

コンビニエンスストア業界の「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	<p>2020年度において、「売上高」当たりのエネルギー消費量を基準年度（2010年度）より毎年1%の改善（約10.0%削減）に努める。</p> <p>①基準年度（2010年度）：0.9347千kwh/百万円 ②目標値（2020年度）：0.8453千kwh/百万円 ※コンビニエンスストア11社の全店舗のエネルギー消費量とする。</p>
	設定根拠	<p>①データの精度が整った改正省エネ法の施行時（2010年度）を基準年度とする。</p> <p>②当協会が自主行動計画の目標値を策定した1998年当時は、店舗におけるエネルギー消費量の構成として、照明、空調、及び冷凍・冷蔵機器が中心であり、エネルギー消費量との相関を踏まえ、「床面積×営業時間」を活動量の指標とした。しかし、時代の変化に伴い、店舗におけるエネルギー消費量の構成割合も変わってきており、特に「床面積」とは相関がないチケット販売機やATM、ファストフード等の店内調理機器等の導入が進んできたことから、原単位を設定するための活動量を見直す必要が出てきた。そこで、事業活動と最も密接な関係のある指標として営業時間を反映した「売上高」を採用することとした。</p> <p>③これからの削減目標を設定するに当たり、エネルギー消費量との相関として、現行の「床面積×営業時間」よりも「売上高」のほうが相関は強くなっており、より削減努力を評価できる指標でもあることから、当協会としては「売上高」を活動量の指標として採用することとした。</p>
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<p>①省エネ機器（インバータ式冷凍・冷蔵、空調機器、高効率照明等）の積極的な導入。</p> <p>②スマートメーターの導入。</p> <p>③自然エネルギーの導入（太陽光発電等）。 等</p>
3. 海外での削減貢献		<p>①コンビニエンスストア各社にて実施の海外におけるCO₂削減の取組みについて、協会として支援していきたい。</p> <p>②二国間オフセット・クレジット制度の活用を検討している。</p>
4. 革新的技術の開発・導入		<p>①次世代型店舗の研究・開発。</p> <p>②自然冷媒の利用。</p>
5. その他の取組・特記事項		<p>・運輸部門については、コンビニエンスストア本部は荷主には該当しないものの、データの捕捉や取引先との連携による取組み等について検討していきたい。</p>

コンビニエンスストア業における地球温暖化対策の取組み

平成 26 年 12 月 22 日
(一社)日本フランチャイズチェーン協会

I. コンビニエンスストア業の概要

(1) 主な事業

《コンビニエンスストアの主な事業》
飲食料品等を中心とした最寄品を扱う小規模小売業。コピー、FAXサービス、宅配便の受付やATM設置等のサービス分野が拡大。また、立地や営業時間等で利便性を提供。

(2) 業界全体に占めるカバー率

※出典：2013年度JFAフランチャイズチェーン統計調査

業界全体の規模		低炭素社会実行計画 参加規模※1		団体の規模※2	
企業数	26 チェーン	計画参加 企業数	21 チェーン (80.8%)※3	団体加盟 企業数	301 チェーン
市場規模	売上高 9兆6,139億円	参加企業 売上規模	売上高 9兆4,305億円 (98.1%)※4	団体企業 売上規模	売上高 13兆5,283億円

※1. 低炭素社会実行計画参加規模は、(一社)日本フランチャイズチェーン協会会員企業のうち、コンビニエンスストアの会員社。

※2. 団体の規模は、(一社)日本フランチャイズチェーン協会会員企業の外食、小売・サービス、コンビニエンスストアの会員社。

※3. (%)は、業界全体の企業数に占める自主行動計画参加企業数の割合。

※4. (%)は、業界全体の売上高に占める自主行動計画参加企業の売上高の割合。

(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

コンビニエンスストア業界全体の売上高に占める自主行動計画参加企業の売上高の割合(カバー率)は98.1%となる。

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)

2020年度において、「売上高」当たりのエネルギー消費量を基準年度(2010年度)より毎年1%の改善(約10.0%削減)に努める。

①基準年度(2010年度):0.9347千kwh/百万円

②目標値(2020年度):0.8453千kwh/百万円

② 前提条件

コンビニエンスストアの場合、店舗におけるエネルギー消費量のほとんどが電力会社より供給される電気の使用であることから、店舗における電気使用量のみを対象とする。

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】

- ・データの精度が整った改正省エネ法の施行時(2010年度)を基準年度とする。
- ・当協会が自主行動計画の目標値を策定した1998年当時は、店舗におけるエネルギー消費量の構成として、照明、空調、及び冷凍・冷蔵機器が中心であり、エネルギー消費量との相関を踏まえ、「床面積×営業時間」を活動量の指標とした。
しかし、時代の変化に伴い、店舗におけるエネルギー消費量の構成割合も変わってきており、特に「床面積」とは相関がないチケット販売機やATM、ファストフード等の店内調理機器等の導入が進んできたことから、原単位を設定するための活動量を見直す必要が出てきた。
そこで、事業活動と最も密接な関係のある指標として、営業時間を反映した「売上高」を採用することとした。
- ・これからの削減目標を設定するに当たり、エネルギー消費量との相関として、現行の「床面積×営業時間」よりも「売上高」のほうが相関は強くなっており、より削減努力を評価できる指標でもあることから、当協会としては「売上高」を活動量の指標として採用することとした。

