

# ペット小売業界における地球温暖化対策の取組 ～低炭素社会実行計画 2015年度実績報告～

平成29年3月

一般社団法人全国ペット協会

# 目次

1. ペット小売業の概要
2. ペット業界の現状
3. ペット小売業界の「低炭素社会実行計画」概要
4. 2015年度の取組実績
5. その他の取組

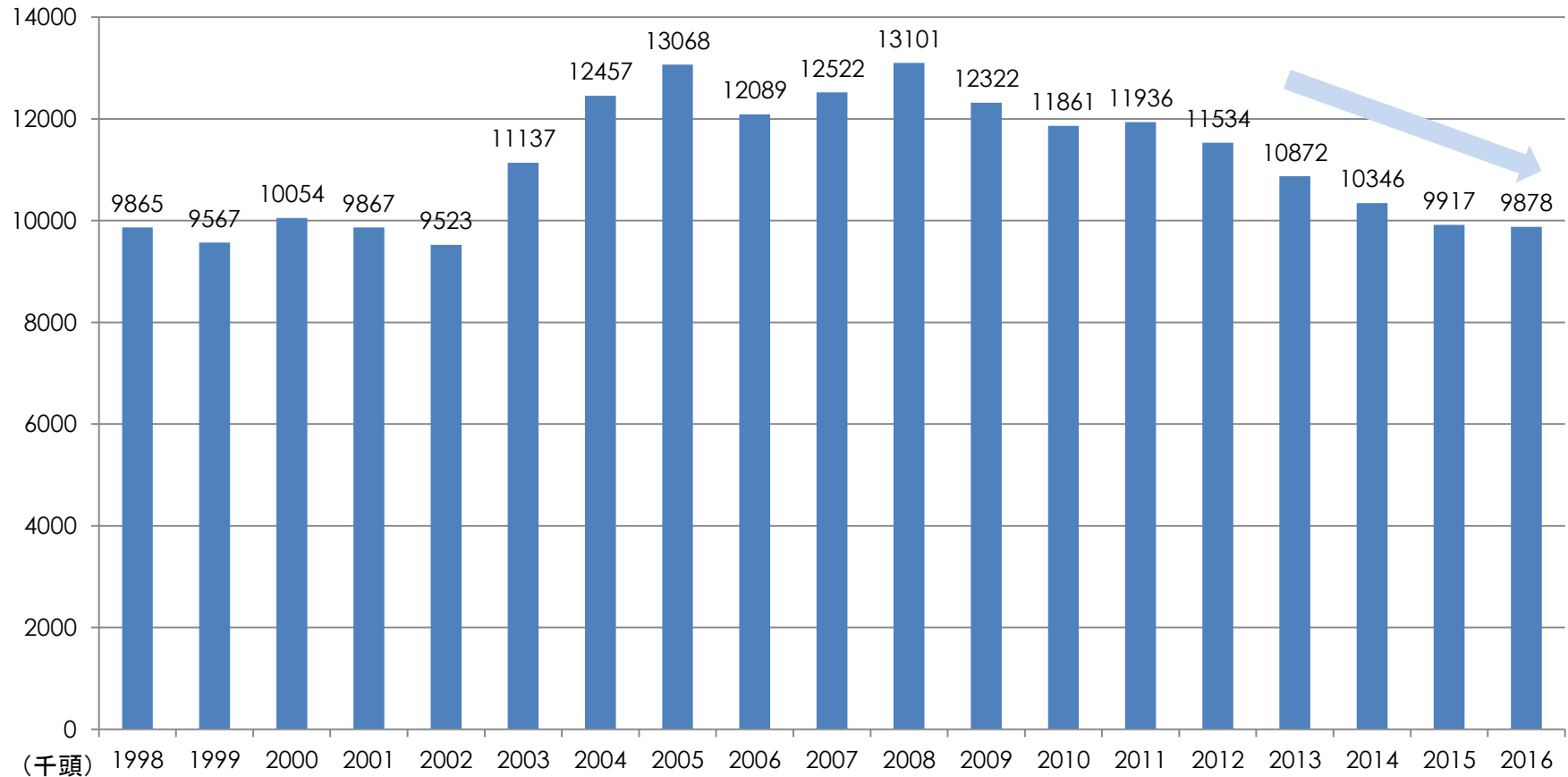
# 1. ペット小売業の概要

- ペット小売業
  - ペットやペット用品の販売業
- 業界の規模
  - 事業所数：20,944事業所（零細企業が大多数）
    - 動物愛護管理法にもとづく第一種動物取扱業の「販売業」登録数（H27.4.1）
  - 市場規模：約1,200億円
    - 観賞魚や昆虫なども含む動物全体の生体市場規模（H19、(株)野生社調べ）
- 「ペット小売業における低炭素社会実行計画」 参加企業
  - 16社 240事業所

## 2. ペット業界の現状

法規制などによりペット小売業者の数は減少傾向にある。  
ペット飼育頭数の減少に加え、さらなる法規制も見込まれており、厳しい市場環境にある。

犬の推定飼育頭数推移（一般社団法人ペットフード協会 調べ）



# 3. ペット小売業界の「低炭素社会実行計画」概要

- 目標指標：CO<sub>2</sub>排出量原単位

- 電気使用量から算定したCO<sub>2</sub>排出量を店舗床面積・営業時間で除して算定

- 2020年目標（2014年12月策定）

CO<sub>2</sub>排出量原単位を2012年度と比較し同水準以下とする

- 2030年目標（2015年7月策定）

CO<sub>2</sub>排出量原単位を2012年度と比較し同水準以下とする

- 目標策定の背景

- ペット小売業は零細な事業所がほとんど。実施可能な削減策には限りがある
- 自主行動計画の最終年（2012年）には、零細事業所でも可能な削減策を実施済み
- 以上から、2012年度の実績値と同水準以下を目指すことは、ペット小売業の最大限の努力を踏まえた結果と考えている

## 4. 2015年度の取組実績（1）

- 2015年度の実績値

- 生産活動量（万 $\text{m}^2 \cdot \text{万h}$ ）： 195（基準年度比 92%、2014年度比132%）
- $\text{CO}_2$ 排出量（万t- $\text{CO}_2$ ）： 0.558（基準年度比96%、2014年度比106%）
- $\text{CO}_2$ 原単位（万t- $\text{CO}_2/\text{万m}^2 \cdot \text{万h}$ ）：0.0029（基準年度比107%、2014年度比78%）

- 要因分析

- 毎年、当該計画への参加事業所数に変更があるため、生産活動量と $\text{CO}_2$ 総排出量に変化が生じている。
- 一方で $\text{CO}_2$ 原単位が基準年度費で増加しているのは、大型店の参加割合が増加していることなども影響している可能性があると考えている。

- 今後の課題

- 同計画に参加いただける事業所を、可能なかぎり増やしていくこと

### 事業所における取組事例

- 冷暖房の適正な温度設定
- エアコンフィルターのこまめな清掃
- 遮熱フィルムの導入
- 照明器具のLED化
- 省エネタイプのエアコンへの変更
- 店舗スタッフへの節電取組教育 など

## 5. その他取組（1）

- 情報発信の取り組み

- 加盟店に向けた情報発信（業者向け）

- 会報誌による情報発信

- 参加事業所からの情報発信（一般向け）

- 各事業所では「EcoShop」
- ステッカーを店頭に掲示





## 5. その他取組(2)

