

# 経団連 低炭素社会実行計画 2018 年度フォローアップ結果

## 個別業種編

### 百貨店業界の低炭素社会実行計画

		計画の内容
1. 国内の事業活動における 2020 年の削減目標	目標水準	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。
	目標設定の根拠	対象とする事業領域： 百貨店店舗  将来見通し： 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。
2. 主体間連携の強化 (低炭素製品・サービスの普及を通じた2020年時点の削減)		<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。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 (省エネ技術の普及などによる2020年時点の海外での削減)		適宜導入を検討する
4. 革新的技術の開発 (中長期の取組み)		適宜導入を検討する
5. その他の取組・特記事項		<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>

## 百貨店業界の低炭素社会実行計画フェーズ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	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15.7%減とする。
	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、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。</p>
2. 主体間連携の強化  （低炭素製品・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）		<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。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. 革新的技術の開発  （中長期の取組み）		適宜導入を検討する
5. その他の取組・ 特記事項		<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>

# 百貨店業における地球温暖化対策の取組み

2019年1月24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

- ・参考表1に示す通り、業界全体の売上高に占める割合は売上高ベースで90.8%
- ・なお、業界団体におけるカバー率は100%

参考表1 業界全体の規模と業界団体の規模の比較

業界全体の規模※1 (2017年12月)		業界団体の規模 (2017年12月)	
企業数	232事業所	団体加盟 企業数	80社226店
市場規模	売上高65,529億円	団体企業 売上規模	売上高59,532億円※2

※1業界全体の規模は2017年商業販売統計より。業界団体の規模は、2017年12月現在。

※2業界団体の規模は「平成29年12月・年間 全国百貨店売上高概況」より。

### (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）】

- ・会員企業へのアンケート結果を集計

#### 【生産活動量を表す指標の名称、それを採用する理由】

- ・床面積×営業時間（ $10^4$  10m<sup>2</sup>・時間）

（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。

#### 【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がないため

##### □ 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】

## 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)	2016年度 実績	2017年度 見通し	2017年度 実績	2018年度 見通し	2020年度 目標	2030年度 目標
生産活動量 (単位：10 <sup>10</sup> m <sup>2</sup> ・時間)	3.8	3.7		3.5		3.8	3.8
エネルギー 消費量 (単位：万kl)	83.2	71.9		65.4		77.5	70.1
電力消費量 (億kWh)	28.6	24.9		22.0			
CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )	189.9 ※1	151.6 ※2	※3	133.5 ※4	※5	※6	※7
エネルギー 原単位 (単位：万kl /10 <sup>10</sup> m <sup>2</sup> ・ 時間)	21.89	19.26		18.68		20.40	18.45
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)	50.1	40.6		38.2			

#### 【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4	※5	※6	※7
排出係数[kg-CO <sub>2</sub> /kWh]	0.567	0.516		0.496			
実排出/調整後/その他	調整後	調整後		調整後			
年度	2013	2016		2017			
発電端/受電端	受電端	受電端		受電端			

(2) 2017年度における実績概要

【目標に対する実績】

<フェーズ I (2020年)目標>

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2020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	▲6.8%	20.40

実績値			進捗状況		
基準年度実績 (BAU目標水準)	2016年度 実績	2017年度 実績	基準年度比 /BAU目標比	2016年度比	進捗率*
21.89	19.26	18.68	▲14.6%	▲3.0%	215%

\* 進捗率の計算式は以下のとおり。

$$\text{進捗率【基準年度目標】} = \frac{(\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準})}{(\text{基準年度の実績水準} - \text{2020年度の目標水準})} \times 100 (\%)$$

$$\text{進捗率【BAU目標】} = \frac{(\text{当年度のBAU} - \text{当年度の実績水準})}{(\text{2020年度の目標水準})} \times 100 (\%)$$

<フェーズ II (2030年)目標>

目標指標	基準年度/BAU	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	▲15.7%	18.45

実績値			進捗状況		
基準年度実績 (BAU目標水準)	2016年度 実績	2017年度 実績	基準年度比 /BAU目標比	2016年度比	進捗率*
21.89	19.26	18.68	▲14.6%	▲3.0%	93%

\* 進捗率の計算式は以下のとおり。

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

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

【調整後排出係数を用いた CO<sub>2</sub> 排出量実績】

	2017年度実績	基準年度比	2016年度比
CO <sub>2</sub> 排出量	133.6万t-CO <sub>2</sub>	▲29.7%	▲11.9%

(3) 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】

<2017年度実績値>

生産活動量（単位：10<sup>10</sup>m<sup>2</sup>・時間）：3.50（基準年度比▲7.7%、2016年度比▲6.2%）

<実績のトレンド>

(グラフ)

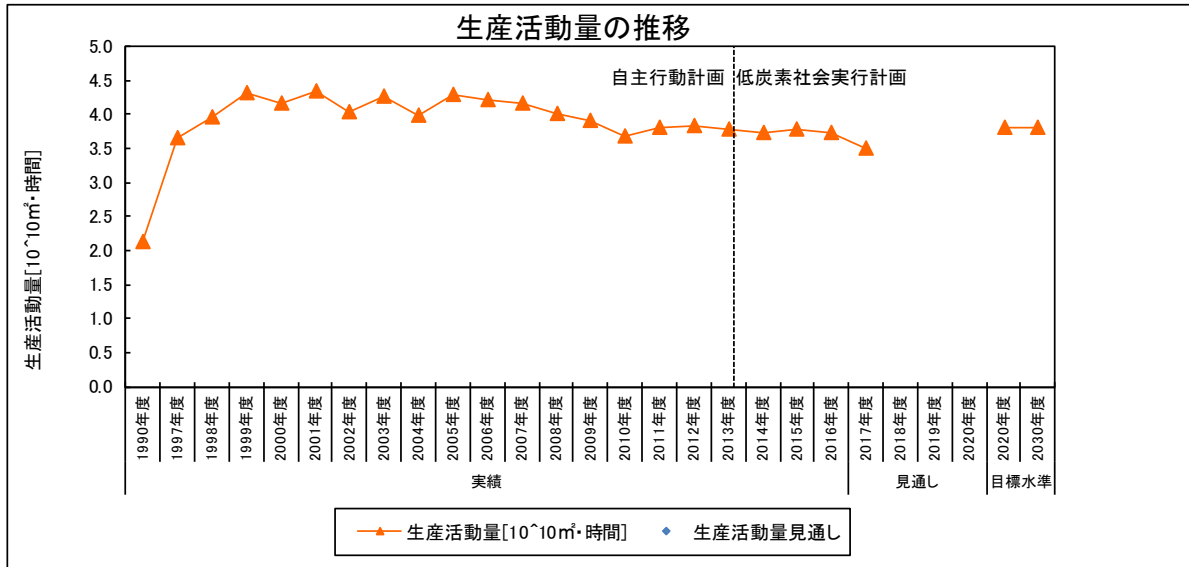


図1 生産活動量の推移

(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。2017年度は3.50×10<sup>10</sup>m<sup>2</sup>・時間で、基準年度の2013年度と比較して7.7%、前年度と比較しても6.2%減少している。
- ・生産活動量の減少要因は、店舗数の開閉店や改修による延床面積の変動の影響が考えられる。(参考表2)

参考表2 生産活動量の変動要因

指標	2013年度 (基準年度)	2016年度	2017年度
延床面積指数 (2013年度=1)	1	0.987	0.927
営業時間指数 (2013年度=1)	1	0.998	0.996



【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

＜2017年度の実績値＞

エネルギー消費量（万k1）：65.4（基準年度比▲21.0%、2016年度比▲9.0%）

エネルギー消費原単位（万k1/10<sup>4</sup>10m<sup>2</sup>・時間）：18.68（基準年度比▲14.6%、  
2016年度比▲3.0%）

