ビックカメラグループの成長シナリオ

ビックカメラグループは、中期経営計画のコンセプトとして「個社の特長・強みを伸ばすグループ経営の実現」を 掲げ、店舗を起点とした顧客戦略やグループアセット活用による買替需要の創出戦略、インバウンド強化戦略を重点 戦略としています。本中期経営計画にてサーキュラーエコノミー型事業モデルの基盤を構築し、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』を目指します。

中期経営計画(2025/8期~2029/8期)

重点戦略

個社の特長・強みを

コンセプト

- グループアセット活用による買替需要の創出戦略
- の実現 • インバウンド強化戦略

2029/8期 計画

グループ売上高

11,000億円

営業利益

400億円 10.5%

ROE

多様な働き方

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』

パーパス

私たちの使命

商品・サービス 開発・仕入れ

店舗運営

る ピック河販 一名 ピックカメラ

UMO KOBO 生毛工房 **2 コギマ** BS11 ranet

Air BicCamera TDmobile

配送・設置・ 販売 工事

る ピックロジサービス

サポート

愛 ソフマップ

じゃんぱら

買取· リユース

再資源化

F-ECO

不用品回収

有効活用

営業利益

ROE

9,225億円 243億円 9.6%

伸ばすグループ経営

店舗を起点とした顧客戦略

従業員の声 商品· 不用品回収· サービス開発、 再資源化 仕入れ ビックカメラグループの 中期経営計画ビジョン 店舗運営・ 買取・ 集客 リユース サーキュラーエコノミー型 事業モデルの基盤構築 修理・ 販売 サポート 配送・設置 個社が独立して強みを持つ状況

お客様・

000 提供価値

デジタルデバイド 資源の

対策

2024/8期 実績

グループ売上高