



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

お客様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

私たちが大切にしている思考と行動

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、あふれる笑顔が響かせ、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
「お客様第一のもとに、社会や顧客ニーズの
変化を先取りし、お客様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、
お客様への奉仕



岩田屋

「信義を守り、
まごころの奉仕」



丸井今井

1
お客様を大切に親切に、
清く正しく信用第一
2
お客様は父、問屋は母、
情誼を篤く丁寧に
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)
<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)
<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

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、お客さま一人一人に対し、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いただくことで、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きます。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(UNG)」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、UNG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年度にあら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。

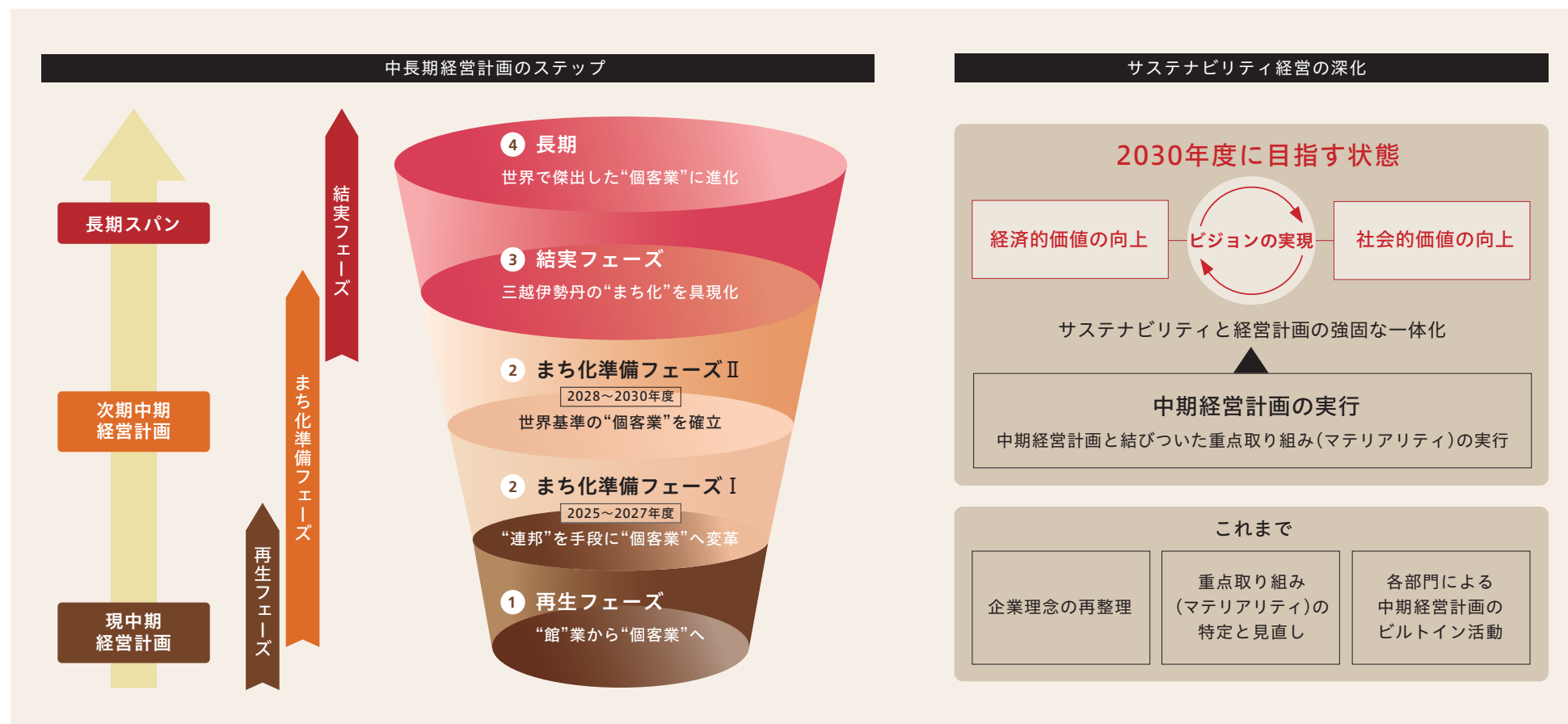


私たちが目指す姿(ビジョン)実現に向けたステップ

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。



豊かな未来と持続可能な社会に向けて

三越伊勢丹グループは、2023年度、全ての企業活動の原点となる「企業理念」を再整理しました。この「企業理念」を実践するための倫理的指針を示した「行動規範」や「サステナビリティ基本方針」などの各種方針に加え、4つの重点取り組み(マテリアリティ)についても見直しました。①「人・地域をつなぐ」②「持続可能な環境・社会をつなぐ」③「ひとの力の最大化」④「グループガバナンス・コミュニケーション」を指針としてサステナビリティ経営を推進しています。この4つの重点取り組み(マテリアリティ)は、当社グループの持続的な成長と持続可能な社会実現への貢献を両立させる羅針盤であり、企業理念の具現化に向けて、具体的な取り組みを進めています。

