

# [事例] 大手ドラッグストア企業における環境対応の取り組み



山崎 泰弘

公益財団法人流通経済研究所 常務理事

## アブストラクト：

大手DGS3社の統合報告書から環境対応の取り組みについて確認した。企業統合などで上位集中化が進むドラッグストア（DGS）業態では、商品・サービスの拡充と共に対応すべき社会課題対応も増えている。流通業にとって今後の課題となるScope 3への対応について、売上規模が大きく成長途上にあるDGS企業の役割は大きいと考えられる。環境配慮型PB開発は今後サプライチェーン全体の取り組みに深化すると考えられ、同様の取り組みを取引先メーカーとの協働で進めることも期待される。

キーワード：ドラッグストア、環境対応、統合報告書、Scope3、エシカル消費

## 1 我が国のドラッグストア業態の現状

我が国におけるドラッグストア（以下DGS）業態は近年成長を続けており、日本チェーンドラッグストア協会（JACDS）によると業界売上高は2022年度に8.7兆円を超

え、店舗数は22,084店となった。一方、大手DGS企業におけるM & Aが進み、上場DGS企業上位10社の売上高は6.4兆円を超えて業界シェアは74%となり、上位企業の寡占化が進んでいる。

また、国内の上場小売企業の売上高上位10社（**図表1**）にDGS企業が3社入り、日

図表1

国内上場企業売上高上位10社（小売業：2023年）

順位	企業名	主な業態	売上高 (億円)
1	セブン&アイHD	コンビニ、総合スーパー	118,113
2	イオン	総合スーパー、食品スーパー	91,168
3	ファーストリテイリング	アパレル	23,011
4	パン・パシフィック・インターナショナルHD	総合ディスカウント、総合スーパー	18,313
5	ヤマダHD	家電量販店	16,006
6	ウエルシアHD	ドラッグストア	11,443
7	ローソン	コンビニエンスストア	10,004
8	マツキヨココカラ&カンパニー	ドラッグストア	9,512
9	ツルハHD	ドラッグストア	9,157
10	ビックカメラ	家電量販店	7,924

出所：日本経済新聞電子版 売上高ランキング（小売業）2023年9月11日更新（<https://www.nikkei.com/markets/ranking/page/?bd=uriage&ba=0&Gcode=45&hm=1>）

本を代表する小売企業となっている。こうした中、大手DGS企業は社会的責任が強く求められる立場になっていると言えよう。

本稿では、こうした状況において、売上高上位10社に入る大手DGS企業である、ウエルシアホールディングス株式会社（ウエルシアHD）、株式会社マツキヨココカラ&カンパニー、株式会社ツルハホールディングス（ツルハHD）の3社の統合報告書から各社の環境対応への取り組みを確認し、DGS業界における今後の課題等を考察する。

## 2 大手ドラッグストア企業3社の環境対応の取り組み

本稿で取り上げる大手DGS企業3社の統合報告書では、幅広く企業の基本方針から財務データ、ガバナンスを含むサステナビリティの推進に関する取り組み、方針が記載されている。この中から、環境対応に関する取り組みを確認する。

### [1] ウエルシアHD

2021年度から統合報告書を発行し、2023年度に3回目の発行をしている。統合報告書では、ESGやサステナビリティの観点から求められていることを洗い出し、特に「人権」「環境」の2つを重視すべき価値と判断し、26個のマテリアリティをリストアップしている。このうち、環境方針に関するマテリアリティは以下の4つである。

- 省エネ・再エネの推進
- 返品および商品ロスの削減
- プラスチック使用量の削減
- 地域やサプライチェーンと協働したエシカル消費

これらに関する主なKPIとして、2026年

2月期末時点で省エネ・再エネの推進に向けた太陽光パネルの設置店舗数累計420店舗や、店内照明LED調光機能付店舗数累計1,300店舗、プラスチック使用量の削減に向けたペットボトル回収拠点数1,500拠点、ペットボトル回収量累計75tが設定されている。地域やサプライチェーンと協働したエシカル消費については、エシカル消費認知度をKPIとして、広報と連動した消費者への啓蒙活動をあげており、エコ活ポイントとポイント施策を実施している。

なお、省エネ・再エネの推進に関しては、イオングループの一員として「イオン脱炭素ビジョン2050」に基づき、省エネ・創エネの両面から店舗で排出する温室効果ガスを送料でゼロにする目標に取り組んでいる。TCFDに基づく情報開示はサステナビリティ全般について記載している。

マテリアリティ、KPIとの紐づけとは別に、物流効率化・省エネ化を目的に青森県下北エリアでツルハとの共同配送を実施している。これは、店舗密度が低く、配送トラックの低い積載率の課題解決につながっている。また、プラスチック使用量の削減に関しては、カトラリー類をプラスチックから紙製への切り替え、使用済みペットボトルの100%再資源化による「ボトルtoボトル」活動も進めている。

さらに、商品・サービス方針の中で、新PBの開発による新たな価値の創造に取り組んでおり、環境に配慮されたものづくりを行うとしていることも環境対応に関連した取り組みと言える。

### [2] マツキヨココカラ&カンパニー

2021年度に合併前のマツモトキヨシが統合報告書を発行し、2022年度からマツキヨココカラ&カンパニーとして統合報告書を発行している。環境対応に関するマテリアリ

ティとして「地球の健康を考える」を掲げ、SDGsの「6. 安全な水とトイレを世界中に」「7. エネルギーをみんなに そしてクリーンに」「12. つくる責任 つかう責任」「13. 気候変動に具体的な対策を」「14. 海の豊かさを守ろう」の目標に対応している。

KGIは、2050年度に1店舗あたりCO<sub>2</sub>排出量実質ゼロ、PB商品環境配慮型比率100%にすることを目指し、エシカル社会に貢献する存在になる、としている。

KPIには、従来からの2030年度に1店舗あたりCO<sub>2</sub>排出量50%削減（2015年比）、PB商品環境配慮型比率を40%に加えて、保有車両台数のうち15%を次世代自動車へ切替、EV車急速充電器の自社保有施設を2施設設置、グループ店舗のLED照明を80%以上に導入、グループ店舗20店舗への太陽光パネルを導入することが追加された。

気候変動への対応として、TCFDに準拠した情報開示では、Scope1、Scope2に加えて、2023年度にScope3の開示も行った。それぞれのCO<sub>2</sub>排出量はScope1：2,377t-CO<sub>2</sub>、Scope2：1店舗あたり52.61t-CO<sub>2</sub>で総量180,139t-CO<sub>2</sub>、Scope3：1,610,747t-CO<sub>2</sub>であった。

環境配慮型の開発を進めるPB商品「matsukiyo」の設計思想は、Reduce：パッケージの簡素化・材料の投入量削減、Reuse：パッケージの再利用（詰替え・付け替え）、Recycle：リサイクル適正の向上・廃棄物の有効利用、Renewable：再生可能資源の選択であり、現在は28.2%のPB商品の環境配慮型比率を、2026年3月期に40%にする目標を掲げている。

### [3] ツルハHD

ツルハグループとして初めて作成した「統

合報告書2023」における環境対応に関するマテリアリティは「次世代の地球環境を考える」と掲げられており、SDGsの「7. エネルギーをみんなに そしてクリーンに」「9. 産業と技術革新の基盤をつくろう」「11. 住み続けられるまちづくりを」「12. つくる責任 つかう責任」「13. 気候変動に具体的な対策を」「14. 海の豊かさを守ろう」「15. 陸の豊かさも守ろう」の目標に対応している。

目指すべき姿と取り組みとして、以下の3点を掲げている。

- 脱炭素社会実現に向けての環境負荷の低減
- 環境に配慮した商品への切り替えと導入
- 廃棄物の削減

KPIには、2025年度に1店舗あたりのCO<sub>2</sub>排出量36.7%減（2013年比）、医薬品流通最適化調剤配戻回数削減によるCO<sub>2</sub>排出量抑制47%削減（2020年比）、環境配慮型PB商品比率8.7%（SKU）を掲げている。

TCFD提言に沿った情報開示をしており、今後も気候変動関連情報の開示を拡充すると共に、環境負荷を減らしたサステナブルな事業活動を推進していくとしている。

## 3 まとめ

今回確認したDGS企業3社の統合報告書における環境対応を確認したところ、各社の優先事項は異なるものの、店舗設備における脱炭素の取り組み、環境配慮型PB商品の開発、返品・廃棄物削減やペットボトルのリサイクル、物流のCO<sub>2</sub>排出量削減があげられている。

いずれも、脱炭素社会に向けた社会課題対応として重要な取り組みであると考えられる。

一方、マツキヨココカラ&カンパニーが初めて情報開示したScope1からScope3の温室ガス排出量をみると、直接排出する量に比べて、コントロールが難しいサプライチェーンにおける排出量が圧倒的に多いことが確認できる。これはDGS企業に限らず、流通企業全体に共通している。今回取り上げたDGS企業3社はいずれも売上高が約1兆円の規模でサプライチェーンの上流企業に対する影響が大きく、現在も成長の途上であり、今後はより大きく社会課題への対応のためにリーダーシップを発揮することが求められるようになるだろう。

環境配慮型PB商品の開発は現在も取り組みが行われているが、今後はパッケージ等にとどまらず、原材料調達から生産、流通過程における温室ガス排出量をコントロールするような取り組みに深化していくことになると考えられる。一方、販売する商品の多くはNB商品であり、同様の取り組みを取引先メーカーとの協働で進めることも期待される。

また、DGS業態の近年の大きな成長要因の1つに、食品の取り扱い強化があげられる。当初は常温の加工食品を中心に取り扱いだったが、近年は冷凍・冷蔵の加工食品や生鮮食品の取り扱いを増やす企業が増えている。こうした品揃えの変化は、消費者の幅広いニーズに応えることにつながり、利便性を高め、来店頻度を増やすことで、売上高の増加に結び付いてきた。一方、従来からのHBCの品揃えだけの店舗と比べると、多くの社会課題への対応が求められるようになってきたと言える。冷凍・冷蔵食品を取り扱うようになり、売場を拡大して冷凍・冷蔵ケースが導入されたことで電力消費による炭素排出量の増加につながっており、日配品や生鮮食品の取り扱いは、食品廃棄物を発生させる要因となっている。

さらに消費者側の意識の変化への対応も重要である。エシカル消費の普及・啓蒙活動に取り組む企業もあるが、Z世代やその先の世代は、気候変動などの環境問題に接しながら育ってきており、投資家よりも厳しい消費者に店舗・商品を選んでもらうために積極的な環境対応の取り組みをし、情報開示をしなければならなくなる可能性もある。

かつてはCSRについて、企業収益を社会に還元するという意味合いで取り組むこともあったと考えられるが、近年、企業に求められるSDGsへの対応は、営利活動と表裏一体で取り組んでいく必要があるだろう。食品の取り扱いや介護など、新たな商品・サービスを加えながら業態変革を続けるDGS業態であるが、その変革と合わせた社会課題対応・環境対応の取り組みを進めていくことが必要である。アジアでの海外展開を進める各社に対して、グローバル小売企業の中でも先進的な取り組みを進められることを期待したい。

#### 〈参考文献〉

- ウエルシアホールディングス「統合報告書2021」「統合報告書2022」「統合報告書2023」(<https://www.welcia.co.jp/ja/ir/library/integrated.html>)
- ツルハホールディングス「統合報告書2023」([https://www.tsuruha-hd.com/content/files/pdf/tsuruha\\_report/2023\\_tsuruha\\_report.pdf](https://www.tsuruha-hd.com/content/files/pdf/tsuruha_report/2023_tsuruha_report.pdf))
- 日本経済新聞電子版 売上高ランキング(小売業) 2023年9月11日更新 (<https://www.nikkei.com/markets/ranking/page/?bd=uriage&ba=0&Gcode=45&hm=1>)
- 日本チェーンドラッグストア協会(JACDS)『2022年度版業界推計 日本のドラッグストア実態調査』
- マツキヨココカラ&カンパニー「統合報告書2022」「統合報告書2023」([https://www.matsukiyococokara.com/sustainability/integrated\\_report/](https://www.matsukiyococokara.com/sustainability/integrated_report/))
- マツモトキヨシホールディングス「統合報告書2021」([https://www.matsukiyococokara.com/sustainability/integrated\\_report/archive/matsukiyo/integrated\\_report.html](https://www.matsukiyococokara.com/sustainability/integrated_report/archive/matsukiyo/integrated_report.html))