

**ホームセンター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	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	<u>対象とする事業領域</u>：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。 <u>将来見通し</u>：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。 <u>BAT</u>：－ <u>電力排出係数</u>：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。 <u>その他</u>：－
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概要 ・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 ②削減貢献量 ー
3. 海外での削減貢献		<u>概要・削減貢献量</u>： ①概要 特になし ②削減貢献量 ー
4. 革新的技術の開発・導入		<u>概要・削減貢献量</u>： ①概要 特になし ②削減貢献量 ー
5. その他の取組・特記事項		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。

**ホームセンター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	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	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。 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。 BAT：－ 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。 その他：－
2. 低炭素/脱炭素製品・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。 ・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 ②削減貢献量　－
3. 海外での削減貢献		概要・削減貢献量： ①概要 特になし ②削減貢献量　－
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		概要・削減貢献量： ①概要 特になし ②削減貢献量　－
5. その他の取組・特記事項		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。

☆ 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）

- ・未参加企業への参加を促し、カバー率の引き上げを図った。
- ・国内の企業活動における削減実績において、コロナウイルスの影響に関する記載を行った。

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

- ・家庭部門の削減を目指し、関係団体との連携により、消費者に対する情報発信の強化を予定している。
- ・実施年により、カバー率の変動が見られることから、次年度以降、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。但し、業界内外の要望等が高まった場合には、その限りではない。

ホームセンター（DIY）業における地球温暖化対策の取組

2021 年 月 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		カーボンニュートラル行動計画参加規模	
企業数	—	団体加盟企業数	47社※2	計画参加企業数	17社 (36.2%)※3
市場規模	売上高42,680億円 ※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14,697億円 (34.4%)※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	0.5043 (×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（2021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 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。

□ 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	カーボンニュートラル行動計画 フェーズ1策定時 (2014年度)	2020年度 実績	2030年度 見通し
企業数	31.3%	25.8%	36.2%	35%
売上規模	15,565億円	13,453億円	14,697億円	—
エネルギー消費量	0.9792	0.7592	0.5043	—

(カバー率の見通しの設定根拠)

現時点(2021年8月末現在)における会員数は47社(前年同時期比5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。2020年度実績を含めた過去3年間のカバー率を踏まえ、2021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
2020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	☒ 有 ☐ 無
	参加呼びかけ(各社社長級の会合等)	☒ 有 ☐ 無
	調査開始の時期やタイミングの考慮	☒ 有 ☐ 無
	協会事務局からの働きかけ(電話等による直接依頼)	☒ 有 ☐ 無
2021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	☒ 有 ☐ 無
	参加呼びかけ(各社社長級の会合等)	☒ 有 ☐ 無
	調査開始の時期やタイミングの考慮	☒ 有 ☐ 無
	協会事務局からの働きかけ(電話等による直接依頼)	☒ 有 ☐ 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、各社代表者クラスや社内意識の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	☐ 統計 ☐ 省エネ法 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他（推計等）	2021年8月実施の加盟会員企業47社に対するアンケート調査による（有効回答率：売上シェア34.4%）
エネルギー消費量	☐ 統計 ☐ 省エネ法 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他（推計等）	2021年8月実施の加盟会員企業47社に対するアンケート調査による（有効回答率：売上シェア34.4%）
CO ₂ 排出量	☐ 統計 ☐ 省エネ法・温対法 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他（推計等）	2021年8月実施の加盟会員企業47社に対するアンケート調査による（有効回答率：売上シェア34.4%）

【アンケート実施時期】

2021 年 8 月

【アンケート対象企業数】

47 社（業界全体の比率は不明）

【アンケート回収率】

36.2% (47 社中 17 社回答)

【業界間バウンダリーの調整状況】

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

☐ バウンダリーの調整は行っていない
 （理由）

☒ バウンダリーの調整を実施している
 <バウンダリーの調整の実施状況>

回答データの重複を調整するため、集計上、当該数値を外している。

【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)	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 ($\times 10^{10} \text{m}^2 \cdot \text{h}$)	2.6	2.9	—	2.1	—	—
エネルギー 消費量 (電力換算万kWh)	134,754.5	72,122.5	—	50,430.1	—	—
内、電力消費量 (万kWh)	108,801.0	63,285.1	—	44,776.9	—	—
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	57.6 ※1	33.3 ※2	— ※3	22.7 ※4	— ※5	— ※6
エネルギー 原単位 (kWh/ $\text{m}^2 \cdot \text{h}$)	0.05086	0.0253	—	0.0243	0.0432	0.0232 (基準年度2013 年度:0.0280)
CO ₂ 原単位 (10^8kg-CO_2 / $10^{10} \text{m}^2 \cdot \text{h}$)	22.145	11.674	—	10.931	—	—

【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4	※5	※6
排出係数[kg-CO ₂ /kWh]						
基礎調整後/その他	4.18	4.44	—	4.36	—	—
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	☒ 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-CO₂ 発電端／受電端） <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。
その他燃料	☒ 総合エネルギー統計（2020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> カーボンニュートラル行動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。

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
エネルギー消費原単位	2004年度	▲15%	0.0432

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*
0.05086	0.0253	0.0243	▲52.2%	▲2.8%	346.8%

* 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>

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)	2019年度 実績	2020年度 実績	基準年度比 /BAU目標比	2019年度比	進捗率*
0.0280	0.0253	0.0243	▲13.2%	▲4.0%	77.3%

* 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】

	2020年度実績	基準年度比	2019年度比
CO ₂ 排出量	22.83万t-CO ₂	▲60.4%	▲31.5%

(2) 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
—	—	—
—	—	—
—	—	—

(3) 生産活動量、エネルギー消費量・原単位、CO₂排出量・原単位の実績

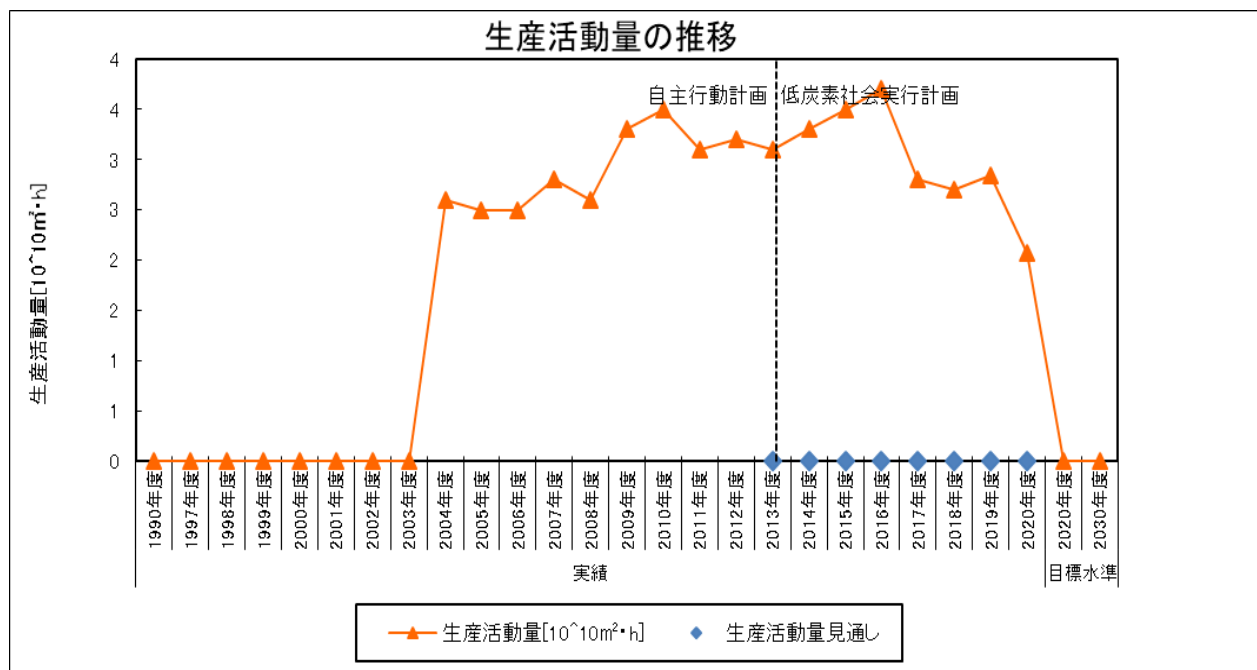
【生産活動量】

<2020 年度実績値>

生産活動量:2.076(単位: $\times 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$):床面積 $\times$ 営業時間

(基準年度<2020 年度目標>・2004 年度比▲19.4%、基準年度<2030 年度目標>・2013 年度比▲32.6%、2019 年度比▲27.2%)

<実績のトレンド>



(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 年度以降は、2019 年度を除き、減少傾向となっている。特に今年度は、参加企業における売場面積の減少やコロナ禍に伴う営業時間の短縮等により、大きく減少した。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、コロナ禍に伴う営業活動の変化が見られる等、企業属性の変化要因により、生産活動量が減少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。

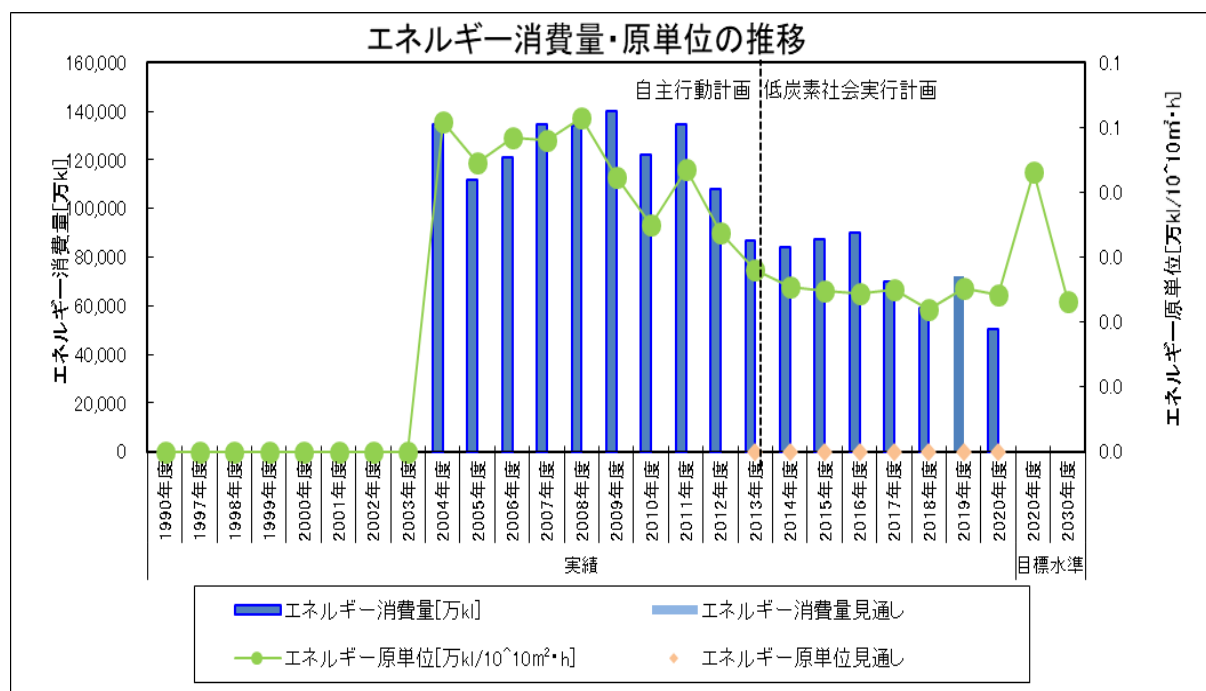
【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

<2020 年度の実績値>

エネルギー消費量:0.5043($\times 10^9$ kwh) (基準年度<2020 年度目標>・2004 年度比▲61.5%、
基準年度<2030 年度目標>・2013 年度比▲33.6%、
2019 年度比▲30.1%)

エネルギー原単位:0.0243(kwh/㎡・h) (基準年度<2020 年度目標>・2004 年度比▲52.2%、
基準年度<2030 年度目標>・2013 年度比▲13.2%、
2019 年度比▲2.8%)

<実績のトレンド>



(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、今年度は前年度に比べて減少となった。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。これは、売場面積の減少や消費エネルギー種別の変動等により、減少したものと推測される。2020 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、店舗面積や営業活動等の企業属性の相関性に着目していく必要があろう。

＜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

2020 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】

<2020 年度の実績値>

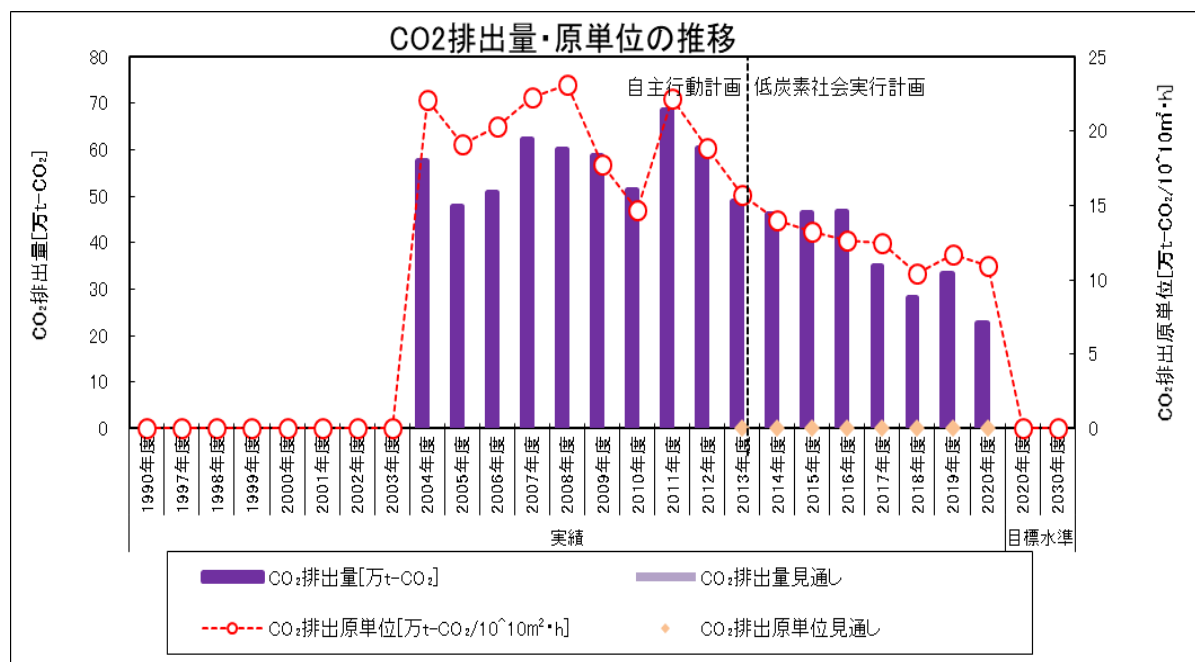
CO₂排出量：22.69(単位:万 t-CO₂ 排出係数:基礎排出)

(基準年度<2020 年度目標>・2004 年度比▲60.6%、基準年度<2030 年度目標>・2013 年度比▲53.5%、2019 年度比▲31.9%)

CO₂原単位：1.0931(単位:10³ kg-CO₂/10¹⁰ m²・h 排出係数:実排出)

(基準年度<2020 年度目標>・2004 年度比▲46.5%、基準年度<2030 年度目標>・2013 年度比▲30.8%、2018 年度比▲6.5%)

<実績のトレンド>



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。2020 年度は、前年度と比べ、減少した。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ほか、参加企業における売場面積の減少や生産活動量の減少が要因であると推測される。

また、CO₂ 排出原単位については、調査年度により低炭素社会実行計画・参加企業数の変動が見られるものの、増減を繰り返しながら、減少傾向となっていた。2020 年度は、減少幅が小さいながらも減少した。当業界では、店舗数の増加や店舗の大型化が見られる一方、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)への取組が継続して実施されていることから、対策上、効果が表れていると思われる。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。

【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→2020 年度変化分		2019 年度→2020 年度変化分	
	（万 t-CO ₂ ）	（%）	（万 t-CO ₂ ）	（%）
事業者省エネ努力分	▲28.212	▲49.0	▲1.139	▲3.4
燃料転換の変化	▲2.428	▲4.2	▲0.596	▲1.8
購入電力の変化	4.476	7.8	▲0.097	▲0.3
生産活動量の変化	▲8.720	▲15.1	▲8.747	▲26.3

（エネルギー消費量）

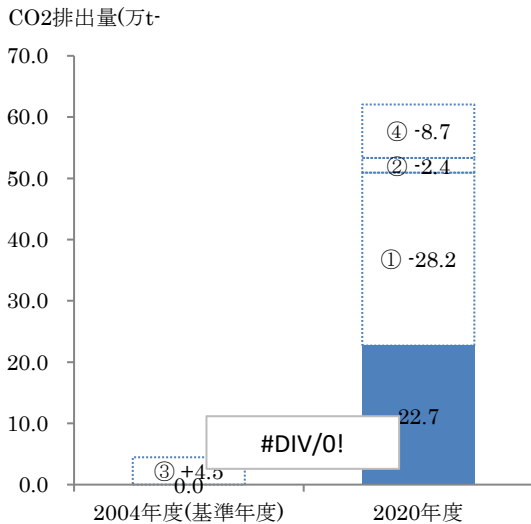
	基準年度→2020 年度変化分		2019 年度→2020 年度変化分	
	（万 k l）	（%）	（万 k l）	（%）
事業者省エネ努力分	▲13.988	▲42.4	▲0.515	0.0
生産活動量の変化	▲6.645	▲20.2	▲4.793	0.0

（要因分析の説明）

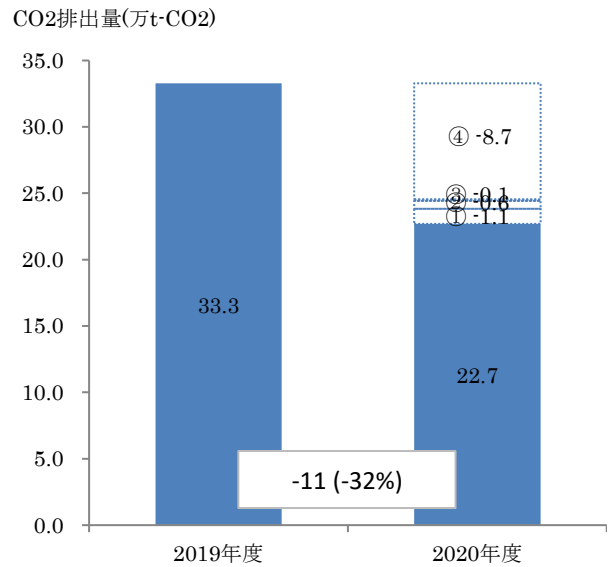
CO₂ 排出量について、参加企業数は前年度と比べて増加したものの、生産活動量では減少が見られたことから、前年度と比べて減少した。参加企業数や消費エネルギーの違い等を考慮しつつも、企業における取組効果は大きいと思われる。引き続き、店舗等での照明対策（高効率照明への切替等）や、空調対策（冷暖房温度の適切な管理やエネルギー消費の効率化）等に取り組んでいく必要があると思われる。なお、引き続き、参加企業の増減や生産活動量の変動等による各数値の増減傾向を見極めていく必要があるものと考えられる。

CO2排出量の増減要因分析

基準年度比



前年度比



①省エネ努力分 ②燃料転換 ③購入電力 ④生産変動

(4) 実施した対策、投資額と削減効果の考察

【総括表】 (詳細はエクセルシート【別紙6】参照。)

年度	対策	投資額	年度当たりの エネルギー削減量 CO ₂ 削減量	設備等の使用期間 (見込み)
2020 年度	高効率照明に交換	4,451 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	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	—	—

【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)

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、店舗運営に必要となる高効率照明や空調設備の更新(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、前年度に続き、「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の徹底や環境配慮の温度設定等は、コストがかからず、手軽に取り組めることや、面積が広い店舗においてはより効果が大きいと思われる。これらの取組は、企業において大き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。社会的にも環境配慮の動きが活発化していること等からも、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有効であると考えられる。

【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)

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。

(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。

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

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

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】

<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、2021 年度の見通しについては、参加企業数や規模の違い等の企業属性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。特に今年度は、コロナ禍の影響を受けた営業活動となっていることから、次年度以降、生産活動量をはじめ、消費エネルギーの変化や参加企業数や規模の違い等による要因を見極めたい。

（自己評価を踏まえた次年度における改善事項）

－

(6) 次年度の見通し

【2021 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 ($10^8 \text{ kg-CO}_2 / 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$)
2020 年度 実績	2.076	0.5043	0.0243	22.69	1.0931
2021 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、2021 年度の見通しを立てることは困難である。

(7) 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。

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

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

$$\begin{aligned} \text{達成率} &= (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) \div (\text{基準年度の実績水準} - 2020 \text{ 年度の目標水準}) \times 100 (\%) \\ &= 346.8\% \end{aligned}$$

【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)

現在の進捗率は、346.8%となっている。今年度のカーボンニュートラル行動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。

(新型コロナウイルスの影響)

店舗の営業時間短縮や一部店舗の休業、またオンラインを活用した営業活動や勤務体制の実施等により、エネルギー消費や生産活動量が減少した。今後は、今年度の減少が一時的なものであるかどうか、を見極めていく必要がある。

(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、カバー率の向上に継続が見られ、業界内の要望等が生じた場合は、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)

(8) 2030 年度の目標達成の蓋然性

【目標指標に関する進捗率の算出】

＊ 進捗率の計算式は以下のとおり。

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

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

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) \div (\text{基準年度の実績水準} - 2030 \text{ 年度の目標水準}) \times 100 (\%) \\ &= 77.3\% \end{aligned}$$

【自己評価・分析】

(目標達成に向けた不確定要素)

当業界は小売業であることから、経済情勢の変動や社会制度の実施等により、景気変動の影響を受けやすいものの、各社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。しかしながら、計画参加企業数の増減や経済活動の復調に伴う生産活動・エネルギー消費量の増加等により、目標達成に向けた不確定要素も想定される。

(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、これまでの進捗状況を踏まえ、特に予定していない。引き続き、経済情勢の変動やカバー率の状況等を勘案しながら、2030 年度目標に向かった取組を進めていく。

(9) 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	—
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	—

創出クレジットの種別	—
プロジェクトの概要	—

創出クレジットの種別	—
プロジェクトの概要	—

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 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
1	LEDシーリングライトの販売	LED 電球 1 個分の生涯点灯時間 25,000 時間を基準とし、これに見合った電球の必要個数 (LED電球 1 個、白熱電球 25 個) についてのライフサイクル全体の CO2 排出量を算定した結果、評価対象製品 1 個 (25,000 時間点灯) 当たりにおける CO2 排出量は 69.272kg-CO2。比較製品 (25 個 : 25,000 時間点灯) は 335.275 kg-CO2で比較すると、自社が販売した増加個数を掛け合わせ、差し引きすると1,983,030 kg-CO2は効果があったと思われる。	—
2	LEDシーリングライトの販売	—	—
3	フリーアーム式LEDソーラーセンサーライト	100W×111台×1時間×365日＝4,051,500Wh	—
4	LED直管ランプ 20W型	11W×991個×8時間×365日＝31,830,920Wh	—
5	節水シャワーヘッドの販売	—	—
6	バスポンプ	—	—
7	節水トイレ	1台当たりCO2削減量年間約 24.4kg×個数 (200台)＝4,880kgのCO2削減	—
8	充電式園芸工具	—	—
9	かーるい培養土(園芸用の土)	80,000袋運搬＝10t車50台分 燃費5%改善した場合、100km配送したとして▲230kg-co2	—
10	網戸の網張り替えサービスの実施	エアコン 1 台 800kwh/年、うち 10%削減で 80kwh×4,077 件＝326,160kwh	—

※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	消費電力がこれまでの白熱などに比べて1/5と省エネ。寿命も約25,000時間と、白熱電球の1,000時間と比較すると寿命が25倍とても長い	環境省ホームページより抜粋
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	メーカーのカatalogをもとに算出
3	フリーアーム式LEDソーラーセンサーライト	ソーラー蓄電池と、LEDを使用、消費電力の大幅な削減	メーカー情報より算出
4	LED直管ランプ20W型	省エネ性能の向上	メーカー情報より算出
5	節水シャワーヘッドの販売	低水圧でも標準品と同等の水勢を維持し節水・省エネルギー効果が得られる	メーカーカatalog表記
6	バスポンプ	風呂の残湯を洗濯に使い、節水できる。水料金1リットルあたり0.37円で計算すると、0.37円×50L×365日=6,752円節約になる	メーカーホームページ
7	節水トイレ	節水・省エネを計ることができる	業界団体ホームページ
8	充電式園芸工具	エンジン式より軽量で燃料の持ち運びも不要	—
9	かーるい培養土(園芸用の土)	内容量は同じだが、単品重量が約30%軽い 運搬かかるCO2排出量が少ない	重量は自社の公表数値、運搬車両の削減見込みは推定
10	網戸の網張り替えサービスの実施	網戸の張替え無料見積をSUN急便で実施し、網戸の販売件数をアップ	メーカーのカatalogを基に算出

※本計画参加企業における一例として記載。

(2) 2020年度の実績

(取組の具体的事例)

	低炭素製品・サービス等	2020年度の実績	2021年度以降の取組予定
1	LEDシーリングライトの販売	シーリングライト品種販売実績:50,689個(前年比:117.2%)+7,455個増加	販売個数を増やす(5品目→10品目)2020年度実績:50,689個 2021年度計画:52,000個(102.6%)
2	LEDシーリングライトの販売	26Wタイプ…976個販売、31Wタイプ…539個販売	LEDシーリングの販売を継続、LEDダウンライトの導入
3	フリーアーム式LEDソーラーセンサーライト	2020年9月～2021年8月まで 111個販売	2021年9月以降、年間販売目標 150台 135.0%
4	LED直管ランプ 20W型	2020年9月～2021年8月まで 991個販売	2021年9月以降、年間販売目標 1100個 110.1%
5	節水シャワーヘッドの販売	16,000本販売(2020年度実績)	—
6	バスポンプ	2000個販売	チラシ展開する
7	節水トイレ	200台販売	当該製品の年間販売目標を10%引き上げる
8	充電式園芸工具	5000個販売	メーカーイベントによる実演販売の強化で販売目標を10%引き上げる

9	かーい培養土(園芸用の土)	80000 袋販売	販売継続
10	網戸の網張り替えサービスの実施	4,077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%引き上げ(4,077件→4,484件).

