

百貨店業界の「低炭素社会実行計画」(2020年目標)

		計画の内容
1. 国内 の企業活 動におけ る 2020 年の削減 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)を指標として業界全体で、目標年度(2020年度)において、基準年度(2013年度)比6.8%減とする。
	設定 根拠	<p><u>対象とする事業領域:</u> 百貨店店舗</p> <p><u>将来見通し:</u> 2013年度を基準年度とし、2013年度までのエネルギー消費原単位の平均削減率(1.0%)を積み重ねることで、目標水準を達成する。</p> <p><u>BAT:</u> 設定していない。</p> <p><u>電力排出係数:</u> 設定していない。</p> <p><u>その他:</u></p>
2. 低炭素製品・ サービス等によ る他部門での削 減		<p><u>概要・削減貢献量:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 来店時、公共交通機関の利用促進(パーク&ライド等) ○ 環境配慮型商品の取扱いの拡大 ○ 環境省「COOL CHOICE できるだけ1回で受け取りませんかキャンペーン」に賛同しPOP等で啓発活動を実施 ○ クールビズ・ウォームビズの実施によるCO₂排出削減行動の呼びかけ。運輸部門では、共同納品(納品代行制度)の促進による納品車両の削減。物流効率化を促進するため、百貨店統一ハンガー等の導入による積載率の向上、また、リサイクルハンガー導入による廃棄ハンガーの削減。
3. 海外での 削減貢献		<p><u>概要・削減貢献量:</u> 適宜導入を検討する</p>
4. 革新的技術の 開発・導入		<p><u>概要・削減貢献量:</u> 適宜導入を検討する</p>
5. その他の 取組・特記事項		<ul style="list-style-type: none"> ○ 省エネ・CO₂排出削減のための取組み・PR活動を進める。 ○ 家庭への啓発活動としてポスター、パンフレット等の提供を行う。

百貨店業界の「低炭素社会実行計画」(2030年目標)

		計画の内容
1. 国内の企業活動における2030年の削減目標	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)を指標として、業界全体で目標年度(2030年度)において、基準年度(2013年度)比15.7%減とする。
	設定根拠	<p><u>対象とする事業領域:</u> 百貨店店舗</p> <p><u>将来見通し:</u> 2013年度を基準年度とし、2013年度までのエネルギー消費原単位の平均削減率(1.0%)を積み重ねることで、目標水準を達成していきたい。</p> <p><u>BAT:</u> 設定していない。</p> <p><u>電力排出係数:</u> 設定していない。</p> <p><u>その他:</u></p>
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<p><u>概要・削減貢献量:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 来店時、公共交通機関の利用促進(パーク&ライド等) ○ 環境配慮型商品の取扱いの拡大 ○ 環境省「COOL CHOICE できるだけ1回で受け取りませんかキャンペーン」に賛同しPOP等で啓発活動を実施 ○ クールビズ・ウォームビズの実施によるCO₂排出削減行動の呼びかけ。運輸部門では、共同納品(納品代行制度)の促進による納品車両の削減。物流効率化を促進するため、百貨店統一ハンガー等の導入による積載率の向上、また、リサイクルハンガー導入による廃棄ハンガーの削減。
3. 海外での削減貢献		<p><u>概要・削減貢献量:</u> 適宜導入を検討する</p>
4. 革新的技術の開発・導入		<p><u>概要・削減貢献量:</u> 適宜導入を検討する</p>
5. その他の取組・特記事項		<ul style="list-style-type: none"> ○ 省エネ・CO₂排出削減のための取組み・PR活動を進める。 ○ 家庭への啓発活動としてポスター、パンフレット等の提供を行う。

◇ 昨年度フォローアップを踏まえた取組状況

【昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの委員からの指摘を踏まえた計画に関する調査票の記載見直し状況（実績を除く）】

- 昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの指摘を踏まえ説明などを修正した
（修正箇所、修正に関する説明）

- 昨年度調査の事前質問にて生産活動量の変化要因（営業時間・延べ床面積）について調査票にて示すことができないかというご指摘をいただいたため、今年度の調査票より生産活動量の変動要因について追記することといたしました(11 ページ)。

- 昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの指摘について修正・対応などを検討している
（検討状況に関する説明）

百貨店業における地球温暖化対策の取組

平成 31 年 1 月 23 日
日本百貨店協会

I. 百貨店業の概要

(1) 主な事業

標準産業分類コード：5611

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）

(2) 業界全体に占めるカバー率

業界全体の規模※1 (2017年12月)		業界団体の規模 (2017年12月)		低炭素社会実行計画 参加規模※3	
企業数	232事業所	団体加盟 企業数	80社226店	計画参加 企業数	80社226店 (100%)
市場規模	売上高65,529億円	団体企業 売上規模	売上高59,532億円 ※2	参加企業 売上規模	-
エネルギー 消費量	-	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	-

※1業界全体の規模は2017年商業販売統計より。業界団体の規模は、2017年12月現在。

※2業界団体の規模は「平成29年12月・年間 全国百貨店売上高概況」より。業界全体の売上高に占める割合は90.8%。

※3業界団体におけるカバー率は100%。

(3) 計画参加企業・事業所

① 低炭素社会実行計画参加企業リスト

■ エクセルシート【別紙1】参照。

□ 未記載

(未記載の理由)

② 各企業の目標水準及び実績値

■ エクセルシート【別紙2】参照。

□ 未記載

(未記載の理由)

(4) カバー率向上の取組

① カバー率の見通し

年度	自主行動計画 (2012年度) 実績	低炭素社会実行 計画策定時 (2013年度)	2017年度 実績	2018年度 見通し	2020年度 見通し	2030年度 見通し
企業数	100%	100%	100%	100%	100%	100%
売上規模	100%	100%	100%	100%	100%	100%
エネルギー 消費量	100%	100%	100%	100%	100%	100%

(カバー率の見通しの設定根拠)

② カバー率向上の具体的な取組

	取組内容	取組継続予定
2017年度		有/無
2018年度以降		有/無

(取組内容の詳細)

(5) データの出典、データ収集実績（アンケート回収率等）、業界間バウンダリー調整状況
 【データの出典に関する情報】

指標	出典	集計方法
生産活動量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等）	
エネルギー消費量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等）	
CO ₂ 排出量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法・温対法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等）	

【アンケート実施時期】

2018年7月～2018年9月

【アンケート対象企業数】

80社 206店舗

【アンケート回収率】

84.4%

【業界間バウンダリーの調整状況】

- 複数の業界団体に所属する会員企業はない
- 複数の業界団体に所属する会員企業が存在

バウンダリーの調整は行っていない
 （理由）

バウンダリーの調整を実施している
 <バウンダリーの調整の実施状況>

【その他特記事項】

II. 国内の企業活動における削減実績

(1) 実績の総括表

【総括表】(詳細はエクセルシート【別紙4】参照。)

