



2024年11月25日

各 位

会 社 名 株式会社コジマ  
代表者名 代表取締役社長 中澤 裕二  
(コード番号 7513 東証プライム)  
問合せ先 代表取締役専務 経営企画本部長  
荒川 忠士  
TEL 03-6907-3114

## 中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、2025年8月期から2029年8月期までの5年間を計画期間とする「2025年8月期～2029年8月期中期経営計画」を策定し、本日開催の取締役会において、その内容を決議いたしましたのでお知らせいたします。

詳細につきましては、添付資料をご覧ください。

以 上

# 2025年8月期 ~ 2029年8月期 中期経営計画

---

株式会社コジマ

- 1 当社の特長
- 2 外部環境の分析
- 3 経営目標
- 4 事業戦略・数値目標
- 5 各重点戦略の概要
- 6 キャピタルアロケーション
- 7 サステナビリティに関する取り組み

- 1 当社の特長
- 2 外部環境の分析
- 3 経営目標
- 4 事業戦略・数値目標
- 5 各重点戦略の概要
- 6 キャピタルアロケーション
- 7 サステナビリティに関する取り組み

# 1. 当社の特長

お客様の住まいの近くで様々なニーズに寄り添い、信頼される企業を目指してビジネスを展開  
地域に密着した企業として、地域の活性化と地域経済の発展に貢献

## 暮らし応援コジマ

お客様の暮らしを『より快適に』『より便利に』『より楽しく』します

店舗

家電販売  
非家電販売

サービスサポート  
リユース・リサイクル  
住設・リフォーム

EC

法人

ビックカメラグループとの連携

### 単独店



### スーパー複合店



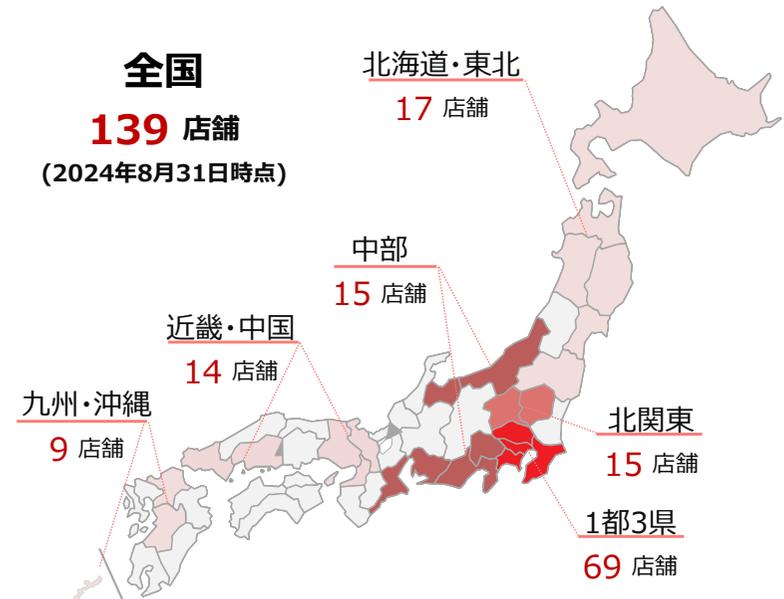
### ショッピングモール



### その他複合店



全国  
**139** 店舗  
(2024年8月31日時点)



- 1 当社の特長
- 2 外部環境の分析**
- 3 経営目標
- 4 事業戦略・数値目標
- 5 各重点戦略の概要
- 6 キャピタルアロケーション
- 7 サステナビリティに関する取り組み

## 2. 外部環境の分析

### 当社を取り巻く環境認識

### 読み解ける社会課題・お客様ニーズ・自社課題

#### マクロ環境：既存市場縮小と社会的要請

- 人口減少・高齢化の進行・地方の過疎化
- 環境問題への対応要請

#### 環境変化に適合したターゲティング

- ・国内小売市場縮小と消費市場の質的变化
- ・キャリアのあるアクティブシニアの比率増加
- ・脱炭素社会の実現に向けた取組

#### 消費嗜好：リアル vs ネットの構図変化

- EC化率の上昇は鈍化、店舗価値が見直される
- リユースに対する意識変容
- 訪日外国人の増加

#### 店舗価値の再定義

- ・店舗とECの融合で、より快適な買物体験
- ・リユースに対する需要・認知拡大
- ・インバウンド需要の質的变化

#### 競争環境：店舗期待値の変化～「買う」+α

- 店舗は体験・情緒的価値や非日常を求める場所へ

#### 粘着性のある顧客接点構築

- ・継続的な関係を構築する為のロイヤルティの創出

#### 技術革新：デジタルプラットフォーマーの台頭

- デジタルプラットフォーマーによる寡占化の進行

#### デジタル領域の戦い方の検討

- ・デジタルプラットフォーマーとの関わり方の見極め

### 戦略の基本方針

①



店舗網・商品力・人財力を活かした  
お客様との繋がりの強化

②



成長事業の更なる加速と新たな  
事業の開発

③



サステナビリティ経営の推進による  
環境・社会とのより良い関係の  
構築、及びガバナンスの強化

- 1 当社の特長
- 2 外部環境の分析
- 3 経営目標**
- 4 事業戦略・数値目標
- 5 各重点戦略の概要
- 6 キャピタルアロケーション
- 7 サステナビリティに関する取り組み

# 3. 経営目標

## 全社経営目標

	2024/8期 実績	2029/8期 計画	伸長率
売上高	2,698億円	3,150億円	116.7%
売上総利益率	27.5%	28.1%	+0.6%
営業利益	63億円	90億円	142.9%
経常利益	66億円	93億円	140.9%
当期純利益	40億円	64億円	160.0%

## チャネル別 売上目標

単位：億円

	2024/8期 実績	2029/8期 計画	伸長率
店舗	2,078億円	2,330億円	112.1%
通販	352億円	500億円	142.0%
法人営業 ※1	268億円	320億円	119.4%

※1 法人事業所の売上に店舗法人の売上を加えたものです

## 住設 売上目標

(住設) ※2	87億円	180億円	206.9%
---------	------	-------	--------

※2 住設売上は各販売チャネルにおける住設カテゴリー売上の総和です

- 1 当社の特長
- 2 外部環境の分析
- 3 経営目標
- 4 事業戦略・数値目標**
- 5 各重点戦略の概要
- 6 キャピタルアロケーション
- 7 サステナビリティに関する取り組み

2029年  
目標

売上高3,150億円・営業利益90億円（29/8期）

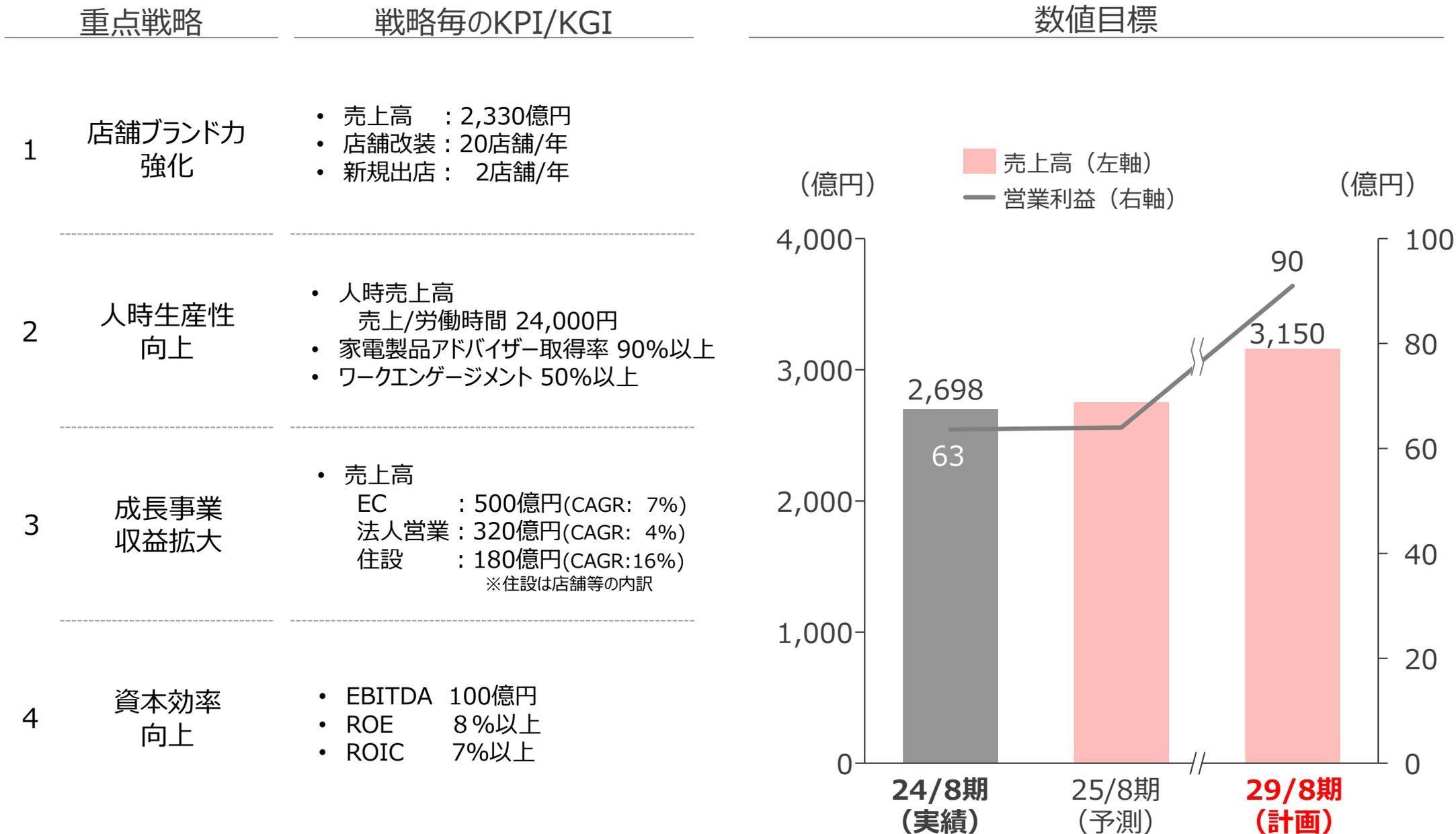
基本方針

- 店舗網、商品力、人財力を活かしたお客様との繋がり強化
- 成長事業の更なる加速と新たな事業の開発
- サステナビリティ経営の推進による環境、社会とのよりよい関係の構築及びガバナンスの強化

重点戦略

- |   |              |  |
|---|--------------|--|
| 1 | 店舗ブランド力強化    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 地域密着の強みを活かし、多様化する顧客ニーズに対応</li> <li>• コジマブランドの認知度向上</li> <li>• エアコン販売を起点とした訪問ビジネスの強化</li> <li>• 新たな店舗戦略に基づく店舗網の刷新・強化</li> </ul>                              |
| 2 | 人時生産性向上      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 利益に対する貢献、販売実績を重視した新評価制度による売上利益の拡大</li> <li>• 効率的な仕組みの導入による付帯業務の効率向上</li> <li>• 研修センターの活用や階層に応じた研修の実施による従業員の能力開発</li> <li>• 家電製品アドバイザー資格取得率90%の達成</li> </ul> |
| 3 | 成長事業における収益拡大 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 住設部門の事業内容の拡張による売上、利益の拡大</li> <li>• ECプラットフォームを活用した新たなビジネスの開発</li> <li>• 法人事業におけるエリア戦略の再構築</li> </ul>  |
| 4 | 資本効率向上       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 既存事業の改善、成長事業の強化、新規事業の開拓による収益力の拡大</li> <li>• サステナビリティ経営の推進と情報開示の充実による企業価値の向上</li> <li>• 有利子負債のコントロールによる財務体質の強化と株主還元の更なる充実</li> </ul>                         |

# 4-2. 数値目標



- 1 当社の特長
- 2 外部環境の分析
- 3 経営目標
- 4 事業戦略・数値目標
- 5 各重点戦略の概要**
- 6 キャピタルアロケーション
- 7 サステナビリティに関する取り組み

## 店舗ブランド力の成長シナリオ

- ① 地域密着の強みを活かし、多様化する顧客ニーズに対応
  - ・ 地域ニーズにあった、暮らし関連のサービス提供
- ② コジマブランドの認知度向上
  - ・ エアコン販売の更なる強化
  - ・ 戦略ターゲット（Z世代）におけるプロモーション施策強化
  - ・ 他チャネル（EC、法人営業）顧客基盤拡大

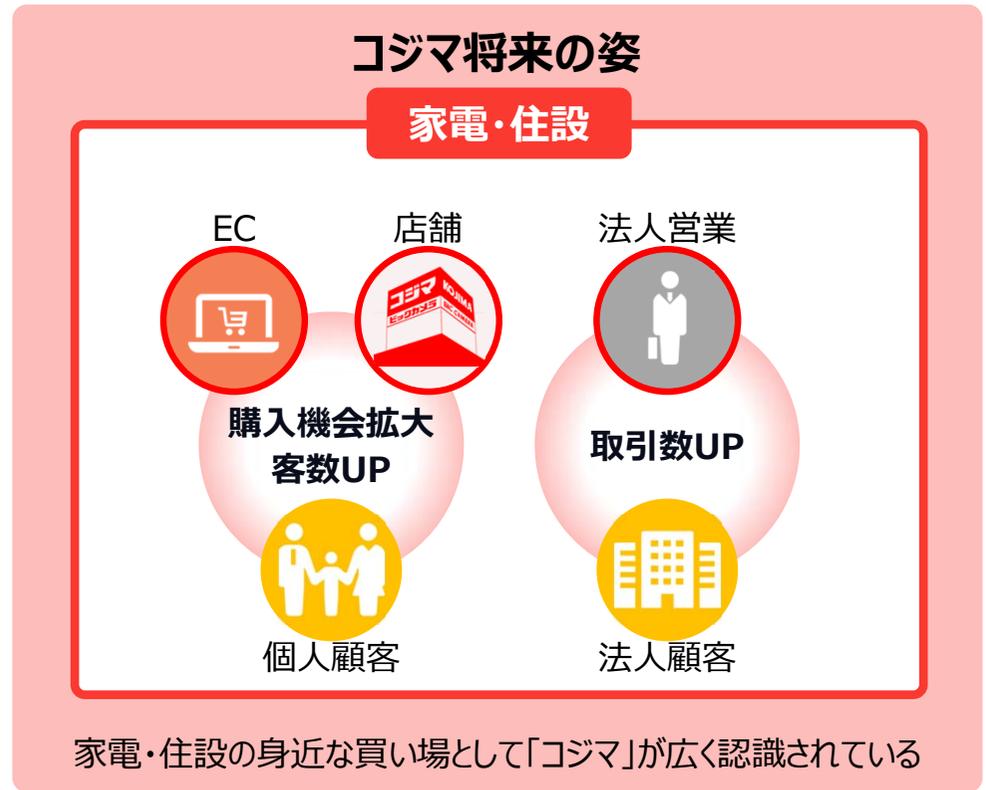
現在



他社比較で高い  
白物家電売上高構成比  
**(33%)**  
エアコン売上高構成比  
**(11%)**

地域密着

地域社会に根差した  
**139店舗**  
(2024年8月末現在)



- ③ エアコン販売を起点とした訪問販売機会の拡大
  - ・ 無料点検
  - ・ リフォーム、他家電提案
- ④ 新たな店舗戦略に基づく店舗網の刷新・強化
  - ・ ビックカメラとの店舗・ポイントの相互利用
  - ・ 店舗の改廃、品揃えの強化による店舗収益の改善

### 指標(2024⇒2029)

#### 売上高の拡大

2,698億 ⇒ 3,150億

#### 家電製品アドバイザー取得率

72.6% ⇒ 90.0%

#### ワークエンゲージメント率

44% ⇒ 50%以上

#### 時間外労働の削減

17時間 ⇒ 12時間

#### プレゼンティーズムロス

25% ⇒ 20%以下

#### 女性正社員比率

14.5% ⇒ 22.0%

### 施策

- 正社員向け新評価制度の導入による販売に注力できる体制の確立
- 販売に特化した複線型キャリアコースの導入
- 研修制度の充実による個人売上、利益の拡大

- 資格取得者によるきめ細かい提案の実現を基にした売上向上

- パート・アルバイトの能力発揮を後押しする職務等級制度の導入
- 住設、法人事業等専門分野に特化した人財の育成
- 評価フィードバックを活かした成長機会の創出

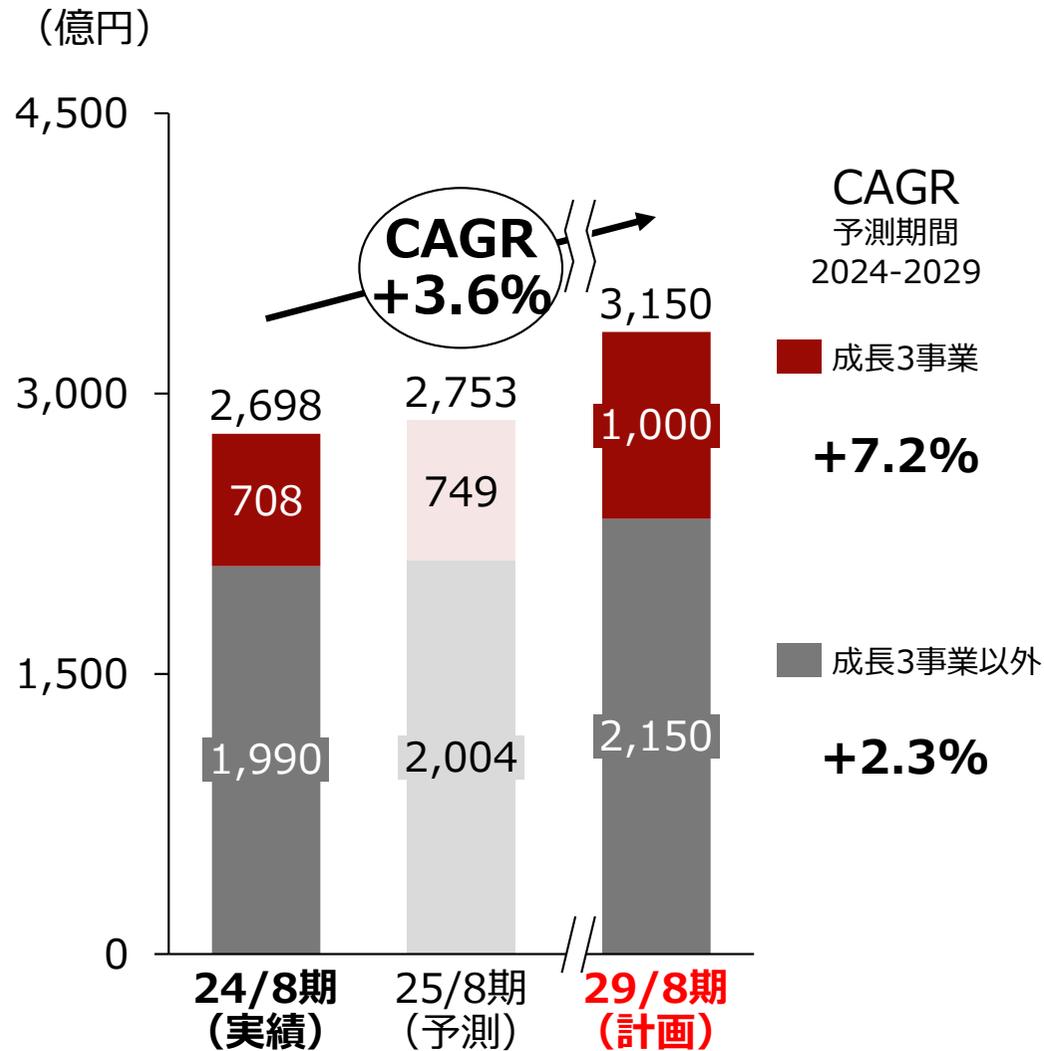
- 電子棚札等効率的な仕組みの導入による業務改善
- パート・アルバイトの最適配置による店舗オペレーションの効率化

- 職場環境の改善や適材適所を意識した配置によるパフォーマンス向上
- 健康経営の推進による従業員が長く健康で活躍できる環境の整備

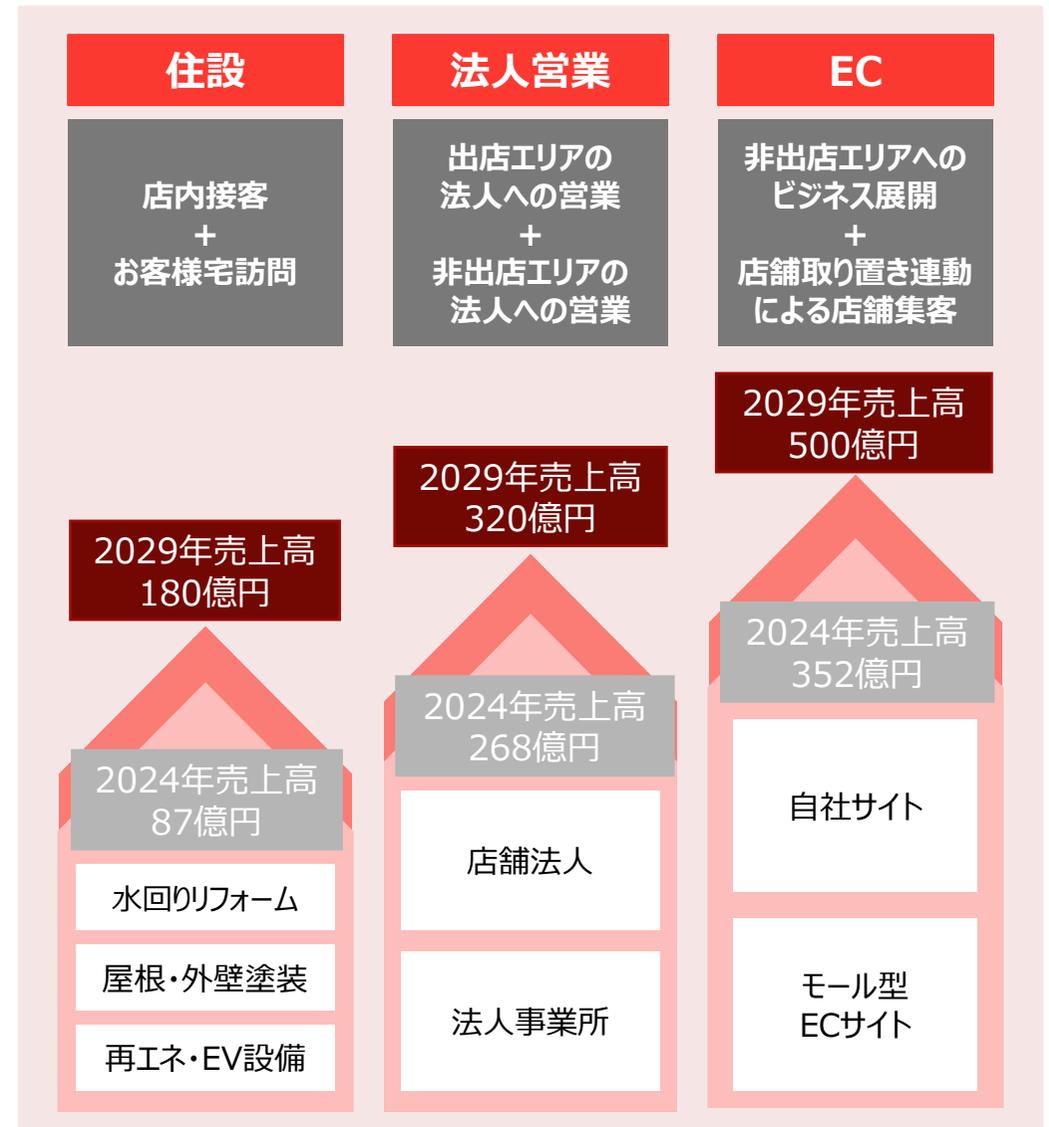
- ダイバーシティの推進による従業員定着率の向上

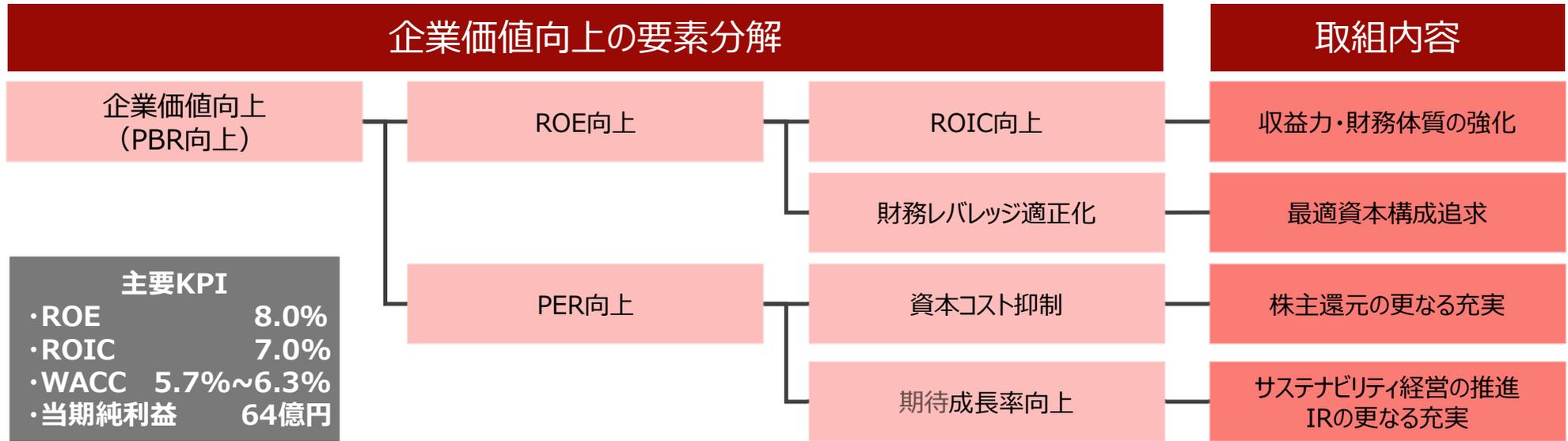
# 5-3. 成長3事業（住設・法人営業・EC）における収益拡大

全社および成長3事業の売上高推移



成長3事業による機会創出





## 利益水準の推移

### 経営環境の変化

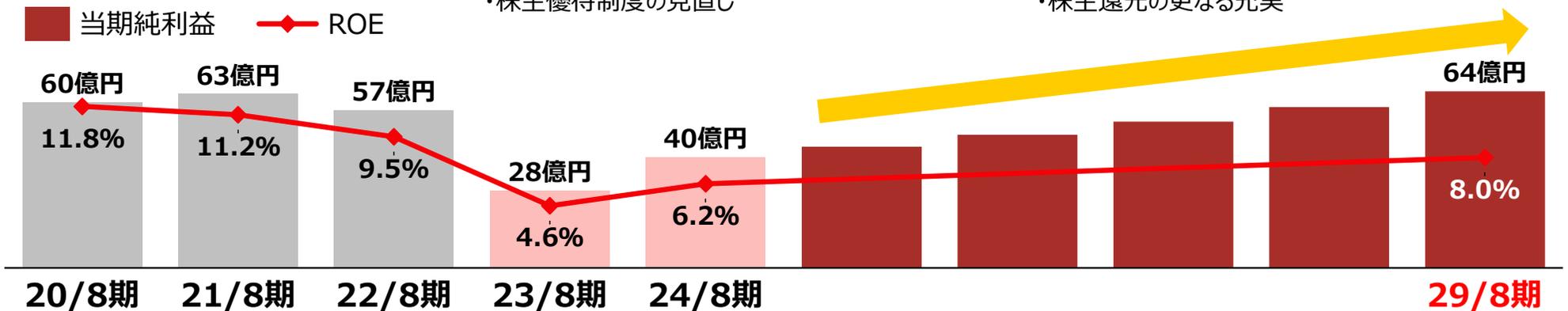
- ・消費者購買行動の変化
- ・コロナ特需

### 経営体質の転換

- ・収益改善策の実行
- ・成長事業の戦略見直し
- ・サステナビリティ経営の取り組み
- ・新規事業の探索
- ・株主優待制度の見直し

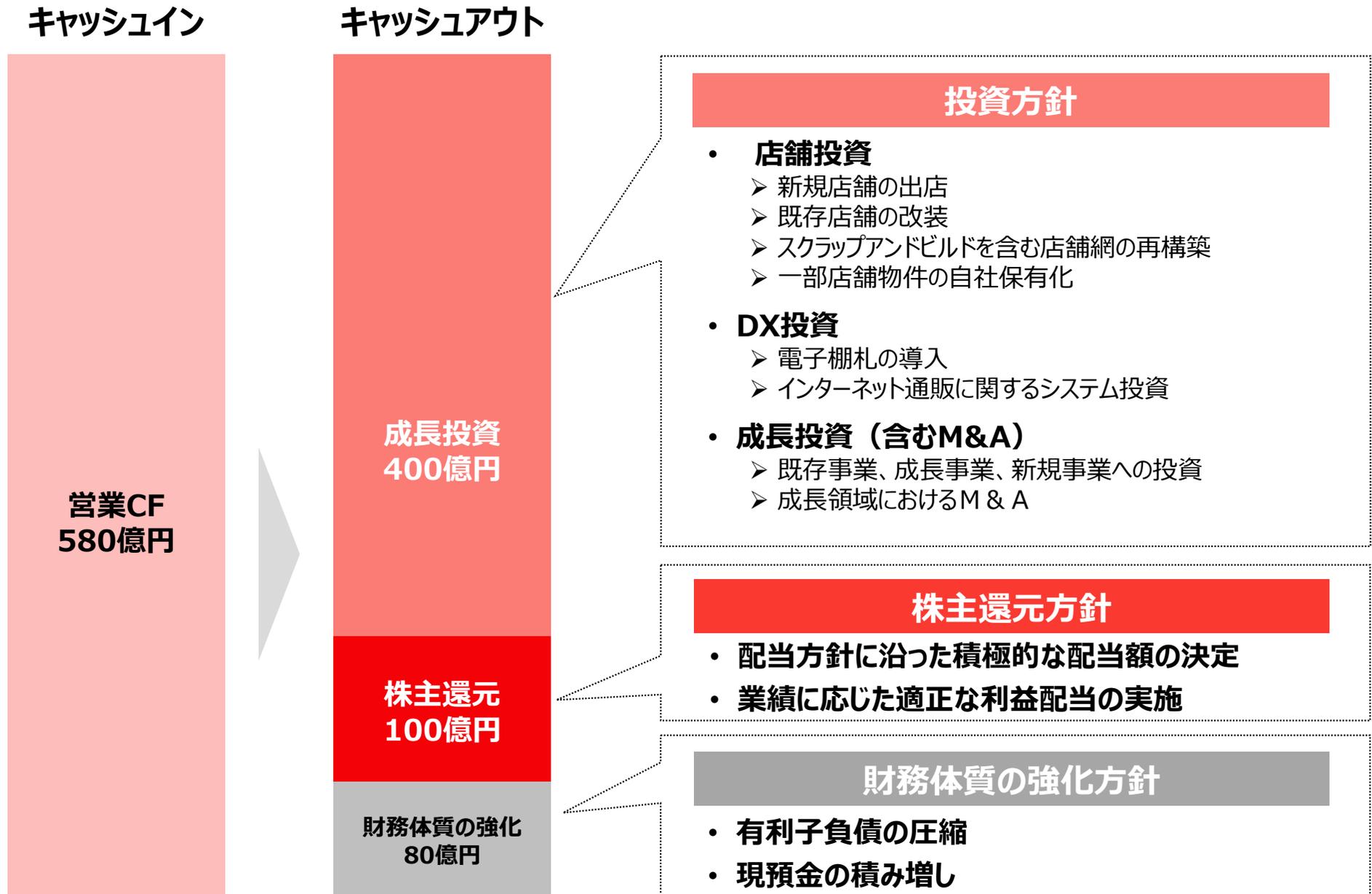
### 持続的な成長

- ・既存事業の深化
- ・成長事業への更なる投資
- ・サステナビリティ経営の更なる推進
- ・新規事業の実現
- ・株主還元の更なる充実



- 1 当社の特長
- 2 外部環境の分析
- 3 経営目標
- 4 事業戦略・数値目標
- 5 各重点戦略の概要
- 6 キャピタルアロケーション**
- 7 サステナビリティに関する取り組み

# 6. キャピタルアロケーション (5カ年累計：2025/8期～2029/8期)



- 1 当社の特長
- 2 外部環境の分析
- 3 経営目標
- 4 事業戦略・数値目標
- 5 各重点戦略の概要
- 6 キャピタルアロケーション
- 7 サステナビリティに関する取り組み**

## 多様な人材が安心して健康で働ける環境づくりの推進

- 健康経営の推進
- 育休制度、時短勤務制度の拡充
- 不妊治療休暇制度の導入
- ハラスメントの撲滅



## 組織のパフォーマンス向上に向けた人材育成基盤の強化

- 管理職育成をはじめとする、職位や入社年数に応じた階層別研修の実施
- 接客品質向上に向けた研修センターの拡大やeラーニングの充実
- 家電製品アドバイザーやリテールマーケティング（販売士）資格の取得支援
- 評価フィードバックを活かした成長機会の創出
- ポストチャレンジ制度活用によるキャリアアップの実現



## 環境に配慮した持続可能な社会づくりへの貢献

- 店舗屋上に太陽光パネルを設置、コーポレートPPAを導入
- エアコンを効率的に運用するデマンドコントローラー導入
- エアコン室外機に遮熱ネットを設置
- 社用車のEV化
- EV用充電設備の設置
- 温室効果ガス（GHG）排出量の第三者保証を取得

