

2021 年度調査票（調査票本体）

日本チェーンストア協会

**チェーンストア業界のカーボンニュートラル行動計画フェーズⅠ目標
（「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	<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。 <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。 <u>BAT：</u> ・LED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 <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。 <u>その他：</u> 特になし
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> 環境配慮型商品の開発・販売や容器包装の削減・簡易化等を行うことを通じて、生活者が廃棄する際に発生するCO2排出量を抑制するように取り組んでいます。
3. 海外での削減貢献		<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ます。
4. 革新的技術の開発・導入		<u>概要・削減貢献量：</u> ・LED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		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、ホームページ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。

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カーボンニュートラル行動計画フェーズⅡ目標
(「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	<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。 <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。 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通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。 <u>BAT:</u> ・LED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 <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。 <u>その他:</u> 特になし
2. 低炭素/脱炭素製品・サービス等による他部門での削減		<u>概要・削減貢献量:</u> 環境配慮型商品の開発・販売や容器包装の削減・簡易化等を行うことを通じて、生活者が廃棄する際に発生するCO2排出量を抑制するように取り組んでいます。
3. 海外での削減貢献		<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。
4. 2050年カーボンニュートラルに向けた革新的技術の開発・導入		<u>概要・削減貢献量:</u> ・LED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		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、ホームページ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。

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
（修正箇所、修正に関する説明）

調査票項目	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
Ⅱ.(4) 【生産活動量】	図 1 のトレンドと比較できるよう、協会全体の売り上げ動向についても時系列でグラフ化していただけないでしょうか。	過去 10 年間の売り上げ推移をグラフ化いたしました。 ただし、会員企業の入退会により業態別構成などが変動し続けていることに加え、年度によりアンケートの回答企業の構成も変動するため、売上動向と生産活動量の単純比較はできないものと考えます。（今年度資料の p. 12）

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

◇ 2030 年以降の長期的な取組の検討状況

チェーンストア業における地球温暖化対策の取組

2021年1月14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（2021年3月末現在）³

- 会員企業数 56社
- 売上高 12兆8,969億円
- 店舗数 11,789店
- 売場面積 27,959,377㎡

(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		カーボンニュートラル行動計画 参加規模	
企業数	99,629社 ⁴	団体加盟 企業数	56社	計画参加 企業数	56社 ⁵
市場規模	73兆2,860億円 ⁶	団体企業 売上規模	12兆8,970億円	参加企業 売上規模	12兆8,970億円 (100.0%)
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	-

表注）「チェーンストア業」という区分は公的統計には存在しないため、この表での「業界全体」とは小売業のうち当協会に加入する会員企業に該当する業種（産業分類 57、58、691）全体の規模を示している

(3) 計画参加企業・事業所

① カーボンニュートラル行動計画参加企業リスト

■ エクセルシート【別紙1】参照。

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。

³ 出所：日本チェーンストア協会 2020年度チェーンストア販売概況について

(<https://www.jcsa.gr.jp/public/statistics.html>)

⁴ 出所：総務省統計局 2020年経済構造実態調査 一次集計 企業等に関する集計（産業分類 57、58、691の企業数の合計）

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31社になっています。

⁶ 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（産業分類 57、58、691の合計）

(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	カーボンニュートラル 行動計画フェーズ1 策定時 (2015年度)	2020年度 実績	2030年度 見通し
企業数	57社	59社	56社	当該年度の 会員企業全社
売上規模	100%	100%	100%	100%
エネルギー消費量	100%	100%	100%	100%

(カバー率の見通しの設定根拠)

② カバー率向上の具体的な取組

	取組内容	取組継続予定
2020年度	低炭素社会実行計画の目的及びフォローアップ結果に関する会員企業への発信、フォローアップへの協力依頼	有
2021年度以降	低炭素社会実行計画の目的及びフォローアップ結果に関する会員企業への発信、フォローアップへの協力依頼	有

(取組内容の詳細)

(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	☐ 統計 ☐ 省エネ法 ☒ 会員企業アンケート ☐ 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	☐ 統計 ☐ 省エネ法 ☒ 会員企業アンケート ☐ 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	☐ 統計 ☐ 省エネ法・温対法 ☒ 会員企業アンケート ☐ 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】

2021 年 7 月～2021 年 9 月

【アンケート対象企業数】

56 社

【アンケート回収率】

55.3%（56 社中 31 社）

過去 5 年間の回収率実績：

2015 年度 54.3%（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）

2018 年度 52.7%（55 社中 29 社）

2019 年度 46.4%（56 社中 26 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を実施している

＜バウンダリーの調整の実施状況＞

アンケート回答企業のうち 1 社は低炭素社会実行計画に参加している他業界団体にも加盟しており、重複集計を避けるため、集計対象から除外しました。

【その他特記事項】

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、2020 年度実績に関しては、ホームセンター等より取得したデータのサンプルサイズが不十分であったため、前年度に引き続きスーパーという単一業種のためのデータを集計し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。2020年度実績に関しては、2019年度に引き続きスーパーという単一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 (1996年度)	2019年度 実績	2020年度 見通し	2020年度 実績	2020年度 目標	2030年度 目標
生産活動量 ($10^{10}\text{m}^2 \cdot \text{h}$)	—	7.7	—	8.1	—	—
エネルギー 消費量(電力換算 億kWh)	—	50.2	—	51.3	—	—
内、電力消費量 (億kWh)	—	43.5	—	45.1	—	—
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	— ※1	206.0 ※2	— ※3	209.9 ※4	— ※5	— ※6
エネルギー 原単位 (kWh/ $\text{m}^2 \cdot \text{h}$) 7,8	0.1180	0.0884	—	0.0881	0.0897	0.0897
CO ₂ 原単位 (万t-CO ₂ / $10^{10}\text{m}^2 \cdot \text{h}$)	—	26.7	—	—	—	—

【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4	※5	※6
排出係数[kg-CO ₂ /kWh]		4.44		4.39		
基礎/調整後/その他		調整後		調整後		
年度		2019		2020		
発電端/受電端		受電端		受電端		

⁷ 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。

⁸ 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	☐ 基礎排出係数（発電端／受電端） ☒ 調整後排出係数（発電端／受電端） ☐ 特定の排出係数に固定 ☐ 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-CO ₂ 発電端／受電端） <上記排出係数を設定した理由>
その他燃料	☒ 総合エネルギー統計（〇〇年度版） ☐ 温対法 ☐ 特定の値に固定 ☐ 過年度の実績値（〇〇年度：総合エネルギー統計） ☐ その他 <上記係数を設定した理由>

