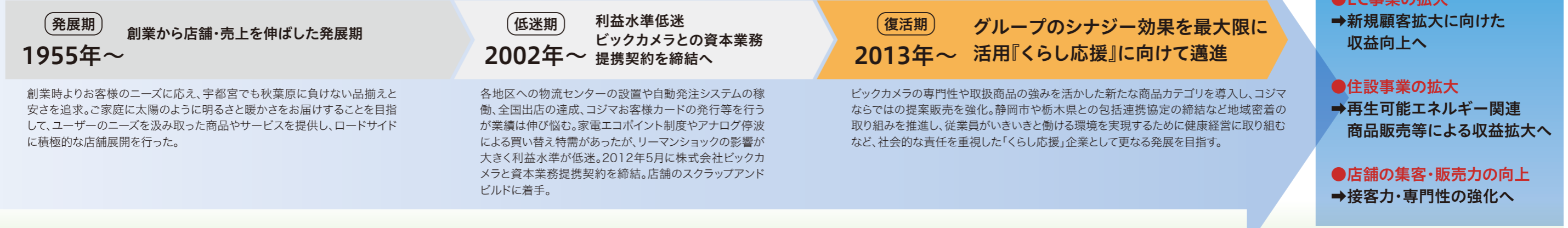


価値創造の歴史 ～挑戦し続けるコジマ～

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』します。暮らし応援コジマ」の企業理念のもとに、地域の皆様から愛され続けるコジマを目指し、当社独自の強みを培ってきました。2022年4月にコジマのSDGs宣言を公表し、これからも地域の皆様や環境・社会に貢献することで、継続した成長を目指していきます。



●現在の「コジ坊」にもつながるコジマの太陽マーク
1991年にシンボルマークとして看板にも使用されていた「太陽マーク」を商標登録。太陽マークの笑顔は、いつでもお客様に明るさと暖かさを提供していきたいという考えに基づいていた。また1993年3月期に売上高は1,000億円を達成し、一つの節目を迎えた。



●東証二部に上場
1994年に売上高は1,634億円を達成。全国展開に向け1996年に東証二部への上場を果たし、資金調達の道が確保されたことは大きな意味があった。だが、これには満足せず早々に一部への指定替えを目指し、1998年9月に東証一部への上場が実現。



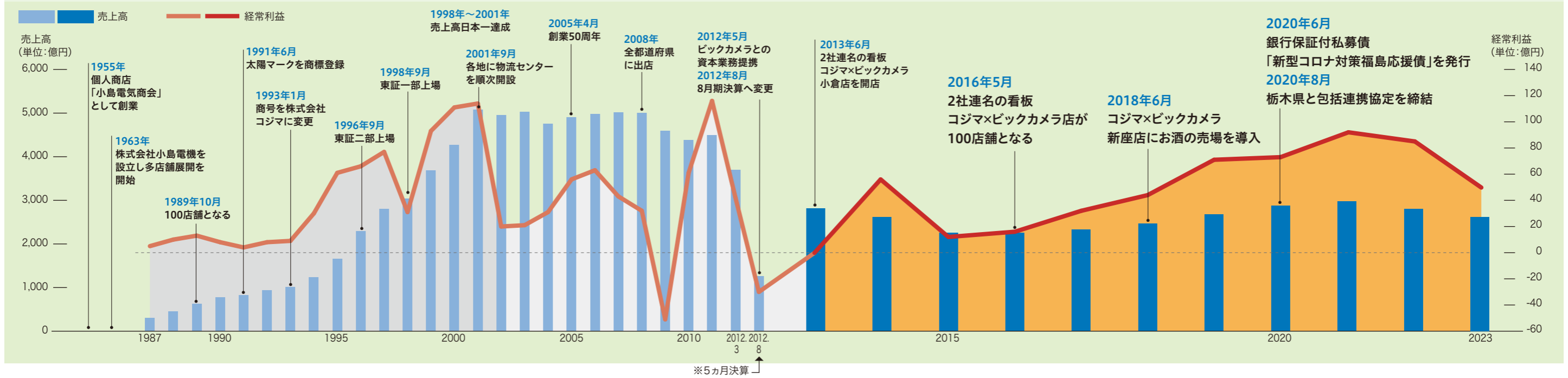
●2008年、全都道府県に出店
2008年3月に島根県松江市に「NEW松江店」をオープンしたことで全国出店を達成。この時点で230店舗を全国に展開したが、一県に一店舗等の展開が多く利益水準が徐々に低迷。



●2013年6月、2社連名のコジマ×ビックカメラ小倉店を開店
2012年のビックカメラとの資本業務提携契約締結を経て、初となる「コジマ×ビックカメラ」の名称を掲げた店舗を開店。ビック流の品揃えを意識し、取扱商品の種類を増やし、コジマで従来弱かったAVC関連の品揃えの充実を図る。その後2016年にはコジマ×ビックカメラ店が100店舗を達成。2023年11月現在ではアウトレット等特殊形態の2店舗を除き全ての店舗が「コジマ×ビックカメラ」の看板を掲げた店舗となっている。

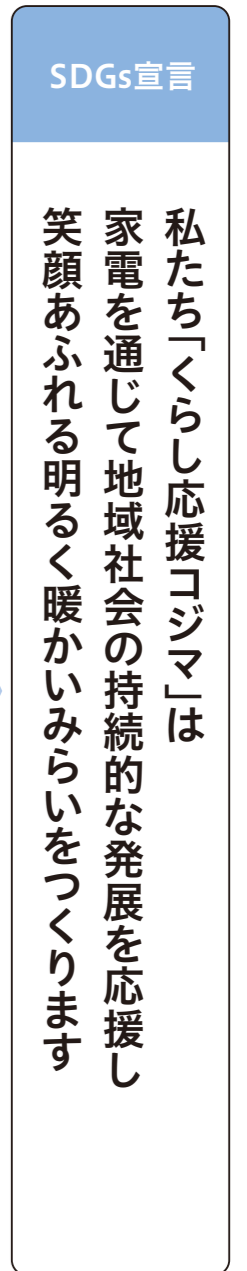
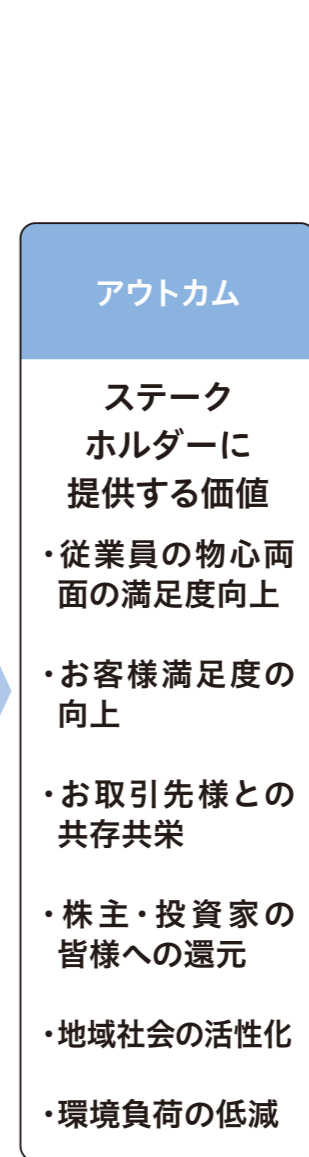
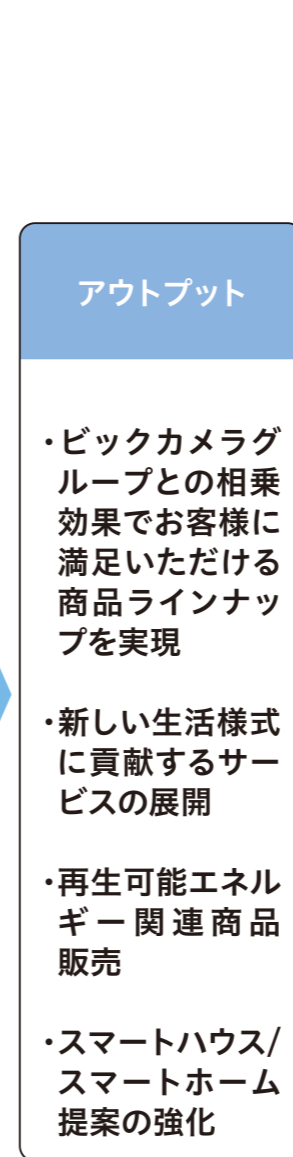
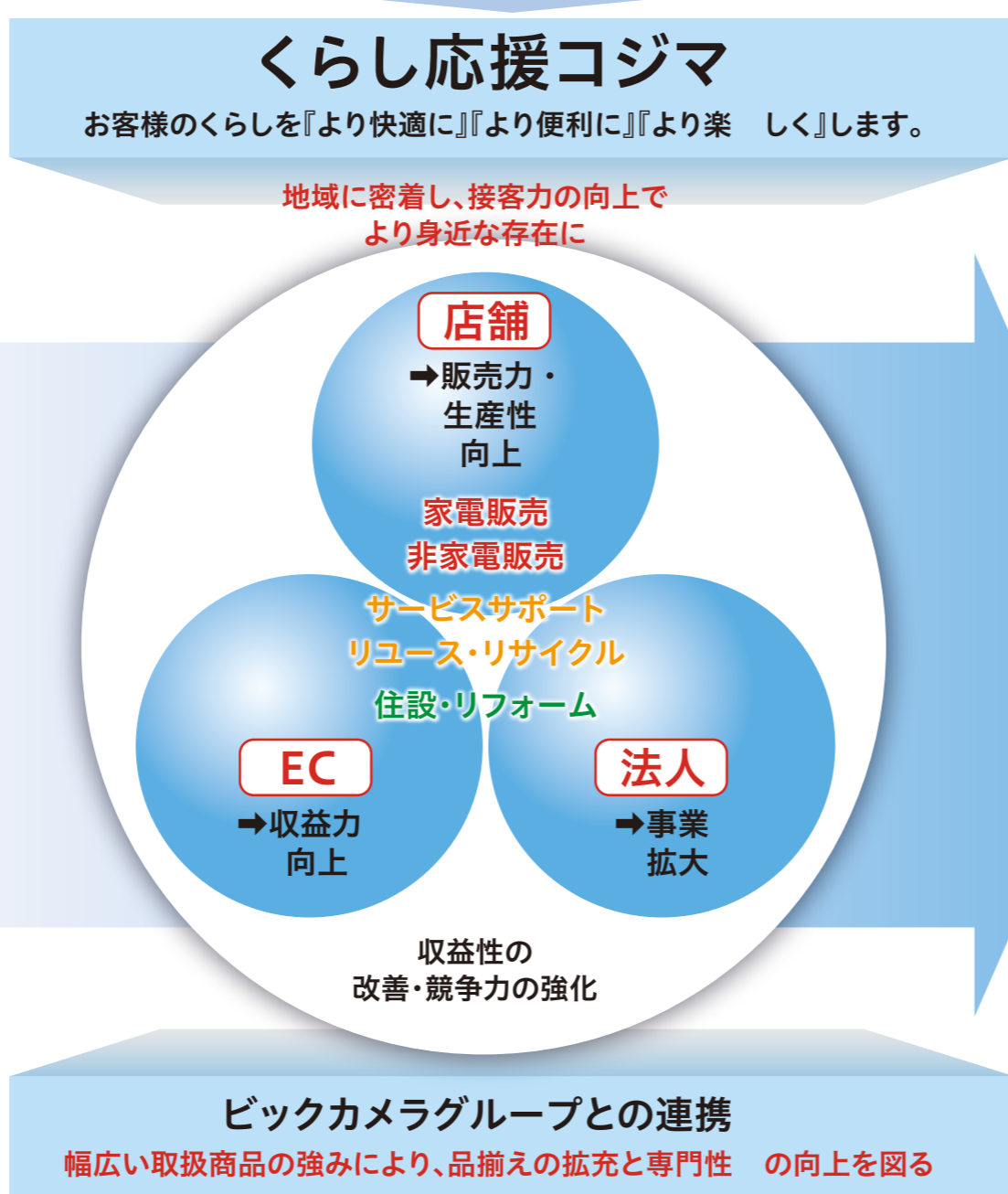
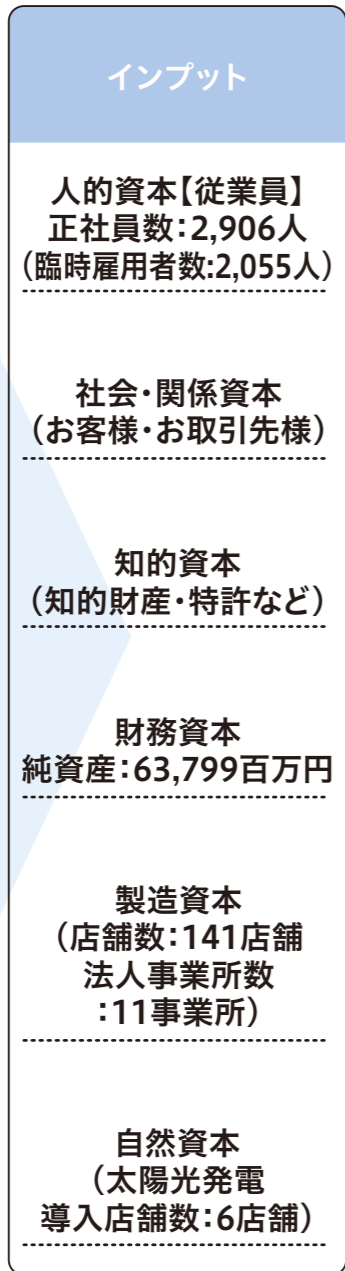
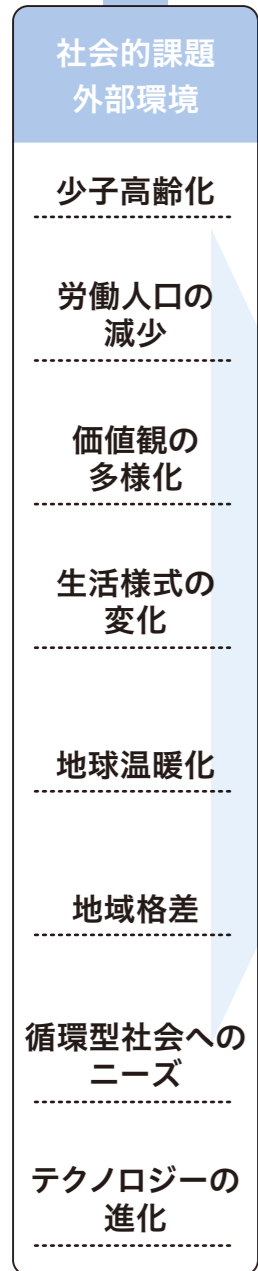


●栃木県等と包括連携協定を締結
「暮らし応援」企業として地域密着を進め、静岡県、栃木県、福島県と包括連携協定を締結。このほか災害時の支援に関する協定を足利市、流山市と締結。当社が店舗を構える地域の皆様とより良い関係を構築し、地域活性化・課題の解決に取り組む。



価値創造プロセス

パーパス: 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



トップメッセージ

地域のお客様との信頼関係をベースに、
時代に即した事業・サービスの展開に
努めてまいります

代表取締役社長
中澤 裕二

アフターコロナへの移行期となった第61期の業績と次期の見通し

第61期は、アフターコロナへ移行する時期を迎え、家電量販店市場の動向は大きく変化しました。

上期には、新型コロナウイルス感染症対策の行動制限が緩和された中で、人流の変化や、急激な円安による物価上昇、燃料費の高騰による電気料金の値上げなどが起こり、消費環境に大きな影響を与えました。前年までの巣ごもり需要やグリーン住宅ポイント制度による需要は反動減となり、当社事業では、テレビや冷蔵庫などの大型家電が伸び悩みました。一方で、携帯電話やゲームなどの販売は堅調に推移しましたが、これらの製品の粗利率が低いこともあり、大型家電の減少をカバーするには至らず、売上総利益は減少しました。

下期には、上期の状況を受けて、収益重視の体制への切り替えを急ピッチで進め、特に採算のバランスが悪化していたEC事業の改革に取り組みました。当社は自社サイト以外に、6つのショッピングモールに展開しています。これまで各サイトで一律に販売していましたが、その仕組みを改め、各サイトの商品ラインナップを、モールごとに異なる層のお客様から選ばれやすいものへと最適化しました。また、自社サイトではお客様の利便性を追求し、多様な決済手段を使えるようにするなど、機能強化を図りました。更に水道光熱費の削減に取り組むとともに、広告媒体の電子化やSNS等の活用を進めるなど、広告宣伝費や販売促進費をより適切にコントロールして、費用対効果の向上を図りました。

こうした取り組みの結果、第4四半期会計期間では売上総利益率が改善し、営業利益は前年同期よりわずかに減少したものの、計画数値は上回りました。しかしながら、通期では需要の先食いが収束していった影響が大きく、売上高の減少に伴い、各段階利益は前年同期および今年度

計画を下回る結果となりました。

次期の見通しでは、日本経済は雇用・所得環境の改善が見込まれるとともに、各種政策の効果もあり、緩やかな回復が続くものと期待されますが、世界的な金融引締めの影響などによる景気の下振れリスクも懸念されます。次期はこれまでの需要の先食いに伴い、買い替えサイクルが先延ばしになることなどの影響を考慮し、売上高は前年同期比で微減となることを想定しています。

今後の展望と重点とするテーマ、取り組みについて

中長期的に見れば、少子高齢化の社会情勢を背景に、家電市場はますます縮小傾向に向かうと予測され、家電量販店業界の競争環境は更に厳しくなると見られます。現状では確かに先行きが不透明な状況にありますが、当社は「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」のパーパスのもと、「生産性の向上」と「持続的な成長」を2大戦略として、事業に臨んでまいります。当社の最大の強みは、地域に密着し、お客様のお住まいの近くに店舗を展開している点です。当社のパーパスに基づく企業活動もこれをベースとし、強化・発展させ、地域のお客様に更に貢献していくことを目指しています。

短期的には、市場が縮小する過程でも、お客様から選ばれる店舗となり、収益性の向上を目指すために「接客力・専門性の強化」に取り組んでいきます。シェアの拡大が求められますが、そのために従業員が接客を通じてお客様との確かな信頼関係を築くことが重要です。

2022年には接客力の強化と業務効率の改善をテーマにCS推進室を開設、1年間の活動では、新入社員教育を中心に接客力の向上を図りました。2023年10月にはCS推進室の機能強化へ向けて、東京都に「研修センター」を新設しています。店舗においては、以前よりロールプレイン

グによる接客力の向上に取り組み、一定の効果を上げてきましたが、店舗ごとにその質にバラツキがあることが課題でした。研修センターでは、従業員一人ひとりが、お客様へのアプローチから商品のご案内、お客様に寄り添う提案までを一貫して行える技術を身に付けるためのプログラムを用意し、高品質のロールプレイング研修を行い、接客サービスの質の向上と標準化を図ります。コロナ禍によって対面での接客を控えてきたお客様に、当社の従業員による丁寧な接客をお届けし、信頼関係を築き継続してご利用いただくために、スピード感を持った活動を心がけています。研修センターの新設から短期間ですが効果検証も同時に進めており、今後の研修内容のブラッシュアップにもつなげていきます。また、従業員が販売に魅力を感じ、積極的に取り組もうとの思いを強く持てるよう、販売実績により重点を置いた人事評価制度の導入も進めていきます。その実現に向けては接客対応の時間を多くとれるように、表示価格の切り替えを自動的に行える電子棚札の導入店舗の拡大や、付帯業務を精査し削減するなどの業務の効率化も並行して行っています。

またEC事業は、2023年度の改革にとどまらず、店舗と協調した役割分担を図り、多様化するお客様のニーズを吸い上げられるよう努めます。法人事業では、規模の拡大とともに、生産性を重視した運営を進めていきます。

コロナ禍で開催を控えていた各種イベントも再開しています。大人から子どもまで楽しめるミニ四駆大会や、地域と連携したイベントなどを積極的に実施、当社の店舗ならではの楽しさを引き続き提供し、存在感を更に高めるよう努めます。また栃木県や静岡県と包括連携協定を結ぶなど、地域との連携強化も進めており、各地域の名産品を当社の店舗で販売するなどの、新たな地域活性化イベントも実施しています。

親会社のビックカメラとの事業・店舗展開の連携では、

大都市のターミナル駅前で幅広いエリアから集客するビックカメラと、地域に密着した商品・サービスを提供するコジマの、それぞれの強みを活かした取り組みを更に強化しています。当社は今後とも、郊外のロードサイドや、スーパーとの複合店、ショッピングモール、駅周辺でマンションが併設されている商業施設など、お客様の生活に密着したエリアを中心に店舗を構え、普段使いにご利用いただけるお店を目指していく考えです。

一方、当社では中長期の動向を見据えて、成長領域の拡大を推進しています。従来の家電の延長線上にある事業として現在、住設部門の育成に取り組んでいます。主にシャワーヘッドや給湯設備、温水洗浄便座などの「住設品物販事業」、屋根・外壁塗装等の「住宅リフォーム事業」、そして太陽光発電設備や蓄電池などの「再生エネルギー事業」の3分野を重点強化しています。「住設品物販事業」では、お客様に商品・サービスを身近に感じていただくために、店舗内の住設コーナーを拡張し集中展示へ向けて改装を進め、販売実績にも貢献し始めています。「住宅リフォーム事業」は家電品との親和性も高く、家電をご購入いただいたお客様にリフォームと組み合わせた提案なども行えることから、今後の成長ポテンシャルは高いと考えています。「再生エネルギー事業」は、協力店とも連携を図りつつ、太陽光発電を導入したお客様に蓄電池の併用を提案し、電力を効率的に利用する機会を提供するなど、時代に即した活用方法を広げ、市場拡大につなげていきます。今後はEVカーの普及を見据えながら、充電設備の提案にも取り組んでいきます。

変化の激しい時代の中で、しっかりと先を見据えて今やるべきことを確実に行う一方で、新たなことへ取り組むことの難しさを感じていますが、臆することなく、従業員とともにチャレンジしてまいります。

様々な取り組みによって、お客様に当社の店舗へご来店



いただくきっかけづくりに引き続き注力していく考えです。「くらし応援」企業として、お客様のライフスタイルの変化に合わせ、EV充電設備の設置など、社会的に必要とされるインフラの整備も進め、地域の活性化につながる取り組みや、安全・安心な社会のための貢献も継続していきます。

株主還元(配当、自己株式取得)における方針について

当社では株主還元について、株主の皆様に対する収益性、会社の今後の収益予想、企業基盤の強化等を十分考慮し、業績に裏付けられた成果の配分を行うことを基本方針としています。当社は配当以外にも株主優待制度をご用意しており、年々その内容の拡充を行ってきました。直近では新NISA制度の導入も見据え、年1回から年2回の進呈に変更しました。当社の株主優待券は金券タイプであり、非常に有効にご利用いただけるものと考えています。株主の皆様には是非、当社の店舗にご来店の上、お買い物を楽しんでいただきたいと思っています。

株主、従業員ほかステークホルダーの皆様へ

当社ではステークホルダーの皆様に対し、当社が進めている環境や社会に対する取り組みなどを分かりやすくご紹介するため、積極的な情報開示に努めています。その一つとして当社ホームページのIRサイト刷新を進めており、更なる開示の強化を図ります。また、当社の継続した成長の実現に向け、最も大切な従業員に対しては、人的資本経営の推進を経営戦略の中に重要な取り組みと位置づけ、一人ひとりが自身の持てる能力を発揮し、いきいきと働けるようエンゲージメントの向上に取り組んでいます。

当社は、地域に愛される店舗づくりを目指し、品揃えやサービスなどにおいて日々新たな気付きをステークホルダーの皆様にご提供できるように切磋琢磨しております。引き続きくらし応援コジマをどうぞよろしく願いいたします。

コジマの強み

お客様の住まいの近くで様々なニーズに寄り添い、信頼される企業を目指してビジネスを展開するとともに、地域に密着した企業として、地域の活性化と地域経済の発展に貢献しています。

接客・提案力

各店舗では販売員の接客力・専門性の強化に取り組んでいます。お客様の潜在的な需要を掘り起こすとともに、各種社内研修や接客ロールプレイングの拡充によって接客力向上を図り、高付加価値商品の販売強化に努めています。地域のお客様のニーズに合わせた接客が浸透し、従業員の指名買いも増えています。

また、女性社員が中心となりお客様に商品の良さを体感・体験いただく店頭イベントや、手書きPOPを通じて商品のお

勧めポイントを紹介する「Smile活動」は、当社独自の取り組みとして根付いています。



社内研修風景

品揃え・サービス

ビックカメラグループの企業として豊富な品揃えや専門性を活かしつつ、売り場づくりや接客において従来のモノからコト軸への転換を進めています。

高齢化が進む中で従業員が直接お客様宅を訪問してお困りごとを解決する「くらし応援便」や、デジタル商品を中心に買取・購入後のサポートを行う「サービスサポートカウンター」など、お客様のお住まいの近くに店舗を構える当社ならではの地域密着型サービスを強化しています。



サービスサポートカウンター

顧客接点の多様化

お客様の利便性向上に向け、顧客接点の多様化を図っています。

住設事業では、今期開設した「コジマスマートハウス推進センター」の稼働により、電話によるお客様との接点が拡大しています。また法人事業においては、エリア単位で異なる要望に対してきめ細かなサービスを提供できる体制を整えました。更にEC事業では、自社サイト「コジマネット」のコンテンツや支払い方法の拡充や、店舗での置き置きサービスをアウト

レット店を除く全店で実施するなど、利便性の向上を図っています。



コジマネット

地域貢献

地域社会・取引先への貢献という企業コミットメントを掲げ、店舗を構える地域において野球、バスケットボール、サッカー、アイスホッケーなどのプロスポーツチームを企業スポンサーとして支援しています。応援するチームと連携したお子様を対象としたスポーツ教室等を開催し、好評をいただいています。また、ミニ四駆大会を通じてファミリーでの集いの場を提供しています。



スポーツ教室

お客様のニーズに寄り添い 信頼される企業を目指した 取り組み



取締役執行役員 営業本部長兼開発部長

久保田 一史

コジマの強みを活かした取り組み

当社は、「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 くらし応援企業であること」をパーパスと掲げています。これは、お客様のくらしを『より快適に』『より便利に』『より楽しく』するという企業理念につながっており、この考えのもと、お客様のお住まいの近くで様々なニーズに寄り添い、信頼される企業を目指してビジネスを展開しています。前頁で紹介している接客・提案力、品揃え・サービス、顧客接点の多様化、地域貢献が大きな軸となっています。

当社の強みを活かすべく、住設事業では、環境への配慮や省エネニーズの高まりを捉えるため、再生可能エネルギー関連商品の販売を強化しています。また、住設売場のリニューアルを進めリフォームの提案も行っています。EC事業では、自社サイトの機能強化とともに、新たにQoo10に出店するなど様々な世代やニーズへの対応により、利便性の向上を図っています。地域に対する貢献では、地域スポーツの支援や、様々な自治体との包括連携協定等の締結により、地域の活性化等について協働しています。当社には「コジ坊」というキャラクターがあり、宣伝隊長としてお客様と楽しくコミュニケーションをとらせていただいております。他社にはない取り組みの一つとなっています。

創業の精神の継承と進化

当社のトレードマークとして長年親しまれてきた太陽マークには、「私たちは太陽のように明るさと暖かさをご家庭にお届けします」という創業の精神が込められていました。このお客様に対する思いは現在のパーパスにも引き継がれております。お客様に継続してご支持いただくためには、変わりゆくニーズにいち早く気づき、素早く対応することが必要であり、そのために日々品揃えやサービス、接客力を磨き続けています。お客様にとって最も身近な存在として引き続きご愛顧いただけるよう、「くらし応援」企業として更なる進化を目指していきます。