

# 1.5°C-2.0°Cにおけるシナリオ分析

## ■ 1.5°C-2.0°Cにおけるリスク・機会の定性、対応策の定義

リスク分類	中分類	#	リスク・機会の項目	事業インパクト評価 (定性)	影響度	2030年における対応策
政策・法規制	政策・法規制	1	カーボンプライシング導入によるコスト増	世界各国で導入が進んでいるカーボンプライシングが日本においても想定されており、電力、都市ガス、ガソリン等のエネルギーを利用している当社にとって大きなコスト増となる。	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>カーボンプライシング（炭素税）導入によるコスト増に対する対応</li> <li>● 自社受電契約事業所の100%再エネ化に伴い、今年度よりテナント等の賃借物件における再エネ化の推進に向けた交渉をスタートさせる</li> <li>● 自社受電契約事業所における再エネ化は本年度終了（2023年度 4事業所）</li> <li>● テナント店等の賃借物件への再エネ電源比率引き上げに向けた交渉を行うことにより、2040年までに全事業所の100%再エネ化達成を目指す</li> <li>● 事業所の省エネへの更なる推進</li> <li>● 新規店舗を中心としてZEB導入の推進による再エネ設備の再構築を図る</li> <li>● 脱炭素を目的とし、2040年度までに全ての社用車のEV車導入を目指す</li> </ul>
		2	GHG排出量・エネルギー消費量の報告規制の強化	省エネ法、温対法、フロン排出抑制法などの法令に沿った情報開示・報告の対応が求められる。関連情報の取りまとめ整理に人員費等の費用がかかる。またエアコンを取り扱うメーカー各社が冷暖関連の代替フロンガスの処理についても追加的な費用が発生し、それが商品価格に反映される。いずれの法とも関わる当社を含む家電量販店全体にとって売上の減少要因となる。	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 外部インシテアティブによる情報開示に係る手法変更に伴う対応</li> <li>● コーポレートガバナンスコードやISSB等各種国際インシテアティブ対応を目的としたTCFDに開ける情報開示方法やサプライチェーン排出量（スコープ3）算定及び削減方法の変更に対する弾力的対応</li> <li>● 「排出量の見える化」の一環としてSBTによるGHG排出削減に向けた年度別の進捗管理やステークホルダーが閲覧しやすい排出量報告手法を構築</li> </ul>
		3	環境法関連コンプライアンス	GHG排出に関する報告義務や排出規制が求める水準に達しない場合は罰則金等のリスクが発生する。また、訴訟等が発生した場合は弁護士・裁判費用が発生する。更に環境法関連コンプライアンス違反は投資家はもとめとするステークホルダーの支持を得られず、株価の低迷等を招く。	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 環境法関連コンプライアンス遵守に向けたガバナンス体制の強化</li> <li>● 気候変動に係る関係法令へのリスク及び機会についての対応を気候変動Pにおいて協議し、さらにその決定事項についてはサステナビリティ委員会において審議を行ったうえで執行役員会及び取締役会にて決議を図る</li> </ul>
		4	プラスチック規制強化	サーキュラーエコノミーに関わる規制に伴い、プラスチックの使用が規制され、バイオプラスチック使用量を低減する措置（無機フィルム、紙、再生プラ、バイオプラの利用等）が求められることによりレジ袋や梱包資材の調達コスト、プラスチックを利用する家電製品の調達コスト、プラスチック系廃棄物の処理コストにより商品価格に転嫁され、販売台数の減少につながる。家電量販店各社(特にEC)の梱包コストの上昇を招く。	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ショッピングバッグのプラスチック素材廃止に向けた取り組み</li> <li>● レジ袋を紙製バッグなどの切り替えを行うことによりプラスチック素材含有量をゼロを目指す（紙製バッグ導入に伴うコスト増 2030年 約2億円）</li> <li>● 梱包資材のプラスチック素材の削減</li> <li>● ECの拡大に伴い増加する輸送用気泡緩衝材（エアパッキン）の削減に向けて、紙緩衝材等の利用可能性を検討→2030年までに全ての緩衝材を脱プラスチック素材に変更</li> <li>● サプライチェーン全体でのプラスチック資源利用の最適化を通じた家電製品の調達コスト増、プラスチック系廃棄物処理コスト増の影響軽減</li> <li>● サプライチェーン全体におけるGHG排出量を把握し、スコープ3における排出量の抑制を取引先に要請</li> <li>● リユース・再販等の資源循環サイクルの再構築</li> <li>● エアコンや洗濯機等のクリーニング事業の拡大で商品耐用年数をアップさせる</li> <li>● EC店舗のリサイクル対象地区の更なる拡大を通して、プラスチック資源利用を最適化</li> </ul>
移行リスク	政策・法規制	5	原料調達、既存の製品およびサービスに対する命令および規制	気候変動やサーキュラーエコノミーに関わる規制等により、メーカーはサプライチェーンの見直しを迫られる。それを受けて、当社においても持続可能性を加味した取扱商品選定方針策定などの対応が求められるため、それらの対応コストが必要となる。	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 科学的根拠に基づいたSBTによるスコープ3カテゴリー1,11において、2021年度比25%削減の目標を設定し実施し、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を実施</li> <li>● サプライヤーとの関係構築をより徹底するため、サプライヤーのESG対応に関するアンケート調査の定期的実施・情報収集し、さらにはサステナブル調達率目標 70%達成及び回答サプライヤーの取引高アップを推進したい（2030年度）</li> </ul>
		6	フロン等特定物質の使用規制の強化による対応コスト増	各事業所における空調設備を、規制に対応可能な設備（ノンフロン設備等）に切り替えるための費用が増加する。また、エアコン等を扱うメーカー各社による使用規制に対応した商品の販売価格上昇要因となる。	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 規制強化に応じた設備更新の実施</li> <li>● 新たな規制強化発生時に各事業所における対応空調設備入替を実施</li> <li>● 今後についても法改正に合わせた弾力的な対応</li> <li>● 2050年のカーボンニュートラルに向けて「代替フロン」から「グリーン冷媒」への切り替えの可能性あり。</li> </ul>
市場	市場	7	低炭素・再エネ技術の導入によるコスト増（もしくは費用低減）	各競合各社が、カーボンニュートラルに向けた野心的なGHG削減目標を宣言する中、店舗・事務所などにおいて再エネ・省エネ設備の導入が求められ、コスト増の要因となる。	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 再エネ調達、省エネ、炭素クレジットを組み合わせた脱炭素化の実施</li> <li>● 外部環境に応じて、#1記載の自社による再エネ・省エネ設備への投資と外部調達（再エネの外部調達、PPA等）の最適化を図り、設備投資によるコスト増を最適化</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>● 社用車の効率的な運用を行い、車両台数の削減に取り組み、EV車切り替えを2040年度までに完了</li> <li>● 配送/工事車両についても2040年度を目標にEV車導入を目指す</li> </ul>
		8	エネルギー価格高騰によるコスト増	GHG(温室効果ガス)排出削減に向けた電化の進展に伴う電力需要の増大によって電力価格が上昇し、各事業所のエネルギーコストが増加する（EVを用いる場合は物流・配送も影響を受ける）。また化石資源への投資規制等の影響から移行期の化石燃料が高騰し、商品の物流・配送に使用する社用車の燃料コストが増加する。	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 外部環境に応じて、#1記載の自社による再エネ・省エネ設備への投資と外部調達（再エネの外部調達、PPA等）のバランスを考慮しながら最適化を図り、コスト増を抑制させる</li> <li>● 脱炭素化を目的としたEV車等の2040年度までの導入を目指す</li> <li>● 2040年度に社用車のEV車への切り替えを進めるとともに、配送/工事車両についても2040年のEV車導入を目指す</li> <li>● サプライヤー間における共同配送の実施による配送時排出量の分散化の実現</li> <li>● EV車導入に伴うインフラの整備(各事業所へのEV充電設備及び設備のネットワーク化)</li> <li>● エネルギー使用量の管理を徹底し使用量削減に努めるとともに、供給事業者の見直しを定期的に行い電力価格の上昇を緩和させる</li> </ul>
評判	評判	9	消費者の環境配慮型製品への需要シフトへの対応の遅れ	消費者の環境意識の高まりや、社会の電化進展に伴う電力価格上昇が発生し、環境配慮型の暮らしに対する需要が高まる。需要に合った環境配慮型製品の暮らしの提案において、他社に遅れをとった場合、環境課題への取り組みイメージ悪化による来店客数減となり、結果として売上高の低下につながる。	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 家庭内カーボンニュートラルの実現に向けた、環境配慮型商品の販売強化、住宅環境の高機能化(リフォーム)の推進</li> <li>● 消費者の嗜好の変化にも対応できる中長期的な目標設定を行うことができるようにするため、環境配慮型製品の定義を見直す（2024年度実績より）</li> <li>● 創・蓄・省エネ製品販売推進による顧客のCO2削減サポート</li> <li>● 省エネガス給湯・スマートライフ関連商品(EV充電設備や家庭内蓄電池の取り組み及びV2Hの普及推進)拡充のため、2024年度から実績の開示を行う</li> <li>● 環境と省エネに配慮した店舗づくり</li> <li>● #1記載の通り</li> <li>● 一般コンシューマ及び小規模事業者向け再エネ電力の提案。下流側のCO2フリー電力の安定的な調達を担保させる。</li> </ul>
		10	消極的な気候変動対応によるレピュテーションの低下	ステークホルダーの低炭素社会に向けた企業の取り組みへの関心が今後ますます高まる。サプライチェーンの上流に位置するメーカー各社が様々な環境配慮型製品を研究・開発する中、消費者との接点である家電量販店が気候変動対応に消極的であれば、環境配慮型製品普及のボトルネックであると評価され、メーカーも市場からも評価されなくなり、株価下落、売上低下の要因となる。	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 家庭内カーボンニュートラルの実現に向けた、環境配慮型商品の販売強化、住宅環境の高機能化(リフォーム)の推進</li> <li>● #9と同様</li> <li>● 環境と省エネに配慮した店舗づくり</li> <li>● #1と同様</li> <li>● サプライヤーとの排出削減に向けた取り組みの協業についてのエンゲージメント実践</li> <li>● GX/リーグ主WGへの参加や大手家電流通協会分科会において先導的役割を担うことで、各評価機関からの更なる評価向上につなげていく</li> <li>● お客さまへの店舗やコーポレートサイトを通じた啓発活動の実施</li> </ul>
物理リスク	急性	11	風水害の激甚化による事業停止リスク	店舗や物流・配送拠点にて大規模な台風、豪雨等が発生した場合、店舗の来店客数減少、従業員の通勤経路寸断や物流・配送拠点の在庫不足・在庫毀損による販売機会減少により売上高の減少が想定されるが、発生及び影響は限定的である。	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 気候変動リスクを考慮した事業継続マネジメント体制の構築と推進</li> <li>● 当社のリスク管理体制に気候変動要素を盛り込み、リスク管理委員会におけるリスク要因とすることで事業継続マネジメント体制における気候変動リスクのコントロールを図る</li> <li>● 災害時、各部門によって初動対応が異なることが想定されるため、初動時における部門別BCPの策定検討</li> <li>● 災害時に緊急手配する商品の選定を行い、優先的に店舗への配荷を実施する仕組みの構築（電池・懐中電灯・モバイルバッテリー・カセットコンロ等）</li> <li>● サプライチェーンの混乱に備えた流通在庫のコントロールによるレジリエンス(適応性・弾力性)を強化</li> </ul>
		12	風水害の激甚化による自社拠点の損害発生	店舗や物流・配送拠点にて大規模な台風、豪雨等が発生した場合、店舗や物流・配送拠点の水害による在庫毀損に伴う費用、損壊による修繕コストの増加が想定されるが、発生及び影響は限定的である。	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>● オフサイトPPAの導入による自家消費推進で、2030年度における全電力に占めるPPA比率は現在の2.66%から12%へ、2050年度には20%を超える目標を設定</li> <li>● AI導入による業務効率化で労働力をシステムにシフト(人手不足解消)、店舗運営形態の変革(店舗の小型化等)による電力使用量の削減。</li> </ul>
機会	慢性	13	平均気温上昇に伴う空調コストをはじめとする電気エネルギー使用量の増加	地球温暖化に伴う急激な平均気温上昇による店舗や事業所・物流センターなどの空調をはじめとする電気エネルギー使用量が増加する。	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>● オフサイトPPAの導入による自家消費推進で、2030年度における全電力に占めるPPA比率は現在の2.66%から12%へ、2050年度には20%を超える目標を設定</li> <li>● AI導入による業務効率化で労働力をシステムにシフト(人手不足解消)、店舗運営形態の変革(店舗の小型化等)による電力使用量の削減。</li> </ul>
		14	平均気温上昇等の気象変化による季節性商品の需要変動に伴う売上高の減少	気温上昇に伴う夏季の長期化、暖冬による冬物不振に伴う売上高の減少	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 季節要素に左右されない新たなビジネスモデルの構築</li> <li>● サブスクリプション、リユース等の新業態・新規ビジネス（天候デリバティブや保険商品等）の創設</li> </ul>
製品・サービス	製品・サービス	15	気候変動対応製品・サービスによる売上高の増加	気候変動に伴う各種環境規制の強化、メーカー提供製品の環境対応化、消費者の意識向上により、エアコンや冷暖関連に代表される環境配慮型製品・再エネ電力導入プラン等サービスの売上高が増加する。	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 家庭内カーボンニュートラルの実現に向けた、環境配慮型商品の販売強化、住宅環境の高機能化(リフォーム)の推進</li> <li>● 中長期的な目標設定を行うことができるようにするため、環境配慮型製品の定義を見直す（2024年度実績より）</li> <li>● 創・蓄・省エネ製品販売推進による顧客のCO2削減サポート</li> <li>● 省エネガス給湯・スマートライフ関連商品(EV充電設備や家庭内蓄電池の取り組み及びV2Hの普及推進)の拡充</li> <li>● 年間販売目標台数（2030年度） エコキュート：9,300台 エコジョーズ：4,180台節水型トイレル：18,000台 EV充電設備：2,000台 V2H：400台 家庭用蓄電池：110台（ただし、政府の補助金等販売支援策導入によって目標台数は変動）</li> <li>● 環境と省エネに配慮した店舗づくり</li> <li>● #1記載の通り</li> </ul>
		16	環境配慮型の暮らしに関わるスタートアップ他社とのアライアンス	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、顧客が求める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。環境配慮型の暮らしとしては、カーボンニュートラルやサーキュラーエコノミーの実現に資する創・蓄・省エネに関する製品・サービス（太陽光発電、蓄電池、燃料電池等）やスマートホームに関する製品・サービス（各種省エネ設備、CO2や温度センサー等）の販売、およびそれらを組み合わせた住宅環境の高機能化(リフォーム)などが考えられる。	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 資本提携も視野に入れたアライアンス等によるカーボンニュートラルビジネスモデル確立</li> <li>● お買い物バッグや緩衝材の脱プラスチック素材に変更</li> <li>● FTI期間終了を迎える当社販売分の太陽光発電システムユーザー（2012年販売件数 約1,500件）に向けて自家消費啓発の蓄電池提案を実施</li> <li>● 一般コンシューマ向け再エネ電力と環境配慮型商品とのセット販売</li> <li>● サークュラーエコノミーを中心とした循環型ビジネスを推進するスタートアップ企業とのコラボレーション促進</li> </ul>
		17	再エネ・省エネ導入による費用削減	気候変動に関連する各種インセンティブを積極的に活用し再エネ・省エネ設備を導入することで、エネルギーコストを削減することができる。同時に、需給に左右されずに安定的に再エネを調達できるようになる。	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>● オフサイトPPAの導入推進で、2030年度における全電力に占めるPPA比率は現在の2.66%から12%へ、2050年度には20%を超える目標を設定</li> <li>● 自家消費率向上に向け、事業所における蓄電池設備導入を2040年度までに60店舗導入（導入に係るコスト試算2億円）</li> </ul>
		18	輸送に関わるエネルギー効率向上による費用削減	気候変動に関連する各種インセンティブを積極的に活用し、エネルギー効率の高い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の削減が可能になる。また、サプライチェーンとの協働は、スコープ3の削減にも貢献する。	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>● サプライチェーン全体の輸送の効率化の推進</li> <li>● 脱炭素化を目的としたEV車の導入（2040年度）</li> <li>● 配送効率化の一環として拠点再整備による輸送ルート最適化</li> <li>● サプライヤー間における共同配送の実施による配送時排出量の分散化</li> <li>● 物流拠点における再エネ電力導入によるカーボンゼロ化の推進（2040年度）</li> </ul>
		19	原材料コスト上昇リスクへの対応による費用の削減	気候変動に関連する法規制の進展に伴い、レジ袋や梱包資材の調達コスト、プラスチックを利用する家電製品の調達コスト、プラスチック系廃棄物の処理コストが上昇する可能性があるが、レジ袋・ショッピングバッグおよび梱包資材のプラスチック素材の削減、サプライチェーン全体でのプラスチック資源利用の最適化を講じることで、コストを抑えることができる。	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 紙製(レジ袋)の切り替え促進によってプラスチック素材含有量をゼロを目指す（紙製(レジ袋)導入に伴うコスト増 2030年 約2億円）</li> </ul>
評判	評判	20	積極的な気候変動対応による消費者の評価向上に起因する売上高の増加	環境課題へ適切に対応できれば、環境への意識が高まった消費者の支持を得ることができ、レピュテーションが向上し、売上高の向上につながる。	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コアファン獲得のための取り組みの一環として気候変動対策及び循環型社会実現に係る啓発の実施、さらに脱炭素効果が高い商品に対する訴求強化による売上高・利益の確保</li> <li>● 家電製品のサブスクリプション及びリユースを通じ、廃棄物を生まないサーキュラーエコノミーの実現</li> </ul>
		21	物流網・店舗における災害レジリエンス強化によるリスク低減	気候変動に関連する災害は比較的抑えられることから、影響度は小。	小	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 物流センター単独における事業継続に係るBCPの策定（既存のBCPとは運用が異なるため）</li> <li>● 災害に強い付帯設備（シャッターガード・防塵塵れ置素材）の見直し</li> <li>● サプライヤーの被災状況に応じ速やかに対策を講じるためのディスカッションの実施（商品部・物流統括部・営業統括部等）</li> </ul>