

経団連 低炭素社会実行計画 2018 年度フォローアップ結果

個別業種編

チェーンストア業界の低炭素社会実行計画

		計画の内容
1. 国内の事業活動における 2020 年の削減目標	目標水準	2020 年度に店舗ごとのエネルギー消費原単位の平均値 ¹ を基準年度（1996 年度：0.1180kWh/m ² ・h）比 24%削減（0.0897 kWh/m ² ・h）。2015 年 7 月の会員企業 59 社を対象とする。ただし、会員企業数や会員企業が行うサービス内容にエネルギー消費原単位に大きな影響を及ぼす変化が生じた場合には見直しを行う。
	目標設定の根拠	<p><u>対象とする事業領域：</u> 会員企業の店舗を対象とする。</p> <p><u>将来見通し：</u> 当協会は会員が主として行う事業が食品スーパー、ホームセンター等それぞれ異なっており、店舗におけるエネルギー使用機器の構成に大きな違いがあることから、店舗ごとのエネルギー消費原単位の差は他の業界に比較して大きなものとなっている。 また、当協会は店内調理の増加等、客のニーズに対して様々なサービスの提供が求められている。こうしたこともエネルギー消費原単位について大きな変動要因となる。 このように、会員企業の入退会に伴う会員数の変化や客のニーズに伴う事業の変化等については現時点で予測が困難となっており、エネルギー消費原単位の将来的な見通しにおける不確定要素が多いことから、会員構成等の変動によっては目標数値の変更も考えられる。</p> <p><u>BAT：</u> ・LED スポットライト等省エネ機器の導入、入れ替え ・BEMS 等をはじめとする省エネのための制御機器の導入 ・新しい技術開発に対する先進事例の共有化、情報交換等</p> <p><u>電力排出係数：</u> エネルギー消費原単位での目標設定のため、電力排出係数については考慮していない。</p> <p><u>その他：</u> 特になし</p>
2. 主体間連携の強化 (低炭素製品・サービスの普及を通じた 2020 年時点の削減)		<p>レジ袋削減の継続、容器包装の少ない商品の販売・開発等を行うことを通じて、生活者が廃棄する際の CO₂ 排出量を抑制するよう取り組みを進める。 全体の削減量は不明だが、レジ袋については 1 枚 (6.62g) の辞退により約 10g の CO₂ 削減効果が期待できる（製造にかかる CO₂ 排出量として）。（レジ袋重量：プラスチック容器包装リサイクル推進協議会、CO₂ 排出量：（一社）プラスチック循環利用協会）</p>
3. 国際貢献の推進 (省エネ技術の普及などによる 2020 年時点の海外での削減)		海外に店舗を出店する際には、地域の実情に応じ、出来るだけ省エネルギーとなるような店舗づくり、店舗運営を行っていく。

¹ 二次エネルギー消費量の換算値としている。

<p>4. 革新的技術の開発 (中長期の取組み)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ LED スポットライト等省エネ機器の導入、入れ替え ・ BEMS 等をはじめとする省エネのための制御機器の導入 ・ 新しい技術開発に対する先進事例の共有化、情報交換等
<p>5. その他の取組・ 特記事項</p>	<p>フォローアップ等を通じて得られた優良事例については会員企業にフィードバックをしていくとともに、HP への掲載等を通じて会員外の事業者や生活者にも認知度を深めていく。</p>

チェーンストア業界の低炭素社会実行計画フェーズⅡ

		計画の内容
1. 国内の事業活動における 2020 年の削減目標	目標水準	2030 年度に店舗ごとのエネルギー消費原単位の平均値 ² を基準年度（1996 年度：0.1180kWh/m ² ・h）比 24%削減（0.0897 kWh/m ² ・h）。2015 年 7 月の会員企業 59 社を対象とする。ただし、会員企業数や会員企業が行うサービス内容にエネルギー消費原単位に大きな影響を及ぼす変化が生じた場合には見直しを行う。
	目標設定の根拠	<p><u>対象とする事業領域：</u> 会員企業の店舗を対象とする。</p> <p><u>将来見通し：</u> 当協会は会員が主として行う事業が食品スーパー、ホームセンター等それぞれ異なっており、店舗におけるエネルギー使用機器の構成に大きな違いがあることから、店舗ごとのエネルギー消費原単位の差は他の業界に比較して大きなものとなっている。 また、当協会は店内調理の増加等、客のニーズに対して様々なサービスの提供が求められている。こうしたこともエネルギー消費原単位について大きな変動要因となる。 このように、会員企業の入退会に伴う会員数の変化や客のニーズに伴う事業の変化等については現時点で予測が困難となっており、エネルギー消費原単位の将来的な見通しにおける不確定要素が多いことから、会員構成等の変動によっては目標数値の変更も考えられる。</p> <p><u>BAT：</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・LED スポットライト等省エネ機器の導入、入れ替え ・BEMS 等をはじめとする省エネのための制御機器の導入 ・新しい技術開発に対する先進事例の共有化、情報交換等 <p><u>電力排出係数：</u> エネルギー消費原単位での目標設定のため、電力排出係数については考慮していない。</p> <p><u>その他：</u> 特になし</p>
2. 主体間連携の強化 (低炭素製品・サービスの普及を通じた 2020 年時点の削減)		<p>レジ袋削減の継続、容器包装の少ない商品の販売・開発等を行うことを通じて、生活者が廃棄する際の CO₂ 排出量を抑制するよう取り組みを進める。 全体の削減量は不明だが、レジ袋については 1 枚 (6.62g) の辞退により約 10g の CO₂ 削減効果が期待できる（製造にかかる CO₂ 排出量として）。（レジ袋重量：プラスチック容器包装リサイクル推進協議会、CO₂ 排出量：（一社）プラスチック循環利用協会）</p>
3. 国際貢献の推進 (省エネ技術の普及などによる 2020 年時点の海外での削減)		<p>海外に店舗を出店する際には、地域の実情に応じ、出来るだけ省エネルギーとなるような店舗づくり、店舗運営を行っていく。</p>

² 二次エネルギー消費量の換算値としている。

<p>4. 革新的技術の開発 (中長期の取組み)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ LED スポットライト等省エネ機器の導入、入れ替え ・ BEMS 等をはじめとする省エネのための制御機器の導入 ・ 新しい技術開発に対する先進事例の共有化、情報交換等
<p>5. その他の取組・ 特記事項</p>	<p>フォローアップ等を通じて得られた優良事例については会員企業にフィードバックをしていくとともに、HP への掲載等を通じて会員外の事業者や生活者にも認知度を深めていく。</p>

チェーンストア業における地球温暖化対策の取組み

2019年2月6日
日本チェーンストア協会

I. チェーンストア業の概要

(1) 主な事業

食品、衣料品、日用雑貨等を販売する総合小売業。

- ・標準産業分類コード 57 織物・衣服・身の回り品小売業
- 58 飲食料品小売業

※日本チェーンストア協会概要（2017年3月末現在）

- ・会員企業数 56社
- ・売上高 12兆9,175億円
- ・店舗数 9,904店
- ・売場面積 25,971,290m²

(2) 業界全体に占めるカバー率

業界全体の規模		業界団体の規模		低炭素社会実行計画 参加規模	
企業数	1,024,881事業所 ³	団体加盟 企業数	56社	計画参加 企業数	56社 ⁴
市場規模	140兆2,750億円 ⁵	団体企業 売上規模	12兆9,175億円	参加企業 売上規模	12兆9,175億円
エネルギー 消費量	750,013TJ ⁶	団体加盟 企業エネ ルギー消 費量		計画参加 企業エネ ルギー消 費量	

³ 出所：経済産業省 平成26年度商業統計調査（小売業全体の合計）

⁴ 当協会においては全会員企業が低炭素社会実行計画に参加しているが、データの提出を行った企業数は上記のうち27社になっている。

⁵ 出所：経済産業省 平成28年度商業動態統計（小売業全体の合計）

⁶ 出所：資源エネルギー庁 平成27年度総合エネルギー統計（小売業全体の合計）

(3) データについて

【データの算出方法（積み上げまたは推計など）】

指標	出典	集計方法
生産活動量	会員企業アンケート	アンケート提出企業の営業時間、延床面積の回答に基づき算出
エネルギー消費量	会員企業アンケート	アンケート提出企業のエネルギー消費量の回答に基づき算出
CO ₂ 排出量	会員企業アンケート	アンケート提出企業のエネルギー使用量の合計に調整後排出係数を乗じている

【生産活動量を表す指標の名称、それを採用する理由】

<指標の名称>

延床面積（㎡）×年間営業時間（時間）

<採用する理由>

当協会では、会員企業数の増減や新規出店および閉店等により店舗数の増減があるため、全体でのエネルギー消費量を制限することよりも生産活動量当たりのエネルギー消費量を削減することが適切であると考えである。生産活動量の指標の候補としては、年間販売高、延床面積、営業時間が挙げられるが、年間販売額は経済的な要因による変動が大きいため、延床面積×年間営業時間とすることとした。

【業界間バウンダリーの調整状況】

- バウンダリーの調整は行っていない
- バウンダリーの調整を実施している

【その他特記事項】

アンケート回収率が前年より低下しているが、原因の一つとして、昨年度からアンケート調査票の様式を改定したことと、エネルギー消費量や省エネ対策に関する調査項目を細分化したことが考えられる。会員企業がより回答しやすいよう、引き続き調査票の改良に努めている。

II. 国内の事業活動における排出削減

年度により、スーパーのみ回答している場合と、スーパーとホームセンター等が回答している場合があり、回答企業の業態の構成が異なる。よって、各種実績値は、業態構成別に比較しやすいよう「スーパーのみ」「スーパー・ホームセンター等混合」の2ケースに分けて集計している。

(1) 実績の総括表

【総括表】

	基準年度 (2006年度)	2016年度実績		2017年度 見通し	2017年度実績		2018年度 見通し	2020年度 目標	2030年度 目標
		スーパ- のみ	スーパ-・ ホームセンター等 混合		スーパ- のみ	スーパ-・ ホームセンター等 混合 ⁷			
生産活動量 (10 ¹⁰ m ² ・h)	—	10.9	11.4	—	7.8	8.3	—	—	—
エネルギー 消費量(原油 換算万kℓ)	—	134.3	137.9	—	108.2	111.8	—	—	—
内、電力 消費量 (億kWh)	—	51.7	53.0	—	41.6	43.0	—	—	—
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	— ※1	283.2 ※2	291.0 ※2	— ※3	219.8 ※4	227.1 ※4	— ※5	— ※6	— ※7
エネルギー 原単位(kWh/ m ² ・h) ^{8 9}	0.1180	0.0912	0.0794	—	0.0903	0.0774	—	0.0897	0.0897
CO ₂ 原単位 (万t-CO ₂ / 10 ¹⁰ m ² ・h)	—	26.0	25.5	—	28.2	27.3	—	—	—

【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4	※5	※6	※7
排出係数[kg-CO ₂ /kWh]		5.16		4.96			
実排出/調整後/その他		調整後		調整後			
年度		2016		2017			
発電端/受電端		受電端		受電端			

⁷ 2017年度はホームセンター等からの回答が得られなかったため、ホームセンター等の実績値に関しては、前年度(2016年度)から店舗数とエネルギー消費原単位が変化していないと仮定し、2016年度と同じ数値を用いている。

⁸ エネルギー消費原単位は、二次エネルギー消費量の換算値としている。

⁹ 当協会は、店舗ごとのエネルギー消費原単位の平均値を目標指標としており、回答票Iでのエネルギー消費原単位の算出方法と異なる。よって、回答票Iにて算出される原単位と当協会が報告している原単位の数値は一致しない。

(2) 2017年度における実績概要

【目標に対する実績】

<フェーズ I (2020年) 目標>

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2020年度目標値
エネルギー消費原単位	1996年度	▲24%	0.0897 kWh/m ² ・h

目標指標の実績値			進捗状況		
基準年度実績 (BAU目標水準)	2016年度 実績	2017年度 実績	基準年度比 /BAU目標比	2016年度比	進捗率*
スーパーのみ					
0.1180 kWh/m ² ・h	0.0912 kWh/m ² ・h	0.0903 kWh/m ² ・h	▲23.5%	▲1.0%	97.9%
スーパー・ホームセンター等混合					
0.1180 kWh/m ² ・h	0.0794 kWh/m ² ・h	0.0774 kWh/m ² ・h	▲34.4%	▲2.5%	143.3%

* 進捗率の計算式は以下のとおり。

進捗率【基準年度目標】= (基準年度の実績水準 - 当年度の実績水準)
/ (基準年度の実績水準 - 2020年度の目標水準) × 100 (%)

進捗率【BAU目標】= (当年度のBAU - 当年度の実績水準) / (2020年度の目標水準) × 100 (%)

<フェーズ II (2030年) 目標>

フェーズ I (2020年) と同様である。

【調整後排出係数を用いた CO₂ 排出量実績】

	2017年度実績	基準年度比	2016年度比
スーパーのみ			
CO ₂ 排出量	219.8 万t-CO ₂	-	▲22.4%
スーパー・ホームセンター等混合			
CO ₂ 排出量	227.1 万t-CO ₂	-	▲22.0%

(3) 生産活動量、エネルギー消費量・原単位、CO₂排出量・原単位の実績

【生産活動量】

<2017年度実績値>

生産活動量（単位：10¹⁰m²・h）：

●スーパーのみ：7.8（2016年度比▲28.3%）

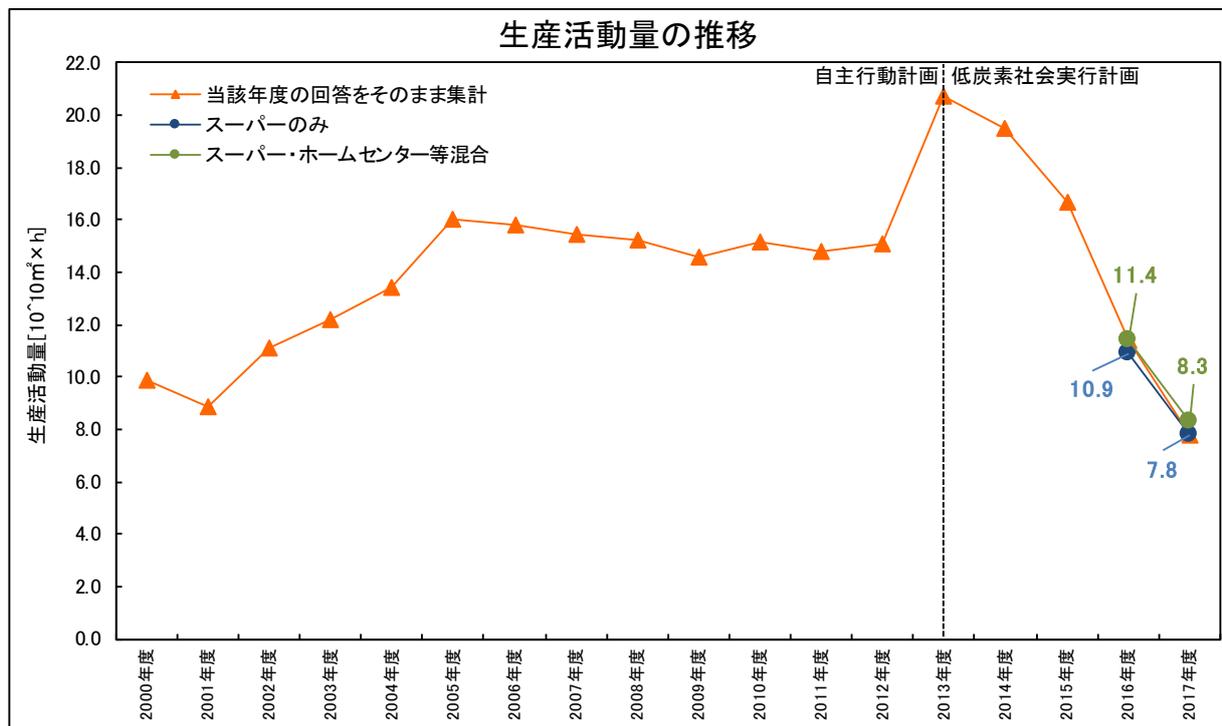
●スーパー・ホームセンター等混合：8.3（2016年度比▲27.1%）¹⁰

<実績のトレンド>

(グラフ)

年度により、スーパーのみ回答している場合と、スーパー¹¹とホームセンター等¹²が回答している場合があり、回答企業の業態の構成が異なる。よって、各種実績値は、業態構成別に比較しやすいよう「スーパーのみ」「スーパー・ホームセンター等混合」の2ケースに分けて集計している。2017年度はホームセンター等からの回答が得られなかったため、ホームセンター等の実績値に関しては、前年度（2016年度）から店舗数とエネルギー消費原単位が変化していないと仮定し、2016年度と同じ数値を用いている。

なお、2013年度に低炭素社会実行計画に移行してから、延床面積は、売場面積を用いた推定値からアンケート回答に基づく実績値への採用へ変更した。売場面積を用いた推定値では延床面積を過小に推定していたため、この変更により、2013年度の平均延床面積が増大し、それに伴い生産活動量も増大している。



¹⁰ 2017年度はホームセンター等からの回答が得られなかったため、ホームセンター等の実績値に関しては、前年度（2016年度）から店舗数とエネルギー消費原単位が変化していないと仮定し、2016年度と同じ数値を用いている。

¹¹ 「スーパー」の定義：産業分類 58（飲食料品小売業）のみ、もしくは産業分類 57（織物・衣服・身の回り品小売業）・58（飲食料品小売業）の両方の事業を行っている店舗

¹² 「ホームセンター等」の定義：産業分類 57（織物・衣服・身の回り品小売業）の事業のみを行っている店舗

(過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察)

2017年度の生産活動量は、スーパーのみ集計した場合は $7.8 \times 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$ と、前年度比で28.3%減、スーパー・ホームセンター等による混合業態を集計した場合は $8.3 \times 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{h}$ と、前年度比で27.1%減となっている。この傾向は、回収・集計対象店舗数の減少が主な原因となっており、その他、閉店等による一部会員企業の店舗数の減少も原因として考えられる。

スーパーのみ集計した場合、前年度は計24社・2,522店舗が集計対象となったのに対し、2017年度には計26社・2,191店舗となっている。また、スーパー・ホームセンター等による混合業態を集計した場合、前年度には計26社・3,367店舗が集計対象となったのに対し、2017年度には計28社・3,034店舗となっている。集計対象店舗数の減少により、2017年度の延床面積と営業時間はいずれも前年度より減少し、その結果、生産活動量が減少している。

(参考) 生産活動量の変動要因

指標 ¹³	2016年度実績(指数)		2017年度実績(指数)	
	スーパーのみ	スーパー・ホームセンター等混合	スーパーのみ	スーパー・ホームセンター等混合
集計店舗数	2,522 店 (1)	3,367 店 (1)	2,191 店 (0.869)	3,034 店 (0.901)
延床面積	22,681,071 m ² (1)	23,949,524 m ² (1)	16,654,948 m ² (0.734)	17,883,018 m ² (0.747)
集計店舗当たり延床面積	8,993 m ² /店 (1)	7,113 m ² /店 (1)	7,602 m ² /店 (0.845)	5,894 m ² /店 (0.829)
年間営業時間	12,695,989 時間 (1)	16,123,270 時間 (1)	10,779,980 時間 (0.849)	13,817,076 時間 (0.857)
集計店舗当たり年間営業時間	5,034 時間/店 (1)	4,789 時間/店 (1)	4,920 時間/店 (0.977)	4,554 時間/店 (0.951)

なお、協会全体の売上に関しては、2016年度が12兆9,718億円だったのに対し、2017年度は12兆9,175億円と、生産活動量の要因と比較するとわずかな減少(0.4%減)となっている。

(参考) 協会全体の売上動向

指標 ¹³	2016年度実績(指数)	2017年度実績(指数)
協会全体の売上高	12,971,782 百万円 (1)	12,917,532 百万円 (0.996)

¹³ いずれの指標も、前年度の指数を「1」としている。

【エネルギー消費原単位】（二次エネルギー換算値）

＜2017年度の実績値＞

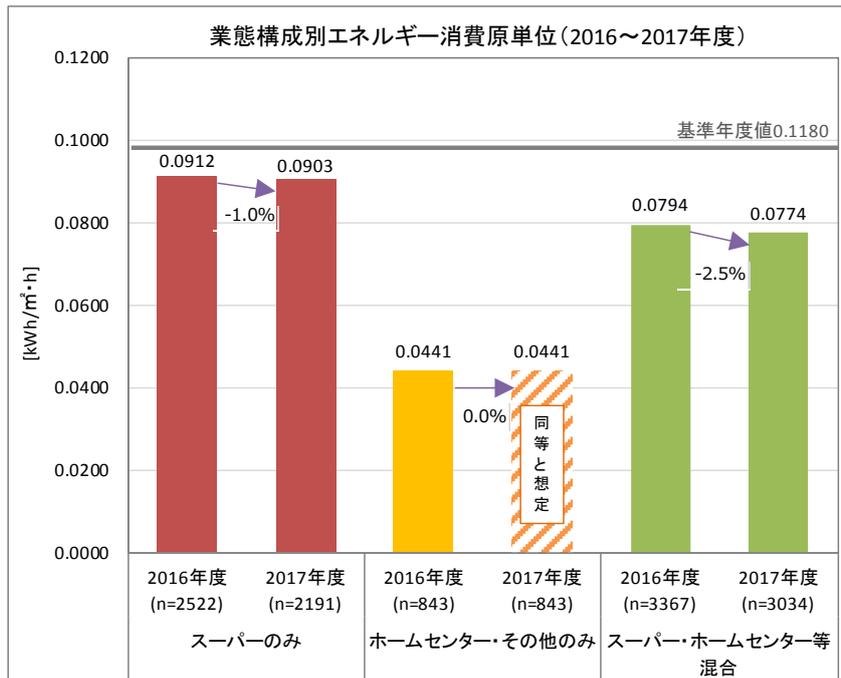
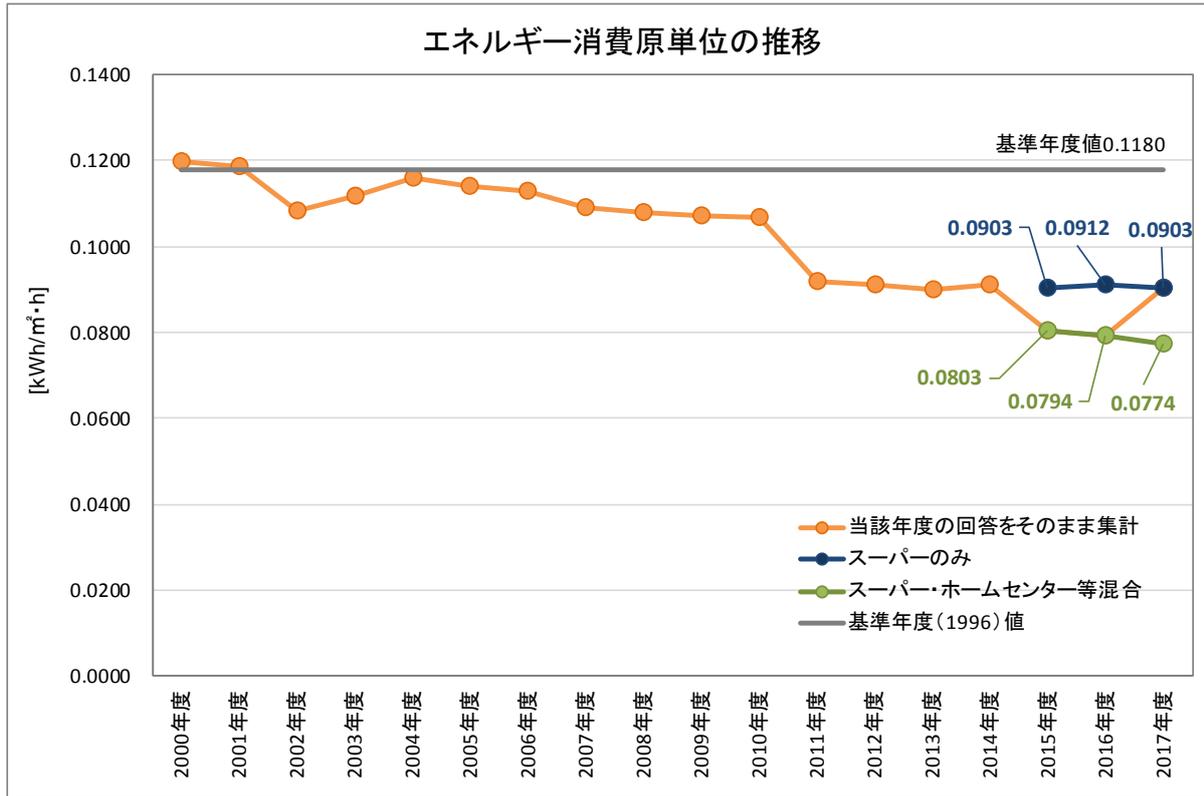
エネルギー消費原単位（単位：kWh/m²・h）：

●スーパーのみ：0.0903（基準年度比▲23.5%、2016年度比▲1.0%）

●スーパー・ホームセンター等混合：0.0774（基準年度比▲34.4%、2016年度比▲2.5%）

＜実績のトレンド＞

（グラフ）



(過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察)

本項では、当協会が採用した算出方法（店舗ごとのエネルギー消費原単位の平均値）をもとに、エネルギー消費原単位の経年変化を算出した。

2017年度のエネルギー消費原単位（二次換算値）は、スーパーのみ集計した場合は0.0903kWh/m²・hと、基準年度比で23.5%減、スーパー・ホームセンター等による混合業態を集計した場合は0.0774kWh/m²・hと、基準年度比で34.4%減となっている。前年度比でいうと、スーパーのみ集計した場合は1.0%減、スーパー・ホームセンター等による混合業態を集計した場合は2.5%減となっている。

業態別のエネルギー消費原単位は、スーパー（0.0903kWh/m²・h）、ホームセンター等（0.0441kWh/m²・h）の順に小さくなっている。食料品の冷蔵・冷凍が必要であり、また店内調理が発生するスーパーでは、そのような活動が発生しないホームセンター等の業態よりエネルギー消費原単位が大きくなっている。

このように、当協会のエネルギー消費原単位は集計対象に含まれる企業や店舗の内訳に大きく影響を受けているため、協会全体としてのエネルギー消費量の見通しや省エネルギー対策の効果の把握が困難となっている。

【エネルギー消費量、エネルギー消費原単位】（一次エネルギー換算値）

＜2017年度の実績値＞

エネルギー消費量（単位：万kℓ）：

●スーパーのみ：108.2（2016年度比▲19.4%）

●スーパー・ホームセンター等混合：111.8（2016年度比▲19.0%）

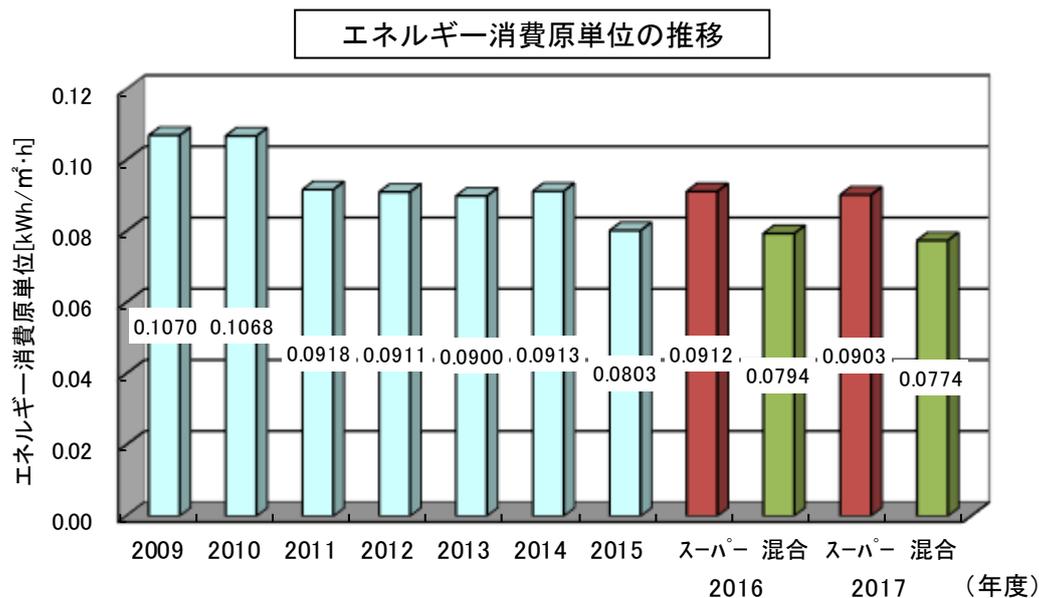
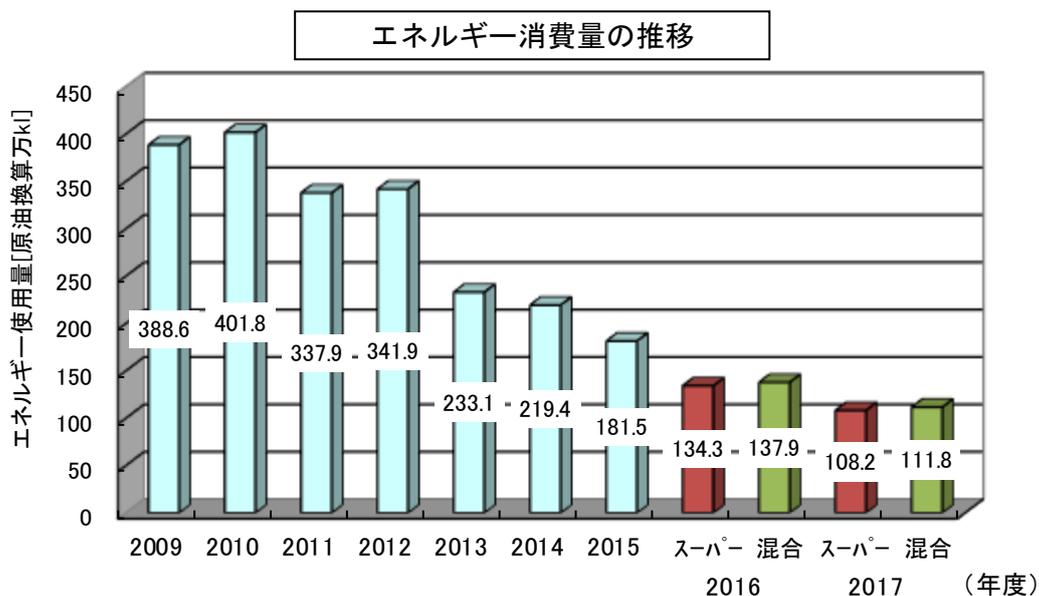
エネルギー消費原単位（単位：万kℓ/10¹⁰m²・h）：

●スーパーのみ：13.9（2016年度比+12.4%）

●スーパー・ホームセンター等混合：13.4（2016年度比+11.1%）

＜実績のトレンド＞

（グラフ）



*スーパー：スーパーのみ、混合：スーパー・ホームセンター等混合

（過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察）

本項では、回答票Iの算出方法（全集計店舗のエネルギー消費量の総和を、全集計店舗の生産活動量の総和で除したもの）をもとに、エネルギー消費原単位の経年変化を算出した。

2017年度のエネルギー消費量（一次換算値）は、スーパーのみ集計した場合は108.2万kℓと、前年度比で19.4%減、スーパー・ホームセンター等による混合業態を集計した場合は111.8万kℓと、前年度比で19.0%減となっている。エネルギー消費原単位（一次換算値）に関しては、スーパーのみ集計した場合は13.9万kℓ/10¹⁰m²・hと、前年度比で12.4%増、スーパー・ホームセンター等による混合業態を集計した場合は13.4万kℓ/10¹⁰m²・hと、前年度比で11.1%増となっている。エネルギー消費量・生産活動量がともに前年度比で減少している一方、一次エネルギー換算ベースでのエネルギー消費原単位が増加しているのは、2017年度集計対象店舗のうち、エネルギー消費原単位の大きい店舗の占める割合が増大したことに起因していると考えられる。

【CO₂排出量、CO₂原単位】

<2017年度の実績値>

CO₂排出量（単位：万t-CO₂ 電力排出係数：4.96t-CO₂/万kWh）：

●スーパーのみ：219.8（2016年度比▲22.4%）

●スーパー・ホームセンター等混合：227.1（2016年度比▲22.0%）

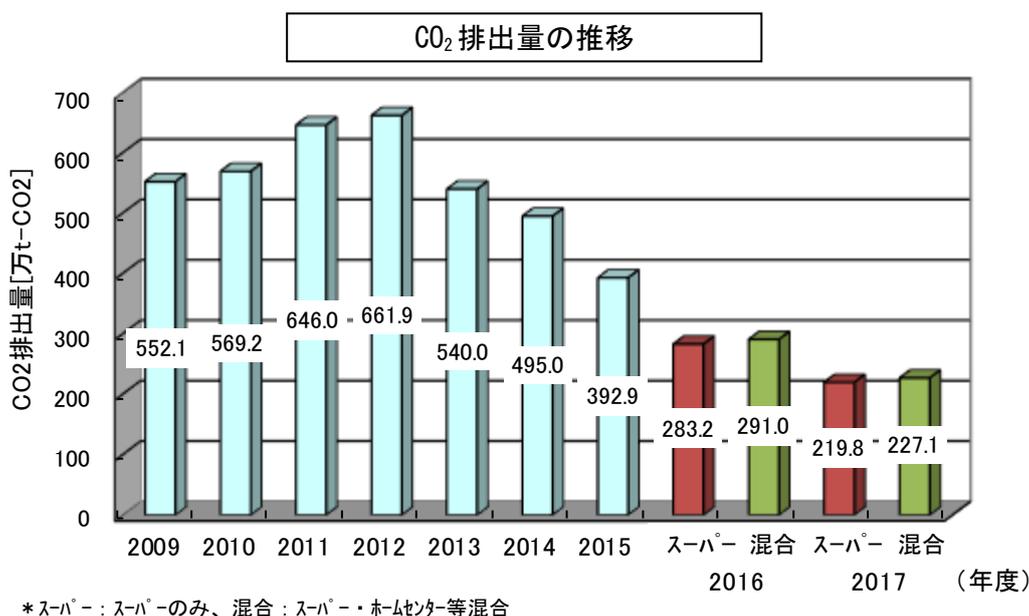
CO₂原単位（単位：万t-CO₂/10¹⁰m²・h 電力排出係数：4.96t-CO₂/万kWh）：

●スーパーのみ：28.2（2016年度比+8.3%）

●スーパー・ホームセンター等混合：27.3（2016年度比+7.0%）

<実績のトレンド>

（グラフ）



（過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察）

2017年度のCO₂排出量は、スーパーのみ集計した場合は219.8万t-CO₂と、前年度比で22.4%減、スーパー・ホームセンター等による混合業態を集計した場合は227.1万t-CO₂と、前年度比で22.0%減となっている。CO₂原単位に関しては、スーパーのみ集計した場合は28.2万t-CO₂/10¹⁰m²・hと、前年度比で8.3%増、スーパー・ホームセンター等による混合業態を集計した場合は27.3万t-CO₂/10¹⁰m²・hと、前年度比で7.0%増となっている。CO₂排出量・生産活動量がともに前年度比で減少している一方、CO₂原単位が増加しているのは、前述のとおり、2017年度集計対象店舗のうち、エネルギー消費原単位の大きい店舗の占める割合が増大したことに起因していると考えられる。

なお、2012年度から2013年度にかけてCO₂原単位が大幅に減少しているが、これは低炭素社会実行計画に移行してから、延床面積は売場面積を用いた推定値からアンケート回答に基づく実績値への採用へ変更したことが原因として挙げられる。この変更によって、2013年度における生産活動量が増大したため、CO₂排出量が減少している。

【要因分析】

(CO₂排出量)

要因	1996年度 ➤ 2017年度	2005年度 ➤ 2017年度	2013年度 ➤ 2017年度	前年度 ➤ 2017年度
スーパーのみ				
生産活動量の変化	—	▲51.3%	▲62.3%	▲28.3%
CO ₂ 排出係数の変化	—	+19.3%	▲12.3%	▲3.7%
エネルギー消費原単位の変化	▲23.5%	▲20.8	+0.3%	▲1.0%
CO ₂ 排出量の変化	—	▲71.6%	▲59.3%	▲22.4%
スーパー・ホームセンター等混合				
生産活動量の変化	—	▲48.1%	▲59.8%	▲27.1%
CO ₂ 排出係数の変化	—	+19.3%	▲12.3%	▲3.7%
エネルギー消費原単位の変化	▲34.4%	▲32.1%	▲13.9%	▲2.5%
CO ₂ 排出量の変化	—	▲70.6%	▲58.0%	▲22.0%

(%)

(要因分析の説明)

基準年度・2005年度・2013年度・前年度のいずれと比較しても、2017年度における生産活動量、エネルギー消費原単位、CO₂排出量は減少している。前述したとおり、これは回収・集計対象店舗数が減少したことに起因していると考えられる。

なお、「(4) 実施した対策、投資額と削減効果の考察」にて後述するとおり、個社では様々な省エネルギー対策が実施されており、その継続的な努力がエネルギー消費量及びCO₂排出量の削減に寄与していると思われる。

(4) 実施した対策、投資額と削減効果の考察

【総括表】

年度	対策	投資額	年度当たりの エネルギー削減量 CO ₂ 削減量	設備等の使用期間 (見込み)
2017 年度	省エネ型照明 (LED 等) の導入		業界全体の投資額と削減効果は集計が困難だが、個別企業における削減効果については、下記【2017 年度の取組実績】及び【2018 年度以降の取組予定】を参照。	
	省エネ型空調設備の導入			
	省エネ型冷蔵・冷凍設備 (自然冷媒、扉付き等) の導入			
	効率的な制御機器 (BEMS、スマートメーター等) の導入			
2018 年度 以降	省エネ型照明 (LED 等) の導入			
	省エネ型空調設備の導入			
	省エネ型冷蔵・冷凍設備 (自然冷媒、扉付き等) の導入			
	効率的な制御機器 (BEMS、スマートメーター等) の導入			

【2017 年度 of 取組実績】

(取組の具体的事例)

●省エネ型照明 (LED 等) の導入

- ・16店舗のバックルームで人感センサー付きLED照明を導入。(総合スーパー)
- ・45店舗の天井照明や冷凍・冷蔵ケースの棚下照明などをLED化。(総合スーパー)

●省エネ型空調設備の導入

- ・159店舗で空調の温度調節を実施。(食料品スーパー)

●省エネ型冷蔵・冷凍設備 (自然冷媒、扉付き等) の導入

- ・52店舗の冷凍ケースにスライド扉を設置。(総合スーパー)
- ・8店舗で43台の省エネ型冷蔵・冷凍設備 (扉付など) を導入。(食料品スーパー)

●効率的な制御機器 (BEMS、スマートメーター等) の導入

- ・159店舗でBEMSを導入。(食料品スーパー)

(取組実績の考察)

新規開店時や店舗改装時において、可能なところから省エネルギーにつながる機器の導入を進めてきており、継続的にCO₂削減効果も確認されている。

【2018年度以降の取組予定】

（今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素）

引き続き上記の取組を行っていくことが重要と考える。当協会の場合、個人消費の動向に大きな影響を受けるため、個人消費が落ち込むようなことがあれば、継続的な投資を行うことが難しくなる。

【BAT、ベストプラクティスの導入進捗状況】

＜設備関連＞

BAT・ベストプラクティス等	導入状況・普及率等 ¹⁴	導入・普及に向けた課題
省エネ型照明(LED等)の導入	2017年度 100% (有効回答:14社)	<ul style="list-style-type: none"> ・設備投資を要するため、景気状況によっては導入速度が遅くなる可能性がある。 ・省エネ型冷蔵・冷凍設備や効率的な制御機器については、投資額が大きいことから、省エネ型照明ほどスピーディーに普及しないことが予想される。よって、直近数年は現状維持と想定している。
	今後の見通し100% (有効回答:14社)	
省エネ型冷蔵・冷凍設備(自然冷媒、扉付き等)の導入	2017年度 100% (有効回答:13社)	
	今後の見通し100% (有効回答:13社)	
効率的な制御機器(BEMS、スマートメーター等)の導入	2017年度 100% (有効回答:7社)	
	今後の見通し100% (有効回答:7社)	

＜運用関連＞

BAT・ベストプラクティス等	導入状況・普及率等 ¹⁴	導入・普及に向けた課題
照明調整(間引き、点灯消灯時間調整、人感センサー等)	2017年度 100% (有効回答:12社)	客の安全の確保の観点で過度な消灯・明るさ調整ができない。よって、直近数年は現状維持と想定している。
	今後の見通し100% (有効回答:12社)	
冷蔵・冷凍設備の設定温度の調整	2017年度 100% (有効回答:8社)	
	今後の見通し100% (有効回答:8社)	

¹⁴ 2017年度普及率・今後の見通しの算出方法：アンケート調査の該当項目に回答した企業のうち、該当項目に関連する対策を1件以上「実施した」と回答した企業の割合。

(5) 2020年度の目標達成の蓋然性

【目標指標に関する進捗率の算出】

* 進捗率の計算式は以下のとおり。

$$\text{進捗率【基準年度目標】} = (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) / (\text{基準年度の実績水準} - \text{2020年度の目標水準}) \times 100(\%)$$

$$\text{進捗率【BAU目標】} = (\text{当年度のBAU} - \text{当年度の実績水準}) / (\text{2020年度の目標水準}) \times 100(\%)$$

●スーパーのみ：

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (0.1180 - 0.0903) / (0.1180 - 0.0897) \times 100 \\ &= 97.9\% \end{aligned}$$

●スーパー・ホームセンター等混合：

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (0.1180 - 0.0774) / (0.1180 - 0.0897) \times 100 \\ &= 143.3\% \end{aligned}$$

【自己評価・分析】（3段階で選択）

<自己評価とその説明>

- 目標達成が可能と判断している
- 目標達成に向けて最大限努力している
- 目標達成が困難

（現在の進捗率と目標到達に向けた今後の進捗率の見通し）

現時点では高い進捗率となっているが、会員企業の構成の変化や客のニーズの変化により、店舗のあり方は変化し続けるものであるため、進捗率が悪化することも考えられる。

（目標到達に向けた具体的な取組の想定・予定）

会員企業が実施する省エネルギー対策は一定の効果が出ていることが想定されるが、今後とも効果のある対策については継続して取り組む予定だ。

（既に進捗率が2020年度目標を上回っている場合、目標見直しの検討状況）

会員企業の構成の変化や客のニーズに合わせた店舗づくりが求められる中で、業界全体の動向については不明確な点が多いため、現時点で目標見直しの予定はない。

(6) 2030年度の目標達成の蓋然性

【目標指標に関する進捗率の算出】

* 進捗率の計算式は以下のとおり。

$$\text{進捗率【基準年度目標】} = (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) / (\text{基準年度の実績水準} - \text{2030年度の目標水準}) \times 100(\%)$$

$$\text{進捗率【BAU目標】} = (\text{当年度のBAU} - \text{当年度の実績水準}) / (\text{2030年度の目標水準}) \times 100(\%)$$

●スーパーのみ：

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (0.1180 - 0.0903) / (0.1180 - 0.0897) \times 100 \\ &= 97.9\% \end{aligned}$$

●スーパー・ホームセンター等混合：

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (0.1180 - 0.0774) / (0.1180 - 0.0897) \times 100 \\ &= 143.3\% \end{aligned}$$

【自己評価・分析】

（目標達成に向けた不確定要素）

2020年度の目標と同様、現時点では高い進捗率となっているが、会員企業の構成の変化や客のニーズの変化により、店舗のあり方は変化し続けるものであるため、進捗率が悪化することも考えられる。

（既に進捗率が2030年度目標を上回っている場合、目標見直しの検討状況）

2020年度の目標と同様、会員企業の構成の変化や客のニーズに合わせた店舗づくりが求められる中で、業界全体の動向については不明確な点が多いため、現時点で目標見直しの予定はない。

（7）クレジット等の活用実績・予定と具体的事例

【業界としての取組】

- クレジット等の活用・取組をおこなっている
- 今後、様々なメリットを勘案してクレジット等の活用を検討する
- 目標達成が困難な状況となった場合は、クレジット等の活用を検討する
- クレジット等の活用は考えていない

【活用実績】

下記「具体的な取組事例」参照。

【個社の取組】

- 各社でクレジット等の活用・取組をおこなっている
- 各社ともクレジット等の活用・取組をしていない

【具体的な取組事例】

- ・国内クレジット630t-CO₂を購入し国へ寄付。
- ・カーボンフットプリント商品（レディースパンプス）のオフセットにより、20t-CO₂の排出クレジットを購入。
- ・J-VER購入。（岩手県40t-CO₂、宮城県登米市295t-CO₂、福島県喜多方市15t-CO₂、合計350t-CO₂）
- ・カーボン・オフセット付きYシャツやシューズの販売。（総合スーパー）

(8) 本社等オフィスにおける取組

【本社等オフィスにおける排出削減目標】

- 業界として目標を策定している
 業界としての目標策定には至っていない

(理由)

エネルギー消費原単位の計算については、店舗（バックヤード部分を含む）のみとなっており、本社等オフィスは含まれていない。ただ、本社等オフィスについては「お取引先様等にご不便をおかけしない」範囲で実践できる省エネ対策として従来より率先して下記の取り組みを進めてきている。

- ・ こまめな消灯・明るすぎない照明調整
- ・ 空調温度設定の適切な調節
- ・ 環境eラーニングプログラムの実施
- ・ CSRレポートの社内回覧

…等、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。

【エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績】

本社オフィス等の CO₂排出実績(9社計)

	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
延べ床面積 (万㎡)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	15 (9社)
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0.7221
床面積あたりの CO ₂ 排出量 (t-CO ₂ /㎡)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0.0497
エネルギー消費 量(原油換算) (万kl)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0.2866
床面積あたりエ ネルギー消費量 (kl/㎡)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0.0197

- II.(2)に記載の CO₂排出量等の実績と重複
 データ収集が困難

(課題及び今後の取組方針)

引き続き、上記の取り組みを実践していくことで、低炭素社会への貢献を行っていく必要がある。

【2017年度の実績】

(取組の具体的事例)

会員企業は、「本社等オフィスにおける排出削減目標」にて述べたような取り組みを行ってきているが、効果を個別に計測することが困難となっている。

(取組実績の考察)

各社の本社等オフィスにおける具体的な取り組みは把握できていないが、社員に対し環境教育を行っている企業も見られ、徐々にオフィスにおける省エネルギー対策への取り組みが定着しているものと考えられる。

(9) 物流における取組

【物流における排出削減目標】

- 業界として目標を策定している
 業界としての目標策定には至っていない

(理由)

当協会の会員企業は様々な業態から構成されており、運輸部門における排出削減の取り組みをまとめて計測することが困難となっている。一例として、物流事業者に協力をいただきながら下記の取り組み等を行い、効率化に努めている企業が見られる。

●物流資材の簡素化

2017年度実績： 100% (有効回答：4社)¹⁵

過去の実績： 2013年度69.8%、2014年度74.2%、2015年度74.1%、2016年度88.9%

●多頻度小口配送や短リードタイムの改善

2017年度実績： 100% (有効回答：3社)¹⁵

過去の実績： 2013年度58.1%、2014年度60.0%、2015年度64.2%、2016年度85.7%

●通い箱等の活用

2017年度実績： 100% (有効回答：7社)¹⁵

過去の実績： 2013年度93.0%、2014年度92.9%、2015年度92.9%、2016年度92.9%

【エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績】

	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度
輸送量 (万トン)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
輸送量あたり CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /トン)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
エネルギー消費 量 (原油換算) (万 kl)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
輸送量あたりエ ネルギー消費量 (l/トン)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

¹⁵ 2017年度実績の算出方法：アンケート調査の該当項目に回答した企業のうち、該当項目に関連する対策を1件以上「実施した」と回答した企業の割合。

□ II. (1)に記載のCO₂排出量等の実績と重複

■ データ収集が困難

(課題及び今後の取組方針)

会員企業においては①に掲げているような取り組みを行ってきているが、効果を個別に計測することが困難となっている。こういった取り組みを継続していくことが重要であると考えている。

【2017年度の実績】

(取組の具体的事例)

●物流資材の簡素化

- ・低温物流においてカゴ車での保冷マテハンで配送していたが、トラック輸送→店舗売場引込みによりカートラックやドーリー台車での納品へ変更し輸送機器の軽量化を実現。
- ・店舗納品時のダンボール使用の削減と通いの大袋等の使用拡大。
- ・折りたたみコンテナの利用やハンガー納品を推進し、ダンボール使用量を低減（物流センターの使用段ボール前年比99%）。
- ・通い箱、青果物イフコ・コンテナの活用。

●多頻度小口配送や短リードタイムの改善

- ・首都圏10ヶ所の物流センターを5ヶ所に集約し店への納品車両台数を約1割削減。
- ・冷凍食品の店舗発注回数を見直し、車両積載効率に変更前に比べ112.5%に改善。
- ・店配送車両の便別納品ボリュームの平準化施策により、述べ車両数が減少。
- ・冷凍商品（冷凍食品・アイスクリーム）に加えて冷凍の生鮮食品のDC化を導入し、リードタイムの短縮（D2→D1）と店舗在庫削減（毎日納品）を実現。
- ・店舗へのオリコンサイズを75リットルから55リットルの使用比率を高め、積載効率を改善。
- ・仕入先納品ルート共同配送化の拡大等、上記を含め全体の3%程度改善。

●通い箱等の活用

- ・リピートボックス（特定荷主用の専用オリコン）の利用を推進し、ダンボール箱の利用を少なくして省資源を図る等の対応を実施。

(取組実績の考察)

ハンガー納品や繰り返し使用が可能な折りたたみコンテナの利用等の物流資材の削減をはじめ、効率的な配送方法による配送時における低炭素化に各社が物流事業者と協力して行っており、一定の効果を出しているものとする。

III. 主体間連携の強化

(1) 低炭素製品・サービス等の概要、削減見込量及び算定根拠

	低炭素製品・サービス等	削減実績 (2017年度)	削減見込量 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
1	環境配慮型商品の販売の実施	—	—	—
2	環境配慮型商品の開発の実施	—	—	—
3	ばら売り・量り売り等の実施	—	—	—
4	レジ袋の無料配布中止	レジ袋削減の継続、容器包装の少ない商品の販売・開発等を行うことを通じて、生活者が廃棄する際の CO ₂ 排出量を抑制するよう取り組みを進める。全体の削減量は不明だが、レジ袋については 1 枚 (6.62g) の辞退により約 10g の CO ₂ 削減効果が期待できる(製造にかかる CO ₂ 排出量として)。(レジ袋重量:プラスチック容器包装リサイクル推進協議会、CO ₂ 排出量:(一社)プラスチック循環利用協会)		
5	レジ袋辞退時のインセンティブの付与			
6	簡易包装の実施	—	—	—
7	常温販売の増加	—	—	—
8	テレビモニターを使用した販促活動の見直し	—	—	—

(当該製品・サービス等の機能・内容等、削減貢献量の算定根拠や算定の対象としたバリューチェーン／サプライチェーンの範囲)

個々の取り組みにおける特徴・削減見込み量の把握が困難となっている。

(2) 2017 年度の取組実績

(取組の具体的事例)

●環境配慮型商品（再生紙使用商品、LED 等）の開発・販売

- ・159店舗で再生紙使用商品の販売を実施。(食料品スーパー)

●容器包装・レジ袋の削減

- ・ギフトの簡易包装を推進。(総合スーパー)
- ・全店舗でレジ辞退時のインセンティブを付与。2017年度レジ袋辞退率31.7%。(食料品スーパー)
- ・154店舗で簡易包装を推進。(食料品スーパー)
- ・レジ袋を辞退した顧客の会員カードにポイントを付与。(食料品スーパー)

(取組実績の考察)

当協会の会員企業においては、客の環境問題への関心を高めていくことにも繋がる環境配慮型商品の販売やレジ袋の削減等に努めてきており、成果が上がってきているものとする。

(3) 家庭部門、国民運動への取組み

【家庭部門での取組】

客に環境問題に関心を持ってもらい、実際の行動に移してもらうための取組みを継続している。事例については、以下のとおりになる。

- ・環境展示会に出展し、体験型展示を通じて森林資源の保全に関する取組みを紹介。(総合スーパー)
- ・リサイクル工場見学ツアーを通じて、食品トレーやペットボトル等の資源の再利用に関する環境教育を実施。(総合スーパー)
- ・森林管理に関する研修を通じて、林業後継者を育成。(総合スーパー)
- ・小中学生に対し、計109回のエコ学習イベントを実施。(総合スーパー)
- ・顧客向けの店舗体験イベントにて、食品廃棄に関する意識啓蒙を実施。(食料品スーパー)

【国民運動への取組】

- ・ライトダウンキャンペーンをはじめ、「COOL CHOICE」へ積極的に参加。(総合スーパー)
- ・全国各地において、客とともに店舗周辺や公園、河川敷、公共施設等で清掃活動を実施。(総合スーパー)

(4) 森林吸収源の育成・保全に関する取組み

上記「家庭部門での取組」「国民運動への取組」参照。

(5) 2018年度以降の取組予定

今後も上記の取組を継続していくことが重要となるが、チェーンストアにおいては、商品の販売活動を通じての際のCO₂削減の取組は客の環境問題への啓発になる部分がある一方で、理解・協力が必要なため、一層の理解推進に努めていく。

IV. 国際貢献の推進

- (1) 海外での削減貢献の概要、削減見込量及び算定根拠
- (2) 2017年度の実績
- (3) 2018年度以降の取組予定
- (4) エネルギー効率の国際比較

※海外におけるCO₂削減に関する取り組みは確認されていない。

V. 革新的技術の開発

(1) 革新的技術・サービスの概要、導入時期、削減見込量及び算定根拠

	革新的技術・サービス	導入時期	削減見込量
1	省エネ型照明(LED等)の導入	—	従来型蛍光灯から高効率蛍光灯、LEDへ変更した場合、約58%~84%の消費電力を削減可能。
2	省エネ型空調設備の導入	—	
3	省エネ型冷蔵・冷凍設備(自然冷媒、扉付き等)の導入	—	
4	効率的な制御機器(BEMS、スマートメーター等)の導入	—	
5	再エネ発電設備(太陽光発電、風力発電等)の導入	—	

(技術・サービスの概要・算定根拠)

高効率照明の導入による消費電力の削減効果については、環境省が実施している「あかり未来計画」より抜粋している。

(参考URL：<http://ondankataisaku.env.go.jp/coolchoice/akari/build/index.html>)

(2) 革新的技術・サービス開発・導入のロードマップ

最新の技術が用いられた機器の導入等については、個々の企業において新規開店時や改装時に、可能な範囲で実施していくことが望ましいと考える。

(3) 2017年度の実績

(取組の具体的事例)

「省エネ型照明(LED等)の導入」「省エネ型空調設備の導入」「省エネ型冷蔵・冷凍設備(自然冷媒、扉付き等)の導入」「効率的な制御機器(BEMS、スマートメーター等)の導入」の4項目については、「II. 国内の事業活動における排出削減」(p.7~8)にて記載したとおりである。以下、再エネ発電設備等その他の取組実績について記載する。

- ・1店舗で太陽光発電システムを導入。(総合スーパー)
- ・CO₂排出係数を意識しつつ新電力会社から電力を購入。毎年、購入先の見直しを実施。(総合スーパー)

(取組実績の考察)

会員企業においては新規開店時や店舗改装時において可能なところから省エネルギーにつながる機器の導入を進めてきており、効果も見られている。

(4) 2018年度以降の取組予定

今後も引き続き上記の取組を継続していく。

VI. その他

(1) CO2 以外の温室効果ガス排出抑制への取組み

特に確認されていない。

VII. 国内の事業活動におけるフェーズⅠ、フェーズⅡの削減目標

【削減目標】

<フェーズⅠ(2020年)>(2015年7月策定)

店舗ごとのエネルギー消費原単位の平均値において、2020年度の目標を基準年度(1996年度: 0.1180kWh/m²・h)比24%の削減(0.0897kWh/m²・h)とし、達成に向けて努力していく。この目標については2015年7月時点の会員企業59社を前提としている。なお、エネルギー消費原単位は、二次エネルギー消費量の換算値としている。

$$\text{エネルギー消費原単位 (kWh/m}^2\cdot\text{h)} = \frac{\text{エネルギー消費量 (kWh)}}{\text{延床面積 (m}^2\text{)} \times \text{営業時間 (h)}}$$

<フェーズⅡ(2030年)>(2015年7月策定)

フェーズⅠと同様。

【目標の変更履歴】

<フェーズⅠ(2020年)>

2015年7月に2013年10月策定の「店舗におけるエネルギー消費原単位(延床面積×営業時間当たりのエネルギー使用量)を、目標年度(2020年度)において基準年度(1996年度)比15%削減する。」より上記目標への変更を実施した。

<フェーズⅡ(2030年)>

フェーズⅠと同様。

【その他】

特になし

(1) 目標策定の背景

当協会におけるエネルギー消費量は、会員企業の入退会に伴う会員数の変化や客のニーズに伴う事業の変化等の変動要素が多く、エネルギー消費原単位が今後大きく削減できる見通しは立たないことから、2020年の目標は2011年度から2013年度の3ヶ年の平均エネルギー消費原単位0.0910kWh/m²・h(基準年度の1996年度比23%削減)に対しさらに1%の上乗せをすることを目標としている。

(2) 前提条件

【対象とする事業領域】

会員企業の店舗を対象とする。

【2020年・2030年の生産活動量の見通し及び設定根拠】

<生産活動量の見通し>

当協会においては、エネルギー消費原単位削減を目標としている。また、会員の異動や客のニーズに合わせた店舗の営業形態の変更等もあり、生産活動量の見通し設定が困難となっている。

【その他特記事項】

当協会は、2030年も2020年と同水準の削減目標を定めている。

(3) 目標指標選択、目標水準設定の理由とその妥当性

【目標指標の選択理由】

当協会では、会員企業数の増減や新規出店および閉店等により店舗数の増減があるため、全体でのエネルギー消費量を制限することよりも生産活動量当たりのエネルギー消費量を削減することが適切であると考えます。生産活動量の指標の候補としては、年間販売高、延床面積、営業時間が挙げられるが、年間販売額は経済的な要因による変動が大きいため、延床面積×年間営業時間とすることとした。

【目標水準の設定の理由、自ら行いうる最大限の水準であることの説明】

<選択肢>

- 過去のトレンド等に関する定量評価(設備導入率の経年的推移等)
- 絶対量/原単位の推移等に関する見通しの説明
- 政策目標への準拠(例:省エネ法 1%の水準、省エネベンチマークの水準)
- 国際的に最高水準であること
- BAU の設定方法の詳細説明
- その他

<最大限の水準であることの説明>

当協会は会員企業が主として行う事業が食料スーパーやホームセンター等それぞれ業態や規模が異なっており、店舗における設備・機器の構成に大きな違いがあることから、店舗ごとのエネルギー消費原単位の差や経年変動は、他の業界に比較して大きなものとなっている。

また、会員企業は冷凍・冷蔵する食料品の多様化や店内調理の増加等、客のニーズに対して様々なサービスの提供が求められている。こうしたこともエネルギー消費原単位への大きな変動要因となる。

こうした 2つの要件があることから、会員企業の入退会に伴う会員数の変化や客のニーズに伴う事業の変化等については、現時点では予測が困難となっており、エネルギー消費原単位の将来的な見通しは立てられず、会員構成等の変動によっては目標数値の変更も考えられる。

実際の目標数値の決定にあたり、過去のエネルギー消費原単位の水準を確認すると、2011年の東日本大震災の発生以降、会員企業では電力の安定供給に協力するため節電に取り組んできており、その結果、2011年度から 2013年度の 3ヶ年の平均において、エネルギー消費原単位は0.0910 kWh/m²・h (基準年度の1996 年度比 23%削減) となった。

一方、当協会においては、使用するエネルギーの大多数を電力が占めており、主なものとしては、空調、冷凍冷蔵機器、照明の3種類となる。このうち空調に関しては以前よりクールビズ・ウォームビズに取り組む等適正な温度設定に努めており、また、空調の温度調整を過度に行うことにより、冷凍冷蔵機器が設定温度を保つために作動することもあって、結果として電力使用が増えてしまうという事実もあること等から、空調の使用に関しての削減余地はあまりないと言える。

また、冷凍冷蔵機器については、食品衛生法で保存温度に定めがあり (例えば、食肉は 10℃以下、冷凍食品は-15℃以下等)、現状、法令の上限の温度で管理することで節電を行っているが、客の安全・安心の確保という観点からは、上限よりも少し温度を下げた状態での管理をする必要があるとの声も聞かれているため、これ以上の電力削減効果は難しい状況にあると言える。

照明に関しては、LED化が各社で進んでおり、一定の効果も認められること、現時点で照明に関しては一番有効な手法と考えられることから、今後も LED 照明への転換が進んでいくものと思わ

れる。しかし、導入時に得られた効果は継続的に発生するが上乗せがなされるものではないことや、投資が必要なこともあり、景気の状態によっては転換の速度が遅くなる可能性もあること、現状、間引きにより節電を行っている店舗も客の安全の確保のため間引きの中止を検討するケースも考えられる。

以上の業界の特性を踏まえ、当協会におけるエネルギー消費実態は不確定要素が多く、エネルギー消費原単位についても今後大きく削減できる見通しが立たないことから、2020年の目標については、2011年度から2013年度の3ヶ年の平均エネルギー消費原単位 $0.0910 \text{ kWh/m}^2 \cdot \text{h}$ （基準年度1996年度比 23%削減）に対しさらに 1%の上乗せをすることで新しい削減目標（ $0.0897 \text{ kWh/m}^2 \cdot \text{h}$ 、1996年度比24%削減）とした。