

チェーンストア業における地球温暖化対策の取組

平成25年12月2日
日本チェーンストア協会

I. チェーンストア業（日本チェーンストア協会）の温暖化対策に関する取り組みの概要

（1）日本チェーンストア協会の概要

①主な事業

- ・食品、衣料品、日用雑貨等を販売する総合小売業

日本チェーンストア協会概要（平成24年度）

- ・会員企業数 57社（平成25年10月現在58社）
- ・売上高 12兆4,631億円
- ・店舗数 7,947店舗
- ・売り場面積 24,258,430 m²

※自主的取り組み参加企業は上記と同様

②業界全体におけるカバー率

国内における小売業規模		日本チェーンストア協会規模		カバー率	
年間販売額	134兆5,717億円	販売総額	12兆4,631億円	売上高比	9.5%
売場面積	1億5,110万m ²	売場面積	2,425万m ²	面積比	16.0%

※国内における小売業規模は、平成19年商業統計速報値（経済産業省）による。

（2）業界の自主行動計画における目標

①目標

- ・エネルギー消費原単位を目標年度（2008年～2012年）において、基準年度（1996年）比4%削減する。
- ・目標については2004年度に「1996年度数値（0.118）の維持」と設定しているが、会員企業の取り組み等を踏まえ、2006年度に2%改善（0.116）、2008年3月に4%改善（0.113）に目標を上方修正している。
- ・店舗において、使用形態に応じた電力の消費量を極力把握するとともに、優れた省電力施策を講じている店舗についての情報を会員企業に提供、普及を図っていく。

②カバー率

- ・当協会においては加盟企業の全てが自主的行動計画に参画している。

③目標指標、目標値設定の理由とその妥当性

【目標指標の選択】

- ・当協会では、会員企業数の増減や新規出店、閉店等に伴う店舗数の増減があることから、協会全体のエネルギー消費量を制限することよりも、生産量当たりのエネルギー消費量の削減を目標とすることが適切であると考え。小売業の生産量の一般的な指標としては、年間販売額、床面積及び営業時間などがあるが、年間販売額は経済的な要因（売価・消費者の購買点数の増減など）によって変動が大きく、延床面積×営業時間を生産量の指標とすることとした。

【目標値の設定】

- ・自主行動計画における目標設定については、会員企業の入退会等による店舗の増減、業態の多様性といった会員企業の特徴を考慮し、1996 年度数値（0.118）の維持を 2010 年における目標と定め、効率的な取り組みに努めてきた。協会内でより一層の取り組みの必要性について議論を重ね、2006 年度に目標を 2%改善の 0.116（この数値は 1996 年度実績から 2005 年度実績までの 10 年間の平均値）へ上方修正を行った。

更に、国際的な温暖化対策の取り組みの中で、その役割を果たすため、2008 年 3 月に目標の上方修正を再度行った。新目標は、上記のような当協会の特徴を考慮し、1996 年度の数値を下回る年度の数値を平均し、0.113（4%改善）とした。

④その他

- ・活動量の算定については、会員企業へのアンケートを実施して集計している。

（3）実績概要

①平成 23 年度における自主行動計画の実績概要

目標指標	基準年度	目標水準	2012 年度実績 (基準年度比) () 内は、2011 年度実績	CO2 排出量 (万 t-CO2)	CO2 排出量 (万 t-CO2) (前年度比)	CO2 排出量 (万 t-CO2) (基準年度比)
エネルギー 消費原単位	1996 年度	▲ 4 %	▲ 2 3 % (▲ 2 2 %)	606.9	4.0%	-

②目標期間 5 年間（2008～2012 年度）における実績の平均値

2008～2012 年度の実績の平均値
▲ 1 4 %

（参考）目標期間 5 年間（2008～2012 年度）における実績の加重平均値

2008～2012 年度の実績の加重平均値
▲ 1 4 %

（4）目標を達成するために実施した対策と省エネ効果

《対策の概要》

◆会員企業の取組・働きかけ

・販売段階における温暖化対策

①省エネルギー型の店舗づくり

- ・省エネ型照明の導入（100%）
- ・省エネ型空調設備の導入（84.6%）
- ・省エネ型冷蔵・冷凍設備の導入（76.9%）
- ・デマンドコントローラー等効率的な制御機器の導入（71.8%）
- ・風力発電、太陽光発電の導入（38.5%）
- ・屋上・壁面緑化の導入（56.4%）
- ・自然光採光の導入（42.9%）

【省エネ型の店舗づくり主な取り組み事例】

	取組みの内容	その効果
A 社	・省エネ型の照明を150店舗で導入	電力使用量約10,000千kwh削減 (2011年度比)
B 社	・省エネ型の照明を40店舗で導入	対象1店舗当たり1日16,000kwh 削減 (2011年度比)
C 社	・新規店舗を除き41業態・34店舗へLED照明を導入	電力使用量1,138kw削減 (削減率 1.18%)、(2011年度比)
D 社	・既存10店舗でLED照明に入れ替え、新店1店舗で LED照明導入	1店舗当たりの電力使用量約15% 削減 (2011年度比)
E 社	・25店舗でLED天井基本照明導入	CO2換算で988,955t-CO2削減、 (2011年度比)
F 社	・1店舗で水冷PACと油焚ボイラーを空冷HPに変更 (2012年2月)	重油使用量削減で約290t-CO2削 減見込み (2011年度比)
G 社	・3店舗において設備の1割をインバータスクロー ル型空調機に変更	導入した店舗における電力使用量 3～5%削減 (2011年度比)
H 社	・省エネ型冷蔵・冷凍設備の導入を10店舗で実施	電力使用量 532,889kwh 削 減 (2011年度比)
I 社	・新店4店にインバーター冷凍機、2重エアカーテン 冷ケース、冷凍平ケースのガラス扉を採用	
J 社	・2012年11月新設の店舗にて脱フロン型冷蔵・冷 凍設備を導入	
K 社	・効率的な制御機器の導入を56店舗全店にて実施	電力使用量15～20%削減 (2010 年度比)
L 社	・グループ全体で風力発電を2店舗導入。太陽光発 電は2012年度201店舗15,280kw導入。2013年度 821店舗42,088kw導入予定	
M 社	・太陽光発電を2店舗で合計63kw導入	
N 社	・新店の2店舗にて壁面緑化を実施	
O 社	・都内3店舗、埼玉県1店舗にて緑化を実施済み	
P 社	・自然光採光の取組を2012年度1店舗で導入	
Q 社	・省エネルギーセンターの節電診断を2店舗受診。 そのうち1店舗は省エネ診断も受診。指摘事項で 可能なものを改善実施	

