

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 2016年度実績報告～

平成30年1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. 2016年度の取組実績
5. その他の取組

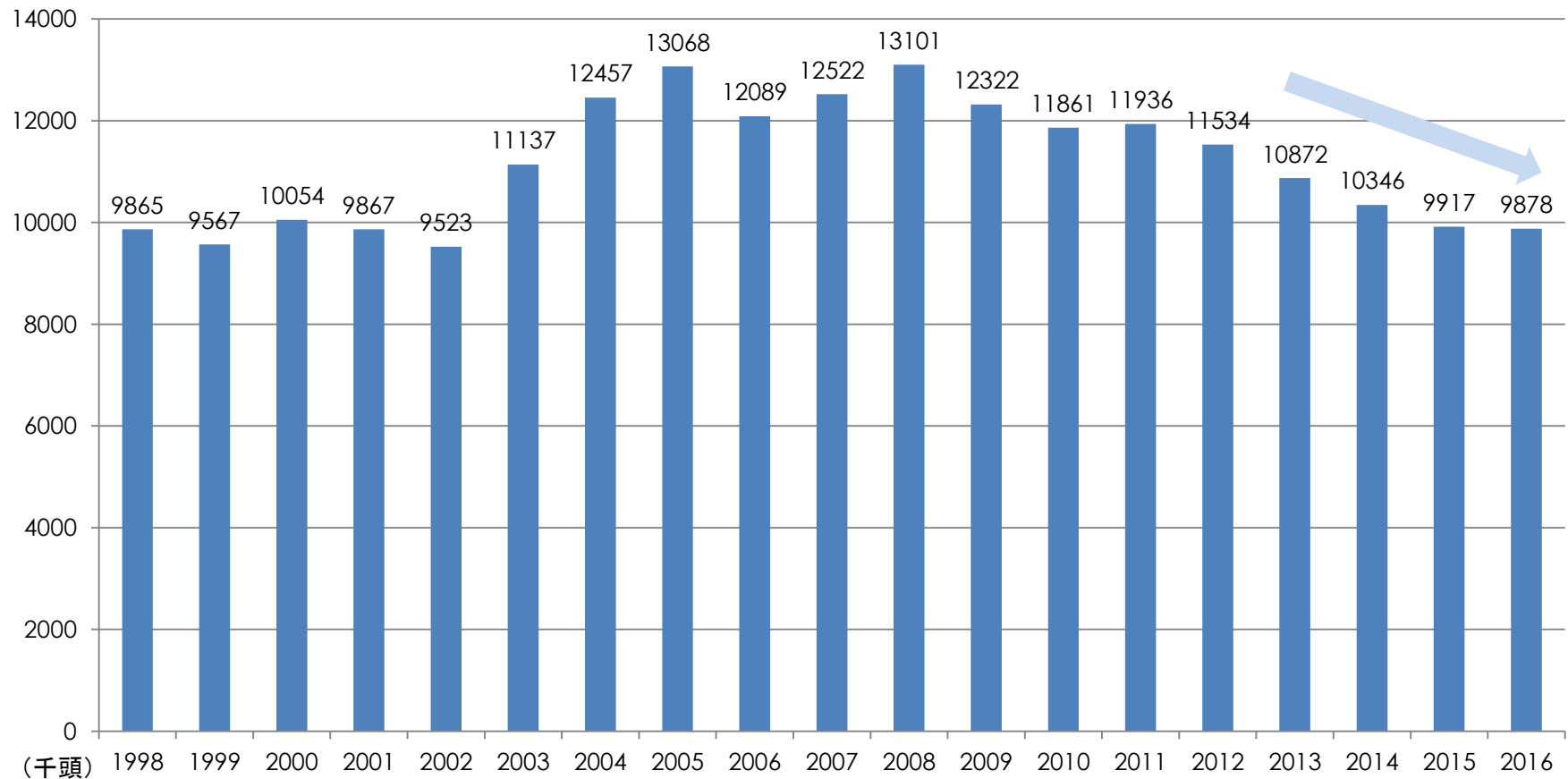
1. ペット小売業の概要

- 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：20,871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（H29.4.1）
 - 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 253事業所

2. ペット業界の現状（1）

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。

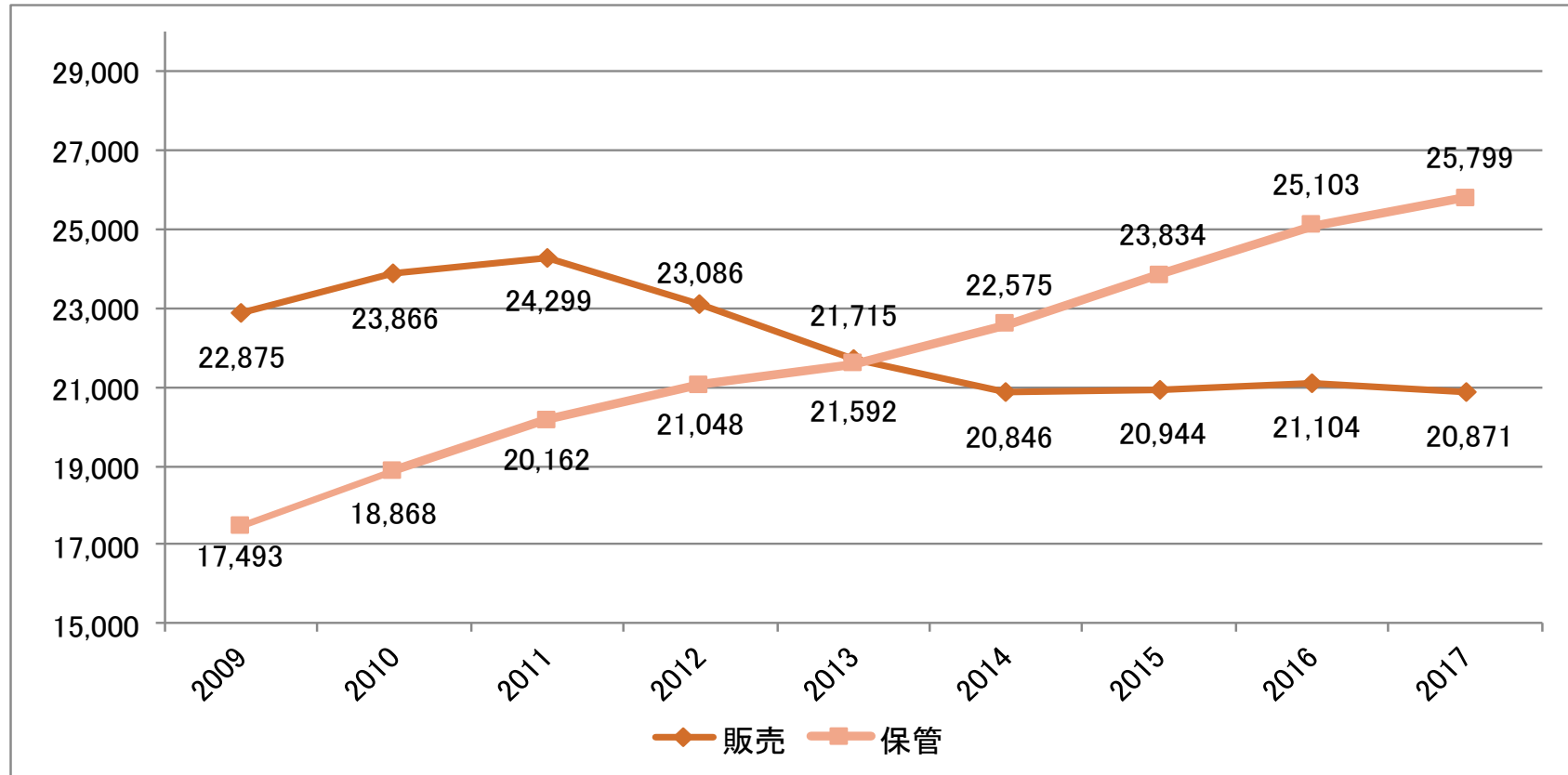
犬の推定飼育頭数推移（一般社団法人ペットフード協会 調べ）



2. ペット業界の現状（2）

第一種動物取扱業のうち、「販売業」は減少傾向にある

環境省 動物取扱業の登録状況



3. ペット小売業界の「低炭素社会実行計画」概要

- 目標指標：CO₂排出量原単位
 - 電気使用量から算定したCO₂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）
CO₂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）
CO₂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. 2016年度の取組実績（1）

- 2016年度の実績値

- 生産活動量（万 $\text{m}^2 \cdot \text{万h}$ ）： 232（基準年度比 9.43%、2015年度比18.97%）
- CO_2 排出量（万t- CO_2 ）： 0.520（基準年度比▲10.6%、2015年度比▲6.69%）
- CO_2 原単位（万t- $\text{CO}_2/\text{万m}^2 \cdot \text{万h}$ ）：0.00224（基準年度比▲18.3%、2015年度比▲21.6%）

- 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 CO_2 総排出量に変化が生じている。

- 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

4. 2016年度の取組実績（2）

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
- 電気器具のこまめなon/off
- 遮熱フィルムの導入
- 照明器具のLED化・照明本数の適正化
- 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
- 営業時間の短縮
- 電気使用量のモニターによるアラーム
- 電気使用量の全社共有化による競争原理の導入 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)