(2) 2020 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
エネルギー原単位	1996年度	▲24.0%	0.0897 kWh/m ² ・h

目標指標の実績値			達成状況		
基準年度実績 (BAU目標水準)	2019年度 実績	2020年度 実績	基準年度比 /BAU目標比	2019年度比	達成率*
0.1180 kWh/m ² ・h	0.0884 kWh/m ² ・h	0.0881 kWh/m ² ・h	▲25.4%	▲0.4%	105.7%

* 達成率の計算式は以下のとおり。

達成率【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（％）

達成率【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 年度目標と同様です。

【調整後排出係数を用いた CO₂排出量実績】

	2020年度実績	基準年度比	2019年度比
CO ₂ 排出量	209.9万t-CO ₂	—	1.9%

(3) 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	導入・普及に向けた課題
省エネ型照明（LED等）の導入	2020年度：100.0% （有効回答：13社）	- 設備投資を要するため、景気動向によっては導入速度が遅くなる可能性があります。 - LED照明は企業によってはほぼすべての店舗に導入が済んでおり、今後はLEDからLEDへの交換による効率改善が中心となると考えられます。 - 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。
	2021年度以降の見通し：100.0% （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	2020年度：100.0% （有効回答：13社）	
	2021年度以降の見通し：100.0% （有効回答：10社）	
効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入	2020年度：100.0% （有効回答：5社）	
	2021年度以降の見通し：100.0% （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	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）	2020年度：100.0% （有効回答：9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。
	2021年度以降の見通し：100.0% （有効回答：6社）	
冷蔵・冷凍設備の設定温度の調整	2020年度：100.0% （有効回答：10社）	
	2021年度以降の見通し：100.0% （有効回答：6社）	

(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】

<2020 年度実績値>

生産活動量（単位：10¹⁰ m²×h）：8.1（2019 年度比+4.8%）

<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⁹とホームセンター等¹⁰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。2020 年度実績に関しては、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一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。

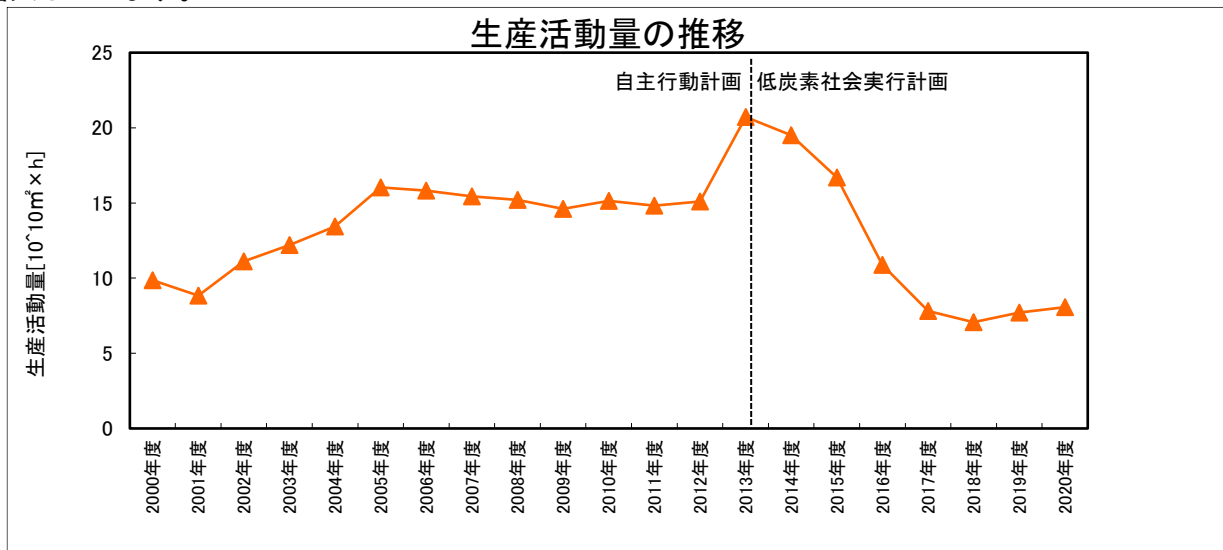


図 1 生産活動量の推移

（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）

2020 年度の実績値は、前年度比で 4.8% 増となっております。この傾向は、エネルギー使用量に関するアンケートの回答企業の構成変化に伴い、集計対象店舗の性質（店舗当たりの年間営業時間と店舗当たりの延床面積）に変化があったことが主な原因として考えられます。

表 1 に生産活動量の変動要因を示します。集計対象店舗数は、2020 年度は 2,486 店舗（計 26 社）であり、前年度の 2,319 店舗（計 25 社）とやや減少となっております。一方で、2020 年度の店舗当たりの年間営業時間は 4,987 時間/店と、前年度の 5,067 時間/店とほぼ変わらないのに対し、店舗当たりの延床面積は 7,369 m²/店と、前年度の 6,677 m²/店より 10.4% 増加しています。2020 年度の集計対象店舗は、延床面積が比較的大きい店舗の割合が大きくなったため、生産活動量が増加したと言えます。

⁹ 「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（繊維物・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

¹⁰ 「ホームセンター等」の定義：産業分類 57（繊維物・衣服・身の回り品小売業）の事業のみ行っている店舗

表 1 生産活動量の変動要因

指標 ¹¹	2019 年度実績（指数）	2020 年度実績（指数）
集計対象店舗数	2,484 店 (1)	2,319 店 (0.934)
延床面積	17,088,141 m ² (1)	16,586,749 m ² (1.030)
集計対象店舗当たり延床面積	6,677 m ² /店 (1)	7,369 m ² /店 (1.104)
年間営業時間	12,585,914 時間 (1)	11,564,961 時間 (0.919)
集計対象店舗当たり年間営業時間	5,067 時間/店 (1)	4,987 時間/店 (0.984)

なお、協会全体の売上に関しては、2019 年度が 12 兆 2,866 億円だったのに対し、2020 年度には 12 兆 8,970 億円と、5.0%の増加となっています。

表 2 協会全体の売上動向¹²

指標 ¹¹	2019 年度実績（指数）	2020 年度実績（指数）
協会全体の売上高	12,286,646 百万円 (1)	12,896,952 百万円 (1.050)

総販売額(兆円)

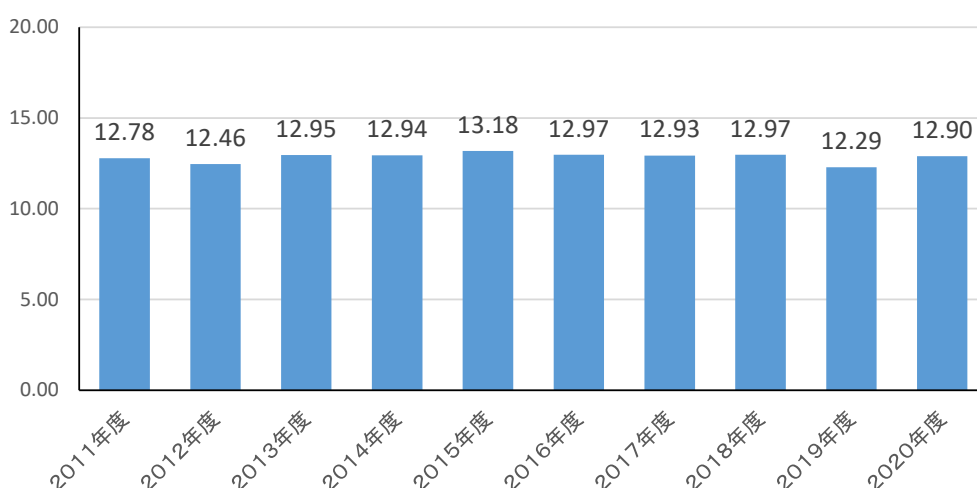


図 2 総販売額の推移

¹¹ いずれの指標も、前年度の指数を「1」とした場合の 2020 年度実績の変化率を示しています。

¹² 出所：日本チェーンストア協会 2020 年度チェーンストア販売概況について (<https://www.jcsa.gr.jp/public/statistics.html>)

【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

＜2020 年度の実績値＞

エネルギー消費量（電力換算、単位：億 kWh）：51.3（2019 年度比+2.2%）

エネルギー原単位（電力換算、単位：kWh/㎡・h）：0.0881（基準年度比▲25.4%、2019 年度比▲0.4%）

＜実績のトレンド＞

（グラフ）

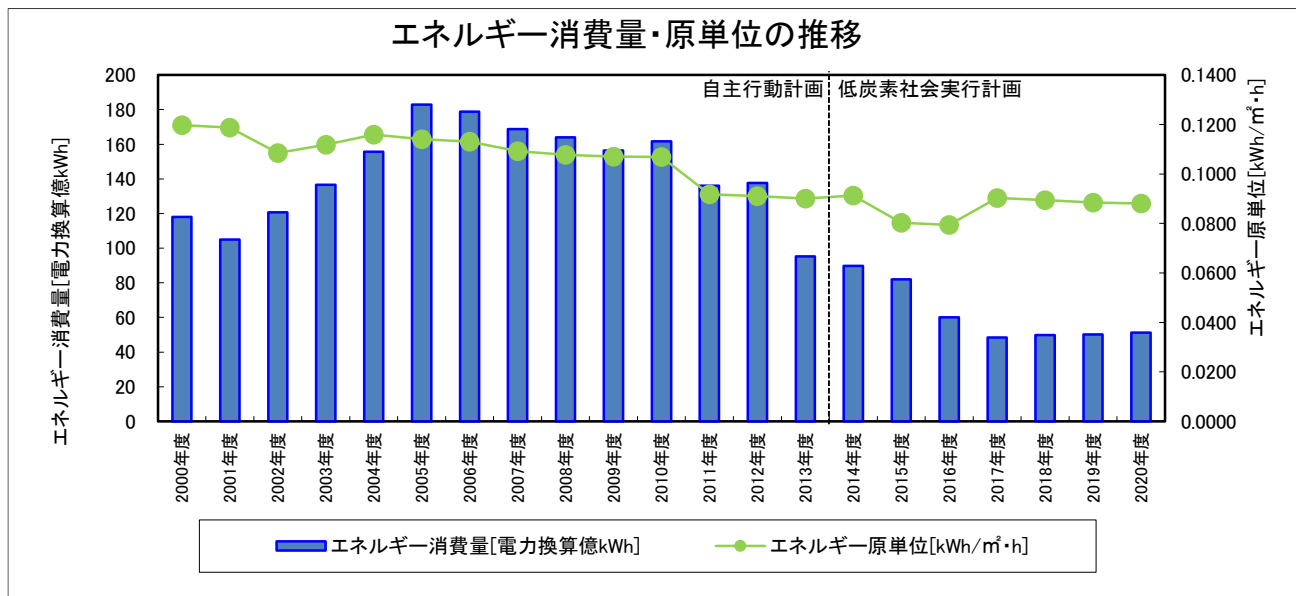


図 3 エネルギー消費量とエネルギー原単位の推移

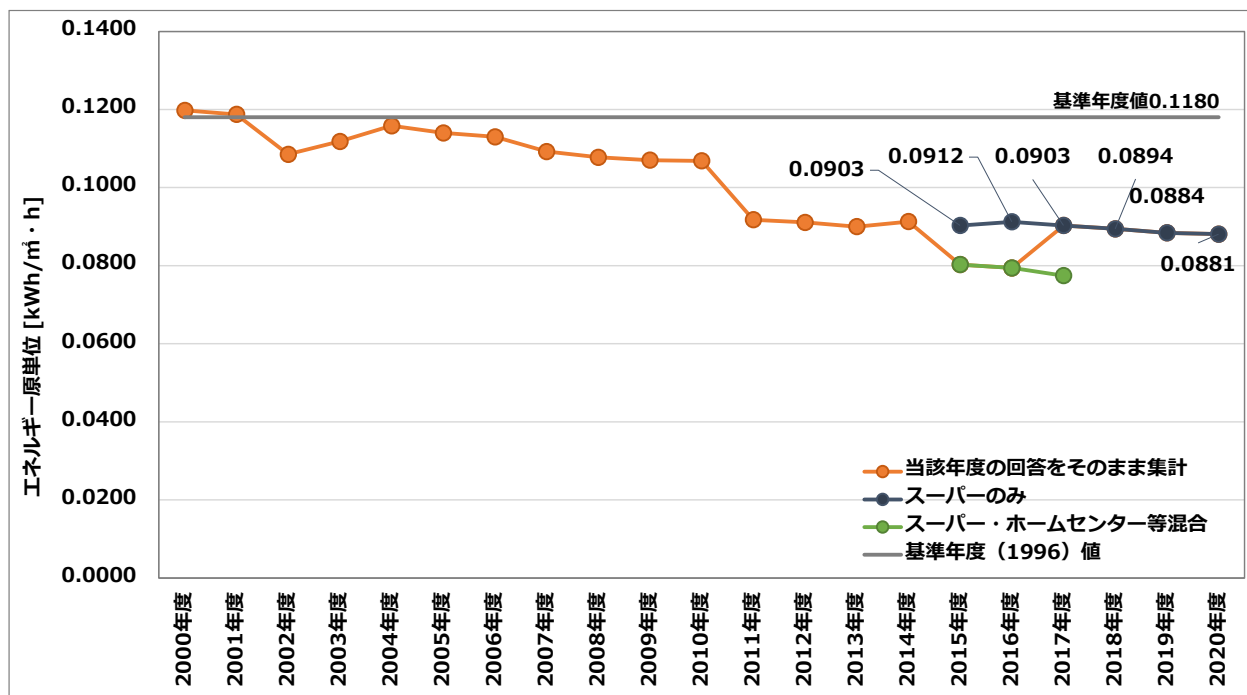


図 4 エネルギー原単位（業態別）の推移

（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 4 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 4 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 4 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。

表 3 集計対象企業・店舗数の業態別内訳

区分		2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
スーパー	集計対象企業数	26 社	28 社	25 社	27 社
	集計対象店舗数	2,191 店	2,486 店	2,484 店	2,316 店
ホームセンター等	集計対象企業数	—	—	—	—
	集計対象店舗数	—	—	—	—
合計	集計対象企業数	26 社	28 社	25 社	27 社
	集計対象店舗数	2,191 店	2,486 店	2,484 店	2,316 店

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 となっております。業態間で顕著な差が見られます。

一方で、2020年度はスーパーのみによる集計となったため、エネルギー原単位は、青色の線グラフにて示すとおり 0.0881kWh/m²・h という結果となりました。基準年度比でいうと 25.4%減、前年度比でいうと 0.4%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

<ベンチマーク指標の状況>

●ベンチマーク制度指標

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）

●2020 年度実績（※会員企業以外を含む食料品スーパー全体の実績）

平均値： 0.911

標準偏差： 0.199

達成事業者数／報告者数： 66／302 （割合 21.9%）

達成事業者のうち会員企業の数：7

<今年度の実績とその考察>

ベンチマーク対象企業となっている会員企業については引き続き進捗状況の把握に努めます。

☐ 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】

<2020 年度の実績値>

CO₂排出量（単位：万 t-CO₂ 電力排出係数：4.39kg-CO₂/kWh）：209.9 万 t-CO₂ （2019 年度比+1.9%）

CO₂原単位（単位：万 t-CO₂/10¹⁰ m²・h 電力排出係数：4.39kg-CO₂/kWh）：26.0 （2019 年度比▲2.7%）

<実績のトレンド>

（グラフ）

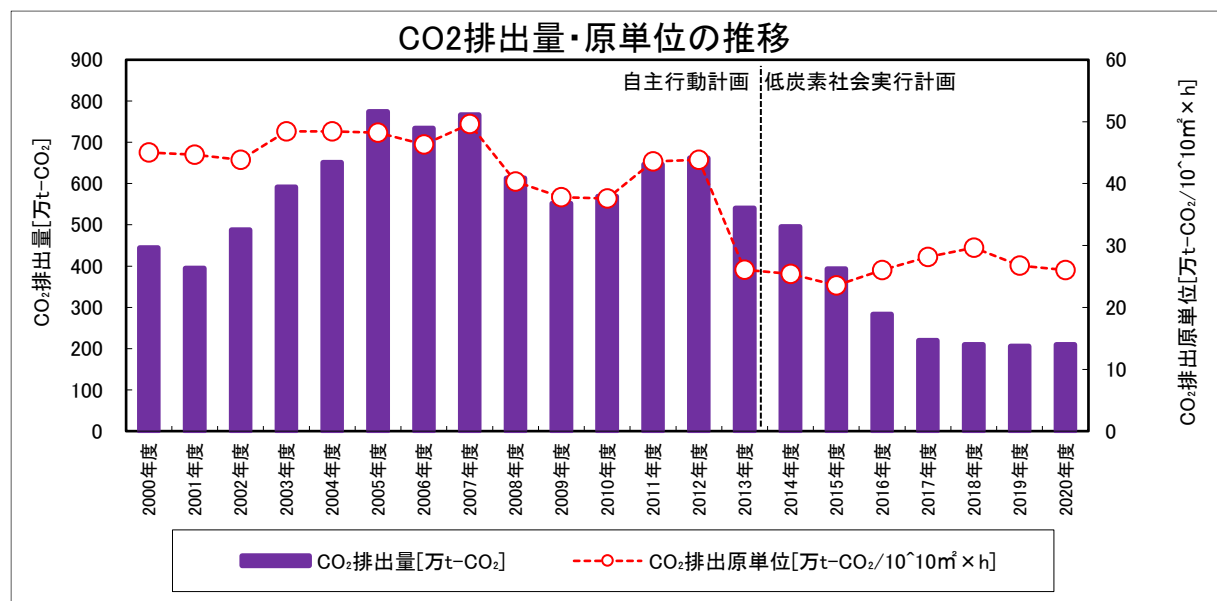


図 5 CO₂ 排出量と CO₂ 原単位の推移

電力排出係数：4.39kg-CO₂/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）

2020 年度の CO₂ 排出量は 209.9 万 t-CO₂ と、前年度比で 1.6%増となっております。一方で、2020 年度の CO₂ 原単位は 26.0 万 t-CO₂/10¹⁰ m²・h と、前年度比で 2.7%減となっております。生産活動量の項目にて述べたとおり、2020 年度の集計対象店舗は、延床面積が比較的大きい店舗の割合が前年度より大きくなったため、生産活動量が増加しております。その結果、CO₂ 排出量は前年度比で増加しているにもかかわらず、CO₂ 原単位はわずかに減少しております。

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・排出原単位が減少しています。

【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。

(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)
2020 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			
2021 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【2020 年度の実績】、【2021 年度以降の実績】及びエクセルシート【別紙6】をご参照ください。

【2020 年度の実績】

（設備投資動向、省エネ対策や地球温暖化対策に関連する投資の動向）

現時点では全会員企業の投資動向のとりまとめは困難となっておりますが、引き続き情報収集に努めてまいります。

（取組の具体的事例）

対策項目	取組内容
省エネ型照明（LED 等）の導入	- 売場、バックルーム、立体駐車場、敷地内の外灯の LED 化（総合スーパー） - 冷ケースの棚下照明の LED 化（総合スーパー） - 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）
省エネ型空調設備の導入	- 空調熱源改修（総合スーパー 5 店舗、総合スーパー 17 店舗） - 空調機制御をインバーター化（総合スーパー）
省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入	- 冷ケース・冷蔵庫・冷凍庫・プレハブ冷蔵庫等合計 250 台 s 設置（総合スーパー） - ナイトカバーの設置（総合スーパー 31 店舗） - CO₂ 冷媒の冷凍設備の導入（食料品スーパー 1 店舗） - 冷蔵・アイスのリーチイン化（食料品スーパー 2 店舗）
効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入	デマンド監視装置の設置（総合スーパー 81 店舗、食料品スーパー 70 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。

【2021 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。

【IoT 等を活用したエネルギー管理の見える化の取組】

会員企業の効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入状況は 7 社、少なくとも 190 店舗に導入されていることが確認されています。導入に向けた調査を実施している企業もあり、導入の拡大が見込まれています。

【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）を活用したサービスを開始予定の会員企業（大手総合スーパー）が見られます¹³。具体的には、お客様のご自宅でご余った太陽光発電システムの電気を EV に充電していただき、それを同社の店舗で放電していただくと、電気は店舗側で消費され、放電にご協力いただいたお客様は同社の会員ポイントを獲得できます。

CO₂ 排出量の少ない貨物列車を使用して輸送を実施しているエコレールマーク協賛企業の認定を取得（総合スーパー）

【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】

●RE100 に関する取組

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（2020 年 3 月現在、加盟企業のうち 3 社が当協会の会員企業、うち 1 社は親会社が加盟）。盟している会員企業の中にはグループ企業である小売電気事業者から再エネ電力を直接調達し、2020 年度は使用電力のうち再エネ使用率 50%を計画しています。

RE100 加盟企業以外の会員企業でも再生可能エネルギー推進の取組事例として、折半屋根置き自家消費型太陽光発電設備設置や、PPA モデル（電力販売契約）を用いた太陽光発電システムの設置の推進、再エネ電源の積極的な導入を行う企業が増加しております。

●SBT 認定取得

2020 年度時点で 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）にて温室効果ガス排出削減目標を公表している会員企業（大手総合スーパー）は 2 社となっています。そのうち 1 社では 2030 年までに日本国内の総合スーパー（GMS）で使用する電力の 100%を再生エネルギーとするとしています。

●SCOPE3 の算定

サプライチェーン全体での温室効果ガス排出量の削減に向け、SCOPE3 の算定・公表を行っている企業が見られます。同企業の 2020 年度実績では、サプライチェーン全体で前年度比 29.4%の削減となっています。

¹³ 出所：イオン株式会社「イオン 脱炭素ビジョン」（<https://www.aeon.info/sustainability/datsutanso/>）

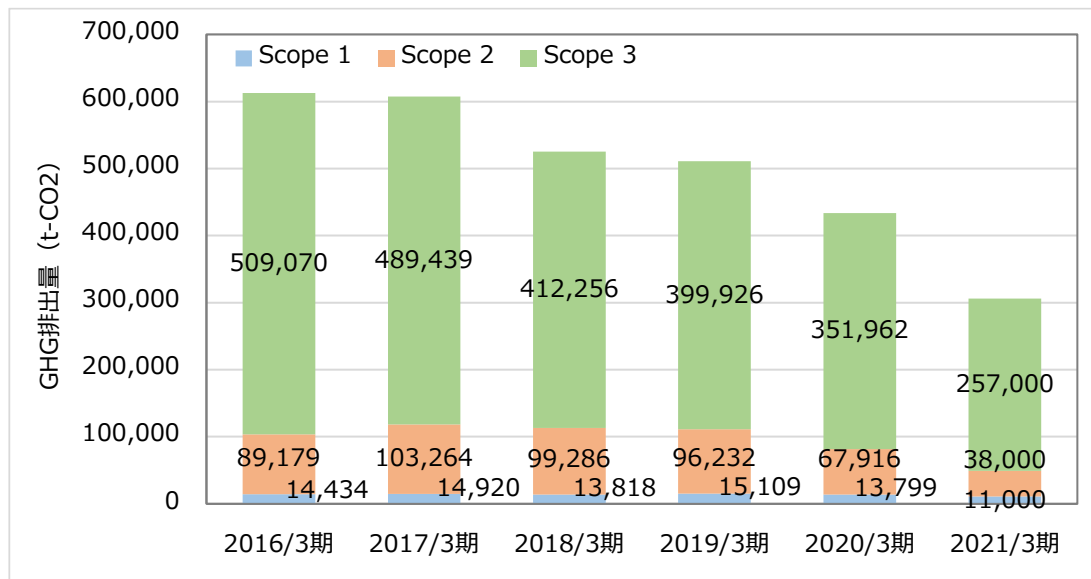


図 6 大手総合スーパーの取組事例 Scope 1～3 における GHG 排出削減量の推移¹⁴

¹⁴ 出所：株式会社丸井グループ グループ体ですすめる環境負荷の低減 (https://www.0101maruigroup.co.jp/sustainability/theme03/environment_01.html) に基づき作成

(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。

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

※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】

<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。

(7) 次年度の見通し

【2021 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
2020 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。				
2021 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。

(8) 2020 年度目標達成率

【目標指標に関する達成率の算出】

＊ 達成率の計算式は以下のとおり。

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

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

$$\begin{aligned} \text{達成率} &= (0.1180 - 0.0881) \div (0.1180 - 0.0897) \times 100 \\ &= 105.7\% \end{aligned}$$

【自己評価・分析】

＜自己評価とその説明＞

■ 目標達成

(目標達成できた要因)

各会員協業店舗における継続的な省エネの取り組みや、設備更新の際の高効率機器への切り替えが一定の成果を上げたことにより、目標達成に至ったと考えております。
一方で、大規模な投資が一巡し、今後は大幅な削減が見込めない可能性があります。

(新型コロナウイルスの影響)

新型コロナウイルス感染拡大の影響により、特に総合スーパーでは店舗全体又は一部フロアにおける営業時間短縮や休業等が発生したため、エネルギー消費量の減少につながった可能性があります。一方で、感染対策として換気対策等を実施したためにエネルギー消費量が増大した店舗も大型店舗を中心にみられており、総合的には目標指標に対する影響は軽微なものにとどまったと考えられます。

(達成率が 2020 年度目標を大幅に上回った場合、目標水準の妥当性に対する分析)

□ 目標未達

(目標未達の要因)

(新型コロナウイルスの影響)

(フェーズⅡにおける対応策)

(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。

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

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

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (0.1180 - 0.0881) \div (0.1180 - 0.0897) \times 100 \\ &= 105.7\% \end{aligned}$$

【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通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)

2030 年目標を継続して達成していることから、2030 年目標の引き上げについて今年度中の策定に向けてフェーズ 1 の実績を基に検討しています。見直し後の目標については次年度以降より適用予定としています。

(10) クレジットの取得・活用及び創出の実績・予定と具体的事例

【業界としての取組】

- ☐ クレジットの取得・活用をおこなっている
- ☐ 今後、様々なメリットを勘案してクレジットの取得・活用を検討する
- ☐ 目標達成が困難な状況となった場合は、クレジットの取得・活用を検討する
- ☒ クレジットの取得・活用は考えていない
- ☐ 商品の販売等を通じたクレジット創出の取組を検討する
- ☐ 商品の販売等を通じたクレジット創出の取組は考えていない

【活用実績】

- ☒ エクセルシート【別紙7】参照。

【個社の取組】

- ☒ 各社でクレジットの取得・活用をおこなっている
- ☐ 各社ともクレジットの取得・活用をしていない
- ☐ 各社で自社商品の販売等を通じたクレジット創出の取組をおこなっている
- ☐ 各社とも自社商品の販売等を通じたクレジット創出の取組をしていない

【具体的な取組事例】

取得クレジットの種別	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	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、CO ₂ 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。 2014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	—

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	環境配慮型商品の開発・販売	業界全体の削減効果は集計が困難であると考えます。		
2	ばら売り・量り売り等の実施			
3	レジ袋の無料配布中止			
4	簡易包装の実施			
5	常温販売の増加			
6	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。

なお、新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、2019 年度冬期より、「ばら売り・量り売り」をはじめとしたサービスを一時的に取りやめた店舗が増えてきております。この傾向は 2021 年度以降も継続すると考えられます。

(2) 2020 年度の実績

(取組の具体的事例)

対策項目	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	・ プライベートブランドのもとで環境配慮型商品を展開（総合スーパー） ・ 再生トレイにより資源を有効活用（総合スーパー） ・ カーボン・オフセット付きシューズの開発・販売（総合スーパー） ・ 再生紙使用商品の販売（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）	・ レジ袋辞退時に購入代金から 2 円引き（総合スーパー） ・ 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） ・ 産学協同プロジェクトにて大学とオリジナルエコバッグを共同開発（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	・ ギフトの簡易包装を推進（総合スーパー、食料品スーパー）



ハンドソープ（店舗の使用済み揚げ油の精製）



キッチンペーパー（牛乳パック類のリサイクル）



詰替えボトル（バイオマスプラスチックの使用）



食品パッケージ（水性グラビア印刷の適用）

図 7 総合スーパーの取組事例 プライベートブランドでの環境配慮型商品の展開¹⁵

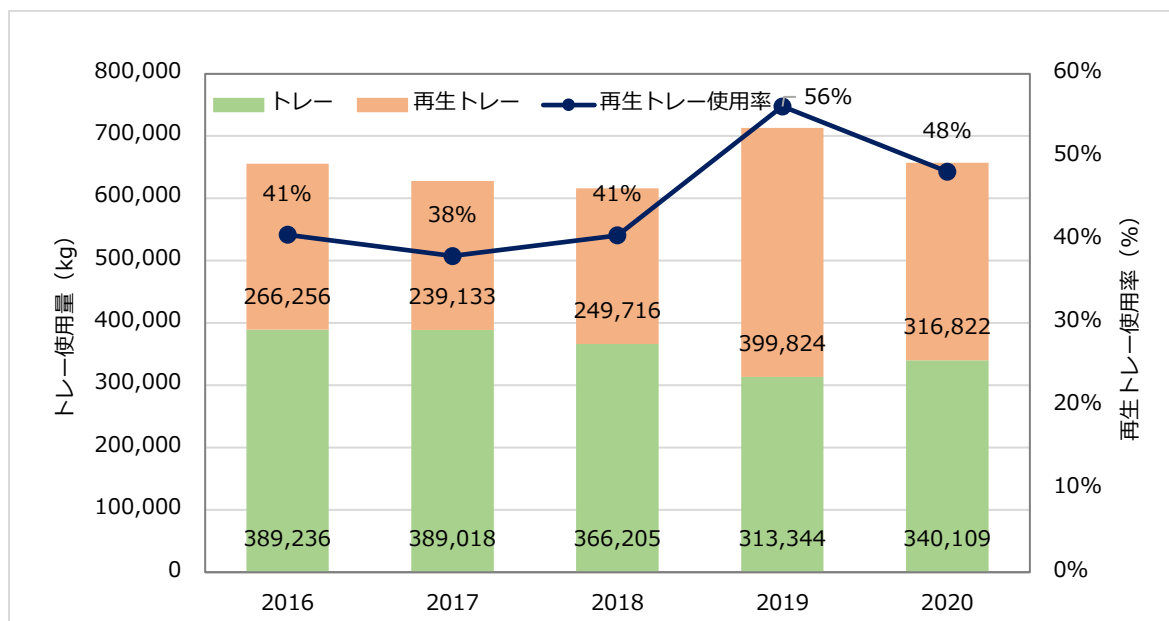


図 8 総合スーパーの取組事例 再生トレーの使用による資源の有効活用¹⁶

¹⁵ 出所：ユニー株式会社 eco!on (<https://www.uny.co.jp/shopping/econ/living/index.html>)

¹⁶ 出所：イズミヤ株式会社 環境活動報告 2020 (https://www.izumiya.co.jp/wp-content/uploads/2020/09/izumiyaCSR2020_Latter.pdf) に基づき作成

（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） 2021 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際の 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) 2020 年度の実績
- (3) 2021 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。

2 国間クレジット等による取り組みは 23 ページを参照ください。

V. 2050 年カーボンニュートラルに向けた革新的技術の開発・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) 2020 年度の取組実績

（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）

個社で実施している取組を以下に示します。

対策項目	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（5）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	- 太陽光パネルの設置（食料品スーパー、4 店舗、他） - PPA 契約による太陽光パネルの設置（総合スーパー、13 店舗）
その他	- 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） - グループ会社の新電力事業者を介し再エネ電力を直接調達（総合スーパー）

(4) 2021 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)

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。

(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目標達成に向けた方針の紹介（協会公式ホームページ）
- ・ 店舗での節電の取組に関する情報発信（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）

地球温暖化防止のための目標

日本チェーンストア協会では、平成9年（1997年）1月に「チェーンストア業界の環境保全自主的行動計画」を定め、協会と会員企業が一体となって環境問題により積極的に取り組むこととしました。この計画では、3つの基本原則のもとに、「地球温暖化の防止」と「循環型社会の構築」という2つの行動の柱を立てて、各企業各店舗において可能なものから取り組むこととしています。

基本3原則

- 自らの問題として、できることから着実に実行する！
- しなければならないことを明確にした上で、責任をもって取り組む！
- 産業界・行政・お客様との連携で進める！

地球温暖化の防止

- ・ エネルギー消費原単位による電力使用量の削減
- ・ 環境調和型・省エネ型商品の積極的な調達、開発、メーカーなどへの働きかけ
- ・ 省エネ型店舗施設づくり、エネルギー効率向上システムの導入
- ・ 物流の効率化、ハンガー納品などによる物流資材削減、アイドリングストップ運動の徹底
- ・ フロン類の排出抑制・漏えい防止・回収の徹底、低GWP冷媒への転換の促進
- ・ 省エネ型ライフスタイルの提案

など

循環型経済社会の構築

- ・ 店舗・事務所からの産業廃棄物の削減
- ・ レジ袋・トレイなどの容器包装の削減、環境負荷の少ない材質への改善
- ・ 再生紙使用の推進
- ・ 容器包装リサイクル法の遵守と店舗での資源回収の推進
- ・ 食品リサイクル法の遵守と食品ロスの削減
- ・ 省資源型ライフスタイルの提案

など

取り組みの内容

取り組みの内容

図 9 低炭素社会実行計画の目標達成に向けた方針の紹介¹⁷

¹⁷ 出所：日本チェーンストア協会 日本チェーンストア協会の環境問題への取り組み <https://www.jcsa.gr.jp/topics/environment/approach.html>



図 10 店舗での節電の取組に関する情報発信¹⁸

会員企業におけるレジ袋無料配布の中止に関する取り組み

協会では、「レジ袋の無料配布の中止（レジ袋の有料化）」については、ごみの減量に熱心な地方自治体のリーダーシップのもと、お客様の理解が十分に高い実施可能な地域から自主的に取り組むこと」が基本であると考え、この考え方に基づく会員企業の自主的な取り組みを支援しています。

レジ袋の無料配布中止の実施状況

実施店舗数32社 2,615店舗（42都道府県）

・平成31年3月末時点 ※会員企業直営店舗での実施

北海道	96店舗	東京都	151店舗	滋賀県	108店舗	愛媛県	11店舗
青森県	10店舗	神奈川県	91店舗	京都府	51店舗	高知県	4店舗
岩手県	7店舗	新潟県	17店舗	大阪府	100店舗	福岡県	35店舗
宮城県	73店舗	富山県	25店舗	兵庫県	121店舗	佐賀県	1店舗
秋田県	7店舗	石川県	33店舗	奈良県	17店舗	熊本県	16店舗
山形県	28店舗	福井県	33店舗	和歌山県	21店舗	大分県	40店舗
福島県	89店舗	山梨県	24店舗	鳥取県	5店舗		
茨城県	193店舗	長野県	26店舗	島根県	13店舗		
栃木県	34店舗	岐阜県	112店舗	岡山県	5店舗		
群馬県	7店舗	静岡県	138店舗	広島県	93店舗		
埼玉県	125店舗	愛知県	276店舗	山口県	150店舗		
千葉県	107店舗	三重県	118店舗	香川県	4店舗		



(参考)キャッシュバック実施店舗数

実施店舗数18社 1,226店舗（23都府県）

・平成31年3月末時点 ※会員企業直営店舗での実施

福島県	2店舗	千葉県	64店舗	愛知県	1店舗	和歌山県	2店舗	愛媛県	47店舗
茨城県	35店舗	東京都	204店舗	京都府	6店舗	岡山県	11店舗	高知県	6店舗
栃木県	61店舗	神奈川県	152店舗	大阪府	208店舗	広島県	4店舗	宮城県	1店舗
群馬県	59店舗	新潟県	3店舗	兵庫県	54店舗	徳島県	7店舗		
埼玉県	219店舗	静岡県	18店舗	奈良県	52店舗	香川県	10店舗		

図 11 レジ袋無料配布中止の取組に関する情報発信¹⁹

¹⁸ 出所：日本チェーンストア協会 みんなで支えようニッポン 節電への取り組み <https://www.jcsa.gr.jp/minnadesasaeyou/html/setsuden.html>

¹⁹ 出所：日本チェーンストア協会 日本チェーンストア協会の環境問題への取り組み <https://www.jcsa.gr.jp/kankyo.html>

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 CO ₂ 削減の取組について発信	○	○
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）
- 公益社団法人空気調和・衛生工学会等が主催する技術セミナーへ参加し、カーボンニュートラル賞を受賞した建物の良事例を社内展開させ、新店や既存店の計画へ反映させている（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>

(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
☒ 政府の審議会	
☐ 経団連第三者評価委員会	
☐ 業界独自に第三者（有識者、研究機関、審査機関等）に依頼	☐ 計画策定 ☐ 実績データの確認 ☐ 削減効果等の評価 ☐ 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

☐ 無し	
☐ 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
☒ 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

	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	2020 年 度
集計対象企業 数	-	-	-	-	-	-	9 社	7 社	7 社	7 社
延べ床面積 (万 m ²)	-	-	-	-	-	-	15	18	4.5	2.4
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)	-	-	-	-	-	-	0.7221	0.4321	0.3415	0.5122
床面積あたりの CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /m ²)	-	-	-	-	-	-	0.0497	0.0237	0.0763	0.2143
エネルギー消 費量（原油換 算） (万 kl)	-	-	-	-	-	-	0.2866	0.0778	0.0615	0.1083
床面積あたり エネルギー消 費量 (kl/m ²)	-	-	-	-	-	-	0.0197	0.0043	0.0137	0.0453

- ☐ 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
2020 年度実績	450	327	763	787	2,327
2021 年度以降	447	324	1,515	1,539	3,825

【2020 年度の実績】

（取組の具体的な事例）

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、各社にて社員に対し環境教育を行っており、オフィスにおける省エネルギーが進んでいるものと考えています。

【2021 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、また可能な限りアンケート等で各社のオフィスにおける省エネルギーの進捗状況をモニタリングしていきます。

（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組をまとめて計測することが困難となっております。

個別企業の取組事例に関しては、店舗の BAT・ベストプラクティスと同様に、アンケートを通じて情報収集しております。以下のとおり、物流事業者にご協力をいただきながら進めている対策の実施率を示します。なお、アンケートでは、会員企業より、「対策を実施した/実施予定あり」、「対策を実施していない/実施予定なし」、無回答の 3 種類の回答を得ています。無回答を除いた企業数を有効回答企業数とし、「実施率」では、このうち「対策を実施した」とご回答いただいた企業の割合を示します。

対策項目	実施率（有効回答企業数 ²⁰ ）						
	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
物流資材の簡素化	74.2%	74.1%	88.9%	100% (4 社)	100% (7 社)	100.0% (6 社)	100.0% (4 社)
多頻度小口配送や短リードタイムの改善	60.0%	64.2%	85.7%	100% (3 社)	100% (5 社)	100.0% (4 社)	100.0% (2 社)
通い箱等の活用	92.9%	92.9%	92.9%	100% (7 社)	100% (8 社)	100.0% (7 社)	100.0% (5 社)

²⁰ 2017 年度実績より、各項目の有効回答企業数の記載を開始しました。

② エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績

	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	2020 年度
集計対象企業 数	—	—	—	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社	2 社	1 社
輸送量 (万トン)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)	—	—	—	21.0	22.0	25.4	23.2	23.2	22.7	22.9	0.7
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)

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組をまとめて計測することが困難となっております。上表には、バリューチェーン全体を通じた CO₂ 排出量 (Scope 3) のうち輸送・配送に伴う排出量を算定・公表している会員企業の実績値を記載しております (2013～2018 年度は大手総合スーパー1 社、2019 年度より大手総合スーパー2 社、2020 年度は大手総合スーパー1 社)

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
2020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)	業界全体の削減効果は集計が困難であると考えます。
	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	
		通い箱等の活用	
2021年度以降	同上		

【2020 年度の実績】

(取組の具体的事例)

対策項目	取組内容
物流資材の簡素化	- 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、輸送トラックから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	- 冷凍食品の店舗発注回数を見直し、車両積載効率を改善 - 店舗へのオリコンサイズを減らすことで使用比率を高め、車両積載効率を改善 - 商品の DC (在庫保管型物流センター) 化を進め、リードタイムの短縮と毎日納品による店舗在庫削減を実現 - 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台数を削減 - 仕入先納品ルート of 共同配送化の拡大により車両台数を削減 - 首都圏における物流センターの集約により店舗への納品車両台数を削減 - 遠距離配送の中止など非効率な配送エリアの見直しにより車両台数を削減
通い箱等の活用	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

（取組実績の考察）

各社が物流事業者と協力し、ダンボール使用量の削減や繰り返し使用が可能なコンテナの利用等による物流資材の削減、発注回数や納品ボリュームの見直しによる配送車両の積載効率の改善、納品ルートの見直しによる配送車両台数の削減をはじめ、効率的な配送方法による配送時における低炭素化を行ってきており、一定の効果を出しているものと考えます。

【2021 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。個別企業の取組事例については、以下のようなものが挙げられます。

※なお、コロナの影響で一部イベント等は中止・縮小されている場合がございます。

- 学習イベント・研修の実施
 - 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）
 - 小中学生に対しエコ学習イベントを実施（総合スーパー）
- 体験イベントの実施
 - 顧客向けの店舗体験イベントを通じて食品廃棄に関する意識啓蒙を実施（食料品スーパー）
- 見学ツアーの実施
 - 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）
- 展示会への参加
 - 販売している環境配慮型商品の環境負荷低減効果について情報発信（総合スーパー）
 - 環境展示会での体験型展示を通じて森林資源の保全に関する取組を紹介（総合スーパー）
- その他
 - 森林整備活動において、植樹活動やお客様の植樹体験ツアーを実施（食料品スーパー）
 - グループ企業と連携し太陽光発電システムの設置や、住宅太陽光の効率的な自家消費に欠かせない蓄電池、エアコンの省エネ効果が見込める遮熱性能を有した外壁塗装などをパックにして費用を定額制にする金融商品「脱炭素 定額制リフォーム」を展開（総合スーパー）
 - 一部の店舗において「脱炭素リフォーム相談会」を実施（総合スーパー）
 - 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】

- COOL CHOICE への参加
 - 75 店舗において電気自動車の充電スタンドを設置。うち、普通充電スタンド 112 台、急速充電スタンドが 4 台（総合スーパー）
 - ライトダウンキャンペーンへの参加（総合スーパー）
- その他
 - 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

(見直しを実施した理由)

2030 年目標を継続して達成していることから、2030 年目標の引き上げについて今年度中の策定に向けてフェーズ I の実績を基に検討しています。見直し後の目標については次年度以降より適用予定としています。

□ 目標見直しを実施していない

(見直しを実施しなかった理由)

【今後の目標見直しの予定】

□ 定期的な目標見直しを予定している (〇〇年度、〇〇年度)

■ 必要に応じて見直すことにしている

(見直しに当たっての条件)

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（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」に該当する店舗）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。

＜算定・設定根拠、資料の出所等＞

上記の理由により、特になし

【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
該当しない

【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、2030 年政府目標に貢献するに当たり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

＜2030 年政府目標に貢献するに当たり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います。

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 $0.0910\text{kWh}/\text{m}^2 \cdot \text{h}$ （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、空調の使用に關しての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°C 以下、冷凍食品は -15°C 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、景気の状況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 $0.0910\text{kWh}/\text{m}^2 \cdot \text{h}$ （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（ $0.0897\text{kWh}/\text{m}^2 \cdot \text{h}$ 、1996 年度比 24%削減）としました。

【BAU の定義】 ※BAU 目標の場合
該当しない

【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。	業界全体の削減効果は集計が困難であると考えます。	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及び普及率見通しの算定根拠）

「エラー！ 参照元が見つかりません。 エラー！ 参照元が見つかりません。エラー！ 参照元が見つかりません。」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、BATであることの説明	削減見込量	普及率見通し
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。	業界全体の削減効果は集計が困難であると考えます。	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及び実施率見通しの算定根拠）

「エラー！ 参照元が見つかりません。 エラー！ 参照元が見つかりません。エラー！ 参照元が見つかりません。」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。

＜その他＞

特になし

（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。