

ショッピングセンター業界の「低炭素社会実行計画」

		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	基準年を 2005 年とし、目標の 2020 年において基準年の 2005 年比、エネルギー原単位を 13%削減することを目指す。
	設定根拠	この理由は、エネルギー量調査は全ディベロッパー会員に協力してもらうことをめざしているが、現状では参加率（32%）が低く、かつ SC は北海道から沖縄まで、地域、建物、規模等多様である。従って、前回の自主行動計画同様エネルギー原単位を毎年 1%削減し、2013-20 年の目標は基準年の 2005 年比で-13%とすることが適当だと考えられるからである。
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		
3. 海外での削減貢献		
4. 革新的技術の開発・導入		
5. その他の取組・特記事項		公共政策・環境委員会環境小委員会では、電力等エネルギー使用量実態調査の実施を行うとともに、エネルギー原単位の削減目標を達成するために、会員企業に向けてセミナー等を実施するほか、先進事例等の情報を発信していく。平成 24 年度エネルギー調査（平成 23 年分）の実施結果からわかった、各 SC の省エネに関する取り組み状況等も参考にして活動していきたい。 また同委員会では平成 25 年度、SC の省エネ・節電活動の一環として今

	夏、環境省が進めている「クールシェア」の取組に協力した。具体的には、会員各社のＳＣにクールシェアへの協力を呼びかけ、２８社・２８７ＳＣがクールシェアに参加した。クールシェアとは、ひとり一台のエアコン使用をやめ、涼しい場所をみんなでシェア（共有）する活動をいう。参加ＳＣは、「シェアマップ」に登録し、「クールシェアスポット」として場を提供、クールシェアに参加することにより、ＳＣは地域における節電に協力している。また、ニュースリリースでクールシェアの取り組みを公表、協会ＨＰにはクールシェア参加一覧ＳＣを掲載し、節電の啓蒙活動も行った。
--	--

ショッピングセンター業における地球温暖化対策の取組

平成 26 年 12 月 22 日
日本ショッピングセンター協会

I. ショッピングセンター業の概要

(1) 主な事業

ショッピングセンター(以下、SCと略す)は単体の施設ではなく、複数のテナント店舗の集合体である。具体的には百貨店あるいはスーパーマーケットといった大型小売店や、ファッション、食料品といった専門店、飲食店、シネマや旅行代理店といったサービス店舗などの多種多様なテナントの集合体である。ディベロッパーが計画的に開発、統一的に管理運営している商業施設であり、地域のコミュニティ施設として住民に利便性を提供している。

立地する場所や施設のタイプについても多種多様である。例えば、郊外に立地し大規模な駐車場を完備したモール型の低層階SCやオープン形式のアウトレットモール、都心に位置する駅ビルや地下街、さらにはオフィスビルやホテルと一体となった複合ビルなどのSCが全国各地に展開されている。

なお、一般的な業種分類では、SC自体は小売業であるが、ディベロッパーとして見ると不動産賃貸業となる。

(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		低炭素社会実行計画 参加規模	
企業数	1,377社・3,096SC	団体加盟 企業数	331社・1,691SC	計画参加 企業数	104社・515SC (31%)
市場規模	売上高289,209億円	団体企業 売上規模	売上高205,977億円	参加企業 売上規模	売上高124,034億円 (60%)

(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
別紙1参照。
- ② 各企業の目標水準及び実績値
別紙2参照。

(4) カバー率向上の取組

毎年、当協会発行の SC 白書において、エネルギー使用量実態調査結果を掲載し、会員企業に SC における CO2 排出削減取組の重要性を訴えている。

調査協力企業には、自社の環境対策への参考として調査結果をフィードバックしている。

会員企業に排出削減取組を喚起・促進する際の働きかけとして最も有効と考えているのは、経営者層に理解を深めていただくことだと認識している。そういう視点から、当協会発行の月刊 SC JAPAN TODAY 2012 年 5 月号では、「高効率の節電術～節電と省

エネでSC力をアップさせる～」と題し特集を組み、その中で環境対策委員長が『もはや節電・省エネは重要な経営課題である』というテーマで執筆した。経営者はもっと環境対策のディテールにまで関心を持って踏み込むべき、と誌面で訴えた。

