

変わりゆくニーズや時代の変化に対応し、
皆様から応援されるコジマを目指して
企業価値向上を図ってまいります。



代表取締役社長
中澤 裕二

▶ 第60期の業績を振り返って

第60期は、ウクライナ危機などの地政学的なリスクや、中国のロックダウンによる商品供給の停止、福島県沖地震などの自然災害や、数十年ぶりの円安による物価高騰、更に新型コロナウイルス感染症に関しては、第7波によって全国各地で過去最多の感染者数となるなど、様々な問題に直面した一年でした。

そのような中でも、当社は、引き続き感染防止対策や、ワクチンの職域接種などを実施しながら、地域のお客様の必要にお役に立てるよう、店舗運営やサービスの推進に取り組んでまいりました。店舗における集客力の強化や、店舗、EC、法人における高付加価値商品の販売強化による粗利改善への取り組み、経費のコントロールを行い、上期においては、計画を大きく上回り、しっかりと業績を伸ばすことができました。

下期においては、上期とは異なり、商品供給の影響や巣ごもり需要の反動減により、厳しい状況が続きました。

史上最速の梅雨明けとなって季節商品の好調を期待しておりましたが、想定どおりに実績を伸ばすことができず、非常に苦戦しました。

その結果、通期では、売上高は2,793億74百万円、営業利益は81億7百万円、経常利益は85億25百万円、当期純利益は57億61百万円となりました。4月に上方修正した計画に対しては、経常利益が達成し、営業利益、当期純利益においては若干届かなかったものの、2021年8月に引き続き、高い水準で着地することができました。

▶ サステナビリティ経営の推進について

先の見通しが不透明な状況の中でも、引き続き社会から必要であり続ける会社として、継続して成長するために、

「家電を通じて笑顔あふれる 明るく暖かいみらいをつくる 暮らし応援企業であること」を当社のパーパスと定めました。そして、2022年4月に「私たち『暮らし応援コジマ』は家電を通じて地域社会の持続的な発展を応援し 笑顔あふれる明るく暖かいみらいをつくります」というコジマのSDGs宣言を公表しました。これは、当社の企業価値の向上に向けて、暮らし応援の幅を社会や環境との関係性にまで広げた、コジマ流のサステナビリティ経営を進めていくうえでの指針となるものです。

このSDGs宣言のもと、当社が取り組むべき6つのマテリアリティを特定しました。マテリアリティは、当社がこれまで大切にしてきた価値観や環境、社会面のリスクと機会を分析し、社内の幅広いメンバーから意見を聞き、更に専門家の視点も取り入れ、「みらい家電応援」「リサイクル応援」「みらい応援店舗」「みんなのまち応援」「こども応援」「働くなかま応援」の6つとしました。特定した6つのマテリアリティに対しては、当社がこれまで行ってきた地域と連携した活動や、環境に優しい家電の普及促進、3Rの推進、働きやすい環境や制度の整備などを中心に、より具体的なアクションプランを策定し、取り組んでまいります。また、TCFD提言への賛同表明や、取締役会のもとに独立した諮問委員会としてサステナビリティ推進委員会を設置し、様々な取り組みを検討し実行することで、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

▶ 事業戦略について

引き続き「生産性の向上」と「持続的な成長」を2大戦略に掲げるとともに、厳しい市場環境の中においても長期的な維持発展を実現すべく、①収益性(短期的)、②成長性(中期的)、③社会性(超長期的)の3つの観点に



基づき事業に取り組み、企業価値の向上に努めてまいります。

①収益性として

お客様のお住まいの近くに店舗を構える「くらし応援」企業として、引き続き多くのお客様に店舗にお越しいただけるよう、魅力ある店舗づくりを進めてまいります。コロナ禍が落ち着きつつあり人流がこれまでと変わる中、郊外型の店舗では、より地域に密着した取り組みが重要になってくると考えています。今までも取り組んできた地方自治体と連携した物産展イベントの実施、親子連れのお客様に人気の「ミニ四駆イベント」の開催、「コジマの朝市」やお得なギフト商品を集めた「大特価市」など、家電の購入以外にも地域の皆様に喜んでいただけ、ご来店の機会に繋がる企画を実施いたします。また、ビックカメラグループの専門性や取り扱い商品の強みを活かし、新たな商品カテゴリの導入も継続してまいります。ECとリアル店舗の融合では、コジマネットで取り置きを申し込んだ商品を、店頭でお支払い・受け取りができる「店舗で受け取り」サービス

の拡充で、利便性の向上を図ってまいります。

更にお客様に接する販売員にとって最も重要な、「接客力」の強化に努めます。お客様が気付いていなかったニーズを引き出し、ご提案できる販売員を育成することで、お客様に選ばれる店舗を目指してまいります。CS推進室の新たな設置や、電子棚札の導入などによる業務効率の改善を行い、これまで以上に接客の時間を創出し、商品の機能説明のみに重きを置いた商品提案ではなく、情緒的価値をしっかりと伝えることで他社との差別化を図り、売上の向上を目指してまいります。

また、店舗戦略としては引き続き地域の特性を踏まえた対応を強化してまいります。2022年8月に、創業の地である栃木県の宇都宮駅前にオープンした「Utsunomiya Terrace」に「コジマ×ビックカメラ 宇都宮テラス店」を出店しました。宇都宮では2023年に次世代型路面電車システム「LRT」の開業が予定されており、更なるお客様のご来店を見込んでおります。また2022年10月には、3月の

福島県沖地震の影響により休業しておりました「コジマ×ビックカメラ 福島店」を改装し、フルリニューアルオープンいたしました。安全に配慮した工事を施すだけでなく設備の充実も図り、多様なお客様にご利用いただきやすい店舗に生まれ変わっております。

②成長性として

成長事業としては特に「住設事業」の拡大を図ってまいります。第61期のスタートにあたり「住設事業室」を「住設事業部」に昇格させました。今後需要増加が期待される太陽光発電・蓄電池等、再生可能エネルギーを活用した商品については、新たに設置した「再生エネルギー推進室」のもと、前期で50人配置した専任担当者を更に100人規模に拡大し、事業活動を強化します。店頭での訴求を強化するほか、他業種企業様と協力したイベントの開催など、より多くのお客様に商品を提案してまいります。リフォームにおいては、中古住宅市場の拡大に伴い、成長できる分野として外壁屋根の塗装や修繕リフォームの提案を全店舗で進めてまいります。

更に、既存店舗の住設部門を強化するリニューアルを推進し、太陽光発電や蓄電池、エコキュートなどの組み合わせを活用しエネルギー使用量を最適にコントロールする「スマートハウス」に加えて、インターネットと連動したエアコンや防犯カメラなど「IoT家電」を活用することにより、快適で安心・安全な生活を実現する「スマートホーム」の提案も行っています。

③社会性として

会社が将来にわたり成長するために、最も大切な資本は「従業員」であると考えています。

社長である私がCWO(最高健康責任者)として、健康に関する課題の改善を目指す健康経営の推進や、活躍でき

る人材の育成等に取り組んでまいります。また、従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる法人として、「健康経営優良法人」の大規模法人部門の認定を3年連続で取得しています。従業員が心身の健康づくりに主体的に取り組める環境を引き続き提供してまいります。更に、若手管理職の積極登用や継続再雇用年齢の引き上げを含めたライフステージに合わせた活躍の場の拡大、女性従業員の活躍機会を増やすなど、組織活性化を図り、2022年6月には、女性活躍推進の取り組み状況が優良な企業として、厚生労働省より「えるぼし認定」(第2段階目)を取得しました。引き続き従業員一人ひとりがいきいきと働ける職場環境を整え、エンゲージメントの向上を目指してまいります。

▶地域の皆様に愛されるコジマへ

ビックカメラグループの企業の中でも、お客様のお住まいの近くに店舗を構える家電量販店として、地域のお客様に必要とされ、成長できるよう、当社が取り組むべきマテリアリティに対し、従業員一人ひとりが自主性・主体性を持って行動してまいります。お客様の変りゆくニーズや価値観にいち早く気づき、素早く対応し、「地域の皆様に愛されるコジマ」を目指してまいります。そしてまた、新たに設置したサステナビリティ推進委員会のもと、地球環境問題などの長期的な社会的課題に対しても議論を重ねて対応してまいります。コジマを取り巻くステークホルダーは多様です。従業員、お客様、お取引先様、地域社会、そして、投資家・株主の皆様との対話を大切にしてエンゲージメントを高め、皆様から応援されるコジマとなれるよう、サステナビリティ経営を今後も推進してまいります。