

経団連カーボンニュートラル行動計画
2025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

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。

- 策定している・・・①へ
- 策定を検討中・・・②へ
- 策定を検討する予定・・・②へ
- 策定を検討する予定なし・・・②へ

①ビジョン（基本方針等）の概要

策定年月日	〇〇年〇〇月
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	

②検討状況/検討開始時期の目途/検討しない理由等

2030年目標の達成状況を踏まえ検討する。

百貨店業界のカーボンニュートラル行動計画

		計画の内容
【第1の柱】 国内の事業活動における排出削減	目標・行動計画	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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CO₂排出量を基準年度（2013年）比50%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、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>
【第2の柱】 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"> ○ 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 ○ クールビズ・ウォームビズ等によるCO₂排出削減行動の呼びかけ。 ○ 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。 ○ スコープ3を算出しCO₂見える化
【第3の柱】 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）		<p><u>概要・削減貢献量：</u> 適宜導入を検討する</p>
【第4の柱】 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）		<p><u>概要・削減貢献量：</u> 適宜導入を検討する</p>
その他の取組み・特記事項		<ul style="list-style-type: none"> ○ 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。

百貨店業における地球温暖化対策の取組み

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）				
業界全体に占めるカバー率（CN行動計画参加÷業界全体）				
	業界全体	業界団体	CN行動計画参加	
企業数	183 店	70 社 178 店	71 社 177 店※1	100%
市場規模	63,282 億円	57,722 億円	57,722 億円	100%
エネルギー消費量	-	-	-	-%
出所	(1) 業界全体の企業数及び市場規模は「商業動態統計月報-2025 年 1 月分-」統計表（年間補正）より。 (2) 業界団体の企業数及び市場規模は「2024 年 12 月 全国百貨店売上高概況」における 2024 年 12 月時点の店舗数及び 2024 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 91.2%。 (3) カーボンニュートラル行動計画参加数については 2025 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。			
データの算出方法				
指標	出典		集計方法	
生産活動量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等）			
エネルギー消費量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等）			
CO2 排出量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等）			
生産活動量				
指標	10 ¹⁰ m ² × 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				
右表選択	<input type="checkbox"/> 調整を行っている <input checked="" type="checkbox"/> 調整を行っていない			
上記補足 (実施状況、調整を行わない理由等)	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				

【第1の柱】国内事業活動からの排出抑制

(1) 国内の事業活動における2030年削減目標

策定年月日	2021年9月
削減目標	
<ul style="list-style-type: none"> ・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CO₂排出量を基準年度（2013年）比50%減とする。 	
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。	
目標設定の背景・理由	
<ul style="list-style-type: none"> ○ 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、CO₂排出量を目標値として新たに追加している。 	
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	
<ul style="list-style-type: none"> ○ 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目標の場合	
BAUの算定方法	BAU目標を設定していない。
BAUの算定に用いた資料等の出所	
2030年の生産活動量	
生産活動量の見通し	○ 2030年度は目標策定時点の2019年度の実績を維持するとして設定した。
設定根拠、資料の出所等	
その他特記事項	
目標の更新履歴	
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 ₂ 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 ₂ 削減目標の設定を理事会で決定	

(2) 排出実績

	目標 指標 ¹	①基準年度 (2013年度)	②2030年度 目標	③2023年度 実績	④2024年度 実績
CO ₂ 排出量 ² (万t-CO ₂)	■	189.9	54.4	82.7	81.6
生産活動量 (単位：10 ¹⁰ m ² ・時間)	□	3.79	3.38	2.89	2.75
I ₁ 燃料 ³ -使用量 (単位：万kl)	□	83.1	54.4	48.22	46.37
I ₁ 燃料 ³ -原単位 (単位：万kl/10 ¹⁰ m ² ・時間)	■	21.93	16.09	16.71	16.87
CO ₂ 原単位 (単位：万t-CO ₂ /10 ¹⁰ m ² ・時間)	□	50.1	-	28.64	29.69
電力消費量 (億kWh)	□	28.6	-	16.4	15.8
電力排出係数 (kg-CO ₂ /kWh)	—	0.567	-	0.422	0.416
調整後		調整後	調整後	調整後	
年度		2013	-	2023	2024
発電端/受電端		受電端	受電端	受電端	受電端
CO ₂ 排出量 ² (万t-CO ₂) ※調整後排出係数	—	189.9	54.4	82.7	81.6

