

2016年度

産業構造審議会 産業技術環境分科会 地球環境小委員会

流通・サービスワーキンググループ

日時 平成29年2月28日（火）10：00～12：00

場所 経済産業省別館9階 944会議室

○事務局（服部室長） それでは、定刻になりましたので、ただいまから産業構造審議会地球環境小委員会流通・サービスWGを開催いたします。

私は産業技術環境局環境経済室長の服部と申します。

本日はご多忙のところご出席を賜りまして、ありがとうございます。

まず座長と委員の交代がございましたので、ご紹介申し上げます。

ご退任された委員からご紹介させていただきます。株式会社住環境計画研究所代表取締役会長の中上英俊委員及び東京都市大学環境情報学部特任教授の増井忠幸委員がご退任をされました。このたび新規に株式会社住環境計画研究所研究所長の鶴崎敬大委員及び早稲田大学大学院環境・エネルギー研究科教授の納富信委員にご就任をいただいております。

なお、納富委員は本日、体調不良によりご欠席の可能性が高いという連絡をちょうだいしております。

続きまして、中上座長のご退任に伴い、座長を互選いただく必要がございます。事務局といたしましては、鶴崎委員に座長をお引き受けいただければと存じますが、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

（「異議なし」の声あり）

○事務局（服部室長） ありがとうございます。

ご異議がないようでございますので、鶴崎委員に座長をお願いしたいと存じます。

本日は先ほどご紹介した納富委員がご欠席となりますが、それ以外の委員全員にご出席をいただいております。また、本日の審議は公開とさせていただきます。

それでは、開催に先立ちまして、鶴崎座長より一言ごあいさつをいただければと存じます。よろしくお願いいたします。

○鶴崎座長 おはようございます。住環境計画研究所の鶴崎でございます。

このたび座長ということで大変な重責を担うこととなりまして、身の引き締まる思いで

ございますが、皆様のお力添えを賜りまして、精一杯務めてまいりたいと存じます。

今回、就任の打診をいただいてから本日までこの流通・サービスWGの活動につきましては、中上前座長並びに事務局の皆様方から丁寧にご助言いただきまして、これまでの活動を振り返ってまいりました。今日、業界の皆様におかれましてはこれまで長期間にわたって多大な努力を重ねてこられたことと思います。大変短い時間ではございますが、1年間の活動を今日ご披露いただきまして、皆様にとって実りのある意見交換ができればと思っております。

どうぞよろしくお願いいたします。

○事務局（服部室長） ありがとうございました。

本日は2015年度の低炭素社会実行計画の進捗状況及び2016年度以降の見通し、目標達成に向けた各団体の取組についてご説明をいただくため、日本チェーンストア協会様、日本フランチャイズチェーン協会様、日本ショッピングセンター協会様、日本百貨店協会様、日本チェーンドラッグストア協会様、大手家電流通協会様、情報サービス産業協会様、日本DIY協会様、日本貿易会様、リース事業協会様よりご担当者様にご出席をいただいております。

ご説明に当たってはあらかじめお願い申し上げますとおり、1団体当たり持ち時間5分でご説明いただきたいと思います。終了2分前には事務局よりメモを差し入れますので、ご協力をお願いいたします。

それでは、議事に移りたく存じます。以降の議事進行は鶴崎座長をお願いいたします。

○鶴崎座長 それでは、議事に入りたいと思います。

まずは事務局から配布資料の確認及び資料3のご説明をお願いいたします。

○事務局（服部室長） それでは、配布資料の確認をさせていただきます。お手元のiPadを開いていただきますと資料が格納されてございます。資料1は議事次第、資料2は委員名簿、資料3が流通サービス業種の進捗状況の概要となっております。資料4から資料13までが各業界からの報告資料でございます。業界ごとにセットさせていただいており、本日、各業界からご説明される資料には枝番号の1をつけてございます。資料4-1は日本チェーンストア協会様の説明資料、資料4-2は2015年度フォローアップ調査票、その後ろに資料4-3としてデータシートをつけてございます。同様に資料5が日本フランチャイズチェーン協会様、資料6が日本ショッピングセンター協会様、資料7が日本百貨店協会様、資料8が日本チェーンドラッグストア協会様、資料9が大手家電流通協会様、資料

10 が情報サービス産業協会様、資料 11 が日本 DIY 協会様、資料 12 が日本貿易会様、資料 13 がリース事業協会様の資料となっております。

なお、日本百貨店協会におかれましては資料 7-4 として事前質問への回答の参考資料をご提出いただいております。

また参考資料 1 は本年度のWGに先立って実施しました事前質問と回答の一覧でございます。また参考資料 2 は昨年度の評価検証WGにおける主なご指摘事項でございます。

以上が資料の確認でございますが、iPad の不具合やご不明な点等がございましたら事務局までお申しつけください。

それでは、続きまして資料 3 のご説明に入らせていただきたいと思います。資料 3 を開いていただきまして、流通・サービス業種の進捗状況の概要でございます。この資料は本日ご説明をいただきます業界の報告の概要を私どものほうでまとめさせていただいた資料でございます。業界ごとに目標指標をどのように設定されているか、目標の水準、2015 年度の実績、それから進捗状況などを一覧にしております。また低炭素社会実行計画に基づく柱立てとして、表の右側のほうでございますけれども、2030 年の目標策定状況、低炭素製品・サービス等による他部門での貢献、海外での削減貢献、革新的技術の開発・導入に関してもご報告をいただいております。今年度のWGでも引き続き目標設定や足下の取組に加えまして、低炭素社会実行計画に沿った論点を含めてご議論をお願いしたいと考えております。

なお、補足でございますけれども、この一覧表のうち黄色に着色されている業界につきましては 2015 年度の実績において 2020 年の目標を既に達成している業界となります。表の中で行きますと真ん中あたりの進捗率の欄が 100%を超過している業界でございます。

資料 3 の説明は以上となります。

○鶴崎座長 ありがとうございました。

それでは、資料 4 以降につきまして、日本チェーンストア協会さんから順にご説明をお願いしたいと思います。

日本チェーンストア協会様、よろしくお願いいたします。

○日本チェーンストア協会（増田） おはようございます。日本チェーンストア協会の増田でございます。それでは、資料 4-1 に沿ってご報告させていただきます。

2 枚めくっていただきますと私どもの概要が入っております。現在、57 社でございます。1 つ私どもの悩みがあるのですが、私どもの業界は私ども以外に 3 つの団体がござい

ます。会員社の中にはチェーン協に入っているといろいろと細かいことをいわれるので他の団体に移られるというようなケースもございまして、ご質問いただいておりますけれども、調査の回答率に若干影響があるのかなというふうに思っております。

それはさておきまして、私どもの目標指標はエネルギー消費原単位でさせていただいております。2015 年の 7 月に改定をさせていただきまして、2020 年は 1996 年比で 24%減、2030 年も同様の目標を設定をしております。

次のスライドであります、2015 年の実績でございます。基準年比、先ほどもお話がございましたが、32%減、前年比で 12%減というところであります。繰り返しであります、私どもの大きな悩みというのが会員企業数の入退会、それから企業の店舗の規模等、ここに注釈を入れてございまして、内訳の中で非常に大きく影響を受けるということで、対策の効果の把握が非常に難しいということで、頭を悩ませているところであります。この 4 枚目のグラフをみていただくとおわかりのように赤いポツがあると思いますが、これが昨年と同様の会員企業数に合わせるとこの数字になってしまう。一方で新たなものが入ってくるとボンと下がる、こういった悩みを抱えているところでございます。

次のスライドであります、ベストプラクティスの導入推進状況ということでございます。特に 3.11 以降、私どもの業界も特に省エネの照明、これを LED にシフトをしているというのが大きなところであります。それから、当初はいろいろと議論があったわけでありまして、お客様へのサービスの低下ということで、冷蔵冷凍庫のカバー、これもなかなかしづらかったわけでありまして、お客様のご理解をいただきながら今はリーチインに替えて、省エネのより効果のあるものにシフトしていくというようなこともしておりますし、BEMS の導入等々含めて取組をしているところでございます。

いずれにしても会員企業を含めて私どもも一緒になってさらに省エネを進めていくわけでありまして、小売業界は、空調、それから冷蔵冷凍ケース、この負担が非常に大きいというところがありまして、昨今フロン対策の話もいろいろ出てきておりまして、できれば政府のほうでこれからの方向性みたいなものもお示しをいただくと非常に助かるなど、各社の設備投資は非常にコストがかかるものですから、そうしたご助言をいただくと担当者も含めて経営層に積極的にアプローチができるのではないかなというふうに思っております。

そのほか他部門での取組で、あるいは自ら取り組んでいる例というのが書いてございます。また後ほどお読みをいただければと思います。

それでは、時間のようでございますので、私のご報告は以上で終わりにさせていただきます。ありがとうございました。

○鶴崎座長 ありがとうございました。

続きまして、日本フランチャイズチェーン協会様、お願いいたします。

○日本フランチャイズチェーン協会（片山） それでは、日本フランチャイズチェーン協会からご報告いたします。よろしくお願いいたします。

資料 5-1 でございます。2 枚めくっていただきまして 2 ページ、まず協会の概要でございますけれども、私どもはフランチャイズビジネスを展開しております本部の企業が加盟している団体でございまして、内容は外食、小売、サービス業で、正会員は 102 社という形になっておりますが、今回につきましてはコンビニエンスストアについてご報告したいと思います。

次のページがコンビニエンスストア業界の状況でございまして、業界全体の規模は 14 社、26 チェーン、5 万 7052 店舗、私どもの協会の会員の規模が 10 社、22 チェーンで 5 万 5976 店舗でございまして、店舗数では 98.1%のカバーでございます。また売上高は 10 兆 3572 億ということで、売上高についても 98.6%ということで、ほぼコンビニエンスストア業界がカバーされている業界団体となっております。

次でございまして、低炭素社会実行計画の概要でございまして。私どもも目標はエネルギー消費原単位としております。目標値は 2020 年度につきまして、売上高 100 万円当たり 0.8453 千kWでございまして。この 845.3 kW h のエネルギー消費以下を目指すという目標値で取り組んでおりまして、2030 年度につきましても、2020 年度目標の達成度合いを踏まえてということもございまして、同じ目標値としております。こちらにつきましては 2018 年度時点の状況をみて見直しを検討することとしております。また対象は店舗における電気使用量のみとして、コンビニエンスストア業態のフランチャイズ店及び直営店を対象にしております。

次のページでございまして、今回、売上高に対するエネルギー消費量ということで目標値を立てておりますけれども、従来は床面積×営業時間を原単位としておりました。これを売上高に変更したということでございます。後ほど出てきますけれども、エネルギーを使用する機器に対しての相関ということでこちらの表をみていただきますと、売上高も延床面積×営業時間もそれぞれ相関はありますが、より売上高のほうが相関が高いということでこちらを採用しております。原単位として管理する上で妥当ではないかということで

す。

次のページでは、コンビニエンスストアのエネルギー消費の特徴ということで円グラフで表現しております。空調、照明で 35% ぐらい、冷蔵冷凍で 25%、その他の販売什器等が残りの 40% ぐらいの比率になっておりまして、空調と要冷関連で半分、照明で半分強というようなエネルギー消費の特徴がございます。

次のページでございますけれども、目標に対してどのような推移となっているかということでグラフで表示しております。2010 年の目標の基準年度からの推移でございます、2015 年度の結果につきましては、目標を下回る結果となっております。この状況は、東日本大震災の発生以降、省エネ機器の前倒し導入であったり、各店舗が運用の中で省エネに取り組むことを進めておりまして、2015 年度につきましてはこのような結果になっているということでございます。

次のページですけれども、では、その対象である 10 社がどのような状況かということでございまして、各社の今の目標に対する達成度となっております。1 社は非常に突出して達成をしている状況でございますが、残り 9 社につきましては、まだ目標に達成していないというところで、かなりの差があるということをみていただければと思います。それぞれの会社が、この目標値に向かって取り組んでいるということでございます。

次のページは運輸部門の状況でございます。もともと、配送のところは別の企業さんをお願いしておりますけれども、私どもも連携して削減に取り組んでいるということでございます。2015 年度につきましては、これは 1 店舗当たりの数値を出しておりますけれども、走行距離で 1 万 8145.8 キロ、燃料消費で 2909 キロリットルということです。燃費はリッター当たり 6.2 km、CO₂ で換算しますと 7.51 t という数字になっております。年度別の推移が下に載っておりますが、2009 年度の 8.02 t から始まりまして、2015 年度は 7.51 ということで若干増えたり減ったりはしておりますけれども、傾向的には削減が進んできているという状況かと思えます。

次にベンチマークでございますけれども、ベンチマークの目標につきましては、現在の低炭素社会実行計画と同じ目標値を立てているということでございます。

それ以降のページは、参考でございますけれども、どのようなものを省エネ機器として導入しているかということでご紹介しますと、太陽光発電装置、LED 照明、冷蔵・冷凍、空調用熱電源一体型システム、次のページをみていただきまして、CO₂ 冷媒等のノンフロン冷機の導入。それから配送のところは連携して取り組むというところで、ハイブリッド

車であるとか天然ガス車とかの導入を進めております。また、これはお客様へのサービスでございますけれども、電気自動車の充電スタンドの設置も進めているということでございます。

発表は以上でございます。ありがとうございました。

○鶴崎座長 ありがとうございました。

続きまして、日本ショッピングセンター協会様、よろしくお願いします。

○日本ショッピングセンター協会（山本） 日本ショッピングセンター協会の山本です。
資料 6-1 をお願いします。

2 ページからでございますが、日本ショッピングセンターというところは、施設としては単体ではなくていろいろなテナントさんが集まったり、場合によっては百貨店さん、あるいはスーパーマーケットさんという大型小売店、あるいはファッション、食料品といった専門店、飲食店、劇場、旅行代理店というサービス店舗なども入っている様々なテナント、あるいは事業者が集まった集合体でございます。全体的にはデベロッパーが計画的に開発して運営している商業施設ということでございます。利用、あるいは施設の形態も様々な形態がございますので、以下、記載してございますので、それを読んでいただければということでございます。

次のページでございますが、国内の企業活動における 2020 年の削減目標ということで、多少私どもの協会ではこの取組については遅れて、実際のスタートは 2007 年で、2008 年から報告させていただいています。政治的に 13% というのはちょっと異質に感じるかもわかりませんが、目標を 2020 年に置いて、2005 年比でエネルギー原単位を 13% 削減することを目標とする。これは国の原単位の 1 % 削減というのを積み上げた数字でございます。ということで、2020 年目標も同じような形でございます。

次のページに行きます。業界全体を占めるカバー率でございますが、業界全体としては 1353 社、3195 ショッピングセンターでございます。業界団体の規模としては 328 社、1789 ショッピングセンター、この低炭素社会実行計画の参加企業でございますが、かなり減って 97 社、479 ショッピングセンターでございます。

では、次に行きます。2015 年における目標に対する実績でございます。基準年は 2005 年ということで、先ほどお話ししましたように目標については 13% 削減ということでございますが、今現在の実績としては、2015 年の実績は 34.1% でございます。

それをグラフにあらわしたのがこの状況で、後半は微妙になってきましたが、ほぼ毎年

度削減しているということでございます。実際にどういったものを導入してきたか、先ほど来いろいろ説明されてきた内容とそんなに違っておりませんが、LED 照明ほかということで以下のものに取り組んでいるところでございます。

最後でございますが、私どもは先ほどいいましたようにいろいろな事業者、あるいはテナントさんが集まったショッピングセンターでございますので、地域全体としてどうやって省エネ、あるいは CO₂ 排出削減に取り組んでいくかということで地域の皆様をクールシェア、あるいはウォームシェアということで、集まっていただいて家庭の省エネまで含めて、あるいは地域の様々な箇所の省エネを含めて取り組んでいるところでございます。

以上でございます。

○鶴崎座長 ありがとうございます。

それでは、続きまして日本百貨店協会様、お願いいたします。

○日本百貨店協会（高橋） ありがとうございます。日本百貨店協会の高橋です。よろしくお願いいたします。

資料 7-1 をご覧いただきたいと思います。日本百貨店協会は 1948 年に設立され、本年 69 年目を迎えます。衣食住にわたる多品種の商品、サービスを取り扱う大型小売店舗、百貨店業が加盟いたします任意の業界団体です。本日報告いたします会員百貨店 82 社、223 店、低炭素社会実行計画には策定当初より 100% 参加をしております。百貨店業界の業界規模の参考値といたしまして、「商業動態統計」の売上高に占める割合でみますと 90.5% となります。会員数と規模に掲載しております店舗数の違いは、売上調査統計上の対象店舗と店舗数の数え方の違いでございます。

次のスライドをご覧ください。私どもの低炭素社会実行計画は環境と経済の両立の視点から総量規制ではなく、生産活動量、延床面積×営業時間当たりのエネルギー消費量を目標値として削減に努めているところです。1997 年に自主行動計画を策定し、1990 年を基準年として以降、深刻化する温暖化の状況を踏まえながら目標値を見直してまいりました。今回、約 20 年間省エネ努力の積み重ねを踏まえた上で目標値の見直しを行っております。基準年としています 1990 年からは事業環境や生産活動量も大きく変わっていることから、今回、長期的な視点に立ちまして継続した省エネに取り組むために基準年を政府目標とも合わせまして 2013 年に変更してございます。今後も平均削減率を積み重ね、目標水準の達成に努めていきたいと考えております。

次のページをおめくりください。2015 年度の実績となります。今回は新旧両方の基準年

の進捗率を掲載してございます。グラフもあわせてご覧いただきたいのですが、新目標では2020年目標6.8%の減、2030年目標15.7%減とする目標を立てております。今回、単年の数字でみていただきますと既に2020年目標達成となりますが、この背景には2009年よりLEDの切り替えを私どもスタートいたしまして、2011年、東日本大震災以降は電力不足、電気料金の急騰もございます。各社ともLED照明への積極的な切り替え、大胆な節電の継続実施に取り組んでいるところでございます。昨年度までに省エネ機器すべて更新が終わったことが想定されますことから、今後は年平均1%の削減トレンドを維持しながら、これまでのエネルギー消費原単位の削減に取り組んで、2030年までの目標を達成していきたいというふうに考えているところです。

次のページに基準年2013年でみましたエネルギー消費量とCO₂排出量を掲載してございます。事業者の省エネ努力分として削減ができていないのではないかと思います。

次のページでございます。具体的な省エネ対策を掲載してございます。左のグラフ、ソフト面ではバックヤード、いわゆる後方に当たります業務部門を兼ねている場所の間引き消灯、あとは店頭以外の従業員のクールビス、ウォームビス導入によります空調管理の徹底など、従業員の意識も含めまして強化をしているところです。右側のハード面ではLEDの切り替え、冬場の外気の取り入れ、省エネ機器の積極的な導入による省エネを図っているところです。

次のスライドには個社の事例となりますが、積極的にリニューアル、改装時には省エネ機器を導入している状況、そして削減効果を得ているということをおわかりいただきたいというふうに思います。

次の8ページには業務部門の取組を掲載してございます。実際には店舗に含まれてしまいますために独自目標はもってございませんが、可能な限りの徹底した省エネ対策に取り組んでいるところです。

次のページに運輸部門での取組を掲載してございます。基本的に自社保有車両は少ないのですけれども、低燃費車両導入やエコドライブなどにより取り組んでいるところです。また店内の納品、配送をお願いしております事業者の皆様には省エネの推進を求めています。またお客様の駐車場には電気自動車の充電器の設置のほか、パーク・アンド・ライドへの取組を行っておりまして、公共交通機関の利用も積極的に呼びかけを行っているところでございます。

10ページをご覧ください。お客様との接点が近い小売業として情報発信を積極的に行っ

ている呼びかけの事例でございます。今年度、私どもでは省エネ法ベンチマーク制度の導入に関しまして検討を進めてまいりました。先日、審議をいただきまして、この4月からベンチマーク制度の対象業種として新たな目指すべき水準となる目標値もできたところでございます。今後は業界全体でこれまで以上の省エネ対策に取り組んでまいりたいと思っていますところでは。

以上でございます。

○鶴崎座長 ありがとうございました。

続きまして、日本チェーンドラッグストア協会様、お願いいたします。

○日本チェーンドラッグストア協会（本吉） それでは、チェーンドラッグストア協会様、資料8-1になります。

1枚目、2枚目、目次でございます。3枚目、主な事業ということで、店舗規模には関係なくチェーンドラッグストアということになりますので、医薬品・化粧品・日用雑貨・家庭用品、食品等を取り扱う小売店舗ということになっております。我々の業界規模ですけれども、447社、1000店舗超えの大企業から数店舗の中小企業まで多様な企業が存在をしております。市場規模は約6兆1325億というところでございます。業界の現状としましては、業界全体としての成長は踊り場状態ということで、年率1%程度の成長というふうにみております。ただ、超高齢化が進んでおりますので、セルフメディケーション推進への対応ですとか地域包括ケアシステムへの対応、健康サポート薬局、厚生労働省様の対応ですが、含めまして、他業態やネット販売業との競合・競争激化、こういったもので業界再編というものが一層進んでいるというところでございます。

次のページでございます。我々の目標数値としましては、店舗におけるエネルギー消費原単位ということで考えております。2020年目標は2015年7月に策定をいたしまして、2020年度においては基準値8%減というものを掲げてございます。2030年目標は11%減というところでございます。基準値につきましては2005年度から2013年度まで実施しました自主行動計画におけるエネルギー原単位の平均値をもっております。目標策定の背景としまして、食品の取り扱いが拡充しておりまして、冷蔵・冷凍・加温ショーケースの導入が進んでおります。他業態やネット販売業との競合・競争の激化ということで業界再編が進んでおります。店舗数は増加を進めております。大きな企業様を含めましてそちら、それと営業時間の24時間対応ということで、薬局というものをっております企業もございまして、24時間対応、長時間化ということをやっております、エネルギー消費の

増加傾向は長期的な継続が予想されるというところでございます。

次のページでございます。前提条件としましては、店舗における活動を対象としております。チェーンドラッグということで本部組織につきましては店と比べますと非常に小さいものであるというところがございます。目標水準設定の理由とその妥当性というところでございますが、エネルギー消費量の増加は長期的に見込まれるということがございますので、絶対量の削減を目標とするのは合理的ではないというところから、やはり消費原単位ということで考えております。また小売業界での消費電力、照明機器、今もいろいろお話に出ておりますのでLED化ですとか空調機器、冷蔵・冷凍機器、こういったものから入れ替えをして効率化を進めていくという内容になっております。

次のページになります。2015 年度の実績値ということでしております。生活活動量は 4.38 ということになっております。これにつきましては基準年度比 175.5%ということになっております。また 2014 年度比は 18.7%ということで、かなり大幅に生活活動量は増えているということになっております。

2015 年度の実績値ということでエネルギー消費量につきまして、我々はエネルギー原単位をみておりますので 16.201、基準年度比で 22.7%の減、2014 年度比でいきますと 10%の減ということになっております。生産活動量は、非常に増えておりますけれども、効率的にはよくなっているというところがございます。

2015 年度の実績値ということで、これは CO₂の排出量ということになっておりますけれども、155.09 万 t ということになっております。CO₂の原単位としましては 35.33 ということになっております。基準年度比では 6.9%の減、2014 年度比で 13.9%の減ということになっております。

2015 年の取組実績の（４）でございますけれども、目標達成に向けた今後の進捗率の見通し、課題ということになるのですが、カバー率の向上を図るという目的で、今回ではなくて昨年より省エネ法による定期報告書、これは大きな企業様には課せられているものでございますけれども、そちらのほうに直接アプローチをさせていただきまして、データ提供を受けるという対応をとりました。2年間で売上高ベースのカバー率は 20%近く向上しまして、79.8 と 8 割の店舗がカバーできるところまでなっております。この中で目標値を大幅に超える数値、新たに定期報告をいただいたところが非常に効率というか、努力をされているということがございまして、2020 年度目標、基準値の 8%減、さらに 2030 年度目標が 11.0%減というものを掲げておりましたのですが、2015 年の実績におきまして基

準値比 22.7%減の 2014 年度比 10%減ということで、目標値を超えてしまったということが出てまいりました。これにつきまして、現在、新たな目標値を設定する、今年度中にはその設定をしようということを進めております。

最後は業務部門での取組、ドラッグストア業界は本部オフィスの比率は極めて小さいというお話をさせていただきました。エアコンの温度調整、昼休みのパソコンや照明の消灯などの報告を受けております。また運輸部門につきましては、やはり自社で物流部門を持っているというのは非常に少ないといひましようか、ほとんどは卸様を利用するとか委託をしているというところがございますので、今ご報告をいろいろ各団体様されておりますが、運輸部門につきましては目標は未設定というふうになっております。

以上、チェーンドラッグストア協会の業界の内容でございました。

○鶴崎座長 ありがとうございます。

続きまして、大手家電流通協会様、お願いいたします。

○大手家電流通協会（高橋） 大手家電流通協会の高橋です。資料は 9-1 になります。よろしくお願ひします。

まず大手家電流通業界の概要でございますが、主な事業はいわゆる家電量販店でございます。業界の全体の規模は 5 兆 3500 億円、業界の現状ですが、私ども、小売業ではございますが、配達を伴う業務も行っているといったような業界でございます。

次の 2、実行計画の概要でございますけれども、目標指標ということで 2020 年目標は 2016 年、昨年 10 月に目標を上方修正をしております。2015 年 3 月策定では売り場面積当たり 2182MJ をここにあるとおり 2109MJ といたしました。削減率は 44%の目標から 46.2%の目標に 2.2%上方修正をいたしております。そのため、冒頭、資料 3 でございました各業界の達成で私どもだけ白抜きになっておりましたけれども、そういう事情でございます。2030 年の目標につきましては、これは据え置いておりますが、今後の進捗で見直しも検討してまいりたいと思っておるところでございます。目標の策定の背景及び前提条件、それからその妥当性ということでは、現状を趨勢するケースというものをかんがみて策定をさせていただいたということでございます。

次のスライドをお願いいたします。2015 年度の取組実績ということで、実績は生産活動量、これは売り場面積でございますが、基準年比で 33.1%増、昨年、前年比で 2.4%、これは減っております。それからエネルギー消費量としましては基準年比で 26.5%の削減、昨年、前年比では 4.7%削減になったということでございます。エネルギー原単位は基準

年度比で 44.8%の削減、それから昨年度比で 2.3%の削減ということでございます。進捗率は 2020 年度目標は先ほども申し上げましたとおり 97%、2030 年度目標に対しましては 91.2%でございますが、今後の見通しといたしましては、2030 年目標達成に向けて進捗率も順調にといえますか、問題ないというふうに考えておるところでございます。

次のスライドをお願いいたします。上の表は先ほどの数値の説明でございますが、右下のグラフのとおり、効率のいい店舗の割合が年々増えているということをここで示させていただいておりまして、そういうことが順調に削減が進んでいるという背景になっております。

次のページをお願いいたします。他部門での貢献ということなのですが、私どもは家庭部門のエネルギー消費に関わる家電製品を取り扱っておりますので、家庭部門の省エネに資する省エネ型家電の普及促進ということについては社会的責任の 1 つだろうということで積極的に取り組んでおるところでございます。この表に示しましたとおり省エネ基準を 100%達成している省エネ製品を高い割合で販売をし、普及促進に努力をしているところでございます。

次のページをお願いいたします。5 のその他の（１）ですが、業務部門での取組ということですが、本社オフィス等のエネルギー消費割合は極めて小さいのでありますが、各社ともでき得る対策はほぼ実施をしているという状況です。運輸部門での取組でございますが、一昨年よりデータの把握からチャレンジを始めているところでございますが、荷主としての責任ということで、今後も定量的な実績把握に向けて努力をしてまいりたいというふうに考えておるところでございます。

次のスライドをお願いいたします。5 の（２）ですが、情報発信の取組等々、先ほど申し上げましたとおり省エネ家電の普及推進という点で、今国民運動として COOL CHOICE というものをやっておりますが、この推進に向けて業界統一のポスターを作成して掲示するなど、今後においても COOL CHOICE 運動には積極的に参画をして、積極的に家庭の省エネに資する活動を進めてまいりたいと思っておるところでございます。

以降の資料につきましては各会員企業の取組の紹介となりますので、ご覧いただければと存じます。

大手家電流通協会からは以上でございます。

○鶴崎座長 ありがとうございました。

続きまして、情報サービス産業協会様、お願いいたします。

○情報サービス産業協会（藤井） 情報サービス産業です。資料 10-1 をお願いいたします。

1 枚めくっていただきまして業界についてということで、当業界は大きく分けて2つの業務に分かれます。ソフトウェア業と情報処理・提供サービス業と書いてありますが、ソフトウェア業というのはオフィスにおいてお客様から受託したシステムを開発する、人がパソコンを目の前に入力しているところをご想像いただければと思います。下の情報処理・情報サービス業ですが、これはでき上がった情報システムをデータセンターと呼ばれる大きな建物の中にコンピュータを並べて情報処理をする。無人の部屋の中で機械だけが動いている光景を想像していただければと思います。

次のページをお願いいたします。業界についてですけれども、私どもの業界に加入している企業数は514社ございまして、売り上げに直しますと約8兆7000億円でございます。そのうち低炭素化社会実行計画に参加している企業は67社、売り上げだと約半分、4兆ちょっとということになってございます。

次のページをお願いいたします。業界の省エネ動向推移ということで、先ほど申し上げましたとおりオフィス部門とデータセンター部門で分けて業界の指標をつくってございます。オフィスに関しましては他の業界さんと同じように単位面積当たりの消費電力で指標を設定してございます。データセンターでございますけれども、データセンターに設置しているIT機器は電気をインプットとして出てくるアウトプットが情報という目に見えないものでございますので、消費する電力をみなしの生産物といたしまして、そのデータセンターで使われるすべての電力のうちどれぐらいIT機器で使ったかということで指標を設定してございます。要は、データセンター全体の消費電力割るIT機器の消費電力です。究極1.0になればすべてIT機器が使っているということになります。

次のページをお願いいたします。2015年度における実績概要ということで、CO₂排出量といたしましては、データセンターとオフィス合わせて68.7万トンになります。データセンター部門の一番下のところのエネルギー原単位をみていただきたいのですけれども、2015年で1.90となっておりますが、これはデータセンターで使用されている電力のうちの半分ちょっとをIT機器が使っているといったような指標でございます。

次のページをお願いいたします。それぞれの詳細をご紹介します。オフィス部門に関しましては、昨年同様大幅に今年も目標を改善いたしました。これは昨今の働き方改革などございまして、業界挙げて生産性向上による労働時間短縮を果たした結果、こういっ

た目標が達成できたということになっています。あと最近、一部の参加企業で新しいインテリジェントビルにオフィスに移転するといったことがありまして、これによって、環境性能のいいオフィスに移ることによってさらに省エネを達成している。

次のページをお願いします。一方でデータセンターに関しては横ばい、若干悪化しております。これは最近、日本のデータセンターにおきましては 30 年を超えると大分老朽化してきておりまして、新しいデータセンターに移るという動きが今加速してございます。データセンターの稼働当初はなかなか稼働率が上がってきませんので、あまり効率よく回ってございません。ただこの後、古いデータセンターをたたんで新しいものがフル稼働し始めるとこの辺も改善してくるのではないかと考えてございます。

次のページをお願いいたします。本年度より省エネ活動の取組について詳細、こちらでも調査してございまして、これはオフィスのものなのですけれども、当業界はオフィスはテナントとして入っておられる企業さんが多いので、できるところからやっていますというところでございます。

次のページでございます。こちらはデータセンターですけれども、データセンターに関しましては電気代イコール事業の利益につながりますので、省エネに関してはもうかなりやり尽くした感がございます。この後、新しい省エネ性能のいいデータセンターに移っていくことによってさらなる効率化を図りたいと考えてございます。

ここから 3 ページは取組紹介でございまして、特に一番最初のページなのですけれども、私どもはデータセンターを中心としたクラウドサービス、共同利用型のシステムをご利用いただくサービスのことを指すのですけれども、こちらを利用していただくことによって、お客様の省エネが 7 割から 8 割図られたという事例でございます。こういった観点からも、ぜひデータセンターのご利用を促進していただきたいと考えてございます。

次の 2 枚に関しましてはベストプラクティスを共有しようということで、協会のウェブ等でこういったものも発表している次第です。

以上です。

○鶴崎座長 ありがとうございます。

続きまして、日本 DIY 協会様、よろしくお願いします。

○日本 DIY 協会（丸澤） 日本 DIY 協会でございます。よろしくお願いいたします。本日の配布資料の資料 11-1 をご覧くださいませ。よろしくお願いいたします。

まず表紙がございまして、次のページでございます。私どもの協会の概要ということで

ございますが、昨年の9月末時点でございますが、小売会員企業様が58社ございます。私どもはご存じのホームセンターということでございまして、住関連商品やそれに関するサービスなどを中心に販売・提供させていただいておりますサービス業、小売業でございます。取扱商品としては、資料にもご覧のとおり素材商品ほか電気関係、またインテリア、日用品、また園芸・エクステリア、ペット、カー・アウトドア、カルチャーなど、こういったものを中心に品揃えさせていただいておりますが、特に近年、災害等多数発生をしております。このため、防災関連などの商材も扱っているものですから、いろいろと皆様からのご要望など多数いただいております、業界としては近年、社会的な役割が非常に高まっているということをつくづく感じているところでございます。

では、次のページをご覧くださいませ。2020年及び2030年の削減目標でございますが、まず2020年目標としましては、指標はいずれもエネルギー消費原単位としております。削減比率、これは基準年度比、私どもの場合は2004年度に設定させていただいておりますが、基準年度比15%の削減ということを目標と掲げております。その下の、一方で2030年目標でございますが、こちらは基準年度比25%の削減を目指すということで現在、設定させていただいております。

次のページをご覧ください。当業界のカバー率についてということでございますが、私どもの業界はこれまでカバー率がちょっと低かったものですから、業界内でカバー率向上に向けた取組をいろいろと現在、行っております。2015年度の実績でございますが、カバー率32.8%、計画参加企業数が19社でございます。これはちなみに前年度はご覧のとおり27.9%で同17社ということでございましたので、今年度2社のご協力を企業の皆様からいただけたということで、増加した数字は小さいかもしれませんが、2社、ご協力を新たにいただけたというところでございます。その下の(3)のカバー率向上の具体的な取組でございますが、主なものを申し上げますと、会員企業の皆様に向けた取組状況等の情報共有、2番目が課題解決に向けた対応策の検討、③が低炭素社会実行計画等におけるヒアリング調査での意見陳述ということでございまして、この③については後のほうのページでまたご説明させていただきたいと思っております。

次のページ、4ページ目をお願いいたします。2015年度における実績ということでございますが、先ほど申し上げましたように目標指標はエネルギー消費原単位にしております。実績値比につきましては2014年度比4.7%でございます。いわゆるちょっと増加したということでございます。その下の※をみていただきますと、前年度はマイナス4.9%という

ことでございましたので、先ほど申し上げましたように今回、2社の企業様から新たにご協力いただけたのですが、一方で集計をしたところ、数値としてはプラスのほうに少し振れてしまったというような結果になっております。

次のページをお願いいたします。5. のエネルギーの消費実態ということでございますが、ご覧のとおり、私どもは小売業ということでございますので、やはり店舗で使用する購入電力、これが圧倒的に多いということでございますので、購入電力に対する取組を進めていくところが必要ではないかと感じております。

次のページをご覧ください。6. です。2015 年度に実施した主な対策ということでございますが、ご覧のとおり他の業界の皆様方も取り組まれているような様々な取組を私どもホームセンター業界でも取組をさせていただいております。

次のページをご覧ください。最後ですね。7. カバー率向上に向けた取組予定と要望ということでございますが、まず今後の取組予定です。まずは取組状況等の情報共有です。続いて参加呼びかけ、私ども内部の様々な会合において呼びかけを行わせていただきたいと思いますと考えております。最後は行政機関の皆様からのご協力もいただければというふうに考えております。その下、最後になりますが、要望ということで、先ほども申し上げさせていただいたヒアリングです。平成 27 年度にヒアリングが行われまして、その際に私ども業界のほうから様々な意見などを陳述をさせていただいております。どんな点かという、主なものを一部書かせていただいたのですが、課題克服のために求められる要素としまして、やはり私ども計画に参加されていない企業様が多数あるものですから、参加している、参加していないにかかわらず企業様側からの視点で計画に参加しやすい環境づくりというのを目指していくことが大事ではないか。括弧書きで書いていますが、中小規模の会員企業の皆様の加盟が私どもは多いものですから、そういう皆様方の参加をいかに促していくかというところが1つポイントではないかというふうに考えております。あと一番最後の※のところでございますが、カバー率向上に当たっての課題となり得る要素ということで、調査書類や報告書類の複雑化というのでしょうか、やはり年々地球温暖化対策は重要な課題によりなっているかと思いますので、それに伴う、やはりどうしても内容の複雑化、高度化ですか、あと場合によっては重複化などもあるでしょうから、そういったことが課題となり得る要素の1つというふうに考えております。もう一つが、その下ですが、加盟企業内における企業規模の違い、先ほど申し上げましたように私ども中規模、小規模の企業様が多数加盟されておりますので、そういった企業規模の違いから地球温暖化対策に対

する温度差というのでしょうか、それが見られるかと思います。やはりもう数百店舗以上有されている企業様もいらっしゃれば、逆に1社1店舗、2店舗、3店舗の企業様もいらっしゃるものですから、こういった違いがあるものですから、どのように克服していくことが大事になるのかなということを要素として試みているところでございます。

以上でございます。

○鶴崎座長 ありがとうございました。進め方に関してもご意見をいただき、ありがとうございます。

続きまして、日本貿易会様、お願いいたします。

○日本貿易会（木村） それでは、資料12-1をご覧ください。

まず2ページ目です。日本貿易会は商社の業界団体で、商社業界の概要が書いてあります。商社は幅広い産業分野でいろいろな活動をしていますが、最近の話題としては、トレードという従来の「売買活動から利益を得る」ことに加えて、「投資活動をして投資利益を得る」比率が大きくなってきております。

3ページ目をご覧ください。2020年度の電力使用原単位の概要ですが、先ほど申し上げましたように業界特性としてM&Aやビジネスモデルの変更などが多く、例えば企業を吸収合併した場合には環境関連の総量は増加したり、逆に事業を売却した場合には環境的には何もしなくても総量は減少するなど日々の努力が数字にあらわれないという性格がありますので、我々のほうでは今、床面積当たりの電力使用量を目標に掲げております。この目標の下で「エネルギー効率の改善」に取り組んでいこうということで、2009年度対比で2020年度には15%減少、2030年度には19%削減ということを目指しております。

4ページをご覧ください。取組実績ですが、2009年度対比で現在、23.6%の減少となっており、順調に削減が進んでおります。ただし、右下のグラフをみていただくとわかるように、ここ数年、横ばいの傾向になってきています。この主な理由はやはり打つ手がなくなっているというのが正直なところでして、LEDなどももう飽和状態みたいなところがありますので、これ以上の電力削減のためには何か新しい画期的な技術とか製品が出てきてほしいと期待しているところでございます。

次のページです。取組実績の具体例ですが、業界特性上、オフィスビルの中で使用する電気製品が主な削減対象になりますので、その省エネ化を進めることが基本的な施策です。照明とか省電力モードのIT機器を使ったりとかの努力をしてきました。

次のページをご覧ください。商社業界の特性のひとつですが、「実業を通じて他社の低

炭素化に貢献する」というものがあります。ここに書いてありますようにお客様の省エネ化に貢献する活動を展開しておりまして、自分たちの会社の省エネ以外に、例えば環境的により製品の販売をしたり、スマートシェアタウンというような事業を展開したりとか、さらには自家物流の効率化として、トラックから船舶への切り替えを通じて削減するようなこともやってまいりました。

7 ページ目は、これも商社の業界の特性なのですが、「海外での削減活動に貢献する」というものがあります。ご覧のようにさまざまな国、地域で森林吸収のために植林をしたり、大気汚染対策のためにガスフィルターとかガス発酵技術などを供給したり、それから水の汚染、汚濁対策に貢献したり、さらに4番から9番までは様々な発電事業が紹介されていますが、各国で多様な事業を展開しています。

次のページでは海外での削減事業の例として、現地のパートナー企業と共同で鉄道車両リース事業を通じて鉄道事業を大きくすることでトラックからの切り替え、あるいは交通渋滞の緩和といったことで環境に貢献しようということです。シンガポールではカーシェアリングもやったり、それからリサイクルとかリビルトというような事業も各国で展開しております。

次のページをご覧ください。商社は製造業と異なり、自ら技術開発を行うことは少ないのですが、例えば中国でリチウムイオン二次電池の供給事業をしたり、ベルギーで船舶の原油を重油からLNGに替えるとかというような活動を通じて環境に貢献しております。

最後のページは情報発信についてです。大学の環境講座に商社業界から講師を派遣して商社の取組事例を説明したり、“商社環境月間”というイベントを毎年6月にやっており、セミナーや環境関連の事業所見学とかを開催しております。

日本貿易会からは以上です。

○鶴崎座長 ありがとうございました。

それでは、リース事業協会様、お願いいたします。

○リース事業協会（伊丹） リース事業協会環境委員会の伊丹でございます。よろしく
お願いいたします。早速でございますが、当協会の取組についてご説明させていただきます。

資料の2 ページ目をお願いいたします。真ん中に当協会が先日、新聞に掲載しました広告でございます。ご覧のとおり様々な設備を企業にリースしております。リースはご存じ

のとおりでございますが、各企業様が希望する設備、ここに書いてあるものはごく一例でございますけれども、このような設備をその企業様にかわってリース会社が調達して、その企業様に対しまして長期間にわたりリースする事業を行っております。

資料の3ページ目、2015年度のリース取扱高は5兆円、民間設備投資の約6%がリースで調達されているということでございます。企業のリースの利用率は高い、低いというのはございますけれども、約9割の企業様が何らかの形でリースを利用しております。機種別のリースの取り扱いの構成は右下のグラフで示しておりますが、時間の関係で説明は割愛いたします。

資料の4ページ目、リース業の低炭素社会実行計画の概要でございますが、リース業のエネルギーの消費はオフィスの消費電力がほぼ100%であり、本社における電力消費量を削減することが最も効果的であると考えております。これを踏まえ、当協会では本社床面積当たりの電力消費量につきまして、2009年度を基準年度として2020年度を10%削減、2030年度に20%削減する目標を設定しております。

5ページ目、2015年度の実績についてご説明いたします。2015年度の本社床面積当たりの消費電力は108.3 kWh/m²、基準年度対比で16.4%削減となり、2020年度の目標は達成しておりますが、図に示しているとおり、特定の会社の本社移転による電力消費量の減少が主な要因となっております。

6ページ目です。参加会社の取組をご説明いたします。これは当たり前のことでございますけれども、OA機器・照明設備の関係では6割強の会員会社が退社時のパソコンの電源オフを徹底しており、また空調関係では冷房温度を28度、暖房温度を20度に設定したといった取組をしております。先ほどご説明したとおり2020年度の目標水準は達成しているものの、低炭素社会実行計画を推進する上で最も大きな課題は参加会社を増加させることでございます。図に示しているとおり、参加する会員は増加しているものの、まだ3割の会員が参加していないという実情がございますので、引き続き会員会社の増加に努めてまいります。

資料の7ページ目、最後になりますけれども、低炭素製品・サービス等による他部門における貢献について説明いたします。リース業は低炭素設備を企業にリースすることにより、経済界全体の低炭素社会の実現に向けた支援をしております。ここに一例を示しておりますが、図にありますとおりエコリース促進事業を活用して低炭素設備の普及促進に努めております。冒頭申し上げましたけれども、リースは設備投資の6%、約5兆円ござい

ます。一時期、8兆円弱あった時期もあったのですが、会計基準の変更等もありまして今は減っております。リースというのは期間が終わった時点で、5年でしたら5年が終わった時点でその時期、その折々の最新の設備に入れ替えることを検討するということができる効果もありますので、引き続き関係各省様のご協力もお願いしながら普及推進に努めてまいりたいと思います。

本日はありがとうございました。

○鶴崎座長 ありがとうございました。

それでは、ただいまご説明いただきました10の業界の皆様のご取組内容につきまして、ご質問、ご意見等がございましたらご発言をお願いいたします。

委員の皆様からの事前質問に関しましては参考資料1のほうに回答がご用意されておりますので適宜ご参照いただきまして、十分でないといった点がございましたらあわせてご意見をちょうだいできればと思います。

順番としまして、産構審の委員の皆様からご発言いただきまして、その後に中環審の委員からご発言いただければと思います。その後、必要に応じて環境省並びに事務局からご発言いただければと思います。ご質問につきましては一通りいただいた後にまとめて回答という形で進めさせていただきたいと思います。

それでは、産構審からということで、内田委員からお願いできますでしょうか。

○内田委員 物流のコンサルタントをやっております内田と申します。よろしくお願いいたします。私、この委員会は今かなり長く参加させていただいておりますが、本来のこの委員会の本命である実行計画における目標設定の妥当性を検証するということは鶴崎先生をはじめとする専門の先生方にお任せをして、私の守備領域である物流の部分を中心に、他部門への貢献と海外への貢献というところに焦点を絞ってコメントをさせていただきたいと思います。

私のおります物流の業界では、日経新聞で少し前に「崖っぷちの物流」という連載があり、今週号の東洋経済の特集も「物流が壊れる」というタイトルで、運べない、届けられないという状況がこの労働力不足の中で深刻さを増しています。その中で流通サービス部会の方々はサプライチェーンのアンカーとして、非合理的な商慣行の是正についてリーダーシップをとっていただきたいという、そんなことをずっと申し上げてきております。

皆さんのサプライチェーンの中での役割としては、商品を調達されてお店に供給される場面と、消費者に接する場面と2つあると思うのですが、2つ目の消費者に接するという

ほうから少しお話をします。消費者に接する立場でやはり啓蒙活動、日本貿易会様からは環境講座というご紹介があったのですが、お店を持っていच्छる方々も、消費者への啓蒙のチャンスを持っていच्छいます。物流の危機を報じるマスコミ報道の中で、再配達が非常に負荷をかけているとされています。宅配ドライバーが走っている 20%が再配達のためだという数字があるのですが、ここで、再配達をなくすためにドライバー残酷物語をアピールする訴え、あれは業界にいる者としてはありがたい反面、忸怩たるものがあります。別の会議で、大学の先生が今の学生さんにパリ協定というのを知っているかと聞いたら、100 人に聞いて 100 人知らなかったそうです。低炭素社会に向けた大人の行動についての意識がとても低い、学生にしても消費者にしても 2030 年に向けて責任を負っている一員であるわけですから、その中で、再配達なんてさせないような受取責任を果たそうという訴え方でもよいと思います。実際に店舗や駅で、再配達をなくすことに貢献しておられるので、そういうもののアピールも含めて、消費者に荷物の受取責任みたいなことを啓蒙していただけたらと思います。そういう活動もこういう報告の中に入れていただけてよいと思います。

それから、もう一つの側面の物流センターですね。商品の調達及び店への商品供給を担っていच्छる物流センターを持つ会員さんには、ここでもドライバー残酷物語は深刻です。「荷主の三悪」として、オーダーカット時間を守らない、納品あるいは集荷に來たトラックを待たせる、トラックへの積み下ろしが手作業で、バラで荷役をしなければいけない、この 3 つがあげられます。トラックの生産性を大きく阻害する三悪です。こういう三悪をなくすための荷主さんとしてのお取組もご紹介いただきたいです。皆様自分で運輸をやっていच्छらないからというご発言が多かったのですが、荷主としての改革の可能性もいろいろあります。特に、バラ荷役をなくすということでは、流通・サービス業の物流センターは、かご車や通い箱で荷役時間を短縮する仕組みを多く導入しておられます。これを海外に出店されている会員の方々が、合理的な荷役機器を現地に持ち込んでいくことは、現地の低炭素社会などに貢献していच्छるということで、ぜひアピールしていただけるといいのかなと思います。

以上です。

○鶴崎座長 ありがとうございました。「崖っぶちの物流」というキーワードを挙げていただきまして、この会議自体は温暖化対策ということを主目的にやっているわけですが、いろいろな社会的な要請、課題に同時に対応していくという形でそれぞれ取組が進むとい

う面もあるかと思います。広い範囲のご意見をいただきまして、ありがとうございました。

続きまして、高岡委員、お願いいたします。

○高岡委員　まずは10 業界団体の皆様、1 年間の活動報告、ありがとうございました。お疲れさまでございました。私からも3 点、コメントさせていただきたいと思います。

これは昨年も申し上げて、業界団体の皆様というよりは経済産業省にお願いしたいのですけれども、1 点目はやはりカバー率の向上にもう少し取り組んでいただきたいと思います。本日ご報告いただいた業界団体の中にはまだ30%台のカバー率のところがございます。日本DIY 協会はすごく努力されてこの1 年で2 社増やしてカバー率を上げられました。業界団体というのは個別企業から何でこんなコストのかかることをあなたたちにいわねければいけないのと締め上げられ、一方で経産省の要請にも応えなくてはならず、大変なことと存じます。日本DIY 協会は頑張られたなとは思いますが、でもまだ低い水準です。我が国における低炭素社会の実現ということを考えるとなるべく多くの産業、企業が参加するということが重要だと思いますので、経産省が協会をフォローして差し上げることも必要なのではないかと思います。カバー率を上げるためのお手伝いを、助成金等も含めて実施するほうがいいのではないかな。現時点で加入率が増えない業界団体はもう頭打ちというか、そんな状況ではないかなと思うので、その辺をひとつ考えていただきたいなと思います。

もう一点は、今、内田委員もおっしゃったように、これからまだ伸び代があるというか、CO₂削減で伸び代があるものというのは私も物流ではないかなと思っております。2 月26 日に圏央道が開通しました。これで日本もやっと3 つの環状道路が整備されるということで、これは物流にとって喜ばしいことです。今日、皆さんの報告を聞いていましたら、やはり皆さん物流面でかなりご苦労されています。まず、ハイブリッド車導入といったハード面のところで1 つご苦労されており、ソフト面では配送センターの効率的配置と配送ルート効率化、あるいはトラック積載効率の改善、リードタイムの短縮化に取り組まれています。圏央道が通ったので今後物流センターの配置換え等も進みますので、そのあたりも含めて何か効率化とCO₂削減に関する指標をつくられるとよいかもしれません。物流は外部委託されている企業も多いと思いますので、委託先でのハイブリッド車や環境配慮車の導入率といったハード面に加えて、ソフト面での改善指標ですね。先ほど申し上げた積載効率であるとかリードタイムについて。例えばコンビニの納品を1 時間幅でもってきてもらうのか、1 時間30 分幅でもってきてもらうのかで大分物流の効率性も変わります。

物流効率について今バラバラに皆さんが書かれているので、指標に沿ってある程度大きくカテゴライズされたほうが改善の仕方がわかるでしょう。業界団体の方も個別企業に示しやすくなるのではないかと思います。

さきほどカバー率のところで申し上げ忘れました。日本チェーンストア協会は 57 社の企業の参加とおっしゃっておられましたが、業界全体は 134 兆円ですので、他のスーパーの団体というのがございますよね、3 つありますよね。

○日本チェーンストア協会（増田） はい。

○高岡委員 その団体は低炭素社会への取組に永遠に入らないのか。日本チェーンストア協会に加盟しているのは多分大手の全国総合チェーンストアですね、イオンさんとか。そういうところ以外にも日本はたくさん食品スーパーもございますし、そういったスーパーの団体もぜひ取組に参加していただきたいなというふうに考えます。

話は戻りますが、3 点目は海外の記載がかなり手薄になっているのが気になります。これからの時代、流通・小売・サービス業で国内から海外に出ていかれるところも増えてくるでしょう。日本貿易会はもともと商社としてグローバルに活動されているのでそのあたりは埋めていただいています。それ以外の団体の方々はまだ埋まっていない。ぜひ次年度は海外でどう貢献されているかについて記載を工夫していただきたいと考えます。流通・サービスの場合、自動車や鉄鋼などモノを売っているわけではないので、CO₂削減技術に優れた製品を売って海外貢献ということではありませんが、店舗を海外に出店して、その店舗が現地資本の店舗よりも CO₂削減の点で効率的・効果的であれば、それは十分な海外貢献になると思います。アジア方面では進出形態として合弁企業が多いと思うので実績値を把握しにくい面もありますが、そのあたり、ぜひ頑張っていたいただければ多分皆様の活動がより世間にアピールできるのではないかと思いますので、次年度はよろしく願いいたします。

以上です。

○鶴崎座長 ありがとうございます。物流、あるいは海外への貢献の面でさらにということですが、一方でカバー率の向上も課題となっているということで負担もあるかもしれませんが、引き続き皆様、書き込みやすいところはどんどんアピールしていただければということかと思います。

続きまして、唯根委員、お願いできますでしょうか。

○唯根委員 ありがとうございます。日本消費者協会の唯根と申します。皆様方の努力

にとにかく頭が下がるのが、まず私のこの委員会に出たときの第一の感想です。

質問というよりは意見というか、希望です。これも毎年繰り返して申しわけないのですが、まずは、各業界さん、特に流通の業界さんと私たち消費者は非常に接点が多いのでいろいろな取組をなさっていらっしゃるのもわかる部分も多いのですが、私たち消費者側からは必ず環境問題、大きなくりでの取組の一環としてしか目にしない、認識出来ていない事が多いのです。いろいろな取組について情報発信もしていますが、双方向、要は消費者も一緒に参加できるような取組ができないか、それも横断的に流通の業界がまとまって消費者をも巻き込んで、同じような努力をなさっていて業界それぞれが達成されている内容を合わせて一緒に知らせて、理解させてほしいのです。今日も業界によっては個社での取組などを紹介されていますが、こういうような取組を消費者が見学に行けるとか、COOL CHOICE 運動のご紹介もいただいていることを流通業界全体で、それこそ経産省さんの音頭取りがあって、防災の日みたいな感覚で環境というか、こういう省エネ、低炭素社会実現のための取組の日もあると思いますが、全業界が協力しあって、1回にこのぐらいエネルギーを抑えて営業すると明るさや温度が違うという体験を来場する消費者にしてもらうイベントとかで、私たち消費者が業界の取組を理解する、情報の見える化をしていただけないかと思います。

それから、これは経産省さんがたしか万博の開催に手を挙げられたとニュースでみたので、それに向かって、今取組んでいるこういう努力を、日本のこの技術というか、皆さんの努力の仕方をぜひ万博でアピールできるような何か取組もしてもらいたいと思います。続いて、情報サービス産業協会さんのところの発表は、私たち個人の家でも通信機器やPCだけでなく家電製品などでも使っているので、エネルギーの省エネ化を図らなければいけない時期に来ているので、もう少し消費者にもわかるような形で紹介していただけないかなと思いました。

日本貿易会さんの取組の資料を拝見して、海外での取組というのは「ガイアの夜明け」などという番組名をいってはいけないのかもしれないですが、テレビ番組やネット等を通じて消費者に、ぜひこういう取組をやって世界で日本の技術や、低炭素社会を実現するための一員として頑張っているという姿をアピールしていただきたいと思いました。

最後にすみません、リース業界さんの発表の中で、このポスター、広告のご紹介をいただいたのですが、これはBtoBの広告ですよね。私たち消費者には通じないのです。もし、私たち消費者に最終的に役立つための商品とかサービスを提供するためには、必ず企業に

あらゆるものをリースしていますとっていただかないと、この広告というのは消費者はスルーしてしまうと思います。BtoBに留まらず、消費者の視点をぜひ持っていただけるよう、せつかくここまでなさっていらっしゃる各業界の方々に訴えたいです。そういうところが消費者だけではなく、カバー率を上げるという中小企業の方々の参加にも通じる手段ではないかなと考えます。大手企業さんがこれだけやっていらっしゃることを個人でも参加できるとか、取り組めるのだということを、ぜひ何か訴えていく方法を模索していただけないかなと感じた次第です。以上です。長々と失礼いたしました。

○鶴崎座長 ありがとうございました。幾つか業界の皆様にご期待というか、ご要望がございました。それでは、続きまして増井委員、お願いできますでしょうか。

○増井委員 どうもありがとうございます。国立環境研究所の増井です。よろしくお願いいたします。

今回も拝見させていただきまして、本当に各業界の皆様方、情報提供も含めて、どうもありがとうございます。事前の質問にお答えいただいたことも含めて4点ほど発言させていただきます。

1つは、既に資料1ですか、2020年ないし2030年の目標を掲げられておりまして、実際に2015年の目標の達成状況がどうだったのかということも示されております。そういった中でほとんどの協会さんが2020年の目標をクリアしているというそういう状況でありますので、ぜひ目標の深掘りをお願いしたいと思います。また2030年につきましてももう既に達成しているというような業界も幾つかありますので、そのあたり、目標の深掘り、対策の強化というのをぜひお願いしたいと思っております。幾つかの業界さんはもう既に現在検討されているというご発言もありましたけれども、ぜひお願いしたいと思います。それが1点目です。

2点目につきましては、今回、資料を拝見させていただきまして非常に詳細な取組ですとか投資額、そういった情報を記載されているということで、この辺は非常にご苦労があったのではないかと思います。ただ、こういう情報というものが基礎になってこの低炭素社会実行計画なども評価することができるので、ぜひこういうことは継続していただきたいと思います。若干業界の間で温度差といいますか、取組に差があったようですので、非常に詳細に情報提供されているそういう業界の方々をみならって、このWG全体の底上げというものを図っていただければと思います。これが2点目です。

3点目なのですが、既に委員のご発言がございましたけれども、このWGに参加

されている業界の皆様というのは非常に消費者に近いということで、消費者に対していろいろ働きかける、そういう機会というのも非常に多いかと思います。一方で製造業と違って、この製品を使ったからこれだけ削減できるという、その定量化というのは非常に難しいということも承知はしているのですけれども、いろいろな取組がなされているそういった中で、そういう取組をしたことによって具体的にどれぐらい CO₂ が削減できたのか、あるいはエネルギーの消費量が削減できたのかといったこともぜひ定量化していただけたらなと思っております。定量化の方法についてはいろいろなやり方がありますので、結果だけ見せられてもなかなかどう評価していいのかわからないというところがありますので、こういう形で計算をして、これぐらいの CO₂ 削減、あるいはエネルギー消費の削減に貢献できたというところを示していただけると、それぞれの各業界に参加されている各店舗に対しても何らかの働きかけというのできるのではないかと思いますので、ぜひよろしくお願いをいたします。そういう情報発信というのはこれからも引き続きぜひ続けていただきたいと考えております。

最後、4点目なのですが、これは事前の質問にも書かせていただいたのですが、多くの業界さんが原単位目標を目標と設定されているということです。これについて、個々の企業で計算された原単位、これを単純に平均しているのか、あるいはそれぞれの業界全体でもう一度集計し直して計算されているのか、そのあたりが事前の資料の中だけではよくわからなかったので質問させていただいたのですけれども、今回のご回答の中ではそれぞれ明確に記載されていたかと思います。そういう定義に関する情報もぜひこの資料の中には入れていただければと思います。特に、日本フランチャイズチェーン協会さんでしたか、A～Jまでの企業がある中でA社だけが目標達成をしていて、それ以外は達成できていなかったという、そういう状況があつて、ただ全体でみると達成できていたという結果となっていました。この辺をどう評価するのかというのはなかなか難しいところはあるのですけれども、やはりどういう形でこの原単位というのを計算されているのか、そのあたりもきちんとみせていただけると我々としても非常によくわかると思います。

あとそれに関連してなのですが、今回の説明の中でも特に新しく参入された活動といいますか、新規の店舗、これが増えたことによって、なかなかその原単位が改善しなかったというご発言もあつたかと思います。もちろん稼働率等による影響というのものもあるかと思うのですが、例えば新規の店舗の場合には非常に新しい技術を入れやすいという面があります。既存の店舗のように、既にもう設置されている、導入されている節に

置き換えるというよりは、新しい店舗には非常に省エネの技術などは比較的導入しやすいといったそういう側面もあるかと思います。そういう意味でいわゆる新規の店舗に対してどのような働きかけをなされているのか、特に出入りの多い業界の方々に対しましては、そういう新しく参入される方、あるいはこれから新規に店舗を展開されていこうというような方に対してどういう取組というのがなされているのか、そのあたりについてもぜひ、多分やっていらっしゃると思うのですけれども、提示していただければと思います。

すみません、2点目で投資額等の非常に詳細な情報を提示していることについて、これからということをお願いしたのですけれども、例えば日本貿易会さんの発表の中で、原単位目標が比較的踊り場というか、残りの対策がなかなか難しいというようなご発言がありましたけれども、実際、今回、お示しいただいたスライドをみていますと、省エネの導入比率が必ずしもすべて100%ではないところがあります。そういう詳細な情報のご提供をいただけるとまたここに削減の余地があるよということも指摘できますので、ぜひ評価の視点からも詳細な状況の情報を提示していただければと思います。

以上です。ありがとうございます。

○鶴崎座長　ありがとうございます。専門的なご見地から定量的なところについてご意見をいただきました。ありがとうございます。

最後に松岡委員からお願いいたします。

○松岡委員　私は東京都環境局で排出量取引担当課長をしております松岡と申します。どうぞよろしくお願いいたします。今回から新しく参加させていただいております。

事前の質問でも既に申し上げていたところなのですが、調査票の別紙のところが幾つかの協会の方で添付されていないものが、今回いただいたものの中では入っているのかもしれないのですけれども、未記載の部分が結構ありましたので、この記載をきちんと、調査票も項目数が多いのでなかなか大変なのだろうとは思いますが、各企業様の取組をしっかりと把握していただいて、調査票を記載していただくということがまずスタートなのかなと思いますので、ぜひよろしくお願いいたします。

それから、先ほど増井委員もおっしゃっていましたが、目標値の設定におきまして、もう既に2015年度の実績で2020年とか、あるいは30年の目標も達成していらっしゃるところがあると思います。省エネ法でも毎年度、年平均1%の削減を求めているところでございますので、目標値の引き上げというものは十分可能なのではないかと思います。

ので、ぜひ今後、引き上げにつつましてよろしく願いできればと思います。

それから３点目ですけれども、低炭素社会実行計画は二酸化炭素排出量の削減を求めているはずですので、目標値としてほぼすべての協会様がエネルギー消費原単位を設定されているのですけれども、やはり二酸化炭素排出量も設定するということは必要だと思いますし、もちろん原単位の削減というのは非常に重要なところなのでございますが、二酸化炭素排出量の削減実績も記載していただくことが重要なと思いますし、また基準年度比の削減率として、幾つかの協会様は記載されていなかったところがあるかと思いますので、その辺も把握すべきなのかなと思います。

それから、これはほとんどすべての協会様が記載されていましたが、やはり LED の導入につつましては、私どもも東京都の大規模事業所における取組のデータを毎年度集計しているところなのですが、その集計の結果を省エネカルテという形で事業所の皆様に提供しているというところでございます。そのデータによりますと、商業用途ですとかあるいは宿泊用途におきましては 2013 年度の実績で約 9 割の事業所様が LED 照明を導入されているということがあります。またオフィスにつつましても、2012 年度以降は LED の採用が非常に増加しているというデータもございますので、省エネを行う上で LED 照明の導入というのは非常に有効だと思いますので、ぜひ取り組んでいただきたいと思います。

それから最後になりますけれども、これは各協会様にぜひお伺いしたいところなのでございますが、今後のさらなる省エネに向けて最も今後取り組んでいこうと思っていられるその取組を簡単で結構ですので、その理由とあわせて教えていただければと思います。例えば、これまでの分析をしてここの取組が遅れているからとか、あるいはここの取組がしやすいからとか、そういう何か一言理由も踏まえておっしゃっていただければありがたいと思っております。

○鶴崎座長 ありがとうございました。

一通りご意見をいただきましたけれども、最後に松岡委員から全業界にということでご質問もございました。唯根委員から、また増井委員から幾つかの業界の皆様に対するコメント、ご要望もあったかと思えます。あわせて各業界の皆様から最大 2 分程度で一言ずつご発言いただければと思います。

日本チェーンストア協会様、最後のご質問についていかがでしょうか。

○日本チェーンストア協会（増田） 私どものベストプラクティスの進捗状況のところでもお話をさせていただきましたが、先ほどから委員ご指摘のように LED 等々含めて推進

をしているわけでありますが、我々の業界が一番辛いところは冷凍・冷蔵ケースを 24 時間回すという、これは食品の安全の問題もありますので温度を下げるとか上げるとかということがなかなかできない分野でございますので、私の報告でもお話をさせていただきましたが、この分野は逆にいうと政府にもお力添えをいただいて、こういう方向でこれから行くよ、あわせて鶏が先か卵が先か、メーカーさんからいわせると小売が入れてくればつくると、こういうお話があるわけでありますが、それはそれとして、新しい技術のものをいろいろと開発をしていただいて、逆にいうと我々もそれを進めていくという分野が一番重要なのかなと思っております。それ以外の項目については引き続きできるかと思いますが、この分野だけは店のコストに関わるものですし、はい、わかりました、替えられますということではございませんので、ぜひ政府の助言、あるいは後押しをしていただければなというふうに思っております。

以上でございます。

○鶴崎座長　日本フランチャイズチェーン協会様。

○日本フランチャイズチェーン協会（片山）　それでは、ご報告いたします。コンビニエンスストアですので小さな店舗でございますけれども、LED 照明については、ほぼ、導入は終了しているところです。現在は、自然冷媒を今後どのように導入していくのかということに取り組んでおりまして、特に CO₂ 冷媒につきましては温暖化係数もそうですけれども、省エネにもつながるということもございますので、新店を中心に導入が広がってきている状況となっています。その他にも、毎年省エネに向けていろいろな取組を導入した実験的なお店もあけております。その中で断熱であったりとか、エネルギーの効率的な利用等についても横展開できるものについては今後広げていけると思います。こういった情報については、協会の環境委員会の中でも共有しております。なお、私どもが新規の機器を導入する際には、やはりコストが課題となりますので、引き続き、国からのご支援について、よろしくお願いいたします。

○鶴崎座長　ありがとうございます。

では、ショッピングセンター協会様。

○日本ショッピングセンター協会（山本）　先ほどお話がありましたように LED 化については非常に取り組んでいるところでございますが、ちょっと個人的な見解をいいますと、空調関係については我慢の省エネみたいな形で今現在取り組んでいて、東京都さんなどはいいものを入れただけではだめだよということで、それをどうやって運用するか。ただ、

その運用をよくするには技術者が実は結構足りないんですね。だから、そこら辺が今後、技術者をどうやって育てて様々なところに入れるかという、これは個人的な考えなのですが、そういうことを今後努力していかないとだめかなということでございます。ちょっといい過ぎたかもわかりません。

○鶴崎座長　ありがとうございます。

では、百貨店協会様。

○日本百貨店協会（高橋）　ありがとうございます。私どもはもう既に開店しましてから 30 年、40 年たつ百貨店が多い中で、LED の切り替えというのは店舗を休まずに比較的簡単に取替えができる場所なのですけれども、大幅な空調機器の入れ替えといいますのは大変コストもかかること、そして店舗を休業しないといけないということで直接営業利益につながってまいりますのでなかなか踏み込めない百貨店が多い中、ここは経済的なご支援をいただきたいなということと、あと今、日本ショッピングセンター協会の山本さんからあったのですが、運用に関しましてやはり後継者不足というものに我々の業界も悩んでおります。ベンチマークを検討した際に一番エネルギー効率がいいところが最新の省エネ機器を入れている店舗ではなくて、やはり専属の日々のランニングをみている方がいる店舗が省エネのベスト店舗だったということの現実もございますので、我々のここは努力する面でもあるのですが、今後、日々の運用と最新機器の導入も踏まえた中で取り組んでまいりたいと思っております。

以上です。

○鶴崎座長　ありがとうございました。

チェーンドラッグストア協会様。

○日本チェーンドラッグストア協会（本吉）　恐れ入ります。チェーンドラッグ、大手のドラッグストア、すぐに名前が出てくるところは幾つかあると思うのですが、非常に出店の意欲が旺盛になっています。その中でやはり新店舗のところで新技術の導入、もちろん LED にしていくとかそういったところはもう決まっているところなのですが、ただその中で先ほどちょっと薬局の話をしましたけれども、地域のニーズに合わせてなのなのですが、24 時間営業もしていこうと、先ほど「ガイアの夜明け」の話もちょっと出ましたが、私どものある会社の会長もこの間、出ておりましたけれども、そういった流れもございます。それで私どもこの団体でできることといえばやはり情報提供をしていくことなのかなというふうには非常に思っていますので、鶴崎座長、今回こういう形で発

表しているのですけれども、以前はかなりのペーパーをいただいて帰りましたのですけれども、このデータというのはもらえるのでしたっけ。各社様で非常にいい発表をされているデータがあるのですけれども、これはぜひいただいて、私どもは毎月なののですけれども、協会報をウェブ版にしております、年2回はペーパーも出すのですけれども、それで会員のほうに出しているものがあるのですね。そういったところにこういったデータをお送りして、本当に先に進んでいращやるところが非常にあるので、それを各社に出したいなというふうに思いますので、できましたらいただきたいということをご要望させていただきます。

○鶴崎座長 ホームページに本日の資料、関連資料もすべて公開されておりますので、よろしくお願いいたします。

では、大手家電流通協会様。

○大手家電流通協会（高橋） まず店舗の省エネについてはやはり店舗照明のLED化というのが非常に効果的です、今後もそこについては積極的に進めてまいりたいなと思っております。

それから、カバー率というお話があったのですけれども、何か、どなたか行政サイドのしかるべき方の文書か何かで個別に参加を促すような、ご協力を促していただけるような文章をいただくと、それを携えて我々も未参加企業への参加要請に行けるのかなというふうに思ったということです。

それと私ども、省エネ家電の普及推進ということをやはり第一に考えておまして、今日は環境省の松澤課長もいらっしやっただいておりますけれども、COOL CHOICE 運動については積極的に参加をさせていただいておりますけれども、私ども消費者との結節点でもありますので、パリ協定を学生さんが知らないといったようなお話もいただいたわけですので、消費者様との日々の中で、事業活動を通じて情報提供等の啓蒙活動もしていきたいというふうに思っております。

以上です。

○鶴崎座長 ありがとうございます。

情報サービス産業協会様、お願いします。

○情報サービス産業協会（藤井） ご質問の中で原単位だけではなくて排出量もというお話がありましたが、世の中は急速に情報化が進んでおまして、この動きはしばらくとまらないと我々は思っております。総量だとやはり当業界や協会に関しては少しずつ右肩

上がりなのかなと思っています。その中で我々ではどうしたらいいかというのはいつも話し合っておるのですが、業界の8割はデータセンターと呼ばれる施設が消費しているエネルギーというのがあるのですけれども、この日本のデータセンターに関しては非常に省エネ性能にすぐれておりまして、マクロな目でみると巨大な設備を複数のユーザーが共有して効率的に回っているのがデータセンターですので、環境負荷低減に貢献している建物であるといえると思います。ですから、データセンターへの利用をさらに促進して皆様にどんどん使ってもらおうという活動がこれからの我々の協会の、そのための啓蒙活動をしようというのがメインの活動でございます。恐らくこの建物の中にも、都庁の建物の中にも、きっとコンピュータが動いている部屋があると思うのですけれども、あれを外に出していただくだけで爆発的にエネルギーを削減することが可能になりますので、今日ここにお集まりのすべての業界の皆様は多分何らかの形でデータセンターをお使いになっているのと、消費者の皆様も日々必ず毎日どこかで私どものセンターを使っているはずでございますので、そういったものを少し世の中に向けて発信していくことで、さらに世の中全体の低炭素化を進めていきたいと思っています。

○鶴崎座長 ありがとうございました。

では、日本DIY協会様、お願いします。

○日本DIY協会（丸澤） ありがとうございます。現状の取組については私どものほうもLEDなり、高効率の空調設備など様々取り組んでおりますので、これは引き続き継続してやはり取り組んでいくべきものではないかなというふうに感じているところでございます。ただ、私どもどうしてもカバー率の数字との兼ね合いが出てきてしまうのですが、今回、先ほどご説明させていただいたように前年度と比べて2社プラスになったことによって数字にちょっと変化がわずかですがみられたというところがありまして、やはり今、例えば、何といいましょうか、参加されている企業の皆様については既に大きく取り組まれている企業さんが多いのかなと思っています。ですので、今回、その2社が新たに加わったことがその数字にわずかですが、ちょっと変化が生じておりますので、今後はいわゆる非参加の企業の皆様が今後どんなふうに参加していただくか、また参加されることによって、例えばこういう客観的な数字などにどんなふうに変化が見られるかなどというのが、やはり今後の取組を進めていく上でのポイントになるのかなと私、個人的ですが、考えております。

以上でございます。

○鶴崎座長　　ありがとうございました。

では、日本貿易会様、お願いします。

○日本貿易会（木村）　海外での展開につきまして申し上げます。経産省の提唱する「質の高いインフラ輸出」を積極的に推進したいと思っておりますが、日本は価格が高いのが悩みどころで、「中長期でみると割安です」とアピールしていくわけなのですが、やはりイニシャルコストが高いと輸出商談も苦勞します。中長期の採算でみると環境問題や住民の人の健康問題も含めて、将来、医療費も安くなるのだというくらいまでの大きなピクチャーで説明していかないとなかなか海外の皆さんを説得できないというところがありまして、その辺も商社としてはしっかりやっていきたいと思っております。

○鶴崎座長　　ありがとうございます。

では、リース事業協会様。

○リース事業協会（伊丹）　リース事業協会自体、本社が自社ビルというのはほぼありませんで、限られているということもありますので、引き続き本社、この参加会社を増やしていくということをまず第一としまして、あと当たり前のことなのですけれども、各項目ごとに、やはりやっていない会社にはぜひこういう施策をやってくださいということをアナウンスしていきたいと思っております。

海外展開につきましては、日本国内の設備投資がちょっと落ちているということもございますので、今、リース会社の、特にアジアを中心とした日本企業へのリースというのは非常に増えてきておりますので、この辺で貢献していきたいと思っております。

あと協会自体、ユーザーさんが 100%企業になっておりまして、ほとんど個人がいないものですのでちょっとご指摘があったところは少し抜けておりまして、失礼しました。ただ、自動車リースなどで非常に個人も増えてきておりますので、この辺も踏まえて消費者に対する啓発というものにも努めていきたいと思っております。

あとリース会社自体はやはり先ほどお話ししましたように環境設備というのに非常に力を入れておりますので、例えばフロンにしても、フロンの種類によっては非常に高いフロン機器というのもございますので、そういう良い効果の出るような機械を販売している会社さんとできるだけ組んで、そういう意味でのリースで調達していただくというところで貢献していきたいと思っております。

以上でございます。

○鶴崎座長　　ありがとうございました。

皆様からご回答いただきましたけれども、何か追加でご質問、あるいは確認されたいことがございましたらネームプレートを立てていただければと思いますが、いかがでしょうか。特によろしいでしょうか。ありがとうございます。

そうしましたら、環境省さんからコメントをいただけますでしょうか。

○松澤環境省地球温暖化対策課長 鶴崎先生、どうもありがとうございます。4つほど申し上げます。

この実行計画はやはり目標を設定して見直しながらその管理をしていくというのが眼目だと思います。各団体の皆さん、目標達成のために参加事業者が実施される対策の導入状況というものをそれぞれ把握をいただいている。あるいは、ベンチマーク制度が省エネ法に基づいてこの対象になっている業界さんにおかれましてはそういったベンチマークの導入にも取り組まれているということだと思います。それは今日プレゼンテーションいただきました各業界でそれぞれ濃淡がございますけれども、対策の導入率の把握などに関しましては日本フランチャイズチェーン協会さんですとか日本百貨店協会さん、あるいは大手家電流通協会さん、情報サービス産業協会さん、地道にやっておられる。数の多い店舗もカバーしてやっておられるところもあるということかと思います。それから、ベンチマークについては日本フランチャイズチェーン協会さんと日本百貨店協会さんが対象になるということで、日本フランチャイズチェーン協会さんの説明資料は衝撃的な、1社だけクリアしているという、業界内でこういう状況を、個社の違いというところを把握をされるというのは非常に重要だと思いますので、制度の対象になっていないところもぜひこれは参考にして、何らかのベンチマーク設定というのを自主的に検討されてはいかがかなというふうに思っております。また大手家電流通協会さんで各店舗のエネルギー原単位の頻度分布のグラフというのを昨年も出されていますけれども、こういったことも業界全体でどうなっているのかというのを加盟の個社の皆さん、見渡す上では非常に参考になるのではないかと思いますので、こういうアプローチもぜひ他の業界の皆さんも参考にしていただくとよろしいのかなというふうに思います。

それから2点目でございます。日本チェーンストア協会さんと日本フランチャイズチェーン協会さん、ご説明の中で言及がございましたけれども、フロン対策、今この実行計画のターゲットの中に明確にはないといけないと思うのですが、それぞれ協会さんの加盟個社の中で非常に先進的に取り組まれている企業もあるかと思いますので、冷蔵・冷凍設備を中心にフロン対策、ノンフロンでしたらノンフロンのものをどれぐらい導入していくの

かというのをぜひ協会さんに音頭をとっていただいて、この計画の中に位置づけるということも検討いただいたらいいのではないかというふうに思いました。

それから３点目は国際比較でございますが、これは情報サービス産業協会さんのデータセンターというのは十分可能だと思います。そういうことをやっていくということを表明されていますが、ぜひ来年度はその定量的な比較分析をしていただけるといいのではないかというふうに思います。どれだけ日本のデータセンターが国際的なところでどういうポジションかということをぜひプレゼンテーションしていただければと思います。

最後に今日のご議論の中で物流のお話もございました。今の実行計画は直接排出と間接排出でスコープ１、２だけが対象ですけれども、物流などを含めたスコープ３という把握をされている企業、団体もこの中ではおられると思います。私ども、経済産業省と一緒にグリーン・バリューチェーンプラットフォームということで、スコープ３の把握について方法論ですとか国内取組の状況とか国際的動向というのを情報発信しております。ウォールマートは既にスコープ３をグローバルに把握をされているということは流通の皆さんはご案内かと思います。日本でも恐らくそういったことが今後かなり進んでいくと思いますので、このホームページ、グリーン・バリューチェーンプラットフォームをぜひご参考にしていただければというふうに思います。

どうもありがとうございました。

○事務局（服部室長）　　続きまして、私のほうからも一言コメントと、ご質問もいただきましたので、あわせてお答えさせていただきたいと思います。

高岡委員からカバー率の向上について、もう少し経産省としても何かできませんかというご質問、ご指摘をいただきましたけれども、私どもも問題意識は持っておりまして、低炭素社会実行計画とは別のアプローチを考えているところです。低炭素社会実行計画は経団連さんのイニシアチブから始まっていて、大手企業を中心に取り組まれているという経緯がございますけれども、流通・サービス業界は大手ばかりでもなく、いろいろな事業者の方がいらっしゃると思います。この業界に限らず、他の業界でも中小企業をどうやってカバーするかというのが課題になってございまして、今、日本商工会議所さんといろいろ相談をさせていただいて、商工会議所のネットワークで温暖化対策をもう少し深掘り、底上げをしていけないかということでもいろいろ働きかけをさせていただいています。商工会議所は全国に５１５の商工会議所がございまして、約１２５万社の多くの会員がいらっしゃいます。流通・サービス業界さんもそのうちの相当数いらっしゃると思いますけれども、そ

ういった方々に温暖化対策が重要であることをまず商工会議所単位できめ細かく働きかけていただいて、できることからやっていただく、例えば照明を LED に替えていくとか、手軽に始められるところから取組を進めていこうと思っております。

それから、いろいろお話の中で出てまいりましたけれども、物流業界そのものの課題がありまして、「崖っぷち」という言葉もございましたけれども、物流をどう効率化していくかというところが問題としてはあり、物流の効率化により生産性が向上するということもあります。結果として、CO₂も減るという、ウィンウィンなケースもまだ残っているような気がします。私どものこの審議会は CO₂、低炭素社会というところからアプローチしていますけれども、今日は流通政策課も出席していますが、物流の本丸のほうからもアプローチをしていただいて、両方で良い結果が出るようなところを探していければなというふうに思っております。

それから、各業界様からもう少し政府の支援をと、企業向けの要請紙をとといったご発言がございましたけれども、これはこの場だけではなくて、トータルで経済産業省と、あるいは環境省と皆様の業界との関係を考えるといろいろな場で接点がございます。先日、別のワーキンググループでは、「私たちの業界は省エネ補助金をこんなにいただいて対策を進めています」というリストを参考資料として提出していただいて、それが 100 件を超えていたのですが、例えば省エネの委員会とか物流の委員会とかに顔を出しておられると政策情報に皆様が触れられる機会が多いと思ひまして、そうすると、こういう方向で国の政策が動いていく、こういった支援がある、といった感度がだんだん高くなっていくと思います。スーパーの業界で入っている企業と入っていない企業があるということで、おそらく歴史があり沿革もあるのだと思いますけれども、国の政策と歩調を合わせていくと全体としてはメリットも多く、その効果が浸透していくとよいと思っております。

もう一点だけ、日本貿易会様から今回、海外での事業の取組をご紹介いただきましたけれども、今日のご説明では国の名前や、個別の取組が出ているだけなのですが、定量化してみるとものすごくボリュームがあると思っています。私自身、一昨年の夏までドバイに勤務してまして、ドバイというのはメトロを敷いて物流や人の流れが変わっています。これは商社さんも携わっていますし、メーカーさんやプラント会社さん、建設会社さんがトータルでやっておられる事業なのなのですが、それこそ年間にすると何百万人、何千万人の人の足がタクシーでの移動や自家用車の移動からメトロに変わっているということで、これによる削減貢献量は大きいと思います。こういったことがいろいろな新興

国で起きていると思いますので、全部を計測するのは大変だと思うのですが、紹介できそうな事例があれば、来年のこの委員会でご紹介いただけると、日本企業の貢献というのがより明確になるのではないかというふうに思っております。

○鶴崎座長　　ありがとうございました。

ほぼ定刻となってしまうかもしれませんが、今日は非常に広範囲なご報告と、それからそれに対してご意見をいただきまして、私、初めてではあったのですが、陰ながら幾つかの業界の皆様の状況はこれまでも拝見してまいりまして、1つ感じたこととしては、やはりなるべく多くのデータを集めて分析して対策を進めるにこしたことはないということで、それは理解しているのですが、一方でそのデータを集めるということにも非常に大きな努力、苦労があるかと思います。特に各店舗から、あるいは事業所から、あるいは企業からいろいろな段階を通じて集まってくるデータというものがときに3桁ずれてしまうなどということも平気で起こるような性質の数値でございます。そういったものをきちっと積み重ねていくということだけでも大変なご努力かと思います。例えば前年とどうやって比較したらいいのかといったようなことで日本チェーンストア協会様の工夫もございましたけれども、そういったところをきちっと積み重ねていくことがまずは基礎のかなというふうに思っております。一方でいろいろな業界、部門、あるいは海外に接点をおもちの皆様でございますので、今日は物流、あるいは海外ということでご意見をいただきましたけれども、そういった方面でアピールできるところは少ない労力でもアピールできるのではないかと思いますので、ぜひそういったところはこれからもまた取り組んでいただければと思います。

今日の議論としては以上となるのですが、今後の予定としまして、まだ日程は決まっていないということなのですが、来年度に入りましてWGのほうの親会議である産構審、中環審の合同会議がございます。そちらで本WGの議論の報告を含めまして低炭素社会実行計画の審議が行われることとなっています。合同会議に本WGの議事を報告いたしますけれども、本日の議論の概要を作成するにあたりまして、その内容につきましては座長である私にご一任いただくということにさせていただきたいと思いますが、よろしいでしょうか。

（「異議なし」の声あり）

○鶴崎座長　　ありがとうございます。

最後に事務局から連絡事項等があればよろしくお願いいたします。

○事務局（服部室長） 委員の皆様、本日は活発なご議論、ありがとうございました。
議事録につきましては事務局で取りまとめを行い、委員の皆様にご確認いただきました後、
ホームページに掲載をさせていただきます。

○鶴崎座長 それでは、以上で本日の議事を終了したいと思います。ありがとうございました。
ました。

— 了 —