

## 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 19 年 10 月 17 日  
ホームセンター（DIY）業

### ・ホームセンター（DIY）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	
企業数	302社	団体加盟 企業数	91社 <sup>2</sup>	計画参加 企業数	43社 (47.3%) <sup>3</sup>
市場規模	売上高3兆6544 億円	団体企業 売上規模	売上高2兆2909 億円	参加企業 売上規模	売上高2兆257億 円 (55.4%) <sup>4</sup>

1：ダイヤモンド・フリードマン社「AUGUST/SEPTEMBER 2007」による

2：協会会員のうち小売業の会員数（2007年9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

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度（2008年～2012年度）において、基準年度（2004年度）の水準に維持する。

##### カバー率

- ・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、47.3%
- ・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、55.4%

##### 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の抑制を目標とすることが適切である。小売業の生産量指標としては、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×営業時間を生産量指標とすることにした。

目標については、参加した2004年度以前に定量データが残っていないことや、毎年度調査回答企業の入れ替わりが多くあること等から、エネルギー消費原単位数値を自主行動計画の策定年である2004年度（基準年度）水準に維持していくことを目標としている。

CO<sub>2</sub>排出量の目標設定については、上述のとおり調査回答企業の入れ替わりが大きいことや、店舗の大型化及び営業時間の長時間化の傾向が続いていることから設定せず、生産量当たりのエネルギー消費の効率化に努めることとした。

(3) 過去の実施、今後実施予定の対策

フォローアップ（F U）参加会員のうち対策を実施した会員の店舗数。投資額の回答があった場合には、店舗数の後に数字入力。 (単位：万円)

対 策	0 6 年 度	0 7 年 度	
	店舗数 / 投資額	店舗数 / 投資額	
空調 温度 管理	空調機のコンプレッサ運転時間制御改善	189店舗	189店舗
	冷房温度を28度設定にする	250店舗	267店舗
	暖房温度を20度設定にする	250店舗	267店舗
	冷暖房開始時の外気取り入れの停止	155店舗	155店舗
	氷蓄熱システム（夜間電力を活用した空調）の導入		155店舗
	冷蔵ショーケースへのナイトカバーの導入		155店舗
	空調機の外気導入量の削減	155店舗	155店舗
照明 管理 等	退社時にはパソコンの電源OFFの徹底化	215店舗	231店舗
	採光の改善等	155店舗	155店舗
	高効率機器の導入	208店舗 / 2500	182店舗 / 2700
	照明の間引き	275店舗	275店舗
	タイマー・照度センサー付き照明の導入	155店舗	155店舗
	照明のインバータ化	233店舗	234店舗
そ の 他	エレベータ使用台数の削減	155店舗	155店舗
	自動販売機の夜間運転の停止	251店舗	251店舗
	低公害車の導入	155店舗	155店舗
	アイドリングストップ運動の実施	181店舗	181店舗
	ESCOの導入	155店舗	182店舗 / 2000

トステムビバ株式会社

<現在の取組>

- ・クールビズ・ウォームビズの積極取組。
- ・店内での空調設定温度を調整。（夏季 28度、冬季 20度）
- ・屋外照明（看板・駐車場等）の点灯時間をこまめに設定変更。
- ・不要照明のこまめなスイッチON / OFFの実施。
- ・廃棄物の分別推進による焼却、埋立て量の削減。
- ・顧客に不要物（梱包ごみ）を渡さないための裸陳列を推進。
- ・販売済み商品（電池・蛍光管・バッテリー・梱包材）の店頭回収。
- ・マイバッグでの買物受入れ。（一部店舗）

