

百貨店事業における地球温暖化対策の取組 ～低炭素社会実行計画 2018年度実績報告～

令和2年1月27日
一般社団法人日本百貨店協会

目 次

- 0. 昨年度審議会での評価・指摘事項
- 1. 百貨店業の概要
- 2. 百貨店業界の「低炭素社会実行計画」概要
- 3. 2018年度の実績
- 4. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献
- 5. その他取組
- 6. 参考資料

0. 昨年度審議会での評価・指摘事項

- 進捗状況等に対する評価・指摘事項

サプライチェーン排出量の削減を考慮した取組の検討について、積極的に周知していただき、業界団体として推進していただきたい。

(回答)

サプライチェーン全体における温室効果ガス排出量を把握するために、昨年よりSCOPE3を算出（環境・社会貢献委員会13社）、今年度からは会員店舗全体へ拡大し、会員企業にフィードバックを行い業界全体の環境負荷低減に向けて取組んでいる。

- 意見・指摘事項等を踏まえた改善点等

- 運輸部門における取組状況の定量的把握への努力についてご意見をいただいていたことを踏まえ、今年度は会員店舗の保有する外商車両の燃料使用量について追加調査した。



1. 百貨店業の概要

■ 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

79社219店舗（2018年12月末現在）

[参考] 業界規模(2018年12月末現在)

	業界全体の規模*1	日本百貨店協会の規模*2
企業数	225事業所	79社219店舗
売上高（年間）	64,434億円	58,870億円*3

*1: 業界全体の規模は、2018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（2018年12月末現在）

*2: 日本百貨店協会の規模は、2018年12月末現在

*3: 当協会の売上高に占める割合は91.4%

2. 百貨店業界の「低炭素社会実行計画」概要

百貨店業界の「低炭素社会実行計画」における目標

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（2013年度）比6.8%の減とする。ただし、2030年度の削減目標を15.7%減とする。

※エネルギー消費原単位（kwh/m²・h）＝エネルギー消費量÷（延床面積×営業時間）

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。

当業界では、1997年「百貨店の環境自主行動計画」を策定するとともに、様々な省エネ対策を推進し、「エネルギー消費原単位の改善」に取り組んできた。2020年に向けた中期的な目標を設定すべく、日本経団連の「低炭素社会実行計画」を踏まえ、「自主行動計画」から、2012年3月「低炭素社会実行計画」を策定した。

○これまでの目標の更新履歴（自主行動計画から低炭素社会実行計画）

- 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：深刻化する温暖化の状況を踏まえ、さらに目標を引き上げ、基準年度比 6%減とすることを理事会で決定。
- 2008年3月：2007年度に改訂された「京都議定書目標達成計画」では、今後の経済成長による排出量の増加に対応できないと思われることから、さらに目標値を引き上げ、直近3年間（2004～2006年度）の平均を基に、基準年度比7%減とすることを理事会で決定。
- 2009年9月：国連気候変動サミットで、日本が「2020年までに温室効果ガスを1990年比25%削減する」という中期目標を表明したことを受け、さらに目標値を引き上げることとし、直近の実績を基に、基準年度比 13%減とすることを理事会で決定。
- 2010年7月：2050年における世界の温室効果ガスの排出量の削減目標の達成に向け、中期的な目標として、目標年度において、基準年度比20%減を目指すことを委員会において審議。
- 2012年3月：上記の新目標値20%減を理事会で決定。（低炭素社会実行計画を策定）
- 2014年11月：2030年の削減目標値38%減を理事会で決定。
- 2017年1月：基準年度を1990年度から2013年度に変更し、2020年の削減目標値を6.8%減、2030年を15.7%減とすることを理事会で決定。

