

大手家電流通業界における
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
大手家電流通協会

目次

0. 昨年度審議会での評価・指摘事項
1. 大手家電流通業界の概要
2. 家電流通業界の「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
6. 参考資料

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

店内照明のLED化や空調等の省エネ、低炭素電源の活用による環境貢献について、顧客の意識喚起も念頭に、店頭やホームページ上でのエネルギー管理状況の公開等を通じて積極的に見える化することをご検討いただけないでしょうか。

- 指摘を踏まえた今年度の改善・追加等

- 検討結果等

以前より各社ホームページ上にて低炭素に係る情報発信を行っており、「低炭素製品・サービス等による他部門での貢献」および「情報発信、その他」の項目に一例としてポスターやWebサイトの一部抜粋の画像とともに文章も加筆した（本資料p.6の図3、p.8の図4参照）

1. 大手家電流通業の概要

- 主な事業
 - － 家庭用家電製品を販売している小売業
 - － 標準産業分類コード：5931、5932
- 業界の規模
 - － 企業数：35,593事業所
 - － 市場規模：8兆7,667億円

出所：経済産業省平成28年経済センサス-活動調査（第1表 産業分類細分類別、年次別の事業所数(法人・個人別)、従業者数、年間商品販売額及び売場面積）による。なお、企業数については趣旨に合致する統計調査が存在しないため事業所数で代替している。
- 業界の現状
 - － 家電量販店は、家庭で使用するテレビ、エアコン、冷蔵庫、洗濯機などを販売する大型小売店である
 - － 主要駅前に立地する都市型店舗や、ロードサイドに店舗を構える郊外型店舗がある
 - － また、小売りではあるが、上記商品などの配達・設置・工事も行っている

2. 大手家電流通業界の「低炭素社会実行計画」概要

- 目標指標：エネルギー原単位（MJ/売場面積 m²）
 - － 2020年 2018年9月改定
エネルギー原単位を2006年比で48.3%削減し、2,025MJ/m²とする
 - － 2030年 2015年3月策定
エネルギー原単位を2006年比で49.1%削減し、1,995MJ/m²とする
- 目標策定の背景
 - － 大手家電流通業界はこれまで、不採算店の閉店と新規店舗の開店との相殺で、年間1割弱店舗数が増加し、そのため店舗数の増加によりエネルギー消費量が増加する傾向となっている
 - － こうした状況を踏まえつつ、温暖化対策の重要性を鑑みて、大手家電流通業界は、2020年度、2030年度目標を設定した
- 前提条件
 - － 2020年度計画を策定するにあたり、外部調査企業の第三者機関の客観的調査分析を元に現状を趨勢するケースを選択
 - － 2020年以降の計画は、2020年度計画を参考に、トレンドを引き続き継承すると想定
- 目標水準設定の理由とその妥当性
 - － 生産量の変動に左右されず、事業者の取組を反映することのできる「エネルギー消費原単位」を目標指標として設定
 - － 目標策定時に参画していた各社に実施したアンケート調査を基に推計した現状趨勢からの算出を採用

3. 2017年度の取組実績（1）

- 2017年度の実績値
 - 生産活動量※（単位：千㎡）：6,269千㎡（基準年度比41.7%増、2016年度比3.5%増）
※売場面積
 - エネルギー消費量（単位：原油換算万kl）：33.0万kl（基準年度比▲26.2%、2016年度比▲0.9%）
 - エネルギー原単位（単位：MJ/㎡）：2,039 MJ/㎡（基準年度比▲48.0%、2016年度比▲4.2%）
 - CO₂排出量：67.1万t-CO₂（基準年度比▲10.6%、2016年度比▲4.6%）
 - CO₂原単位：0.11 t-CO₂/㎡（基準年度比▲36.9%、2016年度比▲7.8%）
- 進捗率
 - 2020年目標：99.3%
 - 2030年目標：97.5%
- 目標達成に向けた今後の進捗率の見通し・課題
 - エネルギー原単位は減少傾向であり、2030年目標に向けて順調に進んでいる

【要因分析】

- エネルギー消費量原単位は2006年以降概ね減少傾向を維持
- 2017年度は前年度比で、エネルギー消費量(原油換算万kl)は0.9%減少、生産活動量（売場面積）3.5%増加し、原単位は4.2%減少

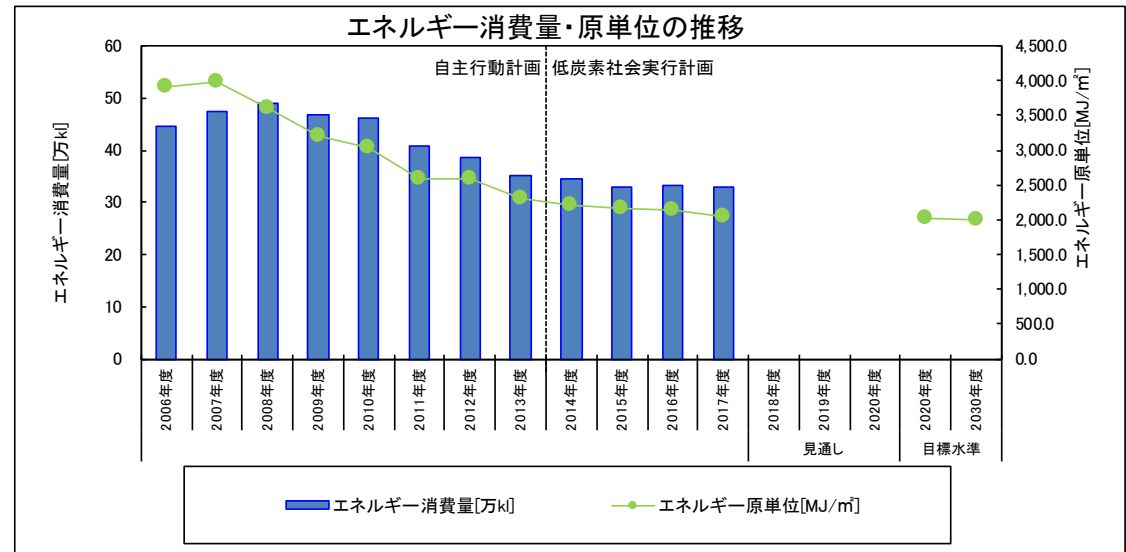


図1 エネルギー消費量・原単位の推移

3. 2017年度の取組実績（2）

表1 エネルギー消費量の要因分析

	基準年度→2017年度変化分		2016年度→2017年度変化分	
	(TJ)	(%)	(TJ)	(%)
事業者省エネ努力分	▲30.4	▲68.0	▲1.5	▲0.01
生産活動量の変化	18.7	41.7	1.2	0.01

【要因分析】

- 生産活動量が基準年度より41.7%増加しているにも係らず、事業者省エネ努力分で**68.0%削減**している（表1参照）
- 2017年度のエネルギー消費原単位は基準年度(2006年度)に比べ、分布全体が左側に（エネルギー消費原単位が低いほうへ）シフトしており、継続して**業界全体で省エネに取り組んでいる**ことが分かる（図2参照）

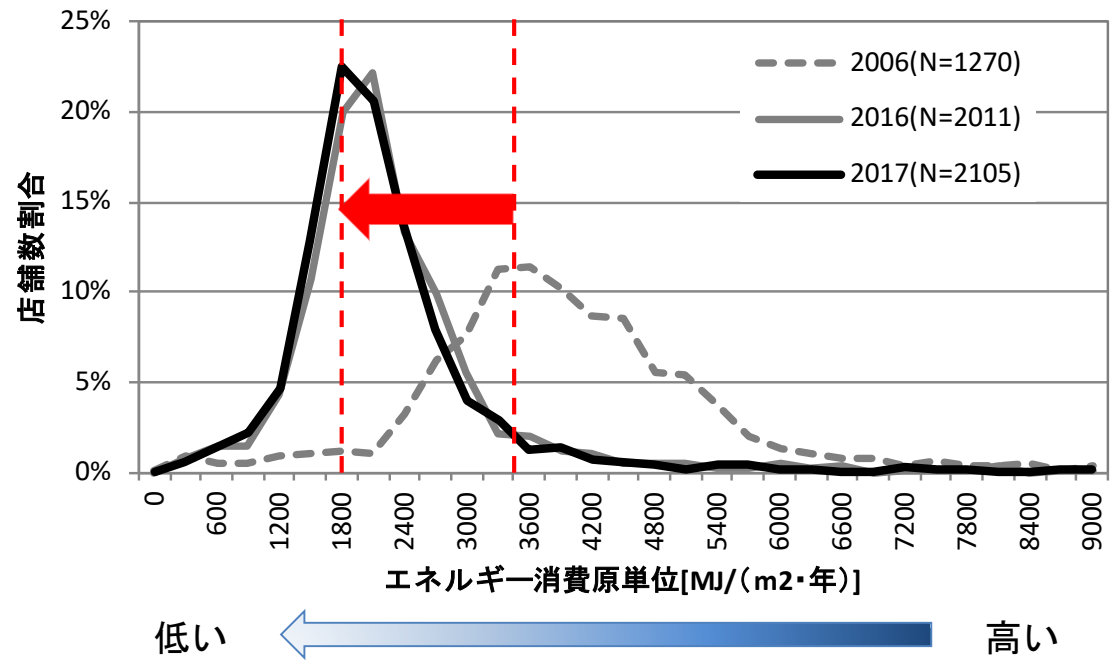


図2 各店舗の売場面積あたりエネルギー原単位の頻度分布（全店舗）

4. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献

【省エネルギー製品の販売割合】

省エネルギー製品	販売割合
テレビ(N=4)	95.8%
エアコン(N=3)	91.3%
ジャー炊飯器(N=3)	91.3%
電子レンジ(N=3)	84.7%
電気便座(温水洗浄便座・暖房便座)(N=3)	74.7%
冷蔵庫(N=3)	50.0%

- テレビ、エアコンの省エネルギー家電製品販売割合は9割を超えており、多くの省エネ製品を販売している

※Nは低炭素社会実行計画参加企業に対する実施企業数(6グループのうち一部については法人別に集計しているため、全11社)
 ※不明を除く企業の単純平均値
 ※2016年度調査に回答した企業とは構成が異なる。

【家庭部門への貢献（情報発信）】

- 協会全体としては、環境省のCOOL CHOICEに賛同し、買い替え促進のポスターの掲示を行なっている
- 会員企業ごとに一般消費者に向けた低炭素製品の買い替え促進などの情報発信を各社Webサイトやポスターの掲示を行なっている



※Webサイトを一部抜粋

図3 情報発信活動の一例

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

- エネルギーを多く消費する店舗のエネルギー消費の把握、対策に重点をおいてきたことから、業務部門（本社等オフィス）はエネルギー消費実態を把握することまでとしている
- 会員企業の多くが実施している項目は空調関連の項目であり、「過剰な暖め、冷やしすぎに注意」「フィルターの定期的な清掃の実施」「クールビズ、ウォームビズの採用」は会員企業のほぼ全て(95%以上)の店舗で実施している

- 運輸部門での取組

- 目標：業界としての目標策定には至っていない

- 現在、実態把握の調査を行っている段階
- 「エコドライブの推進」「低燃費、低公害車化の推進」については実施率が70%を上回り、次いで「アイドリングストップの推進」「省エネの取り組みを示す方針を策定」「省エネの取り組みの推進体制を整備」については半数を超えている

5. その他取組（2）

● 情報発信の取組

－ 業界団体

- フォローアップ調査を第三者機関に依頼し公平に具体的に実施
- 調査の説明・結果等を含め会員各社に情報共有
- 国民運動COOL CHOICEへの会員への協力推進
- COOL CHOICE 5つ星家電買換えキャンペーンへの参画

－ 個社

- COOL CHOICEのLEDを強化推進する施策への協力
- COOL CHOICEの宅配便再配達防止プロジェクトへの賛同



※Webサイトを一部抜粋

図4 情報発信活動の一例(再掲)

参考資料 6-1 : 個社での取組紹介 (株) ケーズホールディングス

【LED照明の導入】

- 更新時期のきた店舗から順次、LED照明へ切替えている
- 店内やエントランスだけでなく、駐車場、看板灯、外灯にも採用



【BEMSの導入】

- デマンドコントローラーによるピークカットや、店内に設置した無線温度計による空調自動制御を行っている



参考資料 6-2 : 個社での取組紹介 (上新電機(株))

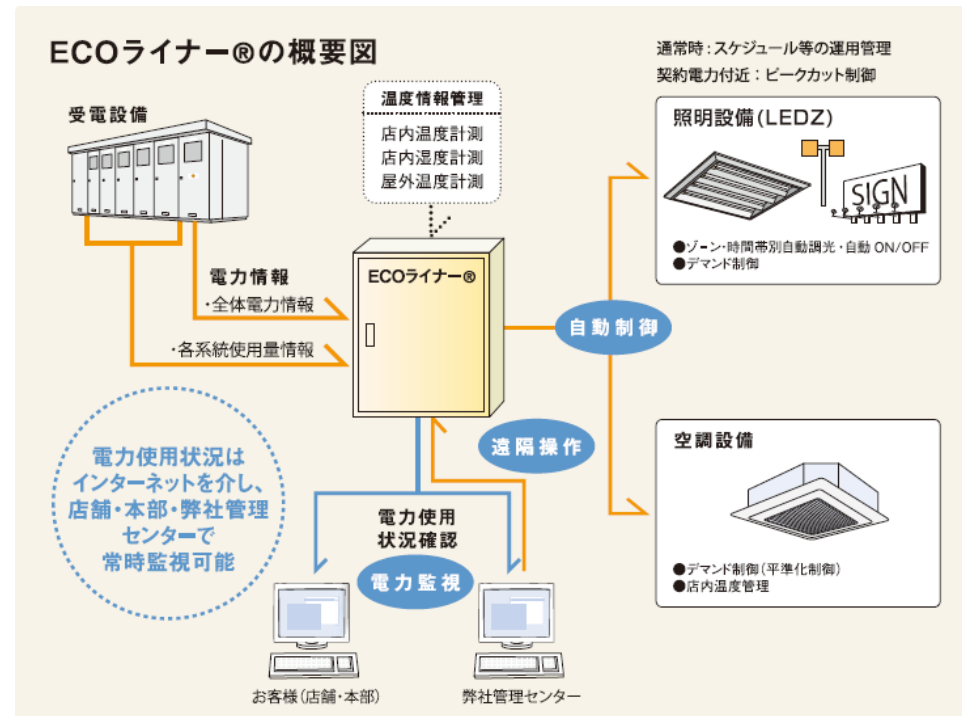
【高効率照明の導入】

- 店内や風除室、トイレ、吹き抜けだけでなく、事務所、更衣室、屋外照明にも採用
- 新規店舗にはすべて導入、既存店舗には随時LEDへ変更



【電力総合監視 & 自動制御システムの導入】

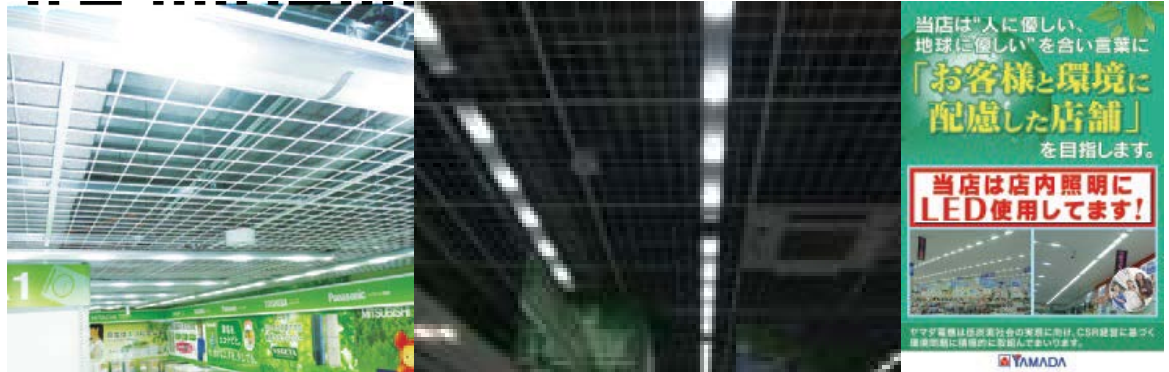
- 電力総合監視とスケジュール管理などによる照明 & 空調のトータル設備制御を実施



参考資料 6-3 : 個社での取組紹介 (株)ヤマダ電機

【照明の省エネ対策】

- 駐車場照明の消灯もしくは間引き
- 店内照明をLEDに交換



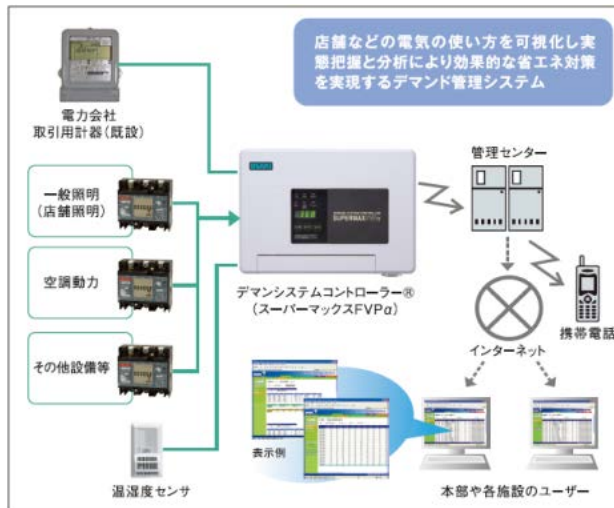
【太陽光発電システムの導入】

- 店舗の屋上などを利用し、太陽光発電システムを導入



【その他】

- デマンドコントローラーの設置
- 本社内各机に節電タップを配布し、就業時間外はタップスイッチをオフにし、待機電力を削減
- CO₂削減アクション計画(照明・空調他)に管理基準を示し、削減施策の徹底を図る
- グリーン電力の導入



参考資料6-4：個社での取組紹介

事業者名	省エネ対策
(株)エディオン	<ul style="list-style-type: none">▪ BEMS等を利用した店舗の温度管理・監視▪ 売場コンセントの電源OFF（全店舗実施）▪ 既存照明器具をLED照明に更新▪ 既存空調機を高効率新型空調機に更新
(株)ノジマ	<ul style="list-style-type: none">▪ 省エネ支援システム（エネルギーの見える化と空調自動制御が主な機能）を導入
(株)ビックカメラ	<ul style="list-style-type: none">▪ 日没時間を参考に、毎月30分単位で店頭時間の設定を変更▪ 消灯時間は、閉店後1時間を基本とし、地域ごとに消灯時間を設定▪ 照明器具の省エネ性能の高い器具への切り替えや反射板の導入