

## コンビニエンスストア業界の「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年度において、「売上高」当たりのエネルギー消費量を基準年度(2013年度)より毎年1%改善する(店舗全てのエネルギー消費量、売上高を積み上げた数値)。 ①基準年度(2013年度):0.8387千kWh/百万円 ②目標値(2020年度):0.7817千kWh/百万円
	設定根拠	<u>対象とする事業領域:</u> コンビニエンスストアの場合、店舗におけるエネルギー消費量のほとんどが電力会社により供給される電気の使用であることから、店舗における電気使用量のみを対象とする。 ※バックヤードも含み、バックヤードのエネルギー消費は、保管用冷蔵庫、照明、空調、パソコン等となる。 <u>将来見通し:</u> 生産活動量の指標である売上高については、コンビニエンスストアが地域のインフラとしての役割を担う中での積極的な出店から全体としては増加するものの、1店舗毎の営業状況は楽観できない。他業態との競争はもとより、国内景気の動向、気候変動・自然災害等による商品供給や来店客数への影響等も懸念される。 併せて、温度管理が必要な新規商品の開発や行政サービスの代行等は、新たにエネルギーを使用するものであり、目標の達成は容易ではないと考える。 <u>BAT:</u> 設定していない。 <u>電力排出係数:</u> 目標指標はエネルギー消費原単位を採用しているため、設定していない。 <u>その他:</u> 今後の進捗状況や社会情勢等を踏まえ、必要に応じて目標の見直しを検討する。
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<u>概要・削減貢献量:</u> ①省エネ機器(自然冷媒等のノンフロン冷機、LED照明等)の積極的な導入、スマートメーターの導入、自然エネルギーの導入(太陽光発電等)。 ②食品ロス削減の取組み *納品期限の見直し(1/3⇒1/2):賞味期限180日以上菓子(7社)、飲料(8社)、カップ麺(実施予定も含め7社) *消費期限が近づいた食品の購入者にポイントを付与。 *季節商品の予約販売。 *容器包装の工夫や温度管理による長鮮度商品の開発。等
3. 海外での削減貢献		<u>概要・削減貢献量:</u> ①協会としてコンビニエンスストアの海外展開における省エネ、CO <sub>2</sub> 削減の取組みを支援していく。 ②二国間オフセット・クレジット制度の活用を進めている(会員企業)。
4. 革新的技術の開発・導入		<u>概要・削減貢献量:</u> ①次世代型店舗(22ページ参照)の研究・開発。 ②省エネに貢献し温暖化係数も低い自然冷媒等のノンフロン冷機の利用。
5. その他の取組み・特記事項		①本社・事務所等の削減目標設定は難しい問題があるものの、業界としての削減目標設定の是非を含め検討していきたい。 ②各社とも配送業務については外部に委託等をしているところもあるものの、データの捕捉や取引先との連携による取組み等を実施している。

コンビニエンスストア業界の「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	2030年度において、「売上高」当たりのエネルギー消費量を基準年度(2013年度)より毎年1%改善する(店舗全てのエネルギー消費量、売上高を積み上げた数値)。 ①基準年度(2013年度) : 0.8387千kWh/百万円 ②目標値(2030年度) : 0.7070千kWh/百万円
	設定根拠	対象とする事業領域： コンビニエンスストアの場合、店舗におけるエネルギー消費量のほとんどが電力会社により供給される電気の使用であることから、店舗における電気使用量のみを対象とする。 ※バックヤードも含み、バックヤードのエネルギー消費は、保管用冷蔵庫、照明、空調、パソコン等となる。  将来見通し： 生産活動量の指標である売上高については、コンビニエンスストアが地域のインフラとしての役割を担う中での積極的な出店から全体としては増加するものの、1店舗毎の営業状況は楽観できない。他業態との競争はもとより、国内景気の動向、気候変動・自然災害等による商品供給や来店客数への影響等も懸念される。 併せて、温度管理が必要な新規商品の開発や行政サービスの代行等は、新たにエネルギーを使用するものであり、目標の達成は容易ではないと考える。  BAT： 設定していない。  電力排出係数： 目標指標はエネルギー消費原単位を採用しているため、設定していない。  その他： 今後の進捗状況や社会情勢等を踏まえ、必要に応じて目標の見直しを検討する。
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		概要・削減貢献量： ①省エネ機器(自然冷媒等のノンフロン冷機、LED照明等)の積極的な導入、スマートメーターの導入、自然エネルギーの導入(太陽光発電等)。 ②食品ロス削減の取組み *納品期限の見直し(1/3 ⇒ 1/2) : 賞味期限180日以上菓子(7社)、飲料(8社)、カップ麺(実施予定も含め7社) *消費期限が近づいた食品の購入者にポイントを付与。 *季節商品の予約販売。 *容器包装の工夫や温度管理による長鮮度商品の開発。等
3. 海外での削減貢献		概要・削減貢献量： ①協会として、コンビニエンスストアの海外展開における省エネ、CO <sub>2</sub> 削減の取組みを支援していく。 ②二国間オフセット・クレジット制度の活用を進めている(会員企業)。
4. 革新的技術の開発・導入		概要・削減貢献量： ①次世代型店舗(22ページ参照)の研究・開発。 ②省エネに貢献した温暖化係数も低い自然冷媒等のノンフロン冷機の利用。
5. その他の取組み・特記事項		①本社・事務所等の削減目標設定は難しい問題があるものの、業界としての削減目標設定の是非を含め検討していきたい。 ②各社とも配送業務については外部に委託等をしているところもあるものの、データの捕捉や取引先との連携による取組み等を実施している。

※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等を修正した

昨年度WGでの指摘事項、事前質問	今年度の対応状況・改善点
<b>I. 業界の概要</b>	
<b>(2) 業界全体に占めるカバー率</b>	
<p>コンビニエンスストア業界は積極的に取組んでおり、評価いたします。一方、外食、小売・サービスといったコンビニエンスストア業界以外のフランチャイズチェーン協会会員については、本取組みに参画しておらず十分とは言えません。多種多様な業種があることは承知いたしますが、事業者の社会的責務として、本取組みについて積極的に関与していくべきものと考えます。この際、取組み方法としては、コンビニエンスストア業界と一本化することや、エネルギー消費実態等の近い業界で新たな別グループを形成して取組む等、様々な方策があることから、本取組みへの参画に関してご検討いただけないでしょうか。</p>	<p>調査票の7ページに掲載。</p>
<b>II. 国内の企業活動における2020年・2030年の削減目標</b>	
<b>(3) 生産活動量、エネルギー消費量・原単位、CO<sub>2</sub>排出量・原単位実績</b>	
<b>【エネルギー消費量、エネルギー原単位】</b>	
<実績のトレンド>	
<p>①店舗当たりのエネルギー原単位も改善していると調査票にありますが、参考として過年度の実績はどの程度でしょうか。また、来年度の調査票に過年度の実績グラフを追加することはできないでしょうか。</p> <p>②調査票に機器の運用管理の徹底とありますが、店舗単位で効率的に運用するためのマニュアル等を作成しているのでしょうか。あるいは、研修等で運用改善を図っているのでしょうか。</p> <p>③小売の他の業界団体は原単位の指標を「延べ床面積×営業時間」を採用し、JFAだけが「売上高」を採用している。店舗数の増加で総売上高が増えるのだったら、延べ床面積を原単位にしても変わらない数値がでるのではないかと。売上高ではなく他業界と同様に面積指標でとった場合にはどうなのか示してもらいたい。</p>	<p>①グラフには追加していないが、1店舗当たりのエネルギー消費量の推移を調査票の12ページに掲載。</p> <p>②各社ともフィルターの清掃や空調等の適正温度の設定、こまめな消灯等をマニュアル等に記載し、徹底を図っている。また、経営相談員が訪店の際に運用状況の確認等を実施している。</p> <p>③10ページに掲載。 なお、目標指標選択の理由は、38ページに掲載しているが、経営目標を達成するための効率的なエネルギー使用の観点から、各相関を踏まえ原単位として「売上高」を採用することは妥当であると考え。</p>
<b>(4) 実施した対策、投資額と削減効果の考察</b>	
<b>【2017年度の実績】</b>	
<p>①太陽光発電の導入を進めている企業もあるようですが、これは店舗のZEB化のために導入しているのでしょうか。それとも、売電目的での導入でしょうか。</p> <p>②コンビニエンスストア店舗のZEB化という視点での取組み・対策をしていただければご説明いただけないでしょうか。</p>	<p>①、②は17ページに掲載。</p>

<b>IV. 低炭素製品・サービス等による他部門での取組み</b>	
<b>(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</b>	
昨年度の事前質問で、グリーン購入やサプライチェーンでの取組みについて指摘がありましたが、その後の検討状況はいかがでしょうか。	21ページに掲載。
<b>V. 革新的技術の開発・導入</b>	
<b>(1) 革新的技術の概要、導入時期、削減見込量及び算定根拠</b>	
①次世代型店舗の取組みは興味深い内容となっております。今後、この取組みの効果を見える化し、業界内での水平展開を進めるとともに、一般向けの積極的な情報発信にも努めていただければ幸いです。 ②2020年・2030年目標の達成のために、新たな技術が必要と記載されていますが、調査票のP.21にあるような技術を各店舗へ普及させていくのか、それともさらに新しい技術が必要になるのか、検討している内容があればご説明いただけないでしょうか。	①当協会の環境委員会にて情報共有を図ったり、各社のホームページ等に掲載する等、取組内容の周知を行っているが、引き続き、効果的な周知を図っていく。 ②次世代型店舗については、今後の技術開発の情報をとりながら、実証結果及び費用対効果等を踏まえ拡大するかどうかを判断していく。細かい取組みは多々あるが、現時点では、自然冷媒機器の導入が考えられる。
<b>VII. その他の取組み</b>	
<b>その他</b>	
店舗への太陽光発電装置の導入とありますが、FITで発電量全量を売電されているのでしょうか。それとも自家消費することにより購入電力量の低減に繋がっているのでしょうか。	17ページに掲載。
店舗への充電スタンドの設置について、販売した電力量は、店舗の消費電力量とは別に計上されているのでしょうか。それとも店舗のエネルギー使用量に計上され、エネルギー原単位目標の範囲となっているのでしょうか。	各社とも店舗の消費電力量とは別計上。
省エネ法の改正に伴い、「準荷主ガイドライン」が新規に策定され、荷物を受け取る立場の事業者に対して、まとめ発注やリードタイムの延長、物量の平準化等、納品のための物流の効率を上げる工夫を行うべし、という方向付けがなされました。このWGのメンバー各位には、準荷主に該当される業種の事業者さんが多くいらっしゃると思われるところから、会員事業者さん方が準荷主としての効率化への取組みを促すため、あるいは成果を対外的にアピールするためにどのようなことを考えておられるか、新しい項目なので来年以降の実施になると思いますが、計画があれば教えていただけないでしょうか。	30ページに掲載。
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。RE100への加盟により、取引先やお客様へのPR効果や、高い環境技術力を持つ企業等との連携といった効果が期待できる。国内の流通・サービス業界においてもRE100に加盟する企業が出てきており、取組の広がりを期待したい。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でしょうか。	各社とも電気自動車・PHVの導入〔営業車両：822台（2019年2月末現在）〕を進めている。なお、電気自動車に限らず、環境配慮型自動車の導入を進めていく。

■昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの指摘について修正・対応等を検討している

昨年度WGでの指摘事項、事前質問	検 討 状 況
<b>II. 国内の企業活動における2020年・2030年の削減目標</b>	
<b>(4) 実施した対策、投資額と削減効果の考察</b>	
<b>【他事業者と連携したエネルギー削減の取組み】</b>	
本部または店舗において、他事業者との連携による省エネや省CO <sub>2</sub> の取組みが将来的に可能かどうか、ご検討いただけないでしょうか。	他事業者との連携が可能か否か、各社の実態等を踏まえ、今後、検討をする。
<b>IV. 海外での削減効果</b>	
<b>(1) 海外での削減貢献の概要、削減見込量及び算定根拠</b>	
海外でも店舗展開しているFCは国内と同様に定量化できないでしょうか。	海外のコンビニエンスストアの場合、出店する国の企業等と合弁会社をつくり運営するケース（出資比率の問題等）や現地法人となっているケース等、様々であるので、数値等の把握は難しい問題があることから、今後、検討はしていく。
<b>V. 革新的技術の開発・導入</b>	
<b>(2) 革新的技術・サービスの開発・導入のロードマップ</b>	
<b>③個社で実施しているプロジェクト</b>	
SEJが2030年までに店舗での再エネ比率を20%に引き上げるとありますが、これは店舗のルーフトップに設置した太陽光パネルだけで賄うのでしょうか。それとも、その他の再エネの導入も検討されているのでしょうか。	他の再エネ利用も検討している。他社も同様である。
<b>VII. その他の取組み</b>	
<b>その他</b>	
環境省では、グリーン・バリューチェーンプラットフォームを開設し、サプライチェーン排出量に関する情報や支援ツール等を提供している。個別の事例として、サプライチェーン排出量の算定に取組まれている企業もあり、今後同様の事例が広がっていくことを期待したい。セブン&アイ・ホールディングスのオムニ7等に見られるように、昨今、店舗型ではなく、配送型への商流のシフトが生じている。このシフトによるCO <sub>2</sub> 排出量の移転効果の定量化についても、ぜひ試みていただけないか。サプライチェーン排出量の削減を考慮した取組みの検討について、積極的に周知していただき、業界団体として推進していただきたい。	個店によって頻度や手段が違うため、現状、移転効果の定量化については難しい。
海外での店舗展開等に際し、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 <sub>2</sub> 排出量削減に貢献していただきたい。	上記に記載の通り、海外のコンビニエンスストアの場合、出店する国の企業等と合弁会社をつくり運営するケース（出資比率の問題等）や現地法人となっているケースがほとんどであることから、難しい状況はあるが、可能な範囲にて取り組む。
TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosures)など、気候関連財務情報について、丸井グループ、野村総合研究所、Bloomberg、ALESFORCE、Wipro等の流通・サービス企業を含め全ての業種の企業が分析・開示する取組が増えつつある。しかし、2℃目標が達成された場合等の「気候シナリオ」に基づいたシナリオ分析等、十分な水準の取組みを行うための情報・ツール・先進事例が不足していることが課題となっている。そこで、業界として、気候関連財務情報の分析に利用出来るシナリオ分析ツールや前提条件の情報等を整備してはどうか。	可能か否か、今後、検討していく。

# コンビニエンスストア業における地球温暖化対策の取組み

2020年1月27日

(一社) 日本フランチャイズチェーン協会

## I. コンビニエンスストア業の概要

### (1) 主な事業

<p>《コンビニエンスストアの主な事業》                  飲食料品等を中心とした最寄品を扱うフランチャイズ形態の小規模小売業。コピー、FAXサービス、宅配便の受付やATM設置等のサービス分野が拡大。また、立地や営業時間等にて利便性を提供。</p>
--

### (2) 業界全体に占めるカバー率

※出典：2018年度JFAフランチャイズチェーン統計調査

業界全体の規模		団体の規模※1		低炭素社会実行計画参加規模※2	
企業数	18チェーン	団体加盟企業数	363チェーン	計画参加企業数	18チェーン (100.0%) ※3
店舗数	58,340店舗	団体加盟店舗数	135,035店舗	計画参加店舗数	58,340店舗 (100.0%) ※4
市場規模	売上高 11兆2,635億円	団体企業売上規模	売上高 16兆208億円	参加企業売上規模	売上高 11兆2,635億円 (100.0%) ※5
エネルギー消費量	—	団体加盟企業のエネルギー消費量	—	計画参加企業のエネルギー消費量	8,670,143.0 kWh/年 ※6

※1. 団体の規模は、(一社)日本フランチャイズチェーン協会会員企業の外食、小売・サービス、コンビニエンスストアの会員社。

※2. 低炭素社会実行計画参加規模は、(一社)日本フランチャイズチェーン協会会員企業の内、コンビニエンスストアの会員社。

※3. (%)は、業界全体の企業数に占める低炭素社会実行計画参加企業数の割合。

※4. (%)は、業界全体の店舗数に占める低炭素社会実行計画参加店舗数の割合。

※5. (%)は、業界全体の売上高に占める低炭素社会実行計画参加企業の売上高の割合。

※6. 計画参加企業のエネルギー消費量は、低炭素社会実行計画にて算出した数値。

### (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

■ 「2019年度業界向けデータシート」の「別紙1」参照。

#### ② 各企業の目標水準及び実績値

■ 「2019年度業界向けデータシート」の「別紙2」参照。

### (4) カバー率向上の取組み

#### 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 (2013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	11社	11社	8社	—	—	—
カバー率 (JFA会員社)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
売上規模 (百万円/年)	8,660,622.5	9,209,292.0	11,156,083.0	—	—	—
エネルギー消費量 (kWh/年)	7,420,105.1	7,723,497.4	8,670,143.0	—	—	—

※2018 年度 J F A フランチャイズチェーン統計調査の売上高は、各社の決算年度の数値となっている。低炭素社会実行計画の売上規模及びエネルギー消費量は省エネ法に準じており、期の途中で開店及び閉店した店舗等を加味した数値となる。

(カバー率の見通しの設定根拠)

2018 年度実績よりフランチャイズを展開するコンビニエンスストアは全て当協会の会員社となったため、業界全体に占めるカバー率は 100.0% である。

②カバー率向上の具体的な取組み

上記記載の通り、フランチャイズ形式のコンビニエンスストアについては 100.0% カバーしている。

(取組内容の詳細)

当協会は、業界団体ではなく、フランチャイズ・システムを事業経営とする本部企業が加盟している団体であり、会員社には、ファストフード、居酒屋、学習塾、リサイクルショップ等、多岐にわたっている。また、コンビニエンスストア以外は、それぞれの業界団体に加盟しているところもあり、そこで目標値を設定し取組んでいることや、国の省エネ法や各自治体の地球温暖化対策条例でも数値の報告を行っていること等から、各社の業務負担等を踏まえると、当協会の全ての会員社が本実行計画に参画することは現実的ではないと考えている。但し、地球温暖化対策に取組むことは重要であると考えているので、当協会の環境委員会を中心に、引き続き、各社の先進的な取組事例等を共有し各社が取組む上での参考にしていく。

一方、フランチャイズ形式のコンビニエンスストアは、全て当協会の会員社であることから、全てのコンビニエンスストアが低炭素社会実行計画に参加をしている。

(5) データ収集実績 (アンケート回収率等)、特筆事項

【データに関する情報】

指 標	出 典	設 定 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)	2019年7月に当協会加盟コンビニエンスストア 8社に対して、アンケート調査を実施。
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)	同 上
CO <sub>2</sub> 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)	同 上

【アンケート実施時期】

2019 年 7 月

【アンケート対象企業数】

8 社 18 チェーン (フランチャイズ形式のコンビニエンスストアは全て当協会の会員社であることから、低炭素社会実行計画参加企業のカバー率は 100%)

【アンケート回収率】

計画参加企業数ベースで 100% (計画参加企業売上高ベースでも 100%)

【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】

—

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「2019年度業界向けデータシート」の「別紙4」を参照)

	基準年度 (2013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 (百万円)	9,209,292.0	10,850,192.0	—	11,156,083.0	—	—	—
エネルギー 消費量 (原油換算万k)	189.0	212.2	—	212.1	—	—	—
内、電力消 費量 (億kWh)	77.2	86.7	—	86.7	—	—	—
CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )	440.24 ※1	430.13 ※2	— ※3	401.43 ※4	— ※5	— ※6	— ※7
エネルギー 消費原単位 (千kWh/百万円)	0.8387	0.7993	0.7976	0.7772	0.7896	0.7817	0.7070
CO <sub>2</sub> 原単位 (t-CO <sub>2</sub> /百万円)	0.4780	0.3964	—	0.3598	—	—	—

【電力排出係数】

項 目	※1	※2	※3	※4	※5	※6	※7
排出係数[kg-CO <sub>2</sub> /kWh]	0.5700	0.4960	/	0.4630	/	/	/
実排出/調整後/その他	調整後	調整後		調整後			
年 度	2013年度	2017年度		2018年度			
発電端/受電端	受電端	受電端		受電端			

※排出係数は過去に遡っての修正はしない。



【2020年度・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"/> 実排出係数（発電端/受電端） <input checked="" type="checkbox"/> 調整後排出係数（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 <sub>2</sub> 発電端/受電端）  <上記排出係数を設定した理由>
その他燃料	<input type="checkbox"/> 総合エネルギー統計（〇〇年度版） <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>

(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 (売上高当たり)	2013年度	▲6.8% <small>※基準年度を基に毎年1%の改善</small>	0.7817 千kWh/百万円

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 <sup>※</sup>
0.8387 千kWh/百万円	0.7993 千kWh/百万円	0.7772 千kWh/百万円	▲7.3%	▲2.8%	107.9%

※進捗率の計算式は以下のとおり。

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

〈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 (売上高当たり)	2013年度	▲15.7% <small>※基準年度を基に毎年1%の改善</small>	0.7070 千kWh/百万円

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 <sup>※</sup>
0.8387 千kWh/百万円	0.7993 千kWh/百万円	0.7772 千kWh/百万円	▲7.3%	▲2.8%	46.7%

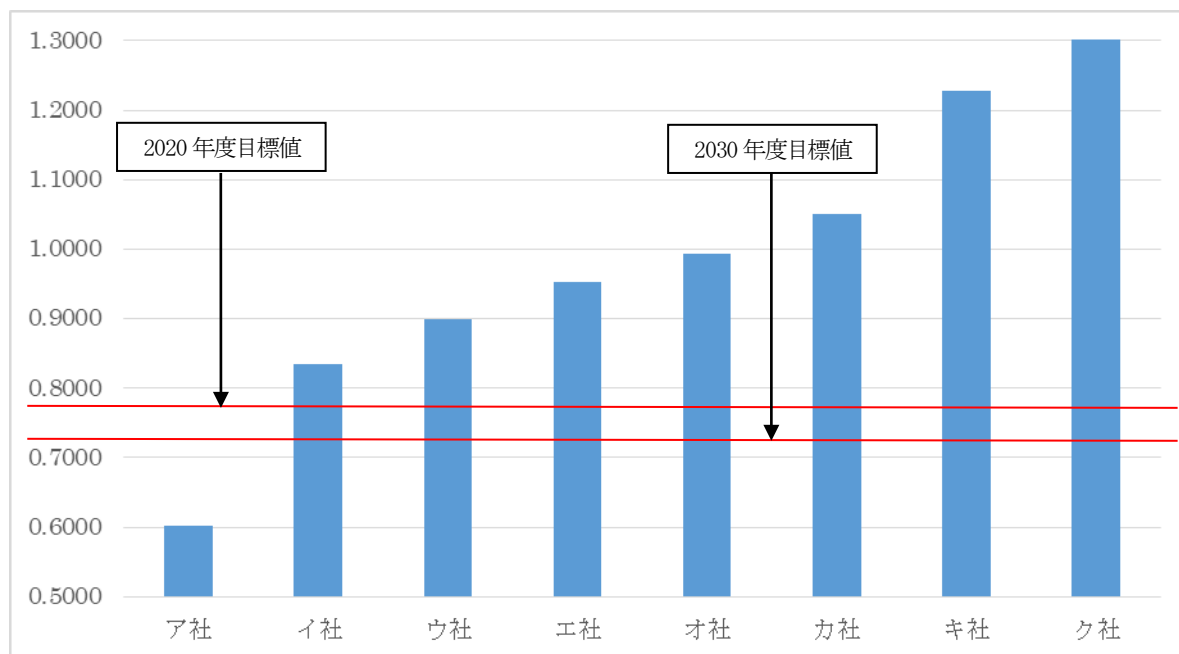
※進捗率の計算式は以下のとおり。

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

【調整後排出係数を用いたCO<sub>2</sub>排出量実績】

	2018年度実績	基準年度比	2017年度比
CO <sub>2</sub> 排出量	401.43万t-CO <sub>2</sub>	▲8.8%	▲6.7%

【エネルギー消費原単位の実績（会社別）】



《考 察》

各社とも新規店舗等を中心に最新の省エネ機器を積極的に導入することにより、エネルギー消費量の削減に努めている。フランチャイズチェーンの場合、本部と加盟店との契約形態等により、設備機器関係は本部が負担をしているケースや加盟店が負担しているケース等、様々であることから、設備機器の導入に差が出ていること、また、お客様へのサービス形態に差異（例えば、パンの焼成や炊飯等のエネルギー消費量の多い店内調理等）があること等から、エネルギー消費原単位が大きく異なっている要因となっている。

《参考：床面積×営業時間当たりのエネルギー消費量》

目標指標	基準年度	2018年度実績（基準年度比） （ ）内は、2017年度実績
エネルギー消費原単位 (床面積×営業時間当たり)	2013年度	▲7.2% (▲1.9%)

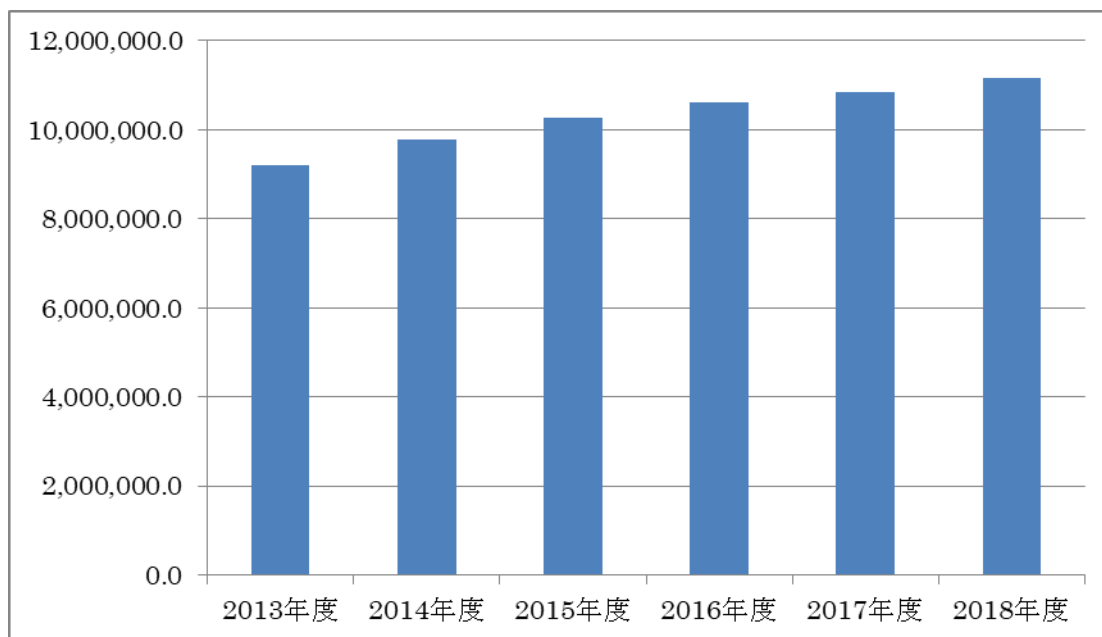
(3) 生産活動量、エネルギー消費量・原単位、CO<sub>2</sub>排出量・原単位の実績

【生産活動量】

<2018年度実績値>

生産活動量 (単位：百万円/年) : 11,156,083.0 [基準年度比：21.1%増、2017年度比：2.8%増]

<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)

\*時代の変化に伴い店舗におけるエネルギー消費量の構成比は変化しており、「床面積」や「営業時間」は変わらない中で、チケット販売機やATMサービス、ファストフード等の店内調理機器等の導入が進んできたこと等から、原単位を設定するための活動量を見直す必要が出てきた。そこで、生産活動量として、事業活動と最も密接な関係にある指標である「売上高」を2013年度実績より採用している。

\*コンビニエンスストアが社会インフラとしての機能を担っていく中で、店舗数の拡大（基準年度比：15.6%増）により売上高も伸長（基準年度比：21.1%増）している。特に、2018年度はライフスタイルの多様化（少子高齢化の進行、健康志向、単身世帯及び女性の社会進出等による共働き世帯等の増加）等による食生活の変化（食の外部化、嗜好の多様化等）等により、店内調理品等のカウンター商材や、弁当・調理麺・惣菜・冷凍食品等の中食、デザート等が好調に推移したことから、「売上高」が伸長した。

【参考】店舗数の推移

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度
店舗数	48,703	51,114	53,696	54,727	55,704	56,282

\*しかし、生産活動量の指標である売上高は、今後も全体として増加するものの、1店舗毎の営業状況は楽観できない。他業態との競争はもとより、今後の消費税率の更なる引き上げ（2019年10月）や、人手不足による人材の採用難・人件費の上昇、原材料等の高騰による商品価格の上昇、気候変動・自然災害等による様々な影響等も想定され、目標達成は容易ではないと考えている。

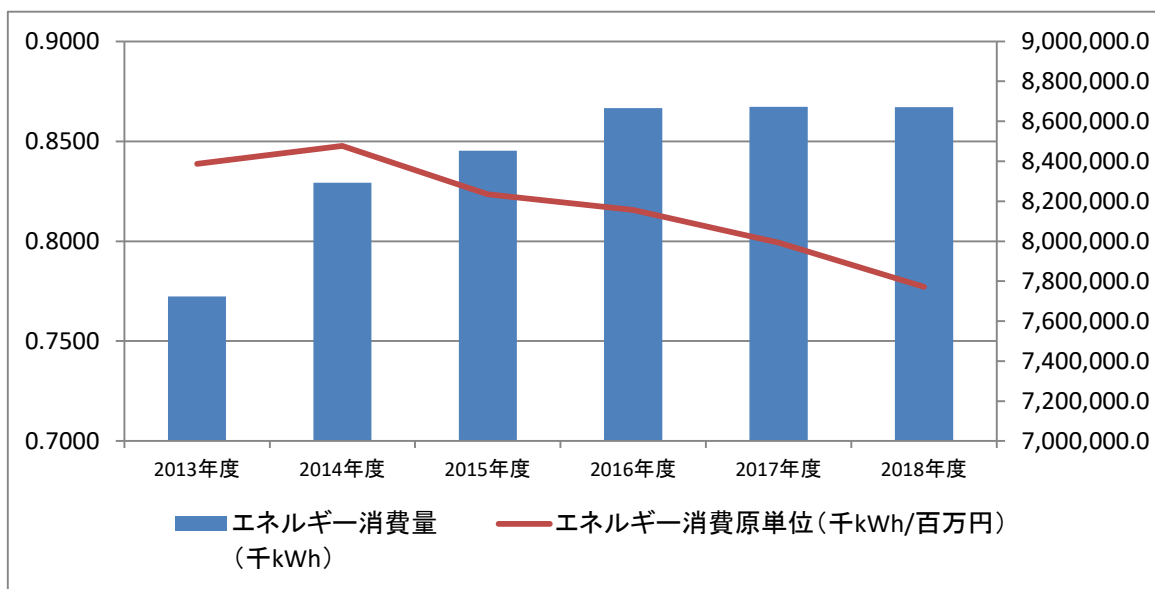
【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

＜2018年度の実績値＞

エネルギー消費量（単位：千kWh/年）：8,670,143.0〔基準年度比：12.3%増、2017年度比：0.02%減〕

エネルギー原単位（単位：千kWh/百万円/年）：0.7772〔基準年度比：7.3%減、2017年度比：2.8%減〕

＜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）

《エネルギー消費量》

\* 少子高齢化の進行、単身世帯や有職女性の増加、地方の商店等が衰退してきていること等を背景に、コンビニエンスストアは地域のインフラとしての役割を担ってきている。また、各社とも積極的に出店（基準年度比：15.6%増）を進めていることから、エネルギー消費量全体は増加傾向（基準年度比：12.3%増）にあるものの、1店舗当たりで見るとエネルギー消費量は、基準年度比 2.9%の削減となった。

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度
1店舗当たり エネルギー消費量	158,584 kWh	162,244 kWh	157,420 kWh	158,358 kWh	155,681 kWh	154,048 kWh
基準年度比	—	102.3%	99.3%	99.9%	98.2%	97.1%

\* コンビニエンスストアの場合、エネルギー消費量のほとんどが電力会社等から供給される電気の使用であることから、各社ともLED照明や自然冷媒等のノンフロン冷機等の省エネ機器の積極的な導入や、機器等の運用管理を徹底すること等により、エネルギー消費量の削減を図っている。

《エネルギー消費原単位》

\* 店舗数の拡大等により「エネルギー消費量」及び「売上高」はともに増加傾向にあるものの、東日本大震災以降、LED照明をはじめとする省エネ機器の導入や、積極的な節電対策を前倒して実施してきたこと等から、原単位におけるエネルギー消費量の増加率は抑えられている。今後も引き続き、事業の発展と環境負荷低減の両立を目指し、目標達成に向け取組みを進めていく。

<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)

2013年度を基準に毎年1%ずつ改善するという省エネ法に準じた目標値となっている。

(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：0.8453 千kWh/百万円

\*2018年度実績：0.7772 千kWh/百万円

※2018年度のベンチマーク目標の達成会社は2社。

<今年度の実績とその考察>

2018年度のベンチマーク目標の達成会社2社のみであるものの、省エネ法の目標達成の会社は4社となる。

□ ベンチマーク制度の対象業種ではない

—

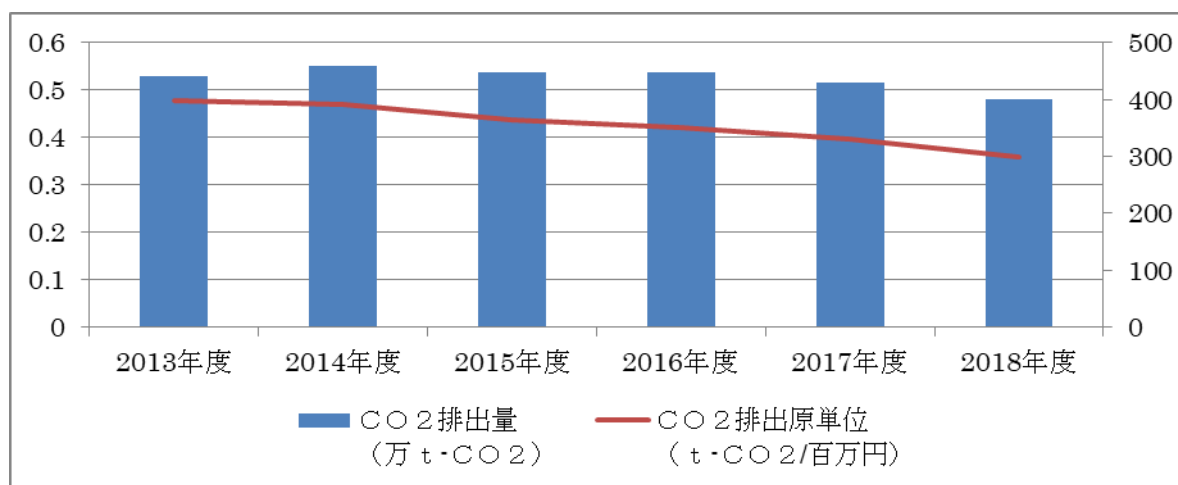
【CO<sub>2</sub>排出量、CO<sub>2</sub>原単位】

<2018年度の実績値>

CO<sub>2</sub>排出量 (単位：万t-CO<sub>2</sub>)：401.43 [基準年度比：8.8%減、2017年度比：6.7%減]

CO<sub>2</sub>原単位 (単位：t-CO<sub>2</sub>/百万円)：0.3598 [基準年度比：24.7%減、2017年度比：9.2%減]

<実績のトレンド> (グラフ)



※2018年度の電力排出係数：0.4630 kg-CO<sub>2</sub>/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)

《CO<sub>2</sub>排出量》

- \* コンビニエンスストアは店舗数の拡大（基準年度比：15.6%増）が続いているものの、電力原単位（排出係数）は改善傾向にあることから、CO<sub>2</sub>排出量も減少傾向にある。
- \* 各社とも「持続可能な成長」を目指し、LED照明や自然冷媒等のノンフロン冷機等の省エネ機器や、太陽光発電等の再生可能エネルギーの導入（16、18 ページ参照）を積極的に進めている。

《CO<sub>2</sub>排出原単位》

- \* 生産活動量（売上高）に対するエネルギー使用量は、電力原単位（排出係数）の改善や、LED照明をはじめとする省エネ機器の積極的な導入、太陽光発電装置の設置促進等により削減が進み、CO<sub>2</sub>排出原単位は減少傾向にある。
- ※ CO<sub>2</sub>排出量を目標指標とすることについては、コンビニエンスストアの場合、店舗の電気使用に基づくCO<sub>2</sub>排出量がほとんどであり、その排出量は電力原単位（排出係数）に左右される。そこで、業界として、真摯に省エネ対策の取組みを進めていくとともに、事業の発展と環境負荷低減の両立を目指して「エネルギー消費原単位」での削減に取り組んでいる。

項目	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度
排出係数 (kg-CO <sub>2</sub> /kWh)	0.5700	0.5540	0.5310	0.5160	0.4960	0.4630
CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )	440.24	459.40	448.84	447.19	430.13	401.43

【要因分析】（詳細は「2019年度業界向けデータシート」の「別紙5」参照）

(CO<sub>2</sub>排出量) ※調整後排出係数

要因	基準年度→2018年度変化分		2017年度→2018年度変化分	
	年度 (万t-CO <sub>2</sub> )	(%)	年度 (万t-CO <sub>2</sub> )	(%)
事業者の省エネ努力分	▲32.145	▲7.3	▲11.650	▲2.7
燃料転換等による変化	—	—	—	—
購入電力分原単位変化	▲85.454	▲19.5	▲28.618	▲6.7
生産変動分	81.105	18.5	11.563	2.7

(エネルギー消費量)

要因	基準年度→2018年度変化分		2017年度→2018年度変化分	
	年度 (万kl)	(%)	年度 (万kl)	(%)
事業者省のエネ努力分	▲16.787	▲8.9	▲6.028	0.0
生産変動分	39.950	21.1	5.982	0.0

(要因分析の説明)

コンビニエンスストアは、店舗数の拡大（基準年度比：15.6%増）が続いていること等から、CO<sub>2</sub>排出量は増加傾向にあったが、ここ数年は電力原単位（排出係数）が改善したことや、各社とも「持続可能な成長」を目指してLED照明や自然冷媒等のノンフロン冷機等の省エネ機器、太陽光発電等の再生可能エネルギーの導入（16、18 ページ参照）を積極的に進めてきたこと等から、CO<sub>2</sub>排出量の増加は抑えられてきている。

## (4) 実施した対策、投資額と削減効果の考察

【総括表】(詳細は「2019年度業務向けデータシート」の「別紙6」参照)

年 度	対 策	投資額 (総 額)	削減効果 (年度当たりの「エネルギー削減 量」及び「CO <sub>2</sub> 削減量」)	設備等の使用期間 (見込み)
2018年度	【セブン-イレブン (SEJ)】			
	太陽光発電パネル設置	—	2,239t-CO <sub>2</sub>	
	新型店内LED照明	—	6,200t-CO <sub>2</sub>	
	【ファミリーマート (FM)】			
	LEDファサード看板 (仕様改良)	1,118百万円	2,817千kWh	
	店内LED照明+調光システム (改良)	618百万円	3,653千kWh	
	サイン看板のLED化	121百万円	985千kWh	
	総合熱利用システム(冷凍冷蔵・空調一体型システム)又は 最新省エネ型冷凍冷蔵機	522百万円	8,398千kWh	
	自然冷媒CO <sub>2</sub> 冷凍機	48百万円	804千kWh	
	【デイリーヤマザキ (DY)】			
	店内LED照明の導入	72百万円	714.3t-CO <sub>2</sub>	
	インバーターコンプレッサーの 導入(空調機)	58.6百万円	132.8t-CO <sub>2</sub>	
	インバーターコンプレッサーの 導入(冷凍機)	127.8百万円	288.0t-CO <sub>2</sub>	
	看板のLED照明採用	76.9百万円	51.4t-CO <sub>2</sub>	
	【ローソン (LAW)】			
	CO <sub>2</sub> 冷媒機器	8,030百万円	16,148千kWh	
	冷凍機入れ替え	455百万円	4,710千kWh	
	空調機入れ替え	232百万円	2,150千kWh	
	既存店LED照明	3,782百万円	45,239千kWh	
CO <sub>2</sub> 冷媒機器	55百万円	110千kWh		
2019年度	【セブン-イレブン (SEJ)】			
	新型オープンケースの設置	—	3,368t-CO <sub>2</sub>	
	新型IHフライヤー	—	2,400t-CO <sub>2</sub>	
	オイルスマッシャー	—	932t-CO <sub>2</sub>	
	【ファミリーマート (FM)】			
	LEDファサード看板 (仕様改良)	—	—	—
	店内LED照明+調光システム (改良)	—	—	—
	サイン看板のLED化	—	—	—
	総合熱利用システム(冷凍冷蔵・空調一体型システム)又は 最新省エネ型冷凍冷蔵機	—	—	—
	自然冷媒CO <sub>2</sub> 冷凍機	—	—	—
	【デイリーヤマザキ (DY)】			
	店内LED照明の導入	72百万円	714.3t-CO <sub>2</sub>	
	インバーターコンプレッサーの 導入(空調機)	42.6百万円	53.2t-CO <sub>2</sub>	
	インバーターコンプレッサーの 導入(冷凍機)	49.3百万円	108.0t-CO <sub>2</sub>	
	看板のLED照明採用	47.9百万円	31.6t-CO <sub>2</sub>	
	【ローソン (LAW)】			
	CO <sub>2</sub> 冷媒機器	—	—	
	冷凍機入れ替え	—	—	
	空調機入れ替え	—	—	
既存店LED照明	—	—		
CO <sub>2</sub> 冷媒機器	—	—		

2020年度 以降	【ローソン (LAW)】			
	CO <sub>2</sub> 冷媒機器	—	—	
	冷凍機入れ替え	—	—	
	空調機入れ替え	—	—	
	既存店LED照明 CO <sub>2</sub> 冷媒機器	—	—	

### 【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)

会社名	投資動向
SEJ	新型の太陽光パネルやLED照明を設置することにより、CO <sub>2</sub> 削減を実施。
FM	省エネ機器の普及を背景に、既存の省エネ設備の改良型を積極的に導入することにより、電気使用量を削減し地球温暖化対策を進めた。
LAW	年度の省エネ機器の入れ替えは、ほぼ計画通りであったが経済情勢等により店舗増加における投資額が増大(前年：17,871百万円)。

(取組みの具体的事例)

会社名	具体的事例
FM	既存店4,500店舗に対し、店内売場照明のLED化工事を実施。チェーン全体の約90%の店舗にて店内売場照明LED化が完了。
LAW	*冷凍機入れ替え 効果15,000kWh/年/店 削減 導入1,327店 *空調機入れ替え 効果12,500kWh/年/店 削減 導入1,185店 *既存店LED照明 効果9,809kWh/年/店 削減 導入5,625店

(取組実績の考察)

会社名	考察
FM	省エネ設備の積極導入に向けて、新店はもちろんのこと、既存店への投資を強化していく。
LAW	新店へは最新の省エネ機器を採用するとともに、既存店(経年劣化)への機器入れ替えにおいて次年度予算の投資計画を検討している。

### 【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)

会社名	取組予定
SEJ	*新型オープンケースの導入による年間3,368t-CO <sub>2</sub> の削減予定。 *新型IHフライヤーの導入による年間2,400t-CO <sub>2</sub> の削減予定。 *オイルスマッシャーの導入による年間932t-CO <sub>2</sub> の削減予定。
FM	2030年までに店舗照明設備のLED化の完了を目指し、店当たり2017年度対比で8,500kWh/年の電気使用量の削減を見込む。
LAW	*電力消費機器入れ替え対策による5,494千kWh削減予定。 *電力供給会社の排出係数変動によるCO <sub>2</sub> 削減量。 *経年劣化店舗の計画外機器入れ替えにともなう投資予算確保。

### 【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
太陽光発電装置*	6社 13,821店舗	—
LED照明〔看板〕	7社 41,805店舗	—
LED照明〔店内(売場)〕	8社 45,308店舗	—
LED照明〔店内(トイレ等)〕	5社 4,814店舗	—
冷蔵・冷凍、空調用熱電源一体型システム	5社 8,369店舗	—



※太陽光発電の導入目的等

	導入目的		ZEB 化の視点での取組み・対策	導入目的	
	ZEB 化	売 電		FIT による売電	自家消費
SEJ	●		再生エネルギーの購入や空調管理、CO <sub>2</sub> 冷媒、その他、可能な限り様々な対策を実施。		● ※災害時の非常用電源として活用するため。
FM		●		殆どが売電、一部自家消費を行っている店舗あり。	
PO		●		●	—
MS		● ※但し、ZEB 化も目論見の一つ		殆どが売電、一部自家消費を行っている店舗あり	
DY	●				●
LAW		● ※但し、ZEB 化も目論見の一つ		殆どが売電、一部自家消費を行っている店舗あり	

【IoT等を活用したエネルギー管理の見える化の取組み】

—
---

【他事業者と連携したエネルギー削減の取組み】

—
---

【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み】

<p>当協会では、毎月、環境委員会（外食、小売・サービス、コンビニエンスストアの20社にて構成）を開催し、各社の参考となるテーマを設定し説明会の開催（24ページ参照）や、各社の最新の省エネ対策の取組み等につき情報共有を図っている。これにより、低炭素社会実行計画の参加各社の更なる省エネ対策を進める上での参考としている。</p>
---

(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。

$$\text{想定比【基準年度目標】} = \frac{(\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準})}{(\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の想定した水準})} \times 100 (\%)$$

$$\begin{aligned} \text{想定比} &= (\text{計算式}) \quad (0.8387 - 0.7772) / (0.8387 - 0.7976) \times 100 (\%) \\ &= 149.6\% \end{aligned}$$

【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)

東日本大震災以降、LED照明〔看板：41,805店舗、店内(売場)：45,308店舗〕や、自然冷媒等のノンフロン冷機(3,692店舗、9,353台)等の最新の省エネ機器、太陽光発電装置(13,821店舗)等の再生可能エネルギーを積極的に導入してきたことから、想定した水準を上回る結果となった。

(自己評価を踏まえた次年度における改善事項)

引き続き、LED照明等の省エネ機器の導入を進めていくが、今後の更なる削減には新しい技術や機器等の開発が必要不可欠である。現状では、自然冷媒等のノンフロン冷機等の導入を進めていきたいと考えている。

#### (6) 次年度の見通し

##### 【2019年度の見通し】

	生産活動量 (百万円)	エネルギー 消費量 (千kWh)	エネルギー 原単位 (千kWh/百万円)	CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )	CO <sub>2</sub> 原単位 (t-CO <sub>2</sub> /百万円)
2018年度 実績	11,156,083.0	8,670,143.0	0.7772	401.43	0.3598
2019年度 見通し	—	—	0.7896	—	—

(見通しの根拠・前提)

省エネ法に準じ2013年度を基準にしてエネルギー消費原単位を毎年1%の改善に努めることを目標とし、年度毎の見通しを設定している。2020年度目標は達成しているが、2030年度目標は達成していない状況である。また、生産活動量の指標である売上高は、各社の地域インフラとしての機能を担うための積極的な出店から、全体として増加するものの、1店舗毎の営業状況は楽観できない。他業態との競争はもとより、国内景気の動向、異常気象・自然災害等による経済活動への影響等も想定され、原単位の更なる改善は容易ではないと考えている。また、エネルギー消費量については、今後もLED照明や、自然冷媒等のノンフロン冷機、太陽光発電装置等を積極的に導入することにより省エネを進めていこうと考えているが、一方で、温度管理等が必要な新規商品の開発や、地域インフラとしての行政サービスの代行等の開発を進めている中、エネルギー使用量の増加も見込まれる。今後の更なる削減には、今までにはない「新しい技術」や、「新しい機器等の開発」が必要不可欠であり、自主的な取組みだけによる大幅な改善は困難な状況にあると考えている。

#### (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】

※進捗率の計算式は以下のとおり。

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

$$\text{進捗率} = (\text{計算式}) \quad (0.8387 - 0.7772) / (0.8387 - 0.7817) \times 100 (\%)$$

$$= 107.9\%$$

【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）

—
---

（目標到達に向けた具体的な取組みの想定・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）

—
---

■ 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）

<p>*既に目標を達成していることから、2017年度実績より目標数値の見直しを行った。2020年度目標は達成しているものの、今後、不確定要素もあり目標達成には予断は許さない状況である。</p> <p>*生産活動量の指標である売上高については、コンビニエンスストアが地域インフラとして機能するための積極的な出店から、全体として増加すると思われるが、1店舗毎の営業状況は楽観できない。他業態との競争はもとより、今後の消費税率の更なる引き上げ（2019年10月）、国内景気の動向、異常気象・自然災害等による経済活動へのマイナス影響等も想定されることから、原単位の更なる改善は容易ではないと考えている。</p> <p>*また、エネルギー消費量については今後もLED照明や、自然冷媒等のノンフロン冷機、太陽光発電装置等を導入することにより省エネを進めていこうと考えている。一方、温度管理等が必要な新規商品の開発や、地域インフラとしての行政サービスの代行等の開発を進めている中では、エネルギー使用量の増加も見込まれる。</p> <p>*今後の更なる削減には、今までにはない「新しい技術」や、「新しい機器等の開発」が必要不可欠であり、自主的な取組みだけによる大幅な改善は困難な状況にあると考えている。</p>
---

（今後、予定している追加的取組みの内容・時期）

15、16 ページに掲載の「実施した対策、投資額と削減効果の考察」を参照。
---------------------------------------

目標達成が困難

（当初想定と異なる要因とその影響）

—
---

（追加的取組みの概要と実施予定）

—
---

（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】

※進捗率の計算式は以下のとおり。

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

$$\text{進捗率} = (\text{計算式}) \quad (0.8387 - 0.7772) / (0.8387 - 0.7070) \times 100 (\%)$$

$$= 46.7\%$$

【自己評価・分析】

(目標達成に向けた不確定要素)

19 ページに掲載の「目標達成に向けた不確定要素」と同様。

(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)

2017年度実績より目標数値の見直しを行ったが、引き続き、2030年度目標の達成に向け取組みを進めていく。なお、今後の進捗状況や社会情勢等を踏まえ、必要に応じて目標の見直しを行う予定。

(9) クレジット等の活用実績・予定と具体的事例

【業界としての取組み】

- クレジット等の活用・取組みを行っている
- 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】

- 「2019年度業界向けデータシート」の「別紙7」参照。

【個社の取組み】

- 各社でクレジット等の活用・取組みを行っている。
- 各社ともクレジット等の活用・取組みは行っていない。

【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	—

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)
【LAW】			
CO <sub>2</sub> オフセット運動	282t-CO <sub>2</sub>		

(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)

会社名	内 容
全 社	各社ともCO <sub>2</sub> 排出量等をサプライチェーン全体にて把握し、環境負荷の低減に取り組んでいる。

(2) 2018年度の実績

(取組みの具体的事例)

会社名	具体的事例
SEJ	弁当・惣菜等の容器にバイオマスポリプロピレン素材、軽量化ポリスチレン、再生PET素材を使用することによりCO <sub>2</sub> 削減を図った。
FM	サラダ4アイテムの容器にバイオマスプラスチック「ポリ乳酸(PLA)」を使用、調理麺、惣菜等の容器に再生PETを使用しCO <sub>2</sub> 削減を図った。
LAW	「CO <sub>2</sub> オフセット運動」を展開。Loppi 端末での1t 販売やカードポイントの利用にてCO <sub>2</sub> 排出権が購入できるサービス。

(取組実績の考察)

会社名	考 察
SEJ	年間5,783t-CO <sub>2</sub> の削減効果(推計)。
FM	年間2,541t-CO <sub>2</sub> の削減効果(推計)。
LAW	前年実施のCO <sub>2</sub> 排出権付商品の販売が実施できず、前年割れ。

【2019年度以降の取組予定】

会社名	取 組 予 定
SEJ	2030年までにオリジナル商品にて使用する容器は、環境配慮型素材を50%以上使用。
FM	オリジナル商品の容器・包装は、環境配慮素材への切り替えを進めるとともに、使用重量の削減に取り組む。
LAW	「CO <sub>2</sub> オフセット運動」を継続。

#### 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 (2018年度)	削減見込量 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
1	—	—	—	—

(削減貢献の概要、削減見込量の算定根拠)

会社名	内 容
—	—

(2) 2018年度の実績

(取組みの具体的事例)

会社名	具体的な事例
MS	現在、韓国、フィリピン、中国、ベトナムへ出店し、各国の特性に応じて省エネ機器の導入、厨房加工のオペレーションの効率化を進めることで店舗の環境負荷低減を図っている。

(取組実績の考察)

会社名	考 察
—	—

(3) 2019年度以降の取組予定

—
---

## 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

①次世代型店舗の研究・開発

内 容	代表的な店舗
①高効率太陽光発電システム、②路面型太陽光パネル、 ③カーポート/屋上太陽光パネル、④風力/太陽光発電付サインポール、 ⑤大容量リチウムイオン蓄電システム、⑥純水素燃料電池の発電利用、 ⑦リユースバッテリー蓄電、⑧高効率発電/蓄電システム、 ⑨自動調光機能付き店頭看板、⑩CO <sub>2</sub> 冷媒を使用した冷凍・冷蔵設備、 ⑪新型ウォークイン冷蔵庫、⑫オイルスマッシャー搭載フライヤーフード、 ⑬新型フライヤーフードユニットによる給排気システム、 ⑭バックドアチルドケース、⑮ウォークイン補充ラック、 ⑯ウォークイン商品陳列棚、⑰スライド式の棚板/ブラケットの採用、 ⑱店内正圧化空調換気プラン(空調コントローラー)、 ⑲「ナノイーX」による店内空気の清浄(空調機・空気清浄機)、 ⑳快適空間トイレ、㉑バイオPEを使用したステッカー、 ㉒レジ袋簡易取り出し/袋開口機能、㉓ペットボトル回収機、 ㉔建物スライド工法、㉕鉄筋ロールマット工法	SEJ 千代田二番町店  SEJ 相模原橋本台1丁目店
①環境負荷低減+災害時対応(太陽光発電+リチウムイオン蓄電池システム)、 ②環境負荷低減技術(地中熱ヒートポンプ空調、ノンフロンCO <sub>2</sub> 冷媒・冷蔵 冷凍システム)、 ③新技術の活用(次世代有機EL照明、調光調色LED照明システム)	FM 船橋金杉店
①太陽光発電、②リチウムイオン電池、③ノンフロン冷蔵冷凍システム、 ④調光式LED照明システム、 ⑤業務用SOFC燃料電池システム(省エネ・省CO <sub>2</sub> 効果及び防災性の追求)、 ⑥国産FSC認証木材活用店舗(鉄筋工法比:CO <sub>2</sub> 33%削減)、 ⑦BELS(建築物省エネルギー性能表示制度)5つ星 (一次エネルギー使用量50%削減:2017年8月には100店舗にて取得)	MS 千葉北高校前店
①国産杉材を使用したCLT(直交集成板)を店舗の構造や内装に使用、 ②ウルトラエコ・アイス(要冷蔵熱槽)、 ③太陽光発電設備等を導入し、外部から調達する電力量を2016年度の標準的な 店舗対比にて約6割削減を目指す。	LAW 館林木戸町店

②省エネに貢献し温暖化係数も低い自然冷媒等の利用

自然冷媒等のノンフロン冷機の導入状況は18ページに掲載。

(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	2018	2019	2020	2023	2025	2030	2050
1	—	—	—	—	—	—	—	—

(3) 2018年度の取組実績

(取組みの具体的事例、技術成果の達成具合、他産業への波及効果、CO<sub>2</sub>削減効果)

①参加している国家プロジェクト

(概要)

—
---

(CO<sub>2</sub>削減効果)

—
---

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) 2019年度以降の取組予定

(技術成果の見込み、他産業への波及効果、CO<sub>2</sub>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

会社名	内 容
SEJ	2030年度までに、店舗運営に伴うCO <sub>2</sub> 排出量を2013年度対比にて30%削減する。

(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、制度等)

—
---

(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)

(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み

取組内容	発表対象：該当するものに「●」	
	業界内限定	一般公開
* J F Aホームページにて取組内容を公開 URL : <a href="https://www.jfa-fc.or.jp/particle/496.html">https://www.jfa-fc.or.jp/particle/496.html</a>		●
*環境省「COOL CHOICE」に参加		●
*環境省「クールビズ」、「ウォームビズ」の実施		●

#### <具体的な取組事例の紹介>

<p>J F A環境委員会（毎月開催）にて環境関連をテーマとした説明会を開催。</p> <p>【説明会の開催】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*経済産業省：COP24の結果報告について（2019年1月）</li> <li>*経済産業省：気候変動に関連した企業の情報開示に関する経済産業省の取組みの紹介について（2019年2月）</li> <li>*農林水産省：食品リサイクル法の基本方針改正案等について（2019年2月）</li> <li>*経済産業省：xEVの普及加速化について（2019年3月）</li> <li>*東京都：食品ロス削減に向けた東京都の取組みについて（2019年4月）</li> <li>*SINKPIA・JAPAN(株)：生ごみ処理機について（2019年4月）</li> <li>*環境省：プラスチック資源循環戦略について（2019年6月）</li> <li>*農林水産省：食品ロス削減推進法の概要について（2019年9月）</li> <li>*(株)NTTドコモ：食品ロス削減へ向けた取組み ecobuy サービスについて（2019年11月）</li> <li>*（一社）サステナブルドチェーン協議会（SFA）：SFAについて（2019年12月）</li> <li>*豊田通商(株)：バイオマスプラスチックについて（2019年12月）</li> </ul>
--

#### ②個社における取組み

取組内容	発表対象：該当するものに「●」	
	企業内部	一般向け
【SEJ】		
ホームページの公開、冊子の配布	●	●
【F M】		
*ホームページにて環境への取組みについて情報を発信		●
*加盟者向けに環境関連の冊子を配布し、情報を発信	●	
【LAW】		
ホームページ、統合報告書、社会・環境小冊子、社内報等にて取組みを社内外に告知	●	●

#### <具体的な取組事例の紹介>

—
---

#### ③学術的な評価・分析への貢献

—
---



(2) 情報発信（海外）

<具体的な取組事例の紹介>

—
---

(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みの検討状況

—
---

VII. 業務部門（本社等オフィス）・運輸部門等における取組み

(1) 本社等オフィスにおける取組み

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)

本社等オフィスにおけるCO<sub>2</sub>削減目標は現時点では設定していない。各チェーンにおける対策を共有するとともに、業界としての削減目標設定の是非について、引き続き、検討していきたいと考えている。

※業界としての目標は設定していないものの、各社にて目標を設定している。

【SEJ】 削減目標：2019年3月策定  
\*本部ビルでの電力使用量を2018年度より削減する。  
(対象事業領域：本部ビル)

【FM】 削減目標：2018年3月策定  
\*本社ビル電気使用量削減（2017年度比1%削減）  
(対象事業領域：本社ビル)

【LAW】 a. 本社オフィスでは、7～9月の3ヶ月を省エネ強化期間として設定。  
\*消灯（スイッチOFF）の徹底。  
\*エアコンの設定温度26～28℃にて運用。  
\*クールビズスタイルでの勤務。  
\*「省エネ啓発ポスター」の掲出。  
b. 各エリアオフィスでも同様の取組みを実施。  
c. 店舗では「省エネ10か条」の徹底。

【エネルギー消費量、CO<sub>2</sub>排出量等の実績】

\*本社オフィス等のCO<sub>2</sub>排出実績

項 目		SEJ	F M
2009年度	延べ床面積 (万㎡)		
	CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )		
	床面積当たりのCO <sub>2</sub> 排出量 (kg-CO <sub>2</sub> /㎡)		
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)		
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)		
2010年度	延べ床面積 (万㎡)		
	CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )		
	床面積当たりのCO <sub>2</sub> 排出量 (kg-CO <sub>2</sub> /㎡)		
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)		
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)		
2011年度	延べ床面積 (万㎡)		
	CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )		
	床面積当たりのCO <sub>2</sub> 排出量 (kg-CO <sub>2</sub> /㎡)		
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)		
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)		
2012年度	延べ床面積 (万㎡)		
	CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )		
	床面積当たりのCO <sub>2</sub> 排出量 (kg-CO <sub>2</sub> /㎡)		
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)		
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)		
2013年度	延べ床面積 (万㎡)		
	CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )		
	床面積当たりのCO <sub>2</sub> 排出量 (kg-CO <sub>2</sub> /㎡)		
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)		
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)		
2014年度	延べ床面積 (万㎡)		3.8
	CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )		0.2
	床面積当たりのCO <sub>2</sub> 排出量 (kg-CO <sub>2</sub> /㎡)		52.6
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)		0.1
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)		26.7
2015年度	延べ床面積 (万㎡)	0.96	4.0
	CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )	0.24	0.2
	床面積当たりのCO <sub>2</sub> 排出量 (kg-CO <sub>2</sub> /㎡)	250.0	50.0
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)	4.54	0.1
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)	4,536.0	24.7
2016年度	延べ床面積 (万㎡)	0.96	5.8
	CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )	0.24	0.3
	床面積当たりのCO <sub>2</sub> 排出量 (kg-CO <sub>2</sub> /㎡)	250.0	45.5
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)	4.54	0.1
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)	4,536.0	22.4
2017年度	延べ床面積 (万㎡)	0.96	5.4
	CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )	0.23	0.3
	床面積当たりのCO <sub>2</sub> 排出量 (kg-CO <sub>2</sub> /㎡)	250.0	48.8
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)	4.23	0.1
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)	4,402.0	24.3
2018年度	延べ床面積 (万㎡)	0.96	5.4
	CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )	0.23	0.3
	床面積当たりのCO <sub>2</sub> 排出量 (kg-CO <sub>2</sub> /㎡)	235.0	48.8
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)	4.23	0.1
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)	4,402.0	24.3

II. (1) に記載のCO<sub>2</sub>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)

会社名	課題及び今後の取組方針
SEJ	事業会社が入り組んでオフィスを共同にて使用しているフロアでは、各社の消費量や取組みが明確化し難い。影響を及ぼすことで取組みの統一化を図る。
LAW	テナント事務所について、電気料金請求にて電力使用料が不明な場合は、推計値にて算出。子メーターを検討。

③実施した対策と削減効果

【総括表】(詳細は、28 ページ参照)

(t-CO<sub>2</sub>)

項目	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	SEJ	0.05	—	—	0.05
	DY	11.19	4.70	—	15.89
	LAW	323.68	5,577.19	9,435.72	15,336.59
2019 年度以降	SEJ	1.27	—	—	1.27
	DY	11.19	4.69	—	15.88
	LAW	306.15	5,275.13	9,435.72	15,017.00

【2018 年度の取組実績】

(取組みの具体的事例)

会社名	取組実績
SEJ	*IS014001 の規格に基づいて、部署ごとに省エネルギーに関する取組計画を策定。 *廃棄物・資源利用・省電力について検証を行うことで、改善が進んだ(コピー用紙再利用、2 アップ印刷の励行、不要電力の OFF 等)。
FM	*全社ノー残業デーの導入。 *21 時終業の退室時の消灯。
LAW	省エネ機器の入れ替え及び店舗での「省エネ 10 か条」の励行

(取組実績の考察)

会社名	取組実績
SEJ	フロア・部門ごとには数値成果としては出にくいので、行為の実施検証を行っている。
FM	全社ノー残業デーの導入等により、残業時間帯の電気使用量の削減が図られたため、継続的に実施する予定。
LAW	2018 年度エネルギー原単位 50.28t-CO <sub>2</sub> /売上高(億円)、前年;50.76t-CO <sub>2</sub> /売上高(億円)

【2019 年度以降の取組予定】

(今後の対策と実施見通しと想定される不確定要素)

会社名	取組実績
SEJ	部門ごとの取組みは継続するが、本社ビル内(オフィス部門)での省エネルギー対応には限界があり効果も微細。意識啓発としては継続して活用。
FM	*全社ノー残業デーの導入。 *21 時終業の退室時の消灯。
LAW	*年平均 1%以上のエネルギー消費原単位の削減(低減)に向け、既存店の省エネ機器(冷凍機、空調機、看板 LED)への入れ替え導入や新規出店店舗への省エネ機器(LED 照明、トイレ人感センサー等)の導入を推進し、一部店舗において CO <sub>2</sub> 冷媒冷凍冷蔵システム、太陽光発電システムを導入。 *店舗では、「省エネ 10 か条」(各機種類のフィルター清掃、空調温度の適正管理等)を徹底。 *エネルギー原単位(目標数値) 49.78t-CO <sub>2</sub> /売上高(億円) 1%削減、売上高増減による変動。

※業務部門（本社等オフィス）の対策と削減効果（別紙8）

対 策 項 目			削 減 効 果		
			CO <sub>2</sub> 削減量 (t-CO <sub>2</sub> /年)		
			SEJ	D Y	LAW
照 明 設 備	昼休み時等に消灯徹底化	2018年度		0.96	323.68
		2017年度までの累積	1.11	9.61	306.12
		2019年度以降		0.96	306.15
	退社時にはパソコンの電源OFFの徹底化	2018年度		0.05	0.51
		2017年度までの累積	1.27	4.56	
		2019年度以降	1.27	0.51	
	照明のインバータ化	2018年度			
		2017年度までの累積			
		2019年度以降			
	高効率照明の導入	2018年度		9.72	
		2017年度までの累積		9.72	
		2019年度以降		9.72	
トイレ等の照明に人感センサー導入	2018年度				
	2017年度までの累積				
	2019年度以降				
照明の間引き	2018年度				
	2017年度までの累積				
	2019年度以降				
空 調 設 備	冷房温度を28度設定する	2018年度		2.75	3,264.24
		2017年度までの累積		19.34	3,059.04
		2019年度以降		2.74	3,087.45
	暖房温度を20度設定する	2018年度		1.95	2,312.95
		2017年度までの累積		13.71	2,167.55
		2019年度以降		1.95	2,187.68
	冷暖房開始時の外気取り入れの停止	2018年度			
		2017年度までの累積			
		2019年度以降			
	空調機の外気導入量の削減	2018年度			
		2017年度までの累積	20.22		
		2019年度以降			
氷蓄熱式空調システムの導入	2018年度				
	2017年度までの累積				
	2019年度以降				
エ ネ ル ギ ー	業務用高効率給湯器の導入	2018年度			
		2017年度までの累積			
		2019年度以降			
	太陽光発電設備の導入	2018年度			9,435.72
		2017年度までの累積			47,871.38
		2019年度以降			9,435.72
風力発電設備の導入	2018年度				
	2017年度までの累積				
	2019年度以降				
建 物 関 係	窓ガラスの遮熱フィルム	2018年度			
		2017年度までの累積			
		2019年度以降			
	エレベータ使用台数の削減	2018年度			
		2017年度までの累積			
		2019年度以降			
自動販売機の夜間運転の停止	2018年度				
	2017年度までの累積				
	2019年度以降				

対 策 項 目		削 減 効 果			
		エネルギー削減量 (MJ/年)			
		SEJ	DY	LAW	
照 明 設 備	昼休み時等に消灯徹底化	2018年度		18,766.00	6,319,061.00
		2017年度までの累積	21,697.00	187,659.00	5,976,381.00
		2019年度以降		18,766.00	5,976,822.00
	退社時にはパソコンの電源OFFの徹底化	2018年度	990.00	9,900.00	
		2017年度までの累積	24,750.00	89,100.00	
		2019年度以降	24,750.00	9,900.00	
	照明のインバータ化	2018年度			
		2017年度までの累積			
		2019年度以降			
	高効率照明の導入	2018年度		189,733.00	
		2017年度までの累積		189,733.00	
		2019年度以降		189,733.00	
トイレ等の照明に人感センサー導入	2018年度				
	2017年度までの累積				
	2019年度以降				
照明の間引き	2018年度				
	2017年度までの累積				
	2019年度以降				
空 調 設 備	冷房温度を28度設定する	2018年度		53,763.00	63,726,997.00
		2017年度までの累積		377,613.00	59,721,008.00
		2019年度以降		53,535.00	60,275,562.00
	暖房温度を20度設定する	2018年度		38,095.00	45,155,129.00
		2017年度までの累積		267,565.00	42,316,600.00
		2019年度以降		38,095.00	42,709,541.00
	冷暖房開始時の外気取り入れの停止	2018年度			
		2017年度までの累積			
		2019年度以降			
	空調機の外気導入量の削減	2018年度			
		2017年度までの累積	394,662.00		
		2019年度以降			
氷蓄熱式空調システムの導入	2018年度				
	2017年度までの累積				
	2019年度以降				
エ ネ ル ギ ー	業務用高効率給湯器の導入	2018年度			
		2017年度までの累積			
		2019年度以降			
	太陽光発電設備の導入	2018年度			184,211,370.00
		2017年度までの累積			934,582,284.00
		2019年度以降			184,211,370.00
風力発電設備の導入	2018年度				
	2017年度までの累積				
	2019年度以降				
建 物 関 係	窓ガラスの遮熱フィルム	2018年度			
		2017年度までの累積			
		2019年度以降			
	エレベータ使用台数の削減	2018年度			
		2017年度までの累積			
		2019年度以降			
自動販売機の夜間運転の停止	2018年度				
	2017年度までの累積				
	2019年度以降				

(2) 運輸部門における取組み

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)

各社とも配送業務については外部に委託等をしているところもあり、削減目標の設定等を強制することはできない。引き続き、データの把握を行うとともに、取引先と連携した取組み等を実施していきたいと考えている。

※業界としての目標は設定していないものの、各社にて目標を設定している。

【S E J】削減目標：2019年3月策定

\*2020年度に環境配慮型車両の導入率20%を目標

※対象事業領域：店舗配送の共配車両

【F M】削減目標：2018年3月策定

\*配送中における1店舗当たりCO<sub>2</sub>排出量の削減（前年比99.9%）。

※対象事業領域：専用センターからの商品配送

【M S】削減目標：2018年2月策定

\*CO<sub>2</sub>を前年比98%とする。

※対象事業領域：常温・定温センター20ヶ所

【D Y】削減目標：2019年7月策定

\*前年の排出量を下回る努力をする。

山崎製パン（パン共配）との共配を進め、1店舗当たりの納品配送車両を削減。

※対象事業領域：チルド・ドライ・フローズンの委託業務のみ（パン共配後は除外する）。

【LAW】削減目標：2018年3月策定

\*配送車両の1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量を2007年度対比で24%削減。

※対象事業領域：配送センター（CDC・DDC・FDC）

また、準荷主に該当する会社は4社であり、各社ともガイドラインに基づいた以下の取組みを実施・検討中である。

項 目	実 施 状 況			
	A社	B社	C社	D社
リードタイムの見直し	検討中	検討中	最適な配送ルートを組むことにより、随時リードタイムの見直しを実施。	実施中
発注頻度・発注ロットの見直し及び発注量の平準化・最適化	検討中	検討中		実施中
大型輸送機器の受入れ体制の確保	検討中			実施中
計画的荷積み・荷下しの推進	検討中		随時、計画的な荷積み、荷下ろしの体制を推進し、効率化を図っている。	実施中
ユニットロードシステムの推進	検討中			実施中
関連インフラの整備	検討中	検討中		実施中

② エネルギー消費量、CO<sub>2</sub>排出量等の実績（データの把握が可能な7社にて集計）

	配送センター数	温度帯別配送システム	車両台数	1店舗当たりの年間数値			
				走行距離数 (km)	燃料使用量 (kl)	燃費 (km/l)	CO <sub>2</sub> 排出量 (t-CO <sub>2</sub> )
軽油	508	フローゾン	1,971	17,813.8	2,937	6.1	7.58
		常温	5,486				
		チルド(米飯共配)	8,197				

※上記CO<sub>2</sub>排出量は、配送センターから各店舗間の配送車両における燃料使用量から算出。

※配送車両におけるカバー率：91.4%（たばこ・雑誌・新聞等の専用車を除く）。

※算出に当たり、環境省・経済産業省『温室効果ガス排出量算定・報告マニュアルの「CO<sub>2</sub>排出係数（軽油：2.58 t - CO<sub>2</sub>/kl）」を使用。

《参考：年度別推移》

年 度	1店舗当たりの年間数値	
	走行距離数 (km)	CO <sub>2</sub> 排出量 (t-CO <sub>2</sub> )
2009年度	19,312.9	8.02
2010年度	18,757.1	7.75
2011年度	18,305.3	7.53
2012年度	18,373.3	7.49
2013年度	18,125.4	7.40
2014年度	18,505.5	7.59
2015年度	18,145.8	7.51
2016年度	16,233.1	6.71
2017年度	17,982.3	7.55
2018年度	17,813.8	7.58

《環境配慮型配送車両導入状況》

項 目	導入台数 (2019年2月末現在)
ハイブリッド配送車	4社 1,263台
天然ガス配送車	6社 67台

《環境配慮型営業用車両導入状況》

項 目	導入台数 (2019年2月末現在)
ハイブリッド車	5社 2,820台
低燃費車	5社 1,633台

II. (1) に記載のCO<sub>2</sub>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)

引き続き、データの収集に努めるとともに、配送車両のCO<sub>2</sub>排出量等の削減にも努めていく。

③ 実施した対策と削減効果

【2018年度】

対策項目	対策内容	対策の効果
<b>《燃費の向上》</b>		
イ. 配送車両使用燃料削減	【SE J】*2018年度ハイブリッド車両を追加で134台導入、全体で959台となる *愛媛県にてバイオ燃料車両を26台導入 *電気トラックを実証実験として3台導入	8,887t-CO <sub>2</sub> /年削減 37t-CO <sub>2</sub> /年削減 16.6t-CO <sub>2</sub> /年削減
	【F M】燃費性能の高い車両への入れ替え	—
	【D Y】継続したエコドライブの推進	—
	【LAW】*センター別燃費実績の進捗管理 *運行管理システムの導入促進	5,883t-CO <sub>2</sub> /年増加
ロ. エコドライブ（省燃費運転）の実施	【SE J】車載端末を活用したエコドライブの推奨を実施	0.35t-CO <sub>2</sub> /年削減 (1店当たり、2010年対比)
	【F M】運行管理システムの活用による省燃費運転の実施	—
	【D Y】運行管理システムによる運行指導	—
	【LAW】*配送センターにおけるエコドライブ研修の実施 *運行管理システムの導入促進	—
ハ. 配送車両の燃費向上	【SE J】ハイブリッド車両導入を促進	「ロ. エコドライブ（省燃費運転）の実施」に含む
	【M S】予冷・予暖を20分の徹底	—
	【D Y】エコドライブの推進	—
	【LAW】*配送センターにおけるエコドライブ研修の実施 *運行管理システムの導入促進	0.08k/l削減
ニ. エコタイヤの導入促進	【SE J】全車両に装着	「ロ. エコドライブ（省燃費運転）の実施」に含む
	【F M】新型車導入時、既存車の摩耗交換時に装着	—
	【LAW】エコタイヤ導入の進捗管理	—
ホ. アイドリングストップ運動の実施	【SE J】可能な限り実施（温度管理が必要ないカテゴリー車両）	「ロ. エコドライブ（省燃費運転）の実施」に含む
	【F M】各配送センターにて教育実施	—
	【M S】深夜のアイドリングストップ	—
	【D Y】停車時、休憩時、待機時に実施の指導	—
【LAW】*配送センターにおけるエコドライブ研修の実施 *運行管理システムの導入促進	—	
<b>《共同配送の推進》</b>		
共同配送推進による車両の削減	【SE J】メーカーより小口にて入荷する商品の集約配送を実施	—
	【F M】配送地域の特性に合わせた共同配送の実施	—
	【D Y】山崎製パン（パン共配）による共同配送を推進	—
	【LAW】LFC座間の活用	—
<b>《配送の効率化》</b>		
配送車両の運行台数の削減	【SE J】3温度帯車両の導入による総台数の削減	—
	【F M】*出店計画に基づいた配送センターの再編による運行台数の削減 *配送エリアの見直しによるコースの最適化の実施	—
	【M S】配送コースの見直し（22ルート削減）	—
	【D Y】店舗数に応じた車両台数の見直し	—
	【LAW】247台増加	—
<b>《低公害車の導入》</b>		
イ. 低公害車の導入促進	【SE J】ハイブリッド車の導入促進	618台増加（2010年対比）
	【F M】排ガス規制対応車両の導入	—
	【D Y】全車導入済	—
	【LAW】ハイブリッド・天然ガス車導入促進	—
ロ. 環境対応車両の効果測定と運用・導入の促進	【SE J】ハイブリッド車の導入促進	「イ. 低公害車の導入促進」に含む
	【LAW】燃料 5.87km/L（前年 5.95km/L）	店当たり 614kg-CO <sub>2</sub> （前年 619kg-CO <sub>2</sub> ）
<b>《その他》</b>		
イ. 配送員のエコドライブの技術指導	【SE J】安全経済日報のデータを基に、運行管理者が酒送員と点呼・面談時に指導を実施	—
	【F M】各配送センターにて教育実施	—
	【D Y】運行管理システムの結果から見た同乗指導及びドライバーの定着化	—
	【LAW】エコドライブ研修の実施	—



対策項目	対策内容	対策の効果
ロ. 配送コース見直しによる車両の削減	【SE J】積載物量が異なる夏と冬に年2回の大幅なコース再編成を実施	—
	【F M】出店、専用工場化計画に基づきコース最適化を実施	—
	【M S】配送ルートの適正化（8台削減）	—
	【D Y】定期的な見直しにより高効率化を図る	—
	【LAW】定期的なコースの見直しを実施（新店・閉店時等）	—

【2019年度以降】

対策項目	対策内容	対策の効果
<b>《燃費の向上》</b>		
イ. 配送車両使用燃料削減	【SE J】ハイブリッド車両の導入促進	—
	【F M】燃費性能の高い車両への入れ替え	—
	【D Y】継続したエコドライブの推進	—
	【LAW】*センター別燃費実績の進捗管理 *運行管理システムの導入促進	—
	【SE J】車載端末を活用したエコドライブの推奨を実施	—
ロ. エコドライブ（省燃費運転）の実施	【F M】運行管理システムを活用したドライバー教育の実施	—
	【M S】配送品質向上キャンペーンを実施	—
	【D Y】運行管理システムによる運行指導	—
	【LAW】*配送センターにおけるエコドライブ研修の実施 *運行管理システムの導入促進	—
	【SE J】配送分析システムの活用	—
ハ. 配送車両の燃費向上	【F M】燃費性能の高い車両への入れ替え	—
	【M S】予冷・予暖を20分前実施継続	—
	【D Y】エコドライブの推進	—
	【LAW】*配送センターにおけるエコドライブ研修の実施 *運行管理システムの導入促進	—
	【SE J】全車両に装着	—
ニ. エコタイヤの導入促進	【F M】新型車導入時、既存車の摩耗交換時に装着	—
	【LAW】エコタイヤ導入の進捗管理	—
	【SE J】配送員マニュアルを活用した啓発	—
ホ. アイドリングストップ運動の実施	【F M】各配送センターにて教育実施	—
	【D Y】停車時、休憩時、待機時に実施の指導	—
	【LAW】*配送センターにおけるエコドライブ研修の実施 *運行管理システムの導入促進	—
	【SE J】メーカーより小口にて入荷する商品の集約配送を実施	—
共同配送推進による車両の削減	【F M】配送地域の特性に合わせた共同配送の実施	—
	【M S】共同配送の検討開始	—
	【D Y】山崎製パン（パン共配）による共同配送を推進	—
	【SE J】3温度帯車両の導入による総台数の削減	—
《配送の効率化》	【F M】出店計画に基づいた配送センターの再編による運行台数の削減	—
	【M S】配送コース適正化（積載店舗+2店実施）	—
	【D Y】店舗数に応じた車両台数の見直し	—
	【SE J】水素トラックの実証実験を実施	—
イ. 低公害車の導入促進	【F M】排ガス規制対応車両の導入	—
	【D Y】全車導入済	—
	【LAW】ハイブリッド・天然ガス車導入促進	—
	【SE J】常温車両のハイブリッド車両の導入	—
ロ. 環境対応車両の効果測定と運用・導入の促進	【F M】バイオ燃料やEV車の導入を検討	—
	【SE J】安全経済日報のデータを基に、運行管理者が酒送員と点呼・面談時に指導を実施	—
イ. 配送員のエコドライブの技術指導	【F M】運行管理システムを活用したドライバー教育の実施	—
	【D Y】運行管理システムの結果から見た同乗指導及びドライバー定着化	—
	【LAW】エコドライブ研修の実施	—
	【SE J】安全経済日報のデータを基に、運行管理者が酒送員と点呼・面談時に指導を実施	—

対 策 項 目	対 策 内 容	対策の効果
ロ. 配送コース見直しによる車両の削減	【SEJ】 配送支援システムを活用したルートシミュレーションの実施	—
	【FM】 配車支援システムを活用したコース編成の見直しを実施	—
	【MS】 配送コースの適正化、配送効率重視（30コース減）	—
	【DY】 定期的な見直しにより高効率化を図る	—
	【LAW】 定期的にコースの見直しを実施	—

### 【2018年度の実績】

(取組みの具体的事例)

会社名	具体的事例
SEJ	ハイブリッド車両、天然ガス車両、バイオ燃料車両、電気トラックの導入。 2017年度：892台 → 2018年度：1,009台（全車両に占める構成比16.38%）
FM	配送センターを175拠点から160拠点に効率化。
DY	*3月甲府エリアでのチルド品のパン便による共配化。 *7月九州エリアでのチルド品・フローズン品のパン便による共配化。
MS	*予冷・予暖の20分前からの実施と荷室のカーテン使用。

(取組実績の考察)

会社名	考 察
SEJ	*車両メーカーと仕様を検討。 *国土交通省、トラック協会、自治体の助成金情報収集。 *環境配慮型車両の導入台数進捗確認。
FM	出店計画や商品取引先に応じた配送センターの拠点の再編を実施。
DY	甲府6台、九州17台 合計23台の車両の削減。
MS	上記掲載の「取組みの具体的事例」を実施した結果、コンプライアンス対応（拘束時間削減）によりルート減・距離減となり、CO <sub>2</sub> 排出量は前年比98.5%。

### 【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)

会社名	取 組 予 定
SEJ	*2019年度に、環境配慮型車両の導入を推進する。 ・ハイブリッド、電気トラック、CNG車両、バイオ燃料車両の4車型にて対応。 2018年度：1,009台 → 2019年度：1,116台を計画。 *店舗エリア拡大に伴い、配送拠点の適正位置を検討し、総走行距離の削減を目指す。
FM	燃費性能の高い車両への入れ替え及び更なる配送センターの再編、配送コースの最適化を行い走行距離の短縮によるCO <sub>2</sub> 削減を目指す。
DY	*3月仙台エリアでのドライ品のパン便による共配化。 *7月長野チルド、新潟ドライのパン便による共配化。 *9月広島・長野・甲府エリアでのドライ品のパン便による共配化。
MS	*定温センター帰着時の冷凍機OFF。 ・予冷・予暖の20分前からの実施と荷室のカーテン使用を継続。 ・定温便の効率化によるコース削減。 *共同配送の検討開始。

(3) 家庭部門、国民運動への取組み等

【家庭部門での取組み】

会社名	取組内容
LAW	あなたのCO <sub>2</sub> 家計簿 家庭で使用する電気やガス等の使用量を入力することで、1年間のCO <sub>2</sub> （二酸化炭素）の排出量が簡単に分かる。

【国民運動への取組み】

会社名	取組内容
全社	*環境省「COOL CHOICEできるだけ1回で受け取りませんかキャンペーン」に参加。なお、宅配ボックスの設置を行っている会社もある。 *クールビズ、ウォームビズへの取組み。 *「Fun to share」への参加。 *レジ袋をはじめとする容器包装廃棄物の削減への取組み。 *食品ロス削減、食品リサイクルへの取組み。
SEJ	環境省主導のCOOL CHOICE運動への賛同、一部商品にCOOL CHOICEマークを印字。
LAW	COOL CHOICEへの参加。

(4) 森林吸収源の育成・保全に関する取組み

会社名	取組内容
SEJ	*紙製陳列什器にFSC認証紙を使用。 *店舗にて販売されるコーヒーの紙カップの原材料の一部に間伐材を使用。

(5) 2019年度以降の取組予定

—
---

## 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年度〉(2018年9月改定)

2020年度において、「売上高」当たりのエネルギー消費量を基準年度(2013年度)より毎年1%改善する。

①基準年度(2013年度): 0.8387千kWh/百万円

②目標値(2020年度): 0.7817千kWh/百万円

〈2030年度〉(2018年9月改定)

2030年度において、「売上高」当たりのエネルギー消費量を基準年度(2013年度)より毎年1%改善する。

①基準年度(2013年度): 0.8387千kWh/百万円

②目標値(2020年度): 0.7070千kWh/百万円

### 【目標の変更履歴】

①自主行動計画(2012年度以前)

店舗ごとのエネルギー消費原単位(床面積×営業時間当たりのエネルギー消費量)を、目標年度(2008～2012年度の5年間の平均値)において、基準年度(1990年度)の23%の削減に努める。

②低炭素社会実行計画(2013年度以降)

〈2020年度〉(2013年10月策定)

2020年度において、「売上高」当たりのエネルギー消費量を基準年度(2010年度)より約10.0%削減する。

・基準年度(2010年度): 0.9347千kWh/百万円

・目標値(2020年度): 0.8453千kWh/百万円

〈2030年度〉(2015年10月策定)

2020年度目標と同じ目標にて取組む。

### 【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

(見直しを実施した理由)

—

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)

2017年度の実績を踏まえ、2018年度に目標数値の見直しを行ったことや、今後、消費税率の引き上げによる影響等、不確定要素があることから今回は見直しを行わないこととした。

### 【今後の目標見直しの予定】(II.(1)③参照。)

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>

今後の進捗状況、経済情勢や社会環境の変化等、あらゆることを想定した上で目標を変更するか否かについて検討を行う。

(1) 目標策定の背景

\*我が国の地球温暖化対策計画に準じ 2013 年度を基準年度とする。  
 \*コンビニエンスストアの場合、取扱商品・サービス等が日々変化していく中、省エネ法に準じた目標数値を設定（2013 年度の実績値を基に毎年 1%の改善）し、取組んでいくこととした。

(2) 前提条件

コンビニエンスストアの場合、エネルギー消費量のほとんどが電力会社等から店舗へ供給される電気の使用であるため、店舗における電気使用量のみを対象としている。

【対象とする事業領域】

コンビニエンスストア店舗（加盟店・直営店）。

【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（売上高）の見通し>  
 コンビニエンスストアは、社会のインフラとしての機能を担うとともに企業として成長していくため、限られたスペースの中で新たな商品やサービスの開発を継続して行っている。店内調理や温度管理が必要な商品の開発、また、地域インフラとしての行政サービスの代行等、これからも取扱う商品や、サービスは時代（社会や環境）に合わせて変化し、地域のインフラとしての機能を担っていく。  
 生産活動量の指標である売上高は、各社の地域インフラとしての機能を担うための積極的な出店から全体として増加するものの、1店舗毎の営業状況は楽観できない。他業態との競争はもとより、今後の社会変化（消費税率の更なる引き上げ〔2019 年 10 月〕や原材料の高騰等による商品価格の上昇、気候変動・自然災害等による様々な影響等）により、目標の達成は容易ではないと考える。

<設定根拠、資料の出所等>  
 生産活動量は事業活動と最も密接な関係のある指標として、営業時間を反映した「売上高」を採用している。

【計画策定の際に利用した排出係数の出典に関する情報】 ※CO<sub>2</sub>目標の場合

排出係数	理由/説明
電 力	<input type="checkbox"/> 基礎排出係数（〇〇年度 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 <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 <sub>2</sub> 発電端/受電端）  <上記排出係数を設定した理由>
その他燃料	<input type="checkbox"/> 総合エネルギー統計（〇〇年度版） <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>

【その他の特記事項】

—

(3) 目標指標選択、目標水準設定の理由とその妥当性

【目標指標の選択の理由】

\*床面積に紐付かないエネルギー消費設備の増加

近年、コンビニエンスストア店舗におけるエネルギー消費量の構成比は変化しており、床面積はそのままに、チケット販売機やATM、ファストフード等の店内調理機器の導入、地域インフラとしての行政サービスの代行等の「エネルギー使用量に影響する」商品・サービスが増えてきている。床面積を目標指標の分母とした場合、これらの新サービス設備の導入が原単位悪化と評価されるため、コンビニエンスストアの経済活動を阻害する恐れがある。  
※公共料金等の収納代行は売上高には含まれない。

\*エネルギー使用量との因果関係

経営目標を達成するための効率的なエネルギー使用の観点から、各相関を踏まえ、原単位として「売上高」を採用することは妥当であると考えます。

○：因果関係が高い    ×：因果関係が低い

店舗内設備	エネルギー使用量の主な変動要因	売上高	床面積×営業時間
空調設備【20.6%】	来店人数(売上高)・床面積・営業時間	○	○
照明設備【15.9%】	床面積・営業時間	×	○
冷蔵・冷凍設備【24.6%】	商品回転率(売上高)	○	×
加熱保温設備【26.1%】 (フライヤー、電子レンジ等)	商品回転率(売上高)	○	×
その他設備【12.8%】 (ATM、チケット販売機等)	サービス稼働率(売上高)	○	×

\*フランチャイズチェーンの場合、加盟店の売上を伸ばすことが本部の使命である。但し、ただ単に売上を伸ばせば良いということではなく、事業の発展と環境負荷の低減を踏まえ、取り組むことが重要であると考え、原単位として「売上高」を採用している。

【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>

\*省エネ法に準じて基準年度（2013年度）を基に、毎年1%の改善に努めることを目標数値とした。  
\*コンビニエンスストアの場合、取扱商品・サービス等が日々変化していく中、エネルギー消費量を毎年1%改善していくことは容易ではないが、省エネ法に準じた目標数値として取り組んでいる。

【BAUの定義】 ※BAU目標の場合

—

〈BAU算定方法〉

—

〈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（2015年度）

(指 標)

—

(内 容)

—

(出 典)

—

(比較に用いた実績データ) 2015年度

- 実施していない

(理 由)

今後、各社・各国等の実態を把握し、国際的な比較・分析等につき検討を行う。

【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
<b>【LAW】</b>			
電力消費機器入れ替え 対策	既存店省エネ 冷凍機・空調機・看板LED・ コンビニパック導入。	通期 ▲4,371千kWh	基準年度13% ↓ 2020年度20% ↓ 2030年度35%
電力消費機器入れ替え 対策	既存店省エネ 店内LED交換。	通期 ▲1,123千kWh	基準年度13% ↓ 2020年度20% ↓ 2030年度30%

(各対策項目の削減見込量・普及率見通しの算定根拠)

【LAW】 既存機器の入れ替えによるエネルギー使用量との差異。

(参照した資料の出所等)

【LAW】 建設部での「年度入れ替え計画台数」にて算出。

<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
【LAW】			
店舗での節電対策	省エネ10か条の促進 (フィルター清掃・温度管理等)	18千kW/年/店	基準年度13% ↓ 2020年度20% ↓ 2030年度30%

(各対策項目の削減見込量・実施率見通しの算定根拠)

【LAW】 省エネ 10 か条を日々実施することで、各項目の削減目安を記載。

(参照した資料の出所等)

【LAW】 建設部での「削減効果数値」にて算出。

<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)

—

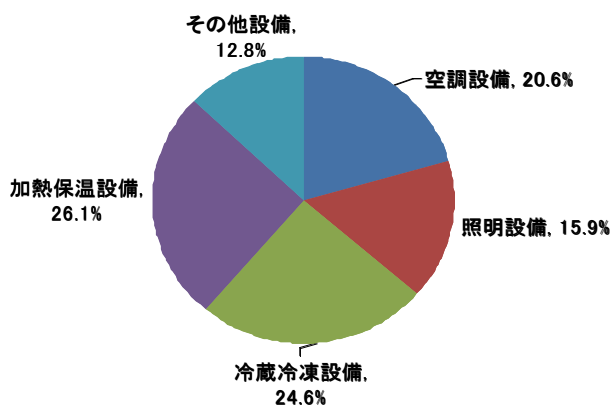


(4) 目標対象とする事業領域におけるエネルギー消費実態

【工程・分野別・用途別等のエネルギー消費実態】

コンビニエンスストアの場合、エネルギー消費量のほとんどが電気であり、寒冷地の一部等にて他のエネルギー（灯油やガス）を使用しているケースはあるものの、全体に占める割合としてはごく僅かとなる。

《電気使用量の設備別シェア（推定値）》



※出典：2012年3月作成 クール・ネット東京「コンビニ店長のための節電ガイド」

【電力消費と燃料消費の比率（CO<sub>2</sub>ベース）】

項目	比率
電力	100.0%
燃料	—

以上