

ホームセンター業界の「低炭素社会実行計画」(2020 年目標)

		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	目標指標は、店舗における生産量(床面積×営業時間)当たりのエネルギー消費量(エネルギー消費原単位)とし、目標年度(2020年度)において、基準年度(2004年度)比15%の削減を目指す。
	設定根拠	<p>対象とする事業領域:流通小売業(ホームセンター業)として、業務部門(店舗等)を対象とする。</p> <p>将来見通し:当業界はこれまで2008年度から2012年度(目標期間5年間)までの自主行動計画において、5年間平均で26.8%の削減を達成しており、今回の15%削減(注:目標年度2020年度と基準年度2004年度比で15%の削減)は、取組主体たる各企業の負担を勘案しても十分実現可能であることから設定した。また、他業界の10年で10%(毎年1%の削減)等の削減目標に比べても遜色ないものと思量する。</p> <p>BAT: -</p> <p>電力排出係数:従来の自主行動計画への参加時より実排出係数を用いていることから、取組の連続性等を勘案し、「低炭素社会実行計画」では、同排出係数を設定していく。</p> <p>その他: -</p>
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<p>概要・削減貢献量:</p> <p>①概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗運営上の取組としては、取組の基本となる省エネ管理(空調温度・照度の調節)をはじめ、省エネ型の各種機器(高効率空調・照明)の導入等を実施。 ・住関連分野の商品やサービスを中心的に取り扱う小売業界として、環境配慮型商品・サービスの販売提供等を通じ、民生部門(消費者)に対する、地球温暖化対策を含めた環境対策全般の意識向上や啓発を実施。 ・運輸部門における取組としては、配送ルートや配送日数の効率化等を通じて、納品車両等の削減・効率的な運行を実施 等 <p>②削減貢献量 -</p>
3. 海外での削減貢献		<p>概要・削減貢献量:</p> <p>①概要 特になし</p> <p>②削減貢献量 -</p>
4. 革新的技術の開発・導入		<p>概要・削減貢献量:</p> <p>①概要 特になし</p> <p>②削減貢献量 -</p>
5. その他の取組・特記事項		<p>会員各社の取組状況等を把握していくとともに、行政機関等における環境対策に関する施策・助成や、業界内の取組状況等に関する情報発信を推進していくことで、自主的かつ積極的な各種取組を実施している会員各社への支援や対外的な認知度向上等を図り、業界として低炭素社会への寄与を目指す。</p>

ホームセンター業界の「低炭素社会実行計画」(2030年目標)

		計画の内容
1. 国内の企業活動における2030年の削減目標	目標	目標指標は、店舗における生産量(床面積×営業時間)当たりのエネルギー消費量(エネルギー消費原単位)とし、目標年度(2030年度)において、基準年度(2013年度)比17%の削減を目指す。
	設定根拠	<p>対象とする事業領域: 流通小売業(ホームセンター業)として、業務部門(店舗等)を対象とする。</p> <p>将来見通し: 社会的要因(景気変動・エネルギー制度他)や自然的要因(天候不順他)等に伴う影響も想定されうるものの、各社における自主的かつ積極的な取組や過去の削減状況(実績)等を勘案すると、2030年度における(削減)目標水準は達成可能であると見込んでいる。</p> <p>BAT: -</p> <p>電力排出係数: 現在策定の「低炭素社会実行計画」では、これまで実排出係数を用いてきたことから、取り組みの連続性等を勘案すると、2020年度以降の同計画においても実排出係数(今回から基礎排出係数へ名称変更)を設定していく。</p> <p>その他: -</p>
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<p>概要・削減貢献量:</p> <p>①概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ・環境配慮型商品(省エネ型の暖房機器等)やサービスの販売提供等の拡大を通じ、消費者に対する、地球温暖化対策を含めた環境対策全般の意識向上や啓発等を図っていく。 ・企業保有車両における環境配慮型車両への入替(導入)、納品車両等の効率的な運行や削減等の取組を通じて、地球温暖化対策(エネルギー使用量の削減)を目指す。等 <p>②削減貢献量 -</p>
3. 海外での削減貢献		<p>概要・削減貢献量:</p> <p>①概要 特になし</p> <p>②削減貢献量 -</p>
4. 革新的技術の開発・導入		<p>概要・削減貢献量:</p> <p>①概要 特になし</p> <p>②削減貢献量 -</p>
5. その他の取組・特記事項		<p>会員各社の取組状況等を把握していくとともに、行政機関等における環境対策に関する施策・助成や、業界内の取組状況等に関する情報発信を推進していくことで、2020年度以降についても自主的かつ積極的な各種取組を実施している会員各社への支援や対外的な認知度向上等を図り、業界として低炭素社会への寄与を目指す。</p>

◇ 昨年度フォローアップを踏まえた取組状況

【昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの委員からの指摘を踏まえた計画に関する調査票の記載見直し状況(実績を除く)】

■ 昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの指摘を踏まえ説明などを修正した
(修正箇所、修正に関する説明)

(1)「低炭素社会実行計画」(2030年目標)における削減目標水準の見直し(引き上げ)

- ・変更前: 目標指標は、店舗における生産量(床面積×営業時間)当たりのエネルギー消費量(エネルギー消費原単位)とし、目標年度(2030年度)において、基準年度(2004年度)比25%の削減を目指す。
- ・変更後: 目標指標は、店舗における生産量(床面積×営業時間)当たりのエネルギー消費量(エネルギー消費原単位)とし、目標年度(2030年度)において、基準年度(2013年度)比17%の削減を目指す。

(2)「低炭素社会実行計画」フォローアップ調査用の会員企業向けアンケート票の改良

昨年度の事前質問での指摘等を踏まえ、会員企業向けアンケート票の調査様式変更(改良)を行った。
主な変更点は以下のとおり。

- ・記入項目欄の変更によるアンケート票の枚数削減(7枚→5枚)
- ・低炭素製品・サービス等の部門における貢献として、LED照明器具の以外の省エネDIY関連商品(貢献商品)の回答例を追加
- ・IoT等を活用したエネルギー管理状況の見える化、再生可能エネルギー電源の導入・ZEB化、他事業者との連携したエネルギー削減の取り組み等を追加

□ 昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの指摘について修正・対応などを検討している
(検討状況に関する説明)

ホームセンター(DIY)業における地球温暖化対策の取組

平成 31 年 1 月 23 日
一般社団法人日本ドゥ・イット・ユアセルフ協会

I. ホームセンター(DIY)業の概要

(1) 主な事業

標準産業分類コード: 6091

住関連商品やサービスを中心に販売しているサービス業(小売業)。1972年に、日本ではじめて住関連の商材を品揃えした本格的なホームセンターが誕生し、現在では約4兆円の業界規模となる。取扱商品としては、DIY素材・用品、電気用品、インテリア用品、家庭日用品、園芸・エクステリア用品、ペット用品、カー・アウトドア用品、カルチャー用品等の住関連商材を中心に品揃えする流通小売業。なお、近年では、防災関連や環境配慮型の各種商品の販売を担うことにより、ホームセンターの社会的な役割が高まっている。

(2) 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		低炭素社会実行計画参加規模	
企業数	145社※1	団体加盟企業数	58社※2	計画参加企業数	17社 (29.3%)※3
市場規模	売上高38,523億円※1	団体企業売上規模	売上高 ー 億円	参加企業売上規模	売上高13,257億円 (34.4%)※4
エネルギー消費量	ー	団体加盟企業エネルギー消費量	ー	計画参加企業エネルギー消費量	0.7016 ($\times 10^9$ kwh)

出所:

※1:ダイヤモンド・リテイルメディア社刊「DIAMOND HOME CENTER SEPTEMBER 2018」による

※2:協会会員のうち小売業の会員数(2018年8月末現在)

※3:(%)は団体加盟企業数に占める低炭素社会実行計画参加企業の割合

※4:(%)は業界の市場規模に占める低炭素社会実行計画参加企業の売上高の割合

(3) 計画参加企業・事業所

① 低炭素社会実行計画参加企業リスト

- エクセルシート【別紙1】参照。
- 未記載
(未記載の理由)

② 各企業の目標水準及び実績値

- エクセルシート【別紙2】参照。
- 未記載
(未記載の理由)

(4) カバー率向上の取組

① カバー率の見通し

年度	自主行動計画 (2012年度) 実績	低炭素社会実 行計画策定時 (2014年度)	2017年度 実績	2018年度 見通し	2020年度 見通し	2030年度 見通し
企業数	31.3%	25.8%	29.3%	36%	38%	40%
売上規模	15,565億円	13,453億円	13,257億円	—	—	—
エネルギー 消費量 (×10 ⁹ kwh)	0.9792	0.7592	0.7016	—	—	—

(カバー率の見通しの設定根拠)

現時点(2018年8月末現在)における会員数は58社(前年同時期比1社増)となっている。今後の社会経済情勢や経営環境の変化等により、引き続き会員数の変動が予想される。2017年度実績および過去3年間のカバー率を踏まえ、2018年度以降の見通しを設定している。

② カバー率向上の具体的な取組

	取組内容	取組継続予定
2017年度	取り組み状況(フォローアップ調査結果)等の情報共有	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無
	参加呼びかけ(各社社長級の会合等)	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無
	調査開始の時期やタイミングの考慮	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無
	協会事務局からの働きかけ(電話等による直接依頼)	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無
2018年度以降	取り組み状況(フォローアップ調査結果)等の情報共有	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無
	参加呼びかけ(各社社長級の会合等)	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無
	調査開始の時期やタイミングの考慮	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無
	協会事務局からの働きかけ(電話等による直接依頼)	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無

(取組内容の詳細)

①取り組み状況等の情報共有として、会員企業に対するフィードバック(フォローアップ調査結果)を行ったことから、会員各社の担当者レベルにおける意識向上に有効であったと考えられる。

②当協会役員会において、継続的に参加呼びかけを行ったことから、各社代表者クラスの意識向上に有効であったと考えられる。

③行政機関等からの当協会会員宛て調査依頼案件が多いこと等から、他の調査依頼案件と重ならないよう、出来る限り調査開始の時期やタイミングを見計らい、企業からの回答しやすい環境づくりを意識的に行った。

④協会事務局からの働きかけとして、会員企業の担当者に対し、回答の直接依頼を行った。

(5) データの出典、データ収集実績(アンケート回収率等)、業界間バウンダリー調整状況
【データの出典に関する情報】

指標	出典	集計方法
生産活動量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他(推計等)	2018年8～9月実施の加盟会員企業58社に対するアンケート調査による(有効回答率:売上シェア34.4%)
エネルギー消費量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他(推計等)	2018年8～9月実施の加盟会員企業58社に対するアンケート調査による(有効回答率:売上シェア34.4%)
CO ₂ 排出量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法・温対法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他(推計等)	2018年8～9月実施の加盟会員企業58社に対するアンケート調査による(有効回答率:売上シェア34.4%)

【アンケート実施時期】

2018年8月～2018年9月

【アンケート対象企業数】

58社(業界全体の40.0%)

【アンケート回収率】

29.3%(58社中17社回答)

【業界間バウンダリーの調整状況】

- 複数の業界団体に所属する会員企業はない
- 複数の業界団体に所属する会員企業が存在

バウンダリーの調整は行っていない
(理由)

バウンダリーの調整を実施している
<バウンダリーの調整の実施状況>

【その他特記事項】

特になし。

II. 国内の企業活動における削減実績

(1) 実績の総括表

【総括表】(詳細はエクセルシート【別紙4】参照。)

	基準年度 (2004年度)	2016年度 実績	2017年度 見通し	2017年度 実績	2018年度 見通し	2020年度 目標	2030年度 目標
生産活動量 ($\times 10^{10} \text{m}^2 \cdot \text{h}$)	2.6	3.7	—	2.8	—	—	—
エネルギー 消費量 (電力換算万kWh)	134,754.5	90,267.2	—	70,158.1	—	—	—
内、電力消費量 (万kWh)	108,801.0	81,077.7	—	63,224.6	—	—	—
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	57.6 ※1	46.3 ※2	— ※3	34.9 ※4	— ※5	— ※6	— ※7
エネルギー 原単位 (kWh/ $\text{m}^2 \cdot \text{h}$)	0.05086	0.0245	—	0.0250	—	0.0432	0.0232 (基準年度 2013年度:0.0280)
CO ₂ 原単位 (10^9kg-CO_2 / $10^{10} \text{m}^2 \cdot \text{h}$)	22.138	13.234	—	12.466	—	—	—

【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4	※5	※6	※7
排出係数[kg-CO ₂ /kWh]							
実排出/調整後/その他	4.18	5.18	—	4.95	—	—	—
年度							
発電端/受電端							

【2020年・2030年度実績評価に用いる予定の排出係数に関する情報】

排出係数	理由/説明
電力	<input checked="" type="checkbox"/> 基礎排出係数(発電端/受電端) <input type="checkbox"/> 調整後排出係数(発電端/受電端) <input type="checkbox"/> 特定の排出係数に固定 <input type="checkbox"/> 過年度の実績値(〇〇年度 発電端/受電端) <input type="checkbox"/> その他(排出係数値:〇〇kWh/kg-CO ₂ 発電端/受電端)

	<p><上記排出係数を設定した理由> 自主行動計画への参加時より同排出係数に基づき算出していたことから、引き続き同排出係数の設定を通じて、連続性を重視したため。</p>
その他燃料	<p> <input checked="" type="checkbox"/> 総合エネルギー統計(2017年度版) <input type="checkbox"/> 温対法 <input type="checkbox"/> 特定の値に固定 <input type="checkbox"/> 過年度の実績値(〇〇年度:総合エネルギー統計) <input type="checkbox"/> その他 </p> <p><上記係数を設定した理由> 低炭素社会実行計画のフォローアップにおける係数を利用しているため。</p>

(2) 2017年度における実績概要

【目標に対する実績】

<2020年目標>

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2020年度目標値
エネルギー消費原単位	2004年度	▲15%	0.0432

目標指標の実績値			進捗状況		
基準年度実績 (BAU目標水準)	2016年度 実績	2017年度 実績	基準年度比 /BAU目標比	2016年度比	進捗率*
0.05086	0.0240	0.0250	▲50.8%	4.2%	339.0%

* 進捗率の計算式は以下のとおり。

進捗率【基準年度目標】= (基準年度の実績水準 - 当年度の実績水準)

／(基準年度の実績水準 - 2020年度の目標水準) × 100(%)

進捗率【BAU目標】= (当年度のBAU - 当年度の実績水準) / (2020年度の目標水準) × 100(%)

<2030年目標>

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2030年度目標値
エネルギー消費原単位	2013年度	▲17%	0.0232

目標指標の実績値			進捗状況		
基準年度実績 (BAU目標水準)	2016年度 実績	2017年度 実績	基準年度比 /BAU目標比	2016年度比	進捗率*
0.0280	0.0240	0.0250	▲10.7%	2.5%	61.5%

* 進捗率の計算式は以下のとおり。

進捗率【基準年度目標】＝(基準年度の実績水準－当年度の実績水準)

／(基準年度の実績水準－2030年度の目標水準)×100(%)

進捗率【BAU目標】＝(当年度のBAU－当年度の実績水準)／(2030年度の目標水準)×100(%)

【調整後排出係数を用いたCO₂排出量実績】

	2017年度実績	基準年度比	2016年度比
CO ₂ 排出量	34.97万t-CO ₂	▲39.2%	▲25.1%

(3) 生産活動量、エネルギー消費量・原単位、CO₂排出量・原単位の実績

【生産活動量】

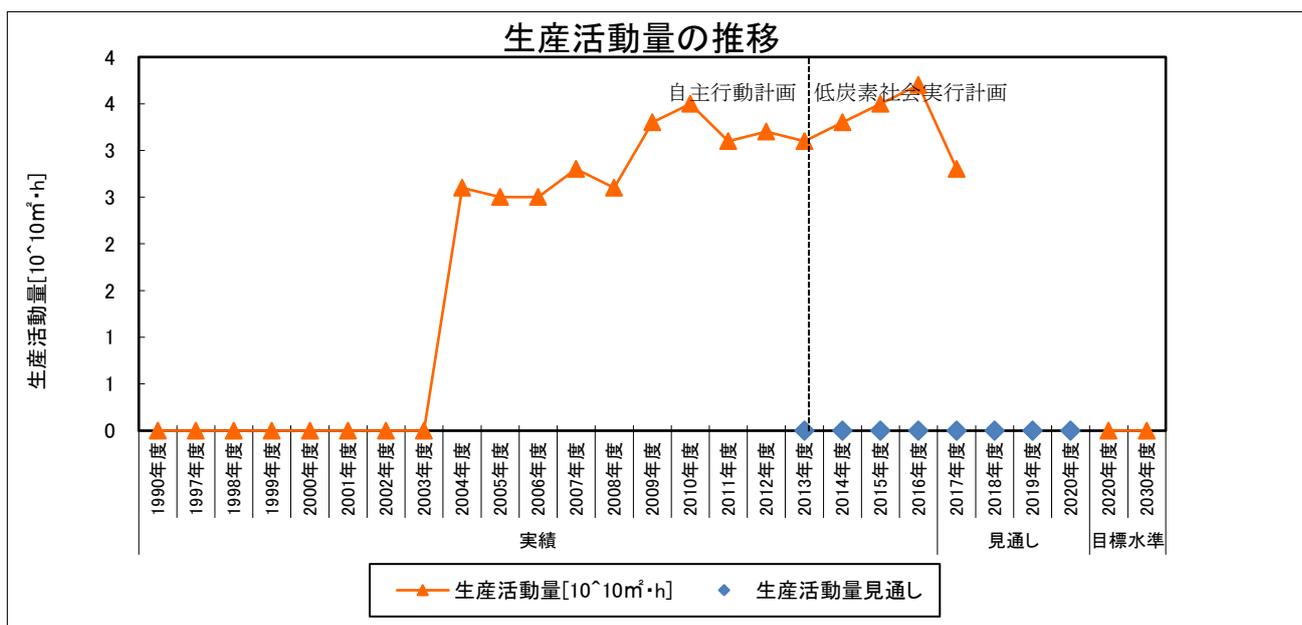
<2017 年度実績値>

生産活動量: 2.809 (単位: $\times 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$): 床面積 \times 営業時間

(基準年度<2020 年度目標>・2004 年度比 9.0%、基準年度<2030 年度目標>・2013 年度比▲8.8%、2016 年度比▲23.8%)

<実績のトレンド>

(グラフ)



(過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察)

当業界の生産活動量については、床面積 \times 営業時間と設定している。2004 年度(2020 年度目標・基準年度)以降の業界傾向を見ると、2016 年度までは増加傾向が見られたが、2017 年度は減少した。業界全体の動向としては、店舗数及び床面積が増加傾向にあることから、2018 年度実施の低炭素社会実行計画・フォローアップ調査における参加企業数の減少(特に営業時間が減少)が大きな要因と見られ、営業時間の減少により、企業の生産活動量が少なくなっていることが想定される。このため、今回の減少が一時的なものかどうかについては、次回以降、様子を見ていく必要があると思われる。

【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

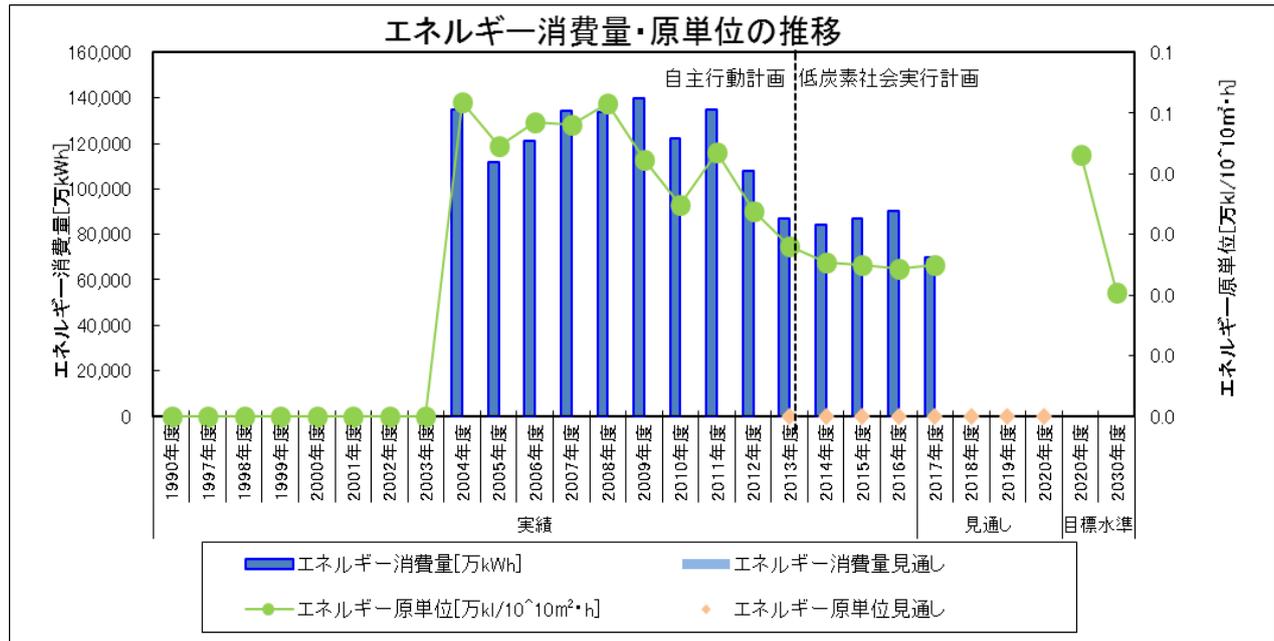
＜2017年度の実績値＞

エネルギー消費量：0.7016（×10⁹ kWh）（基準年度〈2020年度目標〉・2004年度比▲46.4%、
基準年度〈2030年度目標〉・2013年度比▲7.6%、
2016年度比▲20.5%）

エネルギー原単位：0.0250（kwh／m²・h）（基準年度〈2020年度目標〉・2004年度比▲50.8%、
基準年度〈2030年度目標〉・2013年度比▲10.7%、
2016年度比 2.5%）

＜実績のトレンド＞

（グラフ）



（過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察）

基準年度（2004年度）以降の業界動向を見ると、エネルギー消費量は2011年度までは高止まりの傾向が見られ、2012年度以降は大幅な減少から微増となったものの、2017年度のエネルギー消費量は減少した。一方、エネルギー原単位については、2008年度以降、2011年度を除き、減少していたものの、2017年度はわずかながら増加となった。過去のトレンド等を踏まえた当該年度の実績値について考察すると、今回の低炭素社会実行計画・フォローアップ調査では、参加企業数が減少し、店舗数、床面積、営業時間が減少したことから、生産活動量も減じた。従って、エネルギー原単位が微増となったことを鑑みると、エネルギー原単位の削減効果が一定の限度に達しているとも推測される。但し、当業界は、調査年度により低炭素社会実行計画・参加企業数の変動が見られること等を勘案すると、次回以降も各社の自主的かつ積極的な取組により各社の省エネ効果が上がっていることと、エネルギー消費原単位の動向の相関性に着目していく必要がある。

＜他制度との比較＞

（省エネ法に基づくエネルギー原単位年平均▲1%以上の改善との比較）

エネルギー原単位の現状について、省エネ法に基づくエネルギー原単位年平均▲1%以上の改善との比較をした場合、業界内の諸事情（生産活動量の増加傾向やカバー率の状況等）が見られるものの、遜色のない状況となっている。

(省エネ法ベンチマーク指標に基づく目指すべき水準との比較)

□ ベンチマーク制度の対象業種である

<ベンチマーク指標の状況>

ベンチマーク制度の目指すべき水準: ○○

2017年度実績: ○○

<今年度の実績とその考察>

■ ベンチマーク制度の対象業種ではない

【CO₂排出量、CO₂原単位】

<2017年度の実績値>

CO₂排出量 34.90(単位:万 t-CO₂ 排出係数:基礎排出)

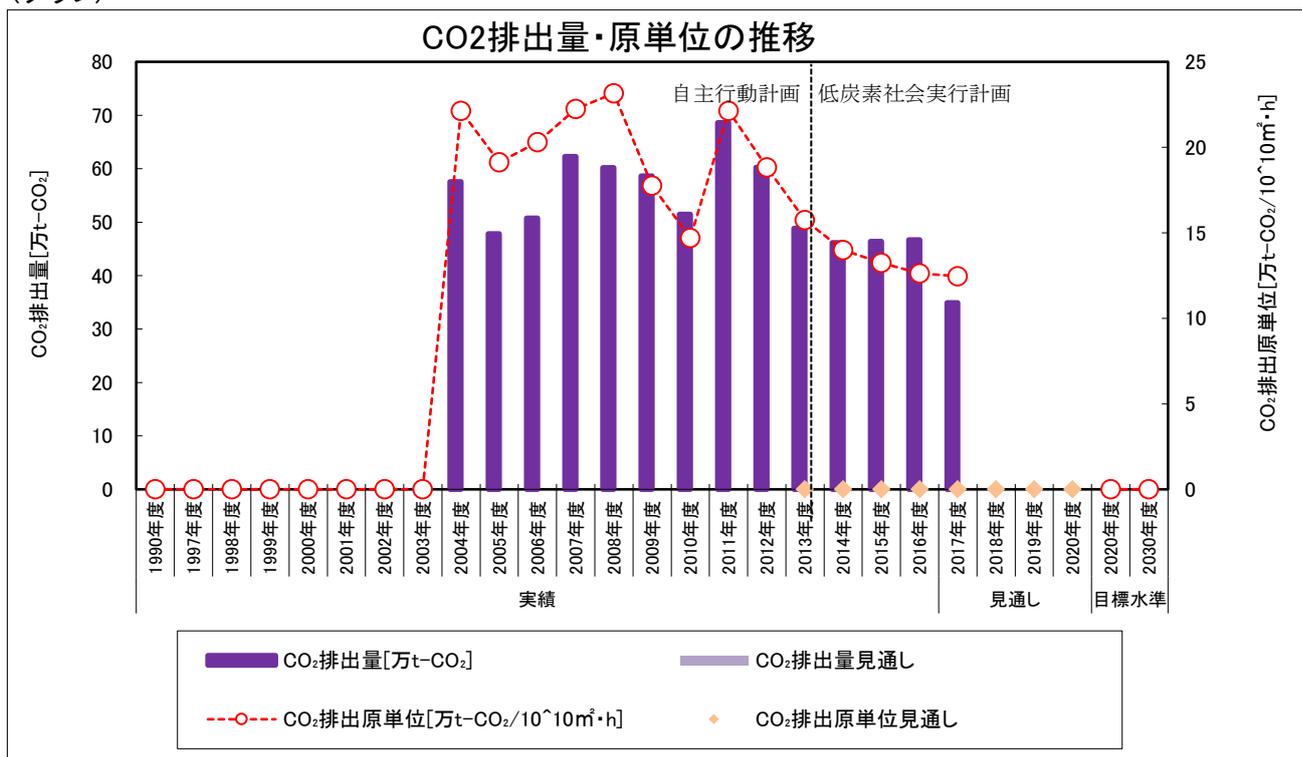
(基準年度<2020年度目標>・2004年度比▲33.7%、基準年度<2030年度目標>・2013年度比▲28.3%、2016年度比▲25.2%)

CO₂原単位 1.2466(単位:10⁸ kg-CO₂/10¹⁰ m²・h 排出係数:実排出)

(基準年度<2020年度目標>・2004年度比▲39.0%、基準年度<2030年度目標>・2013年度比▲21.1%、2016年度比▲1.1%)

<実績のトレンド>

(グラフ)



電力排出係数:基礎排出係数 (tCO₂/万 kWh)

(過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察)

CO₂ 排出量については、調査年度により低炭素社会実行計画・参加企業数の変動が見られ、排出量の増減の繰り返しはあるものの、最も多い2011年度から2014年度までは一貫して減少傾向であった。その後は2015年度～2016年度は微増、2017年度は大きな減少となった。これは、低炭素社会実行計

画・参加企業数の減少や企業規模の違い等によるところが大きな要因と考えられる。また、CO2 排出原単位については、調査年度により低炭素社会実行計画・参加企業数の変動が見られるものの、増減を繰り返しながら、減少傾向となっていたが、2017 年度は横ばいとなっている。このことは、これまで各社の省エネ努力分が大きく貢献してきたものと推察される一方で、各社における取組対策が一定の水準まで向上し、これから先における削減余地は、今までと比べると大きくないように思われる。しかしながら、当業界は小売業であることや店舗数の増加や店舗の大型化が見られること等から、店舗等における照明対策(高効率照明への切替等)や、空調対策(冷暖房温度の適切な管理等)への取組を継続して実施していくことは、対策上、引き続き効果が大きいものと思われる。

【要因分析】(詳細はエクセルシート【別紙5】参照)

(CO₂排出量)

	基準年度→2017 年度変化分		2016 年度→2017 年度変化分	
	(万 t-CO ₂)	(%)	(万 t-CO ₂)	(%)
事業者省エネ努力分	▲5.082	▲42.1	0.111	0.2
燃料転換の変化	▲3.950	▲32.7	▲0.058	▲0.1
購入電力の変化	0.000	0.0	0.000	0.0
生産活動量の変化	0.559	4.6	▲1.153	▲2.5

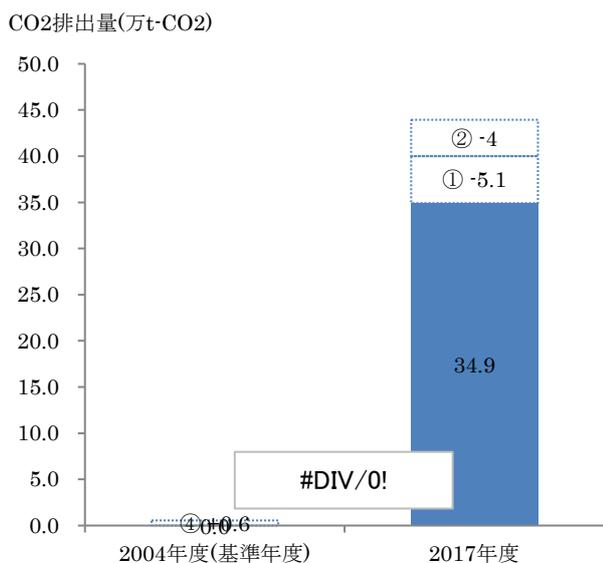
(エネルギー消費量)

	基準年度→2017 年度変化分		2016 年度→2017 年度変化分	
	(万kl)	(%)	(万kl)	(%)
事業者省エネ努力分	▲18.342	▲55.6	0.452	0.0
生産活動量の変化	2.536	7.7	▲5.373	0.0

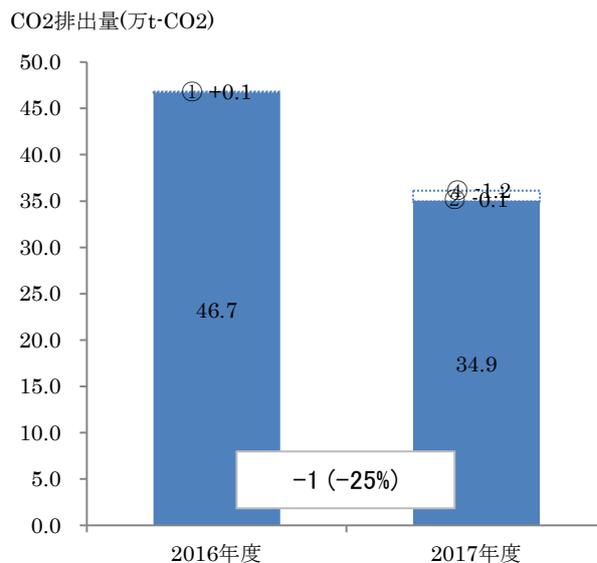
(要因分析の説明)

CO₂ 排出量について、調査年度により低炭素社会実行計画・参加企業数の変動が見られ、2017 年度は前年度比 3 社減となったことから、減少した。こうした状況の中で、2017 年度は事業者の省エネ努力分が微増となった。これまで、事業者の省エネ努力分や購入電力の変化等が大きく貢献していたものと推察される一方で、各社の取組成果(取組対策)が一定の水準まで向上し、これから先における削減余地は、今までと比べると大きくないように思われる。しかしながら、当業界は小売業であることから、引き続き、効果が大きいと思われる、店舗等における照明対策(高効率照明への切替等)や、空調対策(冷暖房温度の適切な管理)等に取り組んでいく必要があると思われる。

基準年度比



前年度比



①省エネ努力分 ②燃料転換 ③購入電力 ④生産変動

(4) 実施した対策、投資額と削減効果の考察 【総括表】(詳細はエクセルシート【別紙6】参照。)

年度	対策	投資額	年度当たりの エネルギー削減量 CO ₂ 削減量	設備等の使用期間 (見込み)
2017年度	高効率照明に交換	34,411万円	—	—
	パソコンの電源オフの設定	0万円	—	—
	冷房温度 28度	0万円	—	—
2018年度 (以降)	高効率照明に交換	14,488万円	—	—
	冷房温度 28度	0万円	—	—
	暖房温度 20度	0万円	—	—
2019年度 以降	—	—	—	—
	—	—	—	—
	—	—	—	—

【2017年度の実績】

(設備投資動向、省エネ対策や地球温暖化対策に関連する投資の動向)

省エネ対策等に伴う設備投資動向について、高効率照明の他、空調設備の更新(導入・切替)や太陽光発電設備の導入を中心に投資がみられる。

(取組の具体的事例)

- ・照明設備等:「退社時にはパソコンの電源OFFを徹底する」、「高効率照明に交換する」、「照明をインバーター式に交換する」、「トイレ等の照明に人感センサーを導入する」
- ・空調設備:「冷房温度を 28 度に設定する」、「暖房温度を 20 度に設定する」、「高効率空調(ミスト空調等)の導入・切替」
- ・エネルギー:「太陽光発電設備の導入」、「風力発電設備の導入」、「再生可能エネルギー電源の導入・ZEB化」
- ・建物関係:「窓ガラスへの遮熱フィルムの貼付」

(取組実績の考察)

業務部門における取組(対策)としては、照明設備等や空調設備を中心に実施されている。取組の中心となる事例としては、「パソコンの電源OFFの徹底」、「高効率照明に交換」、「トイレ等の照明に人感センサーを導入する」、「冷暖房における一定温度の設定」等が挙げられる。当業界は小売業であることから、店舗における各種取組は重要であり、それに係るコストも大きいものと考えられる。各社は、小売業としてコストの大きい照明設備や空調管理等への取組を行うことで、環境対策と経営効率を並行して図っているものと推察される。また、「パソコンの電源OFFの徹底」については、社員の心がけ・意識の高まり等により、取組が徹底されている他、店舗内における冷暖房の効率的な管理も重要な取組となっている。こうした使用しない機材の電源オフや冷暖房の効率的な管理における温度設定そのものは、コストがかからず、手軽に取り組めることや、面積が広い店舗においてはより効果が大きいと思われること等から、企業においては重要な取組の一つとなっていると推察される。また、「太陽光発電設備の導入」等の取組も一部の企業で見られる。これは電力の小売自由化等が背景となっていることも一因として推察されるものの、経営面から見た場合に、発電設備への投資額の高さや売電の際の販売単価(買取価格)の動向によっては、今後の取組が左右される可能性もあろうかと思われる。また、近年は、自然災害等による大規模停電等が発生していることから、こうした自社発電設備を有することで、非常時の店舗営業につながり、顧客をはじめとする地域社会に対する役割を果たしていく上でも有効であると考ええる。

【2018 年度以降の取組予定】

(今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素)

当業界は小売業であることから、業務部門(店舗等)における対策として、照明設備や空調設備等への対策を中心に実施している。引き続き、これらの対策を中心に取り組んでいくことを見込んでいる。

【BAT、ベストプラクティスの導入進捗状況】

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
—	—	—
—	—	—
—	—	—

【IoT 等を活用したエネルギー管理の見える化の取組】

- ・全店舗のうち、特定の店舗をZEB対応で更新したことによりBEMSを導入し、検証を開始。

【他事業者と連携したエネルギー削減の取組】

・計測制御機器メーカーとの協働にて「電力使用量削減」「ガス使用量削減」を目的に、先ずデマコン活用による使用量の見える化を実現し、各店舗へのデータ提供及び指導を推進している。

【業界内の好取組事例、ベストプラクティス事例、共有や水平展開の取組】

・フォローアップ調査票の会員送付を通じて、調査結果(実績)や省エネ事例等の情報提供・水平展開等を実施し、カバー率(取り組み意識)の向上に努めている。

(5) 想定した水準(見通し)と実績との比較・分析結果及び自己評価

【目標指標に関する想定比の算出】

* 想定比の計算式は以下のとおり。

$$\begin{aligned} \text{想定比【基準年度目標】} &= (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) \\ &\quad \div (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の想定した水準}) \times 100(\%) \\ \text{想定比【BAU 目標】} &= (\text{当年度の削減実績}) \div (\text{当該年度に想定した BAU 比削減量}) \times 100(\%) \end{aligned}$$

想定比＝－

※目標指標はエネルギー消費原単位としているものの、単年度ごとに目標水準は設定していないことから、想定比の算出は行っていない。

【自己評価・分析】(3段階で選択)

<自己評価及び要因の説明>

- 想定した水準を上回った(想定比＝110%以上)
- 概ね想定した水準どおり(想定比＝90%～110%)
- 想定した水準を下回った(想定比＝90%未満)
- 見通しを設定していないため判断できない(想定比＝－)

(自己評価及び要因の説明、見通しを設定しない場合はその理由)

目標指標はエネルギー消費原単位としているものの、単年度ごとに目標水準は設定していない。このため、2018 年度の見通しについては、参加企業数や規模の違い等による要因があることから現状維持とし、2020 年度比で 15%(基準年度比)の削減に向けて取り組んでいく。なお、生産活動量については、参加企業数や規模の違い等による要因があるものの、業界全体としては店舗数と売場面積に増加傾向が見られるため、2018 年度も増加していく可能性が高いものと思われる。

(自己評価を踏まえた次年度における改善事項)

－

(6) 次年度の見通し

【2018 年度の見通し】

	生産活動量 ($\times 10^{10}$ m ² ・h)	エネルギー 消費量 ($\times 10^9$ kWh)	エネルギー 原単位 (kWh/m ² ・h)	CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)	CO ₂ 原単位 (10 ⁸ kg- CO ₂ /10 ¹⁰ m ² ・h)
2017 年度 実績	2.809	0.7016	0.0250	34.90	1.2466
2018 年度 見通し	－	－	－	－	－

(見通しの根拠・前提)

計画参加(調査回答)企業数や店舗数の変動等、業界内における不確定要素により、2017 年度の見通しを立てることは困難である。

(7) 2020 年度の目標達成の蓋然性

【目標指標に関する進捗率の算出】

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) / (\text{基準年度の実績水準} - \text{2020 年度の目標水準}) \times 100(\%) \\ &= 339.0\% \end{aligned}$$

【自己評価・分析】(3段階で選択)

<自己評価とその説明>

■ 目標達成が可能と判断している

(現在の進捗率と目標到達に向けた今後の進捗率の見通し)

現在の進捗率は、339.0%となっている。今年度の低炭素社会実行計画の参加状況等を踏まえ、省エネ型店舗への移行や店舗改装時における新設備の導入、社員における意識の高まり等の各種取組やその効果から、目標の達成に向けて進捗していると言える。しかし、店舗形態や事業運営上、店舗の天井高による照明の空調効率の悪化等によるエネルギー消費の非効率を招いていることや、計画参加企業数(カバー率)の低迷要因もあると推測される。引き続き、エネルギー消費の増加、効率の悪い部分において、エネルギー利用の効率化に向けた更なる取組が必要であり、目標達成に向けて予断は許されない。

(目標到達に向けた具体的な取組の想定・予定)

引き続き、業務部門(店舗等)における取組(照明設備や空調設備等への対策)を中心に実施していく予定。

(既に進捗率が 2020 年度目標を上回っている場合、目標見直しの検討状況)

計画参加(調査回答)企業によっては、業務部門における取組が既に実施済みとなっている場合が見られ、対策が行き渡っている企業も見られること等から、目標見直しの検討については、現在、特に予定していない。但し、業界内の機運の高まりや企業からの要望が生じた場合等は、目標見直しに向けた検討を進めていくことを想定している。

目標達成に向けて最大限努力している

(目標達成に向けた不確定要素)

(今後予定している追加的取組の内容・時期)

目標達成が困難

(当初想定と異なる要因とその影響)

(追加的取組の概要と実施予定)

(目標見直しの予定)

(8) 2030 年度の目標達成の蓋然性

【目標指標に関する進捗率の算出】

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) / (\text{基準年度の実績水準} - \text{2030 年度の目標水準}) \times 100(\%) \\ &= 61.5\% \end{aligned}$$

【自己評価・分析】

(目標達成に向けた不確定要素)

当業界は小売業であることから、経済情勢の変動や社会制度の実施等により、景気変動の影響を受けやすいものの、各社における現在の取組を進めていくことで、年平均1%の原単位削減を目指し、目標達成を図っていく。この他、目標達成に向けた不確定要素として、計画参加企業数の増減も想定される。

(既に進捗率が2030年度目標を上回っている場合、目標見直しの検討状況)

従来、計画参加(調査回答)企業によっては、業務部門における取組が既に実施済みとなっている場合が見られ、対策が行き渡っている企業も見られること等から、目標見直しは行わなかった。しかしながら、低炭素社会の実現に向けた取組が今後一層、重要視されることに鑑み、削減目標水準の見直しが各社への更なる意識付けにつながり、業界として社会的責務を果たしていくことが不可欠であると思われる。このため、従来の削減目標水準において進捗率が大きかったことから、見直し(引き上げ)を行った。

(9) クレジット等の活用実績・予定と具体的事例

【業界としての取組】

- クレジット等の活用・取組をおこなっている
- 今後、様々なメリットを勘案してクレジット等の活用を検討する
- 目標達成が困難な状況となった場合は、クレジット等の活用を検討する
- クレジット等の活用は考えていない

【活用実績】

- エクセルシート【別紙7】参照。

【個社の取組】

- 各社でクレジット等の活用・取組をおこなっている
- 各社ともクレジット等の活用・取組をしていない

【具体的な取組事例】

取得クレジットの種別	—
プロジェクトの概要	—
クレジットの活用実績	—

取得クレジットの種別	—
プロジェクトの概要	—
クレジットの活用実績	—

取得クレジットの種別	—
プロジェクトの概要	—
クレジットの活用実績	—

Ⅲ. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献

(1) 低炭素製品・サービス等の概要、削減見込量及び算定根拠

	低炭素製品・サービス等	削減実績 (2017年度)	削減見込量 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
1	LEDシーリングライトの販売	—	従来品に比べ消費電力が電球で約1/10～1/6、シーリングライトで3/5～1/2	—
2	LED電球の販売	1 個あたりエネルギー削減量 53W×3 時間/日×365 日/年 =58kWh	従来型白熱電球 60W形を LED 電球に交換することで、消費電力 60W→7W に節電できる	—
3	LED製品の販売	—	60Wの蛍光灯1本をLEDに取り替えることで、7.3Wになり、約80%の省エネ	—
4	LED直管ランプ20型の販売	8W×1,222本×8時間×365日=28,545,920Wh	蛍光管と比較して8W削減	—
5	LED電球60W形の販売	50W×28,035個×8時間×365日=4,093,110,000Wh	白熱球60Wと比較して50Wの削減	—
6	LEDシーリングライトの販売	1 個あたりのエネルギー削減量 28W×24,000個×5.5時間/1日×365日=1,349,040,000kWh	672,000W削減	—
7	節水シャワーヘッドの販売	—	標準品に比べ24～35%の節水となる	—
8	節水シャワーヘッドの販売	—	標準型シャワーヘッドを節水型シャワーヘッドに交換することで、約20～30%の節水効果が得られる	—
9	節水シャワーの販売	節水シャワー：年間122kg削減、節水+手元ストップシャワー：年間192.3kg削減	7,994,000kg	—
10	DCモーター扇風機の販売	1 個あたりエネルギー削減量 16W×24 時間/日×365 日/年 =4.6kWh	DCモーター扇風機は一般型扇風機に比べ約35%の節電効果がある	—

※本計画参加企業における一例として記載。

(当該製品・サービス等の機能・内容等、削減貢献量の算定根拠や算定の対象としたバリューチェーン／サプライチェーンの範囲)

- 1「LED シーリングライトの販売」: 当該製品等の特徴・従来品との差異等については、従来型蛍光灯の消費電力が少なく、かつ長寿命であること、削減見込み量の算定根拠については、当該製品メーカーのカタログ(当該製品消費電力)を基に算出。
- 2「LED電球の販売」: 当該製品等の特徴・従来品との差異等については、家庭で誰でも簡単に白熱電球からLED電球に交換できる。削減見込み量の算定根拠については、当該製品メーカーのカタログを基に算出。
- 3「LED製品の販売」: 当該製品等の特徴・従来品との差異等については、蛍光灯の消費電力が大幅に低減され、かつ長寿命。削減見込み量の算定根拠については、当該製品メーカーのカタログ(当該製品消費電力)を基に算出。
- 4「LED直管ランプ20型の販売」: 当該製品等の特徴・従来品との差異等については、省エネ性能の向上。削減見込み量の算定根拠については、メーカー情報から算出。
- 5「LED電球60W形の販売」: 当該製品等の特徴・従来品との差異等については、省エネ性能の向上。削減見込み量の算定根拠については、メーカー情報から算出。
- 6「LED シーリングライトの販売」: 当該製品等の特徴・従来品との差異等については、6 畳目安タイプ消費電力比較すると、LEDは30W、蛍光管は58Wとなり、1機種で約28Wの差が見られる。削減見込み量の算定根拠は、6畳タイプ年間販売数で約24,000個×蛍光管との電力差28W=672,000Wの削減による。
- 7「節水シャワーヘッドの販売」: 当該製品等の特徴・従来品との差異等については、低水圧でも標準品と同等の水勢を維持し、節水・省エネルギー効果が得られる。削減見込み量の算定根拠については、メーカーカタログの表記による。
- 8「節水シャワーヘッドの販売」: 当該製品等の特徴・従来品との差異等については、シャワーの快適性(水圧)を損なうことなく、節水・省エネを図ることができる。削減見込み量の算定根拠については、当該製品メーカーのカタログ(当該製品消費電力)を基に算出。
- 9「節水シャワーの販売」: 当該製品等の特徴・従来品との差異等については、節水シャワーに変更することで、CO₂の排出量を抑える。節水シャワーは手元で水を出し止めできるものもある。削減見込み量の算定根拠については、次のとおり。節水シャワー: 年間122kg×34,000台=4,148,000kg、節水+手元ストップシャワー: 年間192.3kg×20,000台=3,846,000kg
- 10「DCモーター扇風機」: 当該製品等の特徴・従来品との差異等については、従来型扇風機はAC電源だが、DCモーター扇風機にすると消費電力が節電できる。削減見込み量の算定根拠については、当該製品メーカーのカタログを基に算出。

(2) 2017年度の取組実績

(取組の具体的事例)

【環境配慮型製品の販売(LED照明器具、節水シャワーヘッド等)】

- ・電球タイプ(電球、ナツメ球など)640sku、約50,000個販売(前年比19%増)、照明器具(シーリングライト、和風ペンダントなど)460sku、約24,000個販売(前年比14%増)
- ・LED電球: 年間1,560個販売
- ・LED直管20型: 年間1,222本販売(2017年9月～2018年8月)
- ・LED電球60W形: 年間28,035個販売(2017年9月～2018年8月)
- ・6畳タイプLEDシーリング: 約24,000個販売
- ・節水シャワーヘッド: 25SKU計19,142個販売(2017.8～2018.7)
- ・節水タイプ: 34,000台販売、手元ストップ付節水タイプ: 20,000台販売

- ・DCモーター扇風機:年間 700 台販売
- 【その他の低炭素製品やサービス等】
- ・よしず、すだれ、オーニングの販売
- ・低炭素製品:断熱フィルム、各種詰め替え商品、リサイクルインク、サーキュレーター、節電タップ、再生利用紙など
- ・低炭素サービス:ばら売り、切り売り、量り売りなどパッケージを極力省いた環境負荷低減を考慮した商品の積極導入やレジ袋削減運動の推進
- ・低炭素設備:太陽光発電、LED照明、無水小便器の設置

(取組実績の考察)

当業界は、住関連商品を中心に取り扱う小売業であることから、LED 照明器具をはじめとする低炭素製品が多数販売されている。この他、部材等の商品の取り扱いも多いことから、ばら売り、切り売り、量り売り等による販売方法が行われており、低炭素サービスとしての提供も行われている。社会経済情勢の動向や消費者における家計負担の軽減意識の高止まり等を受け、消費者の購買意識は変化している。加えて、近年は大規模な(広範囲な)自然災害の発生が見られ、発災を通じた節電への意識が高まっているように思われる。このような状況下において、環境配慮型製品を多数取り扱う当業界としては、当該製品の販売数の増強や品目の拡大を引き続き推進していく他、平常時の省エネ意識に加え、緊急(発災)時の省エネ意識も前面に打ち出した消費者向け提案型事業運営を目指していくことが重要であり、販売上の強みでもあると考察される。また、今後は、行政機関(地方自治体)をはじめ、民間団体・事業者との協力・連携のもと、低炭素製品・サービス等の提供を通じ、家庭部門におけるCO2削減に向けた取組も増加してくるものと想定される。

(3) 2018 年度以降の取組予定

- ・シーリングライトを積極的にチラシ販売実施
- ・チラシ掲載を増やし、認知度の向上と特価販売を併用しながら昨対 130%の販売数を目指す。
- ・省エネ性をアピールし販売拡大
- ・2018 年 9 月以降、年間 1,500 本を販売目標(LED 直管 20 型)
- ・2018年9月以降、年間30,000個を販売目標(LED電球60W形)
- ・自社 CSR 活動の推進を図るため、当該製品の年間販売目標を 10%(24,000 個→26,400 個)引き上げる(LEDシーリングライト)
- ・自社 CSR 活動の推進を図るため、当該製品の年間販売目標を 10%(54,000 個→59,000 個)引き上げる(節水シャワー)

IV. 海外での削減貢献

(1) 海外での削減貢献の概要、削減見込量及び算定根拠

	海外での削減貢献	削減実績 (2017年度)	削減見込量 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
1	—	—	—	—
2	—	—	—	—
3	—	—	—	—

(削減貢献の概要、削減貢献量の算定根拠)

—

(2) 2017 年度の実績
 (取組の具体的な事例)

—

(取組実績の考察)

—

(3) 2018 年度以降の実績

—

V. 革新的技術の開発・導入

(1) 革新的技術・サービスの概要、導入時期、削減見込量及び算定根拠

	革新的技術・サービス	導入時期	削減見込量
1	—	—	—
2	—	—	—
3	—	—	—

(技術・サービスの概要・算定根拠)

—

(2) 革新的技術・サービスの開発・導入のロードマップ

	技術・サービス	2017	2018	2019	2020	2025	2030	2050
1	—	—	—	—	—	—	—	—
2	—	—	—	—	—	—	—	—
3	—	—	—	—	—	—	—	—

(3) 2017 年度の実績

(取組の具体的な事例、技術成果の達成具合、他産業への波及効果、CO2 削減効果)

① 参加している国家プロジェクト

—

② 業界レベルで実施しているプロジェクト

—

③ 個社で実施しているプロジェクト

—

(4) 2018 年度以降の実績

(技術成果の見込み、他産業への波及効果・CO2 削減効果の見込み)

① 参加している国家プロジェクト

—

② 業界レベルで実施しているプロジェクト

—

③ 個社で実施しているプロジェクト

—

(5) 革新的技術・サービスの開発に伴うボトルネック(技術課題、資金、制度など)

—

(6) 想定する業界の将来像の方向性(革新的技術・サービスの商用化の目途・規模感を含む)

* 公開できない場合は、その旨注釈ください。

—

(2020年)

(2030年)

(2030年以降)

VI. 情報発信、その他

(1) 情報発信(国内)

① 業界団体における取組

取組	発表対象: 該当するものに「○」	
	業界内限定	一般公開
<p>【環境資源に関する商品展示や情報提供を通じたPR活動】</p> <p>①商品見本市でのPR活動 当協会では、毎年、環境資源に関する業界内の意識向上を図るため、「環境・資源商品」に該当する商品を募集し、「省資源・省エネルギーに配慮した商品(詰替え商品は対象外)」をはじめとする5項目に分けて、「JAPAN DIY HOMECENTER SHOW」(当協会主催の見本市)にて展示し、積極的な普及啓発に努めている。</p> <p>②環境資源に関する情報提供 当協会会員各社向けに、環境関連の情報提供や説明会の実施等を行い、業界内の業務効率化への寄与や業界関係者の意識向上を目指している。</p>	○	○
<p>【会員各社における環境関連活動・取り組みの対外的な周知】</p> <p>当協会小売会員(ホームセンター)各社における環境関連活動・取り組みの把握を行い、各社の活動や取り組み事例を、協会ホームページから各社ホームページへの接続を通じて、対外的に幅広い周知が出来るよう取り組んでいる。</p>		○
<p>【流通システム標準化普及と物流の効率化の連携】</p> <p>当協会(EDI実務委員会)では、流通システムの標準化及び情報化(EDIの利用による商取引業務の効率化等)に向けた普及啓発に努めており、このシステムと商品の共同配送等を結びつけ、物流の効率化を目指している。将来的には、効率的な配送車両の運行や渋滞要因の改善等を図り、環境対策(CO2削減)への視点にもつながることが期待される。</p>	○	
<p>【外部機関からの依頼案件への対応等を通じた協力(連携)体制の構築】</p> <p>行政機関や関係団体等の外部機関からの情報提供、催事開催案内、調査協力依頼等に対する各種依頼案件への対応を通じた業界内外との協力体制により連携を図っている。</p>	○	○

<具体的な取組事例の紹介>

上記①のとおり。

② 個社における取組

取組	発表対象: 該当するものに「○」	
	企業内部	一般向け
自社ホームページに取り組み事例を掲載している。		○
自社ホームページに CO2 削減/ライトダウンキャンペーンに参加していること等を掲載し、情報発信している。		○
自社ホームページ「CSR活動」のページにて「節電の取り組み」等を紹介している。		○
自社ホームページに、環境推進体制、従業員の教育カリキュラムの実施、環境活動に対するデータ(エネルギー使用量、CO2 排出量、廃棄物排出量、省エネ・地球温暖化対策への投資額と経済効果)等を公開している。	○	○
ISO14001 認証取得(本社部門)により、月ごとに電力使用量、ガス使用量、廃棄物排出量の環境目標を設定し、実績を配信している。	○	○

<具体的な取組事例の紹介>

上記②のとおり。

③ 学術的な評価・分析への貢献

特になし。

(2) 情報発信(海外)

<具体的な取組事例の紹介>

特になし。

(3) 検証の実施状況

① 計画策定・実施時におけるデータ・定量分析等に関する第三者検証の有無

検証実施者	内容
<input checked="" type="checkbox"/> 政府の審議会	
<input type="checkbox"/> 経団連第三者評価委員会	
<input type="checkbox"/> 業界独自に第三者(有識者、研究機関、審査機関等)に依頼	<input type="checkbox"/> 計画策定 <input type="checkbox"/> 実績データの確認 <input type="checkbox"/> 削減効果等の評価 <input type="checkbox"/> その他 ()

② (①で「業界独自に第三者(有識者、研究機関、審査機関等)に依頼」を選択した場合)

団体ホームページ等における検証実施の事実の公表の有無

<input type="checkbox"/> 無し	
<input type="checkbox"/> 有り	掲載場所:

- (4) 2030年以降の長期的な取組の検討状況
特になし。

VII. 業務部門(本社等オフィス)・運輸部門等における取組

- (1) 本社等オフィスにおける取組
① 本社等オフィスにおける排出削減目標

■ 業界として目標を策定している

削減目標:2014年6月策定

【目標】

目標指標は、店舗における生産量(床面積×営業時間)当たりのエネルギー消費量(エネルギー消費原単位)とし、目標年度(2020年度)において、基準年度(2004年度)比15%の削減を目指す。

【対象としている事業領域】

参加企業の店舗等

- 業界としての目標策定には至っていない
(理由)

- ② エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績

本社オフィス等のCO₂排出実績(各年度・参加企業計)

(参加企業数)	2008 年度 (36社)	2009 年度 (32社)	2010 年度 (27社)	2011 年度 (27社)	2012 年度 (21社)	2013 年度 (17社)	2014 年度 (17社)	2015 年度 (19社)	2016 年度 (20社)	2017 年度 (17社)
延べ床面積 (万㎡):	698	868	912	821	835	793	838	904	890	759
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	54.769	53.154	39.72	51.76	55.13	48.69	46.34	46.32	46.64	34.90
床面積あたりの CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /m ²)	78.5	61.2	43.6	63.0	66.0	61.4	55.3	51.2	52.4	46.0
エネルギー消費 量(原油換算) (万kl)	32.8	34.2	29.9	33.0	26.5	21.2	20.5	21.3	22.0	17.2
床面積あたりエネ ルギー消費量 (l/m ²)	47.0	39.4	32.8	40.2	31.7	26.7	24.5	23.6	24.7	22.7

■ II.(1)に記載のCO₂排出量等の実績と重複

- データ収集が困難
(課題及び今後の取組方針)

③ 実施した対策と削減効果

【総括表】(詳細はエクセルシート【別紙8】参照。)

(単位:t-CO₂)

	照明設備等	空調設備	エネルギー	建物関係	合計
2017 年度実績	328.51	387.03	50.04	510.63	1,276.21
2018 年度以降	351.31	387.03	1.59	510.63	1,250.56

【2017 年度の実績】

(取組の具体的事例)

照明設備等:「高効率照明に交換する」

空調設備:「冷房温度 28 度」、「暖房温度 20 度」

エネルギー:「太陽光発電設備の導入」

建物関係:「窓ガラスへの遮熱フィルム貼付」

(取組実績の考察)

業務部門における取組(対策)として、照明設備等や空調設備を中心に実施されている。このうち、「高効率照明に交換」は、投資額が大きい取組となっている。当業界は小売業であることから、店舗照明や店内空調は重要な設備の一つである。特に業界内では店舗数や売場面積の増加等が見られることから、それに係るコストも大きいものと推測される。このため、会員各社では、小売業としてコストの大きい照明・空調設備への取組を行うことで、環境対策への積極的な取組と合わせて、自社の経営環境の効率化を図っているものと考察する。

【2018 年度以降の実績】

(今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素)

今後の対策の実施見通しとしては、当業界が小売業であることから、引き続き、取組において大きなウエイトを占める照明・空調設備等に関する取組(対策)を中心とする業務部門での取組(対策)を中心に実施していく予定としている。

(2) 運輸部門における取組

① 運輸部門における排出削減目標

業界として目標を策定している

削減目標:〇〇年〇月策定

【目標】

【対象としている事業領域】

■ 業界としての目標策定には至っていない

(理由)

対象とする事業領域は、流通小売業(ホームセンター業)として、業務部門(店舗等)を対象としていることから、運輸部門における業界独自の目標策定は行っていない。

② エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績

	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度
輸送量 (万トンキロ)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
輸送量あたり CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /トンキロ)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
エネルギー消費 量(原油換算) (万 kl)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
輸送量あたりエ ネルギー消費量 (l/トンキロ)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

II.(2)に記載の CO₂排出量等の実績と重複

データ収集が困難
(課題及び今後の取組方針)

③ 実施した対策と削減効果

* 実施した対策について、内容と削減効果を可能な限り定量的に記載。

年度	対策項目	対策内容	削減効果
2017年度	保有車両の運行・運用管理の効率化	社用車をガソリン車からハイブリッド車へ変更(3台)	社用車の燃料使用量が実施前と比べて30%削減
	保有車両の運行・運用管理の効率化	低公害車(ハイブリッド車等)の導入・入替	—
	保有車両の運行・運用管理の効率化	燃費の向上(アイドリングストップ等)	—
	保有車両の運行・運用管理の効率化	保有車両に低公害車を導入(社有車43台うち3台ハイブリッド車(2014年から2台増))	—
	配送の効率化	配送車両の運行台数の削減	—
	配送の効率化	商品センター等の新設	—
	配送の効率化	共同配送の実施(北海道の配送を取引先と協働しセンターに統合して配送を開始) ※トラックの配送台数の削減	—
	配送の効率化	商品センター等の新設(岐阜地区にクロスドック拠点を設置) ※中部地区の新店オープンの際、拠点として使用	—
その他	店舗への情報発信頻度の集約	—	
2018年度以降	保有車両の運行・運用管理の効率化	低公害車の入替(リース満了時に検討)	燃費約20%減
	保有車両の運行・運用管理の効率化	社用車をガソリン車からハイブリッド車へ変更(1台)	社用車の燃料使用量が実施前と比べて30%削減の見通し
	保有車両の運行・運用管理の効率化	保有車両に低公害車を導入(社有車43台うち3台ハイブリッド車から増やす予定)	1台入替で1台分の燃料使用量約50%削減の見込み
	配送の効率化	物流配送・宅配は他社に業務委託	—
	配送の効率化	遠隔地へのJRコンテナ輸送への切り替え(10tトラック輸送の物量JR5tコンテナを利用し配送を実施)	CO2排出量90%削減見込
	配送の効率化	東北物流センターの新設(遠距離店舗への配送ルートの短縮化)	CO2排出量50%削減見込

※対策等については、本計画参加企業における一例として記載。

【2017年度の取組実績】

(取組の具体的事例)

- ①保有車両の運行、運用管理の効率化:「低燃費(ハイブリッド)車への入替」
- ②配送の効率化:「配送車両の運行台数の削減」、「共同配送の実施」、「商品センター等の新設」

(取組実績の考察)

運輸部門における取組(対策)は、小売業としての立場から、「保有車両の運行・運用管理の効率化」や「配送の効率化」等が挙げられる。取組事例としては、「社用車を低燃費車(ハイブリッド車)へ入替」が多い他、共同配送等による配送車両の運行台数の削減、商品センターの新設により、車両そのものの効率化はもちろんのこと、配送方法の効率化を目指す取組が鋭意行われている。取引先(メーカー等)からの仕入れ・納品や、商品センターから各店舗へ商品配送(店舗配送)を行うことは、小売業として重要な業務の一つであり、それに係るコストも大きいものと考えられる。このため、各社は、小売業としてコストの大きい店舗配送をいかに効率よく実施していくかを重要視し、環境対策と経営効率を並行して図っているものと考察される。

【2018年度以降の取組予定】

(今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素)

上記③の表を参照。

(3)家庭部門、国民運動への取組等

【家庭部門での取組】

- ①一般家庭におけるエコ推進キャンペーン実施
 - ・商品販売しながらの啓発、BGM啓発、ポスター啓発、行政との連動
 - ・特定のエコ商品を購入するとハウスカードポイントを5倍進呈
 - ・一般家庭からダンボール、古紙を無料回収するリサイクルステーションを設置(設置店舗を拡大中)
 - ・チラシに節電をテーマにした商材を特集

【国民運動への取組】

- ①植林・緑化活動等の環境関連のボランティア実施
 - ・緑化活動事業(各地域)
 - ・「しずおか未来の森サポーター」への参加による森林整備活動
 - ・生物多様性を目的とする里山保全活動に参加
- ②政府や自治体を実施するエコキャンペーンへの参加促進
 - ・CO2削減/ライトダウンキャンペーン等への参加推進
 - ・高松市壁面緑化、緑のカーテン協賛
 - ・東海3県1市グリーン購入キャンペーンに毎年参加
- ③消費者や学童向け環境教室やセミナーの開催
 - ・障害者支援学校向けの出前授業の実施
 - ・校外学習の受け入れ等
- ④自治体等との環境事業連携
 - ・月1回自治体区域を中心に地域清掃活動を実施
- ⑤環境マネジメント(ISO14001)の取得を通じた環境啓発・意識向上
 - ・紙、ごみ、電気の削減とともに本社各部において業務改善を推進

VIII. 国内の企業活動における 2020 年・2030 年の削減目標

【削減目標】

<2020 年> (2014 年 6 月策定)

目標指標は、店舗における生産量(床面積×営業時間)当たりのエネルギー消費量(エネルギー消費原単位)とし、目標年度(2020 年度)において、基準年度(2004 年度)比 15%の削減を目指す。

<2030 年> (2018 年 8 月改定)

目標指標は、店舗における生産量(床面積×営業時間)当たりのエネルギー消費量(エネルギー消費原単位)とし、目標年度(2030年度)において、基準年度(2013年度)比17%の削減を目指す。

【目標の変更履歴】

<2020年>

なし

<2030 年> (2015 年 5 月策定)

目標指標は、店舗における生産量(床面積×営業時間)当たりのエネルギー消費量(エネルギー消費原単位)とし、目標年度(2030年度)において、基準年度(2004年度)比25%の削減を目指す。

【その他】

なし

【昨年度フォローアップ結果を踏まえた目標見直し実施の有無】

- 昨年度フォローアップ結果を踏まえて目標見直しを実施した
(見直しを実施した理由)

・従来の削減目標水準において進捗率が大きかったことから、見直し(引き上げ)を行った。

- 目標見直しを実施していない

(見直しを実施しなかった理由)

【今後の目標見直しの予定】

- 定期的な目標見直しを予定している(〇〇年度、〇〇年度)

- 必要に応じて見直すことにしている

(見直しに当たっての条件)

目標見直しのための前提条件として、カバー率の向上(課題)があることから、カバー率が向上し、業界内の取組実態により近い形で反映される必要がある。このため、業界内の取組実態により近い形で反映された上で、目標見直しを図っていくことが重要であることを鑑み、今後は必要に応じて見直ししていくことを想定している。

(1) 目標策定の背景

当業界における背景として、店舗数の増加傾向や店舗面積の拡大傾向が見られること、また低炭素社会実行計画の参加(調査回答)企業数の変動や、参加企業が同一ではないこと等がある。こうした背景のもと、当初設定の削減目標に対する進捗率が大きくなったこと(目標を大きく達成したこと)から、今年度、目標の見直しを図った。

(2) 前提条件

【対象とする事業領域】

流通小売業(ホームセンター業)として、業務部門(店舗等)を対象とする。

【2020 年・2030 年の生産活動量の見通し及び設定根拠】

<生産活動量の見通し>

計画参加(調査回答)企業数や店舗数の変動等、業界内における不確定要素により、2020 年及び 2030 年の見通しを立てることは困難である。

<設定根拠、資料の出所等>

2020年及び2030年の見通しを立てることが困難であることから、設定根拠等はなし。

【計画策定の際に利用した排出係数の出典に関する情報】※CO₂目標の場合

排出係数	理由/説明
電力	<ul style="list-style-type: none"><input checked="" type="checkbox"/> 基礎排出係数(2017年度 発電端/受電端)<input type="checkbox"/> 調整後排出係数(〇〇年度 発電端/受電端)<input type="checkbox"/> 特定の排出係数に固定<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 過年度の実績値(〇〇年度 発電端/受電端)<input type="checkbox"/> その他(排出係数値:〇〇kWh/kg-CO₂ 発電端/受電端) <p><上記排出係数を設定した理由> 自主行動計画への参加時より同排出係数に基づき算出していたことから、引き続き同排出係数の設定を通じて、連続性を重視したため。</p>
その他燃料	<ul style="list-style-type: none"><input checked="" type="checkbox"/> 総合エネルギー統計(2017年度版)<input type="checkbox"/> 温対法<input type="checkbox"/> 特定の値に固定<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 過年度の実績値(〇〇年度:総合エネルギー統計)<input type="checkbox"/> その他 <p><上記係数を設定した理由> 低炭素社会実行計画のフォローアップにおける係数を利用しているため。</p>

【その他特記事項】

特になし。

(2) 目標指標選択、目標水準設定の理由とその妥当性

【目標指標の選択理由】

当業界における目標指標は、「エネルギー消費原単位」を選択している。目標指標については、従来からの「床面積×営業時間」とすることが、経営実態を踏まえた形で把握できることから設定してきた。理由は、当業界が小売業として取扱商品の特性等から、多くが広空間・開放型の店舗構造(販売形態)であり、エネルギー消費量との相関があるためである。これにより、こうした設定根拠から従来の自主行動計画同様に、低炭素社会実行計画においても「エネルギー消費原単位」を目標として選択している。

【目標水準の設定の理由、自ら行いうる最大限の水準であることの説明】

<選択肢>

- 過去のトレンド等に関する定量評価(設備導入率の経年的推移等)
- 絶対量/原単位の推移等に関する見通しの説明
- 政策目標への準拠(例:省エネ法1%の水準、省エネベンチマークの水準)
- 国際的に最高水準であること
- BAUの設定方法の詳細説明
- その他

<最大限の水準であることの説明>

当業界は、これまで2008年度から2012年度(目標期間5年間)までの自主行動計画において、5年間平均で26.8%の削減を達成しており、今回の15%削減(注:目標年度2020年度と基準年度2004年度比で15%の削減)は、取組主体たる各企業の負担を勘案しても十分実現可能であると判断して、2020年度目標を設定した。

一方、2030 年度目標については、低炭素社会の実現に向けた取組が今後一層、重要視されることに鑑み、削減目標水準の見直しが各社への更なる意識付けにつながり、業界として社会的責務を果たしていくことが不可欠であると思われる。このため、従来の削減目標水準において進捗率が大きかったことから、2013 年度比で 17%の削減へ見直し(引き上げ)を行った。この見直しについては、省エネ法による削減目標(毎年 1%の削減)に比べても遜色ないものとする。

【BAU の定義】 ※BAU 目標の場合

<BAU の算定方法>

BAU目標は設定していない。

<BAU 水準の妥当性>

—

<BAU の算定に用いた資料等の出所>

—

【国際的な比較・分析】

国際的な比較・分析を実施した(〇〇〇〇年度)
(指標)

(内容)

(出典)

(比較に用いた実績データ)〇〇〇〇年度

実施していない
(理由)

当業界は、参加企業数の変動が大きいことや、業界内のカバー率が低いこと等から、正確な業界実態の把握ができておらず、国際的な比較は困難である。

【導入を想定しているBAT(ベスト・アベイラブル・テクノロジー)、ベストプラクティスの削減見込量、算定根拠】

<設備関連>

対策項目	対策の概要、 BATであることの説明	削減見込量	普及率見通し
—	—	—	—
—	—	—	—
—	—	—	—

(各対策項目の削減見込量・普及率見通しの算定根拠)

—

(参照した資料の出所等)

—

<運用関連>

対策項目	対策の概要、 ベストプラクティスであることの説明	削減見込量	実施率見通し
—	—	—	—
—	—	—	—
—	—	—	—

(各対策項目の削減見込量・実施率見通しの算定根拠)

—

(参照した資料の出所等)

—

<その他>

対策項目	対策の概要、ベストプラクティスであることの説 明	削減見込量	実施率 見通し
—	—	—	—

(各対策項目の削減見込量・実施率見通しの算定根拠)

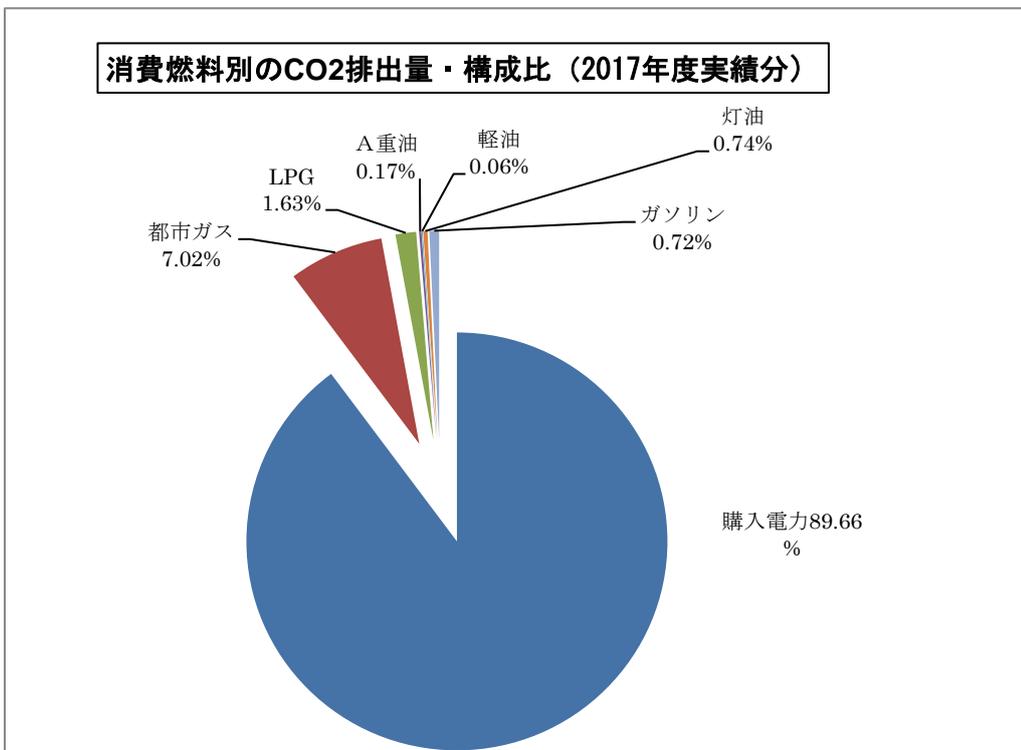
—

(参照した資料の出所等)

—

(3) 目標対象とする事業領域におけるエネルギー消費実態

【工程・分野別・用途別等のエネルギー消費実態】



出所: 2018 年度低炭素社会実行計画フォローアップ調査(当協会実施)より

【電力消費と燃料消費の比率(CO₂ベース)】

電力: 89.7%、燃料: 10.3%