

くらしをシアワセにする、ぜんぶ。

第 48 期

株主通信

2024年4月1日から2025年3月31日まで
株式会社ヤマダホールディングス

 **YAMADA** HLDGS.

証券コード：9831



TOP MESSAGE

家族三世代が楽しめる、ワクワクするような店を—— ヤマダが描く「くらしまるごと」戦略と家族の未来像

日本の家電流通業界と家電業界は、今まさに構造的な転換期を迎えています。少子高齢化・人口減少は加速し、家電は耐久消費財としての特性から買い替え需要が減少しており、国内市場の縮小は避けられない状況です。また、かつて世界の家電市場を牽引してきた日本の総合電機メーカーに代わって、今では海外の新興メーカーが台頭し、家電流通のビジネスモデルにも大きく影響しています。

業界のパイオニアとして市場を牽引してきた当社は、こうした経営環境の大きな変化をいち早く捉え、従来の家電量販店の枠にとどまらないビジネスモデルの構築に早期から取り組んできました。それが「くらしまるごと」戦略です。家電販売はもちろん、家具・インテリア、住宅リフォーム、住宅建設、金融サービス、リサイクル・リユースに至るまで、「住」に関わる家庭のあらゆるニーズを一体的にご提供するものです。

これは、単に収益源の拡大を狙った事業多角化とは全く異なります。家電量販店として築いてきたお客様との接点を活かして、日々の生活に寄り添い、長い人生を包括的にサポートする“ライフスタイル提案企業”へと自らを再定義する試みです。その実装を担うのが、コンセプトストア「LIFE SELECT」です。地域最大級の売場面積を誇り、家電、家具、玩具、住宅展示などを体感できる複合店舗は“非価格競争力”の源泉であり、その集客力と提案力は競合との差別化を可能にします。さらに顧客データの活用によって、売場だけにとどまらないプラット

フォーム戦略も想定しています。

直近の2025年3月期の連結業績では、売上高は対前年同期比2.3%増の1兆6,290億69百万円となりました。利益につきましては、営業利益は同3.2%増の428億21百万円、経常利益は同2.1%増の480億45百万円となりました。対前年同期比でマイナスを記録していた2024年3月期と比べ、いずれもプラスに転じております。

コロナ禍に伴って「くらしまるごと」戦略の根幹である店舗開発が遅れ、改革と業績がかみ合わない期間がありました。ここに来て成果が表れてきました。「LIFE SELECT」の店舗効率を検証したところ、集客力、収益性ともに従来型店舗より高いことが明らかになり、改めて「くらしまるごと」戦略に手応えを感じているところであります。

「くらしまるごと」戦略とは、言い換えれば、家族三世代が楽しめる、ワクワクするような店づくりを目指すということでもあります。ヤマダは長年、皆様の暮らしに寄り添ってきました。世代を超えた家族の結びつきの大切さを知っている当社だからこそ、それを支えることができるかと確信しております。どうぞ、これからのヤマダにご期待いただき、変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役会長 兼 CEO
山田 昇

COO MESSAGE

代表取締役社長 兼 COO

上野 善紀

「中期経営計画」の確実な達成に向け、 成長ストーリーの発信に注力します

2025年4月にヤマダホールディングス代表取締役社長に就任しました。
中期経営計画の核心と成長戦略、オリジナル商品強化、
そしてサステナビリティ経営について、今後の展望をお伝えします。

Q.1 社長就任にあたっての 決意、使命をお聞かせください。

まずは「2026/3～2030/3中期経営計画」を確実に達成することが私の使命です。日本の家電量販業界が転換期にある中で、当社が持続的に成長していくには、「くらしまるごと」戦略という新たな挑戦を通じて業界の未来を切り拓き、ステークホルダーの皆様から信頼され続ける企業体へと変革を遂げなければなりません。そのためには各種指標に基づいてグループの事業計画を可視化し、どのような成長ストーリーのもとでシナジー効果を創出していくのか。「くらしまるごと」戦略の核心を、株主・投資家の皆様に適切に発信していくことが不可欠です。これまで築いてきた「お客様第一」のヤマダの文化を、時代の流れの中で再定義しながら継承してまいります。

Q.2 中計に基づくグループシナジーに ついてどのようにお考えですか。

「住」を起点にグループシナジーの最大化を図っていきます。根幹を支えるのはLIFE SELECTの出店戦略です。5年後には全国80店舗体制が目標です。家電の購入をきっかけに、家具や住宅の販売へとつながりが生まれ、それが住宅ローンをはじめとする金融サービスや、使用済み家電のリユース・リサイクル事業につながります。先行して宅建資格を有した社員を配置した店舗では、お客様から住まいに関する具体的なご相談をいただく機会が増え、手応えを感じています。さらに異業種との共同店舗開発による相互送客で地域内循環を促進し、全国規模の「エリア経済圏」を確立する計画です。これらを積み上げ、2030年には売上高2.2兆円の達成を目指します。

Q.3 デンキセグメントの成長に貢献している PB+SPA商品戦略についてお聞かせください。

2025年4月にヤマダデンキが発売した斜めドラム式洗濯乾燥機「RORO（ロロ）」に、その狙いと強みが集約されています。お客様の声を基に、海外の家電メーカーと連携して開発したSPA商品といわれるオリジナル商品です。多くのお客様がドラム式の洗濯乾燥機を望んでいるものの、一般的には価格が20万円前後と高額なため、購入をためらうケースは少なくありません。私たちは日ごろから「このサイズの洗濯機がほしい」「取り出し口がもう少し広いと使いやすい」といった具体的なお客様の要望を直接集めてきました。そうしたニーズをもとに必要な機能に絞り込み、価格を抑えた戦略商品がこのROROです。発売以来、大きな反響を呼び、ヒット商品となりました。約10万円という価格帯で展開することで、新たな顧客層も開拓できました。

国内最大級の店舗網と販売力を持つ当社に対し、海外の家電メーカーも信頼を寄せてくださり、仲介業者を介さず直接取引が実現しています。これにより販売価格を下げつつ利益率は大きく向上しています。これらは、他社には簡単に真似できない当社独自の強みです。

従来のオリジナル商品は低価格帯中心でしたが、今後は中価格帯以上の製品もラインアップに加え、商品力を強化します。日本メーカーと共同開発したPB商品も含めて、今期中にも注力モデルを複数投入予定です。現在、PB+SPA商品の売上高は777億円規模で構成比は全体の約6%ですが、今後5年で売上高比15%、粗利ベースでは30%を目指します。この目標は最低ラインであり、将来的には構成比20%超も視野に入れています。

Q.4 サステナビリティ経営の一環である リユース家電事業についてお聞かせください。

当社は、リユース事業を軸にサステナビリティ経営の取り組みを本格化させています。群馬県と滋賀県にあるリユース工場に加え、2025年6月に西日本のリユース家電の生産拠点として、「ヤマダ西日本リユースセンター 山口工場」を新設しました。これにより年間20万台規模のリユース家電の生産が可能となりました。

近年、LIFE SELECTを中核としたエリア経済圏の構築が進んでおり、今後はLIFE SELECT内でリユース家電を品ぞろえの一つとして展開していく考えです。

リユース製品は、日常使いの冷蔵庫や洗濯機とは別に使用する2台目として、また、新生活準備のコストを抑えたり、短期間でも機能性の高い製品を使用

したいというニーズに非常に適しています。価格の安さだけを理由に勧めるのではなく、こうしたニーズに寄り添ったリユース商品の提案が重要です。

使用済み家電を買い取り、修理して再販可能なものは再び市場に戻す。再販できない家電は、グループ内のリサイクル工場にて単一素材に分別し、再資源化をしています。また新たに建設予定の廃棄物焼却発電施設で、エネルギーに変換する計画も進めています。家電の「販売・使用・回収・再生・再利用」というサイクル全体をグループ内で完結させる仕組みは、お客様の声に寄り添った、当社らしいサステナビリティ経営の取り組みだと自負しています。

2026/3～2030/3

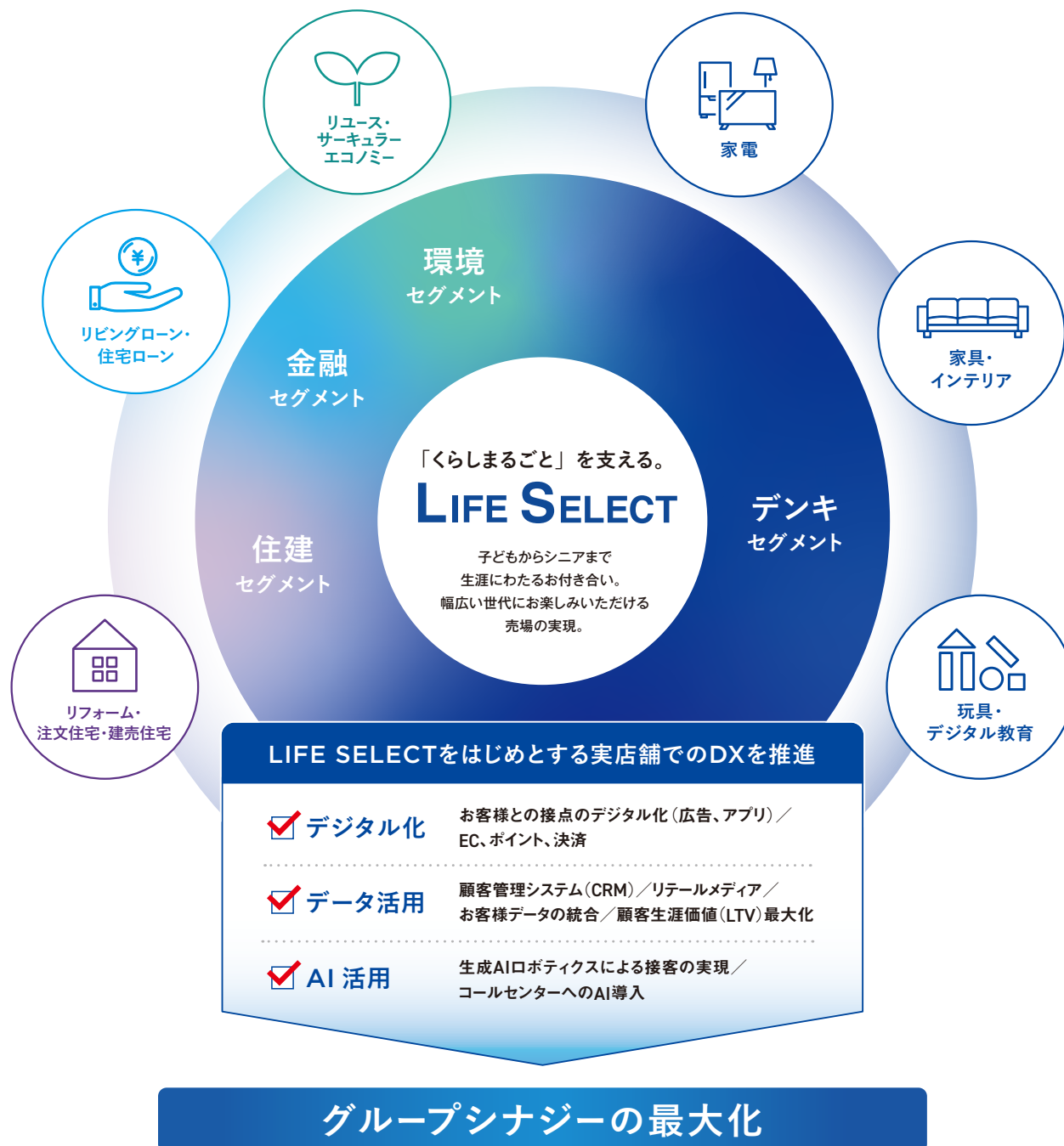
中期経営計画

体験・体感型店舗の LIFE SELECTをコアに グループシナジーの最大化を図る

ヤマダホールディングスは、2030年の目指すべき姿を見据え、より長期的な成長を実現するため「2026/3～2030/3 中期経営計画」を推進しています。

暮らしに関わるあらゆる商品とサービスを提供する「LIFE SELECT」を「くらしまるごと」戦略のコアとし、デンキセグメントでは積極的なエリア店舗開発による市場シェア拡大と、販促のデジタルシフトやDX活用による施策の最適化・最大化を図るとともに、デジタル会員獲得強化を目指します。住建セグメントでは、土地付分割・分譲住宅戦略の強化のほか、来店されたお客様が気軽に立ち寄れる「住まいの相談カウンター」をLIFE SELECT内に設置します。そこで得られる地域に根付いた情報も重要な経営資源です。金融、環境セグメントでもそれぞれの資源を活用しながらグループシナジーを最大化し、企業の持続的成長体制を構築いたします。

	売上高	経常利益
2024年3月期	1兆5,920億円	470億円
2025年3月期	1兆6,290億円	480億円
2030年3月期 計画	2兆2,000億円	1,000億円



特集

「くらしまるごと」 大解剖

ヤマダは家電販売を中核に、お客様のくらし全般に関わる幅広い商品やサービスを提供しています。

「くらしまるごと」を支える――。

これはヤマダホールディングスの経営理念

「創造と挑戦」「感謝と信頼」に基づく私たちのミッションです。

このミッションを実現するため、ヤマダの主力事業である家電販売をはじめ、家具・インテリア、玩具の販売、そしてリフォームに加えて住宅や金融サービスなど、「くらしまるごと」を支える商品・サービスを提供しています。

家電や家具のお買い物から住まいのご相談、

環境にやさしい暮らしの実践を通じて、幅広い世代のお客様に、

生涯にわたってお付き合いいただくことにより、長期的な顧客価値を高め、ヤマダの経営基盤をより盤石なものにします。

「2026/3～2030/3中期経営計画」においては、「くらしまるごと」戦略の総仕上げを行うべく、今後もより一層、力を入れてまいります。

Case 1

20代の会社員

コスト・タイパ主義。仕事や遊びに欠かせないデジタルガジェットは「ヤマダウェブコム」で。ヤマダNEOBANKのキャッシュレス決済を日々利用している。



Case 2

30代の共働き世代

家電やインテリアをワンストップで選べるLIFE SELECTを利用。YAMADAスマートハウスやEVなど、環境にやさしい暮らしにも関心あり。より良いライフプランを描くため、保険やローンも検討中。



Case 3

40代のファミリー層

結婚当時に揃えた家電もそろそろ買い替えどき。これを機に貯まったヤマダポイントで省エネ性能の高いものがほしい。子どもも成長したので家具も一緒に替えて暮らしを整えたい。



Case 4

シニア世代

趣味は映画・音楽鑑賞。スピーカーとともにソファも購入。孫にプレゼントする玩具もいつものヤマダで。今後の暮らしやすさを見据え、自宅のリフォームや売却を考えている。



お客様の「くらしまるごと」を支えます

「くらしまるごと」を支える さまざまなサービス

ヤマダはお客様の「くらしまるごと」を支えるため、デンキ・住建・金融・環境・その他の5つのセグメントを軸に、さまざまなサービスを展開しています。これはお客様に長くご愛顧いただくための、あるべき姿であると同時に、5つのセグメントが双方向につながることでグループシナジーが生まれ、ヤマダのこれからの成長を支える重要な経営基盤となります。

例えば、家電を目的に来店されたお客様に家具やインテリアをご紹介します。住まいに関するご相談を承ることができます。また、住宅購入をご検討のお客様には、家電や家具もまとめて購入できる住宅ローンのご提案ができます——。ヤマダは、このようにお客様への提案力強化を図っています。

各セグメントで顧客基盤を共通化し、お客様と製品・サービスのタッチポイントを増やすことで、「くらしまるごと」のシナジーを最大化します。

	売上高		営業利益	
(単位:百万円)	2024年 3月期実績	2025年 3月期実績	2024年 3月期実績	2025年 3月期実績
デンキセグメント	1,291,194	1,308,929	32,619	29,694
住建セグメント	279,530	297,240	5,630	9,372
金融セグメント	4,299	4,492	968	1,307
環境セグメント	32,726	36,111	1,449	1,634
その他セグメント	25,262	24,684	676	673
連結合計	1,592,009	1,629,069	41,489	42,821

※事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります。

デンキ

家電 家具・インテリア 玩具
くらしのご相談 アウトレット・リユース品

都市型・郊外型・地域密着型店舗など、商圈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展開しています。



住建

住宅販売 住宅設備 EV・蓄電池
リフォーム・買取再販

スマートハウスや耐震性、省エネルギー性能に優れた注文住宅を提供することで、環境配慮型社会の実現を目指しています。



金融

住宅ローン 保険
ヤマダ LABIカード

ヤマダの事業に紐づく幅広い金融ニーズに応え、「くらしまるごと」を支える多彩な金融サービスを展開しています。



環境

リユース・リサイクル
廃棄物焼却・発電

家電やパソコンを中心とした製品のリユース・リサイクル・再資源化事業を展開し、社会全体の環境負荷低減に貢献しています。



その他

配送設置
取り付け工事

家電の配送設置・取り付け工事業など「くらしまるごと」戦略の可能性を拓く多様なサービスを展開しています。



買う

JOY IN EVERY BUY

「くらしまるごと」をかなえる LIFE SELECT

「くらしまるごと」を推進する上で“要”となるのが、ヤマダのコンセプトストア「LIFE SELECT」です。地域最大級となる3,000～4,000坪クラスのフロアに、家電はもちろん家具・インテリア、玩具やリフォームまで、暮らしに必要なあらゆるものが勢ぞろい。

ヤマダはLIFE SELECTを軸に、商圏エリア別に店舗の特色を活かした業態変更や新規出店を推し進めています。2025年3月現在、36店舗を展開しているLIFE SELECTは、「くらしまるごと」戦略の中核として2030年3月期までに80店舗に増やす計画です。

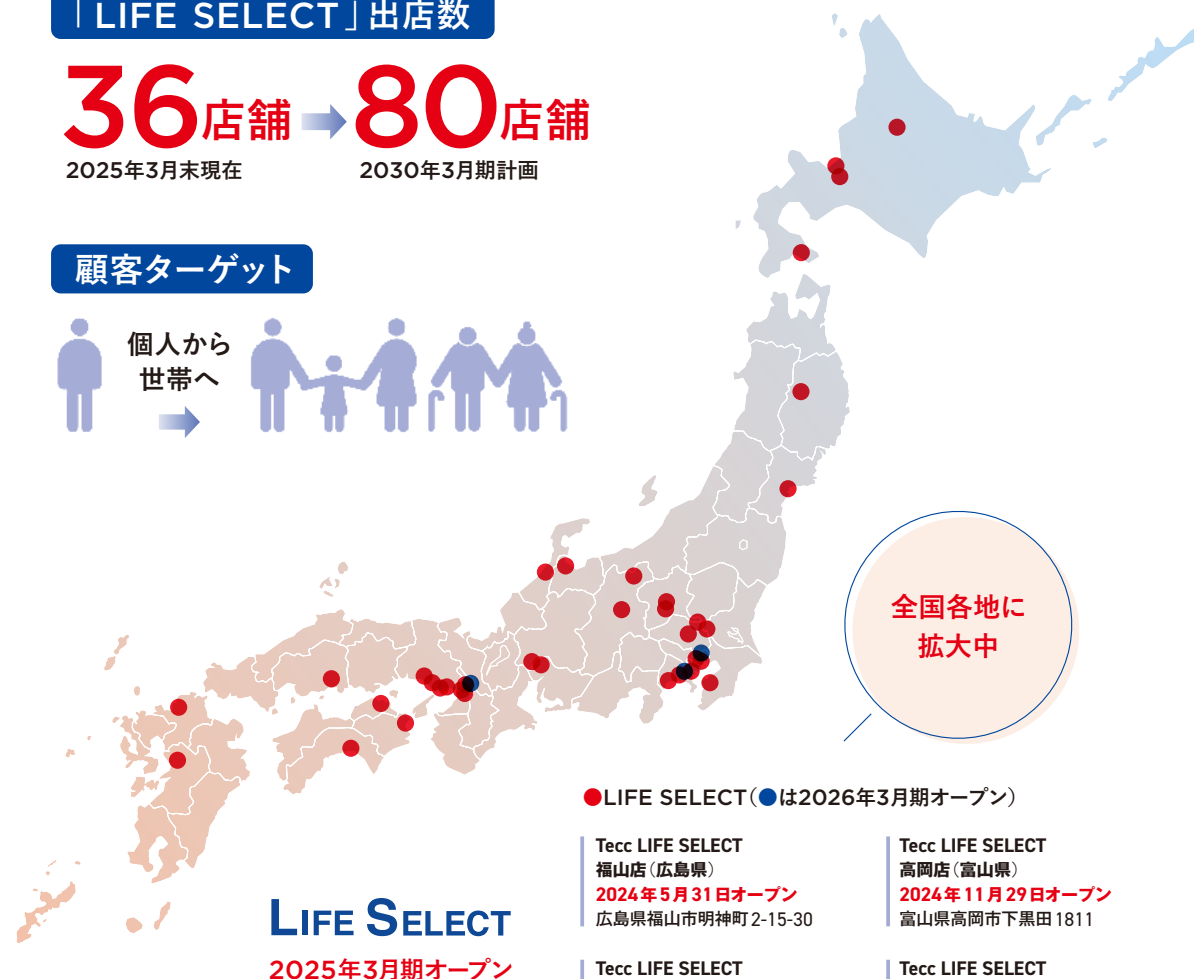
出店拡大により、コア事業の家電売上を増やすとともに、家具・インテリア、リフォームの売上構成比を11.5%（2025年3月期実績）から30%へ、そして「くらしまるごと」シナジーによる住建セグメントの成長と合わせ、グループ全体の売上・利益の増加を実現します。



「LIFE SELECT」出店数

36店舗 → **80**店舗
2025年3月末現在 2030年3月期計画

顧客ターゲット



Tecc LIFE SELECT
福山店 (広島県)
2024年5月31日オープン
広島県福山市明神町2-15-30

Tecc LIFE SELECT
高岡店 (富山県)
2024年11月29日オープン
富山県高岡市下黒田1811

Tecc LIFE SELECT
湘南平塚店 (神奈川県)
2024年10月25日オープン
神奈川県平塚市黒部丘1-58

Tecc LIFE SELECT
イオンタウン大垣店 (岐阜県)
2025年3月28日オープン
岐阜県大垣市三塚町丹瀬463-1
イオンタウン大垣WEST1F・2F

新店舗続々オープン

茨木目垣店(大阪府)、横浜本店(神奈川県)、足立竹の塚店(東京都)
2025年5月 2025年6月 2025年6月

住む

FEEL AT HOME

「くらしまるごと」 お客様に寄り添う YAMADAスマートハウス



YAMADAスマートハウスは創エネ・蓄エネ・省エネ機能を備えた、快適で新しい住まいです。太陽光発電システムと蓄電池を備えているほか、住まいのエネルギー消費量を“見える化”する管理システム「HEMS（Home Energy Management System）」を標準搭載。住まいの電気設備や家電などを最適に制御することができます。

「V2H（Vehicle to Home）」では、EV（電気自動車）やPHEV（プラグインハイブリッド車）のバッテリーに貯めた電力を家庭で有効活用することが可能。太陽光発電などの自然エネルギーでクルマを充電することで、電気代の高い時間帯の使用を抑え、家庭の電力コスト最適化にも役立ちます。

住宅購入を支えるヤマダの金融サービス

お客様の住宅購入をサポートするのが「ヤマダNEOBANK住宅ローン」。これは「ヤマダデジタル会員」様だけがご利用できるローンで、魅力的な金利に加え、家電・家具・EV・V2H機器の購入資金も住宅ローンに組込むことができます。最長50年のローンも可能。2世代住宅や買い取り再販のご相談もヤマダで承ります。

エコ

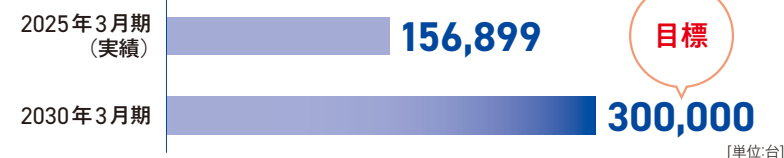
EASY ECO LIVING

リユース・リサイクルまで まるごとおまかせ

ヤマダはリユース家電の生産に積極的に取り組んでいます。お客様から買い取った使用済み家電を分解・洗浄・修理・点検し、一部のヤマダデンキ店舗でリユース品として販売。リユースが不可能な家電はリサイクル工場で再資源化します。再資源化も難しい場合は焼却発電施設に送り、最終的に埋め立て処分するなど、ヤマダはこれらすべての工程をグループ内で完結させることができます。

環境セグメントにおけるこの取り組みは、環境負荷低減を図る目的があるのはもちろんのこと、投資コスト・経費を大きく上回る収益を実現しており、グループの収益向上に貢献しています。

リユース製品生産台数 対象：テレビ、冷蔵庫、洗濯機、エアコンの4品目



家電、家具、住宅…

ヤマダオリジナル商品

続々 **開発中!**

くらしを豊かにする商品の販売からリフォーム住宅まで、くらしまるごとを支えるヤマダだからこそできるオリジナル商品を多数展開。なかでもお客様のニーズを受けた機能を備えているSPA商品は、自社で開発製造販売までを担っており、家電、インテリアやリビング商品の拡大を目指しています。

PB + SPA 商品拡大展開

	2025年3月期	2030年3月期計画
事業規模	777億円	3,000億円
売上構成比	5.9%	15.0%
粗利構成比	12.4%	30.0%



ココがおすすめ!

デザインと機能を両立させた、スタイリッシュなステンレス仕様。準備から片付けまで、毎日のお料理が快適になったとうれしいお声をいただいています。

店舗スタッフ



創業50周年モデル

システムキッチン

「AMARD」シリーズ

「天然水晶と木の温もりを感じられるインテリアキッチン」「デザイン性と機能性どちらも叶うシステムキッチン」「高品質のカラーステンレスを採用したラグジュアリーキッチン」と、3つのグレードをラインアップ。ドラマチックで素敵な暮らしと快適さを追求しました。



高機能&低価格を実現した
斜めドラム式洗濯乾燥機
「RORO」

オリジナル洗濯機「RORO」初のドラム式洗濯乾燥機。置きやすく使いやすいコンパクトサイズで、お手入れがラクなトリプル自動お掃除機能、4段階の水温設定と10種類のコース、低騒音設計など、必要な機能を備えたうえで、手に取りやすい低価格帯を実現しました。

ココがおすすめ!

お客様の声を参考に、ドラム式洗濯乾燥機ご購入のハードルを下げる画期的な製品が誕生しました。家電のプロである、我々ヤマダデンキが自信をもっておすすめします!

商品開発スタッフ



ココがおすすめ!

家づくりにはこだわりたい、でも大変そう——そんな方のために「こんな家に住みたかった!」と思えるプランをご用意しました。セミオーダーだからこだわりも叶います。

設計部スタッフ



YAMADA HOMES
セミオーダー型規格住宅
「Y Limited ワイリミテッド」

「家事をラクにする間取り」「家族団らんを育む間取り」など、約17万棟の施工実績を誇るヤマダホームズが厳選した人気プランから選択できるセミオーダー型。外装デザインなども、プロによるパッケージの中から選べるため、楽しく効率的に理想の住まいを叶えます。

幅約2.2メートルの高級テレビ台
100インチテレビ対応
大型テレビボード

ますます大型化するテレビ用に大塚家具と開発。幅2メートル超えの大型テレビボードながら、快適に視聴できるよう高さは低めに設定。天面は表面硬度に優れた大理石調メラミン樹脂板を、表面は木質感あふれるビーチ材を使用した高級感のあるデザインです。



ココがおすすめ!

家電と家具、両方を扱うヤマダだからこそできた、今のニーズにマッチするデザイン&サイズ感です。これからの「こんなあったらいいな」を叶えます。

店舗スタッフ



ヤマダホールディングス TOPICS

企業価値向上に加え、
環境・社会・経済への持続可能な発展を
目指す取り組みを紹介します。

TOPIC
01

接客の接点増加と品質向上を目指した
AIロボティクスサービス創出へ



ヤマダホールディングスは、家電流通業界に特化した接客AIサービスの創出に向け、ANAホールディングス発のスタートアップであるavatarin（アバターイン）と業務提携契約を締結しました。avatarinが独自開発しているAIロボット「newme（ニューミー）」を遠隔操作して接客にあたることで、当グループの持つ接客スキルをデータ化。生成AIを活用して学習し、接客AIサービスを作成します。これにより、店舗開発・拡大における人手不足の課題解決に向けて、接客の接点増加と品質向上を目指します。

TOPIC
02

感覚過敏や発達障害の方に配慮した
クワイエットアワーを実施



▲クワイエットアワーの実施

▲店内照明減灯の様子

ヤマダデンキの一部店舗では、感覚過敏を持つ方に配慮し、一時的に音の重なりや光の刺激を緩和するクワイエットアワーを実施しています。2025年4月には、神奈川県横浜市政府が取り組む発達障害についての普及啓発の一環として、相鉄ホールディングスグループと連携し、同グループが開発・運営する大規模複合商業施設「ゆめが丘ソラス」内でクワイエットアワーを企画・実施しました。

TOPIC
03

「健康経営優良法人」
大規模法人部門に認定されました



ヤマダホールディングスおよびヤマダデンキは、経済産業省が進める「健康経営優良法人 2025」の大規模法人部門に初認定されました。すべての社員の能力を最大限発揮できるよう、安心して働ける労働安全衛生環境の維持向上と、心身の健康の増進が企業存続の基盤をなすという考えのもと、2024年9月に「健康経営宣言」を表明したことが評価につながりました。

TOPIC
04

山口県に家電リユース工場を新設
地域産業の活性化に貢献します



家電やパソコン製品のリユース・リサイクル・再資源化事業を展開する「ヤマダ環境資源開発ホールディングス」および買い取りした使用済み家電を新品同様に再製品化するリユース事業の中核を担う「シー・アイ・シー」は、山口県山口市との連携を強化し「企業進出に関する協定」を締結。西日本における生産増強と輸送によるCO2低減を目的として、2025年5月に山口工場を新設しました。

TOPIC
05

テスラ蓄電池「Powerwall」を
ヤマダデンキにて販売開始



太陽光発電システムの普及や災害への対策から、昨今、家庭用蓄電池の需要が増加。ヤマダデンキでは家電量販店初となる、テスラの蓄電池「Powerwall」の販売を開始しました。同製品は、太陽光発電システムとの連携により、停電時も普段のように家電製品を動かすことができ、大容量でありながら本体の厚みを抑えたコンパクトなつくりで、デザイン性にも優れているのが特徴です。

財務ハイライト

2025年3月期決算は、売上高1兆6,290億69百万円（前年同期比2.3%増）、営業利益428億21百万円（同3.2%増）、経常利益480億45百万円（同2.1%増）、親会社株主に帰属する当期純利益269億12百万円（同11.9%増）と増収・増益を達成しました。これは個人消費の持ち直しによる耐久消費財の需要増加、気候要因によるエアコンなど季節家電の販売伸長、ヤマダホームズをはじめとした事業会社各

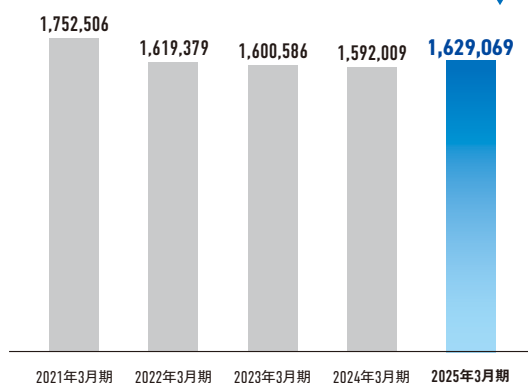
社の業績向上によるグループシナジーの各種影響によるものです。

今期は「くらしまるごと」戦略を加速し、LIFE SELECT店舗開発や、住建・金融・環境各セグメントのシナジーを強化することで、売上高1兆6,975億円、営業利益489億円を計画しております。また、株主還元として次期配当金を1株17円に増配する予定であり、配当性向は43.1%を見込んでおります。

売上高

[単位：百万円]

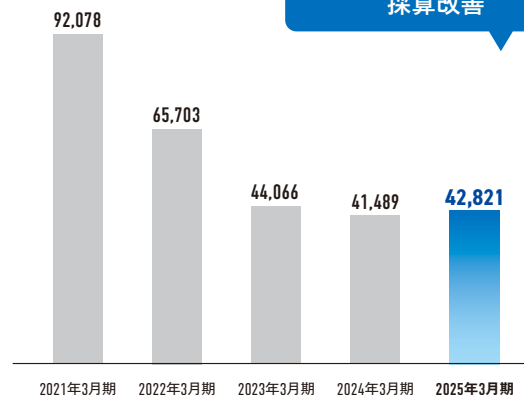
前期比2.3%増で
堅調推移を継続



営業利益

[単位：百万円]

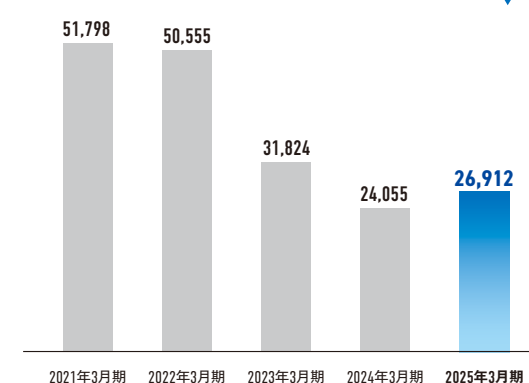
前期比3.2%増
販売管理費抑制で
採算改善



親会社株主に 帰属する当期純利益

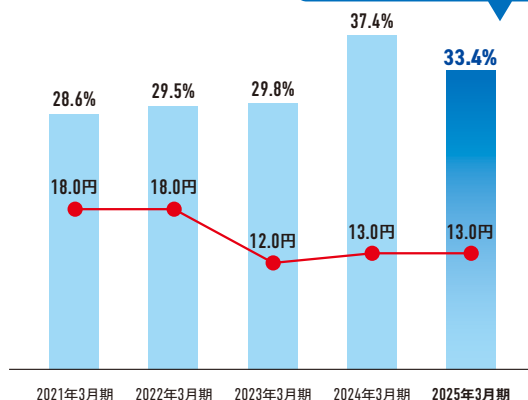
[単位：百万円]

前期比11.9%増と
確実な増益へ



配当性向・ 1株当たり配当金

配当性向は
安定した水準を維持

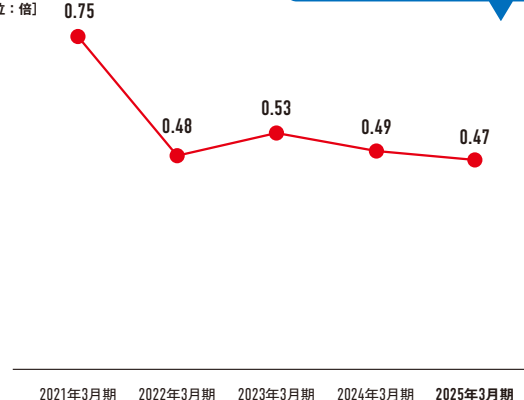


■ 配当性向 ● 1株当たり配当金

PBR (株価純資産倍率)

[単位：倍]

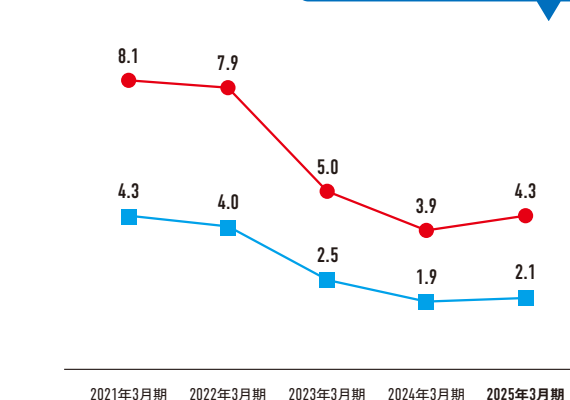
PBR 1倍割れ
資本効率改善策を進行



ROA・ROE

[単位：%]

前期比では改善
効率改善が進みつつある



■ ROA ● ROE

会社情報

会社概要

会社名	株式会社ヤマダホールディングス	設立	1983年9月
本社所在地	〒370-0841 群馬県高崎市栄町1番1号	資本金	711億円
創業	1973年4月	従業員数	連結25,676名 ※平均臨時雇用者数を除く

株式の状況

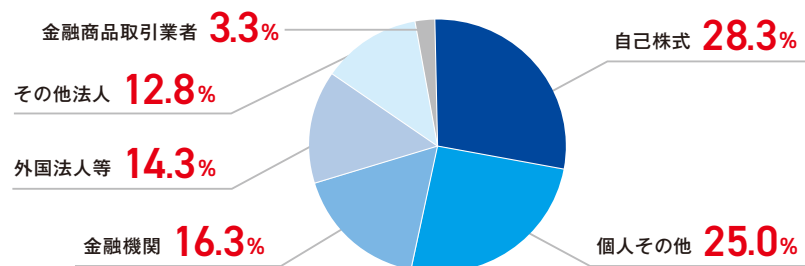
発行可能株式総数	発行済株式の総数	株主数
2,000,000,000株	966,863,199株	445,938名

大株主

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	79,576	11.48
株式会社テックプランニング	65,327	9.43
山田 昇	31,903	4.60
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	27,864	4.02
ソフトバンク株式会社	24,200	3.49
JPMorgan証券株式会社	14,896	2.15
株式会社群馬銀行	12,000	1.73
ステート ストリート バンク アンドトラストカンパニー 505001 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	10,087	1.46
ジェービー モルガン チェース バンク 385781(常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	8,134	1.17
NORTHERN TRUST GLOBAL SERVICES SE, LUXEMBOURG RE LUDU RE: UCITS CLIENTS 15.315 PCT NON TREATY ACCOUNT(常任代理人 香港上海銀行東京支店 カストディ業務部)	7,856	1.13

(注) 1. 当社は、自己株式を273,794千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。2. ヤマダホールディングス従業員持株会専用信託口が保有する当社株式505千株は、自己株式には含めておりません。3. 持株比率は自己株式を控除して計算しております。

所有者別 所有株式数分布状況



株主メモ

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎年6月下旬
基準日	3月31日
単元株式数	100株
株主名簿管理人および 特別口座の口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目3番3号 みずほ信託銀行株式会社 本店証券代行部
お取扱窓口	証券会社等に口座をお持ちの場合、住所変更や買取請求等株主様の各種お手続きは、原則として口座を開設されている証券会社等経由で行っていただくこととなりますので、お取引の証券会社等へご連絡をお願いいたします。証券会社等に口座をお持ちでない場合（特別口座の場合）、下記のお取り扱い店にてお取り扱いいたします。なお、支払明細の発行に関するお手続きにつきましては、みずほ信託銀行の下記連絡先にお問い合わせください。
専用ホームページ	https://www.mizuho-tb.co.jp/daikou/ 「株式に関するお手続き」で一部届出用紙の出力ができます。
郵便物送付先	〒168-8507 東京都杉並区和泉2-8-4 みずほ信託銀行株式会社 証券代行部
お問合せ先	フリーダイヤル 0120-288-324（土・日・祝日を除く9:00～17:00）
お取扱店	みずほ信託銀行株式会社※ 本店および全国各支店 ※トラストラウンジではお取り扱いできませんのでご了承ください。
未払配当金のお支払	みずほ信託銀行株式会社※ 本店および全国各支店 株式会社みずほ銀行 本店および全国各支店 ※トラストラウンジではお取り扱いできませんのでご了承ください。
公告方法	電子公告 当社は公告を下記ホームページに記載しております。 https://www.yamada-holdings.jp/

その他株主向け情報



株主様ご優待制度

株主優待制度の
内容や利用条件など



IR情報

会社業績、統合報告書、
IRニュースなどの
投資家向けの情報



サステナビリティ情報

ヤマダホールディングスの
サステナビリティ活動に
関する情報

