



コンビニエンスストアの 省エネ法ベンチマークの策定について

一般社団法人

日本フランチャイズチェーン協会(JFA)

2015 /12/9

■主な事業

飲食料品等を中心とした最寄品を扱うフランチャイズ形態の小規模小売業。
コピー、FAXサービス、宅配便の受付やATM設置等のサービス分野が拡大。
また、立地や営業時間帯等にて利便性を提供。

■業界全体に占めるカバー率

【出典：2013年度フランチャイズチェーン統計調査】

項目	業界全体の規模	JFA会員の規模
企業数	16社	11社
チェーン数	26チェーン	21チェーン (80.8%)※1
店舗数	52,902店舗	51,523店舗 (97.4%)※2
売上高	9兆6,139億円	9兆4,305億円 (98.1%)※3

※1. (%)は業界全体のチェーン数に占めるJFA会員のチェーン数の割合。

※2. (%)は業界全体の店舗数に占めるJFA会員の店舗数の割合。

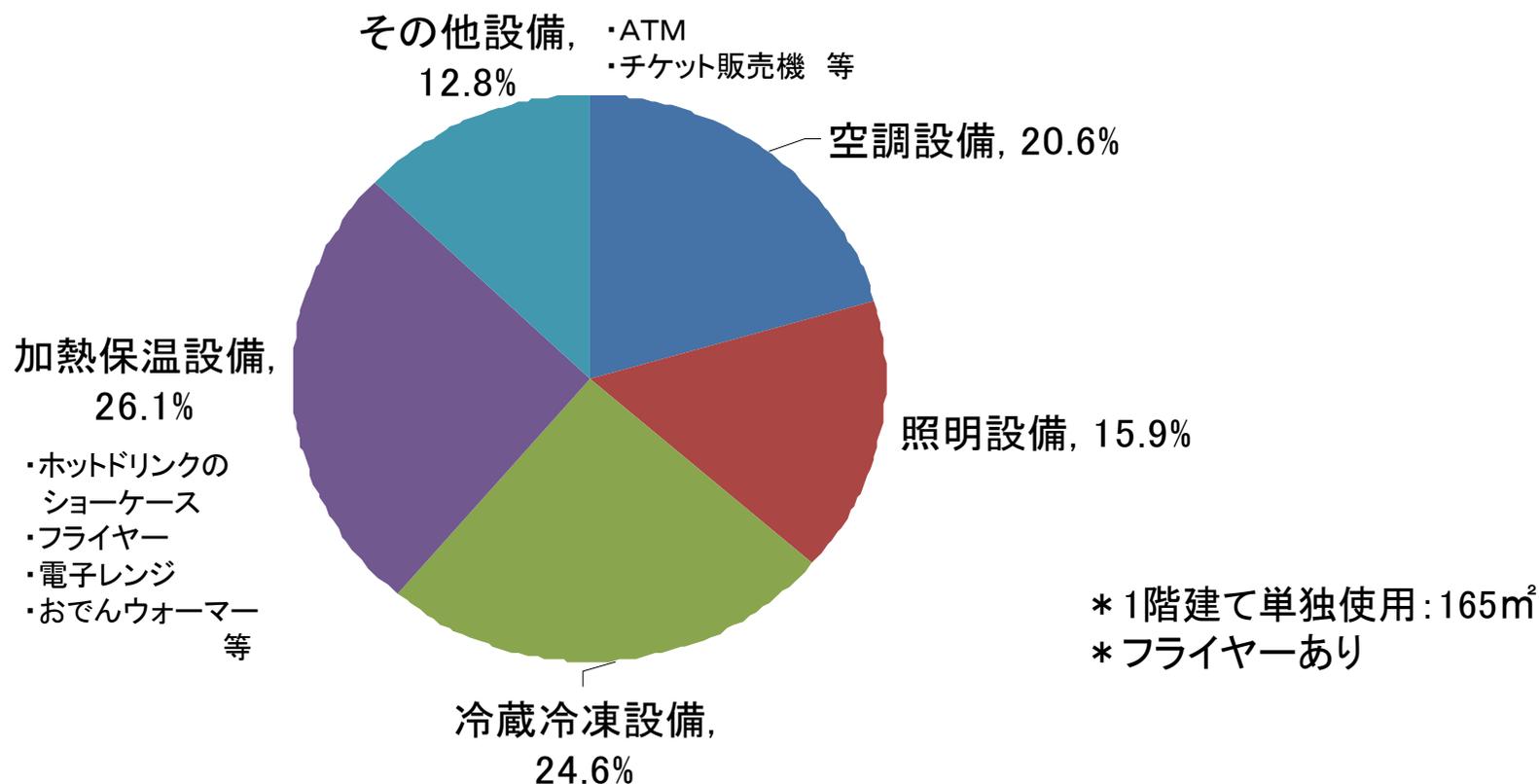
※3. (%)は業界全体の売上高に占めるJFA会員の売上高の割合。

《主なチェーン》



■コンビニエンスストアの場合、店舗におけるエネルギー消費量の殆どが電気であり、寒冷地の一部等では他のエネルギー(灯油やガス)を使用しているケースがあるものの、全体に占める割合はごく僅かとなる。

