

ビックカメラグループは、「お客様の購買代理人として暮らしにお役に立つくらし応援企業であること」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の経営基盤を活用し、特定したマテリアリティに対して戦略化した経営戦略に取り組むことで、様々な社会課題を事業を通じて解決し企業価値向上を図るとともに、SDGsの達成に貢献しています。

パーパス

お客様の購買代理人として暮らしにお役に立つくらし応援企業であること

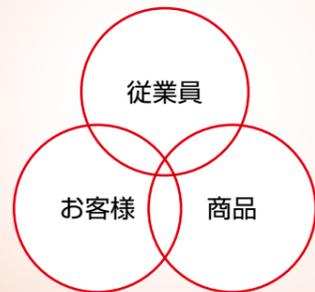
投下資本

人的資本
(従業員)

社会・関係資本
(お客様・取引先)

知的資本
(目利き力・商品企画力)

大切な預かりもの



財務資本
(手元資金等)

製造資本
(店舗・EC・物流センター)

自然資本
(資源回収ネットワーク)

ビックカメラグループ

マテリアリティ(重要経営課題)



ダイバーシティを
意識した
ワーキンググループを
結成し戦略化

→ P12



執行役員を中心に、店舗メンバー、女性から若手メンバーまで、幅広い層で構成し、現場の意見でつくられた戦略となりました。

経営戦略

従業員の
ウェルビーイング
推進

生産性向上戦略

成長戦略

社会課題

人口動態の
変化

社会の
成熟化

消費行動の
変化

生活様式の
変化

非連続な
技術革新

環境意識の
高まり

ステークホルダーに対する提供価値

従業員

従業員の物心両面の満足度向上に努めるとともに、働きたい場所・やりたい仕事につける機会と場を提供し、かつ自ら学ぶ意志のある従業員の成長をサポートします。

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。

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引を守り、共存共栄を目指しています。

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。

社会

店舗を通じて地域社会と深くかかわっており、地域社会とともに存在することでその役割を果たしています。

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。