¹ 目標とする指標をチェック

² 電力排出係数で「調整後」を選択する場合、同値となる

【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】

＜2024 年度実績値＞

生産活動量（単位：10¹⁰ m²・時間）：2.75（基準年度比▲27.5%、2023 年度比▲4.8%）

＜実績のトレンド＞

（グラフ）

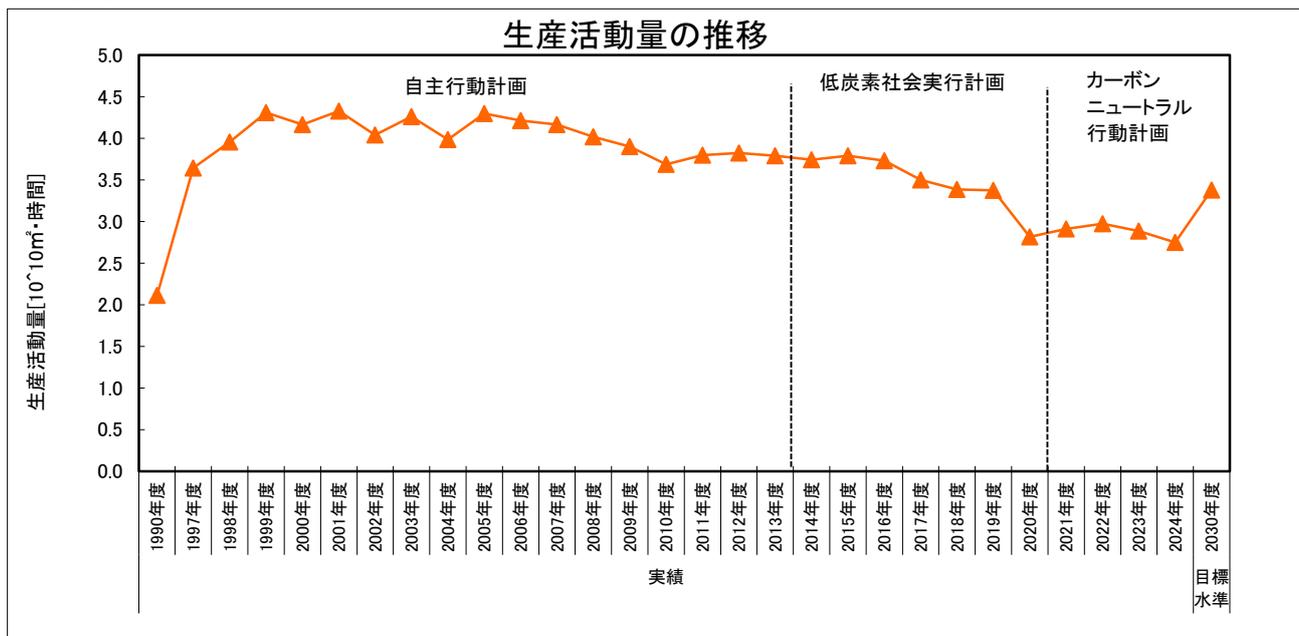


図 1 生産活動量の推移

（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 4×10¹⁰ m²・時間以上であったが、2009 年以降は 4×10¹⁰ m²・時間未満にとどまっている。
- 2024 年度の実績値は 2.75×10¹⁰ m²・時間となり、基準年度の 2013 年度と比較して 27.5% 減、前年度と比較して 4.8% 減（コロナ前の 2019 年度比で 18.6% 減）となっている。

【生産活動量に関する指標の推移】

年度	2019 年度	2023 年度	2024 年度
店舗面積※1	5,204,826 m ² (1)	4,612,321 m ² (0.886)	4,504,575 m ² (0.865)
年間平均営業時間※2	3,549 時間 (1)	3,468 時間 (0.977)	3,474 時間 (0.979)

表注：（）内の数値は 2019 年度を 1 とした際の指数を示している

※1 「全国百貨店 売上高速報」における、各年度末時点での店舗面積

※2 会員アンケートの結果を集計

【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

＜2024年度の実績値＞

エネルギー消費量（単位：万kl）：46.4（基準年度比▲44.1%、2023年度比▲3.8%）

エネルギー原単位（単位：万kl/10¹⁰m²・時間）：16.87（基準年度比▲22.9%、2022年度比1.0%）

＜実績のトレンド＞

（グラフ）

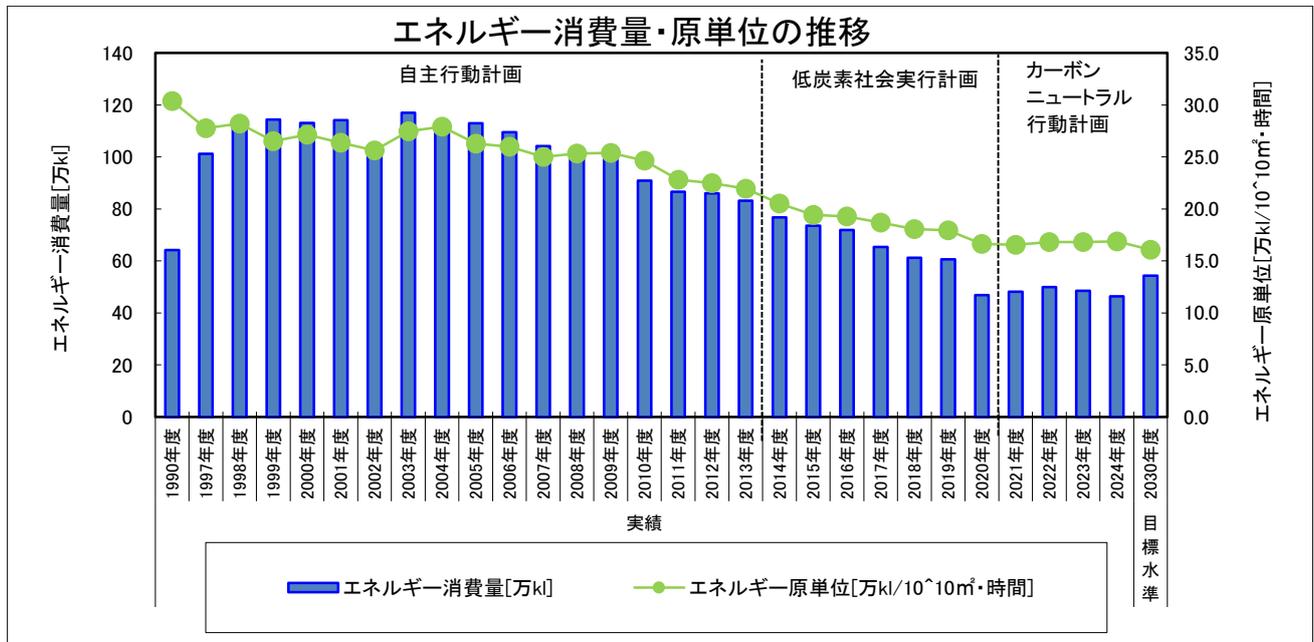


図 2 エネルギー消費量・原単位の推移

（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いる。
- 2024 年度は生産活動量の減少に伴い、原油換算ベースで 46.4 万 kl、基準年度の 2013 年度比で 44.1%の減少、前年度比で 3.8%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。2024 年度のエネルギー原単位は 16.87 万 kl/10¹⁰ m²・時間であり、基準年度比 22.9%の減少、前年度比では 1.0%の微増となった。

(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>

当該事業を行っている百貨店のエネルギー使用量を当該百貨店と同じ規模、サービス、稼働状況の百貨店の平均的なエネルギー使用量で除した値(※)

※当該事業を行っている店舗におけるエネルギー使用量(単位:キロリットル)を①と②の合計量(単位:キロリットル)にて除した値を、店舗ごとのエネルギー使用量により加重平均した値

①延床面積(単位平方メートル)に0.0531を乗じた値

②売上高(単位百万円)に0.0256を乗じた値

目指すべき水準:0.792以下

<今年度の実績とその考察>

2024年度定期報告(2023年度実績)分:0.836(前年0.844)

協会会員企業の達成数 18(前年19)

(考察)

- 百貨店業においては、産業部門における省エネトップランナー制度の対象業種拡大に伴い、平成29年4月よりベンチマーク制度が施行された。対象事業者は、「工場等におけるエネルギー使用の合理化に関する事業者の判断の基準」別表第5に掲げる百貨店業のエネルギーの年度(4月1日から翌年3月31日までをいう。)の使用量が原油換算エネルギー使用量の数値で1,500k l以上である事業者である。
- 業界全体の実績値(会員以外の事業者も含む)は前年度に比べ改善した。引き続き実態把握に努めながら業界全体の平均値の改善に努める。
- なお、最新のベンチマーク指標の実績は1年度前のもの(2023年度実績)であることについて留意いただきたい。

【CO₂排出量、CO₂原単位】

＜2024年度の実績値＞

CO₂排出量（単位：万 t-CO₂ 電力排出係数：4.16kg-CO₂/kWh）：81.6 万 t-CO₂ （基準年度比▲57.0%、2023年度比▲1.3%）

CO₂原単位（単位：万 t-CO₂/10¹⁰ m³・時間 電力排出係数：4.16kg-CO₂/kWh）：29.69 （基準年度比▲40.7%、2023年度比3.7%）

＜実績のトレンド＞

（グラフ）

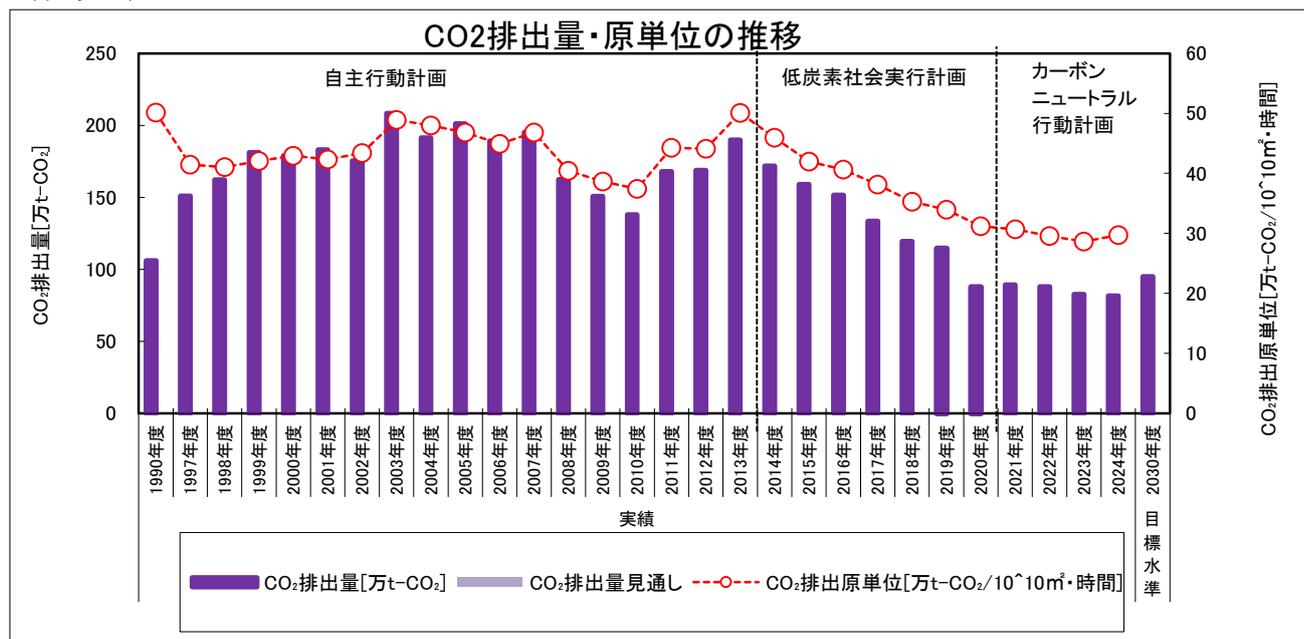


図 3 CO₂排出量・原単位の推移

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CO₂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。2024年度では、CO₂排出量の実績値が81.6万 t-CO₂、基準年度の2013年度比で57.0%の減少、前年度比で1.3%の減少となった。
- 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。2024年度は基準年度比で40.7%の減少、前年度比では3.7%の増加となった。

(3) 削減・進捗状況

【エネルギー消費原単位】

	指 標	削減・進捗率
削 減 率	【基準年度比/BAU 目標比】 =④実績値÷①実績値×100-100	▲23.1%
	【昨年度比】 =④実績値÷③実績値×100-100	1.0%
進 捗 率	【基準年度比】 = (①実績値-④実績値) / (①実績値-②目標値) × 100	86.5%

【CO₂排出量】

	指 標	削減・進捗率
削 減 率	【基準年度比/BAU 目標比】 =④実績値÷①実績値×100-100	▲57.0%
	【昨年度比】 =④実績値÷③実績値×100-100	▲1.3%
進 捗 率	【基準年度比】 = (①実績値-④実績値) / (①実績値-②目標値) × 100	114.1%

(4) 要因分析

単位：万 t-CO₂

要 因	1990 年度 ⇒ 2024 年度	2005 年度 ⇒ 2024 年度	2013 年度 ⇒ 2024 年度	前年度 ⇒ 2024 年度
経済活動量の変化	24.91	▲60.19	▲41.88	▲4.22
CO ₂ 排出係数の変化	9.51	3.22	▲29.23	▲0.16
経済活動量あたりのエネルギー使用量の変化	▲55.83	▲59.57	▲34.22	0.85
CO ₂ 排出量の変化	▲21.40	▲116.54	▲105.32	▲3.53

【要因分析の説明】

- 2024 年度の CO₂ 排出量は、基準年度の 2013 年度と比較すると 105.3 万 t-CO₂ (57.0%) 減少しており、特に経済活動量の変化が寄与している。前年度比では CO₂ 排出量が 3.53 万 t-CO₂ (1.3%) 減少しており、経済活動の変化が特に影響している。加えて、店舗で使用する電力を CO₂ フリー電力で賄う店舗も増加しており、その要因も大きいと考えられる。

(5) 目標達成の蓋然性

自己評価	
<input checked="" type="checkbox"/> 目標達成が可能と判断している・・・①へ <input type="checkbox"/> 目標達成に向けて最大限努力している・・・②へ <input type="checkbox"/> 目標達成は困難・・・③へ	
① 補足	目標達成に向けたこれまでの取組み
	各社の省エネ努力に加えて、非化石電力への転換などにより、CO ₂ 排出量は目標水準を既に上回っている。また、エネルギー消費原単位については前年度比で横ばいであるものの、エネルギー消費量の削減については精力的に取り組み、着実にその成果が反映されている。
	今後予定している追加的取組の内容・時期
	引き続き、エネルギー消費原単位の目標達成に向けて各社での取り組みを進めていく。
	(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
設定したすべての指標について、継続して目標水準を達成した場合に見直しを検討する。	
② 補足	目標達成に向けたこれまでの取組み
	今後予定している追加的取組の内容・時期
目標達成に向けた不確定要素/目標達成のために要望する政策	
③補足	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/目標達成のために要望する政策
目標見直しの予定	

(6) 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	2024年度までの累計 71%	
LED等高効率器具への更新	2024年度までの累計 95%	

(7) 実施した対策、投資額と削減効果の考察

年度	対策	投資額	年当たりのエネルギー削減量 CO ₂ 削減量	設備等の使用期間 (見込み)
2024年度	LED照明への更新	282,180千円	307t-CO ₂	10年

【2024年度の実績】

(取組の具体的事例)

※調査に回答した115の会員店舗・施設における実績

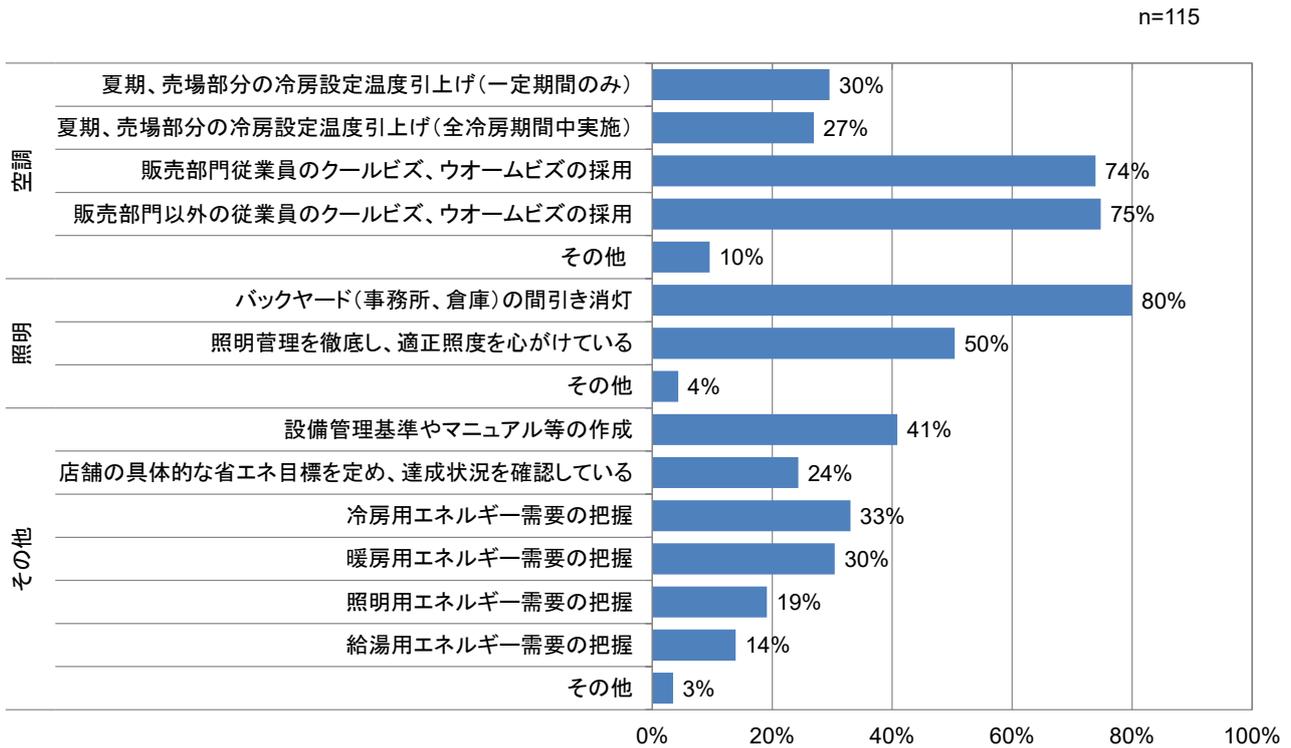


図4 省エネルギー対策(ソフト面)の導入状況

n=115

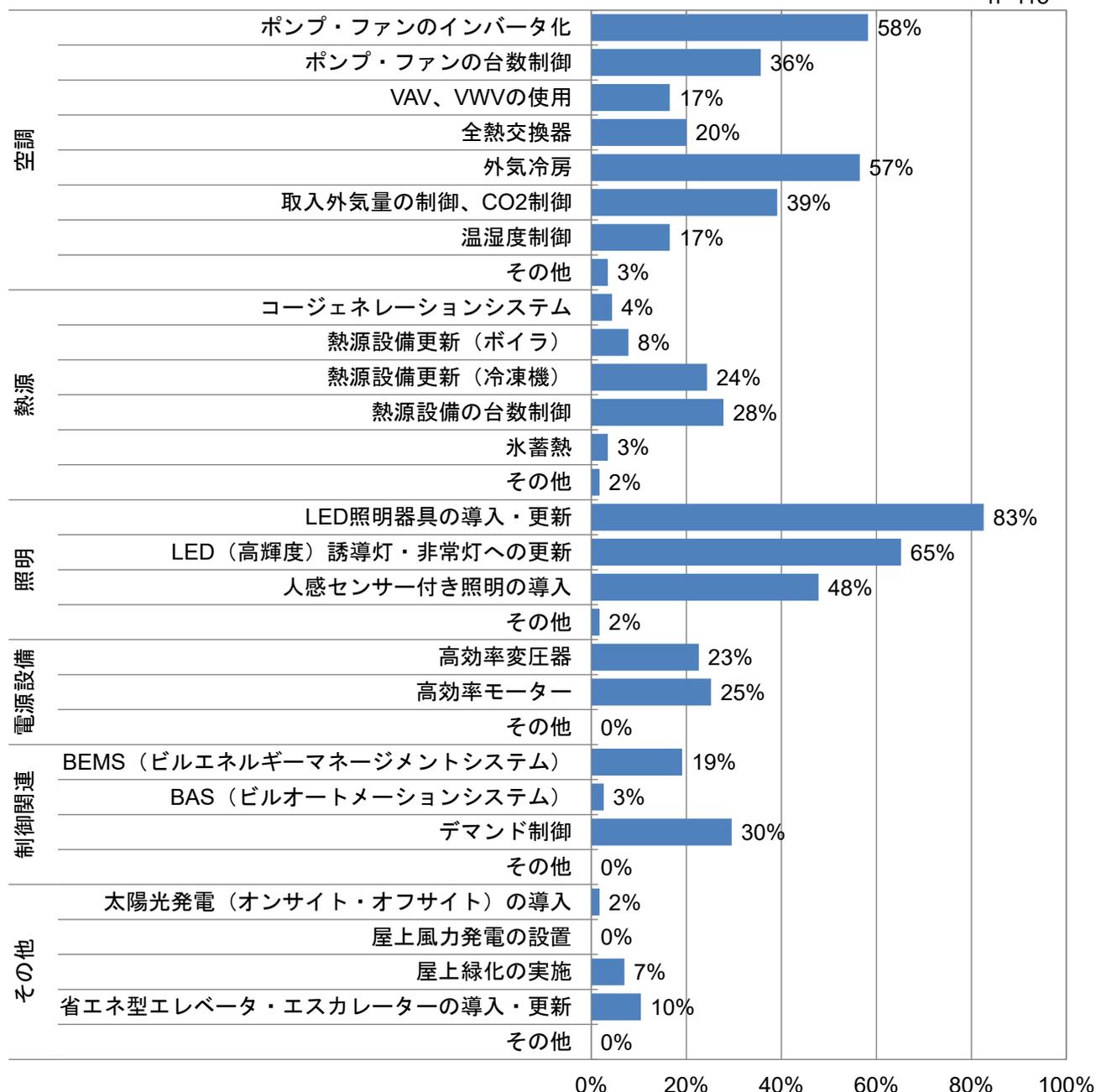


図 5 省エネルギー対策（ハード面）の導入状況

（取組実績の考察）

店舗内照明や屋外照明の高効率照明への切り替えや、ポンプ・ファンのインバーター化、外気冷房を実施した店舗・施設の割合が高い。

【2025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）

ハード面については主にリニューアルなどの改装時に合わせて設備更新を実施するケースが多く、タイミングは店舗により異なるため今後の進捗は不透明であると考えている。

(8) クレジットの取得・活用及び創出の状況と具体的事例

<p>業界としての 取組み</p>	<p><input type="checkbox"/>クレジットの取得・活用をおこなっている <input type="checkbox"/>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 <input type="checkbox"/>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 <input checked="" type="checkbox"/>クレジットの取得・活用は考えていない <input type="checkbox"/>商品の販売等を通じたクレジット創出の取組みを検討する <input type="checkbox"/>商品の販売等を通じたクレジット創出の取組みは考えていない</p>
<p>個社の取組み</p>	<p><input type="checkbox"/>各社でクレジットの取得・活用をおこなっている <input type="checkbox"/>各社ともクレジットの取得・活用をしていない <input type="checkbox"/>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みをおこなっている <input type="checkbox"/>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みをしていない</p>

【具体的な取組事例】

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

【非化石証書の活用実績】

<p>非化石証書の活用実績</p>	
-------------------	--

(9) 本社等オフィスにおける取組み

目標を策定している・・・①へ

目標策定には至っていない・・・②へ

① 目標の概要

○○年○月策定 (目標) (対象としている事業領域)

② 策定に至っていない理由等

○ 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。

本社オフィス等の CO₂ 排出実績

	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度	2023 年度	2024 年度
延べ床面積 (万㎡)	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)	71 (56 事業所)	64 (52 事業所)	74 (42 事業所)
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)	52.0	35.4	25.8	29.6	33.8	18.7	16.1	18.5
床面積あたりの CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /m ²)	0.252	0.253	0.253	0.253	0.252	0.262	0.252	0.251
エネルギー消費量 (原油換算) (万 kl)	9.36	6.37	4.64	5.33	6.08	3.36	2.90	3.34
床面積あたり エネルギー消費量 (l/m ²)	0.0455	0.0455	0.0455	0.0455	0.0454	0.0473	0.0453	0.0451

※会員アンケート結果を基に、オフィス面積に業務ビルのエネルギー原単位をかけて算出

【2024 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 (3,435t-CO₂/年)
- 高効率照明の導入 (728t-CO₂/年)
- 照明の間引き (473t-CO₂/年)
- 空調機の外気導入量の削減 (165t-CO₂/年)

等が主な取り組み事例である。

(取組実績の考察)

- 2024 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。分野別にみると建物関連の効果が大きい。

(10) 物流における取組み

- 目標を策定している・・・①へ
- 目標策定には至っていない・・・②へ

① 目標の概要

○○年○月策定 (目標) (対象としている事業領域)

② 策定に至っていない理由等

- 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。

【エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績】

(参考値) 2024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: 1,524台
 - ガソリン消費量: 113.5万ℓ (1台当たり744.4ℓ)
- (車両台数とガソリン消費量の回答のあった62店舗の合計値)

【2024年度の取組実績】

(取組みの具体的事例)

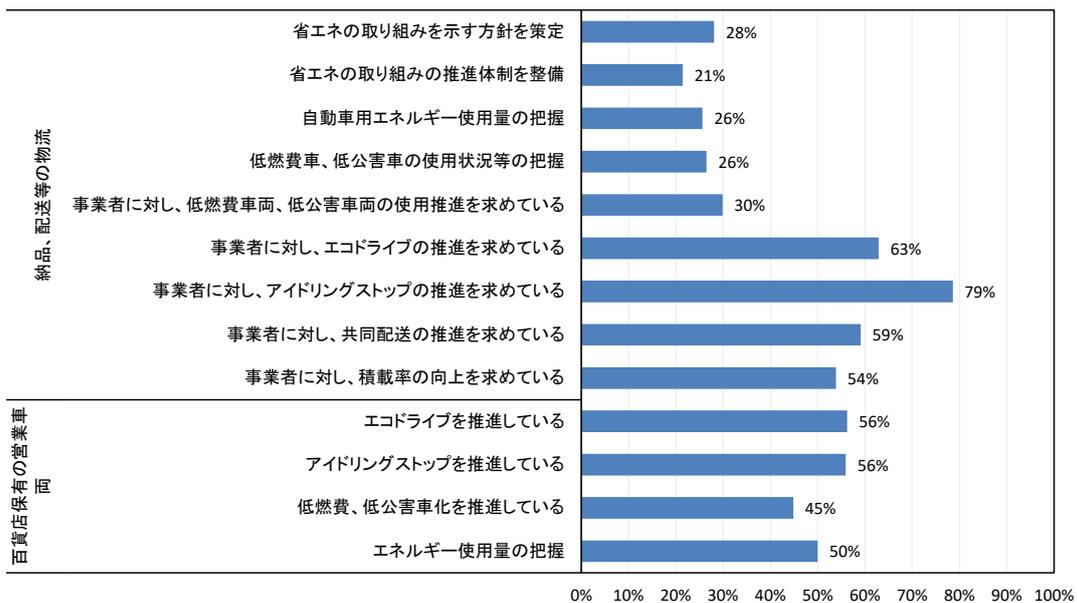


図6 運輸部門の対策取り組み実績 (n=115)

(取組実績の考察)

- 納品、配送等の物流に関する取組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79%と最も割合が高く、次いでエコドライブの推進が63%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、エコドライブとアイドリングストップの推進が最も多くの店舗で取組まれている。

【2024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)

- 引き続き取組の把握と優良事例の共有を行っていく。

【第2の柱】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	製品・サービス等	削減実績 (推計) (2024年度)	削減見込量 (ポテンシャル) (2030年度)
1	(株)高島屋	バイオマスプラレジ袋の提供	—	—
2		「Depart de Loop」 ³ 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)近鉄百貨店	衣料品回収プロジェクトの実施	—	—
4		廃棄ロス削減サイト「KIKIMARKET」の オープン ⁴	—	—
5	(株)井筒屋	オリジナルエコバッグの販売	—	—
6	(株)名鉄百貨店	エコバックの販売	—	—
7	(株)大丸松坂屋 百貨店	レジ袋の有料化、エコバッグの販売	—	—
8		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	—	—
9		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	—	—
10		エコフリサイクルキャンペーン(ECOFF): お客様からいらなくなった洋服・雑貨を回 収し、国内外でリユース・リサイクルする 取り組みを実施 ⁵	—	—
11		ファッションサブスクサービス「アナザー アドレス」：衣料品のシェアリングサービ ス。衣料品廃棄削減によるCO2削減に貢 献 ⁶	—	—
12		国内 SAF 製造に向けた廃食用油の提供 店舗順次拡大	—	—
13	(株)小田急百貨 店	食品残渣を飼料等に活用する食品リサ イクルに参加	—	—

³ https://www.takashimaya.co.jp/store/special/depart_de_loop/

⁴ <https://kuradashi.jp/pages/d-kintetsu-kikimarket>

⁵ <https://dmdepart.jp/ecoff/about/>

⁶ <https://www.anotheraddress.jp/>

14	(株)京王百貨店	オリジナルマイバッグの販売	—	—
15		衣料、家庭用品等のリサイクル素材を使用した商品展開の拡大	—	—
16	(株)山形屋	ペットボトルキャップ回収による JCV への寄付	—	—
17		書き損じはがき回収	—	—
18	(株)松屋	可燃ゴミ用ゴミ袋を有料化	—	—
19		事務用品リユース促進への全社的な取り組み	—	—
20		包装・梱包の簡素化を選択できるキャンペーンを実施	—	—
21	(株)東急百貨店	マイバッグ持参の促進、レジ袋有料化、簡易包装の実施	—	—
22	(株)東武宇都宮百貨店	規格外野菜の販売企画	—	—
23	一般社団法人 日本百貨店協会	業界全体のスコープ3算出	—	—

【2024 年度の実績】

(取組の具体的な事例)

- 2024 年度は引き続き、商品への簡易包装や環境配慮型素材への切り替え、エコバッグ持参の呼びかけ、店頭回収（衣料品・化粧品容器等）を通じて脱炭素や持続可能なサプライチェーン構築に向けた取組を実施してきた。

(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商品の使用・廃棄・再利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組を行っている。

（例：廃棄品を原料とする再生素材を使用したリサイクル商品やアップサイクル商品の販売等）

(2) 家庭部門、国民運動への取組み

家庭部門での取組み
<ul style="list-style-type: none">○ 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)○ 各家庭での食品ロス削減、食料を必要とされる方々への支援を目的に、家庭内で消費しきれない未使用食品を集めてフードバンク団体や地域の福祉施設などに寄付する「フードドライブ活動」を実施。
国民運動への取組み
<ul style="list-style-type: none">○ 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。また、熱中症予防のため「日傘」の活用を呼びかけている。○ 環境省「デコ活」に参画している。
森林吸収源の育成・保全に関する取組み
<ul style="list-style-type: none">○ 地元木材を使用した商品開発や販売を実施。また、一部売場装飾や什器にも地域の間伐材を使用している。○ ギフトのグリーンラッピングや簡易包装に協力した数に応じて、植林を行っている団体への寄付を実施。○ 紙製手提げ袋の有料化に伴う収益を森林保全団体へ寄付。

【2025 年度以降の取組予定】

(2030 年に向けた取組み)

引き続き優良事例の収集に努める。

(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み)

【第3の柱】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	貢献の概要 算定根拠	削減実績 (推計) (2024年度)	削減見込量 (ポテンシャル) (2030年度)
1				
2				
3				

【2024年度の実績】

(取組みの具体的事例)

(取組実績の考察)

【2025年度以降の取組予定】

(2030年に向けた取組み)

引き続き事例収集に努める。

(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み)

(2) エネルギー効率の国際比較

【第4の柱】2050年カーボンニュートラルに向けた革新的技術の開発

(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	技術の概要 算出根拠	導入時期	削減見込量
1	AI スマート空調の導入 (阪急阪神百貨店、 三越伊勢丹、近鉄百貨店)	温湿度センサーや人流センサーを設置し空調環境を計測。AI が混雑状況を予測することにより空調制御を最適化する。	2022年～	

(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	2024	2025	2030	2050
1					
2					
3					

【2024年度取組実績】

(取組みの具体的事例)

- 百貨店では店舗におけるエネルギー消費用途のうち、空調は照明、動力と並び特に大きな割合を占めている。これまでは主に運用面での改善等を通じての省エネや設備更新による高効率化の対策が進められていましたが、近年一部の企業において大学等と連携し、AI 技術を活用した、スマート空調の開発や実証が進められている。具体的にはこれまでフロア全体を一定の出力で空調を行っていたところを、温湿度センサー等と AI によるフロアの混雑状況、時間帯のデータを蓄積・分析し、売り場別・時間帯別の人流や混雑の予測、人流や混雑状況に応じた空調の最適化を行うという仕組みとなっている。このシステムの導入により、空調に使用するエネルギーのさらなる削減を見込んでいる。

(取組実績の考察)

【2025年度以降取組予定】

(2030年に向けた取組み)

(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み)

その他の取組み・特記事項

(1) CO₂以外の温室効果ガス排出抑制への取組み

(2) その他の取組み

①第三者評価委員会からの指摘・要望事項への対応

(ベンチマーク制度、トップランナー制度、SBT(Science Based Target)への取組み等)

百貨店業においては、産業部門における省エネトップランナー制度の対象業種拡大に伴い、平成29年4月よりベンチマーク制度が施行されている。また、会員企業各社が個別にSBT認定を取得し、脱炭素社会の実現に向けた取組みを推進している。

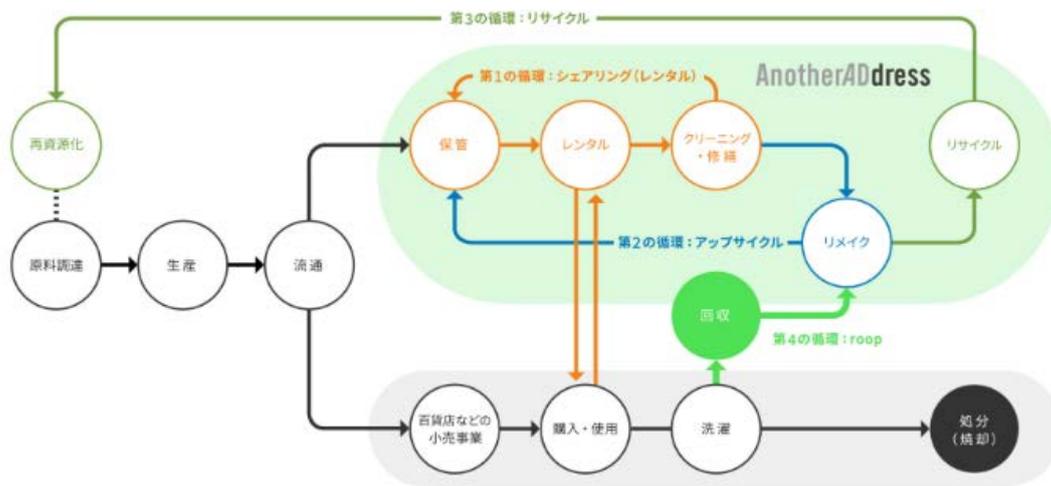
②カーボンニュートラルに資するサーキュラーエコノミー、ネイチャーポジティブへの取組み

【優良事例の紹介】

○ファッションサブスクリプションサービス「アナザーアドレス (AnotherADdress)」

(大丸松坂屋百貨店)

国内外 300 以上の有名デザイナーズブランドの洋服を自由に選び、レンタルできるサブスクリプション型のファッションレンタルサービス。シェアリングによる循環に加え、レンタルできなくなったアイテムを服やアートにアップサイクルする「reADdress」や、着なくなった洋服を回収、アップサイクルしレンタルに活用する「roop」等により、持続的なファッションの実現に取り組んでいる。



(出典) 大丸松坂屋百貨店「AnotherADdress」<https://www.anotheraddress.jp/>

③その他