

2022 年度調査票（調査票本体）

日本百貨店協会

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	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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。
	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、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/脱炭素製品・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. 2050年カーボンニュートラルに向けた革新的技術の開発・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）

- 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。（8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）

◇ 2030年以降の長期的な取組の検討状況

- ・ 現時点で公表可能な情報はございません。

百貨店業における地球温暖化対策の取組

2022年 12月 15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：

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		業界団体の規模		カーボンニュートラル行動計画参加規模	
企業数	201事業所 (1)	団体加盟 企業数	73社190店 (2)	計画参加 企業数	73社190店※1 (3)
市場規模	売上高49,029億円 (1)	団体企業 売上規模	売上高44,182億円 (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	-

出所：(1) 業界全体の規模は「商業動態統計月報 2022年1月分」より。業界団体の規模は、2020年12月現在。

(2) 業界団体の規模は「令和3年12月 全国百貨店売上高概況」における2021年12月時点の百貨店数および2021年1月～12月の売上高速報値。業界全体の売上高に占める割合は90.1%。

(3) 低炭素社会実行計画参加規模については2022年4月1日時点の会員店舗数。

※1 業界団体におけるカバー率は100%。業界団体の規模における事業所数と参照時点が異なるため、参加規模と一致しない場合がある。

(3) 計画参加企業・事業所

① カーボンニュートラル行動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	カーボンニュー トラル行動計画 フェーズⅠ策定 時 (2013年度)	カーボンニュー トラル行動計画 フェーズⅡ策定 時 (2013年度)	2021年度 実績	2030年度 見通し
企業数	100%	100%	100%	100%	100%
売上規模	100%	100%	100%	100%	100%
エネルギー 消費量	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
2021年度		有/無
2022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】

2022年7月～2022年10月

【アンケート対象企業数】

会員企業 73社 190店

【アンケート回収率】

69.5%（店舗の調査回収率）

【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)	2020年度 実績	2021年度 実績	2030年度 目標
生産活動量 (単位：10 ¹⁰ m ² ・時間)	3.79	2.82	2.91	
エネルギー 消費量 (単位：万kl)	83.1	46.8	48.2	
電力消費量 (億kWh)	28.6	16.2	16.6	
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	189.9 ※1	87.8 ※2	89.5 ※3	95.0
エネルギー原単位 (単位： 万kl/10 ¹⁰ m ² ・時間)	21.93	16.63	16.55	16.09
CO ₂ 原単位 (単位：万t-CO ₂ /10 ¹⁰ m ² ・時間)	50.1	31.2	30.8	

【電力排出係数】

	※1	※2	※3
排出係数[kg-CO ₂ /kWh]	0.567	0.439	0.436
基礎/調整後/その他	調整後	調整後	調整後
年度	2013	2020	2020
発電端/受電端	受電端	受電端	受電端

g v

【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（受電端） 業界団体独自の排出係数 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 計画参加企業の温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度における非化石価値証書の利用状況等を踏まえ、基礎・調整後排出係数とは異なる係数を用いた。（排出係数値：〇〇kWh/kg-CO₂ 発電端/受電端） <input type="checkbox"/> 過年度の実績値 <input type="checkbox"/> その他（排出係数値：〇〇kWh/kg-CO₂ 発電端/受電端） <業界団体独自の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"/> 温暖化対策法 <input type="checkbox"/> 特定の値に固定 <ul style="list-style-type: none"> <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) 2021年度における実績概要

【目標に対する実績】

<2030年目標>

目標指標	基準年度	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	▲26.5%	16.08
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	2013年度	▲50.0%	95.0

目標指標の実績値				進捗状況		
目標指標	基準年度実績	2019年度実績	2020年度実績	基準年度比	2019年度比	進捗率*
エネルギー消費原単位	21.94	16.63	16.55	▲24.4%	▲0.5%	92.0%
CO ₂ 排出量	189.9	87.5	89.5	▲52.9%	1.9%	105.8%

* 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】

	2021年度実績	基準年度比	2013年度比	2020年度比
CO ₂ 排出量	89.5万t-CO ₂	▲52.9%	▲52.9%	1.9%

(3) 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
業界全体での取り組み	インバーター導入を含めた高効率空調機への改修	指標：導入率 66% (2021年度までの累計) ※2020年度時点：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	指標：導入率 90% (2021年度までの累計) ※2020年度時点：87%	店舗の改装・投資計画等を踏まえ導入に努める

(表注) 年度ごとに回収店舗数が異なるため、導入率が減少する場合がある。

(4) 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】

<2021 年度実績値>

生産活動量 (単位 : 10¹⁰ m²・時間) : 2.91 (基準年度比▲23.2%、2020 年度比 3.3%)

<実績のトレンド>

(グラフ)