人と地域をつなぎ、豊かさを創出

重点取り組み①「人・地域をつなぐ」では、「多様な価値観の尊重」「地域社会との共創」「文化の継承と革新」を主なテーマとして掲げています。事業活動を行う上でステークホルダーの皆さまとの協力・連携は欠かせません。私たちを取り巻く人々や地域社会との良好なコミュニケーションをもとに、多様な視点から「当社グループだからできること」を考え、グループ全社の従業員一人一人の積極的な参加のもと実践しています。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」という想いを込めた“think good”をスローガンにした推進活動は2021年度から2023年度までの累計企画数が2,000件を超え、お客さまの認知度も着実に向上しています。2024年度より取り組みを百貨店事業からグループ全社に拡大し、一丸となって取り組んでいます。



執行役常務 兼
CAO 兼CRO 兼CHRO*

金原 章

※CAO:チーフ・アドミニストレイティブ・オフィサー
CRO:チーフ・リスク・オフィサー
CHRO:チーフ・ヒューマン・リソース・オフィサー

三越は2023年度、創業350周年を迎え、1904年に「デパートメントストア宣言」を行ってから今年で120年になります。文化、伝統、芸術を誰もが自由に楽しむことを百貨店の使命の一つと捉え、事業として取り組むことにより、社会価値と経済価値の両立を図っています。日本の優れた伝統工芸の保護と育成を目的とした公募展「日本伝統工芸展」をはじめ、様々な取り組みを通じて、日本文化の持続的な発展につなげていきます。

持続可能な社会に向けた継続的な取り組み

重点取り組み②「持続可能な環境・社会をつなぐ」では、近年の気候変動に伴う災害リスクやサプライチェーンにおける環境・人権リスクなど深刻化している社会課題に対する取り組みです。2050年度の長期目標「温室効果ガス排出量実質ゼロ」に向け新技術を積極的に採用しながら「省エネ」「創エネ」「再エネ」の3つを軸に取り組みを進めています。近年、自然資本や生物多様性などのテーマにおいても、企業が果たすべき役割や情報開示への関心が高まっていますが、このような動向を注視しながら持続可能な社会に向けて私たちが取り組むべき事項を引き続き検討していきます。

また、循環型社会構築のために、4R(Refuse、Reduce、Reuse、Recycle)、廃棄物削減などにも取り組んでいます。毎年実施しているお客さまアンケートの結果からもこの分野への関心の高さをうかがうことができ、百貨店を中核とする当社グループらしい取り組みで環境負荷の低減を図りながら、新たなサービスを創造することが必要と捉えています。

持続可能なサプライチェーンの構築に向けて「お取組先行動規範」の理解と浸透を図り、積極的な対話活動を通じてエンゲージメントを強化し、リスクの共有と発生時の早期解決に向けた取り組みを行なっています。さらに、近年高まっている幅広い人権リスクに向き合うための実行プロセスとして、人権デュー・ディリジェンスの枠組みに沿った取り組みを推進しながら、実効性を高めています。

従業員一人一人が輝く職場を目指して

重点取り組み③「ひとの力の最大化」では、「個客業への変革」に向けて、企業理念のミッションにもある「ひとの力」、つまり従業員一人一人が持つ意欲や能力こそが、イノベーションを生み出す最大の源泉だと私たちは捉えています。

“個客業”に向けた企業風土改革として、土台となる「対話文化」を通じて、会社、上司、そして主役である従業員が三位一体となった取組みを進めていきます。安心して働くことのできる職場環境の実現のために、2023年度、会社とグループ労働組合が共同で「安心して働くことのできる職場環境づくり」に向けた労使共同宣言を発信しました。今後も全ての従業員と一緒に働く仲間が、安心して働くことのできる職場環境づくりへの投資や、人材育成のための投資を惜しみなく行っていきます。

持続的な企業価値向上に向けて

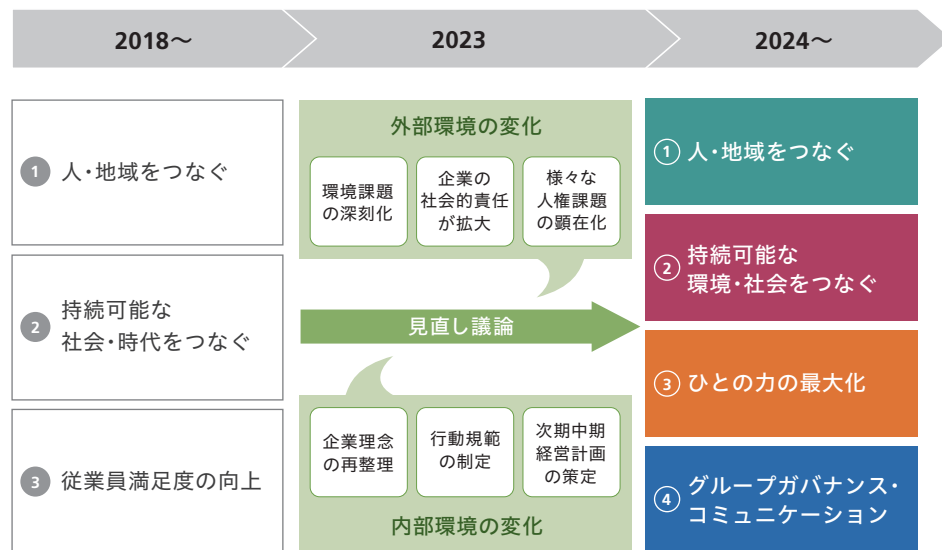
④「グループガバナンス・コミュニケーション」については、これまでは3つのマテリアリティを支える土台として位置づけていましたが、企業に求められる重要性を踏まえ、4つ目の重点取り組みとして掲げることとしました。ステークホルダーの皆さまとのエンゲージメントを深め、取締役の監督機能、コンプライアンスとリスクマネジメントの両機能の実効性を高めることにより、コーポレート・ガバナンス体制を強化し、揺るぎない信頼の獲得につなげていきます。

この4つのマテリアリティに取り組むことで、社会的責任を果たすにとどまらず、皆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これからも全力で取り組みます。サステナビリティ経営を進めていくには、経営層だけでなく、全従業員がサステナビリティを「自分ごと」として捉え、「サステナビリティは当たり前」という企業風土を醸成することが重要です。サステナビリティの推進と各事業活動のリンケージを図ることで、当社グループならではの強みを通じて、社会価値と経済価値を創出しながら、持続可能な企業の成長へと導きます。

特定と見直しのプロセス

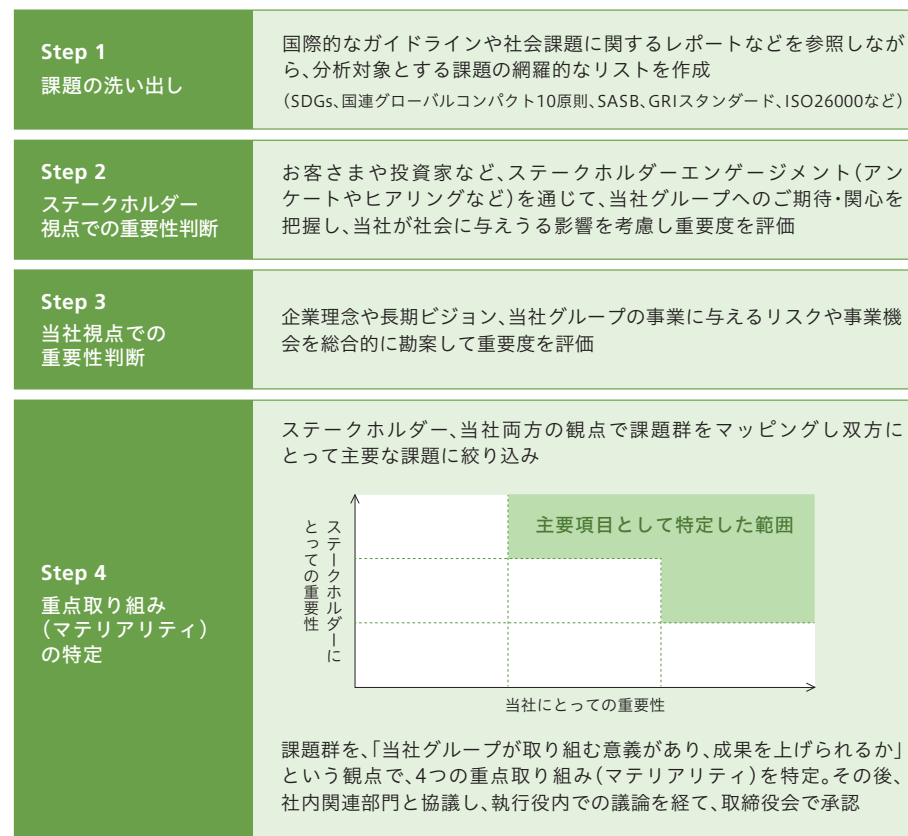
重点取り組み(マテリアリティ)の位置づけ

私たち三越伊勢丹グループのサステナビリティ経営とは、事業活動を通じて社会価値と経済価値を共に高めることであり、重点取り組み(マテリアリティ)はその実現のための重要な羅針盤として位置づけています。2018年度に、社会への影響度が大きく当社グループにとって経営インパクトの大きい課題として、3つの重点取り組み(マテリアリティ)を特定し、サステナビリティ経営を進めてきました。しかしながら、人権や環境などの社会課題は深刻さを増し、ステークホルダーの皆さまからの当社グループへの取り組み要請も高まっています。企業理念の再整理などを踏まえ、次期中期経営計画を見据え、2023年度に見直しを実施し、新たに、4つの重点取り組み(マテリアリティ)を特定し直しました。次期中期経営計画では、重点取り組み(マテリアリティ)と、各事業戦略を結び付けながらサステナビリティ経営に取り組んでいきます。



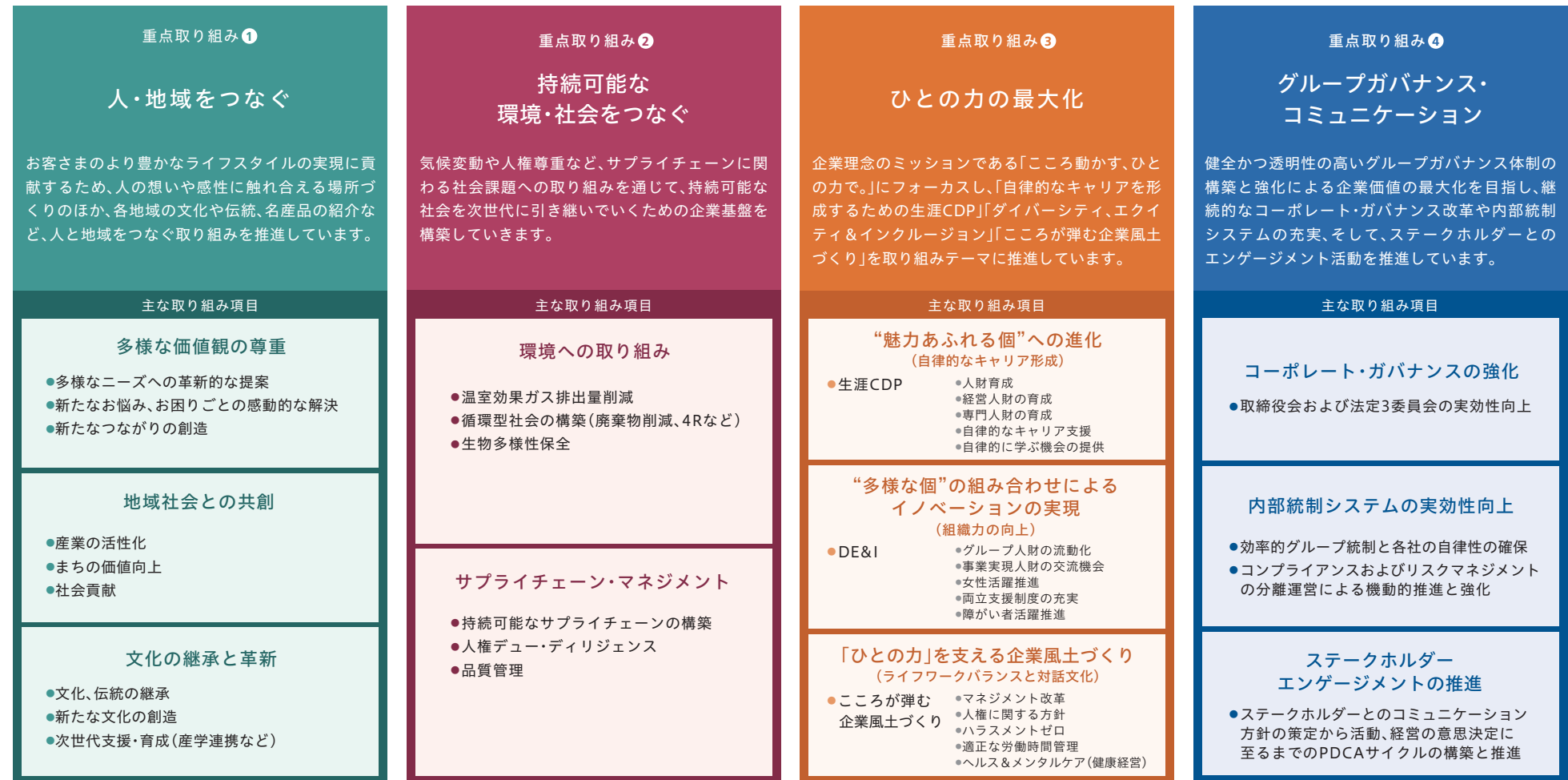
見直しのプロセス

重点取り組み(マテリアリティ)の見直しにあたっては、幅広いステークホルダーへの影響と、当社ビジネスへの影響を踏まえ、当社グループが事業活動を通じてどれほど社会課題の解決に寄与できるかという視点を考慮しました。課題を網羅的に洗い出したうえで、お客さまアンケートや、外部有識者へのヒアリングを実施。企業理念や長期ビジョンを踏まえて、社内での積極的な議論を重ね、取締役会での承認を経て、新たな重点取り組み(マテリアリティ)を特定しました。



4つの重点取り組み(マテリアリティ)

- 1 人・地域をつなぐ：独自性ある事業活動を通じて、お客さまと共に社会にポジティブなインパクトをつくることを企図しています
- 2 持続可能な環境・社会をつなぐ：社会課題を踏まえて企業基盤を進化させ、社会的責任を果たすことを目指しています
- 3 ひとの力の最大化：従業員一人一人の成長が会社の成長へとつながる当社グループの人的資本の考え方を示しています
- 4 グループガバナンス・コミュニケーション：企業内部の全体統制と自律的な管理体制の構築により、適切かつ実効性のあるガバナンスを推進すると共に、コミュニケーションを通じたステークホルダーとの良好な関係の構築を目指します



長期目標と現状

Section 1

イントロダクション

Section 2

重点取り組み(マテリアリティ)

Section 3

具体的な取り組み

Section 4

「ひとの力の最大化」に向けて

Section 5

ステークホルダーエンゲージメント

巻末資料

重点取り組み	主な取り組み項目	2027年度目標	2030年度目標
① 人・地域をつなぐ	多様な価値観の尊重 <ul style="list-style-type: none"> 多様なニーズへの革新的な提案 新たなお悩み、お困りごとの感動的な解決 新たなつながりの創造 	think good 賛同お取組先数600社	think good 賛同お取組先数600社
	地域社会との共創 <ul style="list-style-type: none"> 産業の活性化 まちの価値向上 社会貢献 		
	文化の継承と革新 <ul style="list-style-type: none"> 文化、伝統の継承 新たな文化の創造 次世代支援・育成 		
	取り組みの進捗 自治体、産業界など様々なステークホルダーと連携し、地域の魅力向上や文化・伝統の振興・継承に取り組む think good企画数 約750(2023年度実績)		
② 持続可能な環境・社会をつなぐ	環境への取り組み <ul style="list-style-type: none"> 温室効果ガス排出量削減 循環型社会の構築(4Rなど) 生物多様性保全 	温室効果ガス排出量削減率 Δ 24% (2023年度比) 再エネ導入比率 30%	温室効果ガス排出量削減率 Δ 42% (2023年度比) 再エネ導入比率 55%
	サプライチェーン・マネジメント <ul style="list-style-type: none"> 持続可能なサプライチェーン構築 人権デュー・ディリジェンス 品質管理 	お取組先行動規範通知率 100%	お取組先行動規範通知率 100%
	取り組みの進捗 温室効果ガス排出量 Δ 46.8%(2023年度実績/2013年度比) お取組先行動規範の通知 約12,000社、お取組先との対話 約600社(2023年度実績)		
③ ひとの力の最大化	“魅力あふれる個”への進化(自律的なキャリア形成) <ul style="list-style-type: none"> 生涯CDP 人財育成 経営人財の育成 専門人財の育成 自律的なキャリア支援 自律的に学ぶ機会の提供 	女性管理職比率 34%	従業員エンゲージメント調査 企業理念の浸透・実践 3.75以上
	“多様な個”の組み合わせによるイノベーションの実現(組織力の向上) <ul style="list-style-type: none"> DE&I グループ人財の流動化 事業実現人財の交流機会 女性活躍推進 両立支援制度の充実 障がい者活躍推進 		女性管理職比率 37% 育児休業取得率(性別を問わず) 100% 障がい者雇用比率 前年以上
	「ひとの力」を支える企業風土づくり(ライフワークバランスと対話文化) <ul style="list-style-type: none"> こころが弾む企業風土づくり マネジメント改革 人権に関する方針 ハラスメントゼロ 適正な労働時間管理 ヘルス&メンタルケア(健康経営) 		年間総実労働時間 1,700時間台 グループ 21社 達成
	取り組みの進捗 女性管理職比率 ※グループ計(2024年4月1日時点) 31.2% 男性の育児休業取得率 ※(株)三越伊勢丹(2023年度実績) 100% 障がい者雇用比率 ※(株)三越伊勢丹および首都圏主要グループ会社の合計(2024年6月1日時点) 3.00% 年間総実労働時間1,700時間台達成企業の割合グループ23社対象(2023年度実績) 47.8% 従業員エンゲージメント調査回答率 ※グループ計(2023年度実績) 100%		
④ グループガバナンス・コミュニケーション	コーポレート・ガバナンスの強化 <ul style="list-style-type: none"> 取締役会および法定3委員会の実効性向上 	女性取締役比率 30%以上	女性取締役比率 30%以上
	内部統制システムの実効性向上 <ul style="list-style-type: none"> 効率的グループ統制と各社の自律性の確保 コンプライアンスおよびリスクマネジメントの分離運営による機動的推進と強化 		
	ステークホルダーエンゲージメントの推進 <ul style="list-style-type: none"> ステークホルダーとのコミュニケーション方針の策定から活動、経営の意思決定に至るまでのPDCAサイクルの構築と推進 		

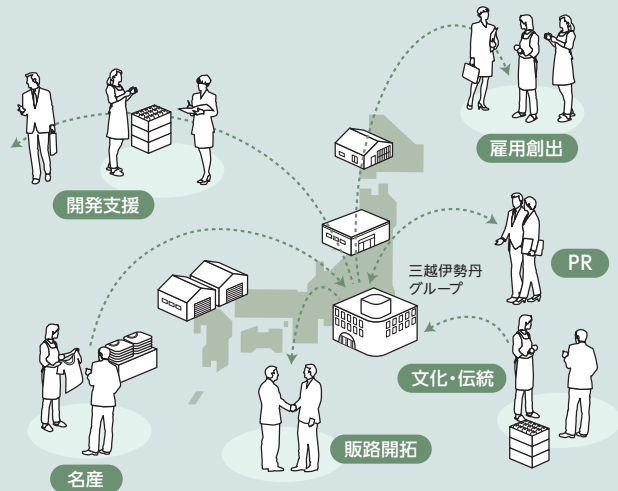
Priority Initiatives



重点取り組み 1

人・地域をつなぐ

文化・資源・経済の好循環



Section 1

イントロダクション

Section 2

重点取り組み(マテリアリティ)

Section 3

具体的な取り組み

Section 4

「ひとの力の最大化」に向けて

Section 5

ステークホルダーエンゲージメント

巻末資料

目指す姿

三越伊勢丹グループは、私たちが目指す姿(ビジョン)として掲げる「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」として、地域社会の発展と、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、人と地域をつなぐ取り組みを推進しています。

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、名産品のご紹介、次世代を担う人の支援・育成などを通して豊かな未来を創造し、地域と一体となって、まちの魅力を活かした、百貨店を中心としたあたらしい“まちづくり”の実現を目指します。

共創による社会・経済の持続的発展を目指すマテリアリティ

当社グループは、私たちを取り巻く人や地域社会と積極的にコミュニケーションをとりながら、「百貨店を中核とした当社グループだからできること」を考え、従業員一人一人の積極的な参加のもと事業活動を行っています。地域社会との信頼構築による、国内外に広がるネットワークと商品・サービスの調達力を活かした社会課題の解決や、新たな価値の提案は私たちの“強み”であり、この強みを活かした事業活動そのものがサステナビリティ経営の実践です。お客さまの個のニーズに徹底的に応え、革新的な提案と感動的な解決を図る個客業への変革と進化こそが、当社グループの社会的価値につながります。今後も社会・経済の持続的な発展を目指し、地域社会の一員として、様々な活動に取り組んでいきます。

主な取り組み

多様な価値観の尊重	地域社会との共創	文化の継承と革新
<p>主な取り組み項目</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 多様なニーズへの革新的な提案 ● 新たなお悩み、お困りごとの感動的な解決 ● 新たなつながりの創造 	<p>主な取り組み項目</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 産業の活性化 ● まちの価値向上 ● 社会貢献 	<p>主な取り組み項目</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 文化、伝統の継承 ● 新たな文化の創造 ● 次世代支援・育成(産学連携など)



重点取り組み 2

持続可能な
環境・社会をつなぐ



目指す姿

近年、私たちの社会を取り巻く課題は年々深刻さを増しています。気候変動に伴う災害が世界中で頻発し、様々な形の人権侵害が多くの人に深刻な影響を与え、社会の分断のリスクが増大しています。

当社グループは、こうした社会課題の克服に貢献する責任ある事業活動を展開するため、「三越伊勢丹グループ環境方針」「同人権方針」「同調達方針」のもと、気候変動や人権尊重などに向き合うことを通じて、持続可能な環境・社会を次世代に引き継いでいくための企業基盤を構築していきます。

持続可能な企業基盤構築を目指すマテリアリティ

環境課題に対しては、温室効果ガス排出量削減を筆頭とする気候変動への対応と、百貨店事業のお客さまからの関心の高い資源循環について取り組んでいます。また、人権尊重に対しては、人権デュー・ディリジェンスにより持続可能な調達活動の実現を図っています。

環境と社会のどちらの課題も当社グループだけの活動では不十分であり、当社の事業活動を取り巻くサプライチェーン全体で取り組むことが重要と考え、お取引先やお客さまなどステークホルダーの皆さまと連携して、より実効的な社会課題解決への貢献を目指していきます。

