

## インフラ戦略担当役員メッセージ



人々の環境認識の高まりは、  
当社にとって大きなビジネスチャンスであり、  
「家庭のカーボンニュートラルの実現」  
という社会価値を創出し、企業価値の  
向上につなげていけると考えております。

取締役 兼 常務執行役員  
インフラ戦略担当 横山 晃一

### ○ 環境への取り組みとその意義について

当社グループは1998年に環境理念を制定し、2000年に本ビルでISO14001を認証取得して以来、環境マネジメントシステムの構築・運用を通じて、本社機能として営業にかかわる環境負荷軽減と環境パフォーマンス向上への継続的な取り組みを推進してきました。

近年では気候変動や資源の枯渇、生物多様性の減少といった環境問題が一層クローズアップされ、環境課題への取り組みの重要性や緊急性が高まっていますが、これらの新たな潮流への対応として、2021年に環境理念及び環境基本方針を改定し、新たに環境行動指針とジョーシン・グリーンスマイルチャレンジ2050を新設しました。

気候変動問題への取り組みは、当社グループの7つのマテリアリティの一つである「地球環境と調和した豊かな社会への貢献」に対する重要な取り組み課題であります。

「JT-2025 経営計画」において掲げた気候変動問題への取り組み（個別戦略）は、2030年にあるべき姿「地域社会の成長を支え、人と環境の未来に貢献する企業」実現に向けたアクションプランであり、昨年公表した気候変動取り組みロードマップとも合致したものであります。

次に、当社グループは環境とりわけ気候変動問題に対して先進的に取り組んできましたが、一連の取り組みは同じ業界内では大きな差別化になり、むしろ業界を超えた小売業としてのトップランナーの仲間入りをも目指せると考えております。

では、経済的・人的コストをかけてまで先進的に気候変動問題に取り組む意義はどこにあるのか？

気候変動問題に先進的に取り組むことによって、投資家や金融機関をはじめすべてのステークホルダーから企業に対する社会的な評価の向上につながります。一例を挙げますと、世界最大規模の資金を運用するGPIFが採用し、ESG（環境、社会、ガバナンス）評価の高い日本企業に向けて設計されています「FTSE Blossom Japan Index」に選定されました。加えて、「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」と「S&P/JPX カーボン・エフィシエント指数」の構成銘柄に選定されるなどESG投資先としても評価されやすく資金調達においても大きなメリットとなるほか、自治体からの評価・信頼を得ることで連携を強化でき、さまざまな取り組みに参画することができます。大阪府とは従来より環境をはじめとした包括連携協定を締結しており、昨年度より大阪府からの要請を受けて、脱炭素ポイント制度推進プラットフォームにも参画いたしました。

さらには企業に対するイメージアップやブランディング強化によって当社グループのファン層が増加し認知度向上や購買喚起による売上アップなども期待できることから、中期経営計画で掲げている営業戦略とリンクしています。

また環境課題に関心の高い人財から共感・評価され、有能な人財獲得を通じて企業活動の持続可能性向上をももたらします。社内に目を向けますと、従業員の共感や信頼を得ることができ、モチベーションの向上につながっていると考えます。

中長期で考えた時に気候変動問題に取り組むことは、近い将来、企業にとってごく当たり前の時代になっていくことから今、先進的に取り組むことに大きな意義があります。

### ○ 事業所のカーボンニュートラル実現に向けて

当社グループは家電販売を主とする小売業であり、排出するGHG（温室効果ガス）排出量の大半が店舗における電力の使用によるものです。

そのため各事業所で使用している電力の再エネ化（再生可能エネルギーへの転換）を最優先に考え、この2年間着実に実施してきました。

2023年3月末時点で、自社にて直接受電契約をしている事業所において、再エネ化が完了している事業所の比率は97.4%で、残り4事業所を残すのみとなりました。またテナントを含む全事業所における再エネ化の比率は59.4%であり、100%再エネ化の達成目標としている2040年より前倒しで達成できるように、賃貸人との対話による再エネ導入交渉を本格的にスタートいたします。

さらに、自家発電・自家消費による自社エネルギー自給率の

向上を目的に設置可能なすべての事業所に太陽光発電システムの設置を精力的に進めてきました。

2023年3月末時点で60事業所に設置が完了し、本年度中には残りのすべての事業所に設置が完了する予定です。

次年度以降は、当社の事業所敷地内に太陽光パネルを設置する場所がなくなることから、敷地外にパネルを設置するオフサイト型コーポレートPPAの導入を計画しています。

## ○ 当社事業を通じた「家庭のカーボンニュートラルの実現」

カーボンニュートラルというと、国の施策や企業の取り組みに注目しがちですが、最終的には一人ひとり、個人の行動が変わらなければGHGの排出量を減らすことはできません。

再エネ由来の電力を使用、あるいは電気自動車への買い替えなど将来に向けて個人の価値観が徐々に変わりつつあるなかで、世の中の環境に対する関心度の向上、人々の環境認識の高まりは、当社グループの環境への取り組みを通じて、大きなビジネスチャンスとして捉えており、「家庭のカーボンニュートラルの実現」という社会価値を創出し、企業価値の向上につなげていけると考えております。

当社グループは従来より継続して取り組んできた環境配慮型製品の販売を一層強化することで創エネ、蓄エネ、省エネ性能の高い製品の普及を促進してまいります。

また日本政府が推進する「2050年カーボンニュートラル」実現に向け、自動車メーカー各社がEV(電気自動車)比率を上げ

る計画の公表や軽EVのヒットなど、EV普及とその関連ビジネスが大きくクローズアップされている中、EV充電設備の需要は確実に高まっていくと思われれます。

当社グループにおいてもすでに、EVコンセント工事を取り扱ってきましたが、本年度より本格的にV2H(電気自動車充放電設備: Vehicle to Home)の取り扱いも新たに開始しました。

今これらの取り組みを実施しておくことにより、新たなEVビジネス・環境ビジネスに参画できるチャンスが生まれると考えます。

さらには3R(リデュース・リユース・リサイクル)に加え、新たにサーキュラーエコノミーの推進による循環型社会の構築にも積極的に取り組んでいくことで、当社のビジネスが「家庭のカーボンニュートラルの実現」につながり、さらには日本のカーボンニュートラルの実現に貢献できると考え、それぞれ目標を持って販売に取り組んでまいります。

## ○ さまざまなイニシアティブ・外部イニシアティブへの参画について

世界レベルで企業などの環境への取り組みを評価し、情報公開するCDP気候変動プログラムへの回答において当社グループは、2021年度の「C」スコアから2022年度は2ランクアップの「B」スコアを獲得しました。2022年度のアジア企業全体の平均スコアは「C」スコアです。

CDPの「B・B-」評価はマネジメントレベルとされ、「気候変動課題に対する協調的行動を取ることが可能でGHG排出量削減に向けた具体的な取り組みができています」ことを評価されたものです。

さらに意欲的なGHG排出量削減の取り組みとして、SBT認定を取得すべくSBTイニシアティブ【CDP・国連グローバルコンパクト・WRI(世界資源研究所)・WWF(世界自然保護基金)の4つの機関が共同で運営している国際イニシアティブ】に対し、SBTを策定することを宣言し、科学的根拠に基づいたGHG排出量削減目標を策定、そして2023年3月にSBT事務局へ申請を行いました。

企業が設定したSBT目標がSBTイニシアティブの要求水準を満たしていることで認定されます。

当社グループはSBTを2050年カーボンニュートラルの実現へ向けた方向性を示す道筋とし、全社的な取り組みをなお一層進めるとともに、積極的な情報開示に努めてまいります。

国際イニシアティブ・外部イニシアティブへの参画・取り組みについては、CDP・SBTをはじめ、TCFD提言への賛同と情報開示、気候変動イニシアティブ(JCI)への加入、経済産業省が公表したGX(グリーントランスフォーメーション)リーグ基本構想に基づき設置された「GXリーグ」に対して、今春正式に参画企業への移行手続きをいたしました。

これらのイニシアティブへの積極的な参画・取り組みは、気候変動問題に先進的に取り組む当社グループの企業姿勢をすべてのステークホルダーに示すものであり、企業に対する信用・企業イメージの向上やブランディングにも非常に効果的であり、企業価値の向上につながるものと確信しております。

また、活動を通じてメディアに取り上げられる機会も生まれ、さまざまな業界と接点を持つことで、新たなビジネスにつながることを期待しています。

# 環境

## 環境方針

### ジョーシングループ環境理念

ジョーシングループは、社是「愛」の精神のもと地球環境の保護が人間をはじめ地球に共存するあらゆるものにとって最も大切であることを認識し、生物多様性に配慮しつつ、人々が安心かつ快適で健康に暮らせる環境の創造を社会的使命とする、責任ある企業活動を目指します。

2021年12月21日改定

### ジョーシングループ 環境基本方針(抜粋)

ジョーシングループは、「人と社会の未来を笑顔でつなぐ」という経営理念に基づき、生活スタイルの変化を先取りした豊かな暮らしの提案及び安全安心な製品・サービスの提供を中心としたすべての事業活動を通じ、地球環境と調和した豊かな社会への貢献を推進します。

- |                       |                |
|-----------------------|----------------|
| 1. マネジメント体制           | 4. 環境意識の向上     |
| 2. コンプライアンスの遵守        | 5. 環境情報の開示     |
| 3. ステークホルダーとのエンゲージメント | 6. 生物多様性・生態系保護 |

### ジョーシングループ 環境行動指針(抜粋)

#### 1. 気候変動対策への取り組み

気候変動は人類が直面する最重要課題のひとつであり、その対策としてのカーボンニュートラルな社会の実現を目指します。

#### 2. 資源の有効活用による循環型社会形成への取り組み

限りある資源を効率的に利用し、廃棄を最小限に抑えるとともに、循環利用を行うことで持続可能な循環型社会の実現を目指します。

2021年12月制定

### ジョーシン・グリーンスマイルチャレンジ2050(抜粋)

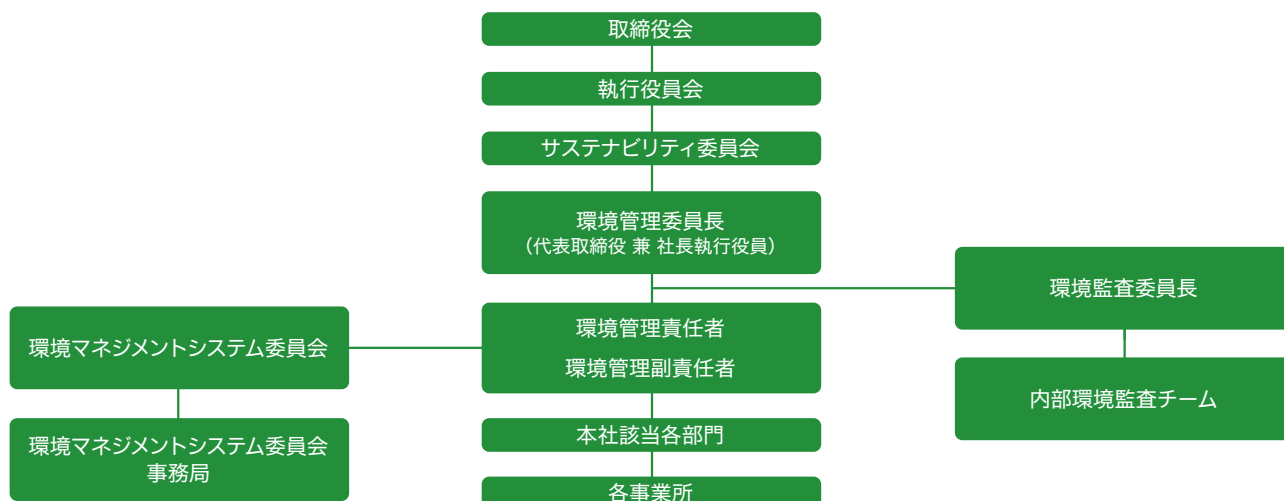
ジョーシングループでは「地球環境と調和した豊かな社会への貢献」を通じた持続可能な成長を目指し、2050年を到達点とする環境課題に対する取り組み目標を以下のとおり設定しました。

- ・再生可能エネルギー電源比率100%達成(賃借事業所を含む全事業所)【2040年】
- ・自家発電/自家消費の推進による自社受電契約事業所における自家発電比率50%達成
- ・スコープ3対象全カテゴリーにおけるGHG排出量100%削減達成
- ・CDP気候変動プログラム最上位ランク認定【2035年】
- ・ビジネスパートナーとの価値共創によるサーキュラーエコノミーのビジネスモデル確立

詳細内容はWebサイトをご覧ください。 <https://www.joshin.co.jp/ja/csr/environment/policy.html>

## 環境マネジメント体制

### 2023年度環境マネジメントシステム(EMS)における組織



## マテリアリティの進捗

2021年9月、当社グループは「人と社会の未来を笑顔でつなぐ」の実現に向けて優先的に取り組むべき「7つのマテリアリティ（重要課題）」を特定し、その中のひとつである持続可能な社会

の実現に向けた「地球環境と調和した豊かな社会への貢献」を達成するための施策・指標を決定し、取り組みを推進しています。こちらでは2022年度までの取り組みの進捗を報告します。

### 資源循環社会の構築

環境にかかる課題解決の一つに、廃棄されていた製品や原材料などを新たな資源と捉え、循環させる循環型社会への転換をステークホルダーから求められており、商品の買い取り及び

再販の体制や、梱包にかかる資材の再利用推進など、事業性の確立に向けた当社のサーキュラーエコノミー実現を目指しています。

アクションプラン	2030年目標	2050年目標	2022年度までの実績及び評価
<ul style="list-style-type: none"> <li>リユース、再販などの資源循環サイクルの再構築</li> <li>ECのリサイクル対象地区のさらなる拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>サーキュラーエコノミーの取り組み</li> <li>家電リサイクル対象4品種回収率65%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アライアンスなどによるサーキュラーエコノミーのビジネスモデル確立</li> </ul>	<p>【2022年度実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>リユース実績 45,491台(前年度比100.6%)</li> <li>家電リサイクル対象4品種回収率 62.6%(前年度比104.6%)</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>リユース実績は堅調も、さらなる規模拡大に向けた検討</li> <li>対象4品種は不法投棄撲滅実現のため一層の回収率向上</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>使い捨てショッピングバッグの廃止などによるプラスチック使用量のさらなる削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ショッピングバッグにおけるプラスチック使用量の2019年度比90%削減【2025年】</li> <li>プラスチック素材を用いたレジ袋廃止</li> </ul>		<p>【2022年度実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ショッピングバッグ使用におけるプラスチック使用量の2019年度比86%削減</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>今後は紙製バッグを採用するなど、プラスチック使用量ゼロの実現を目指す</li> <li>紙製バッグ導入に伴うコスト増 2030年 約2億円</li> </ul>

### 気候変動問題への取り組み

社会の一員として地球温暖化に大きなインパクトを与えとされている企業活動におけるGHG排出量削減に向けた取り組みを当社の社会的責任の一つと捉え、当社グループの総力を挙

げてステークホルダーの期待に応える取り組みを行います。そしてこの実現のために「環境方針」及び「環境行動指針」を策定しました。

アクションプラン	2030年目標	2050年目標	2022年度までの実績及び評価
<ul style="list-style-type: none"> <li>事業所における再生可能エネルギーの電源比率引き上げ及び太陽光発電による自社受電契約事業所における自家発電比率向上</li> <li>テナント店などの賃借物件への再生可能エネルギーの電源比率引き上げに向けた交渉</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社受電契約事業所における再生可能エネルギー電源比率100%達成【2023年】</li> <li>自家発電促進のため自社受電契約事業所における自家発電比率25%達成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>再生可能エネルギー電源比率100%達成(賃借事業所を含む全事業所)【2040年】</li> <li>自家発電促進のため自社受電契約事業所における自家発電比率50%達成</li> </ul>	<p>【2022年度までの実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>自社受電契約事業所における再生可能エネルギー電源比率97.4%</li> <li>自社受電契約事業所における自家発電比率8.2%</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>賃借事業所の再生可能エネルギー電源比率向上→2023年度よりスタート</li> <li>オフサイト型PPAの導入を推進し、さらなる自家発電比率向上を目指す</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>スコープ3における重要な項目の数値把握によってサプライチェーン全体におけるGHG排出量の管理、削減目標の設定及び削減対策を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>スコープ1+2におけるGHG排出量42%削減</li> <li>スコープ3 カテゴリー1, 11におけるGHG排出量25%削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>スコープ1+2におけるGHG排出量100%削減を達成【2040年】</li> <li>スコープ3対象全カテゴリーにおけるGHG排出量100%削減を達成</li> </ul>	<p>【2022年度実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>スコープ1+2 2021年度比で17.7%削減</li> <li>スコープ3(カテゴリー1,11) 2021年度比で6.6%削減</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>スコープ1+2は事業所における再エネ化促進の影響で順調に削減</li> <li>スコープ3の削減はステークホルダーの協業推進</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>TCFD提言に向けた情報の開示及び気候変動を巡る国際イニシアティブへの賛同及び情報の開示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>TNFD(自然関連財務情報開示タスクフォース)への賛同及び情報開示の枠組みの構築【2025年】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CDP気候変動プログラム最上位ランク【2035年】</li> </ul>	<p>【2022年度実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>CDP気候変動プログラム「B」ランクを獲得</li> <li>GHG排出量削減の目標設定及びSBT申請完了</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>国際イニシアティブへの参画は計画どおり進捗。</li> <li>今後はGXリーグなどを通じビジネスモデルへの転換を図る</li> </ul>



## ○ 気候変動 (TCFD)

当社グループは、昨年同様TCFDフレームワークにおける気候変動に対する影響やレジリエンスについての開示に加え、本年度より事業計画などと整合した「移行計画」を開示します。移行計画は、低炭素経済への移行をサポートする

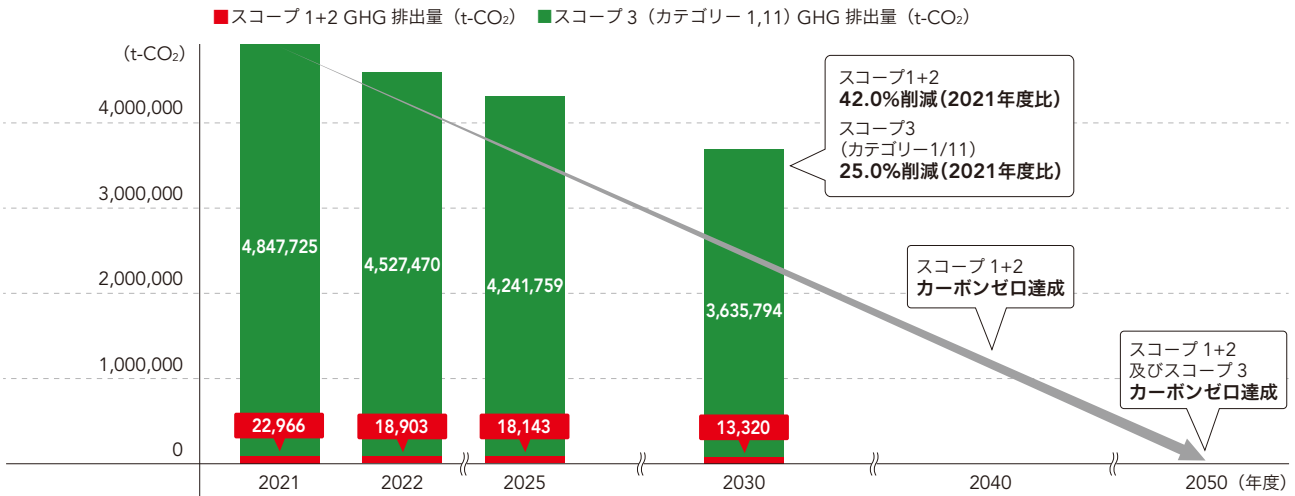
一連の目標や行動を示す、GHG排出量の削減などを含む全体的な事業側面の一つであり、当社グループにおいても排出量の定量的な削減目標や投資金額などの精度向上を目指していきます。

TCFD要求項目		移行計画に従った説明			
ガバナンス		移行計画を含む環境全般に関して気候変動プロジェクトにて提起し、さらに財務非財務に関する基盤的な重要課題の進捗管理を「サステナビリティ委員会」にて協議及び定期的に報告を行ったうえで「執行役員会」、さらには「取締役会」に諮っています。			
戦略(1.5°Cシナリオ)	リスク	移行リスク	政策と法規制	<ul style="list-style-type: none"> <li>カーボンプライシングが日本においても想定され影響が大きい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>外部調達、太陽光発電等による自家発電(PPA含む)により2023年度自社受電契約事業所における100%再エネ化及び賃借物件における再エネ化の2040年度達成</li> <li>事業所における省エネの推進</li> <li>自社受電契約事業所における自家発電比率を2030年度25%、2050年度50%達成</li> <li>電動車両の導入、2023年度に社用車の電動化導入に係る目標設定実施の検討を行う</li> </ul>
			市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>電力需要の増大による電力価格上昇及び各事業所のエネルギーコスト増加</li> <li>化石燃料が高騰し、物流・配達の燃料コスト増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存の環境配慮型製品のさらなる構成比アップとともに家庭用太陽光発電、蓄電池の事業化による構成比組み込みを目指す</li> <li>EV充電システムの導入</li> <li>2024年度には設置可能な店舗において100%設置予定</li> </ul>
			評判	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境配慮型製品の取り組みにおいて、他社に遅れをとった場合、来店客減少など売上高の低下につながる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存の環境配慮型製品のさらなる構成比アップとともに家庭用太陽光発電、蓄電池の事業化による構成比組み込みを目指す</li> <li>EV充電システムの導入</li> <li>2024年度には設置可能な店舗において100%設置予定</li> <li>2023年度中にSBT認定及び有価証券報告書においてTCFD提言に基づいた情報の開示。加えて2023年度統合報告書において脱炭素移行計画を開示</li> </ul>
		資源効率性	<ul style="list-style-type: none"> <li>EVの導入やサプライチェーンとの協働による輸送効率化を図ることによりエネルギーコスト及びスコープ3の削減にも貢献する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>配送・工事車両及び社内郵送物送付便の順次電動化の導入</li> <li>2040年までに導入を完了(スコープ1+2のカーボンゼロ完了)</li> <li>配送に係るネットワークの相互利用などサプライヤーとの配送業務効率化の実現</li> <li>エネルギー消費の効率化に向けた物流体制の構築</li> </ul>	
	機会	エネルギー源	<ul style="list-style-type: none"> <li>拡大する再エネ電力市場に参入することで売上高は増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>賃借事業所への再エネ導入の啓発、2040年全事業所のスコープ1+2カーボンゼロを目指す</li> <li>自家消費推進のための事業所における蓄電池を2040年度までに60事業所導入(導入コストは約2億円)</li> <li>消費者及び小規模事業者向け再エネ電力の提案を実施</li> </ul>	
		製品サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>気候変動に関する意識の高まりを受け、環境配慮型製品及びサービスの売上高増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存の環境配慮型製品のさらなる構成比アップとともに家庭用太陽光発電・蓄電池の事業化による構成比組み込みを目指す</li> <li>消費者及び小規模事業者向け再エネ電力の提案を実施</li> <li>消費者及び小規模事業者向けEV充電設備及びV2Hの取り組みを強化</li> <li>事業計画におけるV2H実績は2030年度 4億円を目指す</li> </ul>	
		市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>気候変動に関連するスタートアップへの出資や他社とのアライアンスを実施し、環境配慮型の暮らしに関わる製品・サービスを提供することで、売上高は増加する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>サーキュラーエコノミーのビジネスモデル確立として、他企業とのアライアンスにて買い取り品目の拡大→リユースビジネスの拡大につなげる</li> <li>今後の市場拡大に伴い、EV関連を中心としたモビリティビジネス事業への参入検討</li> </ul>	
		リスク管理	移行計画を含む気候変動に係る全社リスクマネジメント体制におきまして、「リスク管理委員会」及び「サステナビリティ委員会」を設置し、グループ全体のリスクについての識別・評価・管理及びリスクの特定、事業インパクトの評価及び対応策を実施しています。加えて、本社部門においてはISO14001に基づく環境マネジメントシステムを構築しています。		
	指標と目標	気候関連において、GHG排出量及び再生可能エネルギー導入比率、太陽光発電→蓄電池における自家発電比率を指標としています。中長期的な目標として「CDPスコア最上位ランク」を、短期的な目標として「SBTの認定」「マテリアリティ取り組み課題解決」を目標として定め、指標をモニタリングし、戦略の進捗管理及びリスク管理を行います。			

昨年策定しました1.5°C-2°C及び4°CにおけるTCFD提言に基づいたシナリオ分析はWebサイトをご覧ください。  
[https://www.joshin.co.jp/ja/csr/environment/climate\\_change.html](https://www.joshin.co.jp/ja/csr/environment/climate_change.html)

## 環境課題に係る主なアクションプランのロードマップ

### 脱炭素移行計画の推移



目標と施策	～2025年	～2030年	～2050年
全事業所における再生可能エネルギー電源比率100%の早期実現	自社受電契約事業所における再生可能エネルギー電源比率100%達成 <b>2023年</b> ▼ 主な取り組み内容 ● 自社受電契約事業所への再生可能エネルギー比率100%達成 <b>2023年</b>	テナント店舗などの賃借物件における再生可能エネルギー電源比率引き上げに向けた交渉 ● 再生可能エネルギー導入促進によりスコープ1+2におけるGHG排出量を2030年度までに2021年度比で42.0%削減	全事業所における再生可能エネルギー電源比率100%達成 <b>2040年</b> ● スコープ1,2におけるGHG排出量実質ゼロ達成の実現 <b>2040年</b>
自社受電契約事業所における自家発電比率向上に向けた取り組み	自社エネルギー自給率向上のための太陽光発電システム導入を推進し、自社受電契約事業所における自家発電比率25%達成 ▼ 主な取り組み内容 ● 設置可能なすべての事業所に太陽光発電システム設置完了 <b>2023年</b> その後はオフサイト型PPAの導入で自家発電比率の向上を図る ● 自家消費推進のための事業所における蓄電池を2040年度までに60事業所導入 (導入コストは約2億円)	サプライヤーとの協業によるスコープ3対象主要カテゴリーのGHG排出量削減活動実施	自社受電契約事業所における自家発電比率50%達成 ● 太陽光+蓄電池の導入に加え、オフサイト型PPAの導入により、自社受電契約事業所における自家発電比率50%達成
サプライチェーン全体におけるGHG排出量の管理及び削減対策	スコープ3の主要カテゴリーのGHG排出量削減目標数値化設定完了 <b>2023年迄</b> ▼ 主な取り組み内容 ● スコープ3において最も排出量構成比が高い「カテゴリー1,11」を、2021年度比で25.0%削減 ● サステナブル調達活動に伴うエンゲージメントの実施を通じたGHG排出量削減協業に向けた取り組み	サプライヤーとの協業によるスコープ3対象主要カテゴリーのGHG排出量削減活動実施	スコープ3対象全カテゴリーにおけるGHG排出量100%削減達成 ● サプライヤーとの協業で、スコープ3対象全カテゴリーのカーボンゼロ達成
TCFD提言に向けた情報の開示及び国際イニシアティブへの賛同及び情報の開示	気候変動に関する国際イニシアティブへの賛同及び認定TCFD提言に基づくシナリオ分析の定性/定量化 ▼ 主な取り組み内容 ● CDP気候変動プログラムAランク入りを目指す ● SBTに基づいた削減目標に対し、サプライヤーとのエンゲージメントを通じた削減具体策構築 ● 生物多様性に係るリスクと機会を適切に評価し、TNFDへの賛同及び情報開示の枠組みの構築	SBTなどの基準に基づいた目標及びアクションプランの取り組み継続 ● CDP気候変動プログラムのAランク入りを目指す ● SBTに基づいた削減目標に対し、サプライヤーとの協業による削減アクション実践 ● GXリーグ参画企業として企業間カーボンフットプリントへの取り組みを開始	CDP気候変動プログラム、最上位ランク入り <b>2035年</b> ● 2030年までのアクションプランを継続、CDP気候変動プログラムにおいて最上位ランク入りを目指す <b>2035年</b>

## GHG排出量削減への取り組み

当社グループの7つのマテリアリティのうち、「地球環境と調和した豊かな社会への貢献」を重要課題の一つと位置づけています。特にGHG排出量削減に関してはGHG排出量の中期目標として2030年度のGHG削減率目標をスコープ1+2において2021年度比42.0%削減、スコープ3(カテゴリー1,11)において25.0%削減に設定し、2023年度SBT認定に向けた申請をしました。

この目標は、気候変動対策に関する国際的枠組み「パリ協定」で合意された、世界の平均気温上昇を産業革命前と比べて1.5度未満に抑えるという「1.5°C」目標に整合するものです。

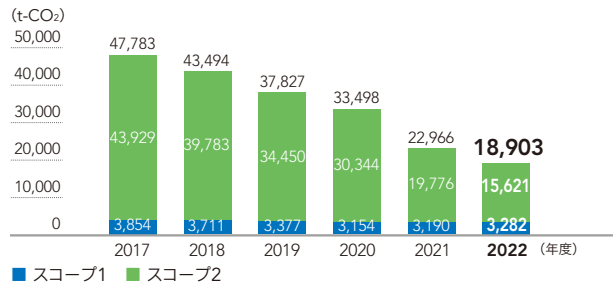
## 第三者による算定数値保証をいただきました

当社グループは、ステークホルダーの皆さまからの信頼を高めていくべく、株式会社日本環境認証機構(総合認証機関JACO)から「スコープ1、スコープ2及びGHG排出量の最も構成比の高いスコープ3のカテゴリー1,11」におきまして第三者保証を受けました。

これら対象エネルギー使用量は、グループ全体の総排出量の98.1%にあたります。

これらの取り組みを通じて、グループにおけるサステナビリティ報告のさらなる質的向上を目指していきます。

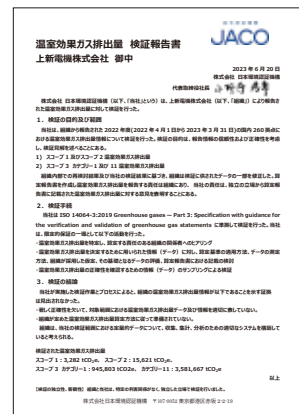
## GHG排出量(スコープ1、2)



※ 2021年度実績値についてEY新日本有限責任監査法人からの保証を受けています  
 ※ 2022年度実績値について株式会社日本環境認証機構からの保証を受けています

**保証対象情報**  
 エネルギー使用量、GHG排出量(スコープ1,2及びスコープ3 カテゴリー1,11)

**保証対象範囲**  
 国内  
 (上新電機株式会社及び国内子会社。店舗及び物流拠点など)



## サプライチェーンにおけるGHG排出量の把握

当社グループ全体におけるサプライチェーンを通じたGHG間接排出量(スコープ3<sup>※</sup>)については、2022年度においても、対象となる全カテゴリーを把握しました。

※ スコープ3: 製造・輸送・配送・出張・通勤等の際に、企業が間接的に排出するサプライチェーンでのGHG排出量。

### スコープ3主要なカテゴリーの検討結果(2022年度)

スコープ3カテゴリー	各カテゴリーの概要	2022年度算定結果	
		GHG算定結果 (t-CO <sub>2</sub> )	比率
1 購入した製品・サービス	原材料の調達、パッケージングの外部委託、消耗品の調達	945,803	20.5%
2 資本財	生産設備の増設(複数年にわたり建設・製造されている場合には、建設・製造が終了した最終年に計上)	31,371	0.7%
3 燃料	調達している燃料の上流工程(採掘、精製など)、調達している電力の上流工程(発電に使用する燃料の採掘、精製など)	2,579	0.1%
4 輸送・配送(上流)	調達物流、横持物流、出荷物流(当社が荷主)	29,323	0.6%
5 事業から出る廃棄物	廃棄物(有価のものは除く)の当社以外での輸送、処理	12,374	0.3%
6 出張	従業員の出張	112	0.0%
7 雇用者の通勤	従業員の通勤	1,638	0.0%
8 リース資産(上流)	スコープ1、スコープ2で算定済みのため、対象外	対象外	
9 輸送・配送(下流)	当社グループが支払、荷主の輸送であったためカテゴリー4に集約しました	対象外	
10 販売した製品の加工	販売した製品の加工は当社において行わないため、対象外	対象外	
11 販売した製品の使用	使用者による製品の使用	3,581,667	77.6%
12 販売した製品の廃棄	使用者による製品の廃棄時の輸送、処理	7,350	0.2%
13 リース資産(下流)	当社が賃貸事業者として所有し、他社に賃貸しているリース資産の稼働	3,555	0.1%
14 フランチャイズ	当社が主宰するフランチャイズの加盟者のスコープ1,2に該当する活動	100	0.0%
15 投資	株式投資、債券投資、プロジェクトファイナンスなどの運用	706	0.0%
合計		4,616,578	100.0%

比率は四捨五入にて算定のため、合計値は100%になりません

## ○ 事業所における脱炭素に向けた取り組み

### 太陽光発電システム設置状況

太陽光発電システムによる再生可能エネルギーの自家発電・自家消費を積極的に実施。

#### ▶ オンサイトPPA

- 当社グループの敷地内の屋根や遊休地に太陽光発電設備を設置
- 発電した再エネ電力は自家消費  
供給方法: 直接的  
設置場所: 設置場所に制限(敷地内)

※ 60事業所に導入(2022年度)



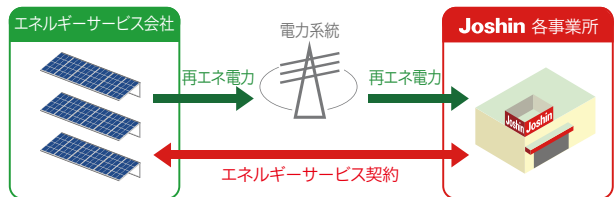
茨木店



彦根店

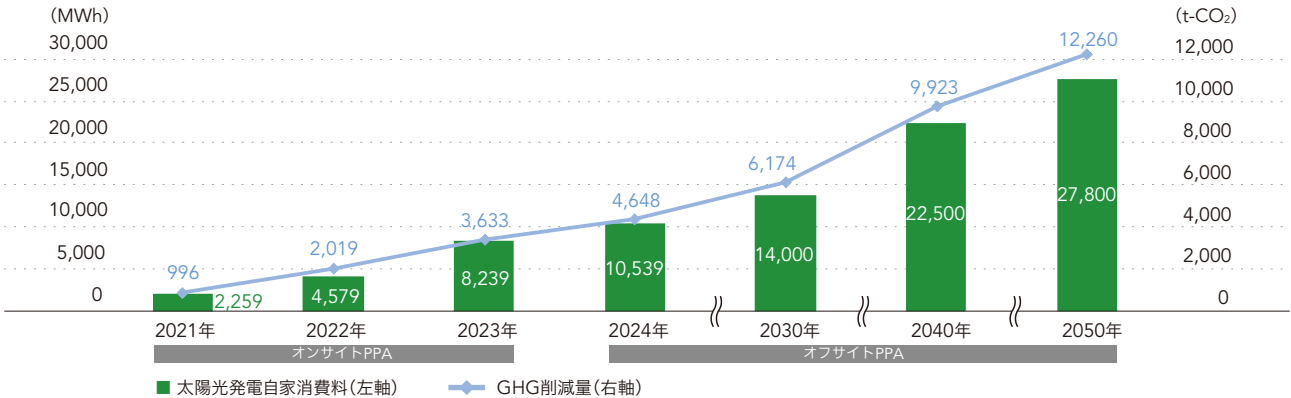
#### ▶ オフサイトPPA

- 当社グループの敷地外(遠隔地)に太陽光発電設備を設置
- 発電した再エネ電力は送配電線を介して当社事業所へ送電  
供給方法: 間接的  
設置場所: 設置場所に制限なし(遠隔地)



当社グループ専用太陽光発電所

### 太陽光発電自家消費量 MWh(年間)及びGHG削減量 t-CO<sub>2</sub>(年間)



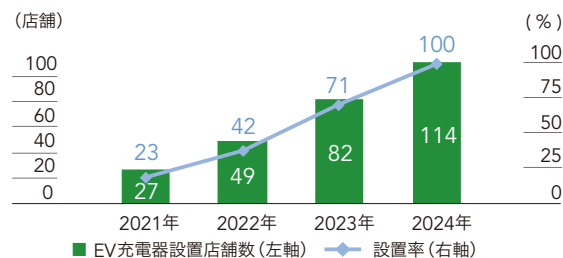
※ 経済産業省・環境省令第3号に定めるデフォルト値0.441Kg-Co2/KWh (2023年5月発表)

☞ 当社グループのカーボンニュートラルに向けた店づくりはWebサイトをご覧ください。 <https://www.joshin.co.jp/ja/csr/environment.html>

### EV設置状況

電気自動車(EV)の普及は、世界的に加速し、ますます促進されることが予想されます。経済産業省は、2050年カーボンニュートラルに伴うグリーン成長戦略の中で、乗用車は『2035年までに新車販売でEV100%を実現』、商用車は『2030年までに新車販売で20%~30%、2040年までには新車の販売でEVと脱炭素燃料利用に適した車種で合計100%を目指すとともに、2030年までに2040年のEV普及目標を設定する』などの枠組みを決めました。今後のEV普及に向けて充電インフラ設備は重要な課題となってきます。こうした中【地球環境に配慮した店舗づくり】の一環として、2010年3月大阪EVアクションプログラムに賛同。岸和田店へのEV充電スタンド導入をスタートさせ、2022年度には49店舗に拡大。2024年度には設置可能店舗100%設置を目指します。

### EV充電器設置店舗数及び設置率



※ EV充電器の設置可能な店舗数における数値。



住吉店

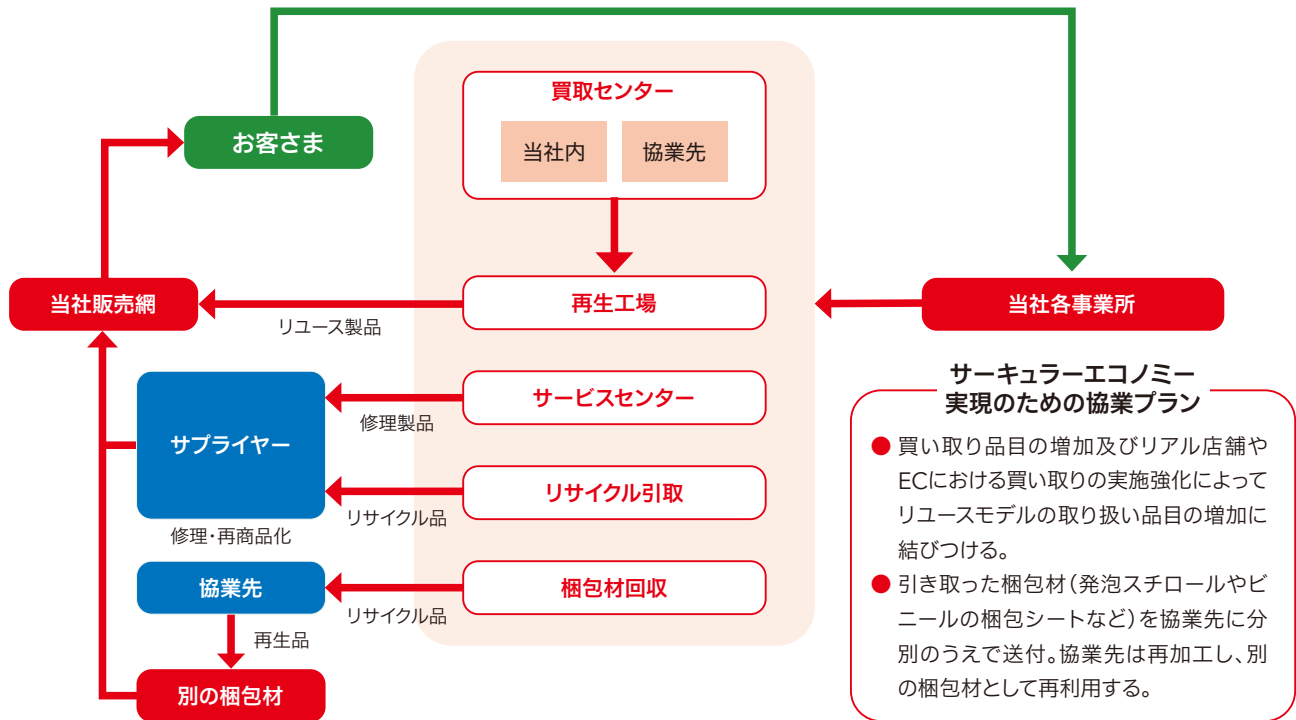


六地藏店



## ○ サークュラーエコノミーへの取り組みにおける戦略構想及び2030年アクションプランについて

当社グループが目指す「サーキュラーエコノミー実現」に向けた取り組み



Ⓜ 当社グループにおける資源循環社会構築に向けた取り組みはWebサイトをご覧ください。  
<https://www.joshin.co.jp/ja/csr/environment/recycling.html>

## ○ 環境課題に係る主なアクションプランのロードマップ

### 資源循環社会の構築

サステナビリティ経営における環境面での持続可能性、とりわけ気候変動とともに循環型社会の構築が環境に係る取り組みのカギとなります。その上で、これまでの3R(リデュース・リユース・リサイクル)に加え、新たな視点でサーキュラーエコノミーを推進し、ビジネスモデルへの転換を図る検討を行う必要があります。

施策	～2025年	～2030年
リユース、再販などの資源循環サイクルの再構築	<p><b>目標</b> 社内におけるサーキュラーエコノミーの推進</p> <p>▶主な取り組み内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 他社とのアライアンスによる買い取り品目の拡大→再販に向けての取り組みなどリユースビジネスの強化</li> <li>● 梱包材の回収によって新たに別の梱包材として再生し、出荷できるビジネスモデルを新たに構築する</li> </ul>	
ECサイトのリサイクル対象エリアの拡大	Joshin webの配送・セッティングエリア拡大に伴うリサイクルエリア拡大に対応できる体制づくり	
プラスチック素材使用のショッピングバッグ及び商品梱包材削減に向けた取り組み	<p><b>目標</b> ショッピングバッグ使用におけるプラスチック使用量2019年度比で90%削減</p> <p>▶主な取り組み内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● LIMEX素材レジ袋を導入しながら辞退率向上に向けた取り組み (2023年)</li> <li>● プラスチック素材不使用代替バッグとしての紙製バッグの導入検討 (2023年)</li> </ul>	プラスチック素材を用いたショッピングバッグ廃止  紙製バッグを導入するなど、プラスチック使用量ゼロの実現を目指す (紙製バッグ導入に伴うコスト増 2030年 約2億円)

## 環境配慮型製品の取り組み

当社グループは早くから環境配慮型製品販売の取り組みを行っています。特にエアコンや冷蔵庫については年間の使用頻度が高いので、家計への電気代負担を抑制でき、かつ快適に過ごすことのできる商品を積極的にお勧めしています。

統一省エネラベルを採用している家電製品を対象に、約12年を買い替えのサイクルとして冷蔵庫・エアコン・テレビ・温水洗浄便座を2010年に設定。2022年度はエアコン及びテレビは4つ星・5つ星、冷蔵庫及び温水洗浄便座について

は3～5つ星を対象としました。その上で2022年度と同じ販売台数時に2010年度の平均GHG排出量を算出し、買い替えによるGHG削減量を算出しています。これにより、買い替え時における環境配慮型製品とのGHG排出量の差異を「見える化」しました。なお、本年度についてはエアコン基準エネルギー消費効率(省エネ基準)変更による対象5つ星商品の減少に伴い、目標とする売上構成比をこれまでの40%から35%に変更しました。

### 環境配慮型製品販売の2022年度実績と2023年度目標

環境保全項目	2022年度		2023年度		主管部署
	目標	実績	目標		
環境配慮型製品販売の推進	売上構成比 40%	41.5%	売上構成比 35%		商品部

### 2022年度 環境配慮型製品の取り組み

エアコン・テレビ 4・5つ星 冷蔵庫・温水洗浄便座 3～5つ星	2010年度		2022年度		1台あたり平均 GHG削減量 (kg-CO <sub>2</sub> /年) ① - ②	GHG削減量 (t-CO <sub>2</sub> /年) ⑦ - ①	台数計
	GHG排出量/年 (t-CO <sub>2</sub> /年) ⑦	1台あたり平均 GHG排出量 (kg-CO <sub>2</sub> /年) ①	GHG排出量/年 (t-CO <sub>2</sub> /年) ①	1台あたり平均 GHG排出量 (kg-CO <sub>2</sub> /年) ②			
環境配慮型 エアコン計	73,696,795	708.6	63,661,308	612.1	96.5	10,035,487	104,008
環境配慮型 冷蔵庫計	21,202,730	165.6	12,622,215	121.3	44.3	8,580,515	104,045
環境配慮型 テレビ計	2,319,195	66.6	1,165,159	25.2	41.4	1,154,036	46,247
環境配慮型 温水便座計	1,315,098	128.1	823,202	80.2	47.9	491,896	10,269

## 事業所における環境配慮型製品販売への取り組み

各事業所においては、環境配慮型製品販売に対して積極的に取り組みを行っています。節電能力が優れたエアコンや冷蔵庫などの店頭勉強会を定期的を実施し、さらに月ごとの販売目標達成を目指して販売手法の共有や、推奨環境配慮型製品の売場づくりを行っています。

販売実績の優れた事業所に対しては、店舗オペレーションサポート部SV(スーパーバイザー)や、各営業部のスタッフから販売についてのノウハウ、売場づくりへのこだわりなどについてのヒアリングがあり、スタッフはそれを他事業所に「成功事例」として発信しています。

この「成功事例」については常時社内イントラネットにて

公開しているので、新任担当者がこの事例を共有しながら自部署において反映させることができます。

