
グリーン製品の需要創出等による バリューチェーン全体の脱炭素化に向けた検討会 発表資料 ＜業界団体 発表＞



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6月11日

【コンテンツ】

1. 百貨店業界における脱炭素への取組みと
「百貨店業界におけるサプライチェーンの排出量
Scope3カテゴリ1 一次データの活用に関する
ガイドライン」の策定について
2. 【事例共有】
会員百貨店での先進的な取り組みについて

1. 百貨店業界における脱炭素への取組みと 「百貨店業界におけるサプライチェーンの排出量 Scope3カテゴリ1 一次データの活用に関する ガイドライン」の策定について

- (1) 団体概要
- (2) 参加背景
- (3) 取組内容

■ 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 167店舗**（2025年6月現在）

コラボレーション会員数：172社

【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：**7委員会**（2025年6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



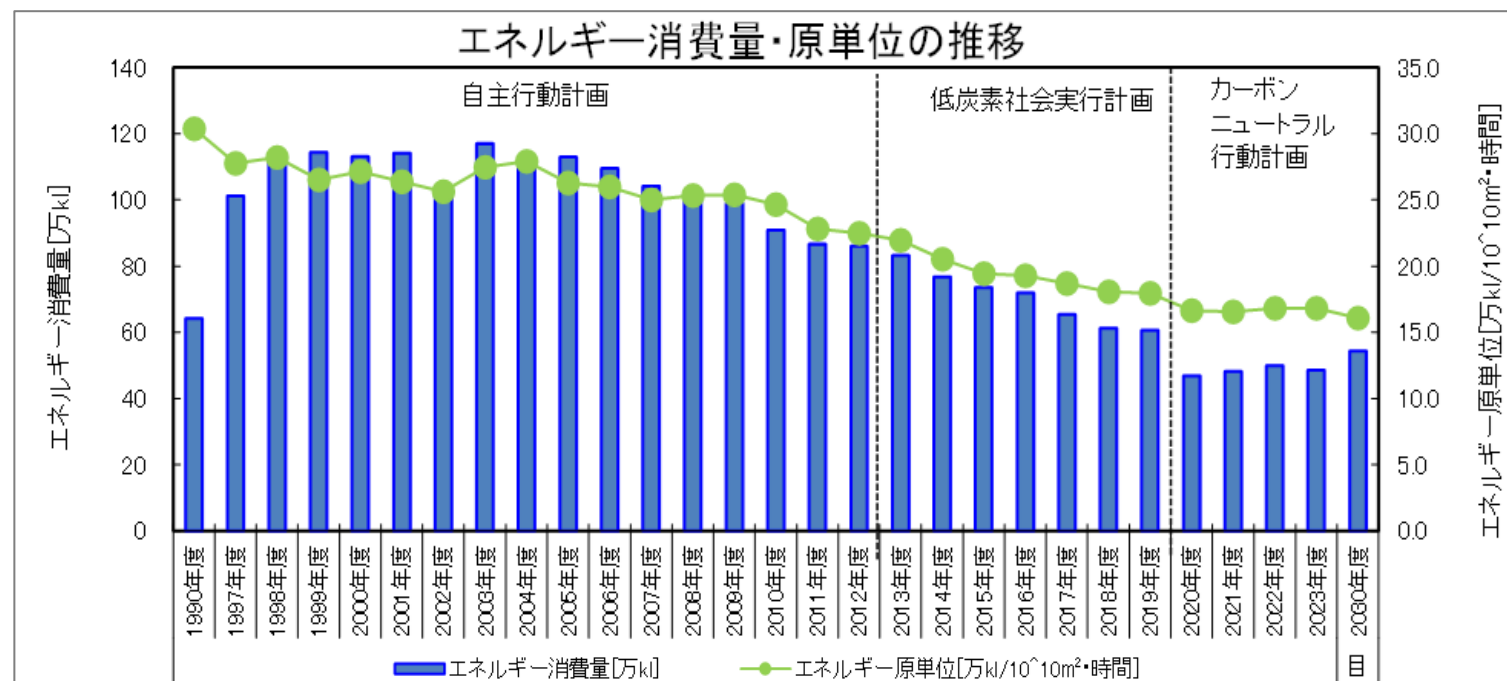
【百貨店業界のカーボンニュートラル行動計画】

■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：基準年度比 **23.4%減** 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。

