

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 19 年 10 月 17 日
日本チェーンストア協会

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 18 年度）

- ・会員企業数 83 社
- ・売上高 14 兆 216 億円
- ・店舗数 8,786 店舗
- ・売り場面積 23,077,421 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

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) 2 参照）2006 年度フォローアップより目標を上方修正し取り組んでいる。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、悪化することも念頭に置いておく必要がある。従ってこれまでの取り組みの評価を踏まえ、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、エネルギー消費原単位を 0.116kwh/m²・h に改善することを目標としている。

従来目標（2003 年度策定）

エネルギー消費原単位 96 年数値（0.118 kwh/m²・h）維持

現行目標（2006 年度策定）

エネルギー消費原単位 0.116 kwh/m²・h に改善

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り組み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 216 億円	売上高比	10.3%
売場面積	1 億 4,419 万 m ²	売場面積	2,307 万 m ²	面積比	16.0%

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

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。

改善目標値については、「96年度数値を維持」を従来目標としてきたが、2006年度フォローアップ時に「エネルギー消費原単位を0.116kwh/m²・hに改善」と上方修正し、本年度も引き続き目標の達成に向けて取り組んでいる。

(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

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、照明機器の省エネタイプへの切り替えが進んでいる。また、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るが、店舗規模やコスト回収の面で導入が難しい事例もあることから、国の補助的施策についても期待をしたい。現在の主な導入事例は以下のとおりとなっている。

【取り組み事例】

- ・A社ではエスカレータの自動運転を実施。人感センサーを採用し、省電力を図る。
- ・B社ではオール電化店舗を実験的にスタート。店内には「氷蓄熱空調機器」「エコット」などを導入し、約1億円の投資。
- ・C社では全店で節水バルブを取り付け、水量の調節を実施。
- ・D社では空調機器のインバータ化などの省エネ機器の導入を実施（13店舗）投資額は約7,000万円。そのほか冷凍機器のインプレッサ制御など使用機器の効率化を進めている。
- ・E社の店舗（売場面積1,500m²）では冷凍冷蔵ショーケースの制御機器を導入し細やかな電力管理を行い、使用電力を削減。年間113,000kwhを削減。また、インバータ照明機器の採用により年間27,000kwhの削減。サイン看板についても光源を従来の蛍光灯からLEDに切り替え。年間2,400kwhの削減。
- ・F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。
- ・G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4,000キロワットの電力削減を見込んでいる。
- ・H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。

・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HP）：2007年9月現在

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)
株式会社とりせん/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(株)熱田ショッピングセンター/愛知県名古屋	・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
株式会社アップルランド/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
株式会社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
株式会社ダイエー新浦安店/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
株式会社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
株式会社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
株式会社ダイエー川口店/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
株式会社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
株式会社ダイエー大島店/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
株式会社ダイエー練馬店/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
株式会社ダイエー成増店/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
株式会社ダイエー市川店/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
株式会社ダイエー富田店/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
株式会社ダイエー東大和店/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
株式会社ダイエートパス藤沢店/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。

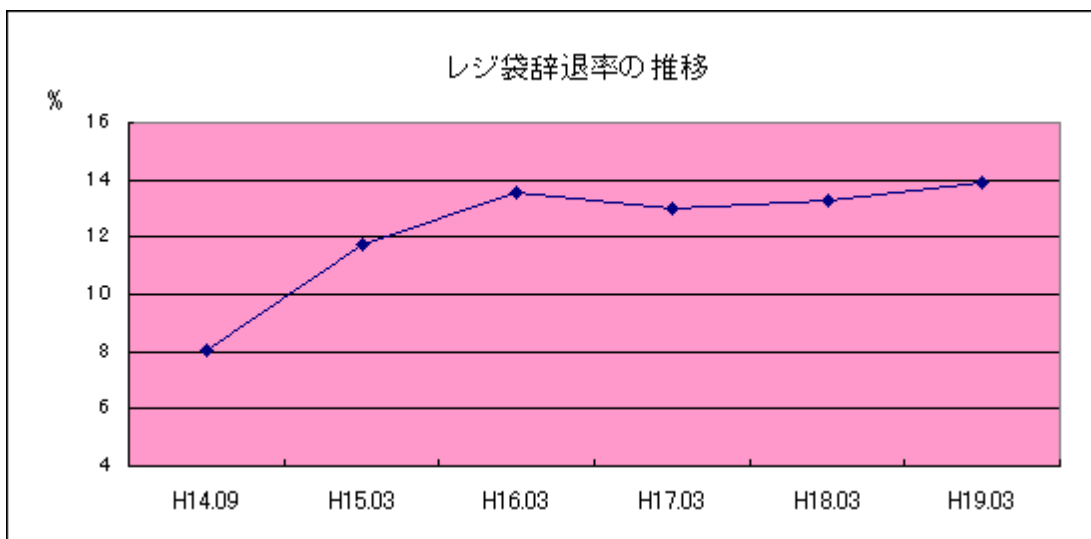
包装材の使用量削減の推進及び材質の改善

協会では昭和 47 年に「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に関する基準を定め、以来、会員各社において取り組みを推進してきたところである。また、平成 14 年 10 月からは、レジ袋の削減に重点をおいた「マイバッグ・マイバスケットキャンペーン」をスタートし、その削減に取り組んできたが、平成 19 年 6 月からは目標をさらに 10%高めた「マイバッグでお買い物～レジ袋、一緒に減らしましょう！」キャンペーンを立ち上げ、**2010年度末までに会員企業平均の「レジ袋辞退率 30%」達成に向けて努力する**という削減目標を定め、店頭でのレジ袋削減を呼びかけている。



お客様の協力を呼びかける啓発用ツール（左：レジ袋ご不要カード、中：店頭用ポスター、右：従業員向け啓発ポスター）

参考【レジ袋辞退率の推移】



H14.09 (調査開始時)	H15.03	H16.03	H17.03	H18.03	H19.03
8.03%	11.76%	13.58%	13.02%	13.3%	13.92%

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。

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。

地球温暖化対策に関する欧州視察の実施

京都議定書第一約束期間を間近に控えた今、チェーンストアとして温暖化対策にどのような取り組みを講じるべきか、欧州の小売業における効果的な事例にはどのようなものがあるのかを検証することを目的に、地球温暖化防止対策に関する欧州視察を実施した。

視察行程：7月1日～8日（7泊8日）

視察先：イギリス及びフランス

主な視察先：Tesco、Marks and Spencer（以上イギリス）

カルフルー、IEA、ADEME、JETRO パリセンター（以上フランス）

参加者：会員企業環境担当者

主な研究項目：欧州各国の温暖化対策に関する政策調査。

欧州小売業の温暖化に関する具体的な取り組み。

ライトダウンキャンペーンへの協力

6月22日～24日の「ブラックイルミネーション」に協力し、会員店舗に協力を求めるとともに、6月24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や協会共通の目標のあり方について検討し、省資源・省電力の両面からCO2排出削減に取り組む。

また、省エネシステムやカーボンオフセットなど先進的な取り組みについては随時勉強会や説明会を実施し、その導入の可能性について検討する。

(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 ²	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006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	15.830		
エネルギー消費原単位 [kwh/m²・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)	0.113 (0.96)	---	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	17.89		
電力原単位 [kg-CO ₂ /kwh] ([kg-C/kwh])		0.332 (0.0905)	0.335 (0.0914)	0.336 (0.0915)	0.360 (0.0982)	0.387 (0.1055)	0.374 (0.1020)	0.379 (0.1033)	0.368 (0.1004)	0.297 (0.0809)	0.297 (0.0809)
CO ₂ 排出原単位 [10 ⁸ kg-CO ₂ / 10 ¹⁰ m ² ・h]		3.801	4.013	3.990	3.907	4.327	4.332	4.320	4.158		
CO ₂ 排出量 [× 10 ⁸ kg-CO ₂] ([× 10 ⁸ kg-C])		33.76 (9.204)	39.56 (10.794)	35.28 (9.608)	43.45 (11.853)	52.83 (14.401)	58.23 (15.881)	69.32 (18.894)	65.83 (17.959)		
協会加盟店舗数 [店]	7,822	7,281	7,053	6,067	8,723	8,151	8,334	8,733	8,786		
平均延床面積 ¹ [m ²]		3,279	3,631	3,582	2,981	3,347	3,358	3,333	3,404		
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	14.5		

1 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

2 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。

(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2006年度からの主要な変更点及びその理由

特になし。

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、昨年度フォローアップより $0.116\text{kwh}/\text{m}^2 \cdot \text{h}$ に改善を目指すこととした。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、昨年度フォローアップにおいて目標の上方修正を行った。

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られる数値として、 $0.116\text{kwh}/\text{m}^2 \cdot \text{h}$ に改善することを目標として定め、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、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。2006年度では前年とほぼ同様となっており、新規設備の導入や効率的な店舗運営等の効果が定着してきたと考え

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)

要 因	年 度		年 度		年 度		年 度	
	2000	2001	2001	2002	2002	2003	2003	2004
事業者の省エネ努力分	-3.255	-35.575	14.335	19.649	-23.882	-5.826		
購入電力分原単位の改善分	1.115	27.177	34.706	-18.982	22.073	-19.899		
生産変動分	-40.695	90.118	44.694	53.397	112.682	-9.115		
合 計	-42.835	81.720	93.735	54.063	110.873	-34.839		

【評 価】

2006年度のCO₂排出量(65.83 10⁸kg-CO₂)は、2000年度(39.56 10⁸kg-CO₂)比で、約1.66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))

	2000	2001	2001	2002	2002	2003	2003	2004	2004	2005	2005	2006
CO ₂ 排出原単位の増減	-2,288.485	-8,319.621	42,027.027	527.930	-1,210.794	-16,140.474						
事業者の省エネ努力分	-3,481.187	-35,592.629	12,281.725	15,325.279	-16,190.899	-3,655.190						
購入電力分原単位変化	1,192.702	27,273.007	29,745.302	-14,797.349	14,980.105	-12,485.284						

【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

会員企業においては、オフィスなど業務部門においても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。協会でも共通の目標のあり方について検討を行う。各社の取り組みについては以下のとおり。

【取り組み事例】

- ・ A 社においてはグリーン購入の社内自主基準に基づき包装用品・事務用品などのグリーン調達を推進。社内グリーン調達基準適合率は99.4%を達成。
- ・ B 社においては、クールビズとエアコン温度管理の徹底、省エネルギーに関する社員教育の実施など、店頭以外での省エネルギーを積極推進。
- ・ C 社においては照明スイッチの細分化にて照明使用の削減実施、前年比で電力使用3%削減。

・商品調達段階における温暖化対策

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ほか、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。

また、食品リサイクルも積極的に推進しており、野菜くず・魚あら・廃油などを効果的にリサイクルし、堆肥・飼料などに活用している。食品リサイクル法ではリサイクル実施率の目標が20%と定められているが、協会調べの平均では33.8%を達成している。

【取り組み事例】

- ・A社においては、オリジナルブランドの農産物を中心にバイオマス包装材を採用。
- ・B社においては、食品リサイクル法における「再生利用事業計画認定制度」を活用し、店頭（残さ）リサイクル事業者（肥料） 地元農家（作物栽培） 店頭（販売）というループを構築。
- ・C社においては、廃油・肉脂・魚腸骨の100%リサイクルを達成し、生ゴミの低減・リサイクルへの取り組みを進めている（処理業者との連携）。

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ほか、環境配慮型商品の訴求も積極的に進めている。特に省エネ家電に関してはラベル表示と併せてお客様への訴求を積極的に行っている。また、東京都と連携し、蛍光灯型電球の普及促進にも努めている。

・その他の温暖化対策

排出権への貢献

会員企業の一部では有料レジ袋や環境配慮型商品の売上の一部をCO2排出権購入に充当し、国に寄付する取り組みを開始している。

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】

- ・A社においてはコンピューター用ストックフォーム用紙などの帳票類削減により前年度比で112万頁分の用紙削減を達成。

HFC等排出抑制取り組みの推進

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り組みの徹底を図っている。

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

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。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 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。

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。また、温室効果ガス排出の少ない輸送方法としてモーダルシフトも検討を進めており、一部企業では実験的な取り組みを行っている。

【取り組み事例】

- ・A 社では従来個別配送であった米の輸送をセンター経由化することで他の商品と混載とし、一日あたり 84 台あった米単独の配送車を全廃。
- ・B 社ではモーダルシフト実験を展開、一部商品の長距離輸送（北海道 関東）などについて輸送事業者と協力し鉄道コンテナを使用。トラックとの比較で CO2 排出量を 87%削減。

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。また積載効率に関しても取り組みを進めており、車両改善、積載方法の見直しなどを実施している。

【取り組み事例】

- ・C 社ではカゴ車への積み付け効率化を徹底し、積載率の向上を図り CO2 排出削減に努める。

2005 年度	1 カゴあたりのケース数	18.5 ケース
2006 年度	〃	18.7 ケース (0.2 ケース分の改善)
- ・D 社では 2 室式のトラックを導入し、保管温度の異なる商品が混載可能に。

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。

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

<その他>

(8) 取り組み等の P R

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

41	(株)タイヨー	全店舗を対象	2 5
42	(株)ツルヤ	全店舗を対象	2 5
43	(株)天満屋ストア	全店舗を対象	2 5
44	(株)東急ストア	全店舗を対象	2 5
45	(株)東武ストア	全店舗を対象	2 5
46	(株)東北西友	全店舗を対象	2 5
47	(株)とりせん	全店舗を対象	2 5
48	(株)トキハインダストリー	全店舗を対象	2 5
49	(株)トーホー	全店舗を対象	2 5
50	(株)長崎屋	全店舗を対象	2 5
51	(株)西鉄ストア	全店舗を対象	2 5
52	(株)ニトリ	全店舗を対象	2 5
53	(株)ハナマサ	全店舗を対象	2 5
54	(株)はやし	全店舗を対象	2 5
55	(株)阪急オアシス	全店舗を対象	2 5
56	(株)パロー	全店舗を対象	2 5
57	(株)福田屋百貨店	全店舗を対象	2 5
58	(株)フジ	全店舗を対象	2 5
59	(株)文化堂	全店舗を対象	2 5
60	(株)平和堂	全店舗を対象	2 5
61	(株)ベイシア	全店舗を対象	2 5
62	(株)ベルク	全店舗を対象	2 5
63	(株)ホクレン商事	全店舗を対象	2 5
64	ホームック(株)	全店舗を対象	2 5
65	マックスバリュ中部(株)	全店舗を対象	2 5
66	マックスバリュ東海(株)	全店舗を対象	2 5
67	マックスバリュ西日本(株)	全店舗を対象	2 5
68	マックスバリュ北海道(株)	全店舗を対象	2 5
69	(株)松坂屋ストア	全店舗を対象	2 5
70	(株)マツヤ	全店舗を対象	2 5
71	(株)丸井	全店舗を対象	2 5
72	(株)マルエツ	全店舗を対象	2 5
73	(株)丸久	全店舗を対象	2 5
74	協同組合丸合	全店舗を対象	2 5
75	(株)マルヤ	全店舗を対象	2 5
76	(株)ヤオコー	全店舗を対象	2 5
77	(株)ヤマナカ	全店舗を対象	2 5
78	ユニー(株)	全店舗を対象	2 5
79	(株)ユニバース	全店舗を対象	2 5
80	(株)ユーストア	全店舗を対象	2 5
81	(株)ヨークベニマル	全店舗を対象	2 5
82	(株)義津屋	全店舗を対象	2 5
83	(株)ライフコーポレーション	全店舗を対象	2 5

<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 | (16)亜鉛 |
| (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 | | |
| (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 | | |
| (25)その他 | | | | |