【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】

省エネ法に準じて毎年1%の改善に努めることを目標値とした。
コンビニエンスストアの場合、取扱商品・サービス等が日々変化していく中、エネルギー消費量を毎年1%改善していくことは容易ではないが、省エネ法に準じた目標値として、取り組んでいく。

【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)
省エネ機器の導入		
自然エネルギーの導入		
スマートメーターの導入		

④ データに関する情報

指 標	出 典	設定方法
生産活動量	<input type="checkbox"/> 統計 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他(推計等)	2014年7月に当協会加盟コンビニエンスストア11社に対してアンケート調査を実施。
エネルギー消費量	<input type="checkbox"/> 統計 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他(推計等)	同 上
CO ₂ 排出量	<input type="checkbox"/> 統計 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他(推計等)	同 上

⑤ 係数に関する情報

排出係数	理由/説明
電 力	<input type="checkbox"/> 実排出係数 <input checked="" type="checkbox"/> 調整後排出係数 <input type="checkbox"/> 特定の排出係数に固定 <input type="checkbox"/> 過年度の実績値(年度:) <input type="checkbox"/> その他(説明:) 上記排出係数を設定した理由:
その他燃料	<input type="checkbox"/> 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 <input type="checkbox"/> その他(内容・理由:)

⑥ 業界間バウンダリーの調整状況

該当なし

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 (売上高当たり)	2010年度	毎年1%の改善 (約10.0%削減)	10.3 % (2.1 %)

《参 考:旧目標数値(床面積×営業時間当たりのエネルギー消費量)》

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 (床面積×営業時間当たり)	1990年度	23%削減	31.1 % (26.1 %)

【CO₂排出量実績】

CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂) (前年度比)	CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂) (基準年度比)
440.24 万t-CO ₂	+21.8 %	+75.0 %

(注) 電力排出係数は、受電端(調整後排出係数) 0.57kg-CO₂/kWh を用いた。

② データ収集実績(アンケート回収率等)、特筆事項

- ・2014 年 7 月に当協会加盟コンビニエンスストア 11 社に対してアンケート調査を実施し、回答率は 100%。
- ・東日本大震災の影響によるデータの欠損等はなし。

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。

【生産活動量】

時代の変化に伴い、店舗におけるエネルギー消費量の構成割合も変わってきており、特に「床面積」とは相関がないチケット販売機やATM、ファストフード等の店内調理機器等の導入が進んできたことから、原単位を設定するための活動量を見直す必要が出てきた。そこで、生産活動量は事業活動と最も密接な関係のある指標として、営業時間を反映した「売上高」を採用している。

店舗数の拡大(基準年度比 16.6%増)により、売上高も伸長(基準年度比 19.8%増)している。特に、2013 年度は淹れたてコーヒーや生鮮品等の新しい商品・サービスの導入に伴い「売上高」が伸長した。但し、新規の商品・サービスについても、社会、環境の変化に大きく影響を受ける。今後の消費税率の更なる引き上げや円安等による商品価格の上昇、気候変動による来店客数への影響等、目標の達成には厳しい状況が続くものと考えられる。

【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》

少子高齢化、女性の社会進出等を背景に、コンビニエンスストアは地域のインフラとしての役割を担っており、各社とも積極的に出店を推進していることから、エネルギー消費量全体は増加傾向(基準年度比 7.5%増)にある。

コンビニエンスストアの場合、店舗におけるエネルギー消費量のほとんどが電力会社より供給される電気の使用であることから、各社ともLED照明等の省エネ機器の積極的な導入や、運用管理を徹底すること等により、エネルギー消費量の削減を図っている。

《エネルギー消費原単位》

店舗数の拡大により「エネルギー消費量」及び「売上高」は共に増加しているものの、東日本大震災以降、省エネ機器の導入や積極的な節電対策を実施してきたことから、原単位におけるエネルギー消費量の増加率は抑えられている。

今後も引き続き、事業の発展と環境負荷低減の両立を目指し、目標達成に向け取組みを進めていく。

《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》

コンビニエンスストア業種の目指すべき水準： 検討中。

※コンビニエンスストア業界の省エネ法ベンチマークを2014年度中に策定すべく、現在、経済産業省と調整を進めているところである。

考 察：

【CO₂排出量、CO₂排出原単位】

別紙5の要因分析についても参照。

《CO₂排出量》

コンビニエンスストアは店舗数の拡大(基準年度比 16.6%増)が続いていることや、排出係数の悪化等からCO₂排出量は増加している。各社とも「持続可能な成長」を目指し、LED照明等の省エネ機器や太陽光発電等の再生可能エネルギー導入を進めている。

《CO₂排出原単位》

コンビニエンスストアは店舗数の拡大(基準年度比 16.6%増)が続いていることや、排出係数の悪化等からCO₂排出原単位は増加している。各社とも「持続可能な成長」を目指し、LED照明等の省エネ機器や太陽光発電等の再生可能エネルギー導入を進めている。

④ 国際的な比較・分析

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みの具体的事例

東日本大震災以降、各社とも積極的に省エネ対策を進めてきているが、2013年度は別紙6に掲載の省エネ機器を導入することにより、コンビニエンスストア5社にて、113.5億円規模の投資を行った。

《考察》

【A社】

・フライヤーのプログラム交換、及びショーケース照明のLED化により電気使用量・温室効果ガスの削減に効果が出ている。バックルーム照明のLED化の促進が課題。

【C社】

・売上目標の未達により、計画通りに進捗しないのが現状である。

《取組みの具体的事例》

【A社】

・フライヤー調理器のプログラムを交換し、未調理時の省エネモードへの自動切替により電気使用量削減を図った。併せて、誤操作時に電源OFFになる等、安全性の向上にも繋げている。

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: 345.3% [(0.9347-0.8387)/(0.9347-0.9069) × 100%]

分析・自己評価:

東日本大震災以降、LED照明、太陽光発電装置等の最新の省エネ機器を積極的に導入してきたが、一方で、淹れたてコーヒー等、新規にエネルギーを消費する機器も増加している。従って、2013年度は2012年度より悪化すると予想していたが、原単位における省エネ効果が見込以上に進んだこと等から、2012年度より削減された結果となった。

(注1) 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(%)

(注2) BAU 目標を設定している場合は、

想定比 = (当年度の削減量実績) / (当年度の想定した削減量) × 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

省エネ法に準じて、2010年度よりエネルギー消費原単位の毎年1%の改善に努めることを目標とし、年度毎の見通しを設定している。生産量の指標である売上高は、2014年度は消費税率引き上げの影響や天候不順等により、売上の減少が見込まれる。今後も消費税率の更なる引き上げや円安に伴う国内景気の低迷、異常気象による経済活動への影響等、不確定要素が多いことから原単位の更なる改善は容易ではないと考えている。また、エネルギー消費量については、今後もLED照明や自然冷媒機器等を導入することにより省エネを進めていこうと考えているが、一方で、店内調理の拡大(パンの焼成、炊飯、フライヤー等)、ATM導入を始めとした設備機器関係の増設等、新しい商品・サービスの導入に伴いエネルギーを使用する機器が増加していく傾向にある。今後の更なる削減には新しい技術や機器等の開発が必要であり、自主的な取組みだけによる大幅な改善は困難な状況にあると考えている。

⑩ 2020 年度の目標達成の蓋然性

別紙4-1、4-2参照。

進捗率： 107.4% [(0.9347-0.8387)/(0.9347-0.8453) × 100%]

分析・自己評価：

少子高齢化による人口減少等の環境の変化に伴い、また、一般小売店が減少している中、地域のインフラとしての役割を果たすべく積極的な出店を進めている。併せて、お客様のニーズにお応えをするため新規の商品やサービス、新業態の開発等を視野に入れ、様々な取組みを進めている。例えば、冷蔵・冷凍設備機器、ファストフード販売の設備機器等を導入し、これまで取扱いのなかった生鮮品の販売拡充、店内で調理した弁当や惣菜等の提供を行っている。一方、エネルギー使用量は増加していくことが懸念されるため、一層の効率化が不可欠であると考えます。

(注1)進捗率=(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-2020年度の目標水準)×100(%)

(注2)BAU 目標を設定している場合は、

進捗率=(当年度削減実績)/(2020年度の目標水準)×100(%)

《参考》

項目	店舗数 ※()内は前年実績
ATM導入店舗数	約44,000店舗(約41,000店舗)
店内調理(フライヤー等)導入店舗数	約44,000店舗(約39,000店舗)

⑪ クレジット等の活用実績・予定と具体的事例

【活用方針】

当協会では「エネルギー消費量の削減に努めることで目標達成をめざす」との考えのもと取組みを進めているため、現在、クレジットを活用した自社分の削減は行っていない。引き続き、省エネ機器の導入や運用改善等によりエネルギー使用量の削減に取り組んでいく。

【活用実績】

別紙7参照。

【具体的な取組み】

該当なし

(3) 業務部門(本社等オフィス)における取組み

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】

本社等オフィスにおけるCO₂削減目標は現時点では設定していない。各チェーンにおける対策を共有していくとともに、業界としての削減目標設定の是非について今後検討していきたいと考えている。

《本社等オフィスにおけるチェーン毎の取組み》

会社名	取 組 内 容
A 社	オフィスの消費電力量(2015年度実績)につき2012年度実績より3%削減(2013年策定)
D 社	①本部電気使用量につき2010年度を基準として10%削減 ②今期電気使用量につき2010年度比4%削減
E 社	本部、事務所について、年度毎に電気使用量の削減目標を設定 ※2014年度目標:2013年度対比 ▲4.7%(2014年2月策定)
G 社	①本社オフィスでは、6月2日～9月30日まで節電対策を実施 〔目 標〕 ・消費電力 2013年度対比 ▲5%以上 ・照明の間引き、消灯、減灯 ・エアコンの設定温度 26度～28度 ②各支社オフィスでも同様の取組みを実施

