

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 ー</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 ー</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 ー</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 ・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。</p> <p>・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> <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）

- ・低炭素製品・サービス等の概要、削減見込量及び算定根拠において、従来の箇条書き形式から見やすい表形式とした。
- ・フォローアップ調査時に、運輸部門における省エネ取組（準荷主ガイドラインに基づく対応策）の確認を図った。

■ 昨年度の前質問、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）

- ・業界内への更なる浸透や消費者との接点を活かしたPR等の取組については、コロナ禍やプラスチック製買物袋有料化の動向等の影響、行政機関との連携等を踏まえ、検討を予定している。
- ・実施年により、カバー率の変動が見られることから、引き続き、カバー率の向上に向けた取組の検討を予定している。

◇ 2030年以降の長期的な取組の検討状況

今のところ、検討は予定していない。

ホームセンター(DIY)業における地球温暖化対策の取組

2020年〇月〇日

一般社団法人日本DIY・ホームセンター協会

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	—	団体加盟企業数	52社※2	計画参加企業数	13社 (25.0%)※3
市場規模	売上高39,890億円 ※1	団体企業売上規模	売上高 — 億円	参加企業売上規模	売上高11,492億円 (28.8%)※4
エネルギー消費量	—	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	0.7212 ($\times 10^9$ kwh)

出所：

※1：当協会推計値による

※2：協会会員のうち小売業の会員数(2020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)	2019年度 実績	2020年度 見通し	2030年度 見通し
企業数	31.3%	25.8%	25.0%	30%	35%
売上規模	15,565億円	13,453億円	11,492億円	—	—
エネルギー消 費量	0.9792	0.7592	0.7212	—	—

(カバー率の見通しの設定根拠)

現時点(2020年8月末現在)における会員数は52社(前年同時期比4社減)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。2019年度実績を含めた過去3年間のカバー率を踏まえ、2020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
2019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
2020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
	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、企業側の作業負担軽減を考慮し、企業からの回答しやすい環境づくりに配慮した。

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）	2020年8～9月実施の加盟会員企業52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28.8%）
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）	2020年8～9月実施の加盟会員企業52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28.8%）
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）	2020年8～9月実施の加盟会員企業52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28.8%）

【アンケート実施時期】

2020年8月～2020年9月

【アンケート対象企業数】

52社（業界全体の比率は不明）

【アンケート回収率】

25.0%（52社中13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)	2018年度 実績	2019年度 見通し	2019年度 実績	2020年度 見通し	2020年度 目標	2030年度 目標
生産活動量 ($\times 10^{10} \text{m}^3 \cdot \text{h}$)	2.6	2.7	—	2.9	—	—	—
エネルギー 消費量 (電力換算万kWh)	134,754.5	59,882.9	—	72,122.5	—	—	—
内、電力消費量 (万kWh)	108,801.0	50,834.8	—	63,285.1	—	—	—
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	57.6 ※1	28.2 ※2	— ※3	33.3 ※4	— ※5	— ※6	— ※7
エネルギー 原単位 (kwh/ $\text{m}^2 \cdot \text{h}$)	0.05086	0.0222	—	0.0253	—	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	10.440	—	11.696	—	—	—

【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4	※5	※6	※7
排出係数[kg-CO ₂ /kWh]							
基礎調整後/その他	4.18	4.61	—	4.44	—	—	—
年度							
発電端/受電端							

※基礎排出係数（旧実排出係数）

【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	<ul style="list-style-type: none"> <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 <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（2019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>

(2) 2019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)	2018年度 実績	2019年度 実績	基準年度比 /BAU目標比	2018年度比	進捗率*
0.05086	0.0219	0.0253	▲50.3%	15.5%	333.6%

* 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)	2018年度 実績	2019年度 実績	基準年度比 /BAU目標比	2018年度比	進捗率*
0.0280	0.0219	0.0253	▲9.6%	15.5%	56.1%

* 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】

	2019年度実績	基準年度比	2018年度比
CO ₂ 排出量	33.33万t-CO ₂	▲42.1%	18.0%

(3) 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
—	—	—
—	—	—
—	—	—

(4) 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】

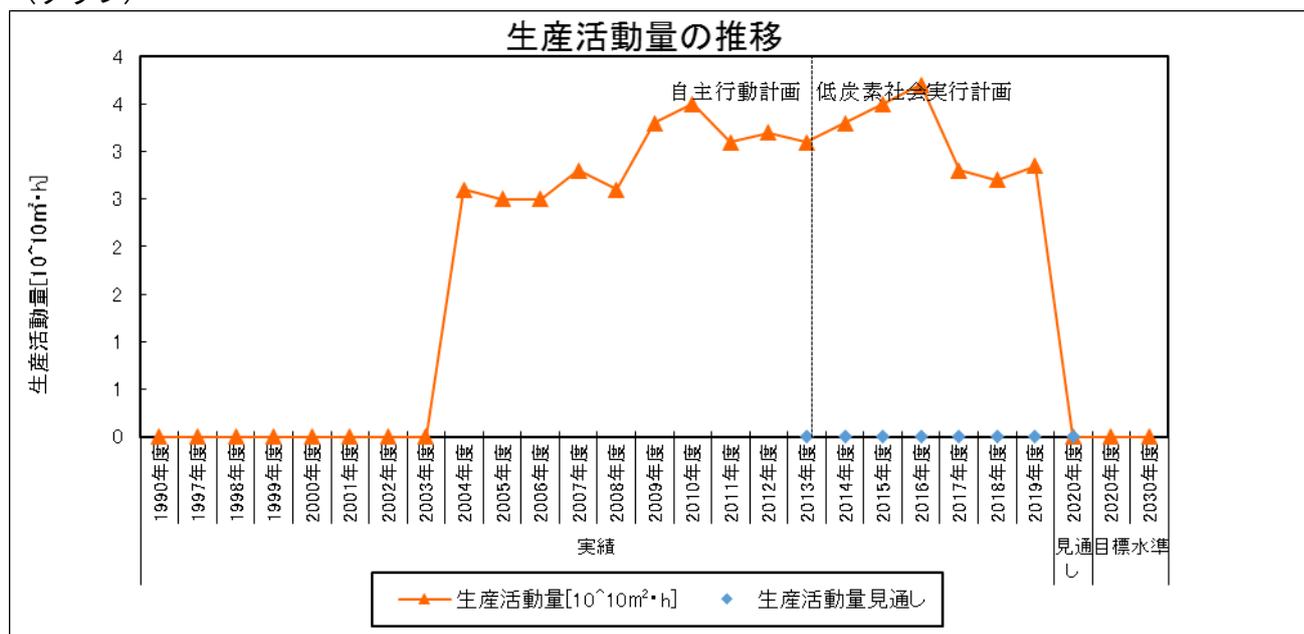
<2019年度実績値>

生産活動量:2.850(単位: × 10¹⁰ m²・h):床面積×営業時間

(基準年度<2020年度目標>・2004年度比 10.6%、基準年度<2030年度目標>・2013年度比▲7.5%、2018年度比 6.5%)

<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)

当業界の生産活動量については、床面積×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年度及び2018年度は減少した。しかし、2019年度は、参加企業が前年度と比べ5社減となったものの、参加企業の売場面積は増加した。これは、前年度と今年度の参加企業が同一ではない要因があるとともに、業界内における店舗面積の増加傾向が見られる等、企業属性の変化要因により、生産活動量が増加したものと考察される。このため、今回の増加が一時的なものかどうかについては、次回以降、回答状況や業界内の動向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】

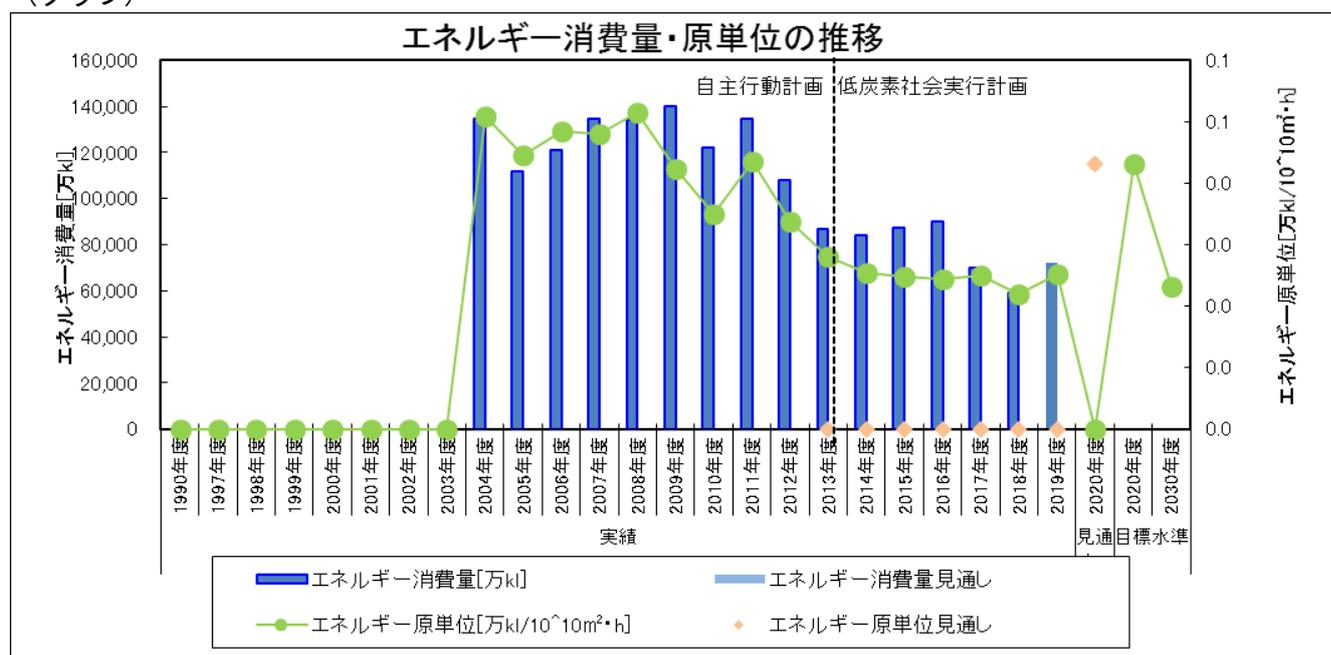
＜2019年度の実績値＞

エネルギー消費量: 0.7212 (×10⁹ kWh) (基準年度<2020年度目標>・2004年度比▲44.9%、
基準年度<2030年度目標>・2013年度比▲5.0%、
2018年度比 20.4%)

エネルギー原単位: 0.0253 (kWh/㎡・h) (基準年度<2020年度目標>・2004年度比▲50.3%、
基準年度<2030年度目標>・2013年度比▲9.6%、
2018年度比 15.5%)

＜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年度からは減少が続いた。しかし、2019年度は増加となった。一方、エネルギー原単位について、2008年度までは高止まりの傾向が見られたが、2009年度以降は、2011年度を除き、減少傾向が続いた。しかし、2019年度は増加した。これは、当業界では調査年度により計画参加企業数の変動が見られるものの、売場面積の増加や消費エネルギー種別の量的変化(例:購入電力やLPGの増加)等により、増加したものと推測される。2019年度の増加が一過性のものかどうかについては、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、店舗面積等の企業属性の相関性に注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：〇〇

2019年度実績：〇〇

<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】

＜2019年度の実績値＞

CO₂排出量 33.33(単位:万 t-CO₂ 排出係数:基礎排出)

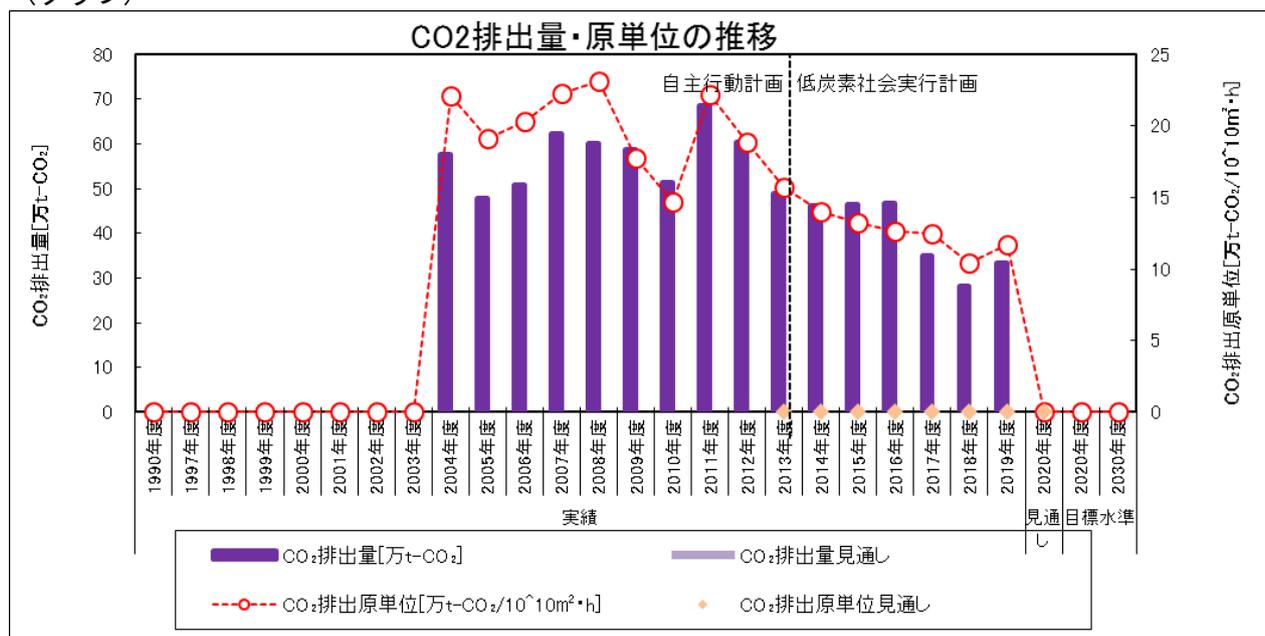
(基準年度<2020年度目標>・2004年度比▲36.7%、基準年度<2030年度目標>・2013年度比▲31.5%、2018年度比 18.2%)

CO₂原単位 1.1696(単位:10⁸kg-CO₂/10¹⁰m²・h 排出係数:実排出)

(基準年度<2020年度目標>・2004年度比▲42.8%、基準年度<2030年度目標>・2013年度比▲26.0%、2018年度比 12.0%)

＜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～2018 年度は再び減少となった。しかし、2019 年度は、再び増加となった。これは、低炭素社会実行計画・参加企業の多くが、広範囲かつ多様な対策を実施していることから、本計画の取組が一層浸透し、大きな効果が表れたものの、計画参加企業における売場面積の増加等、生産活動量が増えたことが要因であると推測している。

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。しかし、2019 年度は増加幅が小さいながらもやや増加した。当業界では、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やエネルギー消費の効率化等)への取組を継続して実施していくことは、対策上、効果が大きいものと思われる。今後は、計画参加企業の増減による、CO₂ 排出量等の数値変動も含め、各数値の増減傾向を見極めていく必要があるものと考えられる。但し、計画参加企業の社数に年度ごとの差異が見られるものの、各社では、これまで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。

【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→2019 年度変化分		2018 年度→2019 年度変化分	
	(万 t-CO ₂)	(%)	(万 t-CO ₂)	(%)
事業者省エネ努力分	▲32.162	▲55.9	4.408	15.7
燃料転換の変化	▲1.795	▲3.1	▲0.457	▲1.6
購入電力の変化	5.447	9.5	▲0.420	▲1.5
生産活動量の変化	4.269	7.4	1.660	5.9

（エネルギー消費量）

	基準年度→2019 年度変化分		2018 年度→2019 年度変化分	
	(万 k l)	(%)	(万 k l)	(%)
事業者省エネ努力分	▲18.496	▲56.1	2.363	0.0
生産活動量の変化	3.170	9.6	0.804	0.0

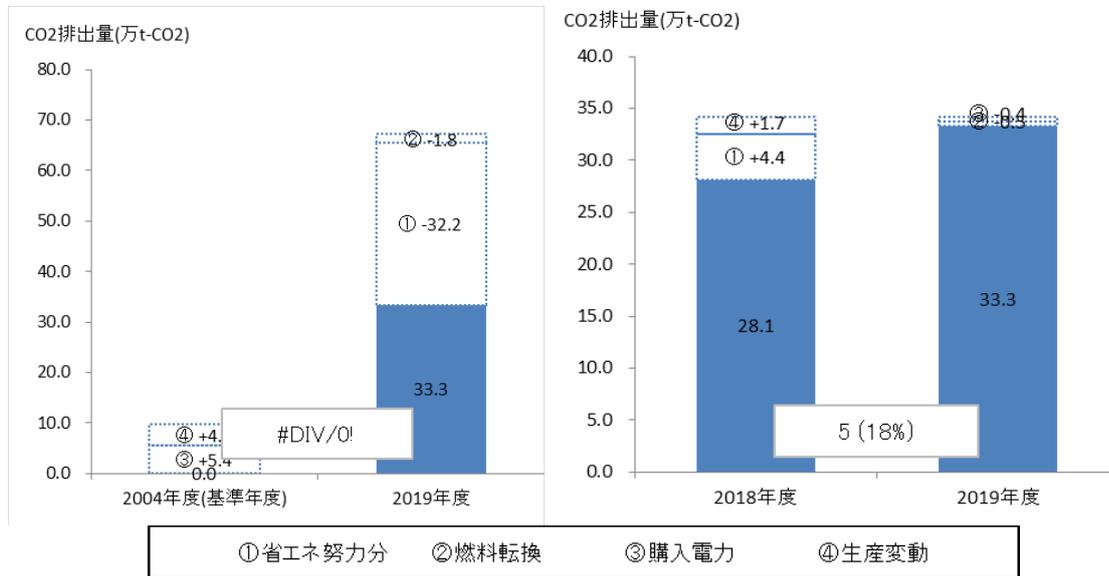
（要因分析の説明）

CO₂ 排出量について、調査年度により計画参加企業数の変動が見られる中、2019 年度は前年度比 5 社減となったものの、増加した。引き続き、計画参加企業数や消費エネルギーの違い等を考慮しつつ、効果が大いと思われる、店舗等での照明対策（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やエネルギー消費の効率化）等に取り組んでいく必要があると思われる。なお、次回は計画参加企業の増減による、CO₂ 排出量等の数値変動も含め、各数値の増減傾向を見極めていく必要があるものと考えられる。

CO2排出量の増減要因分析

基準年度比

前年度比



(5) 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)
2019年度	高効率照明に交換	25,451万円	—	—
	パソコンの電源オフの設定	0万円	—	—
	冷房温度 28度	0万円	—	—
2020年度	高効率照明に交換	4,198万円	—	—
	冷房温度 28度	0万円	—	—
	暖房温度 20度	0万円	—	—
2021年度以降	—	—	—	—
	—	—	—	—
	—	—	—	—

【2019 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)

省エネ対策等に伴う設備投資動向については、前年度に引き続き、高効率照明の他、空調設備の更新(導入・切替)を中心に投資がみられた。

(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」
- ・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」
- ・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継続して実施されている。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」、「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いと思われる。このため、これらの取組は、企業において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た。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)の動向等によっては、今後の取組が左右される可能性もあろうかと推察される。また、今年度は、プラスチック製買物袋の有料化制度の実施等、環境対策に関する意識が高まっていることから、引き続き、環境配慮型の売場づくりや商品提供を通じ、消費者に向けた環境対策への意識向上に努めていくことが、CSRの観点からも有効であると考えられる。

【2020 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。これらの対策を中心に、引き続き、取り組んでいくことを見込んでいる。

【IoT 等を活用したエネルギー管理の見える化の取組】

特になし。

【他事業者と連携したエネルギー削減の取組】

- ・一部の店舗では、店舗所在の自治体と連携した取組を図っている。

【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や経済産業省(産業構造審議会)のホームページ紹介等を通じ、業界内外の調査結果(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。

(6) 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。

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

$$\text{想定比【BAU 目標】} = \frac{\text{当年度の削減実績}}{\text{当該年度に想定した BAU 比削減量}} \times 100 (\%)$$

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、2020 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、緩やかながらも店舗数と売場面積に増加傾向が見られるため、2020 年度も増加していく可能性が高いと思われる。

（自己評価を踏まえた次年度における改善事項）

-

(7) 次年度の見通し

【2020 年度の見通し】

	生産活動量 ($\times 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$)	エネルギー 消費量 ($\times 10^9 \text{ kWh}$)	エネルギー 原単位 ($\text{kWh} / \text{m}^2 \cdot \text{h}$)	CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)	CO ₂ 原単位 ($10^8 \text{ kg-CO}_2 / 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$)
2019 年度 実績	2.850	0.7212	0.0253	33.33	1.1696
2020 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、2020 年度の見通しを立てることは困難である。

(8) 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。

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

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

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) / (\text{基準年度の実績水準} - 2020年度の目標水準) \times 100(\%) \\ &= 333.6\% \end{aligned}$$

【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、333.6%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。このため、エネルギー利用の効率化に向け、継続した取組が必要であり、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)

目標見直しの検討については、現在、特に予定していないものの、カバー率の向上、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)

(9) 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。

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

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

$$\text{進捗率} = \frac{(\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準})}{(\text{基準年度の実績水準} - 2030年度の目標水準)} \times 100(\%) = 56.1\%$$

【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、各社では継続して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)

目標見直しの検討については、現在、特に予定していないものの、今後、異常気象の発生と関連して、低炭素社会の実現に向けた取組が重要視される場合、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、業界としての社会的責務を果たしていく上でも不可欠であると思われる。このため、カバー率の向上、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。

(10) 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 (2019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	1ヶ月約93tのCO2削減 (29W×40,500個+45W× 20,000個)×4時間×30 日=265,992kWh/1ヶ月 265,992(kWh) × 0.352(kg- CO2/kWh)=93.6t	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シーリングライトの販売	—	40W×2本(計80W)から 26WのLEDに変えて 67%の省エネ	—
3	ソーラー式LEDセンサーライト2 灯式の販売	100W×1,150台×1時間 ×365日=41,975,000Wh	従来型のセンサーライト から買換えで100W削減	—
4	LEDシーリングライト(6畳タイプ) 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= 1,483,944,000kWh	672,000W削減	—
5	節水シャワーヘッドの販売	1個当り10W×600個× 0.125hr × 365 = 273,750kwh	従来品と比べて20～ 30%の節水効果	—
6	節水シャワーヘッドの販売	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	—
7	網戸の変え網張替えサービス	2,040件の取組実績 エアコン1台800kwh/年、 うち10%削減で80kwh× 2,040件=163,200kwh	網戸を使用することで猛 暑日や真夏日以外の電 気代の節約が可能(約 10%)	—

※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)

	低炭素製品・サービス等	特徴・機能・内容・従来品との差異等	削減貢献(見込量)の算定根拠
1	LEDシーリングライトの販売	従来型蛍光灯の消費電力が少なく、かつ長寿命	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シーリングライトの販売	4000時間の長寿命、消費電力の大幅削減	当該製品メーカーのカタログを基に算出。
3	ソーラー式LEDセンサーライト2灯式の販売	ソーラー電池とLEDを使用	メーカー情報から算出
4	LEDシーリングライト(6畳タイプ)の販売	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。	6畳タイプ年間販売数で約26,400個×蛍光管との電力差28W=739,200Wの削減による。
5	節水シャワーヘッドの販売	従来品と同じ使用感で節水ができる。	当該製品メーカーのカタログに記載あり。
6	節水シャワーヘッドの販売	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。	節水シャワー:年間122kg×35,700台=4,355,400kg、節水+手元ストップシャワー:年間192.3kg×21,000台=4,038,300kg
7	網戸の変え網張替えサービス	網戸の張替え無料見積を自社宅配サービスで実施し、網戸の販売件数をアップ。	メーカーのカタログを基に算出。

※本計画参加企業における一例として記載。

(2) 2019年度の実績
(取組の具体的事例)

	低炭素製品・サービス等	2019年度の実績	2020年度以降の取組予定
1	LEDシーリングライトの販売	LED電球(電球、ナツメ球)約40,500個販売(前年比11%減)、照明器具(シーリングライト、和風ペンダントなど)約20,000個販売(前年比11%増)	LEDシーリングライト、LED電球を積極的にチラシ販売実施
2	LEDシーリングライトの販売	26Wタイプ:780個販売、31Wタイプ:500個販売	LEDシーリングライトの継続販売
3	ソーラー式LEDセンサーライト2灯式の販売	1,150台販売(2019年9月~2020年8月)	年間目標1,300台(113.0%)
4	LEDシーリングライト(6畳タイプ)の販売	約26,400個販売	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%引き上げる(26,400個→29,040個)
5	節水シャワーヘッドの販売	600個販売	更なる買い換え促進のための販促を行う
6	節水シャワーヘッドの販売	節水タイプ:35,700台販売、手元ストップ付節水タイプ:21,000台販売	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%引き上げる(54,000個→59,000個)
7	網戸の変え網張替えサービス	2,040件	配達とも連動し、最短の経路と計画の実施で販売目標10%引上げ(2,040件→2,244件)

※本計画参加企業における一例として記載。

(取組実績の考察)

当業界は、住関連商品を中心に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他、資材・部材等の商品の取り扱いも多いことから、出張交換サービス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、近年は大規模な自然災害等の発生が見られ、発災を通じた節電や予防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)時の省エネ意識を絡めた事案別の関連商品セット販売や、高齢者向け出張サービスの提供等、消費者向け提案型及び社会課題対応型の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) 2020 年度以降の取組予定

上記(2)の表を参照。

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 (2019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) 2019年度の実績

(取組の具体的事例)

—

(取組実績の考察)

—

(3) 2020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

	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	2019	2020	2025	2030	2050
1	—	—	—	—	—	—
2	—	—	—	—	—	—
3	—	—	—	—	—	—

(3) 2019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)

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) 2020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・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
【環境資源に関する商品展示や情報提供を通じたPR活動】 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。		○
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。	○	
【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】 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。		○
【流通システム標準化普及と物流の効率化の連携】 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。	○	
【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】 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。	○	○

<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
統合報告書にて記載しており、自社ホームページに情報公開している。		○
自社ホームページに低炭素社会実行計画への取り組み事例を掲載している。		○

<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：

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）

	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)	2018 年度 (18 社)	2019 年度 (13 社)
延べ床面積 (万㎡) :	868	912	821	835	793	838	904	890	759	719	785
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)	53.154	39.72	51.76	55.13	48.69	46.34	46.32	46.64	34.90	28.19	33.33
床面積あたりの CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /m ²)	61.2	43.6	63.0	66.0	61.4	55.3	51.2	52.4	46.0	39.2	42.5
エネルギー消費 量（原油換算） (万 kl)	34.2	29.9	33.0	26.5	21.2	20.5	21.3	22.0	17.2	14.7	17.6
床面積あたりエ ネルギー消費量 (l/m ²)	39.4	32.8	40.2	31.7	26.7	24.5	23.6	24.7	22.7	20.5	22.4

■ 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
2019 年度実績	473.54	348.41	9.32	457.10	1,288.37
2020 年度以降	406.52	348.41	1.78	457.10	1,213.81

【2019 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 度設定」、「暖房温度 20 度設定」

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される。

【2020 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)

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

	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	2019 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 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)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

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
2019年度	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	配送車両の積載物の軽量化(配送資材の簡素化等)	—
	保有車両の運行・運用管理の効率化	社有車の燃費向上(燃費向上のため軽自動車比率を高める・47台中軽自動車26台(55.3%))	普通車→軽自動車 (20%削減効果)
	配送の効率化	運行台数の削減(1台あたりの積載効率向上のため混載店舗積みによる積載効率向上、物流・宅配業務の委託)	3%改善
	配送の効率化	配送車両の運行台数の削減(店舗配送日程調整による削減)	—
	配送の効率化	共同配送の実施(遠距離店舗への配送ルートの見直しを実施)	—
	配送の効率化	東松山センターの新設(取扱量・金額ともに1.7倍、生産性向上率は1.8倍のセンター稼働)	CO2排出量50%削減
2020年度以降	保有車両の運行・運用管理の効率化	店舗使用車両の更新に合わせ、アイドリングストップ車への切替を実施	車両1台あたりの燃費が更新前と比べて20%削減の見込み
	保有車両の運行・運用管理の効率化	低公害車の導入(社有車の普通車21台を段階的にハイブリッドに変更)	燃費40~50%削減
	配送の効率化	関西センターの新設(関東からのDC商品の輸送を関西センターへ移管)	CO2排出量77%削減
	配送の効率化	九州物流センターの拡張(4店舗から9店舗へモーダルシフトを拡大)	CO2排出削減量の1.25倍
	配送の効率化	センター通過お取引先様の拡大(配送の一本化による配送トラックの軽減)	—

※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。

【2019 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)車導入・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(導入)」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、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)等を行うことは、小売業として重要な業務の一つであり、それに係る様々なコストも大きいものと思われる。このため、各社は、小売業としてコストの大きい店舗配送において効率性を重視し、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。

【2020 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。

※参考(準荷主ガイドラインに基づいた省エネ取組の対応例)

「発注頻度・発注ロットの見直し」、「発注量の平準化・最適化」、「計画的荷おろし」

(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

- ・エコ推進キャンペーンを実施
- ・エコ商品の販売と推進
- ・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)

【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

- ・琵琶湖のヨシ刈り(12月頃にヨシ刈りを行うことは、良好なヨシ原を維持し、水辺の環境や生態系を保全する効果がある)
- ・「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
- ・グループ会社の植樹活動に参加
- ・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

- ・「COOL CHOICE」の主要施策の1つとして「クールビズ=28°C適応」の実施
- ・「神奈川県・省エネDIY」(神奈川県環境計画課)に参加
- ・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

- ・産業廃棄物の排出削減、電気の使用量削減への取組
- ・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

⑥その他

- ・廃棄物のリサイクル促進(廃棄物回収車両の削減、センター帰り便活用)
- ・国産木材(間伐材)を地元店舗で販売
- ・小型家電廃棄物についてカゴ車を活用し、地区別に各店舗ルート回収を行うことで回収車の運行効率化

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)

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)

今回の調査では、計画参加企業における生産活動量の増加により、従来のような大幅な進捗達成が見られなかったとともに、計画参加企業数の増減等による一時的な減少か否かを見極めることも、継続的なフォローアップ調査では不可欠であると考えている。このため、目標見直しは実施せず、従来の削減目標に対して継続的な取り組みを維持した。

【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、継続的に大きくなった場合には、目標の見直しを検討する予定である。

(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"> ■ 基礎排出係数 (〇〇年度 発電端/受電端) □ 調整後排出係数 (〇〇年度 発電端/受電端) □ 特定の排出係数に固定 <ul style="list-style-type: none"> □ 過年度の実績値 (〇〇年度 発電端/受電端) □ 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"> ■ 総合エネルギー統計 (2019年度版) □ 温対法 □ 特定の値に固定 <ul style="list-style-type: none"> □ 過年度の実績値 (〇〇年度: 総合エネルギー統計) □ 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。

(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。理由としては、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ことによる。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、現在の 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 年度目標を設定している。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)

—

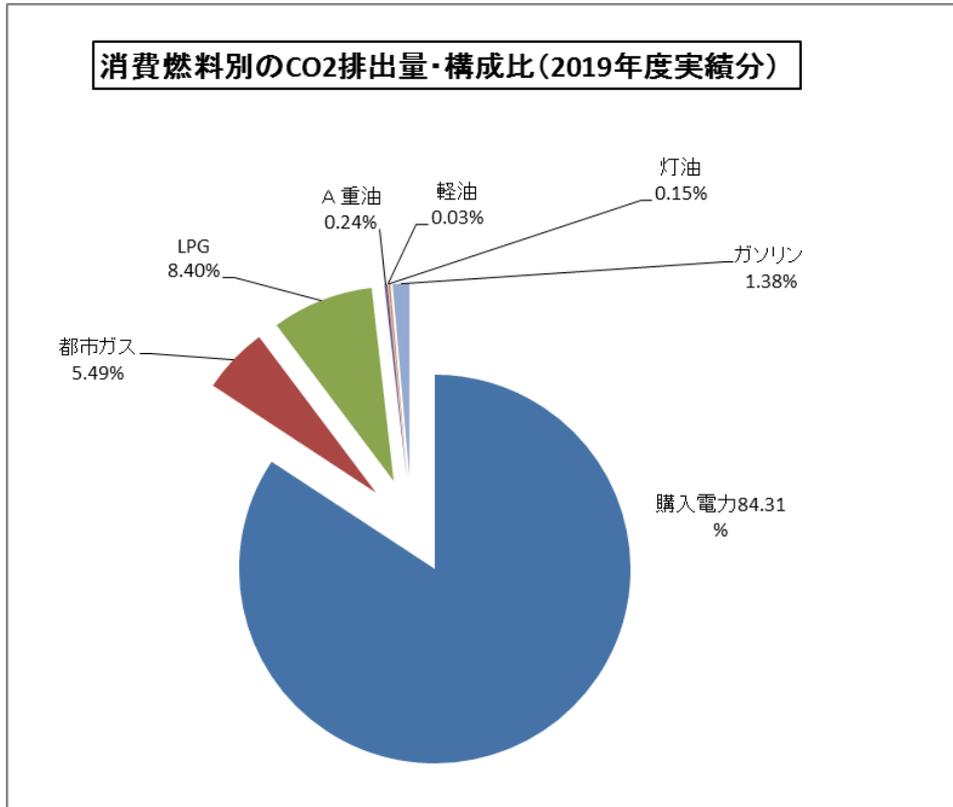
(参照した資料の出所等)

—

(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】

①消費燃料別のCO₂排出量・構成比



出所：2020年度低炭素社会実行計画フォローアップ調査・データシートを基に算出

②消費燃料別の主な用途(2019年度実績)

購入電力：照明、空調、暖房

都市ガス：空調、暖房、給湯

LPG：空調、暖房、給湯

A重油：車両(フォークリフト)用燃料、発電機、空調

軽油：車両(フォークリフト、トラック)用燃料、発電機、空調

灯油：空調、暖房

ガソリン：車両(フォークリフト)用燃料

※出所：2020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：84.3%、燃料：15.7%