
脱炭素経営フォーラム
バリューチェーン全体での脱炭素化支援事業
〈業界団体 発表〉

百貨店業界における脱炭素への取組みと ガイドラインの策定について



人の思いをつなぐ場として、さらなる進化に挑戦する
一般社団法人

日本百貨店協会

2025年3月5日

1. 団体概要 <全体概要>

■ 一般社団法人 日本百貨店協会の概要

設立：1948年（昭和23年）3月16日

■ 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）

■ 会員数

百貨店会員数：**72社 168店舗**（2024年9月現在）

コラボレーション会員数：172社（2025年1月現在）

【参考】業界規模（2024年12月末現在）

	業界全体の規模*1	日本百貨店協会の規模*2
企業数	183事業所	70社178店舗
売上高（年間）	63,272億円 （前年比6.7%）	57,722億円*3 （前年比6.8%）

*1: 業界全体の規模 経済産業省「商業動態統計月報」調査対象となる百貨店(2024年12月末現在)前年比は店舗数調整後

*2: 日本百貨店協会の規模は、2024年12月末現在における調査対象店舗数

*3: 当協会の売上高が業界全体の売上高に占める割合は91.2%

■ 組織概要

常設委員会：**8委員会**（2025年2月現在）

※本案件は「**環境・社会貢献委員会**」（委員19社）にて検討

百貨店のサステナブル基本方針

1. 百貨店の企業行動指針
2. 百貨店の人権方針
3. 百貨店の商品調達基本方針
4. 百貨店の環境保全に関する自主行動計画
5. 百貨店のカーボンニュートラル実行計画
6. 百貨店の社会貢献活動基本方針
7. 百貨店の容器包装削減に向けた基本方針
8. 百貨店店舗における労働環境改善に向けた行動指針
9. 百貨店における外国人の受入れに関する基本指針



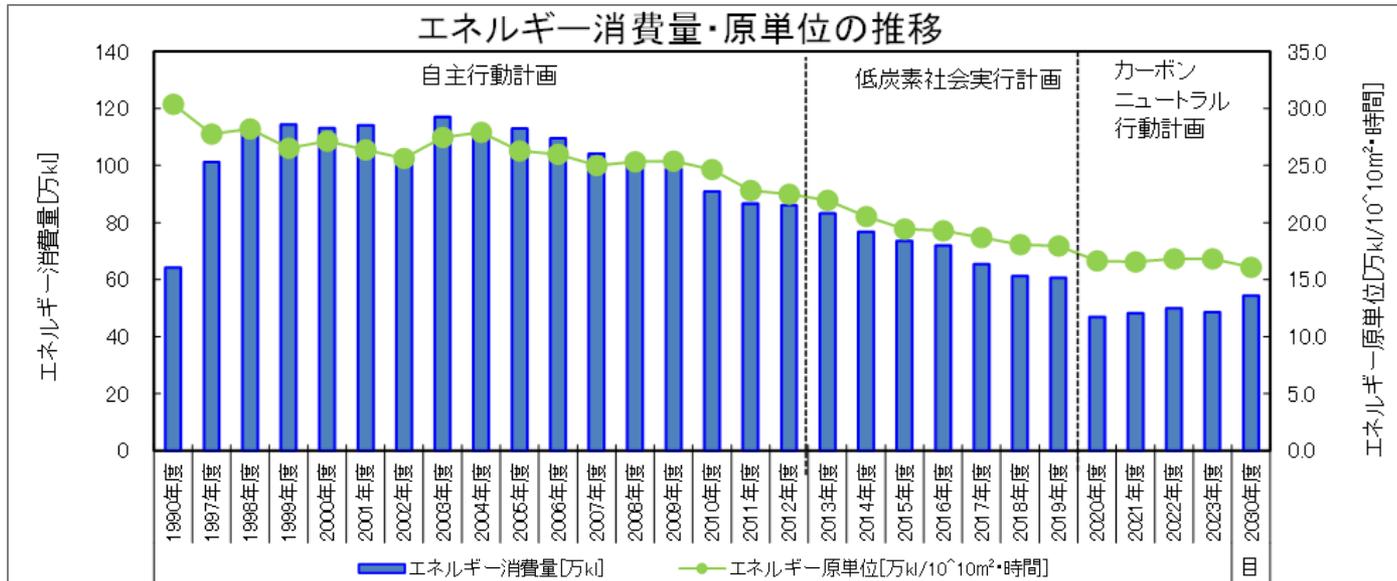
【百貨店業界のカーボンニュートラル行動計画】

■フェーズⅠ 2020年に向けた取組

店舗における消費原単位を目標年(2020年)において、**基準年度(2013年度)比6.8%減**とする。

■フェーズⅡ 2030年度に向けた取組

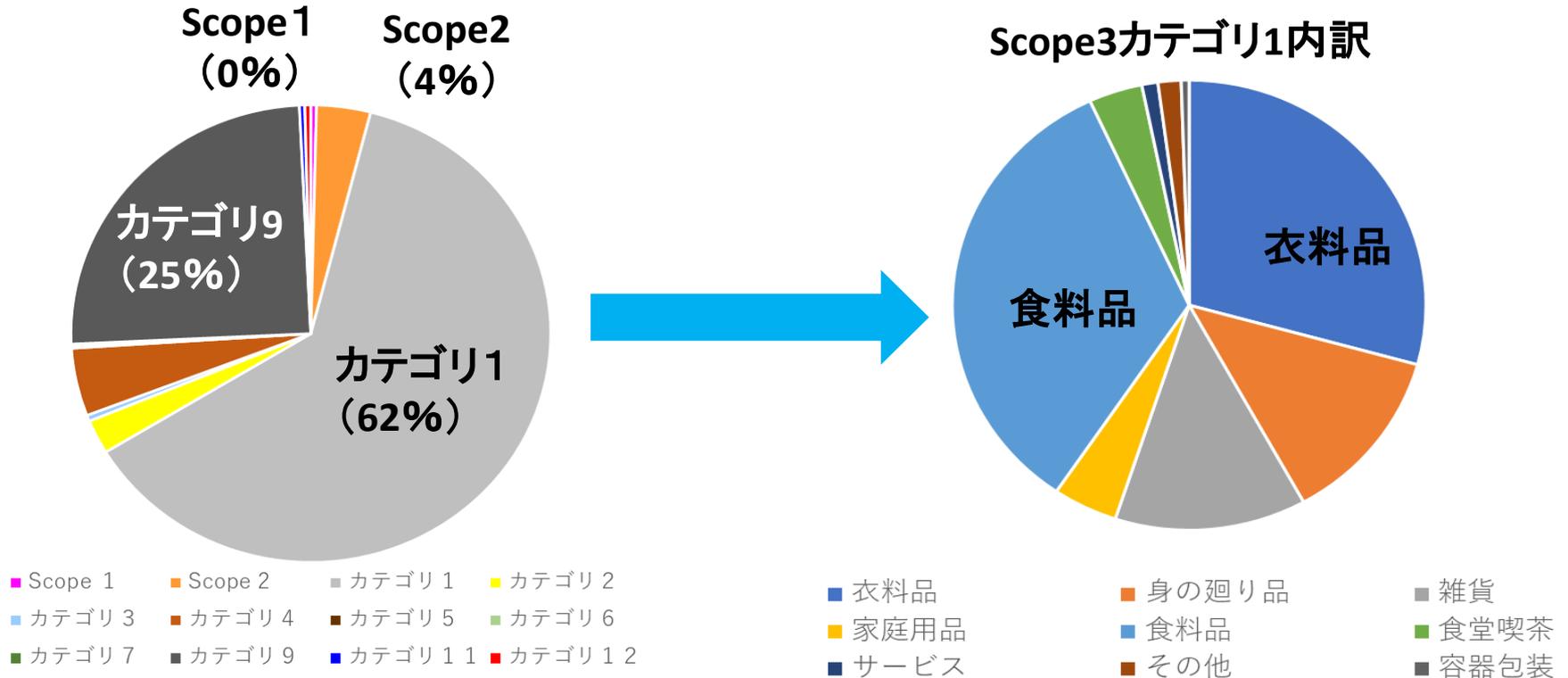
店舗における消費原単位を目標年(2030年)において、**基準年度(2013年度)比 26.5%減**とする。
 →**2023年度実績値：基準年度比 41.7% 達成**
 併せて店舗におけるエネルギー消費由来のCO2排出量を**50%減**とする。



2018年度より、会員企業のScope 3 に着手
 2019年度からは、売上統計の商品及びサービスに関わるサプライチェーン
 全体での温室効果ガスの排出量を推計

集計データ：日本百貨店協会売上高（18分類の商品及びサービスの売上高、従業員数）
 「百貨店の環境対策に関する定期調査」並びに「店舗のエネルギー使用量実態調査」

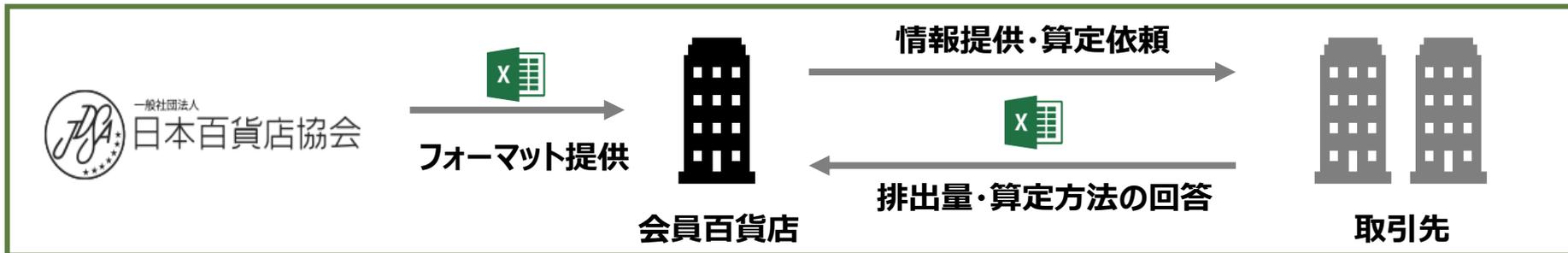
■ 2022年度 算出結果



国立環境研究所が公開している「2005年版産業連関表による環境負荷原単位データブック(3EID)」を引用

3. 取組内容① <本取組の意図>

- **Scope3カテゴリ1の削減**には、取引先とのエンゲージメントを強化し、GHG排出量の一次データを取得した上で、百貨店側のGHG排出量に適切に反映させることが重要。これにより、取引先の削減努力を可視化し、効果的に反映させることが可能となる。
- 一方で、データ連携や削減に向けたエンゲージメントを進める際、百貨店各社が独自の算定方法やエンゲージメント手法を用いると、取引先の負担が増大する。この課題に対応するため、当協会として、一次データ算定のガイドラインおよびデータ連携フォーマット、利用マニュアルを作成。算定への着手を促進するとともに、取引先の負担軽減、基準の統一化を図る。



会員百貨店 メリット

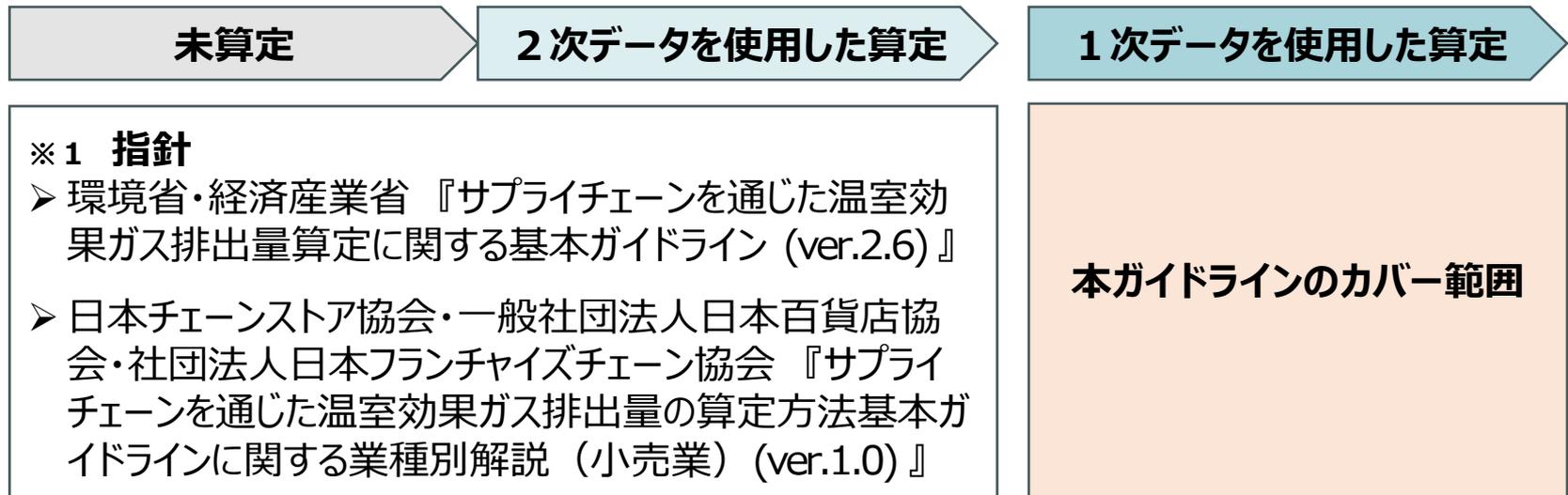
- 1次データを使った算定の着手に向けたきっかけとなる
- 取引先への依頼フォーマットを自作する必要がなく、取引先への依頼をスムーズに行うことができる

取引先 メリット

- 算定の着手に向けたきっかけとなる
- 百貨店各社から統一されたフォーマットで受け取ることにより、情報提供や算定の負担が軽減となる

3. 取組内容② <ガイドラインの位置付け>

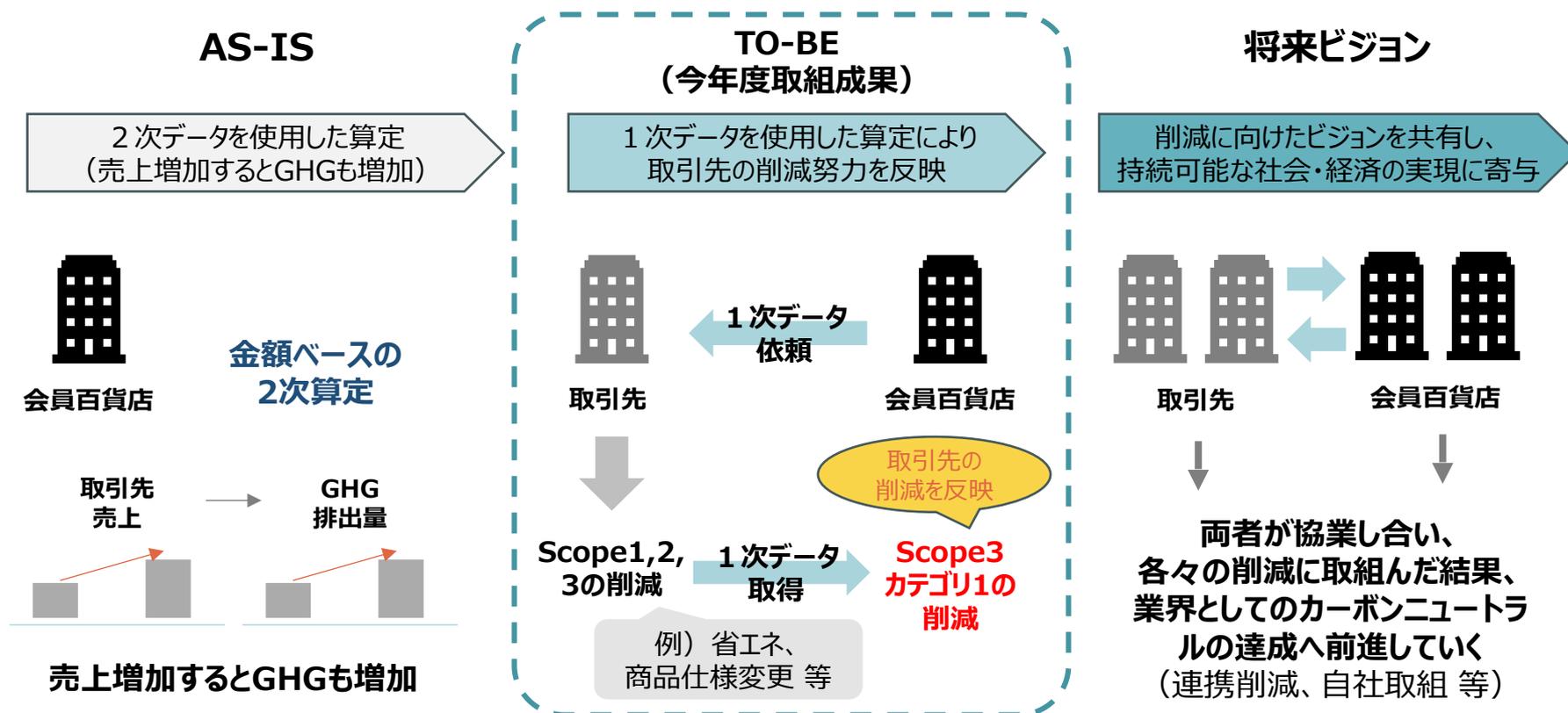
- 当業界では、**2次データを使用した算定**にこれから取り組む企業、**2次データを使用した算定が済み**、次に**1次データを使用した算定**に取り組みたい企業の2種類の企業が存在。前者に対しては、一定指針※1は示されているが、**1次データを使用した算定に対しては、公的ガイドライン・指針が示されていない状況。**
- 今回、**1次データを使用した算定**について、ひとつの考え方を示すことを目的として、**業界としてガイドラインおよび算出のための共通フォーマットを作成した。**



- ガイドラインは、当協会が環境省が実施する「令和6年度バリューチェーン全体での脱炭素化推進モデル事業」に参加し、環境・社会貢献委員会にて検討。 <検討メンバー> 日本百貨店協会 環境・社会貢献委員会 企画ワーキング

3. 取組内容④ <本取組の目的、ゴールイメージ>

- 本取組では、取引先のGHG排出量データ（1次データ）を取得し、取引先の削減努力を百貨店側のGHG排出量に反映することを目的とし、最終的には百貨店と取引先が同じビジョンをもって削減施策に向かっていけることをゴールとする



3. 取組内容⑤ <本ガイドラインの考え方>

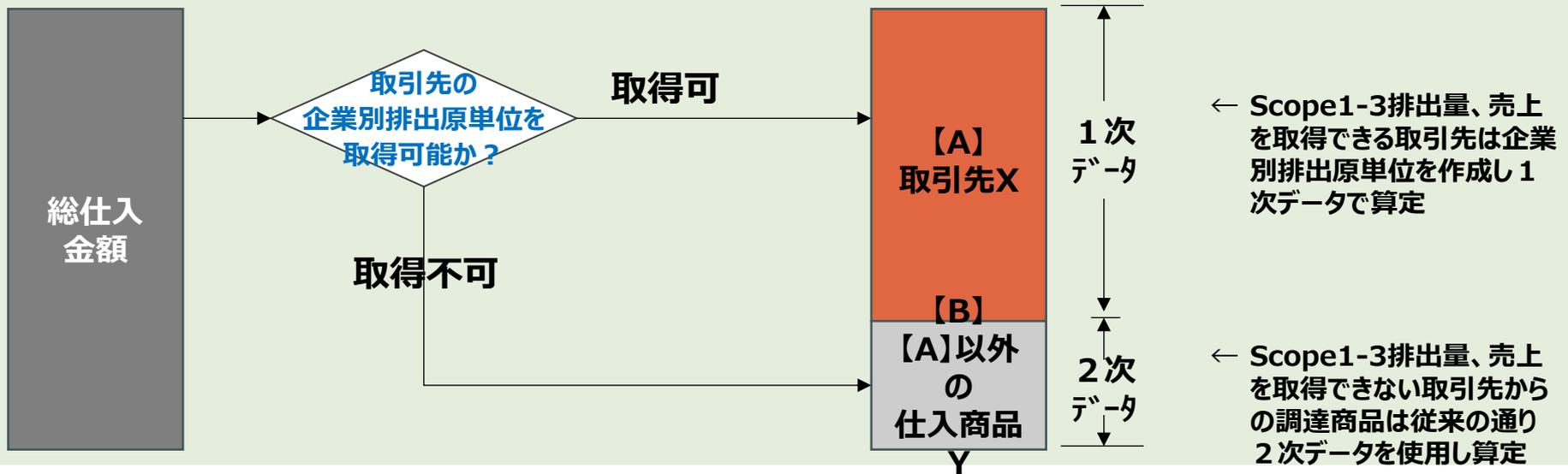
- 本ガイドラインでは、1次データを活用の考え方として、百貨店の取扱い商品点数が膨大であるという業界特性と、取引先側の算定の難易度を踏まえて、「組織データに基づく算定：企業別排出原単位を取得」の手法を採用することとした

本ガイドラインで採用する考え方

		製品ベースの算定： カーボンフットプリント（CFP）を取得	組織データに基づく算定： 企業別排出原単位を取得
概要		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">商品A仕入数量</div> × <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">商品A CFP</div> ←取引先から取得	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">取引先A仕入金額</div> × <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">取引先A 企業別排出原単位</div> ←取引先から取得
		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">商品B仕入数量</div> × <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">商品B CFP</div> ←取引先から取得	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">取引先B仕入金額</div> × <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">取引先B 企業別排出原単位</div> ←取引先から取得
		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">商品C仕入数量</div> × <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">商品C CFP</div> ←取引先から取得	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">取引先C仕入金額</div> × <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">取引先C 企業別排出原単位</div> ←取引先から取得
特徴	精度	<ul style="list-style-type: none"> 一般的には算定結果の精度は高いとされる 製品固有の削減施策が反映されやすい 	<ul style="list-style-type: none"> 一般的には算定結果の精度は低いとされる
	運用負荷	百貨店側：商品別でデータ連携、算定が必要となる 取引先側：CFPの算定は一般的に難易度が高いとされる	百貨店側：取引先ごとのデータ連携、算定で実施可能 取引先側：CFPと比較して難易度が低いとされる

3. 取組内容⑥ <本ガイドラインの考え方>

- 本ガイドラインでは、Scope3のカテゴリ1について**仕入金額をベースに算定する方法を採用**。
- 取引先から必要な1次データ（企業別排出原単位※）が取得できる場合、その取引先からの仕入金額に対応する排出量の算定には1次データを採用 →【A】
※【企業別排出原単位】=【Scope1+2+Scope3（カテゴリ1-8）】÷【売上金額】
- 取引先から必要な1次データが取得できない場合、その取引先からの仕入金額に対応する排出量の算定には、従来どおり、商品毎の仕入金額と2次データ（排出原単位）を採用 →【B】



■ 企業別排出原単位の作成単位について

- 排出原単位の算出は、取引先の企業全体の温室効果ガス排出量（Scope1,2およびScope3 カテゴリ1-8）と売上金額を使用
多くの企業では事業ごとの排出量を算定しておらず、データの入手も難しいため

■ 取引先から取得するデータの確認項目

- 排出量データや算定方法などの関連情報のみに限定
取引先の機密情報を守りつつ、データの取得がしやすい関連情報のみとした

■ 取引先から取得するデータの年度について

- 一年前のデータを使用することも許容

■ 対象となる取引先企業について

- 百貨店の全取引先が対象
→マニュアル内では、百貨店取引のウェイトが高い**アパレル・食品を中心に例示**

5.未算定企業入力部分_カテゴリ1 カテゴリ1の例示（アパレルなどの非食品）



- 衣服やアパレルなどの非食品について該当する原単位は「織物製衣服」「ニット製衣服」「その他の衣服・身の回り品」しか存在しない。そのため、原単位の数値がニット製衣服が織物製衣服より大きいことに着目し、以下のように分類し紐づけをすることを推奨する。
- 各項目に対する品目例示などは総務省「平成17年（2005年）産業連関表部門分類表及び部門別概念・定義・範囲」を参照する。
https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/005index.htm

衣服種類	紐づけ原単位
重衣料	ニット製衣服
中衣料・軽衣料	織物製衣服
その他の身の回り品・雑貨等の小物類など	その他の衣服・身の回り品

- 原材料費以外の間接活動費についても、実際にサービスやものを購入している金額は算定対象に含める。

活動内容（サービス）	紐づけ原単位
賃借料など	不動産賃貸業
通信費など	固定電気通信
社会保険料など	社会保険事業（国公立）★★
広告宣伝費など	広告
ビル管理費用など	建物サービス
その他のサービス	その他の対事業所サービス
社員・アルバイトの給料	除外

活動内容（もの）	紐づけ原単位
文房具など	筆記具・文具
食べ物など	その他の食料品
レンタル品など	物品賃貸業（除貸自動車）
機械など	その他の一般産業機械及び装置
事務用品など	事務用品
その他の製品	その他の製造工業製品

5.未算定企業入力部分_カテゴリ1 カテゴリ1の例示（食品）

- 食品業界においては選択可能な原単位が多岐にわたる。迷った際は「その他の食料品」などできるだけ広い原単位を選択することを推奨する
- 各項目に対する品目例示などは総務省「平成17年（2005年）産業連関表部門分類表及び部門別概念・定義・範囲」を参照する。
https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/005index.htm

分類	排出原単位名
原材料_植物	米
原材料_植物	麦類
原材料_植物	いも類
原材料_植物	豆類
原材料_植物	野菜
原材料_植物	果実
原材料_植物	砂糖原料作物
原材料_植物	飲料用作物
原材料_植物	その他の食用耕種作物
原材料_動物	海面漁業
原材料_動物	海面養殖業
原材料_動物	内水面漁業・養殖業
原材料_動物	鶏卵
原材料_動物	と畜（含肉鶏処理）

分類	排出原単位名
加工品	肉加工品
加工品	畜産びん・かん詰
加工品	酪農品
加工品	冷凍魚介類
加工品	塩・干・くん製品
加工品	水産びん・かん詰
加工品	ねり製品
加工品	その他の水産食品
加工品	製粉
加工品	めん類
加工品	パン類
加工品	菓子類
加工品	農産びん・かん詰
加工品	農産保存食料品（除びん・かん詰）
加工品	砂糖

分類	排出原単位名
加工品	でん粉
加工品	ぶどう糖・水あめ・異性化糖
加工品	植物油脂
加工品	動物油脂
加工品	調味料
加工品	冷凍調理食品
加工品	レトルト食品
加工品	そう菜・すし・弁当
加工品	その他の食料品
飲み物	清酒
飲み物	ビール
飲み物	ウイスキー類
飲み物	その他の酒類
飲み物	茶・コーヒー
飲み物	清涼飲料

3. 取組内容⑧ <今後の課題と対応>

- 取引先からのデータの取得を含む1次データ活用の取組は、取引先への丁寧な説明や対話を重ねながら、一步一步進めていく必要がある。作成にあたり、取引先業界と意見交換を実施。今回作成したツールは、**百貨店業界におけるエンゲージメントの一助**となるものであり、各百貨店においても、取引先との丁寧なエンゲージメントを進めて頂くことを期待している。
- **今回作成した各種ツール**は、実際に使用した各社や取引先からの指摘等も踏まえ、**今後も更新・改善を行う。**
- また、当協会では、取引先との対話・意見交換の重要性を認識しており、各種ツールの改善や業界間の連携、エンゲージメントの促進に向けて**継続して対話・意見交換を実施する。**
- さらに、今後は**2次データを活用したGHG排出量の算定**について、**既存の業種別解説『サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量の算定方法基本ガイドラインに関する業種別解説（小売業）(ver.1.0)』の内容を更新・アップデートする形での作成を検討。**

ご清聴ありがとうございました



人の思いをつなぐ場として、さらなる進化に挑戦する
一般社団法人

日本百貨店協会