

## ホームセンター（DIY）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	目標指標は、店舗における生産量(床面積×営業時間)当たりのエネルギー消費量(エネルギー消費原単位)とし、目標年度(2020年度)において、基準年度(2004年度)比15%の削減を目指す。
	設定根拠	<p><u>対象とする事業領域</u>：流通小売業(ホームセンター業)として、業務部門(店舗等)を対象とする。</p> <p><u>将来見通し</u>：当業界はこれまで2008年度から2012年度(目標期間5年間)までの自主行動計画において、5年間平均で26.8%の削減を達成しており、今回の15%削減(注：目標年度2020年度と基準年度2004年度比で15%の削減)は、取組主体たる各企業の負担を勘案しても十分実現可能であることから設定した。また、他業界の10年で10%(毎年1%の削減)等の削減目標に比べても遜色ないものと思慮する。</p> <p><u>BAT</u>：－</p> <p><u>電力排出係数</u>：従来の自主行動計画への参加時より同排出係数を用いていることから、取組の連続性等を勘案し、「低炭素社会実行計画」では、実排出係数を設定していく。</p> <p><u>その他</u>：－</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>：</p> <p>①概要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・店舗運営上の取組としては、取組の基本となる省エネ管理(空調温度・照度の調節)をはじめ、省エネ型の各種機器(高効率空調・照明)の導入等を実施。</li> <li>・住関連分野の商品やサービスを中心的に取り扱う小売業界として、環境配慮型商品・サービスの販売提供等を通じ、民生部門(消費者)に対する、地球温暖化対策を含めた環境対策全般の意識向上や啓発を実施。</li> <li>・運輸部門における取組としては、配送ルートや配送日数の効率化等を通じて、納品車両等の削減・効率的な運行を実施 等</li> </ul> <p>②削減貢献量 ー</p>
3. 海外での削減貢献		<p><u>概要・削減貢献量</u>：</p> <p>①概要 特になし</p> <p>②削減貢献量 ー</p>
4. 革新的技術の開発・導入		<p><u>概要・削減貢献量</u>：</p> <p>①概要 特になし</p> <p>②削減貢献量 ー</p>
5. その他の取組・特記事項		<p>会員各社の取組状況等を把握していくとともに、行政機関等における環境対策に関する施策・助成や、業界内の取組状況等に関する情報発信を推進していくことで、自主的かつ積極的な各種取組を実施している会員各社への支援や対外的な認知度向上等を図り、業界として低炭素社会への寄与を目指す。</p>

## ホームセンター（DIY）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	目標指標は、店舗における生産量（床面積×営業時間）当たりのエネルギー消費量（エネルギー消費原単位）とし、目標年度（2030年度）において、基準年度（2004年度）比25%の削減を目指す。
	設定根拠	<p>対象とする事業領域：流通小売業（ホームセンター業）として、業務部門（店舗等）を対象とする。</p> <p>将来見通し：社会的要因（景気変動・エネルギー制度他）や自然的要因（天候不順他）等に伴う影響も想定されうるものの、各社における自主的かつ積極的な取組や過去の削減状況（実績）等を勘案すると、2030年度における（削減）目標水準は達成可能であると見込んでいる。</p> <p>BAT：－</p> <p>電力排出係数：現在策定の「低炭素社会実行計画」では、実排出係数を用いていることから、取組の連続性等を勘案すると、2020年度以降の同計画においても実排出係数を設定していく。</p> <p>その他：－</p>
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<p>概要・削減貢献量：</p> <p>①概要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>環境配慮型商品（省エネ型の暖房機器等）やサービスの販売提供等の拡大を通じ、消費者に対する、地球温暖化対策を含めた環境対策全般の意識向上や啓発等を図っていく。</li> <li>企業保有車両における環境配慮型車両への入替（導入）、納品車両等の効率的な運行や削減等の取組を通じて、地球温暖化対策（エネルギー使用量の削減）を目指す。等</li> </ul> <p>②削減貢献量　－</p>
3. 海外での削減貢献		<p>概要・削減貢献量：</p> <p>①概要 特になし</p> <p>②削減貢献量　－</p>
4. 革新的技術の開発・導入		<p>概要・削減貢献量：</p> <p>①概要 特になし</p> <p>②削減貢献量　－</p>
5. その他の取組・特記事項		<p>会員各社の取組状況等を把握していくとともに、行政機関等における環境対策に関する施策・助成や、業界内の取組状況等に関する情報発信を推進していくことで、2020年度以降についても自主的かつ積極的な各種取組を実施している会員各社への支援や対外的な認知度向上等を図り、業界として低炭素社会への寄与を目指す。</p>

# ホームセンター（DIY）業における地球温暖化対策の取組

平成 29 年 2 月 28 日  
一般社団法人日本ドウ・イット・ユアセルフ協会

## I. ホームセンター（DIY）業の概要

### （1）主な事業

住関連商品やサービスを中心に販売しているサービス業（小売業）。1972年に、日本ではじめて住関連の商材を品揃えした本格的なホームセンターが誕生し、現在では、約4兆円の業界規模となる。取扱商品としては、DIY素材・用品、電気用品、インテリア用品、家庭日用品、園芸・エクステリア用品、ペット用品、カー・アウトドア用品、カルチャー用品等の住関連商材を中心に品揃えする流通小売業。なお、近年では、防災関連や環境配慮型の各種商品の販売を担うことにより、ホームセンターの社会的な役割が高まっている。

### （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	160社※1	団体加盟企業数	58社※2	計画参加企業数	19社 (32.8%)※3
市場規模	売上高38,106億円※1	団体企業売上規模	売上高 ー 億円	参加企業売上規模	売上高15,068億円 (39.5%)※4
エネルギー消費量	ー	団体加盟企業エネルギー消費量	ー	計画参加企業エネルギー消費量	0.8485 (×10 <sup>9</sup> kwh)

出所:

※1:ダイヤモンド・リテイルメディア社刊「DIAMOND HOME CENTER SEPTEMBER 2016」による

※2:協会会員のうち小売業の会員数(2016年8月末現在)

※3:(%)は団体加盟企業数に占める低炭素社会実行計画参加企業の割合

※4:(%)は業界の市場規模に占める低炭素社会実行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

■ 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 (2014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	31.3%	25.8%	32.8%	35%	40%	50%
売上規模 (参加企業)	15,565億円	13,453億円	15,068億円	—	—	—
エネルギー 消費量 (×10 <sup>9</sup> kwh)	0.9792	0.7592	0.8485	—	—	—

(カバー率の見通しの設定根拠)

現時点(2016年8月末現在)における会員数は58社となっており、自主行動計画最終時の会員数67社と比べると、9社減少している。今後の社会経済情勢や経営環境の変化等により、引き続き会員数の変動が予想される。過去3年間のカバー率を踏まえ、2016年度及び2020年度における見通しを設定している。

② カバー率向上の具体的な取組

	取組内容	取組継続予定
2015年度	会員企業向け取り組み状況等の情報共有	有 <del>無</del>
	課題解決に向けた対応策の検討	有 <del>無</del>
	フォローアップ・ヒアリング調査時における意見陳述	有 <del>無</del>
2016年度以降	参加呼びかけ(各社社長級の会合等)	有 <del>無</del>
	取り組み状況等の情報共有	有 <del>無</del>
	加盟小売企業向けの意向アンケートの実施	有 <del>無</del>
	行政機関(経済産業省業界所管課)への協力依頼	有 <del>無</del>

(取組内容の詳細)

①当協会役員会において、低炭素社会実行計画の取り組み状況や課題(カバー率向上)に関する情報提供を行ったことで、各社代表者クラスの意識向上に効果があったと考えられる。また、後日開催の役員会において参加呼びかけを行う際に、有効であったと考えられる。

②当協会環境・資源委員会において、当業界(協会)が抱える課題を提示の上、課題解決に向けた対応策の検討を行ったことで、各委員会社(実務担当者レベル)に対する課題への認識、意識向上を図っていく上で、効果があったと考えられる。

③カバー率向上に向けた取り組みを行う上での情報収集として、加盟企業(計画参加・未参加企業)に対する意向アンケート調査を実施したことにより、取り組みや課題に対する意識向上を図れたことや各社の意向を把握することができ、今後の取り組みに向けたきっかけとなったと考えられる。

④行政機関(経済産業省業界所管課)に向けた協力依頼として、加盟企業向けのフォローアップ調査回答への依頼文書の発出を依頼し、フォローアップ調査開始時に企業各社へ配布した。

## II. 国内の企業活動における 2020 年・2030 年の削減目標

### 【削減目標】

<2020 年> (2014 年 6 月策定)

目標指標は、店舗における生産量(床面積×営業時間)当たりのエネルギー消費量(エネルギー消費原単位)とし、目標年度(2020 年度)において、基準年度(2004 年度)比 15%の削減を目指す。

<2030 年> (2015 年 5 月策定)

目標指標は、店舗における生産量(床面積×営業時間)当たりのエネルギー消費量(エネルギー消費原単位)とし、目標年度(2030年度)において、基準年度(2004年度)比25%の削減を目指す。

### 【目標の変更履歴】

<2020年>

なし

<2030 年>

なし

### 【その他】

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

(見直しを実施した理由)

■ 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)

現在、当業界では、カバー率の向上に向けた取組を行っている。現状、当業界は計画参加企業数にバラツキがあるため、1 社当たりのエネルギー消費原単位の面からみていくと、過去 10 年間の推移では増加傾向となっている。更に、2004 年度基準の削減状況(過去 10 年間の実績)において、計画参加企業数と目標水準削減率の間に相関関係(計画参加企業数が増加すると削減率は低下する傾向)が見られる。このうち、前半 5 年間(2004 年度～2008 年度)は、計画参加企業数が多く、業界内の取組実態により近い形で反映されていると考えられる。一方、後半 5 年間(2009 年度～2013 年度)は、計画参加企業に減少傾向が見られることから、必ずしも業界内の取組実態に近い形で反映されているとは考えにくい。このため、今後は計画参加企業数の増加(カバー率の向上)を図り、業界内の取組実態に可能な限り近い形で反映されるよう、目標水準を設定していくことが望ましいと考えていることから、目標見直しは行っていない。

### 【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)

目標見直しのための前提条件として、カバー率の向上(課題)があることから、カバー率が向上し、業界内の取組実態により近い形で反映される必要がある。このため、業界内の取組実態により近い形で反映された上で、目標見直しを図っていくことが重要であることを鑑み、将来的には必要に応じて見直ししていくことを想定しているものの、当面は目標見直しを行う予定は考えていない。

(1) 削減目標

① 目標策定の背景

当業界では、店舗数の増加傾向や店舗面積の拡大傾向が見られること、当業界が小売業として取扱商品の特性等から、多くが広空間・開放型の店舗構造(販売形態)であること、また低炭素社会実行計画の参加(調査回答)企業数に変動が見られること等を前提として、目標の策定を行った。

② 前提条件

【対象とする事業領域】

流通小売業(ホームセンター業)として、業務部門(店舗等)を対象とする。

【2020年・2030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＞

計画参加(調査回答)企業数や店舗数の変動等、業界内における不確定要素により、2020年及び2030年の見通しを立てることは困難である。

＜設定根拠、資料の出所等＞

2020年及び2030年の見通しを立てることが困難であることから、設定根拠等はなし。

【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	<p>■ 実排出係数(2015年度 発電端/受電端) □ 調整後排出係数(〇〇年度 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<sub>2</sub> 発電端/受電端)</p> <p>＜上記排出係数を設定した理由＞ 自主行動計画への参加時より同排出係数に基づき算出していたことから、引き続き同排出係数の設定を通じて、連続性を重視したため。</p>
その他燃料	<p>■ 総合エネルギー統計(2015年度版) □ 温対法 □ 特定の値に固定     □ 過年度の実績値(〇〇年度: )     □ その他</p> <p>＜上記係数を設定した理由＞ 低炭素社会実行計画のフォローアップにおける係数を利用しているため。</p>

【その他特記事項】

特になし。

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】

当業界における目標指標は、「エネルギー消費原単位」を選択している。目標指標については、従来からの「床面積×営業時間」とすることが、経営実態を踏まえた形で把握できることから設定してきた。

理由は、当業界が小売業として取扱商品の特性等から、多くが広空間・開放型の店舗構造（販売形態）であり、エネルギー消費量との相関があるためである。これにより、こうした設定根拠から従来の自主行動計画同様に、低炭素社会実行計画においても「エネルギー消費原単位」を目標として選択している。

【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>

当業界は、これまで 2008 年度から 2012 年度（目標期間 5 年間）までの自主行動計画において、5 年間平均で 26.8%の削減を達成しており、今回の 15%削減（注：目標年度 2020 年度と基準年度 2004 年度比で 15%の削減）は、取組主体たる各企業の負担を勘案しても十分実現可能であると判断して設定した。また、他業界の 10 年で 10%（毎年 1%の削減）等の削減目標に比べても遜色ないものとする。

【BAU の定義】 ※BAU 目標の場合

<BAU の算定方法>

BAU目標は設定していない。

<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（○○○○年度）  
（指標）

（内容）

（出典）

（比較に用いた実績データ）○○○○年度

■ 実施していない

(理由)

比較可能なデータが存在しない。

【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
—	—	—	—
—	—	—	—
—	—	—	—

(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)

—

<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
—	—	—	—
—	—	—	—
—	—	—	—

(各対策項目の削減見込量・実施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、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
—	—	—	—

(各対策項目の削減見込量・実施率見通しの算定根拠)

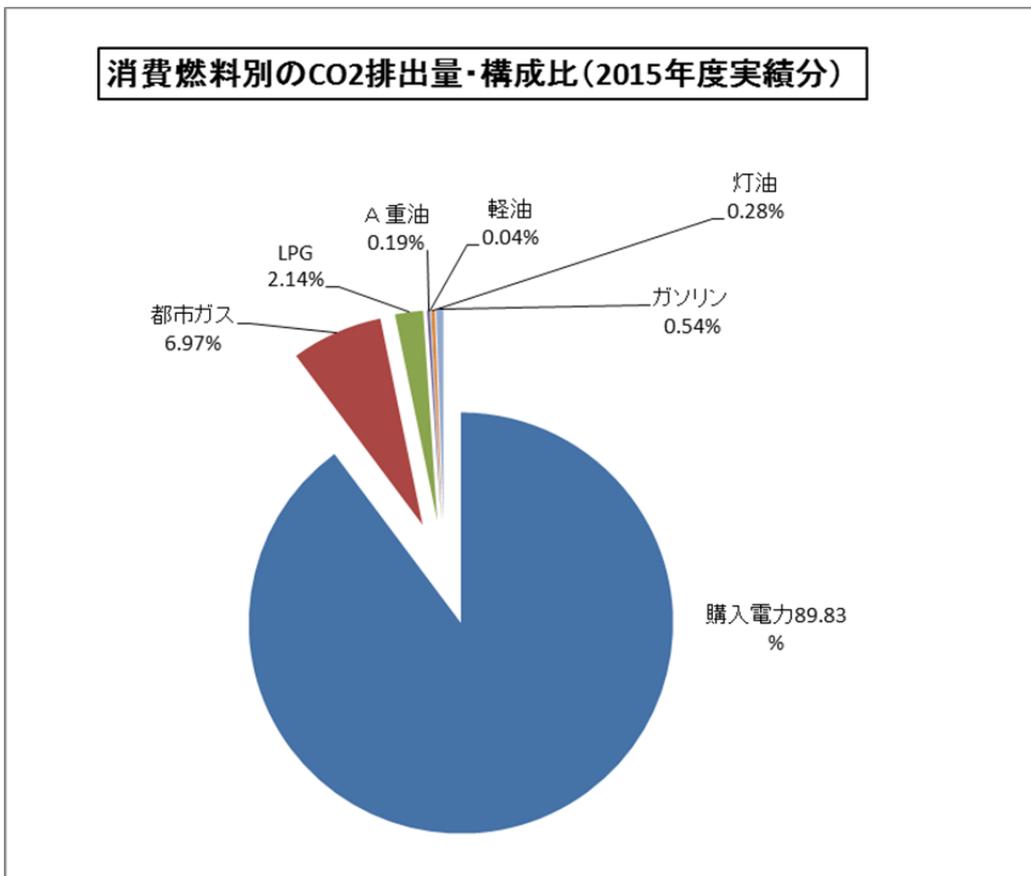
—

(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】



出所: 2016 年度低炭素社会実行計画フォローアップ調査(当協会実施)より

【電力消費と燃料消費の比率 (CO<sub>2</sub>ベース)】

電力: 89.8%

燃料: 10.2%

(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 (2004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 (単位: $\times 10^{10} \text{m}^3 \cdot \text{h}$ )	2.6	3.3	—	3.5	—	—	—
エネルギー 消費量 (原油換算万kl)	33.0	20.5	—	21.3	—	—	—
電力消費量 (億kWh)	10.88	7.51	—	7.79	—	—	—
CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )	57.6 ※1	46.3 ※2	— ※3	46.3 ※4	— ※5	— ※6	— ※7
エネルギー 原単位 (kWh/ $\text{m}^3 \cdot \text{h}$ )	0.05086	0.0234	—	0.0245	—	0.0432	0.0381
CO <sub>2</sub> 原単位 ( $10^8 \text{kg-CO}_2$ / $10^{10} \text{m}^3 \cdot \text{h}$ )	2.2138	1.4042	—	1.3234	—	—	—

【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4	※5	※6	※7
排出係数[kg-CO <sub>2</sub> /kWh]							
実排出/調整後/その他	4.18	5.56	—	5.34	—	—	—
年度							
発電端/受電端							

【2020年・2030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	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 実排出係数(発電端/受電端)</li> <li>□ 調整後排出係数(発電端/受電端)</li> <li>□ 特定の排出係数に固定                             <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 過年度の実績値(〇〇年度 発電端/受電端)</li> <li>□ その他(排出係数値:〇〇kWh/kg-CO<sub>2</sub> 発電端/受電端)</li> </ul> </li> </ul> <p>&lt;上記排出係数を設定した理由&gt;                      自主行動計画への参加時より同排出係数に基づき算出していたことから、引き続き同排出係数の設定を通じて、連続性を重視したため。</p>
その他燃料	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 総合エネルギー統計(2020年度版)</li> <li>□ 温対法</li> <li>□ 特定の値に固定                             <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 過年度の実績値(〇〇年度: )</li> <li>□ その他</li> </ul> </li> </ul> <p>&lt;上記係数を設定した理由&gt;                      低炭素社会実行計画のフォローアップにおける係数を利用しているため。</p>

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/BAU比)	2015年度実績② (2014年度比)
エネルギー消費原単位	2004年度	▲15%	▲51.8%	4.7%

<2030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/BAU比)	2015年度実績② (2014年度比)
エネルギー消費原単位	2004年度	▲25%	▲51.8%	4.7%

【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	46.32万t-CO <sub>2</sub>	▲12.0%	0.0%

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8～9月実施の加盟会員企業58社に対するアンケート調査による(有効回答率:売上シェア39.5%)
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)	2016年8～9月実施の加盟会員企業58社に対するアンケート調査による(有効回答率:売上シェア39.5%)
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)	2016年8～9月実施の加盟会員企業58社に対するアンケート調査による(有効回答率:売上シェア39.5%)

【アンケート実施時期】

2016年8月～2016年9月

【アンケート対象企業数】

58社(業界全体の36.3%)

【アンケート回収率】

32.8%

【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】

特になし

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

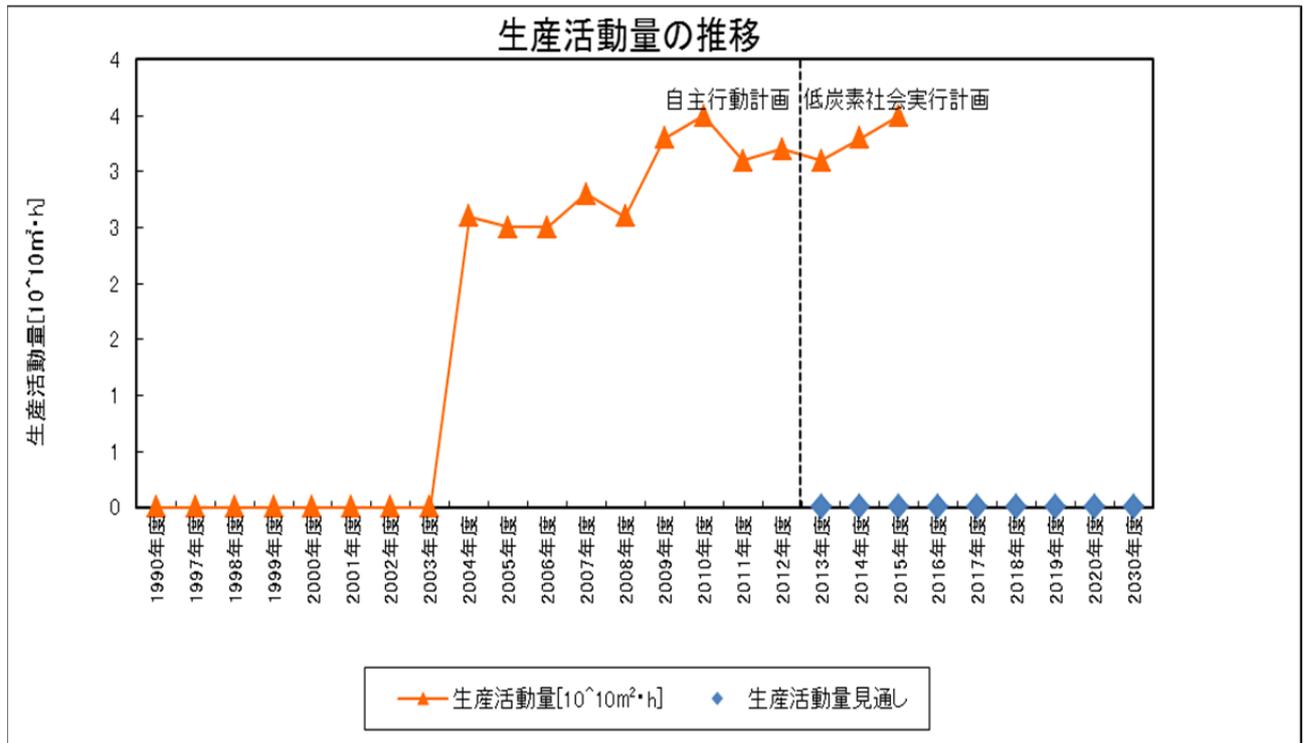
【生産活動量】

<2015 年度実績値>

生産活動量 3.460(単位:  $\times 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$ ): 床面積  $\times$  営業時間 (基準年度比 34.6%、2014 年度比 6.1%)

<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)

当業界の生産活動量については、床面積  $\times$  営業時間と設定している。基準年度(2004 年度)以降の業界傾向を見ると、店舗数及び床面積は、基準年度と比べて増加している。一方、営業時間(本グラフ中には記載なし)は、概ね同程度の水準となっている。このことから、生産活動量のトレンドとしては、増加傾向が見られ、全体的には高止まり状況となっている。当該年度の実績値(生産活動量・2014 年度実績分)について、低炭素社会実行計画(自主行動計画)参加企業数の変動が見られること等を踏まえて考察したとしても、過去のトレンドにおいて、最も高い状況となっている。

【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

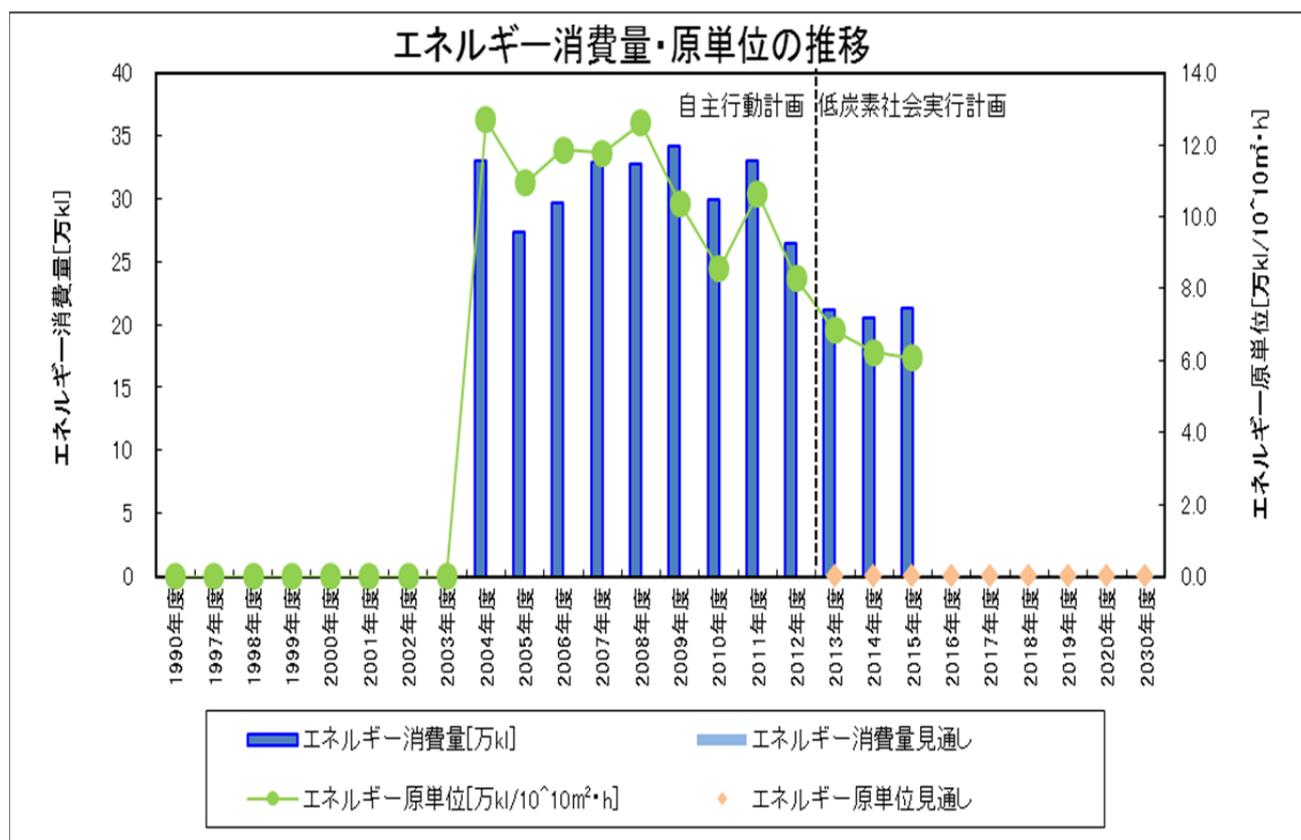
＜2015年度の実績値＞

エネルギー消費量：0.8485(×10<sup>9</sup> kWh) (基準年度比▲35.2%、2014年度比 11.6%)

エネルギー原単位：0.0245(kwh/m<sup>2</sup>・h) (基準年度比▲51.8%、2014年度比 4.7%)

＜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)

基準年度(2004年度)以降の業界動向を見ると、エネルギー消費量は2011年度までは高止まりの傾向が見られ、2012年度以降は大幅な減少に転じたものの、当該年度のエネルギー消費量は微増となった。一方、エネルギー消費原単位については、2009年度以降、2011年度を除き、減少している。過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値について考察すると、エネルギー消費原単位は、基準年度以降、高水準を達成している。これは、各社における経営上の効率的なエネルギー利用が求められていることは勿論、各社の自主的かつ積極的な取組により各社の省エネ効果が上がっていることから、全体としても高い成果が表れていることを裏付けるものと思われる。なお、エネルギー消費量については、調査年度により低炭素社会実行計画(自主行動計画)参加企業数の変動(カバー率の減少)が見られることを勘案する余地があると考察する。

＜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)

