

チェーンストア業界の「低炭素社会実行計画」

		計画の内容
1. 国内の企業活動における2020年の削減目標	目標	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。
	設定根拠	当協会では、会員企業数の増減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。 生産量の指標としては年間販売高、床面積、営業時間があるが、年間販売額は経済的な要因による変動が大きいと、延べ床面積×年間営業時間とすることとした。 また、目標数値については、2011年度のエネルギー消費原単位は0.092（1996年度比22%削減）と大幅な減少が見られるものの、2011年度の実績は電力使用制限令のもと、各会員企業が大幅な節電対策を行っているため、数値を通常と同じ評価をすることが難しいこと、その後の節電の定着の状況が見えないことを考慮し、2006年度から2010年度までのエネルギー消費原単位の平均値（0.1088）に対して、2013年度以降、2020年度まで省エネ法に基づく毎年1%ずつの省エネルギー対策を8年間実施した場合、エネルギー消費原単位は0.100となる。このエネルギー消費原単位の値は1996年度を基準年度とした場合に15%の削減率に相当するため、当協会においては店舗におけるエネルギー消費原単位を、目標年度（2020年度）において基準年度（1996年度）比15%削減することを目標として設定した。
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		ばら売り・量り売りやトレイなしの食品、容器包装を極力減らした商品、詰め替え商品、LED電球等の販売を通じて環境負荷の低減に向けてお客様と一緒に取り組んでいく。
3. 海外での削減貢献		特になし
4. 革新的技術の開発・導入		・LED スポットライトなど省エネ機器の導入、入れ替え ・スマートメーター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		

チェーンストア業における地球温暖化対策の取組

平成 26 年 12 月 22 日
日本チェーンストア協会

I. チェーンストア業の概要

(1) 主な事業

- ・食品、衣料品、日用雑貨等を販売する総合小売業
- ※日本チェーンストア協会概要(平成 25 年度)
- ・会員企業数 59 社(平成 26 年 10 月現在 60 社)
 - ・売上高 12 兆 9,524 億円
 - ・店舗数 9,151 店舗
 - ・売場面積 25,390,112 m²

(2) 業界全体に占めるカバー率

業界全体の規模※		業界団体の規模		低炭素社会実行計画 参加規模	
企業数 (事業所数)	1,137,859事業所	団体加盟 企業数	59社	計画参加 企業数	60社 (100.0%)
市場規模	売上高 134兆7,054億円	団体企業 売上規模	売上高 12兆9,524億円	参加企業 売上規模	12兆9,524億円 (100.0%)

※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37社になっています。

※業界全体の規模については、該当するデータがないため、平成19年商業統計(経済産業省)による国内における小売業規模を掲出している。

(3) 計画参加企業・事業所

① 低炭素社会実行計画参加企業リスト
別紙1参照。

② 各企業の目標水準及び実績値
別紙2参照。

(4) カバー率向上の取組

- ・低炭素社会実行計画への参加意義についてご理解をいただき、ご協力をいただくようにしている。

Ⅱ. 国内の企業活動における2020年の削減目標

(1) 削減目標

① 目標

削減目標（2013年10月策定）

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。

② 前提条件

- ・エネルギー消費原単位の計算については、店舗（バックヤード部分を含む）ものとなっているが、チェーン本部のオフィスは含まれていない。
- ・チェーン本部のオフィスについては「お客様にご不便をおかけしない」で実践できる省エネ対策として従来より率先して取り組んできている。
- ・2011年度のエネルギー消費原単位は0.092（1996年度比22%削減）となったものの、2011年度の実績に関しては電力使用制限令のもと、各会員企業が大幅な節電対策を行っているため、数値を通常と同じ評価をすることが難しい。
- ・節電の定着の状況やエネルギー政策の先行きが見えないことを考慮。
- ・2006年度から2010年度までのエネルギー消費原単位の平均値（0.1088）に対して、2013年度以降、2020年度まで省エネ法に基づく毎年1%ずつの省エネルギー対策を8年間実施した場合のエネルギー消費原単位（0.100）を原単位の目標として設定。

③ 目標指標選択、目標水準設定の理由とその妥当性

【目標指標の選択の理由】

当協会では、会員企業数の増減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。

生産量の指標としては年間販売高、床面積、営業時間があるが、年間販売額は経済的な要因による変動が大きいと、延べ床面積×年間営業時間とすることとした。

【目標水準の設定の理由、自ら行いうる最大限の水準であることの説明】

- ・省エネ法の定める年1%の省エネを実現できた場合を想定しての目標として設定している。
- ・当業界ではかねてより省エネに取り組んできていることもあり、企業によっては長期的に年間1%の省エネの達成が困難な場合も考えられるが、全体の平均の取組として年間1%ずつの省エネを達成していくことにしている。

【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】

BAT ・ベストプラクティス	削減見込量	算定根拠 （左記の設備機器がBATである根拠、導入スケジュールを含む）
店舗照明のLED化		削減見込み量等については算出が困難となっています。
スマートメーターなどの制御機器の導入		

④ データに関する情報

指標	出典	設定方法
生産活動量 (延べ床面積)	☐ 統計 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他(推計等)	延べ床面積については、これまで年度末の売場面積に1.3を乗じる形で全体の推計をしていたが、低炭素社会実行計画のフォローアップよりアンケート提出企業の実数(37社の延床面積合計)としている。
生産活動量 (営業時間)	☐ 統計 ☒ 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実数(37社の合計)となっている。 37社の売上規模によるシェアは82.6%となっている。
生産活動量 (店舗数)	☐ 統計 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他(推計等)	
エネルギー 消費量	☐ 統計 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他(推計等)	
CO2排出量	☐ 統計 ☒ 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実数(37社のエネルギー使用量の合計)に調整後排出係数(5.70t-CO2)を乗じている。

⑤ 係数に関する情報

排出係数	理由/説明
電力	☐ 実排出係数 ☐ 調整後排出係数 ☐ 特定の排出係数に固定 ☐ 過年度の実績値(年度:) ☐ その他(説明:) 上記排出係数を設定した理由: エネルギー原単位の5年間の推移をベースに算出しており、排出係数等については目標設定において使用していない。
その他燃料	☐ 低炭素社会実行計画のフォローアップにおける係数(総合エネルギー統計2012年度確報版)を利用 ☐ その他(内容・理由:その他の燃料については設定をしていない)

⑥ 業界間バウンダリーの調整状況

・当協会会員企業のうち 1 社について他の業界との重複があったため、集計対象からは除外している。
--

⑦ 自主行動計画との差異

- ☒ 別紙3参照
☐ 差異なし

(2)実績概要

① 2013 年度における実績概要

【目標に対する実績】

目標指標	基準年度	目標水準	2013年度実績(基準年度比) ()内は、2012年度実績
エネルギー 消費原単位	1996年度	▲15%	▲23% (▲23%)

【CO2 排出量実績】

CO2排出量 (万t-CO2)	CO2排出量 (万t-CO2) (前年度比)	CO2排出量 (万t-CO2) (基準年度比)
542.9	785.7	—

(注) 電力排出係数は、調整後排出係数 (5.70t-CO2/万 kWh) を用いた。

今年度より、データ提出企業の排出量をベースとしている。

② データ収集実績(アンケート回収率等)、特筆事項

【アンケート回収率】

・アンケート回収率は 37 社(企業数構成比:62.7%、売上高構成比:82.6%)となっている。

【東日本大震災の影響によるデータの欠損等】

- ・東日本大震災により電力使用量のデータがない企業がある。
- ・当該企業の過去のデータが見つからず、調整等を行っていない。

③ 生産活動量、エネルギー消費量・原単位、CO2 排出量・原単位の実績(実排出係数、クレジット調整後排出係数、排出係数固定、業界想定排出係数)

別紙4-1、4-2参照。

※別紙3の通り、本年度より提出企業の実績値となり、CO2 排出量については数字のみによる前年との比較は出来ないが、会員企業の省エネルギー努力によりエネルギー消費原単位は改善傾向にある。

【生産活動量】

生産活動についての変更はありません。

省エネ対策は⑥に事例を掲載しますが、電力需給にひっ迫に協力するため、節電活動を継続しており取り組みが進んできている。

【エネルギー消費量、エネルギー消費原単位】

(エネルギー消費量)

本年度より提出企業の実績値となり、単純な比較は出来ないが、会員企業の省エネルギー・節電対策が功を結んでいるものと推察する。

(エネルギー消費原単位)

エネルギー消費原単位については、新店設計の際の省エネ設備の積極的な導入や、改装時における新設備の導入等の効果が現れ始めたこともあり、減少傾向に推移してきた。2013 年度においても、これまでの努力の他、東日本大震災発生後の電力不足に伴う政府からの節電要請に誠実に対応してきたことも加わり、エネルギー消費原単位は 0.090 となっており、基準年度(0.118)比では大きな改善が見られる。

【CO2 排出量、CO2 排出原単位】

(CO2 排出量)

(CO2 排出原単位)

本年度より提出企業の実績値となり、CO2 排出量については前年との比較は難しいと考えるが、CO2 排出原単位に関しては、購入電力原単位については悪化しているものの、事業者の努力による削減は引き続き継続している。

④ 国際的な比較・分析

国際的に同様の調査を行っているデータが見当たらないが、国際的な動向については注視していく。

⑤ 実施した対策、投資額と削減効果

別紙6参照。

⑥ 投資実績の考察と取組の具体的事例

(考察)

店舗照明の LED 化や機器の入れ替え等の取り組みは下記の事例の通り省エネルギーが進みますが、設備投資の進捗に関しては経済的要因も考慮する必要がある。

(取組の具体的事例)

- ・10 店舗(バックヤード)を LED 化、CO2 排出量前年比 501t 削減。
- ・100 店舗の基本照明を LED 化し、年間約 9,200t-CO2 削減。
- ・13 年度実績: 導入件数 32 件、削減電力量 4,933 千 kwh、CO2 排出削減量 1,865t-CO2。
- ・19 店舗にインバータを導入、91t-CO2 削減。
- ・インバータ冷凍機使用全 30 店。1 店平均 CO2 削減量年間 10t。
- ・2009 年より冷凍機制御装置導入。現在 43 店舗にて導入(3,225 千 kw/h、948t-CO2 削減(想定))。
- ・2013 年度 13 店舗に太陽光発電導入。2,650kw。
- ・2013 年は、4 か所へ太陽光発電施設を設置し、約 1,200kw を発電。
- ・2 店舗にて大型採光用吹き抜けを設置。

⑦ 今後実施予定の対策、投資予定額と削減効果の見通し

別紙6参照。

⑧ 目標とする指標に関する 2013 年度の見通しと実績との比較・分析結果及び自己評価

別紙4-1、4-2参照。

想定比: 254%

分析・自己評価:

2013 年度については見通しの設定を行っていないが、目標数値決定の際のプロセス通りに進むことを前提とするならば、エネルギー消費原単位は 0.107 となっていることが想定される。

(注) 想定比 = (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 - 当年度の想定した水準) × 100 (%)

⑨ 2014 年度の見通し

別紙4-1、4-2参照。

見通しの設定根拠

エネルギー消費原単位で 0.106

2006 年～2010 年までの平均(0.108)から毎年 1%削減を想定しているため、2 年目となる 2014 年度は▲2%の 0.106 を見込んでいる。

⑩ 2020 年度の目標達成の蓋然性

別紙4-1、4-2参照。

進捗率: 156%

分析・自己評価:

東日本大震災後の節電行動により現時点では目標を上回る実績となっている。

チェーンストア業においては、使用するエネルギーのほとんどが電力となっているが、会員企業が主として行う業務により使用する機器の構成に大きな違いがあり、また、会員企業の入退会や生活者のニーズの変化に対応するため店舗の形態等については変化していくことが考えられ、エネルギーの使用状況やエネルギー消費原単位については変動が発生する可能性を有している。

主なものとしては、照明、空調、冷凍冷蔵機器の 3 種類になるが、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など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をするため結果として電力使用が増えるという事実もあり、空調の使用に関しての削減余地はないといえる。

また、冷凍冷蔵機器については、食品衛生法で保存のための温度に定めがあり、現状、決められている温度の上限で管理することによって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事情もあることから、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が、投資が必要なこともあり、景気状況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においては、電力の安定受給が実現した際には、お客様の安全の確保の点からも間引きの中止について検討するケースも考えられる。

⑪ クレジット等の活用実績・予定と具体的事例

【活用方針】

- ・目標達成のためのクレジットの活用は予定していない。
- ・会員企業の一部では環境配慮型商品の売上の一部や有料配布したレジ袋の収益金の一部を CO2 排出量購入に充当し、国に寄付する取り組みを行っている。また、排出量取引の試行的実施についても一部会員において国内クレジット制度へ各企業が排出削減事業者として参加している。

【活用実績】

別紙7参照。

【具体的な取組】

- ・カーボンオフセット付学習机。マイバスケットを販売。グループとして 6,050t-CO₂ 購入。
- ・2013 年度はカーボンフットプリント商品(PBY シャツ)のオフセットにより、11t-CO₂ の排出クレジットを購入。

(3)業務部門(本社等オフィス)における取組

① 業務部門(本社等オフィス)における排出削減目標

削減目標:一年一月策定

エネルギー消費原単位の計算については、店舗(バックヤード部分を含む)ものとなっており、チェーン本部のオフィスは含まれていないが、チェーン本部のオフィスについては「お客様にご不便をおかけしない」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る。

- こまめな消灯・明るすぎない照明調整(100.0%)
- 空調温度設定の適切な調節(100.0%)
- 冷蔵冷凍庫の適切な温度管理(100.0%)
- 冷蔵冷凍庫へのナイトカバーの活用(100.0%)

など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る。

② エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績

※当協会の削減目標はオフィス部門も含めてのものとなっている。

③ 実施した対策と削減効果

別紙8参照。

※会員企業においては①に掲げているような取り組みを行ってきているが、効果を個別に計測することは困難となっている。

④ 実績の考察と取組の具体的事例

(考察)

会員企業においては①に掲げているような取り組みを行ってきているが、一つ一つの取り組みの効果を計測出来ていないものの、政府による節電要請への対応もあり、一定の成果はあったものと考えている。

(取組の具体的事例)

- ・省エネチェックリストによる適正な運用の取組実施(全店対象)。2013 年電力使用量は 12 年度比 95.2%(10 年度対比 76.5%)。内、照明削減の貢献は約半分。
- ・26 店舗実施。効果約 2%削減見込み。後方照明間引き、売場照明の一部消灯など。
- ・本部事務所において、電力抑制施策として夏季 28℃、冬季 19℃の実温管理を実施中。
- ・飲料陳列ケース・ビール陳列ケースの設置温度 8℃。夏季・冬季の変更、霜取り時間の調整。
- ・飲料ケースの夜間停止。
- ・52 店舗で実施。閉店後ナイトカバーを活用することで、冷ケースからの冷気漏れを防ぎ、夜間の電力使用量増加を抑えている。
- ・全ての冷蔵・冷凍ケースには、閉店時にナイトカバーをして帰宅。

⑤ 今後実施予定の対策と削減効果の見通し

別紙8参照。

※会員企業においては①に掲げているような取り組みを行ってきているが、効果を個別に計測することは困難となっている。

(4) 運輸部門における取組

① 運輸部門における排出削減目標

削減目標：一年一月策定
・運輸部門における目標値の設定はしていない。
・物流事業者にご協力をいただきながら下記の取り組みなどを行い、効率化に努めている。
●物流資材の簡素化(69.8%)
●多頻度小口配送や短リードタイムの改善(58.1%)
●通い箱等の活用(93.0%)

② エネルギー消費量、CO2 排出量等の実績

運輸部門に関しては、自社便を保有している企業が少なくなっていることもあり、データ化が困難となっている。

③ 実施した対策と削減効果

対策項目	対策内容	削減効果
物流資材の簡素化		※削減効果については不明となっています。
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		

※会員企業においては①に掲げているような取り組みを行ってきているが、一つ一つの取り組みによる直接的な効果は完全には計測出来ていない。

④ 実績の考察と取組の具体的事例

(考察) 会員企業においては以前より物流事業者の協力のもと、効率化に取り組んでおり、下記にあるような ・配送車両数の削減 ・段ボール等の梱包資材の削減 などの成果を上げている。 (取組の具体的事例) ・リターナブルコンテナ使用量 7,042.2 万ケース、農産コンテナ使用量 2,426.2 万ケース ・家具梱包材のリターナブル化(巻段ボールから布製のものを使用)。 ・標準クレートの導入を 2011 年より低温物流センターで実施。2012 年度に生鮮センターに導入。店舗納品時のマテハンをカゴ車からドローリー納品に比重を変更した。 ・納品頻度や梱包分類の見直しによる配送ケース数削減施策により、延べ車両数が減少(13 年度前年比 96.5%)。

- ・配送効率向上のため、配送時間の変更や積載量の変更により配送便数削減。
- ・チルド商品については、統一容器を使用し、ドライ商品については折りたたみコンテナを使用し段ボールの削減と回収後の圧縮（ベール化）で回収効率を高めている。
- ・生鮮加工センター供給商品のクレート納品。
- ・常温物流センターのピースピッキング（バラ）商品への折りたたみコンテナ使用。

