

**経団連 カーボンニュートラル行動計画**  
**2022 年度フォローアップ結果 個別業種編**

**2050 年カーボンニュートラルに向けた百貨店業界のビジョン**  
**(基本方針等)**

業界として2050年カーボンニュートラルに向けたビジョン（基本方針等）を策定しているか。

業界として策定している

**【ビジョン（基本方針等）の概要】**

〇〇年〇月策定

(将来像・目指す姿)

(将来像・目指す姿を実現するための道筋やマイルストーン)

業界として検討中  
(検討状況)

■ 業界として今後検討予定  
(検討開始時期の目途)  
2030年度目標の進捗を踏まえて引き続き検討する

今のところ、業界として検討予定はない  
(理由)

## 百貨店業界のカーボンニュートラル行動計画フェーズⅡ

		計画の内容
1. 国内の事業活動における2030年の目標等	目標・行動計画	<p>○ 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（2030年）において、基準年度（2013年度）比26.5%減とする。</p> <p>併せて、目標年（2030年）において、店舗におけるエネルギー消費由来のCO<sub>2</sub>排出量を基準年度（2013年）比50%減とする。</p>
	設定の根拠	<p><u>対象とする事業領域：</u> 百貨店店舗</p> <p><u>将来見通し：</u> 2013年度を基準年度とし、2019年度実績から省エネ法で定めるエネルギー消費効率の改善目標（1.0%/年）を積み重ねることで、目標水準を達成する。</p>
2. 主体間連携の強化 (低炭素・脱炭素の製品・サービスの普及や従業員に対する啓発等を通じた取組みの内容、2030年時点の削減ポテンシャル)		<p><u>概要・削減貢献量：</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 来店時、公共交通機関の利用促進（パーク＆ライド等）</li> <li>○ 環境配慮型商品の取扱いの拡大</li> <li>○ 環境省「COOL CHOICE できるだけ1回で受け取りませんかキャンペーン」に賛同しPOP等で啓発活動を実施</li> <li>○ クールビズ・ウォームビズの実施によるCO<sub>2</sub>排出削減行動の呼びかけ。</li> <li>○ 運輸部門は、共同納品（納品代行制度）の促進による納品車両の削減。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積載率の向上、また、リサイクルハンガー導入による廃棄ハンガーの削減。</li> </ul>
3. 国際貢献の推進 (省エネ技術・脱炭素技術の海外普及等を通じた2030年時点の取組み内容、海外での削減ポテンシャル)		適宜導入を検討する
4. 2050年カーボンニュートラルに向けた革新的技術の開発 (含 トランジション技術)		適宜導入を検討する
5. その他の取組・特記事項		<p>○ 省エネ・CO<sub>2</sub>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。</p>

# 百貨店業における地球温暖化対策の取組み

2023年 2月 1日  
日本百貨店協会

## I. 百貨店業の概要

### (1) 主な事業

標準産業分類コード：5611

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		カーボンニュートラル行動計画参加規模	
企業数	201事業所 (1)	団体加盟 企業数	73社190店 (2)	計画参加 企業数	73社190店※1 (3)
市場規模	売上高49,029億円 (1)	団体企業 売上規模	売上高44,182億円 (2)	参加企業 売上規模	-
エネルギー 消費量	-	団体加盟 企業エネルギー 消費量	-	計画参加 企業エネルギー 消費量	-

出所：(1)業界全体の規模は「商業動態統計月報 2022年1月分」より。業界団体の規模は、2020年12月現在。

(2)業界団体の規模は「令和3年12月 全国百貨店売上高概況」における2021年12月時点の百貨店数および2021年1月～12月の売上高速報値。業界全体の売上高に占める割合は90.1%。

(3)低炭素社会実行計画参加規模については2022年4月1日時点の会員店舗数。

※1 業界団体におけるカバー率は100%。業界団体の規模における事業所数と参照時点が異なるため、参加規模と一致しない場合がある。

### (3) データについて

#### 【データの算出方法（積み上げまたは推計など）】

- 会員企業アンケートより推計

#### 【生産活動量を表す指標の名称、それを採用する理由】

- 指標の名称：生産活動量（ $10^{10}$  m<sup>2</sup>×営業時間）
- 指標の採用理由：店舗のエネルギー消費量との相関が特に高い要素であるため

#### 【業界間バウンダリーの調整状況】

- バウンダリーの調整は行っていない

(理由) 複数の業界団体に所属する会員企業はないため

#### 【その他特記事項】

## II. 国内の事業活動における排出削減

### (1) 実績の総括表

#### 【総括表】

	基準年度 (2013年度)	2020年度 実績	2021年度 実績	2030年度 目標
生産活動量 (単位： $10^{10}m^2 \cdot 時間$ )	3.79	2.82	2.91	
エネルギー 消費量 (単位：万kl)	83.1	46.8	48.2	
電力消費量 (億kWh)	28.6	16.2	16.6	
CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )	189.9 ※1	87.8 ※2	89.5 ※3	95.0
エネルギー原単位 (単位： 万kl/ $10^{10}m^2 \cdot 時間$ )	21.93	16.63	16.55	16.09
CO <sub>2</sub> 原単位 (単位：万t-CO <sub>2</sub> / $10^{10}m^2 \cdot 時間$ )	50.1	31.2	30.8	

#### 【電力排出係数】

	※1	※2	※3
排出係数[kg-CO <sub>2</sub> /kWh]	0.567	0.439	0.436
基礎/調整後/その他	調整後	調整後	調整後
年度	2013	2020	2020
発電端/受電端	受電端	受電端	受電端

(2) 2021年度における実績概要

【目標に対する実績】

＜フェーズⅡ(2030年)目標＞

目標指標	基準年度	目標水準	2030年度目標値
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 (万kl/10 <sup>10</sup> m <sup>2</sup> ・時間)	2013年度	▲26.5%	16.08
CO <sub>2</sub> 排出量(万t-CO <sub>2</sub> )	2013年度	▲50.0%	95.0

目標指標の実績値				進捗状況		
目標指標	基準年度 実績	2019年度 実績	2020年度 実績	基準年度比	2019年度比	進捗率*
エネルギー 消費原単位	21.94	16.63	16.55	▲24.4%	▲0.5%	92.0%
CO <sub>2</sub> 排出量	189.9	87.5	89.5	▲52.9%	1.9%	105.8%

\* 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－2030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)／(2030年度の目標水準)×100(%)

【調整後排出係数を用いたCO<sub>2</sub>排出量実績】

	2021年度実績	基準年度比	2013年度比	2020年度比
CO <sub>2</sub> 排出量	89.5万t-CO <sub>2</sub>	▲52.9%	▲52.9%	1.9%

(3) 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
業界 全体 での 取り 組み	インバーター導入を含めた高効率 空調機への改修	指標：導入率 66% (2021年度までの累計) ※2020年度時点：66%	店舗の改装・投資計 画等を踏まえ導入に 努める
	LED等高効率器具への更新	指標：導入率 90% (2021年度までの累計) ※2020年度時点：87%	店舗の改装・投資計 画等を踏まえ導入に 努める

(表注) 年度ごとに回収店舗数が異なるため、導入率が減少する場合がある。

#### (4) 生産活動量、エネルギー消費量・原単位、CO<sub>2</sub>排出量・原単位の実績

##### 【生産活動量】

##### <2021年度実績値>

生産活動量（単位：10<sup>10</sup>m<sup>2</sup>・時間）：2.91（基準年度比▲23.2%、2020年度比3.3%）

##### <実績のトレンド>

(グラフ)

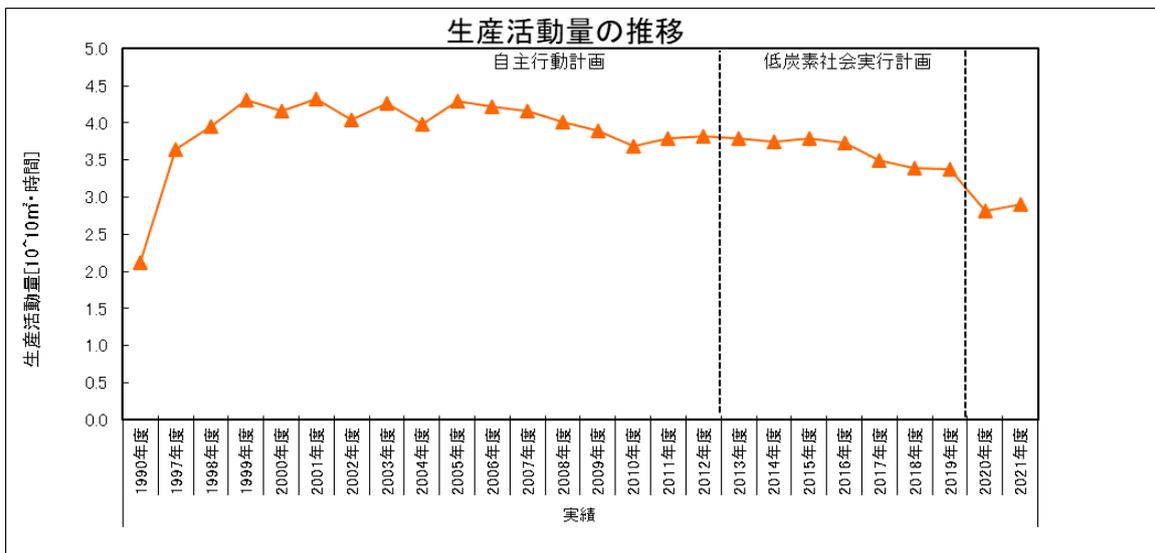


図 1 生産活動量の推移

##### (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<sup>10</sup>m<sup>2</sup>・時間以上であったが、2009年以降は4×10<sup>10</sup>m<sup>2</sup>・時間未満にとどまっている。
- 2021年度は2020年度に引き続き新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う店舗の休業や時短営業が影響したこともあり、生産活動量は2.91×10<sup>10</sup>m<sup>2</sup>・時間となり、基準年度の2013年度と比較して23.2%減、前年度と比較して3.3%増（コロナ前の2019年度比で13.8%減）となっている。

