

# 百貨店業界における ベンチマーク制度の検討状況について

2015年12月9日(水)

日本百貨店協会

# 1. 日本百貨店協会の概要

## ■ 日本百貨店協会の概要

設 立：1948年（昭和23年）3月16日

目 的：百貨店業の健全な発展を図り、もって国民生活の向上と国民経済の発展に寄与することを目的とする。

## ■ 主な事業

百貨店業（衣食住にわたる多種類の商品・サービスを取り扱う大規模小売店舗）

## ■ 会員数

82社224店舗（2015年6月1日現在）

### [参考] 業界規模

	業界全体の規模	日本百貨店協会の規模
企業数	250店舗	83社240店舗
売上高（年間）	68,274億円	62,125億円

\*業界全体の規模は、2014年経済産業省「商業販売統計」における調査対象となる百貨店（2014年12月末現在）

当協会の売上高に占める割合は91%

\*日本百貨店協会の規模は、2014年12月末現在

# 1. 日本百貨店協会の概要

## ■ 全国百貨店の売上高・売場面積・年間平均総営業時間の推移

暦年	店舗数	売上高 (億円)	指数	店舗面積 (万㎡)	指数	総営業時間	指数
1990 (平2)	260	<b>93,302</b>	100	493.8	100	2847	100
1997 (平9)	294	91,876	98	629.5	127	3139	110
1998 (平10)	303	91,774	98	683.8	138	3212	113
1999 (平11)	<b>311</b>	89,936	93	706.5	143	3285	115
2000 (平12)	308	88,200	96	<b>710.7</b>	144	3358	118
2001 (平13)	298	85,725	92	692.0	140	3577	126
2002 (平14)	292	83,447	89	689.8	140	3467	122
2003 (平15)	288	81,117	87	687.7	139	3470	122
2004 (平16)	285	78,788	84	687.8	139	3504	123
2005 (平17)	281	78,414	84	689.0	140	<b>3565</b>	125
2006 (平18)	277	77,700	83	683.0	138	3560	125
2007 (平19)	278	77,052	83	679.6	138	3550	125
2008 (平20)	280	73,813	79	680.7	138	3492	123
2009 (平21)	271	65,841	71	669.5	138	3523	124
2010 (平22)	261	62,921	67	652.3	132	3478	122
2011 (平23)	254	61,526	66	641.6	130	3411	120
2012 (平24)	249	61,453	66	631.6	128	3445	121
2013 (平25)	242	62,171	66	625.1	126	3511	123
2014 (平26)	240	62,125	66	616.8	125	3553	124

※店舗面積：大店立地法による店舗床面積に食堂・喫茶・サービス部門を合計したもの。

※総営業時間（推定）：平成3年からの大店法規制緩和により営業時間延長・休業日数削減が進んだ。

## 2. 日本百貨店協会の環境への取組

- 1972年：「包装の適正化・合理化に関する基準」設定
- 1973年：6月1日から「第1回 環境週間」をスタート
- 1974年：オイルショックに伴い、政府からの要請により、営業時間の短縮  
ネオン・ショーウインドウ消灯、エレベーター、エスカレーター等の間引き運転等の実施 \* 第1次オイルショック
- 1979年：「省エネルギー対策推進委員会」設置
- 1990年：「省エネルギー・省資源対策委員会」と改め、  
「省エネルギー部会」「省資源部会」「包装適正化部会」を発足 \* 第2次オイルショック
- 1991年：「環境対策委員会」設置  
百貨店における「環境問題に対する基本認識と具体的な取り組み」を決定  
中元・歳暮期に「簡易包装推進」ポスターを全国の百貨店に掲出
- 1997年：「百貨店の環境保全に関する自主行動計画」策定。以降、2012年までに改定10回  
百貨店統一ハンガー導入。（廃棄ハンガー減、物流効率化を推進）
- 2005年：国民運動チームマイナス6%への参加。クールビズ・ウォームビズへの取組み開始
- 2006年：「簡易包装」から「スマートラッピング」へ。
- 2007年：店内の空調温度を緩和する取り組みスタート。業界統一マイバッグ販売開始。
- 2013年：「低炭素社会実行計画」策定（2020年目標）
- 2014年：「低炭素社会実行計画」策定（2030年目標）



店舗におけるエネルギー消費の原単位（延床面積・営業時間当たりのエネルギー消費量）を、目標年（2020年）において、基準年度（1990年度）比20%減とする。ただし、2030年度の削減目標を38%減とする。

※エネルギー消費原単位（kwh/m<sup>2</sup>・h）＝エネルギー消費量÷（延床面積×営業時間）

## 2. 日本百貨店協会の環境への取組

夏（クールビズ）冬（ウォームビズ）期間には、空調温度の緩和を実施  
お客様に、節電への気づきとなる「きっかけ」となるよう取組む。

特に、冬に関しては、

「暖房を入れ過ぎているのではないか」

「販売員のために暑すぎる」との意見が多く寄せられます。

しかし、店内は、暖房はほとんど使用しておらず、照明とおお客様の体温により、  
店内が暖まり、各店では、冷たい外気の取入れ等、空調管理しています。

そこで、冬の店内温度について積極的にお客様に対し、  
ご理解をいただく活動を実施いたします。



ファッションショーやトークショー

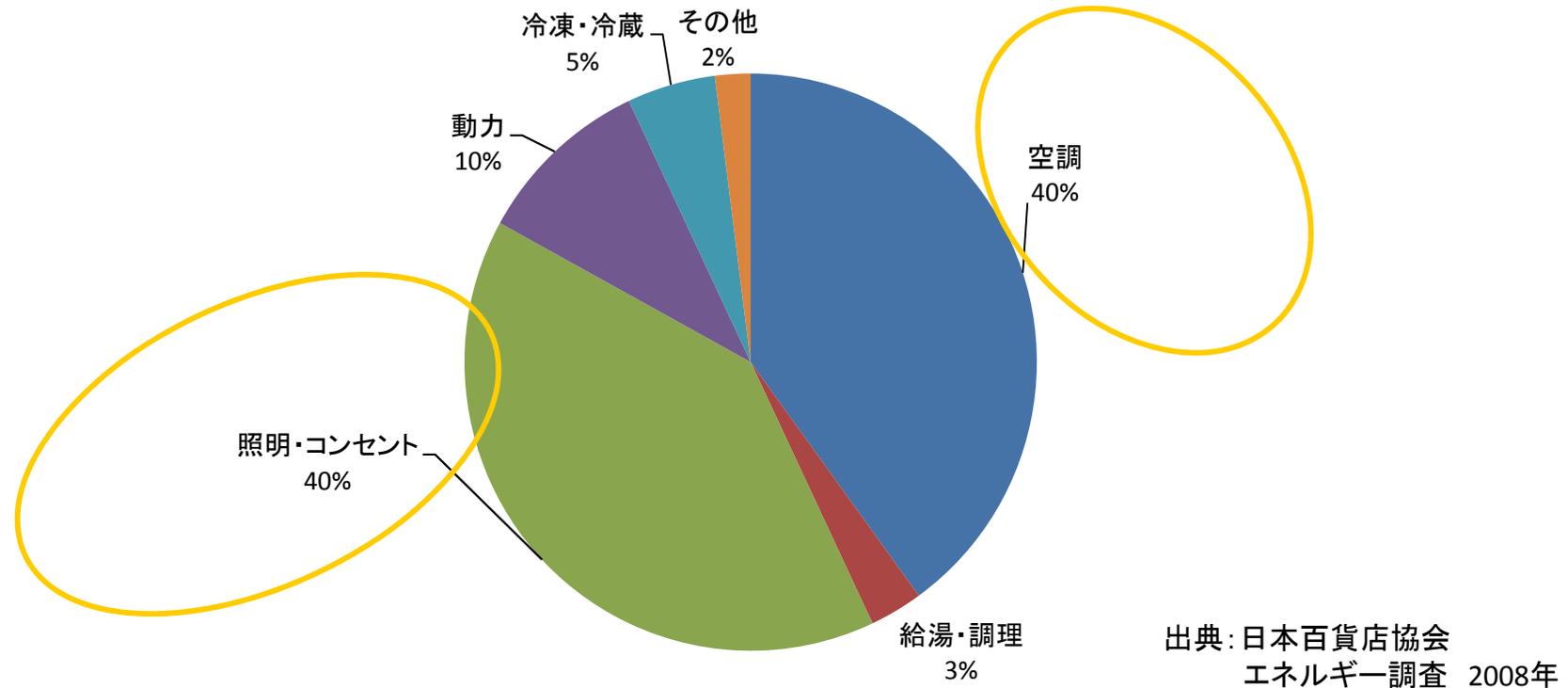


「喜多方市森林整備加速化プロジェクト」により創出された J-VER を使用し、喜多方市森林整備プロジェクト紹介

### 3. 百貨店の用途別エネルギー消費割合の例

- 百貨店のエネルギー種別割合の例：電力81%、ガス13%、地域冷暖房6%、重油0.1%

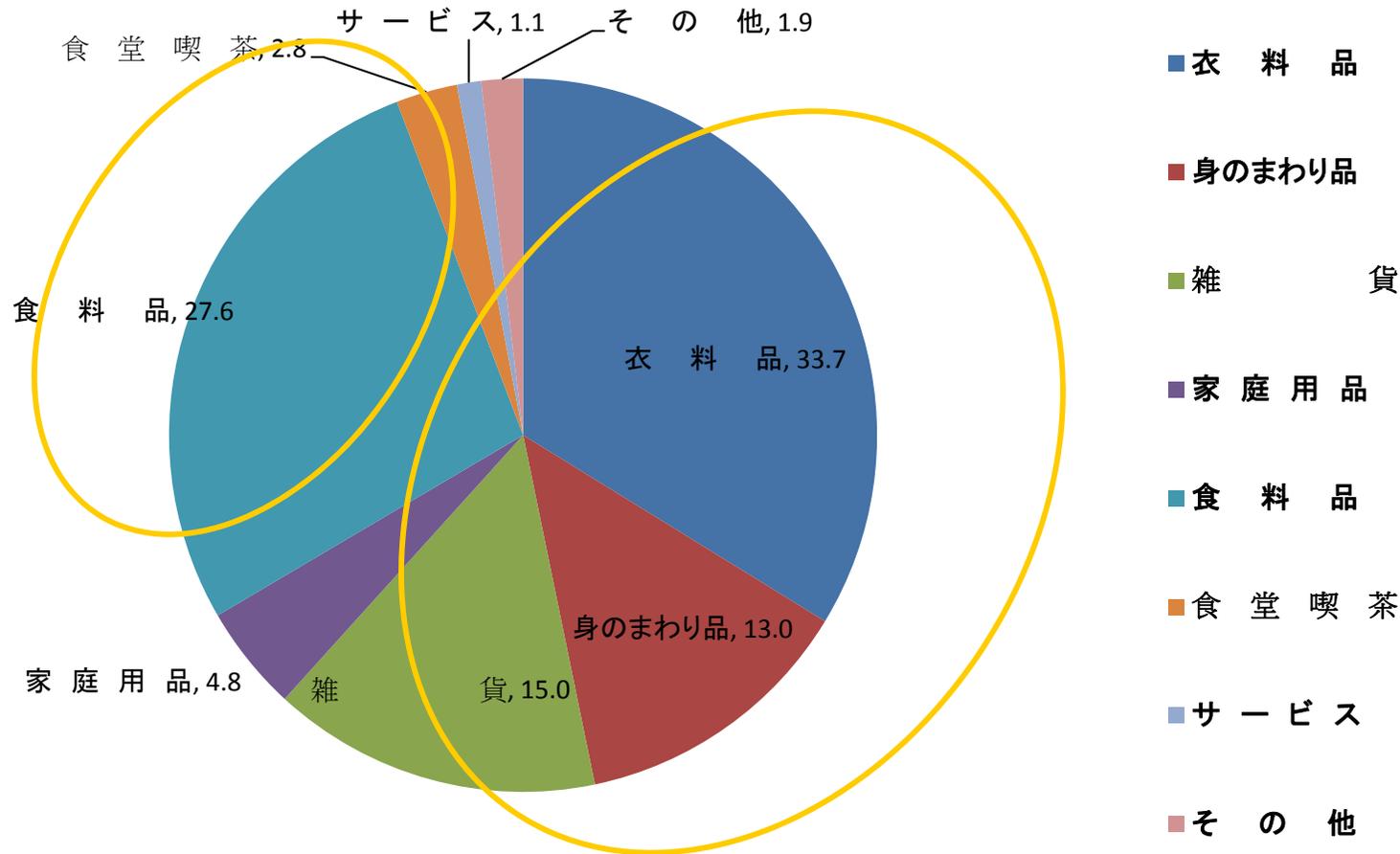
#### 百貨店の用途別エネルギー消費割合の例



- \*百貨店では、白熱灯（スポット）を中心に商品ディスプレイ用の照明を多く使用することから、エネルギー消費量全体に占める照明用電力消費の割合が高い。  
このため熱負荷が大きく、中間期、冬期も含めて通年冷房を行っている施設が多い。

しかし、ここ数年はLED照明への積極的な切り替えにより冷房負荷低減に繋がっている。

## 4. 百貨店の商品別売上高構成比（2014年）



\*百貨店の売場は、衣料品、食料品、レストラン等、売場（取扱い商品）により、使用する什器の違い、空調設定の違いがある。

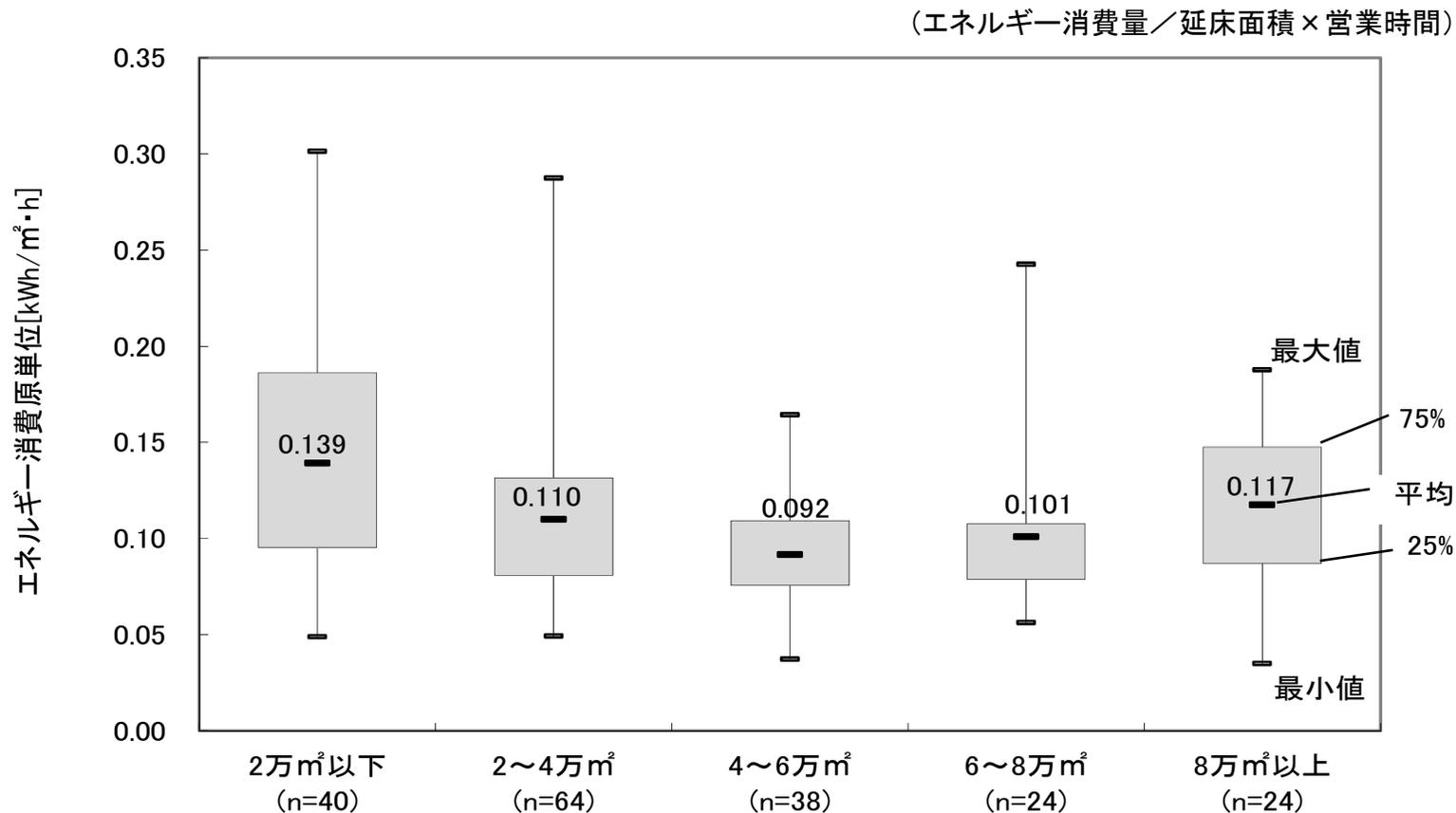
\*店舗による、取扱商品（例：衣料品が9割、レストランなし、等）の違いがある。

# 5. 百貨店のベンチマーク

## I.百貨店業界のベンチマーク（=トップランナー基準）の策定

これまで当協会では、百貨店業界は比較的同じ業態が多いことから、先進的に省エネに取り組んでいる百貨店とそうでない百貨店を比較することで、さらなる省エネの努力が可能と判断し、毎年、アンケート結果をフィードバックしてきた。（2006年～）

しかし様々な問題点や課題もあることから、あくまで自店が百貨店業界全体の中でどの位置にあるかを確認し、平均値より効率が悪ければ、どこに問題があるかを探る参考指標と位置付けている。



## 5. 百貨店のベンチマーク

### II.百貨店業界のベンチマーク（=トップランナー基準）における問題点・課題

#### (1) 営業時間の問題

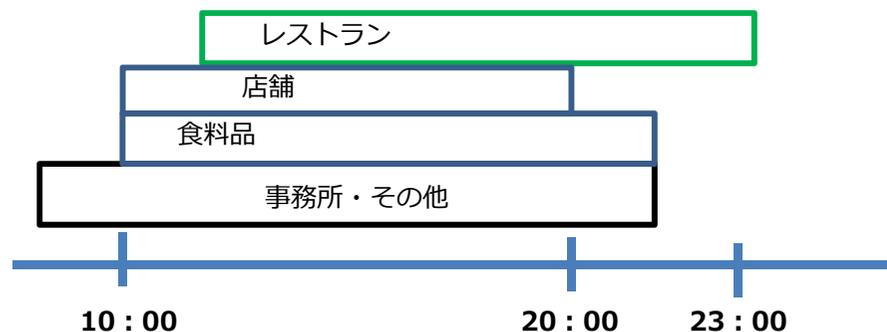
「総営業時間」は、通常の営業時間を基にして算出したものであり、通常の営業時間より長い食品売場・レストランや店舗以外の施設も通常の営業時間を使用している。

- ① 通常の売場と、食品売場・食堂・喫茶では、営業時間が数時間異なる場合があるが、区分して計算することは煩雑であり、また頻繁な売場変更により正確に把握することができない。  
また、百貨店の建物内にある、店舗以外の施設（駐車場や事務所、商談室、文化教室、倉庫など）も通常の営業時間を使用しているが、それも同様な理由である。

- ② 通常の営業時間を見た場合、モデル124店の平均が3,553時間、最低3,000時間（主に地方店）、最高4,000時間（主にターミナル店、郊外店）であり、最低と最高の間で1,000時間の差があるため、総営業時間の長短がエネルギー消費量に影響する。

#### \* 事例

- A百貨店：3000時間程度の場合      開店10時    閉店18時30分    年間休業日10日
- B百貨店：4000時間程度の場合      開店10時    閉店21時        年間休業日0日
- C百貨店 通常売場    開店10時／閉店20時、レストランフロア      開店11時／閉店23時



## 5. 百貨店のベンチマーク

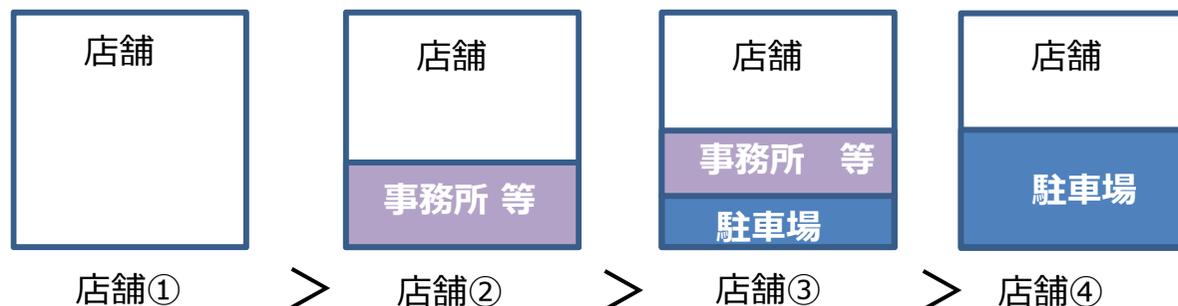
### Ⅱ.百貨店業界のベンチマーク（=トップランナー基準）における問題点・課題

#### (2) 複合ビル・テナントの問題

百貨店がキーテナントとなった複合ビル（ターミナルビル、ショッピングセンター、再開発ビルなど）の場合、百貨店部分だけの延床面積やエネルギー消費量を正確に捉えにくいいため、概算数値しか把握できないこと。

#### (3) 店舗以外の施設（駐車場や事務所、商談室、文化教室、倉庫など）を多く占める百貨店とそうでない百貨店を同一の指標で比較することは問題であること。

- ① 百貨店の建物内に、駐車場がある場合とない場合では数値が大きく異なるため、駐車場の面積を算定に含めることが望ましいかどうか。  
例えば、建物内に収容台数の多い駐車場を備えている場合、明るい売場に比べ照明・空調等のエネルギー使用量が少ない延床面積が含まれ、消費原単位は小さくなる。したがって、駐車場分を除いた原単位とすることが考えられるが、駐車場分のエネルギー消費量の控除をどうするか。
- ② 百貨店の建物内に、駐車場、事務所、商談室、文化教室、倉庫など店舗以外の施設の比率が高い場合に、どのように調整するべきか。（店舗面積より店舗以外の施設面積の方が相当大きい場合もあり、上記の駐車場と同様、公平な比較ができない）



延べ床面積を同一とした場合、エネルギー使用量を比較すると、店舗>事務所>駐車場

## 5. 百貨店のベンチマーク

### Ⅱ.百貨店業界のベンチマーク（=トップランナー基準）における問題点・課題

（4）上記のほか正確なベンチマークを策定する上で、次の影響をどの程度考慮する必要があるか課題である。

①地域性（北海道～九州・沖縄）

気候（寒冷・温暖）の影響は小さい。

②店舗の立地（都市店・地方店・ターミナル店・郊外店）

都市店の原単位が大きい傾向。

③建物の新旧、増改築の度合い

築60年以上の建物は原単位が大きい傾向。  
吹き抜け、設備、出入り口の数、等々も影響あり。

④商品構成（特にエネルギー消費が大きい食料品の構成比率）

影響あり。食料品売場主体の店舗は区分を分けるべきか。

⑤入店客数の違い

人体による空調（冷房）負荷が影響するため、来店客数によりエネルギー使用量に影響する。

来店客数 多い

>

来店客数 少ない

\* 来店客数の調査は難しい。

## 5. 百貨店のベンチマーク

### Ⅲ.百貨店業界におけるベンチマーク検討状況

これまでの、百貨店業界のベンチマーク（=トップランナー基準）の問題・課題を再度確認し、検討中。



#### ●省エネ法における「ベンチマーク」として検討中

案1：低炭素社会実行計画と連動させるか。

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

⇒省エネ法と対象が違う。

（低炭素社会実行計画には、小規模店舗、事務所、物流センター等も全て対象としている）

案2：省エネ法報告を使用するか。

⇒省エネ法報告のうち、日本標準産業分類（5611百貨店，総合スーパー）を使用

しかし、現行では、原単位（床面積・床面積×営業時間など）が統一できていない

\*面積×時間を生産活動量とする事業者が3割と多く、次いで面積が2割

案3：新たな指標を検討

⇒これ以上、様々な指標を持つのは煩雑になる。

（省エネ法定期報告、低炭素社会実行計画、自治体への定期報告など）