

# 百貨店事業における地球温暖化対策の取組 ～カーボンニュートラル行動計画2020年度実績報告～

令和4年1月  
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「カーボンニュートラル行動計画」フェーズⅠ
3. 百貨店業界の「カーボンニュートラル行動計画」フェーズⅡ
4. 2020年度の取組実績
5. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献
6. その他取組
7. 参考資料

## 0. 昨年度審議会での評価・指摘事項

- 昨年度フォローアップでの指摘を踏まえた今年度の改善・追加等
  - 2019年度時点で業界での2030年目標を達成していたことに加え、政府のカーボンニュートラルの動向を踏まえ、2030年度目標の改訂を実施しました。

# 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

73社192店舗（2021年3月末現在）

[参考] 業界規模(2020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	201事業所	73社195店舗
売上高（年間）	46,937億円 (前年比▲25.5%)	42,204億円*3 (前年比▲25.7%)

\*1: 業界全体の規模は、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（2020年12月末現在）前年比は店舗数調整後

\*2: 日本百貨店協会の規模は、2020年12月末現在

\*3: 当協会の売上高が業界全体の売上高に占める割合は89.9%

## 2. 百貨店業界の「カーボンニュートラル行動計画」フェーズⅠ

### 百貨店業界の2020年目標（2017年1月改定）

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。

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. 百貨店業界の「カーボンニュートラル行動計画」フェーズⅡ

#### 百貨店業界の2030年目標(2021年9月改訂)

- 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（2030年）において、**基準年度（2013年度）比26.5%減**とする。
- 併せて、目標年（2030年）において、店舗におけるエネルギー消費由来のCO2排出量を**基準年度（2013年）比50%減**とする。
- 当業界では**引き続き生産活動量（床面積×営業時間）当たりのエネルギー消費量**を主たる目標としたうえで、政府の2030年温室効果ガス排出削減目標に対して百貨店業として貢献することを目的とし、CO2排出量を目標値として新たに追加した。
- 2013年度を基準年度とし、2019年度実績から省エネ法で定めるエネルギー消費効率の改善目標（1.0%/年）を積み重ねることで、目標水準の達成を目指す。
  - 2030年度の目標水準（エネルギー消費原単位） : 16.08 (万kI /  $10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{時間}$ )
  - 2030年度の目標水準（CO2排出量） : 95.0 (万t-CO2)

## 4. 2020年度の取組実績（1）

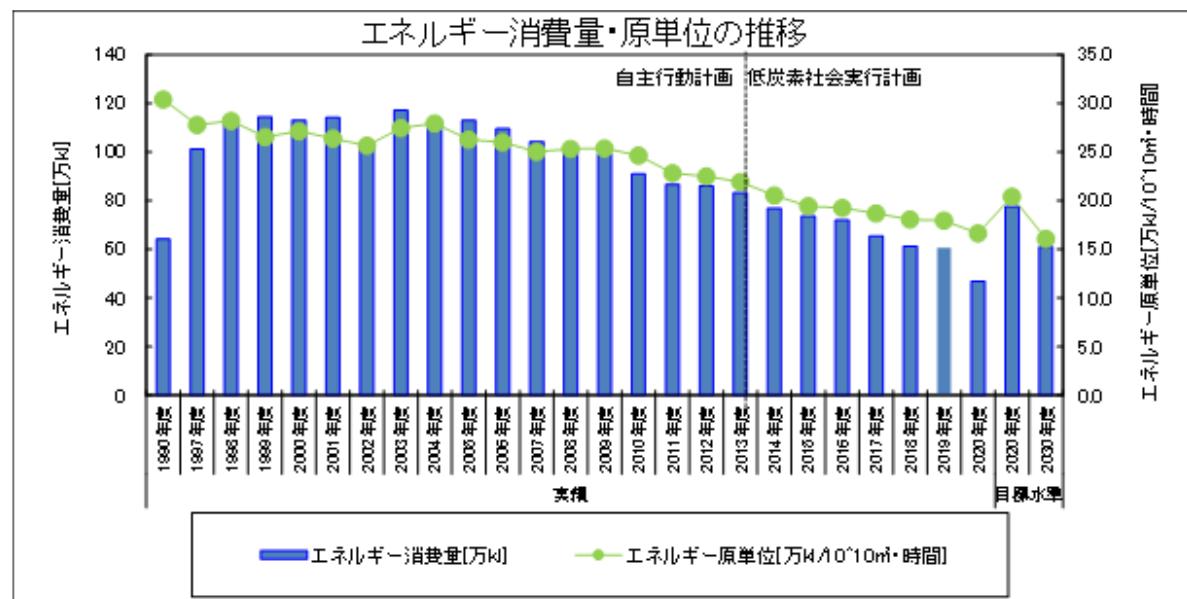
指標名	実績値 (2020)	基準年度比 (2013)	前年度比 (2019)
生産活動量 ( $10^{10}m^3 \cdot h$ )	2.82	▲25.7%	▲16.5%
エネルギー消費量 (万kI)	46.8	▲43.5%	▲22.7%
エネルギー原単位 (万kI/ $10^{10}m^3 \cdot h$ )	16.08	▲24.0%	▲7.4%
CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )	87.5	▲53.9%	▲23.8%
CO <sub>2</sub> 原単位 (万t-CO <sub>2</sub> / $10^{10}m^3 \cdot h$ )	33.52	▲38.0%	▲8.5%

- 進捗率

- **2020年目標：353.5%**
- **2030年目標：90.7%**

- 考察

- 2020年度は店舗の開閉店や改装に加え、**新型コロナウイルス感染拡大**に伴う店舗の臨時休業や一部フロアの休業、時短営業により生産活動量が減少したため、エネルギー消費量が前年度から大幅に減少。
- エネルギー消費量・原単位ともに調査開始以来最も低い水準となつた。



## 4. 2020年度の取組実績（参考）

### 【2020年度の営業状況】

#### コロナ禍における 「外出自粛・休業要請」

・都心部を中心に感染状況が悪化すると、政府・自治体から「不要不急の外出」を自粛する要請等がなされたことを受け、集客施設は週末休業や緊急事態宣言下の地域では長期の休業を行った。

・百貨店は全館休業、あるいは食料品・生活必需品売場以外を閉め、休業期間は1~2ヶ月となった。

(4月の売上高は、前年同月比72.8%減にまで落ち込んだ。)

・緊急事態宣言解除後は、感染状況を踏まえ段階的緩和により、催事中止や営業時間の短縮等が引き続き行われた。



## 4. 2020年度の取組実績（2）

### CO<sub>2</sub>排出量

- 2020年度実績：87.5万t-CO<sub>2</sub>（基準年度比▲53.9%、2019年度比▲23.6%）
- 2030年度目標の進捗率：107.9%

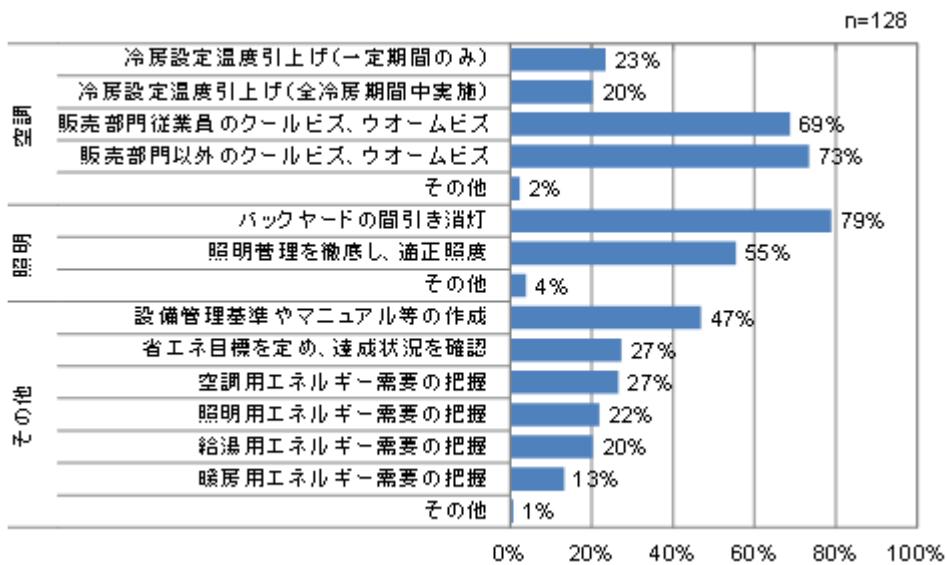
	基準年度→2019年度変化分		2018年度→2019年度変化分	
	(万t-CO <sub>2</sub> )	(%)	(万t-CO <sub>2</sub> )	(%)
事業者省エネ努力分	▲36.62	▲19.3%	▲7.72	▲6.7%
燃料転換の変化	1.00	0.5%	▲2.55	▲2.2%
購入電力の変化	▲27.66	▲14.6%	1.39	1.2%
生産活動量の変化	▲39.14	▲20.6%	▲18.11	▲15.8%

### 【要因分析】

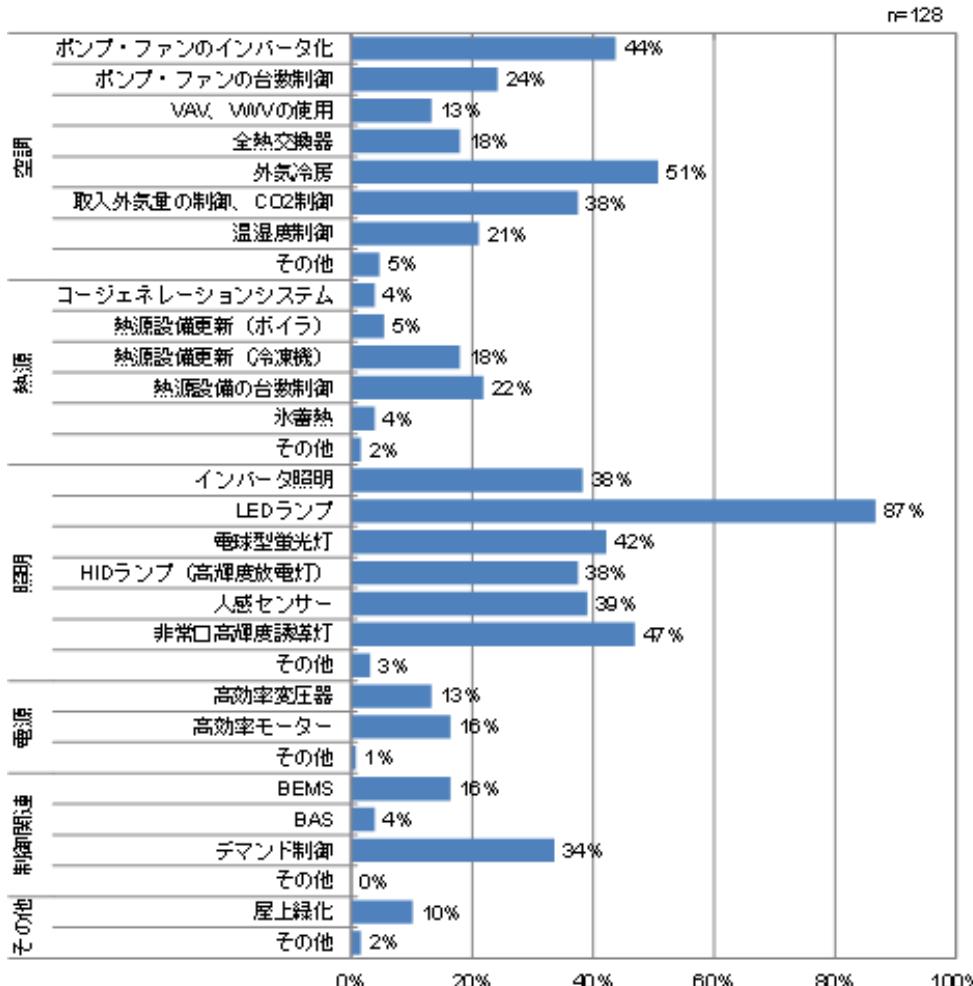
- 2020年度のCO<sub>2</sub>排出量は、基準年度の2013年度と比較すると53.9%、2019年度と比較して23.6%減少しており、その要因として生産活動量の変化による影響が事業者の省エネ努力分を超えて最も大きい。これは新型コロナウイルス感染拡大に伴う生産活動量の減少が排出量の減少をもたらしたことを示唆している。
- 2020年度実績で2030年度目標を達成している状態にあるが、新型コロナによる特殊要因が大きく、次年度は生産活動量の増加に伴う排出増が見込まれるため、現段階では改定目標のさらなる見直しは検討せず、次年度以降の実績により検討する。

## 4. 2020年度の取組実績（3）

- 2020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組んでいる。
- ソフト面ではバックヤードの間引き消灯が79%、ハード面ではLEDランプの導入が87%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

## 4. 2020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	2020年度までの累計66%	店舗の改裝・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	2020年度までの累計87%	店舗の改裝・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】

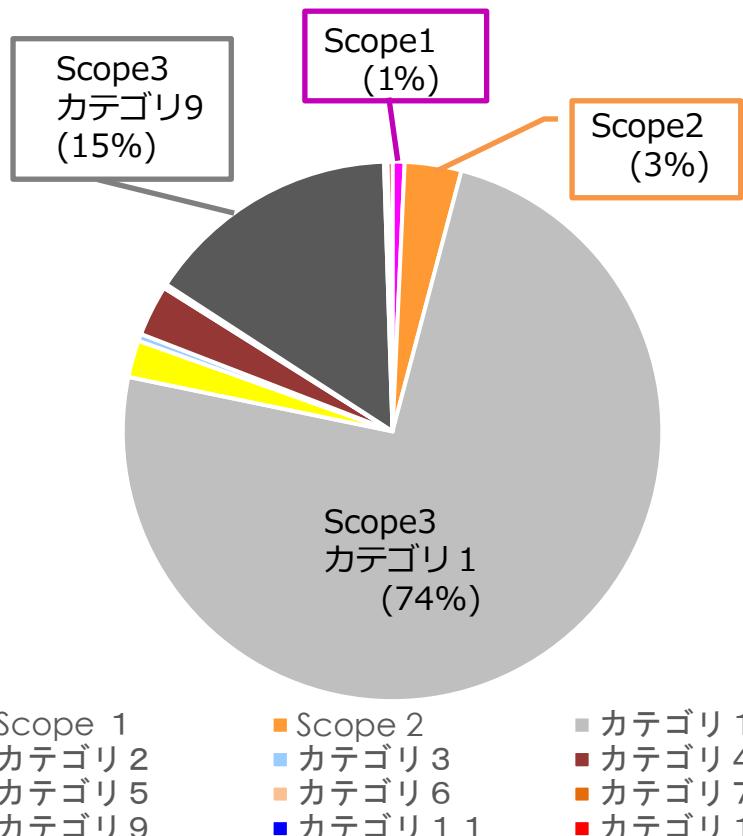
アンケート回答店舗・施設 (n=128) における導入割合より算出

## 5. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献

- サプライチェーン全体の排出量を把握

- 2018年度より百貨店の排出量 (Scope1・2)に加え、サプライチェーンの排出量(Scope3)の算定を開始。
- 2020年度のScope1・2の温室効果ガスの排出割合は全体の約4%であった。

本取組は「第18回LCA日本フォーラム表彰」経済産業省 産業技術環境局長賞を受賞



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 11	■	販売した製品の使用
Scope 3 カテゴリ 12	■	販売した製品の廃棄

### Scope3カテゴリ1内訳



[算定：千葉大学大学院融合理工学府先進理化学専攻共生応用化学コース 松野泰也 教授]

# 5. 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）・冬（ウォームビズ）

空調温度の緩和を実施。お客様に、ご家庭の節電を呼びかけ。  
季節商品を通じてライフスタイルの転換を呼びかけている。



**夏の熱ストレスに気をつけて!**

日差しの強い屋外で、健康的に活動するためには、汗をかいて身体を冷やす必要があります。

汗は血液から作られるため、汗をたくさんかければ血液が少なくなり、体調をくずす場合があります。

**日傘**を使って強い日差しから体を守ると、汗の量が約17%減る\*ことが分かりました。

\*実験条件: 人工気象室(気温30℃、湿度60%、日射量1,2KW/m<sup>2</sup>、風速0.5m/s)で15分間の歩行運動を2回実施(途中10分間休憩)。男性10人に10分間のひんやりした状態と、日射を89%以上カットする日傘を使用した場合の比較結果。  
ここで汗の量は、歩行運動開始前の体重減少量から求めた水分喪失量のことです。

環境省  
Ministry of the Environment  
COOL CHOICE  
APLAT 運営者アーバース

## 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、  
CO<sub>2</sub>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。



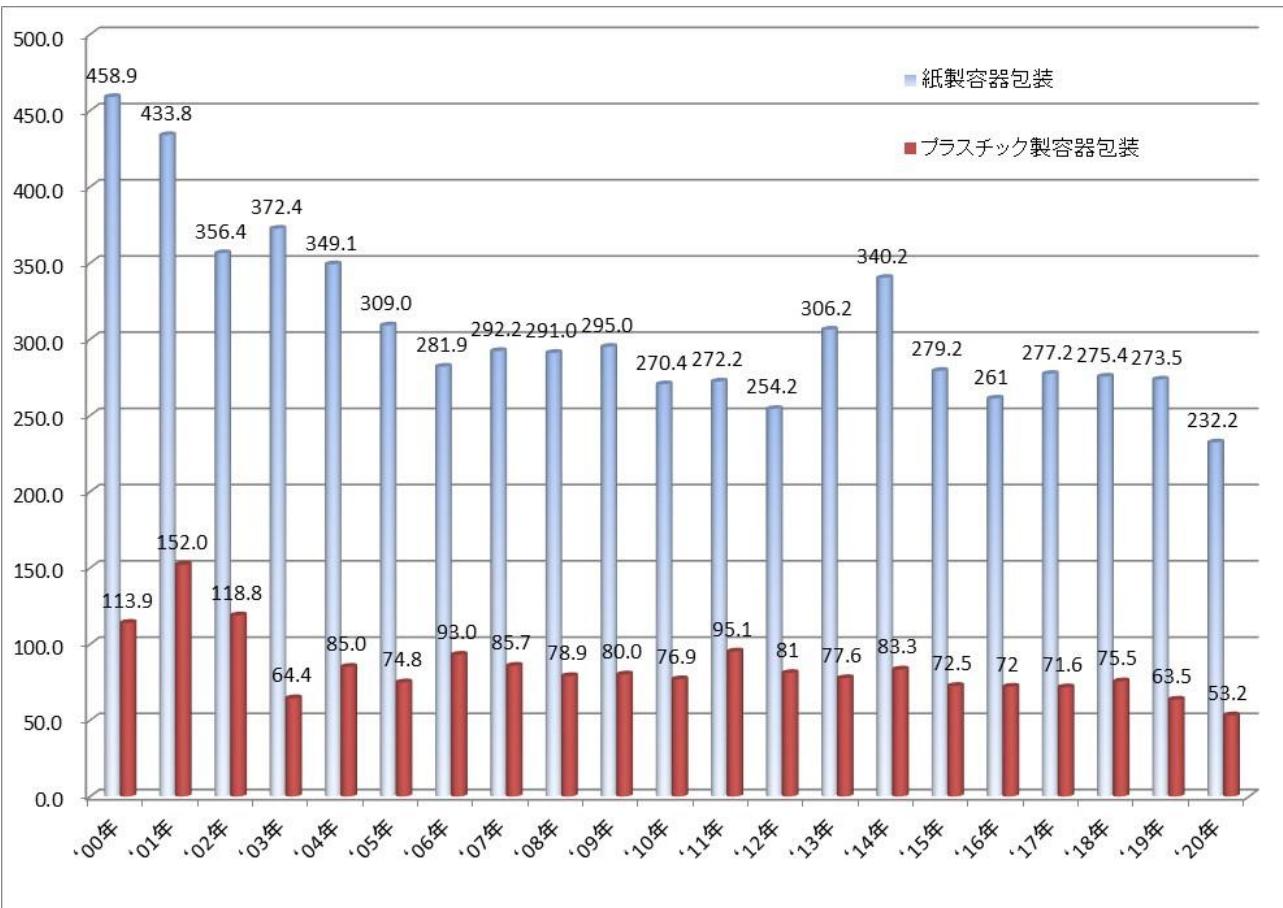
## プラスチック袋の削減に向けた取組

『スマート・クール・バッグ』(保冷タイプ)の販売を通じ、レジ袋削減に取組んでいる。  
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。

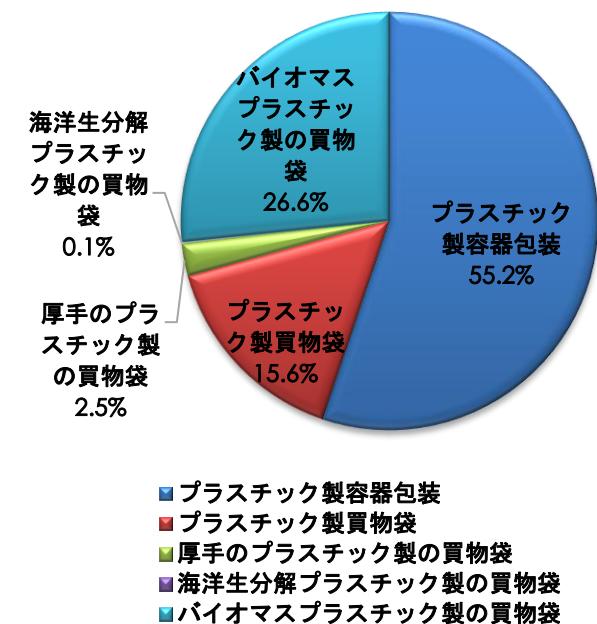


## 5. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献

紙製容器包装・プラスチック製容器包装の使用量原単位（単位：kg/億円）



プラスチック製容器包装のうちわけ



## 6. 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。
  - 2020年度の実績では、氷蓄熱式空調システムの導入(2,519t-CO<sub>2</sub>/年)、エレベータ使用台数の削減(2,673t-CO<sub>2</sub>/年)、照明の間引き(649t-CO<sub>2</sub>/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(54事業所)

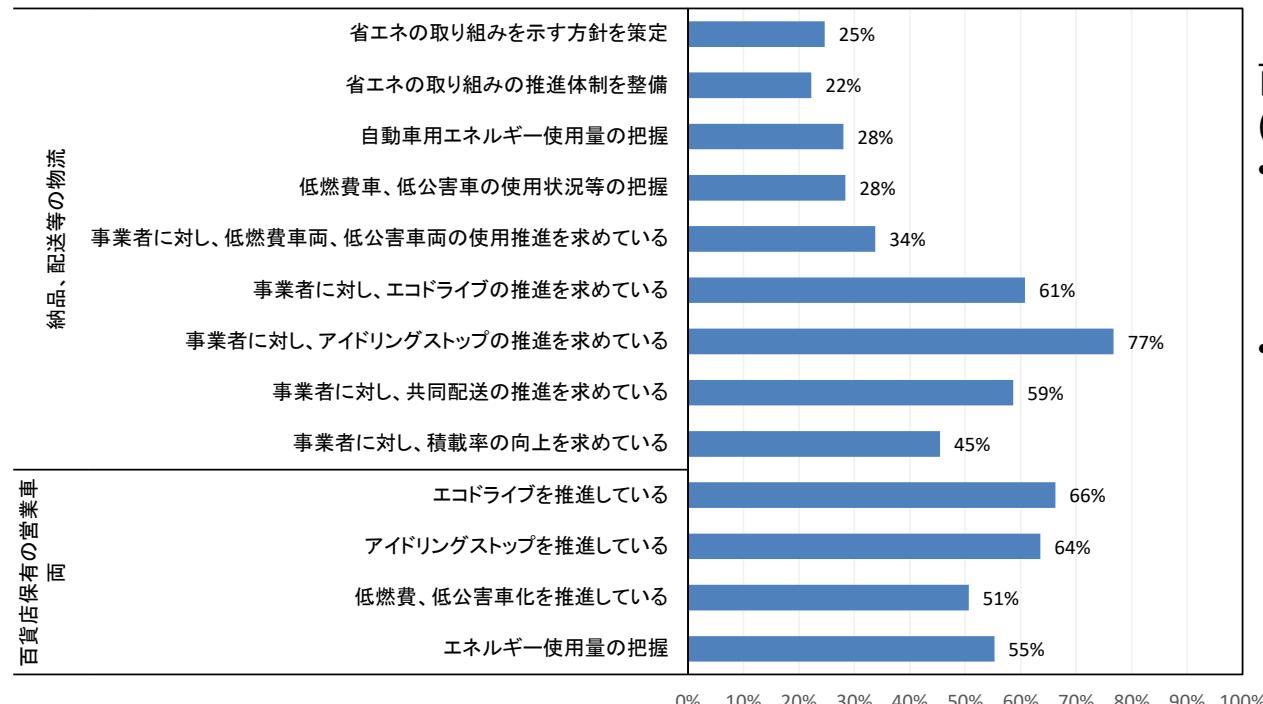
対策分野		照明設備等	空調設備	建物関係	その他	合計
2020年度実績	実績値 (t-CO <sub>2</sub> )	1,355	3,151	2,170	0	7,217
	割合	19%	44%	30%	0%	100%

## 6. 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77%と最も割合が高く、次いでエコドライブの推進が61%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%以上の店舗で取組まれている。



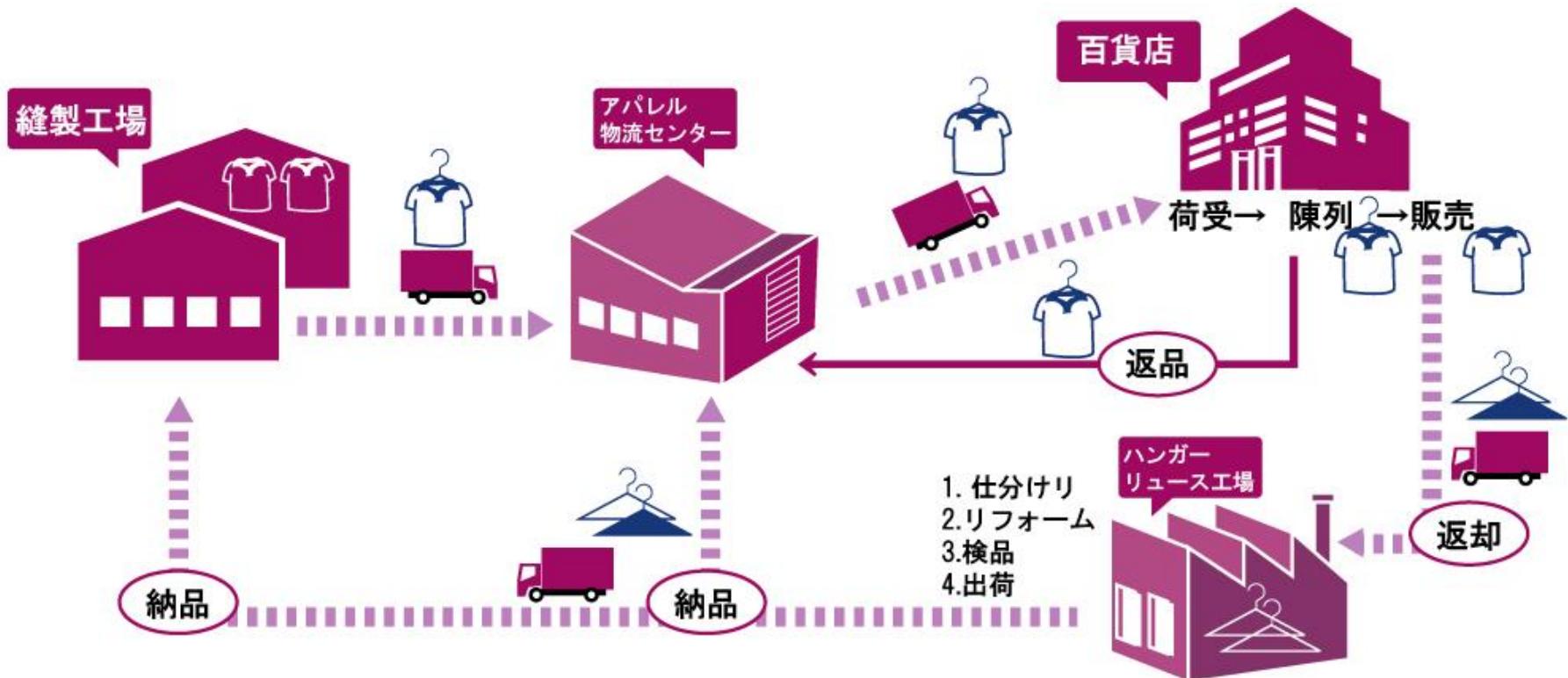
運輸部門の対策取り組み実績 (n=128)

#### 百貨店保有の車両のエネルギー消費 (参考値)

- ・ 外商車両のガソリン使用量：  
1,406k l／年  
(調査回答店舗：39店舗の回答値の合計)
- ・ 1台当たりガソリン使用量：  
1.44k l／年  
(上記39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19店舗の回答値より算出)

## 6. 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、アパレル業界とともに物流の効率化（積載量）と廃棄ハンガー削減に向け『百貨店統一ハンガー』と流通常用循環ハンガー（縫製工場から納品時まで使用）を導入し、プラスチックごみの削減に取組んでいる。
    - 2020年 年間出荷本数12,678千本(リユース率41%) 年間969t-CO<sub>2</sub>排出削減
    - 2009年～2020年累計は、24,443t-CO<sub>2</sub>排出削減。



## 6. その他取組（4）

- 情報発信の取組み
  - 業界団体
    - スマートトラッピング
    - クールビズ・ウォームビズ
    - クールシェア・ウォームシェア
    - COOL CHOICE できるだけ1回で受け取りませんかキャンペーン
  - 個社
    - CSR活動のホームページ、活動実績報告・活動トピックス隨時更新
    - 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 等

### 【具体的な個社事例】

- 商品の運搬に高速バスの荷物置場の空きスペースを活用し青果を輸送し販売。排気ガス削減、渋滞の改善、運搬人員の効率化という環境側面に加え、より早い運搬による鮮度アップや輸送コストの低減につながる。
- 地元農家や自治体と連携し、朝どれ野菜を届ける試みなど、CO<sub>2</sub>排出量を抑制しつつ地域の活性化に繋がる取り組みを実施。
- お客様の不要となった衣料品等の回収・リサイクル。また、子ども靴やランドセル等の寄付。
- 食品系廃棄物を焼却ではなくリサイクルすることでCO<sub>2</sub>削減に寄与。生ごみのメタン発酵や飼料化、廃油の軽油への活用。

## 7.参考資料

### 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
- 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
- 2021年： 「低炭素社会実行計画」目標値の改訂・新たな目標値の追加