② 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】

項 目		D社	E社	G社
2006年度	床面積① (万㎡)	0.2068		
	エネルギー消費量② (MJ)			
	CO ₂ 排出量③ (万t-CO ₂)			
	エネルギー原単位②/① (MJ/㎡)			
	CO ₂ 排出原単位③/① (t-CO ₂ /㎡)			
2007年度	床面積① (万㎡)	0.2068	1.708673	
	エネルギー消費量② (MJ)		8,924,332	
	CO ₂ 排出量③ (万t-CO ₂)		0.1131	
	エネルギー原単位②/① (MJ/㎡)		522.30	
	CO ₂ 排出原単位③/① (t-CO ₂ /㎡)		0.066	
2008年度	床面積① (万㎡)	0.2167	1.890742	
	エネルギー消費量② (MJ)		9,447,772	
	CO ₂ 排出量③ (万t-CO ₂)		0.1191	
	エネルギー原単位②/① (MJ/㎡)		499.69	
	CO ₂ 排出原単位③/① (t-CO ₂ /㎡)		0.063	
2009年度	床面積① (万㎡)	0.2383	2.040073	
	エネルギー消費量② (MJ)		9,471,622	
	CO ₂ 排出量③ (万t-CO ₂)		0.0981	
	エネルギー原単位②/① (MJ/㎡)		464.28	
	CO ₂ 排出原単位③/① (t-CO ₂ /㎡)		0.048	
2010年度	床面積① (万㎡)	0.2383	2.037609	
	エネルギー消費量② (MJ)		8,681,324	
	CO ₂ 排出量③ (万t-CO ₂)		0.1017	
	エネルギー原単位②/① (MJ/㎡)		426.05	
	CO ₂ 排出原単位③/① (t-CO ₂ /㎡)		0.050	
2011年度	床面積① (万㎡)	0.2383	1.889998	
	エネルギー消費量② (MJ)		7,232,472	
	CO ₂ 排出量③ (万t-CO ₂)		0.0842	0.11
	エネルギー原単位②/① (MJ/㎡)		382.67	
	CO ₂ 排出原単位③/① (t-CO ₂ /㎡)		0.045	
2012年度	床面積① (万㎡)	0.2383	1.879659	
	エネルギー消費量② (MJ)	721,753	7,219,944	
	CO ₂ 排出量③ (万t-CO ₂)	0.00928	0.1006	0.13
	エネルギー原単位②/① (MJ/㎡)	296	384.11	
	CO ₂ 排出原単位③/① (t-CO ₂ /㎡)	0.0380	0.054	
2013年度	床面積① (万㎡)	0.2437	1.953415	
	エネルギー消費量② (MJ)	817,380	6,841,598	
	CO ₂ 排出量③ (万t-CO ₂)	0.00921	0.1033	
	エネルギー原単位②/① (MJ/㎡)	335	350.24	0.16
	CO ₂ 排出原単位③/① (t-CO ₂ /㎡)	0.0378	0.053	

③ 実施した対策と削減効果

【業務部門(本社等オフィス)における主な対策の実施状況】

対 策 項 目			CO ₂ 排出量(t-CO ₂ /年)の削減効果			
			B社	C社	D社	E社
照 明 関 係	昼休み時等に消灯徹底化	2013年度	1.19	4.12	1.37	
		2013年度までの累計	7.13	4.12	0.84	
		2014年度以降	1.19	4.12	1.37	
	退社時にはパソコンの電源OFFの徹底化	2013年度	0.63	3.07	0.82	1.40
		2013年度までの累計	3.76	3.07	0.82	1.40
		2014年度以降	0.63	3.07	0.82	1.40
	照明のインバーター化	2013年度				
		2013年度までの累計				
		2014年度以降				
	高効率照明の導入	2013年度				
		2013年度までの累計				
		2014年度以降				
トイレ等の照明に人感センサー導入	2013年度					
	2013年度までの累計					
	2014年度以降					
照明の間引き	2013年度			4.56	50.00	
	2013年度までの累計			456.02	5,000.01	
	2014年度以降				4,626.09	
空 調 関 係	冷房温度を28度設定する	2013年度	3.41	11.81	2.41	
		2013年度までの累計	10.22	11.81	2.41	
		2014年度以降	3.41	11.81	2.41	
	暖房温度を20度設定する	2013年度	2.41	8.37	1.71	
		2013年度までの累計	7.24	8.37	1.71	
		2014年度以降	2.41	8.37	1.71	
	冷暖房開始の外気取り入れの停止	2013年度			1.61	
		2013年度までの累計			1.61	
		2014年度以降			1.61	
	空調機の外気導入量の削減	2013年度			3.91	
		2013年度までの累計			3.91	
		2014年度以降			3.91	
氷蓄熱式空調システムの導入	2013年度					
	2013年度までの累計					
	2014年度以降					
エネルギー	業務用高効率給湯器の導入	2013年度				
		2013年度までの累計				
		2014年度以降				
太陽光発電設備の導入	2013年度					
	2013年度までの累計					
	2014年度以降					
風力発電設備の導入	2013年度					
	2013年度までの累計					
	2014年度以降					
建 物 関 係	窓ガラスの遮熱フィルム	2013年度				
		2013年度までの累計				
		2014年度以降				
	エレベータ使用台数の削減	2013年度				
		2013年度までの累計				
		2014年度以降				
自動販売機の夜間運転の停止	2013年度				1.92	
	2013年度までの累計				1.92	
	2014年度以降				1.92	

対 策 項 目			エネルギー消費量(MJ/年)の削減効果			
			B社	C社	D社	E社
照 明 関 係	昼休み時等に消灯徹底化	2013 年度	18,766	65,096	21,582	
		2013 年度までの累計	112,595	65,096	13,293	
		2014 年度以降	18,766	65,096	21,582	
	退社時にはパソコンの電源OFFの徹底化	2013 年度	9,900	48,510	12,870	22,127
		2013 年度までの累計	59,400	48,510	12,870	22,127
		2014 年度以降	9,900	48,510	12,870	22,127
	照明のインバーター化	2013 年度				
		2013 年度までの累計				
		2014 年度以降				
	高効率照明の導入	2013 年度				
		2013 年度までの累計				
		2014 年度以降				
トイレ等の照明に人感センサー導入	2013 年度					
	2013 年度までの累計					
	2014 年度以降					
照明の間引き	2013 年度			72,003	789,476	
	2013 年度までの累計			7,200,297	78,947,550	
	2014 年度以降				73,043,550	
空 調 関 係	冷房温度を28度設定する	2013 年度	53,763	186,498	38,083	
		2013 年度までの累計	161,290	186,498	38,083	
		2014 年度以降	53,763	186,498	38,083	
	暖房温度を20度設定する	2013 年度	38,095	132,147	26,985	
		2013 年度までの累計	114,286	132,147	26,985	
		2014 年度以降	38,095	132,147	26,985	
	冷暖房開始の外気取り入れの停止	2013 年度			25,401	
		2013 年度までの累計			25,401	
		2014 年度以降			25,401	
	空調機の外気導入量の削減	2013 年度			61,707	
		2013 年度までの累計			61,707	
		2014 年度以降			61,707	
氷蓄熱式空調システムの導入	2013 年度					
	2013 年度までの累計					
	2014 年度以降					
エ ネ ル ギ ー	業務用高効率給湯器の導入	2013 年度				
		2013 年度までの累計				
		2014 年度以降				
	太陽光発電設備の導入	2013 年度				
		2013 年度までの累計				
		2014 年度以降				
風力発電設備の導入	2013 年度					
	2013 年度までの累計					
	2014 年度以降					
建 物 関 係	窓ガラスの遮熱フィルム	2013 年度				
		2013 年度までの累計				
		2014 年度以降				
	エレベータ使用台数の削減	2013 年度				
		2013 年度までの累計				
		2014 年度以降				
自動販売機の夜間運転の停止	2013 年度				30,274	
	2013 年度までの累計				30,274	
	2014 年度以降				30,274	

④ 実績の考察と取組みの具体的事例

<p>《考察》</p> <p>【C社】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業務部門が全国に散在していること、ビルの一室を賃貸していること等から、ソフト面、ハード面における統一が難しい状況にある。 <p>【D社】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・使用量の削減が2012年の削減実績をピークに年々増加している。 ・フロア照明の高効率照明へ変更や運用改善の時期に来ている。 <p>《取組みの具体的事例》</p> <p>【A社】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各部門で昼休み時の消灯を励行し、徹底度が向上。
--

⑤ 今後実施予定の対策と削減効果の見通し
上記③に記載

(4) 運輸部門における取組み

① 運輸部門における排出削減目標

【削減目標】

現在、各社とも正確なデータの把握を行っているところである。コンビニエンスストア本部は荷主には該当しないものの、取引先との連携による取組み等について検討していきたいと考えている。

《運輸部門におけるチェーン毎の取組み》

会社名	取組内容
D社	《削減目標:2014年3月策定》 ①社用車1台当たり年間給油量につき燃費を向上させることにより2010年度比4%の削減。 ②共配センター配送車両年間燃料使用量を店当たり2013年度比1%の削減。
F社	配送に伴う店当たりCO ₂ 排出量の削減(前年比99.6%)
G社	配送車両の1店舗当たりのCO ₂ 排出量を2007年度対比で24%削減

② エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績

【配送車両によるCO₂排出量(データの把握が可能な8社にて集計)】

	配送センター数 (8社合計数)	温度帯別配送システム	車両台数 (9社合計数)	1店舗当たりの年間数値(8社平均数値)			
				走行距離数 (km)	燃料使用量 (kℓ)	燃費 (km/ℓ)	CO ₂ 排出量 (t-CO ₂ /kℓ)
軽油	465	フローズン	1,203	18,125.4	2.869	6.3	7.40
		常温	4,482				
		チルド(米飯共配)	6,830				

※上記CO₂排出量は、配送センターから各店舗間の配送車両における燃料使用量から算出。

※配送車両におけるカバー率:92.5%(たばこ・雑誌・新聞等の専用車を除く)。

※算出に当たり、環境省・経済産業省『温室効果ガス排出量算定・報告マニュアル』の「CO₂排出係数(軽油:2.58t-CO₂/kℓ)」を使用。

《参考：年度別推移》

年 度	1 店舗当たりの年間数値	
	走行距離数 (km)	CO ₂ 排出量 (t-CO ₂ /kℓ)
2009年度	19,312.9	8.02
2010年度	18,757.1	7.75
2011年度	18,305.3	7.53
2012年度	18,373.3	7.49
2013年度	18,125.4	7.40

【環境配慮型配送車両導入状況】

項 目	導入台数(2014年2月末現在)
ハイブリッド車	4社 491台
天然ガス車	8社 278台
その他 (低排出車/PM装置付ディーゼル車)	2社 2,593台

【環境配慮型営業車両導入状況】

項 目	導入台数(2014年2月末現在)
ハイブリッド車	9社 1,124台
低燃費車	7社 5,605台

③ 実施した対策と削減効果

目 標 の 設 定	対 策 内 容	対 策 の 効 果
【燃費の向上】		
イ. 配送車両使用燃料削減	【A社】コース数削減、燃費向上の取組み	燃費向上 104.3%
	【B社】エコドライブの推進	前年からの削減はなし
	【C社】配送コースの見直し、配送頻度の見直し	—
	【D社】配送コース効率化、配送車両の削減	—
	【E社】配送コース、配送頻度の見直し	965t-CO ₂ /年削減
	【F社】燃費性能の高い車両への入替え	—
	【G社】センター別燃費実績の進捗管理 運行管理システムの導入促進	—
ロ. エコドライブ(省燃費運転)の実施	【A社】車載端末導入、アイドリングストップ実施	燃費向上 104.3%
	【B社】運行管理システムに則った安全運転の励行	前年からの削減はなし
	【C社】配送センター間でエコレース	—
	【D社】添乗教育、座学教育実施、添乗前点呼時に意識づけ	—
	【E社】年2回責任者を集め啓発を実施	—
	【F社】エコドライブマネジメントシステム(EMS)の活用による省燃費 運転の実施	—
	【G社】配送センターにおけるエコドライブ研修の実施 運行管理システムの導入促進	—
ハ. 配送車の燃費向上	【A社】HV車、エコタイヤ導入促進	燃費向上 104.3%
	【B社】エコドライブの推進	前年からの削減はなし
	【C社】新車載端末を利用し燃費向上促進	—
	【D社】アイドリングストップ	—
	【G社】配送センターにおけるエコドライブ研修の実施 運行管理システムの導入促進	—
ニ. エコタイヤの導入促進	【A社】2008年3月より切り替え(2014年2月末:4,322台)	燃費向上 104.3%
	【E社】日配センターシステム車の標準設備	—
	【F社】新型車導入時からの装着と摩耗交換時も継続して装着	—
	【G社】エコタイヤ導入の進捗管理	—

目標の設定	対策内容	対策の効果
ホ. アイドリングストップ運動の実施	【A社】可能な限りにて実施	燃費向上 104.3%
	【B社】駐車時のみ実施	前年からの削減はなし
	【D社】ドライセンターは実施、デイリーセンターは冷蔵庫につき不可	—
	【E社】毎月実施率の確認	—
	【F社】各配送センターにて実施中	—
	【G社】配送センターにおけるエコドライブ研修の実施 運行管理システムの導入促進	G社の対策効果の合計 店当たり 1.6t-CO ₂ /年の削減 (2007 年度対比)
【共同配送の推進】		
共同配送推進による車両の削減	【A社】商品集約配送の実施	—
	【B社】2011 年 12 月にて完了済	前年からの削減はなし
	【C社】近畿常温のれこっず全店を定温センターより配送	—
	【D社】フローズンをチルド車にて共配	—
	【E社】雑貨センターをドライセンターに統合	—
	【F社】配送地域の特性に合わせた共同配送の実施	—
【配送の効率化】		
イ. 配送車両の運行台数の削減	【A社】納品時間枠拡大、配送センター・商品集約配送の実施	407 台増加(05 年度比)
	【B社】店舗数に応じて増減	前年からの削減はなし
	【D社】店舗数に応じて効率の見直しを実施	—
	【E社】納品時間枠拡大、配送頻度見直し	—
	【F社】荷量に合わせた運行台数・配送コースの立案・配送の実施	—
ロ. 「二室式二温度管理車両」での配送	【E社】車両に二室を設けることにより、温度帯の異なる商品を 1 台で配送	—
【低公害車の導入】		
イ. 低公害車の導入促進	【A社】CNG車、HV車導入促進	361 台増加(05 年度比)
	【B社】全車導入済	前年からの削減はなし
	【D社】新車は全て基準を満たしている	—
	【E社】ハイブリッド車の導入推奨	2013 年度 33 台
	【F社】ポスト新長期排ガス規制対応車導入	—
ロ. 環境対応車両の効果測定と運用・導入の促進	【A社】CNG、HV車導入促進 【F社】PM68%削減、NO _x 74%削減(新長期対比)	361 台増加(05 年度比) —
【その他】		
イ. 配送員のエコドライブの技術指導	【A社】車載端末導入、運行管理者による面談・点呼	燃費向上 104.3%
	【B社】運行管理システムを使用し、指導	前年からの削減はなし
	【D社】急発進防止、シフト変更、排気ブレーキ使用法等を指導	—
	【F社】配送センター主導によるエコドライブ講習会の実施	—
	【G社】エコドライブ研修の実施	—
ロ. 配送コース見直しによる車両の削減	【A社】年 2 回のコース再編成	1 日 1 店舗当たり、7.1 km 走行 距離削減
	【B社】店舗数の減少時のみ実施	前年からの削減はなし
	【C社】1 ルートの配送店舗数を増やし総ルート数を削減	—
	【D社】店舗数の増減に合わせて随時実施	—
	【E社】新店・閉店のたびにコースの見直しを実施	—
	【F社】荷量に合わせ配送コースを月次にて見直しし、車両数の適正化を図る	—
	【G社】定期的にコースの見直しを実施	—

④ 実績の考察と取組の具体的事例

《考察》

【C社】

・CO₂の年間排出量は、2012年度 19,524.3t-CO₂と比較し、2013年度 19,982.5t-CO₂と、102.35%となった。

【D社】

・アイドリングストップの徹底、添乗教育。

(取組の具体的事例)

【D社】

- ①ドライバーとキーを腰紐で繋げ、荷卸等で配送車を降りる際はキーを抜かないと降りられない様に工夫している。
- ②配送責任者による添乗教育は通常の運転の中における癖や技術を知ると共に、具体的な指導ができる。シフト変更時のアクセルの加減や排気ブレーキの頻度等、個々に指導することで、エコドライブの意識を高める。

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
【D社】 ・配送車両の台数削減	納品頻度変更	—

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、従来品等との差異等	削減見込量	算定根拠、データの出所等
【A社】			
新型ATM (第三世代モデル)	①省エネモード搭載 (未利用時の電力消費量を削減) ②ディスプレイのバックライトをLED化	1店当たりの年間電力使用量は約1,200kwh 【第一世代モデルと比較して約48%削減】 現在、全国約2万台のATMを入れ替え中。入れ替え完了後は、年間約10,300tのCO ₂ 排出量削減効果。	CO ₂ 排出量を1Wh=0.43gで換算 約 1,200kwh/年 × 2万台 × 0.43g/Wh=約10,300t
【D社】			
①熱交換器	空調機を抑制する	0.7t-CO ₂	1台当たりの削減効果34kg-CO ₂
②冷蔵用インバータ冷凍機の導入	運転能力の向上	1.16t-CO ₂	1台当たりの削減効果57.8kg
【F社】			
①総合熱利用システム	空調、冷蔵・冷凍一体型熱源システムの導入	1店舗当たり6.7t	50店舗年間CO ₂ 排出削減予測量335t
②看板照明一灯化	反射板を用いた内照式ファサード看板の蛍光灯照明を半減(2灯→1灯)	1店舗当たり1.3t	50店舗年間CO ₂ 排出削減予測量65t
③防露ヒータコントローラ 扉付き冷蔵ケース	結露防止用ヒータ通電の「ON/OFF制御機器」の導入	1店舗当たり2.0t	50店舗年間CO ₂ 排出削減予測量100t
【G社】			
①排出権付商品の販売	製品のLCAのCO ₂ 排出量を算定し、全量をカーボンオフセット	0.1463万t-CO ₂	算定結果から販売数を乗じて算定
②排出権付商品の販売	製品1個につき、1kgの排出権を付けて、オフセットを実施	0.11万t-CO ₂	販売結果に1kgを乗じて算定

(2)2013 年度の取組実績

低炭素製品・サービス等	取組実績	削減効果
【D社】		
①熱交換器	25店舗への導入	0.85万t-CO ₂
②冷蔵用インバータ冷凍機の導入	〃	1.45万t-CO ₂
【E社】		
①レジ袋使用の削減の推進	声かけ、店内放送等による啓発活動	1店舗の使用重量 2012年対比2.5%削減
②排出権交換サービス	ポイント交換により日本のCO ₂ 削減に貢献できるサービスを実施	2013年度 13.2t償却
【F社】		
①太陽光発電の導入	2,000店	—
②EV急速充電器	500台	—
③木造FP(フレーム&パネル)工法	111店	従来の鉄骨を用いた工法と比べ、材料加工時のCO ₂ 排出量も40%削減
④閉鎖店什器のリサイクル活用		—
【G社】		
①排出権付商品の展開	予定数を販売	0.1463万t-CO ₂
②排出権付商品の展開	予定数を販売	0.11万t-CO ₂

(3)2013 年度実績の考察と取組みの具体的事例

《考察》
《取組の具体的事例》

(4)今後実施予定の取組み

《2014 年度に実施予定の取組み》
【A社】
①オリジナル商品容器のリサイクル素材への変更。ラップの薄肉化。
②省エネ型コピー機の開発。
【D社】
・熱交換器、冷蔵冷凍機それぞれ 20 店舗の導入予定。
【G社】
①製品 1 個につき、1kg の排出権をつける取組みを継続実施。
②2014 年度は約 0.1 万t-CO ₂ を削減予定。
《2020 年度に向けた取組予定》
【G社】
・上記 2 つの排出権付き商品の取組みを継続実施予定。

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

海外での削減貢献等	削減貢献の概要	削減見込量	算定根拠、データの出所など

(2) 2013 年度の実績

海外での削減貢献等	取組実績	削減効果

(3) 2013 年度実績の考察と取組みの具体的事例

《考察》 《取組みの具体的事例》

(4) 今後実施予定の取組み

《2014 年度に実施予定の取組み》 《2020 年度に向けた取組予定》

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
【F社】			
次世代型フラッグ シップ店	太陽光発電+リチウムイオン蓄電池システム	—	2010年新設店CO ₂ 排出量 (65.28t)に対しフラッグシップ店 舗CO ₂ 排出量(55.10t)
	地中熱ヒートポンプ空調	—	
	ノンフロンCO ₂ 冷媒・冷蔵 冷凍システム運用部	—	
	次世代有機EL照明	—	
	調光調色LED照明システム	—	
【G社】			
CO ₂ を冷媒にした 冷凍・冷蔵機器の 導入	フロンと比較し温暖化係 数4千分の1と低い上、熱 効率が高い	CO ₂ 排出量 半減	フロンと比較し温暖化係数 4千分の1

(2) 2013 年度の実績

革新的技術	取組実績
【G社】	
CO ₂ を冷媒にした冷凍・冷蔵機器 の導入	2013年度63店舗に導入し計138店舗に導入

(3) 2013 年度実績の考察と取組みの具体的事例

《考 察》
《取組みの具体的事例》

(4) 今後実施予定の取組みとスケジュール

《2014 年度の実績予定》
《今後のスケジュール》

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

		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	2030年度において、「売上高」当たりのエネルギー消費量を基準年度（2010年度）から約10.0%削減する。 なお、2018年度までの進捗状況を踏まえ目標の見直しを検討する。 ①基準年度（2010年度）：0.9347千kwh/百万円 ②目標値（2030年度）：0.8453千kwh/百万円 ※コンビニエンスストア11社の全店舗のエネルギー消費量とする。
	前提条件	<u>対象とする事業領域：</u> コンビニエンスストアの場合、店舗におけるエネルギー消費量のほとんどが電力会社により供給される電気の使用であることから、店舗における電気使用量のみを対象とする。 <u>将来見通し：</u> 今後の消費税率の更なる引き上げや円安等による商品価格の上昇、気候変動による来店客数への影響等、目標の達成には厳しい状況が続くものとする。 <u>BAT：</u> <u>電力排出係数：</u>
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<u>削減貢献量：</u> ①省エネ機器（インバータ式冷凍・冷蔵、空調機器、高効率照明等）の積極的な導入。 ②スマートメーターの導入。 ③自然エネルギーの導入（太陽光発電等）。 等
3. 国際貢献の推進（海外での削減の貢献）		<u>削減貢献量：</u> ①協会として、CVS各社の海外展開における省エネ、CO ₂ 削減の取組みを支援していく。 ②二国間クレジットの活用等を支援する。
4. 革新的技術の開発・導入		<u>削減貢献量：</u> ①次世代型店舗の研究・開発。 ②自然冷媒の利用。
その他の取組・特記事項		①本社・事務所等の削減目標設定は難しい問題があるものの、業界としての削減目標設定の是非を含め検討していきたい。 ②運輸部門については、コンビニエンスストア本部は荷主には該当しないものの、データの捕捉や取引先との連携による取組み等について検討していきたい。

(2) 情報発信

① 業界団体における取組み

・協会ホームページに地球温暖化対策の取組みを掲載。
 ・環境省「Fun to Share」に参加。
 ・コンビニエンスストアにおける環境対策の取組みにつきマスコミ発表を実施
 (2013年10月25日)。

② 個社における取組み

【A社】
 ・自主行動計画、低炭素社会実行計画につながる、各種環境の取組みについて、ホームページ等に掲載。
【D社】
 ・社会・環境レポートを毎年冊子にて発行。また、同様のものをホームページに掲載。
【E社】
 ・ホームページにて毎年「社会環境報告書」を掲示し、自主行動計画、1店舗当たりのCO₂削減の取組みについて取組内容と実績数値を開示。
【G社】
 ・ホームページ、環境報告書、社内報等で取組みを社内外に告知。

③ 取組みの学術的な評価・分析への貢献

(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み

【E社】
 ・食品残さの飼料・堆肥へのリサイクルを推進
 * 食品リサイクル法における再生利用等実施率(発生抑制を含む) 目標 32%、実績 49.5%
 * 食品リサイクル実施率(自主目標) 2013年目標 25.8%、実績 29.2%

(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
<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 checked="" type="checkbox"/> 有り(1社)	掲載場所: 【A社】 ・CSRコミュニケーションレポート