⑤ 今後実施予定の対策と削減効果の見通し

対策項目	対策内容	削減効果
今後についても①に掲げた取組を継続していく。		

Ⅲ. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献

(1) 低炭素製品・サービス等の概要、削減見込量及び算定根拠

低炭素製品・サービス等	当該製品等の特徴、従来品等との差異など	削減見込量	算定根拠、データの出所など
環境配慮型商品の販売の実施			
環境配慮型商品の開発の実施			
ばら売り・量り売り等の実施			
レジ袋の無料配布中止		レジ袋 1 kgの製造工程で 2.743 kg の CO ₂ が発生するとの試算があります。 (一社)プラスチック循環利用協会 http://www.pwmi.or.jp/faq.php	
レジ袋辞退時のインセンティブの付与			
簡易包装の実施			
常温販売の増加			
テレビモニターを使用した販促活動の見直し			

(2) 2013 年度の実績

※(1)と同じ取組になります。事例については下記の事例を参照ください。

(3) 2013 年度実績の考察と取組の具体的事例

(考察) 会員企業においては、詰め替え商品や容器包装の少ない商品など環境配慮型の商品の販売やレジ袋削減、簡易包装などを通じて環境負荷低減に努めてきており、お客様にも一定の理解が得られているものとする。 また、商品の提供の際には常温販売を増加したり、テレビモニターによる販促を中止するなどの努力を行っている。
--

(取組の具体的事例)

- ・無添加の衣料洗剤や再生 PET 樹脂を 100%使用した文具の販売。詰め替え用商品も全店にて導入。リサイクルペーパーのトイレットロール、芯なしのトイレットロールの販売を実施。
- ・冷感素材、吸湿発熱素材を使った寝具や遮熱カーテン等、空調使用を抑制する商品などを販売。
- ・鮮魚、青果コーナーでのバラ販売の実施及びデリカコーナーでのバラ販売においてフードパックに代わる紙製のフライバッグの導入を行っている。
- ・全店の青果売り場の透明ケース容器や卵の PB 商品にバイオマスプラスチックを導入済み。
- ・全店の有料レジ袋にバイオポリエチレン 25%含有製品を導入済み。
- ・PB のティッシュ等の紙類に、牛乳パックリサイクルの用紙を使用。コーヒーフィルターには、非木材のケナフを使用。
- ・PB 商品にて既存の商品よりも使用する資材を減らす、詰め替え商品を充実させる、お客さまが分別しやすい、などといった様々な観点から検討を重ね、容器包装の使用を減らした商品を提供。例:「バターロール」。同等の NB 商品と比較し包装重量は約 50%。
- ・生鮮部門での一部商品のばら売り、一部店舗での惣菜量り売り。
- ・青果の野菜・果物、デリカの天ぷら、揚げ物を中心にバラ販売を推奨。また、鮮魚・精肉でもノントレー商品の扱いを増加している。
- ・サービスカウンターでのギフト販売で、お客さまに簡易包装をお勧め。
- ・包装紙はお客様がプレゼント用ラッピングを希望されたときのみ使用。
- ・2013 年度は 72 店でレジ袋無料配布を中止し、全 107 店舗で実施。レジ袋持参率は全店で 55%から 70.1%へ上昇。レジ袋使用重量は 2013 年度前年比 79.7%に削減。
- ・2014 年 2 月より食品取扱店舗全店で実施。レジ袋使用量前年 98.9%。
- ・レジ袋辞退の場合に、現金で 2 円引きを行っている。
- ・レジ袋辞退者に対し、お買上金額から 2 円引き。全店で実施。
- ・ポイントカードをお持ちのお客さまに 1 回のお買い物につきエコポイントを 2 ポイント付与。
- ・2 リットルのペットボトルを中心に常温販売を拡大。
- ・テレビモニターでの販促実施の一部中止(日配食品等)。

(4) 今後実施予定の取組

(2014 年度に実施予定の取組)

現在行っている取り組みについて継続的に行っていく。

(2020 年度に向けた取組予定)

現在行っている取り組みに浮いて継続的に行っていくことを始めとして、販売する商品を通じて低炭素社会の実現・環境負荷低減に貢献できるものに関しては、積極的に販売・啓発していく。

IV. 海外での削減貢献

- (1) 海外での削減貢献の概要、削減見込量及び算定根拠
- (2) 2013 年度の取組実績
- (3) 2013 年度実績の考察と取組の具体的事例
- (4) 今後実施予定の取組

海外における CO2 削減に関するデータはありません

V. 革新的技術の開発・導入

(1) 革新的技術の概要、導入時期、削減見込量及び算定根拠

革新的技術	技術の概要・ 革新的技術とされる根拠	削減見込 量	算定根拠、データの出所など
高効率照明の導入	従来型蛍光灯からHf式 蛍光灯、LED蛍光灯へ 変更した場合、2割以上 の消費電力削減	—	環境省あかり未来計画より http://funtoshare.env.go.jp/ akari/lume/index.html
省エネ型空調設備 の導入	—	—	—
省エネ型冷蔵・冷 凍設備の導入	—	—	—
効率的な制御機器 の導入	—	—	—
太陽光発電、風力 発電の導入	—	—	—

(2) 2013 年度の実績

(3) 2013 年度実績の考察と取組の具体的事例

(4) 今後実施予定の実績とスケジュール

Ⅱ.(2) ⑤～⑦と同じ取組
内容になります。

VI. その他の取組

(1) 2020年以降の低炭素社会実行計画・削減目標

項目		計画の内容
1. 国内の企業活動における2030年の削減目標	目標	エネルギー消費原単位において基準年度(1996年度:0.118)比17%の削減(0.098)を行う。
	設定根拠	(設定根拠) チェーンストア業においては、使用するエネルギーのほとんどが電力となっているが、会員企業が主として行う業務により使用する機器の構成に大きな違いがあり、また、会員企業の入退会や生活者のニーズの変化に対応するため店舗の形態等については変化していくことが考えられ、エネルギーの使用状況の予測は困難となっているが、以下の取組等によりエネルギー消費原単位の削減に引き続き努めていくこととしている。 ・LED スポットライトなど省エネ機器の導入、入れ替え ・スマートメーター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 (2025年の見通し) 2025年の見通しは想定していない。
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減貢献		レジ袋削減の継続、容器包装の少ない商品の販売・開発を行うなど、生活者が廃棄する際のCO₂の発生量を少なくするように取り組んでいく。 全体の削減量は不明ですが、レジ袋については1kgの製造工程で2.743kgのCO₂が発生するとの試算があります。 (一社)プラスチック循環利用協会 http://www.pwmi.or.jp/faq.php
3. 海外での削減貢献		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く。
4. 革新的技術の開発・導入		・LED スポットライトなど省エネ機器の導入、入れ替え ・スマートメーター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、HP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もらう。

(2) 情報発信

① 業界団体における取組

- ・毎年のフォローアップの結果や報告内容について会員宛に文書で報告を行い優良事例の共有に努めている。
- ・温暖化対策分科会において低炭素社会実行計画についての議論を行ったり、省エネに関する情報交換などを行っている。
- ・当協会では、2008年6月1日から『“店内の空調は控えめに”運動』を継続実施しており、
 - ①各店舗における空調設定の見直し。
 - ②店頭でのポスター掲出によるお客様の理解の醸成。を行い、消費電力の削減に努めている。



※店頭の空調設定緩和に関する告知ポスター（ヒカエメクウチョウ、ジャクレイダンボウ、サシヒカエル）

・節電対策ポスターによる電力削減

夏期の電力不足に対応する店舗に対するお客様のご理解の醸成と、お客様ご自身による節電対策の実施を促進するため、ポスターによる節電へのご理解ご協力を今年度も継続して呼びかけ。



節電啓発用ポスター

② 個社における取組

- ・会員企業においてはCSR報告書の発行やホームページでの公開によりCO2削減の取組について消費者等へ発信している。

③ 取組の学術的な評価・分析への貢献

- ・優良事例の共有や取組のホームページでの紹介は会員企業内にとどまらず、業界全体へ波及効果があるものと思われる。

(3) 家庭部門(環境家計簿等)、リサイクル、CO2 以外の温室効果ガス排出削減等の取組

- ・環境家計簿の利用実態については不明。
- ・会員企業において、PET ボトルや牛乳パック等の店頭回収を行い、回収した資源を基に作られた商品の販売を行っている。
- ・新入社員入社時研修や店長会議等の場において環境教育を実施。
(事例)
 - ①社内報、HPによる環境への取り組み記事を掲載による啓蒙活動とCO2吸収の高い杉を植樹した企業の森での下刈り活動を実施。
 - ②全従業員を対象に省エネ省資源キャンペーンやクール&ウォームビズ推奨を行い、節電・ごみ分別等の意識付けを行っている。また、新入社員研修や既存社員研修時に環境教育を実施している。
- ・小学生等を対象にした体験学習の場を提供。
(事例)
 - ①小学生の店舗見学時に、店頭リサイクル回収をテーマにした小冊子を配布し環境教育を実施。
 - ②小学生を対象とした、「エコピースクラブ」を弊社店舗で開催し、2013年度は、80団体4535名が参加。

(4) 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: