資料7－1

日本百貨店協会

産業構造審議会　産業技術環境分科会
地球環境小委員会　流通・サービスWG

百貨店業界の「低炭素実行計画」

2016年2月18日（木）
日本百貨店協会

1．日本百貨店協会の概要

日本百貨店協会

■ 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

82社224店舗（2015年6月1日現在）

[参考] 業界規模

	業界全体の規模	日本百貨店協会の規模
企業数	250事業所	83社240店舗
売上高（年間）	68,274億円	62,125億円

*業界全体の規模は、2014年経済産業省「商業販売統計」における調査対象となる百貨店（2014年12月末現在）
当協会の売上高に占める割合は91%
*日本百貨店協会の規模は、2014年12月末現在

1．日本百貨店協会の概要

日本百貨店協会

■ 全国百貨店の売上高・売場面積・年間平均総営業時間の推移

暦 年	店舗数	売上高（億円）	指数	店舗面積（万㎡）	指数	総営業時間	指数
1990（平2）	260	**93,302**	100	493.8	100	2847	100
1997（平9）	294	91,876	98	629.5	127	3139	110
1998（平10）	303	91,774	98	683.8	138	3212	113
1999（平11）	**311**	89,936	93	706.5	143	3285	115
2000（平12）	308	88,200	96	**710.7**	144	3358	118
2001（平13）	298	85,725	92	692.0	140	3577	126
2002（平14）	292	83,447	89	689.8	140	3467	122
2003（平15）	288	81,117	87	687.7	139	3470	122
2004（平16）	285	78,788	84	687.8	139	3504	123
2005（平17）	281	78,414	84	689.0	140	**3565**	125
2006（平18）	277	77,700	83	683.0	138	3560	125
2007（平19）	278	77,052	83	679.6	138	3550	125
2008（平20）	280	73,813	79	680.7	138	3492	123
2009（平21）	271	65,841	71	669.5	138	3523	124
2010（平22）	261	62,921	67	652.3	132	3478	122
2011（平23）	254	61,526	66	641.6	130	3411	120
2012（平24）	249	61,453	66	631.6	128	3445	121
2013（平25）	242	62,171	66	625.1	126	3511	123
2014（平26）	240	62,125	66	616.8	125	3553	124

※店舗面積：大店立地法による店舗床面積に食堂・喫茶・サービス部門を合計したもの。
※総営業時間（推定）：平成3年からの大店法規制緩和により営業時間延長・休業日数削減が進んだ。

2．日本百貨店協会の環境への取組

日本百貨店協会

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

＊第１次オイルショック

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

＊第２次オイルショック

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）

２．日本百貨店協会の環境への取組

日本百貨店協会

百貨店業界の「低炭素社会実行計画」における目標

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（1990年度）比20%の減とする。ただし、２０３０年度の削減目標を３８%減とする。

※エネルギー消費原単位（ｋｗｈ／㎡・ｈ）＝エネルギー消費量÷（延床面積×営業時間）

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：目標年度において**基準年度比 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（2020年度）において、基準年度（1990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

2．日本百貨店協会の環境への取組

夏（クールビズ）・冬（ウォームビズ）には、空調温度の緩和を実施
お客様に、節電への気づきとなる〝きっかけ〟となるよう取組む。

特に、冬に関しては、
「暖房を入れ過ぎているのでないか」
「販売員のために暑すぎる」との意見が多く寄せられます。
しかし、店内は、暖房はほとんど使用しておらず、照明とお客様の体温により、
店内が暖まり、各店では、冷たい外気の取入れ等、空調管理しています。
そこで、冬の店内温度について積極的にお客様に対し、
ご理解をいただく活動を実施いたします。

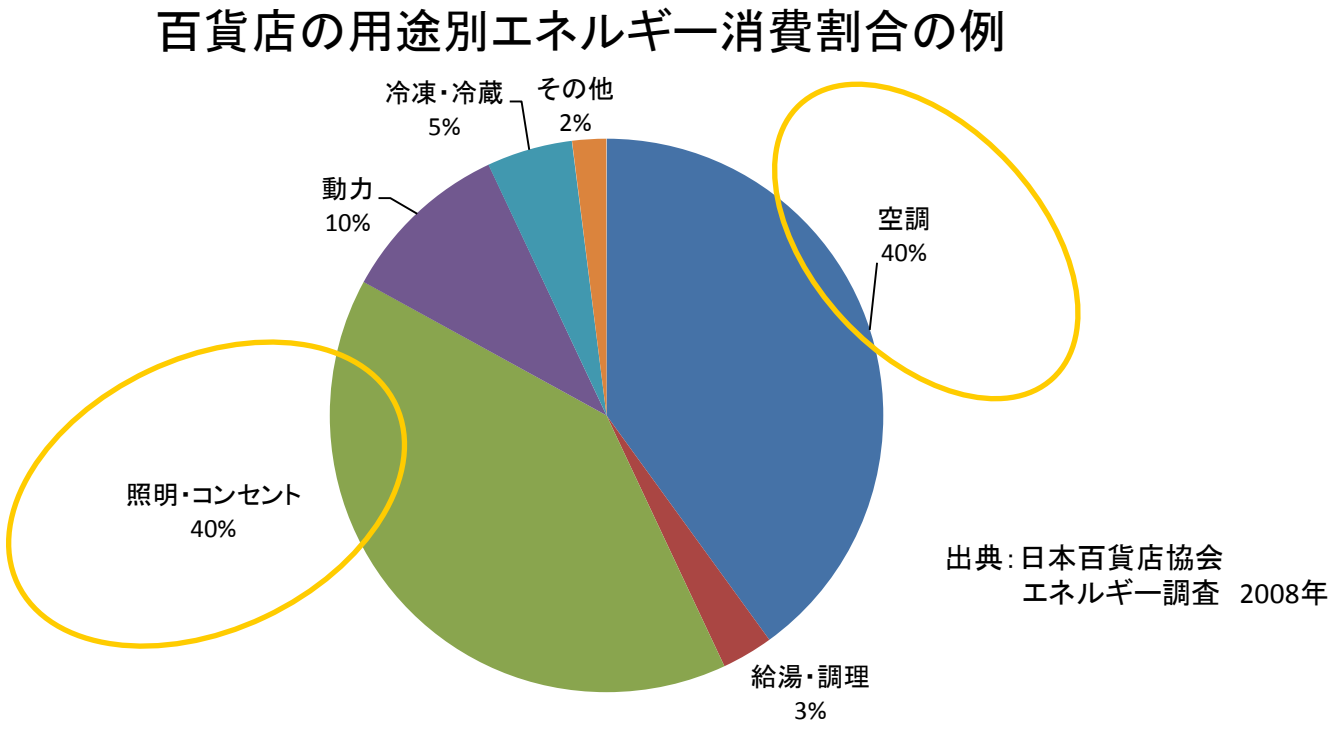
ファッションショーやトークショー

「喜多方市森林整備加速化プロジェクト」により創出された
J-VERを使用し、喜多方市森林整備プロジェクトを紹介
東北地域カーボン・オフセットグランプリ「支援賞」受賞

3．百貨店の用途別エネルギー消費割合の例

日本百貨店協会

百貨店のエネルギー種別割合の例：電力81%、ガス13%、地域冷暖房6%、重油0.1%



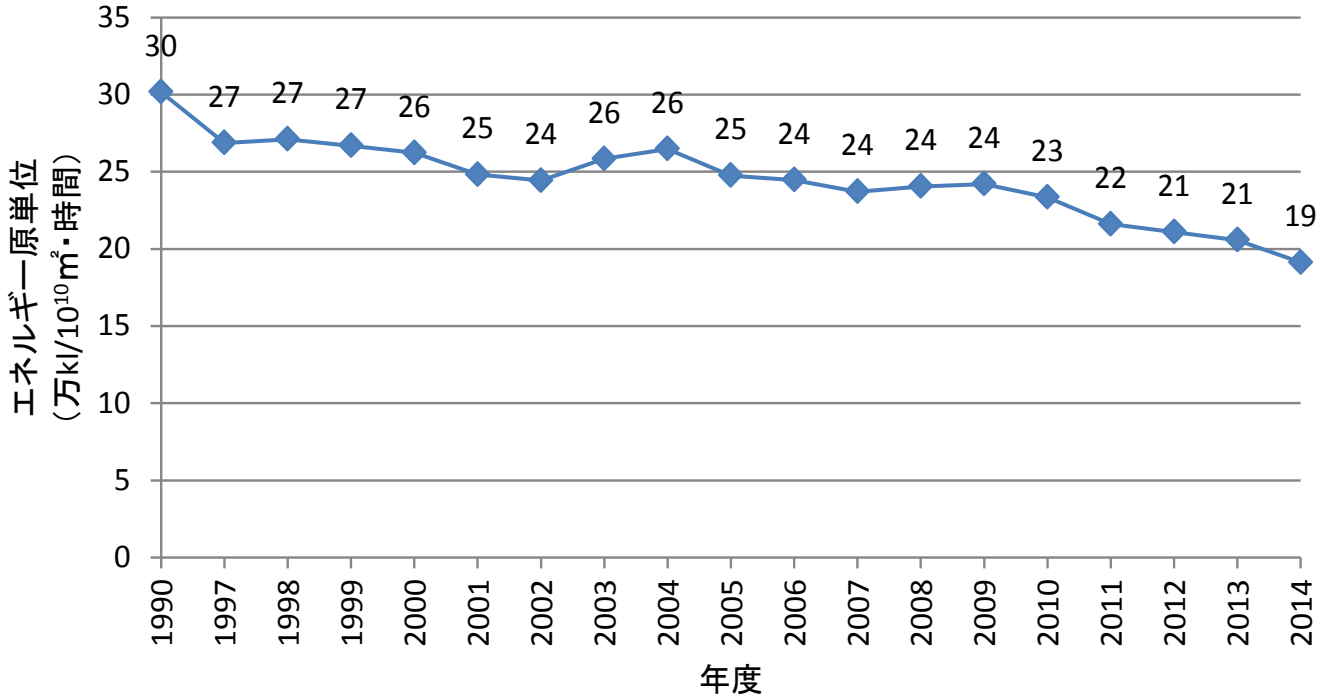
＊百貨店では、白熱灯（スポット）を中心に商品ディスプレイ用の照明を多く使用することから、エネルギー消費量全体に占める照明用電力消費の割合が高い。
このため熱負荷が大きく、中間期、冬期も含めて通年冷房を行っている施設が多い。

しかし、ＬＥＤ照明への積極的な切り替えを行っていることから、熱負荷が軽減し、空調負荷低減に繋がっている。

４．百貨店の用途別エネルギー消費割合の例

日本百貨店協会

エネルギー消費原単位の実績トレンド



百貨店業のエネルギー原単位は、いずれの年も90年度水準を下回って推移している。
特に2011年度以降では減少傾向が強い。2014年度のエネルギー原単位は過去最小の19.1万kl/1010㎡・時間、
基準年比36.6%、2013年度比7.0%の減少となった。
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。

【2014年度の取組実績】（取組の具体的事例）
○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
○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
○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

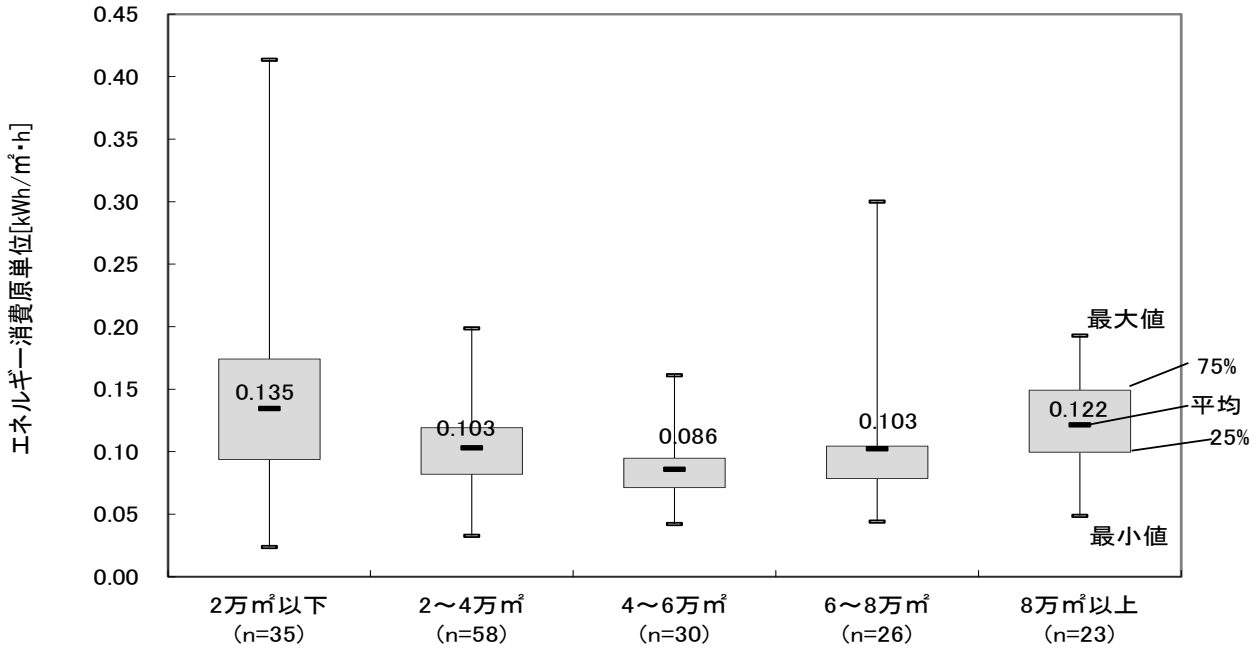
5. 百貨店のベンチマーク

日本百貨店協会

百貨店業界のベンチマーク（＝トップランナー基準）の策定

　これまで当協会では、百貨店業界は比較的同じ業態が多いことから、
先進的に省エネに取組んでいる百貨店とそうでない百貨店を比較することで、
さらなる省エネの努力が可能と判断し、毎年、アンケート結果をフィードバックしてきた。（2007年～）
　しかし様々な問題点や課題もあることから、あくまで自店が百貨店業界全体の中でどの位置にあるかを確認し、平均値より効率が悪ければ、どこに問題があるかを探る参考指標と位置付けている。
＊当業界は、省エネ法ベンチマーク制度の対象業種ではない。

（エネルギー消費量／延床面積×営業時間）



日本百貨店協会「百貨店店舗のエネルギー使用量実態調査」（2015年7月調査結果）