

### 1. この会社が目指す姿が理解できるか

CEOメッセージからは、「お客様第一主義」をモットーに「消費者の生活を支える企業でありたい」という思いが伝わる。（例えば、消費者宅訪問時に靴下を履き替えるという取り組みを挙げ実際に消費者から良い反応があるというエピソードなどの具体例が盛り込まれていて説得力がある。）イーアールジャパンについての特集ページをはじめとしてサステナビリティへの取り組みでも一貫して経営理念を軸に据えており、エディオンが目指す会社の在り方が揺るぎのないものであることが読み取れる。また、SDGsの項目と絡めてマテリアリティがわかりやすく説明されており、同社が重点的に取り組もうと考えている課題を具体的に示したうえで様々な角度から社会に貢献できる企業を目指していることが示されている。一方で、数十年後を見据えた記述が少なく長期の具体的なビジョンをつかむことはできない。【社長×副社長三者対談】において「未来に向けた成長戦略をしっかりと描く」という項目はあるものの具体的な戦略などについての記述はなく、常に未来を見据える重要性を説くにとどまっている。

### 2. この会社の競争優位性が理解できるか

CEOメッセージの中で、エディオンは家電・リフォーム・物流・教育の四つを事業の柱としていることがわかる。その中でもリフォーム事業の売り上げは家電量販店としては9年連続一位とのことであり、ここに競争優位性が読み取れる。また家電量販店として教育事業に取り組む企業は少ないだろう。2018年に始まったということもあり現在はまだ小規模であるが、2025年までの会員数目標も示されており、この独自性にも同社の競争優位があると考えられる。一方で、中心事業である家電販売については競争優位性は読み取ることができない。ステークホルダーの立場から考えると、競合他社のヤマダ電機やビッグカメラなどに対する家電事業における優位性の記述があることが望ましい。

### 3. その競争優位性に持続性があるかどうか理解できるか

教育事業に関しては、プログラミング教室を運営する企業を子会社化したこと、前述したように目標数値が示されていること、またコロナ禍になってからはオンラインでの参加が可能なプログラミングのコンテストを開催したことなどから、本格的に教育事業に参入し今後も持続・拡大していくことが読み取れる。一方でリフォーム事業に関しては持続性が読み取れるような記述は見られない印象である。競合他社と比較してかなり優位に立っている分野であるため、より強調して説明すれば持続性の説得力が高まるだろう。

#### 4. この会社で自身の人的資本の価値向上を達成できると思うか

労働の上での負担削減は達成されるが、自分の人的資本の価値向上が達成されるかについては説得力に乏しいと感じた。負担削減については健康経営や子育てサポートなどの記述から読み取れる。一方で、人的資本の価値向上につながる自身のスキルアップが達成されるような取り組みは印象が薄い。人材育成についてのページで資格制度や能力開発制度に一言触れているが、これらの詳細が掲載されていれば学生はエディオンに入社することでスキルアップできるという確信が持てるだろう。たとえば競合他社であるビッグカメラは2021年の統合報告書において、社員が会社内で自分の希望する役割に挑戦できる制度や専門能力開発のための研修制度について説明している。このような記述は入社による自身のスキルアップ・成長の可能性を感じさせるものである。

#### 5. 報告書にはどのような改善余地があるか

本報告書を読んで感じた改善余地は以下の3つである。

1つ目に、事業セグメントの詳細な説明を盛り込むことである。前年の統合報告書では中心とする4つの事業をまとめたページが作られていたが、本報告書ではその4事業の説明がCEOメッセージの中だけにとどまっている。これにフォーカスしたページを作ることにより会社の概要が理解しやすくなり、またリフォーム・教育事業といった優位性を持つ事業も強調することができるだろう。

2つ目に、従業員マネジメントについてのページを充実させることである。従業員の労働負担削減・スキルアップへの取り組みが具体的かつ詳細に伝わることで、読み手はその会社の成長を予想できる。また、社員のスキルアップをサポートする体制が整っていることは就職先を考えている大学生にとってとても魅力的な要素であり、このページを充実させることは学生へのアピールにもなる。

3つ目は、より広い時間軸で自社の取り組み・目標を示すことである。当報告書は全体的に現在取り組んでいることを中心に説明している印象である。ここに実績に関するより多くの定量的な情報を含めた過去の振り返りとより具体的な今後の展望や目標設定を盛り込むことで、現在会社が行っている取り組みの根拠と目的が明確になるだろう。たとえば、GPIF発表の2022年の「優れた統合報告書」のひとつとして選出された日立製作所の統合報告書を見ると、過去三回分の中期経営計画の振り返りとそこでの課題をまとめ、そのうえで最新の経営計画を設定しているが、これは読んでいて同社が現在設定している経営戦略の説得力を増すものである。こうすることで読み手に会社の将来性をより効果的に伝えることができる。

#### 参考

2021年3月期 エディオン統合報告書

[https://www.edion.co.jp/system/files/ir-library/pdf/ja/2021-10/Integrated%20Report%202021\\_0.pdf](https://www.edion.co.jp/system/files/ir-library/pdf/ja/2021-10/Integrated%20Report%202021_0.pdf)

2020年3月期 エディオン統合報告書

[https://www.edion.co.jp/system/files/ir-library/pdf/ja/2020-09/EDION\\_Integrated%20Report%202020\\_0.pdf](https://www.edion.co.jp/system/files/ir-library/pdf/ja/2020-09/EDION_Integrated%20Report%202020_0.pdf)

2021年8月期 ビッグカメラ統合報告書

[https://www.biccamera.co.jp/ir/csr/pdf/202108\\_02\\_tougou.pdf](https://www.biccamera.co.jp/ir/csr/pdf/202108_02_tougou.pdf)

GPIF 発表 「優れた統合報告書」

[https://www.gpif.go.jp/esg-stw/20220207\\_integration\\_report.pdf](https://www.gpif.go.jp/esg-stw/20220207_integration_report.pdf)