

チェーンストア業界における 地球温暖化対策の取組 ～低炭素社会実行計画 2015年度実績報告～

平成29年2月
日本チェーンストア協会

目 次

1. チェーンストア業の概要
2. チェーンストア業界の「低炭素社会実行計画」概要
3. 2015年度の取組実績
4. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献
5. その他取組

1. チェーンストア業の概要

- 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（2016 年度）
 - － 会員企業数 57 社
 - － 売上高 13 兆 1,842 億円
 - － 店舗数 9,362 店舗
 - － 売場面積 24,983,849 m²
- 会員企業の参加状況

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	1,137,859事業所	団体加盟 企業数	57社	計画参加 企業数	57社
市場規模	売上高 134兆7,054億円	団体企業 売上規模	売上高 13兆1,842億円	参加企業 売上規模	13兆1,842億円 (100.0%)

2. チェーンストア業界の「低炭素社会実行計画」概要

- **目標指標：エネルギー消費原単位**

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

- 2020年エネルギー消費原単位を基準年度（1996 年度：0.118）比 24%削減（2015年7月改訂）

※2030年も2020年と同水準の削減目標を設定している。

- **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っていない。
- 上記を踏まえ、2020年の目標は2011年度から2013年度の3ヶ年の平均エネルギー消費原単位0.091（基準年度の1996年度比23%削減）に対しさらに1%の上乗せをすることを目標とした。

- **前提条件**

- 会員企業の店舗を対象とする

- **目標水準設定の理由とその妥当性**

- 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ている。
- 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いため、延床面積×年間営業時間を採用した。

3. 2015年度の取組実績（1）

• 2015年度の実績値

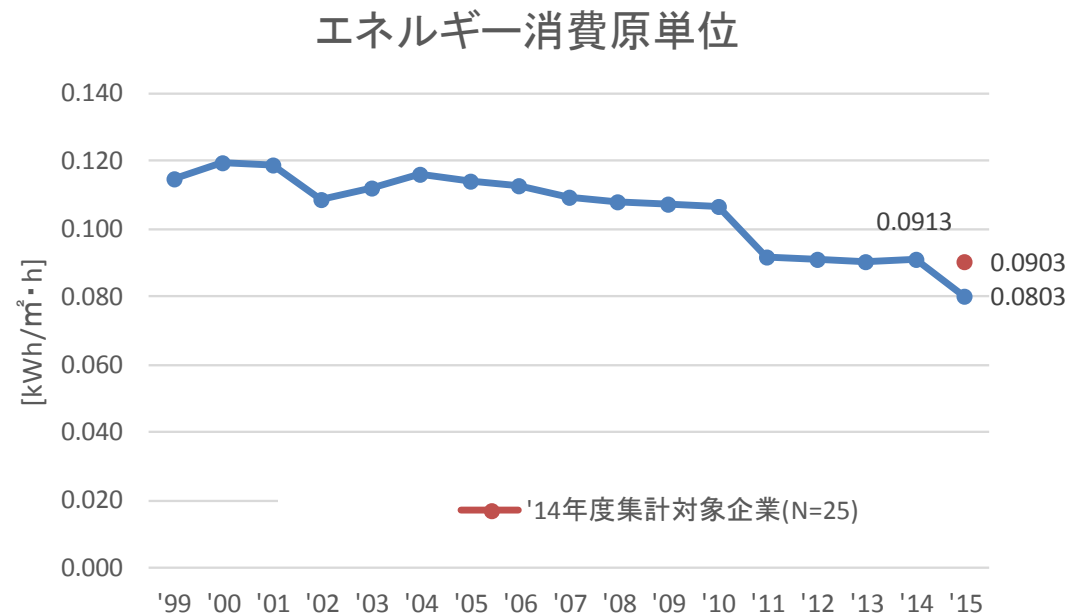
- エネルギー消費原単位（kWh/m²・h）：**0.0803**
（基準年度比▲32%、2014年度比▲12%）
※集計対象企業数31社（2014年度36社）

• 進捗率

- 2020年目標：133%

• 要因分析と課題

- 2015年度の集計対象企業は、2014年度の集計には含まれていないエネルギー消費原単位の小さい企業を数社含んでおり、目標値（0.0897）を下回る水準となった。
- 2014年度の集計対象企業に限定すると平均エネルギー消費原単位は0.0903kWh/m²・hとなり、2014年度のエネルギー消費原単位から大きな変化はない。
- 当協会のエネルギー消費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、省エネルギー対策の効果の把握が困難なことが課題と考えている。



3. 2015年度の実績（2）

BAT、ベストプラクティスの導入推進状況

BAT・ ベストプラクティス等	2015年度 導入率※	導入・普及に向けた課題
省エネ型照明の導入	89.3%	設備投資を要するため、景気状況によっては導入速度が遅くなる可能性がある。
冷蔵冷凍庫への ナイトカバーの活用	85.7%	お客様の安全・安心の確保という観点から、食品衛生法で定められた上限温度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があり、ナイトカバー使用時の保温効果を周知する必要がある。
BEMS等の制御機器導入	46.4%	設備投資を要するため、景気状況によっては導入速度が遅くなる可能性がある
こまめな消灯・明るすぎない 照明調整	96.3%	お客様の安全の確保の観点で過度な消灯・明るさ調整ができない
冷凍冷蔵庫の適切な温度管理	82.1%	お客様の安全・安心の確保という観点から過度な調整ができない

※会員企業に対する省エネルギー対策に関するアンケート回答結果より（回答企業数28社）

当協会ではさらに

- ・省エネ型空調設備の導入
- ・省エネ型冷蔵・冷凍設備の導入
- ・太陽光発電、風力発電の導入 などの取り組みを進めている。

4. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献

当協会の会員企業においては、お客様の環境問題への関心を高めていただくことにも繋がる環境配慮型商品の販売やレジ袋の削減等に努めてきており、成果が上がってきているものと考えている。

(具体的な取組事例)

■ 環境配慮型商品の販売・開発の実施

- － 国産間伐材を使った紙製飲料容器のPB商品の販売
- － 再生ペット樹脂使用の文具類、無添加洗剤、詰替え商品の積極的販売を実施
- － LED電球やウォームビズ、クールビズ関連商品を拡販
- － 毎月、環境にやさしい商品応援キャンペーンとして「エコ推奨商品」に自社ポイントカードへポイント還元を実施
- － カーボンフットプリント・カーボンオフセット付PB商品や、お客様と共同開発した環境配慮型商品を販売。
- － 再生紙トイレットペーパーPB商品、LEDランタンライト、再生紙ペーパータオルPB商品等の販売

■ 簡易包装の実施

- － 全店舗にて中元・歳暮ギフトを中心にエコ包装（簡易包装）をお客様に推奨する。エコ包装は完全包装と比較して包装紙使用量が約1/4に削減
- － 全店平均77.6%にてお歳暮エコ包装の実施

■ レジ袋の無料配布中止

- － レジ袋を5円で提供販売。顧客の7割以上がレジ袋使用を辞退
- － 35店舗にてレジ無料配布中止。有料販売のレジ袋は重量換算で前年比98.8%（574kg削減）

5. その他取組（1）

- 業務部門での取り組み
 - 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。
 - 運輸部門での取り組み
 - 物流事業者にご協力をいただきながら下記取組などを行い、効率化に努めている。
 - 物流資材の簡素化（74.1%）
 - 多頻度小口配送や短リードタイムの改善（64.2%）
 - 通い箱等の活用（92.9%）
- ※括弧内は会員企業に対する省エネルギー対策に関するアンケート回答結果より（回答企業数28社）

5. その他取組（2）

• 情報発信の取り組み

– 業界団体

- 協会公式ホームページによる取組状況の公開
- フォローアップの結果の会員への伝達

– 個社

- 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の発信



(<https://www.jcsa.gr.jp/topics/environment/approach.html>)