

百貨店業界「低炭素社会実行計画」(2020 年目標)

		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。 ○ 昨年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%）を積み重ねることから、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り組む。 ○ 店内の空調温度緩和の取組み。 ○ LED照明の積極的な導入のため、ESCO事業の活用を促進。
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<u>2020年の削減貢献量：</u> ○ 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 ○ 国民運動「クールチョイス」の推進による低炭素行動の呼びかけを実施（クールビズ等の実践） ※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。物流効率化を促進するため、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		<u>2020年の削減貢献量：</u> 特になし
4. 革新的技術の開発・導入		<u>2020年の削減貢献量：</u> 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 28 年 2 月 18 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	250事業所	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	売上高 68,274 億円	団体企業 売上規模	売上高 62,125 億円	参加企業 売上規模	売上高 62,125億円 (100%)

*業界全体の規模・市場規模は、2014年商業販売統計。市場規模における業界団体の売上高に占める割合は91%。

(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

① 2020年度に向けたカバー率向上の見通し【新規】

年度	自主行動計画 (2012年度) 実績	低炭素社会実 行計画策定時 (2013年度)	2014年度 実績	2015年度 見通し	2020年度 見通し
カバー率	100%	100%	100%	100%	100%

(2015 年度以降の見通しの設定根拠)

日本百貨店協会の自主行動計画ではこれまでカバー率 100%を継続して取組を進めてきている。
今後も引き続きカバー率を維持して取組を継続したい。

② 2014年以降の具体的な取組

	取組内容	取組継続予定
2014年度実績		有／無
		有／無
2015年度以降		

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

【目標】(2012 年 3 月策定)

○店舗におけるエネルギー消費量原単位（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。

【目標の変更履歴】

○2014 年 11 月:2030 年の削減目標を設定

【その他】

② 前提条件

【対象とする事業領域】

- 対象店舗は、会員百貨店店舗の建物とし、建物内の売場・バックヤード等を全て対象としている。
- 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。

【2020 年の生産活動量の見通し及び設定根拠】

見通し：現状維持

根拠：

【電力排出係数】※CO2 目標の場合

☐ 電気事業連合会における過年度の実績値

(〇〇kg-CO2/kWh: 〇〇年度 発電端/受電端 実排出係数/調整後排出係数)

☐ その他(〇〇kg-CO2/kWh)

<その他の係数を用いた理由>

[

【その他燃料の係数】※CO2 目標の場合

☐ 総合エネルギー統計(〇〇年度版)

☐ その他

<その他の係数の説明及び用いた理由>

[

【BAU の定義】※BAU 目標の場合

BAU 目標を設定していない

【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】

<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(指標の計算の具体的方法や出典を明記すること)

☐ BAU の設定方法の詳細説明

■ その他

＜具体的説明＞

- 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。
- 1990 年度を基準年度とし、2014 年度までのエネルギー消費原単位の平均削減率(1.5%)を積み重ねることで、日々の省エネを積みかさね、目標水準を達成していきたい。

【昨年度フォローアップ結果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
- ☒ 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）

2030 年目標を設定した直後であるため

【今後の目標見直しの予定】(Ⅱ.(1)③参照。)

- ☐ 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＞

○今後のエネルギーや経済に関する計画・指標に連動して、必要に応じた見直しを行う。

【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	算定根拠
CGS 導入	ガス・コージェネレーションシステムによる電気・熱の同時供給・利用により、エネルギーの効率化と災害等のリスク対応力向上を図る。	未定	未定	未定
空調機	インバーター導入を含めた高効率空調機への改修	6,450 (MJ/年)	2015年度 40% ↓ 目標年度 60%	個社の想定による
照明器具	LED等高効率器具への更新	8,426 (MJ/年)	2015年度 40% ↓ 目標年度 90%	個社の想定による
昇降機	高効率モーター等を使用した機種への更新	578 (MJ/年)	2015年度 30% ↓ 目標年度 40%	個社の想定による

※いずれも業界全体ではなく個社の導入想定

<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	算定根拠

<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	算定根拠

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 ☐ 省エネ法 ☒ 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。 ・2014年度調査の回収数:172店舗(回答率は71%)
エネルギー消費量	☐ 統計 ☐ 省エネ法 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他(推計等)	・2014年度調査の回収数:172店舗)回答率は71%)
CO2排出量	☐ 統計 ☐ 省エネ法・温対法 ☒ 会員企業アンケート ☐ その他(推計等)	・排出量等の算定は、2014年度の実電端ケース調整後排出係数(tCO2/万kWh)を用いた。

⑤ 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>

[

⑥ 2013 年度以前からの計画内容の変更の有無

- ☐ 別紙3参照
☒ 差異なし

⑦ 対象とする領域におけるエネルギー消費実態【新規】

【エネルギー消費実態】

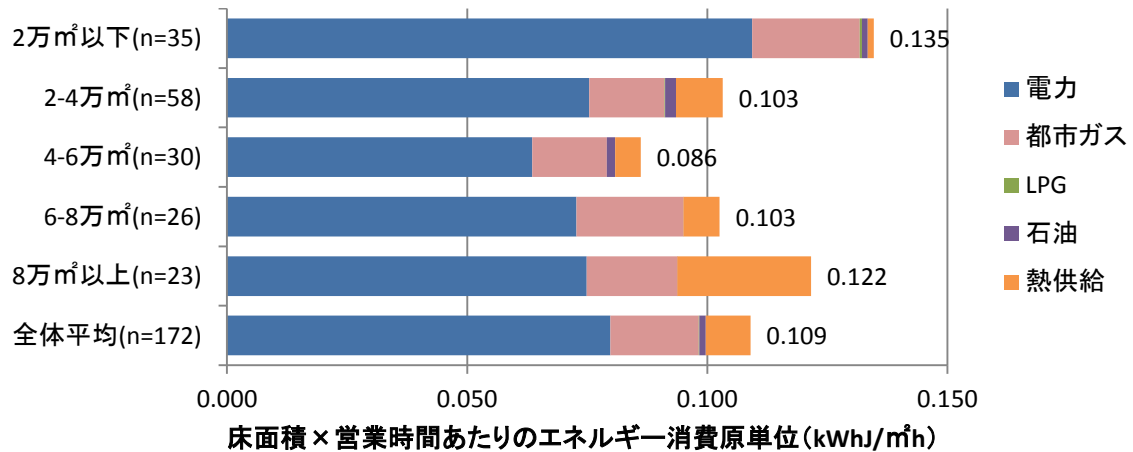


図 1 店舗総面積別 床面積×営業時間当たりのエネルギー種別消費原単位

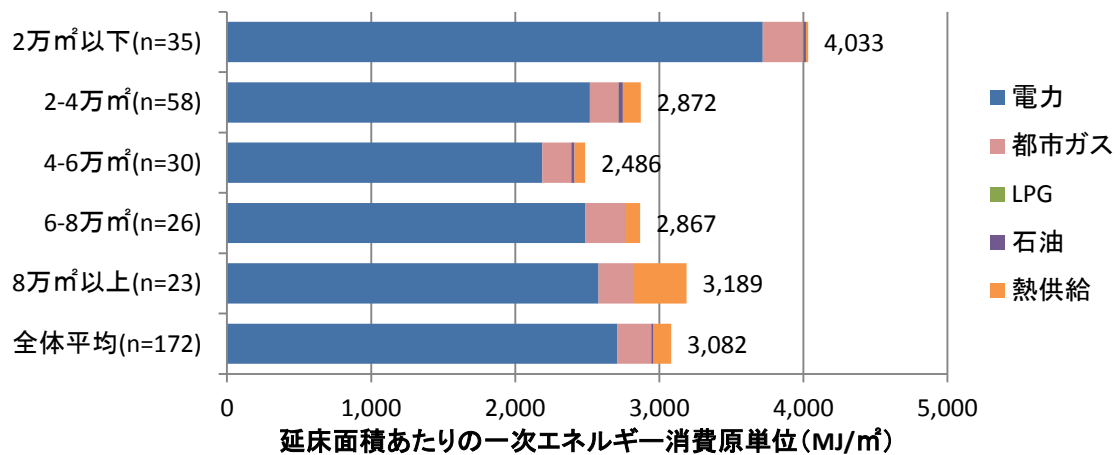


図 2 店舗総面積別 延床面積当たりの一次エネルギー消費原単位（参考）

百貨店店舗の延床面積あたりのエネルギー消費量は、その大半が電力消費量である。エネルギー消費原単位を店舗総面積区分ごとに比較すると、2 万 ㎡ 以下が最も多く、次いで 8 万 ㎡ 以上が多い。

2 万 ㎡ 以下の区分には、エネルギー消費量が多い食料品売場の構成比が高い小規模店舗が複数含まれることが平均原単位を上げる要因となっている。他方、8 万 ㎡ 以上の店舗には、売上高の大きい大都市の大型店舗が多く含まれ、またこれら店舗には比較的古い建物が多いことから、平均原単位を上げる要因になっていると考えられる。

【電力消費と燃料消費の比率(CO2 ベース)】

電力： 91%

燃料： 9%

(2) 実績概要

① 実績の総括表

【総括表】(詳細は別紙4参照。)

	基準年度 (1990年度)	2013年度 実績	2014年度 見通し	2014年度 実績	2015年度 見通し	2020年度 目標	2030年度 目標
生産活動量 ($\text{m}^2 \cdot \text{時間}$)	2.1×10^{10}	3.8×10^{10}		3.7×10^{10}			
エネルギー 消費量 (原油換算万 kl)	63.8	78.0		71.5			
電力消費量 (億kWh)	26.0	31.8		29.2			
CO2排出量 (万t-CO2)	104.9 ※1	179.4 ※2	※3	160.9 ※4	※5	※6	※7
エネルギー 原単位 (万kl/ 10^{10} $\text{m}^2 \cdot \text{時間}$)	30.164	20.567		19.119		24.13	18.7
CO2原単位 (万t-CO2/ 10^{10} $\text{m}^2 \cdot \text{時間}$)	49.617	47.331		42.997			

【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4	※5	※6	※7
排出係数[kg-CO2/kWh]	0.417	0.570		0.554			
実排出/調整後/その他	調整後	調整後		調整後			
年度							
発電端/受電端	受電端	受電端		受電端			

【2020 年実績評価に利用予定の排出係数の出典に関する情報】

排出係数	理由／説明
電力	☐ 実排出係数(2020年度 発電端／受電端) ☒ 調整後排出係数(2020年度 発電端／受電端) ☐ 特定の排出係数に固定 ☐ 過年度の実績値(〇〇年度 発電端／受電端) ☐ その他(排出係数値:〇〇kWh/kg-CO ₂ 発電端／受電端) <上記排出係数を設定した理由>
その他燃料	☐ 総合エネルギー統計(2020年度版) ☒ 温対法 ☐ 特定の値に固定 ☐ 過年度の実績値(〇〇年度:総合エネルギー統計) ☐ その他 <上記係数を設定した理由> 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0.057kg-CO ₂ /MJと設定。

② 2014 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/BAU	目標水準	2014年度実績① (基準年度比/BAU比)	2014年度実績② (2013年度比)
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/m ² ・h)	1990年度	▲20%	▲37%	▲7%

【CO₂ 排出量実績】

	2014年度実績	基準年度比	2013年度比
CO ₂ 排出量削減割合	160.9万t-CO ₂	+53%	▲10%

③ データ収集実績(アンケート回収率等)、特筆事項

【アンケート実施時期】

2015 年 7 月～2015 年 8 月

【アンケート対象企業数】

242 社(業界全体の 100%、低炭素社会実行計画参加企業数の 100%に相当)

【アンケート回収率】

71%

【その他特筆事項】

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】

＜2014 年度実績値＞

生産活動量： $3.7 \times 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{時間}$ （基準年度比＋76%、2013 年度比▲2.6%）

＜実績のトレンド＞

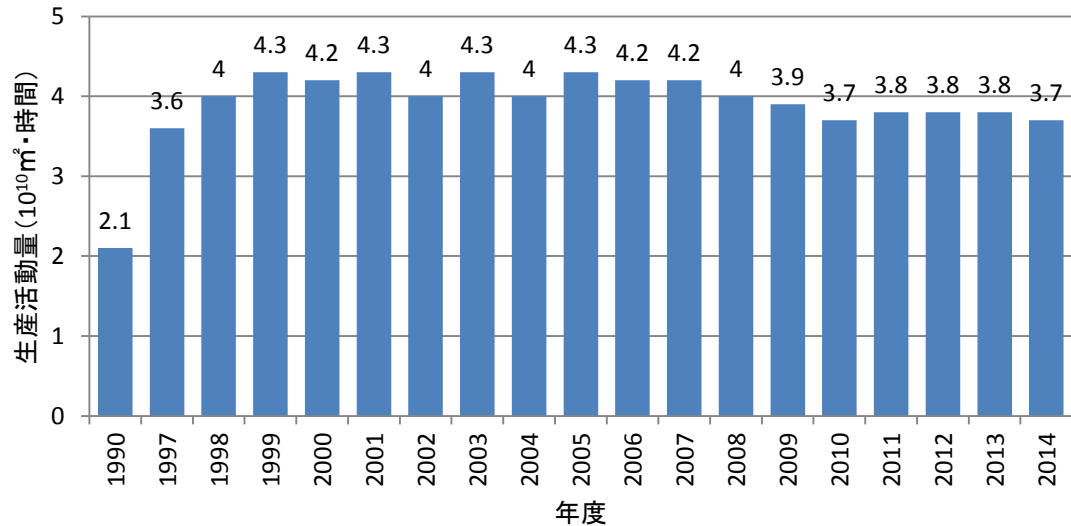


図 3 生産活動量の実績トレンド

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 $4 \times 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{時間}$ 以上であったが、2009 年以降は減少傾向に転じ、2014 年度は $3.7 \times 10^{10} \text{ m}^2 \cdot \text{時間}$ で、基準年度と比較すると＋76%であるものの、前年度と比較すると 2.6%の減少となっている。

【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

＜2014 年度の実績値＞

エネルギー消費量: 71.5 万 kl（基準年度比 +12%、2013 年度比 ▲8.3%）

エネルギー原単位: 19.1 万 kl/10¹⁰ m²・時間（基準年度比 ▲36.6%、2013 年度比 ▲7.0%）

＜実績のトレンド＞

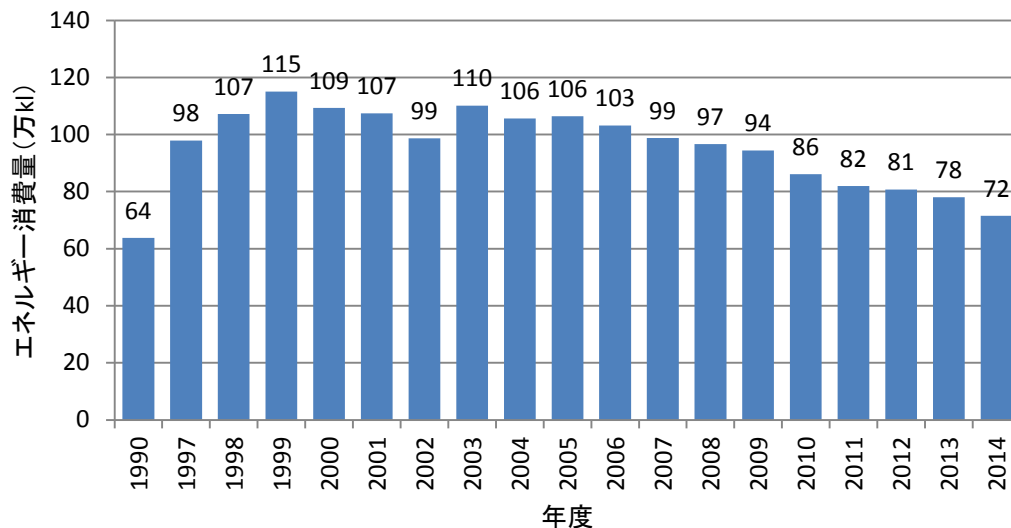


図 4 エネルギー消費量の実績トレンド

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 年度からは減少傾向に転じており、2014 年度では 1997 年度以降の実態調査結果で最も小さい値となり、原油換算ベースで 71.5 万 kl、前年度比で 8.3%の減少となった。

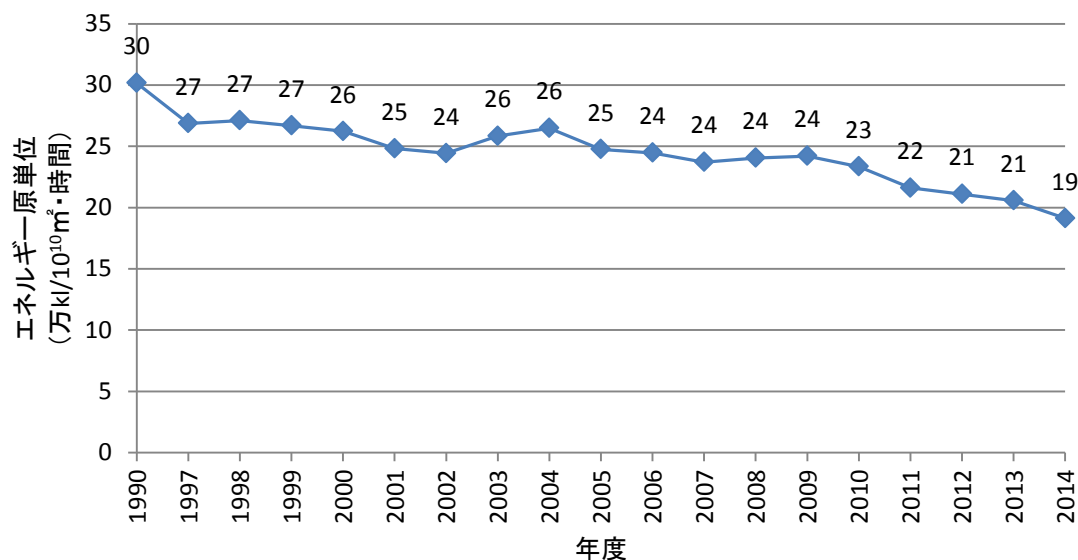


図 5 エネルギー消費原単位の実績トレンド

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が、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 m²・時間、基準年比 36.6%、2013 年度比 7.0%の減少となった。

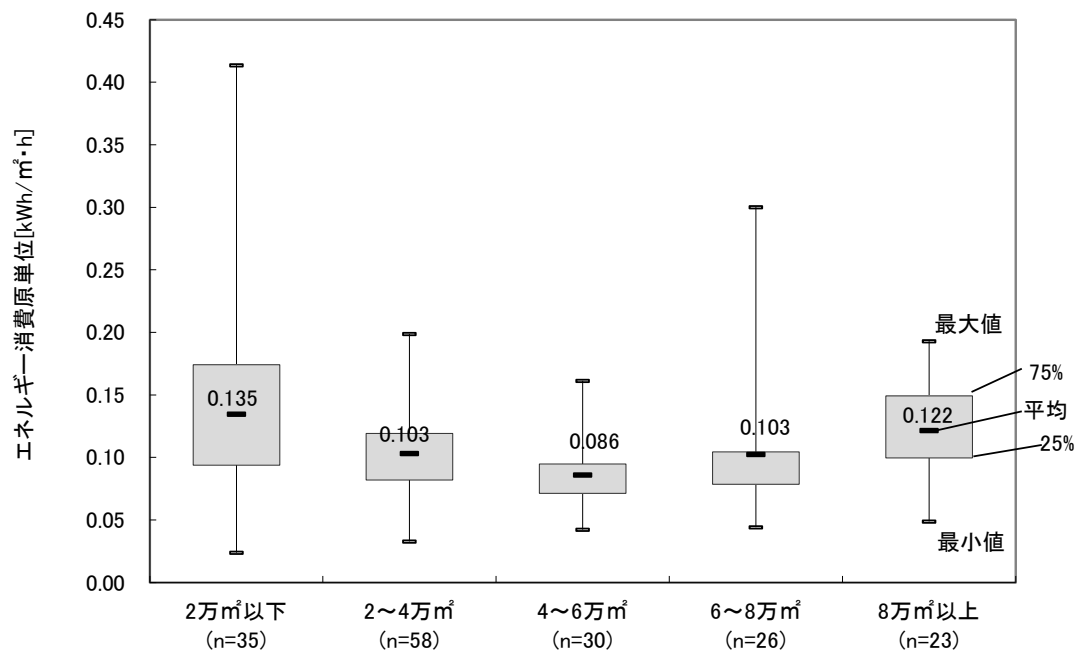


図 6 百貨店の規模別エネルギー消費原単位の分布

<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)

百貨店協会全体のエネルギー消費原単位は基準年度(1990 年度)以降、2014 年度までに平均 ▲1.5%と、省エネ法の改善目標を上回って推移している
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>

<今年度の実績とその考察>

☒ 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】

＜2014 年度の実績値＞

CO2 排出量：161.4 万 t-CO2（基準年度比+53.9%、2013 年度比▲10.0%）

CO2 原単位：43.1 万 t-CO2/10¹⁰ m²・時間（基準年度比▲13.1%、2013 年度比▲8.9%）

＜実績のトレンド＞

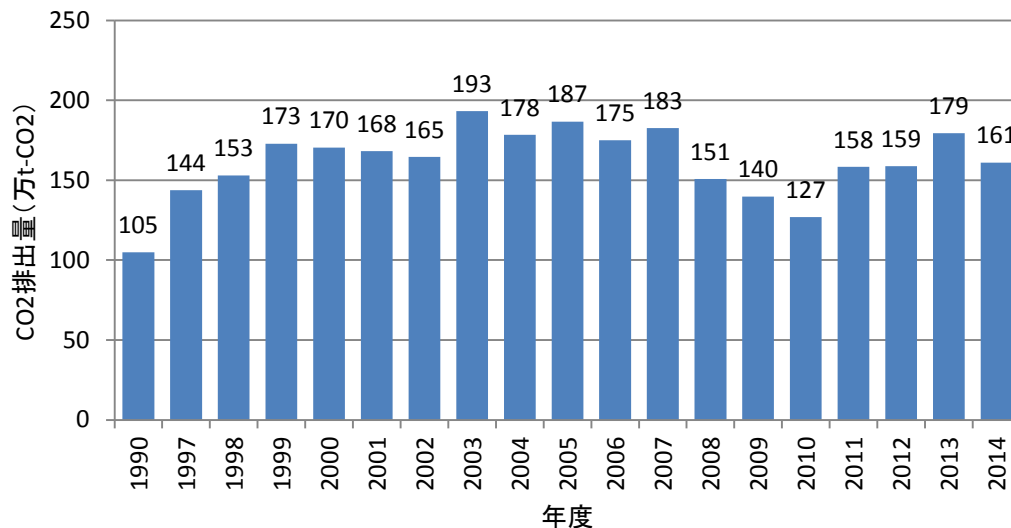


図 7 CO2 排出量の実績トレンド

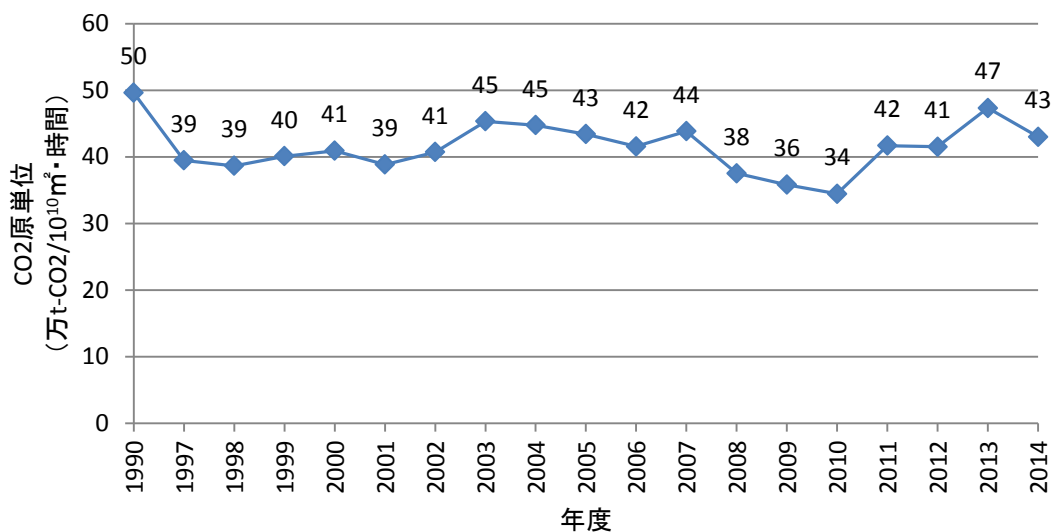


図 8 CO2 排出原単位の実績トレンド

- 百貨店業の CO2 排出量は、1997 年度以降の実態調査結果においては、いずれも 90 年度水準を上回って推移している。2014 年度は基準年度比では+53.9%となったが、昨年度と比較すると 10.0%減少した。
- 百貨店業の CO2 原単位は、1997 年度以降の実態調査結果においては、いずれも 90 年度水準を下回って推移している。2014 年度は 2013 年度比で 8.9%の減少となった。

【要因分析】(詳細は別紙5参照。)

(CO2 排出量)

	基準年度→2014 年度変化分		2013 年度→2014 年度変化分	
	(万 t-CO2)	(%)	(万 t-CO2)	(%)
事業者省エネ努力分	-63.853	-60.9	-12.406	-7.8
燃料転換の変化	-8.157	-7.8	-1.474	-0.9
購入電力の変化	50.817	48.4	-2.445	-1.5
生産活動量の変化	77.150	73.6	-2.258	-1.4

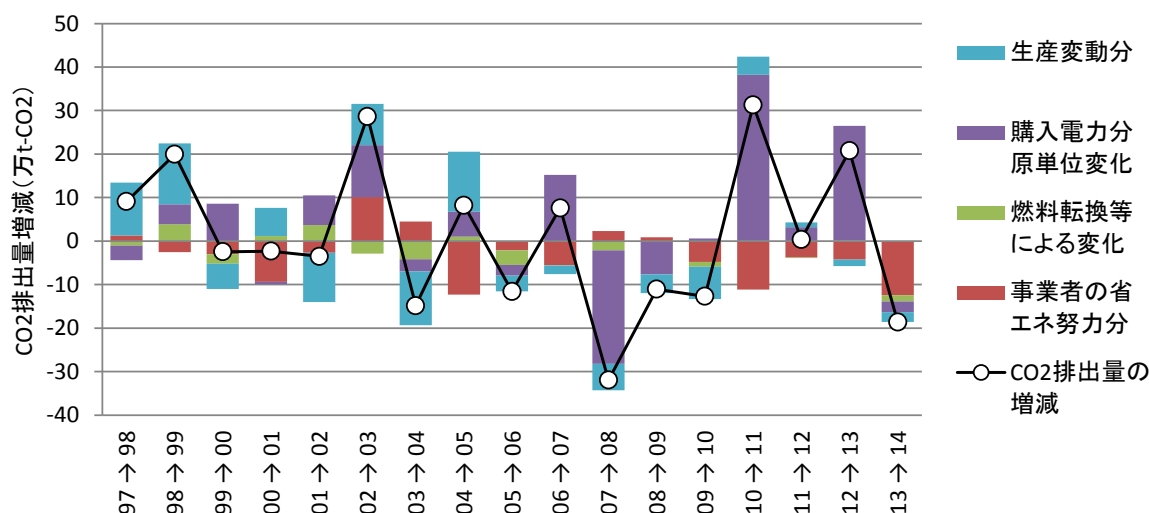


図 9 CO2 排出量の増減要因分析

百貨店業の CO2 排出量は、1990 年度以降増加傾向で推移してきたが、2003 年度をピークに減少傾向に転じている。震災後は CO2 排出量が大幅に増加したが、13 年から 14 年では大きく減少した。事業者の省エネ努力分の 12.4 万トン-CO2 によるところが大きく、生産変動分では 2.3 万トン-CO2、購入電力分原単位変化では 2.4 万トン-CO2、燃料転換等による変化では 1.5 万トン-CO2 で、事業者の省エネ努力分と合わせて全体で 18.6 万トン-CO2 の減少となっている。

⑤ 国際的な比較・分析

☐ 国際的な比較・分析を実施した

☒ 実施していない

(理由)

特になし

⑥ 実施した対策、投資額と削減効果の考察

【総括表】(詳細は別紙6参照。)

年度	対策	投資額※ ¹	年度当たりの エネルギー削減量 CO ₂ 削減量※ ¹	設備等の使用期間 (見込み)※ ²
2014 年度	照明設備等	2.18 億円	1406,965MJ(2 件)	9～10 年
		－	87.81t-CO ₂ (1 件)	－
		0.8 億円	0.09 億円(1 件)	7 年
	空調設備	0.70 億円	158,841MJ(2 件)	15～20 年
	建物関係	1.81 億円	1,608MJ(1 件)	30 年
		－	60.7t-CO ₂ (1 件)	－
2015 年度	照明設備等	3.53 億円	9,264,830MJ(4 件)	9～10 年
	空調設備	0.57 億円	119,911MJ(2 件)	15～20 年
	建物関係	0.63 億円	85MJ(1 件)	30 年
2016 年度 以降	照明設備等	0.43 億円	92,702MJ(3 件)	9～10 年
	空調設備	1.03 億円	41,794MJ(2 件)	15～20 年
	建物関係	0.36 億円	9,239MJ(2 件)	20～30 年

※1「投資額」および「年度あたりのエネルギー削減量・CO₂ 削減量」は、MJ または kWh、t-CO₂、円と回答の単位が異なるため、各単位の回答の合計値(kWh は 2 次エネルギー換算によりMJと統合)を示している。括弧内は回答件数。

※2「設備等の使用期間」は、回答の最短～最長の年数を示している。

【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

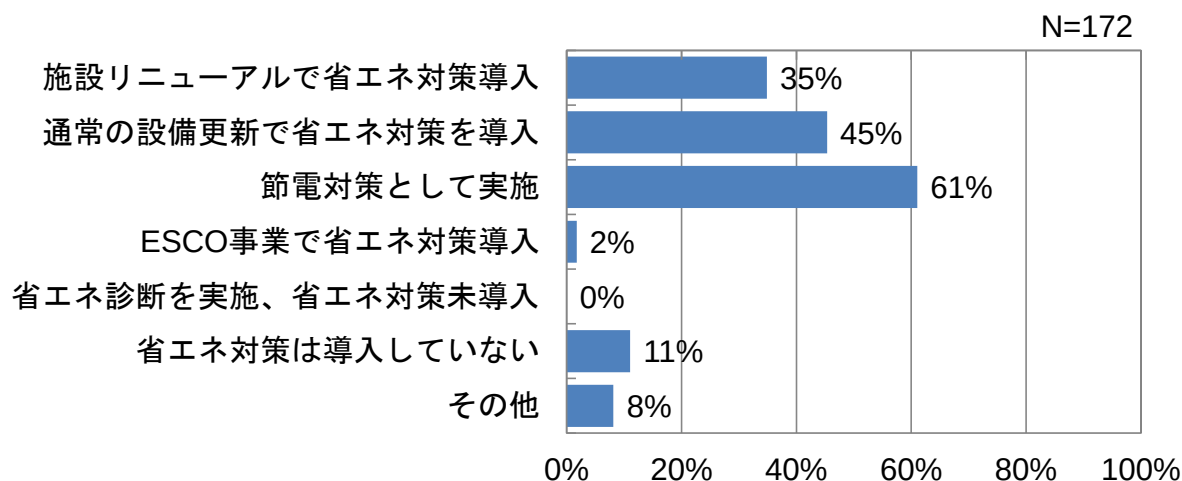


図 10 省エネルギー対策の導入状況(2015 年 7 月調査時)

N=172

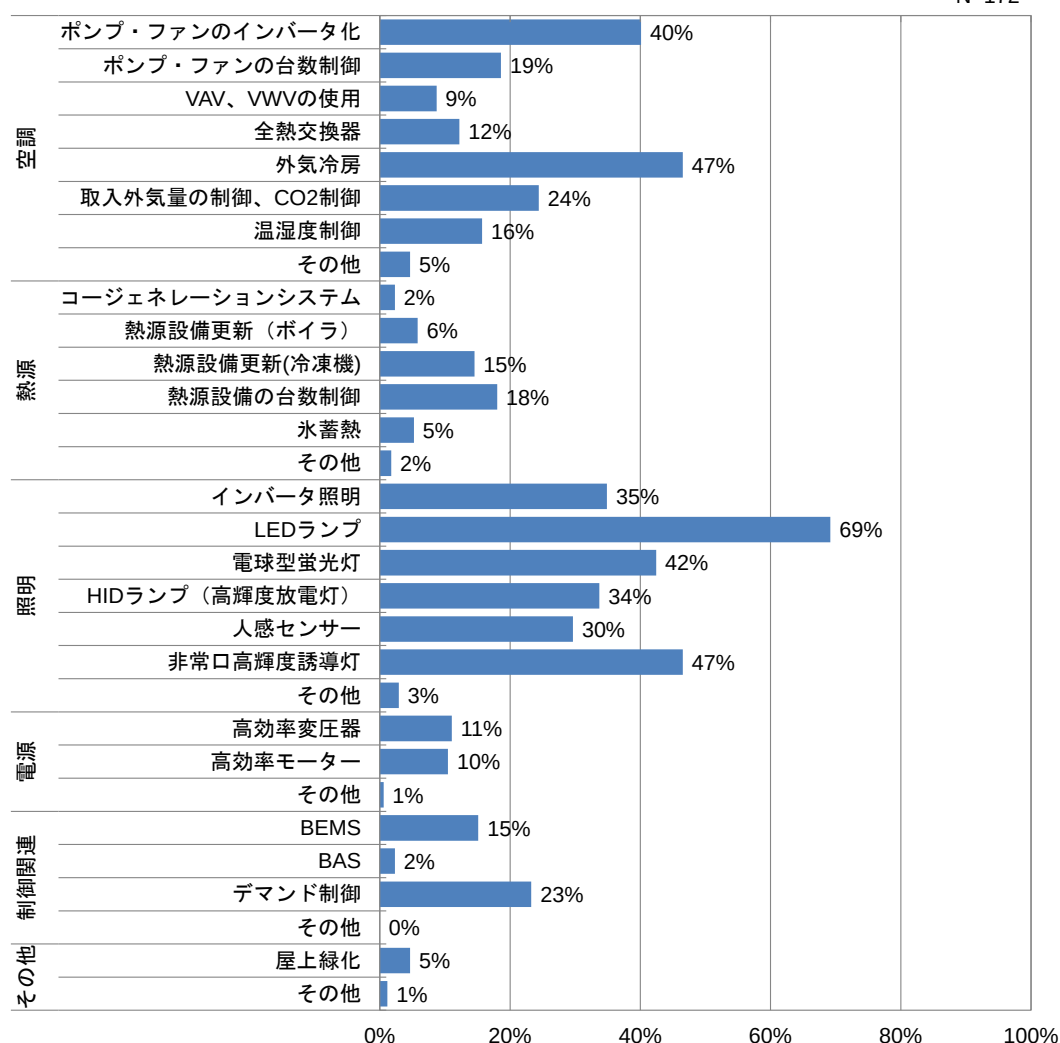


図 11 省エネルギー対策（ハード面）の導入状況

N=172

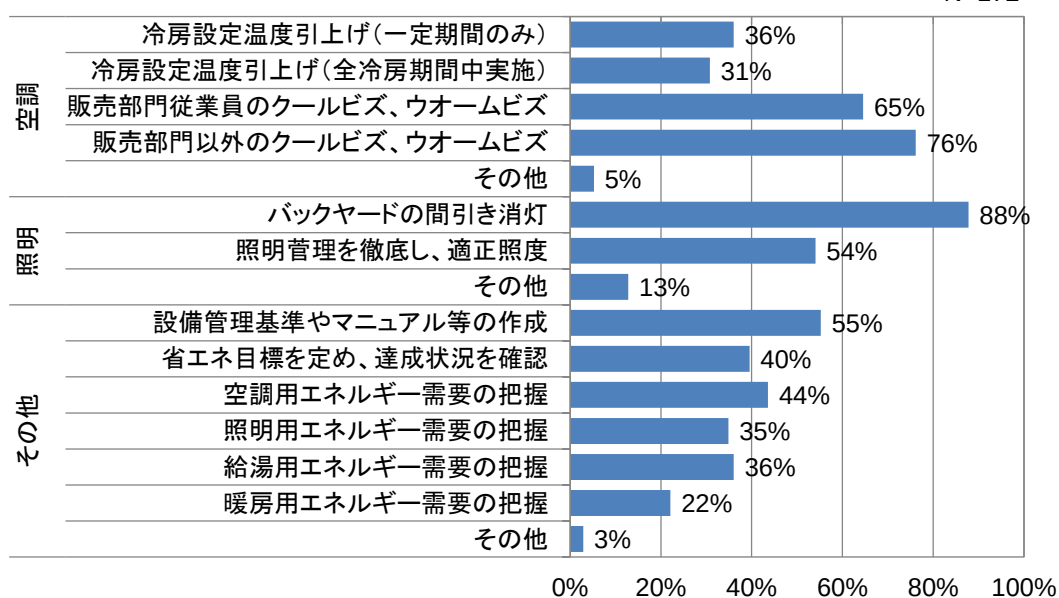


図 12 省エネルギー対策（ソフト面）の導入状況

(取組実績の考察)

- 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。

【2015 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)

(

⑦ 当年度の想定した水準(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】

【自己評価・分析】(3段階で選択)

<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(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。

(自己評価を踏まえた次年度における改善事項)

(

⑧ 次年度の見通し

【2015 年度の見通し】

(総括表)

	生産活動量	エネルギー消費量	エネルギー原単位	CO2 排出量	CO2 原単位
2014 年度実績	3.7×10^{10} m ² ・時間	71.5 万 kl	19.119 万 kl/10 ¹⁰ m ² ・時間	160.9 万 t-CO2	42.997 万 t-CO2/10 ¹⁰ m ² ・時間
2015 年度見通し					

(見通しの根拠・前提)

(

⑨ 2020 年度の目標達成の蓋然性

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (1990 \text{ 年度の実績水準} - 2014 \text{ 年度の実績水準}) / \\ &\quad (1990 \text{ 年度の実績水準} - 2020 \text{ 年度の目標水準}) \times 100(\%) \\ &= (30.164 - 19.119) / (30.164 - 24.13) \times 100(\%) = 183\% \end{aligned}$$

【自己評価・分析】(3段階で選択)

＜自己評価とその説明＞

■ 目標達成が可能と判断している

(現在の進捗率と目標到達に向けた今後の進捗率の見通し)

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・機器の更新などが積極的に行われたこともあり目標を達成。今後も引き続き LED の導入やエレベーター・エスカレーターの一部停止、照明の一部消灯等を実施していく予定である。

一方で、景気回復や、個人消費主体経済への移行により、外国人を中心に来店客数が増加しており、安全性の確保から、昇降機や照明は震災以前の状態に戻りつつある。震災後の特殊要因を除くと、大幅な削減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り組んでいきたい。

(目標到達に向けた具体的な取組の想定・予定)

[

(既に進捗率が 90%を上回っている場合、目標見直しの検討状況)

* 目標見直しを行わない場合はその理由を記載。

[

□ 目標達成に向けて最大限努力している

(目標達成に向けた不確定要素)

[

(今後予定している追加的取組の内容・時期)

[

□ 目標達成が困難

(当初想定と異なる要因とその影響)

[

(追加的取組の概要と実施予定)

[

(目標見直しの予定)

[

⑩ クレジット等の活用実績・予定と具体的事例

【活用方針】

- ☐ 目標達成のために、クレジット等を活用する
- ☐ 目標達成が困難な状況となった場合は、クレジット等の活用を検討する
- ☒ 今後の対策により目標を達成できる見通しのため、クレジット等の活用は考えていない

【活用実績】

- ☐ 別紙7参照。

【具体的な取組】

プロジェクト1

クレジットの種別	
プロジェクトの概要	
取得(予定)年	
取得(予定)量	

プロジェクト2

クレジットの種別	
プロジェクトの概要	
取得(予定)年	
取得(予定)量	

プロジェクト3

クレジットの種別	
プロジェクトの概要	
取得(予定)年	
取得(予定)量	

(3) 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

削減目標:〇〇年〇月策定

【目標】

【対象としている事業領域】

参加企業のオフィス、事務所、研究所

■ 業界としての目標策定には至っていない

(理由)

〇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

	2007 年度	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度
床面積(万㎡)						89 (55 店舗)		217 (83 店舗)
エネルギー消費量 (MJ)						1,566,503,658		3,810,762,693
CO2 排出量 (万 t-CO2)						21.2		58.6
エネルギー原単位 (MJ/㎡)						1,758		1,758
CO2 原単位 (t-CO2/万㎡)						2,381		2,700

※電力 CO2 排出係数は、クレジット反映係数等に基づいて算定

※「業務部門対策調査」回答店舗(83 店舗)における実施状況、及び経済産業省から提供された「業務部門(本社等オフィス)の対策と削減効果」により算定。実際の値と異なる可能性がある。

☐ II. (2)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】(詳細は別紙8参照。)

	(t-CO2)				
	照明設備等	空調設備	エネルギー	建物関係	合計
2014 年度実績	1, 571	1, 708	30	1, 822	5, 132
2015 年度以降	50, 252	279	14	1, 834	52, 379

【2014 年度の実績】

(取組の具体的事例)

エレベーター使用台数の削減(1,821t-CO2/年)、氷蓄熱式空調システムの導入(1,430 t-CO2/年)、高効率照明の導入(582 t-CO2/年)、照明の間引き(550 t-CO2/年)、照明のインバーター化(407 t-CO2/年)等が主な取組事例。

(取組実績の考察)

[

【2015 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)

2015 年度以降の主な取組として、照明の間引き(49,409 t-CO2/年)、エレベーター使用台数の削減(1,831 t-CO2/年)、照明のインバーター化(407 t-CO2/年)、高効率照明の導入(406 t-CO2/年)等を実施予定。

(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

☐ 業界として目標を策定している

削減目標:〇〇年〇月策定

【目標】

【対象としている事業領域】

■ 業界としての目標策定には至っていない

(理由)

商品運搬は外部委託しており、自社保有車両は少ないため

② エネルギー消費量、CO₂ 排出量等の実績

	2007 年度	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 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 原単位 (t-CO ₂ /トン・km)								

☐ II.(2)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

年度	対策項目	対策内容	削減効果
2014年度			t-CO2／年
2015年度以降			t-CO2／年

【2014 年度の実績】

(取組の具体的事例)

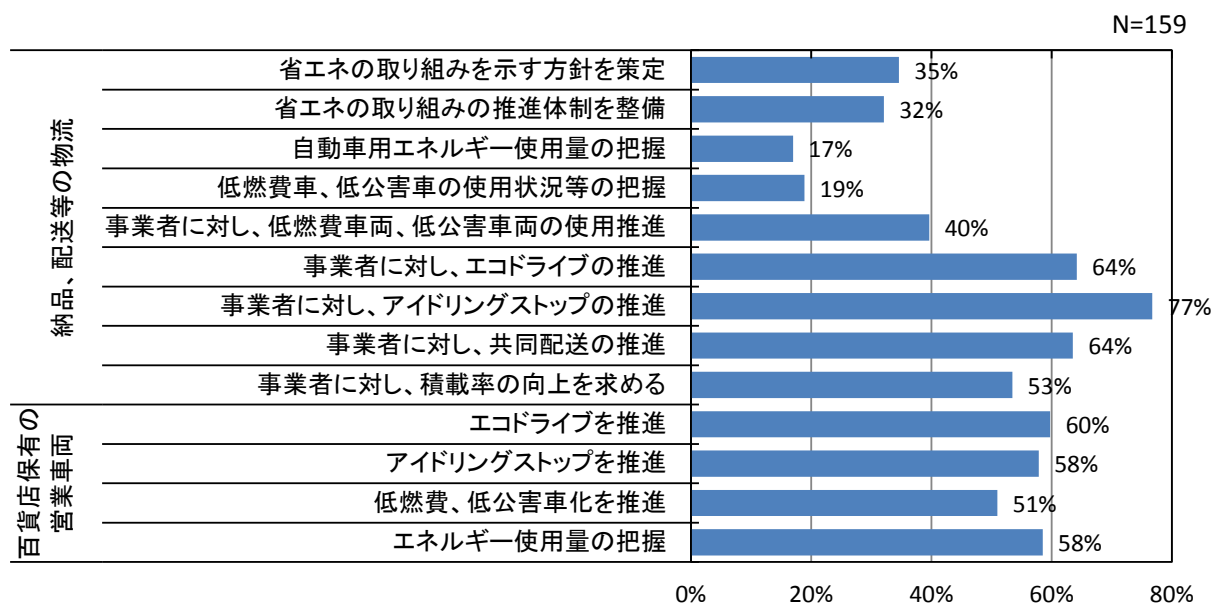


図 13 運輸部門における省エネルギー対策の導入状況

(取組実績の考察)

納品、配送等の物流では、アイドリングストップの推進が 77%と最も割合が高く、自動車用エネルギー使用量の把握や低燃費車、低公害車の使用状況等の把握といった使用実態の把握の取組みの割合は低い結果となった。

百貨店保有の営業車両については、いずれの項目についても 50%以上とよく取り組まれている。

【2015 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)

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	削減実績 (2014年度)	削減見込量 (2020年度)
1	環境にやさしいタクシー乗り場	実施店舗から発車するタクシーの初乗り2km相当分のCO2をオフセット	約 58 トン	同左
2	カーボンオフセットバス	お客さまから1日150円をいただき、ツアー催行による CO2をオフセット	約 50 トン	同左
3	環境配慮商品の販売			

【算定根拠】

	低炭素製品・サービス等	算定の考え方・方法	算定方法の出典等
1	環境にやさしいタクシー乗場	初乗り 2km分に相当する 580gと年間 10万台の利用予測	個社の想定による
2	カーボンオフセットバス	バスの CO2 排出量 639.2g/kmと年間走行距離から算定	個社の想定による
3			

(2) 2014 年度の実績

(取組の具体的事例)

- 1. 同上
- 2. 同上
- 3. 弊社の環境配慮基準に準じた環境配慮商品の販売

(取組実績の考察)

[

(3) 2015 年度以降の取組予定

- 1. 同上
- 2. 同上
- 3. 2014年売上実績93, 648千円 、2015年目標売上99, 000千円

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	削減貢献の概要 (含、実施国・地域)	削減実績 (2014年度)	削減見込量 (2020年度)
1				
2				
3				

【算定根拠】

	海外での削減貢献	算定式	データの出典等
1			
2			
3			

(2) 2014 年度の実績

(取組の具体的事例)

[

(取組実績の考察)

[

(3) 2015 年度以降の実績

[

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	導入時期	削減見込量
1				
2				
3				

【算定根拠】

	革新的技術	算定式	データの出典等
1			
2			
3			

(2) 技術ロードマップ

	革新的技術	2014	2015	2016	2020	2025	2030
1							
2							
3							

(3) 2014 年度の実績

(取組の具体的事例)

{

(取組実績の考察)

{

(4) 2015 年度以降の取組予定

●スマートシティ計画(ガス・コージェネレーションシステムによる電気・熱供給事業)

VI. その他の取組

(1) 低炭素社会実行計画(2030年目標) (2014年11月策定)

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	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。
	設定根拠	対象とする事業領域:百貨店店舗 将来見通し: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。 BAT:設定していない。 電力排出係数:設定していない。
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減貢献		2030年の削減貢献量: ・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。 ・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		2030年の削減貢献量: 特になし
4. 革新的技術の開発・導入		2030年の削減貢献量: 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。 ・消費者への啓発活動としてポスター、パンフレット等の提供 ・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

(2) 情報発信

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
クールビス		○
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		○

② 個社における取組

	取組	発表対象: 該当するものに「○」	
		企業内 部	一般向 け
(株)近鉄百貨店	日本百貨店協会による「クールシェア」、「ウォームシェア」への協力の呼びかけの統一店内放送、ポスター掲示	○	○
(株)三越伊勢丹	CSRレポート、ニュースリリース(HP)	○	○
	グループウェア(ポータル)	○	
(株)大丸松坂屋百貨店	既存照明を LED 照明へ変更することによる使用電力及びCO2の削減。大丸、松坂屋の各店舗照明のLED化を積極的に進め、2015 年 2 月までに、全店舗内LED交換対象照明器具灯数の約 43%にあたる 18 万灯をLEDに交換。2015 年度は、6 先台以上の導入を計画。		○
	大丸京都店で、2014 年 10 月までに実施した外装リニューアルに伴い、孔雀ブロンズ像の背面に縦11メートル・横6.6メートルの太陽光パネルを設置し、年間予想発電量の6017kWh でデジタルサイネージや外部サイン相当にかかる電力を賄う。		○
(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・CSR 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	○	○
	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/action.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 コミュニケーションレポート年 1 回発行	○	○
(株)高島屋	WEB サイトでエネルギー使用に関する計画および実績を公表	○	○
(株)阪急阪神百貨店	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)		○
	ライトダウンなど節電キャンペーンへの参加		○

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)、その他の取組

[

(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: