



EDUON

**Integrated Report
2022**

統合報告書 2022年3月期

経営理念

効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現

効用の提供

単に商品を販売するのではなく
商品を通じて楽しさ、豊かさ
便利さとともに『価値』と『満足』を
提供します。

完全販売

最良の状態でもより長く
使い続けていただけるよう
万全のサービス体制で
臨みます。



コーポレート・メッセージ

買って安心 ずっと満足

私たちは、お客様の豊かな暮らしを永続的に支える企業でありたいと考えています。人々の生活に役立つ魅力的な商品を豊富に取り揃え、購入後も最良の状態を使い続けていただけるように、最後まで責任をもってお手伝いすることを大事にしています。また、お客様の快適な生活が少しでも長く続くことを願い、お客様の生活スタイルに合わせた様々なサービスも提供しています。

エディオンは、従業員一人ひとりがお客様への感謝の気持ちを忘れることなく、行き届いた心遣いで誠実に応対することにより、お客様とのより良い信頼関係を築いていけるよう努めてまいります。

編集方針

エディオン及びエディオングループでは、ステークホルダーの皆様へ当社グループのCSRに対する考え方や環境活動についてご理解いただくため、Webサイトや紙冊子などでCSR活動を発信しています。本統合報告書は、アニュアルレポートや会社案内の機能に加え、国際統合報告評議会(IIRC)が提示するフレームワークを参考に作成しています。

業績見通しに関する注意事項

本統合報告書に記載されている将来の業績に関する予想・計画・見直しなどは、エディオン及びエディオングループが現時点で入手可能な情報に基づいて作成したものです。実際の業績は、様々な要因の変化により、これらの業績見直しとは異なる可能性があります。その要因には主要市場の経済状況及び製品需要の変動、国内外の各種規制ならびに会計基準・慣行などの変更等が含まれます。なお、本レポートにおける将来情報に関する記述は本レポートの発行時点のものであり、当社は、それらの情報を最新のものに随時更新する義務も方針も有していません。また、本レポートの数値は日本会計基準ベースのものであります。

CONTENTS

エディオンの価値創造

- 02 CEOメッセージ
- 06 エディオンの事業拡大
- 08 価値創造プロセス
- 10 CFOメッセージ
- 12 中期ビジョン

社会課題解決に向けた取り組み

- 14 エディオンのマテリアリティ(重要課題)
- 16 特集1：より良い物流サービスの拡充を図る
- 19 特集2：次世代のエディオンファン育成
- 20 特集3：地域に根ざした顧客対応サービスを
- 22 お客様の便利で豊かな生活の実現
- 24 環境と調和した脱炭素社会の実現
- 30 働きがいのある組織と多様な人材育成の実現
- 38 積極的な地域社会への貢献
- 40 お取引先様、株主様との良好な関係の実現

サステナビリティを支える事業基盤の確立

- 42 コーポレート・ガバナンス
- 47 コンプライアンス、リスクマネジメント、BCP
- 48 社外取締役鼎談
- 52 役員一覧

財務・会社情報

- 55 財務概況
- 58 10年間財務・非財務サマリー(連結)
- 60 グループ会社、店舗ネットワーク
- 61 会社情報、株式情報

CEOメッセージ

変革する社会とともに

さき
未来を見据えた進化を

代表取締役 会長兼社長執行役員

久保 允彦

エディオンの存在意義

当社は設立以来、経営理念『効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現』を実践するために、お客様目線の経営を徹底してまいりました。「店舗はお客様のためにあり、お客様は最高のコンサルタントである」という考えを根幹としています。事業を通じて、豊かな暮らしを提案・提供していくことを使命としており、お客様がご購入された製品を常に最良の状態ですべて使っていただけるように努めています。店頭での接客、商品説明や万が一の故障時の訪問修理のご案内、修理やメンテナンスなど幅広いサービス体制を強化しています。当社の経営綱領のなかには、「おもてなしの心」という言葉が明記されていますが、全従業員がこの言葉に込められた本質的な考え方を理解し実行することが重要であり、それが「お客様の豊かな暮らしを永続的に支える」という当社の存在意義につながるものだと考えています。

当社は複数の事業会社が統合した企業であり、以前の企業文化の違いから社員それぞれの考え方も異なっていました。文化も異なり、考え方も異なる人に新たな考え方を本質的な部分で理解してもらうにはとても時間がかかるのです。

従業員には、当社の理念と根幹になる考え方を何かあるたびに言い続けることを心がけてきました。およそ8年になりますが、毎週定例で全店の店長に向けてTV会議システムを使った朝礼を行っており、こういった考え方もともに世界情勢や日本の現状を鑑みた自社事業のあり方や優位性を常に確認することを続けてきました。最初は理解にバラつきがありましたが、この3年ぐらいでようやく共通

認識として浸透してきたな、と感じています。エディオンとしてお客様のために何ができるかを従業員自らが自然と考え行動できるようになり、これが先輩社員から新入社員に伝わって良い連鎖反応が生まれています。みんなが経営理念を理解しお客様と直に触れ合うなかで、店舗作りや商品の仕入れなどに随時反映できれば必然的に良い方向に向かっていくと思います。「浸透したからもういいや」でなく、これからも伝道師のようにいつでもどこでも繰り返し伝え続けていきたいと思っています。より効果的に理念を実践できるようになるためには、どのような組織にすればよいか、これからも考え続けるべき重要なテーマと言えます。

私が組織を考えるうえで、大切にしている出来事があります。当社では以前、お寺で社員研修をしていましたが、その研修の内容で気づかされる出来事がありましたので、ここでひとつご紹介いたします。まず、10名ずつ、複数グループに分かれ、それぞれ先頭の人に住職さんから20文字ぐらいの文章を手渡されます。配布されたお題を、各グループで順番に最後の人まで伝言していくというものでした。いわば伝言ゲームのようなものですね。間違いようもないだろうという予想に反して、“正確”に最後の人まで伝わることはありませんでした。この経験からも分かるように、組織が重層化すると情報伝達に課題が出てきます。重層的な組織では情報やその指示の意味などが正しく伝わらず、経営スピードの鈍化も懸念されます。そのため、組織というのはできるだけ簡素化した方がいいと考えています。今後さらに進化していく時代に対応するために事業運営の根幹に直結する部署を経営トップの直轄下とするなど、組織をよりフラットにしていきたいと考えています。

事業環境の認識

喫緊の重要課題としては、人口減少や少子高齢化などの国内人口構造の変化とともにサブスク・DtoCといった消費環境の変化にどう対応していくかということになります。国内の家電市場規模は現在7兆円と言われていますが、今後10年で10%以上落ち込み、6兆円程度になるという予測もあります。

今後は、家電販売と親和性の高いリフォーム事業をさらに強化し、当社の強みである家電修理やエアコンクリーニングなどのメンテナンスサービス事業の拡充、そして設置工事を軸とした物流事業の拡大に取り組んでまいります。また、教育事業にも注力し、収益性のみならず教育事業を通じて世界で活躍できる人材の育成と地域社会の貢献を図っていききたいと思います。

また、国内メーカーが減少するなかで、単に新しい家電製品が登場するのを待つのではなく、既存の商品に使いやすさや時短といった時代に合わせた価値や機能を付加することで、お客様の生活がより豊かになるように提案していくことが重要だと考えています。そして、ネット販売やプライベートブランド（以下、PB）商品の開発には大きなポテンシャルがあると見ています。国内のEC市場における販売金額は年々増加しており、家電製品の販売比率も増加しています。

今後とも拡大すると予想されるネット販売に対応するため、物流インフラの拡充と合わせてPB商品開発を強化し、成長エンジンにしていきたいと考えています。さらに、年代や地域といったターゲットに合わせた売れ筋商品を開発していくことで、PB商品の売上構成比を25～35%くらいまで高めていきたい。特に、照明器具や調理家電、理美

CEOメッセージ

容家電においては、お客様の要望を反映した時代に合ったデザインや価格、機能を充実させたPB商品開発に注力することでブランドとして浸透していくと確信しています。

(株)ニトリホールディングスとの 資本業務提携締結について

2022年4月27日、株式会社ニトリホールディングス(以下、ニトリHD)と資本業務提携契約を締結しました。それぞれの経営資源を最大限活用することで、お客様のより豊かな生活に貢献し、両社の企業価値向上を図ってきたいと考えています。

もともとニトリHDとは、同社の「流通・サービスの科学」をテーマにした大学寄附講座に講師として招かれたご縁がきっかけで色々と意見交換をするようになりました。そうしたなか、似鳥 昭雄 代表取締役会長兼CEOには、当社の経営理念に共感いただいたと感じています。そのような

繋がりもあって、今回の提携に至りました。

物流、商品開発、システムなど5つあるプロジェクトについては、それぞれに分科会を立ち上げ課題を抽出するなど、積極的に意見交換しながら進めています。商品においては、お互いの商品を取り扱うことや、双方のノウハウを活かした新規の商品開発による市場の盛り上がりなど、様々な相乗効果も発揮できていると思っています。商品開発以外でも幅広く協議していますので、是非期待してください。何といても、日本全国に展開する「ニトリ」のネットワークは当社にとって、今後の出店における大きなチャンスとなります。家具・生活雑貨を主体とする「ニトリ」と、お客様への生活提案を重視している当社は理想的な組み合わせで、市場における競争力の向上が見込まれると考えています。

大型商業施設の「ニトリモール」では、お客様の生活に関わる様々な商品をワンストップで購入できるほか、設置工事・配送に強みのある当社が協働することで、両者にとってまさにWin-Winの関係となります。

私と似鳥会長は毎月1回、定期的に直接話し合う場を持っており、意思決定がスムーズに進んでいます。この取

ニトリHDとの業務提携検討内容

- (1) 魅力的な店舗開発に向けた協働
- (2) 商品の相互交流と商品ラインアップ拡充
- (3) EC事業でのシナジー創出
- (4) 物流ネットワーク及び設置サービス、アフターサービスネットワークの相互活用
- (5) リフォーム事業、法人ビジネスにおけるシナジー創出

り組みが事業収益に——ひいては成長戦略に繋がっていくことを期待しています。

なお、資本業務提携をしていた株式会社LIXIL(以下、LIXIL)が所有する株式をニトリHDに譲渡することで、LIXILとの資本面での繋がりはなくなりましたが、今後も変わらず当社のリフォーム商品の提案や売り場作りなど、業務提携は継続してまいります。

中期ビジョン、成長シナリオ

2022年5月に、中期ビジョンを公表しました。当社の強みを活かし、発展的な企業価値の向上に努めます。また、変化する市場環境に対応・進化し続けるべく、盤石な企業体質の構築に向けて、「インフラ基盤」「事業基盤」「お客様基盤」の〈3つの基盤〉を軸に、中期重点項目とポイントを整理しました。加えて、2025年度の中期ターゲットとしてKPIを設定し、達成に向けて取り組んでまいります。(詳細はP.12-13参照)

中期ターゲットKPI

(単位：百万円)

| | 2022年度(計画) | 2025年度(目標) |
|-------|------------|------------|
| 売上高 | 736,000 | 810,000 |
| 経常利益 | 22,500 | 41,000 |
| 当期利益* | 14,000 | 25,000 |
| 経常利益率 | 3.05% | 5% |
| ROE | 6.6% | 10%以上 |
| ROIC | 5.6% | 10%以上 |

*親会社株主に帰属する当期純利益



持続的な成長を支える体制

コーポレート・ガバナンスについて、当社は社外の意見を取り入れることを重視しています。現在、社外取締役の構成割合は50%となっており、これまでは当たり前だと思っていた考えとは異なる客観的な視点で意見をもらえるので、非常に有益な議論に繋がっています。

コーポレート・ガバナンスに“完成”はありませんが、非常に良い形で取締役会の運営ができていますと自負しています。5年前に比べて改革が大きく進んでおり、ガバナンス改革は、間違いなく経営にプラスに機能していると実感しています。今回、「取締役及び監査役スキルマトリクス」を作成しましたが、各役員の主なスキルや経験がバランスよく構成されており、取締役会では様々なバックグラウンドを持つ役員同士で多様な意見が闊達に交わされていることを想像いただけるのではないのでしょうか。（詳細はP.45参照）

今年は、長年にわたり小売業の経験を持った方が、新たに社外取締役として就任しました。経済動向や顧客の要求するトレンドに対する知識など、培った経験を活かしていただけることに期待を寄せています。

社会的課題解決への取り組み

当社では地域社会への貢献として、環境と調和した社会の実現に向けた取り組み、スポーツ振興や文化振興など取り組みは多岐にわたります。

地域社会への貢献では、教育事業の展開やスポーツへ

の支援にとどまらず、社員一人ひとりが社会的課題とは何かを理解し、行政などが掲げている課題解決への取り組みについて賛同しながら進めてまいります。このように“今できる当たり前のこと”を、私たちの目標に掲げて取り組んでいます。

●環境と調和した社会の実現に向けた取り組み

私は、自分の名刺の大きさを通常サイズの半分にして使用しています。紙資源の節約から限りある環境資源の重要性や地球環境を考えるきっかけを、身近な方から意識して共感してもらうため、この取り組みを何十年も行なっています。当社の環境への取り組みは、昨日今日始めたわけではありません。私が取り組んだ活動のなかには、34年ほど前に広島市で行なった排出ゴミ改善への取り組みがあります。地域住民に対してゴミの焼却場へのツアーを催すなど、ゴミ分別の意識を高めるために行なった環境への問題提起は、広島市で交流のあった大手企業の環境に対する関心を高め「エコバンク」という市民を巻き込んだ大きな活動となりました。商談で訪欧した際には、環境問題への意識の高さに驚き、触発されました。

また、訪豪してフロン（フルオロカーボン（フッ素と炭素の化合物）の総称）による皮膚がん予防の取り組みを知り、おそらく、日本初となるフロンガスを回収する活動を始めるなど、様々な活動を継続して行なってきました。

私はヨットが趣味で、小笠原など様々な島に寄港することがあります。島の海岸に膨大な量のプラスチックや発泡スチロールが打ち寄せられているのを見るたびに、海洋生物や自然への影響を心配しています。自然というのは循環し、必ず我々に返ってくるものです。自然環境を守る

には、水面に石を投げて波紋が広がっていく——というイメージで、個人として、企業として、地球の一員として、一人ひとりの意識の広がりが大事だと考えています。

●社員への貢献、人材育成

労働環境の改善についても強化しています。従業員だけでなく、ステークホルダーの方々が健康でいられることを意識し、健康経営の強化に努めています。また、人権問題も含めたダイバーシティの推進にも努めています。女性が活躍できる職場環境の整備について、今後も会社として進めていかないとはいけません。責任ある仕事を任せられることで、女性社員自身の成長にも繋がると考えています。

●コンプライアンス

倫理上の教育やルール・管理体制の整備に取り組んでいますが、残念ながら規則違反行為は完全にゼロにはならないのが現実です。すべての従業員が気持ちよく働き、未来を形成していくためには、やってはいけないことを理解できる人材が重要と考えており、採用活動においてもそのあたりを重視しています。社会人としてやってはいけないことは何なのかを普段から口を酸っぱくして伝え、その意識付けを繰り返すことで、コンプライアンス意識の向上が図れるものと考えています。

ステークホルダーの皆様へ

様々な経営の課題に向き合いながら、ステークホルダーの皆様のご期待にお応えできる企業にしていきたいと考えています。皆様からの引き続きのご支援をよろしくお願いいたします。

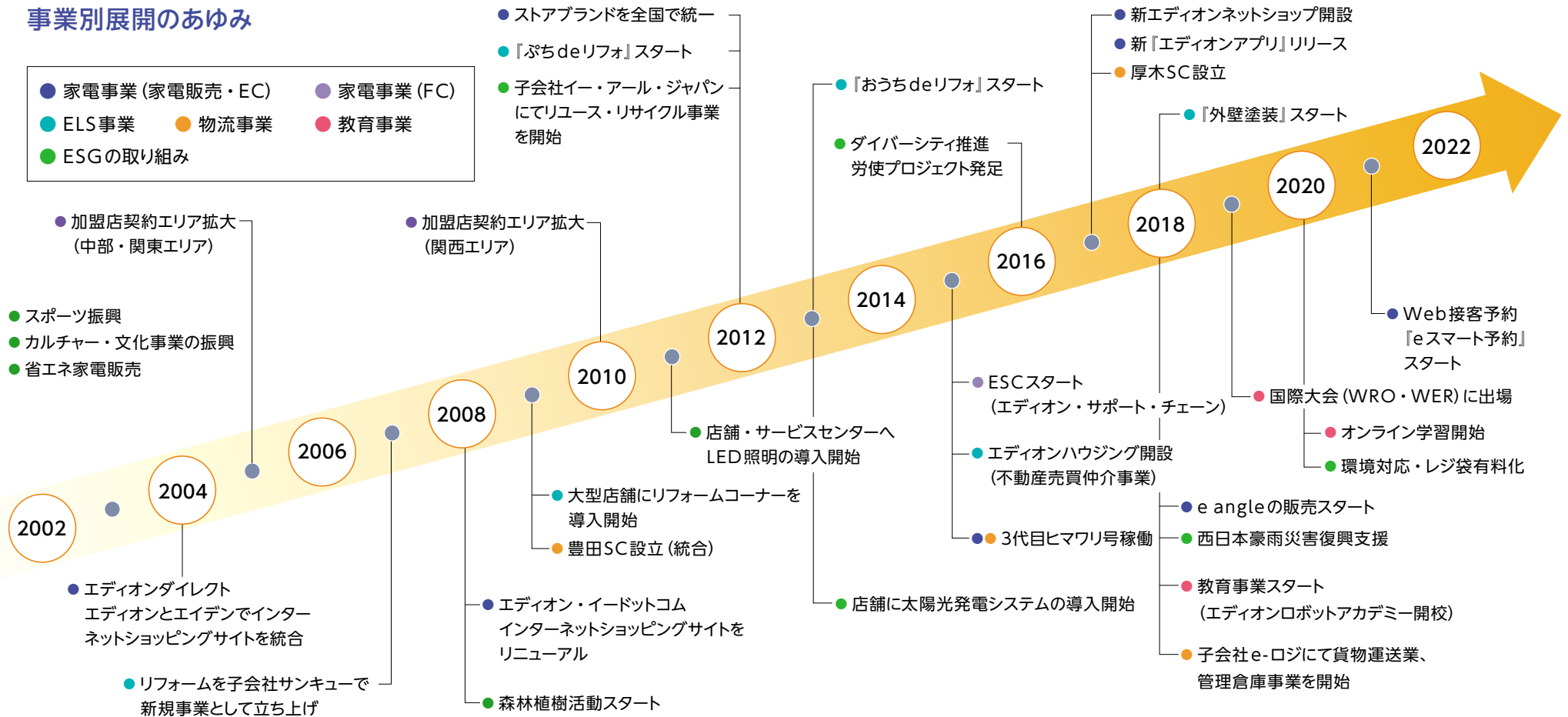
エディオンの事業拡大

多様化する時代のなか、当社は事業を通じてお客様の求める便利で快適な生活を支えるという使命のもと、地域の皆様とともに歩み続け、株式会社エディオンとして20周年を迎えることができました。
この未来もお客様に寄り添いながら、社会課題の解決とともに持続的な発展と事業拡大を図ってまいります。



*北海道・北陸エリアは「100満ポルト」のストアブランドで展開しています。

事業別展開のあゆみ



● 家電事業・3代目ヒマワリ号



● 家電事業・フランチャイズ店舗



● ELS事業・パックリフォーム展示



● 物流事業・エディオンカー



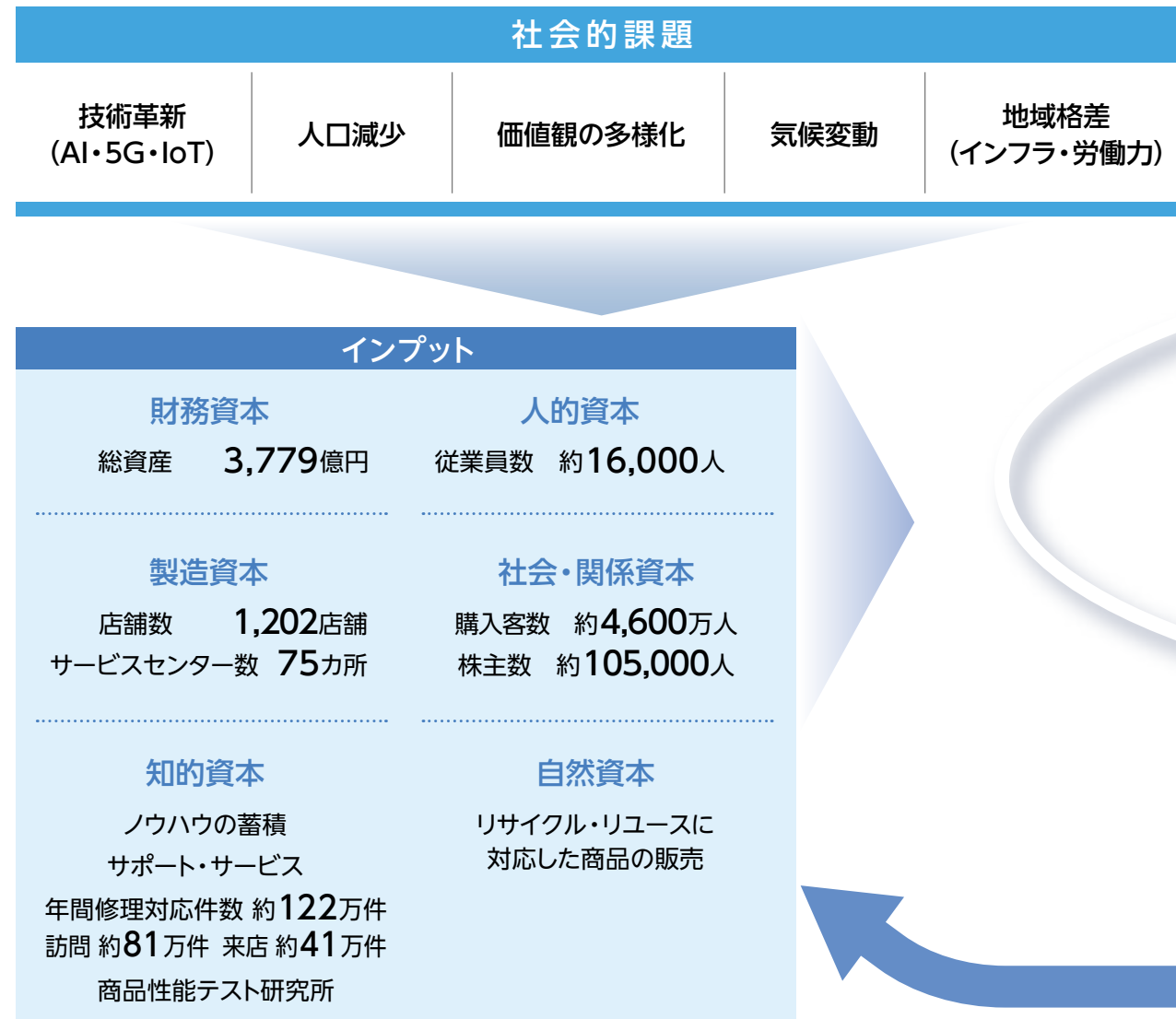
● 教育事業・授業風景



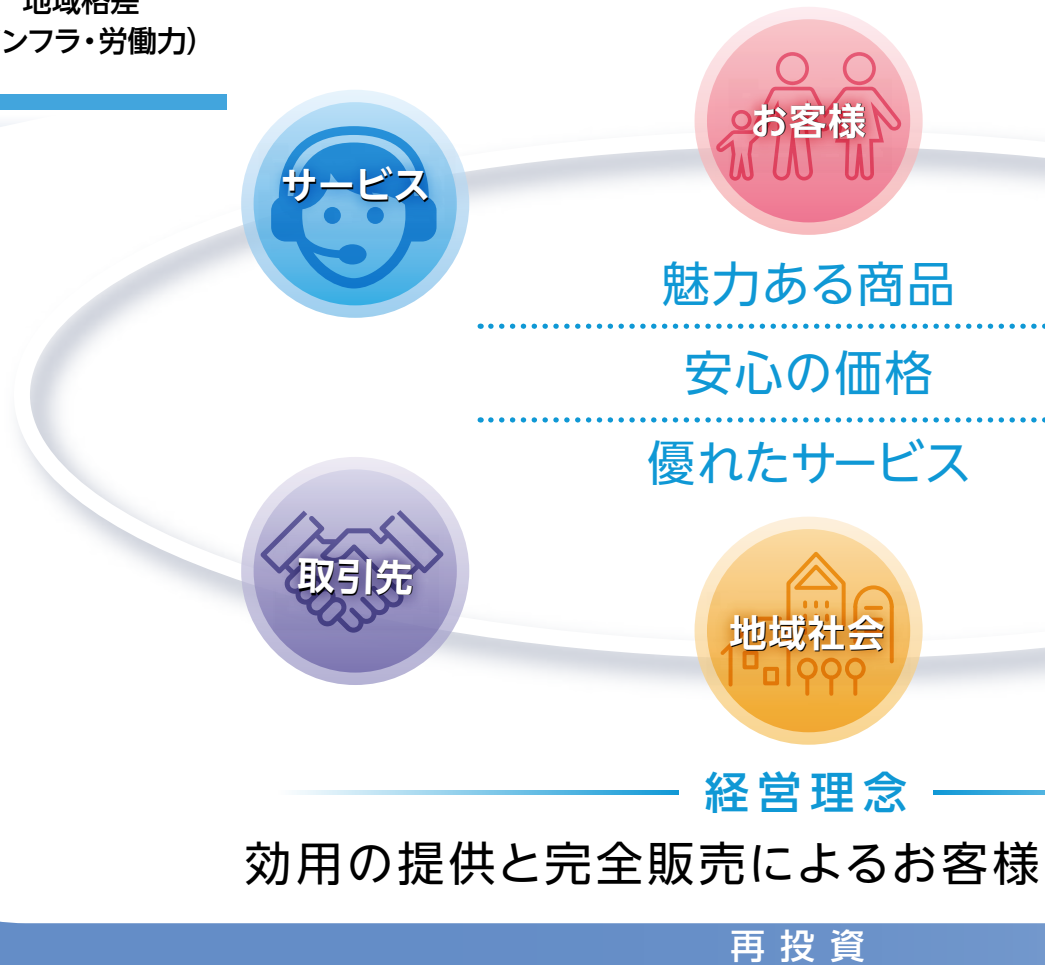
● ESG・名古屋本店太陽光パネル

価値創造プロセス

エディオンは、グループ全体に浸透する経営理念を強みとして事業活動を展開し、社会からの要請に広く応え続けることで、価値創造を実現してまいります。



エディオンの ビジネスモデル



目指す姿

お客様の豊かな暮らしを永続的に支える



第一主義の実現

| アウトプット | |
|---|---|
| <p>財務資本 売上高 7,137 億円</p> | <p>人的資本 資格保有者 8,745 人 平均勤続年数 16 年 10 カ月</p> |
| <p>製造資本 商圏ドミナントの拡充 サポート体制の充実</p> | <p>社会・関係資本 エディオンカード会員数 約 480 万人 株式保有年数(個人株主) 平均 4 年 最長 20 年</p> |
| <p>知的資本 新しい生活提案 新規サービス展開 PB商品の開発</p> | <p>自然資本 イー・アール・ジャパン 年間リサイクル量 10,229 t</p> |

| ステークホルダーに提供する価値 |
|------------------------|
| 1 魅力ある商品と最高の満足を提供する店舗 |
| 2 安心・安全の配送・設置とアフターサービス |
| 3 環境負荷の低減 |
| 4 生産性の向上と優秀な人材の確保 |

| 重要課題への取り組み |
|------------|
| (⇒P14) |

CFOメッセージ

取締役副社長執行役員 経営企画本部長
山崎 徳雄



CFOの役割について

経営企画と店舗開発、人事、総務に加え、昨年7月から財務・経理も所管するようになり、事業活動が財務諸表等にどう影響するかを以前にも増して意識するようになりました。当社の業績は、この数年で言えば安定的に成長しているものの、取りまく環境は大きく変化しており、小売業のあり方も変化してきていると感じています。2022年4月27日にニトリHDとの資本業務提携契約を締結しました。5年10年の長い期間で見れば小売業界も流通の川上方面に流れていくのだろうな、と感じています。家電メーカーも政策が変わってきており、当社としてどう舵をきっていくのか——投資をどこに切り替え、どこに会社の資源をつぎ込んでいくのか——大きな課題だと思っています。

当面の投資配分については、出店とシステム開発や人材投資を中心に考えています。特に、システムにおいては、“新たな購入体験”を提供できるようにDX推進を図っており、当社の成長において非常に重要な投資だと捉えています。山積する課題も多くありますが、キャッシュ・フローを意識し変化する環境に柔軟に対応していきます。

2022年3月期の業績成果と課題

2021年度の数字はこれまでと比較すると改善しており見た目はいいのですが、中身ではまだまだできていないことが多い状態です。

業務改善により残業代の抑制や働き方改革が進んでいることもあり、生産性は改善しています。しかしながら、トップラインの伸長と出店ペースのバランスが悪く、利益

率では競合他社より見劣りしているとも感じており、このような課題は中長期的な取り組みのなかで解決すべき重要なテーマです。ただ、これは、店舗人件費を含めお客様をサポートするために一定のコストをかけているということでもあり、当社の強みと企業価値にも繋がっている部分だとも思っています。また、ある程度の余裕度を残しておくことが経営の柔軟性にも繋がると考えており、このバランスをとることが重要だと思っています。

今後、収益力を向上していくための取り組みについてお話しします。当社の強みはお客様とのつながりを重視した経営スタイルにあると考えています。そのため、時代に合わせたお客様サービスをお客様が望む形で提供していく必要があります。例えば、販促についても、世代やニーズに合わせて従来のチラシだけに頼るのではなく、アプリやメール、SNSなどの活用も重要になっています。アプリ会員を獲得していくためには、お客様に支持されるアプリでなければなりません。そして、デジタル販促の効果を高めるためには、様々な分析力を養う必要もあります。そういったリソース強化に投資を行ない、お客様との接点が強化していくことで、EC、リアル店舗の垣根なく来店促進がより図れるものと考えています。物流・サービス体制においても、配送業界の人員不足を補うことができるような効率性を高める仕組みとECを拡充するための全国物流体制構築に向けた投資が必要です。また、店舗の業務効率改善に向けた取り組みにも注力しています。店舗業務の改善のためのチームを作り、実際の店舗についてストップウォッチなども使いながら店舗業務量の調査を行ないました。結果を見たところ、平均して勤務時間の40%もの

時間が接客以外に使われていることが判明しました。接客時の効率を上げるということは当然重要なのですが、接客以外の業務時間をいかに効率良く使うかが非常に重要です。今後も、店舗の業務効率を改善し、働き方改革の取り組みを進めながら、生産性向上に取り組んでまいります。収益力の向上とともに、キャッシュ・フロー重視の経営と資産・負債の圧縮を図ることで、資本効率を高め、中長期的にROE等の経営指標の改善に努めていきます。

中期ビジョンについて

今年の5月に中期ビジョンとともに、中期的な目標値を公表しました。近年では消費税の増税など、予測しにくい市場環境が続いていたため、中期計画を発表することより1年1年の公表数値を着実に達成していくことの方が投資家の皆様には価値があるだろうと判断し、策定した中期計画については社内における経営目標とし、外部公表はしていませんでした。

ここ数年では、数字に対する達成度は特殊な要因を除くと概ね合格点に近くなっていると思います。過去、それぞれの地域でブランドごとに事業を行っていた頃は、積極的に投資を行なう、固い数字を見込む、あるいはブレが大きいかど目標も大きくみるなど、それぞれのブランドで特徴がありました。方針がバラバラだったため、計画値に対する振れ幅も大きく、不確実性もあったと思います。2012年にブランド統一して以降、現在は意識統一なども含めて、着実に数字を追いかけて、読む力が蓄積され、この数年の傾向を見る限りは確実性がみえてくるようになったと思います。

私どもの業界は国の政策や、自然災害など、外部要因により需要が大きく変動する業界だと思っています。そのような不確実性のある状況を加味しても、ある程度のレベルにきているという実感があります。今回の中期ビジョンでは、売上や利益目標とともに、ROEやROICといった経営指標の目標についても公表しました。

目標数値を公表することは、外部に対する決意表明になりますし、社内の意識が大きく変わるきっかけになったと感じています。

資本政策

資本政策としては、将来の企業価値の向上にむけて、M&Aなども含めた成長投資を行なうとともに、株主の皆様へ安定的に利益還元を行なっていきたいと考えています。設備投資については、営業キャッシュ・フローの範囲内を投資基準として定め、出店やシステム投資を行なってまいります。

株主還元については、配当性向30%以上の安定配当を基本としています。2021年度の配当は、1株当たり44円（中間配当22円、期末配当22円）で連結ベースの配当性向は35.1%となりました。また、投資や株価、市場環境など総合的に考慮したうえで、自己株式の取得についても検討していきます。自己株式の活用として、今後は社員に経営への意識を高めてもらうような観点から自己株を活用していけたらいいなと思っています。

また、投資家の皆様との定期的かつ建設的な対話を重ねながら、株価対策も重視していきたいと考えています。

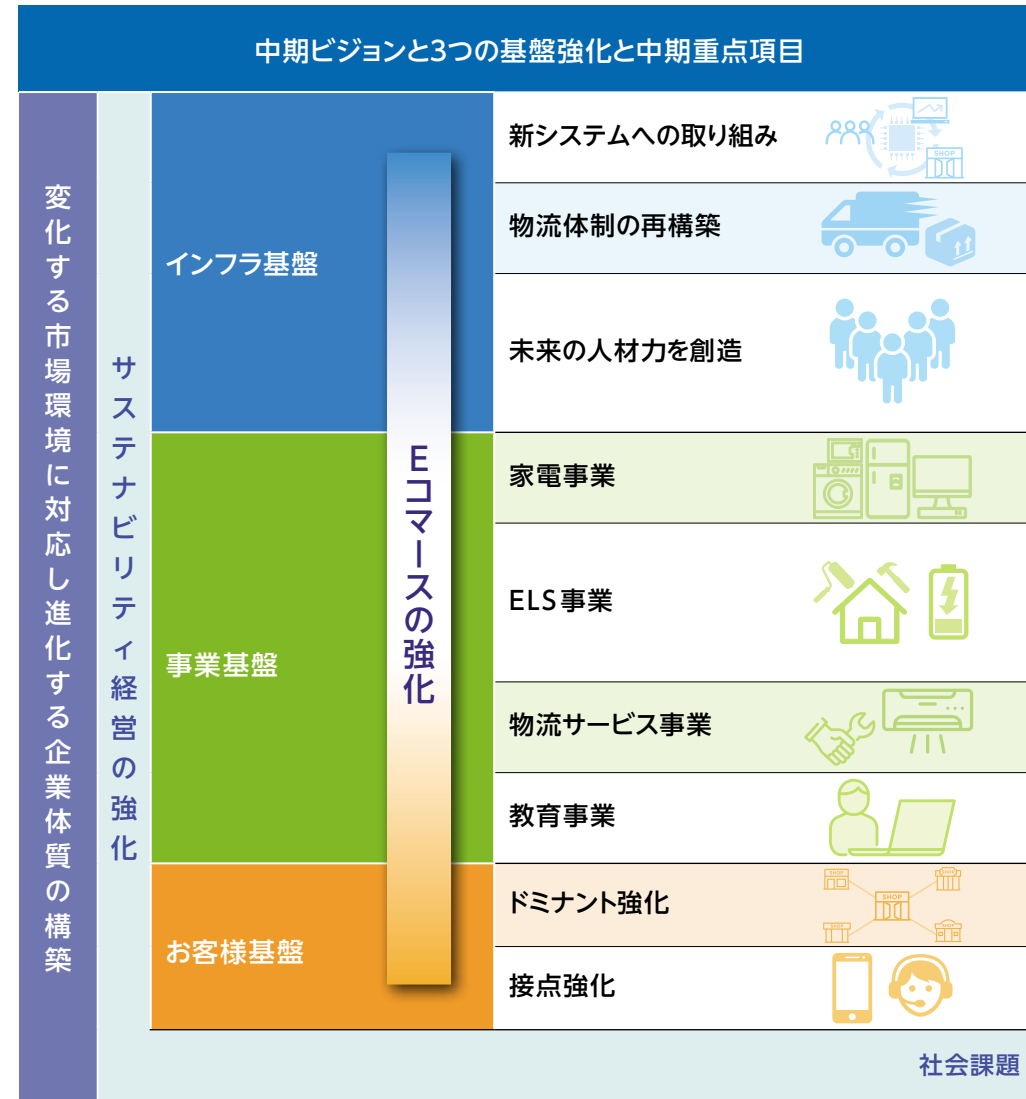
安定株主の増加を図るために所定数の株式を長期に保有される株主様に対して、優待金額に感謝を込めて贈呈額の加算制度などを設けています。当社のお客様はファミリー層が中心となっていますが、消費者目線からの意見も重視したいと考えており、個人投資家の皆様との対話にも注力しています。2020年6月から電子ギフトカードに優待を変更したことが非常に好評で、使い勝手の良さだけでなくWebサイトでの使用も簡単にできるようになり、個人株主比率が高まりました。直営店を展開していないエリアのお客様からのご利用も増えていることから、今後も利便性について改善していきたいと考えています。現在、自己資本比率は2022年3月時点で52.8%まで改善しました。今後は、ROEやROICといった経営指標も重視しながら、有利子負債の圧縮に努め、さらなる資本効率の向上に繋げていきます。株主の皆様におかれましては末長く弊社の株を保有していただき、長期の視点で経営をみていただければ幸いです。



中期ビジョン

2025年度までの中期ビジョンを策定しました。

世の中が変化し、ますます社会課題解決の重要度が高まるなか、以下の取り組みを着実に遂行することで持続的な成長を図ります。



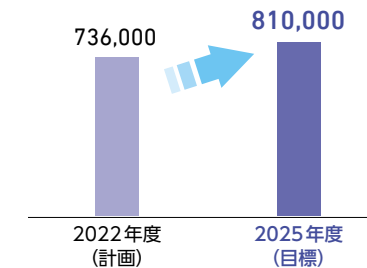
ポイント

- DX推進で内製化比率80%
- 新店舗システムの構築(2025年)
- 全国配送工事網の構築—EC需要拡大に対応
 - ・関東エリアの物流網再編
- ダイバーシティの推進とともに未来に繋がる人材力の創造
 - ・役職定年後に活躍できる場の見直し・若手管理職の育成
 - ・健康経営の推進・ワークライフバランスの重視・女性活躍の推進
 - ・永続的な能力開発
- 新たな市場を発掘し商品を提供
 - ・PB/オリジナル商品の拡充(売上構成比 2021年度25% → 2025年度35%)
- お客様の暮らしを支え、より快適な生活を提案
 - ・オンライン商談強化
 - ・新規取り扱い商品・ラインナップの強化(2022年度エクステリア)
 - ・脱炭素社会づくりに貢献する商品の販売強化(太陽光発電システム、蓄電池)
- サービスメニューの強化とともに訴求強化
 - ・エアコン・洗濯機などのクリーニングやコーティングサービスの強化
- 日本の未来創造に貢献できる企業に
 - ・フランチャイズ店舗数の拡大・オンライン学習の拡充
- 既存店エリアの出店強化・フランチャイズ加盟店の獲得強化
- アプリなどを通じたお客様とのつながり強化

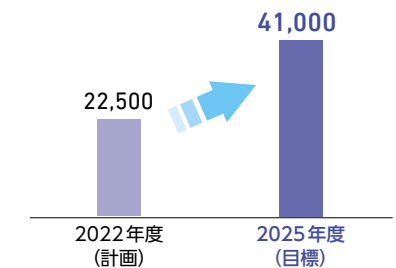
への取り組み・持続可能な経営体質に

中期ターゲット

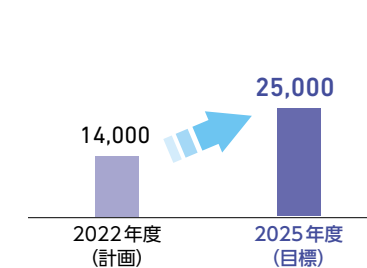
売上高(百万円)



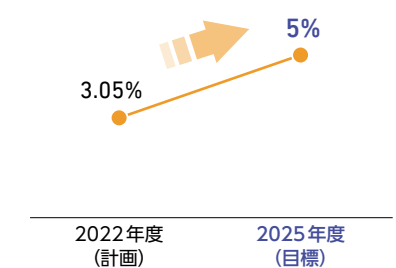
経常利益(百万円)



当期利益*(百万円)

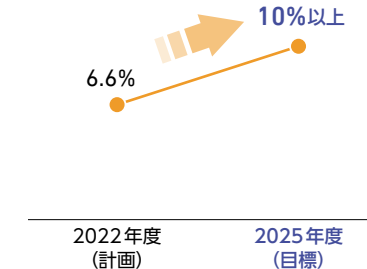


経常利益率

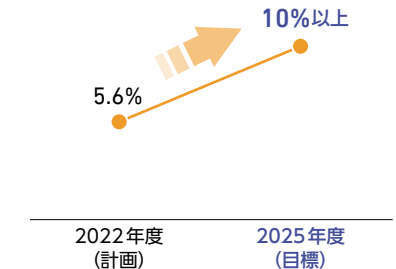


*親会社株主に帰属する当期純利益

ROE



ROIC



エディオンのマテリアリティ(重要課題)

中長期的に企業価値を向上していくために、事業活動に影響を与える社会環境の変化や、事業活動を通じて果たすべき社会的役割を整理し重要かつ優先的に取り組むべきマテリアリティ(重要課題)を特定しています。



国際的なガイドラインであるGRIスタンダードや、国連で採択された開発目標であるSDGsなどを参照し、社会から期待される事項を抽出し、エディオンの事業特性や中期経営ビジョンなど将来の方向性と照らし合わせて、課題の設定を行ないました。

STEP1で設定した課題を「ステークホルダーにとっての重要度」と、リスク・機会の観点による「自社にとっての重要度」の2軸から評価し、優先的に取り組むべき最重要項目を抽出しました。

STEP2で抽出した項目を審議し、経営層の承認を得ました。

| 重要課題 | 施策 | 取り組み | SDGs |
|-----------------|------------------------|---|---|
| お客様の便利で豊かな生活の実現 | 「安心の価格」で「魅力ある商品」を提供 | わかりやすい価格表示、オリジナル商品の開発 お客様の声の収集と経営に活かす体制作り、お客様のライフスタイルに沿った商品展開と店舗作りを推進しています | |
| | ライフスタイルの変化への迅速な対応 | オンラインアプリユーザーの獲得 「巣ごもり需要」、「テレワーク需要」など社会環境の変化に対応していきます | 3 持続可能な消費生活 9 産業と労働者の持続可能な開発 10 人や国の不平等の解消 |
| | 「優れたサービス」の提供 | CS向上体制の整備 ブランドへの信頼獲得、業務の効率化を図ります | 11 持続可能な都市とコミュニティ 12 つくばる資源 |
| | 「安心」の提供 | 災害・感染症予防対策、バリアフリー化 災害時の支援商品の提供と事業継続計画の策定とともに、多様なお客様が安心して利用できる運営を行ないます | |
| 環境と調和した脱炭素社会の実現 | 環境に配慮した商品販売、物流・サービスの展開 | 省エネ基準達成商品の販売 環境に配慮した商品を積極的に取り扱い、物流・サービスでの取り組みを推進しています | 7 気候変動に具体的な対策を 9 産業と労働者の持続可能な開発 11 持続可能な都市とコミュニティ |
| | 環境配慮型店舗の展開 | LED照明の店舗完全導入、太陽光発電システムの設置 営業店舗における環境負荷の低減や地域貢献の推進に積極的に取り組みます | 12 つくばる資源 13 気候変動に具体的な対策を 14 海の豊かさを守ろう |
| | 循環型社会形成への貢献 | 年間リサイクル量10,000t以上 使用後の製品のリサイクル、リユース、廃棄の減少をグループ全体で推進しています | 12 つくばる資源 15 陸の豊かさを守ろう |
| | 自然環境保全活動 | 森林整備活動への参加 自然環境の保全とともに、循環型社会や脱炭素社会の実現に向けて積極的に取り組みます | 15 陸の豊かさを守ろう |

| 重要課題 | 施策 | 取り組み | SDGs |
|----------------------|----------------------|--|---|
| 働きがいのある組織と多様な人材育成の実現 | 健康経営の推進 | 「健康経営優良法人」の認定取得 継続して健康に働くことができる職場環境を整備しています | |
| | 労働安全(衛生)の推進と徹底 | 防災訓練・感染症予防への対応 安全・安心に働ける、魅力的な職場作りを推進しています | |
| | ワークライフバランスの推進 | 業務効率化による残業時間の削減 計画的な有休取得の促進、両立支援制度(育児・男性育休・介護支援)の推進 |    |
| | 障がい者雇用の促進 | 積極的な障がい者支援 グループ全体を通じて多様な人材の採用活動を推進しています |   |
| | 働きやすい職場作り | ダイバーシティ&インクルージョンの推進 多様性に富んだ従業員が、互いに尊重し合う組織の実現を目指します | |
| | 人材育成とキャリア開発 | 多様なキャリア形成につながる研修制度 様々な研修プログラムや自己啓発の機会を提供し、キャリア形成を支援しています | |
| 積極的な地域社会への貢献 | スポーツ振興 | スポーツ部門の運営、スポーツ協賛等の推進 スポーツ振興を通じて地域社会とのコミュニケーションを図り、地域社会の発展に取り組めます |    |
| | 次世代教育に対する支援 | 教育支援活動の推進 「こども本の森」への寄付などによる教育支援活動やロボットプログラミング事業を通じて、次世代の子どもの育成を支援しています |    |
| | 災害への支援活動 | BCP導入推進 災害等発生時でも店舗営業を継続できる体制を整備し、生活インフラとしての機能を果たすことを目指します |    |
| | 地域社会への貢献 | 芸術文化活動への協賛支援 その他、全店一斉クリーン活動などを通じ、地元地域への貢献活動を積極的に行ないます |  |
| お取引先様、株主様との良好な関係の実現 | ガバナンスの強化 | 社外役員の登用 公平で公正な組織の運営を行なうための体制作りを推進しています | |
| | 持続可能な物流の実現 | ホワイト物流の推進 幅広い顧客に向けて製品・サービスを提供するための物流体制を整備しています |    |
| | ステークホルダーコミュニケーションの充実 | 株主様向け会社説明会の実施 社内・社外のステークホルダーと多様な手段で積極的なコミュニケーションを図り、企業情報の適時適切な開示を行ないます |    |
| | お取引先様との公平・公正な取引 | 倫理綱領の制定、パートナーシップ構築宣言 仕入先、協力会社その他のいずれのお取引先様にも公平かつ公正に接し、良好な関係維持のもと発展に努めます |  |
| サステナビリティを支える事業基盤の確立 | 持続的な事業活動 | BCP体制の整備 安定して事業を継続することで、社会に対する使命を絶えず果たし続けます |    |

特集 1 : より良い物流サービスの拡充を図る



エディオン 豊田サービスセンター(愛知県)

配送・工事やサービスといったエディオンの強みである物流事業にスポットをあて、エディオングループのなかで最大規模を誇る豊田サービスセンター(以下、豊田SC)で取材をしました。

「エディオン及び100満ポルトといったストアブランドを展開するエリアで、地域に密着した事業活動を行ない、お客様の豊かな暮らしを支える物流サービスを提供し続けたいと考えています。」(中津所長)



豊田サービスセンター 所長 中津 将彦

Q エディオンの物流事業にはどのような特徴がありますか。

エディオンの強みは、生活へ新たな気づきをあたえる店舗作りや、営業店にご来店いただいたお客様に対する丁寧な接客や商品提案だけではなく、販売後の配送設置や工事、家電のクリーニングサービス、訪問修理といった販売後のサービス力にあると考えています。

エディオングループは全国75カ所にサービスセンターを展開しています。大型規模のサービスセンターはここ豊田(愛知県)を合わせて羽曳野(大阪府)、尼崎(兵庫県)、春日井(愛知県)、広島(広島県)の5カ所にあり、エディオンの事業を支える物流網の基盤となっています。年間の配送件数は165万件、工事件数は106万件、訪問修理件数は81万件(2021年度実績)にのびります。配送や工事といったサービス向上はもちろん、社内修理対応のレ

サービスセンター 75カ所



エリア内のドミナント店舗と一体となったサービスを提供することで「完全販売」実現に向けた取り組みを行なっています。(2022年3月現在)

ベルアップなどを図り、他社が追従できない圧倒的な物流サービスのさらなる充実を目指して日々活動しています。

ご購入いただいた商品をお届けする際には、事前に内容確認やお届け時間など電話にてお客様へ細やかなご案内を行なっています。故障などによりお急ぎでご来店されるお客様もいらっしゃいますが、16時までのご購入で在庫があれば、即日無料で配達をお受けできるのも当社のセールスポイントだと思っています。商品のお届けの際は、商品を設置するだけではなくお客様が安心して使用できるように、商品の動作確認を事故などが発生しないようにしっかりとチェックします。

また、最近のデジタル家電は様々な機能があり、細かい設定が必要な場合もありますので、よりお客様が便利に商

品を使っただけのような提案とともに使い方の説明をしています。

エアコンなどの、専門的な工事が必要な商品についても、サービスセンターからサービススタッフがお客様宅へ伺います。お客様は、購入された商品の到着を楽しみにお待ちしております。その気持ちを大切に、サービススタッフがお客様宅に訪問する際は、外からの汚れを持ち込まないように、新品の白い靴下へ履き替えるようにしています。さらに、シャツや制服の汚れなど身だしなみにも細心の注意を払っています。

また、エアコン工事などでは、施工前に工事内容の説明や取付場所の確認を行ない、工事後の掃除や動作確認など一軒一軒丁寧な対応を心がけています。

Q 経営理念を実現するために大切にしていることを教えてください。

高齢のお客様にも分かりやすく聞き取りやすいように、専門用語を使わずゆっくりと説明をするように心がけています。また、商品を使い続けていただくために、修理受付や訪問修理のご案内をしっかりと行なっています。万が一、店頭への持ち込みが難しい大型商品が故障した場合は、電話やネットで訪問修理の予約もできるようになっています。

物流サービス事業の一環として、エアコンや洗濯機などのクリーニングもアフターサービスとして充実させています。最良の状態でもより長くお使いいただきたいという経営理念の考えのもと誕生した事業です。エアコンク

リーニングは、お客様宅にお伺いし作業しています。空気を循環させるエアコンの内部はかなり汚れてしまいます。洗浄作業を見られたお客様は回収され溜まっていく水の汚れ具合に驚かれます。『ありがとう』のお言葉を多くいただける自信のあるサービスとなっています。また、洗濯機のクリーニングは、お客様宅からお預かりした商品をセンター内で洗濯槽を外すなど、分解して部品から洗浄します。

豊田SCには、洗濯機専用のクリーニング施設を備え万全の体制で実施しています。クリーニング中のご不便がないように、各センターでは洗濯機の代替機を用意していますのでご安心ください。

お客様からクリーニングのタイミングについてよく質問されますが、エアコンは冷房や暖房を本格的に使い始める前にご利用いただくと、キレイになるだけでなく節電効果にも繋がります。商品の寿命がなくなるその時まで、お客様が納得するまでお使いいただけるよう我々がしっかりサポートしていきたいと思っています。当社には、小型家電を自社で修理する部門を設けており、お客様の大切な商品をよりスピーディーに修理してお返しできるようにしています。修理を担当するサービススタッフは、個々の能力向上のため、接客対応や修理技術などの研修により、技術力を日々磨いています。

また、商品をさらに良いものにしていくために、修理内容やお客様からの要望を取り纏め、メーカー様へフィードバックしています。

Q お客様からの信頼や満足度を支えるために注力していることはありますか。

お客様に等しく良いサービスをご提供できるように、本社の人材開発部と連携し、大型センターを拠点に集合研修を行なっています。商品知識や身だしなみなどのマナー教育研修とともに、エアコン工事の施工技術、家電製品の修理などの実地訓練をすることで、総合的にスキルの向上を図っています。

事業の柱の一つでもあるリフォーム事業を下支えるために、リフォーム研修所を設けています。ここ豊田SCには、研修用の戸建て住宅を建てており、リフォームに必要とされる家屋のつくりや電気配線、水回りといった家屋の構造の基礎知識、大型商品の搬入方法など実地で学ぶことが可能です。



リフォーム研修センター
(豊田SC内)



エコキュート設置研修風景(豊田SC内)

特集 1: より良い物流サービスの拡充を図る

従業員だけでなく、協力会社の皆様とも力を合わせて品質の向上に努めています。当社のお客様への思いを理解していただき品質向上につなげたいという考えから、すべての協力会社様を対象として、年に2回の品質マナー講習を実施しています。研修では、経営理念の理解浸透とともに継続的なマナー品質の維持向上に努めています。また、苦情事例・称賛事例の共有を行ない、現場での事故防止・再発防止などに努め、より良いサービスが提供できる体制作り に注力しています。

協力会社の皆様とともに引き続きお客様目線で活動を行ない、今後もお客様にご満足いただけるサービスを提供してまいります。また、当社は国土交通省による「ホワイト物流」推進運動の趣旨に賛同のうえ、「自主行動宣言」を表明しており、取引先様や物流事業者の皆様との相互理解と協力のもとで、物流の改善に取り組んでいます。

Q 環境などへの取り組みはいかがですか。

各サービスセンターでは、ご家庭から排出された小型家電製品や携帯電話、マッサージチェアなどを回収しています。回収した小型家電製品などは、小型家電リサイクル法のもと、国から認定を受けた子会社である(株)イー・アール・ジャパンで金属やプラスチックに再資源化されています。

家電製品以外でも、商品を配送した際に出てくる段ボールやプラスチックなどの分別はもちろんのこと、緩衝材として入っている発泡スチロールは、機械で小さく砕いて圧縮し、170℃の熱をかけて溶解します。インゴット化すること

により体積が1/20になり、運搬にかかるCO₂の削減に貢献できるほか、ペットボトルや衣類といった新しい製品にも生まれ変わり、持続可能な社会を支える大切な資源となっています。

お客様宅を訪問する際に使用する自社の営業車両には、すべてドライブレコーダーを備えています。ドライブレコーダーによる運転状況は運転レポートで報告・管理され、従業員の体調不良などによるリスク回避やサービス品質向上にも役立つほか、エコドライブを心がけることでCO₂排出削減への取り組みにも寄与しています。

また、各センターは貨物運送事業者として交通事故防止抑制に努めており、豊田SCでは、愛知県トラック協会主催のトラックセーフティラリーで無事故無違反認定をいただくなど優良物流事業者として評価されています。



発泡スチロールの溶解作業
(豊田SC内)



発泡スチロールインゴット(豊田SC内)

Q 最後にメッセージを聞かせてください。

豊田SCは物流効率化を図るために、3つあった拠点を集約し、5,000坪という広大な敷地内にあります。入庫から出庫までコンピューターシステムで効率的に管理され、DX化が進んでいます。

敷地内の緑化などにも取り組み、今後も近隣住民の皆様との交流を通じた、地域との調和にも積極的に取り組んでいきたいと考えています。

営業店舗もサービスセンターも従業員一人ひとりがコーポレートメッセージである「買って安心 ずっと満足」を実施し、おもてなしの心を大切にしてお客様とのつながりを大事にしていきたいと考えています。私は、入社以来「親子三代にわたるお付き合いができるように、生涯顧客をつくっていこう、ずっとご満足いただけるサービスをしっかりとやっていこう」、という言葉大切にしていますが、今後もお客様のお困りごとに迅速対応し、最善の策を提案できるようチーム一丸となって、真摯に取り組んでいきたいと思っています。



豊田SCは交通至便な立地ながら近隣には田園風景が広がる

特集2: 次世代のエディオンファン育成

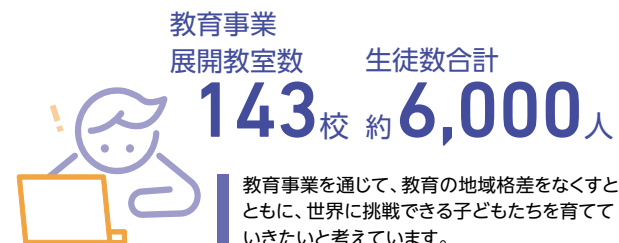
当社は、未来を担う次世代の子どもたちを育成することが、持続可能な社会を実現していくために非常に重要な取り組みであると捉えています。当社の教育事業は、知識やスキルの習得だけではなく、創造的な考え方を主体的に学び実践できる子どもたちの育成に貢献したいという思いからスタートしました。当社の事業活動が子どもたちの育成とともに社会貢献に繋がると考えています。

近年の小学校・中学校でのプログラミング教育必修化を受けて、当社では様々なプログラミング教育の機会を提供しています。親子で楽しめる各種イベントの実施、地域に密着した教育を推進するほか、大学や各種企業との共同研究によるプログラミング教材の開発などを行なっています。

子会社の夢見る(株)が運営するロボットプログラミング教室「ロボ団」でも、他企業との連携による教材の開発プロジェクトや共同開発コンテンツによるプログラミング体験会を実施するなど、子どもたちが社会をより身近に感じ、世の中の仕組みが理解できる取り組みなどを行なっています。

プログラミング教室

(2021年度)



います。今後もICT人材の育成と地域振興を目的に、各種自治体や学校、各団体と連携し、教育支援活動をサポートしていきたいと考えています。

学校教育の現場では、2021年度もコロナ禍の影響で様々なイベントが自粛の傾向にありました。そのようななかで、エプソン販売株式会社様のご協力のもとオンライン工場見学の体験イベントを開催し、全国の子どもたち約1,000名が参加しました。身近にあるプリンターという家電製品から、プリンティング技術が発明される前の「印刷の起源」、「色の原理」や最新テクノロジーに触れて学ぶ機会を得ることで、子どもたちの探求心を深掘りしていくイベ

ントとなりました。エプソンで働く若手エンジニアからは参加した子どもたちへの未来にむけたメッセージもあり、子どもたちだけでなく一緒に参加した保護者の方にも楽しんでいただきました。(2021年8月開催)



個々の成長を促す教育を

ロボットを使ってプログラミングを学ぶことで表現力と判断力、そして柔軟な思考力を培う



エディオンロボットアカデミー
アルパーク南校 教室長兼専任講師
藤岡 裕之

エディオンとして誇れる事業を

学習塾などでは、テストや受験対策などテクニック的な学習が大半ですが、私たちは考えることを重視しています。深く考え、試行錯誤し、積み重ねた時間が社会に出てからのスキル形成につながります。生徒達の成長した姿を想像するととても楽しみです(藤岡)。

ロボットプログラミングでは、チームで協力する力はもちろん、「伝える力」も必要です。自分の思いをどう表現しようかと考えている時は顔つきも変わります。引っ込み思案だった生徒が、自分からアピールするようになる嬉しそうですね(木本)。



エディオンロボットアカデミー
広島本校 教室長兼専任講師
木本 新

特集 3: 地域に根ざした顧客対応サービスを



お客様とオーナー様の
声に寄り添い
地域を守り育てる
フランチャイズ展開を

上席執行役員
営業事業部 フランチャイズ統括部長
高田 健

エディオンのフランチャイズ事業




当社のフランチャイズ（以下、FC）事業は1980年にスタートした歴史ある事業です。草創期は中国・九州を中心とした加盟店のみでしたが、2005年に中部・関東、2010年に関西と加盟店のエリアを拡大してきました。

家電を販売するメーカー系列の地域家電販売店——いわゆる“パパママショップ店”は、オーナー様の高齢化や店舗の事業承継がスムーズに進まないといった社会的背景もあり減少しています。しかしながら、地域に密着したサービスを展開する“顔が見える”まちの電気屋さん、家族ぐるみでお付き合いをしてきたという実績から信頼や安心を培っています。顧客の高齢化が進むなかで、ほしい商品があっても来店していただくことが難しくなったり、使用していた商品が故障した時にすぐに対応してほしい、すぐに商品説明をしてほしいといった要望が増えてきています。当

社のFC店舗はじっくりと時間をかけて個々に訪問対応し細やかなサービスを心がけており、今後ますます地域で求められていくと思っています。当社の経営理念に共感し、地域のニーズにもっと応えていきたいと加盟に関するご相談はありがたいことが増えており、企業統合しエディオンが設立された2002年に466店舗だった加盟店は、2022年3月末には753店舗と加盟店数は大きく増えました。

お客様のニーズに応えるために

エディオンのFC店舗は、エディオン直営店舗の知名度が浸透したエリアで当社に加盟いただいた「ファミリーショップ（FS）」と、沖縄県の（株）サンエー様のような直営店舗の営業エリア外を中心に店舗運営していただいている「メンバーズショップ（MS）」の2つがあります。FS加盟店の多くは、後半ご紹介させていただく千里桃山台店のよ

| FC種類 | FS(ファミリーショップ) | MS(メンバーズショップ) | ESC(エディオンサポートチェーン) |
|------|---|---|--|
| 形態 |  売場：100坪未満、売上高：3億円未満 |  売場：100坪以上、売上高：3億円以上 |  売場：無し、売上高：基準無し |
| 店舗数 | 702 | 51 | 318 |
| 特徴 | 商品の供給だけでなく、エディオンの経営理念を理解し実践できる店舗運営 直営店舗に準じながら地元密着した営業活動を行ない、きめ細かいサービスを提供 直営店舗では難しい訪問型の営業活動を行ない、高齢者にとってなくてはならない存在価値の高い店舗 地元のお客様と密接なコミュニケーションを図り、地域に頼られる存在 | 直営店舗営業エリア外において、地元企業・家電量販店の加盟により構成されエディオンの売上シェアアップに貢献 豊富な品揃えで、旬の情報発信を行なうなど、エリア内のシンボリック店舗 | 住宅設備・リフォーム業・建築業者等が家電を販売するサポートを行なう 商品供給だけを行なうボランティアチェーンと異なり、エディオンは仕入れ・配送設置・価格・修理のサポートを行なう |

うにご家族で経営されているFS店舗で構成されています。

FC店舗はエディオン直営店を中心にして営業展開することで、直営店ではカバーしきれない個々のお客様へのきめ細やかなサービスを行なっています。直営店とFC店舗が地域のなかで共存することで、よりお客様からの信頼を得ることに繋がっています。さらに、2015年度からは新しく「エディオンサポートチェーン (ESC)」という加盟形態を増やし、住宅設備・リフォーム業・建築業者といった異業種事業者がエディオンの家電商品を付帯販売することができるようになりました。住宅設備事業と家電製品の親和性は高く、ESC加盟店様とはうまく補完関係を築くことができます。

当社のFC加盟店舗では、直営店と同じ商品や季節に合わせた営業施策を展開しています。配送・工事、サービスといった直営店の物流網を活用することもできます。加盟後はエリアを任されたスーパーバイザー (以下、SV) が定期的に臨店をし、商圈へのアプローチ方法や新商品の情報提供、売上分析など様々な営業フォローを行なっています。当社のSV担当者はエディオンの経営理念を深く理解した直営店の店長経験者が多く、販売に関する実力はもちろんのこと営業店舗や物流センターへの繋がりをしっかりと持っており、オーナー様から信頼を得ています。また、本社には専用相談窓口も設置し、オーナー様からのご相談やご要望にしっかりと対応できる仕組みを整備しています。

今後も地域に寄り添い、当社にご加盟いただくオーナー様の声を真摯に受け止めながら、FC事業を成長させていきたいと考えています。

(取材・撮影 2022年7月)

FCオーナーインタビュー



エディオン 千里桃山台店 オーナー様ご家族

創業50年培った信頼をこれからも

ここ桃山台は昭和初期に吹田市から豊中市にかけて大阪府により開発された居住人口15万人規模の「千里ニュータウン」の一部です。当時建設されたマンションも多く、地域の成長とともにメーカー系列の家電販売店として、住民の生活に真摯に対応してきました。10坪の店舗ですが、近郊のお得意様 (約700世帯) を抱えて商品提案から配送工事まで行なっていました。

近年、系列メーカーの商品数が減ってきたことと、変化のお客様のニーズや地域の高齢化に対応するため、息子に事業承継するのを機に、2021年12月にエディオンのFC店舗として契約をしました。加盟店になることで取り扱える商品の種類も増え、コロナ禍でのロックダウンなどで一部の商品が入荷しにくくなった状況下であっても、信じて頼ってくださるお客様の期待に応え続けられたことは本当に良かったと思っています。

エディオンのフランチャイズ店として

直営店と同じようにエディオンの物流センターへ配送・工事を依頼することができるので、お客様をお待たせすることなく数件同時に配達することができます。個別に対応が必要な案件に対しては、ゆとりをもって要望を確認しながら柔軟に応えることができます。担当のSVさんが月に何度か臨店し、直営店と同じ季節商品の展開や新商品情報も提供してくれます。エディオンに加盟することで売上分析や顧客へのアプローチ提案など親身に対応してくれるのはありがたいなと感じています。

大事にしている地域とのかわり

毎月手作りしたチラシやDMをお客様宅に届けています。お客様が困っていると連絡があれば、電球などの消耗品ひとつでも配達設置します。気軽に相談していただける関係性を、これからもずっと大切にしていきたいです。Uターンなどで地元に戻ってくる世帯も多く、創業以来育み根づいた関係性は、高齢化も懸念されている社会のなかで、顔の見える店としてより信頼いただけるのと思っています。誰もが安心して快適に暮らすことができるように、お客様の生活にあった良いものをこれからも提案していきたいと思っています。



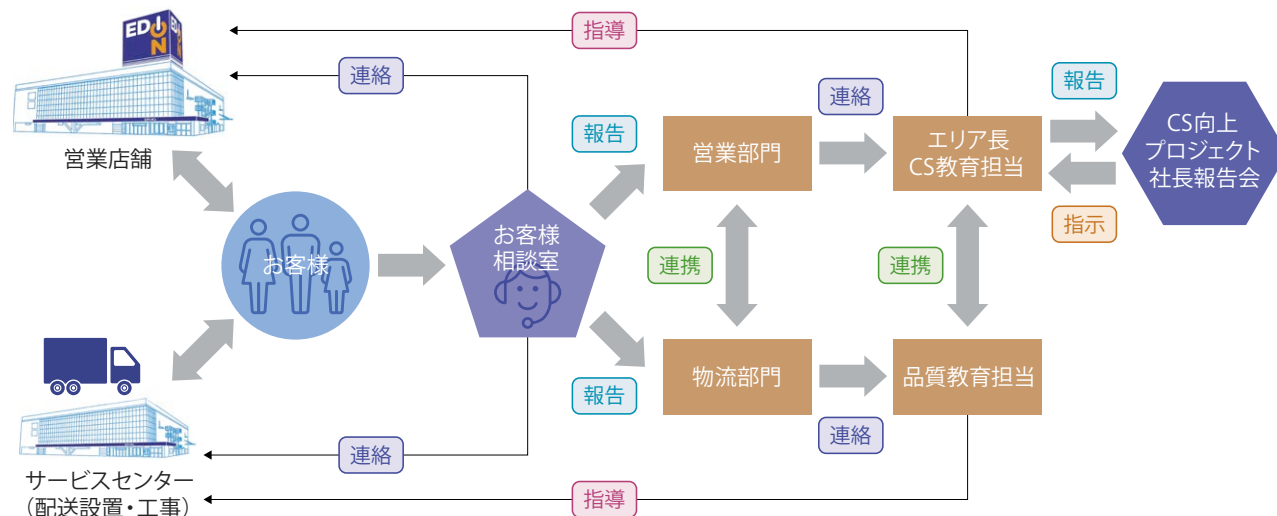
お客様の便利で豊かな生活の実現

お客様満足度向上への取り組み

エディオングループでは、お客様満足度向上への取り組みの一環として、「お客様相談室」を設置することで、お客様のお困りごとやご要望などを営業店舗やサービスセンターなどと連携し、迅速に解決していく体制を整えています。また、レシートからご回答いただけるWebアンケートや配送・設置時にお渡しするアンケートハガキから、お客様からのご意見、ご感想をいただいています。お客様から寄せられた「称賛」、「要望」、「苦情」の声は、日々、営業店舗やサービスセンターにフィードバックすることで、お客様がより快適にお買い物を楽しんでいただける環境作りに努めています。2021年度は、ハガキやWebを通じて合計761,548件の回答をいただき、お客様の満足率は88.8%でした。

当社は、お客様相談室と各事業部門が一体となり、収集したお客様の声からサービスの改善を図っています。直接社長へ状況報告を行なう「CS向上プロジェクト社長報告会」は8年目を迎えました。迅速に現場の教育に反映させるため人材開発部も参加し、課題を明確にして継続的に良質なサービス提供を行なうことができる体制を構築しています。プロジェクト開始当初のお客様満足率は70%台でした。配送工事におけるお客様とのお約束事や確認事項を現場の作業にもれなく伝達するための設置確認票の導入など、毎年様々な改善に取り組んできたことで、今では90%近くのお客様にご満足いただけるようになってきました。今後もご来店されるお客様におもてなしの心で応対し、末長くご愛顧いただける店舗作りを目指していきたくと考えています。

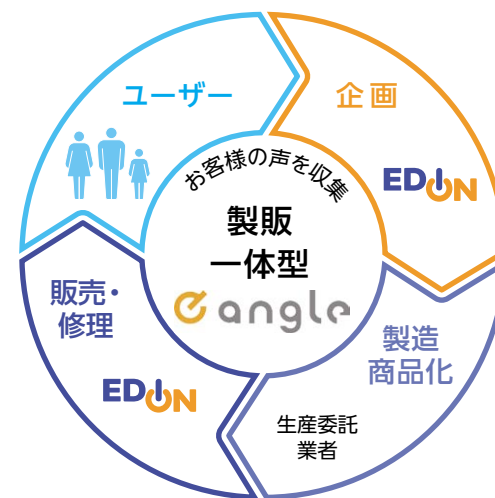
お客様の声を改善につなげる仕組み



お客様の声を取り入れた商品開発

当社はお客様の声を大切に、サービス改善や商品開発に役立てることを重視しています。エディオンのプライベートブランド家電であるe angle (イーアングル) は、お客様の要望を吸い上げて開発した独自商品です。「くらしを、新しい角度から。」をコンセプトに斬新なアイデアを取り入れ新しい需要開発をしています。全国の営業店舗でお客様と向き合っている従業員からの意見も取り入れながら、今後もお客様の生活を便利に、快適にする製品を次々と商品化していきたいと考えています。

製造から販売まで手がけるプライベートブランド家電



安全な製品を提供するための取り組み

お客様に安心して商品をお使いいただくため、1987年から「商品性能テスト研究所」を開設しており、新規商品、海外製品等の安全性、耐久性、実用性、操作性等について独自にテストを実施しています。

法律による規格や基準だけでなく、商品の安全性と基本的性能や部品の消耗程度をチェックします。加えて、「環境実験室」では、高温・低温・高湿など、日本列島で想定されるあらゆる環境下での耐久性と、商品の効用や経済性について当社独自の基準によるテストを行なっています。その他、同一条件下での性能・消費電力の比較などお客様目線で、様々なテストを実施しています。



商品性能テスト研究所におけるテストの様子

体験・体感を提供する店舗の展開

リアル店舗には、ネット販売では味わうことのできない体験・体感をお客様に提供できるという強みがあります。シャワーヘッドや高圧洗浄機は実際に水を使用した実機で使用感を試せます。調理家電では炊飯器の炊き比べやコーヒー豆の焙煎、試飲コーナーではカタログでは分からない個々の好みを確認することができます。高品質な映像を、最新の音響システムと大迫力の大型画面で視聴できる展示など、体験の数々をご用意することで、お客様の五感を刺激するエンターテインメント性のあるワクワクする店舗作りを推進しています。

また、全店舗にWi-Fiを完備しており、最新のIoT家電製品を体験できるだけでなく、エディオンアプリで電子プライスから商品説明を見たり、ECサイトへアクセスしたり、

時代とともに変化するお客様のニーズへ迅速に対応しています。

2022年5月、エディオン広島本店リフォームコーナーに、ホームセンターを含む量販店では初となるバリアフリーリフォームの展示を始めました。座ったまま使えるキッチンや洗面化粧台など、障がいがある人や高齢者向けだけでなく、ご来店いただくすべてのお客様にとって、リフォームを検討するうえで重要な気づきのある商品となっています。今後ニーズが高まっていくであろう商品をお客様に納得して購入いただくためには、実際の展示で使いやすさを体験することが大切だと考えています。ショールームやカタログ販売ではできない、多様な提案力をもった店舗運営に取り組んでいきます。



映像体験ブース



多様化するリフォームへの対応

環境と調和した脱炭素社会の実現

エディオンでは、気候変動対応を重要な経営課題の一つと認識し、2021年7月にTCFD^{*}提言に賛同するとともに、TCFDに基づく情報開示の拡充に取り組んでいます。気候変動が当社の事業に与えるリスク・機会を分析して経営戦略・リスクマネジメントに反映するとともに、その進捗を適切に開示し、社会全体の脱炭素化に貢献しながら、さらなる成長を目指します。

TCFD提言への対応

当社は、TCFDが推奨する4つの開示項目である「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」ごとに気候変動に対するリスクと機会についての取り組みを整理しています。今後もTCFDのフレームワークに沿って気候変動に関する情報開示を順次進め、充実を図ることで、ステークホルダーの皆様への説明責任を果たしてまいります。



^{*}TCFDとは、「気候関連財務情報開示タスクフォース (Task Force on Climate-related Financial Disclosures)」の略称で、G20の要請を受け金融安定理事会 (FSB) により、気候関連の情報開示及び気候変動への金融機関の対応を検討するために設立されました。2017年6月に、気候変動の影響を金融機関や企業等の財務報告において開示することを求める提言を公表しています。

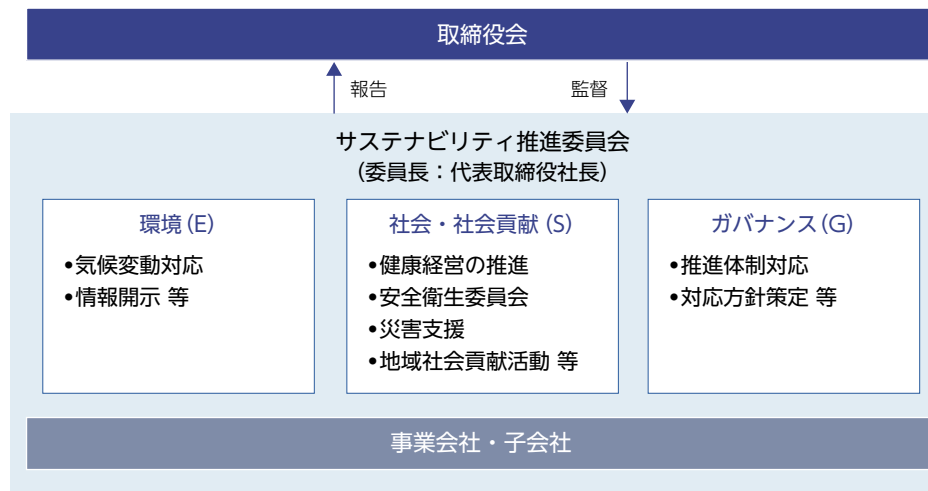
1. ガバナンス

当社では、「お客様の豊かな暮らしを永続的に支える企業」でありたいという考えのもと、エディオングループの経営理念に基づいて当社の持続的な成長とすべてのステークホルダーの発展に資するため、サステナビリティに関する取り組みを推進しています。

なかでも気候変動に伴うリスクや機会は、事業戦略や財務計画に大きな影響を及ぼすものと認識し、サステナビリティ経営をグループ全社で横断的に推進するため、2022年6月にサステナビリティ推進委員会を発足しました。

サステナビリティ推進委員会では、気候変動を主要テーマの一つとし、TCFD提言に則した情報開示項目の整理とGHG排出量の見える化、対応方法及びサステナビリティ対応方針の策定等を行なうとともに、目標や施策の進捗情報を議論し、取締役会に報告を行ないます。

また、取締役会においてはその監督体制として、委員会で審議したサステナビリティに関する課題と目標、対応について適宜報告を受け、必要に応じて審議のうえ、決議します。



2. 戦略

当社は、台風・豪雨の激甚化等の気候災害の拡大及び脱炭素化等の気候変動緩和に向けた全世界的な取り組みが当社の経営とビジネス全体に重大な影響を与える重要課題であると認識しています。当社は、気候変動が当社グループに与えるリスク・機会とそのインパクトの把握、及び2030年時点の世界を想定した当社グループの戦略のレジリエンスとさらなる施策の必要性の検討を目的に、シナリオ分析を実施しました。シナリオ分析を通じて気候関連リスクの影響を認識し対応策を検討することにより、当社の事業上のリスクの低減と価値創出の機会を実現し、持続可能かつ安定的な収益を長期的に確保することを目指します。

【シナリオ分析プロセス】

シナリオ分析にあたっては、脱炭素社会への移行を想定する1.5℃/2℃シナリオ及び経済活動を優先する4℃シナリオを採用しました。

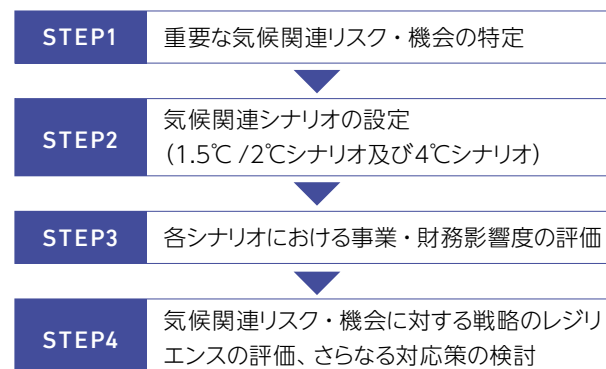
1.5℃/2℃シナリオでは、パリ協定目標の達成に向け、脱炭素のための社会政策・排出規制や技術投資等が現在以上に進んでいく未来を想定し、国際エネルギー機関 (IEA) の2050年で排出量がネットゼロとなるシナリオ (Net Zero Emission by 2050 Scenario) を参照し検討しています。また4℃シナリオでは、十分な気候変動緩和対策が実現せず、GHG排出が増大し続け、気候災害による物理的リスクが大きく増大する未来を想定し、IEAの現状の政策シナリオ (Stated Policies Scenario) やIPCCによるSSP5-8.5シナリオを参照し

検討しています。シナリオ分析の対象範囲は、2030年の世界を想定して特に気候変動の影響を受ける可能性のある家電、リフォーム、物流事業に関連するグループ会社8社のサプライチェーン全体といたしました。

| | |
|--------|--|
| 参照シナリオ | ・1.5/2℃シナリオ：IEA NZE シナリオ ・4℃シナリオ：IPCC SSP5-8.5 |
| 対象事業範囲 | 家電、リフォーム、物流事業に関連するグループ会社8社 |
| 対象年 | 2030年時点の影響 |
| 時間軸 | 気候変動の影響は長い時間をかけて顕在化していく可能性があることを踏まえ、短期・中期・長期の時間軸を次の通り定義しています。 ・短期：現在～2025年 ・中期：2026年～2030年 ・長期：2031年～ |

【シナリオ分析ステップ】

下記手順に沿ってシナリオ分析を実施しています。



【シナリオ分析結果】

シナリオ分析の結果、1.5℃/2℃シナリオ、4℃シナリオいずれのケースにおいても、消費者のライフスタイル変化への追従に失敗すること、気候変動への緩和や適応への対応の遅れによる評判の低下が当社にとって重大なリスクであることが分かりました。一方で継続的なシナリオ分析を通して他社に先んじて1.5℃/2℃及び4℃の世界のいずれにも迅速に対応できる事業戦略を構築することにより、リスクを機会に転じさせることもできると考えています。

例えば1.5℃/2℃シナリオにおいては、炭素税や省エネルギー化に関連する規制強化が想定されているため、当社にとってはコスト増加に繋がります。しかしながら脱炭素に向けて省エネや建築物ZEB化の規制が進行し、GHG排出量の規制が強化され、それらに伴う社会意識の変化への対応を進めていくなか、エネルギー効率が高く、GHG排出量の低い製品への需要が拡大することは、家電やリフォーム事業を展開する当社にとっては機会でもあると考えています。

また、4℃シナリオにおいては、自然災害が激甚化した結果、被災による被害が発生するとともに、サプライチェーンの分断によって納品が遅延することに伴う販売機会の損失が見込まれます。しかしながら、平均気温が上昇するなかで自社の温度や湿度を一定に保つために空調のエネルギー消費量が増加し、空調コストの増加が見込まれるなか、エネルギー効率の高い空調への需要が拡大することは当社にとっては機会でもあると考えています。

環境と調和した脱炭素社会の実現

当社の主な気候変動によるリスク及び機会

| リスク・機会の分類 | | リスク・機会の要因 | 主なリスク・機会の内容と当社グループへの影響 | 1.5/2°Cシナリオ | | 4°Cシナリオ | |
|-----------|----------|---|--|-------------|----------|---------|----------|
| | | | | 時間軸 | 事業/財務影響度 | 時間軸 | 事業/財務影響度 |
| リスク | 移行リスク | 政策・法規制 炭素税の導入、省エネルギー化に関連する規制強化 | <ul style="list-style-type: none"> ・税支払の増加 ・エネルギーコストの増加 ・省エネ・再エネに関連する設備投資コストの増加 ・サプライチェーンの操業コスト増による調達コストの増加 ・事業活動の制限・縮小 | 中期 | 高 | 非該当 | |
| | | 政策・法規制 製品のライフサイクル（調達、製品、使用、廃棄）に関連する規制強化 | <ul style="list-style-type: none"> ・新規サプライチェーン構築によるコストの増加 ・当該製品やサービスに対する需要減少に起因した売上減少、事業撤退 | 長期 | 高 | 非該当 | |
| | | 政策・法規制の義務違反、ステークホルダーニーズへの未対応 | <ul style="list-style-type: none"> ・未対応による評判低下、及び時価総額減少 ・義務違反による商業停止、及び売上減少 ・義務違反による訴訟に関わるコストの発生 | 短期 | 高 | 短期 | 高 |
| | 技術 | 気候変動の緩和・適応に資する顧客向け製品・サービスの準備の遅れ・失敗 | <ul style="list-style-type: none"> ・開発の失敗、競合に追従できないことによる顧客喪失・売上減少 | 中期 | 高 | 中期 | 高 |
| | 市場 | 気候変動に伴う消費者のライフスタイルの変化の見極めの失敗 | <ul style="list-style-type: none"> ・消費者の嗜好と異なる商品展開を行なうことによる収益拡大機会の喪失、売上減少 | 中期 | 高 | 中期 | 高 |
| | 評判 | 当社の気候変動への対応が不十分であることによる外部ステークホルダーからの評判の低下 | <ul style="list-style-type: none"> ・評判低下による売上減少 ・株価低下による時価総額の減少 ・信用棄損による資金調達コストの増加 ・人材確保難による成長への影響 | 短期 | 高 | 短期 | 高 |
| 物理的リスク | 急性 | 台風や洪水などの異常気象の増加 | <ul style="list-style-type: none"> ・店舗の休業・営業時間短縮、来店客減少による売上減少 ・自社の在庫損害、店舗・設備損壊によるコストの増大 ・サプライチェーン上の企業が被害を受けることによる商品調達の失敗・売上減少 ・集配業務不能エリアが発生することによる売上減少 ・荷物の保管や再配達のための追加コストの発生 | 中期 | 低 | 中期 | 高 |
| | 慢性 | 降水パターンの変化や平均気温の上昇 | <ul style="list-style-type: none"> ・店舗・事業所・物流センター・工場の労働環境維持を目的とした空調エネルギー消費量増加による電力コストの増加 ・気温感応度の高い製品の売上減少 ・熱中症リスクの対策コストの増加 ・災害多発による保険料の増加 ・別供給先の確保等に伴う調達コストの増加 ・店舗設備の入れ替えによるコストの増大 | 中期 | 低 | 中期 | 高 |
| 機会 | 製品及びサービス | 気候変動の緩和・適応に資する顧客向け製品・サービスの拡張、及び消費者の嗜好の移り変わりへの対応 | <ul style="list-style-type: none"> ・消費者の嗜好、気候変動の緩和・適応に資する商品とサービスに対する需要増加に起因する売上増加 | 中期 | 高 | 中期 | 高 |

3. リスク管理

当社では、グループ全体に関わるリスク管理の基本方針や管理体制について、リスク管理規程で定めています。その規程に基づいてリスク管理委員会を設置し、グループ企業を取り巻くリスクを総括的に管理しています。

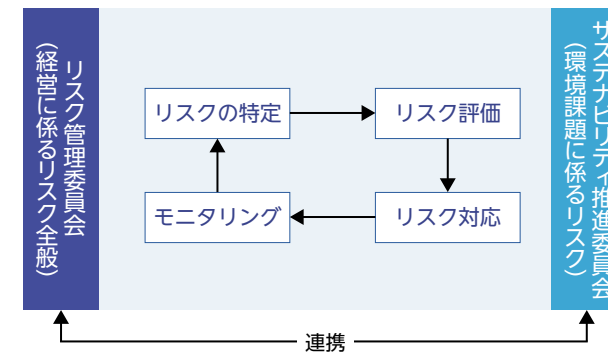
リスク管理委員会では、当社の事業に負の影響を与えるリスクを特定し、そのリスクの影響度合いと発生可能性を評価することで、リスクの重要性の検証を行なっています。

さらに想定されるリスクに対して、管理目標と具体的な対策を決定し、その進捗状況について継続的にモニタリングを実施しています。リスク管理の状況については、取締

役会への報告を行なっています。

CO₂排出規制などの気候変動に関連するリスクや機会の評価・管理については、サステナビリティ推進委員会で実施しています。全社的な気候変動のリスクと機会を管理し、リスクと機会を特定・評価・管理する手法についても審議、決定のうえ、取締役会に報告しています。識別した気候変動関連リスクは「移行リスク」、「物理リスク」に分類のうえ、リスクと機会の財務的影響を評価し、重要なリスクと機会を特定後にリスク管理委員会と協議を行ない、対応策を検討しています。

リスク管理プロセス



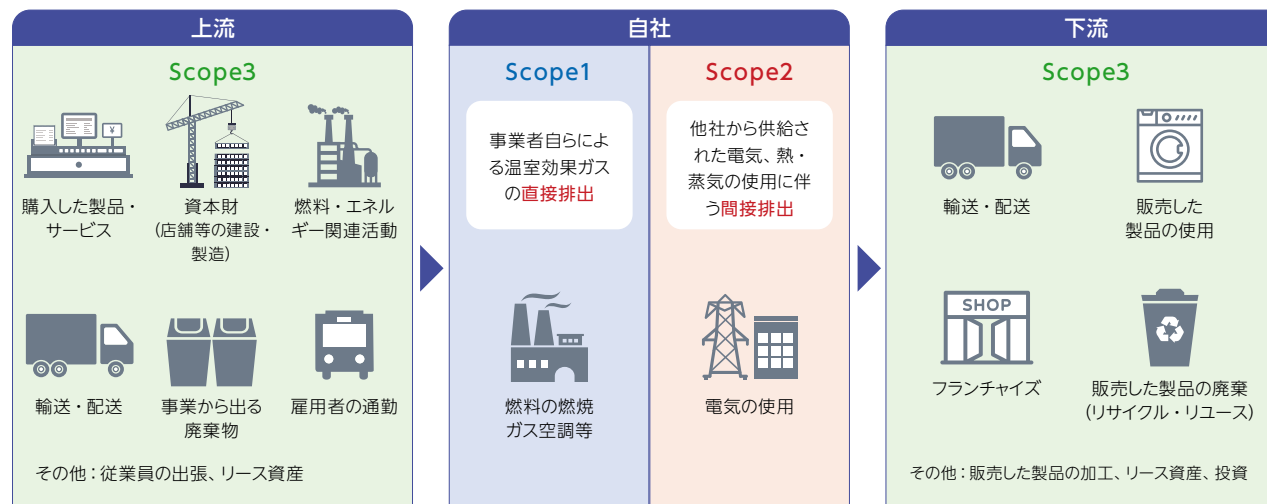
4. 指標と目標

GHG排出量を削減する運営を目指し、LED照明などの省エネ設備やグリーンエネルギー設備の導入を進めています。また、省エネ製品・サービスの提供を通じて、その重要性を理解していただく活動など、脱炭素社会の実現に向けた取り組みを積極的に行なっています。

今後は、GHGプロトコルに沿ったScope1及びScope2の開示を進めてまいります。Scope1、Scope2の削減目標設定やScope3の算定に向けても検討を進めており、これらについても順次、開示を進めてまいります。

今回実施したシナリオ分析に基づくリスクと機会についての財務的インパクトの算出を進めるとともに、リスク対応と機会獲得のための新たな対応策の検討と、具体的な指標と目標であるKPIを設定し、気候変動へのより一層の対応を進めてまいります。

当社のサプライチェーンにおける主なGHG排出

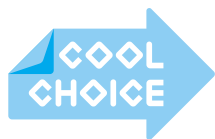


環境と調和した脱炭素社会の実現

エディオングループの環境に対する基本的な考え方

エディオングループでは、環境に優しく家計にも優しい省エネ家電製品の普及を推進しています。脱炭素社会の実現は、一人ひとりのライフスタイルの転換が重要です。私たちは、温室効果ガスの排出量を削減し、脱炭素社会に向けた取り組みを推進する環境省の「クールチョイス」に賛同し、以下の活動を実施しています。

1. 従業員に対する環境教育の実施
2. 省エネを訴求する冊子の作成とお客様への配布
3. 省エネ型製品推奨の店内放送
4. 省エネ型製品推奨のポスター・パネル等を店内で掲示

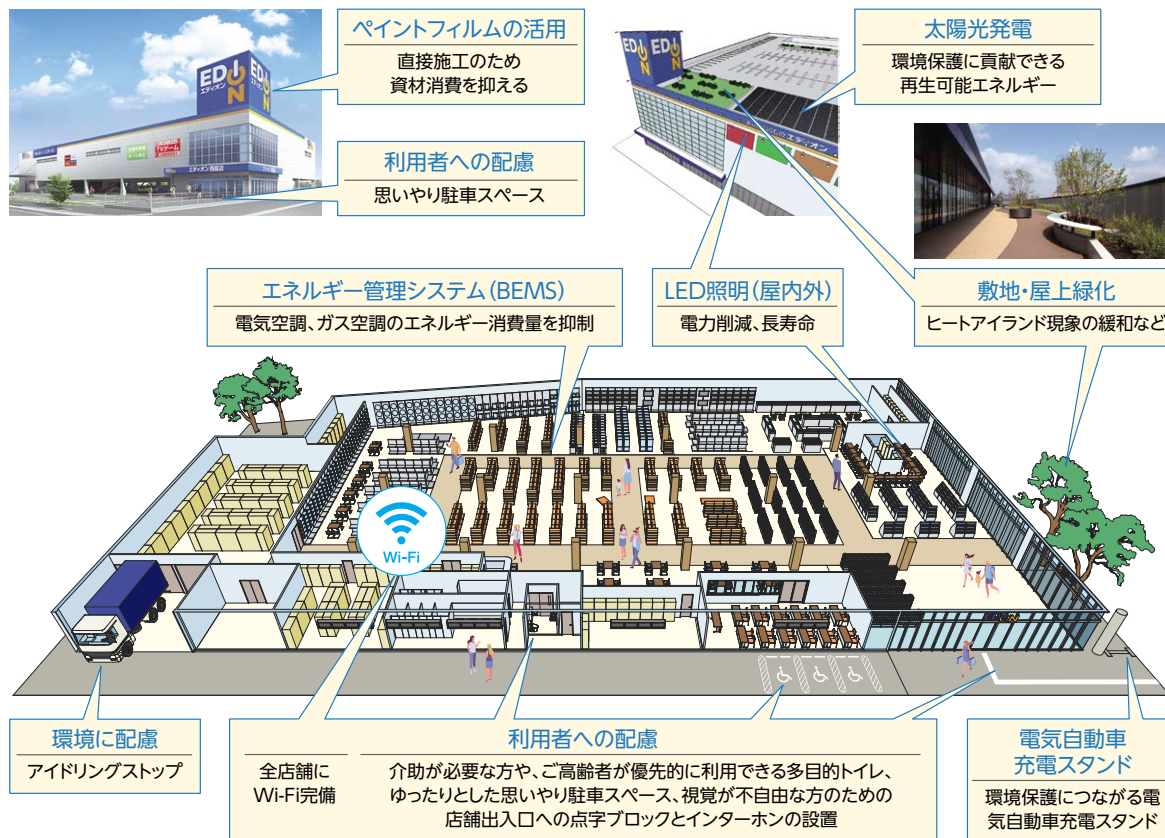


ひとりひとりができること
**ゼロカーボン
アクション30**

環境と人に優しい店舗作り

環境汚染・地球温暖化防止への取り組みとして、各店舗で太陽光発電システムや蓄電システムなどを積極的に販売しています。リフォーム事業を通じて、オール電化、蓄電池、節水型トイレ、遮熱効果の高い外壁塗装など、環境に

配慮した商品の販売を積極的に行なっています。また、事業主様向け産業用太陽光発電設備及びEV充電システムなど、大規模な創エネ、省エネ工事については、子会社(株)エディオンハウスシステムが行なっています。



環境に優しい店舗運営

森林資源保護

再生紙使用、電子プライスの活用

省資源

再生紙使用、両面コピー

ごみ減量、リサイクル

簡易包装の推進、レジ袋の環境対応

省エネ家電販売の推進

営業店舗では、省エネ製品やサービスの提供を通じて、その重要性をお客様に理解していただく活動を推進し、環境貢献製品の販売を積極的に行なっています。また子会社(株)エディオンハウスシステムでは、産業用の太陽光発電設備や蓄電池の設置工事を行なうことで、脱炭素社会の実現に向けて貢献しています。

全店一斉クリーン活動

エディオングループでは、2007年から本社事務所や直営店舗、サービスセンターの周辺だけではなく、道路や公園といった公共スペースも対象とした全店一斉クリーン活動を実施しています。

毎年全国480拠点
で約10,000名の従業員が参加しています。



地球温暖化防止の取り組み

温室効果ガスの排出を削減する運営を目指し、LED照明などの省エネ設備やグリーンエネルギー設備の導入を進め、脱炭素社会の実現に向けた取り組みを行なっています。現在、直営店舗の98.9%にLED照明が導入されています。

廃棄物削減の取り組み

循環型社会の実現に向け、リサイクルやリユース事業を行なう子会社(株)イー・アール・ジャパンを2012年に設立し、有益に資源活用する取り組みをグループ全体で実施しています。

リサイクル事業では、金・銀・銅・レアメタルの元になるミックスメタル、鉄、アルミニウム、プラスチックなどの有用資源を、金属商社や精錬工場などに販売することで、資源の国内循環を支えています。またリユース事業では、買い取ったパソコンや携帯電話などを、作業員が一つひとつ手作業で確実にデータ消去を行なったうえで、外装補修等を施し、リユース品として販売しています。



森林整備活動

世界遺産に登録されている奈良県吉野山の荒廃地や放置林における、景観上や治山・治水上の問題解決に取り組む「吉野フォレスト森林整備活動」に参画しています。県や町、企業の協力を得て広く市民が参加しており、吉野神宮から金峯山寺蔵王堂(国宝)に向かう登山道沿いの山林の間伐や植林活動を行ない、地域貢献活動を推進しています。

産業廃棄物の排出量

(2021年度)

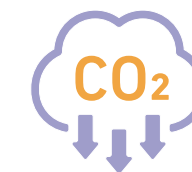


47,294t

循環型社会実現のために、産業廃棄物及び家電リサイクル品を適正に回収し、再生利用、再資源化を進めています。

CO₂の排出量

(2021年度)

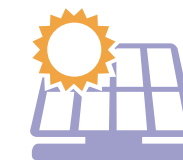


106,869t-CO₂

LED照明の導入や省エネ空調への切り替え、エネルギー管理システム「BEMS」の設置等に取り組み、CO₂の削減を目指しています。

太陽光発電システムの設置拠点数とCO₂の削減

(2021年度)



70拠点
年間 1,400t以上

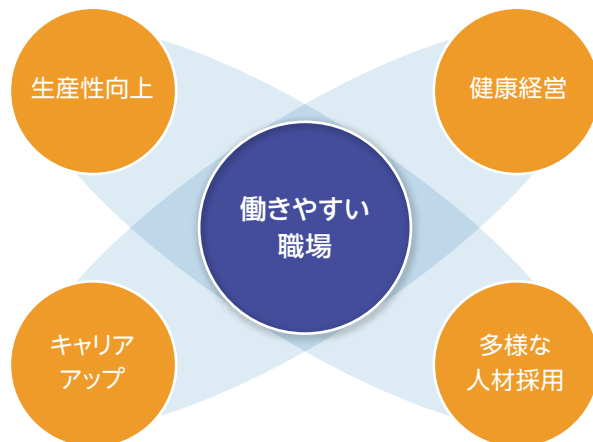
全国70拠点の店舗・サービスセンター等に太陽光発電システムを設置し、年間1,400t以上のCO₂の削減に貢献しています。

働きがいのある組織と多様な人材育成の実現

エディオンでは、倫理綱領で「働きやすい職場、社員の公平・公正な処遇と能力開発に努めます」と定めています。性別、国籍、年齢、雇用形態など社員の様々なバックグラウンドに基づいた違いを尊重して受け入れ、積極的に活かすことにより、変化し続けるビジネス環境や多様化する顧客ニーズに対応しています。

働きやすい職場作り

従業員一人ひとりのライフスタイルに応じて仕事と個人の生活を調和させながら、やりがいをもちて生き生きと働き続けることができるよう「ワークライフバランスの向上」、「両立支援制度(育児・介護の支援)」、「多様な働き方のための福利厚生」、「安全衛生の徹底」などの取り組みと支援を行なっています。また、業務改善・コスト削減委員が中心となり、日々の業務改善や働き方改革などのアイデア募集を行ない、従業員が働きやすい職場作りを推進しています。



従業員数(人)

| 範囲 | 区分 | 2017年度 | 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 |
|------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 単体 | 正社員 | 7,416 | 7,834 | 7,830 | 7,918 | 8,037 |
| | 男性 | 6,667 | 6,846 | 6,798 | 6,866 | 6,905 |
| | 女性 | 749 | 988 | 1,032 | 1,052 | 1,132 |
| | 臨時従業員 | 6,037 | 6,127 | 6,273 | 6,377 | 6,426 |
| | 合計 | 13,453 | 13,961 | 14,103 | 14,295 | 14,463 |
| グループ | 正社員 | 8,653 | 8,761 | 8,778 | 9,007 | 9,158 |
| | 臨時従業員 | 6,843 | 6,827 | 7,111 | 7,202 | 7,276 |
| | 合計 | 15,496 | 15,588 | 15,889 | 16,209 | 16,434 |

平均年齢・単体

| 区分 | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 |
|----|--------|--------|---------|
| 全体 | 41歳4ヵ月 | 41歳6ヵ月 | 41歳10ヵ月 |
| 男性 | 42歳7ヵ月 | 43歳0ヵ月 | 43歳1ヵ月 |
| 女性 | 33歳4ヵ月 | 34歳0ヵ月 | 34歳0ヵ月 |

平均勤続年数・単体

| 区分 | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 |
|----|--------|--------|---------|
| 全体 | 16年7ヵ月 | 16年8ヵ月 | 16年10ヵ月 |
| 男性 | 17年8ヵ月 | 18年1ヵ月 | 18年1ヵ月 |
| 女性 | 9年6ヵ月 | 10年0ヵ月 | 9年0ヵ月 |

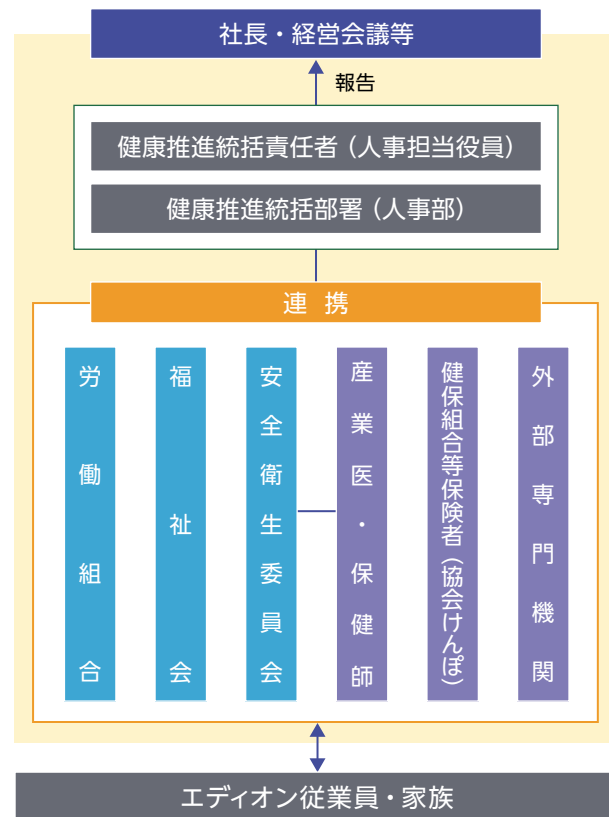
離職率(%) ※3月末退職者は含みません

| 区分 | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 |
|----|--------|--------|--------|
| 全体 | 3.73 | 3.04 | 2.67 |
| 男性 | 3.33 | 2.53 | 2.26 |
| 女性 | 6.36 | 6.27 | 5.12 |

健康経営の推進

従業員とその家族の健康を重視し、従業員の健康保持・増進に取り組んでいます。また近年の従業員の平均年齢上昇に伴い、長く健康に働けるよう健康診断受診の徹底と病気の予防を、積極的に推進しています。

健康を維持・向上するための推進体制



健康経営宣言

エディオンの経営理念である「効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現」を達成するには、経営の基盤となる従業員とその家族の健康が必要不可欠です。

エディオンは従業員とその家族の心身の健康を第一と考え、従業員が生き生きと働ける健康づくりと健全な経営を推進し、従業員の健康の維持向上に努めることを宣言いたします。

2019年9月

代表取締役会長兼社長執行役員

久保 允誉

健康経営優良法人2022に認定

経済産業省及び日本健康会議が選定する「健康経営優良法人2022 (大規模法人部門)」において、従業員への健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践する「健康経営」の取り組みが優良であると、3年連続で認定されています。今後も引き続き、従業員の健康の維持・増進に努めていきます。



健康経営関連指標の設定

健康経営をより推進するための指標を設定し、取り組み状況を把握しています。2021年度の実績及び2022年度の目標は以下の通りです。

| | | |
|------------------------------|-----------------|----------------|
| ①健康診断受診率 | 2021年度実績：94.8% | 2022年度目標：100% |
| ②高ストレス者比率低下 | 2021年度実績：5.3% | 2022年度目標：5.2% |
| ③残業時間削減 | 2021年度実績：12.9時間 | 2022年度目標：短縮改善 |
| ※社内目標数値を設定し、従業員の健康維持と向上に努めます | | |
| ④有給休暇取得数 | 2021年度実績：8.9日 | 2022年度目標：10.1日 |
| ⑤喫煙率の削減 | 2021年度実績：25.4% | 2022年度目標：25.0% |

ワークライフバランスの向上

主体的な働き方・休み方改革を実現し、生き生きと働き続けられる職場作りに向けて、取り組みを強化しています。

●勤務間インターバル制度の導入

生活時間や睡眠時間を確保するため、勤務終了から勤務時間までに十分な休息時間を設けています。勤怠管理システムにより11時間の休息時間が得られるように見える化し、全従業員のインターバルをシステム上で確保しています。社員の健康維持や仕事に対するモチベーションの向上は、より高いパフォーマンスの発揮につながり、生産性の向上に寄与するものと考えています。

働きがいのある組織と多様な人材育成の実現

● 労働時間削減への取り組み

営業時間が10時間を超える営業店舗・サービスセンターでは、勤務シフト制の活用により長時間に及ぶ時間外労働が発生しないように工夫して店舗運営を行なっています。

● コミュニケーション向上への取り組み

職場でのコミュニケーションを向上するために、全社的なレクリエーション活動を推進しています。労働組合広報誌「Harmony (ハーモニー)」を発行し、様々な職場での取り組みや労使でのプロジェクトを周知しています。

メンタルヘルス対策

メンタルヘルス対策の一環として、労働安全衛生法で定める50人以上の事業場だけでなく、全事業場を対象としたストレスチェックを年1回実施しています。その結果に基づき、高ストレス者の多い事業所への保健師等の訪問、高ストレスの従業員に対する産業医面談の実施などを行なっています。

相互理解のある組織と多様な働き方の実現

誰もが働きやすい職場に

私はエディオンに勤めて33年となりますが、労働時間の短縮や業務効率化といった働きやすい環境をつくる働き方改革、有給休暇取得の考え方など、新型コロナウイルス感染症の拡大もあり、家族や生活といった様々なことへの考え方が一層変化してきたなと感じています。

十数年前、私が副店長の時に妻が出産をしたのですが、当時の店長へ無事に生まれたと報告をした時に、「今日くらいはしっかり休め」と言われました。

子どもが生まれて嬉しかったし、休みたいという思いはもちろんありましたが、店舗運営の責任を前に言葉にすることができなかった私に、出産後の妻の体調など気にかけてくれた店長の心遣いはすごく嬉しかったです。自然にいたわりの対応をとってくださった人柄に感銘を受けたことを、今でも覚えています。



エディオン新加古川店 店長
(前 ニッセキパークタウン店 店長)
大谷 郁明

そして私自身もそういった店長でありたいと日々精進しています。現在は、配偶者の出産時に2日間の特別休暇が取得できるようになっています。「おめでとう」の気持ちとともに制度を案内できるように、4月1日に異動となった新加古川店でも従業員間のコミュニ

ケーションはしっかり取ることを心がけています。

私の場合は、親が介護施設に入っていたので、突然病院などから緊急の電話がかかってくる体験もありました。仕事をしながらの対応、介護に対する不安感や長期化するケースにも理解ができます。

社会的な課題が多くなると言われてはいますが、自身が体験し、相手がどのような家族状況なのかを理解していないと制度をうまく活用できないとも思っています。

育児にしても介護にしても、毎回同じ状況とは限らないと思います。お客様や店舗運営への影響が最小限になるように、状況をしっかりと把握して、休暇や時短、シフトなどコミュニケーションを密にして柔軟に対応していきたいと思っています。

10月初旬頃に、石飛社員から育児休業の取得について相談を受けました。ニッセキパークタウン店では2例目で、経験者の話や人事部への問い合わせができる環境が充実していたことは彼にとって良かったのではと思っています。

出産前から家庭の状況などを聞いていたので、どのタイミングで休暇を取るかなど相談していました。11月からは年末商戦時期で、最大のセールがあり、主力が抜けることで店舗の従業員への負担が大きくなることは容易に想像がついていましたが、相談したエリア長の理解も深く、臨時に応援社員を手配してくださいました。一番忙しいセール期間に人員を減らすことなく、来店されるお客様への対応や準備もしっかりできたことは、本人が育児休暇後も有休などを利用しながら段階的に店舗に戻ってくることへの支

えとして良かったのではないかと考えています。

規模の小さい店舗では、柔軟な勤務時間に対応することが難しい。店舗間の格差が生じてはよくないので、エリア内で柔軟に配置換えを行ったり、臨時に応援体制をとれるような仕組み作りが課題だと感じています。何事も、実

際に体験しないと本当の意味で理解できないと思っているので、多様化する社会問題に対応できる店長が増えていくといいなと思います。また、営業部全体の問題としてエリア長が迅速に対応していただいた当店の事例を、今後も繋げていってほしいと思います。

男性育児休業取得者の声

第1子の長男が生まれる際、出産日が予定よりも早まり、妻が不安を口にしたことを私は強く記憶していました。第2子である長女を授かり、予定日などを聞き、私も実感していくなかでそのことを思い出し、出産後の体調や育児の大変さも感じていたので、妻の負担をできるだけ軽減したいという思いから育児休業を1ヵ月間利用しました。

当社には従業員に向けた労働組合広報誌があり、レクリエーションの様子や従業員の出産を祝う特集ページなどもあり楽しみにしているのですが、そのなかに育児休業やその他の育児支援制度に関する情報もあり大変助かりました。また、実際に育児休業を申請するにあたり人事部にも相談をしましたが、制度の内容など詳しく確認することができて安心しました。長男がまだ幼かったため、妻が出産前後に入院している期間は有給休暇を取得し私が長男の世話をすることができたので、妻も安心して出産に臨めたと思います。

男性育児休業取得申請は当時勤務していた店舗で

は2例目で、早めに事情を話やすい環境で同僚からの理解を得ることができました。妻も私が育児休業を取得したことは嬉しかったと言ってくれています。今後、男性社員も積極的に取得を検討されることをお勧めします。

子どもと触れ合う時間が増えたことから、お子様がられるお客様に向けた接客提案などが自然とできるようになり、仕事の視野が広がりました。

自分の体験から、働くうえで様々な事情を抱えている従業員は多いという気づきを得られたことは、今後店長を目指す自身にとっても良い成長経験だったと思っています。

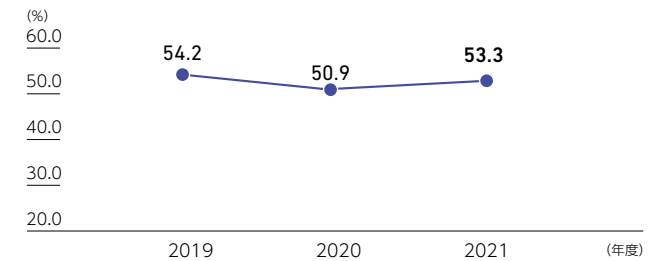


エディオン西明石店 主任
(前 ニッケパークタウン店 主任)
石飛 潤二

制度利用の促進

ワークライフバランスの実現に向けて社内制度の利用を促進し、管理職層を対象とした研修では出産・育児・介護等の両立支援制度の周知と理解促進を行なっています。

有給休暇取得率



介護休業取得者数・復職者数 (人)

| | | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 |
|----|------|--------|--------|--------|
| 男性 | 取得者数 | 1 | 3 | 3 |
| | 復職者数 | 1 | 3 | 1 |
| 女性 | 取得者数 | 3 | 9 | 8 |
| | 復職者数 | 3 | 8 | 5 |

育児休業取得者数・復職者数 (人)

| | | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 |
|----|------|--------|--------|--------|
| 男性 | 取得者数 | 3 | 2 | 9 |
| | 復職者数 | 1 | 2 | 5 |
| 女性 | 取得者数 | 104 | 110 | 95 |
| | 復職者数 | 84 | 89 | 91 |

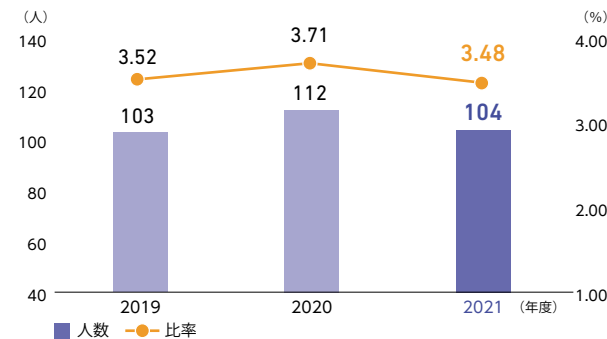
働きがいのある組織と多様な人材育成の実現

ダイバーシティ&インクルージョン

女性活躍の推進

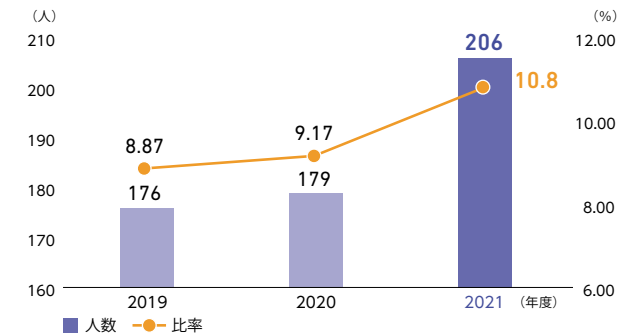
倫理綱領にて、「働きやすい職場、社員の公平・公正な処遇と能力開発に努めます」と定め、労働組合とも協調し女性従業員の活躍を推進しています。

主任以上の女性人数・比率※(単体)



※ 主任以上の女性比率=主任以上の女性人数/主任以上の従業員数

女性主任候補者数・比率※(単体)



※ 女性主任候補者比率=女性主任候補者数/主任候補者の従業員数

女性社員の声



エディオン三次店 店長代理
森宗 佳世

私は三次店に異動して、結婚と2回の出産を経験しました。社会的なステージの変化があるたびに、社内でもこのまま退職していくんだろうといった雰囲気が時代的にあったように思います。結婚・出産時に会社を辞める選択は考えていなかったのです

が、当時の本社の部長から「産後も頑張って戻って来いよ」と言われたのが、応援していただいたようで嬉しかったのを覚えています。入社31年が経ち、振り返ると色々和大変だったことも思い出しますが、今となっては良い経験であったと感じています。

若手・中堅の女性社員を対象に、次世代リーダー育成を目的とした選抜型研修の第1回に参加し、それぞれ目標を持った女性社員との意見交換や営業活動において横のつながりができたのは励みにもなり、良かったと思っています。

女性は、ステージが変わるごとに出会いが広がり、自分の考えも広がっていくと思っています。結婚すれば相手の家族やその友人、趣味などが広がり、子どもができれば保育園や幼稚園、地域とのつながりで交流も広がっていきます。人脈の広がりや、私自身の日々の営業活動にプラスになったと思います。考えが広がることで、環境の変化に柔軟に対応できて、誰かの悩みにも瞬時に立場を置き換えて自分のこととして課題解決することもできます。

家事もそうですが、いくつもの物事を同時進行で片づけていく力は、実は女性特有の能力だといわれています。育児を経験することで、タスク消化のプロになれるかもしれません。店長代理という店舗を運営する立場として、部下が

育休を取得する場合は、その期間を通じてより良い経験を積んで成長してほしいと考えています。復帰後は自身の経験を活かした接客が自然とできるようになると思います。学びの場としても育休の時間を使えるように、例えばですが、“初めてのパパ・ママ調理家電セット”のような貸出制度が会社としてできてくと嬉しいですね。

育休制度や出産後の時短勤務など、時代とともにより働きやすい環境になってきています。三次店で働く女性社員が次のステージを目指していけるように、自分の培った経験などをしっかりと伝えていきたいと思っています。

様々な状況を経験してきた女性先輩社員の声も聞く機会があり、時代に合わせた研修制度も充実しています。

女性が当たり前活躍できる時代が来ています。安心して悩みを相談し共有できるので、女性社員の皆さんには早い段階から管理職になるという目標を持って頑張っていたら嬉しいなと思います。

子育てサポートの取り組み

次世代育成支援対策推進法に基づき、子育てに関する支援など一定の基準を満たした企業を、厚生労働省が「子育てサポート企業」として認定する「くるみん」を取得しています。

配偶者の出産時に特別有給休暇を2日取得できるなど、子育てサポートに対する独自の取り組みを行なっています。さらに、産休や育休の取得推進に向け、研修動画の作成などに取り組んでいます。

また、第4期計画（2021年3月～2023年2月）では、男性従業員の育休取得の啓蒙・推進を中心に策定しており、社内ポータルサイトや労働組合広報誌などでも、従業員に周知を図っています。

● 育児・介護短時間勤務制度

主に育児休業からの復職者を対象として、育児時間短縮勤務の制度を導入しています。また、介護に対する時間短縮勤務制度も導入しています。仕事と生活の両立を図れるように、1日の勤務時間を5時間、6時間、7時間から選択して働くことが可能です。

障がい者雇用の推進

グループ全体で丁寧な指導や快適な職場環境の整備など、誰もが安心して働ける企業を目指しています。子会社（株）イー・アール・ジャパンでは、障がいを持たれる方にも働きやすい環境を整えるなど、2021年度のグループにおける雇用率は2.38%となりました。2019年5月から新しい農園型就労支援に参画し、障がい者の社会参加支援に取り組んでいます。

健全な労使関係

エディオンでは健全な労使関係を築くために、労使間にもつわる定期的な情報交換と協議を行なっています。賃闘から一時金交渉をはじめ、経営協議会や労使協議会・時間管理協議会など定期的に開催し、その結果を社内ポータルサイトなどで速やかに従業員へ発信しています。

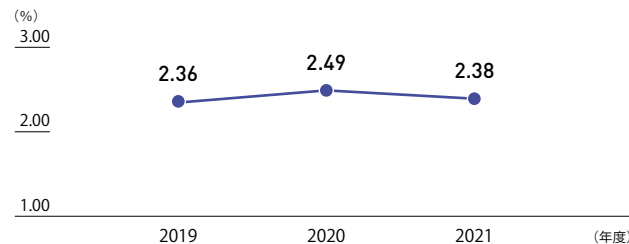
<主な取り組み>

- ダイバーシティ推進労使プロジェクトの活動
- 災害時の勤務についてのガイドライン
- 65歳定年制度、勤務間インターバル制度の導入

「スマイルシャインミーティング」の開催

労働組合の主催で「スマイルシャインミーティング」を開催しています。これは、出産や結婚を考えている社員、育児休業期間を終えて仕事に復帰をする社員など、性別を問わず誰でも参加が可能です。笑顔で仕事と子育ての両立ができる情報交換の場として従業員に活用されています。

障がい者雇用率



副業（兼業）への対応

社会や働き方の変化に伴い、社内だけでは得られない知識やスキルを身に付け、将来に向けた自身のキャリアアップとともに会社に寄与する人材育成を目的とし副業を認める制度をスタートしました。

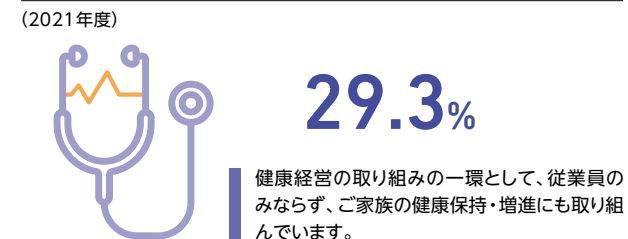
シニア人材の活用

定年退職者を対象とした定年再雇用制度を整備しており、2021年度の定年再雇用率は93.9%となりました。2020年度から、これまでは60歳であった社員の定年退職年齢を1年ずつ延長しており、2029年度以降は定年退職年齢を一律65歳まで引き上げるなど、環境作りに注力しています。

主任以上女性（5年間比較）



家族の健康診断受診率



働きがいのある組織と多様な人材育成の実現

『顧客に選ばれる従業員』の育成を目指して



人材開発部長
藤井 茶織

経営理念の実践を通じてお客様一人ひとりに最適な商品を提供し、お客様の豊かな暮らしを永続的に支えることができる人材の育成が私の役割であると思います。

すべての従業員が理念を理解し活動した結果、お客様と信頼関係を築き『顧客に選ばれる人材』となることを目標として、従業員の育成に取り組んでいます。顧客に選ばれる従業員として必要な要素は、4つあると考えています。

1つ目は、お客様目線で考えられること。お客様の立

場に立って考え、自分がしてもらって嬉しいことを心を含めてお客様へして差し上げる。このようなお客様目線を持つことが大事です。

2つ目は、プロ意識を持つこと。店内では常にお客様のことを意識し、接客技術はもちろん、身だしなみや立ち振る舞いにも注意を払うよう、入社時から徹底して教育します。

3つ目は、チームワークを発揮できること。個人では実現できないことも、従業員全員がチームワークを発揮することで実現できることが多くあるからです。

4つ目は、誠実であること。お客様にはもちろん、チームである従業員同士で信頼関係を築くうえでも必要な要素です。また、お客様は最高のコンサルタントであると考え、お客様の声には常に誠実な気持ちで耳を傾けるよう伝えています。

一方で、従業員の働きやすさへの取り組みも推進しています。女性が働きやすい労働環境を整えるうえで、生涯を見据えて働き続けキャリアを伸ばしたいと考える女性をいかに増やしていけるかが課題となります。女性キャリアアビジョン研修では、若手女性社員を対象に、どのように公私ともに充実したキャリアを歩むのかを考えるキックオフをしています。

女性管理職を増やすという目標を掲げるうえで、部下育成・マネジメントにおいて女性が抱えがちな問題をいかに解消していくかが課題です。現在は、主任やリーダーと

いった中堅女性社員を対象に次世代リーダーの育成を目的とした選抜型研修を実施しています。ステップアップするために必要な知識を学び、それぞれの課題点を共有することで、研修の場は女性同士が繋がりを形成するための重要な機会にもなっています。

さらに、2016年から会社と労働組合の双方で推進している「ダイバーシティ推進労使プロジェクト」や、社員向け研修・教育コンテンツの提供を通して、『誰もが働きやすい職場環境作り』にも取り組んでいます。現在は、有期社員の雇用条件改善はもちろん、シニア層社員の活性化、子育て世帯に対する育児支援などに力を入れています。

『顧客に選ばれる従業員』とはどのような人材なのかを従業員に広く知ってもらうために、今期から優秀販売員へのインタビューを行ない、模範となる接客ロールプレイングなどの動画を全従業員を対象にWeb配信しています。時代とともに、お客様の求める従業員像は変化します。その変化にいち早く対応できるよう、今、支持されている人材を紹介する動画教育にも力を入れています。

最後に、私自身、家庭と両立しながら店長を経験して、大きなやりがいを感じる事ができました。今後も、自分の経験を活かして「子育て」と同じような姿勢で、店長を目指す女性社員の育成に取り組んでいきたいと思っています。

(取材・撮影 2022年7月)

人材育成

人事制度

評価制度として経営目標に連動した業績評価と組織的な行動基準に基づく行動評価を導入しています。この評価制度を軸に、成果につながる行動を実践していくことで、一人ひとりの成長に繋がっています。評価結果とともに、資格制度、能力開発制度、オンライン研修制度といった各人材育成制度を活用し、モチベーション向上、能力開発の推進を図っています。

緊急事態下でも学習できる環境整備

新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、2021年度からは、コロナ禍でも学習の機会を確保できるよう、主に5年次までの若年層向けの集合研修を、Web研修に切り替えて実施しています。

● コロナ禍におけるハイブリッド学習

目的に合わせて対面研修とオンライン研修を組み合わせ、構築するハイブリッド（ブレンド型）学習を実施しています。知識の習得や啓発は「動画学習」で、接客技術や協同学習は対面による「集合研修」または「Web研修」で実施しています。基礎知識や要点を動画で予習しておくことにより、研修の場では「学び合い・教え合い」の協同的な学習やグループワーク、ロールプレイングに時間を充てることが可能となっています。



Web研修画面

研修制度

接客話法やマナー研修などを通じて、お客様に真心を持って接することができる人材育成に取り組んでいます。また、感染症対策とともに業務のなかでも効率的に研修を受けられるように、Web会議システムを利用した研修とともに当社独自のeラーニング「エディオンムービーアカデミー」において教育プログラムの充実に取り組んでいます。

目的別研修

| 研修タイトル | 対象者 |
|----------------|-----------------------|
| コーチャー研修 | 新入社員へのコーチャー担当社員 |
| 女性キャリアビジョン研修 | 一般女性社員 |
| 選抜女性主任研修 | 選抜女性主任 |
| 社会人の基礎知識講座 | 採用内定者 |
| eラーニング『School』 | 本社部門社員 |
| キャリア研修 | 役職定年（キャリアチェンジ）を迎える正社員 |
| パートナー研修 | 契約社員・パートナー社員 |

<研修方針>

- 経営理念に基づく人材の育成
- 企業方針による研修プログラム構築
- 顧客満足度・従業員満足度を高めるための研修実施



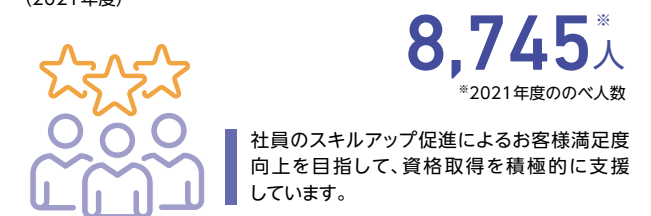
コーチャー研修



新入社員研修

在籍資格保有者数

(2021年度)



積極的な地域社会への貢献

スポーツ振興

「エディオン女子陸上競技部 (1989年創部)」、「エディオンアーチェリー部 (1990年創部)」をはじめ、様々なスポーツ振興・発展に貢献しています。

エディオン女子陸上競技部

1989年の創部以降、全日本実業団対抗女子駅伝大会に28回出場しているほか、日本代表選手として国内外の大会において入賞するなど幅広く活躍を続けています。



エディオンアーチェリー部

1990年に創部し、数々の全国大会優勝や国際大会への出場実績があります。



●女子陸上競技部による地域社会貢献活動

エディオン女子陸上競技部では、地域の小・中学生を対象に陸上教室などを開催し、短距離、ハードル、リレーなど、走り方の基本を分かりやすく指導しています。

地域の子どもたちとのふれあいを通じて、陸上競技の魅力を発信することで、スポーツ振興をはじめ、地域社会への貢献にも積極的に取り組んでいます。



<エディオングループ 戦歴>

エディオン女子陸上競技部

| | | | | |
|-------|-----------------------------|-------------|-----|--------|
| 2019年 | 第58回全日本競歩輪島大会 | 10km 競歩 | 優勝 | 藤井 菜々子 |
| | 第23回アジア陸上競技選手権大会 (カタール・ドーハ) | 100mH | 優勝 | 木村 文子 |
| | 第103回日本陸上競技選手権大会 | 100mH | 優勝 | 木村 文子 |
| | 第17回世界陸上競技選手権大会 (カタール・ドーハ) | 100mH | 出場 | 木村 文子 |
| | 第67回全日本実業団対抗陸上競技選手権大会 | 20km 競歩 | 7位 | 藤井 菜々子 |
| 2020年 | 第74回国民体育大会 | 成年女子 1,500m | 優勝 | 萩谷 楓 |
| | 第103回日本陸上競技選手権大会 プロスカントリー競走 | シニア女子 8km | 優勝 | 石澤 ゆかり |
| | 第44回全日本競歩能美大会 | 20km 競歩 | 優勝 | 藤井 菜々子 |
| 2021年 | 第104回日本陸上競技選手権大会 | 女子20km競歩 | 優勝 | 藤井 菜々子 |
| | 第104回日本陸上競技選手権大会 プロスカントリー競走 | シニア女子 8km | 優勝 | 萩谷 楓 |
| | 第36回静岡国際陸上競技大会 | 800m | 優勝 | 北村 夢 |
| | 第32回オリンピック競技大会 (日本・東京) | 100mH | 出場 | 木村 文子 |
| 2022年 | 第106回日本陸上競技選手権大会 | 5,000m | 出場 | 萩谷 楓 |
| | | 女子20km競歩 | 13位 | 藤井 菜々子 |
| | | 10,000m | 2位 | 萩谷 楓 |

エディオンアーチェリー部

| | | | | |
|-------|------------------------|----------|--------|-------------------|
| 2019年 | 第67回全日本実業団アーチェリー大会 | リカーブ団体 | 1位 | 菊地 栄樹・岩田 歩・大澤 妃奈乃 |
| | | リカーブ男子 | 1位 | 菊地 栄樹 |
| | 第74回国民体育大会 | 成年女子個人 | 1位 | 堀口 理沙 |
| 2020年 | 広島県会長杯 | リカーブ男子団体 | 日本記録樹立 | 菊地 栄樹・岩田 歩・河田 悠希 |
| | 第68回全日本実業団アーチェリー大会 | リカーブ男子 | 優勝 | 河田 悠希 |
| 2021年 | 第32回オリンピック競技大会 (日本・東京) | 男子個人 | 出場 | 河田 悠希 |
| | | 混合団体 | 出場 | 河田 悠希 |
| | | 男子団体 | 銅メダル | 河田 悠希 |

サンフレッチェ広島

1997年からクラブトップパートナーを務め、地域スポーツの振興・発展に貢献しています。



サンフレッチェ広島レジーナ

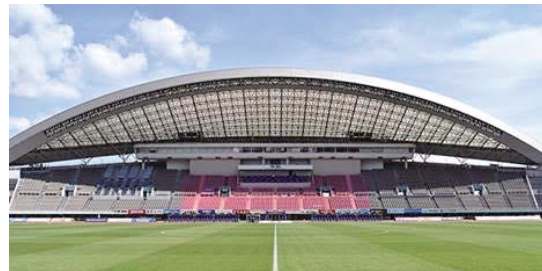
2020年に創立された日本初の女子プロサッカーリーグ（WEリーグ）のクラブパートナーを務めています。



ネーミングライツの取得

地域社会の一員として、地域のスポーツ・文化の発展に貢献していきたいという思いでサンフレッチェ広島のホームスタジアムである広島市のエディオンスタジアム広島（広島広

域公園陸上競技場）、大阪市のエディオンアリーナ大阪（大阪府立体育館）、名古屋市のエディオン久屋広場（久屋大通公園 久屋広場）など各施設のネーミングライツを取得しています。



エディオンスタジアム広島

プロ野球へのスポンサー活動

「中日ドラゴンズ」、「広島東洋カープ」、「福岡ソフトバンクホークス」とスポンサー契約を締結しています。各球団の応援セール等により店頭・チームともに盛り上げを図り、地域に根差した企業として応援セールを実施するなど

各球団のチームとともに地域社会に貢献する取り組みを積極的に行なっています。

また、子会社（株）サンキューではプロ野球の「北海道日本ハムファイターズ」を支援しています。

DetonatioN Gaming(プロeスポーツチーム)

2018年からスポンサー契約を締結し、同チームによる店頭イベントを積極的に開催するなど、eスポーツの振興・発展に貢献しています。

全国ジュニアテニスツアーを支援

2021年より、全国各地で予選約250大会、全国3大会が開かれる全国ジュニアテニスツアーの支援を開始しました。「EDION JAPAN JUNIOR TENNIS TOUR」として全国で大会を開催することで、テニスのさらなる普及、ジュニア選手の強化、海外との交流促進に貢献しています。

文化振興・社会貢献

芸術文化活動への協賛支援

当社は、一般社団法人 障がい者自立推進機構が運営する障がい者アーティストの自立推進に繋がる活動「Paralym Art®」（以下、パラリンアート）に賛同し、2021年9月よりオフィシャルパートナーとして協賛しています。アート作品は、当社の株主様ご優待ギフトカードや飲料水のペットボトルデザイン、額装絵画などに採用しており、大変好評をいただいています。

また、当社は一人でも多くの障がい者アーティストを

援するために、パラリンアート所属「工房はんど」のアーティスト21名とコラボレーションし、2022年2月24日より、LINEクリエイターズスタンプの販売を開始しました。本協賛を通じて地域社会との協調を図り、持続可能な社会の実現に向けて貢献していきます。



こども本の森

未来を担う子どもたちに、本や芸術文化を通じて命の大切さとともに創造力や好奇心を育ててほしいという趣旨に賛同し、文化施設「こども本の森 中之島」と「こども本の森 神戸」に対し寄付を行ないました。

ウクライナ避難民のための支援

避難民の受け入れを担う大阪市からの要望に応え、生活に必要な家電製品の寄贈を行ないました。

お取引先様、株主様との良好な関係の実現

お取引先様との関わり

エディオングループでは、倫理綱領に「お取引先様と透明な取引を行ない、お互いの発展に努めます」、「お客様、お取引先様の個人情報、企業機密を厳正に取り扱います」と定めています。私たちは、仕入先、協力会社その他のいずれのお取引先様にも公平かつ公正に接するとともに、取引に際しては商取引に関する法令・健全な商慣習を遵守し、透明な取引条件、良好な関係維持のもと、お互いの発展に努めています。

公正な取引の推進

商取引に関する法令・健全な商慣習を遵守し、透明な取引条件と良好な関係維持のもと、お互いの発展に努めるとともに、「外注管理規程」や情報管理に関する諸規程等に従い、厳正なる審査を行なったうえで、協力会社への委託を行なっています。また、「独占禁止法遵守のための行動指針」を定めるとともに、「独占禁止法コンプライアンスマニュアル」を作成し周知することで、グループ全体を通じたコンプライアンス意識の強化を進めています。

<独占禁止法遵守のための行動指針>

独占禁止法及び、その他の関係法令・健全な商慣習を遵守し、公正で自由な競争原理に基づいて営業活動を行ないます。

お取引先様は、当社と対等な位置にあるパートナーであり、エディオングループは、お取引先様との間で、長期的で安心した信頼関係の確立を図ります。

(2012年4月1日制定)

「ホワイト物流」推進運動

～持続可能な物流の実現に向けた自主行動宣言～

国土交通省による「ホワイト物流」推進運動の趣旨に賛同し、次のように取り組むことを宣言しています。

● 取り組み方針

事業活動に必要な物流の持続的・安定的な確保を経営課題として認識し、生産性の高い物流と働き方改革の実現に向け、取引先や物流事業者等の関係者との相互理解と協力のもとで、物流の改善に取り組みます。

● 法令遵守への配慮

法令違反が生じる恐れがある場合の契約内容や運送内容の見直しに適切に対応するなど、取引先の物流事業者が労働関係法令・貨物自動車運送事業関係法令を遵守できるよう、必要な配慮を行ないます。

● 契約内容の明確化・遵守

運送及び荷役、検品等の運送以外の役務に関する契約内容を明確化するとともに、取引先や物流事業者等の関係者の協力を得つつ、その遵守に努めます。

物流サービス品質向上への取り組み

当社の従業員だけでなく、協力会社の関係者とも力を合わせて品質の向上に努めています。特に、物流協力会社においては、年2回のマナー教育研修を実施し、継続的なマナー品質の維持向上に努めています。また、苦情事例・称賛事例の共有を行ない、現場での事故防止・再発防止などに努め、より快適なサービスが提供できる体制作りにも注力しています。

協力会社とともに引き続きお客様目線で活動を行ない、今後もお客様に満足いただけるサービスを提供していきます。



マナー教育座学研修



技術研修

株主様との取り組み

当社は、持続的な成長を続け、中長期的に企業価値の向上を図り、社会貢献を果たしていきたいと考えています。株主様、投資家様をはじめ、社内外のステークホルダーの皆様に対しては、会社の経営に関する重要情報を適時適切に開示し、積極的なコミュニケーションを行ないます。

株主様・投資家とのコミュニケーション

インサイダー情報の管理に留意しつつ、フェア・ディスクロージャー・ルールに則り、機関投資家向けには決算説明会を、個人株主向けには証券会社の個別説明会等を開催するなど、株主様や投資家との対話に取り組み、株主様の意見等は経営陣へ定期的に報告のうえ、今後の経営に活かしています。また、東京証券取引所の規則に基づく適時開示のほか、株主様の投資判断に資すると思われる事項を当社ホームページへ公開するなど、情報提供を積極的に行ないます。

定時株主総会は、毎年6月に開催しています。議案については、招集通知を早期にお届けするとともに、当社ホーム

ページにも掲載し、十分にご審議いただけるよう取り組んでいます。また、利便性向上のため、書面、インターネット等による議決権行使も行なえる体制を整えています。なお、2021年6月開催の株主総会についても、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止に努めたうえで開催しました。会場内の座席間隔確保のため、座席数を削減するとともに、極力、書面またはインターネットによる議決権の行使をお願いしました。

利益配分に関する基本方針

安定的な経営基盤の確保に努めるほか、株主還元を経営の重要課題と考えており、株主様への安定的配当の実施を念頭に置きながら業績及び経営基盤強化のための内

部留保等を勘案し、配当額を決定することを基本方針としています。また、中間配当と期末配当の年2回の剰余金の配当を行なうことを基本方針としています。

1株当たり配当額と配当性向

(単位：円銭)

| | 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度予想* |
|----------|--------|--------|--------|--------|-----------|
| 中間配当 | 14.00 | 18.00 | 20.00 | 22.00 | 22.00 |
| 期末配当 | 18.00 | 16.00 | 26.00 | 22.00 | 22.00 |
| 年間配当 | 32.00 | 34.00 | 46.00 | 44.00 | 44.00 |
| 配当性向(連結) | 30.4% | 33.6% | 29.6% | 35.1% | 32.1% |

* 2022年6月29日開示時点

株主優待制度の拡充

より多くの株主様に、当社の株式を中長期的に保有していただくため、株主優待制度を導入しています。エディオン、100満ボルトの店舗(フランチャイズ店を含む)とエディオンネットショップ(<https://www.edion.com>)

で利用可能なギフトカードを贈呈しています。また、1年以上長期保有の株主様(同一株主番号で2回以上、3月31日現在の株主名簿に記載された株主様)への感謝を込め、贈呈額の加算制度を導入しました。

| 株主優待制度 概要 | |
|-----------|---|
| 対象者 | 毎年3月31日現在の株主名簿に記載された、1単元(100株)以上ご所有の株主様 |
| 有効期限 | 2023年6月30日まで(1年間) |



2022年6月に発行した株主様ご優待ギフトカードには「パラリンアート」で活躍するアーティストのデザインを採用しています。

| 所有株数 | 優待金額 | 長期保有加算額 |
|--------------|-----------------|---------|
| 100～499株 | ギフトカード 3,000円分 | 1,000円分 |
| 500～999株 | ギフトカード 10,000円分 | |
| 1,000～1,999株 | ギフトカード 15,000円分 | 2,000円分 |
| 2,000～4,999株 | ギフトカード 20,000円分 | |
| 5,000～9,999株 | ギフトカード 25,000円分 | |
| 10,000株以上 | ギフトカード 50,000円分 | |

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

エディオンは、株主の皆様、お客様、地域社会、お取引先様、従業員などの利害関係者（ステークホルダー）からいただく安心と信頼のもとに成り立つ地域密着型のビジネスを展開しており、サービス型小売業として地域社会に受け入れられ、広くご愛顧をいただくために以下の3つを事業運営の基本的な指針として位置付けています。

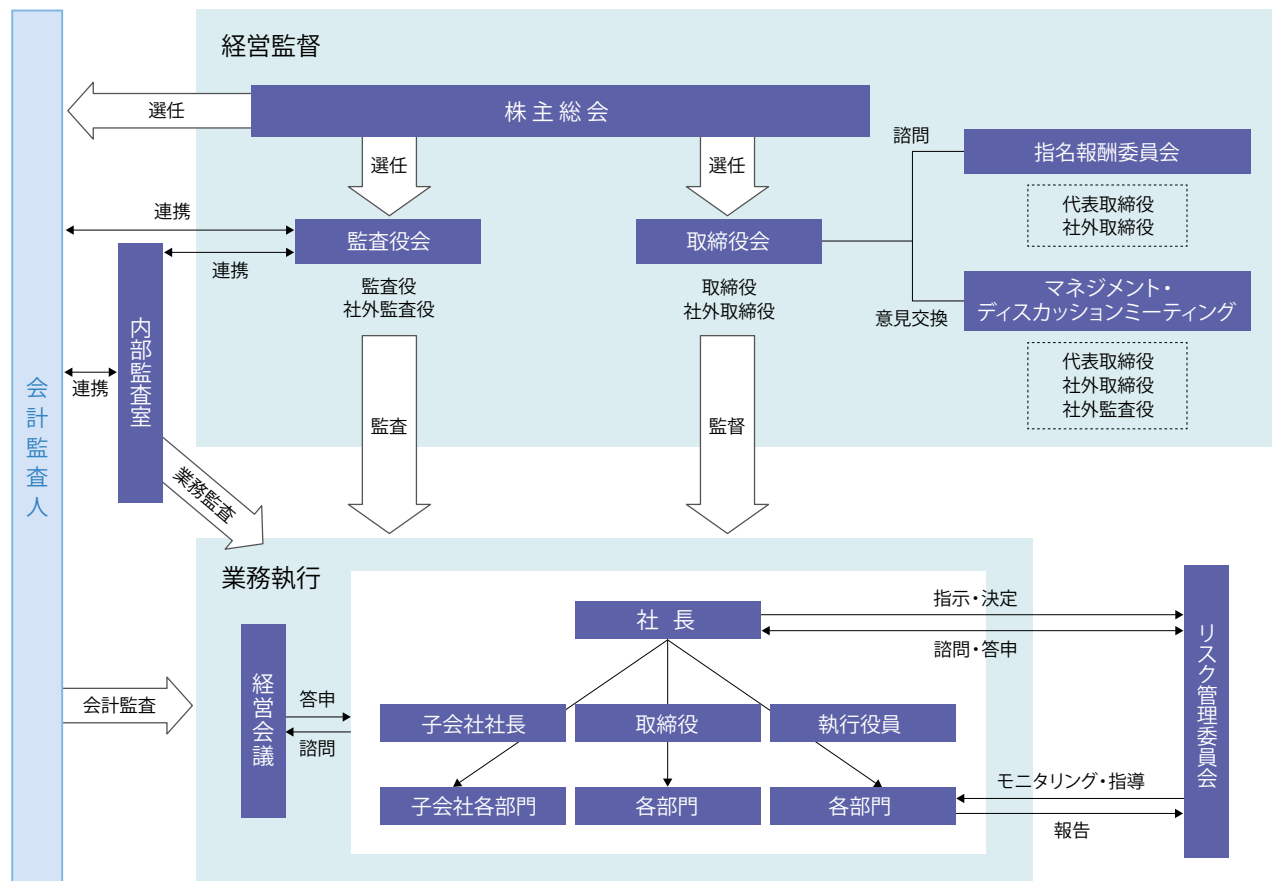
第一に、取締役・執行役員及び従業員のコンプライアンス（法令遵守）はもとより、地域社会の良き一員として、「CSR (Corporate Social Responsibility= 企業の社会的責任)」を踏まえた事業活動を行ないます。

第二に、ステークホルダー（とりわけ株主様）から見た経営施策の合理性・納得性と意思決定プロセスの透明性を確保するとともにステークホルダーに向けたアカウンタビリティ（説明責任）を全うします。

第三に、迅速かつ的確な意思決定と強力な業務執行を行なうトップマネジメント体制作り及び現場情報とステークホルダーのご意見・ご要望がタイムリーにトップマネジメントに達する社内コミュニケーションの向上に努めます。

当社グループではこれらを確実に機能させるための経営監視体制構築がコーポレート・ガバナンスの課題であると認識しています。

内部統制システムとリスク管理体制



コーポレート・ガバナンス体制の概要

エディオンでは社外取締役5名、社外監査役2名を選任しています。

経営の意思決定と、業務執行を監督する取締役会において、社外取締役5名は自身の経験と知見を踏まえ公正な立場から意見・助言を述べることで、ガバナンス向上に資すると考えています。監査役3名のうち2名を税務・会計・財務に精通した社外監査役とすることで経営への監督機能を強化しています。

内部統制システムの運用を通じて、グループ全体のガバナンス強化及び会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に努めています。

● 取締役会 開催回数：17回

法定事項の決議及び取締役の業務執行状況の報告のほか、エディオングループの経営方針、戦略に関する事項

など、経営に関する重要事項を審議・決定します。審議・決定にあたっては、社外取締役・社外監査役の意見・助言も踏まえた議論を行ない、意思決定プロセスの透明性確保に努めています。

● 監査役会 開催回数：11回

取締役会における意思決定及び取締役の職務執行について厳正な監査を実施し、内部監査部門と連絡会議等による情報共有を図っています。

● 指名報酬委員会 開催回数：5回

取締役会の諮問機関として、当社及び子会社の取締役・執行役員を選解任、後継者計画及び報酬に関する事項などを検討します。

● マネジメント・ディスカッションミーティング

開催回数：2016年設置から4回

代表取締役と社外役員の間で、経営上重要な課題について、社外役員の客観的な立場からの提言など、様々な意見交換を行ないます。

● 経営会議 開催回数：12回

エディオングループの経営戦略のもと、個別の業務執行に関する事項を審議・決定するとともに、各部門の状況報告を行なうなど、経営幹部の業務執行を迅速に行なうための協議の場として活用します。

● リスク管理委員会 開催回数：4回

コンプライアンスや有事の際の対応方針(BCP等)など、重大なリスクの把握、評価、分析及び対策の検討とモニタリングを行ない、グループ企業を取り巻くリスクを総括的に管理します。

取締役・監査役候補者の指名及び経営陣幹部(執行役員)の選解任方針

取締役・監査役候補者及び経営陣幹部(執行役員)を決定する際には、「識見、実績、能力を有していること」、「高い倫理観を有していること」、「当社グループの企業理念の実現に向けて行動できること」の3項目を考慮します。さら

に、社外取締役及び社外監査役については、これらに加え、「専門的知識や豊富な経験を有していること」、「独立かつ客観的な視点で取締役の業務執行の監督、経営方針や経営計画等に対する助言ができること」を考慮します。

また、「法令もしくは定款その他当社グループの規程に違反して、当社グループに多大な損失もしくは業務上の支障を生じさせたこと」など、当社の定める事項に該当した場合には、解任事由とします。

役員に対するトレーニングの方針

取締役及び監査役の業務を行なうにあたって必要な基本知識を学ぶための外部教育訓練を斡旋し、当社費用負

担において、取締役及び監査役としての役割及び責務についての理解を深めるための支援を行なっています。さら

に、社外取締役及び社外監査役を含めた各役員から希望があれば、トレーニングを行ないます。

コーポレート・ガバナンス

取締役会の実効性評価

取締役会は、全取締役（10名）及び全監査役（4名）を対象とした評価アンケートを2022年3月に実施し、取締役会の構成、審議・意思決定プロセス、職務遂行状況の監督など、2021年度における取締役会全体の実効性に関する分析・評価を実施しました。

その結果、取締役会全体の実効性に関する分析・評価の結果、取締役会の構成、意思決定プロセス等において、

当社の取締役会は適切に機能しており、取締役会の実効性は確保されていることを確認しました。特に、多様な経験・知見を持つ取締役による議論の活性化や、意思決定におけるリスク分析は前年より改善されていると評価されました。

一方で、ROE・ROICなどの経営指標を意識した議論は、改善傾向は見られるものの、引き続き議論の充実が必

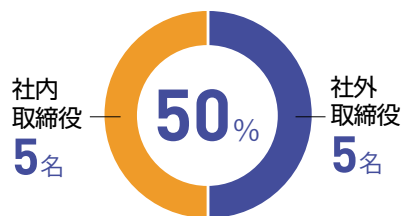
要であり、また、サステナビリティを意識した中長期的な企業価値向上のための議論は、より一層充実させることが必要であると評価されました。

今回の評価結果を踏まえ、引き続き取締役会のさらなる実効性の確保及び機能向上を図ります。

社外取締役に期待する役割

独立社外取締役の比率

(2022年6月29日現在)



当社は、コーポレートガバナンス・コードに示された以下の項目を社外取締役に期待する役割として捉えています。

1. 経営の方針や経営改善について、自らの知見に基づき、会社の持続的な成長を促し中長期的な企業価値の向上を図る、との観点からの助言を行なうこと
2. 経営陣幹部の選解任その他の取締役会の重要な意思決定を通じ、経営の監督を行なうこと
3. 会社と経営陣・支配株主等との間の利益相反を監督すること
4. 経営陣・支配株主から独立した立場で、少数株主をはじめとするステークホルダーの意見を取締役会に適切に反映させること

当社の社外取締役5名は、企業経営経験者及び各専門分野における有識者・学識者であり、その豊富な経験と専門的な知識に基づき、独立かつ客観的な視点で取締役の業務執行の監督、経営方針や経営計画等に対する助言など、社外取締役として期待される役割を果たしています。

| 氏名 | 現在の当社における地位及び担当 | 専門性 | 選任理由 |
|--------|-----------------|-------|---|
| 石橋 省三 | 取締役 指名報酬委員長 | 企業経営 | 企業経営・金融における豊富な経験と知見を有しており、取締役会等における発言や、取締役会の諮問機関である指名報酬委員会の委員長を務めるなど、自らの経験と知見を踏まえた活動により経営の透明性の向上と取締役会の監督機能強化に貢献しています |
| 高木 施文 | 取締役 指名報酬委員 | 法律 | 弁護士としての企業法務の経験と専門的知見を有しており、取締役会等において自らの経験と知見を踏まえた発言や、取締役会の諮問機関である指名報酬委員会の委員を務めるなど、自らの経験と知見を踏まえた活動により経営の透明性の向上と取締役会の監督機能強化に貢献しています |
| 眞弓 奈穂子 | 取締役 | 金融 | 金融・証券部門における豊富な経験に基づく助言等、自らの経験と知見を踏まえた活動により経営の透明性の向上と取締役会の監督機能強化に貢献しています |
| 福島 淑彦 | 取締役 | 経済・経営 | 経済・経営分野における学識者としての知見に基づく助言等、自らの経験と知見を踏まえた活動により経営の透明性の向上と取締役会の監督機能強化に貢献しています |
| 森 忠嗣 | 取締役 | 企業経営 | 小売業を営む企業の業務執行取締役としての豊富な経験及び知見に基づき、独立した客観的な立場での提言や助言等、当社の社外取締役として適切に職務を遂行いただけるものと期待しています |

取締役及び監査役のスキルマトリクス

| 氏名 | 役職 | 主なスキル・経験、期待する役割 | | | | | | | | |
|--------|--------------------|-----------------|------------|---------------|------|-------|---------------|------------|-------------|---------------|
| | | 企業経営 経営戦略 | 財務会計 税務 | 営業 マーケティング | 店舗開発 | IT・DX | 物流 ロジスティクス | 人事 人材育成 | 法務 リスク管理 | 内部統制 ガバナンス |
| 久保 允誉 | 代表取締役 会長兼社長執行役員 | ● | | ● | ● | | | ● | ● | ● |
| 山崎 徳雄 | 取締役 副社長執行役員 | ● | ● | | ● | | | ● | ● | ● |
| 金子 悟士 | 取締役 副社長執行役員 | ● | | ● | | ● | ● | | | |
| 高橋 浩三 | 取締役 常務執行役員 | ● | | ● | ● | | | | | |
| 浄弘 晴義 | 取締役 常務執行役員 | ● | | ● | ● | | ● | | | |
| 石橋 省三 | 社外取締役 | ● | ● | | | ● | | | | ● |
| 高木 施文 | 社外取締役 | ● | | | | | | | ● | ● |
| 眞弓 奈穂子 | 社外取締役 | ● | ● | | | | | | | ● |
| 福島 淑彦 | 社外取締役 | ● | | ● | | | | ● | | ● |
| 森 忠嗣 | 社外取締役 | ● | ● | | ● | ● | | | | ● |
| 山田 富士雄 | 常勤監査役 | | ● | | | | | | ● | ● |
| 福田 有希 | 社外監査役 | | ● | | | | | | | ● |
| 沖中 隆志 | 社外監査役 | | ● | | | | | | | ● |

各取締役及び監査役の所有する主なスキル・経験、期待する役割等に●印を表示しています

コーポレート・ガバナンス

役員報酬制度の概要

1. 基本方針

役員報酬は、企業価値の向上に対するインセンティブを与えるとともに、株主の視線に立脚した経営意識の醸成を図り、持続的な成長を目指すことを目的として、金銭による基本報酬と業績連動報酬、譲渡制限付株式の付与のための報酬(株式報酬)から構成しています。金銭報酬と株式報酬の総額はそれぞれ株主総会で決議された限度額の範囲内で、株式報酬が全体の20%以内を基準とします。

2. 報酬額決定手続

各報酬額の決定にあたっては、取締役会の諮問機関として独立社外取締役を委員長とする任意の「指名報酬委員会」にて検討を行ない、取締役会にて決議します。

(1) 基本報酬

各取締役の役位、在任期間、会社への貢献度により年度毎の固定報酬額を決定します。

(2) 業績連動報酬

対象事業年度の業績目標(親会社株主に帰属する当期純利益)の達成度により報酬額を決定します。

(3) 株式報酬

各取締役の役位、会社への貢献度により報酬額を決定し、譲渡制限付株式の割当を行ないます。

なお、社外取締役は客観的立場から当社及び当社グループ全体の経営に対して監督及び助言を行なう役割を担い、監査役は客観的立場から取締役の業務の執行を監査する役割を担うことから、社外取締役及び監査役には、それぞれ基本報酬(固定報酬)のみを支給します。

報酬等の総額が1億円以上である者の報酬等の総額等

| 氏名 | 役員区分 | 会社区分 | 報酬等の種類別の額(百万円) | | | | 報酬等の総額 (百万円) |
|-------|------|------|----------------|--------|----|--------|-----------------|
| | | | 基本報酬 | 業績連動報酬 | 賞与 | 非金銭報酬等 | |
| 久保 允誉 | 取締役 | 提出会社 | 191 | — | 50 | 38 | 280 |
| 金子 悟士 | 取締役 | 提出会社 | 111 | — | 8 | 9 | 129 |

(注) 1. 久保 允誉に対する報酬等の種類別の額の「非金銭報酬等」は、譲渡制限付株式報酬38百万円です。

2. 金子 悟士に対する報酬等の種類別の額の「非金銭報酬等」は、譲渡制限付株式報酬9百万円です。

サクセッションプラン

次世代経営人材の育成

当社は、独立社外取締役を委員長とする指名報酬委員会を設置しています。指名報酬委員会は、3名以上の取締役で構成され、うち過半数を独立社外取締役としており、当社グループの取締役、執行役員候補者及び後継者計画の検討並びに取締役、執行役員の報酬に関する事項の検討を行なっています。次世代経営人材に求められる資質や能力について議論を行ない取締役会のスキル

等バランスを考慮したうえで選定し、取締役会において、指名報酬委員会の協議内容を審議したうえで決定しています。

当社を取り巻く市場環境が大きく変化するなか、持続的に成長していくために、従業員全員が経営者意識を持ち、自らの行動が経営にどう影響するかを考え理解し行動することが重要です。執行役員以上のセクションマネージャーを中心に、経営会議等を通じて事業課題に対する

解決に向けて議論を行ない、全体の意識の共有とスキル向上を図っています。また、組織を問わず日常的な議論の活性化、ボトムアップからの企画立案、性別・年齢を問わず提案しやすい風土の醸成など、長期的な経営人材の育成環境作りにも取り組んでいます。次の時代、その次の時代の経営を担う人材を数多く育成することで、グループ一体経営をサステナブルなものにしていく取り組みが不可欠です。

コンプライアンス、リスクマネジメント、BCP

コンプライアンス、 リスクマネジメントに関する 基本的な考え方

コーポレート・ガバナンスの一環として「エディオングループ倫理綱領」を制定し、携帯用「倫理綱領カード」及びコンプライアンスマニュアルを配布するなど、新入社員研修をはじめとする研修や啓蒙活動を実施しています。

<リスクマネジメント方針>

リスク管理委員会を定期的で開催し、グループ各社における課題に関する情報共有や検討を行ない、コンプライアンス違反が疑われる時や重大な問題が発生した場合は、問題の検討と対応方法を決定する。

さらに、自然災害や社会の変化、事故、事件発生に関しても、関係部門と調整して危機管理の機能を推進する。

<コンプライアンス方針>

- 就業規則やサービス規程等を定めた文章においてコンプライアンス違反を行なってはならない旨の内容及びその発生原因や背景を従業員に周知・啓蒙を行なう。
- 社内通達、ポスターの掲示により、コンプライアンス違反の内容及び発生原因や背景を従業員に周知するとともに、従業員研修を実施し、コンプライアンス意識向上のための啓蒙を行なう。
- 内部通報窓口を設置し、通報体制を整備し、積極的に相談に応える。
- コンプライアンス違反が疑われる時や重大な問題が発生した場合、速やかに事実確認、対策案の協議を行ない、リスク管理委員会に報告する。

コンプライアンス教育の実施

階層別の研修や朝礼、社内掲示物などによりハラスメント教育、啓蒙、事例の共有を実施しています。

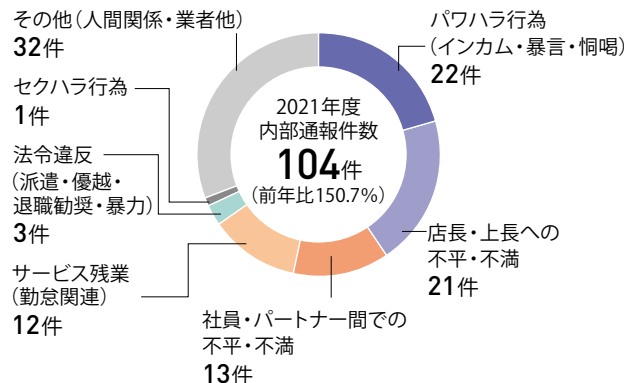
<2021年度研修状況>

- 新入社員研修 年1回 (4月)
- 店長・所長・モバイルMG・本社管理職 合同候補者研修 年2回 (8月・2月)
- 店長代理・ELS MG・所長代理 合同候補者研修 年2回 (8月・2月)
- サービス主任候補者研修 年2回 (8月・2月)
- 店長研修 年1回
- 所長研修 年1回

内部通報制度

社内においては内部通報窓口を設置し、外部窓口としては労働組合や弁護士事務所に窓口を設けるなど、従業員が相談しやすいホットラインの体制を敷いています。通報された案件については関係部署にて調査と検証を行ない、当事者へ改善指導を行なっています。

2021年度 内部通報件数



情報セキュリティ体制

個人情報保護法に対処すべく、個人情報保護方針、個人情報保護管理基本規程を制定するとともに、総務統括部が統括する個人情報保護管理体制を構築しています。個人情報保護方針については、<https://www.edion.co.jp/privacy> をご参照ください。

事業継続計画 (BCP)

エディオングループは、お客様の豊かな暮らしを永続的に支える企業でありたいと考えています。

この考えのもと、甚大な被害をもたらす危機が発生した場合においても、お客様を含めたすべてのステークホルダーに安全と安心を提供するために、BCP (事業継続計画) を策定しており、重要業務の継続及び早期復旧に努めていきます。

<BCP 基本方針>

1. 生命・安全・健康の確保を最優先します
2. 商品販売をはじめとする重要業務の継続及び早期復旧により社会的責任を果たすよう努めます
3. 地域社会の安全確保への協力を努めます
4. 教育訓練をはじめ平時からの準備に努め、BCPを継続的に見直し、改善を行なうことで事業継続マネジメント (BCM) への取り組みを推進します

社外取締役鼎談

社外取締役による三者対談を2022年7月に実施しました。



福島 淑彦

(在任期間：3年)

眞弓 奈穂子

(在任期間：3年)

森 忠嗣

(2022年6月就任)

エディオンのコーポレート・ガバナンスの質的向上、取締役会の運営について

眞弓 当社のコーポレート・ガバナンス体制について、私が就任した2019年から大きく変わったのは、やはり組織体制でしょう。特にトップマネジメントが社長と2人の副社長になり、3者のコミュニケーションがうまく機能するシンプルな新体制になりました。これは、当社の劇的な変化を肌身に感じられるという貴重な機会だと捉えています。

す。常々、私は、取締役会で現行の経営陣の考えや経営判断をどのようにサポートするかという点を意識しています。経営判断に“立ち入る”というより、社外という独自の目線からのバランス感覚を大切にしたい、と思っています。

福島 私も2019年の就任ですが、以前よりも報告される数字が根拠に基づいて取締役会の資料として提示されるようになりました。議案についても就任当初は、前日もしくは当日に資料を受け取って議論する、という感じで、

深く考えてからの議論が困難な時期がありました。現在は、1週間前には資料が送られてきていますので、じっくり目を通したうえで取締役会に臨むことができます。疑問点などは事前にメールでも質問できますので、当日はポイントを絞った議論ができます。そうした意味では、無駄がそぎ落とされて円滑な議会運営ができるようになりました。

また、かつての資料は、社外の人間に読んでもらうことを前提に作成されておらず、また自分たちの“共通言語”で表現されている傾向が顕著でした。社内で当たり前に使われている用語や言い回しも社外の人間にはちんぷんかんぷんで、事務局に用語集を作成してもらったこともあります。加えて、報告される数字にしても、マーケットシェアや同業他社との売上比較などがあるのですが、集計方法や出典が記されていないデータが出てくることもありました。私は大学で教鞭を執っていますが、誰かに説明することで、実は自分がよく理解していなかったということに気づかされることが多々あります。そうした社内だけではなくなかなか気づかないようなことも、助言させていただいています。

眞弓 福島先生のご指摘があって以降、資料について改善され、客観性が高まり随分分かりやすくなりました。そのうえ、課題とともにポイントを絞った議論ができるようになったこともガバナンス運営で向上した点ですね。

福島 当社の取締役会の雰囲気として、久保社長は、あまり事細かく発言されません。「俺の言うことを聞け」というより、要所所で意見を述べる印象でしょうか。良

い意味で、取締役会は緊張感を保ちつつ、健全な運営ができています。

眞弓 久保社長は皆さんの意見をよく聞きますし、独善的な感じは全くないですね。もちろんオーナーでありカリスマ性もあるのですが、やはりボトムアップ——合議制を主軸としています。

森 私は就任したばかりで取締役会もまだ1回傍聴しただけなので、あまり多くは語れませんが、議論が闊達にできるという雰囲気を感じました。私の経験では、大企業の社長ほどあまり多く話をしません。周りの役員やスタッフがしっかりトツを支えているため、多くを語る必要がないということなのでしょう。人材育成における各企業の考え方に違いはあると思いますが、当社においてはそういう人材の育て方をしているという印象です。また、私は小売業の出身で、経験から多くの小売企業の経営知識を得ています。いわゆる「コンシューマービジネス」という視点で言えば、恐らく共通点も多い反面、業界はもちろん、商品、商習慣や言語も全然異なります。なので、現状のバランスを大事にしながらも異なる視点からアドバイスできれば、と考えています。

福島 例えば、森さんがこれまで扱ってこられた商品とエディオンの商品を上手に結び付けて販売するなんていう、私たちでは思いもつかないアイデアも出てくるんじゃないかと期待しています。単に品揃えを多くするのでは

ない新たな店舗の作り方など、経験豊富な人とディスカッションすることで、様々なアイデアが生まれ、社内スキルとして実のあるものになっていくのではないのでしょうか。

社外取締役の役割

眞弓 一般論で言えば、社外取締役の役割は、経営陣が間違った方向に行かないように、利益相反の可能性だとか、コンプライアンスも含めて取締役会が問題なく審議決議しているかどうかという“お目付け役”だと考えています。

福島 私も同意見で、社外取締役がいることによって、会社が間違った方向に走らないような雰囲気作りをしていくことが大事だと思っています。実際に箸の上げ下げを細かくチェックする役割ではなく、我々がいることによる“抑止効果”が重要だと思います。取締役会における社外取締役の構成割合も50%となっており、非常に健全な形で機能していると思います。

森 要は透明性の確保ではないでしょうか。社外取締役は業務を執行するわけではないので、経営として業務執行があらぬ方向に行かないよう、牽制機能を持ってほしいと思います。これはごくごく当たり前かつ最小限のことではありますが、まずはそれを果たしていきたい。今後は勉強しながら、大きな意思決定にどのような形で関わっていくかが鍵となるでしょう。

企業価値向上に向けた取締役会の取り組み エディオンの強み、課題について

眞弓 取締役会で、企業価値をどう高めていくか具体的な議論がもっと必要だと思います。方策やどう実行していくかは、意識の根底にあると思うのですが、議論という点ではまだまだ深まっていないのではないのでしょうか。そのうえで、投資家をはじめとする外部のステークホルダーにもっと発信していけばよいのではないかと思います。せっかく企業価値向上に一生懸命取り組んでいるのにもったいない気がします。

「こんな風に経営が変わってきている」とか「どの方向に進んでいきたいのか」など議論を深め、新規出店や店舗のなかの売場作りだとかも当然重要ですが、そういうものだけでなく、お客様に寄り添った経営の推進や、目に見えない



社外という独自の目線からのバランス感覚
を大切にしたい

社外取締役鼎談



エディオンの取締役会は非常に健全な形で機能している

い無形の資産があることなど、もっとアピールしていくことが必要ではないでしょうか。やはり地道な努力ではありますが、繰り返し外部に伝えることによって変わってくるものがあると思います。

昨今はコロナ禍で制約がありますが、私は全国の店舗を積極的に視察しています。そこで、現場の従業員の方たちとの対話を通じて、エディオンの経営理念やコーポレート・メッセージ「買って安心 ずっと満足」が浸透しているかを確認しています。昨年の12月に福島先生と金沢にある子会社サンキューの店舗を視察した際、経営理念の浸透とともに地域特性に応じた“より地域密着型”の店舗作りをしており、お客様に寄り添う姿勢に感銘を受けました。

福島 私は、スウェーデンなど海外での生活がかなり長かったので、海外におけるSDGsやCSR、環境、人権問題の知見が少なからずあります。ゆえに、そうした経験や知見がエディオンの経営に役立つよう、有益な助言ができるのではないかと考えています。

エディオンを取り巻く事業環境については、やはりマーケットはもう飽和状態になっており、人口も減少する一方ですから、市場が拡大することは大きく望めないかもしれません。同じパイを競合他社とどう取り合うか、という争いになってくると予想されます。そうなると、いかにエディオンで買いたいと思ってもらえるかが重要になってきます。誰が商品を販売するかというとそれはやっぱり“人”なんですよね。その意味で、もう少し社員教育であったり、人事評価という観点からリソースを割いて、例えば頑張ったら社長になれるくらいの（笑）——そういうことが見える形になれば、もっと良くなるのではないのでしょうか。

昨日もエディオンなんば本店を訪問しました。今の店長を含めこれまで3代の店長と直接お話をすることができていますが、インバウンド向け商品の陳列方法や、ディスプレイの配列や商品の置き方などの店舗作りに対してそれぞれの想いを感じました。私は小売りに関してプロではないので、商品の陳列の仕方が売上にどの程度の影響があるのか分かりませんが、店長になれば裁量を持つことができ自分の好きな店舗作りができる、というのがエディオンの大きな特長だと感じました。

森 小売りは面白いビジネスで、商品の陳列方法やディスプレイを変えるだけで売上が上下するというの

が実際にあります。取り組んだ結果がすぐに返ってくるとい、やりがいのある仕事です。家電業界のことはこれから勉強していくことになりませんが、こうした視点を大事にしていきたいと思います。

眞弓 京都四条河原町店は、フロア全体が見渡せる解放感のある店舗でした。店長の裁量という点では、現場への権限委譲が進んでいると感じました。評価され自分に任されることで、「店長になりたい」というモチベーションや、「店長をやり続けたい」というインセンティブが生まれます。こうした社員のやる気を引き出すためにも、社員教育にリソースを割くべきで、まだまだやるべきことはあるのではないのでしょうか。人材育成によって会社の未来が大きく変わりますし、ポテンシャルはまだまだあると思います。

福島 具体的な目標として、理想は新卒の学生に「エディオンに就職したい」と思ってもらえるようになることだと思います。現状で当社は、新卒の学生が就職したい企業ランキングの上位には入っていません。今の学生は必ずしも給料が高い企業に就職したい、というわけではないです。自己実現やどう頑張れるか、どう評価してもらえるか、という視点が大切です。例えば、私の学生時代の話ですが、優秀な女性は育児休暇や出産後に職場に戻る制度がある外資系企業や、当時には珍しかった“女性を大切に育てる企業”に入社していました。そして、現在ではとても活躍されています。

現状を見ると、まだまだ女性の店長は多くありませんし、

本社の管理職も少ないのが実情です。学生に「この会社で働きたい」と思ってもらえるような外部からの分かりやすい指標が必要で、公平・公正な人事制度という“器作り”も必須です。人事部長にヒアリングする機会があるので、よく意見交換をしたうえで、取締役会で活発な議論をしていきたいと思っています。

眞弓 2022年5月に公表した中期ビジョン以外に、社内的に女性管理職比率も高い目標を設定しています。あえて公表することによって、「そこまで持っていかなければ」、と会社としての行動に自然と結びついていきます。そのため、まず表明することが重要だと思います。

福島 本来は積極的に公表すべきですよね。当社では公表した目標が未達だった場合に備えて、そうした情報の発信に消極的というかちょっと心配性なのではないかと思う時があります(笑)。今後はそうしたこともアドバイスしていきたいですね。

森 一般的に小売業は、メーカーと比べて女性管理職の登用率が低い状況です。1986年に「男女雇用機会均等法」が施行されるまでは、女性の大卒の社員採用は多くありませんでした。それから徐々に女性の大卒の採用が増えている状況です。時間はかかるかもしれませんが、これから女性管理職はおのずと増えてくると思います。もちろん働き方は色々あっていいわけですから、やみくもに女性管理職登用比率の達成だけを指さなくてもいいと個人的には感じています。

福島 キャリアパスを定めるにしても、各人のロールモデルを明確にできればいいと思います。そうしたモデルがないと、どこに向かってどう走ったらいいかが分からなくなります。色々なロールモデルができて認知されていけば、良い方向に向かっていくことが期待できると思います。

眞弓 エディオンは他社に比べて元気な社員が多く働き甲斐を感じている人が多いと思います。今後、DXによって大きく変わろうとしている最中なので、営業店舗の社員だけでなく、IT関連のシステムプログラマー、データサイエンティストといった人たちがもっと働きやすく働き甲斐のある企業として制度整備が進み、それをもっとアピールできればと思います。それが会社を大きく変えてくのだと思います。

ESGの観点からの取り組みについて

眞弓 子会社のイー・アール・ジャパンにおいて、業界に先駆けてリサイクル事業を展開しています。

福島 実際に視察しましたが、イー・アール・ジャパンで働く従業員は障がい者がメインで、——障がい者の法定雇用率を達成するための見せかけではなく——本当に戦力として雇用したうえで、しっかりと給料を支払い、利益も上げています。こうした取り組みは、もっと社会から評価されてもいいと考えています。

眞弓 スポーツ振興支援では、陸上競技とアーチェリー競技で選手を育成しています。オリンピックにも出場しメダリストを輩出しました。また、ロボットプログラミング教室を運営する「ロボ団」などの教育事業では、収益追求だけでなく未来の子どもたちを育てるという、地域貢献の意味合いも重視しています。こうした地域に根差した事業活動は競合他社との差別化にもなりますし、何より子どもたちが将来の“エディオンファン”になるということもあると思います。

福島 教育事業はこれからのエディオンにとっても、社会にとっても非常に重要な事業で、本格的に動き出したのはここ1～2年ですが具現化が進んでいます。少し時間はかかりますが、“教育のエディオン”としても認知されていけば、家電事業との相乗効果も期待できると思います。



経営として業務執行があらぬ方向に行かないよう、牽制機能を持ち、透明性を確保する

役員一覧

取締役 (2022年6月29日現在)



久保 允誉

代表取締役 会長兼社長執行役員

1950年2月18日生
所有株式数：2,180,479株
取締役会への出席状況：100%

[主な略歴]

1992年 4月 (株)ダイイチ (現 (株)エディオン)
代表取締役社長
2002年 3月 当社代表取締役会長
2003年 7月 当社代表取締役社長
2004年10月 (株)ふれあいチャンネル
(現 (株)ちゅピCOM)
代表取締役副社長
2012年 6月 当社代表取締役会長兼社長
2015年 2月 (株)サンフレッチェ広島
代表取締役会長 (現)
2018年 4月 (株)サンキュー
代表取締役会長 (現)
2018年 6月 当社代表取締役会長兼
社長執行役員 (現)



山崎 徳雄

取締役 副社長執行役員

1957年1月15日生
所有株式数：58,780株
取締役会への出席状況：100%

[主な略歴]

2009年 6月 当社取締役
2012年 4月 当社経営企画本部長兼広報部長
2012年 6月 当社常務取締役
2012年10月 当社経営企画本部長兼
経営企画部長兼広報部長
2014年 2月 当社経営企画本部長 (現)
2014年 6月 当社専務取締役
2018年 6月 当社取締役専務執行役員
2021年 6月 当社取締役副社長執行役員 (現)



金子 悟士

取締役 副社長執行役員

1972年8月1日生
所有株式数：30,891株
取締役会への出席状況：100%

[主な略歴]

1998年 4月 日本オラクル (株) 入社
2001年 5月 Oracle Corporation,
Senior Software Engineer
2007年12月 Loudmouth Golf LLC,
Chief Information Officer
2012年 1月 同社 Managing Director
International
2013年10月 (株)Loudmouth Japan
(現 (株)ラウドマウスジャパン)
代表取締役社長 (現)
2014年 1月 Loudmouth Golf LLC,
Chief Strategy Officer &
Managing Director
2016年 6月 Oracle Corporation,
Group Manager
2018年 6月 当社社外取締役
2019年 2月 当社取締役専務執行役員
当社物流ITサービス本部長
2019年 6月 (株)e-ロジ代表取締役社長
2021年 2月 当社事業本部長 (現)
2021年 6月 当社取締役副社長執行役員 (現)



高橋 浩三

取締役 常務執行役員

1961年9月12日生
所有株式数：26,419株
取締役会への出席状況：100%

[主な略歴]

2014年 2月 当社執行役員
2014年 2月 当社中四国営業部長
2015年 4月 当社近畿営業部長
2018年 2月 当社営業統括部長
2018年 7月 当社上席執行役員
2020年10月 当社商品統括部長
2021年 2月 当社事業副本部長兼商品統括
部長
2021年 6月 当社取締役常務執行役員 (現)
2021年10月 当社営業事業部長兼商品統括
部長
2022年 2月 当社営業事業部長兼営業統括
部長 (現)



浄弘 晴義

取締役 常務執行役員

1957年3月9日生
所有株式数：10,700株
取締役会への出席状況：100%

[主な略歴]

2016年 6月 上新電機 (株) 取締役兼執行役員
営業本部CS推進担当
2018年 7月 当社執行役員
2018年 7月 当社法人営業統括部長
2019年 4月 当社EC・ビジネス統括部長
2019年 6月 フォーレスト (株) 代表取締役社長
2019年 7月 当社上席執行役員
2021年 2月 当社物流サービス本部長
2021年 2月 (株)e-ロジ代表取締役社長 (現)
2021年 6月 当社取締役常務執行役員 (現)
2021年10月 当社物流サービス事業部長 (現)
2022年 5月 (株)ジェイトップ代表取締役社長 (現)

(注) 所有株式数は2022年3月31日現在



石橋 省三

社外取締役

1949年7月5日生
 所有株式数：0株
 取締役会への出席状況：100%

[主な略歴]

- 1995年 1月 (株)野村総合研究所経営開発部長
- 1997年 4月 野村証券(株)金融研究所経営調査部長
- 1998年 6月 同社金融研究所副所長兼企業調査部長
- 2000年 5月 リーマン・ブラザーズ証券(株)マネージング・ディレクター
- 2003年 9月 一般財団法人石橋湛山記念財団代表理事(現)
- 2004年 4月 国立大学法人東京医科歯科大学理事
- 2005年 4月 学校法人立正大学学園監事
- 2007年 6月 (株)みんかぶ(現(株)ミンカブ・ジ・インフォノイド)社外監査役
- 2008年 4月 学校法人栗本学園(名古屋商科大学)理事(現)
- 2014年 6月 当社社外取締役(現)
- 2017年 3月 (株)みんかぶ(現(株)ミンカブ・ジ・インフォノイド)社外取締役(現)



高木 施文

社外取締役

1962年12月23日生
 所有株式数：0株
 取締役会への出席状況：94%

[主な略歴]

- 1990年 4月 弁護士登録 プレークモア法律事務所入所
- 1992年10月 足立・ヘンダーソン・宮武・藤田法律事務所入所
- 1999年 8月 東京青山・青木・狛法律事務所パートナー
- 2002年 8月 ホワイト&ケース法律事務所パートナー
- 2014年 3月 高木法律事務所開設(現在に至る)
- 2015年 6月 当社社外取締役(現)



眞弓 奈穂子

社外取締役

1955年10月29日生
 所有株式数：0株
 取締役会への出席状況：100%

[主な略歴]

- 1977年 4月 岡三証券(株)入社
- 1993年 7月 チューリップ・スカダー・インベストメント・ジャパン(株)(現ドイチェ・アセット・マネジメント(株))年金営業部グループリーダー
- 2002年 5月 同社常務執行役員年金クライアントサービス部ヘッド
- 2002年 7月 ユービーエス・グローバル・アセット・マネジメント(株)(現UBSアセット・マネジメント(株))常務取締役年金営業部ヘッド
- 2005年 8月 ラザード・ジャパン・アセット・マネジメント(株)マーケティング・クライアントサービス部ディレクター年金チームヘッド
- 2019年 6月 当社社外取締役(現)



福島 淑彦

社外取締役

1963年10月30日生
 所有株式数：0株
 取締役会への出席状況：100%

[主な略歴]

- 1990年 4月 ソロモンブラザーズアジア証券(株)(現シティグループ証券(株))入社
- 1995年 7月 スウェーデン王立ストックホルム大学経済学講師
- 2003年 4月 名古屋商科大学総合経営学部助教授
- 2006年 7月 名古屋商科大学総合経営学部教授
- 2007年 4月 早稲田大学政治経済学術院教授(現)
- 2010年 4月 早稲田大学CSR研究所所長
- 2019年 6月 当社社外取締役(現)



森 忠嗣

社外取締役

1963年9月22日生
 所有株式数：1,000株
 取締役会への出席状況：-

[主な略歴]

- 2004年 4月 (株)阪急百貨店経営政策室長
- 2006年 6月 同社取締役執行役員
- 2007年10月 エイチ・ツー・オー リテイリング(株)取締役執行役員 経営企画室長、システム企画担当
- 2012年 3月 同社取締役常務執行役員
- 2012年12月 (株)梅の花社外取締役
- 2014年 4月 エイチ・ツー・オー リテイリング(株)取締役常務執行役員 財務室担当
- 2020年11月 (株)ヒト・コミュニケーションズ・ホールディングス社外取締役(現)
- 2021年 6月 (株)関西スーパーマーケット 取締役
- 2021年12月 同社顧問(現)
- 2022年 6月 当社社外取締役(現)

(注) 所有株式数は2022年3月31日現在

役員一覧

監査役 (2022年7月6日現在)



山田 富士雄

常勤監査役

1959年8月29日生
 所有株式数：4,337株
 取締役会への出席状況：95%

[主な略歴]

1982年 3月 (株)栄電社(現(株)エディオン) 入社
 2010年 4月 当社財務部長
 2013年 4月 当社執行役員
 当社財務経理統括部長兼財務部長
 2015年 4月 当社財務経理統括部長兼管理部長
 2017年 4月 当社財務経理統括部長
 2017年 6月 当社監査役(現)
 (株)サンキュー監査役(現)
 (株)エヌワーク監査役(現)
 (株)エディオンハウスシステム監査役(現)
 (株)イー・アール・ジャパン監査役(現)
 2018年 3月 (株)e-ロジ監査役(現)
 2019年11月 (株)ジェイトップ監査役(現)



福田 有希

社外監査役

1963年7月30日生
 所有株式数：0株
 取締役会への出席状況：100%

[主な略歴]

1997年 1月 センチュリー監査法人(現 EY新日本有限責任監査法人) 入所
 1997年 4月 公認会計士登録
 2000年 8月 税理士登録
 福田公認会計士・税理士事務所 開業(現在に至る)
 2016年 4月 大阪地方裁判所・高等裁判所 専門委員(現)
 2017年 6月 当社社外監査役(現)
 2017年11月 (株)精工監査役(現)



沖中 隆志

社外監査役

1963年2月25日生
 所有株式数：0株
 取締役会への出席状況：-

[主な略歴]

1985年 4月 中谷洋一公認会計士・税理士事務所入所
 1991年 5月 中谷会計グループ柳生佳洋 税理士事務所転籍
 2000年 7月 中谷会計グループ沖中隆志 税理士事務所開業(現在に至る)
 2004年 5月 (株)ミドリ電化(現(株)エディオン) 監査役
 2005年 4月 当社社外監査役
 2021年 6月 当社補欠監査役
 2022年 7月 当社社外監査役(現)

(注) 所有株式数は2022年3月31日現在

執行役員 (2022年6月29日現在)

上席執行役員

| | |
|------------------------------------|--------|
| 事業本部 プロジェクト推進室長 | 池畑 裕次 |
| 経営企画本部 店舗開発統括部長 | 藤原 弘和 |
| 事業本部 ELS事業部 ELS統括部長 | 小島 規和 |
| 事業本部 営業事業部 情報通信統括部長 兼 モバイルショップ推進部長 | 佐藤 篤 |
| 事業本部 営業事業部 フランチャイズ統括部部長 | 高田 健 |
| 経営企画本部 財務経理統括部長 | 浅野間 康弘 |
| 事業本部 ELS事業部長 | 山田 英司 |
| 事業本部 営業事業部 商品統括部長 | 山下 浩樹 |
| 事業本部 情報システム統括部長 | 村上 淳 |
| 経営企画本部 経営企画統括部長 兼 IR広報部長 | 石田 亜紀 |

執行役員

| | |
|--------|-------|
| 加藤 孝宏 | 金子 誠治 |
| 北川 和男 | 岡嶋 正幸 |
| 門世 栄次郎 | 香川 辰登 |
| 渡辺 伸一 | 西田 孝弘 |
| 乗常 久志 | 宇都宮 泰 |
| 長崎 充善 | 角田 圭 |
| 森田 聡 | 片山 智也 |
| 長谷川 剛 | 木下 智博 |
| 山本 賢 | |

財務概況

財政状態及び経営成績の状況

当連結会計年度における家電小売業界は、新型コロナウイルス感染症の長期化による経済活動の停滞が続いていたものの、ワクチン接種の進展などに伴い徐々に落ち着きを見せたこともあり、経済活動の緩やかな回復の傾向が見られ始めました。変異株による新型コロナウイルス感染症の再拡大や世界的な半導体不足に伴う商品供給の遅延に対する懸念など、依然として不透明な状況が続いているものの、足元では生活家電商品や携帯電話が好調に推移するなど、徐々に明るさが見られるようになってきました。

当企業グループにおきましても、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、2021年4月から5月にかけて、一部の店舗で休業や営業時間の短縮を実施せざるを得ず、売上が減少するなどの影響が発生いたしました。6月から8月には、西日本を中心とした長梅雨や豪雨の影響もあり消費マインドが低調に推移いたしました。9月に「緊急事態宣言」が解除されたことなどを受けて消費は緩やかに回復し、2022年1月に「まん延防止等重点措置」の発令はあったものの、概ね正常化に向いつつあります。

商品別につきましては、年間を通じて携帯電話や住宅設備などが好調に推移いたしました。一方で大画面テレビを中心とした映像家電商品やゲーム・玩具などは、前年の特別定額給付金やテレワーク需要・巣ごもり需要の影響もあり前年を下回ったものの、平年より高水準での推移を続けています。エアコンなどの季節家電商品は、長梅雨などの天候不順の影響で夏から秋にかけて売上が伸び悩みました。

2022年1月以降は、全国的に気温の低い日が続いたことなどもあり、季節家電商品が売上を回復するとともに、冷蔵庫や洗濯機・クリーナーなどの生活家電商品が順調に売上を伸ばしています。

当社は出店エリアのドミナント化を推進するとともに、エディオンアプリとエディオンカードを生活サイクルに組み込む「お客様基盤の強化」、家電を中心としてリフォームや教育といった分野も組み合わせた快適な生活を提案し、未来の暮らしを豊かにする「事業基盤の強化」、POSや基幹システムの刷新や全国物流網の構築、ダイバーシティの推進や人事制度の見直しといった「インフラ基盤の強化」の3つの基盤強化を進めてまいります。

また、当社は「お客様の豊かな暮らしを永続的に支える企業」でありたいと考えており、社会や環境に目を向けた様々な貢献活動に取り組んでいます。具体的な活動内容につきましては、当社コーポレートサイト (<https://www.edion.co.jp/>) をご参照ください。

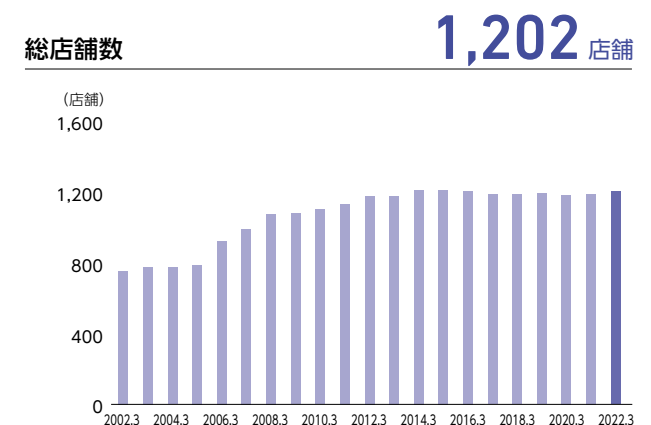
店舗展開につきましては、京都の中心に位置する四条河原町に2021年6月25日に「エディオン京都四条河原町店」をグランドオープンいたしました。エディオン京都四条河原町店では、スマートデバイス周辺機器を扱う「Anker Store」や、クラウドファンディングサイトMakuake(マクアケ)で開発された商品を販売する「Makuake SHOP」を家電量販店内に初めて常設するなど、今まで以上にお客様に新しい体験や楽しさをご提案しています。

また、一人暮らしの女性の要望に応え、女性スタッフによる配達を行なうなど、コーポレート・メッセージ「買って安心 ずっと満足」を実現すべく、地域のお客様に寄り添い

ながら、お得な商品を豊富にご用意し、快適にお買い物ができる空間をご提供いたします。

他に家電直営店として「エディオン小牧店(愛知県)」、「エディオン高針原店(愛知県)」、「エディオンイオンモール八幡東店(福岡県)」、「エディオン日吉店(神奈川県)」、「100満ボルトイオン松任店(石川県)」、「100満ボルト富山中川原店(富山県)」などの14店舗を新設、「エディオンホームズ寝屋川店(大阪府)」などの3店舗を移転、「エディオンナリエ南千里アネックス店(大阪府)」を増床し、2店舗を閉鎖いたしました。非家電直営店は2店舗を新設、2店舗を閉鎖いたしました。また、フランチャイズ店舗は3店舗の純増加となりました。

これにより当連結会計年度末の店舗数はフランチャイズ店舗753店舗を含めて1,202店舗となりました。



財務概況

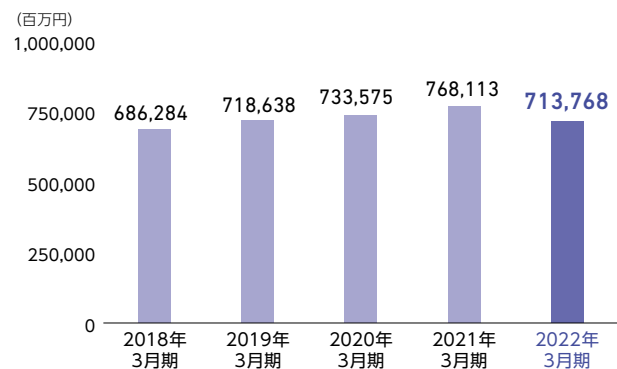
<連結売上高>

当連結会計年度の連結売上高は7,137億68百万円(前期比92.9%)となりました。これは、携帯電話や住宅設備、洗濯機・クリーナーなどの生活家電商品が好調に推移したものの、前年の特別定額給付金やテレワーク需要・巣ごもり需要の反動減や、夏場の天候不順の影響によりエアコンなどの季節家電商品が低調に推移したため、夏から秋にかけて全般的に売上が落ち込んだこと等によるものであります。

<営業利益>

当連結会計年度の営業利益は187億96百万円(前期比70.2%)となりました。これは主に連結売上高の減少や「エディオン京都四条河原町店」を始めとした新店舗の開店費用の影響により、一時的に販売費及び一般管理費が増加したこと等によるものであります。

売上高 **713,768** 百万円



<経常利益>

当連結会計年度の経常利益は215億89百万円(前期比77.6%)となりました。これは主に営業利益の減少によるものであります。

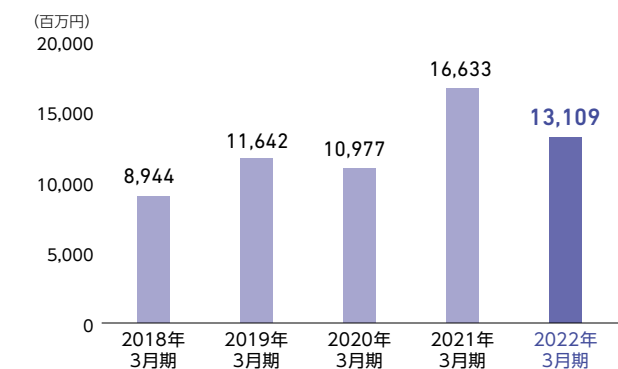
<親会社株主に帰属する当期純利益>

当連結会計年度の親会社株主に帰属する当期純利益は131億9百万円(前期比78.8%)となりました。これは主に経常利益の減少によるものの他、減損損失が17億62百万円あったこと等によるものであります。

連結財政状態

総資産は、前連結会計年度末と比較し84億55百万円減少し、3,779億70百万円となりました。これは新型コロナウイルス感染症蔓延によるリスクに備えるために商

親会社株主に帰属する当期純利益 **13,109** 百万円

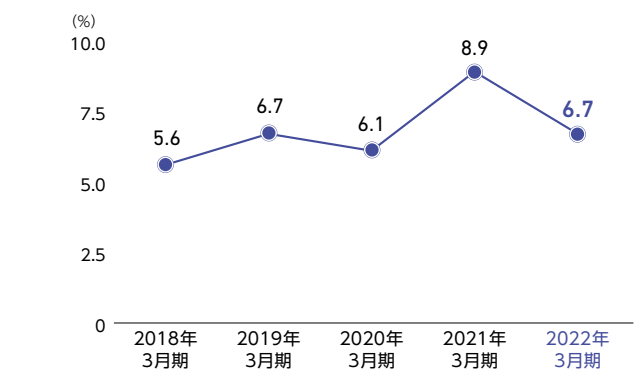


品及び製品が81億4百万円増加した一方、法人税等の納付等により現金及び預金が131億87百万円減少したこと等により流動資産が19億52百万円減少し、また、繰延税金資産が45億17百万円減少したこと等により固定資産が65億2百万円減少したためであります。

負債は、前連結会計年度末と比較し140億94百万円減少し、1,784億89百万円となりました。これは法人税等の支払により未払法人税等が83億11百万円減少した一方、従来固定負債に表示していた商品保証引当金を収益認識基準適用に伴い契約負債として流動負債に表示したこと等により流動負債が52億4百万円増加し、また、長期借入金が返済等により105億12百万円減少したこと等により固定負債が192億99百万円減少したためであります。

純資産は、前連結会計年度末と比較し56億39百万円増加し、1,994億80百万円となりました。これは主に、

ROE **6.7** %



剰余金の配当により50億78百万円減少したものの、親会社株主に帰属する当期純利益により131億9百万円増加したためであります。

以上の結果、自己資本比率は前連結会計年度末の50.2%から当連結会計年度末は52.8%となりました。

キャッシュ・フローの状況

当連結会計年度末における連結ベースの現金及び現金同等物(以下、資金)は、前連結会計年度末と比較し131億87百万円減少し、298億85百万円(前期比69.4%)となりました。当連結会計年度における各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は次の通りであります。

(営業活動によるキャッシュ・フロー)

営業活動の結果得られた資金は105億76百万円(前連結会計年度に得られた資金は429億64百万円)となりました。

これは、税金等調整前当期純利益が197億64百万円、減価償却費が110億25百万円、減損損失が17億62百万円、賞与引当金の減少による資金の減少が15億59百万円、棚卸資産の増加による資金の減少が81億54百万円、仕入債務の増加による資金の増加が44億40百万円、法人税等の支払額が134億44百万円あったこと等によるものであります。

(投資活動によるキャッシュ・フロー)

投資活動の結果使用した資金は105億18百万円(前連結会計年度に使用した資金は79億75百万円)となりました。

これは、有形固定資産の取得による支出が74億41百万円、有形固定資産の売却による収入が7億87百万円、無形固定資産の取得による支出が19億41百万円、投資有価証券の取得による支出が9億60百万円、差入保証金の差入による支出が11億95百万円あったこと等によるものであります。

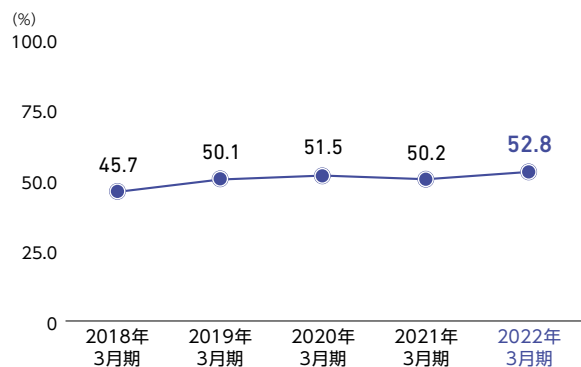
(財務活動によるキャッシュ・フロー)

財務活動の結果使用した資金は132億45百万円(前連結会計年度に使用した資金は78億91百万円)となりました。

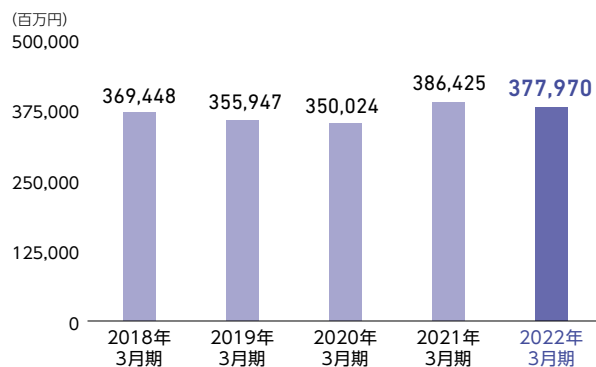
これは、長期借入金の返済による支出が28億81百万円、自己株式の取得による支出が53億61百万円、配当金の支払額が46億61百万円あったこと等によるものであります。

※詳細は有価証券報告書をご参照ください。

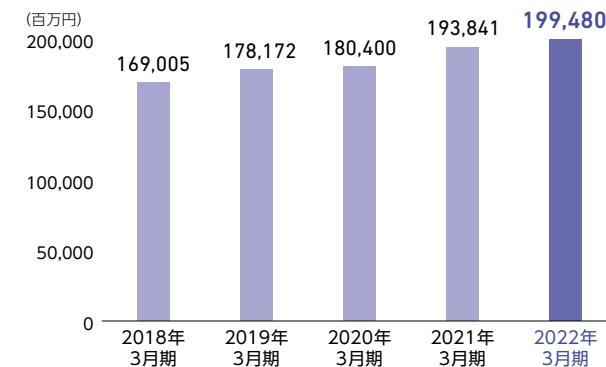
自己資本比率 52.8%



総資産 377,970 百万円



純資産 199,480 百万円



10年間財務・非財務サマリー(連結)

| | 2013/3 | 2014/3 | 2015/3 | 2016/3 | 2017/3 | 2018/3 | 2019/3 | 2020/3 | 2021/3 | 2022/3 |
|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------------|
| | 百万円 | | | | | | | | | |
| 業績 | | | | | | | | | | |
| 売上高 | 685,145 | 766,699 | 691,216 | 692,087 | 674,426 | 686,284 | 718,638 | 733,575 | 768,113 | 713,768 |
| 営業利益 | △2,476 | 13,720 | 10,745 | 17,050 | 15,273 | 15,378 | 17,842 | 12,284 | 26,785 | 18,796 |
| 経常利益 | 1,476 | 14,883 | 11,118 | 17,275 | 16,005 | 16,167 | 18,889 | 13,365 | 27,811 | 21,589 |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | △2,640 | 5,149 | 4,929 | 6,022 | 13,118 | 8,944 | 11,642 | 10,977 | 16,633 | 13,109 |
| 財政状態 | | | | | | | | | | |
| 総資産額 | 378,087 | 385,799 | 367,338 | 360,307 | 368,161 | 369,448 | 355,947 | 350,024 | 386,210 | 377,970 |
| 純資産額 | 138,489 | 146,756 | 145,086 | 141,986 | 151,512 | 169,005 | 178,172 | 180,400 | 193,841 | 199,480 |
| キャッシュ・フロー | | | | | | | | | | |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | △4,643 | 45,741 | △17,215 | 37,154 | 19,333 | 21,553 | 28,304 | 25,278 | 42,964 | 10,576 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △13,400 | △13,154 | △3,774 | △9,753 | △13,484 | △8,944 | △12,419 | △5,559 | △7,975 | △ 10,518 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | 17,325 | △22,259 | 9,697 | △24,156 | △8,168 | △14,308 | △15,077 | △12,780 | △7,891 | △ 13,245 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 9,967 | 20,293 | 9,001 | 12,246 | 9,927 | 8,227 | 9,035 | 15,974 | 43,072 | 29,885 |
| | 円 | | | | | | | | | |
| 1株当たり情報 | | | | | | | | | | |
| 当期純利益 | △25.80 | 48.42 | 45.77 | 60.04 | 133.04 | 90.84 | 105.34 | 101.33 | 155.34 | 125.41 |
| 潜在株式調整後当期純利益 | — | 48.33 | 42.69 | 47.66 | 102.89 | 71.90 | 93.78 | 90.49 | 139.79 | 112.60 |
| 配当金 | 20.00 | 22.00 | 20.00 | 22.00 | 26.00 | 28.00 | 32.00 | 34.00 | 46.00 | 44.00 |
| 純資産額 | 1,361.19 | 1,325.29 | 1,389.43 | 1,437.65 | 1,558.86 | 1,535.84 | 1,601.53 | 1,685.50 | 1,809.68 | 1,950.13 |
| | % | | | | | | | | | |
| 指標 | | | | | | | | | | |
| 自己資本比率 | 36.6 | 38.0 | 39.5 | 39.4 | 41.2 | 45.7 | 50.1 | 51.5 | 50.2 | 52.8 |
| 自己資本利益率(ROE) | △1.9 | 3.6 | 3.4 | 4.2 | 8.9 | 5.6 | 6.7 | 6.1 | 8.9 | 6.7 |
| 売上高営業利益率 | △0.4 | 1.8 | 1.6 | 2.5 | 2.3 | 2.2 | 2.5 | 1.7 | 3.5 | 2.6 |
| 株価収益率(PER)(倍) | — | 11.88 | 19.75 | 14.22 | 7.69 | 13.63 | 9.17 | 8.81 | 7.98 | 9.05 |
| 株価純資産倍率(PBR)(倍) | 0.32 | 0.43 | 0.65 | 0.59 | 0.66 | 0.81 | 0.60 | 0.53 | 0.68 | 0.58 |
| 投下資本利益率(ROIC)※含CB | △0.4 | 3.2 | 2.5※1 | 4.1※1 | 4.0※1 | 4.2 | 5.0 | 4.2 | 7.0 | 4.9 |
| D/Eレシオ(倍)※含CB | 0.9 | 0.7 | 0.8 | 0.7 | 0.6 | 0.4 | 0.4 | 0.3 | 0.3 | 0.3 |
| 配当性向 | — | 45.4 | 43.7 | 36.6 | 19.5 | 30.8 | 30.4 | 33.6 | 29.6 | 35.1 |

| | 2013/3 | 2014/3 | 2015/3 | 2016/3 | 2017/3 | 2018/3 | 2019/3 | 2020/3 | 2021/3 | 2022/3 |
|--|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------------|
| 非財務情報 | | | | | | | | | | |
| 従業員数合計(人) | 16,052 | 16,002 | 15,537 | 15,645 | 15,227 | 15,496 | 15,535 | 15,889 | 16,209 | 16,434 |
| うち従業員数(正社員)(人) | 9,602 | 9,109 | 8,788 | 8,663 | 8,551 | 8,653 | 8,761 | 8,778 | 9,007 | 9,158 |
| うち従業員数(臨時従業員) ※8時間換算(人) | 6,450 | 6,893 | 6,749 | 6,982 | 6,676 | 6,843 | 6,827 | 7,111 | 7,202 | 7,276 |
| 従業員の女性比率・臨時従業員含む (単体) | — | — | — | 35.6% | 35.5% | 35.4% | 36.1% | 36.3% | 36.6% | 37.1% |
| 独立社外役員比率(%) | 0.0% | 9.1% | 15.4% | 16.7% | 14.3% | 40.0% | 44.4% | 44.4% | 50.0% | 50.0% |
| 総店舗数 | 1,177 | 1,212 | 1,212 | 1,206 | 1,185 | 1,186 | 1,191 | 1,184 | 1,187 | 1,202 |
| 総売場面積(千㎡)※FC店除く | 1,042 | 1,053 | 1,030 | 1,024 | 1,019 | 1,020 | 1,039 | 1,055 | 1,058 | 1,086 |
| エディオンカード会員(万人) | 440 | 456 | 465 | 469 | 475 | 482 | 489 | 490 | 486 | 485 |
| あんしん保証カード会員(万人) | 163 | 341 | 502 | 640 | 720 | 775 | 798 | 809 | 829 | 838 |
| 産業廃棄物の排出量(t) | — | — | — | 38,794 | 41,302 | 49,036 | 45,811 | 49,610 | 49,241 | 47,294 |
| 小型家電リサイクル回収量(t)※2 ※エディオン・サンキュー(北海道は除く) | — | — | — | 4,922 | 5,130 | 5,193 | 5,158 | 5,481 | 6,207 | 5,634 |
| 小型家電リサイクル処理量(t)※2※3 | — | — | — | 5,914 | 6,511 | 6,787 | 7,370 | 8,286 | 8,244 | 7,995 |
| CO ₂ の排出量(t-CO ₂) | — | — | — | 151,306 | 138,773 | 126,736 | 111,327 | 112,809 | 110,994 | 106,869 |
| 太陽光発電システムの設置拠点数 | — | 1 | 4 | 26 | 53 | 65 | 72 | 72 | 72 | 70 |
| 太陽光発電システムの発電量 (千kWh) | — | — | — | — | 2,338 | 3,334 | 4,622 | 4,524 | 4,608 | 4,197 |
| 太陽光発電システムによる CO ₂ の削減量(t-CO ₂) | — | — | — | — | 792 | 1,130 | 1,566 | 1,534 | 1,561 | 1,422 |

※1 税率変更などに伴う繰延税金資産の取り崩し・積み増しの特殊要因を除外

※2 2022年より集計方法変更のため数値を一部訂正しています

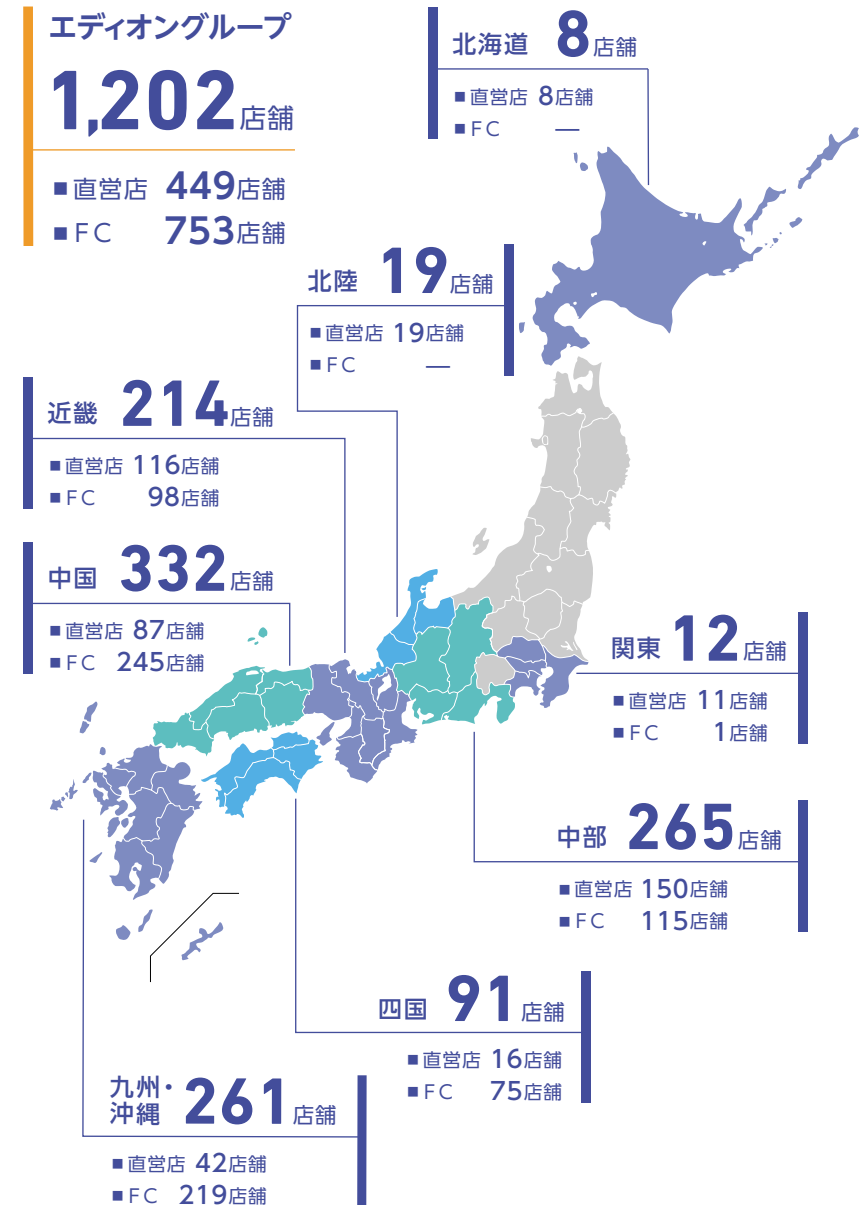
※3 当社グループ排出、自治体からの回収処理量

グループ会社 (2022年8月1日現在)

| 名称 | 住所 | 資本金 (百万円) | 主要な事業の内容 | 議決権の所有割合(%) |
|-------------------------------|--------------|--------------|----------------------------|-------------|
| 連結子会社 | | | | |
| (株) サンキュー | 福井県福井市 | 10 | 家庭電化商品等の販売 | 100.00 |
| フォーレスト(株) | さいたま市 大宮区 | 90 | 文具・事務用品、オフィス用品、日用品等の通信販売 | 100.00 |
| フォーレスト酒販(株) | さいたま市 大宮区 | 12 | 酒類等の販売 | 100.00 |
| (株) エヌワーク ^(注2) | 名古屋市 千種区 | 30 | 情報システムの運営及び開発 | 100.00 |
| (株) エディオンハウスシステム | 広島市中区 | 20 | 太陽光発電システムの販売・工事、住宅リフォーム等 | 100.00 |
| (株) ジェイトップ | 名古屋市 中村区 | 94 | フリーペーパーや求人誌、その他雑誌等の一般貨物の配送 | 100.00 |
| (株) イー・アール・ジャパン | 広島市中区 | 100 | リユース事業及びリサイクル事業 | 100.00 |
| (株) e-ロジ | 広島市中区 | 50 | 貨物運送業、倉庫管理業等 | 100.00 |
| 夢見る(株) | 堺市北区 | 10 | プログラミング教室等の運営 | 100.00 |
| (株) プライムステーション | 東京都品川区 | 41 | 企画・印刷事業 | 100.00 |
| (株) Hampstead ^(注2) | 東京都品川区 | 32 | システム開発・デジタルマーケティング事業 | 100.00 |
| (株) EdBank | 東京都品川区 | 10 | プログラミング教室等の運営 | 100.00 |
| 持分法適用関連会社 | | | | |
| (株) サンフレッチェ広島 | 広島市中区 | 220 | プロサッカーチーム | 46.96 |

(注) 1. 主要な連結子会社にキャッシュ・マネジメント・システム(CMS)を導入し、資金の貸付け及び余剰資金の受入れ等一元管理を行なっています。
2. 2022年10月1日に、(株) エヌワークが(株) Hampsteadを吸収合併し、社名を(株) EDIONクロスベンチャーズに変更いたします。

店舗ネットワーク (2022年3月31日現在)



会社情報 (2022年3月31日現在)

| | |
|-------|---|
| 商号 | 株式会社エディオン |
| URL | https://www.edion.com |
| 本店所在地 | 〒730-8620 広島市中区紙屋町二丁目1番18号 |
| 本社所在地 | 〒530-0005 大阪市北区中之島二丁目3番33号 TEL 06-6202-6011 (大代表) |
| 設立 | 2002年3月29日 |
| 資本金 | 119億40百万円 |
| 決算期日 | 毎年3月31日 |
| 従業員数 | 16,434名 (正社員9,158名、臨時従業員7,276名) |

外部評価



FTSE Blossom Japan Sector Relative Index

ESG(環境・社会・ガバナンス)の取り組みに優れた日本企業によって構成される投資指標「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」に選定されています。

株式情報 (2022年3月31日現在)

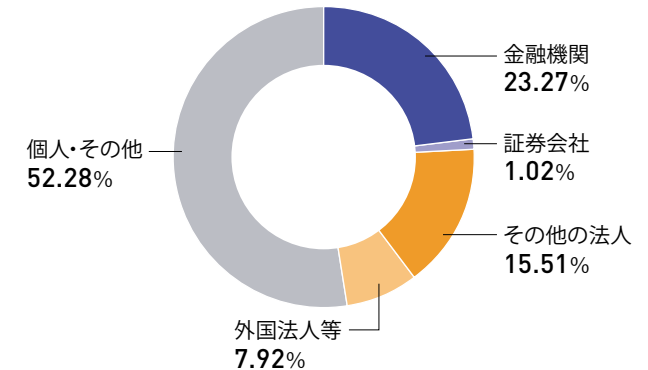
| | |
|----------|----------------|
| 上場取引所 | 東京証券取引所 プライム市場 |
| 証券コード | 2730 |
| 発行可能株式総数 | 300,000,000株 |
| 発行済株式総数 | 112,005,636株 |
| 株主数 | 105,722名 |
| 株主名簿管理人 | 三菱UFJ信託銀行株式会社 |
| 1単元の株式数 | 100株 |
| 会計監査人 | EY新日本有限責任監査法人 |

大株主 (上位10名)

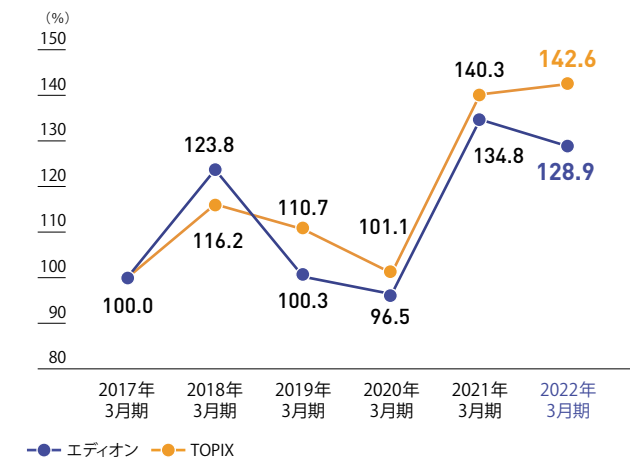
| 株主名 | 持株数 (千株) | 持株比率 (%) |
|-------------------------|-------------|-------------|
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口) | 10,537 | 10.30 |
| 株式会社LIXIL | 8,961 | 8.76 |
| エディオングループ社員持株会 | 8,206 | 8.02 |
| 株式会社ダイイチ | 3,449 | 3.37 |
| 久保允誉 | 2,179 | 2.13 |
| 株式会社日本カストディ銀行(信託口) | 1,930 | 1.89 |
| 第一生命保険株式会社 | 1,811 | 1.77 |
| 株式会社三菱UFJ銀行 | 1,692 | 1.65 |
| エディオングループ取引先持株会 | 1,668 | 1.63 |
| 住友生命保険相互会 | 1,624 | 1.59 |

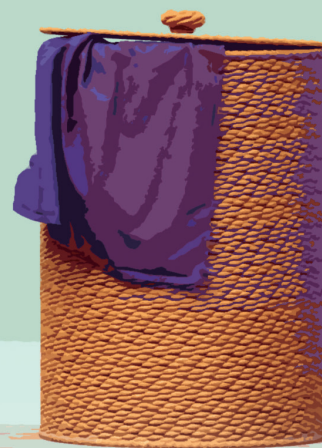
- (注) 1. 持株数は、千株未満を切り捨てて表示しています。
2. 当社は自己株式9,714,361株を保有していますが、上記大株主からは除外しています。
3. 持株比率は、自己株式を除いて算出しています。

所有者別株式分布状況



株主総利回り(配当込み比較指標: TOPIX(東証株価指数))





株式会社エディオン

<https://www.edion.com>

〒530-0005 大阪市北区中之島二丁目3番33号 TEL06-6202-6011 (大代表)