エネルギー消費原単位の現状について、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

の比較をした場合、業界内の諸事情(生産活動量の増加傾向やカバー率の状況等)が見られるものの、遜色のない状況となっている。

(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: ○○

2015 年度実績: ○○

<今年度の実績とその考察>

■ 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】

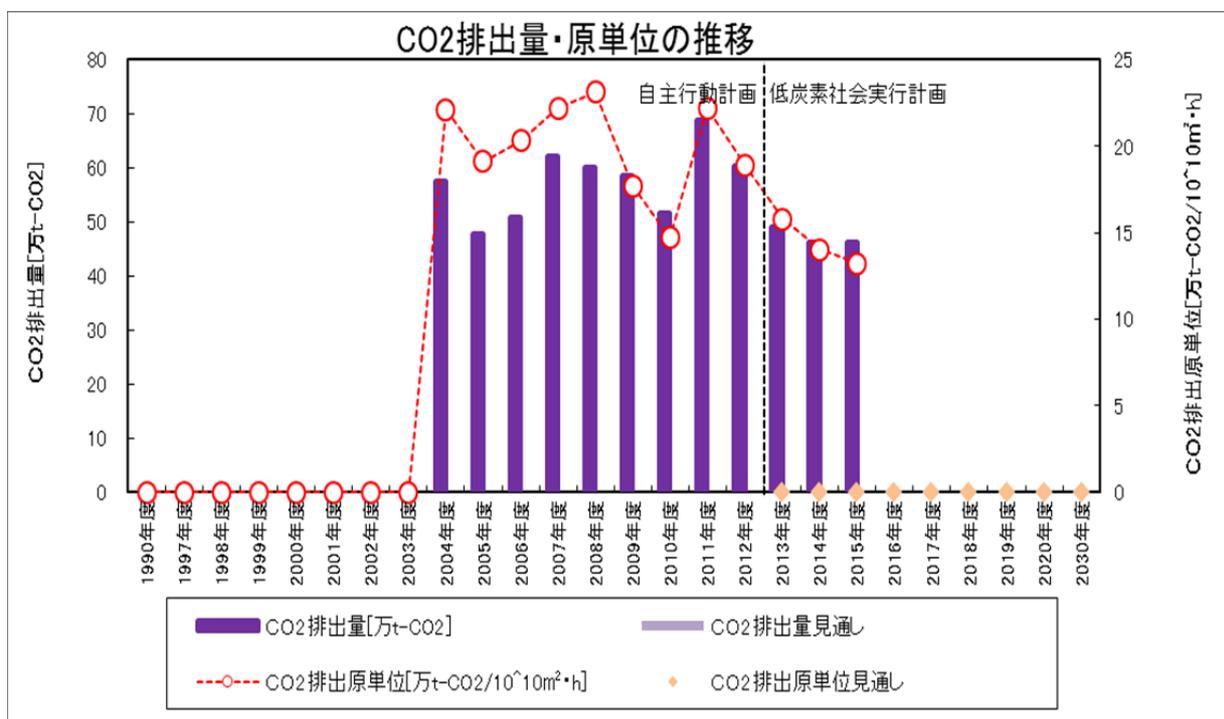
<2015 年度の実績値>

CO<sub>2</sub>排出量 46.32(単位:万 t-CO<sub>2</sub> 排出係数:実排出):(基準年度比▲11.5%、2014 年度比 0.0%)

CO<sub>2</sub>原単位 1.3234(単位:10<sup>8</sup> kg-CO<sub>2</sub>/10<sup>10</sup>m<sup>2</sup>・h 排出係数:実排出):(基準年度比▲35.2%、2014 年度比 ▲7.0%)

<実績のトレンド>

(グラフ)



排出係数:実排出

(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> 排出量については、調査年度により低炭素社会実行計画(自主行動計画)参加企業数の変動が見られ、排出量の増減の繰り返しはあるものの、2012 年度以降は一貫して減少傾向であった。しかし、当該年度(2015 年度実績分)は、若干ながら増加状況となった。このことは、これまで各社の省エネ努

力分が大きく貢献してきたものと推察される一方で、各社における取組対策が一定の水準まで向上し、これから先における削減余地は、今までと比べると大きくないように思われる。しかし、当業界は小売業であることから、店舗等における照明対策(高効率照明への切替等)や、空調対策(冷暖房温度の適切な管理等)への取組を継続して実施していくことは、対策上、効果が大きいものと考察される。一方、CO<sub>2</sub> 排出原単位については、調査年度により低炭素社会実行計画(自主行動計画)参加企業数の変動が見られるものの、増減を繰り返しながら、減少傾向となっている。当該年度(2015 年度)の CO<sub>2</sub> 原単位は、基準年度以降、最小である。CO<sub>2</sub> 排出量は概ね減少傾向にある一方で、店舗数の増加や店舗の大型化等により生産活動量は増加傾向にあることを踏まえて勘案すると、各社の省エネ努力が大きく影響しているものと考察される。

【要因分析】 (詳細はエクセルシート【別紙5】参照)

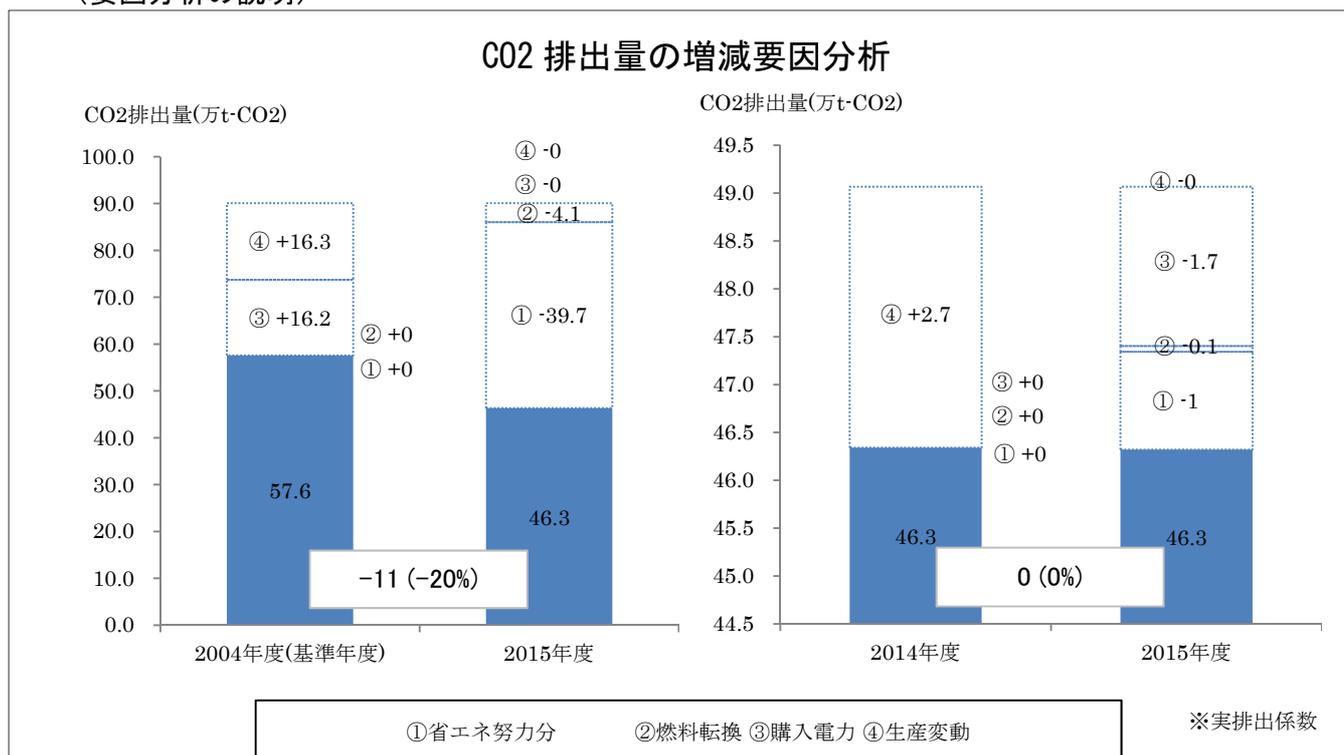
(CO<sub>2</sub>排出量)

	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> )	(%)
事業者省エネ努力分	▲39.691	▲69.0	▲1.022	▲2.2
燃料転換の変化	▲4.074	▲7.1	▲0.060	▲0.1
購入電力の変化	16.176	28.1	▲1.664	▲3.6
生産活動量の変化	16.344	28.4	2.727	5.9

(エネルギー消費量)

	基準年度→2015 年度変化分		2014 年度→2015 年度変化分	
	(万kl)	(%)	(万kl)	(%)
事業者省エネ努力分	▲23.102	▲70.1	▲0.475	▲2.3
生産活動量の変化	11.414	34.6	1.243	6.1

(要因分析の説明)



CO2 排出量について、調査年度により低炭素社会実行計画(自主行動計画)参加企業数の変動が見られ、前年度(2014 年度)調査結果と比べて減少率は緩やかになってきてはいるものの、前年度(2014 年度)との増減分を見た場合、減少している。このことは、事業者の省エネ努力分や購入電力の変化が大きく貢献しているものと推察される。このような事業者の取組成果により、排出量全体での削減につながったものと思われる。こうした背景としては、店舗等における照明対策(高効率照明への切替等)や、空調対策(冷暖房温度の適切な管理等)の効果が大きいものと推察される。

#### 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 <sub>2</sub> 削減量	設備等の使用期間 (見込み)
2015 年度	高効率照明に交換	419,080 万円	—	10 年
	冷房温度 28 度	0 万円	—	—
	暖房温度 20 度	0 万円	—	—
	太陽光発電設備の導入	3,600 万円	—	—
2016 年度	高効率照明に交換	93,000 万円	360 千 kwh/20,4t	10 年
	冷房温度 28 度	0 万円	—	—
	暖房温度 20 度	0 万円	—	—
	太陽光発電設備の導入	73,600 万円	673 千 kl/1,275.4t	10 年
2017 年度 以降	高効率照明に交換	0 万円	—	—
	冷房温度 28 度	0 万円	—	—
	暖房温度 20 度	0 万円	—	—
	太陽光発電設備の導入	—	—	—

#### 【2015 年度の取組実績】

(取組の具体的事例)

- ・照明設備等:「昼休み時などに消灯を徹底する」、「退社時にはパソコンの電源OFFを徹底する」、「高効率照明に交換する」、「トイレ等の照明に人感センサーを導入する」
- ・空調設備:「冷房温度を 28 度に設定する」、「暖房温度を 20 度に設定する」、「高効率空調の導入・切替」
- ・エネルギー:「太陽光発電設備の導入」
- ・建物関係:「自動販売機の夜間運転の停止」

(取組実績の考察)

業務部門における取組(対策)としては、照明設備等や空調設備を中心に実施されている。多く取り組まれ

ている事例としては、「昼休み時における消灯の徹底」をはじめ、「パソコンの電源OFFの徹底」、「高効率照明に交換」、「トイレ等の照明に人感センサーを導入する」、「冷暖房における一定温度の設定」等が挙げられる。当業界は小売業であることから、店舗に関する取組は重要であり、それに係るコストも大きいものと考えられる。各社は、小売業としてコストの大きい照明設備や空調管理等への取組を行うことで、環境対策と経営効率を並行して図っているものと推察される。また、「昼休み時における消灯の徹底」や「パソコンの電源OFFの徹底」については、社員の心がけ・意識の高まり等により、取組が徹底されてきているものと考察される。この他、「太陽光発電設備の導入」等の取組が実施されている。これは電力料金の高止まりや電力の小売自由化等が背景となっていることも一因として推察され、今後は増加していくものと思われる。こうした各種取組は、企業としての社会的責務を果たしていることである他、小売業という立場上、顧客をはじめとする地域社会に対する役割を果たしていく上で、重要な活動の一つである。

#### 【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)

当業界は小売業であることから、業務部門(店舗等)における対策として、照明設備や空調設備等への対策を中心に実施している。引き続き、これらの対策を中心に取り組んでいくことを見込んでいる。

#### 【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＝—

※目標指標はエネルギー消費原単位としているものの、単年度ごとに目標水準は設定していないことから、想定比の算出は行っていない。

##### 【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)

目標指標はエネルギー消費原単位としているものの、単年度ごとに目標水準は設定していない。このため、2015年度の見通しについては、現状維持とするとともに、2020年度比で15%(基準年度比)の削減に向けて取り組んでいく。なお、生産活動量については、店舗数と売場面積に増加傾向が見られるため、2016年度は増加していく可能性が高いものと思われる。

(自己評価を踏まえた次年度における改善事項)

—

⑦ 次年度の見通し

【2016年度の見通し】

	生産活動量 ( $\times 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$ )	エネルギー 消費量 ( $\times 10^9 \text{ kWh}$ )	エネルギー 原単位 ( $\text{kWh}/\text{m}^2 \cdot \text{h}$ )	CO <sub>2</sub> 排出量 (万 t-CO <sub>2</sub> )	CO <sub>2</sub> 原単位 ( $10^8 \text{ kg-CO}_2/10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$ )
2015年度 実績	3.460	0.8485	0.0245	46.32	1.3234
2016年度 見通し	—	—	—	—	—

(見通しの根拠・前提)

計画参加(調査回答)企業数や店舗数の変動等、業界内における不確定要素により、2016年度の見通しを立てることは困難である。

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】

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) / (\text{基準年度の実績水準} - 2020 \text{ 年度の目標水準}) \times 100 (\%) \\ &= 344.1\% \end{aligned}$$

【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

(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)

現在の進捗率は、344.1%となっている。今年度の低炭素社会実行計画の参加状況等を踏まえ、省エネ型店舗への移行や店舗改装時における新設備の導入、社員における意識の高まり等の各種取組やその効果から、目標の達成に向けて進捗していると言える。しかし、店舗形態や事業運営上、店舗の天井高による照明の空調効率の悪化等、エネルギー消費の非効率を招いている要因もあると推測される。引き続き、エネルギー消費の増加、効率の悪い部分において、エネルギー利用の効率化に向けた更なる取組が必要であり、目標達成に向けて予断は許されない

(目標到達に向けた具体的な取組の想定・予定)

引き続き、業務部門(店舗等)における取組(照明設備や空調設備等への対策)を中心に実施していく予定。

(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)

計画参加(調査回答)企業によっては、業務部門における取組が実施済みとなっている場合も見られ、対策が行き渡っている企業が見られること等から、目標見直しの検討については、現在、特に予定していない。但し、業界内の機運の高まりや企業からの要望が生じた場合等は、目標見直しに向けた検討を進めていく必要はあると考えている。

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)

(今後予定している追加的取組の内容・時期)

目標達成が困難

(当初想定と異なる要因とその影響)

(追加的取組の概要と実施予定)

(目標見直しの予定)

#### ⑨ 2030 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】

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) / (\text{基準年度の実績水準} - \text{2030 年度の目標水準}) \times 100(\%) \\ &= 207.3\% \end{aligned}$$

##### 【自己評価・分析】

(目標達成に向けた不確定要素)

当業界は小売業であることから、経済情勢の変動や社会制度の実施等により、景気変動の影響を受けやすいものの、各社における現在の取組を進めていくことで、年平均1%の原単位削減を目指し、目標達成を図っていく。

(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)

計画参加(調査回答)企業によっては、業務部門における取組が実施済みとなっている場合も見られ、対策が行き渡っている企業が見られること等から、目標見直しの検討については、現在、特に予定していない。但し、業界内の機運の高まりや企業からの要望が生じた場合等は、目標見直しに向けた検討を進めていく必要はあると考えている。

#### 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】

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

【活用実績】

- エクセルシート【別紙7】参照。

【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】

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	—

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	—

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

(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

■ 業界として目標を策定している

削減目標:2014年6月策定

【目標】

目標指標は、店舗における生産量(床面積×営業時間)当たりのエネルギー消費量(エネルギー消費原単位)とし、目標年度(2020年度)において、基準年度(2004年度)比15%の削減を目指す。

【対象としている事業領域】

参加企業の店舗等

業界としての目標策定には至っていない  
(理由)

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(各年度・参加企業計)

	2008 年度 (36社)	2009 年度 (32社)	2010 年度 (27社)	2011 年度 (27社)	2012 年度 (21社)	2013 年度 (17社)	2014 年度 (17社)	2015 年度 (19社)
床面積 (万㎡)	698	868	912	821	835	793	838	904
エネルギー消費量 (×10 <sup>9</sup> kWh)	1.3313	1.3898	1.0882	0.9993	0.9792	0.7592	0.7603	0.8485
CO <sub>2</sub> 排出量 (万 t-CO <sub>2</sub> )	54.769	53.154	39.72	51.76	55.13	48.69	46.34	46.32
エネルギー原単位 (kWh/㎡・h)	0.05068	0.0418	0.0307	0.0324	0.0305	0.0246	0.0234	0.0245
CO <sub>2</sub> 原単位 (10 <sup>8</sup> kg-CO <sub>2</sub> /10 <sup>10</sup> ㎡・h)	2.0848	1.5981	1.1211	1.6773	1.7164	1.5803	1.4237	1.3234

■ 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)

### ③ 実施した対策と削減効果

【総括表】(詳細はエクセルシート【別紙8】参照。)

(単位:t-CO<sub>2</sub>)

	照明設備等	空調設備	エネルギー	建物関係	合計
2015 年度実績	3,674.75	1,479.11	25.44	148.27	5,327.57
2016 年度以降	2,279.80	844.72	1,867.40	154.51	5,146.43

#### 【2015 年度の実績】

(取組の具体的事例)

照明設備等:「高効率照明に交換する」

空調設備:「冷房温度 28 度」、「暖房温度 20 度」

エネルギー:「太陽光発電設備の導入」

(取組実績の考察)

業務部門における取組(対策)として、照明設備等や空調設備を中心に実施されている。このうち、「高効率照明に交換」への取組では、投資が生じる取組として多く見られる。当業界は小売業であることから、店舗照明は重要な設備の一つである。特に業界内では店舗数や売場面積の増加等が見られることから、それに係るコストも大きいものと推測される。このため、会員各社では、小売業としてコストの大きい照明設備への取組を行うことで、環境対策への積極的な取組と合わせて、自社経営の効率化を図っているものと考察する。

#### 【2016 年度以降の実績】

(今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素)

今後の対策の実施見通しとしては、当業界が小売業であることから、引き続き、取組において大きなウエイトを占める照明設備や空調設備等に関する取組(対策)を中心とする業務部門での取組(対策)を中心に実施していく予定。

(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

業界として目標を策定している

削減目標:〇〇年〇月策定

【目標】

【対象としている事業領域】

■ 業界としての目標策定には至っていない

(理由)

対象とする事業領域は、流通小売業(ホームセンター業)として、業務部門(店舗等)を対象としていることから、運輸部門における業界独自の目標策定は行っていない。

② エネルギー消費量、CO<sub>2</sub>排出量等の実績

	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度
輸送量 (トン・km)	—	—	—	—	—	—	—	—
エネルギー消費量 (MJ)	—	—	—	—	—	—	—	—
CO <sub>2</sub> 排出量 (万 t-CO <sub>2</sub> )	—	—	—	—	—	—	—	—
エネルギー原単位 (MJ/m <sup>2</sup> )	—	—	—	—	—	—	—	—
CO <sub>2</sub> 原単位 (t-CO <sub>2</sub> /トン・km)	—	—	—	—	—	—	—	—

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)

③ 実施した対策と削減効果

年度	対策項目	対策内容	削減効果
2015年度	保有車両の運行・運用管理の効率化	社用車を低燃費車（ハイブリッド車）へ入替（前年と比べて3台増）	ガソリン使用量は前年比95.8%
	保有車両の運行・運用管理の効率化	店舗向け商品配送車両の自社保有を無くす（他社への運送委託に変更）	CO <sub>2</sub> 排出量は前年比77.4%
	共同配送による輸送の効率化	自社センターで一部取引先商品の共同配送を実施（運行トンキロの削減）	運行量（トンキロ）は前年比89%
	共同配送による輸送の効率化	配送センターの集約により、個別配車から一元化することで配送車両を低減	実施前と比べて約5%削減
	その他	トラック積載効率改善による配送車両台数（運行台数）の削減（配送運行量の削減）	運行量（トンキロ）は前年比83.5%
	その他	配送車両の帰りの活用	△158 t-CO <sub>2</sub>
2016年度以降	保有車両の運行・運用管理の効率化	社用車における低燃費車（ハイブリッド車等）の保有台数を増やす	実施前と比べて燃料消費量の30%削減を見込む
	保有車両の運行・運用管理の効率化	全社ハイブリッド車への入替が完了したことから、車両更新時に小型車（高燃費車）への入替検討の他、公共交通機関使用の促進	—
	共同配送による輸送の効率化	共同配送実施による効率化や自社商品の配送量の削減によるCO <sub>2</sub> 排出量の削減	CO <sub>2</sub> 排出量を前年比90%目標
	共同配送による輸送の効率化	他地域の商品センターにおける共同配送の増加	運行量（トンキロ）を前年比95%目標
	共同配送による輸送の効率化	店舗への配送指定時間を緩和し、相積み店舗の拡大と、折り返し運行便の増加により、配送車両を減少させる	実施前と比べて約10%の削減を見込む
	その他	トラック積載効率改善による配送車両台数（運行台数）の削減（配送運行量の削減）	運行量（トンキロ）を前年比95%目標

※対策等については、本計画参加企業における一例として記載。

## 【2015 年度の取組実績】

(取組の具体的事例)

- ①保有車両の運行、運用管理の効率化：「低燃費(ハイブリッド、小型車)車への入替」、「店舗向け商品配送車両の自社保有を無くすこと(他社への運送委託に変更)」
- ②共同配送による輸送の効率化：「自社センターで一部取引先商品の共同配送を実施(運行トンキロの削減)」、「配送センターの集約により、個別配車から一元化することで配送車両を低減」

(取組実績の考察)

運輸部門における取組(対策)は、小売業としての立場から、「保有車両の運行・運用管理の効率化」や「共同配送による輸送の効率化」等が挙げられる。取組事例としては、「社用車を低燃費車(ハイブリッド車)へ入替」、「店舗向け商品配送車両の自社保有を無くすこと(他社への運送委託に変更)」等となっている。前年に比べて、「共同配送による輸送の効率化」等に関する取組実績が多く見られた。この中で、商品センターから各店舗へ商品配送(店舗配送)を行うことは、重要な業務の一つであり、それに係るコストも大きいものと考えられる。このため、各社は、小売業としてコストの大きい店舗配送の効率化等の取組を行うことで、環境対策と経営効率を並行して図っているものと考察される。

## 【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)

上記③の表を参照。

- (3) 家庭部門(環境家計簿等)、その他の取組  
特になし

#### 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	LED電球及びLED照明器具(シーリングライト等)の販売	—	従来品に比べ消費電力が電球で約1/10~1/6程度、シーリングライトで3/5~1/2程度(年度の特定なし)	—
2	LED照明の販売	—	60w 電球型白熱球→LED60w 型7.3w 消費電力12%程度になる(年度の特定なし)	—
3	LEDシーリングライトの販売	1個あたりエネルギー削減量45W×39,450個×使用時間8.5H×使用日数30日=452,688,750kwhの削減	60W の蛍光灯1本をLED に取り替えることで、30W になり、50%の省エネ効果がある(年度の特定なし)	—

※本計画参加企業における一例として記載。

(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)

- 1「LED 電球及び LED 照明器具(シーリングライト等)の販売」:当該製品等の特徴・従来品との差異等については、従来型蛍光灯の消費電力が大幅に低減され、かつ長寿命であること、削減見込み量の算定根拠については、当該製品の消費電力を参照。
- 2「LED照明の販売」:当該製品等の特徴・従来品との差異等については省エネ・長寿命であり、削減見込み量の算定根拠については、カタログ値を参照。
- 3「LED シーリングライトの販売」:当該製品等の特徴・従来品との差異等については、蛍光灯の消費電力が大幅に低減され、かつ長寿命であること、削減見込み量の算定根拠については、当該製品メーカーのカタログを基に算出。

##### (2) 2015 年度の取組実績

(取組の具体的事例)

【環境配慮型製品の販売(LED 照明器具等)】

- ・電球タイプ(電球、ナツメ球など)534sku、約42,000個販売(前年比20%増)、照明器具(シーリングライト、和風ペンダントなど)356sku、約21,000個販売(前年比75%増)
- ・全て某メーカー調光タイプで6畳タイプを25,800個販売、8畳タイプを9,100個販売、12畳タイプを4,500個販売。(合計39,450個の実績)

(取組実績の考察)

当業界は、住関連商品を中心に扱う小売業であることから、LED 照明器具をはじめとする省エネ製品が多数販売されている。社会情勢の動向やエネルギー価格の高止まり等を受け、消費者の購買意識は変化している。このような状況下において、環境配慮型製品を多数取り扱う当業界としては、当該製品の販売数の増強や品目の拡大を引き続き推進していく他、省エネ意識を前面に打ち出した消費者向け提案型事業運営を目指していくことが重要であると考察される。

(3) 2016年度以降の取組予定

- ・LEDシーリングライトを積極的に販売予定(チラシ利用)
- ・法人営業の実施 事務所・工場等のLED販売強化
- ・シーリングの取扱いを100%LED化とし、販売数量を120%アップにして蛍光灯からの買い替えを促進

**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	—	—	—	—
2	—	—	—	—
3	—	—	—	—

(削減貢献の概要、削減見込み量の算定根拠)

(2) 2015年度の実績

(取組の具体的事例)

(取組実績の考察)

(3) 2016年度以降の取組予定

## 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	—	—	—
2	—	—	—
3	—	—	—

(技術の概要・算定根拠)

### (2) 技術ロードマップ

	革新的技術	2015	2016	2017	2020	2025	2030
1	—	—	—	—	—	—	—
2	—	—	—	—	—	—	—
3	—	—	—	—	—	—	—

### (3) 2015年度の取組実績

(取組の具体的事例)

(取組実績の考察)

### (4) 2016年度以降の取組予定

## Ⅶ. 情報発信、その他

### (1) 情報発信

#### ① 業界団体における取組

取組	発表対象：該当するものに「○」	
	業界内限定	一般公開
<b>【環境資源に関する商品展示や情報提供を通じたPR活動】</b> ①商品見本市でのPR活動 当協会では、毎年、環境資源に関する業界内の意識向上を図るため、「環境・資源商品」に該当する商品を募集し、「省資源・省エネルギーに配慮した商品(詰替え商品は対象外)」をはじめとする5項目に分けて、「JAPAN DIY HOMECENTER SHOW」(当協会主催の見本市)にて展示し、積極的な普及啓発に努めている。 ②環境資源に関する情報提供 当協会会員各社向けに、環境関連の情報提供や説明会の実施等を行い、業界内の業務効率化への寄与や業界関係者の意識向上を目指している。	○	○
<b>【会員各社における環境関連活動・取り組みの対外的な周知】</b> 当協会小売会員(ホームセンター)各社における環境関連活動・取り組みの把握を行い、各社の活動や取り組み事例を、協会ホームページから各社ホームページへの接続を通じて、対外的に幅広い周知が出来るよう取り組んでいる。		○
<b>【流通システム標準化普及と物流の効率化の連携】</b> 当協会(EDI実務委員会)では、流通システムの標準化及び情報化(EDIの利用による商取引業務の効率化等)に向けた普及啓発に努めており、このシステムと商品の共同配送等を結びつけ、物流の効率化を目指している。将来的には、効率的な配送車両の運行や渋滞要因の改善等を図り、環境対策(CO2削減)への視点にもつながることが期待される。	○	

<具体的な取組事例の紹介>

上記①のとおり。

#### 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
地方公共団体が進める森林保全事業に参画し(協定を交わし)、今後10年間にわたり、森林保全活動に取り組む		○
自社ホームページにCO2削減/ライトダウンキャンペーンに参加していること等を掲載		○
自社ホームページに各種環境取組(環境推進体制、従業員の教育カリキュラムの実施、エネルギー使用量・CO2排出量・地球温暖化対策への投資額と経済効果等の環境活動データ)を公開している		○
本社及び全店舗にグループ環境方針、法定管理者一覧表を貼付	○	

<具体的な取組事例の紹介>

上記②のとおり。

- ③ 学術的な評価・分析への貢献  
特になし

(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: