Integrated Report 2026

統合報告書 2026年3月期

CONTENTS

インタラクティブ機能のご利用方法

Web版では、ページ上部に設置しているメニューから各テーマに遷移することができます。また、ナビゲーションボタンで操作いただくことも可能です。

目次に戻る

イントロダクション

経営理念 …… 3
統合報告書の発行にあたって …… 4
編集方針 …… 5
価値創造のあゆみ …… 6
ひとめでわかるエディオングループ …… 7
ビジネスモデル …… 8
店舗ネットワーク …… 9

エディオンが描く未来

CEOメッセージ …… 10
COOメッセージ …… 13
価値創造プロセス …… 16
価値創造の源泉 …… 17
マテリアリティ（重要課題） …… 18

中期ビジョン

前中期ビジョン（2022–2025）の振り返り …… 20
新中期ビジョン（2026–2030）の概要 …… 21
CFOメッセージ …… 24
[特集]
変化に対応し、持続的成長を目指す事業戦略 …… 28
1. ドミナント戦略による重点エリアの強化・拡大
2. フランチャイズ店舗による地域密着ネットワーク
3. ELS事業（リフォーム）を中心とする新たな価値提供
社外取締役座談会 …… 36

サステナビリティ経営

サステナビリティ・マネジメント …… 40
環境への取り組み …… 41
地域社会への貢献 …… 44
人的資本経営の推進 …… 8
社員座談会 ～現場から生まれる挑戦と成長～ …… 52
人権の尊重／サプライチェーンマネジメント …… 54
ステークホルダーとの対話 …… 56

ガバナンスの強化

コーポレート・ガバナンス …… 58
役員一覧 …… 64
コンプライアンス …… 67
リスクマネジメント …… 68
情報セキュリティ …… 69

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

Exciting Discovery In One Network

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で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。

統合報告書の発行にあたって

● 統合報告書2026

エディオングループでは、ステークホルダーの皆様に当社グループへのご理解を深めていただくため、統合報告書を発行しています。本報告書では、私たちの根幹となる経営理念をはじめ、事業における中長期的な企業価値向上に向けた戦略や成長ストーリーだけではなくサステナビリティに関する取り組みについて総合的にご紹介しています。
私たちは、情報の開示にとどまらず、皆様との建設的な対話を通じて持続的な企業価値向上を図ってまいりたいと考えています。
本報告書が、当社グループの目指す未来への理解を深める一助となれば幸いです。

● 統合報告書2026の制作ポイント

POINT 01

CEO、COOメッセージを中心に、新中期ビジョン（2026–2030）策定の背景、その達成に向けた戦略の道筋、マテリアリティに沿った具体的なアクションプランについて、わかりやすく紹介しています。

POINT 02

当社グループの収益の柱である家電販売事業、ELS事業（リフォーム）を中心に、他社に対する競争優位性、今後の成長に向けた市場環境の見通し、人材戦略との連動など、セグメント別の戦略を解説しています。

POINT 03

サーキュラーエコノミー、サプライチェーンにおける労働安全、情報セキュリティといった、重要性が急速に高まっているESG・サステナビリティ関連のテーマについて、情報開示領域の拡大に努めています。

統合報告書2025でいただいた外部有識者からの評価

統合報告書における外部視点の強化を目的に、資本市場関係者の皆様からご意見・評価をいただきました。これらのご意見は、可能な限り本年度の統合報告の構成や内容に反映しています。

国内の人口減少を背景にPBR1倍割れの状況にある家電量販店業界のなかで、新規出店やM&A、他事業領域への進出等を積極的に行なう同社は、比較的上手に経営を展開しています。経営トップ交代によるマネジメント体制の強化と成長への期待は、CEO、COOのメッセージからもうかがえます。小売業のあり方そのままの経営理念を軸に、シンプルでわかりやすい経営の方向性や戦略は理解しやすく、財務戦略や人的資本といった各分野の説明も一通りあり、総合的には完成度の高い統合報告書になっていると思われます。

しかしながら、内容の深さという観点では投資家には不十分であり、それがPBR0.88倍という数字に表れています。懸念点は、人口減少下での将来像や店舗改修の説明がないこと、事業ごとの収益性やポートフォリオマネジメントの開示がなく、将来予想がつかないことです。また、リフォーム等における同社ならではの強み、PB（プライベートブランド）化の財務影響、蛍光灯生産停止問題に対する戦略投資も不透明です。財務面では、ROEやROIC10%への道筋がバックキャストされておらず、将来リスクが払拭できません。

改善のためには、As Is（現状）とTo Be（理想・あるべき姿）を具体的に描き、事業ごとの売上収益や事業ポートフォリオを開示したうえでマネジメント層の見解（MD&A）を提示する必要があります。加えて、人的資本や公正な労働慣行、サイバーセキュリティ対策、投資家視点のガバナンスなどの説明も不可欠です。

将来への成長見通しやROE10%実現への具体性が明確になれば、株主資本コストも低下し、PBR1倍を超えていくと思われます。まずは、事業ごとの収益構造が分析できるような数字が開示されることを期待します。

寄稿日（2025年11月20日）

一般社団法人 株主と会社と社会の和 代表理事　山崎 直実 氏

2014年6月に一般社団法人 株主と会社と社会の和を設立。経済産業省「持続的成長への競争力とインセンティブ～企業と投資家の望ましい関係構築～（伊藤レポート）」委員、同省企業報告ラボ「コーポレートガバナンスの開示の在り方分科会」委員を歴任。IIRC実務者意見交換会メンバー。

編集方針

対象期間

2025年4月1日～2026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」13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」13社を意味します。

発行時期

2026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・レポーティング・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

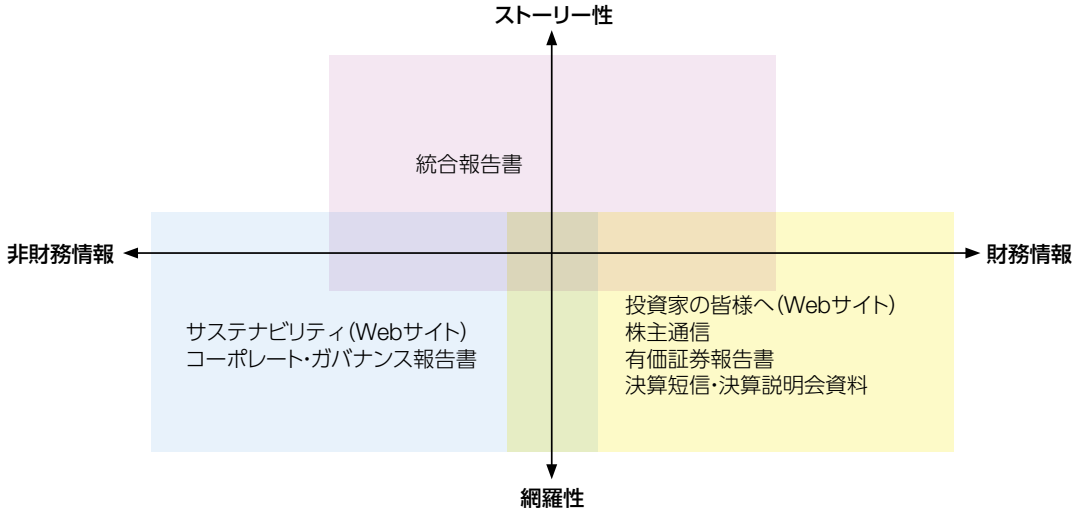
業績見通しに関する注意事項

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す。

Communication Map

コミュニケーションマップ

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。



統合報告書

当社グループの持続的成長を目指した取り組みについてご紹介するレポートです。
https://www.edion.co.jp/ir/library/integration

投資家の皆様へ(Webサイト)

当社グループの財務情報・IR活動について網羅的に報告しています。
https://www.edion.co.jp/ir

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

決算短信・決算説明会資料

経営成績や財務状況、今後の見通しについて速報的にまとめた報告書です。
https://www.edion.co.jp/ir/library/tanshin

サステナビリティ(Web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

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

価値創造のあゆみ

私たちエディオンは、時代の潮流や社会の変化に対応しながら、
自らを変革し成長してきました。長い歴史の中で積み上げてきた強みを活かし、
これからもお客様をはじめ、経済・社会の発展に貢献していきます。

2025年度売上高（連結）
7,937億円

時価総額（2026年3月末時点）
2,283億円

1945年

2002年
デオデオとエイデンが
共同で株式会社
エディオンを設立

2005年
ミドリ電化を子会社化

2007年
石丸電気を子会社化
サンキューを子会社化
子会社サンキューでリフォームコーナーを導入し、
新規事業開始

2012年
イー・アール・ジャパン設立
ストアブランドを
「エディオン」に統一

2017年
フォーレストを子会社化
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

2018年
「e angle」販売スタート
教育事業開始

2019年
夢見るを子会社化
ジェイトップを子会社化

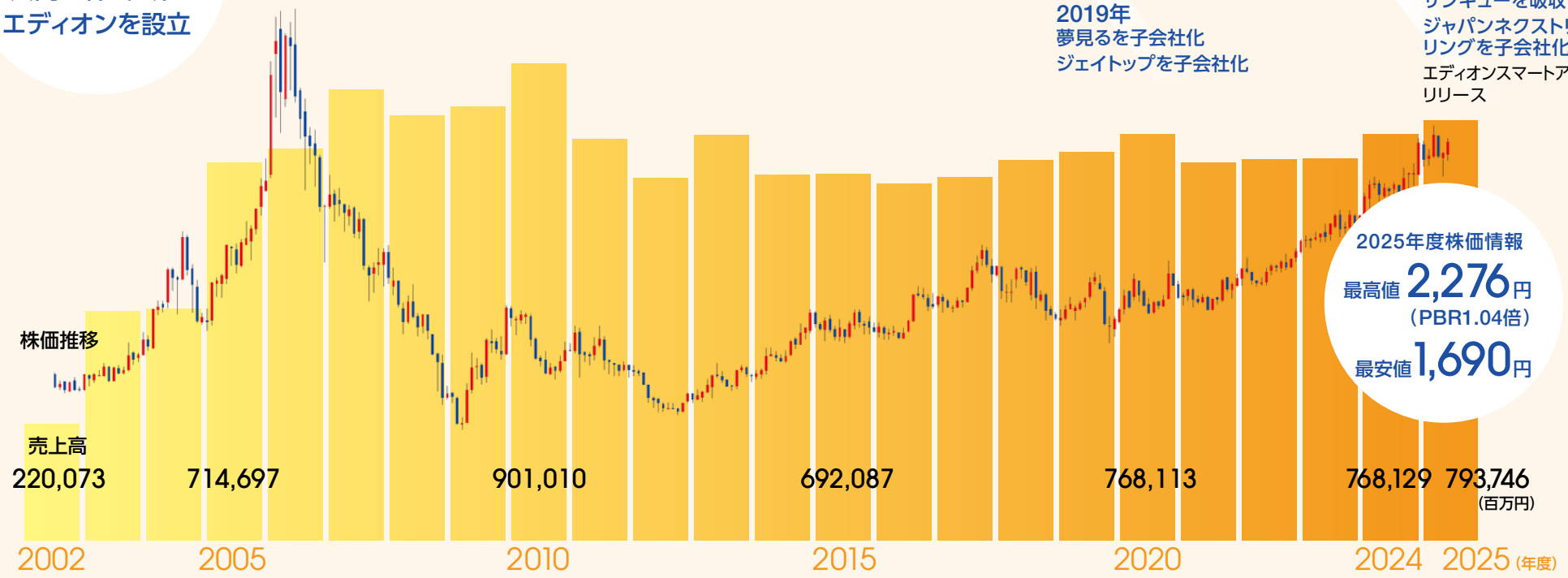
2022年
ニトリHDと資本業務提携

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
「エディオンピースウイング広島」開業

2025年
サンキューを吸収合併
ジャパンネクストリテイリングを子会社化
エディオンスマートアプリをリリース

2025年



2025年度株価情報
最高値 2,276円
（PBR1.04倍）
最安値 1,690円

ひとめでわかるエディオングループ (2026年3月31日現在)

売上高(連結)

7,937億円

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)

15,675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。

エディオンアプリ ダウンロード数

累計1,500万超

自社ECサイトの拡大により収益基盤を強化し、お客様との継続的なリレーションを構築しています。

人材教育プログラム コンテンツ数

400超

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

12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) 施工累計件数

133.8万件※

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

508万会員

会員様向けセール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。

PB・オリジナル商品 売上高構成比

35.6%

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。

健康経営優良法人 (大規模法人部門)

7年連続認定

従業員とその家族の健康維持増進のためにさまざまな取り組みを行なっています。

GHG排出量削減目標 (2030年度までに)

46%削減※

GHG削減ロードマップを策定し、取り組みを続けています。

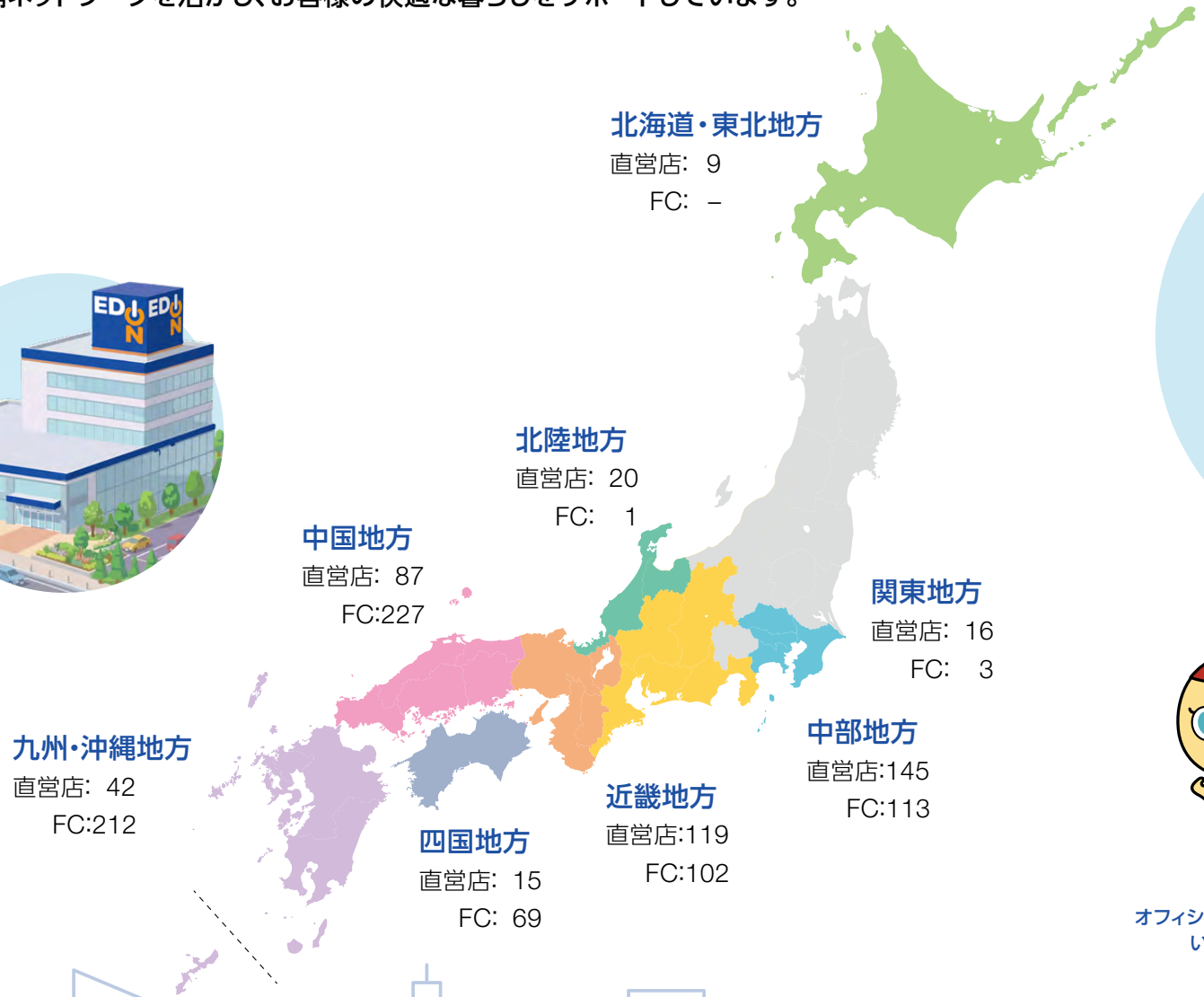
※2013年度比
※当社グループのScope 1とScope 2の合計

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。

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。



北海道・東北地方
直営店：9
FC：－

北陸地方
直営店：20
FC：1

中国地方
直営店：87
FC:227

関東地方
直営店：16
FC：3

中部地方
直営店:145
FC:113

近畿地方
直営店:119
FC:102

四国地方
直営店：15
FC：69

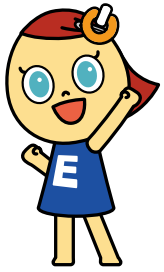
九州・沖縄地方
直営店：42
FC:212

グループ総店舗数

1,180店舗
（2026年3月31日現在）

直営店 **453** 店舗

FC店 **727** 店舗



オフィシャル・キャラクター
いいなちゃん

オフィシャルサイト

CEOメッセージ

代表取締役会長執行役員
CEO
久保 允誉

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。

変化する時代に、新しい小売業へと進化する

小売業界を俯瞰すると、人口減少や世帯構成の変化など家電量販店を取り巻く市場環境は大きな転換期を迎えています。単身世帯の増加によって一世帯あたりの平均人数が減少していることから、大型・大容量家電の需要が縮小する一方、少人数世帯向けのコンパクトかつ高付加価値製品のアイテム数も増え、現場でご提案する幅も広がっています。

加えて、海外メーカーの台頭を背景に、国内家電メーカーでは事業ポートフォリオの見直しが進み、日本のモノづくりのあり方も大きく変化しています。私自身、中国メーカーの大規模な製造拠点を視察した際、中国の新興ブランドだけでなく、買収された日本・欧米の老舗ブランド製品が数多く製造されている現場を目の当たりにし、時代の変化を強く実感しました。

私たち家電量販店を取り巻く競争環境も大きく変わっています。ホームセンターや家具販売店など異業種からの参入が進み、市場競争は一段と激しさを増しています。このような環境変化の中で、5年先、10年先も持続的な成長を実現し、企業価値を高めていくためには、中長期的な視点に立った経営がこれまで以上に重要になります。

そうした視点に立つと、環境問題や循環型社会への対応は避けて通れません。「良いものを長く使い、資源を循環させる」という考え方は、サーキュラーエコノミーとして社会全体の共通認識となっています。私たち小売業も、販売だけでなく、修理やメンテナンス、リサイクルまで含めて価値を提供し、新しい時代にふさわしい役割を果たしていく必要があります。こうした時代の要請に応えながら、私たちは新しい小売業へと進化していきたいと考えています。

その根底にあるものが、当社の経営理念である「効用の提供」と「完全販売」です。「効用の提供」とは、商品を使うことで得られる楽しさ、豊かさ、便利さという価値と満足を提供すること。「完全販売」とは、お買い求めいただいた商品の寿命が尽きるまで、万全のサービス体制でお客様をサポートしていくという考え方です。この理念をさらに突き詰めていくことで、お客様との長期的な信頼関係を築き、企業価値を高めていけると考えています。

循環型ビジネスを次の成長エンジンに

私が循環型社会の重要性を強く意識するようになったきっかけは、今から15年ほど前、食事の際に偶然隣席となった外国の

> CEOメッセージ

方から『都市鉱山』という言葉を聞いたことでした。当時は、小型家電リサイクル法が施行される前で、まだ一般的には知られていない言葉だったと記憶しています。その方は、「皆さんが販売している家電や携帯電話、パソコンには、多くの貴重な資源が含まれています。日本は都市鉱山の宝庫なのです」と話してくださいました。その言葉が強く印象に残り、翌日には担当者を決めて、都市鉱山やリサイクルについて本格的な調査を開始しました。

調べていくと、使用済み家電には金、銀、銅、アルミニウム、プラスチックなど多様な素材が含まれており、多くの資源を再利用できることが分かりました。この取り組みを事業として形にするため、2012年4月にリサイクル事業会社である株式会社イー・アール・ジャパンを設立し、2014年1月には小型家電リサイクル工場を稼働させました。循環型社会の実現に向けて企業としてスピード感を持って挑戦していかなければならない── 当時、その思いを強く抱いたことを今でも鮮明に覚えています。

そしてこのたび、2026年5月、広島県福山市に太陽光パネルのリサイクル工場を立ち上げました。その背景には、「2030年大量廃棄問題」があります。パネルを廃棄する際は、一般ごみとしては捨てられず、専門業者に産業廃棄物として処分を依頼する必要があります。2012年に始まったFIT制度（固定価格買取制度）の普及によって急速に設置が進んだ太陽光パネルは、2030年以降、耐用年数を迎え、大量廃棄の時代を迎えるといわれています。年間50～80万トンもの廃棄が見込まれる一方で、国内の処理能力は年間約14万トンにとどまっており、処理体制の整備は社会にとって喫緊の課題です。クリーンエネルギーとして普及した太陽光発電も、出口となるリサイクルまで確立されていなければ持続可能とはいえないのです。

