

重点取り組み 1 人・地域をつなぐ	重点取り組み 2 持続可能な環境・社会をつなぐ	重点取り組み 3 ひとの力の最大化	重点取り組み 4 グループガバナンス・コミュニケーション
----------------------	----------------------------	----------------------	---------------------------------



### “think good” 4つのテーマと主な活動

think goodは重点取り組み①「人・地域をつなぐ」の3つのテーマと②「持続可能な環境・社会をつなぐ」の1つのテーマにもとづいた、当社グループ独自のサステナビリティ活動です。

<p>多様な価値観の尊重</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>多様なニーズへの革新的な提案</li> <li>新たなお悩み、お困りごとの感動的な解決</li> <li>新たなつながりの創造</li> </ul>	<p>地域社会との共創</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>産業の活性化</li> <li>まちの価値向上</li> <li>社会貢献</li> </ul>	<p>文化の継承と革新</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>文化、伝統の継承</li> <li>新たな文化の創造</li> <li>次世代支援・育成(産学連携など)</li> </ul>	<p>環境への取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>温室効果ガス排出量削減</li> <li>循環型社会の構築(廃棄物削減、4Rなど)</li> <li>生物多様性保全</li> </ul>
--	---	--	--

### “think good”の取り組みをグループ全社で拡大

think goodとは、彩りある豊かな未来に向けて「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三越伊勢丹グループのサステナビリティ活動に関するスローガンです。2021年4月より、サステナビリティ基本方針にもとづいた本取り組みがスタートしました。2024年度より全社に拡大し、グループ一丸となって取り組んでいます。

think goodの取り組み数は、スタートから3年間で2,000件を超えました。当社グループの強みである国内外に広がるネットワークとマーチャндаイジング力を活かし、社会・環境に配慮した商品・サービスをご提案するなど、様々な取り組みを行ってきました。

百貨店事業だけでなく不動産事業、金融事業、その他関連事業に取り組みを広げ、規模の拡大と、さらなる独自性の磨き上げを目指します。これにより、グループ全体でthink goodのブランディングと認知度の向上を図り、より多くのお客さまにご支持をいただきながら、社会課題の解決に貢献していきます。

推進担当者の  
想い

### “think good”の取り組みをグループ全社で推進するための従業員研修を実施

(株)三越伊勢丹HDS  
総務統括部 サステナビリティ推進部

神谷 将太



グループ全社でthink goodの取り組みを推進するために、全国のグループ百貨店と関連各社を対象にした対面研修を実施しています。対面研修では座学だけでなく、ワークショップを取り入れることで、一人一人が「当社グループならではの強みを活かした提案とは何か」「どのような社会課題の解決に私たちは貢献できるのか」などについて考える機会となっています。また、参加者同士のコミュニケーションを通じて多様な視点に触れることができ、価値創造に向けて発想を広げるきっかけにもなっています。私自身も百貨店でバイヤー経験を活かし、参加者の視点に立った実践的なカリキュラムになるように心掛けています。今後もグループ全社で、それぞれの事業の強みを活かした三越伊勢丹グループらしいthink goodの取り組みを拡大していきたいと考えています。





## 百貨店事業の事例

三越日本橋本店では、“高感度上質”戦略として、商品を販売するだけでなく、お客さまに、愛着を持って長く使っていただくために修理やメンテナンスに着目し、「三越のおなおし」として全館で取り組んでいます。お客さまの大切なお品物を、世代を超えて継承していくお手伝いを通じて、お客さま一人一人と向き合い、長きにわたる関係性を築くことを目指しています。



### お客さまの大切なものをつなぎ、残していく「三越のおなおし」

愛着あるお品物を大切にしたいというニーズは高く、三越日本橋本店でも、様々な修理やメンテナンスサービスを行っています。しかしながら、従業員も全ての情報を把握できておらず、お客さまからお問い合わせいただくか、自らサービスをお探しいただくといった対応にとどまっていました。お客さま一人一人のご要望にお応えするきめ細かなサービスの提供によって、お客さまとより深くつながるために、全館に点在するお直しサービスに着目し、「おなおしといえば三越で」をテーマに、全館の修理やメンテナンスのメニュー化に取り組みました。24拠点100以上のメニューを一覧化したリーフレットを作成したうえで、ウィンドウや店頭のPOPを活用して情報発信を行いました。その結果、お客さまから多くのご注文やお問い合わせをいただいております。お直しに対するお客さまの関心の高さをあらためて実感しています。また、一つの拠点では対応しきれない修理やメンテナンスも、この取り組みをきっかけに、部門を超えたサービスのご提供につながっています。



「三越のおなおし」はこちら  
[https://www.mistore.jp/store/nihombashi/shops/other/other\\_shopnews/nihombashinews076.html](https://www.mistore.jp/store/nihombashi/shops/other/other_shopnews/nihombashinews076.html)



三越日本橋本店 営業統括部  
 営業計画・運営部 CRM推進  
 蕨 美佳



### 充実のアフターケアで、手放す以外の様々な選択肢を

お客さまの暮らしをより豊かにすることを軸に商売をするなかで、商品を長く愛着を持って使っていただくために、アフターケアが大切だと考えています。この数年、壊れた商品の修理や代々受け継がれたアイテムのリフォーム、不要なものの譲渡など、様々なニーズが寄せられています。しかし、多様なご希望にお応えするための情報が明確化されておらず、課題と感じていました。

そこで、お直しに関する全館横断プロジェクト「三越のおなおし」を発足。メンバーが店内のショップやお取組先などにご相談したところ、これまで一部にしか知られていなかったサービスの数々が存在することが分かりました。「三越なら何とかしてくれる」というご期待のもと、実際に「三越のおなおし」をご利用されたお客さまからは「大正時代からある柱時計が長年止まったままだったけれど、修理の相談先を見つけることができた。再び鐘の音を聞くことができてうれしい」という喜びの声が寄せられています。

修理や再利用のご提案を通じて「廃棄物削減」にもつながっていると考えています。今後「三越のおなおし」プロジェクトは、お客さまの多様なニーズにお応えするために、お直しメニューの拡大や、サテライトショップへの展開も目指しています。

重点取り組み 1  
人・地域をつなぐ

重点取り組み 2  
持続可能な  
環境・社会をつなぐ

重点取り組み 3  
ひとの力の最大化

重点取り組み 4  
グループバランス・  
コミュニケーション

## 不動産事業の事例

(株)三越伊勢丹プロパティ・デザインは、ラグジュアリーブランドやオフィスなど幅広い分野で、“こころ動かす”空間を創造しています。自社工場である三越製作所の高度な特注家具製作技術を活かし、歴史的建造物や文化財の再生にも積極的に取り組み、新たな価値を生み出しています。

## 創

### 「国指定史跡荻外荘復原・整備プロジェクト」

三越製作所では、良いものを永く、そして100年後も使える品質を目指し、長年培ってきた独自の技術を活かして、官公庁や国会議事堂などの家具製作や修繕にも取り組んできました。

杉並区が進める「国指定史跡荻外荘(近衛文麿旧宅)復原・整備プロジェクト」では、(株)竹中工務店からの依頼を受け、実物が残っていない家具の推定復原に取り組みました。古写真を参考に、三越伊勢丹プロパティ・デザインの設計担当が図面を作成。専門家や職人の知見を活かしながら、文様や家具のサイズ感など当時の雰囲気を再現するために尽力したことで、歴史的な会議が行われた客間や応接間、食堂などを中心に、17アイテム36点の家具をお納めすることができました。

(株)竹中工務店のプロジェクトご担当者からは「復原プロジェクトの本質を理解し、設計担当者の強い情熱とつくり手の方々の高い製作技術を目の当たりにし、それを感じたことで安心して製作をお任せすることができました」とのお声をいただいています。



## 想

(株)三越伊勢丹プロパティ・デザイン  
三越製作所 プロダクト設計

高橋 怜亜



### 高度な技術と誠意をもって、歴史的建造物の再生に取り組む

日本政治史上の重要な場所の家具復原に携わることは、当社が持つ家具製作技術の強みを活かすことができると同時に、社内の技術継承の貴重な機会につながるため、挑戦させていただきました。

復原は新規の家具製作業務とは別の目線が必要で、古写真から漠然と再現するのではなく、歴史的背景から根拠をもって推定復原を行う難しさがあります。螺鈿一つとっても、どの国のいつの時代かによって文様や装飾量などが異なります。図書館やインターネットなどの史資料を参考に、まるで昭和2年頃にタイムスリップをした気持ちで分析しつつ、現存する建具サイズとの比率から整合性を高めるなど、考察を重ねて作図しました。

現在手に入らない材料などは現代技法でどのように表現するか、外部の設計監督者とも協議し、製作過程においても職人の皆さまと相談をしながら、より古写真に近づくよう試行錯誤しました。

設計の先輩方からアドバイスをいただいた復元や復原を行うためのスキルやマインドを、私も後輩たちへ継承していきたいと思います。

荻外荘は2024年12月より一般公開されますので、ぜひ足を運んで現物を見ていただけると嬉しいです。



## 金融事業の事例

(株)エムアイカードは、  
 上質な顧客基盤と長年にわたる信頼を活かし、  
 多様なニーズに応える独自の商品ラインナップを提供し、  
 お客さまの豊かなライフデザインを実現しています。  
 さらに、社会課題にも積極的に取り組んでおり、  
 ポイント寄付を通じて文化継承や復興支援に貢献しています。



### お客さまの想いと 社会・時代をつなぐサービス

2023年度に独自の時計保証サービス<ISETAN MITSUKOSHI WATCH GUARANTEE>がスタートしました。これまで、故障時の修理はメーカー保証対象外であることや、オーバーホールには経済的な負担が大きいというお声を多くいただいていたことから、お客さまの「好きなものや特別なものを長く、大切に使用したい」という想いにお応えするため、本サービスをつくりました。

お客さまに大切な時計を長く愛着を持ってご利用いただくために、今後もさらなるサービスの充実を図っていきます。

[ISETAN MITSUKOSHI WATCH GUARANTEE](https://www.mistore.jp/store/shinjuku/shops/jewelry_watch/watch/shopnews_list/shopnews075.html)  
[https://www.mistore.jp/store/shinjuku/shops/jewelry\\_watch/watch/shopnews\\_list/shopnews075.html](https://www.mistore.jp/store/shinjuku/shops/jewelry_watch/watch/shopnews_list/shopnews075.html)



三越伊勢丹グループの店舗をはじめ、クレジットカードのご利用時などに貯まるエムアイポイントは、1ポイント=1円の値引きとしてだけでなく、寄付にもご利用いただけるシステムをご用意しています。東日本大震災被災地復興のための「鎮守の森のプロジェクト」や、国内外の災害支援を行う日本赤十字社、文化芸術の継承を担う国立博物館などへの支援など、お客さまにも社会貢献に参画いただける仕組みとなっています。

毎年、当社グループの会員の皆さまから多くのご支援をいただいています。

[「三越伊勢丹グループ WEB募金・寄付サイト」](https://cp.mistore.jp/common/service/webdonation.html)より、エムアイポイントで寄付にお進みいただけます。  
<https://cp.mistore.jp/common/service/webdonation.html>



(株)エムアイカード  
 営業本部 営業企画部  
 (2023年度時点の所属: 事業開発部 事業開発室)  
 大葉 佳祐



### エムアイカードの時計保証サービスで、 想いをつなぐ

(株)エムアイカードでは、お客さまへ大切な時計を安心して長くご利用いただけるように、時計保証サービス<ISETAN MITSUKOSHI WATCH GUARANTEE>の提供を開始しました。本サービスは、時計を購入したお客さまの潜在的なニーズにお応えしたいという想いから、お取引先や伊勢丹新宿本店の時計担当をはじめ、修理を行う職人、経済的な保証を担う部門など、多数の関係者と共創をもってかたちにしました。制度を改定し、エムアイポイントでサービス料を支払うことができるようにするなど、2年以上の年月を掛けてじっくりと協議を重ねサービスを設計しました。そして2023年度に、業界初となる三越伊勢丹だけのサービスとして、伊勢丹新宿本店の9つの時計ブランドで<ISETAN MITSUKOSHI WATCH GUARANTEE>をリリースすることができました。

具体的なサービス内容としては、商品のお渡し日から5年間、メーカー保証対象外の衝突や落下などによる故障時の修理の際、最大10万円(税込み)までの費用であれば何度でも保証し、オーバーホールや電池交換も優待価格でお受けします。サービス開始から、多くのお客さまに本サービスをご利用いただき、お取引先各社からは「独自の付加価値として他店との差別化につながり、お客さまとの継続的な接点が確保できる」という声が寄せられています。2024年10月からは三越日本橋本店でも取り扱いを開始し、今後も三越伊勢丹グループの各百貨店への展開を見据えています。

この取り組みをはじめとして、(株)エムアイカードはお客さまにとって頼りになるパートナーでありたいと考えています。今後も、三越伊勢丹グループならではの「百貨店×金融」のコラボレーションを通じて、お客さまへの新たな価値創造を追求していきます。

重点取り組み 1  
人・地域をつなぐ

重点取り組み 2  
持続可能な  
環境・社会をつなぐ

重点取り組み 3  
ひとの力の最大化

重点取り組み 4  
グループガバナンス・  
コミュニケーション

## 関連事業の事例

スーパーマーケット事業や食品製造加工卸事業を通じて、

上質で豊かな生活を求める消費にお応えする

(株)エムアイフーズスタイルは、

日本中の生産者ネットワークを活かした

高品質で安全な食品をご提供するとともに、

お客さまと生産者をつなぐ地域活性化や復興支援に取り組んでいます。

## 創

### 日本酒を呑んで、能登の酒蔵を応援！ 「令和6年能登半島地震 災害支援チャリティ」

2024年1月1日に発生した「令和6年能登半島地震」は、能登半島全域に甚大な被害をもたらしました。商品を通じて生産者と消費者をつなぐことを目指す(株)エムアイフーズスタイルは、被災された生産者の現状を広く知っていただくとともに、被災地域の応援につながる企画について検討しました。石川県は酒どころであるということから、能登半島を中心とした北陸3県および新潟県の日本酒販売を通じた復興支援を企画。4月1日からの1カ月間、クイーンズ伊勢丹19店舗とオンラインストアにて、石川県・富山県・福井県・新潟県の日本酒を販売するとともに、地震で蔵などの施設が倒壊したため醸造できなくなってしまった酒造会社の現状を、POPやポスターでお伝えしました。

多くのお客さまにご賛同いただき、売上金額の一部である558,637円を、被災した酒蔵で働く組合員の援助を行っている石川県酒造組合連合会に寄付することができました。

このほかにも、この地震で受け入れ企業が被災し、輪島市で毎年開催している職業体験の実施が困難となってしまったことから、クイーンズ伊勢丹小石川店では職場体験学習の学生を受け入れ、バックヤードでの商品準備や店頭での品出しなど、実践の場を提供し、地域の教育の支援にも取り組みました。

これからも、地域と消費者をつなぐことで、本業を通じた、豊かな未来と持続可能な社会の実現に取り組んでいきます。



## 想

(株)エムアイフーズスタイル  
営業統括本部 営業政策・マーケティング室  
MD計画担当 担当長

村上 元孝



### 日本の食文化を発信しながら、 被災地復興支援につなげる

令和6年能登半島地震において、石川県の輪島や珠洲など奥能登3市町では、被災した酒蔵全11社が全壊・半壊の被害を受け、今季の酒造りを断念せざるを得ない状況が続いています。現在でも一部の酒蔵では再開のめどが立っておらず、引き続き支援が必要です。

私たち(株)エムアイフーズスタイルは、日ごろから産地や生産者との結びつきを大切にしています。今回の被災状況を目の当たりにし、クイーンズ伊勢丹では復興支援として何かできないかと考えました。

石川県は世界に誇る日本の食文化である「日本酒」の産地でもあります。その石川県産を中心とした日本酒をご紹介しますとともに、多くのお客さまに能登の酒蔵の現状を知っていただく機会を提供することで、復興支援につながると考え、石川県酒造組合連合会の皆さまと連携しました。

たくさんのご支援をいただき、5月には対象商品の売上金の一部を石川県酒造組合連合会に寄付させていただきました。本企画の寄付により、能登の酒蔵と関係者の復興の一助となれば幸いです。

今後も本業を通じて、当社グループのサステナビリティ経営の一役を担うよう意識して努めていきます。

重点取り組み 1  
人・地域をつなぐ

重点取り組み 2  
持続可能な  
環境・社会をつなぐ

重点取り組み 3  
ひとの力の最大化

重点取り組み 4  
グループガバナンス・  
コミュニケーション

## その他の取り組み事例

三越伊勢丹ホールディングスのサステナビリティサイトでは、百貨店事業をはじめ、不動産事業、金融事業、その他関連事業で実施したthink goodの取り組み事例をご紹介します。

<https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/think-good/index.html>



### しんじゅQualityみつばちプロジェクト® × ISETAN <MIEL ISETAN SHINJUKU>

生物多様性の保全と障がいのある方々の活躍を推進する、伊勢丹新宿本店の都市養蜂プロジェクト。



### Stella's Sustainable Market

2024年4月、伊勢丹新宿本店で開催。<ステラ マッカートニー>と共に、彩りある豊かな未来へ想いをめぐらしたイベントを開催。



### KUROZOME REWEAR

日本の伝統的な正装である黒紋付を100年以上染め続けてきた(株)京都紋付と協業。「黒染め」で、洋服に新たな命を吹き込むサービス。



### 名古屋三越栄店「屋上トマト栽培・収穫」

オリエンタルビル(株)、カゴメ(株)、(株)名古屋三越の地元企業3社で、子どもたちに向けた食育を目的としたトマト栽培と収穫を名古屋三越栄店の屋上で実施。



### FUTURE FASHION EXPO

メタバースを活用した次世代育成プロジェクト。「もしもの未来」を題材にファッションデザインコンテストを開催。



### ユニバーサルツーリズム

(株)三越伊勢丹ニッコウトラベルでは、多様なお客さまが気兼ねなく参加できる「ユニバーサルツーリズム」の旅行プランを推進。

- 重点取り組み1  
人・地域をつなぐ
- 重点取り組み2  
持続可能な  
環境・社会をつなぐ
- 重点取り組み3  
ひとの力の最大化
- 重点取り組み4  
グループガバナンス・  
コミュニケーション

## 気候変動の緩和に向けた考え方と目標

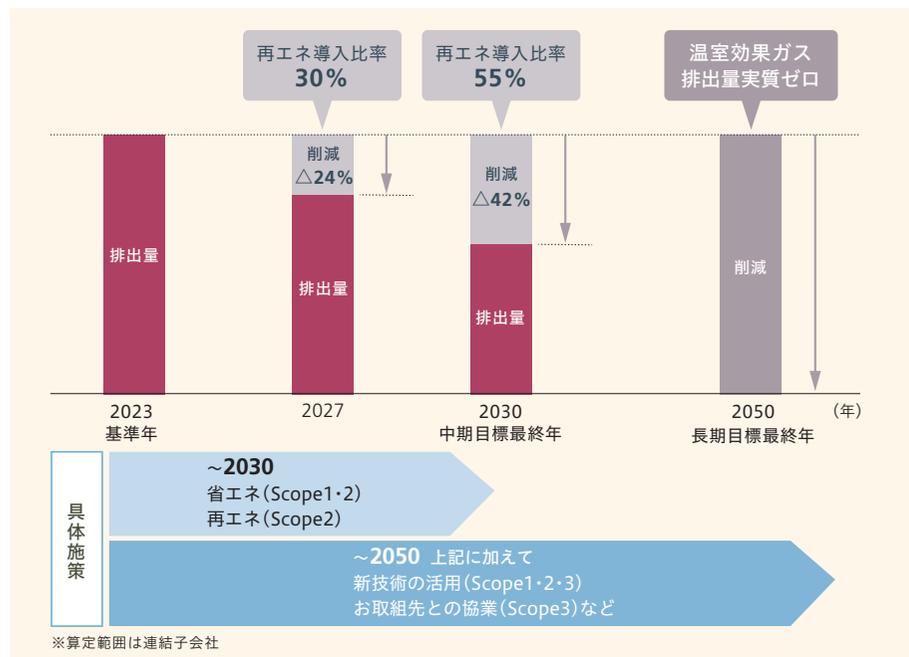
夏季の気温が毎年過去最高を更新し、各地を襲う自然災害が頻発するなど気候変動の影響は年々深刻化しています。

気候変動は、当社グループのビジネス上にリスクも機会ももたらし、大量にエネルギーを消費する大規模店舗を持つ社会的責任の観点から、当社グループが最も重点を置いて対応すべき社会課題の一つに位置づけています。

グループとして、2050年環境長期目標「温室効果ガス排出量実質ゼロ」を目指し、気候変動対応に取り組んでいます。これまで、2030年の中期目標を設定し店舗の省エネ施策を中心に排出量削減を行ってきましたが、中期目標達成まであとわずかに近づいたこと、社会的重要性の高まりを受け、目標を更新しました。

具体的には、算定範囲をグループ全体に拡大のうえ、排出量目標をより野心的に見直しました。今後、科学に基づく目標イニシアティブ(SBTi)を通じてその水準を検証することも視野に入れています。

### 三越伊勢丹グループ環境目標



### これまでのキーワード

## 「省エネ」

環境負荷低減の第一歩は、使用するエネルギーの削減です。特に、当社グループは百貨店で使用する電気が総エネルギーの大部分を占めるため、全国の各百貨店店舗の省エネに取り組んできました。

店頭およびバックヤードの天井照明のLED化と、新技術を活用した空調制御により使用エネルギー効率化を図る取り組みを進めています。

- LED化 累計設置台数約57万台
- 空調制御 伊勢丹新宿本店にて実証実験中



(左)環境測定センサーCO<sub>2</sub>センサー (右)室温センサー

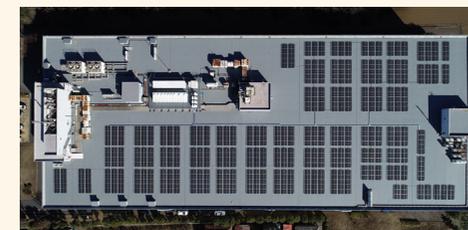


### これからのキーワード

## 「再エネ」

排出する温室効果ガスをもう一段削減していくために、今後は百貨店の電気調達の再エネ化にも取り組んでいきます。

再エネは、日本国内で発電量が不足しているといわれています。当社グループもエネルギーを使うだけでなく、再エネの発電量や設備が増えることに貢献(「追加性」)することも重視しつつ、様々な手法を組み合わせて再エネ導入率を増やしていきます。



三越伊勢丹物流センター(埼玉県所沢市)屋上の太陽光パネル



## 具体的な取り組み

### 再生可能エネルギーの導入

再生可能エネルギー(以下、再エネ)による電力調達手法の一つに、「コーポレートPPA」があります。この手法は再エネ発電事業者が発電する電力と環境価値を、長期にわたって安定的に調達する仕組みです。

この手法を導入することで、社会に新たな再エネ電源を増やす「追加性」を確保できます。また、当社グループにとっても再エネ電力の安定調達が可能になります。三越日本橋本店本館・伊勢丹新宿本店ではこの仕組みを活用して、2024年度中より段階的に太陽光発電由来の再エネ電力調達を開始しました。これにより、最終的にそれぞれの使用電力の約17%程度が再エネ化されることとなります。

また、岩田屋本店においては、電力会社の小売メニューや非化石証書を活用しています。2024年度下期からは岩田屋本店本館・新館の使用電力全てを再エネ化。年間4,000t-CO<sub>2</sub>以上の温室効果ガス排出量削減となる見込みです。



(株)三越伊勢丹の拠点に導入するPPAにおける太陽光発電施設

### Scope3の取り組み

### お取引先との連携

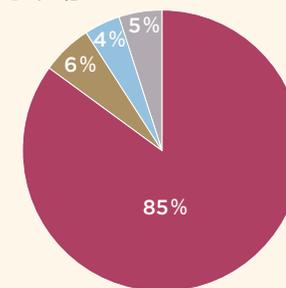
企業活動がもたらす地球温暖化への影響は、自社の活動による温室効果ガスの排出に加えて、当社グループの事業に伴い他社が排出する温室効果ガスも考慮する必要があります。三越伊勢丹グループでは温室効果ガスについて、サプライチェーン全体の排出量(Scope3)\*についても算定しています。

Scope3はその排出要因に沿って15のカテゴリに分類され、当社グループのScope3排出の大部分が「購入した商品・サービス」という調達に関わる活動に起因するもの(カテゴリ1)です。その削減のために、商品・サービスの仕入先であるお取引先と連携して対応策を検討していきます。

※バウンダリは国内百貨店事業および一部のグループ会社。第三者保証受審中につき、速報値

### 2023年度Scope3カテゴリ別内訳

- カテゴリ1 購入した商品・サービス
- カテゴリ4 輸送・配送(上流)
- カテゴリ9 輸送・配送(下流)
- その他



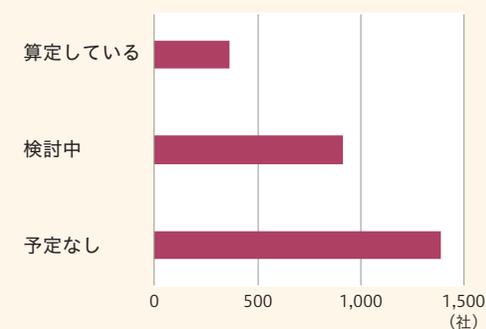
### TOPICS

### お取引先アンケートの結果

2023年度に実施した責任ある調達活動に関するお取引先アンケート\*では、環境に関する質問のなかで温室効果ガス排出量削減の取り組み状況についてもご回答いただきました。

何らかの形で自社の温室効果ガス排出量を算定している企業は全体の14%程度とまだ少数であるため、この結果を踏まえて、Scope3排出量への対応を検討していきます。

※詳細はP.25をご参照ください。



重点取り組み1 人・地域をつなぐ  
重点取り組み2 持続可能な環境・社会をつなぐ  
重点取り組み3 ひとの力の最大化  
重点取り組み4 グループガバナンス・コミュニケーション

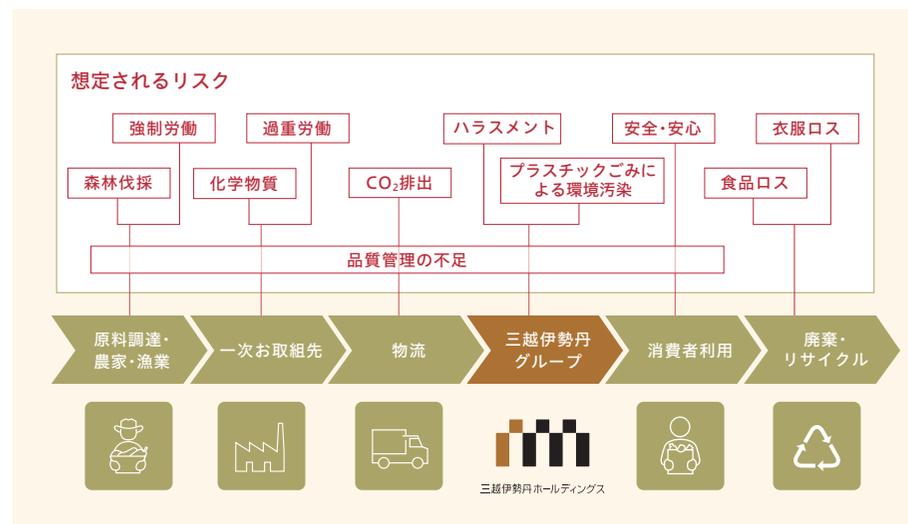
## 持続可能な調達活動の推進

私たち三越伊勢丹グループは、グループ人権方針のもと、事業活動に関わる全ての人々の人権を尊重する経営を目指しています。企業理念の「私たちが大切に思う思考と行動(バリューズ)」の一つに「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」ことを定め、お客さまの暮らしを豊かにする企業の責任として、持続可能な調達活動を推進することを従業員一人一人が常に念頭に置き、持続可能な調達活動を推進していきます。

2023年4月に改訂した「三越伊勢丹グループ人権方針」「同 調達方針」をもとに当社グループの社会課題への向き合い方をお取引先と共有し、2023年6月に「お取引先行動規範」を制定し、百貨店のお取引先を中心とした約12,000社へ解説版と共に送付、お取引先へ理解と実践を依頼しました。

当社グループはお取引先とのコミュニケーションを重視し、社会課題に対して協働する関係を強化しています。

### 当社グループを取り巻くサプライチェーン構造のイメージ



🔗 お取引先行動規範  
<https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/management/basic-policy.html>

## お取引先とのコミュニケーション

### 1. アンケートの実施

当社グループの方針の浸透度とお取引先の取り組み状況についてモニタリングするため、定期的にアンケートを実施しています。2023年度は約2,700社のお取引先から回答をいただき、潜在リスクをはじめとするサプライチェーン全体の状況把握を行い、リスクマップの作成などに役立てています。

### 2. お取引先との対話

百貨店のバイヤーがお取引先とサプライチェーン上の課題に関する対話を実施し、調達活動におけるリスクや課題について情報共有と意見交換を行っています。2024年9月時点で累計約850社との対話を行いました。

### 3. 方針説明会の開催

当社グループの取り組みや方針へのご理解・ご協力を目的とした方針説明会において、サプライチェーン・マネジメントの取り組みやお取引先アンケート結果を報告しています。2024年度は9月に開催し、約600社にご参加いただきました。



方針説明会の様子

## 従業員への研修

社内においては、当社グループで働く全ての従業員が人権と事業活動とのつながりを理解することを目的に、グループ全社共通のeラーニングを実施し約14,000人が受講しました。調達活動に関わる百貨店のバイヤーやグループ会社の担当者向けには、さらに理解を深めるための対面研修を行っています。





FOCUS

安心・安全な商品を。  
責任ある調達活動を実践

(株)三越伊勢丹 外商統括部 法人外商グループ  
営業計画部 MDユニット 商品企画チーム

山下 徹



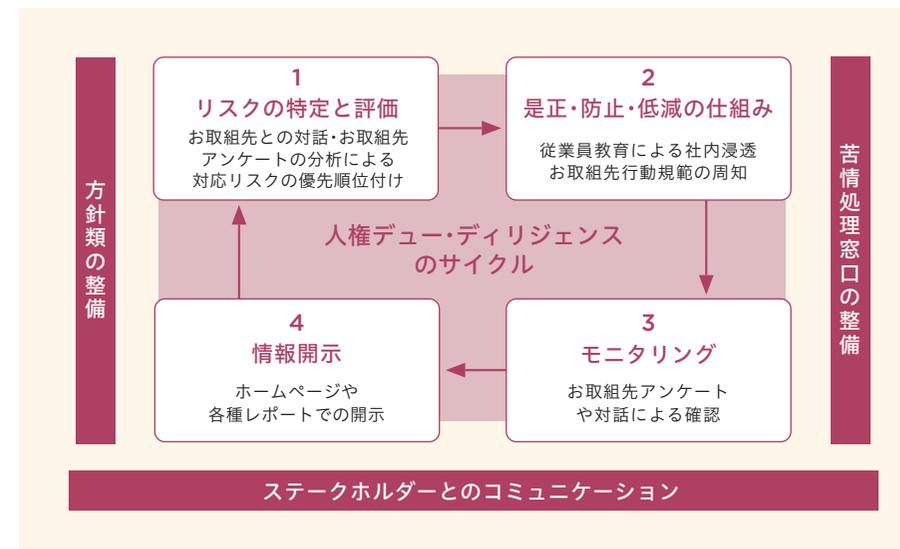
法人外商グループは主力事業の一つとして、企業のセールスプロモーション商品や、ユニフォームの製造を行っています。飲料・化粧品・空輸・出版など様々な業種から、企業の顔となるユニフォームや、消費者の方に喜んでいただくためのセールスプロモーション商品の依頼を受けており、徹底した製造管理が求められます。海外で生産する 경우가多く、サプライチェーン上のリスクの把握や日本基準の品質をクリアするための生産管理が非常に重要です。顧客企業には、生産開始前に環境、人権内容も含む工場概要などの調達情報を提供し、当社および顧客企業の基準をクリアした工場を選定します。製造過程には実際に当社担当者が生産現場を訪れ、製造工程、品質確認のほか、環境面や安全衛生面でのチェックを行う場合もあります。コロナ禍以降、様々な社会的背景から、高頻度で現地へ赴くことが難しくなりましたが、生産工場やお取引先の力を借りて、リモートによる製造現場の確認を行い、顧客企業に安心していただける環境を継続的に整えています。こういった細やかな確認を行っていくことにより、安心・安全な商品提供することにつながっていると日々感じています。今後もお取引先や生産工場の理解を深め、責任ある調達活動を推進します。



人権デュー・ディリジェンス

当社グループでは、全社で人権課題や環境課題に配慮した持続可能なサプライチェーンの構築を目指し、人権デュー・ディリジェンスに取り組んでいます。

当社グループの人権デュー・ディリジェンスのサイクル



多くのお取引先にご協力いただき、サプライチェーン全体のモニタリングとリスクの評価を行っています。そして、そのリスクを防止・低減するために従業員への研修・啓発を行い、またお取引先にも人権尊重の取り組みを要請しています。

苦情処理メカニズムについては、店舗で働くお取引先の従業員までを対象としたホットラインを設置しています。今後は、サプライチェーン上に開かれた社外通報窓口の設置に向けて整備を進めていきます。

人権デュー・ディリジェンスは一度実施して終わりではなく、繰り返し実施していくことが重要な活動です。今後も、持続可能なサプライチェーンの構築に向けて、お取引先と共にこれらの取り組みの実効性を高めていきます。

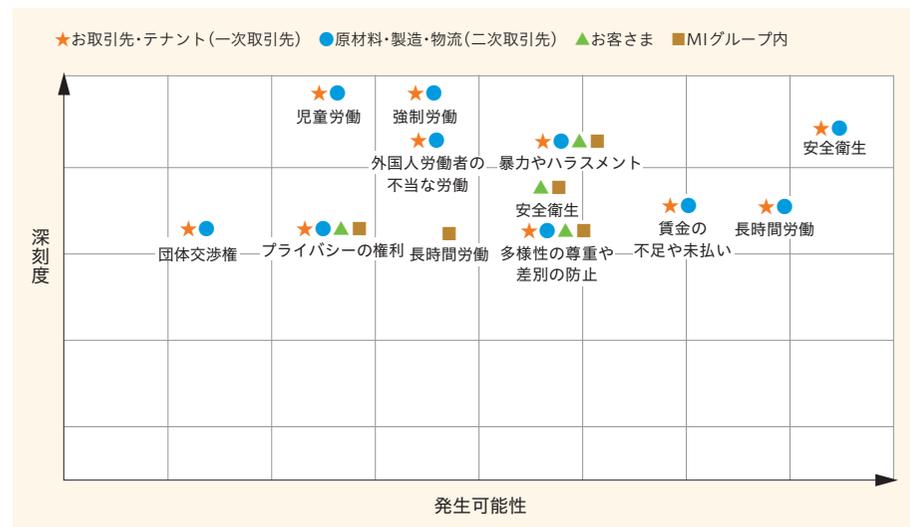


## 人権リスクマップ

当社グループを取り巻く人権リスクは、当社従業員にとどまらず、お取引先の従業員、お客さま、地域住民などあらゆるステークホルダーに影響を与えます。深刻な人権リスクがサプライチェーン上に存在する可能性について、リスクマップなどにより常に意識し、対応していくことで、人権リスクの是正・防止につなげる必要があります。

当社グループは、お取引先アンケートや対話をもとに、人権リスクを発生可能性と深刻度でマッピングしたリスクマップを作成しました。高リスクと特定された人権課題については、リスク低減に向けた取り組みを推進し、また人権に関する状況は常に変化することを認識し、今後も継続的にリスクマップの見直しを実施していきます。

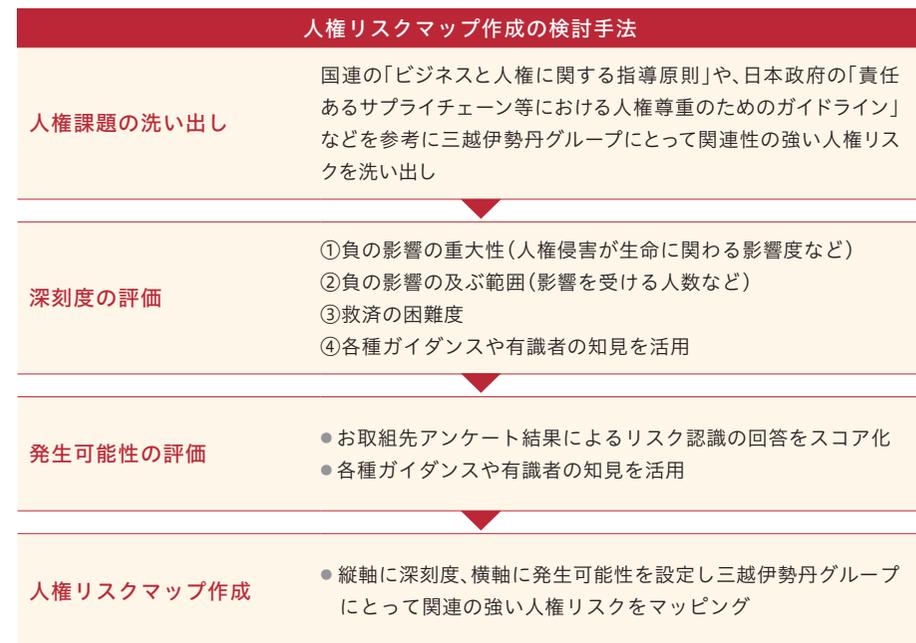
### 三越伊勢丹グループの事業に関わる人権リスクマップ



### 深刻度の高い人権リスク(一例)

- 児童労働や強制労働については、当社グループの取り扱い商品の生産工程において発生する可能性が高まることに注視し、これを無視することはできません。
- ハラスメントや、安全衛生や長時間勤務など労働面の課題は当社グループ内およびお取引先において発生可能性が高く、発生した場合は深刻となるリスクが高いと認識しています。

## 特定プロセス



### 今後の取り組みの方向性

人権リスクは特定して終わりではなく、それに対してどのように防止や是正の取り組みを実行していくかが重要です。当社グループでは、特定したリスクに対して有識者の知見などを取り入れながら、リスクの是正・防止・低減に向けた対応をワーキンググループで議論し、各部門で連携し、取り組みの実効性を高めていきます。

- 📄 2023年度お取引先アンケート結果  
[https://www.imhds.co.jp/content/dam/imhds/corporate/pdf/questionnaire\\_2023.pdf](https://www.imhds.co.jp/content/dam/imhds/corporate/pdf/questionnaire_2023.pdf)
- 📄 2023年度お客さまアンケート結果  
<https://pdf.irpocket.com/C3099/Rhyn/ajT7/hj74.pdf>

重点取り組み1 人・地域をつなぐ

重点取り組み2 持続可能な環境・社会をつなぐ

重点取り組み3 ひとの力の最大化

重点取り組み4 グループガバナンス・コミュニケーション

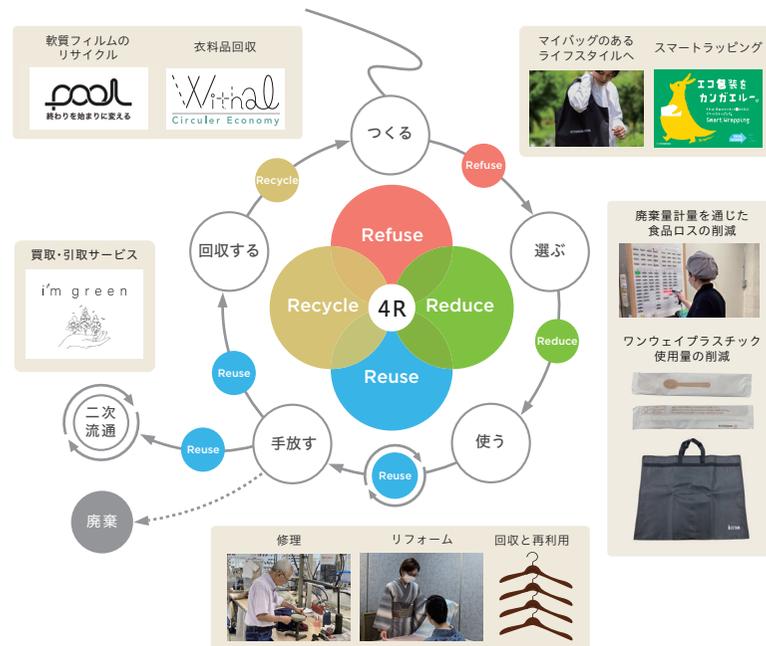
## 循環型社会実現への取り組み

大量生産・大量消費・大量廃棄は環境汚染など環境・社会に対して様々な影響を引き起こしており、循環型社会への移行は不可欠だといわれています。

当社グループとこの課題との接点は、次の3つに分けられます。

1つ目は、当社の店舗や事業所から出る廃棄物。2つ目は、商品の一部やブランドの一部としてお客さまにお渡しする包装資材。3つ目は、様々なパートナーとともに、商品やサービスを通じてモノが循環する機会を増やすこと。この全ての接点で、4R(Refuse, Reduce, Reuse, Recycle)の考え方を参照しながら、資源の使用量を適正化し、捨てる量を減らし、使えるものは再利用することで、お客さまやお取引先などステークホルダーの皆さまとともに、循環型社会の実現に貢献していきます。

### 当社グループにおける資源循環と4R



### TOPICS

## 百貨店店舗での廃棄物管理

各店舗では、それぞれの地域の条例に準じながら、廃棄物の適正な管理や削減活動を行っています。その前提となるのは、正しい分別です。百貨店店舗で働く従業員のうち、約9割弱は、お取引先の方です。お取引先従業員を含めた全員で分別を行うために、店舗ごとに工夫をしています。

例えば、伊勢丹新宿本店では商材別に分別マニュアルを作成。誰もが正しい分別を行える体制づくりとアナウンスを行っています。

また、仙台三越では、仙台市の進める「定禅寺通等食品リサイクル推進モデル事業」に参画。食品の各お取引先のご協力のもと、生ごみのリサイクル率を向上させています。



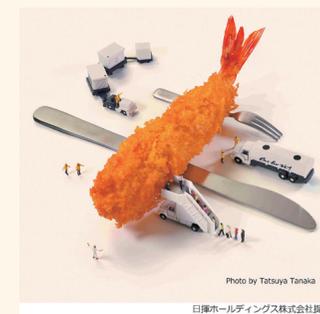
### TOPICS

## 廃食油を航空燃料(SAF)に活用

運用に多量の化石燃料の使用を伴う航空業界において、脱炭素は最重要課題として位置づけられています。解決策の一つとして注目されているのが、持続可能な航空燃料(SAF)です。循環型の原料を使い、温室効果ガスを大幅に減らす効果が期待されています。

三越銀座店では2024年11月より、レストランや食品フロアから排出される使用済みの食用油をSAFに再利用する「Fry to Fly Project」に参画しています。年間で約16tの廃油をリサイクルする予定です。今後、効果や課題を検証し、参加店舗の拡大を検討していきます。

### Fry to Fly Project





## 文化・伝統事業への貢献



「心をかたちに」。  
技術力で後世に記憶をつなぐ

(株)三越伊勢丹プロパティ・デザイン  
環境創造事業本部 三越製作所所長 兼 プロダクト設計担当部長

菊池 伸嘉

(株)三越伊勢丹プロパティ・デザインは、1904年のデパートメントストア宣言と時を同じくして百貨店の家具部として誕生、その後独立した企業として、設計や家具製作のノウハウを活かし、様々な文化・伝統事業への振興・継承に貢献しています。

当社直営の木工家具工場「三越製作所」に修復を依頼される歴史的建造物や家具類は、人々の想いがつまった大切な記憶でもあります。修復することで後世にその記憶を伝えることも我々の使命と捉えており、とてもやりがいを感じます。これからも「心をかたち」にする姿勢を大切に、文化事業への貢献を行っていきます。さらに、こういった貢献と社会課題の両立を目指し、世界で最も普及している国際的な森林認証制度であるFSC-CoC認証を取得するとともに、地域への環境配慮として、加工作業中に出る木くずを集塵し、圧縮・成形後、建材などとしての再活用にも積極的に取り組んでいきます。

### 文化継承の歴史をつなぐ。株主さま見学会の開催

2024年1月に、(株)三越伊勢丹プロパティ・デザインの事業内容について理解を深めていただくことを目的に、当社の家具工場である三越製作所の見学会を開催しました。工場見学や歴史資料の閲覧を通じて、文化・伝統事業への貢献の歴史とともに、三越製作所の技術力を広く知っていただく機会となりました。

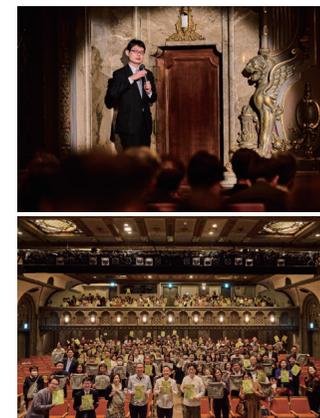


### 三越伊勢丹グループの文化・伝統事業への貢献

	実施時期	タイトル	実施場所
文化・伝統事業への貢献	24年 1月・2月	株主さま見学会開催	三越伊勢丹プロパティ・デザイン 三越日本橋本店
	5月	東京建築祭への参加	三越日本橋本店
	6月	朝倉郡東峰村の棚田で田植え体験	岩田屋三越
次世代支援・育成	23年 11月	次代を担う学生へ将来について考える懇親の場の提供	公益財団法人伊勢丹奨学会
	5月	地域の伝統工芸の若手作家との協業	岩田屋久留米店
	24年 5月	近隣大学生によるレシピ開発の継続実施	名古屋三越星ヶ丘店
	7月	若手音楽家に一流楽器で演奏する場を提供「THE VIOLIN DAY」	(株)三越伊勢丹外商統括部

### 国の重要文化財「三越日本橋本店 本館」の価値を伝える。東京建築祭への参加

2024年5月に開催された東京建築祭において、三越日本橋本店本館6階にある三越劇場を特別公開し、1,135の方が来場。ガイド付きの有料イベントにも約200の方が参加され、三越劇場の歴史や建築様式について熱心に耳を傾けられました。三越日本橋本店本館は2016年7月に国の重要文化財指定を受け、中でも三越劇場はその装飾様式について高い評価を受けています。1927年に、世界でも類を見ない百貨店のなかの劇場として「三越ホール」の名で開場した三越劇場。関東大震災からの再建にあたり「建物だけでなく、文化的な復興を」という思いからつくられたこの劇場を通じて、文化の継承について考える機会となりました。



重点取り組み1 人・地域をつなぐ	重点取り組み2 持続可能な 環境・社会をつなぐ	重点取り組み3 ひとの力の最大化	重点取り組み4 グループガバナンス・ コミュニケーション
---------------------	-------------------------------	---------------------	------------------------------------

## 地域への貢献活動

### こころ動かす体験を。共に学び地域に貢献



(株)名古屋三越  
営業統括部 星ヶ丘店担当 営業計画・推進

生田 裕二

三越はデパートメントストア宣言によって事業だけでなく、文化、芸術、教育などを通じて社会に貢献することを使命としてきました。名古屋三越においても、百貨店という「場」を最大限に活用し、産学連携などによる、学びを通じた地域活性化に取り組んでいます。地域を取り巻く様々な社会課題に対して、お客さまをはじめステークホルダーと共に取り組むことで、私たち自身の学びの機会ともなり、地域の活性化が企業の成長につながることを実感しています。これからも、お客さまや地域の皆さまの笑顔であふれる体験型イベントを通じて、こころを動かすような地域貢献に努めます。

### エコと防災を学ぶ。「ダンボール遊園地」の開催

名古屋三越星ヶ丘店では2024年8月に、100%リサイクル可能な素材、ダンボールを活用し、遊びながらリサイクルの仕組みや災害時の生活を体験する「ダンボール遊園地」を開催しました。ダンボールアートを遊園地に見立て、身体を使ってのびのびと遊ぶとともに、ダンボールを通じた環境配慮についての学びやダンボールの簡易ベッド組み立て体験など、遊びながら自然と学ぶことのできる環境を提供することで、心に残る体験を創出しました。



### 三越伊勢丹グループの地域貢献

	実施時期	タイトル	実施場所
産業の 活性化	23年 10月	気候に合わせた新米の開発	新潟伊勢丹
	11月	地域工芸品の集合イベント	三越銀座店
まちの 価値向上	23年 11月～7月	産学連携による地域振興イベント	三越伊勢丹、名古屋三越栄店・星ヶ丘店
	6月～7月	校外学習の受け入れ(職業体験、テラスファーム農業体験など)	三越銀座店、三越日本橋本店、伊勢丹浦和店、クイーンズ伊勢丹
	24年 5月～8月	地域イベントへの参加(祭や清掃活動への参加など)	名古屋三越栄店・星ヶ丘店、仙台三越、三越銀座店、函館丸井今井、新潟伊勢丹、岩田屋本店、三越日本橋本店、伊勢丹浦和店、高松三越

### 三越伊勢丹グループの社会貢献一覧(2023年10月～2024年9月実績)

期間	タイトル	実施場所
3月～9月	第79回 春の院展	三越日本橋本店、新潟伊勢丹、福岡三越
9月～2月	第71回 日本伝統工芸展	三越日本橋本店、仙台三越、福岡三越
24年	5月～8月 松阪と日本橋 ～三井家発祥の地と越後屋創業の地～	松阪市歴史資料館 ※歴史資料貸出
	7月～9月 やなせたかし七色の光	市川市芳澤ガーデンギャラリー ※歴史資料貸出
9月～12月	PARALLEL MODE:山本芳翠 ～多彩なるヴィジュアル・イメージ～	岐阜県美術館 ※歴史資料貸出

### 主な募金・寄付金一覧(2023年10月～2024年9月実績)

期間	タイトル	実施店舗	金総(千円)	寄付先
23年 10月	ピンクリボン基金	専用サイト	57	乳房健康研究会
24年	1月 令和6年能登半島地震 緊急支援募金	専用サイトおよび グループ全店	6,627	日本赤十字社
	4月 令和6年台湾東部沖地震 緊急支援募金	専用サイトおよび グループ全店	3,195	日本赤十字社
	年間 エムアイカード1ポイント =1円としてお客さまから 寄付	エムアイカード ウェブサイト	2,570 1,156	日本赤十字社 東京国立博物館、京都国立博物館、 国立科学博物館、鎮守の森プロジェ クト、名古屋市観光文化交流局

### 海外店舗寄付金(2023年度)

海外店舗	金額(千円)
シンガポール伊勢丹	1,457
米国三越	942

### ふるさと納税で地域を元気に

三越伊勢丹ふるさと納税は、当社グループが有する全国のネットワークと百貨店業で培ってきたマーチャндаイジング力を強みに、地域の課題解決に取り組んでいます。過疎や高齢化による税収減や、販路拡大に悩む事業者の方々など、地域を取り巻く状況は厳しいものがありますが、高品質な返礼品の提供を通じて、地域活性化の一助となることを目指します。また、自然災害などにより甚大な被害をもたらされた地域への復興支援も行っています。



## リスク低減に向けた取り組み

グループガバナンスの主な取り組み項目として掲げている、内部統制システムのさらなる実効性向上に向け、リスクマネジメントとコンプライアンスの取り組みを強化、推進しています。

三越伊勢丹グループでは、外部環境の変化に応じたリスク対策の最新化・高度化に、グループ全体で取り組んでいます。激甚化する自然災害、多様化するサイバー犯罪など、リスクが顕在化した際、事業への影響が特に大きいことが予想される「自然災害に関するリスク」と「情報セキュリティに関するリスク」への対応について、具体的な取り組みをご紹介します。

### 自然災害に関するリスクへの対応

大規模災害の発生に備え、平時の防災・減災対策と、発災時の初動・復旧に向けた営業時間内・外の対応フローの策定や、実効性向上のための定期的な訓練の実施、デジタルコミュニケーションツールを活用した災害時の情報連携に加え、グループ従業員の防災意識向上のための情報発信など、様々な取り組みを行っています。

#### ① 大地震発生時の各対策本部連携訓練

各社・各店所在地のいずれかの場所で震度6弱以上の地震が観測された場合、または事務局長が必要と判断した場合に、「グループ総合対策本部」が設置されます。グループ総合対策本部は、各社・各店からの被害情報を収集・分析し、グループとしての判断が必要な事項についての対応や指示を行い、お客さまや従業員などの安全を最優先に、中核となる事業の継続あるいは早期復旧に向けた活動を組織的に行います。

2021年度からは年2回、グループ総合対策本部と各社・各店の災害対策本部メンバーを対象とした、大地震発生時の連携訓練をリモートで行っています。2024年度は、首都直下型地震発生時の連携訓練を実施。現場からの声をもとに、判断の難しい事項の対応例を盛り込み、発災から、事業継続計画(BCP)発動可否判断および支援要請までの連携確認を行いました。



訓練時のグループ総合対策本部

#### ② 事業継続マネジメント(BCM)

平時から、事業継続計画(BCP)の改訂をはじめ、システムやツールの改良、文書体系の整備を実施しています。さらに、教育・訓練を通じて、BCPの実効性向上と危機管理意識の醸成までを含めBCMとして実行しており、グループの中核となる事業の継続能力を維持・強化していくための活動を実施しています。

#### ③ レジリエンス認証の取得

2016年度には、(株)三越伊勢丹の事業継続計画の取り組みについて(一社)レジリエンスジャパン推進協議会より、百貨店として初のレジリエンス認証を取得しました。さらに、2018年度には「事業継続」に加え、店頭での募金活動や従業員のボランティア活動などの「社会貢献」への取り組みについても同認証を取得・更新しています。



### 情報セキュリティに関するリスクへの対応

当社グループでは、多岐にわたる事業活動やサービス提供のなかで、お客さま、お取引先から日々お預かりする様々な情報を厳格に管理しています。あわせて、オンライン購買の伸長や各種デジタルツールが普及し、多くのシステムを日々の営業活動において活用しています。昨今、日本企業が国内外からのサイバー攻撃を受ける事例が増加しており、情報セキュリティガバナンスのさらなる強化に努めています。

サイバーセキュリティ対策部会において、日常の業務活動のなかで技術的および人的・組織的な対策の推進を図っています。技術的対策では、サイバー攻撃に対し、防御、監視、検知、対応するためのセキュリティツールの導入と運用を強化しています。人的・組織的対策では、情報セキュリティに関する従業員のリテラシーの向上を図るため、システム部門における専門的なセキュリティ人材の育成や、従業員へのセキュリティ教育・訓練を適時実施しています。