◆日本チェーンストア協会の取組・働きかけ

①「店内の空調は控えめに」運動の実施

会員企業のエネルギー消費の大半が電力消費となっており、そのうち、冷凍・冷蔵機器及び空調設備による使用が全体の約 6 割を占めている。冷暖房・各種空調には調整余力があり、設定改善はエネルギー消費の削減に効果的であることから、2008 年 6 月 1 日から『“店内の空調は控えめに”運動』を継続実施している。

- ・各店舗における空調設定の見直し。
- ・店頭でのポスター掲出によるお客様の理解の醸成。



※店頭の空調設定緩和に関する告知ポスター（ヒカエメクチョウ、ジャクレイダンボウ、サシヒカル）

②節電対策ポスター、リーフレットによる電力削減

- ・夏期の電力不足に対応する店舗に対するお客様のご理解の醸成と、お客様ご自身による節電対策の実施を促進するため、ポスターによる節電へのご理解ご協力を今年度も継続して呼びかけ。



節電啓発用ポスター

③消費者に対する省エネルギー型ライフスタイルの提案、呼びかけ

- ・協会作成のオリジナルマイバッグを配布し、レジ袋削減を呼びかけ。
- ・会員企業店舗でのポスター等によるマイバッグ持参・レジ袋削減への意識啓発。
- ・小学生向け環境パンフレット、DVD を作成し、子供の頃から環境問題への関心を持ってもらうための取組を実施。
- ・会員企業においては環境月間への協賛等の取り組みを実施。

④ライトダウンジャパン 2013 への協力

6 月 21 日（夏至ライトダウン：ブラックイルミネーション）及び 7 月 7 日（七夕ライトダウン：クー

ルアースデー)の「ライトダウンキャンペーン」に協力し、約 1000 店舗以上の会員企業の店頭の照明及びオフィスのライトダウンを実施。当協会も呼びかけ団体として参加。

⑤委員会及び分科会における意見交換・普及啓発

当協会の環境委員会や温暖化対策分科会、廃棄物・リサイクル分科会において温暖化対策や省資源に関して積極的な意見交換や情報提供を実施。会員企業の環境意識の向上と温暖化対策の取り組み推進をサポート。

地球温暖化に関連する内部会議と主な議題

○2012 年 12 月 20 日 温暖化対策分科会

今後のフロン類対策の方向性について

今後の対応について

○2013 年 2 月 12 日 温暖化対策分科会

業務用冷凍空調機器の使用時冷媒漏洩防止に向けた検討事項について

今後の対応について

○2013 年 7 月 12 日 環境委員会

循環型社会の形成に向けて～容器包装リサイクル法を中心として～

食品リサイクルをめぐる現状と課題

今後の対応について

○2013 年 9 月 30 日 温暖化対策分科会

改正省エネ法について

フロン冷媒規制に関するその後の動向について

今後の対応について

○2013 年 10 月 17 日～18 日 環境問題に関する施設視察研修会（北海道地域）

（視察先）

- ・生活協同組合コープさっぽろ西宮の沢店
- ・生活協同組合コープさっぽろエコセンター
- ・新さっぽろアークシティ
- ・イオン北海道(株)イオン苫小牧店

（５）今後実施予定の対策

- ・LED スポットライトなど省エネ機器の導入、入れ替え
- ・スマートメーター等をはじめとする省エネのための制御機器の導入
- ・日常における照明不要場所での消灯の徹底や点灯時間・照明照度の見直し
- ・冷蔵冷凍庫の温度管理の徹底
- ・営業後における冷凍冷蔵コーナーのナイトカバー導入
- ・店舗及び事務所内の室温管理の徹底
- ・レジ袋をはじめとする容器包装資材の更なる使用削減による環境負荷の低減に向けた努力
- ・省エネに関する先進事例や協会共通の目標のあり方について検討し、省資源・省電力の両面から CO2 排出削減を推進

（６）新たな技術開発の取組

- ・新しい技術開発については先進事例の共有化、情報交換等を通じた取り組み

(7) エネルギー消費量、二酸化炭素排出量の実績及び見通し

	96 年度※2	1999 年度	2000 年度	2001 年度	2002 年度	2003 年度	2004 年度	2005 年度	2006 年度	2007 年度	2008 年度 (注 1)	2008 年度 (注 2)
生産量 [$\times 10^{10} \text{m}^2 \cdot \text{h}$]	—	8.840	9.859	8.842	11.122	12.208	13.441	16.045	15.830	15.444	15.208	15.208
エネルギー 消費原単位 [kwh/$\text{m}^2 \cdot \text{h}$]	0.118 (1.00)	0.115 (0.97)	0.120 (1.02)	0.119 (1.01)	0.109 (0.92)	0.112 (0.95)	0.116 (0.98)	0.114 (0.97)	0.113 (0.96)	0.109 (0.92)	0.108 (0.92)	0.108 (0.92)
エネルギー消費量 [$\times 10^9 \text{kwh}$]	—	10.17	11.81	10.50	12.07	13.65	15.57	18.29	17.89	16.87	16.39	16.39
電力原単位 [kg-CO ₂ /kwh]	—	0.332	0.335	0.336	0.360	0.387	0.374	0.379	0.368	0.407	0.400	0.335
CO ₂ 排出原単位 [10 ⁸ kg-CO ₂ / 10 ¹⁰ m ² ·h]		3.801	4.013	3.990	3.907	4.327	4.332	4.320	4.158	4.435	4.311	3.611
CO ₂ 排出量 [万 t-CO ₂]		337.6	395.6	352.8	434.5	528.3	582.3	693.2	658.3	686.6	655.6	549.1
協会加盟 店舗数 [店]	7,822	7,281	7,053	6,067	8,723	8,151	8,334	8,733	8,786	8,647	8,056	8,056
平均延床面積※1 [m ²]	—	3,279	3,631	3,582	2,981	3,347	3,358	3,333	3,404	3,375	3,705	3,705
一日当たりの 平均営業時間 [hour]	9.7	10.2	10.5	11.1	11.7	12.3	13.2	15.1	14.5	14.5	14.0	14.0

