

2024年3月期 第3四半期 決算補足資料

株式会社ヤマダホールディングス

2024年2月1日



YAMADA HOLDINGS CO.,LTD.



1. 2024年3月期 第3四半期業績

主な出来事・取り組み	2
業績	3 - 6
部門別売上高	7
全体概況	8

2. 主要セグメント概況

デンキセグメント	9-10
住建セグメント	11
金融・環境セグメント	12

3. 「くらしまるごと」戦略の概要



■ 第1四半期

- 4月 創業の地に「Tecc LIFE SELECT 前橋吉岡店」オープン
体験型店舗 福岡県内初出店「Tecc LIFE SELECT 福岡志免本店」オープン
- 5月 自己株式取得終了(2022年5月9日～2023年5月8日 / 取得株式総数：185,081,300株)
狭山市初上陸「Tecc LIFE SELECT 狭山店」オープン
業種を超えたコラボレーション生活提案型ショッピングスクエアに
「Tecc LIFE SELECT 野々市御経塚店」オープン
ヤマダ東日本リユースセンター群馬工場にて太陽光パネルを設置（環境セグメント）

■ 第2四半期

- 7月 (株)ヒノキヤグループが子会社6社を吸収合併、業務効率改善やグループシナジーの最大化を図る（住建セグメント）
「FUNAI Fire TV搭載スマートテレビ」新機種発売
三菱自動車と軽 EV 販売に関する協業を開始
フィルター自動お掃除機能付きオリジナルエアコン「RIAIR」発売
“声” “スマホ” で操作できる進化系電動ベッド「アシステック1プラス」発売
オウンドメディア（家電に関するデジタル記事）作成プロジェクト開始
自社ECサイト・ヤマダウェブコムの実便性向上改革を加速
- 8月 (株)ミダックホールディングスとの合併契約締結、資源循環型環境事業の取り組みを加速

■ 第3四半期

- 10月 創業50周年記念モデル商品 発表 FUNAI Fire TV 搭載スマートテレビ
「IDC OTSUKA 広島ショールーム」オープン
YAMADAスマートハウス 販売開始
EV や V2H 機器等の購入費用の組込が可能な住宅ローン 提供開始（金融セグメント）
- 11月 創業50周年記念モデル：YAMADA×シモンズ オリジナルマットレス 枕のいらない「ノーピローマットレス」発売
- 12月 ヒノキヤグループ 全館空調「Z空調」受注数26,000棟を突破（発売開始2016年12月）
創業50周年記念モデル：4way 全自動ドックを搭載したロボット掃除機「Roborock Q Revo」を発売



連結P/L【4-12月】

YAMADA HLDGS.

HLDGS.

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	1,171,061	100.0	1,177,344	100.0	99.5
売上総利益	345,091	29.5	340,454	28.9	101.4
人件費	135,778	11.6	132,846	11.3	102.2
広告宣伝費	16,054	1.4	15,626	1.3	102.7
地代家賃	56,489	4.8	55,663	4.7	101.5
減価償却費	14,948	1.3	14,118	1.2	105.9
リース料及びリース減価償却費	1,373	0.1	1,287	0.1	106.7
その他	81,695	7.0	81,583	6.9	100.1
販売費及び一般管理費	306,339	26.2	301,126	25.6	101.7
営業利益	38,751	3.3	39,328	3.3	98.5
営業外収益	7,550	0.6	7,707	0.7	98.0
営業外費用	3,675	0.3	2,956	0.3	124.3
経常利益	42,626	3.6	44,079	3.7	96.7
特別利益	3,164	0.3	1,214	0.1	260.5
特別損失	4,488	0.4	3,638	0.3	123.4
法人税等合計	13,935	1.2	10,843	0.9	128.5
非支配株主に帰属する四半期純利益	514	0.0	228	0.0	224.9
親会社株主に帰属する四半期純利益	26,851	2.3	30,583	2.6	87.8

※事業会社によって連結対象月は異なります



HLDGS.

デンキセグメントP/L【4-12月】

YAMADA HLDGS.

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	967,220	100.0	978,648	100.0	98.8
売上総利益	298,219	30.8	295,338	30.2	101.0
人件費	108,992	11.3	107,993	11.0	100.9
広告宣伝費	13,321	1.4	13,168	1.3	101.2
地代家賃	52,574	5.4	51,887	5.3	101.3
減価償却費	13,676	1.4	13,057	1.3	104.7
リース料及びリース減価償却費	1,082	0.1	972	0.1	111.4
その他	72,870	7.5	73,312	7.5	99.4
販売費及び一般管理費	262,518	27.1	260,390	26.6	100.8
営業利益	35,700	3.7	34,947	3.6	102.2
営業外収益	6,872	0.7	7,185	0.7	95.6
営業外費用	3,478	0.4	2,800	0.3	124.2
経常利益	39,094	4.0	39,332	4.0	99.4
特別利益	1,589	0.2	1,131	0.1	140.5
特別損失	3,936	0.4	1,777	0.2	221.4
法人税等合計	13,039	1.3	9,933	1.0	131.3
非支配株主に帰属する四半期純利益	0	0.0	0	0.0	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	23,708	2.5	28,752	2.9	82.5

※事業会社によって連結対象月は異なります



HLDGS.

デンキセグメント除くP/L【4-12月】

YAMADA HLDGS.

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	203,841	100.0	198,696	100.0	102.6
売上総利益	46,872	23.0	45,116	22.7	103.9
人件費	26,786	13.1	24,853	12.5	107.8
広告宣伝費	2,733	1.3	2,458	1.2	111.2
地代家賃	3,915	1.9	3,776	1.9	103.7
減価償却費	1,272	0.6	1,061	0.5	119.9
リース料及びリース減価償却費	291	0.1	315	0.2	92.4
その他	8,825	4.3	8,271	4.2	106.7
販売費及び一般管理費	43,821	21.5	40,736	20.5	107.6
営業利益	3,051	1.5	4,381	2.2	69.6
営業外収益	678	0.3	522	0.3	129.9
営業外費用	197	0.1	156	0.1	126.3
経常利益	3,532	1.7	4,747	2.4	74.4
特別利益	1,575	0.8	83	0.0	1897.6
特別損失	552	0.3	1,861	0.9	29.7
法人税等合計	896	0.4	910	0.5	98.5
非支配株主に帰属する四半期純利益	514	0.3	228	0.1	225.4
親会社株主に帰属する四半期純利益	3,143	1.5	1,831	0.9	171.7

※事業会社によって連結対象月は異なります



HLDGS.

連結P/L【四半期推移】

YAMADA HLDGS.

	第1四半期 [4-6月]					第2四半期 [7-9月]					第3四半期 [10-12月]				
(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	363,709	100.0	375,859	100.0	96.8	411,493	100.0	398,775	100.0	103.2	395,858	100.0	402,710	100.0	98.3
売上総利益	111,212	30.6	113,390	30.2	98.1	114,357	27.8	108,966	27.3	104.9	119,520	30.2	118,097	29.3	101.2
人件費	44,401	12.2	44,813	11.9	99.1	46,594	11.3	45,157	11.3	103.2	44,782	11.3	42,876	10.6	104.4
広告宣伝費	5,497	1.5	5,409	1.4	101.6	5,154	1.3	5,008	1.3	102.9	5,401	1.4	5,208	1.3	103.7
地代家賃	18,670	5.1	18,921	5.0	98.7	19,026	4.6	18,329	4.6	103.8	18,791	4.7	18,413	4.6	102.1
減価償却費	4,857	1.3	4,640	1.2	104.7	5,062	1.2	4,780	1.2	105.9	5,029	1.3	4,697	1.2	107.1
リース料及びリース減価償却費	460	0.1	406	0.1	113.1	484	0.1	444	0.1	109.0	428	0.1	435	0.1	98.4
その他	26,252	7.2	26,938	7.2	97.5	28,741	7.0	27,735	7.0	103.6	26,701	6.7	26,914	6.7	99.2
販売費及び一般管理費	100,139	27.5	101,127	26.9	99.0	105,065	25.5	101,453	25.4	103.6	101,135	25.5	98,545	24.5	102.6
営業利益	11,072	3.0	12,263	3.3	90.3	9,292	2.3	7,513	1.9	123.7	18,385	4.6	19,552	4.9	94.0
営業外収益	2,894	0.8	3,190	0.8	90.7	2,492	0.6	2,380	0.6	104.7	2,164	0.5	2,136	0.5	101.3
営業外費用	955	0.3	1,012	0.3	94.3	1,157	0.3	948	0.2	122.0	1,562	0.4	994	0.2	157.2
経常利益	13,011	3.6	14,440	3.8	90.1	10,627	2.6	8,944	2.2	118.8	18,987	4.8	20,694	5.1	91.8
特別利益	3,124	0.9	173	0.0	-	40	0.0	934	0.2	4.3	0	0.0	106	0.0	0.1
特別損失	100	0.0	142	0.0	70.6	3,817	0.9	3,266	0.8	116.9	570	0.1	230	0.1	248.0
法人税等合計	5,345	1.5	△ 209	-	-	3,876	0.9	3,640	0.9	106.5	4,713	1.2	7,413	1.8	63.6
非支配株主に帰属する四半期純利益	198	0.1	1	-	-	216	0.1	18	0.0	1166.4	99	0.0	208	0.1	47.8
親会社株主に帰属する四半期純利益	10,491	2.9	14,680	3.9	71.5	2,757	0.7	2,954	0.7	93.3	13,603	3.4	12,948	3.2	105.1

※事業会社によって連結対象月は異なります



HLDGS.

部門別売上高【連結 4-12月】

YAMADA HLDGS.

(単位：百万円・%)

		当期実績	構成比	前期比	前期実績	構成比	構成比増減
家電	カラーテレビ	71,005	6.1	92.2	77,008	6.5	△ 0.5
	ビデオ・DVD	15,165	1.3	90.6	16,732	1.4	△ 0.1
	オーディオ	14,115	1.2	99.8	14,139	1.2	0.0
	冷蔵庫	93,188	8.0	100.4	92,822	7.9	0.1
	洗濯機	86,438	7.4	100.3	86,184	7.3	0.1
	調理家電	45,861	3.9	100.5	45,652	3.9	0.0
	エアコン	94,909	8.1	104.1	91,174	7.7	0.4
	その他の冷暖房器具	17,778	1.5	96.1	18,496	1.6	△ 0.1
	工事	49,212	4.2	101.1	48,677	4.1	0.1
	その他 ※1	158,085	13.5	98.3	160,820	13.7	△ 0.2
	小計	645,761	55.1	99.1	651,708	55.4	△ 0.2
情報家電	パソコン	66,866	5.7	89.6	74,645	6.3	△ 0.6
	デジカメ	10,729	0.9	119.5	8,979	0.8	0.2
	パソコン周辺機器	31,040	2.7	95.5	32,487	2.8	△ 0.1
	携帯電話	90,208	7.7	123.3	73,176	6.2	1.5
	その他 ※2	28,336	2.4	98.6	28,751	2.4	△ 0.0
	小計	227,181	19.4	104.2	218,040	18.5	0.9
住宅関連 ※3		210,708	18.0	105.2	200,336	17.0	1.0
家具・インテリア		34,526	2.9	124.0	27,847	2.4	0.6
AVソフト・GMS他		52,884	4.5	66.6	79,412	6.7	△ 2.2
全体売上高		1,171,061	100.0	99.5	1,177,344	100.0	0.0

集計区分について

※1
【家電 その他】
健康関連商品
理美容商品
クリーナー
サービス関連売上等

※2
【情報家電 その他】
パソコンサプライ
パソコンソフト
電話機・FAX
DOS/V等

※3
【住宅関連】
住宅・リフォーム関連等

※事業会社によって連結対象月は異なります



「くらしまるごと」戦略によって売上総利益率は向上

(前年同期比)

売上高

1Q : 96.8%

2Q : 103.2%

3Q : 98.3%

累計 : 99.5%

- 物価高などに伴う実質賃金の低下・可処分所得の減少による耐久消費財の買い控えが継続
- 省エネを意識した製品ニーズの高まりによる、高単価・高付加価値商品の伸長
- コロナ禍からの社会経済活動の正常化及び人流の活発化に伴うレジャー・サービスへの消費志向のシフト、家電量販客数減少
- LIFE SELECT店舗をコアとした積極的なエリア店舗開発によってシェア向上
売上高は業界水準を超えて推移

売上総利益

1Q : 98.1%

2Q : 104.9%

3Q : 101.2%

累計 : 101.4%

売上総利益率 1Q : 30.6% (前期 30.2%) 2Q : 27.8% (前期 27.3%) 3Q : 30.2% (前期 29.3%)

- 上記の減収要因に伴う粗利高の減少
- リフォーム及び家具インテリア売上・粗利の伸長
- 省エネ性に優れた高付加価値商品の需要拡大が継続。適正売価での販売が伸長
- 政策的なB/S改革の結果、適切な在庫管理を推進
仕入れ・リベート増加

販売費及び一般管理費

1Q : 99.0%

2Q : 103.6%

3Q : 102.6%

累計 : 101.7%

- 売場面積5%拡大に向けた新規出店・人員採用の増加
- 事業成長に向けた店舗統廃合・改装・体制構築等による先行的費用の増加



暖冬による季節家電不振により減収・減益

	第3四半期【10月-12月】		
(単位：百万円・%)	今期実績	前年同期	前年同期比
売上高	322,611	333,018	96.9%
営業利益	15,440	16,154	95.6%

※事業会社によって連結対象月は異なります

ポジティブ

- 省エネ性能の優れた冷蔵庫やドラム式洗濯機など、高付加価値商品の需要拡大
- 電気通信事業法改正前の駆け込み需要により携帯電話が大きく伸長
- 営業管理体制の改革によって、リフォーム、家具・インテリア事業等は継続して伸長
- 自社サイトの刷新・DXイノベーションの強化により、EC売上は着実に伸長

ネガティブ

- 物価高・実質賃金低下・可処分所得減少に伴う、家電の需要減少
- 巣ごもり需要の反動減
黒物・デジタル家電の需要減少
- 人流の活発化に伴うレジャー・サービスへの消費志向シフト、家電量販客数減少
- 暖冬の影響による暖房器具・季節家電の需要減少



HLDGS.

デンキセグメント：店舗概況

YAMADA HLDGS.

ライフセレクトを中心としたエリア戦略に伴い店舗数は減少するも、売場面積は拡大

デンキセグメント（国内）直営店舗売場面積

	2023.12				2022.12 【前年同期比】		
	今期	出店	退店	業態転換・改装等	前年同期	増減	増減率
店舗数	984	28	38	-	994	△ 10	
売場面積(㎡)	2,856,342	131,103	△49,719	26,126	2,748,832	107,510	103.9%

※ 上記の出店等は2023年1月以降の実績です。
また、子会社の吸収合併に伴う店舗数増加が含まれます。

県別グループ店舗数一覧

都道府県	直営店舗数	FC店舗数	合計	都道府県	直営店舗数	FC店舗数	合計
北海道	47	613	660	滋賀県	10	126	136
青森県	10	143	153	京都府	14	168	182
岩手県	13	125	138	大阪府	45	265	310
宮城県	20	229	249	兵庫県	34	259	293
秋田県	11	100	111	奈良県	7	83	90
山形県	12	123	135	和歌山県	6	71	77
福島県	15	209	224	鳥取県	6	74	80
茨城県	18	231	249	島根県	8	73	81
栃木県	16	161	177	岡山県	19	212	231
群馬県	23	207	230	広島県	17	225	242
埼玉県	38	460	498	山口県	18	118	136
千葉県	43	286	329	徳島県	9	98	107
東京都	53	454	507	香川県	13	105	118
神奈川県	40	351	391	愛媛県	8	132	140
山梨県	6	88	94	高知県	10	109	119
長野県	20	236	256	福岡県	84	444	528
新潟県	22	171	193	佐賀県	17	131	148
富山県	13	162	175	長崎県	21	204	225
石川県	9	143	152	熊本県	36	273	309
福井県	6	153	159	大分県	21	137	158
岐阜県	12	236	248	宮崎県	21	153	174
静岡県	17	430	447	鹿児島県	21	342	363
愛知県	48	633	681	沖縄県	16	223	239
三重県	11	254	265	合計	984	10,223	11,207
				海外	29	0	29

ヤマダホールディングスグループ 店舗数

	(店)
【国内】直営店舗	ヤマダデンキ（海外除く）984
【国内】FC店舗	コスモス・ベリーズFC 10,049
	ヤマダデンキFC 174
	合計 11,207
【海外】直営店舗	ヤマダデンキ（BESTブランド）29

ヤマダデンキ 業態別店舗数

	(店)
LABI	15
LIFE SELECT	32
（LABI LIFE SELECT）	（6）
（Tecc LIFE SELECT）	（26）
YAMADA web.com	29
Tecc.Land	528
家電住まいる館	26
アウトレット・リユース専門店	56
インショップ型店舗	28
Tecc.Land（小商圈）	75
地域密着型	170
PC専門店	7
家具専門店	15
ドラッグ専門店	3
合計	984

（2023年12月末時点）



単価上昇により増収 粗利率低下及び改革に伴う経費増加により減益

	第3四半期【10月-12月】		
(単位：百万円・%)	今期実績	前年同期	前年同期比
売上高	68,442	66,410	103.1%
営業利益	2,166	2,637	82.2%

《ご参考》

※事業会社によって連結対象月は異なります

	第3四半期【10-12月】					
(単位：百万円・%)	ヤマダホームズ		ヒノキヤグループ		ハウステック	
	当期実績	前期比	当期実績	前期比	当期実績	前期比
売上高	22,449	116.5%	31,332	100.5%	15,979	100.1%
営業利益	△ 94	-	1,660	98.8%	861	116.7%

※事業会社によって連結対象月は異なります

ポジティブ

- 中古買取再販事業が大幅伸長（前年130%超）
- 利益率の高い断熱材事業が好調に推移
- 2023年10月より「YAMADAスマートハウス」販売開始
- M&A・店舗統廃合、及びスマートハウスの積極展開に向けた改革・販売体制構築の推進

ネガティブ

- 原材料価格・販管費の上昇
- 販売・利益向上のための体制改革に伴う先行的な費用発生による販管費率上昇
- スマートハウス拡販に向けた、先行投資としての広告宣伝費等の経費増加



【金 融】

ヤマダNEOBANK住宅ローンが好調に推移し増収・増益

	第3四半期【10月-12月】		
(単位：百万円・%)	今期実績	前年同期	前年同期比
売上高	862	372	231.8%
営業利益	239	39	609.2%

※事業会社によって連結対象月は異なります

- ・ ヤマダNEOBANK住宅ローンの件数増加による増収・増益
- ・ 代理店・取次店ネットワークを活用した住宅ローン及びYAMADAスマートハウスの販売体制強化により、さらなる収益拡大を目指す

【環 境】

グループ完結型で進める「環境資源開発」への取り組みは着実に伸長

	第3四半期【10月-12月】		
(単位：百万円・%)	今期実績	前年同期	前年同期比
売上高	7,645	7,508	101.8%
営業利益	246	359	68.4%

※事業会社によって連結対象月は異なります

- ・ リユース家電の生産台数は堅調に推移
- ・ リユース家電の取り扱い店舗拡大（200店以上のテックランド店舗で取扱開始）に伴い、お客様への提供機会の拡大により、さらなる売上伸長を図る
- ・ 人件費等のコスト上昇の影響により減益



「くらしまるごと」戦略の概要

MISSION

「くらしまるごと」
を支える。





I. 「くらしまるごと」へのあゆみ	16
市場環境の変化	17 - 18
「個」から「家族」へ、ビジネスモデルの転換	19
「くらしまるごと」戦略の確立	20
 II. 「くらしまるごと」戦略	 21
1) 特徴ある積極的エリア店舗開発でシェア向上	22 - 27
2) Eコマースの強化推進	28 - 30
3) YAMADAスマートハウスで完結型くらしまるごと提案	31 - 34



HLDGS.

I. 「くらしまるごと」へのあゆみ

YAMADA HLDGS.

ビジネスモデルの転換

第一の創業期：「町の電気店」から混売店へ

- ・群馬県前橋市で電気店「ヤマダ電化サービス」創業(1973)
店舗面積わずか8坪、夫婦二人で営む「町の電気店」、当初から経営理念は「創造と挑戦」
- ・(株)ヤマダ電機設立、事業拡大(1983)

第二の創業期：事業拡大・売上高日本一を達成

- ・FCチェーン展開、大型総合家電店舗テックランドの開店、ロープライス戦略開始、物流センターの開設
- ・廃棄家電の処理、リユース商品の整備・再販を行う(株)シー・アイ・シーを設立(1997)
- ・テレビ・冷蔵庫・洗濯機の家電リユース事業をスタート(2001)
- ・国内家電量販店初ナショナルチェーン化実現(2005)

第三の創業期：「くらしまるごと」戦略の構築と推進

- ・PCリユース・リサイクル事業を開始(2007)
- ・家電とリフォームの販売を中心とした店舗展開開始(2017)
- ・家電オンリーから新領域への挑戦
住宅事業本格参入(2011)
金融事業本格参入(2016)
環境事業本格参入(2020)
- ・くらしまるごと提案型店舗を展開

時代背景に応じた体制の構築

店舗展開

- 1978 5店舗を展開
- 1985 他県初出店
- 1992 九州地区進出
- 1995 東北地区進出
- 1997 中京地区・中国・四国地方進出
- 1999 近畿地方進出
- 2007 LABI 池袋(初の東京都心大型店舗)
- 2017 家電住まいの館 展開開始
- 2021 LIFE SELECT 業態店舗1号店オープン

“くらしまるごと戦略”に向けた体制づくり

- 2011 エス・バイ・エル(株)を買収
- 2012 (株)ハウステック・(株)ベスト電器・東金属(株) 子会社化
- 2013 公式ECサイト「ヤマダウェブコム」オープン
- 2016 (株)ヤマダファイナンスサービス設立
- 2018 (株)ヤマダホームズ設立
- 2020 ホールディングス体制へ
(株)ヤマダ環境資源開発ホールディングス 設立
- 2021 (株)ヤマダ住建ホールディングス 設立
- 2021 (株)大塚家具 完全子会社化
- 2022 (株)ヒノキヤグループ 完全子会社化
- 2022 ヤマダ東日本リユースセンター群馬工場 増設

1973
創業

1989
株式上場

2005
売上高
1兆円達成

2010
売上高
2兆円達成



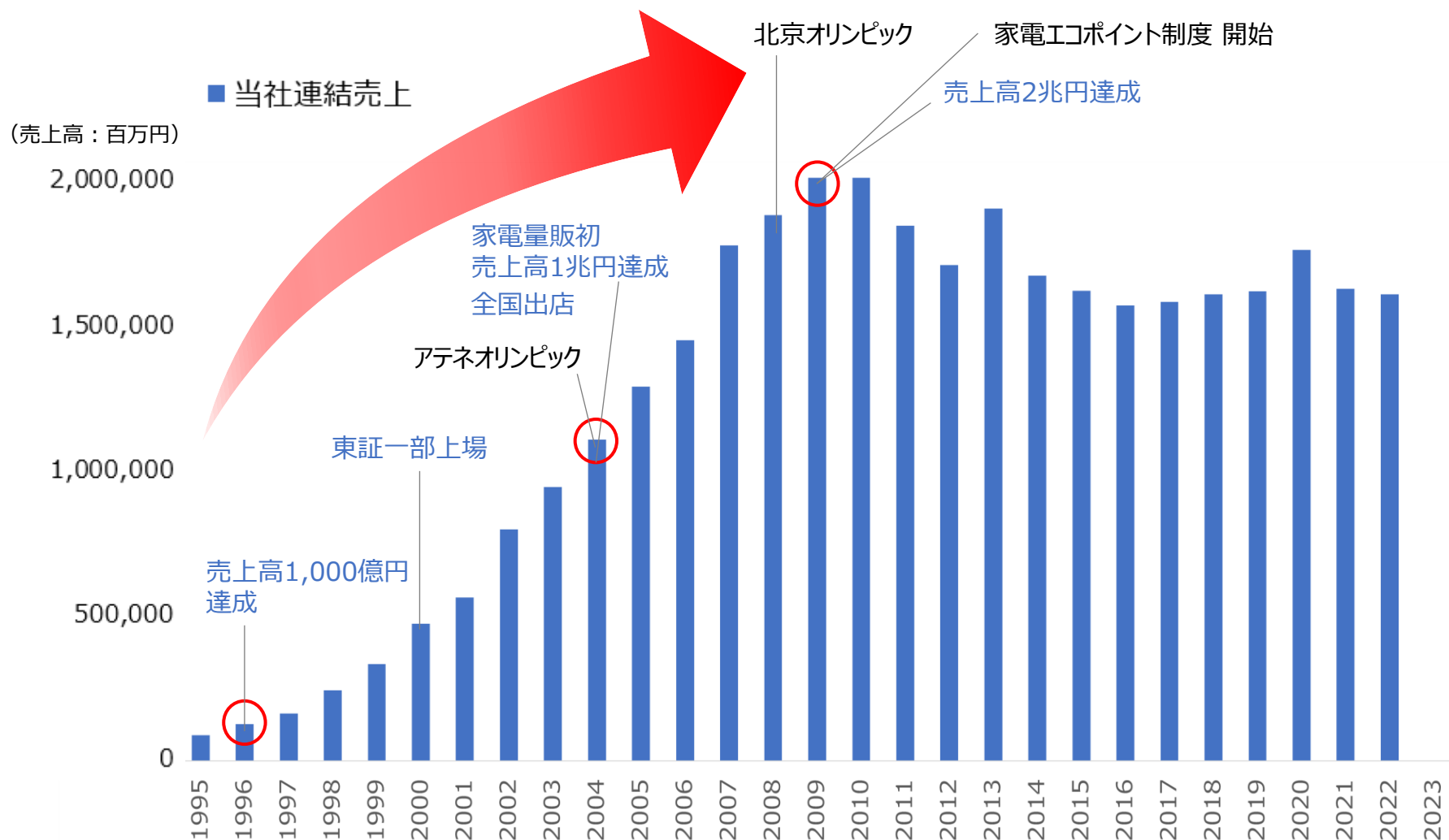
HLDGS.

I. 「くらしまるごと」へのあゆみ

市場環境の変化 ①

YAMADA HLDGS.

全国チェーン化・出店攻勢等 時代に則した事業展開で売上急成長



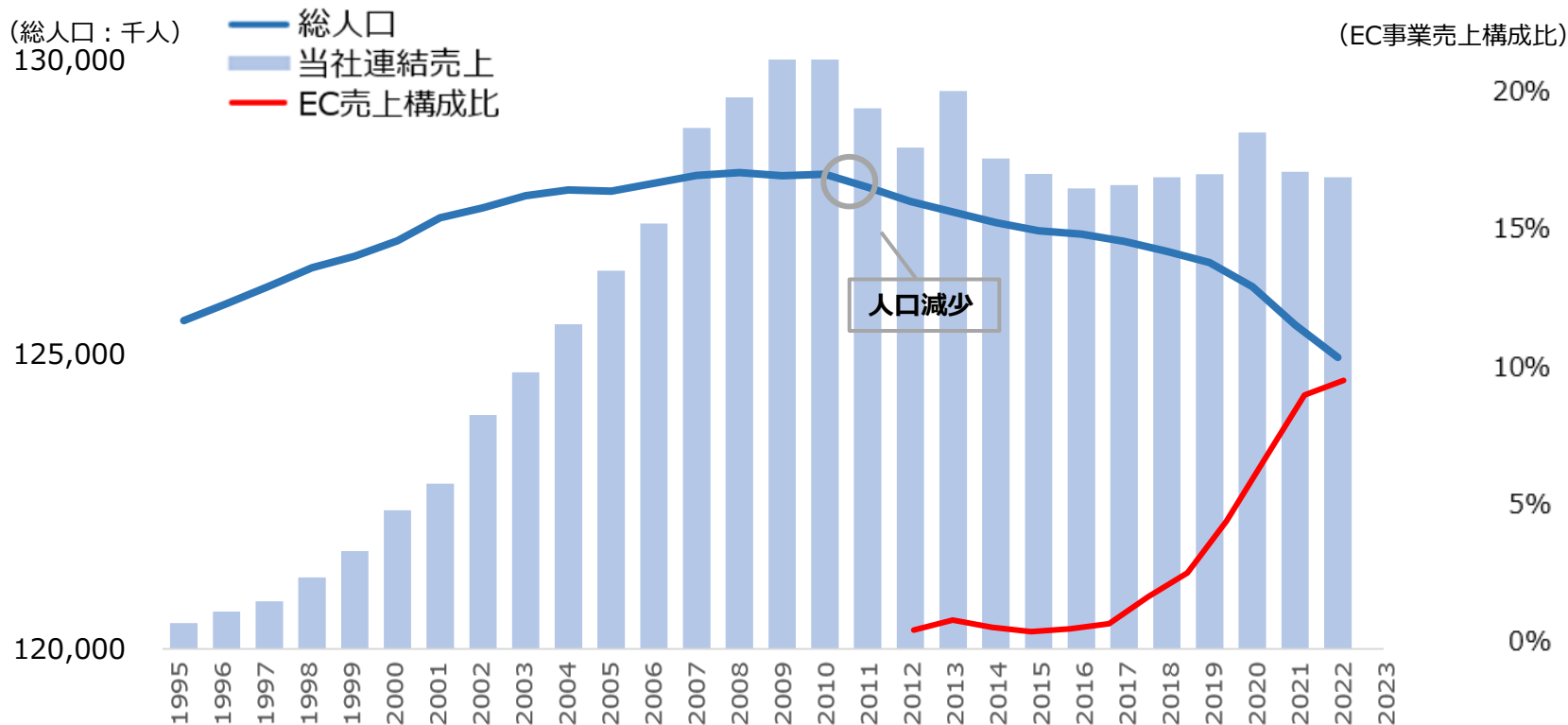


HLDGS.

人口減少に伴う市場環境の変化を受け 事業の在り方を模索

《市場環境変化を受けて》

- ・ 人口減少・少子高齢化による市場縮小への対応
- ・ ネット社会化に伴う自社EC事業の強化拡大





多様化する社会・お客様のニーズに応え続けるために、
「個」から「家族」へ お客様の「暮らし」を支える企業を目指す

お客様の世帯・家族の「暮らしを支える」家電量販店へと変革し、
「暮らし」を支える商品、及び体験・体感できる場所の開発を本格始動

暮らしを支える商品開発

家電製品

+

- ・住宅
- ・リフォーム
- ・住設機器
- ・家具・インテリア
- ・SPA・リユース
- ・金融・保険

事業管理体制の刷新

ホールディングス組織の下、
各事業セグメント管理体制
構築

- ・デンキ
- ・住建
- ・金融
- ・環境
- ・その他

体験型店舗開発

暮らしに寄り添う商品と
サービスを体験・体感できる
店舗業態の開発

- ・LIFE SELECT
- ・web.com店
ほか



HLDGS.

I. 「くらしまるごと」へのあゆみ 「くらしまるごと」戦略の確立

YAMADA HLDGS.

各セグメントのつながる経営 グループ全体で「くらしまるごと」を提案

デンキ

- ・暮らしのトータル提案
- ・家電・家具・インテリア生活雑貨販売
- ・テレビショッピング
- ・EC販売
- ・リユース・リサイクル商品販売
- ・リフォーム

住建

- ・住宅販売
(スマートハウス・注文住宅・
建売・建替え)
- ・住宅の品質検査・維持管理
- ・内装・外装
- ・住宅設備の製造・販売
- ・水まわり

MISSION

「くらしまるごと」
を支える。

環境

- ・使用済家電製品の
リユース・リサイクル
- ・再資源化事業

その他

- ・トレーディング事業
- ・飲食業・旅行業
- ・家電製品の配送設置
- ・取付工事業

金融

- 金融商品展開
(新築・リフォーム・資金決済・
保険商品・ライフプラン紹介)

お客様の多様なニーズに応える「くらしまるごと」の提案を展開

1) 特徴ある積極的エリア店舗開発でシェア向上

- ・ LIFE SELECT ・ LABI ・ Tecc.Land ・ アウトレット ・ web.com店等による店舗ネットワークの構築

2) エコマースの強化推進

- ・ DX推進で店舗とネット融合のサービス・販売強化

3) YAMADAスマートハウスで完結型くらしまるごと提案

- ・ 住宅、家電、家具・インテリア、リフォーム、金融、環境など、グループシナジーを最大化した「くらしまるごと」戦略の集大成



HLDGS.

Ⅱ. 「くらしまるごと」戦略

1) 特徴ある積極的エリア店舗開発でシェア向上①

YAMADA HLDGS.

商圈・顧客ニーズにあわせた多様な店舗業態を展開





HLDGS.

Ⅱ. 「くらしまるごと」戦略

1) 特徴ある積極的エリア店舗開発でシェア向上②

YAMADA HLDGS.

体験・体感・完結型店舗「LIFE SELECT」
「個」から「家族」へのニーズ対応で客数UP！

ストアコンセプト 「たのしい。くらしをシェアワセにする、ぜんぶ。」

家電、家具・インテリア、生活雑貨、リフォーム、玩具、電動自転車等、
暮らしのあらゆるモノがそろう、日本最大級の品ぞろえ・価格・サービスを提供

女性客、お子様からお年寄りまで、ファミリー層をターゲット





HLDGS.

II. 「くらしまるごと」戦略

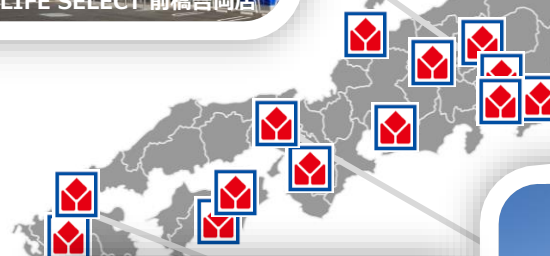
YAMADA HLDGS.

1) 特徴ある積極的エリア店舗開発でシェア向上③

「LIFE SELECT」は日本全国32店舗展開 今後も順次出店

	店名	都道府県	オープン
1	○ Tecc LIFE SELECT 熊本春日店	熊本県	2021年 6月
2	Tecc LIFE SELECT 姫路本店	兵庫県	2021年 6月
3	○ Tecc LIFE SELECT 札幌本店	北海道	2021年 7月
4	Tecc LIFE SELECT 神戸本店	兵庫県	2021年 7月
5	Tecc LIFE SELECT 木更津請西本店	千葉県	2021年 7月
6	Tecc LIFE SELECT 長野SBC通り店	長野県	2021年 9月
7	★ LABI1 LIFE SELECT 高崎	群馬県	2021年 9月
8	Tecc LIFE SELECT 加古川本店	兵庫県	2021年 10月
9	Tecc LIFE SELECT ムサシク喜喜蒲店	埼玉県	2021年 10月
10	Tecc LIFE SELECT 徳島本店	徳島県	2021年 11月
11	★ LABI LIFE SELECT 茅ヶ崎	神奈川県	2021年 11月
12	★ LABI1 LIFE SELECT 池袋	東京都	2021年 12月
13	Tecc LIFE SELECT 春日部本店	埼玉県	2021年 12月
14	Tecc LIFE SELECT 港北センター店	神奈川県	2022年 2月
15	Tecc LIFE SELECT 盛岡本店	岩手県	2022年 2月
16	Tecc LIFE SELECT New 一宮店	愛知県	2022年 2月
17	LABI LIFE SELECT 品川大井町	東京都	2022年 3月
18	Tecc LIFE SELECT 旭川店	北海道	2022年 3月
19	Tecc LIFE SELECT 高知本店	高知県	2022年 4月
20	★ LABI1 LIFE SELECT なんば	大阪府	2022年 6月
21	Tecc LIFE SELECT 高松春日店	香川県	2022年 6月
22	○ Tecc LIFE SELECT 清田店	北海道	2022年 6月
23	Tecc LIFE SELECT 松本本店	長野県	2022年 7月
24	Tecc LIFE SELECT 函館本店	北海道	2022年 7月
25	Tecc LIFE SELECT 神戸垂水店	兵庫県	2022年 8月
26	○ LABI LIFE SELECT 千里	大阪府	2022年 8月
27	★ Tecc LIFE SELECT 仙台あすと長町店	宮城県	2022年 11月
28	★ Tecc LIFE SELECT 尼崎店	兵庫県	2023年 3月
29	★ Tecc LIFE SELECT 前橋吉岡店	群馬県	2023年 4月
30	Tecc LIFE SELECT 福岡志免本店	福岡県	2023年 4月
31	★ Tecc LIFE SELECT 狭山店	埼玉県	2023年 6月
32	Tecc LIFE SELECT 野々市御経塚店	石川県	2023年 6月

★：売場坪数4,000坪超、○：売場坪数3,000超～4,000坪未満





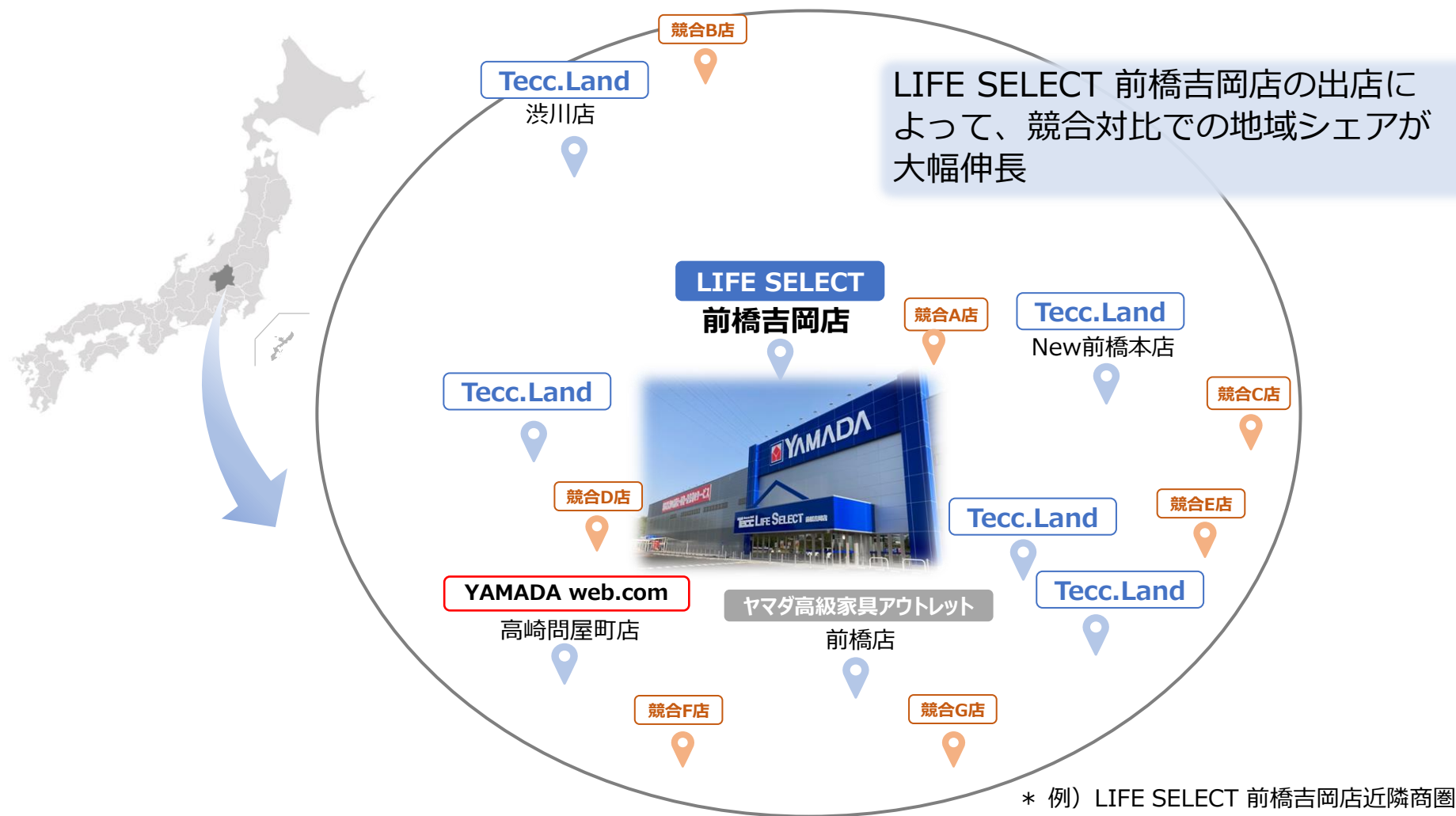
HLDGS.

Ⅱ. 「くらしまるごと」戦略

1) 特徴ある積極的エリア店舗開発でシェア向上④

YAMADA HLDGS.

LIFE SELECT店舗をコアとした店舗ネットワークを構築し
地域全体でのシェア向上および業績伸長を実現





HLDGS.

Ⅱ. 「くらしまるごと」戦略

1) 特徴ある積極的エリア店舗開発でシェア向上⑤

YAMADA HLDGS.

**LIFE SELECT店舗をコアとする商圈人口:50万人のエリアにおいて
出店前後比、**シェアが大幅UP**** *当社調べ 下記6店舗において



**Tecc LIFE SELECT
仙台あすと長町店 (宮城県)**



**Tecc LIFE SELECT
尼崎店 (兵庫県)**



**Tecc LIFE SELECT
前橋吉岡店 (群馬県)**



**Tecc LIFE SELECT
福岡志免本店 (福岡県)**



**Tecc LIFE SELECT
狭山店 (埼玉県)**



**Tecc LIFE SELECT
野々市御経塚店 (石川県)**



HLDGS.

Ⅱ. 「くらしまるごと」戦略

YAMADA HLDGS.

1) 特徴ある積極的エリア店舗開発でシェア向上⑥

ライフセレクト店32店舗実績検証結果と今後の方針

1. 客数UP

特に女性・ファミリー層

2. 一人当たりの購入点数UP

1ストップで何でも揃う

3. 客数単価UP

4. 幅広商品とサービスで 粗利（率）UP

✓店舗・人的生産性向上による店舗収益増

✓広域から集客
50万人商圏人口で十分な売上・利益を
確保可能

✓エリア商圏シェア大幅向上

✓リフォーム・家具売上、粗利大幅増加

検証結果から

今後も LIFE SELECT店舗を年間10店舗ペースで出店（目標）

10年で100店舗 * 50万人商圏 = 5,000万人商圏で「くらしまるごと」体験体感店舗を展開

LIFE SELECT店舗拡大に伴い、自社競合する中小既存店はS&B(スクラップ&ビルド)を通じ
「リーシングビジネスモデル」を展開



HLDGS.

Ⅱ. 「くらしまるごと」戦略

2) Eコマースの強化推進①

YAMADA HLDGS.

リアル店舗の強みを活かした 当社独自のEコマース事業を展開

テレビショッピング



動画で商品説明提案ができるので
リフォームに最適
自社コールセンターもお買い物サポート

ECサイト



ライブコマース



PC・スマホ・テレビ・ラジオ各媒体でお客様へ
お買い物提案

お客様

商品配送



来店・商品体感・おみせde受取

web.com店
全国29店舗から配送するので
コスト・納期削減
物流業者働き方改革にも貢献





HLDGS.

Ⅱ. 「くらしまるごと」戦略

2) Eコマースの強化推進②

YAMADA HLDGS.

全国29店舗 YAMADA web.com店を配送拠点とした 全国にまたがる物流網・エリア店舗体制を構築

店 名	都道府県
YAMADA web.com 仙台センター店	宮城県
YAMADA web.com 秋田御所野店	秋田県
YAMADA web.com 郡山本店	福島県
YAMADA web.com つくば店	茨城県
YAMADA web.com 宇都宮本店	栃木県
YAMADA web.com 高崎問屋町店	群馬県
YAMADA web.com 船橋本店	千葉県
YAMADA web.com 武蔵村山店	東京都
YAMADA New web.com 府中店	東京都
YAMADA web.com 江東新砂店	東京都
YAMADA web.com クロスガーデン川崎幸店	神奈川県
YAMADA web.com 久里浜店	神奈川県
YAMADA web.com 長岡店	新潟県
家電住まいる館×YAMADA web.com 横浜金沢店	神奈川県
YAMADA web.com 大垣店	岐阜県
YAMADA web.com 千種センター店	愛知県
YAMADA web.com 彦根店	滋賀県
家電住まいる館×YAMADA web.com 京都伏見店	京都府
YAMADA web.com 豊中店	大阪府
家電住まいる館×YAMADA web.com 和泉中央本店	大阪府
YAMADA web.com 神戸北店	兵庫県
家電住まいる館×YAMADA web.com 奈良本店	奈良県
YAMADA web.com 和歌山店	和歌山県
YAMADA web.com 東岡山店	岡山県
家電住まいる館×YAMADA web.com 新南陽店	山口県
YAMADA web.com 松山問屋町店	愛媛県
家電住まいる館×YAMADA web.com 佐賀南部バイパス店	佐賀県
YAMADA web.com 大分本店	大分県
YAMADA web.com 那覇本店	沖縄県





HLDGS.

Ⅱ. 「くらしまるごと」戦略

2) Eコマースの強化推進③

YAMADA HLDGS.

ECの強化と店舗DXの推進により、ネットと実店舗の融合を実現

- 店舗出荷やお店で受取により、物流2024問題やラストワンマイルの問題に対処
- デジタル・DXを駆使し、さらに効率性を高めたサービスを提供

スマホタッチで口コミ・在庫確認

お手持ちのスマートフォンで即座に製品情報や店舗在庫数等が確認できます。最新市場価格にもタイムリーに対応する安心価格保証。



デジタル広告配信 サイネージ

売場各所に多数設置、人気のヤマダウェブコム特価商品をSNS配信。おすすめ商品等の耳よりな情報をご案内します。



商品購入カード発券機

気軽に在庫を確認でき、ご購入を決めたら商品購入カードを発券してレジで提示するだけで商品購入が可能。店内で商品を持ち歩く手間なく気軽にお買い物。



お店de受取

購入いただいた商品を最短30分でお受け取りが可能。商品準備完了メールを受信後は、外出ついで等ご都合の良いタイミングで利用できるのが大変便利。



受取ロッカー

店舗敷地内に設置した受取ロッカーでご注文商品を24時間お好きな時間にお受け取りいただけます。混雑状況や閉店時間を気にすることなく、ライフスタイルに合わせたご利用が可能です。



カーブサイドピックアップ

入店することなく、お車に乗ったまま、店舗の指定駐車場でご注文商品をお受け取りいただけます。





HLDGS.

Ⅱ. 「くらしまるごと」戦略

3) YAMADAスマートハウスで完結型くらしまるごと提案①

YAMADA HLDGS.

ヤマダホールディングスグループのシナジー最大化により
「くらしまるごと」環境に優しい次世代の暮らしを提案



「動く蓄電池（EV）」「太陽光発電システム」「V2H」を標準装備、

「創エネ・蓄エネ・省エネ」で環境に配慮し、かつ災害時にも対応する“自給自足”の生活を実現



HLDGS.

Ⅱ. 「くらしまるごと」戦略

3) YAMADAスマートハウスで完結型くらしまるごと提案②

YAMADA HLDGS.

暮らしの進化形 YAMADAスマートハウス



エンタメ

スマートハウスだからこそ、
無限に広がる
エンターテインメント

Fire TV搭載テレビで
誰でも簡単に様々な
動画コンテンツを大画面で
楽しむことができます



健康

手すりやエレベーターを
設けたり、
床段差を解消するなど
住まいの中を安全に
移動できるように
配慮したリフォームを
ご提案します



セキュリティ

IoTの活用で、
家族やペットの見守りと
防犯対策を同時に実現

安心できる住まいに



繋がるIoT

スマートに賢く暮らす
IoT（HEMS機能付）住宅

「こんなことができたらい
いのに」が実現、
家族の暮らしをサポート

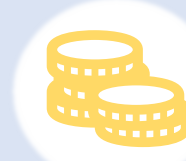
より便利で快適な暮らしをサポート

VPP（仮想発電所：バーチャル・パワー・プラント） 社会への適合



発電した電気を電気が足りない家庭に直接供給
電気を融通・有効活用して、地球温暖化対策にも貢献

高率・高額ポイントで 家電が買える！



ヤマダポイントで家電・家具・おもちゃ・自転車・
リフォームなど、新築後の暮らしを充実させるアイテムを
全国のヤマダデンキで選べます



HLDGS.

Ⅱ. 「くらしまるごと」戦略

3) YAMADAスマートハウスで完結型くらしまるごと提案③ YAMADA HLDGS.

ヤマダホールディングスのシナジーを最大限に活かした次世代住宅のトータル提案

圧倒的な
デザイン力！
高品質住宅



豊富な品揃え！
最新の家電

ヤマダだから
できる

ヤマダだからできる



厳選された家具
素敵なインテリア



YAMADAスマートハウス



ヤマダデンキのEV
車検もヤマダで！

2世代住宅
買取再販できて
長期安心



50年ローン
も組めます！

➤ 20代から持てる
次世代へ住み継ぐ住まい
50年ローンなら実質負担が
月々3万円台 ～！
NEOBANKローンでEV・V2H
も住宅ローンに組める！

※一定の条件のもとシミュレーションした
電気代の削減額を考慮して算出した参考値

《 Appendix 》 海外市場への積極的展開

最新の店舗DXと地域最大級の品ぞろえで、海外への事業展開を加速

《海外店舗一覧》

■シンガポール

- 1 ニーアンシティ店
- 2 ジャンクジョン8店
- 3 クレメンティモール店
- 4 ベドックモール店
- 5 ウォーターウェイポイント店
- 6 IMM店
- 7 カトン店
- 8 ビボシティ店
- 9 ヒリオンモール店
- 10 グレートワールドシティ店
- 11 ジュロンポイント店
- 12 フーナン店
- 13 プラザシンガプーラ店

■マレーシア

- 1 スーバン・パレード店
- 2 ウタマ店
- 3 K.L.C.C店
- 4 1 S T アヴェニュー店
- 5 シャーアラム店
- 6 マイタウン店
- 7 KL SOGO店
- 8 IOIシティモール店

■インドネシア

- 1 スナヤンシティ店
- 2 スマレコン・スルボン店
- 3 セントラルパーク店
- 4 スマレコン・ブガシ店
- 5 クラパガーディン店
- 6 エンポリウム店
- 7 グランドインドネシア店
- 8 AEONモールBSD店

* 2024年1月31日現在

【具体的取り組み】

1. 特にインドネシアを中心に、積極的な店舗開発（改装・出店）実施
⇒ 2024年3月 インドネシア最大規模
「AEONデルタマス店」(1,500坪超)を出店
2. 日本で培った店舗DX（電子棚札等）の導入
及び最大級の品揃えで集客・売上拡大加速



2023年売上高：3ヶ国合計300億円突破

**さらに、上記取り組みを推進することにより、来期、
売上高前年比115%を計画、
特にインドネシアで売上高前年比200%を目指す**



地域、そして社会を支えるリーディングカンパニーとして、
ヤマダホールディングスはこれからも「くらしまるごと」戦略を推進し、
次の50年に向けた持続的な成長の実現を目指してまいります

YAMADA for ALL

みんなのシアワセ。ひとつのチーム。

50th

YAMADA

【免責事項】

本資料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、当社が判断した種々の前提及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予想、目標数値、施策等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等様々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。

本資料の内容は、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。株式会社ヤマダホールディングス及びそのグループ各社の役員または従業員は、本資料の使用、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。

※本資料の無断使用・譲渡・複製・転載を禁じます。