

百貨店業界の「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（2013年度）比6.8%減とする。
	設定根拠	<u>対象とする事業領域：</u> 百貨店店舗 <u>将来見通し：</u> 2013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（1.0%）を積み重ねることで、目標水準を達成する。 <u>BAT：</u> 設定していない。 <u>電力排出係数：</u> 設定していない。 <u>その他：</u>
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		<u>概要・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（クールビズ等の実施） ※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>概要・削減貢献量：</u> 適宜導入を検討する
4. 革新的技術の開発・導入		<u>概要・削減貢献量：</u> 適宜導入を検討する
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。 ・ 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。

百貨店業界の「低炭素社会実行計画」（2030 年目標）

		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	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（2013年度）比15.7%減とする。
	設定 根拠	<u>対象とする事業領域：</u> 百貨店店舗 <u>将来見通し：</u> 2013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（1.0%）を積み重ねることで、目標水準を達成していきたい。 <u>BAT：</u> 設定していない。 <u>電力排出係数：</u> 設定していない。 <u>その他：</u>
2. 低炭素製品・ サービス等によ る他部門での削 減		<u>概要・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 ○ 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>概要・削減貢献量：</u> 適宜導入を検討する
4. 革新的技術の 開発・導入		<u>概要・削減貢献量：</u> 適宜導入を検討する
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。 ・ 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 29 年 2 月 28 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	246事業所	団体加盟 企業数	82社223店舗	計画参加 企業数	82社223店舗 (100%)
市場規模	売上高68,258億円	団体企業 売上規模	売上高61,743億円	参加企業 売上規模	売上高61,743億円
エネルギー 消費量		団体加盟 企業エネ ルギー消 費量	73.4万kl	計画参加 企業エネ ルギー消 費量	73.4万kl

出所：市場規模は、2015年商業販売統計 ※2 業界団体の売上高に占める割合は90.5%。

(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

☐ エクセルシート【別紙1】参照。

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。

(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	低炭素社会実 行計画策定時 (2012年度)	2015年度 実績	2016年度 見通し	2020年度 見通し	2030年度 見通し
企業数	100%	100%	100%	100%	100%	100%
売上規模	100%	100%	100%	100%	100%	100%
エネルギー 消費量	100%	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
2015年度		有／無
2016年度以降		有／無

(取組内容の詳細)

II. 国内の企業活動における 2020 年・2030 年の削減目標

【削減目標】

＜2020 年＞（2017 年 1 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（2013 年度）比 6.8%減とする。

＜2030 年＞（2017 年 1 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（2030年度）において、基準年度（2013年度）比15.7%減とする。

【目標の変更履歴】

＜2020年＞

2007 年 1 月：目標年度（2020 年度）において基準年度（1990 年度）比 3%減とすることを理事会で決定

2007 年 7 月：目標を引き上げ、目標年度において基準年度比 6%減とすることを理事会で決定

2008 年 3 月：目標を引き上げ、目標年度において基準年度比 7%減とすることを理事会で決定

2009 年 9 月：目標を引き上げ、目標年度において基準年度比 13%減とすることを理事会で決定

2010 年 7 月：目標を引き上げ、基準年度比 20%を目指すことを委員会において審議

2012 年 3 月：目標を引き上げ、目標年度において基準年度比 20%減を理事会で決定

2016 年 10 月：基準年度を 1990 年度から 2013 年度に変更することを委員会において審議

2017 年 1 月：基準年度を 1990 年度から 2013 年度に変更することを理事会で決定

＜2030 年＞

2014 年 11 月：目標年度（2030 年度）において基準年度比 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

【その他】

【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

（見直しを実施した理由）

- ・旧目標（1990年度比で2020年度20%減）は既に達成されており、2030年度38%減の目標も近いうちに達成の見通しであったため、今年度新たに目標を見直した。
- ・基準年度を見直すにあたり、東日本大震災後の大幅な省エネ達成後を基準とすることで、既に大幅削減後であるため、削減余地が小さくなるという協会内の議論はあったが、1990年からは事業環境や生産活動量も大きく変わっていることから、政府の中期目標に合わせることで最終的に合意した。

□ 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）

【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。

（１）削減目標

① 目標策定の背景

＊ 目標策定の際に前提とした、目下の業界の置かれている状況、生産実態等を具体的に記載。

○ 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】

○ 対象店舗は、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。

【2020 年・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＞

○ 現状維持（2015 年実績： 3.8×10^{10} m²・時間）

＜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	☐ 実排出係数(〇〇年度 発電端／受電端) ☐ 調整後排出係数(〇〇年度 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(〇〇年度版) ☐ 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>

【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。

【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
☐ BAU の設定方法の詳細説明
☐ その他

<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、2013 年度までのエネルギー消費量原単位の平均削減率（1.0％）を積み重ねることで、日々の省エネを積み重ね、目標水準を達成していきたい。

【BAU の定義】 ※BAU 目標の場合

＜BAU の算定方法＞

＜BAU 水準の妥当性＞

＜BAU の算定に用いた資料等の出所＞

【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)
(指標)

(内容)

(出典)

(比較に用いた実績データ)〇〇〇〇年度

■ 実施していない
(理由)

○ 特になし。海外に同様の店舗運営がないため。

【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 (MJ/年)	普及率見通し
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	2015年度40% ↓ 2020年度60%
照明器具	LED等高効率器具への更新	8,426	2015年度40% ↓ 2020年度90%
昇降機	高効率モーター等を使用した機種への更新	578	2015年度30% ↓ 2020年度40%

（各対策項目の削減見込量・普及率見通しの算定根拠）

- 算定根拠は省エネ法用係数による。
- いずれも業界全体ではなく、個社の導入想定。

（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

（各対策項目の削減見込量・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

（各対策項目の削減見込量・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】

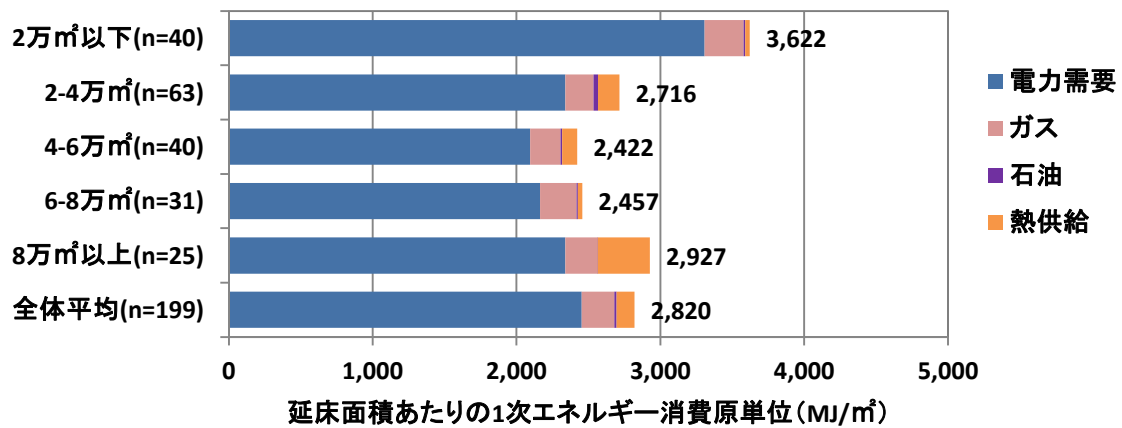


図 1 店舗総面積別 床面積×営業時間当たりの1次エネルギー種別消費原単位

【電力消費と燃料消費の比率 (CO₂ベース)】

電力: 85%

燃料: 15%

(2) 実績概要

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)	2014年度 実績	2015年度 見通し	2015年度 実績	2016年度 見通し	2020年度 目標	2030年度 目標
生産活動量 ($10^{10}\text{m}^3\cdot\text{時間}$)	3.8	3.7		3.8		3.8	3.8
エネルギー 消費量 (原油換算万kl)	83.0	76.6		73.4		77.5	70.1
電力消費量 (億kWh)	28.6	26.6		25.4		-	-
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	190.5 ※1	172.1 ※2	※3	158.4 ※4	※5	※6	※7
エネルギー 原単位 (万kl/ $10^{10}\text{m}^3\cdot\text{時間}$)	21.887	20.481		19.375		20.399	18.451
CO ₂ 原単位 (万t-CO ₂ / $10^{10}\text{m}^3\cdot\text{時間}$)	50.245	46.145		41.802		-	-

【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4	※5	※6	※7
排出係数[kg-CO ₂ /kWh]	0.417	0.554		0.530			
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・2030 年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	☐ 実排出係数(発電端／受電端) ☒ 調整後排出係数(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(〇〇年度版) ☒ 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 2015 年度における実績概要

【目標に対する実績】

<2020 年>

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2015年度実績① (基準年度比 /BAU比)	2015年度実績② (2014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)	2013年度	▲6.8%	▲11.5%	▲5.4%

<2030 年>

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2015年度実績① (基準年度比 /BAU比)	2015年度実績② (2014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)	2013年度	▲15.7%	▲11.5	▲5.4%

【CO₂排出量実績】

	2015年度実績	基準年度比	2014年度比
CO ₂ 排出量	158万t-CO ₂	▲16.9%	▲8.0%

③ データ収集実績（アンケート回収率等）、特筆事項

【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)	
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)	
CO ₂ 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)	

【アンケート実施時期】

2016 年 7 月～2016 年 8 月

【アンケート対象企業数】

82 社 223 店舗(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】

89.2%(59 社の 199 店舗からご協力頂いた)

【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】

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】

＜2015 年度実績値＞

生産活動量(単位: 10^{10} m²・時間): 3.8(基準年度比±0%、2014 年度比+2.7%)

＜実績のトレンド＞

(グラフ)

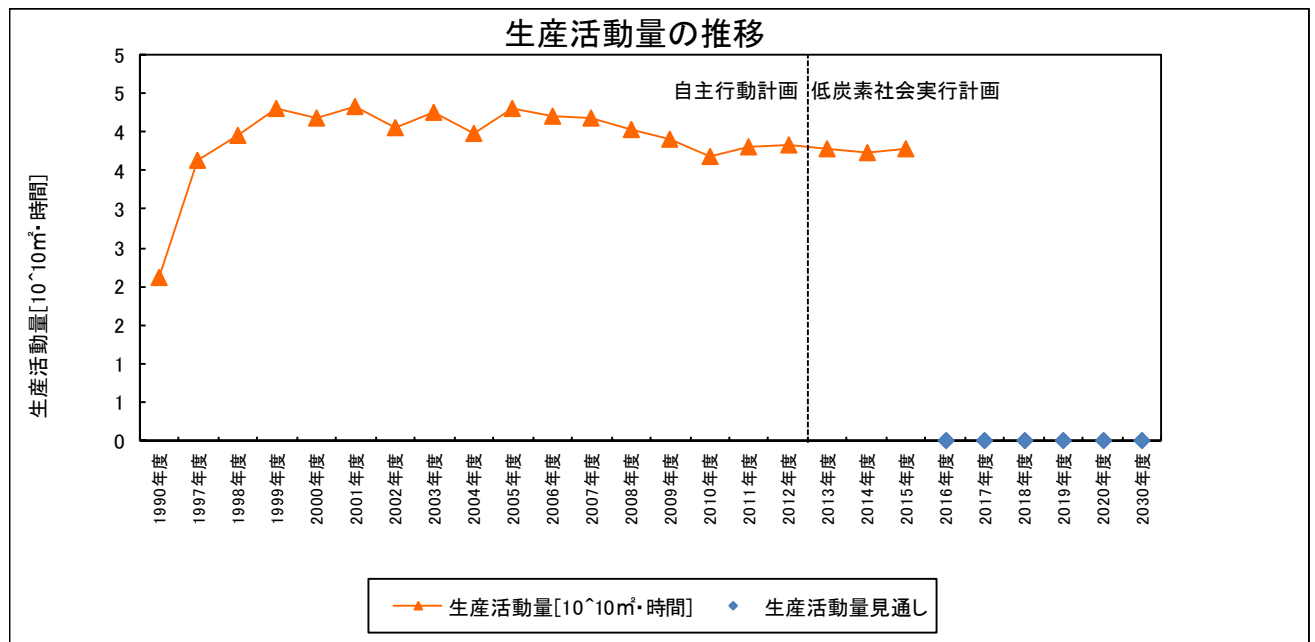


図 2 生産活動量の実績トレンド

(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 4×10^{10} m²・時間以上であったが、2009 年以降は 4×10^{10} m²・時間未満にとどまっている。2015 年度は 3.8×10^{10} m²・時間で、基準年度の 2013 年度と等しく、前年度と比較すると 2.7%増加している。

【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

＜2015 年度の実績値＞

エネルギー消費量(単位: 万 kl): 73.4 (基準年度比▲11.6%、2014 年度比▲4.2%)

エネルギー原単位(単位: 万 kl/ 10^{10} m²・時間): 19.375 (基準年度比▲11.5%、2014 年度比▲5.4%)

＜実績のトレンド＞

(グラフ)

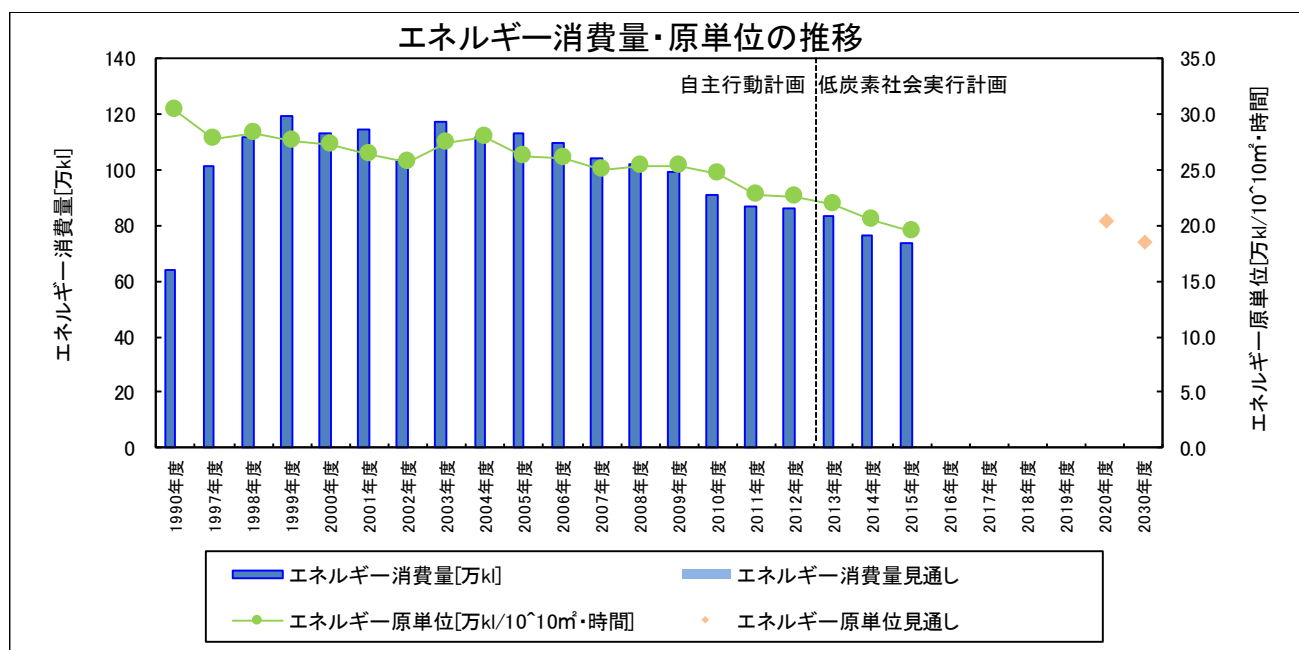


図 3 エネルギー消費量と原単位の実績トレンド

(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おり、2015 年度では 1997 年度以降の実態調査結果でもっとも小さい値となり、原油換算ベースで 73.4 万 kl、基準年度の 2013 年度比で 11.6%、前年度比で 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、得に 2011 年度以降では減少傾向が強い。2015 年度のエネルギー原単位は過去最小の 19.375 万 kl/10¹⁰ m²・時間、基準年度比 11.5%、2014 年度比 5.4%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)

- 百貨店協会全体のエネルギー消費原単位は 1990 年度以降、2015 年度までに平均▲1.0%と、省エネ法の改善目標とほぼ同程度で推移している。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

<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

- ・ H28 年度は百貨店業におけるベンチマーク制度について検討を進めており、ベンチマーク制度導入に係る審議を行った結果、H29 年度 4 月よりベンチマーク制度が開始される予定である。

・ <ベンチマーク指標の状況(2017 年 2 月 10 日時点)>

対象事業: 日本標準産業分類における「百貨店・総合スーパー(5611)」※に該当し、かつ、商業統計に用いる「業態分類表」に従い、セルフ方式を不採用の業態をベンチマーク対象の百貨店とする。

※衣、食、住にわたる各種の商品を小売する事業所で、その事業所の性格上いずれが主たる販売商品であるか判別できない事業所であって、従業者が常時 50 人以上のものをいう。ただし、従業者が常時 50 人以上であっても衣、食、住にわたらない事業所は主たる販売商品によって分類する。

・ ベンチマーク指標: 重回帰式によるベンチマーク指標

※最終的に選定された説明変数は延床面積、売上高

■ 重回帰分析の結果

目的変数	有効件数	自由度調整済み決定係数	変数	偏回帰係数	標準誤差	標準偏回帰係数	t 値	p 値	有意差判定*	寄与度
エネルギー消費量 (kl)	154	0.9625	延床面積	0.0531	0.0023	0.7242	23	0.0000	**	72%
			売上高	0.0256	0.0028	0.2855	9	0.0000	**	28%

(注) **: p<0.01, *: p<0.05 ※重回帰分析(変数増減法)の結果、最終的に選定された説明変数のみを表示している

■ エネルギー消費量の予測式(暫定案)

$$\text{エネルギー消費量の予測値(kl)} = 0.0531 \times \text{延床面積(m}^2\text{)} + 0.0256 \times \text{売上高(百万円)}$$

■ 各店舗のベンチマーク指標

百貨店の
ベンチマーク指標

$$= \frac{\text{エネルギー消費量の実績値(kl)}}{\text{重回帰式から算出したエネルギー消費量の予測値(kl)}}$$

- ・ 目指すべき水準: 事業者ごとに算出したベンチマーク指標の値を上位から並べて 15%となる水準である 0.792 を目指すべき水準として設定するのが適当である。

<目指すべき水準>

	目指すべき水準	サンプル事業者数	達成事業者数	達成率
百貨店業	0.792	59社	9社	15.3%

【CO₂排出量、CO₂原単位】

<2015 年度の実績値>

CO₂排出量(単位:万 t-CO₂ 排出係数:5.30):158.4 (基準年度比▲16.9%、2014 年度比▲8.0%)

CO₂原単位(単位:万 t-CO₂/10¹⁰ m²・時間 排出係数:5.30):41.802 (基準年度比▲16.8%、2014 年度比▲9.1%)

<実績のトレンド>

(グラフ)

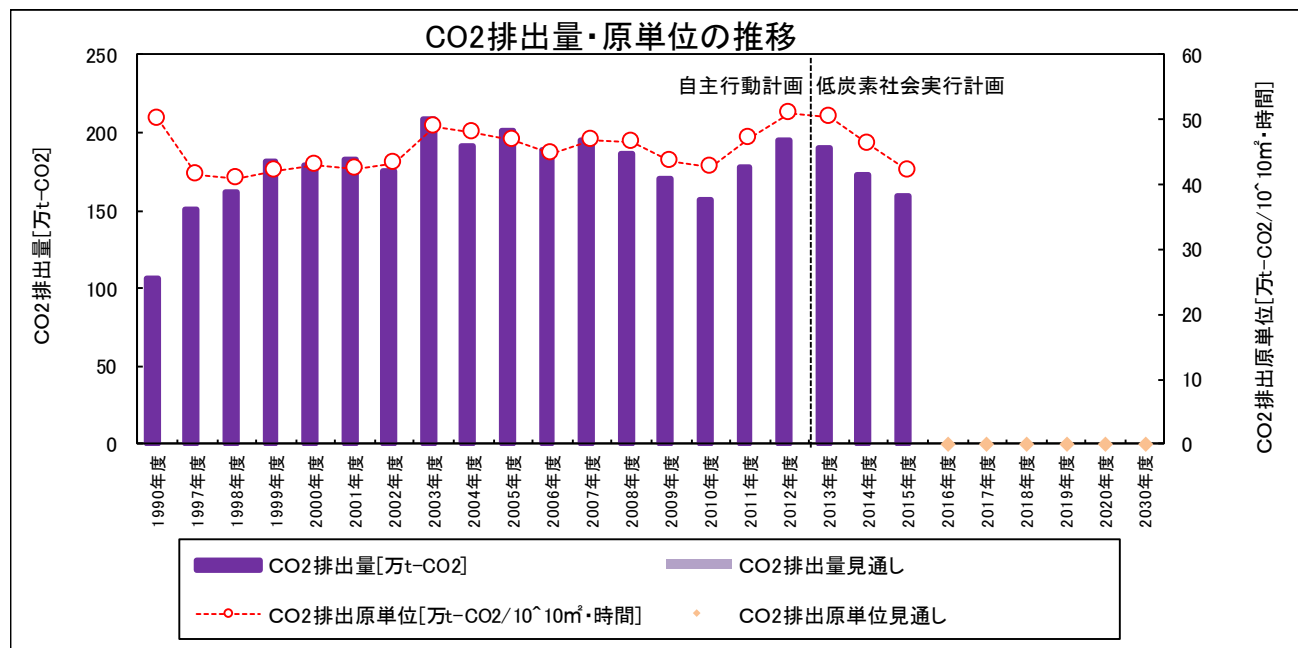


図 4 CO₂ 排出量と原単位の実績トレンド

排出係数:5.30

(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 1997 年度以降の実態調査においては、いずれも 1990 年度を上回って推移している。2015 年度は基準年度である 2013 年度比で 16.9%、昨年度比で 8.0%減少した。
- 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。2015 年度は基準年度比で 16.8%、比前年度比で 9.1%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→2015 年度変化分		2014 年度→2015 年度変化分	
	（万 t-CO ₂ ）	（％）	（万 t-CO ₂ ）	（％）
事業者省エネ努力分	-21.2	-11.1%	-9.2	-5.3%
燃料転換の変化	-0.9	-0.5%	-0.4	-0.2%
購入電力の変化	-9.9	-5.2%	-6.2	-3.6%
生産活動量の変化	-0.1	0.0%	2.1	1.2%

（エネルギー消費量）

	基準年度→2015 年度変化分		2014 年度→2015 年度変化分	
	（万kl）	（％）	（万kl）	（％）
事業者省エネ努力分	-9.5	-11.5%	-4.2	-5.5%
生産活動量の変化	-0.04	-0.1%	1.0	1.3%

（要因分析の説明）

- 2015 年度の CO₂ 排出量は、基準年度の 2013 年度と比較すると 16.8%減少しており、その要因として事業者の省エネ努力分が 11.1%減少した影響が大きい。前年度比では CO₂ 排出量が 8.0%減少しており、事業者省エネ努力分が 5.3%減、購入電力の変化が 3.6%減となった。

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 (百万円)	年度当たりの エネルギー削減量 (MJ)	投資期間全体の エネルギー削減量 (MJ)
2014 年度	照明設備等	201	163,811	1,479,942
	空調設備	58	119,911	1,806,920
	建物関係	63	85	2,550
2015 年度	照明設備等	367	578,912	5,394,168
	空調設備	103	41,794	638,780
	建物関係	36	9,239	185,190
2016 年度 以降	照明設備等			
	空調設備			
	建物関係			

※数値は、投資額、年度あたりのエネルギー削減量、投資期間全体のエネルギー削減量の 3 項目について回答が揃っていた 4 社の合計値。

【2015 年度の実績】

（取組の具体的事例）

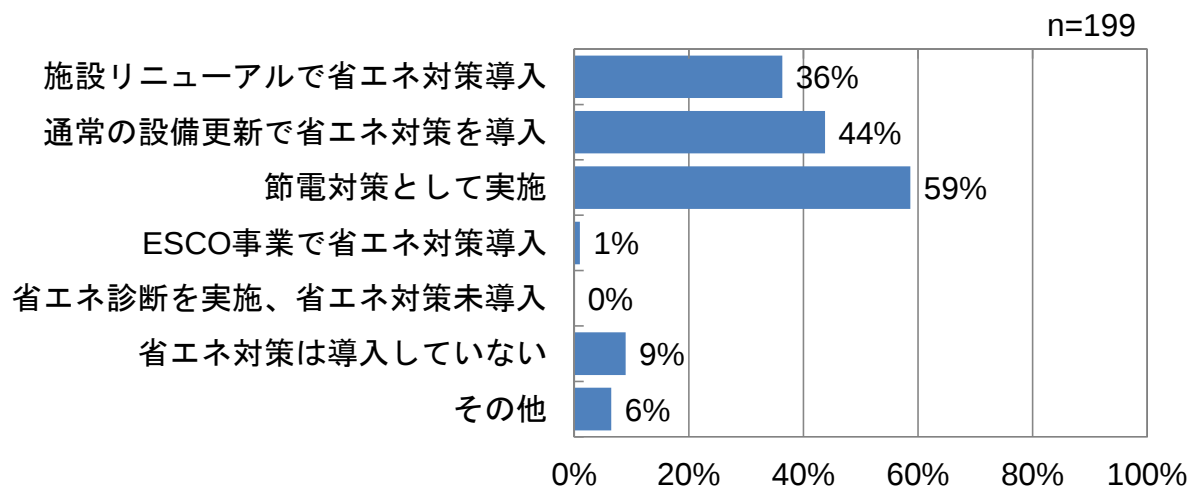


図 5 省エネルギー対策の導入状況

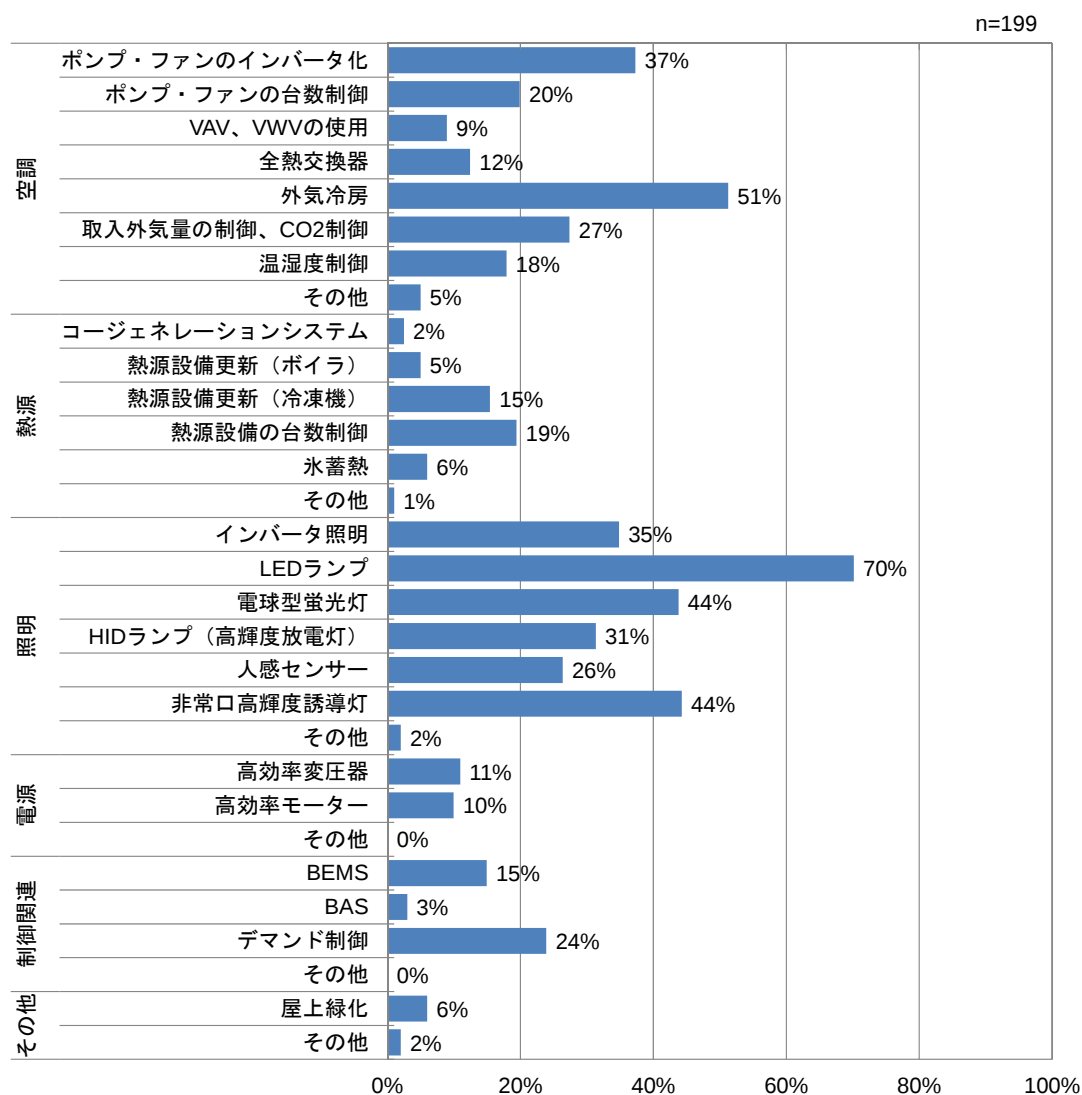


図 6 省エネルギー対策（ハード面）の導入状況

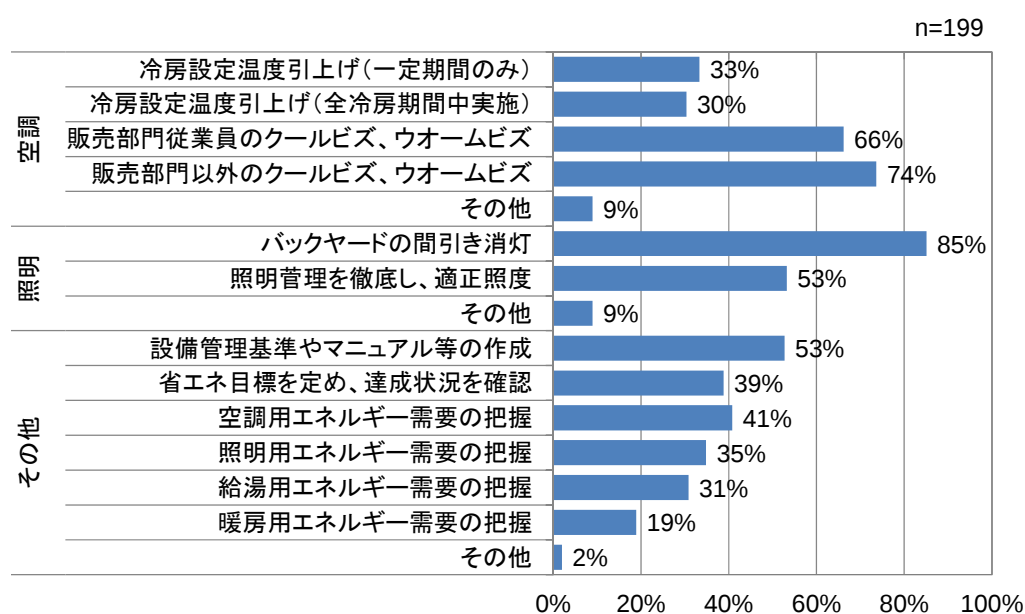


図 7 省エネルギー対策（ソフト面）の導入状況

(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り組んでいる。

【2016 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)

【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
インバーター導入を含めた 高効率空調機への改修	2015年度 40% 2020年度 60%	
LED 等高効率器具への更 新	2015年度 40% 2020年度 90%	
高効率モーター等を使用し た機種への更新	2015年度 30% 2020年度 40%	

【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り組み】

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。

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

$$\text{想定比【BAU 目標】} = (\text{当年度の削減実績}) / (\text{2020 年度の目標水準}) \times 100(\%)$$

想定比＝（計算式）

＝〇〇％

【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（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。また、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）を行っている。2016 年度には、基準年度を 1990 年度から 2013 年度に変更し、今後は目標年度 2030 年度において基準年度比 15.7%減を目指し、更なる取組の強化を行う。

（自己評価を踏まえた次年度における改善事項）

⑦ 次年度の見通し

【2016 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
2015 年度 実績	3.8 × 10 ¹⁰ m ² ・時間	73.4 万 kl	19.375 万 kl/10 ¹⁰ m ² ・時間	158.4 万 t-CO ₂	41.802 万 t- CO ₂ /10 ¹⁰ m ² ・ 時間
2016 年度 見通し					

（見通しの根拠・前提）

○ 見通しを設定していない

⑧ 2020 年度の目標達成の蓋然性

【目標指標に関する進捗率の算出】

* 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－2020 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)／(2020 年度の目標水準)×100(%)

進捗率＝(2013 年度の実績水準－2015 年度の実績水準)／(2013 年度の実績水準－2020 年度の目標水準)×100(%)＝(21.887－19.375)／(21.887－20.399)×100(%)＝169%

【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 2020 年度目標を上回っている場合、目標見直しの検討状況）

☐ 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）

⑨ 2030 年度の目標達成の蓋然性

【目標指標に関する進捗率の算出】

* 進捗率の計算式は以下のとおり。

$$\text{進捗率【基準年度目標】} = (\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}) / (\text{基準年度の実績水準} - 2030 \text{ 年度の目標水準}) \times 100(\%)$$

$$\text{進捗率【BAU 目標】} = (\text{当年度の BAU} - \text{当年度の実績水準}) / (2030 \text{ 年度の目標水準}) \times 100(\%)$$

$$\text{進捗率} = \text{進捗率} = (2013 \text{ 年度の実績水準} - 2015 \text{ 年度の実績水準}) / (2013 \text{ 年度の実績水準} - 2030 \text{ 年度の目標水準}) \times 100(\%) = (21.887 - 19.375) / (21.887 - 18.450) \times 100(\%) = 73\%$$

【自己評価・分析】

(目標達成に向けた不確定要素)

(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)

⑩ クレジット等の活用実績・予定と具体的事例

【業界としての取組】

- ☐ クレジット等の活用・取組をおこなっている
- ☐ 今後、様々なメリットを勘案してクレジット等の活用を検討する
- ☐ 目標達成が困難な状況となった場合は、クレジット等の活用を検討する
- ☒ クレジット等の活用は考えていない

【活用実績】

- ☐ エクセルシート【別紙7】参照。

【個社の取組】

- ☐ 各社でクレジット等の活用・取組をおこなっている
- ☐ 各社ともクレジット等の活用・取組をしていない

【具体的な取組事例】

取得クレジットの種別	
プロジェクトの概要	
クレジットの活用実績	

取得クレジットの種別	
プロジェクトの概要	
クレジットの活用実績	
取得クレジットの種別	
プロジェクトの概要	
クレジットの活用実績	

Ⅲ. 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

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）

○ 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

	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度
床面積 (万㎡)					89 (55 店舗)		217 (83 店舗)	258 (104 店舗)
エネルギー 消費量(MJ)					1,566,503,658		3,810,762,693	4,539,325,095
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)					21.2		58.6	66.8
エネルギー 原単位(MJ/㎡)					1,760		1,756	1,759
CO ₂ 原単位 (t-CO ₂ /万㎡)					2,381		2,700	2,590

※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(104 店舗)における実施状況、及び経済産業省から提出された「業務部門(本社等オフィス)の対策と削減効果」により算定。

☐ 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
2015 年度実績	2,087	1,085	83.	3,962	7,218
2016 年度以降	77,852	753	0.05	3,069	81,675

※エネルギーは、業務用高効率給湯器の導入、太陽光発電設備の導入、風力発電設備の導入

【2015 年度の取組実績】

(取組の具体的事例)

- エレベータ使用台数の削減(3,962t-CO₂/年)、照明の間引き(858t-CO₂/年)、氷蓄熱式空調システムの導入(684t-CO₂/年)、高効率照明の導入(665 t-CO₂/年)、照明のインバーター化(548 t-CO₂/年)等が主な取組事例。

(取組実績の考察)

【2016 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)

- 2016 年度以降の主な対策として、照明の間引き(77,058 t-CO₂/年)、エレベータ使用台数の削減(3,065 t-CO₂/年)、空調機の外気導入量の削減(542 t-CO₂/年)、高効率照明の導入(516 t-CO₂/年)等を実施。

(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

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)

○自社保有車両における商品配達等への使用は少ない。

② エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績

	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 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

* 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。

年度	対策項目	対策内容	削減効果
2015年度			〇〇t-CO ₂ /年
2016年度以降			〇〇t-CO ₂ /年

【2015 年度の実績】

(取組の具体的事例)

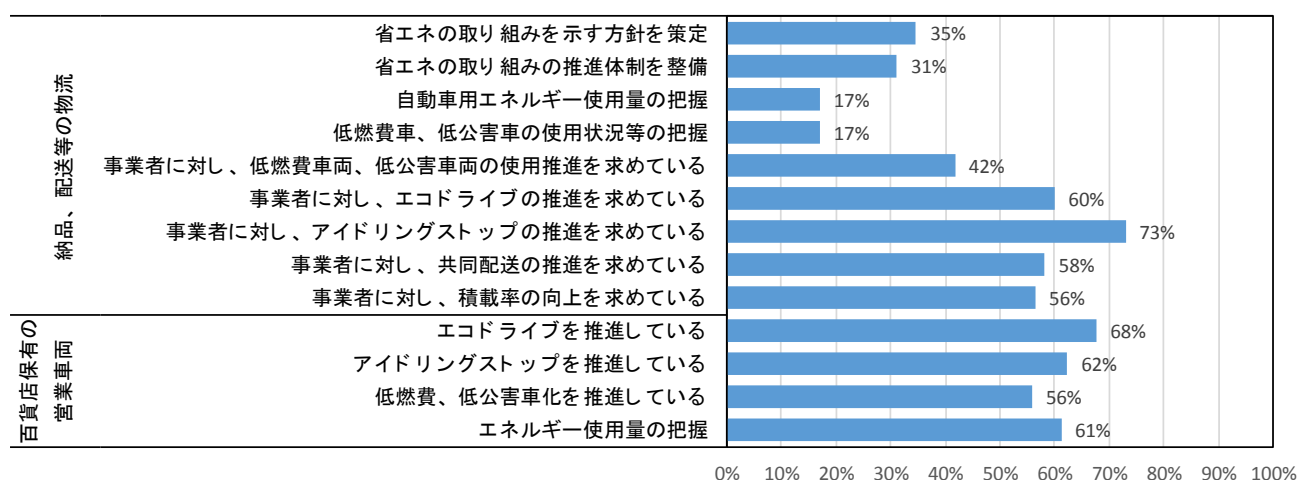


図 8 運輸部門における省エネルギー対策の導入状況

(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 73%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 55%以上とよく取り組まれている。

【2016 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)

(3) 家庭部門(環境家計簿等)、その他の取組

Ⅳ. 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	削減実績 (2015年度)	削減見込量 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
1				
2				
3				

(当該製品等の特徴、従来品等との差異等、及び削減見込み量の算定根拠)

(2) 2015 年度の実績

(取組の具体的事例)

○低炭素製品として、高効率調理器具等の販売や、暮らしにおける、リビング・寝具等で快適な省エネ生活の情報提供を行っている。

(取組実績の考察)

(3) 2016 年度以降の取組予定

V. 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 (2015年度)	削減見込量 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
1				
2				
3				

(削減貢献の概要、削減見込み量の算定根拠)

(2) 2015 年度の実績

(取組の具体的事例)

○国内店舗の運用を踏まえ、海外においても省エネ型店舗運営を展開しているが、テナント入居である。

(取組実績の考察)

(3) 2016 年度以降の取組予定

VI. 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	導入時期	削減見込量
1	回答なし		
2			
3			

(技術の概要・算定根拠)

(2) 技術ロードマップ

	革新的技術	2015	2016	2017	2020	2025	2030
1	回答なし						
2							
3							

(3) 2015 年度の取組実績

(取組の具体的事例)

(取組実績の考察)

(4) 2016 年度以降の取組予定

VII. 情報発信、その他

(1) 情報発信

① 業界団体における取組

＜具体的な取組事例の紹介＞

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		○

② 個社における取組

＜具体的な取組事例の紹介＞

事業者名	取組	発表対象： 該当するものに「○」	
		企業内部	一般向け
(株) そごう・西武	CSR 活動ホームページ随時、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	○	○
	e-ラーニングによる全従業員への環境教育を年1回実施	○	
	環境デーでの環境朝礼を週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 ホームページで随時、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を年1回発行	○	○
	各店でのイベント告知（チラシ、HP、SNS 等）随時、実施		○
(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)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)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		○
(株)高知大丸	店舗進捗状況による課題分析と対策状況確認	○	
	こまめな照明管理・空調の温度設定基準順守	○	
	階段利用の促進（2UP、3DOWN）	○	
	社全員に環境ポケットマニュアルを渡し環境活動項目を個人目標とし実践行動	○	

③ 学術的な評価・分析への貢献

(2) 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: