

ヤマダ電機グループ 統合報告書
INTEGRATED REPORT
2019



株式会社ヤマダ電機

〒370-0841 群馬県高崎市米町1番1号

[お問い合わせ先]

CSR推進室

TEL. 0570-078-181



ヤマダ電機グループ 統合報告書 2019は
FSC®森林認証紙と植物油インキを使用しています。



〈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。



目次

02 経営理念・目次・編集方針

04 ヤマダ電機グループの今

06 価値創造のあゆみ

08 価値創造プロセス

10 TOP COMMITMENT

[会長] 継続的改革と革新で利益を創出し続ける企業へ

[社長] 「創造と挑戦」を胸に、家電業界の新たなスキームを創る

14 財務／非財務ハイライト

16 事業活動報告

特集1

20 「家電住まいる館」の取り組み

特集2

22 ヤマダ電機の未来を切り拓く人材育成

24 ヤマダ電機のCSR

26 [環境]
環境保全

30 [社会]
お客様とともに
社員とともに

お取引先とともに
株主・投資家とともに
地域社会とともに

44 [ガバナンス]
コーポレート・ガバナンス
コンプライアンス／リスクマネジメント

50 財務サマリー

58 企業情報

編集方針

ヤマダ電機グループは、投資家を中心とするステークホルダーの皆様に、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。

ESG活動などの特にステークホルダーの関心の高い内容については本報告書で紹介するとともに、CSR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]

2018年4月1日～2019年3月31日(2018年度)

(ただし、一部2019年度の活動内容も含んでいます。)

[発行日]

2019年7月

(前回発行：2018年8月、次回発行予定：2020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」

[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、2019年3月31日時点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。

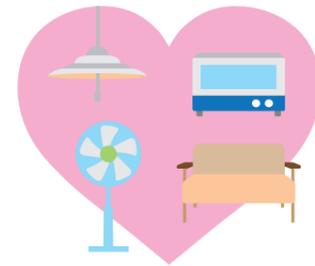
ヤマダ電機グループの今

ヤマダ電機グループは、家電量販店業界のリーディングカンパニーとして、常に環境問題、少子高齢化などの社会変化に対応し、ESG(環境・社会・ガバナンス)についても積極的に取り組み、社会の持続的な成長に貢献しています。

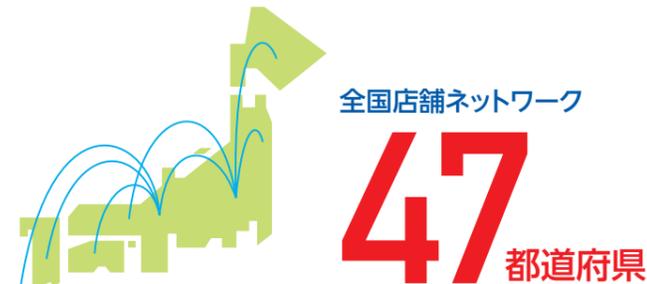
既存事業



ヤマダ電機グループは2001年に家電量販店の売上高日本一となり、2005年には国内家電量販店として初の売上高1兆円を達成、2010年には同じく2兆円を達成しました。2001年以降、首位の座をキープし続けており、家電量販店業界での売上シェアは約30%となっています。
(出所：日本経済新聞社「業界地図2019」より抜粋)



マーケティングから企画・開発、小売までヤマダ電機グループが一貫して行うSPA(製造小売)商品「YAMADA SELECT」シリーズなどを展開しています。「高機能」ではなくお客様から好かれる「好機能商品」をコンセプトに商品開発に取り組み、必要な機能の搭載や省エネ性能の向上など、お客様目線で商品開発を積極的に進めています。2019年3月末時点で、消耗品や家電製品などのカテゴリにおいて、商品数は606点にのびます。また、インテリア関係でもSPA商品の開発を進めており、258点の商品を揃えています。



ヤマダ電機グループは、1973年の創業以来、発祥地である群馬県をはじめとし、郊外型店と都市型店を併営しながら全国展開を進めてきました。2005年には47都道府県への出店を完了させ、家電量販店として唯一、全国47都道府県への店舗展開を確立しています。



家電製品アドバイザーは、一般財団法人家電製品協会が認定を行う民間資格です。家電製品の売り場でお客様へアドバイスしたり、消費者からの相談を受けるときに必要な知識、また家電リサイクル法など関連する法規についての知識が試験されます。テレビやパソコンなどに関する「AV情報家電」、冷蔵庫やエアコンなどに関する「生活家電」、この両方を取得し、一定の条件を備えている場合には、「総合アドバイザー」資格を取得できます。また近年では、情報技術を活用して家庭内のエネルギー機器や家電などをネットワーク化し、エネルギーの消費を最適に制御した住宅であるスマートハウスへの関心が高まっていますが、スマートハウスの多岐にわたる知識保有者であることを資格試験で認められる「スマートマスター」の資格取得にも積極的に取り組んでいます。

ESG経営



ヤマダ電機グループでは、店舗の屋上などを利用し、太陽光発電システムの導入を行っています。2019年3月末時点で203店舗に設置し、店舗における環境への取り組みを推進しています。



ヤマダ電機グループでは、2016年からパソコンをはじめとするデジタル機器のサポートをグループ内で手厚く行うコーナーとしてデジタルサポートステーションを順次設置しています。デジタル機器の相談から修理までトータルでサポートしており、接客レベルの向上、それに伴うお客様満足度の向上にも寄与しています。



ヤマダ電機では、今後の発展のためには、女性の活躍が欠かせない要素と認識しています。2016年4月の女性活躍推進法の施行に際しては、それまで女性管理職育成プログラムとして進めてきたステップアップ研修「女性管理職研修」での成果、女性管理職増加率向上などを踏まえ、改めて現状把握および課題分析を実施し、2021年までの5カ年の行動計画を策定しました。



ヤマダ電機グループでは、家電リユース事業を2001年度から、パソコンリユース・リサイクル事業を2007年度から実施。環境負荷低減を目的として、グループ会社と連携し、リユース・リサイクルまでを行うビジネスを推進しています。不要な家電製品の回収から、清掃・分解・検査などを行い、リユース品として再販売、またはリサイクルして再資源化へとつなげています。



ヤマダ電機では、「社員全員参加の経営」を目的とし、より良い業務が行えるよう、社員一人ひとりが現場の目線から積極的に提案を行う「改善提案制度」を設けています。2018年度も、お客様満足度向上や社員満足度向上、販売支援、経費削減につながる4,683件もの提案があり、98件の提案が新規採用されました。



ヤマダ電機では、業務遂行において発生しうるリスク防止の管理体制整備と、発生したリスクへの対応などについて、リスク管理基本規程を2008年に制定し、2015年に改訂しました。リスク管理委員会を毎月1回開催し、各部署の問題点管理、現状業務に沿ったマニュアルの改訂などを行っています。

価値創造のあゆみ

ヤマダ電機グループは、これまで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。今後は家電製品販売を中心とした既存ビジネスに加え、その事業領域の幅と深さを追求した各種ソリューションビジネスなどの新規ビジネスの開拓を推進していきます。

1970s~ 創業&第一の創業期 「町の電気屋」から混売店へ



ヤマダ電化
サービス創業



2番目の店舗

ヤマダ電機の歴史は、創業者である山田昇会長がピクター前橋工場勤務時代にQC(品質管理)を学び、1973年に群馬県前橋市で電気店「ヤマダ電化サービス」を開業したことに始まります。創業時、店舗面積わずか8坪、夫婦二人という「町の電気屋」で、当初から経営理念として「創造と挑戦」を掲げました。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。この創業時から1980年代前半の混売店までの時期を「第一の創業期」としています。

1980s~ 第二の創業期 売上高日本一を達成

混売店から量販店へと移行した1980年代前半から2010年代前半までを「第二の創業期」としています。

1983年に株式会社ヤマダ電機を設立し、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、物流センターの開業と、事業拡大に邁進しました。そしてバブル景気から崩壊という激動の中、1989年に株式の店頭公開、1997年度には売上高1,000億円を達成。2005年には国内家電量販店初のナショナルチェーン化を実現させ、都市型大型店舗「LABI」を拡充すると、同年、国内家電量販店として初の売上高1兆円、2010



初めての
テックランド



都市型大型店舗
「LABI」

郊外型店舗
(テックランド)



年度には初の2兆円を達成し、海外店舗の拡大を推進しました。

1990年代以降、ヤマダ電機グループはさまざまなステークホルダーの皆様と信頼関係を築くことに注力し始めます。1994年には総合保守サービス「The安心」をスタート。1997年には廃棄家電の処理、リユース商品の整備・再販を行う株式会社シー・アイ・シーを設立。2003年を顧客満足度向上推進元年と定め、顧客満足度向上活動を積極的に推進しました。また会社の成長とともに社会的な責任の重要性を感じ、2007年には経営理念に「感謝と信頼」の言葉を加え、「CSR担当室」を設置しました。

リユース・アウトレット
専門店



2010s~ 第三の創業期

家電オンリーから新領域への挑戦

2010年代後半からの「第三の創業期」では、「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ました。めまぐるしく市場環境が変化する中、グループ企業各社と連携して家電販売を中心に事業領域の幅と深さを追求。お客様目線、川下発想での革新的なソリューションビジネスを展開しています。

この長期ビジョンのもと、2012年には九州に強みを持つ株式会社ベスト電器を子会社化。2015年には最先端コンセプトの情報発信基地「Concept LABI」、2017年には住宅展示を併設した体験型店舗「LABI LIFE SELECT 千里」をリニューアルオープンしました。さらに住宅分野の強化として、2011年にエス・パイ・エル株式会社を、2012年には株式会社ハウステックを子会社化。2013年に株式会社ヤマダ・ウッドハウスを設立して、2018年にはハウス事業を統合し、株式会社ヤマダホームズを設立。2017年には“住宅まるごと”を提案する新業態「家電住まいる館」をオープンし、新たなビジネスモデルの構築を目指しています。これからもヤマダ電機は、経営理念「創造と挑戦」のもと、これまでの実績にとらわれない将来に向けた強い体制づくりを推進します。

LABI LIFE
SELECT



家電住まいる館



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。



(2019年3月31日時点)

継続的改革と革新で 利益を創出し続ける企業へ

改革の中心「家電住まいる館」に成果

ヤマダ電機グループは経営理念に「創造と挑戦」「感謝と信頼」を掲げ、企業としてのためめ成長と発展を目指して歩む中で、持続可能な社会づくりに力を注いできました。近年、ヤマダ電機を取り巻く事業環境は急速に変化しています。少子高齢化やインターネット通販の拡大を背景にご来店されるお客様は減少傾向にあり、2019年10月に予定されている消費増税では駆け込み需要の反動も予想されるなど、家電業界は厳しい状況にあります。

こうした激しい変化に対応する上で最も重要なのは、企業自らが変化していくことです。そのため近年は、「既存ビジネスの強化」に加えて「新市場の開拓」を目標に掲げ、家電から快適住空間までトータルコーディネートで提案する「家電住まいる館」を核とした構造改革に取り組んできました。

2019年3月期、ヤマダ電機グループは引き続き家電をコアとした生活インフラにおける衣食住の「住」を強化することで、経営資源をより効果的に最適化、最大化するべく、「家電住まいる館」への取り組みを推進しました。具体的には、2019年3月までの家電住まいる館74店舗の実験検証を終え、既存店を同館にリニューアルするための基本フォーマットを構築。販促活動体制も積極的に整えたことで、今後はいよいよ利益創出の段階に入ってくると考えています。

インターネット事業については、今後の私たちのビジネスのあり方を大きく変えていく存在であるという認識のもと、WEBとリアル店舗の組み合わせ、物流

体制のあり方を含めてさまざまな可能性を探るべく実験を重ねてきました。今後もさらなる実験、検証を重ねつつさまざまな施策を打ち、ここ数年のうちに全体売上の15%超を目標にインターネット事業を拡大していきたいと考えています。またSPA（製造小売）の取り組みについても、家電メーカーとの協業はもちろん、住宅関連の商品開発に力を入れ、商品の拡充を進めてきました。

2019年3月期の連結業績は、主力の家電事業が主要商品の買い替え需要の下支えによって堅調に推移し、売上高は前期比1.7%増を記録したものの、営業利益、経常利益は大幅減と大変厳しい結果となりました。しかし、第3・4四半期にかけて、前述のように進めてきた新たな収益モデルへの改革が功を奏し、経常利益ベースで飛躍的に改善するなど、V字回復を目指す体制が整ってきています。2020年3月期は、これらのような取り組みを基盤に実質的成果と利益創出を目指すとともに、さらに新たなソリューションビジネスの創出に向けて継続的な改革に取り組んでいきたいと考えています。

自ら変化・進化し続ける姿勢を徹底

ヤマダ電機グループの事業を支える「ESG（環境・社会・ガバナンス）」への取り組みも加速しています。「環境（Environment）」においては、2018年4月より全国約1,000店舗で小型家電の回収受付を開始しました。また店舗照明のLED化や再生可能エネルギーの導入なども、継続的拡大を図っています。加えて

「社会（Social）」では、構造改革の重要な鍵である人材育成の強化にますます注力していきます。家電量販店を訪れるメリットは、品ぞろえや価格の充実はもちろん、商品や使い勝手について説明を受けられることです。ヤマダ電機グループはこれを支える人材を磨くことで、より付加価値の高い接客を実現し、ひいてはお客様満足の上につなげたいと考えています。

そして「ガバナンス（Governance）」についても、企業活動の土台となるコーポレート・ガバナンスの強化とともに、コンプライアンスの徹底や公正な取引に注力することで、持続可能な成長に欠かせない強固な経営基盤を築き上げたいと思います。

「創造と挑戦」「感謝と信頼」を胸に次代へ

ヤマダ電機グループは、2019年度の経営スローガンを「継続的改革、革新で利益創出」と決めました。私たちの改革に終わりはありません。急速に変化する現代社会において利益を創出するためには、自ら革新を起こし自ら変わっていく姿勢が不可欠です。企業価値を高めながら事業を通じて社会と共有できる新しい価値を創造していく——。それこそが私たちの使命であり、ひいてはSDGs（持続可能な開発目標）への貢献にもつながっていると考えています。

これからも「創造と挑戦」の理念のもと、家電オンリーのビジネスから新たな「ハウスライフIoTネットワークソリューションビジネス」へのシフトを推進する中で、さまざまなステークホルダーの皆様と「感謝と信頼」の関係を深めながら、その期待に応えていきます。



代表取締役会長
山田 昇



代表取締役社長

三嶋 恒夫

「創造と挑戦」を胸に、 家電業界の新たなスキームを創る

目指すは家電・リフォーム・インテリアの融合

2018年6月にヤマダ電機の代表取締役社長に就任して以来、創業者である会長の山田とともに、家電業界の将来を見据えた改革に取り組んできました。

周知のとおり、近年の少子高齢化や人口減、インターネット通販の普及に伴って、家電業界に限らず小売業全体が縮小傾向にあります。私はヤマダ電機に合流する以前から約30年も家電業界に携わり、右肩上がりの成長を続けてきた時代も見てきましたが、年々価格競争が激化する中で、小売業が目指すべき方向性について長く考えてきました。そしてその答えのひとつとして、他の家電量販店で業界初のリフォーム事業を立ち上げ、売上高500億円規模の事業に成長させた経験があります。

その後、一定の成果を出した満足感とともに前職を辞したのですが、リフォーム事業そのものを家電量販店に根付かせるまでにはいかなかったところに、多少の後悔の念を抱いていました。そんな折、奇しくも家電とリフォームとインテリアの融合をアイデアとして温めていた当社の会長から熱心に誘いを受け、家電業界における新たなスキームづくりに改めて挑戦してみたいと思ったのです。それこそが現在、私たちが家電、リフォーム、インテリアを融合させたトータルコーディネートの実現を目指して展開する「家電住まいる館」事業です。

提案力の強化が成功のカギ

家電は顕在需要が大半であり、リフォームは潜在需要であると言われています。新製品の登場や価格が下がることによって新たな需要を掘り起こす家電に対し、キッチンやお風呂などの住設商品は価格の変動も少なく、簡単に壊れるものでもないことから、お客様の側から積極的に買い替えようとする場面はそう多くありません。しかし、だからこそ私たちの提案力次第で需要を喚起することができ、家電量販店のあり方そのも

のを変えていく可能性を秘めていると考えています。

ヤマダ電機が目指すのは、今あるリフォーム事業者と違い、家電・インテリア・リフォームのトータルコーディネートによる快適な住空間の提供です。それは、経営理念である「創造と挑戦」を実践してきたヤマダ電機が将来の家電業界のあり方を創造し続けたからできたものです。課題は少なくありませんが、これまでの家電業界の常識を覆す「提案力」の強化に向けて、家電やインテリアを統一感のあるカラーで展開するためのSPAの確立、さらにはトータルコーディネートの力量を高めるべくインテリアコーディネーター資格の全社的な取得支援など、さまざまなチャレンジを進めています。

いつの時代も選ばれる存在であるために

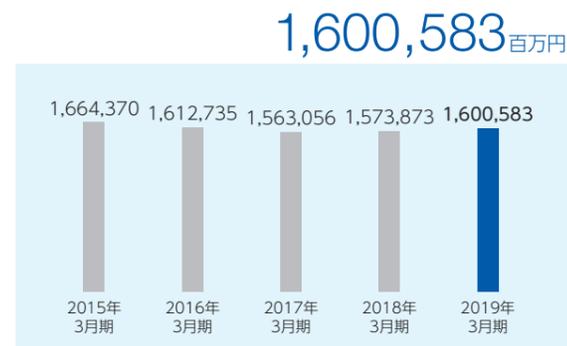
小売業は、変化対応業と言われる。絶えずお客様の消費変化・価値観の変化に対応していくことが大切です。私たちが「家電住まいる館」を通じて住環境全般にわたる提案を目指していく以上、これまで以上にお客様一人ひとりに対する対応力を身につけていかねばなりません。2019年2月に発表した大塚家具との業務提携はそのための施策のひとつであり、インテリアのプロフェッショナルである大塚家具の人材を当社の社員教育に活用するなど、人の交流を通じてWin-Winの関係をつくり上げていきたいと考えています。

お客様の価値観が変化していくときに、自分たちの領域はここまでだと決めつけるのではなく、当社として何ができるのかを常に考え、「創造と挑戦」を繰り返すことが私たちの将来に向けた道しるべとなります。他社やネット販売など多くの選択肢がある中で、当社がこれまで以上にお客様に選んでもらえる店であり続けるために、この「家電住まいる館」を世の中のニーズを捉えた事業に育て上げ、企業価値を高めていきたいと思ひます。

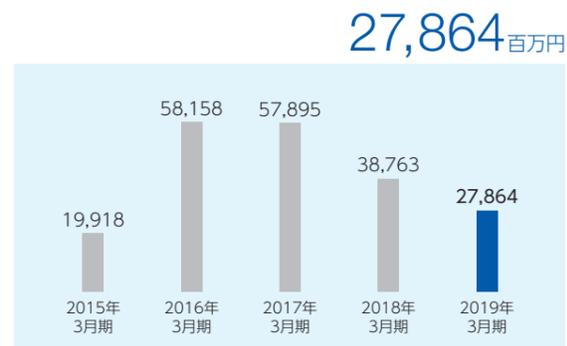
財務／非財務ハイライト

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)



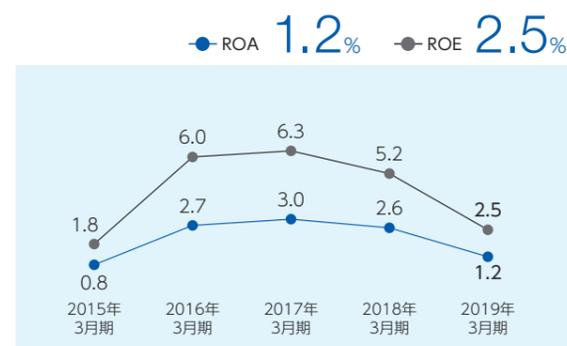
連結 経常利益(単位:百万円)



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 社員数(正社員*) (単位:名)



単体 女性管理職人数(単位:名)、女性管理職比率(単位:%)



単体 育児休業取得者数(単位:名)



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)



連結 延べ床面積当たりCO2排出量(単位:kg-CO2/m2)



事業活動報告

事業環境におけるリスクと機会

リスク

- 少子高齢化に伴う家電市場の縮小
- 家電小売業における人手不足
- 新設住宅着工戸数の減少

機会

- インターネット通販の拡大
- 2019年10月の消費増税の駆け込み需要
- 全国店舗ネットワークと6,000万件を超える各種会員ビッグデータの活用
- 住宅リフォーム市場の拡大

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、高品質な製品と多様なサービスを提供し、全国のお客様の豊かな生活と利便性の向上に貢献しています。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あらゆるニーズに対応できるネットワークを持つ強みを活かし、将来における持続的成長・発展に向けてさまざまな挑戦を続けています。特に近年は、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係の提案に加え、金融や不動産窓口、カフェコーナーなどが一体となった新業態店舗「家電住まいる館」の開発および展開に力を注いでいます。加えて、全国の店舗網、サービス網を活かしたインターネット販売との融合、SPA（製造小売）商品の開発強化など、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うことで、収益性、企業価値の向上に努めています。

収益の状況

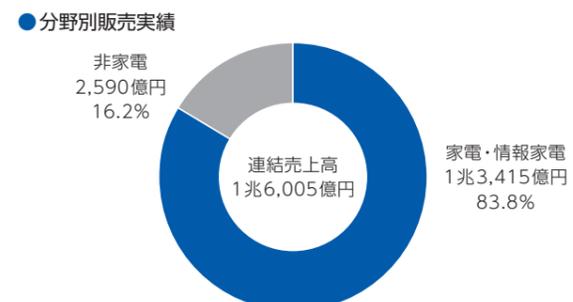
2019年3月期は、企業収益や雇用・所得環境の改善などが続き、景気は緩やかに回復基調で推移しました。このような事業環境のもと、家電流通市場においては、エアコンや冷蔵庫、洗濯機などの主要商品を中心とした堅調な買い替え需要の下支えがあったほか、4Kテレビや有機ELテレビ、携帯電話などの高単価商品が順調に推移しました。パンコンは、低調に推移しました。これを受け、ヤマダ電機グループの2019年3月期の連結決算は、売上高1兆6,005億円、営業利

益278億円、経常利益368億円、親会社株主に帰属する当期純利益146億円となりました。



● 連結財務データ (単位：百万円)

	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
売上高	1,664,370	1,612,735	1,563,056	1,573,873	1,600,583
営業利益	19,918	58,158	57,895	38,763	27,864
経常利益	35,537	62,734	66,040	47,335	36,889
親会社株主に帰属する当期純利益	9,340	30,395	34,528	29,779	14,692
ROA (%)	0.8	2.7	3.0	2.6	1.2
ROE (%)	1.8	6.0	6.3	5.2	2.5
自己資本比率 (%)	43.2	46.6	48.4	49.8	49.7



2019年3月期の主な取り組み

ヤマダ電機グループは家電事業強化として全国店舗ネットワークや6,000万件を超える各種会員のビッグ

データなどの活用により、既存ビジネスの強化を図るとともに新しい収益モデルへの改革に取り組みました。

01 新業態店舗「家電住まいる館」

2017年よりスタートした新業態店舗「家電住まいる館」の開発ならびに展開に注力し、2019年3月末までに74店舗(2019年3月期54店舗)を改装オープンしました。1号店オープンから1年半の時間をかけて、さまざまな商圏に形態の異なる「家電住まいる館」への改装を行い、実験・検証を繰り返した結果、コンセプトに沿った基本フォーマットが整いました。

02 リフォーム事業の拡大

リフォーム事業の拡大に向けて、2018年4月に子会社の株式会社ナカヤマを吸収合併したほか、10月には連結子会社である株式会社ヤマダ・エスバイエルホーム(現：株式会社ヤマダホームズ)を存続会社とする4社合併を行いました。さらに「家電住まいる館」の展開に合わせ、家具・インテリア関連のSPA商品の開発推進や株式会社大塚家具との業務提携、株式会社家守りホールディングスと資本業務提携を行い、「住宅まるごと提案」の拡充を図りました。

03 新たなビジネスモデルの構築

ヤマダ電機直営ネットショップ「ヤマダウェブコム」に加え、新たに「楽天市場」[Wowma!]に出店するなど、ネットと店舗網、物流網の強みを活かしたネット販売の強化・推進を図りました。また、金融事業の拡大に向けてパーソナル少額短期保険株式会社(現：株式会社ヤマダ少額短期保険)の株式取得や株式会社ヤマダライフ保険を設立したほか、インバウンド向け決済「WeChat Pay」の全国展開と、「PayPay」[LINE Pay]などキャッシュレス決済方法の多様化を推進し、利便性やCS向上を図りつつ、新たなビジネスモデルの構築につながる種まきを行いました。



2020年3月期の課題と展望

家電流通市場は、2019年10月に予定される消費税率引き上げに伴う需要とその反動減から若干のプラスで推移すると見られます。

ヤマダ電機グループはこのような市場環境の中、2019年度の経営スローガンに「継続的改革、革新で利益創出」を掲げ、前期に整った「家電住まいる館」の基本フォーマットに沿って、その開発ならびに展開に注力し、業態変更(改装)を年間約100店舗と新店の開発を推進します。また、従来の家電・リフォームに加え、家具・インテリア関連のSPA商品の開発強

化や家づくりのワンストップサービス「家守りステーション」の展開、ホームIoTサービス「YAMADAスマートホーム」の取り扱いなどにより「住宅まるごと提案」の拡充を図ります。

そのほか、家電販売だけに頼らない新しい収益モデルへの改革の継続、ネットと店舗網、物流網の強みを活かしたネット販売の強化・推進と店舗との融合などを継続して実践することで、新たな「ハウスライフIoTネットワークソリューションビジネス」へのシフトを推進していきます。

TOPIC

01 連結子会社間の合併および商号を変更 「株式会社ヤマダホームズ」が誕生

ヤマダ電機の連結子会社である株式会社ヤマダ・エスバイエルホーム、株式会社ヤマダ・ウッドハウス、ハウジングワークス株式会社、エス・バイ・エル住工株式会社の4社合併により、株式会社ヤマダ・エスバイエルホームを存続会社とする「株式会社ヤマダホームズ」が、2018年10月1日付で誕生しました。

株式会社ヤマダ・エスバイエルホームは、創業者起草の「住まいの哲学」の精神を連続と受け継ぎ、60余年の歴史の中で磨いてきた伝統・個性・先進性を調和させたこだわりの住まいを提供してきました。また、株式会社ヤマダ・ウッドハウスは高品質で安心して暮らせる長期安心保障の注文住宅をリーズナブルな価格で提供しています。今回の4社合併は、それぞれの技術、ノウハウ

を融合してヤマダ電機グループの経営資源を集約し、住宅事業のさらなる拡大を図るとともに、経営基盤をいっそう強化することを目的に行ったものです。

今後、株式会社ヤマダホームズは『「スマートハウス」住宅で暮らしまると、あなたの未来を豊かに変えていく』をコンセプトに、優れた技術による安心・安全な住まいを適正な価格で提供していきます。ヤマダ電機グループの強みを活かしたご提案を通じて、今まで以上に心を満たす住まいづくりを推進していきます。



02 暮らしが変わるホームIoTサービス 「YAMADAスマートホーム」

ソフトバンク株式会社の子会社であるエンコアードジャパン株式会社と連携し、ホームIoTサービス「YAMADAスマートホーム」の取り扱いを2019年4月11日ヤマダ電機の全直営店で開始しました。

「YAMADAスマートホーム」は、エンコアードが提



供するエネルギーIoTプラットフォーム「エネトック」を活用したサービスです。宅内の分電盤に取り付ける「エネトック」を通して1秒ごとのエネルギーデータを得ることができます。またスマートフォン向けアプリを通じて、電力使用量やお客様が設定した電力使用量の目標に対する節電アドバイスを確認することも可能です。

さらに「YAMADAスマートホーム」は、宅内の温度・湿度・照度・加速度を計測するマルチセンサー「エネトックタッチ」と、自宅の家電を遠隔で操作できる「スマート家電リモコン」も連携。これにより、ドアの開閉や温度・湿度の変化などを検知して、家族の帰宅や宅内の異常が通知されるため、子どもや高齢者の見守りサービスとして利用するほか、外出先から家電を操作することも可能になります。今後、ヤマダ電機グループ会社の株式会社ヤマダホームズでも、IoTを活用した安心・安全な住宅の提供を目的に販売する予定です。