＜実績のトレンド＞

（グラフ）

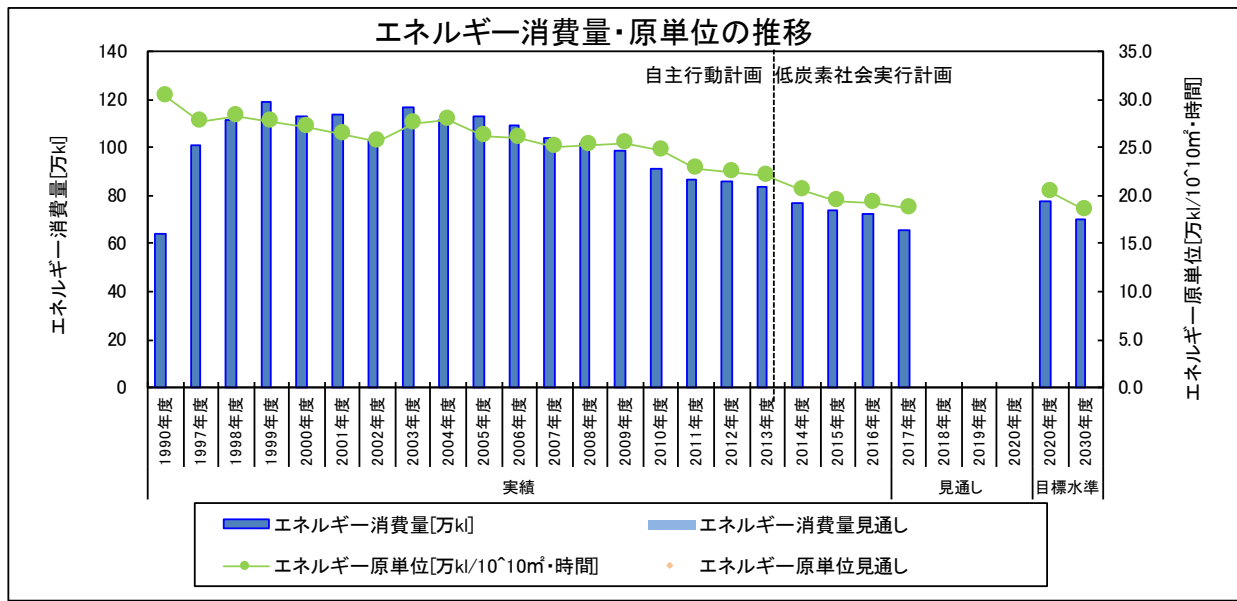


図2 エネルギー消費量・原単位の推移

（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おり、2017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65.4万k1、基準年度の2013年度比で21.2%、前年度比で9.0%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。2017年度のエネルギー原単位は過去最小の18.68万k1/10<sup>4</sup>10m<sup>2</sup>・時間、基準年度比14.6%、前年度比3.0%の減少となった。

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

### <2017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：0.496kg-CO<sub>2</sub>/kWh)：133.56 (基準年度比▲29.7%、2016年度比▲11.9%)

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：0.496kg-CO<sub>2</sub>/kWh)：38.15 (基準年度比▲23.8%、2016年度比▲6.1%)

### <実績のトレンド>

(グラフ)

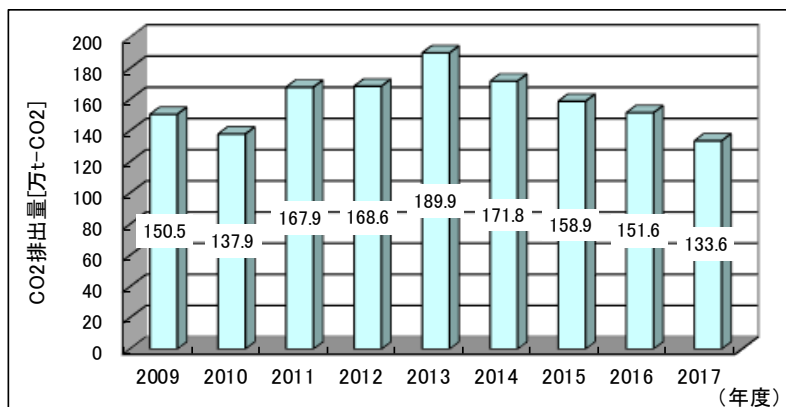


図3 CO<sub>2</sub>排出量の推移

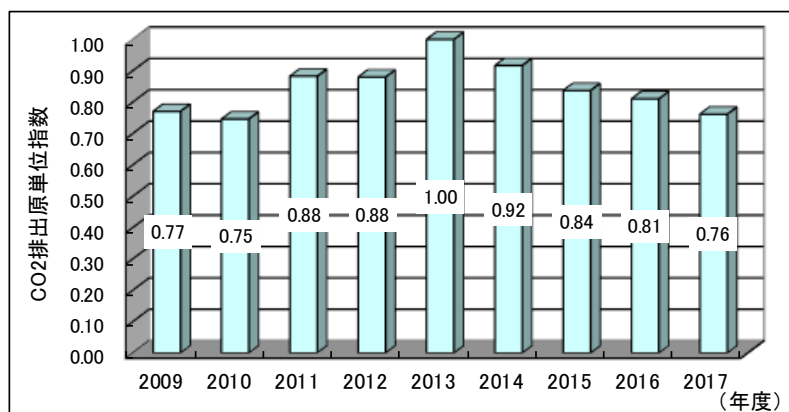


図4 CO<sub>2</sub>排出量の推移

電力排出係数：0.496kg-CO<sub>2</sub>/kWh (2017年度・調整後排出係数)

(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おり、2017年度では133.56万t-CO<sub>2</sub>と震災以降最も少なくなっており、基準年度の2013年度比で29.7%、前年度比で11.9%の減少となった。
- ・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。2017年度は基準年度比で23.8%、前年度比で6.1%の減少となった。

## 【要因分析】

(CO<sub>2</sub>排出量)

要因	1990年度 ➤ 2017年度	2005年度 ➤ 2017年度	2013年度 ➤ 2017年度	前年度 ➤ 2017年度
経済活動量の変化	50.4%	▲20.5%	▲8.0%	▲6.4%
CO <sub>2</sub> 排出係数の変化	21.2%	13.6%	▲11.3%	▲3.7%
経済活動量あたりのエネルギー使用量 の変化	▲48.6%	▲34.1%	▲16.1%	▲3.1%
CO <sub>2</sub> 排出量の変化	23.0%	▲41.0%	▲35.4%	▲13.1%

(%)

※数値は回答票 I (計算表)「要因分析 (工業プロセス除く)」シートより作成のため、一部数値が回答票内の同一名称の指標と整合しない部分がある。

### (要因分析の説明)

- ・2017年度のCO<sub>2</sub>排出量は基準年度と定めている2013年度に比べ35.4%、前年度と比べると13.1%減少した。
- ・基準年度比のCO<sub>2</sub>排出量の減少要因として最も大きい部分を占めるのが経済活動量あたりのエネルギー使用量変化で、基準年度比34.1%、前年度比3.1%の減少であった。
- ・前年度比のCO<sub>2</sub>排出量の減少要因として最も大きい部分を占めるのが経済活動量の変化で、基準年度比20.5%、前年度比6.4%の減少であった。

(4) 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)
2017 年度	LED 照明器具への取替	250 百万円	180 万 kWh	10 年
	高効率空調機への改修	42 百万円	63 万 kWh	—
2018 年度	LED 照明器具への取替	300 百万円	220 万 kWh	10 年
	高効率空調機への改修	—	—	—
2019 年度 以降	LED 照明器具への取替	—	—	—
	高効率空調機への改修	—	—	—

※数値は、投資額と年度あたりのエネルギー削減量について回答のあった会員店舗の合計値。

※数値のない対策は対策事例として複数社で挙げられていたが、具体的な数値の回答がなかったもの。

【2017 年度 of 取組実績】

(取組の具体的事例)

※調査に回答した 173 店舗における実績

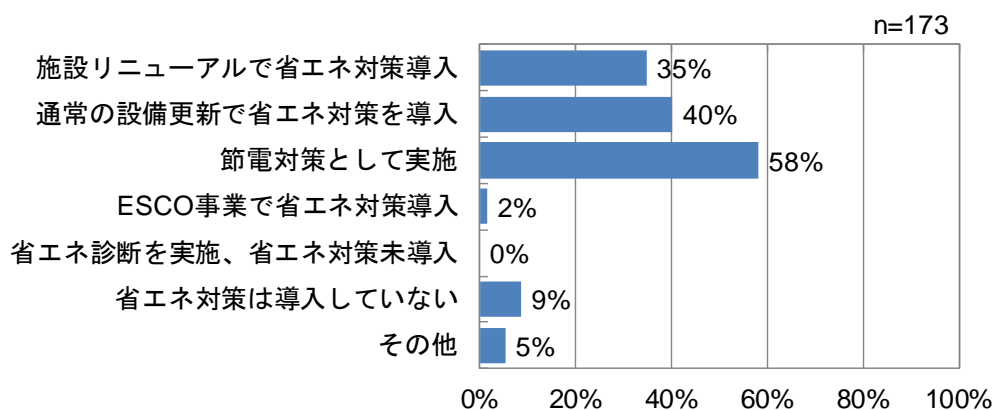


図 5 省エネルギー対策の導入状況

n=173

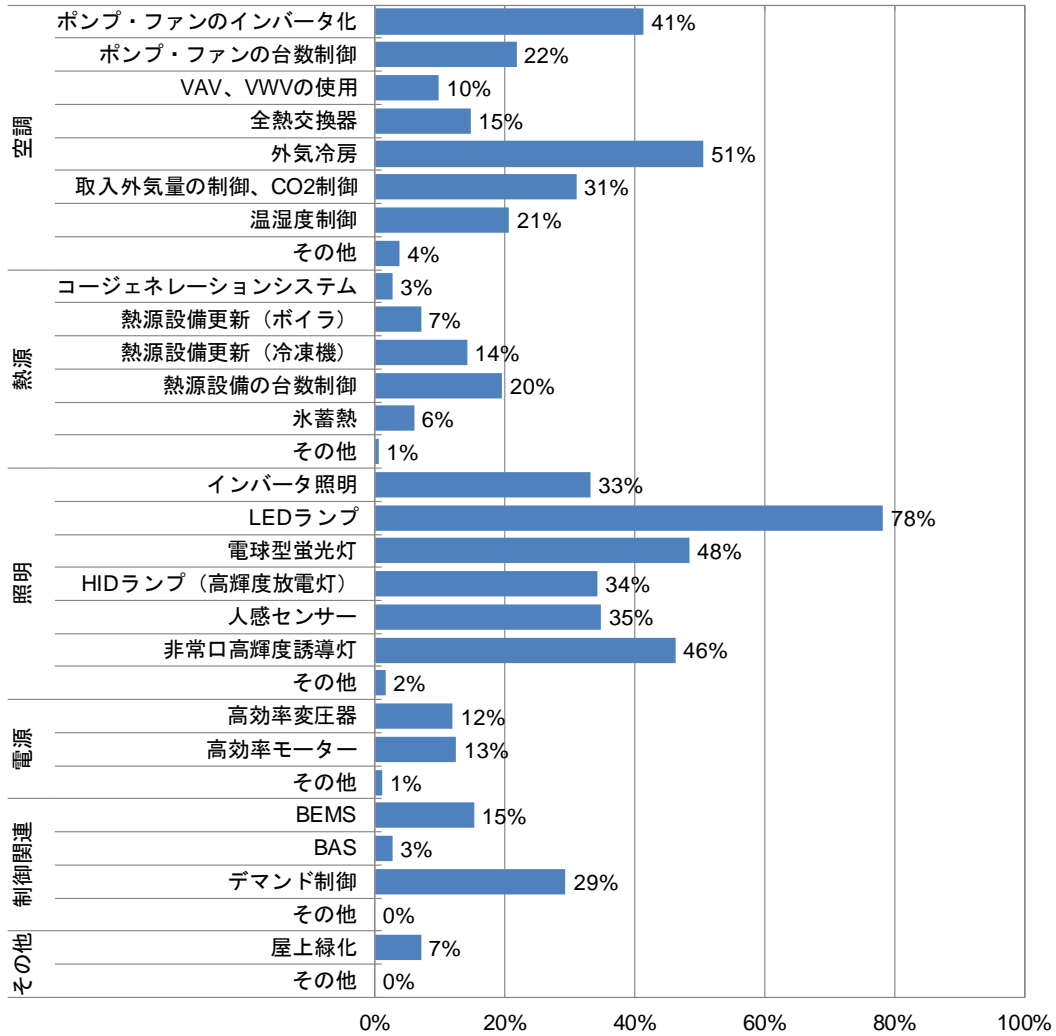


図6 省エネルギー対策（ハード面）の導入状況

n=173

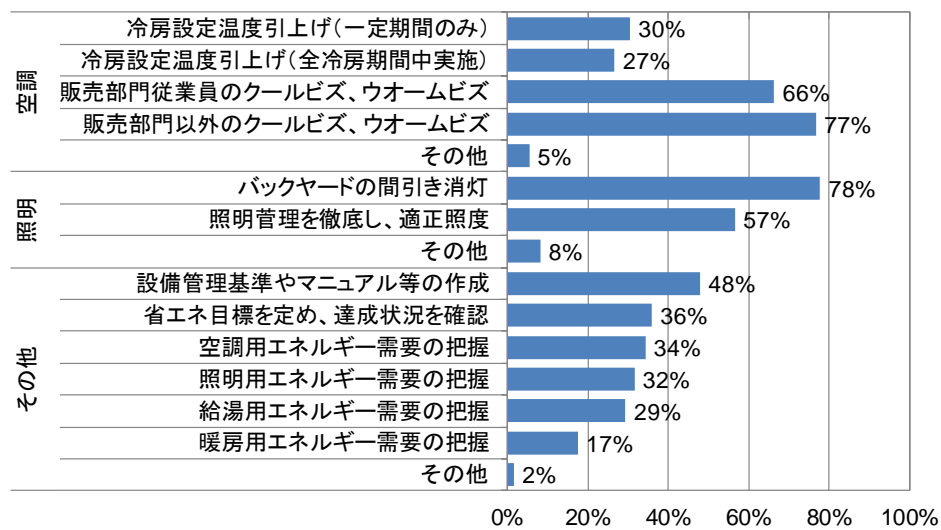


図7 省エネルギー対策（ソフト面）の導入状況

**(取組実績の考察)**

○2017年度は前年度から引き続き店舗内照明やショーケース等の照明のLEDや電球型蛍光灯への切り替えと、インバーター導入を伴う高効率空調機への改修が主に実施した取り組みであった。

**【2018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)

○引き続き会員店舗において、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く。

**【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	2017年度までの累計 65%	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	2017年度までの累計 78%	店舗の改装・投資計画等を踏まえ導入に努める

## (5) 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。

$$\text{進捗率【基準年度目標】} = \frac{(\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準})}{(\text{基準年度の実績水準} - \text{2020年度の目標水準})} \times 100 (\%)$$

$$\text{進捗率【BAU目標】} = \frac{(\text{当年度のBAU} - \text{当年度の実績水準})}{(\text{2020年度の目標水準})} \times 100 (\%)$$

進捗率 = (計算式)

$$\text{進捗率} = \frac{(\text{2013年度の実績水準} - \text{2017年度の実績水準})}{(\text{2013年度の実績水準} - \text{2020年度の目標水準})} \times 100 (\%) = \frac{(21.89 - 18.73)}{(21.89 - 20.40)} \times 100 (\%) = 212\%$$

### 【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)

- ・ 昨年度に引き続き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した。
- ・ 一方で、震災後に行ってきた昇降機や照明の間引きの取り組みは、来客数の増加に伴う安全性の確保の必要性、LEDへの切り替え等により取り組み数は減少。加えて、大規模な設備更新についても今後減少が見込まれることもあり、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・新規出店時にはエネルギー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)

## (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。

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

進捗率 = (計算式)

$$\begin{aligned} \text{進捗率} &= (\text{2013年度の実績水準} - \text{2017年度の実績水準}) / (\text{2013年度の実績水準} - \text{2030年度の} \\ &\quad \text{目標水準}) \times 100 (\%) = (21.89 - 18.73) / (21.89 - 18.45) \times 100 (\%) = 92\% \end{aligned}$$

### 【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)



(7) 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】

【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	

(8) 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

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

【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（〇〇社計）

	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度
延べ床面積 (万㎡)：							217 (83 店舗)	258 (104 店舗)	230 (77 店舗)	206 (74 店舗)
CO <sub>2</sub> 排出量 (万t-CO <sub>2</sub> )							54.6	65.1	58.1	52.0
床面積あたりの CO <sub>2</sub> 排出量 (kg-CO <sub>2</sub> /㎡)							252	252	253	252
エネルギー消費 量(原油換算) (万kl)							9.83	11.71	10.45	9.36
床面積あたりエ ネルギー消費量 (l/㎡)							453	454	454	455

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)

## 【2017 年度の取組実績】

### （取組の具体的事例）

### （取組の具体的事例）

- エレベータ使用台数の削減（2,497 t-CO<sub>2</sub>/年）
- 照明の間引き（579 t-CO<sub>2</sub>/年）
- 高効率照明の導入（490 t-CO<sub>2</sub>/年）

等が主な取り組み事例である。なお、それぞれの対策効果の値は推計値である。

### （取組実績の考察）

- 2017年度に削減効果が最も高かった対策はエレベータ使用台数の削減であった。次いで照明設備等として照明の間引きの効果が高かった。

(9) 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

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)

【エネルギー消費量、CO<sub>2</sub>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	2016 年度	2017 年度
輸送量 (万トンキロ)										
CO <sub>2</sub> 排出量 (万 t-CO <sub>2</sub> )										
輸送量あたり CO <sub>2</sub> 排出量 (kg-CO <sub>2</sub> /トンキロ)										
エネルギー消費 量 (原油換算) (万 kl)										
輸送量あたりエ ネルギー消費量 (l/トンキロ)										

II.(1)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)

【2017 年度の取組実績】

(取組の具体的事例)

(n=145)

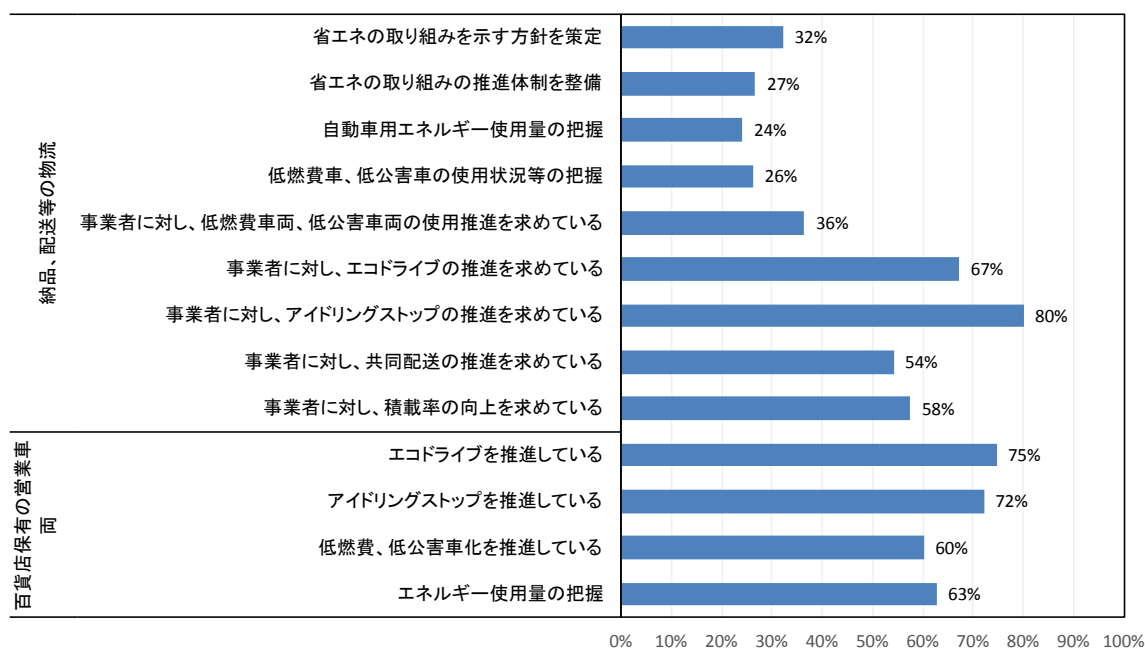


図 8 運輸部門の取り組み実施率 (回答店舗での実施率)

(取り組み実績の考察)

- 納品、配送等の物流では、アイドリングストップの推進が80%と最も割合が高く、次いでエコドライブの推進の割合が高い。一方で、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60%以上とよく取り組まれている。

### III. 主体間連携の強化

#### (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

	事業者名	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 (2017年度)	削減見込量 (2020年度)
1	日本百貨店協会会員店	オフセット商品「スマート・クール・バッグ」	会員百貨店全店舗で、東北CO <sub>2</sub> クレジット(※)を利用したエコバッグを販売。	91t-CO <sub>2</sub>	—

※1：福島県の森を育てる「喜多方森林整備加速化プロジェクト」によるオフセット・クレジット(J-クレジット)

(当該製品等の特徴、従来品等との差異、及び削減見込み量の算定根拠や算定の対象としたバリューチェーン／サプライチェーンの領域)

## (2) 2017年度の取組実績

### (取組の具体的事例)

- ・日本百貨店協会では、全国の百貨店で容器包装削減を目的に業界統一で「スマート・クール・バッグ」を販売し、環境にやさしいお買物「スマートラッピング」を呼び掛けている。また、各会員企業においては独自にエコバッグを販売し、売り上げの一部を温暖化防止等の環境保全活動の支援に充てている。

### (取組実績の考察)

## (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

### 【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
- ・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、実施

## (4) 森林吸収源の育成・保全に関する取組み

- ・会員企業・店舗単位で植林・間伐活動、里山保全活動等への参加を行っている。

## (5) 2018年度以降の取組予定

#### 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) (2017年度)	削減見込量 (ポテンシャル) (2020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) 2017年度の実績

(取組の具体的事例)

(取組実績の考察)

(3) 2018年度以降の取組予定

(4) エネルギー効率の国際比較



## V. 革新的技術の開発

### (1) 革新的技術・サービスの概要、導入時期、削減見込量及び算定根拠

	革新的技術・サービス	導入時期	削減見込量
1	該当なし		
2			
3			

(技術・サービスの概要・算定根拠)

### (2) 革新的技術・サービス開発・導入のロードマップ

	技術・サービス	2017	2018	2019	2020	2025	2030
1							
2							
3							

### (3) 2017年度の実績

(取組の具体的事例)

(取組実績の考察)

### (4) 2018年度以降の取組予定

## VI. その他

- (1) CO2 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Ⅰ、フェーズⅡの削減目標

### 【削減目標】

#### ＜フェーズⅠ（2020年）＞（〇〇年〇月策定）

- ・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。

#### ＜フェーズⅡ（2030年）＞（〇〇年〇月策定）

- ・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】

- 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

#### ＜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】

#### （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

<設定根拠、資料の出所等>

【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>

- ・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、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>