中小規模の会員企業に排出削減取組を喚起・促進する際の働きかけとしては、省コストつながる環境対策の情報提供が効果的だと考えている。これについては前記の月刊誌を活用したほか、省エネ・節電の具体的手法を学ぶため「照明編」と「空調編」の2つに分けて、施設及び設備の見学等を含めた実利あるセミナーを実施した。セミナーの内容は報告書として取り纏め、2013 年 1 月の当協会主催SCビジネスフェア 2013(展示会)で配布するとともに会員企業に送付した。

また、政府温暖化対策の方針、各自治体の環境関連情報については当協会HPやメルマガ(月 2 回配信)で、会員中心に業界に随時情報提供を行なっている。

Ⅱ. 国内の企業活動における2020年の削減目標

(1) 削減目標

① 目標

削減目標（2012年5月策定）

基準年を2005年とし、目標の2020年において基準年の2005年比、エネルギー原単位を13%削減することを目指す。

② 前提条件

原単位算出の際に用いる係数を、基準年と同一のものとする。

③ 目標指標選択、目標水準設定の理由とその妥当性

【目標指標の選択の理由】

SC業界は、顧客や地域住民のニーズ、地域社会の経済・生活環境の変化に対応するため、施設数の増減、あるいは休業日数の削減、営業時間の延長などから、業界全体のエネルギー消費量を制限することよりも、生産活動量（延床面積×営業時間）当りのエネルギー量（エネルギー原単位）の削減を目標とした。

【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】

SCは建物構造や規模、運営母体など複雑なケースが多く、省エネ法の指定事業工場からみても第一種、第二種以外の事業所(SC)が多いのが現状である。第一種、第二種指定の事業所(SC)においては、かなり早い時期から省エネなどに取り組み努力を重ねてきた。そこで、省エネ法にも定められている年マイナス1%を実行しているSC(指定事業所)を牽引役にし、SC全体で年1%ずつ削減することが妥当だと判断し、2008-2020年度平均でマイナス13%を目標値とした

【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】

BAT ・ベストプラクティス	削減見込量	算定根拠 (左記の設備機器がBATである根拠、導入スケジュールを含む)
・共用部・テナントにLED照明の導入		
・人感センサーの導入		
・デマンド監視装置によるピーク電力の管理		

④ データに関する情報

指標	出典	設定方法
生産活動量	☐ 統計 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他(推計等)	2014年8月下旬～9月実施の第一種会員企業104社に対するアンケート調査
エネルギー消費量	☐ 統計 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他(推計等)	2014年8月下旬～9月実施の第一種会員企業104社に対するアンケート調査
CO2排出量	☐ 統計 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他(推計等)	2014年8月下旬～9月実施の第一種会員企業104社に対するアンケート調査

⑤ 係数に関する情報

排出係数	理由／説明
電力	☐ 実排出係数 ☐ 調整後排出係数 ☒ 特定の排出係数に固定 ☐ 過年度の実績値(年度:) ☐ その他(説明:) 上記排出係数を設定した理由:係数変更による原単位の増減を排除するため、基準年と同一とした
その他燃料	☐ 低炭素社会実行計画のフォローアップにおける係数(総合エネルギー統計2012年度確報版)を利用 ☒ その他(内容・理由:係数変更による原単位の増減を排除するため、基準年と同一のした)

⑥ 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。

⑦ 自主行動計画との差異

- ☐ 別紙3参照
☒ 差異なし

(2)実績概要

① 2013 年度における実績概要

【目標に対する実績】

目標指標	基準年度	目標水準	2013年度実績(基準年度比) ()内は、2012年度実績
エネルギー原単位	2005年度	▲13%	▲29.7% (▲24.7%)

実績値	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度
エネルギー原単位 (kWh/m ² ・h)	0.184	0.182	0.175	0.168	0.162	0.161	0.152	0.138	0.137	0.128

【CO2 排出量実績】

CO2排出量 (万t-CO2)	CO2排出量 (万t-CO2) (前年度比)	CO2排出量 (万t-CO2) (基準年度比)
329.9	14.3%	—

(注) 電力排出係数は、調整後排出係数を用いた。

② データ収集実績(アンケート回収率等)、特筆事項

有効回答率:売り上げ規模シェア 60%(2014 年 8 月下旬~9 月実施の第一種会員企業 104 社に対するアンケート調査)

- 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(実排出係数、クレジット調整後排出係数、排出係数固定、業界想定排出係数)

別紙4-1、4-2参照。

【生産活動量】

生産活動量としては延床面積×営業面積を採用している。故に、延床面積と営業時間の変化が生産活動量の変化に現れるが、本調査においては、サンプル数の増減による生産活動量変化が大きい。

【エネルギー消費量、エネルギー消費原単位】

(エネルギー消費量)

(エネルギー消費原単位)

各社の積極的な省エネ機器や技術の導入や更新、新設時における省エネ構造設計などを通じてCO₂削減に取り組んでいる結果から、2005年度以来、エネルギー原単位は一貫して減少し続けている。特に2011年度は東日本大震災後、原発事故の影響により東北・東京電力管内のSCでは、15%の電力使用制限(ピークカット)が敷かれたため、各SCの節電や省エネが寄与し、結果としてエネルギー原単位は大幅に減少した。LED 照明の導入は、スポット照明などの部分採用から、基本照明など館内通路や売場へと採用の範囲が拡大されている。さらに、テナント店舗にも導入を働きかけ、テナント入れ替え時には、LED 照明導入されることが多い。LED 照明導入により空調の効率化にもつながった。

(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)

なし

【CO₂ 排出量、CO₂ 排出原単位】

別紙5の要因分析についても参照。

(CO₂ 排出量)

2004年度から2007年度まで一貫して減少傾向を示した。2008年度は店舗の増床等に伴うエネルギー消費量の増加から増加傾向がみられ、2009年度は各社の積極的な省エネ機器や技術の導入に加え、景気低迷による、営業時間・営業面積の減少から、減少傾向がみられた。2010、11、12年度は自主行動計画参加SC数の増加によりCO₂排出量は増加した。また、2011年度はCO₂排出係数の上昇による影響も大きかった。

(CO₂ 排出原単位)

CO₂排出原単位は、2007年度に増加傾向がみられたものの、2004年度から概ね減少傾向が見られる。各社の積極的な省エネ機器や技術の導入や更新、新設時における省エネ構造設計などを通じて、CO₂削減に取り組んでいる結果である。しかし、2011年度以降原発稼働率が低下し、代替で火力発電を増やした結果CO₂排出係数が増加した為、CO₂排出原単位は増加した。

(参考)クレジット等反映排出係数とクレジット等の償却量・売却量によるCO₂排出量・原単位(平成 25 年提出「ショッピングセンター業における地球温暖化対策の取り組み」より)

(単位: 万t-CO₂)

年度	04→05	05→06	06→07	07→08	08→09	09→10	10→11	11→12	04→12
CO ₂ 排出量の増減 (× 万t-CO ₂)	▲ 2.3	▲ 13.0	▲ 18.1	1.8	▲ 52.2	15.1	85.2	15.1	31.6

(単位: kg-CO₂/㎡・h)

年度	04→05	05→06	06→07	07→08	08→09	09→10	10→11	11→12	04→12
CO ₂ 排出原単位の増減 (kg-CO ₂ /㎡・h)	▲ 0.001	▲ 0.002	0.001	▲ 0.005	▲ 0.002	▲ 0.001	0.003	0.001	▲ 0.006

④ 国際的な比較・分析

国際的なデータは存在せず、国際的な比較・分析は不可能

⑤ 実施した対策、投資額と削減効果
別紙6参照。

⑥ 投資実績の考察と取組の具体的事例

(考察)

(取組の具体的事例)

⑦ 今後実施予定の対策、投資予定額と削減効果の見通し
別紙6参照。⑧ 目標とする指標に関する 2013 年度の見通しと実績との比較・分析結果及び自己評価
別紙4-1、4-2参照。

想定比: ●%

分析・自己評価:

(注1) 想定比 = (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 - 当年度の想定した水準) × 100 (%)

(注2) BAU 目標を設定している場合は、
想定比 = (当年度の削減量実績) / (当年度の想定した削減量) × 100 (%)

⑨ 2014 年度の見通し

別紙4-1、4-2参照。

見通しの設定根拠

⑩ 2020 年度の目標達成の蓋然性

別紙4-1、4-2参照。

進捗率: 225%

分析・自己評価: 基準年を2005年度とし、基準年に対し2013年～2020年度の13年間の平均値でエネルギー原単位を13%削減することを目指している。

協会としては各種ガイドラインを作成して会員各社に配布し、またセミナー等を活発に実施するとともに、会員各社においては削減に向けて積極的に取り組んだ結果、2008年以降のエネルギー原単位を順調に下げることができた(2008年0.162⇒2010年0.152)。

東日本大震災以降は、各SCで照明のLED化が一気に進展するなどし、エネルギー原単位の削減に大きく寄与することになった(2001年0.138、2012年0.137)。照明のLED化は現在も進行しており、今年もエネルギー原単位の削減に貢献した。

(注1) 進捗率 = (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 (%)

(注2) BAU 目標を設定している場合は、
進捗率 = (当年度削減量実績) / (2020 年度の目標水準) × 100 (%)

⑪ クレジット等の活用実績・予定と具体的事例

【活用方針】

クレジット等の活用実績・予定と具体的事例はない

【活用実績】

別紙7参照。

【具体的な取組】

--

(3)業務部門(本社等オフィス)における取組

① 業務部門(本社等オフィス)における排出削減目標

削減目標:なし

本社、支店などのオフィスにおけるCO2削減の目標をSC業界として特に設けていないが、会員企業では独自に、クールビズに代表されるような設定温度 28 度の徹底や照明管理の徹底、グリーン購入、ゴミの分別収集とリサイクル、さらには社員の通勤時における大量交通機関の利用促進などに取り組んでいる。

② エネルギー消費量、CO2排出量等の実績(調査していない)

本社オフィス等の CO2 排出実績(大手●●社計)

	2006 年度	2007 年度	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度
床面積 (万㎡)								
エネルギー消費量 (MJ)								
CO2 排出量 (万 t-CO2)								
エネルギー原単位 (MJ/㎡)								
CO2 排出原単位 (t-CO2/万㎡)								

③ 実施した対策と削減効果

別紙8参照。

④ 実績の考察と取組の具体的事例

(考察)

(取組の具体的事例)

⑤ 今後実施予定の対策と削減効果の見通し

別紙8参照。

(4) 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

削減目標:なし

現在、CO₂削減の目標をSC業界として特に設けていないが、CO₂削減に必要な運輸部門の取組には、関係する運輸・物流企業などの協力を得ながら進めていく。ただ、SCディベロッパーとしては、自ら商品を販売する立場になく、物流施設を所有することはほとんどない。

一方、地域の異業種と連携し、使用済の植物油(天ぷら油)を再生してのバイオディーゼル燃料(BDF=Bio-Diesel-Fuel)をSCの無料ショッピングバスに使用し、2008年5月より本格的運行を開始している事例があるほか、来館者に大量輸送機関の利用を促すため、バス会社と連携した共同運航バスの導入や駐車場事業者と共同で、パークアンドライドを実施している事例がある。また、電気自動車の充電スタンドを設置するSCも増えている。

② エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績(調査していない)

	2006 年度	2007 年度	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度
輸送量 (トン・km)								
エネルギー消費量 (MJ)								
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)								
エネルギー原単位 (MJ/m ²)								
CO ₂ 排出原単位 (t-CO ₂ /トン・km)								

③ 実施した対策と削減効果

対策項目	対策内容	削減効果
		t-CO ₂ /年 削減
		t-CO ₂ /年 削減
		t-CO ₂ /年 削減

④ 実績の考察と取組の具体的事例

(考察)

(取組の具体的事例)

⑤ 今後実施予定の対策と削減効果の見通し

対策項目	対策内容	削減効果
		t-CO2／年 削減
		t-CO2／年 削減
		t-CO2／年 削減

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

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	削減見込量	算定根拠、データの出所など

(2) 2013 年度の実績

低炭素製品・サービス等	取組実績	削減効果

(3) 2013 年度実績の考察と取組の具体的事例

(考察) (取組の具体的事例)
--

(4) 今後実施予定の取組

(2014 年度に実施予定の取組) (2020 年度に向けた取組予定)
--

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

海外での削減貢献等	削減貢献の概要	削減見込量	算定根拠、データの出所など

(2) 2013 年度の実績

海外での削減貢献等	取組実績	削減効果

(3) 2013 年度実績の考察と取組の具体的事例

(考察) (取組の具体的事例)
--

(4) 今後実施予定の取組

(2014 年度に実施予定の取組) (2020 年度に向けた取組予定)
--

V. 革新的技術の開発・導入

(1) 革新的技術の概要、導入時期、削減見込量及び算定根拠

革新的技術	技術の概要 ・革新的技術とされる根拠	削減見込量	算定根拠、データの出所など

(2) 2013 年度の実績

革新的技術	取組実績

(3) 2013 年度実績の考察と取組の具体的事例

(考察)

(取組の具体的事例)

(4) 今後実施予定の取組とスケジュール

(2014 年度の実績予定)

(今後のスケジュール)

VI. その他の取組

(1) 2020年以降の低炭素社会実行計画・削減目標

項目		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	検討中 2014年11月14日に開催した公共政策・環境委員会環境小委員会において、2020年度以降の自主的取組について、策定依頼があることを報告、次回同委員会(2015年2月開催予定)にて検討する予定。また、同委員会の他、公共政策・環境委員会、理事会(2015年4月開催予定)などの機関決定が必要となる。
	設定根拠	(設定根拠) (2025年の見通し)
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減貢献		
3. 海外での削減貢献		
4. 革新的技術の開発・導入		
5. その他の取組・特記事項		

(2)情報発信

① 業界団体における取組

・環境対策委員会を中心とした省エネ・CO2削減活動

協会では2008年度、国内外での環境問題に対する取り組みの重要度が増す中、「環境対策委員会(現・公共政策・環境委員会環境小委員会)」を設置し、会員に向けて環境問題に関する啓蒙活動等を強化した。

公共政策・環境委員会環境小委員会は2013年度3回開催し、協会における環境対策行動計画の策定、会員への情報発信等を行った。

＜2008年度以降の主な委員会活動＞

SC業界におけるCO2削減状況の把握…電力等エネルギー使用量実態調査の実施

改正省エネ法、東京都環境確保条例の周知徹底

環境省におけるマイボトル・マイカップ推進キャンペーンの協力

セミナー実施による啓蒙活動

クールシェアに参加・館内掲示用のポスターを作成

・「SC環境対策ガイドライン」の作成と公表

省エネ法、東京都環境確保条例の改正に対応するため、会員各社が行うべき対応、ディベロッパーとテナントの協力関係などを示した「SC環境対策ガイドライン」を2010年3月作成し、公表した。

・省エネ簡易診断の実施

個別SCごとの省エネ簡易診断を無料で行い、温室効果ガス削減に必要な設備機器の改善提案を行っている。

・SCビジネスフェアにおける環境ゾーンの設置

毎年1月開催の日本SC全国大会SCビジネスフェア(展示会)にて、環境対策の啓蒙活動を行うとともに、最新の環境関連設備や機器情報を提供した。また、SC環境問題に関するパネルディスカッションを開催し、啓蒙普及に努めた。

・SC環境セミナーの開催

2010年度は全国7支部のうち2支部(近畿支部、九州・沖縄支部)、2011年度は3支部(中部支部、北海道支部、中国・四国支部)で、SCの環境設備や機器を実際に見学する等のセミナーを実施した。2012年度は、省エネ・節電の具体的手法をさらに踏み込んで学ぶため「照明編」と「空調編」の2つに分けて、施設及び設備の見学等を含めた実利あるセミナーを東京で実施した。2013年度には、防災及び環境対策に注力して開発されたSC、イオンモール大阪ドームシティの視察研修を実施した。2014年度には、改正省エネ法及びSCにおけるその対策のセミナーを開催した。

・SCの節電対策ガイドラインを策定

2011年夏季は原発事故の影響を受け、東京電力及び東北電力管内で7月～9月の平日9時から20時における使用最大電力を、大口需要家(契約電力 500kW 以上)、小口需要家(契約電力 500kW 以下)、家庭の各部門一律に15%の削減が要請された。

計画停電や大規模停電を回避するとともに、震災復興や経済の再生に支障が生じないよう、協会では会員各社が自主行動計画をとりまとめる際のバックアップをするため、節電対策ガイドラインを策定した。

・SCにおける今夏の節電実態アンケート調査の実施

節電期間終了を受けて、SCにおける今夏(2011年)の節電実態アンケート調査を全国の会員ディベロッパー各社に向けて実施した。

アンケートによると、節電の目標については政府が要請した「15%削減」を目標として掲げたSCが最も多かった。節電対策を実施した結果どのくらい使用電力を削減することができたか、節電の実績について聞くと、「20～24%」が最も多かった。次いで、「25～29%」となっており、目標値以上

に節電したという努力の実態がわかった。

・「夏季の節電に向けて」を情報提供

2012年夏季の節電の参考に、2011年夏季の節電実態アンケート調査分析、照明における節電の取り組み(効果的に照明間引きを行うための手法)等を報告書として取り纏め、主に会員企業に向けて情報提供した。

・月刊SC JAPAN TODAY 2012年5月号にて、「高効率の節電術 ～節電と省エネでSC力をアップさせる～」を特集

「もはや節電・省エネは重要な経営課題である」と題して、鈴木武環境対策委員長が冒頭に執筆、続いてSCやテナントの節電の取り組みを実務的に紹介して、会員企業の節電の参考にさせていただいた。

・「SCの照明・空調における節電・省エネ報告書」の発行について

前記2012年度のセミナー照明編・空調編の内容を取り纏めたもので、実利ある環境対策として役立てていただくことを目指した。2013年1月16日にSCビジネスフェア2013で配布した後、会員企業に送付。

・「クールシェア」への参加呼びかけ

SCの省エネ・節電活動の一環として、環境省が進めている「クールシェア・ウォームシェア」の取り組みに協力した。具体的には、会員各社のSCにクールシェアへの協力を呼びかけ、69社・463SCが参加した。クールシェアに参加することにより、SCは地域における節電に協力している。また、ニュースリリースでクールシェアの取り組みを公表、協会HPIにはクールシェア参加一覧SCを掲載し、節電の啓蒙活動も行った。2014年度には当協会がクールシェア及びウォームシェアのSC館内掲示用ポスターを作成し、地域生活者を啓蒙し協働で節電に取り組んだ。

② 個社における取組

・省エネ・CO2排出削減のための取組・PR活動

現在は、業界の省エネ・CO2削減に向けた取り組みについての一般消費者や国民に対してのPR活動は、各社の自主性に委ねている。SC内において、そのSCが環境問題にどのように取り組んでいるかを、コーナーを設けパネル展示や映像を活用しどの程度のCO2が削減できているかなどをPRするケースや、地域の関係企業、NPO団体と協力し、エコ活動や省エネの啓蒙、実践活動をしているSCやディベロッパー企業もみられる。

・再生可能エネルギーの採用

太陽光発電、風力発電等の採用など、最近開発されたSCだけではなく、既存SCでも自然エネルギーを採用するSCが増加している。

・屋上緑化・壁面緑化の導入

屋上緑化・壁面緑化の導入により、ヒートテックアイランド対策を進めているSCもある。

・レジ袋削減について

レジ袋削減について、SC全体で取り組んでいるケースはまだ少数であるが、一方でエコバックの販売、ポイントの付与を行なっているSCも散見できる。また、SCのキーテナントである量販店、百貨店では独自でマイバックの販売や普及活動を行っており、ファッション専門店等でも同様の動きが出ている。

③ 取組の学術的な評価・分析への貢献

--

(3) 家庭部門(環境家計簿等)、リサイクル、CO2 以外の温室効果ガス排出削減等の取組

リサイクル SCから排出される廃棄物には、①可燃ごみ、②生ごみ、③不燃ごみ、④電池等の有害ゴミ、⑤段ボール、⑥古紙、⑦びん、⑧缶、⑨発泡スチロール、⑩食品トレイ、⑪ペットボトル、⑫梱包資材等の廃プラスチック類、⑬蛍光灯、⑭廃食用油、⑮金属製什器、⑯木製什器、⑰グリストラップ油泥、⑱その他汚泥、などがある。 これらの廃棄物を出来るだけ共同でリサイクル、リユース、リデュースを行っている。
--

(4) 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
☐ 政府の審議会	
☐ 経団連第三者評価委員会	
☐ 業界独自に第三者(有識者、研究機関、審査機関等)に依頼	☐ 計画策定 ☐ 実績データの確認 ☐ 削減効果等の評価 ☐ 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

☐ 無し	
☐ 有り	掲載場所: