

I. 2050年カーボンニュートラルに向けたチェーンストア業界のビジョン
(基本方針等)

業界として2050年カーボンニュートラルに向けたビジョン（基本方針等）を策定しているか。

☐ 業界として策定している

【ビジョン（基本方針等）の概要】

〇〇年〇月策定

（将来像・目指す姿）

（将来像・目指す姿を実現するための道筋やマイルストーン）

☐ 業界として検討中
（検討状況）

■ 業界として今後検討予定
（検討開始時期の目途）

☐ 今のところ、業界として検討予定はない
（理由）

チェーンストア業界のカーボンニュートラル行動計画フェーズⅡ

		計画の内容
1. 国内の事業活動における2030年の目標等	目標・行動計画	2030 年度に店舗ごとのエネルギー原単位の平均値 ¹ を基準年度（2013 年度：0.0900kWh/m ² ・h）比 5.1%削減（0.0854 kWh/m ² ・h）。2020 年 4 月の会員企業 56 社を対象とします。ただし、会員企業数や会員企業が行うサービス内容にエネルギー原単位に大きな影響を及ぼす変化が生じた場合には見直しを行います。
	設定の根拠	<u>対象とする事業領域：</u> 会員企業の店舗を対象とします。 <u>将来見通し：</u> 当協会は会員が主として行う事業が食品スーパー、ホームセンター等それぞれ異なっており、店舗におけるエネルギー使用機器の構成に大きな違いがあることから、店舗ごとのエネルギー原単位の差は他の業界に比較して大きなものとなっています。 また、当協会は店内調理の増加等、お客様のニーズに対して様々なサービスの提供が求められています。こうしたこともエネルギー原単位について大きな変動要因となります。 このように、会員企業の入退会に伴う会員数の変化やお客様のニーズに伴う事業の変化等については現時点で予測が困難となっており、エネルギー原単位の将来的な見通しにおける不確定要素が多いことから、会員構成等の変動によっては目標数値の変更も考えられます。 <u>BAT：</u> ・ LED等省エネ機器の導入、入れ替え ・ BEMS等をはじめとする省エネのための制御機器の導入 ・ 新しい技術開発に対する先進事例の共有化、情報交換等 <u>電力排出係数：</u> エネルギー原単位での目標設定のため、電力排出係数は考慮していません。 <u>その他：</u> 特になし
2. 主体間連携の強化 （低炭素・脱炭素の製品・サービスの普及や従業員に対する啓発等を通じた取り組みの内容、2030 年時点の削減ポテンシャル）		<u>概要・削減貢献量：</u> 環境配慮型商品の開発・販売や容器包装の削減・簡易化等を行うことを通じて、生活者が廃棄する際に発生する CO₂排出量を抑制するように取り組んでいます

¹ 二次エネルギー消費量の換算値としております。

3. 国際貢献の推進 (省エネ技術・脱炭素技術の海外普及等を通じた 2030 年時点の取組内容、海外での削減ポテンシャル)	<u>概要・削減貢献量：</u> 海外に店舗を出店する際には、地域の実情に応じ、出来るだけ省エネルギーとなるような店舗づくり、店舗運営を行っていきます。
4. 2050 年カーボンニュートラルに向けた革新的技術の開発 (含 トランジション技術)	<u>概要・削減貢献量：</u> ・ LED 等省エネ機器の導入、入れ替え ・ BEMS 等をはじめとする省エネのための制御機器の導入 ・ 新しい技術開発に対する先進事例の共有化、情報交換等
5. その他の取組・特記事項	フォローアップ等を通じて得られた優良事例については会員企業にフィードバックをしていくとともに、ホームページへの掲載等を通じて会員外の事業者や生活者にも認知度を深めていただきます。

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）

- ☐ 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）

チェーンストア業における地球温暖化対策の取組み

2023 年 12 月 1 日
日本チェーンストア協会

II. チェーンストア業の概要

(1) 主な事業

- 標準産業分類コード：
 - 食品、衣料品、日用雑貨等を販売する総合小売業。
 - 標準産業分類コード 57 織物・衣服・身の回り品小売業
58 飲食料品小売業
- 日本チェーンストア協会概要（2023 年 3 月末現在）²
 - 会員企業数 55 社
 - 売上高 13 兆 2,727 億円
 - 店舗数 10,622 店
 - 売場面積 24,230,702 m²

(2) データについて

【データの算出方法（積み上げまたは推計など）】

【生産活動量を表す指標の名称、それを採用する理由】

【業界間バウンダリーの調整状況】

■ 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＞

² 出所：日本チェーンストア協会 2022 年度チェーンストア販売概況について
(<https://www.jcsa.gr.jp/public/statistics.html>)

【その他特記事項】

(3) 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	17,162社 ³	団体加盟 企業数	55社	計画参加 企業数	55社 ⁴
市場規模	54兆2,280億円 ⁵	団体企業 売上規模	13兆2,727億円	参加企業 売上規模	13兆2,727億円 (100.0%)
エネルギー 消費量	—	団体加盟 企業エネ ルギー消 費量	—	計画参加 企業エネ ルギー消 費量	—

出所：

(4) 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)

³ 出所：総務省統計局 令和3年度経済センサス（産業分類57、58に該当する法人数の合計）

⁴ 当協会においては全会員企業が低炭素社会実行計画に参加していますが、データの提出を行った企業数は上記のうち22社になっています。

⁵ 出所：経済産業省 商業動態統計 長期時系列データ（主要統計表）業種別商業販売額及び前年（度、同期、同月）比（産業分類57、58の合計）

(5) 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 (2015年度)	カーボンニュートラル行動計画 フェーズⅡ策定 時 (2015年度)	2022年度 実績	2030年度 見通し
企業数	57社	59社	59社	55社	当該年度の 会員企業全社
売上規模	100%	100%	100%	100%	100%
エネルギー 消費量	100%	100%	100%	100%	100%

(カバー率の見通しの設定根拠)

② カバー率向上の具体的な取組

	取組内容	取組継続予定
2022年度	低炭素社会実行計画の目的及びフォローアップ結果に関する会員企業への発信、フォローアップへの協力依頼	有
2023年度以降	低炭素社会実行計画の目的及びフォローアップ結果に関する会員企業への発信、フォローアップへの協力依頼	有

(取組内容の詳細)

(6) データの出典、データ収集実績（アンケート回収率等）、業界間バウンダリー調整状況
【データの出典に関する情報】

指標	出典	集計方法
生産活動量	☐ 統計 ☐ 省エネ法 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他（推計等）	アンケート提出企業の営業時間、延床面積の回答に基づき算出。
エネルギー消費量	☐ 統計 ☐ 省エネ法 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他（推計等）	アンケート提出企業のエネルギー消費量の回答に基づき算出。
CO ₂ 排出量	☐ 統計 ☐ 省エネ法・温対法 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他（推計等）	アンケート提出企業のエネルギー消費量の合計に調整後排出係数を乗じて算出。

【アンケート実施時期】

2023 年 7 月～2023 年 10 月

【アンケート対象企業数】

55 社

【アンケート回収率】

40.0%（55 社中 22 社）

過去 5 年間の回収率実績：

2017 年度 48.2%（56 社中 27 社）

2018 年度 52.7%（55 社中 29 社）

2019 年度 46.4%（56 社中 26 社）

2020 年度 55.3%（56 社中 31 社）

2021 年度 51.8%（56 社中 29 社）

III. 国内の事業活動における排出削減

(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 (2013年度)	2021年度 実績	2022年度 実績	2030年度 目標
生産活動量 (単位： $10^{10}\text{m}^2 \cdot \text{h}$)	20.72	9.04	8.39	－
エネルギー 消費量 (電力換算億kWh)	95.2	47.9	46.9	－
内、電力消費量 (億kWh)	95.2	40.6	40.1	－
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	539.9 ※1	190.9 ※2	188.3 ※3	※4
エネルギー 原単位 (kWh/ $\text{m}^2 \cdot \text{h}$) ^{6,7}	0.0900	0.0884	0.0859	0.0854
CO ₂ 原単位 (万t-CO ₂ / $10^{10}\text{m}^2 \cdot \text{h}$)	－	－	－	－

【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4
排出係数[kg-CO ₂ /kWh]	5.67	4.35	4.36	－
基礎排出/調整後/固定/業界指定	調整後	調整後	調整後	－
年度	2013	2021	2022	－
発電端/受電端	受電端	受電端	受電端	－

⁶ エネルギー原単位は、二次エネルギー消費量の換算値としております。

⁷ 当協会は、エネルギー消費量の総量と生産活動量の総量による割り算で得られた原単位ではなく、店舗ごとのエネルギー原単位の平均値を目標指標としております。

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

(2) 2022 年度における実績概要

【目標に対する実績】

<フェーズⅡ(2030 年)目標>

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2030年度目標値
エネルギー原単位	2013年度	▲5.1%	0.0854 kWh/m ² ・h

実績値			進捗状況		
基準年度実績 (BAU目標水準)	2021年度 実績	2022年度 実績	基準年度比 /BAU目標比	2021年度比	進捗率*
0.0900 kWh/m ² ・h	0.0884 kWh/m ² ・h	0.0859 kWh/m ² ・h	▲4.51%	▲2.81%	88.2%

* 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】

	2022年度実績	基準年度比	2021年度比
CO ₂ 排出量	188.3万t-CO ₂	—	▲1.4%

(3) BAT、ベストプラクティスの導入進捗状況

BAT・ベストプラクティス等	導入状況・普及率等	導入・普及に向けた課題
省エネ型照明（LED等）の導入	2022年度：100.0% （有効回答：10社）	- 設備投資を要するため、景気動向によっては導入速度が遅くなる可能性があります。 - LED照明は企業によってはほぼすべての店舗に導入が済んでおり、今後はLEDからLEDへの交換による効率改善が中心となると考えられます。 - 省エネ型冷蔵・冷凍設備や効率的な制御機器については、投資額が大きいことから、省エネ型照明ほどスピーディーに普及しないことが予想されます。よって、直近数年は現状維持と想定しております。
	2023年度以降の見通し：100.0% （有効回答：7社）	
省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入	2022年度：100.0% （有効回答：5社）	
	2023年度以降の見通し：100.0% （有効回答：7社）	
効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入	2022年度：100.0% （有効回答：3社）	
	2023年度以降の見通し：100.0% （有効回答：5社）	

<運用関連>

BAT・ベストプラクティス等	導入状況・普及率等	導入・普及に向けた課題
照明調整（間引き、点灯消灯時間調整、人感センサー等）	2022年度：100.0% （有効回答：8社）	お客様の安全の確保の観点で過度な消灯・明るさ調整ができません。よって、直近数年は現状維持と想定しております。
	2023年度以降の見通し：100.0% （有効回答：9社）	
冷蔵・冷凍設備の設定温度の調整	2022年度：100.0% （有効回答：10社）	
	2023年度以降の見通し：100.0% （有効回答：10社）	

(4) 生産活動量、エネルギー消費量・原単位、CO₂排出量・原単位の実績

【生産活動量】

<2022 年度実績値>

生産活動量（単位：10¹⁰ m²×h）：8.4（基準年度比▲59.5%、2021 年度比▲7.2%）

<実績のトレンド>

(グラフ)

年度により、スーパー⁸とホームセンター等⁹の回答企業の業態別構成が異なります。2022 年度実績に関しては、スーパーのみからの回答となったため、ケース分けせずスーパーという単一業種の数値を示しております。

なお、2013 年度に低炭素社会実行計画に移行してから、延床面積は、売場面積を用いた推定値からアンケート回答に基づく実績値への採用へ変更しました。売場面積を用いた推定値では延床面積を過小に推定していたため、この変更により、2013 年度の平均延床面積が増大し、それに伴い生産活動量も増大しています。また、2017 年度以降はホームセンターとの混合からスーパーのみの回答に基づく集計となっています。

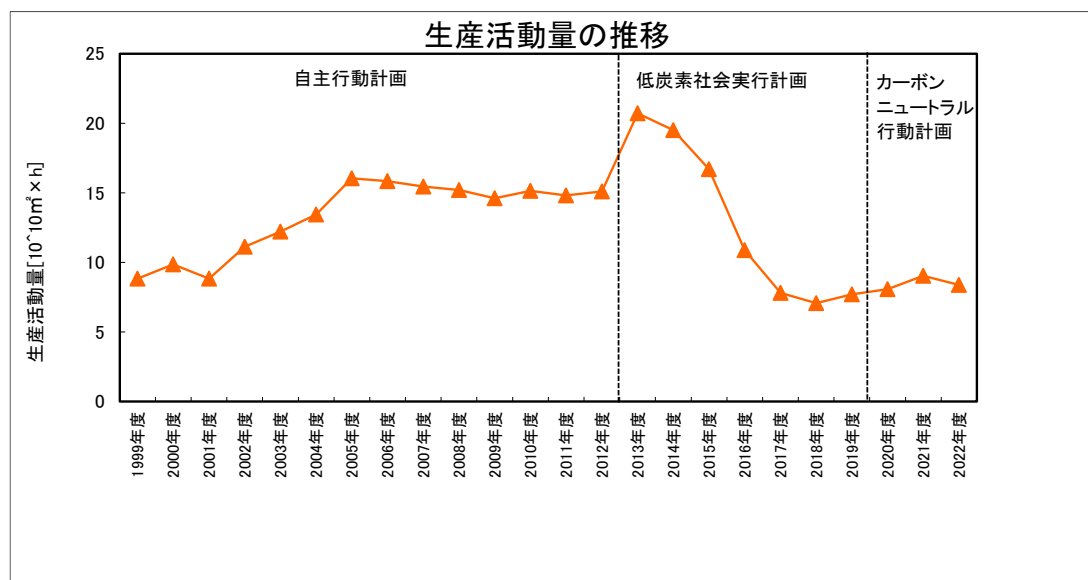


図 1 生産活動量の推移

（過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察）

2022 年度の実績値は、前年度比で 7.2% 減となっております。回答企業の変動が主な原因として考えられます。

参考として表 1 に生産活動量の変動要因を示します。集計対象店舗数が前年に比べ 9.7%、年間総営業時間は 12.2% 増加しましたが、店舗当たりの延床面積は 16.2% 減少しており、小規模店舗を多数経営している企業の比率が高まったことにより、生産活動量に影響したと考えられます。

⁸ 「スーパー」の定義：産業分類 58（飲食料品小売業）の事業のみ、もしくは産業分類 57（織物・衣服・身の回り品小売業）・58（飲食料品小売業）の両方の事業を行っている店舗

⁹ 「ホームセンター等」の定義：産業分類 57（織物・衣服・身の回り品小売業）の事業のみ行っている店舗

表 1 生産活動量の変動要因

指標 ¹⁰	2021 年度実績（指数）	2022 年度実績（指数）
集計対象店舗数	2,089 店 (1)	2,292 店 (1.097)
延床面積	19,122,854 m ² (1)	17,597,803 m ² (0.920)
集計対象店舗当たり延床面積	9,154 m ² /店 (1)	7,768 m ² /店 (0.838)
年間営業時間	10,196,148 時間 (1)	11,442,225 時間 (1.122)
集計対象店舗当たり年間営業時間	4,881 時間/店 (1)	4,992 時間/店 (1.023)

なお、協会全体の売上に関しては、2021 年度が 13 兆 3,389 億円だったのに対し、2022 年度には 13 兆 2,727 億円と、0.5%の減少となっています。

表 2 協会全体の売上動向¹¹

指標 ¹⁰	2021 年度実績（指数）	2022 年度実績（指数）
協会全体の売上高	13,338,927 百万円 (1)	13,272,767 百万円 (0.995)

¹⁰ いずれの指標も、前年度の指数を「1」とした場合の 2022 年度実績の変化率を示しています。

¹¹ 出所：日本チェーンストア協会 2022 年度チェーンストア販売概況について (<https://www.jcsa.gr.jp/public/statistics.html>)

【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

<2022 年度の実績値>

エネルギー消費量（単位：億 kWh）：46.9 （基準年度比▲50.7%、2021 年度比▲2.0%）

エネルギー原単位（単位：kWh/㎡・h）：0.0859 （基準年度比▲4.5%、2021 年度比▲2.8%）

<実績のトレンド>

（グラフ）

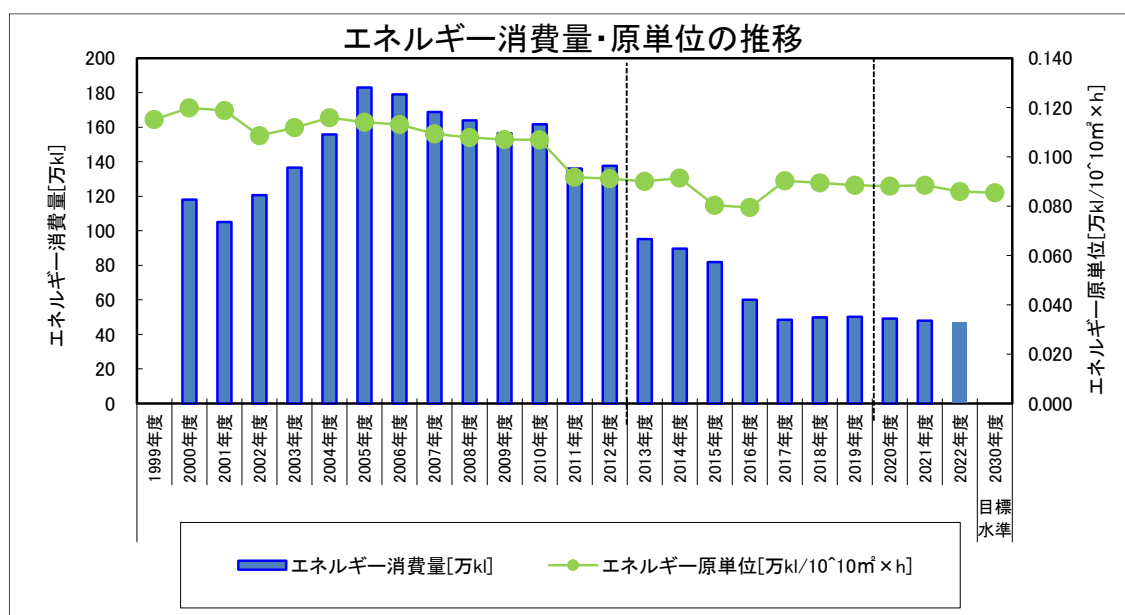


図 2 エネルギー消費量とエネルギー原単位の推移

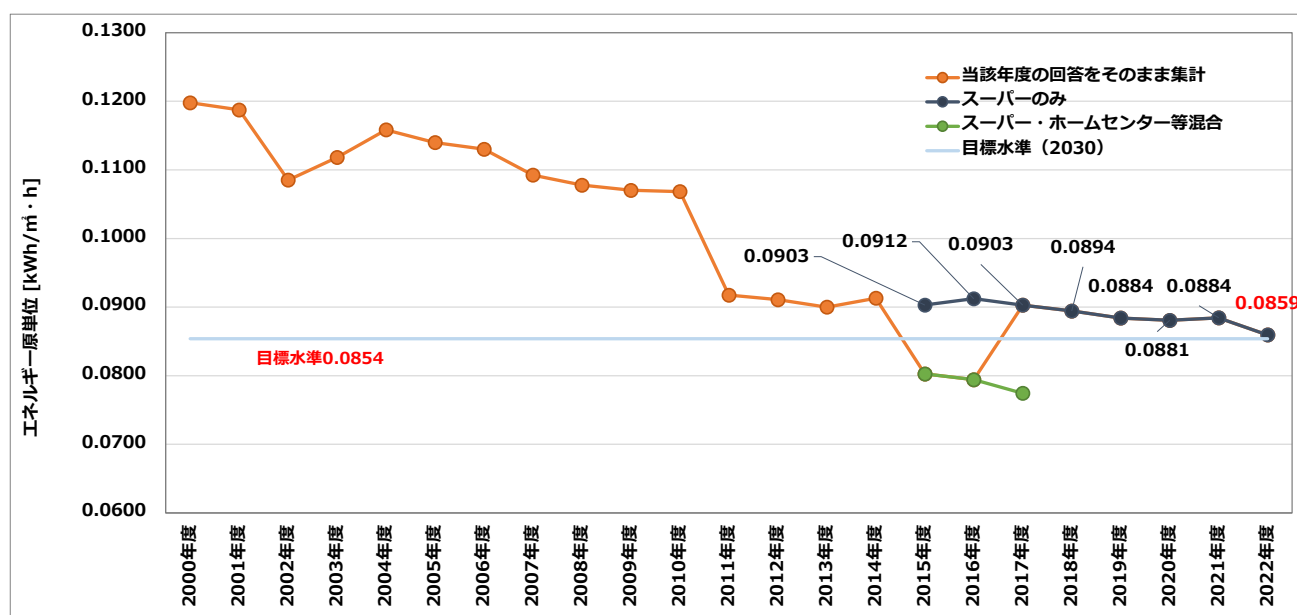


図 3 エネルギー原単位（業態別）の推移

(過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察)

当協会が採用した算出方法(店舗ごとのエネルギー原単位の平均値)をもとに、エネルギー原単位(二次換算値)の経年変化を算出しています。

当協会のエネルギー原単位は、集計対象に含まれる店舗の業態の内訳に大きく影響を受けています。業態分類は大きく「スーパー」と「ホームセンター等」に分かれますが、前者のスーパーは食料品の冷蔵・冷凍が必要であり、店内調理も発生するのに対し、後者のホームセンター等はこのような活動が発生しません。そのため、この2つの業態ではエネルギー原単位が大きく異なります。

当協会の実績のトレンドとして、当該年度の回答をそのまま集計した場合(図 3 オレンジ色の線グラフ)、スーパーからのみ回答を得た場合(図 3 青色の線グラフ)、スーパーとホームセンター等の複数業種から回答を得た場合(図 3 緑色の線グラフ)に分けて3種類の線グラフを示しています。

表 3 集計対象企業・店舗数の業態別内訳

区分		2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
スーパー	25 社	27 社	26 社	27 社	22 社
	2,484 店	2,316 店	2,089 店	2,316 店	2,292 店
ホームセンター等	—	—	—	—	—
	—	—	—	—	—
合計	25 社	27 社	26 社	27 社	22 社
	2,484 店	2,316 店	2,089 店	2,316 店	2,292 店

例えば2016年度にはスーパーとホームセンター等の異なる業態から回答を得ましたが、この時の協会全体のエネルギー原単位は、緑色の線グラフにて示すとおり、0.0794 kWh/m²・hとなっております。また、業態別のエネルギー原単位は、スーパーに関しては青色の線グラフにて示すとおり 0.0912 kWh/m²・h、ホームセンター等に関しては本年度のグラフには明示していませんが 0.0441 kWh/m²・h となっており、業態間で顕著な差が見られます。

一方で、2022 年度はスーパーのみによる集計となったため、エネルギー原単位は、青色の線グラフにて示すとおり 0.0859kWh/m²・h という結果となりました。基準年度比でいうと 4.5%減、前年度比でいうと 2.8%減となっております。

<他制度との比較>

(省エネ法に基づくエネルギー原単位年平均▲1%以上の改善との比較)

上述の通り、当協会のエネルギー原単位は集計対象に含まれる企業や店舗の内訳に大きく影響を受けているため、エネルギー消費量の見通しや省エネルギー対策の効果の把握が困難となっております。

(省エネ法ベンチマーク指標に基づく目指すべき水準との比較)

■ ベンチマーク制度の対象業種である

<ベンチマーク指標の状況>

●ベンチマーク制度指標

商業統計で掲げる業態分類表における食料品スーパーをベンチマーク対象店舗とし、当該事業を行っている店舗におけるエネルギー使用量(単位:ギガジュール)を下記①から③の合計量(単位:ギガジュール)にて除した値を、店舗ごとのエネルギー使用量により加重平均した値。

- ① 延床面積(単位:平方メートル)に 2.543 を乗じた値
- ② 年間営業時間(単位:時間)に 0.684 を乗じた値
- ③ 冷ケース尺数(単位:尺)に 5.133 を乗じた値

●ベンチマーク制度の目指すべき水準: 0.799 以下(上位 15%が達成できる水準)

●2021 年度実績(※会員企業以外を含む食料品スーパー全体の実績)

平均値: 0.900

標準偏差: 0.184

達成事業者数/報告者数: 68/289 (割合 23.5%)

達成事業者のうち会員企業の数: 10

<今年度の実績とその考察>

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

【CO₂排出量、CO₂原単位】

<2022 年度の実績値>

CO₂排出量（単位：万 t-CO₂ 万 t-CO₂ 電力排出係数：4.36kg-CO₂/kWh）：188.3 万 t-CO₂ （基準年度比▲65.1%、2021 年度比▲1.4%）

CO₂原単位（単位：万 t-CO₂/10¹⁰ m²・h 電力排出係数：4.36kg-CO₂/kWh）：22.45 （基準年度比▲13.8%、2021 年度比 6.4%）

<実績のトレンド>

（グラフ）

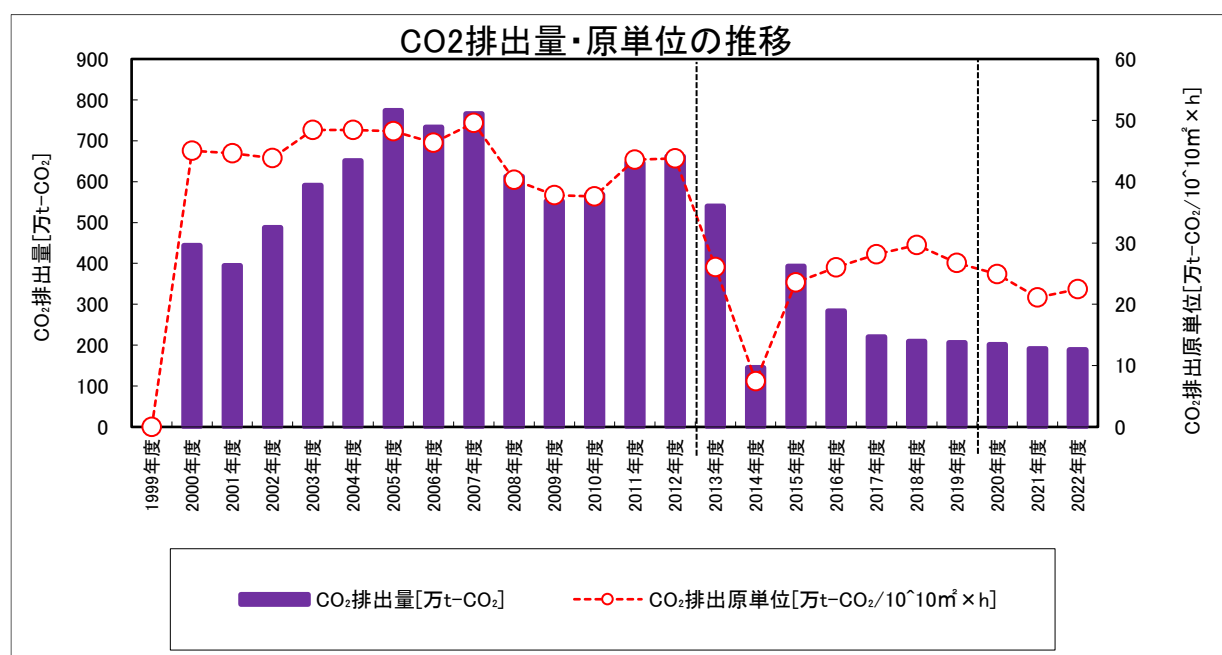


図 4 CO₂排出量・原単位の推移

電力排出係数：各年度の調整後排出係数を使用

（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）

2022 年度の CO₂ 排出量は 188.3 万 t-CO₂ と、前年度比で 1.4%減となっております。また、2022 年度の CO₂ 原単位は 22.4 万 t-CO₂/10¹⁰ m²・h と、前年度比で 6.4%増となっております。生産活動量の項目にて述べたとおり、2022 年度の集計対象店舗数は前年度と比べ多く、一方で延床面積が比較的小さい店舗の割合が前年度より大きくなったため、CO₂ 排出量は減少しているものの、CO₂ 原単位は増加しております。

なお、2012 年度から 2013 年度にかけて CO₂ 原単位が大幅に減少していますが、これは低炭素社会実行計画に移行してから、延床面積は売場面積を用いた推定値からアンケート回答に基づく実績値への採用へ変更したことが原因として挙げられます。この変更によって、2013 年度における生産活動量が増大したため、CO₂ 排出量・排出原単位が減少しています。

【要因分析】

CO₂ 排出量とエネルギー消費量は、集計対象企業の内訳によって大きく変動するため、各要因の把握が困難となっております

(5) 実施した対策、投資額と削減効果の考察

【総括表】

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)
2022 年度	省エネ型照明（LED 等）の導入	業界全体の投資額と削減効果は集計が困難ですが、個別企業における具体的対策については、下記【2021 年度の取組実績】、【2022 年度以降の取組予定】をご参照ください。		
	省エネ型空調設備の導入			
	省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入			
	効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入			
2023 年度 以降	省エネ型照明（LED 等）の導入			
	省エネ型空調設備の導入			
	省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入			
	効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入			

【2022 年度の取組実績】

(取組の具体的事例)

対策項目	取組内容
省エネ型照明（LED 等）の導入	・ 売場、バックルーム、立体駐車場、敷地内の外灯の LED 化 ・ 冷ケースの棚下照明の LED 化 ・ バックヤード階段で人感センサー付き LED 照明の導入
省エネ型空調設備の導入	・ 空調熱源改修 ・ 空調機制御をインバーター化
省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入	・ 平冷凍ケース用ガラス扉設置 ・ ナイトカバーの設置 ・ CO₂ 冷媒の冷凍設備の導入 ・ 冷食・アイスのリーチイン化
効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入	・ デマンド監視装置の設置

(取組実績の考察)

新規開店時や店舗改装時において、可能なところから省エネルギーにつながる機器の導入を進めてきており、継続的に CO₂ 削減効果も確認されています。

【2023 年度以降の取組予定】

（今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素）

（今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素）

引き続き上記の取組を行っていくことが重要と考えます。当協会の場合、個人消費の動向に大きな影響を受けるため、個人消費が落ち込むようなことがあれば、継続的な投資を行うことが難しくなります。

【IoT 等を活用したエネルギー管理の見える化の取組】

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

【他事業者と連携したエネルギー削減の取組】

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

【業界内の好取組事例、ベストプラクティス事例、共有や水平展開の取組】

●RE100 に関する取組

再生可能エネルギーを推進する国際イニシアチブ「RE100」に加盟した会員企業が見られます（2021 年 3 月現在、加盟企業のうち 3 社が当協会の会員企業、うち 1 社は親会社が加盟）。

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

●SBT 認定取得

2021 年度時点で Science Based Targets (SBT : パリ協定の 2℃目標達成に向けた国際イニシアチブ)にて温室効果ガス排出削減目標を公表している会員企業（大手総合スーパー）は 2 社となっています。そのうち 1 社では 2030 年までに日本国内の総合スーパー（GMS）で使用する電力の 100%を再生エネルギーとするとしています。

●SCOPE3 の算定

サプライチェーン全体での温室効果ガス排出量の削減に向け、SCOPE3 の算定・公表を行っている企業が見られます。同企業の 2021 年度実績では、サプライチェーン全体で前年度比 2.3%の削減となっています。

参考：政府の節電要請に伴う省エネ対策の実施

当協会では、政府の「2022 年度の電力需給に関する総合対策」を受け、全国的な取り組みにより安定供給に向けた協力を推進するため、夏季及び冬季の省エネ・節電行動計画を策定し、各会員企業において取り組みを行いました。

【夏季の省エネ・節電行動計画】

対象：全国（沖縄県を除く）の店舗等

期間：2022 年 9 月 1 日（金）から 9 月 30 日（金）まで

取り組み内容：各会員企業は、お客様の安全や商品の品質管理を確保したうえで、店舗等における状況等を勘案しつつ、各々の創意工夫を凝らして取り組むこととします。取り組みの参考事例としては、例えば以下のようなものが挙げられます。

《照明関係》

- ・売場照明をお客様にご迷惑のかからない範囲で間引き等を行います
- ・事務所、バックヤードの照明を半分程度消灯します
- ・壁面ネオン等を可能な範囲で消灯します
- ・一部の外部照明を消灯します
- ・オープンケースを可能な範囲で消灯します
- ・自動販売機の庫内灯を消灯します

《空調、冷凍・冷蔵ケース関係》

- ・空調の設定温度を日々の気温等を考慮した管理をします
- ・空調フィルターの清掃をします
- ・コロナ対策も考慮しつつ外気流入を防ぐために店内出入口を絞ります
- ・冷蔵・冷凍ケースの設定温度を見直します
- ・冷蔵・冷凍ケースに冷気漏れ防止のカバーを使用します
- ・冷蔵・冷凍ケースの清掃をします
- ・飲料の提供方法を工夫します

《その他》

- ・厨房における調理機器・冷凍冷蔵庫の定期的な温度確認をします
- ・暖房便座、温水洗浄便座の温度設定を見直します

【冬季の省エネ・節電行動計画】

対照：全国の店舗等

期間：2022 年 10 月 1 日（土）から 2023 年 3 月 31 日（金）まで

取り組み内容：各会員企業は、お客様の安全や商品の品質管理を確保したうえで、店舗等における状況等を勘案しつつ、各々の創意工夫を凝らして取り組むこととします。取り組みの参考事例としては、例えば以下のようなものが挙げられます。

《照明関係》

- ・売場照明をお客様にご迷惑のかからない範囲で間引き等を行います
- ・事務所、バックヤードの照明を半分程度消灯します
- ・壁面ネオン等を可能な範囲で消灯します
- ・一部の外部照明を消灯します
- ・オープンケースを可能な範囲で消灯します
- ・自動販売機の庫内灯を消灯します

《空調、冷凍・冷蔵ケース関係》

- ・空調の設定温度を日々の気温等を考慮した管理をします
- ・空調フィルターの清掃をします
- ・コロナ対策も考慮しつつ外気流入を防ぐために店内出入口を絞ります
- ・冷蔵・冷凍ケースの設定温度を見直します
- ・冷蔵・冷凍ケースに冷気漏れ防止のカバーを使用します
- ・冷蔵・冷凍ケースの清掃をします
- ・飲料の提供方法を工夫します

《その他》

- ・厨房における調理機器・冷凍冷蔵庫の定期的な温度確認をします
- ・暖房便座、温水洗浄便座の温度設定を見直します

(6) 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。

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

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

$$\begin{aligned} \text{達成率} &= (0.0900 - 0.0859) / (0.0900 - 0.0854) \times 100 \\ &= 88.4\% \end{aligned}$$

【自己評価・分析】（3 段階で選択）

< 自己評価とその説明 >

☐ 目標達成が可能と判断している

（現在の進捗率と目標到達に向けた今後の進捗率の見通し）

（目標到達に向けた具体的な取組の想定・予定）

（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）

■ 目標達成に向けて最大限努力している

（目標達成に向けた不確定要素）

当協会では、2030 年度目標を継続的に達成していたことを受け、2021 年度より基準年度を新たに 2013 年度に変更し、目標水準の引き上げを実施いたしました。

今後のエネルギー価格の推移や消費動向等といった不確定要素もあり見通しを定めることは困難ではありますが、引き続き、各会員協業店舗における継続的な省エネの取り組みや、設備更新の際の高効率機器への切り替え、新規出店時の省エネ型店舗の設計などにより目標達成に向けてまいります。

（今後予定している追加的取組の内容・時期）

☐ 目標達成が困難

（当初想定と異なる要因とその影響）

（追加的取組の概要と実施予定）

（目標見直しの予定）

(7) クレジットの取得・活用及び創出の状況と具体的事例

【業界としての取組】

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

【活用実績】

- エクセルシート【別紙7】参照。

【個社の取組】

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

【具体的な取組事例】

取得クレジットの種別	二国間クレジット（JCM）
プロジェクトの概要	カンボジアのショッピングモールにてメガソーラーと高効率チラーを導入することにより、系統電力の購入量の低減と省エネルギーによる複合効果でCO ₂ 排出削減を図る。 2016年度より設備補助事業のもと稼働開始している。
クレジットの活用実績	—

取得クレジットの種別	二国間クレジット（JCM）
プロジェクトの概要	ベトナム・ホーチミン市のショッピングモールの駐輪所・駐車場にて太陽光発電システムを設置し、発電電力を100%自家消費することにより、系統電力の購入量を低減する。 2015年度より設備補助事業のもと稼働開始している。
クレジットの活用実績	—

取得クレジットの種別	二国間クレジット（JCM）
プロジェクトの概要	インドネシア・ジャカルタのショッピングモールにて太陽光発電システムと蓄電池を導入することにより、CO ₂ 排出削減を図る。太陽光発電システムによる電気は、昼間の余剰電力は蓄電池に充電され、夜間に主に照明設備へ供給される。 2014年度より設備補助事業のもと稼働開始している。
クレジットの活用実績	—

(8) 非化石証書の活用実績

非化石証書の活用実績	
------------	--

Ⅲ. 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取組

【本社等オフィスにおける排出削減目標】

☐ 業界として目標を策定している

☒ 業界としての目標策定には至っていない

(理由)

エネルギー原単位の計算については、店舗（バックヤード部分を含む）のみとなっており、本社等オフィスは含まれていません。ただ、本社等オフィスについては「お取引先様等にご不便をおかけしない」範囲で実践できる省エネ対策として従来より率先して下記の取り組みを進めてきています。

- ・ LED など高効率照明の導入、こまめな消灯・明るすぎない照明調整
 - ・ 空調温度設定の適切な調節
 - ・ 環境 e ラーニングプログラムの実施、eco 検定の受験費用負担による従業員の環境教育の推進
 - ・ CSR レポートや EMS ハンドブックの社内回覧による従業員の企業取組への認知度・理解度の向上
- …等、独自の目標や社内基準を策定し、積極的に省エネルギー対策に取り組んでいます。

【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

	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年 度	2018 年 度	2019 年 度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
集計対象企業 数	-	-	-	9 社	7 社	7 社	7 社	8 社	9 社
延べ床面積 (万 m ²)	-	-	-	15	18	4.5	2.4	4.4	7.2
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)	-	-	-	0.7221	0.4321	0.3415	0.5122	0.2154	0.3649
床面積あたりの CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /m ²)	-	-	-	0.0497	0.0237	0.0763	0.2143	0.0485	0.0509
エネルギー消 費量 (原油換 算) (万 kl)	-	-	-	0.2866	0.0778	0.0615	0.1083	0.0388	0.0657
床面積あたり エネルギー消 費量 (kl/m ²)	-	-	-	0.0197	0.0043	0.0137	0.0453	0.0087	0.0092

☐ 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)

2017 年度実績から、本社オフィス等の CO₂ 排出実績のモニタリングと集計を開始しました。しかし、アンケート調査の該当項目に回答した企業が集計対象となるため、本項の実績値は協会全体の状況を表しているとは限らず、回答企業の構成によって実績値が変動する可能性があるため、現状では経年比較ができません。まずは排出実績の定量化が重要だと考え、引き続き先述した「(5) 実施した対策、投資

額と削減効果の考察」に挙げられたような取り組みを実践しつつ、本社オフィス等の排出実績を継続的にモニタリングしていきます。

【2022 年度の実績】

（取組の具体的事例）

会員企業は、主に「(5) 実施した対策、投資額と削減効果の考察」に掲げているような取り組みを継続的に行ってきていますが、効果を個別に計測することが困難となっております。

（取組実績の考察）

各社の本社等オフィスにおける具体的な取り組みは把握できていませんが、各社にて社員に対し環境教育を行っており、オフィスにおける省エネルギーが進んでいるものと考えています。

【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
2022 年度実績	449.95	52.98	3,716.19	0.29	36,78.90
2023 年度以降	32,700.24	4,587.08	29.65	380.23	37,697.00

【2023 年度以降の取組予定】

（今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素）

引き続き、上記の取組を実践していくことで、低炭素社会への貢献を行っていく必要があり、また可能な限りアンケート等で各社のオフィスにおける省エネルギーの進捗状況をモニタリングしていきます。

(2) 物流における取組

【物流における排出削減目標】

☐ 業界として目標を策定している

☒ 業界としての目標策定には至っていない

(理由)

当協会の会員企業は様々な業態から構成されており、運輸部門における排出削減の取組をまとめて計測することが困難となっております。

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

対策項目	実施率（有効回答企業数 ¹² ）						
	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
物流資材の簡素化	88.9%	100% (4 社)	100% (7 社)	100.0% (6 社)	100.0% (4 社)	100.0% (6 社)	100.0% (6 社)
多頻度小口配送や 短リードタイムの 改善	85.7%	100% (3 社)	100% (5 社)	100.0% (4 社)	100.0% (2 社)	100.0% (3 社)	100.0% (5 社)
通い箱等の活用	92.9%	100% (7 社)	100% (8 社)	100.0% (7 社)	100.0% (5 社)	100.0% (4 社)	100.0% (6 社)

【エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績】

☐ 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)

当協会の会員企業は様々な業態から構成されており、運輸部門における排出削減の取組をまとめて計測することが困難となっております

¹² 2017 年度実績より、各項目の有効回答企業数の記載を開始しました。

【2022 年度の取組実績】

（取組の具体的事例）

対策項目	取組内容
物流資材の簡素化	- 低温物流においてカゴ車での保冷マテハンで配送していたが、輸送トラックから店舗売場引込みによりカートラックやドーリー台車での納品へ変更し、輸送機器の軽量化を実現 - 店舗納品時のダンボール使用の削減と通いの大袋等の使用拡大 - 折りたたみコンテナの利用やハンガー納品によりダンボール使用量を低減 - 青果物イフコ・コンテナの活用
多頻度小口配送やリードタイムの改善	- 冷凍食品の店舗発注回数を見直し、車両積載効率を改善 - 店舗へのオリコンサイズを減らすことで使用比率を高め、車両積載効率を改善 - 商品の DC（在庫保管型物流センター）化を進め、リードタイムの短縮と毎日納品による店舗在庫削減を実現 - 店配送車両の便別納品ボリュームの平準化施策により延べ車両台数を削減 - 仕入先納品ルート of 共同配送化の拡大により車両台数を削減 - 首都圏における物流センターの集約により店舗への納品車両台数を削減 - 遠距離配送の中止など非効率な配送エリアの見直しにより車両台数を削減
通い箱等の活用	リピートボックス（特定荷主用の専用オリコン）の利用を推進し、ダンボール箱の利用を少なくして省資源を図る

（取組実績の考察）

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

【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
2022年度	資材における工夫	物流資材の簡素化（折畳みコンテナ、リサイクル資材等）	業界全体の削減効果は集計が困難であると考えます。
	輸送における工夫	多頻度小口配送や短リードタイムの改善	
		通い箱等の活用	
2023年度以降	同上		

IV. 主体間連携の強化

(1) 低炭素、脱炭素の製品・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 (2022年度)	削減見込量 (2023年度)	削減見込量 (2030年度)
1	環境配慮型商品の開発・販売	業界全体の削減効果は集計が困難であると考えます。		
2	ばら売り・量り売り等の実施			
3	レジ袋の無料配布中止			
4	簡易包装の実施			
5	常温販売の増加			
6	テレビモニターを使用した販促活動の見直し			

(当該製品・サービス等の機能・内容等、削減貢献量の算定根拠や算定の対象としたバリューチェーン／サプライチェーンの範囲)

個々の取り組みにおける特徴・削減見込み量の把握が困難となっております。

(2) 2022 年度の取組実績

(取組の具体的事例)

対策項目	取組内容
環境配慮型商品（再生紙使用商品、LED 等）の開発・販売	・ プライベートブランドのもとで環境配慮型商品を展開（総合スーパー） ・ 再生トレイにより資源を有効活用（総合スーパー） ・ カーボン・オフセット付きシューズの開発・販売（総合スーパー） ・ 再生紙使用商品の販売（食料品スーパー）
レジ袋の削減（無料配布の中止、インセンティブ付与）	・ レジ袋辞退時に購入代金から割引（総合スーパー） ・ レジ袋辞退時に会員ポイントカードにポイント付与（食料品スーパー） ・ 産学協同プロジェクトにて大学とオリジナルエコバッグを共同開発（食料品スーパー） ・ マイバスケットの拡販（食料品スーパー）
簡易包装の実施	・ ギフトの簡易包装を推進（総合スーパー、食料品スーパー）



ハンドソープ（店舗の使用済み揚げ油の精製）



トイレトペーパー（再生紙 100%）



培養土（食品残渣の使用）



食品パッケージ（水性グラビア印刷の適用）

図 5 総合スーパーの取組事例 プライベートブランドでの環境配慮型商品の展開¹³

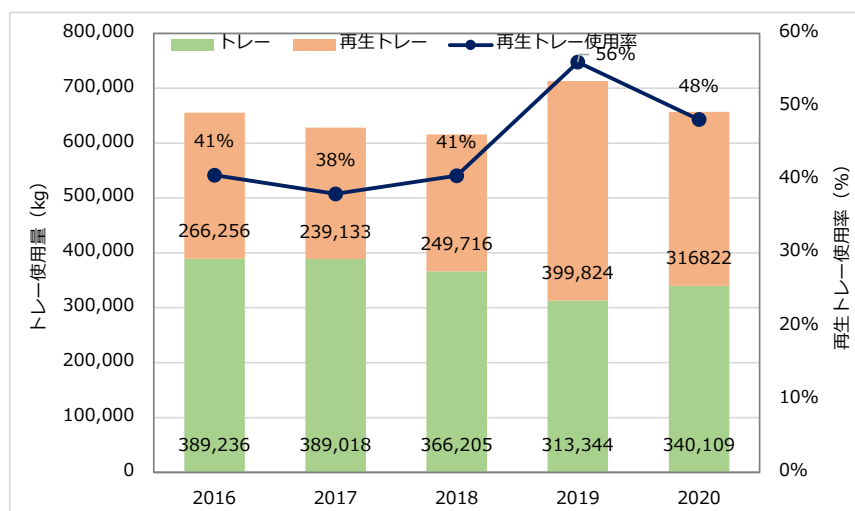


図 6 総合スーパーの取組事例 再生トレーの使用による資源の有効活用¹⁴

¹³ 出所：ユニー株式会社 eco!on (<https://www.uny.co.jp/shopping/ecoon/living/index.html>)

¹⁴ 出所：イズミヤ株式会社 環境活動報告 2021 (https://www.izumiya.co.jp/wp-content/uploads/2021/09/izumiyaCSR2021_all.pdf) に基づき作成

(3) 家庭部門、国民運動への取組み

【家庭部門での取組】

お客さまに環境問題に関心を持っていただき、実際の行動に移してもらうための取り組みを継続しています。個別企業の取組事例については、以下のようなものが挙げられます。

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

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

【国民運動への取組】

- COOL CHOICE への参加
 - 75 店舗において電気自動車の充電スタンドを設置。うち、普通充電スタンド 112 台、急速充電スタンドが 4 台（総合スーパー）
 - ライトダウンキャンペーンへの参加（総合スーパー）
- その他
 - 全国各地において、お客様とともに店舗周辺や公園、河川敷、公共施設等で清掃活動を実施（総合スーパー）

(4) 森林吸収源の育成・保全に関する取組み

- 森林整備活動において、植樹活動やお客様の植樹体験ツアーを実施（食料品スーパー）

(5) 2023 年度以降の取組予定

（2030 年に向けた取組）

（2050 年カーボンニュートラルの実現・トランジションの推進に向けた取組）

V. 国際貢献の推進

(1) 海外での削減貢献の概要、削減見込量及び算定根拠

(削減貢献の概要、削減貢献量の算定根拠)

- 会員企業の国際的な排出削減の取り組みについて定量的な把握は行っておりませんが、今後も引き続き海外店舗出店時や二国間クレジットの取り組み等の事例収集に努めます。

(2) 2022 年度の取組実績
(取組の具体的事例)

(取組実績の考察)

(3) 2023 年度以降の取組予定
(2030 年に向けた取組)

(2050 年カーボンニュートラルの実現・トランジションの推進に向けた取組)

●RE100 に関する取組 (再掲)

再生可能エネルギーを推進する国際イニシアチブ「RE100」に加盟した会員企業が見られます (2021 年 3 月現在、加盟企業のうち 3 社が当協会の会員企業、うち 1 社は親会社が加盟)。

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

●SBT 認定取得 (再掲)

2021 年度時点で Science Based Targets (SBT : パリ協定の 2°C 目標達成に向けた国際イニシアチブ) にて温室効果ガス排出削減目標を公表している会員企業 (大手総合スーパー) は 2 社となっています。そのうち 1 社では 2030 年までに日本国内の総合スーパー (GMS) で使用する電力の 100% を再生エネルギーとするとしています。

(4) エネルギー効率の国際比較

VI. 2050 年カーボンニュートラルに向けた革新的技術（*）の開発

* トランジション技術を含む

（１）革新的技術（原料、製造、製品・サービス等）の概要、導入時期、削減見込量及び算定根拠

	革新的技術・サービス	導入時期	削減見込量
1	省エネ型照明（LED 等）の導入	—	従来型蛍光灯から高効率蛍光灯、LED へ変更した場合、約 58%～84%の消費電力を削減可能。
2	省エネ型空調設備の導入	—	
3	省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入	—	
4	効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入	—	
5	再エネ発電設備（太陽光発電、風力発電等）の導入	—	

（技術・サービスの概要・算定根拠）

高効率照明の導入による消費電力の削減効果については、環境省が実施している「あかり未来計画」より抜粋しています。（参考 URL：<http://ondankataisaku.env.go.jp/coolchoice/akari/build/index.html>）

（２）革新的技術（原料、製造、製品・サービス等）の開発、国内外への導入のロードマップ

最新の技術が用いられた機器の導入等については、個々の企業において新規開店時や改装時に、可能な範囲で実施していくことが望ましいと考えます。

（３）2022 年度の実績

（取組の具体的事例）

対策項目	取組内容
省エネ型照明（LED 等）の導入	「Ⅱ. 国内の企業活動における削減実績（５）実施した対策、投資額と削減効果の考察」にて記載したとおりです。
省エネ型空調設備の導入	
省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入	
効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入	
再エネ発電設備（太陽光発電、風力発電等）の導入	- 太陽光パネルの設置（食料品スーパー） - PPA 契約による太陽光パネルの設置（総合スーパー） - オフサイト PPA による RE100 の実現（総合スーパー）
その他	- CO₂ 排出係数を意識しつつ新電力会社から電力を購入。毎年、購入先の見直しを実施（総合スーパー） - グループ会社の新電力事業者を介し再エネ電力を直接調達（総合スーパー） - 屋根遮熱塗装の実施（総合スーパー）

（４） 2023 年度以降の取組予定

（2030 年に向けた取組）

今後も引き続き上記の取組を継続していきます。

（2050 年カーボンニュートラルの実現・トランジションの推進に向けた取組）

（５） 革新的技術・サービスの開発に伴うボトルネック（技術課題、資金、制度など）

（６） 想定する業界の将来像の方向性（革新的技術・サービスの商用化の目途・規模感を含む）

（2030 年）

（2030 年以降）

VII. 情報発信

(1) 情報発信（国内）

① 業界団体における取組

取組	発表対象：該当するものに「○」	
	業界内限定	一般公開
協会公式ホームページによる取組状況の公開 (https://www.jcsa.gr.jp/topics/environment/approach.html)		○
フォローアップの結果の会員への伝達	○	

<具体的な取組事例の紹介>

- ・ 低炭素社会実行計画の目標達成に向けた方針の紹介（協会公式ホームページ）
- ・ 店舗での節電の取組に関する情報発信（協会公式ホームページ）
- ・ レジ袋削減や容器包装の簡素化・減量化・リサイクルの取組に関する情報発信（協会公式ホームページ）

地球温暖化防止のための目標

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

基本3原則

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

地球温暖化の防止

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

など

取り組みの内容

循環型経済社会の構築

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

など

取り組みの内容

図 7 低炭素社会実行計画の目標達成に向けた方針の紹介¹⁵

¹⁵ 出所：日本チェーンストア協会 日本チェーンストア協会の環境問題への取り組み <https://www.jcsa.gr.jp/topics/environment/approach.html>



図 8 店舗での節電の取組に関する情報発信¹⁶

会員企業におけるレジ袋無料配布の中止に関する取り組み

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

レジ袋の無料配布中止の実施状況

実施店舗数32社 2,615店舗（42都道府県）

・平成31年3月末時点 ※会員企業直営店舗での実施

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



(参考) キャッシュバック実施店舗数

実施店舗数18社 1,226店舗（23都府県）

・平成31年3月末時点 ※会員企業直営店舗での実施

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

図 9 レジ袋無料配布中止の取組に関する情報発信¹⁷

¹⁶ 出所：日本チェーンストア協会 みんなで支えようニッポン 節電への取り組み <https://www.jcsa.gr.jp/minnadesasaeyou/html/setsuden.html>

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

② 個社における取組

取組	発表対象：該当するものに「○」	
	企業内部	一般向け
CSR 報告書の発行やホームページで CO ₂ 削減の取組について発信	○	○
評価機関や中長期投資家との直接対話・情報提供、及びシンポジウムでの講演を通じて、ESG への取り組みについて発信	○	○

<具体的な取組事例の紹介>

③ 学術的な評価・分析への貢献

(2) 情報発信(海外)

<具体的な取組事例の紹介>

(3) 検証の実施状況

① 計画策定・実施時におけるデータ・定量分析等に関する第三者検証の有無

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

② (①で「業界独自に第三者（有識者、研究機関、審査機関等）に依頼」を選択した場合)
団体ホームページ等における検証実施の事実の公表の有無

☐ 無し	
☐ 有り	掲載場所：

(4) CO₂ 以外の温室効果ガス排出抑制への取組み

VIII. 国内の事業活動におけるフェーズⅡの削減目標

【削減目標】

(2022 年 7 月策定)

店舗ごとのエネルギー原単位の平均値において、2030 年度の目標を基準年度（2013 年度：0.0900 kWh/m²・h）比 5.1%の削減（0.0854kWh/m²・h）とし、達成に向けて努力していきます。この目標については 2020 年 4 月時点の会員企業 56 社を前提としています。なお、エネルギー原単位は、二次エネルギー消費量の換算値としております。

$$\text{エネルギー原単位 (kWh/m}^2\cdot\text{h)} = \frac{\text{エネルギー消費量 (kWh)}}{\text{延床面積 (m}^2\text{)} \times \text{営業時間 (h)}}$$

【目標の変更履歴】

2015 年 7 月に、2013 年 10 月策定の「店舗におけるエネルギー原単位（延床面積×営業時間当たりのエネルギー使用量）を目標年度（2020 年度）において基準年度（1996 年度）比 15%削減する」より上記目標への変更を実施しました。

2021 年 7 月に、目標水準の基準年度を 2013 年度とし、2030 年度における店舗ごとのエネルギー消費原単位の平均値（二次エネルギー換算値）を、基準年度（2013 年度：0.0900 kWh/m²・h）比 5.1%削減といたしました。これは 1996 年度基準（0.118kWh/m²・h）で 27.6%削減となり、改定前の 24%削減に比べて実質的な目標引き上げとなります。

【その他】

【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）

昨年度見直しを実施したばかりであるため。

【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）

連続して目標水準を上回った場合に見直しを検討する。

(1) 目標策定の背景

当業界におけるエネルギー消費量は、会員企業の入退会に伴う会員数の変化やお客様のニーズに伴う事業の変化等の変動要素が多く、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立たないものと考えます。

これを踏まえ、2030年度の目標水準は、フェーズⅠに当たる2014年度から2020年度の7ヶ年の平均エネルギー削減率を維持した時の消費原単位（0.0854 kWh/m²・h）としています。

(2) 前提条件

【対象とする事業領域】

会員企業の店舗（標準産業分類コード「57 織物・衣服・身の回り品小売業」「58 飲食料品小売業」に該当する店舗）を対象とします。

【2030年の生産活動量の見通し及び設定根拠】

＜生産活動量の見通し＞

当協会においては、エネルギー原単位削減を目標としています。また、会員企業の入退会やお客様ニーズに合わせた店舗の営業形態の変更等もあり、生産活動量の見通し設定が困難となっております。

＜設定根拠、資料の出所等＞

【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（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 ☐ 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） ＜業界団体独自の排出係数を設定した理由＞
その他燃料	☐ 総合エネルギー統計（〇〇年度版） ☐ 温暖化対策法 ☐ 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） ☐ その他 ＜上記係数を設定した理由＞

【その他特記事項】

特になし

(3) 目標指標選択、目標水準設定の理由とその妥当性

【目標指標の選択理由】

当協会では、会員企業の入退会や新規出店および閉店等により店舗数の増減があるため、全体でのエネルギー消費量を制限することよりも生産活動量当たりのエネルギー消費量を削減することが適切であると考えます。生産活動量の指標の候補としては、年間販売高、延床面積、営業時間が挙げられますが、年間販売額は経済的な要因による変動が大きいとため、延床面積×年間営業時間とすることとしました。

【目標水準の設定の理由、2030 年政府目標に貢献するに当たり自ら行いうる最大限の水準であることの説明】

<選択肢>

- 過去のトレンド等に関する定量評価（設備導入率の経年的推移等）
- ☐ 絶対量/原単位の推移等に関する見通しの説明
- ☐ 政策目標への準拠（例：省エネ法 1%の水準、省エネベンチマークの水準）
- ☐ 国際的に最高水準であること
- ☐ BAU の設定方法の詳細説明
- ☐ その他

<2030 年政府目標に貢献するに当たり最大限の水準であることの説明>

当協会は会員企業が主として行う事業が食料スーパーやホームセンター等それぞれ業態や規模が異なっており、店舗における設備・機器の構成に大きな違いがあることから、店舗ごとのエネルギー原単位の差や経年変動は、他の業界に比較して大きなものとなっています。

また、会員企業は冷凍・冷蔵する食料品の多様化や店内調理の増加等、お客様のニーズに対して様々なサービスの提供が求められています。こうしたこともエネルギー原単位への大きな変動要因となります。

こうした2つの要件があることから、会員企業の入退会に伴う会員数の変化やお客様のニーズに伴う事業の変化等については、現時点では予測が困難となっており、エネルギー原単位の将来的な見通しは立てられず、会員構成等の変動によっては目標数値の変更も考えられます。

一方、当協会においては、使用するエネルギーの大多数を電力が占めており、主なものとしては、空調、冷凍冷蔵機器、照明の3種類となります。このうち空調に関しては以前よりクールビズ・ウォームビズに取り組む等適正な温度設定に努めており、また、空調の温度調整を過度に行うことにより、冷凍冷蔵機器が設定温度を保つために作動することもあって、結果として電力使用が増えてしまうという事実もあること等から、空調の使用に關しての削減余地はあまりないと言えます。

また、冷凍冷蔵機器については、食品衛生法で保存温度に定めがあり（例えば、食肉は 10℃以下、冷凍食品は -15℃以下等）、現状、法令の上限の温度で管理することで節電を行っていますが、お客様の安全・安心の確保という観点からは、上限よりも少し温度を下げた状態での管理をする必要があるとの声も聞かれているため、これ以上の電力削減効果は難しい状況にあると言えます。

照明に関しては、LED 化が各社で進んでおり、一定の効果も認められること、現時点で照明に関しては一番有効な手法と考えられることから、今後も LED 照明への転換が進んでいくものと思われます。しかし、導入時に得られた効果は継続的に発生しますが上乗せがなされるものではないことや、投資が必要なこともあり、景気の状態によっては転換の速度が遅くなる可能性もあること、現状、間引きにより節電を行っている店舗もお客様の安全の確保のため間引きの中止を検討するケースも考えられます。

以上の業界の特性を踏まえ、当協会におけるエネルギー消費実態は不確定要素が多く、エネルギー原単位についても今後大きく削減できる見通しが立たないことから、2030 年の目標については、フェーズ I に当たる 2014 年度から 2020 年度の 7 ヶ年の平均エネルギー削減率を継続した場合の値 (0.0854 kWh/m²・h) としました。

【BAU の定義】 ※BAU 目標の場合

<BAU の算定方法>

<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）

☒ 実施していない

（理由）

当協会の会員企業は様々な業態から構成されており、比較分析が困難となっております。

【導入を想定しているBAT（ベスト・アベイラブル・テクノロジー）、ベストプラクティスの削減見込量、算定根拠】

<設備関連>

対策項目	対策の概要、BATであることの説明	削減見込量	普及率見通し
省エネ型照明（LED等）の導入	店舗照明を蛍光灯等からLED等の省エネ型照明への切り替え。	業界全体の削減効果は集計が困難であると考えます。	100%
省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入	自然冷媒を用いた冷蔵・冷凍設備や冷氣漏れを防ぐ扉付きの冷蔵・冷凍設備の設置、冷氣漏れを防ぐナイトカバーの設置。		100%
効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入	BEMSやスマートメーター等の利用により、電力使用量をモニタリングし、一定のレベルに維持。		100%

（各対策項目の削減見込量及び普及率見通しの算定根拠）

「エラー！ 参照元が見つかりません。 エラー！ 参照元が見つかりません。エラー！ 参照元が見つかりません。」にて報告したBAT・ベストプラクティスの導入進捗状況と同様、アンケート調査を通じて、各項目に関する今後の実施予定をヒアリングしました。普及率見通しは、該当項目に回答した会員企業のうち1件以上「実施予定」と回答した企業の割合により算出しています。

（参照した資料の出所等）

今年度実施したアンケートの各社の回答内容となります。

<運用関連>

対策項目	対策の概要、BATであることの説明	削減見込量	普及率見通し
照明調整（間引き、点灯消灯時間調整、人感センサー等）	こまめな消灯・明るすぎない照明環境を実現。	業界全体の削減効果は集計が困難であると考えます。	100%
冷蔵・冷凍設備の設定温度の調整	冷凍冷蔵庫を過剰に冷やしすぎないことで電力使用量を低減。		100%

（各対策項目の削減見込量及び実施率見通しの算定根拠）

BAT・ベストプラクティスの導入進捗状況と同様、アンケート調査を通じて、各項目に関する今後の実施予定をヒアリングしました。普及率見通しは、該当項目に回答した会員企業のうち1件以上「実施予定」と回答した企業の割合により算出しています。

（参照した資料の出所等）

今年度実施したアンケートの各社の回答内容となります。

<その他>
特になし

(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

当協会の会員企業は様々な業態から構成されており、工程・分野別・用途別におけるエネルギー消費実態の整理が困難となっています。