



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

～ 低炭素社会実行計画 2016年度実績報告 ～

一般社団法人

日本フランチャイズチェーン協会（JFA）

2018 /1/18

0. 昨年度審議会での評価・指摘事項

1. (一社)日本フランチャイズチェーン協会の概要

2. コンビニエンスストア業界の概要

3. 低炭素社会実行計画の概要

4. 2016年度の実績

5. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献

6. 海外での削減貢献

7. その他の取り組み

8. 参考資料

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委員からの質問・回答、本年度の改善点

指摘事項等	本年度の改善点 (調査結果への記載)
「低炭素社会実行計画」(2020年目標)	
原単位目標について、各企業・事業所にて集計されたデータを単純平均されているのか。あるいは、活動量等にて重み付けされているのか、ご教示いただきたい。	調査票の1、2ページに掲載。
「低炭素社会実行計画」(2030年目標)	
I. 業界の概要	
(1) 主な事業	
①取組みの進捗率をより分かりやすくするために、計画参加企業の店舗数についても記載をご検討いただけないか。	①調査票の3ページに掲載。
②それぞれの業の特性・特質から考えたエネルギー消費の特徴について、補足いただけないか。特に、売場以外で、例えば、バックヤード等のエネルギー消費はどのような実態なのか。	②調査票の1、2ページに掲載。
(2) 業界全体に占めるカバー率	
(一社)日本フランチャイズチェーン協会の内、コンビニエンスストアの会員企業だけが低炭素社会実行計画に参加されているとのことだが、他のフランチャイズチェーンが参加していない理由についてご教示いただきたい。	調査票の4ページに掲載。
II. 国内の企業活動における2020年・2030年の削減目標	
(1) 削減目標	
例えば、海外の小売店舗とのエネルギー消費量やエネルギー効率の比較について、海外の研究機関等が調査した結果を参考にして国際的な比較を行うことはできないか。また、海外に進出されている企業を中心に、各国の実態把握についてどの程度進捗があったかについてご教示いただきたい。	まずは、国内を最優先に取組みを進めているため、国際的な比較については、今後の検討課題としたい。また、海外事業については、現地法人が経営しているケースが多く、現時点において実態を把握することは困難な状況である。

0. 昨年度審議会での評価・指摘事項

指摘事項等	本年度の改善点 (調査結果への記載)
設備関連としてオフィス電力使用量低減のための高効率機器の導入、運用関連ではエネルギー使用の見える化のための取組み・間引き照明等が考えられるが、業界として、目標達成のために想定されているような取組みがあれば、ご紹介いただきたい。	加盟企業が入居しているオフィスについては、それぞれの状況に合わせて省エネの取組みを進めている。フランチャイズチェーンの場合は、加盟店舗のエネルギー使用量が圧倒的に多いため、全体目標は店舗に限定している。
(2)実施概要	
既に、2020年目標を達成しており評価します。目標達成の背景と今後の見通しをご教示いただけないか。また、目標の深掘り・見直し等についてもご検討いただきたい。	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、大幅な削減となった。今後もLED照明や自然冷媒等のノンフロン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。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、エネルギー消費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、自主的な取組みだけによる大幅な改善は困難な状況にある。また、目標値の見直し等については、2013年度に目標指標を変更し、取組みを変更していることから、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を含め検討を行う予定である。
店舗数の拡大を要因と挙げられているが、参考指標として店舗数の推移をご教示いただきたい。	調査票の8ページに掲載。
エネルギー消費原単位について、2014年度は前年度比悪化、2015年度は前年度比改善となっている。こうした各年度の変動について、店舗の拡大や省エネ投資等、様々な背景・要因について説明を補足いただきたい。	コンビニエンスストアのような小規模店舗は、エネルギー使用量において、天候・気温等の外部影響を受け易いこともあるが、各企業それぞれが独自に新しい商品やサービスを導入するとともに、省エネの投資を実施しているので、各社では要因分析を実施している。現状では、業界としてまとめたものはないが、今後、大幅な増減が発生した際には、各社の詳細な状況を把握するよう努める予定である。

0. 昨年度審議会での評価・指摘事項

指摘事項等	本年度の改善点 (調査結果への記載)
①年度当たりのエネルギー削減量・CO₂削減量の数値は、どちらの数値になるか、②エネルギー削減量の単位は何になるか、③投資額は総額か1店舗や1台当たりになるか。もう少し具体的にご教示いただけないか。 また、実施した対策(省電力照明・省エネ熱源機器・環境配慮配送車等の導入)の、実施率(経年変化)についてはどのように把握されているのか。 今後の更なる削減に向けて、必要となる「新しい技術」や「新しい機器等の開発」について、具体的にどのようなものを想定されているか、可能な範囲でご教示いただきたい。	調査票の12ページに掲載。 コンビニエンスストア各社からの報告数値となるが、各社とも建設部門や配送会社と連携し、数値の把握を行っている。 現段階では、自然冷媒等の省エネ機器の導入を考えている。
Ⅱ. 業務部門(本社等オフィス)・運輸部門における取組み	
(3) 家庭部門(環境家計簿等)、その他の取組み	
ピークシフト施策として実施するクールシェア・ウォームシェアにおいて、キャンペーンに参加しても販促に繋がらない等の課題が指摘されている。他方で、消費者に対してポイントでのキャッシュバックを行う取組みを実施する等、各企業・団体において、様々な工夫がなされている。各業種において、これまでのように、呼びかけによる意識変革を促すだけでなく、消費者にとって行動インセンティブにつながる取組みを検討されたい。	現段階では、協会統一の活動は実施していないが、今後、それぞれの業態の特性を踏まえ、できることを検討していきたいと思う。
Ⅳ. 低炭素製品・サービス等による他部門での取組み	
(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	
コンビニエンスストア業界の取組みとして、消費者への低炭素製品の販売を通じた家庭部門での削減等、業界として他部門に貢献できる可能性のある取組みについて、リストアップをご検討いただきたい。	調査票の17ページに掲載。
Ⅴ. 海外での削減効果	
(1) 海外での削減貢献の概要、削減見込量及び算定根拠	
日本の省エネに関する知見を海外で活用すること等による削減貢献について、リストアップをご検討いただきたい。	調査票の18ページに掲載。



0. 昨年度審議会での評価・指摘事項

指摘事項等	本年度の改善点 (調査結果への記載)
VII. その他の取組み	
その他	
電力自由化により、会員企業の小規模店舗等で契約電力の変更等を検討された、あるいは実施された事例があれば、可能な範囲でご紹介いただきたい。	電気料金は加盟店が負担をしているが、店内設備機器は本部が選定・貸与しているケースが多いことから、加盟店のご了解のもと、本部が主導となり、経済合理性等を踏まえて適宜対応をしている。
電力消費の割合が多いと推測されるが、例えば、「電気需要平準化原単位」を用いた評価は実施可能か。あるいは、評価の実施を検討されたことはあるか。	コンビニエンスストアは24時間営業の中で各時間帯において計画的に業務を実施していることから、加盟企業の中には電力使用量の平準化に取り組んでいるケースもあると思うが、全体としては今後の課題かと考える。



1. (一社)日本フランチャイズチェーン協会の概要

- 設 立：1972年〔当時の通産大臣(現在の経産大臣)から認可を受けた社団法人〕
- 目 的：フランチャイズ・システムの健全な発展を図る
- 活 動：調査研究、規範策定、普及啓発(広報活動)、指導・相談(F C相談)、社会貢献(環境対策)、会員交流、国際業務等
- 構 成：フランチャイザー及びフランチャイズ・ビジネスに関心を持ち当協会の趣旨に賛同する企業

業 種	代表的な業種
外 食 業	ファストフード、居酒屋、コーヒーショップ等
小 売 業	コンビニエンスストア、自動車関連、洋菓子等
サービス業	レジャーサービス、リース・レンタルサービス等

- 役 員：会長(1名)、副会長(3名)、※専務理事(1名)、常任理事(8名)、理事(17名)
理事総数30名 ※常勤以外は正会員企業の代表者
- 会員数：正会員101社、準会員13社、研究会員111社、賛助会員274社

計499社(2018年1月)

2. コンビニエンスストア業界の概要

■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、立地や営業時間帯等にて利便性を提供。

■業界全体に占めるカバー率

【出典：2016年度フランチャイズチェーン統計調査】

項 目	業界全体の規模	JFA会員の規模
企 業 数	12社	9社
チェーン数	23チェーン	20チェーン (87.0%)※1
店 舗 数	57,818店舗	57,015店舗 (98.6%)※2
売 上 高	10兆8,307億円	10兆7,781億円 (99.5%)※3

※1. (%)は業界全体のチェーン数に占めるJFA会員のチェーン数の割合。

※2. (%)は業界全体の店舗数に占めるJFA会員の店舗数の割合。

※3. (%)は業界全体の売上高に占めるJFA会員の売上高の割合。

《主なチェーン》



3. 低炭素社会実行計画の概要

■ 目標指標

エネルギー消費原単位

■ 目標値

(1) 2020年度(2013年10月策定)

売上高当たりのエネルギー消費量目標数値 … **0.8453千kWh/百万円**

⇒ **2010年度比 約▲10%**

(2) 2030年度(2015年10月策定)

2020年度と同じ目標にて取組む。



環境配慮型店舗(LED照明)

■ 目標値策定の背景

(1) 改正省エネ法の施行時(2010年度)を基準年度として約10%削減(年平均1%程度)

(2) 取扱商品・サービス等が日々変化していく中、長期的な目標値設定は困難であるため
2030年度目標については、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。

■ 前提条件

(1) 店舗における電気使用量のみを対象。

(2) コンビニエンスストア(以下、CVS)店舗(加盟店・直営店)が対象。

3. 低炭素社会実行計画の概要

■ 目標指標選択、目標水準設定の理由とその妥当性

(1) 目標指標の選択の理由

① 床面積に紐付かないエネルギー消費設備の増加

「エネルギー使用量に影響する」商品・サービス等が増えてきており、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、CVSの経済活動を阻害する恐れがある。

② エネルギー使用量との因果関係

経営目標を達成するための効率的なエネルギー使用の観点から、各相関を踏まえ、**原単位**として「売上高」を採用することは妥当であると考える。

○：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)	○	×

(2) 目標値の見直しを実施しない理由

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を行わない。
今後、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。

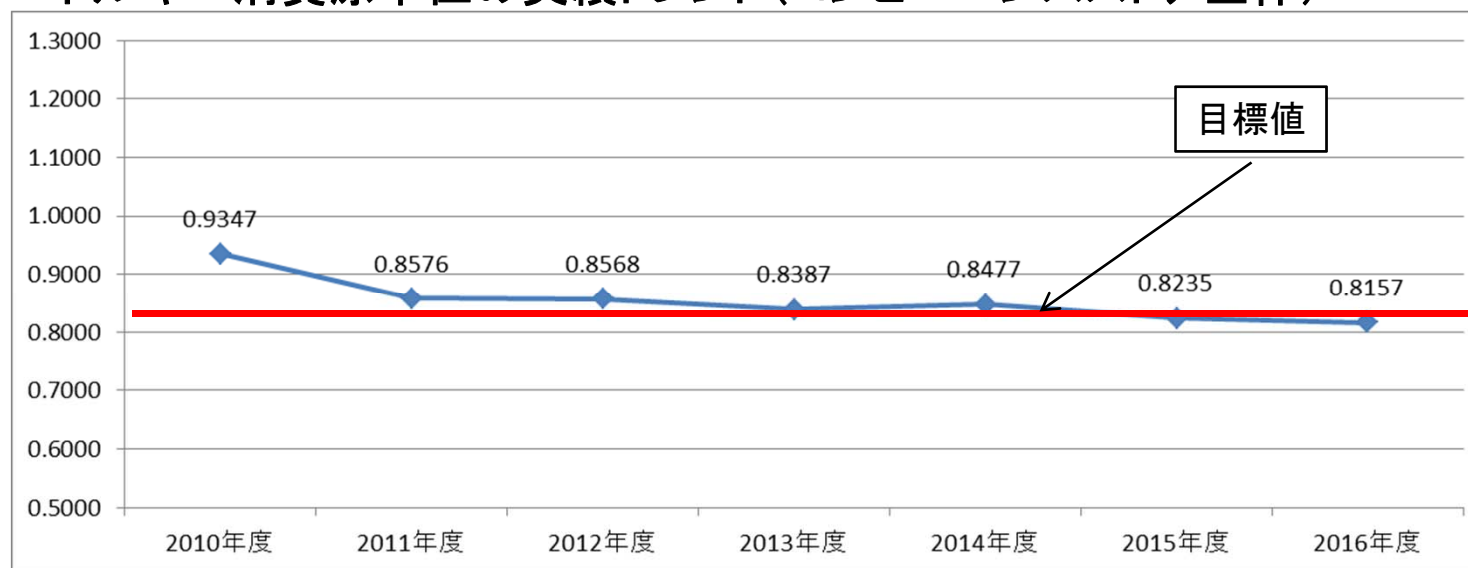
4. 2016年度の取組実績

■2016年度における実績概要

* 目標に対する実績(2020年度及び2030年度)

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2016年度実績① (基準年度比/BAU比)	2016年度実績② (2015年度比)
エネルギー消費原単位 (売上高当たり)	2010年度	▲10.0%	▲12.7%	▲1.0%

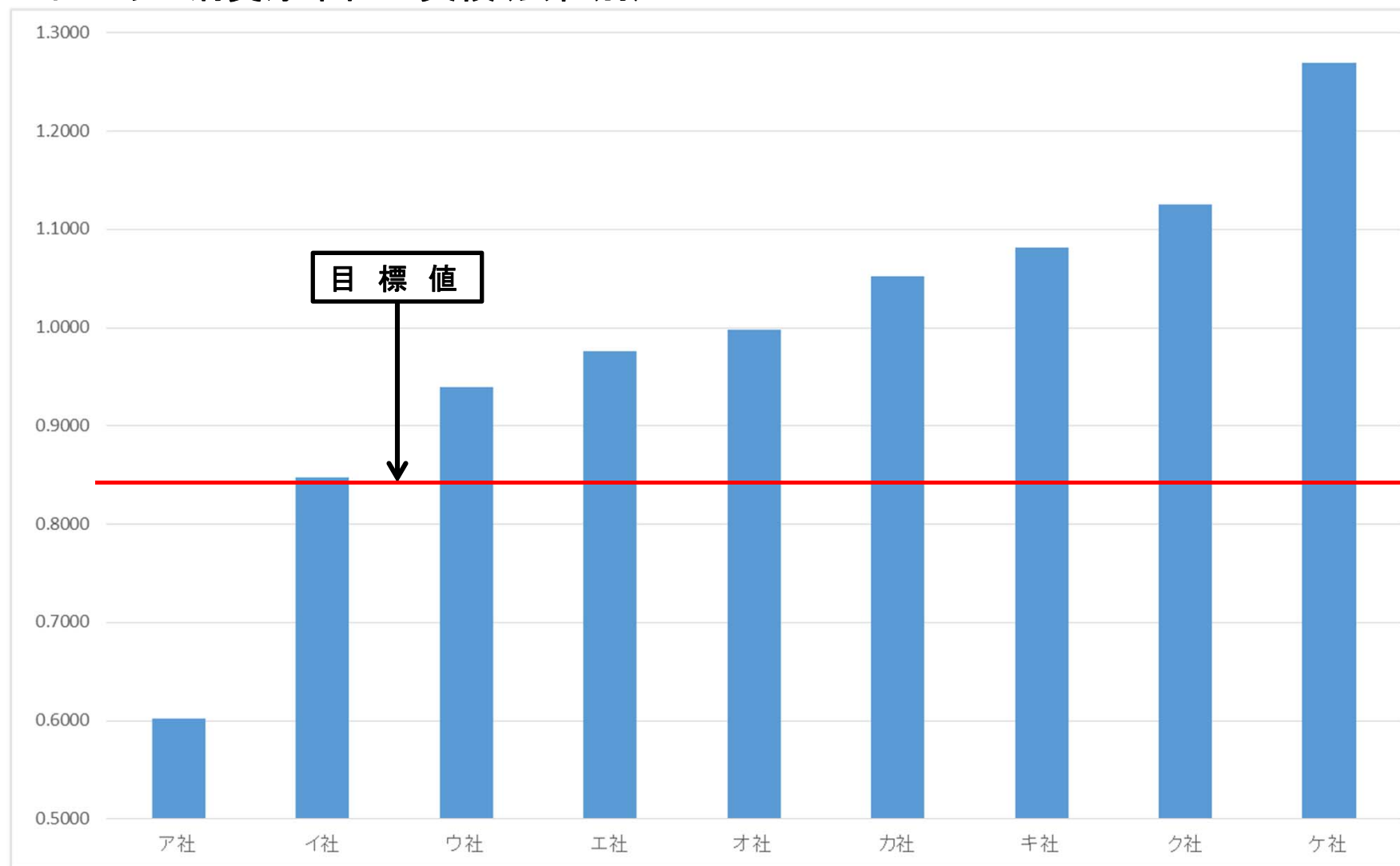
■エネルギー消費原単位の実績トレンド(コンビニエンスストア全体)



※店舗数の拡大(基準年度比:31.0%増)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前倒しによる導入や節電対策を実施してきたこと等から、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。

4. 2016年度の取組実績

■エネルギー消費原単位の実績(会社別)



4. 2016年度の取組実績

■目標達成に向けた今後の進捗率の見通し・課題

- (1) 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。
- (2) 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、太陽光発電装置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。

5. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献

■ 低炭素製品・サービス等の概要、削減見込量及び算定根拠（個社の取組み）

低炭素製品・サービス等	削減実績 (2016年度)	削減見込量 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
CO ₂ 排出権付商品(期間限定)	1,260t-CO ₂	—	—
CO ₂ オフセット	285t-CO ₂	—	—

■ 2016年度の実績（個社の取組み）

取組みの具体的事例
「CO ₂ 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が購入できるサービス。
飲料メーカーと共同してビール系飲料にCO ₂ 排出権を付けて期間限定にて販売。

■ 2017年度以降の取組予定（個社の取組み）

取 組 予 定
「CO ₂ 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が購入できるサービスを拡大。

■2016年度の実績(個社の取組み)

取組みの具体的事例
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、新店と全面改装店舗の一部において、省エネ機器を導入。

■2017年度以降の取組予定(個社の取組み)

取 組 予 定
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。

7. その他の取組み

■業務部門における取組み

(1) 本社等オフィスにおける排出削減目標

本社等オフィスにおけるCO₂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。なお、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。

項 目	取組内容(個社の取組み)
取組事例1	①本社オフィスでは、7～9月の3ヶ月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。 ②各エリアオフィスでも同様の取組みを実施。 ③店舗では「省エネ10か条」の徹底。
取組事例2	①全店総売上高当たりの電気使用量を2010年度に対して2020年度までに10%削減。 2010年度実績に対して7%削減。 ※対象事業領域:加盟店 ②本部のエネルギー使用量を2020年までに2010年比10%の削減。 本部ビルの1時間・㎡当たりの電氣量を2010年比7%の削減。 ※対象事業領域:本部
取組事例3	【削減目標:2016年3月策定】 本社ビル電氣使用量削減(2015年度比2%削減) ※対象事業領域:本社ビル

■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

各社とも配送業務については外部に委託等をしているところもあり、削減目標の設定等を強制することはできない。引き続き、データの把握を行うとともに、取引先と連携した取組み等を実施していきたいと考えている。なお、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。

項 目	取組内容(個社の取組み)
取組事例1	①配送車両の1店舗当たりのCO ₂ 排出量を2007年度対比で24%削減。 ②配送車両のCO ₂ 排出量(2020年度実績)を2012年度比10%削減。 ※対象事業領域: 配送センター(CDC・DDC・FDC)
取組事例2	共配センター配送車両燃料使用量の削減(2015年度実績より1店当たり1%削減) ※対象事業領域: 常温センター、チルドセンター(フローズンセンターは対象外))
取組事例3	【削減目標: 2017年3月策定】 2017年度中に、環境配慮型車両の導入を促進。今年度中に、100台を導入目標とする。 ※対象事業領域: 店舗配送の共配車両
取組事例4	【削減目標: 2016年3月策定】 配送に伴う店当たりのCO ₂ 排出量の削減(前年比99.6%) ※対象事業領域: 専用センターからの商品配送

7. その他の取組み

(2) 配送車両によるCO₂排出量等(データの把握が可能な8社にて集計)

《2016年度実績》

	配送センター数	温度帯別配送システム	車両台数	1店舗当たりの年間数値			
				走行距離数(km)	燃料使用量(kℓ)	燃費(km/ℓ)	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)
軽油	437	フローズン	1,579	16,233.1	2,599	6.2	6.71
		常温	4,515				
		チルド(米飯共配)	7,358				

※上記CO₂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: 82.6%(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「CO₂排出係数(軽油: 2.58t-CO₂/kℓ)」を使用。

(3) 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 ₂ 排出量(t-CO ₂)
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
2016年度	16,233.1	6.71

■情報発信の取組み

(1) 業界団体の取組み

取 組 内 容	業界内限定	一般公開
JFA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「COOL CHOICEできるだけ1回で受け取りませんかキャンペーン」に参加		●
環境省「クールビズ」、「ウォームビズ」の実施		●

(2) 個社の取組み

取 組 内 容	企業内部	一般向け
ホームページ、環境報告書、社内報等で取組みを社内外に告知	●	●
ホームページ、小冊子の発行	●	●
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	●	

■LED照明、太陽光発電装置の導入状況(2017年2月末現在)

項 目	太陽光発電装置	L E D 照 明		
		看 板	店内(売場)	店内(トイレ等)
導入店舗数	6社 13,083店舗	8社 34,567店舗	9社 42,176店舗	7社 5,966店舗



太陽光発電パネルの設置店舗

■「冷蔵・冷凍、空調用熱電源一体型システム」の導入状況

項 目	2017年2月末現在
導入台数	5社 9,320台(9,306店舗)

■「ノンフロン冷機」の導入状況

項 目	2017年2月末現在
導入台数	5社 5,219台 (2,266店舗)



CO₂冷媒の室外機

■環境配慮型配送車両の導入状況

項 目	2017年2月末現在
ハイブリッド車	4社 1,002台
天然ガス車	6社 138台



環境配慮型配送車両

■充電スタンド設置状況(2017年2月末現在)

項 目	急速充電	倍速充電	普通充電
設置基数	1,023基	19基	1基



充電スタンド