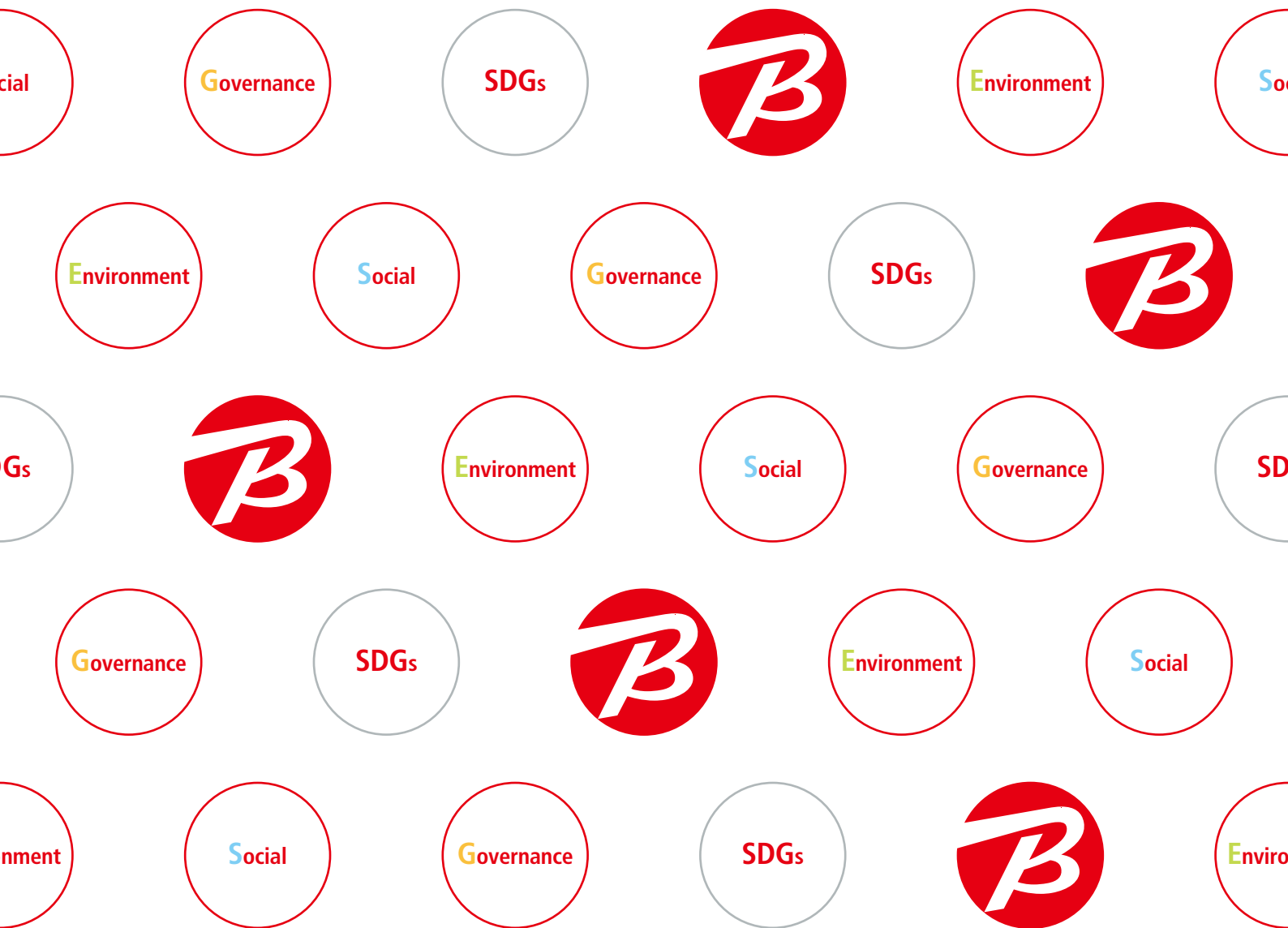


統合報告書2019

2019年8月期





目次

02 数値でみるビックカメラグループ

04 価値創造の歴史

06 価値創造プロセス

08 社長メッセージ

12 事業戦略

14 特集1：
循環型社会の実現に向けて

16 特集2：
ビックカメラ「健康経営宣言」

18 環境への取組み

20 お客様への取組み

22 従業員への取組み

24 社会への取組み

26 コーポレート・ガバナンス

29 財務レビュー

31 企業情報

編集方針

当社グループの価値創造プロセスや事業戦略、ESG情報等、すべてのステークホルダーの皆様に分かりやすくご報告することを基本方針としています。また、本報告書は「国際統合報告評議会(IIRC)」が提唱する「国際統合報告フレームワーク」を参照し編集しており、財務情報と非財務情報をまとめ、どのように長期にわたり価値を創造するかを説明する「統合報告書」として発行しています。本報告書に記載されていない詳細な情報については、当社ホームページにて情報を開示しています。

株主・投資家情報サイト

<https://www.biccamera.co.jp/ir/index.html>

[対象範囲]

本報告書はビックカメラグループを対象にしていますが、一部データと取組みについては、株式会社ビックカメラの活動を対象に報告しています。

[対象期間]

2018年9月1日～2019年8月31日

ただし、一部に当該期間外の取組みが含まれています。

[発行日]

2019年11月

[参考にしたガイドライン]

国際統合報告評議会(IIRC)の「国際統合報告フレームワーク」を参考にしています。

[将来に関する予測・予想・計画に関する注意事項]

本報告書にはビックカメラグループの過去と現在の事実だけでなく、発行時点における計画や見通しに基づいた将来予測が含まれています。将来予測は、記述した時点で入手可能な情報から判断した仮定ないし見込みであり、諸条件やさまざまな外部環境の要因などにより、当初の見込みとは異なる結果となる可能性があることをご了承ください。

ビックカメラ



誕生感謝祭 11.22^{FR}-25TH 感謝をカタチに、すべての人の生活を応援します。

ビックカメラ企業行動憲章

ビックカメラは、次の9原則に基づき、人権を尊重し、関係法令、国際ルールおよびその精神を遵守するとともに、社会的良識をもって、「お客様第一主義を実践し、最高のサービスをお客様に提供することで社会に貢献する」との経営理念のもと、「一人ひとりのお客様を大切に、最高の満足と喜びを感じていただけるよう、笑顔と真心を込めた言葉で接します」をスローガンに、「より豊かな生活を提案する、進化し続けるこだわりの専門店の集合体」を目指して活動を続けてまいります。

1.【お客様第一主義の実践】

社会的に有用な商品・サービスを安全性や個人情報・顧客情報の保護に充分配慮して提供し、お客様に満足していただき、信頼を得ます。

2.【コンプライアンスの徹底】

公正、透明、自由な競争ならびに適正な取引を行います。また、政治、行政とは健全かつ正常な関係を保ちます。

3.【企業情報の公正・適時開示】

株主はもとより、広く社会とのコミュニケーションを行い、企業情報を積極的かつ公正に開示します。

4.【健全な職場の育成】

従業員の多様性、人格、個性を尊重するとともに、安全で働きやすい環境を確保し、ゆとりと豊かさを実現します。

5.【環境問題への取り組み】

環境問題への取り組みは人類共通の課題であり、企業の存在と活動に必須の要件であることを認識し、自主的、積極的に行動します。

6.【積極的な社会貢献】

「良き企業市民」として、積極的に社会貢献活動を行います。

7.【反社会勢力の排除】

市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体とは断固として対決します。

8.【経営トップのリーダーシップ】

経営トップは、本憲章の精神の実現が自らの役割であることを認識し、率先垂範の上、社内に徹底するとともに、グループ企業や取引先に周知させます。また、社内外の声を常時把握し、実効ある社内体制の整備を行うとともに、企業倫理の徹底を図ります。

9.【問題の解決・罰則など】

本憲章に反するような事態が発生したときには、経営トップ自らが問題解決にあたる姿勢を内外に明らかにし、原因究明、再発防止に努めます。また、社会への迅速かつ確かな情報の公開と説明責任を遂行し、権限と責任を明確にした上、自らを含めて厳正な処分を行います。

2006.7.25制定

株式会社ビックカメラ 代表取締役社長 宮嶋 宏幸

数値でみるビックカメラグループ



グループの業績・財務

売上高

8,940億円

1株当たり配当金

20円

営業利益

229億円

自己資本比率

33.4%

ROA

6.8%

ROE

10.6%

「生産性の向上」と「持続的な成長」を2大戦略に掲げ、グループの企業価値向上を図っています。2019年8月期の売上高は既存店での拡大に加え、インターネット通販が伸長し過去最高を更新したものの、今後の成長に向けた積極的な設備投資を行った結果、減益となりました。業績に応じた適正な利益配当の実施を基本方針に、株主の皆様への利益還元を行っています。



店舗／物流ネットワーク

221店舗／9拠点

(2019年11月16日現在)

ビックカメラ、コジマ、ソフマップ、ビックアウトレットのブランドを、お客様のニーズに応えながら、より豊かな生活を提案する専門店の集合体として、全国で展開しています。また、ECマーケットの拡大にも対応する9つの物流拠点を設置し、効率的な物流ネットワークを稼働しています。物流拠点では、棚移動ロボット等の機械導入による効率化も進めています。



連結従業員数

8,742名

「お客様第一主義を実践し、最高のサービスをお客様に提供することで社会に貢献する」との経営理念のもと、従業員一人ひとりが挑戦を続けながら活動しています。



女性役員比率

20.0%

女性が活躍できる雇用環境の整備を行うための行動計画を策定し、女性向けキャリア形成セミナーを開催するなど、女性役職者の育成を図っています。



家電アドバイザー／自転車整備士

919名／147名

製品の仕組みや使用方法を熟知した販売員が、お客様にアドバイスや正しい使用方法をお伝えすることにより、誤使用による製品事故防止に貢献しています。



PB(プライベートブランド)商品

6,187SKU

お客様ニーズに応えるPB商品の開発を推進するとともに、ブランドコンセプトの明確化による認知度向上と差別化を図り、更なる成長を目指しています。



CO₂排出量(t-CO₂)

前年同期比 5.1%削減

店舗内の照明を蛍光灯から、省エネ性能の高いLED照明へ切り替えたことで、CO₂排出量削減に貢献しています。



エネルギー使用量(kWh)

前年同期比 2.7%削減

店舗内のLED化とあわせ、省エネルールの徹底をすることにより、エネルギー使用量の削減に貢献しています。



容器包装削減実績(kg)

前年同期比 34.9%削減

店頭で使用するレジ袋と、インターネット通販で使用する段ボールのサイズの適正化を図り、容器包装の削減に貢献しています。



小型充電式電池回収実績

15,398kg

一般社団法人JBRC主催の「小型充電式電池リサイクルパワーアップキャンペーン」に参画し、デジタルカメラ、ノートパソコン等に使用されている小型充電式電池の回収活動に積極的に取り組んでいます。



使用済み携帯電話回収実績

8,005台

希少金属の回収と不正使用の防止のため、お客様がご不要になった携帯電話・PHS、バッテリー、充電器、アダプターの回収を実施し、リサイクル活動に取り組んでいます。



小型家電リサイクル
再資源化実績

91.9t

環境省・経済産業省から認定を受けた「小型家電リサイクル法」の認定事業者と連携して、パソコン・小型家電の回収・リサイクル活動に取り組んでいます。

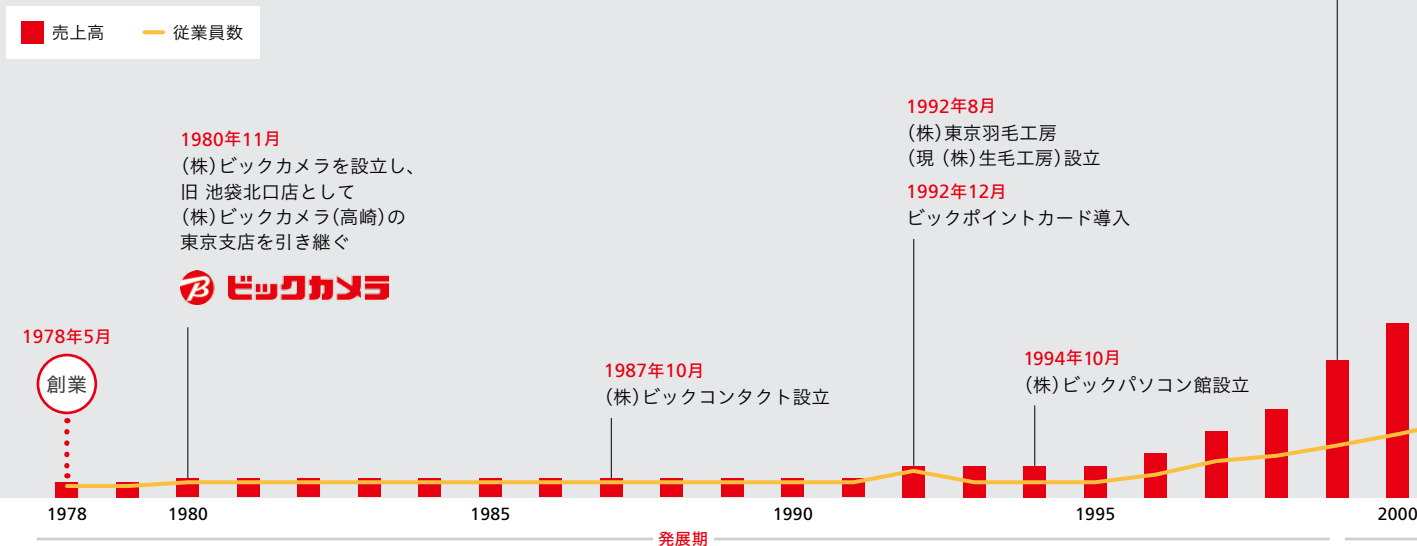
価値創造の歴史

ビックカメラは、「より豊かな生活を提案する、進化し続けるこだわりの専門店の集合体」を目指して、音響映像商品、情報通信機器商品、家庭電化商品、ゲーム・時計・玩具等の取扱商品の拡大をするとともに、「都市型」×「駅前」×「大型」を中心とした店舗出店やインターネットショッピング事業の拡大を進めてきました。またロードサイド型店舗を運営する株式会社コジマやリユース事業・サポートサービス事業を強みとする株式会社ソフマップ等と提携し、グループの強化にも努めてきました。

