

チェーンストア業における地球温暖化対策の取り組み

平成 18 年 12 月 26 日
日本チェーンストア協会

I. チェーンストア業の温暖化対策に関する取り組みの概要

(1) 業界の概要

日本チェーンストア協会概要（平成 17 年度）

- ・ 会員企業数 88 社
- ・ 売上高 14 兆 1,482 億円
- ・ 店舗数 8,733 店舗
- ・ 売り場面積 22,393,278 m²

※自主的取り組み参加企業は上記と同様

(2) 業界の自主行動計画における目標とカバー率

① 目標と当該業種に占めるカバー率

【目標】

○店舗におけるエネルギー消費原単位（延べ床面積・営業時間あたりのエネルギー消費）を、当協会としては、目標年（2008 年から 2012 年まで）において、基準年とした 1996 年の水準を維持することとしてきたが（(5) ※3 参照）、平成 18 年度フォローアップより目標の上方修正を行い、1996 年水準より 2%改善を目指すこととする。ただし、改善目標についてはこれまでと同様、会員の入退会に伴う店舗数及び総延べ床面積の増減、業態の変化等不確実性も多分にあると考えられることから、悪化することを念頭に置いておく必要もある。従ってこれまでの取り組みを評価し、現時点において改善が見込めると考えられる数値として、2%改善することを目標として定めることとした。

従来目標 エネルギー消費原単位 96 年数値 (0.118 kwh/m²・h) 維持修正目標 エネルギー消費原単位 96 年数値 (0.118 kwh/m²・h) 2%改善 (0.116 kwh/m²・h)

○店舗において、使用形態に応じた電力の消費量を極力把握するとともに、優れた省電力施策を講じている店舗についての情報を会員各社に提供、普及を図る。

○代替フロン等において、会員企業は主に冷媒使用機器の使用者として関与するものであるが、問題の重要性、緊急性を十分に認識しており、代替フロン等の排出抑制のための取組をより一層推進する。

【カバー率】

国内における小売業規模		日本チェーンストア協会規模		カバー率	
年間販売額	135 兆 2,851 億円	販売総額	14 兆 1,482 億円	売上高比	10.4%
売場面積	1 億 4,419 万 m ²	売場面積	2,239 万 m ²	面積比	15.5%

※国内における小売業規模は平成 16 年商業統計表（経済産業省）による

② 上記指標採用の理由とその妥当性

当協会では、年度によって会員企業数の増減に伴う店舗数の増減があること、また、営業時間が増加していることから、業界全体のエネルギー消費量を制限することよりも、生産量当たりのエネルギー消費量の削減を目標とすることが適切であると考えます。小売業の生産量の指標としては、年間販売額、床面積及び営業時間などがあるが、年間販売額は経済的な要因（売価・消費者の購買点数の増減など）によって変動が大きく、床面積×営業時間を生産量の指標とすることとした。従って、当協会では、床面積×営業時間当たりのエネルギー消費量を基準年とした 1996 年の水準を 2%改善することを目標とする。

(3) 目標を達成するために実施した対策と省エネ効果

《対策の概要》

◆会員企業の取組・働きかけ

・販売段階における温暖化対策

①省エネルギー型の店舗づくり

空調、冷蔵冷凍ショーケースの温度の適正管理を実施しているほか、閉店後のナイトカバーの導入を促進している。

他にも省エネルギー対策として、窓ガラスへの断熱塗料の塗付、デシカント空調（乾燥剤を用いた効率的空調）、氷蓄熱システム（夜間電力を活用した空調）の導入や冷凍機・空調機を冷水式から空冷式に変更するなど、深夜余剰電力の活用も推進している。

その他、空調効率の向上やガス燃焼による熱量上昇の抑制のための電磁厨房システム（オール電化）への移行にも取り組んでいる。

また、ESCO 事業の活用も進みつつあり導入事例の効果は以下のとおりとなっている。

【取り組み事例①】

A 社では冷蔵ケースにおける「冷気漏れ」を防ぐ保冷シャッター(ナイトカバー)導入。
全店舗（52 店舗）で対応

【取り組み事例②】

電磁厨房システムの導入推進。調理時の発熱を抑制し、空調効率の向上に寄与。
主要 4 社の合計で約 150 店舗に導入。

【取り組み事例③】

「エコストア」の開発

B 社では雇用による地域活性、コミュニティとしての地域の役割、環境に配慮した技術や資材の積極的な導入などにより、経済・環境・社会の各側面から「マイナスを最小に、プラス効果を最大に」を目指した SC（ショッピングセンター）を開発。温暖化対策としては外部に約 110 枚のソーラーパネルを設置しソーラーシステム発電を実施しているほか、積極的な緑化、天窓からの太陽光取り入れによる電力削減など、総合的な取り組みを行っている。

これらの取り組みによって年間約 80 万本の CO2 削減を見込んでいる。

【取り組み事例④】

C 社では店内照明の照度基準を従来より 100~200 ルクス下げる設定に変更しているほか、少ない電力で従来と同じ照度を保つ特殊蛍光灯を全 400 店舗に導入を予定しており、年間約 4000 キロワットの電力削減を見込んでいる。

【取り組み事例⑤】

D 社では「エコ店舗」と呼ばれる環境配慮型の店舗をオープンしており、「風力発電装置」「太陽光発電装置」「ガスコージェネレーションシステム」など、最新の環境関連設備を導入している。これらの設備によって店舗の総消費電力の約 20%をカバーしている。そのほか、地球温暖化防止に貢献する「屋上緑化・壁面緑化」を施したり、床材にはリサイクル可能な脱塩ビ素材を使用している。

【取り組み事例⑥】

E 社では 90 店舗のうち 16 店舗に氷蓄熱システムを導入し、電力の効率的な利用を行っている。氷蓄熱システムは夜間電力の活用により昼間の電力消費を抑えることが可能である。

【取り組み事例⑦】

ESCO 事業の活用事例

出典：ESCO導入事例集（財団法人省エネルギーセンター）

ESCO 導入事例名 /所在地	採用した 省エネ手法	削減率(%) ※	CO ₂ ガス削減量 (t-CO ₂ /年)
㈱とりせん/群馬県館林市	・デマンドマネジメントシステムの導入 ・空調デマンド制御 ・冷凍機インバータ制御/ガス圧自動制御 ・コンデンサ水噴霧装置 ・照明インバータ制御 ・照明運用改善	10.0%	3,240
イオン㈱熱田ショッピングセンター/愛知県名古屋古屋市	・コージェネレーションの導入 (ガスエンジン+排ガス直接利用冷温水機)	13.0% 対改修設備	3,100
㈱アップルランド/長野県松本市	・デマンドマネジメントシステムの導入 ・空調デマンド制御 ・冷凍機インバータ制御/ガス圧自動制御 ・コンデンサ水噴霧装置 ・照明インバータ制御 ・照明運用改善	13.0%	1,100
㈱イトーヨーカドー三郷店/埼玉県三郷市	・1,050kW ガスコージェネレーション設備の導入	11.9%	1,017
㈱ダイエー新浦安店/千葉県浦安市	・地下駐車場給排気ファン台数制御導入 ・インバータ照明安定器導入 ・熱源ポンプインバータ化	50.4% 対改修設備	918
㈱東急ストアあきる野とうきゅう店/東京都あきる野市	・ポンプの変流量制御 ・空調機の変風量制御 ・パッケージ型空調機間欠運転制御 ・換気ファン変風量制御 ・照明の自動点灯制御 ・BEMS の導入	10.0%	345
㈱ダイエーグルメシティ西八王子店/東京都八王子市	・空調機更新(水冷 PAC→EHP) ・モニタリングシステム	23.2% 対改修設備	45
㈱ダイエー川口店/埼玉県川口市	・生鮮冷却水ポンプの変流量システム	73.1% 対改修設備	42
㈱ダイエーいちかわコルトンプラザ店/千葉県市川市	・生鮮冷却水ポンプの変流量システム	43.4% 対改修設備	34
㈱ダイエー大島店/東京都江東区	・生鮮冷却水ポンプの変流量システム	46.8% 対改修設備	31
㈱ダイエー練馬店/東京都練馬区	・生鮮冷却水ポンプの変流量システム	36.6% 対改修設備	28
㈱ダイエー成増店/東京都板橋区	・生鮮冷却水ポンプの変流量システム	67.6% 対改修設備	28
㈱ダイエー市川店/千葉県市川市	・生鮮冷却水ポンプの変流量システム	34.6% 対改修設備	27
㈱ダイエー富田店/大阪府高槻市	・生鮮冷却水ポンプの変流量システム	71.5% 対改修設備	26
㈱ダイエー東大和店/東京都東大和市	・生鮮冷却水ポンプの変流量システム	52.3% 対改修設備	22
㈱ダイエートポス藤沢店/神奈川県藤沢市	・生鮮冷却水ポンプの変流量システム	30.4% 対改修設備	21

※削減率は建物全体のエネルギー消費量に対する割合を示しています。

②中水の利用等、総合的エネルギー向上システムの導入

トイレの洗浄水、散水用に導入するなど水の再利用、循環に取り組んでいる。

◆日本チェーンストア協会の取組・働きかけ

①包装材の使用量削減の推進及び材質の改善

包装適正化推進要綱を定め、ばら売り、量り売りを始めとする簡易包装を推進している。

また、平成 14 年 10 月より毎月 5 日を「ノーレジ袋の日」と定め、「レジ袋ご不要カード」や「ステッカー」、「ポスター」などを提供し、レジ袋の削減運動を展開しているほか、会員各社でレジ袋素材の軽減化等に取り組んでいる。軽量化については、L サイズレジ袋を平均で 18 ミクロンまで薄肉化し、5 年間で約 2 万トンの削減を実施（石油換算で約 36 万キロリットルの節約）したが、素材の軽減には限界もあることから、今後は使用量の削減に向けて効果的な手法を研究していくこととしている。

②容器包装リサイクル法の遵守

容器包装リサイクル法に則り、義務履行のため財団法人日本容器包装リサイクル協会と契約を行い、再商品化への対応を行っているほか、当協会としても資料提供等の啓発活動を行っている。

③消費者に対する省エネルギー型ライフスタイルの提案、呼びかけ

当協会で作成したパンフレットを作成し環境展及び地方自治体等の展示会で配布し、環境問題に対する普及啓発活動を行っているほか、会員企業においては環境月間への協賛等の取り組みを行っている。

④会員各社への意識啓発、啓蒙活動

当協会内の環境ワーキンググループ等においても、温暖化対策や省資源に関する自主的な取り組みについて検討を行っており、会員各社の 3R 意識の向上にむけて周知活動を行っている。

1. 会員企業を対象とした「地球温暖化に関する施設見学勉強会（平成 18 年 10 月 26 日～27 日）」を実施し、原子力発電の現状、温暖化の課題や具体的な取り組み方法について勉強会を実施した。

○地球温暖化に関する施設見学勉強会

平成 18 年 10 月 26 日～27 日

於・新潟県柏崎

- ①東京電力柏崎刈羽原子力発電所見学
- ②勉強会～温暖化の実情と流通業における効果的な対策について

2. ライトダウンキャンペーンへの協力

6 月 17 日～21 日のライトダウンキャンペーンに協力し、会員店舗に協力を求めるとともに、6 月 18 日には全国の会員店舗にてライトダウンを実施した。

(4) 今後の取り組み予定

レジ袋をはじめとする容器包装資材のさらなる使用削減による環境負荷の低減に努めるとともに、店舗における省エネ機器の導入、各種機器の入れ替え、営業後における冷凍冷蔵コーナーのナイトカバー導入及び店舗事務所内の室温管理の徹底、並びに環境省主導の「ブラックイルミネーション」への積極的参加と日常における照明不要場所での消灯の徹底などを行いつつ、省エネに関する先進事例について検討し、省資源・省電力の両面からCO2排出削減に取り組む。

(5) エネルギー消費量、二酸化炭素排出量の実績及び見通し

	96年度※3	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2010年度	
									見通し	目標
生産量 [×10 ¹⁰ m ² ・h]	—	8.840	9.859	8.842	11.122	12.208	13.441	16.045		
エネルギー消費原単位 [kwh/m ² ・h]	0.118 (1.00)	0.115 (0.97)	0.120 (1.02)	0.119 (1.01)	0.109 (0.92)	0.112 (0.95)	0.116 (0.98)	0.114 (0.97)	0.116 (0.98)	0.116 (0.98)
エネルギー消費量 [×10 ⁹ kwh]	—	10.17	11.81	10.50	12.07	13.65	15.57	18.29		
電力原単位※1 [kg-CO ₂ /kwh] ([kg-C/kwh])	—	0.370 (0.10)	0.380 (0.11)	0.340 (0.0921)	0.360 (0.0987)	0.390 (0.1061)	0.376 (0.1026)	0.381 (0.1040)		
CO ₂ 排出原単位 [10 ⁸ kg-CO ₂ /10 ¹⁰ m ² ・h]		3.843	4.049	4.014	3.929	4.349	4.355	4.343		
CO ₂ 排出量 [×10 ⁸ kg-CO ₂] ([×10 ⁸ kg-C])	—	33.97 (9.270)	39.92 (10.894)	35.49 (9.685)	43.69 (11.923)	53.10 (14.483)	58.54 (15.973)	69.69 (19.023)		
協会加盟店舗数 [店]	7,822	7,281	7,053	6,067	8,723	8,151	8,334	8,733		
平均述べ床面積※2 [m ²]	—	3,279	3,631	3,582	2,981	3,347	3,358	3,333		
一日当たりの平均営業時間 [hour]	9.7	10.2	10.5	11.1	11.7	12.3	13.2	15.1		

※1 「電力原単位」とはエネルギー消費量（電力使用量）からCO₂及びCの排出量を算出するための係数であり、発電効率など発電側の事情に応じて年度によって変動する。

また、00年調査では使用する原単位が「発電端」から「使用端」に変更になったことにより、99年についても遡って原単位を変更している。01、02年については「発電端」を再度使用して計算している。

※2 延床面積＝売場面積×1.3と仮定し、以下のとおり平均延床面積を算出。

平均延床面積＝（売場合計面積×1.3）÷加盟店舗数

※3 2003年度の合同会議において流通WG中上座長から「日本チェーンストア協会は90年度の数値を記載すべき」との指摘を受けた。そこで、過去のデータの洗い出しを行なったところ、1996年度の数値までしか存在していなかったことから、96年度数値を基準値とすることで中上座長にもご了承をいただき、これを採用している。

◎なお、02年と03年については電力原単位の悪化による影響が大きいため、仮に01年の電力原単位で固定して計算した場合にはCO₂排出量は以下のとおりとなる。

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
実績	35.49	43.69	53.10	58.54	69.69
原単位固定ケース	35.49	41.03	46.41	52.93	55.89

(単位：10⁸kg-CO₂)

(6) 温室効果ガス抑制対策や排出量の算定方法などについての2005年度からの主要な変更点及びその理由

特になし。

(7) 温室効果ガス排出量の公表に向けた取組 (2005年度)

企業名	温室効果ガス (t-CO ₂ 換算)	備考
イオン株式会社	1011,459 t-CO ₂	6ガス別
株式会社イトーヨーカ堂	585,414 t-CO ₂	全体
株式会社西友	447,887 t-CO ₂	全体
株式会社平和堂	173,317 t-CO ₂	全体
株式会社マルエツ	157,677 t-CO ₂	全体
ユニー株式会社	624,882 t-CO ₂	全体
株式会社ヨークベニマル	10,175 t-CO ₂	6ガス別

II. 重点的にフォローアップする項目

<目標に関する事項>

(1) 目標達成の蓋然性

【2010年度における目標達成の蓋然性】

エネルギー消費原単位は、年度によって変動はあるものの、目標を大きく上回ることはなかったため、従来の目標（原単位ベースで96年度値を維持）が達成可能な状況であると判断し、本年度フォローアップより96年度比で2%改善に目標を上方修正することとした。これを受け今後もより一層の取り組みを講じることとする。

【目標達成が困難な場合の対応】

現段階では、新たに設定した目標の達成が可能な状況であると考えているが、設定した新たな目標にとらわれずより一層の取り組みを実施する。

【目標変更の妥当性】

チェーンストア業界においては、新規出店の際の省エネ投資や改装時の機器入れ替え等により、積極的な省エネ投資を行ってきており、従来の目標（原単位ベースで96年度値を維持）が達成可能な状況であると考えており、本年度目標の上方修正を行うこととした。

一方で多様な業種が存在するチェーンストアにおいては、会員の入退会に伴う店舗数及び総延べ床面積の増減、業態の変化等不確実性も多分にあると考えられることから、悪化することを念頭に置いておく必要もある。従ってこれまでの取り組みを評価し、現時点において改善が見込めると考えられる数値として、2%改善することを目標として定めることとし、引き続き積極的な対応を行っていくことが妥当と考える。

<業種の努力評価に関する事項>

(2) エネルギー原単位の変化

【エネルギー原単位選択の理由】

当協会では年度によって、会員企業の入退会に伴う店舗数及び総延べ床面積の増減があること、また、営業時間が増加傾向にあることから、業界全体のエネルギー消費量を制限することよりも、生産量当たりのエネルギー消費量の削減を目標とすることが適切である。小売業の生産量の指標としては、年間販売額、床面積及び営業時間などがあるが、年間販売額は経済的な要因（売価・消費者の購買点数の増減など）によって変動が大きく、床面積×営業時間を生産量の指標とすることとした。

【エネルギー原単位の経年変化要因の説明】

エネルギー消費原単位については、新店設計の際の省エネ設備の積極的な導入や、改装時における新設備の導入等の効果が現れ始めたこともあり、減少傾向に推移してきた。2005年度では前年度比約1.8%の改善となっているが、新規設備の導入や効率的な店舗運営等によるものと考えられる。

(3) 国際比較

比較可能なデータが存在しない。

<CO₂排出量・排出原単位に関する事項>

(4) CO₂排出量及び分析

【二酸化炭素排出量の増減量】

(単位：万t-CO₂)

年度 要因	2000→2001	2001→2002	2002→2003	2003→2004	2004→2005	1999→2005
事業者の省エネ努力分	-3.279	-35.779	14.411	19.752	-10.313	-10.094
購入電力分原単位の改善分	0.000	27.177	34.706	-18.982	8.469	90.018
生産変動分	-40.999	90.636	44.934	53.677	113.261	295.364
合計	-44.278	82.034	94.051	54.447	111.417	375.287

(%)は削減率を示す

【評価】

2005年度のCO₂排出量(69.69 10⁸kg-CO₂)は、1999年度(33.97 10⁸kg-CO₂)比で、約2.05倍に増加している。延床面積、延べ営業時間の増加が主な増加の要因となっている。

(5) CO₂排出原単位の変化

【CO₂排出原単位の増減量】

(単位：t-CO₂/生産活動量(×10¹⁰m²・h))

	2001→2002	2002→2003	2003→2004	2004→2005	1999→2005
CO ₂ 排出原単位の増減	-8,524.177	42,092.793	608.484	-1,247.748	50,057.999
事業者の省エネ努力分	-35,797.184	12,347.491	15,405.833	-6,993.535	-22,480.930
購入電力分原単位変化	27,273.007	29,745.302	-14,797.349	5,745.787	72,538.929

(%)は増減率を表す

【評 価】

CO2排出原単位の推移を見ると、増減を繰り返し一定の傾向が見られない。原単位の増減は、年度毎に「購入電力原単位」の変化の影響を受けている。

<民生・運輸部門への貢献>

(6) 業務部門（オフィスビル等）の省エネ

取り組み内容	取り組み実績及び予定
オフィスにおける業務時間・面積当たりのエネルギー使用量削減	05年目標：総営業時間・総営業面積当たりの使用量で04年比99%に削減
一次エネルギー使用量の削減	04年目標：原単位で1%削減 04年実績：原単位で1.5%削減 05年目標：原単位で1%削減

・商品調達段階における温暖化対策

①環境調和型商品の自社開発の推進及びメーカーや産地への働きかけ

容器の再使用のため、詰め替え商品を積極的に販売強化するとともに、環境調和型の自社商品の開発を行っている。また、エコマーク商品・グリーンマーク商品等環境負荷の少ない商品を拡大している。

【取り組み事例】

社内使用消耗品のグリーン購入を積極的に推進し購入金額ベースで80%超を達成。

②省エネルギー製品・再生資源使用製品等の積極的調達

POP、チラシ、オフィス用品、レシート等において、再生商品の使用を積極的に使用している。

・その他の温暖化対策

①業務のペーパーレスの推進

企業間電子データ交換（EDI）の導入により、商取引（受発注）、物流（出荷、納品、検品）等において効率化を推進しているほか、電子書庫導入による紙資源の削減を図っている。

【取り組み事例】

- ・4千万ケース納品の場合、1ケース平均1.7枚の伝票が添付されており、6800万枚の伝票削減に。
- ・データ化による保存用レシートの廃止によりレシート用紙を約44%削減（2000年比）

②HFC等排出抑制取組の推進

HFC等の排出抑制のため、機器メーカー及び回収専門業者等と協力し、使用機器の点検整備時の漏えい防止対策の徹底を図っている。

また、HFC等冷媒使用機器の廃棄時の冷媒回収等の取組の徹底を図っている。

③店舗、オフィスからの産業廃棄物排出量の削減

産業廃棄物の分別排出の推進をはじめ、コンポスト化による生ごみ削減、段ボール箱の削減を図っている。

(7) 運輸部門への貢献

①店舗当たりの共同配送比率を目標年において向上させる

店舗取扱商品に応じて、従来より窓口問屋制方式、共同納入制方式、共同輸送方式を採用しており、今後もより効率的な物流手段の構築を行っている。

【取り組み事例①】

これらの共同配送についてはほぼ全企業で導入済。今後は②のようなより一層の効率配送に向けて取り組みを拡大する

【取り組み事例②】

ドライグロサリー部門の一括納品を推進し、納入業者（12社）の店舗への直接納品を2箇所の物流センターに集約。輸送量において39,000kmの削減。

②共同化による車両数削減等の効率化

センター経由化の推進による配送車両の集約化及び配送ルートの効率化を図っている。
また、店舗立地に合わせて物流拠点の分割・分散化による物流システムの効率化及び商品の混載化による効率的な物流を目指している。

【取り組み事例①】

新たな配送センターの整備や車両の大型化等による配送の効率化を実施

- ・トレーラーへの切り替えで積載効率アップ（4t車比2.8倍、10t車比1.3倍の積載量）
- ・全配送車両へのデジタルタコグラフ（走行距離・アイドリング状態を把握）導入を2年後に予定
- ・共同配送センターの設置及び低温物流の集約化により、配送車両数50%の削減（2000年度比）

【取り組み事例②】

商品混載運行により車両数削減、便数で25~30便/日の削減（全体の4~5%）

【取り組み事例③】

A社では従来メーカーごとに各店舗に配送していたパンを共同配送に変更することで1店舗平均4~7回あった納品を、鮮度を落とすことなく午前午後の一泊2便に集約可能となった。

③ハンガー納品システム等による流通経路の短縮や物流資材の使用量の削減

オリコン式通い箱の使用、ハンガー納品等により、段ボール箱の使用を削減しており、青果などでは通い箱のまま店頭で陳列するなど省資源に努めている。

【取り組み事例】

- ・リターナブルコンテナの活用で約2万トンの段ボール削減達成。
- ・青果部門に1300万ケースのコンテナを導入し、コンテナのまま陳列販売することで段ボールを16,700トンの削減

④アイドリングストップ運動の徹底

掲示板、ポスター等による周知徹底を実施しているほか、ドライバー携帯による「ドライバーズガイド」等に基づき、商品の積み込み、荷下ろし時に実施している。

お客様向け駐車場においても掲示等によりアイドリングストップを呼びかけている。

⑤業務用車両変更

低公害車（天然ガス自動車、ハイブリッドカー）導入の促進・ディーゼル車の削減と排気量の縮小

【取り組み事例①】

A社での天然ガス車累計42台導入

B社での社用車の全台ハイブリッド車への入れ替え実施

天然ガス車の主な特徴

◎CO₂ 排出量 65%低減

◎黒煙発生 100%低減

◎PM 発生 100%低減

※PMとは…粒子状物質のことで、大気汚染物質のひとつ。ディーゼル車から比較的多く排出されている。発がん性のある物質が含まれており、気管支ぜんそくや花粉症などとの関連性もあるとされている。

【取り組み事例②】

A社での物流部門軽油使用量 05目標：42.92ℓ（1000ケースあたり）

05実績：39.92ℓ（ " ）

【取り組み事例③】

低公害車導入台数 501,800台→509,000台へ増加（配送車両の年間延べ台数）

これに比較して

燃料使用量 11,600kl→11,300kl へ削減

Nox 排出量 212,000kg→207,400kg へ削減

Co₂ 排出量 30,600t→29,900t へ削減

※アイドリングストップの徹底や物流効率化チェックシートの導入などにより、効率化を実現

<その他>

(8) 取組等のPR

○温暖化防止対策の一環として「チームマイナス6%」に参画するとともに、クールビズの展開にも積極的な協力を行った。

○関係機関の協力依頼に基づく広報資材の掲出を店頭にて積極的に行い、消費者への情報発信を行っている。

自主行動計画参加企業リスト

	企業名	事業所名	業種分類
1	旭川電気軌道(株)	全店舗を対象	25
2	(株)アップルランド	全店舗を対象	25
3	(株)アブアブ赤札堂	全店舗を対象	25
4	アルビス(株)	全店舗を対象	25
5	イオン(株)	全店舗を対象	25
6	イズミヤ(株)	全店舗を対象	25
7	(株)イズミ	全店舗を対象	25
8	(株)伊徳	全店舗を対象	25
9	(株)イトーヨーカ堂	全店舗を対象	25
10	(株)いなげや	全店舗を対象	25
11	(株)エコス	全店舗を対象	25
12	(株)エス・エス・ブイ	全店舗を対象	25
13	(株)遠鉄ストア	全店舗を対象	25
14	小田急商事(株)	全店舗を対象	25
15	(株)オークワ	全店舗を対象	25
16	(株)カスミ	全店舗を対象	25
17	(株)かましん	全店舗を対象	25
18	(株)関西スーパーマーケット	全店舗を対象	25
19	(株)九九プラス	全店舗を対象	25
20	(株)キョーエイ	全店舗を対象	25
21	(株)近商ストア	全店舗を対象	25
22	(株)銀ビルストアー	全店舗を対象	25
23	(株)クイーンズ伊勢丹	全店舗を対象	25
24	(株)京王ストア	全店舗を対象	25
25	(株)京急ストア	全店舗を対象	25
26	(株)京成ストア	全店舗を対象	25
27	(株)京阪ザ・ストア	全店舗を対象	25
28	(株)ケーヨー	全店舗を対象	25
29	生活協同組合コープとうきょう	全店舗を対象	25
30	(株)札幌東急ストア	全店舗を対象	25
31	(株)サニー	全店舗を対象	25
32	サミット(株)	全店舗を対象	25
33	(株)スーパーアルプス	全店舗を対象	25
34	(株)西友	全店舗を対象	25
35	ゼビオ(株)	全店舗を対象	25
36	相鉄ローゼン(株)	全店舗を対象	25
37	(株)タイホー	全店舗を対象	25
38	(株)ダイエー	全店舗を対象	25
39	(株)大創産業	全店舗を対象	25
40	(株)大丸ピーコック	全店舗を対象	25

41	(株)タイヨー	全店舗を対象	25
42	(株)ツルヤ	全店舗を対象	25
43	(株)天満屋ストア	全店舗を対象	25
44	(株)東急ストア	全店舗を対象	25
45	(株)東武ストア	全店舗を対象	25
46	(株)東北西友	全店舗を対象	25
47	(株)とりせん	全店舗を対象	25
48	(株)トキハインダストリー	全店舗を対象	25
49	(株)トーホー	全店舗を対象	25
50	(株)長崎屋	全店舗を対象	25
51	(株)西鉄ストア	全店舗を対象	25
52	(株)ニトリ	全店舗を対象	25
53	(株)ハナマサ	全店舗を対象	25
54	(株)はやし	全店舗を対象	25
55	(株)阪急オアシス	全店舗を対象	25
56	(株)阪急ニッショースタア	全店舗を対象	25
57	(株)バロー	全店舗を対象	25
58	(株)福田屋百貨店	全店舗を対象	25
59	(株)フジ	全店舗を対象	25
60	(株)文化堂	全店舗を対象	25
61	(株)平和堂	全店舗を対象	25
62	(株)ベイシア	全店舗を対象	25
63	(株)ベルク	全店舗を対象	25
64	(株)ホクレン商事	全店舗を対象	25
65	ホームマック(株)	全店舗を対象	25
66	マックスバリュ中部(株)	全店舗を対象	25
67	マックスバリュ東海(株)	全店舗を対象	25
68	マックスバリュ西日本(株)	全店舗を対象	25
69	マックスバリュ北海道(株)	全店舗を対象	25
70	(株)松坂屋ストア	全店舗を対象	25
71	(株)マツモトキヨシ	全店舗を対象	25
72	(株)マツヤ	全店舗を対象	25
73	(株)丸井	全店舗を対象	25
74	(株)マルエツ	全店舗を対象	25
75	(株)丸久	全店舗を対象	25
76	協同組合丸合	全店舗を対象	25
77	(株)マルヤ	全店舗を対象	25
78	(株)ヤオコー	全店舗を対象	25
79	(株)ヤマナカ	全店舗を対象	25
80	ユニー(株)	全店舗を対象	25
81	(株)ユニバース	全店舗を対象	25
82	(株)ユーストア	全店舗を対象	25
83	(株)ヨークベニマル	全店舗を対象	25

84	(株)義津屋	全店舗を対象	25
85	(株)ライフコーポレーション	全店舗を対象	25

<業種分類－選択肢>

(1) パルプ	(2) 紙	(3) 板紙	(4) 石油化学製品
(5) アンモニア及びアンモニア誘導品	(6) ソーダ工業品	(7) 化学繊維	
(8) 石油製品（グリースを除く）	(9) セメント	(10) 板硝子	(11) 石灰
(12) ガラス製品	(13) 鉄鋼	(14) 銅	(15) 鉛
(17) アルミニウム	(18) アルミニウム二次地金	(19) 土木建設機械	(16) 亜鉛
(20) 金属工作機械及び金属加工機械	(21) 電子部品	(22) 電子管・半導体素子・集積回路	
(23) 電子計算機及び関連装置並びに電子応用装置を含む)	(24) 自動車及び部品（二輪自動車を含む）		
(25) その他			

自主行動計画の目標達成に向けた考え方

