

EDON



Integrated Report

統合報告書 2025年3月期



Exciting Discovery



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

最良の状態により長く
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。

In One Network

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切にしています



CONTENTS

イントロダクション

経営理念	2
コーポレート・メッセージ	3
編集方針	5
ひとめでわかるエディオングループ	6
価値創造のあゆみ	8

マネジメントメッセージ

CEOメッセージ	11
COOメッセージ	14
ビジネスモデル	17
SPECIAL FEATURE 01	
グループシナジーの創出	18

ビジョンと成長戦略

中期ビジョン	21
価値創造プロセス	24
エディオンの強み	25
CFOメッセージ	26
SPECIAL FEATURE 02	
家電販売事業 プライベートブランド「e angle」 進化と発展	30
事業別戦略	33
● 家電販売事業	34
● ELS事業(リフォーム)	35
● eコマース事業／インバウンド事業	36
● 店舗戦略	37
● 物流・サービス事業	38
マテリアリティ(重要課題)	39
サステナビリティ・マネジメント	41
環境への取り組み	42
人的資本経営の推進	45
人権の尊重／サプライチェーンマネジメント	49
地域社会への貢献	50

ガバナンスの強化

監査等委員 座談会	53
コーポレート・ガバナンス	57
役員一覧	63
コンプライアンス	66
リスクマネジメント	67
ステークホルダーとの対話	68

データ集

11年間財務・非財務サマリー(連結)	70
会社情報、株式情報	72
社外からの主な評価、グループ会社	73

編集方針

エディオングループでは、ステークホルダーの皆様の中長期的な企業価値向上のための戦略や、サステナビリティへの対応についてご理解いただくため、統合報告書を発行しています。今回の2025年度版は、CEO、COOによるマネジメントメッセージを中心に、M&Aの戦略、マテリアリティの見直し、監査等委員会設置会社への移行など情報を充実させました。当社グループが目指す成長ストーリーについて、ご理解を深めていただくために、お役立ていただければ幸いです。

対象期間

2024年4月1日～2025年3月31日

※一部、対象期間外の情報を含みます

対象組織

〔株〕エディオンおよび連結子会社〕15社を対象としています。本報告書中の「当社」は〔株〕エディオンを、「当社グループ」は〔株〕エディオンおよび連結子会社〕15社を意味します。

発行時期

2025年9月

参考にしたガイドライン

- ・ IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」
- ・ 経済産業省「価値協創ガイダンス2.0」
- ・ Global Reporting Initiative (GRI)「サステナビリティ・レポートニング・スタンダード」
- ・ 気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD) 提言

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・見通しなどは、当社および当社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、これらの業績見通しとは異なる可能性があります。要因には主要市場の経済状況および製品需要の変動、国内外の各種規制ならびに会計基準・慣行などの変更が含まれます。なお、本報告書における将来情報に関する記述は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、本報告書の数値は日本会計基準ベースのものであります。

情報開示媒体

当社グループでは、本統合報告書のほか以下のような媒体を通じて、説明責任を果たすとともに、ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを深めています。

・ エディオンコーポレートサイト

当社グループについてタイムリーに発信するとともに、各種IR資料についても掲載しています。

<https://www.edion.co.jp>

・ サステナビリティサイト

当社グループのサステナビリティへの取り組みについて網羅的に報告しています。

<https://www.edion.co.jp/sustainability>

・ 株主通信

年2回発行している株主向け媒体です。第24期よりリニューアルし、Web版として発行しています。

<https://www.edion.co.jp/ir/library/communication>

・ 有価証券報告書

金融商品取引法に基づき、事業年度ごとに企業の概況、事業の状況、経理の状況などを報告しています。

<https://www.edion.co.jp/ir/library/report>

・ コーポレート・ガバナンス報告書

東京証券取引所の上場規程に基づき、事業年度ごとのガバナンスの状況などについて報告しています。

<https://www.edion.co.jp/ir/governance>

ひとめでわかるエディオングループ (2025年3月31日現在)

売上高(連結)

7,681 億円

家電およびリフォーム事業で売上高の8割以上を占めています。



従業員数(連結)

15,966 名

性別、国籍、年齢、雇用形態など多様な人材が働いています。



人材教育プログラム コンテンツ数

319 コンテンツ

学習環境の整備を進め、従業員一人ひとりの成長を支援しています。



グループ連結子会社数

14 社

戦略的なM&Aによる事業規模の拡大を進めています。



リフォーム(ELS)施工件数

累計 **120.3** 万件*

家電量販店ならではのサービスで、業界トップクラスの施工実績を誇っています。

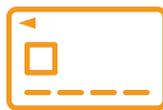


*2014年度からの累計実績になります。

エディオンカード会員数

480 万会員*

会員様向けセールスの開催や長期修理保証など充実したサービスを提供しています。



*100満ポルトカード会員数は含まれていません。

PB・オリジナル商品 売上高構成比

31.7 %

お客様の声から生まれたオリジナル商品の開発に力を入れています。



該当ページ P30

CO₂排出量削減目標 (2030年度までに)

46 %削減*

CO₂削減ロードマップを策定し、取り組みを続けています。



*2013年度比
※当社グループのScope1とScope2の合計

店舗ネットワーク

全国の店舗ネットワークを活かし
お客様の快適な暮らしをサポートしています。



オフィシャル・キャラクター
いいなちゃん

九州・沖縄地方
直営店: 45
FC: 217

中国地方
直営店: 86
FC: 230

四国地方
直営店: 15
FC: 71

北陸地方
直営店: 20
FC: 1

近畿地方
直営店: 117
FC: 101

北海道・東北地方
直営店: 8
FC: -

関東地方
直営店: 16
FC: 1

中部地方
直営店: 147
FC: 115



サービスセンター
(物流)拠点数
89 拠点

プログラミング教室数
184 教室

価値創造のあゆみ



価値創造のあゆみ

2012年

- ストアブランドを「エディオン」に統一

2018年

- 「e angle」販売スタート
- 教育事業開始

2019年

- なんば本店オープン
- アミューズメント性に特化

2021年

- 京都河原町本店オープン
- TCFD提言に賛同

2023年

- 横浜西口本店オープン

2013年

LIXILと資本業務提携
(2022年4月業務提携に変更)

2017年

フォーレストを
子会社化

2018年

e-ロジ設立

2019年

夢見るを子会社化
ジェイトップを子会社化

2022年

ニトリHDと
資本業務提携

2023年

サンフレッチェ広島を
子会社化

2024年

麻布を子会社化

2015年

- ESC(エディオン・サポート・チェーン)スタート
- エディオンハウジング開設(不動産売買仲介事業)
- 3代目ヒマワリ号稼働

2017年

- 新エディオンネットショップを開設
- 新エディオンアプリをリリース

2024年

- 新サッカースタジアム「エディオンピースウイング広島」開業



マネジメントメッセージ

持続可能な成長の 実現に向けて



代表取締役会長執行役員
CEO

久保 允孝

代表取締役社長執行役員
COO

高橋 浩三

MANAGEMENT MESSAGE

▶ マネジメントメッセージ

CEOメッセージ



新たな経営体制のもと ステークホルダーの皆様の期待に応え 持続的成長を追求していきます

代表取締役会長執行役員
CEO

久保 允誉

新経営体制でスタートした2024年度

2024年度はエディオンにとっていくつかの大きな変化があった年となりました。2024年6月27日付けで高橋新社長にバトンを渡しましたが、一年目となった2024年度を振り返ってみると、期待通りの成果を出してくれたと評価しています。この社長交代については、近年のめまぐるしい市場環境の変化の中、指名報酬委員会で相当に議論を重ねました。当初は新社長の選択肢として外部から経験豊富な人材を招聘すべきではないかという意見も出ましたが、度重なる議論の中で、最も大切なことは理念の継承であるという答えに達しました。エディオンの経営理念、社員の行動指針である倫理綱領を、グループ全社に、そして次の世代にしっかりと受け継いでくれること、そのた

めには現場でリーダーシップをとり、社員たちと苦楽を共にしてきた人が良いだろうということで高橋を指名しました。彼に「社長を任せたい」と伝えた時、「まさか自分が」と非常に驚いていたことを覚えています。

デオデオの先代社長より、企業というものは“人”で成り立っているということを大切に考えるように言われていました。私たちの経営理念は「効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現」ですが、これはもちろん経営者一人では実現できることではありません。社員が育ってこそ事業が円滑に回り、たくさんのお客様に喜んでいただくことができるのです。私の会長室には「王道」という書が掛けられています。将棋の駒に王将がいて、金、銀、飛車、角行や歩兵がいるように、人間にも一直線に目的に向かって進んでいく人、視野が広くいろいろな方向にアン

テナを張っている人、一歩ずつゆっくりと前に進んでいく人もいます。そういった人たちをすべて束ねて目標を達成する、それこそが「王道」です。そして最も大切なことは、歩兵が「と金」になるように、将棋の駒は「成る」ことで強い駒に成長します。社員を大切に育て、成長してもらい、それによって会社が成長する、このような王道を実践することを私は新社長に託しました。

高橋が最初に店長を務めたのは150坪の小規模店舗で、以来、中核店の店長、エリア長、営業統括部長と一歩ずつステップを上ってきた人ですから、彼が社長になれば、現場の皆がきっと応援してくれると思いました。社長を引き受けてくれた彼に向けて、私は二つのことを伝えました。まず、「中期ビジョンに掲げた業績目標を、一年一年着実に達成することに全力投球してほしい」ということです。これは営業統括部長を務めてきた彼から

▶ マネジメントメッセージ: CEOメッセージ

すれば、言われずとも当然のことだったと思います。そしてもう一つが「社員こそが会社の宝だ」という想いです。高橋社長が現場をしっかりと舵取りしてくれることで、CEOである私は5年後10年後を考えた経営戦略や、将来への布石を打つ施策をしっかりと考えていくことに専念することができます。そういった意味でも、2024年度は新経営体制として非常に良い滑り出しができたと感じています。

経営統合、M&Aに対する考え方

家電業界を取り巻く環境も大きく変化しました。私が初めて社長を務めた1992年当時、数多くあった家電量販の上場会社は統廃合が進み、現在わずか6社*になりました。

当社グループの前身であるデオデオは、2002年にエイデンと共にエディオンをスタートし、その後、ミドリ電化、石丸電気が加わり、2012年よりストアブランドをエディオンに統一しました。一見すると、順調に事業を拡大してきたように思えますが、経営統合の過程では多くの苦難があり、学んだことは非常に多くありました。今後、新規事業を展開するなどの目的でM&Aを活用することは大いにありますが、これまでの経験を生かし、お互いの会社にとって良い形を追求した統合を進めていきたいと考えています。

その一つの現れが株式会社サンキューとのブランド統合です。「100満ボルト」として店舗を展開していた同社は2007年にエディオングループに加わり、システムや商品調達、マーケティング、一部の間接部門などの統合を少しずつ進めてきました。

そしてこの度、2025年4月から完全なブランド統合を実現して新たなスタートを切ったわけですが、時間をかけて信頼関係を築いてきたことで、サンキューが長い歴史の中で培ってきた強みを最大限に活かすシナジーが発揮できているのではないかと感じています。今後、エディオングループには、「100満ボルト」が強みとしていた北海道、北陸エリアのお客様、地域との強固なネットワークが新たな力として加わります。さらなるドミナント強化とエディオン独自のサービス事業、ELS事業などの展開を加速したいと思っています。

※2025年6月現在

監査等委員会設置会社への移行

もう一つの大きな変化はガバナンス体制です。当社は2024年6月開催の株主総会での承認により、監査等委員会設置会社に移行しました。取締役会では従来から社外取締役に積極的なご意見をいただき、議論をしていましたが、やはり議案の数も多く、議論に割く時間を増やすことが難しいと思っていました。今回の機構変更を機に、執行への権限委譲も進めましたので、取締役会における方針や戦略策定等の重点審議および業務執行に対する監督機能が強化されるとともに、より闊達な議論ができるようになりました。

当社の社外取締役は多様なバックグラウンドを持っており、DXや人的資本の強化など次なる経営戦略について様々な角度から提言をいただけるので、牽制が効くだけでなく、課題の優先順位もつけやすくなり、経営のスピードアップにつなが

っていると実感しています。さらに、当社の中で基準の整備等が不十分だった点も、監査等委員会からの提案によってガイドラインをつくるなど説明責任を果たせる体制を整えることができました。今回の機構変更で投資家の皆様からガバナンスを評価していただけるだけでなく、私から見ても明らかに経営力強化につながっていると実感しています。

取締役会の後に監査等委員会が開かれますので、委員の皆様への負担は増えたと思いますが、当社の社外取締役はそれぞれに高い見識をお持ちであり、十分な検討ができていると思います。今後はさらに会議の効率化を図り、理想的な体制に近づけていきたいと思っています。

新中期ビジョンの策定に向けて

現在の中期ビジョンは2025年度が最終年度となりますので、新中期経営計画策定のためプロジェクトを発足しました。キックオフ会議には私も参加しましたが、CEOである私がいることでメンバーの発言に遠慮が出ているのではないかと、もっと自由闊達に議論を広げてもらいたいという想いから、2回目以降については参加を控えて、皆で計画の骨子と基本戦略を議論してもらうことにしました。

中期経営計画では少し先を見据えて、事業をどうしていくべきか、それを実現するために取り組むべき課題を抽出する必要があります。例えば、EC事業を伸ばしたい、そのためのシステム投資はどの程度といったことを一つずつ検討していきます。その上で目指す事業の形に到達するために、一年一年の業績

▶ マネジメントメッセージ: CEOメッセージ

計画を達成していかねばなりません。現代のように環境変化が著しい時代には年度の業績を「連続」と捉えることは困難で、私はよく「不連続の連続」と表現しています。日々、目の前の様々な変化に対処して、しっかりと利益を確保しながら、2年先、5年先の準備をしていくことが大切なのです。

国内家電業界、流通小売業界の構図が変化しつつある今、現場対応力のスピード感と市場を先読みしていく感性が非常に重要になります。プロジェクトメンバーたちとともに、大きな事業の方向性を定め、必要な事業体制の整備を急ぎたいと考えています。

ものづくり体制の強化と人的資本への投資

2027年には蛍光灯の製造停止という家電業界にとって大きな出来事が控えています。私はこの頃を境に国内家電メーカーのものづくりの方向性が変化し、業界の二分化が際立ってくると思っています。家電メーカー大手はより高付加価値な家電製品に特化していくでしょう。そしてホームセンターをはじめとする小売業がそれ以外の生活、キッチン、理美容などの家電のオリジナルブランドの品揃えをより強化していくでしょう。お客様が家電製品を購入される店舗の選択肢が増え、競争は相当に厳しいものになると予測できます。

エディオンはすでにプライベートブランド「e angle(イーアングル)」で数十点のオリジナル商品を発売しています。2024年度は若年層向けのカラーデザインシリーズ、お求めやすい価格を実現した商品が大きく販売を伸ばし、ブランド認知度も向上

しました。今後はさらに商品力とものづくり力を強化していきたいと考えています。すでに商品開発部のメンバーが新たなメーカーを開拓するため、ASEAN地域を飛び回っていますが、新商品はアイテム、SKU(サイズ・カラーバリエーション)ともかなりの数に上ることが予測されますので、2025年度中には海外事業所も設置する予定です。

当社はそもそも小売業ですから、完成品の販売についてはオペレーションもコストコントロールの手法も確立していますが、材料、金型、部品製造など、ものづくりプロセスの管理に関してはまだまだこれからです。ものづくりを本格的に強化するにあたり、事業体制を補強していきたいと考えています。当社はスキル認定制度やエディオンアカデミーなどで、人材育成にも力を入れていますが、市場の大きな変化に対応し、新しいことに挑戦していくには、それだけでは不十分ですので、ものづくりに豊富な知見を持つ方にも入社していただき、人材基盤の強化を図っていきます。そしてそういった体制を核にエディオンのものづくり部隊をつくり上げたいと思います。

ステークホルダーの皆様へ

当社グループが持続可能な成長を実現していくために、株主・投資家の皆様との積極的なコミュニケーションを図っていきたくと考えています。近年はコーポレート・ガバナンスの強化、資本効率性を意識した経営など、企業には高度な経営要件が求められていますが、私たちエディオングループも株主・投資家の皆様のご意見をいただき、それに基づいてガバナンス

改革および経営改革に取り組んでいます。

その中で私が最も大事だと考えることは、外的要因や消費者動向にどのような変化があっても、公にした経営計画の数値は必ずや達成すべきであるということです。約束を守ってこそ、信頼関係は築かれ、企業価値の向上につながっていくと私は思います。

そして、流通小売業は全般に収益性に課題があるとされていますが、当社がROEの目安として掲げた8%の目標は何としても継続的に達成していかねばなりません。そのためには、新たなM&Aも含めた成長領域への投資に資金を充て、収益力を強化するとともに、株主の皆様への還元も拡充するバランスの良い資源配分を実行していきます。

エディオングループは今後も社会の課題解決に貢献し、ステークホルダーの皆様のご期待にしっかりと応えられる企業に成長してまいります。



方針説明会(2025年5月)

▶ マネジメントメッセージ

COOメッセージ

お客様から選ばれ続け 仕事を通じて社員の幸せを 実現できる企業を目指します

代表取締役社長執行役員
COO

高橋 浩三



2024年度の業績を振り返って

2024年6月に前社長の久保(現会長)から経営のバトンを引き継いで以降、瞬く間に過ぎた一年でした。また、たくさんのごことにチャレンジし、収穫も多かった年でもあったと感じています。

2024年度は当社を取り巻く事業環境に様々な変動がありました。長引く円安や世界的なインフレにより、国内の物価が軒並み高騰を続け、消費者皆様の生活防衛意識の高まりが顕著となりました。家電を取り巻く環境においては、猛暑・厳寒で季節商品の販売が大きく伸長しました。また、過去最高を記録した訪日観光客によってインバウンドに注力した店舗が大変にぎわいました。さらに、ELS事業(リフォーム)に関しても、地

域補助金の影響もあり上半期は前年を大幅に上回る受注がありました。

このような環境の中、エディオングループの連結売上高は7,681億円(前年比6.5%増)、営業利益は233億円(前年比38.2%増)と増収増益を達成することができました。様々な市況の変化に対し、全社・全店がスピード感をもって対応することができたことが、好業績となった最大の要因であると評価しています。

社長を拝命した私は、まず、現状の課題をしっかりと見極めるべきだと考え、より多く臨店することを重視しました。私自身、現場経験が長く、現場からすべてが始まるという考えを持っています。『現場・現物・現実』の三現主義によって様々な課題を把

握し、解決を図ってきたからです。しかし、ひと口に現場といっても、エディオンは直営店だけで全国454店舗あり、売場面積4,000坪超の大型店から郊外の小中規模店、商業施設のインショップなど様々な規模・業態の店舗が存在します。そして当然ながら、顧客層、店舗オペレーション、抱える課題も大きく異なります。こうした状況で一律の計画を設定しては、個店の状況は反映されませんし、頑張ったにもかかわらず計画未達となってしまう、現場のモチベーションが損なわれてしまうこともあるでしょう。そうしたことから、この一年は、店舗それぞれの特性を反映した皆が納得できる計画を策定していくことに注力してきました。

実際には週に4~5店舗のペースで、一年間かけて半数以上の店舗を回ることができました。これによって見えていなかった様々な事業課題が明確になり、それらを一つひとつ潰していくと、エディオンという会社はまだまだ伸びしろが大きく、成長性が確実にあると実感できました。2025年度も引き続き、臨店や部長面談を続けて課題を本部に落とし込み、スピード感をもって現場のイノベーションを起こしていきたいと考えています。

中期ビジョンにおける3つの基盤強化の進捗

中期ビジョンの期間ではインフラ、事業、お客様という3つの基盤強化を目指して取り組みを進めてきました。

1つ目のインフラ基盤の強化ではDXによるお客様の利便性の向上や各部門の業務効率化に取り組んでいます。2023年度には修理受付をWeb化した「家電の119番・訪問修理窓口」を

▶ マネジメントメッセージ: COOメッセージ

開設し、お客様から好評をいただいています。人材に関しても基盤強化を図るため、中長期的な人事戦略に基づいて次のエディオンを担う人材を育成すべきであるとの考えのもと、2025年4月に人事戦略部を新設し、人事制度改革をスタートしました。

2つ目の事業基盤に関しては、プライベートブランド「e angle(イーアングル)」とELS事業の強化を図ってきました。「e angle」はこれまで、高付加価値の商品を主軸に展開してきましたが、最近の調査では消費者の生活防衛意識の高まりが顕著であり、若い世代の人はデザイン性+基本機能を備えた安価なものを求めていることがわかりました。そのようなZ世代、アルファ世代層を取り込むため、2024年度はカラーデザインシリーズ、機能を絞り込み、お求めやすい価格を実現した商品をリリースしました。両シリーズともお客様から高いご支持をいただいております。PB商品の売上構成比は前年の2倍に成長、中期ビジョンの売上構成比目標35%に対し、31.7%まで到達しました。

ELS事業に関しては、家電事業に次ぐ第2の収益の柱と位置付けています。社員のリフォーム販売スキルの研修やサービス品質向上に取り組む一方で、M&Aを積極的に活用し、2024年3月に外壁塗装の株式会社麻布と、2025年2月に給湯設備機器販売会社「正直屋」のブランドで知名度があるジャパンネクストリテイリング株式会社をグループに迎えました。いずれも専門性が高い会社で、施工と技術力にも定評があり、顧客基盤を獲得していく上でもシナジーがあると見込んでいます。

3つ目のお客様基盤の強化では、家電操作アプリ開発とインバウンドのお客様対応の強化に取り組まれました。2025年4月に

リリースした「エディオンスマートアプリ」は、IoT家電の操作や故障の検知・修理受付ができるアプリです。今や、エアコンやテレビ、洗濯機、炊飯器など高機能な家電製品は8割以上がインターネットにつながる機能を持っています。しかしながら、メーカーごとに使用するアプリが異なり、個々の家電を別々に操作しなければならず、全体としてみると決して便利・スマートな状況になっていないというのが実情です。そこで、一つのアプリでお客様が多様なメーカーのIoT家電を快適に使えるようにできないか、と開発したのが「エディオンスマートアプリ」です。現在の対応メーカーは6社(クラウド対応は2社)とまだ少ないですが、今後、お客様の利便性をさらに高めるべく、対応メーカーを順次増やしていく計画です。このアプリはIoT家電をスマートにお使いいただくだけでなく、使用状況や故障の発生がわかりますので、お知らせを受信し、エディオンの出張修理サービスを利用していただくことができます。当社の経営理念である「効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現」を具現化したものであると私は思っています。

インバウンドのお客様に関しては、コロナ禍以前は中国の方を中心とする消費が旺盛でしたが、現在はニーズがより多様になっています。中国、アジア系のお客様は引き続き家電を購入されますが、欧米からのお客様はアニメやエンターテインメント商品のニーズがありますので、各店で顧客層を見ながら品揃えを工夫しています。また、関西エリアでは万博のお客様が増えています。万博会場はスーツケース持ち込み不可ですのでお客様がお困りでした。そこで「スーツケースお預かりサービス」の対応店舗を拡大したところ、大変盛況となりました。また、ホテルや空港までお届けするサービスも追加し、多くのお客様