私は、この事業には大きな成長の可能性もあると考えています。中国地方には、太陽光パネルのリサイクルを専門に行なう施設はまだ多くありません。新工場では、全国の直営店で販売した太陽光パネルを中心にリサイクルを行なうほか、自社グループ内だけでなく、寿命となり回収された住宅用パネルや産業用を含む「オープンな受け皿」として機能させることで、今後急増が見込まれる使用済み太陽光パネルのリサイクル（マテリアルリサイクルによる持続可能な循環型社会の形成）に寄与してまいります。小型家電リサイクル事業で培ってきた技術やノウハウを生かし、循環型ビジネスを次なる収益の柱に育てていきたいと考えています。

効率性を軸に、新しい小売モデルを構築する

循環型ビジネスへの挑戦も含め、これからの小売業は大きく変わっていかなければならないと考えています。社会が変化する中で、従来の延長線上での取り組みでは持続的な成長は望めません。その成長への道筋を具現化したものが、2026年度から2030年度までを期間とする新しい中期ビジョンです。

一般的な小売業の中期経営計画では、売上高や営業利益といった財務目標や出店計画が中心になります。しかし、今回の中期ビジョンで私たちが最も重視したのは、「効率性の追求」です。限られた経営資源を最大限に生かしながら、効率性・生産性を高め、筋肉質な企業体質へと進化していくことが何より重要だと考えています。

新しい中期ビジョンでは、店舗オペレーション、物流体制、バックオフィスなど、あらゆる業務を見直し、効率化を進めていきます。そして、効率化によって生まれた時間や人材を、お客様の暮らしを豊かにする生活提案やサービスなど、より付加価値の高い業務へ振り向けていきます。これこそが、私たちが目指す新しい小売モデルのあり方です。

中期ビジョンの策定にあたっては、こうした方向性について取締役会でも時間をかけて議論を重ねました。短期的な成果だけでなく、中長期的な将来を見据えて企業価値をどう高めていくのか、株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆様にご理解いただける経営とは何かを真摯に考えた結果が、この中期ビジョンです。社会環境が大きく変化する時代だからこそ、経営の軸をぶらさず、着実に改革を進めていきたいと考えています。

社員の活力を企業価値につなげる

効率性を追求する取り組みの一つとして、当社では前中期ビジョンの期間中から、営業時間の見直しにも業界に先駆けて取り組んできました。2023年以降、直営店を中心に通常営業時間を1時間短縮し、9時間営業へと移行する店舗を順次拡大していきました。当初は売上への影響を心配する声もありましたが、結果として売上は維持され、生産性は着実に向上しています。

その要因は、社員一人ひとりがより効率的に働けるようになったか

らだと考えています。これまで2交代制が必要だった店舗でも1交代で運営できるようになり、社員は早く帰宅して家族と夕食を囲んだり、自分の趣味や習い事に時間を使ったりすることができるようになりました。こうした働き方の変化が活力やモチベーションの向上につながり、仕事への意欲にも良い影響を与えていると感じています。

これからの時代、私たちが提供すべき価値は、お客様一人ひとりの声に耳を傾け、それぞれの暮らしに最適な商品やサービスをご提案することです。そのためには、社員一人ひとりの接客力が、これまで以上に重要になります。社員に活力が生まれると、お客様と向き合う時間の質が高まり、一人当たりの接客件数や販売単価の向上につながります。そして、その積み重ねが店舗全体の成果となり、企業価値の向上へと結び付いていきます。営業時間の短縮によって、こうした好循環が実際に数字として表れてきたことは、大きな自信になりました。

その成果を踏まえ、現在は週1回の店舗休業日を設ける取り組みについても順次拡大を進めています。効率化によって生まれた時間を社員に還元し、その活力がお客様への価値提供を高め、さらに企業の成長へとつながっていく。この好循環を今後さらに広げていきたいと考えています。

AI時代だからこそ経営理念が判断の軸になる

現代において、効率性をさらに高めていくためには、生成AIの活用は欠かせないものになっています。当社でも、既に需要予測や業務プロセスの改善など、さまざまな場面でAIの導入を進めています。私自身も、先代が残したノートや、株主・投資家の皆様からいただいたご質問など、経営に関する知見をAIに学習させるなど活用しています。

一方で、AIがどれだけ進化しても、最終的に判断するのは人です。AIに頼り過ぎることで、自ら考え、判断する力が弱くなることも懸念されます。だからこそ重要なのは、社員一人ひとりが判断の拠り所となる価値観を持つことです。その軸となるのも、やはり我々の経営理念であると考えています。

私は毎週火曜日に店長会議を続けており、その中で必ず経営理念について話をしています。経営理念を繰り返し共有し続けることで、従業員一人ひとりがそれを判断基準として日々の仕事に向き合ってくれるようになりました。店舗での接客やサービスの場面で経営理念が自然に根付き、行動につながっていることを大変心強く感じています。

これからAIをはじめとする新しい技術は、さらに進化していくでしょう。しかし、お客様から信頼され、社会から必要とされる企業であり続けるために、経営理念はゆるぎないものとして従業員一人ひとりがそれを理解し、次代に継承していくことが、何よりも大事であると考えています。

ステークホルダーの皆様へ

このたび当社は、株式会社ヤマダホールディングス（ヤマダHD）との経営統合に向けた基本合意を発表しました。これは単に事業規模を拡大するためではありません。家電を中心に住まいや暮らしまで含めた総合的な価値を提供していくという考え方や、社会課題に向き合う姿勢について、多くの共通点があると感じたからです。

冒頭で申し上げたように、これからの小売業は、人口減少、エネルギー価格の高騰など、さまざま社会課題に立ち向かっていかなければなりません。特に地方においては、その課題は重くのしかかってきます。そうした中では、事業を統合し、店舗網の再編や物流ネットワークの拡充を進めながら、効率性を高めていく視点が重要になります。両社の強みを融合することで、お客様への提供価値をさらに高められる。将来を見据えた変革を進める最適なタイミングが今であると判断しました。

また、この経営統合は「対等の精神」のもとで進めることが何より重要だと考えています。経営統合では、システムや業務をいかに円滑に融合していくかが成功の鍵となります。創業以来、数多くの事業統合や吸収合併を経験し、そのたびに組織を一つにまとめ上げてきました。そこで培った知見やノウハウは、今回の経営統合においても大きな強みになると考えています。ヤマダHDとは組織規模に違いはありますが、本当に良い仕組みをつくるためには、互いの強みを尊重し、対等の立場で議論を重ねていくことが不可欠です。

そして、経営理念の継承も重要です。私は統合委員長を務めますが、当社の経営理念は、これからの時代に必ず必要な精神だと考えています。社員一人ひとりにその精神が浸透し、地域の皆様にも当社らしさとして受け止めていただいていることこそが、当社の最大の強みです。その声に応え、企業価値をさらに高めていくことが、私に課せられた大きな責任です。

これからも、「良いものをより安く、より長く安心して使っていただく」という当社の使命を果たしていきます。ステークホルダーの皆様には、今後の当社の挑戦と成長に、ぜひご期待いただきたいと思います。

COOメッセージ

代表取締役社長執行役員
COO
高橋 浩三

効率性の追求と独自のインフラを活用、お客様の暮らしを豊かにする新たな小売モデルを確立。

変化の時代だからこそ、お客様視点で未来を切り開く

現在の市場環境は、過去に類を見ないほど激しい構造変化の中にあります。

国内大手メーカーの事業再編や海外メーカーの台頭は、従来の国内メーカーに依存したビジネスモデルの根本的な見直しを迫るものです。さらに、歴史的な円安水準の定着、物価高騰に伴う各種経費の上昇、他業種からの家電事業参入、EC化率の進展などは、お客様の購買行動や当社の収益構造に直接的な影響を与える注視すべきリスクです。

しかし、私はこれらを単なるリスクとしてではなく、当社が次のステージへと飛躍するための「最大の機会」としてポジティブに捉えています。

いかに市場が激変し、デジタル化が進もうとも、エディオンに受け継がれる「お客様第一主義」の精神と、従業員一人ひとりが持つ「おもてなしの心」を起点とした「人による質の高いサービス」こそが、他社には真似できない絶対的な競争優位性だと考えています。

そして、常に「お客様視点」で考え、各現場がお客様のニーズを掴み、会社として応えていくことが未来を切り開く鍵となると確信しております。

ニーズの変化に対応し、店舗の品揃えや価格帯を柔軟に見直し、「欲しいものが必ず見つかる店」であり続けなければなりません。そのためにも、ナショナルブランドとは別に、プライベートブランド(e angle)の拡充が非常に重要となります。お客様の生活を豊かにする付加価値商品と、価格を抑えたシンプルな機能の商品まで、消費の2極化に対応した商品の開発を拡大してまいります。

人口減少は加速し、2030年以降は世帯数も減少局面に入ります。当社グループは「お客様視点」を貫き、従来の家電小売業の枠を超え、暮らしを支える新たな事業領域へ挑戦していくべきだと考えております。

> COOメッセージ

「現場・現物・現実」の実践が成長を支える

2025年度の上期は、新型ゲーム機の発売や、Windows 10サポート終了にともなうパソコンの特需によって、粗利率の低い商品が大きく伸長する一方で、利益を支えるエアコンについては、観測史上最も暑い夏により期待が高まるものの、前年実績を割り込みました。結果、経費の高騰も重なり、増収減益という厳しい上期となりました。

しかし、下期には現場の各部門・各店舗が知恵を絞り、お客様視点の営業へ舵を切り、全社で経費削減にも愚直に取り組んだ結果、上期の遅れを完全に挽回し、2年連続の増収増益と公表値達成という力強い成果を残すことができました。

この好業績を支えた要因の一つとして、業務の標準化「エディオンスタンダード」が定着してきたことが挙げられます。

私は長年、家電量販店の現場に携わる中で、「すべては現場から始まる」という考えのもと、「現場・現物・現実」の三現主義を大切にしてまいりました。2024年6月の社長就任以来、週4～5店舗のペースで全国の店舗を訪問してきましたが、実際に現場を見ることで、店舗ごとのオペレーションのばらつきや、煩雑な業務が多いことを感じました。

そこで、店舗業務を徹底的に調査し、標準化や効率化を推進するエディオンスタンダードプロジェクトをスタートさせました。この目的は、業務を簡略化することではなく、接客やサービスの質を高め、お客様と向き合う時間を増やすことにあります。エディオンスタンダードの考えは浸透してきており、店舗のクオリティ向上に寄与しております。

また、店舗の業務を根本から変えるためには、「店舗に指示を出す本部側」が、自らの業務プロセスを抜本的に変えていかねばなりません。本部が変わることで、店舗がより一層、お客様と向き合える環境を創出できると考えています。

今後も「現場・現物・現実」を通して、課題や問題点に迅速に対応し続けることで、企業価値の向上に努めてまいります。

独自のインフラを活かし、新たな小売モデルを確立する

前中期ビジョン（2022–2025）によって、着実に構築してきた経営基盤が現場の対応力を支えてまいりました。不確実な事業環境にあっても「稼ぐ力」を高め、全国規模の効率的な物流網の構築や、プライベートブランド商品の拡充、サービスメニューの劇的な拡大において、次へ繋げるための一定の成果を上げる事ができました。

また、会社の成長を支えてくれた従業員への還元として、4年連続で1万円を超えるベースアップを実現することができました。収益力を高めながら、従業員と株主への還元を高い水準で継続していく方針は、取締役会でも共有されています。

未達となったROEやROICについても、さらなる収益力の向上と資本効率の改善を進め、着実にレベルアップを図っていきます。

2030年以降、国内では人口減少や世帯数の減少、労働力不足など、社会基盤の縮小が一段と進むことが想定されます。こうした環境変化を見据え、当社グループは今後の社会に求められる新たな小売モデルを確立することを目指し、新中期ビジョン（2026–2030）を策定しました。

リアル店舗、物流網、ELS事業やサービス事業のネットワーク、そして人的資本は、当社グループが長年にわたり築き上げてきた独自の事業インフラです。これらの強みを最大限に活かし、持続的な成長を実現するため、4つのテーマに取り組んでいきます。

一つ目は「効率性の追求」です。AIをはじめとする、デジタル技術の進歩については、効率性の追求を強力に加速させる重要なエンジンであると位置づけています。現在、社内にAI推進プロジェクトを立ち上げ、全社で取り組んでおります。現場業務にAIなどのデジタル技術を投入して、作業を効率化し、そこで生まれた時間をすべて「お客様と向き合い、お困りごとを解決する時間」へ振り向けることで、「人を中心とした接客価値」をさらに向上させていきたいと考えています。また、エディオンスタンダードの推進を通じて店舗オペレーションの効率化を進める中で、本部業務にはなお改善の余地があることも見えてきました。現場支援をさらに強化するためには、本部自らが業務プロセスを抜本的に見直す必要があります。2026年度からは本部改革に本格的に着手し、全社の生産性向上につなげていきます。

二つ目は「人事制度・組織改革」です。目指すのは、すべての従業員が自ら挑戦し、成長とやりがいを実感できる組織です。創業以来、お客様に最も近い従業員こそが当社の成長を支える原動力であるという考えは変わっていません。人件費はコストではなく未来に向けた投資です。2027年度からは時代に即した人事制度へ刷新するとともに、ガバナンスのさらなる強化にも取り組み、攻守のバランスのとれた組織づくりを目指します。このたび、コンプライアンス推進室を設置しましたが、

> COOメッセージ

この目的は、リフォームやサービス、プライベートブランド商品の開発など、事業の多角化を推進していく中で、業界規制やルールを今一度見直し、経営リスクの管理を徹底していこうというものです。

三つ目は「既存事業の成長」です。主力の家電事業では、魅力あるプライベートブランド「e angle(イーアングル)」商品の開発を一層強化するとともに、海外メーカーとの協業による独自商品の拡充を計画しています。また、商品とサービスを組み合わせた提案力も当社ならではの強みであると考えています。例えば、洗濯機をご購入いただいたお客様に、お届けする日程の確認やお約束事項といった配送設置のクロージングだけではなく、設置させていただく洗面所、さらには浴室へのお困りごとがないかどうか、ご要望にあったリフォームやクリーニングといったサービスをご提案することで、お客様との接点を広げ、将来にわたる関係づくりにつなげていきます。

四つ目は「成長戦略」です。新中期ビジョンでは成長投資を拡大し、4年間で1,000億円規模の成長投資を計画しています。現在成長を続けるELS事業に対し、本格的なリノベーションといった新たな成長ドライバーの創出を目指します。その対象は既存事業の周辺領域にとどまらず、M&Aによる新たな知見や事業基盤の獲得も視野に入れています。

あわせて、出店戦略も加速します。当社の店舗展開は西日本が中心であり、未開拓エリアはまだ多く残されています。国内の人口20万人以上の都市のうち、当社が未出店の都市は85地区あることが分かっており、2030年までにこれらのエリアも含めて30店舗程度を出店する計画です。これまで、小規模な地域密着型店舗から郊外型店舗、GMSインショップ、大型都市型店舗まで、これまで蓄積してきた販売データや顧客データの分析をもとに、店舗形態ごとの成功モデルを構築してきました。今後はそのノウハウを活用することで、出店の精度と効率を高め、さらなる成長につなげていきます。

株主・投資家の皆さまへのメッセージ

2年前の株主総会で社長就任のご承認をいただいた際、私は「現場の声に耳を傾け、全ての企業活動をお客様視点で考えること」、そして「経営理念をベースに人を原動力とした成長戦略を進化させていくこと」をお約束しました。その想いは今も変わっておりません。

株主・投資家の皆様からの負託に応えるため、自らが信じる経営を責任感とスピード感を持って実践するとともに、その取り組みと成果を透明性高くお伝えしていくことが経営者の責務であると考えています。

社長就任後の2年間はいずれも増収増益を達成しましたが、これは、全国の店舗がお客様視点を徹底し、変化へ柔軟に対応してきた成果であると捉えています。

一つひとつの成果を着実に積み重ねることが、お客様や株主・投資家の皆様からの信頼につながり、企業価値の向上にも結び付いていきます。今後も着実に成果を積み上げ、資本市場からの評価を高め、PBR1倍以上という目標の達成につなげていきます。そして、新中期ビジョンでは、家電量販店の枠を超えた「暮らしの総合インフラ企業」を目指し、大きな挑戦に踏み出します。

当社はこれまでも、単に家電製品を仕入れて販売する企業ではなく、「効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現」という経営理念のもと、お客様のお困りごとを解決する企業として成長してきました。新中期ビジョンで掲げる「新たな小売モデルの確立」も、この理念に沿ったものであり、持続的な成長と資本効率の向上を実現するうえで最も重要な道筋です。ステークホルダーの皆様には、その方向性をご理解いただき、引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。

ヤマダHDとの経営統合については、現在、率直な意見交換を重ねながら、両社の理念や価値観を尊重し、企業価値のさらなる向上につながる形を目指して協議を進めています。今後も適時かつ公正な情報開示に努めてまいりますので、引き続き温かく見守っていただければ幸いです。

2026年3月期決算説明会

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
- 循環型社会の実現

INPUT

財務資本
総資産
4,335億円

製造資本
店舗数
1,180店舗

知的資本
お客様の声
387,494件

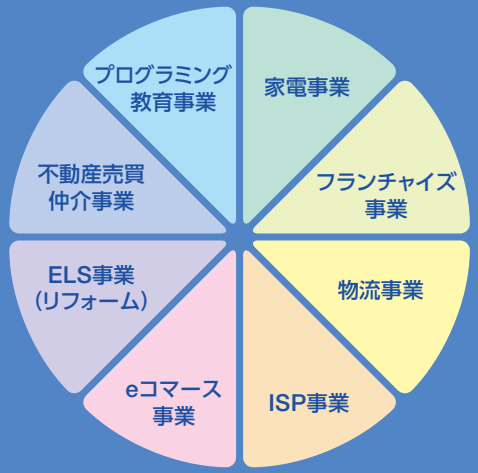
人的資本
従業員数
15,675名

社会関係資本
エディオンカード会員数
508万会員

自然資本
電力使用量
219,452MWh

BUSINESS MODEL

効率性を追求するとともに、独自のインフラ活用により
暮らしを豊かにする新たな小売モデルを確立し
持続的な成長基盤を構築する



該当ページ P8

Materiality
取り組むべき重要課題
該当ページ P18

Corporate Philosophy
経営理念
該当ページ P3

OUTPUT

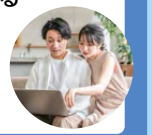
体験・体感の店づくり
お客様の笑顔のために

プライベートブランド
「e angle」

環境にも配慮した最高の満足を提供する店舗

訪問修理など充実のサポート

ECサイトによる店舗同様のサービス体制



OUTCOME

経済価値（中期ターゲット）

売上高	9,200億円
経常利益	350億円
当期利益	200億円

社会・環境価値

小型家電リサイクル回収量:
7,200t

災害時の迅速な支援:

GHG排出量
(Scope 1・2合計)
117,691t-CO_2e

ワークエンゲージメント:
3.81

Future
描く未来

お客様の
多様な豊かさが
実現する社会

資本への再投資

価値創造の源泉

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

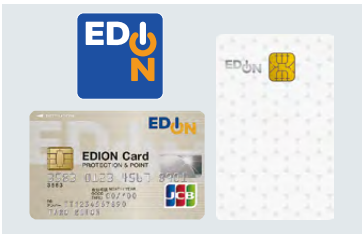
従業員の資格取得や人材育成に積極的に取り組み、豊富な商品知識にもとづく接客・提案を実践しています。

- 家電製品アドバイザー資格取得者　4,860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　508万
- あんしん保証会員数　941万
- アプリダウンロード数　1,500万DL超



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　30.5万台
- サービスセンター（物流）拠点数　88拠点
- エディオンスマートアプリに新機能「エディオン見守りサービス」を追加

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、お客様が安心してお買い物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
- 家電製品エンジニア資格取得者　244名
- 訪問受付修理件数の約30%を自社サービスにて対応

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により、安定した財務基盤を構築しています。

- 経常利益率　3.4%
- 自己資本比率　54.1%
- 営業キャッシュ・フロー　308億円

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。

経営理念とマテリアリティとのつながり

経年とともにエディオン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。

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」とマテリアリティとのつながりが重要であるとの考えのもと、「創出する価値」「価値を生み出す資本」「経営基盤」という観点で6つのマテリアリティを特定しています。

特定プロセス

当社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。

課題の把握・整理
サステナビリティに関する国際的な枠組みやガイドライン等を参照し、環境・社会・ガバナンスに関する課題を網羅的に抽出

重要性の評価
抽出した課題について、エディオングループの経営理念や事業活動等を踏まえ、「エディオングループにとっての重要度」と「ステークホルダーにとっての重要度」の2軸で重要性を評価