} 全77店舗  
にて実施

- ・商品の長寿命化推進の為に、修理受付けアイテムを拡大。

< 今後の取組 >

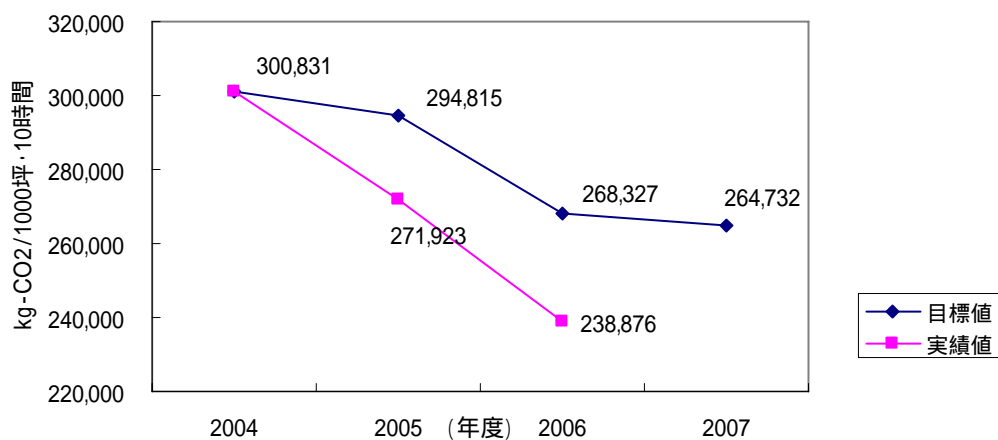
- ・レジ袋使用の削減活動。（マイバッグ買物受け入れ店舗の拡大）
- ・梱包レス販売商品の拡大。
- ・バラ売りや量り売り等、必要量だけの販売を推進。

ロイヤルホームセンター株式会社

- ・ロイヤルホームセンター（株）ではCO<sub>2</sub>排出量原単位の削減を目標指標とし、全42店舗の運営において、電気の使用量削減を中心とした省エネ対策を実施。温室効果ガスの削減に取り組み、2006年度において基準年である2004年度に対して25%削減を達成した。
- ・対策としては、消費する電気使用量の約半分を占める店舗照明についてインバータ化を推進。（Qシステム 導入済店舗：9店舗 インバータ導入済店舗：32店舗）
- ・その他、水銀灯の蛍光灯への変更。（導入済店舗：2店舗）
- ・また、空調機についても、電力使用を制御するデマンドコントローラー導入を推進している。（導入済店舗：27店舗 今期導入予定：4店舗）

Qシステム：定電流方式でインバータによる無結線蛍光灯のこと。

ロイヤルホームセンター [CO<sub>2</sub>排出量原単位の推移]



コーナン商事株式会社

- ・照明の間引きや不要箇所の消灯を徹底。
- ・冷暖房の温度設定を徹底。

(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	2005 年度	2006 年度	2010 年度	
				見通し	目標
生産量 ( $\times 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$ )	2.576	2.498	2.490		
エネルギー消費原単位 ( $\text{kwh} / \text{m}^2 \cdot \text{h}$ )	0.05086	0.04408	0.04842	0.05086	0.05086
(04 年度比)	1.000	0.867	0.952	1.000	1.000
エネルギー消費量 ( $\times 10^9 \text{ kwh}$ )	1.3100	1.1012	1.2059		
CO <sub>2</sub> 排出原単位 ( $10^8 \text{ kg-CO}_2 / 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$ )	2.0448	1.7356	1.8562		
CO <sub>2</sub> 排出量 ( $\times 10^8 \text{ kg-CO}_2$ )	5.2674	4.3354	4.6219		
F U 参加企業店舗総数 (店)	1,975	1,471	1,441		
平均店舗面積 ( $\text{m}^2$ )	3,296.1	4,263.2	4,274.6		
一日当たり平均営業時間 (時間)	10.9	11.0	11.1		

\* 2010年度の目標は、2008～2012年度の5年間の平均値として達成することとする。

\* CO<sub>2</sub>排出原単位及び排出量は、今年度CO<sub>2</sub>排出係数が変更されたため、2004年に遡って反映。

(5) 排出量の算定方法などについて変更点及び算定時の調整状況 (バウンダリーなど)  
温室効果ガス排出量の算定方法の変更点  
変更なし。

バウンダリー調整の状況  
該当なし

## **．産業部門における取組**

### **< 目標に関する事項 >**

#### **(1) 目標達成の蓋然性**

##### 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等、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。

##### 目標達成が困難になった場合の対応

今後、環境資源委員会・小売業専門部会を中心に協会として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。

