

2025年5月15日

各位

会 社 名 株式会社ヤマダホールディングス
代表者名 代表取締役会長兼CEO 山田 昇
(コード番号 9831 東証プライム)
問合せ先 統合経営企画室 経営企画部 部長
松野 顕
(TEL:0570-078-181)

ヤマダホールディングスグループ サステナビリティに関するマテリアリティ(重要課題)の改定についてのお知らせ

当社は、経営理念である「創造と挑戦」「感謝と信頼」のもと、全国に広がる幅広いネットワークを強みとする社会のインフラとして、ステークホルダーの皆様とともに成長を続けてきました。また当社グループは、「くらしまるごと」を支える。をミッションに掲げており、お客様をはじめとするステークホルダーの「くらし」を支え続けるために、サステナビリティの取り組みを重要な経営課題の一つと捉え、事業活動を通じて環境問題や社会課題の解決に挑戦し、持続可能な社会の実現に貢献します。その基盤として2019年に「SDGs達成に向けた重要課題」を特定しましたが、この度、当社グループを取り巻く外部環境の変化を鑑みて、マテリアリティ(重要課題)の見直し・再特定を行いました。

以下、特定したマテリアリティ6つとそのテーマになります。

気候変動への対応と循環型社会の実践

気候変動への対応をはじめ、エネルギー消費削減や当社グループにおける資源循環や廃棄物削減の取り組みを通して、環境負荷低減に努めることで、未来のくらしに貢献します。

気候変動への対応

環境配慮型製品の販売促進

資源循環と廃棄物削減

多様な人材の活躍とウェルビーイングの実現

社員一人ひとりが心身ともに充実した生活を送れるよう、健康やワークライフバランスの配慮、DE&Iなどの整備を進めウェルビーイングを高めるとともに、心身の健康に関する製品やサービスのご提案でお客様のくらしをまるごと支えます。

人材育成の強化

人手不足対応と人材確保と顧客満足の維持(DX 対応等)

DE&I とウェルビーイングの推進

マテリアリティの改定に関する詳細は次ページよりご確認ください。

また当社ホームページからもお覧ください。

<https://www.yamada-holdings.jp/csr/csr102.html>

以上

サステナビリティに関する マテリアリティ(重要課題)の改定

株式会社ヤマダホールディングス

2025年5月15日



1. はじめに
2. 新たに特定したマテリアリティ
3. サステナビリティ推進体制
4. 見直し・特定のプロセス
5. マッピングによるマテリアリティの特定
6. マテリアリティとKPI一覧
7. マテリアリティと中期経営計画

ヤマダホールディングスグループ(以下、当社グループ)は、経営理念である「創造と挑戦」「感謝と信頼」のもと、全国に広がる幅広いネットワークを強みとする社会のインフラとして、ステークホルダーの皆様とともに成長を続けてきました。また、当社グループは、「くらしまるごと」を支える。をミッションに掲げており、お客様をはじめとするステークホルダーの「くらし」を支え続けるために、サステナビリティの取り組みを重要な経営課題の一つと捉え、事業活動を通じて環境問題や社会課題の解決に挑戦し、持続可能な社会の実現に貢献します。

2019年にはサステナビリティ活動の基盤となる「SDGs達成に向けた重要課題」を特定いたしました。これに基づき、具体的な取り組みとしてKPIを設定し、定期的に進捗を確認しながら課題の解決に向けて取り組んでまいりました。今回、ESG(環境・社会・ガバナンス)や世界的なサステナビリティの重要性がますます高まる中、当社グループを取り巻く外部環境や事業に影響を及ぼす要因が変化しつつあることを踏まえ、これからも「くらしまるごと」を支え続ける企業であり続けるためにヤマダホールディングスグループにおけるマテリアリティ(重要課題)とそのKPIの見直し・再特定を行いました。

人々の暮らしをより広く支えることができる企業を目指し、以下のマテリアリティとそのテーマを設定しました。

今後も、適宜適切な見直しや修正を行い、ESG・サステナビリティ推進委員会にて進捗を管理しながら、マテリアリティの解決に取り組んでまいります。

気候変動への対応と循環型社会の実践

気候変動への対応をはじめ、エネルギー消費削減や当社グループにおける資源循環や廃棄物削減の取り組みを通して、環境負荷低減に努めることで、未来の暮らしに貢献します。

- ・気候変動への対応
- ・環境配慮型製品の販売促進
- ・資源循環と廃棄物削減

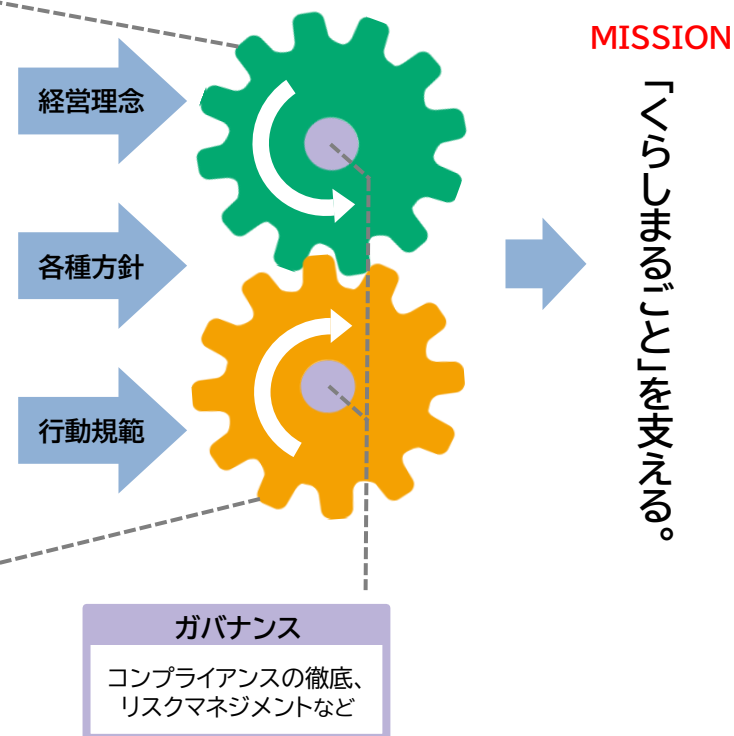
多様な人材の活躍とウェルビーイングの実現

社員一人ひとりが心身ともに充実した生活を送れるよう、健康やワークライフバランスの配慮、DE&Iなどの整備を進めウェルビーイングを高めるとともに、心身の健康に関する製品やサービスのご提案でお客様の暮らしをまるごと支えます。

- ・人材育成の強化
- ・人手不足対応と人材確保と顧客満足 of 維持 (DX対応等)
- ・DE&Iとウェルビーイングの推進

ヤマダの目指す未来

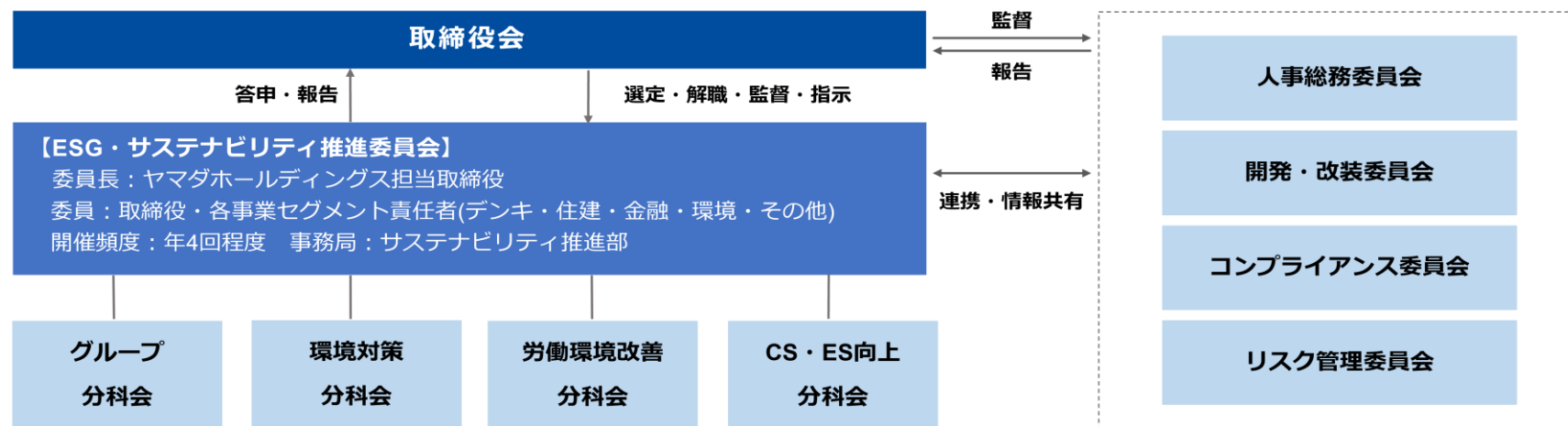
経営理念や行動規範を動力として、マテリアリティに取り組みます。またその取り組みの軸としてガバナンスを位置付けました。当社グループでは、新たに特定したマテリアリティを解決することで、ミッションの達成を目指します。



ヤマダのサステナビリティ

当社グループでは、環境・社会・ガバナンス(ESG)への取り組みと配慮が、社会とともに成長し続けるために不可欠であると認識しています。この認識のもと、当社グループは具体的な行動指針である「CSR倫理綱領」に沿って、ステークホルダーの皆様への「感謝と信頼」の想いを基盤とした活動を推進しています。今後も社会課題の解決とサステナブルな暮らしの提供を通じて、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

サステナビリティ推進体制図



当社グループでは、環境・社会課題に関する方針・施策の審議と目標の進捗確認の場として、「ESG・サステナビリティ推進委員会」を設置し、重要事項についての意思決定を行っています。ESG・サステナビリティ推進委員会の配下にある「グループ分科会」「環境対策分科会」「労働環境改善分科会」「CS・ES向上分科会」の4つの分科会では、個別に活動内容について議論し、活動の進捗や目標の確認を行っています。そのほか、「人事総務委員会」「開発・改装委員会」「コンプライアンス委員会」「リスク管理委員会」と連携し、情報共有を図る体制を構築しています。

STEP1

課題の洗い出し



ステークホルダーの期待や要請、社会要請や各種開示ガイドラインを考慮



グループ全体で取り組むべき課題をリスト化



環境、社会、ガバナンスでそれぞれ8項目選定

STEP2

社内外における優先順位付け



洗い出した課題の重要度についてアンケートを実施



当社グループにとって貢献すべき社会問題や行うべき社会活動などを社内外からの視点でマトリクス図を用いて優先順位付け(※6ページ参照)
→社外取締役含むグループ役員、労働組合、関連部署、メーカーや金融機関をはじめとする主要取引先様など計28の回答を得た

STEP3

マテリアリティの特定



マッピングマトリクスの結果より、当社グループにとって特に重要とされた8つから、環境と社会分野の6つをマテリアリティとして特定(ガバナンスの項目はマテリアリティの軸と位置付け)

STEP4

KPIの設定



内部ヒアリングを行った分科会や関係部署と協議し、特定したマテリアリティを解決するためのKPIを設定



・妥当性の確認
・2025年3月発表のSSBJ開示基準と照らしながら最終調整

【ESG・サステナビリティ推進委員会での議論】

2024年5月

マテリアリティの見直しについて
→競合他社のマテリアリティやサステナビリティ活動についての事例などを分析し、現状と課題の整理

8月

マテリアリティ候補の選定
→ステークホルダーの意見をもとに、マテリアリティの協議

11月

マテリアリティの特定
→現状の進捗として、2024年度上期分を確認
新KPIの方向性を確認

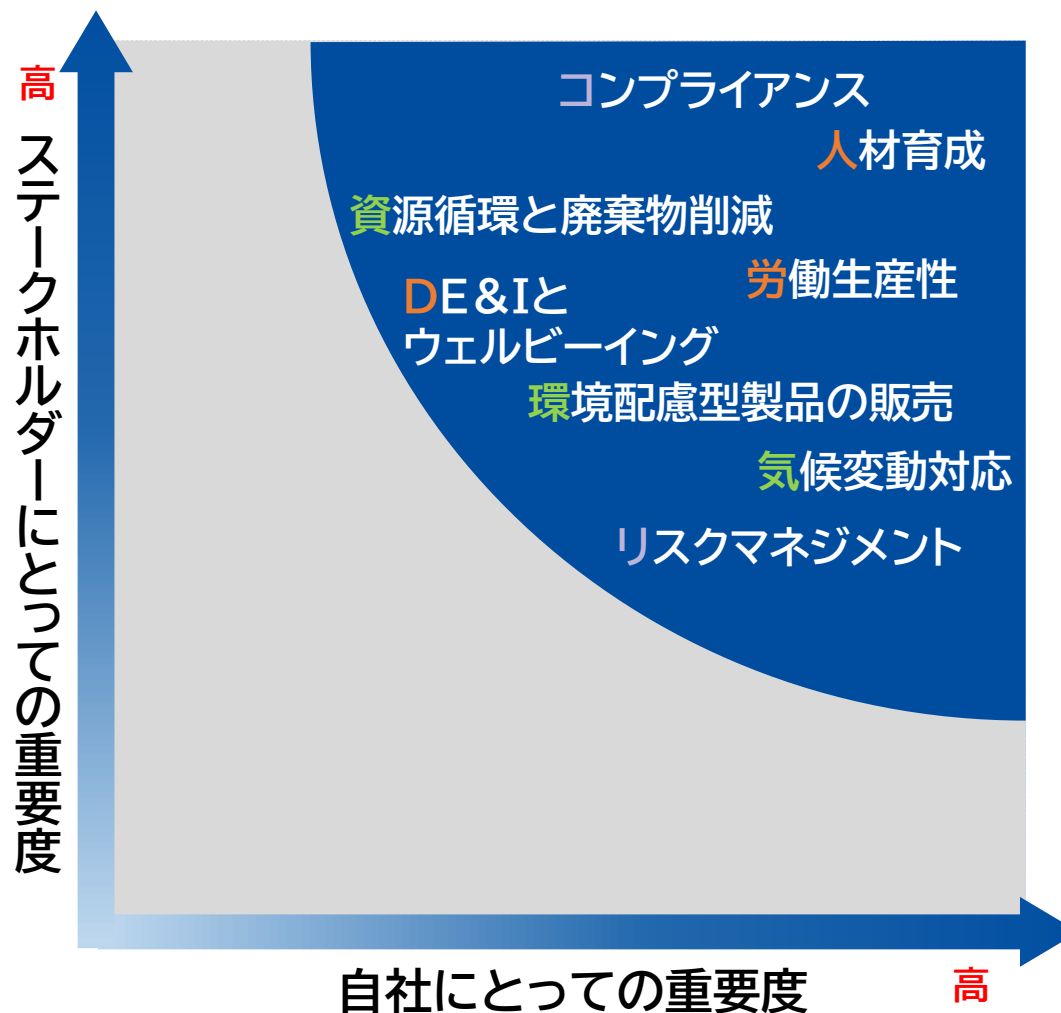
2025年 2月

KPIの設定
→野心的かつ効果的な取り組み目標となっているかを確認



5. マッピングによるマテリアリティの特定

マッピングの結果、24項目中、社内とステークホルダーのそれぞれにとって、特に重要度の高い8項目のうち(下図参照)、ガバナンスに該当する2項目をマテリアリティ解決のための取り組みの軸として設定し、残りの6項目をマテリアリティとしました。





HLDGS.

6. マテリアリティとKPI 一覧

気候変動への対応

近年、多発する自然災害は、気候変動の影響を受け激甚化しており、我々のくらしに大きな被害をもたらす存在となっています。社会全体で気候変動の要因となる温室効果ガス排出量削減の動きがあることは周知の事実であり、当社グループとしても事業活動を通じて積極的に削減しなければならないと認識しています。

| KPI | 目標年 | 目標 |
|--|-----------|-------|
| スコープ1およびスコープ2におけるCO ₂ 排出量削減 | 2031年3月期 | 42%削減 |
| 電力使用による延べ床面積当たりCO ₂ 排出量削減 | (21年3月期比) | 52%削減 |
| 電気使用量全体に占める再生可能エネルギー | 2031年3月期 | 38% |

環境配慮型製品の販売促進

環境に配慮した消費志向が強まる中、当社グループでは、各セグメントにおいて環境配慮型の製品やサービスの提供を行っており、年々その数も増加しています。製品やサービスの使用段階での環境負荷も考慮し、全ての人に環境へ配慮する機会を提供し、その選択を促進し続けることが、当社グループの売る責任のひとつであると認識しています。

| KPI | 目標年 | 目標 |
|--|----------|---------|
| 省エネラベリング制度における省エネ基準達成率100%以上の家電製品(テレビ、冷蔵庫、エアコン)販売台数構成比 | 2031年3月期 | 60% |
| YAMADA GREEN認定商品の販売金額 | 每期 | 前期比増 |
| 災害対策商品(防災グッズやポータブル電源等)の販売金額 | | |
| 「ZEH」供給率 | 2031年3月期 | 50% |
| 太陽光パネルの出荷量 | | 50,000枚 |

資源循環と廃棄物削減

当社グループでは、家電も資源として捉え、グループ完結型の資源循環システムを構築・運用しています。今後もリユース・リサイクルや廃棄物削減の取り組みを強化、推進を続け、循環型社会の形成に貢献することが当社グループの使命の一つであると認識しています。

| KPI | 目標年 | 目標 |
|------------------------------|----------|------------|
| 家電4品目(テレビ、冷蔵庫、洗濯機、エアコン)のリユース | 2030年3月期 | 300,000台 |
| パソコンリユース・リサイクル | 2026年3月期 | 344,300台 |
| 小型家電リサイクル台数 | 2030年3月期 | 1,000,000台 |

人材育成の強化

当社グループでは、人的資本経営の取り組みとして「自律型組織・自律型人材の育成教育」をテーマに掲げ、新入社員から経営層まで、すべての階層において育成研修を行っています。階層毎に必要なとなる技術的なスキルのほか、人間力や概念化能力などの底上げを行い企業価値の向上をさせることが持続的な企業の成長に必要であると認識しています。

| KPI | 目標年 | 目標 |
|--------------|----------|----------|
| 1人当たりの平均研修時間 | 2031年3月期 | 30時間以上/年 |



人手不足対応と人材確保と顧客満足維持(DX対応等)

人手不足が深刻化するなかで、より便利で快適なサービスを提供し続けるために、DXの推進による業務効率や労働生産性の向上が必要です。また、社員の定着率向上や主体的な業務改善の促進を目的に働きやすい環境を整備し、社員のエンゲージメントを高めることも重要であると認識しています。

| KPI | 目標年 | 目標 |
|------------------|----------|-----------|
| 1人当たりの販売金額※ | 2030年3月期 | 7,100万円/年 |
| ネット、テレビショッピング売上※ | | 1,900億円 |
| 正社員離職率 | 2031年3月期 | 4.5% |

※対象：デンキセグメント

DE&Iとウェルビーイングの推進

少子高齢化や価値観の多様化が進む中、企業の競争力強化には多様性の尊重と働きやすい環境づくりが重要です。多角的な視点を活かせる職場と従業員の健康促進で、組織の活力が向上し、革新的な商品やサービスの提供が可能となり、お客様の多様なニーズに応え、双方の心身の充足につながると認識しています。

| KPI | 目標年 | 目標 |
|------------------|----------|--------------------|
| 長時間労働抑制 | 毎期 | 残業時間を削減した会社割合 前期比増 |
| 有給休暇取得率 | 2031年3月期 | 80% |
| 女性管理職比率 | | 10%以上 |
| 健康診断受診率 | | 100% |
| ストレスチェック受検率 | | 100% |
| エンゲージメントサーベイ | | 総合評価「A」 |
| 休業災害度数率 | 2029年3月期 | 0.50以下 |
| 女性及び男性社員の育児休業取得率 | | 女性:100%維持 男性:80%以上 |

| マテリアリティ 中期経営計画の戦略 | | 気候変動への対応 | 環境配慮型製品の販売促進 | 資源循環と廃棄物削減 | 人材育成の強化 | 人手不足対応と人材確保と顧客満足維持 (DX対応等) | DE&IA ウェルビーイングの推進 | コンプライアンスの徹底 | リスクマネジメント |
|----------------------|--------------------------|----------|--------------|------------|---------|----------------------------|----------------------|-------------|-----------|
| 「くらしまるごと」戦略の実践・推進 | LIFE SELECTを中核としたエリア店舗開発 | ● | ● | ● | | | | ● | ● |
| | ECの強化推進 | ● | ● | ● | | ● | | ● | ● |
| | スマートハウスの拡販 | ● | ● | ● | ● | | | ● | ● |
| 「くらしまるごと」戦略を支える体制整備 | AI・データ活用 | ● | | | | ● | ● | ● | ● |
| | 組織・人材・ガバナンスなど経営の一体管理 | | | | ● | ● | ● | ● | ● |
| | グループシナジーの最大化 | ● | ● | ● | ● | | | ● | ● |

【免責事項】

本資料に記載されている情報のうち過去の歴史的事実以外のものは、当社が判断した種々の前提及び仮定に基づいたものであり、その性質上、将来その通りに実現するという保証はなく、実際の結果と大きく乖離する可能性や客観的には不正確である可能性があり、そのような事態の原因となりうる不確実性やリスクの要因は多数あります。

また、記載された将来の計画や予想、目標数値、施策等の実行を確約または保証するものではありません。

本資料の内容は、情報の提供を目的としたもので、投資勧誘を目的としたものではありません。株式会社ヤマダホールディングス及びそのグループ各社の役員または従業員は、本資料の使用、その内容から生じる直接的、間接的または派生的な損害または損失に対して理由の如何を問わず一切責任を負うものではありません。

※本資料の無断使用・譲渡・複製・転載を禁じます。