3. 2018年度の取組実績（1）

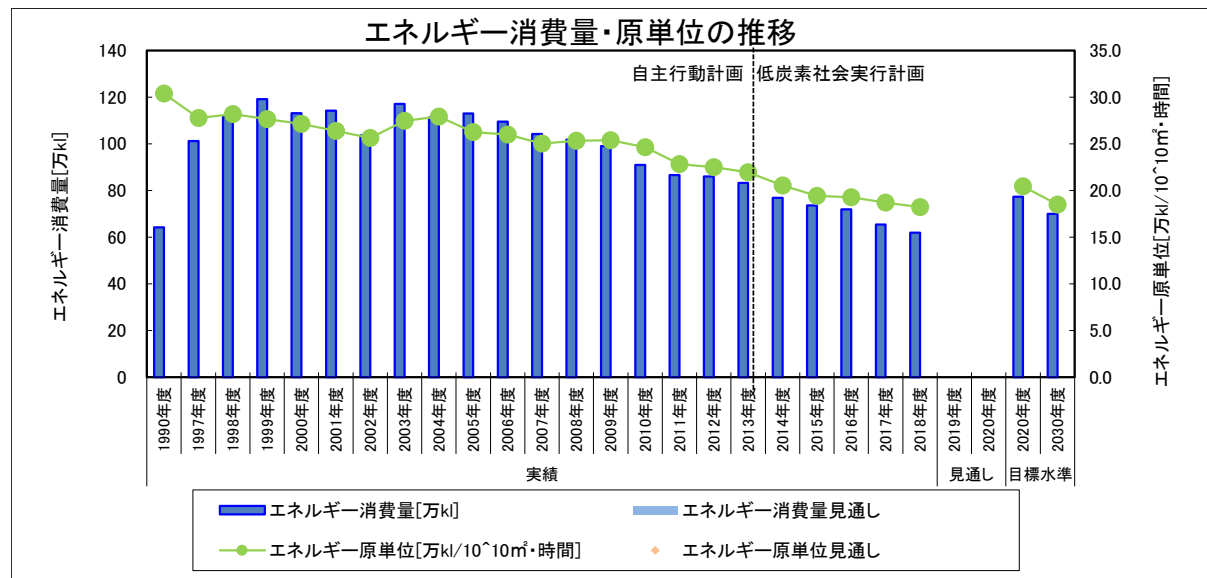
指標名	実績値 (2018)	基準年度比 (2013)	前年度比 (2017)
生産活動量 ($10^{10}\text{m}^2 \cdot \text{h}$)	3.40	▲8.7%	▲2.9%
エネルギー消費量 (万kl)	61.88	▲25.4%	▲5.4%
エネルギー原単位 (万kl/ $10^{10}\text{m}^2 \cdot \text{h}$)	18.22	▲16.9%	▲2.5%
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	119.65	▲29.7%	▲11.9%
CO ₂ 原単位 (万t-CO ₂ / $10^{10}\text{m}^2 \cdot \text{h}$)	35.24	▲23.8%	▲6.0%

- 進捗率

- 2020年目標：249%
 - 2030年目標：107%

- 考察

- 店舗の開閉店や改装による生産活動量の減少に伴う消費量の減少、LEDへの積極的な切替え、節電の継続実施が反映された結果と考えられる。
 - 2018年度はエネルギー消費量（原油換算万kl）は2017年度比で▲5.4%、原単位では▲2.5%と減少傾向を維持している。



3. 2018年度の取組実績（2）

CO₂排出量

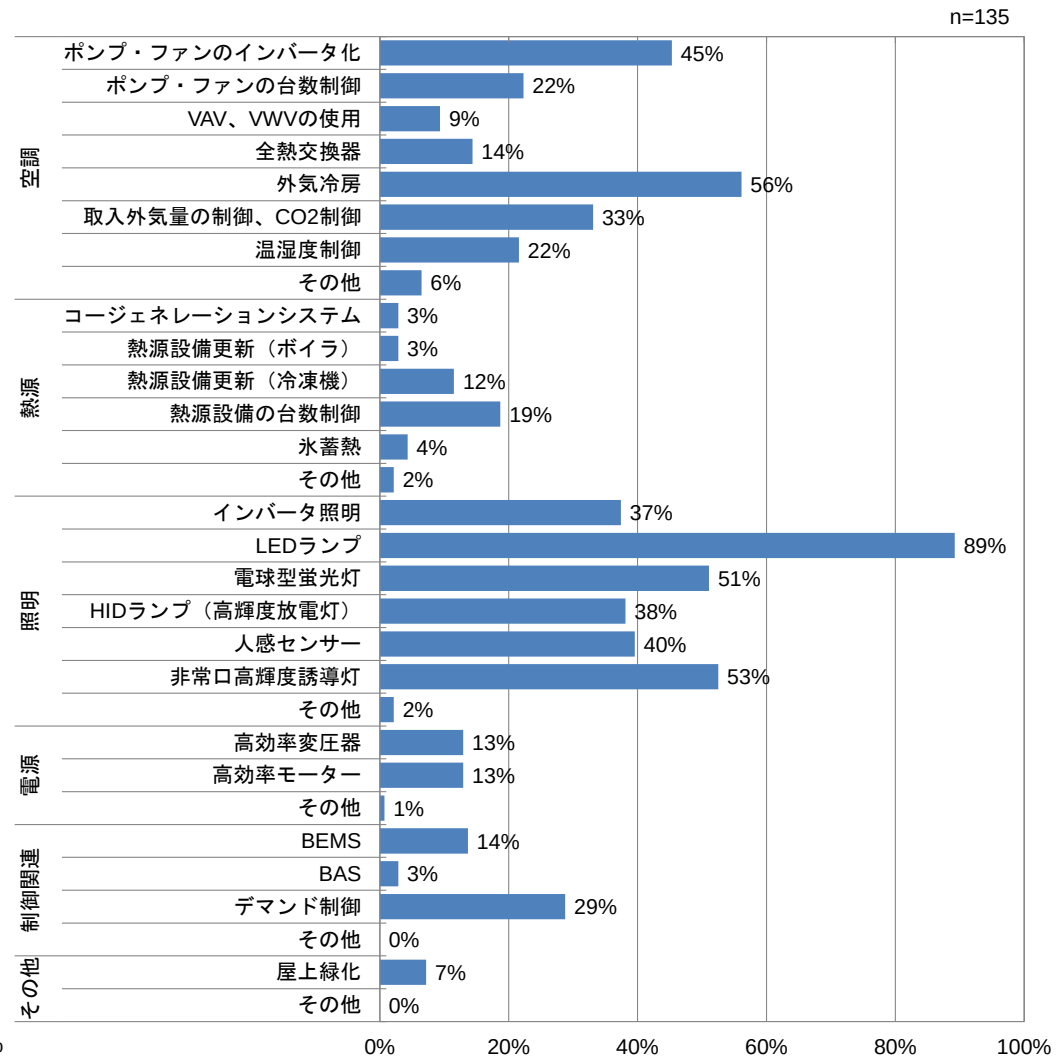
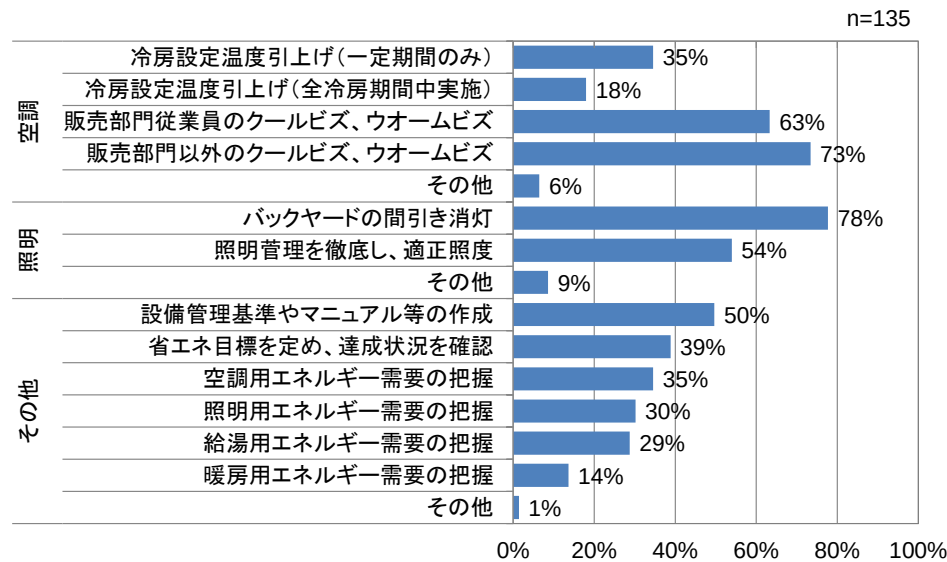
	基準年度→2018年度変化分		2017年度→2018年度変化分	
	(万t-CO ₂)	(%)	(万t-CO ₂)	(%)
事業者省エネ努力分	▲28.2	▲14.9%	▲3.2	▲2.4%
燃料転換の変化	3.8	2.0%	1.0	0.8%
購入電力の変化	▲29.1	▲15.3%	▲8.0	▲5.9%
生産活動量の変化	▲16.8	▲8.8%	▲3.8	▲2.9%

【要因分析】

- 2018年度のCO₂排出量は、基準年度の2013年度と比較すると37.0%減少しており、その要因として購入電力量の変化が15.3%と影響が大きい。これは継続的な節電の取り組みや大規模改修時のLED照明等の高効率機器導入の影響によるものと考えられる。
- 前年度比ではCO₂排出量が10.4%減少しており、要因別にみると購入電力量の変化による減少が5.9%、生産活動量の変化による減少が2.9%であった。これは、エネルギー消費量全体に占める購入電力の消費量の割合が非常に大きいこと（2018年度は約79%）に起因すると考えられる。

3. 2018年度の取組実績（3）

- 2018年度の省エネルギー対策取組実績として、改装・改築、新規出店の際の積極的に省エネ機器の導入・切り替えなどを実施。エネルギー消費原単位の改善に向け取り組んでいる。
- ソフト面ではバックヤードの間引き消灯が78%、ハード面ではLEDランプの導入が89%で最も高い。



省エネルギー対策（ソフト面）の導入状況

省エネルギー対策（ハード面）の導入状況

3. 2018年度の取組実績（4）

BAT・ベストプラクティス等

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	2018年度までの累計68%	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	2018年度までの累計89%	店舗の改装・投資計画等を踏まえ導入に努める

【導入状況・普及率算定根拠】

アンケート回答店舗（n=135）における導入割合より算出

4. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献

夏（クールビズ/クールシェア）・冬（ウォームビズ/ウォームシェア）には空調温度の緩和を実施してお客様に、節電への気づき・きっかけを周知



夏には熱ストレスを一人ひとりの工夫で低減する適応策として効果が高いとされる「日傘」の活用を周知



マイバッグと公共交通の利用を呼びかけ
地球環境にやさしいお買い物を呼びかける。
容器包装の削減のためにマイバッグ、そして、
CO₂削減を目指し公共交通利用を促進。



宅配便再配達の削減に向けた呼びかけを実施

宅配便の再配達の削減に向け、ギフトカウンター等でお客様に御協力・ご理解をお呼びかけ。



プラスチック袋の削減に向けた取組

『スマート・クール・バッグ』（保冷タイプ）を販売。
レジ袋削減に取り組んでいる。
売上げの一部は、沖縄県サンゴ礁保全推進協議会と
一般社団法人 J E A N の活動に寄付している。



5. その他取組(1)

- 業務部門での取り組み

- 目標：店舗内に含まれてしまうため、百貨店業界としての業務部門独自の目標は無い。
- 2018年度の実績では、エレベータ使用台数の削減（5,565t-CO₂/年）、氷蓄熱式空調システムの導入(2,465t-CO₂/年)、照明の間引き（1,037t-CO₂/年）等が主な取組事例である。

業務部門（本社等オフィス）の対策と削減効果(59店舗)

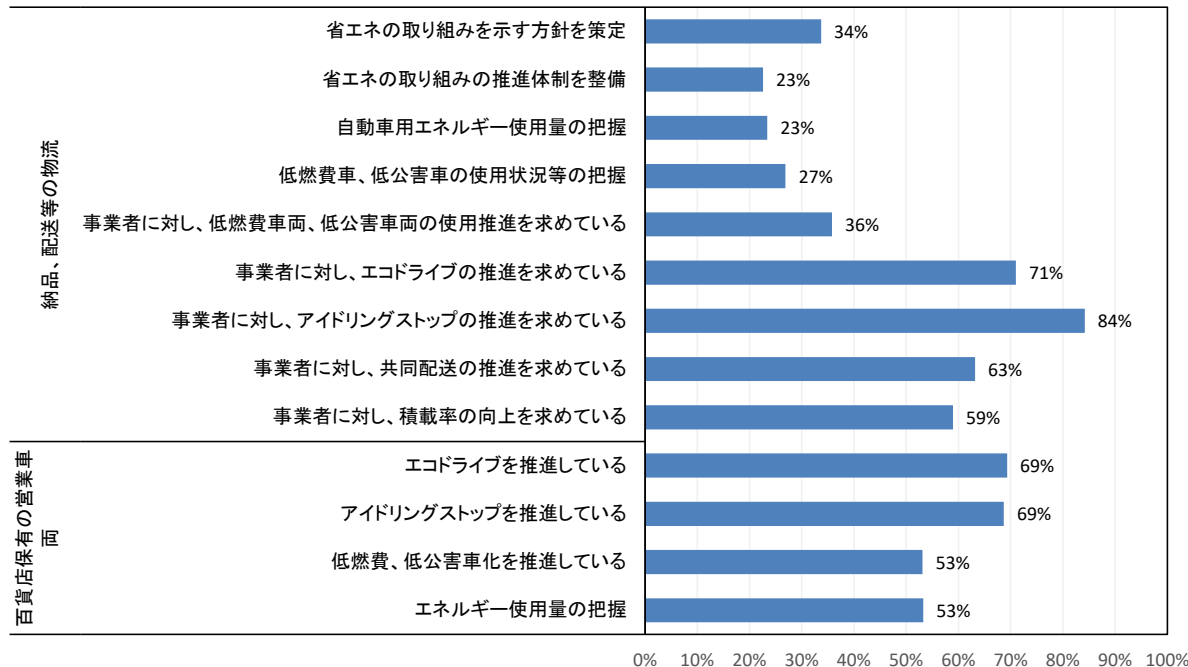
対策分野		照明設備等	空調設備	建物関係	その他	合計
2018年度実績	実績値 (t-CO ₂)	1,832	3,573	5,094	169	10,668
	割合	17%	33%	48%	2%	100%

5. その他取組(2)

• 運輸部門での取り組み

－ 目標：運輸部門における目標設定は無い。

- 納品、配送等の物流に関する取り組みは運送事業者への依頼という形で実施しており、アイドリングストップの推進が84%と最も割合が高く、次いでエコドライブの推進が72%である。また、共同運送や積載率向上の要求についても半数以上の店舗で取り組まれている。
- 百貨店保有の営業車両については、エコドライブ、アイドリングストップが60%以上の店舗で取り組まれている。



- 外商車両のガソリン使用量：
2,041kℓ／年
(調査回答店舗：60店舗
の回答値の合計)
- 1台当たりガソリン使用量：
1.1kℓ／年
(上記60店舗のうちガソ
リン使用量と外商車両の
両方に回答のあった15店
舗の回答値より算出)

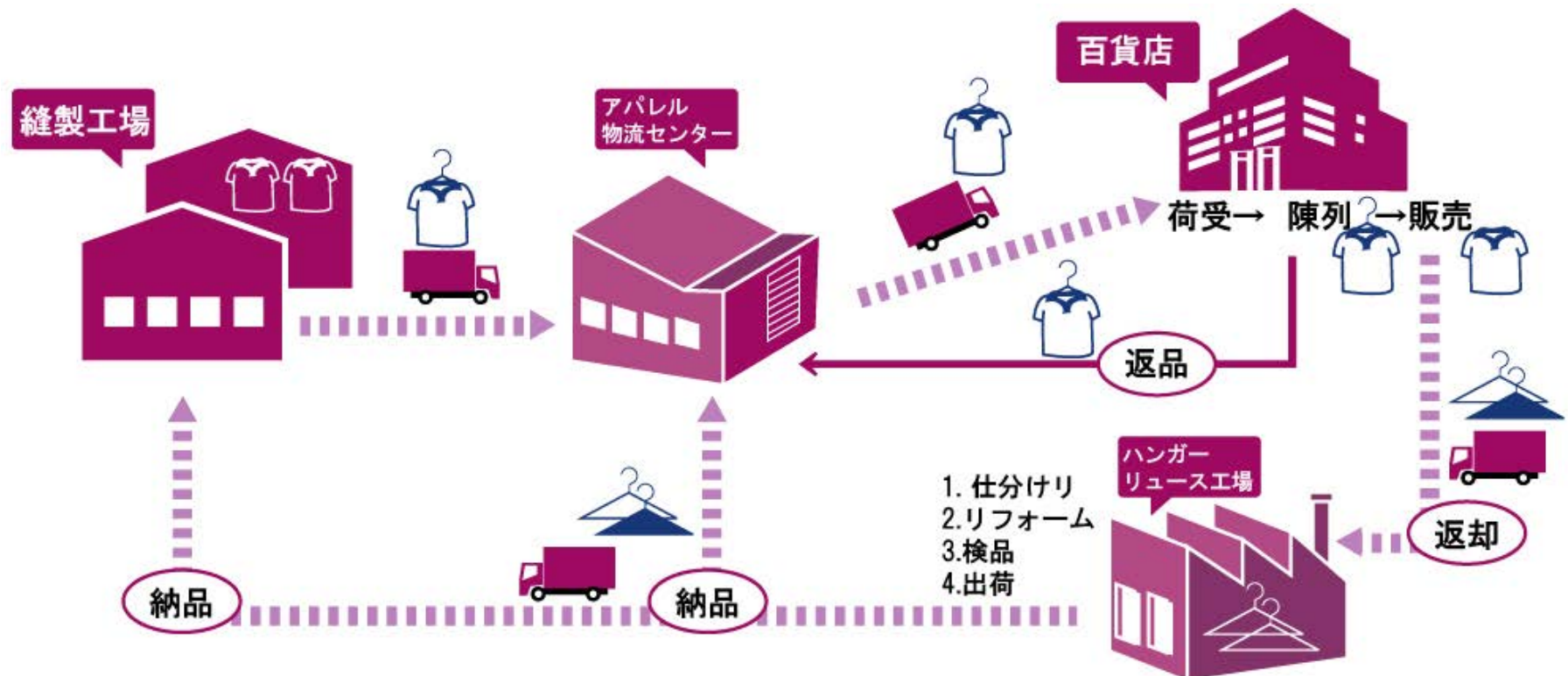
運輸部門の対策取り組み実績 (n=100)

5. その他取組(3)

• 運輸部門での取り組み(続き)

– 百貨店統一ハンガーの導入

- 1997年から、アパレル業界と物流の効率化(積載量)と廃棄ハンガー削減を目指し『百貨店統一ハンガー』、流通用循環ハンガー「エコハン君」(縫製工場から納品時まで使用)を導入。
- 2018年においては、年間17,078千本の出荷本数(リユース率40%)年間1,431t-CO₂排出削減。
* 2009年~2017年累計は、18,938t-CO₂排出削減。(樹齢80年の杉1,396,071本分のCO₂蓄積分に相当)



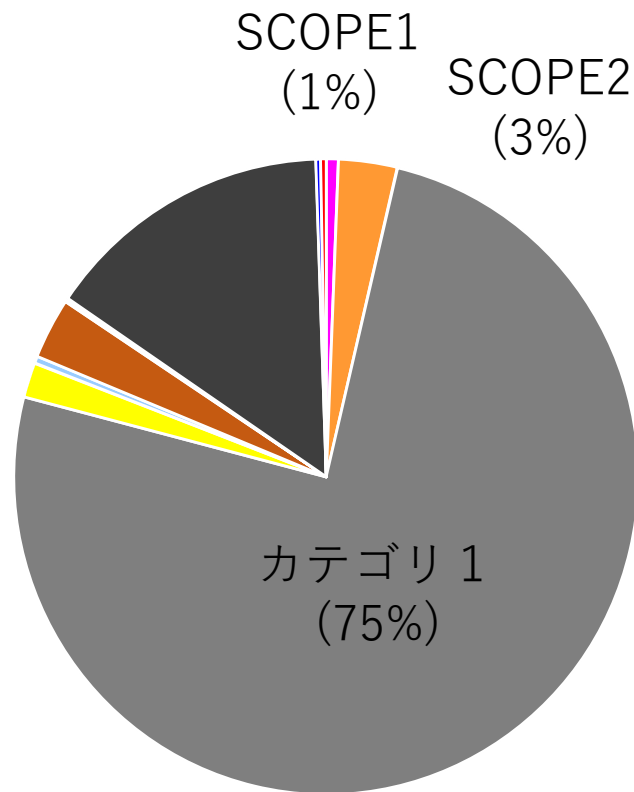
5. その他取組(4)

- 情報発信の取り組み
 - 業界団体
 - クールビズ・ウォームビズ
 - クールシェア・ウォームシェア
 - スマートラッピング
 - COOL CHOICE できるだけ1回で受け取りませんかキャンペーン
 - 「日傘」活用キャンペーン
 - 個社
 - CSR活動のホームページ、活動実績報告・活動トピックス随時更新
 - 環境・社会貢献の取り組みリーフレット
 - 統一店内放送、ポスター掲示
 - 節電キャンペーンへの参加

5. その他取組(5)

・ サプライチェーン全体における排出量の把握

- サプライチェーン全体におけるCO₂削減に向けてSCOPE3を業界として算出。
- 会員店舗全店における2018年度のSCOPE1、およびSCOPE2での温室効果ガスの排出割合は全体の約4%であった。



Scope 1		事業者自らによる温室効果ガスの直接排出（燃料の燃焼）
Scope 2		他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出
Scope 3	カテゴリ 1	購入した製品・サービス
Scope 3	カテゴリ 2	資本財
Scope 3	カテゴリ 3	Scope1, 2に含まれない燃料およびエネルギー関連活動
Scope 3	カテゴリ 4	輸送・配送（上流）
Scope 3	カテゴリ 5	事業から出る廃棄物
Scope 3	カテゴリ 6	出張
Scope 3	カテゴリ 7	雇用者の通勤
Scope 3	カテゴリ 9	輸送・配送（下流）
Scope 3	カテゴリ 1 1	販売した製品の使用
Scope 3	カテゴリ 1 2	販売した製品の廃棄

2018年度 百貨店業におけるSCOPE 3 算出結果

日本百貨店協会の環境への取組み

- 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・ショーウィンドウ消灯、エレベーター、エスカレーター等の間引き運転等の実施
- 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
- 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
- 2012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）
- 2017年： 「低炭素社会実行計画」基準年度・目標値の変更
「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
- 2019年： 環境省と連携し暑熱環境に対する適応策（暑さ対策）として「日傘」活用
- 2020年： 「百貨店の環境保全に関する自主行動計画」において、これまでの低炭素社会から脱炭素社会の構築を明記。