

G Xリーグにおけるサプライチェーンでの取組の あり方に関する研究会 発表資料

9月4日

1.協会概要

2.協会会員企業での取り組み

3.業界における課題と論点

1 - 1 日本チェーンストア協会の概要

■設立

1967年8月2日

■目的

チェーンストアの健全な発展と普及を図ることにより、小売業の経営の改善を通じて、わが国流通機構の合理化、近代化を促進するとともに、国民生活の向上に寄与する。

■会員企業

《通常会員》 ・チェーンストアを営む小売業法人であって、11店舗以上または年商10億円以上の事業会社。

・チェーンストア事業を営む小売業法人を直接の子会社に持つ持株会社。

《賛助会員》 協会の趣旨に賛同し、これに協力する法人。

賛助会員の中から、常任理事会の推薦を得る等して特別賛助会員とすることができる。

■会員の状況（2024年4月現在）

《通常会員》 47社

《特別賛助会員》 20社

《賛助会員》 370社

■通常会員の規模

○総売上高（2024年度） 12兆7,643億円

・食料品 8兆9,684億円（構成比70.3%）

・衣料品 6,391億円（構成比5.0%）

・住関連品 2兆

5,225億円（構成19.8%）

・サービス部門 291億円（構成比0.2%） ・その他 6,056億円（構成比4.7%）

○店舗数（2025年5月） 9,276店舗

○従業員数（2025年5月） 45万3,898人

1 – 2 事業活動の7つの目標(1)

1. 自由で活力ある商業環境の実現に向けた政策提言

- 商業政策への適正な対応
- 規制緩和の推進とグローバル化への対応
- 抜本的な税制改正への取り組み
- 生活者本位の経済社会システム構築への取り組み
- 海外小売業団体との交流



2. 安全・安心への取り組み

- 衣食住の安全・安心と適正な表示の確保
- 防災・防犯対策への取り組み



3. 公正取引の確立と推進

- 適正な価格と安定した商品供給の確保
- 公正取引体制の推進
- コンプライアンス・プログラムの遵守・徹底
- グローバル化を踏まえた競争政策への取り組み



4. 生活者への積極的な情報発信

- 生活者との交流の拡大
- チェーンストアがめざす理念の普及



1 - 2 事業活動の7つの目標(2)

5. 会員組織の強化と支部活動の充実

- 積極的な会員拡大
- 会員企業の連帯意識の高揚
- 地域ニーズに即した支部活動の強化



6. 社会と人にやさしい活動の展開

- 省資源、リサイクル活動の推進
- ごみ問題、交通問題等地域環境への配慮
- CO2問題など地球環境に関する調査研究
- ノーマライゼーション・バリアフリーなどの社会活動の推進
- 健全な青少年育成のための啓発活動



7. 経営改善、業務効率化の推進

- ITの戦略的な活用とEDIの推進
- 物流システムの標準化への取組み
- 適正な規格・表示の確立
- 生産性向上のための環境整備



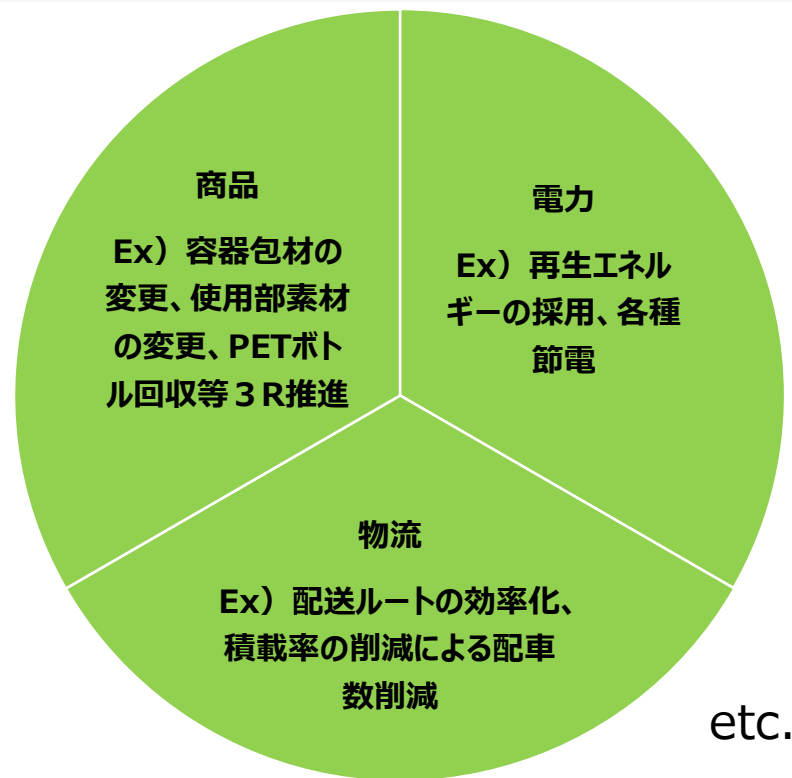
2 - 1 業界内取り組みの全体イメージ

本検討会の議論の方向性

- GX市場創造に向けては、より多くの企業を巻き込み、点でなく面での取組としていくことが重要。その際、業種や企業の特性に応じてサプライチェーンの構造や特性が大きく異なることを留意し、足元の状況や優れた取組を踏まえながら、今後の方針を具体化していく。
- さらに、環境負荷の低い部素材の調達や中小サプライヤーとの協業などサプライチェーンでの排出削減が、消費者への付加価値となるためのGXリーグの在り方をあわせて検討が必要。