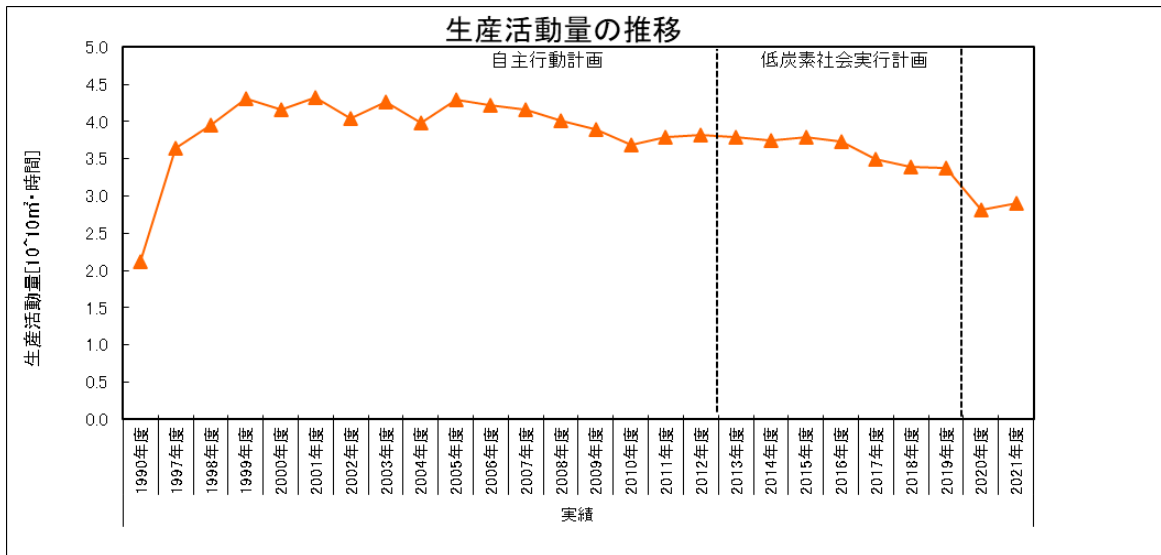


図 1 生産活動量の推移

(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 4×10¹⁰ m²・時間以上であったが、2009 年以降は 4×10¹⁰ m²・時間未満にとどまっている。
- 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、生産活動量は 2.91×10¹⁰ m²・時間となり、基準年度の 2013 年度と比較して 23.2%減、前年度と比較して 3.3%増 (コロナ前の 2019 年度比で 13.8%減) となっている。

【生産活動量に関する指標の推移】

年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
店舗面積※1	5,204,826 m ² (1)	4,958,101 m ² (0.953)	4,915,613 m ² (0.944)
年間平均営業時間※2	3,549 時間 (1)	3,280 時間 (0.924)	3,401 時間 (0.958)

表注 : () 内の数値は 2019 年度を 1 とした際の指数を示している

※1 「全国百貨店 売上高速報」における、各年度末時点での店舗面積

※2 会員アンケートの結果を集計

【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

＜2021年度の実績値＞

エネルギー消費量（単位：万kl）：48.2 （基準年度比▲42.0%、2020年度比2.8%）

エネルギー原単位（単位：万kl/10¹⁰m²・時間）：16.55（基準年度比▲24.4%、2020年度比▲0.5%）

＜実績のトレンド＞

（グラフ）

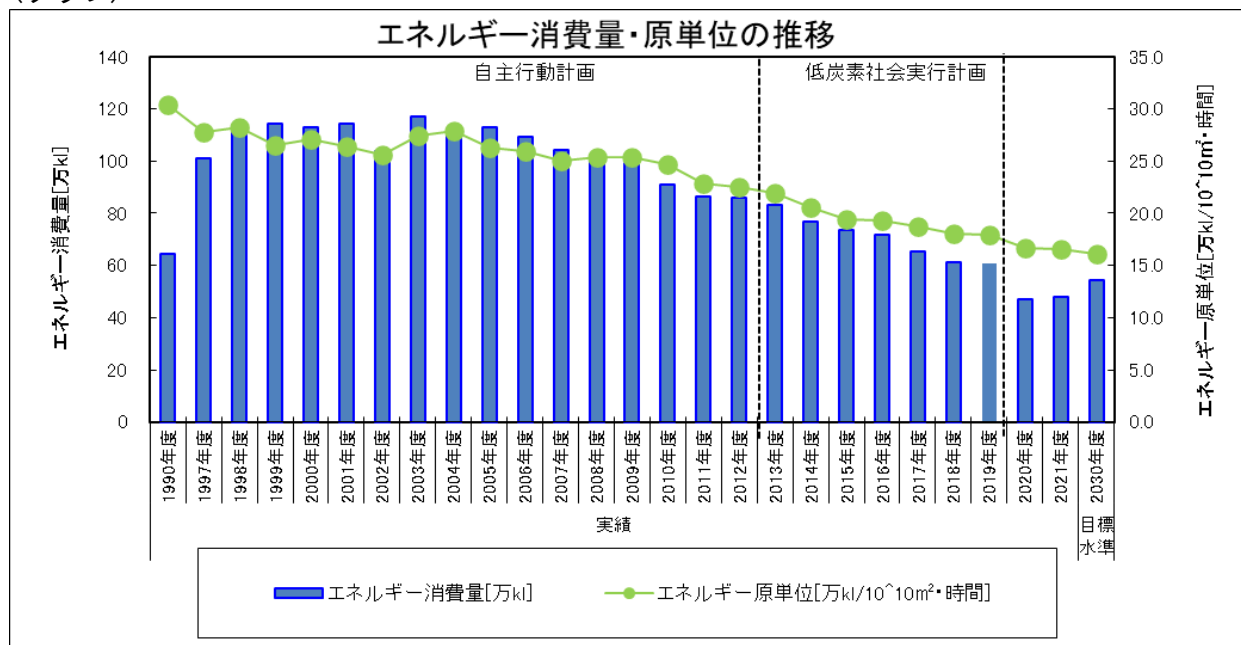


図 2 エネルギー消費量・原単位の推移

（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いる。
- 2020 年度は新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う緊急事態宣言を受けての店舗の休業や店舗内の部分的な休業、時短営業の短縮等の措置によって営業活動が縮小したことに伴い、原油換算ベースで 46.8 万 kl、基準年度の 2013 年度比で 43.5%、前年度比で 7.4%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。2020 年度のエネルギー原単位は過去最小の 16.63 万 kl/10¹⁰ m²・時間、基準年度比 24.0%、前年度比 7.4%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）

当協会会員企業全体のエネルギー消費原単位は 1990 年度以降、2018 年度までに平均▲1.9%と、省エネ法の改善目標を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>

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

目指すべき水準:0.792以下

<今年度の実績とその考察>

2021年度定期報告(2020年度実績)分: 0.855(前年0.907)

協会会員企業の達成数 20(前年11)

(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1,500k l以上である事業者である。
- 業界全体の実績値は大幅に改善しており、会員企業内での達成企業数も増加したが、新型コロナウイルス感染拡大の影響による生産活動量の大幅な減少による影響が大きいと考えられる。引き続き実態把握に努めながら業界全体の平均値の改善に努める。
- なお、最新のベンチマーク指標の実績は1年度前のもの(2020年度実績)であることについて留意いただきたい。

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】

＜2021年度の実績値＞

CO₂排出量（単位：万 t-CO₂ 電力排出係数：0.439kg-CO₂/kWh）：89.5 万 t-CO₂（基準年度比▲52.9%、2020年度比2.7%）

CO₂原単位（単位：万 t-CO₂/10¹⁰ m²・時間 電力排出係数：0.439kg-CO₂/kWh）：30.7（基準年度比▲38.6%、2020年度比▲1.4%）

＜実績のトレンド＞

（グラフ）

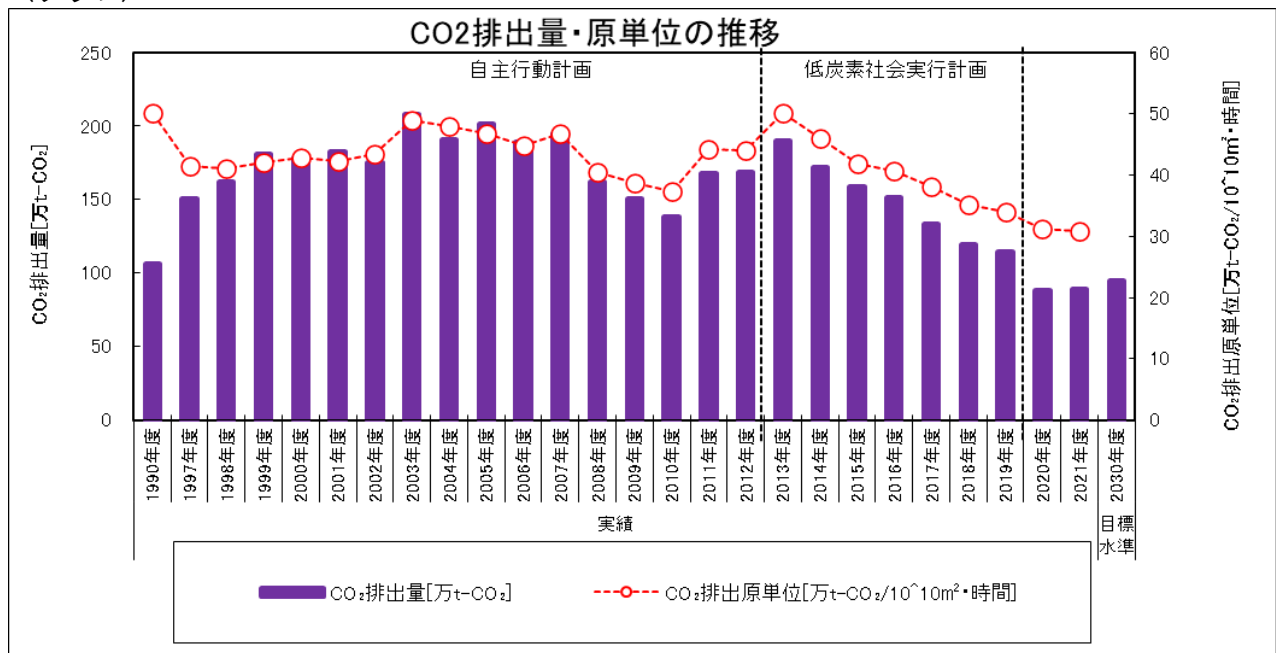


図 3 CO₂排出量・原単位の推移

電力排出係数：各年度の調整後排出係数を使用

（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いる。2021年度は2020年度に比べると営業時間等の生産活動量は増加しているものの、一部地域では緊急事態宣言を受けて店舗の営業時間の短縮や一部フロアの休業等が1か月以上続いたことから、排出量の実績値が89.5万t-CO₂となり、基準年度の2013年度比で52.9%の減少、前年度比で2.7%の増加となった。
- 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。2021年度は基準年度比で38.6%、前年度比で1.4%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→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	▲19.8	▲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

（エネルギー消費量）

	基準年度→2021 年度変化分		2020 年度→2021 年度変化分	
	（万 k l）	（%）	（万 k l）	（%）
事業者省エネ努力分	▲15.68	▲18.9	▲0.22	▲0.5
生産活動量の変化	▲19.34	▲23.2	1.53	3.3

（要因分析の説明）

- 2021 年度の CO₂ 排出量は、基準年度の 2013 年度と比較すると 52.9%減少しており、その要因として生産活動量の変化による減少が 20.6%と最も影響が大きい。前年度比では CO₂ 排出量が 1.9%増加しており、同じく生産活動量の変化による増加が 3.3%と最も影響が大きい。
- 2021 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 42.1%減少しており、その要因として生産活動量の変化が 23.2%と最も影響が大きい。前年度比では 2.8%増加しており、同じく主な要因は生産活動量の変化で 3.3%の増加であった。
- 上記の要因分析の結果からわかるように、CO₂ 排出量、エネルギー消費量の減少要因として生産活動量の変化が省エネ努力分を上回っており、2020 年度に引き続き新型コロナウイルスに伴う生産活動量の減少による影響が大きかったといえる。

(5) 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 CO ₂ 削減量	設備等の使用期間 (見込み)
2021年度	LED照明への更新	208,473千円	6,293.7t-CO ₂	10年
	空調関連対策 (ポンプのインバーター化)	39,880千円	2,124t-CO ₂	—
	熱源設備関連対策	—	236t-CO ₂	—

※アンケート集計対象 136 事業所の回答の合計値

【2021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連する投資の動向)

- 2021年度は2020年度に引き続き、LED照明への更新への投資対策が最も多く行われている。

(取組の具体的事例)

※調査に回答した128の会員店舗・施設における実績

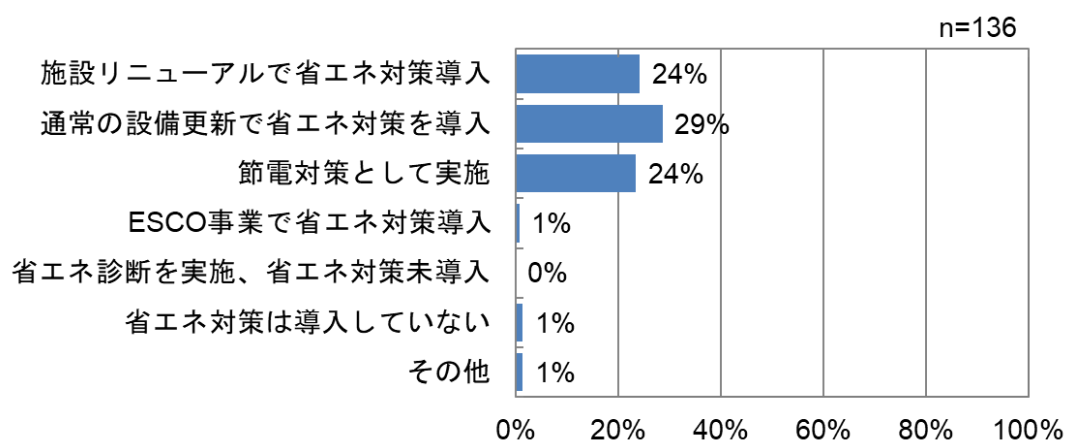


図4 2021年度における省エネルギー対策の新規導入状況

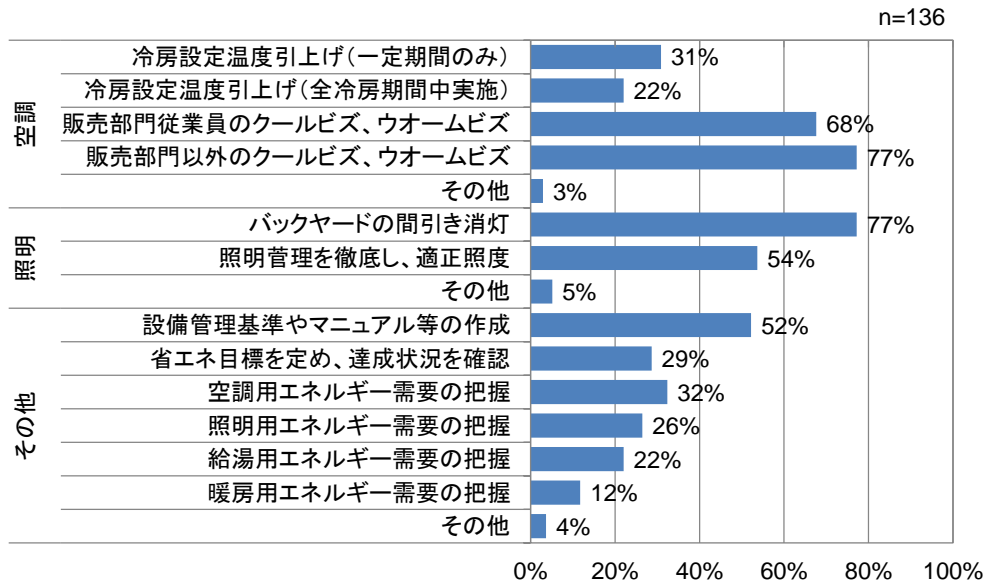


図 5 省エネルギー対策（ソフト面）の導入状況

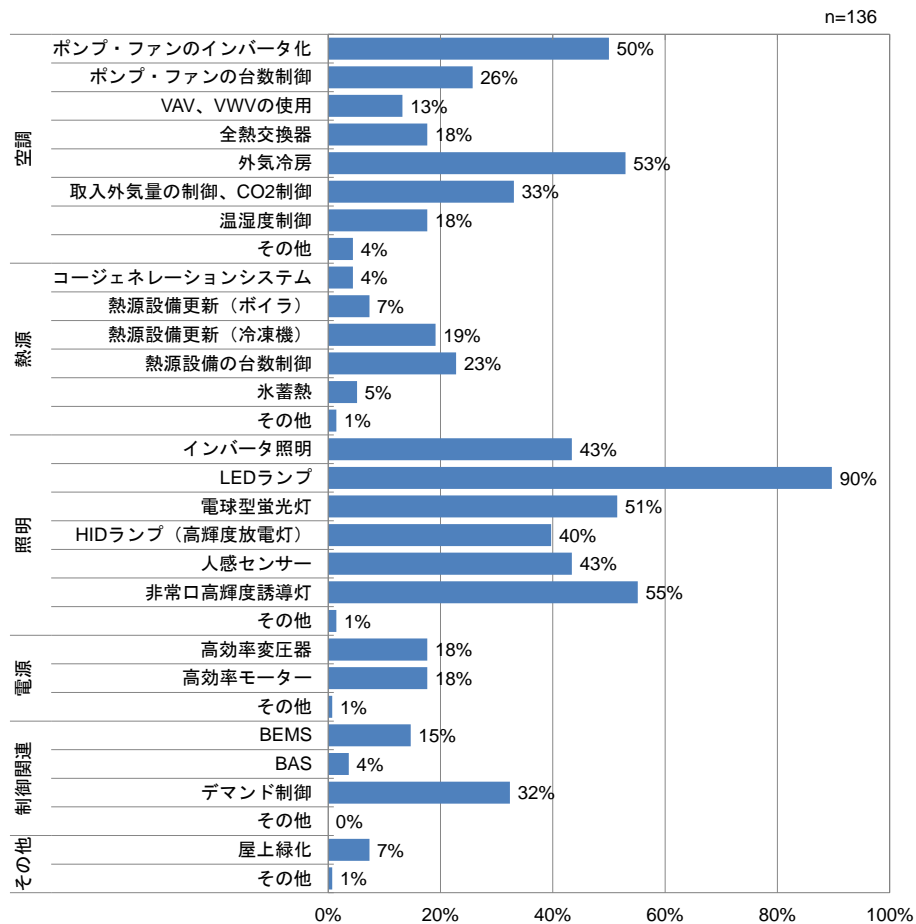


図 6 省エネルギー対策（ハード面）の導入状況

（取組実績の考察）

- 店舗内照明や屋外照明の LED や電球型蛍光灯への切り替えや、外気冷房、ポンプ・ファンのインバーター化を実施した店舗・施設の割合が高い。

【2022 年度以降の取組予定】

- （新型コロナウイルスの感染状況や今後の経済状況により、省エネ関連の設備投資に影響を受ける可能性がある。

【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、2021 年度では調査店舗全体のうち 15%であった(前頁図 6 参照)。
- 空調や照明、給湯、暖房のエネルギー使用量を把握している店舗は、2021 年度では調査店舗全体のうち 37%であった

【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】

- 協会を通じて各会員企業に情報共有に努めていく。

(6) 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。

$$\text{想定比【基準年度目標】} = \frac{(\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準})}{(\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の想定した水準})} \times 100 (\%)$$

$$\text{想定比【BAU 目標】} = \frac{(\text{当年度の削減実績})}{(\text{当該年度に想定した BAU 比削減量})} \times 100 (\%)$$

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】

<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。加えて、2021 年 9 月に 2030 年度目標を引き上げ、基準年度（2013 年度）比 26.5%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。

(7) 次年度の見通し

【2022 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
2021 年度実績	(1) 実績の総括表に記載				
2022 年度見通し	未設定				

(見通しの根拠・前提)

(8) 2030年度目標達成の蓋然性

【目標指標に関する達成率の算出】

* 達成率の計算式は以下のとおり。

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

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

達成率 = (計算式)

【エネルギー消費原単位】

$$\text{進捗率} = (\text{2013年度の実績水準} - \text{2020年度の実績水準}) \div (\text{2013年度の実績水準} - \text{2030年度の目標水準}) \times 100 (\%) = (21.94 - 16.55) \div (21.94 - 94.95) \times 100 (\%) = 92.0\%$$

【CO₂排出量】

$$\text{進捗率} = (\text{2013年度の実績水準} - \text{2020年度の実績水準}) \div (\text{2013年度の実績水準} - \text{2020年度の目標水準}) \times 100 (\%) = (189.93 - 89.50) \div (189.93 - 18.45) \times 100 (\%) = 105.8\%$$

【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、新型コロナウイルス感染症の動向、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)

- 2030年度目標については、前年度までの目標達成状況を踏まえ、2021年9月に目標の改定実施し、エネルギー消費原単位の目標に加えCO₂排出量の目標を策定した。
- 2021年度は新型コロナの影響により会員店舗の生産活動やそれに伴うエネルギー消費がコロナ前の水準に比べ十分に回復していなかったことから、CO₂排出目標については達成している状態になっている。
- 2021年度の状況は2020年度に引き続き新型コロナによる特殊要因が大きいと考え、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判断することとする。また、エネルギー消費原単位については引き続き目標達成に向け取り組みを続けていく。

(9) クレジットの取得・活用及び創出の実績・予定と具体的事例

【業界としての取組】

- クレジットの取得・活用をおこなっている
- 今後、様々なメリットを勘案してクレジットの取得・活用を検討する
- 目標達成が困難な状況となった場合は、クレジットの取得・活用を検討する
- クレジットの取得・活用は考えていない
- 商品の販売等を通じたクレジット創出の取組を検討する
- 商品の販売等を通じたクレジット創出の取組は考えていない

【活用実績】

- エクセルシート【別紙7】参照。

【個社の取組】

- 各社でクレジットの取得・活用をおこなっている
- 各社ともクレジットの取得・活用をしていない
- 各社で自社商品の販売等を通じたクレジット創出の取組をおこなっている
- 各社とも自社商品の販売等を通じたクレジット創出の取組をしていない

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	削減実績 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
1	(株)高島屋	バイオマスプラレジ袋の提供	—	—
2	(株)高島屋	「Depart de Loop」 再生ポリエステル100%の衣料品販売及びお客様からの不要となった衣料品回収、リサイクル、再資源化スキームの構築	—	—
3	(株)大丸松坂屋百貨店	レジ袋の有料化、エコバッグの販売	—	—
4	(株)大丸松坂屋百貨店	配送品の梱包、簡素化の推進 ご自宅用の配送品を大丸・松坂屋の包装デザインを印刷したテープで梱包、包装紙を表面にかけることを省きCO2削減に貢献	—	—
5	(株)大丸松坂屋百貨店	地産地消の推進 地元食材をクローズアップ、輸送時のCO2削減	—	—
6	(株)大丸松坂屋百貨店	エコフリサイクル キャンペーン(ECOFF)	—	—

(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) 2021年度の実績

(取組の具体的事例)

(株)高島屋「Depart de Loop」

- リサイクルパートナーの事業者と協力し、お客さまから回収した衣料品を繊維原料などに再資源化し、リサイクルした循環型商品を販売することで、百貨店を通じたサステナブルなビジネスモデルを構築。

(株)大丸松坂屋百貨店「エコフ(ECOFF)リサイクルキャンペーン」

- ・ 石油からPET樹脂を生成した場合よりも回収した衣料から生成した方がCO₂の削減に繋がることから、お客様が使用しなくなった衣類・靴・バッグを回収し、お客様に代わって環境に配慮したリユース・リサイクルに役立つ活動を2016年より実施している。
- ・ 2022年10月・11月に実施したリサイクルキャンペーンでは、194,313kgの衣類・靴・バッグをお預かりし、その中から回収したポリエステル生地は31,076kgに上った。これはPET樹脂が約3万kg生成できる量に相当し、同量の樹脂を石油から生成した場合に比べCO₂を約70トン削減可能である。

(取組実績の考察)

- 百貨店では、衣・食・住の各分野において幅広く消費者と接点を持っていることを生かし、お客様に日々のお買い物から整品の使用・廃棄・再活用の各場面において環境に配慮した選択が行っていただけるよう、商品開発やサービスの提供を通じた取り組みを行っております。

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 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
1	該当なし		
2			
3			

(削減貢献の概要、削減貢献量の算定根拠)

(2) 2021 年度 of 取組実績

(取組の具体的事例)

(取組実績の考察)

(3) 2022 年度以降の取組予定

V. 2050年カーボンニュートラルに向けた革新的技術の開発・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
(技術・サービスの概要・算定根拠)

	革新的技術・サービス	導入時期	削減見込量
1	該当なし		
2			
3			

(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	2025	2030	2040	2050
1	該当なし				
2					
3					

(3) 2021年度の実績

(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) 2022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。

(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		○
サプライチェーン排出量（スコープ1・2・3）の算定		○

<具体的な取組事例の紹介>

- 当協会全体で、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。また、気象キャスターネットワークと連携し、業界統一の店内放送を実施（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、3R推進月間[10月]、環境月間[6月]）している。
- これまで個社で行われてきたサプライチェーン排出量（スコープ1・2・3）を業界全体の実績値により算定し、サプライチェーン全体のCO₂削減に取り組んでいる。

② 個社における取組

事業者名	取組	発表対象	
		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)	○	○
	エコ検定の取得促進	○	
	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/acction.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)	○	○
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		○	
(株)三越伊勢丹ホールディングス	統合レポート		○
	ホームページ		○
	グループポータルサイトを利用した情報発信と共有	○	
(株)高島屋	ESG レポート(2021 年 11 月発行予定)、サステナビリティサイトでの情報 発信		○
	CDP 気候変動レポートでの情報開示		○
(株)東武百貨店	環境・社会への取り組みを自社 HP にて情報発信。		○
	省資源の取り組み等を社内報へ掲載し、情報発信	○	
	環境方針・活動等の取り組みを社内 LAN 上の職員ハンドブックに掲載し て、情報を発信。	○	
	環境活動及び取り組むべき内容について、各種研修を通じ、情報発信。	○	
(株)阪急阪神百貨店	自社の環境活動報告を年度ごとに社内へ発信	○	
	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)		○
(株)近鉄百貨店	ライトダウンなど節電キャンペーンへの参加		○
	統合報告書を発行し、ESG 方針、重要課題、主な取り組み内容と目標を 開示し、情報発信を行った。	○	○
(株)トキハ	電力の逼迫や料金高騰によるバックヤード節電計画		
	外灯の点灯時間調整		
(株)松屋	エコマーク取得		○
(株)井筒屋	サステナビリティレポート(HP 掲載)		○
	サステナビリティレポート(ブログ掲載)		○
	サステナビリティレポート(社内誌掲載)	○	
(株)山口井筒屋	節電の注意喚起(使用電力量の情報公開等)	○	

(株)大丸 松坂屋百 貨店	J.フロント リテイリング Sustainability Report 2021		○
	大丸松坂屋百貨店 コーポレートサイト		○
	お取引先説明会(2022年4月実施)	○	
(株)名鉄 百貨店	毎週木曜日をノー残業デーとし従業員の省エネ意識向上を図った	○	○
	従業員及び各取引先従業員に朝礼等で環境教育を実施	○	○
	階段の利用に関し、2 アップ、3 ダウンを従業員エレベータ乗り口に掲示し意識改革の向上を図った。	○	○

<具体的な取組事例の紹介>

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：

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

業界としての目標策定には至っていない

（理由）

店舗と業務スペースとの切り分けができない店舗が多いことから、目標策定には至っていない。

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

	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
延べ床面積 (万㎡)：	258 (104事業 所)	230 (77事業 所)	206 (74事業 所)	140 (59事業 所)	102 (54事業 所)	117 (54事業 所)	134 (60事業 所)
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	65.1	58.1	52.0	35.4	25.8	29.6	33.8
床面積あたりのCO ₂ 排出量 (万t-CO ₂ /万㎡)	0.252	0.253	0.252	0.253	0.253	0.253	0.252
エネルギー消費量 (原油換算) (万kl)	11.71	10.45	9.36	6.37	4.64	5.33	6.08
床面積あたりエネル ギー消費量 (万kl/万㎡)	0.0454	0.0454	0.0455	0.0455	0.0455	0.0455	0.0454

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。）

（単位：t-CO₂）

	照明設備等	空調設備	エネルギー	建物関係	合計
2021 年度実績	1832.61	728.84	0	1245.62	3807.07
2022 年度以降	48198.07	210.27	0	3229.89	51638.23

【2021 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（1,216t-CO₂/年）
 - 照明の間引き（1,200t-CO₂/年）
 - 高効率照明の導入（460t-CO₂/年）
 - 冷房を 28 度設定にする（250t-CO₂/年）
- 等が主な取組み事例である。

（取組実績の考察）

- 2021 年度に削減量が最も多かった対策はエレベータ使用台数の削減であった。分野別にみると照明関連が最も多く、特に照明の間引きや高効率照明の導入の効果が大きい。

【2022 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）

- 新型コロナウイルスによる経済活動の縮小に伴う投資額の減少等が挙げられる。

(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
 - 業界としての目標策定には至っていない
- (理由)

- 多くの店舗が自社で輸送用の車両を有しておらず、委託している事業者における自社の商品等の輸送分のみの燃料消費を把握することが困難であるため、目標の設定は行っていない。
- 引き続き運送事業者への働きかけに加え、社用車を保有している店舗についてはエコドライブの推進とともに燃料使用量を調査する等により、定量的な実態把握に努める。

② エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績

(参考値) 2021 年度の百貨店店舗で使用された営業車の台数及びガソリン消費量

- 営業車台数:1,400 台
 - ガソリン消費量:114.6 万ℓ (1 台当たり 818.7ℓ)
- (車両台数とガソリン消費量の回答のあった 48 店舗の合計値)

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。

【2021 年度の取組実績】

(取組の具体的事例)

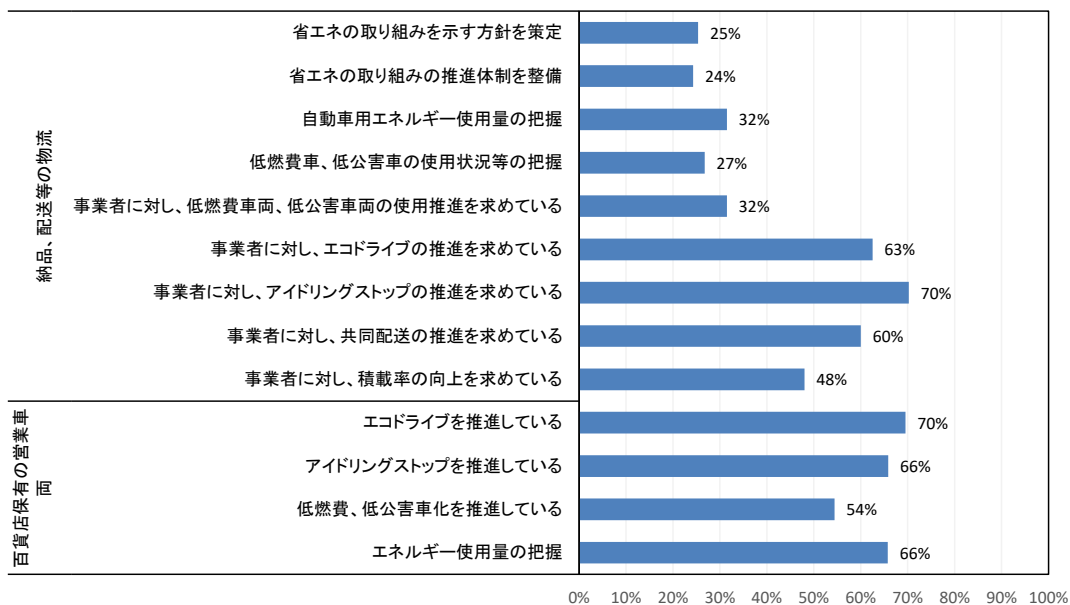


図 7 運輸部門の対策取り組み実績 (n=136)

(取組実績の考察)

- 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61%である。また、共同運送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、エコドライブの推進が70%の店舗で取り組まれている。

【2022 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)

- 引き続き取り組みの把握と優良事例の共有を行っていく

(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 2030 年度の削減目標

【削減目標】

<2030 年目標> (2021 年 9 月策定)

- ・ 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 (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。

【目標の変更履歴】

<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 (1990 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
- 2021 年 7 月 : 2030 年度の目標値を基準年度比 26.5%減とすること、CO₂削減目標を新たに設けることについて委員会において審議
- 2021 年 9 月 : 目標値の改定及び CO₂削減目標の設定を理事会で決定

【昨年度フォローアップ結果等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)

昨年度に目標見直しを実施し、目標水準に対して達成率が 100%を超えていない指標があるため。

【今後の目標見直しの予定】

- 定期的な目標見直しを予定している (〇〇年度、〇〇年度)
- 必要に応じて見直すことにしている
(見直しに当たっての条件)

設定したすべての指標について、継続して目標水準を達成した場合。

(1) 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。

(2) 前提条件

【対象とする事業領域】

- 対象領域は、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。

【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>

- 2030 年度は目標策定時点の 2019 年度の生産活動量を維持するとして設定した。

<算定・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（発電端/受電端） <input checked="" type="checkbox"/> 調整後排出係数（発電端/受電端） 業界団体独自の排出係数 <input type="checkbox"/> 計画参加企業の温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度における非化石証書の利用状況等を踏まえ、基礎・調整後排出係数とは異なる係数を用いた。（排出係数値：〇〇kWh/kg-CO ₂ 発電端/受電端） <input type="checkbox"/> 過年度の実績値（〇〇年度 排出係数値：〇〇kWh/kg-CO ₂ 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） <業界団体独自の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"/> 温暖化対策法 <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】

(3) 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。
- 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積極的に貢献することを目的として、CO₂ 排出量を目標値として新たに追加している。

【目標水準の設定の理由、2030 年政府目標に貢献するに当たり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

<2030 年政府目標に貢献するに当たり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、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、目標水準を達成していきたい。

【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）

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 実績・見通し
該当なし			

(各対策項目の削減見込量及び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
該当なし			

(各対策項目の削減見込量及び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
該当なし			

(各対策項目の削減見込量及び実施率見通しの算定根拠)

(参照した資料の出所等)

(4) 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】

出所： 会員アンケートの集計結果

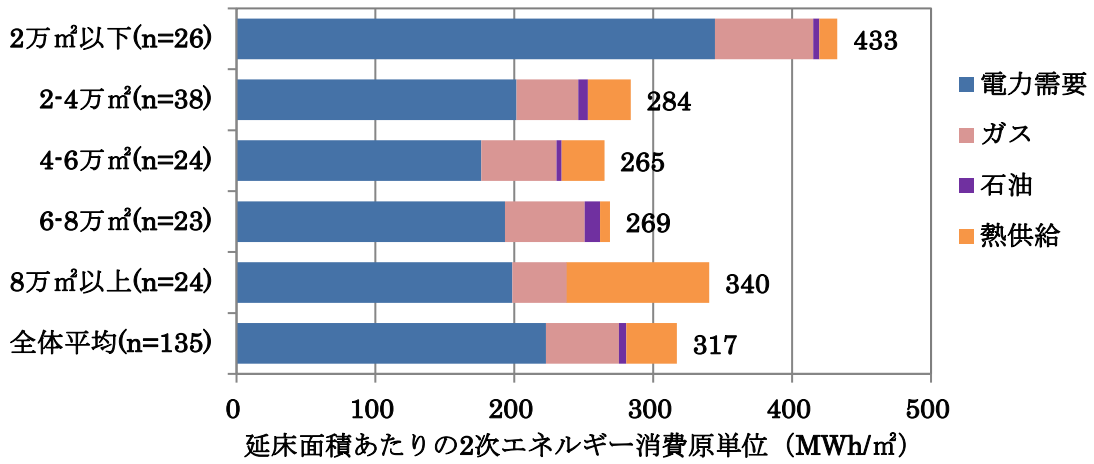


図 8 事業所規模別エネルギー消費構造

- 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（1 次エネ換算ベース）】

電力： 83%
燃料： 17%