

# サステナビリティ経営

当社の事業そのものが  
サステナビリティに貢献  
社会的使命を果たしながら  
事業成長を目指すことこそ  
企業価値向上の道と考えています

DCMホールディングス株式会社  
取締役執行役員  
内部統制、経営戦略・広報管掌

DCM株式会社  
取締役常務執行役員  
経営戦略統括室長

中川 真行



## ホームセンター事業そのものがサステナビリティに貢献

私たちDCMグループでは、ホームセンターは自分でモノを補修したり、DIYでモノづくりを行うお客さまをサポートする業態であり、事業そのものがサステナビリティと深く関わっていると考えています。この考えのもと、トップ自ら「サステナビリティは特別なことではなく、私たちの日々の業務そのものである」と従業員に向けて発信し、サステナビリティを当社の中長期的な企業価値向上施策として取り組んでいます。具体的には、当社におけるサステナビリティの精神と各課題を長期事業構想、中期経営計画の中にしっかりと組み込み、中長期の課題解決に向けた全社横断的組織である「36ヶ月プロジェクト」を通じて

全社一丸となって取り組んでいるのが特徴です。「36ヶ月プロジェクト」は統括部長クラスがリーダーをつとめる8つのタスクから構成されており、各タスクの中には複数の分科会があります。タスク・分科会には様々な部署のメンバーが参加し、いろいろな視点や経験を活かしながら課題解決に取り組んでいます。

また、コーポレート・ガバナンスの観点では、社長が委員長を務めるサステナビリティ委員会で、年2回、サステナビリティに関する課題の進捗確認・評価、リスク管理との連携、最新動向の調査研究を行い取締役会に報告し、必要に応じて議論を深めています。

## 従業員の参画意識を醸成し、多面的に取り組む

当社のサステナビリティの取り組みは、DIYの普及、SDGsに貢献する商品の開発・販売、CO<sub>2</sub>削減、資源の有効活用と廃棄物の削減、防災・防犯、人的資本の充実、地域貢献など多岐にわたります。これまでの進捗として、DIYの普及については、「住まいのDIYに興味があるものこれまで手がけたことがない」「自分1人で初めて作業をするには不安がある」といったお客さま向けに、壁紙の張り方や床材施工などが体験・相談できる「DIYリフォーム」(P22参照)を店舗に開設するとともに、東京・恵比寿にDIYの啓発・普及を目的としたDIY体験型店舗の「DCM DIY place」(P23参照)を出店しました。また、プライベートブランド(PB)商品においても、お客さまのサステナブルな暮らしをサポートする商品がここ数年で増えてきたと実感しています。CO<sub>2</sub>削減については、TCFD対応を体系的に推進するための枠組みを整備するとともに、2024年問題を契機に物流の配送量・配送回数の低減にも取り組み、結果として業務の効率化とCO<sub>2</sub>削減に結びついています。資源の有効活用や廃棄物の削減といったサーキュラーエコノミーへの貢献については、今後、パートナーとの連携を深め、点から線へ、線から面へというかたちでサプライチェーン全体に広げていきたいと考えています。

人的資本の充実に関しては、女性やシニア人材の活躍に向けた施策を充実させるとともに、今年度から次世代経営人材

の育成プログラムも開始しました。「将来にわたりトップマネジメント人材が輩出され続けることが持続的な経営に繋がる」との考えのもと、次世代のトップマネジメント人材を計画的に育成するよう既存の研修プログラムを再構築しました。この新しい教育プログラムにより、「人材」から「人財」へ、そして「トップマネジメント」への育成を目指します。また、当社は、環境保護のための植樹、いのちと暮らしを守る防災支援、地域美化を社会貢献のテーマとして掲げています。その中でも防災については、これまで店舗や地域のイベント等での防災啓発活動、小中学校での防災授業などに取り組んできた知見・ノウハウを活かし、新たに愛媛県松山市で地元の自治体、企業・団体、大学と連携し、新たな備えを進めるプロジェクトを立ち上げました(P41参照)。ボランティアが地域の高齢者等要支援世帯を訪問し、家具の転倒防止器具の取り付けや災害への備えをアドバイスしたりする活動です。当社の従業員もボランティアとして参加し、アンケート結果をみると、「自分たちが地域のお役に立っているという意識が高まった」との声が多く、大変好評です。従業員参加型の社会貢献活動がモチベーション向上に繋がる好循環になっています。このように、中長期の課題解決を推進する「36ヶ月プロジェクト」や従業員参加型の社会貢献活動など、サステナビリティにおける当社のユニークな取り組みにもどうぞご期待ください。

## 8つの重点課題グループ・22の重点課題(マテリアリティー)の概要

E	S	G	ISO 26000 中核主題	No.	重点課題グループ (何のために)	No.	重点課題 (何をやるのか)	主に関連するSDGsの目標
S	S		消費者課題	I	快適で持続可能な地域の暮らしと住まいの実現	1	人と地域に愛されるくらしのパラエティースタアの構築	11, 12, 3
						2	あらゆる人への生活支援・便利サービスの進化	
						3	地域のニーズに合わせた新たな事業の導入	
						4	ハード特化型のプロ・DIY支援店舗の構築	
E			環境 公正な事業慣行 環境	II	商品と店舗による循環経済と脱炭素の推進	5	豊かなくらし、資源循環と脱炭素に貢献する商品の開発・販売	12, 7, 13
						6	商品の包装・容器の削減	
						7	店舗での廃棄物の回収・削減、再利用、リサイクルの推進	
S			消費者課題	III	新たな価値を共創するお客さまとの関係深化	9	商品品質の追求とVoCを取り入れた改善	8, 9, 12
						10	DXによる事業・サービスの進化	
S				IV	災害に強いレジリエントな地域の支援	11	店舗でのDIY啓発と情報発信	11, 13, 17
						12	地域の防災拠点としての確立	
S			人権 労働慣行	V	多様な人材が活躍できる職場づくりと人権尊重	13	防災用品の開発・販売	4, 8, 10
						14	人権尊重と多様性・女性活躍の推進	
E	G		公正な事業慣行	VI	環境・社会に配慮したサプライチェーンの構築	15	人材開発と働きやすい職場づくり	16
						16	DXによる人材の高付加価値業務へのシフト	
E			公正な事業慣行	VI	環境・社会に配慮したサプライチェーンの構築	17	CSR調達の推進	8, 12, 13
						18	物流におけるCO <sub>2</sub> 排出削減と資源有効利用の推進	
S	G		組織統治	VII	コーポレート・ガバナンスの強化	19	コーポレート・ガバナンスの強化と責任あるステークホルダーとの対話	16, 10, 5
						20	コンプライアンスと腐敗防止	
						21	リスクマネジメント	
E			コミュニティへの参画およびコミュニティへの発展	VIII	地域・コミュニティの発展	22	地域と協働した環境保護・地域創生への貢献	15, 11, 3