	2009 年度 (注 1)	2009 年度 (注 2)	2010 年度 (注 1)	2010 年度 (注 2)	2011 年度 (注 1)	2011 年度 (注 2)	2012 年度 (注 1)	2012 年度 (注 2)	2008～2012 年度 (平均)		
									(注 1)	(注 2)	目標
生産量 [$\times 10^{10}\text{m}^2\cdot\text{h}$]	14.614	14.614	15.134	15.134	14.822	14.822	15.108	15.108	14.977	14.977	
エネルギー 消費原単位 [kwh/$\text{m}^2\cdot\text{h}$]	0.107 (0.91)	0.107 (0.91)	0.107 (0.91)	0.107 (0.91)	0.092 (0.78)	0.092 (0.78)	0.091 (0.77)	0.091 (0.77)	0.101 (0.86)	0.101 (0.86)	0.113 (0.96)
エネルギー消費量 [$\times 10^9\text{kwh}$]	15.64	15.64	16.17	16.17	13.60	13.60	13.76	13.76	15.11	15.11	
電力原単位 [kg-CO ₂ /kwh]	0.370	0.316	0.372	0.316	0.460	0.429	0.517	0.441	0.423	0.367	
CO ₂ 排出原単位 [10 ⁸ kg-CO ₂ /10 ¹⁰ m ² ・h]	3.961	3.382	3.975	3.377	4.222	3.937	4.710	4.017	4.236	3.665	
CO ₂ 排出量 [万 t-CO2]	578.7	494.2	601.6	511.0	625.7	583.6	711.5	606.9	634.6	549.0	
協会加盟 店舗数 [店]	7,992	7,992	8,045	8,045	7,742	7,742	7,947	7,947	7,956	7,956	
平均延床面積 ^{※1} [m ²]	3,757	3,757	3,926	3,926	3,992	3,992	3,968	3,968	3,870	3,870	
一日当たりの 平均営業時間 [hour]	13.3	13.3	13.1	13.1	13.1	13.1	13.1	13.1	13.3	13.3	

(注 1) 電力の実排出係数に基づいて算定。

(注 2) 電力のクレジット等反映係数に基づいて算定。

※ 1 延床面積＝売場面積×1.3 と仮定し、以下のとおり平均延床面積を算出。

平均延床面積＝(売場合計面積×1.3)÷加盟店舗数

※ 2 2003 年度の流通 WG において「日本チェーンストア協会は 90 年度の数値を記載すべき」との指摘を受けた。そこで、過去のデータの洗い出しを行なったところ、1996 年度の数値までしか存在していなかったことから、96 年度数値を基準値とすることで同 WG においてご了承をいただき、これを採用している。

※ CO2 排出量経年変化の要因については P11 表参照

※ 電力係数固定による CO2 排出量推移は P8 参照

【東日本大震災の影響によるデータの欠損等】

- ・東日本大震災により電力使用量のデータがない企業がある。
- ・当該企業の過去のデータが見つからず、調整等は行っていない。

(参考) 電力の排出係数を「3.05t-CO₂/万 kWh」(発電端)に固定した場合のエネルギー消費量・原単位、CO₂排出量・原単位の実績及び見通し

実績値	1999 年度	2000 年度	2001 年度	2002 年度	2003 年度	2004 年度	2005 年度	2006 年度	2007 年度	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2008～ 2012 年度 (平均)
生産量 [×10 ¹⁰ m ² ・h]	8.840	9.859	8.842	11.122	12.208	13.441	16.045	15.830	15.444	15.208	14.614	15.134	14.822	15.108	14.977
エネルギー 消費量 [×10 ⁹ kwh]	10.17	11.81	10.50	12.07	13.65	15.57	18.29	17.89	16.87	16.39	15.64	16.17	13.60	13.76	15.11
CO ₂ 排出量 [万 t-CO ₂]	310.2	360.2	320.3	368.1	416.3	474.9	557.8	545.6	514.5	499.9	477.0	493.3	414.9	419.8	461.0
エネルギー 原単位 [kwh/m ² ・h]	0.115 (0.97)	0.120 (1.02)	0.119 (1.01)	0.109 (0.92)	0.112 (0.95)	0.116 (0.98)	0.114 (0.97)	0.113 (0.96)	0.109 (0.92)	0.108 (0.92)	0.107 (0.91)	0.107 (0.91)	0.092 (0.78)	0.091 (0.77)	0.101 (0.86)
CO ₂ 排出 原単位 [10 ⁸ kg-CO ₂ /10 ¹⁰ m ² ・h]	3.509	3.654	3.622	3.310	3.410	3.533	3.477	3.447	3.331	3.287	3.265	3.260	2.799	2.778	3.078

(8) 算定方法とバウンダリーの調整状況

①温室効果ガス排出量等の算定方法

・排出量算定に係る生産量は「平均延床面積×平均営業時間×営業日数×店舗数」にて算出

②温室効果ガス排出量等の算定方法の変更点

・特になし。

③バウンダリー調整の状況

・当協会の自主行動計画に参加している企業のうち、1社が他協会の自主行動計画との重複があったため、集計対象から除外。

(9) ポスト京都議定書の取組

低炭素社会実行計画に関する目標数値・設定根拠等は以下のとおり

		計画の内容
1. 国内の企業活動における2020年の削減目標	目標水準	店舗におけるエネルギー消費原単位（床面積×営業時間当たりのエネルギー使用量）を、目標年度（2020年度）において基準年度（1996年度）比15%削減する。
	目標設定の根拠	当協会では、会員企業数の増減や新規出店および閉店等により店舗数の増減があるため、全体でのエネルギー消費量を制限することよりも生産量当たりのエネルギー消費量を削減することが適切であると考え。 生産量の指標としては年間販売高、床面積、営業時間があるが、年間販売額は経済的な要因による変動が大きいとため、延べ床面積×年間営業時間とすることとした。 また、目標数値については、2011年度のエネルギー消費原単位は0.092（1996年度比22%削減）と大幅な減少が見られるものの、2011年度の実績は電力使用制限令のもと、各会員企業が大幅な節電対策を行っているため、数値を通常と同じ評価をすることが難しいこと、その後の節電の定着の状況が見えないことを考慮し、2006年度から2010年度までのエネルギー消費原単位の平均値（0.1088）に対して、2013年度以降、2020年度まで省エネ法に基づく毎年1%ずつの省エネルギー対策を8年間実施した場合、エネルギー消費原単位は0.100となる。このエネルギー消費原単位の値は1996年度を基準年度とした場合に15%の削減率に相当するため、当協会においては店舗におけるエネルギー消費原単位を、目標年度（2020年度）において基準年度（1996年度）比15%削減することを目標として設定した。
2. 主体間連携の強化（低炭素製品・サービスの普及を通じた2020年時点の削減）		ばら売り・量り売りやトレイなしの食品、容器包装を極力減らした商品、詰め替え商品、LED電球等の販売を通じて環境負荷の低減に向けてお客様と一緒に取り組んでいく。
3. 国際貢献の推進（省エネ技術の普及などによる2020年時点の海外での削減）		特になし
4. 革新的技術の開発（中長期の取組み）		・LEDスポットライトなど省エネ機器の導入、入れ替え ・スマートメーター等をはじめとする省エネのための制御機器

	の導入 ・新しい技術開発に対する先進事例の共有化、情報交換等
--	-----------------------------------

Ⅱ. 目標達成に向けた取組

【目標達成に関する事項】

(1) 目標達成の要因

当協会会員企業においては、自主行動計画の目標達成のため空調温度の設定など省エネルギー対策に努めてきたところである。これまでの努力の結果、目標の達成が見込める状況ではあったが、さらに東日本大震災の発生に伴う電力不足の解消のため、会員企業各社が政府の節電要請に対して真摯に協力し取り組んだ結果、目標を上回る結果となっている。

(2) 京都メカニズム・国内クレジット、試行排出量取引スキームの排出枠（以下「京都メカニズム等」という。）の活用について

①京都メカニズム等の活用方針

- ・現時点では予定していない。

②クレジット・排出枠の活用量と具体的な取組状況

- ・会員企業の一部では環境配慮型商品の売上の一部や有料配布したレジ袋の収益金の一部を CO2 排出量購入に充当し、国に寄付する取り組みを行っている。また、排出量取引の試行的実施についても一部会員において国内クレジット制度へ各企業が排出削減事業者として参加している。
- ・当協会において作成するポスター等のツールの一部について、カーボンオフセットを行い国に無償譲渡を行っている。

【取り組み事例】

A 社	グループ全体で 87 t-CO2 を購入し、国に譲渡
B 社	2012 年度は 1529t-CO2 を購入し、国に譲渡

(3) 排出量取引試行的実施への参加状況

【排出量取引試行的実施への参加状況】

	2012 年度現在
排出量取引試行的実施参加企業数 (業界団体自主行動計画参加企業に限る)	0 社
業界団体自主行動計画参加企業	58 社 (平成 25 年 10 月現在)
シェア率	0 %

業種の努力評価に関する事項

(4) エネルギー原単位の変化

①エネルギー原単位が表す内容

- ・当協会では、会員企業数の増減や新規出店、閉店等に伴う店舗数の増減があり、協会全体のエネルギー消費量を制限することよりも、生産量当たりのエネルギー消費量の削減を目標とすることが適切である。小売業の生産量の一般的な指標としては、年間販売額、床面積及び営業時間などがあるが、年間販売額は経済的な要因（売価・消費者の購買点数の増減など）によって変動が大きく、延床面積×営業時間を生産量の指標とすることとした。

②エネルギー原単位の経年変化要因の説明

- ・エネルギー消費原単位については、新店設計の際の省エネ設備の積極的な導入や、改装時における新設備の導入等の効果が現れ始めたこともあり、減少傾向に推移してきた。2012 年度においては、これまでの努力の他、東日本大震災発生後の電力不足に伴う政府からの節電要請に誠実に対応してきたことも加わって、基準年度比では大きな改善が見られる。また、生産量の若干の増加と実排出係数の増加により CO2 排出量では 2011 年度比約 4.0%の増加になっている。

(5) CO₂ 排出量・排出原単位の変化

①クレジット等反映排出係数とクレジット等の償却量・売却量による CO₂ 排出量の経年変化要因

- ・2012 年度の CO2 排出量（606.9 万トン-CO₂）は、2011 年度（583.6 万トン-CO₂）比で、約 4.0%の増加となっている。これは生産量の増加（1.9%増）とクレジット等反映排出係数の増加によるもので、各店舗の努力による省エネ効果としては約 4 万トンの削減効果が得られている。

【二酸化炭素排出量の増減量】単位：万トン CO2

	01 → 02	02 → 03	03 → 04	04 → 05	05 → 06	06 → 07
CO ₂ 排出量	81.72	93.735	54.063	110.873	-34.839	28.257
事業者の 省エネ努力分	-35.575	14.335	19.649	-23.882	-5.826	-22.899
購入電力分 原単位変化	27.177	34.706	-18.982	22.073	-19.899	67.773
生産変動分	90.118	44.694	53.397	112.682	-9.115	-16.617
クレジット等の償 却量・売却量	—	—	—	—	—	—

	07 → 08	08 → 09	09 → 10	10 → 11	11 → 12	00 → 12
CO ₂ 排出量	-137.544	-54.841	16.748	72.468	23.376	606.816
事業者の 省エネ努力分	-8.310	-3.648	-0.823	-84.147	-4.413	202.272
購入電力分 原単位変化	-119.732	-30.427	0.000	168.112	16.416	202.272
生産変動分	-9.502	-20.765	17.571	-11.496	11.373	202.272
クレジット等の償却 量・売却量	0	0	0	0	0	0

②クレジット等反映排出係数とクレジット等の償却量・売却量による CO₂ 排出原単位の

経年変化要因

CO₂排出原単位の推移を見ると、増減を繰り返し一定の傾向が見られない。原単位の増減は、年度毎に「購入電力原単位」の変化の影響を受けている。また、会員企業の省エネ努力分については依然として改善傾向。

【CO₂排出原単位の増減量】 単位：t-CO₂/生産活動量（×10¹⁰m²・h）

	01 → 02	02 → 03	03 → 04	04 → 05	05 → 06	06 → 07
CO ₂ 排出原単位の増減	-8319.621	42027.027	527.930	-1210.794	-16140.474	28690.953
事業者の省エネ努力分	-35592.629	12281.725	15325.279	-16190.899	-3655.190	-14647.139
購入電力分原単位変化	27273.007	29745.302	-14797.349	14980.105	-12485.284	43338.092
クレジット等の償却量・売却量	—	—	—	—	—	—

	07 → 08	08 → 09	09 → 10	10 → 11	11 → 12	00 → 12
CO ₂ 排出原単位の増減	-83542.818	-22851.652	-553.479	55999.267	8021.016	401652.105
事業者の省エネ努力分	-5420.807	-2446.328	-553.479	-56210.305	-2948.968	200826.052
購入電力分原単位変化	-78122.010	-20405.325	0.000	112209.572	10969.984	200826.052
クレジット等の償却量・売却量	0	0	0	0	0	0

（６）2012年度の取組についての自己評価

- ・会員企業においては、当協会が策定した自主的行動計画の目標達成のための努力を行っているほか、政府からの節電要請に応え、東日本大震災の発生に伴う電力不足の解消のため最大限の努力を行っており、目標を上回る成果が得られている。今後もより効果的な機器等の導入等を実行可能なところから順次取り組んでいく。

（７）国際比較と対外発信

- ・比較可能なデータの存在については調査中だが直近では見当たらない。
- ・会員企業におけるエネルギー消費原単位の推移についてはホームページにて公表することで対外発信を行っている。

Ⅲ. 民生・運輸部門からの取組の拡大 等

民生・運輸部門への貢献

（１）業務部門（本社等オフィス）における取組

①業務部門（本社等オフィス）における排出削減目標

会員企業においては、オフィスや店舗バックヤードなど業務部門においても

- こまめな消灯・明るすぎない照明調整（100%）
- 空調温度設定の適切な調節（100%）
- 冷蔵冷凍庫の適切な温度管理（100%）
- 冷蔵冷凍庫へのナイトカバーの活用（100%）

など独自の目標や社内基準を策定し、積極的に省エネルギー対策に取り組んでいる。

②業務部門（本社等オフィス）における対策とその効果

【取り組み事例等】

A 社	・ 25店舗全店でバックヤード照明間引き、売場間接照明とブラケット等の消灯を実施。電力使用量約2%減（2011年度比）
B 社	・ 省エネ法等の対策及び経費削減策として、こまめな消灯・明るすぎない照明調整を全店（30店舗）で実施
C 社	・ 全店舗（約200店舗）対象に空調・照明の運用などオペレーションによる改善。電力使用量約15%削減（2010年度比）
D 社	・ 店内照明の30%間引きを各店舗で実施（LED照明導入店舗を除く）。電力使用量6～7%削減（2011年度比）
E 社	・ 省エネチェックリスト、節電実施表を元に全店舗にて空調設定温度における取組を実施。電力使用量6%削減（2011年度比）
F 社	・ 全店舗・事務室を対象に温度設定見直しを行い、空調設備の稼動時間管理や外気取入れによる負荷低減等を徹底 ・ 設備管理担当者を中心に、日別・時間帯別等の使用量等を把握し、省エネチューニングを継続的に実施
G 社	・ 冷蔵庫の基準温度設定を1℃上げる（冷凍食品・アイスは除く）。電力使用量8～9%削減（2010年度比）
H 社	・ 冷蔵オープンショーケースにおいて断熱性の高い素材のナイトカバーを採用。採用した3店舗における電力使用量1～2%の削減（2011年度比）
I 社	・ 巾9尺のナイトカバーを採用、継ぎ目を少なくすることで、冷気の漏れを防止

（2）運輸部門における取組

①運輸部門における省エネルギー・排出削減の取組

- ・ 会員企業では運輸部門においても
 - 物流資材の簡素化（65.8%）
 - 多頻度小口配送や短リードタイムの改善（62.2%）
 - 通い箱等の活用（97.3%）

等、運輸部門においても省エネルギー・排出削減に取り組み、環境負荷の低減を進めている。

【取り組み事例】

A 社	・ 以前より物流資材の簡素化を取引先に依頼、実行。段ボール使用量320kg削減（2011年度比）
B 社	・ 家具梱包材のリターナブル化。巻段ボール使用量約60t削減
C 社	・ 折りたたみコンテナの利用やハンガー納品を推進し、段ボール使用量を削減するなど、コスト負担減と同時に省エネ・省資源も意識的に実施（物流センターの段ボール使用量2%削減（2011年度比））
D 社	・ 1回あたり発注量（高回転商品）をFTL（車輛満載単位）に切り替え車輛便数を削減。年間7,153t-CO2削減
E 社	・ 衣料物流の配送頻度の変更、週6日配送を週4日配送とし、物流経費約15%削減（燃料費、人件費等も含めて）
F 社	・ チルド商品で統一容器を使用、ドライ商品では折りたたみコンテナを使用し、段ボールの削減と改修時の容積圧縮で回収効率を向上
G 社	・ 物流クレート及び折りたたみコンテナ使用枚数1,123,653枚。段ボール1

	枚当たり500g換算で段ボール使用量562t削減
H 社	・店舗配送において大型CNG自動車（10t）3台を実験導入。大型CNG車の活用の可能性を検証 ・メーカーとモーダルシフトのマッチング利用を推進、平成24年度国土交通省認定「モーダルシフト等推進事業」に認定 ・店舗配送帰り便を活用、メーカー・卸の商品をセンターまで集荷（バックホール） ・全センターでエコドライブ講習を実施、燃費改善に努力 ・ドライバーのモチベーション向上のため、優秀ドライバーを毎月と年間総合で表彰 ・積載率の向上に努め、車輛便数の削減を推進 ・ネットワークの見直しを行い、配送距離の短縮を推進
I 社	・自社オリジナルの通い箱を使用（折りたたみコンテナ・プラスチックコンテナ）。2012年度の物流におけるCO2排出量は6840.6t（2011年度比6.4%削減）

（３）民生部門への貢献

①環境家計簿の利用拡大

環境家計簿の利用については会員企業における利用状況も含め、調査・検討を行ってきたい。

②製品・サービスを通じた貢献

会員企業の店舗は生活者との接点でもあり、ライフスタイルを環境配慮型に変化していただくため、さまざまな活動に取り組んでいる。

- ・環境配慮型商品の販売（94.9%）
- ・包装材を削減した商品の販売（74.4%）
- ・ばら売りや量り売りの実施（97.3%）
- ・簡易包装の実施（100%）
- ・行政、生活者の協力が得られる地域でのレジ袋無償配布中止によるレジ袋削減（72.2%）
- ・レジ袋辞退時のインセンティブの付与によるレジ袋削減（86.8%）

【取り組み事例】

A社	・PB商品でのリサイクル素材使用商品の販売、使用段階での電気使用量の削減に貢献する機能性インナーウェアやLED電球、すすぎの回数を減らし家庭排水を減少できる洗剤等の開発・販売を実施
B社	・「クールビズ」「ウォームビズ」商品やLED電球の購入時に不要電球を200円で買い取るキャンペーンなど節電商品を積極的に販売。13年1月～2月には名古屋市内の5店舗にて環境ラベル認証商品を推奨する「グリーン購入キャンペーン」を実施
C 社	・カーボンフットプリント・カーボンオフセット付 PB 商品や、お客様と共同開発した環境配慮型商品の開発・販売を実施
D 社	・鮮魚、青果コーナーでのばら売りの実施。デリカコーナーでのフードパックに代わる紙製のフライバッグの導入
E 社	・商品の梱包サイズの縮小を実施 （例）こたつかけ布団：体積の削減率 44%、クッション：体積の削減率 85%）等
F 社	・青果物では野菜・果物のばら売りを増加。2012 年度は海産物のばら売りに注力

G 社	・ばら売りは野菜などの出来る商品で全店実施。トレイレスは 6 店舗で 2 商品限定で実施
H 社	・サービスカウンターでのギフト販売でお客さまに簡易包装を推奨
I 社	・包装紙はお客さまがプレゼント用ラッピングを希望された時のみ使用
J 社	・レジ袋無料配布中止を 35 店舗で実施。年間約 3480 万枚（約 221.0t）の削減効果
K 社	・レジ袋無料配布中止を東海、北陸地区等 37 店舗で実施。有料化店舗持参率 87.1%
L 社	・レジ袋無料配布中止を 180 店舗にて実施済み。2012 年辞退率 75%（225 店舗）。2008 年対比 2012 年▲20,054 万枚
M 社	・レジ精算時、1 回レジ袋辞退で 1 個スタンプを押印（1 個 5 円相当）。20 個で 100 円の商品値引きもしくは WWF への寄付を選択
N 社	・レジ袋辞退のお客さまの清算 1 件につき 3 円を環境団体や地元自治体に贈呈し環境保全活動に寄与
O 社	・レジ袋や PB 商品の容器包装にバイオマスプラスチックを導入

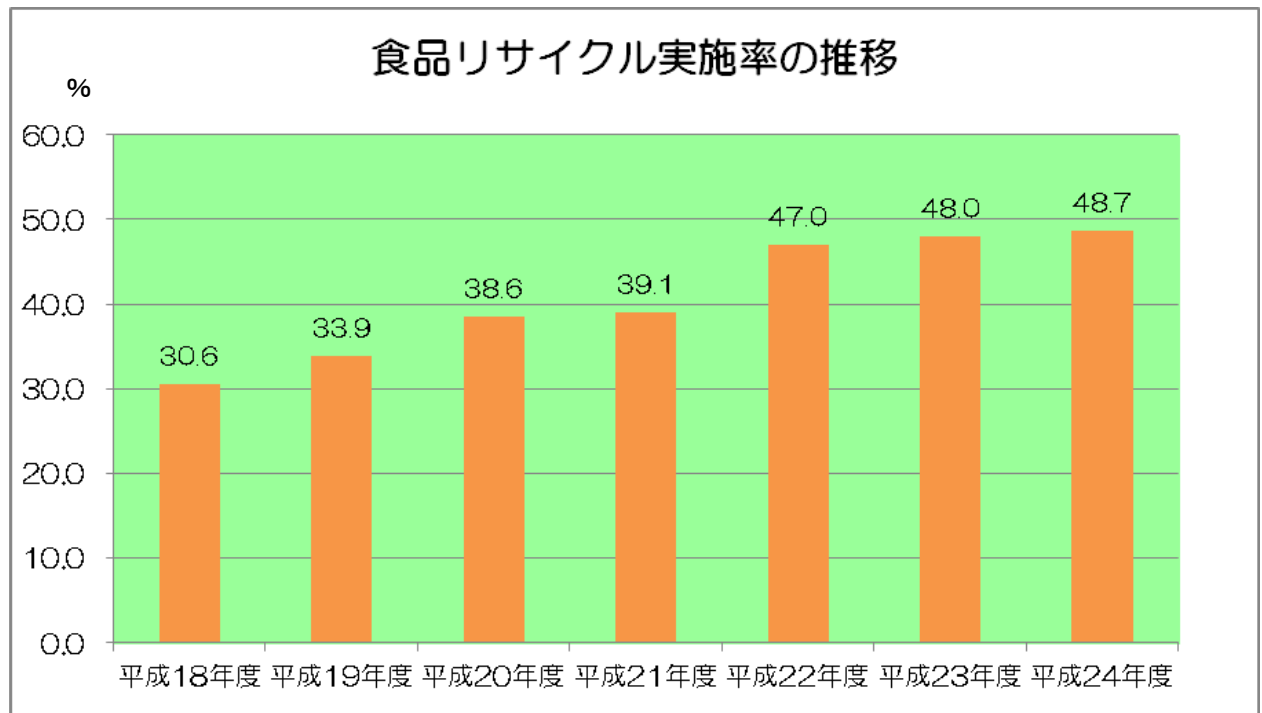
（４）ＬＣＡ的観点からの評価

①食品リサイクルの積極的な推進

食品残渣の削減や食品のリサイクルも積極的に推進（野菜くず、魚あら、廃油などを効果的にリサイクルし、堆肥・飼料などに活用）し、食品リサイクル法が定めているリサイクル実施率目標（平成 24 年度までに 45%）の達成にむけて実施率の一層の向上を目指している。平成 24 年度については、リサイクル率が 48.7%となった。

【取り組み事例】

A社	・食品廃棄物削減のため、食品商品部において、目標を定め前年度より廃棄物を削減する取り組みを実施（ISO14001の部署目標のため、達成できない場合は是正を行い、店舗への啓発を実施）
B社	・廃棄ロスを削減するために、発注数量、製造数量の見直し、早めの販売を実施（見切りなどを早める）
C 社	・食品リサイクルのために野菜くずの分別の徹底 ・ゴミを分別し計量することで、ゴミの発生抑制の意識づけの実施
D 社	・食品残渣の分別、計量を引き続き徹底 ・発注量、売場陳列量の適正化 ・発生原単位 34.15311kg/百万円（19年度比77.6%、23年度比98.5%）
E 社	・排出量が一番多い1店舗において、排出全量を温風乾燥方式により減量（減量率80%） ・2店舗において、排出量の半分を炭化处理により減量（減量率95%）
F 社	・店舗で生じる「生ごみ」を回収業者にて堆肥化、近隣の農業グループに提供。生産された農産物（主に玉ねぎ）を店舗にて販売、リサイクルループの構築を推進
G 社	・微生物による消滅型生ゴミ処理機を設置。ランニングコストも安く、残渣もでない為リサイクル施設に搬入するよりはコストが安い場合もあり、自治体処理単価が高い地域ではコスト削減に繋がる ・100kg/日の処理能力で1台約400万円、自治体によっては半額まで補助がでる場合もある。臭気が少なく、熱もでない為、給排水設備があれば屋内設置でも問題ない ・1店舗当たり年間36tの食品廃棄物を減量



②店頭における資源回収の推進

会員企業の店舗においては、牛乳パック、食品トレイ、ペットボトル、アルミ缶などの資源の店頭回収を行い、回収した資源を基に作られた商品の販売や店舗における資材等への利用を促進。

リサイクルに関する事項

(5) リサイクルによるCO₂排出量増加状況

当協会においてはリサイクル時に発生するCO₂の発生量についての計算は行っていない。

その他

(6) その他の省エネ・CO₂排出削減のための取組、PR活動

- ISO14001の認証の取得によるエネルギー使用量や廃棄物削減に向けた取り組み。
- 環境報告書作成時にFSC認証を受けた紙を使用。
- 新入社員入社時研修や店長会議等の場において環境教育を実施。
- 小学生等を対象にした体験学習の場を提供。
- 温暖化防止対策の一環として「チャレンジ25キャンペーン」に参画するとともに、クールビズ（6月～9月期）、ウォームビズ（11月～3月期）の展開にも積極的に協力。
- 関係機関の協力依頼に基づく広報資材（イベント・キャンペーン告知）の掲出を店頭にて積極的に行い、消費者に情報を発信。
- 一部会員企業における環境省の実証実験である「PLA-PLUSプロジェクト」への参加。
- 包装材の使用量削減の推進及び材質の改善
 - ・昭和47年：「包装適正化推進要綱」を策定。
 - ※ばら売り、量り売りを始めとする簡易包装に関する基準を定め、以来、会員企業において取り組みを推進
 - ・平成14年10月：「マイバッグ・マイバASKETキャンペーン」をスタート

※レジ袋の削減に重点

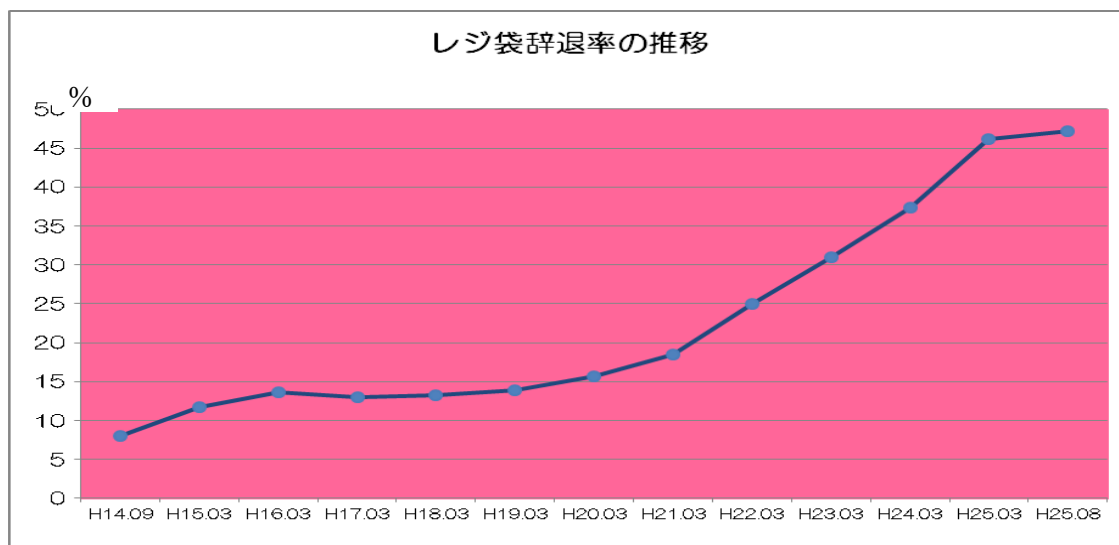
- ・平成 19 年 6 月：「マイバッグでお買い物～レジ袋、一緒に減らしましょう！」キャンペーンの展開
- ※従来のキャンペーンを見直し、2010 年度末までに会員企業平均の「レジ袋辞退率 30%」達成に向けて努力するという削減目標を設定
- ・平成 23 年 3 月：レジ袋辞退率は 31.01%となり、目標を達成
- ※レジ袋削減は生活者の関心も高いことから、今後もレジ袋削減の活動は継続していくこととした
- ※なお、レジ袋削減の有効な手段として、レジ袋の有料化に関しても各自治体、生活者との協働により導入も進んでおり、38 都道府県で会員店舗 2,028 店においてレジ袋の有償での提供実施中(平成 25 年 8 月末時点)。また、有償提供以外にもキャッシュバックやポイント・スタンプ還元など、レジ袋辞退に対するインセンティブの提供や、ポスター等による意識啓発や店頭での積極的な声かけなど地域の実情に応じた削減運動を広く展開している。



※レジ袋削減啓発用ツール

(左から：レジ袋ご不要カード、店頭用ポスター、レジ袋ご入り用カード)

参考【レジ袋辞退率の推移】



※会員各社の毎月の報告に基づき集計

レジ袋辞退率の推移

(単位%)

H14. 09 (調査開始時)	H15. 03	H16. 03	H17. 03	H18. 03	H19. 03	H20. 03	H21. 03	H22. 03	H23. 03
8. 03	11. 76	13. 58	13. 02	13. 3	13. 92	15. 72	18. 46	25. 02	31. 03

H24. 03	H25. 03	H25. 08 (直近値)
37. 39	46. 16	47. 17

Ⅳ. 5 年間（2008～2012 年度）の取組の評価と今後改善すべき課題等

（１）2008～2012年度の取組において評価すべき点

項目	評価できると考える事項及びその理由
業界全体に占めるカバー率について	・地球温暖化の問題は全体の問題として取り組んでいる
目標の設定について（数値目標の引き上げ等）	・会員企業の取り組みの進展により、期間中 2 回の目標引き上げを行っている
目標を達成するために実施した対策への投資額及びその効果について	・投資額については把握していないが、東日本大震災以降節電への協力のため照明等において LED 化などが進んだ
エネルギー消費量の削減について	・当協会においては「エネルギー消費原単位」を目標としている
エネルギー原単位の改善について	・エネルギー消費原単位については、会員企業の努力もあり年々改善傾向にあった。さらに 2011 年度、2012 年度については政府の節電要請に対応したこともあり大きく改善
C02 排出量の削減について	・エネルギー消費原単位の改善に努めることで、C02 削減につながるよう努力している
C02 排出源単位の改善について	・上記と同じ
算定方法の改善、バウンダリー調整の進展について	・算定方法の見直しは行っていない
目標達成に向けた体制の構築・改善について（業界内の責任分担等）	・会員企業がそれぞれ出来るところから取組を進めることが重要であり、責任分担等は必要ないものと考え
参加企業の取組の促進について（省エネ技術に関する情報提供等）	・会員企業への結果の発信、公式ホームページへの公表などにより啓発を行っている
京都メカニズム等の活用について	・一部会員企業による取組になっており、全体としての評価は難しい
消費者や海外への積極的な情報発信について（信頼性の高いデータに基づく国際比較や、個別事業所の排出量データを活用し、先進的な取組事例を定量的に示す等の取組の対外発信）	・当協会公式ホームページにおいて情報発信は行っている ・国際比較については、信頼度が高く、また比較可能な取り組みを集計しているデータが見つからないため、難しい状況になっている
業務部門における取組について	・事務所、バックヤードなどでの空調設定や照明の調整などの省エネの取組を進めたほか、お客さまに過剰なご不便をかけない範囲での節電対策に取り組んできている
運輸部門における取組について	・通い箱や折りたたみコンテナを積極的に使用し、包装資材の削減に取り組んできている ・積載効率の向上や配送ルート最適化による物流時の C02 排出の削減に取り組んできている
民生部門への貢献について	・会員企業の店頭は一般消費者との接点でもあるので、環境配慮型の商品のご提案を通じて、来店客の環境問題、省エネへの関心を深めることに努めている
製品の L C A やサプライチェーン全体における温室	・プライベートブランド商品におけるカーボンフット

効果ガス排出量の把握等、他部門への貢献の定量化について	プリント・カーボンオフセットへの取り組みや容器包装を少なくした商品の販売などが一部で行われている
新たな技術開発の取組について	・新しい技術開発に対する先進事例の共有化、情報交換を行ってきている
その他	・特になし

（２）2008～2012年度の取組における課題と今後の改善策

項目	課題と考える事項及びその理由 2013 年度以降の改善・課題克服
業界全体に占めるカバー率について	・低炭素社会実行計画については改めてその内容について周知していく
目標の設定について（数値目標の引き上げ等）	・2013 年度以降の目標値については設定をしたばかりであり、今後の推移を見守る必要がある
目標を達成するために実施した対策への投資額及びその効果について	・投資額の把握は難しいと考えるが、会員企業が出来るところから取り組んでいくことが重要と考えている
エネルギー消費量の削減について	・当協会においては「エネルギー消費原単位」を目標とし、今後も原単位の改善に努めていく
エネルギー原単位の改善について	・自主行動計画の目標達成のため、早くから業界をあげて省エネルギーに取り組んできたこともあり、エネルギー原単位の改善に取り組める余地が少なくなっている
CO2 排出量の削減について	・エネルギー消費原単位の改善に努めることで、CO2 削減につながるよう努力していく
CO2 排出源単位の改善について	・上記と同じ
算定方法の改善、バウンダリー調整の進展について	・当面は考えていない
目標達成に向けた体制の構築・改善について（業界内の責任分担等）	・会員企業がそれぞれ出来るところから取組を進めることが重要であり、責任分担等は必要ないものとする
参加企業の取組の促進について（省エネ技術に関する情報提供等）	・会員企業への結果の発信、公式ホームページへの公表などにより啓発を引き続き行っていく
京都メカニズム等の活用について	・一部会員企業による取組になっているため、全体としての評価は難しい
消費者や海外への積極的な情報発信について（信頼性の高いデータに基づく国際比較や、個別事業所の排出量データを活用し、先進的な取組事例を定量的に示す等の取組の対外発信）	・当協会公式ホームページにおいて情報発信は引き続き行っていく ・国際比較については、信頼度が高く、また比較可能な取り組みを集計しているデータが見つかれば検討する
業務部門における取組について	・事務所、バックヤードなどでの空調設定や照明の調整などの省エネの取組や、お客さまに過剰にご不便をかけない範囲での節電対策を継続していく
運輸部門における取組について	・通い箱や折りたたみコンテナの利用による包装資材の削減の継続的な取り組み ・積載効率の向上や配送ルート最適化による物流時の CO2 排出の削減に引き続き取り組む
民生部門への貢献について	・会員企業の店頭は一般消費者との接点でもあるので、環境配慮型の商品のご提案を通じて、来店客の環境問題、省エネへの関心を深めることで、国全体での環境負荷低減に協力していく
製品の L C A やサプライチェーン全体における温室効果ガス排出量の把握等、他部門への貢献の定量化について	・プライベートブランド商品におけるカーボンフットプリント・カーボンオフセットへの取り組みや容器包装を少なくした商品の販売などの継続
新たな技術開発の取組について	・新しい技術開発に対する先進事例の共有化、情報交換等を引き続き行っていく
その他	・来店客の来店手段による CO2 排出の影響の把握については、今後検討していく

自主行動計画参加企業リスト

(当協会会員企業は業種分類における「25 (その他)」に該当)

	企業名	事業所名	業種分類
1	(株) アブアブ赤札堂	全店舗を対象	25
2	アルビス(株)	全店舗を対象	25
3	イオン(株)	全店舗を対象	25
4	(株) イズミ	全店舗を対象	25
5	イズミヤ(株)	全店舗を対象	25
6	(株) イトーヨーカ堂	全店舗を対象	25
7	(株) いなげや	全店舗を対象	25
8	(株) エコス	全店舗を対象	25
9	小田急商事(株)	全店舗を対象	25
10	(株) オークワ	全店舗を対象	25
11	(株) カスミ	全店舗を対象	25
12	(株) 関西スーパーマーケット	全店舗を対象	25
13	(株) 近商ストア	全店舗を対象	25
14	(株) 銀ビルストアー	全店舗を対象	25
15	(株) 京王ストア	全店舗を対象	25
16	(株) 京急ストア	全店舗を対象	25
17	(株) 京成ストア	全店舗を対象	25
18	(株) 京阪ザ・ストア	全店舗を対象	25
19	(株) ケーヨー	全店舗を対象	25
20	生活協同組合コープとうきょう	全店舗を対象	25
21	(株) さえき	全店舗を対象	25
22	サミット(株)	全店舗を対象	25
23	ゼビオ(株)	全店舗を対象	25
24	(株) ゼンショーホールディングス	全店舗を対象	25
25	相鉄ローゼン(株)	全店舗を対象	25
26	(株) ダイエー	全店舗を対象	25
27	(株) 大創産業	全店舗を対象	25
28	(株) タイヨー	全店舗を対象	25
29	(株) 天満屋ストア	全店舗を対象	25
30	(株) 東急ストア	全店舗を対象	25
31	(株) 東武ストア	全店舗を対象	25
32	(株) とりせん	全店舗を対象	25
33	(株) ニトリ	全店舗を対象	25
34	(株) はやし	全店舗を対象	25
35	(株) 阪食	全店舗を対象	25
36	(株) バロー	全店舗を対象	25
37	(株) 福田屋百貨店	全店舗を対象	25
38	(株) フジ	全店舗を対象	25
39	(株) 文化堂	全店舗を対象	25

40	(株) 平和堂	全店舗を対象	2 5
41	(株) ベイシア	全店舗を対象	2 5
42	(株) ベルク	全店舗を対象	2 5
43	ホームック(株)	全店舗を対象	2 5
44	マックスバリュ中部(株)	全店舗を対象	2 5
45	マックスバリュ東海(株)	全店舗を対象	2 5
46	マックスバリュ西日本(株)	全店舗を対象	2 5
47	マックスバリュ北海道(株)	全店舗を対象	2 5
48	(株) マツヤ	全店舗を対象	2 5
49	(株) 丸井グループ	全店舗を対象	2 5
50	(株) マルエツ	全店舗を対象	2 5
51	(株) 丸久	全店舗を対象	2 5
52	(株) マルヤ	全店舗を対象	2 5
53	(株) ヤオコー	全店舗を対象	2 5
54	ユニー(株)	全店舗を対象	2 5
55	(株) ヨークベニマル	全店舗を対象	2 5
56	(株) 義津屋	全店舗を対象	2 5
57	(株) ライフコーポレーション	全店舗を対象	2 5

<業種分類－選択肢>

- | | | | |
|---------------------------|-----------------|---------------------|------------|
| (1) パルプ | (2) 紙 | (3) 板紙 | (4) 石油化学製品 |
| (5) アンモニア及びアンモニア誘導品 | (6) ソーダ工業品 | (7) 化学繊維 | |
| (8) 石油製品（グリースを除く） | (9) セメント | (10) 板硝子 | (11) 石灰 |
| (12) ガラス製品 | (13) 鉄鋼 | (14) 銅 | (15) 鉛 |
| | | | (16) 亜鉛 |
| (17) アルミニウム | (18) アルミニウム二次地金 | (19) 土木建設機械 | |
| (20) 金属工作機械及び金属加工機械 | (21) 電子部品 | (22) 電子管・半導体素子・集積回路 | |
| (23) 電子計算機及び関連装置並びに電子応用装置 | | | |
| (24) 自動車及び部品（二輪自動車を含む） | (25) その他 | | |