今後もビックカメラグループは、「お客様第一主義を実践し、最高のサービスをお客様に提供することで社会に貢献する」との経営理念のもと、社会貢献と業績向上の両立を目指すとともに、環境配慮企業のトップランナーとして社会的な責任を果たしつつ、企業価値の更なる向上を目指していきます。

1999年8月
日本ビーエス放送企画(株)
(現 日本BS放送(株))設立

売上高推移と従業員数推移(連結)



お客様第一主義のもとカメラ専門から家電・パソコンなど取扱商品を拡大

創業当初はカメラ専門店からスタートしたビックカメラは、家電・パソコンなど多様な商品を取り扱うようになり「こだわりの専門店の集合体」の礎を築きました。1992年にはお客様第一主義のもとビックポイントカードを導入しました。



発展期

1978年

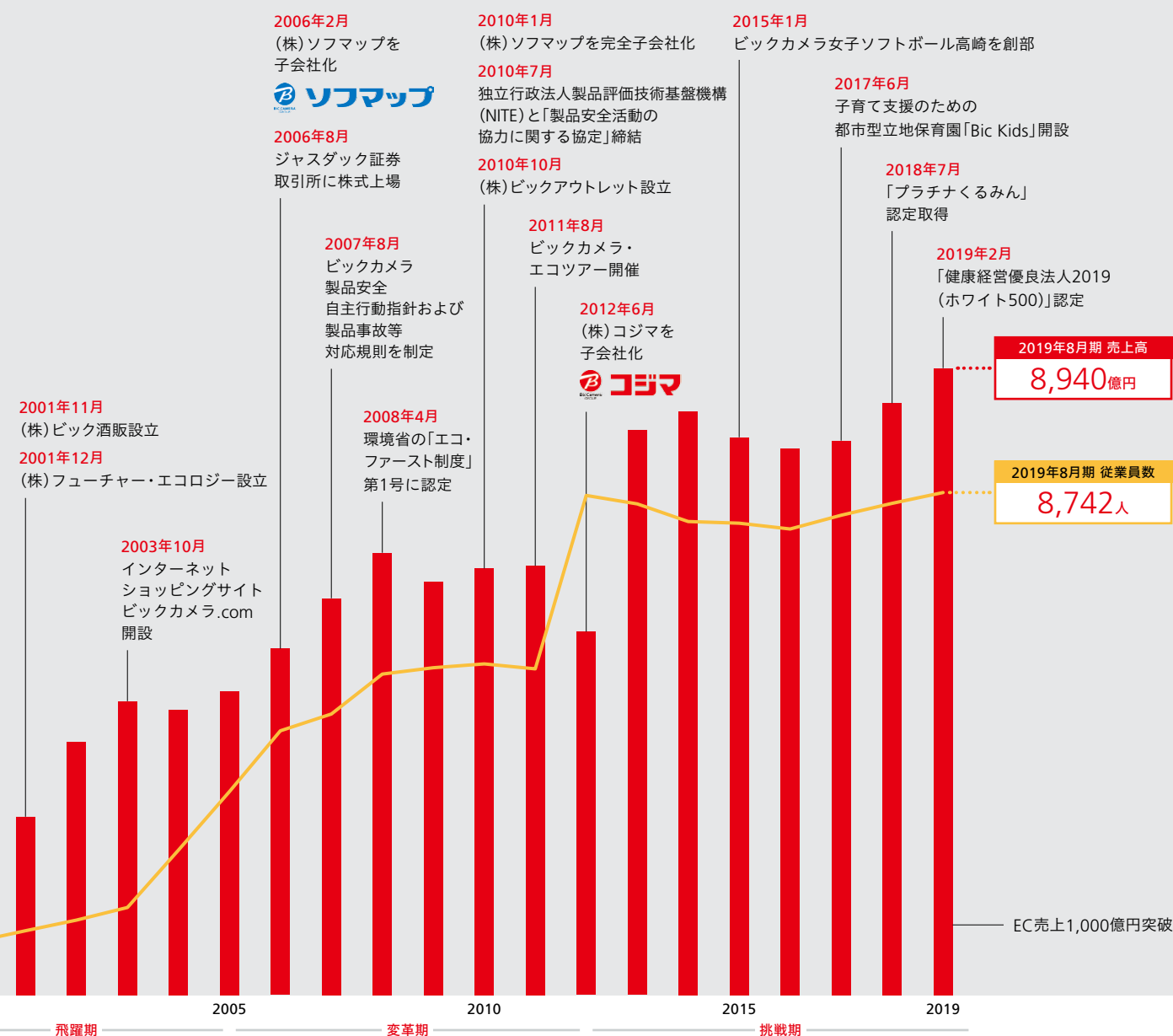
「都市型」×「駅前」×「大型」を中心とした店舗出店、インターネットショッピング事業をスタート

「都市型」×「駅前」×「大型」を中心とした店舗出店とインターネットショッピング事業をスタートし、事業を拡大しました。2001年にはリサイクル事業を行う(株)フューチャー・エコロジーを設立しました。



飛躍期

1999年



パソコン中古買取販売の(株)ソフマップを子会社化、 環境省「エコ・ファースト制度」第1号に認定

2006年2月に(株)ソフマップを子会社化し事業を拡大、8月にはジャスダック証券取引所に株式を上場しました。2008年には業界における環境先進企業であることを環境省が認定する「エコ・ファースト制度」の第1号に認定されました。



変革期

2005年

郊外型家電量販店の(株)コジマを子会社化、 社会貢献と業績向上の両立を目指す

郊外型店舗を展開する(株)コジマを子会社化し、更に事業を拡大。ビックカメラ女子ソフトボール高崎の創部や保育園「Bic Kids」開設、「プラチナくるみん」認定取得、「健康経営優良法人2019(ホワイト500)」認定など業績向上と社会貢献の両立を目指しています。

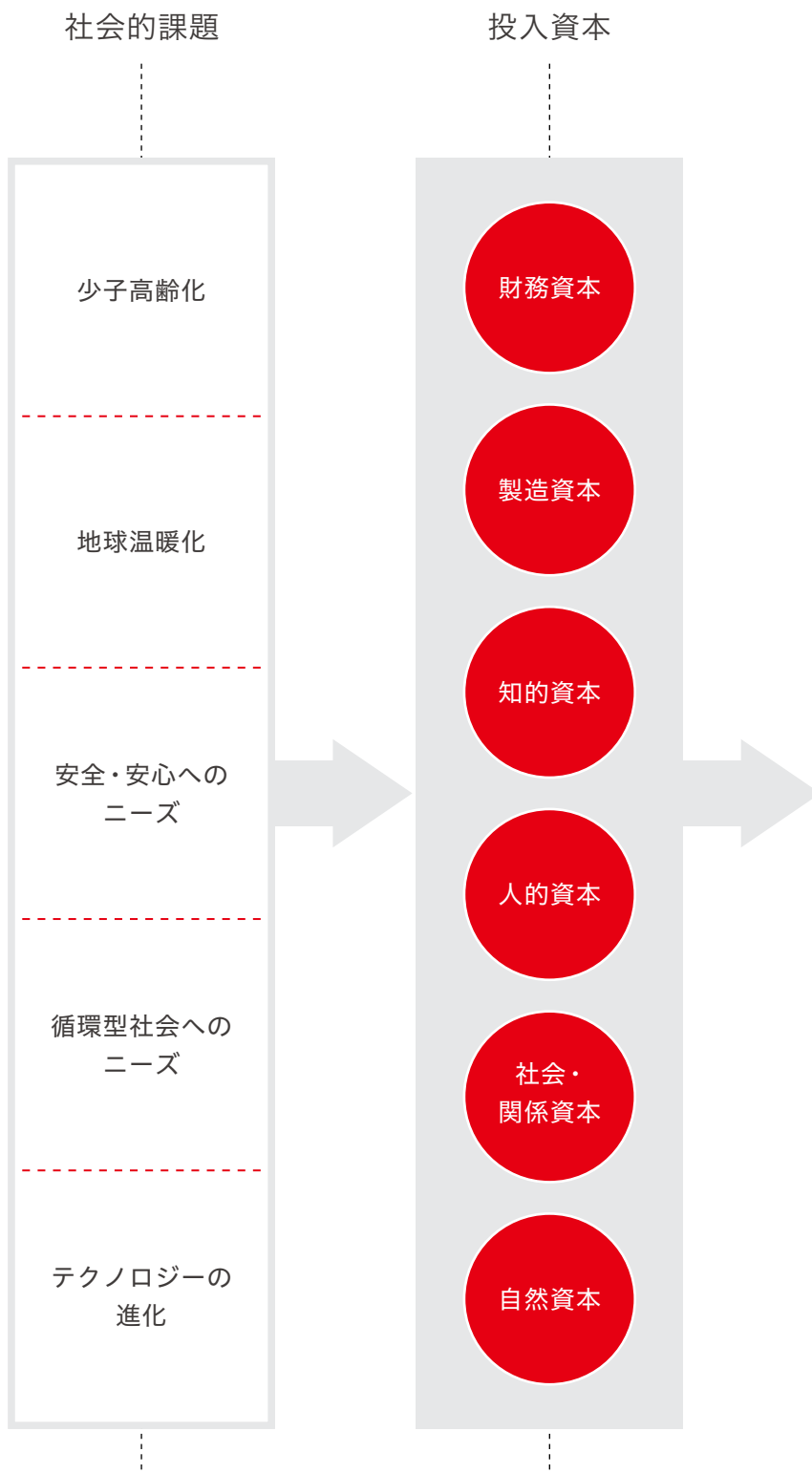


挑戦期

2012年

価値創造プロセス

ビックカメラグループは、「より豊かな生活を提案する、進化し続けるこだわりの専門店の集合体」を目指すことを通じて、ステークホルダーに対して価値を提供しています。ビックカメラグループが持つ資本を活用し、さまざまな社会課題の解決に向けた事業活動を展開することで企業価値向上を図っています。



ビックカメラグループ

経営理念

お客様第一主義を実践し、最高のサービスをお客様に提供することで社会に貢献する

事業戦略

生産性の向上

- 営業利益の向上
- 組織活性化
- リスク管理強化
- IT・物流基盤の設計・構築

ビックカメラ

バリューチェーン



目標

ステークホルダーに 対する提供価値

スローガン

一人ひとりのお客様を大切に、
最高の満足と喜びを
感じていただけるよう、
笑顔と真心を込めた
言葉で接します

持続的な成長

- 「専門店の集合体」の更なる進化
- 成長領域の強化
- 店舗事業の強化
- 顧客基盤の拡大

企業行動憲章

販売

アフターケア

社会配慮

より豊かな
生活を提案する、
進化し続ける
こだわりの
専門店の集合体

お客様

お客様満足度を高められるよう、
更なるサービスレベルの向上に
努めています。

株主・投資家

株主・投資家の皆様からの信頼
と期待に応えられるよう、持続
的成長を続け、企業価値向上を
目指しています。

政府・行政機関

政府・行政機関と適切な関係を
保持して、企業行動憲章に準じ
て対応しています。

社会

店舗を通じて地域社会と深くか
かわっており、地域社会ととも
にある存在としてその役割を果
たしています。

お取引先

メーカーをはじめとするお取引
先の皆様と健全かつ公正な取り
引きを守り、共存共栄を目指し
ています。

社員

社員が働きがいを実感できる仕
組みや能力開発の場を提供する
とともに、多様な考えを尊重す
る職場環境を構築しています。





代表取締役社長
宮嶋 宏幸

すべてのお客様に より豊かな生活を提案する、 進化し続けるこだわりの専門店の集合体

ビックカメラ社長の宮嶋宏幸です。

当社グループでは、今期から統合報告書を発行します。

今後、この統合報告書を通じて、すべてのステークホルダーの皆様にも、

当社グループが生み出す経済価値のみならず、

さまざまな非財務的な価値についても、ご報告していきます。

2019年8月期の業績

当社グループは、2大戦略である「生産性の向上」と「持続的な成長」のもと、事業を推進し、2019年8月期の売上高は8,940億円、営業利益は229億円となりました。売上高については、インターネット通販(EC)事業が節目となる1,000億円を超え、年間をとおして売上増を支えました。また、キャッシュレス決済のキャンペーンや新規出店が売上高を押し上げました。しかしながら、業績予想に対しては、長梅雨による季節商品の伸び悩みや、7月から8月にかけて大きく盛り上がりを見込んでいた消費増税に伴う駆け込み需要の多くが9月に先送りになったことなどにより、予想を下回りました。営業利益については、積極的に取り組んでいるEC事業やオムニチャンネル化による物流費の増加や、積極的なIT投資等が増加したことにより減益となりました。

新規出店については、旗艦店の品揃えを大きく上回るECの積極活用を新たにはじめました。店頭では積極的にECサイトへ誘導し、お客様には店頭にあるような感覚で比較や検討をしていただくことができる環境を提供しました。仮に店頭で購入したい商品がなくてもECでの購入へとつなげています。こうした取り組みは、オムニチャンネル化に力を入れる過程で、商品価格の店頭とネットの一本化、ECサイトやスマホアプリの改善、物流や在庫管理の品質向上等を行ってきた成果であり、当社グループの強みになっています。

変化し続ける環境と 当社グループのポジション

世界的に見ても巨大なインターネット通信販売(EC)事業者が年々力を増し、お客様の購買活動はよりバーチャルな方向へと傾斜を強めています。こうした市場の変化に対し、当社グループでは創業以来の社是として「変化対応」を重視しており、キャッシュレス決済、IoT家電の取り扱いなど、いずれも他社に先駆けて開始しました。もちろん自社ECも業界内では先駆的な位置にいます。

一方で、デジタル市場の需要が拡大するほど、リアル店舗の役割はむしろ増していると考えています。エコノミーの取り付けひとつとっても、商品の購入において専門家のノウハウはどうしても必要です。当社グループであれば、巨大なEC事業者よりも迅速な商品配達が可能です。また、家電商品のネット購買者の70%がリアル店舗で商品を確認しているという統計もあります。つまり当社グループがお客様に対して提供する価値は、商品を提供するだけでなく、購買にまつわる課題の解決へとシフトしているのです。

そこではアフターケアの充実が最重要テーマです。郊外型店舗を展開するグループ会社の(株)コジマでは、「くらし応援」というサービスを行っています。これは、各店舗にサービス専用車両を配置し、単なる配送ではなく、家電商品の修理やその他お客様の「お困りごと」を解決する地域密着型サービスです。他社購入商品もサービスの対象としているため、利便性の高いサービスです。

オムニチャンネルコマース最先端企業

また、当社グループでは「オムニチャンネルの進化」を追求しています。業界屈指の充実した自社ECを運営することで、ネット(通信販売)とリアル店舗の両方を使ったサービスを進化させています。自社ECサイトにとどまらずに楽天様とのコラボを実現した「楽天ビック」では、お客様がビックカメラ店舗の在庫を楽天市場の楽天ビックのサイトで確認しながら購入ができるなど、ほかにはないサービスを提供しています。

ビックカメラ、コジマ、ソフマップのグループ3社による、ずば抜けた品揃えに、業界で最も充実したオムニチャンネルのサービスを加えることで、他社では得られない顧客体験を提供できる「オムニチャンネルコマース最先端企業」を目指していきます。



タッチポイント(顧客接点)の拡大

当社グループの優れたサービスをお客様に知ってもらうには、まずはより日常的なレベルで、来店頻度を高めてもらうことが重要です。そのため、ビックカメラでは、ドラッグや化粧品、酒類などの非家電商品の販売拡大を事業戦略の柱のひとつとしています。

駅前立地の大型店のみならず、小型店舗の「ビックカメラセレクト」にて非家電商品をより中心に据えた店舗展開を予定しています。

当社グループのビジネスでは、いわゆる「コトの消費」を重視しており、店舗の演出やイベント性のキャンペーンなど、体験型の店づくりを進めています。それには、若手社員たちの現場のアイデアが効果的です。社員それぞれの独自性や創造力が、グループの収益を大きく左右しています。

異業種とのコラボレーションも重要です。ユニクロ様とのコラボを実現したビックロ ビックカメラ新宿東口店では、多くの女性のお客様に支持され、店の雰囲気づくりなど、新しいノウハウを得ることができました。ビックロは、ビックカメラの持つ柔軟性を示し、当社グループのイメージを大きく転換した事象となり、その後の異業種コラボの試金石となりました。

環境問題への取組み

当社グループは「お客様第一主義を実践し、最高のサービスをお客様に提供することで社会に貢献する」を企業理念に掲げ、「より豊かな生活を提案する、進化し続けるこだわりの専門店の集合体」を目指して、専門店として発展してきました。その中で、冷蔵庫、洗濯機、エアコンなど、「白モノ」と呼ばれる耐久消費財はさまざまな商品の中でも需要が安定しており、収益のベースとなっています。こうした商品は、より環境にやさしい省エネ機能が年々進化しており、それが消費者の商品選定の要因の一助となっています。一方で、その結果として買い替えサイクルが早まることにより、廃棄物の増大につながり、それが健康や生態系に悪影響を及ぼすことにもなりかねません。

当社グループでは、こうした環境問題に関しても経営課題のひとつと認識しています。そのため、2008年に日本の全企業に先駆けて、環境省「エコ・ファースト制度」の第1号の認定を受け、日本の小売業として環境問題に最も積極的に取組む企業として、事業を推進しています。

具体的には、グループ会社のひとつに家電リサイクル事業を行う(株)フューチャー・エコロジーがあり、大型家電商品の解体と素材の再生を行っています。また、環境配慮型店舗の推進としてグループ全店舗においてLEDライトの導入を推進し、われわれの事業から発生するCO₂を極力削減しています。更にマーチャンダイジングにおいても、省エネ・エコを前面に押し出した商品キャンペーンを展開し、お客様の暮らしにおける使用電力とCO₂排出の削減を促進しています。

またグループ会社の(株)ソフマップは、リユース事業を行っており、お客様のデジタル商品購入の際、今までご使用のデジタル機器を下取りし、再商品化することにより、廃棄物の低減に努めています。

グループ各社が、それぞれの特長を活かして、エネルギー消費とCO₂排出量の低減、そして廃棄物の低減に貢献しています。

人材と組織の透明性がすべてを決める

非家電商品、多種多様なサービス、異業種とのコラボレーションと、当社グループでは、専門店の集合体としてお客様のニーズと時代の流れにマッチするために柔軟に対応し、事業領域の強化とサービスレベルの強化を図っていきます。われわれの専門店では画一的な接客ではなく、お客様の立場に立って提案するなど、柔軟な発想力が日々要求される職業となっています。

そのため、正しい声がおとる、風通しの良い組織風土が必要であり、現場の声が経営に反映され、人事評価が公平に行われ、管理職が若手社員の能力を引き出すような組織文化にグループ全体で取り組んでいます。

ビックカメラ企業行動憲章では、「お客様第一主義を実践し、最高のサービスをお客様に提供することで社会に貢献する」との経営理念のもと、人権を尊重し、関係法令、国際ルールおよびその精神を遵守するとともに、社会的良識をもって、「より豊かな生活を提案する、進化し続けるこだわりの専門店の集合体」を目指して活動するとしています。

ダイバーシティや、ワーク・ライフ・バランスを推進すると同時に、若く優秀な社員がそれぞれ自らの能力を最高に発揮できる職場を、行動憲章に基づき、つくっていきたいと考えています。

「お客様第一主義」こそ、当社グループのSDGs

当社グループは、冒頭で述べたように、環境問題を経営課題のひとつとして位置づけることで、より環境や社会にやさしい商品の販売を推進し、そうした優れた商品を購入するお客様の「お困りごと」の解決を、オムニチャネルで提供していきます。このことは、環境や社会の面で人々のくらしの改善に直接かかわるため、「持続可能な開発」活動ととらえることができます。

IoT家電などのデジタル技術が、人々のくらしをより便利に、効率的に、よりエコにしていくなかで、当社グループは、一人ひとりのお客様に身近なアドバイザーになりたいと考えています。当社グループの「お客様第一主義」とSDGsは、ぴったりと重なり合うものです。

2019年11月

株式会社ビックカメラ
代表取締役社長

宮嶋 幸



※ SDGsとは？

SDGsとは「持続可能な開発目標：Sustainable Development Goals」の略称です。2015年9月に国連で開かれたサミットで決定した国際社会共通の目標“2030年までに達成すべき17の目標”のことです。

事業戦略

ビックカメラグループは、「生産性の向上」と「持続的な成長」を2大戦略に掲げ、「より豊かな生活を提案する、進化し続けるこだわりの専門店の集合体」を目指し、企業価値向上に努めています。

生産性の向上

営業利益の向上

- ① 商品政策の立案と実行
- ② 商品部業務の効率化
- ③ 在庫の適正化
- ④ PB(プライベートブランド)商品の開発
- ⑤ 勤務シフト制の効率運用

組織活性化

- ① 従業員満足度の向上・健康促進・公正な評価制度
- ② ダイバーシティの推進
- ③ ジョブローテーションの活用、多様な教育研修の提供
- ④ ビジネス環境の変化を見据えた人材の確保

リスク管理

- ① リスク管理委員会による内部統制
- ② BCP(事業継続計画)の推進

IT・物流基盤の設計・構築

- ① オムニチャネルコマース最先端企業へ向けたIT投資
- ② 次期物流システムの構築

持続的な成長

「専門店の集合体」の進化

- ① 接客力と商品知識の向上
- ② 品揃えと安さへのこだわり
- ③ アフターサービスの充実
- ④ 小型店舗の価値訴求

成長領域

- | | |
|-----------|------------|
| ① EC事業 | ⑤ 住設事業 |
| ② PC、TV事業 | ⑥ インバウンド事業 |
| ③ IoT事業 | ⑦ 法人事業 |
| ④ 非家電事業 | ⑧ リユース事業 |

店舗事業

- ① 出店形態の多様化
- ② アライアンスの推進
- ③ 店舗のデジタル化の推進

顧客基盤

- ① ビッグデータの活用
- ② 会員(ポイントカード、アプリ、買取マネー)の増強と離反対策
- ③ 多様なスマホ決済の活用

ビックカメラグループのオムニチャネル※

ビックカメラグループは、全国200店舗以上の店舗網と1,000億円を超えたEC事業、またこれらを支える物流網や多様なサービスで、「オムニチャネルコマース最先端企業」を目指しています。

※「オムニチャネル」: 実店舗やECサイト、アプリなどお客様とのあらゆる接点で最適な購買体験を提供すること



● 店舗のデジタル化の推進

電子棚札の導入により、適切な売価の提示、NFC (近距離無線通信) を活用したECサイトへの誘導、レビューの表示、ネット取り置きサービスの効率化等を推進



1. ECのレビューと件数を表示
2. NFC搭載で、スマホをかざすと商品詳細が分かる
3. ランプ点滅で、ネット取り置き業務をサポート
4. 商品に応じた表示の変更

● 次期物流システムの構築

物流拠点への機械導入により、保管キャパシティ増加や業務効率化を推進

棚移動ロボット



船橋(千葉)センター
稼働エリア 約1,500m²

移動ラック



東松山(埼玉)センター
稼働エリア 約4,200m²

● PB(プライベートブランド)商品の開発

PB商品の積極的な販売とブランドコンセプトの明確化により、認知度向上と差別化を推進

ブランドコンセプト



● 「専門店の集合体」の更なる進化

グループ各社が提供している100種類以上のサービス情報をまとめ、利用者が適したサービスを選べるWebサイト「ビックSUPERサービス」を開設



循環型社会の 実現に向けて

株式会社ソフマップの取組み

ビックカメラのグループ会社である株式会社ソフマップは、リユースおよびリサイクルを通じて環境循環型社会の実現に取り組んでいます。1984年より中古パソコンの販売を手がけ、買取価格の徹底調査、専門スタッフによる査定、ハードディスクに残った個人情報の完全消去等、長年の経験に基づいた買取のノウハウを培ってきました。また、買取商品を新しいお客様に提供するための品質マネジメントシステムを確立し、返品保証や使い方サポートなどのサービスも提供しています。品質管理、商品化手法、生産性向上、アフターサービスに

取り組むことで、高品質な中古品をより早く、より安くお届けできるように取り組んでいます。今後も、お客様が安心して商品を売買できる仕組みづくりに力を入れます。

また2019年7月より、ソフマップドットコムをはじめ、グループ各店で利用できる独自の決済サービス「ビック買取マネー」をスタートしました。「ビック買取マネー」は、循環型社会に対応したビックカメラグループで使える新しいお支払い方法です。不要になった製品を買取・下取りするときに「ビック買取マネー」でお受け取りいただけ、商品購入にご利用いただけます。

買取アプリ「ラクウル」

2018年7月にスタートしたスマートフォン用の買取専用アプリ



中古専門店舗「リコレクション」

中古のデジタル機器を取り扱う専門店



中古専門サイト「リコレ！」

2018年7月にオープンしたオンラインショップを含むソフマップ全店の中古デジタル機器を集めた中古専門サイト



ビック買取マネーの仕組み

循環型社会に対応した
ビックカメラグループの新しい支払い方法



VOICE



株式会社ソフマップ
代表取締役社長
渡辺 武志

私は、企業とは自らの事業を通じて社会に貢献していくことが理想の姿だと考えています。当社では、事業のひとつとして、使わなくなったデジタル家電等を買取って販売するリユース事業を手がけています。限られた資源を有効に活用するこの事業は、まさにその取組みといえます。当社はCSRの考え方として「環境循環型社会の実現への貢献」を掲げ、社会課題解決に向けたCSR活動に、長年にわたり取り組んでいます。当社だからこそできる事業を通じて社会に貢献し、社会とともに歩む企業を目指していきます。

株式会社フューチャー・エコロジーの 取組み

ビックカメラのグループ会社である株式会社フューチャー・エコロジーは、家電リサイクル法における指定リサイクルプラントとしてのエアコン・テレビのリサイクル、自治体および企業から排出されるOA機器のリサイクルとで地球にやさしい資源循環型社会の形成の一翼を担っています。

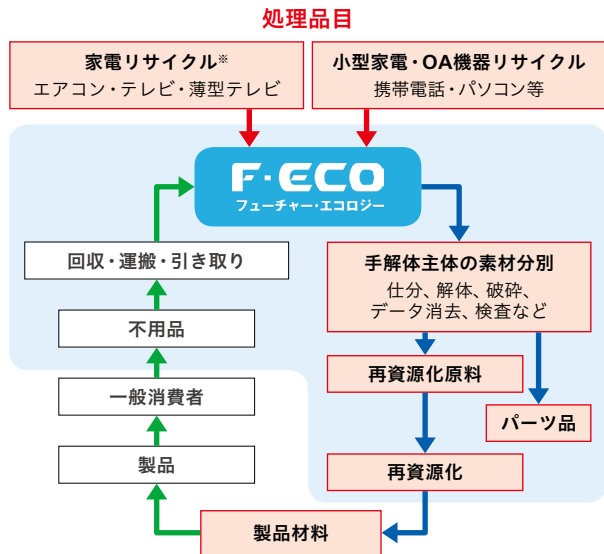
2001年12月に設立され、2002年7月には東京スーパーエコタウン事業の民間事業実施者として選定、2004年6月に日本初のリユース・リサイクル事業拠点として所要の許認可と設備の整備を完了しました。2005年には、家電リサイクル法に基づく再商品化施設として、環境省・経済産業省から認定を受領し、Aグループのエアコン・テレビのリサイクル事業を開始、2006年からはBグループのエアコン・テレビのリサイクル事業を開始しています。また、2014年からは小型家電リサイクル法の認定事業者として法令遵守のもと、手解体をメインに、資源価値を高めた形でリサイクルに貢献し、限りある資源の有効活用に努めています。

廃家電の再商品化実施状況 (2018年4月1日から2019年3月31日まで)

	テレビ (ブラウン管)	テレビ (液晶・プラズマ)	エアコン (80%以上)
再商品化率	76%	89%	94%
再資源化率	99%	95%	94%

※家電リサイクル法の再商品化率法定値
 テレビ(ブラウン管): 55%以上 テレビ(液晶・プラズマ): 74%以上
 エアコン(80%以上): 80%以上

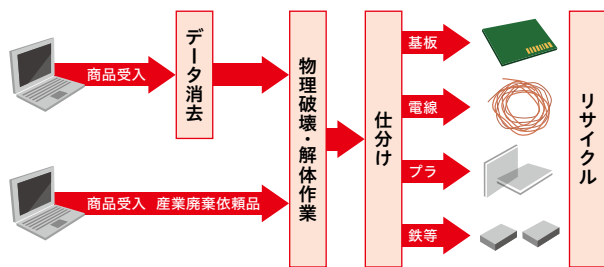
リサイクルフロー



※家電リサイクルについては、100%マテリアルリサイクル処理を実施

事業内容

- **家電リサイクル**
家電リサイクル法に基づきA・Bグループのエアコン・テレビのリサイクルを行っています。
- **OA機器・PCリサイクル**
企業から排出されるOA機器、情報機器等のリサイクルを行っています。
- **小型家電リサイクル**
使用済小型電子機器等の再資源化の促進に関する法律に基づく再資源化事業計画の認定を受け、自治体等からの小型家電リサイクルを行っています。
- **産業廃棄物処理業**
収集運搬・中間処理を行い、一貫したシステムの中で安全に適切に処理を行っています。



VOICE



株式会社フューチャー・エコロジー
取締役

辻 敏光

当社はビックカメラグループの総合環境ソリューション企業として、目まぐるしく変化する経済情勢と環境問題への関心の高まりを背景に、積極的な事業活動を推進しています。近年、中国の再資源化物輸入制限による廃プラスチック問題など国内リサイクルへの大きな影響に対応するため、処理方法において、選別・破碎技術の向上を目指し、電気・電子・情報機器の静脈物流一元管理と事業化に取組んでいます。企業の環境責任が問われる時代に、廃棄物の適正処理を確実に実施することで社会に貢献していきます。

2

ビックカメラ 「健康経営宣言」

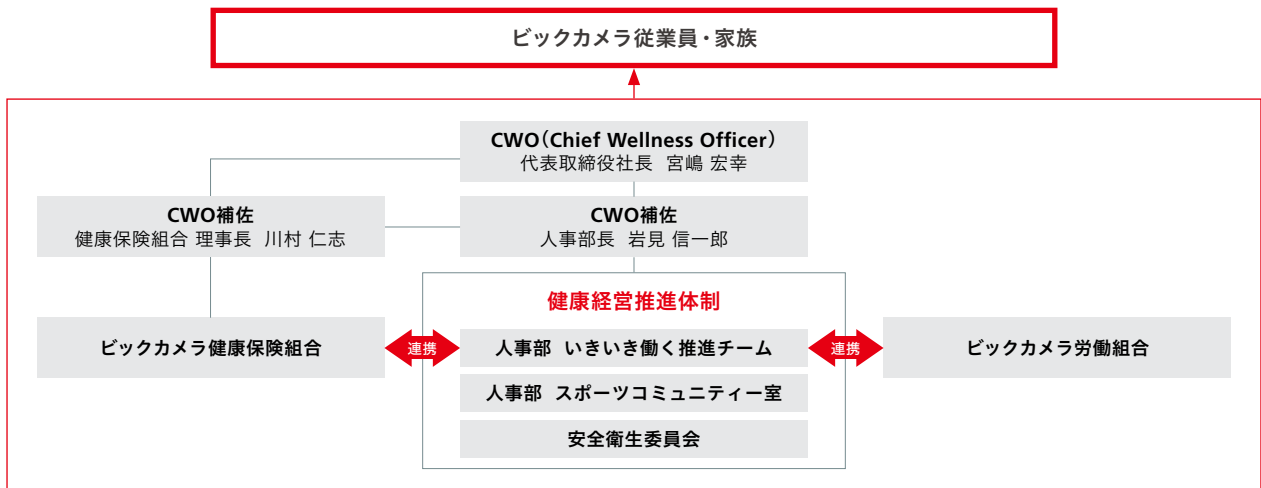
健康経営宣言について

ビックカメラは、「お客様第一主義を実践し、最高のサービスをお客様に提供することで社会に貢献する」との経営理念のもと、「より豊かな生活を提案する、進化し続けるこだわりの専門店の集合体」を目指して活動を続けています。本実現に向けて「健康経営宣言」を制定し、「お客様に最高の満足とサービスを提供する」ために、従業員および従業員のご家族の心身の健康がその基盤だと考え、従業員が能力を發揮しながらいきいきと働き続けられる会社づくりを目指します。

推進体制

代表取締役社長がCWO(チーフ・ウェルネス・オフィサー)となり、人事部長と健康保険組合理事長をCWO補佐に任命し健康への取組みを推進していきます。人事部内に新設した「いきいき働く推進チーム」とスポーツコミュニティ室、安全衛生委員会が健康保険組合と労働組合と連携を図りながら、健康課題の改善に向けた活動計画を策定し、従業員とそのご家族の健康増進を実現していきます。

推進体制図



VOICE



執行役員人事部担当部長
兼ダイバーシティ推進室長
根本 奈智香

私がビックカメラの入社を決めた一番の理由は「人を大切にする企業」だと感じた点です。入社後その点を実感し、そこから20年以上経ちましたが、その姿勢は変わっていません。今、私が入社当時に感じたことをより強く従業員たちにも感じてもらいたいと思います。いきいき働く推進チームを発足させ、健康経営宣言のもと健康促進のイベントや保健師採用も行ってきました。従業員がいきいき働くための研修や評価制度、組織活性等、個々の成長を促すための取組みや、育児や介護と仕事の両立支援等も進めながら、今後も働きやすさと働きがいの向上に努めます。

取組み

●健康支援手当

従業員の健康維持促進のため、一部管理職を除く社員約4,500名を対象に「健康支援手当」を支給。

●禁煙

禁煙促進ポスターを喫煙所に掲出、事業所内の禁煙に向けた禁煙計画を作成。「世界禁煙デー」や「禁煙の日」にワンデー禁煙を実施。従業員の喫煙率が1%減少。

●食事、休憩環境の改善

食堂メニューの改善、休憩室の改善(内装、リラクゼーションチェア、仮眠室の導入等)、健康に資する要素を含む栄養バランスの取れた食事であるスマートミールの仕出し弁当を一部導入。

●健康関係商品の会社支援による販売

健康家電(ウェアラブル端末、歩数計、体組成計、血圧計、低周波治療器、オーラルケア商品等)、調理家電(スチームオープンレンジ、ジューサーミキサー等)、寝具、フィットネス・スポーツ用品、くすり、サプリメント等を販売。

●健康診断、ストレスチェック

(株)FiNC Technologiesが提供するFiNCウェルネスサーベイにて、ストレスチェックだけでなくエンゲージメントの状態も可視化し把握。

●スポーツ活動支援

スポーツコミュニティ室を活用した従業員のスポーツ活動支援、スポーツイベントへの参加。

●健康に関するアプリ、サービスの導入

(株)FiNC Technologiesが提供するヘルスリテラシー向上のためのeラーニングやアプリを使ったウォーキングイベントの実施や健康保険組合による過去の健診結果・医療費の通知サービスの導入。

●健康保険組合との共同保健事業

定例会の開催・意見交換・保険・健康診断所見者へ通知を徹底。特定保健指導対象者の面接誘導(受診率向上)、イベントの企画・実施。協力体制の強化により特定保健指導の完了者は前年比2倍。

●保険

万一病気や怪我で働けなくなった場合に収入を補償する団体長期障害所得補償保険(GLTD)制度を2016年から導入。



禁煙促進ポスター



健康増進キャンペーン



(株)FiNC Technologiesが提供するヨガ教室の様子



個人専用ページ「マイヘルス・ウェブ」

「健康経営優良法人2019(ホワイト500)」に認定

経済産業省と日本健康会議が優良な健康経営を実施している法人を認定する「健康経営法人認定制度」において、「健康経営優良法人2019(ホワイト500)」の認定を受けました。



2019
健康経営優良法人
Health and productivity
ホワイト500

健康経営優良法人とは

地域の健康課題に即した取組みや日本健康会議が進める健康増進の取組みをもとに、特に優良な健康経営を実践している大企業や中小企業等の法人を顕彰する制度を「健康経営優良法人認定制度」といい、認定基準を満たすことで、日本健康会議より「健康経営優良法人」に認定されます。

健康経営に取組む優良な法人を「見える化」することで、従業員や求職者、関係企業や金融機関などから「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」として社会的に評価を受けることができる環境を整備することを目標としています。

※健康経営は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。

環境への取組み

ビックカメラグループは、お客様のより豊かな生活を提案するエコ・ファースト企業として、循環型社会の実現に向けた取組みや事業活動を通じた環境負荷低減を積極的に推進しています。

エコ・ファーストの約束

ビックカメラは、日本の全企業に先駆けて、2008年に環境省「エコ・ファースト制度」の第1号認定を受け、2011年、2017年に更なる取組みの強化を内容とする「エコ・ファーストの約束」を更新し、積極的に取組んで

います。また、「エコ・ファーストの約束」で掲げた、循環型社会の実現に向けた取組みや事業活動を通じた環境負荷低減等を積極的に推進することで、SDGsの達成にも貢献しています。

エコ・ファーストの約束とSDGsの関係

約束文

1. 循環型社会の実現に向けた取組みを積極的に推進します。

- 紙製買物袋およびプラスチック製レジ袋について、薄肉化および商品にあわせた細かいサイズ調整を徹底し、容器包装の削減を推進します。
- 家電リサイクル券の適正な管理を徹底し、一般財団法人家電製品協会の「家電リサイクル券取扱優良店」認定につき申請資格を有する全拠点において取得します。また、グループ会社における法定家電リサイクル事業を着実に進めます。
- 全店舗において引き続き使用済み携帯電話の回収を実施するとともに、グループ会社における携帯電話リサイクルの台数を増加させます。
- 小型家電の宅配回収リサイクルサービスの提供を通じて、小型家電リサイクル法に基づく適正回収に努め、資源リサイクルを通じて循環型社会の構築に貢献します。

SDGs



SDGsとの関係

- 容器包装リサイクル法の遵守、年間使用量の削減等に取組む。(目標12)
- 家電リサイクル法における適正処理を促すとともに、家電リサイクルプラントでの適正処理が実施されているかあわせて点検する。(目標11)
- 小型家電リサイクル法に基づき、お客様から排出される小型家電の適正処理の一連の流れを認定事業者と連携して取組む。(目標11)
- 小型家電の流れとは別に携帯電話(スマホを含む)の回収に協力し、店舗に回収BOXを設置し、適正処理に努め再資源化の一助を担っている。(目標11、目標13)

約束文

2. 低炭素社会の形成促進のため、CO₂排出量削減を積極的に推進します。

- 環境配慮型の生活家電、空気清浄器、充電電池等の「PB(プライベートブランド)商品」の共同開発および普及をメーカーと協力して推進します。
- リフォーム等のお客様ニーズにお応えする体制を整え、家庭の省エネ効果を高める太陽光発電、エコキュート等の省エネ型住宅設備の普及促進に取組みます。
- IoT、スマートメーター、HEMS等の最新テクノロジーを活用した省エネで快適なライフスタイルを提案し、体験機会の提供、普及拡大につなげていく目的で「先進的な取組みが実現できる企業コラボレーション」を実施します。
- お客様への商品の受け渡しにおいて、当社ECサイトでご注文をいただいた商品を最寄りの店舗で受け取ることができる「ネットで注文、店舗で取り置き」のサービス利用を促進し、無駄な配送を抑制しCO₂の削減に努めていきます。
- 官民で取組む「できるだけ1回で受け取りませんか」のキャンペーンに協賛し、時間指定、場所指定の施策等を充実させ、当社グループの再配達率0を目指して取組みます。

SDGs



SDGsとの関係

- 住設部門をグループをあげて事業化、太陽光発電機器、エコキュート、蓄電池、HEMS、二重窓等、電力消費を最小限にできるよう強化。(目標7、目標9、目標13、目標17)
- お客様の住環境の変化を促す新製品(スマートスピーカー、スマートメーター、HEMS、スマート家電等)が今後もますます発展普及することにより、家庭における電力の見える化、賢い利用(エネルギー等の無駄の排除)のイノベーションが促進されることで、家庭でのCO₂排出量の削減を進める。(目標9、目標13)
- 「COOL CHOICE」における再配達削減キャンペーンに協力するとともに、お客様に無駄な再配達とならぬよう、最寄りの店舗での受け取り、コンビニでの受け取り、宅配ロッカーでの受け取りができるよう取組む。(目標9、目標17)

約束文

3. 環境に配慮した事業活動を通じてCO₂排出量削減を積極的に推進します。

- ・「パリ協定」で批准した国内の温室効果ガスの排出量を2030年までに2013年度比で26%削減する国の目標達成に向け、家電販売店として省エネ性能の高い「統一省エネラベル」で5つ星の製品の販売に積極的に取り組み、対前年度比115%以上を目標に活動していきます。
- ・環境配慮型の店づくり(事務所を含む)を積極的に進め、CO₂削減を実現させてCO₂排出量を原単位でビックカメラグループ(コジマを含む)で2020年度までに2010年度比で40%削減します。

SDGs



SDGsとの関係

- ・環境配慮型店舗を目指し、館内照明のLED化、省エネ効率が高く、環境に配慮した空調を配し、CO₂排出量の削減を目指し取り組む。(目標13)
- ・省エネ性能の高い5つ星の製品の普及促進に努め、民生部門でのCO₂排出量の削減に寄与。(目標13)
- ・店舗における事業活動を通じて、当社グループ企業の持つ特徴(家電リサイクル、買取リユース等)を紹介する展開をあらゆるチャンネルを通じて実施し、啓発活動を自然な形で実現。(目標12)

約束文

4. 環境教育、環境意識の向上に努めます。

- ・小中学生を含むお客様を対象に「ビックカメラ・エコツアー」を毎年実施し、「ビックカメラ・エコサロン」でのレクチャーおよびグループ会社のリユース・リサイクル施設の見学会等を通じ、環境教育を実践していきます。
- ・当社の店舗やECサイトでご購入いただいた製品の省エネ性能が十分に発揮できるように製品の上手な使い方を店内ポスター、小冊子、「COOL CHOICE」「しんきゅうさん」、HP等を用いて情報発信し、お客様への啓発に努めます。

SDGs



SDGsとの関係

- ・ビックカメラ・エコツアーにて、小中学生を中心にリサイクル工場を見学、リサイクル体験のイベントを実施。(目標4、目標12、目標13)
- ・店舗において省エネ、リサイクル、リユースを促進させるPOP、館内放送にて啓発する展開を実施。(目標12、目標13)

● 小型充電式電池リサイクル

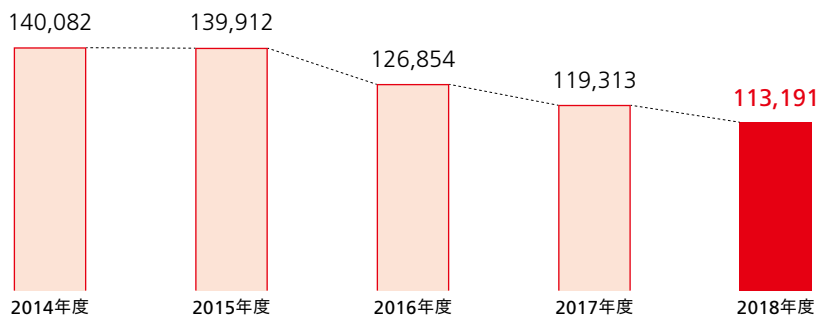
ビックカメラグループは、一般社団法人JBRC主催の「小型充電式電池リサイクルパワーアップキャンペーン」に参画し、小型充電式電池の回収活動に積極的に取り組んでいます。本キャンペーンは、JBRCがデジタルカメラ、ノートパソコン等の小型電子機器および電動アシスト自転車等に使用されている小型充電式電池(ニカド電池、ニッケル水素電池、リチウムイオン電池)に含まれる希少な金属資源のリサイクル推進のため、リサイクル協力店約21,000店を対象としたキャンペーンです。ビックカメラグループは、2018年からスタートしたキャンペーン期間中(2018年4月～2019年3月)に、

15,398kg、単3形充電電池で約57万本相当数(1本27g換算)を回収しました。積極的な回収の取組みが評価され、JBRCから5年連続で「優秀貢献企業」として感謝状をいただいています。

小型充電式電池の回収活動は、日本の大きな政策課題となっている希少金属資源リサイクルの一翼を担っており、これからも限りある資源を有効活用するため、今後「エコ・ファースト企業」として循環型社会の形成にグループをあげて取り組んでいきます。



当社グループ3社(ビックカメラ・コジマ・ソフマップ)のCO₂排出量の推移 (単位:t-CO₂)



報告期間(2018年度 = 2018年4月1日～2019年3月31日)

お客様への取組み

ビックカメラグループは、「お客様第一主義」のもと、お客様の身近なアドバイザーになりたいという考えから、コミュニケーションを大切にさまざまな活動を推進しています。

お客様満足度向上の取組み

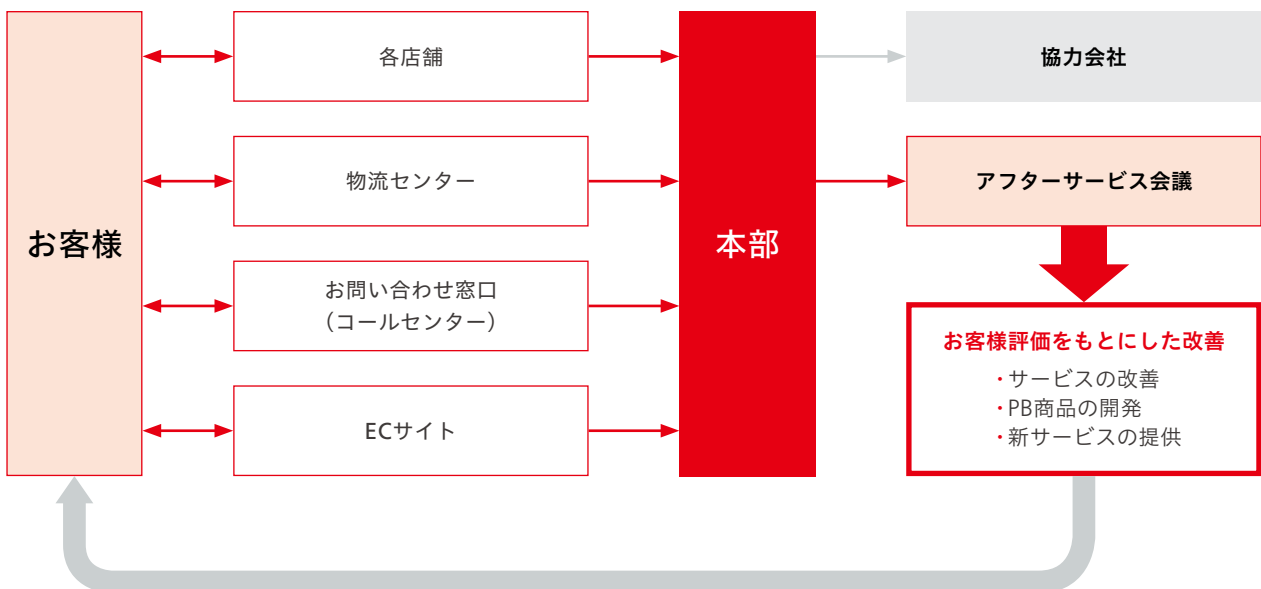
ビックカメラグループは、お客様満足度に関する評価やVOC(お客様の声)を、各店舗をはじめ物流センターやお問い合わせ窓口、ECサイト等を通じて収集しています。また、設置・工事の際にお伺いした担当者がアンケートはがきをお渡しするなど、積極的にお客様とのコミュニケーションを図っています。

店舗購入のお客様から収集したアンケートでは、接客した販売員や会計したレジ担当者ごとに満足度を集計し、従業員一人ひとりがお客様からどのように評価されたかが分かるようにしており、日々の接客力向上に役立てています。また、アンケート結果を店舗単位で月に1回集計し、満足度の評価や店舗に対する改善要望事項、VOCをフィードバックして各店舗が改善活動に取り組んでいます。ECサイトや設置・工事のお客様からのアンケートでは、月に1回集計し、ECサイトの操作性やサポート体制の改善につなげるとともに、協力会社にもフィードバックするなど、より良いサービスの提供につなげています。

また、役員や各部署のお問い合わせ窓口(コールセンター)、物流、修理等のサービス部門の責任者が集まる

「アフターサービス会議」を3か月に一度開催しています。お客様満足度に関する現状の把握やサービス改善に向けた各部門の取組み事例の共有を図ることで、部門間をまたぐ改善の実務的な調整を行っています。

一方で、「改善施策の実施に時間がかかる」「改善策が当該部門に関することに限定される傾向にある」「改善活動の長期的なPDCAが確実にまわっていない」等、課題面も認識しています。今後は、社内に点在していたコールセンターの統合を進めるとともに、各種サービス部門との連携を強化し、全社横断的な改善活動を進めていきます。また、コールセンターへの音声認識ソフトの導入やテキストマイニングシステムの活用範囲の拡大による幅広いVOCの収集や、AIをはじめとした新しいテクノロジーの導入により、分析精度をあげながら改善活動のスピードアップを図っていきます。また、VOCの活用領域をサービス改善のみにとどめるのではなく、PB(プライベートブランド)商品の開発や新サービスの提供等に広げていくことで、お客様の「お買物体験」の充実を進めていきます。



製品安全の取組み

ビックカメラグループでは、お客様に安全な製品を提供し、利用いただくために、お客様とのコミュニケーション、製品安全に関する専門知識と能力を持つ人材の育成、製品仕入先との連携、行政との連携を大切にして取組みを推進しています。

● NITEと「製品安全活動の協力に関する協定」を締結

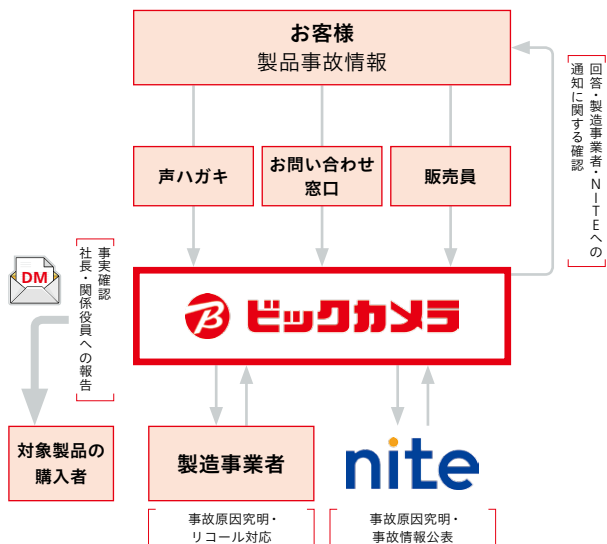
ビックカメラは、お客様への製品安全情報のより的確な提供および仕入先を含む製品安全体制の整備に向けて、2010年より製品安全に関する豊富な技術的知見および活動実績を有する独立行政法人製品評価技術基盤機構(NITE)と、個別民間企業では国内初となる協力協定を締結しています。ビックカメラが得た修理受付情報をNITEに提供し、NITEは自ら保有する事故情報データベースと照合することで製品事故発生リスクなどを抽出、NITEはビックカメラに対してリコール情報や誤使用防止のための注意喚起情報等を提供することで、相乗効果による効果的な製品安全活動に取り組んでいます。

NITEとの協力協定の内容

- ① 製品事故情報等に関する協力
- ② 製品安全への取組み体制強化に向けた協力
- ③ 啓発活動に関する協力
- ④ 人材育成等に関する協力
- ⑤ 成果の共有

● 「お客様の声」を社内・取引先にフィードバック

ビックカメラでは、お客様との製品安全に関するコミュニケーションを心がけています。店頭での販売員による商品の正しい使い方の案内のほか、本部に専用の電話回線等を有する製品安全窓口を設置し、製品安全に関するさまざまなご相談にお応えしています。また、全販売員対象の教育、階層別の教育を繰り返し実施するとともに、家電アドバイザーや自転車整備士等の製品安全活動に寄与する資格取得を促進し、製品の仕組み、使用方法を熟知した人材の育成に努めています。



グループ会社の取組み シニアマーケットへの対応

「暮らし応援」コジマ※は、シニアマーケットへの対応として、従業員が自宅に訪問して地域のお客様の困りごとを解決する「コジマ暮らし応援便」や、パソコンやスマートフォン等デジタル家電の相談やアフターサービスを提供する「サービスサポートカウンター」等を導入しています。ビックカメラグループのノウハウを活かした、お酒、くすり・日用品、おもちゃ等、暮らしに役立つ商品の取り扱い拡充を行い、好評をいただいています。2019年10月からは、65歳以上のお客様からのコジマに対する更なる認知度向上と、限定特典付与等による来店促進を目的としたポイントカード「アクティブ65倶楽

部」を導入、免許返納等で「自宅まで持ち帰りが大変」といった声にお応えするなど、お客様に役立つサービスを実施しています。

※「暮らし応援」コジマ
コジマはお客様の暮らしを「より快適に」「より便利に」「より楽しく」することを目指し、暮らし応援企業として、お客様に最高のサービスを提供することで社会に貢献します。

コジマ暮らし応援便 順次拡大中!
コジマ社員がご自宅にお伺いしてお客様の「困った」を解決します!
現在53店舗 (2019年10月現在)

- 家電の使い方説明
- 電球交換 照明取付
- お使いの家電トラブル点検
- リモコンの設定・点検
- 他にもサービスたくさん!