※本計画参加企業における一例として記載。

※(参考) 上記以外の低炭素製品やサービス

- ・おかずもできる炊飯器等時短調理機器(煙の排出を抑制する焼肉グリル)
- ・自社オリジナルエコバッグ
- ・トイレリフォームによる水量低減便座商品
- ・LEDソーラー殺虫器・庭園灯
- ・LED搭載商品(投光器、ハンディライト、自転車前照灯、センサーライト、ランタンにもなるライト、電球)
- ・風通しの良いサンシェード・たてす
- ・窓ガラス断熱シート
- ・断熱カーテンライナー
- ・節水コマ 等

(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、販売のウエイトが大きい園芸関連商品においても環境配慮型の商品の取扱いも見られた。また、低炭素サービスとして、資材・部材等の商品の取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も行われている。コロナ下における社会経済情勢や消費者の動向等を受け、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るとともに、販売上の強みでもあると考察される。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削減に向けた取組が増加してくるものと想定される。

(3) 2021 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 (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) 2020 年度の実績

(取組の具体的事例)

—
(取組実績の考察)
—

(3) 2021 年度以降の取組予定
—

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

(3) 2020 年度 of 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)

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
—

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)

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) 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)

—

(5) 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)

(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
【環境資源等に関する情報提供】 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による環境配慮】 当協会では、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いる。EDI の促進は、取引業務での伝票類のペーパーレス化につながることから、環境配慮型の業務活動の実現が期待される。	○	
【外部機関との協力(連携)体制の構築】 行政等の外部機関からの各種依頼案件(情報提供、調査協力依頼等)への対応を通じ、業務部門や家庭部門に向けた環境対策の一環として、業界内外の協力(連携)体制の強化を目指している。	○	○

<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。		○

<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
☒ 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

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)	2020 年 度 (17 社)
延べ床面積 (万㎡) :	868	912	821	835	793	838	904	890	759	719	785	566
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	22.69
床面積あたりの CO ₂ 排出量 (kg- CO ₂ /㎡)	61.2	43.6	63.0	66.0	61.4	55.3	51.2	52.4	46.0	39.2	42.5	40.1
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	12.3
床面積あたりエ ネルギー消費量 (l/㎡)	39.4	32.8	40.2	31.7	26.7	24.5	23.6	24.7	22.7	20.5	22.4	21.7

☐ II. (1) に記載の CO₂排出量等の実績と重複

☐ データ収集が困難
(課題及び今後の取組方針)

③ 実施した対策と削減効果

【総括表】(詳細はエクセルシート【別紙8】参照。)

(単位 : t-CO₂)

	照明設備等	空調設備	エネルギー	建物関係	合計
2020 年度実績	12,295.05	14,966.82	5050.40	451.95	32,764.22
2021 年度以降	401.95	581.29	0.00	45.20	1,028.44

【2020 年度の実績】

(取組の具体的事例)

照明設備等:「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 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、それに係るコストが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。

【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対策を中心に、業務部門での取組(対策)を予定している。

(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	2020 年度
--	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

輸送量 (万トン)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
CO2 排出量 (万 t-CO2)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
輸送量あたり CO2 排出量 (kg-CO2/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
2020年度	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トへ変更)	燃費 40～50%改善、CO2 削減
	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 (軽自動車の比率を高める)	—
	配送の効率化	運行台数の削減 (1 台当たりの積載効率向上の為、混載店舗積荷による積載効率向上)	—
	配送の効率化	店舗配送時間の緩和による配送回数削減 (物量の少ない曜日・店舗において配送回数を集約化)	—
	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	商品センターの新設	—
2021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	納品トラック待機時間問題への取り組み（自動受付システムの導入可否判断調査（実態調査含む）	—
	配送の効率化	新たな物流拠点を置くことで配送ルートの見直しを図る	—
	配送の効率化	商品物流センターの新設、稼働（遠距離店舗への配送距離短縮化、納品物量の分散化ほかを実施）	長距離輸送は90%削減

※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。

【2020 年度の実績】

（取組の具体的事例）

- ①保有車両の運行、運用管理の効率化:「燃費の向上」
- 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、保有車両の燃費向上や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。

【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）

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」や「発注量の平準化・最適化」への取組が多い。この他、「計画的荷おろし」、「リードタイムの見直し」への取組も行われている。

（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

- ・エコ推進キャンペーン(エコ回収ステーションによる資源リサイクル)を実施
- ・特定のエコ商品購入に伴う自社ポイント進呈

【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

- ・「しずおか未来の森サポーター」活動
- ・チューリップ球根寄贈による花いっぱい運動を実施
- ・緑化活動(植栽)
- ・グループ会社の植樹活動に参加
- ・寄付活動
- ・北海道や東北地方を中心に植樹活動を実施

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℃適応」の実施
- ・「ふくしまきれいにし隊」への参画

③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)
- ・店舗での廃棄物や使用済み商品の回収
- ・ガステーブルや石油ストーブなどの不要金属商品を引き取り(一品お買上げに対して一品お引き取り)
- ・廃油回収やバッテリー回収
- ・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
- ・木材資源を有効活用する(切り捨て間伐をなくすための)運動(静岡県実施)へ参加
- ・国産木材の商品販売
- ・山形県の間伐材を地元店舗で販売
- ・木材の利用促進
- ・紙ベース保管からデータ保管へ移行
- ・本社従業員に対してテレワークを導入

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、参加企業数増加の反面、店舗面積は減少した他、コロナ下での参加企業における生産活動量の減少やバウンダリー調整により、従来とは異なる面が見られたことから、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2030年度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。

＜算定・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、算定・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	☒ 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 ☐ 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） <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。
その他燃料	☒ 総合エネルギー統計（2020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> カーボンニュートラル行動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。

【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、「床面積×営業時間」とすることが、経営実態を踏まえた形で十分な把握ができることから、「エネルギー消費原単位」を選択している。当業界が取り扱う商品特性等により、広空間・開放型の店舗構造（販売形態）が多いことから、エネルギー消費量との相関があると考えている。このような設定根拠から従来の自主行動計画や低炭素社会実行計画と同様に、カーボンニュートラル行動計画においても「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、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、業界内のカバー率が低いことや、参加企業数の変動が大きいこと等から、正確な業界全体の実態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 実績・見通し
—	—	—	—
—	—	—	—

（各対策項目の削減見込量及び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及び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及び実施率見通しの算定根拠)

—

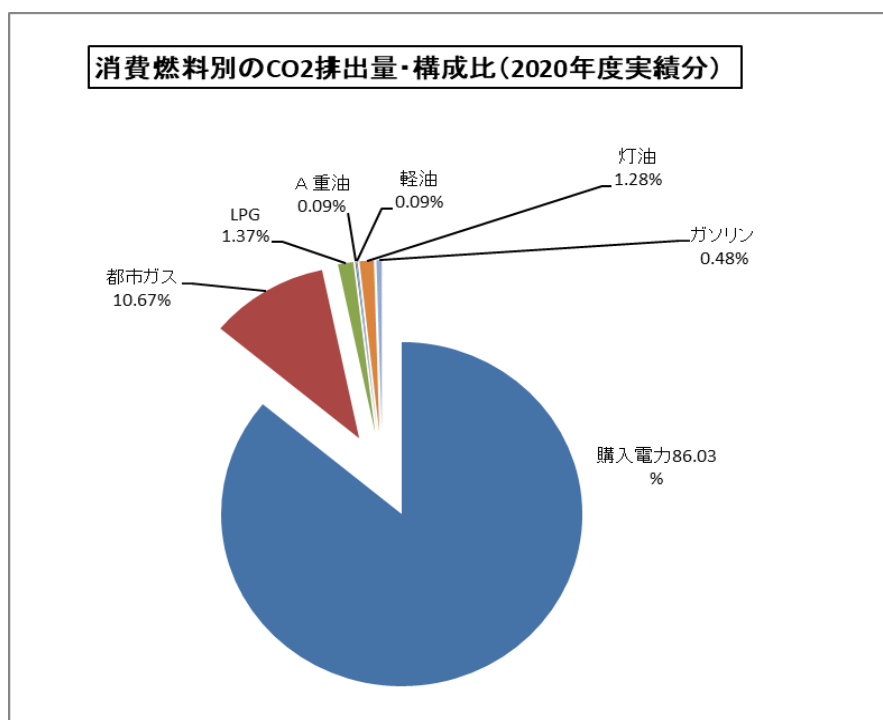
(参照した資料の出所等)

—

(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：2021年度カーボンニュートラル行動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(2020 年度実績)

購入電力:照明、空調(暖房)

都市ガス:空調(冷房、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(暖房)

軽油 :車両(フォークリフト、トラック)用燃料、発電機、消火設備

灯油 :空調(暖房)、給湯

ガソリン :車両(フォークリフト)用燃料

※出所:2021 年度カーボンニュートラル行動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: 86.0%、燃料: 14.0%