資料７

百貨店業界の「低炭素社会実行計画」

日本百貨店協会

		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	○ 店舗における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）を指標として業界全体で、目標年度（2020年度）において、基準年度（1990年度）比20%減とする。ただし、2030年の削減目標を38%減とする。
	設定根拠	○店舗面積の増加、営業時間の延長等により、総量は増加する可能性がある。環境と経済の両立の観点から、自らの削減努力が反映するよう、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に設定。 ○本年 11 月開催の理事会において、1990 年度を基準年度とし、2013 年度までのエネルギー消費原単位の平均削減率（1.2%）を積み重ねることで、2030 年までに目標達成を図るとした。しかし、期間が長期に亘ることから、今後エネルギーや経済に関する計画・指標に連動した見直しを行う。 ○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。 ○営業日・営業時間の見直しを含め省エネに取り組む。 ○テナント・オーナーとの連携強化。自社ビル比率は半数程度であることから、主要設備の権限を持つオーナーと一体となった対策に取組む。 ○店内の空調温度緩和の取組み。 ○ＬＥＤ照明の導入促進のため、ＥＳＣＯ事業の活用促進。
２．低炭素製品・サービス等による他部門での削減		○来店時、公共交通機関の利用促進（ﾊﾟｰｸ&ﾗｲﾄﾞ等） ○環境配慮型商品の取扱いの拡大 ※運輸部門では、共同納品（納品代行制度）の促進による納品車両の削減、納品車両の天然ガス自動車への転換。物流効率化を推進するため、百貨店統一ハンガー等の導入による廃棄ハンガーの削減にも寄与。
３．海外での削減貢献		特になし
４．革新的技術の開発・導入		特になし
５．その他の取組・特記事項		省エネ・CO2 排出削減のための取組・PR 活動を進める。 ・家庭への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。 ・省エネ対策セミナーを開催し、CO2 排出削減行動を呼びかける。

百貨店業における地球温暖化対策の取組

平成 26 年 12 月 22 日
日本百貨店協会

Ⅰ．百貨店業の概要

（1）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）

（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	254店	団体加盟 企業数	85社242店舗	計画参加 企業数	85社242店舗 （100 ％）
市場規模	年間売上高 67,195 億円	団体企業 売上規模	年間売上高 62,171億円	参加企業 売上規模	年間売上高 62,171億円 （100 ％）

＊業界全体の市場規模は、2013年商業販売統計。業界団体の売上高に占める割合は92.5%。

（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

特になし

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 3 月策定）

○ 店舗における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）を指標として業界全体で、目標年度（2020 年度）において、基準年度（1990 年度）比 20%減とする。ただし、2030 年の削減目標を 38%減とする。

○ 2020 年度のエネルギー消費原単位の見通し：21.20×10^{-6} kl/（㎡・時間）

② 前提条件

○対象店舗は、百貨店店舗の建物とし、建物内の売場・バックヤード等を対象としている。

○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。

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】

○ 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。

【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】

○ 昨年度までに、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、節電対策、消費税導入前の駆け込み工事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。

○ 1990 年度を基準年度とし、2013 年度までのエネルギー消費原単位の平均削減率(1.2%)を積み重ねることで、目標水準を達成していきたい。

【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)
総営業時間の見直し		総営業時間は、ライフスタイルの変化により、基準年(90年)に対し増加。 営業時間: 基準年(90年)100:2013年123 総量は確実に増加。地域・店舗にあった総営業時間の見直し実施。
テナント・オーナーとの連携強化。		自社ビル比率は半数程度であることから、主要設備の権限を持つオーナーと一体となった対策に取組む。
店内の空調温度緩和		夏・冬のエネルギーピーク時に、適正な温度の呼びかけを実施。家庭の節電に繋がるよう実施。
ＬＥＤ照明の導入促進		ＥＳＣＯ事業の活用促進し、導入率向上する。

④ データに関する情報

指標	出典	設定方法
生産活動量 (床面積)	□ 統計 ■ 会員企業アンケート □ その他(推計等)	・「床面積×営業時間」を生産活動量とする。 ・2013年度調査の回収数:196店舗 (回答率は81%)
生産活動量 (営業時間)	□ 統計 ■ 会員企業アンケート □ その他(推計等)	・2013年度調査の回収数:196店舗 (回答率は81%)
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)	・2013年度調査の回収数:196店舗 (回答率は81%)

CO2排出量	□ 統計 □ 会員企業アンケート ■ その他（推計等）	・排出量等の算定は、自主行動計画フォローアップにおける係数を用いて算定。

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　○○kg-CO2/kWh　発電端／受電端） 　□ その他（説明：　　　　　　　　　　　　　　） 上記排出係数を設定した理由： 低炭素社会実行計画のフォローアップにおける係数に従い設定した。
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）を利用 ■ その他（内容・理由：地域熱供給については、 環境省温室効果ガス総排出量算定方法ガイドラインに従い0.057 kg-CO2/MJと設定。）

⑥ 業界間バウンダリーの調整状況

なし

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
エネルギー消費原単位：床面積×営業時間当たりのエネルギー消費量 （kℓ/㎡･h）	1990年度	▲20%	▲28.5% （▲27.2%）

【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）
189	＋13%	＋79%

（注）電力排出係数は、調整後排出係数（5.70 kg-CO2／kWh）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

○ 2013 年度調査の回収数：196 店舗 （回答率は 81%）

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】

○ 2013 年度：3.8×10^{10} ㎡・時間 ※ 生産活動量はここ数年横ばい傾向で推移している。

【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）：2013 年度：82.4 万 kl ○ （エネルギー消費原単位）：2013 年度：21.73×10^{-6} kl/（㎡・時間） ※ エネルギー消費原単位を基準年度（1990 年度）の水準に対し 1999 年度をピークに 2002 年度まで減少を続けていたが、2003、2004 年度は増加、2005 年度以降は再び減少傾向がみられ、2007 年度は基準年度比 13%減となり、以降 2008 年度、2009 年度は 2007 年度値の横這いとなり、省エネルギー努力の結果だとみている。 ※ 直近年度の 2011 年度～2013 年度は、震災後の節電対策・電気料金の値上げが寄与し、基準年度比を大きく削減した。過去のエネルギー原単位の増減の要因としては、新店・改装時の省エネ機器の導入、気候変動、入店客数の増減、店内照明の高光度化、バリアフリー対策に伴うエレベータ・エスカレーター等の動力の増加、そのほか店舗閉鎖等、様々な要因が影響していると考えられる。 ○ （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） ○ 2013 年度：188.96 万 tCO_2 ※調整後係数に基づき算出した場合 （CO2 排出原単位） ○ 2013 年度：49.85×10^{-6} t-CO2/（㎡・時間） ※調整後係数に基づき算出した場合 ※2012 年度から 2013 年度の CO_2 排出原単位の増減要因をみると、事業者の省エネ努力分により減少する一方、購入電力分原単位の増加により全体で増加している。

④ 国際的な比較・分析

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） 〇会員百貨店において、改装・改築、新規出店の際には、積極的に省エネ機器の導入・切り替えなどの省エネ投資を行い、エネルギー消費原単位の改善に向け取組んでいる。主な取り組みは以下の通りである。 (取組の具体的事例) 〇照明設備等：LED照明への積極的な交換、不要照明の徹底的消灯、照明の間引き 〇空調設備：設備更新（空調設備のインバーター化、高効率設備導入、外気導入等)、設備運転の見直し、冷暖房設定温度の変更 〇建物関係：エレベーター使用台数の削減、窓ガラスの遮熱フィルム 〇その他：営業時間と売場面積の増減、従業員の省エネ意識の浸透、クールビズ・ウォームビズの定着、お客様への省エネの呼びかけ

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。

〇 想定比:(2013年度の見通しは想定していない。) 〇 分析・自己評価: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(90 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 への積極的な切替え、節電の継続実施(業界削減目標を設定)が大きく反映された結果と思われる。

（注）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（％）

⑨ 2014年度の見通し

別紙4－1、4－2参照。

〇 見通しの設定根拠:引き続き、節電への取組み、LED 照明への切り替え促進により、年率1.2%の削減に取組んでいく。

⑩ 2020年度の目標達成の蓋然性

別紙4－1、4－2参照。

〇 進捗率:142% 〇 分析・自己評価:昨年度までに、LED 等の先進的な省エネ設備の導入やリニューアルに伴う設備・機器の更新などを積極的に行われ、既に目標を達成。しかし、現在でも、エレベーター・エスカレーターの一部停止や照明の一部消灯等を実施している。今後の景気回復や、今後の個人消費主体経済への移行により、来店客数が上昇すると思われ、安全性の確保から、昇降機や照明は震災以前の状態に戻すことになる。2011～2013年の特殊要因を除くと、大幅な削減効果が見込めないことから、現状のエネルギー消費量を維持しつつも、設備の更新時・新規出店時には省エネ効率の高い機器を順次導入することにより、さらなる削減に向け取組んでいきたい。

（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＝（当年度の想定値－当年度の実績水準）／（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】

【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：策定していない。 ○ 店舗内に含まれてしまうため、独自目標の設定なし。

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（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: 策定していない。

② エネルギー消費量、CO2排出量等の実績

	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）								
CO2 排出量（万 t-CO2）								
エネルギー原単位（MJ/m^2）								
CO2 排出原単位（t-CO2/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-CO2／年　削減
		t-CO2／年　削減
		t-CO2／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
地産地消の推進	物流エネルギーの削減		
高機能繊維の商品	吸湿性・通気性・保湿性、冷汗接触等の高機能繊維を使用することによる空調温度緩和に繋がる。		
高効率家庭用品器具等	家庭の節電に繋がる		
来店時の公共交通機関の利用促進（ﾊﾟｰｸ&ﾗｲﾄﾞ等）	自家用車使用の削減		
共同納品（納品代行制度）の促進	物流効率化を推進するため、百貨店統一ハンガー等の導入による廃棄ハンガーの削減にも寄与。納品車両の削減、納品車両の天然ガス自動車への転換。		

（2）2013 年度の取組実績

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 年度の取組実績

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 年度の取組実績

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 年度の取組予定）

（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

<table>
<tr><th colspan="2">項目</th><th>計画の内容</th></tr>
<tr><td rowspan="2">1．国内の企業活動における2030年の削減目標</td><td>目標</td><td>○ 店舗における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）を指標として業界全体で、目標年度（2030年度）において、基準年度（1990年度）比38％減とする。</td></tr>
<tr><td>設定根拠</td><td>（設定根拠）
○ 1990年度を基準年度とし、2013年度までのエネルギー消費原単位の平均削減率（1.2％）を積み重ねることで、目標水準を達成していきたい。

（2025年の見通し）
○ 2025 年度のエネルギー消費原単位：19.90×10^{-6} kl/（㎡・時間）</td></tr>
<tr><td colspan="2">2．低炭素製品・サービス等による他部門での削減貢献</td><td>○ 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。
○ 家庭の電気使用量の削減に寄与するための来店促進。（夏はクールシェア、冬はウォームシェアを呼びかけ）
○ 物流効率化を推進するため、百貨店統一ハンガー等の導入による廃棄ハンガーの削減にも寄与。</td></tr>
<tr><td colspan="2">3．海外での削減貢献</td><td>特になし</td></tr>
<tr><td colspan="2">4．革新的技術の開発・導入</td><td>特になし</td></tr>
<tr><td colspan="2">5．その他の取組・特記事項</td><td>省エネ・CO2排出削減のための取組・PR活動を進める。</td></tr>
</table>

（2）情報発信

① 業界団体における取組

1.「クールビス」・「クールシェア」、「ウォームビズ」・「ウォームシェア」、節電の呼びかけ。
　→「クールビズ」は、全国 6 都市（仙台・東京・名古屋・大阪・岡山・熊本）
2.「スマート・クール・バッグ」の作製・販売→マイバッグ促進を呼びかける。

② 個社における取組

商品を通じ環境配慮を実施。

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

（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：