

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	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（店舗全てのエネルギー消費量、売上高を積み上げた数値）。 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
	設定根拠	<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。 ※バックヤードも含み、バックヤードのエネルギー消費は、保管用冷蔵庫、照明、空調、パソコン等となる。 <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。 <u>BAT：</u> 設定していない。 <u>電力排出係数：</u> 目標指標はエネルギー消費原単位を採用しているため、設定していない。 <u>その他：</u> 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。
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<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、スマートメーターの導入、自然エネルギーの導入（太陽光発電等）。 ②食品ロス削減の取組み ・納品期限の見直し（1/3 ⇒ 1/2）：賞味期限 180 日以上の菓子（5 社）、飲料（7 社） ・食品リサイクル等の実施率向上を図るための食品廃棄物発生抑制に取り組む中で、お客様の来店動向に合わせて商品の製造・販売を行うことができる店内調理の拡大に取り組む、無駄な廃棄の削減に努めている。
3. 海外での削減貢献		<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、CO₂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）。
4. 革新的技術の開発・導入		<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。 ※18、19 ページ参照
5. その他の取組み・特記事項		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るものの、データの捕捉や取引先との連携による取組み等を実施している。

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（店舗全てのエネルギー消費量、売上高を積み上げた数値）。 ①基準年度（2010年度）：0.9347kWh/百万円 ②目標値（2030年度）：0.8453kWh/百万円
	設定根拠	<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。 ※バックヤードも含み、バックヤードのエネルギー消費は、保管用冷蔵庫、照明、空調、パソコン等となる。 <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。 <u>BAT：</u> 設定していない。 <u>電力排出係数：</u> 目標指標はエネルギー消費原単位を採用しているため、設定していない。 <u>その他：</u> 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。
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<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、スマートメーターの導入、自然エネルギーの導入（太陽光発電等）。 ②食品ロス削減の取組み ・納品期限の見直し（1/3 ⇒ 1/2）：賞味期限 180 日以上の菓子（5 社）、飲料（7 社） ・食品リサイクル等の実施率向上を図るための食品廃棄物発生抑制に取組む中で、お客様の来店動向に合わせて商品の製造・販売を行うことができる店内調理の拡大に取組み、無駄な廃棄の削減に努めている。
3. 海外での削減貢献		<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、CO₂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）。
4. 革新的技術の開発・導入		<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。 ※18、19ページ参照
5. その他の取組み・特記事項		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るものの、データの捕捉や取引先との連携による取組み等を実施している。

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

2018年1月18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：2016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	23チェーン	団体加盟企業数	338チェーン	計画参加企業数	20チェーン (87.0%) ※3
店舗数	57,818店舗	団体加盟店舗数	131,257店舗	計画参加店舗数	57,015店舗 (98.6%) ※4
市場規模	売上高 10兆8,307億円	団体企業売上規模	売上高 15兆479億円	参加企業売上規模	売上高 10兆7,781億円 (99.5%) ※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	8,666,471.0 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内、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

■ 「2017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

■ 「2017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)	2016年度 実績	2017年度 見通し	2020年度 見通し	2030年度 見通し
企業数	11社	11社	9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	10,624,922.0	—	—	—
エネルギー消費量 (kWh/年)	7,420,105.1	7,723,497.4	8,666,471.0	—	—	—

※2016 年度 J F A 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 99.5%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。

(取組内容の詳細)

当協会は、フランチャイズ・システムを事業経営とする本部企業が加盟している団体あり、会員社には、ファストフード、居酒屋、学習塾、リサイクルショップ等、多岐にわたっていることから、目標値の設定や数値の集約等、難しい状況がある。一方、コンビニエンスストア (FC) については、業界全体の売上高によるカバー率は 99%以上を占めていることから、低炭素社会実行計画に参加をしている。また、当協会の会員社は、それぞれの業界団体にも加盟しているところもあり、そこで、目標値を策定し取組んでいるところもある。

(5) 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	☐ 統計 ☐ 省エネ法 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他 (推計等)	2017年6月に当協会加盟コンビニエンスストア9社に対して、アンケート調査を実施。
エネルギー消費量	☐ 統計 ☐ 省エネ法 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他 (推計等)	同 上
CO ₂ 排出量	☐ 統計 ☐ 省エネ法・温対法 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他 (推計等)	同 上

【アンケート実施時期】

2017 年 6 月～7 月

【アンケート対象企業数】

9 社 20 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 99.5%、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】

—

II. 国内の企業活動における削減実績

(1) 実績の総括表

【総括表】(詳細は「2017 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)	2015年度 実績	2016年度 見通し	2016年度 実績	2017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	10,264,278.0	—	10,624,922.0	—	—	—
エネルギー 消費量 (原油換算万kl)	178.6	206.8	—	212.1	—	—	—
内、電力消 費量 (億kWh)	71.9	84.5	—	86.7	—	—	—
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	251.58 ※1	448.84 ※2	— ※3	447.19 ※4	— ※5	— ※6	— ※7
エネルギー 消費原単位 (千kWh/百万円)	0.9347	0.8235	0.8800	0.8157	0.8712	0.8453	0.8453
CO ₂ 原単位 (t-CO ₂ /百万円)	0.3272	0.4373	—	0.4209	—	—	—

【電力排出係数】

項 目	※1	※2	※3	※4	※5	※6	※7
排出係数[kg-CO ₂ /kWh]	0.3500	0.5310	/	0.5160	/	/	/
実排出/調整後/その他	調整後	調整後		調整後			
年 度	2010 年度	2015 年度		2016 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	☐ 実排出係数（発電端／受電端） ☒ 調整後排出係数（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 ₂ 発電端／受電端） <上記排出係数を設定した理由>
その他燃料	☐ 総合エネルギー統計（〇〇年度版） ☐ 温対法 ☐ 特定の値に固定 ☐ 過年度の実績値（〇〇年度：総合エネルギー統計） ☐ その他 <上記係数を設定した理由>

(2) 2016 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	2020年度目標値
エネルギー消費原単位 (売上高当たり)	2010年度	▲10.0%	0.8453 千kWh/百万円

目標指標の実績値			進 捗 状 況		
基準年度実績 (BAU目標水準)	2015年度実績	2016年度実績	基準年度比 /BAU目標比	2015年度比	進捗率
0.9347 千kWh/百万円	0.8235 千kWh/百万円	0.8157 千kWh/百万円	▲12.7%	▲1.0%	133.1%

※進捗率の計算式は以下のとおり。

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

〈2030 年度〉

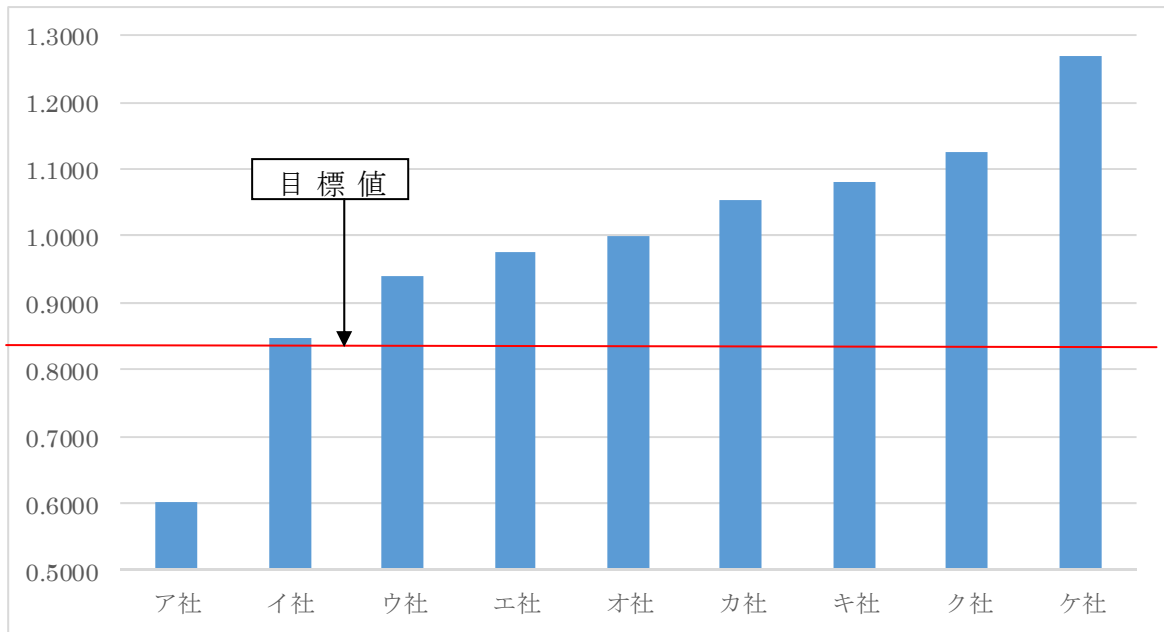
目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2020年度目標値
エネルギー消費原単位 (売上高当たり)	2010年度	▲10.0%	0.8453 千kWh/百万円

目標指標の実績値			進 捗 状 況		
基準年度実績 (BAU目標水準)	2015年度実績	2016年度実績	基準年度比 /BAU目標比	2015年度比	進捗率
0.9347 千kWh/百万円	0.8235 千kWh/百万円	0.8157 千kWh/百万円	▲12.7%	▲1.0%	133.1%

※進捗率の計算式は以下のとおり。

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

【エネルギー消費原単位の実績（会社別）】



《考 察》

各社とも新規店舗等を中心に最新の省エネ機器を積極的に導入することにより、エネルギー消費量の削減に努めているが、フランチャイズチェーンの場合、本部と加盟店との契約形態等により、設備機器関係は本部が負担をしているケースや加盟店が負担しているケース等、様々であることから、設備機器の導入に差が出ていること、また、お客様へのサービス形態に差異（例えば、パンの焼成や炊飯等のエネルギー消費量の多い店内調理等）があること等から、エネルギー原単位が大きく異なっている要因となっている。

《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	2016年度実績（基準年度比） （ ）内は、2015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%	▲32.9% （▲33.5%）

【調整後排出係数を用いたCO₂排出量実績】

	2016 年度実績	基準年度比	2015 年度比
CO ₂ 排出量	447.19 万 t-CO ₂	77.8%	▲0.4%

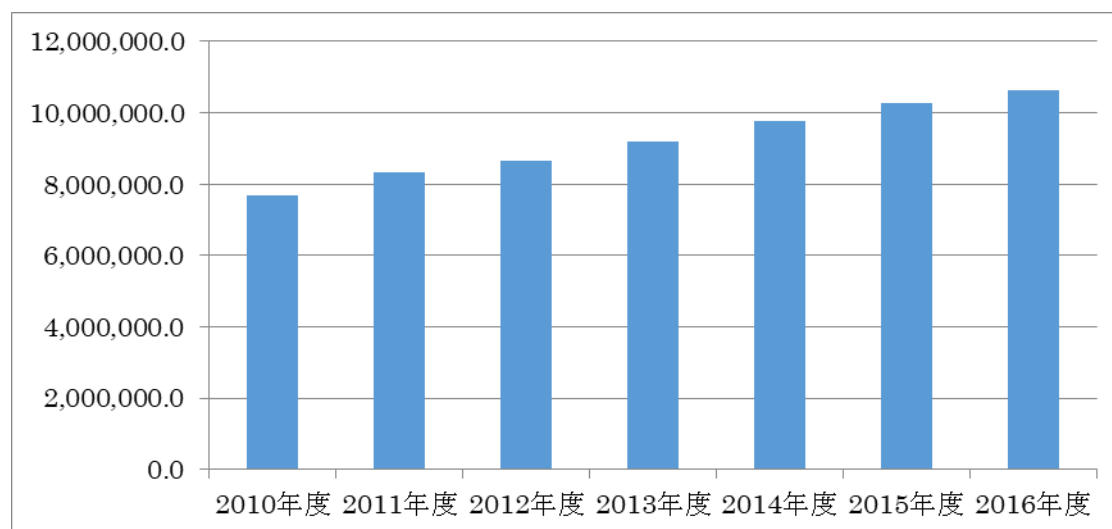
(3) 生産活動量、エネルギー消費量・原単位、CO₂排出量・原単位の実績

【生産活動量】

＜2016 年度実績値＞

生産活動量（単位：百万円/年）：10,624,922.0〔基準年度比：38.2%増、2015 年度比：3.5%増〕

＜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)

*時代の変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にある指標である「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：31.0%増）により売上高も伸長（基準年度比：38.2%増）している。特に、2016年度は少子高齢化の進行、単身世帯及び女性の社会進出等による共働き世帯等の増加により、ライフスタイルが多様化し食生活が変化したこと等から、店内調理品等のカウンター商材や、弁当・調理麺・惣菜・冷凍食品等の中食、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。

【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	2016 年度
店舗数	41,784	43,123	44,201	48,703	51,114	53,696	54,727

*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。

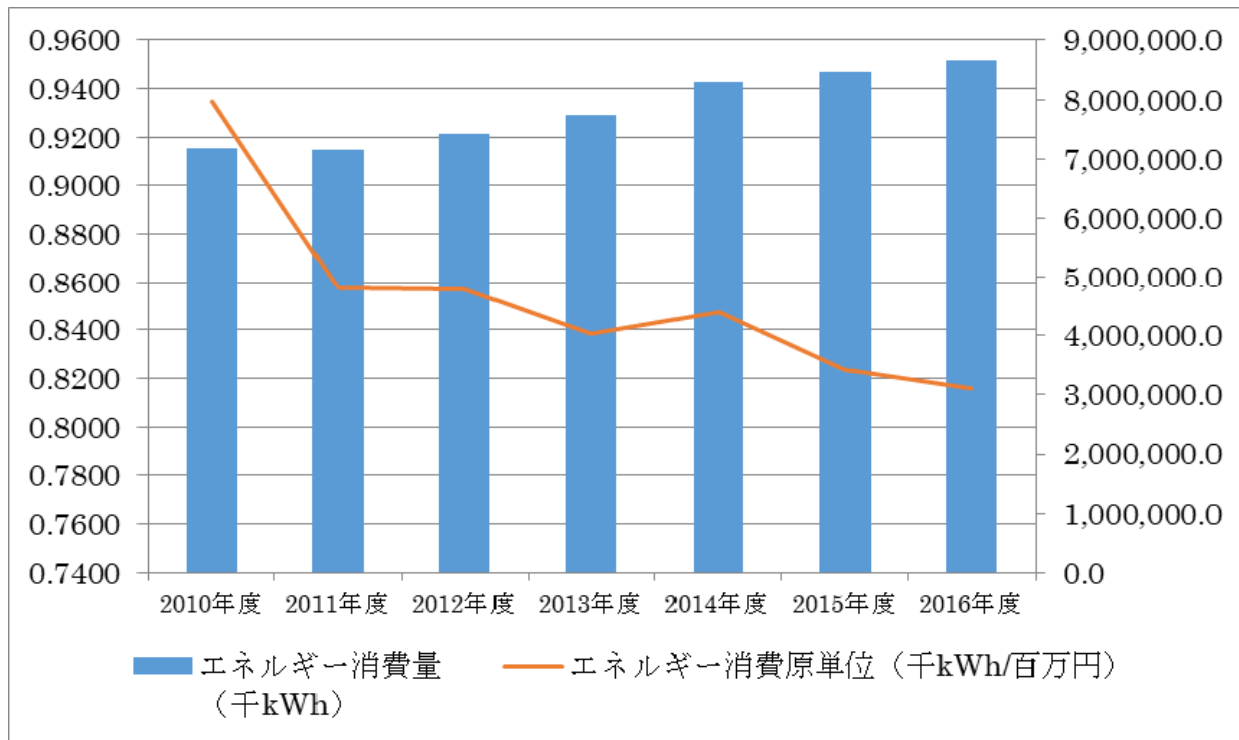
【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

＜2016 年度の実績値＞

エネルギー消費量（単位：千 kWh/年）：8,666,471.0〔基準年度比：20.6%増、2015 年度比：2.5%増〕

エネルギー原単位（単位：千 kWh/百万円/年）：0.8157〔基準年度比：12.7%減、2015 年度比：0.9%減〕

＜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し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。また、各社とも積極的に出店（基準年度比：31.0%増）を進めていることから、エネルギー消費量全体は増加傾向（基準年度比：20.6%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 約 8.0%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

*2016 年度実績：0.8157 千 kWh/百万円

※2016 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>

2016 年のベンチマーク目標の達成会社 1 社のみであるものの、省エネ法の目標達成の会社は 5 社となる。

□ ベンチマーク制度の対象業種ではない

—

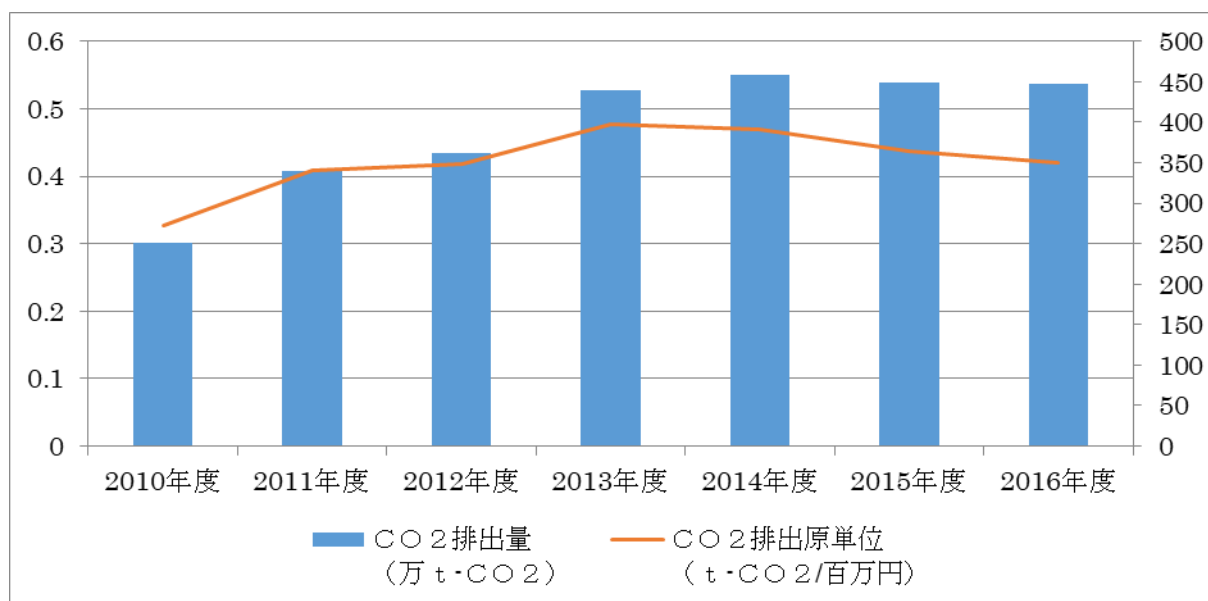
【CO₂排出量、CO₂原単位】

<2016 年度の実績値>

CO₂排出量 (単位：万 t-CO₂)：447.19 [基準年度比：77.8%増、2015 年度比：0.4%減]

CO₂原単位 (単位：t-CO₂/百万円)：0.4209 [基準年度比：28.6%増、2015 年度比：3.8%減]

<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)

《CO₂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：31.0%増）が続いているものの、電力原単位（排出係数）は改善傾向にあることから、CO₂排出量も減少傾向にある。

※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（13、14 ページ参照）。

《CO₂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、CO₂排出原単位は減少傾向にある。

※CO₂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CO₂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。

項 目	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度
排出係数 (kg-CO ₂ /kWh)	0.3500	0.4760	0.4870	0.5700	0.5540	0.5310	0.5160
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)	251.58	340.41	361.36	440.24	459.40	448.84	447.19

【要因分析】（詳細は「2017 業界向けデータシート」の「別紙5」参照。）

(CO₂排出量) ※調整後排出係数

要因 \ 年度	基準年度→2016 年度変化分		2015 年度→2016 年度変化分	
	(万 t-CO ₂)	(%)	(万 t-CO ₂)	(%)
事業者の省エネ努力分	▲56.861	▲19.2	▲4.309	▲1.0
燃料転換等による変化	—	—	—	—
購入電力分原単位変化	89.542	30.2	▲13.696	▲3.0
生産変動分	119.374	40.2	15.548	3.4

(エネルギー消費量)

要因 \ 年度	基準年度→2016 年度変化分		2015 年度→2016 年度変化分	
	(万 kl)	(%)	(万 kl)	(%)
事業者省の省エネ努力分	▲34.690	▲19.4	▲2.039	▲1.0
生産変動分	68.156	38.2	7.267	3.5

(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：31.0%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、CO₂排出量は増加傾向にあったが、ここ数年は電力原単位（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、CO₂排出量の増加は抑えられてきている。

(4) 実施した対策、投資額と削減効果の考察

【総括表】(詳細は「2017 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 (総 額)	削減効果 (年度当たりの「エネルギー削減量」及び「CO ₂ 削減量」)	設備等の使用期間 (見込み)
2016 年度	【A 社】			
	ファサード看板にLED照明導入	0 億円	0kWh	4.5
	空気調和設備の入れ替え	0.21 億円	527,846.0kWh	13.0
	冷凍・冷蔵設備の入れ替え	1.19 億円	477,840.0kWh	5.0
	デュアルケースの入れ替え	1.25 億円	345,469.0kWh	5.0
	調光式蛍光灯のLED照明化	0.25 億円	454,308.0kWh	5.0
	【B 社】			
	自動照明調光システム	50.0 百万円	8,500.0 千 kWh	
	要冷空調一体型システム導入	200.0 百万円	1,125.0 千 kWh	
	LED照明(店内照明)	1,544.0 百万円	5,392.0 千 kWh	
	LED照明(ラインサイン)	214.0 百万円	5,688.0 千 kWh	
	トイレ人感センサー	16.0 百万円	344.0 千 kWh	
	CO ₂ 冷媒機器	8,009.0 百万円	16,104.0 千 kWh	
	冷凍機入れ替え	570.0 百万円	5,895.0 千 kWh	
	空調機入れ替え	616.0 百万円	5,700.0 千 kWh	
	既存店 LED 照明	740.0 百万円	8,848.0 千 kWh	
	CO ₂ 冷媒機器	33.0 百万円	66.0 千 kWh	
	【C 社】			
	店内 LED 照明の導入	25.6 百万円	148.8t-CO ₂	
	インバーターコンプレッサーの導入(空調機)	66.0 百万円	146.8t-CO ₂	
	インバーターコンプレッサーの導入(冷凍機)	65.0 百万円	699.5t-CO ₂	
	看板の LED 照明採用	57.0 百万円	270t-CO ₂	
2017 年度	【A 社】			
	ファサード看板にLED照明導入	0.30 億円	173,400.0kWh	4.5
	空気調和設備の入れ替え	0.19 億円	479,860.0kWh	13.0
	冷凍・冷蔵設備の入れ替え	3.78 億円	1,520,400.0kWh	5.0
	デュアルケースの入れ替え	3.39 億円	933,700.0kWh	5.0
	調光式蛍光灯のLED照明化	0.08 億円	121,380.0kWh	5.0
	【B 社】			
	既存店冷凍機入れ替え	476.0 百万円	4,920.0 千 kWh	
	既存店空調機入れ替え	271.0 百万円	2,513.0 千 kWh	
	既存店看板LED照明化入れ替え	533.0 百万円	6,375.0 千 kWh	
	【C 社】			
	店内 LED 照明の導入	101.0 百万円	1,002.0t-CO ₂	
	インバーターコンプレッサーの導入(空調機)	28.0 百万円	63.1t-CO ₂	
	インバーターコンプレッサーの導入(冷凍機)	83.0 百万円	181.5t-CO ₂	
	看板の LED 照明採用	31.0 百万円	380.5t-CO ₂	
2018 年度以降	【A 社】			
	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
	デュアルケースの入れ替え	未定	未定	未定

【2016 年度の取組実績】

(設備投資動向、省エネ対策や地球温暖化対策に関連しうる投資の動向)

会社名	取 組 実 績
A 社	新規開店及び改装店舗において、最新省エネ機器を使用した標準仕様を導入。
F 社	省エネ機器の普及を背景に、既存の省エネ設備の改良型を積極的に導入することにより、電気使用量を削減し、地球温暖化対策を進めた。

(取組みの具体的事例)

会社名	具 体 的 事 例
A 社	現時点での最新設備機器を導入。
F 社	総合熱利用システム、または最新省エネ型冷凍・冷蔵機器の導入により、1店舗当たり 17,070kWh/年の電気使用量を削減。

(取組実績の考察)

会社名	考 察
A 社	電気使用量の削減のための施策を実施し、2016 年度は計画通りに推移。
F 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。

【2017 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
F 社	冷凍機の冷媒ガスを R401A から効率の良い最新仕様 (R410A) への変更を 2016 年度は 2,000 店舗を対象に予定しており、年間 11,000,000kWh の電気使用量を削減し、原油換算では年間 2,829 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
太陽光発電装置	6 社 13,083 店舗	—
LED照明〔看板〕	8 社 34,567 店舗	—
LED照明〔店内 (売場)〕	9 社 42,176 店舗	—
LED照明〔店内 (トイレ等)〕	7 社 5,966 店舗	—
冷蔵・冷凍、空調用熱電源一体型システム	5 社 9,306 店舗	—

【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 21 社にて構成) を開催し、各社の参考となるテーマを設定し説明会の開催や、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っている。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。

(5) 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。

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

$$\text{想定比} = (\text{計算式}) \quad (0.9347 - 0.8157) / (0.9347 - 0.8800) \times 100 (\%)$$

$$= 217.6\%$$

【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：34,567店舗・店内(売場)：42,176店舗〕や自然冷媒(2,266店舗、5,219台)等の最新の省エネ機器、太陽光発電装置(13,083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る。現状では、自然冷媒等のノンフロン冷機等の導入を進めていきたいと考えている。

(6) 次年度の見通し

【2017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 ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	CO ₂ 原単位 (t-CO ₂ /百万円)
2016年度 実績	10,624,922.0	8,666,471.0	0.8157	447.19	0.4209
2017年度 見通し	—	—	0.8712	—	—

(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、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。

(7) 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】

※進捗率の計算式は以下のとおり。

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

$$\text{進捗率} = (\text{計算式}) \quad (0.9347 - 0.8157) / (0.9347 - 0.8453) \times 100 (\%)$$

$$= 133.1\%$$

【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）

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">*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。*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。*また、エネルギー消費量については、今後もLED照明や自然冷媒等の省エネ機器、太陽光発電装置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。*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。 |
|--|

（今後、予定している追加的取組みの内容・時期）

12 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。

☐ 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）

—

(8) 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】

※進捗率の計算式は以下のとおり。

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

$$\text{進捗率} = (\text{計算式}) \quad (0.9347 - 0.8157) / (0.9347 - 0.8453) \times 100 (\%)$$

$$= 133.1\%$$

【自己評価・分析】

(目標達成に向けた不確定要素)

15 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。

(9) クレジット等の活用実績・予定と具体的事例

【業界としての取り組み】

- ☐ クレジット等の活用・取り組みを行っている
- ☐ 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】

- ☐ 「2017年度業界向けデータシート」の「別紙7」参照。

【個社の取り組み】

- ☐ 各社でクレジット等の活用・取り組みを行っている。
- ☒ 各社ともクレジット等の活用・取り組みは行っていない。

【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	—

Ⅲ. 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 (2016年度)	削減見込量 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
1	【B 社】			
	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	—	—

(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や算定の対象としたバリューチェーン／サプライチェーンの領域)

会社名	内 容
—	—

(2) 2016 年度の取組実績

(取組みの具体的事例)

会社名	具体的事例
B 社	「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。
G 社	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。

(取組実績の考察)

会社名	考 察
—	—

(3) 2017 年度以降の取組予定

会社名	取 組 予 定
B 社	「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。

Ⅳ. 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 (2016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)

会社名	内 容
—	—

(2) 2016 年度の取組実績

(取組みの具体的事例)

会社名	具体的な事例
F 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 J CM（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。

(取組実績の考察)

会社名	考 察
—	—

(3) 2017 年度以降の取組予定

会社名	取 組 予 定
F 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。

V. 革新的技術の開発・導入

(1) 革新的技術・サービスの概要、導入時期、削減見込量及び算定根拠

①次世代型店舗の研究・開発

会 社 名	内 容	代表的な店舗
(株)セブン・イレブン・ジャパン	①路面型太陽光発電設備 ②純水素燃料電池の発電利用 ③高効率太陽光発電システム ④自動調光機能付き店頭看板 ⑤CO ₂ 冷媒を使用した冷凍・冷蔵設備 ⑥スライド式の棚板／ブラケットの採用 ⑦「ナノイーX」による店内空気の清浄（空調機・空気清浄機） ⑧新型ウォークイン冷蔵庫 ⑨快適空間トイレ ⑩バイオPEを使用したステッカー ⑪レジ袋簡易取り出し／袋開口機能 ⑫新型フライヤーフードユニットによる給排気システム ⑬ペットボトル回収機 ※店舗全体の外部調達電力：約 28%削減	セブン・イレブン 千代田二番町店
(株)ファミリーマート	①環境負荷低減＋災害時対応 ・太陽光発電＋リチウムイオン蓄電池システム ②環境負荷低減技術 ・地中熱ヒートポンプ空調 ・ノンフロンCO ₂ 冷媒・冷蔵冷凍システム ③新技術の活用 ・次世代有機EL照明 ・調光調色LED照明システム	ファミリーマート 船橋金杉店

会 社 名	内 容	代表的な店舗
ミニストップ(株)	①太陽光発電 ②リチウムイオン電池 ③ノンフロン冷蔵冷凍システム ④調光式LED照明システム ⑤業務用SOFC燃料電池システム (省エネ・省CO ₂ 効果及び防災性の追求) ⑥国産FSC認証木材活用店舗 (鉄筋工法比：CO ₂ 33%削減) ⑦BELS (建築物省エネルギー性能表示制度) 5つ星 (一次エネルギー使用量 50%削減： 2017 年 8 月には 100 店舗にて取得)	今後、展開予定
(株)ローソン	「環境配慮」、「ICT を活用した利便性の提供」、「健康の提案」の 3 つのテーマに基づいて開発。 電力使用量 50%削減を目指す省エネメニューの採用、デジタルサイネージの導入、お客様に癒しを提供するリラクゼーションコーナーの設置等を行っている。 健康志向や環境に配慮した次世代型コンビニエンスストアの店舗モデル構築を目指している。	ローソン 小平天神町二丁目店

②省エネに貢献し温暖化係数も低い自然冷媒等の利用
 自然冷媒等の導入状況は 14 ページに掲載。

(2) ロードマップ

	技術・サービス	2016	2017	2018	2020	2025	2030
1	—	—	—	—	—	—	—

(3) 2016 年度の実績
 (取組みの具体的事例)

会社名	具体的な事例
—	—

(取組実績の考察)

会社名	考 察
—	—

(4) 2017 年度以降の取組予定

会社名	取 組 予 定
—	—

VI. 情報発信、その他

(1) 情報発信（国内）

①業界団体における取り組み

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「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		●

<具体的な取組事例>

J F A環境委員会（毎月開催）での説明会等の開催（2017 年度） ・ S D G s における環境省での取組みについて ・ 「パリ協定とビジネス：最近の温暖化対策の動向とビジネスへのインパクト」について ・ 森を守りながら使う F S C 認証について ・ 東京都「2020 に向けた実行プラン」について ・ 経済産業省「省エネ法改正」について

②個社における取り組み

取 組 内 容	発表対象：該当するものに「●」	
	企業内部	一般向け
【B 社】		
ホームページ、環境報告書、社内報等にて取組みを社内外に告知	●	●
【E 社】		
ホームページ、小冊子の発行	●	●
【F 社】		
* 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	●	

<具体的な取組事例>

—

③学術的な評価・分析への貢献

—

(2) 情報発信（海外）

<具体的な取組事例>

—

(3) 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
☒ 政府の審議会	
☐ 経団連第三者評価委員会	
☐ 業界独自に第三者（有識者、研究機関、審査機関等）に依頼	☐ 計画策定 ☐ 実績データの確認 ☐ 削減効果等の評価 ☐ 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

☐ 無し	
☐ 有り	掲載場所：

VII. 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。

※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。

【B社】 a. 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。

b. 各エリアオフィスでも同様の取組みを実施。

c. 店舗では「省エネ10か条」の徹底。

【D社】 a. 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)

b. 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・㎡当たりの電気量を2010年比7%の削減。

(対象事業領域：本部)

【F社】 削減目標：2016年3月策定

本社ビル電気使用量削減（2015年度比2%削減）

(対象事業領域：本社ビル)

②エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績

【本社等オフィスのCO₂排出実績】

項 目		F 社
2008年度	延べ床面積 (万㎡)	
	CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	
	床面積当たりのCO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /㎡)	
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)	
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)	
2009年度	延べ床面積 (万㎡)	
	CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	
	床面積当たりのCO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /㎡)	
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)	
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)	
2010年度	延べ床面積 (万㎡)	
	CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	
	床面積当たりのCO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /㎡)	
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)	
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)	
2011年度	延べ床面積 (万㎡)	
	CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	
	床面積当たりのCO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /㎡)	
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)	
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)	
2012年度	延べ床面積 (万㎡)	
	CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	
	床面積当たりのCO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /㎡)	
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)	
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)	
2013年度	延べ床面積 (万㎡)	
	CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	
	床面積当たりのCO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /㎡)	
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)	
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)	
2014年度	延べ床面積 (万㎡)	3.8
	CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	0.2
	床面積当たりのCO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /㎡)	52.6
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)	0.1
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)	26.7
2015年度	延べ床面積 (万㎡)	4.0
	CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	0.2
	床面積当たりのCO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /㎡)	50.0
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)	0.1
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)	24.7
2016年度	延べ床面積 (万㎡)	5.8
	CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	0.3
	床面積当たりのCO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /㎡)	45.5
	エネルギー消費量 (原油換算) (万k l)	0.1
	床面積当たりエネルギー消費量 (l/㎡)	22.4

□ II. (1) に記載のCO₂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	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、エネルギーの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ことは困難な状況である。
B 社	現時点では、各拠点の延べ床面積の把握・節電に対しての進捗管理が十分ではないため、今後、社内の情報を集中管理し次年度に生かしたい。

③実施した対策と削減効果

【総括表】(詳細は、24、25 ページ参照)

						(t-CO ₂)
項	目	照明設備等	空調設備	エネルギー	建物関係	合 計
2016 年度実績	A社	222.04	85.57	—	—	307.61
	C社	16.44	52.66	—	—	69.10
	E社	10.36	0	—	—	10.36
2017 年度以降	A社	222.04	85.57	—	—	307.61
	C社	10.76	52.53	—	—	63.29
	E社	1.36	0	—	—	1.36

【2016 年度の取組実績】

(取組みの具体的事例)

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

(取組実績の考察)

会社名	取 組 実 績
F 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。

【2017 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
F 社	上記に記載の 2016 年度と同様の取組みを実施。

※業務部門（本社等オフィス）の対策と削減効果（別紙8）

対 策 項 目			削 減 効 果		
			CO ₂ 削減量（t-CO ₂ /年）		
			A 社	C 社	E 社
照 明 関 係 等	昼休み時等に消灯徹底化	2016 年度	17.48	10.76	2.44
		2015 年度までの累積	17.48	86.07	12.19
		2017 年度以降	17.48	10.76	0.51
	退社時にはパソコンの電源OFFの徹底化	2016 年度	27.81	5.68	2.84
		2015 年度までの累積	27.81	39.73	76.63
		2017 年度以降	27.81	0.00	0.85
	照明のインバータ化	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
	高効率照明の導入	2016 年度	176.75		
		2015 年度までの累積	176.75		
		2017 年度以降	176.75		
	トイレ等の照明に人感センサー導入	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
	照明の間引き	2016 年度			5.08
		2015 年度までの累積			0.00
		2017 年度以降			0.00
空 調 設 備	冷房温度を28度設定する	2016 年度	50.08	30.82	
		2015 年度までの累積	50.08	154.12	
		2017 年度以降	50.08	30.69	
	暖房温度を20度設定する	2016 年度	35.49	21.84	
		2015 年度までの累積	35.49	109.21	
		2017 年度以降	35.49	21.84	
	冷暖房開始時の外気取り入れの停止	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
	空調機の外気導入量の削減	2016 年度			0.00
		2015 年度までの累積			226.27
		2017 年度以降			0.00
	氷蓄熱式空調システムの導入	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
エ ネ ル ギ ー	業務用高効率給湯器の導入	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
	太陽光発電設備の導入	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
	風力発電設備の導入	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
建 物 関 係	窓ガラスの遮熱フィルム	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
	エレベータ使用台数の削減	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
	自動販売機の夜間運転の停止	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			

対 策 項 目			削 減 効 果		
			エネルギー削減量 (MJ/年)		
			A 社	C 社	E 社
照 明 関 係 等	昼休み時等に消灯徹底化	2016 年度	30,491	18,766	4,251
		2015 年度までの累積	30,491	150,127	21,254
		2017 年度以降	30,491	18,766	886
	退社時にはパソコンの電源OFFの徹底化	2016 年度	48,510	9,900	4,950
		2015 年度までの累積	48,510	69,300	133,650
		2017 年度以降	48,510	0	1,485
	照明のインバータ化	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
	高効率照明の導入	2016 年度	308,283		
		2015 年度までの累積	308,283		
		2017 年度以降	308,283		
	トイレ等の照明に人感センサー導入	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
	照明の間引き	2016 年度			8,856
		2015 年度までの累積			0
		2017 年度以降			0
空 調 設 備	冷房温度を28度設定する	2016 年度	87,356	53,763	
		2015 年度までの累積	87,356	268,817	
		2017 年度以降	87,356	53,535	
	暖房温度を20度設定する	2016 年度	61,898	38,095	
		2015 年度までの累積	61,898	190,476	
		2017 年度以降	61,868	38,095	
	冷暖房開始時の外気取り入れの停止	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
	空調機の外気導入量の削減	2016 年度			0
		2015 年度までの累積			394,662
		2017 年度以降			0
	氷蓄熱式空調システムの導入	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
エ ネ ル ギ ー	業務用高効率給湯器の導入	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
	太陽光発電設備の導入	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
	風力発電設備の導入	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
建 物 関 係	窓ガラスの遮熱フィルム	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
	エレベータ使用台数の削減	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			
	自動販売機の夜間運転の停止	2016 年度			
		2015 年度までの累積			
		2017 年度以降			

(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。

※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。

【B社】 配送車両の1店舗当たりのCO₂排出量を2007年度対比で24%削減。

配送車両のCO₂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)

【D社】 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店舗当たり1%削減)

※対象事業領域：常温センター、チルドセンター(フローゼンセンターは対象外)

【E社】 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

【F社】 削減目標：2016年3月策定

配送に伴う1店舗当たりのCO₂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

② エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績(データの把握が可能な8社にて集計)

	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	フローゼン	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：2.58 t - CO₂/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 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

〈環境配慮型配送車両導入状況〉

項 目	導 入 台 数 (2017 年 2 月末現在)
ハイブリッド配送車	4 社 1, 0 0 2 台
天然ガス配送車	6 社 1 3 8 台

〈環境配慮型営業車両導入状況〉

項 目	導 入 台 数 (2017 年 2 月末現在)
ハイブリッド車	6 社 2, 9 9 6 台
低燃費車	7 社 6, 6 3 5 台

☐ II. (1) に記載のCO₂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CO₂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

【2016 年度】

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】 配送コースの見直し	—
	【B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	—
	【C社】 エコドライブの推進	—
	【E社】 16 年度ハイブリッド車両を追加で 120 台導入、全体で 760 台	0.26t-CO ₂ 削減 (1 店当たり・2010 年対比)
	【F社】 燃費性能の高い車両への入れ替え	—
ロ. エコドライブ (省燃費運転) の実施	【A社】 配送品質向上キャンペーンの項目追加	—
	【B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	—
	【C社】 運行管理システムに則った安全運転の励行	—
	【E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
	【F社】 運行管理システムの活用による省燃費運転の実施	—
ハ. 配送車の燃費向上	【A社】 成功事例の水平展開	—
	【B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	—
	【C社】 エコドライブの推進	—
	【E社】 ハイブリッド車導入を促進	「イ. 配送車両使用燃料削減」 に含む
ニ. エコタイヤの導入促進	【B社】 エコタイヤ導入の進捗管理	—
	【E社】 08 年度よりテストを開始し、現在は基本全車両エコタイヤに 切替終了	「イ. 配送車両使用燃料削減」 に含む
	【F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	【B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	—
	【C社】 停車時に実施	—
	【D社】 店舗納品時は基本アイドリングストップを実施	—
	【E社】 可能な限りにて実施 (温度管理が必要ないカテゴリー車両)	「イ. 配送車両使用燃料削減」 に含む
	【F社】 各配送センターにて実施	—

対 策 項 目	対 策 内 容	対策の効果
《共同配送の推進》		
共同配送推進による車両の削減	【A社】 配送車両の有効活用	—
	【C社】 製パン会社によるパン物流との共配を推進	—
	【E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	—
	【F社】 配送地域の特性に合わせた共同配送の実施	—
《配送の効率化》		
配送車両の運行台数の削減	【C社】 現状の店舗所在地に合わせた適切な見直し	—
	【D社】 2016 年 9 月より実施	—
	【E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	1,087 台増加（2010 年対比）
	【F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	—
《低公害車の導入》		
イ. 低公害車の導入促進	【C社】 全車導入済	—
	【E社】 CNG車・HV車の導入促進	454 台増加（2010 年対比）
	【F社】 最新排出ガス規制対応車両の導入	—
ロ. 環境対応車両の効果測定と 運用・導入の促進	【E社】 CNG車・HV車の導入促進 (HV車両/台：CO ₂ 排出量2割削減)	「イ. 低公害車の導入促進」 に含む。
《その他》		
イ. 配送員のエコドライブの技術指導	【B社】 エコドライブ研修の実施	—
	【C社】 運行管理システムを使用し、指導	—
	【E社】 安全経済日報のデータを基に、運行管理者が配送員と点呼・ 面談時に指導を実施	燃費向上：102% (2005 年対比)
	【F社】 配送センター主導によるエコドライブ講習会の実施	—
ロ. 配送コース見直しによる車両の削減	【A社】 配送店舗数を見直し、総ルート数を適正化	—
	【B社】 定期的にコースの見直しを実施	—
	【C社】 現状の店舗所在地に合わせた適切な見直し	—
	【D社】 2016 年 9 月より実施	—
	【E社】 積載物流が異なる夏と冬に年2回の大幅なコース再編成を実施	—
	【F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	—

【2017 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】 配送コースの見直し	—
	【B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	—
	【C社】 エコドライブの推進	—
	【E社】 17 年度ハイブリッド車両を追加で 90 台導入、全体で 850 台を計画	0. 20t-CO ₂ 削減 (1 店当たり・2010 年対比)
	【F社】 燃費性能の高い車両への入れ替え	—
ロ. エコドライブ（省燃費運転）の実施	【A社】 配送品質向上キャンペーンの項目追加	—
	【B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	—
	【C社】 運行管理システムに則った安全運転の励行	—
	【E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
	【F社】 運行管理システムの活用による省燃費運転の実施	—
ハ. 配送車の燃費向上	【A社】 燃費目標 7 km/l	—
	【B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	—
	【C社】 エコドライブの推進	—
	【E社】 ハイブリッド車導入を促進	「イ. 配送車両使用燃料削減」 に含む
ニ. エコタイヤの導入促進	【B社】 エコタイヤ導入の進捗管理	—
	【E社】 08 年度よりテストを開始し、現在は基本全車両エコタイヤに切替終了	「イ. 配送車両使用燃料削減」 に含む
	【F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	【B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	—
	【C社】 停車時に実施	—
	【E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
	【F社】 各配送センターにて実施	—
《共同配送の推進》		
共同配送推進による車両の削減	【C社】 配送合理化を推進	—
	【D社】 一部店舗フローズンのチルド便混載	—
	【E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	—
	【F社】 配送地域の特性に合わせた共同配送の実施	—
《配送の効率化》		
配送車両の運行台数の削減	【A社】 定温便減便の検討	—
	【C社】 店舗数に応じて増減	—
	【D社】 随時実施	—
	【E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	—
	【F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	—
《低公害車の導入》		
イ. 低公害車の導入促進	【A社】 ハイブリッド車導入を検討	—
	【C社】 全車導入済	—
	【E社】 CNG車・HV車の導入促進	544 台増加（2010 年対比）
	【F社】 最新排ガス規制対応車両の導入	—
ロ. 環境対応車両の効果測定と 運用・導入の促進	【E社】 CNG車・HV車の導入促進 (HV車両/台：CO ₂ 排出量を 2 割削減)	—
《その他》		
イ. 配送員のエコドライブの技術指導	【B社】 エコドライブ研修の実施	—
	【C社】 運行管理システムを使用し、指導	—
	【E社】 安全経済日報のデータを基に、運行管理者が配送員と点呼・ 面談時に指導を実施	燃費向上：101% (2005 年対比)
	【F社】 配送センター主導によるエコドライブ講習会の実施	—
ロ. 配送コース見直しによる車両の削減	【A社】 定期的な配送ルートの見直し	—
	【B社】 定期的にコースの見直しを実施	—
	【C社】 店舗数の減少時のみ実施	—
	【D社】 随時実施	—
	【E社】 積載物流が異なる夏と冬に年 2 回の大幅なコース再編成を実施	「イ. 配送員のエコドライブの 技術指導」に含む
	【F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	—

【2016 年度の取組実績】

(取組みの具体的事例)

会社名	具 体 的 事 例
A 社	*定温センター帰営時の冷凍機OFFを実施。 *20 分前から予冷・予暖の実施と荷室のカーテンの継続使用。
D 社	配送コース見直しを随時実施。
E 社	ハイブリッド車両の導入促進。 2015 年度 640 台→2016 年度 760 台 (120 台増加)。 ※合計車両台数：5,629 台、ハイブリッド車両台数：760 台。
F 社	荷量に合わせた配送回数の最適化。

(取組実績の考察)

会社名	考 察
A 社	上記記載の通り取組んだが、労働時間の見直し等により、ルート及び距離の増加となり、CO ₂ 排出量は前年比 101%となった。
E 社	車両メーカーと仕様を検討。
F 社	年度単位にて荷量実績を精査し次年度の配送回数の検討を行う。

【2017 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	*定温センター帰営時の冷凍機OFFを継続。 *20 分前から予冷・予暖の実施と荷室のカーテンの継続使用。 *低公害車の導入促進。 *定温便の減便検討。
D 社	配送コース見直しを随時実施。
E 社	*ハイブリッド車両の導入促進 (2016 年度 760 台→2017 年度 850 台) を計画。 *次世代の環境配慮型車両の試験導入を計画。 *店舗エリア拡大に伴い、配送拠点の適正配置を検討し、総走行距離の削減を目指す。
F 社	物流統合によるセンター管轄店舗の見直しを実施し、センターの統廃合、コースの最適化を実施。その結果、走行距離を削減 (=CO ₂ の削減)

(3) 家庭部門、国民運動への取組み

【家庭部門での取組み】

会社名	取 組 内 容
—	—

【国民運動への取組み】

会社名	取 組 内 容
全 社	*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。なお、宅配ボックスの設置を行っている会社もある。 *クールビズ、ウォームビズへの取組み。 *「Fun to share」への参加。 *レジ袋をはじめとする容器包装廃棄物の削減への取組み。
B 社	COOL CHOICE等、会社として積極的な参加及びお客様への告知を実施。

(4) 森林吸収源の育成・保全に関する取組み

会社名	取 組 内 容
A 社	*国産FSC®認証材を活用した店舗の出店を進めている(2017.2末現在:201店舗)。 *国産FSC®認証材による店舗建設は、従来の鉄骨工法に比べ、CO ₂ を約33%削減。
B 社	緑化活動の定期的な実施。

VIII. 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。

【昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの委員からの指摘を踏まえた計画に関する調査票の記載見直し状況】

- 昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの指摘を踏まえ説明等を修正した
(修正箇所、修正に関する説明)

37、38 ページに掲載。

- 昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの指摘について修正・対応等を検討している
(検討状況に関する説明)

37、38 ページに掲載。

【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、省エネ法に準じた目標値を設定し、取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行っている。

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、資料の出所等

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】 ※CO₂目標の場合

排出係数	理由／説明
電 力	☐ 実排出係数（〇〇年度 発電端／受電端） ☐ 調整後排出係数（〇〇年度 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 ₂ 発電端／受電端） <上記排出係数を設定した理由>
その他燃料	☐ 総合エネルギー統計（〇〇年度版） ☐ 温対法 ☐ 特定の値に固定 ☐ 過年度の実績値（〇〇年度：総合エネルギー統計） ☐ 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考ええる。

○：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）	○	×

【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（〇〇年度）

（指 標）

—

（内 容）

—

（出 典）

—

（比較に用いた実績データ） 〇〇年度

- ☒ 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
【B 社】			
機器の更新	＊看板LED照明化。 ＊冷凍機（最新型）交換。 ＊空調機（最新型）交換。	8,216千kWh/年	—

（各対策項目の削減見込量・普及率見通しの算定根拠）

【B社】既存機器とのエネルギー使用量差。

（参照した資料の出所等）

【B社】建設部の年度導入・入替計画台数。

<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）

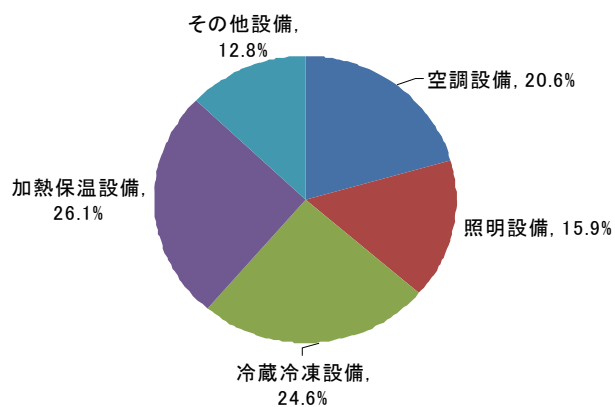
—

(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（CO₂ベース）】

項 目	比 率
電 力	100.0%
燃 料	—

※昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの委員からの指摘を踏まえた計画に関する調査票の記載見直し状況

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。 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。	①調査票の3ページに掲載。 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。
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省エネ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進めていることから、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。

指 摘 事 項 等	本年度の改善点（調査結果への記載）
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と思われる。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。
①年度当たりのエネルギー削減量・CO ₂ 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。	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。
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。	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繋がる取組みを検討されていればご教示いただきたい。	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等を踏まえ、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。
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。

