

ホームセンター業界における地球温暖化対策の取組 ～カーボンニュートラル行動計画2022年度実績報告～

2024年2月

一般社団法人日本DIY・ホームセンター協会

目 次

- 0. 昨年度審議会での評価・指摘事項
- 1. ホームセンター業の概要
- 2. 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
- 3. 2022年度の実績
- 4. BAT、ベストプラクティスの導入推進状況
- 5. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献
- 6. 海外での削減貢献
- 7. 革新的な技術開発・導入
- 8. その他の取組
- 9. 参考資料

0. 昨年度審議会での評価・指摘事項

- 昨年度フォローアップWGにおける進捗評価
 - 主なコメント・指摘（助言）事項
 - ①カバー率の向上（業界内への更なる浸透）
 - ②2030年度削減目標水準の見直し（引上げ）
 - ③高効率照明の導入（交換）に関する把握
 - ④運輸部門における困り事の把握
 - ⑤太陽光発電設備の導入に関する把握
 - ⑥参加企業数の推移図追加
 - 課題
 - ①カバー率の向上（業界内への更なる浸透）
 - ②業界内や消費者に向けた情報発信・連携
- 指摘を踏まえた今年度の改善・追加等
 - 検討結果等
 - ①2030年度削減目標水準について、見直し（引上げ）を行った。
 - ②未参加企業への参加を促した。
 - ③高効率照明の導入（交換）について、把握に努めた。
 - ④運輸部門における困り事（想定される影響例）について、把握に努めた。
 - ⑤太陽光発電設備の導入店舗数について、把握に努めた。
 - ⑥調査票に参加企業数の推移図を追加した。

1. ホームセンター業の概要

- ・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）

- ・業界の市場規模（推計）

- － 売上高：約4.0兆円 店舗数：約4,900店舗

- ・業界の現状

- － 業界内の企業数は減少傾向が見られる一方、店舗数や売場面積は増加傾向にある。

- － 行政機関等から業界に対して、環境分野のみならず、製品（消費者）安全、防犯・防災、地域貢献等、社会・経済上の幅広い分野に係る要望（要請）や協力依頼が見られる。

- ※特に近年、防災関連や環境配慮型の各種商品の提供を通じ、またコロナ下の感染予防や“巣ごもり”需要に伴う販売動向等も見られ、サプライチェーンの一員としてホームセンターの社会的な役割（機能）に期待が寄せられている。

2. 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

- ・目標指標：エネルギー消費原単位

- ・2030年 2023年6月改定

店舗における生産量当たりのエネルギー消費量（エネルギー消費原単位）を2013年比で25%削減する。

- ・従前の目標との差異

特になし（継続性を重視）

- ・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。

- ・前提条件

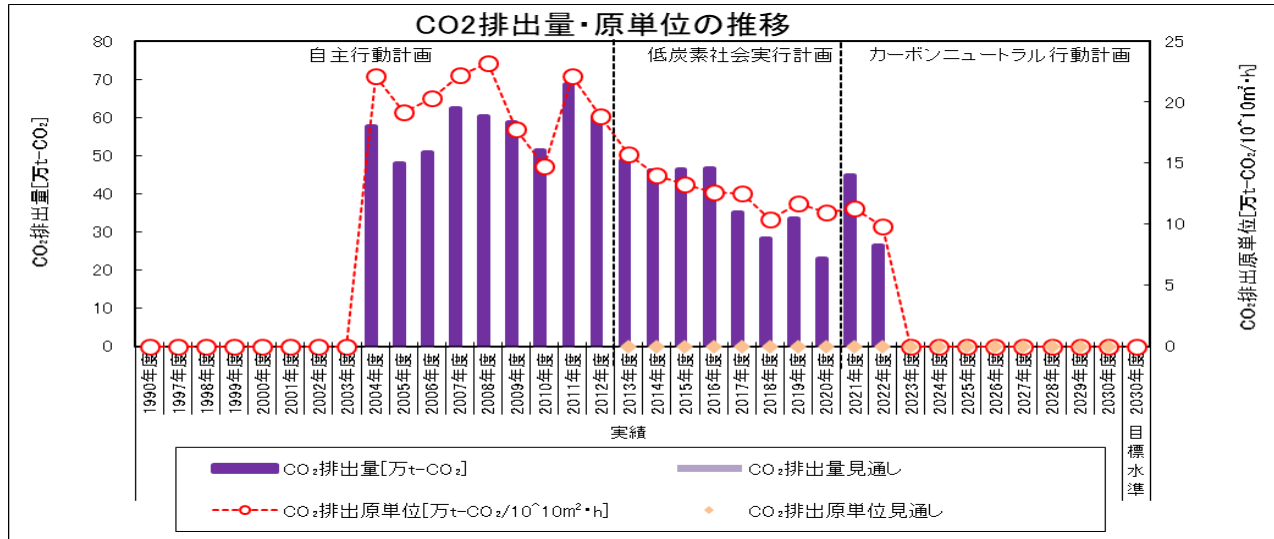
流通小売業（ホームセンター業）として、業務部門（店舗等）を事業対象領域とする。

- ・目標水準設定の理由とその妥当性

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。目標策定の背景や取扱商品・店舗構造（販売形態）等の業界特性、省エネ法による削減目標（毎年1%の削減）を鑑み、目標水準を設定していることから、現状では業界動向を把握する上で妥当性を有している。

3. 2022年度の取組実績

- 2021年度の実績値
 - 生産活動量（単位： $\times 1010\text{m}^2\cdot\text{h}$ ）：2.691（基準年度比▲12.7%、2021年度比▲32.3%）
 - CO₂排出量（単位：万t-CO₂）：26.35（基準年度比▲45.9%、2021年度比41.2%）
 - CO₂原単位（単位：108kg-CO₂/1010m²・h）：0.9793（基準年度比▲38.0%、2021年度比▲13.4%）
 - 2013年度比の排出量削減率：▲46.0%



【要因分析】

CO₂排出量について、参加企業数は前年度と比べて増加したものの、前年度と比べて減少した。この要因としては、参加企業が前年度と同一ではないことに加え、事業規模が大きい企業の参加有無によるところの他、各社の省エネ努力や生産活動量の変化によることが大きいと推測される。エネルギーや原材料価格の高騰、コロナ下の事業活動等を考慮しつつも、企業における取組効果は大きいと思われる。また、エネルギー消費量も同様に考察される。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。

- 排出量増減の理由
 - 生産活動量やエネルギー消費量の変化（増加）等
- 達成・進捗率
 - 126.7%
- 目標達成に向けた今後の進捗率の見通し・課題
 - 今回の進捗率については、参加企業の変化や店舗運営の実情等から、生産活動量やエネルギー消費量が減少し、前年度と比べ、進行した。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、次回以降の進捗率の見通しを立てることは困難である。また、今年度改定した目標水準の見直し（引上げ）では、進捗率との関係にも留意していく必要があると思われる。

4. BAT、ベストプラクティスの導入推進状況

B A T、ベストプラクティスの導入推進状況（2022年度実績・参加企業中）

（１）BAT・ベストプラクティス等

①高効率照明（LED）の交換（更新）

8社（50.0%） ※交換済及び交換予定

②太陽光発電設備の導入

※導入状況・普及率：6社（37.5%）

（２）考察等

高効率照明については、以前より対応が進んでいる中、引き続き、各社の意識は高く、環境配慮や自社の経営効率において、重視されていると思われる。また、太陽光発電設備については、店舗建屋の物理的な形状や日照条件を踏まえ、同設備が設置しやすい環境にもあることやエネルギー価格高騰等により、各社の意識は高く、今後も自家消費型設備の導入が見込まれる。

5. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献

低炭素製品による家庭部門への貢献

【主な低炭素製品の販売例】

①照明関係

- ・高効率照明器具（LEDシーリングライト）

②水回り関係

- ・節水用器具等（節水シャワーヘッド、節水トイレ）

③その他

- ・省エネ型給湯器
- ・充電式園芸機械（非エンジン式の草刈り機・チェーンソー）
- ・ポータブル電源（充電・ソーラーパネルからの給電）
- ・エアコン室外機カバー（日除けパネル）
- ・遮熱カーテン 等

6. 海外での削減貢献

	海外での削減貢献	削減実績 (2022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

—

7. 革新的な技術開発・導入

	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

—

8. その他取組（1）

- 業務部門での取組
 - 目標：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)
＜2030年＞（2023年6月改定）
目標年度（2030年度）において、基準年度（2013年度）比25%の削減を目指す。
※各社に対して、情報提供（フォローアップ調査のフィードバック）や経済産業省（産業構造審議会WG）ホームページ等の紹介を行い、各社の取組や意識向上に向けた働きかけを図っている。
- 運輸部門での取組

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は策定していないものの、準荷主ガイドラインの周知をはじめ、同ガイドラインに基づいた省エネの取組について確認し、引き続き、運輸部門における取組への意識向上を目指した。また、参加企業では運輸部門での各種取組に努めている一方、運輸部門での困り事（想定される影響例）が見られた。

 - ①準荷主ガイドラインに基づいた省エネの取組例
 - ・「発注頻度・発注ロットの見直し」と「発注量の平準化・最適化」への取組が最も多く、「リードタイムの見直し」、「計画的荷おろし」の取組も行われている。この他、検討中の企業も「発注頻度・発注ロットの見直し」と「発注量の平準化・最適化」に次いで多く見られたことから、今後は、荷主としての省エネ取組がより進むものと思われる。
 - ・連結トラックの導入が図られている他、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各社では環境配慮と業務効率・コストを両立した各種取組が行われている（取組例）
 - ・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）
 - ・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（ダブル連結トラックの運行、発注頻度・ロットの見直し、混載による集荷、共同配送等）

8. その他取組（2）

- 情報発信の取組例

- － 業界団体

- 会員各社向け環境資源に関する情報提供（環境関連情報等）
 - 協会ＨＰと各社ＨＰのリンクにより、各社の取組等について幅広く周知している
 - 業界内における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)の普及促進を進めることで、取引業務での伝票類のペーパーレス化等を図り、環境配慮型の業務活動の実現を目指している
 - カーボンニュートラル行動計画フォローアップ調査結果（進捗状況）を会員各社へフィードバック
 - 外部機関（行政機関等）との協力（連携）体制の構築（消費者等への働きかけ）

- － 個社

- 自社の「くみまち構想」内の環境活動として定期的にリリースしている
 - 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同社としてのカーボンニュートラル行動計画への取組事例（低炭素製品の販売等）を掲載している他、同計画への取組をパンフレットにして配布、また店頭にポスター掲示 等

【参考事例】 家庭部門、国民運動、森林吸収源の育成・保全への取組例

【家庭部門での取組】

①一般家庭に向けた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
- ・自治体と協働のもと、店頭にてエコ活を推進するイベントを実施
- ・「手の中のエコキャンペーン」を実施 等

【国民運動への取組】

①植林・緑化活動等の環境関連のボランティア実施（自治体等との環境事業連携）

- ・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
- ・再造林活動での間伐材を使用した製品（エシカル消費商品）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
- ・脱炭素先行地域計画内での取組連携
- ・電力会社窓口の節電キャンペーンおよびデマンドレスポンスへの参画
- ・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
- ・自社チラシやホームページに節電家電の特集を掲載 等

②消費者や学童向け環境教室やセミナーの開催

- ・一部店舗にて「くみまち学校」を開催し、SDG s 関連の勉強会等を実施
- ・地元の大学と協働のもと、環境をテーマにしたイベントを店頭にて実施
- ・化石燃料に頼らないエネルギーを活用した取り組みを一般消費者向けに紹介、推進するイベントの実施
- ・キット販売 等

【参考事例】 家庭部門、国民運動、森林吸収源の育成・保全への取組例（続き）

③その他

- ・廃棄物（ストレッチフィルム、木材、PPバンド等）の再生、再利用を実施
- ・堺市実施の使い捨てプラスチック削減キャンペーンに協力（同自治体と使い捨てプラスチック削減協定も締結）
- ・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
- ・店舗・物流センターで発生した古紙を回収し、原紙に再生後、段ボールを製造し当社で販売する梱包用段ボール及び店舗での植物販売用苗トレイなどとして販売、活用
- ・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、ホームセンター17店舗中13店舗に設置（新店1店舗にも設置予定）
- ・資源ごみ回収にご協力いただいたお客様に、自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、新たな資源に再生
- ・商品制作過程で出た端材をパックにしたものを自社オリジナル商品として販売
- ・全店舗において小型家電引取サービス（無料）を実施
- ・カゴ車による商品回収（委託）の実施店舗を減らし、ルート回収を行うことで回収車の運行効率化
- ・自社従業員に対して在宅勤務を推奨
- ・本社部門における在宅勤務の導入 等

【森林吸収源の育成・保全に関する取組】

- ・「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
- ・一部店舗において地元森間伐材を薪（商品）として販売
- ・和歌山県が推進する「企業の森」事業を活用し、自社従業員と地元森林組合が合同で森林保全活動（植栽・下草刈り等）を実施
- ・自治体、グループ会社、NPO法人等の植樹活動に参加
- ・間伐材を有効活用した商品の開発、販売を通じた育林活動への賛助等の取組を継続的に実施
- ・間伐材を利用したボールペンを積極的に販売 等