※第2回 資料3より抜粋

チェーンストア全体での脱炭素に向けた取り組み例



スコープ3のカテゴリーに関わる取り組みが多く関連企業も多岐にわたるため、取り組みによる効果を測定、反映することが非常に困難である

2 - 2 会員企業の取り組み 株式会社大創産業（1）

【商品】環境配慮型商品の販売強化

植物由来の成分を配合したポリ袋やプラスチックカップ、木材を使わずサトウキビの搾りかすからできる紙皿などの環境配慮型商品（ECO商品）の販売。同時に、既存商品も含めパッケージ統一を図り環境配慮型商品（ECO商品）であることがお客さまに手に取っていただきやすいように提案する。

【店舗】リサイクル原料の買い物かご導入

2021年10月以降にオープンするDAISO店舗では、お客さまがご使用になる買い物かごに100%リサイクル原料（ポリプロピレン）を使用したもので、LCAの観点からもCO2排出削減による温室効果ガスの削減、地球温暖化抑制につながる。



2 - 2 会員企業の取り組み 株式会社大創産業（2）

【商品】2025年 環境配慮型商品の開発販売強化

<再生プラスチック利用>

環境にやさしいゴミ袋 100円
…再生プラスチックを40%利用



<リペア・リフィル（詰替）>

アロマディフューザー リフィル 100円～
…3業態で売れ筋の香りのリフィルを品揃え



<F S C 認証紙利用>

ペーパー食器シリーズ（F S C 利用） 100円
…環境保全に繋がる F S C 認証紙を利用



<ブリストアパッケージの削減>

パッケージの軽量化と最小化を図る
ブリストアからOPP袋へ切り替えを行い、パッケージの樹脂、
重量を削減を図る

2024年実績 760SKU
※色数、過剰包装

2 - 2 会員企業の取り組み 株式会社大創産業（3）

【電力】再生可能エネルギー由来の電力導入

2025年6月1日から20年間、低圧太陽光発電所で発電した再生可能エネルギー由来の電力を、小売り電気事業者を経由して、大創産業が運営するDAISO店舗118店舗と新潟のRDC2か所に供給開始。「オフサイト型コーポレートPPAサービス※1」のこの取り組みにより、年間約1100tのCO2排出量を削減可能。

※1東北電力が、需要家の敷地外にある太陽光発電所等を所有する発電事業者から再エネ由来の電力を購入し、一般送配電事業者の系統ネットワークを介して需要家に販売するサービス



2 - 2 会員企業の取り組み イオンリテール株式会社 (1)

