

# 三越伊勢丹グループの サステナビリティについて

取締役 代表執行役社長 CEO  
細谷 敏幸

サステナビリティを重視した経営へ  
ステークホルダーとの対話のなかで

サステナビリティの取り組みの  
現状、ゴール、ロードマップを開示

－ 11月30日発刊－

# 三越伊勢丹ホールディングス サステナビリティレポート2021

## 2021

現状の取り組みを  
体系的に整理して  
レポートに開示



## → 2024 →

中期経営計画  
と連動した  
ロードマップ

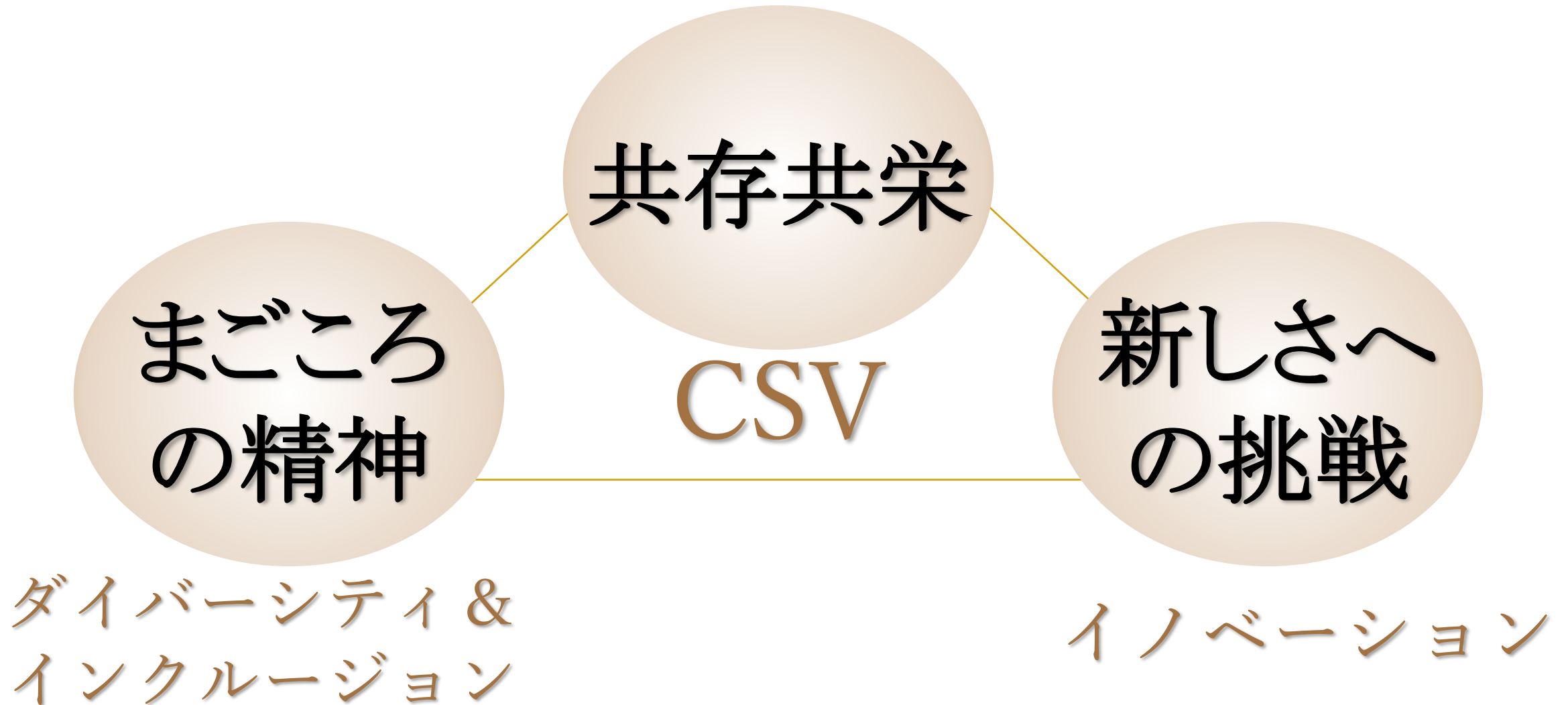
**2024年目標  
設定**

## 2030

中長期目標  
ゴールイメージ

**2030年目標  
引き上げ**

# 歴史に根差したサステナブルな精神



## 長期に目指す姿

お客さまの暮らしを豊かにする、

“特別な”百貨店を

中核とした小売グループ

# 価値創造プロセス



# サステナビリティ 重点取り組み

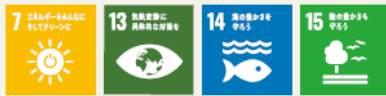
## ① 人・地域をつなぐ

お客さま・お取引先・地域社会



## ② 持続可能な社会・時代をつなぐ

お客さま・お取引先・従業員・地域社会



## ③ 従業員満足度の向上

お客さま・従業員



# 中期経営計画

## “高感度上質” 戦略/デジタル改革

- “拠点ネットワーク” の構築
- 接客のデジタル化

## CRE・事業モデル改革/収支構造改革

- 基幹拠点のまちづくり開発
- 全国不動産のバリューアップ開発
- 百貨店事業構造の再設計

## 人財基盤

- 連邦戦略に向けた人財力
- コミュニケーション活性化

# 百貨店の取り組み



## 本業を通じた サステナビリティ活動

お客さまのお声をもとに  
お取引先との対話を重ね  
従業員一人一人が  
日々の仕事の中で  
自ら企画、実践する

# サステナビリティ推進における 重点取り組みと中長期目標

執行役常務 CFO兼CRO兼CAO  
西山 茂

# サステナビリティ基本方針

社会に対する企業の責任として、  
社会の様々な課題に向き合い、  
企業活動を通じてその解決に  
貢献することで、関わりのある  
すべての人々の豊かな未来と、  
持続可能な社会の実現に向け  
役割を果たしていきます。

## 重点取り組み① 人・地域をつなぐ

お客さまのより豊かなライフスタイルの実現に貢献するため、人の想いや感性に触れ合える場所づくりのほか、各地域の文化や伝統、名産品を紹介するなど人と地域をつなぐ取り組みを推進しています。

お客さま・お取引先・地域社会



### 主な取り組み項目

#### 地域社会との協創

- 地域活性化
- 社会貢献活動

#### 文化・伝統の振興・継承

- 文化伝統事業への貢献
- 次世代支援・育成

#### 未来を拓く「人とのつながり」

- 新しい顧客体験の提供

## 重点取り組み② 持続可能な社会・時代をつなぐ

未来に向けて持続可能な社会をつなぐため、安心・安全な商品・サービスの提供、脱炭素化や省資源をはじめとした環境負荷低減につながる取り組みを推進しています。

お客さま・お取引先・従業員・地域社会



### 主な取り組み項目

#### 脱炭素社会に向けて

- 2020年環境中期目標に対する結果報告
- 環境に関する中長期目標
- TCFD提言に沿った情報開示
- 温室効果ガス削減の取り組み

#### サプライチェーン・マネジメント

- 循環型社会に向けて
- 責任ある調達
- 品質管理の取り組み

## 重点取り組み③ 従業員満足度の向上

「従業員満足度」を企業の持続的な成長のための最も重要な土台であると位置づけ、すべての従業員が“働きがい”と“働きやすさ”を実感できる様々な取り組みを推進しています。

お客さま・従業員



### 主な取り組み項目

#### コミュニケーション

#### ダイバーシティ&インクルージョンの推進

- 女性活躍推進
- 障がい者活躍推進
- シニア活躍推進
- LGBTQ+ 尊重の取り組み
- 外国人・グループ外人材の活躍推進
- 人権&ハラスメント防止

#### モチベーションの向上

- 人材育成
- 表彰制度・社内資格制度
- 適所適財
- キャリアアップ
- グループ内外のつながり

#### ライフワークバランスの実現

- 総実労働時間の短縮
- 多様性のある働き方
- ヘルス&メンタルケア

## 重点取り組み① 人・地域をつなぐ

2024

国内外に広がる店舗ネットワークと  
商品調達力を活かし、  
モノ・コトを通じて人と地域をつなぎながら、  
新たな価値を提案するとともに、  
日本の技術や伝統文化を次の時代につなげる

2030

地域と一体で、街の魅力を活かし、  
百貨店を中心とした  
あたらしい“まちづくり”を  
実現させる

地域社会との  
協働と協創  
による  
地域の活性化

社会貢献活動  
チャリティ  
寄付活動

文化・芸術  
振興支援  
次世代育成

デジタルを  
活用した新しい  
販売手法

## ●温室効果ガス削減比率(2013年度比)

2020時点の目標▲42%→▲50%

※政府目標：▲46%

## ●再生可能エネルギー導入比率

国内百貨店事業全体

60%

国内百貨店事業自社物件

100%

# サプライチェーンにおける責任ある調達

## 三越伊勢丹グループ調達方針の策定と送付

2018年 企業倫理行動基準に沿って策定  
直接お取引のあるお取組先に送付

## お取組先アンケートの実施

2021年7月、以下の5項目についてアンケートを実施  
＜コンプライアンス・品質管理・持続可能性・環境・人権＞  
対象：百貨店事業の売上上位約7割を占めるお取組先および、  
その他事業や後方部門の主要お取組先

## お取組先説明会開催

2021年11月、事業戦略の説明、責任ある調達に対する協力要請

## 対話と解決へのPDCA

各項目ごとの課題に対し、お取組先と課題解決に向けた連携を継続

## ●女性管理職比率

2020時点の目標35%→**38%**

## ●男性の育児休業取得率

**100%**

# 百貨店の取り組み “think good”

株式会社 三越伊勢丹

MD統括部 ストアクリエイショングループ ストアプランニング部

鳥谷 悠見

# “think good”の考え方

彩りある豊かな未来へ向けて  
「想像力を働かせ、真摯に考えることからスタートする」  
という想いが込められた  
百貨店の本業を通じたサステナビリティ活動のための合言葉

- 双方向コミュニケーション
- お客様の選択肢を増やす



“私たちがらしい  
アップサイクル”って  
なんだろう？

think good



次代へつなぐ

think good

think good

# “think good”の3つの柱

## ①関わる人、社会に配慮した (サステナブル)な品揃え

生態系を含む地球環境や関わる人、社会に配慮した商品、サービス、コミュニケーションを提供する

## ②4 Rの推進

4 R(リフューズ・リデュース・リユース・リサイクル)を中心に「長く大切に使う」「美しい手離し方」の価値観を伝え、資源活用を目指してアクションする

## ③文化・技術・感性の発信

生産者、産地、文化の支援を通じて「次代につなぐべき文化の継承」「新たな感性の発掘と発信」をけん引する

### ● チェックシートを用いた認定制度の導入により、企画のクオリティを担保

#### [STEP 1]

サステナビリティの  
基本的な理解



#### [STEP 2]

何に対してポジティブな  
インパクトがあるか



#### [STEP 3]

企画実施に際し  
懸念点があるか

# 取り組み状況

| think good | 3つの柱        | 推進事項                                                                                                                                                                                                                                       | 累計企画数と企画例(2021年10月現在)                                                                                                                                                                         |
|------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|            | サステナブルな品揃え  | <p>「生態系を含む地球環境や関わる人、社会に配慮した」商品、サービス、コミュニケーションを提供する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 環境保全</li> <li>● 動物福祉（アニマルウェルフェア）</li> <li>● 追跡可能性（トレーサビリティ）</li> <li>● 透明性（トランスペアレンシー）</li> <li>● 生物多様性保全</li> <li>● 人権、強制労働問題</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2021年中元「コウノトリ育む農法」特集</li> <li>● しんじゅQuality みつばちプロジェクト</li> <li>● ISETAN Seed「Care for Me」（人と地球に優しい商品特集）</li> <li>● 伊勢丹浦和店 第12回ワインフェスティバル</li> </ul> |
|            | 4Rの推進       | <p>4R（リフューズ、リデュース、リユース、リサイクル）を中心に、「長く大切に使う」「美しい手離し方」の価値観を伝え、資源活用を目指しアクションする。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 大量生産大量消費</li> <li>● ワンウェイプラスチック</li> <li>● 廃棄物問題</li> <li>● フードロス</li> <li>● 気候変動</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● クリスマスエコギフト包装</li> <li>● i'm green（買取、引き取りサービス）</li> <li>● LOOP（食品容器再利用プラットフォーム）</li> <li>● KUROZOME REWEAR（衣料品の染め替え）</li> </ul>                      |
|            | 文化・技術・感性の発信 | <p>生産者や産地、文化支援を通じて、「次代につなぐべき文化の継承」「新たな感性の発掘と発信」をけん引する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 文化、技術の継承</li> <li>● 地方創生、資源活用</li> <li>● 発信のためのインフラ（技術）整備</li> <li>● 感性の発掘と育成</li> <li>● あらゆる資源の相互補完と循環</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 長坂真護展</li> <li>● 〈ヘラルポニー〉ポップアップショップ</li> <li>● 移動型コンシェルジュショップ実証実験</li> <li>● MITSUKOSHI×東京藝術大学 夏の芸術祭</li> </ul>                                      |

累計企画数  
485件

# 4Rの取り組み事例の紹介「i'm green」

「捨てない社会」の実現

「売りっぱなし」にしない、あたらしい事業モデル

「お客さまの声」をかたちに

利用者リピート率は30%以上

i'm green



1. 選べるお手続き方法



ご来店や宅配などご希望に合わせてご利用いただけます。

2. お買い物のついでに



三越や伊勢丹でのお買い物前にお気軽にお立寄りください。

3. 三越伊勢丹のスタイリストがご相談を承ります



専属スタイリストが最適な方法をご提案いたします。

4. 衣料品の一部は資源などにリサイクル



日本環境設計のサプライチェーンにてリサイクルいたします。

Reuse

# 企画数が増え、徐々に社内に“**think good**”が浸透 特に若いZ世代の関心が高く、意欲的な声が増加

ショップの  
ジェンダーフリー化を  
進めたい

What's  
Sustainable  
Life?

**think good**

水問題について  
お客さまと共に  
考える企画に  
取り組みたい

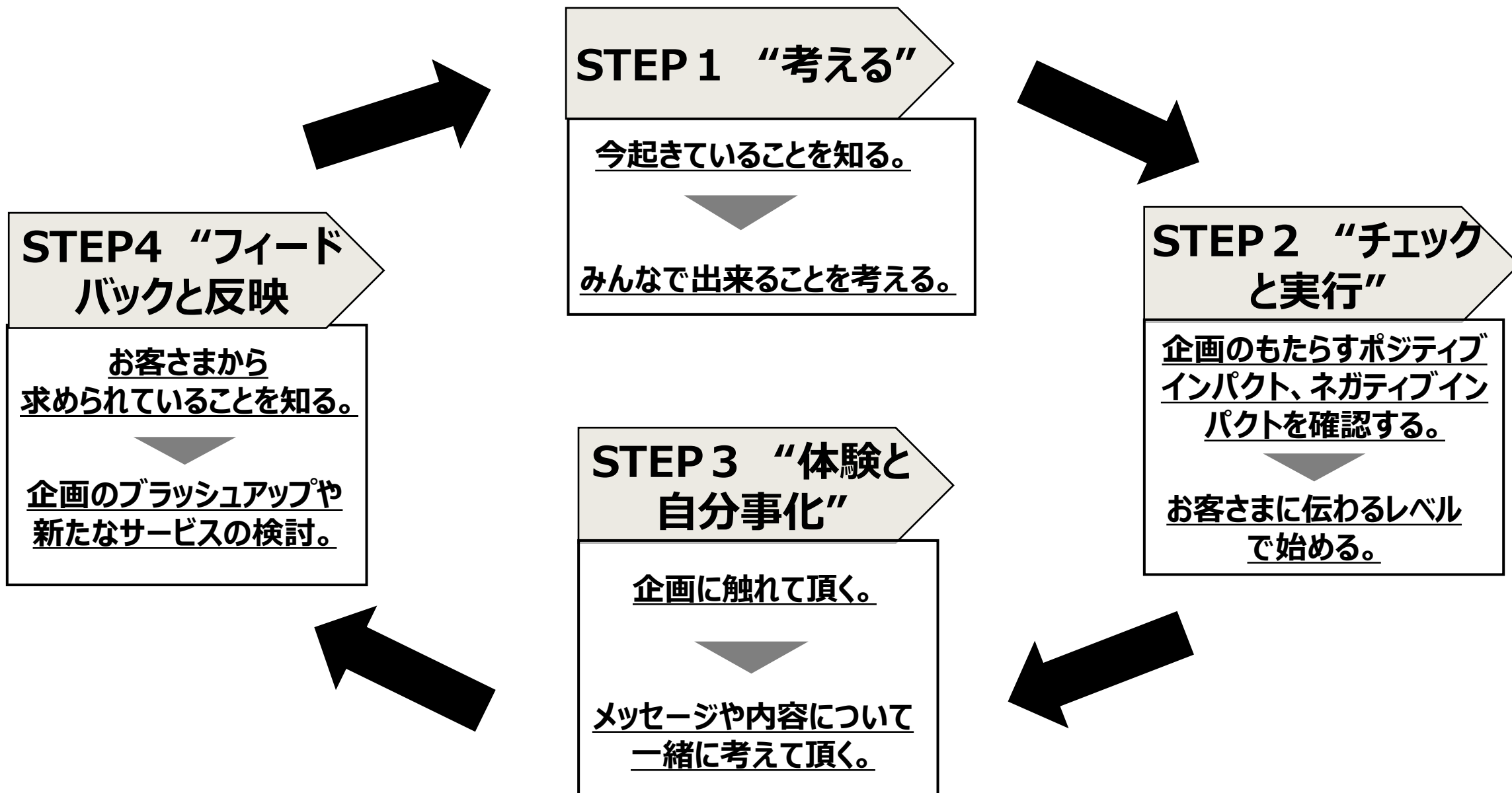
持続可能な社会のため  
自分でも何か  
働きかけをしたい

人や社会  
そして地球に  
より良いコト  
より良いモノ  
って何だろう  
三越伊勢丹  
の考える  
サステナブル

百貨店だから  
できることを  
お客さまと  
未来について  
語り合いたい

脱プラに関して、  
手軽にアクション  
出来る機会を  
増やしたい

# “think good”な企画立案プロセス



“**think good**”の合言葉の元

従業員一人一人が社会課題と向き合い

お取引先と共に企画して実行し

お客さまからフィードバックを頂くことで

私たちが更なる企画に活かす

このサイクルを続けることで

持続可能な社会の実現を、皆さまと共に目指します

約20トンの<リーバイス® 501®>のユーズドストックをアップサイクル！

## 『デニム de ミライ ～ DENIM PROJECT ～』

小売6社がタッグを組み、国内外約50のブランドやクリエイターが参加



# 当社のガバナンスの 現状と今後について

三越伊勢丹ホールディングス 社外取締役  
取締役会議長 久保山 路子

- 指名委員会等設置会社移行後の変化
- 取締役会議長としての役割
- 執行に期待すること



三越伊勢丹ホールディングス

# サステナビリティ説明会

三越伊勢丹グループが目指すサステナビリティ

2021年12月3日

# 1. 動画「三越伊勢丹グループのサステナビリティ」

## 2. 三越伊勢丹グループのサステナビリティについて

取締役 代表執行役社長 CEO－細谷 敏幸

## 3. 重点取り組みと中長期目標

執行役常務 CFO兼CRO兼CAO－西山 茂

## 4. 百貨店の取り組み「think good」

(株)三越伊勢丹 MD統括部ストアプランニング部－鳥谷 悠見

## 5. ガバナンスの現状と今後について

社外取締役 取締役会議長－久保山 路子

## 6. 質疑応答