

2022 年度 第 1 回
産業構造審議会 産業技術環境分科会 地球環境小委員会
流通・サービスWG

日時 令和 5 年 2 月 1 日（水）17：00～19：00

場所 オンライン開催

議題

- （１）流通・サービス業種のカーボンニュートラル行動計画について
- （２）その他

1. 開会

○内野企画官 ただいまより産業構造審議会地球環境小委員会流通・サービスワーキンググループを開催いたします。

 なお、こちらの不手際で開始が遅くなりまして申し訳ございません。まだおそろいでない団体もいらっしゃるかもしれませんが、時間も過ぎておりますので、開始させていただきたいと思います。

 私は、経産省の環境経済室・内野と申します。本日は御出席いただきまして、誠にありがとうございます。事務的な御連絡等は、チャットで今からお送りさせていただきまして、以降、議事進行は鶴崎座長にお願いいたします。

○鶴崎座長 鶴崎でございます。今年度の流通・サービス業界のカーボンニュートラル行動計画の実施状況について御報告いただき、またそれに対してディスカッションいただくという機会になりました。ちょっと時間も過ぎていきますので、私からの挨拶はこれで切り上げさせていただきまして、早速議事を進めたいと思います。

 まず、事務局から資料 3 の御説明をお願いします。

2. 議事

○内野企画官 資料 3、このワーキンググループにおける各業界の進捗状況をまとめた総括表になってございます。簡単に表の見方等を御説明申し上げます。

 まず、左側に目標がございまして、目標指標が何であるか、基準年度がいつか、あるい

はB A U比なのか、削減目標がどれぐらいか、それから目標設定の時期が書いてございます。

目標設定の時期に関しましては、御案内のとおり、2020年10月に政府としての地球温暖化対策計画が新たに閣議決定されまして、2030年の政府の削減目標については、従来の目標から大幅に深掘りされたということでありまして、それも踏まえて、各業界における目標の見直しを検討していただけるようにということをお願いしてきました。このワーキンググループにおいては、10の団体中6つの団体は既に新しい目標を設定していただいております。まだ4団体、日本ショッピングセンター協会さん、日本D I Y・ホームセンター協会さん、日本貿易会さん、リース事業協会さん、こちらの団体は、まだ検討中ということかと思えますけれども、今日、検討状況ですとか今後の見通しなどを御説明いただきたいと思っております。

それから、次のアラウンドは、2030年目標が達成された際の2013年度比の排出削減率ということでありまして、目標指標がそれぞればらばらであるのですが、これは温対計画の議論の中でも、そういった中でも少し統一的な見方ができるようにということで、2013年度比の排出削減率で、これを統一的指標としてやってはどうかということで設定させていただいて、各団体に御報告をお願いしているものでございます。これについては、なかなかこのワーキングの業界においてはまだ記入いただいていないところが多いというのが現状でございます。

それから、実績値、2021年度の実績でありまして、目標に対する進捗率、それからC O₂排出量の2021年度実績、2013年度比の削減比率というでございます。

それから、低炭素製品・サービス等による他部門での貢献、海外での貢献、革新的技術開発などについて、施策がなされているかどうか、定量化がなされているかどうかを記載してございます。

説明は以上です。

○鶴崎座長 ありがとうございます。目標の見直し、今年度中に3団体に進めていただきましたけれども、引き続きよろしくお願ひしたいと思います。

それでは、各団体から2021年度のカーボンニュートラル行動計画の進捗状況、それから2021年度以降の見通し、目標達成に向けた各団体の取組等について御説明いただきます。

あらかじめお願いしておりますけれども、各団体6分でよろしくお願ひいたします。残

り2分の際にコメントで、終了の際にチャ임で事務局が合図いたします。御協力のほどよろしくお願いいたします。

それでは、資料4以降について進めていきたいと思います。まず、日本チェーンストア協会様、よろしくお願いいたします。

○日本チェーンストア協会（増田） 日本チェーンストア協会の増田でございます。どうぞよろしくお願いいたします。資料に沿って御報告をさせていただきます。

スライド1をお願いします。今、座長からお話がございましたが、私どもも目標の修正をとという御指摘をいただいております、今年度、目標値の引上げを実施させていただきました。後ほど御説明させていただきます。

スライド2であります。私どもチェーンストア協会、主な事業ということで食料品、衣料品、日用雑貨品を販売する総合小売業でございます。

業界の現状でございますが、21年度、前年度比で3.4%増となっており、その下のところではありますが、いわゆる新型コロナウイルス感染症の影響もあって内食需要が続く、食料品については堅調に推移したということではありますが、行動自粛が緩和され、外出の機会が増えてきたこともあり、現状、お客様からの値上げの要請もあり、店頭価格の上昇もあって、節約志向が厳しくなっているような状況でございます。

スライド3でございます。先ほどお話をさせていただきました目標の変更でございます。基準年度を2013年度とし、基準年度比5.1%削減とさせていただきました。私どもの協会におけるエネルギー消費量につきましては、以前からお話をさせていただいておりますが、会員企業の入退会による会員数の変更やお客様ニーズに伴う変化等の変動要素が多いということで、エネルギー消費原単位が今後大きく削減できる見通しがなかなか厳しい状況あるのを御理解いただければと思います。

スライド4でございます。21年度の実績でございます。基準年度比でマイナス1.7%、20年度比ではプラス0.4%ということでございます。これはきっちりと検証できておりませんが、コロナ禍の対応で、いわゆる換気等、ガイドラインに沿って実施を開始しているわけではありますが、そうしたことにより、結果として空調等の負荷がかかったということではないかと見ております。

それから、進捗状況でございます。大変申し訳ございません、進捗率34.7となっておりますが、34.1でございます。大変失礼いたしました。

スライド5をお願いします。取組の実績でございます。私どもの実態がいろいろあるわ

けであります、いずれにしても、会員各社、新規開店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等を進めているわけではありますが、こ
らにつきましても引き続き進めさせていただくということでございます。

それから、スライド6でございます。導入推進状況でございますが、設備関連のところ
でございます。今、進めていくというお話をさせていただきましたが、小売業はなかなか
厳しい状況になってきておりまして、特に省エネ型の冷蔵・冷凍設備や効率的な制御機器
は、投資額が非常に大きくございます。そういう意味で言うと、省エネ型の照明などのよ
うにスピーディーに普及できないのではないかと考えておりますが、環境省様に冷凍・冷
蔵機器の脱フロン、脱炭素化推進事業をつくっていただきましたので、こうしたものを活
用しながら、引き続き対応していきたいと考えております。

運用関連でありますけれども、こちらはお客様の安全確保、また商品の安全確保という
観点から、過度な調整ができないという状況も御理解いただければと思います。

スライド7、8につきましては、それぞれ会員各社の取組事例でございますので、後ほ
ど御覧いただければと思います。

スライド9であります。会員各社、業務部門、それから運輸部門でも、取引先様等を含
めていろいろと取組をしているという内容でございます。こちら後ほど御覧いただけれ
ばと思います。

それから、スライド10でございます。最後になりますが、その他の取組というところで、
家庭部門、国民運動というくくりで会員各社いろいろと取組をさせていただいており
ます。小中学生に対するエコ学習のイベントを実施する等、いわゆる学習イベント・研修。
それから体験イベント、見学ツアー、展示会、こうしたものの取組をさせていただいてお
ります。国民運動では、COOL CHOICEなどのところでいろいろと取組をさせていただ
いております。

また、私どもの協会のホームページにおいても取組状況を公開させていただいておりま
すし、フォローアップの結果の会員への伝達等も行っております。いずれにしても、
引き続き会員各社と情報共有を図りながら、なかなか厳しい状況ではありますが、積極的
に取組を進めていきたいと考えております。

私どもからは以上でございます。

○鶴崎座長 ありがとうございました。それでは、続きまして、日本フランチャイズチ
ェーン協会様、お願いいたします。

○日本フランチャイズチェーン協会（有元） フランチャイズチェーン協会の有元と申します。本日は、コンビニエンスストア業界の取組について御報告させていただきます。

2 ページ、3 ページに関しましては、昨年度の指摘事項に対する回答となりますので、御確認いただければと思います。また、協会やコンビニエンスストア業界の概要については割愛させていただきます。

7 ページをお願いします。2021年に当協会においては環境基本方針を策定し、各社が協業すべき項目や目標を明確にし、業界としての取組強化を図っている状況です。

次のページをお願いします。こちらが脱炭素に向けた計画となります。目標に関しては、業界として2030年度、基準年度対比で46%削減を目指しており、各社推進している状況です。指標に関しては、1店舗当たりのCO₂排出量を目標に置いております。

次のページをお願いします。ここからは実績となります。21年度のCO₂原単位の実績に関しては、基準年度である2013年度対比で70%となりますので、削減率でいうと30%、または前年である2020年度対比では99.6%となりますので、微減となります。

各社、LEDであったり、あるいはCO₂冷媒の要冷機器、こういった各種省エネ機器の導入、加えて再エネに関しましても、店舗設置型の太陽光、あるいはオフサイトPPAなどの追加性のある太陽光の調達なども各社、積極的に進めている状況です。

あわせて、自社の脱炭素にとどまらず、サプライチェーン全体としてのCO₂削減に向けても、例えばSBTコミットメントなどしながら、各社推進を強化しているような状況です。ただ、一方で、取引先の中には、大小様々な企業様がいらっしゃいますので、まずは方針の周知、理解、そして具体的な取組に向けて丁寧に対応している実態でございます。

11ページ以降は、各社の具体的な取組の詳細、各社それぞればらばらですので、御確認いただければと思います。

簡単ですけれども、私からは以上となります。ありがとうございました。

○鶴崎座長 ありがとうございます。続きまして、日本ショッピングセンター協会様、お願いします。

○日本ショッピングセンター協会（村上） 日本ショッピングセンター協会でございます。よろしくお願いいたします。それでは、資料の低炭素社会実行計画のうち、実績報告に基づきまして御報告させていただきます。

1 ページ目、最初に協会の概要について御説明いたします。記載のとおりで、現在の会員数は918社ということで、コロナ禍で会員数が減少しており、大変厳しい状況にあるの

が現在の状況でございます。

当協会の特徴といたしましては、3種類の会員によって構成されているという複合的な業態だという点がございます。

次のページをお願いいたします。協会が定めるショッピングセンターの定義といたしましては、記載のとおりとなっております。

次のページをお願いいたします。ショッピングセンターの事業形態ですけれども、ショッピングセンターは多種多様な業種のテナントによって構成される店舗の複合体という特徴がございます。一方で、ディベロッパーとして見ますと、不動産賃貸業的な性格を持っており、施設の形態も、郊外型の大規模なモールとかアウトレット、駅ビル、地下街、ファッションビルなど、その立地する場所によって多様なものとなっているという特徴がございます。

次のページをお願いいたします。当協会の2030年の削減目標でございます。目標につきましては、2005年を基準年といたしまして、目標の2030年において、基準年の2005年比でエネルギー原単位を23%削減するということで取り組んでおります。

設定理由につきましては、ここに記載のとおりでございますが、施設の削減等も結構多いことや、施設が全国に立地していること、またその形態も多様であることなどから、エネルギー消費量ではなく、生産活動量当たりのエネルギー使用料を原単位として指標として用いております。

省エネ法における主な評価基準の1つであるエネルギー原単位の年平均1%低減、それに準拠する形で、低炭素社会実行計画については自主行動計画を継続する形で、年平均1%削減することを目標に取り組んでいるところでございます。

次のページをお願いいたします。本計画への参加状況でございますけれども、参加企業及び業界全体に占めるカバー率はおおむね昨年並みでございます。業界全体に占めるカバー率については、ここに記載のとおりでございますが、引き続き、御指摘されておりますカバー率の向上に向けては取り組んでいきたいと考えております。

なお、各企業においては、調査の回答の有無にかかわらず、積極的に省エネを含め環境対策に取り組んでおります。参加を希望しないということではなく、コロナ禍での制約、それから調査自体に対する負担も含めて、各企業の事情があると推察されます。

それでは、次に、2030年目標に対する2021年度実績でございます。先ほど御説明いたしましたように、基準年は2005年ということで、目標については2030年において23%削

減ですが、21年度の実績といたしましては41.8%でございます。達成率といたしましては181.0%となっております。

現状の達成状況を踏まえた今後の削減目標の見直しでございますが、現在の削減目標が省エネ法における評価基準に準拠していることもございまして、目標を変更する際には、会員への丁寧な御説明と意見集約並びに協会の機関決定が求められております。会員の意見も踏まえ、1、2年以内に方向性を出すべく、できるだけ速やかに検討を進めてまいりたいと考えております。

次に、エネルギー原単位の実績推移でございます。2017年度から2019年度までの3年間につきましては、本調査に継続参加している企業が業界のトップランナー的に取組を進め、相当程度まで省エネが進んだ結果等の理由で、同水準で推移するトレンドとなっております。2020年度はコロナ禍の営業制約等の影響を受け、大きく減少いたしております。2021年度については、引き続きコロナ禍の影響を受け減少いたしましたが、今後は通常の営業が回復するにつれ、コロナ前の実績に近づくのではないかと推察されます。

引き続き、積極的な省エネへの取組を推進いたしますが、今後の省エネ余地が必ずしも大きいとは言えない側面があるということについては留意する必要があると思われま

す。それでは、8ページ目以降でございますけれども、ここから4ページにわたっては、ショッピングセンターにおける取組事例等を紹介させていただいております。時間の関係もござい

ますので、取組状況については後ほど御覧いただければと思います。最後のページになりますけれども、協会からの情報発信の現状について、取組状況を記載させていただいております。直近では、昨年12月の月刊誌において環境等に係

る特集を組みまして、会員へ事例等の紹介も含めて周知活動を行っているところでござい

ます。発表は以上でございます。ありがとうございました。○鶴崎座長 ありがとうございます。それでは、日本百貨店協会様、お願いいたします。

○日本百貨店協会（高橋） 日本百貨店協会の高橋です。どうぞよろしくお願いいたします。

まず初めに、昨年いただきました御指摘事項を踏まえ、コロナによる生産活動量に対する変動要因について補足いたします。当業界の生産活動量は、店舗面積と営業時間を使用しておりますので、2019年度と比

べた変化を表にして補足いたしております。次をお願いいたします。まずは業界の概要です。日本百貨店協会は、衣食住にわたる多

品種の商品、サービスを取り扱う大規模小売店舗、百貨店業が加盟しています。本日御報告いたしますのは、会員百貨店73社190店舗の数字となっております。

次をお願いいたします。これまで1990年の使用量の把握から、生産活動量、先ほど申し上げました延べ床面積掛ける営業時間当たりのエネルギー消費量を目標値として、原単位の改善に取り組んでおります。あわせて、昨年9月に目標値の引上げと、新たにCO₂排出量を目標値として追加しております。基準年度となる2013年度より年1%の改善を積み重ね、目標水準の達成を目指しているところです。

次のページをお願いいたします。2021年度 of 取組実績となります。21年度も昨年に引き続きまして、コロナウイルス感染症により店舗の休業、営業時間短縮が影響しております。昨年と比べますと、生産活動量、エネルギー消費量ともに小幅な増加となりました。平常時ではございませんが、目標とするエネルギー消費原単位は24.4%削減した結果となっております。

次をお願いいたします。補足といたしまして、21年度の営業状況を御説明させていただきたいと思っております。小売業の中でも百貨店の場合は、昨年に引き続き緊急事態宣言に伴い、自治体からの休業要請による営業自粛を行っております。店舗により、全館休業または食品フロアに限り営業した店舗、また短縮営業といった通常の営業体制が行えていない状況が続いております。平均営業時間を見ていただきたいのですが、コロナ前の2019年に比べまして4.1%減、147時間も減少している状況でございます。

次をお願いいたします。CO₂排出量となります。生産活動量の変化による影響が大きく出ておりまして、既に基準年度比52.9%削減となっておりますが、次年度からは生産活動量の増加が見込まれておりますので、引き続きCO₂削減に向けた取組を積極的に進めていきたいと考えております。

次をお願いします。7ページ目は具体的な対策でございます。左のソフト面、右のハード面を御覧いただければと思います。

次をお願いいたします。具体的な対策として、高効率空調機への改修は既に66%、またLED導入は既に90%と進んでおります。

次をお願いいたします。2018年度より、Scope 1、2に加えてScope 3を算定し、3年目を迎えます。Scope 3、温室効果ガス排出量のうち、お取引先様から購入した製品、サービスの製造に伴う排出量カテゴリ1、そして輸送、配送に伴う排出量カテゴリ4と9、こちらが全体の90%を占めています。この状況を踏まえ、お取引先様と協働して削減に

取り組むことが重要であると考えています。百貨店業界が目指しておりますCO₂削減目標を、百貨店を通じてお取引先様にも共通し、見える化し、削減に取り組んでいきたいと考えております。

次をお願いいたします。こちらは数字では効果を算出できませんが、来店されるお客様に様々な呼びかけを行っております。

次をお願いいたします。百貨店で使用している包装紙、紙袋といった紙製容器包装とプラスチック製容器包装の使用量の推移でございます。こちらコロナ禍ということもあり削減が進んでおります。

次をお願いいたします。12ページ、業務部門の取組でございます。実際には店舗に含まれておりますので、独自目標は持っておりませんが、積極的な省エネ対策に取り組んでいるところです。

次をお願いいたします。運輸部門の取組でございます。納品、配送などは物流の事業者へ委託しておりますので、運送事業者様への呼びかけを中心に行っているところです。しかし、百貨店保有の営業車、特に外商車両ですけれども、低燃費自動車の導入であるとか電気自動車、または軽自動車への切替えといったことも行っております。

次をお願いします。百貨店統一ハンガーを導入し、ハンガーの規格を標準化することで物流の効率化、積載率を上げる取組でございます。こちら御覧いただきたいと思います。

次のページをお願いします。こちらからは、これまで紹介した取組のほかにも様々な取組を行っておりますので、後ほど御覧いただければと思っております。

以上です。

○鶴崎座長 ありがとうございました。それでは、日本チェーンドラッグストア協会様、お願いします。

○日本チェーンドラッグストア協会（山田） それでは、日本チェーンドラッグストア協会・山田が発表させていただきます。スライドを進めてください。

チェーンドラッグストア協会の概要です。業界の規模としては、企業数が382社、市場規模としては約8兆5,000億。こちらのほうは毎年のお話でございますが、合併に伴う1,000店を超える大企業から数店舗の中小企業まで多様な企業が存在しております。

次に送ってください。チェーンドラッグストア協会のカーボンニュートラル行動計画として、目標指数は店舗におけるエネルギー消費原単位、床面積、営業時間当たりの原油換算のエネルギー消費量です。目標については、2013年度比で34.2%削減としております。

目標策定の背景は、毎年のことですので割愛します。

次をお願いします。こちらのも毎年のことですので、読んでいただければよろしいかと思
いますので割愛いたします。

次をお願いします。2021年度 of 取組実績。業界全体として出店の意欲は継続しており、
生産活動量はずっと継続して伸びている状態です。基準年度比としては241.2%、前年度
比111.3%。こちらですが、売上高ベースでのカバー率は95.1%となり、ここ数年90%以
上がずっと継続しているので、ほぼほぼ業界全体の数値として見てよいのではないかと考
えております。

次をお願いいたします。続きまして、消費量ですが、こちらは基準年度比162%、前年
度比105%。生産値活動量の上昇から比べると消費量の増大は抑えられており、昨年 of 原
単位の比較では94.7%。こちらについては、先ほどから申しているとおり、新規 of 出店が
ここ数年ずっと長期にわたって継続しておりますので、新しい空調機器ですとか冷蔵機器
ですとか、そういったものが全体の中に占める割合がどんどん高くなっているということ
で、原単位の低下傾向が継続しております。

次をお願いいたします。CO₂排出に関しても原単位の向上と同様の傾向が続いており
ます。

次をお願いいたします。実績としての原単位は、2020年度比94.7%。こちらは2030年
度の目標としては95.9%まで進んでいる状況でございます。

小さい字で書いてございますが、留意事項として、温対法の定期報告書ベース of 提出、
カバー率を上げるためにこちらを使用している関係上、新規 of 出店あるいは閉店した店舗
について、実際に12か月営業していない店舗 of 電力量が1年分として換算されていると
ころがあるため、こちらの数値は実際よりもよくなってしまうところがどうしてもござい
ます。こちらは留意いただきたいと思っております。

次をお願いいたします。こちらは割愛いたします。すみません。

次をお願いいたします。情報発信 of 取組といたしまして、業界団体としては今まだ31
店舗ですが、横浜市で使用済みプラスチック容器 of 店舗での回収とリサイクル of 実証実験
を行っているところです。また、個社としては、飲料メーカーさんやリサイクラーさんと
協働したペットボトル of 店頭での回収や再資源化、原料化 of 実証実験も行われています。

また、この資料には間に合わなかったのですが、今年1月に300店舗クラス of ド
ラッグストアさんなのですが、そのうち81店舗で太陽光発電を実施するという報道も

ございました。こちらは会社のホームページでも確認することができております。

次をお願いいたします。その他の取組として、こちらは3年前に協力した際にこういった形で東京都さんのほうで省エネルギー対策の冊子を作っていただいて、会員企業に周知しております。また、その際につくったアンケートをベースに、引き続き今回もアンケートを行い、45社、1万5,765店舗の回答をいただいております。

次をお願いします。主なアンケート回答結果でございます。こちらについては、来年以降、改めてほかの団体様の発表と見比べて、BATの部分の成果として掲載したほうがふさわしいのではないかと改めて思いましたので、来年以降は掲載方法を少し変えたいと思っております。

内容としては、まず各企業の方針について、店舗の省エネルギーに対する社内方針を設定している企業が前回と比べ多くなっています。また、2. 定期的な会議の開催というところも傾向としては増えております。意識はどんどん高まっていると推測しております。

次をお願いいたします。一方、逆にエネルギーの管理については、用途別に管理しているところが8社にとどまっております。また、管理していない企業も中小企業であるのが実情でございます。

次をお願いいたします。こちらがまさに先ほど言ったBATの部分です。LEDは100までは行っていないのですが、非常に高い回答をもらっているものでございます。こういった形で引き続き情報を集めていきたいと思っております。

簡単ではございますが、以上で発表を終了いたします。

○鶴崎座長 ありがとうございました。それでは、大手家電流通協会様、お願いいたします。

○大手家電流通協会（長野） それでは、ただいまより一般社団法人大手家電流通協会における地球温暖化対策の取組について説明させていただきます。

1 ページ目を御覧ください。昨年度の事前質問で、再エネの導入、調達等も考慮できるCO₂排出量または原単位指標の併用を検討していただけないかとの御指摘をいただきました。こちらについては、今年度より各社の再エネ電力の導入割合と再エネ電力の自家消費等に関する考察を追加させていただきました。

結果としましては、再エネ電力導入店舗数は2021年度で2,260店舗中387店舗となっております。また、87店舗で店舗に太陽光発電システムを導入し、電力の自家消費を行っております。

2 ページをお願いいたします。大手家電流通協会の概要でございます。主たる事業は、家庭用電化製品の販売を中心に行っており、主に大型家電量販店と呼ばれる団体となっております。ロケーションとしては、主要駅前に立地する都市型店舗や郊外型店舗があります。最近では、家電製品以外にもリフォームや家具、日用品などの生活に即した製品の扱いも広がりを見せています。商品の配達、設置、工事も行っております。

3 ページをお願いいたします。当協会のカーボンニュートラル行動計画の概要でございます。目標指標として、2030年度は2013年度対比で26.8%削減を目標としております。2030年度目標につきましては、前回1,995MJ/m²から1,694、大きく減少させました。これは高効率機器の積極的導入や運用面での改善を図ることで実現を目指しております。

4 ページをお願いします。行動計画の2021年度の実績となっております。2021年度の実績として、エネルギー原単位は基準年度比マイナス20%、前年度比は2.4%増となりました。計画への進捗率は、2030年目標74.4%となっております。今年度の目標値見直しにより、目標未達となっております。これは前年度のコロナ禍での営業自粛等の反動の影響で前年比プラスになっていることが要因でございます。

5 ページをお願いします。行動計画の年度別エネルギー消費量、原単位の推移を示したグラフとなっております。エネルギー消費量、原単位ともに前年度比にさらにプラスとなりました。コロナ関連での前年の営業自粛の影響によるものです。

6 ページをお願いいたします。取組実績の要因分析を説明しております。エネルギー消費量は事業者の省エネ設備投資により、基準年度比マイナス22.5%と削減が進んでおり、グラフでは基準年度よりもエネルギー原単位のほうが低い省エネ型店舗が増えています。CO₂排出量について、生産活動量は増加しておりますが、各事業者の省エネ努力、取組により、基準年度比で18.5%の減少となっております。

7 ページをお願いします。取組実績の中でB A T、ベストプラクティスの導入状況です。店舗にて消費電力量の大きな比重を占める照明器具を低電力、高効率のLED化を推進し、店舗導入で85%、バックヤードを中心として照明調整が91%で実施されております。

8 ページをお願いします。省エネ型家電製品の販売状況の説明となっております。冷蔵庫、エアコンの省エネルギー家電製品の販売割合は5割から7割で最も多く、また、店舗では省エネ型製品への買換え啓蒙や省エネラベルの表示推進などを行っております。

9 ページをお願いします。業務部門、運輸部門の取組説明となります。各会員企業の8割が店舗施設のエネルギー消費把握、管理コントロールに努めており、節電アクションと

してクールビズ、ウォームビズを全部の企業で推進しています。

運輸部門におきましては、業務と同様の取組と併せ、8割以上の企業にてエコドライブの推進、低燃費、低公害車の推進を行っています。

10ページをお願いします。家電量販会員各社、業界での取組の説明です。各社とも店舗内やホームページにて、省エネ型製品への買換え促進、省エネラベルの説明、廃家電、排出削減を目的としたリユース提案、家電の中古買取りも訴求しております。

11ページをお願いします。11ページ以降におきましては、会員各社の取組事例の紹介としております。LED照明、電力管理システム、太陽光導入など、各社ごとに省エネルギー、カーボンニュートラルの取組を推進しております。

以上、駆け足ではございますが、大手家電流通協会としての取組報告とさせていただきます。ありがとうございました。

○鶴崎座長 ありがとうございました。それでは、情報サービス産業協会様、お願いします。

○情報サービス産業協会（藤井） それでは、情報サービス産業における地球温暖化対策の取組について御説明申し上げます。

1枚めくっていただきまして、例年のことですが、当業界はソフトウェア業とデータセンター業に大別されます。中でも消費電力の大きいデータセンター事業に関しましては、昨今、改正省エネ法のベンチマーク対象業種に指定されるなど、一層の省エネ努力を求められております。

一方で、データセンターという事業の特性上、世の中に散在するコンピュータを1か所に集約して運営するわけですから、マクロな目で言うと社会全体の省エネに資する事業と言えると思います。

次をお願いいたします。策定趣旨に関しましては記載のとおりです。当協会では2008年から自主行動計画を策定して活動しております。さらに、2030年の目標に関しまして、本年度11月に新たな目標を設定しました。

次をお願いいたします。こちらは、上段が今までの目標、下段が今年度11月に策定した新たな目標でございます。目標の設定に関しましては、我が国の目標として2050年カーボンニュートラル実現に向けて、2030年度に2013年度比で46%削減を目指すこととしております。こちらに沿って今回は目標の設定をいたしました。

一方で、情報という目に見えない商材を扱っているものですから、なかなかその目標値

の定義を定量的に表すのが難しいため、生産量が変動しても省エネの進捗度合いが分かるよう原単位を今でも採用して、これを改善するという目標にしております。コロナ禍によって働き方が大きく変わった2020年度を新たな基準年といたしまして、毎年、改正省エネ法に倣って1%原単位を改善していきます。、2030年度には2020年度比で9.56%の原単位を削減することといたしました。これはあくまで概算ではございますが、2013年度と比べると、約51%低炭素の削減が実現されることとなりますので、国の目標に沿っている目標であると言えます。

次をお願いいたします。続きまして、それらの活動に参加していただける企業さんですが、ここ数年、啓蒙活動のかいもありまして、参加企業が増えております。当協会におきましては、参加企業、協会に加入している企業が472社、売上は9兆9,000億程度なのですが、その中で低炭素化社会実行計画に参加している企業数は88社、5兆4,000億程度となっています。毎年、カバー率をもっと上げなさいという御指摘を受けておりますが、徐々に増加傾向にあります。もっと増やしていきたいと思ってございます。

次をお願いいたします。それでは、今年の結果の報告をさせていただきます。オフィスに関しましては、原単位で昨年度比3.8%減となりました。これはテレワークが進んだことが大きいのですが、テレワークに関しましては一段落したのではないかと考えてございます。一方で、テレワーク実施による家庭での電力消費量が増加した分の把握については、まだ進んでいないという結果になりました。

次をお願いします。データセンターです。これも一番下のエネルギー原単位を見ていただきたいのですが、こちらでも大きく数字が改善されました。これは新しいデータセンターを運営している企業が参加されたことも大きいのですが、やはり省エネ活動への意識の高まりや、古いデータセンターから新しいデータセンターへの移設も進んだことによって集約化が進んだからだと判断しています。

次をお願いいたします。毎年、会員企業さんに実施しているアンケートでございまして、まず、再生可能エネルギーの購入につきましては、約半数の企業さんが導入の検討等を行っております。このトレンドはしばらく続くと思っております、目標に再生可能エネルギー比率みたいなのをどうやって反映させるかは今後の課題となっております。

次をお願いいたします。テレワークに関しましてアンケートを実施いたしました。テレワークしたことによる家庭での増加分は、なかなか把握できていないというのが現状でございまして。

次をお願いいたします。カーボンニュートラルに向けた活動に関しましては記載のとおりでございますが、国に対しては戦略や政策の説明会、あとカーボン排出量の測定方法、調達方法等を教えてほしいといった要望が多く寄せられました。

次をお願いいたします。最後ですけれども、今まで申し上げてきたとおり、当業界、省エネの貢献度が非常に大きな業界と認識してございます。ただ、情報という目に見えないものを扱っているため、なかなか定量的に削減量が把握しにくいということも認識しております。ここに書いてありますとおり、ソフトウェア利用時の炭素排出量をスコア化するような手法が徐々に出てきておりまして、こういったものをさらに促進することによって、世の中の低炭素化社会実現に向けて、当業界も貢献していきたいと思っております。

以上でございます。ありがとうございました。

○鶴崎座長 ありがとうございます。続きまして、日本D I Y・ホームセンター協会様、お願いいたします。

○日本D I Y・ホームセンター協会（丸澤） それでは、日本D I Y・ホームセンター協会でございます。よろしくをお願いいたします。ホームセンター業界における2021年度の実績報告について、かいつまんで伝えさせていただきたいと思います。

スライドの3ページをお願いいたします。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でございますが、この中で一番最後の2030年目標の見直し、検討状況等でございます。こちらにつきましては、目標の見直しに関して、ワーキンググループの意見や政府の取組状況や要請を踏まえ、業界内の意見を伺いながら目標水準の妥当性に対する検討、見直しに向けた作業を今年度の予定で進めているところでございます。

次、4ページ目をお願いいたします。2021年度の取組実績ですが、御覧のとおり、生産活動量につきましては前年度比91.6%、CO₂排出量につきましては同98.3%、CO₂原単位につきましても同3.4%となっております。

一方で、フォローアップ調査票に記載しておりますが、エネルギー消費量は前年度比99.7%、またエネルギー消費原単位は同4.1%増となっております。

達成・進捗率でございますけれども、こちらも御覧のとおり56.3%という状況でございます。

続きまして、5ページ目をお願いいたします。BAT、プラクティスの導入推進状況でございますが、こちらは私ども参加企業中の状況でございますが、①高効率照明の導入（交換）、あとは②太陽光発電設備の導入という2点を今回上げさせていただいております。

す。

次、6 ページ目をお願いいたします。低炭素製品・サービス等による他部門での貢献でございす。私どもホームセンター企業の皆様におかれましては、住関連用品を多数取り扱っているところでございすので、皆様から御回答いただきました主な低炭素製品やサービスの例として、御覧のと通りの記載をさせていただいております。

御覧のとおり、低炭素製品としますと、やはり照明関係、あと水回り関係のお取扱いが多い回答内容でございました。また、その他としましては、多種多様な分野の低炭素製品を取り扱っております。1 番目の省エネ型給湯器はもちろんのこと、充電式園芸機械、ポータブル電源などなどを扱っております。こういった低炭素製品やサービスなどを通じて、いわゆる業務部門のみならず、家庭部門への貢献にも努めさせていただきたいと考えております。

続きまして、9 ページ目をお願いいたします。その他の取組でございす。この中で運輸部門での取組でございすが、運輸部門につきましても、ここ数年、会員企業の皆様に伝えさせていただきまして、私どもとしましては、引き続き運輸部門における取組への意識向上を目指しております。

御参考までに記載をさせていただいておりますが、準荷主ガイドラインに基づいた省エネの取組例というところでございす。こちらは御覧のとおり、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結果となりました。このほかは計画的荷下ろし、リードタイムの見直しへの取組も皆様行われている状況でございす。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状況もございました。このほか、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ところでございす。

私からは以上でございす。よろしくお願いいたします。

○鶴崎座長 ありがとうございました。それでは、日本貿易会様、よろしくお願いいたします。

○日本貿易会（遠藤） 日本貿易会でございす。商社業界における取組について御説明させていただきます。

2 ページ目を御覧ください。昨年度の評価、指摘事項を踏まえた対応について御説明させていただきます。まず、エネルギー消費量削減における Scope 3 対応についての御指摘につきましましては、会員商社様の対象とする範囲や集計方法が異なるため、現時点では業界

団体として定量的な目標設定を行うことは困難であります。Scope 3 に関する情報共有、啓発といった定性面での取組を通じて、業界全体での底上げを図ってまいります。

また、2050年カーボンニュートラルを踏まえた2030年度目標の見直しについてでございます。こちらは新型コロナウイルス感染拡大による在宅勤務シフトによる一時的な現象が緩和されると見られる2022年度実績を踏まえて、次年度、見直し要否を検討させていただきます。その際には、省エネ法の改正等を念頭に置きまして、クレジット活用等が反映できる指標、例えばCO₂排出原単位等の採用を検討させていただきます。

3ページ目を御覧ください。当会には、総合商社や専門商社を中心に40社が法人正会員として加盟し、うち32社が当計画に参加しており、カバレッジは高いと言えます。

4ページ目を御覧ください。こちらは目標指標についてでございます。商社業界は電力使用原単位、具体的には各社の本社、支社、支店など、オフィスにおける床面積当たりの電力使用量を指標とし、電力の使用効率をアップすることを目標としています。

大手商社の場合、数多くの子会社を傘下に持ち、グループ全体ではコンビニや発電事業など様々な業種で活動していますが、これら子会社は、それぞれの業界団体に加盟し、そちらでデータを提出しておりますので、重複を避けるため、これらのものは対象から外しております。

当会では、2030年度の電力使用原単位の削減目標を2013年度比で15.7%減としております。この目標値は、省エネ法のエネルギー使用に関する中長期努力目標を参考に、毎年1%ずつ削減することとして算出、設定されたものでございます。

5ページ目を御覧ください。2021年度実績について御説明いたします。電力使用量は年々減少傾向にございましたが、2021年度は前年度比6.2%増の6,356万kwhとなっております。また、床面積につきましても、2021年度は前年度比1.9%増の77万800平米と若干増加しましたが、2009年度をピークに徐々に減少傾向にございました。最後に、電力使用原単位についても年々低下傾向にございましたが、2021年度は前年度比4.2%増の82.5kwh/m²となりました。

トレンドを踏まえた考察につきましては、新型コロナウイルス感染拡大を背景とした在宅勤務シフトにより、2020年度までは大幅に減少しておりましたが、今年度につきましては、オフィス勤務への回帰といったリバウンドが見られたものと考えられます。

6ページ目を御覧ください。2021年度の進捗率については144%でした。

7～9ページについては、各社様の国内、国外でのCO₂削減貢献の取組を記載させて

いただきました。

10ページ目を御覧ください。こちらは革新的な技術開発・導入について記載しております。商社業界は、トレーディングと事業投資という主に2つの事業形態によって、グローバルなネットワークを強みにカーボンニュートラルに向けた課題に対応すべく、日々イノベーションを推進しております。

11ページ目を御覧ください。その他の取組①としてオフィスでの具体的な省エネの取組について紹介させていただきました。

12ページ目を御覧ください。その他の取組②としては、情報発信について御紹介させていただいております。当会では、毎年6月を商社環境月間と定め、環境セミナーや環境関連施設の見学会などを開催しております。会員のより一層の環境マインドの醸成に取り組み、こうした業界での取組のほか、会員各社の環境貢献活動を取りまとめ、機関誌やホームページなどで御紹介させていただいております。

貿易会からは以上でございます。ありがとうございました。

○鶴崎座長 ありがとうございました。それでは、最後になりますが、リース事業協会様、お願いいたします。

○リース事業協会（松村） リース事業協会で環境委員会の委員長を務めております松村でございます。本日は、当協会の低炭素社会実行計画の取組状況について御説明する機会を設けていただき、誠にありがとうございます。早速でございますが、当協会の取組状況について御説明申し上げます。

まず、資料の1ページを御覧ください。リースは、企業、官公庁が選定した設備を長期間にわたって賃貸する取引であり、リースの活用分野例でお示したとおり、国内外の企業、官公庁において、様々な設備をリースで御利用いただいております。また、企業、官公庁のリース利用率は極めて高く、リースは企業、官公庁の設備投資手段として定着しております。

2021年度における国内外のリース市場動向でございますが、国内外のリース設備投資額は7兆5,000億円となり、対前年度比で8.7%増加しましたが、海外のリース取引の伸びが要因であり、国内に限りますと、リース取引は僅かに減少しております。

次に、資料の2ページです。当協会の低炭素社会実行計画は、本社床面積当たりの電力消費量の削減を目標としていますが、基準年度を2013年度とし、2030年度において基準年度対比で5%削減することを目標としています。

目標設定の背景を簡単に御説明しますと、リース業のエネルギー消費は、オフィスの電力消費がほぼ100%であり、本社における電力消費量を削減することが温室効果ガスの排出量削減に最も効果的であると考えられます。

なお、過去との対比を行うために、本社床面積当たりの電力消費量を原単位としています。

基準年度対比で5%削減する目標は、基準年度から2020年度までに会員会社が最大限の努力で毎年度0.7%ずつエネルギー消費量を削減することを想定した上で、本社移転等の流動的要素、参加会社数の増加等を勘案し、基準年度対比で5%削減することとしました。2030年度目標については、現時点では2020年度水準を維持する内容としていますが、2023年度中の見直しを行い、来年のワーキンググループにおいて御説明したいと考えております。

なお、ほとんどの会員会社が本社オフィスを賃借していることから、冷暖房温度の設定等のソフト面での取組が中心となり、設備面の取組は少ないという実態を踏まえ、会員会社がソフト面の取組を最大限実施することにより達成できる目標としております。

続いて、資料の3ページです。2021年度の取組実績について御説明します。2021年度の本社床面積当たりの電力消費量の実績は76.4kwh/m²となり、目標を達成しました。2020年度から大幅に実績値が下がりましたが、これは2030年度目標の見直しに向けた検討を進める中で、会員会社から提出を受けた本社の床面積及び電力消費量を精査したところ、幾つかの会員会社のデータの中にリース会社における本社の床面積及び電力消費量とは言えないものが含まれており、これを除外したことが要因です。詳細につきましては、個別企業に係る内容であることから、説明を差し控えます。

2021年度の取組実績は、リース会社の実績をより適切に表すものであり、2030年度目標は、これをベースとして検討を進めてまいります。2021年度の会員会社の参加率は79%となり、前年度と比べて3%ほど減少しました。これは新型コロナウイルス感染拡大の影響により、一部の会員会社が低炭素社会実行計画への参加を辞退したことが要因です。

当協会では、カーボンニュートラルに向けた取組に貢献することは最重要課題の1つと考えており、2030年度目標は、先ほど御説明したとおり2023年度中に見直しを行います。

資料の4ページになります。低炭素製品・サービス等による他部門での貢献について御説明します。2021年度に低炭素設備のリース取引を提供した会員会社は46社、リース契

約件数は4,679件となりました。引き続き、リースによる低炭素製品の取扱い状況の把握に努めてまいります。そのほか、再生可能エネルギー設備のリース取引等を行っておりますが、時間の関係もございますので、説明は割愛させていただきます。

最後に、資料の5ページです。当協会における脱炭素に関する取組について御説明します。プラスチックの資源循環を促進するため、リース会社向けガイダンスを策定しました。これは我が国の事業者団体として初めての取組であり、リース業界を挙げてプラスチックの資源循環を通じたCO₂削減に貢献してまいります。

また、電気自動車をリースで普及促進するための課題等に関する調査研究、サプライチェーン全体の温室効果ガスの排出量を算定し、削減するためのツールとして、リース会社用のガイダンスを策定する予定です。

簡単ではございましたが、以上でリース業における地球温暖化対策の取組の説明を終了します。ありがとうございました。

○鶴崎座長 ありがとうございました。以上で10団体の皆様からの御説明を終わりたいと思います。通して伺ってしまして、再生可能エネルギーに関する取組についての報告が少しずつ充実してきているといったところ、頼もしく感じました。ありがとうございました。

それでは、ただいまいただきました取組内容について、委員の皆様から御意見、御質問などを伺いたと思います。事前質問に関しましては、既に御回答いただいておりますので、必要に応じまして参照いただきまして、まだ十分ではないといったところがありましたら、併せて御意見いただければと思います。

各委員におかれましては、五十音順に御発言ということで御容赦いただければと思います。委員の御発言の後に業界の皆様から改めて御回答いただきます。時間の関係上、御発言は3分以内でよろしくお願いいたします。

それでは、最初に大木委員、お願いいたします。

○大木委員 大木です。私からは、幾つかの業種についてのコメントと、業種全体を通しての感想を申し上げます。よろしくお願いいたします。

まず、10団体の皆様から詳細なデータと分かりやすい御説明をいただき、成果にもつながっている取組に敬意と感謝を申し上げます。ありがとうございます。

日本チェーンストア協会さん、日本ショッピングセンター協会さんの取組の中で、電気自動車の充電スタンドの設置とありました。運輸部門と重複してしまうかもしれませんが、

現在、多くのショッピングセンターでは駐車場の入り口にゲートがあるので、そこにカメラを設置し、車種をAIで識別。ガソリン自動車に対する電気自動車の来場率を二酸化炭素削減率に付加して評価するとか、電気自動車による来場者への駐車割引を行うなど、電気自動車の使用促進に貢献する取組も革新的技術の開発の一助として有効ではないかと感じました。

また、継続的に実施されている日本フランチャイズ協会さんのCO₂オフセット運動、日本百貨店協会さんのデパートデラプやエコフリサイクルキャンペーンは、消費者がより実感しやすく、定着している取組だと共感いたしました。ただ、こうした各業種、各事業者様の地道な御努力や消費者の善意に依存するだけでは限界があると思います。

そこで、消費者視点からの拙い提案ではございますが、脱炭素へ向けた消費者の行動変容のきっかけづくりができないかと感じました。現在、食品ロス対策として、スーパーやコンビニで手前取りの取組が推進されています。例えば、これに対して業種横断ポイント制度などを設けることで、脱炭素に向けた消費者の行動変容にドライブがかかり、定着するのではないかと思います。

こういったきっかけの仕組みづくりを官民が連携して検討していただけるとありがたいと思います。

以上です。

○鶴崎座長 ありがとうございます。具体的な御提案をいただきました。続きまして、高岡委員、よろしくお願いいたします。

○高岡委員 立教大学の高岡でございます。

今年も1年間の脱炭素社会の実現に向けた10団体のたゆみない努力を本日聞かせていただきました。皆さん懸命に御尽力いただいている、感謝申し上げますとともに、その御尽力に敬意を表したいと思います。ありがとうございます。

各団体ともできることを着実にやっただいただいているので、私からは特に修正頂きたいことはありません。ただし、今日聞いていて思ったのは、やはり焦点として運輸部門での削減が重要なのではないかと思います。今後、サプライチェーン上のパートナーと手を取り合い、発注量の平準化や、共配や、リードタイムの見直しに取り組むなど、いかに運輸部門からの排出を減らしていただくかがポイントではなかろうかと思っております。

御存じのとおり、折しも2024年にトラックドライバーの時間外労働時間が制限されてドライバーが不足する問題もありますので、それを睨んで、小売・流通事業者の皆様は取

組を始められていると思うのですが、ぜひ環境負荷を下げるという意味からも、運輸部門のお取組を進めていただけるといいかなと思いました。

おそらく既にいろいろな取組を、特に今日お見えになっているような意識の高い団体の皆様はされていると思います。ただ、世の中には中小規模で業界団体に加盟していない流通小売事業者もたくさんいらっしゃいますので、皆さんにお手本をぜひ見せていただきたいと思います。可能であれば、K P Iを決めていただくことを御検討いただければと思います。今年も1年間ありがとうございました。

○鶴崎座長 ありがとうございました。続きまして、納富委員、お願いいたします。

○納富委員 早稲田大学の納富でございます。

今年も例年の発言と同じになって恐縮なのですが、厳しい社会経済環境の中、また業種によりましてはウクライナ情勢の影響を受けているところもあろうかと思います。そのような中、非常に精力的な省エネとカーボンニュートラルに向けた取組、またそれらの効果、成果の御紹介をくださり、本当にありがとうございます。毎年、乾いた雑巾を絞るかのごとくという表現を使わせていただいておりますが、不斷の努力をされていることにまずは心から敬意を表したいと思っております。

一方、2030年、あるいはその先を見据えての2050年という区切りに向けた取組は、やはり一筋縄では達成できないところもあろうかと思います。今後もまた意欲的、野心的な目標の設定なども期待しながら、ビジネス面の持続性は大事ですけれども、社会の持続性というところも慮った中で検討を進めていただきたいと期待するところでございます。

時間が限られておりますので、必ずしもある業界団体に限った話ではないのですけれども、気づいたところを少し述べさせていただきたいと思います。

これは大手家電流通協会さんに限らない話なので、関係する方はコメントがあればいただきたいところなのですが、7ページの資料で、テナント店舗さんとの契約の関係もあるので、なかなか対応が難しい、と例年そういうお話も伺っていて、それを無理に押し進めてくださいということでは全くないのですが、ご指摘申し上げます対応において制約がある場合、今回は日本ショッピングセンター協会さんがいらっしゃっていますので、逆にショッピングセンター協会さんのほうからそういうところへの対応がうまくつながることができないのかな、というのを毎年感じているところでございます。いわゆる業界横断的な形でのコラボレーションに大きく期待したいところでございます。

また、情報サービス産業協会さんにお話しいただいたところ、5ページの資料と8ページ

ジの資料に相当するのですけれども、これは非常に悩ましいと思っていますが、いわゆるリモートワークが進んだ場合に、仕事はうちでやっている、でもうちで行っている業務に対するエネルギー消費量はどのように把握するのか、エネルギー消費量の案分はどうするのかというところです。これは情報サービス産業協会さんに限らず、働き方が変わってくる中で、様々なところで非常にお困りになっているだろうと感じているところでございます。情報サービス産業協会さんだけにお尋ねするべきことではなくて、少し大きな視点での課題として、経産省のほうでも捉えていただけたらと感じているところでございます。

これが最後でございます。基本的にオフィス店舗系での省エネ、カーボンニュートラル化の取組が中心となりますので、どうしても足元で実施しやすいところが先んじて行われます。照明のLED化は長年続けていらっしゃる場所ではございますけれども、その取組が先進的に進んでいる中で、本日、日本DIY協会さんが5ページの資料のところで交換という言葉を使っています。これが私にとって非常にインパクトが強くて、実施導入を何社が行っているのか、という整理をなさる業界・業種がある一方、どれだけの数をLED電球に交換しているかというところまで、さらに踏み込んだ形で（導入率まで）整理されているところもあります。まだ具体の導入率を把握されていないところがあれば、積極的にそういったところに取り組んでいただくことは必要なのかなと思います。

これは何を言いたいのかというと、無駄をどのように見つけるのか、更なる省エネ取組みに繋がるものかということです。無駄というのはなかなか見つけにくいところもあるかもしれませんが、少し粒度を細かく取り組んでいく、見つける、酌んでいただくところが必要なのかなと感じた次第でございます。

早口で失礼いたしました。以上でございます。

○鶴崎座長 ありがとうございました。それでは、最後に北條委員、よろしくお願いいたします。

○北條委員 日本ロジスティクスシステム協会の北條です。10団体の皆様、御発表ありがとうございました。

10団体のうち5つ、半分に運輸、物流に関わる記述があって、私としては大変うれしかった、ようやく半分来たなというところでございます。恐らくScope 3というものが、ひたひたと皆さんの身の回りに来ているのかなということです。着荷主としても運輸を見ていかなければいけないといったところだと思います。

そうした中で2つの団体さんに質問させてください。1つ目は日本百貨店協会の高橋さんに対しての質問です。

以前、郊外の方が都心のデパートに来るときに、電車の利用を促すためにパーク・アンド・ライドの駐車場に対する助成を行っているというお話をこの場で伺っていた記憶があるのですが、今日の資料は特にそういう記述がないのですが、その取組は今でも続けておられるかどうかというところです。続けておられるとすると、何か最近変わったようなところはありませんかというのと、それから、もし続けていないとすると、止めてしまった理由は何なのだろうかということをお伺いしたいと思います。それが質問の1つ目です。

2つ目の質問ですけれども、これは日本D I Y・ホームセンター協会の丸澤さんをお願いしたいと思います。

運輸のことをたくさん書いていただいている、準荷主にも触れられていて、団体の会員企業に啓発していますということで、大変力強く感じました。ちょっと技術的な話なのですが、二酸化炭素の排出量を原単位で表現するときに、貴協会では分母が平米掛ける時間ですね。それで二酸化炭素排出量を割っています。これは、例えば照明の問題だとか営業時間の問題だとか、店舗などを管理する原単位としての意味はすごくあると思うのですが、輸送の原単位で分母として、平米掛ける時間というのは、使い勝手はいかがでしょう。

実際、省エネ法の特定荷主さんになった場合、調べると、分母で多いのがトンキロメートルだとか、物流の活動量を取られることが多いので、その辺で現場でとか、あるいはマネジメント上何かお困りの点はありませんかというのが質問の2つ目です。

以上、よろしくお願いいたします。

○鶴崎座長 ありがとうございました。今いただいた御質問、特定の業界に対する御質問もありましたけれども、例示として挙げていただいて、関連する団体様にお答えいただきたいという趣旨のところもございました。充電設備だとかE Vでの来場率といった状況に関すること。それから、消費者へのきっかけづくりとして食品ロス対策その他、業界横断的に取組を進めて、何かポイント制度等を使っていくといった御提案もございました。それから、運輸部門に関しましては、何かK P Iを定めて取組を強化していけないかといった御意見がございました。それから、テナントさんとの契約で取組が進みにくいといった課題に対して、何か横断的な形で進められないかといった御提案もありました。また、

テレワークの取扱いをどうするかという視点がありました。テレワークに伴う家庭でのエネルギー消費の増加、その他含めといったところかと思います。また、LEDが進んできたことに関して交換の状況など、より細かいところまで実態把握していくといったところについてどうかという御意見もありました。北條委員から、最後に百貨店協会様、DIY協会様に個別具体的な御質問がございました。

以上に関しまして、業界団体の皆様から御回答いただきたいと思います。改めて頭から各団体の皆様に御回答いただければと思います。毎度トップバッターで恐縮ですけれども、日本チェーンストア協会様、よろしくお願いいたします。

○日本チェーンストア協会（増田） チェーンストア協会の増田でございます。

まず、電気自動車の充電器の設置ということでございますが、御案内のとおりなかなかコストのかかる話ですし、エリアによってどのぐらいニーズがあるのかというのも、すみません、今、私どもの手元にはございませんので、この後、会員社と情報交換させていただいて問題点等を含めて集約して、また御披露させていただければと思います。

それから、行動変容ということで、ポイントという話がございました。これもポイントをどこから引き出すかということになるわけでありまして、現状では、先ほどもお話ししましたけれども、どこの業界さんもそうだと思うのですが、特に我々の業界、エネルギーコストが上がっておりまして、加えて店舗のコストも非常に上がっておるわけでありまして、なかなか難しいのかなとは思っておりますが、こちらもし意見交換をさせていただければと思っております。

運輸のところでは、現実、いろいろと政府のほうからも勉強会みたいなのをやっているわけであります。いずれにしても、いわゆる共同配送みたいなこともできないかということも、少しずつではありますが議論を始めております。センターまではいいのですけれども、店になると、正直なかなか大変だというのが各社の意見でありまして、この辺りをどのように集約していくのかは、多分時間はかかるのだと思いますが、いずれにしてもこちらもしいろいろと共有しながら対応させていただければと思っております。

以上でございます。

○鶴崎座長 ありがとうございます。短い時間の中で御回答いただいているので、可能な範囲で御回答いただければと思っております。続きまして、フランチャイズチェーン協会様、よろしくお願いします。

○日本フランチャイズチェーン協会（有元） ありがとうございます。主に3つ回答さ

せていただきます。

1つ目が消費者の行動変容のきっかけづくりということで、まさに手前取りというのは当協会のほうで広げさせていただきまして、消費者からも取組に対する共感を多くいただいております。したがって、今後も消費者に分かりやすく、もっと言うとお子さんでも分かるような伝え方、一緒に取り組みたいと思うような表現をCO₂オフセットであったり、こういったところにも広げていきたいと考えております。

また、運輸部門に関しては、共配の実験、また配送頻度の削減、加えてAIによる配送ルート効率化も継続的に各社やっております。共同でできる部分はきちんと共同でやっていき、数字に関しても、出てきた時点で皆様に共有、御報告させていただきたいと考えております。

最後ですけれども、照明のLED化です。こちらについては、第1弾の設置は、実はもうほとんど完了しております。さらに高効率なLEDへの交換、あるいは対象範囲をここまでできないかといった広げた取組も行っております。省エネ機器に関しては、日々革新的なものになっておりますので、メーカーさん、専門家の意見を聞きながら、継続的な対応は欠かさずやっていき、新しいものにどんどん変えていきたいと考えております。

私からは以上でございます。

○鶴崎座長 ありがとうございました。それでは、日本ショッピングセンター協会様、お願いします。

○日本ショッピングセンター協会（村上） 幾つかの御指摘、ありがとうございます。

まず、電気自動車の充電設備設置の件でございますけれども、特に郊外にある大規模なショッピングセンターにおいては、相当設置が進んでいるという現状がございます。一方、高速充電器であるとか、非常に高価な設備等の設置については、やはり事業者の負担が非常に大きいこともございます。国のほうも積極的に充電器の設置を推進しておられるということなので、高速充電設備に対する設置の補助等について、今まで以上に手厚くしていただければ、利用者の方の利便性が向上するのではないかと考えております。

一方、車の関係につきましては、充電設備を設置して、そこで充電をしていただくという取組だけではなくて、逆に電気自動車でためた電気を商業施設で買い取るという、再生可能エネルギーの有効活用を自動車を通じて行うという取組を大手のショッピングセンター等では行っておりまして、それに対してお客様にポイントを付与することで活動を促進していくという環境に対する取組を行っている事例もございます。協会としても、いろい

ろな形でそういうPRを行っているような現状がございます。

それから、契約の関係について先ほど御指摘をいただきました。これはたしか昨年も同じような御指摘をいただいたと思うのですが、ショッピングセンターは、テナントさんとの契約によって成り立っているわけなのですが、基本的にテナントさんの区画内というのは、ディベロッパーの管理権限の及ばないエリアということで、強制的というか、強く規制をすることが難しいということではございますが、昨今の環境問題への取組が非常に進んでいる中で、テナントさんとディベロッパーが一体になって、館全体の省エネを図っていくという方向性が非常に進んでいるということで、テナントさんによっては若干の温度差はございますけれども、ディベロッパーと一緒に省エネに対して取り組んでいるのが実態としてはあるのかなと思っております。

あと、運輸部門の関係については、ショッピングセンターは着荷主として、配送に当たって、例えば共同配送等をお願いすることで、できるだけ配送の負荷を減らすということで、いろいろ検討を行っている状況でございます。

御質問については以上でよろしゅうございますかね。ありがとうございました。

○鶴崎座長 ありがとうございます。それでは、日本百貨店協会様、お願いします。

○日本百貨店協会（高橋） 日本百貨店協会の高橋でございます。

私からは、北條先生の御質問にございましたパーク＆ライドの取組について、まずお答えしたいと思います。

百貨店では取り組んでおまして、近鉄百貨店、京阪百貨店等が、鉄道と一緒にCO₂削減を駅前ターミナルの立地を活かし取り組んでおります。ほかに小田急町田店も取り組んでいます。また、パーク＆バスライドという取組を東京都と一緒に、新宿駅周辺にある百貨店各社が参画して実施しています。

また、LEDの導入に関しては、電球交換の時期に差しかかっております。既に十数年前から百貨店業界はLEDを入れておりますので、これまで以上の削減効率となっています。

あと、食品ロス削減に関しては、昨年10月の食品ロス削減月間にmottECOという、環境省が呼びかけしている、レストランなどでの食べ残しを持って帰るという取組にチャレンジさせていただきました。レストランでは、お子様がいろいろなメニューを食べて残してしまった場合、お客様ご自身の責任でお持ち帰りいただくという取組を実施してみました。本取組が好評であり、特に問題もなかったことから、来年度は本取組を広げ、お客

様へライフスタイルの変容の呼びかけを行っていきたいと考えております。

以上です。

○鶴崎座長 ありがとうございました。それでは、日本チェーンドラッグストア協会様、
お願いします。

○日本チェーンドラッグストア協会（山田） 日本チェーンドラッグストア協会・山田
です。

私どもで把握している範囲、ポイントを絞っての回答になってしまいますが、まず食品ロスに関しては、フランチャイズさんの活動は非常にいい活動だということで、おとしから手前取りのキャンペーンは、当協会でも10月に食品ロス削減キャンペーンとして取扱いのある店舗については協力をお願いしております。

あともう一点、共同配送。こちらは省エネというよりも、実際に過疎地域では特に物流として成り立たなくなるという、先ほどの2024年のトラックの問題からなのですが、実際に青森の下北半島のほうでドラッグストア2社で共同配送について実証実験を始めているという情報はございます。こちらについてもいろいろと大手企業が活動を始めているので、同じようなことが広まっていくのではないかと考えております。

簡単ではございますが、以上です。

○鶴崎座長 ありがとうございます。それでは、大手家電流通協会様、お願いします。

○大手家電流通協会（長野） 大手家電流通協会の長野と申します。

先ほど納富先生から御提案いただいた、私どもが御説明させていただいたB A T、ベストプラクティスのところの照明ですとか、あとは店舗の照明の調整に関して御回答をさせていただきます。

L E Dにつきましては、昨年の資料では、2018年度から2020年度までの3年間、導入の状況はほぼ変わらずということで、今年は2014年と2021年の比較ということで、39%から85%まで導入が進みましたという御説明をさせていただきました。これについては、我々としても電気代の高騰で収益圧迫要因になっておりますので、L E Dにできるところは積極的にやるというスタンスでございます。導入できるところはする、できていないところは残り15%ぐらい残っている状況でございます。

それで、照明調整のほうなのですけれども、こちらについては、昨年度よくあった政府からの節電要請に伴って、我々家電業界としては、どちらかというところとちょっと不本意ではあるのですが、例えばテレビの展示の電源を切ったりとか、バックヤードの電気を

落としたり、そういった形で協力しているということで、それが結果的に電力使用量の削減につながっているということで、先ほどから申し上げているように、設備を新しくして、節電につなげるような取組を進めたいと考えております。

以上でございます。

○鶴崎座長 ありがとうございました。それでは、情報サービス産業協会様、お願いします。

○情報サービス産業協会（藤井） 御指摘いただいたテレワークした分の把握の件ですが、けれども、これは当協会だけでなく、どこの協会さんも同じだと思うのですが、非常に難しい問題だと思います。、テレワーク中にP Cの端末を何台、何時間業務したということは各社カウント出来ていると思います。ただ、把握すべきことはそこだけでなく、例えば動光熱費の増加であったり、通勤しなくなったことによる減少であったり、ネットワークの費用であったり、様々あると思います。どう把握したらいいのかというのは、やはり国の方で指針をつくっていただいて、このようにカウントしなさいというのがないと、なかなか足並みそろえてというのが難しいのかなと考えています。あと、ではこれをどうカーボンニュートラルするのだというほうが大事だと思っておりまして、家庭に持ち帰って増えた分の電力量、エネルギー消費量を何か当協会の持つノウハウを使って、カーボンニュートラルに少しでも役に立つようなソリューションがないかどうかは、継続して協会内部で検討していきたいと考えております。

以上です。

○鶴崎座長 ありがとうございました。それでは、日本D I Y・ホームセンター協会様、お願いいたします。

○日本D I Y・ホームセンター協会（丸澤） 日本D I Y・ホームセンター協会の丸澤でございます。先ほどは御指摘並びに御質問いただきまして、どうもありがとうございます。

まず、納富先生からいただきました御指摘に対しましては、今後、踏み込んで把握できるよう検討させていただきたいと考えております。

続いて、北條先生からいただきました御質問につきましては、私ども運輸部門については、なかなか踏み込めていないところもございますので、現状、困り事については正直把握できていない状況でございます。専門的な情報や知識などを持ち合わせていないことも

ございますので、今後、意識を深めていく、高めていく上でも御教示いただけますとありがたいと存じます。よろしくお願いいたします。

以上でございます。

○鶴崎座長 ありがとうございました。それでは、日本貿易会様、お願いします。

○日本貿易会（遠藤） 納富先生から御指摘がございました2050年に向けた取組における意欲的な目標をというところに絡めまして、先ほど御説明し切れなかった部分について、御紹介させていただきたいと思います。

発表資料12の8ページにつきまして、商社業界では、海外でのCO₂削減貢献として、海外のオフィスや子会社を通じて取り組んでいるカーボンニュートラル実現に資する事業といたしまして、再生可能エネルギーによるIPP（独立系発電事業者）事業がございます。現時点で商社業界では、オフィスにおける電力使用原単位で定量的な目標の進捗管理をさせていただいていますが、それ以外の定量化できる取組がこちらでございます。

総合商社では、2021年度、世界36か国で104件の発電所を運営しており、トータルでのCO₂削減貢献量が1,096万トンという形で算定しております。年々増加傾向にございまして、いろいろなステークホルダーと関連しながら、バイオマス発電、風力発電、太陽光発電等々、各地の再生可能エネルギーの発電事業の普及促進について取り組んでいる次第でございます。

以上です。

○鶴崎座長 ありがとうございました。それでは、リース事業協会様、お願いします。

○リース事業協会（松村） リース事業協会の松村でございます。委員の先生方から貴重な御意見をいただき、ありがとうございました。

リース業界では、様々な物件を賃貸しており、あらかじめ商品を用意するレンタルとは違って、対象設備はユーザーが選定することになりますが、中でもEVですとか再エネ設備、省エネ設備については、企業の導入機運がますます高まっておりますので、リースを活用した導入を積極的に推進したいと考えております。

また、リース業界でも濃淡はありますが、リモートワークが確実に定着していることから、先ほど申し上げた計画改定の際に、どのように盛り込めるかを検討したいと考えております。先ほど別の団体の方からも御発表がございましたが、算定方法なども情報交換させていただければと考えております。

以上でございます。

○鶴崎座長 ありがとうございました。皆様から御回答いただきました。今いただきました御回答に関して、追加で何か確認したいことなど、委員の皆様ございましたら、手を挙げるボタンを押していただいて、御質問等をお願いできればと思います。いかがでしょうか。納富先生、よろしくお願いします。

○納富委員 恐れ入ります、納富でございます。

私の漠然とした質問に御丁寧に回答いただいて、本当にありがとうございました。先ほど日本貿易会の遠藤さんから追加で御紹介いただいたI P Pの件、実は私が期待していた答えどおりのことを御紹介いただいたので、追加でコメントさせていただきたく存じます。これは、例えば家電流通協会さんもそうですが、このワーキングは基本的にオフィス系のところが多いので、自分のオフィスとか、足元のところでの削減は、どうしても限界があるかもしれません。けれども、取組に制約、制限が出てくる中で、それぞれの業種ごとで特徴のある派生的な取組については、毎年資料の後半のほうに含めていただいているので、非常に意欲的、精力的に取り組まれていることは十分理解しております。そういったところをさらに強調してお話をいただくことがよいのではないかと思います。それが実態としての省エネ、カーボンニュートラルといったところとどのような関係になってくるかというのは、また少し解釈が難しいところも出てくるかもしれませんが、1年に1度ではございますが、ぜひ今後のワーキングでも業種でユニークな取組を織り込んでいただいて、説明いただければと思っているところでございます。これはコメントになります。

以上でございます。ありがとうございます。

○鶴崎座長 ありがとうございます。おっしゃるとおりかなと感じます。省エネを進めてきた時代から、いよいよカーボンニュートラルということになりまして、エネルギーをゼロにすることはできませんので、この後どうやっていくのかという形で、再エネもあるでしょうけれども、やはりステークホルダーと一緒に取組を深めていくところがより重要になってくるかと思います。そういったところについては、政府のほうでもこういったフォローアップが望ましいかというのは、これからも考えていく必要があると感じました。

ほかの先生方、いかがでしょうか。――今、各団体の皆さんから御発言いただきましたけれども、順番等の関係もあったかと思しますので、十分言い尽くせなかったとか、あるいはほかの団体からの回答を聞いて、こういうこともあったといったことなどありましたら、数件であれば受けられるかと思いますが、各団体の皆様、いかがでしょうか。よろしいですか。――そうしましたら、活発に御議論いただきましてありがとうございました。

今日、環境省も参加いただいていると思います。今年から中環審からの委員の参加がなくなったということでございますけれども、環境省として、議論を聞いていただいて、ぜひコメントいただければと思います。よろしくお願いします。

○平尾室長 ありがとうございます。環境省から2、3申し上げます。

まずもって、コロナのところで活動量が大きく動く中で取組を進めていただいて、ありがとうございます。目標改定の話もありましたし、改定しようとしているという話もありましたけれども、その点、期待したいと思います。

また、再エネの動きの話もありましたけれども、不断の見直しというところ、これはこのフォローアップの趣旨だと思いますが、 いただきたいと思います。

もう一点、Scope 3の話もありました。あるいはオーナー、テナント問題の話、あるいは運輸の問題の話もありました。単独ではできないことに取り組んでいくことで取組を広げていくフェーズかなというところもあります。食品ロスの話とかプラスチックの話とか、そこも単独ではできなくて、消費者を巻き込んでいくというところもあろうかと思いますが、他業種さんを巻き込んでいくというところもあろうかと思いますが。消費者との接点が多い皆様だからできることがあるのではないかとということで期待申し上げたいと思います。

最後にもう一点だけ。カーボンニュートラルに向けた取組、今、座長からもお話しありましたけれども、かなり進捗を見せてきていて、ガバナンスコードの改定もありましたけれども、こうした取組は情報開示についても質が問われる時代ではないかと思っております。個社個社のいろいろな取組があると承知しておりますし、業界団体におかれましても、引き続き底上げを図っていただいて、フォローアップを進めていただきたいと思います。

環境省からは以上でございます。ありがとうございました。

○鶴崎座長 ありがとうございました。それでは、事務局から。

○内野企画官 委員の皆様におかれましては、大変貴重な御意見ですとか御提案をいただけたと思ってございます。各業界団体におかれては、ぜひ会員各社さんにお伝えいただいて取組を検討していただくように促していただければと思います。必ずしも業界を挙げて、業界団体加盟各社みんなでやりましょうということでもなく、徐々にできるところから進めていくというやり方もあると思いますので、その辺りも含めてまた来年、御報告いただければありがたいと思っております。

あと、目標設定については、繰り返しになりますけれども、ぜひよろしくお願いいたします。業界の中で調整に時間がかかるというのは、よく理解するのですけれども、とはい

え、政府の新しい目標ができたのが2021年4月でありまして、夏ぐらいから各業界にもお願いをしてきておりまして、もう1年以上たっているということでもありますので、ぜひ来年のこのワーキングの際には、皆さん新しい目標になっていることをぜひ期待しております。

あと、中身につきましても、ぜひ御検討いただきたいと思っております。今日の御議論も踏まえて御検討いただきたいと思っております。それは、既に目標見直しを行っている団体も含めなのですけれども、このワーキングを何のためにやっているかという、地球温暖化対策のためにやっているということでありまして、省エネのためにやっているわけではないのです。ですから、省エネの努力もやっていくことは重要でありながら、省エネだけでやっていくことの限界ももちろんある中で、先ほど座長からもコメントありましたけれども、その辺も踏まえた上で、ぜひ目標設定の在り方も検討していただければと思っております。

私からは以上です。

○鶴崎座長 ありがとうございました。目標設定に当たって、どういうK P Iをつくっていくのかとか、その方法、テクニカルなことも含めて、いろいろ御苦労も多いかと思しますので、そういった点を政府がしっかりサポートしていきながら一緒に進められればということかと思えます。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、以上になるのですけれども、今後の予定ということで、まだ日程は決まっていないとのことですが、ワーキングの親会議である産業構造審議会地球環境小委員会において、こちらのワーキングでの議論について御報告し、意見を伺うことになっています。この議事を報告するに当たりまして、議論の概要を作成することになりますが、その内容については、座長である私に御一任いただくということにさせていただければと思えますが、よろしいでしょうか。何か御意見がありましたら手を挙げていただければと思えます。大丈夫ですかね。ありがとうございます。

それでは、最後に事務局から連絡事項等がありましたらよろしくお願いいたします。

○内野企画官 委員の皆様、活発な御議論をありがとうございました。本日の議事録につきましては、事務局で取りまとめを行い、委員の皆様に御確認いただきました後、ホームページに掲載させていただきます。

○鶴崎座長 それでは、以上で本日の議事を終了したいと思います。本日はありがとうございました。

お問い合わせ先

産業技術環境局 環境経済室

電話：03-3501-1770

FAX：03-3501-7697