■電気使用量の設備別シェア(推定値)



※出典:平成24年3月作成 クール・ネット東京「コンビニ店長のための節電ガイド」

■ LED照明、太陽光発電装置の導入状況(2015年2月末現在)

項目	太陽光発電装置	LED照明		
		看板	店内(売場)	店内(トイレ等)
導入店舗数	7社11,756店舗	10社26,106店舗	11社34,519店舗	8社11,036店舗



太陽光発電パネルの設置店舗

■ 「冷蔵・冷凍、空調用熱電源一体型システム」の導入状況

項目	2015年2月末現在
導入基数	6社9,318基(9,294店舗)

■「ノンフロン冷機」の導入状況

項目	2015年2月末現在
導入基数	5社1,643基(667店舗)



CO₂冷媒の室外機

■環境配慮型配送車両の導入状況

項目	2015年2月末現在
ハイブリッド車	4社 596台
天然ガス車	8社 240台
その他 (低排出車/ディーゼル車等)	3社2,641台



環境配慮型配送車両

■充電スタンド設置状況(2015年2月末現在)

項目	急速充電	倍速充電	普通充電
設置基数	936基	26基	60基



充電スタンド

■ 配送車両によるCO₂排出量(データの把握が可能な8社にて集計)

《2013年度実績》

	配送センター数 (8社合計数)	温度帯別配送 システム	車両台数 (8社合計数)	1店舗当たりの年間数値 (8社平均数値)			
				走行距離数 (km)	燃料使用量 (kl)	燃 費 (km/ℓ)	CO ₂ 排出量 (t-CO ₂)
軽油	465	フローズン	1,203	18,125.4	2.869	6.3	7.40
		常温	4,482				
		チルド (米飯共配)	6,830				

※上記CO₂排出量は、配送センターから各店舗間の配送車両における燃料使用量から算出。

※配送車両におけるカバー率: 92.5% (たばこ・雑誌・新聞等の専用車を除く)。

※算出に当たり、環境省・経済産業省『温室効果ガス排出量算定・報告マニュアル』の「CO₂排出係数(軽油: 2.58t-CO₂/kl)」を使用。

■ 年度別推移

年 度	1店舗当たりの年間数値	
	走行距離数(km)	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)
2009年度	19,312.9	8.02
2010年度	18,757.1	7.75
2011年度	18,305.3	7.53
2012年度	18,373.3	7.49
2013年度	18,125.4	7.40

■対象事業(案)

日本標準産業分類:コンビニエンスストア(5891)

主として飲食料品を中心とした各種最寄り品をセルフサービス方式で小売する事業で、店舗規模が小さく、終日または長時間営業を行う事業所をいう。

■ベンチマーク指標(案)

* 低炭素社会実行計画にて採用している原単位指標を採用

$$\text{ベンチマーク指標} = \frac{\text{コンビニエンスストアの全事業所(店舗のみ)における総電気使用量(kWh)}}{\text{コンビニエンスストアの全事業所(店舗のみ)における総売上高(百万円)}}$$

※コンビニエンスストアの全事業所(店舗のみ)は、直営店舗及び加盟店舗の数値。

■目指すべき水準(案)

目指すべき水準: 845kWh/百万円

■ベンチマーク指標設定の根拠

エネルギーの使用の合理化とは「エネルギー効率よく事業を行うこと」であり、「売上高」はコンビニ業界における主要な事業活動指標のひとつであることから、以下の(1)～(3)の理由と合わせ、「売上高」をベンチマーク指標の分母として設定した。

(1)床面積に紐付かないエネルギー消費設備の増加

近年、コンビニエンスストア店舗におけるエネルギー消費量の構成比は変化しており、床面積はそのままに、チケット販売機やATM、ファストフード等の店内調理機器の導入、地域インフラとしての行政サービスの代行等の「エネルギー使用量に影響する」商品・サービスが増えてきている。

床面積をBM指標の分母とした場合、これらの新サービス設備の導入が原単位悪化と評価されるため、コンビニの経済活動を阻害する恐れがある。

※公共料金等の 収納代行は売上高には含まれません

(2)指標統一による省エネ推進力UP

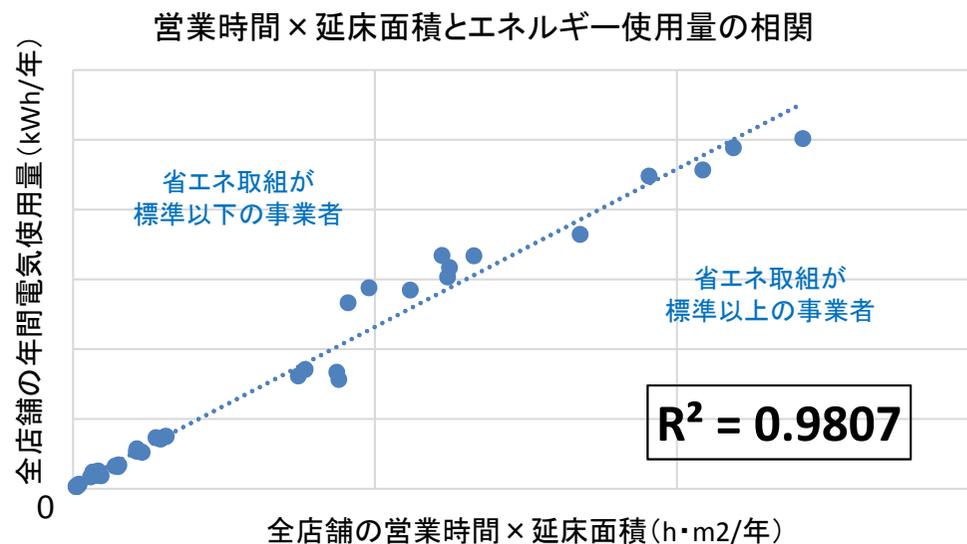
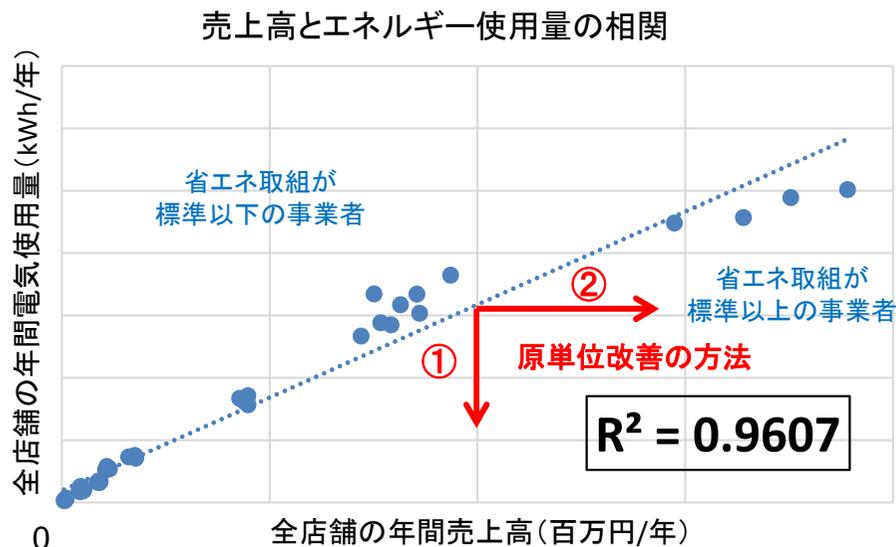
日本フランチャイズチェーン協会(JFA)は、低炭素社会実行計画において2013年度から売上高あたりのエネルギー使用量原単位を指標としており、低炭素社会実行計画の指標と目標を合わせることで、業界一丸となって省エネに取り組むことができる。

(3)経営層の関心

コンビニエンスストア店舗への設備投資は、一般的にフランチャイズチェーン本部が実施するため、経営層が省エネの必要性を認識することが有効であり、売上高あたりのエネルギー使用量を指標とすることで経営層の関心も高くなり、省エネを推進しやすくなる。

■エネルギー使用量との相関関係

エネルギー使用量と売上高の相関をみると、決定係数(R²)※は0.96と高く、営業時間×延床面積と同等の相関を有している。



(出典)日本フランチャイズチェーン協会会員企業11社の2010～2013年度データに基づき作成

<原単位改善の方法>

- ①売上高は変わらずにエネルギー使用量を減らす
(例)LED照明等の省エネ設備導入
- ②エネルギー使用量を増やさずに機器を効率的に稼働させることで売上高を上げる
(例)フライヤー設備の省エネ運転

※決定係数(R²)

決定係数とは、回帰分析において説明変数が被説明変数の変動をどの程度説明できているかを表す値であり、相関係数Rの2乗に等しく、1に近いほど説明力が高いと判断される。

一般的には、0.5以上であれば概ね説明力が高く、0.8以上であれば非常に説明力が高いといえる。

■エネルギー使用量との因果関係

店舗内設備のエネルギー使用量との因果関係は、「売上高」の方が高いと考えられ、エネルギー使用原単位として「売上高」を採用することは適正であると考えます。

○：因果関係が高い ×：因果関係が低い

店舗内設備	エネルギー使用量の主な変動要因	売上高	床面積×営業時間
空調設備【20.6%】	来店人数（売上高）・床面積・営業時間	○	○
照明設備【15.9%】	床面積・営業時間	×	○
冷蔵・冷凍設備【24.6%】	商品回転率（売上高）	○	×
加熱保温設備【26.1%】 （フライヤー、電子レンジ等）	商品回転率（売上高）	○	×
その他設備【12.8%】 （ATM、チケット販売機等）	サービス稼働率（売上高）	○	×

■ ベンチマーク指標(案)の推移(11社平均)

(単位:kWh/百万円)

