

マテリアリティと経営戦略

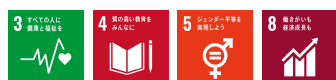
ビックカメラグループは、パーパスの実現に向けて、脅威となり得る社会的課題を抽出し、事業を通じて社会課題を解決し、事業機会に昇華し得るマテリアリティを2021年7月に特定しました。

現在、マテリアリティに対する経営戦略を実行中ですが、さらなる事業環境の変化を踏まえ、マテリアリティの見直しを進めています。



従業員エンゲージメントの向上

- 従業員のウェルビーイング推進
- 従業員のキャリア目標形成と会社の目指す方向が重なる



社会課題

- 人口動態の変化
- 生活様式の変化

お客様エンゲージメントの向上

購買代理人としての商品力強化



社会課題

- 人口動態の変化
- 消費行動の変化
- 生活様式の変化
- 非連続な技術革新

購買代理人としての販売力強化



社会課題

- 人口動態の変化
- 社会の成熟化
- サプライチェーンの変化
- オーバーストア

購買代理人としてのマーケティング力強化



社会課題

- 社会の成熟化
- 消費行動の変化
- 生活様式の変化

循環型社会(サーキュラーエコノミー)への取り組み強化



社会課題

- 非連続な技術革新
- 消費行動の変化
- 環境意識の高まり
- 脱炭素・再生可能エネルギーへのシフト
- 海洋プラスチック等有害物質の問題

経営戦略

3つの経営戦略に
取り組むことで
企業価値向上を目指す

従業員の ウェルビーイング推進

従業員の
モチベーション向上

従業員の
価値創造力の構築

生産性向上戦略

店舗力の深化

収益構造の
抜本的見直し・改革

厳選された戦略投資

成長戦略

盤石な店舗収益基盤の
構築と進化

店舗の魅力度向上

ECの強化・拡充と
サプライチェーンの最適化

事業ポートフォリオの分散