マテリアリティ候補の選定・妥当性の確認
重要性の評価を踏まえ、重要度が高いと判断された課題を、これまでのマテリアリティと照合し、新たなマテリアリティ候補を選定。選定後、サステナビリティ推進委員会での議論や社外取締役との対話等を通じて、その妥当性を確認

マテリアリティの特定
サステナビリティ推進委員会において審議を行ない、取締役会を通じて、新たなマテリアリティを特定

6つのマテリアリティと考え方

お客様の豊かな暮らしを永続的に支える企業

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

	【マテリアリティ】	【考え方】
創出する価値	理念 お客様の便利で豊かな暮らしの実現	「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き、商品・サービスを通じた「価値」と「満足」を提供します。
	E 地球環境と調和した持続可能な社会の実現	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・循環型社会・生物多様性など環境課題の解決に事業を通じて貢献します。
	S 豊かで賑わいのある地域社会の創造	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ます。
価値を生み出す資本	S 多様性の尊重と人的資本の拡充	成長の源泉は「人」であり、人権をベースとした多様性の尊重と、価値を生み出す資本である人材を広く拡充します。
経営基盤	S ステークホルダーとの良好な関係の実現	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。
	G 事業成長を支えるための透明性の高いガバナンス強化	経営理念の実現と持続的成長を支えるため、透明性の高いガバナンスを強化し、さらなる事業成長を目指します。

> マテリアリティ

指標および目標

理念　E 環境　S 社会　G ガバナンス

当社グループは、マテリアリティを重要な経営戦略と位置づけています。定量的指標による進捗管理を基本とし、「ステークホルダーとの良好な関係の実現」および「事業成長を支えるための透明性の高いガバナンス強化」については、指標によらないあるべき姿と取り組みとして推進しています。

マテリアリティ		取り組み	指標	対象	2025年度実績	2030年度目標
創出する価値	お客様の便利で豊かな暮らしの実現	お客様満足度の向上	（2026年度に新たな指標を確定・開示）※1	–	–	–
		保証サービスの充実	エディオンカード新規加入件数／アプリ新規登録数	単体	21.9万件/147万登録	26万件/130万登録
		快適な暮らしをサポートする店づくり	新設、移転・建替店舗数	単体	8店舗	–
			改装、外壁塗装店舗数	単体	63店舗	–
		快適な暮らしをサポートするサービスの拡充	エアコンクリーニングサービス／コーティングサービス台数	連結※2	30.5万台／0.7万台	37万台／1.3万台
		PB商品の開発強化	PB商品比率	単体	35.6%	40.0%
		オンラインショッピングの充実	EC化率	連結	6.0%	10.0%
	地球環境と調和した持続可能な社会の実現	GHG排出量の削減	Scope 1・2削減率（2013年度比）	連結	39.8%	46%
		資源循環の推進	産業廃棄物の排出量	単体	37,340t	–
		紙資源の削減と店舗DX推進	各種帳票A4換算数の削減率（2023年度比）	単体	9.4%	69.2%
	豊かで賑わいのある地域社会の創造	地域への課題解決支援	新規フランチャイズ店舗数	単体	14店舗	17店舗
		スポーツ振興による地域連携	エディオンピースウイング広島の来場者数※3	連結	集計中	110万名
		教育事業の推進	ロボットプログラミング教室等の校舎数／生徒数	連結	187校舎／6,928名	–／10,000名
価値を生み出す資本	多様性の尊重と人的資本の拡充	健康経営の推進	ワークエンゲージメント	単体	3.81	3.90
		DE&Iの推進	女性管理職比率	連結	4.8%	5.0%
		人的資本投資の拡充	従業員1人当たりの研修時間	単体	10.1時間	16時間
経営基盤	ステークホルダーとの良好な関係の実現	株主様との良好な関係の実現	積極的な情報開示とともに株主・投資家との対話を推進し、当社グループのサステナビリティと成長性の両立を広く伝えます。寄せられた評価やご意見を取締役会に報告・共有して経営戦略や議論に反映させることで、企業価値の向上につなげます。			
		お取引先様との連携	より良い商品やサービスの提供を目指し、お取引先様と公平・公正かつ透明な取引を行ないます。良好な関係を実現するために、いただいたご意見や要望を事業活動に反映し、お互いの発展につなげます。			
	事業成長を支えるための透明性の高いガバナンス強化	コーポレート・ガバナンス	企業の社会的責任、意思決定プロセスの透明化とステークホルダーに向けたアカウンタビリティ、迅速かつ的確な意思決定と強力な業務執行を確実に機能させるために、取締役会の実効性向上や監督機能の強化等に取り組みます。			
		コンプライアンス	「エディオングループ倫理綱領」に基づき、社会的責任を自覚し、法令と健全な社会習慣を遵守するとともに、高い倫理観と良識を踏まえて行動します。あわせて社内体制を整備し、コンプライアンスを徹底します。			
		リスクマネジメント	事業環境の変化に伴う法令・規制の強化、多様化するリスクに適切に対応していくために、グループを取り巻くリスクを総括的に管理する体制を整備し、対策の決定とモニタリングを実施します。			

※1：「お客様満足度の向上」の指標は、2025年度より評価を見直すため、2026年度に新たな指標を確定・開示します。
※2：当社グループおよびフランチャイズ店舗での実績を含んでいます。　※3：2025年度実績は、集計中であるため、確定値は当社Webサイトにて開示する予定です。

前中期ビジョン(2022–2025)の振り返り

前中期ビジョンでのありたい姿

変化する市場環境に対応し進化する企業体質の構築

前中期ビジョン(2022–2025)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、『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んできました。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、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」などを推進してきました。

中期ターゲット(財務目標)の実績としては、厳しい環境変化が続く中、売上高は目標にほぼ近い水準まで到達したものの、目標にはわずかに届きませんでした。また、ROEやROICなど資本効率に関する指標についても目標を下回る結果となりました。一方で事業戦略面では、全国物流網の完成、プライベートブランド(PB)の強化、2025年4月付で吸収合併した株式会社サンキューのブランド統一の完了など、重点取り組み事項については概ね実施・達成することができました。新中期ビジョンでは、これらの投資や基盤整備の成果を収益拡大と資本効率の向上につなげていくことが重要なテーマであると捉えています。

前中期ビジョンにおける目標と実績

指標	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	2025年度実績	2025年度目標(前中期ターゲット)
売上高 (百万円)	720,584	721,085	768,129	793,746	810,000
経常利益 (百万円)	19,248	17,339	24,350	26,640	41,000
当期利益 (百万円)	11,393	9,021	14,118	15,453	25,000
経常利益率	2.7%	2.4%	3.2%	3.4%	5.0%
ROE	5.7%	4.3%	6.5%	6.8%	10%以上
ROIC	5.2%	3.5%	5.2%	5.8%	10%以上

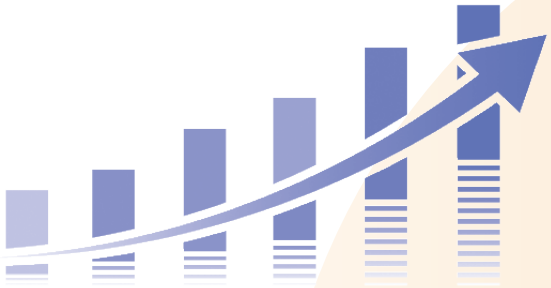
重点取り組み事項の状況

- 全国物流網の完成
- PB 比率 35.6%(目標 35%)
- サービスメニューの拡大
  ⇨ エアコンクリーニング 30.5 万台
- アプリダウンロード 1,500 万突破
- システムの内製化(子会社の活用) など

新中期ビジョン(2026–2030)の概要

前中期ビジョンで進めてきた成長基盤の整備を踏まえ、当社は新たに「中期ビジョン(2026–2030)」を策定しました。策定にあたっては、2030年以降、日本社会を取り巻く環境変化が一段と激しくなることを見据え、そうした変化に柔軟に対応しながら永続的に発展できる経営基盤を構築することを基本方針としています。

新中期ビジョンでは、「効率性を追求するとともに、独自のインフラ活用により暮らしを豊かにする新たな小売モデルを確立し、持続的な成長基盤を構築する」ことをありたい姿として掲げました。そして、その実現に向け、「効率性の追求」「人事制度・組織刷新」「既存事業の成長」「成長戦略」の4つを重点項目とし、取り組みを推進します。



新中期ビジョンでのありたい姿

**効率性を追求するとともに、独自のインフラ活用により
暮らしを豊かにする新たな小売モデルを確立し
持続的な成長基盤を構築する**

効率性の追求

「店舗DX」を推進し、人口減少・高齢化社会に対応した新たなリアル店舗へ進化し、快適な購買環境を実現します。

人事制度・組織刷新

全世代が誇りを持って働ける環境を整え、お客様の想いに寄り添う人材育成に注力。共感力と専門性で、最良のパートナーを目指します。

既存事業の成長

「垂直統合モデル」を強化し、開発から設置まで自社で一貫サポート。買った後もずっと続く、お客様への「安心」を届けます。

成長戦略

家電の枠を超え、住まいやサービスなど生活の全領域へ。あらゆるライフシーンで、お客様の期待を超える価値を創出します。

新中期ビジョンでの重点施策

重点項目	目指す姿		主な施策	
効率性の追求	お客様との接点を強化し 生産性向上をはかり、 永続的な企業価値向上を図る		●「エディオンスタンダード」の推進 ●DXの推進による店内作業・経営環境の効率化 （タブレット型POSの導入など） ●物流体制の最適化 ●AI、ロボット活用による業務効率向上の推進	詳細はこちら P13-15、 P55
人事制度・組織刷新	多様な働き方を支援し、 個の成長と組織の活力を 最大化することで、 持続可能な 企業価値向上を実現		●人事制度改革（人事制度、人材育成） ●次世代人材の育成プログラムの拡充 ●ベテラン社員のノウハウを活かす環境、評価制度 ●コンプライアンス推進室の設置	詳細はこちら P48-53、 P36-39、 P67
既存事業の成長	生活を取り巻くニーズを 事業に取り込み 少子高齢化時代の 日本を支える企業に		●PB商品の開発強化（カラーデザインシリーズの新商品発売など） ●EC在庫と店舗在庫の共有化 ●リフォーム事業のサービス強化（リノベーション・外壁・給湯器の拡大など） ●サービス事業の新規サービスラインナップ拡充 （外壁クリーニングサービスなど） ●プログラミング教育事業の強化（新時代に対応したカリキュラム構築など）	詳細はこちら P28-35、 P47
成長戦略	新たな事業機会の創出と 事業拡大を通じて 永続的な発展に向けた 収益基盤を築く		●既存エリアへの出店、関東出店 ●住生活トータルサポートの深化 ●M&Aによるサービス領域の拡充 ●環境ビジネスへの注力 ●リテールメディア事業の強化	詳細はこちら P28-35、 P10-12

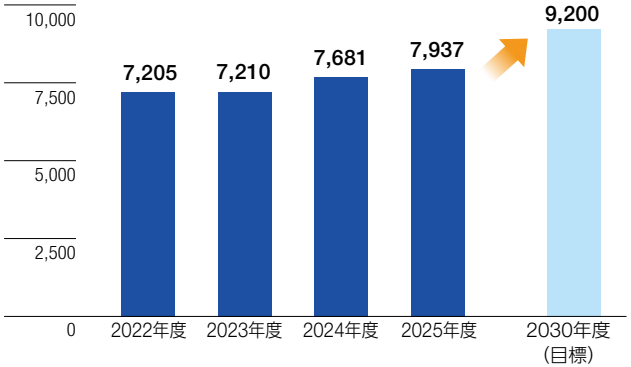
> 新中期ビジョンの概要

中期ターゲット

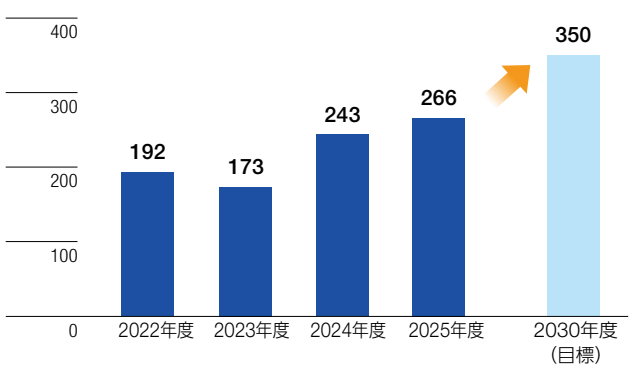
新中期ビジョンの財務面では、「資産効率性向上と収益力の強化によりROEの安定性を図る」ことを基本方針とし、2030年度における各指標のターゲットを設定しています。

これらの目標の達成を通じて、持続的な成長と企業価値の向上を実現していきます。

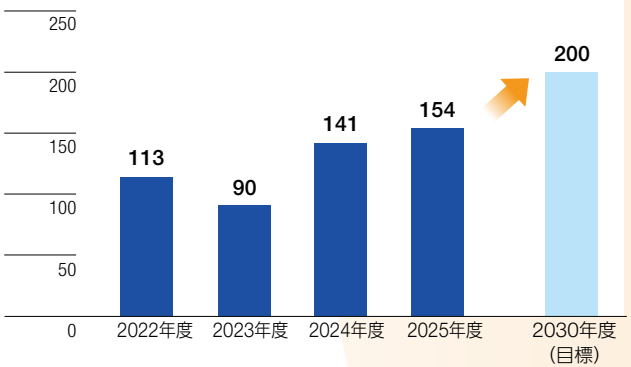
売上高 (億円)



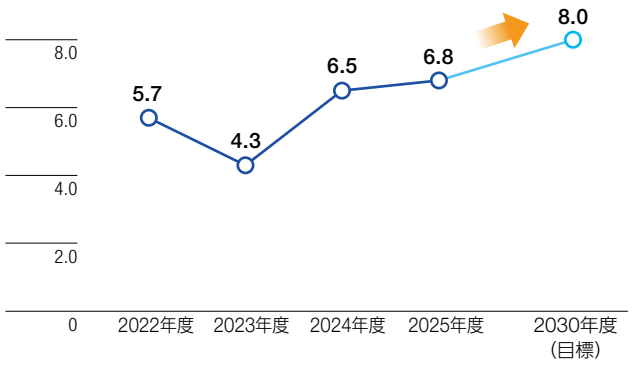
経常利益 (億円)



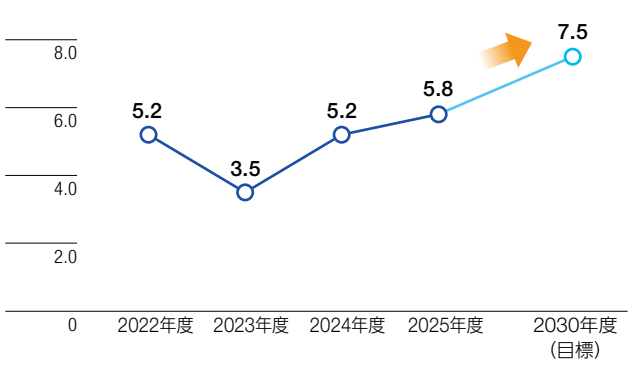
当期利益 (億円)



ROE (%)



ROIC (%)



CFOメッセージ

すべてはお客様のために
高効率・高収益な未来を切り拓く

取締役常務執行役員
経営企画本部長 兼 IR管掌
石田 亜紀（つぐのり）

エディオングループを取り巻く事業環境

近年、国内家電業界、流通小売業界では、構造そのものの変化が継続的に生じています。家電EC市場は、急拡大の局面から成熟フェーズに入り、全体としては踊り場的な緩やかな伸びに移行しています。一方で、家電カテゴリーごとに成長率には差が見られ、これまで店舗販売が主体だったエアコンなどの商品がEC市場で伸長するなど、購買行動にも変化が生じています。

供給面では、メーカーのグローバル化や業界再編が加速しています。これまで、家電量販店と強固な関係を築いてきた国内家電メーカーにおいても、事業の見直しや事業ポートフォリオの再編・縮小が進んでいます。市場には海外メーカーや新興メーカーの参入が相次ぎ、商品やブランドの選択肢が一層多様化しています。

販売チャネルにおいても、構造変化の波が訪れています。近年では、ホームセンターやディスカウントストア、ライフスタイルストアなどでの家電の取り扱いが増加しています。お客様の立場から見ると、これまでとは異なる店舗で、異なるブランドの家電に触れる機会が増え、選択肢が広がっています。

一方で、玩具大型店や携帯電話ショップが店舗数を減らしている反面、家電量販店ではゲーム・玩具、携帯電話関連商品といったカテゴリーが好調となっており、これはエディオンも同様です。こうした構造変化は、当社の業績や成長機会に直接影響を与える重要な要因であり、市場における当社、ひいては家電量販店の役割そのものも変革期を迎えていると認識しています。今後は、新たなプレーヤーの参入や業態間競争の進展により、市場環境はさらに複雑化・高度化していくことが予想されます。こうした時代だからこそ、変化を脅威として捉えるのではなく、お客様に新たな価値を提供する機会と捉え、エディオンならではの新たな小売モデルの確立に挑戦していきたいと考えています。

2025年度の業績と主な財務活動

2025年度の国内経済は、地政学的リスクに伴うサプライチェーンへの影響など、先行き不透明な状況が続きました。消費の面では物価上昇があったものの、賃上げによる所得改善もあり、個人消費は底堅く推移しました。また、大阪・関西万博の開催に伴う人流増加なども消費活性化の追い風となりました。

このような状況下で、当社グループは、パソコンの買い替え需要や新型ゲーム機の発売、猛暑によるエアコン買い替え需要などを確実に取り込み、売上・利益ともに伸長させることができ

> CFOメッセージ

ました。その結果、2025年度の連結売上高は7,937億46百万円（前年度比103.3%）、営業利益は257億82百万円（前年度比110.2%）、親会社株主に帰属する当期純利益は154億53百万円（前年度比109.5%）となり、増収増益を達成しました。

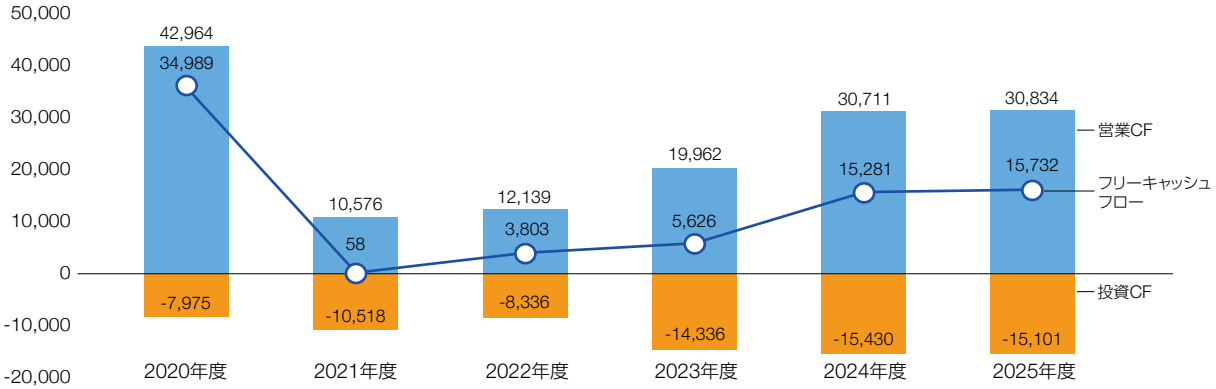
当社は2021年度に会計基準を収益認識会計に変更しましたが、変更前の基準で換算すると連結売上高は8,172億円となり、2010年度以来の8,000億円超えとなりました。当時はエコポイント制度による押し上げ効果が20%以上もあったと記憶していますが、2025年はそのような特需に依存することなく達成したものであり、当社グループの事業基盤や営業力の成果であると認識しています。

一方で、収益性においては中期ビジョンで掲げていた経常利益率5%の目標に対し実績は3.4%となりました。順調に成長はしているものの、満足できる結果には至りませんでした。未達の最大の要因はコストアップです。経費率は改善しているものの、中期ビジョン策定時に想定していなかった水道光熱費の高騰、物価高、賃上げ、取引先への委託料の見直しなど、様々なコスト増加要因を吸収しきれなかったことが大きな反省点です。明確に効果が出た打ち手は、在庫効率の改善に力を注いだことで、約40億円の営業キャッシュフローを増やすことができました。キャッシュマネジメントの重要な取り組みとして、引き続き注力していきます。

店舗展開では、家電直営店4店舗を新設、3店舗を移転、5店舗を閉鎖、非家電直営店として1店舗を移転しました。また、フランチャイズ店舗は14店舗を新設、23店舗を閉鎖し、9店舗の純減少となりました。この結果、2025年度末の店舗数は、フランチャイズ店舗727店舗を含む1,180店舗となりました。

2026年度については、中東情勢の緊迫化に伴うエネルギー・原材料価格の高騰、半導体不足、資材不足など、サプライチェーンの混乱がもたらす家電、リフォーム事業への影響が引き続き懸念されますが、当社グループとしては、新中期ビジョンのもと、収益性、キャッシュ創出力に着目した取り組みを加速していきます。

