

# サステナビリティ経営

持続可能な社会づくりと  
企業価値の拡大を両立する意義を  
従業員一人ひとりが共有し、  
重点課題に基づく活動を  
全社・全組織で展開しています

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



## DCMグループのサステナビリティ経営体制

DCMグループは、サステナビリティ経営の方向性を確認するため、社内討議とステークホルダーとの対話を重ね、8つの重点課題グループと22の重点課題(マテリアリティー)を特定し、2022年12月に発表しました。これを軸に、環境問題をはじめとした社会課題の解決に貢献し、持続可能な社会づくりと企業価値の拡大を両立できる経営基盤の構築に努めています。

サステナビリティ経営を推進するための組織として、社長を委員長とする「サステナビリティ委員会」を設置しています。年2回、半期ごとに開催し、気候変動問題などサステナビリティに関する最新動向の共有とともに、当社グループ内で

## 重点課題グループへの主な取り組み

2024年度のサステナビリティ委員会では、環境面を中心に議論しました。重点課題グループの中でも、特に「商品と店舗による循環経済と脱炭素の推進」を意識し、GHG削減目標を念頭に再生可能エネルギー（以下、「再エネ」）利用の試行を進め、DCM呉羽駅北店（富山県富山市）やDCM大垣鶴見店（岐阜県大垣市）など新店舗への太陽光発電の導入が進みました（P35参照）。オンサイトPPA、オフサイトPPA両手法を試行しながら最適解を導きだせるよう取り組んでいきます。また、「環境・社会に配慮したサプライチェーンの構築」についても、DXによる発注頻度の改善や、共同配送をはじめとした物流の効率化により、車両輸送に伴うCO<sub>2</sub>排出量の削減に効果が見られました（P31参照）。

「新たな価値を共創するお客さまとの関係深化」については、当社ビジネスの特徴であり、長期事業構想においてMissionの1つに掲げるDIYの醸成を重視しています。DCM21瑞穂店（岐阜県瑞穂市）では、プロの職人向けとDIY向けの商品・売り場を融合させることで市場拡大を図る新たな店舗フォーマットを導入しました（P25参照）。DCM西岡店（北海道札幌市）では地元高校と協働で「ホームクラフトコース」を新設し、リフォーム関連の資格取得を目的とした講習や実技指導により、将来、職人を目指す高校生の育成を図っています（P36参照）。

の進捗状況や方向性についての審議を行い、その結果を取締役に報告・提案しています。こうした体制のもと、当社グループにおけるサステナビリティの精神や課題を、長期事業構想や中期経営計画にしっかりと落とし込んでいます。

実際の課題解決については、全社横断的組織である「36ヶ月プロジェクト」を中心に取り組んでいます。同プロジェクトは、統括部長クラスがリーダーを務める8つのタスクと、各タスク内に設けられた複数の分科会から構成され、幅広い部署のメンバーが多様な視点・経験を活かして活動しています。このように、特定の部署だけでなく、全社で各部署が認識を共有しながらサステナビリティ経営を推進しています。

「災害に強いレジリエントな地域の支援」については、防災用品の開発・販売を強化するとともに、全国の各店舗で179の自治体等との防災協定を推進締結し、地域と協働で「いのちと暮らしを守る」取り組みをしています。中でも、先述のDCM呉羽駅北店は、停電時の太陽光発電利用やマンホールトイレの設置など、自然災害に備えた機能を充実させ、地域の防災拠点としての確立を図っています（P35参照）。また、2022年度に愛媛県松山市で全国初の産官学民協働スキームとして立ち上げた防災支援活動「新たな備えサポート隊」を、2025年度から札幌市でもスタートしました（P37参照）。このような防災支援活動や植樹活動「DCMの森プロジェクト」のボランティアを通して、従業員参加型の社会貢献活動が、一人ひとりのモチベーション向上に繋がっており、好循環となっています。

また、人的資本の充実を図るため、次世代経営人材の育成プログラムを2024年度にスタートし、持続的な経営人材の育成に取り組んでいます（P39参照）。さらに、「多様な人材が活躍できる職場づくりと人権尊重」のため、引き続き女性社員やシニア人材の活躍を促す施策も充実させています。

これからも様々な角度からサステナビリティに関する社内啓発・社外啓発を継続し、地域社会の発展に貢献すると共に、企業価値向上に繋げてまいります。

## 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	
				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	
13	防災用品の開発・販売							
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	14	人権尊重と多様性・女性活躍の推進	4 8 10
						15	人材開発と働きやすい職場づくり	
						16	DXによる人材の高付加価値業務へのシフト	
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	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