

経団連カーボンニュートラル行動計画
2024 年度フォローアップ結果 個別業種編

2050 年カーボンニュートラルに向けたチェーンストア業界のビジョン

業界として 2050 年カーボンニュートラルに向けたビジョン（基本方針等）を策定しているか。

- 策定している・・・①へ
- 策定を検討中・・・②へ
- 策定を検討する予定・・・②へ
- 策定を検討する予定なし・・・②へ

①ビジョン（基本方針等）の概要

| | |
|----------------------------|--------|
| 策定年月日 | 〇〇年〇〇月 |
| 将来像・目指す姿 | |
| | |
| 将来像・目指す姿を実現するための道筋やマイルストーン | |
| | |

②検討状況/検討開始時期の目途/検討しない理由等

| |
|--|
| <p>当協会内でも、取組の先行する幾つかの会員企業においては、2050 年に向けて明確なビジョンと目標数値を掲げ、取り組んでおられるところもある。</p> <p>私ども協会としては、そのような先進的な取組をはじめとして、各社の様々な取組を内部で共有しつつ、時々の市場・経営環境、身の丈に応じたカーボンニュートラルの取組の維持を最優先に努めてまいりたいと考えている。</p> <p>業界としての対応についても、そうした活動を愚直に重ね、ボトムアップの状況なども見ながら、適切に検討、判断してまいりたいと考える。</p> |
|--|

チェーンストア業界のカーボンニュートラル行動計画

| | | 計画の内容 |
|--|---------|---|
| <p>【第1の柱】 国内の事業活動における排出削減</p> | 目標・行動計画 | <p>2030 年度に店舗ごとのエネルギー原単位の平均値¹を基準年度（2013 年度：0.0900kWh/m²・h）比 5.1%削減（0.0854kWh/m²・h）。 2020 年 4 月の会員企業 56 社を対象とする。ただし、会員企業数や会員企業が行うサービス内容にエネルギー原単位に大きな影響を及ぼす変化が生じた場合には見直しを行う。</p> |
| | 設定の根拠 | <p><u>対象とする事業領域</u>： 会員企業の店舗を対象とする。</p> <p><u>将来見通し</u>： 当協会は会員が主として行う事業が食品スーパー、ホームセンター等それぞれ異なっており、店舗におけるエネルギー使用機器の構成に大きな違いがあることから、店舗ごとのエネルギー原単位の差は他の業界に比較して大きなものとなっている。 また、当協会は店内調理の増加等、お客様のニーズに対して様々なサービスの提供が求められている。こうしたこともエネルギー原単位について大きな変動要因となる。 このように、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については現時点で予測が困難となっており、エネルギー原単位の将来的な見通しにおける不確定要素が多いことから、会員構成等の変動によっては目標数値の変更も考えられる。</p> <p><u>BAT</u>： ・ LED 等省エネ機器の導入、入れ替え ・ BEMS 等をはじめとする省エネのための制御機器の導入 ・ 新しい技術開発に対する先進事例の共有化、情報交換等</p> <p><u>電力排出係数</u>： エネルギー原単位での目標設定のため、電力排出係数は考慮していない。</p> |
| <p>【第2の柱】 主体間連携の強化 （低炭素・脱炭素の製品・サービスの普及や従業員に対する啓発等を通じた取組みの内容、2030 年時点の削減ポテンシャル）</p> | | <p><u>概要・削減貢献量</u>： 環境配慮型商品の開発・販売や容器包装の削減・簡易化等を行うことを通じて、生活者が廃棄する際に発生する CO₂排出量を抑制するように取り組んでいる</p> |

¹ 二次エネルギー消費量の換算値としている。

| | |
|---|--|
| <p>【第3の柱】 国際貢献の推進 (省エネ技術・脱炭素技術の海外普及等を通じた2030年時点の取組み内容、海外での削減ポテンシャル)</p> | <p>概要・削減貢献量： 海外に店舗を出店する際には、地域の実情に応じ、出来るだけ省エネルギーとなるような店舗づくり、店舗運営を行っていく。</p> |
| <p>【第4の柱】 2050年カーボンニュートラルに向けた革新的技術の開発(含 トランジション技術)</p> | <p>概要・削減貢献量： ・LED等省エネ機器の導入、入れ替え ・BEMS等をはじめとする省エネのための制御機器の導入 ・新しい技術開発に対する先進事例の共有化、情報交換等</p> |
| <p>その他の取組・特記事項</p> | <p>フォローアップ等を通じて得られた優良事例については会員企業にフィードバックをしていくとともに、ホームページへの掲載等を通じて会員外の事業者や生活者にも認知度を深めていただく。</p> |

チェーンストア業における地球温暖化対策の取組み

| | | | | |
|---|---|------------------|---------------|------|
| 主な事業 | | | | |
| ○ 標準産業分類コード： <ul style="list-style-type: none"> ・ 食品、衣料品、日用雑貨等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 | | | | |
| 業界全体に占めるカバー率（CN行動計画参加÷業界全体） | | | | |
| | 業界全体 | 業界団体 | CN行動計画参加 | |
| 企業数 | (1) 17,162 社 | 47 社(3) | 47 社 | 100% |
| 市場規模 | 56 兆 8,950 億円(2) | 13 兆 7,276 億円(3) | 13 兆 7,276 億円 | 100% |
| エネルギー消費量 | - | - | - | % |
| 出所 | (1) 総務省統計局 令和3年度経済センサス（産業分類 57、58 に該当する法人数の合計） (2) 経済産業省 商業動態統計 長期時系列データ（主要統計表）業種別商業販売額及び前年（度、同期、同月）比（産業分類 57、58 の合計） (3) 日本チェーンストア協会 2023 年度チェーンストア販売概況について | | | |
| データの算出方法 | | | | |
| 指標 | 出典 | | 集計方法 | |
| 生産活動量 | <input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等） | | 回答データを合算 | |
| エネルギー消費量 | <input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等） | | 回答データを合算 | |
| CO2 排出量 | <input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等） | | 回答データを合算 | |
| 生産活動量 | | | | |
| 指標 | 延床面積×年間営業時間 | | | |
| 指標の採用理由 | 当協会では、会員企業の入退会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ます。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、年間販売額は経済的な要因による変動が大きいため、延床面積×年間営業時間とすることとした。 | | | |
| 業界間バウンダリーの調整状況 | | | | |
| 右表選択 | <input checked="" type="checkbox"/> 調整を行っている <input type="checkbox"/> 調整を行っていない | | | |
| 上記補足 (実施状況、調整を行わない理由等) | カーボンニュートラル行動計画に参加している他の業界団体と重複して会員企業に加盟している企業や店舗については、集計から除外している。 | | | |
| その他特記事項 | | | | |

【第1の柱】国内事業活動からの排出抑制

(1) 国内の事業活動における2030年削減目標

| | |
|---|---------|
| 策定年月日 | 2022年7月 |
| 削減目標 | |
| <p>店舗ごとのエネルギー原単位の平均値において、2030年度の目標を基準年度（2013年度：0.0900kWh/m²・h）比5.1%の削減（0.0854kWh/m²・h）とし、達成に向けて努力していく。この目標については2020年4月時点の会員企業56社を前提としている。なお、エネルギー原単位は、二次エネルギー消費量の換算値としている。</p> $\text{エネルギー原単位 (kWh/m}^2\cdot\text{h)} = \frac{\text{エネルギー消費量 (kWh)}}{\text{延床面積 (m}^2\text{)} \times \text{営業時間 (h)}}$ | |
| 対象とする事業領域 | |
| <p>会員企業の店舗（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」に該当する店舗）を対象とする。</p> | |
| 目標設定の背景・理由 | |
| <p>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ものとする。</p> <p>これを踏まえ、2030年度の目標水準は、フェーズIに当たる2014年度から2020年度の7ヶ年の平均エネルギー削減率を維持した時の消費原単位（0.0854 kWh/m²・h）としている。</p> | |
| 2030年政府目標に貢献するに当たり最大限の水準であることの説明 | |
| <p>当協会は会員企業が主として行う事業が食料スーパーやホームセンター等それぞれ業態や規模が異なっており、店舗における設備・機器の構成に大きな違いがあることから、店舗ごとのエネルギー原単位の差や経年変動は、他の業界に比較して大きなものとなっている。</p> <p>また、会員企業は冷凍・冷蔵する食料品の多様化や店内調理の増加等、お客様のニーズに対して様々なサービスの提供が求められている。こうしたこともエネルギー原単位への大きな変動要因となる。</p> <p>こうした2つの要件があることから、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については、現時点では予測が困難となっており、エネルギー原単位の将来的な見通しは立てられず、会員構成等の変動によっては目標数値の変更も考えられる。</p> <p>一方、当協会においては、使用するエネルギーの大多数を電力が占めており、主なものとしては、空調、冷凍冷蔵機器、照明の3種類となる。このうち空調に関しては以前よりクールビズ・ウォームビズに取り組む等適正な温度設定に努めており、また、空調の温度調整を過度に行うことにより、冷凍冷蔵機器が設定温度を保つために作動することもあって、結果として電力使用が増えてしまうという事実もあること等から、空調の使用に關しての削減余地はあまりないと言える。</p> <p>また、冷凍冷蔵機器については、食品衛生法で保存温度に定めがあり（例えば、食肉は10℃以下、冷凍食品は-15℃以下等）、現状、法令の上限の温度で管理することで節電を行っているが、お客様の安全・安心の確保という観点からは、上限よりも少し温度を下げた状態での管理をする必要があるとの声も聞かれているため、これ以上の電力削減効果は難しい状況にあると言える。</p> <p>照明に關しては、LED化が各社で進んでおり、一定の効果も認められること、現時点で照明に關しては一番有効な手法と考えられることから、今後もLED照明への転換が進んでいくものと思われる。しかし、導入時に得られた効果は継続的に発生するが上乗せがなされるものではないことや、投資が必要なこともあり、景気の状態によっては転換の速度が遅くなる可能性もあること、現状、間引きにより節電を行っている店舗もお客様の安全の確保のため間引きの中止を検討</p> | |

| | |
|---|---|
| <p>するケースも考えられる。</p> <p>以上の業界の特性を踏まえ、当協会におけるエネルギー消費実態は不確定要素が多く、エネルギー原単位についても今後大きく削減できる見通しが立たないことから、2030年の目標については、フェーズIに当たる2014年度から2020年度の7ヶ年の平均エネルギー削減率を継続した場合の値(0.0854 kWh/m²・h)とした。</p> | |
| <p>※BAU目標の場合</p> | |
| BAUの算定方法 | 当協会ではBAU目標を設定していない。 |
| BAUの算定に用いた資料等の出所 | |
| <p>2030年の生産活動量</p> | |
| 生産活動量の見通し | 当協会においては、エネルギー原単位削減を目標としている。また、会員企業の入退会やお客様ニーズに合わせた店舗の営業形態の変更等もあり、生産活動量の見通し設定が困難となっている。 |
| 設定根拠、資料の出所等 | |
| <p>その他特記事項</p> | |
| <p>目標の更新履歴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2015年7月に、2013年10月策定の「店舗におけるエネルギー原単位(延床面積×営業時間当たりのエネルギー使用量)を目標年度(2020年度)において基準年度(1996年度)比15%削減する」より上記目標への変更を実施した。 ・2021年7月に、目標水準の基準年度を2013年度とし、2030年度における店舗ごとのエネルギー消費原単位の平均値(二次エネルギー換算値)を、基準年度(2013年度:0.0900kWh/m²・h)比5.1%削減とした。これは1996年度基準(0.118kWh/m²・h)で27.6%削減となり、改定前の24%削減に比べて実質的な目標引き上げとなる。 | |

(2) 排出実績

| | 目標 指標 | ①基準年度 (2013年度) | ②2030年度 目標 | ③2022年度 実績 | ④2023年度 実績 |
|--|----------|-------------------|---------------|---------------|---------------|
| CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂) | □ | 539.9 | | 188.3 | 172.46 |
| 生産活動量 (単位：10 ¹⁰ m ² ・h) | □ | 20.72 | | 8.39 | 10.20 |
| エネルギー ² -使用量 (単位：電力換算億kWh) | □ | 95.2 | | 46.9 | 44.4 |
| エネルギー ² -原単位 (単位：kWh/m ² ・h ^{2.3}) | ■ | 0.0900 | 0.0854 | 0.0859 | 0.0862 |
| CO ₂ 原単位 (単位：万t-CO ₂ /10 ¹⁰ m ² ・h) | □ | | | | |
| 電力消費量 (億kWh) | □ | 95.2 | | 40.1 | 38.1 |
| 電力排出係数 (kg-CO ₂ /kWh) | — | 5.67 | — | 4.36 | 4.21 |
| 調整後 | | 調整後 | 調整後 | 調整後 | |
| 年度 | | 2013 | | 2022 | 2023 |
| 発電端/受電端 | | 受電端 | 受電端 | 受電端 | 受電端 |
| CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂) ※調整後排出係数 | — | | | | |

【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

2023年度実績（単位：10¹⁰m²×h）：10.20（基準年度比▲50.8、2022年度比21.7%）※スーパーのみ

年度により、スーパー⁴とホームセンター等⁵の回答企業の業態別構成が異なる。2023年度はスーパーが19社、ホームセンター等から1社の回答があり、ホームセンター等の回収データが不足していることからホームセンター等を含めた集計は参考値として扱う。以降は特に断りのない限りケース分けせずスーパーという単一業種の数値を示している。

なお、2013年度に低炭素社会実行計画に移行してから、延床面積は、売場面積を用いた推定値からアンケート回答に基づく実績値への採用へ変更した。売場面積を用いた推定値では延床面積を過小に推定していたため、この変更により、2013年度の平均延床面積が増大し、それに伴い生産活動量も増大している。また、2017年度以降はホームセンターとの混合からスーパーの

² エネルギー原単位は、二次エネルギー消費量の換算値としている。

³ 当協会は、エネルギー消費量の総量と生産活動量の総量による割り算で得られた原単位ではなく、店舗ごとのエネルギー原単位の平均値を目標指標としている。

⁴ 「スーパー」の定義：産業分類58（飲食料品小売業）の事業のみ、もしくは産業分類57（織物・衣服・身の回り品小売業）・58（飲食料品小売業）の両方の事業を行っている店舗

⁵ 「ホームセンター等」の定義：産業分類57（織物・衣服・身の回り品小売業）の事業のみ行っている店舗

みの回答に基づく集計となっている。

2023年度の生産活動量は、前年度比で21.7%増となっている。回答企業の構成の変動が主な原因として考えられる。

参考として表1に生産活動量の変動要因を示す。集計対象店舗数が前年に比べ8.4%、年間総営業時間は9.4%減少したが、延床面積は17.4%増加していることが生産活動量に影響したと考えられる。

表1 生産活動量の変動要因

| 指標 ⁶ | 2022年度実績（指数） | 2023年度実績（指数） |
|-----------------|----------------------------------|--------------------------------------|
| 集計対象店舗数 | 2,292 店 (1) | 2,100 店 (0.916) |
| 延床面積 | 17,597,803 m ² (1) | 20,658,946 m ² (1.174) |
| 集計対象店舗当たり延床面積 | 7,768 m ² /店 (1) | 9,838 m ² /店 (1.266) |
| 年間営業時間 | 11,442,225 時間 (1) | 10,369,956 時間 (0.906) |
| 集計対象店舗当たり年間営業時間 | 4,992 時間/店 (1) | 4,938 時間/店 (0.989) |

なお、協会全体の売上に関しては、2021年度が13兆2,727億円だったのに対し、2022年度には13兆7,276億円と、3.4%の増加となっている。

表2 協会全体の売上動向⁷

| 指標 ⁶ | 2022年度実績（指数） | 2023年度実績（指数） |
|-----------------|-----------------------|---------------------------|
| 協会全体の売上高 | 13,272,767 百万円 (1) | 13,727,638 百万円 (1.034) |

⁶ いずれの指標も、前年度の指数を「1」とした場合の2023年度実績の変化率を示している。

⁷ 出所：日本チェーンストア協会 2022年度チェーンストア販売概況について (<https://www.jcsa.gr.jp/public/statistics.html>)

○エネルギー消費量・原単位

<2023 年度実績>

エネルギー消費量（単位：電力換算億 kWh）：44.40（基準年度比▲53.4%、2022 年度比▲5.4%）

エネルギー消費原単位（単位：kWh/m²・h）：0.0862（基準年度比▲4.2%、2022 年度比 0.3%）
0.0695（※ホームセンター等を含めた参考値）

当協会が採用した算出方法（店舗ごとのエネルギー原単位の平均値）をもとに、エネルギー原単位（二次換算値）の経年変化を算出している。

当協会のエネルギー原単位は、集計対象に含まれる店舗の業態の内訳に大きく影響を受けている。業態分類は大きく「スーパー」と「ホームセンター等」に分かれるが、前者のスーパーは食料品の冷蔵・冷凍が必要であり、店内調理も発生するのに対し、後者のホームセンター等はこのような活動が発生しない。そのため、この2つの業態ではエネルギー原単位が大きく異なる。

当協会の実績のトレンドとして、当該年度の回答をそのまま集計した場合（図2 オレンジ色の線グラフ）、スーパーからのみ回答を得た場合（図2 青色の線グラフ）、スーパーとホームセンター等の複数業種から回答を得た場合（図2 緑色の線グラフ）に分けて3種類の線グラフを示している。

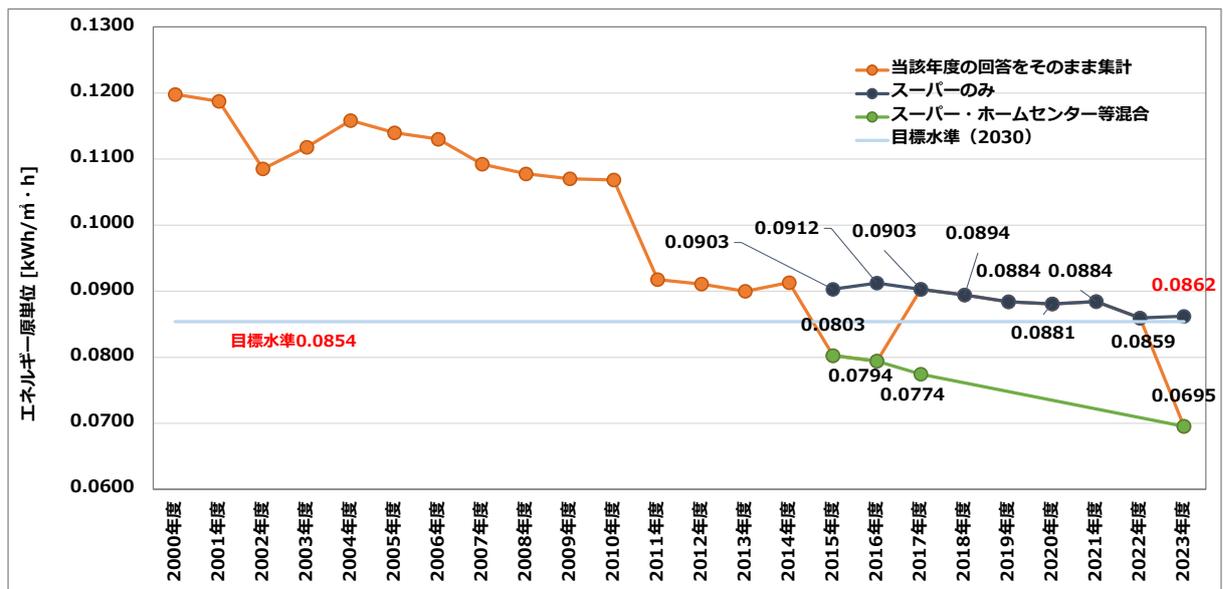


図1 エネルギー原単位（業態別）の推移

スーパーのみによる集計値は青色の線グラフにて示すとおり 0.0862kWh/m²・h という結果となった。基準年度比でいうと 4.2%減、前年度比でいうと 0.3%増とほぼ横ばいとなっている。

また、参考値としてスーパー・ホームセンター等を混合した場合の集計値は緑色の線グラフで示す通り 0.0695 kWh/m²・h となっている。ただし、ホームセンター等からの回答は 6 年ぶりであり、上述の業態間の違いもあって混合した値に対して進捗を評価するのは困難であると考えている。

(3) 削減・進捗状況

| | 指 標 (エネルギー消費原単位) | 削減・進捗率 |
|-------|--|--------|
| 削 減 率 | 【基準年度比】 =④実績値÷①実績値×100-100 | ▲4.2% |
| | 【昨年度比】 =④実績値÷③実績値×100-100 | 0.3% |
| 進 捗 率 | 【基準年度比】 = (①実績値-④実績値) / (①実績値-②目標値) × 100 | 82.5% |
| | 【BAU 目標比】 = (①実績値-④実績値) / (①実績値-②目標値) × 100 | - % |

(4) 要因分析

単位：% or 万 t-CO2

| 要 因 | 1990 年度 ⇒ 2023 年度 | 2005 年度 ⇒ 2023 年度 | 2013 年度 ⇒ 2023 年度 | 前年度 ⇒ 2023 年度 |
|--|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------|
| 経済活動量の変化 | - | - | - | - |
| CO2 排出係数の変化 | - | - | - | - |
| 経済活動量あたりのエネルギー使用量の変化 | - | - | - | - |
| CO2 排出量の変化 | - | - | - | - |
| 【要因分析の説明】 | | | | |
| CO ₂ 排出量とエネルギー消費量は、集計対象企業の内訳によって大きく変動するため、各要因の把握が困難となっている | | | | |

(5) 目標達成の蓋然性

| 自己評価 | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 目標達成が可能と判断している・・・①へ <input type="checkbox"/> 目標達成に向けて最大限努力している・・・②へ <input type="checkbox"/> 目標達成は困難・・・③へ | |
| ① 補足 | 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 |
| | <p>会員企業の取り組みにより順調に推移していると考えている。 なお、今後のエネルギー価格の推移や消費動向等といった不確定要素もあり見通しを定めることは困難であると考えている。</p> |
| | <p>目標到達に向けた具体的な取組の想定・予定</p> <p>引き続き、各会員協業店舗における継続的な省エネの取り組みや、設備更新の際の高效率機器への切り替え、新規出店時の省エネ型店舗の設計などにより目標達成に向けていく。</p> |
| | 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 |
| ② 補足 | 目標達成に向けた不確定要素 |
| | 今後予定している追加的取組の内容・時期 |
| | |
| ③ 補足 | 当初想定と異なる要因とその影響 |
| | |
| | 追加的取組の概要と実施予定 |
| | |
| | <p>目標見直しの予定</p> <p>継続して進捗率が2030年度目標を上回った場合は見直しを検討する。</p> |

(6) BAT、ベストプラクティスの導入進捗状況

<設備関連>

| 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 |
|-----------------------------|---------------------------|---|
| 省エネ型照明（LED等）の導入 | 2023年度 100% （有効回答：14社） | <ul style="list-style-type: none"> 設備投資を要するため、景気動向によっては導入速度が遅くなる可能性がある。 LED照明は企業によってはほぼすべての店舗に導入が済んでおり、今後はLEDからLEDへの交換による効率改善が中心となると考えられる。 省エネ型冷蔵・冷凍設備や効率的な制御機器については、投資額が大きいことから、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 | 2023年度 100% （有効回答：11社） | |
| 効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入 | 2023年度 100% （有効回答：8社） | |

<運用関連>

| 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 |
|----------------------------|---------------------------|---|
| 照明調整（間引き、点灯消灯時間調整、人感センサー等） | 2023年度 100% （有効回答：12社） | お客様の安全の確保の観点で過度な消灯・明るさ調整ができない。よって、直近数年は現状維持と想定している。 |
| 冷蔵・冷凍設備の設定温度の調整 | 2023年度 100% （有効回答：11社） | |

(7) 実施した対策、投資額と削減効果の考察

| 年度 | 対策 | 投資額 | 年度当たりのエネルギー削減量 CO ₂ 削減量 | 設備等の使用期間 (見込み) |
|---------|-------------------------------|-----|---|-------------------|
| 2023 年度 | 省エネ型照明 (LED 等) の導入 | - | 12, 266t-CO ₂ /年 (回答数: 3 社) | 10 年 |
| | 省エネ型空調設備の導入 | - | 1, 153t-CO ₂ /年 (回答数: 1 社) | 12 年 |
| | 省エネ型冷蔵・冷凍設備 (自然冷媒、扉付き等) の導入 | - | 9, 297t-CO ₂ /年 (回答数: 2 社) | 10 年 |
| | 効率的な制御機器 (BEMS、スマートメーター等) の導入 | - | 400t-CO ₂ /年 (回答数: 1 社) | 10 年 |

【2023 年度の実績】

(取組の具体的事例)

(取組実績の考察)

新規開店時や店舗改装時において、可能なところから省エネルギーにつながる機器の導入を進めてきており、継続的に CO₂ 削減効果も確認されている。

【2024 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)

引き続き上記の取組を行っていくことが重要と考える。当協会の場合、個人消費の動向に大きな影響を受けるため、個人消費が落ち込むようなことがあれば、継続的な投資を行うことが難しくなる。

(8) クレジットの取得・活用及び創出の状況と具体的事例

| | |
|----------|---|
| 業界としての取組 | <input type="checkbox"/> クレジットの取得・活用をおこなっている <input type="checkbox"/> 今後、様々なメリットを勘案してクレジットの取得・活用を検討する <input type="checkbox"/> 目標達成が困難な状況となった場合は、クレジットの取得・活用を検討する <input checked="" type="checkbox"/> クレジットの取得・活用は考えていない <input type="checkbox"/> 商品の販売等を通じたクレジット創出の取組を検討する <input type="checkbox"/> 商品の販売等を通じたクレジット創出の取組は考えていない |
| 個社の取組 | <input checked="" type="checkbox"/> 各社でクレジットの取得・活用をおこなっている <input type="checkbox"/> 各社ともクレジットの取得・活用をしていない <input type="checkbox"/> 各社で自社商品の販売等を通じたクレジット創出の取組をおこなっている <input type="checkbox"/> 各社とも自社商品の販売等を通じたクレジット創出の取組をしていない |

【具体的な取組事例】

| | |
|------------|---|
| 取得クレジットの種別 | 二国間クレジット (JCM) |
| プロジェクトの概要 | ベトナム・ホーチミン市のショッピングモールの駐輪所・駐車場にて太陽光発電システムを設置し、発電電力を 100%自家消費することにより、系統電力の購入量を低減する。 |
| クレジットの活用実績 | 2015 年度より設備補助事業のもと稼働開始している。 |

【非化石証書の活用実績】

| | |
|------------|--|
| 非化石証書の活用実績 | |
|------------|--|

(9) 本社等オフィスにおける取組

目標を策定している・・・①へ

目標策定には至っていない・・・②へ

① 目標の概要

| |
|---------------|
| 〇〇年〇月策定 |
| (目標) |
| (対象としている事業領域) |

② 策定に至っていない理由等

| |
|---|
| <p>エネルギー原単位の計算については、店舗（バックヤード部分を含む）のみとなっており、本社等オフィスは含まれていない。ただ、本社等オフィスについては「お取引先様等にご不便をおかけしない」範囲で実践できる省エネ対策として従来より率先して下記の取り組みを進めてきている。</p> <ul style="list-style-type: none"> • LED など高効率照明の導入、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 • 環境eラーニングプログラムの実施、eco 検定の受験費用負担による従業員の環境教育の推進 • CSR レポートやEMS ハンドブックの社内回覧による従業員の企業取組への認知・理解の向上 <p>…等、独自の目標や社内基準を策定し、積極的に省エネルギー対策に取り組んでいる。</p> |
|---|

本社オフィス等の CO₂排出実績（参考表）

| | 2013 年度 | 2014 年度 | 2015 年度 | 2016 年度 | 2017 年度 | 2018 年度 | 2019 年度 | 2020 年度 | 2021 年度 | 2022 年度 | 2023 年度 |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 集計対象企業数 | - | - | - | - | 9社 | 7社 | 7社 | 7社 | 8社 | 9社 | 4社 |
| 延べ床面積 (万m ²) | - | - | - | - | 15 | 18 | 4.5 | 2.4 | 4.4 | 7.2 | 11.3 |
| CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂) | - | - | - | - | 0.7221 | 0.4321 | 0.3415 | 0.5122 | 0.2154 | 0.3649 | 0.1671 |
| 床面積あたりの CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /m ²) | - | - | - | - | 0.0497 | 0.0237 | 0.0763 | 0.2143 | 0.0485 | 0.0509 | 0.0148 |
| エネルギー消費量（原油換算） (万 kl) | - | - | - | - | 0.2866 | 0.0778 | 0.0615 | 0.1083 | 0.0388 | 0.0657 | 0.0301 |
| 床面積あたりエネルギー消費量 (l/m ²) | - | - | - | - | 0.0197 | 0.0043 | 0.0137 | 0.0453 | 0.0087 | 0.0092 | 0.0027 |

【2023 年度の取組実績】

（取組の具体的事例）

（取組実績の考察）

(10) 物流における取組

目標を策定している・・・①へ

目標策定には至っていない・・・②へ

① 目標の概要

| |
|---------------|
| 〇〇年〇月策定 |
| (目標) |
| (対象としている事業領域) |

② 策定に至っていない理由等

当協会の会員企業は様々な業態から構成されており、運輸部門における排出削減の取組をまとめて計測することが困難となっている。

個別企業の取組事例に関しては、店舗の BAT・ベストプラクティスと同様に、アンケートを通じて情報収集している。以下のとおり、物流事業者にご協力をいただきながら進めている対策の実施率を示す。なお、アンケートでは、会員企業より、「対策を実施した/実施予定あり」、「対策を実施していない/実施予定なし」、無回答の3種類の回答を得ている。無回答を除いた企業の数を有効回答企業数とし、「実施率」では、このうち「対策を実施した」とご回答いただいた企業の割合を示している。

| 対策項目 | 実施率（有効回答企業数 ⁸ ） | |
|--|----------------------------|-------------|
| | 2022 年度 | 2023 年度 |
| 物流資材の簡素化 資材の簡素化（T11 パレット、通い箱、リサイクル資材の活用等） | 100.0%（6 社） | 100.0%（6 社） |
| 走行量の削減（輸送頻度・納品リードタイム・納品ルートの見直し等） | — | 100.0%（7 社） |
| エコドライブの実施（荷待ち時間の把握・削減、低燃費車の導入等） | — | 100.0%（6 社） |
| 共同配送、モーダルシフトの導入 | — | 50.0%（2 社） |

※2023 年度より調査項目を見直したため、過年度との比較可能な項目は1 項目となった。

⁸ 2017 年度実績より、各項目の有効回答企業数の記載を開始した。

【2023 年度の取組実績】

(取組の具体的事例)

| 対策項目 | 取組内容 |
|-----------|--|
| 物流資材の簡素化 | <ul style="list-style-type: none">• 共通クレート（通い箱）・オリコンを使用• 一部で T11 パレット導入推進• プロセスセンター製造加工の商品は、クレート（通い箱）使用 |
| 走行量の削減 | <ul style="list-style-type: none">• ダイヤグラム変更• 生鮮便の積載効率向上による、納品車両台数削減• 物量により日々最適な車両台数と配送ルートで運行し、運行数を 95%に削減、積載率 1.7%向上（前年比） |
| エコドライブの実施 | <ul style="list-style-type: none">• バース予約管理システムの導入• センター入荷 DC 棟委託先入荷受付システム導入による把握• 「入荷予約システム」導入により、待機時間 2 時間超過：10%以下 |

(取組実績の考察)

各社が物流事業者と協力し、パレットの規格統一、発注回数や納品ボリュームの見直しによる配送車両の積載効率の改善、納品ルートの見直しによる配送車両台数の削減をはじめ、効率的な配送方法による配送時における低炭素化を行ってきており、一定の効果を出しているものとする。

また、物流の 2024 年問題について、当協会では 2023 年 12 月に「チェーンストアにおける物流の適正化・生産性向上に向けた自主行動計画」を策定し、荷待ち時間・荷役作業等にかかる時間の把握と荷待ち・荷役作業時間ルールとして小売店舗での「荷役作業等にかかる時間は計 1 時間以内とすること」を目指すとしている。

すでに一部会員企業において一部または全店舗で荷待ち時間・荷役作業等にかかる時間の把握を実施しており、実施企業では総じて店舗での荷役時間は 1 時間以内となっている。

【第2の柱】主体間連携の強化

(1) 低炭素、脱炭素の製品・サービス等の概要、削減見込量及び算定根拠

| | 製品・サービス等 | 当該製品等の特徴従来品等との差異、算定根拠、対象とするバリューチェーン | 削減実績 (推計) (2023年度) | 削減見込量 (ポテンシャル) (2030年度) |
|---|---------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| 1 | 環境配慮型商品（ボトルtoボトル、再生紙使用商品）の開発・販売 | 業界全体の削減効果は集計が困難であると考える。 | | |
| 2 | カーボンオフセット付き商品の開発・販売 | | | |
| 3 | アップサイクル商品の開発・販売 | | | |
| 4 | レジ袋の削減（エコバックの利用促進、食物由来への転換等） | | | |
| 5 | カトラリーの使用の合理化（無償提供の削減、素材見直し等） | | | |

【2023年度の取組実績】

（取組の具体的事例）

| 対策項目 | 取組内容 |
|---------------------------------|--|
| 環境配慮型商品（ボトルtoボトル、再生紙使用商品）の開発・販売 | <ul style="list-style-type: none"> プライベートブランドのもとで環境配慮型商品を展開（総合スーパー） 再生トレーにより資源を有効活用（総合スーパー） 再生紙使用商品の販売（食料品スーパー） |
| カーボンオフセット付き商品の開発・販売 | <ul style="list-style-type: none"> カーボンオフセット付きシューズの開発・販売（総合スーパー） |
| アップサイクル商品の開発・販売 | <ul style="list-style-type: none"> カットパインの切れ端をドライフルーツ化（食料品スーパー） |
| レジ袋の削減（無料配布の中止、食物由来への転換等） | <ul style="list-style-type: none"> マイバスケットの推奨、イベント時にマイバスケットを配布してレジ袋削減を啓蒙（食料品スーパー） マイバッグ・マイバスケット持参率 全店平均 97.8%（食料品スーパー） レジ袋有料化しバイオマス配合のものに転換（食料品スーパー） |
| カトラリーの使用の合理化（無償提供の削減、素材見直し等） | <ul style="list-style-type: none"> カトラリー類にプラ使用ゼロ化、木製・紙製カトラリー製を使用（総合スーパー、食料品スーパー） 適性な使用の呼びかけ、啓蒙ポスターの設置、素材をバイオマスプラスチック配合のものに変更（食料品スーパー） 提供方法を、セルフ方式からお客様の申し出による提供方法に変更（食料品スーパー） |

- カトラリーの素材変更により、年間合計 492.6kg のプラ削減（従来の素材との比較）（食料品スーパー）



紙容器への変更



カトラリーの脱プラ化

図 2 食品スーパーの取組事例 プラスチック容器包装・カトラリーの削減⁹



ハンドソープ（店舗の使用済み揚げ油の精製）



トイレットペーパー（再生紙 100%）



培養土（食品残渣の使用）



食品パッケージ（水性グラビア印刷の適用）

図 3 総合スーパーの取組事例 プライベートブランドでの環境配慮型商品の展開¹⁰

⁹ 出所：株式会社ヤオコー 環境 (<https://www.yaoko-net.com/sustainability/eco.html>)

¹⁰ 出所：ユニー株式会社 eco!on (<https://www.uny.co.jp/shopping/econ/living/index.html>)

(取組実績の考察)

(2) 家庭部門、国民運動への取組み

| |
|--|
| 家庭部門での取組 |
| <p>お客さまに環境問題に関心を持っていただき、実際の行動に移してもらうための取り組みを継続している。個別企業の取組事例については、以下のようなものが挙げられる。</p> <ul style="list-style-type: none">• 資源リサイクルの実施<ul style="list-style-type: none">➢ 専用容器を用いて家庭から出た廃油を回収し、石鹼やインク溶剤に再利用する取り組みを展開（総合スーパー）➢ 本社に資源化センターを併設して、店舗から排出する各種資源物をリサイクルすることで、資源物のサーキュラーエコノミーを推進（食料品スーパー） <p>小中学生に対しエコ学習イベントを実施（総合スーパー）</p> <ul style="list-style-type: none">• 学習イベント・研修の実施<ul style="list-style-type: none">➢ 森林管理に関する研修を通じて林業後継者を育成（総合スーパー）➢ 小中学生に対しエコ学習イベントを実施（総合スーパー）• 体験イベントの実施<ul style="list-style-type: none">➢ 顧客向けの店舗体験イベントを通じて食品廃棄に関する意識啓蒙を実施（食料品スーパー）• 見学ツアーの実施<ul style="list-style-type: none">➢ リサイクル工場見学ツアーを通じて、食品トレーやペットボトル等の資源の再利用に関する環境教育を実施（総合スーパー）• 展示会への参加<ul style="list-style-type: none">➢ 販売している環境配慮型商品の環境負荷低減効果について情報発信（総合スーパー）➢ 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（総合スーパー）• その他<ul style="list-style-type: none">➢ グループ企業と連携し太陽光発電システムの設置や、住宅太陽光の効率的な自家消費に欠かせない蓄電池、エアコンの省エネ効果が見込める遮熱性能を有した外壁塗装などをパックにして費用を定額制にする金融商品「脱炭素 定額制リフォーム」を展開（総合スーパー）➢ 一部の店舗において「脱炭素リフォーム相談会」を実施（総合スーパー）➢ お客様のエコ活動をふせん（葉型）に書いていただき、掲示板（樹木）に貼っていく企画を実施 |
| 国民運動への取組 |
| <ul style="list-style-type: none">• COOL CHOICE への参加<ul style="list-style-type: none">➢ 電気自動車の充電スタンドを設置（総合スーパー）➢ ライトダウンキャンペーンへの参加• その他<ul style="list-style-type: none">➢ 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（総合スーパー） |
| 森林吸収源の育成・保全に関する取組み |
| <ul style="list-style-type: none">• 植林活動<ul style="list-style-type: none">➢ 森林整備活動において、植樹活動やお客様の植樹体験ツアーを実施（食料品スーパー）➢ 屋上・壁面緑化の実施（食料品スーパー）• 森林保全<ul style="list-style-type: none">➢ チラシにおける環境ラベル（FSC 認証など）付き用紙の使用（総合スーパー） |

【2024 年度以降の取組予定】

(2030 年に向けた取組)

(2050 年カーボンニュートラルの実現・トランジションの推進に向けた取組)

●RE100 に関する取組

再生可能エネルギーを推進する国際イニシアチブ「RE100」に加盟した会員企業が見られる(2021 年 3 月現在、加盟企業のうち 3 社が当協会の会員企業、うち 1 社は親会社が加盟)。

RE100 加盟企業以外の会員企業でも再生可能エネルギー推進の取組事例として、折半屋根置き自家消費型太陽光発電設備設置や、PPA モデル(電力販売契約)を用いた太陽光発電システムの設置の推進、再エネ電源の積極的な導入を行う企業が増加している。

●SBT 認定取得

2021 年度時点で Science Based Targets (SBT: パリ協定の 2°C 目標達成に向けた国際イニシアチブ)にて温室効果ガス排出削減目標を公表している会員企業(大手総合スーパー)は 2 社となっている。そのうち 1 社では 2030 年までに日本国内の総合スーパー(GMS)で使用する電力の 100%を再生エネルギーとするとしている。

【第3の柱】国際貢献の推進

(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 | 貢献の概要 | 算定根拠 | 削減実績 (推計) (2023年度) | 削減見込量 (ポテンシャル) (2030年度) |
|---|----------|-------|------|--------------------------|-------------------------------|
| 1 | | | | | |
| 2 | | | | | |
| 3 | | | | | |

【2023年度の実績】

(取組の具体的事例)

- 会員企業の国際的な排出削減の取り組みについて定量的な把握は行っていないが、今後も引き続き海外店舗出店時や二国間クレジットの取り組み等の事例収集に努める。

(取組実績の考察)

【2024年度以降の取組予定】

(2030年に向けた取組)

(2050年カーボンニュートラルの実現・トランジションの推進に向けた取組)

(2) エネルギー効率の国際比較

【第4の柱】2050年カーボンニュートラルに向けた革新的技術の開発

(1) 革新的技術（原料、製造、製品・サービス等）の概要、導入時期、削減見込量及び算定根拠

| | 革新的技術 | 導入時期 | 削減見込量 |
|---|-----------------------------|------|---|
| 1 | 省エネ型照明（LED等）の導入 | — | 従来型蛍光灯から高効率蛍光灯、LEDへ変更した場合、約58%～84%の消費電力を削減可能。 |
| 2 | 省エネ型空調設備の導入 | — | |
| 3 | 省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入 | — | |
| 4 | 効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入 | — | |
| 5 | 再エネ発電設備（太陽光発電、風力発電等）の導入 | — | |

(2) 革新的技術（原料、製造、製品・サービス等）の開発、国内外への導入のロードマップ
最新の技術が用いられた機器の導入等については、個々の企業において新規開店時や改装時に、可能な範囲で実施していくことが望ましいと考える。

【2023年度の取組実績】

(取組の具体的事例)

| 対策項目 | 取組内容 |
|-----------------------------|---|
| 省エネ型照明（LED等）の導入 | 【第1の柱】(6) BAT、ベストプラクティスの導入進捗状況にて記載したとおりである。 |
| 省エネ型空調設備の導入 | |
| 省エネ型冷蔵・冷凍設備（自然冷媒、扉付き等）の導入 | |
| 効率的な制御機器（BEMS、スマートメーター等）の導入 | |
| 再エネ発電設備（太陽光発電、風力発電等）の導入 | <ul style="list-style-type: none"> 太陽光パネルの設置（食料品スーパー、総合スーパー） PPA契約による太陽光パネルの設置（総合スーパー） オフサイトPPAによるRE100の実現（総合スーパー） |
| その他 | <ul style="list-style-type: none"> CO₂排出係数を意識しつつ新電力会社から電力を購入。毎年、購入先の見直しを実施（総合スーパー） グループ会社の新電力事業者を介し再エネ電力を直接調達（総合スーパー） 屋根遮熱塗装の実施（総合スーパー） AI空調システムの導入を検討している（総合スーパー） |

(取組実績の考察)

会員各社が掲げる目標水準の達成に向け、先進技術の積極的な導入が進められている。

【2024 年度以降の取組予定】

(2030 年に向けた取組)

今後も引き続き上記の取組を継続していく。

(2050 年カーボンニュートラルの実現・トランジションの推進に向けた取組)

○非化石電気の使用状況

会員企業の 2023 年度実績での非化石電気使用割合は企業によって 0.5%~54%と大きく異なるが、太陽光発電の導入や非化石電力の購入を通じて、店舗で使用する電力の脱炭素化に向けて取り組みを進めている。

○再生可能エネルギーの導入

再生エネルギー導入率に関して業界全体での目標設定はしていないが、会員企業の中には自社所有やオンサイト・オフサイト PPA 契約等のスキームを使用した太陽光発電の導入が進んでいる。

| 事業者名 | 具体的内容 |
|------------------|--|
| A 社 (食料品スーパー) | <ul style="list-style-type: none">2022 年度末時点で 37 店舗と 5 施設（本社、物流センター、プロセスセンターなど）の再生可能エネルギー100%への切り替えを実施。（期末での再エネ率は 29.7%） |
| B 社 (総合スーパー) | <ul style="list-style-type: none">発電事業者が電力消費者の企業専用に遠隔地に再生可能エネルギー発電所を建設して送配電網を介してその電力を長期間共有するオフサイト PPA を 22 年 1 月に実施。不足分は発電事業者が所有するグリーン発電所を活用し、21 年 4 月に 1 店舗で RE100 を実現。23 年には同店舗で発電所を追加購入。24 年度では、更に発電所を追加して現在 21 店舗で稼働中。 |
| C 社 (総合スーパー) | <ul style="list-style-type: none">太陽光発電設備（オンサイト PPA）の設置太陽光卒 FIT 電力の導入（1 店舗）2022 年度以降オープンの新店は再エネ 100%で運営 |
| D 社 (食料品スーパー) | <ul style="list-style-type: none">CO₂フリー電力の使用（1 店舗）太陽光パネルの設置（1 施設） |
| E 社 (食料品スーパー) | <ul style="list-style-type: none">太陽光パネルの設置（流通センター） |
| F 社 (総合スーパー) | <ul style="list-style-type: none">2030 年までに運営するショッピングセンターと総合スーパーの電力をすべて CO₂フリー電力に置き換えることを目標に、オンサイト・オフサイト発電を積極的に推進。2023 年度より営農型太陽光発電（ソーラーシェアリング）の採用も実施。耕作放棄地の計画的・効率的な利用による農業振興間地域経済の活性化に貢献が期待されている。2024 年 10 月現在で約 50 店舗が 100%CO₂フリー電力で営業 |

その他の取組・特記事項

(1) CO₂以外の温室効果ガス排出抑制への取組み

○脱フロンに向けた取組み

フロン類の排出抑制・漏えい防止・廃棄時回収の徹底、低G N P冷媒への転換等により、店舗における脱フロンに向けた取組みを進めている。

(2) その他の取組み

(カーボンニュートラルに資するサーキュラーエコノミー、ネイチャーポジティブへの取組み等、特筆すべき事項があれば記載)