

チェーンストア業界の「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	2020年度に店舗ごとのエネルギー原単位の平均値 ¹ を基準年度(1996年度: 0.1180kWh/m ² ・h)比24%削減(0.0897 kWh/m ² ・h)。2015年7月の会員企業59社を対象とします。ただし、会員企業数や会員企業が行うサービス内容にエネルギー原単位に大きな影響を及ぼす変化が生じた場合には見直しを行います。
	設定根拠	<p><u>対象とする事業領域:</u> 会員企業の店舗を対象とします。</p> <p><u>将来見通し:</u> 当協会は会員が主として行う事業が食品スーパー、ホームセンター等それぞれ異なっており、店舗におけるエネルギー使用機器の構成に大きな違いがあることから、店舗ごとのエネルギー原単位の差は他の業界に比較して大きなものとなっています。 また、当協会は店内調理の増加等、お客様のニーズに対して様々なサービスの提供が求められています。こうしたこともエネルギー原単位について大きな変動要因となります。</p> <p>このように、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については現時点で予測が困難となっており、エネルギー原単位の将来的な見直しにおける不確定要素が多いことから、会員構成等の変動によっては目標数値の変更も考えられます。</p> <p><u>BAT:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・LEDスポットライト等省エネ機器の導入、入れ替え ・BEMS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 <p><u>電力排出係数:</u> エネルギー原単位での目標設定のため、電力排出係数は考慮していません。</p> <p><u>その他:</u> 特になし</p>
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<p><u>概要・削減貢献量:</u> レジ袋削減の継続、容器包装の少ない商品の販売・開発等を行うことを通じて、生活者が廃棄する際のCO₂排出量を抑制するよう取り組みを進めます。全体の削減量は不明ですが、レジ袋については1枚(6.62g)の辞退により約10gのCO₂削減効果が期待できます(製造にかかるCO₂排出量として)。(レジ袋重量:プラスチック容器包装リサイクル推進協議会、CO₂排出量:(一社)プラスチック循環利用協会)</p>
3. 海外での削減貢献		<p><u>概要・削減貢献量:</u> 海外に店舗を出店する際には、地域の実情に応じ、出来るだけ省エネルギーとなるような店舗づくり、店舗運営を行っていきます。</p>
4. 革新的技術の開発・導入		<p><u>概要・削減貢献量:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・LEDスポットライト等省エネ機器の導入、入れ替え ・BEMS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
5. その他の取組・特記事項		<p>フォローアップ等を通じて得られた優良事例については会員企業にフィードバックをしていくとともに、HPへの掲載等を通じて会員外の事業者や生活者にも認知度を深めていただきます。</p>

¹ 二次エネルギー消費量の換算値としております。

チェーンストア業界の「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	2020年度に店舗ごとのエネルギー原単位の平均値 ² を基準年度(1996年度: 0.1180kWh/m ² ・h)比24%削減(0.0897 kWh/m ² ・h)。2015年7月の会員企業59社を対象とします。ただし、会員企業数や会員企業が行うサービス内容にエネルギー原単位に大きな影響を及ぼす変化が生じた場合には見直しを行います。
	設定根拠	<p><u>対象とする事業領域:</u> 会員企業の店舗を対象とします。</p> <p><u>将来見通し:</u> 当協会は会員が主として行う事業が食品スーパー、ホームセンター等それぞれ異なっており、店舗におけるエネルギー使用機器の構成に大きな違いがあることから、店舗ごとのエネルギー原単位の差は他の業界に比較して大きなものとなっています。 また、当協会は店内調理の増加等、お客様のニーズに対して様々なサービスの提供が求められています。こうしたこともエネルギー原単位について大きな変動要因となります。</p> <p>このように、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については現時点で予測が困難となっており、エネルギー原単位の将来的な見直しにおける不確定要素が多いことから、会員構成等の変動によっては目標数値の変更も考えられます。</p> <p><u>BAT:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・LEDスポットライト等省エネ機器の導入、入れ替え ・BEMS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 <p><u>電力排出係数:</u> エネルギー原単位での目標設定のため、電力排出係数は考慮していません。</p> <p><u>その他:</u> 特になし</p>
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<p><u>概要・削減貢献量:</u> レジ袋削減の継続、容器包装の少ない商品の販売・開発等を行うことを通じて、生活者が廃棄する際のCO₂排出量を抑制するよう取り組みを進めます。全体の削減量は不明ですが、レジ袋については1枚(6.62g)の辞退により約10gのCO₂削減効果が期待できます(製造にかかるCO₂排出量として)。(レジ袋重量:プラスチック容器包装リサイクル推進協議会、CO₂排出量:(一社)プラスチック循環利用協会)</p>
3. 海外での削減貢献		<p><u>概要・削減貢献量:</u> 海外に店舗を出店する際には、地域の実情に応じ、出来るだけ省エネルギーとなるような店舗づくり、店舗運営を行っていきます。</p>
4. 革新的技術の開発・導入		<p><u>概要・削減貢献量:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・LEDスポットライト等省エネ機器の導入、入れ替え ・BEMS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
5. その他の取組・特記事項		<p>フォローアップ等を通じて得られた優良事例については会員企業にフィードバックをしていくとともに、HPへの掲載等を通じて会員外の事業者や生活者にも認知度を深めていただきます。</p>

² 二次エネルギー消費量の換算値としております。

◇ 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
- 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

（修正箇所、修正に関する説明）

調査標項目	昨年度のコメント・指摘	コメント・指摘を踏まえた今年度の対応
II.（1）実績の総括表	調査票とデータシートで報告されているデータは、アンケートを提出した企業の合計値ということによろしいでしょうか。（昨年度資料の p.7）	調査票とデータシートで報告されているデータは、アンケート回答を得た会員企業の保有店舗のうち、データ審査を通過した店舗（有効回答）の合計値もしくは平均値となります。本項にて明記しました。（今年度資料の p.7）
その他	環境省において「脱炭素経営による企業価値向上促進プログラム」の実施により、SBT、RE100、EV100 等の目標設定の支援や、脱炭素経営のネットワークづくり等を進めている。また、一部の国内外流通・サービス系企業は、EV100 へ参加しており、2030 年までに、電気自動車への移行またはインフラ整備等の普及に積極的に取り組んでいる。温暖化対策の推進に向け、EV シフトを打ち出す流通・小売業が増え始めていると思うが、これらの取組を参考に EV100 への参加を目指してはいかがか。	EV100 に加盟し、EV を活用した実証事業を開始している会員企業を確認しています。この他、RE100 加盟や SBT 認証取得を行っている会員企業や、IoT・AI をはじめとした最新技術の活用を計画している会員企業もございますので、「II.（4）実施した対策、投資額と削減効果の考察」の該当項目にて概要を記載いたしました。（今年度資料の p.17）
その他	海外での店舗展開等の際し、省エネ機器の導入等に取り組んでいただいている。今後も、JCM（二国間クレジット）の補助事業等を活用いただき、再生可能エネルギーや省エネ機器の普及を促進いただくことで、CO ₂ 排出量削減に貢献していただきたい。	JCM 制度を活用しながら積極的に海外店舗の CO ₂ 排出削減に取り組んでいる会員企業が見られますので、「II.（9）クレジット等の活用実績・予定と具体的事例」の該当項目にて概要を記載いたしました。（今年度資料の p.20～21）

チェーンストア業における地球温暖化対策の取組

2019年12月18日
日本チェーンストア協会

I. チェーンストア業の概要

(1) 主な事業

●標準産業分類コード

- 食品、衣料品、日用雑貨等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

●日本チェーンストア協会概要（2019年3月末現在）³

- 会員企業数 58社
- 売上高 12兆9,731億円
- 店舗数 10,596店
- 売場面積 25,783,322㎡

(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	1,024,881事業所 ⁴	団体加盟 企業数	58社	計画参加 企業数	58社 ^{5,6}
市場規模	143兆50億円 ⁷	団体企業 売上規模	12兆9,731億円	参加企業 売上規模	12兆9,731億円 (100.0%)
エネルギー 消費量	75.6TJ ⁸	団体加盟企 業エネル ギー消費量	—	計画参加企 業エネル ギー消費量	—

(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

³ 出所：日本チェーンストア協会 平成30年度チェーンストア販売概況について

⁴ 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）

⁵ 当協会においては全会員企業が低炭素社会実行計画に参加していますが、データの提出を行った企業数は上記のうち29社になっています。

⁶ 2019年3月末時点の会員企業数は58社でしたが、その後入退会があり、アンケート実施時期には55社になっています。

⁷ 出所：経済産業省 平成29年度商業動態統計 第I部 商業販売（小売業全体の合計）

⁸ 出所：資源エネルギー庁 平成29年度総合エネルギー統計（産業分類I57、I58の合計）

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

(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 (2007年度)	2018年度 実績	2019年度 見通し	2020年度 見通し	2030年度 見通し
企業数	100%	100%	100%	100%	100%	100%
売上規模	100%	100%	100%	100%	100%	100%
エネルギー 消費量	100%	100%	100%	100%	100%	100%

(カバー率の見通しの設定根拠)

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関係で、売上規模及びエネルギー消費量の見通し設定が困難となっております。

② カバー率向上の具体的な取組

当協会においては全会員企業が低炭素社会実行計画に参加しています。アンケートの回収率の向上のため、継続して会員企業への理解醸成に努めていきます。

(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）	アンケート提出企業の営業時間、延床面積の回答に基づき算出。
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）	アンケート提出企業のエネルギー消費量の回答に基づき算出。
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）	アンケート提出企業のエネルギー消費量の合計に調整後排出係数を乗じて算出。

【アンケート実施時期】

2019年7月～2019年9月

【アンケート対象企業数】

55社（アンケート実施時期の会員企業数）

【アンケート回収率】

52.7%（55社中29社） 過去5年間の回収率実績：2013年度 62.7%（59社中37社）
2014年度 62.1%（60社中37社）
2015年度 56.1%（57社中31社）
2016年度 48.2%（56社中27社）
2017年度 48.2%（56社中27社）

【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
- バウンダリーの調整を実施している

当協会会員企業のうち1社について他の業界との重複があったため、集計対象から除外いたしました。結果、集計対象企業数は28社となりました。

【その他特記事項】

●会員企業の構成の変化について

昨年度から本年度にかけて会員企業の入退会がありました（入会3社、退会4社）。会員企業の構成の変化が協会全体の削減目標達成にどのように影響するかを意識しながら、引き続き積極的に省エネルギー対策に取り組んでいきます。

●実績値の記載方法について

年度により、回答企業の業態別構成が異なります。スーパーとホームセンター等多様な業種から回答を得た場合、業態構成別に比較しやすいように各種実績値を「スーパーのみ」「スーパー・ホームセンター等混合」の2ケースに分けて記載しております。なお、2018年度実績に関しては、ホームセンター等から回答が得られずスーパーのみからの回答となったため、ケース分けせずスーパーという単業種の数値を示しております。

II. 国内の企業活動における削減実績

「I. チェーンストア業の概要」にて述べたとおり、年度により、回答企業の業態別構成が異なります。スーパーとホームセンター等多様な業種から回答を得た場合、業態構成別に比較しやすいように各種実績値を「スーパーのみ」「スーパー・ホームセンター等混合」の2ケースに分けて記載しております。2018年度実績に関しては、ホームセンター等から回答が得られずスーパーのみからの回答となったため、ケース分けせずスーパーという単業種の数値を示しております。

なお、各種実績値は、アンケート回答を得た会員企業の保有店舗のうち、データ審査を通過した店舗（有効回答）の合計値もしくは平均値となります。

(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 (2006年度)	2017年度 実績	2018年度 見通し	2018年度 実績	2019年度 見通し	2020年度 目標	2030年度 目標
生産活動量 ($10^{10}\text{m}^2 \cdot \text{h}$)	—	7.8	—	7.1	—	—	—
エネルギー 消費量(電力 換算億kWh)	—	130.1	—	144.5	—	—	—
内、電力消費 量(億kWh)	—	41.6	—	42.0	—	—	—
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	— ※1	219.8 ※2	— ※3	209.7 ※4	— ※5	— ※6	— ※7
エネルギー 原単位(kWh/ $\text{m}^2 \cdot \text{h}$)	0.1180 9, 10	0.0903 9, 10	—	0.0894 9, 10	—	0.0897 9, 10	0.0897 9, 10
CO ₂ 原単位 (万t-CO ₂ / $10^{10}\text{m}^2 \cdot \text{h}$)	—	28.2	—	29.7	—	—	—

【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4	※5	※6	※7
排出係数[kg-CO ₂ /kWh]		4.96		4.63			
実排出/調整後/その他		調整後		調整後			
年度		2017		2018			
発電端/受電端		受電端		受電端			

⁹ エネルギー原単位は、二次エネルギー消費量の換算値としております。

¹⁰ 当協会は、エネルギー消費量の総量と生産活動量の総量による割り算で得られた原単位ではなく、店舗ごとのエネルギー原単位の平均値を目標指標としております。

【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 type="checkbox"/> 基礎排出係数（発電端／受電端） <input checked="" 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） <上記排出係数を設定した理由> 従来より調整後排出係数を使用して評価を頂いてきているため。
その他燃料	<input checked="" type="checkbox"/> 総合エネルギー統計（2020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 <上記係数を設定した理由> 従来より上記統計の排出係数を使用して評価を頂いてきているため。

（2）2018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	1996年度	▲24.0%	0.0897 kWh/m ² ・h

目標指標の実績値			進捗状況		
基準年度実績 (BAU 目標水準)	2017年度実績	2018年度実績	基準年度比 /BAU 目標比	2017年度比	進捗率*
0.1180 kWh/m ² ・h	0.0903 kWh/m ² ・h	0.0894 kWh/m ² ・h	▲24.0%	▲0.9%	101.0%

* 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>

2020年目標と同様です。

【調整後排出係数を用いたCO₂排出量実績】

	2018年度実績	基準年度比	2017年度比
CO ₂ 排出量	209.7万 t-CO ₂	—	▲4.6%

(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】

<2018 年度実績値>

生産活動量（単位：10¹⁰ m²・h）：7.1（2017 年度比▲9.5%）

<実績のトレンド>

（グラフ）

「I. チェーンストア業の概要」にて述べたとおり、年度により、回答企業の業態別構成が異なります。スーパー¹¹とホームセンター等¹²多様な業種から回答を得た場合、業態構成別に比較しやすいように各種実績値を「スーパーのみ」「スーパー・ホームセンター等混合」の2 ケースに分けて記載しております。2018 年度実績に関しては、ホームセンター等から回答が得られずスーパーのみからの回答となったため、ケース分けせずスーパーという単業種の数値を示しております。

なお、2013 年度に低炭素社会実行計画に移行してから、延床面積は、売場面積を用いた推定値からアンケート回答に基づく実績値への採用へ変更しました。売場面積を用いた推定値では延床面積を過小に推定していたため、この変更により、2013 年度の平均延床面積が増大し、それに伴い生産活動量も増大しています。

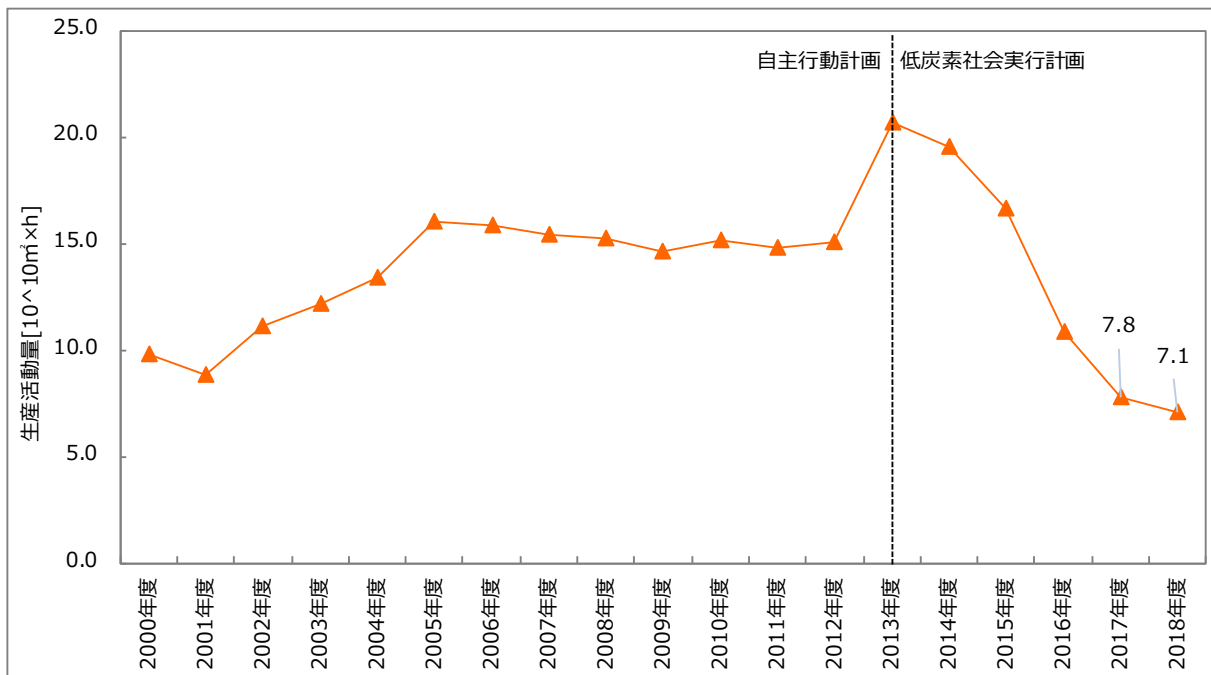


図 1 生産活動量の推移

¹¹ 「スーパー」の定義：産業分類 58（飲食料品小売業）の事業のみ、もしくは産業分類 57（織物・衣服・身の回り品小売業）・58（飲食料品小売業）の両方の事業を行っている店舗

¹² 「ホームセンター等」の定義：産業分類 57（織物・衣服・身の回り品小売業）の事業のみ行っている店舗

(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)

2018年度の生産活動量は、前年度比で9.5%減となっております。この傾向は、会員企業の入退会による回答・集計対象店舗の数と性質の変化が主な原因となっております。前年度は計26社・2,191店舗が集計対象となったのに対し、2018年度には計28社・2,486店舗となっています。集計対象店舗数の増加により、2018年度の年間営業時間は前年度より17.8%増加しています。一方で会員企業の入退会により、延床面積の小さい店舗の割合が増加したことから、2018年度の合計延床面積は前年度より11.6%減少しています。

(参考) 生産活動量の変動要因

指標 ¹³	2017年度実績(指数)	2018年度実績(指数)
集計店舗数	2,191店 (1)	2,486店 (1.135)
延床面積	16,654,948 m ² (1)	14,730,497 m ² (0.884)
集計店舗当たり 延床面積	7,602 m ² /店 (1)	5,925 m ² /店 (0.779)
年間営業時間	10,779,980 時間 (1)	12,698,675 時間 (1.178)
集計店舗当たり 年間営業時間	4,920 時間/店 (1)	5,108 時間/店 (1.038)

なお、協会全体の売上に関しては、2017年度が12兆9,344億円だったのに対し、2018年度には12兆9,731億円と、0.3%の増加となっております。

(参考) 協会全体の売上動向

指標 ¹³	2017年度実績(指数)	2018年度実績(指数)
協会全体の売上高	12,934,352 百万円 (1)	12,973,141 百万円 (1.003)

¹³ いずれの指標も、前年度の指数を「1」としています。

【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

＜2018年度の実績値＞

エネルギー消費量（単位：kWh）： 144.5 （2017年度比+11.0%）

エネルギー原単位（単位：kWh/m²・h）： 0.0894 （基準年度比▲24.0%、2017年度比▲0.9%）

＜実績のトレンド＞

（グラフ）

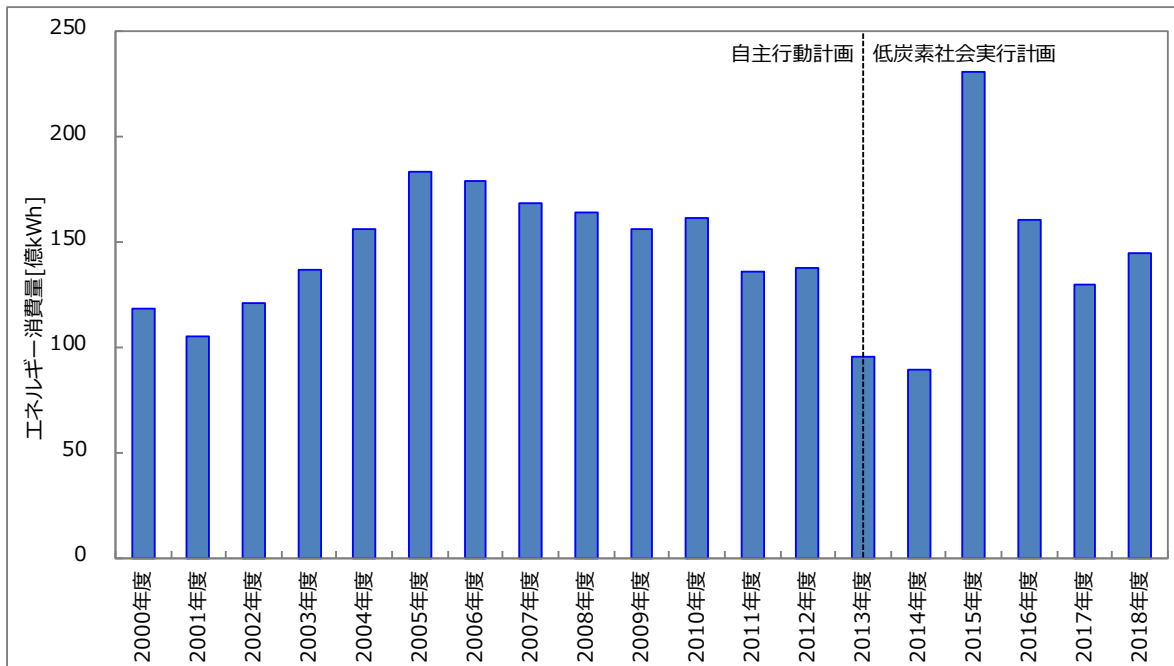


図 2 エネルギー消費量の推移

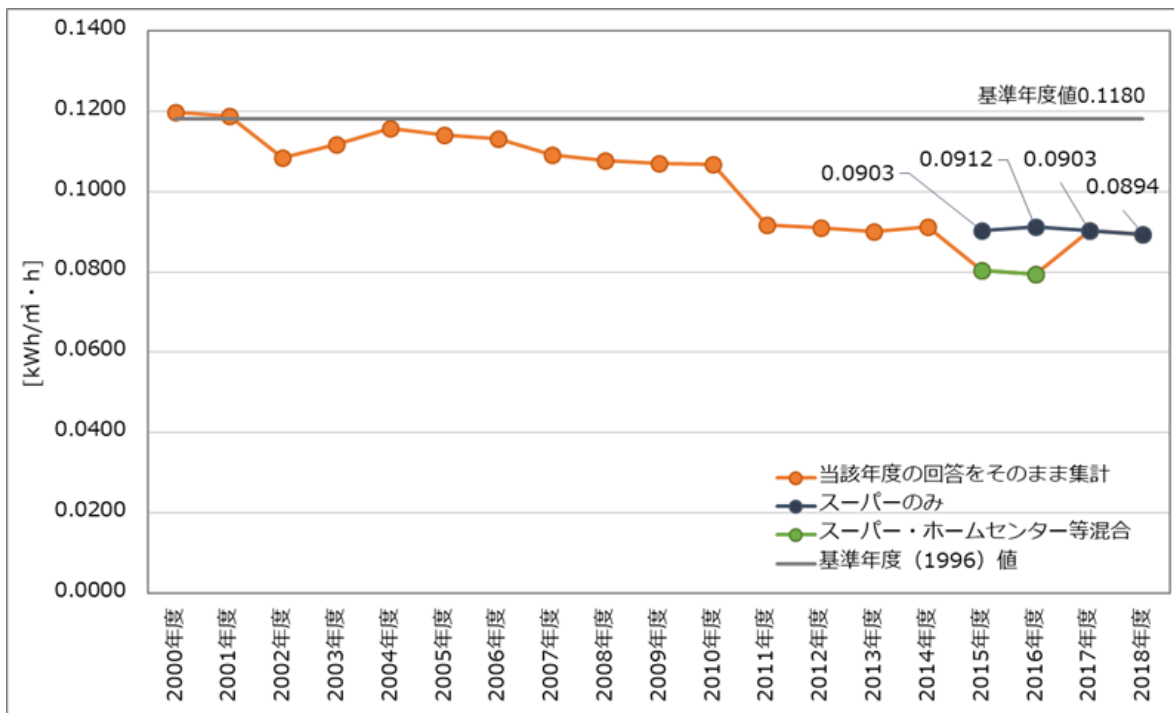


図 3 エネルギー原単位の推移

(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)

当協会が採用した算出方法(店舗ごとのエネルギー原単位の平均値)をもとに、エネルギー原単位(二次換算値)の経年変化を算出しています。

当協会のエネルギー原単位は、集計対象に含まれる店舗の業態の内訳に大きく影響を受けています。業態分類は大きく「スーパー」と「ホームセンター等」に分かれますが、前者のスーパーは食料品の冷蔵・冷凍が必要であり、店内調理も発生するのに対し、後者のホームセンター等はこのような活動が発生しません。そのため、この2つの業態ではエネルギー原単位が大きく異なります。

当協会の実績のトレンドとして、当該年度の回答をそのまま集計した場合(図3 オレンジ色の線グラフ)、スーパーからのみ回答を得た場合(図3 青色の線グラフ)、スーパーとホームセンター等の複数業種から回答を得た場合(図3 緑色の線グラフ)に分けて3種類の線グラフを示しています。

(参考) 集計対象企業・店舗数の業態別内訳

		2016 年度	2017 年度	2018 年度
スーパー	集計対象企業数	24	26	28
	集計対象店舗数	2,523	2,191	2,486
ホームセンター等	集計対象企業数	2	0	0
	集計対象店舗数	844	0	0
合計	集計対象企業数	26	26	28
	集計対象店舗数	3,367	2,191	2,486

例えば 2016 年度にはスーパーとホームセンター等の異なる業態から回答を得ましたが、この時の協会全体のエネルギー原単位は、緑色の線グラフにて示すとおり、0.0794 kWh/m²・h となっております。また、業態別のエネルギー原単位は、スーパーに関しては青色の線グラフにて示すとおり 0.0912 kWh/m²・h、ホームセンター等に関しては本年度のグラフには明示していませんが 0.0441 kWh/m²・h となっており、業態間で顕著な差が見られます。

一方で、2018 年度はホームセンター等から回答が得られずスーパーのみからの回答となったため、エネルギー原単位は、青色の線グラフにて示すとおり 0.0894 kWh/m²・h という結果となりました。基準年度比でいうと 24.0%減、前年度比でいうと 0.9%減となっております。

<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)

上述の通り、当協会のエネルギー原単位は集計対象に含まれる企業や店舗の内訳に大きく影響を受けているため、エネルギー消費量の見通しや省エネルギー対策の効果の把握が困難となっております。

(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
- ベンチマーク制度の対象業種ではない

<ベンチマーク指標の状況>

●ベンチマーク指標

商業統計で掲げる業態分類表における食料品スーパーをベンチマーク対象店舗とし、当該事業を行っている店舗におけるエネルギー使用量(単位:ギガジュール)を下記①から③の合計量(単位:ギガジュール)にて除した値を、店舗ごとのエネルギー使用量により加重平均した値。

- ① 延床面積(単位:平方メートル)に 2.543 を乗じた値
- ② 年間営業時間(単位:時間)に 0.684 を乗じた値
- ③ 冷ケース尺数(単位:尺)に 5.133 を乗じた値

●ベンチマーク制度の目指すべき水準: 0.799 以下(上位 15%が達成できる水準)

●2018 年度実績: 2019 年 4 月より対象とするため、2018 年度実績はありません。

<今年度の実績とその考察>

2020 年度から、フォローアップ調査におけるベンチマーク指標の報告に向けてデータ取得を進めます。

【CO₂排出量、CO₂原単位】

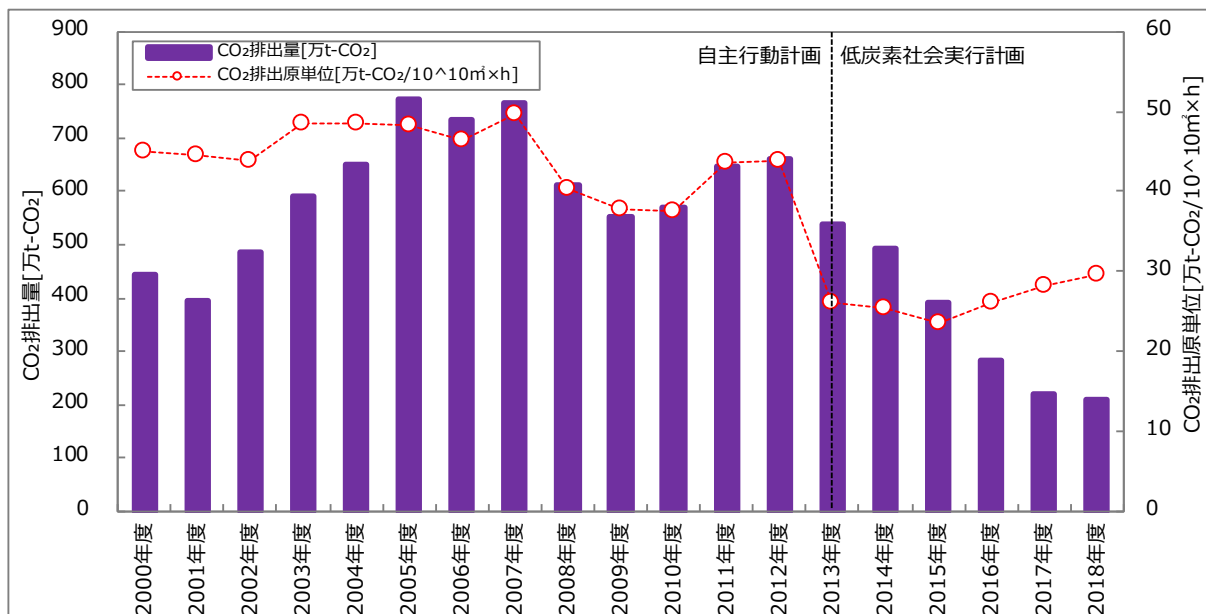
<2018 年度の実績値>

CO₂ 排出量（単位：万 t-CO₂ 電力排出係数：4.63kg-CO₂/kWh）：209.7 万 t-CO₂（2017 年度比▲4.6%）

CO₂ 原単位（単位：万 t-CO₂/10¹⁰ m²・h 電力排出係数：4.63kg-CO₂/kWh）：29.7（2017 年度比+5.4%）

<実績のトレンド>

（グラフ）



電力排出係数：4.63kg-CO₂/kWh

図 4 CO₂ 排出量と CO₂ 原単位の推移

（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）

2018 年度の CO₂ 排出量は 209.7 万 t-CO₂ と、前年度比で 4.6% 減となっております。一方、CO₂ 原単位に関しては 29.7 万 t-CO₂/10¹⁰ m²・h と、前年度比で 5.4% 増となっております。CO₂ 排出量・生産活動量がともに前年度比で減少しているにもかかわらず CO₂ 原単位が増加しているのは、2018 年度集計対象店舗のうち、エネルギー原単位の大きい店舗の占める割合が増大したことに起因していると考えられます。

なお、2012 年度から 2013 年度にかけて CO₂ 原単位が大幅に減少していますが、これは低炭素社会実行計画に移行してから、延床面積は売場面積を用いた推定値からアンケート回答に基づく実績値への採用へ変更したことが原因として挙げられます。この変更によって、2013 年度における生産活動量が増大したため、CO₂ 排出量が減少しています。

【要因分析】

CO₂ 排出量とエネルギー消費量は、集計対象企業の内訳によって大きく変動するため、各要因の把握が困難となっております。

(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)
2018年度	省エネ型照明(LED等)の導入			
	省エネ型空調設備の導入			
	省エネ型冷蔵・冷凍設備(自然冷媒、扉付き等)の導入			
	効率的な制御機器(BEMS、スマートメーター等)の導入			
2019年度以降	省エネ型照明(LED等)の導入			
	省エネ型空調設備の導入			
	省エネ型冷蔵・冷凍設備(自然冷媒、扉付き等)の導入			
	効率的な制御機器(BEMS、スマートメーター等)の導入			

業界全体の投資額と削減効果は集計が困難ですが、個別企業における削減効果については、下記【2018年度の取組実績】、【2019年度以降の取組予定】及び別紙6をご参照ください。

【2018年度の取組実績】

(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)

各社の投資額は集計が困難となっております。

(取組の具体的事例)

対策	取組内容
省エネ型照明(LED等)の導入	<ul style="list-style-type: none"> 冷ケースの棚下照明のLED化 (総合スーパー 45店舗、食料品スーパー 13店舗) バックヤード階段で人感センサー付きLED照明の導入 (食料品スーパー 1店舗)
省エネ型空調設備の導入	<ul style="list-style-type: none"> 空調機制御のインバータ化 (総合スーパー 22店舗)
省エネ型冷蔵・冷凍設備(自然冷媒、扉付き等)の導入	<ul style="list-style-type: none"> CO₂冷媒の冷凍設備の導入 (食料品スーパー 1店舗) 冷食・アイスのリーチイン化 (食料品スーパー 2店舗) 既存の冷凍食品平ケースへの引き戸の取付 (総合スーパー 2店舗) ナイトカバーの設置 (総合スーパー 31店舗)
効率的な制御機器(BEMS、スマートメーター等)の導入	<ul style="list-style-type: none"> デマンド監視装置の設置 (総合スーパー 38店舗)

(取組実績の考察)

新規開店時や店舗改装時において、可能なところから省エネルギーにつながる機器の導入を進めてきており、継続的に CO₂ 削減効果も確認されています。

【2019 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)

引き続き上記の取組を行っていくことが重要と考えます。当協会の場合、個人消費の動向に大きな影響を受けるため、個人消費が落ち込むようなことがあれば、継続的な投資を行うことが難しくなります。

【BAT、ベストプラクティスの導入進捗状況】

<設備関連>

BAT・ベストプラクティス等	導入状況・普及率等 ¹⁴	導入・普及に向けた課題
省エネ型照明（LED 等）の導入	2018年度：92.9% （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ります。 省エネ型冷蔵・冷凍設備や効率的な制御機器については、投資額が大きいことから、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ます。よって、直近数年は現状維持と想定しております。
	今後の見通し：97.4% （有効回答：12社）	
省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入	2018年度：92.9% （有効回答：14社）	
	今後の見通し：97.1% （有効回答：9社）	
効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入	2018年度：83.3% （有効回答：6社）	
	今後の見通し：88.9% （有効回答：4社）	

<運用関連>

BAT・ベストプラクティス等	導入状況・普及率等 ¹⁴	導入・普及に向けた課題
照明調整（間引き、点灯消灯時間調整、人感センサー等）	2018年度：100% （有効回答：12社）	お客様の安全の確保の観点で過度な消灯・明るさ調整ができません。よって、直近数年は現状維持と想定しております。
	今後の見通し：100% （有効回答：12社）	
冷蔵・冷凍設備の設定温度の調整	2018年度：100% （有効回答：12社）	
	今後の見通し：100% （有効回答：11社）	

¹⁴ 2018 年度普及率・今後の見通しの算出方法：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。

【IoT等を活用したエネルギー管理の見える化の取組】

●総合スーパー

エネルギー管理関係では、大手総合スーパーの会員企業が AI 技術を活用した従来店舗より大幅に省エネな店舗の開発、並びに IoT を活用した店舗間のエネルギー融通システムの構築に取り組んでいます。この他、機器メーカーと連携し、IoT を活用した効率的な冷凍・冷蔵設備の運用に関する実証を行っている会員企業もおります。この中で得られた知見を用いて、一部の店舗で新しい設備に入れ替え、それらの店舗で使用していた既存設備を他店舗のさらに古く効率が悪い既存設備と入れ替えることにより、投資・運用コストを抑えながら設備の高効率化を図っています。

エネルギー関係以外にも、冷蔵・冷凍設備の温度管理、食品の調理・加工工程の管理や従業員の作業効率化に向けて、IoT を活用したモニタリングシステムを構築する動きが見られます。

●ホームセンター等

ホームセンターの会員企業が AI 技術を活用したエネルギーマネジメントシステムを導入し、各店舗の電力使用量のモニタリングと従業員の省エネ行動の促進に関する取組を開始しています。取組の進展については、次年度以降での報告を目指して引き続き情報収集を行っていきます。

【他事業者と連携したエネルギー削減の取組】

電力会社と連携して、電気自動車（EV）を活用した実証事業を開始している会員企業（大手総合スーパー）が見られます。具体的には、EV で住宅用太陽光発電システムによる余剰電気を店舗に運び、当該店舗でその電気を使用する仕組みとなっています。取組の進展については、次年度以降での報告を目指して引き続き情報収集を行っていきます。

【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】

再生可能エネルギーを推進する国際イニシアチブ「RE100」に加盟した会員企業が見られます（2019年3月時点でRE100に加盟している日本企業9社のうち2社）。このうち1社は、2030年度までに事業活動による電力使用量を100%再生可能エネルギーで調達することを宣言しています。

さらに、国内の小売業界では初めての Science Based Targets（SBT：パリ協定の2℃目標達成に向けた国際イニシアチブ）認定を取得した会員企業（大手総合スーパー）も確認しております。2016年度を基準として、2030年度までにグループ会社全体の Scope 1（自社の車両や物流センター等からの直接排出量）と Scope 2（自社の店舗・事業者運営によるエネルギー起源間接排出量）を合計40%削減し、さらに Scope 3（製品の製造・販売・消費などを含めたバリューチェーンにおけるその他の間接排出量）についても同年度までに35%削減することを目指しています。長期的には、同社は2050年度までに Scope 1 と 2 を合計80%削減するという目標を掲げています。

(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。

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

※各年の想定値を設定していないため、算出できません。

【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）

各年の想定値は、会員企業の入退会による店舗構成の変動やお客様ニーズに基づく店舗仕様の変更等が考えられるため、設定は難しいものと考えます。

（自己評価を踏まえた次年度における改善事項）

低炭素社会の実現に向けて足元の取り組みを着実に実施していくことが重要と考えています。

(6) 次年度の見通し

【2019 年度の見通し】

	生産活動量	エネルギー消費量	エネルギー原単位	CO ₂ 排出量	CO ₂ 原単位
2018 年度 実績	見通しの設定については、下記の理由もあって困難であると考えます。				
2019 年度 見通し					

（見通しの根拠・前提）

店舗における省エネルギー対策はかなり進んできており、今後の大幅な改善は難しいと考えます。また、会員企業の増減やお客様ニーズに基づく店舗仕様の変更等が考えられるため、見通しの設定は難しいものと考えます。

(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】

* 進捗率の計算式は以下のとおり。

$$\text{進捗率【基準年度目標】} = (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) \\ \div (\text{基準年度の実績水準} - 2020年度の目標水準) \times 100 (\%)$$

$$\text{進捗率【BAU目標】} = (\text{当年度のBAU} - \text{当年度の実績水準}) \div (2020年度の目標水準) \times 100 (\%)$$

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (0.1180 - 0.0894) \div (0.1180 - 0.0897) \times 100 \\ &= 101.0\% \end{aligned}$$

【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
- 目標達成に向けて最大限努力している
- 目標達成が困難

(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)

現時点では高い進捗率となっていますが、会員企業の構成の変化やお客様ニーズの変化により、店舗のあり方は変化し続けるものであるため、進捗率が悪化する可能性が残っています。

(目標到達に向けた具体的な取組の想定・予定)

会員企業が実施する省エネルギー対策は一定の効果が出ていることが想定されますが、今後とも効果のある対策については継続して取り組む予定です。

(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)

2018年度は、会員企業の入退会(今年3月時点で退会4件、入会3件)により店舗の構成において変化がありました。この変化が協会全体のエネルギー原単位にどう影響するか経年的に観察してから目標値を見直したいと考えています。

(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】

* 進捗率の計算式は以下のとおり。

$$\text{進捗率【基準年度目標】} = (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) \\ \div (\text{基準年度の実績水準} - 2030年度の目標水準) \times 100 (\%)$$

$$\text{進捗率【BAU目標】} = (\text{当年度のBAU} - \text{当年度の実績水準}) \div (2030年度の目標水準) \times 100 (\%)$$

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (0.1180 - 0.0894) \div (0.1180 - 0.0897) \times 100 \\ &= 101.0\% \end{aligned}$$

【自己評価・分析】

(目標達成に向けた不確定要素)

現時点では高い進捗率となっていますが、会員企業の入退会に伴う店舗数の変化やお客様のニーズに伴う事業の変化等については現時点で予測が困難となっており、エネルギー原単位の将来的な見直しにおける不確定要素が多くあります。

(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)

2018 年度は、会員企業の入退会（今年 3 月時点で退会 4 件、入会 3 件）により店舗の構成において変化がありました。2020 年度目標と同様、この変化が協会全体のエネルギー原単位にどう影響するか経年的に観察してから目標値を見直したいと考えています。

(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】

●国内の取組

- ・ 国内クレジット 630t-CO₂ を購入し国へ寄付
- ・ カーボンフットプリント商品（レディースパンプス）のオフセットにより、20t-CO₂ の排出クレジットを購入
- ・ J-VER 購入（岩手県 40t-CO₂、宮城県登米市 295t-CO₂、福島県喜多方市 15t-CO₂、合計 350t-CO₂）
- ・ カーボン・オフセット付き Y シャツやシューズの販売（総合スーパー）

●海外の取組

取得クレジットの種別	二国間クレジット（JCM）
プロジェクトの概要	カンボジアのショッピングモールにてメガソーラーと高効率チラーを導入することにより、系統電力の購入量の低減と省エネルギーによる複合効果で CO ₂ 排出削減を図る。 2016 年度より設備補助事業のもと稼働開始している。
クレジットの活用実績	—

取得クレジットの種別	二国間クレジット（JCM）
プロジェクトの概要	ベトナム・ホーチミン市のショッピングモールの駐輪所・駐車場にて太陽光発電システムを設置し、発電電力を 100%自家消費することにより、系統電力の購入量を低減する。 2015 年度より設備補助事業のもと稼働開始している。
クレジットの活用実績	—

取得クレジットの種別	二国間クレジット（JCM）
プロジェクトの概要	<p>インドネシア・ジャカルタのショッピングモールにて太陽光発電システムと蓄電池を導入することにより、CO₂ 排出削減を図る。太陽光発電システムによる電気は、昼間の余剰電力は蓄電池に充電され、夜間に主に照明設備へ供給される。</p> <p>2014 年度より設備補助事業のもと稼働開始している。</p>
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 (2018 年度)	削減見込量 (2020 年度)	削減見込量 (2030 年度)
1	環境配慮型商品の販売の実施	—	—	—
2	環境配慮型商品の開発の実施	—	—	—
3	ばら売り・量り売り等の実施	—	—	—
4	レジ袋の無料配布中止	レジ袋削減の継続、容器包装の少ない商品の販売・開発等を行うことを通じて、生活者が廃棄する際の CO ₂ 排出量を抑制するよう取り組みを進めます。全体の削減量は不明ですが、レジ袋については1枚(6.62g)の辞退により約10gのCO ₂ 削減効果が期待できます(製造にかかるCO ₂ 排出量として)。(レジ袋重量:プラスチック容器包装リサイクル推進協議会、CO ₂ 排出量:(一社)プラスチック循環利用協会)		
5	レジ袋辞退時のインセンティブの付与			
6	簡易包装の実施	—	—	—
7	常温販売の増加	—	—	—
8	テレビモニターを使用した販促活動の見直し	—	—	—

(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)

個々の取り組みにおける特徴・削減見込み量の把握が困難となっております。

(2) 2018 年度の実績

(取組の具体的事例)

革新的技術・サービス	取組内容
環境配慮型商品(再生紙使用商品、LED等)の開発・販売	<ul style="list-style-type: none"> 再生紙使用商品の販売を実施(食料品スーパー)
レジ袋の削減(無料配布の中止、インセンティブ付与)	<ul style="list-style-type: none"> レジ袋辞退時に購入代金から2円引き(総合スーパー) ポイントカード持参者限定で、レジ袋辞退時に購入代金から3円引き(食料品スーパー) レジ袋辞退時に会員ポイントカードに2ポイント付与(食料品スーパー) マイバスケットの拡販(食料品スーパー)
簡易包装の実施	<ul style="list-style-type: none"> ギフトの簡易包装を推進(総合スーパー、食料品スーパー)

(取組実績の考察)

当協会の会員企業においては、お客様の環境問題への関心を高めて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ます。

(3) 2019年度以降の取組予定

今後も上記の取組を継続していくことが重要となりますが、チェーンストアにおいては、商品の販売活動を通じての CO₂ 削減の取組はお客様の環境問題への啓発になる部分がある一方で、ご理解・ご協力をいただくことが必要なため、一層の理解推進に努めていきます。

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
- (2) 2018年度の実績
- (3) 2019年度以降の取組予定

※海外における CO₂ 削減に関する取り組みは確認されていません。

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	省エネ型照明（LED等）の導入	—	従来型蛍光灯から高効率蛍光灯、LEDへ変更した場合、約58%～84%の消費電力を削減可能。
2	省エネ型空調設備の導入	—	
3	省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入	—	
4	効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入	—	
5	再エネ発電設備（太陽光発電、風力発電等）の導入	—	

(技術・サービスの概要・算定根拠)

高効率照明の導入による消費電力の削減効果については、環境省が実施している「あかり未来計画」より抜粋しています。(参考 URL : <http://ondankataisaku.env.go.jp/coolchoice/akari/build/index.html>)

(2) 革新的技術・サービスの開発・導入のロードマップ

最新の技術が用いられた機器の導入等については、個々の企業において新規開店時や改装時に、可能な範囲で実施していくことが望ましいと考えます。

(3) 2018年度の実績

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

革新的技術・サービス	取組内容
省エネ型照明（LED等）の導入	「II. 国内の企業活動における削減実績 (4) 実施した対策、投資額と削減効果の考察」にて記載したとおりです。
省エネ型空調設備の導入	
省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入	
効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入	
再エネ発電設備（太陽光発電、風力発電等）の導入	<ul style="list-style-type: none"> 太陽光発電システムを導入（総合スーパー 2店舗）
その他	<ul style="list-style-type: none"> CO₂ 排出係数を意識しつつ新電力会社から電力を購入。毎年、購入先の見直しを実施（総合スーパー）

(4) 2019年度以降の取組予定

今後も引き続き上記の取組を継続していきます。

(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）

現時点で公開できるものではありません。

(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)

現時点で公開できるものではありません。

(2030年)

現時点で公開できるものではありません。

(2030年以降)

現時点で公開できるものではありません。

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
協会公式ホームページによる取組状況の公開 (https://www.jcsa.gr.jp/topics/environment/approach.html)		○
フォローアップの結果の会員への伝達	○	

<具体的な取組事例の紹介>

- 低炭素社会実行計画の策定と目標達成に向けた取組の紹介（協会公式ホームページ）
- レジ袋削減や容器包装の簡素化・減量化・リサイクルの取組に関する情報発信（協会公式ホームページ）

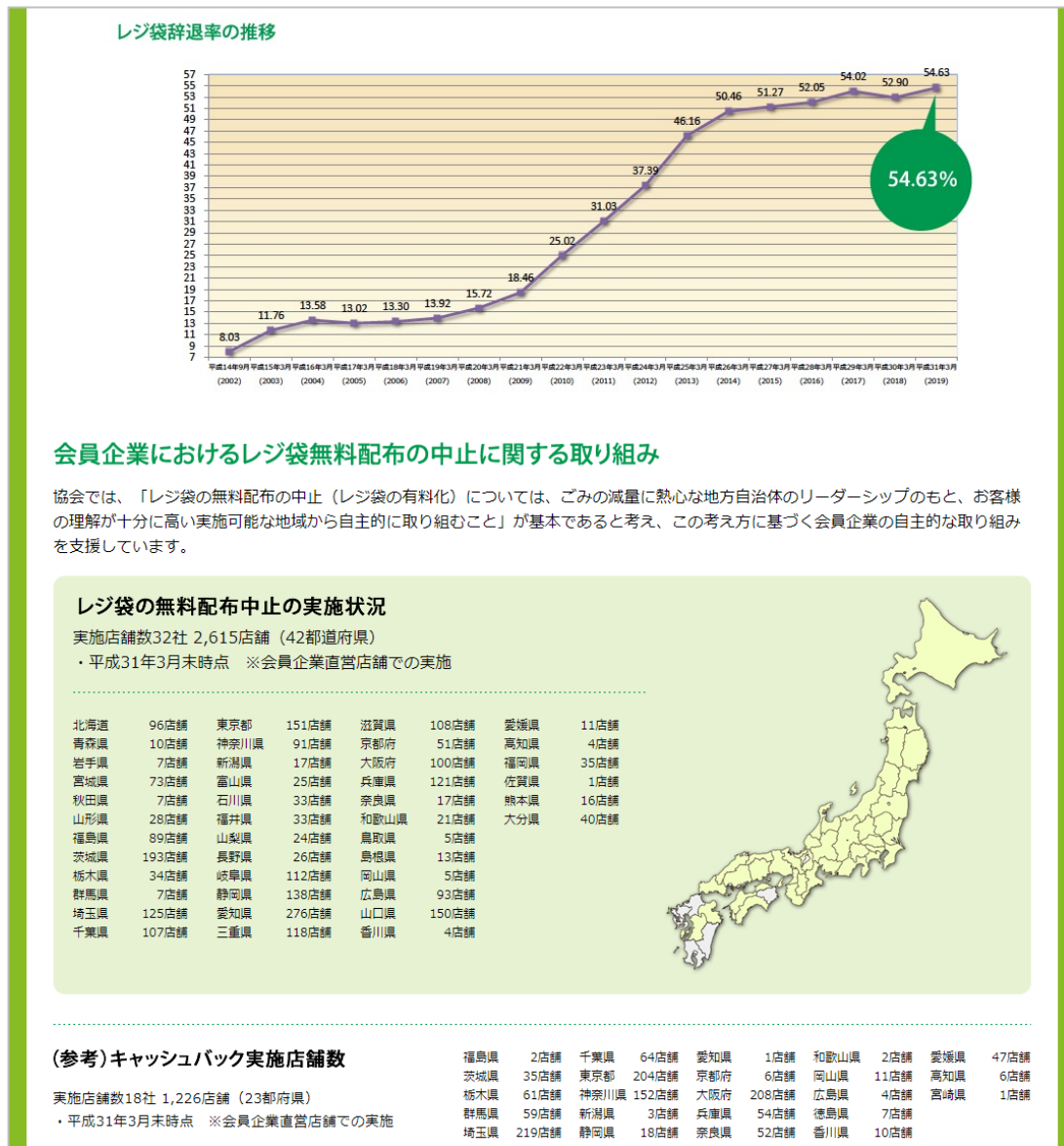


図 5 協会ホームページにおけるレジ袋削減に関する情報発信

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
CSR 報告書の発行やホームページでの公開により CO ₂ 削減の取組について消費者等への発信	○	○
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 への取り組みについて発信	○	○

<具体的な取組事例の紹介>

- 再生可能エネルギーに関する国際シンポジウムにて、バリューチェーンの各段階における関係者に対し再生可能エネルギーの導入を呼びかけ（総合スーパー）

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>

- 英文 WEB サイトを作成し、外国人投資家への積極的な情報公開を実施（総合スーパー）

(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 checked="" type="checkbox"/> 有り	掲載場所： 当協会公式ホームページ

(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
 業界としての目標策定には至っていない

（理由）

エネルギー原単位の計算については、店舗（バックヤード部分を含む）のみとなっており、本社等オフィスは含まれていません。ただ、本社等オフィスについては「お取引先様等にご不便をおかけしない」範囲で実践できる省エネ対策として従来より率先して下記の取り組みを進めてきています。

- LED など高効率照明の導入、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、eco 検定の受験費用負担による従業員の環境教育の推進
- CSR レポートや EMS ハンドブックの社内回覧による従業員の企業取組への認知度・理解度の向上

…等、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ます。

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

	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	2018 年度
集計対象企業数	—	—	—	—	—	—	—	—	9 社	7 社
延べ床面積 (万㎡)	—	—	—	—	—	—	—	—	15	18
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)	—	—	—	—	—	—	—	—	0.7221	0.4321
床面積あたりの CO ₂ 排出量 (t-CO ₂ /m ²)	—	—	—	—	—	—	—	—	0.0497	0.0237
エネルギー消費 量（原油換算） (万 kℓ)	—	—	—	—	—	—	—	—	0.2866	0.0778
床面積あたりエ ネルギー消費量 (kℓ/m ²)	—	—	—	—	—	—	—	—	0.0197	0.0043

- 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)

2017 年度実績から、本社オフィス等の CO₂ 排出実績のモニタリングと集計を開始しました。しかし、アンケート調査の該当項目に回答した企業が集計対象となるため、本項の実績値は協会全体の状況を表しているとは限らず、回答企業の構成によって実績値が変動する可能性があるため、現状では経年比較ができません。まずは排出実績の定量化が重要だと考え、引き続き①に挙げられたような取り組みを実践しつつ、本社オフィス等の排出実績を継続的にモニタリングしていきます。

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
2018 年度実績	効果を個別に計測することが困難となっております。				
2019 年度以降					

【2018 年度の実績】

(取組の具体的事例)

会員企業は、①に掲げているような取り組みを行ってきていますが、効果を個別に計測することが困難となっております。

(取組実績の考察)

各社の本社等オフィスにおける具体的な取り組みは把握できていませんが、社員に対し環境教育を行っている企業も見られ、徐々にオフィスにおける省エネルギー対策への取り組みが定着しているものと考えられます。

【2019 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)

引き続き、上記の取組を実践していくことで、低炭素社会への貢献を行っていく必要があり、またアンケート等で各社のオフィスにおける具体的な取り組みを把握する必要もあると考えています。

(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
- 業界としての目標策定には至っていない

(理由)

当協会の会員企業は様々な業態から構成されており、運輸部門における排出削減の取り組みをまとめて計測することが困難となっております。一例として、物流事業者にご協力をいただきながら下記の取り組み等を行い、効率化に努めている企業が見られます。

対策項目	実施率 ¹⁵ （有効回答社数 ¹⁶ ）					
	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度
物流資材の簡素化	69.8%	74.2%	74.1%	88.9%	100% (4社)	100% (7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% (3社)	100% (5社)
通い箱等の活用	93.0%	92.9%	92.9%	92.9%	100% (7社)	100% (8社)

② エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績

	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	2018年度
輸送量 (万トン)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
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)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
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)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

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)

会員企業においては、①に掲げているような取り組みを行ってきていますが、効果を個別に計測することが困難となっております。こういった取り組みを継続していくことが重要であると考えています。

¹⁵ 毎年の実施率の算出方法：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。

¹⁶ 2017年度実績より、有効回答社数の記載を開始しました。

③ 実施した対策と削減効果

年度	対策項目	対策内容	削減効果
2018 年度	資材における工夫	物流資材の簡素化（折畳みコンテナ、リサイクル資材等）	※削減効果は不明となっています。
	輸送における工夫	多頻度小口配送や短リードタイムの改善	
	輸送における工夫	通い箱等の活用	
2019 年度以降	同上	同上	

【2018 年度の実績】

（取組の具体的事例）

対策項目	取組実績
物流資材の簡素化	<ul style="list-style-type: none"> 低温物流においてカゴ車での保冷マテハンで配送していたが、トラック輸送→店舗売場引込みによりカートラックやドーリー台車での納品へ変更し輸送機器の軽量化を実現 店舗納品時のダンボール使用の削減と通いの大袋等の使用拡大 折りたたみコンテナの利用やハンガー納品によりダンボール使用量を低減 青果物イフコ・コンテナの活用
多頻度小口配送や短リードタイムの改善	<ul style="list-style-type: none"> 首都圏における物流センターを集約し店への納品車両台数を削減 冷凍食品の店舗発注回数を見直し、車両積載効率を改善 店配送車両の便別納品ボリュームの平準化施策により、述べ車両数が減少 冷凍商品（冷凍食品・アイスクリーム）に加えて冷凍の生鮮食品の DC 化を導入し、リードタイムの短縮（D2→D1）と店舗在庫削減（毎日納品）を実現 店舗へのオリコンサイズを 75 リットルから 55 リットルの使用比率を高め、積載効率を改善 仕入先納品ルートでの共同配送化の拡大 遠距離配送の中止など非効率なネットスーパー配送エリアの見直し
通い箱等の活用	<ul style="list-style-type: none"> リピートボックス（特定荷主用の専用オリコン）の利用を推進し、ダンボール箱の利用を少なくして省資源を図る等の対応を実施

（取組実績の考察）

ハンガー納品や繰り返し使用が可能な折りたたみコンテナの利用等の物流資材の削減をはじめ、効率的な配送方法による配送時における低炭素化に各社が物流事業者と協力して行ってきており、一定の効果を出しているものと考えます。

【2019 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）

物流事業者にご協力をいただきながら、本項の取組を継続して行います。

(3) 家庭部門、国民運動への取組等

【家庭部門での取組】

お客さまに環境問題に関心を持っていただき、実際の行動に移してもらうための取り組みを継続しています。事例については、以下の通りになります。

- 環境展示会に出展し、体験型展示を通じて森林資源の保全に関する取り組みを紹介（総合スーパー）
- リサイクル工場見学ツアーを通じて、食品トレーやペットボトル等の資源の再利用に関する環境教育を実施（総合スーパー）
- 森林管理に関する研修を通じて、林業後継者を育成（総合スーパー）
- 小中学生に対し、計 109 回のエコ学習イベントを実施（総合スーパー）
- 顧客向けの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（食料品スーパー）
- お客さまに配布するチラシにおける環境ラベル（FSC 認証など）付き用紙の使用（総合スーパー）

【国民運動への取組】

- 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（総合スーパー）
- 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（総合スーパー）

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> (2015 年 7 月策定)

店舗ごとのエネルギー原単位の平均値において、2020 年度の目標を基準年度 (1996 年度 : 0.1180kWh/m²・h) 比 24%の削減 (0.0897kWh/m²・h) とし、達成に向けて努力していきます。この目標については 2015 年 7 月時点の会員企業 59 社を前提としています。なお、エネルギー原単位は、二次エネルギー消費量の換算値としております。

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

<2030 年>

2020 年目標と同様

【目標の変更履歴】

<2020 年>

2015 年 7 月に、2013 年 10 月策定の「店舗におけるエネルギー原単位 (延床面積×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」より上記目標への変更を実施しました。

<2030 年>

2020 年目標と同様

【その他】

特になし

【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
 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)

2018 年度は、会員企業の入退会 (今年 3 月時点で退会 4 件、入会 3 件) により店舗の構成において変化がありました。この変化が協会全体のエネルギー原単位にどう影響するか経年的に観察してから目標値を見直したいと考えております。

【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)

会員企業の増減や店舗におけるエネルギー使用実態の変化を踏まえながら、目標の在り方について検討を行っていくことにしています。

(1) 目標策定の背景

当協会におけるエネルギー消費量は、会員企業の入退会に伴う店舗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、エネルギー原単位が今後大きく削減できる見通しは立たないことから、2020 年の目

標は2011年度から2013年度の3ヶ年の平均エネルギー原単位0.0910 kWh/m²・h（基準年度の1996年度比23%削減）に対しさらに1%の上乗せをすることを目標としています。

（2）前提条件

【対象とする事業領域】

会員企業の店舗を対象とします。

【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>

当協会においては、エネルギー原単位削減を目標としています。また、会員企業の入退会やお客様ニーズに合わせた店舗の営業形態の変更等もあり、生産活動量の見通し設定が困難となっております。

【その他特記事項】

当協会は、2030年も2020年と同水準の削減目標を定めております。

（3）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】

当協会では、会員企業の入退会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ます。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ますが、年間販売額は経済的な要因による変動が大きいいため、延床面積×年間営業時間とすることとしました。

【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>

当協会は会員企業が主として行う事業が食料スーパーやホームセンター等それぞれ業態や規模が異なっており、店舗における設備・機器の構成に大きな違いがあることから、店舗ごとのエネルギー原単位の差や経年変動は、他の業界に比較して大きなものとなっております。

また、会員企業は冷凍・冷蔵する食料品の多様化や店内調理の増加等、お客様のニーズに対して様々なサービスの提供が求められています。こうしたこともエネルギー原単位への大きな変動要因となります。

こうした2つの要件があることから、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については、現時点では予測が困難となっており、エネルギー原単位の将来的な見通しは立てられず、会員構成等の変動によっては目標数値の変更も考えられます。

実際の目標数値の決定にあたり、過去のエネルギー原単位の水準を確認すると、2011年の東日本大震災の発

生以降、会員企業では電力の安定供給に協力するため節電に取り組んできており、その結果、2011 年度から 2013 年度の 3 ヶ年の平均において、エネルギー原単位は 0.0910 kWh/m²・h（基準年度の 1996 年度比 23%削減）となりました。

一方、当協会においては、使用するエネルギーの大多数を電力が占めており、主なものとしては、空調、冷凍冷蔵機器、照明の 3 種類となります。このうち空調に関しては以前よりクールビズ・ウォームビズに取り組む等適正な温度設定に努めており、また、空調の温度調整を過度に行うことにより、冷凍冷蔵機器が設定温度を保つために作動することもあって、結果として電力使用が増えてしまうという事実もあること等から、空調の使用に関する削減余地はあまりないと言えます。

また、冷凍冷蔵機器については、食品衛生法で保存温度に定めがあり（例えば、食肉は 10℃以下、冷凍食品は -15℃以下等）、現状、法令の上限の温度で管理することで節電を行っていますが、お客様の安全・安心の確保という観点からは、上限よりも少し温度を下げた状態での管理をする必要があるとの声も聞かれているため、これ以上の電力削減効果は難しい状況にあると言えます。

照明に関しては、LED 化が各社で進んでおり、一定の効果も認められること、現時点で照明に関しては一番有効な手法と考えられることから、今後も LED 照明への転換が進んでいくものと思われます。しかし、導入時に得られた効果は継続的に発生しますが上乗せがなされるものではないことや、投資が必要なこともあり、景気の状態によっては転換の速度が遅くなる可能性もあること、現状、間引きにより節電を行っている店舗もお客様の安全の確保のため間引きの中止を検討するケースも考えられます。

以上の業界の特性を踏まえ、当協会におけるエネルギー消費実態は不確定要素が多く、エネルギー原単位についても今後大きく削減できる見通しが立たないことから、2020 年の目標については、2011 年度から 2013 年度の 3 ヶ年の平均エネルギー原単位 0.0910kWh/m²・h（基準年度の 1996 年度比 23%削減）に対しさらに 1%の上乗せをすることで新しい削減目標（0.0897kWh/m²・h、1996 年度比 24%削減）としました。

【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）
- 実施していない

(理由)

当協会の会員企業は様々な業態から構成されており、比較分析が困難となっております。

【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
省エネ型照明（LED等）の導入	店舗照明を蛍光灯等から LED 等の省エネ型照明への切り替え。	—	100%
省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入	自然冷媒を用いた冷蔵・冷凍設備や冷気漏れを防ぐ扉付きの冷蔵・冷凍設備の設置、冷気漏れを防ぐナイトカバーの設置。	—	100%
効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入	BEMSやスマートメーター等の利用により、電力使用量をモニタリングし、一定のレベルに維持。	—	100%

(各対策項目の削減見込量・普及率見通しの算定根拠)

「II. (4) 実施した対策、投資額と削減効果の考察」にて報告した BAT・ベストプラクティスの導入進捗状況と同様、アンケート調査を通じて、各項目に関する今後の実施予定をヒアリングしました。普及率見通しは、該当項目に回答した会員企業のうち 1 件以上「実施予定」と回答した企業の割合により算出しています。

(参照した資料の出所等)

今年度実施したアンケートの各社の回答内容となります。

<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
照明調整（間引き、 点灯消灯時間調整、 人感センサー等）	こまめな消灯・明るすぎない照明環境を実現。	—	100%
冷蔵・冷凍設備の設定 温度の調整	冷凍冷蔵庫を過剰に冷やしすぎないことで電力 使用量を低減。	—	100%

(各対策項目の削減見込量・普及率見通しの算定根拠)

「II. (4) 実施した対策、投資額と削減効果の考察」にて報告した BAT・ベストプラクティスの導入進捗状況と同様、アンケート調査を通じて、各項目に関する今後の実施予定をヒアリングしました。普及率見通しは、該当項目に回答した会員企業のうち 1 件以上「実施予定」と回答した企業の割合により算出しています。

(参照した資料の出所等)

今年度実施したアンケートの各社の回答内容となります。

(4) 目標対象とする事業領域におけるエネルギー消費実態

当協会の会員企業は様々な業態から構成されており、工程・分野別・用途別におけるエネルギー消費実態の整理が困難となっています。