

大手家電流通懇談会の「低炭素社会実行計画」

		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	2020年度 エネルギー原単位 2,182MJ/m ² 目指して自主的取り組みを行います。2,182MJ/m ² は2006年度（基準年）に対して▲40%の削減となります。
	目標設定の根拠	客観的な目標設定を行うために外部の調査機関に依頼し、参加各社の調査を行い、現状趨勢ケースでの推計結果を目標として採用いたしました。（詳細は別紙報告書をご参考下さい。）
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		なし
3. 国際貢献の推進（海外での削減の貢献）		なし
4. 革新的技術の開発・導入		なし
5. その他の取組・特記事項		<p>東日本大震災後の電力需給問題への対応を含む 2011 年度実績を計画策定のデータとして使用していることから今後のフォローアップ調査による結果によっては「2020年の削減目標」を見直しする事も有り得ます。</p> <p>また、大手家電流通懇談会は任意団体であり参加事業者の自主的な活動の集合体である事から、2013年度以降の地球温暖化対策の目標に関しては個社の実績を追求するものではなく、参加事業者が自主的に地球温暖化対策を進める中で、総和としての目標を達成するものです。</p>

大手家電流通懇談会の「低炭素社会実行計画」

平成 25 年 12 月 2 日
大手家電流通懇談会

1. 業界団体の削減目標、今後の見通し等

(1) 業界の概要及びカバー率

● 業界の概要

家電製品の小売販売

● 業界全体に占めるカバー率

業界全体の規模		業界団体の規模		低炭社会実行計画参加規模	
企業数	58社 ※1	団体加盟企業数	8社 ※	計画参加企業数	8社 (100%)
市場規模	売上高 64,436億円 ※2	団体企業売上規模	売上高 58,859億円 ※3	参加企業売上規模	売上高 億円 (91%) ※4

* カバー率については、参加企業数●社/△社や、生産高・量のカバー率■%などを記載。

* 合わせて参加規模・カバー率を向上させるための方策も記載。

※2012年度より1社新規参入、2社が経営統合し、加盟企業数は、9社から8社に減少しましたが、売上規模は変わらない想定です。(上記は2011年度のフォローアップ調査報告より加盟企業数のみを▲1社としました)

※1:業界全体企業数については、平成17年度における売上高10億円以上の企業数。

※2:業界全体市場規模、売场面積については、経済産業省平成19年商業統計(電気機械小売業業界の年間商品販売額、売場面積)による。

※3:団体企業売上規模は、各社の2011年度実績値(2012年3月決算値)。但し、会員企業のうち1社はみ2011年8月決算値。

※4:括弧内数値は、業界全体に対する割合

自主行動計画の対象範囲との差異

2社が経営統合されたことにより加盟企業数は9社から8社に減少しました。また2012年度から新規参加した企業については売場面積等が2011年度のフォローアップ報告では含まれておりませんので、現在実施している2012年度の調査により算出基礎値が再度、定まります。

(2) 削減目標と今後の見通し

	基準年度 (2006年度)	現状 (2012年度)	2013年度	2014年度	2015年度	2020年度	2030年度
対策評価指標		<2011年度>				<目標値>	
エネルギー原単位 MJ/m ² (基準年比)	3,607	2,364 (▲34%)	2,322 (▲36%)	2,302 (▲36%)	2,282 (▲37%)	2,182 (▲40%)	未定
CO2排出削減量 (万t-CO2)	0 ※3	▲4.67 ※3					
省エネ効果 (例：導入1単位当たり)							
年間省エネ効果 (単位)							
対策効果の算出時に見込んだ前提 現状趨勢ケースでの推計結果を目標として採用いたしました。(詳細は別紙報告書をご参考下さい。)							

- ※1 現状の見通しに関しては「2012 年度」の状況については現在、調査を行っており、結果を表記でない時期でありますので、昨年度確定値として「2011 年度」を記載いたしました。
- ※2 CO2 排出量及び省エネ効果は可能な範囲で記入。
- ※3 経年比較の為、電力の排出係数を「3.05t-CO2/万kWh」(発電端)に固定したCO2排出量から削減量を算出。
- ※4 2012年度からの1社新規参加、経営統合による1社の退会により、2012年度のフォローアップ調査結果がでた後に2013年度以降の活動量を含めた推計を再度行う事から、上記ではCO2排出削減量は記載していません。

(3) 対策評価指標 (目標指標) について

● 対策評価指標 (目標指標) を選択した理由

従来の計画で売場面積あたりのエネルギー原単位を採用しており、経年の数値を追うために継続的に同じ指標といたしました。

(4) 目標値について

- 目標値が自ら行いうる最大限の水準であることの根拠（実施する対策内容とその効果等の根拠）

客観的な目標設定を行うために外部の調査機関に依頼し、参加各社の調査を行いました。（詳細は別紙報告書をご参考下さい。）

BATリスト	削減見込み量	算定根拠 (左記の設備機器がBATである根拠を含む)
なし		

(5) 2020 年度の想定排出量、エネルギー使用量等について

- 排出量、エネルギー使用量関係

基準年度実績 (2006年度)	2012年度実績 <2011年度>	2020年度 (2012年時点における想定・見通し)
67.88 (万t-CO2)	71.71 (万t-CO2)	———— (万t-CO2)
411,677 (原油換算k1)	377,172 (原油換算k1)	———— (原油換算k1)
168,405 (kWh) ※1	154,054 (kWh) ※1	———— (kWh)

* CO2 排出量は可能な範囲で記入。ただし、現状（2012 年度）の CO2 排出量については、必ず記載すること。

→「2012 年度」は現在、調査を行っており、結果を表記でない時期でありますので、昨年度確定値として「2011 年度」を記載いたしました。

※CO2 算定の際の電力排出係数は、電力の調整後係数排出係数を用いました。

※1 購入電力料(万 kWh)を記載しました。

※2 また、2012 年度からの1社新規参加、経営統合による 1 社の退会により、2012 年度のフォローアップ調査結果がでた後に 2013 年度以降の活動量を含めた推計を再度行う必要がある事から上記では CO2 排出削減量は記載していません

(6) 活動量関係について

● 活動量指標

売場面積

● 上記指標を選択した理由

現在の計画で売場面積あたりのエネルギー原単位を採用しており、経年の数値を追うために継続的に同じ指標とする事にいたしました。

● 活動量、CO2 原単位

	基準年度実績 (2006年度)	2012年度実績 <2011年度>	2020年度 (2012年時点における 想定・見通し)
活動量 (単位：千㎡)	4,424	6,184	6,830
エネルギー原単位 (単位：MJ/m ²)	3,607	2,364	2,182

* 活動量は、現状趨勢の前提に基づいて算定。

(7) 目標達成の確実性を担保する手段

「目標達成の確実性を担保する手段」は、ございません。自主行動計画として自主的に計画を推進いたします。

2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減

(1) 他部門での排出削減に資する製品・サービス等

低炭素製品・サービス等	当該製品等の特徴、従来品等との差異など
なし	

(2) 低炭素製品等による 2020 年度時点での CO2 排出削減見込み

低炭素製品・サービス等	削減見込み量	算定根拠、データの出所など
なし		

3. 国際貢献の推進（海外での削減の貢献）

（1）海外での排出削減に資する技術等

技術等	当該技術等の特徴、従来技術等との差異など
なし	

（2）技術移転等による 2020 年度時点での CO2 排出削減見込み

技術等	削減見込み量	算定根拠、データの出所など
なし		

4. 革新的技術等の開発・導入

(1) CO2 排出量の大幅削減につながる革新的技術の概要

革新的技術	投資予定額	技術の概要
なし		

(2) 開発・導入・普及に向けた今後のスケジュール

なし

(3) 技術普及・導入した場合の年間 CO2 排出削減効果

革新的技術	削減見込み量	算定根拠
なし		

5. その他の取組・特記事項

家庭用省エネ家電製品を販売推進し、家庭の CO2 排出削減寄与に努めます。

2012 年度よりの新規参加企業があること、2013 年度で経営統合された企業があることから、2012 年度のフォローアップ調査の結果により、2013 年度以降も、フォローアップできる算出基礎値が再度定まります。計画とした売場面積あたりのエネルギー原単位に合わせて算出基礎値より、CO2 排出量を含めた推計を再度行う予定です。

(以 上)