

TCFD提言に基づくリスク・機会に対する戦略

省エネ創エネ商材販売

住宅向け太陽光発電設備販売の新たなビジネススキームの導入
PPAによる太陽光設置と環境価値の循環



JKホールディングス株式会社

気候変動に関するリスクと機会の特定 政府、自治体の住宅向け省エネ基準の引き上げ

脱炭素社会への移行に伴い、住宅分野においても省エネルギー性能の向上および再生可能エネルギーの導入に関する規制が強化されてい

ます。補助金などの政府支援の条件もより性能の高いものに見直され、適応する省エネ、創エネ商材の需要の拡大が予想されます。

時期	主な住宅向け政策
2025年	省エネ基準適合義務化
2025年	東京都による太陽光パネル設置義務化
▶現在地点	
2027年	ZEHの新基準「GX ZEH」へ(蓄電池・HEMS設置が必須条件)
2030年	政府による新築住宅太陽光パネル設置義務化(検討中)6割に導入
2030年	新築住宅のZEH標準化(目標)
2050年	既築・新築住宅のZEH標準化(目標)

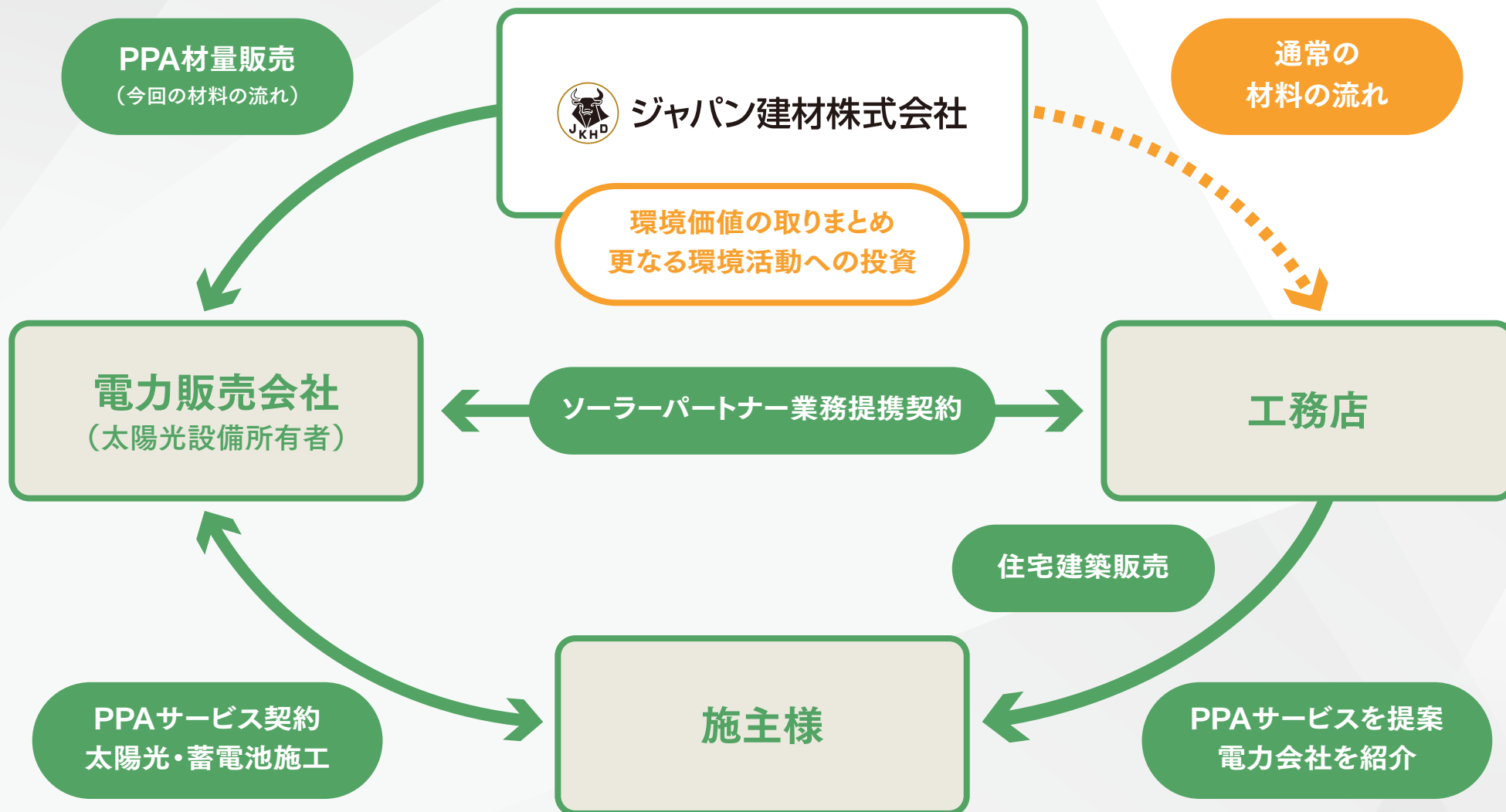
新たな太陽光設備の販売スキーム(PPAモデルへの転換)

当社の中核企業のジャパン建材はこれまで、住宅向け太陽光発電設備の販売を地域の販売店を通じて施主様から住宅の建築を請け負う工務店へ販売してきました。一方で、従来の販売モデルでは、施主様にとって、初期投資負担の大きさなどが導入の制約要因となるケースがありました。こうした課題を踏まえ、初期費用の負担を抑えた導入が可能となるPPA(電力購入契約)モデルへの展開を進めています。

※PPA(Power Purchase Agreement:電力購入契約)とは、第三者が需要家(住宅所有者)の屋根等に発電設備を設置・所有し、需要家が当該設備で発電された電力を一定期間購入する契約スキームです。「環境省ホームページ」



新たな太陽光設備の販売スキーム(PPAモデルへの販売転換)



顧客(施主様)視点での効果

PPAモデルの導入により、施主様にとっては以下のようなメリットが期待されます。

- 初期投資不要での太陽光発電導入
- 電力料金の削減やエネルギーコストの安定化
- 自家消費によるCO₂排出量削減、脱炭素への貢献

これにより、これまでの自己設置では導入をあきらめていた層の選択肢の幅がひろがり、普及拡大が期待されます。

当社顧客視点での効果

当社の主要な得意先である地場工務店にとっても、PPAモデルは提案力の強化につながります。

- コスト面から提案が難しかった施主様への提案が可能
- 住宅の付加価値向上(省エネ・創エネ住宅)による受注機会の拡大
- 創エネなど付加価値提案により、大手住宅会社に対抗可能な競争力の強化

これにより、地域工務店の事業機会の拡大と競争力向上に貢献します。

当社グループ視点での効果

当社グループにとっても、PPAモデルの導入は新たな事業機会の創出、ビジネスモデルの構築につながります。

- 再生可能エネルギー導入の裾野拡大による事業機会の拡大
- 環境価値(Jクレジット)創出と新たなビジネスモデルの構築

環境価値の創出と活用を通じて、脱炭素社会における新たな役割を担うことが可能となります。

戦略としてのPPAモデルとJクレジット創出

当社グループは、PPA(電力購入契約)モデルを活用した住宅向け太陽光発電設備の導入支援と、それに伴うJクレジットの創出を組み合わせた取り組みを検討します。



価値循環モデルの構築

本取り組みの特徴は、創出した環境価値を単なる収益として捉えるのではなく、さらなる環境貢献ビジネスへ再投資する「価値循環モデル」として位置付けている点にあります。具体的には、今後拡大していく下記ビジネスに関する事業投資に活用してまいります。

- 再生可能エネルギー導入の拡大
- 森林循環型事業の推進
- 環境貢献、環境負荷(LCCO₂)の算定

当社グループは、創出した環境価値を次の環境投資へと循環させることで、環境と事業が相互に価値を高め合う持続的な成長モデルの構築を目指しています。PPAモデルを通じて再生可能エネルギーの普及と環境価値の創出を加速し、脱炭素社会に対応した事業モデルへの転換を進めてまいります。

イメージ図 戦略を通して生まれる価値の循環 >>>