フリーキャッシュフローの推移（百万円）



※ 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

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年度を期間とする前中期ビジョンでは、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ため、その後の投資を抑制し、2025年度の投資規模は前年並みの150億円規模となりました。主な投資内容は、先に述べた新規出店、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創出力を高めていくことが不可欠です。

2026年度からスタートした新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・実行していきます。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、2025年度末時点のROEは6.8%で、まだまだ改善の必要が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、利益確保とともに資本効率の向上に努めています。

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〜

> CFOメッセージ

0.7倍である中、当社は0.8倍から直近で0.97倍（2026年3月31日時点）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の改善に努めていきます。また、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。

新中期ビジョン（2026−2030）

前中期ビジョンでは、財務面の重点テーマとして、「ROIC向上を指標に掲げ、資本効率の向上とともに健全なバランスシートの維持を重視する」ことを掲げて取り組んできました。財務健全性については積極的な成長投資を実行しながら、自己資本比率は50%前後を維持し、2025年度末は54.1%となりました。

また、「変化する市場環境に対応し、進化する企業体質の構築」をテーマに変化に対応する事業、組織の基盤づくりに取り組んできました。具体的には全国物流網の改革、システムの内製化、プライベートブランド「e angle」の売上比率向上、サービス事業の拡大、「エディオンスマートアプリ」の開発等に取り組み、次の成長の土台とする考えのもとで進めてきました。施策については概ね順調に進捗したと評価しています。前中期ターゲットの実績としては、売上高は目標に対して98%となり、あと一歩で達成という水準でしたが、それ以外、経常利益、ROE、ROICはいずれの指標も前中期ビジョン発表時と比較して改善したものの、目標未達という結果でした。

これらの結果を受け、2026年度から2030年度までの5ヵ年を対象とする新中期ビジョンでは、「資本効率性向上と収益力の強化によりROEの安定性を図る」という目標を掲げました。

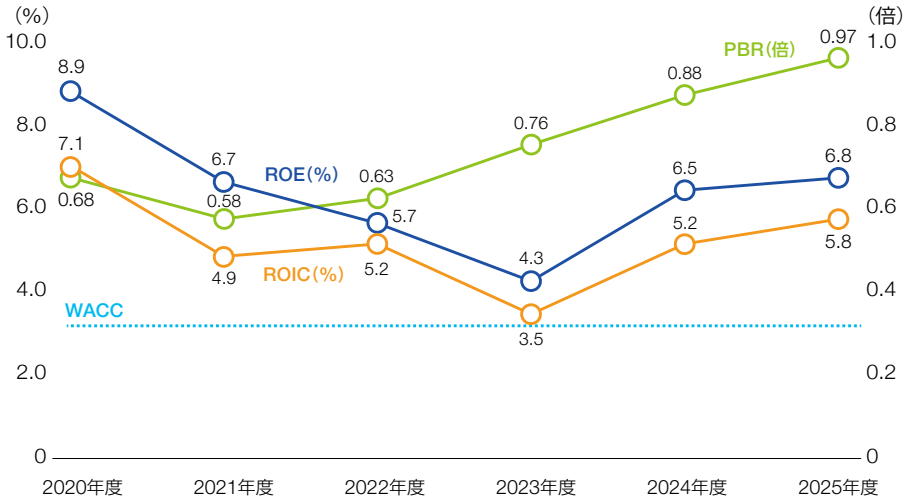
冒頭にも述べたように、市場の構造変化とともに家電量販事業のあり方も変化し、さらに、コストプッシュによる物価高や人材不足の課題は継続すると考えられますので、当社グループはより一層、効率性の高い事業モデルを作っていかなければなりません。

また、このような方針を掲げるに至った背景には、業界の構造的課題があります。家電量販店は、コストが上がっているからと自社の判断で安易に商品価格を値上げすると価格競争で不利になり、業績の低下を招きます。つまり、我々が収益力向上を考えた場合の手段は主に二つで、まず、収益率の高いPB商品の比率を上げること、次に内部の効率性、生産性を上げることです。新中期ビジョンでは、AIやロボットを積極的に活用した店舗DXを推進し、オペレーションの統一、業務効率向上を図ります。これによって店舗スタッフは販売活動に専念できるようになり、お客様との接点時間を増やすことができると見込んでいます。

経営指標は、5年後の2030年度に売上高9,200億円、経常利益350億円、ROE8.0%、ROIC7.5%を目標としています。ROEについては2030年度時点での目標到達ではなく、常に8.0%以上を維持する資本効率性を目指すという意味合いで取り組んでいきます。

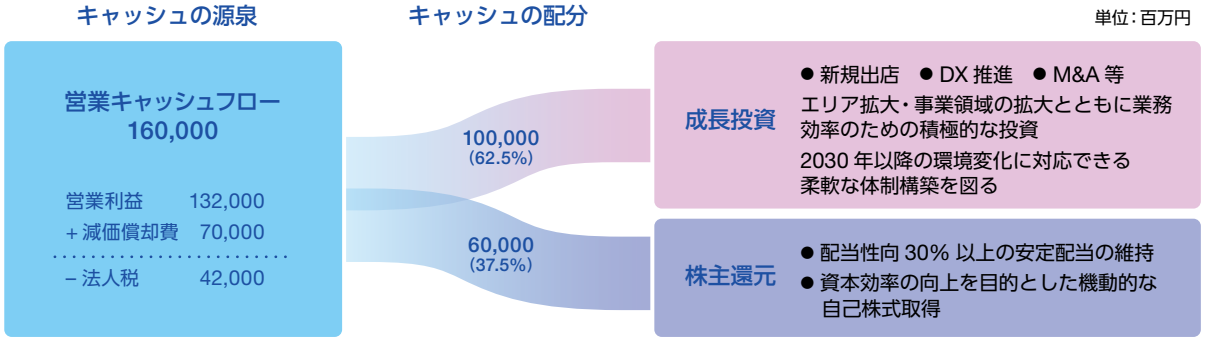
詳細はこちら 新中期ビジョンの概要 > 中期ターゲット P23

ROE、ROIC、PBRの推移



> CFOメッセージ

キャッシュアロケーション(イメージ)



キャッシュアロケーション

キャッシュアロケーションについては、5カ年の営業キャッシュフローを約1,600億円と見込んでいます。そのうち1,000億円を成長投資に配分します。主な使途は既存エリアのシェア拡大および未出店エリアへの進出を目的とする新規出店やシステム投資となります。今後、東京以外の地方は人口減少と市場縮小が加速するといわれていますが、県全体の人口は減っているものの都市部、市街地は減らないという立地が各地に存在するはずです。そうした立地を選定し、戦略的投資を実行していきます。

また、店舗DXをさらに推進し、新中期ビジョンで掲げる効率性の追求を行なっていきます。さらに、リユース事業をはじめとする新規事業の開発にも取り組みます。

事業立ち上げの選択肢としては、他社との業務提携、あるいはM&Aなどを視野に入れています。

これらの投資を通じて、効率性の追求とともに独自のインフラを活用した新しい小売モデルの確立に挑戦していきます。

ステークホルダーの皆様とともに

株主様への還元は、当社グループの重要な経営課題の一つです。配当については、業績および経営環境等を総合的に勘案し、配当性向30%以上を目安とした安定的な株主還元を基本方針としています。また、自己株式の取得についても、資本効率の向上に資する株主還元策を前提に、業績や投資計画、株価を含む市場環境などを踏まえながら機動的に実施していく考えです。

そのうえで、株主・投資家の皆様にお伝えしたいのは、当社グループを大量に仕入れて安く売り、収益を上げていく家電量販企業の一つとして捉えるのではなく、独自の顧客価値を創造しながら成長軌道を描く企業として評価していただきたいということです。

当社グループの強みは、冷蔵庫、エアコン、洗濯機、テレビといった設置工事や修理、メンテナンス、引き取り等のアフターサポートを伴う商品の販売にあります。こうしたサービスを含めた総合的な価値提供は、お客様から高い支持をいただいており、当社の競争優位性の源泉となっています。その根底には、当社グループの経営理念「効用の提供と完全販売によるお客様第一主義の実現」があります。

私たちは単に商品を販売するのではなく、小売業を通じて人々の暮らしを支える社会インフラの一翼を担っていると自負しています。生成AIをはじめとするデジタル技術の進展により、人々の暮らしや消費行動は大きく変化していますが、お客様一人ひとりに寄り添い、最適な商品やサービスを届けるという役割の重要性は今後も変わりません。

変化の時代だからこそ、当社グループはお客様とのつながりを大切にしながら、新たな価値の創造に挑戦し続けます。そして、持続的な成長と企業価値の向上を通じて、すべてのステークホルダーの皆様の期待に応えてまいります。今後の企業価値向上に向けた取り組みにご期待いただければ幸いです。

特集 SPECIAL FEATURE

変化に対応し、持続的成長を目指す事業戦略

「お客様の生活になくてはならない企業」への進化

取締役上席執行役員
営業本部長
井上 利郎

増収基調を維持しながら、収益性向上を目指す

2025年度の家電販売事業は、パソコンの買い替え需要や新型ゲーム機の発売に加え、新規出店の効果もあり、4期連続の増収を達成しました。一方、売上総利益率は、パソコンやゲーム機など比較的粗利率の低い商品の売上構成比が高まったことで低下しました。主力商品である冷蔵庫、洗濯機、テレビ、エアコンなどの利益率は維持しているものの、商品構成の変化が収益性に影響していることは課題と認識しています。PB商品の拡充やELS事業、サービス事業の展開を加速するなど、引き続き収益性の向上に努めていきます。

新中期ビジョン実現へ向けた成長戦略

新中期ビジョン（2026-2030）では、新たな小売モデルを確立し、持続的な成長基盤を構築することを目標に掲げ、その実現に向けて「効率性の追求」を重要なテーマとしています。その中核となるのがドミナント戦略です。既存エリアでは福岡と大阪を最重点エリアに位置付けるとともに、シェア拡大余地が大きい地域への出店を強化しています。地域に集中的に出店することで、物流・配送や人材配置の効率化を図り、売上・利益の拡大につなげていきます。

2023年12月には「横浜西口本店」をオープンし、関東進出の足掛かりを築きました。そして2026年6月には、東京都内2店舗目となる「ホームズ葛西店」を開業しました。来店客数も順調に推移しており、関東市場でも当社の店舗フォーマットが着実に受け入れられていると実感しています。また、店舗フォーマットの標準化を進めてきたことで出店効率が向上し、新規出店における成功モデルも確立されつつあります。競争の激しいエリアでもご支持いただける店舗づくりに確かな手応えを得ています。

一方、エディオンの強みは、地域密着型の店舗運営や充実したアフターサービス、お客様一人ひとりに寄り添う接客にあります。効率性だけを追求すれば、こうした強みは損なわれかねません。そのため、「お客様の暮らしに寄り添う」視点から、フランチャイズ戦略が重要な役割を担っています。当社は、西日本を中心に700拠点以上のFC店舗を展開し、大型店ではカバーしきれない地域密着のきめ細かなサービスを提供しています。

また、お客様の暮らしにより深く関わるという点では、第2の成長の柱と位置付けるELS事業（リフォーム）の拡大も不可欠です。2025年度は住宅リフォーム補助金制度の終了により一時的に成長が鈍化しましたが、現在は再び成長軌道に戻りつつあります。従来メニューに加え、外壁塗装や壁掛けテレビ設置などサービスを拡充し、お客様の豊かな暮らしづくりを、支援していきます。

これらの取り組みを通じて、出店や店舗運営の効率性を追求するとともに、地域密着という当社ならではの強みを両立した新たな小売モデルを確立し、「お客様の生活になくてはならない企業」への進化を目指していきます。

事業戦略の注力ポイント

1 ドミナント戦略による重点エリアの強化·拡大

エディオンは、中国地方を地盤とするデオデオと中部地方を地盤とするエイデンの統合により、2002年にスタートしたことから、西日本で高い市場シェアを有しています。近年は首都圏など主要都市への戦略的な出店やスクラップ&ビルドを進め、ドミナント戦略による効率的な店舗運営とシェア拡大を推進しています。

2 フランチャイズ店舗による地域密着ネットワーク

大型直営店のエリア近郊に小型フランチャイズ店「エディオンファミリーショップ」を展開することにより、地域全体へきめ細やかなサービスを提供しています。全国加盟店数は合計で727店舗※を誇ります。安定したブランド力と手厚いサポート体制を背景に、地域ネットワークを拡大しています。※2026年3月31日現在

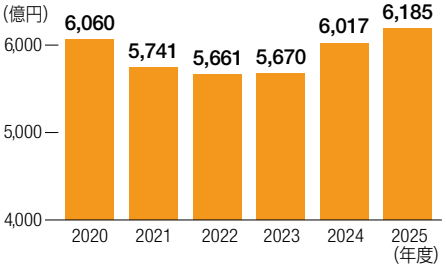
3 ELS事業(リフォーム)を中心とする新たな価値提供

エディオンは2009年にELS事業へ本格参入し、その後、専門技術を持つ企業のM&Aを通じて事業領域を拡大してきました。現在では年間施工件数14万件超、2007年からの累計施工件数としては、約200万件※となり、確かな施工品質と長期サポートを提供する事業へと成長しています。

※2026年3月31日現在

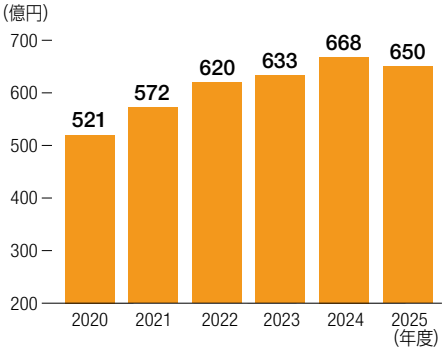
業績推移

家電販売売上高(家電+情報家電)



AI技術を搭載した次世代家電によるスマートホーム化や、家事負担を軽減する高付加価値商品への関心は依然として高く、市場は底堅く推移するものと見込んでいます。

ELS受注売上高(リフォーム)



従来からの設備の老朽化や故障を直すリセットのためのリフォームに加え、大切なものを守るための積極的なリフォームが増加傾向にあります。

SPECIAL FEATURE

1 ドミナント戦略による重点エリアの強化·拡大

「既存エリアのシェア拡大」と「未出店エリアへの出店加速」で強固な収益基盤を築く

上席執行役員
開発戦略本部長
藤原 弘和

1. 既存エリアのシェア拡大
需要が大きい反面、まだまだシェアが低いエリアや競争力向上を図るエリアを重点的に出店

重点エリア　大阪、福岡、愛知、兵庫、長野、熊本

S&Bを含め2030年までに40店舗の出店を計画

2. 未出店エリアへの出店加速
将来人口予測とともに未出店エリアへの出店でシェア拡大

2030年までに30店舗の出店を計画

重点エリアへの集中出店で競争優位性を高める

前中期ビジョン(2022–2025)では、「お客様基盤の強化」を重点施策の一つに掲げ、店舗網が未完成な地域への新規出店に加え、S&B(移転·建替え)や全面改装による既存店の競争力強化を推進してきました。新規出店については売場面積800坪以上の店舗を基本とし、S&Bでは売上1.5倍以上を目標とするなど、店舗網の充実と収益力の向上に取り組みました。2025年度は、新規出店が直営4店舗、移転建替え4店舗(家電3店舗、非家電1店舗)、全面改装5店舗を実施しています。2026年度は、出店9店舗、全面改装6店舗を予定しています。

新中期ビジョン(2026–2030)では、「既存エリアのシェア拡大」と「未出店エリアへの出店加速」を成長戦略として掲げています。既存商圏では、需要が大きく市場の拡大余地がある地域への出店を進めるとともに、首都圏をはじめとする未出店エリアへの展開でシェア拡大を狙います。東京23区内については利便性を重視し、駅前商業施設内へのテナント出店、23区外については1,500坪以上の郊外型大型店を展開するなどシェア獲得を目指します。ドミナント戦略は、地域に集中的に店舗を配置することでシェア拡大を図り、競争優位性を確立する戦略です。店舗数が増加することでブランド認知度が高まり、お客様が家電製品を購入する際の第一想起につながるほか、競合他社の参入を抑制する効果も期待できます。また、人材の機動的な配置、配送効率の改善、販促活動の効率化など、店舗運営全体の生産性向上を実現します。

お客様にとっては身近な場所に店舗があることで利便性が高まり、購入後のサポートも受けやすくなります。地域に根差した店舗ネットワークを充実させることは、お客様の安心感を高めるとともに、長期的な信頼関係の構築にもつながります。

2025–2026年度OPEN

新店

2025年 4月　豊橋ミラまち店(愛知県)
2025年 5月　じゃんぼスクエア熊取店(大阪府)
2025年10月　旭川豊岡店(北海道)
2025年12月　心斎橋東店(大阪府)
2026年 6月　ホームズ葛西店(東京都)
2026年 初冬　生駒店(奈良県)

移転・増床

2025年 4月　イオンモール広島祇園店(広島県)
2025年 4月　諫早店(長崎県)
2025年 4月　イオンモール橿原店(奈良県)
2025年 4月　イオンモール福岡店(福岡県)
2025年 9月　山口本店(山口県)
2025年10月　飯田インター店(長野県)
2025年11月　防府店(山口県)
2026年 4月　岡山本店(岡山県)
2026年 4月　イオンモール神戸北店(兵庫県)
2026年 4月　丸亀店(香川県)
2026年 5月　洛北阪急スクエア店(京都府)
2026年 6月　宮崎本店(宮崎県)

TOPICS 1

2026年4月

売場面積約1.7倍で リニューアルオープンした「岡山本店」

1998年の開業以来、地域のお客様にご愛顧いただいてきた「下中野店」を建替え、新たに「岡山本店」として開業しました。売場面積を約1.7倍に拡大し、時計やアルコール飲料など新たな商品カテゴリーを導入しています。また、電動アシスト自転車売場に試乗コーナーを新設したほか、県内のエディオンでは初となるトレーディングカード専門コーナーを設置するなど、幅広い世代のお客様に楽しんでいただける売場づくりを進めました。

〒700-0973
岡山県岡山市北区下中野441

TOPICS 2

2026年6月

都内2店舗目となる直営店 「ホームズ葛西店」

「島忠ホームズ葛西店」2階に、東京都内2店舗目となる直営店「ホームズ葛西店」を開業しました。店内では、最新の家電製品をはじめ、キッチン・バス・トイレなどのリフォーム商品や、おもちゃ・TVゲームなど幅広い商品を取り揃えています。地域のお客様の多様なニーズに応える店舗として、利便性と専門性を兼ね備えた売場づくりを進めています。

〒134-0084
東京都江戸川区東葛西9-3-6
ホームズ葛西店2階

SPECIAL FEATURE

2 フランチャイズ店舗による地域密着ネットワーク

直営店とFC店舗が一体となり地域に寄り添う価値を創造する

執行役員
フランチャイズ統括部長
西 哲也

地域インフラとしての役割を果たす独自の店舗ネットワーク

エディオンのフランチャイズ事業は、本部と加盟店が対等なパートナーとして協力し、地域のお客様に価値を提供することを基本理念としています。人口減少や高齢化が進む中、地域の店舗には、商品を販売するだけでなく、暮らしを支える生活インフラとしての役割がますます求められています。日常の買い物支援や購入後の相談、高齢者の見守りなど、地域に密着したサービスは大型直営店だけでは十分に対応できません。FC店舗は、地域のお客様に最も近い存在「いつでも頼れる地元の電気屋さん」として、地域の暮らしを支えています。

エディオンでは、エリアの核となる大型直営店を中心に、その周辺へFC店舗を配置する独自の店舗ネットワークを展開しています。直営店は豊富な品揃えと最新の商品・サービスを発信する拠点として機能し、FC店舗は地域密着の営業活動を通じて、お客様一人ひとりの暮らしや家族構成に合わせたきめ細かな提案とアフターサービスを提供します。そして、直営店とFC店舗が互いの役割を補完し合うことで、地域全体に質の高いサービスを提供し、エディオンのファンを増やすことにつながっています。

FC店舗の競争力を支えているのが、本部による継続的な支援体制です。専任のスーパーバイザー（SV）が、オーナー様の身近な存在として店舗運営や販売活動、経営改善まできめ細かくサポートするほか、研修や勉強会を通じて経営理念や接客品質の浸透を図っています。また、オーナー相談室や共済制度など、加盟店が安心して事業を継続できる環境も整備しています。

2026年度はチャレンジで21店舗、新中計ビジョンで掲げる2030年までの5年間で、約100店舗のFC出店を目標として取り組んでいます。西日本で培ってきたネットワークを基盤に、今後は関東や北陸での展開を本格化し、地域密着型ネットワークのさらなる拡充を進めます。

ご加入を検討しているオーナー様へ

エディオンでは、地域のお客様に寄り添うフランチャイズオーナーを募集しています。直営店と共通の商品調達力や物流網、アフターサービス体制に加え、専任SVによる経営支援や研修制度など、充実したサポート体制を整えています。お申込・お問い合わせは、Webサイト「フランチャイズ運営」をご覧ください。

フランチャイズ運営

スーパーバイザーの声

中四国推進課長
白石 敏文

加盟店に寄り添い、地域に根差した店舗運営を支えます

SVの最も大切な役割は、加盟店が安心して営業活動を行なえるよう、最も身近な相談相手として支えることだと考えています。そのためには、何よりも加盟店との信頼関係が欠かせません。私が常に心掛けているのは、加盟店から寄せられた相談に対して、できる限り自分自身で対応することです。分からないことがあれば自ら調べ、正しい情報を自分の言葉で伝えるようにしています。一つひとつの積み重ねが信頼につながり、また、自分自身の知識やスキルの向上にもつながっています。

加盟店から寄せられる相談は、POS操作や売上・修理伝票の処理方法、商品手配など日々の店舗運営に関するものが中心です。近年はリモート操作システムを活用し、店舗のPOS画面を共有しながらリアルタイムで操作をサポートしています。お客様をお待たせせずに対応できるため、加盟店から高い評価をいただいています。修理や交換などで急を要する場合には、商品を直接受け取りに行くなど、状況に応じた柔軟な対応も行なっています。

一方で、加盟店オーナー様の高齢化や後継者不足は重要な経営課題でもあります。店舗運営上のさまざまな課題に寄り添いながら、加盟店がお客様の暮らしを支える地域インフラとしての価値を高めていけるよう支援を続けていきたいと思います。

TOPICS 1

オーナー様の声

エディオン ジョイ津山(岡山県)　杉山社長

エディオンファミリーショップに加盟する前は、メーカー系列店として営業していました。加盟後は、スーパーバイザーの方が定期訪問だけでなく、困ったことがあれば気軽に相談に乗ってくださるので、とても心強く感じています。修理対応でも、ほとんどのメーカーの商品を取り扱えるため、「どこに問い合わせればいいのだろう」と迷うことがなくなりました。メーカー目線ではなく、小売店の立場に立って一緒に考え、サポートしてくださることも大きな支えになっています。

また、エディオンの看板を掲げたことで、新規のお客様が増えました。加盟前は、「長年のお客様が離れてしまうのではないか」という不安もありましたが、そのようなことはなく、むしろ多くのお客様に喜んでいただけました。加盟して本当に良かったと実感しています。

TOPICS 2

関東地区「エディオンファミリーショップ」の開発が本格始動!

2025年6月より、関東地区に専任担当者を配置し、エディオンファミリーショップの開発を本格的に開始しました。これまで西日本を中心に展開してきた地域密着型ネットワークを関東地区へと拡大し、フランチャイズ戦略を推進しています。

その第一号店として、2025年12月12日、千葉県我孫子市に「エディオン湖北台店」をオープンしました。JR湖北駅から西へ約500mの住宅街に立地し、地域に密着した店舗として営業しています。

関東地区への展開についても積極的に進め、地域密着型ネットワークのさらなる拡充を図っていきます。

SPECIAL FEATURE

3 ELS事業（リフォーム）を中心とする新たな価値提供

家電とリフォームを融合し、お客様の暮らしをトータルで支える

上席執行役員
ELS本部長
門世 栄次郎

家電量販店だからこそできるリフォームの価値

エディオンは2007年に子会社化したサンキューからのノウハウを元に、2009年大型店に導入を始めてからオール電化や太陽光発電システム、リフォーム事業を展開し、お客様の住まいに関する幅広いニーズにお応えしてきました。現在ではほぼ全国の直営店でリフォーム事業が展開され、年間施工件数14万件超、累計施工件数は約200万件となり、リフォーム事業は家電販売に次ぐ「第二の成長の柱」として着実に事業規模を拡大しています。

こうした実績を背景に、2025年には企業ブランドのタグラインを「家電と暮らしのエディオン」から「家電とリフォームのエディオン」へと刷新しました。リフォーム事業はエディオンがお客様にさらに寄り添うための重要な事業です。家電販売にとどまらず、住宅設備や内装工事まで含めた「家電+リフォーム」のトータル提案を通じて、お客様の暮らし全体を支える企業への進化を目指していきます。

お客様のライフスタイルは、時間とともに変化していきます。店頭では、ご自宅のお悩み事など、リフォームについて気軽に話せるご相談カウンターを設けています。特に、水まわりのリフォームは一般的に約10年~20年のサイクルと言われており、潜在的に高い需要が存在します。家電の買い替えと同時にリフォームを実施することで、より快適な生活につながることを、売場での展示や接客を通じたご提案により、多くのお客様にお伝えしたいと考えています。そうした幅広いニーズにお応えするため、各店舗には専門教育を受けたELS担当者を配置しています。

エディオン『お家まるごと応援割』

当社指定のリフォーム商品を2点以上同時にご成約いただくと、それぞれに割引を行なうサービスです。
（一部対象外の商品があります）

【組み合わせ例】
システムバスとエコキュートの2点を組み合わせて同時購入した場合、合計金額（税込）から4万円の割引を実施しています。

リフォームは、社会課題から暮らしを守る手段に

リフォーム事業のさらなる成長に向け、主力商品である電気給湯器、IHクッキングヒーター、キッチン、バス、トイレなどのリフォーム拡大に加え、外壁塗装や壁掛けテレビといった新たなサービスメニューの充実を進めています。新規顧客の獲得とともに、お客様の理想の住空間を実現するトータルコーディネートの提供を強化していきます。

2026年度上期には、一部地域で「再生リフォーム」を開始しました。大規模な解体工事を行なわず、簡易補修によって住まいを美しく再生するサービスで、これまで価格面などからリフォームを断念されていたお客様のニーズに応える新たな選択肢を提供します。また、潜在需要の高い雨漏り診断・修繕工事についても一部地域で展開し、住まいの維持・保全を支援するサービスの拡充を進めています。

リフォームは今、気候変動への対応や物価高騰による光熱費負担の軽減など、社会課題から暮らしを守るための重要な手段へと変化しています。当社は2026年下期以降も、お客様の多様化するニーズや社会環境の変化に対応した新たなサービスメニューを順次展開していく予定です。

リフォームは、お客様がこれから15年、20年と暮らす住まいへの投資であり、未来の暮らしをより豊かにするための価値を提供できる事業です。当社は家電と住まいを一体で提案することができるという強みを活かし、お客様一人ひとりにあったソリューションを提供するとともに、豊かで快適な暮らしの実現に貢献しています。

お客様とともに歩み、持続的な成長を実現する

社会環境やお客様の暮らしが大きく変化する中、当社の事業も持続的な成長に向けて進化を続けています。私たちにとって大切なのは、今取り組んでいる一つひとつの施策が、将来のお客様への価値や次世代の社会にどのようにつながっていくのかを常に考え続けることです。

私たちは、最適な商品やサービスを提案するだけでなく、お客様自身も気づいていないような暮らしの課題を見つけ出し、その解決をお手伝いすることで、より豊かで快適な生活を実現したいと考えています。「エディオンがあって良かった」「暮らしがもっと豊かになった」と感じていただけることが、私たちの目指す姿です。

エディオンは、「効用の提供」と「完全販売」の経営理念のもと、お客様へ商品を販売して終わりではなく、ご購入後も継続的なつながりを築き、安心して長くご利用いただける価値を提供していきます。その価値に共感いただきすべてのステークホルダーの皆様から選ばれ支持され続けることが、企業としての持続的な成長にもつながります。これからも、家電とリフォームをはじめとする商品・サービスの価値を高めながら、暮らしに寄り添い、「お客様の生活になくてはならない企業」を目指して、企業価値の向上に取り組んでまいります。

社外取締役座談会

取締役会の実効性や今後の企業価値向上に向けて取り組むべきテーマ、注視すべきリスクなどについて忌憚なく語り合っていただきました。

略歴はこちら ガバナンスの強化 > 役員一覧 P64

（取材日：2026年6月）

多様な専門性が支える取締役会

石橋： 社外取締役に対する期待は年々高まっており、2026年4月に公表されたコーポレート・ガバナンスコード改訂案でも、その役割がより重視されています。社外取締役に求められる資質とは、それぞれのスキル（専門性）を企業の稼ぐ力や企業価値向上に結び付けていくことであると認識しています。私自身は長年、証券市場に携わってきましたので、証券アナリストとしての視点から、資本市場から見たエディオンに対する評価や、エディオンが資本市場へ適切なメッセージを発信できるよう支援することが重要な役割だと考えています。

清水： 私は35年ほど弁護士として活動してきましたが、特に多く携わってきたのが労働問題と企業不祥事対応です。重大なコンプライアンス違反によって企業価値が大きく毀損するリスクを、できる限り低減することが私の重要な役割の一つだと考えています。

後藤： 私は大企業3社で約20年間勤務した後、自ら会社を立ち上げて経営してきました。大企業での経験と、ゼロから事業を立ち上げた経験という2つの立場を持っています。企業投資やM&Aのアドバイザリー、不動産分野に携わってきた経験を踏まえ、当社が積極的に進めている事業の多角化やM&Aについて、投資後の事業運営が適切か、さらに改善できる点はないかという視点から提言することが期待されている役割だと認識しています。

石橋： 当社では毎年、取締役会の実効性評価を実施しています。その結果を見ると、大きな課題といえる項目はほとんどなく、取締役がそれぞれ多様なバックグラウンドを活かし、自らの立場から積極的に発言しており、取締役会として十分に機能していると評価しています。一方で、実効性評価の意義は、結果そのものだけでなく、各取締役が自ら十分に貢献できたかを振り返る機会にあるとも考えています。実効性に100点満点はあり得ないと思っていますので、現状に満足することなく取り組んでいきたいと感じています。

清水： 私は社外取締役に就任して2年目ですが、この期間を振り返ると、社外取締役が自由かつ独立した立場で意見を述べられる

> 社外取締役座談会

環境が整っていると感じています。また、執行側も私たちの意見に真摯に向き合っていただき、提案した内容について実際に対応していただく場面も数多くありました。そうした姿勢を見ると、さらに建設的な提案をしていこうという気持ちになります。

石橋: 清水さんは取締役会でも、労働問題などについて厳しい発言もされています。こうした事案については、社内だけでは関係者への配慮が先に立ち、問題の背景や原因にまで踏み込んだ議論が難しい場合がありますが、清水さんは「なぜその問題が起きたのか」という本質に目を向けられます。問題への対処はもちろん重要ですが、原因を突き止め、再発防止につなげる視点こそが大切だと思います。

清水: 私自身、過去さまざまなコンプライアンス案件に携わり、どう対応すべきかを考え続けてきました。その経験の中で特に意識している点は4つあります。第1に、事案の重要度に応じた効率的な対応を行なうこと。第2に、出した結論がバランスの取れたものであること。第3に、目先の対応ではなく問題の本質を見据えること。そして第4に、社会や世論の変化を常に意識することです。

近年では、法律になる前の、いわゆるソフトローの段階から対応が求められるケースも増えています。そうした変化にもアンテナを張り、会社として準備を進めていかなければ、変化の激しい時代には対応できないと考えています。

石橋: 清水さんが加わったことで、取締役会にも新たな視点が加わりました。そして新任となる後藤さんには、不動産をはじめとした専門性への期待が非常に大きいと感じています。

後藤: 私は温浴チェーンの企業でも役員を務めていますが、自分の専門性を生かせたのは、店舗のオペレーションそのものよりも不動産や開発の分野でした。例えば、大阪で店舗を撤退した際に土壌汚染への対応が必要になりましたが、実績や評判を十分に調べたうえで専門家にも加わっていただき、大幅なコスト削減につなげた実績があります。また、建築費が高騰する中でも、設備や建築に精通した人材を開発部門に迎え、分離発注を進めることで建設コストを大きく抑えることができました。私自身の専門性に加え、さまざまな専門家とのネットワークを生かし、その知見を還元できることも強みだと考えています。小売業では出店時には大きな労力をかけますが、出店後の店舗資産の管理や活用については改善の余地があるケースも少なくありません。そうした運営・維持管理の部分でも、専門性を生かして貢献できるのではないかと考えています。

石橋: 一つのテーマに対して、さまざまな専門性や経験に基づく意見が交わされることが、より良い意思決定につながります。それぞれの専門性を生かした活発な議論こそが取締役会の実効性をさらに高め、企業価値の向上につながるものと考えています。

社外取締役から見たエディオンの強み

石橋: 私が当社の社外取締役に就任して10年以上が経ちます。当時の株価を改めて調べてみると700円を下回っていましたが、現在は調整局面にあるとはいえ2,500円前後まで上昇しています。資本市場や株主は何を評価したのかと考えると、着実にROEを改善してきたことが大きいと思います。以前は3%台と低い水準でしたが、近年は本業の収益力向上によって6～7%の水準を維持しています。取締役会でもROEの改善は重要テーマとして議論してきましたが、小売業は価格競争が激しく、利益率を大幅に引き上げることは容易ではありません。その中でもPB商品の拡充などを着実に進め、売上利益率を改善してきたことは大きな成果です。また、店舗戦略と商品戦略の両面から効率性(総資本回転率)を高めてきたことも、ROEの向上に結び付いてきたのではないかと考えています。

後藤: 私は名古屋出身で、東京に住んで30年になります。エイデンがエディオンとなる変遷を見てきましたが、関東では今でも「西日本の会社」という印象を持たれることが少なくありません。一方で、「応対が丁寧で親しみやすい会社」という評価は各地で耳にします。それが当社の大きな強みだと思います。社員の士気や企業文化を大切にしながらシステムや業務の統合を着実に進め、一歩ずつ統合を進めてきた成果なのだと感じています。

清水: 私が考える当社の強みは二つあります。一つは「お客様第一主義」という経営理念。もう一つは真面目な社員が多いことです。私は、当社の経営理念は、商品を購入していただく顧客としてではなく、一人の人間としてのお客様を大切にするという考え方にまで踏み込んだものだと理解しています。その理念が社員一人ひとりに浸透していることが、競争優位性につながっていると感じます。

> 社外取締役座談会

後藤： おっしゃる通りですね。生産性を追求することは重要ですが、当社は一人当たり売上高を伸ばすためなら何でもやるという会社ではありません。現場で働く社員の皆さんの丁寧な接客やお客様に寄り添う姿勢、そしてアフターサービスの充実といったエディオンならではの強みは、競合他社にはないものだと思います。

石橋： 近年の家電製品は非常に高機能化・複雑化しています。商品を販売するだけではなく、お客様がその機能や価値を十分に活用できるよう提案し、使いこなしていただくことがますます重要になっています。その意味でも、「効用の提供」という理念は、これからの時代にますます重要性を増していくのではないでしょうか。

リスクへの対応とレジリエンスある組織への変革

清水： 取締役会では、多様なリスクにしっかり目を向けて議論できていると感じますし、それぞれの視点から意見が交わされることで、これまで見えていなかったリスクが可視化される場面もあります。そうした多様な視点は、リスクマネジメントにおいて非常に重要だと思います。

後藤： 多店舗展開を行なう小売業では、新規出店が成長の原動力になります。そのため、出店にあたっては事業計画や投資計画を策定し、一定の投資基準に基づいて判断します。ところが近年は建築費の高騰によって、その前提条件が大きく揺らいでいます。当社でも今後、出店基準や投資判断といったルールの見直しが必要になってくるのではないでしょうか。また、多くの店舗を展開していると、インフレを背景に賃料の引き上げを求められるケースも増えてきます。一方で、消費者の購買力が同じペースで伸びるわけではありません。そうした環境では、これまでの出店計画や店舗ごとの収益性を改めて検証し、現在の賃料水準が適正かどうかを把握したうえで、少しでもコストを抑える工夫が必要になります。そうした意味では、出店戦略そのものを見直すことも重要なリスク対応の一つだと考えています。

石橋： リスクという観点で私が最も懸念しているのは、厳しい経営環境にさらされる中で、お客様第一の精神が損なわれてしまうことです。業績が伸び悩むと、売上や利益、個人の収入を優先するあまり、お客様に対する姿勢が変わってしまうリスクは、どの企業にもあります。もちろん、禁止ルールを設けることも必要ですが、それだけで防げるものではありません。不祥事を起こさないためには、社員が自然と正しい行動を選択できるような仕組みや組織づくりが重要です。

清水： 当社では2026年1月にコンプライアンス推進室を新設しました。これまでにもリスク管理委員会などの組織はありましたが、コンプライアンスの重要性をさらに高めるため、専任組織として新たに立ち上げたものです。外部の監査法人など専門家の指導も仰ぎながら、現場により近いレベルでコンプライアンスを推進する体制が整備されたと理解しています。

石橋： 持続的な成長には攻めと守りのバランスが欠かせません。推進室の担当者とも話しましたが、適切なコンプライアンスが企業価値の向上につながるという意味で、「コンプライアンス・イズ・マネー」ともいえる意識を共有して取り組まれています。専任組織が設置されたことで、守りだけでなく、企業価値向上につながる「攻めのコンプライアンス」を推進する体制になったと感じています。

清水： 当社のコンプライアンス体制は、客観的に見て良好な状態にあると思っています。ただし、それが今後も維持される保証はありません。重要なのは、何か問題が起きたときに、それが局所にとどまる問題なのか、それとも対応を誤れば会社全体に大きな影響を及ぼす問題なのかを迅速に見極めることです。後者の可能性があるのであれば、たとえ発端は小さな問題であっても、影響の拡大を防ぐために十分な時間と労力をかけて対応しなければなりません。

石橋： 現代においてあらゆるリスクを事前に想定し、準備しておくことは現実的には難しいでしょう。だからこそ重要なのは、想定外の事態が起きたときに、いかに迅速かつ柔軟に対応できるかということです。そのためには、組織としての柔軟性や明確な指揮命令系統を備えておく必要があります。私は中期ビジョンの策定にあたり、「レジリエンス」を重要テーマとして盛り込むことを提言しました。一つの政策変更や国際情勢の変化だけでも、事業環境が大きく変わる時代です。そのような変化に対して、できるだけ早く対応できる組織体制を構築していかなければなりません。当社もまだ道半ばですが、今後さらに強化していく必要があると考えています。

後藤： まさにその通りだと思います。これまでのデフレの30年から、今後はインフレを前提とした時代へ移っていくことになると思

> 社外取締役座談会

いますので、従来の考え方だけではとても対応できません。経営戦略も環境の変化に合わせて柔軟に見直していく必要があると思います。

石橋: 既に分かっているリスクに対応することは当然です。しかし、近年の経営環境で本当に重要なのは、想定外のリスクへの対応力です。想定外の事態に対して完全に備えることはできません。だからこそ、予期しない出来事が起きた際に、いかに迅速かつ的確に判断し、組織として対応できるか。これからの企業には、その姿勢がますます求められていくと考えています。

今後のエディオンに期待すること

石橋: 家電量販業界は、一般的には成熟産業であり、大きな成長は期待しにくい業界だと見られています。消費者の購買環境も厳しい状況が続いており、売上を伸ばすことは容易ではありません。しかし、当社はさまざまな施策を講じながら成長に取り組んできました。ただ、その取り組みやビジョンを資本市場に効果的に発信できているかといえば、十分ではないと思います。今後は、当社がどのような戦略で成長を実現していくのか、ヤマダHDとの経営統合による成長ストーリーを含め、より分かりやすく発信していくことが重要だと考えています。

清水: 株主との対話の機会もこれまで以上に大切にしていきたいですね。株主総会は、株主の皆様の率直な意見を直接伺える貴重な場です。株主の視点は経営陣とは異なることも多く、社内では気づきにくい課題を認識するきっかけになります。一方で、個々の意見を表面的に受け止めるのではなく、その背景にある本質的な課題を読み取ることが重要です。

後藤: 私が期待しているのは、ヤマダHDとの経営統合による店舗サービスのさらなる進化です。現在、両社とも店舗を活用した新たなサービスの創出にチャレンジしていますが、統合によって双方のノウハウや成功事例を共有できるようになれば、大きなシナジーが生まれる可能性があります。これまでは競合関係にあったため共有できなかった情報も、お互いの強みや成功事例を率直に開示し合うことで、より良いサービスだけを展開できるようになると思います。もちろん、企業規模が大きくなることで意思決定や実行には難しさも伴いますが、店舗サービスの充実という面では統合による効果を大いに期待しています。

石橋: 今回の経営統合を契機に、「1+1=2」を超える新しい価値を持った小売モデルを実現してほしいと思っていますし、日本の家電量販店の姿そのものが変わることを期待しています。商品調達力や販売力がさらに高まり、これまでとは異なる新しい売り方やサービスが生まれれば、お客様にもこれまで以上に夢や期待を持っていただけることでしょう。

清水: 私個人の思いとしては、経営統合後も当社の経営理念は変わらず受け継いでほしいと思っています。事業の進め方や具体的な施策は環境の変化に応じて柔軟に変えていく必要がありますが、根底にある理念は大切にしながら、新しい環境に対応していくことを願っています。

