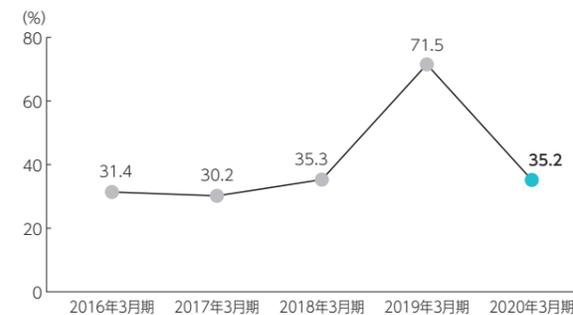
持続的な企業価値の向上を目指すうえで、資金効率の向上はもちろん、経営基盤の強化による安定した成長、業界内におけるシェアの維持・向上のための内部留保も不可欠であると考え、連結配当性向30%以上を目標に、財政状況や当期の業績などを勘案して配当金額を決定しています。

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いきます。

▶ (単体) 1株当たりの配当金



▶ (連結) 配当性向



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、下記の通りです。詳細は、決算短信・有価証券報告書をご参照ください。

▶ <https://www.yamada-denki.jp/ir/>

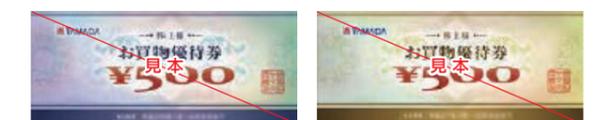
▶ 主要なステークホルダーとの経済的関係 (単位: 億円)

ステークホルダー	算出方法等	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期
株主	株主にお支払いした配当金の額	104.0	105.7	88.0
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	1,569.9	1,577.2	1,612.7
行政	法人税、住民税および事業税	121.0	143.4	130.0

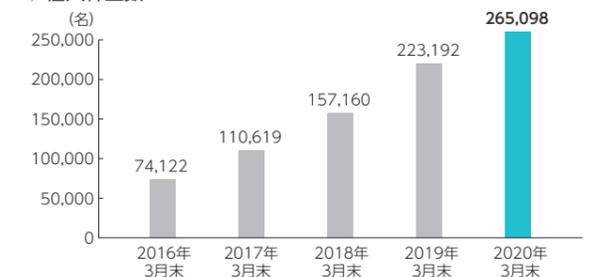
※地域社会に向けた活動はP.46-47をご参照ください

株主優待制度

株主の皆様の日頃のご支援に感謝の意を表するとともに、当社株式への投資の魅力を高め、長期にわたってヤマダ電機株式を保有していただくために、株主優待制度を設けています。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、年2回、3月末と9月末を基準日に「株主様お買物優待券」を贈呈しています。



▶ 個人株主数



事業の基盤

コーポレート・ガバナンス

ヤマダ電機は、社会から信頼されるために、透明で公正な持続性のある企業活動の基盤となるコーポレート・ガバナンスの強化に取り組んでいます。

Business fundamental

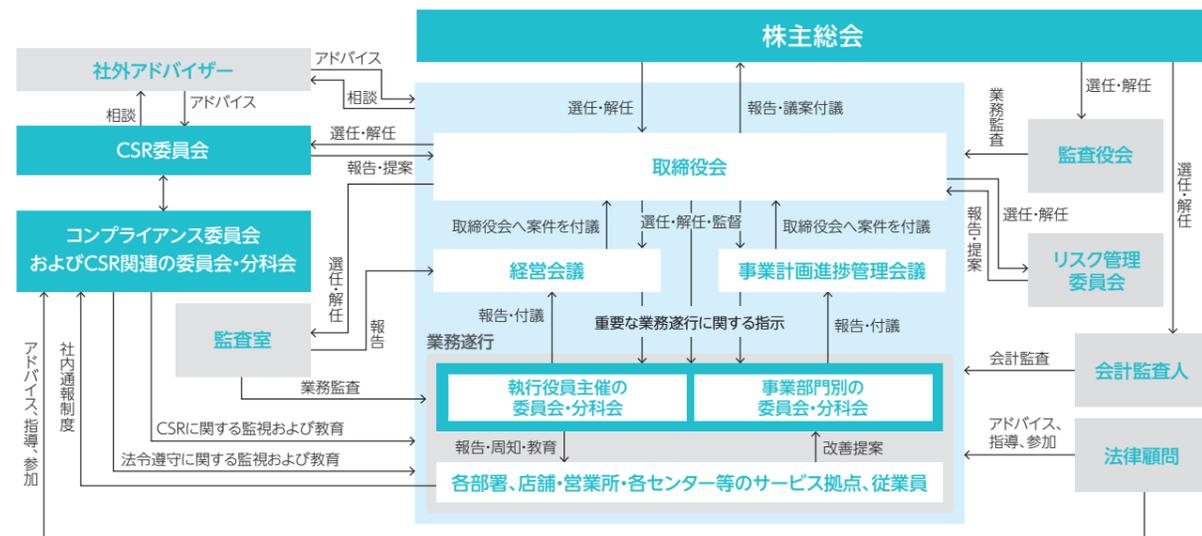
基本的な考え方

ヤマダ電機は、経営の透明性を高め、公正な企業活動を行うとともに、経営責任の明確化と経営の迅速な意思決定を図り、企業価値、株主価値の継続的な維持向上に努めています。

コーポレート・ガバナンス体制

ヤマダ電機は、監査役設置会社として監査役会制度を採用しており、取締役会と監査役会により業務執行の監督および監視を行っています。また、「経営の意思決定と監督機能」と「業務執行機能」を明確化し、経営環境の変化に迅速に対応できるよう、各執行役員による業務執行体制を導入しています。代表取締役会長と代表取締役社長、代表取締役兼専務執行役員を経営責任者とする組織のもと、各事業部門ならびに各種委員会・分科会を開催し、各執行役員が担当の業務執行に専任し、経営に対する責任を明確にする体制をとっています。

▶コーポレート・ガバナンス組織図



取締役会
取締役10名で構成。議長は代表取締役。定時取締役会を毎月1回開催し、必要に応じて臨時取締役会を開催。経営上の重要事項の付議・決定を行い、業績の進捗状況を監督。

経営会議
取締役会の開催週を除き、原則として毎週開催。経営課題や業務執行に関する重要事項を経営全般の立場から審議・決定を行う。

監査役会
監査役4人で構成。各監査役は、取締役会、各種委員会に出席し、適法性、妥当性などの観点から意見を述べるほか、業務執行の状況などの調査、取締役や執行役員との定期的な意見交換を実施。さらに監査室および監査法人と連携を取りながら、経営の健全性確保に向けた監査を行っている。

監査室
内部監査の充実を図るために社長直属の監査室を設置し、専任9名が日常の監査業務や、棚卸し業務の立会など、内部牽制、内部監査業務に従事。また、監査役および監査法人とも、その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る。

▶コーポレート・ガバナンス体制概要(2020年6月26日現在)

主な項目	内容
機関設計の形態	監査役設置会社
取締役の人数(名)	10
社外取締役の人数(うち独立役員の数)(名)	2(2)
執行役員の数(うち取締役と兼務の数)(名)	22(6)
監査役の数(名)	4
社外監査役の数(うち独立役員の数)(名)	2
女性取締役の数(名)	2
取締役の任期(年)	2

▶主な会議体の開催状況(2019年度)

会議体	開催回数	社外役員の平均出席率
取締役会	21回	97.5%
監査役会	12回	92%

●取締役会の実効性評価

ヤマダ電機は、毎年度、各取締役が事業計画の進捗確認による自己評価を行い、社外取締役・監査役の見解を踏まえ、取締役会全体の実効性に関する分析・評価を行っています。2019年度は、取締役会および各委員会の実効性は十分に確保されていることを確認しました。今後も、実効性評価結果を踏まえ、継続的に取締役会の機能向上に努めます。

内部統制システム

ヤマダ電機は、「内部統制システム基本方針」に基づき、コンプライアンスや情報管理、リスクマネジメントなどの取り組みの継続的な強化を図り、実効性のあるガバナンス体制を運用しています。

役員報酬

ヤマダ電機の取締役の報酬は、株主総会で承認された各報酬総額の範囲内において、貢献度、財務状況、経済情勢を考慮のうえ、規定に則り取締役会で決定しています。監査役の報酬は、株主総会で承認された各報酬総額の範囲内において、監査役会の協議により決定しています。

▶役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額および対象となる役員の員数

役員区分	取締役 (社外取締役を除く)	監査役 (社外監査役を除く)	社外役員
報酬等の総額(百万円)	975	21	20
報酬等の種類別の総額(百万円)	固定報酬	623	20
	業績連動報酬	—	—
	ストックオプション	351	—
対象となる役員の員数(名)	13	1	4

経営方針発表会

ヤマダ電機グループでは、毎年1月にヤマダ電機本社にて経営方針発表会を開催しています。会議には、ヤマダ電機の役員をはじめ各事業部の代表者、支社長、エリア長、ヤマダ電機グループ会社の代表者が参加します。グループ代表取締役からは、次年度の方針が発表され、各事業部、各グループ会社の年度の取り組み計画を振り返り、進捗の報告と今後の目標を確認します。



事業の基盤

コーポレート・ガバナンス



1 代表取締役会長
やま だ のぼる
山田 昇 1943年2月11日生

1983年 9月 当社代表取締役社長
2008年 6月 代表取締役会長 兼 代表執行役員CEO
2013年 6月 代表取締役社長 兼 代表執行役員CEO
2016年 4月 代表取締役会長 兼 取締役会議長
2019年 6月 代表取締役会長 (現任)

2 代表取締役社長
みしま つねお
三嶋 恒夫 1959年9月10日生

2017年 1月 当社入社
2017年 6月 執行役員副社長
2018年 6月 代表取締役社長 兼 代表執行役員COO
2020年 6月 代表取締役社長 (現任)

3 代表取締役 兼 専務執行役員
こばやし たつお
小林 辰夫 1964年7月6日生

2008年 6月 当社取締役 兼 執行役員常務
営業本部 営業統括部長
2014年 6月 取締役 兼 上席執行役員 法人事業本部長
2018年 6月 取締役 兼 執行役員常務 システム事業本部長
2020年 6月 代表取締役 兼 専務執行役員
IT事業本部長 (現任)

4 取締役 兼 専務執行役員
むらさわ あつし
村澤 庄司 1962年3月16日生

2018年 6月 当社入社 執行役員 SPA商品開発室長
2019年 11月 執行役員 事業統括本部長
兼 SPA商品事業部長
2020年 6月 取締役 兼 専務執行役員 事業統括本部長
(現任)

5 取締役 兼 専務執行役員
うえの よしのり
上野 善紀 1971年12月2日生

2014年 4月 当社入社 営業本部 営業戦略室長
2016年 6月 取締役 兼 上席執行役員 営業戦略本部長
兼 住設コラボ販売戦略室長
2018年 4月 取締役 兼 執行役員常務 商品本部長
2019年 10月 取締役 兼 執行役員常務
営業商品本部長
2020年 6月 取締役 兼 専務執行役員 営業商品本部長
(現任)

6 取締役 兼 常務執行役員
こぐれ み
小暮 めぐ美 1976年10月18日生

2017年 5月 当社理事 秘書室長
2018年 6月 取締役 兼 上席執行役員 秘書室長
兼 人材開発室長
2019年 4月 取締役 兼 上席執行役員 秘書室長
兼 人事総務本部長
2020年 6月 取締役 兼 常務執行役員 人事総務本部長
(現任)

7 取締役 兼 常務執行役員
ふくい あきら
福井 章 1965年6月6日生

2017年 6月 当社執行役員 法人事業本部副本部長
2018年 6月 取締役 兼 上席執行役員 営業本部
法人事業部長
2018年 8月 取締役 兼 上席執行役員 管財本部長
2020年 6月 取締役 兼 常務執行役員 管財本部長 (現任)

8 取締役 兼 上席執行役員
ふくだ たかゆき
福田 貴之 1974年8月30日生

2012年 4月 当社理事 開発本部 店舗施工管理部長
2016年 6月 取締役 兼 上席執行役員 開発本部
店舗施工管理部長
2018年 4月 取締役 兼 上席執行役員 開発本部長
兼 店舗施工管理部長
2020年 6月 取締役 兼 上席執行役員 開発本部長 (現任)

9 社外取締役
とくひら つかさ
得平 司* 1954年5月3日生

1974年 4月 株式会社販売能率増進本部 入社
1984年 4月 同社指導部長
1987年 2月 有限会社フィック 代表取締役社長 (現任)
2007年 7月 株式会社クロス 代表取締役社長 (現任)
2014年 6月 当社社外取締役 (現任)

選任理由
長年にわたる流通業界指導者としての豊富な経験に基づき、当社の経営に対して有益なご意見やご指摘をいただけるものと判断し、選任しています。

10 社外取締役
みつなり みき
光成 美樹* 1972年2月29日生

2011年 9月 株式会社FINEV 代表取締役 (現任)
2013年 1月 経済産業省 産業構造審議会 産業技術環境分
科会 産業環境対策小委員会 臨時委員 (現任)
2015年 2月 一般社団法人土地再生推進協会 代表理事 (現任)
2020年 3月 株式会社船井総研ホールディングス
社外取締役 (現任)
2020年 6月 当社社外取締役 (現任)

選任理由
ESG経営や環境規制の専門知識、リスク管理に関するコンサル
ティングの経験に基づき、当社の取締役会の多様性および
当社グループのESG推進に適任と判断し、選任しています。

11 監査役
おかもと じゅん
岡本 潤 1956年4月28日生

2006年 6月 当社取締役 専務執行役員
2007年 6月 取締役 兼 専務執行役員 経営企画室長
2012年 4月 取締役 兼 執行役員副社長
経営企画室長 兼 SXL担当室長
兼 CSR推進室長
2019年 10月 取締役 兼 執行役員専務 経営企画室長
兼 サステナビリティ推進室長
2020年 6月 監査役 (現任)

(2020年6月26日現在)
※東京証券取引所の市場規則に基づく独立役員です

11 常勤監査役
いがらし まこと
五十嵐 誠 1964年8月4日生

1999年 6月 当社取締役 経理部長
2003年 5月 専務取締役 管財本部長
2004年 6月 取締役 専務執行役員 管財本部長
2008年 6月 取締役 兼 執行役員専務 海外事業戦略室長
2013年 6月 取締役 兼 執行役員常務 CFO 管財本部長
2014年 6月 常勤監査役 (現任)

12 社外監査役
いらい なるお
飯村 北* 1953年4月14日生

1986年 4月 弁護士登録
2014年 6月 マルハニチロ株式会社 社外取締役 (現任)
2016年 6月 当社社外監査役 (現任)
2017年 2月 株式会社不二越 社外監査役
2019年 1月 弁護士法人西村あさひ法律事務所 入所
2020年 1月 名取法律事務所 入所 シニアパートナー (現任)
2020年 5月 株式会社三陽商会 社外取締役 (現任)

選任理由
豊富な経験と優れた見識に基づき、弁護士としての観点から
経営に関するご意見をいただくことにより、当社のコー
ポレートガバナンスおよび経営に貢献いただけると判断
し、選任しています。

10年間の主要財務データ(連結)

(単位：百万円)

	第34期	第35期	第36期 ^{※3}	第37期	第38期	第39期	第40期	第41期	第42期	第43期
	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	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期
損益状況										
連結売上高 ^{※1}	2,153,259	1,835,454	1,701,489	1,893,971	1,664,370	1,612,735	1,563,056	1,573,873	1,600,583	1,611,538
連結営業利益	122,764	88,978	33,930	34,265	19,918	58,158	57,895	38,763	27,864	38,326
連結経常利益	137,847	102,225	47,906	50,187	35,537	62,734	66,040	47,335	36,889	46,074
親会社株主に帰属する当期純利益	70,754	58,265	22,203	18,666	9,340	30,395	34,528	29,779	14,692	24,605
財務状況										
純資産額	470,849	526,743	555,391	553,354	509,397	557,722	585,547	588,740	591,593	645,166
総資産額	929,010	937,841	1,138,389	1,196,288	1,122,407	1,146,722	1,159,456	1,175,568	1,184,042	1,163,494
キャッシュ・フロー										
営業活動によるキャッシュ・フロー	93,071	34,259	△12,789	45,148	22,982	△23	43,855	61,689	36,023	62,433
投資活動によるキャッシュ・フロー	△25,237	△38,063	△39,232	△38,606	△20,232	△13,437	△15,279	△12,668	△8,469	△8,234
財務活動によるキャッシュ・フロー	△45,940	△24,361	47,174	△7,646	△41,487	4,732	△24,382	△32,920	△27,461	△58,091
現金および現金同等物の期末残高	104,814	76,344	77,906	77,754	39,691	30,664	34,981	51,326	51,175	48,397
財務指標										
資本金(億円)	710	710	710	710	710	710	710	710	710	710
自己資本比率(%)	50.5	55.4	46.8	44.2	43.2	46.6	48.4	49.8	49.7	54.6
株価収益率(倍)	7.47	8.36	18.22	17.01	42.18	13.92	12.91	17.35	30.02	15.19
ROA(%)	7.7	6.2	2.1	1.6	0.8	2.7	3.0	2.6	1.2	2.1
ROE(%)	16.2	11.8	4.2	3.5	1.8	6.0	6.3	5.2	2.5	4.0
1株当たり情報										
1株当たり純資産額(円)	4,978.38	5,516.15	565.33	592.17	643.03	666.03	697.46	731.57	723.55	721.37
1株当たり当期純利益(円)	751.03	618.46	23.56	20.21	11.73	38.22	43.00	36.77	18.18	28.38
潜在株式調整後1株当たり当期純利益(円) ^{※2}	—	—	—	20.21	11.72	38.16	42.89	36.65	18.07	27.01

※1 売上高には消費税などは含まれておりません

※2 第34期、第35期および第36期の潜在株式調整後1株当たり当期純利益については、希薄化効果を有している潜在株式が存在しないため記載しておりません

※3 ヤマダ電機は、2013年10月1日付で株式1株につき10株の株式分割を実施しておりますが、第36期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり純資産額、1株当たり当期純利益および潜在株式調整後1株当たり当期純利益を算出しております

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2019年3月31日)	当連結会計年度 (2020年3月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	51,681	48,939
受取手形及び売掛金	62,848	59,860
営業貸付金	—	2,222
商品及び製品	379,290	384,247
仕掛品	3,856	4,815
原材料及び貯蔵品	4,311	3,766
その他	58,015	43,527
貸倒引当金	△1,540	△1,904
流動資産合計	558,463	545,475
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物(純額)	210,307	202,638
土地	189,002	192,742
リース資産(純額)	8,817	13,732
建設仮勘定	763	839
その他(純額)	11,732	11,249
有形固定資産合計	420,623	421,202
無形固定資産		
投資その他の資産		
投資有価証券	9,398	5,253
長期貸付金	3,112	2,816
退職給付に係る資産	1,558	1,579
繰延税金資産	30,533	29,722
差入保証金	95,219	95,360
その他	32,211	30,500
貸倒引当金	△1,981	△2,113
投資その他の資産合計	170,053	163,119
固定資産合計	625,578	618,019
資産合計	1,184,042	1,163,494

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2019年3月31日)	当連結会計年度 (2020年3月31日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	114,006	103,328
短期借入金	95,930	53,730
1年内償還予定の社債	100,016	—
1年内返済予定の長期借入金	41,150	53,224
リース債務	2,694	4,405
未払法人税等	10,701	9,343
賞与引当金	8,274	8,354
役員賞与引当金	116	129
ポイント引当金	12,172	13,164
完成工事補償引当金	667	641
関係会社整理損失引当金	282	606
その他	50,501	51,618
流動負債合計	436,515	298,547
固定負債		
長期借入金	66,428	123,939
リース債務	9,024	11,819
役員退職慰労引当金	476	1,048
商品保証引当金	7,973	7,658
利息返還損失引当金	49	32
商品券等回収引当金	155	123
退職給付に係る負債	28,114	30,342
資産除去債務	32,803	34,306
その他	10,907	10,509
固定負債合計	155,933	219,781
負債合計	592,448	518,328
純資産の部		
株主資本		
資本金	71,058	71,058
資本剰余金	79,403	84,059
利益剰余金	503,700	517,943
自己株式	△67,952	△38,170
株主資本合計	586,210	634,891
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	539	△732
為替換算調整勘定	312	437
退職給付に係る調整累計額	1,420	540
その他の包括利益累計額合計	2,273	245
新株予約権	1,493	1,872
非支配株主持分	1,616	8,157
純資産合計	591,593	645,166
負債純資産合計	1,184,042	1,163,494

連結損益計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2018年4月1日 至 2019年3月31日)	当連結会計年度 (自 2019年4月1日 至 2020年3月31日)
売上高	1,600,583	1,611,538
売上原価	1,159,592	1,150,885
売上総利益	440,990	460,652
販売費及び一般管理費	413,126	422,326
営業利益	27,864	38,326
営業外収益		
受取利息	899	725
仕入割引	4,501	4,267
受取賃貸料	3,935	3,820
売電収入	2,002	1,915
その他	4,511	4,512
営業外収益合計	15,850	15,242
営業外費用		
支払利息	1,242	1,399
為替差損	144	944
賃貸費用	3,081	3,071
賃借料	205	—
売電費用	822	815
その他	1,328	1,263
営業外費用合計	6,825	7,494
経常利益	36,889	46,074
特別利益		
固定資産売却益	454	158
投資有価証券売却益	556	1,709
負ののれん発生益	—	2,721
その他	113	641
特別利益合計	1,123	5,230
特別損失		
固定資産処分損	582	205
減損損失	9,965	8,742
その他	2,367	3,951
特別損失合計	12,915	12,899
税金等調整前当期純利益	25,097	38,406
法人税、住民税及び事業税	14,341	13,009
法人税等調整額	△4,038	820
法人税等合計	10,302	13,829
当期純利益	14,794	24,576
非支配株主に帰属する当期純利益又は非支配株主に帰属する当期純損失(△)	101	△28
親会社株主に帰属する当期純利益	14,692	24,605

連結包括利益計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2018年4月1日 至 2019年3月31日)	当連結会計年度 (自 2019年4月1日 至 2020年3月31日)
当期純利益	14,794	24,576
その他の包括利益		
その他の有価証券評価差額金	△1,315	△1,272
為替換算調整勘定	1,127	124
退職給付に係る調整額	△931	△879
持分法適用会社に対する持分相当額	△0	△0
その他の包括利益合計	△1,119	△2,027
包括利益	13,674	22,548
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	13,574	22,577
非支配株主に係る包括利益	100	△28

連結株主資本等変動計算書

(単位：百万円)

前連結会計年度(自 2018年4月1日 至 2019年3月31日)	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	71,058	84,608	500,164	△73,704	582,127
当期変動額					
剰余金の配当			△10,404		△10,404
親会社株主に帰属する当期純利益			14,692		14,692
自己株式の取得				△3	△3
自己株式の処分		0		0	0
合併による減少			△751		△751
連結子会社株式の取得による持分の増減		△5,205		5,755	550
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)					
当期変動額合計	—	△5,205	3,536	5,751	4,083
当期末残高	71,058	79,403	503,700	△67,952	586,210

(単位：百万円)

前連結会計年度(自 2018年4月1日 至 2019年3月31日)	その他の包括利益累計額				新株予約権	非支配株主持分	純資産合計
	その他の有価証券評価差額金	為替換算調整勘定	退職給付に係る調整累計額	その他の包括利益累計額合計			
当期首残高	1,854	△814	2,351	3,391	1,153	2,068	588,740
当期変動額							
剰余金の配当							△10,404
親会社株主に帰属する当期純利益							14,692
自己株式の取得							△3
自己株式の処分							0
合併による減少							△751
連結子会社株式の取得による持分の増減							550
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△1,314	1,127	△931	△1,118	340	△452	△1,230
当期変動額合計	△1,314	1,127	△931	△1,118	340	△452	2,852
当期末残高	539	312	1,420	2,273	1,493	1,616	591,593

(単位：百万円)

当連結会計年度(自 2019年4月1日 至 2020年3月31日)	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	71,058	79,403	503,700	△67,952	586,210
当期変動額					
剰余金の配当			△10,573		△10,573
親会社株主に帰属する当期純利益			24,605		24,605
自己株式の取得				△2	△2
自己株式の処分		4,656		29,783	34,440
連結範囲の変動				210	210
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)					
当期変動額合計	—	4,656	14,242	29,781	48,680
当期末残高	71,058	84,059	517,943	△38,170	634,891

(単位：百万円)

当連結会計年度(自 2019年4月1日 至 2020年3月31日)	その他の包括利益累計額				新株予約権	非支配株主持分	純資産合計
	その他の有価証券評価差額金	為替換算調整勘定	退職給付に係る調整累計額	その他の包括利益累計額合計			
当期首残高	539	312	1,420	2,273	1,493	1,616	591,593
当期変動額							
剰余金の配当							△10,573
親会社株主に帰属する当期純利益							24,605
自己株式の取得							△2
自己株式の処分							34,440
連結範囲の変動							210
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△1,272	124	△879	△2,027	378	6,541	4,892
当期変動額合計	△1,272	124	△879	△2,027	378	6,541	53,572
当期末残高	△732	437	540	245	1,872	8,157	645,166

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2018年4月1日 至 2019年3月31日)	当連結会計年度 (自 2019年4月1日 至 2020年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	25,097	38,406
減価償却費	18,925	20,719
減損損失	9,965	8,742
のれん償却額	516	58
ポイント引当金の増減額(△は減少)	4,337	635
商品保証引当金の増減額(△は減少)	△1,663	△315
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△536	440
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	1,182	1,338
受取利息及び受取配当金	△1,100	△964
支払利息	1,242	1,399
為替差損益(△は益)	324	430
投資有価証券売却損益(△は益)	△556	△1,708
固定資産処分損益(△は益)	128	47
負ののれん発生益	—	△2,721
売上債権の増減額(△は増加)	△16,951	12,456
営業貸付金の増減額(△は増加)	—	△1,416
前受金の増減額(△は減少)	△2,730	△1,135
たな卸資産の増減額(△は増加)	△4,197	3,392
仕入債務の増減額(△は減少)	15,729	△11,701
未収入金の増減額(△は増加)	△2,109	6,400
未払消費税等の増減額(△は減少)	△3,063	4,787
その他の流動資産の増減額(△は増加)	△431	△382
その他の流動負債の増減額(△は減少)	1,668	△3,832
その他	△495	2,650
小計	45,282	77,726
利息及び配当金の受取額	400	260
利息の支払額	△1,249	△1,412
法人税等の支払額又は還付額(△は支払)	△8,409	△14,140
営業活動によるキャッシュ・フロー	36,023	62,433

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2018年4月1日 至 2019年3月31日)	当連結会計年度 (自 2019年4月1日 至 2020年3月31日)
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入による支出	△228	△94
定期預金の払戻による収入	338	58
有形固定資産の取得による支出	△13,172	△19,104
有形固定資産の売却による収入	1,586	463
無形固定資産の取得による支出	△603	△714
差入保証金の差入による支出	△1,767	△822
差入保証金の回収による収入	9,142	6,647
投資有価証券の取得による支出	△1,626	△5
投資有価証券の売却及び償還による収入	1,590	3,416
関係会社株式の取得による支出	△767	△97
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入	—	1,467
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入	—	216
貸付けによる支出	△8,486	△1,260
貸付金の回収による収入	4,122	1,058
その他	1,403	535
投資活動によるキャッシュ・フロー	△8,469	△8,234
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額(△は減少)	11,348	△47,000
長期借入れによる収入	21,269	115,309
長期借入金の返済による支出	△47,499	△45,650
社債の償還による支出	—	△65,560
自己株式の取得による支出	△3	△1
自己株式の処分による収入	0	0
リース債務の返済による支出	△2,735	△4,638
セール・アンド・リースバックによる収入	622	24
配当金の支払額	△10,460	△10,571
その他	△3	△2
財務活動によるキャッシュ・フロー	△27,461	△58,091
現金及び現金同等物に係る換算差額	△244	△9
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△151	△3,901
現金及び現金同等物の期首残高	51,326	51,175
連結の範囲の変更に伴う現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	—	1,123
現金及び現金同等物の期末残高	51,175	48,397

ヤマダ電機 会社概要

会社名	株式会社ヤマダ電機
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
総資産額	連結1兆1,634億円
自己資本比率	連結54.6%
社員数	連結19,985名*
	単体10,539名*

*平均臨時雇用者数を除く

株式情報

発行可能株式総数	2,000,000,000株
発行済株式の総数	966,489,740株
株主数	271,795名
上場証券取引所	東京証券取引所
株式名簿管理人	みずほ信託銀行株式会社

大株主

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
株式会社テックプランニング	65,327	7.42
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	59,513	6.76
ゴールドマンサックスインターナショナル (常任代理人 ゴールドマン・サックス証券株式会社)	58,900	6.69
ソフトバンクグループ株式会社	48,324	5.49
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	45,534	5.17
山田 昇	28,924	3.29
ステート ストリート バンク ウェスト クライアント トリーティー 505234 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	21,261	2.41
エムエルアイ フォークライアントジェネラル オムニノンコラテラル ノントリーティーピーピー (常任代理人 メリルリンチ日本証券株式会社)	19,003	2.16
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)	17,699	2.01
株式会社群馬銀行	17,410	1.98

*ヤマダ電機は、自己株式を86,038千株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております
*持株比率は自己株式を控除して計算しております

グループ会社一覧

連結子会社

株式会社沖縄ヤマダ電機
株式会社シー・アイ・シー
インバースネット株式会社
コスモス・ベリーズ株式会社
株式会社マツヤデンキ
株式会社星電社
株式会社ヤマダフィナンシャル
株式会社九州テックランド
株式会社Project White
株式会社ワイズセレクト
株式会社ヤマダホームズ
株式会社コングロ
株式会社ベスト電器
株式会社ベストクレジットサービス
株式会社J・スタッフ
株式会社ベストサービス
株式会社ビー・ピー・シー
株式会社リペア・デポ

株式会社黒川デンキ
株式会社ハウステック
日化メンテナンス株式会社
中部日化サービス株式会社
山田電機(瀋陽)商業有限公司
山田電機(中国)投資有限公司
BEST DENKI MALAYSIA SDN.BHD.
BEST DENKI (SINGAPORE) PTE.LTD.
YAMADA TECHNOLOGY CORPORATION
NAKAYAMA RESOURCES & DEV' T. CORP.
株式会社ヤマダファイナンスサービス
株式会社大塚家具
株式会社ヤマダ環境資源開発ホールディングス

主要な非連結子会社

株式会社ワイ・ジャスト
株式会社テス
株式会社群馬総合設備
東金属株式会社
株式会社ヤマダトレーディング
株式会社ヤマダ不動産
株式会社ヤマダ少額短期保険
株式会社ヤマダライフ保険
株式会社家守りホールディングス
日本ツーリストクラブ株式会社
ヤマダデリバリーワークサービス株式会社
株式会社ヤマダフードサービス

関連会社

Y.U-mobile 株式会社
株式会社ストリーム
株式会社ベストITビジネス
ソーシャルモビリティ株式会社

店舗ネットワーク

総店舗数(国内外合計)

12,858

店

国内

直営店舗数：968店
FC店舗数：11,842店

海外

直営店舗数：22店
FC店舗数：26店

日本

甲信越・北陸

直営店舗：76店
FC店舗：1,048店

関西

直営店舗：115店
FC店舗：1,287店

中国

直営店舗：67店
FC店舗：799店

九州・沖縄

直営店舗：231店
FC店舗：2,031店

北海道

直営店舗：51店
FC店舗：766店

東北

直営店舗：81店
FC店舗：1,113店

関東

直営店舗：228店
FC店舗：2,508店

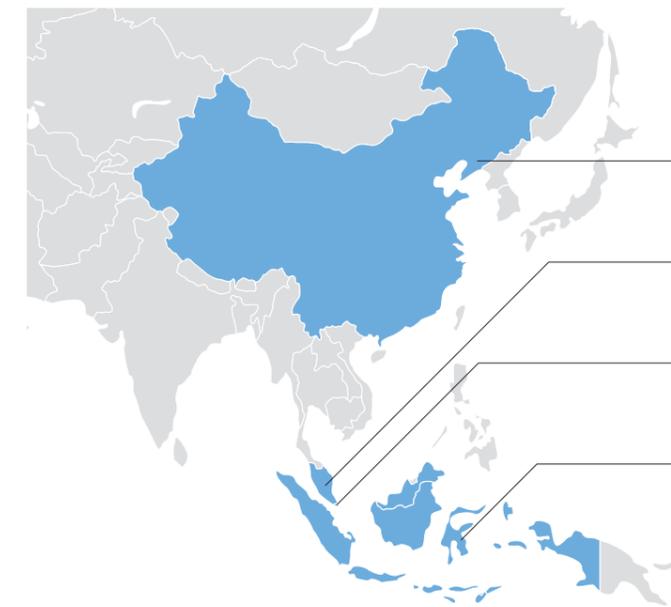
東海

直営店舗：79店
FC店舗：1,785店

四国

直営店舗：40店
FC店舗：505店

海外



中国

直営店舗：1店

マレーシア

直営店舗：8店

シンガポール

直営店舗：13店

インドネシア

FC店舗：26店