	基準年度 (2013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
生産活動量 (単位: 10^4 $m^2 \cdot$ 時間)	3.79	3.73		3.50		3.79	3.79
エネルギー 消費量 (単位: 万kl)	82.97	72.08		65.58		77.50	70.10
電力消費量 (億kWh)	28.58	24.89		22.03			
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	190.37 ※1	151.91 ※2	※3	133.90 ※4	※5	※6	※7
エネルギー 原単位 (単位: 万kl / $10^4 m^2 \cdot$ 時 間)	21.89	19.31		18.73		20.40	18.45
CO ₂ 原単位 (単位: 万t- CO ₂ / $10^4 m^2$ ・時間)	50.22	40.70		38.25			

【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4	※5	※6	※7
排出係数[kg-CO ₂ /kWh]	0.567	0.516		0.496			
実排出/調整後/その他	調整後	調整後		調整後			
年度	2013	2016		2017			
発電端/受電端	受電端	受電端		受電端			

【2020年・2030年度実績評価に用いる予定の排出係数に関する情報】

排出係数	理由／説明
電力	<input type="checkbox"/> 基礎排出係数（発電端／受電端） <input checked="" type="checkbox"/> 調整後排出係数（発電端／受電端） <input type="checkbox"/> 特定の排出係数に固定 <input type="checkbox"/> 過年度の実績値（〇〇年度 発電端／受電端） <input type="checkbox"/> その他（排出係数値：〇〇kWh/kg-CO ₂ 発電端／受電端） <上記排出係数を設定した理由>
その他燃料	<input type="checkbox"/> 総合エネルギー統計（〇〇年度版） <input checked="" type="checkbox"/> 温対法 <input type="checkbox"/> 特定の値に固定 <input type="checkbox"/> 過年度の実績値（〇〇年度：総合エネルギー統計） <input type="checkbox"/> その他 <上記係数を設定した理由>

(2) 2017年度における実績概要
【目標に対する実績】

<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：床面積×営業時間当たりのエネルギー消費量（万kl/10 ¹⁰ m ² ・時間）	2013年度	▲6.8%	20.40

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*
21.89	19.31	18.73	▲14.4%	▲3.0%	212%

* 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（%）

<2030年目標>

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2030年度目標値
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（万kl/10 ¹⁰ m ² ・時間）	2013年度	▲15.7%	18.45

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*
21.89	19.31	18.73	▲14.4%	▲3.0%	92%

* 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－2030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）／（2030年度の目標水準）×100（%）

【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
CO ₂ 排出量	133.90万t-CO ₂	▲29.7%	▲11.9%

(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・時間）：3.50（基準年度比▲7.7%、2016年度比▲6.2%）

<実績のトレンド>

（グラフ）

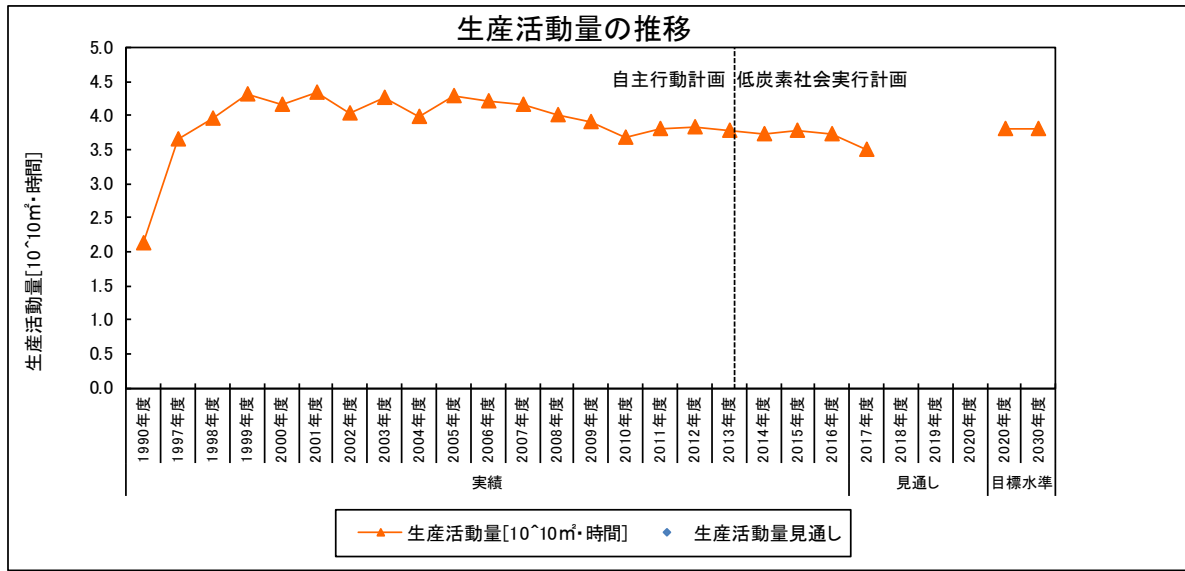


図1 生産活動量の推移

(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)

- 百貨店業の生産活動量は、1990年度以降増加傾向にあり、1998～2008年度では4×10¹⁰m²・時間以上であったが、2009年以降は4×10¹⁰m²・時間未満にとどまっている。2017年度は3.50×10¹⁰m²・時間で、基準年度の2013年度と比較して7.7%、前年度と比較しても6.2%減少している。
- 生産活動量の減少要因は、店舗数の開閉店や改修による延床面積の変動の影響が考えられる。

(参考) 生産活動量の変動要因

指標	2013年度 (基準年度)	2016年度	2017年度
延床面積指数 (2013年度=1)	1	0.987	0.927
営業時間指数 (2013年度=1)	1	0.998	0.996

【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

＜2017年度の実績値＞

エネルギー消費量（万kl）：65.58（基準年度比▲21.0%、2016年度比▲9.0%）

エネルギー消費原単位（万kl/10¹⁰m²・時間）：18.73（基準年度比▲14.4%、
2016年度比▲3.0%）

＜実績のトレンド＞
（グラフ）

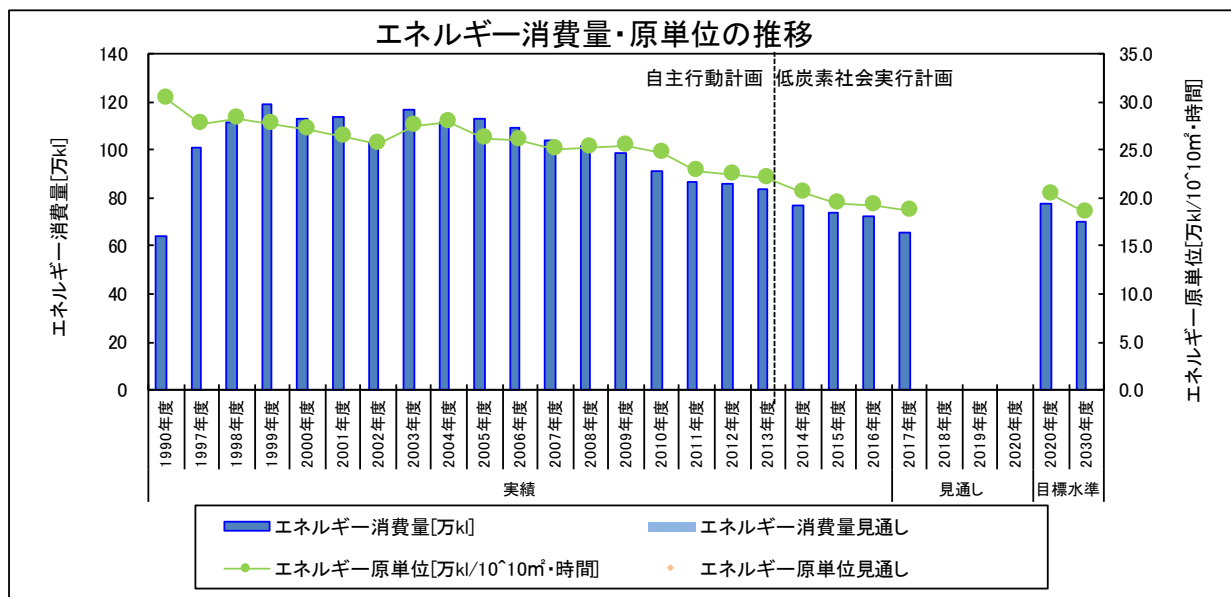


図2 エネルギー消費量・原単位の推移

（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）

- 百貨店業のエネルギー消費量は1990年度以降増加傾向にあったが、2003年度を境に減少傾向に転じており、2017年度では1997年度以降の実態調査結果でもっとも小さい値となり、原油換算ベースで65.58万kl、基準年度の2013年度比で21.0%、前年度比で9.0%の減少となった。
- エネルギー原単位はいずれの年も1990年度を下回って推移しているが、特に2011年度以降では減少傾向が強い。2017年度のエネルギー原単位は過去最小の18.73万kl/10¹⁰m²・時間、基準年度比14.4%、前年度比3.0%の減少となった。

<他制度との比較>

(省エネ法に基づくエネルギー原単位年平均▲1%以上の改善との比較)

百貨店協会全体のエネルギー消費原単位は 1990 年度以降、2017 年度までに平均▲1.4%と、省エネ法の改善目標をやや上回るペースで推移している。ただし、省エネ法と本アンケートの調査対象は異なる点に留意されたい。

(省エネ法ベンチマーク指標に基づく目指すべき水準との比較)

■ ベンチマーク制度の対象業種である

<ベンチマーク指標の状況>

ベンチマーク指標：当該事業を行っている百貨店のエネルギー使用量を当該百貨店と同じ規模、サービス、稼働状況の百貨店の平均的なエネルギー使用量で除した値（※）

※当該事業を行っている店舗におけるエネルギー使用量（単位：キロリットル）を①と②の合計量（単位：キロリットル）にて除した値を、店舗ごとのエネルギー使用量により加重平均した値

①延床面積（単位平方メートル）に 0.0531 を乗じた値

②売上高（単位百万円）に 0.0256 を乗じた値

ベンチマーク制度の目指すべき水準：0.792 以下

2017 年度実績：未報告。（次年度より調査を行う）

<今年度の実績とその考察>

○ 百貨店業においては、産業部門における省エネトップランナー制度の対象業種拡大に伴い、平成 29 年 4 月よりベンチマーク制度が施行された。対象事業者は、「工場等におけるエネルギー使用の合理化に関する事業者の判断の基準」別表第 5 に掲げる百貨店業のエネルギーの年度（4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までをいう。）の使用量が原油換算エネルギー使用量の数値で 1,500 k l 以上である事業者である。

□ ベンチマーク制度の対象業種ではない

【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：0.496kg-CO₂/kWh)：133.90 (基準年度比▲29.7%、2016年度比▲11.9%)

CO₂原単位：(単位：万 t-CO₂/10¹⁰ m²・時間 電力排出係数：0.496kg-CO₂/kWh)：38.25 (基準年度比▲23.8%、2016年度比▲6.0%)

<実績のトレンド>

(グラフ)

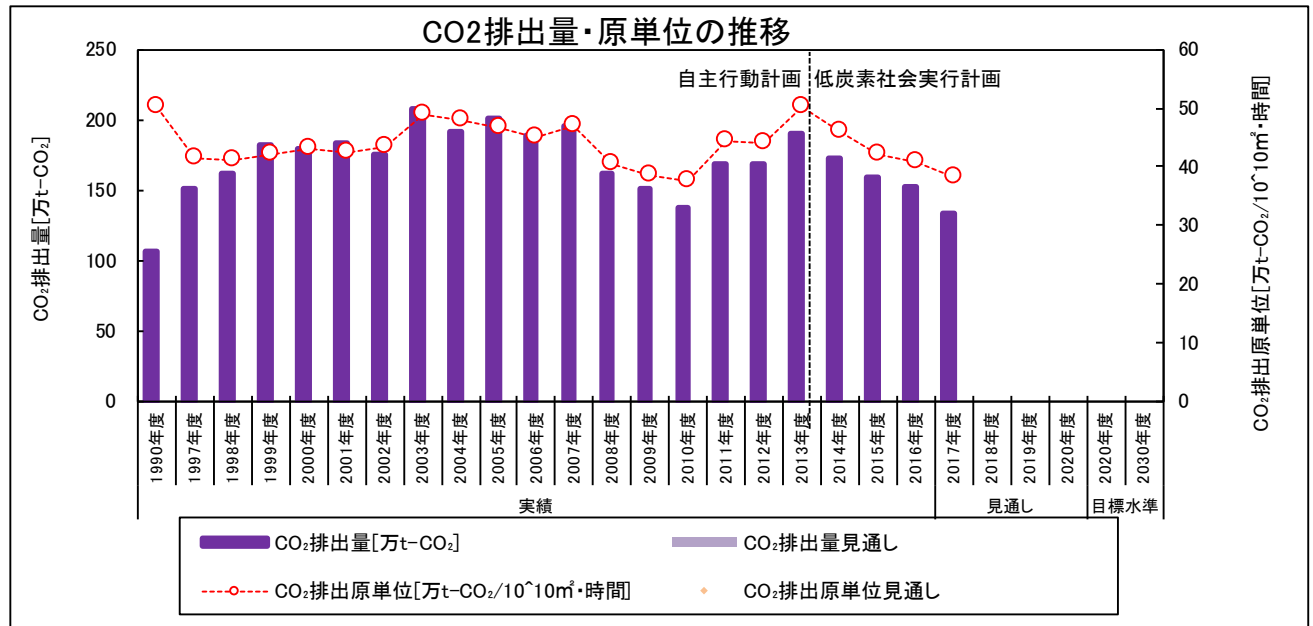


図3 CO₂排出量・原単位の推移

電力排出係数：0.496kg-CO₂/kWh (2017年度・調整後排出係数)

(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)

- 百貨店業のCO₂排出量は1990年度以降増加し続けてきたが、2003年度をピークに減少に転じている。2011年度以降震災の影響により増加傾向にあったが、2013年度を境に再び減少傾向に転じており、2017年度では133.90万t-CO₂と震災以降最も少なくなっており、基準年度の2013年度比で29.7%、前年度比で11.9%の減少となった。
- CO₂原単位は、1997年度以降の実態調査においては、いずれも1990年度を下回って推移している。2017年度は基準年度比で23.8%、前年度比で6.0%の減少となった。

【要因分析】（詳細はエクセルシート【別紙5】参照）

（CO₂排出量）

	基準年度→2017年度変化分		2016年度→2017年度変化分	
	（万 t-CO ₂ ）	（%）	（万 t-CO ₂ ）	（%）
事業者省エネ努力分	▲25.766	▲13.5%	▲4.340	▲2.9%
燃料転換の変化	2.708	1.4%	3.454	2.3%
購入電力の変化	▲20.610	▲10.8%	▲7.988	▲5.3%
生産活動量の変化	▲12.801	▲6.7%	▲9.140	▲6.0%

（要因分析の説明）

- 2017年度のCO₂排出量は、基準年度の2013年度と比較すると29.7%減少しており、その要因として事業者の省エネ努力分による減少が13.5%と最も影響が大きい。前年度比ではCO₂排出量が11.9%減少しており、購入電力の変化により5.3%減、生産活動量の変化により6.0%減となった。

（エネルギー消費量）

	基準年度→2017年度変化分		2016年度→2017年度変化分	
	（万 k l）	（%）	（万 k l）	（%）
事業者省エネ努力分	▲11.434	▲13.7%	▲2.025	▲2.8%
生産活動量の変化	▲6.386	▲7.7%	▲4.472	▲6.2%

（要因分析の説明）

- 2017年度のエネルギー消費量は、基準年度の2013年度と比較すると13.5%減少しており、その要因として事業者の省エネ努力分による減少が12.0%と最も影響が大きい。前年度比では9.0%減少しており、生産活動量の変化により6.2%減、事業者省エネ努力分により2.8%減となった。

(4) 実施した対策、投資額と削減効果の考察

【総括表】（詳細はエクセルシート【別紙6】参照。）

年度	対策	投資額	年度当たりのエネルギー削減量	設備等の使用期間 (見込み)
2017年度	LED照明器具への取替	250百万円	180万kWh	10年
	高効率空調機への改修	42百万円	63万kWh	—
2018年度	LED照明器具への取替	300百万円	220万kWh	10年
	高効率空調機への改修	—	—	—
2019年度以降	LED照明器具への取替	—	—	—
	高効率空調機への改修	—	—	—

※数値は、投資額と年度あたりのエネルギー削減量について回答のあった会員店舗の合計値。

※数値のない対策は対策事例として複数社で挙げられていたが、具体的な数値の回答がなかったもの。

【2017年度の実績】

(設備投資動向、省エネ対策や地球温暖化対策に関する投資の動向)

(取組の具体的事例)

※調査に回答した173店舗における実績

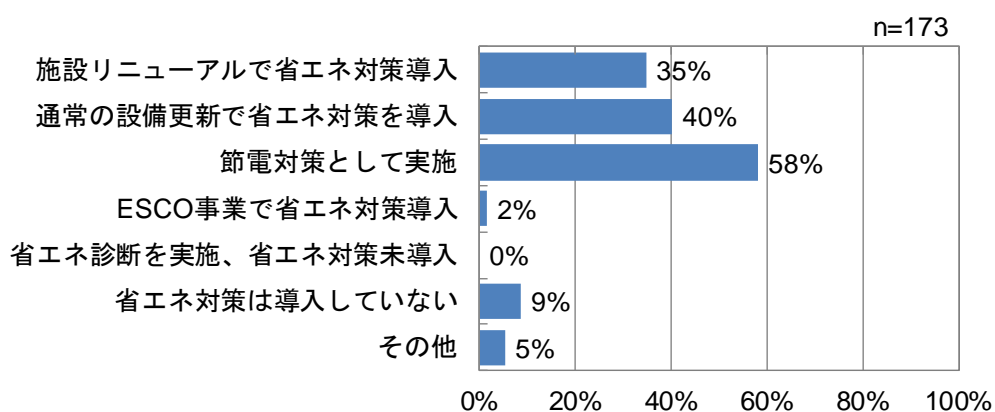


図4 省エネルギー対策の導入状況

n=173

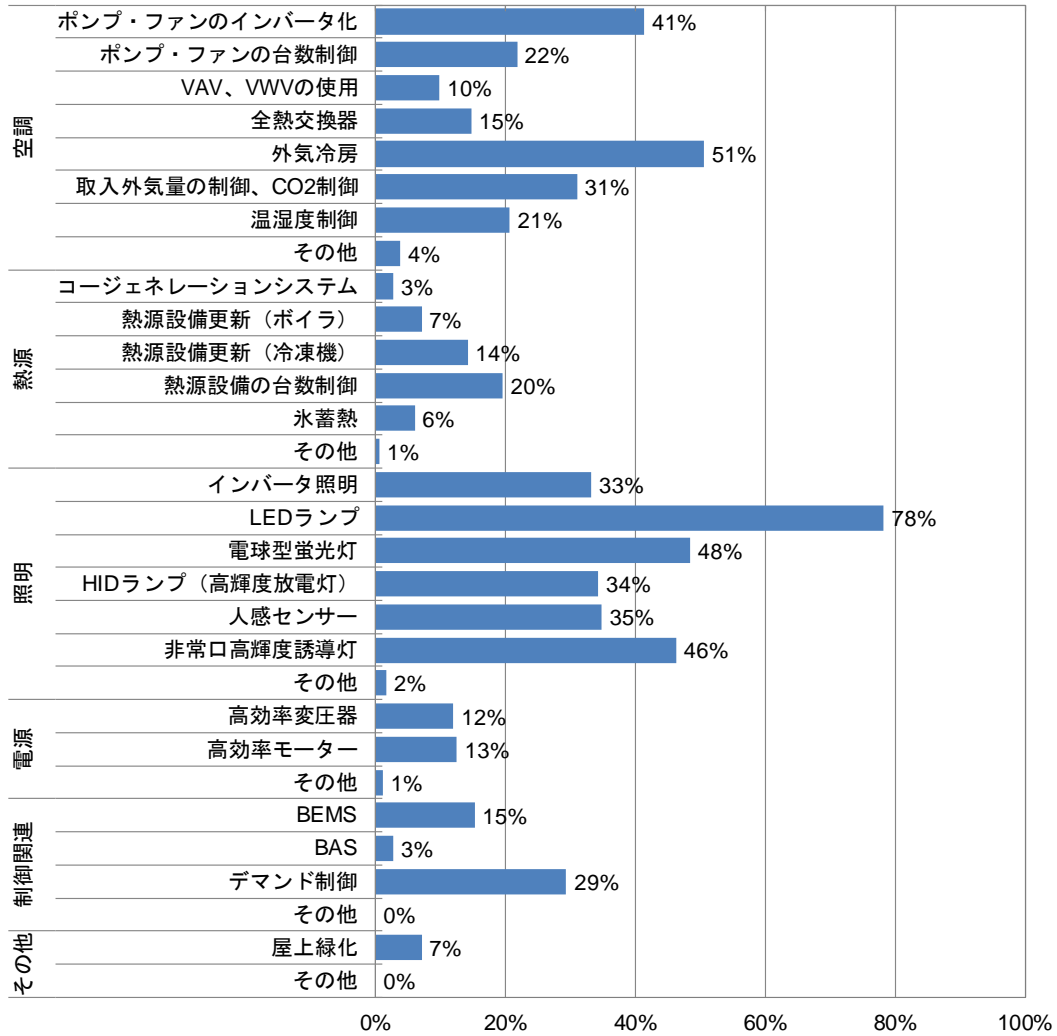


図5 省エネルギー対策（ハード面）の導入状況

n=173

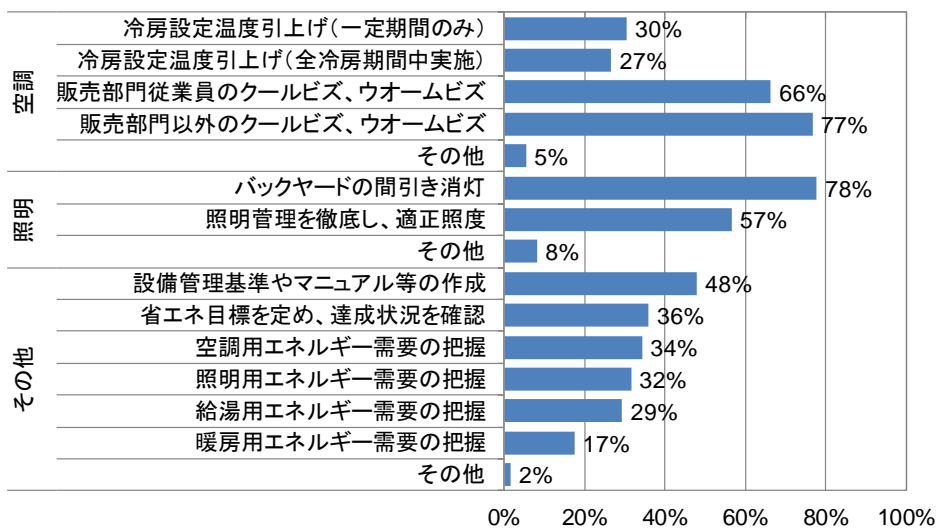


図6 省エネルギー対策（ソフト面）の導入状況

(取組実績の考察)

- 2017 年度は前年度から引き続き店舗内照明やショーケース等の照明の LED や電球型蛍光灯への切り替えと、インバーター導入を伴う高効率空調機への改修が主に実施した取り組みであった。

【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)

- 引き続き会員店舗において、改装・改築、新規出店の際には、積極的に省エネ機器の導入・切り替えなどの省エネ投資を行い、エネルギー消費原単位の改善に向け取り組んでいく。

【BAT、ベストプラクティスの導入進捗状況】

BAT・ベストプラクティス等	導入状況・普及率等 ※	導入・普及に向けた課題
インバーター導入を含めた高効率空調機への改修	2017年度までの累計 65%	店舗の改装・投資計画等を踏まえ導入に努める
LED 等高効率器具への更新	2017年度までの累計 78%	店舗の改装・投資計画等を踏まえ導入に努める

※: 調査対象店舗 (n=173) における対策実施割合

【IoT 等を活用したエネルギー管理の見える化の取組】

- BEMS を用いたエネルギー管理の見える化を実施している店舗は、2017 年度では調査店舗全体のうち 15%であった(前頁図 5)。

【他事業者と連携したエネルギー削減の取組】

【業界内の好取組事例、ベストプラクティス事例、共有や水平展開の取組】

- 業界内において説明会や情報交換を実施している。

(5) 想定した水準（見通し）と実績との比較・分析結果及び自己評価

【目標指標に関する想定比の算出】

* 想定比の計算式は以下のとおり。

$$\begin{aligned} \text{想定比【基準年度目標】} &= (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) \\ &\quad \div (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の想定した水準}) \times 100 (\%) \\ \text{想定比【BAU 目標】} &= (\text{当年度の削減実績}) \div (\text{当該年度に想定した BAU 比削減量}) \times 100 (\%) \end{aligned}$$

想定比 = (計算式)

○ (当年度の想定水準がないため想定比は計算できない)

【自己評価・分析】 (3段階で選択)

<自己評価及び要因の説明>

- 想定した水準を上回った (想定比=110%以上)
- 概ね想定した水準どおり (想定比=90%~110%)
- 想定した水準を下回った (想定比=90%未満)
- 見通しを設定していないため判断できない (想定比=-)

(自己評価及び要因の説明、見通しを設定しない場合はその理由)

○ 各百貨店では、日本百貨店協会が設定した低炭素社会実行計画に基づき、エネルギー消費原単位を基準年度（1990 年度）の水準に対し、20%減を目標として、温暖化対策の取組みを強化してきた。震災以降、電力不足への対応と電気料金の急騰もあり、LED への積極的な切り替え、節電の継続実施（業界削減目標を設定）を行ってきた。2016 年度より基準年度を 1990 年度から 2013 年度に変更した。今後は目標年度 2030 年度において基準年度比 15.7%減を目指し、更なる取組の強化を行う。
なお、年度ごとの見通しについては気象条件や経済状況などの要因に左右されるため設けていない。

(自己評価を踏まえた次年度における改善事項)

(6) 次年度の見通し

【2018 年度の見通し】

	生産活動量	エネルギー消費量	エネルギー原単位	CO ₂ 排出量	CO ₂ 原単位
2017 年度 実績					
2018 年度 見通し					

(見通しの根拠・前提)

(7) 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。

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

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

進捗率 = (計算式)

$$\text{進捗率} = (2013 \text{ 年度の実績水準} - 2017 \text{ 年度の実績水準}) \div (2013 \text{ 年度の実績水準} - 2020 \text{ 年度の} \\ \text{目標水準}) \times 100 (\%) = (21.89 - 18.73) \div (21.89 - 20.40) \times 100 (\%) = 212\%$$

【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

(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)

- 昨年度に引き続き LED 等の先進的な省エネ設備の導入やリニューアルに伴う設備・機器の更新などが積極的に行われたこともあり目標を達成した。
- 一方で、震災後に行ってきた昇降機や照明の間引きの取り組みは、来客数の増加に伴う安全性の確保の必要性、LED への切り替え等により取り組み数は減少。加えて、大規模な設備更新についても今後減少が見込まれることもあり、震災後の特殊要因を除くと大幅な削減が見込めないことから、現状のエネルギー消費量を維持しつつも、設備の更新時・新規出店時にはエネルギー効率の高い機器を順次導入することにより、さらなる削減に向け取り組んでいきたい。

(目標到達に向けた具体的な取組の想定・予定)

(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)

□ 目標達成に向けて最大限努力している

(目標達成に向けた不確定要素)

(今後予定している追加的取組の内容・時期)

□ 目標達成が困難

(当初想定と異なる要因とその影響)

(追加的取組の概要と実施予定)

(目標見直しの予定)

(8) 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。

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

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

進捗率 = (計算式)

$$\text{進捗率} = (\text{2013年度の実績水準} - \text{2017年度の実績水準}) \div (\text{2013年度の実績水準} - \text{2030年度の目標水準}) \times 100 (\%) = (21.89 - 18.73) \div (21.89 - 18.45) \times 100 (\%) = 92\%$$

【自己評価・分析】

(目標達成に向けた不確定要素)

- 今後の大規模な投資を伴う設備更新による省エネの取り組みの動向や、経済状況、気象要因などの不確定要素が考えられる。

(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)

(9) 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】

- エクセルシート【別紙7】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】

取得クレジットの種別	
プロジェクトの概要	
クレジットの活用実績	

取得クレジットの種別	
プロジェクトの概要	
クレジットの活用実績	

取得クレジットの種別	
プロジェクトの概要	
クレジットの活用実績	

Ⅲ. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献

(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

	事業者名	低炭素製品・サービス等	当該製品等の特徴、従来品等との差異など	削減実績 (2017年度)	削減見込量 (2020年度)
1	日本百貨店協会会員店	オフセット商品「スマート・クール・バッグ」	会員百貨店全店舗で、東北CO ₂ クレジット(※)を利用したエコバッグを販売。	91t-CO ₂	—

※：福島県の森を育てる「喜多方森林整備加速化プロジェクト」によるオフセット・クレジット（J-クレジット）

（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）

(2) 2017年度の実績 （取組の具体的事例）

（取組実績の考察）

(3) 2018年度以降の取組予定

IV. 海外での削減貢献

(1) 海外での削減貢献の概要、削減見込量及び算定根拠

	海外での削減貢献	削減実績 (2017年度)	削減見込量 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
1				
2				
3				

(削減貢献の概要、削減貢献量の算定根拠)

(2) 2017 年度の実績
(取組の具体的事例)

(取組実績の考察)

(3) 2018 年度以降の取組予定

V. 革新的技術の開発・導入

(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			
2			
3			

(技術・サービスの概要・算定根拠)

(2) 革新的技術・サービスの開発・導入のロードマップ

	技術・サービス	2017	2018	2019	2020	2025	2030	2050
1								
2								
3								

(3) 2017年度の取組実績

(取組の具体的事例、技術成果の達成具合、他産業への波及効果、CO2削減効果)

① 参加している国家プロジェクト

② 業界レベルで実施しているプロジェクト

③ 個社で実施しているプロジェクト

(4) 2018年度以降の取組予定

(技術成果の見込み、他産業への波及効果・CO2削減効果の見込み)

① 参加している国家プロジェクト

② 業界レベルで実施しているプロジェクト

③ 個社で実施しているプロジェクト

(5) 革新的技術・サービスの開発に伴うボトルネック（技術課題、資金、制度など）

(6) 想定する業界の将来像の方向性（革新的技術・サービスの商用化の目途・規模感を含む）

* 公開できない場合は、その旨注釈ください。

(2020年)

(2030年)

(2030年以降)

VI. 情報発信、その他

(1) 情報発信（国内）

① 業界団体における取組

取組	発表対象：該当するものに「○」	
	業界内限定	一般公開
クールビズ		○
クールシェア		○
ウォームビズ		○
ウォームシェア		○
スマート・ラッピング		○

<具体的な取組事例の紹介>

- 業界統一の啓発ポスターやPOP等を作成し、会員店舗において掲載・設置している。

② 個社における取組

事業者名	取組	発表対象：該当するものに「○」	
		企業内部	一般向け
(株) そごう・西武	株式会社そごう・西武 CSR 活動ホームページ (http://www.sogo-seibu.co.jp/csr.html) 随時、活動実績報告・活動トピックス更新		○
	環境・社会貢献の取り組みリーフレット 年1回発行	○	○
	eラーニングによる全従業員への環境教育 年1回実施	○	
	グループ共通 eラーニングによる全従業員への環境教育 年1回実施	○	
	環境デーでの環境朝礼 週1回実施（毎月、環境デーテーマと各店での活動トピックスを掲載した環境ニュースを全店配信）	○	
	株式会社セブン&アイ・ホールディングス CSR ホームページ (http://www.7andi.com/csr/action.html) 随時、西武・そごう各店で実施したCSRアクションを紹介		○
	株式会社セブン&アイ・ホールディングス CSR レポート、及び統合レポートに掲載 年1回発行	○	○
(株) 高島屋	各店での環境イベント等の告知（店頭POP、ポスター、チラシ、HP、SNS等） 随時、実施		○
	WEBサイトでエネルギー使用に関する計画および実績を公表	○	○

(株) 三越 伊勢丹ホー ルディング ス	CSRレポート、ニュースリリース (HP)	○	○
	グループウェア (ポータル)	○	
(株) 阪急 阪神百貨店	店内空調温度の緩和		○
	LED 照明への切り替え		○
	通年の節電対策 (間引き照明、まめ消し等)		○
	ライトダウンなど節電キャンペーンへの参加		○
(株) 高知 大丸	店舗進捗状況による課題分析と対策状況確認	○	
	こまめな照明管理・空調の温度設定基準順守	○	
	階段利用の促進) (2UP、3DOWN)	○	
	社全員に環境ポケットマニュアルを渡し環境活動項目を個人目 標とし実践行動	○	
	容器包装 (スマートラッピング) の削減を店内放送を利用して 周知		○

<具体的な取組事例の紹介>

具体的な取り組みについては上記の表の通り。

③ 学術的な評価・分析への貢献

(2) 情報発信 (海外)

<具体的な取組事例の紹介>

(3) 検証の実施状況

① 計画策定・実施時におけるデータ・定量分析等に関する第三者検証の有無

検証実施者	内容
<input checked="" type="checkbox"/> 政府の審議会	
<input checked="" type="checkbox"/> 経団連第三者評価委員会	
<input checked="" type="checkbox"/> 業界独自に第三者（有識者、研究機関、審査機関等）に依頼	<input checked="" type="checkbox"/> 計画策定 <input checked="" type="checkbox"/> 実績データの確認 <input type="checkbox"/> 削減効果等の評価 <input type="checkbox"/> その他 ()

② (①で「業界独自に第三者（有識者、研究機関、審査機関等）に依頼」を選択した場合)
 団体ホームページ等における検証実施の事実の公表の有無

<input checked="" type="checkbox"/> 無し	
<input type="checkbox"/> 有り	掲載場所：

(4) 2030年以降の長期的な取組の検討状況

Ⅶ. 業務部門（本社等オフィス）・運輸部門等における取組

(1) 本社等オフィスにおける取組

① 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

削減目標：〇〇年〇月策定

【目標】

【対象としている事業領域】

■ 業界としての目標策定には至っていない
(理由)

○ 店舗内に含まれてしまうため、独自目標の設定なし

② 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

	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㎡)：							217 (83 店舗)	258 (104 店舗)	230 (77店 舗)	206 (74店 舗)
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)							54.6	65.1	58.1	52.0
床面積あたりの CO ₂ 排出量 (万 kg-CO ₂ /万 m ²)							252	252	253	252
エネルギー消費量 (原油換算) (万 kl)							9.83	11.71	10.45	9.36
床面積あたりエネ ルギー消費量 (kl/万 m ²)							453	454	454	455

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)

③ 実施した対策と削減効果

【総括表】（詳細はエクセルシート【別紙8】参照。）

実施した対策と削減効果（総括票）※1

（単位：t-CO₂）

	照明設備等	空調設備	エネルギー	建物関係	合計
2017 年度実績	1,131	249	0	2,538	3,918
2018 年度以降 （参考値）※2	51,212	75	0	2,929	5,4216

※1 集計店舗数：74 店舗

※2 「2018 年度以降」における想定期間は店舗ごとに異なるため、参考値として掲載

【2017 年度の実績】

（取組の具体的事例）

- エレベータ使用台数の削減（2,497 t-CO₂/年）
 - 照明の間引き（579 t-CO₂/年）
 - 高効率照明の導入（490 t-CO₂/年）
- 等が主な取り組み事例である。

（取組実績の考察）

- 2017 年度に削減効果が最も高かった対策はエレベータ使用台数の削減であった。次いで照明設備等として照明の間引きの効果が高かった。

【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）

- 2018 年度以降の主な対策として、照明の間引き（50,634 t-CO₂/年）、エレベータ使用台数の削減（2,884 t-CO₂/年）、高効率照明の導入（549 t-CO₂/年）等を実施予定である。

(2) 運輸部門における取組

① 運輸部門における排出削減目標

業界として目標を策定している

削減目標：〇〇年〇月策定 【目標】 【対象としている事業領域】

■ 業界としての目標策定には至っていない

(理由)

- 自社保有車両による運輸を行っている店舗が少なく、運輸を委託している運送会社等から実態を把握することが難しいため、実績についての調査は行っていない。

② 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 (万トキ)										
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)										
輸送量あたり CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /トキ 口)										
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/トキ)										

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)

③ 実施した対策と削減効果

* 実施した対策について、内容と削減効果を可能な限り定量的に記載。

年度	対策項目	対策内容	削減効果
2017年度			〇〇t-CO ₂ /年
2018年度以降			〇〇t-CO ₂ /年

【2017 年度の実績】 (取組の具体的事例)

(n=145)

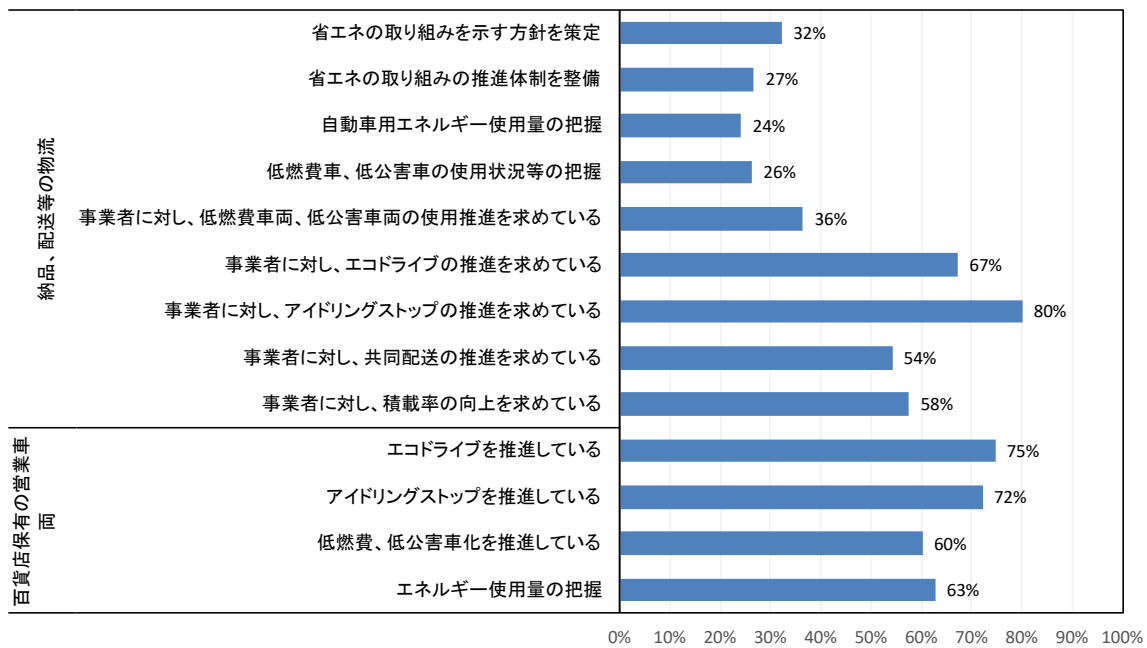


図 7 運輸部門の取り組み実施率 (回答店舗での実施率)

- 納品、配送等の物流では、アイドリングストップの推進が 80%と最も割合が高く、次いでエコドライブの推進の割合が高い。一方で、自動車用エネルギー使用量の把握や低燃費車、低公害車の使用状況等の把握といった使用実態の把握の取組みの割合は低い結果となった。
- 百貨店保有の営業車両については、いずれの項目についても 60%以上とよく取り組まれている。

(取組実績の考察)

【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)

(3) 家庭部門、国民運動への取組等

【家庭部門での取組】

○ 環境配慮型生活提案と商品の提案・販売

クールビズ・ウォームビズの呼びかけに合わせ、エネルギーに頼らない快適な生活を目指し、衣・食・住の機能性商品等を売場で展開している。また、「倫理的・道徳的に正しい行動」を意味するエシカルのイベントや商品紹介、オーガニック商品、地産地消の商品の販売を行っている。（例：食材で、体を温める or 冷やす料理提案、省エネ型調理器具。衣料では、機能性繊維。住まいでは、カーテンの活用等、日常の暮らしを紹介）

【国民運動への取組】

- 環境省「COOL CHOICE できるだけ1回で受け取りませんかキャンペーン」に賛同し、POP等で啓発活動を実施している。
- クールビズ・クールシェア、ウォームビズ・ウォームシェアの呼びかけを実施している。

VIII. 国内の企業活動における 2020 年・2030 年の削減目標

【削減目標】

<2020> > (2017 年 1 月策定)

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）を指標として業界全体で、目標年度（2020 年度）において、基準年度（2013 年度）比 6.8%減とする。

<2030 年> (2017 年 1 月策定)

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）を指標として、業界全体で目標年度（2030 年度）において、基準年度（2013 年度）比 15.7%減とする。

【目標の変更履歴】

<フェーズ I（2020 年）>

2007 年 1 月：目標年度（2020 年度）において基準年度（1990 年度）比 3%減とすることを理事会で決定

2007 年 7 月：目標を引き上げ、目標年度において基準年度比 6%減とすることを理事会で決定

2008 年 3 月：目標を引き上げ、目標年度において基準年度比 7%減とすることを理事会で決定

2009 年 9 月：目標を引き上げ、目標年度において基準年度比 13%減とすることを理事会で決定

2010 年 7 月：目標を引き上げ、基準年度比 20%を目指すことを委員会において審議

2012 年 3 月：目標を引き上げ、目標年度において基準年度比 20%減を理事会で決定

2016 年 10 月：基準年度を 1990 年度から 2013 年度に変更することを委員会において審議

2017 年 1 月：基準年度を 1990 年度から 2013 年度に変更することを理事会で決定

<フェーズ II（2030 年）>

2014 年 11 月：目標年度（2030 年度）において基準年度比 38%減とすることを理事会で決定

2016 年 10 月：基準年度を 1990 年度から 2013 年度に変更し、2020 年度の目標値を 6.8%減、

2030 年度の目標値を 15.7%減することを委員会において審議

2017 年 1 月：基準年度および目標値の変更を理事会で決定

【その他】

【昨年度フォローアップ結果を踏まえた目標見直し実施の有無】

昨年度フォローアップ結果を踏まえて目標見直しを実施した
(見直しを実施した理由)

目標見直しを実施していない
(見直しを実施しなかった理由)

必要に応じて見直すことにしている
(見直しに当たった条件)

今後のエネルギーや経済に関する計画・指標に連動して、必要に応じた見直しを行う。

(4) 目標策定の背景

- 百貨店の店舗は築年数がかなり古い施設が多く、熱源機器、空調システム等の更新が遅れている店舗もあることから、耐震改修や大規模リニューアル時に、老朽化機器の高効率機器への積極的な更新、運用システムの見直し、改善等により目標達成に努める。

(5) 前提条件

【対象とする事業領域】

- 対象店舗は、会員百貨店店舗の建物とし、建物内の売り場・バックヤード等を全て対象としている。

【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>

- 現状維持

<設定根拠、資料の出所等>

【計画策定の際に利用した排出係数の出典に関する情報】 ※CO₂目標の場合

排出係数	理由/説明
電力	<input type="checkbox"/> 基礎排出係数 (〇〇年度 発電端/受電端) <input type="checkbox"/> 調整後排出係数 (〇〇年度 発電端/受電端) <input type="checkbox"/> 特定の排出係数に固定 <input type="checkbox"/> 過年度の実績値 (〇〇年度 発電端/受電端) <input type="checkbox"/> その他 (排出係数値 : 〇〇kWh/kg-CO ₂ 発電端/受電端) <上記排出係数を設定した理由>
その他燃料	<input type="checkbox"/> 総合エネルギー統計 (〇〇年度版) <input type="checkbox"/> 温対法 <input type="checkbox"/> 特定の値に固定 <input type="checkbox"/> 過年度の実績値 (〇〇年度 : 総合エネルギー統計) <input type="checkbox"/> その他 <上記係数を設定した理由>

【その他特記事項】

(6) 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】

- 店舗面積の増加、営業時間の延長など必然的に総量は増加する可能性があることから、環境と経済の両立の視点から、営業規制につながる総量規制は望ましくなく、生産活動量（床面積×営業時間）当たりのエネルギー消費量を目標値としている。

【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>

- 2014 年度までに、大規模な増床や新規出店計画がほぼ終了し、先進的な省エネ設備の導入や既存店舗のリニューアルに伴う省エネ設備・機器の更新なども行われたことから、今後の見通しとして大幅な削減効果が見込めないと考えられる。
- 2013 年度を基準年度とし、2013 年度までのエネルギー消費量原単位の平均削減率（1.0%）を積み重ねることで、日々の省エネを積み重ね、目標水準を達成していきたい。

【BAU の定義】 ※BAU 目標の場合
<BAU の算定方法>

<BAU 水準の妥当性>

<BAU の算定に用いた資料等の出所>

【国際的な比較・分析】

国際的な比較・分析を実施した（〇〇〇〇年度）
（指標）

（内容）

（出典）

（比較に用いた実績データ） 〇〇〇〇年度

実施していない
（理由）

【導入を想定しているBAT（ベスト・アベイラブル・テクノロジー）、ベストプラクティスの削減見込量、算定根拠】

<設備関連>

対策項目	対策の概要、 BATであることの説明	削減見込量	普及率見通し
			基準年度 ○% ↓ 2020年度 ○% ↓ 2030年度 ○%
			基準年度 ○% ↓ 2020年度 ○% ↓ 2030年度 ○%
			基準年度 ○% ↓ 2020年度 ○% ↓ 2030年度 ○%

(各対策項目の削減見込量・普及率見通しの算定根拠)

(参照した資料の出所等)

<運用関連>

対策項目	対策の概要、 ベストプラクティスであることの説明	削減見込量	実施率見通し
			基準年度〇% ↓ 2020年度〇% ↓ 2030年度 〇%
			基準年度〇% ↓ 2020年度〇% ↓ 2030年度 〇%
			基準年度〇% ↓ 2020年度〇% ↓ 2030年度 〇%

(各対策項目の削減見込量・実施率見通しの算定根拠)

(参照した資料の出所等)

<その他>

対策項目	対策の概要、ベストプラクティスであることの 説明	削減見込量	実施率 見通し
			基準年度〇% ↓ 2020年度〇% ↓ 2030年度 〇%

(各対策項目の削減見込量・実施率見通しの算定根拠)

(参照した資料の出所等)

(7) 目標対象とする事業領域におけるエネルギー消費実態

【工程・分野別・用途別等のエネルギー消費実態】

(延床面積区分別 2次エネルギー種別消費原単位)

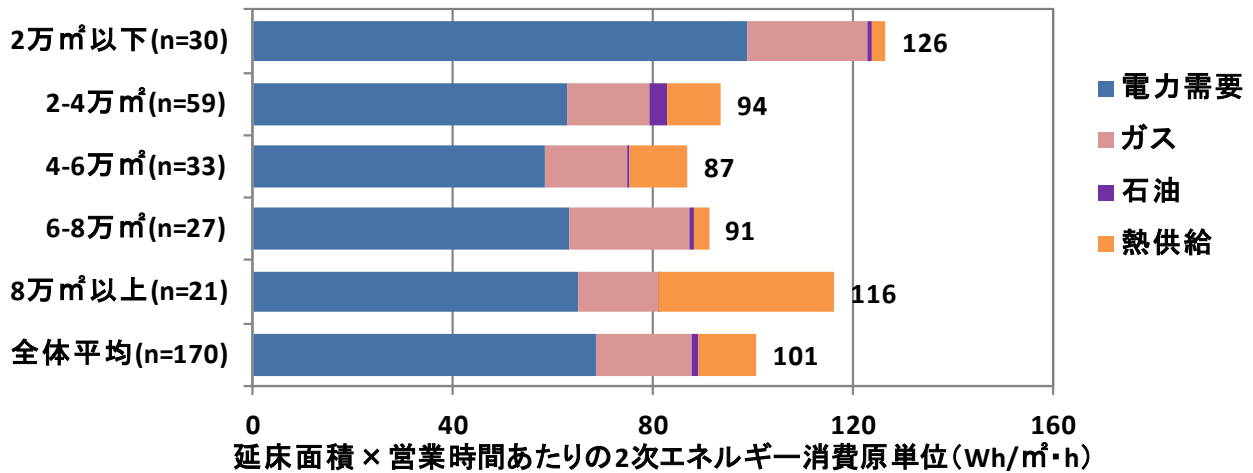


図 8 店舗総面積別 床面積×営業時間当たりの2次エネルギー種別消費原単位

出所： 会員アンケートより集計（無効回答を除く）

(考察)

- 延床面積区分別 2次エネルギー種別消費原単位は 2 万㎡以下の店舗及び 8 万㎡以上の店舗において高い傾向にある。

【電力消費と燃料消費の比率 (CO₂ベース)】

電力： 81.6%
燃料： 18.4%