

■昨年度のパブリックスペースにおける「COOL BIZ」の取組について

◇日本百貨店協会

昨年度、日本百貨店協会では業界が一丸となり、全会員店94社266店舗において、平日5日間を基本に通常設定温度より弱めに設定する（2度程度緩和を目指す）試みを、安全衛生や商品特性上の支障のない範囲で、各地区の事情を踏まえて実施しました。

また、地球温暖化対策への取り組みを強化するため、店舗におけるエネルギー消費原単位の数値目標を「基準年の3%削減」から「6%削減」に引き上げ、ESCO事業の導入促進等により、温室効果ガス削減に向け実行していくこととし、業界を挙げて、より一層の地球温暖化対策に向けた行動を推進しました。

<参考>日本百貨店協会が取り組む地球温暖化対策

1. 百貨店業界統一「Myスマートレジ袋」販売、「新・スマートラッピングポスター(お買い物袋からカンガエルー)」掲出、スマートラッピング・イベントへ出展
2. 夏場における「冷房温度緩和」の実施
3. ESCO事業の導入店舗拡大推進（導入拡大）
4. 屋上緑化・壁面緑化や自然エネルギー等の導入推進等（導入拡大）
5. 環境対策実践セミナー開催
6. 百貨店業界省エネトップランナー方式（同業他店比較指標）の導入等

◇松竹株式会社

昨年度、映画「河童のクゥと夏休み」の上映劇場のうち51館にて、7月28日（土）の公開日より1週間、劇場の温度を通常より2℃高く設定、地球温暖化の原因となるCO₂の削減に貢献することを目指す取組を実施しました。

各劇場においては、「河童のクゥと夏休み」とタイアップした「クールビズ」を呼びかけるポスターを掲出したほか、環境省による、冷房温度を通常よりも2℃高く設定した室内（27℃設定）をどのように感じたか調査する「クールビズ体感調査」も行われました。