

チェーンストア業界における
地球温暖化対策の取組
～低炭素社会実行計画 2017年度実績報告～

平成31年1月

日本チェーンストア協会

目次

0. 昨年度審議会での評価・指摘事項
1. チェーンストア業の概要
2. チェーンストア業界の「低炭素社会実行計画」概要
3. 2017年度の実績
4. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献
5. その他の取組

0. 昨年度審議会での評価・指摘事項

昨年度フォローアップWGにおける進捗評価 ～主なコメント・指摘事項～

参考として営業時間の経年的な変化も調査票に記載いただくことはできないか。

アンケート調査の結果では生産活動量が減少しているが、実勢としてチェーンストア協会会員企業の売上動向などは昨年度と比べてどのように変化しているのか。

BAT、ベストプラクティス<設備関連><運用関連>の普及率又は実施率における分母と分子について具体的にご説明いただけないか。

本社等オフィスの取組も重要である。客観的に取組を検証する上で、床面積当たりのエネルギー消費量の推移を確認する必要があると考えるが、来年度から実績の把握をご検討いただけないか。

指摘を踏まえた今年度の改善・追加等

「協会全体の売上動向」「生産活動量の変動要因」という表を新たに作成し、協会全体の売上高、集計店舗数、延床面積、集計店舗当たり延床面積、営業時間、集計店舗当たり営業時間の6項目を記載した。

普及率の算定に用いた分母と分子が分かりやすいよう、注釈を修正した。分母は「アンケート調査の該当項目に回答した企業の数」としているが、各項目について、有効回答企業数を明記した。

今年度から、回答があった企業のCO₂排出実績を記載した。

1. チェーンストア業の概要

● 主な事業

- 食料品、衣料品、日用雑貨を販売する総合小売業。
- 標準産業分類コード： 57 織物・衣服・身の回り品小売業
58 飲食料品小売業

● 業界の規模

- 会員企業数：56社
- 売上高：12兆9,175億円
- 店舗数：9,904店
- 売場面積：25,971,290m²

業界全体の規模		業界団体の規模		低炭素社会実行計画 参加規模	
企業数	1,024,881 事業所 ¹	団体加盟 企業数	56社	計画参加 企業数	56社 ²
市場規模	140兆 2,750億円 ³	団体企業 売上規模	12兆 9,175億円	参加企業 売上規模	12兆 9,175億円

● 業界の現状

- 2017年度は、当協会の団体企業の売上規模が前年度比99.6%であり、約0.4%の減少となった。
- 食料品は、比較的堅調な動きだったが、夏以降に農産物が相場安の影響で苦戦した。
- 衣料品・住関連品は、長雨や台風など天候不順の影響を受け苦戦した。

1 出所：経済産業省 平成26年度商業統計調査（小売業全体の合計）

2 当協会では全会員企業が低炭素社会実行計画に参加しているが、データ提出を行った企業数はこのうち27社。

3 出所：経済産業省 平成28年度商業動態統計（小売業全体の合計）

2. チェーンストア業界の「低炭素社会実行計画」概要

● 目標指標：エネルギー消費原単位

$$\text{エネルギー消費原単位(kWh/m}^2\cdot\text{h)} = \frac{\text{エネルギー消費量(kWh)}}{\text{延床面積(m}^2\text{)} \times \text{営業時間(h)}}$$

- 2020年度における店舗ごとのエネルギー消費原単位の平均値（二次エネルギー換算値）を、基準年度（1996年度：0.118kWh/m²・h）比24%削減（2015年7月改定）
※2030年度も、2020年度と同水準の削減目標を設定している。

● 目標策定の背景

- 当業界におけるエネルギー消費量は、会員企業の入退会に伴う会員数の変化やお客様のニーズに伴う事業の変化等の変動要素が多く、エネルギー消費原単位が今後大きく削減できる見通しが立たない。
- これを踏まえ、2020年度の目標は、2011年度から2013年度の3ヶ年の平均エネルギー消費原単位0.091kWh/m²・h（基準年度の1996年度比23%削減）に対し、さらに1%の上乗せしたものとしている。

● 前提条件

- 会員企業の店舗を対象とする。

● 目標水準設定の理由とその妥当性

- 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活動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ている。
- 生産活動量の指標の候補としては、年間販売高、延床面積、営業時間が挙げられるが、年間販売高は経済的要因による変動が大きいため、延床面積×営業時間を採用した。

3. 2017年度の取組実績（1）

● 2017年度の実績値 エネルギー消費原単位（kWh/m²・h）

- スーパーのみ：**0.0903**（基準年度比▲23.5%、2016年度比▲1.0%）
- スーパー・ホームセンター等混合：**0.0774**（基準年度比▲34.4%、2016年度比▲2.5%）

※店舗ごとのエネルギー消費原単位の平均値を目標指標としており、エクセルシートの別紙でのエネルギー消費原単位の算出方法と異なる。

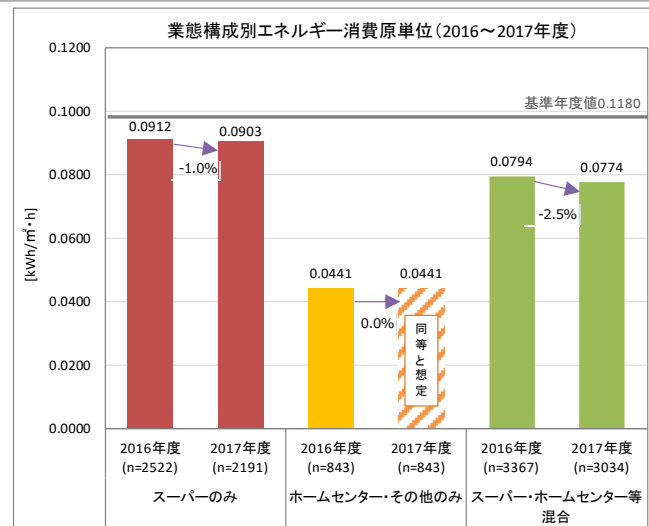
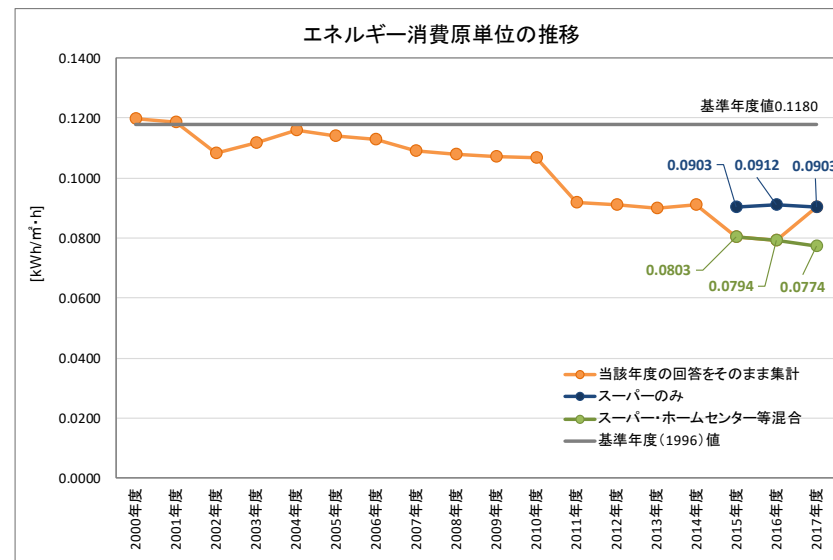
● 進捗率 2020年目標

- スーパーのみ：**97.9%**
- スーパー・ホームセンター等混合：**143.3%**

※2030年度は、2020年度と同水準の削減目標のため、進捗率も同水準。

● 要因分析と課題

- 年度により、スーパーのみ回答している場合と、スーパーとホームセンター等が回答している場合があり、回答企業の業態構成が異なる。業態構成により、生産活動量、エネルギー消費量やエネルギー消費原単位が大きく変化する。
- 「スーパーのみ」「スーパー・ホームセンター等混合」に分けて集計したところ、スーパーのみの場合は0.0903kWh/m²・h、スーパー・ホームセンター等による混合業態の場合は0.0774kWh/m²・hという結果となった。
 ※2017年度はホームセンター等からの回答がなかったため、ホームセンター等の実績値は、2016年度から店舗数とエネルギー消費原単位が変化していないと仮定し、同じ数値を採用。
- 業態別で見ると、食料品の冷蔵・冷凍が必要、また店内調理が発生するスーパーが0.0903kWh/m²・h、これらの活動が発生しないホームセンター・その他の業態が0.0441kWh/m²・hとなっている。
- 当協会の生産活動量やエネルギー消費量は、集計対象企業・店舗の内訳に大きく影響を受けるため、エネルギー消費原単位の見通しや省エネルギー対策の効果の把握が困難である。



3. 2017年度の取組実績（2）

BAT、ベストプラクティスの導入推進状況

BAT・ベストプラクティス等		導入状況・普及率※ 等	導入・普及に向けた課題
設備関連	省エネ型照明（LED等）の導入	100% (有効回答：14社)	<ul style="list-style-type: none"> 設備投資を要するため、景気の状態によっては導入速度が遅くなる可能性がある。 省エネ型冷蔵・冷凍設備や効率的な制御機器は投資額が比較的大きいため、省エネ型照明ほどスピーディーに普及しないことが予想される。
	省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入	100% (有効回答：13社)	
	効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入	100% (有効回答：7社)	
運用関連	照明調整（間引き、点灯消灯時間調整、人感センサー等）	100% (有効回答：12社)	<ul style="list-style-type: none"> お客様の安全確保の観点から、過度な調整ができない。
	冷蔵・冷凍設備の設定温度の調整	100% (有効回答：8社)	

※2017年度普及率：アンケート調査の該当項目に回答した企業のうち、該当項目に関連する対策を1件以上「実施した」と回答した企業の割合。

当協会ではさらに

- 太陽光発電システムの導入
- 電力購入先のCO₂排出係数の把握

...等の取り組みも進められている。

4. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献

当協会の会員企業は、お客様の環境問題への関心を高めたいいただくことにも繋がる環境配慮型商品の販売やレジ袋の削減等に努めてきており、成果が上がってきているものと考えている。

(具体的な取組事例)

■ 環境配慮型商品の販売・開発の実施

- 国産間伐材を使った紙製飲料容器のPB商品の販売
- 再生ペット樹脂使用の文具類、無添加洗剤、詰替え商品の積極的な販売
- LED電球やウォームビズ、クールビズ関連商品の拡販
- 毎月、環境にやさしい商品応援キャンペーンとして「エコ推奨商品」に自社ポイントカードへポイント還元
- カーボンフットプリント・カーボンオフセット付きPB商品や、お客様と共同開発した環境配慮型商品を販売
- 再生紙トイレットペーパーPB商品、LEDランタンライト、再生紙ペーパータオルPB商品等の販売
- 資材等の調達・印刷物での環境ラベル（FSC認証等）の活用
- カーボンオフセット付きYシャツやシューズの販売

無印： これまで報告があった取り組み

★： 2017年度に新たに報告があった取り組み

■ 容器包装・レジ袋の削減

- 中元・歳暮ギフトを中心にエコ包装（簡易包装）を推奨
- レジ袋の提供を、無料配布から有料販売に移行
- レジ袋辞退時にインセンティブを付与（会員カードへのポイント還元など）★

5. その他取組（1）

● 業務部門での取組

- － 目標：業界としての目標策定には至っていない
 - 個社単位では、独自目標や社内基準を策定し、以下のような省エネルギー対策に積極的に取り組んでいる企業が見られた。

取組内容
✓ こまめな消灯・明るすぎない照明調整
✓ 空調温度設定の適切な調節
✓ 環境eラーニングプログラムの実施
✓ CSRレポートの社内回覧

● 運輸部門

- － 目標：業界としての目標策定には至っていない
 - 個社単位では、物流事業者と連携しながら以下のような取組を行い、効率化に努めている企業が見られた。

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
✓ 物流資材の簡素化	69.8%	74.2%	74.1%	88.9%	100% (有効回答：4社)
✓ 多頻度小口配送や短リードタイムの改善	58.1%	60.0%	64.2%	85.7%	100% (有効回答：3社)
✓ 通い箱等の活用	93.0%	92.9%	92.9%	92.9%	100% (有効回答：7社)

関連する対策を1件以上「実施した」と回答した企業の割合。

5. その他取組（2）

● 家庭部門、国民運動への取組等

－ 家庭部門

- 環境展示会での体験型展示を通じて、森林資源の保全に関する取組を紹介
- 工場見学ツアーを通じて、資源の再利用に関する環境教育を実施
- 森林管理に関する研修を通じて、林業後継者を育成
- 小中学生に対し、エコ学習イベントを実施
- 店舗体験イベントにて、食品廃棄に関する意識啓蒙を実施

－ 国民運動

- ライトダウンキャンペーンをはじめ、「COOL CHOICE」へ積極的に参加
- 全国各地において、お客様とともに店舗周辺や公園、河川敷、公共施設等で清掃活動を実施

● 情報発信、その他

－ 業界団体

- 協会公式ホームページによる取組状況の公開
- フォローアップの結果の会員への伝達

－ 個社

- CSR報告書の発行やホームページでの公開により、CO₂削減の取組について消費者等へ発信
- 評価機関や中長期投資家との直接対話・情報提供、及びシンポジウムでの講演を通じて、ESGへの取組について発信



（出所：<https://www.jcsa.gr.jp/topics/environment/approach.html>）