

チェーンストア業界における
地球温暖化対策の取組
～低炭素社会実行計画 2016年度実績報告～

平成30年1月
日本チェーンストア協会

目 次

- 0. 昨年度審議会での評価・指摘事項
- 1. チェーンストア業の概要
- 2. チェーンストア業界の「低炭素社会実行計画」概要
- 3. 2016年度の実績
- 4. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献
- 5. その他の取組

0. 昨年度審議会での評価・指摘事項

昨年度フォローアップWGにおける進捗評価 ～主なコメント・指摘事項～

大型スーパー、中小型スーパー、ホームセンターという区分の中で、エネルギー消費原単位の整理・比較を行ったことはあるか。

それぞれの業態の特性・特質からエネルギー消費の特徴について補足いただけないか。

運輸業界の具体的な取組の実施率について、経年変化で示していただけないか。

指摘を踏まえた今年度の改善・追加等

スーパーとホームセンターの区分で、エネルギー消費原単位の傾向を確認している。2016年度も継続して確認し、同年度の状況を調査票に記載した。

食料品の冷蔵・冷凍や店内調理が発生するスーパーは、これらの活動が発生しないホームセンター・その他の業態よりエネルギー消費原単位が小さい傾向にあることを調査票に記載した。

定量的に取組状況を把握できるようになった2013年度以降の実施率を調査票に記載した。

1. チェーンストア業の概要

• 主な事業

- 食料品、衣料品、日用雑貨を販売する総合小売業。
- 標準産業分類コード： 57 織物・衣服・身の回り品小売業
58 飲食料品小売業

• 業界の規模

- 会員企業数：56社
- 売上高：12兆9,718億円
- 店舗数：9,376店
- 売場面積：25,103,168㎡

業界全体の規模		業界団体の規模		低炭素社会実行計画 参加規模	
企業数	1,024,881 事業所 ¹	団体加盟 企業数	56社	計画参加 企業数	56社 ²
市場規模	140兆 2,750億円 ³	団体企業 売上規模	12兆 9,718億円	参加企業 売上規模	12兆 9,718億円

• 業界の現状

- 2016年度は、当協会の団体企業の売上規模が前年度比98.7%であり、約1.3%の減少となった。
- 食料品は、農産品を中心に堅調に推移し、健康を促進する商品も好調だった。一方、水産品は年間を通じて苦戦した。
- 衣料品・住関品は、天候要因により、特に季節商品は苦戦した。

1 出所：経済産業省 平成26年度商業統計調査（小売業全体の合計）

2 当協会では全会員企業が低炭素社会実行計画に参加しているが、データ提出を行った企業は27社で、集計対象となったのはこのうち26社。

3 出所：経済産業省 平成28年度商業動態統計（小売業全体の合計）

2. チェーンストア業界の「低炭素社会実行計画」概要

- 目標指標：エネルギー消費原単位

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

- 2020年度におけるエネルギー消費原単位（二次エネルギー換算値）を、
基準年度（1996年度：0.118kWh/m²・h）比24%削減（2015年7月改定）
※2030年度も、2020年度と同水準の削減目標を設定している。

- 目標策定の背景

- 当業界におけるエネルギー消費量は、会員企業の入退会に伴う会員数の変化やお客様のニーズに伴う事業の変化等の変動要素が多く、エネルギー消費原単位が今後大きく削減できる見通しが立たない。
- これを踏まえ、2020年度の目標は、2011年度から2013年度の3ヶ年の平均エネルギー消費原単位0.091kWh/m²・h（基準年度の1996年度比23%削減）に対し、さらに1%の上乗せしたものとしている。

- 前提条件

- 会員企業の店舗を対象とする。

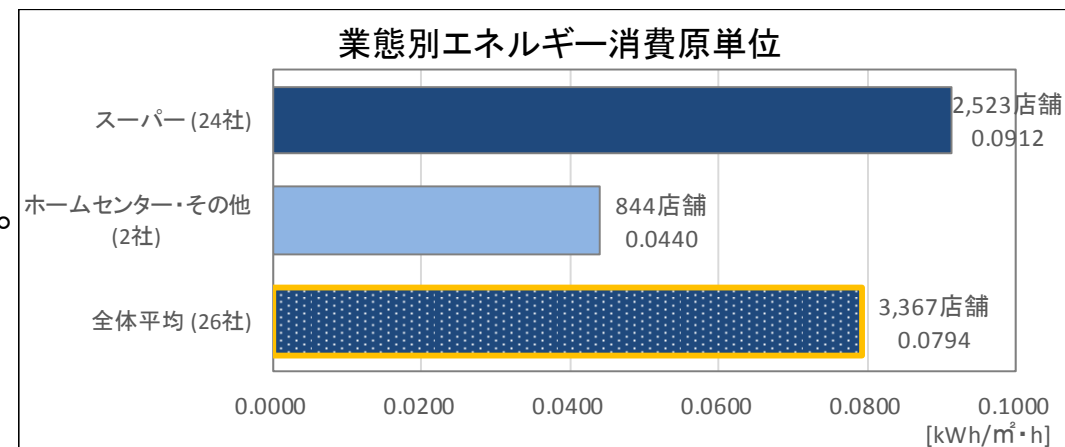
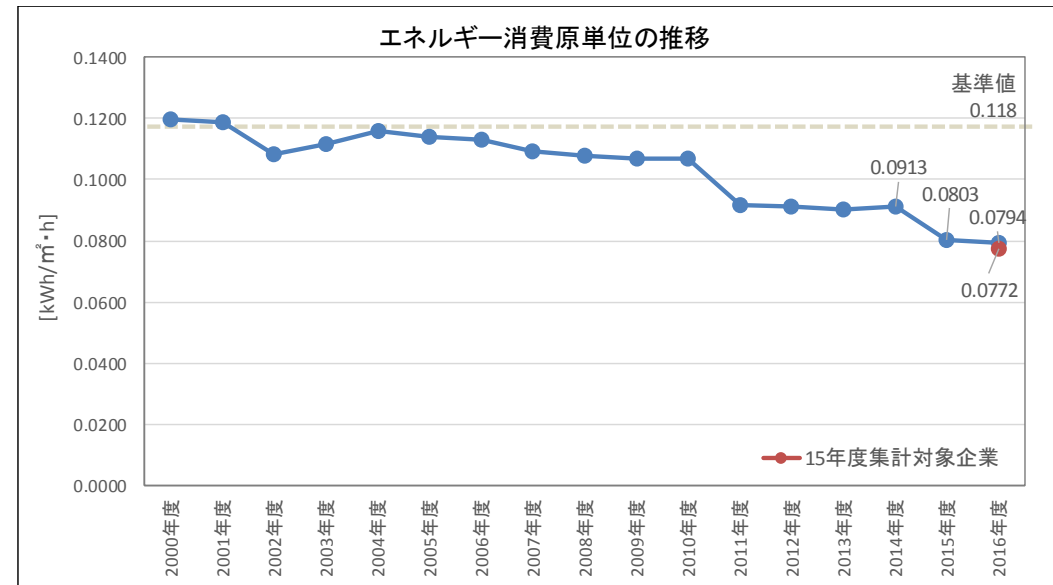
- 目標水準設定の理由とその妥当性

- 当協会では、会員企業数の増減や新規出店および閉店等により店舗数の増減があるため、全体でのエネルギー消費量を制限することよりも生産活動量当たりのエネルギー消費量を削減することが適切であると考えている。
- 生産活動量の指標の候補としては、年間販売高、延床面積、営業時間が挙げられるが、年間販売高は経済的要因による変動が大きいため、延床面積×営業時間を採用した。

3. 2016年度の取組実績（1）

- 2016年度の実績値 エネルギー消費原単位（ $\text{kWh}/\text{m}^2\cdot\text{h}$ ）：0.0794
（基準年度比▲33%、2015年度比▲1%）
- 進捗率 2020年目標：136% ※2030年度は、2020年度と同水準の削減目標を設定しているため、進捗率も同水準。
- 要因分析と課題

- 2015年度・2016年度の集計対象企業には、2014年度の集計に含まれていなかったエネルギー消費原単位の小さい企業を数社含んでいるため、両年度のエネルギー消費原単位は、2014年度より大幅に減少した。
- 2016年度の集計対象企業数は、2015年度より少なくなっている。仮に2015年度の集計対象企業が全て2016年度に回答した場合、エネルギー消費原単位は $0.0722\text{kWh}/\text{m}^2\cdot\text{h}$ となり、2015年度比4%程度の減少となる。
- 業態別で見ると、食料品の冷蔵・冷凍や店内調理が発生するスーパーが $0.0912\text{kWh}/\text{m}^2\cdot\text{h}$ 、これらの活動が発生しないホームセンター・その他の業態が $0.0440\text{kWh}/\text{m}^2\cdot\text{h}$ となっている。
- 当協会のエネルギー消費量や生産活動量は、集計対象企業・店舗の内訳に大きく影響を受けるため、エネルギー消費原単位の見通しや省エネルギー対策の効果の把握が困難である。



3. 2016年度の取組実績（2）

BAT、ベストプラクティスの導入推進状況

BAT・ベストプラクティス等		2016年度導入率 ※	導入・普及に向けた課題
設備関連	省エネ型照明（LED等）の導入	93%	- 設備投資を要するため、景気の状態によっては導入速度が遅くなる可能性がある。 - 省エネ型冷蔵・冷凍設備や効率的な制御機器は投資額が比較的大きいため、省エネ型照明ほどスピーディーに普及しないことが予想される。
	省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入	90%	
	効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入	71%	
運用関連	照明調整（間引き、点灯消灯時間調整、人感センサー等）	89%	お客様の安全確保の観点から、過度な調整ができない。
	冷蔵・冷凍設備の設定温度の調整	71%	

※省エネルギー対策に関するアンケートへの回答企業のうち、該当項目への回答があった15社の導入率である。

当協会ではさらに

- 省エネ型空調設備の導入
- 太陽光発電、風力発電等再生可能エネルギーシステムの導入

…等の取り組みも進めている。

4. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献

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

(具体的な取組事例)

■ 環境配慮型商品の販売・開発の実施

無印： これまで報告があった取り組み
★： 2016年度に新たに報告があった取り組み

- － 国産間伐材を使った紙製飲料容器のPB商品の販売
- － 再生ペット樹脂使用の文具類、無添加洗剤、詰替え商品の積極的な販売
- － LED電球やウォームビズ、クールビズ関連商品の拡販
- － 毎月、環境にやさしい商品応援キャンペーンとして「エコ推奨商品」に自社ポイントカードへポイント還元
- － カーボンフットプリント・カーボンオフセット付きPB商品や、お客様と共同開発した環境配慮型商品を販売
- － 再生紙トイレットペーパーPB商品、LEDランタンライト、再生紙ペーパータオルPB商品等の販売
- － 資材等の調達・印刷物での環境ラベル（FSC認証等）の活用★
- － カーボンオフセット付きYシャツやシューズの販売★

■ 容器包装・レジ袋の削減

- － 中元・歳暮ギフトを中心にエコ包装（簡易包装）を推奨
- － レジ袋の提供を、無料配布から有料販売に移行
- － レジ袋辞退時にインセンティブを付与★

5. その他の取組（1）

• 業務部門での取組

- － 目標：業界としての目標策定には至っていない
 - 個社単位では、独自目標や社内基準を策定し、以下のような省エネルギー対策に積極的に取り組んでいる企業が見られた。

取組内容
✓ こまめな消灯・明るすぎない照明調整
✓ 空調温度設定の適切な調節

• 運輸部門での取組

- － 目標：業界としての目標策定には至っていない
 - 個社単位では、物流事業者と連携しながら以下のような取組を行い、効率化に努めている企業が見られた。

取組内容 / 実施率	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
✓ 物流資材の簡素化	69.8%	74.2%	74.1%	88.9%
✓ 多頻度小口配送や短リードタイムの改善	58.1%	60.0%	64.2%	85.7%
✓ 通い箱等の活用	93.0%	92.9%	92.9%	92.9%

5. その他の取組（2）

・ 家庭部門、国民運動への取組等

－ 家庭部門

- ・ 環境展示会での体験型展示を通じて、森林資源の保全に関する取組を紹介
- ・ 工場見学ツアーを通じて、資源の再利用に関する環境教育を実施
- ・ 森林管理に関する研修を通じて、林業後継者を育成

－ 国民運動

- ・ 全国各地において、お客様とともに店舗周辺や公園、河川敷、公共施設等で清掃活動を実施

・ 情報発信、その他

－ 業界団体

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

－ 個社

- ・ CSR報告書の発行やホームページでの公開により、CO₂削減の取組について消費者等へ発信



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