##### 目標を既に達成している場合における、目標引上げに関する考え方

(社)日本DIY協会では、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、参加企業の熱心な省エネ努力により、エネルギー消費原単位を2004年度水準とする目標を2年連続で達成することができた。

しかし、まだ3回目の調査ということで調査回答企業の入れ替わりが多いことに加えて、継続参加している企業においては原単位が上下しており、業界数値として落ち着いているものとは考えにくい。

従って、エネルギー消費原単位を基準年の水準に維持するという現行目標については今年度も据え置き、目標達成の蓋然性を高めるため業界として更なる省エネ対策に努めるとともに、参加企業が継続して自主行動計画に取組む環境整備に努めることとした。

### **< 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**

##### エネルギー原単位が表す内容

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の抑制を目標とすることが適切である。

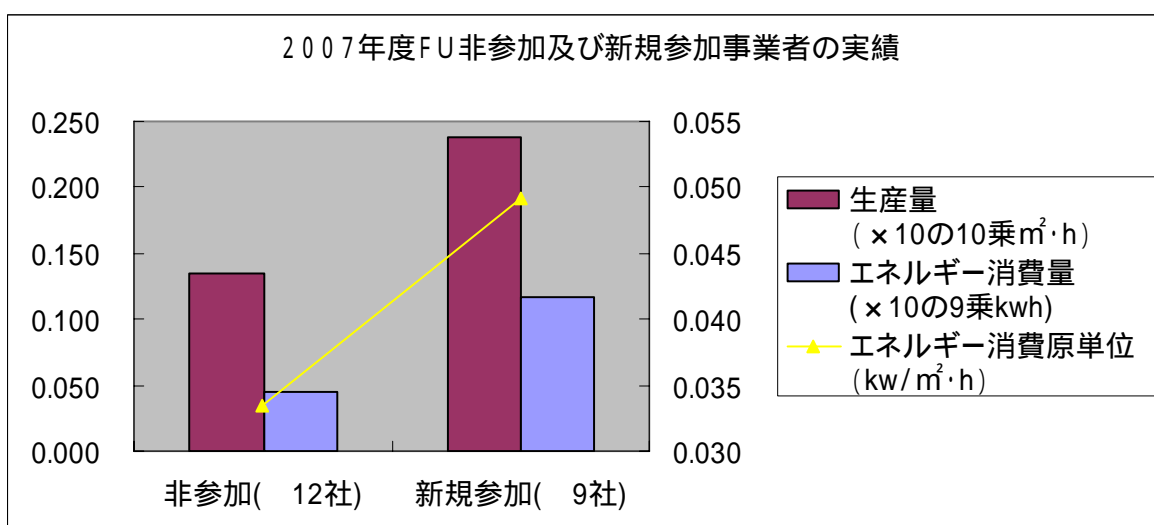
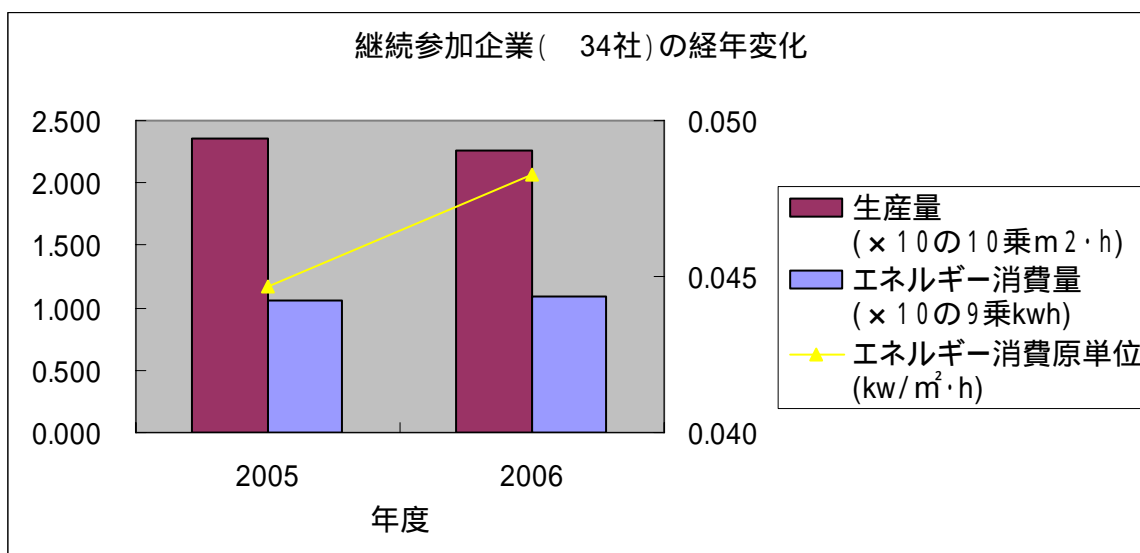
小売業の生産量指標としては、年間販売額、床面積及び営業時間等があるが、年間販売額は加盟社数、加盟店舗数の増減及び経済的な要因によって変動が大きく、床面積×営業時間を生産量指標とすることにした。したがって、ホームセンター(DIY)業では、床面積×営業時間当たりのエネルギー消費量を基準年(2004年度)の水準に維持することを目標とする。

##### エネルギー原単位の経年変化要因の説明

前年に比べて原単位が悪化したものの、目標を2年連続で達成したことは、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、各社の熱心な省エネ努力である。

ただし、まだ3回目の調査ということで、自主行動計画への参加事業者が年度毎に不定（本年度は12社が非参加、新たに9社が参加）であり、このことも一部原単位を上下させているものと考えられる。



### (3) CO<sub>2</sub>排出量・排出原単位の変化

CO<sub>2</sub>排出量の経年変化要因

【単位：万t-CO<sub>2</sub>】（排出量増減数）

	04 05	05 06
CO <sub>2</sub> 排出量	9.320	2.864
事業者の省エネ努力分	7.551	3.923
購入電力分原単位変化	4.713	2.020
燃料転換等による変化	5.008	1.105
生産変動分	1.474	0.144

CO<sub>2</sub>排出原単位の経年変化要因

【単位：t-CO<sub>2</sub>/生産活動量】（原単位増減数）

	04	05	05	06
CO <sub>2</sub> 排出原単位の増減		30,923.050		12,061.443
事業者の省エネ努力分		34,832.204		16,951.692
購入電力分原単位変化		5,368.110		4,559.485
燃料転換等による変化		1,458.956		330.764

(4) 取組についての自己評価

先進的な取り組みをしているホームセンター（DIY）の環境活動は、温度設定時の工夫による電力節減、照明のインバータ化や省エネ空調機器の導入促進、紙の使用量削減やエコ商品の販売推進、廃棄物の細かい分別による再資源化など多岐にわたり、2004年度と比べると4.8%のエネルギー原単位改善を達成した。

一方で、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等、エネルギー消費の非効率を招いている要因もある。昨年度と比べると原単位は悪化しており、今後は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。

(5) 国際比較と对外発信

比較可能なデータが存在しない。

## ・民生・運輸部門における取組の拡大 等

### < 民生・運輸部門への貢献 >

#### (1) 業務部門における取組

本社ビル等オフィスにおける削減目標と目標進捗状況

本社ビル等オフィスにおけるCO<sub>2</sub>削減の目標は現時点では設定していないが、個別企業において、電気使用量の削減等に取り組んでいる。業界としての目標設定については今後検討したい。

業務部門における対策とその効果

株式会社コメリ

- ・ エアコンの温度を夏28度、冬18度に設定。
- ・ 本社ビルはPM10:00に消灯。
- ・ エレベーターを使うのは荷物を運ぶときだけにして、基本的に階段を使用。

#### (2) 運輸部門における取組

株式会社コメリ

- ・ 現在保有の社有車について、随時燃費の良い車への変更を推進している。  
(社有車600台中、昨年度160台変更)
- ・ 各配送センターにて、積載率の向上による配送台数を削減。配送委託運送会社においては、アイドリングストップ・空吹かしをしない等の取組を推進している。
- ・ 物流部門におけるCO<sub>2</sub>排出量等のデータをより細かに分析し今後に向けての取組を作成中。

コーナン商事株式会社

- ・ 社有車として低公害車(プリウス)の一部使用。
- ・ 通勤での公共交通機関利用の推進。

#### (3) 民生部門への貢献

環境家計簿の利用拡大

今後、当協会の環境資源委員会等にて環境家計簿の利用を促すための方策を検討していきたい。

製品・サービス等を通じた貢献

株式会社カーマ

温室効果ガス排出量の削減が課題となる中で、ホームセンター商材による家庭でできる省エネ対策【名称：カーマで始めるエコライフ】を全社レベルで取り組んでいる。

具体的には、CO<sub>2</sub>削減のための職場や家庭における冷暖房の設定温度見直し、節水効果のあるライフスタイルの提案及び関連商品の販売促進、待機電力削減効果のある情報提供及び関連商品の販売促進等が挙げられる。



## < リサイクルに関する事項 >

### (4) リサイクルによるCO<sub>2</sub>排出量増加状況

株式会社カーマ

本社及び全店舗で発生する廃棄書類のトイレトーパーへのリサイクルに取組み、本年度1月から6月までで42,940kgを回収。また、本年5月よりカーマのお買い物袋の不要分を回収し、リサイクルする取組を開始した。

## < その他 >

### (5) 省エネ・CO<sub>2</sub>排出削減のための取組・PR活動

(社)日本DIY協会

当協会では、環境資源に関する業界内の意識向上を図るため、環境資源委員会の中に審査委員会を設け、「人と環境にやさしい商品」に該当する商品を募集し、審査・選別を行い4項目に分けて、毎年幕張メッセで開催される「JAPAN DIY HOMECENTER SHOW」にて展示を行っている。

リサイクル材料を使用、もしくはリサイクルを容易にできるように配慮した商品  
環境を汚染しない、もしくは汚染された環境を浄化する機能や効果のある商品

(有機溶剤や化学物質を含まない商品など)

省資源・省エネルギーに配慮した商品

人にやさしく安全性に配慮した使い勝手のよいDIY商品

企業が製品を開発する場合には、仕様設計、材料の選定から始まり、生産、生活者による製品使用、さらに廃棄に到るまで、あらゆる場面で環境に対する負荷を低減させる配慮が必要であり、資源の有効活用やリサイクルによる再利用等、次の世代に向けて美しい環境と資源を残す一助となるよう取組んでいる。

また、「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、業態毎の特性に応じた取組内容を定めている。環境・資源ガイドライン(1999年発行、2002年改訂)を改訂してから5年以上が経過し、DIY業界を取り巻く環境もかなり変化したことを受け、見直しを行うこととしている。

ホームック株式会社

### < 一人一木運動 >

今年から社員の意識改革するため、「一人一木運動」なる植樹活動に力を注いでいる。カミネッコンというダンボールのリサイクルポットで苗木を育て、そのまま植樹場所にもって行く方法で、活着率(翌年の生育割合)90%を越える実績がある。今年度は1350ポットを道有地に植栽した。

株式会社コメリ

< 経常利益 1 %相当を地域緑化へ >

前年度経常利益の 1 %相当額を基金として積み立て、毎年の「コメリ緑資金」贈呈金額の原資としている。平成 19 年度（第 18 回）には、平成 19 年 3 月期の単体経常利益 13 億 410 万円の 1 %相当額を原資として出店地域へ拠出した。

(単位:千円)

年度	期	コメリ経常利益	寄付金額	助成件数	件数累計
1990	平成2年		14,600	15	
1991	平成3年	1,764,302	17,600	29	44
1992	平成4年	2,107,557	21,000	27	71
1993	平成5年	2,435,633	24,000	37	108
1994	平成6年	2,609,534	26,000	38	146
1995	平成7年	2,909,281	29,000	47	193
1996	平成8年	3,244,457	32,000	28	221
1997	平成9年	4,001,020	40,000	37	258
1998	平成10年	4,060,229	40,600	43	301
1999	平成11年	5,137,967	51,000	68	369
2000	平成12年	6,110,000	61,100	89	458
2001	平成13年	7,011,000	70,100	195	653
2002	平成14年	8,581,000	85,800	534	1,187
2003	平成15年	9,580,000	95,800	665	1,852
2004	平成16年	10,358,000	103,500	585	2,437
2005	平成17年	10,931,000	109,310	729	3,166
2006	平成18年	11,656,000	116,560	1,091	4,257
2007	平成19年	13,541,000	135,410		
2008	平成20年				
2009	平成21年				
			<b>1,073,380</b>	<b>4,257</b>	

自主行動計画参加企業リスト

(社)日本ドゥ・イット・ユアセルフ協会

企業名	事業所名	業種分類
アークランドサカモト(株)	全事業所が対象	(25)
(株)アヤハディオ	全事業所が対象	(25)
(株)いない	全事業所が対象	(25)
(株)エンチャー	全事業所が対象	(25)
(株)OKエンタープライズ	全事業所が対象	(25)
(株)カーマ	全事業所が対象	(25)
嘉穂無線(株)	全事業所が対象	(25)
(株)関西土地	全事業所が対象	(25)
(株)京タンス店	全事業所が対象	(25)
(株)ケーヨー	全事業所が対象	(25)
コーナン商事(株)	全事業所が対象	(25)
(株)コメリ	全事業所が対象	(25)
坂本産業(株)	全事業所が対象	(25)
(株)サンデー	全事業所が対象	(25)
(株)サンワドー	全事業所が対象	(25)
(株)しもんそマルヒラ	全事業所が対象	(25)
ダイキ(株)	全事業所が対象	(25)
(株)ダイシン	全事業所が対象	(25)
(株)ダイユーエイト	全事業所が対象	(25)
(株)タカカツ	全事業所が対象	(25)
(株)東急ハンズ	全事業所が対象	(25)
東宝共栄企業(株)	全事業所が対象	(25)
トステムビバ(株)	全事業所が対象	(25)
ドイト(株)	全事業所が対象	(25)
(株)ナフコ	全事業所が対象	(25)
(株)ナンバ	全事業所が対象	(25)
(株)ハイエース	全事業所が対象	(25)
(株)服部タイヨー	全事業所が対象	(25)
(株)ハマート	全事業所が対象	(25)
(株)ハンズマン	全事業所が対象	(25)

(株)ビーバートザン	全事業所が対象	(25)
(株)フタガミ	全事業所が対象	(25)
(株)ホームマック(株)	全事業所が対象	(25)
(株)ホームインブループメントひろせ	全事業所が対象	(25)
(株)ホームエキスポ	全事業所が対象	(25)
(株)ホームセンターアグロ	全事業所が対象	(25)
(株)ホームセンターアンゼン	全事業所が対象	(25)
(株)メイクマン	全事業所が対象	(25)
(株)山新	全事業所が対象	(25)
(株)ユーホー	全事業所が対象	(25)
(株)ユニリビング	全事業所が対象	(25)
ユニー(株)	全事業所が対象	(25)
ロイヤルホームセンター(株)	全事業所が対象	(25)

地球温暖化対策の推進に関する法律(温対法、平成10年法律第117号)の規定により、行政に報告した「エネルギーの使用に伴って発生する二酸化炭素」の算定排出量を事業所毎に記載する。

温対法の温室効果ガス排出量の算定・報告・公表制度において、非開示とされた事業所においてはCO2算定排出量の記載は不要。

<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	(24)自動車及び部品(二輪自動車を含む)		
(25)その他			