

2050 年カーボンニュートラルに向けたホームセンター業界のビジョン (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)

計画参加(調査回答)企業数や店舗数の変動、また各社の事業活動の長期的な方向性等、業界内における不確定要素により、2050 年のビジョンを立てることは困難である。

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

		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	基準年度(2013 年度)比 25%の削減を目指す。
	設定の根拠	<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. 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組みの内容、2030 年時点の削減ポテンシャル)		会員各社との主体間連携の強化を図り、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。また、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。
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 年時点の取組み内容、海外での削減ポテンシャル)		特になし。
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)		特になし。
5. その他の取組・特記事項		会員各社の取組状況等を把握していくとともに、行政機関等における環境対策に関する施策・助成や、業界内の取組状況等に関する情報発信を推進していくことで、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、今年度(2023 年度)、見直し(引上げ)を実施した。

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）

- ・ 2030 年度削減目標水準について、見直し（引上げ）を行った。
- ・ 未参加企業への参加を促した。
- ・ 高効率照明の導入（交換）について、把握に努めた。
- ・ 運輸部門における困り事（想定される影響）について、把握に努めた。
- ・ 太陽光発電設備の導入店舗数について、把握に努めた。
- ・ 調査票に参加企業数の推移図を追加した。

□ 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）

ホームセンター業における地球温暖化対策の取組み

2023 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)

当業界は、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（流通小売業）。1972 年、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している。なお近年では、防災関連や環境配慮型の各種商品の提供を通じ、またコロナ下での感染予防や“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) 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）】

※当協会加盟企業数 45 社中、計画参加企業 16 社

【生産活動量を表す指標の名称、それを採用する理由】

特になし。

【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)

複数の業界団体に所属する会員企業はない。

□ 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。

(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	—	団体加盟 企業数	45社※2	計画参加 企業数	16社 (35.6%)※3
市場規模	売上高40,150億円 ※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13,209億円 (32.9%)※4

エネルギー消費量	—	団体加盟企業エネルギー消費量	—	計画参加企業エネルギー消費量	0.5899 ($\times 10^9$ 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(2023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

(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)

(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(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(20年度)	2022年度 実績	2030年度 見通し
企業数	31.3%	25.8%	—	35.6%	35%
売上規模	15,565億円	13,453億円	—	13,209億円	—
エネルギー消費量	0.9792	0.7592	—	0.5899	—

(カバー率の見通しの設定根拠)

現時点(2023年8月末現在)における会員数は45社(前年同時期比2社減)となっている。今後の社会経済情勢や経営環境の変化等により、引き続き会員数や計画参加社数の変動が予想される。2022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
2022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	有/無
	参加呼びかけ(役員会)	有/無
	調査開始の時期やタイミングの考慮	有/無
	協会事務局からの働きかけ(電話等による直接依頼)	有/無

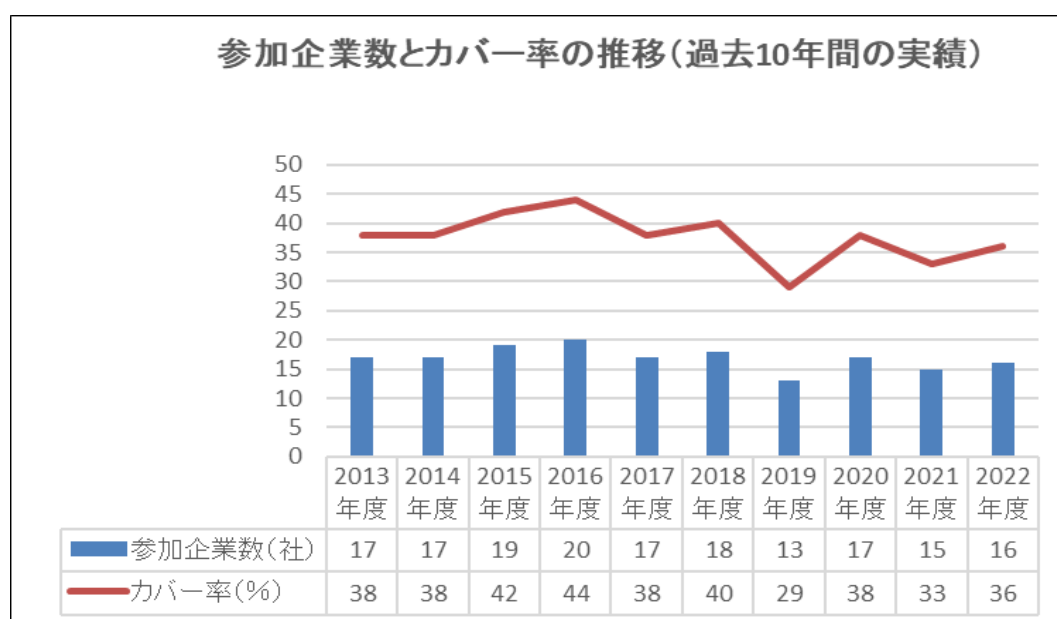
2023年度以降	取り組み状況(フォローアップ調査結果)等の情報共有	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無
	参加呼びかけ(役員会)	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無
	調査開始の時期やタイミングの考慮	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無
	協会事務局からの働きかけ(電話等による直接依頼)	<input checked="" type="radio"/> 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。

※参考

参加企業数とカバー率の推移図(過去10年間の実績)



(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	<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）	2023年8月実施の加盟会員企業45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32.9%）
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）	2023年8月実施の加盟会員企業45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32.9%）
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）	2023年8月実施の加盟会員企業45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32.9%）

【アンケート実施時期】

2023 年 8 月

【アンケート対象企業数】

45 社（業界全体の比率は不明）

【アンケート回収率】

35.6%(45 社中 16 社回答)

II. 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 (2004年度)	2021年度 実績	2022年度 見通し	2022年度 実績	2023年度 見通し	2030年度 目標
生産活動量 ($\times 10^{10} \text{m}^2 \cdot \text{h}$)	2.6	4.0	—	2.7	—	—
エネルギー 消費量 (電力換算万kW h)	134,754.5	100,709.1	—	58,987.8	—	—
電力消費量 (万kWh)	108,801.0	90,797.1	—	53,594.5	—	—
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	57.6 ※1	45.0 ※2	— ※3	26.4 ※4	— ※5	— ※6
エネルギー 原単位 (kwh/ $\text{m}^2 \cdot \text{h}$)	0.05086	0.0253	—	0.0219	—	0.0210 (基準年度2013 年度:0.0280)
CO ₂ 原単位 (10^8kg-CO_2 / $10^{10} \text{m}^2 \cdot \text{h}$)	22.145	11.306	—	9.793	—	—

【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4	※5	※6
排出係数[kg-CO ₂ /kWh]						
基礎排出/調整後/固定/業界指定	4.18	4.32	—	4.35	—	—
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	<p> <input checked="" type="checkbox"/> 基礎排出係数（発電端／受電端） <input type="checkbox"/> 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"> <input type="checkbox"/> 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） <input type="checkbox"/> 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） <input type="checkbox"/> 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＞ </p>
その他燃料	<p> <input checked="" type="checkbox"/> 総合エネルギー統計（2023年度版） <input type="checkbox"/> 温暖化対策法 <input type="checkbox"/> 特定の値に固定 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 過年度の実績値（〇〇年度：総合エネルギー統計） <input type="checkbox"/> その他 ＜上記係数を設定した理由＞ 本調査では、基礎排出係数に基づき算出していることから、引き続き、同係数の設定を通じて連続性を重視した。 </p>

(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
エネルギー消費原単位	2013年度	▲25%	0.0210

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*
0.0280	0.0253	0.0219	▲21.7%	▲13.4%	87.1%

* 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	26.41万t-CO ₂	▲45.9%	▲41.4%

(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 (参加企業中)	導入・普及に向けた課題
高効率照明(LED)の 交換(更新)	8社(50.0%) ※交換済み及び交換予定	交換(更新)に伴うコスト等との兼ね合いにより、交換のタイミングや交換数が左右されることが予想される。
太陽光発電設備の導入	6社(37.5%)	エネルギー価格高騰や節電等への対策として、自家消費型設備の導入が今後も見込まれているものの、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。

※参考(太陽光発電設備の導入状況・参加企業16社中)

導入済み:7社回答・33店舗、②導入予定:3社回答・96店舗

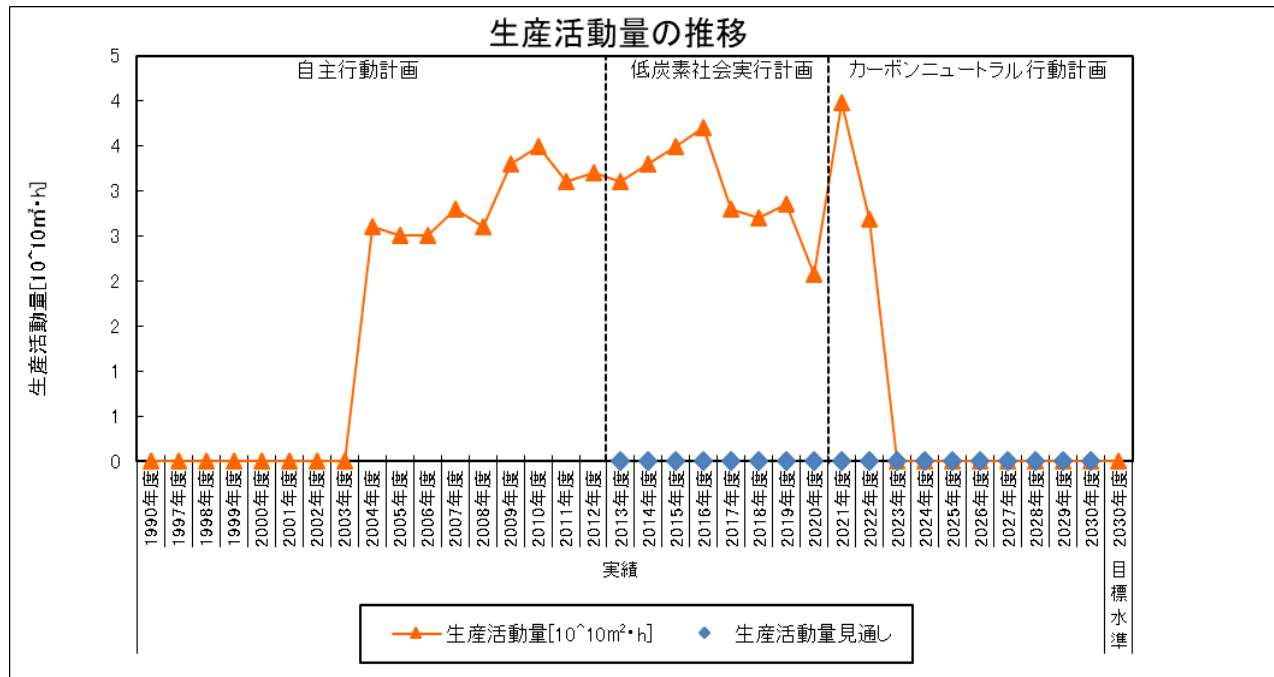
(4) 生産活動量、エネルギー消費量・原単位、CO₂排出量・原単位の実績(経産省 FU)

【生産活動量】

<2022 年度実績値>

生産活動量：2.691 (単位：×1010 m²・h) (基準年度<2013 年度>比▲12.7%、前年度比▲32.3%)

<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。前年度(2021 年度)の大幅な増加に対し、今年度は一転して減少となり、概ね 2020 年度以前の動きに沿った結果となった。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は、全体に対して大きな影響を与えることが推測され、次年度以降も引き続き、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。

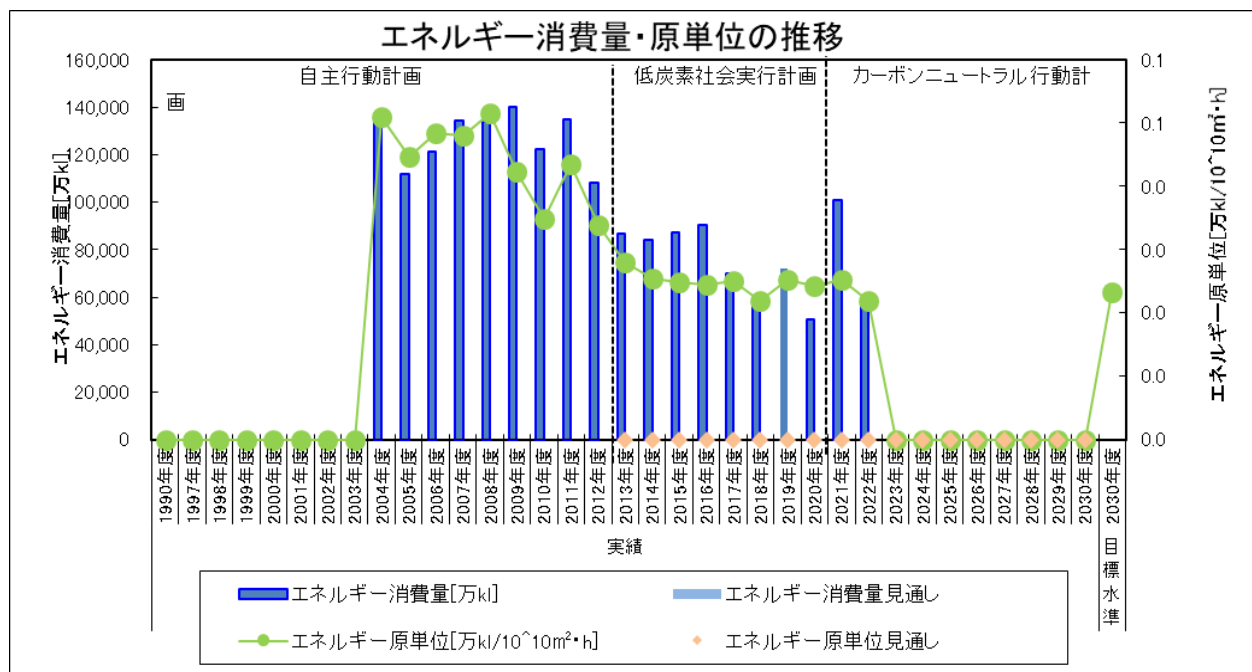
【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

＜2022 年度の実績値＞

エネルギー消費量: 0.5899 (× 10⁹ kWh) (基準年度(2013 年度)比 ▲22.3%、前年度比 ▲41.4%)

エネルギー原単位: 0.0219 (kwh/㎡・h) (基準年度(2013 年度)比 ▲21.7%、前年度比 ▲13.4%)

＜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、2020 年度までは概ね減少傾向となっていたが、2021 年度は大幅な増加となった。2021 年度は、生産活動量と同様、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は、全体に対して大きな影響を与えることが推測される一方、2020 年度と比べると、やや増加した。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、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。次年度以降は、前述の内容をはじめ、新型コロナウイルスの感染症法上の 5 類移行に伴う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。また、エネルギー原単位については、前年度、生産活動量やエネルギー消費量のような大幅な変化は見られなかった他、今年度についてもこれまでのトレンドに沿った動きとなった。参加企業各社とも生産活動量が増えている中、エネルギー消費、特に電力消費の抑制や代替エネルギーの利用等、経営努力や省エネ意識の向上等の努力の結果が数値にあらわれているものと推測される。

＜他制度との比較＞

（省エネ法に基づくエネルギー原単位年平均▲1%以上の改善との比較）

エネルギー原単位の現状について、省エネ法に基づくエネルギー原単位年平均▲1%以上の改善との比較をした場合、業界内の諸事情（生産活動量の増加傾向やカバー率の状況等）が見られるものの、遜色のない状況となっている。

（省エネ法ベンチマーク指標に基づく目指すべき水準との比較）

☐ ベンチマーク制度の対象業種である

＜ベンチマーク指標の状況＞

ベンチマーク制度の目指すべき水準：〇〇

2022 年度実績：〇〇

<今年度の実績とその考察>

■ ベンチマーク制度の対象業種ではない

【CO₂ 排出量、CO₂ 原単位】

<2022 年度の実績値>

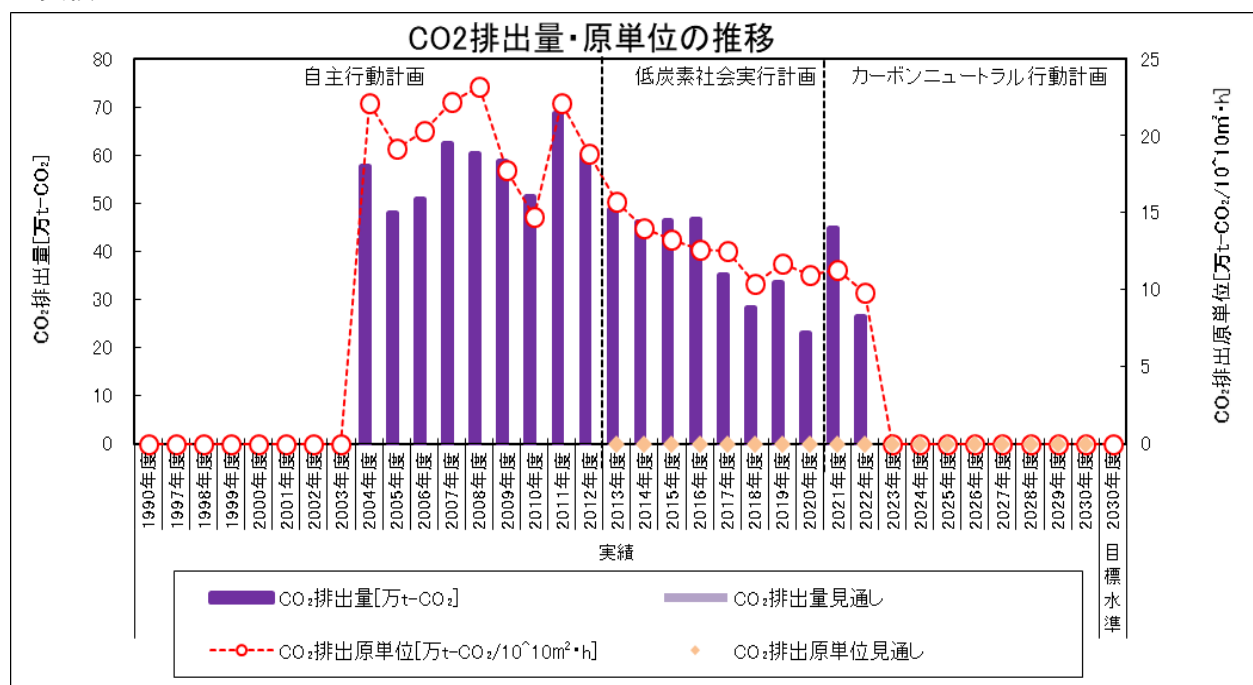
CO₂ 排出量: 26.35 (単位: 万 t-CO₂ 排出係数: 基礎排出)

(基準年度<2013 年度>▲54.2%、前年度比▲41.2%)

CO₂ 原単位: 0.9793 (単位: 10⁸ kg-CO₂/10¹⁰ m²・h 排出係数: 基礎排出)

(基準年度<2013 年度>比▲38.0%、前年度比▲13.4%)

<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、2021 年度は大幅な増加となった一方、今年度は大幅な減少となった。生産活動量やエネルギー消費量と同様の要因により変化が見られたと推測される。また、CO₂ 原単位について、前年度との減少幅は小さいながらも減少が見られた。各社とも様々な温暖化対策に取り組んでいることから、参加企業数や各社の事業規模の大小にかかわらず、一定水準で CO₂ 排出は抑制されており、CO₂ 原単位の動きは業界内の実態により近いと推測される。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、増減傾向の推移に注視していく必要がある。

【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→2022 年度変化分		2021 年度→2022 年度変化分	
	（万 t-CO ₂ ）	（％）	（万 t-CO ₂ ）	（％）
事業者省エネ努力分	▲8.938	▲18.3	▲5.031	▲11.2
燃料転換の変化	▲1.725	▲3.5	▲0.316	▲0.7
購入電力の変化	▲6.645	▲13.6	0.455	1.0
生産活動量の変化	▲5.176	▲10.6	▲13.570	▲30.3

（エネルギー消費量）

	基準年度→2022 年度変化分		2021 年度→2022 年度変化分	
	（万 k l）	（％）	（万 k l）	（％）
事業者省エネ努力分	▲4.018	▲18.9	▲2.228	0.0
生産活動量の変化	▲2.804	▲13.2	▲7.981	0.0

（要因分析の説明）

CO₂ 排出量について、参加企業数は前年度と比べて増加したものの、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ものの他、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。

(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	高効率照明に交換	40,950 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	10,720 万円	—	—
2023 年度 以降	高効率照明に交換	23,905 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	42,100 万円	—	—

【2022 年度の実績】

(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。この他、店舗における高効率照明への取組では、多くの企業で導入・普及が進み、今後は交換(更新)が大きなテーマとなっていくものと考察される。事業規模が大きい企業では、交換へのコスト負担が大きいこと等から、経営投資の中でも大きなウェイトを占めてくると推測される。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やエネルギー価格高騰等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。今後は自社消費費用として導入する企業が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多角的な取組を通じ、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。

【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)

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。また今後は、太陽光発電設備の導入がより進むことが予想される。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）

- ・デマンド監視装置の導入
- ・電力会社のサイトから資料状況をダウンロードし、全店共有化
- ・BEMS 機器導入済み・180 店舗（デマンドコントロール・空調温度制御・消し忘れ防止タイマー・電灯動力量把握）
- ・エナッジ（BEMS の一種でデマンド管理システム）を導入し、電力使用量削減を目標に省エネ活動に取り組んでいる

【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実施時における各社との情報交換や経済産業省（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、カバー率や取組意識の向上に努めている。

(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。

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

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

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) / (\text{基準年度の実績水準} - 2020 \text{ 年度の目標水準}) \times 100(\%) \\ &= 126.7\% \end{aligned}$$

【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）

現在の進捗率は、126.7%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。

（目標到達に向けた具体的な取組の想定・予定）

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、エネルギー価格高騰等に伴う店舗運営環境の変化をはじめ、目標達成に向けた様々な阻害要因が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。

（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）

目標水準については、今年度、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）を実施した。

☐ 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）

（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	—
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	—

(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

削減目標:2023 年 6 月改定

【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 25%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)

【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)

	2013 年度 (17 社)	2014 年度 (17 社)	2015 年度 (19 社)	2016 年度 (20 社)	2017 年度 (17 社)	2018 年度 (18 社)	2019 年度 (13 社)	2020 年度 (17 社)	2021 年度 (15 社)	2022 年度 (16 社)
延べ床面積 (万㎡):	793	838	904	890	759	719	785	566	987	713
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)	48.69	46.34	46.32	46.64	34.90	28.19	33.33	22.69	45.00	26.35
床面積あたりの CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /m ²)	61.4	55.3	51.2	52.4	46.0	39.2	42.5	40.1	45.6	37.0
エネルギー消費量 (原油換算) (万 kl)	21.2	20.5	21.3	22.0	17.2	14.7	17.6	12.3	24.6	14.4
床面積あたりエネ ルギー消費量 (l/m ²)	26.7	24.5	23.6	24.7	22.7	20.5	22.4	21.7	24.9	20.2

□ 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)

【2022 年度の取組実績】

(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」や「太陽光発電設備の導入」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り、設備導入(更新)に係るコストが大きいものと推測される。今後は、エネルギー価格高騰等の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とから、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。

【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	7495.72	1132.95	193.22	0.15	8822.04
2023 年度以降	2737.49	1193.92	10067.68	0.15	13999.24

(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

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。

【エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績】

	2013 年度	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
輸送量 (万トンキロ)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
輸送量あたり CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /トンキロ)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
エネルギー消費量 (原油換算) (万 kl)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
輸送量あたりエネ ルギー消費量 (l/トンキロ)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

☐ 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)

【2022 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)、積載率の改善による運行台数の削減
- 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(積載方法や発注内容の改良、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は大きいものと思われる。このため、店舗配送等では運送事業者への委託も行われていることから、今後は、環境対策と経営効率を図りながら、荷主としての意識向上や、荷主として可能な取組の抽出と実行を目指していくことが重要であると考察される。

【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
2022年度	保有車両の運行・運用管理の効率化	低公害車（ハイブリッド車等）の導入・入替	－
	保有車両の運行・運用管理の効率化	積載率KPIを週次で確認し改善に取り組むことにより台数の削減を図る。ミルクランなどの実施。	エネルギーの使用に伴って発生する二酸化炭素の排出量→2.8%減
	保有車両の運行・運用管理の効率化	低公害車（ハイブリッド車等）の導入（社用車入替に合わせ、ハイブリッド車への切り替えを実施）	車両1台あたりの燃費が更新前と比べ50～70%向上
	保有車両の運行・運用管理の効率化	低公害車（ハイブリッド車等）の導入・入替、燃費の向上（アイドリングストップ等）→燃費向上の為、軽自動車比率を含める社用車 47台－内軽自動車26台（55.3%）	効果20%削減
	配送の効率化	共同配送の実施	－
	配送の効率化	配送車両の運行台数の削減（ダブル連結トラックを使った運行によって混雑による積載効率の向上）	－
	配送の効率化	共同配送の実施（荷量が少ないエリアを共同で配送をすることで、荷台の積載効率を上げ、配送トラック台数の減少を図る）	－
	配送の効率化	配送車両の運行台数の削減（発注頻度（回数）やロットの見直しを実施し、少ない回数での商品の配送を可能としております）	－
	配送の効率化	配送車両の運行台数の削減、物流・宅配業者へ委託→1台当たりの積載効率改善のため、混雑（カゴ車）による集荷。積載効率向上	3%改善
2023年度以降	保有車両の運行・運用管理の効率化	バイオ燃料車等の導入（取引先運送会社との協働にてバイオ燃料車両の導入を検討）	－
	保有車両の運行・運用管理の効率化	低公害車（ハイブリッド車等）の導入（社用車入替に合わせ、ハイブリッド車への切り替えを実施）	車両1台あたりの燃費が更新前と比べ50～70%向上
	配送の効率化	配送車両の運行台数の削減（積載率KPIを週次で確認し改善に取り組むことにより台数の削減を図る）	－
	配送の効率化	配送車両の運行台数の削減（ミルクランなどを実施することにより運行台数の削減を図る）	－
	配送の効率化	商品センター等の新設（店舗網密度が高い大阪エリアに配送センターを設置することで、配送距離の短縮を計画中）	－
	配送の効率化	配送車両の運行台数の削減（発注頻度（回数）やロットの見直しを実施し、少ない回数での商品の配送を可能としております）	－

※参加企業における一例として記載。

※参考１ 準荷主ガイドライン等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」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。

※参考２ 参加企業における運輸部門での困り事(想定される影響)の一例

- ・長距離幹線のリードタイムへの影響
- ・今まで通り運べなくなる＝CO2削減に結果つながると思われるが、対応初期投資にかかる費用負担が大きい印象と、またドライバー不足により人件費が高騰し、配送費用が上がる恐れがある。
- ・ドライバー不足が深刻化するなかで労働時間上限規制が加わることで、商品の配送計画に影響がでるものと予測される。

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、脱炭素の製品・サービス等	削減実績（推計） （2022年度）	削減見込量（ポテンシャル） （2030年度）
1	LEDシーリングライトの販売	1kWhあたり0.455 k g（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38,859,097kg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型の販売	削減見込11W×販売数量890個×1日8時間×365日≒2,598 k w h	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	節水シャワーヘッドの販売	—	従来型シャワーヘッドの20～35%の節水効果が見られる
5	節水シャワーヘッドの販売	節水効果20%～30% 最大で60%	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
6	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）
7	節水型便器の販売	3.2ℓ×6,900×4回×365日＝32,236,800ℓ	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。
8	省エネ型給湯器の販売	174KgCO2/年×2,036台＝354,264KgCO2/年	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。（削減量：エコジョーズ：174KgCO2/年1家庭平均使用換算）
9	遮熱カーテン・レースカーテンの販売	—	—
10	エアコン室外機の日除けパネルの販売	—	—
11	省エネ・節電 エアコン室外機カバーの販売	—	—
12	充電式草刈り機・チェーンソーの販売	エンジン式刈払機から充電式へ買換えた場合、刈払機は、 1台当たりガソリン0.9L×5時間×2,300台×50日＝ガソリン517,500L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×1,500台×50日＝ガソリン236,250Lの削減。	充電式のため、CO2排出量はゼロ。 100%改善。
13	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×1,000台×50日＝ガソリン350,000L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。

※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。

(当該製品等の特徴、従来品等との差異、及び削減見込み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領域)

	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	40000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型の販売	省エネ性能の向上	製造メーカー情報より算出
4	節水シャワーヘッドの販売	ー	商品情報に記載
5	節水シャワーヘッドの販売	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60%の節水効果あり	当該製品メーカーのカタログを基に算出
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。	当該製品メーカーのカタログを基に算出
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。	当該製品メーカーのカタログを基に算出
9	遮熱カーテン・レースカーテンの販売	直射日光を反射し、太陽熱による室外機の温度上昇を抑え、冷房運転中の室外機の負担を軽減できるため、省エネにつながる。	ー
10	エアコン室外機の日除けパネルの販売	直射日光を反射し、太陽熱による室外機の温度上昇を抑え、冷房運転中の室外機の負担を軽減できるため、省エネにつながる。	ー
11	省エネ・節電 エアコン室外機カバーの販売	太陽光、熱による温度上昇を抑え、冷房運転中の室外機の負担を軽くする。	当該製品メーカーのカタログを基に算出
12	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。	当該製品メーカーのカタログを基に算出
13	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。	当該製品メーカーのカタログを基に算出

※参加企業における一例として記載。

(2) 2022 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	2022年度の取組実績	2023年度以降の取組予定
1	LEDシーリングライトの販売	L E D 照明機器： 42,563台販売	2022年度実績：42,563台販売 2023年度計画：43,000台
2	LEDシーリングライトの販売	2022年度LEDシーリングタイプ 3500台販売、LEDペンダントタイプ 1450台販売	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型の販売	2022年9月～2023年7月末までの、 販売数量890個	2023年9月～2024年8月、年間販 売目標1,000個 112.4%目標
4	節水シャワーヘッドの販売	554点（決算期変更のため11か月計 算）	－
5	節水シャワーヘッドの販売	2022年9月～2023年7月末までの、 販売数量301個	2023年9月～2024年8月、年間販 売目標330個 110.0%目標
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	6,900台販売	国策補助金の継続の有無、コロナ禍 での先取り需要を鑑みて、前年 102%を目標とする(6,900→7,038台)
8	省エネ型給湯器の販売	2,036台	国策補助金の継続の有無、コロナ禍 での先取り需要を鑑みて、前年 103%を目標とする(2,036台→2,100 台)
9	遮熱カーテン・レースカーテンの販売	－	省エネ対策商品として、媒体による アピールを実施中。
10	エアコン室外機の日除けパネルの販売	－	直射日光を反射し、太陽熱による 室外機の温度上昇を抑え、冷房運
11	省エネ・節電 エアコン室外機カバー の販売	124点（決算期変更のため11か月計 算）	－
12	充電式草刈り機・チェーンソーの販売	充電式刈払機2,300台販売、充電式 チェーンソー1,500台販売	充電式刈払機製品の年間販売販売 目標を117%に引き上げる (2,300台→2,700台)
13	ポータブル電源の販売	1,000台販売	ポータブル電源製品の年間販売販 売目標を120%に引き上げる (1,000台→1,200台)

※参加企業における一例として記載。

（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をはじめ、エネルギー価格高騰に係る対策商品、法改正に伴う関連商品、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期待される。特にこのような対消費者提案型及び社会課題対応型の事業運営は、複合的な社会環境の影響が大きいことから、今後は各分野のステークホルダーとの協力・連携を図りながら、サプライチェーンに全体にも貢献し得る事業（販売）運営や経営体制が進むことが望ましいと考察される。

（３） 家庭部門、国民運動への取組み

【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、SDGs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

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ーなどとして販売、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

(4) 森林吸収源の育成・保全に関する取組み

- ・「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

(5) 2023 年度以降の取組予定

(2030 年に向けた取組)

上記(2)の表を参照。

(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

	海外での削減貢献	削減実績 (推計) (2022年度)	削減見込量 (ポテンシャル) (2030年度)
1	—	—	—
2	—	—	—
3	—	—	—

(削減貢献の概要、削減貢献量の算定根拠)

—

(2) 2022 年度の実績

(取組の具体的事例)

—

(取組実績の考察)

—

(3) 2023 年度以降の実績

(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)

—

(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	導入時期	削減見込量
1	—	—	—
2	—	—	—
3	—	—	—

(技術の概要・算定根拠)

—

(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

	革新的技術	2022	2025	2030	2050
1	—	—	—	—	—
2	—	—	—	—	—
3	—	—	—	—	—

(3) 2022 年度の実績

(取組の具体的事例)

—

(取組実績の考察)

—

(4) 2023 年度以降の取組予定

(2030 年に向けた取組)

個社で実施しているプロジェクト(一例)

- ・2025 年に 43%まで削減することを直近の目標として設定し、これを達成するため 2023 年よりオンサイト PPA を柱とする非化石エネルギーへの転換を順次進めている(一部設置稼働中を含めホームセンター10 店舗とアウトレットモール 1 店舗にて設置を計画、2023 年度内に稼働予定)

(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
【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）体制の強化や、サプライチェーンの一員としての貢献を目指している。	○	○

<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		○

<具体的な取組事例の紹介>

上記②のとおり。

③ 学術的な評価・分析への貢献

特になし。

(2) 情報発信（海外）

<具体的な取組事例の紹介>

特になし。

(3) 検証の実施状況

① 計画策定・実施時におけるデータ・定量分析等に関する第三者検証の有無

検証実施者	内容
<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：

(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】

＜フェーズⅡ（2030年）＞（2023年6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25%の削減を目指す。

【目標の変更履歴】

＜フェーズⅡ（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。

・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。

【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）

目標水準については、今年度、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の上、見直し（引上げ）を実施した。

☐ 目標見直しを実施していない

（見直しを実施しなかった理由）

【今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）

今後は、業界内外の動向や意見等を踏まえ、見直し後の2030年度削減目標に対する進捗率が継続的に大きくなった場合等に、目標の見直しを検討する予定としている。

（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。

＜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	<div><div><div>■ 基礎排出係数（発電端／受電端）</div><div><div><input type="checkbox"/> 調整後排出係数（発電端／受電端）</div><div>業界団体独自の排出係数</div><div><div><input type="checkbox"/> 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）</div><div><input type="checkbox"/> 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）</div><div><input type="checkbox"/> その他（排出係数値：〇〇kWh/kg-CO₂ 発電端／受電端）</div></div></div><div>＜業界団体独自の排出係数を設定した理由＞</div></div></div>
その他燃料	<div><div><div>■ 総合エネルギー統計（2022年度版）</div><div><div><input type="checkbox"/> 温暖化対策法</div><div><input type="checkbox"/> 特定の値に固定</div><div><div><input type="checkbox"/> 過年度の実績値（〇〇年度：総合エネルギー統計）</div><div><input type="checkbox"/> その他</div></div></div></div><div>＜上記係数を設定した理由＞</div><div>カーボンニュートラル行動計画フォローアップにおける集計用係数として採用されているため。</div></div>

【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 削減にもつながり、業界として社会的責務を果たす上で重要なポイントとなるものと思われる。これらを踏まえ、現在の設定は、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ものと確信していることから、2030 年政府目標に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)

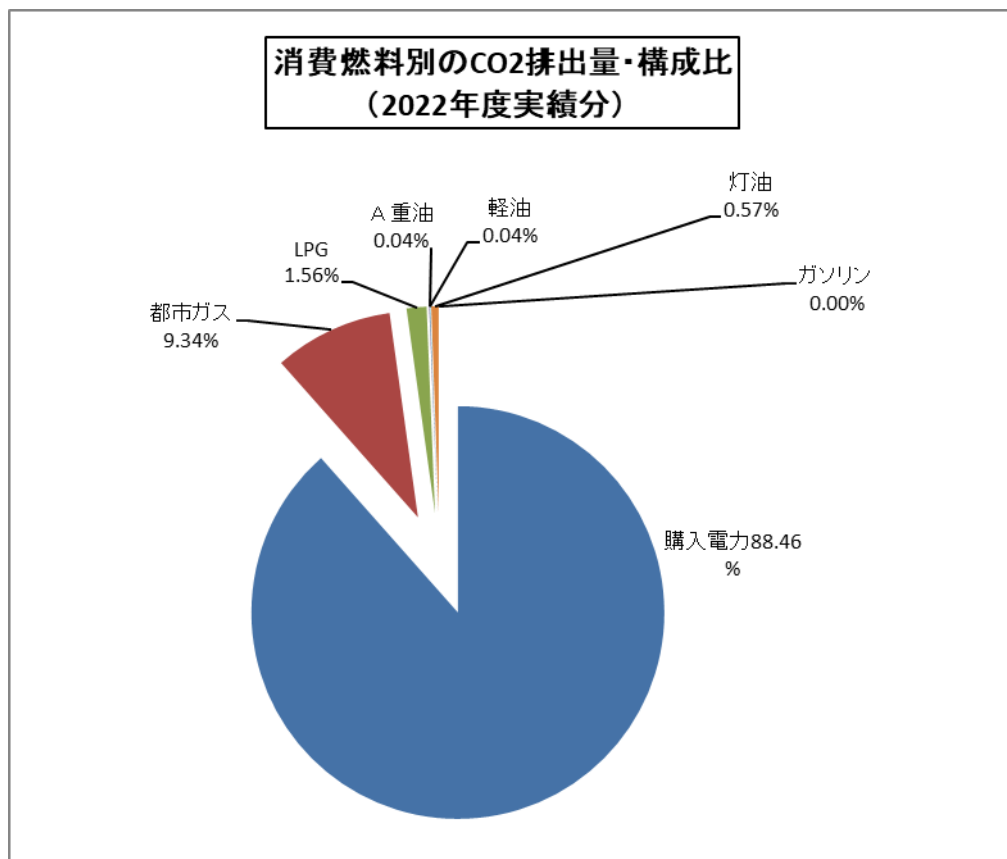
—

(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】

出所： 2023 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

①消費燃料別のCO₂排出量・構成比



②消費燃料別の主な用途(2022 年度実績)

購入電力:照明、空調

都市ガス:空調、給湯、調理、乾燥機、融雪

LPG :空調、給湯、調理

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：2023 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=88.5%:11.5%