にお喜びいただけました。いずれもお客様第一主義のエディオンならではのサービスです。2024年の訪日観光客数は概算で3,700万人でしたが、2030年には6,000万人を超えるといわれますので、インバウンドのお客様へのサービスは今後も拡充していきます。



インバウンド事業戦略発表会(エディオンなんば本店)

人の成長を会社の成長につなげる

久保会長から社長の任を託された際、最も心に残ったのは「人を大切にしてほしい」という言葉でした。私自身、エディオンの競争力の源泉はやはり現場を支える“人”だと思っています。現在、当社が取り組んでいる人事制度改革は人材の力を最大化して、エディオンを持続的に成長させるための改革です。現在、社員の年齢分布を見ても高齢化が進んでいます。定年に達する社員も年々増えていますので、働き続けられる人にはもっとやりがいをもって活躍してもらおうと、役職定年後のキャリアアチェンジ制度を一部改定し、成果が報酬に反映される仕組みを取り

▶ マネジメントメッセージ: COOメッセージ

入れました。

加えて、管理職になって企業価値をあげていきたいと自発的に考えてくれる社員も育てていかなければなりません。そのためには社員自身が自分の成長を実感できる評価制度が必要だと考え、2023年度からスキル認定制度をスタートしました。本制度は、入社3年目までにテレビ、冷蔵庫、洗濯機、パソコン、スマートフォン、リフォーム等の主要製品の基本知識に関するWebテストをクリアすることを基本としています。何度でも制限なく受験できますので、自分のペースで知識を身に付けることができます。そして知識だけでは販売スキルとして十分ではありませんので、各製品の販売実績を評価に加えて、AからFの6段階にランク付けし、すべての店舗社員が3年以内にCランク以上の認定を取得することを目標としています。

そして、このテストは、店長以下、全社員に受験してもらっています。毎年新商品が出て、必要な商品知識も変わり、昔からの知識だけでは通用しなくなるからです。つまり、スキル認定制度は全社員のスキルの棚卸になり、従来の人事台帳では見えていなかった個々の社員のスキルを客観的に可視化することにつながります。スキルが見えてくると、例えば、A店舗はエアコンのスキルが高い人が少ない、逆にB店舗はスキルが高い人が集まっている、といったバラつきも見えてくるようになりますので、人材の最適配置を考える基盤データとして活用できます。従来の人事異動は、地域のエリア長、地区長にプランを委ねていましたが、データを基により最適な配置戦略が立案できるようになります。また、社員の皆さんにとっては、自分自身の目指すべき目標が明確になり、かつ結果を出せば確実に評価にもつながり

チベーションアップが図れています。

これらの施策によって、人の成長を会社の成長につなげるといふ、私たちのありたい姿に近づけていきたいと考えています。

2030年、エディオンの次のステージに向けて

2025年度は現中期ビジョンの最終年度です。当社では、2030年を目安とした新たな中期ビジョンの検討に入っています。先にも述べたように、目まぐるしいスピードで市場環境やお客様のニーズが変化していますので、当社の経営戦略も、より長期的な視野に立って企業価値向上に取り組んでいかなければなりません。投資家の皆様との対話の機会も積極的に設け、様々なご意見をいただいていますので、トップラインを上げていくだけではなく、長期的かつ安定的な企業成長を目指しているかねばならないと考えています。そして、業界No.1の粗利率を保持し、営業利益率を上げていくには、やはりオペレーションの効率化が重要ですので、コスト削減には継続的に取り組んでいきます。

そして、臨店では様々な課題が見えたと申し上げましたが、これまでのビジネス領域から飛び出して新たにチャレンジすべき時が来ていると感じました。その中で、新領域として候補に挙がっているのはリユース事業です。すでに携帯電話のリユースや中古ゲームソフト販売事業をスタートしていますが、エディオンならではのお客様第一主義のビジネスモデルで、リユース市場への進出を計画しています。

この根底には、当社のサステナビリティへの考え方がありま

す。単に環境負荷を抑えるだけではなく、企業としての収益性や競争力も同時に高めていけるサステナビリティが当社を目指すところです。加えて、経営理念の「完全販売」とは、「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む」ことを意味していますので、お客様が購入された商品を寿命が尽きるまで快適に使っていただくことが当社の使命です。サステナビリティ委員会の委員長の任も会長から引き継ぎましたので、今後は取り組みのスピードを上げていき、ぜひこのチャレンジを成功させたいと考えています。

ステークホルダーの皆様へ

2025年度も世界経済の動向は先読みができない環境が続いています。国内の物価上昇も継続が見込まれますし、生活者の皆様は不透明な中でより家計を守る、防衛意識が高まるものと見えています。このような不安定な社会状況だからこそ、エディオンはお客様に選んでいただける企業であり続けたいと考えています。すべての社員が自ら主体的に考え、お客様視点に立って、新しい商品やサービスの提案に取り組んでいくことが、様々な逆風をフォローの風に変えることができると私は考えています。

そして、私たち経営陣は収益力の強化と強固な企業基盤の構築によって社員の努力を支えていきます。また、責任と透明性のある企業活動を実践し、株主様、お取引先様との良好な関係を維持することで、すべてのステークホルダーの皆様から信頼され、社会から必要とされる企業に成長していきたいと思えます。今後ともご支援のほど、よろしくお願いいたします。

ビジネスモデル

エディオングループは家電量販店の運営を中心に、リフォーム事業など多様なサービスを展開。
 “総合生活提案企業”として、お客様の快適な暮らしを支えています。



SPECIAL FEATURE 01

グループシナジーの創出

エディオンは2002年に株式会社デオデオと株式会社エイデンの持株会社として設立して以来、事業統合や合併を続けながら競争力を高めてきました。2025年4月には、「100満ボルト」を運営する株式会社サンキューを吸収合併しました。



ストアブランド統合による新たな企業価値向上

北陸・北海道・山陰に店舗を持つ100満ボルトは、地域に根ざした店舗展開を進め、地元の皆様に親しまれてきました。今回の吸収合併により、ストアブランドをエディオンに統一することでブランド認知の拡大や、地域性を重視した商品・サービス開発の強化など、サンキューが長年培ってきた地域密着の強みを取り入れながら、グループシナジーの最大化と収益拡大を図っていきます。

2011年にエディオンの完全子会社となって以降、2015年にシステム統合、2017年に商品調達、2018年に経理業務、2022年には制服のデザイン統一を実施するなど両社の統合は着実に進められてきました。

2025年4月1日から屋上看板をはじめとしたサインについて「エディオン」ブランドへの切り替えを開始しました。一度に全て変えるのではなく、長年親しまれてきた「100満ボルト」のロゴを一部残しながら、時間をかけて順次切り替えを進めています。



期待されるシナジー効果

エリアを超えた
ブランドの
認知拡大

地域性を意識
した商品・
サービスの開発

経営資源の
最適化と
コスト削減

人材採用への
好影響

> SPECIAL FEATURE 01 グループシナジーの創出

新たなグループシナジーの創出に向けて

社会の変化がますます加速していく中で、市場環境やお客様のニーズに柔軟に対応していくことが求められます。

エディオンはM&Aの戦略において、「特定地域におけるドミナント強化」「物流ネットワークなど事業インフラの強化」「リフォームや教育など既存事業の拡大・技術獲得」「異業種との提携による新規分野への進出」などを重視しています。外部からの知見・ノウハウを取り入れることによってグループ全体の競争力を高め、お客様への総合的な価値提供を目指していきます。



CASE STUDY

ELS事業の拡大

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、家電に次ぐ成長事業としてリフォーム分野の拡大に注力しています。

ジャパンネクストリテイリング株式会社 (JNR社)

2025年2月

「正直屋」のストアブランドで関東・中部・近畿エリアを中心に給湯設備機器の販売を行なうJNR社の全株式を取得しました。同社はCM等を通じて知名度が高く、また、施工業者様との強固なネットワークを有していることから、リフォーム事業拡大に向けた相乗効果が得られると考えています。



株式会社麻布

2024年3月

同社は、外壁塗装の技術、職人とのネットワークに強みを持ち、全国35ヵ所に営業所を置いています(2025年3月31日現在)。両社の強みを生かすことにより、外壁や屋根・リノベーションなど大型リフォームにもサービス内容を拡大し、お客様のライフスタイルをトータルでサポートできる体制の強化を進めていきます。



CASE STUDY

物流事業の拡充

eコマースの普及など物流需要が高まる中、エディオンでは「物流の2024年問題」による労働力不足に備え、物流ネットワークの体制強化に取り組んできました。

ニトリグループと家電の幹線輸送で協業

2025年1月

ニトリグループの物流部門を担う株式会社ホームロジスティクスと共同配送を開始しました。神奈川県川崎市～宮城県仙台市間で、荷物の積み込み・積み下ろしを共同で行なうことで積載率を向上させ、輸送トラックの台数を半減。輸送コストやCO₂排出量の削減につながっています。



室山運輸株式会社

2024年8月

近畿から中四国地方を中心に長年物流業界に携わってきた同社は、家電のほかにも医療機器やOA機器、パソコン関連など様々な商品の搬送で実績を有しています。同社をグループ化することで、物流課題の解決とともに発展的な成長につながると考えています。



※同社は2025年4月に当社グループの株式会社ジェイトップと合併しました。

ビジョンと成長戦略



中期ビジョン

エディオンでは2022年5月に「中期ビジョン(2025)」を策定し、その実現に向けた様々な取り組みを推進しています。

中期ビジョンにおける当社のありたい姿

変化する市場環境に対応し進化する企業体質の構築

中期ビジョンでは、基本方針として「変化する市場環境に対応し進化する企業体質の構築」を掲げています。売上高の成長だけでなく、経費コントロールの強化と資本効率性の向上により、ROE10%以上、ROIC10%以上をその目標に掲げ、『インフラ基盤』『事業基盤』『お客様

基盤』という3つの基盤強化に取り組みます。また、3つの基盤すべてに関わるものとして「eコマースの強化」を、当社の持続的な成長とステークホルダーの発展を支えるものとして「サステナビリティ経営の強化」を位置付け、これに取り組むこととしています。

3つの基盤強化

インフラ基盤

多様化する環境に対応できる柔軟な基幹システム、効率的な物流ネットワーク、継続的な企業成長につながる人材マネジメント体制など、ビジネスを支える基盤の強化に努めます。

事業基盤

当社グループの主要事業である家電事業、ELS事業、物流サービス事業、教育事業について、さらなる収益力の向上と営業効率の最適化に努めます。

お客様基盤

ドミナント強化による地域シェアの向上、マーケティングや情報発信力の強化による顧客接点の強化により、継続的に支持される好循環型のビジネスモデルの構築に努めます。

eコマースの強化

資本政策

安定的な配当とともに資本効率向上に資する取り組みを実施します。

サステナビリティ経営の強化

持続的な成長とすべてのステークホルダーの発展を目指すため、方針を定め実行します。

コーポレート・ガバナンス強化

取締役会の透明性確保に努め、運用面の改善にも取り組みます。

IR活動の強化

情報の適時開示、個別ミーティングの開催など、投資家の皆様との対話促進を図ります。

中期ビジョン

		3つの基盤強化	中期重点項目	ポイント	
<p>変化する市場環境に対応し進化する企業体質の構築</p> <p>コーポレート・ガバナンス強化 / IR活動の強化</p> <p>資本政策 / サステナビリティ経営の強化</p>	<p>eコマースの強化</p>	<p>インフラ基盤</p>	 <p>新システムへの取り組み</p>	<ul style="list-style-type: none"> DX推進で内製化比率80% 新店舗システムの構築(2025年) 	
			 <p>物流体制の再構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> 全国配送工事網の構築-EC需要拡大に対応 <ul style="list-style-type: none"> 物流網再編 	
			 <p>未来の人材力を創造</p>	<ul style="list-style-type: none"> ダイバーシティの推進とともに未来につながる人材力の創造 <ul style="list-style-type: none"> 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 	
		<p>事業基盤</p>	<p>eコマースの強化</p>	 <p>家電事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> 新たな市場を発掘し商品を提供 <ul style="list-style-type: none"> PB/オリジナル商品の拡充(売上構成比2021年度25% → 2025年度35%) インバウンド戦略の推進
				 <p>ELS事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> お客様の暮らしを支え、より快適な生活を提案 <ul style="list-style-type: none"> オンライン商談の強化 新規取扱商品・ラインナップの強化 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)
				 <p>物流サービス事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> サービスメニューの強化とともに訴求強化 <ul style="list-style-type: none"> 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
				 <p>教育事業</p>	<ul style="list-style-type: none"> 日本の未来創造に貢献できる企業に <ul style="list-style-type: none"> 教室展開エリアの拡大・オンライン学習の拡充
		<p>お客様基盤</p>	<p>eコマースの強化</p>	 <p>ドミナント強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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
				 <p>接点強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> 会員サポートなどを通じたお客様とのつながり強化 エディオンスマートアプリの展開
		<p>社会課題への取り組み / 持続可能な経営体質に</p>			

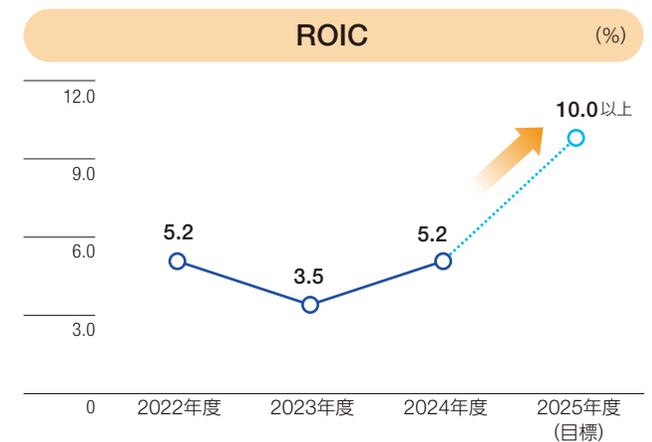
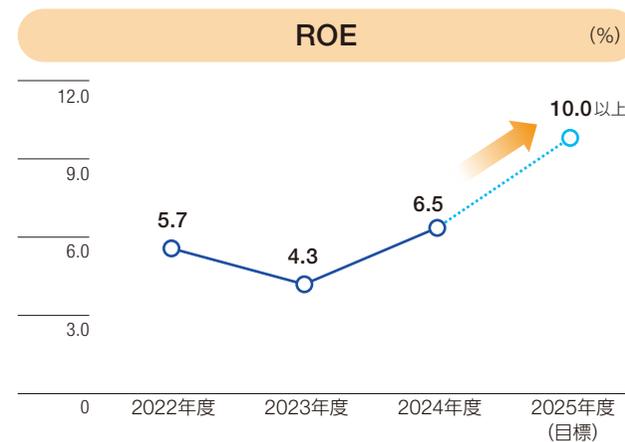
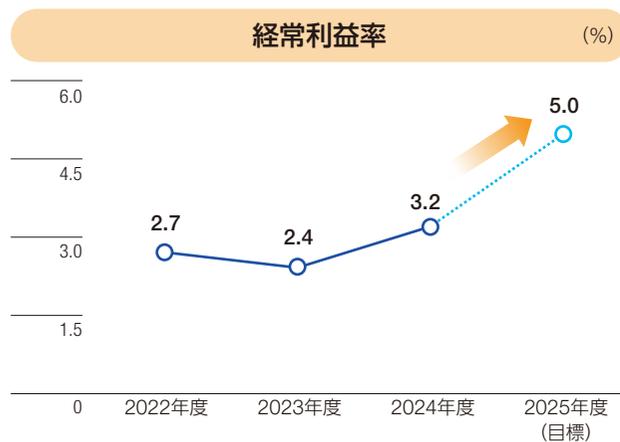
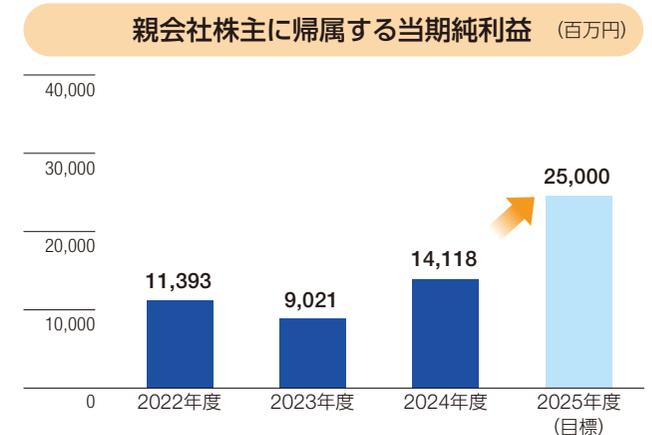
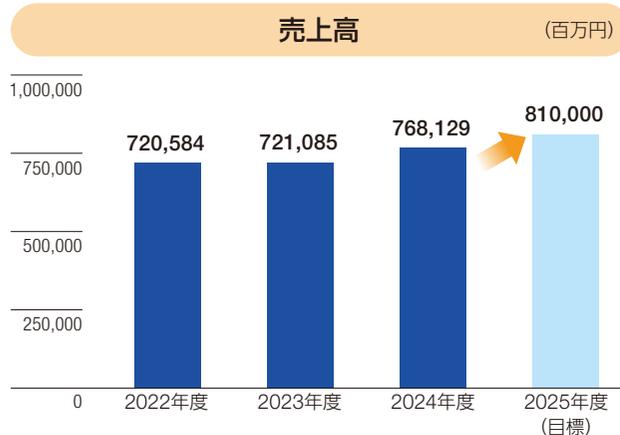
中期ターゲット(財務目標)と進捗

世界的なエネルギー価格・原料価格の高騰に加え、アメリカの関税政策が世界規模での混迷を引き起こすなど、この先もしばらくは経済環境が不透明な状況が続くと予想されます。一方、国内の経済を取り巻く環境は物価上昇や円安基調が強まる為替相場などの影響を受けつつも、堅調な企業業績を背景とし

た雇用・所得環境の改善が見込まれ、消費活動も一層の活発化が予想されます。また、2025年4月13日に開幕した大阪・関西万博により海外からの観光客の増加やそれにともなうインバウンド需要の回復も期待されています。

家電小売業界におきましても、水道光熱費や物流コストの増

加、商品価格の上昇により、売上や利益が低下するといった可能性があります。家電市場には買い替えを中心とした需要が潜在的にあるため、一時的な悪化があったとしても中期的には売上や利益が回復することを見込んでいます。

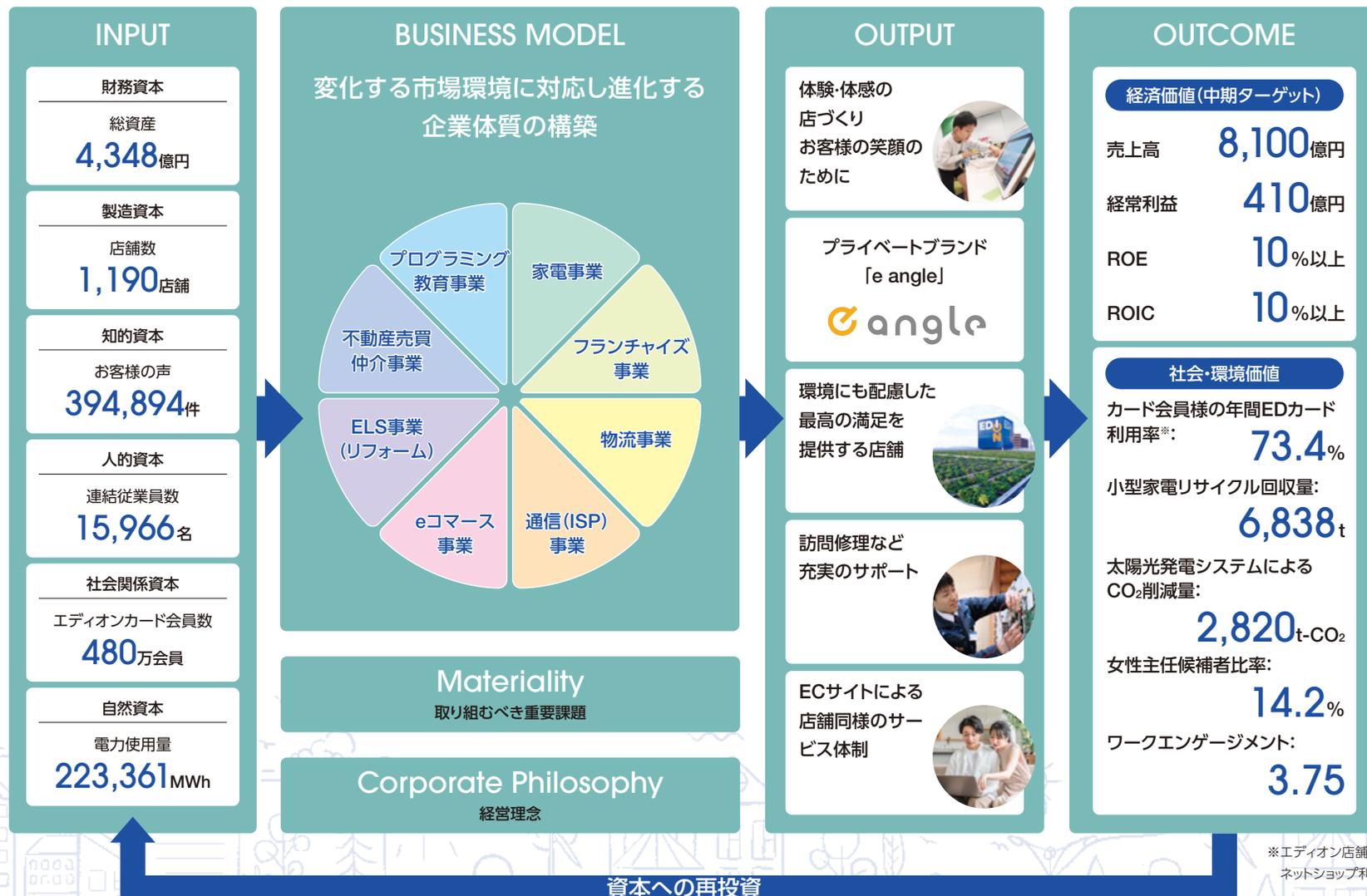


価値創造プロセス

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、社会からの要請に対して柔軟に応え続けることで、価値創造を実現します。

社会からの要請

- DXの推進
- 人口減少による地域格差の是正
- 多様化する価値観への対応
- 気候変動リスクへの対策



描く未来

Future

お客様の
多様な豊かさが
実現する社会

*エディオン店舗・エディオンネットショップ利用

エディオンの強み

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

接客力と提案力

従業員の資格取得や人材育成に積極的に取り組み、豊富な商品知識にもとづく接客・提案を実践しています。

- 家電製品アドバイザー
資格取得者 **4,613名**
- 充実の研修制度
- 独自性のある商品企画
「e angle」
- 顧客体験を重視した個性的な
店舗運営

お客様との“つながり”

