

# 低炭素社会実行計画 2017年度実績報告

## ～ショッピングセンター業界における取り組み～

2019年1月23日(水)  
一般社団法人日本ショッピングセンター協会

## ■協会概要

一般社団法人日本ショッピングセンター協会は1973年4月、わが国のショッピングセンター(SC)の発展を通じて消費者の豊かな生活づくりと地域社会の振興に貢献することを目的に設立されました。

その後1975年4月に、社団法人として通商産業省(現経済産業省)から許可を受け、2012年4月には内閣府の認可を受けて共益的活動を中心として行う一般社団法人に移行しました。

全国7つの支部組織と9の専門委員会を設け、会員企業のさまざまなニーズにお応えし、経営課題の克服に向けてご支援できるよう努めております。

SC経営に役立つ多様なサービスメニューの提供をはじめ、社会貢献事業や街づくりへも積極的に取り組んでおります。

### <会員の種類>

●第一種正会員(ディベロッパー)

現にショッピングセンターを所有し、開発し又は管理するもの及び今後所有し、開発し又は管理しようとするもの

●第二種正会員(テナント)

現にショッピングセンターにおいて小売業(飲食店業を含む)、サービス業そのほか消費者に利便を提供することを業として営むもの及び今後営もうとするもの

●賛助会員(関連企業・団体・個人)

本会の目的に賛同し、その事業に協力しようとするもの

### <会員数(2019年12月1日時点)>

<b>合計</b>	<b>962</b>
・第一種正会員(ディベロッパー)	321
・第二種正会員(テナント)	321
・賛助会員(SC関連企業)	320

## <日本ショッピングセンター協会が定める「SCの定義」>

ショッピングセンターとは、一つの単位として計画、開発、所有、管理運営される商業・サービス施設の集合体で、駐車場を備えるものをいう。その立地、規模、構成に応じて、選択の多様性、利便性、快適性、娯楽性等を提供するなど、生活者ニーズに応えるコミュニティ施設として都市機能の一翼を担うものである。

### 【SC取扱い基準】

SCは、ディベロッパーにより計画、開発されるものであり、次の条件を備えることを必要とする。

1. 小売業の店舗面積は、1,500㎡以上であること。
2. キーテナントを除くテナントが10店舗以上含まれていること。
3. キーテナントがある場合、その面積がショッピングセンター面積の80%程度を超えないこと。  
但し、その他テナントのうち小売業の店舗面積が1,500㎡以上である場合には、この限りではない。
4. テナント会(商店会)等があり、広告宣伝、共同催事等の共同活動を行っていること。

## ■ショッピングセンターの事業について

ショッピングセンター(SC)は単体の施設ではなく、複数のテナント店舗の集合体である。

SC自体は小売業やサービス業などの形態の1つとなるが、ディベロッパーとして見ると不動産賃貸業と言える。

(ショッピングセンターと言う業種は一般的な業種分類に存在しないため、実際は各事業者の判断によって業種分類は異なる)

テナントは、百貨店・スーパーマーケットといった大型小売店や、ファッション・食料品といった専門店、飲食店・シネマやホテル、旅行代理店といったサービス店舗など多種多様である。

また企業のオフィス、銀行などの金融機関、医療機関、電気・ガス等のサービスセンター、行政の出張所や郵便局などの公的機関などもテナントになり得る。

ディベロッパーが計画的に開発、統一的に管理・運営している商業施設であり、地域のコミュニティ施設として住民に利便性を提供している。

立地する場所や施設のタイプについても多種多様である。

例えば、郊外に立地し大規模な駐車場を完備したモール型の低層階SCや、オープン形式のアウトレットモール、都心に位置する駅ビルや地下街、さらにはオフィスビルやホテルと一体となった複合ビルなどのSCが全国各地に展開されている。

## <目標>

基準年を2005年とし、目標の2020年において基準年の2005年比でエネルギー原単位を13%削減する事を目指す。

## <理由>

SC業界においては、経済・生活環境の変化や消費者・地域住民のニーズ等に伴って施設数が増減、また各施設が営業活動を行っているため、業界全体のエネルギー消費量では無く、生産活動量あたりのエネルギー使用量(エネルギー原単位)を指標としている。

「自主行動計画」において2008年～2012年までの5年間、基準年となる2005年対比で年平均1%(合計5%)を削減する目標を立てて達成しており、低炭素社会実行計画においても自主行動計画を継続する形で年平均1%削減する事(起点は2008年)を目標とした。

※エネルギー原単位は、合計熱量(MJ)を延床面積(E)×営業時間と係数(3.6MJ/kWh)で除して算出

# ■ 業界全体に占めるカバー率

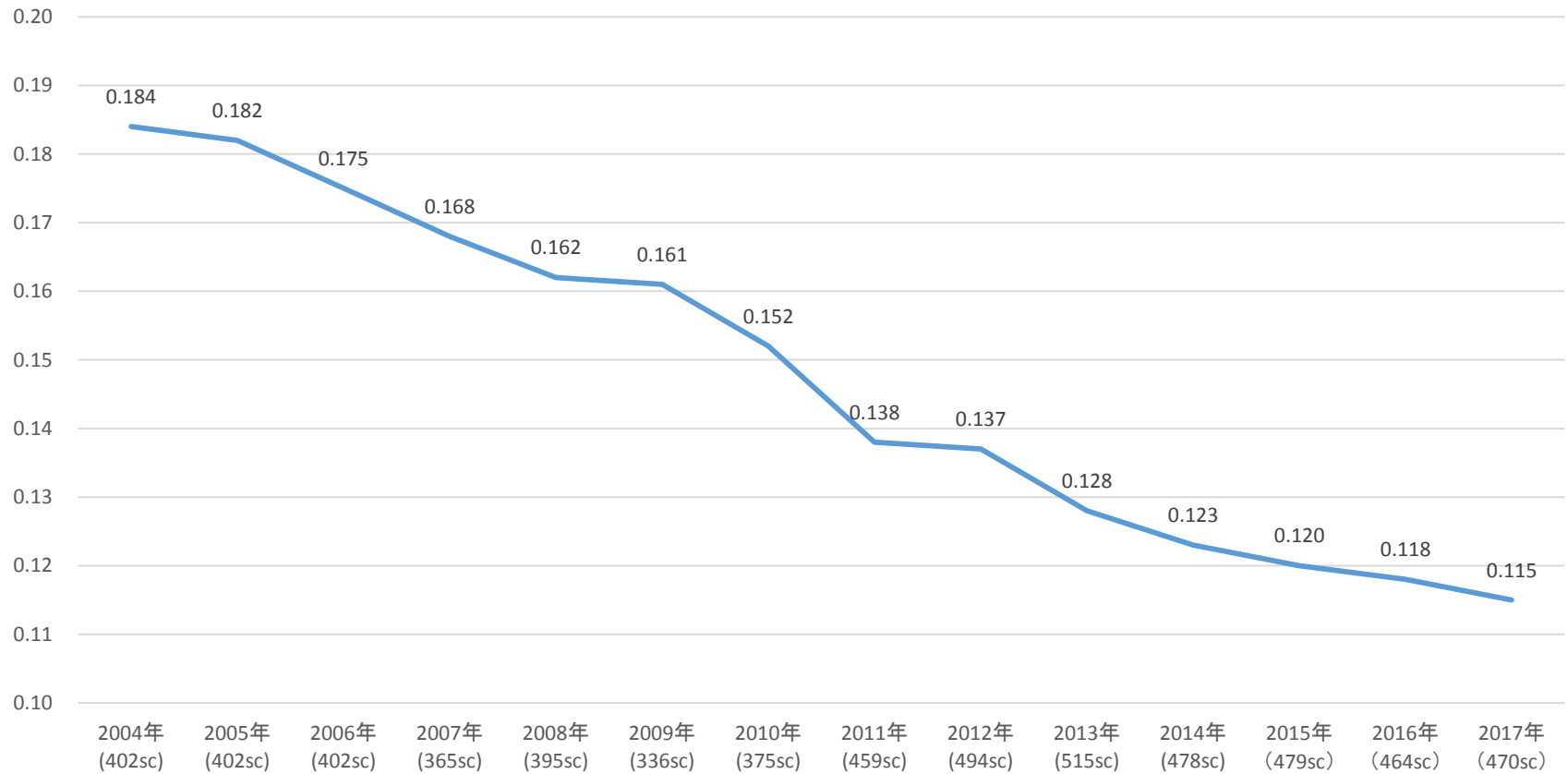
業界全体の規模		業界団体の規模		低炭素社会実行計画 参加規模	
企業数	1,324社・3,217SC	団体加盟 企業数	327社・1,785SC	計画参加 企業数	100社・470SC (企業数30.6%)
市場規模	推計売上高 320,355億円	団体企業 売上規模	推計売上高 223,845億円	参加企業 売上規模	推計売上高 127,135億円
エネルギー消費 量	データ非保持	団体加盟企業 エネルギー消費 量	データ非保持	計画参加企業 エネルギー消費 量	データ非保持

# ■ 目標に対する2017年度実績

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*
0.182	0.118	0.115	▲36.8%	▲2.5%	279.2%

# ■エネルギー原単位実績のトレンド

単位: kWh/m<sup>2</sup>・h





<省エネの取り組み例>

- ・LED照明の導入
- ・人感センサーの導入
- ・デマンド監視装置によるピーク電力の管理
- ・BEMS
- ・冷温水／冷却水ポンプ
- ・ESCO事業
- ・空調システム更新
- ・CO2制御換気システム導入
- ・CO2濃度による外気調和機の間欠運転による電気及び流量制御
- ・外気遮断
- ・スイング扉から自動ドアへ改造
- ・配電用変圧器取替(高効率化)
- ・遮熱フィルム貼り付け
- ・昇降機取替
- ・省エネベルト導入
- ・紙類のリサイクル  
等

### <他部門での取り組み例>

- ・「クールシェア」「ウォームシェア」への参加
  - ・対テナントへの廃棄物計量システム導入（廃棄物の発生抑制）
  - ・使用済み容器や新聞・雑誌・ペットボトル等の回収（リサイクルへ）
  - ・電気自動車の充電スタンド設置
  - ・地域社会貢献として省エネに関する展示会、子供を対象とした勉強会や体験会等の環境教育の実施
  - ・ライトダウンキャンペーンへの参加
  - ・テナントや関係企業等との環境に関するコミュニケーション（情報提供・意見交換等）
- 等

### <海外での取り組み例>

- ・太陽光発電設備の採用
  - ・高効率空調機の採用
  - ・LED照明導入
  - ・植栽
- 等

### ＜業務部門・運輸部門における取り組み例＞

SC業界としてのSCを対象とした取り組みであるため、各企業の本社・支社等の事務所(オフィス)については目標を設定していない(SC内に事業所を置いている企業もある)。

ただ会員企業では独自に、クールビズに代表されるような室内温度の管理や照明の管理、ゴミの分別やリサイクル、社員の通勤・退勤時における公共交通機関の利用促進等に積極的に取り組んでいる。

SCのディベロッパーとして物流施設を保有する事はほとんど無い。その中で関係する運輸・物流の企業等の協力を得ながらCO2削減に向けた取り組みを共同して進めている。

館内配送を一括化して効率化を図っている事例(施設周辺の渋滞緩和も)、バス会社と連携して共同運行バスを導入している事例、植物油のバイオディーゼルを燃料として使用した無料バスを運行している事例、駐車場事業者と共同でパークアンドライドを実施している事例、電気自動車の充電スタンドを設置している事例等、様々な取り組みがある。

■(参考)「クールシェア」「ウォームシェア」ポスター

