

# 山田电机通过企业社会责任经营， 努力提高企业的社会价值， 实现与社会的共同发展



株式会社 山田电机  
董事长兼首席执行官CEO



## 提供更好的服务， 努力提高顾客满意度

在公司核心业务的家电销售中，作为家电销售专业店我们秉承“顾客至上”的客服理念，积极开展连锁店的资源整合和店面维修。为实现近距离为顾客提供服务，我们严格选定开店地区，努力完善销售网络。迄今，我们为满足不同顾客需求，构建了以实惠的价格提供最新，优质家电的运营模式。今后我们也将为提高顾客满意，继续努力提供更好的服务。

## 不断革新， 创造与社会共享价值

山田电机把现在定位为“第三创业期”。第一创业期为开业初期，第二创业期为“混卖店”到“量贩店”的转型期。我们公司的经营理念是“创造与挑战”、“感谢与信赖”，为企业的发展壮大不断革新。今后山田电机将继续建立与地区社会等各利益相关方的信赖关系，通过集团内的合作推行CSR经营，提高企业的社会价值，与社会共同进步。

## 把握社会发展脉搏， 通过业务为解决社会课题做贡献

作为保护环境的举措之一，我们推行智能住宅业务。通过和子公司Yamada·S×L home Co., Ltd, Housetec Inc., Yamada·Wood·House Co., Ltd等集团内部协作，在山田电机168家实体店开设了“智能家居体验区”，开展从住房的翻修到新建，安装太阳能发电系统以及家庭能源管理系统HEMS，销售各节能家电等业务。以下游企业的视点提供完整且一站式的服务。另外，为减轻环境负荷实现低碳社会，我们在集团内部构建了从家电销售到家电“回收再利用”的体系，回收已销售的家电进行再利用或资源回收，推进低碳社会的发展。

## 山田电机面临的市场环境

2013年度，对经济复苏的期待感带来了股票市场的景气并推动日元走软，另外东京申奥成功也进一步增强了人们对经济复苏的期待感，呈现出企业业绩好转以及强劲的个人消费。

关于家电销售市场，在电力供需不足的社会背景下，环保型的冰箱和空调等的销售形势良好，家电环保积分制度的结束以及电视机向地面数字化升级带来的影像关联产品的销售反弹的也逐渐减弱，出现了触底回稳迹象。

到2014年3月底为止，17年后的消费税再次上调，带来了超出预期的提前消费抢购风潮，4月份以后将会出现反弹，不仅是家电销售市场，整个消费环境将面临走势不稳定。

在这样的环境下，为了实现社会的可持续发展，我们通过采取少子高龄化对策，融合“线上”和“线下”的店铺提高顾客的便利性，洞察社会需求，以家电销售为中心，开拓事业领域的广度和深度，积极地推动“商务解决方案”。