



SUSTAINABILITY  
REPORT

2024

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 2024

こころ動かす、ひとの力で。



三越伊勢丹ホールディングス



## 三越伊勢丹グループ 企業理念

### VISION

私たちが目指す姿

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

～日本の誇り、世界への発信力を持ち、  
高感度上質消費において最も支持される～

### VALUES

私たちが大切に思考と行動

新しさに惹かれ、美しいものに感動し、それを伝えたいと思う

人が好きで、あふれる笑顔を響かせ、まわりを明るくする

魅力あふれる個性で、斬新なアイデアを生かし、共創をもって形にする

あらゆる情報を駆使し、感性とともに考えぬき、オンリーワンをつくる

常に真摯な姿勢で、健全な方法を選択し、社会的責任を果たす

変化の先の未来を信じ、勇気をもって、挑戦と努力をしつづける

### MISSION

私たちの存在意義

こころ動かす、  
ひとの力で。



## 三越伊勢丹グループ

### 企業理念

「三越伊勢丹グループ 企業理念」は、  
三越伊勢丹グループの全ての  
企業活動の原点にある最も基本的な考え方です。  
私たちが社会のなかで、どのような価値提供により  
貢献できるのか、どのような姿を目指していくのか、  
そして存在意義は何なのかを表したものです。

### 根本精神

4つの百貨店のれんで  
創業以来の長い歴史のなかで培ってきた  
「お客さま第一のもとに、社会や顧客ニーズの  
変化を先取りし、お客さまに豊かさを届け続ける、  
そして自ら変革していく挑戦の精神」。  
私たちの原点である企業理念も  
この根本精神や歴史に紐づいています。



三 越

社会的貢献と  
企業の繁栄

伝統を越える  
革新性

まごころと  
創意工夫



伊 勢 丹

『道義を守り、  
奉仕の心を持つ、  
企業経営。』

豊かな社会づくり  
への貢献、  
モラルの実践、  
お客さまへの奉仕



岩 田 屋

『信義を守り、  
まごころの奉仕』



丸 井 今 井

1  
お客を大切に親切に、  
清く正しく信用第一

2  
お客は父、問屋は母、  
情誼を篤く鄭重に

3  
事業は人なり、  
慈愛で導け

## コンテンツ

## Section 1

## イントロダクション

- 1 企業理念
- 2 目次・編集方針
- 3 トップメッセージ
- 5 経営ビジョン

## Section 2

## 重点取り組み(マテリアリティ)

- 6 サステナビリティ担当役員メッセージ
- 8 特定と見直しのプロセス
- 9 4つの重点取り組み(マテリアリティ)
- 10 長期目標と現状
- 11 重点①「人・地域をつなぐ」
- 12 重点②「持続可能な環境・社会をつなぐ」
- 13 重点③「ひとの力の最大化」
- 14 重点④「グループガバナンス・コミュニケーション」

## Section 3

## 具体的な取り組み

- 15 think goodについて
- 16 百貨店事業の事例
- 17 不動産事業の事例
- 18 金融事業の事例
- 19 関連事業の事例
- 20 その他の取り組み事例
- 21 気候変動への取り組み
- 23 持続可能なサプライチェーンの構築
- 26 循環型社会の構築
- 27 文化の継承と革新
- 28 地域社会との共創
- 29 リスクマネジメントの推進

## Section 4

## 「ひとの力の最大化」に向けて

- 30 CHRO×従業員対談
- 33 “魅力あふれる個”への進化
- 35 “多様な個”の組み合わせによるイノベーションの実現
- 37 「ひとの力」を支える企業風土づくり

## Section 5

## ステークホルダーエンゲージメント

- 38 ステークホルダーエンゲージメント
- 39 ステークホルダーからの期待
- 40 参画しているイニシアティブ／社外からの評価

## 巻末資料

- 41 サステナビリティに関する方針と推進体制
- 42 三越伊勢丹グループについて
- 43 環境(Environment)に関するデータ
- 44 社会(Society)に関するデータ
- 45 ガバナンス(Governance)に関するデータ

## 編集方針

「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2024」(以下、本レポート)は「三越伊勢丹ホールディングス レポート2024(統合レポート)」を補完するものです。より多くのステークホルダーの皆さまに当社グループの姿勢やサステナビリティ活動について理解を深めていただくことを目的に、重点的な取り組みについてご紹介します。また、本レポートをもとに、社内外の多くのステークホルダーの皆さまと対話を行い、指摘事項やご期待を伺うことで、今後の改善につなげていきたいと考えています。ESGデータについては、ウェブサイトにも掲載しています。

 ESGデータ集(コーポレートサイト)  
<https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/esg-data/index.html>

## 対象組織

三越伊勢丹グループおよび子会社、関連会社を基本としていますが、環境・社会関連のデータについては一部集計範囲が異なる場合があります。掲載するデータについて、集計範囲が異なる場合は、文中に明記しました。

## 参考にしたガイドライン

- GRI(Global Reporting Initiative)「GRIスタンダード」  
 GRIスタンダード対照表(コーポレートサイト)  
<https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/gri/index.html>
- 経済産業省「価値協創ガイドランス」
- 気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)最終報告書
- 米国サステナビリティ会計基準審査会「SASBスタンダード」

## 報告期間

2023年度(2023年4月1日～2024年3月31日)を対象としていますが、発行時点の最新情報も可能な限り掲載しています。

## 発行時期

2024年11月

## お問い合わせ先

(株)三越伊勢丹ホールディングス  
総務統括部 サステナビリティ推進部  
メールアドレス [csr@imhds.co.jp](mailto:csr@imhds.co.jp)

## PDFの使い方

このPDFは、容易にページ間移動や外部リンク先へのアクセスができるよう、各ページにカテゴリータブとナビゲーションボタンを設けています。

## 個客業への変革と進化に向けて

### 三越伊勢丹グループが目指す姿

私たち三越伊勢丹グループには、三越、伊勢丹、岩田屋、丸井今井という4つののれんが築き上げてきた長い歴史と企業文化があります。いずれののれんにおいても「お客さま第一」の精神を胸に、時代の変化に対応しながらも、お客さまのご要望に先んじた提案を行ってきました。これからも時代の変化とともに、人々の豊かな暮らしに向けて価値を創出し続けることこそが三越伊勢丹グループの使命だと考えています。

このたび、2025年度から2030年度までの6ヶ年の中期経営計画を発表しました。この計画の核心は、三越伊勢丹のビジネスモデルを個客業へ転換することです。これは時代の変化やデジタル化の急速な進展により、お客さまの購買行動や価値観が大きく変わり、百貨店の旧来型の“館”業のままでは、持続的な企業経営が難しいという考えに対する私たちの答えです。一律の「マスマーケティング」から「個のマーケティング」へと転換し、お客さまお一人お一人に対し、より細やかに高感度上質な価値を提供するために、より多くのお客さまとより深くつながることを目指しています。エムアイカード保有のお客さまに加え、エムアイカードをお持ちでないお客さまでも三越伊勢丹アプリを持っておくことで、個々のご要望にマッチしたサービスを提供できる仕組みづくりを進めています。現在、当社グループとつながっているお客さまは700万人を超えております。なお、この取り組みは国内のお客さまだけでなく、海外からのお客さまともつながっていくことを視野に入れています。このように、グループ全社一丸となって、個客業への転換の土台づくりを精力的に進めているところです。

さらに、私たちは中期経営計画における各戦略を進めながら、喫緊の世界的課題である気候変動をはじめ、人権問題などの社会課題に対しても、真摯に向き合っています。2021年に気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)への賛同を表明し、

取締役 代表執行役社長 CEO

細谷 敏幸



以降それに基づく情報開示をしております。2023年3月には、「国連グローバル・コンパクト(UNGC)」の理念に賛同、署名し、同年4月にグループの「人権方針」「調達方針」を改訂しました。また、同年6月には「お取引先行動規範」を新たに制定するなど、UNGCが提唱する人権・労働・環境・腐敗防止の4分野に関する10原則にのっとった活動を様々な形で実施しています。今後もグローバルな視野を持つことで、世界共通の目標の実現に向けて、より一層の貢献をし続けてまいります。

### 三越伊勢丹グループにとってのサステナビリティ経営

サステナビリティ経営について、私は次のように捉えております。約1万7,000人の従業員と多くのお客さま、国内外の百貨店店舗、関連会社などを最大限に活用し、社会課題に対し事業活動を通じて解決していくこと、そしてその結果得た利益を経営資本に再投資し、次の社会課題の解決へと結びつけていくことです。

取り組みの実効性を高めるべく、2021年度からは私を議長とした「サステナビリティ推進会議」を年2回開催し、各取り組みの進捗確認のほか、ESG関連の最新動向や環境の変化を踏まえ、中長期の方向性について議論しています。また、総務・人事を統括している執行役常務を議長とする「サステナビリティ推進部会」を設置し、6つのワーキンググループの運営を通じたグループ全体のサステナビリティ活動の推進を行っています。

サステナビリティ経営の循環を続けていく指針として、2018年度に3つの重点取り組み(マテリアリティ)の特定を行いました。その後、外部環境の変化、ステークホルダーの皆さまからの声、そして企業理念の再整理などを踏まえ、2023年度にあためて重点取り組み(マテリアリティ)の見直しを行いました。本業を活かして取り組むことができる課題であるか、当社グループが成果を上げられる課題であるか、といった観点で、企業理念とも照らし合わせながら、「人・地域をつなぐ」「持続可能な環境・社会をつなぐ」「ひとの力の最大化」「グループガバナンス・コミュニケーション」の4つに特定し直しました。この4つのマテリアリティに取り組みながら、社会的責任を果たすことにとどまらず、お客さまの暮らしの豊かさにつながるあたらしい価値を生み出すことに、注力してまいります。

### 豊かな未来の創造に向けて

今、私たちが直面している社会課題は高度化しているだけでなく、複雑化し、多面的な取り組みが必要になってきております。私たちの事業活動が社会全体に与える影響を評価し、取り組みをより一層進化させていくことが重要です。

このような社会環境のなかで、私たち三越伊勢丹グループは、小売業を中核とした事業の特性を活かし、商品の提供だけでなく、文化や芸術の振興、地域の活性化を通じた社会貢献をこれからもより強力に推進してまいります。これらの活動を通じて、私たちは地域社会と一体となり、より豊かで持続可能な社会の実現に寄与してまいります。

さらに、私たちは様々なステークホルダーの皆さまとの対話を今後も深めていきます。対話を通じて多面的な視点を持つことで、複雑化する社会課題への理解を深め、より適切な解決策を見つけることができます。その結果、私たちの事業活動が全体としてどのような影響を与えているのかを評価することが可能となります。

今後も私たちが目指している姿が、社会課題の解決やより良い社会の実現につながると強く信じて、そして、その実現に向けては、性別や属性を問わずグループの「ひとの力」を最大化し続けることで、サステナビリティ経営に、全力で取り組んでまいります。今後も皆さまからのご支援とご協力を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。



## 私たちが目指す姿(ビジョン)実現に向けたステップ

### サステナビリティと経営計画の強固な一体化を進める

2025年度から始まる次期中期経営計画においては、まち化に向けた準備フェーズと位置づけ、世界中からお客さまを集め、識別化し、つながったお客さまに多様な顧客価値を提案する個客業への変革と進化を目指します。

今後、中期経営計画の推進と共にサステナビリティ経営の深化を図るため、重点取り組み(マテリアリティ)を中心に、各事業の戦略とサステナビリティの取り組みを結び付け、グループ全社で実行していきます。これにより、経済的な価値だけでなく社会的な価値も同時に創出することでビジョンを実現していきます。

