

価値創造プロセス

ビックカメラグループは、「お客様喜ばせ業」をつなぎ、期待を超える」と定めたパーパスのもと、消費者の多様化するニーズの変化に対応した店舗網を中核に、グループ各社の強みを最大限に活かし相互連携することで、お客様の購買サイクルを網羅した新たな価値を提供するサーキュラーエコノミー型事業モデルを構築します。また、この活動を通じて環境に配慮した持続可能な社会づくりにも貢献していきます。

投下資本 2025年8月期

ビックカメラグループの強み

成果

ステークホルダーへの提供価値

- 人的資本
- 社会関係資本
- 知的資本
- 財務資本
- 設備資本
- 自然資本



財務	
売上高	974,483 百万円
営業利益	30,274 百万円
経常利益	31,929 百万円
親会社株主に 帰属する 当期純利益	17,476 百万円
ROE	10.9%
非財務	
“人の力”を 成長の原動力とする 人財戦略	
健康経営の推進	
省エネ家電製品・ サービスの普及促進	
温室効果ガス 排出量削減	
信頼とワクワク感の ある店舗の確立	

- 従業員
- お客様
- お取引先
- 株主・投資家
- 社会
- 政府・行政機関

目指す姿

お客様の生活・消費行動の変化に対応し、進化し続ける『生活適合業態』

詳細▶P.20

全てのベースとなる企業理念とそれを構成する要素

詳細▶P.30