

経営戦略 **サステナビリティ経営**

創業来磨き続けてきた 価値の提供により、 お客様や社会に貢献

2024年8月期より、サステナビリティ担当役員になりました根本です。企業の規模が拡大するにつれ、従業員に企業理念や経営の意思が浸透しにくくなったと感じています。サステナビリティ担当として全部署横断的に活動し、風土・意識改革に努め、企業価値の向上を果たします。

取締役 サステナビリティ担当
根本 奈智香



小売業の価値は店舗にあるという考えのもと、当社は企業理念に掲げる「こだわり」の専門店の集合体を時代の変化やお客様の多様化するニーズに対応すべく、お客様に直接接する店舗の従業員が主体的に行動し磨き続けることで進化させてきました。

そして、昨年からの継続課題である「ビックらしい強い店舗の再構築」を経営戦略として掲げ、「人を成長の原動力とする」ことを戦略の柱と位置づけています。従業員の「個々の能力」を、企業価値の源泉であり重要な資本ととらえ、従業員の多様な能力と専門性を活かすことができる制度設計・運用に取り組んでいます。

従業員の「個々の能力」を最大限に発揮することで、お客様に信頼され、あてにされる企業であり続けるとともに、真の豊かさをもたらしたいと考えています。また、多様な価値観を持った従業員が安心や働きがいを感じていただける職場を創り出し、人財の確保だけでなく、雇用の創出や多様性の尊重など、

様々な社会課題の解決に貢献する決意です。

私たちは、従業員エンゲージメントの向上がお客様エンゲージメントと企業成長につながり、持続的成長を果たすことができるの考えから、最も重要な戦略を「人を成長の原動力にすること」と位置づけ、従業員エンゲージメントNo.1企業を目指します。

企業の持続的成長を果たす上で、社内の各部署が事業推進や生産性の高い効率的な業務に邁進できるよう管理体制および監査体制を整えることが重要であり、経営の透明性を高め、迅速な意思決定ができる組織を整備することがガバナンスの基本であると考えます。以上のことから、代表取締役社長を委員長とするサステナビリティ推進委員会を設置し、取締役にはサステナビリティのスキルを求め、取締役会とサステナビリティ推進委員会が連携しています。さらに、より強固な経営戦略を推進するために、リスク管理委員会とサステナビリティ推進委員会を連携させ、万全な体制を整え、一丸となって前進していきます。

サステナビリティ 経営の全体像

社会

社会課題への対応

- **人財**
人的資本経営：ダイバーシティ&インクルージョン
健康経営：安心して健康で働ける環境づくり
人権の尊重：人権デュー・ディリジェンス
- **地域社会との共生**
自治体との連携

▶ P33

環境

環境への取り組み

- サークラー・エコミー(循環型社会)の実現に貢献
- 脱炭素社会実現のため、再生可能エネルギー事業を推進
- 省エネ家電製品・サービスの普及促進を強力に推進
- 事業活動による温室効果ガス(GHG)排出量を削減

▶ P32

ガバナンス

コーポレート・ガバナンス

- 基本的な考え方、強化の取り組み、体制図、取締役会と役員のスキル・マトリックス、外部視点による会社経営の助言および監督、各委員会の状況

コンプライアンス・リスクマネジメント

▶ P34-39

人を成長の原動力とする

企業理念に基づく経営

- 浸透・実践に向けた発信・研修等の実行

人事評価制度の見直し

- 企業理念・行動規範等に基づく新たな制度の設計

育成制度の見直し、健康経営への取り組み

- キャリアパスも含めた新制度の導入、健康の保持増進への戦略的取り組み

表彰制度の拡充

- 企業理念・ハンドレッド・接客等を評価する表彰制度の拡充

▶ P14-19

強い店舗の再構築

事業部制の導入/仕入れ機能の強化

- 専門性・店舗連携の強化、収支責任の明確化

お客様に向き合うための環境づくり

- 阻害する要因を突き止めて解決することで、時間・体力を創出

店舗マネジメントの見直し

- 予実管理(売上・粗利)の強化とPDCAの定着

人的リソースの再配置

- 店舗を中心とした戦略的な人員配置の実施検討

ハンドレッド計画の取り組み深化

- ハンドレッド計画の強化推進による現場主体性の向上

お客様の声を起点とした運営への転換

- 各部門のPDCA強化/CX全体戦略の推進

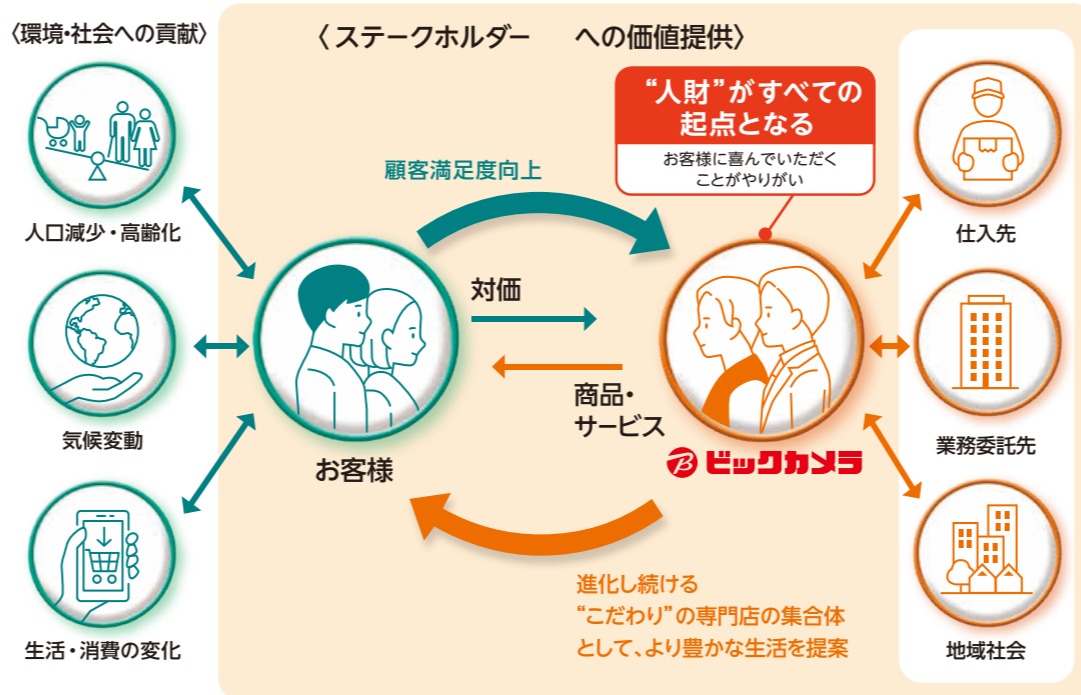
ECの拡充

- 店舗を起点とした顧客づくりの一環としてのEC拡充

アフターサービスの拡充

- サービスに関わる新たな体制の構築と領域拡大

▶ P20-31



収益構造の抜本的見直し

経費削減 新たな管理体制/主要科目で責任部署設定し進捗管理

在庫コントロールの見直し 実態把握による課題抽出と運用方法の変更

経営管理基盤の強化 新たな予算プロセスの導入によるPDCA機能の強化

事業ポートフォリオの見直し 不採算の事業・施策を抽出、経営リソース集約

中長期の成長戦略

事業領域の拡大 顧客体験価値を向上させる独自サービスの創出

グループ視点での管理強化・戦略策定 各社の実態把握・収益管理の強化、グループ経営の深化