

チェーンストア業界の「低炭素社会実行計画」(2020 年目標)

		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	2020年度にエネルギー消費原単位を基準年度（1996年度：0.118）比24%削減（0.0897）。2015年7月の会員企業59社を対象とします。ただし、会員企業数や会員企業が行うサービス内容にエネルギー消費原単位に大きな影響を及ぼす変化が生じた場合には見直しを行います。
	設定根拠	<u>対象とする事業領域：</u> 会員企業の店舗を対象とします。 <u>将来見通し：</u> 当協会は会員が主として行う事業が食品スーパー、ホームセンター等それぞれ異なっており、店舗におけるエネルギー使用機器の構成に大きな違いがあることから、店舗ごとのエネルギー消費原単位の差は他の業界に比較して大きなものとなっています。 また、当協会は店内調理の増加など、お客様のニーズに対して様々なサービスの提供が求められています。こうしたこともエネルギー消費原単位について大きな変動要因となります。 このように、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については現時点で予測が困難となっており、エネルギー消費原単位の将来的な見通しにおける不確定要素が多いことから、会員構成等の変動によっては目標数値の変更も考えられます。 <u>BAT：</u> ・ LED スポットライトなど省エネ機器の導入、入れ替え ・ BEMS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 <u>電力排出係数：</u> エネルギー消費原単位での目標設定のため、電力排出係数については考慮していません。
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<u>概要・削減貢献量：不明</u> 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取り組みを進めます。 全体の削減量は不明ですが、レジ袋については 1 枚（6.62 g）の辞退により約10 g の CO2 削減効果が期待できます（製造にかかる CO2 の排出量として）。（レジ袋重量：プラスチック容器包装リサイクル推進協議会、CO2 発生量：（一社）プラスチック循環利用協会）
3. 海外での削減貢献		<u>概要・削減貢献量：不明</u> 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きます。
4. 革新的技術の開発・導入		<u>概要・削減貢献量：不明</u> ・ LED スポットライトなど省エネ機器の導入、入れ替え ・ BEMS 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いただきます。

チェーンストア業界の「低炭素社会実行計画」(2030 年目標)

		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年度にエネルギー消費原単位を基準年度（1996年度：0.118）比24%削減（0.0897）。2015年7月の会員企業59社を対象とします。ただし、会員企業数や会員企業が行うサービス内容にエネルギー消費原単位に大きな影響を及ぼす変化が生じた場合には見直しを行います。
	設定根拠	<u>対象とする事業領域：</u> 会員企業の店舗を対象とします。 <u>将来見通し：</u> 当協会は会員が主として行う事業が食品スーパー、ホームセンター等それぞれ異なっており、店舗におけるエネルギー使用機器の構成に大きな違いがあることから、店舗ごとのエネルギー消費原単位の差は他の業界に比較して大きなものとなっています。 また、当協会は店内調理の増加など、お客様のニーズに対して様々なサービスの提供が求められています。こうしたこともエネルギー消費原単位について大きな変動要因となります。 このように、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については現時点で予測が困難となっており、エネルギー消費原単位の将来的な見通しにおける不確定要素が多いことから、会員構成等の変動によっては目標数値の変更も考えられます。 <u>BAT：</u> ・ LED スポットライトなど省エネ機器の導入、入れ替え ・ BEMS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 <u>電力排出係数：</u> エネルギー消費原単位での目標設定のため、電力排出係数については考慮していません。
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<u>概要・削減貢献量：不明</u> 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取り組みを進めます。 全体の削減量は不明ですが、レジ袋については 1 枚（6.62 g）の辞退により約10 g の CO2 削減効果が期待できます（製造にかかる CO2 の排出量として）。（レジ袋重量：プラスチック容器包装リサイクル推進協議会、CO2 発生量：（一社）プラスチック循環利用協会）
3. 海外での削減貢献		<u>概要・削減貢献量：不明</u> 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きます。
4. 革新的技術の開発・導入		<u>概要・削減貢献量：不明</u> ・ LED スポットライトなど省エネ機器の導入、入れ替え ・ BEMS 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いただきます。

チェーンストア業における地球温暖化対策の取組

平成 28 年 月 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(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

(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	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%)

※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32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ます。

(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

☐ エクセルシート【別紙1】参照。

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。

(4) 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	低炭素社会実 行計画策定時 (2013年度)	2015年度 実績	2016年度 見通し	2020年度 見通し
カバー率	100%	100%	100%	100%	100%

(カバー率の見通しの設定根拠)

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。

② カバー率向上の具体的な取組

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。今後はアンケートの回収率の向上のため、会員企業への理解醸成に努めていきます。

II. 国内の企業活動における 2020 年の削減目標

【削減目標】

＜2020 年＞(2015 年 7 月策定)

エネルギー消費原単位において、2020 年度の目標を基準年度(1996 年度:0.118)比 24%の削減(0.0897)とし、達成に向けて努力していきます。この目標については 2015 年 7 月の会員企業 59 社を前提とします。

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

【目標の変更履歴】

2015 年 7 月に 2013 年 10 月策定の「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。」より上記目標への変更を実施しました。

【その他】

特になし

【昨年度フォローアップ結果を踏まえた目標見直し実施の有無】

■ 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)

昨年度目標の見直しを行い、進捗を確認中であるため。

【今後の目標見直しの予定】(Ⅱ.(1)③参照。)

■ 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)

会員企業の増減や店舗におけるエネルギー使用実態の変化を踏まえながら目標の在り方については検討を行っていくことにしています。

(1) 削減目標

① 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は立たないことから、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ています。

② 前提条件

【対象とする事業領域】

会員企業の店舗を対象とします。

【2020 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＞

当協会においてはエネルギー消費原単位削減を目標としています。また、会員の異動やお客様ニーズに合わせた店舗の営業形態の変更などもあり生産活動量の見通し設定は困難になっています。

【その他特記事項】

当協会は 2030 年も 2020 年と同水準の削減目標を定めております。(p.23)

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、営業時間がありますが、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×年間営業時間とすることとしました。

【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】

＜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

＜具体的説明＞

当協会は会員が主として行う事業が大型スーパー、中小型スーパー、ホームセンター等それぞれ異なっており、店舗におけるエネルギー使用機器の構成に大きな違いがあることから、店舗ごとのエネルギー消費原単位の差は他の業界に比較して大きなものとなっています。

また、当協会は店内調理の増加など、お客様のニーズに対して様々なサービスの提供が求められています。こうしたこともエネルギー消費原単位について大きな変動要因となります。

こうした 2 つの要件があることから、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については現時点で予測が困難となっており、エネルギー消費原単位の将来的な見通しは立てられず、会員構成等の変動によっては目標数値の変更も考えられます。

実際の目標数値の決定にあたり過去のエネルギー消費原単位の水準を確認すると、2011 年の東日本大震災の発生以降、会員企業では電力の安定供給に協力するため節電に取り組んできており、その結果、2011 年度から 2013 年度の 3 ヶ年の平均において、エネルギー消費原単位は 0.091(基準年度の 1996 年度比 23%削減)となりました。

一方、当協会においては、使用するエネルギーの大多数を電力が占めており、主なものとしては、空調、冷凍冷蔵機器、照明の 3 種類となります。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することもあって結果として電力使用が増えてしまうという事実もあることなどから、空調の使用に関しての削減余地はないと言えます。

また、冷凍冷蔵機器については、食品衛生法で保存温度に定めがあり(例えば、食肉は 10℃以下、冷凍食品は－15℃以下など)、現状、法令の上限の温度で管理することで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ため、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、導入時に得られた効果は継続的に発生しますが上乗せがなされるものではないことや、投資が必要なこともあり、景気の状態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もお客様の安全の確保のため間引きの中止を検討するケースも考えられます。

以上の業界の特性も踏まえると当業界におけるエネルギー消費については、不確定要素も多く、エネルギー消費原単位が今後大きく削減できる見通しは立たないことから、2020 年の目標については、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で新しい削減目標としました。

【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	普及率見通し
省エネ型照明の導入	店舗照明を蛍光灯等から LED 等の省エネ型照明に切り替えます。		100%
冷蔵冷凍庫へのナイトカバーの活用	冷蔵冷凍庫へ冷気漏れを防ぐナイトカバーを設置します。		100%
BEMS等の制御機器導入	BEMS等の利用により、電力使用量を一定のレベルに保ちます。		72.7%

＜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
こまめな消灯・明るすぎない照明調整	こまめな消灯・明るすぎない照明調整を実施します。		100%
冷凍冷蔵庫の適切な温度管理	冷凍冷蔵庫を過剰に冷やしすぎないことで電力使用量の低減を図ります。		100%

(2) 実績概要

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 (1996年度)	2014年度 実績	2015年度 見通し	2015年度 実績	2016年度 見通し	2020年度 目標
生産活動量 ($10^{10}\text{m}^3\cdot\text{h}$)		19.501		16.690		
エネルギー 消費量 (原油換算万kl)		219.4		181.2		
電力消費量 (億kWh)		89.67		69.43		
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	※1	※2	※3	※4	※5	※6
エネルギー 原単位 (万kl/ $10^{10}\text{m}^3\cdot\text{h}$)		11.252		10.858		
CO ₂ 原単位 (万t-CO ₂ / $10^{10}\text{m}^3\cdot\text{h}$)		25.475		24.478		

※当協会においては、エネルギー消費原単位での削減を目標にしていますので生産活動量等の目標はありません。

【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4	※5	※6	※7
排出係数[kg-CO ₂ /kWh]							
実排出/調整後/その他		調整後		調整後			
年度							
発電端/受電端		受電端		受電端			

【2020 年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	☐ 実排出係数(発電端/受電端) ☒ 調整後排出係数(発電端/受電端) ☐ 特定の排出係数に固定 ☐ 過年度の実績値(〇〇年度 発電端/受電端) ☐ その他(排出係数値:〇〇kWh/kg-CO ₂ 発電端/受電端) <上記排出係数を設定した理由> 従来より調整後排出係数を使用して評価を頂いてきているため。
その他燃料	☒ 総合エネルギー統計(2020年度版) ☐ 温対法 ☐ 特定の値に固定 ☐ 過年度の実績値(〇〇年度:総合エネルギー統計) ☐ その他 <上記係数を設定した理由> 従来より上記統計の排出係数を使用して評価を頂いてきているため。

② 2015 年度における実績概要

【目標に対する実績】

<2020 年>

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2015年度実績① (基準年度比)	2015年度実績② (2014年度比)
エネルギー 消費原単位	1996年度	▲24%	▲32%	▲12%

【CO₂排出量実績】

	2015年度実績	基準年度比	2014年度比
CO ₂ 排出量	408.5万t-CO ₂		▲18%

③ データ収集実績（アンケート回収率等）、特筆事項

【データに関する情報】

指標	出典	設定方法
生産活動量	☐ 統計 ☐ 省エネ法 ☒ 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営業時間、延床面積の回答に基づき算出
エネルギー消費量	☐ 統計 ☐ 省エネ法 ☒ 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エネルギー消費量の回答に基づき算出
CO ₂ 排出量	☐ 統計 ☐ 省エネ法・温対法 ☒ 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エネルギー使用量の合計に調整後排出係数を乗じている。

【アンケート実施時期】

2016 年 7 月～2016 年 10 月

【アンケート対象企業数】

57 社

【アンケート回収率】

56.1%(32 社) 過去の回収率実績:2013 年度 62.7%、2014 年度 62.1%

【業界間バウンダリーの調整状況】

■ 複数の業界団体に所属する会員企業が存在

■ 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＞

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、集計対象から除外いたしました。

【その他特記事項】

アンケート回収率が低下傾向のため、今後は会員企業に対しより徹底したアンケート協力の周知を行う予定です。

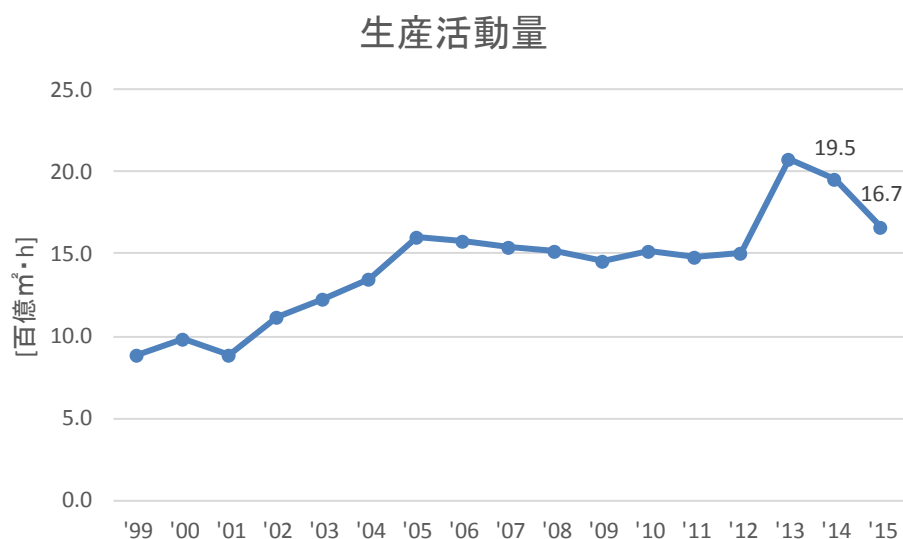
④ 生産活動量・エネルギー消費量・原単位、CO₂排出量・原単位の実績

【生産活動量】

＜2015 年度実績値＞

生産活動量(単位: $10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$): 16.7 (2014 年度比 ▲14%)

＜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）

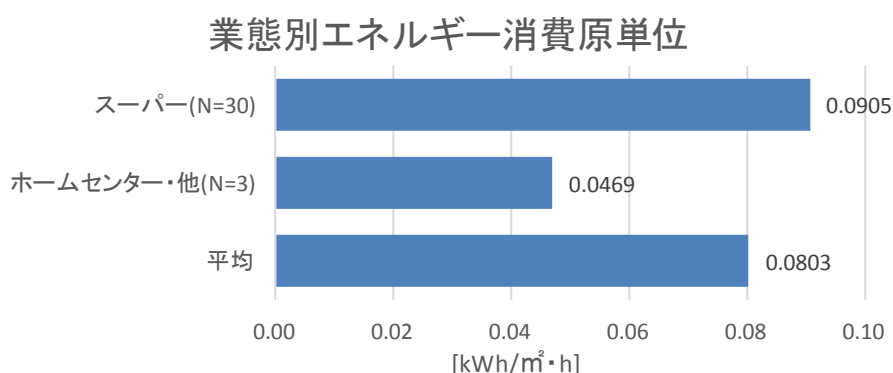
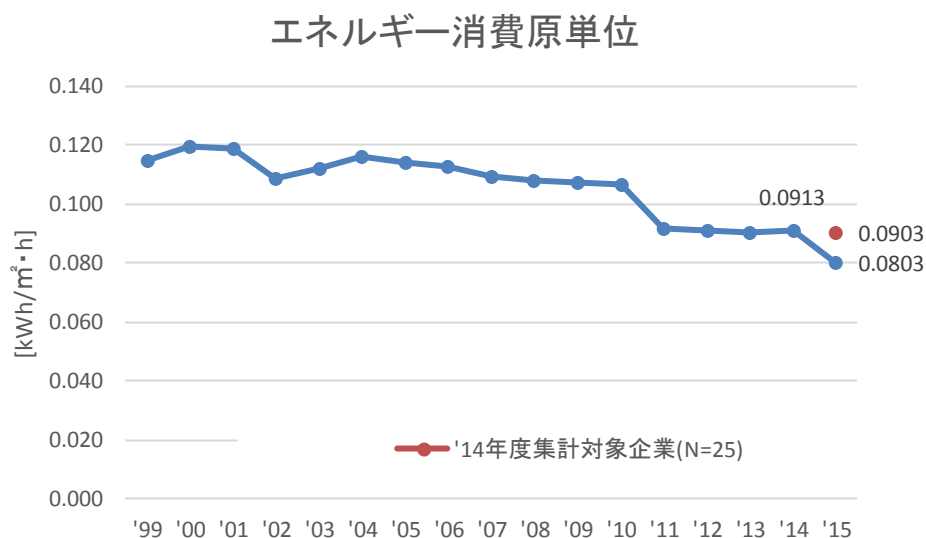
2015 年度は対前年度で生産活動量が 14%減少していますが、この傾向は集計対象企業数の減少（2014 年度 35 社→2015 年度 31 社）と店舗あたりの平均延床面積の減少が主な要因となっています。店舗あたりの営業時間は 2014 年度から大きな変化はありません。

なお、2012 年度から 2013 年度にかけて生産活動量が大幅に増加していますが、低炭素社会実行計画フォローアップより延床面積は売場面積を用いた推計からアンケート回答に基づく実績値の採用へ変更いたしました。この変更によって 2013 年度における平均延床面積が増大し、生産活動量も併せて増大しています。

【エネルギー消費原単位】

＜2015 年度の実績値＞

エネルギー消費原単位(kWh/㎡・h) : 0.0803(基準年度比▲32%、2014 年度比▲12%)



(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)

当協会で目標指標であるエネルギー消費原単位は 2015 年度 0.0803kWh/㎡・h と 2014 年度比 12% 減となり 2020 年度目標値 0.0897 を大幅に下回っています。業態別のエネルギー消費原単位はスーパーが 0.0905 kWh/㎡・h であり、ホームセンター・他のエネルギー消費原単位の約 2 倍になっています。

2014 年度はホームセンターをはじめとしたエネルギー消費原単位の小さい企業が含まれておらず、2015 年度はこれらの企業を含めて集計したため、エネルギー消費原単位が減少しました。

集計対象を 2014 年度の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/㎡・h となり、2014 年に対し 1.1%減となっています。

このように、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になっています。

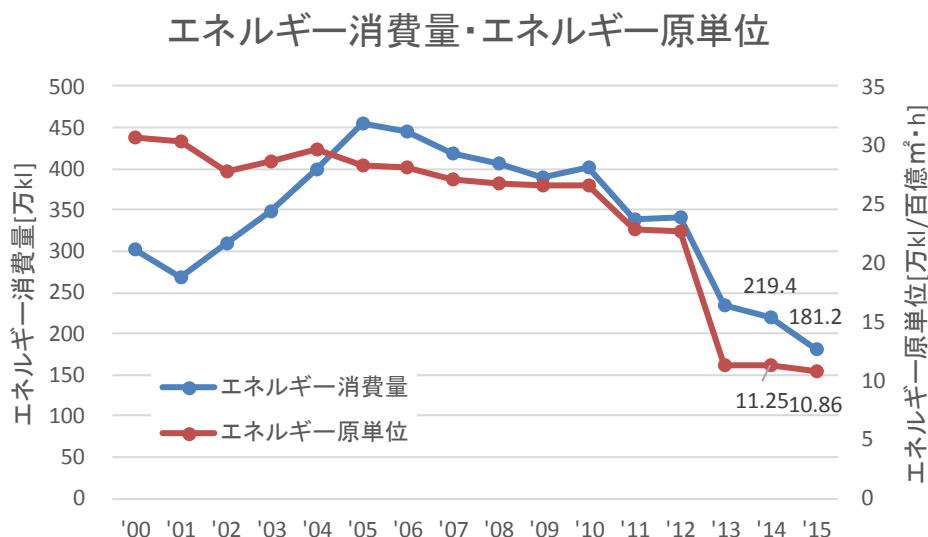
【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

＜2015 年度の実績値＞

エネルギー消費量(万 kl):181.2 (2014 年度比▲17%)

エネルギー原単位(万 kl/10¹⁰ m²・h):10.86 (2014 年度比▲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）

2015 年度のエネルギー消費量は生産活動量と同様、集計対象企業数の減少と店舗あたりの平均延床面積の減少に伴い 2014 年度比で 17%減少しています。生産活動量あたりのエネルギー原単位は▲4%と微減しています。

＜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）

前年比において 12%減の大幅な削減となっていますが、エネルギー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るため、省エネルギー対策取り組みの効果の把握が困難となっています。

（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はない

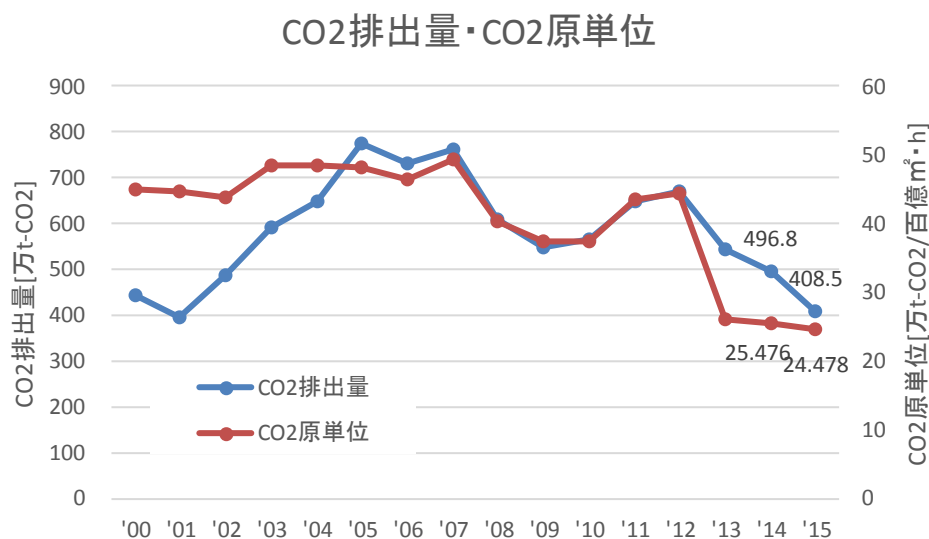
【CO₂排出量、CO₂原単位】

＜2015 年度の実績値＞

CO₂排出量(単位: 万 t-CO₂): 408.5 (2014 年度比▲18%)

CO₂原単位(単位: 万 t-CO₂/10¹⁰ m²・h): 24.478 (2014 年度比▲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）

低炭素社会実行計画フォローアップよりアンケート回収実績からの推計値をアンケート回収実績値へ変更しております。CO₂排出量については、店舗数は増えていますが、平均延床面積の減少等もあって 2013 年度から 2014 年度にかけて減少が見られます。CO₂ 原単位については平均延床面積が減少していることもあってほぼ横ばいになっています。

【要因分析】

CO₂ 排出量の変化は、エネルギー消費原単位の変動と同様、集計対象の企業内訳によって大きく変動するため、各要因の把握が困難なことが課題となっております。

⑤ 実施した対策、投資額と削減効果の考察

【総括表】（詳細はエクセルシート【別紙6】参照。）

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)
2015 年度	高効率照明の導入		業界全体の削減効果は測定が困難となりますが、個別企業における削減効果については下記をご参照ください。	
	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			
2016 年度	高効率照明の導入			
	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			
2017 年度以降	高効率照明の導入			
	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			

【2015 年度の取組実績】

（取組の具体的事例）

■高効率照明の導入

- ・108 店舗のバックルームへ LED 照明を導入。3,229t-CO₂ 削減
- ・29 店舗の売り場、47 店舗のバックルームへ LED 照明を導入。電気消費量約 600 万 kWh/年削減。
- ・56 店舗の基本照明、39 店舗の棚下照明を LED 化。約 10,000kWh の電力消費量削減
- ・62 店舗に省エネ型照明を導入。3,614t-CO₂ 削減。
- ・7 店舗で蛍光灯照明から LED 照明に更新。7 店舗合計電力消費量 987,255kWh 削減
- ・店内基礎照明の LED 化を 100%、電力消費量を約 2%削減
- ・2 店舗で売場照明をLED化。照明負荷が約 50%削減予定。(2015 年度新規)
- ・他の 2 企業が一部店舗で LED 化を実施(2015 年度新規)

■省エネ型空調設備の導入

- ・24 店舗の空調機をインバータ化。3,550t-CO₂ の削減
- ・省エネ型熱源・空調への更新を 5 店舗で実施。電力消費量約 150 万 kWh 削減
- ・5 店舗で R22 から R410 冷媒の高効率空調設備へ更新。5 店舗合計 140,148kwh 削減(2015 年度新規)

■省エネ型冷蔵・冷凍設備の導入

- ・8 店舗で高効率冷蔵設備へ更新。電力消費量 337 万 kWh 削減

■効率的な制御機器の導入

・2013 年度から BEMS を導入し、2014 年度末で 83 店舗に導入済み。2015 年度電力消費量は対前年 247 万 kWh 削減。

・34 店舗で BEMS を導入

（取組実績の考察）

会員企業においては新規開店時や店舗改装時において可能なところから省エネルギーにつながる機器の導入を進めてきており、効果も見られています。

【2016 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）

引き続き上記の取組を行っていくことが重要と考えます。

当協会の場合、個人消費の動向に大きな影響を受けるため、個人消費が落ち込むようなことがあれば継続的な投資を行うことが難しくなってきます。

【BAT、ベストプラクティスの導入進捗状況】

<設備関連>

BAT・ベストプラクティス等	導入状況・普及率等※	導入・普及に向けた課題
省エネ型照明の導入	2015年度 100% （普及率見通し100%）	・設備投資を要するため、景気の状態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	2015年度 89.3% （普及率見通し100%）	・食品衛生法で保存温度に定めがあるが、法令の上限の温度で管理する必要がある。 ・お客様の安全・安心の確保という観点から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	2015年度 50.0% （普及率見通し72.7%）	・設備投資を要するため、景気の状態によっては導入速度が遅くなる可能性がある

※省エネルギー対策に関するアンケート回答企業 28 社における構成比

<運用関連>

BAT・ベストプラクティス等	導入状況・普及率等※	導入・普及に向けた課題
こまめな消灯・明るすぎない照明調整	2015年度 96.3% （普及率見通し100%）	・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	2015年度 82.1% （普及率見通し100%）	・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

※省エネルギー対策に関するアンケート回答企業 28 社における構成比

【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り組み】

⑥ 想定した水準（見通し）と実績との比較・分析結果及び自己評価

【目標指標に関する想定比の算出】

* 想定比の計算式は以下のとおり。

$$\text{想定比【基準年度目標】} = (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) / (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の想定した水準}) \times 100(\%)$$

$$\text{想定比【BAU 目標】} = (\text{当年度の削減実績}) / (\text{2020 年度の目標水準}) \times 100(\%)$$

※各年の見通しは設定していないため算出できません。

【自己評価・分析】（3段階で選択）

＜自己評価及び要因の説明＞

- ☐ 想定した水準を上回った(想定比＝110%以上)
- ☐ 概ね想定した水準どおり(想定比＝90%～110%)
- ☐ 想定した水準を下回った(想定比＝90%未満)
- ☒ 見通しを設定していないため判断できない(想定比＝－)

（自己評価及び要因の説明、見通しを設定しない場合はその理由）

各年の想定値は会員の増減やお客様ニーズに基づく店舗仕様の変更等が考えられるため設定は難しいものと考えます。

（自己評価を踏まえた次年度における改善事項）

低炭素社会の実現に向けて足元の取り組みを着実に実施していくことが重要と考えています。

⑦ 次年度の見通し

【2016 年度の見通し】

※見通しの設定については下記の理由もあって困難であると考えます。

（見通しの根拠・前提）

店舗における省エネルギー対策はかなり進んできており、今後の大幅な改善は難しいと考えます。また、会員の増減やお客様ニーズに基づく店舗仕様の変更等が考えられるため見通しの設定は難しいものと考えます。

⑧ 2020 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。

$$\text{進捗率【基準年度目標】} = (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) / (\text{基準年度の実績水準} - \text{2020 年度の目標水準}) \times 100(\%)$$

$$\text{進捗率【BAU 目標】} = (\text{当年度の BAU} - \text{当年度の実績水準}) / (\text{2020 年度の目標水準}) \times 100(\%)$$

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (0.118 - 0.0803) / (0.118 - 0.0897) \\ &= 133\% \end{aligned}$$

【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
- ☐ 目標達成に向けて最大限努力している
- ☐ 目標達成が困難

（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）

現時点で高い進捗率となっていますが、会員構成の変化やお客様ニーズの変化により店舗のあり方は変化し続けるものであるため、進捗率が悪化すること考えられます。

（目標到達に向けた具体的な取組の想定・予定）

会員企業が実施する省エネルギー対策は一定の効果が出ていることが想定されますが、今後とも効果のある対策については継続して取り組む予定です。

（既に進捗率が2020年度目標を上回っている場合、目標見直しの検討状況）

会員構成の変化やお客様ニーズに合わせた店舗づくりが求められる中で業界全体の動向については不明確な点が多いため、現時点で目標見直しの予定はありません。

⑨ クレジット等の活用実績・予定と具体的事例

【業界としての取組】

- ☐ クレジット等の活用・取組をおこなっている
- ☐ 今後、様々なメリットを勘案してクレジット等の活用を検討する
- ☐ 目標達成が困難な状況となった場合は、クレジット等の活用を検討する
- ☒ クレジット等の活用は考えていない

【個社の取組】

- ☒ 各社でクレジット等の活用・取組をおこなっている
- ☐ 各社ともクレジット等の活用・取組をしていない

【具体的な取組事例】

- ・国内クレジット630t-CO₂を購入し国へ寄付
- ・カーボンフットプリント商品(レディースパンプス)のオフセットにより、20t-CO₂の排出クレジットを購入。
- ・J-VER購入(岩手県40t-CO₂、宮城県登米市295t-CO₂、福島県喜多方市15t-CO₂、合計350t-CO₂)

Ⅲ. 業務部門（本社等オフィス）・運輸部門等における取組

（１） 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排出削減目標

■ 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、本社のオフィスは含まれていないが、本社のオフィスについては「お取引先様等にご不便をおかけしない」範囲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

●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。

② エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績

■ データ収集が困難

（課題及び今後の取組方針）

引き続き、上記の取り組みを実践していくことで、低炭素社会への貢献を行っていく必要があります。

③ 実施した対策と削減効果

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ますが、効果を個別に計測することは困難となっています。

【2015 年度の取組実績】

（取組の具体的事例）

（取組実績の考察）

2015 年度は各社の本社等オフィスにおける具体的な取り組みは把握できていませんが、社員に対し環境教育を行う企業も見られ、徐々にオフィスにおける省エネルギー対策への取り組みが定着しているものと考えられます。

【2016 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）

引き続き、上記の取組を実践していくことで、低炭素社会への貢献を行っていく必要があり、またアンケート等で各社のオフィスにおける具体的な取り組みを把握する必要もあると考えています。

(2) 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

■ 業界としての目標策定には至っていない

(理由)

物流事業者にご協力をいただきながら下記の取組などを行い、効率化に努めています。

- 物流資材の簡素化(74.1%) 過去の実績:2013 年度 69.8%、2014 年度 74.2%
- 多頻度小口配送や短リードタイムの改善(64.2%) 過去の実績:2013 年度 58.1%、2014 年度 60%
- 通い箱等の活用(92.9%) 過去の実績:2013 年度 93.0%、2014 年度 92.9%

② エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績

■ データ収集が困難

(課題及び今後の取組方針)

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ますが、効果を個別に計測することは困難となっています。

③に掲げる内容の取組を継続していくことが重要であると考えています。

③ 実施した対策と削減効果

* 実施した対策について、内容と削減効果を可能な限り定量的に記載。

年度	対策項目	対策内容	削減効果
2015年度	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		
2016年度以降	※上記の取組を継続して行いますが、削減効果については不明となっています。		

【2015 年度の取組実績】

(取組の具体的事例)

■物流資材の簡素化

- ・低温物流においてカゴ車での保冷マテハンで配送していたが、トラック輸送→店舗売場引込みによりカートトラックやドリー台車での納品へ変更し輸送機器の軽量化を実現。
- ・店舗納品時のダンボール使用の削減と通いの大袋等の使用拡大。
- ・折りたたみコンテナの利用やハンガー納品を推進し、ダンボール使用量を低減(物流センターの使用段ボール前年比 99%)
- ・通い箱、青果物イフコ・コンテナの活用

■多頻度小口配送や短リードタイムの改善

- ・首都圏 10ヶ所の物流センターを 5ヶ所に集約し店への納品車両台数を約1割削減。

- ・冷凍食品の店舗発注回数を見直し、車両積載効率が変更前に比べ 112.5%に改善。
- ・店配送車両の便別納品ボリュームの平準化施策により、述べ車両数が減少。
- ・冷凍商品（冷凍食品・アイスクリーム）に加えて冷凍の生鮮食品の DC 化を導入し、リードタイムの短縮（D2→D1）と店舗在庫削減（毎日納品）を実現。
- ・店舗へのオリコンサイズを 75 リットルから 55 リットルの使用比率を高め、積載効率を改善。
- ・仕入先納品ルート of 共同配送化の拡大等、上記を含め全体の 3%程度改善。

■通い箱等の活用

- ・リピートボックス（特定荷主用の専用オリコン）の利用を推進し、ダンボール箱の利用を少なくして省資源を図るなどの対応を実施。

（取組実績の考察）

- ・ハンガー納品や繰り返し使用が可能な折りたたみコンテナの利用などの物流資材の削減をはじめ、効率的な配送方法による配送時における低炭素化に各社が物流事業者と協力して行っており、一定の効果を出しているものと考えます。

【2016 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）

物流事業者にご協力をいただきながら、③の取組を継続して行います。

（３） 家庭部門（環境家計簿等）、その他の取組

環境家計簿に対する取組については、特に情報はありますが、従業員やお客さまに環境問題に関心を持っていただき、実際の行動に移してもらうための取り組みを継続しています（事例については以下の通りになります）。

- ・各店において、小学生の社会見学や中学生の職場体験の際にエコ学習会（独自の冊子による）を行っている。累計 51 店舗で参加人数 3524 人。
- ・牛乳パック工作教室年 2～3 回の実施。エコツアー一年 1 回の実施。
- ・店舗見学会の際に環境の取り組みについて説明。夏休みの親子ツアーで森林整備活動等の現場を案内。
- ・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
- ・こどもエコクラブの実施（参加登録者 100 名）
- ・オリジナル教材を使ったこども環境学習の実施。2015 年度は 76 団体、4,991 名が参加。

IV. 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	削減実績 (2015年度)	削減見込量 (2020年度)
1	環境配慮型商品の販売の実施		
2	環境配慮型商品の開発の実施		
3	ばら売り・量り売り等の実施		
4	レジ袋の無料配布中止	レジ袋については 1 枚 (6.62 g) の辞退により約 10 g の CO2 削減効果が期待できます (製造にかかる CO2 の排出量として)。 (レジ袋重量: プラスチック容器包装リサイクル推進協議会、CO2発生量: (一社) プラスチック循環利用協会)	
5	レジ袋辞退時のインセンティブの付与		
6	簡易包装の実施		
7	常温販売の増加		
8	テレビモニターを使用した販促活動の見直し		

(当該製品等の特徴、従来品等との差異等、及び削減見込み量の算定根拠)

・個々の取り組みにおける CO2 削減量の算定は困難になっています。

(2) 2015 年度の実績

(取組の具体的事例)

■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
- ・再生紙のトイレtpーパー、LED 電球、生分解性の良い洗剤、カート缶飲料、紙パックのトマト・コーン等の販売
- ・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。
- ・シャンプーやボディソープなどは詰め替え商品といった容器包装の少ない商品を積極的に販売。また惣菜コーナーでは従来使用のプラスチックパックのほかに、環境負担の低い紙製の袋にて販売。
- ・再生紙トイレtp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

- ・全店で惣菜のコロッケ等のプラスチック容器を紙製に切り替え。
- ・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)。

(取組実績の考察)

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ます。

(3) 2016 年度以降の取組予定

今後も上記の取組を継続していくことが重要となりますが、チェーンストアにおいては、商品の販売活動を通じての CO2 削減の取組はお客様の環境問題への啓発になる部分がある一方で、ご理解・ご協力をいただくことが必要なため、一層の理解推進に努めていきます。

V. 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) 2015 年度の実績

(3) 2016 年度以降の取組予定

※海外における CO2 削減に関するデータはありません。

VI. 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	導入時期	削減見込量
1	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
2	省エネ型空調設備の導入	—	—
3	省エネ型冷蔵・冷凍設備の導入	—	—
4	効率的な制御機器の導入	—	—
5	太陽光発電、風力発電の導入	—	—

(技術の概要・算定根拠)

高効率照明の導入による消費電力の削減効果については「環境省あかり未来計画」より抜粋しています。

(参考 URL: <http://funtoshare.env.go.jp/akari/lume/index.html>)

(2) 技術ロードマップ

最新の技術が用いられた機器の導入等については個々の企業において新規開店時や改装時において可能な範囲で実施していくことが望ましいと考えます。

(3) 2015 年度の実績

(取組の具体的事例)

■高効率照明の導入

- ・108 店舗のバックルームへ LED 照明を導入。3,229t-CO₂ 削減
- ・29 店舗の売り場、47 店舗のバックルームへ LED 照明を導入。電気消費量約 600 万 kWh/年削減。
- ・56 店舗の基本照明、39 店舗の棚下照明を LED 化。約 10,000kWh の電力消費量削減
- ・62 店舗に省エネ型照明を導入。3,614t-CO₂ 削減。
- ・7 店舗で蛍光灯照明から LED 照明に更新。7 店舗合計電力消費量 987,255kWh 削減
- ・店内基礎照明の LED 化を 100%、電力消費量を約 2%削減
- ・2 店舗で売場照明をLED化。照明負荷が約 50%削減予定。(2015 年度新規)
- ・他の 2 企業が一部店舗で LED 化を実施(2015 年度新規)

■省エネ型空調設備の導入

- ・24 店舗の空調機をインバータ化。3,550t-CO₂ の削減
- ・省エネ型熱源・空調への更新を 5 店舗で実施。電力消費量約 150 万 kWh 削減
- ・5 店舗で R22 から R410 冷媒の高効率空調設備へ更新。5 店舗合計 140,148kwh 削減(2015 年度新規)

■省エネ型冷蔵・冷凍設備の導入

- ・8 店舗で高効率冷蔵設備へ更新。電力消費量 337 万 kWh 削減

■効率的な制御機器の導入

- ・2013 年度から BEMS を導入し、2014 年度末で 83 店舗に導入済み。2015 年度電力消費量は対前年 247 万 kWh 削減。
- ・34 店舗で BEMS を導入

■太陽光発電、風力発電の導入

・13 店舗で計 842,821kWh の太陽光発電導入

（取組実績の考察）

会員企業においては新規開店時や店舗改装時において可能なところから省エネルギーにつながる機器の導入を進めてきており、効果も見られています。

（４） 2016 年度以降の取組予定

今後も引き続き上記の取組を継続していきます。

VII. 情報発信、その他

(1) 情報発信

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
協会公式ホームページによる取組状況の公開 (https://www.jcsa.gr.jp/topics/environment/approach.html)	○	○
フォローアップの結果の会員への伝達	○	

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
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	○	○

③ 学術的な評価・分析への貢献

取組のフォローアップが行われ、公表されることで優良な取組事例や課題等について会員以外にも業界全体に共有化されるものと考えます。

(2) 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: 協会公式ホームページ