

## 百貨店業における地球温暖化対策の取組

平成18年1月20日  
日本百貨店協会

### ・百貨店業の温暖化対策に関する取組みの概要

#### (1) 業界の概要 (2004年日本百貨店協会統計年報より)

業界団体の規模		自主行動計画参加規模	
団体加盟 企業数	97社	計画参加 企業数	97社
団体企業 売上規模	78,787億円	参加企業 売上規模	78,787億円

#### (2) 業界の自主行動計画における目標

##### 目標とカバー率

##### (目標)

店舗におけるエネルギー消費原単位(床面積・営業時間当たりのエネルギー消費量)を業界全体として、目標年(2008~2012年)において基準年(1990年)の水準に維持する。

店舗における商品の調達、配送における輸送効率を向上させる。(実施した対策は「(9) 運輸部門への貢献」に記載)

##### (カバー率)

協会加盟の企業及び店舗が自主行動計画フォローアップに参画。

##### 上記指標採用の理由とその妥当性

百貨店業では集客力の向上のため床面積を増加することもあり、業界全体のエネルギー消費量を制限するのではなく、生産量当たりのエネルギー消費量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にした。したがって、百貨店業では、床面積×営業時間当たりのエネルギー消費量を基準年の水準に維持することを目標とする。

#### (3) 目標を達成するために2004年度に実施した対策と省エネ効果

##### 環境委員会の開催

当協会において自主行動計画の実行を推進するため「環境委員会」を開催した。

##### 平成17年3月3日(木)開催の委員会内容

(株)住環境計画研究所 所長 中上 英俊氏をお招きし、「これからの地球温暖化対策～京都議定書の目標達成に向けて～」についてご講話いただいた。また、委員各社における環境対策についての事例紹介・情報交流を行った。

##### 平成17年9月30日(金)開催の委員会内容

経済産業省産業技術環境局リサイクル推進課 大川龍郎課長補佐をお招きし、「同省産業構造審議会容器包装ワーキンググループにおける容り法見直しの審議状況」について解説を受け懇談した。

また、環境省地球環境局国民生活対策室 土居健太郎室長をお招きし、「地球温暖化防止に向けた国民運動～チームマイナス6%の活動状況とクールビズキャンペーンの評価、ウォームビズへの取組み計画等～」について解説を受け懇談し、当協会において従来より取組

んできた、適正包装への呼びかけ用の統一ポスターを一新し、新キャッチフレーズも『スマート・ラッピング』とし、17年歳暮期より積極的に展開することとなった。

#### 百貨店店舗におけるエネルギー使用量実態調査の実施

本調査は、会員百貨店の各店舗におけるエネルギー消費量の抑制を推進するため、1997年度分から開始し、今回で7回目となる。

今回も例年どおりの「百貨店業界のエネルギー消費状況」、「一店舗当たりエネルギー使用量」、「各店における省エネ対策の取組み状況」について、用途別・熱源別や地区別等の内訳を明らかにし、各社の省エネルギー対策に参考となるような分析を行った。

#### 百貨店の省エネルギー研究セミナーの開催

環境委員会の主催で毎年実施している「百貨店の省エネルギー研究セミナー」を、今年度も実施した。

今回は、京都議定書が発効されたタイミングを捉え、百貨店業界における温暖化対策（省エネルギー対策）についての認識を再確認するための講習をはじめ、会員百貨店における具体的な省エネ活動に関する事例研究等を行った。内容は以下のとおり。

#### 【百貨店の省エネルギー研究セミナー】

）開催日時 平成17年6月24日（金）13：30～17：00

）プログラム

問題提起「CSRの観点から地球温暖化防止問題を考える」

日本百貨店協会 専務理事 平出 昭二

講演 「京都議定書の目標達成に向けた取組み」

経済産業省 産業技術環境局 環境経済室長 岸本 吉生氏

講演 「百貨店の地球温暖化対策の推進（提言）」

～百貨店のエネルギー使用量実態調査結果を検証する～

（株）住環境計画研究所 所長 中上 英俊氏

事例研究

「丸榮におけるファシリティマネジメントと省エネルギーについて」

「西武百貨店における京都メカニズム活用に向けた

環境省温室効果ガス排出量取引試行事業について」

）参加者 全国会員店実務担当責任者 90名

#### 【百貨店省エネ技術研究会】

（東京都地球温暖化対策推進ネットワークとの共催）

）開催日時 平成17年10月26日（水）14：00～17：00

）プログラム

基調講演「百貨店における環境への取組みについて」

日本百貨店協会 環境委員会委員長 喜連 元昭（三越 取締役専務執行役員）

講演 「百貨店におけるエネルギー消費の動向と具体的な省エネルギー」

財団法人省エネルギーセンター

事例研究 「松坂屋の環境活動」

事例研究 「伊勢丹のESCO事業への取組みについて」

事例研究 「新菱冷熱工業（株）の商業ビル（百貨店）における効果的な空調省エネ手法」

講演 「東京都地球温暖化対策計画書制度の評価の着眼点」

東京都環境局都市地球環境部環境配慮事業課課長 山本明 氏

）参加者 全国会員店実務担当責任者 70名

#### チーム・マイナス6%への取組み

当協会では、これまでの『百貨店の環境保全自主行動計画』に基づいた、温室効果ガス削減に向けた活動を踏まえ、さらにCSRの観点から、「チーム・マイナス6%」にも積極的に参加することとした。

#### 日本百貨店協会、96社274店舗が「チーム・マイナス6%」に参画決定

日本百貨店協会に加盟する、沖縄から北海道までの百貨店96社・274店舗が「チーム・マイナス6%」の会員になることが決定しました。これにより各店舗で、オフィスの新しいスタイル「クールビズ」などの売り場やコーナーが展開されるほか、販売員が「クールビズ」スタイルで接客するなどの取組みが予定されています。

チーム・マイナス6%のホームページより。

#### ）小池百合子環境大臣と繊維流通業界との懇談会を開催

去る5月27日、環境省の小池百合子大臣と繊維流通業界との懇談会が開催され、当協会の中村胤夫会長、繊維産業連盟の前田勝之助会長（東レ会長）、日本アパレル産業協会の中瀬雅通会長（三陽商会会長）等が出席し、各業界の環境問題に対する取組みについて懇談した。小池大臣より、地球温暖化防止国民運動「チーム・マイナス6%」や「クールビズ」キャンペーンの普及拡大への協力要請があった。

中村協会長から、これまでの百貨店業界の環境保全の取組みと紳士服売場でのクールビズキャンペーンの状況について報告した。

#### ）『クールビズ・コレクション』ファッションショーへの参加

世界環境デーの6月5日、環境万博「愛・地球博」EXPOドームにて“夏のオフィスの冷房設定を28に保つため”に、格好よく、効率的に働くことができる夏のオフィスウェア「COOL BIZ」の普及を目指し、ファッションショー『COOL BIZ Collection - 新・夏の常識 -』が開催され、当協会の中村会長が財界人モデルとして出演した。

- 5月18日 「クールビズ」キャンペーンについて会員各社へ協力要請（一斉通知）
- 5月20日 「チーム・マイナス6%」について会員各社へ協力要請（一斉通知）
- 5月24日 関東百貨店協会紳士服部会（クールビズ検討会）開催
- 5月27日 小池百合子環境省大臣と繊維流通業界との懇談会を開催
- 5月31日 「クールビズ」への対応について（着こなし事例集）会員各社へ送付
- 6月5日 『クールビズ・コレクション』ファッションショーに中村会長出演
- 7月12日 「地球温暖化対策に係る国民運動の運営会議」にて活動報告
- 8月11日 冬の省エネルギーキャンペーンへの取組み準備会 開催
- 8月30日 「今冬環境対応ファッション（ウォームビズ）」と06年の「クールビズ」展開計画」についてセミナー開催
- 11月14日 「ウォームビズ取組ポイント」並びに「冬季省エネルギー対策」（省エネルギー・省資源対策推進会議省庁連絡会議）について会員各社へ協力要請（一斉通知）

#### 『ブラックイルミネーション2005』へ参加

6月18・19・21日の3日間、環境省主催の「CO2削減・ライトダウンキャンペーン」が実施され、特に「夏至の日」の直前の19日（日曜日）は、午後8時から10時までの2時間、

地球温暖化防止に向けたライフスタイルの転換に対する気付きを伝える『消灯＝スイッチ・オフ』を求める『ブラックイルミネーション2005』へ協力し、全国の124店舗で電気を消すことを呼びかけた。

(4) 今後実施予定の対策

環境委員会の開催

百貨店店舗におけるエネルギー使用量実態調査の実施

百貨店の省エネルギー研究セミナーの開催

引き続き『チーム・マイナス6%』への取組み

(5) エネルギー消費量・原単位、二酸化炭素排出量・原単位の実績及び見通し

	90年度	97年度	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	10年度 目標値
生産量(×10 <sup>10</sup> m <sup>2</sup> ・h)	2.114	3.643	3.955	4.310	4.166	4.328	4.042	4.262	3.987	
エネルギー消費原単位 (kWh/m <sup>2</sup> ・h)	0.144 (1.00)	0.132 (0.92)	0.135 (0.94)	0.137 (0.95)	0.135 (0.94)	0.134 (0.93)	0.132 (0.92)	0.140 (0.97)	0.139 (0.97)	0.144 (1.00)
エネルギー消費量 (×10 <sup>9</sup> kWh)	3.044	4.812	5.293	5.757	5.611	5.780	5.330	5.975	5.552	
電力原単位										
(Kg-CO <sub>2</sub> /kWh)	0.334	0.284	0.277	0.286	0.291	0.288	0.300	0.318	0.314	
(Kg-C/kWh)	0.091	0.077	0.075	0.078	0.079	0.079	0.082	0.087	0.086	
CO <sub>2</sub> 排出原単位 (10 <sup>8</sup> Kg-CO <sub>2</sub> /10 <sup>10</sup> m <sup>2</sup> ・h)	4.813	3.745	3.705	3.827	3.913	3.850	3.953	4.458	4.375	
CO <sub>2</sub> 排出量										
(×10 <sup>8</sup> kg-CO <sub>2</sub> )	10.175	13.642	14.653	16.492	16.303	16.663	15.977	18.999	17.444	
(×10 <sup>8</sup> kg-C)	2.622	3.721	3.996	4.498	4.446	4.544	4.357	5.182	4.757	
協会加盟店舗数(店)	260	294	303	311	308	297	292	288	285	
平均延床面積(m <sup>2</sup> /店)	28,398	39,485	40,215	41,242	42,207	43,212	41,775	42,228	40,484	
平均営業時間(h/日)	7.8	8.6	8.8	9.0	9.2	9.8	9.5	9.5	9.6	

(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2002年度からの主要な変更点及びその理由(バウンダリー調整など)

該当なし。

(7) 温室効果ガス排出量の公表に向けた取組み

企業名	温室効果ガス (t-CO <sub>2</sub> 換算)
(株)三越	134,503 t-CO <sub>2</sub>
(株)伊勢丹	123,261 t-CO <sub>2</sub>
(株)高島屋	154,584 t-CO <sub>2</sub>

『事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン』に基づき各社で算出

**重点的にフォローアップする項目**

【目標に関する事項】

(1) 自主行動計画の達成状況(エネルギー消費原単位の推移)

エネルギー消費原単位は、基準年度の1990年度に対し97%と、自主行動計画の目標をクリアしている。

(2) 目標変更の妥当性

該当なし。

【業種の努力評価に関する事項】

(3) エネルギー原単位の変化

エネルギー消費原単位は、1999年度をピークに2000年度以降減少傾向にあったが、2003年度に前年度比6%の増加となったものの、2004年度は1%減少しやや回復した。

(4) 国際比較

比較可能なデータが存在しない。

【排出量算定に関する事項】

(5) 排出量算定方法及び要因分析

2004年度の1990年度(基準年度)比、二酸化炭素排出量の増減に関する評価

2004年度のCO<sub>2</sub>排出量は、1990年度比で約1.8倍に増加しているが、営業時間の延長(対90年度比:約1.2倍)や、床面積の増加(対90年度比:約1.4倍)による生産量の増加が主な要因であると思われる。

	千t-CO <sub>2</sub>	対90年度(%)
CO <sub>2</sub> 排出量(1990年度)	1,017.5	100.0
CO <sub>2</sub> 排出量(2004年度)	1,744.4	171.4
CO <sub>2</sub> 排出量の増減	726.9	71.4
事業者の省エネ努力分	46.7	4.6
購入電力分原単位の改善分	86.6	8.5
生産変動分	860.2	84.5

1997年度から2004年度までの各年度の二酸化炭素排出量の増減に関する評価  
百貨店業界の二酸化炭素排出量は、1990年度から、1999年度にかけて増加傾向にあり、2000年度以降、減少ないし横這い傾向で推移してきたが、2003年度は、前年度に対し総エネルギー消費量が12%、二酸化炭素排出量は19%増加した。

2004年度は、前年度に対し総エネルギー消費量が5%、二酸化炭素排出量は8%とともに減少した。生産量の減少が一番大きな要因であり、次いで業者の省エネ努力、購入原単位の改善となっている。なお、電力原単位は、前年に比べ改善しているものの、02年度の原子力発電所停止の影響を引き続き受けており、01年度以前の水準よりも高くなっている。消費エネルギーの内訳をみると、電力に比べて石油系燃料（A重油、灯油、LPガス）の減少率が高く、これにより、電力原単位が改善し、二酸化炭素排出量の減少に影響を与えているものと推察する。

【二酸化炭素排出量の増減量】

単位：千t-CO<sub>2</sub>

要因	98 99	99 00	00 01	01 02	02 03	03 04
事業者の省エネ努力分	-3.0(-0.2%)	13.6( 0.8%)	-14.0(-0.9%)	-20.7(-1.2%)	106.8( 6.7%)	-12.3(-0.6%)
購入電力分原単位の改善分	53.2( 3.6%)	23.2( 1.4%)	-12.9(-0.8%)	63.7( 3.8%)	102.9( 6.4%)	-21.8(-1.1%)
生産変動分	133.7( 9.1%)	-55.7(-3.4%)	62.9( 3.9%)	-111.6(-6.7%)	92.5( 5.8%)	-121.5(-6.4%)
合計	183.9(12.6%)	-18.9(-1.1%)	36.0( 2.2%)	-68.6(-4.1%)	302.2(18.9%)	-155.5(-8.2%)

使用エネルギーを全て、「購入電力」と仮定して算出

(6) CO<sub>2</sub>排出原単位の変化

エネルギー消費の大部分を電力が占めているため、2002、2003年度は、電力原単位の悪化に伴いCO<sub>2</sub>排出原単位は悪化する一方、2004年度は、事業者の省エネ努力及び前年に比べて改善した電力原単位の影響により、CO<sub>2</sub>排出原単位は改善している。

【CO<sub>2</sub>排出原単位の増減量】

\* 単位：万t-CO<sub>2</sub>/10<sup>10</sup>m<sup>2</sup>・h

	01 02	02 03	03 04	90 04
CO <sub>2</sub> 排出原単位(*)の増減	1.03( 2.7%)	5.05(12.8%)	-0.83(-1.9%)	-4.38(-9.1%)
事業者の省エネ努力分	-0.50(-1.3%)	2.57( 6.5%)	-0.30(-0.7%)	-1.54(-3.2%)
購入電力分原単位変化	1.59( 4.1%)	2.45( 6.2%)	-0.56(-1.3%)	-2.83(-5.9%)

使用エネルギーを全て、「購入電力」と仮定して算出

【民生・運輸部門への貢献】

(7) オフィスビル（本社等）の省エネ特になし。

(8) 民生部門への貢献特になし。

(9) 運輸部門への貢献（物流合理化による排出CO<sub>2</sub>削減）

当協会が進める物流効率化（調達物流の改革事業）への取組みとしては、『百貨店統一ハンガ

一、『百貨店統一オリコン』の導入推進及び食品を中心とした、百貨店への納品車両削減問題への着手が挙げられる。

#### 百貨店統一ハンガーの状況

環境保全のため廃棄ハンガーを減少させ再利用を促進し、さらに、物流効率化を推進する『百貨店統一ハンガー』については、百貨店業界とアパレル業界のコラボレーション事業として最初に取り組んだ仕組みであり、各業界の協力体制のもと普及が拡大し、平成14年には、年間出荷量2,000万本を超えたが、その後、アパレルメーカーの衣料品生産量の減少により出荷量が減少し、17年においては、年間1,700万本の出荷本数と見込みである。ただし、総出荷本数（初回出荷からの累計）は、13,400万本（平成17年11月時点）となった。

#### 百貨店統一オリコンの取組み

平成13年より導入を進めてきた百貨店統一オリコンは、日本アパレル産業協会が『百貨店統一オリコン提案書』を取りまとめるなど、積極的な拡大策を推進し、百貨店・アパレル両業界が協力した取組みを続けている。

#### 納品車両削減問題への取組み

東京地区百貨店では、納品物流の効率化に加え、CO<sub>2</sub>排出削減等の環境問題や渋滞・違法駐車解消等の交通問題の観点から、共同納品（納品代行制度）の促進による納品車両の削減に取り組んできた。

東京都では、こうした百貨店の自主的な取組みを支援・拡大するため、この施策を都の環境政策課題と位置づけ、学識経験者、百貨店、物流業者、警視庁、都関係局等で構成する「効率的な物流の実現に向けた研究会（座長：高橋洋二東京海洋大学教授）」を設置し、百貨店や大型商業ビル、商店街等への納品物流効率化について検討し、本年7月、『効率的な物流の実現に向けた方策に関する調査報告書』を取りまとめた。

同報告書において、東京の大気環境と自動車交通の改善を目的に、業務車両、特に百貨店の納品車両の削減を図るための具体的な方策について、三越本店、高島屋柏店、大丸東京店の事例をもとに、食料品納品物流の効率化策が主題となっており、事例の中には、納品車両台数の半減やリードタイムの6時間削減という効果も見られた。

また、事例協力3店における食料品に関連する物流車両総数について、ヒアリングを行い、それをもとに都内の全百貨店が取り組んだ場合の効果推計値（削減走行台キロ：52,224台キロ/日）が記載されている。

なお、この納品車両削減問題への取組みが評価され、関東百貨店協会が、平成17年度東京都環境賞・知事賞を受賞した。

今後当協会では、この報告書をベースに『百貨店における納品物流の効率化に関するマニュアル（仮称）』作成に取り組むこととしている。

#### 【リサイクルに関する事項】

(10) リサイクルによるCO<sub>2</sub>排出量増加状況  
調査なし。

#### 【対外PR】

(11) 取組み等のPR

従来より全国会員百貨店に掲出している「eco包装推進中ポスター」に、本年度中元期には、『地球温暖化防止への心づかい』のキャッチコピーを追加し、来店客へのPRを推進した。

なお、歳暮期からは、前記のとおり、統一ポスター・キャッチフレーズを『スマート・ラッピング』に変更した。



( 1 2 ) その他

電子タグシステム実証実験事業

当協会及び日本アパレル産業協会では、経済産業省より「エネルギー使用合理化電子タグシステム開発調査事業」の委託を受け、両業界における実際の業務において、電子タグを長時間利用する実証実験を行った。

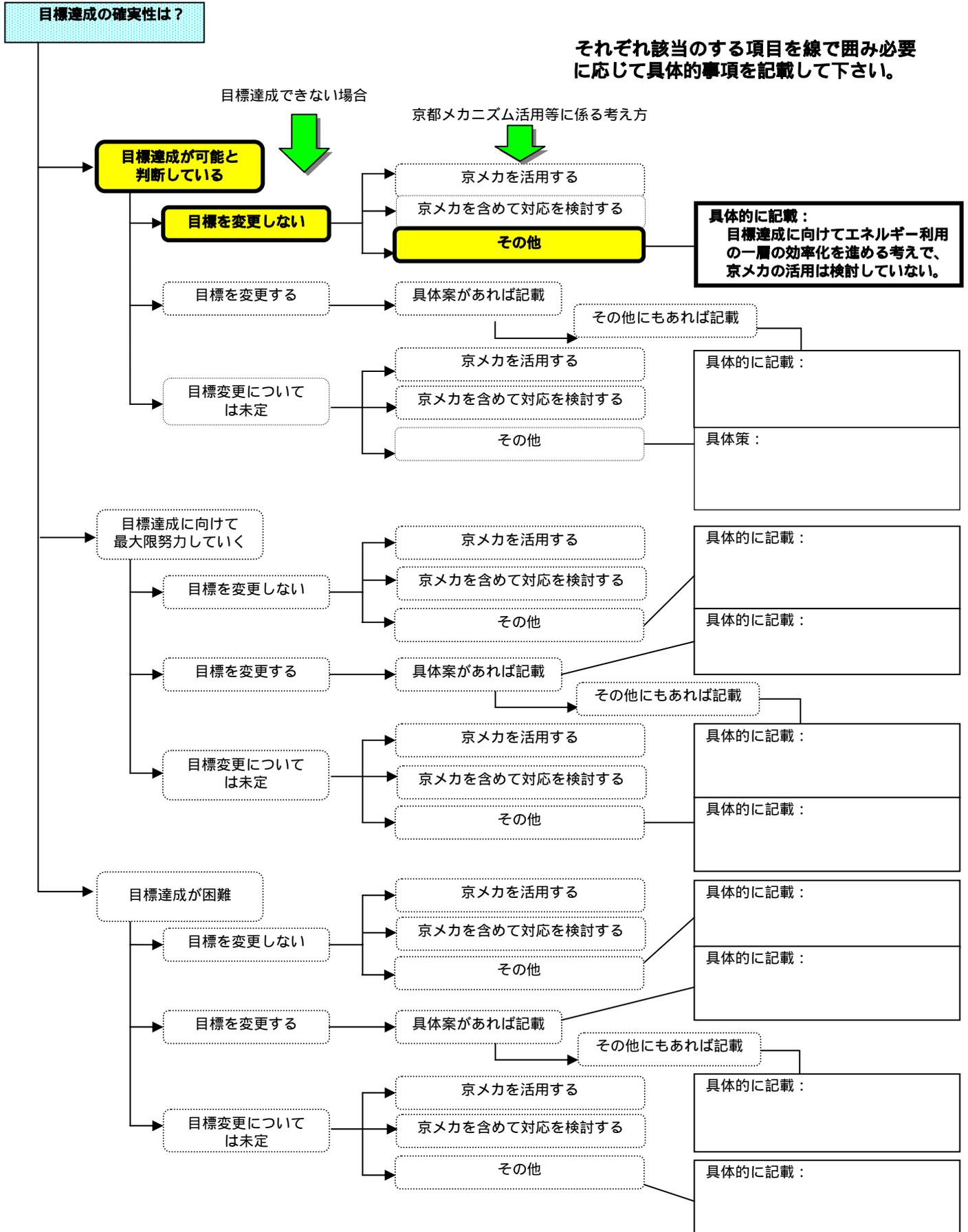
本事業では、業界の業務ニーズ、現場環境に則した業界標準となる電子タグ活用システムの標準仕様、業務プロセス等の構築を目指し、これにより、電子タグを活用した業界全体の業務プロセスの改革等を促進し、ユーザー企業の競争力強化や消費者利益の向上を実現し、わが国経済の持続的活性化に資するとともに、企業におけるエネルギー使用の合理化促進を目的とした。

当協会における実証実験は、靴卸業界と連携し、卸段階での入荷、棚調べ、出荷及び百貨店婦人靴売場での入荷、棚調べ、接客等の婦人靴物流における業務を対象とした。

その結果、婦人靴及びアパレル商品の製造及び物流に要するエネルギー消費量が平成15年度の水準で将来も一定で推移すると仮定すると、電子タグ普及率が50%の場合に約17,300キログラム、電子タグ普及率が100%の場合に約34,600キログラムの原油の消費が削減されるとの推計値が得られた。

以 上

# 自主行動計画の目標達成に向けた考え方





## 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1月20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16年度）

- ・ 会員企業数 95 社
- ・ 売上高 14 兆 1,612 億円
- ・ 店舗数 8,334 店舗
- ・ 売り場面積 21,527,589 m<sup>2</sup>

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、目標年（2008年から2010年まで）において、業界として1996年の水準を維持する（（5）  
3参照）

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店舗に提供、普及を図る。

代替フロン等において、業界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、代替フロン等の排出抑制のための取組を推進する。

##### 【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	14兆1,612億円	売上高比	10.6%
売場面積	1億4,419万m <sup>2</sup>	売場面積	2,153万m <sup>2</sup>	面積比	14.3%

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があり、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のではなく、生産量当たりのエネルギー消費量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。したがって、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の水準に維持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)

目標を達成するための対策	実施している対策
<p>会員店舗におけるエネルギー使用量調査の実施</p> <p><b>1. 商品調達段階における温暖化対策</b></p> <p>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</p> <p>省エネルギー製品・再生資源使用製品等の積極的調達</p> <p><b>2. 販売段階における温暖化対策</b></p> <p>省エネルギー型の店舗づくり</p> <p>中水の利用等、総合的エネルギー向上システムの導入</p> <p><b>3. 物流段階における温暖化対策</b></p> <p>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</p> <p>商品流通管理システムの改善による車両数と配送効率の向上</p>	<p>積極的に再生商品の販売を推進 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。</p> <p>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。</p> <p>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、コージェネレーション（自家発電による複数エネルギーの生産）、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）への移行も積極的に取り組んでいる。 また、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を図っている。</p> <p>トイレの洗浄水、散水用に導入。</p> <p>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目指す。</p> <p>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。</p>

目標を達成するための対策	実施している対策
<p>共同化による車両数削減</p> <p>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</p> <p>アイドリングストップ運動の徹底</p> <p>業務用車輛変更</p>	<p>上記と同様に窓口問屋制方式、共同納入制方式による物流センター納入、共同輸送方式による店舗直納等により、それぞれ削減に努めている。</p> <p>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陳列するなど省資源に努めている</p> <p>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。</p> <p>お客様向け駐車場においても掲示等により愛想リングストップを呼びかけている。</p> <p>低公害車（天然ガス自動車、ハイブリッドカー）導入の促進・社用車のディーゼル車の削減と排気量の縮小</p>
<p><b>4. その他の温暖化対策</b></p>	
<p>業務のペーパーレスの推進</p> <p>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</p> <p>HFC等排出抑制取組の推進</p> <p>店舗、オフィスからの産業廃棄物排出量の削減</p>	<p>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。</p> <p>協会でパンフレット、パネルを作成し、環境展及び地方自治体等の展示会で掲示し、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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>産業廃棄物の分別収集の推進をはじめ、生ゴミの削減やコンポスト化、段ボール箱の削減を図っている。</p>
<p>日本チェーンストア協会の取り組み・働きかけ</p> <p>包装材の使用量削減の推進及び材質の改善</p>	<p>包装適正化推進要綱を定め、個別売り、計り売りを始めとする簡易包装を推進している。</p> <p>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。</p>

目標を達成するための対策	実施している対策
容器包装リサイクル法の誠実な遵守	<p>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り、今後も更なる使用削減運動を推進することとしている。</p> <p>容器包装リサイクル法に基づき、会員企業が（社）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、協会としても資料提供等の啓発活動を行っている。</p> <p>その他、協会内の環境ワーキンググループ等においても、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。</p>

(4) 各社取り組みの投資額・効果

対策内容	実施実績	投資額
<b>商品調達段階における対策</b>		
社内使用消耗品のグリーン購入を積極的に推進	金額ベース：80%超	-
通い箱納品を推進	納品数：271万ケース 使用率：前年比109.1%	-
段ボール削減の取り組み 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削減	16,700トン削減	-
<b>販売段階における対策</b>		
冷凍機器へのインバーター制御システム導入	CO <sub>2</sub> 排出量25%削減	-
ESCO事業契約による、省エネ対策を実施。 ・系統別電力使用状況のモニタリングシステムをベースにした冷凍機対策 ・運用改善による省エネ推進	CO <sub>2</sub> 排出量620t削減	7,700万円
<b>物流段階における対策</b>		
商品混載運行により車輛数削減	削減量：25～30便/日 (全体の4～5%削減)	-
店舗への納品車輛にデジタルタコメーターを導入し、走行スピード・回転数を制限	燃料消費量： 導入前比較17.6%減	-
ドライグロサリー部門の一括納品を推進 ・納入業者(12社)の店舗への直接納品から2箇所の物流センターに集約	削減輸送量：39,000km	-
センターにて各店舗の売場別に予め仕分・梱包を行ない、一括配送することにより、衣料品・住関連品部門での物流を効率化	CO <sub>2</sub> 排出量は2.1%減	-
共同配送センター及び低温物流を集約化	配送車輛数：50%減 (2000年度比)	-
<b>その他</b>		
店舗ごとに毎月報告される環境負荷(ごみ排出など)や環境貢献(店頭での環境教育など)を数値化し、トータルポイントとして店舗ごとに税徴収する企業内環境税「ECO TAX」の導入に向けて試験運用中。	店舗従業員の温暖化意識の向上	-

それぞれの削減数値は企業ごとの数値

(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 <sup>3</sup>	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2010年度	
								見通し	目標
生産量 [×10 <sup>10</sup> m <sup>2</sup> ・h]		8.840	9.859	8.842	11.122	12.208	13.441		
エネルギー消費原単位 [kwh/m <sup>2</sup> ・h]	0.118	0.115	0.120	0.119	0.109	0.112	0.116	0.118	0.118
エネルギー消費量 [×10 <sup>9</sup> kwh]		10.17	11.81	10.50	12.07	13.65	15.57		
電力原単位 <sup>1</sup> [kg-CO <sub>2</sub> /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)		
CO <sub>2</sub> 排出原単位 [10 <sup>8</sup> kg-CO <sub>2</sub> /10 <sup>10</sup> m <sup>2</sup> ・h]		4.257	4.552	4.038	3.907	4.361	4.355		
CO <sub>2</sub> 排出量 [×10 <sup>8</sup> kg-CO <sub>2</sub> ]( [×10 <sup>8</sup> kg-C])		37.63 (10.170)	44.88 (12.991)	35.70 (9.671)	43.45 (11.913)	53.24 (14.483)	58.54 (15.973)		
協会加盟店舗数 [店]	7,822	7,281	7,053	6,067	8,723	8,151	8,334		
平均述べ床面積 <sup>2</sup> [m <sup>2</sup> ]		3,279	3,631	3,582	2,981	3,347	3,358		
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		

1 「電力原単位」とはエネルギー消費量（電力使用量）からCO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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
実績	35.70	43.45	53.24	58.54
原単位固定ケース	35.70	41.03	46.41	52.93

(単位: 10<sup>8</sup>kg-CO<sub>2</sub>)

(6) 温室効果ガス抑制対策や排出量の算定法補などについての2003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

企業名	温室効果ガス (t-CO <sub>2</sub> 換算)	備考
イオン株式会社	991,430 t-CO <sub>2</sub>	6ガス別
株式会社イトーヨーカ堂	747,421 t-CO <sub>2</sub>	全体
株式会社西友	420,516 t-CO <sub>2</sub>	全体
株式会社平和堂	191,273 t-CO <sub>2</sub>	全体
株式会社マルエツ	157,677 t-CO <sub>2</sub>	全体
ユニー株式会社	624,892 t-CO <sub>2</sub>	全体
株式会社ヨークベニマル	9,678 t-CO <sub>2</sub>	6ガス別

**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く、目的達成が可能な状況であると考えている。しかしながら、04年度では、会員企業の入退会等の影響により、前年度比で約3.5%の増加となっており、今後、このような増加傾向が継続されないよう、エネルギー利用の一層の効率化に向けた努力が必要であり、目標達成に向けて予断は許されない。

【目標達成が困難な場合の対応】

現段階では、目標達成が可能な状況であると考えているので、特に対応を考えていない。

(2) 目標変更の妥当性

該当なし。

< 業種の努力評価に関する事項 >

(3) 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、会員企業の増減があり、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のではなく、生産量当たりのエネルギー消費量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。2004年度では前年度比約3.5%増となっているが、これは会員の入退会及び新規出店等に伴う店舗の変動によるものと考えられる。

(4) 国際比較

比較可能なデータが存在しない。

< CO<sub>2</sub>排出量・排出原単位に関する事項 >

(5) CO<sub>2</sub>排出量及び分析

【二酸化炭素排出量の増減量】

(単位：10万t-CO<sub>2</sub>)

要因	1999 2000		2000 2001		2001 2002		2002 2003		2003 2004		1999 2004	
事業者の省エネ努力分	1.66( 4.4%)	-0.35(-0.8%)	-3.58(-10.0%)	1.44( 3.3%)	1.98( 3.7%)	0.33( 0.9%)						
購入電力分原単位の改善分	1.10( 2.9%)	-4.46(-9.9%)	2.26( 6.3%)	3.86( 8.9%)	-2.05(-3.9%)	0.77( 2.0%)						
生産変動分	4.49(11.9%)	-4.37(-9.7%)	9.06( 25.4%)	4.49(10.3%)	5.37(10.1%)	19.81(52.6%)						
合計	7.25(19.3%)	-9.18(-20.5%)	7.75( 21.7%)	9.79(22.5%)	5.30(10.0%)	20.91(55.6%)						

(%)は削減率を示す

【評価】

2004年度のCO<sub>2</sub>排出量(37.63 10<sup>8</sup>kg-CO<sub>2</sub>)は、1999年度(58.54 10<sup>8</sup>kg-CO<sub>2</sub>)比で、約1.6倍に増加している。業種・業態による変動の差、延床面積の増加(約1.2倍)、延べ営業時間の増加(約1.5倍)が主な増加の要因となっているが、この傾向は2002-2003年度、2003-2004年度についても同様である。

(6) CO<sub>2</sub>排出原単位の変化

【CO<sub>2</sub>排出原単位の増減量】

(単位：10万t-CO<sub>2</sub>/10<sup>10</sup>m<sup>2</sup>・h)

	2001 2002	2002 2003	2003 2004	1999 2004
CO <sub>2</sub> 排出原単位の増減	-0.131(-3.2%)	0.454(11.6%)	-0.006(-0.1%)	0.099(2.3%)
事業者の省エネ努力分	-0.358(-8.9%)	0.123(3.1%)	0.209(4.8%)	0.029(0.7%)
購入電力分原単位変化	0.227(5.6%)	0.331(8.5%)	-0.160(-3.7%)	0.069(1.6%)

(%)は増減率を表す

【評価】

CO<sub>2</sub>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 >

(7) 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

( 8 ) 運輸部門への貢献

取り組み内容	取り組み実績及び予定
生鮮品配送車走行距離の抑制	04目標：30,507千Km 04実績：33,262千Km 05目標：34,954千Km
CNG車を含む環境適合車の導入	04目標：40台の導入 04実績：11台の導入 05目標：H17基準の環境適合車に切替
配送車両の燃料使用量（L / 走行千Km当たり）の削減	原単位で1%削減
天然ガス車導入	04目標：累計20台 04実績：累計21台 05目標：累計25台

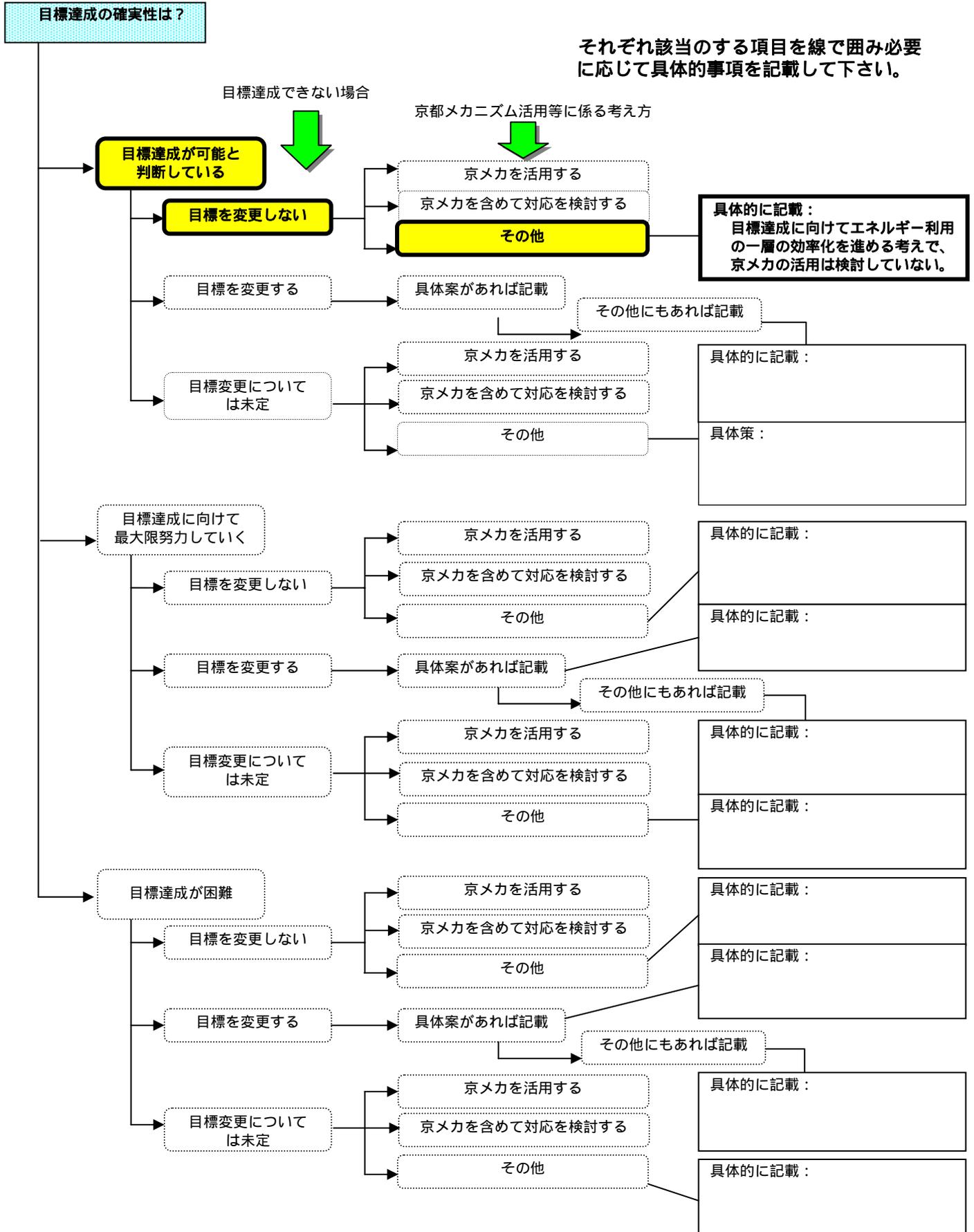
<その他>

( 9 ) 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。

# 自主行動計画の目標達成に向けた考え方



## コンビニエンスストア業における地球温暖化対策の取組

平成18年1月20日  
(社)日本フランチャイズチェーン協会

### ．コンビニエンス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

業界全体の規模		自主行動計画参加規模	
企業数	28チェーン	計画参加企業数	14チェーン
市場規模	売上高 7兆3,165億円	参加企業売上規模	売上高 7兆1,375億円 (97.6%)

自主行動計画参加企業は、エーエム・ピーエム、国分グローサースチェーン(コミュニティ・ストア)、ココストア、サークルK、サンクス、スリーエフ、セイコーマート、セブン-イレブン、デイリーヤマザキ、ファミリーマート、ポプラ、ミニストップ、リトルスター、ローソン  
自主行動計画参加企業数は、(社)日本フランチャイズチェーン協会会員企業のうち、コンビニエンスストアの会員チェーン。  
自主行動計画参加企業数は、アップルマート(平成17年3月末でJFA退会のため)は含まない。  
自主行動計画参加規模欄の参加企業売上規模の金額(平成16年4月～平成17年2月)には、アップルマートを含む。  
自主行動計画参加規模欄の参加企業売上規模の金額には、国分グローサースチェーン(コミュニティ・ストア)、リトルスターは含まない。  
%は、業界全体の売上高に占める自主行動計画参加企業の売上高の割合

#### (2)業界の自主行動計画における目標

目標と当該業種に占めるカバー率

(目標)

- ・店舗ごとのエネルギー消費原単位(床面積×営業時間当たりエネルギー消費量)を、目標年(2008年～2012年)において、基準年(1990年)の水準に維持する。なお、新規出店の場合は、各社ごとの平均的なエネルギー消費原単位を上回らないようにする。
- ・1店舗当りの配送納入台数の削減及び低公害車への切換えを推進する。
- ・業務用冷凍空調機器の撤去・廃棄に際してのフロン系冷媒の漏洩防止、回収の徹底。

(カバー率)

コンビニエンスストア業界の売上高に対する自主行動計画参加企業の売上高の割合(カバー率)は、97.6%となる。

上記指標採用の理由とその妥当性

コンビニエンスストア業は成長産業であって、協会の加盟店舗数も増えてきたところであり、業界全体のエネルギー消費量を制限するのではなく、生産量当たりのエネルギー消費量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にした。

したがって、コンビニエンスストア業では、床面積×営業時間当たりのエネルギー消費量を基準年の水準に維持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(各チェーンの取り組み)

実施した対策 (2004年度)	省エネ効果		投資額(百万円)						
	削減効果	CO <sub>2</sub> 削減量 (t-CO <sub>2</sub> )	98年	99年	00年	01年	02年	03年	04年
<b>削減効果が図れる対策</b>									
省エネ型インバータ安定器への交換	5,200kwh/年	1,955.2t/年							
ESCO方式(12店舗)	294,000kwh/年	低圧500t/年 高圧87t/年							12
空調機インバータ	197,827kwh/年 (1店舗あたり 50%削減)	74,383.0t/年			1 (10店)	3 (50店)	3 (50店)	3 (50店)	3 (50店)
蛍光灯インバータ	4,392kwh/年 (店舗あたり 23%削減)	1,651.4t/年				2 (20店)	5 (50店)	5 (50店)	5 (50店)
節電	6,000kwh/年 (1店舗あたり 5%削減)	2,256.0t/年	27.5 (110店)	32.5 (130店)	12.5 (50店)	7.5 (30店)	7.5 (30店)	7.5 (30店)	7.5 (30店)
店舗売場照明システムの導入 (新店)	6,050kwh/年	2,274.8t/年							
<b>合計</b>	<b>513,469kwh/年</b>	<b>83,107.4t/年</b>	<b>27.5</b>	<b>32.5</b>	<b>13.5</b>	<b>12.5</b>	<b>15.5</b>	<b>15.5</b>	<b>27.5</b>
<b>削減効果が計測できない対策</b>									
インバータ機器導入による省エネ									
空調(895台)	4,500kwh/年 (1店当たり)	3,536.7t/年							
冷凍冷蔵設備(1,124台)	4,700kwh/年 (1店当たり)								
電圧調整機の設置推進	消費電力削減(6~11%)		113 (555店)	230 (673店)	224 (840店)	84 (335店)	145 (447店)	93 (370店)	
自動調光照明システムの導入	消費電力削減(30%)					256 (512店)	313 (624店)	450 (692店)	
店舗省エネ機器実験	二酸化炭素を発生抑制			15			8		
店舗施設	省エネ等		147	16	1	68	64	72	
食品廃棄物のリサイクル実験	食品廃棄物の削減								0.4
電子化の促進	紙使用の削減							2	9
<b>合計</b>				<b>260</b>	<b>261</b>	<b>225</b>	<b>408</b>	<b>219</b>	<b>624.4</b>

削減効果・投資額は把握していないものの、省エネ効果が期待される対策として、「冷凍機の制御板の導入」、「断熱パネルによる熱効率向上」がある。

(参考)

その他の対策	概要	対策規模						
		98年	99年	00年	01年	02年	03年	04年
<b>物流における取り組み</b>								
物流における共同配送の推進	お取引先との取り組み	7.8台 (店/日)	7.8台 (店/日)	7.8台 (店/日)	7.8台 (店/日)	7.8台 (店/日)	7.6台 (店/日)	7.6台 (店/日)
低公害配送車の導入(取引先累計)	お取引先との取り組み	24台	38台	51台	71台	73台	67台	48台
社用車の低排出ガス車への切替	NO <sub>x</sub> 排出量の削減 (03-04年)38,186g/km							
<b>フロン対策</b>								
特定フロン回収・破壊	フロンの適正破壊処理			75百万円	36百万円	21百万円	23百万円	3百万円
冷凍機のフロン回収・破壊	フロン回収 21.9t (回収台数 5,573台)							

の部分は速報値。(精査中)

(4)今後実施予定の対策(各チェーンの取り組み)

今後実施予定の対策	省エネ効果(t - CO <sub>2</sub> )			投資予定額
	電力等の削減効果	CO <sub>2</sub> 削減効果(t - CO <sub>2</sub> )	備考	
温暖化ガス削減プロジェクト (全店舗(約1,700店)対象)				10百万円
省エネコンプレッサの採用(20店)	30,000kwh	11,280	店舗・年間当たり	5.4百万円/店
照明調光器の採用(50店)	2,400kwh	902.4	店舗・年間当たり	0.4百万円/店
冷凍・冷蔵・空調用熱源一体システム (新店15店)	50%削減	15.698	店舗・年間当たり	122百万円
Hf管及び調光システム(新店15店)	6%削減	0.435	店舗・年間当たり	2.5百万円
反射板を活用して看板照明(新店15店)	55%削減	1.258	店舗・年間当たり	3.5百万円
環境省CO <sub>2</sub> 削減モデル事業実施(30店)	619千kwh	221	30店舗合計・年間当たり	315百万円
ハイブリッド車の導入(営業用)	ガソリン使用量 50%程度削減	-	-	精査中
要冷空調一体型機器の導入	電気使用量 5-7%程度削減	-	-	精査中
インバータ制御冷凍機	8,600Kwh	3,233.6	店舗・年間当たり	0.06百万円
真空ガラスの導入	2,200kwh	8.3t	1店舗分・年間当たり	

実施予定年度は、2005年度。

(5)エネルギー消費量・原単位、二酸化炭素排出量・原単位の実績及び見通し

	1990年度	1998年度	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2010年度	
									見通し	目標
生産量 (×10 <sup>10</sup> m <sup>2</sup> ・h)	1.462	3.209	3.385	3.913	4.243	4.891	5.140	5.897		
エネルギー消費原単位 (kwh/m <sup>2</sup> ・h) (90年度比)	0.161	0.149	0.142	0.128	0.144	0.127	0.127	0.118	0.150	0.161
エネルギー消費量 (×10 <sup>9</sup> kwh)	2.355	4.779	4.808	5.010	6.079	6.219	6.535	6.955		
電力原単位 (Kg-CO <sub>2</sub> /kwh)	0.374	0.316	0.334	0.338	0.338	0.362	0.389	0.376	0.300	
CO <sub>2</sub> 排出原単位 (Kg-CO <sub>2</sub> /10m <sup>2</sup> ・h)	6.025	4.706	4.744	4.328	4.843	4.602	4.946	4.434		
CO <sub>2</sub> 排出量 [×10 <sup>8</sup> kg-CO <sub>2</sub> ]	8.808	15.102	16.059	16.934	20.547	22.512	25.419	26.151		
協会加盟店舗数(店)	15,616	31,042	31,926	34,319	36,492	37,364	38,739	39,307		
平均延べ床面積(m <sup>2</sup> )	116.1	121.5	128.4	133.5	134.4	151.9	154.4	173.8		
一日当たり平均営業時間(時間)	22.1	23.3	22.5	23.4	23.6	23.6	23.5	23.6		

\* 当該データは、JFA会員14チェーンの資料提供を基に作成。

\* CO<sub>2</sub>は電力発電端0.376で算出。

(参考)電力原単位固定ケース

02年度～04年度については、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、CO<sub>2</sub>排出量は以下の通りとなる。

	90年度	01年度	02年度	03年度	04年度
実績	8.808	20.547	22.512	25.419	26.151
原単位固定ケース	-	20.547	21.020	22.088	23.508

【参考】運輸部門(自社配送車両分)におけるCO<sub>2</sub>排出量について(速報値)

		軽油 (データ提供10社 <sup>ハ</sup> -ス)	【参考】 *天然ガス(CNG) (データ提供4社 <sup>ハ</sup> -ス)
配送車両による CO <sub>2</sub> 排出量	1店舗当たり	9,427.1 kg-CO <sub>2</sub> /年	206.3 m <sup>3</sup> /年
	総店舗	33.6 万 t-CO <sub>2</sub> /年 <35,684 店舗>	392.7 万 m <sup>3</sup> /年 <19,039 店舗>

\*CO<sub>2</sub>排出係数がないため燃料使用量

上記CO<sub>2</sub>排出量は、配送センターから店舗までの燃料使用量(自社配送車両分)から算出。  
算出にあたり、環境省『事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドラ(試案 ver.1.5)』の「CO<sub>2</sub>排出係数」を使用。

(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2003年度からの主要な変更点及びその理由(バウンダリー調整など)  
該当なし。

(7)温室効果ガス排出量の公表に向けた取組

【企業の環境報告書等における温室効果ガス公表状況】

企業名	温室効果ガス (t-CO <sub>2</sub> 換算)	備考
(株)セブン-イレブン・ジャパン	1,342,008t-CO <sub>2</sub>	全体
合計	1,342,008t-CO <sub>2</sub>	

## 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、1990年度以降、省エネ型店舗への移行や改装時における新設備の導入等の効果から、減少傾向に推移してきており、目標達成が可能な状況であると考えている。特に、本年度は前年比約10%減と大きな成果を挙げている。しかしながら、今後店舗調理(炊飯、パンの焼成等)の拡大等が予想されるので、エネルギー利用の一層の効率化に向けた努力が必要であり、目標達成に向けて予断は許されない状況である。

##### 【目標達成が困難な場合の対応】

現段階では、目標達成が可能な状況であると考えているので、特に対応を考えていない。

#### (2) 目標変更の妥当性

該当なし。

### < 業種の努力評価に関する事項 >

#### (3) エネルギー原単位の変化

##### 【エネルギー原単位選択の理由】

コンビニエンスストア業は成長産業であって、協会の加盟店舗数も増えてきたところであり、業界全体のエネルギー消費量を制限するのではなく、生産量当たりのエネルギー消費量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にした。

したがって、コンビニエンスストア業では、床面積×営業時間当たりのエネルギー消費量を基準年の水準に維持することを目標とする。

##### 【エネルギー原単位の経年変化要因説明】

エネルギー消費原単位は、省エネ型店舗への移行や、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。特に本年度は前年比約10%減と大きな成果を挙げている。

#### (4) 国際比較

比較可能なデータが存在しない。

< CO<sub>2</sub>排出量・排出原単位に関する事項 >

(5) CO<sub>2</sub>排出量及び要因分析

2004年度の1990年度(基準年度)比、二酸化炭素排出量の増減に関する評価

2004年度のCO<sub>2</sub>排出量は、1990年度比で約3倍に増加しているが、協会加盟店舗の拡大による生産量の増加(約4.2倍)が主な原因であると思われる。

	千t - CO <sub>2</sub>	対90年度(%)
CO <sub>2</sub> 排出量(1990年度)	880.8	-
CO <sub>2</sub> 排出量(2004年度)	2,615.1	296.9%
CO <sub>2</sub> 排出量の増減	1,734.3	+196.9%
事業者の省エネ努力分	595.6	67.6%
購入電力分原単位の改善	9.9	+1.1%
生産変動分	2,320.0	+263.3%

1998年度から2004年度までの各年度の二酸化炭素排出量の増減に関する評価

2004年度では、CO<sub>2</sub>排出量は前年比で約2.9%増加しているが、協会加盟店舗数の増加による生産量の増加(約15.0%増加)、電力原単位の悪化によるものと思われる。

年度 要因	98 99	99 00	00 01	01 02	02 03	03 04
事業者の省エネ努力分	( 4.9%)	( 10.7%)	(+12.6%)	( 12.8%)	( 0.0%)	( 7.6%)
購入電力分原単位の改善分	( +5.7%)	(+1.2%)	( 0.0%)	(+7.2%)	(+7.6%)	( 3.4%)
生産変動分	( +5.5%)	(+14.9%)	(+8.7%)	(+15.1%)	(+5.3%)	(+14.0%)
合計	( +6.3%)	(+5.4%)	(+21.3%)	(+9.6%)	(+12.9%)	(+2.9%)

2001年度では、CO<sub>2</sub>排出量は前年比で約21.3%増加しているが、店舗調理の拡大やATMの導入が要因と思われる。

(6) CO<sub>2</sub>排出原単位(Kg-CO<sub>2</sub>/10 m<sup>2</sup>・h)の変化

事業者の省エネ努力によるCO<sub>2</sub>排出原単位の効果が見られるが、エネルギー消費の大部分を電力が占めているため、電力原単位の変化の影響がある。

(単位: Kg-CO<sub>2</sub>/10 m<sup>2</sup>・h)

	01 02	02 03	03 04	90 04
CO <sub>2</sub> 排出原単位の増減	2.5 ( 5.2%)	+3.4 (+7.4%)	5.1 ( 10.3%)	15.9 ( 26.4%)
事業者の省エネ努力分	5.7 ( 11.8%)	0.0 ( 0.0%)	3.5 ( 7.1%)	16.1 ( 26.8%)
購入電力分原単位変化	+3.2 (+6.7%)	+3.4 (+7.5%)	1.6 ( 3.2%)	+0.3 (+0.0%)

< 民生・運輸部門への貢献 >

(7)業務部門(オフィスビル等)の省エネ(各チェーンの取り組み)

<p><b>業務部門(オフィスビル等)における省エネ目標 (各企業で作成している目標)</b></p>	<p><b>【電灯について】</b>          昼食時間帯の消灯の全事務所励行          昼休み時間(12:30~13:30)及び毎週木曜日(18:30~)の社内電灯消灯</p> <p><b>【空調用節電装置の導入について】</b>          冷暖房設定温度の徹底(夏:28、冬:20)          ビル内空調の温度設定の見直し</p> <p><b>【省エネ、省資源の対策システムについて】</b>          電気使用量の削減によるCO<sub>2</sub>発生量削減。昨年実績より電気使用量を5%削減する(本部)          事務所の電気使用量の削減活動推進          (2004年度目標 2001年比7%削減)          電気使用量の削減、目標 = 前年比99%          本社 1平方メートルあたりの電気使用量を前年比の2%削減する。          各事業所(本社・支社)使用電力の削減(99~2001年1人当り対比)          1.5~3%</p> <p><b>【その他】</b>          紙使用量の削減による環境負荷の削減。昨年実績より5%削減する。(本部)          コピー用紙の削減活動推進(2004年度目標 2001年比10%削減)          廃棄物の削減活動推進(2004年度目標 2002年比7%削減)          グリーン購入基準に適合したOA機器の導入率100%にする。          営業車を低排出ガス車へ切替え          (05年度末で特別車を除く全車導入予定)</p>
<p>取り組み内容</p>	<p>取り組み実績</p>
<p>不要な照明の消灯</p>	
<p>休日出勤時の照明の制限</p>	<p>出勤者の頭上のみ照明を実施</p>
<p>扉付き冷凍冷蔵庫に「防露ヒーターコントローラー」を設置</p>	<p>全店で実施。防露電気使用量の80%を削減</p>
<p>夏、冬の室温調整</p>	
<p>温度設定(夏26 冬20)</p>	<p>実施中</p>
<p>クールビズの実施(6/20~9/30)</p>	<p>本社及び支社オフィス。空調は原則28に設定</p>
<p>1時間以上離席時のパソコン電源オフ</p>	
<p>OA機器グリーン購入率100%に実施</p>	<p>2004年44点購入に対して100%実施</p>
<p>営業車を低排出ガス車へ切替え(04年度)</p>	<p>全社で96%が三ツ星以上の車両</p>

## (8)民生部門への貢献(各チェーンの取り組み)

CO <sub>2</sub> 排出量削減効果のある製品等	取り組み実績	備 考
グリーン商品の品揃え	119品目の取り扱い (昨年に比べ54品目増)	グリーン商品基準 1. エコマーク認定商品 2. グリーン購入ネットワークのガイドラインに従った商品 3. 上記1・2に含まれないが、既存品に比べ少しでも環境に配慮している商品
グリーン基準に基づいたO A機器の購入	電気量の2%の削減	
割り箸やレジ袋は必要な分だけお渡しする	1店舗当り削減 割り箸:2197膳 レジ袋:10346枚	
レジ袋削減の為にひと声運動		省エネの普及啓発に繋がる取り組み。
レジ袋の薄肉化		
地産地消への取り組み	163店舗で実施	千葉県の特産品で銚子産いわし缶詰や殻付落花生などの特産品を販売した。
キャンドルナイトキャンペーンへ参加しお客さまへ呼びかけ	全店舗で実施	2004年6月20日「CO <sub>2</sub> 削減・百万人の環～キャンペーン」に賛同し店舗の看板を消灯しお客さまへ啓蒙活動を実施

(9)運輸部門への貢献(各チェーンの取り組み)

<p>運輸部門における省エネ目標(各企業で作成している目標)</p>	<p>【共同配送の推進について】          統合輸配送システムの導入          ・車両1台1台のアイドリング状況や急ブレーキなどを定量的に把握し、ドライバーに対してアイドリングストップや安全運転などを指導している。          ・庫内温度状況をリアルタイムで把握し、適切な庫内温度を保持して配送することにより無駄なエネルギー消費を防止している。          ・最適な配送ルートを自動的に設定することで、二酸化炭素排出量削減にもつなげている          共同配送の推進(チルド+米飯+サンド+フローズン)による店舗当り配送車両の削減。          00年度より常温商品の共同配送化を推進、05年9月末を目途に展開終了予定。          車載端末による車両運行管理により燃費改善。</p> <p>【アイドリングストップ運動について】          アイドリングストップの推進。          配送センターの全車両を対象にエコドライブ徹底による燃費向上。</p> <p>【低公害車の積極的導入について】          ハイブリッド配送車の導入拡大。(新規62台導入)          CNG車の導入拡大を実施(04年度末164台導入)。          低公害配送車両(ハイブリッド)の導入促進</p> <p>【その他】          ISO 部門環境方針及び環境管理プログラムに順ずる          ・夜間配送の実施及びアイドリングストップの徹底による NOx・CO<sub>2</sub>排出量の削減          ・ドライ商材の共同配送化による NOx・CO<sub>2</sub>排出量の削減。 1          ・新設チルドセンターにおいては、新型番重洗浄機の導入によりボイラーで使用されるLPGの使用量及びデマンドコントロールによる電気使用量の削減を実施している。 2</p>
<p>取り組み内容</p>	<p>取り組み実績</p>
<p>共同配送の推進</p>	<p>チルド車にてフローズンの共配実施</p>
<p>配送車への車載端末の搭載と運行管理</p>	<p>燃費の向上</p>
<p>アイドリングストップの実施</p>	<p>エンジンキーのベルト固定キーホルダーの採用</p>
<p>アイドリングストップ可能なフローズン商品 配送車両</p>	<p>04年度末304台導入</p>
<p>CNG配送車の導入</p>	<p>新規2台</p>
<p>CNG車の導入</p>	<p>04年度末164台導入</p>
<p>ハイブリッド配送車の導入</p>	<p>新規16台</p>
<p>九州エリアへの冷凍弁当配送での鉄道輸送 活用によるCO<sub>2</sub>削減 3</p>	<p>17.9t CO<sub>2</sub>/年 (東京都江東区東陽町～福岡市博多区東那珂)</p>
<p>取り組みに当たったの 問題点</p>	<p>当社の物流はA:メーカーから共同配送センター間、B:共同配送センターから店舗間と区分した場合、Bの効率を上げるために共同配送センター数を増やすと、Aの負担が増えたりメーカーで対応できない等の問題が発生する。従って、物流システムの構築はAとBの全体効率で判断が必要となるが、Aの効率が原価に反映されないこともある。          曜日により荷量が大きく変動することで、用車台数が一定にできないため、効率が上がらない。          運送委託業者での低公害車導入に対する強制力がないため、業者都合により導入推進が困難。          数年前にCNG車両の導入を検討したが、天然ガス充填所の整備が進んでいないことと車両価格が現状使用している車両に比べて圧倒的に高額であったため、断念をした経緯がある。          ガスタンド等のインフラ整備が不可欠であり、経済にも折り合うことが望まれる。</p>

(参考)

1

目標値(1店舗あたりの排出・消費量)

対象センター	チルドセンター	フローズンセンター	ドライセンター		
基準月	1997.6	2001.11	1997.6		
種別	NOx	NOx	NOx	CO <sub>2</sub>	燃料消費
目標値	618	163	345	203	80
基準月対比	75.0%	90.0%	60.0%	90.0%	90.0%

1. チルド配送車全車について、オゾン層破壊物質全廃及び平成10年度排気ガス規制によりNOx量25%削減の為、2000年9月までに新チルドシステム車両を導入する。
2. ドライ配送車全体における排気ガスNOx量及び燃料消費量を10%削減するため1998年3月までに夜間配送に切り替える。(平成10年3月の最終評価にて目標達成)
3. ドライ配送車1台における排気ガスNOx量及びCO<sub>2</sub>量を滞店時のアイドリングストップにより10%削減する。(1998年5月31日に目標達成)
4. 関東エリアドライ物流共配化による車輛台数削減により、排気ガスNOx量を25%削減する。(2000年12月末まで)
5. フローズン納品方法変更(アイスドロップ方式)により、NOx、CO<sub>2</sub>の排出量を10%削減する。(2002年3月1日に目標達成)

2

1. 今後新設予定のチルド共配センターの乾燥用ボイラーのLPG使用量10%削減及びデマンドコントロールにより電力使用量10%削減する。(2000年4月末まで)

3

月間CO<sub>2</sub>排出量比較

	従来トラック便	鉄道利用	
		鉄道部分	トラック集配部分
A. 輸送量	8.2t/月		
B. 距離	1,200km	1,100km	20km
C. CO <sub>2</sub> 排出原単位	0.174kg・co2/t・km	0.021kg・co2/t・km	0.174kg・co2/t・km
	D. 1,712.2kg	189.4kg	28.5kg
		E. 218.0kg	

算出方法 - 国土交通省実証実践補助制度の算出方法に順ずる

輸送量(A) \* 運送距離(B) \* CO<sub>2</sub>排出原単位(C)

従来トラック便(D) 1,712kg/月

鉄道利用輸送(E) 218kg/月

削減効果(D)-(E) 1,494kg/月

(10) 民生・運輸部門のCO<sub>2</sub>排出削減に繋がる個別企業の取組(各チェーンの取組む)

〔民生部門〕

「マイ箸クラブ」を立ち上げし、自分用の箸「マイ箸」を持ち歩いて割り箸の使用を減らそうと呼びかけている。

アドバシの利用:「アドバシ」とは国産の間伐材で作った広告付きの割りばしのこと。国産間伐材の利用を促して森林保護に貢献している。

各リサイクルの推進(フライヤー廃油 775t/年、プリンターのカートリッジ(トナー 957 個・インク 21,380 個)、廃棄物のリサイクル(事務所約55%))

クリーンエネルギーの利用、電灯・空調用節電装置の導入、リサイクル材の使用等、省エネ、省資源の視点から考えた店舗経営:

- ・空調/冷蔵を一体化して排熱を利用する「総合熱利用システム」機器を導入。
- ・冷凍/冷蔵ショーケースに個別制御型の新防露コントローラを導入。
- ・倉庫照明に自動点滅方式の導入。
- ・空調の冷やし過ぎ/暖め過ぎを防止する、温度リミッター制御の導入。

CFC等冷媒使用機器の廃棄時における冷媒の回収、再利用、破壊について、機器メーカー等が構築している体制への参加及び廃棄時の冷媒回収等の徹底:

- ・「冷媒フロン回収処理」について委託先と覚書を締結し、回収業者と破壊業者を特定。併せて封入量と回収量の数量把握も実行。
- ・機器廃棄時等は、現場にて回収作業を先行し、確認後に機器を封印する方法での撤去を徹底。

店舗のレジの液晶パネルにて「レジ袋削減を呼びかけ」、環境・社会活動をはじめとするさまざまな情報を提供している。

〔運輸部門〕

営業車輛の燃費の向上活動推進(2004年度目標 2001年比4%向上)

営業車の環境配慮型車輛の導入推進(累計 268 台(70%)導入済)

共同配送の更なる推進、高密度集中出店(ドミナント出店)方式によるトータルな配送の効率化、低公害車の積極的導入、及びアイドリングストップ運動の実施等による配送の合理化:

- ・これまでの実績として、CNG車累計導入台数 114 台、ハイブリッド車 17 台導入。ハイブリッドトラックは、CNGスタンド不足等の諸問題を解決し、低公害車の円滑な全国展開が可能となるため本格導入。
- ・経済走行、浪費追放のエコドライブを推進し、ディーゼル車の使用燃料削減を検証中。

前提として各センターの配送車輛に同一の運行・動態管理システムを導入しており運行中の車輛現在位置の把握・走行速度・走行距離・庫内温度等を統一の基準で管理できる。

- ・配送車輛のアイドリングストップの徹底(荷下し作業中のエンジン稼働状態の把握)
- ・安全運行の励行(急加減速の実績が残るためドライバー指導の指標として活用)
- ・配送中の庫内温度管理の徹底

(現在位置情報同様に温度実績も把握し、センターからの的確な指示が可能)

<リサイクルに関する事項>

(11)リサイクルによるCO<sub>2</sub>排出量増加状況(各チェーンの取り組み)

行っているリサイクル活動	CO <sub>2</sub> 排出の増加量
容器包装リサイクル	2,071 t - CO <sub>2</sub>
食品廃棄物のリサイクル	t - CO <sub>2</sub>
一部店舗による生ゴミのリサイクル実施	t - CO <sub>2</sub>
レジ袋の軽量化と使用枚数の削減(03年度比 7.6%)	659 t - CO <sub>2</sub>
合 計	1,412 t - CO <sub>2</sub>

<その他>

(12)取り組み等のPR(各チェーンの取り組み)

「花の輪運動」を通じて小学生に花や木を育てることで、自然や命の大切さを知ってもらう活動の実施

- ・店頭募金と売上金の一部から全国の小学校に「花の苗」や「木の苗」を贈呈している。
- ・2004年度は800校へ贈呈しこれまでに贈呈した学校数は3,987校になる。

店頭の「緑の募金」を活用した緑化支援活動を13年間継続している。

昨年11月、社員や加盟店も参加して実施して来たこの活動が評価され、「環境大臣賞」を受賞し、また、今年の4月には、民間企業で始めて「みどりの文化賞」を受賞。

親子で体験する環境学習ツアーの開催。

- ・お弁当などに使用している契約栽培米の田植えツアー
- ・お弁当などに使用している契約栽培米の稲刈りツアー
- ・花の輪運動と一緒に実施している「花と緑の農芸の里」で花染めや花苗の植え替え体験ツアー
- ・リサイクル可能な建築資材(パネル工法)の導入。

冷凍機のスクロールインバータの導入検討。

1998年より環境マネジメントシステム(ISO14001)を導入し運用している。

社会・環境報告書の発行。

「社会・環境報告書2005年」を9月に発行予定。(併せてHPにも掲載予定)

環境・社会貢献に関する報告書を1998年より毎年発行し、改善数値を公表している。

ホームページ上のエコレポート。(冊子も有り)

環境活動リーフレットを店舗にて配布。

インターネットによる告知。

ニュースリリースの発行

(13)その他、省エネ・CO<sub>2</sub>排出削減のための取組(各チェーンの取り組み)

事業活動における排出量・原単位の把握の為、今年度からプロジェクトを立ち上げ推進をしている店舗の省電力対策

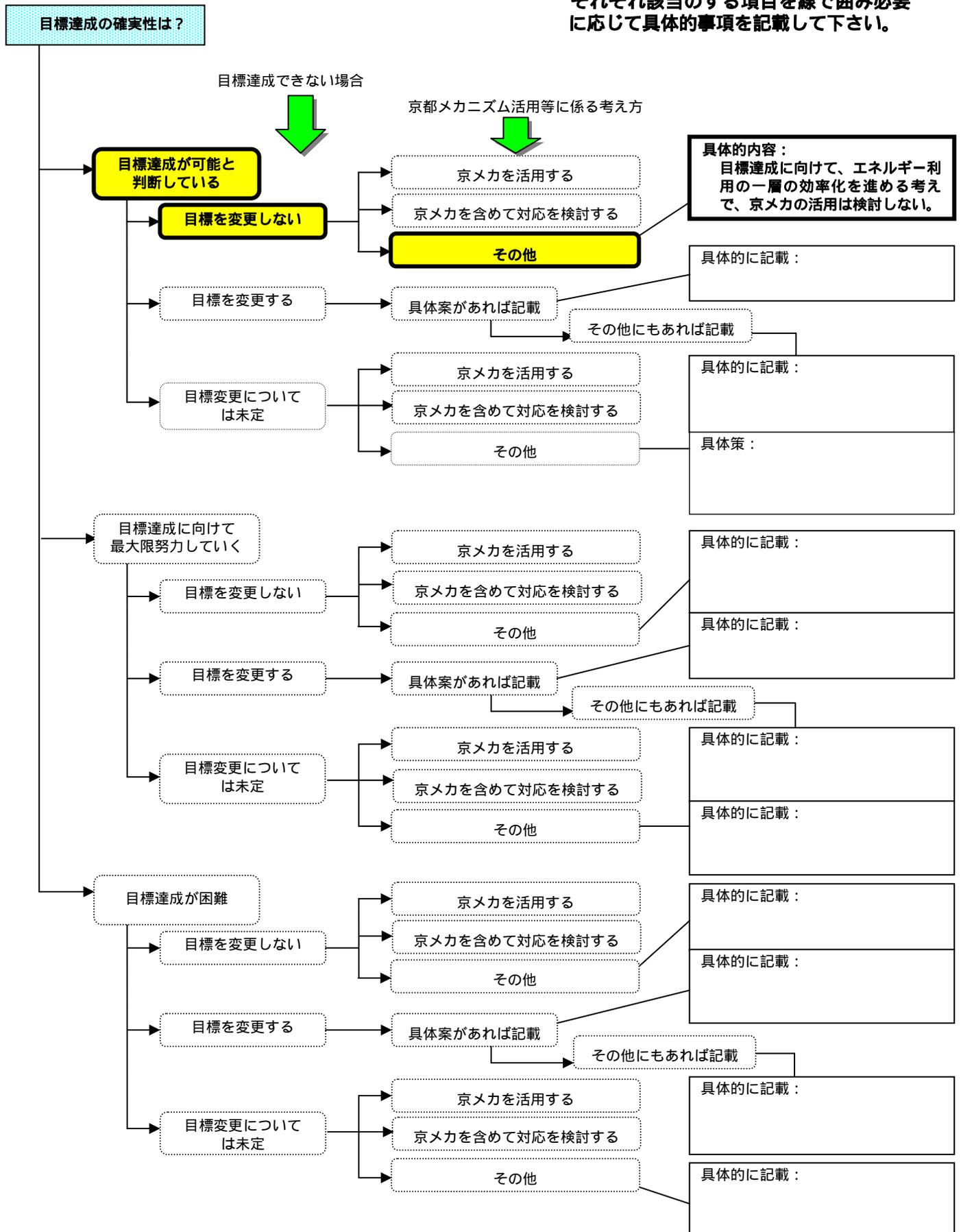
- ・店内照明の高効率化(Hf型インバータ調光システム)
- ・看板照明の削減(2灯 1灯化)
- ・駐車場照明/看板照明の適正な点灯(ソーラータイマー+フォトセンサー方式)
- ・空調機の効率向上(スクロールインバータ制御)
- ・小型冷凍機の効率向上(スクロールインバータ制御)
- ・オープンケースの温度管理効率の向上(マイコン制御)
- ・オープンケース照明の高効率化(電子安定器)
- ・オープンケースのファンモーターの高効率化(DCモーター)
- ・太陽光発電設備の試験導入と運転継続。(10店舗)

・LNG利用オンサイト発電設備(コ・ジェネ)の試験導入と運転継続。  
配送車輛については、順次最新規制適合車への切替を積極的に進める。  
環境省「業務部門CO<sub>2</sub>排出削減モデル事業」に提案し、2005年度採用される。  
CO<sub>2</sub>排出削減を全社の取組み事項として、各部門で目標を設定し、環境マネジメントシステムを用いて進捗確認を行なって行く。  
事業活動に係るCO<sub>2</sub>の排出量について、単体だけではなく、子会社やお取引先(米飯ハンダ等)についても把握できる仕組みを構築して行く。

以上

### 自主行動計画の目標達成に向けた考え方

それぞれ該当のする項目を線で囲み必要に応じて具体的事項を記載して下さい。



## チェーンドラッグストア業における地球温暖化対策の取り組み

平成18年1月20日  
日本チェーンドラッグストア協会

### チェーンドラッグ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

業界全体の規模		業界団体の規模		自主行動計画参加規模	
市場規模	売上高 3兆883億円 <sup>1</sup>	団体加盟 企業数	210社	計画参加 企業数	52社 (24.8%) <sup>2</sup>
				計画参加 店舗数	2,815店舗 (25.3%) <sup>3</sup>

1：日本チェーンドラッグストア協会統計による。

2：(%)は、団体加盟企業数に占める自主行動計画参加企業の割合

3：(%)は、団体加盟企業店舗数に占める自主行動計画参加店舗数の割合

#### (2) 業界の自主行動計画における目標

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（床面積・営業時間当たりのエネルギー消費量）を業界全体として目標年（2008年～2010年）において、基準年（2004年）の水準に維持する。

##### 【カバー率】

- ・協会会員数に占める自主行動計画参加企業数の割合は、24.8%。
- ・協会会員の店舗（11,123店舗）に占める自主行動計画参加店舗数の割合は、25.3%

##### 上記指標採用の理由とその妥当性

チェーンドラッグストア業では、店舗数が増加の傾向にあり、また、年度によって協会加盟社数、加盟店舗数の変化があることから、業界全体のエネルギー消費量の抑制を目標とするのではなく、生産量当たりのエネルギー消費量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等があるが、年間販売額は加盟社数、加盟店舗数の増減及び経済的な要因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にした。したがって、チェーンドラッグストア業では、床面積×営業時間当たりのエネルギー消費量を基準年（2004年）の水準に維持することを目標とする。

(3) 過去の実施、今後実施予定の対策

<2004年度に実施した主な取組>

対策項目	投資額 (万円)	備考
省エネ型管球を利用する省電力設備の導入	414	5店舗で導入
高効率ランプへの更新	1,180	
空調機のコンプレッサー運転時間制御器導入	300	7店舗で導入
店舗の照明インバータ化	6,000	31店舗で導入
照明の間引き	800	
天井扇(サイクルファン)	400	
高効率ランプ設置	2,000	
遮熱フィルム設置	150	
蛍光灯のインバータ安定器交換	50	
その他	6,510	
合計	17,804	

上記の対策以外に、投資額は不明なものの、以下のような対策が行われた。

- ・共同配送の推進
- ・アイドリングストップの推進
- ・夏季の省エネキャンペーンを実施
- ・照明の間引き
- ・空調の温度設定管理の実施
- ・照明の人感センサー導入
- ・水銀灯などの効率照明への転換
- ・センター稼働による納品トラック台数の削減 など

<今後実施予定の主な対策>

対策項目	投資額 (万円)	備考
空調機のインバータ化	1,000	
店舗のインバータ照明化	5,500	
空調温度管理の断熱、空調機の断続運転制御システム等	400	
高効率ランプ設置	4,000	新店10店舗で導入
天然ガスGHPエアコン導入	4,000	
遮熱フィルム設置	300	新店10店舗で導入
人感センサーライト導入	40	新店10店舗で導入
高効率機電力灯の導入	2,000	
その他	3,600	
合計	20,840	

上記の対策以外に、投資額は不明なものの、以下のような対策を行う予定。

- ・ 高効率機器（低電力灯、反射板取り付け）の導入
- ・ 共同配送の推進
- ・ 省エネ型管球を利用する省電力設備の導入
- ・ アイドリングストップ運動の実施
- ・ バックヤード、事務所内の照明の間引き
- ・ 店内温度適正化のためのチェックマニュアルの作成
- ・ 水銀灯などの効率照明への転換
- ・ 空調の温度変更、月一度のフィルター掃除 など

(4) エネルギー消費量・原単位、二酸化炭素排出量・原単位の実績及び見通し

	2004 年度	2010 年度	
		見通し	目標
生産量 ( $\times 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$ )	0.595		
エネルギー消費原単位 ( $\text{kwh} / \text{m}^2 \cdot \text{h}$ )	0.1032		0.1032
(04年度比)	1.000		1.000
エネルギー消費量 ( $\times 10^9 \text{ kwh}$ )	0.614		
CO <sub>2</sub> 排出原単位 ( $10^8 \text{ kg -CO}_2 / 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$ )	3.9044		
CO <sub>2</sub> 排出量 ( $\times 10^8 \text{ kg -CO}_2$ )	2.3231		
FU参加企業店舗総数(店)	2,185		
平均延べ床面積( $\text{m}^2$ )	543.0		
一日当たり平均営業時間(時間)	10.7		

(5) 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2003年度からの主要な変更点及びその理由(バウンダリー調整など)

該当なし。

(6) 温室効果ガス排出量の公表に向けた取組

該当なし。

## ・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】

最近では、省エネ型店舗への移行や店舗改装時における新設備の導入等の効果から、エネルギー消費を抑制する要因がある一方、明るく開放感のあるオープンスペースにすることにより従来の日本の薬局のイメージを一掃したドラッグストアの添付スタイルや、近年店舗の天井高が高くなり照明の照度アップや空調効率の悪化などエネルギー消費の非効率を招いている要因もある。エネルギー消費の増加、効率の悪い部分において、エネルギー利用の効率化に向けた努力が必要であり、目標達成に向けて予断は許されない。

##### 【目標達成が困難な場合の対応】

今後、目標達成に向けてどのような取り組みが必要かを検討していく。

#### (2) 目標変更の妥当性

該当なし。

### <業種の努力評価に関する事項>

#### (3) エネルギー原単位の変化

##### 【エネルギー原単位選択の理由】

チェーンドラッグストア業では、店舗数が増加の傾向にあり、また、年度によって協会加盟社数、加盟店舗数の変化があることから、業界全体のエネルギー消費量の抑制を目標とするのではなく、生産量当たりのエネルギー消費量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等があるが、年間販売額は加盟社数、加盟店舗数の増減及び経済的な要因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にした。したがって、チェーンドラッグストア業では、床面積×営業時間当たりのエネルギー消費量を基準年(2004年)の水準に維持することを目標とする。

#### (4) 国際比較

比較可能なデータが存在しない。

### <CO<sub>2</sub>排出量・排出原単位に関する事項>

#### (5) CO<sub>2</sub>排出量及び分析

2004年度の二酸化炭素排出量から調査を行ったため、評価可能なデータなし。

#### (6) CO<sub>2</sub>排出原単位の変化

2004年度の二酸化炭素排出量から調査を行ったため、評価可能なデータなし。

**< 民生・運輸部門への貢献 >**

記載事項なし

**< リサイクルに関する事項 >**

- (7) リサイクルによるCO<sub>2</sub>排出量増加状況  
調査していない。

**< その他 >**

- (8) 取組等のPR

協会では、平成17年10月から「JACDS推奨認定品制度」を設け、健康や美容に役立つ商品、使いやすい、買物しやすい商品、そして、『人や環境にやさしい商品』を応援することにいたしました。専用ホームページにおいて、商品PRを行うとともにポスターや活字媒体などで、この認定制度を広く告知してまいります。

- (9) その他、省エネ・CO<sub>2</sub>排出削減のための取組  
特になし。



## ホームセンター（DIY）業における地球温暖化対策の取り組み

平成18年1月20日  
（社）日本ドゥ・イット・ユアセルフ協会

### ・ホームセンター業の温暖化対策に関する取り組みの概要

#### （1）業界の概要

業界全体の規模（1）		業界団体の規模		自主行動計画参加規模	
市場規模	売上高 3兆1,235億円	団体加盟 企業数	99社 <sup>2</sup>	計画参加 企業数	40社 (40.4%) <sup>3</sup>
				参加企業 売上規模	売上高2兆3,114 億円(74.0%) <sup>4</sup>

1：商業統計（H16）速報の「ホームセンター」年間商品販売額による。

2：協会会員のうち小売業の会員数（2005年10月末現在）

3：（%）は、団体加盟企業数に占める自主行動計画参加企業の割合

4：（%）は、業界の市場規模に占める自主行動計画参加企業の売上高の割合

#### （2）業界の自主行動計画における目標

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（床面積・営業時間当たりのエネルギー消費量）を業界全体として目標年（2008年～2010年）において、基準年（2004年）の水準に維持する。

##### 【カバー率】 以下のいずれかの数値を採用。

- ・協会会員数（小売業）に占める自主行動計画参加企業数の割合は、40.4%。
- ・協会会員（小売業）の店舗に占める自主行動計画参加店舗数の割合は、64.9%
- ・業界の市場規模に占める、自主行動計画参加企業の売上高は、74.0%

##### 上記指標採用の理由とその妥当性

ホームセンター（DIY）業では、年度によって協会加盟社数、加盟店舗数の変化があることから、業界全体のエネルギー消費量の抑制を目標とするのではなく、生産量当たりのエネルギー消費量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等があるが、年間販売額は加盟社数、加盟店舗数の増減及び経済的な要因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にした。したがって、ホームセンター（DIY）業では、床面積×営業時間当たりのエネルギー消費量を基準年（2004年）の水準に維持することを目標とする。

(3) 過去の実施、今後実施予定の対策

各年度の左欄の数字は、フォローアップ（FU）参加会員のうち対策を実施した会員数。右欄は、下段（括弧書き）に投資額の回答があった会員数、上段に投資（予定）額の累計（単位：万円）。

対 策		取組社数及び投資額（万円）					
		03年度以前		04年度		05年度	
		社数	投資額	社数	投資額	社数	投資額
空調 温度 管理	空調送風機のインバータ化	7社	9,000 (4社)	9社	11,273 (7社)	7社	9,200 (6社)
	空調機のコンプレッサ運転時間 制御改善	6社	4,562 (4社)	7社	1,640 (2社)	5社	1,750 (3社)
	冷蔵ショーケースへのナイト カバーの導入	1社	-	1社	-	1社	-
	温度設定変更・適正管理等	7社	120 (1社)	8社	-	6社	-
	氷蓄熱システムの導入	3社	15,404 (3社)	1社	2,984 (1社)	1社	-
	その他	2社	29,800 (2社)	-	-	-	-
照明 管理 等	効率照明への転換	6社	4,118 (3社)	5社	210 (2社)	4社	1,150 (3社)
	高効率機器の導入	9社	5,380 (4社)	6社	4,900 (3社)	5社	4,600 (2社)
	照明の間引き	6社	-	8社	-	4社	-
	採光の改善等	2社	200 (1社)	2社	-	2社	100 (1社)
	タイマー・照度センサー付き照明 の導入	4社	82 (2社)	2社	-	1社	-
	インバータ安定器交換	4社	12,163 (2社)	3社	1,000 (2社)	2社	2,500 (2社)
断 熱	日照熱線カット・遮熱フィルム等 の貼り付け	2社	110 (2社)	3社	145 (2社)	4社	185 (3社)
	その他	1社	200 (1社)	-	-	-	-
そ の 他	E S C Oの導入	-	-	1社	80 (1社)	1社	200 (1社)
	太陽光発電設備の導入	1社	180 (1社)	-	-	-	-
	コ・ジェネの導入	1社	-	-	-	社	-
	中水の利用	1社	390 (1社)	-	-	1社	-
	共同配送の推進	2社	-	1社	-	2社	-
	低公害車の導入	-	-	-	-	1社	-
	アイドリングストップ運動の実施	5社	360 (5社)	4社	180 (1社)	6社	300 (1社)
	その他	1社	-	2社	1,907 (1社)	2社	628 (2社)
合 計		-	82,069	-	24,319	-	20,613

(4) エネルギー消費量・原単位、二酸化炭素排出量・原単位の実績及び見通し

	2004 年度	2010 年度	
		見通し	目標
生産量 ( $\times 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$ )	2.576		
エネルギー消費原単位 ( $\text{kwh} / \text{m}^2 \cdot \text{h}$ )	0.05086		0.05086
(04年度比)	1.000		1.000
エネルギー消費量 ( $\times 10^9 \text{ kwh}$ )	1.3100		
CO <sub>2</sub> 排出原単位 ( $10^8 \text{ kg-CO}_2 / 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$ )	2.0540		
CO <sub>2</sub> 排出量( $\times 10^8 \text{ kg-CO}_2$ )	5.2912		
FU参加企業店舗総数(店)	1,975		
一店舗あたり平均店舗面積( $\text{m}^2$ )	3,296.1		
一日当たり平均営業時間(時間)	10.9		

(5) 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2003年度からの主要な変更点及びその理由(バウンダリー調整など)

該当なし。

(6) 温室効果ガス排出量の公表に向けた取組

【企業の環境報告書等における温室効果ガス公表状況】

今回調査の参加企業で該当無し。

## 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】

最近では、省エネ型店舗への移行や店舗改装時における新設備の導入等の効果から、エネルギー消費を抑制する要因がある一方、店舗の天井高が近年高くなり照明の照度アップや空調効率の悪化などエネルギー消費の非効率を招いている要因もある。エネルギー消費の増加、効率の悪い部分において、エネルギー利用の効率化に向けた努力が必要であり、目標達成に向けて予断は許されない。

##### 【目標達成が困難な場合の対応】

今後、環境資源委員会・小売業専門部を中心に協会として会目標達成に向けてどのような取り組みが必要かを検討していく。

#### (2) 目標変更の妥当性

該当なし。

### < 業種の努力評価に関する事項 >

#### (3) エネルギー原単位の変化

##### 【エネルギー原単位選択の理由】

ホームセンター（DIY）業では、年度によって協会加盟社数、加盟店舗数の変化があることから、業界全体のエネルギー消費量の抑制を目標とするのではなく、生産量当たりのエネルギー消費量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等があるが、年間販売額は加盟社数、加盟店舗数の増減及び経済的な要因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にした。したがって、ホームセンター（DIY）業では、床面積×営業時間当たりのエネルギー消費量を基準年（2004年）の水準に維持することを目標とする。

#### (4) 国際比較

比較可能なデータが存在しない。

### < CO<sub>2</sub>排出量・排出原単位に関する事項 >

#### (5) CO<sub>2</sub>排出量及び分析

2004年度の二酸化炭素排出量から調査を行ったため、評価可能なデータなし。

#### (6) CO<sub>2</sub>排出原単位の変化

2004年度の二酸化炭素排出量から調査を行ったため、評価可能なデータなし。

### < リサイクルに関する事項 >

#### (7) リサイクルによるCO<sub>2</sub>排出量増加状況

調査していない。

**<その他>**

(8) 取組等のPR

(社)日本ドゥ・イット・ユアセルフ協会(以下、(社)日本DIY協会)では、「DIY環境・資源ガイドライン」を作成し、ガイドラインの中で環境・資源問題への取組の「フレームワーク」を定め、会員企業の環境問題等に対する取組を促している。

なお、(社)日本DIY協会には小売業以外にも卸売業、製造業の事業者も会員となっていることから「フレームワーク」の中では、業界毎の特性に応じた取組内容を定めている。

(9) その他、省エネ・CO<sub>2</sub>排出削減のための取組  
特になし。

自主行動計画の目標達成に向けた考え方

