

2022 年度調査票（調査票本体）

ホームセンター協会

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

		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	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うるものの、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「カーボンニュートラル行動計画」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基礎排出係数(旧称:実排出係数)を設定していく。</p> <p>その他：－</p>
2. 低炭素/脱炭素製品・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。 ・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。</p> <p>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. 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		<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、2030年度に向けて、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、業界として脱炭素社会への寄与を目指す。なお、2030年度の削減目標水準については、現在、見直しに向けて作業を進めている。</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た。
- ・会員向けにサプライチェーン排出量（Scope3）に関する情報提供等を行った。

■ 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）

- ・2030年度削減目標水準について、妥当性を含め、見直しに向けた作業を進めている。

◇ 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。

ホームセンター業における地球温暖化対策の取組

2022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	15社 (31.9%)※3
市場規模	売上高40,760億円 ※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17,148億円 (42.1%)※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	1.0071 (×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(2022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)

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Ⅰ策定 時 (2014年度)	カーボンニュー トラル行動計画 フェーズⅡ策定 時 (2022年度)	2021年度 実績	2030年度 見通し
企業数	31.3%	25.8%	—	31.9%	35%
売上規模	15,565億円	13,453億円	—	17,148億円	—
エネルギー 消費量	0.9792	0.7592	—	1.0071	—

(カバー率の見通しの設定根拠)

現時点(2022年8月末現在)における会員数は47社(前年同時期と同数)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、引き続き会員数や計画参加社数の変動が予想される。2021年度実績を含めた過去3年間のカバー率を踏まえ、2030年度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
2021年度	取り組み状況(フォローアップ調査結果)等の情報共有やアンケート調査の実施	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無
	参加呼びかけ(役員会)	<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
2022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
	参加呼びかけ(役員会)	<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、継続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。

(4) 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）	2022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42.1%)
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）	2022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42.1%)
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）	2022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42.1%)

【アンケート実施時期】

2022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】

31.9%(47社中15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)	2020年度 実績	2021年度 見通し	2021年度 実績	2022年度 見通し	2030年度 目標
生産活動量 ($\times 10^{10} \text{m}^3 \cdot \text{h}$)	2.6	2.1	—	4.0	—	—
エネルギー 消費量 (電力換算万kWh)	134,754.5	50,430.1	—	100,709.1	—	—
内、電力消費量 (万kWh)	108,801.0	44,776.9	—	90,797.1	—	—
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	57.6 ※1	22.8 ※2	— ※3	45.0 ※4	— ※5	— ※6
エネルギー 原単位 (kWh/ $\text{m}^3 \cdot \text{h}$)	0.05086	0.0243	—	0.0253	—	0.0232 (基準年度2013 年度:0.0280)
CO ₂ 原単位 (10^8kg-CO_2 / $10^{10} \text{m}^3 \cdot \text{h}$)	22.145	10.995	—	11.306	—	—

【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	—	4.34	—	—
年度						
発電端/受電端						

【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"> ■ 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） 業界団体独自の排出係数 <ul style="list-style-type: none"> □ 計画参加企業の温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度における非化石価値証書の利用状況等を踏まえ、基礎・調整後排出係数とは異なる係数を用いた。（排出係数値：〇〇kWh/kg-CO₂ 発電端/受電端） □ 過年度の実績値（〇〇年度 排出係数値：〇〇kWh/kg-CO₂ 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） <業界団体独自の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	<ul style="list-style-type: none"> ■ 総合エネルギー統計（2022年度版） □ 温暖化対策法 □ 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） <ul style="list-style-type: none"> □ 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。

2021年度における実績概要

【目標に対する実績】

<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)	2020年度 実績	2021年度 実績	基準年度比 /BAU目標比	2020年度比	進捗率*
0.0280	0.0243	0.0253	▲9.6%	4.1%	56.3%

* 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】

	2021年度実績	基準年度比	2013年度比	2020年度比
CO ₂ 排出量	45.18万t-CO ₂	▲21.5%	▲7.5%	97.2%

(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 (参加企業中)	導入・普及に向けた課題等
高効率照明(LED)の導入(交換)	12社(80.0%)	多くの企業で導入が進んでいることから、今後は導入・普及から更新の段階にシフトしていくことが予想される。
太陽光発電設備の導入	6社(42.9%)	設備の投資額が高額となること等から、各社(各店舗)への普及には時間を要すると予想される。

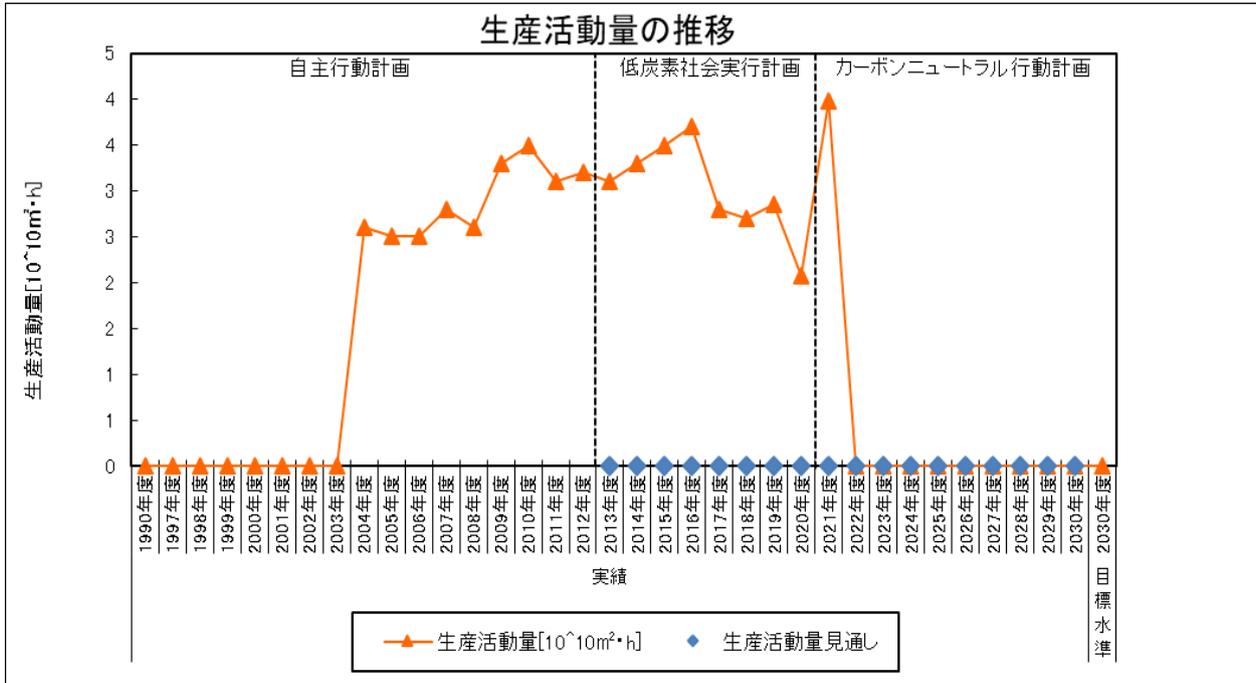
(3) 生産活動量、エネルギー消費量・原単位、CO₂排出量・原単位の実績

【生産活動量】

<2021 年度実績値>

生産活動量：3.977（単位：×1010 m²・h）（基準年度<2013 年度>比 29.1%、前年度比 91.6%）

<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。2017 年度以降は、ほぼ減少傾向となっており、特に 2020 年度はコロナ禍に伴う営業時間の短縮等により、大幅な減少となっている。このような中、2021 年度は、コロナ下における事業活動の回復傾向が見られつつあることや、参加企業が前年度と同一ではないこと等の要因から、生産活動量が大幅に増加したものと推測される。特に事業規模が大きい企業の参加有無は、全体に対して大きな影響を与えることから、次年度以降、回答状況や業界内の動向に留意していく必要があると思われる。

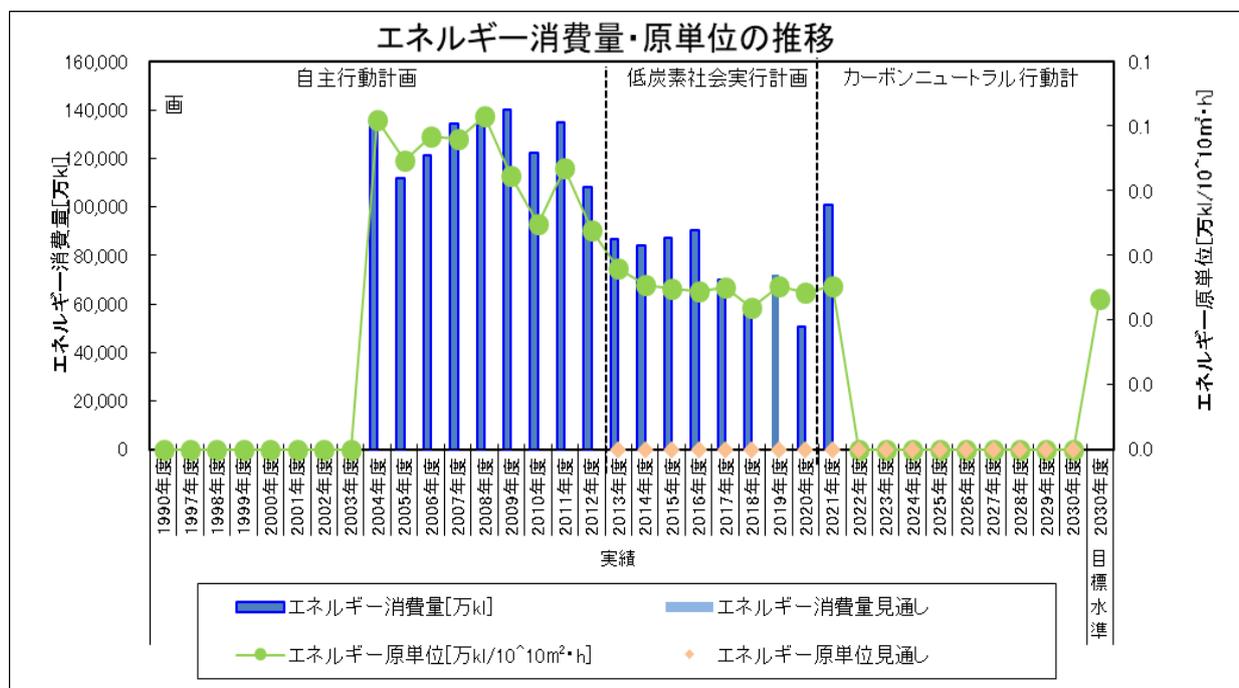
【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

<2021 年度の実績値>

エネルギー消費量:1.0071(×10⁹ kWh) (基準年度<2013 年度>比 32.7%、前年度比 99.7%)

エネルギー原単位:0.0253(kwh/㎡・h) (基準年度<2013 年度>比▲9.6%、前年度比 4.1%)

<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)

エネルギー消費量は、2011 年度以降、一部の時期を除き、東日本大震災やコロナ禍の影響等により、減少傾向が見られていたが、2021 年度は大幅な増加となった。一方、エネルギー原単位についても、エネルギー消費量の状況に伴い、増加が見られた。年度ごとの参加企業の違いによる店舗面積や営業時間等の企業属性の相関性のみならず、コロナ下における感染拡大予防対策の一環として行われていた換気対策により、冷暖房効率の低下からエネルギー消費が伸び、数値の上昇につながったものと考察される。次年度以降もこうした要因や、コロナ下における感染予防対策の緩和等の社会的な変化がエネルギー消費に影響を与えるかどうか、注視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：○○

2021 年度実績：○○

<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

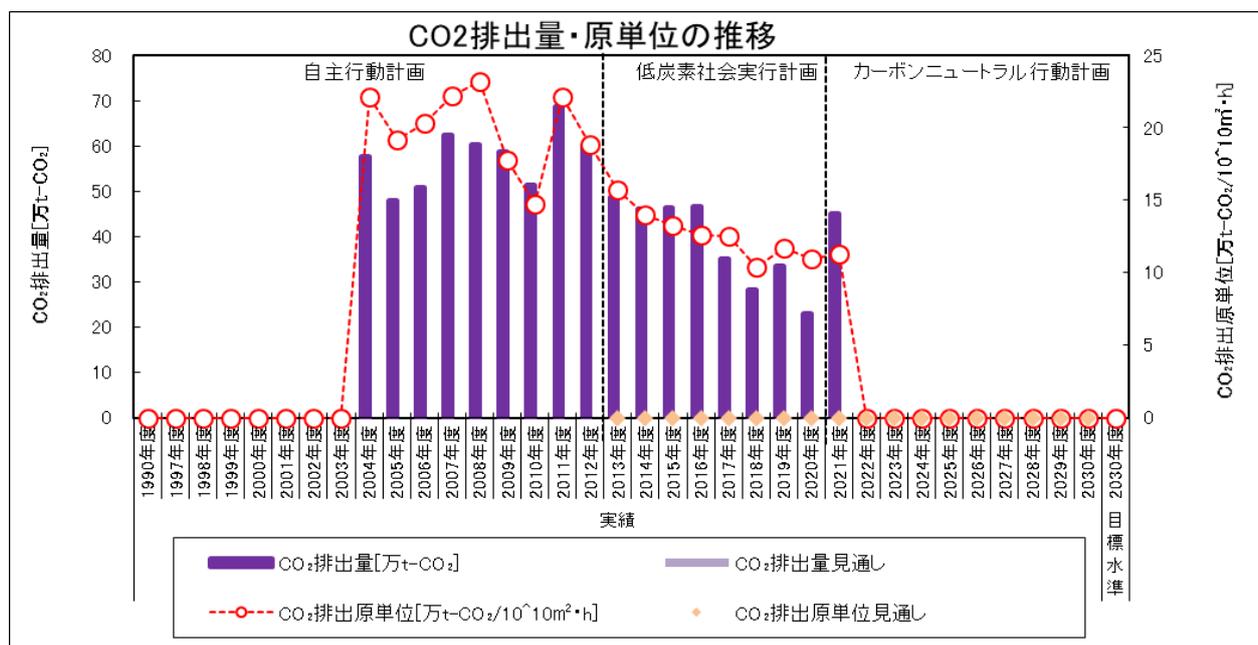
【CO₂排出量、CO₂原単位】

<2021年度の実績値>

CO₂排出量：45.00(単位:万 t-CO₂ 排出係数:基礎排出)
(基準年度<2013年度>▲7.6%、前年度比 98.3%)

CO₂原単位：1.1306(単位:10⁸ kg-CO₂/10¹⁰m²・h 排出係数:実排出)
(基準年度<2013年度>比▲28.5%、前年度比 3.4%)

<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、2011 年度をピークに概ね減少傾向となっており、2020 年度は最も少ない状況となっている。一方、2021 年度は大幅な増加となっているが、エネルギー消費量と同様に、年度ごとの参加企業の違いによる店舗面積や営業時間等との相関性のみならず、コロナ下における感染拡大予防対策の一環として行われていた換気対策により、冷暖房効率の低下からエネルギー消費が伸び、CO₂ 排出量の上昇につながったものと考察される。また、CO₂ 排出原単位についても、前年度との増加幅は小さいながらも増加が見られた。今後は、参加企業の増減や規模の違い等による、CO₂ 排出量等の数値変動も含め、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→2021 年度変化分		2020 年度→2021 年度変化分	
	(万 t-CO ₂)	(%)	(万 t-CO ₂)	(%)
事業者省エネ努力分	▲4.833	▲9.9	1.377	6.0
燃料転換の変化	▲1.864	▲3.8	▲0.548	▲2.4
購入電力の変化	▲9.003	▲18.4	0.113	0.5
生産活動量の変化	11.861	24.3	21.232	93.0

（エネルギー消費量）

	基準年度→2021 年度変化分		2020 年度→2021 年度変化分	
	(万 k l)	(%)	(万 k l)	(%)
事業者省エネ努力分	▲2.648	▲12.5	0.985	0.0
生産活動量の変化	6.034	28.4	11.317	0.0

（要因分析の説明）

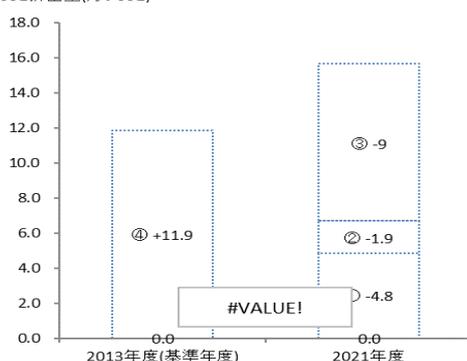
CO₂ 排出量について、参加企業数は前年度と比べて減少したものの、前年度と比べて増加した。この理由としては、事業規模の大きい企業参加が増え、生産活動量の増加が見られたことによるものと推測される。しかし、参加企業数や企業規模、消費エネルギーの違い、コロナ下の感染予防対策等を考慮しつつも、企業における取組効果は大きいと思われる。今後も店舗運営上、効果が大きいと見込まれる照明対策（高効率照明への切替等）や、空調対策（冷暖房温度の適切な管理やエネルギー消費の効率化）等に取り組んでいく必要がある。なお、引き続き、参加企業の増減（企業規模の違い）や生産活動量の変動等による各数値の増減傾向を見極めていく必要があるものと考察される。

CO₂排出量の増減要因分析

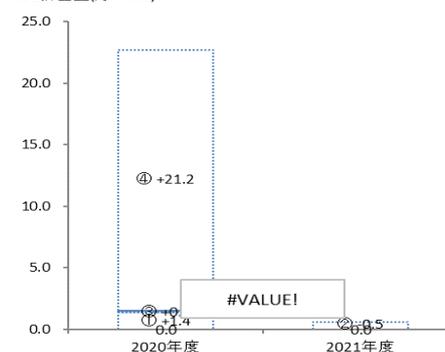
基準年度比

前年度比

CO₂排出量(万t-CO₂)



CO₂排出量(万t-CO₂)



(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)
2021 年度	高効率照明に交換	1,171 万円	—	—
	冷房温度 28 度	0 万円	—	—
	暖房温度 20 度	0 万円	—	—
2022 年度 以降	高効率照明に交換	5,661 万円	—	—
	冷房温度 28 度	0 万円	—	—
	暖房温度 20 度	0 万円	—	—
	太陽光発電設備導入	7,000 万円	—	—

【2021 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、店舗運営に必要となる高効率照明を中心に投資が見られた。また、太陽光発電設備の導入に関する投資も見られた。

(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」等

(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。このうち、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。但し、環境配慮の温度設定では、コロナ下における感染予防対策の一環として実施されている換気対策の影響が大きいことから、取組上、留意していく必要がある。また、「太陽光発電設備の導入」へ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るものの、昨今のエネルギー需給ひっ迫による電力料金の高騰が長引く場合には、自社消費用として導入される企業も増えてくることが予測される。引き続き、自社の経営環境の効率化に伴う取組はもちろんのこと、環境配慮型の売場づくりや商品提供等の小売業としての取組を通じ、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も有効であると考えられる。

【2022 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】（一例）

・2018年4月に建替えリニューアルオープンした店舗でBEMSを導入

※1年目の検証でのエネルギー削減実績は、標準的な建物との比較で67.5%減、ZEB設計値に対して15%減と目標を達成している。

【他事業者と連携したエネルギー削減の取組】

特になし

【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共有や水平展開に取り組み、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＝－

※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、2022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、2030年度に向けて取り組んでいく。また今年度は、前年度に続き、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、次年度以降も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

【2022年度の見通し】

	生産活動量 ($\times 10^{10}$ m ² ・h)	エネルギー 消費量 ($\times 10^9$ kWh)	エネルギー 原単位 (kWh/m ² ・h)	CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)	CO ₂ 原単位 (10 ⁸ kg- CO ₂ /10 ¹⁰ m ² ・h)
2021年度 実績	3.977	1.0071	0.0253	45.00	1.1306
2022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、2022年度の見通しを立てることは困難である。

(7) 2030年度目標達成の蓋然性

【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。

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

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

$$\begin{aligned} \text{達成率} &= (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) / (\text{基準年度の実績水準} - 2020\text{年度の目標水準}) \times 100(\%) \\ &= 56.3\% \end{aligned}$$

【自己評価・分析】

<自己評価とその説明>

■ 目標達成

(目標水準を上回った要因)

現在の進捗率は、56.3%となっている。今年度におけるカーボンニュートラル行動計画の参加企業の対応状況等を踏まえ、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、参加企業における消費エネルギーの変化をはじめ、参加企業の社数や規模の違い、コロナ下における店舗運営環境に伴うエネルギー効率の低下等、目標達成に向けた阻害要因も引き続き想定されることから、脱炭素化に向けた継続かつ幅広い取組が必要であり、目標達成に向けて予断は許されない。

(達成率が2030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)

目標水準については、現下の目標達成状況のみならず、政府の取組状況や要請等の諸情勢も踏まえ、目標水準の妥当性に対する検討(見直しに向けた作業)を進めている。

□ 目標未達

(目標未達の要因)

(8) 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（2021年度）	削減見込量（2030年度）
1	LEDシーリングライトの販売	1kWhあたり0.455kg（2018年東京電力の排出係数）のCO2が排出されると仮定し、次の計算式【CO2排出量＝消費電力（W）×0.001×使用時間（時間）×0.455】を用いてLED電球（消費約9w）と白熱電球（消費約54w）のCO2排出量を比較し、評価対象品（1個：40,000時間）あたりにおけるCO2排出量は163.8kg、比較製品（40個：40,000時間）は982.8kg 当社が販売した数量に掛け合わせ差引すると38,524,122kgの効果があつた	LEDの製品寿命が1個当たり約40,000時間であるため、40,000時間使用する場合、LED電球では必要個数1個に対し、白熱電球は40個となる
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	LED直管ランプ 20W型	削減見込11W×販売数量931個×1日8時間×365日＝29,904kwh	従来の蛍光灯（消費電力18W）と比較して、約11Wの削減効果が見込まれる
4	節水トイレの販売	1台当たりCO2削減量年間約24.4kg×個数（290台）＝7,076kgのCO2削減	年間約24.4kgのCO2削減（節水量から換算）
5	節水型便器の販売	—	従来の8Lタンクから4.8Lタンクに変更し、約42%の節水効果が得られる
5	節水シャワーヘッドの販売	—	標準品に比べ25～50%の節水となる
6	アラミックシルキンシャワープレミアム	節水効果20%～30% 最大で70%	標準型シャワーヘッドを節水型シャワーヘッドに交換することで、約20～30%の節水効果が得られる
7	省エネ型給湯器の販売	—	従来のガス給湯器と比較し、給湯側95%・追い炊き側92%の燃焼効率により、約16%のCO2削減が図れる
8	充電式草刈り機・チェーンソーの販売	エンジン式草刈り機から充電式へ買換えた場合、草刈り機は、1台当たりガソリン0.9L×5時間×2,200台×50日＝ガソリン495,00Lの削減。エンジン式チェーンソーから充電式へ買換えた場合、チェーンソーは、1台当たりガソリン0.63L×5時間×860台×50日＝ガソリン135,450Lの削減	充電式のため、CO2排出量はゼロ。100%改善
9	充電式園芸機械の販売	—	—
10	ポータブル電源の販売	エンジン式発電機からポータブル電源へ買換えた場合、1台当たりガソリン1.4L×5時間×690台×50日＝ガソリン241,500Lの削減。	充電およびソーラーパネルからの給電のため、CO2排出量はゼロ。100%改善
11	太陽光発電装置・蓄電池の販売	—	—
12	ラベルレスボトルの導入	—	—
13	求荷・求車サービス（グループ企業）	—	—

※参加企業における一例として記載。また、削減見込量については2030年度に限定していない。

(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	機能・内容等	削減貢献量の算定根拠
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40,000時間と、一般的な蛍光灯の寿命(1,000時間)と比較するととても長い	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	当該メーカーのカタログをもとに算出
3	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
4	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	メーカーカタログ表記
5	アラミックシルキンシャワープレミアム	手元スイッチでシャワーの通水、止水が可能。ソフト水流は、節水効果最大で70%の節水効果あり	当該メーカーのカタログをもとに算出
6	節水トイレの販売	従来のトイレから、節水型便器に交換した場合、約40~70%の節水効果が得られる	一般社団法人日本レストルーム工業会HPより
7	節水型便器の販売	便器内の構造変更により少ない水量で流す事ができ、節水・省エネを図れる	当該メーカーのカタログをもとに算出
8	省エネ型給湯器の販売	燃焼の際に発生する排熱を利用し、燃焼効率を上げる	当該メーカーのカタログをもとに算出
9	充電式草刈り機・チェーンソーの販売	エンジン式と比較し、石油資源の節約、CO2増加の抑制、環境負荷軽減になる	当該メーカーのカタログをもとに算出
10	充電式園芸機械の販売	従来のエンジン式と比較し、軽量、低騒音で排気なし	-
11	ポータブル電源の販売	ガソリン式・カセット式発電機と比較し、石油資源の節約、CO2排出ゼロ。ソーラーパネルを使用し給電することで、電力消費の抑制にもなる	当該メーカーのカタログをもとに算出
12	太陽光発電装置・蓄電池の販売	小形携帯用の商品が増加	-
13	ラベルレスボトルの導入	PBのペットボトル製品のラベルレス化により、プラ資源使用料の削減、強いては製造時のCO2排出削減量削減に貢献	-
14	求荷・求車サービス(グループ企業)	荷主には様々な車両を、運送会社には荷物を提案するサービス。定期・不定期、全国での集荷・配送が可能	路線便とグループ企業手配の場合の差

※参加企業における一例として記載。

(2) 2021年度の取組実績
(取組の具体的事例)

	低炭素製品・サービス等	2021年度の実績	2022年度以降の取組予定
1	LEDシーリングライトの販売	LEDシーリングライト： 47,038台販売（昨年比 93.70%） 2020年度はコロナ禍おうち時間による買い替え需要が高まっていたため昨年比減	2022年度計画：48,000台
2	LEDシーリングライトの販売	26Wタイプ：1009個販売、31Wタイプ：646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	LED直管ランプ 20W型	2021年9月～2022年8月末までの、販売数量931個	2022年9月～2023年8月、年間販売目標1,000個 107%
4	節水シャワーヘッドの販売	160SKU 24,000個販売（2021.8～2022.7）	未定
5	アラミックシルキンシャワープレミアム	2021年9月～2022年8月末までの、販売数量41個	2022年9月～2023年8月、年間販売目標50個 121%
6	節水トイレの販売	290台販売	当該製品の年間販売目標を10%引き上げる
7	節水型便器の販売	4,500台販売	コロナによる納期遅延が解消傾向になっており、主要2メーカーを軸に展示数を増やし、販売数目標を5%引き上げる(4,500→4,730台)
8	省エネ型給湯器の販売	1,300台販売	コロナによる納期遅延が継続中だが、今後の遅延解消を見込み、販売数目標を10%引き上げる(1,300→1,430台)
9	充電式草刈り機・チェーンソーの販売	充電式草刈り機2,200台販売、充電式チェーンソー860台販売	充電式草刈り機製品の年間販売目標を136%に引き上げる(2,200台→3,000台)、充電式チェーンソー製品の年間販売目標を116%に引き上げる(860台→1,000台)
10	充電式園芸機械の販売	前年比140%の販売	メーカーとのタイアップで展示会を開催
11	ポータブル電源の販売	690台販売	ポータブル電源製品の年間販売目標を220%に引き上げる(690台→1,520台)
12	太陽光発電装置・蓄電池の販売	前年比220%の販売	販売価格の見直しによる需要喚起
13	ラベルレスボトルの導入	—	ペットボトル製品のラベルレス化のラインアップを増やしていく予定
14	求荷・求車サービス（グループ企業）	—	サービス提供継続

※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例

- ・ 冷蔵庫カーテン
- ・ 省エネ対策エアコンガード
- ・ トイレリフォームによる水量低減便座商品
- ・ 園芸用品では土にかえる鉢・プランターの新商品
- ・ 節電タイマー、節電タップ
- ・ 無煙商品（バーベキューコンロ、ロースター）
- ・ バイオマスプラスチックで作られたスプーン・フォーク等製品
- ・ 天然素材を原料としたごみ袋 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 照明器具等の低炭素製品（環境配慮型商品）を中心に、各種販売されている。また近年は、大規模な自然災害等の発生も見られることから、発災を通じた節電や予防への意識が高まっている状況にもある。環境配慮型製品の取り扱いが多い当業界としては、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関連商品や高齢者向けサービスの提供等、対消費者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販売上の強みとなり、家庭部門の CO2 削減にもつながることが考察される。また、コロナ下の状況が長引く中、来店者数の減少や低炭素商品の入荷遅延等により、販売環境にも複合的な影響が見られていることから、今後は、DX（デジタルトランスフォーメーション）や GX（グリーントランスフォーメーション）を踏まえ、各ステークホルダーとの協力・連携に基づいた、サプライチェーンに全体にも対応し得る事業（販売）運営や経営体制が進むことが想定される。

（3）2022 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 (2021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）2021 年度 of 取組実績

（取組の具体的事例）

—

（取組実績の考察）

—

（3）2022 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	2025	2030	2040	2050
1	—	—	—	—	—
2	—	—	—	—	—
3	—	—	—	—	—

(3) 2021年度取組実績

(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 (一例)

- ・ ESG投資による株価への影響、東証の市場再編（当社はプライム市場に残留）、将来的なカーボンプライジングの影響等、企業の価値と財務の面から低炭素経営に向けての検討
- ・ 昨年のCNに向けた政府目標を受け、社内にGXチームを立ち上げ、CNに向けて本格始動
- ・ 2030年に業務部門の13年比51%削減に向けて、施設・設備機器の更新と運用に関するロードマップ作成を進行中

2022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)

—

(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・取組事例を、協会ホームページから紹介し、幅広く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】 業務部門や家庭部門に向けた対策の一環として、行政機関や関係団体からの各種案件(情報提供、協力依頼等)への対応を通じ、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
自社ホームページに「サステナビリティ」ページを掲載している		○
自社ホームページにてサステナビリティ基本方針および ESG データブック公開している他、自社 IR 情報 (2022 年 7 月 5 日) にて GX(グリーン・トランスフォーメーション) に関する取り組み開始を公表している		○
自社ホームページに低炭素への取り組み提案事例を提示している		○
自社ホームページやメディアを通じて節電による CO2 排出量削減の取組を情報発信している		○
自社ホームページ内で節電への取り組み等を紹介している		○
目標や一部施策について自社ホームページに掲載している他、CO2 フリー店舗にはその旨の情報を店頭に掲載している		○

<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。

情報発信（海外）

<具体的な取組事例の紹介>

特になし。

(2) 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：2018年8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(2030年度)において、基準年度(2013年度)比17%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）

	2010 年度 (27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)	2021 年度 (15社)
延べ床面積(万㎡)	912	904	890	759	719	785	566	987
CO ₂ 排出量(万t-CO ₂)	39.72	46.32	46.64	34.90	28.19	33.33	22.69	45.00
床面積あたりのCO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /㎡)	43.6	51.2	52.4	46.0	39.2	42.5	40.1	45.6
エネルギー消費量 (原油換算) (万kl)	29.9	21.3	22.0	17.2	14.7	17.6	12.3	24.6
床面積あたりエネルギー消費量 (l/㎡)	32.8	23.6	24.7	22.7	20.5	22.4	21.7	24.9

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
2021 年度実績	102.89	0	6.12	0.47	109.48
2022 年度以降	141.23	0	410.71	0.7	552.64

【2021 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」等

(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。特に店舗数や売場面積の増加等が見られることから、設備更新(導入)に係るコストが大きいものと推測される。また、エネルギー需給の逼迫に伴う電力料金の高騰等、社会的要因に伴う課題対応も避けら

れない状況となっている。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・空調設備への対応や、店舗使用の電力を自社調達するための対応等、幅広い環境対策への取組と合わせて、自社の経営環境の効率化を図っていると考察される。

【2022 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。

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

	2010 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
輸送量 (万トン)	—	—	—	—	—	—	—	—
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)	—	—	—	—	—	—	—	—
輸送量あたり CO ₂ 排 出量 (kg-CO ₂ /トン)	—	—	—	—	—	—	—	—
エネルギー消費量 (原油換算) (万 kl)	—	—	—	—	—	—	—	—
輸送量あたりエネ ルギー消費量 (l/トン)	—	—	—	—	—	—	—	—

II. (2) に記載の CO₂ 排出量等の実績と重複

データ収集が困難

(課題及び今後の取組方針)

③ 実施した対策と削減効果

年度	対策項目	対策内容	削減効果
2021年度	保有車両の運行・運用管理の効率化	ハイブリッド車の導入（社用車入替）	車両1台あたりの燃費が更新前と比べて50～70%向上
	保有車両の運行・運用管理の効率化	燃費の向上（社用車における軽自動車比率を高める・47台中26台が軽自動車）	20%削減
	保有車両の運行・運用管理の効率化	ハイブリッド(HV)車等の導入（本部車両のHV化、バッテリーフォークの導入、EV車の導入）	-
	保有車両の運行・運用管理の効率化	社用車を将来的にEV化を目指す、過渡期の措置としてガソリン車からクリーンディーゼル車へ順次入替中	対ガソリン車比でCO2を30%削減
	保有車両の運行・運用管理の効率化	社用車の8割程度をアイドリングストップ機能搭載車へ入替済み	1台あたり年間0.12tの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）	-
	配送の効率化	配送車両の運行台数の削減（1台当たりの積載効率改善のため混載（カゴ車）による集荷）	3%改善
	配送の効率化	運行台数の削減（積載率KPIを週次で確認し改善に取り組みことやミルクラン等の実施により台数の削減を図る）	-
	配送の効率化	共同配送の実施	-
	配送の効率化	物流、宅配業者へ委託	-
配送の効率化	商品センターの新設	-	
2022年度以降	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）の導入（社用車入替）	車両1台あたりの燃費が更新前と比べて50～70%向上の見込み
	保有車両の運行・運用管理の効率化	段階的に低公害車（ハイブリッド車）への切替	燃費向上40～50%改善によりCO2削減
	その他	屋根置き太陽光導入計画があるので、業務用充電スタンドの整備とともにEV社用車導入の検討を開始	再エネ利用の為、運航にかかるCO2排出量ゼロ

※参加企業における一例として記載。

【2021 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(ハイブリッド車の導入・入替等)
- ②配送の効率化:配送車両の運行台数の削減、運搬方法の効率化(共同配送や物流業者への委託等)

（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、社用車等におけるハイブリッド車の導入(入替)や運搬方法の効率化(共同配送や物流業者への委託)等の各種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負担も大きいものと思われる。このため、各社は、特にコロナ下の影響等もあることから、コスト負担が大きい配送業務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積極的に実施しているものと考察される。

【2022 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」が最も多く、次いで「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。また、荷受け待機時のアイドリングストップを啓発しているほか、店舗配送等の帰り便を活用し、取引先を含めたCO2排出量削減も行われている。

（2）家庭部門、国民運動への取組等

【家庭部門での主な取組例】

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(古紙・アルミ缶のエコ回収ステーションによる資源リサイクル)を実施
- ・当社3店舗では、家庭での焼却廃棄物の削減と資源ごみを再資源化するために、ペットボトル・空缶・古紙を対象としたリサイクルステーションを設置。また、資源ごみの回収にご協力いただいたお客様には、当社ギフトカードと交換可能なポイントを付与(回収された廃棄物は、再資源化を行う民間事業者へ全量を引き渡しており、リサイクル工場で新たな資源に生まれ変わっている)
- ・特定のエコ商品購入に伴う自社ポイント進呈 等

【国民運動への主な取組例】

①植林・緑化活動等の環境関連のボランティア実施(自治体等との環境事業連携)

- ・「しずおか未来の森サポーター」活動(間伐材伐採や植樹作業)への参加
- ・地元企業や自治会等へのチューリップ球根寄贈による花いっぱい運動を実施
- ・森林保全活動として、企業の森事業を活用し、1.9haの植栽や下草刈り等を実施
- ・緑化活動(植栽)
- ・自治体やグループ会社等の植樹活動に参加
- ・再造林活動での間伐材を使用した製品を店舗で販売し、間伐材の有効活用の推進や売上金(一部)寄付を通じた植林、育林活動に役立てていただく取り組み(エシカル消費)を実施
- ・霞ヶ浦の水質浄化と沿岸の自然環境保全活動を助成している公益財団法人本田記念財団(旧霞ヶ浦水質浄化推進振興財団)の活動を支援
- ・土浦エコパートナー事業の協定締結し、毎年度実績報告および計画書提出
- ・自治体と「環境パートナーシップ協定」を締結し、街美化活動などを実施 等

②消費者や学童向け環境教室やセミナーの開催

- ・「くみまち学校」(来年度開校予定)のイベントにおいて、小学生に対し、容器リサイクルや気候変動の影響などを啓発 等

③その他

- ・廃棄物(ストレッチフィルムや木材等)の再生化を推進
- ・物流資材(パレット、折り畳みコンテナ等)を回収し、再利用する廃プラスチックの循環型リサイクル
- ・古紙、アルミ缶回収ステーションによる資源リサイクル
- ・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)
- ・小型家電廃棄物(テレビ、冷蔵庫、エアコン、洗濯機以外)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
- ・国産木材の商品販売(地産地消)を奨励
- ・FSC、PEFC 認証材の販売
- ・国際木質バイオマス発電所からの電力調達(一部店舗)
- ・自社従業員に対し、コロナ対策を含めて在宅勤務等を推奨 等

VII. 国内の企業活動における 2030 年度の削減目標

【削減目標】

<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】

<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等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)

現状では、目標見直しを実施していないものの、今年度内の見直しに向けて作業を進めている。

【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)

現在、業界内外の動向等を踏まえ、目標見直しに向けた作業に取り組んでいる。なお、次回以降の見直しとしては、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とや、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等に、業界内の状況や意見等を踏まえ、目標の見直しを検討する予定である。

(1) 目標策定の背景

当業界では、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、計画参加(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見られることから、業界内の実情に即し、参加企業の取組状況や意見等を反映の上、適切な目標を策定する必要があると思われる。

(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。

【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>

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	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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） 業界団体独自の排出係数 <ul style="list-style-type: none"> □ 計画参加企業の温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度における非化石証書の利用状況等を踏まえ、基礎・調整後排出係数とは異なる係数を用いた。（排出係数値：〇〇kWh/kg-CO₂ 発電端/受電端） □ 過年度の実績値（〇〇年度 排出係数値：〇〇kWh/kg-CO₂ 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><業界団体独自の排出係数を設定した理由></p>
その他燃料	<ul style="list-style-type: none"> ■ 総合エネルギー統計（2021年度版） □ 温暖化対策法 □ 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></p> <p>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。</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】

当業界の目標指標では、流通小売業（ホームセンター業）として業務部門（店舗等）を対象としており、店舗運営等の経営実態の把握がしやすい「床面積×営業時間」を採用の上、「エネルギー消費原単位」を選択している。また、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他、従来からの自主行動計画や低炭素社会実行計画との継続性も勘案している。このような設定根拠から、従来同様、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、省エネ法による削減目標を踏まえ、これまでの自主行動計画や低炭素社会実行計画に対する削減目標達成状況をはじめ、カバー率等の不安定要素や各企業の取組状況等を勘案し、十分実現可能（最大限の水準）であると判断して、2030年度目標を設定している。また、2030年度に向けた削減目標水準の今後の取扱い方が、各社への更なる意識付けやエネルギー消費の抑制、環境配慮型製品の販売等を通じた家庭部門のCO₂削減につながり、業界として社会的責務を果たす上でも重要な観点となるものと思われる。このため、省エネ法による削減目標を踏まえ、業界内の実情に即した最大限の水準となりうる設定を図っていくことで、2030年政府目標にも貢献できるものと考えている。

【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)

—

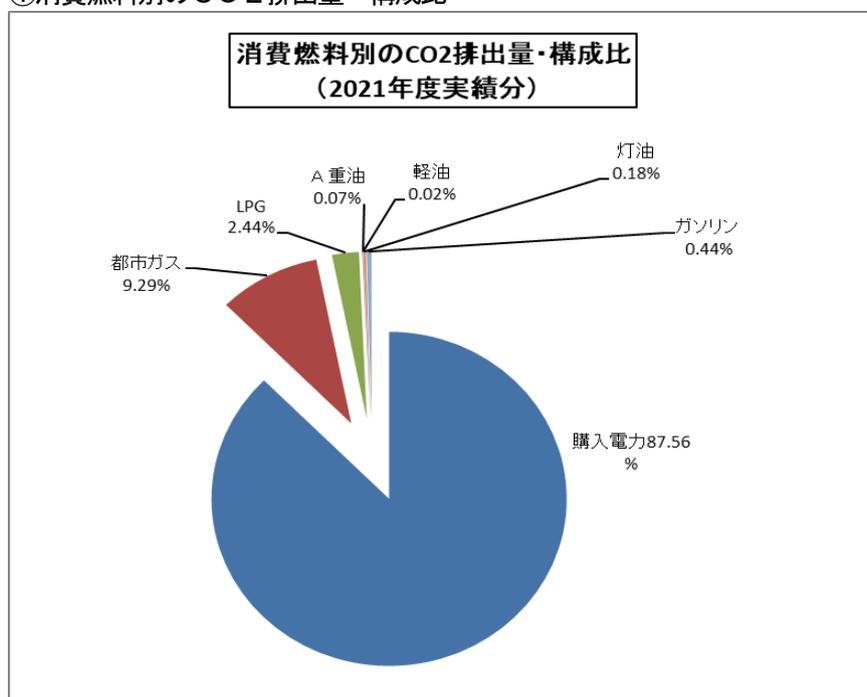
(参照した資料の出所等)

—

(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：2022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(2021年度実績)

購入電力：照明、空調(冷暖房)

都市ガス：空調(冷暖房)、給湯

LPG：空調(冷暖房)、給湯

A重油：空調(暖房)

軽油：車両用燃料

灯油：暖房、給湯

ガソリン：車両用燃料

※出所：2022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：燃料＝87.6%：12.4%