※サービス内容毎に料金が異なります。 ※当社指定エリア内

コジマ暮らし応援便

サービスサポートカウンター 順次拡大中!
パソコン・スマートフォンのお困りごとはコジマにお任せください!
現在37店舗 (2019年10月現在)

- すぐに使えるご購入時の初期設定
- 買い替え時データ移行
- 自宅から使い方の電話相談
- 液晶保護フィルム貼り
- 他にもサービスたくさん!

※サービス内容毎に料金が異なります。 ※お問い合わせください

サービスサポートカウンター

従業員への取組み

ビックカメラグループは、従業員の子育てサポートやワーク・ライフ・バランス支援などの各施策を連携して実施することで、従業員一人ひとりが個々の能力を発揮しながらいきいきと働き続けられる会社を目指し、ダイバーシティ経営を推進しています。

ワーク・ライフ・バランス支援の推進

ビックカメラグループでは、すべての従業員がその能力を発揮できるような雇用環境の整備を行うとともに、地域に貢献する企業となるため、次世代育成支援対策推進法に基づく行動計画を策定し取組みを推進しています。

● 子育て支援のための都市型保育園「Bic Kids」

ビックカメラは、年中無休、10時から21時まで営業している店舗が多く、従業員が利用しやすい保育園が必要であるとの認識から、豊島区池袋に都市型保育園「Bic Kids」を2017年に開園しました。21時まで開園し夕食も出るため、ラッシュを避けた時間帯での送り迎えが可能で、年中無休のため、他の保育園が開園していない日にも預けることも可能です。また、保育園不足の地域にも貢献するため、地域の方も入園できる保育園としています。



都市型保育園「Bic Kids」

● 「プラチナくるみん」認定を取得

ビックカメラは、次世代育成支援対策推進法に基づく「基準適合一般事業主」として認定を受け、2018年に「プラチナくるみん」の認定を取得しました。育児休業を取得した男性従業員がいる点や、出産や育児目的の休暇を取得した男性従業員が多い点が高く評価されたことに加え、子育て世代の従業員が育児期においても安心して仕事に取組み、十分に能力を発揮できる環境の整備を推進していることなど、積極的な取組みが評価されました。



主な子育て支援活動

- ・育児中の従業員がより働きやすい環境をつくるため、柔軟な短時間勤務制度の導入
- ・時間外労働の削減(6時間、8時間、10時間勤務シフトを30分単位で運用し、繁忙にあわせた人員の配置)
- ・年次有給休暇の取得促進(計画有給休暇制度、半日単位の年次有給休暇制度を導入)
- ・育児休業中の従業員を対象とした復職支援セミナーや復職の前には復職面談を実施

人材育成の取組み

ビックカメラグループは、「成長するチャンスを惜しみなく提供する」を人材育成の方針として、各階層に求められる明確な人材像を示し、さまざまな研修、勉強会を導入しています。

役職別に受講する「階層別研修」、次期幹部生の育成プログラム「選抜型研修」や専門知識、接客力強化研修などを行っています。また、年に一度「プロ」の販売員として最も相応しい従業員を決める接客コンテストを

開催し、従業員のモチベーションの向上につなげていきます。



階層別研修の様子



『1万人の頂点』を決める

第7回 ビックカメラグループ
NO.1
接客コンテスト

接客ロールプレイングコンテスト



女性活躍の推進

ビックカメラグループでは、女性が活躍できる雇用環境の整備を行うため、「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」(通称、女性活躍推進法)に基づく行動計画を策定し、女性のためのキャリア形成セミナーや復職支援セミナーの開催などの取組みを推進しています。

● 女性の復職をサポート

ビックカメラグループでは、女性従業員がスムーズに復職できるようにサポート体制を構築しています。復職

支援セミナーでは、育児休業中のメンバーたちが情報共有を行ったり、先輩ママ社員の体験談や相談コーナーを設け、復職に関する不安を解消しています。復職面談では、本部の人事とは別に店舗付きの人事担当が、個別面談を行い不安を取り除くとともに、店舗との共通意識を持ち、一人ひとりの事情を考慮して最適な職場環境を提供できるよう対応しています。



復職支援セミナー

各種制度の周知と情報発信

ビックカメラグループは、育児や介護にまつわる制度、従業員持株制度や企業型確定拠出年金制度、その他福利厚生等、豊かな生活につながる各種制度を充実させています。こうした各種制度を従業員が、スムーズに利用できるよう育児支援など各種制度をまとめた社内向け冊子「ダイバーシティハンドブック」や、育児休業を取得した男性従業員の好事例などをニュース形式で配信する「ダイバーシティNews」を発行し、各種制度の周知と情報発信を行っています。性別や年齢、雇用形態、ライフスタイルや働く環境などが多様化している中、各種

制度を知ること、お互いの多様性を尊重し活かしていく働きやすい環境の風土醸成にもつながっています。



各種制度をまとめた社内向け冊子「ダイバーシティハンドブック」



ニュース形式で配信する「ダイバーシティNews」

グループ会社の取組み

コジマ「健康経営宣言」を制定

コジマは、「お客様のくらしを『より快適に』『より便利に』『より楽しく』します。くらし応援コジマ」をスローガンに掲げ、地域の皆様から最も身近に親しまれ、必要とされるコジマを目指して活動を続けています。スローガンの実現に向けて、コジマは従業員の満足度向上が不可欠と考え、そのひとつとして一人ひとりが心身の健康づくりに主体的に取り組める環境を提供し、パフォーマンスの高い活性化された組織をつかっていくために「健康経営宣言」を制定しました。

コジマ「健康経営宣言」

コジマは、地域の皆様から最も身近に親しまれ、必要とされるためには、大切な従業員と従業員のご家族の心身の健康がその基盤だと考え、従業員が個々のパフォーマンスを最大限発揮できる会社づくりを目指します。

取組み

1. 従業員がいきいきと働ける職場づくりに努めます
 - ・「女性活躍・ウェルネス推進室」を人事部内に設置します
 - ・店舗を含む全社で事業所内の全面禁煙を目指します
2. 従業員と従業員のご家族の健康増進を支援します
 - ・全国健康保険協会、コジマ労働組合と協働し、ご家族も利用可能な健康増進支援策を提供します

社会への取組み

ビックカメラグループは、地域社会とのつながりが大切であると考え、社会に貢献するさまざまな活動に取り組んでいます。

ビックカメラ・エコツアー

ビックカメラグループは2011年より、夏休みにご家族でお楽しみいただける体験型の企画「ビックカメラ・エコツアー」を毎年1回開催しています。2013年からは、日本航空株式会社(JAL)とコラボレーションし、共同企画として実施しています。2019年は、ビックカメラのグループ会社である株式会社フューチャー・エコロジーの「東京スーパーエコタウン ビックカメラ・エコサロン」にて、「家電リサイクル工場見学」とJALパイロットによる「そらエコ教室」を開催しました。総勢33名の小中学生と保護者に参加いただきました。



家電リサイクル工場見学



そらエコ教室

参加者の声(アンケートから抜粋)

- ・いろいろなことを聞いて勉強になりました。(小学4年・男子)
- ・パソコンや電話を分解できていろいろ学べて楽しかったです。(小学3年・女子)
- ・知らないところで企業さんがエコを考え、いろいろ工夫していることが分かりました。(保護者)



スポーツ・文化活動

ビックカメラグループは、2014年に企業スポーツ部であるビックカメラ陸上部、2015年にビックカメラ女子ソフトボール高崎を創部し活動を行っています。ビックカメラ陸上部には、20km競歩、5,000m競歩の日本記録保持者である岡田久美子が在籍しています。2019年はドーハで行われた世界陸上競技選手権大会において、女子20km競歩に出場しました。ビックカメラ女子ソフトボール高崎は、日本女子ソフトボールリーグ機構に参加し活動しています。2019年は1部リーグで優勝を飾ることができました。

● 地域との交流

ビックカメラスポーツ部では、スポーツ教室の開催や講演会に積極的に参加しています。また、ソフト

ボール部では、キャンペーンリボン(ホホワイト、ピンク、オレンジ)*とコラボレーションし、球場や店舗で販売したコラボグッズの売上の一部をそれぞれの団体に寄付しています。それぞれの色のユニフォームを着用して試合を行ったり、SNSを通じて選手の啓発活動を行っています。

*ホワトリボン：世界中の妊産婦を守る
 ピンクリボン：乳がんの早期発見
 オレンジリボン：子供の虐待防止



2018年10月 上尾市立南中学校 陸上部講演会

2018年11月 西新宿小学校 ソフトボール教室

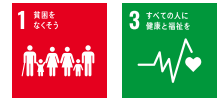
2018年12月 太田市数塚中央運動公園(群馬県の小学生対象) ソフトボール教室

2019年1月 横浜市立浅間台小学校 ソフトボール教室

2019年2月 川崎市立稲田中学校 ソフトボール教室



公益財団法人ビックカメラ奨学金財団



「公益財団法人ビックカメラ奨学金財団」は、児童養護を卒園する子供を対象に、生活基盤が整い自立できるまで住居を無償で提供するとともに、奨学金制度を設立し進学希望者に勉学の機会を与え、将来の夢や目標を達成して社会に貢献できる社会人になれるよう、将来のある子供たちへの支援をしています。

自立支援宿舎事業(松柏荘)

2018年度利用者: **3名**

児童養護等を卒園後に一人暮らしをする人で、家庭の問題で保護者のもとに戻れない人や経済的理由等で生活基盤が整っていない人に対し無償で宿舎を提供します。松柏荘では最長6年間、無償でワンルームタイプの居室を提供するとともに、自立(自律)できるように生活相談や就職等の相談を行い、社会に貢献できる社会人になれるように支援するものです。

- ・宿舎の無償提供
- ・新規入居者に対し生活家電等必需品の支給
- ・入居者の生活相談および就職相談等

奨学金事業

2018年度給付奨学金利用者: **5名**

児童養護等に在籍している人で、進学を希望しているが、保護者等の経済的支援を受けられない人に対し、入学から卒業までの間、奨学金を支給します(返済の義務はありません)。また、奨学金給付の対象者で、学費等の不足分を手当てできない人に対し、一定額を無利子で貸与します。

- ・奨学金の給付
- ・奨学金の貸与(当財団の奨学生で学費の不足分を補う場合)

児童養護等支援事業

2018年度催事開催費用支援金: **6名**
2018年度研究会参加費用支援金: **3名**

- ・児童養護等において、各種イベント等(サマーキャンプやクリスマス会等)の開催費用を補助します。
- ・養護等に従事する職員の資質向上に向けた研修会等の参加費用を補助します。
- ・当法人の所有物件を児童養護用のグループホームとして貸与します。

BCP活動



ビックカメラグループは、大規模災害発災時に、「お客様・従業員の人命を最優先にする」ことを前提に、ライフラインの復旧状況を確認しながら、お客様のご要望に応え、商品・サービスを提供することを目的に、「災害対応 大方針」を定め、定期的な訓練を実施しています。2018年9月6日に発生した「北海道胆振東部地震」では、ビックカメラ2拠点とコジマ2店舗が停電により9月6日は臨時閉店しましたが、7日の電力復旧を受け8日からは通常営業することができました。

また、サイバー攻撃によりシステムが甚大な被害を受けた場合に、「業務の継続(代替運用)を最優先する」ことを前提に、原因特定とシステムへの影響範囲の確認をしたのち、システム復旧を迅速に行うことを目的に、「サイバー攻撃における方針(暫定)」を定め、サイバー攻撃による業務停止の際の、事業継続手順の構築を進めています。本部や店舗の建物・設備の物理的な損傷を伴わ

ず、通常どおりの従業員の出勤状況下で、サイバー情報システムの全面的な障害発生に伴う業務停止を想定し、ITサービス特化型BCPの構築を図ります。

災害対応 大方針

自然災害などにより甚大な被害を受けた場合は

「お客様・従業員の人命を最優先にする」

前提で、ライフラインの復旧の状況を確認しながら、お客様のご要望に応え、商品・サービスを提供する。



2018年「北海道胆振東部地震」



初動訓練時の様子

社外取締役および社外監査役

当社は、経営者として豊富な経験と幅広い見識を持つ佐藤正昭氏、山田登氏および中井加明三氏の3名を社外取締役として選任しています。当社は企業統治において果たす機能および役割として、3名の豊富な経験に基づき独立した中立的な立場から、経営判断が当社の論理に偏らないようチェックする機能を担っていただいています。

当社は、学識経験者として貴重な経験と幅広い見識を持つ岸本裕紀子氏および経営者として豊富な経験と幅広い見識を持つ小原久典氏の2名を社外監査役として選任しています。当社は企業統治において果たす機能および役割として、両氏のそれぞれの専門分野で培われた経験と知識に基づき、独立的立場から監査業務を遂行していただくことを期待しています。

また、当社は、社外取締役3名、社外監査役2名全員を東京証券取引所の定めに基づく独立役員として指定し、同取引所に届け出ています。

なお、当社は社外取締役および社外監査役はコーポレートガバナンス・コード「原則3-1情報開示の充実」に規定した「取締役選任基準」および「監査役選任基準」に基づき選任され、かつガバナンス委員会の構成員となっています。指名・報酬等の特に重要な事項に関する検討にあたっては、指名委員会、報酬委員会を通じて独立社外取締役の適切な関与・助言を得ています。なお、指名委員会、報酬委員会は、社外取締役を議長とし、社外取締役が過半数を占めています。

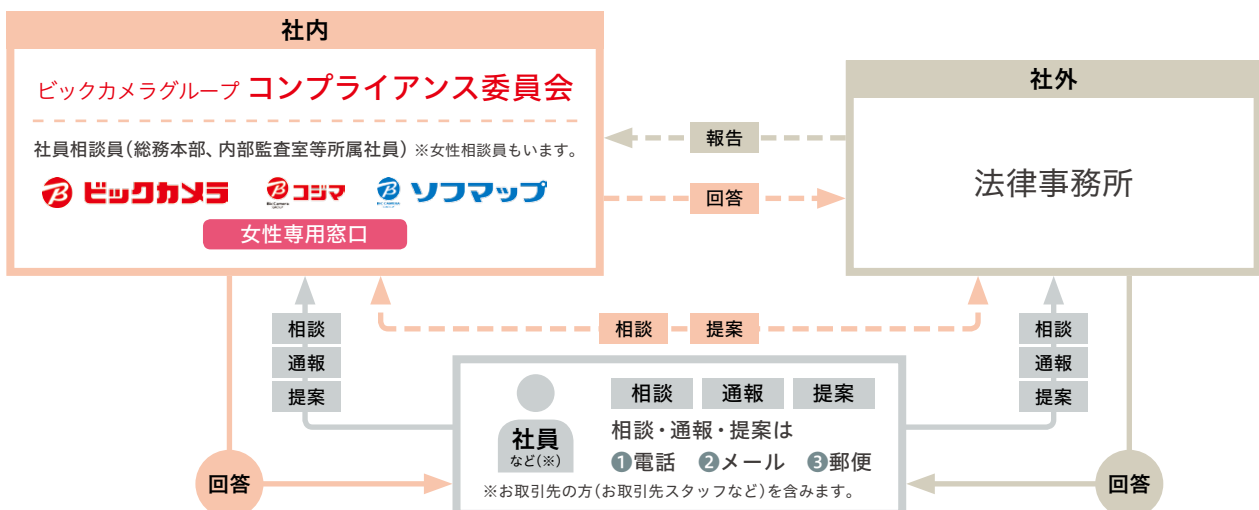
コンプライアンス

当社は、取締役および従業員の職務の執行が法令および定款に適合し、企業倫理を重んじ、かつ、社会的責任を果たすため、「ビックカメラ企業行動憲章」並びに「コンプライアンスマニュアル」を取締役およびすべての従業員に周知徹底しています。

コンプライアンス担当役員は取締役総務本部長とし、コンプライアンス担当部門を法務部とし、コンプライアンスに関するマニュアルを作成するとともに、取締役および従業員に配布し、研修等を実施することにより、取締役および従業員のコンプライアンスに関する知識を高め、これを尊重する意識の醸成に努めています。また、コンプライアンス相談窓口、個人情報お問い合わせ窓口、製品事故に関するお問い合わせ窓口を設置し、広く社内外からの情報の入手および活用を図る体制を整備しています。コンプライアンス相談窓口の運用は、「公益通報者保護規程」に従い、取締役および従業員が社内での法令違反行為等についての相談または通報を行いやすい体制を構築するとともに、相談者・通報者に対して不利益な取り扱いを行わないこととしています。

コンプライアンス担当部門は、関係会社の取締役および従業員が社内での法令違反行為等について相談または通報を行いやすい体制を構築するとともに、当社グループの取締役および従業員に対し、その役職、業務内容等に応じて必要な研修を実施しています。また、「企業行動憲章」に、「市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体とは断固として対決します。」と定め、反社会的勢力に対しては毅然とした態度で臨むこととしています。

コンプライアンス相談窓口



情報セキュリティポリシー

ビックカメラグループは、お客様情報、お取引先様情報を含む各種の情報資産を適切に管理することは極めて重要なことと認識しており、情報セキュリティに関する法令、国が定める指針その他の規範を遵守し、以下のビックカメラグループ情報セキュリティポリシーを定め確実な履行に努めています。

1. 情報セキュリティ管理体制の構築

ビックカメラグループは、保有する情報資産および適切な管理を確実に履行するためセキュリティ統括責任者(CISO)を任命するとともに、情報セキュリティを統括する社長直轄の委員会としてセキュリティ委員会を組織し、情報セキュリティ管理体制を確立します。

2. 情報セキュリティ対策の実施

ビックカメラグループは、保有する情報資産を特定し、漏えい・滅失・き損・改ざんなど各種の脅威から情報資産を保護するため、情報セキュリティ管理体制に関する計画の策定、実施、点検および見直しを実施するとともに、情報セキュリティ管理体制に関する実施状況について必要な開示をします。

3. 教育体制

ビックカメラグループは、本ポリシーに基づき社内規定を整備し、情報セキュリティ管理体制を明確化し、ビックカメラグループに属するすべての役員および従業員のセキュリティ意識の向上および当社グループの情報セキュリティ対策の周知徹底のため、すべての役員および従業員を対象とした教育・研修を実施します。また、当社グループの情報資産を取り扱うすべての派遣社員等への本ポリシーの周知徹底をします。

4. 業務委託先管理体制

ビックカメラグループは、保有する情報資産の取り扱いを外部委託する場合には、当該業務委託先において、ビックカメラグループの情報セキュリティ管理体制と同等またはそれ以上の管理体制が確立していることを確認します。また、業務委託先における情報セキュリティ管理体制が適切に維持されていることを定期的に確認します。

5. 内部監査体制の構築

ビックカメラグループは、情報セキュリティ管理体制が有効に機能しているかを、定期的な内部監査の実施により検証し、必要な是正措置を講じます。

6. 情報セキュリティに関する事故および障害に対する管理プロセスの整備

ビックカメラグループは、情報セキュリティにかかわる事故および障害(以下、セキュリティインシデント)の発生に備え、迅速な初動対応による被害拡大の防止のための緊急時対応体制を整備するとともに、定期的かつ実践的な訓練を実施します。また、セキュリティインシデントが発生した場合は、法令、国が定める指針その他の規範に従い必要な報告・開示等を行い、同様の被害が社会全体に広がることを未然防止に努めます。

7. 個人情報保護

個人情報の取り扱いについては、本ポリシーに加え、「ビックカメラ個人情報保護方針」もしくはそれに準拠したビックカメラグループ各社の個人情報保護方針を適用するものとします。

8. 法令、国が定める指針その他の規範の遵守と見直し

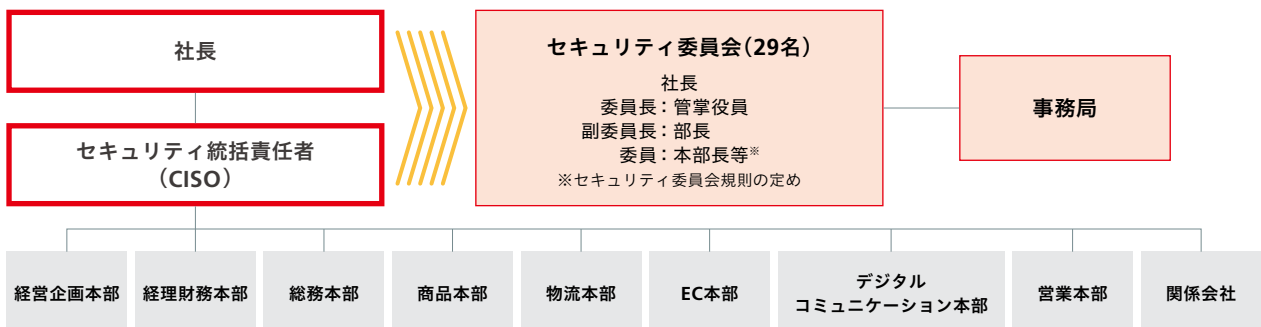
ビックカメラグループは、情報セキュリティに関する法令、国が定める指針その他の規範を遵守するとともに、本ポリシーおよび情報セキュリティ管理体制を継続的に見直し、改善に努めていきます。

● 個人情報保護の取り組み

ビックカメラグループは、会員情報や配送・修理情報といった多くの個人情報を扱っており、個人情報を保護することは極めて重要なことと認識しています。そのため、個人情報保護方針を定め確実な履行に努めるとともに、特別規程としてマイナンバー等取扱基本方針も定めています。また、個人情報を正確かつ最新の状態に保ち、個人情報の漏えい、滅失またはき損などを防止および是正するために、個人の権利利益を保護するための方針、体制、計画、実施、点検および見直しに係る個人情報保護マネジメントシステムを確立・実施・維持し、セキュリティシステムの維持、社内管理体制の整備、社員教育の徹底等の必要な措置を講じています。2006年にはプライバシーマークを取得し、個人情報の保護・管理を行っています。



情報セキュリティ管理体制



財務レビュー

財務ハイライト

(百万円)

	2015年8月期	2016年8月期	2017年8月期	2018年8月期	2019年8月期
売上高	795,368	779,081	790,639	844,029	894,021
営業利益	18,800	22,006	21,854	27,055	22,943
売上高営業利益率(%)	2.4	2.8	2.8	3.2	2.6
経常利益	20,401	23,067	24,364	29,241	25,871
売上高経常利益率(%)	2.6	3.0	3.1	3.5	2.9
親会社株主に帰属する当期純利益	6,804	11,985	13,505	17,122	14,047
売上高当期純利益率(%)	0.9	1.5	1.7	2.0	1.6
ROA(総資産経常利益率)(%)	6.2	6.9	7.1	8.2	6.8
ROE(自己資本当期純利益率)(%)	7.3	11.5	11.7	13.6	10.6
総資産	329,580	336,769	350,211	365,598	400,451
純資産	120,846	129,096	145,593	155,765	163,342
自己資本比率(%)	30.5	32.0	34.9	35.5	33.4
1株当たり配当金(円)	10	12	12	20	20

2019年8月期の経営成績

当連結会計年度におけるわが国経済は、輸出を中心に弱さもみられますが、緩やかに景気が回復しており、企業収益は高い水準で底堅く推移しています。雇用情勢は改善が続いており、個人消費は持ち直しています。

当家電小売業界における売上は、テレビや洗濯機等が好調に推移したことに加え、冷蔵庫、エアコン、スマートフォンやパソコン等が堅調に推移し、デジタルカメラやゲーム等が低調であったものの、総じて堅調に推移しました。

こうした状況下において、「より豊かな生活を提案する、進化し続けるこだわりの専門店の集合体」を目指し、当社グループをあげて、接客力・専門性の向上、新規事業の拡大およびアフターサービスの強化に取り組むと同時に、生産性の向上に向け、当社グループのシステム統合効果の創出並びに物流拠点の在庫管理精度の向上およびコスト抑制等の物流改革に取り組んでいます。また、インターネット通販システムの刷新を踏まえ、オムニチャネルを含むインターネット通販事業の強化に取り組んでいます。

店舗展開については、2019年2月21日の「ビックカメラ町田店」(東京都町田市)、2019年7月1日の「ビックカメラアリオ八尾店」(大阪府八尾市)に続く新店として、2019年8月28日に「ビックカメラ イトーヨーカドーたまプラーザ店」(神奈川県横浜市)を開店しました。また、当社グループ

の家電と非家電の幅広い品揃えを、立地や客層を踏まえ集約した店舗形態の新店として、2018年12月21日に「ビックカメラ セレクト京都四条河原町店」(京都府京都市)を開店しました。グループ会社については、株式会社コジマが、2018年11月21日に「コジマ×ビックカメラ マークイズ福岡ももち店」(福岡県福岡市)を開店しました。

このほか、当社と楽天株式会社との共同出資会社が運営するインターネット通販サービス「楽天ビック」は、2018年12月1日にサイトリニューアルを行い、あわせてオンライン・ツー・オフライン(O2O)や配送・設置工事に関する新たなサービスを開始しました。

以上の結果、当連結会計年度の売上高は8,940億21百万円(前年同期比5.9%増)、営業利益は229億43百万円(前年同期比15.2%減)、経常利益は258億71百万円(前年同期比11.5%減)、税金等調整前当期純利益は226億73百万円(前年同期比19.3%減)となりました。法人税等合計が46億76百万円、非支配株主に帰属する当期純利益が39億48百万円となったため、親会社株主に帰属する当期純利益は140億47百万円(前年同期比18.0%減)となり、ROEは10.6%となりました。

資産、負債および純資産の状況

当連結会計年度末における総資産は、前連結会計年度末に比べ348億52百万円増加(前年同期比9.5%増)し、

4,004億51百万円となりました。主な要因は、投資有価証券の減少34億31百万円があったものの、売掛金の増加60億40百万円、商品及び製品の増加218億54百万円、繰延税金資産の増加36億円によるものです。

当連結会計年度末における負債合計は、前連結会計年度末に比べ272億76百万円増加(前年同期比13.0%増)し、2,371億8百万円となりました。主な要因は、未払法人税等の減少27億51百万円があったものの、買掛金の増加111億65百万円、1年内返済予定の長期借入金の増加12億23百万円、長期借入金の増加89億89百万円、退職給付に係る負債の増加17億円によるものです。

当連結会計年度末における純資産合計は、前連結会計年度末に比べ75億76百万円増加(前年同期比4.9%増)し、1,633億42百万円となりました。主な要因は、剰余金の配当(純資産の減少)44億60百万円、自己株式の取得(純資産の減少)29億21百万円があったものの、親会社株主に帰属する当期純利益の計上(純資産の増加)140億47百万円、非支配株主持分の増加(純資産の増加)35億65百万円によるものです。

キャッシュ・フローの状況

当連結会計年度における連結ベースの現金及び現金同等物(以下「資金」という)は、前連結会計年度末に比べ38億24百万円増加し、当連結会計年度末には257億91百万円となりました。当連結会計年度における各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は次のとおりです。

営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動の結果獲得した資金は、131億92百万円(前年同期は261億2百万円の獲得)となりました。これは主に、たな卸資産の増加額219億10百万円、法人税等の支払額97億82百万円があったものの、税金等調整前当期純利益226億73百万円、減価償却費77億96百万円、仕入債務の増加額111億65百万円によるものです。

投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動の結果使用した資金は、114億37百万円(前年同期は126億12百万円の使用)となりました。これは主に、有形固定資産の取得による支出87億7百万円、無形固定資産の取得による支出36億21百万円によるものです。

財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動の結果獲得した資金は、20億69百万円(前年同期は115億20百万円の使用)となりました。これは主に、自己株式の取得による支出29億21百万円、配当金の支払

額44億49百万円があったものの、長期借入金の純増加額(収入と支出の差額)102億12百万円によるものです。

株主還元

当社は、株主の皆様への利益還元を最も重要な経営課題のひとつとして考えており、業績に応じた適正な利益配当の実施を基本方針としています。内部留保資金については、事業基盤拡充のための積極的な投資並びに財務体質の強化のための原資として有効活用し、継続的かつ安定的な成長に努めていきます。

当連結会計年度の年間配当については、1株当たり20円(中間配当10円、期末配当10円)となり、配当性向は25.3%となりました。

2020年8月期の見通し

2020年8月期におけるわが国経済は、当面、弱さが残り、また、海外経済の動向と政策に関する不確実性に留意する必要があるものの、雇用・所得環境の改善が続く中で、緩やかな回復が続くことが期待されています。

このような状況下において当社グループは、「生産性の向上」と「持続的な成長」を2大戦略に掲げ、グループの企業価値の向上に努めています。

売上高

当社では、テレビやレコーダー、エアコン等の好調な伸びを見込むほか、当社の特長である非家電分野においても、医薬品・日用雑貨、スポーツ用品、酒類・飲食物等の堅調な伸びを予想しています。一方、携帯電話事業において、通信料金と端末代金を完全に分離する新料金プランの実施の影響を織り込み、グループ全体の売上高は前年同期比5.3%増の9,410億円を見込んでいます。

営業利益・経常利益

当社並びに株式会社コジマにおいて、物流費の増加や、将来を見据えた積極的なIT投資を見込む一方、収益面で、プライベートブランド商品の開発強化に取組むなど、粗利益の向上に努め、グループ全体の営業利益は前年同期比9.8%増の252億円、経常利益は前年同期比4.0%増の269億円を見込んでいます。

親会社株主に帰属する当期純利益・ROE

親会社株主に帰属する当期純利益は、前年同期比9.6%増の154億円を予想しており、ROE(自己資本当期純利益率)は11.0%となる見込みです。

企業情報

会社概要

会社名	株式会社ビックカメラ BICCAMERA INC.
本社所在地	東京都豊島区高田3-23-23
池袋本部所在地	東京都豊島区西池袋3-28-13 池袋西口共同ビル 8階
創業	1978年5月
会社設立	1980年11月
資本金	259億29百万円(2019年8月31日現在)
社員数	連結 8,742名 単体 4,508名(2019年8月期)
売上高	連結 8,940億21百万円 単体 5,160億78百万円(2019年8月期)
事業内容	カメラ、ビジュアル製品、オーディオ製品、パソコン、OA機器、携帯電話、家電製品、時計、ゲーム、メガネ・コンタクト、医薬品、玩具、スポーツ用品、寝具、酒類等の販売

役員一覧 (2019年11月15日)

代表取締役社長 社長執行役員	宮嶋 宏幸	取締役(社外)	佐藤 正昭
代表取締役副社長 副社長執行役員	川村 仁志	取締役(社外)	山田 登
取締役 専務執行役員	安部 徹	取締役(社外)	中井 加明三
取締役 専務執行役員	田村 英二	常勤監査役	大塚 典子
取締役 常務執行役員	秋保 徹	常勤監査役	小泉 万里子
取締役 執行役員	中川 景樹	監査役(社外)	岸本 裕紀子
取締役 執行役員	上野 善晴	監査役(社外)	小原 久典
取締役	木村 一義		

グループ会社一覧

社名	事業概要
株式会社コジマ	家庭電化商品等の販売
株式会社ソフマップ	パソコン、デジタル機器の販売、買取、修理
日本BS放送株式会社	衛星放送事業
株式会社ジェービーエス	一般貨物運送業
株式会社ビック酒販	酒類・飲食物の販売
株式会社東京計画	広告代理業、不動産の賃貸管理およびゴルフ場の運営
株式会社ビックアウトレット	家庭電化商品等の販売
株式会社東京サービスステーション	家庭電化商品等の取り付け工事
株式会社生毛工房	寝具の製造・販売
株式会社ラネット	移動体通信機器の販売
東京カメラ流通協同組合	共同金融事業
豊島ケーブルネットワーク株式会社	有線テレビジョン放送事業
株式会社フューチャー・エコロジー	廃棄物再資源化処理
株式会社バイコム	通信サービスの代理店事業
株式会社セレン	防犯機器商品の企画・販売
株式会社WILBY	Webサービスの企画・開発・運営
株式会社エスケイサービス	一般貨物運送業
株式会社サングリーンテック	太陽光エネルギーを利用した発電・給湯機器等の販売および施工
株式会社国土社	書籍、雑誌等の出版および販売
株式会社理論社	書籍、雑誌等の出版および販売
株式会社ビックカメラ楽天	楽天市場におけるECサイトを通じた家庭電化商品等の販売
楽天ビック株式会社	楽天市場におけるECサイトの運営
Air BIC株式会社	家庭電化商品等の販売
鶴見酒造株式会社	日本酒製造卸

グループネットワーク (2019年11月16日現在)

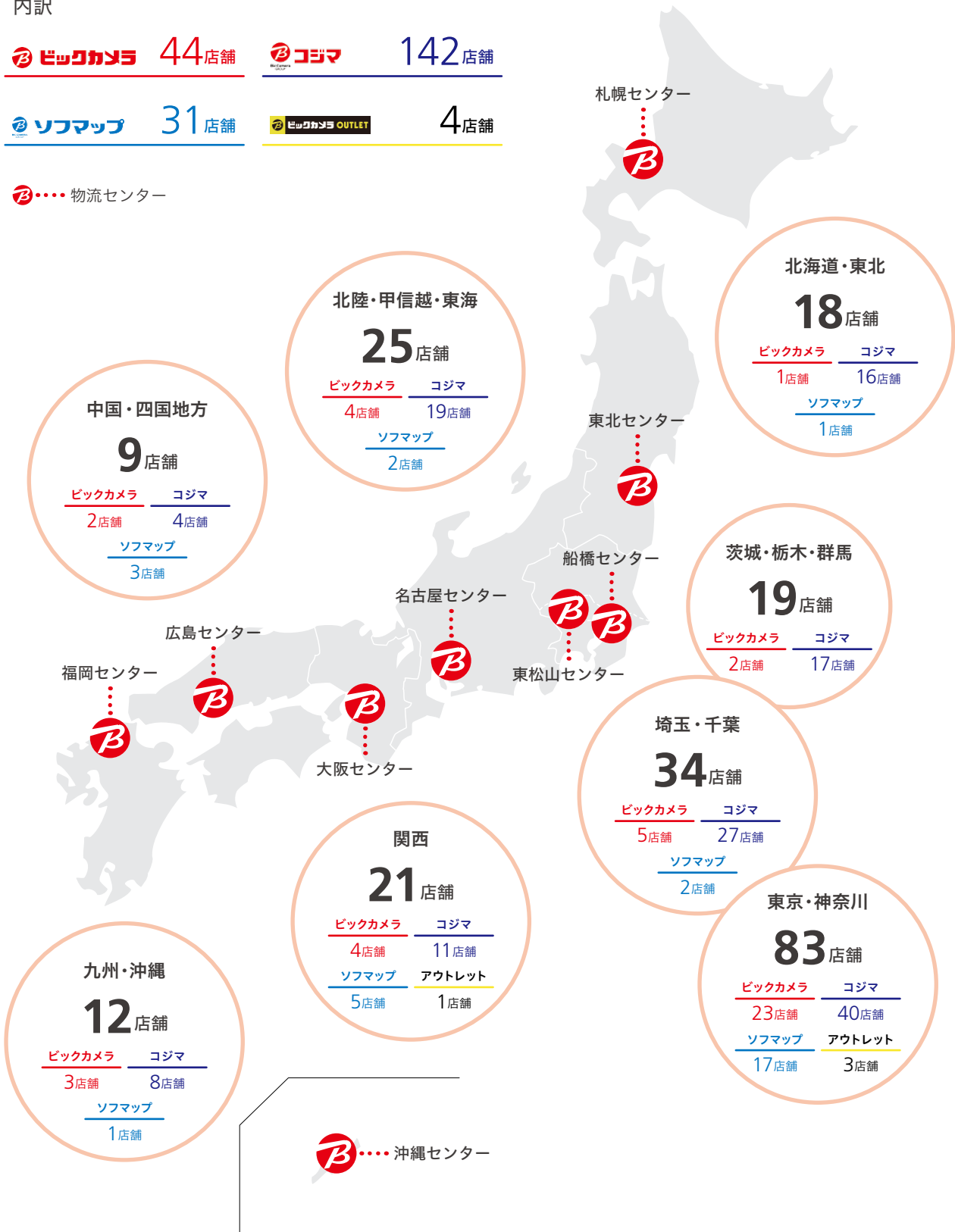
ビックカメラグループ合計 **221** 店舗

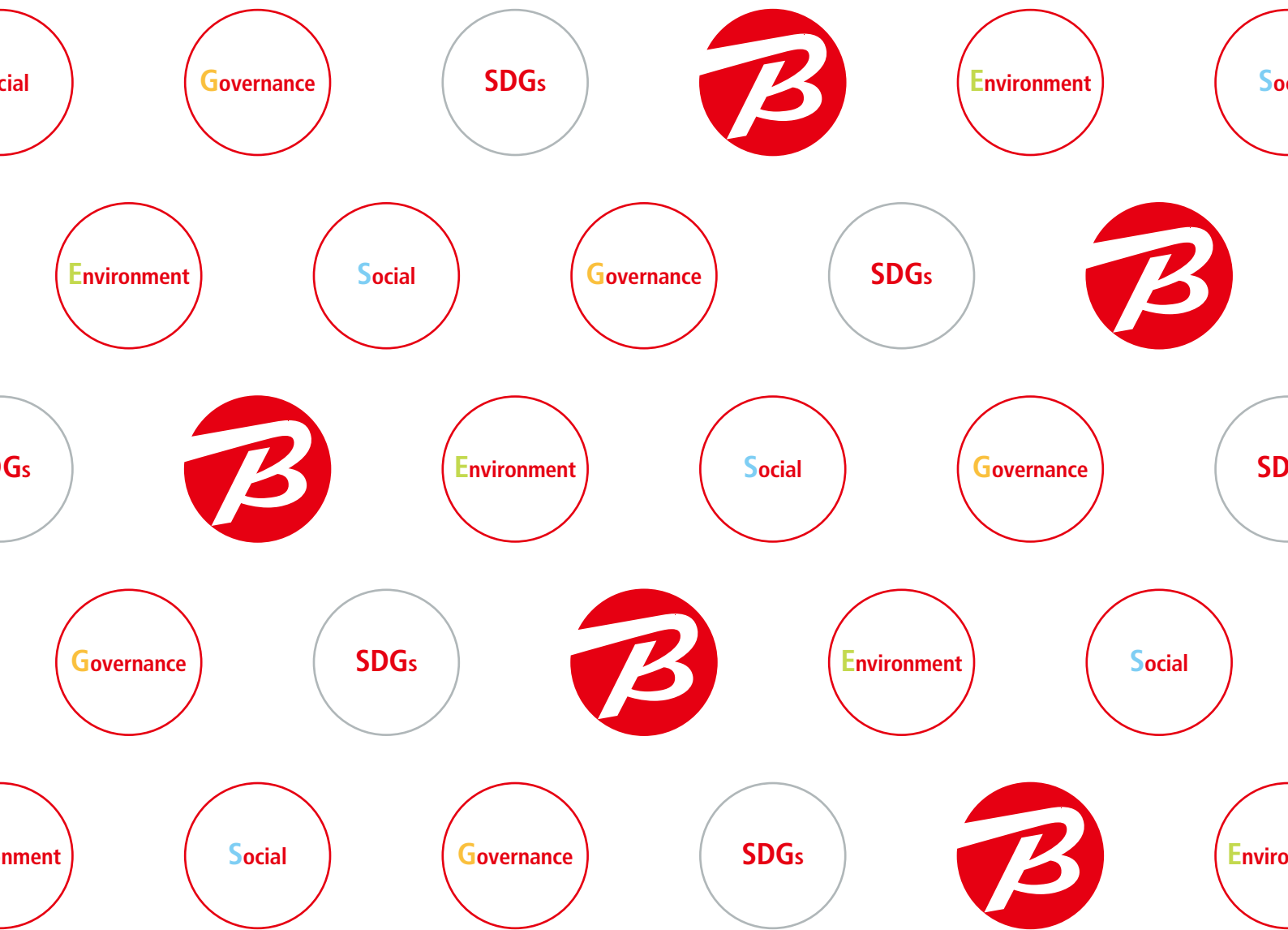
内訳

ビックカメラ 44 店舗 **コジマ** 142 店舗

ソフマップ 31 店舗 **ビックカメラ OUTLET** 4 店舗

B..... 物流センター





株式会社ビックカメラ