様々な場面で寄せられるお客様からの声に対し、スピーディーで適切な対応を心がけるとともに、関連部署で共有し、商品・サービスの開発や改善に活かしています。

- エディオンカード会員数 **480万***
- あんしん保証会員数 **863万**
- アプリダウンロード数 **1,291万件**

※100満ポルトカード会員数は含まれていません。

充実したサービス

全国約1,200店舗の家電ネットワークで、購入後のアフターサービス体制も充実。お客様に安心をお届けしています。

- エアコンクリーニング実績 **27万台**
- 全国物流網によるサービスの拡充
- IoTスマートアプリの開発
(2025年4月提供スタート)

該当ページ P32

業界屈指の保証と修理体制

コーポレート・メッセージ「買って安心 ずっと満足」のもと、お客様が安心してご購入していただける長期修理保証や修理サポートを提供しています。

- 保証対象商品 **100品種以上**
- サービスセンター(物流)拠点数 **89拠点**

安定した財務基盤

健全な財務活動と地域密着型の営業戦略、業務効率化によるコスト削減などより、安定した財務基盤を構築しています。

- 経常利益率 **3.2%**
- 自己資本比率 **51.2%**
- 営業キャッシュ・フロー **307億円**



CFOメッセージ



企業体質と収益力の強化により、 家電量販店の枠を超えて 小売業の変革に挑戦します

取締役常務執行役員
経営企画本部長

石田 亜紀

2024年度の主な財務活動

国内経済は、ウクライナや中東における紛争の長期化、中国経済の減速、原材料・エネルギー価格高騰による物価上昇、急速な為替変動などの影響により、先行き不透明な状況が続いています。一方、個人消費は物価高が長引く中でも、大企業を中心とした設備投資や賃上げによる所得環境の改善策などで回復が期待されています。また、海外からの旅行客の増加に伴うインバウンド需要のさらなる拡大が見込まれるなど、国内の消費市場は回復が進んでいます。

2024年7月には、月平均気温が1898年の統計開始以来最高を記録するなど各地で猛暑が続き、冬も厳しい寒さとなったことでエアコンをはじめとする季節家電が通年で好調に推移し、売上増加に大きく寄与しました。加えて、高効率給湯器や高い断熱性能の二重窓リフォームを中心に住宅設備も伸長したほか、理美容・健康器具や電子レンジ・調理家電などの生活家電、携帯電話やタブレットなどの情報家電も前年を上回り、好調に推移しました。その結果、2024年度の連結売上高は7,681億290万円(前年度比106.5%)、営業利益233億940万円(前年度比138.2%)、親会社株主に帰属する当期純利益141億18

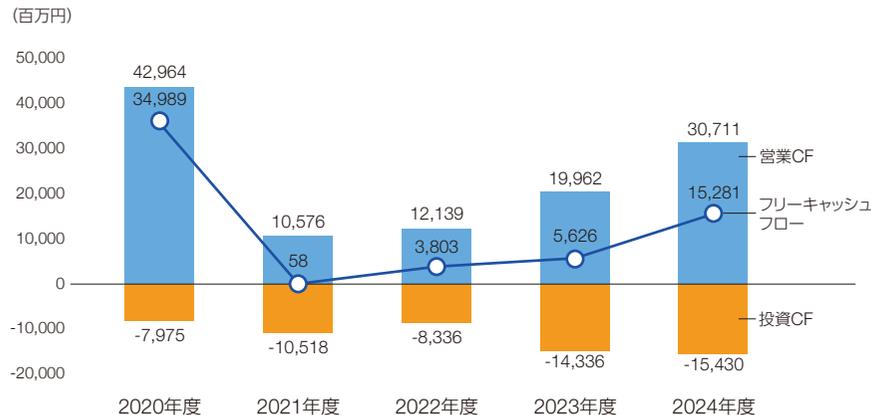
百万円(前年度比156.5%)となり、増収増益を達成しました。

こうした中、当社グループは2024年度、経営体質のさらなる強化を図るべく、「中期ビジョン(2025)」に基づく戦略的投資を実行しました。2024年8月には室山運輸株式会社を、2025年2月にはジャパンネクストリテイリング株式会社の全株式を取得し、それぞれ連結子会社としました。室山運輸は近畿から中四国地方を中心に長年にわたって物流業を展開してきた企業で、当社とも協力パートナー企業として良好な関係を築いてきました。同社をグループに迎えることで、ドライバーの働き方改革や燃料コストの抑制、環境対応など、様々な物流課題の解決を図りながら、発展的な成長につなげることができると期待しています。ジャパンネクストリテイリングは「正直屋」ブランドで関東・中部・近畿エリアなどを中心に給湯設備機器の販売を展開しており、当社のリフォーム事業拡大に向けて相乗効果が得られると考えています。

店舗展開については、年間およそ10店舗のペースで出店を計画していますが、2023年なんば本店の土地・建物を取得した大型投資の影響もあり、2024年度はやや抑制的な戦略を取りました。直営店は7店舗を新設、1店舗を移転、7店舗を閉鎖となり、フランチャイズ店舗は15店舗を新設、27店舗を閉鎖となりました。これにより2024年度末時点の店舗数は、直営店454店舗、フランチャイズ店舗736店舗となり、総店舗数は1,190店舗となりました。

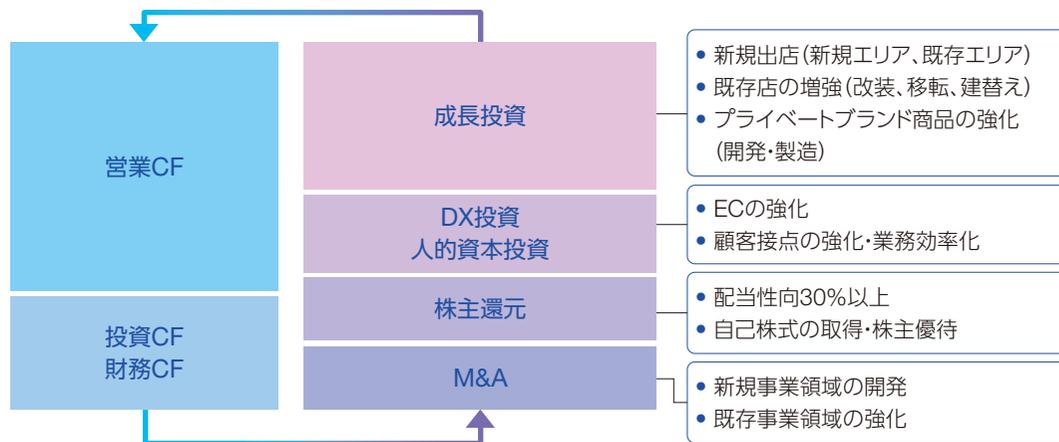
＞ CFOメッセージ

フリーキャッシュフローの推移



※2023年度の投資CFには、なんば本店の信託受益権取得に伴うキャッシュアウトは含めておりません

キャッシュアロケーション(イメージ)



エディオングループの投資・財務戦略

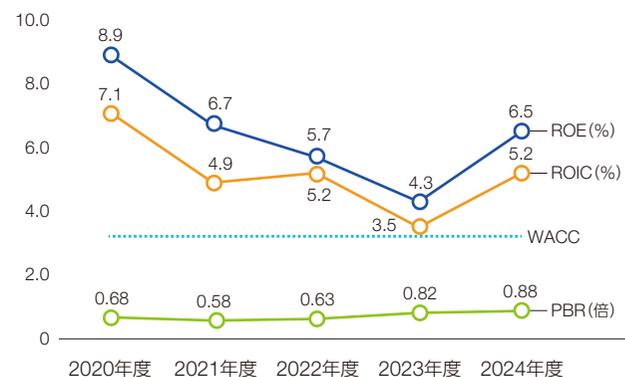
当社の投資戦略は、営業キャッシュフローの範囲内で出店およびM&A等の投資を実行することを基本としています。2022-2025年度を期間とする中期ビジョンでは、2023年度に通常投資枠を超えてなんば本店の土地建物の取得を行なった影響もあり、2024年度の投資規模はやや縮小しました。主な投資先は、先に述べたM&Aによる既存事業の基盤強化のほか、プライベートブランド「e angle」の商品開発、新規事業開発に向けたシステム関連を中心に実施しました。

キャッシュアロケーションについては、成長戦略に基づく投資を第一優先としながら、同時に株主還元を両立していく方針

で、その実現には、経営計画の着実な遂行によってキャッシュ総出力を高めていくことが不可欠です。本中期ビジョンにおいてもキャッシュフローの効率的な創出に力点を置いて事業戦略を立案・実行しています。

また、財務の健全性を維持しつつ資本収益性の向上を図るべく、ROE・ROICの向上を経営目標の一つに掲げています。現在、当社の株主資本コストは約5%と算定しており、ROEは継続的に株主資本コストを上回っているものの、2024年度末時点のROEは6.5%と依然として低い水準にあると認識しています。インフレによる固定費の上昇など厳しい事業環境にある中、小売業界のROE水準を超える高い目標を掲げ、利益確保に努めています。

ROE、ROIC、PBRの推移



＞ CFOメッセージ

利益確保の重要な基盤となるのが、長年にわたり継続してきた顧客基盤です。「効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現」を経営理念に、顧客本位のサービス・物流体制の構築に努めた結果、各地域・各店で、エディオンに対するお客様からの信頼を着実に築いてきました。その成果は、当社の販売実績にも表れています。

例えば、通常、エアコンの販売数は暑くなった時に急増し、その後下がるものですが、当社の2024年度は5月を除くすべての月で前年を上回り、年間で前年度比約112%の売上となりました。エアコン以外の商品群でも業界水準を上回る販売実績を確保しています。サービスや物流の拡充にはコストが伴いますが、これこそが当社の強みですので、サービスの質を落とさずにコスト最適化を進めていきたいと考えています。

加えて、資本コストや株価を意識した経営の観点から、PBRにも注視しています。業界平均が0.7～0.8倍、中央値が0.6～0.7倍である中、当社は0.8倍から直近で1.0倍と相対的に高い水準を維持しています。証券取引所の提示する1倍超を継続的に達成するため、今後もROEの向上を通じてPBRの改善に努めたいと考えています。PBRの低位は投資家からの期待が低いことの表れであり、背景には人口減少による需要の変化などから業界全体の成長性が不透明と捉えられている構造的な課題があります。当社としては、収益力の強化、資本収益性の向上、成長戦略に向けた投資、株主還元を通じた資本効率の向上を図るとともに、積極的な情報開示を通じて、当社の成長性を広く伝えていくことに努めていきます。

コーポレート・ベンチャー・キャピタル ファンド設立の狙い

2024年5月、当社はコーポレート・ベンチャー・キャピタルファンド「Brand New Retail Initiative Fund」を設立しました。これまでもエディオンは家電販売を中核としながら、リフォーム事業、インターネットサービスプロバイダ事業、プログラミング教育事業など、お客様の豊かな暮らしを支える多様な新規事業に挑戦してきました。しかしながら、少子高齢化の進行、デジタル化の加速、海外メーカーの台頭など、市場環境はこれまで以上に急速に変化しており、当社グループが今後も社会に必要とされる企業であり続けるためには、時代の変化に呼应し、小売業の変革に資する新事業の創出が不可欠だと考えます。そのため、テクノロジーの活用やマーケティング手法の開発、ビジネス開発スピードの向上を目的に、M&Aだけに依存しない、中長期的視点の投資手段として本ファンドを設立しました。

Brand New Retail Initiative Fundは、ベンチャーキャピタルファームであるイノー・アソシエイツ株式会社とともに発足したファンドで、マーケティング、小売り、リフォーム、環境エネルギー、情報管理システム、AI/ブロックチェーンなど幅広い領域で、出資・成長支援を行なっています。

社会的課題の解決にも着手していかなければならないと考え、事業としても積極的に取り組んでいく必要を感じています。一例を挙げるとバッテリーリサイクル領域があります。IoT、AIの急速な普及に伴い、暮らしの中にリチウムイオンバッテリー(LiB) 付属製品が増えていますが、粗悪品による発火事故も増加傾向にあります。資源の有限性や安全性確保の観点から、リ

サイクル技術の確立は喫緊の社会的課題です。生活家電やデジタル家電製品を販売する立場にある当社グループとしては、重要な社会課題と捉え、その解決に貢献していくことを目指しています。

プライベートブランドの強化 ものづくり事業への参入

さらに、2024年度は「くらしを、新しい角度から。」をコンセプトとしたプライベートブランド(PB)家電「e angle」の商品展開の強化を図りました。ここ数年、大手家電メーカーは定番商品を定量生産し、効率よく売り切る戦略をとっていますが、こうした状況下では新たな切り口やアイデアを盛り込んだ商品は生まれにくいと、当社としては、お客様の声を反映した商品を生み出そうと決意しました。

おかげさまで「e angle」は、2018年に年間売上目標200億円を掲げてスタートして以来、順調に成長路線を歩んでおり、2024年度に発売したZ世代をターゲットとする「カラーデザインシリーズ」についても好評をいただいています。

小売業である私たちの強みは、日々お客様との接点を持ち、お客様のニーズや市場の動向を的確に把握できる点にあります。こうした強みを生かして、市場のニーズを先取りした機能、品質、安全性を備えたPB商品をハイスピードで企画・展開し、収益力の向上につなげたいと考えています。

該当ページ P30

CFOメッセージ

サステナビリティへの取り組みをさらに強化

エディオンは創業以来、環境問題や社会課題の解決に向けた取り組みを積極的に行なってきた会社ですが、サステナビリティが社会課題の解決と企業価値向上に欠かせない取り組みであることを改めて認識し、2023年5月、「エディオングループのサステナビリティ方針」を策定しました。これは、当社グループがサステナビリティ経営を行なっていくうえでの基本的な考え方を、環境、人材、人権、調達、法令遵守の各分野にわたって明示したものです。加えて、当社グループを取り巻く外部環境も変化していることから、2025年3月にはマテリアリティの見直しを行ないました。新たに特定した6つのマテリアリティでは、それぞれに目標を設けて活動していきます。

「地球環境と調和した持続可能な社会の実現」では、気候変動によるリスクと機会を管理する定量指標として、Scope1・2・3のCO₂排出量を定めました。2030年度までにScope1とScope2合計のCO₂排出量を2013年度比で46%削減、2050年度までにカーボンニュートラルの実現を目指すこととしています。この目標を着実に実行するため、サステナビリティ推進委員会でCO₂削減ロードマップを策定しました。具体的な活動としては、省エネ活動の運用改善、高効率なLED照明や空調設備への更新、太陽光発電設備の導入拡大、社用車のEV・HV車両導入など、計画的かつ段階的に推進していきます。

Scope3については今後、サプライチェーン全体のCO₂排出量の把握と削減対策の具体化を進めていきます。2027年4月からはエアコンの省エネ基準が大幅に引き上げられ、基準未

達の製品は販売できなくなることから、省エネ性能の高い製品をいち早く準備し、省エネ型製品の普及を後押ししていく方針です。

「多様性の尊重と人的資本の拡充」に関しては、当社にとって人材は持続的な成長のための最も重要な経営資本であるとの認識のもと、人的資本への投資を拡大し、ベースアップを実施しました。また、従来の販売力強化研修等に加え、ハラズメント研修などの幹部研修、次世代経営人材育成研修を拡充しました。

「ステークホルダーとの良好な関係の実現」では、人権に関する研修の実施や、パートナーシップ構築宣言の表明を通じて、取引先や事業者の皆様との連携を強化しています。また、株主・投資家の皆様との対話の強化策として、IRミーティング、Web説明会などの機会を積極的に増やしています。2024年度は個人投資家向けの資産運用フェア（Webブース）に参加し、配信用のIR動画を6本製作するなど接点も増やしています。

また、海外のカバレッジレポートサービスなどを利用することにより、海外機関投資家との対話や情報発信についても積極的に取り組んでいます。

サステナビリティサイトのリニューアルなどにより、当社の取り組みを包括的に体系立てて発信することができるようになりました。2025年6月には、世界的なESG投資指標である「FTSE Blossom Japan Index」の構成銘柄に選定されました。今後も、サステナビリティに関する具体的な活動や、その成果を分かりやすくご説明することで、投資家の皆様や社会からの理解を深めることに努めてまいります。

ステークホルダーへのメッセージ

当社グループの経営理念である、「効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現」とは、単に商品を販売するだけではなく、小売りを通じて「お客様の豊かな暮らしを永続的に支える企業」であることを意味しています。株主・投資家の皆様には、当社を大量に仕入れて安く売るといふ家電量販企業の一つと捉えるのではなく、独自の顧客価値を創造し、独自の成長軌道を描く企業として認知していただきたいと思っています。

私たちエディオンは、人々の生活を支える社会インフラの一部を担っていると自負しています。生活に必要な機器や道具を個人で作る、修理しながら生活を営むことはできません。メーカーが製品を作り、私たちが消費者の皆様にお届けし、修理やサポートを提供しながら豊かに暮らしていただく。社会にはこうした「助け合い」の仕組みが必要です。エディオンは、その「助け合い」の基点となる存在でありたいと考えています。時代の変化は著しいですが、変化の中でこそ求められる「助け合い」を提供し続けていくために、エディオングループは持続的な成長を目指します。株主・投資家の皆様にはぜひ、私たちの未来にご期待いただきたいと思っています。



機関投資家向け決算説明会（2025年5月9日）

SPECIAL FEATURE 02 家電販売事業

プライベートブランド e angle 進化と発展

エディオンのプライベートブランド「e angle(イーアングル)」は、「くらしを、新しい角度から。」をコンセプトに2018年11月に誕生しました。お客様からの「こんな商品が欲しい」という声に応え、既成概念にとられない独自の着眼点で商品を企画。これまでに多くのヒット商品を生み出してきました。2024年度は新たに、カラーデザインシリーズを展開し、さらなる進化を遂げています。



お客様の声をカタチにする、小売業の本質を体現

小売業の本質とは、お客様の声をメーカーに伝えて、より良い製品づくりにつなげ、それをお客様にお届けすることにあります。しかし、最近は日本の総合家電メーカーは限られており、お客様のニーズを伝えても製品化していただくことが難しいという現実とのギャップを抱えていました。

そこで当社は、自らお客様の声を商品に反映させるべく、独自のブランドを立ち上げました。毎月1,000件にも及ぶお客様の声に加え、エディオンカード会員様へのヒアリング、購入後の商品レビューなどをもとに、要望の多い商品から優先して企

画開発を進め、2018年11月に「e angle」を立ち上げました。静音設計に注力した160Lの冷蔵庫や洗剤自動投入機能を搭載した食器洗い乾燥機など、従来の製品にはない付加価値を備えた商品を順次発売し、高い評価をいただいています。ホームページに掲載されている商品ラインナップは33アイテム(2025年7月末現在)に拡大しています。季節によって掲載商品も変化していきますので、そのあたりについても是非楽しんでいただきたいと思います。



執行役員 営業本部
商品企画統括部長
安倍 寛

▶ SPECIAL FEATURE 02 / 家電販売事業: プライベートブランド「e angle」進化と発展

世代別ターゲットに向けた新たな商品戦略を展開

家電量販店には、若年層の顧客比率が低いという共通課題があります。実際に当社の調理家電を購入されたお客様を分析したところ、50～70代が約半数を占め、20代は7.9%、30代は8.6%にとどまっていた。この結果をうけて、若年層のお客様は、デザイン性の高いオリジナル家電を生活雑貨店やインテリアショップなどで、購入しているのではないかと考えました。

そこで当社は、将来の主力顧客層となるZ世代に向けて、デザイン性にこだわった「カラーデザインシリーズ」を開発。「ビジュ家電」のキャッチコピーで打ち出したところ販売は好調で、調理家電全体における30代以下の購入比率が16.5%だったのに対し、同シリーズでは21.9%と、想定ターゲットの獲得に成功しました。

2025年度は、ミレニアル世代とα世代を対象に新たな商品ラインを発売します。ミレニアル世代には「落ち着き」「上質」「実用性」を、α世代には「かわいらしさ」を軸とした商品を提案し、エディオンファンのさらなる拡大につなげていきたいと考えています。

商品性能テスト研究所の取り組み

お客様に商品を安心してご購入いただき末永くご愛用いただくため、初めて当社で販売する商品については、安全性、耐久性、操作性などを独自にテストする「商品性能テスト研究所」を開設しています。

「e angle」はすべての商品において、製造工場から送られて

カラーデザインシリーズ

オーブントースター、タンブラーミキサー、グリル鍋などのキッチン家電と暖房機で、合計5アイテム15点を2024年に発売。2025年秋にはキッチン家電2アイテム、冬にはLEDライト1アイテムを追加で発売予定。今後もアイテムの拡充を図り、柔らかく味のある“くすみカラー”が特徴の「ビジュ家電」を提案していきます。

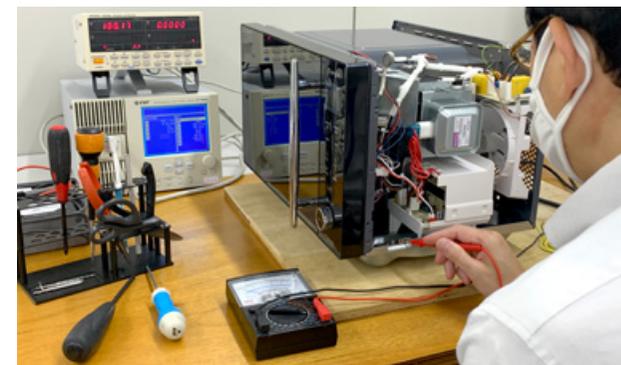
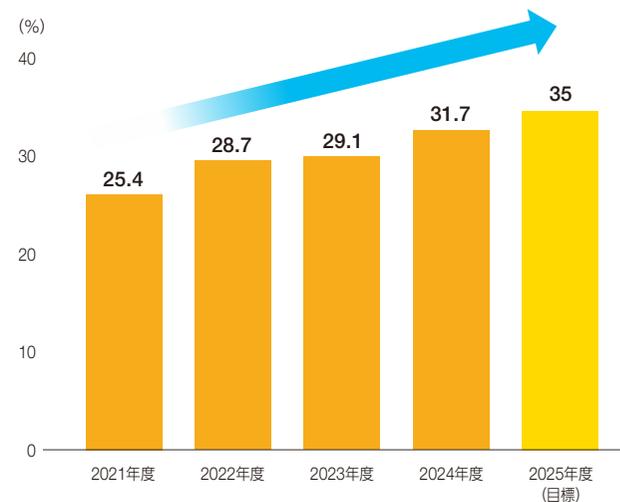


人気のタンブラーミキサー(2024年9月発売)。すべりにくいシリコンキャップ付、400mlカラーボトルで持ち運びにぴったり。ハイパワー出力なら氷にも対応。

きた試作品を分解し、使われている部品の安全性、耐久性、操作性などの基本性能に加え、「操作ボタンの押しやすさ」や「作動音の静かさ」などの使い心地をテスト。自分たちの目で品質を確かめ、自信をもってお届けすることがブランドとしての責任であると考えています。

PB商品売上高構成比率の推移

当社の中期ビジョンでは、PB商品の拡充を重点テーマの一つに掲げており、売上構成比を2025年度に35%に引き上げる目標を立てています。



▶ SPECIAL FEATURE 02 / 家電販売事業: プライベートブランド「e angle」進化と発展

「エディオンスマートアプリ」との連携によるIoT家電の可能性の追求

お客様の声を分析すると、エアコンや炊飯器など遠隔操作が可能なIoT家電が増えている一方で、製品ごとに異なるアプリの立ち上げが必要な煩わしさなどから、お客様が活用しきれていないという課題も見えてきました。そこで、新規事業推進部では、2023年から「エディオンスマートアプリ」の開発に着手、約2年間の開発期間を経て、2025年4月にリリースしました。

エディオンスマートアプリは、異なるメーカーのIoT家電を一つのアプリで操作・管理できる「マルチベンダー対応」が最大の特長です。また、故障時のエラー通知、保証期間の表示、修理予約や買い替え時のクーポン表示などお客様の家電ライフをより快適にする各種サポートを備えております。また、インターフェースは、若年層から高齢層までの「使いやすさ」や「安心感」を重視し、世代を問わずに導入していただけるよう、アプリ設定サポートなどのサービス体制も整えました。現在、IoT家

電をお持ちの方や購入を検討されている方々に、より快適なスマートホーム体験を提供したいと考えています。

さらに、スマートアプリから収集したデータを活用し、事業のさらなる拡大を図っています。ひとつは、公共サービスや防災への活用です。災害時に操作データを提供することで、公的機関や民間企業と連携した防災ネットワークの構築について提案を進め、自治体との協力により地域社会の課題解決や防災対策を推進していきます。もうひとつは、お客様への最適提案や商品開発への活用です。お客様の利用状況データを蓄積・分析し、新たな商品・サービスの企画や販促施策、個別最適なご提案へと反映していきたいと考えています。

今後は、対応製品および対応メーカーの拡大、「e angle」ブランドでの対応IoT家電の開発、また、既存事業との連携による価値提供に取り組み、2030年までに暮らしに欠かせない業界トップレベルのIoTプラットフォームの実現を目指します。

便利!!

家電をいつでもどこでもアプリから操作できる



**エディオン
スマートアプリ**

ダウンロードはこちらから。

【対応OS】・Android: Ver9以上
・iOS: Ver15以上



エディオンスマートアプリ

2025年4～6月累計の実績は、接続計画24,049件に対し、実績22,643件（機器接続数）達成率94.2%と、おおむね計画通りに進捗。エディオンスマートアプリサポートサイトも開設し、設定・操作マニュアルやダウンロードサービスも提供中。

対応メーカー：シャープ、ダイキン、東芝、三菱電機、パナソニック、日立（2025年7月現在）
※エアコン、冷蔵庫、洗濯機、エコキュート、炊飯器、空気清浄機のIoT対応製品に連携が可能です。



VOICE 日本最大級のデジタルイノベーション総合展「CEATEC2025」に出展

2025年10月開催の「CEATEC2025」では、スマートアプリ対応の「e angle」第一弾として、洗剤自動投入機能付き洗濯機を発表する予定です。スマートアプリと連携する「e angle」のIoT商品が広く普及すれば、家電を一元管理できる快適な暮らし、高齢者や子育て世帯にやさしい安心の見守り、環境に配慮したサステナブルな生活、購入からアフターサービスまで一貫したサポートが実現され、誰もが安心して豊かな毎日を送ることができる社会が実現できると期待しています。当社の経営理念は「効用の提供」と「完全販売」であり、「エディオンスマートアプリ」は、まさにその理念を具現化したものだと考えます。展示会では、こうした未来のライフスタイルをぜひ体験していただきたいと思えます。



写真左から、新規事業推進課長・野口 雅史、プロジェクト推進室長(兼)・安倍 寛、新規事業推進課マネージャー・長濱 亮太

事業別戦略

事業戦略

事業方針2025
「再生と成長」の実現

取締役上席執行役員
営業本部長
井上 利郎

2024年度は季節家電の好調などにより増収増益を達成

家電販売事業は、猛暑・厳寒等の影響もあり、エアコンは年間を通じて好調に販売が伸び、業界平均を上回る実績推移となり、売上・利益ともに業績を大きくけん引しました。携帯電話の販売も通信料金見直しニーズの高まりを受け、買い替え需要を中心に大きく伸長しました。また、当社の成長の柱であるELS事業(リフォーム)も、エコキュート補助金等の追い風もあり、前年度を上回る売上を確保しました。さらに、インバウンド事業も訪日客の増加に伴い、前年度から大きく成長することができま

した。重点取り組み商材であるPB商品「e angle」も新シリーズの投入やCM投下などのブランディング強化により、前年度からの売上アップに寄与しました。

その結果、売上総利益率は前年度よりも若干低下(2023年度29.07%→2024年度29.01%)したものの、売上総利益額は+132.7億円となりました。販管費率は前期26.72%、当期は25.97%となりました。前年度から0.75%改善し、増収増益に大きく寄与しました。

環境変化によりフレキシブルに対応できる体制を構築

家電販売事業として、中長期的な成長を実現するためには、大きく3つのポイントがあげられます。1つめは、「未出店エリアへの出店強化」です。顧客基盤の強い西日本エリアの空白地への出店と、当社として出店余地が大きい関東圏への出店を継続していきます。2つめは、「既存店の最新フォーマットへの更新」です。長期間にわたり売場変更していない店舗を最新フォーマットに刷新することにより、品揃えの強化やお客様満足度の向上を図ります。3つめは、「オリジナル商品の販売強化」です。「e angle」をはじめとする“エディオンにしかない商品”の開発および販売強化を図っていきます。

お客様満足度の向上については、当社の強みである「安心の長期修理保証」をベースに地域のニーズに寄り添った商品提案およびサービスの提供を行なっていきます。

成長の柱として位置付けているリフォームについては、今後の需要拡大を見据え、2025年度より壁掛けテレビリフォームのメニューを新規にスタートさせました。引き続き新たなサービスを開発・提供してまいります。

また、今後も増加が見込まれる訪日外国人を対象とするインバウンド事業や、ますます需要拡大が想定されるeコマース事業の強化も進め、環境変化によりフレキシブルに対応できる持続的な成長に向けた体制構築を図っていきます。

さらに、従業員の接客レベル向上に向け、各種資格取得の推進・社内教育体制の拡充等を行ない、お客様によりご満足いただけるよう応対力の向上も図ってまいります。今後のエディオンの成長にぜひご期待ください。

> 事業別戦略

家電販売事業

商品政策

上席執行役員
営業本部 商品統括部長
兵頭 剛

販売政策

上席執行役員
営業本部 販売統括部長
門世 栄次郎

強化商品であるエアコン、携帯電話が業績をけん引

2024年度はエディオンの強みを活かした商品政策を軸に戦略の組み立てを行ないました。エアコン、携帯電話を取り上げ、年間を通じて販促を絡めながら取り組みを強化しました。その結果、エアコンは売上前年度比112%、スマートフォンは売上前年度比121%と好業績につながりました。一方で、冷蔵庫、洗濯機、テレビといった主要商品の売上が前年度実績を下回り、商品政策の見直しも課題として取り組んでいます。

2025年度は、訪日客増加によるインバウンド消費の拡大、連日の猛暑、米の供給逼迫に伴う備蓄米の市場放出など、様々な外的要因が事業環境に影響を与えるものと見ています。また私たちが取り扱う商品が直接関わるどころでは、2025年10月にWindows10サポート終了が控えています。これらの市況やニーズに対して、タイムリーかつ柔軟に商品政策へ反映させることで、売上拡大とお客さま支持獲得の両輪で成長を加速させていきます。また、2027年にはエアコンの省エネ基準改定や蛍光灯の製造終了が予定されています。こうした駆け込み・買い替え需要に対しては、おうち丸ごと照明リフォームなどエディオンならではのサービスを通じて、しっかりとお客さまにご提案していきたいと考えています。

店頭での接客からアフターサービスまで総合的な顧客満足度を追求

当社の営業戦略は、家電販売を軸としながら、スマートフォン、おもちゃ、リフォームなどを融合させ、お客様の暮らしに深く寄り添った提案を行なうことにあります。これにより、単なるモノ売りではない「サービス型小売業」としての強みを最大限に生かした営業活動を展開しています。

社会環境の変化に伴い、お客様のライフスタイルや価値観は年々多様化しています。こうした変化に対応すべく、当社では、家電アドバイザーやスマートマスターなどの資格取得支援、専門性の高いモバイル商品やELS商品の知識習得、OJTによる現場集合研修など、ヒューマンスキルアップに取り組んでいます。同時に接客スキルを可視化することで、接客力・提案力の向上を図っています。また、店舗の作業軽減や業務の簡素化を図ることで、接客時間の創出と店舗運営の効率アップを進めています。こうした取り組みの結果、お客様アンケートでは満足度の向上と不満足度の減少が確認でき、支持率の向上につながっています。品揃えの充実はもちろん、親切丁寧な接客対応に加え、配送、工事設置、修理、サポートといったアフターサービスまで満足いただける店舗運営を目指していきます。

事業別戦略

ELS事業(リフォーム)



執行役員
営業本部 ELS統括部長
土橋 武

家電との連動提案やパック型リフォームが好評、過去最高の売上を達成

2024年度は、住宅省エネ支援策の追い風もあり、売上は前年度比105.5%の668億円と過去最高を達成しました。エコキュートや内窓、トイレなど補助金対象商品の受注が好調で、家電との連動提案やパック型リフォームの分かりやすさが高く評価されました。また、施工体制の整備や営業研修の強化を進め、現場対応力と接客品質の向上にもつなげました。お客様満足と売上拡大を両立できた一年であり、今後の持続的成長に向けた基盤が着実に築かれたと評価しています。

変化の激しい市場環境の中でも、エディオンのリフォームは「8つのあんしん」(満足・価格・選べる・実績・保証・身近・技術・支払)を軸に、確かな競争力を発揮しています。給湯器・トイレなどの補助金対象商品の通年提案、価格の見えるパック商品の拡充、そして店頭とWeb・CM・チラシを連動させた多面的な接点拡大により、成約率の安定化と顧客満足度向上を実現しています。加えて、施工力の強化や分業体制整備、デジタル活用、人材育成といった施策を通じ、2030年度の売上1,000億円を目指し事業基盤の確立を着実に進めています。

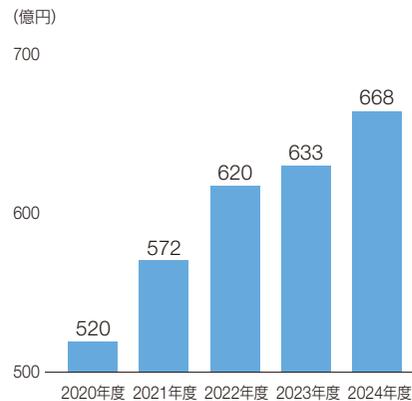
家電と住設の融合提案により、リフォームの新たな価値を創出

少子高齢化やエネルギーコスト上昇、環境対応といった社会課題が進行する中、これからの日本には「安心・快適・省エネ」を備えた住まいが求められます。エディオンは、家電と住設の融合提案により、生活者の「今と未来」に寄り添う新たなリフォームの形を模索しています。

その一例として、2025年5月より「壁掛けテレビリフォーム」をエディオン直営店全店で開始しました。リビングがスタイリッシュに生まれ変わる新サービスとして早くも好評をいただいています。

今後も、お客様に「分かりやすく、楽しく、ワクワクできる」体験を提供し、暮らしと地域、社会の持続的な発展に貢献してまいります。すべてのステークホルダーの皆様と共に、明るい未来を築いていきます。

リフォーム売上高の推移



※2023年度から算出方式を変更しています



壁掛け+内装工事の例

事業別戦略

eコマース事業

実店舗との相乗効果で売上拡大に貢献

拡大するEC市場に対応するため、自社ECサイト「エディオンネットショップ」を運営しています。販売チャネルの一つとして店舗を下支えしており、配送可能なエリアの広がりとともに、高い成長率で伸長を続けています。

取り扱いアイテム数は、2025年7月末時点で約36万アイテム。家電製品の豊富な品揃えに加え、プライベートブランド「e angle」商品、ゲーム・おもちゃ、日用品、食品など幅広い商品を取り扱っています。購入時には、店舗と同様の配送・設置サービスを提供しており、設置や工事をとまなう大型家電の販売実績が大きく高まっています。また、店舗に在庫がない場合でも、EC倉庫に在庫があれば即日出荷ができ、EC倉庫に在庫がない場合でも、店舗在庫を取り置くことでお客様への迅速な対応が可能となり、ECサイトと実店舗が相互に支えあうものとしてシナジーを発揮しています。



エディオンネットショップ

インバウンド事業

「超・多国籍対応」として多様なサービスを展開

なんば本店や横浜西口本店など都市型で免税対応可能な店舗がけん引し、2024年度のインバウンドによる売上は、前年度比約2倍で推移しています。特に、2025年4月開幕の大阪・関西万博による新たなインバウンドの潮流は、当社にとって大きなビジネスチャンスと捉えており、「超・多国籍対応」として多言語対応をはじめ、体験型ショッピングツアー、荷物の預かりサービスなど、幅広いサービスの展開を進めています。

2024年10月には、エディオンなんば本店に「2025大阪・関西万博オフィシャルストア」をオープン。さらに、2025年8月には、関西国際空港に期間限定のポップアップストアがオープンしました(右写真)。両ストアとも、万博会場に行く前にゆっくりと買い物ができる点がお客様から好評をいただいています。



期間限定オープン: 関西空港エアロプラザ店



TOPICS



なんば本店のコーヒー焙煎所

体験型ショッピングの一環として、なんば本店5階に2台の本格焙煎機を備えたコーヒー豆焙煎所を設置しています。常時20~30種の生豆を取り揃え、専任のコーヒーマイスターがお客様の好みにあわせてその場で焙煎し、オリジナルの味わいを提供しています。エディオンネットショップからも購入が可能で、全国各地のお客様からご注文をいただいています。



焙煎珈琲豆特集

<https://www.edion.com/special.html?identification=nambacoffee>



事業別戦略

店舗戦略



取締役上席執行役員
開発戦略本部長
藤原 弘和

「エディオンのお店があってよかった」と感じていただける店舗づくりを目指して

当社の店づくり戦略は、経営理念である「効用の提供」と、店づくりの基本方針である「私たちのお店*」を基盤としています。お店に入った瞬間の開放感、安心感、スケール感を重視しており、エントランスは中央に配置、門型ファサードやガラス面を多用しています。出店計画では、時代の変化への対応とお客様視点で様々な項目に取り組み、商圈人口、ドミナント戦略、市場環境を詳細に分析し、その地域に最適な店舗をデザインしています。

2024年度は、「店舗フォーマットの標準化」を最重要テーマとして掲げました。複数の形態・様式が存在している中で、新たに店舗内外の基準を定め、標準化を進めることで売場の活性化や業務効率化が期待できます。具体的には、店舗正面の門構えや意匠性、売場レイアウト、棚割りに関する基準を策定しました。

店装の内製化にも注力しています。ローコスト化、品質の均一化、製作精度向上を目的に、みてじま店(大阪府)の店内のシミュレーションルームを活用して様々な実験を行なっています。その結果、部材高騰が厳しい状況下でも内装費用と坪単価の抑制を実現しました。

現在も、新フォーマットの既存店への導入を進めており、多様化・老朽化している店舗にどうやって適用していくかを課題としています。今後は設計仕様の標準化や店装の内製化をさらに強化し、コスト削減を徹底していく方針です。

※私たちのお店とは、品揃えの良さや来店されるお客様にとってわかりやすく選びやすいお店であることなど、経営綱領の中で定められた当社づくりの基本方針です。

2025年度の見通しと今後の展望

2025年度は、組織体制の強化から始動しました。「店舗開発本部」は「開発戦略本部」に、「営業企画統括部」は「店舗戦略統括部」に名称が変更され、開発戦略本部の傘下に置かれました。これにより、物件開発から開店前後の店舗戦略までを一貫して担い、新店舗のスムーズな立ち上げから成長を円滑に進められる体制を構築することができました。

既存店対策としては、新フォーマットへの更新を2025年度は約20店舗で実施します。これは今期新設した「売場標準化推進部」が中心となり、長期間手付かずだった既存店舗の刷新を図るもので、2026年度以降も同様に店舗を選定し、実施していく計画です。

また、店舗オペレーションの効率化も重要なテーマです。レジ、売場、倉庫、搬入、修理受付といった主要機能を最適に配置することで最小限の動線設計を実現し、少人数でのオペレーションを目指します。これによりサービス品質を維持しつつ、生産性の向上も図る方針です。今後も変化を恐れず常に進化し続ける店舗づくりに挑戦していきます。



ロードサイド単独店舗(パース)



標準化レイアウト



内製化ツール

事業別戦略

物流・サービス事業



取締役上席執行役員
物流サービス本部長
池畑 裕次

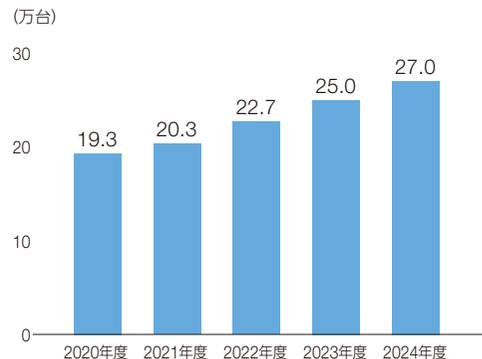
し、業界トップクラスの施工件数まで成長することができました。加えて、経営理念の「完全販売」にある「最良の状態でも長く使い続けていただく」ことを基本に、お風呂やキッチンなどのコーティングサービスをスタートしました。家電のサポートのみならず、「おうちまるごとサポート」を充実させ、エディオンに対する安心感と企業イメージの向上を図っていきたくと考えています。

一人ひとりのお客様との接点を増やし、時代のニーズに合わせたサービスを提供

今後も人口の減少や高齢化が進み、家電製品のお手入れやお掃除の需要はさらに増加していくものと考えています。当社のクリーニングサービスの売上も2022年からの2年間で+40%と伸長しており、現在も需要が増加しています。こうした中、ハウスクリーニングを含む生活支援サービスにもお応えできるよう、新規サービスの展開も検討しています。一人ひとりのお客様との接点を増やし、時代のニーズに合わせたサービスを提供することで、お客様から長期的に支持いただける企業でありたいと考えています。

今後も、当社のコーポレート・メッセージである、「買って安心 ずっと満足」を、すべてのステークホルダーの皆様に認知、理解、共感いただけるように努めてまいります。

エアコンクリーニングサービスの実績推移



エディオンの豊富なクリーニングメニュー



←クリーニングサービスのお申込み、詳細はこちら!

ドライバー不足等の課題に対応しながら人口カバー率95%まで拡大

2024年度は、働き方改革関連法の施行によるドライバー不足や、カーボンニュートラルへの対応が急務となりました。当社では、ロジスティックセンター(LC)から店舗への配送頻度の変更、共同配送を推進することで積載効率の向上を図り、これらの課題に取り組んできました。現在は、2026年の物流効率化法改正に対応できるように体制整備を進めています。

全国配送については、人口カバー率95%まで拡大することができましたので、リフォームやクリーニングサービスも全国対応に向けて拡大をしていきたいと考えています。2023年に全国統一した「家電の119番」の電話受付件数は、2024年度50万件を超えました。2025年度からは、Web修理受付の自動化をスタートし、電話だけではなくアプリやホームページからお申込みいただけるようになりました。

当社では、「家電のプロ」である専任スタッフが、専門知識と技術を活かし、ご家庭の家電製品に関する様々なお困りごとをサポートしています。お客様の快適な生活が永続的に続くように、クリーニング事業にも注力しており、エアコンクリーニングでは2024年度の実績が27万台と伸長

マテリアリティ(重要課題)

エディオングループにおけるサステナビリティの考え方に基づいて、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。経年とともに当社グループに影響を及ぼす可能性のある外部環境が変化していることから、2025年3月にマテリアリティの見直しを行ないました。今後は新たに特定したマテリアリティに取り組むことで、中長期的な価値創造につなげていきます。

経営理念とマテリアリティとのつながり

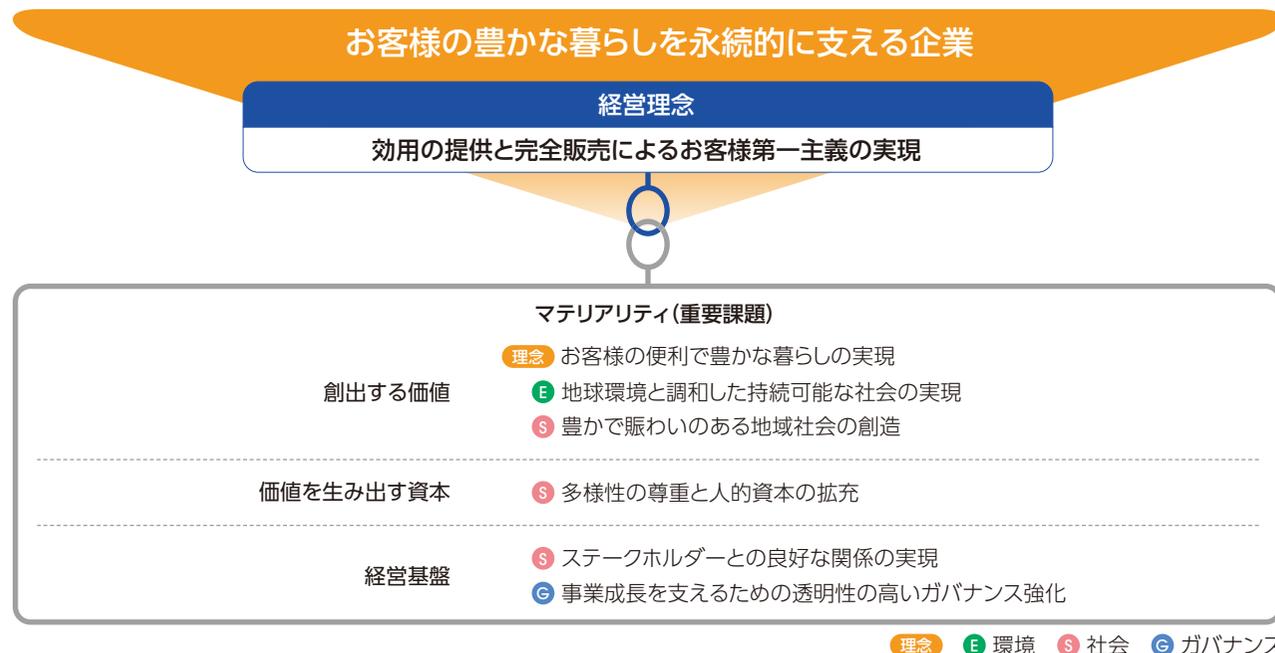
「お客様の豊かな暮らしを永続的に支える企業」でありたいという考えのもと、「効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現」を経営理念として掲げています。この経営理念は、お客様に商品をより長く安心してご使用いただき、継続的にご満足いただくことを目指すものであり、当社グループが考えるサステナビリティそのものです。

当社グループでは、事業活動を通じて社会課題の解決に貢献しながら、持続的な成長を実現するために、経営理念に基づき、マテリアリティへの取り組みを進めていきます。

マテリアリティへの取り組み

当社グループは、「お客様の便利で豊かな暮らしの実現」をはじめ、「地球環境と調和した持続可能な社会の実現」「豊かで賑わいのある地域社会の創造」に取り組む、社会全体に価値を創出することを目指します。さらに、これらの価値を生み出す資本として、当社グループにとって「人材」は持続的な成長を実現するために最も重要な経営資本であるという考えに基づき、「多様性の尊重と人的資本の拡充」に取り組みます。そして強固な経営基盤を確立するため、「ステークホルダーとの良好な関係の実現」「事業成長を支えるための透明性の高いガバナンス強化」を図り、持続可能な成長を実現していきます。

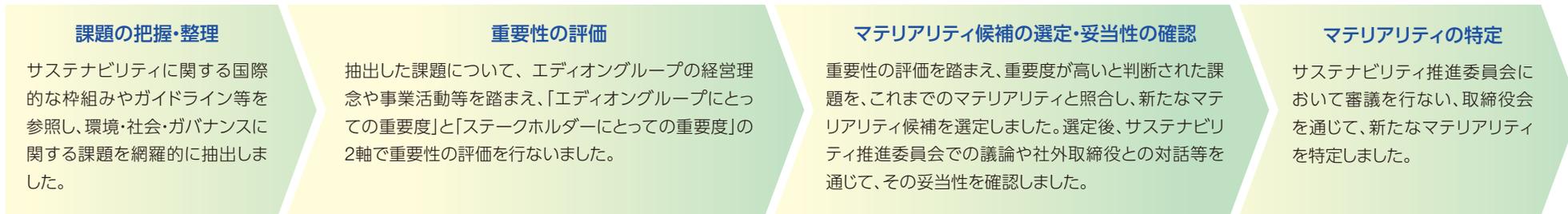
特定した6つのマテリアリティ(重要課題)



重要課題

特定プロセス

エディオングループのマテリアリティの特定・見直しは、以下のプロセスにて検討を行ないました。今後も社会環境の変化に応じて、適宜見直しを行なっていきます。



新たなマテリアリティ

理念 E 環境 S 社会 G ガバナンス

	マテリアリティ	考え方
創出する価値	 <p>お客様の便利で豊かな暮らしの実現</p>	当社グループの「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に基づいています。
	 <p>地球環境と調和した持続可能な社会の実現</p>	様々なことが地球環境につながっており、一人ひとりの小さな行動から地球環境が変わっていくという考えのもと、「脱炭素社会」だけでなく、「循環型社会」や「生物多様性」など広範囲にわたって貢献していきます。
	 <p>豊かで賑わいのある地域社会の創造</p>	店舗や教育施設等の事業活動を通じて、豊かで賑わいのある地域社会を地域の皆様とともに創造していきたいと考えています。
価値を生み出す資本	 <p>多様性の尊重と人的資本の拡充</p>	人権の尊重をベースに捉えたうえで、より包括的な「多様性の尊重」としました。当社グループの成長の源泉は「人」であり、価値を生み出す資本である人材を広く充実させていきたいと考えています。
経営基盤	 <p>ステークホルダーとの良好な関係の実現</p>	お取引先様や株主様等をはじめ、多くのステークホルダーに支えられており、相互の繁栄・存続のために良好な関係を築いていきます。
	 <p>事業成長を支えるための透明性の高いガバナンス強化</p>	経営理念の実現には持続的成長が不可欠であり、透明性の高いガバナンスを強化することで、さらなる事業成長を目指していきます。

サステナビリティ・マネジメント

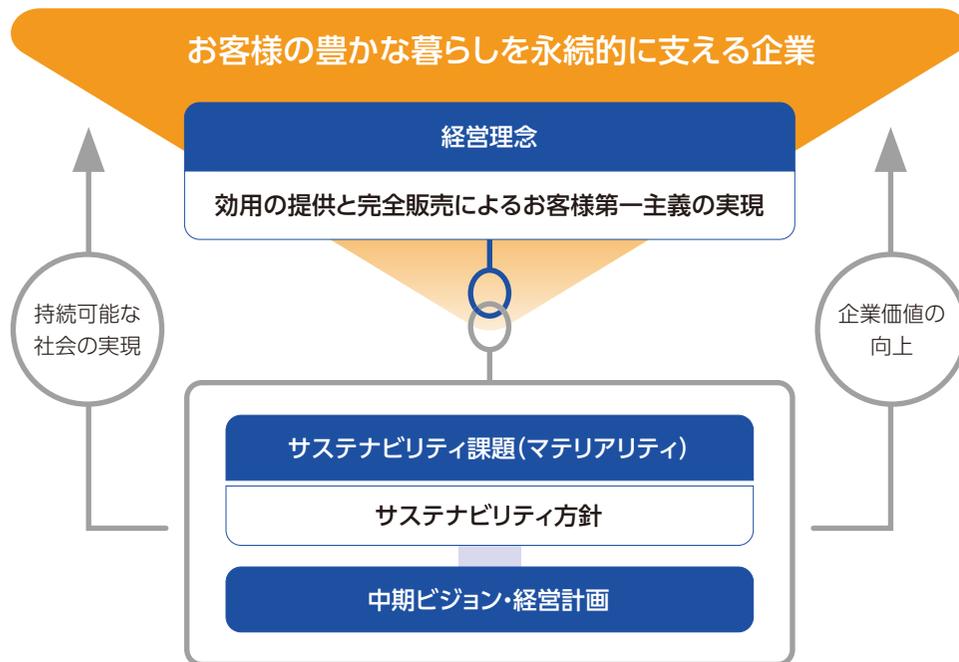
エディオングループは、「お客様の豊かな暮らしを永続的に支える企業」でありたいという考えのもと、サステナビリティへの取り組みを戦略的に推進していくための体制を整えています。

サステナビリティの考え方

エディオングループは、これまでも環境問題や社会課題の解決に取り組んできましたが、企業を取り巻く環境が大きく変化したこととともない、社会課題の解決による持続可能な社会の実現と持続的な企業価値向上の両立を図るため、2023年5月にサステナビリティ方針を制定しました。本方針は、エディオングループがサステナビリティ経営を行なっていくうえでの基本的な考え方を示すものであり、この方針に基づき、従業員一人ひとりが持続可能な社会の実現と持続的な企業価値の向上に取り組んでいきます。

エディオングループのサステナビリティ方針

https://www.edion.co.jp/sustainability/management/policy#_s_policy



サステナビリティ推進体制

当社グループは、事業活動にとどまらず、環境保全や社会貢献なども軸にした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」を設置しました。同委員会は代表取締役会長執行役員(2025年度からは代表取締役社長執行役員)が委員長となり、サステナビリティ推進に関わる重要な方針や施策、取り組みなどについて審議し、適宜、取締役会に報告しています。取締役会では、サステナビリティ推進委員会の審議内容について報告を受け、重要事項については必要に応じて取締役会で審議するなど、管理・監督を行なっています。

2024年度は、サステナビリティ推進委員会を3回開催し、マテリアリティの見直し、CO₂削減ロードマップの策定等を審議しました。また、取締役会17回のうち、サステナビリティ関連の議題については、付議が1回、活動報告が2回行なわれました。さらに取締役会の決議・報告内容は、経営会議でも2回報告されました。



環境への取り組み

エディオングループでは、環境負荷の低減を重要な課題の一つとして認識し、自然環境の保全とともに脱炭素社会や循環型社会の実現に向けて取り組むことで、豊かで潤いのある社会環境の創造を目指しています。

環境マネジメント

環境方針の策定

2024年3月に、「エディオングループ環境方針」を策定しました。これは、当社グループの全従業員が事業活動において基本とすべき姿勢を明文化したものです。今後も環境方針の周知徹底を行ない、環境保全に関する意識向上を図っていきます。



エディオングループ環境方針

https://www.edion.co.jp/system/files/news-release/pdf/ja/2025-01/EDION_Group_Environmental_Policy2.pdf

環境マネジメントシステム

当社グループでは、国際標準規格ISO14001に基づく自社独自の環境マネジメントシステムを構築し、グループ一体となった環境改善活動を推進しています。

脱炭素社会実現に向けた取り組み

TCFD 提言に基づく情報開示

当社グループは、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ます。



TCFD提言に基づく情報開示

<https://www.edion.co.jp/sustainability/environment/tcdf>

ガバナンス

当社グループでは、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ています。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CO₂排出量の見える化および削減方法の検討、気候変動に係わる重要事項の議論や対応方針の策定等を行なうとともに、目標に対する施策の進捗状況を把握し、取締役会に報告を行なっています。また、取締役会は監督機関として、サステナビリティ推進委員会で審議した気候変動に関する課題と目標、対応について適宜報告を受け、重要事項は審議のうえ決議します。

戦略

気候変動が当社グループに与えるリスクおよび機会とインパクトの把握、2030年時点の世界を想定した戦略のレジリエンスなどを検討するため、シナリオ分析を実施しました。1.5°C/2°Cシナリオ、4°C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の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グループにとって重大なリスクであることがわかりました。一方で継続的なシナリオ分析を通して他社に先んじて迅速に対応できる事業戦略を構築し実行することで、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。

リスク管理

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、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。

環境への取り組み

指標および目標

気候変動によるリスク・機会を管理するための指標として、Scope1・2・3のCO₂排出量を指標として定めています。2030年度までに当社グループのScope1とScope2合計のCO₂排出量を2013年度比46%削減することを目標としており、長期的には2050年度までにカーボンニュートラルの実現を目指しています。

この削減目標を着実に実行するため、2025年3月のサステナビリティ推進委員会において、CO₂削減ロードマップを策定しました。Scope3については今後、サプライチェーン全体のCO₂排出量の把握と削減対策の具体化を進めていきます。

CO₂削減ロードマップ

(単位: t-CO₂e)



Scope1・2施策項目

運用改善	エコドライブや空調フィルター清掃等の運用改善策の徹底
省エネ	LED照明の導入・最新化、空調の最新化、空調省エネ部品・EMS(エネルギー管理システム)等の導入
創エネ 再エネ	店舗を中心とした自家消費型太陽光発電・オンサイトPPA等の導入 オフサイトPPA・バーチャルPPA等の検討・導入 小売再エネメニュー・非化石証書等の検討・導入
エネ転換	社用車のEV・HV車両の導入 次世代自動車や次世代燃料の検討・導入 ガス空調機器更新時の電化

Scope1・2・3のCO₂排出量実績および見通し

(単位: t-CO₂e)

	2013年度 基準年	2022年度	2023年度	2024年度 速報値	2024年度- 2013年度 対比(増減率)
Scope 1	28,961	20,273	18,433	21,421	74.0% (△26.0%)
Scope 2	166,542	85,470	100,198	99,163	59.5% (△40.5%)
Scope 1+Scope 2合計	195,503	105,743	118,631	120,584	61.7% (△38.3%)
Scope 3	61,780	10,613,896	10,554,915	10,791,736	101.7% (+1.7%)
Scope 3 カテゴリ対象範囲	1・3・5の一部	1・2・3・4・5・6・ 7・8・11・12・ 13・14・15	1・2・3・4・5・6・ 7・8・11・12・ 13・14・15	1・2・3・4・5・6・ 7・8・11・12・ 13・14・15	—

- (注) 1. 当社および連結子会社を対象としています。
 2. 計数が四捨五入されている場合、合計は計数の総和と必ずしも一致しないことがあります。
 3. 2024年度の値は速報値であるため、今後確定するに当たり変動することがあります。
 4. Scope2はマーケット基準を採用しています。電力のCO₂排出係数は、環境省・経済産業省が公表する各年の電気事業者別調整後排出係数を使用しています。
 5. 集計に係わる基準の明確化等により、Scope3のカテゴリ4およびカテゴリ9の算定方法を一部見直すとともに、2022年度および2023年度の値を遡及修正しています。
 6. 2024年度のScope3のカテゴリ毎の詳細は、当社Webサイトをご参照ください。
https://www.edion.co.jp/sustainability/environment/tcfd#environment_area04

環境への取り組み

環境と人に優しい店舗づくり

「Nearly ZEB※」認証店舗の拡大

当社は、建築物省エネルギー性能表示制度(BELS)において、2023年に新設オープンした一部店舗で「Nearly ZEB」の認証を取得しました。BELS(ベルス)とは、建築物の省エネルギー性能について第三者評価機関が評価し認定する制度のことで、エディオングループとしては「岐阜正木店」が初の認証取得となりました。今後も店舗のZEB化に向けた取り組みを進めていきます。

※ZEB: Net Zero Energy Building(ネット・ゼロ・エネルギー・ビル)の略称で、建物で消費されるエネルギーを効率化し、年間の一次エネルギー消費量をゼロにすることを目的とした建築物のこと。達成状況に応じて4段階に区分される。

ZEB化による様々なメリット

1. 経済的効果

ZEB化を実現することにより、ランニングコストを削減することができます。

2. 空間の質の向上

ZEB化によって空調の音は静かになり、温度や湿度も安定化します。これにより、お客様は快適な空間でお買い物を楽しむことができ、店舗スタッフの働きやすさ、生産性の向上が期待できます。

3. 非常時のBCP※対策

エネルギー消費量が軽減された店舗では、太陽光発電による再生可能エネルギーだけで、一定期間の事業活動の継続が可能です。

※BCP: Business Continuity Plan(事業継続計画)

建物トータルでの省エネ+創エネの取り組み例(エディオン交野星田店)



モニターでエネルギー消費量見える化(エネルギー管理システムEMS)

グリーンカーテンによるヒートアイランド現象の緩和

売場ごとに照度を調整する調光式LED

屋上に敷き詰められた太陽光パネルでの発電

循環型社会実現に向けた取り組み

小型家電リサイクルの推進

当社は、リサイクルやリユースを行なう子会社、株式会社イー・アール・ジャパン(ERジャパン)を2012年に設立し、有用な資源の活用に向けた取り組みをグループ全体で推進しています。ERジャパンの本業は小型家電リサイクルで、事業収益の約85%を占めています。

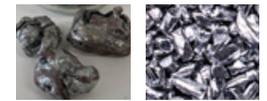
小型家電リサイクルとは、都市鉱山と呼ばれる有用な金属を含む使用済みの小型家電(スマートフォン、デジタルカメラ、ゲーム機など)を回収し、破碎・分別した後に、精錬事業者などで再資源化する取り組みです。これは、政府や地方自治体が推進するサーキュラーエコノミー(循環型経済)政策の重要な要素の一つでもあります。店舗やサービスセンターでの回収に加え、自治体や企業からも回収を行ない、再資源化を進めています。ERジャパンの2024年度、リサイクル回収総量(小型家電、法人、自治体からの使用済み情報機器など)は8,382トンでした。

また、ERジャパンでは障がい者雇用にも積極的に取り組んでいます。2025年7月時点で32名が就労しており、環境への貢献だけでなく、社会的な貢献の意味でも高い評価をいただいています。



回収された小型家電

小型家電リサイクルの流れ



鉄 アルミニウム



銅 ミックスメタル(金銀銅滓)



プラスチック

人的資本経営の推進

持続可能な成長を実現するためには、継続的な投資による質の向上や、一人ひとりが能力を最大限発揮できる体制の構築が欠かせません。当社では、『多様な人材の価値を最大限に高めることが企業価値の向上につながる』という考えのもと、経営戦略と人材戦略を連動させた「人的資本経営」を推進しています。



執行役員
人事統括部長
片山 智也

中期ビジョン(2025)では、中期の取り組みとなる基本方針として「変化する市場環境に対応し進化する企業体質の構築」を掲げ、経営インフラの基盤強化を図っていく中で「未来の人材力を創造」することを中期重点項目の一つに設定しています。ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DE&I)の推進とともに未来につながる人材力を創造していくために、「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」「若手管理職の育成」「役職定年後に活躍できる場の見直し」「永続的な能力開発」などに取り組むことで、年齢や性別に関係なくやりがいを持って活躍できる土壌づくりに専念し、グループ全体の生産性向上につなげることを目指しています。

人材戦略のKPI

当社では、経営戦略と一体となって人材戦略を推進していくために、「人材KPI」を設定しています。このKPIによって人事施策の効果・進捗を定量的に測定しながら、取り組みの強化・見直しを図っています。特に離職率については、昨今、若年層の早期離職が社会的な問題となっていますが、当社においては働く人に優しい施策と企業風土の醸成に努めていることから、小売業界の離

職率と比べても低い水準を保っています。ワークエンゲージメントについては、従業員が希望する勤務地や希望する部署・職種への配置転換など、一人ひとりが能力を発揮できる機会を拡充していくことで徐々にスコアの向上が見られています。

人材戦略	重点分野	指標	2021年度実績	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	2025年度目標
未来の人材力を創造	人件費率の改善	人件費率(連結)	11.2%	11.0%	11.0%	10.6%	9.0%
	女性活躍の推進	女性社員比率(単体、正社員)	14.1%	14.4%	14.6%	14.6%	15.0%
		女性管理職比率(単体)	2.1%	2.2%	2.4%	3.3% ^{※1}	3.5%
	ワークライフバランスの重視	離職率(単体) ^{※2}	2.67%	3.32%	4.61%	3.24%	—
		有給休暇取得率(単体)	52.8%	60.1%	69.1%	65.2%	70.0%
	従業員満足度の向上	ワークエンゲージメント(単体)	3.74	3.73	3.73	3.75	3.80

※1 女性管理職の集計方法を変更しています。変更した集計方法では、2022年度は3.1%、2023年度は3.2%となります。

※2 3月末退職者は含みません。

人的資本経営の推進

人材マネジメント

人的資本経営を推進するにあたって、取締役会による監督に基づき、経営会議、サステナビリティ推進委員会、安全衛生委員会等を通じて、審議・決議を実施しています。

安全衛生委員会においては、当社グループの労働安全と労働環境の向上を通じて、従業員等の安全確保および心身の健康維持ならびに生産性とモチベーションの向上を図ることを目的として、労働安全衛生に関する状況の把握と対策に取り組んでいます。

人材育成の取り組み

人材育成方針と教育研修体系

2024年5月に「エディオングループ人材育成方針」を制定しました。この方針のもと、一人ひとりの多様性を尊重し、成長を後押しするとともに、常に新しいことに挑戦できる環境を整え、お客様や社会に貢献できる人材を育成しています。

教育研修体系としては、従業員の職務・階層別研修や、自己研鑽の機会提供を目的とした資格取得支援制度などによって、一人ひとりのスキルアップを図る体系を整えています。



学習環境の整備

当社では目的に合わせて、対面研修とオンライン研修を組み合わせた学習を実施しています。当社独自のeラーニングシステムにおいて教育プログラムの拡充にも取り組んでおり、人材教育プログラムのコンテンツ数を2023年度の201から、2024年度は319まで増やしました。2025年度は400まで拡充する予定です。

社内認定制度

従業員の専門性向上と適材適所の人員配置を推進するため、2023年度より独自の社内認定制度である「スキル認定」制度を導入しています。本制度は、基礎知識に加えて実務能力を総合的に

判定する点を特徴としており、2025年度は適用範囲を拡充するとともに、従業員のスキル状況を的確に把握する取り組みを進めています。2026年度以降は本格的に適材適所の人員配置を行なうことで、組織の生産性向上および従業員のモチベーション向上につなげていきます。

エディオンアカデミーによる将来人材の育成

2023年4月に創設した「エディオンアカデミー」では、自ら入学を希望した社員が、外部研修と自己の行動振り返りを組み合わせたプログラム等を通じて視座を高めるとともに、分析力・企画力の強化および自律性の醸成とスキルアップを図っています。卒業生からは、個々の志望職務を実現する人材や、実効性の高い改革案を提案・実行できる人材が育ち、具体的な成果をあげています。

教育研修体系

階層	階層別教育	選抜教育	目的別教育	職能別教育	現地教育	自己啓発・その他
管理職	・管理職研修 ・新任店長研修 ・ハラスメント研修					
中堅社員	・店長代理研修 ・主任研修 ・リーダー研修	・昇格候補者研修 ・次世代リーダー研修 ・エディオンアカデミー	・新入社員 コーチャー*研修 ・女性キャリア ビジョン研修 ・ライフプラン セミナー ・安全運転講習 ・課題別研修	・部門別・職種 別の専門的 知識習得研 修	・各部署での OJT (現場指 導・職場内勉 強会等)	資格取得補助 eラーニング 通信教育補助
一般社員	・年次研修 (2年・3年)					
新入社員	・新入社員 フォロー研修 ・新入社員 導入研修				・新入社員には コーチャー* 制度による OJT	
有期社員	・有期社員研修	・正社員登用 研修				

*コーチャーとは新入社員をマンツーマンでサポートする先輩社員のこと

人的資本経営の推進

社内環境の整備

働きやすい社内環境の整備

2024年5月に「エディオングループ社内環境整備方針」を制定しました。この方針のもと、「安全で健康的な職場環境」「ワークライフバランスの向上」「キャリアアップ・キャリア支援」「DE&Iの推進」など職場環境の整備に取り組み、持続的な成長につなげることを目指しています。



エディオングループ社内環境整備方針

<https://www.edion.co.jp/sustainability/society/human-capital-management>

健康経営への取り組み

当社は、従業員とその家族が心身ともに健康であることが企業の持続的成長の原動力であると考え、従業員とその家族の健康を重視しながら様々な健康保持・増進に取り組んでいます。「従業員が生き活きと働ける健康づくり」を目指し、その実現のために戦略マップを作成しています。「生活習慣病対策」と「働き方改革の促進」の2つを健康経営課題として、健全な食生活、適正体重維持、喫煙対策、ストレス対策、配偶者出産休暇の取得率向上、残業時間削減などの目標指標を設定し、各施策を実施しています。

これらの健康経営への取り組みとその活動が評価され、経済産業省および日本健康会議が選定する「健康経営優良法人2025(大規模法人部門)」に認定されました。2020年以降6年連続の認定となっています。



ワークライフバランスの向上

当社では、ワークライフバランスを実現し従業員一人ひとりの生産性を高めるために、仕事と育児・介護の両立支援などの様々な制度や施策を導入しており、「男女ともに育児・介護をしながらキャリアアップ」できる体制づくりに注力しています。

2024年度は、男性従業員の育児休業取得促進を目的として、2024年4月より育児目的休暇を2日から5日に増日しました。また、介護時間短縮勤務期間の延長により、介護が終了するまで無期限に延長可能となりました。このほか様々な事情に合わせた勤務時間の制度を柔軟に取り入れて

います。育児休業や介護休業だけでなく短縮勤務についても制度を整え、子育てや介護に合わせた働き方の実現とワークライフバランスを保つことができるよう、積極的に取り組んでいます。

エンゲージメントの向上

当社では、従業員の能力を最大限発揮できる体制の構築と従業員一人ひとりが活躍できる仕組みづくりを積極的に進めています。

例えば、人員配置の最適化を図り業務効率の改善につなげるために、クラウド適性検査(ミキワメ)を導入しています。性格診断は本人にフィードバックされ、自身の性格の特徴を客観的に把握し、ポジティブな面・ネガティブな面を理解して仕事に活かすことが可能となっています。自己申告内容に加えて性格診断を加味し、職場との適性をきめ細かに把握することで人員配置のさらなる最適化を図り、業務効率の改善につなげています。

労働安全衛生の取り組み

当社グループは、従業員が健康で安全な職場生活を送ることができる快適な職場環境を目指し、災害等の未然防止と安全意識向上に努めています。安全衛生委員会では、安全衛生活動についての報告・審議、改善施策の決定や、健康診断受診状況・ストレスチェック実施状況等の確認を行ない、職場の安全衛生担当者を通して安全衛生教育の浸透・推進を図っています。また、日々の業務の安全確保と事故に対する認識を十分に持つために、職場で「ヒヤリとした」「ハッとした」事例を共有し、労働災害の未然防止・再発防止に活かす取り組みも行っており、リスクの高い事例については安全衛生委員会でも審議し、決定した対応策を実行しています。

さらに、消防訓練や大規模災害が起きたことを想定した避難訓練、外出中の社員も含めた全従業員の安否を確認する安否確認訓練などを定期的に行なうほか、地震などの大規模災害への備えとして、いざという時に安全が確保できるように応急対策初動時に必要な備蓄品保管・管理も行なっています。

人的資本経営の推進

DE&Iへの取り組み

DE&Iの考え方

当社は、従業員の働き方改革の一つとして、DE&Iを推進しています。従業員の構成についても、性別、国籍、年齢、雇用形態など従業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。当社では、外国人の採用も継続して行っており、営業店舗や本社部門など適性に合わせた様々な分野で活躍しています。

女性活躍の推進

ダイバーシティの属性の一つである女性の活躍を推進することで、社内のあらゆる場面で女性従業員が活躍し、多様な価値観・視点が事業活動全般に反映されることを目指して女性キャリアビジョン研修を実施しています。

また、従業員一人ひとりが性別を問わず、ライフステージに合わせた幅広い働き方を柔軟に選択でき、それぞれの能力を活かしながらイキイキと長く働き続けられる会社にするを目的に、労使一体となって「ダイバーシティ推進労使プロジェクト」を開催し、意見交換と協議を行なっています。同プロジェクトでは課題に対して解決策を協議・立案するほか、女性がキャリアを止めることなく活躍できる環境を整えることも重要であると考え、仕事と育児の両立支援など柔軟な働き方ができる環境づくりにも積極的に取り組んでいます。

障がい者雇用

ノーマライゼーションの考えのもと、障がいの有無に関わらず従業員が共に働き、持てる力を発揮できる職場環境の実現に取り組んでいます。現在は、様々な障がいを持つ従業員が家電営業店舗や物流サービス拠点、小型家電リサイクル処理施設等の各現場において活躍しています。今後も適用職務や業務の拡大を図り、障がいを持つ従業員の皆さんが自信を持ってできる仕事を増やし、人間的にも成長できるよう指導を重ねることで働きがいを持って意欲的に明るく楽しく働ける環境を整備していきます。

多様な働き方支援

当社は、2024年4月から雇用延長制度の改定を行ない、65歳以上の雇用制度を拡充しました。安定した雇用確保が求められるなか、定年退職後も当社で働く意欲を有する方を再雇用しています。従業員が定年まで長年にわたり培った実務知識や経験・能力を活かせる場を提供することにより、定年後も引き続き社業の発展に寄与・貢献していただける体制を整えています。担当する業務については再雇用および契約更新の都度、対象者の能力・適性・業務経験などを勘案したうえで見直しを行ない、処遇についてもそれに見合ったものとしています。

また、働き方の多様化を推進するために、ゼネラルコース(全国転勤あり)を選択している従業員でも育児や介護などで転居が難しい場合には、一時的に転居を免除される制度を設けています。また、リージョナルコース(地域限定)を選択した従業員でも店長等の管理職としてのキャリアアップを目指したいと考える優秀な人材に活躍の場を提供しています。

このほか、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つけ、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て、副業(兼業)制度なども導入しています。

人権の尊重／サプライチェーンマネジメント

エディオングループは、すべてのステークホルダーの人権を尊重し、すべての人々の尊厳が守られる社会の実現に向けて、事業活動の人権への影響やリスクに適切に対応し、人権侵害の未然防止に努めます。

方針の策定と周知

当社グループ内における人権侵害に限らず、調達から商品の販売・サービスの提供、そして廃棄・再利用に至るまで、サプライチェーン全体における人権に関するリスク管理と適切な対応を行なうための組織体制を整え、企業の社会的責任を果たしていくために、「エディオングループ人権方針」および「エディオングループ調達方針」を制定しています。従業員一人ひとりが方針内容を十分に理解することで意識向上を図り、これらの方針に従い行動することにより、お取引先様等との強固なパートナーシップと長期視点での協力関係を築きながら、サプライチェーン全体で持続可能な社会の実現を目指します。



エディオングループ人権方針

https://www.edion.co.jp/system/files/news-release/pdf/ja/2025-01/EDION_Group_Human_Rights_Policy2.pdf



エディオングループ調達方針

https://www.edion.co.jp/system/files/news-release/pdf/ja/2025-01/EDION_Group_Procurement_Policy2.pdf

人権デュー・ディリジェンス

人権デュー・ディリジェンスは、事業活動に関連して発生し得る人権侵害のリスクを洗い出し、評価・特定したうえで、予防・軽減措置を講じ、その効果を確認してPDCAサイクルを回すことにより、人権尊重の取り組みの実効性を高めていく継続的なプロセスです。今後、継続してPDCAサイクルを回していけるよう体制の整備を進めています。

また、当社グループでは、サプライチェーン上での労働問題など、様々な人権に関する負の影響が発生することを防止・軽減するため、お取引先様に対し「エディオングループ人権方針」および「エディオングループ調達方針」への理解と協力を求めています。

内部通報制度

当社グループでは、内部通報窓口を設置しています。また、通報者の秘密・匿名性を確保し、通報しやすい環境を整備するために、労働組合や弁護士事務所とも連携しています。加えて、ステークホルダー全般にわたる幅広い人権侵害の苦情、通報を受け付けるため、外部の第三者である弁護士事務所を窓口とする通報窓口を設置し、リスク低減を実施しています。

サプライチェーンマネジメントの取り組み

当社グループは、相互の繁栄・存続をめざし、協力会社やお取引先と良好な関係を実現するために、さまざまな取り組みを行なっています。

パートナーシップ構築宣言

内閣府や中小企業庁などによる「パートナーシップ構築宣言」の趣旨に賛同しサプライチェーン全体における共存共栄と新たな連携による相互の付加価値向上をめざす「パートナーシップ構築宣言」を公表しています。



ホワイト物流の促進

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、「持続可能な物流の実現に向けた自主行動宣言」を公表しています。

物流サービス品質の向上

物流協会と、継続的な品質向上に努めています。また、より快適なサービスが提供できる体制づくりにも注力しています。

地域社会への貢献

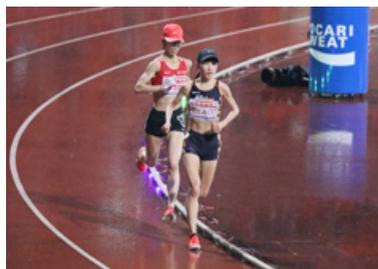
エディオングループでは、事業活動だけでなく、スポーツ振興や文化振興・社会貢献活動を通じて、地域社会の発展に貢献しています。

スポーツ振興

「エディオン女子陸上競技部」、「エディオンアーチェリー部」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年の創部以来、駅伝日本一を決める全日本実業団対抗女子駅伝競走大会に31回出場しています。個人競技では、日本代表選手を輩出し国際大会で入賞するなど、幅広く活躍しています。競技活動を通じて、地域社会への貢献活動にも積極的に取り組んでいます。



<https://athlete.edion.co.jp>

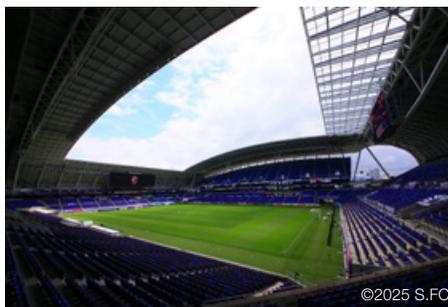
直近の主な戦歴

第108回日本陸上競技選手権大会	1500m	3位	榎原 沙紀
第33回オリンピック競技大会(2024/パリ)	20km競歩	出場	藤井 菜々子
第108回日本陸上競技選手権大会・20km競歩	20km競歩	1位	藤井 菜々子
第109回日本陸上競技選手権大会・10000m 兼 東京2025世界陸上競技選手権大会 日本代表選手選考競技会 兼 2025 アジア陸上競技選手権大会 日本代表選手選考競技会	10000m	2位	矢田 みくに
第26回アジア陸上競技選手権大会	10000m	3位	矢田 みくに
第109回日本陸上競技選手権大会 兼 東京2025世界陸上競技選手権大会 日本代表選手選考競技会	5000m	3位	水本 佳菜

プロサッカーチーム サンフレッチェ広島・サンフレッチェ広島レジーナ

当社は旧デオデオ時代を含め、1992年のサンフレッチェ設立当初からスポンサーとして支援してきましたが、2023年9月にサンフレッチェ広島を運営する株式会社サンフレッチェ広島を連結子会社化しました。今後は、これまで以上に地域企業やファンの皆様とともに、クラブの成長と発展を目指してサポートしていきます。

広島市中心部に誕生した新スタジアム“エディオンピースウイング広島”は「歓声と憩いをまちなかに。」がコンセプト。32m×9mのメインビジョン、多彩な演出が可能なムービングライト、最新鋭の音響設備などを備え、翼(ウイング)をイメージさせる屋根を持つ開放型のスタジアムです。



地域社会への貢献

スポーツ振興

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。



公式Instagramにて
最新情報を随時配信中です!



直近の主な戦歴

2025年5月 2025 アーチェリーワールドカップ 第2戦 【中国・上海大会】	リカーブ男子	9位	河田 悠希
	リカーブ男子団体	7位	河田 悠希 青島 鉄也
2025年7月 2025 アーチェリーワールドカップ 第4戦 【スペイン・マドリッド大会】	リカーブ男子	4位	河田 悠希
	リカーブ男子団体	4位	河田 悠希 青島 鉄也
2025年7月 第73回全日本実業団アーチェリー大会	リカーブ女子	1位	樽本 邑里

プロスポーツチーム「Detonation FocusMe」

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しています。また、関連ブースや商品の提案コーナーを展開するなど、eスポーツの振興・発展に貢献しています。



エディオンスポーツ教室の開催

地域の子どもたちに、身体を動かすことの楽しさや運動の大切さを、トップアスリートとのふれあいの中で感じていただくことを目的に、「エディオンスポーツ教室」を開催しています。2024年11月9日に第3回目を広島県総合グラウンドにて実施しました。エディオン女子陸上競技部や元陸上日本代表の選手らが講師を務め、小学校1年生から6年生約80名に陸上競技を体験していただきました。



フードロス削減と地域支援

当社では、防災対策の一環として災害備蓄品を店舗や事務所に常備しています。この度、備蓄品の定期更新に際し、保管していた災害備蓄品(食料品)を、全国39の支援団体へ寄付しました。この活動は、株式会社StockBaseが提供する「寄付先マッチングプラットフォーム」を活用したもので、各拠点から近隣支援団体とのマッチングにより、スムーズに寄付が実現できました。

文化振興・社会貢献

全店一斉クリーン活動

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。2024年度は、2月19日に実施し、全国約480拠点の従業員が参加しました。



エディオン発・地域共創プロジェクト

2025年、戦後80年の節目に、エディオンの本店所在地でもある広島を起点にした新たな地域共創プロジェクトを始動しました。「#今までもこれからも」をコンセプトに、広島の戦後復興とともに歩んできた企業として、CFR(Corporate Furusato Responsibility=企業のふるさとへの責任)の考え方をもとに、地域への感謝の想いを伝え、「地域と人のつながりの再構築」を目指すプロジェクトです。

第1弾イベントとして、8月10日に、エディオン蔦屋家電とMOVIX広島駅にて、参加型の地域交流イベント「ふれあいフェスタ」を開催しました。プロサッカー指導者・森保一氏をゲストに迎えたトークイベントやコンテスト作品の展示などを通じて、世代を超えた交流の場が生まれました。



ガバナンスの強化

監査等委員 座談会

コーポレート・ガバナンス

役員一覧

コンプライアンス

リスクマネジメント

ステークホルダーとの対話



監査等委員 座談会

当社は2024年6月に監査等委員会設置会社に移行し、さらなるガバナンスの強化に努めています。今回は監査等委員の4名に1年間の活動を振り返っての成果や、今後の企業価値向上に向けて取り組むべきテーマなど、忌憚なく語り合っていました。

□ 略歴はこちら | ガバナンスの強化 > 役員一覧 P65

(取材日: 2025年6月27日)



清水 英昭

社外取締役
(監査等委員)

山根 よしえ

取締役
(常勤監査等委員)

坂井 義清

社外取締役
(監査等委員会委員長)

福田 有希

社外取締役
(監査等委員)

組織改革と新たな経営体制

坂井: 2024年6月に高橋社長が就任され、組織としても監査等委員会設置会社に移行し、新しい経営体制となって1年が経過しました。久保会長はCEOという立場で中長期の経営戦略やM&Aなどをリードされていますし、高橋社長はCOOとして営業全般を細やかに取り仕切っておられ、スムーズに新体制に移行することができているように思います。高橋社長は、営業の第一線でキャリアを積まれてきた方ですので、現場のリアリティを十分理解したうえで、時代に合わせて営業の現場を変えようとしています。「現場の声に耳を傾ける、お客様視点でチャレンジしていく」というスタンスで、思い切った改革に取り組んでおられます。

福田: 高橋新社長と聞いたときは正直驚きました。現場を一番

よく知る人をトップに選んだということ自体が、「現場を改革していく」という姿勢の表れであり、今考えると非常に納得感があります。

山根: 会長の久保、社長の高橋に加え、副会長の山崎が経営と執行の両輪をつなぎ、支えることで、当社のガバナンスがより強固なものになっていると感じます。このトップ3者で、現場に即したさまざまな意思決定がなされ、組織改革が着実に進んでいることを実感しています。

清水: 私は就任して、まだ1年ですが、非常に良い雰囲気を取締役会が運営されていると感じます。これは監査等委員会設置会社に体制が変わったからということではなく、長年培われてきた企業風土があってこそだと理解しています。

坂井: 私は社外取締役になって3年目になりますが、監査等委員会設置会社に移行する以前から、取締役会では監査役も積

極的に発言されていました。一般的に監査役は発言を遠慮されることが多いですが、当社は全然違って活発に意見が交わされていました。組織体制が変わっても、良い意味でそこは変わっ



坂井 義清

社外取締役
監査等委員会委員長

＞ 監査等委員 座談会

ていないですね。

福田: 私は社外監査役から制度変更によって社外取締役(監査等委員)の立場に変わったのですが、従来から「自由に何でも言ってください」という雰囲気がありました。

清水: 変わった点で言えば、私たち監査等委員は監査役と違い適法性判断だけではなくて、経営の妥当性の判断にも関与できるということから、より自由な形で意見が言えるようになってい我想います。適法性に限ってしまうと、例えばコンプライアンスの話をしようとする時など、どこまで踏み込んでいいのかからずブレーキがかかるようなことがあるかもしれませんが、そうした点がなくなるので、より自由に発言しやすくなっているかなという気がします。

坂井: バランスとしても良い取締役会になっているのではないのでしょうか。社外と社内の人数がほぼ同数ですし、社外取締役も弁護士、会計士、企業経営など多様なスキルをお持ちの方が揃っています。議長である久保会長も、周りの意見を真摯に聞

いて受け入れてくださるので、こちらとしても非常に発言しがいがあります。

福田: 全く同感です。専門外のことについても自分の気づいたことを発信できますし、言ったことに対して誰かが必ず答えてくれ、そこから議論に発展することもしばしばあります。本当に風通しの良い、参加意識を絶えず持てる、そういう取締役会が実現できていると思います。

監査等委員会としての活動と組織連携

坂井: 監査等委員会の発足後、事業に対する理解を深めるべく、各部門の責任者との個別ミーティングを始めました。1対1で聞いていくことで非常にオープンな議論ができ、従来よりもかなり事業に対する理解が進みました。

清水: ネガティブな情報というのはどうしても滞留してしまうものですから、執行側との個別ミーティングは非常に有益だと思います。また、常勤監査等委員である山根さんが監査等委員会に必要な情報を選んで提供していただいていますので、仕組みとして良い体制が整っていると思います。

山根: 社外取締役である監査等委員への情報提供は私の大きな役割の一つだと考えています。会社法では、監査等委員会は常勤者の設置を義務付けられてはいませんが、特に小売業は日々さまざまなことが起こりますから、社内の情報に都度接することが大切だと思っています。私は、経理部や総務部などの内部統制部門と同じフロアにいますし、内部統制室長とも席を並べていますので常に情報交換ができています。内部監査への要望もすぐに伝えることができますし、社外の方々に情報を

共有するというアクションもとりやすいので、そこは常に意識しています。

福田: 常に新しい情報をいただけることはとても有り難く感じています。内部監査がうまく機能してくれないと、監査等委員会もベストな形で機能しませんので、我々も内部監査部門との連携は、これまで以上に重視していきたいと考えています。

坂井: 監査等委員会が内部統制室を直接指揮する体制となったため、組織的にも連携が深くなりました。監査等委員会は定期開催していますが、その際に直近の内部監査の状況を説明してもらっていますので、小さなリスクの芽も見落とさない体制ができていると思います。監査等委員4人で対応できる範囲にも限界がありますから、組織的監査を行なう上で、内部統制室と直接つながったというのは非常に意義のあることだと思います。

山根: 私も組織的監査の重要性がより高まったと考えています。私は常勤監査等委員として内部統制室や会計監査人の往査にできるだけ同行するようにしていますので、それぞれの監査の方法と結果が相当であるか、監査の実効性を評価していく必要があると考えています。

福田: 会計監査人との連携について言えば、私自身、監査の現場に長くいましたから、監査法人がどんな視点で見ていて、どこを注視しているのかが大体わかります。監査法人の方々には常々、数字だけを見ないようにお願いしています。例えば、減損にしても、その要因は一つひとつ違いますので、数字そのものを見る以上にその裏にあるプロセスを大切に見てほしいと伝えています。

清水: 私は会計の専門ではありませんので、会計監査人の方と



山根 よしえ
取締役
常勤監査等委員

監査等委員 座談会

お話させていただいても、完全に理解できているとは言い難いところがありますが、ただその中でも法律的な観点から気になったことやコンプライアンス上重要だと直感したことは、臆せず聞いてみるように努めています。

山根: その点は私も同感です。監査というのは決まった枠に落ち着きがちなところがありますが、さまざまな視点が入ることによって新たな気づきもあると思います。私自身も過去、リスク管理やサステナビリティ推進部門を経験してきましたので、その知見を生かして、内部統制システムを念頭に置いた監査活動をしっかりと進めたいと思います。

福田: 昨今はM&Aによる新たな子会社も増えてきています。子会社の数が増えれば会計処理も複雑になりリスクも増えると思いますので、そのあたりは特に注意をしてコミュニケーションをとるようにしています。

清水: 最近のニュースを見ても、コンプライアンスができていなかったがために存続すら危ぶまれる事態に陥っている会社がたくさん出てきています。それらを目の当たりにして、ますます、細心の注意を払っていく必要があると感じています。ただし、全てを完璧にしようと考えると、かえって本当に大事なことが疎かになる危険性があります。大事なポイントをしっかり押さえた上でその範囲をできるだけ広げていく、という考え方が重要だと思っています。

グループガバナンスの強化に向けて

山根: 私はこれまで子会社の管理部門を2社経験しましたが、いずれもエディオンと親和性の高い事業でしたので、社内システ

ムや労務環境などに大きな違いはありませんでした。しかし、近年M&Aでグループに迎え入れた会社というのは事業内容も多岐にわたり、企業文化からして全く違うという会社も少なくありません。

坂井: おっしゃる通り、エディオンは業容の発展やサービス改善に向け、最適なポートフォリオに沿ってM&Aを進めています。そこでまず重要となるのは、企業文化が異なる会社をどうやってまとめていくかということで、これがいわば第1ステップです。そして、そうしたことに取り組みながら、相乗効果をどう出していくかという第2ステップを進めていくのだと思います。

山根: 親会社の執行側は、子会社の独自性、特性を活かしながら、グループの事業として戦略を組んでいかなければならないため、関係会社管理規程に沿った運用がなされているか監査することも我々の重要な役割の一つだと捉えています。先ほど往査に同行していると言いましたが、子会社を見て回った気づきや課題などを、総務、人事、営業など執行側に積極的に伝えていきたいと考えています。

清水: 日本の会社法は、親会社に子会社の責任を一定の範囲で負わせ、同時に子会社の独自性を認め、バランスをとっています。この微妙なバランスをうまく利用して、エディオンにおいては、ガバナンスを維持しつつ、子会社は、起業家精神を発揮したり、大胆に社会貢献を行なうなどによって、エディオンの社会的責任の拡充につなげていけたらよいと思います。

福田: グループガバナンスという意味で、私が強く感じているのはビジネスの時間軸が違うということです。例えば、子会社にシステム開発を行なっているEDIONクロスベンチャーズがありますが、システムの開発というのはお金が出ていく期間がずっと



福田 有希
社外取締役
監査等委員

続き、回収できる時期や成果の出る時期が3~5年後であったり、開発当初の段階ではっきりしていなかったりします。これは、エディオンの商流、すなわち在庫を仕入れて売るといったビジネスとは根本的に異なりますから、同じ感覚で判断していると見誤ってしまうということは容易に想像が付きまします。現在は特にリフォーム事業の売上構成も伸びていますし、事業ごとのリスクに時間軸という観点から注視して、グループガバナンスを考えねばならないと強く感じています。

坂井: 2025年度は主な子会社にも監査の一環として訪問し、トップの方々との対話できたらと考えています。新たな子会社とエディオンとでは企業風土や業務システムなどが違うのが普通ですし、課題や悩みも色々とはあるのではないかと思います。そうしたリアルな実情を把握していきたいと思っています。

経営理念と企業価値

清水: エディオンの経営理念は「効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現」ですが、この理念が社内によく行き渡っ

＞ 監査等委員 座談会

ていると思います。ただ額の中に飾ってあるだけではなくて、いろいろな場面で何度もこの言葉が出てくる、そうした理念の浸透というのが大きな強みだと感じています。

坂井: 経営理念を平たく言うと、「買って安心 ずっと満足」というもので、修理などのサポート体制を充実させ、商品を最後まで使いきっていただき、お客様に「買ってよかった」と思っていたくことだと理解しています。そして、これが創業以来の経営理念だということは驚きです。私もいちユーザーではありますが、エディオンはやはり仕事が丁寧ですし、エアコンの設置工事なども長く使えるようにと気を配ってくれます。長く使えるということはお客様の満足につながり、また選んでもらえるということですし、最後まで使えるということは環境保全にもつながります。そういった意味でも非常に優れた経営理念だと思います。

福田: 経営理念がサステナビリティそのものですね。サステナビリティに裏付けられた経営理念を何かある度に唱和して、全従業員が共通の価値観を持つ。そうした1本の軸があるということは、会社として最も大切なことだと思います。

山根: 会長の久保は、これまでデオデオ、エイデン、ミドリなど、前身となる会社を経営統合していく中で、理念が大事だと発信し続けてきました。当時はサステナビリティという言葉は一般的ではありませんでしたが、今考えると時代を先取りした理念であったのだと驚きます。また、経営理念に加えて、「エディオングループ倫理綱領」を制定しており、そこにも現代のサステナビリティに必要な要素が含まれています。改めて読んでみて、そういったものが我々の中に既に醸成されてきたというのは、とても価値のあることだと思いました。

監査等委員としての今後の取り組み

清水: 私は弁護士として長年職務を行ってきましたが、その中で一貫して大事にしてきたことは、自分が出した結論は、世の中の常識に照らして適正、妥当なものだろうか、またバランス感覚の点からしておかしくないかを常に意識することです。監査等委員としての役割でも、そういった自分のスタイルを大事にしながら貢献していきたいと考えています。

福田: 監査等委員として株主の負託に応えることは当然として、やはり多様性の時代ですから、さまざまな意見や考え方があって良いと思っています。例えば、多数の意見がある方向に向いているときでも、「違う角度から見るとこんな考え方もありますよね」と積極的に発言していきたいと思っています。そうした態度が個人株主や潜在株主などいろいろな方のニーズを拾い上げることにもつながるはずですので、できるだけそういった立場で提言していきたいと考えています。

山根: 私は現場に立脚した監査を心がけていきたいと思っています。会計監査人、内部統制室の往査にはできるだけ足を運び、現場で何が起きているのか知ることが不正の兆候を捉えることにもつながると考えています。その目線を常に持って現場に接し、社内の重要な会議に出席し、業務執行取締役と意思疎通を図るなど監査環境の整備に努めて、監査等委員会による監査の実効性を高めていきたいと思っています。

坂井: 私は社外取締役監査等委員として、中立的な立場から経営陣の業務執行を監督するという役割を果たすと同時に、情報通信の会社で長年経営に携わってきた経験をもとに、業務全般

について助言ができればと思っています。また、システムが企業の競争力やブランドイメージ、さらにはお客様の満足度にまで大きな影響を与えることが多いと感じています。今後の経営環境の変化に柔軟かつスピーディに対応していくためには、システムのあり方が大きなウェイトを占めると考えていますので、この点についても注視していきたいと思っています。

山根: 私は女性取締役としての立場でもあるため、やはり女性の店長が増えていかない現状は多様性の観点からも課題に感じています。一方で、研修などを通じて管理職を希望する女性も少しずつ増えてきていますので、現場の従業員との対話を重ねて、ロールモデルとなる女性店長の存在なども広く伝え、一人でも多くの社員が自分らしく生き生きと働ける組織になればと願っています。



清水 英昭
社外取締役
監査等委員

コーポレート・ガバナンス

エディオングループは、経営の健全性と透明性を確保し、中長期的に企業価値を向上させるため、ガバナンス体制の強化に努めています。

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、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1に、取締役・執行役員およ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2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3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づくりおよ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届く社内コミュニケーションの向上に努めます。

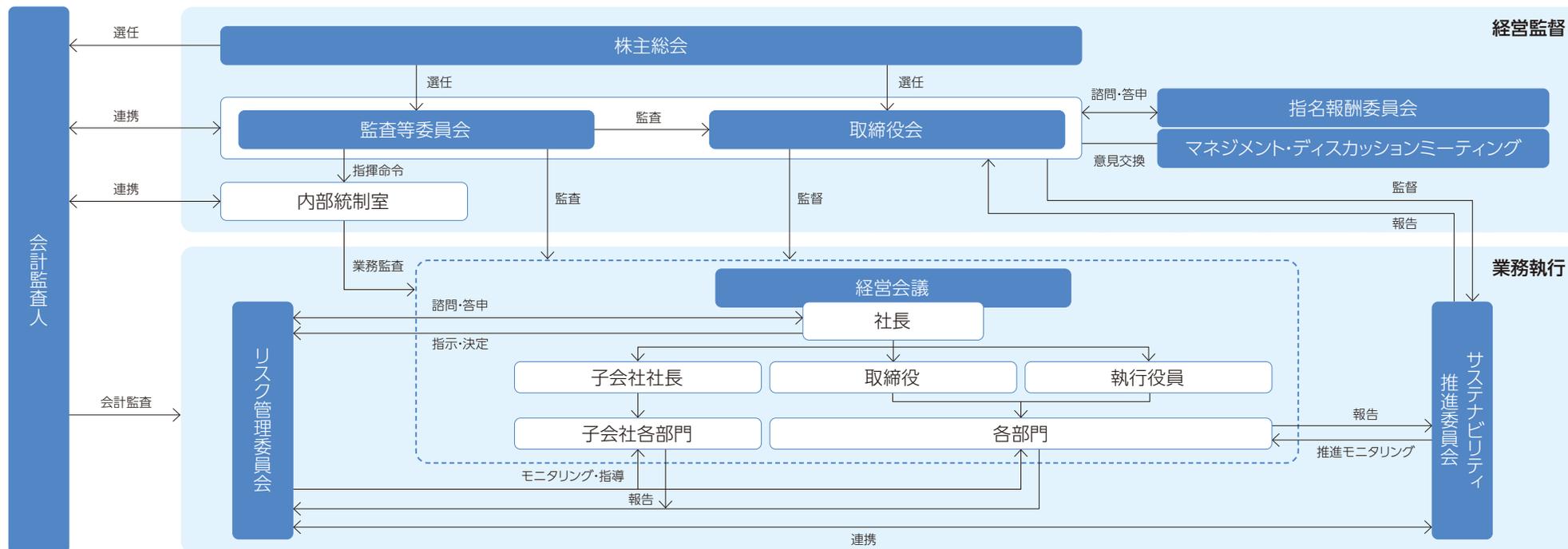
当社グループではこれらを確実に機能させるための経営監視体制構築がコーポレート・ガバナンスの課題であると認識しています。

ガバナンス強化のあゆみ

時期	取り組み内容	目的
2004年12月	エディオングループ倫理綱領制定	グループ全体の価値観の統一
2008年 6月	リスク管理委員会を設置	リスク管理体制の強化
2009年 9月	執行役員制度導入	経営における監督と業務執行の分離
2011年 6月	買収防衛策を廃止	透明性の確保
2014年 6月	独立社外取締役1名を選任	監督機能の強化
2015年 6月	独立社外取締役を2名に増員	監督機能の強化
2016年 4月	取締役会実効性評価を開始	取締役会の実効性向上
2016年 6月	代表取締役と社外取締役・社外監査役との意見交換の場として「マネジメント・ディスカッションミーティング」を設置	経営責任の明確化、意思決定の質的向上
2018年 6月	独立社外取締役を4名に増員（44%）、女性取締役を1名選任 譲渡制限付株式報酬を導入	取締役会の多様性確保 長期的な視点での企業価値向上
2019年 2月	独立社外取締役が委員長を務める指名報酬委員会を設置	指名・報酬の決定等における客観性・透明性の確保
2021年 6月	独立社外取締役を5名に増員（50%）	監督機能の強化
2022年 6月	サステナビリティ推進委員会を設置	ESGに関する戦略やリスクの管理
2023年 5月	エディオングループのサステナビリティ方針を策定	グループ全体の価値観の統一
2023年 6月	独立社外取締役を6名に増員（50%）	監督機能の強化
2024年 6月	監査等委員会設置会社へ移行、女性取締役を2名に増員 監査等委員を含む独立社外取締役8名を選任（50%）	経営の透明性・効率性の向上 監督機能の強化

＞コーポレート・ガバナンス

ガバナンス体制図



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8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8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。

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およ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

法定事項の決議およ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・社外監査等委員の意見・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: 3回

取締役会における意思決定および取締役の職務執行について厳正な監査を実施しました(2024年6月27日まで)。

監査等委員会 開催回数: 7回

2024年6月27日開催の第23回定時株主総会の決議により、監査等委員会設置会社へ移行しました。当社における監査等委員会は、取締役(常勤監査等委員)1名、社外取締役(監査等

＜コーポレート・ガバナンス

委員)3名の監査等委員4名により構成され、監査等委員会が定めた監査の方針と監査計画に従い監査業務を行ないます。

指名報酬委員会 開催回数: 10回

取締役会の諮問機関として、当社および子会社の取締役・執行役員を選解任、後継者計画およ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5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

有事の際の対応方針(BCP等)やコンプライアンスなど、重大なリスクの把握、評価、分析およ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。

独立社外取締役の比率

(2025年6月27日現在)



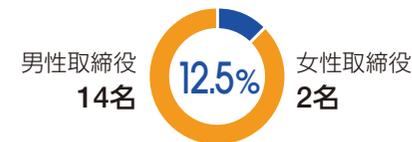
指名報酬委員会の独立社外取締役の比率

(2025年6月27日現在)



女性取締役の比率

(2025年6月27日現在)



取締役会で議論された主なテーマ

経営課題

- 各本部・統括部状況報告(課題対策): 月毎
- 事業ポートフォリオ(新規事業・M&A・子会社編成): 月毎
- 経営計画に対する進捗確認/中計ビジョン策定: 月毎
- 決算説明会、投資家ミーティング内容の共有: 四半期毎

サステナビリティ関連

- 関連する各種方針と制定、環境対応、CO₂削減への対応: 必要毎

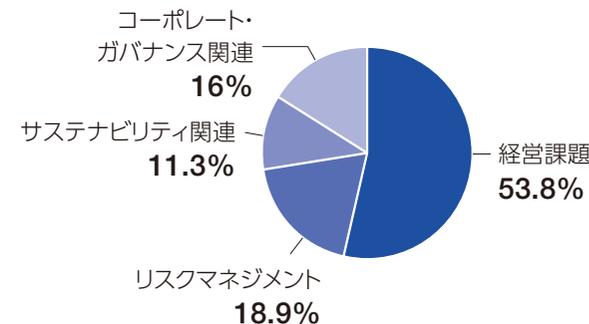
コーポレート・ガバナンス関連

- 内部統制評価の基本計画、前年度の評価結果: 年毎
- コーポレートガバナンス・コード対応: 年毎
- 取締役会実効性評価: 年毎

リスクマネジメント

- カスタマーハラスメント、BCP、情報セキュリティ関連: 四半期毎

取締役会の議案配分(割合)



＞コーポレート・ガバナンス

取締役のスキル・マトリックス

(2025年6月27日現在)

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	サステナ ビリティ
久保 允誉	代表取締役会長 執行役員 CEO (指名報酬委員)	●		●	●			●	●	●	●
山崎 徳雄	代表取締役副会長 執行役員	●	●		●			●	●	●	●
高橋 浩三	代表取締役社長 執行役員 COO	●		●	●			●	●	●	●
石田 亜紀	取締役 常務執行役員	●	●		●	●	●			●	●
井上 利郎	取締役 上席執行役員	●		●							
池畑 裕次	取締役 上席執行役員	●		●			●				
藤原 弘和	取締役 上席執行役員	●		●	●	●					
石橋 省三	社外取締役 (指名報酬委員長)	●	●			●				●	
高木 施文	社外取締役 (指名報酬委員)	●	●					●		●	
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	●	●		●	●				●	
山根 よしえ	取締役 (常勤監査等委員)	●						●	●	●	●
坂井 義清	社外取締役 (監査等委員) (指名報酬委員)	●	●	●		●				●	
福田 有希	社外取締役 (監査等委員)		●						●	●	
清水 英昭	社外取締役 (監査等委員)								●	●	

＞コーポレート・ガバナンス

スキル・マトリックスにおける各スキルの考え方

P60に記載のスキル・マトリックスには、過去の経験から得たスキル・知識に加え、取締役として職務を遂行する上で必要となるスキル・知識を記載しています。

各項目の専門性の記載における定義は以下のとおりです。

企業経営・経営戦略

企業全体の意思決定や長期的な方向性を策定し、持続的成長へ導くための知識・経験。事業戦略の策定・実行、経営資源の最適配分、ステークホルダーとの関係構築などを含む。

財務会計・税務

財務状況の理解と分析、資金調達・資本政策、税務戦略の立案・管理など、企業の財務健全性と透明性を支える分野に関する知識・経験。

営業・マーケティング

商品・サービスの市場への訴求、販売戦略の立案、ブランド戦略や顧客理解を通じた企業収益の拡大に関する知識・経験。

店舗開発

市場調査や競合分析などを踏まえた出店戦略、立地選定、店舗設計・改装、地域特性の把握など、店舗網構築に関する知識・経験。

IT・DX

ITインフラの構築・運用、データの利活用、業務効率化・自動化、情報セキュリティなど、デジタル技術を用いた事業変革を実現するための知識・経験。

物流・ロジスティクス

調達・在庫管理・配送といったサプライチェーン全体の効率化、物流ネットワークの構築、コスト最適化などに関する知識・経験。

人事・人材育成

人材の採用・配置、能力開発、組織風土の醸成、報酬制度の設計など、人的資本の最適活用に関する知識・経験。

法務・リスク管理

法令遵守（コンプライアンス）、契約管理、知的財産保護、訴訟リスクや事業上の潜在的リスクへ対応するための知識・経験。

内部統制・ガバナンス

社内規程や業務プロセスの整備、監査体制、取締役会の機能強化など、健全な企業統治の確保に関する知識・経験。

サステナビリティ

気候変動、人的資本、サプライチェーンマネジメントなど、ESG課題への対応を通じた中長期的な企業価値創造を実現するための知識・経験。

取締役候補者の指名および経営陣幹部（執行役員）の選解任方針

取締役候補者および経営陣幹部（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など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。

取締役会の実効性評価

取締役会は、全取締役16名（監査等委員である取締役4名を含む）を対象として2025年4月に「取締役会評価アンケート」を実施し、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、2024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。

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、当社の取締役会は概ね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。

また、サステナビリティ経営の推進や、グループ全体のガバナンス向上に関する項目の評価が向上した一方、今後の持続的な企業価値の向上を図るうえで、業務執行結果を踏まえた計画立案の精度をより一層向上させることが必要であるとされました。

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および機能向上を図ってまいります。

コーポレート・ガバナンス

役員に対するトレーニングの方針

取締役が期待される役割・責務を適切に果たし、企業価値の向上やコンプライアンスの徹底を目的としたトレーニングを実施する方針です。具体的には、外部教育訓練の受講や、当社の店舗・物流拠点・子会社等の現場視察など、取締役の業務を行なうにあたって必要な知識を習得する機会を提供しています。



役員報酬制度

1. 基本方針

当社の役員報酬は、次の基本方針に基づき報酬額を決定します。

- 企業価値の向上に対するインセンティブとして機能すること
- 株主の視点に立脚した経営意識の醸成を図り、持続的な成長に資すること
- 事業規模および業績に対して適切な水準であること
- 取締役に対する評価や報酬額決定プロセスにおいて透明性および公平性を確保すること

2. 報酬の構成および割合

役員報酬は基本部分と業績連動部分からなる金銭による報酬と、譲渡制限付株式の付与のための報酬(株式報酬)で構成しており、それぞれの総額は株主総会で決議された限度額の範囲内で支給します。各報酬の割合は基本部分が60%、金銭の業績連動部分と株式報酬の合計が40%を基準とし、次に記載の評価手続きにより事業年度毎の報酬額を算定したうえで決定します。

なお、社外取締役は客観的立場から当社および当社グループ全体の経営に対して監督および助言を行なう役割を担い、監査等委員である取締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、社外取締役および監査等委員である取締役には、それぞれ金銭報酬(固定報酬)のみを支給します。

3. 取締役の個別の報酬等の内容にかかる決定方針

取締役の個別の報酬等の内容の決定にあたっては、公平性および透明性を確保するため、取締役会の諮問機関である独立社外取締役を委員長とする「指名報酬委員会」による審議を経て、取締役会にて決議します。

- 基本部分: 各取締役の役位、在任期間、会社への貢献度により各取締役の評価を行ない、年度ごとの固定報酬額を決定します。
- 業績連動部分: 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)の達成度を基準として各取締役の評価を行ない、報酬額を決定します。
- 株式報酬: 各取締役の役位、会社への貢献度により各取締役

の評価を行ない、決定した報酬額に応じた譲渡制限付株式の割当を行ないます。

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、4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、執行役員候補者および後継者計画の検討ならびに取締役、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などの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づく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あると認識しています。

役員一覧

取締役 (2025年6月27日現在) ※所有株式数は2025年3月31日現在



久保 允誉
代表取締役会長
執行役員 CEO
(指名報酬委員)

1950年2月18日生
所有株式数: 2,256,847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
- 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
- 2018年 6月 当社代表取締役会長 兼 社長執行役員
- 2024年 6月 当社代表取締役会長執行役員 CEO(現)



山崎 徳雄
代表取締役副会長
執行役員

1957年1月15日生
所有株式数: 78,292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
- 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
- 2024年 6月 当社代表取締役副会長執行役員(現)



高橋 浩三
代表取締役社長
執行役員 COO

1961年9月12日生
所有株式数: 46,493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
- 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 当社事業本部副本部長 兼 商品統括部長
- 2021年 6月 当社取締役常務執行役員
- 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
- 2022年10月 当社営業本部長 兼 営業統括部長
- 2023年 4月 当社営業本部長
- 2023年 6月 当社取締役専務執行役員
- 2024年 6月 当社代表取締役社長執行役員 COO(現)



石田 亜紀
取締役常務執行役員
経営企画本部長

1972年8月21日生
所有株式数: 15,464株
取締役会への出席状況: 100%

主な略歴

- 2016年 1月 当社経営企画部長
- 2020年 2月 当社執行役員 当社経営企画統括部長 兼 経営企画部長
- 2021年 7月 当社経営企画統括部長 兼 IR広報部長
- 2022年 6月 当社上席執行役員
- 2022年10月 当社経営企画本部副本部長 兼 経営企画統括部長 兼 IR広報部長
- 2023年 6月 当社取締役上席執行役員
- 2023年10月 当社経営企画本部長 兼 IR広報部長
- 2024年 8月 当社経営企画本部長兼IR管掌(現)
- 2025年 6月 当社取締役常務執行役員(現)



井上 利郎
取締役上席執行役員
営業本部長

1970年12月24日生
所有株式数: 8,336株
取締役会への出席状況: 100%

主な略歴

- 2018年10月 当社モバイル・ネットワーク 営業部長
- 2020年 2月 当社モバイル・ネットワーク 商品部長
- 2021年 4月 当社通信商品部長
- 2022年 2月 当社情報通信営業部長
- 2022年10月 当社情報通信運営部長
- 2023年 4月 当社モバイルネットワーク 統括部長
- 2023年10月 当社執行役員
- 2024年 2月 当社上席執行役員
- 当社デジタル家電統括部長
- 2024年 6月 当社取締役上席執行役員(現) 当社営業本部長(現)



池畑 裕次
取締役上席執行役員
物流サービス本部長

1964年7月5日生
所有株式数: 44,396株
取締役会への出席状況: —

主な略歴

- 2014年 2月 当社営業統括部長
- 2014年 6月 当社取締役
- 2017年 6月 当社常務取締役
- 2018年 2月 当社フランチャイズ本部長
- 2018年 6月 当社上席執行役員
- 2019年 2月 当社物流サービス統括部長
- 2022年 5月 当社プロジェクト推進部長
- 2023年10月 当社eコマース本部長
- 2024年 6月 株式会社ジェイトップ代表取締役社長(現)
- 2024年 7月 当社物流サービス本部長(現)
- 2025年 6月 当社取締役上席執行役員(現)

役員一覧



藤原 弘和

取締役上席執行役員
開発戦略本部長

1967年10月29日生

所有株式数: 24,840株

取締役会への出席状況: ー

主な略歴

2015年4月 当社経営企画統括部長
2016年1月 当社マーケティング統括部長
2017年6月 当社取締役
2018年4月 当社情報システム統括部長
2018年6月 当社上席執行役員
2022年1月 当社店舗開発統括部長
2024年8月 当社店舗開発本部長
2025年4月 当社開発戦略本部長(現)
2025年6月 当社取締役上席執行役員(現)



石橋 省三

社外取締役
(指名報酬委員長)

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 野村證券(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)みんかぶ社外取締役(現)



高木 施文

社外取締役
(指名報酬委員)

1962年12月23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 弁護士登録 ブレークモア アンド ミツキ(ブ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 東京青山法律事務所(現 ベーカー&マッケンジー法律事務所)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

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)
2024年10月 アルゴラブ(株)代表取締役社長(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: 100%

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、システム企画室担当
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
2022年 6月 当社社外取締役(現)
2023年 3月 シルバーエッグ・テクノロジー(株)社外取締役(現)

役員一覧



山根 よしえ

取締役
常勤監査等委員

1966年8月5日生
所有株式数: 6,461株
取締役会への出席状況: 100%

主な略歴

- 2013年 4月 当社総務部長
- 2016年 4月 当社業務改善推進部長
- 2017年 1月 当社情報セキュリティ部長
- 2017年10月 (株)エディオンハウスシステム管理部長
- 2018年 4月 (株)サンキュー管理部長
- 2020年 4月 (株)サンキュー執行役員
- 2023年 4月 (株)サンキュー管理本部副本部長兼 管理統括部長
- 2023年 7月 当社上席執行役員
当社サステナビリティ推進部長
- 2024年 6月 当社取締役(常勤監査等委員)(現)



福田 有希

社外取締役
監査等委員

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
- 2017年11月 (株)精工監査役
- 2024年 6月 当社社外取締役(監査等委員)(現)



坂井 義清

社外取締役
監査等委員
(監査等委員会委員長)
(指名報酬委員)

1956年10月10日生
所有株式数: 0株
取締役会への出席状況: 100%

主な略歴

- 1994年8月 エヌ・ティ・ティ移動通信網(株)(現(株)NTTドコモ)経理部
ファイナンス室長
- 1999年7月 東日本電信電話(株)財務部
会計部門長
- 2002年7月 (株)エヌ・ティ・ティ・ドコモ(現(株)NTTドコモ)財務部担当部長
- 2005年6月 同社IR部長
- 2008年7月 同社広報部長
- 2009年6月 同社執行役員広報部長
- 2012年6月 日本電信電話(株)取締役財務部門長
- 2014年6月 (株)NTTドコモ代表取締役副社長
- 2015年7月 同社代表取締役副社長 営業本部長
- 2016年6月 NTTファイナンス(株)代表取締役社長
- 2021年6月 同社相談役
- 2023年6月 当社社外取締役
- 2024年6月 当社社外取締役(監査等委員)(現)



清水 英昭

社外取締役
監査等委員

1958年7月15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 弁護士登録
山田忠史法律事務所勤務
- 2000年 4月 清水英昭法律事務所開設
- 2011年12月 上原・清水法律事務所開設
- 2012年12月 清水英昭法律事務所開設(現在に至る)
- 2024年 6月 当社社外取締役(監査等委員)(現)

執行役員 (2025年7月1日現在)

上席執行役員

- 内部統制室長
- (株)EDIONクロスベンチャーズ 代表取締役社長
- 総務人事本部長
- 営業本部 販売統括部長
- 営業本部 店舗戦略統括部長
- 営業本部 マーケティング統括部長
- 広島本店長
- IT戦略本部長
- 営業本部 商品統括部長

- 山田 英司
- 村上 淳
- 岡嶋 正幸
- 門世 栄次郎
- 長崎 充善
- 長谷川 剛
- 北川 和男
- 山本 賢
- 兵頭 剛

執行役員

- 営業本部 eコマース統括部長
- 総務人事本部 人事統括部長
- なんば本店長
- 営業本部 商品企画統括部長
- 営業本部 ELS統括部長
- サステナビリティ推進部長
- 横浜西口本店長
- 営業本部 販売統括部 中部地区長
- 営業本部 販売統括部 近畿地区長
- 営業本部 販売統括部 中四国地区長
- 営業本部 フランチャイズ統括部長
- 開発戦略本部 店舗開発統括部長
- 物流サービス本部 物流サービス統括部長
- 総務人事本部 人材開発統括部長
- 経営企画本部 財務経理統括部長

- 角田 圭
- 片山 智也
- 木下 智博
- 安倍 寛
- 土橋 武
- 向田 万里子
- 住田 徳也
- 村松 源三
- 松村 一史
- 藤井 博文
- 西 哲也
- 宮浦 正実
- 千原 純一
- 古子 実紀
- 新具 邦康

コンプライアンス

エディオングループは、あらゆる法令や社会規範を遵守し、取引先とも連携し社会に対して責任ある調達活動に取り組むなど、サプライチェーン全体においても公正な事業活動を行ないます。

コンプライアンスの徹底

エディオングループでは、従業員が社会の一員として、また、エディオングループの一員として、法令や社内ルールを遵守し、不正等が発生しない環境を作り上げていくことが、お客様からの信用に結びついていくと考えています。社内研修を通して従業員一人ひとりが法令遵守の認識を深め、社内体制を整備し、また内部統制・内部監査の強化に取り組むとともに、新たな法規制等にも迅速に対応するなど、コンプライアンスを徹底しています。

また、エディオングループの子会社および関連会社を統括し、経営判断の迅速化による企業競争力の強化を図るとともに、経営の管理・監督機能を強化することにより、エディオングループ全体のコーポレート・ガバナンスの強化を図ります。



エディオングループ倫理綱領

<https://www.edion.co.jp/sustainability/governance/ethical-code>

腐敗防止の取り組み

エディオングループは、役員・社員一同が遵守すべき行動基準を定める「エディオングループ倫理綱領」において、商取引に関する法令・商慣習を遵守することを宣言しています。この方針のもと、公務員等に対する贈賄の禁止や代理店を通じた汚職行為の防止などを定めた防止規程を制定するとともに、防止策となるチェック手続きを定めたガイドラインを策定しています。これらの規程・ガイドラインに則り、問題行為の早期発見・是正ができる体制を整えています。万一、役員・社員が法令

または規程・規律違反行為を行なった場合には、速やかに対処・是正するとともに、必要に応じて取り組みの内容を見直し、再発防止に努めます。なお、2024年度において、当該行為に関連した法令違反や罰金・課徴金などはありませんでした。

内部通報制度

エディオングループでは、内部通報窓口を設置しています。また、通報者の秘密・匿名性を確保し、通報しやすい環境を整備するために、労働組合や弁護士事務所とも連携しています。通報制度では、些細な相談でも可としており、社内での嫌がらせ、セクシュアルハラスメント、パワーハラスメント、人間関係の悩み等の相談や障がい者への差別的対応・合理的配慮に関する内容、法令違反、不祥事等を幅広く受け付けています。加えて、ステークホルダー全般にわたる幅広い人権侵害の苦情、通報を受け付けるため、通報者のプライバシーに配慮し、通報者および勤務先に不利益な取り扱いがないよう、外部の第三者である弁護士事務所を窓口とする通報窓口を設置し、リスク低減を実施しています。

税務ガバナンス

エディオングループは適切な税務申告および納税を企業の果たすべき社会的責任と考えています。税務に関する法令・規則などに従い、租税回避を目的とした税務プランニングは選択しません。研修などを通じ、グループ内の税務知識を高め、適切な課税処理を行なえるよう税務ガバナンスの維持に努めま

す。また、税務当局からの問い合わせに対して適時適切な対応を行ない、公正な関係を維持し、信頼関係を構築します。税務当局と意見の相違が生じた場合、税務当局と協議し、課題の解決を図ります。今後も適切な納税を通じ、地域社会の発展に貢献してまいります。

知的財産マネジメント

事業活動を通じて育まれたブランドや商標、著作物その他の知的財産は、エディオングループにとっての重要な資産です。エディオングループでは、知的財産の創出に努めるとともに、これを適切に管理・活用していくことが不可欠であると認識し、知的財産の管理などを図りながら、その価値を一層高めてまいります。なお、第三者の知的財産についても最大限に尊重しています。

コンプライアンス研修

エディオングループでは、従業員一人ひとりが倫理・コンプライアンスを尊重する企業風土の醸成を目指して、階層別のコンプライアンス教育を実施しています。

2024年度の研修実績

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6回
所長研修	年1回

リスクマネジメント

エディオングループは、事業環境の変化にともなう法令・規制の変化、多様化するリスクに適切に対応していくための体制を整備しています。

リスク管理体制

倫理綱領の徹底や有事の際の対応方針(BCP等)を含めた危機管理本部として「リスク管理委員会」を設置しています。リスク管理委員会は代表取締役社長を委員長とし、業務執行を担う社内取締役、総務担当、人事担当、内部監査担当など、委員長が指名する者を委員として四半期に1回開催し、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。

重要リスクの特定と対応プロセス

リスク管理委員会では、リスクの特定、対応計画の策定について議論しています。全社横断的に対応すべきと判断されたリスクを「重要リスク」として取締役会へ報告し、その対応状況をモニタリングしています。2024年度、当社グループにおいて認識した重要リスクは以下のとおりです。

季節的要因に関するリスク

販売する商品の中には季節的要因により売上が左右される商品もあり、夏季における長期的な梅雨、冷夏や暖冬などによっては、当社グループの業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

競争に関するリスク

当社グループが出店している地域においては、同様の商品を取り扱う他社の店舗が多数存在しています。今後の新規出店などによりお互いの競争が厳しくなることで当社グループの業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

自然災害・事故等に関するリスク

地震・台風等の大規模な自然災害により店舗などが被災した場合や、店舗において火災が発生した場合、被災店舗の営業休止、被害に遭われた方々に対する損害賠償責任等が発生し、当社グループの業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

情報セキュリティに関するリスク

サイバー攻撃や不測の事態等により、万が一情報の流出などが発生した場合、当社グループに対する信頼が低下し、売上の減少など業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

固定資産の減損会計に関するリスク

店舗等の収益性の低下により各店舗等の簿価が回収できない事が見込まれる場合、もしくは「固定資産の減損に係わる会計基準」等の変更がある場合、当該店舗等について減損損失が計上され、当社グループの業績および財政状態に影響を与える可能性があります。

外部委託業者に関するリスク

外部委託業者が業務を行なううえで遵守すべき法令やガイドラインに違反する行為があった場合、当社グループの業績に影響を与える可能性があります。

法的規制等に関するリスク

出店計画や事業の遂行に関して、法的規制および規制の変更などの影響を受ける可能性があります。

情報セキュリティ

エディオングループは、カード会員情報や顧客購入履歴データなど、多くの個人情報を取り扱っています。また、グループ各社の技術・営業等に関する機密情報などを多数保有しています。これらの情報については、「エディオングループ情報セキュリティ管理規程」によって厳重に管理しています。

昨今では常にサイバー攻撃に晒されるリスクがあり、当社グループに対する不正なアクセスの監視を強化するとともに、従業員の情報の取り扱いに対する教育にも力を注いでいます。



個人情報保護方針

<https://www.edion.co.jp/privacy>

BCP(事業継続計画)の取り組み

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、重要業務の継続および早期復旧に努めていきます。



BCP基本方針

<https://www.edion.co.jp/sustainability/governance/compliance-and-risk-management#bcp>

ステークホルダーとの対話

エディオングループは、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います。各ステークホルダーからの要請や期待を把握したうえで優先すべき課題を整理し、取り組みを進めています。

ステークホルダー	エディオングループに対する期待	主な対話方法
お客様	<ul style="list-style-type: none"> 高品質で満足できる商品・サービスの提供 快適で過ごしやすい店舗 安心できる長期修理保証サービスの提供 個人情報の適切な管理 	<ul style="list-style-type: none"> 各店舗における接客やイベント エディオンネットショップ オンラインリフォーム相談 お客様相談室 お客様アンケート エディオンアプリやSNSでの情報発信
株主・投資家	<ul style="list-style-type: none"> 企業情報の適時・適切な開示 利益の適正な還元 中長期的な企業価値の向上 株主優待制度 	<ul style="list-style-type: none"> 株主総会 決算説明会 統合報告書 株主通信 機関投資家向けIRミーティング IRサイト
取引先、加盟店	<ul style="list-style-type: none"> 公平・公正な取引関係の維持 円滑な情報共有 人権、安全、環境などに配慮した調達活動 	<ul style="list-style-type: none"> 定期的な店舗訪問 マナー教育研修 相談窓口
従業員	<ul style="list-style-type: none"> 公平・公正な評価・処遇 健康的で働きやすい職場環境 自己成長と働きがい ワークライフバランスの尊重 	<ul style="list-style-type: none"> 従業員向け研修制度 イントラネットを通じたコミュニケーション スマイルシャインランチミーティング 社内報による情報提供 内部通報制度・相談窓口 エディオン労働組合
地域社会	<ul style="list-style-type: none"> 地域の文化や慣習の尊重、環境の保全 スポーツ振興・発展 周辺地域での災害時支援 地域貢献活動への参加 	<ul style="list-style-type: none"> ロボットプログラミング教室によるイベント開催 所属選手によるスポーツ教室 「エディオンピースウイング広島」の避難所としての活用 芸術・文化活動への協賛支援 従業員による地域活動への参加
政府・自治体	<ul style="list-style-type: none"> 法令の遵守、税金の納付 地域経済発展への貢献 	<ul style="list-style-type: none"> 各種届出、調査・アンケートへの回答 業界団体を通じての対話

株主・投資家とのコミュニケーション

インサイダー情報を適正に管理しつつ、フェア・ディスクロージャー・ルールに則り、機関投資家様向けには決算説明会を、個人株主様向けには証券会社の個別説明会を開催するなどの対話に取り組んでいます。収集した意見は経営陣へ定期的に報告のうえ、今後の経営に活かすようにしています。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は積極的に当社コーポレートサイトにて開示しています。

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コーポレートサイトにも掲載し、十分に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、インターネットによる議決権行使も可能とする体制を整えています。なお、2025年6月開催の株主総会はアーカイブ配信を行なっています(2025年10月31日まで)。



株主総会

＞ステークホルダーとの対話

株主・投資家との対話の実施状況

当社ではIR担当を設置しており、担当取締役が主となり、株主様との対話には合理的な範囲で前向きに対応しています。特に近年では、国内外の個別ミーティングに力を入れています。2024年度の実施状況は以下の通りでした。

株主・投資家の皆様からいただいた当社に対する評価や懸念、関心事項、意見・要望等については、IR担当部署が取りまとめて取締役会に報告し、経営戦略・方針の検討や取締役会における議論に反映させています。

株主・投資家との対話の実施状況(2024年度)

対話の形式	実施方法	回数
株主総会	対面式	1回
機関投資家向け決算説明会(四半期毎)	Web開催	4回
機関投資家向け月次説明会(毎月)	Web開催	12回
国内スモールミーティング(機関投資家)	Web開催	6回
国内外個別ミーティング(機関投資家／アナリスト・ESG担当・議決権行使担当)	対面式	57件
資産運用説明会(個人投資家)	Web開催	1回

対話における主なテーマ

①直近の業績について

- 直近発表の決算についての振り返り
- 財務の健全性
- インバウンドなどの影響
- EC売上比率の進捗状況
- オリジナル商品の開発
- ニトリとの協業内容についての進展

②中長期の成長戦略について

- 中期ビジョンの進捗
- 事業の成長性
- 需要動向と競争環境の変化
- M&Aの方針
- 人的資本への取り組み内容

③株価と株主還元方針について

- 株主還元・配当方針への考え方
- 資本コストへの認識
- 株主優待の内容

株主優待制度の拡充

当社株式への投資の魅力をさらに高め、より中長期の株式保有を促進することを目的として、株主優待制度を拡充しました。エディオンの株主優待は、毎年3月末日の株主名簿に記録された1単元(100株)以上を所有されている株主様を対象に、保有株数に応じて「エディオンギフトカード」を贈呈しています

が、長期保有での加算額がさらに拡大されます。例えば、3年以上継続保有の場合、100～499株では3,000円分、500株以上では4,000円分が加算されます。今後もより充実した株主優待制度の実施を目指してまいります。



エディオンギフトカード



所有株数	優待額 (ギフトカード)	長期保有での加算額		
		1年以上 2年未満継続保有	2年以上 3年未満継続保有	3年以上 継続保有
100～499株	3,000円分	1,000円分	2,000円分	3,000円分
500～999株	10,000円分			
1,000～1,999株	15,000円分			
2,000～4,999株	20,000円分	2,000円分	3,000円分	4,000円分
5,000～9,999株	25,000円分			
10,000株以上	50,000円分			

11年間財務・非財務サマリー(連結)

	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
業績											(百万円)
売上高	691,216	692,087	674,426	686,284	718,638	733,575	768,113	713,768	720,584	721,085	768,129
営業利益	10,745	17,050	15,273	15,378	17,842	12,284	26,785	18,796	19,186	16,929	23,394
経常利益	11,118	17,275	16,005	16,167	18,889	13,365	27,811	21,589	19,248	17,339	24,350
親会社株主に帰属する当期純利益	4,929	6,022	13,118	8,944	11,642	10,977	16,633	13,109	11,393	9,021	14,118
財政状態											
総資産額	367,338	360,307	368,161	369,448	355,947	350,024	386,425	377,970	369,365	431,694	434,830
純資産額	145,086	141,986	151,512	169,005	178,172	180,400	193,841	199,480	201,656	214,921	222,946
キャッシュ・フロー											
営業活動によるキャッシュ・フロー	△17,215	37,154	19,333	21,553	28,304	25,278	42,964	10,576	12,139	19,962	30,711
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3,774	△9,753	△13,484	△8,944	△12,419	△5,559	△7,975	△10,518	△8,336	△68,717	△15,430
財務活動によるキャッシュ・フロー	9,697	△24,156	△8,168	△14,308	△15,077	△12,780	△7,891	△13,245	△20,452	47,531	△18,457
現金及び現金同等物の期末残高	9,001	12,246	9,927	8,227	9,035	15,974	43,072	29,885	13,235	12,011	8,834
1株当たり情報											(円)
当期純利益	45.77	60.04	133.04	90.84	105.34	101.33	155.34	125.41	112.36	90.07	134.33
潜在株式調整後当期純利益	42.69	47.66	102.89	71.90	93.78	90.49	139.79	112.60	100.32	81.35	128.80
配当金	20.00	22.00	26.00	28.00	32.00	34.00	46.00	44.00	44.00	45.00	47.00
純資産額	1,389.43	1,437.65	1,558.86	1,535.84	1,601.53	1,685.50	1,809.68	1,950.13	2,048.30	2,042.40	2,122.68
指標											(%)
自己資本比率	39.5	39.4	41.2	45.7	50.1	51.5	50.2	52.8	54.6	49.7	51.2
自己資本利益率(ROE)	3.4	4.2	8.9	5.6	6.7	6.1	8.9	6.7	5.7	4.3	6.5
売上高営業利益率	1.6	2.5	2.3	2.2	2.5	1.7	3.5	2.6	2.7	2.3	3.0
株価収益率(PER)(倍)	19.75	14.22	7.69	13.63	9.17	8.81	7.98	9.05	11.41	17.19	13.97
株価純資産倍率(PBR)(倍)	0.65	0.59	0.66	0.81	0.60	0.53	0.68	0.58	0.63	0.76	0.88
投下資本利益率(ROIC)※含CB	2.5*1	4.1*1	4.0*1	4.2	5.0	4.2	7.0	4.9	5.2	3.5	5.2
D/ELレシオ(倍)※含CB	0.8	0.7	0.6	0.4	0.4	0.3	0.3	0.3	0.2	0.4	0.4
配当性向	43.7	36.6	19.5	30.8	30.4	33.6	29.6	35.1	39.2	50.0	35.0

※1 税率変更などにもなう繰延税金資産の取り崩し・積み増しの特殊要因を除外

▶ 11年間財務・非財務サマリー(連結)

非財務情報	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
従業員数合計(人)	15,537	15,645	15,227	15,496	15,535	15,889	16,209	16,434	16,165	15,947	15,966
うち従業員数(正社員)(人)	8,788	8,663	8,551	8,653	8,761	8,778	9,007	9,158	9,258	9,170	9,315
うち従業員数(臨時従業員) ※8時間換算(人)	6,749	6,982	6,676	6,843	6,827	7,111	7,202	7,276	6,907	6,777	6,651
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	37.2	37.1	37.1	37.0
独立社外役員比率(%)	15.4	16.7	14.3	40.0	44.4	44.4	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0
総店舗数	1,212	1,206	1,185	1,186	1,191	1,184	1,187	1,202	1,208	1,202	1,190
総売場面積(千㎡)※FC店除く	1,030	1,024	1,019	1,020	1,039	1,055	1,058	1,086	1,087	1,121	1,127
エディオンカード会員(万人)	465	469	475	482	489	490	486	485	485	483	480
あんしん保証カード会員(万人)	502	640	720	775	798	809	829	838	854	866	863
産業廃棄物の排出量(t)	—	38,794	41,302	49,036	45,811	49,610	49,241	47,294	52,154	39,482*1	38,498
小型家電リサイクル回収量(t)	2,915	6,346	6,928	7,619	7,760	9,073	8,853	8,135	8,718	6,977	6,838
CO ₂ の排出量(t-CO ₂ e)※2	—	151,306	138,773	126,736	111,327	112,809	110,994	—	—	—	—
Scope 1	—	—	—	—	—	—	—	21,108	20,273	18,433*4	21,421
Scope 2	—	—	—	—	—	—	—	93,705	85,470	100,198*4	99,163
Scope 3	—	—	—	—	—	—	—	36,976*3	10,613,896*4	10,554,915*4	10,791,736
太陽光発電システムの設置拠点数	4	26	53	65	72	72	72	70	69	68	66
太陽光発電システム(自家消費)の 設置拠点数	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5	14
電力購入契約(PPA)の設置拠点数	—	—	—	—	—	—	—	—	1	7	7
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	4,918	5,471	6,666
太陽光発電システムによる CO ₂ の削減量(t-CO ₂)	—	—	1,372	1,727	2,293	2,090	2,051	1,817	2,134	2,396	2,820

※1 集計方法変更のため数値を修正しています

※2 2021年度よりTCFD提言に基づき、Scope1・2・3のCO₂排出量(t-CO₂e)を指標と定め、算出方法を変更しています

※3 Scope3のうち、一部のカテゴリのみ算出

※4 2022年度のScope3及び2023年度のScope1・2・3について算定方法変更のため数値を遡及修正しています

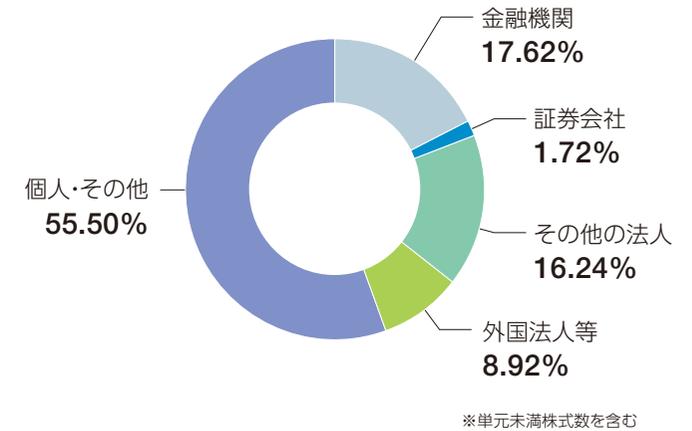
会社情報 (2025年3月31日現在)

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	15,966名 (正社員9,315名、臨時従業員6,651名)

株式情報 (2025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	171,184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

所有者別株式分布 (2025年3月31日現在)



大株主(上位10名) (2025年3月31日現在)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
株式会社ニトリホールディングス	10,225	9.75
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	8,401	8.01
エディオングループ社員持株会	7,586	7.24
株式会社ダイイチ	3,449	3.29
久保 允誉	2,256	2.15
エディオングループ取引先持株会	1,665	1.59
住友生命保険相互会社	1,624	1.55
株式会社広島銀行	1,621	1.55
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,440	1.37
日本生命保険相互会社	1,276	1.22

(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7,176,575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

株主総利回り(配当込み比較指標: TOPIX(東証株価指数))

(2025年3月31日現在)
(%)



社外からの主な評価

FTSE Blossom Japan Index (2025年6月時点)



MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数 (2025年3月時点)

2025 CONSTITUENT MSCI日本株
ESGセレクト・リーダーズ指数

MSCI ESG レーティング AA評価 (2025年6月時点)



S&P/JPXカーボン・エフィシエント指数 (2025年6月時点)



社外評価の一覧はこちら

<https://www.edion.co.jp/sustainability/management/external-evaluation>

グループ会社 (2025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(%)
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
(株)EDIONクロスベンチャーズ	名古屋市 千種区	30	情報システムの運営および開発	100.00
(株)エディオンハウスシステム	広島市中区	20	住宅リフォーム、太陽光発電システムの 販売・工事等	100.00
(株)ジェイトップ	名古屋市 中村区	94	一般貨物運送業、家電販売・設置事業、 電気工事事業等	100.00
(株)イー・アール・ジャパン	広島市中区	100	リユース事業およびリサイクル事業	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
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)EdBank	東京都品川区	10	プログラミング教室等の運営	100.00
(株)麻布	愛知県春日井市	10	屋根・外壁塗装、リフォーム	100.00
ジャパンネクストリテイリング(株)	名古屋市千種区	9	給湯設備機器の販売・工事等	100.00
(株)サンフレッチェ広島	広島市中区	2,099	プロサッカーチームの運営	76.10

その他 1社

- (注) 1. 2024年7月1日付で、連結子会社であるフォーレスト株式会社とフォーレスト酒販株式会社は、フォーレスト株式会社を存続会社、フォーレスト酒販株式会社を消滅会社とする吸収合併を行なっています。
2. 2024年8月1日付で、室山運輸株式会社の全株式を取得し、100%子会社としています。
3. 2025年2月28日付で、ジャパンネクストリテイリング株式会社の全株式を取得し、100%子会社としています。
4. 2025年4月1日付で、当社と連結子会社である株式会社サンキューは、当社を存続会社、株式会社サンキューを消滅会社とする吸収合併を行なっています。
5. 2025年4月1日付で、連結子会社である株式会社ジェイトップと室山運輸株式会社は、株式会社ジェイトップを存続会社、室山運輸株式会社を消滅会社とする吸収合併を行なっています。
6. 特定完全子会社に該当する子会社はありません。



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 TEL 06-6202-6011 (大代表)

