

百貨店業界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2021年度実績報告～

令和5年2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Ⅱ
3. 2021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

- 昨年度フォローアップWGにおける指摘事項と対応状況
 - コロナによる生産活動に対する変動要因について補足を求めるご意見がありましたので、コロナ前の2019年度と比べた変化を営業時間と店舗面積に分けて補足いたしました。（調査票本体：8ページ）

年度	2019年度	2020年度	2021年度
店舗面積	5,204,826㎡ (1)	4,958,101㎡ (0.953)	4,915,613㎡ (0.944)
年間平均営業時間	3,549時間 (1)	3,280時間 (0.924)	3,401時間 (0.958)

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190店舗（2022年3月末現在）

[参考] 業界規模(2021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	196事業所	73社189店舗
売上高（年間）	49,030億円 （前年比6.0%）	44,182億円*3 （前年比5.8%）

*1: 業界全体の規模は、経済産業省「商業動態統計」における調査対象となる百貨店（2021年12月末現在）前年比は既存店比較

*2: 日本百貨店協会の規模は、2021年12月末現在、前年比は店舗数調整後

*3: 当協会の売上高が業界全体の売上高に占める割合は90.1%

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ている。
 - 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kl/ 10¹⁰ m²・時間）
 - 2030年度の目標水準（CO2排出量） : 95.0（万t-CO2）

3. 2021年度の取組実績（1）

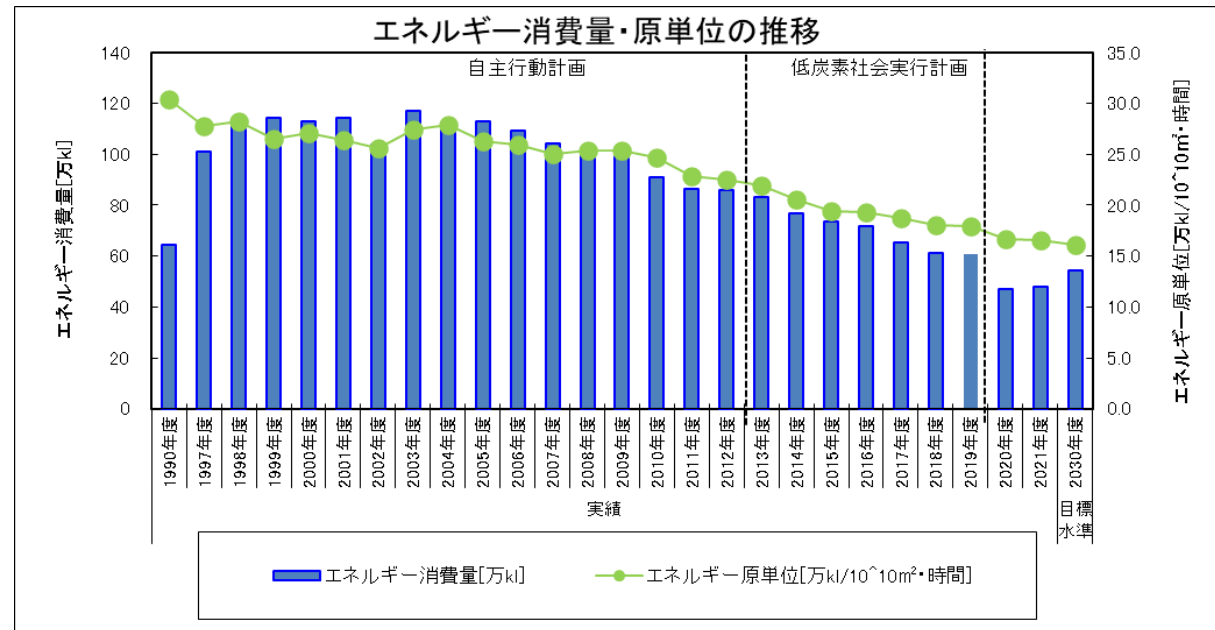
指標名	実績値 (2020)	基準年度比 (2013)	前年度比 (2020)	一昨年度比 (2019)
生産活動量 (10 ¹⁰ m ² ・h)	2.91	▲23.2%	3.3%	▲13.8%
エネルギー消費量 (万kl)	48.2	▲42.0%	2.8%	▲18.3%
エネルギー原単位 (万kl/10 ¹⁰ m ² ・h)	16.6	▲24.4%	▲0.5%	▲7.8%
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	89.5	▲52.9%	1.9%	▲21.9%
CO ₂ 原単位 (万t-CO ₂ /10 ¹⁰ m ² ・h)	30.8	▲38.6%	▲1.4%	▲9.4%

進捗率

- エネルギー消費原単位：90.7%
- CO₂排出量：105.8%

考察

- 2021年度は2020年度に引き続き新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う店舗の休業や時短営業が影響したこともあり、生産活動量・エネルギー消費量ともに小幅な増加にとどまった。
- エネルギー消費原単位は前年度から微減し、調査開始以来最も低い水準となった。



3. 2021年度の取組実績（参考）

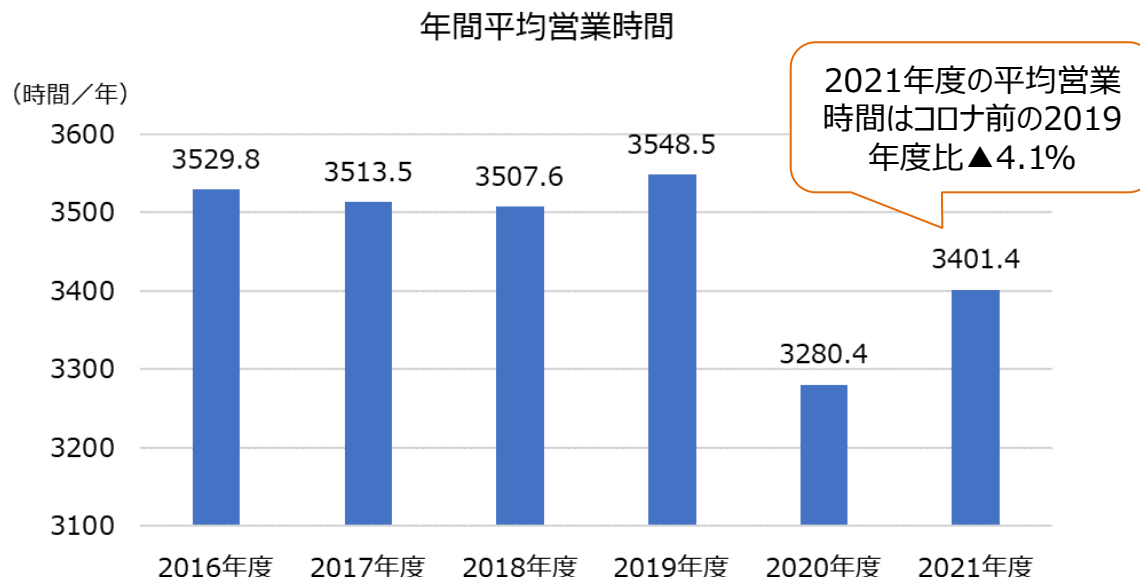
【2021年度の営業状況】

コロナ禍における
「外出自粛・休業要請」

2021年度も、まん延防止等重点措置適用、3度目の緊急事態宣言発出による限定営業（土日休業や時短営業等）、更には外出自粛などの影響が続いた。（1月～9月）

10月には、緊急事態宣言等が解除され、主要顧客層の外出機会が増加した。

しかし、22年1月には新変異株の感染急拡大によって、まん延防止等重点措置が34都道府県に適用され、全国的に外出自粛の気運が高まったことで、入店客数は急速に減少傾向へ転じた。



※会員企業アンケートより集計

2021年4月25日からの緊急事態宣言は、自治体より休業要請があり、休業を余儀なくされた。「施設の使用制限」（生活必需品を除く）があり、全館開店できない状態が続いた。
※自治体により生活必需品範囲が異なる
また、営業時間の短縮（自治体により平日19時、平日20時まで）、休業、土日休業といった要請が続いた。

3. 2021年度の取組実績（2）

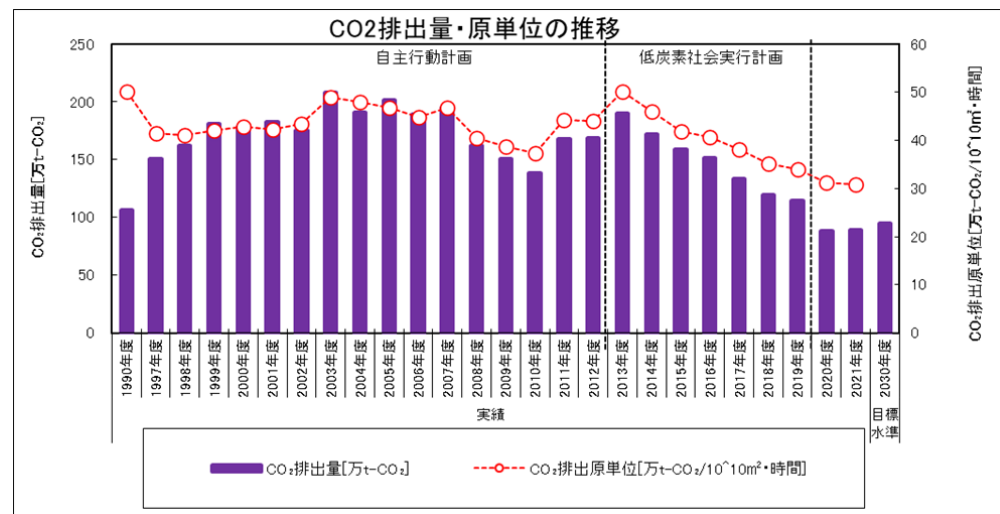
CO₂排出量

- 2021年度実績：89.5万t-CO₂（基準年度比▲52.9%、2020年度比1.9%）
- 2030年度目標の進捗率：105.8%

	基準年度→2021年度変化分		2020年度→2021年度変化分	
	(万t-CO ₂)	(%)	(万t-CO ₂)	(%)
事業者省エネ努力分	▲36.67	▲19.3%	▲1.65	▲0.5%
燃料転換の変化	1.00	0.6%	▲0.07	▲0.1%
購入電力の変化	▲27.22	▲15.1%	▲0.87	▲1.0%
生産活動量の変化	▲39.21	▲20.6%	2.86	3.3%

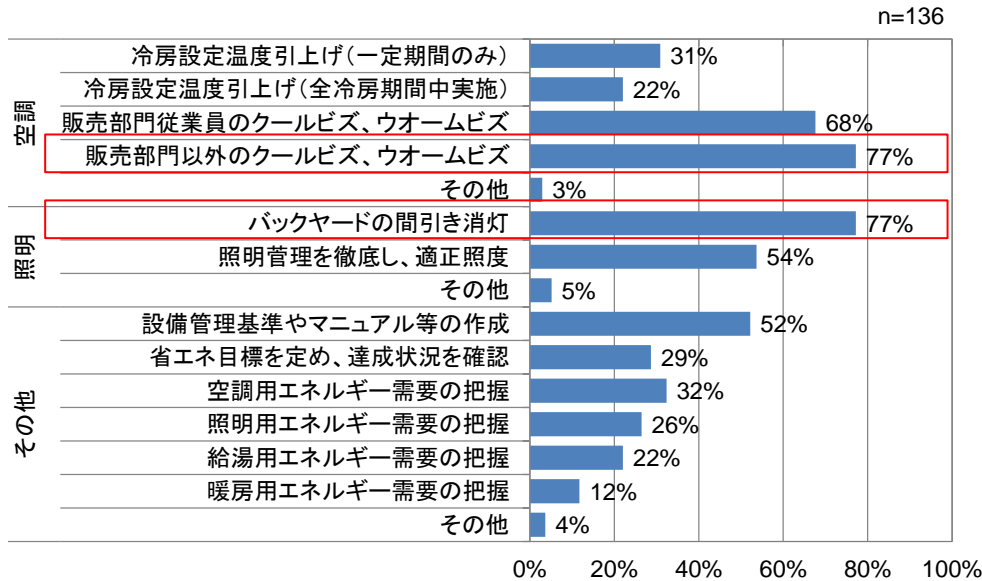
【要因分析】

- 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上回っている。これは**新型に伴う生産活動量の変動**が排出量に影響を与えたことを示唆している。
- 2021年度実績で2030年度目標を達成している状態にあるが、新型コロナウイルスによる特殊要因が大きく、**次年度以降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、次年度以降の実績の推移を注視しつつ検討する。

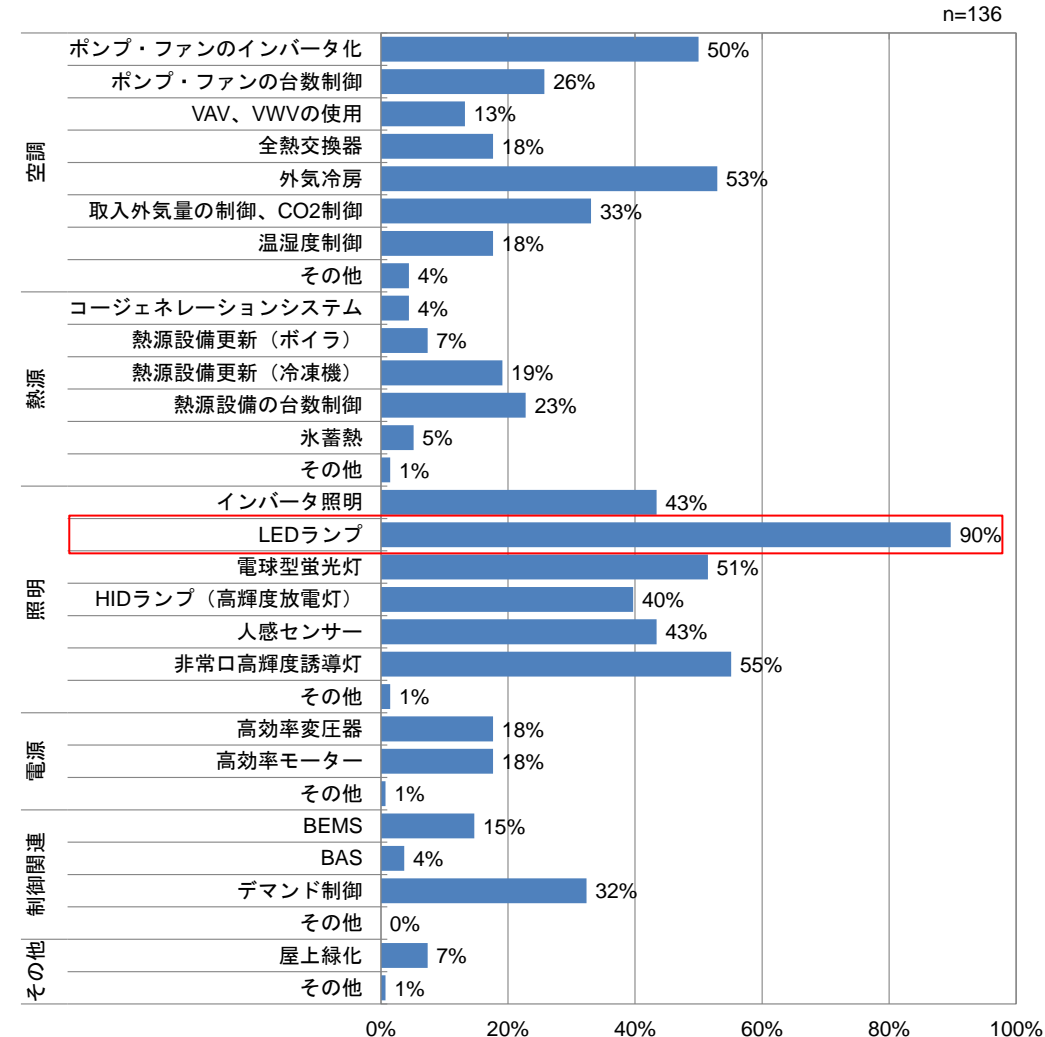


3. 2021年度の取組実績 (3)

- 2021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77%、ハード面ではLEDランプの導入が90%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. 2021年度の取組実績（4）

BAT・ベストプラクティス等

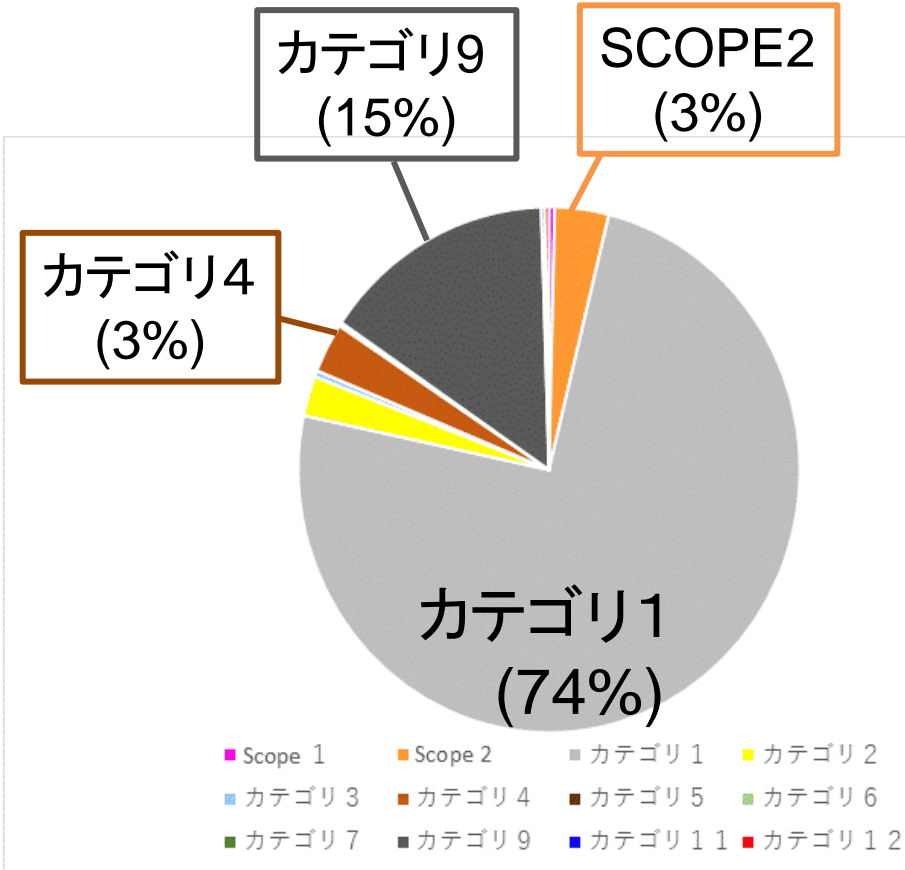
BAT・ベストプラクティス等	導入状況・普及率等	導入・普及に向けた課題
インバーター導入を含めた高効率空調機への改修	2021年度までの累計66%	店舗の改装・投資計画等を踏まえ導入に努める
LED等高効率器具への更新	2021年度までの累計90%	店舗の改装・投資計画等を踏まえ導入に努める

【導入状況・普及率算定根拠】
アンケート回答店舗・施設（n=136）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

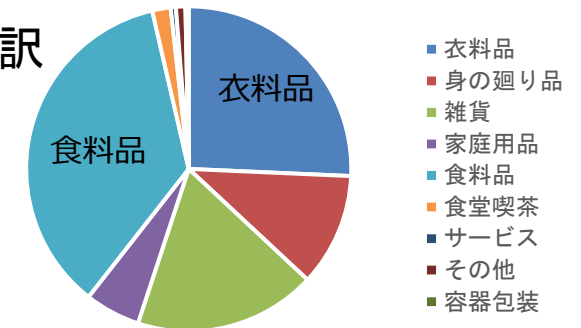
・ サプライチェーン全体の排出量を把握

- 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。
- 2021年度の**Scope1・2**の温室効果ガスの排出割合は**全体の約3%**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	Scope 1, 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

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]

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

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）・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！

日差しが強い屋外で、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50%、日射量1.2kW/m²、風速0.5m/s）で15分間の歩行運動を2回実施（途中1分間休憩）。男性6名による電子のみをかぶった状態と、日傘を9割以上カットする日傘を使った場合の比較結果。ここでの汗の量は、歩行運動前後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

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。



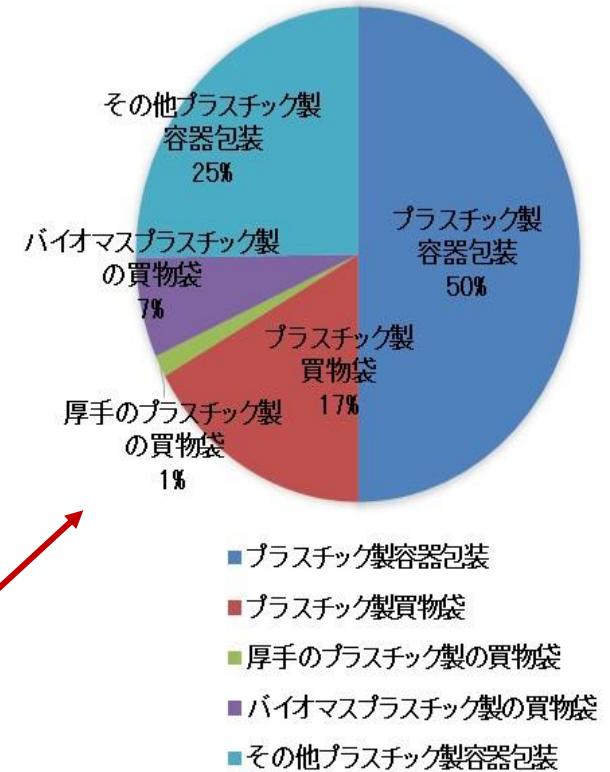
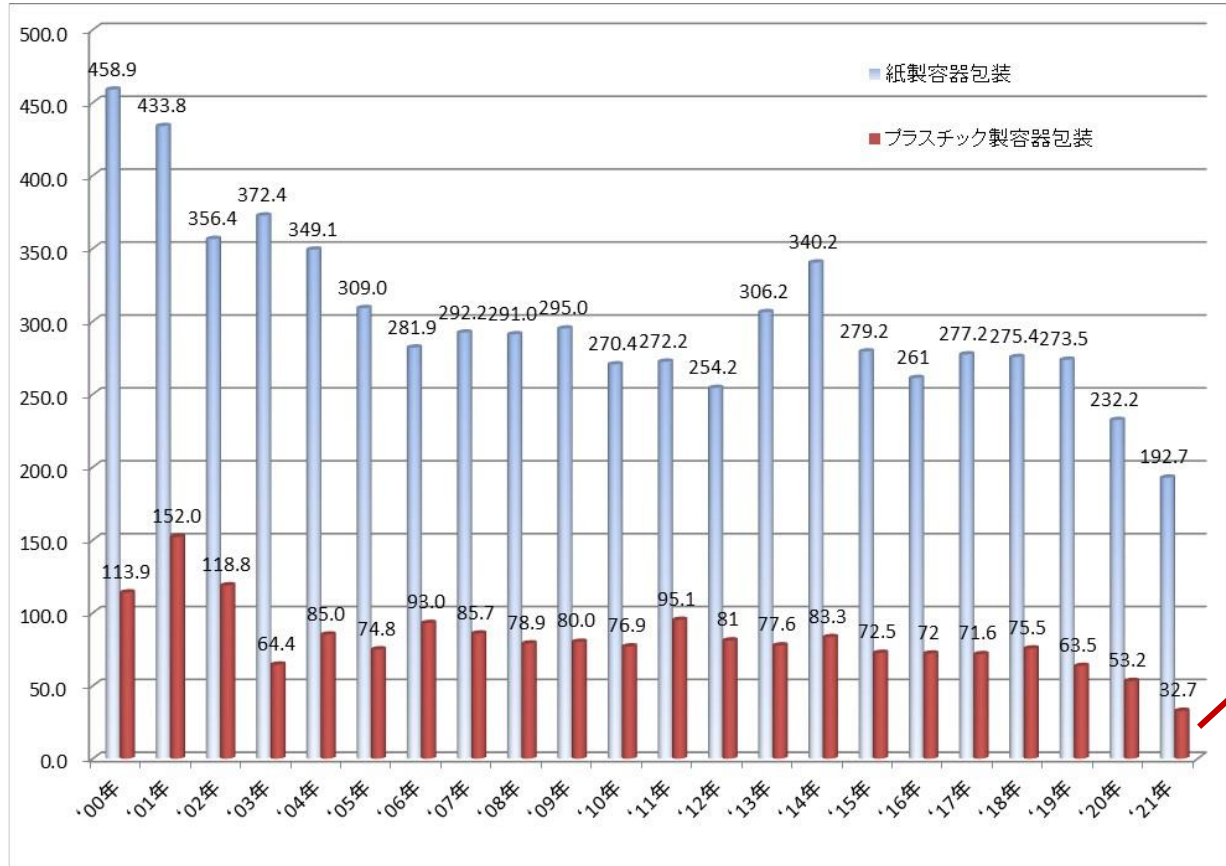
マイバッグと公共交通の利用を呼びかけ

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



4. 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）



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。
 - 2021年度の実績では、エレベータ使用台数の削減（1,216t-CO₂/年）、照明の間引き（1,200t-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(60事業所)

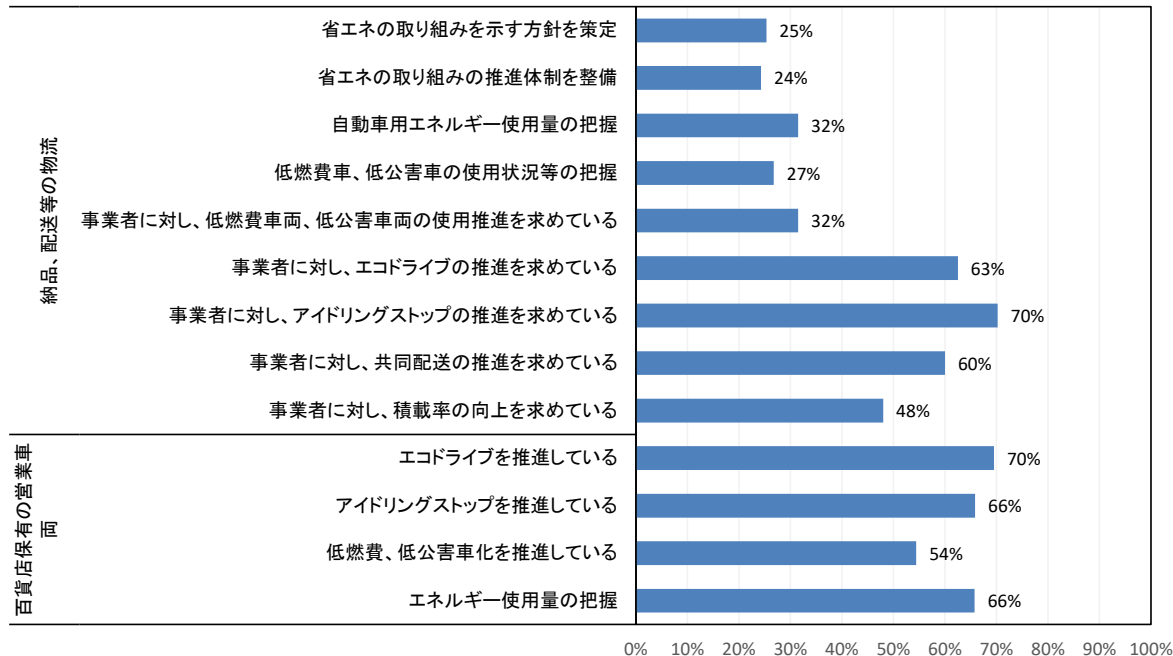
対策分野		照明設備等	空調設備	建物関係	その他	合計
2021年度実績	実績値 (t-CO ₂)	1,833	729	1,245	0	3,807
	割合	48%	19%	33%	0%	100%

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70%と最も割合が高く、次いでエコドライブの推進が63%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。また、コンパクトカーや電気自動車への切り替えの動きもみられる。



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：
1,146kℓ/年
(調査回答店舗：54店舗の回答値の合計)
- 1台当たりガソリン使用量：
0.82kℓ/年
(上記54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48店舗の回答値より算出)

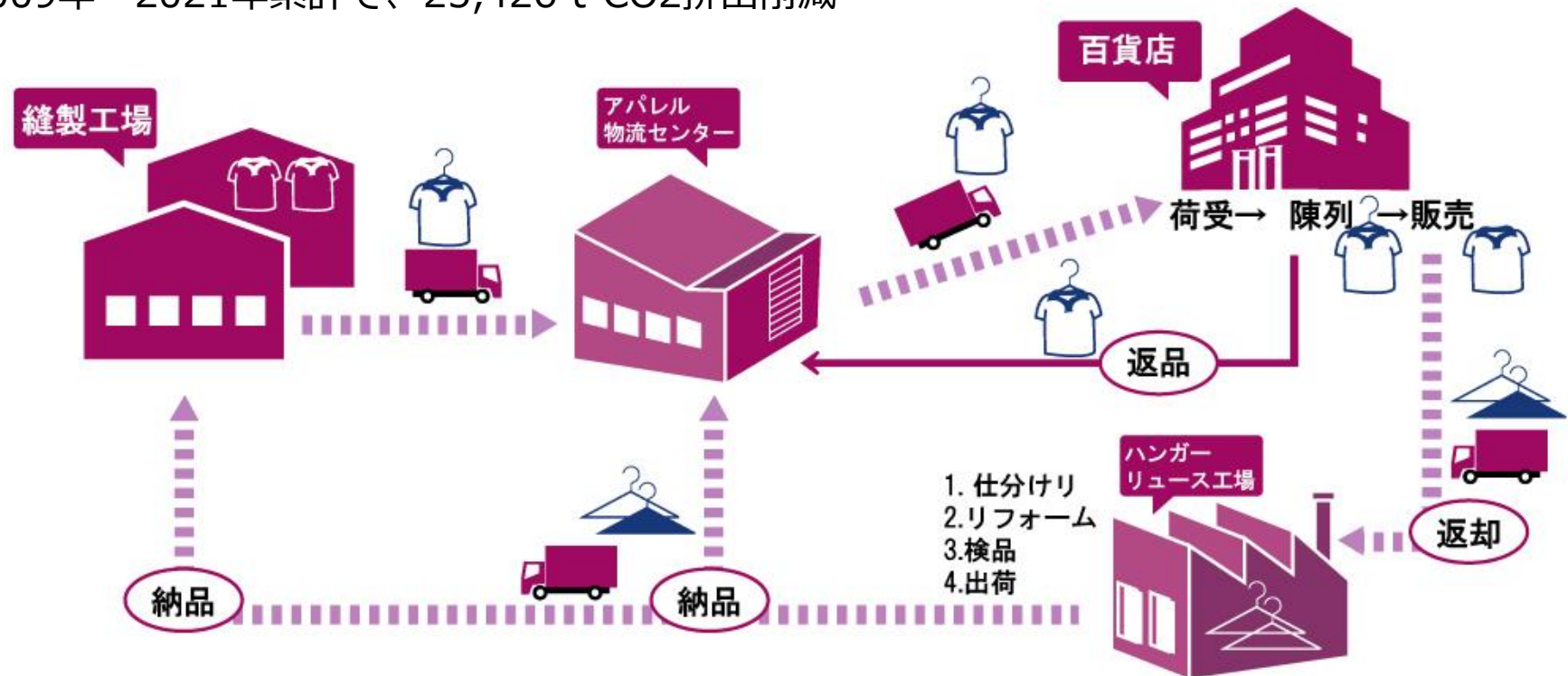
運輸部門の対策取り組み実績 (n=136)

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り組んでいる。
- 2021年 年間出荷本数15,436千本(リユース率35%) 年間983t-CO2排出削減
【2020年 年間出荷本数12,678千本(リユース率41%) 年間969t-CO2排出削減】
- 2009年～2021年累計で、25,426 t-CO2排出削減



5. その他取組（4）

- 情報発信の取組み

- 業界団体

- スマートラッピング
- 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・活動トピックス随時更新
- 環境・社会貢献の取組みリーフレット
- 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、CO2排出量を抑制しつつ地域の活性化に繋がる取組みを実施。
- 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をすることでCO2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。

6.参考資料

これまでの主な取組

- 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、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
- 2018年： サプライチェーンの排出量(Scope3)の算定を開始
- 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： 「カーボンニュートラル行動計画」目標値の改訂・新たな目標値（CO₂排出量）の追加