

## コンビニエンスストア業界の「低炭素社会実行計画」(2020年度目標)

		計 画 の 内 容
1. 国内の企業活動における2020年度の削減目標	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)より約10.0%削減する(全チェーン平均)。</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</p>
	設定根拠	<p><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。</p> <p><u>将来見通し:</u> 生産活動量の指標である売上高については、コンビニエンスストアが地域のインフラとしての役割を担う中での積極的な出店から全体としては増加するものの、1店舗毎の営業状況は楽観できない。他業態との競争はもとより、国内景気の動向、気候変動・自然災害等による商品供給や来店客数への影響等も懸念される。併せて、温度管理が必要な新規商品の開発や行政サービスの代行等は、新たにエネルギーを使用するものであり、目標の達成は容易ではないと考える。</p> <p><u>BAT:</u></p> <p><u>電力排出係数:</u> 設定していない。</p> <p><u>その他:</u> 2018年度までの進捗状況を踏まえ、目標を変更するか否か検討を行う予定である。</p>
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<p><u>概要・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</p>
3. 海外での削減貢献		<p><u>概要・削減貢献量:</u> ①協会としてコンビニエンスストアの海外展開における省エネ、CO<sub>2</sub>削減の取組みを支援していく。 ②二国間オフセット・クレジット制度の活用を進めている(会員企業)。</p>
4. 革新的技術の開発・導入		<p><u>概要・削減貢献量:</u> ①次世代型店舗の研究・開発。 ②省エネに貢献し温暖化係数も低い自然冷媒等の利用。</p>
5. その他の取組み・特記事項		<p>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。</p>

コンビニエンスストア業界の「低炭素社会実行計画」(2030年度目標)

		計 画 の 内 容
1. 国内の企業活動における2030年度の削減目標	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)より約10.0%削減する(全チェーン平均)。 ①基準年度(2010年度) : 0.9347 kWh/百万円 ②目標値(2030年度) : 0.8453 kWh/百万円
	設定根拠	<p><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。</p> <p><u>将来見通し:</u> 生産活動量の指標である売上高については、コンビニエンスストアが地域のインフラとしての役割を担う中での積極的な出店から全体としては増加するものの、1店舗毎の営業状況は楽観できない。他業態との競争はもとより、国内景気の動向、気候変動・自然災害等による商品供給や来店客数への影響等も懸念される。併せて、温度管理が必要な新規商品の開発や行政サービスの代行等は、新たにエネルギーを使用するものであり、目標の達成は容易ではないと考える。</p> <p><u>BAT:</u></p> <p><u>電力排出係数:</u> 設定していない。</p> <p><u>その他:</u> 2018年度までの進捗状況を踏まえ、目標を変更するか否か検討を行う予定である。</p>
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<p><u>概要・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</p>
3. 海外での削減貢献		<p><u>概要・削減貢献量:</u> ①協会として、コンビニエンスストアの海外展開における省エネ、CO<sub>2</sub>削減の取組みを支援していく。 ②二国間オフセット・クレジット制度の活用を進めている(会員企業)。</p>
4. 革新的技術の開発・導入		<p><u>概要・削減貢献量:</u> ①次世代型店舗の研究・開発。 ②省エネに貢献した温暖化係数も低い自然冷媒等の利用。</p>
5. その他の取組み・特記事項		<p>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。</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

2017年2月28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フランチャイズ形態の小規模小売業。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、立地や営業時間等にて利便性を提供。

### (2) 業界全体に占めるカバー率

※出典：2015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		団体の規模※1		低炭素社会実行計画参加規模※2	
企業数	26チェーン	団体加盟企業数	325チェーン	計画参加企業数	22チェーン (84.6%) ※3
店舗数	57,052店舗	団体加盟店舗数	127,653店舗	計画参加店舗数	55,976店舗 (98.1%) ※4
市場規模	売上高 10兆4,990億円	団体企業売上規模	売上高 14兆4,935億円	参加企業売上規模	売上高 10兆3,572億円 (98.6%) ※5
エネルギー消費量	—	団体加盟企業のエネルギー消費量	—	計画参加企業のエネルギー消費量	8,452,814.0 kWh/年 ※6

※1. 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。

※2. 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。

※3. (%) は、業界全体の企業数に占める低炭素社会実行計画参加企業数の割合。

※4. (%) は、業界全体の店舗数に占める低炭素社会実行計画参加店舗数の割合。

※5. (%) は、業界全体の売上高に占める低炭素社会実行計画参加企業の売上高の割合。

※6. 計画参加企業のエネルギー消費量は、低炭素社会実行計画にて算出した数値。

### (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

■ 「2016年度業界向けデータシート」の別紙1参照。

#### ② 各企業の目標水準及び実績値

■ 「2016年度業界向けデータシート」の別紙2参照。

### (4) カバー率向上の取組み

#### ① カバー率向上の見通し

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	2030年度 見通し
企業数	11社	11社	10社	—	—	—
カバー率 (JFA会員社)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
売上規模 (百万円/年)	8,660,622.5	9,209,292.0	10,264,278.0	—	—	—
エネルギー消費量 (kWh/年)	7,420,105.1	7,723,497.4	8,452,814.0	—	—	—

※2015年度JFAフランチャイズチェーン統計調査の売上高は、各社の決算年度の数値となっている。低炭素社会実行計画の売上規模及びエネルギー消費量は省エネ法に準じており、期の途中で開店及び閉店した店舗等を加味した数値となる。

(カバー率の見通しの設定根拠)

\*コンビニエンスストア業界全体に占める売上高によるカバー率は98.6%だが、当協会加盟のコンビニエンスストアは100.0%カバーしている。

② カバー率向上の具体的な取組み

上記記載の通り、当協会加盟コンビニエンスストアについては100.0%カバーしている。

## II. 国内の企業活動における2020年度・2030年度の削減目標

### 【削減目標】

〈2020年度〉(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)より約10.0%削減する。

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

〈2030年度〉(2015年10月策定)

2020年度目標と同じ目標にて取組む。

### 【目標の変更履歴】〔自主行動計画(2012年度以前)〕

店舗ごとの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消費量)を、目標年度(2008~2012年度の5年間の平均値)において、基準年度(1990年度)の23%の削減に努める。

### 【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】

- 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  
 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)

\*2013年度に目標指標を変更していることから、現段階では目標の変更は行わない。今後は、2018年度までの進捗状況等を踏まえ、目標を変更するか否か検討を行う予定である。

### 【今後の目標見直しの予定】(II.(1)③参照。)

- 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>

\*2018年度までの進捗状況、経済情勢や社会環境等の変化等、あらゆることを想定した上で目標を変更するか否か検討を行う予定である。

(1) 削減目標

① 目標策定の背景

\*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。  
\*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ため、省エネ法に準じた目標値を設定し、取り組んでいくこととした。

② 前提条件

\*コンビニエンスストアの場合、エネルギー消費量のほとんどが電力会社等から店舗へ供給される電気の使用であるため、店舗における電気使用量のみを対象としている。

【対象とする事業領域】

\*コンビニエンスストア店舗（加盟店・直営店）。

【2020年度・2030年度の生産活動量の見通し及び設定根拠】

\*生産活動量（売上高）の見通し

コンビニエンスストアは、社会のインフラとしての機能を担うとともに企業として成長していくため、限られたスペースの中で新たな商品やサービスの開発を継続している。

店内調理や温度管理が必要な商品の開発、また、地域インフラとしての行政サービスの代行等、これからも取扱う商品やサービスは、時代（社会や環境）に合わせて変化し、地域のインフラとしての機能を担っていく。

生産活動量の指標である売上高は、各社の地域インフラとしての機能を担うための積極的な出店から全体として増加するものの、1店舗毎の営業状況は楽観できない。他業態との競争はもとより、今後の社会変化（消費税率の更なる引き上げ〔2019年10月予定〕や原材料の高騰等による商品価格の上昇、気候変動・自然災害等による様々な影響等）により、目標の達成は容易ではないと考える。

\*設定根拠

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。

【計画策定の際に利用した排出係数の出典に関する情報】 ※CO<sub>2</sub>目標の場合

排出係数	理由/説明
電力	<input type="checkbox"/> 実排出係数 (〇〇年度 発電端/受電端) <input type="checkbox"/> 調整後排出係数 (〇〇年度 受電端) <input type="checkbox"/> 特定の排出係数に固定 <input type="checkbox"/> 過年度の実績値 (〇〇年度 発電端/受電端) <input type="checkbox"/> その他 (排出係数値: 〇〇kWh/kg-CO <sub>2</sub> 発電端/受電端)  <上記排出係数を設定した理由>
その他燃料	<input type="checkbox"/> 総合エネルギー統計 (〇〇年度版) <input type="checkbox"/> 温対法 <input type="checkbox"/> 特定の値に固定 <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>

【その他の特記事項】

—
---

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】

\*床面積に紐付かないエネルギー消費設備の増加

近年、コンビニエンスストア店舗におけるエネルギー消費量の構成比は変化しており、床面積はそのままに、チケット販売機やATM、ファストフード等の店内調理機器の導入、地域インフラとしての行政サービスの代行等の「エネルギー使用量に影響する」商品・サービスが増えてきている。床面積を目標指標の分母とした場合、これらの新サービス設備の導入が原単位悪化と評価されるため、コンビニエンスストアの経済活動を阻害する恐れがある。  
 ※公共料金等の 収納代行は売上高には含まれない。

\*エネルギー使用量との因果関係

店舗内設備のエネルギー使用量との相関では、「床面積」より「売上高」の方がより高いと考えられるため、原単位として「売上高」を採用することは適正であるとする。

○: 因果関係が高い ×: 因果関係が低い

店舗内設備	エネルギー使用量の主な変動要因	売上高	床面積×営業時間
空調設備【20.6%】	来店人数(売上高)・床面積・営業時間	○	○
照明設備【15.9%】	床面積・営業時間	×	○
冷蔵・冷凍設備【24.6%】	商品回転率(売上高)	○	×
加熱保温設備【26.1%】 (フライヤー、電子レンジ等)	商品回転率(売上高)	○	×
その他設備【12.8%】 (ATM、チケット販売機等)	サービス稼働率(売上高)	○	×

【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

<最大限の水準であることの説明>

\*省エネ法に準じて基準年度（2010 年度）を基に、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組んでいる。

【BAUの定義】 ※BAU目標の場合

—

<BAU算定方法>

—

<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（2015 年度）

(指 標)

—

(内 容)

—

(出 典)

—

(比較に用いた実績データ) 2014 年度

- 実施していない

(理 由)

\*今後、各社・各国等の実態を把握し、国際的な比較・分析につき検討を行う。

【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
【G社】			
機器の更新	看板のLED化。 冷凍機（最新型）に交換。 空調機（最新型）に交換。	2,365千kWh	—

(各対策項目の削減見込量・普及率見通しの算定根拠)

【G社】既存機器とのエネルギー使用量の差。

(参照した資料の出所等)

—

<運用関連>

対策項目	対策の概要、 BATであることの説明	削減見込量	実施率見通し
—	—	—	—

(各対策項目の削減見込量・普及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、 BAT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・普及率見通しの算定根拠)

—

(参照した資料の出所等)

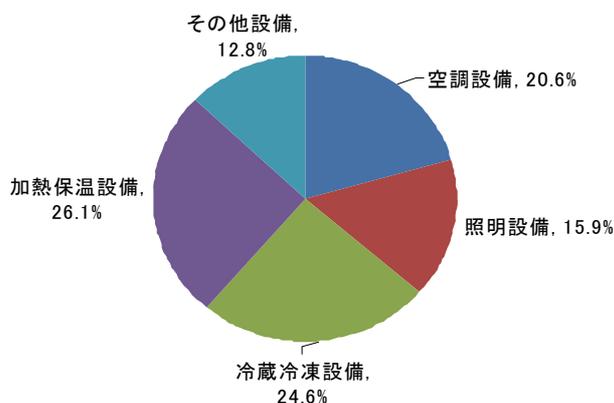
—

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】

コンビニエンスストアの場合、エネルギー消費量のほとんどが電気であり、寒冷地の一部等にて他のエネルギー（灯油やガス）を使用しているケースはあるものの、全体に占める割合としてはごく僅かとなる。

《電気使用量の設備別シェア（推定値）》



※出典：2012年3月作成 クール・ネット東京「コンビニ店長のための節電ガイド」

【電力消費と燃料消費の比率（CO<sub>2</sub>ベース）】

項目	比率
電力	100.0%
燃料	—

(2) 実績概要

① 実績の総括表

【総括表】（詳細は「2016年度業界向けデータシート」の別紙4参照）

	基準年度 (2010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	2030年度 目標
生産活動量 (百万円)	7,690,129.0	9,782,993.4	—	10,264,278.0	—	—	—
エネルギー 消費量 (原油換算万kl)	178.6	202.9	—	206.8	—	—	—
電力消費量 (億kWh)	71.9	82.9	—	84.5	—	—	—
CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )	251.58 ※1	459.40 ※2	— ※3	448.84 ※4	— ※5	— ※6	— ※7
エネルギー 消費原単位 (千kWh/百万円)	0.9347	0.8477	0.8889	0.8235	0.8800	0.8453	0.8453
CO <sub>2</sub> 原単位 (t-CO <sub>2</sub> /百万円)	0.3272	0.4696	—	0.4373	—	—	—

【電力排出係数】

項目	※1	※2	※3	※4	※5	※6	※7
排出係数[kg-CO <sub>2</sub> /kWh]	0.3500	0.5540	/	0.5310	/	/	/
実排出/調整後/その他	調整後	調整後		調整後			
年度	2010年度	2014年度		2015年度			
発電端/受電端	受電端	受電端		受電端			

※排出係数は過去に遡っての修正はしない。

【2020年度・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	<input type="checkbox"/> 実排出係数（発電端/受電端） <input checked="" type="checkbox"/> 調整後排出係数（受電端） <input type="checkbox"/> 特定の排出係数に固定 <input type="checkbox"/> 過年度の実績値（〇〇年度 発電端/受電端） <input type="checkbox"/> その他（排出係数値：〇〇kWh/kg-CO <sub>2</sub> 発電端/受電端）  <上記排出係数を設定した理由>
その他燃料	<input type="checkbox"/> 総合エネルギー統計（〇〇年度版） <input type="checkbox"/> 温対法 <input type="checkbox"/> 特定の値に固定 <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>

② 2015年度における実績概要

【目標に対する実績】

〈2020年度〉

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2015年度実績① (基準年度比/BAU比)	2015年度実績② (2014年度比)
エネルギー消費原単位 (売上高当たり)	2010年度	▲10.0%	▲11.9%	▲2.9%

〈2030年度〉

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2015年度実績① (基準年度比/BAU比)	2015年度実績② (2014年度比)
エネルギー消費原単位 (売上高当たり)	2010年度	▲10.0%	▲11.9%	▲2.9%

《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	2015年度実績（基準年度比） （ ）内は、2014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	▲23.0%	▲33.5% (▲29.8%)

【CO<sub>2</sub>排出量実績】

	2015年度実績	基準年度比	2014年度比
CO <sub>2</sub> 排出量	448.84万t-CO <sub>2</sub>	+78.4%	▲2.3%

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	<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）	2016年7月に当協会加盟コンビニエンスストア10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 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）	同 上
CO <sub>2</sub> 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）	同 上

【アンケート実施時期】

2016年7月～8月

【アンケート対象企業数】

10社22チェーン（コンビニエンスストア業界全体の売上高によるカバー率98.6%、低炭素社会実行計画参加企業数の売上高によるカバー率は100%）

【アンケート回収率】

計画参加企業数ベースで100%（計画参加企業売上高ベースでも100%）

【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はない
- 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は行っていない

(理 由)

—
---

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】

—

④ 生産活動量、エネルギー消費量・原単位、CO<sub>2</sub>排出量・原単位の実績

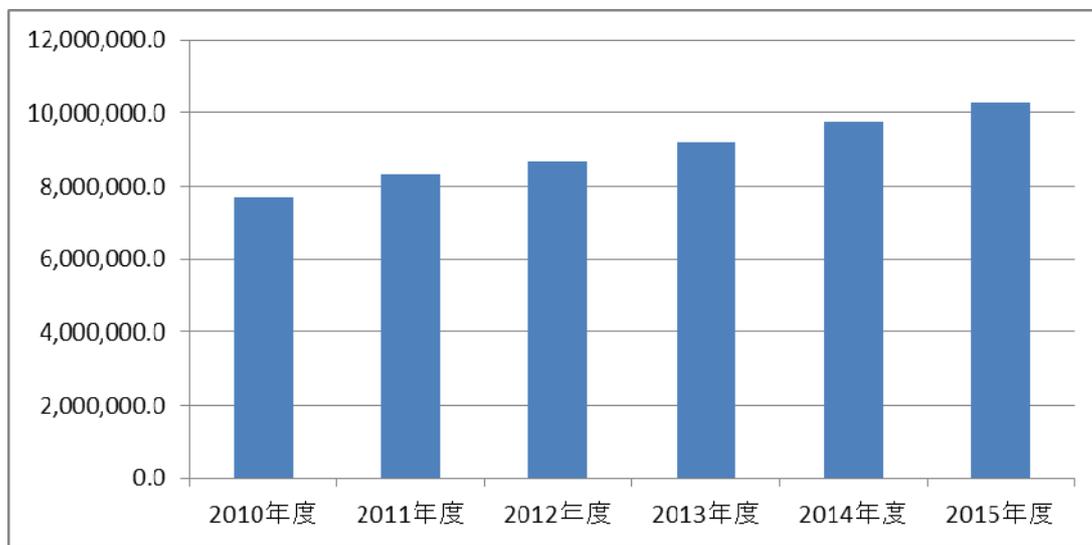
【生産活動量】

<2015年度実績値>

生産活動量（単位：百万円/年）：10,264,278.0〔基準年度比：133.5%、2014年度比：104.9%〕

<実績のトレンド>

(グラフ)



(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)

\*時代の变化に伴い店舗におけるエネルギー消費量の構成比は変化しており、「床面積」や「営業時間」は変わらない中で、チケット販売機やATMサービス、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等から、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、生産活動量として、事業活動と最も密接な関係のある指標である「売上高」を2013年度実績より採用している。

\*コンビニエンスストアが社会インフラとしての機能を担っていく中で、店舗数の拡大（基準年度比：28.5%増）により売上高も伸長（基準年度比：33.5%増）している。特に、2015年度は淹れたてコーヒーを含むカウンター商材、弁当・調理麺・惣菜等の中食、デザート等が好調に推移したことから、「売上高」が伸長した。この背景には、少子高齢化の進行、単身世帯や有職女性の増加に伴う個食・簡単需要の増加、嗜好の多様化等が考えられる。

【参考】店舗数の推移

	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度
店舗数	41,784	43,123	44,201	48,703	51,114	53,696

\*しかし、生産活動量の指標である売上高は、今後も全体として増加するものの、1店舗毎の営業状況は楽観できない。他業態との競争はもとより、今後の消費税率の更なる引き上げ（2019年10月予定）や原材料等の高騰による商品価格の上昇、気候変動・自然災害等による様々な影響等も想定され、目標達成は容易ではないと考えている。

【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

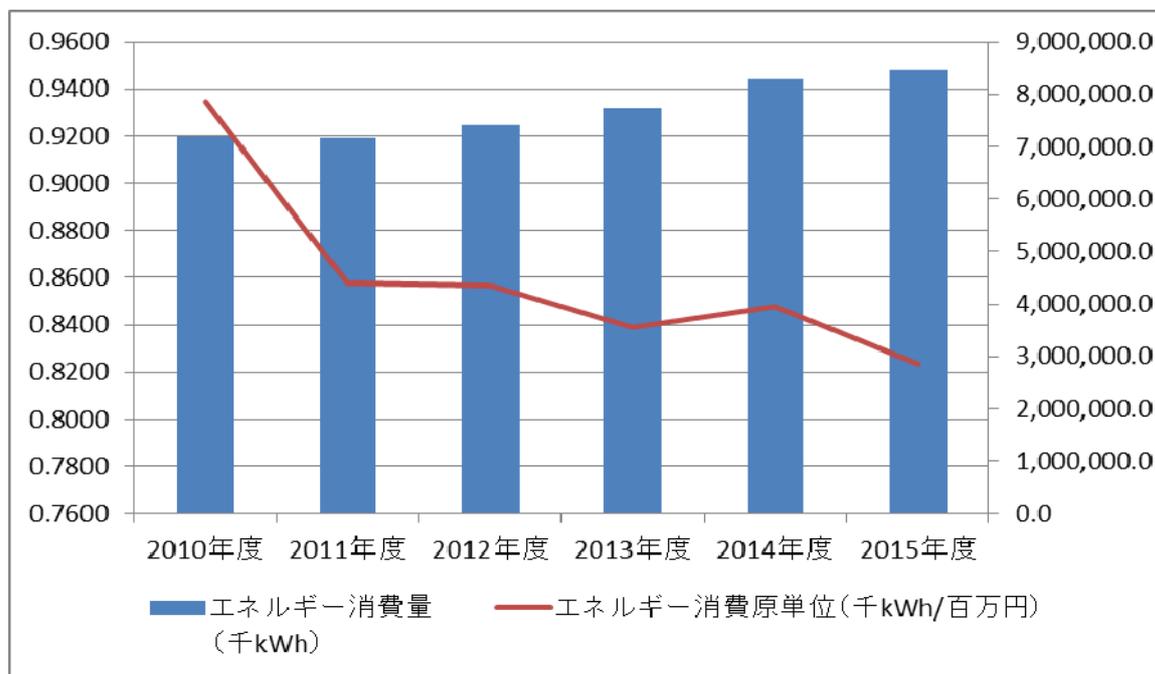
＜2015年度の実績値＞

エネルギー消費量（単位：千kWh/年）：8,452,814.0〔基準年度比：117.6%、2014年度比：101.9%〕

エネルギー原単位（単位：千kWh/百万円/年）：0.8235〔基準年度比：88.1%、2014年度比：97.1%〕

＜実績のトレンド＞

（グラフ）



（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》

- \*少子高齢化の進行、単身世帯や有職女性の増加、地方の商店等が衰退されてきていることを背景に、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きている。各社とも積極的に出店（基準年度比：28.5%増）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：17.6%増）にあるが、1店舗当たりで見るとエネルギー消費量は基準年度比8.5%削減となった。
- \*コンビニエンスストアの場合、エネルギー消費量のほとんどが電力会社等から供給される電気の使用であることから、各社ともLED照明や自然冷媒等の省エネ機器の積極的な導入や、機器等の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》

- \*店舗数の拡大等により「エネルギー消費量」及び「売上高」はともに増加しているものの、東日本大震災以降、LED照明をはじめとする省エネ機器の導入や積極的な節電対策を前倒しで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。

<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)

\*2010年度を基準に毎年1%ずつ改善するという省エネ法に準じた目標値となっている。

(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：0.8453 千 kWh/百万円

\*2015年度実績：0.8235 千 kWh/百万円

※2015年度のベンチマーク目標の達成会社は1社。

<今年度の実績とその考察>

\*コンビニエンスストア業のベンチマーク指標は2016年度に策定し、2016年度の実績より報告を行うことになる。

□ ベンチマーク制度の対象業種ではない

—

【CO<sub>2</sub>排出量、CO<sub>2</sub>原単位】

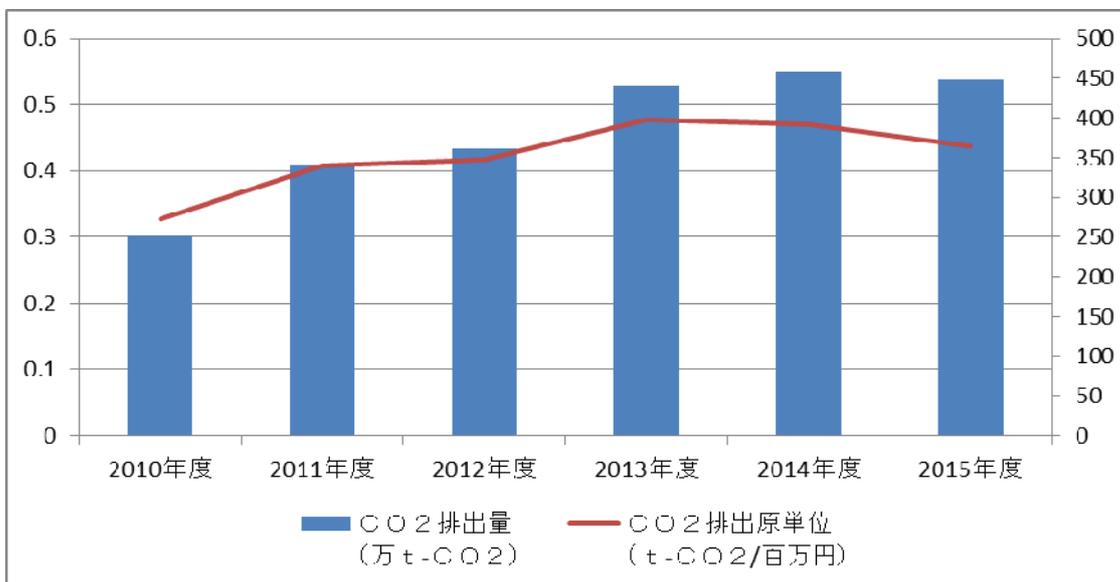
<2015年度の実績値>

CO<sub>2</sub>排出量 (単位：万 t-CO<sub>2</sub>) : 448.84 [基準年度比：178.4%、2014年度比：97.7%]

CO<sub>2</sub>原単位 (単位：t-CO<sub>2</sub>/百万円) : 0.4373 [基準年度比：133.6%、2014年度比：93.1%]

<実績のトレンド>

(グラフ)



(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)

《CO<sub>2</sub>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：28.5%増）が続いていることや、電力原単位（排出係数）の悪化等からCO<sub>2</sub>排出量は増加傾向にあるものの、2015年度は電力原単位（排出係数）の改善により、CO<sub>2</sub>排出量は減少した。
- \* 各社とも「持続可能な成長」を目指し、LED照明や自然冷媒等の省エネ機器や太陽光発電等の再生可能エネルギーの導入を積極的に進めている。

《CO<sub>2</sub>排出原単位》

- \* 生産活動量（売上高）に対するエネルギー使用量は、電力原単位（排出係数の改善）やLED照明をはじめとする省エネ機器の積極的な導入、太陽光発電装置の設置促進等による削減が進み、2015年度は2014年度より若干（0.0323t-CO<sub>2</sub>/百万円）下回る結果となった。
- ※ CO<sub>2</sub>排出量を目標指標とすることについては、コンビニエンスストアの場合、店舗の電気使用に基づくCO<sub>2</sub>排出量がほとんどであり、その排出量は電力原単位（排出係数）に左右される。そこで、業界として、真摯に省エネ対策の取組みを進めていくとともに、事業の発展と環境負荷低減の両立を目指して「エネルギー消費原単位」での削減に取り組んでいる。

【要因分析】（詳細は「業界向けデータシート（H28）」の別紙5参照。）

(CO<sub>2</sub>排出量) ※調整後排出係数

要因	年度	基準年度→2015年度変化分		2014年度→2015年度変化分	
		(万 t-CO <sub>2</sub> )	(%)	(万 t-CO <sub>2</sub> )	(%)
CO <sub>2</sub> 排出量の増減		447.999	—	▲11.430	▲2.5
事業者省エネ努力分		149.333	—	▲13.130	▲2.9
燃料転換の変化		0	—	0	0
購入電力原単位変化		149.333	—	▲20.100	▲4.4
生産変動分		149.333	—	21.800	4.7

(エネルギー消費量)

要因	年度	基準年度→2015年度変化分		2014年度→2015年度変化分	
		(万 kl)	(%)	(万 kl)	(%)
エネルギー消費量の増減		206.830	—	3.912	1.9
事業者省エネ努力分		206.830	—	▲6.071	▲3.0
生産変動分		0	—	9.983	4.9

(要因分析の説明)

- \* コンビニエンスストアは、店舗数の拡大（基準年度比：28.5%増）が続いていることや電力原単位（排出係数）の悪化等から、CO<sub>2</sub>排出量は増加傾向にあるものの、2015年度は電力原単位（排出係数）が改善したことや、各社ともに「持続可能な成長」を目指してLED照明や自然冷媒等の省エネ機器、太陽光発電等の再生可能エネルギーの導入を積極的に進めてきたことから、CO<sub>2</sub>排出量の増加は抑えられてきている。

⑤ 実施した対策、投資額と削減効果の考察

【総括表】（詳細は「2016年度業務向けデータシート」の別紙6参照）

年度	対策	投資額	削減効果 (t-CO <sub>2</sub> )	設備等の使用期間 (見込み)
2015年度	<b>【A社】</b>			
	全熱交換器	1.8 百万円	23,035	10年
	店舗照明LED化	6.6 百万円	64,816	6年
	冷蔵用インバータ冷却器	12.6 百万円	31,468	8年
	<b>【C社】</b>			
	省エネ対策	324.58 百万円	3,367 千kWh	10年
	ノンフロン冷機導入	24.45 百万円	23t	10年
	<b>【E社】</b>			
	ファサード看板にLED照明導入	0.90 億円	286.11	4.5年
	空気調和設備の入れ替え	0.93 億円	1,319.62	13年
	冷凍・冷蔵設備の入れ替え	4.31 億円	955.68	5年
	デュアルケースの入れ替え	3.39 億円	513.53	5年
	<b>【F社】</b>			
	店内LED照明の導入	44.80 百万円	864.20	—
インバータコンプレッサの導入 (空調機)	19.60 百万円	44.30	—	
インバータコンプレッサの導入 (冷凍機)	41.30 百万円	93.30	—	
看板のLED照明を採用	22.00 百万円	270.00	—	
2016年度	<b>【E社】</b>			
	ファサード看板にLED照明導入	32.50 億円	286.11	4.5年
	空気調和設備の入れ替え	1.10 億円	1,319.62	13年
	冷凍・冷蔵設備の入れ替え	5.76 億円	955.68	5年
	店舗のスクラップ&ビルド	86.40 億円	952.91	—
	デュアルケースの入れ替え	2.61 億円	513.53	5年
	<b>【F社】</b>			
	店内LED照明の導入	31.40 百万円	604.90	—
	インバータコンプレッサの導入 (空調機)	51.00 百万円	115.00	—
	インバータコンプレッサの導入 (冷凍機)	37.00 百万円	83.60	—
看板のLED照明を採用	51.00 百万円	720.00	—	
2017年度 以降	<b>【E社】</b>			
	ファサード看板にLED照明導入	未定	未定	未定
	空気調和設備の入れ替え	未定	未定	未定
	冷凍・冷蔵設備の入れ替え	未定	未定	未定
	店舗のスクラップ&ビルド	未定	未定	未定
デュアルケースの入れ替え	未定	未定	未定	

※C社はエネルギー消費量の削減効果、それ以外の会社はCO<sub>2</sub>の削減効果。また、投資額は全社とも総額。

【2015 年度の実績】

(取組みの具体的事例)

会社名	具体的事例
A 社	*全熱交換器は換気の種類で空調の補助的効果をもたらす室内と室外の空気を交換することができるシステム。例えば、冬の店内温度が 20℃、外気温度が 0℃とすると、空気を入れ替えると 0℃の冷たい空気がそのまま入ってくるが、全熱交換器なら 15℃の新鮮な空気が入ってくる。つまり、暖房の時は約 5℃だけ上げれば良いことになり、0℃から 15℃まで上げるエネルギーが節約される。
D 社	*総合熱利用システム、または、最新省エネ型冷凍・冷蔵機の導入により、1 店舗当たり 17,070kWh/年の電気使用量を削減した。
E 社	*現時点での最新設備機器を導入。

(取組実績の考察)

会社名	考察
D 社	*新店や改装店舗を対象として、毎年、継続的に導入することにより、10 年以内には全て省エネ型に切り替えることを見込んでいる。
E 社	*電気使用量の削減のための施策を実施し、2015 年度は計画通りに推移した。

【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)

会社名	取組予定
D 社	*総合熱利用システム、または、最新省エネ型冷凍・冷蔵機を 2016 年度は 1,450 店舗を対象に導入を予定しており、年間 24,751,500kWh の電気使用量を削減し、原油換算にて年間 6,367 kl の削減を見込んでいる。

【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	導入・普及に向けた課題
—	—	—

【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み】

*当協会では、毎月、環境委員会（外食、小売・サービス、コンビニエンスストアの 22 社にて構成）を開催し、各社の最新の省エネ対策の取組み等につき情報共有を図る。これにより、低炭素社会実行計画の参加各社の更なる省エネの対策を進める上での参考資料としている。
---

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。

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

$$\text{想定比} = (\text{計算式}) \quad (0.9347 - 0.8235) / (0.9347 - 0.8889) \times 100 (\%)$$

$$= 242.8\%$$

【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）

\*東日本大震災以降、LED照明〔看板：30,509店舗・店内(売場)：38,421店舗〕や自然冷媒（1,468店舗、4,319基）等の最新の省エネ機器、太陽光発電装置（12,513店舗）等の再生可能エネルギーを積極的に導入してきたことから、想定した水準を上回る結果となった。

（自己評価を踏まえた次年度における改善事項）

\*引き続き、LED照明等の省エネ機器の導入を進めていくが、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不可欠であり、「フロン排出抑制法」が施行されたことから、国等と連携を図り更なる自然冷媒の導入を進めていきたい。

⑦ 次年度の見通し

【2016年度の見通し】

	生産活動量 (百万円)	エネルギー 消費量 (千kWh)	エネルギー 原単位 (千kWh/百万円)	CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )	CO <sub>2</sub> 原単位 (t-CO <sub>2</sub> /百万円)
2015年度 実績	10,264,278.0	8,452,814.0	0.8235	448.84	0.4373
2016年度 見通し	—	—	0.8800	—	—

（見通しの根拠・前提）

\*省エネ法に準じ2010年度を基準にしてエネルギー消費原単位を毎年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。現段階では大幅な削減となっているが、生産活動量の指標である売上高は、各社の地域インフラとしての機能を担うための積極的な出店から、全体として増加するものの、1店舗毎の営業状況は楽観できない。他業態との競争はもとより、国内景気の動向、異常気象・自然災害等による経済活動への影響等も想定され、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照明や自然冷媒の機器等を積極的に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、温度管理等が必要な新規商品の開発や、地域インフラとしての行政サービスの代行等の開発を進めている中、エネルギー使用量の増加も見込まれる。今後の更なる削減には、今までにはない「新しい技術」や「新しい機器等の開発」が必要不可欠であり、自主的な取り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。

⑧2020 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。

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

$$\text{進捗率} = (\text{計算式}) \quad (0.9347 - 0.8235) / (0.9347 - 0.8453) \times 100 (\%)$$

$$= 124.4\%$$

【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)

—
---

(目標到達に向けた具体的な取組みの想定・予定)

—
---

(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)

—
---

■ 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)

<p>*既に目標は達成しているものの、不確定要素もあり予断は許さない状況である。</p> <p>*生産活動量の指標である売上高については、コンビニエンスストアが地域インフラとして機能するための積極的な出店から、全体として増加すると思われるが、1 店舗毎の営業状況は楽観できない。他業態との競争はもとより、今後の消費税率の更なる引き上げ（2019 年 10 月予定）、異常気象・自然災害等による経済活動へのマイナス影響等も想定されることから、原単位の更なる改善は容易ではないと考えている。</p> <p>*また、エネルギー消費量については、今後も LED 照明や自然冷媒の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。一方、温度管理等が必要な新規商品の開発や、地域インフラとしての行政サービスの代行等の開発を進めている中では、エネルギー使用量の増加も見込まれる。</p> <p>*今後の更なる削減には、今までにはない「新しい技術」や「新しい機器等の開発」が必要不可欠であり、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。</p>
--

(今後、予定している追加的取組みの内容・時期)

<p>*16 ページに掲載の「実施した対策、投資額と削減効果の考察」を参照。</p>
--

□ 目標達成が困難

(当初想定と異なる要因とその影響)

—
---

(追加的取組みの概要と実施予定)

—
---

(目標見直しの予定)

—
---

⑨2030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。

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

$$\text{進捗率} = (\text{計算式}) \quad (0.9347 - 0.8235) / (0.9347 - 0.8453) \times 100 (\%)$$

$$= 124.4\%$$

【自己評価・分析】

(目標達成に向けた不確定要素)

*19 ページに掲載の「目標達成に向けた不確定要素」と同様。
--------------------------------

(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)

*2018年度までの進捗状況等を踏まえ、目標を変更するか否か検討を行う予定である。
---

⑩クレジット等の活用実績・予定と具体的事例

【業界としての取組み】

- クレジット等の活用・取組みを行っている（一部のチェーンにて実施）
- 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

【活用実績】

- 「2016年度業界向けデータシート」の別紙7参照。

【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	

### Ⅲ. 業務部門（本社等オフィス）・運輸部門等における取組み

#### (1) 本社等オフィスにおける取組み

##### ① 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

業界としての目標策定には至っていない

#### (理 由)

本社等オフィスにおけるCO<sub>2</sub>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するとともに、業界としての削減目標設定の是非について、引き続き、検討していきたいと考えている。

※業界としての目標は設定していないものの、各社にて目標を設定している。

##### 【A社】削減目標：2016年3月策定

本部のエネルギー使用量を2020年までに2010年比10%の削減をするため、本部ビルの1時間・㎡当たりの電気量を2010年比6%の削減（対象：本部のみ）。

##### 【C社】削減目標：2016年3月策定

2016年度目標：2015年度対比 ▲1.0%（対象：本社、本部、全国の地区事務所）。

##### 【D社】削減目標：2015年3月策定

本社ビル電気使用量削減（2014年度比：2%削減）（対象：本社のみ）。

##### 【G社】原単位1%削減（省エネ法に準じて）

\*本社オフィスでは6～9月の4ヶ月間を省エネ強化期間として設定。

- ・消灯（スイッチOFF）の徹底。
- ・エアコンの設定温度を26～28℃にて運用。
- ・クールビズスタイルでの勤務。
- ・「省エネ啓発ポスター」の掲出。

\*各エリアオフィスでも同様の取組みを実施。

②エネルギー消費量、CO<sub>2</sub>排出量等の実績

【本社オフィス等のCO<sub>2</sub>排出実績】

項 目		C社	D社
2008年度	床面積① (万㎡)	1.890742	
	エネルギー消費量② (MJ)	9,447,772	
	CO <sub>2</sub> 排出量③ (万t-CO <sub>2</sub> )	0.1191	
	エネルギー原単位②/① (MJ/㎡)	499.69	
	CO <sub>2</sub> 排出原単位③/① (t-CO <sub>2</sub> /万㎡)	0.063	
2009年度	床面積① (万㎡)	2.040073	
	エネルギー消費量② (MJ)	9,471,622	
	CO <sub>2</sub> 排出量③ (万t-CO <sub>2</sub> )	0.0981	
	エネルギー原単位②/① (MJ/㎡)	464.28	
	CO <sub>2</sub> 排出原単位③/① (t-CO <sub>2</sub> /万㎡)	0.048	
2010年度	床面積① (万㎡)	2.037609	
	エネルギー消費量② (MJ)	8,681,324	
	CO <sub>2</sub> 排出量③ (万t-CO <sub>2</sub> )	0.1017	
	エネルギー原単位②/① (MJ/㎡)	426.05	
	CO <sub>2</sub> 排出原単位③/① (t-CO <sub>2</sub> /万㎡)	0.050	
2011年度	床面積① (万㎡)	1.889998	
	エネルギー消費量② (MJ)	7,232,472	
	CO <sub>2</sub> 排出量③ (万t-CO <sub>2</sub> )	0.0842	
	エネルギー原単位②/① (MJ/㎡)	382.67	
	CO <sub>2</sub> 排出原単位③/① (t-CO <sub>2</sub> /万㎡)	0.045	
2012年度	床面積① (万㎡)	1.879659	
	エネルギー消費量② (MJ)	7,219,944	
	CO <sub>2</sub> 排出量③ (万t-CO <sub>2</sub> )	0.1006	
	エネルギー原単位②/① (MJ/㎡)	384.11	
	CO <sub>2</sub> 排出原単位③/① (t-CO <sub>2</sub> /万㎡)	0.054	
2013年度	床面積① (万㎡)	1.953415	
	エネルギー消費量② (MJ)	6,841,598	
	CO <sub>2</sub> 排出量③ (万t-CO <sub>2</sub> )	0.1033	
	エネルギー原単位②/① (MJ/㎡)	350.24	
	CO <sub>2</sub> 排出原単位③/① (t-CO <sub>2</sub> /万㎡)	0.053	
2014年度	床面積① (万㎡)	2.056233	3.8
	エネルギー消費量② (MJ)	6,660,871	39,396,724
	CO <sub>2</sub> 排出量③ (万t-CO <sub>2</sub> )	0.1008	0.2
	エネルギー原単位②/① (MJ/㎡)	323.94	1,037
	CO <sub>2</sub> 排出原単位③/① (t-CO <sub>2</sub> /万㎡)	0.049	596
2015年度	床面積① (万㎡)	2.058832	4.0
	エネルギー消費量② (MJ)	6,392,578	38,280,533
	CO <sub>2</sub> 排出量③ (万t-CO <sub>2</sub> )	0.0940	0.2
	エネルギー原単位②/① (MJ/㎡)	310.50	957
	CO <sub>2</sub> 排出原単位③/① (t-CO <sub>2</sub> /万㎡)	0.046	515

□ II. (2) に記載のCO<sub>2</sub>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)

会社名	課題及び今後の取組方針
A 社	* 賃貸借のため、省エネの対象となる設備機器について、当社主導にて改廃を行うことができない。 * 一部グループ会社と共同使用のため、オフィスにおける使用量の算出ができない。
E 社	* 本社等オフィス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、エネルギー使用量の把握はできるものの、統一した排出削減目標を設定するのが困難な状況である。

③実施した対策と削減効果

【総括表】(詳細は24、25 ページに掲載)

項 目		照明設備等	空調設備	エネルギー	建物関係	合 計 (t-CO <sub>2</sub> )
2015 年度実績	B社	42.03	23.29	—	—	65.32
	C社	43.63	—	—	1.79	45.42
	E社	22.85	8.80	—	—	31.65
	F社	1.69	5.42	—	—	7.11
2016 年度以降	B社	4,241.42	23.29	—	—	4,264.71
	C社	4,248.58	—	—	1.79	4,250.37
	E社	22.85	8.80	—	—	31.65
	F社	1.11	5.42	—	—	6.53

【2015 年度の取組実績】

(取組みの具体的事例)

会社名	取 組 実 績
D 社	* 全社ノー残業デーの導入。 * 21:00 終業の退室時の消灯。

(取組実績の考察)

会社名	取 組 実 績
D 社	* 全社ノー残業デーの導入等により、残業時間帯の電気使用量の削減が図られたため、継続的に実施する予定。

【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)

会社名	今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素
D 社	* 2015 年度と同様の取組みを実施。
E 社	* 現行以上の対策の実施は困難な状況。

※業務部門（本社等オフィス）の対策と削減効果

対 策 項 目			削 減 効 果			
			CO <sub>2</sub> 削減量 (t-CO <sub>2</sub> /年)			
			B社	C社	E社	F社
照 明 関 係 等	昼休み時等に消灯徹底化	2015年度	1.00		1.80	1.11
		2015年度までの累積	1.00		1.80	7.75
		2016年度以降	1.25		1.80	1.11
	退社時にはパソコンの電源OFFの徹底化	2015年度	7.59	1.15	2.86	0.58
		2015年度までの累積	7.59	1.15	2.86	3.50
		2016年度以降	7.89	1.06	2.86	
	照明のインバータ化	2015年度				
		2015年度までの累積				
		2016年度以降				
	高効率照明の導入	2015年度			18.19	
		2015年度までの累積			18.19	
		2016年度以降			18.19	
	トイレ等の照明に人感センサー導入	2015年度				
		2015年度までの累積				
		2016年度以降				
照明の間引き	2015年度	33.44	42.48			
	2015年度までの累積	3,762.03	4,247.52			
	2016年度以降	4,232.28	4,247.52			
空 調 設 備	冷房温度を28度に設定する	2015年度			5.15	3.17
		2015年度までの累積			5.15	12.69
		2016年度以降			5.15	3.17
	暖房温度を20度に設定する	2015年度			3.65	2.25
		2015年度までの累積			3.65	8.99
		2016年度以降			3.65	2.25
	冷暖房開始時の外気取り入れの停止	2015年度				
		2015年度までの累積				
		2016年度以降				
	空調機の外気導入量の削減	2015年度	23.29			
		2015年度までの累積	23.29			
		2016年度以降	23.29			
氷蓄熱式空調システムの導入	2015年度					
	2015年度までの累積					
	2016年度以降					
エ ネ ル ギ ー	業務用高効率給湯器の導入	2015年度				
		2015年度までの累積				
		2016年度以降				
	太陽光発電設備の導入	2015年度				
		2015年度までの累積				
		2016年度以降				
風力発電設備の導入	2015年度					
	2015年度までの累積					
	2016年度以降					
建 物 関 係	窓ガラスの遮熱フィルム	2015年度				
		2015年度までの累積				
		2016年度以降				
	エレベータ使用台数の削減	2015年度				
		2015年度までの累積				
		2016年度以降				
自動販売機の夜間運転の停止	2015年度		1.79			
	2015年度までの累積		1.79			
	2016年度以降		1.79			

対 策 項 目			削 減 効 果			
			エネルギー削減量 (MJ/年)			
			B社	C社	E社	F社
照 明 関 係 等	昼休み時等に消灯徹底化	2015年度	17,004		30,491	18,766
		2015年度までの累積	17,004		30,491	131,361
		2016年度以降	21,254		30,491	18,766
	退社時にはパソコンの電源OFFの徹底化	2015年度	128,700	19,503	48,510	9,900
		2015年度までの累積	128,700	19,503	48,510	59,400
		2016年度以降	133,650	18,018	48,510	
	照明のインバータ化	2015年度				
		2015年度までの累積				
		2016年度以降				
	高効率照明の導入	2015年度			308,283	
		2015年度までの累積			308,283	
		2016年度以降			308,283	
	トイレ等の照明に人感センサー導入	2015年度				
		2015年度までの累積				
		2016年度以降				
	照明の間引き	2015年度	566,784	719,919		
		2015年度までの累積	63,763,200	71,991,900		
		2016年度以降	71,733,600	71,991,900		
空 調 設 備	冷房温度を28度に設定する	2015年度			87,356	53,763
		2015年度までの累積			87,356	215,054
		2016年度以降			87,356	53,763
	暖房温度を20度に設定する	2015年度			61,898	38,095
		2015年度までの累積			61,898	152,381
		2016年度以降			61,898	38,095
	冷暖房開始時の外気取り入れの停止	2015年度				
		2015年度までの累積				
		2016年度以降				
	空調機の外気導入量の削減	2015年度	394,662			
		2015年度までの累積	394,662			
		2016年度以降	394,662			
氷蓄熱式空調システムの導入	2015年度					
	2015年度までの累積					
	2016年度以降					
エ ネ ル ギ ー	業務用高効率給湯器の導入	2015年度				
		2015年度までの累積				
		2016年度以降				
	太陽光発電設備の導入	2015年度				
		2015年度までの累積				
		2016年度以降				
風力発電設備の導入	2015年度					
	2015年度までの累積					
	2016年度以降					
建 物 関 係	窓ガラスの遮熱フィルム	2015年度				
		2015年度までの累積				
		2016年度以降				
	エレベータ使用台数の削減	2015年度				
		2015年度までの累積				
		2016年度以降				
自動販売機の夜間運転の停止	2015年度			30,274		
	2015年度までの累積			30,274		
	2016年度以降			30,274		

(2) 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

- 業界として目標を策定している
- 業界としての目標策定には至っていない

(理 由)

各社とも配送業務については外部に委託をしていることから削減目標の設定は困難であるものの、引き続き取引先と連携した取組み等について検討していきたいと考えている。  
 ※業界としての目標は設定していないものの、各社にて取組み目標を設定している。

【A社】削減目標：2016年3月策定

配送車両のCO<sub>2</sub>排出量（2020年度実績）を2015年度比6%削減。

（対象：配送センター6センターにおける配送車両）

【B社】削減目標：2016年3月策定

2015年度中に環境配慮型車両（ハイブリッド車両）の導入を促進。

環境・経済ともに効果が期待できる都市部中心に今年度中に110台を導入目標とする  
 [前年比117%/合計750台]。 （対象：店舗配送の共配車両）

【D社】配送に伴う1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量の削減 [前年比：99.6%]。

（対象：専用センターからの商品配送）

【G社】配送車両の1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量を2007年度対比にて24%削減。

配送車両のCO<sub>2</sub>排出量（2020年度実績）を2012年度対比10%削減。

② エネルギー消費量、CO<sub>2</sub>排出量等の実績

	配送センター数 (9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(9社平均数値)			
				走行距離数 (km)	燃料使用量 (kl)	燃費 (km/l)	CO <sub>2</sub> 排出量 (t-CO <sub>2</sub> )
軽油	478	フローズン	1,519	18,145.8	2,909	6.2	7.51
		常温	4,766				
		チルド(米飯共配)	7,665				
		全温度	—				

※上記CO<sub>2</sub>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：87.5%（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「CO<sub>2</sub>排出係数（軽油：2.58 t - CO<sub>2</sub>/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 <sub>2</sub> 排出量 (t-CO <sub>2</sub> )
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
2014年度	18,505.5	7.59
2015年度	18,145.8	7.51

〈環境配慮型配送車両導入状況〉

項目	導入台数 (2016年2月末現在)
ハイブリッド配送車	5社 769台
天然ガス配送車	8社 182台

〈環境配慮型営業車両導入状況〉

項目	導入台数 (2016年2月末現在)
ハイブリッド車	8社 2,266台
低燃費車	10社 6,740台

II. (2) に記載のCO<sub>2</sub>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)

\*引き続きデータの収集に努めるとともに、配送車両のCO<sub>2</sub>排出量等の削減にも努めていく。

③ 実施した対策と削減効果

【2015年度】

対策項目	対策内容	対策の効果
<b>《燃費の向上》</b>		
イ. 配送車両使用燃料削減	【A社】 配送コースの効率化による配送車両の削減。	—
	【B社】 2015年度ハイブリッド車両を追加で118台導入、全体にて640台となる。	0.25t-CO <sub>2</sub> 削減 (1店舗当たり・2010年対比)
	【D社】 燃費性能の高い車両への入れ替え。	—
	【E社】 配送コースの見直し。	—
	【F社】 エコドライブの推進。	前年からの削減はなし。
	【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】 急発進を防止し、素早い加速運転を心がけるよう点呼時に意識づけ。	—
	【B社】 エコドライブを実現するため、車載端末のバージョンアップを実施。	「イ. 配送車両使用燃料削減」 に含む。
	【C社】 年2回責任者を集め啓発を実施。	—
	【D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。	—
	【E社】 優秀センター認定制度、評価基準に燃費改善項目を追加。	—
	【F社】 運行管理システムに則った安全運転の励行。 【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。 優秀ドライバー表彰制度。	前年からの削減はなし。 —
ハ. 配送車の燃費向上	【A社】 アイドリングストップ。	—
	【B社】 ハイブリッド車両導入を促進する。	「イ. 配送車両使用燃料削減」 に含む。
	【E社】 成功事例の水平展開。	—
	【F社】 エコドライブの推進。	前年からの削減はなし。
	【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	【B社】 2008年度よりテストを開始し、現在は基本全車両をエコタイヤに切り替えを終了。	「イ. 配送車両使用燃料削減」 に含む。
	【C社】 日配センターシステム車の標準装備。	—
	【D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。	—

対 策 項 目	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】ドライ・デイリーセンターともに実施（デイリーセンターは夏季等例外あり）。	—
	【B社】可能な限りにて実施（温度管理が必要ないカテゴリ車両）。	「イ. 配送車両使用燃料削減」に含む。
	【C社】毎月実施率の確認。	—
	【D社】各配送センターにて実施中。	—
	【F社】停車時に実施。	前年からの削減はなし。
	【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。	—
《共同配送の推進》		
共同配送推進による車両の削減	【B社】メーカーより小口で入荷する商品の集約配送を拡大中。	—
	【D社】配送地域の特性に合わせた共同配送の実施。	—
	【F社】2015年：チルド車20台削減。	—
《配送の効率化》		
配送車両の運行台数の削減	【A社】店舗数に応じて低効率のコース見直しを実施。	—
	【B社】店舗及び配送エリア拡大の中、納品時間枠拡大を検討し、配送車の稼働率を向上させる。	1,357台増加（2010年対比）
	【C社】ドライ納品頻度見直し	185.27 t-CO <sub>2</sub> /年 削減
	【D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。	—
	【F社】店舗数に応じて増減。	前年からの削減はなし。
《低公害車の導入》		
イ. 低公害車の導入促進	【B社】CNG車・ハイブリッド車両の導入促進。	357台増加（2010年対比）
	【C社】ハイブリッド車両の導入推奨。	2015年度：42台
	【D社】最新排ガス規制対応車両の導入。	—
	【F社】全車導入済。	前年からの削減はなし。
ロ. 環境対応車両の効果測定と運用・導入の促進	【B社】CNG車・ハイブリッド車両の導入促進。 (ハイブリッド車両/台：CO <sub>2</sub> 排出量2割削減)	「イ. 低公害車の導入促進」に含む。
《その他》		
イ. 配達員のエコドライブの技術指導	【A社】定期的に講習の実施。	—
	【B社】安全経済日報のデータの元に運行管理者が酒送員と点呼・面談時に指導を実施。	燃費向上：102%（2005年対比）
	【D社】配送センター主導によるエコドライブ講習会の実施。	—
	【F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。
	【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】店舗数の増減に合わせて随時実施。	—
	【B社】積載物量が異なる夏と冬に年2回の大幅なコース再編成を実施。	—
	【C社】新店・閉店のたびにコースの見直しを実施。	—
	【D社】荷量に合わせ配送コースを月次で見直し、車両数の適正化を図る。	—
	【E社】配送店舗数の見直し総ルート数の適正化を推進。	—
	【F社】店舗数の減少時のみ実施。	前年からの削減はなし。
	【G社】定期的にコースの見直しを実施。	—

【2016年度以降】

対 策 項 目	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】 配送コースの効率化による配送車両の増減	—
	【B社】 2016年度ハイブリッド車両を追加で110台導入、全体で750台となる。	—
	【D社】 燃費性能の高い車両への入れ替え。	—
	【E社】 配送コースの適正化。	—
	【F社】 エコドライブの推進。	—
ロ. エコドライブ（省燃費運転）の実施	【A社】 急発進を防止し、素早い切速運転を心がけるよう点呼時に意識づけ。	—
	【B社】 エコドライブを実現するため、車載端末のバージョンアップを実施。	—
	【C社】 年2回責任者を集め、啓発を実施。	—
	【D社】 運行管理システムの活用による省燃費運転の実施。	—
	【E社】 優秀ドライバー制度、評価基準に燃費改善項目を追加。	—
	【F社】 運行管理システムに則った安全運転の励行。	—
	【G社】 エコドライブ研修の実施。 運行管理システムの導入促進。 優秀ドライバー表彰制度。	—
ハ. 配送車の燃費向上	【A社】 アイドリングストップ。	—
	【B社】 ハイブリッド車両導入を促進する。	—
	【E社】 帰営時の冷凍機OFF	—
	【F社】 エコドライブの推進。	—
	【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	【B社】 2008年度よりテストを開始し、現在は基本全車両をエコタイヤに切り替えを終了。 【C社】 日配センターシステム車の標準装備。 【D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。
ホ. アイドリングストップ運動の実施	【A社】 ドライ・デイリーセンターともに実施（デイリーセンターは夏季等例外あり）	—
	【B社】 可能な限りにて実施（温度管理が必要ないカテゴリ車両）	—
	【C社】 毎月実施率の確認。	—
	【D社】 各配送センターにて実施中。	—
	【E社】 駐車時のエンジン停止。	—
	【F社】 停車時に実施。	—
	【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。	—
《共同配送の推進》		
共同配送推進による車両の削減	【B社】 メーカーより小口で入荷する商品の集約配送を拡大中。 【D社】 配送地域の特性に合わせた共同配送の実施。 【F社】 配送合理化を推進。 ※2016年度 全温度車100台減車、ドライ車30台増車、 フローズン車20台増車。	— — —
《配送の効率化》		
配送車両の運行台数の削減	【A社】 店舗数に応じて低効率の見直しを実施。	—
	【B社】 店舗及び配送エリア拡大の中、納品時間枠拡大を検討し、配送車の稼働率を向上させる。	—
	【C社】 経営統合に伴うセンターの統廃合と管轄店舗の見直し。	—
	【D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。	—
	【F社】 店舗数に応じて増減。	—
《低公害車の導入》		
イ. 低公害車の導入促進	【B社】 CNG車・ハイブリッド車両の導入促進。 【D社】 最新排ガス規制対応車両の導入。 【F社】 全車導入済。	— — —
ロ. 環境対応車両の効果測定と運用・導入の促進	【B社】 CNG車・ハイブリッド車両の導入促進。 (ハイブリッド車両/台：CO <sub>2</sub> 排出量2割削減)	—

対 策 項 目	対 策 内 容	対 策 の 効 果
《その他》		
イ. 配送員のエコドライブの技術指導	【A社】 定期的に講習の実施。	—
	【B社】 安全経済日報のデータの元に運行管理者が酒送員と点呼・面談時に指導を実施。	—
	【D社】 配送センター主導によるエコドライブ講習会の実施。	—
	【F社】 運行管理システムを使用し、指導。	—
	【G社】 配送センターにおける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】 店舗数の増減に合わせて随時実施。	—
	【B社】 積載物量が異なる夏と冬に年2回の大幅なコース再編成を実施。	—
	【C社】 新店・閉店のたびにコースの見直しを実施。	—
	【D社】 荷量に合わせて配送コースを月次で見直し、車両数の適正化を図る。	—
	【F社】 店舗数の減少時のみ実施。	—
【G社】 定期的にコースの見直しを実施。	—	

### 【2015年度の実績】

(取組みの具体的事例)

会社名	具 体 的 事 例
A 社	<ul style="list-style-type: none"> <li>*急発進、急加速の撲滅。</li> <li>*帰営時の冷凍機OFF。</li> <li>*アイドリングストップの励行（夏場除く）。</li> <li>*排気ガスの汚れ、エアコンの効き、騒音異音の有無、燃費の低下の確認。</li> <li>*タイヤの空気圧を適正に保つ。</li> </ul>
B 社	<ul style="list-style-type: none"> <li>*ハイブリッド車両の導入促進。</li> <li>2014年度：522台 ⇒ 2015年度：640台（118台増加）。</li> <li>※合計車両台数：5,179台（前年比：106%）、ハイブリッド車両台数640台（前年比：123%）</li> </ul>
C 社	*ドライ納品頻度を週6回から週5回に見直し（2015年5月～）。
D 社	*荷量に合わせた配送回数の最適化。
E 社	*定温センター2tトラック車両については、優秀センター認定制度の評価項目に燃費改善基準を導入し、更に帰営時に冷凍機の稼働を停止、予冷予暖時間を短縮。

(取組実績の考察)

会社名	考 察
A 社	<ul style="list-style-type: none"> <li>*CO<sub>2</sub>の余分な排出を防ぐ。</li> <li>*燃料等の消費削減。</li> </ul>
B 社	<ul style="list-style-type: none"> <li>*車両メーカーと仕様を検討。</li> <li>*助成金の情報収集。</li> <li>*ハイブリッド車両導入台数につき進捗を確認。</li> </ul>
C 社	*185.27t-CO <sub>2</sub> /年 削減。
D 社	*年度単位にて荷量実績を精査し、次年度の配送回数につき検討を行う。
E 社	*定温センターではCO <sub>2</sub> が前年比209t削減。

### 【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)

会社名	取 組 予 定
A 社	*店舗数に応じたコース見直し。
C 社	*経営統合に伴う効率化が見込まれるが、配送頻度・配送サービスの統一にて改廃となる場合がある。
E 社	<ul style="list-style-type: none"> <li>*定温センター帰営時の冷凍機のOFF及び荷室のカーテンを使用。</li> <li>*CO<sub>2</sub>削減目標：前年比98%。</li> </ul>

(3) 家庭部門（環境家計簿等）、その他の取組み

会社名	取組内容
G 社	*「CO <sub>2</sub> オフセット運動」を展開。ポイントカードのポイント利用や現金にて排出権を購入できるサービスを実施。

(4) 国民運動に繋がる取組み

会社名	取組内容
全社	*JFA統一レジ袋削減ポスターに「COOL CHOICE」シールを添付しPRを実施（2016年6月より実施）。

(5) 森林吸収源の育成・保全に関する取組み

会社名	取組内容
C 社	*石川県内灘町にて「企業の森づくり」として森林整備を実施。
G 社	*小・中学校等での緑化活動や森林整備活動を支援。

#### 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)	削減見込量 (2030年度)
1	【G 社】			
	CO <sub>2</sub> 排出権付商品 (期間限定)	1,056 t-CO <sub>2</sub>	—	—
	CO <sub>2</sub> オフセット	297 t-CO <sub>2</sub>	—	—

(当該製品等の特徴、従来品等との差異等、及び削減見込量の算定根拠)

	低炭素製品・サービス等	算定の考え方・方法	算定方法の出典等
1	—	—	—

(2) 2015年度の取組実績

(取組みの具体的事例)

会社名	取組内容
G 社	*飲料メーカーと共同してビール系飲料にCO <sub>2</sub> 排出権を付けて期間限定にて販売。

(取組実績の考察)

—
---

(3) 2016年度以降の取組予定

会社名	取組内容
G 社	*国際会議のオフセット実施やCO <sub>2</sub> 排出権付き商品の継続。

## 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

	海外での削減貢献	削減実績 (2015年度)	削減見込量 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
1	—	—	—	—

(削減貢献の概要、削減見込量の算定根拠)

	海外での削減貢献	算定式	データの出典等
1	—	—	—

### (2) 2015年度の実績

(取組みの具体的事例)

会社名	取組内容
D社	*タイ国内の店舗において、省エネ機器（冷蔵ケース、空調機等）を導入するため、「2015年度JCM（二国間クレジット）プロジェクト設備補助事業」の採択を受ける。

(取組実績の考察)

—
---

### (3) 2016年度以降の取組予定

会社名	取組内容
D社	*2018年までに新店と全面改装店舗の一部において、省エネ機器を順次導入する。

## 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	—	—	—

(技術の概要・算定根拠)

	革新的技術	算定式	データの出典等
1	—	—	—

### (2) 技術ロードマップ

	革新的技術	2015	2016	2017	2020	2025	2030
1	—	—	—	—	—	—	—

(3) 2015年度の取組実績  
(取組みの具体的事例)

—
---

(取組実績の考察)

—
---

(4) 2016年度以降の取組予定

会社名	取 組 予 定
—	—

**VII. 情報発信、その他**

(1) 情報発信

①業界団体における取組み

取 組 内 容	発表対象：該当するものに「●」	
	業界内限定	一般公開
* J F Aホームページに地球温暖化対策の取組みを掲載。		●
*環境省「COOL CHOICE」に参加。		●
*環境省「クールビズ」、「ウォームビズ」の実施。		●

②個社における取組み

取 組 内 容	発表対象：該当するものに「●」	
	企業内部	一般向け
<b>【B 社】</b>		
*ホームページ、小冊子。	●	●
<b>【C 社】</b>		
*ホームページにて「社会環境報告書」を掲載。	●	●
<b>【D 社】</b>		
*ホームページにて環境への取組みについて情報を発信。		●
*加盟者向けに環境関連の冊子を配布し、情報を発信。	●	
<b>【G 社】</b>		
*ホームページ、環境報告書、社内報等にて取組みを社外に告知。	●	●

③学術的な評価・分析への貢献

—
---

(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
<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：

以 上