自社PBトップバリュのサステナブル取り組み

取り組み進捗はWebで公開中！

<https://www.topvalu.net/sustainable/>

2025年までにすべてのトップバリュ商品を
環境配慮商品に切り替えます



トップバリュ
環境配慮商品とは？



トップバリュの
資源循環の取り組み



CFP(カーボンフットプリント)
対象商品

環境配慮商品

トップバリュ全商品を環境配慮商品へ切り替え

資源循環の促進

店頭・事業所の回収資源をトップバリュ再商品化

商品CFP算定可視化

商品CFP(カーボンフットプリント)算定品目拡大

トップバリュ 環境配慮商品とは

- ✓ 環境配慮(3R)商品
プラスチックなど化石由来資源の
使用削減など



- ✓ グリーンアイオーガニック



- ✓ もったいないをおいしく

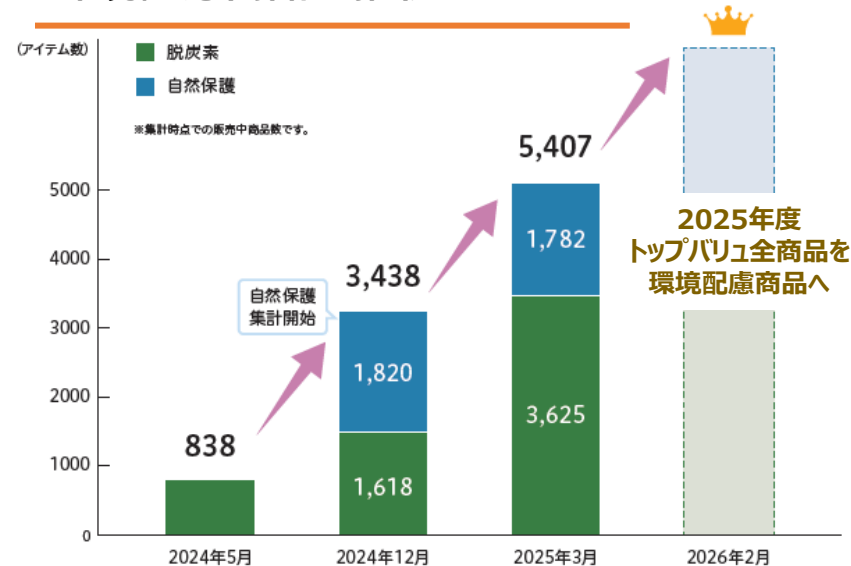
- ✓ コーヒー/カカオ原料のサステナブル化

- ✓ 認証商品



MSC-C-51735

環境配慮商品の推移



2 – 2 会員企業の取り組み イオンリテール株式会社（2）

1. 商品CFP 算定と削減の可視化

2023-4年度

農水省 加工食品CFP算定ガイドの策定/算定実証へ参画

2023年算定
TV キャンーラ油ハーフ

2024年算定
TVBP かに風味かまぼこ

2024年5月
トップバリュWeb 算定結果開示

ライフサイクル ステージ別排出量
①原材料調達 ②生産→削減検討



2025年度

・環境配慮(3R)商品の取り組みを、Co2排出量の削減として数値化し開示していく
⇒いつものお買い物でお客さまが環境配慮商品を選択しやすく

Before



After



▼ Co2削減の取り組み訴求

〇〇kg-CO2eq/〇〇%削減

自社旧商品のトレーをなくし、
包装を小型化することで、
Co2削減を実現しました

商品CFP算定での課題

- ・製造委託先の負担大きく、一部はデータ開示不可能
組織横断的に様々な部署のデータが必要(人的、時間)
生産に係わるエネルギー、廃棄物等の機密性あるデータ開示

2. イオン SCOPE3カテゴリー1(商品) ≡ トップバリュ 排出量の把握と削減

(イオンの事業活動におけるCo2排出実績:2022年度)

イオン
SCOPE1・2・3計
9,689,960t-Co2e

SCOPE3 構成比69.8%
その中 カテゴリー1(商品) 55.1%
3,734,789t-Co2e

現状算定:製品カテゴリー別トップバリュ金額X原単位係数

売上の増減で変動＝委託先別削減が反映されない

2025年度

- 1) SCOPE3まで算出している委託先(15社)と削減取り組み/数値を共有→一次データでの委託先実績把握
- 2) サプライヤーエンゲージメント

→SCOPE1/2/3算定する委託先の拡大に向けて
・24年アンケート結果報告会、オンライン勉強会

※2023年度サプライヤーアンケート実績製造委託
先の上位 約160社へアンケート実施
→SCOPE1/2まで算定 87社(54%)
→SCOPE3まで算定 15社(9%)

2 - 2 会員企業の取り組み イオンリテール株式会社 (3)

具体的な製品の取り組み事例

「スポッとecoボトル」で簡単解決！

もったいない をへらした 環境に **やさしい** 商品です

※内容器はお住いの市町村の分別ルールに従ってください。

PETボトルにはPETボトル本体、ラベルにこのマークがついています。

指定表示製品と識別表示
PETボトルの識別表示マークの対象品は、PETボトルのリサイクルに適した製品（指定表示製品）に限定されます。指定表示製品以外のPETボトルは、プラスチック製容器包装として、市町村のルールにしたがって別途、分別排出をお願いします。

指定表示製品のPETボトル	指定表示製品以外のPETボトル
飲料 ●清涼飲料 ●酒類 ●牛乳・乳飲料 等 特定調味料 ●しょうゆ ●しょうゆ加工品（めんつゆ等） ●アルコール発酵調味料 ●みりん風調味料 ●食酢・調味酢 ●ノンオイルドレッシング	食用油脂を含むもの 例）食用油、オイル成分を含むドレッシングなど 香辛料の強いもの 例）ソース、焼き肉のたれなど 非食品用途 例）洗剤、シャンプー、化粧品、医薬品など その他全般 政省令で指定表示品目に指定されていないもの

3-1 業界における課題と論点

関連企業が多くかつ中小企業が占める割合も多いため、サプライチェーン全体での測定や見える化のハードルが高い

→個社主導（サプライチェーンにおける川下企業主導）による取り組みには限界があり、全体を通して一貫通貫で取り組むための仕組みや支援が必要

取り組みコストの負担が大きい、価格転嫁しても消費者への理解が得にくい

→消費者理解醸成のための施策（環境表示の整備や普及啓発など）や、脱炭素に関する取り組みへの直接支援が必要

Ex)

前ページで紹介の「スポットecoボトル」は実際には外側のPET容器はきれいな状態を取り出せるが、**中身がドレッシング（油入り）のため、「PET」の表示ができない**（現状、「プラ」表示）

→「3R」マークで「リサイクルできる」と表示はしているが、消費者にとってわかりづらいのが現状