## 【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

### ＜2021年度の実績値＞

エネルギー消費量（単位：万k1）：48.2 （基準年度比▲42.0%、2020年度比2.8%）

エネルギー原単位（単位：万k1/10<sup>10</sup>m<sup>2</sup>・時間）：16.55（基準年度比▲24.4%、2020年度比▲0.5%）

### ＜実績のトレンド＞

（グラフ）

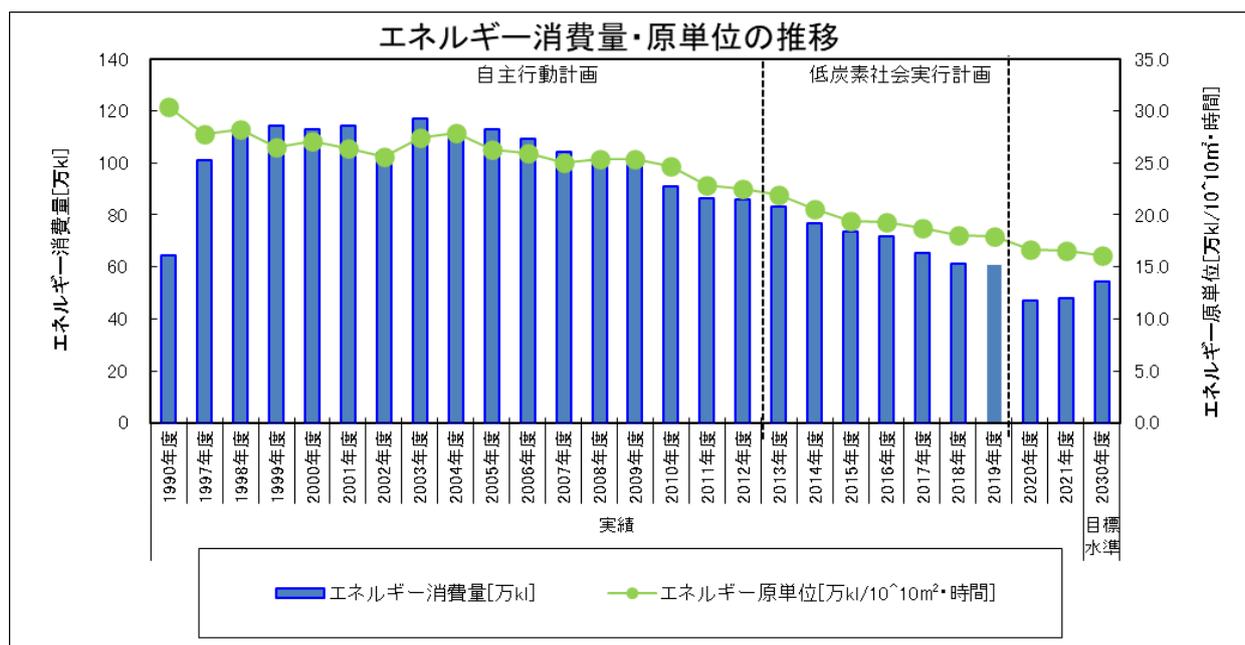


図 2 エネルギー消費量・原単位の推移

### （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いる。
- 2020 年度は新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う緊急事態宣言を受けての店舗の休業や店舗内の部分的な休業、時短営業の短縮等の措置によって営業活動が縮小したことに伴い、原油換算ベースで 46.8 万 k1、基準年度の 2013 年度比で 43.5%、前年度比で 7.4%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、特に 2011 年度以降では減少傾向が強い。2020 年度のエネルギー原単位は過去最小の 16.63 万 k1/10<sup>10</sup> m<sup>2</sup>・時間、基準年度比 24.0%、前年度比 7.4%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）

当協会会員企業全体のエネルギー消費原単位は1990年度以降、2018年度までに平均▲1.9%と、省エネ法の改善目標を上回るペースで推移している。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。

## 【CO<sub>2</sub>排出量、CO<sub>2</sub>原単位】

### ＜2021年度の実績値＞

CO<sub>2</sub>排出量（単位：万t-CO<sub>2</sub> 電力排出係数：0.439kg-CO<sub>2</sub>/kWh）：89.5万t-CO<sub>2</sub>（基準年度比▲52.9%、2020年度比2.7%）

CO<sub>2</sub>原単位（単位：万t-CO<sub>2</sub>/10<sup>10</sup>m<sup>2</sup>・時間 電力排出係数：0.439kg-CO<sub>2</sub>/kWh）：30.7（基準年度比▲38.6%、2020年度比▲1.4%）

### ＜実績のトレンド＞

（グラフ）

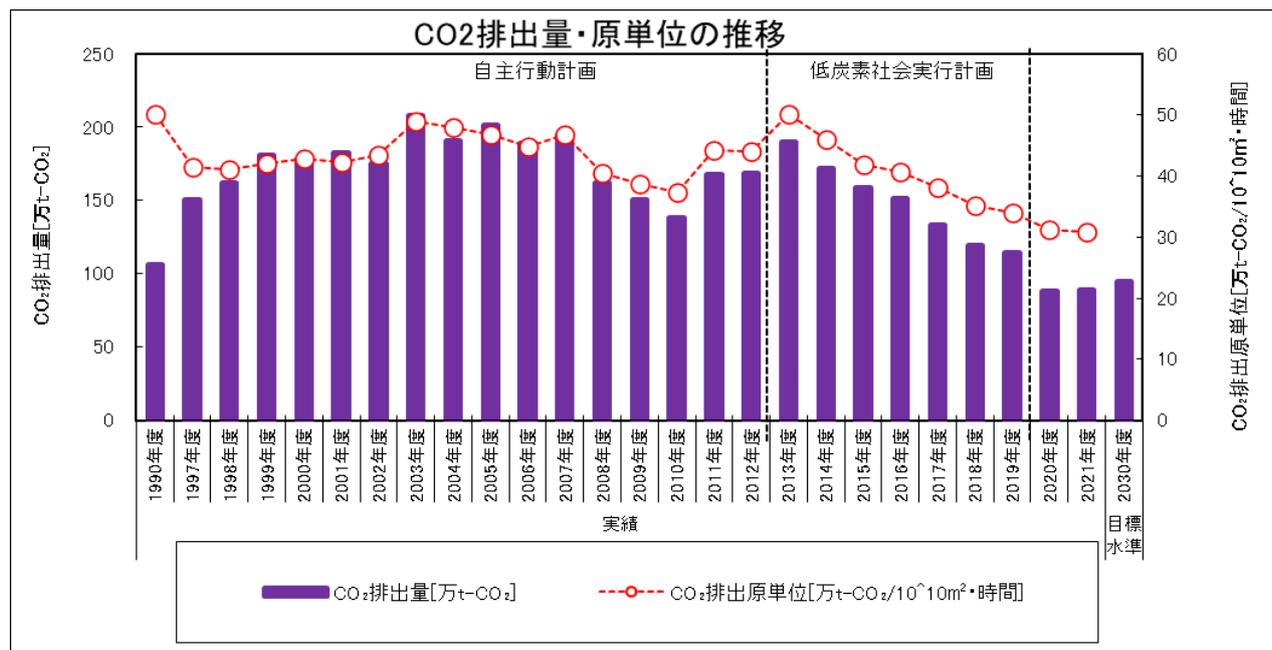


図 3 CO<sub>2</sub>排出量・原単位の推移

電力排出係数：各年度の調整後排出係数を使用

### （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CO<sub>2</sub>排出量は1990年度以降増加し続けてきたが、2003年度をピークに減少に転じている。2011年度以降震災の影響により増加傾向にあったが、2013年度を境に再び減少傾向に転じている。2021年度は2020年度に比べると営業時間等の生産活動量は増加しているものの、一部地域では緊急事態宣言を受けて店舗の営業時間の短縮や一部フロアの休業等が1か月以上続いたことから、排出量の実績値が89.5万t-CO<sub>2</sub>となり、基準年度の2013年度比で52.9%の減少、前年度比で2.7%の増加となった。
- CO<sub>2</sub>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。2021年度は基準年度比で38.6%、前年度比で1.4%の減少となった。

【要因分析】

(CO<sub>2</sub>排出量)

要因	1990 年度 ➢ 2021 年度	2005 年度 ➢ 2021 年度	2013 年度 ➢ 2021 年度	前年度 ➢ 2021 年度
経済活動量の変化	31	▲54	▲35	3
CO <sub>2</sub> 排出係数の変化	12	6	▲28	▲1
経済活動量あたりのエネルギー使用量の変化	▲59	▲64	▲38	0
CO <sub>2</sub> 排出量の変化	▲17	▲112	▲100	2

(万 t-CO<sub>2</sub>)

(要因分析の説明)

- 2021 年度の CO<sub>2</sub> 排出量は、基準年度の 2013 年度と比較すると 100 万 t-CO<sub>2</sub> 減少しており、その要因として経済活動量あたりのエネルギー使用量の変化による減少が 38 万 t-CO<sub>2</sub> と最も影響が大きい。前年度比では CO<sub>2</sub> 排出量が 2 万 t-CO<sub>2</sub> 増加しており、生産活動量の変化による増加が 3 万 t-CO<sub>2</sub> と最も影響が大きい。

(5) 実施した対策、投資額と削減効果の考察

【総括表】

年度	対策	投資額	年度当たりの エネルギー削減量 CO <sub>2</sub> 削減量	設備等の使用期間 (見込み)
2021 年度	LED 照明への 更新	208,473 千円	6,293.7t-CO <sub>2</sub>	10 年
	空調関連対策 (ポンプのイン バーター化)	39,880 千円	2,124t-CO <sub>2</sub>	—
	熱源設備関連対策	—	236t-CO <sub>2</sub>	—

※アンケート集計対象 136 事業所の回答の合計値

【2021 年度の取組実績】

(設備投資動向、省エネ対策や地球温暖化対策に関連する投資の動向)

○ 2021 年度は 2020 年度に引き続き、LED 照明への更新への投資対策が最も多く行われている。

(取組の具体的事例)

※調査に回答した128の会員店舗・施設における実績

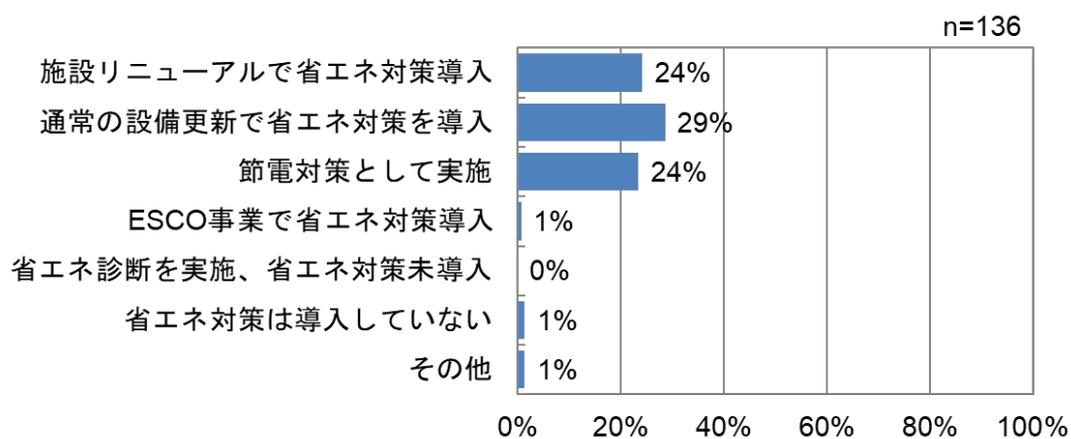


図 4 2021 年度における省エネルギー対策の新規導入状況

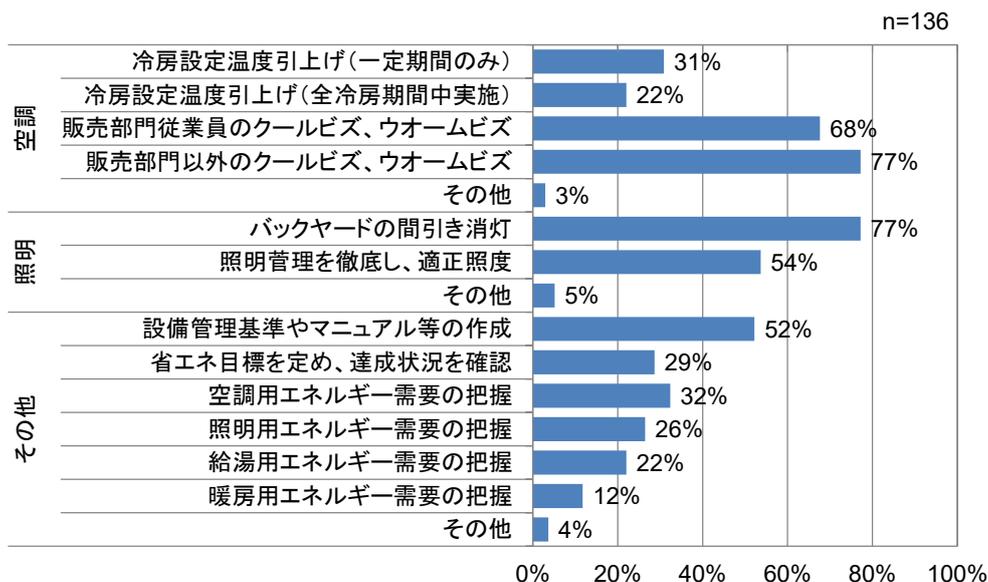


図 5 省エネルギー対策（ソフト面）の導入状況

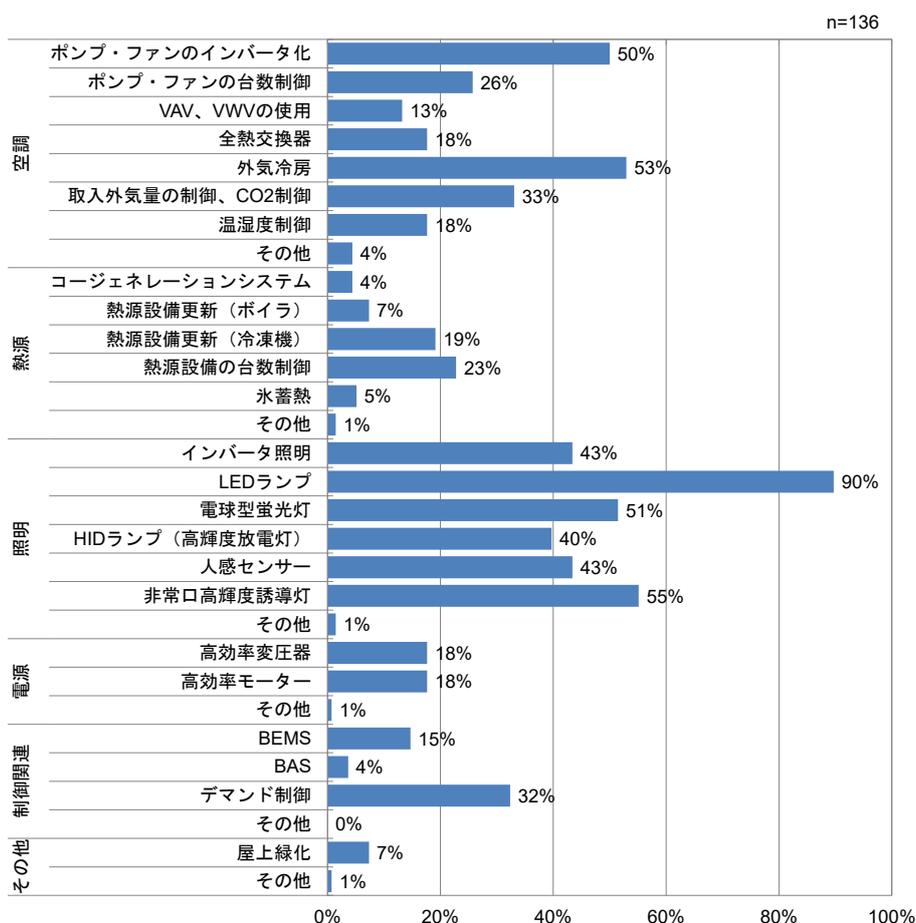


図 6 省エネルギー対策（ハード面）の導入状況

（取組実績の考察）

- 店舗内照明や屋外照明の LED や電球型蛍光灯への切り替えや、外気冷房、ポンプ・ファンのインバーター化を実施した店舗・施設の割合が高い。

#### 【2022 年度以降の取組予定】

- （新型コロナウイルスの感染状況や今後の経済状況により、省エネ関連の設備投資に影響を受ける可能性がある。

#### 【IoT 等を活用したエネルギー管理の見える化の取組】

- BEMS を用いたエネルギー管理の見える化を実施している店舗は、2021 年度では調査店舗全体のうち 15%であった(前頁図 6 参照)。
- 空調や照明、給湯、暖房のエネルギー使用量を把握している店舗は、2021 年度では調査店舗全体のうち 37%であった

## (6) 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。

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

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

進捗率 = (計算式)

### 【エネルギー消費原単位】

$$\text{進捗率} = (\text{2013 年度の実績水準} - \text{2020 年度の実績水準}) \div (\text{2013 年度の実績水準} - \text{2030 年度の目標水準}) \times 100(\%) = (21.94 - 16.55) \div (21.94 - 94.95) \times 100(\%) = 92.0\%$$

### 【CO<sub>2</sub> 排出量】

$$\text{進捗率} = (\text{2013 年度の実績水準} - \text{2020 年度の実績水準}) \div (\text{2013 年度の実績水準} - \text{2020 年度の目標水準}) \times 100(\%) = (189.93 - 89.50) \div (189.93 - 18.45) \times 100(\%) = 105.8\%$$

### 【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)

- 今後の大規模な投資を伴う設備更新による省エネの取り組みの動向や、新型コロナウイルス感染症の動向、経済状況、気象要因などの不確定要素が考えられる。

(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 2030 年度目標を上回っている場合、目標見直しの検討状況)

- 2030 年度目標については、前年度までの目標達成状況を踏まえ、2021 年 9 月に目標の改定実施し、エネルギー消費原単位の目標に加え CO<sub>2</sub> 排出量の目標を策定した。
- 2021 年度は新型コロナの影響により会員店舗の生産活動やそれに伴うエネルギー消費がコロナ前の水準に比べ十分に回復していなかったことから、CO<sub>2</sub> 排出目標については達成している状態になっている。
- 2021 年度の状況は 2020 年度に引き続き新型コロナによる特殊要因が大きいと考え、現段階では改定目標のさらなる見直しは検討せず、次年度以降の実績により判断することとする。また、エネルギー消費原単位については引き続き目標達成に向け取り組みを続けていく。

(7) クレジットの取得・活用及び創出の状況と具体的事例

【業界としての取組】

- クレジットの取得・活用をおこなっている
- 今後、様々なメリットを勘案してクレジットの取得・活用を検討する
- 目標達成が困難な状況となった場合は、クレジットの取得・活用を検討する
- クレジットの取得・活用は考えていない
- 商品の販売等を通じたクレジット創出の取組を検討する
- 商品の販売等を通じたクレジット創出の取組は考えていない

【個社の取組】

- 各社でクレジットの取得・活用をおこなっている
- 各社ともクレジットの取得・活用をしていない
- 各社で自社商品の販売等を通じたクレジット創出の取組をおこなっている
- 各社とも自社商品の販売等を通じたクレジット創出の取組をしていない

【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	

創出クレジットの種別	
プロジェクトの概要	

(8) 非化石証書の活用実績

非化石証書の活用実績	
------------	--

(9) 本社等オフィスにおける取組

【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

業界としての目標策定には至っていない

(理由)

○ 店舗と業務スペースとの切り分けができない店舗が多いことから、目標策定には至っていない。

【エネルギー消費量、CO<sub>2</sub>排出量等の実績】

本社オフィス等のCO<sub>2</sub>排出実績

	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
延べ床面積 (万㎡) :	258 (104事業 所)	230 (77事業 所)	206 (74事業 所)	140 (59事業 所)	102 (54事業 所)	117 (54事業 所)	134 (60事業 所)
CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )	65.1	58.1	52.0	35.4	25.8	29.6	33.8
床面積あたりのCO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> /万㎡)	0.252	0.253	0.252	0.253	0.253	0.253	0.252
エネルギー消費量 (原油換算) (万kl)	11.71	10.45	9.36	6.37	4.64	5.33	6.08
床面積あたりエネル ギー消費量 (万kl/万㎡)	0.0454	0.0454	0.0455	0.0455	0.0455	0.0455	0.0454

※会員アンケート回答店舗の面積から推計した値であり、実際の消費エネルギーの積み上げではない。

II.(2)に記載のCO<sub>2</sub>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)

### 【2021 年度の取組実績】

(総括表)

(単位：t-CO<sub>2</sub>)

	照明設備等	空調設備	エネルギー	建物関係	合計
2021 年度実績	1832.61	728.84	0	1245.62	3807.07
2022 年度以降	48198.07	210.27	0	3229.89	51638.23

※会員店舗アンケートの回答より推計

### 【2021 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 (1,216t-CO<sub>2</sub>/年)
- 照明の間引き (1,200t-CO<sub>2</sub>/年)
- 高効率照明の導入 (460t-CO<sub>2</sub>/年)
- 冷房を 28 度設定にする (250t-CO<sub>2</sub>/年)

等が主な取り組み事例である。

(取組実績の考察)

- 2021 年度に削減量が最も多かった対策はエレベータ使用台数の削減であった。分野別にみると照明関連が最も多く、特に照明の間引きや高効率照明の導入の効果が大きい。

### 【2022 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)

- 新型コロナウイルスによる経済活動の縮小に伴う投資額の減少等が挙げられる。

(10) 物流における取組

【物流における排出削減目標】

- 業界として目標を策定している
- 業界としての目標策定には至っていない

(理由)

- 多くの店舗が自社で輸送用の車両を有しておらず、委託している事業者における自社の商品等の輸送分のみの燃料消費を把握することが困難であるため、目標の設定は行っていない。
- 引き続き運送事業者への働きかけに加え、社用車を保有している店舗についてはエコドライブの推進とともに燃料使用量を調査する等により、定量的な実態把握に努める。

① エネルギー消費量、CO<sub>2</sub>排出量等の実績

(参考値) 2021年度の百貨店店舗で使用された営業車の台数及びガソリン消費量

- 営業車台数:1,400台
- ガソリン消費量:114.6万ℓ(1台当たり818.7ℓ)

(車両台数とガソリン消費量の回答のあった48店舗の合計値)

【2021年度の取組実績】

(取組の具体的事例)

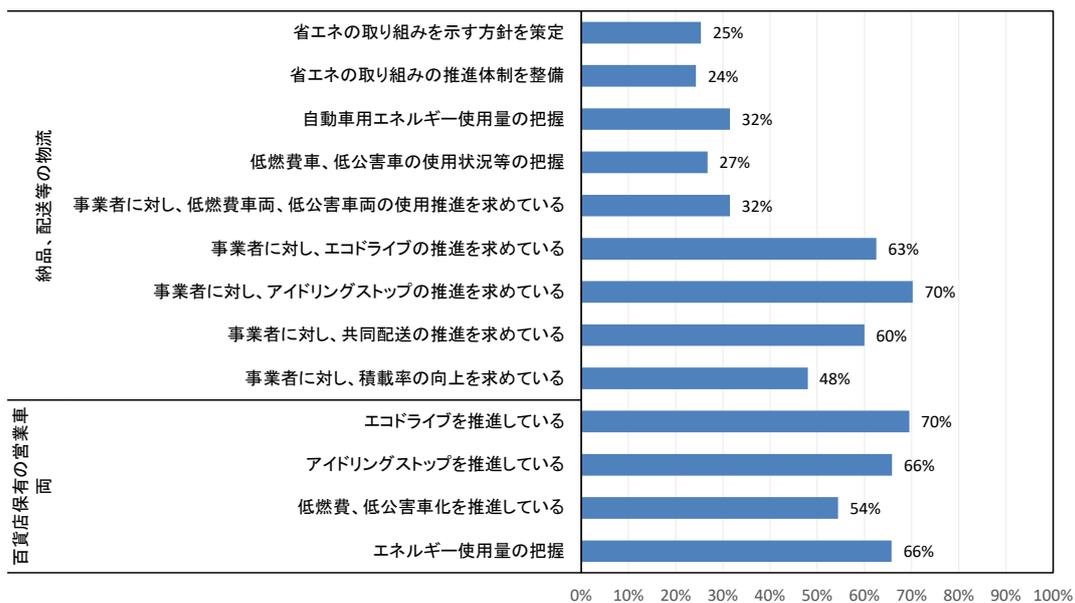


図7 運輸部門の対策取り組み実績 (n=136)

(取組実績の考察)

- 納品、配送等の物流に関する取り組みは運送事業者への依頼という形で実施しており、アイドリングストップの推進が70%と最も割合が高く、次いでエコドライブの推進が61%である。また、共同運送の要求についても半数以上の店舗で取り組まれている。
- 百貨店保有の営業車両については、エコドライブの推進が70%の店舗で取り組まれている。

### III. 主体間連携の強化

#### (1) 低炭素、脱炭素の製品・サービス等の概要、削減見込量及び算定根拠

	事業者名	低炭素製品・サービス等	削減実績 (2020年度)	削減見込量 (2030年度)
1	(株)高島屋	バイオマスプラレジ袋の提供	—	—
2	(株)高島屋	「Depart de Loop」 再生ポリエステル100%の衣料品販売及びお客様からの不要となった衣料品回収、リサイクル、再資源化スキームの構築	—	—
3	(株)大丸松坂屋百貨店	レジ袋の有料化、エコバッグの販売	—	—
4	(株)大丸松坂屋百貨店	配送品の梱包、簡素化の推進 ご自宅用の配送品を大丸・松坂屋の包装デザインを印刷したテープで梱包、包装紙を表面にかけることを省きCO2削減に貢献	—	—
5	(株)大丸松坂屋百貨店	地産地消の推進 地元食材をクローズアップ、輸送時のCO2削減	—	—
6	(株)大丸松坂屋百貨店	エコフリサイクル キャンペーン(ECOFF)	—	—
7	日本百貨店協会	SCOPE3算定		

#### (2) 2021年度の取組実績

##### (取組の具体的事例)

##### (株)高島屋「Depart de Loop」

- リサイクルパートナーの事業者と協力し、お客さまから回収した衣料品を繊維原料などに再資源化し、リサイクルした循環型商品を販売することで、百貨店を通じたサステナブルなビジネスモデルを構築。

##### (株)大丸松坂屋百貨店「エコフ(ECOFF)リサイクルキャンペーン」

- ・ 石油からPET樹脂を生成した場合よりも回収した衣料から生成した方がCO2の削減に繋がることから、お客様が使用しなくなった衣類・靴・バッグを回収し、お客様に代わって環境に配慮したリユース・リサイクルに役立つ活動を2016年より実施している。
- ・ 2022年10月・11月に実施したリサイクルキャンペーンでは、194,313kgの衣類・靴・バッグをお預かりし、その中から回収したポリエステル生地は31,076kgに上った。これはPET樹脂が約3万kg生成できる量に相当し、同量の樹脂を石油から生成した場合に比べCO<sub>2</sub>を約70トン削減可能である。

##### (取組実績の考察)

- 百貨店では、衣・食・住の各分野において幅広く消費者と接点を持っていることを生かし、お客様に日々のお買い物から整品の使用・廃棄・再活用の各場面において環境に配慮した選択が行っていただけるよう、商品開発やサービスの提供を通じた取り組みを行っている。

### (3) 家庭部門、国民運動への取組み

#### 【家庭部門での取組】

##### ○ 環境配慮型生活提案と商品の提案・販売

クールビズ・ウォームビズの呼びかけに合わせ、エネルギーに頼らない快適な生活を目指し、衣・食・住の機能性商品等を売場で展開している。また、「倫理的・道徳的に正しい行動」を意味するエシカルのイベントや商品紹介、オーガニック商品、地産地消の商品の販売を行っている。(例：食材で、体を温める or 冷やす料理提案、省エネ型調理器具。衣料では、機能性繊維。住まいでは、カーテンの活用等、日常の暮らしを紹介)

#### 【国民運動への取組】

- 環境省「COOL CHOICE できるだけ1回で受け取りませんかキャンペーン」に賛同し、POP等で啓発活動を実施している。
- クールビズ・クールシェア、ウォームビズ・ウォームシェアの呼びかけを実施している。

(4) 森林吸収源の育成・保全に関する取組み

(5) 2022年度以降の取組予定

(2030年に向けた取組)

(2050年カーボンニュートラルの実現・トランジションの推進に向けた取組)

#### IV. 国際貢献の推進

(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 (推計) (2021年度)	削減見込量 (ポテンシャル) (2030年度)
1	該当なし		
2			
3			

(削減貢献の概要、削減貢献量の算定根拠)

(2) 2021 年度の取組実績  
(取組の具体的事例)

(取組実績の考察)

(3) 2022 年度以降の取組予定  
(2030 年に向けた取組)

(2050 年カーボンニュートラルの実現・トランジションの推進に向けた取組)

(4) エネルギー効率の国際比較

## V. 2050年カーボンニュートラルに向けた革新的技術(\*)の開発

\*トランジション技術を含む

(1) 革新的技術(原料、製造、製品・サービス等)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			
2			
3			

(技術の概要・算定根拠)

(2) 革新的技術(原料、製造、製品・サービス等)の開発、国内外への導入のロードマップ

	革新的技術	2021	2025	2030	2050
1					
2					
3					

(3) 2021年度の実績

(取組の具体的事例)

(取組実績の考察)

(4) 2022年度以降の取組予定

(2030年に向けた取組)

(2050年カーボンニュートラルの実現・トランジションの推進に向けた取組)

## VI. その他

- (1) CO<sub>2</sub>以外の温室効果ガス排出抑制への取組み

## VII. 国内の事業活動におけるフェーズⅡの削減目標

### 【削減目標】

＜フェーズⅡ（2030年）＞（2021年9月策定）

- ・ 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（2030年）において、基準年度（2013年度）比26.5%減とする。
- ・ 併せて、目標年（2030年）において、店舗におけるエネルギー消費由来のCO<sub>2</sub>排出量を基準年度（2013年）比50%減とする。

### 【目標の変更履歴】

＜フェーズⅡ（2030年）＞

- 2014年11月：目標年度（2030年度）において基準年度（1990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
- 2021年7月：2030年度の目標値を基準年度比26.5%減とすること、CO<sub>2</sub>削減目標を新たに設けることについて委員会において審議
- 2021年9月：目標値の改定及びCO<sub>2</sub>削減目標の設定を理事会で決定

### （1）目標策定の背景

- 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】

- 対象領域は、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。

#### 【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＞

- 2030年度は目標策定時点の2019年度の生産活動量を維持するとして設定した。

＜設定根拠、資料の出所等＞

- 過去の実績値をもとに設定。

#### 【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。
- 政府の 2030 年温室効果ガス排出削減目標に対して百貨店業として積極的に貢献することを目的として、CO<sub>2</sub> 排出量を目標値として新たに追加している。

#### 【目標水準の設定の理由、2030 年政府目標に貢献するに当たり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

##### <2030 年政府目標に貢献するに当たり最大限の水準であることの説明>

- 2014 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、2019 年度実績から省エネ法で定めるエネルギー消費効率の改善目標（1.0%/年）を積み重ねることで、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>