1年の主な取り組み

2018

4.1
株式会社ナカヤマを吸収合併
リフォーム事業の拡大、本社機能や各種インフラの統合などを通じ、グループ経営の効率化と事業基盤、営業戦略の強化を図る。

7.14
ヤマダ電機グループ独占販売「FUNAIブランド」のラインアップを幅広く充実
独占販売を行っているFUNAIブランドのラインアップを一新。有機ELテレビならびに4K対応液晶テレビ6シリーズ全14機種、ブルーレイディスクレコーダー3シリーズ6機種を販売開始。



9.1
「株式会社ヤマダ・エスバイエルホーム」を完全子会社化
子会社で東証1部上場のヤマダ・エスバイエルホームを、株式交換によって完全子会社化。



11.28
インコム・ジャパン株式会社とWeChat Payの加盟店契約を締結
インコム・ジャパンが提供する中国発の電子決済サービス「WeChat Pay (微信支付)」の取り扱いをグループ約950店舗で12月1日より開始。



2019

2.15
株式会社大塚家具と業務提携
家電と家具という相互の強みを活かし、互いの持つノウハウを共有することでさらなる企業価値の向上を図る業務提携がスタート。

3.29
「LINE Pay」を約950店舗に一斉導入
既に全店導入しているQR/バーコード決済「Alipay」「WeChat Pay」に続き、「LINE Pay」を一斉導入。



5.10
三嶋社長の就任を発表
2018年5月10日開催の取締役会において、当時の社長・桑野光正が副会長に昇格し、副社長の三嶋恒夫が代表取締役社長 兼 代表執行役員COOに就任(6月28日定時株主総会にて当社取締役として選任)することを決議。

8.8
「パーソナル少額短期保険株式会社」の株式取得による子会社化と社名変更
「住宅まるごと提案」と親和性の高い各種保険商品を開発するために、パーソナル少額短期保険を子会社化。また、社名は「株式会社ヤマダ少額短期保険」に変更。

8.27
全国のお客様の「家計相談窓口」として「株式会社ヤマダライフ保険」を設立
生命保険・損害保険商品の提案・販売を通じ、充実した一生の実現をサポート。ヤマダ少額短期保険とともに「金融事業」の拡大を図る。

10.1
連結子会社4社の合併および商号変更により「株式会社ヤマダホームズ」が誕生
住宅連結子会社の技術、ノウハウを融合し、住宅事業の拡大と経営基盤の強化を図る。

12.25
合併会社「ソーシャルモビリティ株式会社」を設立
先進的なバッテリー技術を持つ株式会社スリーダムと合併会社を設立し、EVおよびスマートハウス関連ビジネス推進へ。



2.18
「株式会社家守りホールディングス」と資本業務提携契約を締結
住まいの資産価値の維持をきちんと実現するため、施工品質検査、維持管理点検等の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契約を締結。

4.11
ホームIoTサービス「YAMADAスマートホーム」の取り扱いを開始
節電アドバイスや生活・住まいの見守りなどを通して、より安心で豊かな暮らしの提案を行う。

住環境をトータルコーディネート

「家電住まいる館」の取り組み

家電、家具、リフォームのトータルコーディネートで快適な住空間を提案する「家電住まいる館」。同館ならではの強みや今後の取り組みについて、各部門の担当者によるメッセージをお届けします。

家電からリフォームまでワンストップで 住まいづくりをサポート

ヤマダ電機グループの新たな取り組みである「家電住まいる館」は、住まいづくりのさまざまなご要望にお応えする新発想の複合型店舗です。家電はもちろん家具、リフォームまですべてご相談いただける“快適住空間のサポーター”として、全国に74店舗を展開中。家電アドバイザーやインテリアコーディネーター、建築士など専門知識を身につけたスタッフが、最先端の家電とデザイン性や価格に優れた家具、そして確かなリフォームを融合したトータルコーディネートをご提案しています。



家電



【トータルコーディネート】

家電を軸にした融合で客足の伸びを実感

家 電住まいる館では、最新の家電だけでなく家具・日用生活用品・リフォームとトータル住環境のご提案を行っています。例えば、テレビをご購入されたお客様に、そのサイズに合ったソファをご紹介したり、現在のリビングに不満をお持ちであればリフォームをご案内したりと、ご自宅でのテレビ視聴をより楽しくするアイデアやヒントをご提供しています。

家電・家具・リフォームの各担当者は、確かな商品知識でお客様の住まいづくりを丸ごとサポートできるようにと、日々努力を続けています。家電アドバイザーやスマートマスター、インテリアコーディネーターといった資格も、担当の枠を越えて取得を奨励しています。

多くの家電住まいる館では、改装前と比べてお客様の数が10%ほど増加しており、私たちも手応えを感じています。今後は店内の空間演出やカフェコーナーなどにも注力し、お客様が何度も足を運びたくなるような店舗づくりを目指します。家具やリフォームとの連携も、「ヤマダに行けば家電以外も住まい丸ごと提案してもらえる」という認知が広がるよう、引き続き強化に努めていきます。

生方 隆治

執行役員
営業本部長 兼
営業本部
家電営業部長

お客様に新しいインテリア体験を提供

家 具やインテリア雑貨の販売では、効果的な売場づくりも重要です。私たちは、家電住まいる館のテレビ売場にソファのコーナーを作ったり、店内でインテリアコーディネート例を展開したりと、お客様に「体験」を提供する工夫を重ねてきました。2019年2月に株式会社大塚家具と業務提携し、接客や人材育成の面でも成果が現れ始めています。

ひとつの店舗で家電も家具も選べる家電住まいる館は、お客様にとってお買い物の時間が短縮できる、配達が入り済むなど大きなメリットがあります。「リフォーム」と「家電」にフィットする「家具・インテリア」を提案することでお客様の住空間へのワクワク感が高まるものと考えています。SPA（製造小売）についてはまだ課題もありますが、スケールメリットを活かし、価値ある商品の開発に取り組んでいます。今後もリアル店舗ならではの魅力を追求し、お客様一人ひとりに最適な商品をお届けできるよう、知識と提案力を磨いていきたいと思っています。

家具



名取 暁弘

上席理事
インテリア商品企画室長 兼
インテリア開発部長

リフォーム業界最大手のノウハウを生かして

私 たちは2018年、業界最大手のリフォーム会社との統合によって事業を拡大し、専門知識を活かしたご提案を全国の家電住まいる館で行っています。キッチンやトイレなどの水回りのほか、オール電化のご要望にも研修を積んだスタッフがしっかりと応えます。

私たちが心がけているのは、完成後に「頼んでよかった」と実感していただけるリフォームです。そのため、最適なお提案はもちろん、施工後の快適性や水道光熱費などの節約性も重視し、増改装などの大規模リフォームも建築士資格を持った社員が適切なプランを作成いたします。また、完成後に「思っていたのと違う」ということがないように、施工後のイメージを体感できるCGサービスや、水道光熱費のシミュレーションサービスなども導入しています。

今後は、「住空間を変えるなら家電住まいる館」と広く認知していただけるよう、売上規模も社員の熱意も日本一のリフォーム事業体を目指します。家電や家具と融合した、よりご満足いただける住空間の実現に、スタッフ一丸となって取り組んでいきます。

リフォーム



西野 純一

執行役員補 営業本部
リフォーム事業部長 兼
リフォーム営業室長

ヤマダ電機の未来を切り拓く人材育成

家電量販店業界のリーディングカンパニーとして、常に「現場主義」を掲げてきたヤマダ電機。全国の売り場をけん引する「接客のプロ」4名と人事総務本部長の計5名による座談会を通じて、ヤマダ電機の「人材育成」の今をお伝えします。



「提案型接客」を目指す教育体制を構築

——売り場の活性化、人材育成に向けた課題とは？

田上：私の接客の原点は、ヤマダ電機にお客として通っていた頃からお世話になったオーディオ売り場のベテラン販売員さんです。悩んだ末に選んだ商品を家に持ち帰る幸せを、一緒に共有してくれるような接客が心地よく、私の指針となっています。現在の売り場はネット販売との競争もあり、ともすれば値段だけの接客になりがちです。本当の意味で売り場のファンになってもらうためには、お客様に気持ちよく買い物をしてもらうことが大切です。笑顔やあいさつなど、時には接客の基本に立ち返ることも必要だと思います。

竹田：ネット販売の影響でご来店されるお客様は減る傾向にありますが、一方でお客様との時間は以前よりも増えたと感じています。特に高齢のお客様は会話を目的に来店される方も多く、何気ない会話をきっかけに、日々の暮らしをより快適にする提案も可能です。常に柔軟な接客をするためには、世間のニュースなどにアンテナを張ることも重要だと感じます。

山崎：売り場には管理職からアルバイトまでさまざまな方がいますが、肩書きや立場にかかわらず接客その

ものが苦手な方もいます。現場の売力を向上させていくためには、やはり底上げを図っていくことが重要です。販売促進イベントの仕掛けづくりや価格の設定の仕方など、売り場で必要な具体的な知識まで教育していく必要があると思います。

今：近年は新入社員がなかなか定着しない傾向にあります。売り場の人手不足によって、社員教育が行き届かないこともあり、それぞれの素養に頼りがちなところは否めません。私自身、自分の仕事で手一杯でフォローする余裕がないこともあり、効率的かつ体系的な教育の必要性は感じています。

小暮：1年前に人材開発室長に就任以来、人材育成の改善に向けて取り組んできました。ヤマダ電機は「現



場主義」に強みを持つ会社ですが、人手不足が顕在化する中、OJTが難しい現実もあります。そこで売り場に立つすべての販売員の指針として提案型接客を目指した「高品質接客ガイド」を作成し、今後は全店舗に研修などを通じて展開していく予定です。また「接客コンテスト」の開催を通じて全体の意識向上を図るなど、教育体制の改善という形でサポートしていくので、それぞれの売り場でも地道に取り組んでいただきたいと思います。

それぞれの「現場主義」を高める

——今、具体的に取り組んでいることは？

山崎：例えばエアコンは高機能機と普及機の価格差が大きいです。そのぶん省エネ性能にも差があり、長い目で見れば高機能機を選ぶ方がお得というケースがあります。こうしたことを売り場でいかに自然な形でご提案できるかは、販売員としての腕の見せどころです。お客様のためにもなることです。こうした売り場での販促の好事例を、他の売り場やエリアにまで横展開することで、全体の底上げを図っています。

今：私が勤務する店舗は高齢のお客様が多く、詳しい機能の説明は求められていません。基本的には実際に商品に触って体験してもらおう中で、質問には100%応えるという「説明をしない接客」を心がけています。結果、会話だけで接客が終わることも少なくありませんが、その場を楽しんでもらえればまた来てくださるものです。

田上：商品をお買い求めになられたお客様に「もう一品」をお勧めするのは、販売員にとっての基本ですが、実際にお勧めした「もう一品」が売れると、こちらも「もっとよい提案をしよう」と意欲が上がるものです。お客様のことを考えた提案型の販売力をアップさせていくことで、売り手と買い手のWin-Winの関係を築き上げたいと思っています。

竹田：一時的に安く売って売上を伸ばすのではなく、長い目で見てファンになってくれるお客様を増やす方



が重要です。お客様からの信頼があればこそ、売り手としても「お役に立ちたい」と思えますし、「この人が言うなら」と買ってくださいこともあります。私がお客様に誠心誠意で接する姿を若手に見せることが、私なりの「現場主義」だと思っています。

現場の意見を吸い上げ、改革を推進

——最後に今後の目標を教えてください。

今：私の接客は真面目に楽しくがモットー。今後はこれをさらに意識して実践し、周りの仲間ともスキルを共有できるように努力していきたいです。

山崎：各店舗における気づきなど、非常に参考になりました。今回の座談会のように、現場のさまざまな意見交換ができる機会が増えていくといいと思います。

竹田：今では若手に「竹田さんみたいな接客がしたい」と言われるなど、女性社員も評価してもらえる環境になってきました。これからも後輩たちの良い手本でいられるよう、より深く幅広い商品知識を身につけ、接客スキルを磨き続けていきたいと思っています。

田上：自分だけの問題意識だと感じていたことを、皆さんと共有することができてよかったです。職場にも今回の座談会の内容を持ち帰り、今後の売上に貢献していきたいです。

小暮：現場の皆さんの貴重な意見を、今後の人材育成に活かしていきたいと思っています。店長のマネジメント力の強化、女性管理職の登用、今の時代に合った資格制度、現場の意見を吸い上げるシステムなど、課題は山積みですが、ひとつひとつ解決していきますので、これからもよろしくお願ひします。



小暮 めぐみ

取締役 兼 上席執行役員
人事総務本部長



今 真幸

テックランドNew北見店
スーパーアドバイザー



山崎 雄士

テックランドザ・モール周南店
スーパーアドバイザー



竹田 紀子

テックランド小倉本店
スーパーアドバイザー



田上 雅文

テックランド鹿児島北店
スーパーアドバイザー

ヤマダ電機のCSR

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。

経営理念およびESGについての考え方

ヤマダ電機グループは、経営理念に「創造と挑戦」を掲げ、社会や企業の成長と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中で、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ESG(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・行動指針

ヤマダ電機はCSR倫理綱領・行動指針を基にCSR活動を推進しています。

1. 信頼の確立

- ヤマダ電機は、お客様との約束に限らず、取引先様との契約などは、どんなに些細な約束事であっても、これを軽視せず、誠実に履行し、信頼される企業を目指します。
- 自社の社会的責任の重大さを十分認識し、情報の管理を徹底し、お客様に安心してご購入ができるよう信頼の確立を目指します。
- 金融商品取引法(いわゆるJ-SOX法)に基づき適正で信頼できる財務報告を行うよう努めます。
- 企業情報を適時適切に開示し、株主の皆様からの信頼の確立を目指します。
- 業務の全てを通じて、健全で適切な運営を心がけ、社会からのゆるぎない信頼の確立を目指します。

2. お客様本位の徹底

常にお客様本位で考え、豊富な商品知識と丁寧な接客を心がけ、お客様のニーズに最も適合する商品やサービスを提供し、お客様の満足と支持をいただけるよう努めます。

3. 法令等社会規範の遵守

あらゆる法令やルールを厳格に遵守し、公正かつ誠実な企業活動を行ってまいります。

4. 公正な取引

取引先様等とお取引の際には、自社の利益のみを追求するのではなく、常に公正な取引を行うよう心がけ、実践してまいります。お客様とお取引の際には、お取引内容について誤解などが生じないよう、親切な接客を心がけ、納得・ご理解いただけるよう努めます。

5. 人権の尊重

お互いの人格や個性を尊重しあい、セクシャルハラスメントやパワーハラスメントなどのない企業風土の醸成に積極的に努めます。

6. 環境保護への取り組み

環境問題は早急に取り組むべき人類共通の重大な課題であると認識し、省エネルギー・リサイクル等の活動に積極的に取り組みます。

7. 地域社会への貢献

ヤマダ電機は、すべての店舗が地域の方々へ愛され支えられて初めて、存在意義を持つことを自覚し、地域の皆様との共存をはかり、地域社会の文化に貢献してまいります。

CSR推進体制

ヤマダ電機グループでは、CSR活動を推進するために、CSR推進室長を委員長とする「CSR委員会」を設置しています。さらに「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つの委員会を毎週開催し、個別活

動の内容についての議論、今後の活動の目標の確認を行っています。委員会における検討内容は、月1回役員に報告しています。また、「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。

SDGsへの貢献



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」(SDGs=Sustainable Development Goals)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、事業活動を通じ、経済、社会、環境、人権、ガバナンスなどの分野で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。

ステークホルダーとのエンゲージメント

ヤマダ電機グループは、お客様、株主・投資家、お取引先やパートナーの皆様、社員や地域社会などさまざまなステークホルダーの皆様と、お互いが感謝し、信頼し合える関係を築いていくことがCSRの基本であると考えています。これからも、さまざまなステークホルダーからの期待・要請に応え、責任を果たしていくことで、ステークホルダーの皆様とのつながりを長年にわたり深めていきます。



株主・投資家

株主の皆様からのご信頼とご期待に応えるため、持続的な成長を続け、企業価値を高めていくことを目指しています。また、適時・適正・公平な情報開示を行い、積極的なコミュニケーションに努めています。

お客様

「お客様第一主義」による経営を推進しています。お客様のご意見を伺い、組織全体にお客様満足を浸透できるよう、社員教育を含めて継続的なサービスの向上に努めています。

社員

「人」が経営において最も重要であると考えており、社員が働きがいを実感できる仕組みを提供し、適正な人事評価を推進しています。同時に、社員の能力開発や労働環境の改善に努めています。

お取引先・ビジネスパートナー

メーカーをはじめとするお取引先の皆様と、健全かつ透明な関係の維持に努め、長期的な信頼関係の構築のもと、共存共栄を目指しています。

地域社会

全国の店舗網を通じて地域の皆様と深いかわりを持っており、地域社会はグループの基盤であるといえます。ヤマダ電機グループは良き企業市民として、地域社会と共生し、信頼関係を深めていくよう努めています。

国・行政当局

政府や業務の所管省庁、地方公共団体と適切な関係を保持し、経営の推進に努めています。



[環境]

環境保全

ヤマダ電機グループは、地球環境との共生が社会・経済の持続的発展の基盤であると考えています。そのため、事業活動での環境負荷低減、本業を通じた環境保全などの取り組みを積極的に推進しています。



環境マネジメント

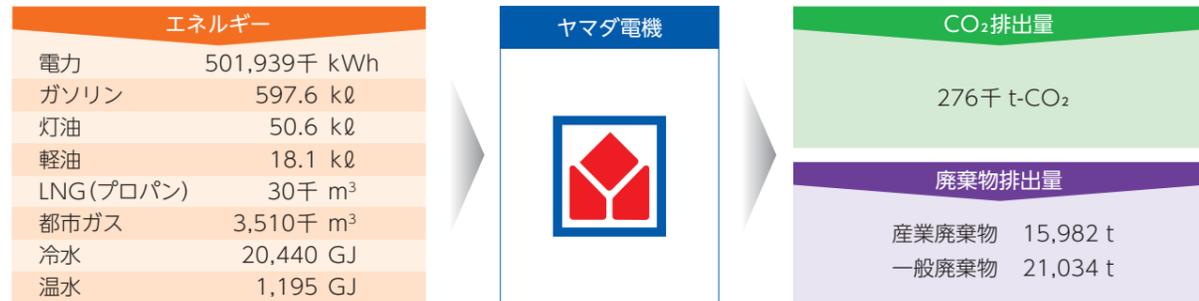
2010年8月にヤマダ電機の環境活動に対する基本姿勢を示した「環境方針」を策定しました。この「環境方針」とISO14001を具体的な行動指針として環境活動に取り組んでいます。

ヤマダ電機の環境方針(2010年8月制定)

〈行動指針〉

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

●(単体)マテリアルフロー



ISO14001本社機能認証取得

ヤマダ電機は、2011年1月に高崎本社機能を対象として環境マネジメントシステムISO14001認証を取得しました。また、事業活動に伴う環境負荷を抑制するため、店舗における省エネ推進をはじめ、再生可能エネルギーの導入など省エネ・省資源に向けた取り組みを推進しています。2017年度には、ISO14001:2015の認証を取得しました。



2018年度の主な取り組み

ヤマダ電機では、事業活動における環境配慮を重視しており、省エネおよび環境性能の高い製品の販売・サービスの提供や、製品のリユース・リサイクルなどを行なっています。事業を通じた環境負荷低減の取り組みとして、スマートハウス事業、またグループ会社(シー・アイ・シー、東金属、インバースネット)との連携で実現した家電・パソコンのリユース・リサイクルも引き続き推進しています。店舗においても、高崎本社機能を対象に認証取得したISO14001に基づき、定量的な目標設定・管理のもと、環境負荷低減に向けた取り組みを推進しています。進捗状況は毎週開催の環境対策小委員会で報告するとともに、月次で最新情報をホームページに開示しています。

●2018年度の主な取り組みと目標・実績

主な取り組み		2018年度目標	2018年度実績
本業における環境負荷の低減	家電リユース(テレビ、冷蔵庫、洗濯機、乾燥機)	113,000台	95,760台
	パソコンリユース	336,900台	352,047台
	CO ₂ 抑制	29,792t	CO ₂ 抑制 31,347t
	インクカートリッジリサイクル回収、販売によるCO ₂ 抑制	1,000,000個	CO ₂ 抑制 930,329個
事業活動における環境負荷の低減	デマンドコントローラー設置店舗のCO ₂ 削減 ^{*1}	2017年度対比 96.2%以下	CO ₂ 削減量 1,682t
	CO ₂ 削減量	6,779t	
	グリーン電力導入量(本社社屋) ^{*1}	2017年度対比 95.5%	CO ₂ 削減量 5,420t
	CO ₂ 削減量	5,187t	
	グリーン電力導入量(本社を除く) ^{*1} 78店舗	2017年度対比 97.2%	CO ₂ 削減量 968t
	CO ₂ 削減量	987t	
	太陽光発電によるCO ₂ 削減(高崎・千里) ^{*2}	CO ₂ 削減量 6,186t	CO ₂ 削減量 5,692t
店舗屋上太陽光発電によるCO ₂ 削減への貢献(203店舗)	発電量 46,383,452 kWh	発電量 46,508,336 kWh	
物流効率化によるCO ₂ 削減	-	87.4 t-CO ₂	

*1 CO₂換算係数: 0.55kg-CO₂/kWh *2 代表的な地域の年間予測発電量からCO₂削減係数314.5g-CO₂/kWhで算出

本業における環境負荷の低減

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

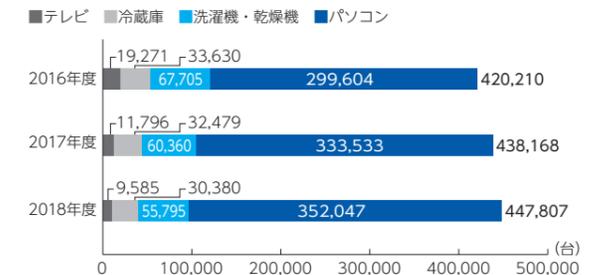
家電製品・パソコンのリユース

ヤマダ電機グループでは、家電リユース事業を2001年度から、パソコンリユース・リサイクル事業を2007年度から実施しています。2018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9万6,000台、パソコン約35万台です。

お客様に家電リユース品を安心してご購入いただけるよう、製品の再商品化をグループ会社のシー・アイ・シーとともに構築しています。厳密な機能チェックやクリーニング、販売時に最大24カ月間の保証を付帯するなど、お客様に安心して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、実施しています。

●リユース台数



インクカートリッジや携帯電話のリサイクル

各店舗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。2018年度は約93万個のインクカートリッジを回収し、6,233,180円を公益財団法人交通遺児育成基金へ寄付しました。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。また、不要となった携帯電話をグループ会社のインバースネットの協力のもと回収し、抽出した希少金属の再利用に役立てるよう取り組んでいます。

●回収個数

	2016年度	2017年度	2018年度
インクカートリッジ	970,275	981,993	930,329
携帯電話	4,520	4,546	5,491

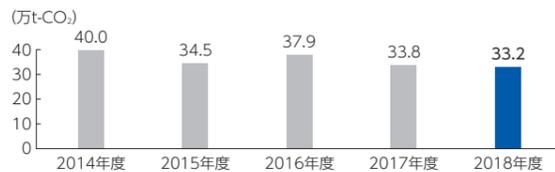
事業活動における環境負荷の低減

ヤマダ電機では、店舗・物流などから排出されるCO₂の削減や環境負荷の低減を目指した活動を推進しています。

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継続的に行っています。

●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
*集計対象範囲：ヤマダ電機、国内の連結子会社13社および非連結子会社10社、計24社

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。2019年3月末時点での設置店舗数は延べ382店舗となっています。

▶照明のLED化

ヤマダ電機では2013年度下期から順次、店舗照明にLED照明を導入しています。2019年3月末現在、474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。



環境教育によるCO₂排出量削減の推進

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、また、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。

店舗への再生可能エネルギー導入

▶グリーン電力の継続利用

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、2018年度の対象店舗は79店舗で、合計11,166,731kWh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行っています。2019年3月末時点で203店舗に設置し、2018年度は46,508千kWhを発電しました。



物流における取り組み

物流における環境への取り組みを進めるため、委託会社や協力会社様に、アイドリングストップの協力を要請しています。

2018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。

廃棄物削減

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。

2018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

	2016年度	2017年度	2018年度
産業廃棄物排出量(t)	26,189	24,879	18,162
グループ対象店舗(店)*1	678	686	698

●一般廃棄物排出量

	2016年度	2017年度	2018年度
一般廃棄物排出量(t)*2	31,225	29,445	24,233
グループ対象店舗(店)*1	678	686	698

*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

東京都との家庭の省エネルギーに関する協定の締結

ヤマダ電機は、家庭における省エネルギーのさらなる促進を図ることを目的として、東京都と提携協定を締結しました。協定に基づく具体的な取り組みの第一弾として、「家庭におけるLED省エネメニュー促進事業」への協力を2018年3月から12月まで実施しました。東京都内40店舗にて、白熱電球2個以上とLED電球1個の交換を行い、計32,247個のLEDをご家庭に提供しました。

今回、東京都の家庭の省エネルギー促進事業への協力により、家庭での省エネによる環境負荷低減を促進し、これまで以上に環境に配慮した取り組みに貢献できたものと考えます。

グループ会社における取り組み

株式会社ハウステック

ハウステックは上質なキッチン、浴室、ガス給湯器、浄化槽などを提供する総合メーカーです。

環境配慮製品アセスメント制度に基づく省エネ商品の普及

ハウステックでは、製品のライフサイクルの各段階において、環境負荷を低減するために「環境配慮製品アセスメント」を実施しています。部品重量の低減、再生材料の利用などの評価ポイントを設け、一定基準を満たした製品を「環境配慮製品」と認定しています。これからは環境負荷の少ない製品の開発を進め、環境に配慮したもののづくりを強化していきます。

CO₂排出量の削減

ハウステックは、京都議定書で設定された目標などを考慮し、2019年度末までにCO₂原単位*を68%にするという目標を掲げ、製造事業所の省エネルギー化などによるCO₂排出量の削減を進めています。

2018年度は目標数値54%に対して、実績53%となり、目標を達成できました。今後もCO₂排出量の削減をさらに推進するとともに、お客様などの協力もいただきながら、製造事業所だけではなく製品のライフサイクル全体の視点からも地球温暖化防止に取り組んでいきます。

*CO₂原単位 = CO₂排出量 ÷ 売上高(1990年度比)

株式会社テス

テスは、家庭・業務用エアコン工事、電気工事、家電製品出張修理、エアコン・ハウスクリーニングのサービスを提供しています。

環境負荷低減の取り組み

テスでは、業務のペーパーレス化を推進しており、発生するごみの減少から環境負荷の低減を図っています。出張修理管理システムを自社開発・導入し、FAX用紙などの削減を段階的・継続的に行っています。同様に、生活サポート業務に関しても自社システムの開発に着手しました。また、社用車に関しては、低燃費・低公害車を選定し、運用を行っています。



[社会]

お客様とともに

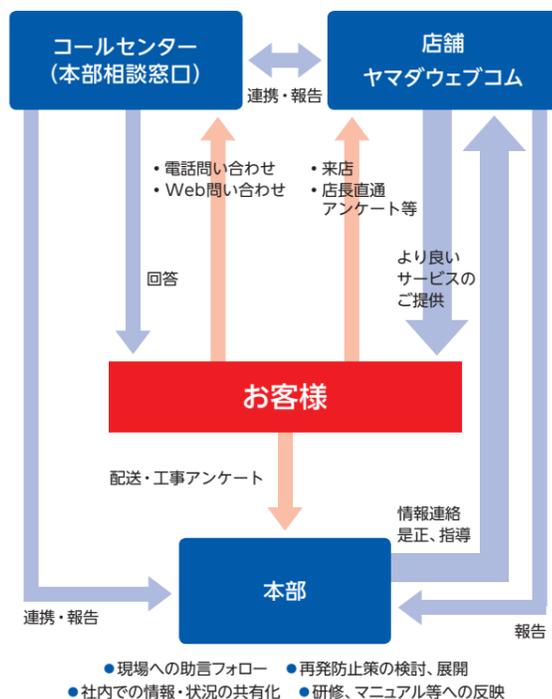
常に「お客様第一主義」による経営を大切に、店舗における接客のみでなく、ヤマダ電機で販売する製品をお客様のお手元で使用していただく段階も含め、トータルでご満足いただけるサービスの提供を目指しています。



お客様満足度向上の取り組み

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製品をご購入いただけるように努めています。そして、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るまで、トータルでのお客様満足度向上に努めています。さらに、現場の意見の吸い上げ、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



現場やお客様の声を改善に活かす仕組み

現場の意見の収集

ヤマダ電機グループでは、ヤマダ電機全体でお客様満足度を高めるために、本部社員による巡店確認や、改善提案制度を通して、現場発信の意見の吸い上げも行い、本部への報告と共に研修・マニュアルなどへの反映を通じて継続的な改善を図っています。

お客様相談窓口の設置

ヤマダ電機グループは、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、お客様からの多くのご意見を伺っています。2019年1月からは、相談窓口を本社へ移管し、重要な相談に対して迅速に対応する体制を構築しています。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。

タブレットPOSの活用

ヤマダ電機では、お客様の利便性の向上を目的に、機動性の高いタブレットPOSを導入・活用しています。店舗販売員全員が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、また、従来の在庫確認など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るようになりました。

ヤマダ電機はこれからも、店舗とインターネットの融合を図りながら、接客・販売支援を強化、業務効率向上を図っていきます。



教育・研修制度

販売力の向上に向けた教育・研修

販売やサービスの能力向上のために、OJTによる現場教育を中心とし、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な

どでの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、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
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

▶家電製品アドバイザー・スマートマスター資格の取得推進

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・スマートマスター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。

就業時間内の学習の場として25分×60回程度のeラーニングツールを用意するほか、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。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。

●各年度末 資格保有者数*

資格	2016年度	2017年度	2018年度
家電製品総合アドバイザー	2,999	3,379	3,733
家電製品アドバイザー (AV情報家電)	1,474	1,832	2,069
家電製品アドバイザー (生活家電)	1,094	1,584	1,870
スマートマスター	81	441	758
合計	5,648	7,236	8,430

※ヤマダ電機グループ合計延べ人数

▶エリア長教育の推進

2018年5月より、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が行え

ているか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責任者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、61人のエリア責任者による現場での販売教育も実施しており、3カ月に1度の頻度で、売上改善が望まれる店舗に対し、売上向上を目指した教育を行っています。

配送・工事技術向上に向けた教育・研修

▶CS責任者認定研修の実施

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。

●2018年度 受講人数

研修	人数
新規CS責任者研修	123
CS責任者更新研修	462

▶配送・家電の取り付け方の新人研修

ヤマダ電機では今後、社員が商品の販売から配送までを行えるようにすることで、配送工事件数が増加する夏季や年末年始、年度末などで配送スタッフがカバーできない多様なニーズに対応したり、配送スタッフのサポートができる人材の育成を目指していく上で、エアコンなど家電製品の設置作業を身につけるための新人研修を2019年度よりスタートしました。将来的には電気工事士をはじめ、より高度な作業を行うための資格取得に向けた施策も実施していく予定です。

お客様とともに

お客様アンケートによる年間表彰

ヤマダ電機グループでは、配送・工事担当者に対するお客様アンケートを実施し、年間の集計結果で高評価の社員には、最優秀、優秀、優良、奨励の4つの賞を授与し、3月末に取りまとめて6月に表彰しています。2018年度(第9回)は、最優秀賞が2名、優秀賞が11名、優良賞が323名、奨励賞が10名とトータルで346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、情報共有を図ることで、お客様満足度向上に努めていきます。

TOPIC スマートマスターの積極推進法人として 家電製品協会から感謝状

「スマートマスター」資格とは、IoT・AI技術や省エネ機器、燃料電池などの導入によりエネルギー消費を極力抑えた住宅「スマートハウス」に関する専門知識の認定資格です。2018年5月に家電製品協会が主催した「スマートマスター5000名突破記念式典」で、ヤマダ電機およびグループ会社のヤマダ・エスバイエルホーム(現：ヤマダホームズ)に、スマートマスターの「積極推進法人」として感謝状が贈呈されました。

業界最大手の企業として、ヤマダ電機グループの社員には、住宅や再生可能エネルギー、最新のICTといった、家電製品にとどまらない幅広い知識が求められています。期待が高まるスマートハウスの普及にいっそう貢献していくために、社員の育成に尽力するとともに、スマートマスターの取得推進を続けていきます。



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

ヤマダホームズは、スマートハウス・リフォーム・不動産事業を通じ、より多くのお客様に良質な住まいを提供しています。

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

株式会社ベスト電器

ベスト電器は、家電製品の小売、アフターサービス事業を軸に、リフォーム事業、海外事業、フランチャイズ事業、人材派遣など多岐にわたるサービスを展開しています。

ユニバーサルマナー検定資格の取り組み

ベスト電器では、お客様満足度のさらなる向上を目指し、社員のスキルアップを目的とした研修の充実化を図っています。2018年度は嘱託やパートを含めた全従業員を対象に年間を通して実施し、中でも、ユニバーサルマナー検定資格の取得を家電量販店業界初の取り組みとして、団体導入しました。高齢者や障がい者への基本的な向き合い方やお声かけ方法を当事者講師から学び、多様なお客様の視点に立ったコミュニケーション技術の習得を図る同検定の3級資格保持者は、すでに150名を超えました。(2019年4月1日時点)

ほかにも、役職者などを対象としたマネジメントに関わる研修、スペシャリスト育成を見据えたリフォーム研修や商品研修など、多岐にわたる研修を通してお客さまの満足度向上につなげています。



ユニバーサルマナー検定資格の実技研修



社員とともに

ヤマダ電機グループは、社員一人ひとりが多様な個性を発揮できるとともに、誰もが意欲をもって働きやすい職場環境づくりを推進しています。

人事マネジメント

人事方針

経営において最も重要なのは「人」と考えています。そのため、社員が働きがいを実感できる仕組みについて、常に改善を図っています。人材の育成と能力開発、労働環境の改善に加え、性別や年齢、身体的な差異にかかわらず一人ひとりの人格や個性が活きる企業風土づくりに努めています。

人材の確保と育成・評価

新卒採用

2019年度は、ヤマダ電機で148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、「家電住まいる館」などの新しい業態の店舗の導入に伴いそれらに対応できる能力を持った人材の採用を行うとともに、若い新たな人材の育成を行っています。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、社内有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。2018年度は、144名を正社員として登用しました。

人材育成

ヤマダ電機は、社員を企業の持続的な発展に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発揮し、成長・活躍できるような人材育成の充実を図っています。

次世代リーダー教育プログラム

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、「次世代リーダー教育プログラム」を継続実施しています。各店舗にリーダーを配置して社員の教育などを行い、「社員生産性の向上」、「CS・ES向上」、「女性管理職の育成」などの成果を目指して取り組んでいます。また、2019年5月には各店舗の優秀な社員を集め、本社にて接客コンテストを実施しました。コンテストでは、接客の工夫、商品提案方法、現状の課題など、それぞれの体験やノウハウを共有した後、現場に持ち帰ってもらい、今後の取り組みに役立てるとともに、上位入賞者のコンテスト動画を各店舗に配信しています。



人事・業績評価制度

年功序列ではない能力主義を重視するとともに、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。

社員の接客の質を高め、幅広い商品知識の習得を通じたCS向上のため、公平で透明性のある業績評価制度を導入しました。販売員の個人実績や点数化された実務能力に加えて、「CS向上」と「自己啓発」の重要性を意識付けすることや評価項目を明確化し、評価の透明性を高めることを目的としています。年に2回、評価制度(実績・実務評価)に「職種評価」「資格評価」「CS評価」「改善提案評価」を加え、評価します。加点対象の社外資格は約100種類におよびます。

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、売上上位者個人に対して、毎年度表彰を行っています。2018年度は計78名、24の店舗や営業所が表彰されました。



ダイバーシティの推進

基本的な考え方

ヤマダ電機グループは、すべての人材が各人の能力を発揮できる働きやすい会社を実現し、競争力をさらに高めていくために、ダイバーシティの推進に取り組んでいます。

●〈単体〉従業員に関するデータ (各年度3月31日時点)

項目	2016年度	2017年度	2018年度	
従業員の女性比率(%)	13.4	12.9	13.2	
管理職に占める女性比率(%)	2.2	2.6	3.1	
障がい者雇用人数(名)	423	414	428	
障がい者雇用率(%)	2.24	2.27	2.29	
定年再雇用者数(名)	25	34	34	
定年再雇用率(%)	86.2	89.5	82.9	
外国籍雇用者数(名)	男性	69	59	69
	女性	47	38	65
	合計	116	97	134

女性活躍推進行動計画に基づく取り組み

企業の持続的な発展のためには、女性が活躍できる環境を整備する必要があると認識しています。2016年4月に女性活躍推進法が施行されたことに伴い、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。

●行動計画

〈計画期間〉

2016年4月1日～2021年3月31日(5カ年)

〈当社の課題〉

1. 管理職に占める女性の割合が少ない
2. 主要業務である家電販売に従事する人の割合が、女性は男性に比べてやや少なく、管理職を目指す人の割合も同様に女性はやや少ない

〈目標〉

一般職から管理職に昇格する者に占める女性の割合を、社員の男女比と同じ15%にする

〈2018年度の取り組み内容および実施時期〉

1. 男女役割分担の意識改革に努め、家電の接客販売に従事する人の割合において男女差をなくす
(2018年4月)全店の社員部門配置状況を地域別に集計、数値化
(5月)社内関係部署で結果を共有、適宜配置転換を実施
(10月)再集計(以後、半期に1度の集計と社内共有を継続)
2. 社内の管理職候補者教育を修了し、認定候補者となる女性社員を増やす
(2018年4月)昨年度の認定者を発表、地域別の男女比を社内共有
(10月～)当年の候補者教育開始
(2019年4月)認定者を発表
(以後、毎年同様に実施)
3. 女性の管理職候補者に対し、キャリア研修を実施
(2018年4月～)各エリアの女性管理職候補者に対しエリアごとに研修を実施
(2019年2月)期中昇格者及び、昇格予定者に対する本社での集合研修を実施
(以後、毎年同様に実施)

管理職への昇格者の女性比率15%を目標に取り組んできたところ、2018年度は24名(11.8%)の女性

管理職が新規に誕生しました。2020年までの目標が達成間近なことから、今後は女性管理職人数の増加とともに目標数値を見直し、計画の立て直しを図っていきます。

外部研修として、日経BP社が主催する「課長塾」に、女性社員を含む管理職候補社員が参加し、管理職に求められるマネジメント力について学びました。

また2018年度に初の女性取締役が誕生しました。今後も社内における女性管理職に対する意識改革を促進していきます。

▶新任女性管理職研修

ヤマダ電機では、管理職に昇格する女性社員を対象とした教育・研修を行っています。2018年度は2月に本社にて、各店舗の女性管理職昇格者に対し、女性が管理職として活躍できるための環境づくりと、求められる管理職像についての研修を行い、モチベーションアップや能力向上を図りました。

外国籍社員の採用

ヤマダ電機では、外国人観光客の増加に伴い、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おり、今後において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ける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、2018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。

働きやすい職場づくり

ワークライフバランスの推進

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

育児・介護支援制度の充実を図り、社員が育児や介護などのライフイベントに際しても、仕事と生活の調整をできるだけしやすいような仕組みを整えています。

●〈単体〉主な両立支援制度(2019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過し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ります。転勤者については、転勤先で一定期間勤務すると、元の拠点へ戻るができます
	連続休暇制度	1年間で、3日間と4日間の連続休暇を各1回ずつ取得可能
	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

● (単体)制度利用データ(正社員のみ)

項目		2016年度	2017年度	2018年度
平均勤続年数(年)	男性	11.8	12.8	13.3
	女性	8.9	10.1	10.0
	合計	11.4	12.5	12.8
離職率(%)	合計	4.1	4.1	5.0
有給休暇取得率(%)	合計	19.6	22.0	26.5
育児休業取得者数(名)	男性	3	5	10
	女性	83	89	95
	合計	86	94	105
育児短時間勤務取得者数(名)	男性	2	1	1
	女性	68	85	89
	合計	70	86	90
介護休業取得者数(名)	男性	3	2	1
	女性	1	1	1
	合計	4	3	2

エリア社員制度の導入

ヤマダ電機では、社員の出産・育児・介護へのニーズに対応するために、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て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が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。

勤務間インターバルの導入

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」を導入しています。この制度の導入を機に、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。

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2017年10月からスタートしました。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2.44%の運用益があり、さらに運用益は非課税となっています。



健全な労使関係

ヤマダ電機社員の労働協約対象者の労働組合加入率は76.8%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。2018年度は、災害時の対応、ハラスメントの撲滅、雇用制度、労働条件、働き方改革などについて協議を行いました。

社内アンケートの実施

ヤマダ電機全店舗における正社員、契約社員、パートタイマー(アルバイト、ショートパート、派遣社員を除く)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取り組みについてなどです。2018年度は、6月に798店舗、19,400名を対象に実施、店舗の回答回収率は92.3%、対象者からの回収率は79.6%でした。勤続意欲については過去最高の数値を確認し、仕事への満足度に関しては女性の仕事への満足度が向上しています。

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

盤をなすという理念のもと、安全衛生の確保や快適な作業環境の形成、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(抜粋)

1. 労働災害ゼロを目指す活動を社員との良好なコミュニケーションの下に続ける
2. 関連諸法令を遵守し、社内規程基準に基づき従業員の安全を確保する
3. 巡店活動を通じ、転倒防止の指導を継続実施する
4. 非定常時の作業における責任ある推進体制を確立し、作業後チェックを行う
5. メンタルヘルスの発生防止を図る
6. 教育・諸活動を実施し、意識の向上を図り、協力会社へ展開・協力要請する
7. 衛生管理者資格取得の推進を継続実施する

労働安全衛生の推進体制

ヤマダ電機では、全店舗にて月1回、安全衛生委員会を開催しています。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。

2018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。



社員が安心して利用できる育児休業制度へ

営業本部 TVショッピング部
副主事
瀧澤 隼人

3年前、妻が出産後に統合失調症を患い入院したのを機に、育児休業制度を利用しました。約4カ月におよぶ長期の休暇取得となりました。

最低限の引き継ぎをしたとはいえ、急な話にもかかわらず、中間管理職の私が気兼ねなく休めたのは、同僚の力添えがあったからに他なりません。上司は賛成してくれ、メンバーも労を厭わず私の抜けた穴を埋めてくれました。復帰する際も、余計

な気を遣わず普通に接してくれたことには感謝をしています。

私の場合は休暇を取得せざるを得ない状況でしたが、利用して良かったと改めて思います。育児の大変さを痛感しましたし、休暇への理解も深まりました。先日も男性の部下が育児休業を取りましたが、私の方から「使った方がいい」と勧めました。近年はワークライフバランスや働き方改革が盛んに叫ばれ、会社も福利厚生に関する情報を発信しており、休暇取得に否定的な声も減ってきました。

しかし、未だに制度自体を知らない人、長期の休養に負い目を感じている人は少なからずいます。制度がしっかりとあり、それを会社が奨励し、社員が安心して利用できる。そういう仕組みと雰囲気が必要だと思います。

VOICE

社員とともに



お取引先とともに

ビジネスパートナーの皆様と健全かつ透明な取引関係を維持し、公正な事業慣行に基づいた共存共栄を目指しています。

労働災害の発生状況

2018年度における労働災害で、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、全店舗で毎月1回開催している安全衛生委員会で改善策を含めた報告書の提出を義務付けています。今後も全社を挙げて安全管理レベルの向上に努めます。

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が一の場合の対処方法を習得するために、産業医による管理監督者向けのライフケア教育を実施しており、2018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: %)

2016年度	2017年度	2018年度
93.4	92.7	91.2

グループ会社における取り組み

株式会社シー・アイ・シー

シー・アイ・シーは、“環境”をキーワードに廃棄物の収集・運搬・処理とリユース事業に取り組み、21世紀の循環型社会を目指しています。

障がい者雇用促進への取り組み

シー・アイ・シーは、障がい者の雇用促進に積極的に取り組んでいます。2018年度の雇用率は2.47%と法定雇用率2.2%を上回っています。さらに、職業訓練先として職業訓練校・特別支援高等学校からの受け入れを行い、社会人としての基本的なマナーやルール、安全衛生などの実習を行っています。今後も受け入れの強化を図り、引き続き障がい者の雇用を推進していきます。

株式会社ヤマダホームズ

「大阪市女性活躍リーディングカンパニー」に認証

ヤマダホームズ発祥の地である大阪市では、法令の遵守にとどまらず、「意欲のある女性が活躍し続けられる組織づくり」「仕事と生活の両立（ワークライフバランス）支援」「男性の育児や家事、地域活動への参画支援」について積極的に推進する企業などを、一定の基準に則り認証し、当該の企業などが社会的に認知されることでその取り組みが広く普及するよう、「女性活躍リーディングカンパニー」認証事業を実施しています。ヤマダホームズはこの「女性活躍リーディングカンパニー」として「認証レベル2（最高レベル）」、「イクメン推進企業」の認証を受けています。

また、「女性意見を活かす商品開発活動」「男性育児休暇の取得推進」など、10年以上にわたる女性活躍推進活動が認められ、「平成29年度 大阪市女性活躍リーディングカンパニー市長表彰」では「優秀賞」を受賞。平成30年度発刊の「大阪市女性活躍リーディングカンパニー図鑑」には「イクメン、カジダン、イクメンを増やす企業」として掲載されました。



公正な取引

基本的な考え方

ヤマダ電機では、2014年にお取引先向けの取引方針を改訂し、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、その中でも家電メーカーはCSRについても優れた知見を有しており、先進的な取り組みを行っている企業が数多くあります。ヤマダ電機では、お取引先の間でお互いの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。

ヤマダ電機取引方針(抜粋) (2011年制定、2014年改訂)

- 1. 法令遵守**
該当する法令及び国際的なルールに遵守している
- 2. 人権の尊重**
企業活動に係るすべての人の人権と個人の尊厳を尊重し、ハラスメントや非人道的な活動を行わない
- 3. 労働・雇用**
労働に対して現地法令に基づく最低賃金を踏まえた適切な賃金を支払う
- 4. 環境保全**
環境法令に遵守すると共に、環境負荷の低減や汚染予防に努める
- 5. 公正な取引**
公正で透明な取引、自由で適正な競争を行う
- 6. 商品の安全確保**
商品・製品の品質及び安全性の確保と向上に努める
- 7. 情報の取扱い**
情報の取扱いや管理に十分留意し、目的外利用を禁ずる
- 8. 地域社会との共生と貢献**
地域社会と良好な関係を維持し、地域貢献に資する活動を推進する

取引先アンケートの実施

今般、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ます。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。

2018年度における取引先アンケートの結果

2018年度は、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、回収率は95.9%でした。今後は、取引先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いきます。

● 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
実施社数(社)	48	25	73
回収率(%)	93.8	100	95.9

● アンケート結果

〈1次取引先〉すべての項目で90%以上の実施率を確認でき、特に労働・雇用、商品の安全確保、情報の取り扱いに関しては、実施率100%を達成しました。今後の課題は、環境保全と地域社会活動のさらなる実施率向上です。

〈2次取引先〉全体平均実施率は、1次取引先より低く、80%未満となりました。実施率の高い項目は製品と安全確保と法令遵守で、今後の課題となる項目は、1次取引先の課題同様、環境保全および地域社会貢献でした。1次および2次取引先を含め、環境・地域社会へ貢献するためにヤマダ電機グループ全体で取り組みを強化していきます。



[社会]

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。



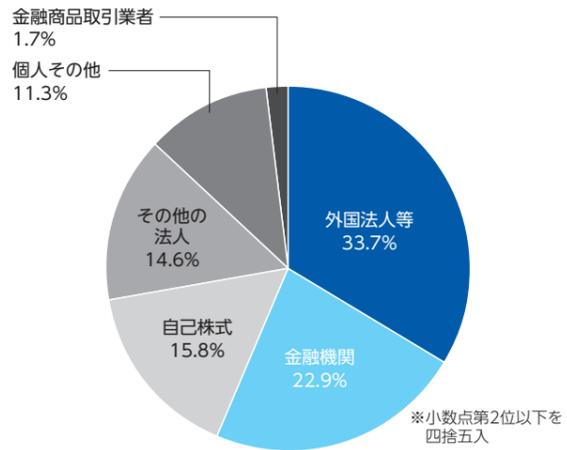
事業・財務情報の適時・適正な開示

ヤマダ電機は、株主や投資家をはじめとした各ステークホルダーの皆様にご覧いただくホームページにおいて、IR情報として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の開始に伴う情報などを開示し、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、従来より外国人持株比率が高く、グローバルな視点で経営の業績や経営方針を説明する機会が多くあります。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回前後の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(2019年3月)



● (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を早期にお届けし、株主の皆様にご覧いただくよう努めています。また、株主の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いっそう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

投資家の皆様には、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16年連続開催しており、毎回、経営トップより直接ヤマダ電機の経営理念や経営方針、現在の業績と今後の事業戦略について説明し、理解を深めていただいています。



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
2016年度	194
2017年度	192
2018年度	221

● 個人投資家向け説明会

開催時期	開催地	参加人数
2016年9月	東京	297名
2017年9月	東京	267名
2018年9月	東京	300名

利益分配に関する基本方針

ヤマダ電機の利益分配は、株主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。

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

● (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。

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	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期
株主	株主にお支払いした配当金の額	104.6	104.0	105.7
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	1,539.1	1,569.9	1,577.2
行政	法人税、住民税および事業税	209.7	121.0	143.4

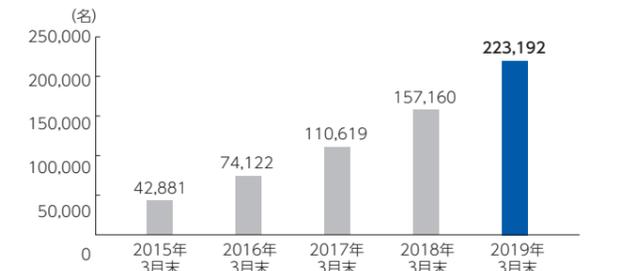
※ 地域社会に向けた活動はP.42-43をご参照ください

株主優待制度

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



● 個人株主数





[社会]

地域社会とともに

小売業は地域社会に根ざした企業活動を通して、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。



社会貢献

災害義援金の募金活動を実施

2018年度は日本各地で甚大な自然災害が発生しました。ヤマダ電機は被災された皆様がもとの生活を取り戻せるよう、グループ各店と事業所で義援金の募金活動を実施しました。

募ったのは6月の台風7号および西日本を中心に広範囲で発生した豪雨、台風21号(9月)および北海道胆振地方東部を震源とする地震(9月)で被災された皆様への義援金です。寄付金は総額4,714,912円に上り、全額を日本赤十字社に寄贈しました。

全国の皆様のあたたかいご支援に改めて深く感謝するとともに、被災地の一日も早い復興を願っています。

〈寄付金詳細〉

- 「台風7号」および「西日本豪雨」に伴う義援金
 - ・実施期間
 - 第1次：7月10日～22日
 - 第2次：7月24日～8月5日
 - 第3次：8月9日～9月2日
 - ・寄付金総額／3,590,016円
- 「台風21号」に伴う活動資金の一部および「北海道胆振東部地震」に伴う義援金
 - ・実施期間／9月7日～30日
 - ・寄付金総額／1,124,896円



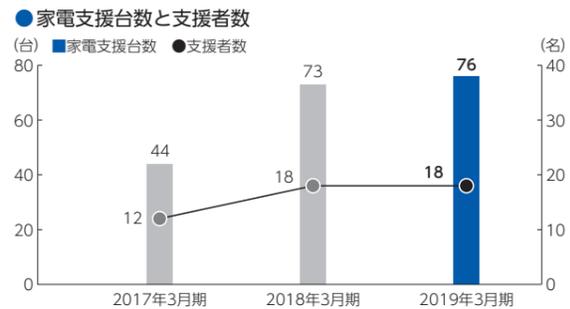
児童養護施設などを巣立つ子どもたちへの自立支援

ヤマダ電機とその創業者が設立した公益財団法人山田昇記念財団は、2016年度から、児童養護施設や

自立支援ホームなどを巣立つ子どもたちに、生活必需品家電製品をセットにして無償で提供しています。社会的養護の施設で暮らす子どもたちは、18歳(高校卒業)を過ぎると施設を退所しなければなりません。独立に際しては経済的に大きな負担を強いられます。それを少しでも軽減するための支援です。

3回目となる2018年度は、18名(児童養護施設：13名、自立援助ホームなど：5名)に計76台(冷蔵庫16台、洗濯機13台、電子レンジ15台、炊飯器15台、掃除機17台)をプレゼントしました。

子どもたちの自立した生活を支援するため、今後もこの取り組みを続けていく方針です。



人材交流を兼ねた駅伝・マラソン大会を共催

2018年12月、第8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、群馬県高崎市の浜川競技場・浜川運動公園内周回コースにて開催(高崎市陸上競技協会と共催)しました。

本大会は高崎市の小学生の健康増進と体力向上に加え、人材交流もテーマに毎年開催している冬の恒例イベントです。例年、「震災復興支援交流駅伝」の名のもと、群馬ダイヤモンドペガサス(独立リーグに所属する県内のプロ野球チーム)の協力を得て福島県の野球チームを招き、駅伝に参加していただいています。選手たちと1本のタスキをつないでゴールを目指す経験は、地元の小学生にとってはいわば“異文化交流”の機会となり、視野を広げる契機にもなっています。

大会終了後には、ヤマダ電機陸上競技部の選手による実演イベントを実施し、陸上競技の普及も図っていま

す。今後もヤマダ電機は、大会開催を通じてスポーツ振興や人材育成を図るなど、地域に貢献していきます。



聴覚障がいのある子どもを招いて「デフ陸上教室」を開催

子どもたちの健全な育成を掲げる公益財団法人山田昇記念財団は、2018年12月、聴覚に障がいのある子どもに走る楽しさを教える「デフ陸上教室」を高崎市立新町中学校(群馬県高崎市)で開催しました。

講師に迎えたのは、日本屈指のハードラーである札幌大輝選手(ヤマダ電機陸上競技部)、そして聴覚障がい者のオリンピック「デフリンピック」の陸上リレー種目で2017年に金メダルに輝いた設楽明寿選手です。参加した15名(幼稚園3名、小学生10名、中学生1名、高校生1名)を前に、札幌選手が速く走るための技術指導を手話で行うとともに、トップレベルのパフォーマンスを披露しました。設楽選手は自身の経験を踏まえてデフリンピックを紹介し、子どもたちにスポーツの魅力を伝えました。

今回の教室のようなイベントは、トップアスリートと子どもが交流できる貴重な機会と捉えています。今後もスポーツが根付いた地域文化づくりを推進していきます。



札幌大輝選手

グループ会社における取り組み

株式会社シー・アイ・シー

地域とともに歩む環境美化活動

シー・アイ・シーは、地元群馬県が推進する「美しいふるさと群馬づくり」活動に参加しました。春と秋の「環境美化月間」である5～6月、9～10月には、自治体などと連携して従業員6名ずつが清掃活動に参加する傍ら、ごみの不法投棄防止や減量化、植栽・植林などを呼びかけました。今後も、地域社会の一員として、継続的な環境美化活動に取り組んでいきます。



株式会社ヤマダホームズ

産学連携で専門学校での専門課程の設計実習を担当

ヤマダホームズは、2017年度に引き続き、2018年度も、日本工学院専門学校の蒲田校にて、都市型住宅をテーマとする設計実習の授業を担当しました。課題提供、エスキス指導、最終評価を行い、エネルギーやエコ・スマート技術を活用した設計技術の習得に貢献しています。2019年度も引き続き、実践的な人材育成の支援をしていきたいと考えています。





[ガバナンス]

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。

役員紹介



(2019年6月27日現在)

1 代表取締役会長
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 代表取締役副会長 兼 代表執行役員CEO
一宮 忠男 1955年8月13日生

1986年 7月 当社取締役
1987年 5月 常務取締役
1988年 5月 専務取締役
1995年 4月 取締役副社長
2008年 6月 代表取締役社長 兼 代表執行役員COO
2013年 6月 代表取締役副社長 兼 代表執行役員COO
2014年 5月 代表取締役副社長 兼 代表執行役員COO 兼 営業本部長
2014年 12月 代表取締役副社長 兼 代表執行役員COO 兼 商品本部長
2016年 4月 代表取締役副会長 兼 代表執行役員CEO (現任)

3 取締役 兼 執行役員副会長
桑野 光正 1954年12月19日生

2005年12月 当社執行役員 礎生塾塾長
2006年 6月 取締役 常務執行役員 総務本部副部長
2008年 6月 取締役 兼 執行役員専務 総務本部副部長
2010年 8月 取締役 兼 執行役員専務 総務本部長 兼 礎生塾塾長
2012年 4月 取締役 兼 執行役員専務 総務本部長
2013年 6月 取締役 兼 執行役員専務 総務本部長
2014年 1月 取締役 兼 執行役員専務 総務本部長 兼 人事構成改革室長
2015年 3月 取締役 兼 執行役員専務 総務本部長
2016年 4月 代表取締役社長 兼 代表執行役員COO
2018年 6月 取締役 兼 執行役員副会長(現任)

4 代表取締役社長 兼 代表執行役員COO
三嶋 恒夫 1959年9月10日生

2017年 1月 当社会長付顧問
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(現任)

5 取締役 兼 執行役員副社長
飯塚 裕恭 1965年1月18日生

1991年 4月 当社情報処理部長
1993年 6月 取締役 システム事業本部長
2000年 10月 常務取締役
2002年 7月 専務取締役
2004年 6月 取締役 専務執行役員
2004年 12月 取締役 専務執行役員 情報システム事業部長
2008年 6月 取締役 兼 執行役員副社長CIO
IT事業本部長 兼 システム事業部長
2013年 6月 取締役 兼 執行役員専務CIO
IT事業本部長 兼 システム事業部長
兼 国内NET販売事業部長
2015年 3月 取締役 兼 執行役員専務CIO
IT事業本部長 兼 システム事業部長
2016年 1月 取締役 兼 執行役員専務
Newビジネス開発室長
2018年 4月 取締役 兼 執行役員副社長
Newビジネス開発室長
兼 インターネット事業部長
2018年 6月 取締役 兼 執行役員副社長
Newビジネス開発室長(現任)

6 取締役 兼 執行役員専務
岡本 潤 1956年4月28日生

2006年 4月 当社社長室付顧問
2006年 6月 取締役 専務執行役員
2007年 6月 取締役 専務執行役員 経営企画室長
2008年 6月 取締役 兼 執行役員専務 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 S×L担当室長 兼 CSR推進室長
2013年 6月 取締役 兼 執行役員専務 経営企画室長 兼 S×L担当室長 兼 CSR推進室長
2016年 4月 取締役 兼 執行役員専務 経営企画室長 兼 CSR推進室長(現任)

7 取締役 兼 執行役員常務
小林 辰夫 1964年7月6日生

2007年 6月 当社常務執行役員 営業総合企画室長
2008年 6月 取締役 兼 執行役員常務 営業本部 営業統括部長
2010年 2月 取締役 兼 執行役員常務 第一営業本部長
2012年 4月 取締役 兼 執行役員常務 営業本部 営業推進事業部長 兼 第一営業事業部長
2013年 6月 取締役 兼 上席執行役員 営業本部 営業推進事業部長 兼 第一営業事業部長
2013年 12月 取締役 兼 上席執行役員 営業本部 営業推進室長 兼 東日本営業事業部長
2014年 6月 取締役 兼 上席執行役員 法人事業本部長
2016年 6月 取締役 兼 執行役員常務 法人事業本部長
2017年 9月 取締役 兼 執行役員専務 営業本部長
2017年 10月 取締役 兼 執行役員専務 家電事業本部長
2018年 4月 取締役 兼 執行役員専務 セグメント事業本部長
2018年 6月 取締役 兼 執行役員常務 システム事業本部長
2019年 1月 取締役 兼 執行役員常務 IT事業本部長 兼 インターネット事業部長(現任)

8 取締役 兼 執行役員常務
樋口 春彦 1960年3月9日生

2005年 6月 当社取締役 常務執行役員 法務相談室長
2008年 6月 取締役 兼 執行役員常務 法務室長
2013年 6月 取締役 兼 上席執行役員 法務室長
2016年 6月 取締役 兼 執行役員常務 法務室長(現任)

9 取締役 兼 執行役員常務
上野 善紀 1971年12月2日生

1990年 4月 株式会社ベスト電器 入社
2010年 3月 同社新中期経営計画推進室 次長
2010年 6月 同社販促部 次長
2014年 4月 当社入社 営業本部 営業戦略室長
2016年 4月 営業戦略本部長
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
2017年 10月 取締役 兼 上席執行役員 家電事業本部 営業商品戦略室長
2018年 4月 取締役 兼 執行役員常務 商品本部長(現任)

10 取締役 兼 上席執行役員
福田 貴之 1974年8月30日生

2003年 6月 当社法務相談室長
2009年 4月 開発本部 店舗管理部 部長代理
2011年 2月 開発本部 店舗管理部 店舗管理課 部長
2012年 4月 理事 開発本部 店舗施工管理部長
2013年 5月 理事補 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(現任)

11 取締役 兼 上席執行役員
小暮 めぐみ 1976年10月18日生

2011年 5月 当社秘書室 次長
2012年 5月 部長 秘書室長
2016年 4月 理事補 秘書室長
2017年 5月 理事 秘書室長
2018年 4月 執行役員 秘書室長 兼 人材開発室長
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(現任)

12 取締役 兼 上席執行役員
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 副部長
2017年 9月 執行役員常務 法人事業本部長
2018年 4月 執行役員常務 セグメント事業本部 法人事業部長
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(現任)

13 取締役(社外)
得平 司* 1954年5月3日生

1974年 4月 株式会社販売増進本部 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 当社取締役(現任)

14 取締役(社外)
福山 裕幸* 1942年12月15日生

1965年 4月 株式会社日立製作所 入社
1990年 5月 日立エアコンディショニングプロダクツ マレーシア社 社長
1999年 4月 株式会社日立製作所 理事 家電グループ 家電営業本部長
2000年 4月 株式会社日立GEライティング 取締役社長
2002年 11月 株式会社日立製作所 理事 品質保証本部長
2007年 4月 同社執行役員 品質保証・生産技術担当
2008年 3月 同社選任
2008年 4月 福山裕幸技術士事務所 代表(現任)
2015年 6月 当社取締役(現任)

15 常勤監査役
五十嵐 誠 1964年8月4日生

1999年 6月 当社取締役 経理部長
2001年 4月 常務取締役 商品管理事業本部副部長
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
2007年 6月 取締役 専務執行役員 管財本部長 兼 関係会社管理室長
2008年 6月 取締役 兼 執行役員専務 海外事業戦略室長
2010年 3月 取締役 兼 執行役員専務 海外事業戦略室長 兼 LABI開発室長
2012年 4月 取締役 兼 執行役員専務CFO 管財本部長
2013年 6月 取締役 兼 執行役員専務CFO 管財本部長
2014年 6月 常勤監査役(現任)

16 監査役(社外)
高橋 正光* 1955年2月9日生

1985年 3月 税理士登録
1985年 7月 高橋正光税理士事務所 代表
1987年 3月 中小企業診断士登録
1990年12月 有限会社高橋税務経営事務所 代表取締役(現任)
2007年 6月 当社監査役(現任)
2009年 1月 ひかり税理士法人 代表社員(現任)

17 監査役(社外)
飯村 北* 1953年4月14日生

1986年 4月 弁護士登録
村田・江尻法律事務所 入所
1988年10月 米国Rogers&Wells法律事務所 (現Clifford Chance法律事務所) 出向
1991年 7月 村田・江尻法律事務所 復帰
1992年 1月 同所パートナー弁護士
2007年 7月 合併により 西村あさひ法律事務所 入所 同所パートナー弁護士
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 当社監査役(現任)
2017年 2月 株式会社不二越 社外監査役(現任)
2019年 1月 弁護士法人西村あさひ法律事務所 社員(現任)

*東京証券取引所の上場規則に基づく独立役員です

コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

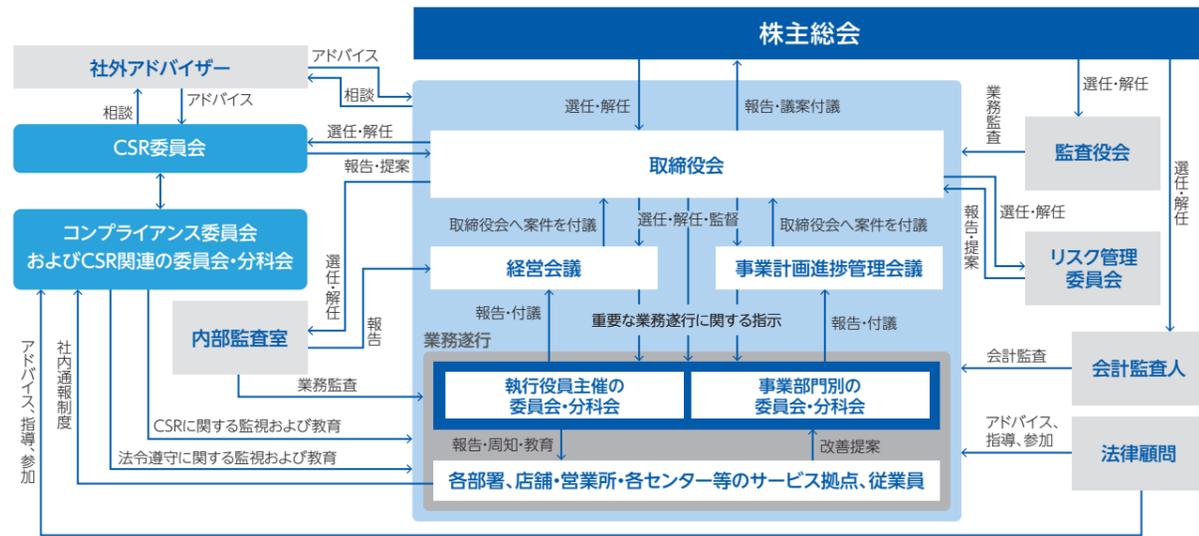
ヤマダ電機は、経営の透明性を高め、公正な企業活動を行うとともに、経営責任の明確化と経営の迅速な意思決定を図り、企業価値、株主価値の継続的な維持向上に努めています。

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副会長 兼 代表執行役員CEO(最高経営責任者)、代表取締役社長 兼 代表執行役員COO(最高執行責任者)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
取締役会は、取締役で構成されており、定時取締役会を毎月1回開催しています。また、必要に応じて臨時取締役会を開催しており、重要事項はすべて付議され、業績の進捗状況への対応も迅速に行っています。

経営会議
経営会議は、取締役会の開催週を除き、原則毎週開催し、経営課題や各執行役員の業務執行の進捗管理について報告が行われ、対策を迅速に行っています。

監査役会
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しています。さらに内部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ます。

内部監査室
内部監査の充実を図るために副会長直属の内部監査室を設置し、専任7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しています。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ます。

●コーポレート・ガバナンス体制概要(2019年6月27日現在)

主な項目	人数(名)
機関設計の形態	監査役設置会社
取締役の人数	17
社外取締役の人数(うち独立役員の数)	2(2)
執行役員の人数(うち取締役と兼務の人数)	21(11)
監査役の数	3
社外監査役の数(うち独立役員の数)	2(2)
女性役員の数	1
取締役の任期	2年

●主な会議体の開催状況(2018年度)

会議体	開催回数	社外役員の平均出席率
取締役会	21	100%
監査役会	12	100%

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。評価結果に基づき、引き続き企業価値を向上させ経営能力の向上に努めます。

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を強化することで、よ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などは、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、経済情勢を考慮の上、規定に則り取締役会で決定しています。監査役の報酬などは、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)	946	21	20
報酬等の種類別の総額(百万円)	固定報酬	606	20
	業績連動報酬	-	-
	ストックオプション	340	-
対象となる役員の数(名)	15	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、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。





[ガバナンス]

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(法令遵守)とリスクマネジメントを企業経営の重要課題と位置づけ、グループ会社を含めたコンプライアンスの徹底、実効性の高いリスク管理活動に取り組んでいます。

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(2018年度)

	テーマ	
2018年	4月 景品表示法	
	5月 建設業法	
	6月 建設業法	
	7月 パワハラ防止	
	8月 セクハラ防止	
	9月 消費税増税	
	10月 長時間労働	
	11月 個人情報保護	
	12月 インサイダー取引防止	
	2019年	1月 下請代金支払遅延等防止法
		2月 建設業法
		3月 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律

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、社内外からの通報受付窓口として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など、人権に関する通報・相談も受け付けています。匿名でも可能

で、通報によって不利益な取り扱いがなされないよう、通報者の保護についても「内部通報制度運用規程」に定めています。通報内容は、関連部署と連携し対応を行っています。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。2018年度の内部通報件数は104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。研修では、独占禁止法や下請法などに違反した企業の過去事例を参考に教育を行っています。

●主なコンプライアンス研修(2018年度)

テーマ	対象者	研修方法
景品表示法	店舗の管理職	TV会議
景品表示法	本部商品部	外部の弁護士を招き、集合研修

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、組織内だけにとどまらず、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るようになってきました。ヤマダ電機は、「CSR倫理綱領」の第5条に人権の尊重に関する考え方を定め、事業活動全体において人権尊重の責任を果たすよう努めています。

人権尊重の取り組み

ヤマダ電機では、コンプライアンス研修の一環として、職場のハラスメント問題をはじめ、LGBTへ

の理解促進、ビジネス遂行上の人権問題などさまざまな場面でのテーマを取り上げています。グループ会社においても、各社の行動規範に人権尊重の経営姿勢を明記するなど、ヤマダ電機グループとして人権を尊重した経営姿勢を共有しています。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の人権課題状況を確認しています。

▶P.39〈取引先〉取引先アンケートの実施

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、管理体制を整備し、運用しています。

リスクの管理規程

ヤマダ電機では、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「リスク管理基本規程」を定め、部署ごとに同規程に基づくリスク管理マニュアルを作成し、運用しています。

リスク管理体制

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、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。

情報セキュリティ

ヤマダ電機では、多数のお客様の個人情報を適切に管理するための取り組みを継続的に進めるため、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、本社が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(BCP)

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ための事前行動を徹底するため、「防災対策基本方針」および「災害対応マニュアル」に基づく体制を構築しています。東日本大震災の経験から、携帯電話を利用した社員の災害時安否確認システム導入などの大規模災害を想定した対策を行っています。

グループ会社におけるコンプライアンス、リスクマネジメントの取り組み

ヤマダ電機は、各グループ会社よりコンプライアンスの取り組みの報告を受け、定期的にコンプライアンス委員会に報告しています。また、リスク管理においては、各グループ会社で定めている基本方針に沿った取り組みを推進しています。今後も、ヤマダ電機グループ全体でのコンプライアンス、リスクマネジメントの強化を図り、継続的に取り組みを進めていきます。

10年間の主要財務データ(連結)

(単位：百万円)

	第33期	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
	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期	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
損益状況										
連結売上高 ^{※1}	2,016,140	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
連結営業利益	87,303	122,764	88,978	33,930	34,265	19,918	58,158	57,895	38,763	27,864
連結経常利益	101,586	137,847	102,225	47,906	50,187	35,537	62,734	66,040	47,335	36,889
親会社株主に帰属する当期純利益	55,947	70,754	58,265	22,203	18,666	9,340	30,395	34,528	29,779	14,692
財務状況										
純資産額	406,381	470,849	526,743	555,391	553,354	509,397	557,722	585,547	588,740	591,593
総資産額	899,612	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
キャッシュ・フロー										
営業活動によるキャッシュ・フロー	133,718	93,071	34,259	△12,789	45,148	22,982	△23	43,855	61,689	36,023
投資活動によるキャッシュ・フロー	△108,218	△25,237	△38,063	△39,232	△38,606	△20,232	△13,437	△15,279	△12,668	△8,469
財務活動によるキャッシュ・フロー	8,555	△45,940	△24,361	47,174	△7,646	△41,487	4,732	△24,382	△32,920	△27,461
現金および現金同等物の期末残高	83,045	104,814	76,344	77,906	77,754	39,691	30,664	34,981	51,326	51,175
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(%)	45.0	50.5	55.4	46.8	44.2	43.2	46.6	48.4	49.8	49.7
株価収益率(倍)	11.61	7.47	8.36	18.22	17.01	42.18	13.92	12.91	17.35	30.02
ROA(%)	6.7	7.7	6.2	2.1	1.6	0.8	2.7	3.0	2.6	1.2
ROE(%)	14.8	16.2	11.8	4.2	3.5	1.8	6.0	6.3	5.2	2.5
1株当たり情報										
1株当たり純資産額(円)	4,297.29	4,978.38	5,516.15	565.33	592.17	643.03	666.03	697.46	731.57	723.55
1株当たり当期純利益(円)	594.26	751.03	618.46	23.56	20.21	11.73	38.22	43.00	36.77	18.18
潜在株式調整後1株当たり当期純利益(円) ^{※2}	593.84	—	—	—	20.21	11.72	38.16	42.89	36.65	18.07

※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 (2018年3月31日)	当連結会計年度 (2019年3月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	52,040	51,681
受取手形及び売掛金	45,968	62,848
商品及び製品	372,682	379,290
仕掛品	5,657	3,856
原材料及び貯蔵品	5,121	4,311
その他	49,868	58,015
貸倒引当金	△1,840	△1,540
流動資産合計	529,500	558,463
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物(純額)	216,556	210,307
土地	187,827	189,002
リース資産(純額)	9,558	8,817
建設仮勘定	678	763
その他(純額)	13,446	11,732
有形固定資産合計	428,068	420,623
無形固定資産		
投資その他の資産	40,287	34,901
投資有価証券	9,182	9,398
長期貸付金	3,510	3,112
退職給付に係る資産	1,845	1,558
繰延税金資産	27,166	30,533
差入保証金	102,080	95,219
その他	36,221	32,211
貸倒引当金	△2,295	△1,981
投資その他の資産合計	177,711	170,053
固定資産合計	646,067	625,578
資産合計	1,175,568	1,184,042

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2018年3月31日)	当連結会計年度 (2019年3月31日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	98,550	114,006
短期借入金	84,581	95,930
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	45,215	41,150
リース債務	2,541	2,694
未払法人税等	4,757	10,701
賞与引当金	8,455	8,274
役員賞与引当金	118	116
ポイント引当金	7,835	12,172
完成工事補償引当金	592	667
関係会社整理損失引当金	302	282
その他	54,269	50,501
流動負債合計	307,221	436,515
固定負債		
社債	100,116	—
長期借入金	88,594	66,428
リース債務	10,232	9,024
役員退職慰労引当金	465	476
商品保証引当金	9,637	7,973
利息返還損失引当金	97	49
商品券等回収引当金	206	155
退職給付に係る負債	26,287	28,114
資産除去債務	31,685	32,803
その他	12,283	10,907
固定負債合計	279,606	155,933
負債合計	586,827	592,448
純資産の部		
株主資本		
資本金	71,058	71,058
資本剰余金	84,608	79,403
利益剰余金	500,164	503,700
自己株式	△73,704	△67,952
株主資本合計	582,127	586,210
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	1,854	539
為替換算調整勘定	△814	312
退職給付に係る調整累計額	2,351	1,420
その他の包括利益累計額合計	3,391	2,273
新株予約権	1,153	1,493
非支配株主持分	2,068	1,616
純資産合計	588,740	591,593
負債純資産合計	1,175,568	1,184,042

連結損益計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2017年4月1日 至 2018年3月31日)	当連結会計年度 (自 2018年4月1日 至 2019年3月31日)
売上高	1,573,873	1,600,583
売上原価	1,135,758	1,159,592
売上総利益	438,114	440,990
販売費及び一般管理費	399,351	413,126
営業利益	38,763	27,864
営業外収益		
受取利息	970	899
仕入割引	4,312	4,501
為替差益	649	—
受取賃貸料	4,216	3,935
売電収入	2,005	2,002
その他	3,491	4,511
営業外収益合計	15,646	15,850
営業外費用		
支払利息	1,318	1,242
為替差損	—	144
賃貸費用	3,514	3,081
賃借料	476	205
売電費用	784	822
その他	978	1,328
営業外費用合計	7,073	6,825
経常利益	47,335	36,889
特別利益		
固定資産売却益	—	454
投資有価証券売却益	—	556
その他	—	113
特別利益合計	—	1,123
特別損失		
固定資産処分損	552	582
減損損失	5,515	9,965
その他	1,253	2,367
特別損失合計	7,321	12,915
税金等調整前当期純利益	40,014	25,097
法人税、住民税及び事業税	12,103	14,341
法人税等調整額	△1,018	△4,038
法人税等合計	11,084	10,302
当期純利益	28,930	14,794
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(△)	△849	101
親会社株主に帰属する当期純利益	29,779	14,692

連結包括利益計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2017年4月1日 至 2018年3月31日)	当連結会計年度 (自 2018年4月1日 至 2019年3月31日)
当期純利益	28,930	14,794
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	582	△1,315
為替換算調整勘定	△337	1,127
退職給付に係る調整額	88	△931
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	332	△1,119
包括利益	29,263	13,674
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	30,273	13,574
非支配株主に係る包括利益	△1,010	100

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 2017年4月1日 至 2018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	73,734	480,846	△67,213	558,426
当期変動額					
剰余金の配当			△10,462		△10,462
親会社株主に帰属する当期純利益			29,779		29,779
自己株式の取得				△15,996	△15,996
自己株式の処分			△2	14	12
連結子会社株式の取得による持分の増減		10,876		9,491	20,367
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)					
当期変動額合計	—	10,874	19,317	△6,490	23,701
当期末残高	71,058	84,608	500,164	△73,704	582,127

(単位：百万円)

前連結会計年度(自 2017年4月1日 至 2018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	1,221	△485	2,161	2,897	843	23,380	585,547
当期変動額							
剰余金の配当							△10,462
親会社株主に帰属する当期純利益							29,779
自己株式の取得							△15,996
自己株式の処分							12
連結子会社株式の取得による持分の増減							20,367
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	632	△329	189	493	310	△21,311	△20,508
当期変動額合計	632	△329	189	493	310	△21,311	3,192
当期末残高	1,854	△814	2,351	3,391	1,153	2,068	588,740

(単位：百万円)

当連結会計年度(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)

当連結会計年度(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

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 2017年4月1日 至 2018年3月31日)	当連結会計年度 (自 2018年4月1日 至 2019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	40,014	25,097
減価償却費	19,621	18,925
減損損失	5,515	9,965
のれん償却額	86	516
ポイント引当金の増減額(△は減少)	△2,955	4,337
商品保証引当金の増減額(△は減少)	△2,046	△1,663
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△2,982	△536
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	1,715	1,182
受取利息及び受取配当金	△1,087	△1,100
支払利息	1,318	1,242
為替差損益(△は益)	△597	324
投資有価証券売却損益(△は益)	△0	△556
固定資産処分損益(△は益)	552	128
売上債権の増減額(△は増加)	11,198	△16,951
前受金の増減額(△は減少)	687	△2,730
たな卸資産の増減額(△は増加)	△3,155	△4,197
仕入債務の増減額(△は減少)	13,483	15,729
未収入金の増減額(△は増加)	△2,698	△2,109
未払消費税等の増減額(△は減少)	371	△3,063
その他の流動資産の増減額(△は増加)	426	△431
その他の流動負債の増減額(△は減少)	19	1,668
その他	2,508	△495
小計	81,996	45,282
利息及び配当金の受取額	303	400
利息の支払額	△1,332	△1,249
法人税等の支払額又は還付額(△は支払)	△19,277	△8,409
営業活動によるキャッシュ・フロー	61,689	36,023

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2017年4月1日 至 2018年3月31日)	当連結会計年度 (自 2018年4月1日 至 2019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	△494	△228
定期預金の払戻による収入	336	338
有形固定資産の取得による支出	△10,049	△13,172
有形固定資産の売却による収入	283	1,586
無形固定資産の取得による支出	△345	△603
差入保証金の差入による支出	△996	△1,767
差入保証金の回収による収入	8,234	9,142
投資有価証券の取得による支出	△3,647	△1,626
投資有価証券の売却及び償還による収入	38	1,590
関係会社株式の取得による支出	△10	△767
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入	137	—
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入	540	—
貸付けによる支出	△7,697	△8,486
貸付金の回収による収入	1,389	4,122
その他	△387	1,403
投資活動によるキャッシュ・フロー	△12,668	△8,469
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)	6,457	11,348
長期借入れによる収入	50,000	21,269
長期借入金の返済による支出	△60,173	△47,499
自己株式の取得による支出	△15,996	△3
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	△2,716	△2,735
セール・アンド・リースバックによる収入	218	622
配当金の支払額	△10,461	△10,460
その他	△248	△3
財務活動によるキャッシュ・フロー	△32,920	△27,461
現金及び現金同等物に係る換算差額	243	△244
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	16,345	△151
現金及び現金同等物の期首残高	34,981	51,326
現金及び現金同等物の期末残高	51,326	51,175

企業情報

(2019年3月31日現在)

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1兆1,840億円
自己資本比率	連結49.7%
社員数	連結18,853名* 単体10,432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	229,207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	住所	持株数 (千株)	持株比率 (%)
株式会社テックプランニング	群馬県高崎市栄町1-1	65,327	8.03
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)	133 FLEET STREET LONDON EC4A 2BB U.K. (東京都港区六本木6-10-1)	59,769	7.35
日本トラスティ・サービス信託銀行株式 会社(信託口)	東京都中央区晴海1-8-11	49,580	6.10
ソフトバンクグループ株式会社	東京都港区東新橋1-9-1	48,324	5.94
日本マスタートラスト信託銀行株式 会社(信託口)	東京都港区浜松町2-11-3	36,304	4.46
山田 昇	群馬県前橋市	28,924	3.56
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)	MERRILL LYNCH FINANCIAL CENTRE, 2 KING EDWARD STREET, LONDON EC1A 1HQ (東京都中央区日本橋1-4-1)	19,627	2.41
ステート ストリート バンク ウェスト クライアント トリーティアー 505234 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	1776 HERITAGE DRIVE, NORTH QUINCY, MA 02171, U.S.A. (東京都港区港南2-15-1)	17,544	2.16
株式会社群馬銀行	群馬県前橋市元総社町194	17,410	2.14
CGML PB CLIENT ACCOUNT / COLLATERAL (常任代理人 シティバンク、エヌ・エイ東京支店)	CITIGROUP CENTRE, CANADA SQUARE, CANARY WHARF, LONDON E14 5LB (東京都新宿区新宿6-27-30)	15,760	1.94

(注) 1. ヤマダ電機は、自己株式を153,169千株保有しておりますが、上記株主からは除外しております。
2. 持株比率は、自己株式を控除しております。

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
・エースホーム株式会社
・株式会社コングロ

株式会社ベスト電器
・株式会社ベストサービス
・株式会社リペア・デポ
・株式会社J・スタッフ
・株式会社ベストクレジットサービス
・株式会社ピー・ピー・シー
・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.

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
株式会社ヤマダファイナンスサービス
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

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)

12,570 店

国内

直営店舗数：955店
FC店舗数：11,571店

海外

直営店舗数：20店
FC店舗数：24店

日本

甲信越・北陸

直営店舗：75店
FC店舗：1,007店

関西

直営店舗：112店
FC店舗：1,253店

中国

直営店舗：67店
FC店舗：802店

九州・沖縄

直営店舗：222店
FC店舗：2,109店

北海道

直営店舗：51店
FC店舗：758店

東北

直営店舗：80店
FC店舗：1,071店

関東

直営店舗：226店
FC店舗：2,420店

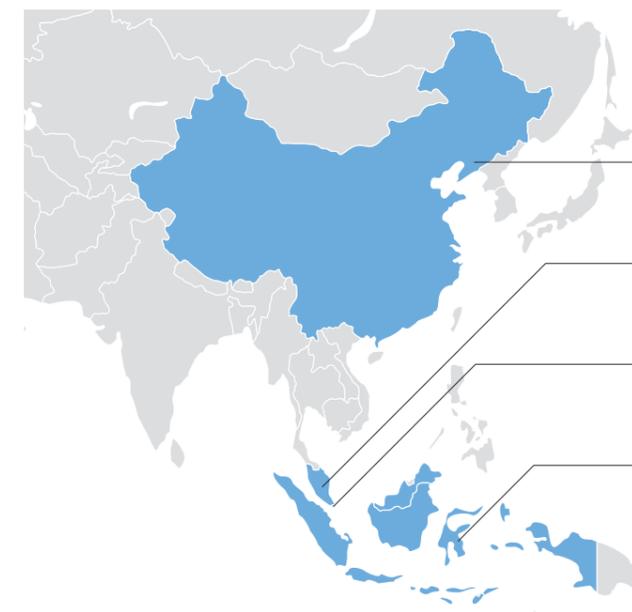
東海

直営店舗：82店
FC店舗：1,636店

四国

直営店舗：40店
FC店舗：515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：11店

インドネシア

FC店舗：24店