

解説

「商業施設 Version1」

改定日 2024 年 8 月 1 日

1. 商品類型設定の背景.....	1
2. 適用範囲について.....	2
3. 用語の定義について.....	2
4. 認定の基準と証明方法について.....	2
4-1. 必須項目.....	6
4-2. 選択項目.....	7
4-2-1. 建物・周辺環境への配慮.....	7
4-2-2. 環境に配慮した設備.....	9
4-2-3. 交通・物流の効率化.....	11
4-2-4. テナントとの協力体制.....	12
4-2-5. お客様とのエコ活動.....	13
4-2-6. エコな施設運営.....	14
5. 申込区分、表示などについて.....	16

1. 商品類型設定の背景

2015 年 12 月にフランス・パリで開催された COP21 では、全ての国が参加する公平で実効的な 2020 年以降の法的枠組みとして「パリ協定」が採択された。日本政府は、温室効果ガスを 2030 年度に 2013 年度比で 26%削減するとの中長期目標を掲げており、中でも民生部門(業務その他部門及び家庭部門)では大幅な削減が求められ、対策を抜本的に拡充する必要があるとされている。また、国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」に代表される持続可能性に配慮した取り組みという観点が事業戦略上、大きな注目を浴びている背景もある。今後は、事業者が中心となって取り組む環境活動を、消費者も巻き込んだ国全体での取り組みに広げていくことが不可欠なものとなっている。

このような流れを受けて、エコマークの商品類型も製品(モノ)からサービス(コト)へと拡大してきた。既に「小売店舗」、「ホテル・旅館」、「飲食店」などの主要なサービスの認定基準を制定してきたが、昨今ではそれら単体の施設ではなく、複数のテナント店舗の集合体である「商業施設」がディベロッパー主導で計画的に開発されており、これまでの個々の認定基準で評価することが難しいという課題が出てきた。

2019 年 3 月 1 日に制定した No.501 「小売店舗 Version2」認定基準においても、日本標準産業分類で明示されていない、いわゆる「ショッピングセンター(SC)¹」については、申込事業者がその申込店舗で「小売」を行っていただければ対象とするが、自らが店舗で小売を行っていない運営管理(不動産賃貸業)が主体の事業者が申し込む場合は、別の観

1 (一社)日本ショッピングセンター協会による定義では、「一つの単位として計画、開発、所有、管理運営される商業・サービス施設の集合体で、駐車場を備えるもの」をいう。また、SC 取扱い基準では、面積やテナント数の数値条件が設けられている。

点から基準を検討する必要があるとして対象外としている。

本基準策定委員会では、小売店舗の認定基準を元に、主にディベロッパー側の取り組みを評価する基準として、「建物・周辺環境への配慮」や「テナントとの協力体制」などのカテゴリーに関する基準項目の設定を検討した。多くのテナントを持つ商業施設は地域社会に対する影響力が大きく、また温室効果ガス削減という観点からも大きな役割を担っている。本基準は、地球温暖化防止や地域社会に貢献しようとする商業施設の環境活動を後押しすることを目的とする。

2. 適用範囲について

本商品類型の適用範囲は、日本標準産業分類²(総務省)における貸事務所(6911)のうち、貸店舗業に該当する施設とする。対象となる施設は、一般的に「ショッピングセンター」、「アウトレットモール」、「ファッションビル」、「駅ビル」などと呼ばれる施設を想定している。申込事業者が当該施設の核となるテナントを運営し、施設の一部を貸店舗にしている施設も対象にする。店舗面積やテナント数などの規模で制限は設けない。なお、貸事務所業（オフィス系）は別の類型で検討することとし、本基準における適用範囲からは除外する。

691	不動産賃貸業（貸家業、貸間業を除く）
6911	貸事務所業 主として事務所、店舗その他の営業所を比較的長期（通例月別又はそれ以上）に賃貸する事業所をいう。 ○貸事務所業（短期のものを除く）；貸店舗業（店舗併用住宅を除く）；貸倉庫業 ×貸店舗業（店舗併用住宅のもの）[6921]

出典：日本標準産業分類(平成 25 年 10 月改定)

3. 用語の定義について

用語の定義は、関係法令、関係省庁および関係業界団体などにおける用語の定義に基づいて作成し、本解説書の脚注として各項に挿入している。

4. 認定の基準と証明方法について

エコマークでは、「商品ライフステージ環境評価項目選定表」を用いて、商品(製品・サービス)のライフサイクル全体にわたる環境負荷を考慮した上で、重要と考えられる項目

² 日本標準産業分類：統計の結果を表示するための産業分類で、最新版は総務省のウェブサイトで確認できる。(http://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/seido/sangyo/index.htm)

について定性的または定量的な基準を策定している。本基準策定においては、製品のエコマーク基準策定の考え方と異なり、着目する主体が無形のサービスであるため、施設のオペレーションに関わるもののほか、そのサービスを利用する消費者にまで多岐に及んでいる。横軸を今回の商業施設に合わせて、ハード面とソフト面に大別した 6 つの区分に置き換えた表にて検討を進めた。

本商品類型において検討された環境評価項目は、表 4-1「商品ライフステージ環境評価項目選定表および検討対象とされた評価項目」のとおりである。(◎：最終的に基準項目化された項目(★必須項目)、△：その他の取り組み事例として注記した項目)

表 4-1 ライフステージ環境評価項目選定表および検討対象とされた評価項目

	ハード			ソフト		
	A.建物・敷地	B.設備・備品	C.交通・物流	D.テナント	E.お客様	F.全般
1 資源と資源循環	◎リサイクル建材 ◎雨水利用 △雨水流出抑制	◎節水機器導入 △備蓄食品	△BDF	△内装設計指針 ◎ごみ分別マニュアル	◎エコバッグ	◎ごみ計量★
2 地球温暖化の防止	◎断熱化	◎省エネ機器導入 △BEMS ◎再生可能エネルギー △グリーン電力 ◎低 GWP 冷媒	◎電動車 ◎EV 充電 △共同バス ◎パークアンドライド ◎公共交通 ◎一括配送	◎テナント連携・協働体制 ◎エネルギー情報提供 △設備更新促進	◎クールシェア ◎ライトダウンキャンペーン	◎エネルギー計測★ ◎省エネ目標設定・達成 ◎実行計画参加 △RE100 △SBT
3 有害物質の制限とコントロール	◎VOC				◎禁煙	
4 生物多様性の保全	◎屋上緑化 △ビオトープ ◎オープンスペース					◎清掃活動
5 その他	◎周辺環境 ◎建物認証	◎災害拠点機能 △自立・分散型エネルギー		◎エコマーク認定店舗	◎情報発信★ △寄付募金 ◎環境イベント	◎環境方針 ◎法令順守★ ◎グリーン購入 ◎ISO14001 ◎SDGs 目標

以上を踏まえ、本基準では表 4-2 のとおり 6 つの評価カテゴリーを設定した。商業施設は様々な業種・業態あるいは規模が存在し、それぞれの事業者、施設によって異なる仕組みや多様な取り組みが想定されることから、今回の基準策定ではポイント制を導入し、必ず満たさなければいけない必須項目と、選択によりポイントを獲得する選択項目で構成した。

選択項目については、事業者へのヒアリング調査結果などから代表的な取り組みを提示しているが、認定基準書の中で各社が実施しているすべての取り組みを網羅することはできない。そこで、基準を上回る性能や、他社では見られない先進的な技術導入あるいは独自の取り組みについては、「その他」の項目で評価することとした。「その他」の項目は、各々の評価カテゴリーに関連する独自の取り組みを3つまで申請することができる。

また、本基準では、積極的に評価ポイント数に重み付けを行うこととし、下記の方針に基づき審査委員会でポイント数を決定する。ただし、「その他」で獲得できるポイント数は評価カテゴリー毎に3ポイントを上限とする。

なお、法令等で義務付けられている環境アセスメントや屋上緑化などは、必須項目の環境法規等の順守に含まれるものとして、選択項目では評価対象外とする。

<重み付けの方針>

- 1 ポイント...取り組みやすい内容、あるいは法令等で導入、実施が推進されている取り組み(ベーシックな取り組み)
- 2 ポイント...ベーシックな取り組みに比べ、より高度な取り組み(プラス α の取り組み)
- 3 ポイント...環境的側面に加え「持続可能性」に係る社会的側面を考慮した取り組み、あるいは第三者の評価・検証を受けたもの

表 4-2 評価カテゴリーとポイント数

No.	評価カテゴリー	選択項目	最大ポイント
1	建物・周辺環境への配慮	6項目	12p
2	環境に配慮した設備	6項目	14p
3	交通・物流の効率化	6項目	11p
4	テナントとの協力体制	6項目	10p
5	お客様とのエコ活動	6項目	9p
6	エコな施設運営	6項目	12p
合計		36項目	68p
認定要件(認定ポイント数)		—	21 p 以上

【認定要件のポイント数】

小売店舗等の他のサービス類型と同等程度のレベル感となるように基準項目を設定するとともに、選択項目のポイント数を21p以上とした。

【基準への適合可否】

- 基準本文や解説に条件が示されている場合を除き、数量や頻度などの取り組みの程

度は問わず判断する。取り組みの事実(証明が可能なもの)が確認できれば、基準に適合していると考ええる。

- ▶ 既に取り組んでいる実績があるかどうかで判断する。ただし、新規施設などで実績が把握できない場合は、具体的な計画(実効性を裏付ける資料や文書など)を提出し、達成状況を後日報告することを条件に評価する。
- ▶ 取り組みの内容は、申込者自身が主体的に取り組んでいるかどうかで判断する(テナントなど別の事業者が取り組んでいる内容は評価対象外とする。具体例は以下参照のこと)。

具体例) 基準項目のうち、○ポイントとして評価する/×評価しない

- テナント入居者が独自に省エネ設備を導入している。⇒ ×
- 申込事業者がテナント入居者に働きかけ、定期的な省エネ講習会等を開催し、施設全体の省エネ対策を推進している。⇒ ○
- テナントから発生する廃棄物を申込事業者が一元管理し、処分・リサイクルを行っている。⇒ ○
- テナント事業者が個別にリサイクル処理業者と契約し、リサイクルを推進している。⇒ ×
- 申込事業者が主導して、グリーン購入キャンペーン等の共同催事を開催している。⇒ ○

【証明方法】

各基準項目への適合の証明については、付属証明書の提出とともに、本解説などを参考にして基準を満たすことが証明できる資料、写真、説明文書などを提出すること。具体的には、事項以降に示す解説や付属証明書の証明方法欄を参照すること。ただし、複数の施設をまとめて申し込む場合は、共通する必要書類を省略することができる。

【現地確認】

実施状況の確認のため、審査時に現地確認(オンラインを含む)を行う。

4-1. 必須項目

- (1) 施設で取り組んでいる環境活動の内容を掲示物やウェブサイトなどを通じて情報発信している。
- (2) 申込者は施設が該当する環境法規等(地方自治体の条例も含む)を順守している(テナントに対しては、環境法規等の順守および必要な届出などを求めている)。
- (3) 施設全体および各テナントから発生する廃棄物の種類と発生量を把握している(テナントが個別に適正処理している場合を除く)。
- (4) 施設全体およびテナント別のエネルギー使用量(電力など)および水使用量を把握している(テナントにエネルギー管理権原³がある設備は除く)。
- (4) 「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」における特定プラスチック使用製品(12 製品)に該当するプラスチック製品を提供する場合には、「特定プラスチック使用製品の使用の合理化」の「提供方法の工夫」または「製品の工夫」のいずれかの取り組みを行っている。

必須項目は、小売店舗等の他のサービス類型の認定基準を参考に設定した。

(1) は、環境活動に関する情報の周知・提供・双方向による情報交換など、消費者に向けた普及・啓発を目的に設定する。事業者にとっては、施設で行っている環境への取り組みの成果を取りまとめて公表することが、消費者との環境コミュニケーションの第一歩となる。情報発信の場所としては、店内の掲示物のほか、施設のウェブサイトなどで消費者が目にしやすいものであれば媒体は問わない。

(2) は、エコマーク認定施設に限らず、国や地方自治体の定める法規等を順守していることは事業者の責務であるため、環境法規等の順守を必須項目として設定した。施設が立地する地域での公害防止協定や、地方自治体の条例による上乘せ規制(下水排除基準値の強化など)もあるので注意が必要である。違反があった場合には、すでに適正な改善および再発防止策を講じ、以降は関連する環境法規等を適正に順守していなければいけない。商業施設に入居しているテナントなどに対しては、環境法規等の順守および必要な届出などを求めていることを要件とした。また、法令により義務付けられている各種の取り組みは本項目に含まれるものとして、選択項目での評価はしないこととした。なお、消防法や労働基準法などは当然に守るべきものとして、エコマーク全体で社会面に関する法令順守の周知・確認の要請を進める方針としている。

(3) は、廃棄物削減とリサイクルの観点から、必須項目として設定した。施設から発生する廃棄物の削減は最重要テーマの1つであり、その実現の第一歩は、廃棄物の発生量を把握することから始まる。把握方法には、毎日計測する方法のほか、サンプリングにより原単位を求めて売上高から推計する方法などがある。本項目では、把握方法は問わず、施設全体での廃棄物の発生量を少なくとも月単位で記録していることを求める。ただし、テナントが個別に適正処理している場合は本項目を適用外とする。また、やむを得ない理由により発生状況を把握できない場合は、その理由を説明する資料や文書などを提出すること。毎日実数を計量している場合は、一段高いレベルの取り組みとして評

3 エネルギー使用設備(照明や空調など)の設置および更新権限がテナントにあり(例えば、賃貸契約時などにおいて標準設備以外の設備をテナント側が設置した場合の設備等)、そのエネルギー使用量が計量器等により特定できる場合には、テナントにエネルギー管理権原があるという。

価する(その他の項目として、さらに1ポイント加点する)。

(4) 省エネ・節水の観点から、基本的かつ重要な要素のため、必須項目として設定した。省エネ・節水は施設運営における重要テーマの一つであり、その実現の第一歩は、エネルギー使用量を把握(計測)することである。数値の把握には、毎月発行(上下水道は2カ月に1回)される電気、ガス、水道などの検針票で確認できるほか、メーターを定期的に確認する方法もある。本項目では、把握方法は問わず、施設全体でのエネルギー使用量少なくとも月単位で記録していることを求める。入居しているテナントの専有部分については、子メーターで把握しているケースのほか、光熱費をテナント料に含めて契約しているケースなど様々な形態があるが、基準の趣旨に即して何らかの方法で把握していることが望まれる(例：面積按分や実績に基づく推定など)。ただし、テナントにエネルギー管理権原^{*}がある設備についてはオーナー側で把握するのは困難であるため本項目を適用外とする。また、やむを得ない理由により発生状況を把握できない場合は、その理由を説明する資料や文書などを提出する。毎日実数を計量している場合は、一段高いレベルの取り組みとして評価する(その他の項目として、さらに1ポイント加点する)。

(41) は、「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律(プラスチック資源循環法)」が2022年4月から施行され、関連する事業者はプラスチック使用製品の過剰な使用を抑制すること等が求められることとなったことを受け、2022年7月1日の部分改定で追加した必須項目である。小売・サービス事業者が取り組むべき「使用の合理化」については、フォーク、スプーンなどの「特定プラスチック使用製品」(12製品)が対象とされ、有償提供や意思確認などの「提供方法の工夫」、軽量化や素材代替などの「製品の工夫」が取り組みの判断基準として示されている。

4-2. 選択項目

4-2-1. 建物・周辺環境への配慮

- (5) 環境に配慮した建材などの使用
- (6) 騒音、光害などの低減・回避策
- (7) 雨水の有効利用、中水利用
- (8) 屋上緑化、壁面緑化
- (9) LEED、CASBEEなどの認証取得
- (10) その他(独自の取り組み)

(5) は、施設の建築における原材料の調達段階での環境配慮として設定した。リサイクルできる材料や有害物質フリーの材料などを優先して採用する方針や基準を定め、実際に使用している場合に基準適合と考える。環境に配慮した建材とは、エコマーク認定の建築製品や土木製品、または同等以上の性能を有する建材、JIS・JAS規格のF☆☆☆☆等級に相当する建築材料や建材からのVOC放散速度基準((一財)建材試験センター)の値を満たす資材などを指す。

表 4-3 対象 VOC と基準値

対象VOC	略記号	放散速度基準値 ($\mu\text{g}/\text{m}^2\text{h}$)
トルエン	T	38
キシレン	X	120
エチルベンゼン	E	550
スチレン	S	32

出典：建材からの VOC 放散速度基準、平成 20 年 4 月 1 日制定、建材からの VOC 放散速度基準化研究会

(6) は、施設の運用時に発生する騒音、光害の低減対策について設定した。騒音源については、交通騒音と設備騒音がある。建物の野外照明や広告物等の照明、また建物からの漏れ光や、太陽光の外壁反射によるグレア発生などの「光害」は都市部を中心として問題となっている。光害対策については、環境省より「光害対策ガイドライン」が公表されている(http://www.env.go.jp/air/life/hikari_g/)。なお、大規模小売店舗立地法に該当する施設(小売業の店舗面積が $1,000\text{m}^2$ を超える施設)は、生活環境への影響調査が義務になることを踏まえ、該当施設は(6)の評価対象外とする。

(7) は、水の有効利用として雨水の有効利用と排水の浄化利用(中水利用)を設定した。屋根に降った雨を集めて貯水し、その雨水を草木への水やりなどに活用することで節水にもなり、水道料金の節約にも役立つ。

(8) は、生物多様性の保全に貢献する取り組みとして基準化した。緑化は生物多様性の観点だけでなく、植物の蒸散作用により周辺の気温を下げる効果が期待できることのほか、植物が太陽熱(直射日光)を遮るために断熱効果を発揮し屋内の気温を下げる効果が期待できる。多くの自治体では工事費の一部を助成する制度を設けている。なお、条例等による緑化が義務付けられている一定規模以上の施設の場合は、(8)を評価対象外とする。

(9) は、CASBEE⁴や LEED⁵などによる建築物(施設)の環境性能評価を基準化した。省エネルギーや環境負荷の少ない資機材の使用といった環境配慮はもとより、室内の快適性や景観への配慮なども含めた建物の品質が確認できる。

(10) は、上記に挙げられた内容以外に、申込事業者が独自に取り組んでいる場合に申請できる項目として設定している(3項目を上限に選択可。また、本カテゴリーの「その他」で獲得できるポイント数は3ポイントが上限)。例えば、既存建築躯体の継続使用、雨水浸透施設や貯留施設の設置、ビオトープの整備などの取り組みを評価対象とする。

4 CASBEE(建築環境総合性能評価システム)：日本で開発された建築物の環境性能で評価し格付けする手法。評価結果は、5段階のランキング(S、A、B+、B-、C)が与えられる。

5 LEED：世界で最も広く利用されている建物の環境性能評価システム。4つの認証レベル(プラチナ、ゴールド、シルバー、標準認証)が設定されている。

4-2-2. 環境に配慮した設備

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> (11) 省エネ型機器の調達方針の設定、導入実績(計画) (12) 低 GWP 冷媒空調機への段階的入替計画 (13) エネルギー使用状況の評価と目標設定 (14) 太陽光や風力などの再生可能エネルギー発電設備 (15) 災害対応拠点としての機能・体制構築 (16) その他(独自の取り組み) |
|---|

(11) は、省エネルギー・節水型機器を導入していることを基準化した。これらの機器を導入すると、普段は意識せずとも一定の省エネ・節水効果が期待できる。導入には一定のコストがかかるが、初期の導入費用を抑えるために、リース契約や補助金制度などの活用も考えられる。照明器具は、LED、人感センサーなどを対象とした。ただし、LED に関しては、エネルギー基本計画（2018年7月3日閣議決定）において、「LED等の高効率照明が、2020年までにフロー(出荷)で100%、2030年までにストック(設置)で100%普及することを目指す」ことが示され、大手照明メーカー3社は既に蛍光灯器具の生産終了を発表していることを踏まえ、基準制定日以降に建てられた新築の場合は実質的に蛍光灯等の従来型照明器具を選択できない状況にあり、蛍光灯等をベースラインとしたライフサイクルでのCO₂削減貢献は成立しないことから、評価の対象外と考えた。トイレは不使用時も点灯していることが多く、人感センサーの導入が有効である。空調設備は、省エネ性能に優れているエアコンなどを対象とした。「省エネ性能に優れている」の解釈としては、最新の省エネ法で省エネ基準達成率が100%以上の製品、または最新のメーカーカタログなどで、「グリーン購入法適合」として紹介されている製品が対象と考える。衛生設備は、共用トイレなどに使用される節水型の給水栓や便器など(エコマーク商品類型 No.156「便器などの衛生器具」、No.157「給水栓」、No.158「節水器具」など)を対象にした。本項目の適合判断は、施設全体のうち導入割合が50%以上を目安とするが、施設全体に段階的に導入する場合は、具体的な計画(実効性を裏付ける資料や文書)を提出することでもよい。

(12) は、地球温暖化防止の観点から設定した。業務用エアコンで現在多く使われているのは R410A(GWP=2090)であり、当面の新冷媒候補は代替フロンの R32(GWP=675)とされている。空調機に関してはノンフロン化の実用段階にはないため、低 GWP⁶冷媒を採用した空調機への段階的な入替計画を立てていることを基準化した。なお、ショーケースや自動販売機、家庭用冷蔵冷凍庫などは、既にノンフロン化が進んで一般的になっているため本項目の対象外とする。

(13) は、エネルギー使用量を継続的に減らせるような仕組みとして設定した。省エネを推進するには、エネルギー使用量を把握するだけでなく、対前年比や売上高当たりの使用量などの原単位の指標を使って、どのような変動があるかを把握し、削減できるポイ

6 地球温暖化係数(Global-warming potential)は、温室効果ガスが大気中でどれだけの熱を封じ込めるかの相対的尺度で、数値が大きいほど温暖化への影響が大きくなる。(例：R401A(GWP2090)、R32(GWP675)、CO₂(GWP1)など)

ントを探し出すことが肝要である。直近1年間程度のエネルギー使用量を評価した結果(表やグラフ)と具体的な目標や計画を記した書類が確認できる場合に1ポイントとした。

さらに、省エネ法では、①年間エネルギー使用量を延べ床面積(m²)などで除した原単位において、5年度間の平均が年1%以上低減することを努力目標としている。また、ベンチマーク制度では、②対象業種・分野ごとに定められた事業者が中長期的に目指すべき水準を達成していれば、Sクラス(優秀事業者)へ位置付けられることとしている。本項目では、①または②のいずれかを達成している場合に2ポイント獲得できるものとした。なお、原油換算での年間エネルギー使用量が1,500kLに満たない事業所であっても、省エネ法の算出方法に従い、①または②の適合有無を判断する。複数施設を所有している事業者の場合は、施設毎に省エネ対策を進めるのではなく、法人単位で、効率的かつ合理的な取り組みを実践しているケースが多い。そのため、本項目では申込施設を含めた事業者全体での達成でも適合とみなす。

[工場等におけるエネルギーの使用の合理化に関する事業者の判断の基準(告示)]

別表第5 ベンチマーク指標及び中長期的に目指すべき水準(抜粋)

区分	事業	ベンチマーク指標	目指すべき水準
7	コンビニエンスストア業	当該事業を行っている施設における電気使用量の合計量を当該施設の売上高の合計量にて除した値	845kWh/百万円以下
9	百貨店業	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、売上高の百貨店の平均的なエネルギー使用量で除した値	0.792 以下
10	食料品スーパー業	当該事業を行っている施設のエネルギー使用量を当該施設と同じ規模、稼働状況、設備状況の施設の平均的なエネルギー使用量で除した値	0.799 以下
11	ショッピングセンター業	当該事業を行っている施設におけるエネルギー使用量を延床面積にて除した値	0.0305kl/m ² 以下

出典：<http://www.enecho.meti.go.jp/notice/topics/003/pdf/super-benchmark.pdf>

(14) は、再生可能エネルギーの普及・促進の観点から設定した。太陽光・風力・地熱・中小水力・バイオマスといった再生可能エネルギーは、温室効果ガスを排出せず、国内で生産できることから、エネルギー安全保障にも寄与できる有望かつ多様で、低炭素のエネルギー源である。

(15) は、社会的側面から昨今のショッピングセンターに求められる災害時の対応・対策の観点から設定した。エコマーク事務局の方針として、環境面が主軸ではあるが、付随する社会的側面も基準の中に反映し考慮していくこととしている。台風、ゲリラ豪雨、地震などの災害が頻発する時代において、ショッピングセンターのような施設は地域社

会のインフラとして大きな役割と責任を担っている背景があり、社会の変化に対応した基準項目として考えた。基準では、地域の災害対応拠点としての機能や体制を構築していることを求めた(例：避難場所としてオープンスペースの整備、給排水・衛生設備の確保など)。

(16) は、上記に挙げられた内容以外に、申込事業者が独自に取り組んでいる場合に申請できる項目として設定している(3項目を上限に選択可。また、本カテゴリーの「その他」で獲得できるポイント数は3ポイントが上限)。例えば、テナント店舗へのCO₂削減に有効な技術や設備・機器の情報提供、自立・分散型エネルギー設備の導入、BEMSなどのシステム導入、エコチューニングによる運用改善などの取り組みを評価対象とする。

4-2-3. 交通・物流の効率化

- (17) 公共交通機関の利用推進
- (18) 配送の一括化など
- (19) 電動車の採用
- (20) 充電スタンドの設置
- (21) パークアンドライド⁷の推進
- (22) その他(独自の取り組み)

(17) は、CO₂排出削減の観点から設定した。公共交通機関の利用推進により、CO₂排出量の少ない交通への転換を図っていくことが求められている。

(18) は、配送の効率化による環境負荷低減を目的として設定した。グループ企業や他社との共同配送、倉庫／物流センターの共同化などの取り組みを自社主導で行っているか、もしくは効率化された物流システムを利用している場合に適合と判断する。

(19) は、電動車の導入が、地球温暖化の防止、排出ガスの低減などによる有害物質の排出抑制のみならず、災害時に電力供給源として利用できる利点を考慮して設定した。電動車の定義については、平成30年8月31日自動車新時代戦略会議「自動車新時代戦略会議中間整理」より下記の通りとする。これ以外の将来的に実用化が見込まれる自動車についてはその都度、審査委員会において判断する。

- 電気自動車(BEV)
- プラグイン・ハイブリッド自動車(PHEV)
- ハイブリッド自動車(HEV)
- 燃料電池自動車(FCEV)

(20) エコカーの利用を推進する観点から基準化した。施設敷地内にEV充電スタンドが設置されていれば基準適合と判断する(台数は問わない)。

(21) 環境負荷の低い交通手段の利用を推進する観点から基準化した。パークアンドライド⁸は、都市中心部に発生する渋滞を抑制するとともに、公共交通に乗り換えることで

7 自宅から自家用車で最寄りの駅またはバス停まで行き、自動車を駐車させた後、バスや鉄道などの公共交通機関を利用して、都心部の目的地に向かうシステム

8 自宅から自家用車で最寄りの駅またはバス停まで行き、自動車を駐車させた後、バスや鉄道などの公共交通機関を利用して、都心部の目的地に向かうシステム

CO₂ の排出量を抑え、環境負荷を低減することができる。本項目は、単に利用者に交通手段の転換を求めるだけでなく、利用者サイド、交通事業者サイド双方の取り組みをマッチングさせた実効性のある取り組みを評価する。

(22) は、上記に挙げられた内容以外に、申込事業者が独自に取り組んでいる場合に申請できる項目として設定している(3項目を上限に選択可。また、本カテゴリーの「その他」で獲得できるポイント数は3ポイントが上限)。例えば、バス会社との連携による共同運行バス、バイオディーゼル燃料(BDF)の利用などの取り組みを評価対象とする。

4-2-4. テナントとの協力体制

- (23) ライトダウンキャンペーンへの参加
- (24) 廃棄物分別マニュアルの整備とテナントへの指導
- (25) オーナー所有設備に係るエネルギー使用量のテナントへの情報提供
- (26) エコマーク認定店舗
- (27) テナントの協力義務
- (28) その他(独自の取り組み)

(23) は、地球温暖化問題について考える契機としてもらう取り組みとして設定した。日頃の過度な照明や環境問題を考えるきっかけづくりとして、多くの自治体で一斉消灯を呼びかけるキャンペーンを実施している。商業施設はその地域のランドマークとなるケースが多くメッセージ性も期待できる。

(24) は、ごみの分別に関する啓発、リサイクルの推進につながる項目として設定した。リサイクルのルートが確立されている紙類、PET ボトル、飲料缶、ガラスびんを分別し、確実にリサイクルに回すことが望まれる。多くのテナントを抱える商業施設において、廃棄物量を把握する以上に難しいのが、分別に対する意識の統一を図ることとされている。そのため、ディベロッパー(オーナー)の指導、徹底が重要な役割を果たす。

(25) は、省エネ法の定期報告の考え方にに基づき設定した。テナント(一定規模以上の事業者)は、エネルギー管理権原の有無にかかわらず、テナント専有部に係る全てのエネルギー使用量を報告する必要がある。本項目では、法令の義務に関わらず、全体空調などのオーナー所有設備に係るエネルギー使用量をテナント側に情報提供していることを求めた。

(26) は、エコマーク認定店舗の入居数に応じて、ポイントを加算できる選択項目として設定した。エコマーク認定店舗はエコマーク事務局のウェブサイトで見ることができる。[\(https://www.ecomark.jp/service/\)](https://www.ecomark.jp/service/)

(27) 施設全体の温室効果ガス削減計画の推進は、オーナー側のみ、テナント側のみでの努力だけでは達成が難しいことから、テナントの協力義務を明確にしたうえで、オーナーとテナント双方が協働して推進できる仕組みを構築していることを評価する。テナントにインセンティブを与えるため、積極的な取り組みを表彰する制度を設けて 3R 活動を促進している事例などがある。

(28) は、上記に挙げられた内容以外に、申込事業者が独自に取り組んでいる場合に申請

できる項目として設定している(3項目を上限に選択可。また、本カテゴリーの「その他」で獲得できるポイント数は3ポイントが上限)。例えば、環境配慮の内装設計指針・ガイドラインの提供などが挙げられる。

<参考>

SC 環境対策ガイドライン：(一社)日本ショッピングセンター協会

http://www.jcsc.or.jp/wpjcs/wp-content/uploads/2015/10/env_guideline.pdf

テナントビル関係者のための省エネルギー対策：クール・ネット東京

<https://www.tokyo-co2down.jp/cmsup/pdf/tenant2015-3.pdf>

4-2-5. お客様とのエコ活動

- (29) マイバッグ持参の呼び掛け
- (30) クールシェア、ウォームシェア⁹への参加
- (31) 他団体主催の環境活動への参加
- (32) 原則、敷地内禁煙
- (33) 環境テーマの催し物などの定期開催
- (34) その他(独自の取り組み)

(29) は、消費者が施設でできる環境活動として象徴的であるため基準項目として設定した。本項目では、繰り返し使えるマイバッグ持参の呼び掛けや簡易包装を勧めることで、レジ袋削減に寄与することを目指した申込者側の取り組みを評価する。

(30) は、地域全体での「ピーク消費電力カット」や「地球温暖化防止」につながる取り組みとして設定した。自治体などが行っているクールシェアやウォームシェアの取り組みに賛同する施設はスポットとして登録できる(<http://sharemap.jp/>)。

(31) は、店舗が立地している自治体や自然保護団体などと連携した環境活動の実施を基準化した。具体的には、申込施設の立地している地域に根ざした環境美化活動を想定し、参加者は申込事業者の従業員のほか、運営管理側の呼び掛けに応じたテナントの参加も含む。なお、本項目への適合の目安は、年に1回以上の継続的な実施とする。

(32) は、2020年4月から改正健康増進法により屋内施設は原則禁煙が義務化されたことを踏まえ、エコマークでは一段階高い取り組みに対してポイントを付すものである。法で定める第一種施設(病院や大学)と同様の「原則敷地内禁煙(屋内は完全禁煙、ただし特定屋外喫煙場所の設置は可)」と設定し、エコマークとしても受動喫煙対策を積極的に推進する姿勢を打ち出すこととした。特定屋外喫煙場所については、厚生労働省令に基づいて必要となる措置が下記の通り定められている(健康増進法第28条第13号、同施行規則第15条)。

- ・喫煙をすることができる場所が区画されていること
- ・喫煙をすることができる場所である旨を記載した標識を掲示すること

9 クールシェア、ウォームシェア：暑い時や寒い時はみんなで一緒の場所に集まり、冷暖房の効率化を目指す取り組みのこと

- ・第一種施設を利用する者が通常立ち入らない場所に設置すること
- ・近隣の建物に隣接するような場所に設置することがないようにする

(33) は、消費者・地域住民への環境啓発活動の観点から設定した。ディベロッパーが主体となり、施設内で環境をテーマとしたイベント等を定期的開催している場合に適合と考える。

(34) 上記に挙げられた内容以外に、申込事業者が独自に取り組んでいる場合に申請できる項目として設定している(3項目を上限に選択可。また、本カテゴリーの「その他」で獲得できるポイント数は3ポイントが上限)。例えば、環境団体をサポートする募金活動や寄付支援などの取り組みを評価対象とする。

4-2-6. エコな施設運営

- (35) 環境方針のコミットメント
- (36) グリーン購入調達方針の設定
- (37) 業界団体の低炭素社会実行計画への参加
- (38) SDGs への達成に向けた、取り組み内容の公表、数値目標の設定
- (39) エコアクション 21、ISO14001 などの第三者認証取得
- (40) その他(独自の取り組み)

(35) は、組織の環境への取り組みの基本的な方針を示すものとして設定した。環境方針は、組織が自主的、積極的に環境経営に取り組み、環境負荷の継続的な削減に取り組んでいくことについての社会的な誓約(約束)である。環境目標や行動計画を含む基本方針を策定し、運営責任者や経営層(トップマネジメント)自らの言葉で環境活動の重要性を社員に向け積極的に語ってもらうことが、取り組みの実効性を高めることにつながる。

(36) は、施設で使用する事務用品などは、可能な限り環境に配慮された商品を選ぶよう社内基準を定めていることを要件とした。具体的には、施設で購入または使用している事務用品や消耗品などについて、グリーン購入に関する調達方針を定め、購入の実績があることで適合と考える。

(37) は、業界一丸となって低炭素社会を実現する目的から設定した。(一社)日本ショッピングセンター協会では、「低炭素社会実行計画」を定め、目標の2030年において基準年の2005年比でエネルギー原単位を23%削減することを目指している。2019年時点での低炭素社会実行計画への参加規模は、業界団体の約3割に留まっており、さらなる推進が求められている。

業界団体における低炭素社会実行計画への参加規模

業界全体の規模		業界団体の規模		低炭素社会実行計画参加規模	
企業数	1,324社・3,217SC	団体加盟企業数	327社・1,785SC	計画参加企業数	100社・470SC (企業数30.6%)
市場規模	推計売上高 320,355億円	団体企業売上規模	推計売上高 223,845億円	参加企業売上規模	推計売上高 127,135億円
エネルギー消費量	データ非保持	団体加盟企業エネルギー消費量	データ非保持	計画参加企業エネルギー消費量	データ非保持

出典：ショッピングセンター業界における地球温暖化対策の取組、2019年1月23日、一般社団法人日本ショッピングセンター協会

(38) は、近年、「持続可能性」を取り巻く議論が活発化している背景から、基準化を検討した項目である。今日の地球が抱える環境問題の解決には環境という側面だけでなく、社会・経済的側面を含めた統合的なアプローチが求められており、エコマークの基準でも地球環境への負荷低減などの環境的側面の評価が中心であるものの、社会的側面などを考慮する必要性が議論された。SDGs への対応はこれからというものの、単に方針を打ち出すだけでなく、具体的に取り組む内容の公表や数値目標などを設定している場合に、選択できる項目として設定された。

(39) は、施設の環境管理体制がエコアクション 21¹⁰や ISO14001¹¹をはじめとした第三者認証機関によって認定されていることを基準化とした。主な認証制度は下記に示すとおりである。本項目への適合は、認証の適用範囲に申込施設が含まれている場合に限る(申込企業の本社や工場が認証取得しているだけでは該当しない)。

環境マネジメントシステム認証制度の例

全国版EMS	ISO14001	エコアクション21	KES	エコステージ
概要	ISO審査登録機関及び認定機関で構成。国際的に認められた第三者認証制度。1996年に制定。	環境省が策定した中小企業にも取り組みやすい環境マネジメントシステム。2004年に開始。把握すべき環境負荷指標を特定しているほか、環境活動レポートの作成・公表を必須要件としている。	中小企業にも取り組みやすい環境マネジメントシステムとして2001年に京都で開始。KESを参考とした地方版KESが他の自治体等に広がっていると、相互認証も行われ、KESの認証取得事業者は全国に広がっている。	ISO14001取得前から取得後も含めた環境マネジメントシステム。5段階の認証ステージがある。エコステージ2はISO14001の要求事項を全て含んでおり、エコステージ2の認証を取得できれば、ISO14001に挑戦可能なレベルとなる
事務局の母体となる団体	ISO(国際標準化機構)	持続性推進機構	KES環境機構	エコステージ協会

地方版EMSの例：

北海道環境マネジメントシステムスタンダード(HES)、青森環境マネジメントフォーラムAES、いわて環境マネジメントフォーラムIES、みちのくEMS、三重環境マネジメントシステム(M-EMS)、宝塚環境マネジメントシステム(TEMS)、神戸環境マネジメントシステム(KEMS) 等

出典：環境省＞地球環境・国際環境協力 <http://www.env.go.jp/earth/ecotuning/kobo/mat06.pdf>

10 エコアクション 21：中小事業者でも取り組みやすい環境経営の仕組み(環境経営システム)のあり方を定めている環境省のガイドライン

11 ISO14001：環境マネジメントシステムの仕様(スペック)を定めた国際規格

(40) は、上記に挙げられた内容以外に、申込事業者が独自に取り組んでいる場合に申請できる項目として設定している(3項目を上限に選択可。また、本カテゴリーの「その他」で獲得できるポイント数は3ポイントが上限)。例えば、ペーパーレス化の推進、防災備蓄食品の入替時フードバンク寄贈、低VOCエアゾール製品等の使用、カーボンオフセットの実施、グリーン電力証書の購入、RE100への加盟、SBTイニシアチブへの加盟、環境会計の導入などの取り組みを評価対象とする。

5. 申込区分、表示などについて

(1) 申込区分(申込単位)は、1施設毎とする。

【解説】

商業施設は地域の特性に応じた作りで1つ1つの建屋が比較的大きく、導入している設備や環境活動の内容にも違いがあると考えられた。そのため、同じブランド名を冠している施設であっても申込単位は1施設毎とした。

(2) 申込事業者は、商業施設の運営管理を行う事業者(ディベロッパーなど)、または本基準に示す取り組みを主体的に行っている当該施設の核となるテナント(小売事業者など)とする。

【解説】

申込事業者は、テナントの運営管理が主体のディベロッパーなどの事業者を想定している。なお、小売事業者は「No.501 小売店舗」の基準で申し込むことを原則とするが、本基準に示す取り組みを主体的に行っている当該施設の核となるテナントを運営している小売事業者は、「No.509 商業施設」で申し込むことも妨げない。

(3) 施設内にエコマークを表示すること。エコマークの表示方法は、別途定める『商業施設』認定基準におけるエコマークの表示方法に従うこと。

【解説】

エコマークはコミュニケーションツールであり、そのロゴの掲出により事業者と消費者を結びつけ、環境意識を広く浸透させる狙いがある。そのため、認定取得後は、消費者の目につきやすいチラシやインフォメーションなどにエコマークを表示することを必須要件とする。

エコマークのロゴは漠然と環境にやさしいイメージを抱かせるが、商業施設においては、具体的にどのような点で環境に配慮しているのかは消費者に伝えきれない可能性がある。本基準でも既存のサービス類型と同様に、視覚的にどのような取り組みを進めているかを表す絵柄(ピクトグラム)を導入した。評価カテゴリーごとに、獲得ポイントが2ポイント以上のピクトグラムのみ表示することができるものとした。

以上