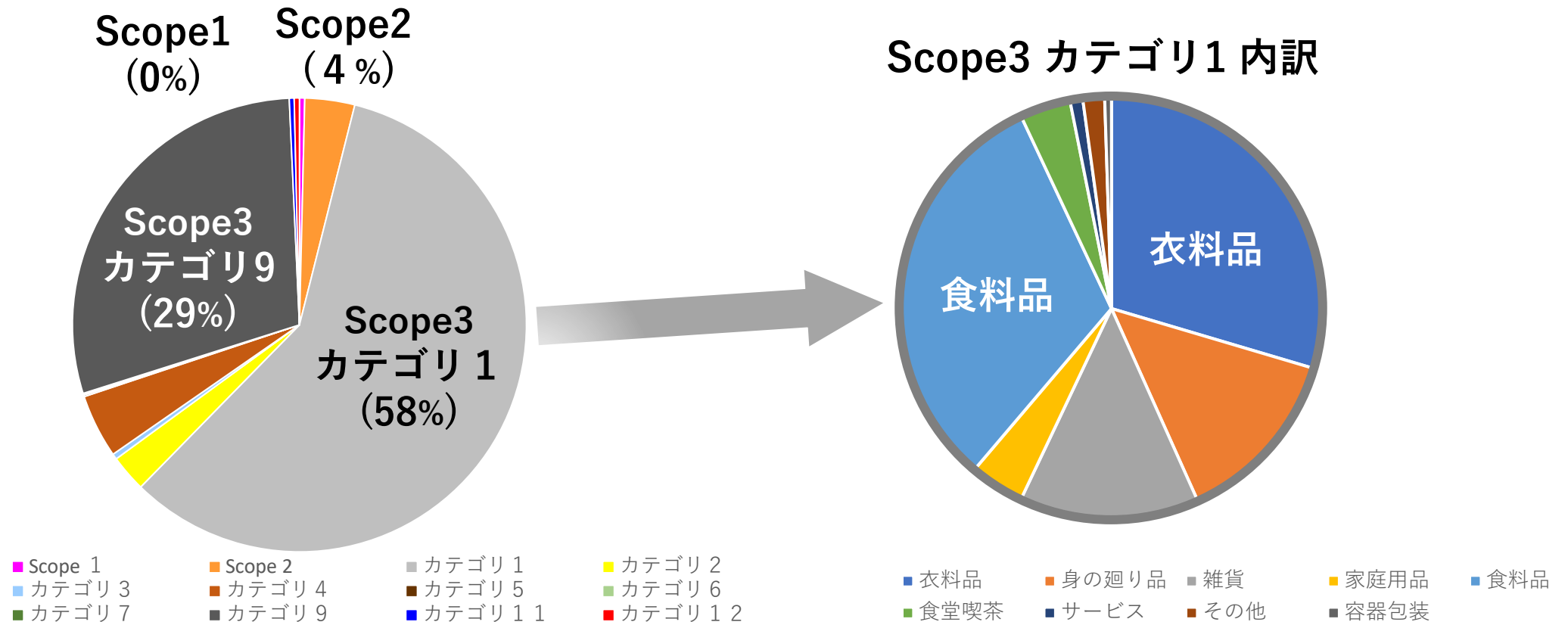


サプライチェーン全体の排出量を把握

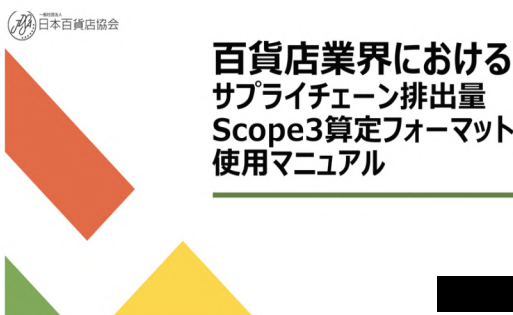
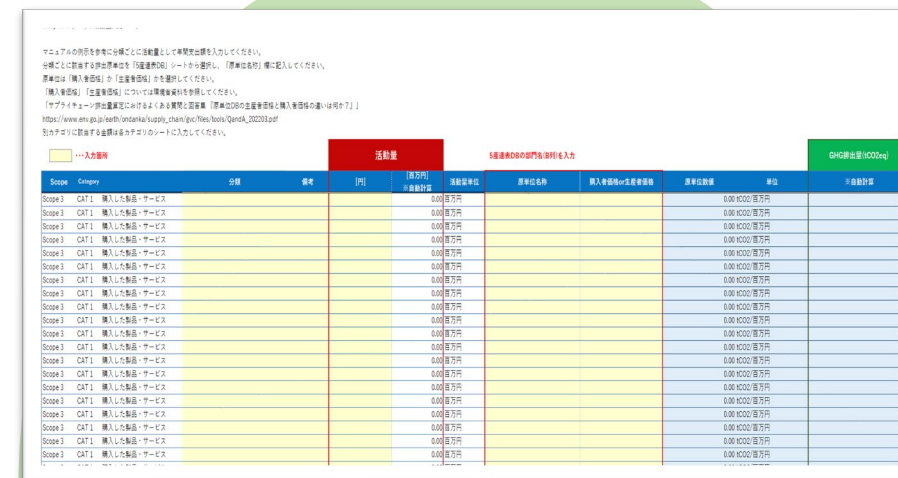
2018年度より、会員企業のScope 3 に着手。2019年度からは、売上統計の商品及びサービスに関わるサプライチェーン全体での温室効果ガスの排出量を推計する取組を開始。

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」

■2023年度 算出結果



『算定フォーマット』(エクセル)

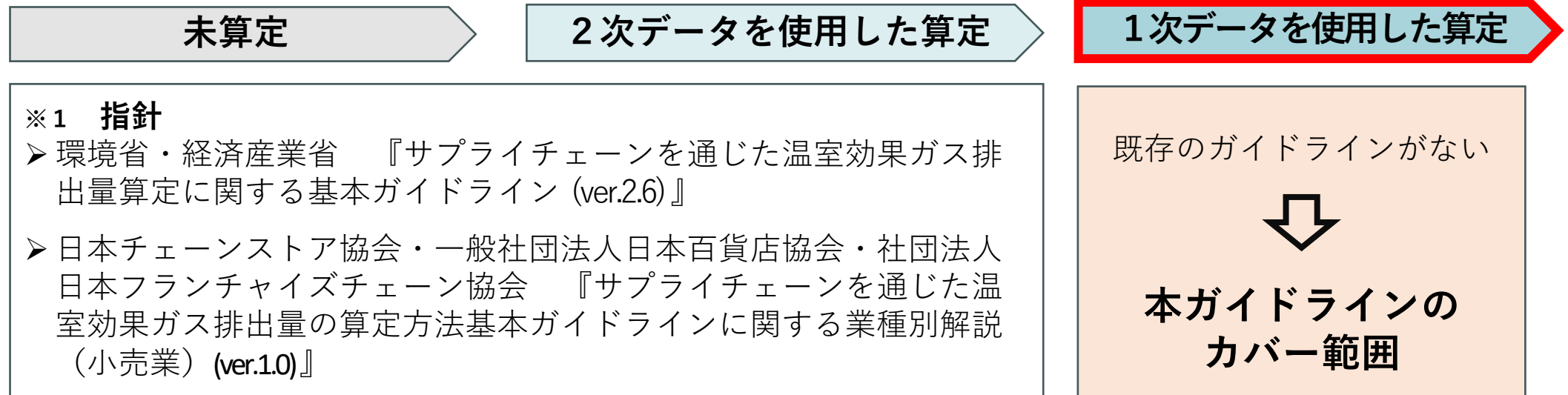


一般財団法人
JGMA 日本百貨店協会

百貨店業界における サプライチェーン排出量 Scope3算定フォーマット 使用マニュアル

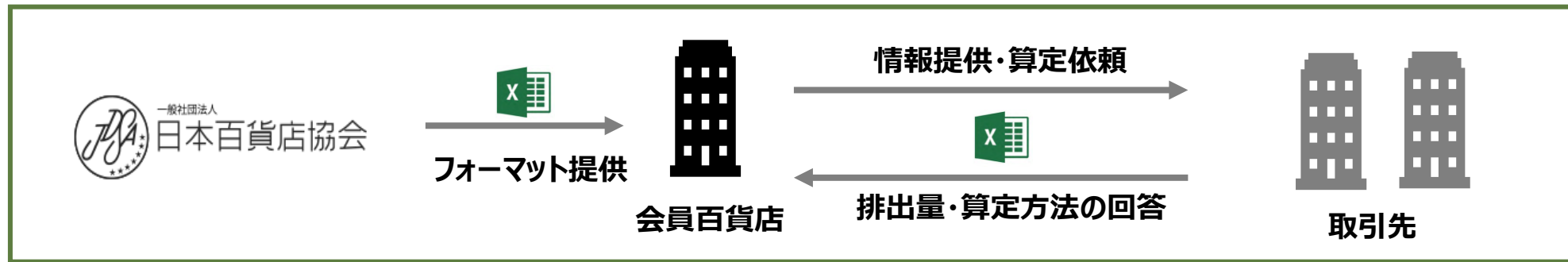
[illegible]

- 当業界には、**2次データを使用した算定にこれから取り組む企業**と、2次データを使用した算定を終え、**次に1次データを使用した算定に取り組もうとしている企業**の2種類が存在。
- 前者に対しては一定指針※1が示されているが、**1次データを使用した算定に対しては、公的なガイドラインや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**。



- 今回のガイドラインは、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

- **Scope3カテゴリ1の削減を進めるには、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うえで、それを百貨店側の排出量に適切に反映させることが重要。**こうした取り組みにより、取引先の削減努力を「見える化」し、その成果を正しく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に、百貨店各社がそれぞれ独自の算定方法や手法を用いると、取引先の負担が増大してしまう。
- そこで当協会では、一次データ算定のガイドラインとデータ連携フォーマット、マニュアルを作成しました。これにより、算定への取り組みを促進するとともに、取引先の負担軽減と基準の統一化を図っていく。



会員百貨店 メリット

- 1次データを活用した算定に取り組むきっかけとなる
- 取引先への依頼フォーマットを自作する必要がなく、スムーズに依頼できる

取引先 メリット

- 算定に取り組むきっかけとなる
- 百貨店各社から統一されたフォーマットで受け取れるため、情報提供や算定作業の負担が軽減される

2. 【事例共有】 会員百貨店での先進的な取り組みについて

- (1) 日本百貨店協会 「スマートラッピング」 「クールビズ」 等
- (2) そごう・西武 「植樹・育樹活動」
- (3) 大丸松坂屋 「AnotherADdress (アナザーアドレス)」
- (4) 三越伊勢丹 「ピース de ミライ 2025」
- (5) 高島屋 「Depart de Loop」

■「スマートラッピング」

持続可能な社会の実現に向け、消費者自らが使い道にあった包装を選択する「スマートラッピング」を呼び掛けています。



■「クールビズ」・「ウォームビズ」



外気温との適切な差を保ちつつ、快適で環境に配慮した温度設定に努めています。

■日傘による暑さ対策周知



■使い捨てプラスチック削減周知



■宅配便再配達の削減周知



そごう・西武各店では、認定NPO法人環境リレーションズ研究所が進める市民参加型の森林循環プロジェクト「プレゼントツリー」に賛同し、2009年よりお客さまのアクションが森林再生と地域振興につながる活動を推進しています。

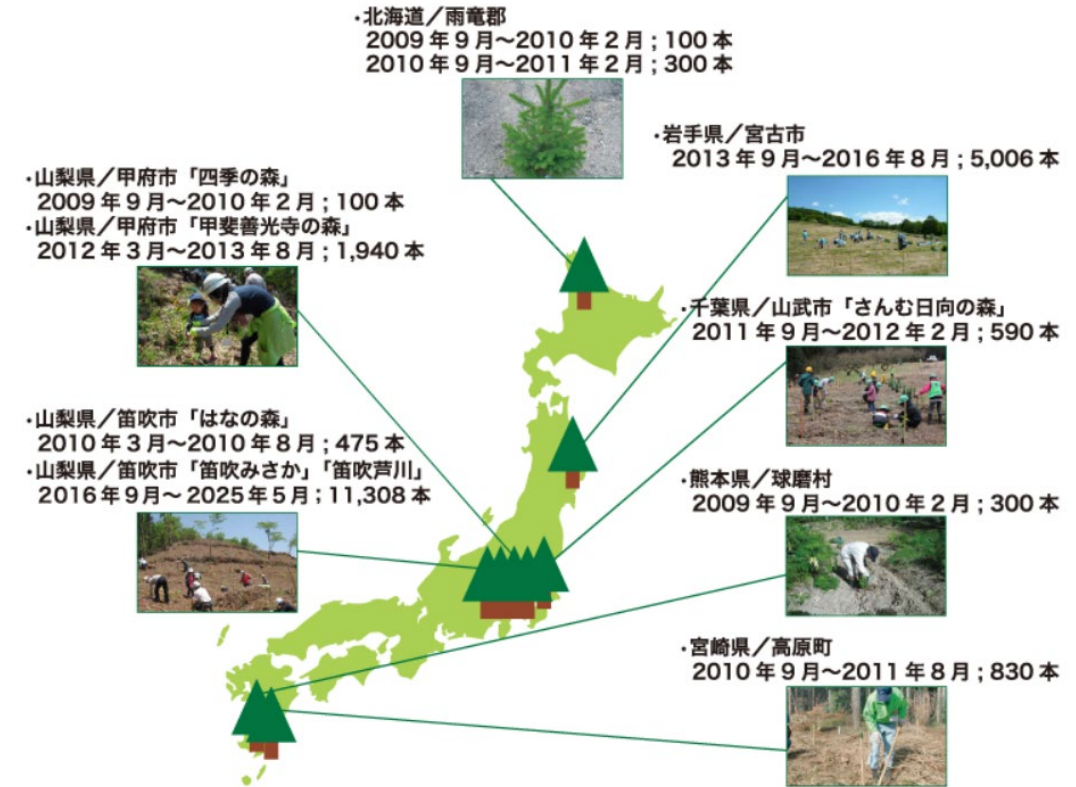
●グリーンラッピング：80件で1本の植樹

グリーンラッピングは、リーフマスコット付きリボンを税込100円でご購入いただき、1件につき50円をプレゼントツリーの植林支援に寄付させていただくしくみです。



●お中元・お歳暮の簡易包装：4,000件で1本の植樹

●お買い物袋のご辞退：10,000件で1本の植樹



2009年9月～2025年5月までに
そごう・西武全店総計で
全国10箇所に20,949本の植樹を実施

《2020年7月レジ袋有料化義務化》 お客さまに向けたメッセージ

紙袋に代わるプラスチック製の袋は、森を守るための救世主でした。
その袋がいま、海の悪ものになっています。
そこで、大切な海をこれ以上汚さないために、
日本全体でプラスチック製の袋を有料にして、
使用量の削減に努めることになりました。
そうすると紙袋の利用が増えて、再び森をいじめてしまう。
それは、まさに本末転倒。
だから、そごう・西武では、
あわせて紙袋も有料にして、使用量の削減に努めます。

ところで皆さん、ご存知でしたか？
そごう・西武では10年以上前から、
プラスチック製袋のご辞退1万枚ごとに、
1本の木を植え続けているということ。
この植樹活動もあわせながら、
そごう・西武は、お客さまや、お取引先様と一緒に、
さらに環境にやさしい百貨店を目指していきたいと思ひます。

7/1 お買物袋 有料化スタート

そごう・西武は、 海を守り、 森を育てます。

紙袋に代わるプラスチック製の袋は、森を守るための救世主でした。
その袋がいま、海の悪ものになっています。

そこで、大切な海をこれ以上汚さないために、
日本全体でプラスチック製の袋を有料にして、
使用量の削減に努めることになりました。

そうすると紙袋の利用が増えて、再び森をいじめてしまう。
それは、まさに本末転倒。

だから、そごう・西武では、
あわせて紙袋も有料にして、使用量の削減に努めます。

ところで皆さん、ご存知でしたか？
そごう・西武では10年以上前から、
プラスチック製袋のご辞退1万枚ごとに、
1本の木を植え続けているということ。

この植樹活動もあわせながら、
そごう・西武は、お客さまや、お取引先様と一緒に、
さらに環境にやさしい百貨店を目指していきたいと思ひます。



2009年にスタートした、そごう・西武の
植樹・育樹活動。11年前に植樹した
熊本県・球磨村の山は森に育っています



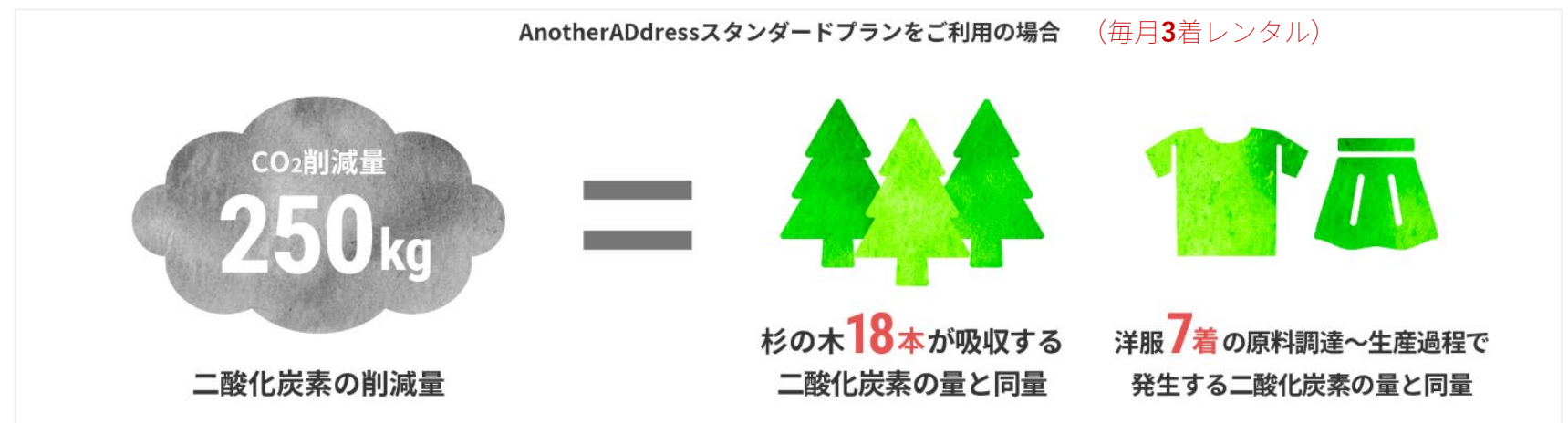
ファッションサブスクリプションサービス「AnotherADdress」

“ファッションの愉しさ”と“大量生産・廃棄の脱却”の両立を目指し、2021年3月にサービス開始。衣類のシェアリングを通して、ファッションを楽しむ機会を最大化し、社会問題となる衣類の大量廃棄を減らすというサービスの根幹を大切に、持続可能な社会の実現に向けた取り組みに積極的に挑戦。

大切な服が循環し続ける
AnotherADdressの4つの輪



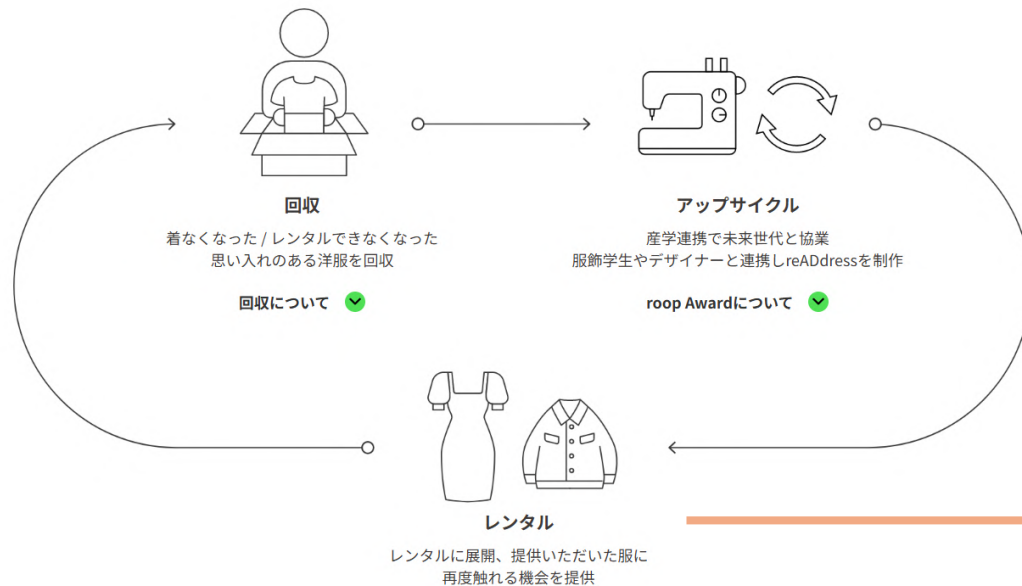
AnotherADdressを
1年間使用することで
得られるCO₂削減貢献量



▶AnotherADress衣類循環アップサイクルプロジェクト「roop」

roop

「roop」は生活者から思い入れのある衣類を回収して、デザイナーが集めた衣類を素材に新しい服へとアップサイクルをした後、アナザーアドレスでレンタル展開する衣類循環プロジェクト（※25年4月レンタル開始）。服の「廃棄を減らす・寿命が伸びる・技術を継承する」をテーマにした「roop」では、約2,000着の思い入れのある服が集まり、アップサイクルされた新しい衣類の一部として長く着用され続けます。



95名のデザイナーによる452着がレンタル可能



「roop Award 2024 - 2025」

デザイナーによって丁寧に紡がれたアップサイクル衣類は、2025年2月にファッションショー形式でお披露目され、特別審査員と来場者によるグランプリを含む全受賞作品が決定



□2025年4月9日(水)～4月22日(火) □伊勢丹新宿店 本館・メンズ館 各拠点

「ピース de ミライ」は、ファッションを通じて新しい未来を示唆していくプロジェクトの第三弾として開催されました。

「新しいファッションを発信したい、ファッションの高揚感を届けたい」という想いは変わらず大切にしながら、それを未来へ紡いでいく。そのためにファッション業界が抱える社会課題を自社だけでなく、企業の垣根を越えて連携し向き合うことで、業界全体が進化することを目指します。

さまざまな企業のご協力で得られたアップサイクルやリサイクルの素材を「ピース」に、さらなるファッションの未来を切り拓き続けます。

展開商品の一例



<EPOCA>

仕事でも活躍するきれいめスタイル



<Vivienne Westwood>

ピース de ミライに共鳴し誕生したスペシャルアイテム



<東京メトロ>

丸ノ内線のシート生地をアップサイクル



北奥美帆

飾れる、座れる、アートな椅子

▶三越伊勢丹ミライアワード

「ピース de ミライ」の企画の一環として、ヤマサワプレスが一本ずつ丁寧に洗浄したリーバイス® 501®のユーズドストックデニムを「ピース」に、ファッションスクールの学生たちが作品づくりに取り組む「三越伊勢丹ミライアワード」。クリエイティブにおける文化・技術・感性の発信と継承をテーマに、そのミライを担う「エスモード・東京校」「東京モード学園」「文化服装学院」の学生たちがエントリーし、アワードを開催しました。

ミライアワード大賞

文化服装学院 添田 恵愛「Damage」

審査員：<ステラ マッカートニー>
ファウンダー&クリエイティブディレクター
ステラ・マッカートニー氏

環境大臣賞

東京モード学園 リンドゼイ そら「AMI AMI」

審査員：環境省地球環境局 デコ活応援隊
脱炭素ライフスタイル推進室 金井塚彩乃氏



ヤマサワプレスにて生地選定



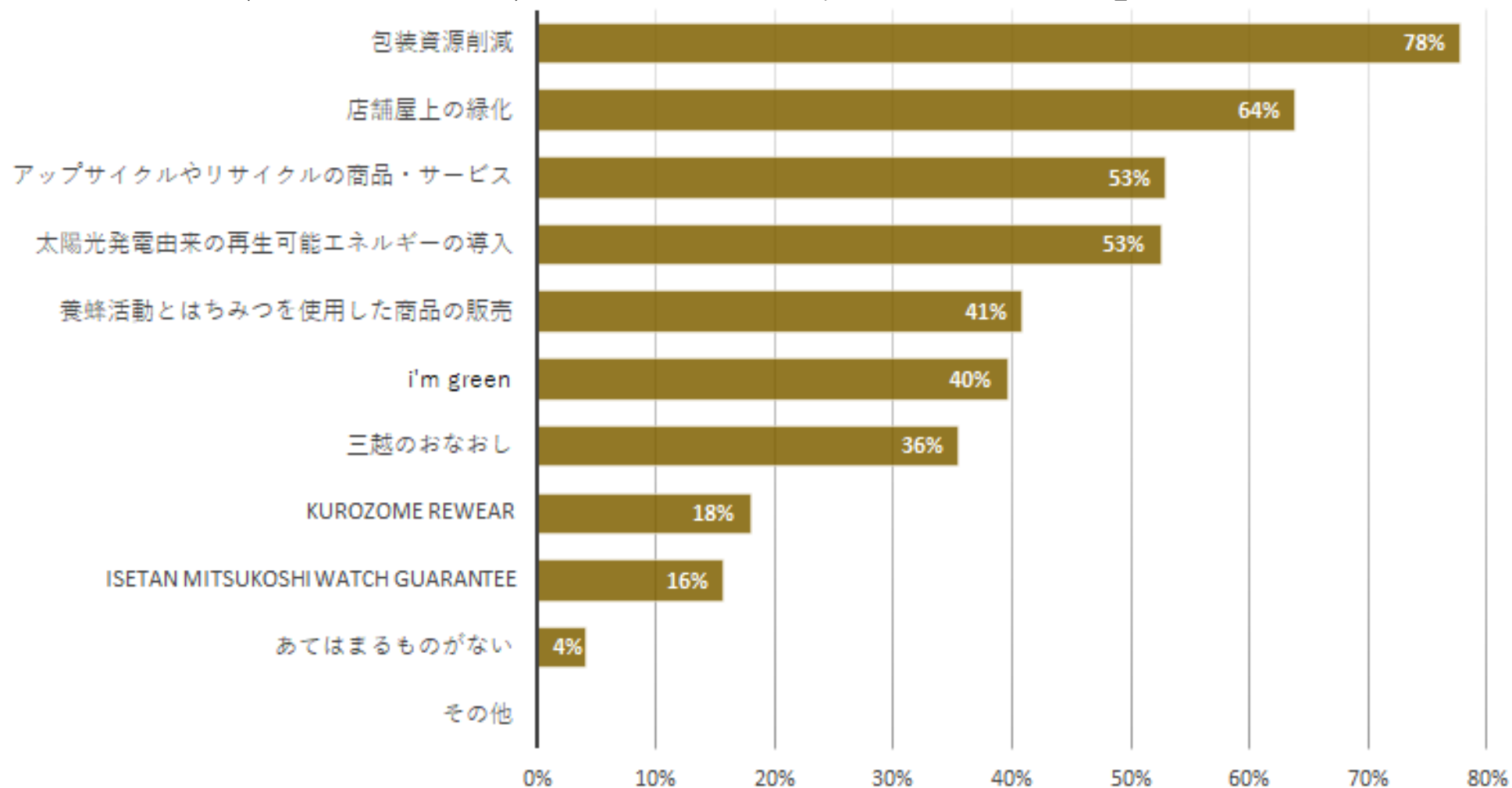
伊勢丹新宿店ウィンドウにて展示



作品制作の様子



■重点取り組み（マテリアリティ）「持続可能な環境・社会をつなぐ」に関する取り組み



包装材などの使用量・廃棄量削減をはじめ、お客さまが使わなくなったお品物を買取・引取りし、次の活用へとつなげるサービス「i'm green(アイムグリーン)」など、リサイクルやアップサイクルに関する商品・サービスに高い共感が得られた。

Depart de Loop（デパート デループ）は、高島屋グループが循環型社会の実現を目指し、2021年にスタートしたプロジェクトです。

プロジェクト名には、“新しい生活サイクルへの出発”という意味を込めています。

廃棄プラスチックや食品ロスの削減をはじめ、高島屋グループがサステナブルな取り組みを進めていく中で、大きな課題となったのが衣料品のリサイクルです。

ファッション業界は年間約9,200万トンもの廃棄物を発生させている環境負荷の高い産業と言われており、衣料品を扱う私たちもまさにその当事者です。

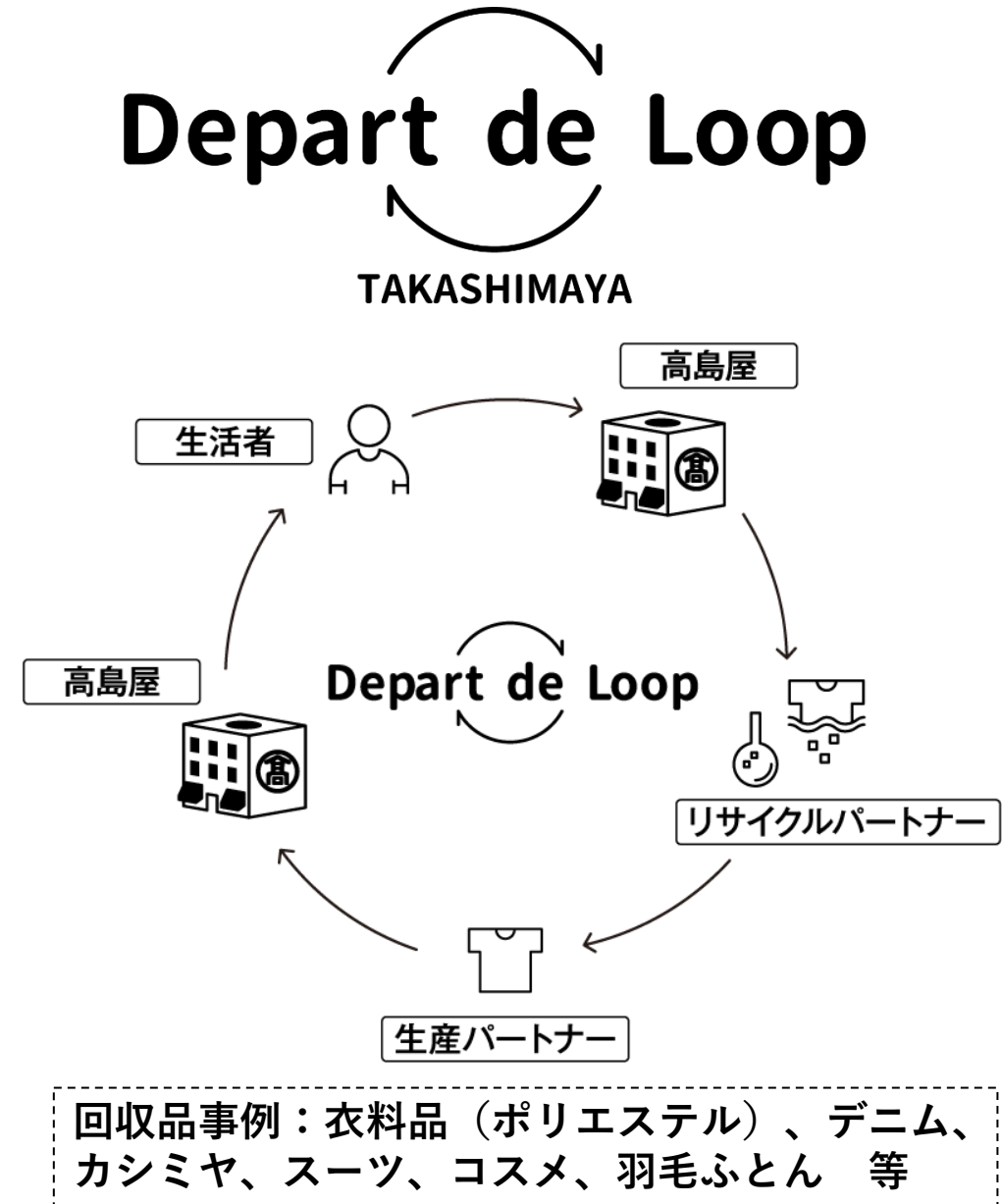
だからこそ、いま私たちでできることから始めてみました。

お客様をはじめとするステークホルダーから衣料品を回収。パートナー企業のリサイクルシステムを活用し、新たな服やモノにリサイクルします。従来の「売りっぱなし」ではなく、「販売・回収・再生」のスキームを構築し、循環型の取り組みを進めています。

まだ使用できる衣料品は寄付やリユースを行うなど可能な限り再利用に努めています。

衣料品からスタートした取り組みは、コスメや羽毛ふとんなど、現在では暮らしにかかわるアイテムまで拡大しています。

この先、循環型の生活が当たり前になる日まで、この取り組みを進めていきます。



▶ Depart de Loopにおける循環型商品の拡大

- ・ポリエステル衣料品からスタートし、衣料品・デニム・コスメ羽毛ふとん・カシミアへと拡大
- ・25年度はメンズスーツを回収し、26年度の再生商品化に向け開発中

再生された商品の一例



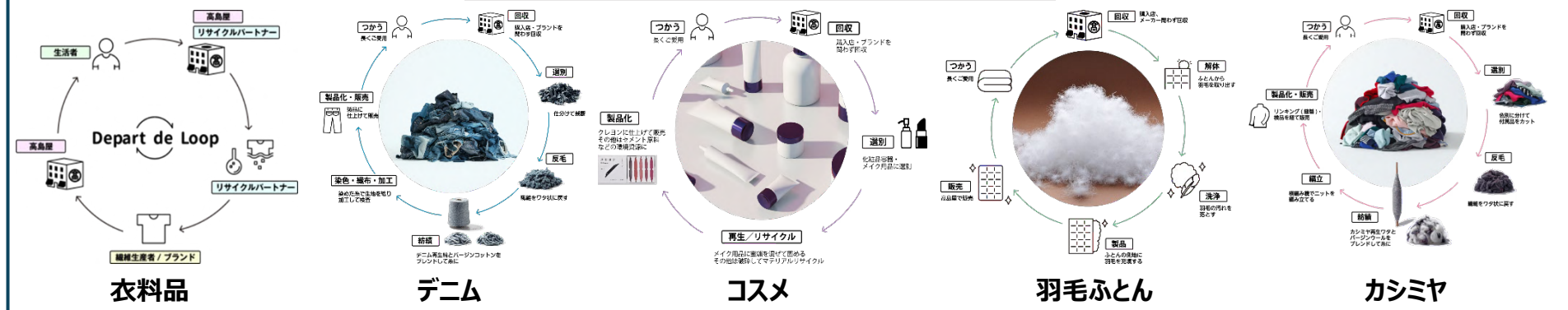
絶妙な太さで、きれいな落ち感が魅力のストレートデニム。腰を落として履くような雰囲気を残しつつ、ウエストまわりは程よいフィット感があり、足長効果が嬉しい、一着でコーディネートの決まるパンツ。年代を問わず長くご愛用いただけるデザイン。

〈RED CARD TOKYO〉
〔高島屋限定〕
デニムパンツ（再生コットン6%使用）
29,700円
（6サイズ/1色展開）
●日本橋・新宿・横浜・大阪・京都
「デニムスタイルラボ」

タックでゆとりを持たせつつ、きれいな足長効果をサポートするワイドシルエットのサロペット。バックには尾錠を配し、絞ってスッキリしたシルエットも楽しめる一着。

〈JOHNBULL〉
〔高島屋限定〕
デニムサロペット（ブリーチ：再生コットン6%使用、ブラック：再生コットン17.5%使用）
33,000円
（3サイズ/2色展開）
●日本橋・新宿・横浜・大阪・京都
「デニムスタイルラボ」

現在のDepart de Loop循環図



▶ 循環型社会を身近に感じてもらう【Depart de Loop Port】

- ・お客様自身が不要になった衣料品の循環の形を主体的に選択してもらう
(服から服へ再生、服や雑貨をリユース、服から土へ再生、服から土壌改良材・肥料へ再生)
- ・お客様参画型の循環型社会の実現に向け、更なる循環型アイテム・サービスの拡充を目指す



< Depart de Loopに関するお客様の声（抜粋）と課題認識 >

- ・捨てるのがもったいないから回収活動に参加。
- ・デパートの回収なら安心と感じた。
- ・衣料品の処分方法がわからない。
- ・クーポン券などを発行してもらいたい。
- ・クーポンがいただけるから参加した。
- ・環境負荷軽減に貢献したいから。

⇒消費者の意識はまだ「家庭のゴミ削減やインセンティブ」優先の認識。よって、現時点は参画拡大に向けたフェーズ。一方、ビジネスとしての持続性のためにはサプライヤーと連携した魅力的な商材・サービス開発が課題。

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