後藤: 統合後は組織規模が非常に大きくなりますから、従業員一人ひとりに経営方針や統合の目的、意思決定の仕組みを十分に理解してもらうことは容易ではありません。現場がそれらを理解できなければ、判断が遅れ、新しい挑戦にも踏み出しにくくなってしまいます。企業価値向上という意味でも、統合後の意思決定プロセスをできるだけ早く明確にすることが重要だと思います。

清水: 私たち社外取締役は、経営の方向性を具体的に決める立場ではありませんが、統合の過程ではさまざまな課題や混乱が生じ

るでしょうから、状況を整理し、何を最優先で守るべきかを示していくことが重要な役割だと捉えています。その視点を大切にし、今後もしっかりと監督していきたいと思います。

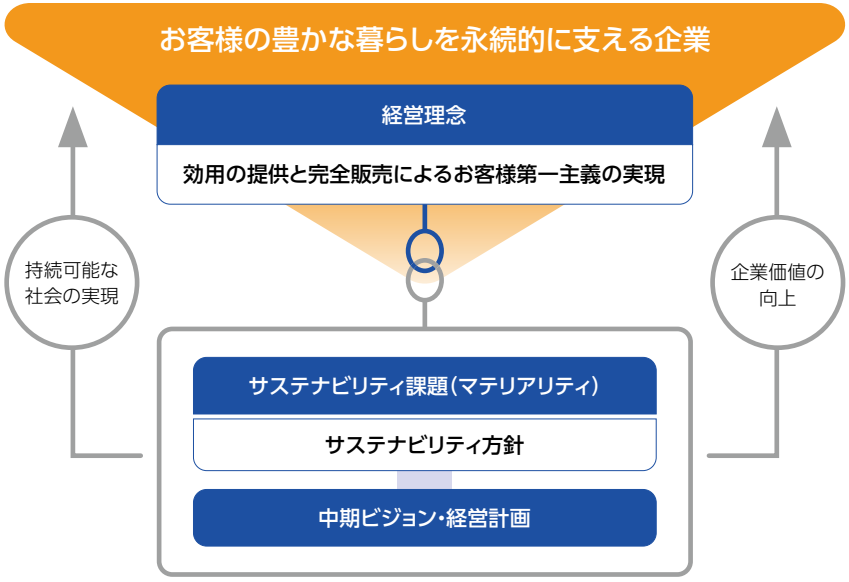
石橋: 最優先に考えるべきなのは、当社の株主、従業員、取引先をはじめとする既存のステークホルダーの利益です。経営統合によって不利益が生じるのであれば、その統合は成功とはいえません。だからこそ、統合を通じて既存のステークホルダーがこれまで以上の価値を実感できる会社をつくることが、取締役としての責務だと考えています。そのためには、企業規模では相手企業が大きくても、当社が企業としての存在感や価値を対等、あるいはそれ以上に認めてもらうことが重要です。これまで以上に利益を生み、お客様から信頼される会社であり続けることが、その基盤になります。この1年間は、その基盤をさらに強固にする極めて重要な期間です。私たちもその実現に向けて最大限貢献していきたいと考えています。

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にともない、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。

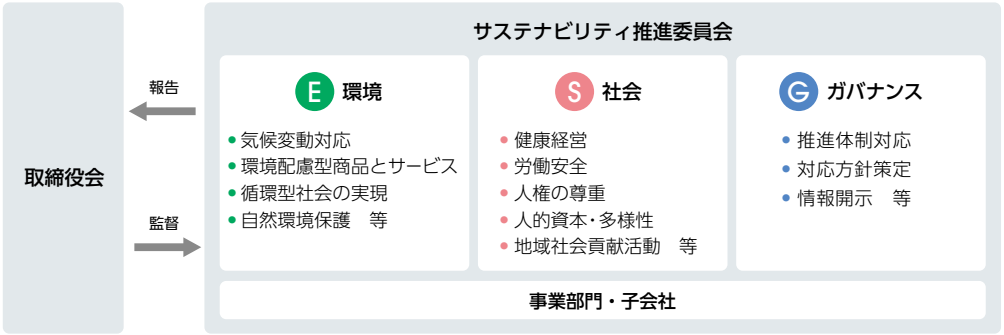


エディオングループのサステナビリティ方針

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、監督を行なっています。

2025年度は、サステナビリティ推進委員会を2回開催し、マテリアリティに対する取り組み・指標および目標の決定、温室効果ガス(GHG)削減アクションプランの策定、ESG外部評価への対応等を審議しました。また、取締役会ではサステナビリティ関連の議題として、マテリアリティに対する取り組み・指標および目標、温室効果ガス排出量の算定と第三者保証の取得、ステークホルダーへの情報開示内容の拡充、環境、人的資本、社会貢献活動等について、年間を通じて広く審議および監督を行ないました。さらに、サステナビリティ推進を監督する取締役のスキル・経験と期待する役割を、取締役のスキルマトリックスとして明確化し、ガバナンスの強化を図っています。



詳細はこちら　コーポレート・ガバナンス > 取締役のスキル・マトリックス P61

環境への取り組み

「エディオングループ環境方針」のもと、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。

エディオングループ環境方針

ERジャパン
https://erjp.co.jp/

循環型社会実現に向けた取り組み

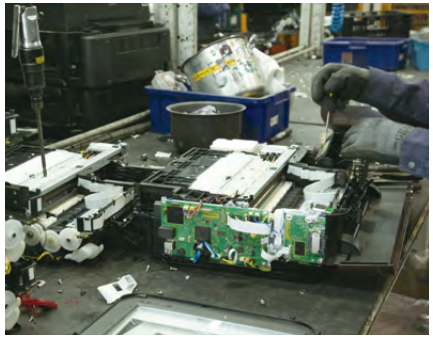
小型家電リサイクルの推進

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、破砕・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2025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8,493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。2026年6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。

ERジャパン本社・福山工場



使用済み小型家電の無料回収イベントを実施

環境省小型家電リサイクル制度普及啓発イベントの一環として、2026年3月21日、エディオンピースウイング広島にて、使用済みパソコン・スマートフォン等の無料回収イベントを実施しました。当日は試合開始前から多くの方にご来場いただき、イベントブースでは約1,000台(総重量700kg超)の対象機器を回収することができました。今回の取り組みを通じて、小型家電回収への高いニーズが改めて確認されるとともに、回収拠点の設置が来店のきっかけづくりにもつながると考え、7月末にも第2回目のイベントを実施しました。今後もさらなる循環型社会の実現に向けた取り組みと、普及活動、サービス向上に努めます。

当日は、サンフレッチェ広島レジーナの選手も応援に駆けつけてくれました

環境と人に優しい店舗づくり

「Nearly ZEB」認証の店舗

当社は、店舗のZEB化に向けた取り組みを推進しています。ZEB※とは、快適な室内環境を保ちながら省エネと創エネにより年間エネルギー消費量の収支ゼロを目指す建築物のことを指し、達成状況に応じて4段階に区分されます。現在、岐阜正木店と交野星田店が、建築物省エネルギー性能表示制度(BELS)に基づく「Nearly ZEB」認証を取得しています。今後も店舗のZEB化を推進し、環境負荷の低減と持続可能な店舗づくりに取り組んでいきます。

※ZEB: Net Zero Energy Building(ネット・ゼロ・エネルギー・ビル)の略称

屋上に敷き詰められた太陽光パネルでの発電 (交野星田店)

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

気候関連の情報開示

当社グループは、これまでTCFD提言の枠組み(ガバナンス、戦略、リスク管理、指標および目標)に沿った情報開示を推進してきました。TCFDのISSB(国際サステナビリティ基準審議会)への統合、および国内におけるサステナビリティ開示基準の動向を踏まえ、気候関連に関する情報開示の充実を図ることで、ステークホルダーの皆様への説明責任を果たします。

ガバナンス

当社グループでは、気候変動に伴うリスクおよび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おり、これらに対するガバナンス体制として、サステナビリティ推進委員会を設置しています。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温室効果ガス(GHG)排出量の可視化および削減方法の検討、気候関連に係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関連の課題と目標、対応について適宜報告を受け、重要事項については必要に応じて審議・監督を行なっています。

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℃/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の変化への追随に失敗すること、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

気候関連のリスクおよび機会の評価・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。同委員会において、気候関連のリスクおよび機会の特定・評価・管理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。また、識別した気候関連のリスクは「移行リスク」と「物理的リスク」に分類のうえ、財務的影響を評価し、重要なリスクおよび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。

指標および目標

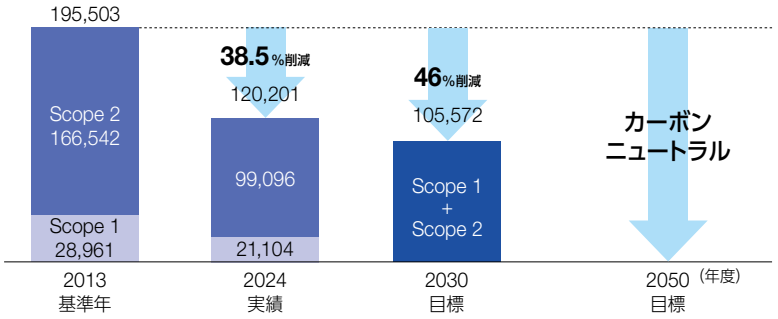
気候関連のリスクおよび機会を管理するために、Scope 1・2およびScope 3のGHG排出量を指標として定めています。当社グループのScope 1・2合計のGHG排出量について、2030年度までに2013年度比46%削減を目標とし、長期的には2050年度までにカーボンニュートラルの実現を目指しています。

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策定したGHG削減ロードマップに基づき計画的かつ段階的に推進していきます。なお、Scope 3については今後、サプライチェーン全体のGHG排出量の把握と削減対策の具体化を進めていきます。

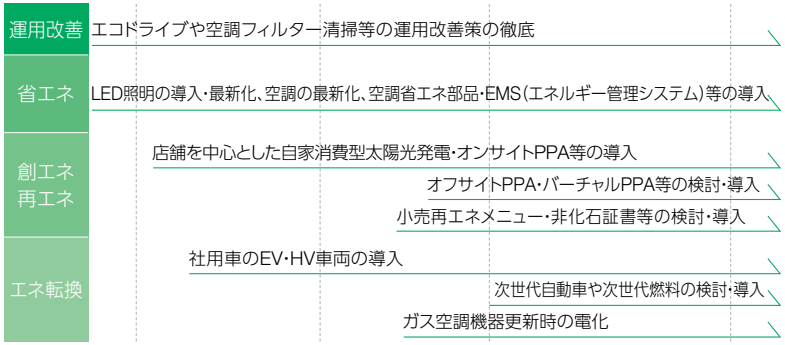
環境への取り組み

GHG削減ロードマップ

(単位: t-CO_2e)



Scope 1・2施策項目



※Scope 3については、サプライチェーン全体のGHG排出量の把握と削減対策の具体化を進めてまいります。

Scope 1・2のGHG排出量実績

(単位: t-CO_2e)

	2013年度 基準年	2023年度	2024年度	2025年度	2025年度−2013年度 対比(増減率)
Scope 1	28,961	18,433	21,104	☑21,125	72.9% (△27.1%)
Scope 2	166,542	100,198	99,096	☑96,566	58.0% (△42.0%)
Scope 1+Scope 2合計	195,503	118,631	120,201	☑117,691	60.2% (△39.8%)

☑マークを付した2025年度のScope 1・2排出量は、第三者保証を受けています。

(注) 1. 算定対象範囲は、当社および連結子会社を対象としています。
2. 代替フロン(HFCs)排出量は、Scope 1に含まれています。
3. Scope 2はマーケット基準を採用しています。
4. Scope 2には、当社グループの店舗等における一部テナントの使用電力由来のGHG排出量を含みます。
5. 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。

Scope 3のGHG排出量実績

(単位: t-CO_2e)

	2022年度 基準年	2023年度	2024年度	2025年度	2025年度−2022年度 対比(増減率)
Scope 3	10,613,896	10,554,915	10,117,475	☑9,752,714	91.9% (△8.1%)

☑マークを付した2025年度のScope 3排出量は、第三者保証を受けています。

(注) 1. Scope 3排出量は、算定対象のカテゴリー(カテゴリー1・2・3・4・5・6・7・8・11・12・13・14・15)の合計値です。
2. 算定対象範囲は、カテゴリー11～15を除き、当社および連結子会社としています。
3. カテゴリー11・14は、当社および連結子会社1社を対象としています。
4. カテゴリー12は、当社および連結子会社2社を対象としています。
5. カテゴリー13は、当社を対象としています。
6. カテゴリー15は、当社の一部の投資先を対象としています。
7. 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。

※ Scope 1・2・3の詳細につきましては、当社ウェブサイトをご参照ください。
https://www.edion.co.jp/sustainability/environment/tcfd

第三者保証報告書

GHG排出量(Scope 1・2・3)の信頼性を確保するため、2024年度に引き続き、2025年度の実績は、株式会社サステナビリティスタンダードパートナーズによる限定的保証を取得しています。

SSP Sustainability Standard Partners

独立した第三者保証報告書

2026 年 7 月 31 日

株式会社エディオン
代表取締役会長執行役員 CEO
久保　允誉　殿

株式会社サステナビリティスタンダードパートナーズ
日本・東京
代表取締役　西村　寿紀

保証の対象及び目的
当社は、株式会社エディオン（以下、「会社」という。）の『EDION Corporation 統合報告書 2026』（以下、「統合報告書」という。）に記載されている 2025 年 4 月 1 日から 2026 年 3 月 31 日までの期間の✔マークの付されているスコープ 1・2・3 の排出量情報（以下、「排出量情報」という。）に対して限定的保証業務を実施した。

会社の責任
会社が定めた排出量情報の算定・報告規準（以下、「会社の定める規準」という。）に従って指標を算定し、表示する責任は会社にある。

当社の責任
当社の責任は、限定的保証業務を実施し、実施した手続に基づいて結論を表明することにある。当社は、ISO14064-3:2019(Greenhouse gases Part 3: Specification with guidance for the verification and validation of greenhouse gas statements)に準拠して限定的保証業務を実施した。
本保証業務は限定的保証業務であり、主として統合報告書の開示情報の作成に責任を有するもの等に対する質問、分析的手続等の保証手続を通じて実施され、合理的保証業務における手続と比べて、その種類は異なり、実施の程度は狭く、合理的保証業務ほどには高い水準の保証を与えるものではない。当社の実施した保証手続には以下の手続が含まれる。

- 統合報告書に記載の排出量情報を決定するために用いられた情報に関する、算定方法、排出量算定システム及び関連資料の確認
- 排出量情報に関する算定方法並びに内部統制の整備状況に関する質問
- 排出量データの算定基礎となる、集計データに対する分析的手続の実施
- 統合報告書の作成及び排出量情報の算定に関わる主な担当者へのインタビュー
- 会社の定める規準に従って排出量情報が把握、集計、開示されているかについて、サンプリングにより入手した根拠との照合並びに再計算の実施
- リスク分析に基づき選定したエディオン蔦屋家電 広島及び広島本店における現地往査
- 排出量の表示の妥当性に関する検討

保証の結論
上述の保証手続の結果、統合報告書に記載されている指標が、すべての重要な点において、会社の定める規準に従って算定され、表示されていないと認められる事項は発見されなかった。なお当社は、本保証業務に限らずグループレベルで組織と財務上の関連性がないことを表明する。

地域社会への貢献

エディオングループは、事業活動を通じて社会課題の解決と地域社会への貢献に取り組んでいます。
地域・社会の発展に寄与するためスポーツ振興や文化振興・社会貢献活動を推進し、
地域社会との協調・交流を図り、地域の活性化や豊かな生活環境づくりに積極的な役割を果たします。

スポーツ振興

スポンサー活動を通じて、スポーツ文化の発展と地域の活性化に貢献しています。

ネーミングライツによる地域貢献

ネーミングライツ取得を通じて、施設の魅力向上や地域の発展に貢献しています。

芸術文化活動への支援

各種イベントへの協賛を通じた芸術文化活動への支援を積極的に推進しています。

地域支援活動

本社事務所および全国の直営店舗で、地域貢献につながる活動を展開しています。

次世代教育支援

自治体や学校、各種団体等と連携し、子どもたちへ学びの機会を提供しています。

スポーツ

女子陸上競技部

エディオン女子陸上競技部
https://athlete.edion.co.jp/

第45回全日本実業団対抗女子駅伝競走大会
1989年の創部以来の初優勝

2025年11月23日に開催された駅伝日本一を決める『第45回全日本実業団対抗女子駅伝競走大会（クイーンズ駅伝）』において、当社女子陸上競技部が2時間13分50秒の記録で、創部37年目にして初優勝を成し遂げました。この快挙を新たなスタートとし、今後もスポーツを通じた社会貢献とともに、夢と感動をお届けできるチームを目指してまいります。

第45回大阪国際女子マラソン大会
矢田みくに選手
初マラソン日本最高記録を樹立

矢田みくに選手が、2026年1月25日に開催された『大阪国際女子マラソン大会』でフルマラソンに初挑戦し、日本女子の初マラソン最高記録となる2時間19分57秒を記録しました。日本人トップとなる総合4位に入り、マラソングランドチャンピオンシップ（MGC）の出場権も獲得しました。

矢田みくに選手のコメント

周りと比べず“練習を信じきる”と決めスタートラインに立ちました。雑念が無く走ることを楽しめたレースでしたが、最後に勝ちきれなかったことが悔しいです。今後はアジア競技大会のマラソンで頂点を目指し、その先にある日本記録の更新、さらにはオリンピックに出場することが目標です!応援よろしくお願いします。

> 地域社会への貢献

サンフレッチェ広島　サンフレッチェ広島レジーナ

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。

2025JリーグYBCルヴァンカップ 3年ぶり2度目の優勝

2025年11月1日に国立競技場で行なわれた「JリーグYBCルヴァンカップ」決勝戦で、サンフレッチェ広島が柏レイソルを3-1で破り、3年ぶり2度目の優勝を果たしました。スタジアムを埋め尽くしたサポーターの声援と地元・広島からの温かい後押しを力に、チームは栄冠をつかみました。

©2025 S.FC

©2026 S.FC

©2026 S.FC

皇后杯JFA 第47回全日本女子サッカー選手権大会で初優勝

2026年1月1日に国立競技場で行なわれた「全日本女子サッカー選手権大会」決勝戦で、サンフレッチェ広島レジーナがINAC神戸レオネッサを2-1で破り、悲願のクラブ初タイトルを獲得しました。クラブの歴史に新たな1ページを刻む勝利となり、多くのサポーターに大きな喜びと感動を届けました。

©2026 S.FC

©2026 S.FC

©2026 S.FC

エディオンピースウイング広島

地域に根差した日本初のまちなかスタジアムでのイベント開催

サンフレッチェ広島ニュース
https://www.sanfrecce.co.jp/news

2026年6月、PEACE WING HIROSHIMA PROJECT ONEの活動の一環として、「はやぶさ2」のプロジェクトマネージャーを務めたJAXA宇宙科学研究所副所長の津田雄一氏による「宇宙授業」が開催されました。

このイベントには、広島県内の小・中学校など約4,000人が参加し、夢を持つことや挑戦し続けることの大切さについて学びました。今後も地域に根差したスタジアム活動をすすめていきます。

> 地域社会への貢献

アーチェリー部

公式インスタグラムにて
最新情報を随時配信中です!

2025年世界アーチェリー選手権大会
男子団体・混合団体で銅メダル獲得 予選ラウンドにて日本新記録を樹立

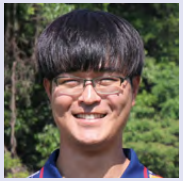
河田悠希選手と青島鉄也選手が、2025年9月5日から12日にかけて韓国・光州で開催された「世界アーチェリー選手権大会」に日本代表として出場し、男子リカーブ団体とリカーブミックス団体で2つの銅メダルを獲得しました。また、競技初日の予選ラウンドでは、日本新記録を樹立するなど、日本代表の躍進に大きく貢献しました。

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

樽本邑里選手が、2025年7月12、13日に和歌山県で開催された「全日本実業団アーチェリー大会」のリカーブ女子個人において、見事優勝を果たしました。日本トップクラスの選手として活躍を続け、実業団の頂点に輝く素晴らしい成績を収めています。

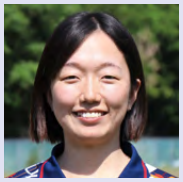
河田悠希選手のコメント

日々世界の舞台へ挑戦できているのは、会社からの多大なご支援と温かいご声援があってのことだと深く実感しています。今後もオリンピックでの金メダル獲得に向けて日々精進し、結果をもって皆様に恩返しができるよう、より一層邁進してまいります。



青島鉄也選手のコメント

世界の舞台で金メダルをつかみ取るため、支えてくださる会社への感謝を胸に、毎日限界に挑んでいます。私の競技活動が誰かの心を動かし、応援してくださる皆様への恩返しとなるよう、これからも果敢に挑戦し続けます。



樽本邑里選手のコメント

スポーツに全力で取り組み、日々の自己成長と競技力の向上に励んでおります。いつも温かく支え、応援してくださる皆様への感謝の念を胸に、結果という最高の形で恩返しができるよう、より一層努力を重ねてまいります。

eスポーツ

横浜西口本店 2周年記念
THE DFM DAY開催

エディオン横浜西口本店のオープン2周年を記念し、2025年12月20日と21日の2日間、プロeスポーツチーム「DetonatioN FocusMe（DFM）」のファンイベント「THE DFM DAY」を開催しました。VALORANTや格闘ゲーム、フォートナイトなど、各タイトルで活躍するDFMのトップ選手や人気ストリーマーが登場し、多くのファンとの交流を深めました。

DetonatioN FocusMe

スポンサー活動

多様なプロスポーツチームとのスポンサー契約を締結

エディオンでは、多様なプロスポーツチームとのスポンサー契約を締結し、各球団の応援セール等により店頭・チームを盛り上げています。地域に根ざした企業として、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。

福岡ソフトバンクホークス
SoftBank HAWKS FUKUOKA
©Softbank HAWKS

中日ドラゴンズ
Dragons
©中日ドラゴンズ

広島東洋カープ
Carp
©広島東洋カープ

北海道日本ハムファイターズ
HOKKAIDO NIPPONHAM FIGHTERS
©H.N.F.

> 地域社会への貢献

教育・芸術文化・地域支援

プログラミング教育事業

187教室・生徒数6,928名在籍

当社は、プログラミング教育事業を通じて、未来を担う子どもたちに実社会で必要なチカラを育んでいます。子会社である「夢見る株式会社」とともに、子ども向けロボットプログラミング教室「ロボ団」の運営や各種イベントの開催など、積極的な教育事業を展開しています。

ロボットプログラミング教室「ロボ団」
イード・アワード2026「プログラミング教育部門」
顧客満足度 最優秀賞受賞

日本最大級の子ども向け体験型教育イベント
STREAM FEST.2026共催

次世代を担う子どもたちの未来を広げるため、体験型教育イベント「STREAM FEST.」を共催しています。科学、技術、ロボット技術、工学、芸術、数学の各分野を学ぶイベントで、2026年は5月5日に大阪、7月26日にはエディオンピースウイング広島の両会場で共催しました。広島では2,200名が来場し大盛況となりました。本活動を通じた持続可能な社会への貢献とエンゲージメント強化により、中長期的な企業価値向上と人材育成を目指します。

エディオン×パラリンアート　アートコンテストを実施

Paralym Art GOLD PARTNERS 障がい者アートを応援しています

当社は、障がいのある方の社会参加と経済的自立を支援するため、2021年9月より「パラリンアート」のオフィシャルパートナーとして協賛しています。

2025年7～8月には、個性あふれる才能を広く社会に発信する機会を創出するために「エディオンがつなぐ未来の家電と豊かな暮らし」をテーマに、パラリンアートと共催でアートコンテストを開催し、全国から素晴らしい作品が数多く寄せられました。

本協賛を通じて当社はこれからも、多彩な個性が光るアート活動を応援していきます。

アートコンテスト 受賞作品の一例

【金賞】
作者名: くろかわ ようへい さん
作品名:
Beyond convenience,warm your heart every day

【銀賞】
作者名: RIKU さん　作品名: 行こう!

【銅賞】
作者名: RIE さん
作品名: いつでもスタンバイ

グループ全店一斉クリーン活動実施

2007年から毎年、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。2026年は2月18日に実施し、全国約480拠点の従業員が参加しました。

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。
エディオンでは、『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。

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。

人材戦略	重点分野	指標	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	2025年度実績	2030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)	11.0%	11.0%	10.6%	10.5%	9.9%
	女性活躍の推進	女性社員比率(単体、正社員)	14.4%	14.6%	14.6%	14.9%	15.7%
		女性管理職比率(単体)	2.2%	2.4%	3.3%※1	3.3%	4.0%
	ワークライフバランスの重視	離職率(単体)※2	3.32%	4.61%	3.24%	3.74%	—
		有給休暇取得率(単体)	60.1%	69.1%	65.2%	64.7%	70.0%
	従業員満足度の向上	ワークエンゲージメント(単体)	3.73	3.73	3.75	3.81	3.90

※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。

エディオングループ人材育成方針

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本から、2024年度は319本、2025年度は学習に合わせ400本を超える本数に増やしました。

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ました。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

2026年7月現在

<table>
<tr><th>階層</th><th>階層別教育</th><th>選抜教育</th><th>目的別教育</th><th>職能別教育</th><th>現地教育</th><th colspan="3">自己啓発・その他</th></tr>
<tr><td>管理職</td><td>・管理職研修
・新任店長研修</td><td>・選抜部門長研修</td><td rowspan="5">・ハラスメント研修
・新入社員コーチャー※研修
・施工エキスパート研修
・課題別研修
・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</td><td rowspan="5">・部門別・職種別の専門的知識習得研修</td><td rowspan="5">・各部署でのOJT（現場指導・職場内勉強会等）
・新入社員にはコーチャー※制度によるOJT</td><td rowspan="5">資格取得補助</td><td rowspan="5">eラーニング</td><td rowspan="5">通信教育補助</td></tr>
<tr><td>中堅社員</td><td>・店長代理研修
・主任研修</td><td rowspan="2">・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</td></tr>
<tr><td>一般社員</td><td>・リーダー研修
・年次研修（2年・3年）</td></tr>
<tr><td>新入社員</td><td>・新入社員フォロー研修
・新入社員導入研修</td><td></td></tr>
<tr><td>有期社員</td><td>・有期社員研修</td><td>・正社員登用研修</td><td>・ハラスメント研修
・安全運転講習</td></tr>
</table>

※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

人材育成関連の実績

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

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。「従業員が活き活きと働ける健康づくり」を目指し、その実現のために「健康経営戦略マップ」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2026(大規模法人部門)」に認定されました。2020年以降7年連続の認定となっています。

2026 健康経営優良法人 KENKO Investment for Health 大規模法人部門

健康経営戦略マップ

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年度より、男性従業員の育児休業取得促進を目的として、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高めるために、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なっており、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・安否確認システムによる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、いざというとき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。

DE&Iへの取り組み

DE&Iの考え方

当社は「多様性の尊重と人的資本の拡充」を目指し、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容れ、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、外国人採用も継続して行なっており、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ことを目的に、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、様々な障がいのある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、障がいのある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、一時的に転居が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。

社員座談会
～現場から生まれる挑戦と成長～

「現場」で輝く社員の想い。
9割が現場で活躍するエディオン。
働く社員が実感する「最高の働きがい」と
「共に育つ環境」について語ってもらいました。

京都河原町本店（写真左から）
長野 拓哉（入社4年目、季節家電担当）
平尾 郁乃（入社5年目、音響担当）
田坂 寛（店長）
黒部 潤（入社9年目、リーダー職）

＊ 所属・肩書は座談会当時のものです。
（取材日：2026年6月16日）

地域に寄り添う接客、挑戦できる職場

Q：皆さんは入社前と入社後で、会社の印象にギャップはありましたか。

長野： 学生時代に京都河原町本店で買い物をした際、小物商品でも丁寧に案内していただき、「親切なお店だな」という印象を持ちました。入社後もその印象は変わらず、お客様との距離が近く、地域に寄り添う接客が根付いている会社だと思います。

平尾： 私が入社してから実感したのは、アフターサポートの充実度です。「アフターサポートがあるからエディオンを選んだ」と言ってくださるお客様も多く、商品を販売して終わりではない、その後の暮らしまで支える会社なのだと感じています。

黒部： 販売の仕事は商品を売ることが中心だと思っていましたが、実際には事前準備や情報収集が欠かせません。担当以外の売場を任されることも多く、幅広い商品知識を身につけるのは決して簡単ではありませんが、その分、自分のできることが増え、自身の成長につながっていると実感しています。

田坂： 日々の業務の中で、先輩やリーダーに相談したり、自分の希望を伝えたりしやすい職場だと感じますか。

長野： 私はカメラが趣味で、自分の作品を売場に展示させてもらっています。「撮った写真を飾ってもいいですか?」と相談したときに、気軽に「いいよ」と受け入れていただけました。お客様との会話のきっかけになったこともあり、自分の好きなことを仕事に生かせたことが大きな自信につながりました。

黒部： リーダーとして特に意識しているのは、話しかけにくい雰囲気だけは絶対につくらないようにすることと、挑戦したいという意思を尊重することです。「まずはやってみよう」という姿勢を大切にし、失敗を恐れずチャレンジできる職場づくりを心掛けています。

平尾： 私は店舗のSNS配信も担当しています。企画から撮影、配信まで自分たちで考え、お客様との会話や店舗での気づきをヒントに試行錯誤を続けています。反響を得ることは簡単ではありませんが、現場のアイデアを形にできることにやりがいを感じています。

> 社員座談会

人材育成制度と現場で感じる課題

Q: 人材育成やキャリア形成について、現場で特に改善が必要だと感じている点はありますか。

黒部: 部下に仕事を任せる際、一人ひとりのスキルにばらつきがあることに難しさを感じます。入社年数によって十分に学びきれていない分野もあるため、仕事が一部の人に偏ってしまうこともあり、そこは課題だと感じています。

田坂: エディオンでは、2023年度から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、「スキル認定制度」を導入しています。一人ひとりのスキルを可視化し、店舗ごとのスキルの偏りをなくすための取り組みですが、現場でさらに活用しやすくする工夫が必要かもしれませんね。

黒部: スキルアップのための研修はかなり充実していますが、応用的な内容まで含まれているため、担当以外の分野では学習に時間がかかりすぎてしまうことがあります。現場業務と両立しながら学べるよう、基礎を効率よく習得できる仕組みがあれば、より幅広い商品知識を身につけやすくなると思います。

長野: 私は家電製品総合アドバイザーの資格取得も目指したいと考えています。昇格に必要な条件でもありますし、同期で取得している人も増えてきているため、そろそろ自分も取り組まなければと感じています。資格取得に向けた対策も、さらに充実するとありがたいです。

平尾: 女性のキャリアについても、若いうちから将来の働き方を考えられる機会や、気軽に相談できる場がもっとあると心強いと感じます。女性社員がまだ少ないこともあり、身近に同じ目線で相談できる人が多くありません。ライフステージの変化も見据えながら、安心して長く働き続けられる環境がさらに整っていくとうれしいです。

田坂: 人材育成やキャリア形成には、制度だけでなく、相談しやすい環境づくりも重要です。現場の声を取り入れながら、より活用しやすい仕組みへと改善していけるよう働きかけていきたいと思います。

仕事におけるやりがいと今後の目標

Q: 仕事におけるやりがいについて、組織の成長にどのようにつなげていきたいと考えていますか。

長野: お客様から感謝の言葉をいただいたり、以前対応したお客様が再び私を訪ねて来店してくださったりすると、この仕事を続けていて良かったと感じます。新入社員の頃にカメラをご購入いただいたお客様が久しぶりに来店され、「久しぶりに話したかったので」と声を掛けてくださったときは、本当にうれしかったです。

平尾: 私も以前勤務していた円町店で対応したお客様が、私の異動を知って京都河原町本店まで来てくださったことがあります。名前を覚えていただいていたことや、「あのときの商品、良かったよ」と言っていただけることはとても励みになります。

黒部: お客様に喜んでいただくことはもちろんですが、後輩の成長も大きなやりがいです。アドバイスしたことが成果につながり、自信を持って接客できるようになった姿を見ると、自分のこと以上に喜びを感じます。

田坂: 私自身も、日頃から皆さんが生き生きと働ける職場づくりを意識していますが、こうした話を聞くと、とてもうれしく思います。最後に今後の目標について聞かせてください。

平尾: 商品知識がなければ、お客様に満足していただくことはできないという考えが根本にあるので、さらに商品知識を深めたいと思っています。担当商品だけでなく、リーダーや先輩社員の接客スタイルも吸収し、黒部リーダーのように幅広い商品に対応できる力を身につけていきたいです。将来のキャリアについてはまだ具体的に想像できていない部分もありますが、ライフステージの変化も含めて、早い段階から自分なりのプランを考えていきたいと思っています。

長野: 私は入社4年目になりましたが、まだ主体的に動けていないと感じる場面があります。改善点に気づいたら自分から行動し、将来は「困ったらあの人に聞こう」と頼ってもらえる存在になりたいです。昇進や昇格ももちろん目標ですが、後輩や仲間から信頼されることを何より大切にしていきたいと思っています。

黒部: リーダーとしてマネジメントできる領域をさらに広げ、人を育てながら、店舗全体を俯瞰して改善を進められる力を身につけたいと思っています。世の中の変化は激しく、10年後には仕事内容も大きく変わっているかもしれません。だからこそ、自分にできることを一つずつ増やし、どの部署や役割を任されても成果を出せる人材を目指していきたいです。そして、「いてくれると助かる」と周囲から信頼される存在になれるよう、経験を積み重ねていきたいと思います。

田坂: 今回皆さんの話を聞いて、一人ひとりが自ら成長しようと前向きに取り組んでいることを大変頼もしく感じました。一方で、人材育成制度やキャリア支援について、さらに周知し、活用しやすくしていく余地があるという課題も見えてきました。会社の成長を支えるのは人の成長です。現場の声を大切にしながら、一人ひとりが安心して働き、積極的に挑戦ができ、長く活躍できる環境づくりをこれからも進めていきます。

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。

PDF エディオングループ人権方針

PDF エディオングループ調達方針

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。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。

人権教育

エディオンは、人権尊重の理解促進に向けて、管理職を含む全従業員に対してハラスメントに関する当社の方針や事例を共有し、担当者や管理職としての報告手順や対応方法に関する研修を実施しています。これにより、ハラスメントへの理解を深め社内発生の防止および適切な対応に努めています。

カスタマーハラスメントに対する方針

エディオングループは、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」のもと、安心と満足の提供に努めています。今後もお客様からの期待にお応えし、よりよい商品・サービスを提供するためにも、従業員の人権を尊重し、ハラスメント行為から従業員を守ることが重要であると考え、2025年3月に「エディオングループ カスタマーハラスメントに対する方針」を制定しました。

PDF エディオングループ カスタマーハラスメントに対する方針

サプライチェーンマネジメントの取り組み

エディオングループでは、協力会社様・お取引先様を重要なパートナーと考え、「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」と倫理綱領に定めています。仕入先様、協力会社様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、商取引に関する法令・健全な商慣習を遵守し、良好な関係維持のもと、よりよい商品・サービスの実現に向けて協力し活動を行なっています。

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。

メーカー派遣社員との公正な労働慣行

メーカーから派遣される販売支援スタッフは、お客様への商品提案や売場づくりを支える重要なパートナーです。当社では、メーカー派遣社員を含め、店舗で働くすべての方が安心して働ける環境づくりに努めています。関係法令や公正な商慣行を遵守し、適正な契約・受け入れのもとで業務を行なうとともに、労働時間や安全衛生への配慮、ハラスメント防止など、健全な就業環境の確保を推進しています。また、お客様一人ひとりに最適な商品・サービスをご提案できるよう、特定メーカーに偏らない公正な販売活動を心掛けています。

今後もメーカー各社との信頼関係を大切にしながら、販売現場に関わるすべての人が互いに尊重される職場づくりを通じて、お客様への価値提供の向上に取り組んでいきます。

物流サービスの品質向上と労働安全衛生の取り組み

お客様宅での工事や配送については、業種特性および労働災害リスクを考慮し、人権・安全衛生上の重要なリスクと特定しています。そのため当社では、お取引先様と連携した配送・施工管理体制を通じて、工事や配送の品質向上に取り組んでいます。お取引先様の皆様とともに、引き続きお客様目線で活動を行ない、今後もお客様に満足いただけるサービスを提供します。

人権・安全衛生上の対応

リスク低減のため、高所作業やアスベスト対策などの法令遵守に関する安全講習会を実施しています。配送・施工管理体制のもと、実際の配送・工事において法令遵守の状況を確認し、重大な不適合がないことを確認しています。また、軽微な場合でも判明した事項には適切な指示（是正）を実施しています。

- 高所作業安全確保のためのフルハーネス特別講習受講者数: 1,757名（2026年3月時点）
- 高所作業前の転落防止対策の実施状況確認:134,880件（2025年度）

品質・マナー面の対応

お取引先様に対する年2回のマナー研修を実施し、継続的な品質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、より良質なサービスが提供できる体制づくりに注力しています。

また、新規に物流協力会社を選定するにあたっては、サービス品質に加え、安全管理体制やコンプライアンス遵守状況を選定基準とし、当社の基準を満たす企業とのみ契約を締結する厳格な事前審査を行なっています。

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。

持続可能な物流の実現に向けた自主行動宣言

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	• 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	• 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	• 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	• 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	• 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	• 定期的な店舗訪問 • マナー教育研修 • 相談窓口
従業員	• 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	• 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	• 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	• 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	• 法令の遵守、税金の納付 • 地域経済発展への貢献	• 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。

株主総会

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。2025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（2025年度）

対話の形式	実施方法	回数
株主総会	対面	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
スモールミーティング（機関投資家）	Web開催	6回
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）	Web/対面	51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
- 中期ビジョンの進度
- 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」を贈呈しており、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。

株主還元

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	2,000円分	3,000円分	4,000円分
1,000～1,999株	15,000円分			
2,000～4,999株	20,000円分			
5,000～9,999株	25,000円分			
10,000株以上	50,000円分			

エディオンギフトカード

Paralym Art®
障がい者アートを応援しています

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。

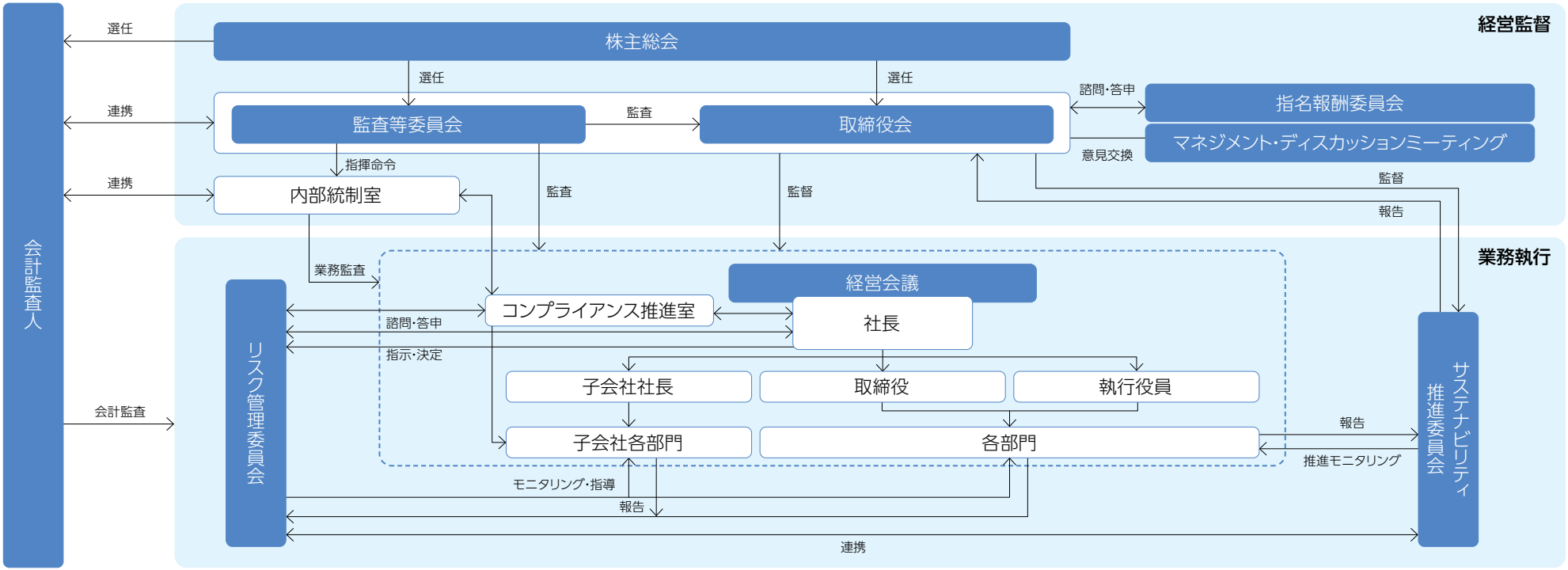
当社グループではこれらを確実に機能させるための経営監視体制構築がコーポレート・ガバナンスの重要な課題のひとつであると認識しています。

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	取締役会の多様性確保
	譲渡制限付株式報酬を導入	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	経営の透明性・効率性の向上
	監査等委員を含む独立社外取締役8名を選任（50%）	監督機能の強化
2026年 1月	コンプライアンス推進室を設置	攻めと守りのバランスを図り、持続的な成長を図る
2026年 6月	監査等委員を含む社外取締役9名を選任（56%）	経営の透明性・効率性の向上

> 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

当社は、社外取締役9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9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。

監査等委員会 開催回数: 14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(監査等委員)3名の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。

> コーポレート・ガバナンス

指名報酬委員会 開催回数: 6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・執行役員の選解任、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

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
(2026年6月26日現在)

指名報酬委員会の独立社外取締役の比率
(2026年6月26日現在)

女性取締役の比率
(2026年6月26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

- マテリアリティに対する取り組み、GHG排出量算定と第三者保証取得、情報開示内容の拡充等

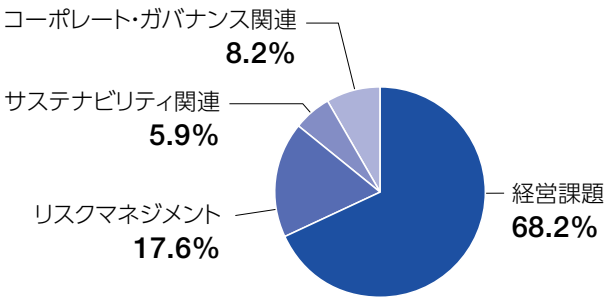
コーポレート・ガバナンス関連

- 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

（2026年6月26日現在）

氏名	役職	取締役会への出席状況	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	100%	●		●	●			●	●	●	●
山﨑 徳雄	代表取締役 副会長執行役員	100%	●	●		●			●	●	●	●
髙橋 浩三	代表取締役 社長執行役員COO	100%	●		●	●			●	●	●	●
石田 亜紀	取締役 常務執行役員	100%	●	●		●	●	●			●	●
井上 利郎	取締役 上席執行役員	100%	●		●							
池畑 裕次	取締役 上席執行役員	100%	●		●			●				
石橋 省三	社外取締役	100%	●	●			●				●	
髙木 施文	社外取締役	100%	●	●						●	●	
眞弓 奈穂子	社外取締役	100%	●	●							●	●
福島 淑彦	社外取締役	100%	●		●				●		●	●
森 忠嗣	社外取締役	100%	●	●		●	●				●	
後藤 研二	社外取締役	新任	●	●	●						●	
山根 よしえ	取締役 (常勤監査等委員)	100%	●						●	●	●	●
坂井 義清	社外取締役 (監査等委員)	100%	●	●	●		●				●	
福田 有希	社外取締役 (監査等委員)	100%		●						●	●	
清水 英昭	社外取締役 (監査等委員)	100%								●	●	

(注) 上記一覧表には、各取締役が有する全ての専門性と経験を表すものではありません。

スキル・マトリックスにおける各スキルの考え方

P61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うえ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2026年3月から4月にかけて「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、2025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、経営指標（ROE、ROIC等）と資本コストを踏まえた経営戦略に関する議論や、サステナビリティ経営の推進に関する項目の評価など、前年より向上した項目が多くあった一方、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引き続き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。

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しています。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。

北海道LC（ロジスティクスセンター）での視察の様子

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、執行役員の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 （2026年6月26日現在）※所有株式数は2026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: 2,279,763株

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)

山﨑 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: 82,550株

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
2012年 6月　当社常務取締役
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
2023年10月　当社経営企画本部、総務人事本部、フランチャイズ統括部、店舗開発統括部管掌
2024年 6月　当社代表取締役副会長執行役員(現)

髙橋 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: 54,465株

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 兼 IR管掌

1972年8月21日生

所有株式数: 19,651株

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: 11,850株

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: 48,082株

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)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

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

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)

髙木 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

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　髙木法律事務所開設 (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

主な略歴

1993年 7月　チューリッヒ・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・マネージメント(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

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

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(現(株)梅の花グループ)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 経営企画室長、システム企画室担当、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
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
2025年 1月　学校法人先端教育機構事業構想大学院大学事業構想研究所客員教授(現)

後藤 研二

社外取締役

1968年12月21日生

所有株式数: 0株

主な略歴

1991年 4月　兼松(株)入社
1999年12月　日興證券(株)(現SMBC日興証券(株))入社
2003年 7月　伊藤忠商事(株)入社
2010年10月　いちごグループホールディングス(株)(現いちご(株))入社
2011年 3月　同社執行役
2012年 2月　いちご不動産投資顧問(株)(現いちご投資顧問(株))執行役
2019年 7月　(株)極楽湯ホールディングス取締役
2020年 3月　(株)Mirai Nihon Ventures 代表取締役(現)
2025年 6月　(株)極楽湯ホールディングス取締役 専務執行役員(現)
2025年10月　アビスパ福岡(株)取締役(現)
2026年 6月　当社社外取締役(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: 6,793株

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

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

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
1996年 5月　日本電信電話(株)(現NTT(株))信越支社経理部長
1999年 7月　東日本電信電話(株)(現NTT東日本(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

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 (2026年9月1日現在)

上席執行役員

開発戦略本部長	藤原 弘和
フォーレスト(株) 代表取締役社長	山田 英司
(株)EDIONクロスベンチャーズ 代表取締役社長	村上 淳
ELS本部長	門世 栄次郎
開発戦略本部 店舗戦略統括部長	長崎 充善
営業本部 マーケティング統括部長	長谷川 剛
営業本部 GS地区長	北川 和男
IT戦略本部長	山本 賢
営業本部 商品統括部長	兵頭 剛
営業本部 販売統括部長	松村 一史

執行役員

会長秘書室長	岡嶋 正幸
総務人事本部 人事統括部長	片山 智也
なんば本店長	木下 智博
サステナビリティ推進部長	向田 万里子
営業本部 販売統括部 中部地区長	村松 源三
営業本部 販売統括部 中四国地区長	藤井 博文
営業本部 フランチャイズ統括部長	西 哲也
開発戦略本部 店舗開発統括部長	宮浦 正実
物流サービス統括部長	千原 純一
人材開発統括部長	古子 実紀
経営企画本部 財務経理統括部長	新具 邦康
営業企画統括部長	草野 正史
営業本部 販売統括部 近畿地区長	米田 淳
総務人事本部長	高橋 大介
ELS本部 ELS統括部長	竹田 昌市

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、社内体制を整備しています。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。

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、2025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。

エディオングループ倫理綱領

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いきます。

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いきます。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。

コンプライアンス推進室の新設

エディオングループでは、世の中のコンプライアンス領域の広がりに対し、2026年1月に「コンプライアンス推進室」を設置し、本格稼働させ、攻めと守りのバランスを図り、態勢の高度化を進めています。

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。2025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。

競合に関するリスク

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ことが見込まれる場合、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。

店舗開発に関するリスク

当社の出店条件に合致する物件が出店計画数に満たない場合には、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。

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。

疫病・感染症の流行に関するリスク

当社グループの出店する地域において疫病・感染症の流行が発生した場合、来店客数の減少や営業時間の短縮による売上の減少などが発生し、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。

事業等のリスク（詳細）

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ます。

BCP基本方針

情報セキュリティ

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、情報の取り扱いに対する従業員教育にも力を注いでいます。

個人情報保護方針

情報セキュリティの基本方針

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ポリシー」のもと、「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。

情報セキュリティ体制

エディオングループは、情報セキュリティ推進事務局を設け、グループ全体のセキュリティ対策の強化と安全な業務環境の維持に努めています。

情報セキュリティの教育・研修

エディオングループの従業員に対し、不審なメールへの注意喚起・対応や、報告フローの定期的な案内など企業を標的としたランサムウェアの啓発にも努めています。また、報告された不審なメールについては、情報セキュリティ推進事務局にて審査し、適切な処置を行なっています。

情報セキュリティに関する教育の実績

区分	内容	実施時期
セキュリティ教育	継続的な教育	年5回(店長:2回、店長代理:2回、新入社員:1回)
メール訓練	継続的な教育	年4回
インシデント発生時の対策体制	体制ルールの確立	規定に基づき推進と報告を実施

エディオングループ情報セキュリティポリシー

エディオングループ各社は、「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、店舗での販売、通信販売を含む特定商取引、配送、据付および修理などお客様との様々な接点を通して優れた商品とサービスをご提供することで、お客様の満足と信頼を得ることを目指しています。そのため、グループの企業活動において、お客様の情報の適切な管理が重要な経営課題であることを認識し、情報セキュリティに関する取り組み方針として「情報セキュリティポリシー」を宣言し遵守してまいります。

1. 情報セキュリティ体制の構築
エディオングループは、代表取締役社長を委員長とするリスク管理委員会の下に情報セキュリティに関する会議体を設置し、保有する全ての情報資産の保護および適切な管理を行なう体制の強化に努めます。また、委員長がリスク管理委員会の内容を適宜取締役会に報告することにより、取締役会が監督する体制を構築します。

2. 内部規程の整備と周知徹底
エディオングループは、エディオングループ情報セキュリティポリシー(以下、「ポリシー」という。)に基づき、遵守すべき情報セキュリティに関する事項をエディオングループ情報セキュリティ管理規程(以下、「管理規程」という。)に定めグループ各社内に周知徹底します。

3. 適切な情報セキュリティ対策
エディオングループは、情報資産に係る不正アクセス・破壊・情報漏えい・改ざんなどの事故を未然に防止するため、管理規程に基づき組織的・物理的・技術的・人的安全管理措置の観点から情報セキュリティ対策を実施します。

4. 業務委託先の適切な管理
エディオングループは、業務を委託する場合、業務委託先としての適格性を十分に審査し、当グループ各社と同等以上のセキュリティレベルを維持するよう要請しています。また、これらのセキュリティレベルが適切に維持されていることを確認するために、業務委託先への定期的な監査などを実施します。

5. 継続的な教育・訓練
エディオングループは、ポリシーおよび管理規程に定めた情報セキュリティ対策を実施するため、教育・訓練を継続的に実施します。

6. 適切、速やかなインシデント対応
エディオングループは、エディオングループ内で発生した情報セキュリティインシデント*に適切かつ速やかに対処し、必要な再発防止策を講じます。

7. 監査によるポリシー等の有効性確保
エディオングループは、ポリシーおよび管理規程が遵守され有効に機能していることを確認するため、定期的かつ必要に応じて監査を実施します。

8. 継続的改善の実施
エディオングループは、以上の取り組みを定期的に評価、見直すことにより、情報セキュリティマネジメントの継続的改善を実施します。

*情報セキュリティインシデント…不正アクセスや情報漏洩等の情報セキュリティに関する事件や攻撃、また、システムの不具合やアクセス制御の誤りといったセキュリティ上の弱点等、エディオングループの情報セキュリティを脅かす事象をいう。

制定 2008年4月1日
最終改定 2025年12月1日

11年間財務・非財務サマリー（連結）

	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3	**2026/3**
業績											（百万円）
売上高	692,087	674,426	686,284	718,638	733,575	768,113	713,768	720,584	721,085	768,129	**793,746**
営業利益	17,050	15,273	15,378	17,842	12,284	26,785	18,796	19,186	16,929	23,394	**25,782**
経常利益	17,275	16,005	16,167	18,889	13,365	27,811	21,589	19,248	17,339	24,350	**26,640**
親会社株主に帰属する当期純利益	6,022	13,118	8,944	11,642	10,977	16,633	13,109	11,393	9,021	14,118	**15,453**
財政状態											
総資産額	360,307	368,161	369,448	355,947	350,024	386,425	377,970	369,365	431,694	434,830	**433,550**
純資産額	141,986	151,512	169,005	178,172	180,400	193,841	199,480	201,656	214,921	222,946	**234,957**
キャッシュ・フロー											
営業活動によるキャッシュ・フロー	37,154	19,333	21,553	28,304	25,278	42,964	10,576	12,139	19,962	30,711	**30,834**
投資活動によるキャッシュ・フロー	△9,753	△13,484	△8,944	△12,419	△5,559	△7,975	△10,518	△8,336	△68,717	△15,430	**△15,101**
財務活動によるキャッシュ・フロー	△24,156	△8,168	△14,308	△15,077	△12,780	△7,891	△13,245	△20,452	47,531	△18,457	**△15,606**
現金および現金同等物の期末残高	12,246	9,927	8,227	9,035	15,974	43,072	29,885	13,235	12,011	8,834	**8,958**
1株当たり情報											（円）
当期純利益	60.04	133.04	90.84	105.34	101.33	155.34	125.41	112.36	90.07	134.33	**146.36**
潜在株式調整後当期純利益	47.66	102.89	71.90	93.78	90.49	139.79	112.60	100.32	81.35	128.80	**145.96**
配当金	22.00	26.00	28.00	32.00	34.00	46.00	44.00	44.00	45.00	47.00	**48.00**
純資産額	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	**2,217.06**
指標											（%）
自己資本比率	39.4	41.2	45.7	50.1	51.5	50.2	52.8	54.6	49.7	51.2	**54.1**
自己資本利益率（ROE）	4.2	8.9	5.6	6.7	6.1	8.9	6.7	5.7	4.3	6.5	**6.8**
売上高営業利益率	2.5	2.3	2.2	2.5	1.7	3.5	2.6	2.7	2.3	3.0	**3.2**
株価収益率（PER）（倍）	14.22	7.69	13.63	9.17	8.81	7.98	9.05	11.41	17.19	13.97	**14.76**
株価純資産倍率（PBR）（倍）	0.59	0.66	0.81	0.60	0.53	0.68	0.58	0.63	0.76	0.88	**0.97**
投下資本利益率（ROIC）※含CB	4.1※1	4.0※1	4.2	5.0	4.2	7.0	4.9	5.2	3.5	5.2	**5.8**
D/Eレシオ（倍）※含CB	0.7	0.6	0.4	0.4	0.3	0.3	0.3	0.2	0.4	0.4	**0.3**
配当性向	36.6	19.5	30.8	30.4	33.6	29.6	35.1	39.2	50.0	35.0	**32.8**

※1 税率変更などにと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	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3	**2026/3**
従業員数合計（人）	15,645	15,227	15,496	15,535	15,889	16,209	16,434	16,165	15,947	15,966	**15,675**
うち従業員数（正社員）（人）	8,663	8,551	8,653	8,761	8,778	9,007	9,158	9,258	9,170	9,315	**9,148**
うち従業員数（臨時従業員）※8時間換算（人）	6,982	6,676	6,843	6,827	7,111	7,202	7,276	6,907	6,777	6,651	**6,527**
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	**36.7**
独立社外役員比率（%）	16.7	14.3	40.0	44.4	44.4	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	**50.0**
総店舗数	1,206	1,185	1,186	1,191	1,184	1,187	1,202	1,208	1,202	1,190	**1,180**
総売場面積（千㎡）※FC店除く	1,024	1,019	1,020	1,039	1,055	1,058	1,086	1,087	1,121	1,127	**1,127**
エディオンカード会員（万人）	469	475	482	489	490	486	485	485	483	480	**508**
あんしん保証カード会員（万人）	640	720	775	798	809	829	838	854	866	863	**941**
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	38,498	**37,340**
小型家電リサイクル回収量（t）※1	6,346	6,928	7,619	7,760	9,073	8,853	8,135	8,718	6,977	6,838	**7,200**
GHG排出量（t-CO_2e）※2	151,306	138,773	126,736	111,327	112,809	110,994	—	—	—	—	**—**
Scope 1	—	—	—	—	—	—	21,108	20,273	18,433	21,104	**21,125**
Scope 2	—	—	—	—	—	—	93,705	85,470	100,198	99,096	**96,566**
Scope 3	—	—	—	—	—	—	36,976※3	10,613,896	10,554,915	10,117,475	**9,752,714**
太陽光発電システムの設置拠点数※4	26	53	65	72	72	72	70	74	81	87	**90**
うち自家消費型の設置拠点数※4	—	—	—	—	—	—	—	—	7	14	**18**
うち電力購入契約（PPA）の設置拠点数※4	—	—	—	—	—	—	—	5	7	7	**7**
太陽光発電（FIT・自家消費型・PPA）の総発電量（千kWh）※4	—	2,338	3,334	4,622	4,524	4,608	4,197	5,000	5,932	6,864	**8,592**
太陽光発電（FIT・自家消費型・PPA）のGHG排出抑制効果（t-CO_2e）※4※5	—	1,372	1,727	2,293	2,090	2,051	1,817	2,170	2,598	2,903	**3,634**

※1 当社拠点（直営店舗等）の回収分および自治体からの受入分を含みます。
※2 2021年度よりScope 1・2・3の算定方法を変更しています。
※3 Scope 3のうち、一部のカテゴリーのみ算定しています。
※4 項目名を変更するとともに、2022年度から2024年度（当社・サンキューの2社合計）の内容を修正しています。なお、2025年度より集計範囲を連結に変更しています。
※5 本数値は当社のScope 2削減量を示すものではなく、FIT売電分を含む総発電量がもたらす社会全体のGHG排出抑制効果の目安として、一定の排出係数等に基づき算出した参考値を掲載しています。

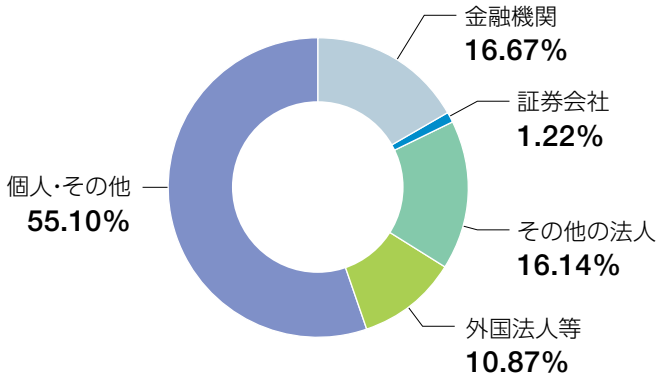
会社情報 (2026年3月31日現在)

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	15,675名 (正社員9,148名、臨時従業員6,527名)

株式情報 (2026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	187,505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 (2026年3月31日現在)



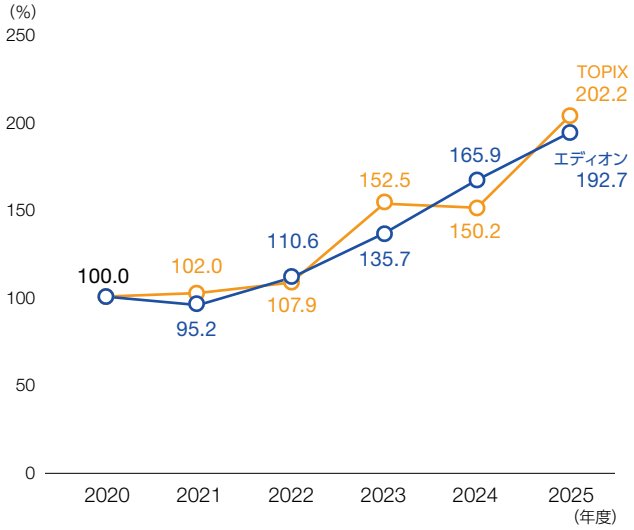
※単元未満株式数を含む

大株主(上位10名) (2026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	9.67
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	8,436	7.98
エディオングループ社員持株会	7,257	6.86
株式会社ダイイチ	3,449	3.26
久保　允誉	2,277	2.15
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,759	1.66
エディオングループ取引先持株会	1,654	1.56
住友生命保険相互会社	1,624	1.54
株式会社広島銀行	1,621	1.53
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001 (常任代理人 株式会社みずほ銀行)	1,414	1.34

(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6,265,922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))
(2026年3月31日現在)



社外からの主な評価

MSCI ESG レーティング AAA評価（2026年3月時点）

The use by EDION Corporation of any MSCI Solutions LLC and related entities ("MSCI") data, and the use of MSCI logos, trademarks, service marks or product names, do not constitute a sponsorship, endorsement, recommendation, or promotion of EDION Corporation by MSCI. MSCI ESG Ratings are solely the opinion of MSCI Solutions. MSCI services and data are the property of MSCI or its information providers, are provided 'as-is' and without warranty, and MSCI disclaims all liability, including for any damages. All uses of any Rating are also subject to the disclaimer at: https://www.msci.com/legal/notice-and-disclaimer and https://www.msci.com/legal/sustainability-and-climate-resourcesand-disclosures/msci-sustainability-and-climate-methodologies, each of which may be updated by MSCI from time to time.

MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数

2026 CONSTITUENT MSCI日本株
ESGセレクト・リーダーズ指数

FTSE JPX Blossom Japan Index（2026年6月時点）

FTSE JPX Blossom
Japan Index

FTSE JPX Blossom Japan Sector Relative Index
（2026年6月時点）

FTSE JPX Blossom
Japan Sector
Relative Index

S&P/JPXカーボン・エフィシェント指数（2026年3月時点）

S&P/JPX
カーボン
エフィシェント
指数

社外評価

グループ会社（2026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）	大阪市淀川区	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 (注2)	広島市中区	2,099	プロサッカーチームの運営	76.10

（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、資金の貸付けおよび余剰資金の受入れ等一元管理を行なっています。
2. 特定子会社に該当しています。
3. 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。
4. 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。
5. 2026年4月1日付で、当社と連結子会社である株式会社PTNは、当社を存続会社、株式会社PTNを消滅会社とする吸収合併を行なっています。

EDION

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）