主な取り組み

環境への取り組み	サプライチェーン・マネジメント
<p>主な取り組み項目</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 温室効果ガス排出量削減 ● 循環型社会の構築(廃棄物削減、4Rなど) ● 生物多様性保全 	<p>主な取り組み項目</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 持続可能なサプライチェーンの構築 ● 人権デュー・ディリジェンス ● 品質管理



ひとの力の最大化



目指す姿

三越伊勢丹グループは、お客さまのより豊かな暮らしを実現するうえで最も大切なのは「ひと」だと考えています。

多様な価値観を尊重し、お互いの違いに価値を認めて、従業員一人一人が最大限に意欲や能力を発揮できる組織と環境づくりを進めることにより、個人の成長と会社の成長の実現を共に果たしていきます。

企業理念の実現を目指すマテリアリティ

企業理念のミッション「こころ動かす、ひとの力で。」にあるように当社グループでは、従業員一人一人が持つ意欲や能力こそが企業の成長や社会の成長につながるアイデアを生み出す最大の源泉と考えています。

この考え方のもと、「ひとの力の最大化」を重点取り組みに掲げ、「生涯CDP」「DE&I」「こころが弾む企業風土づくり」をテーマに取り組んでいます。

従業員一人一人が輝き成長し、その“個”の力が“多様な個”と組み合わせさり、イノベーションを生み出すことまた、そのような風土をつくることを目指します。

主な取り組み

“魅力あふれる個”への進化
(自律的なキャリア形成)

主な取り組み項目

生涯CDP

- 人財育成
- 経営人財の育成
- 専門人財の育成
- 自律的なキャリア支援
- 自律的に学ぶ機会の提供

“多様な個”の組み合わせによる
イノベーションの実現
(組織力の向上)

主な取り組み項目

DE&I

- グループ人財の流動化
- 事業実現人財の交流機会
- 女性活躍推進
- 両立支援制度の充実
- 障がい者活躍推進

「ひとの力」を支える
企業風土づくり
(ライフワークバランスと対話文化)

主な取り組み項目

こころが弾む企業風土づくり

- マネジメント改革
- 人権に関する方針
- ハラスメントゼロ
- 適正な労働時間管理
- ヘルス&メンタルケア(健康経営)



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



目指す姿

事業環境の不確実性が増すなかで、当社がグループ一体となって健全かつ透明性の高い企業運営を推進するためには、「グループガバナンス」の強化が重要と考えています。

三越伊勢丹グループでは、本社による統制機能を発揮しながら、グループ会社の自律性を尊重した管理・支援を行うことで、実効性のある管理体制の構築を推進しています。グループ全体のガバナンスを強化することで、不正行為や情報漏洩などの企業リスクを減らし、透明性の確保や競争力の強化、収益力の向上を図っています。

また、持続的な企業価値の向上に向け、ステークホルダーとの対話から得た声に真摯に向き合い、信頼関係の構築を目指します。

グループのガバナンス強化により経営基盤の確立を目指すマテリアリティ

当社グループは、機関設計として指名委員会等設置会社を採用し、企業活動の透明性確保や、経営の意思決定の迅速化、経営監督機能の強化などに継続的に取り組むことで、コーポレート・ガバナンス改革を推進しています。また、「内部統制システム構築の基本方針」において、コンプライアンス・リスクマネジメント体制の確立と実効性の高い運用によるリスク管理、適切な情報保存管理、効率的な職務執行体制やグループ会社管理など、企業統治の強化および質の向上に向けた各項目を定義し、内部統制システムの強化と充実を図っています。

ステークホルダーとのコミュニケーションを通じて、経営の意思決定に反映し、ステークホルダーに対する責任を果たしながら、社会価値・企業価値の向上に寄与していきます。

主な取り組み

コーポレート・ガバナンスの強化	内部統制システムの実効性向上	ステークホルダーエンゲージメントの推進
<p>主な取り組み項目</p> <ul style="list-style-type: none"> 取締役会および法定3委員会の実効性向上 	<p>主な取り組み項目</p> <ul style="list-style-type: none"> 効率的グループ統制と各社の自律性の確保 コンプライアンスおよびリスクマネジメントの分離運営による機動的推進と強化 	<p>主な取り組み項目</p> <ul style="list-style-type: none"> ステークホルダーとのコミュニケーション方針の策定から活動、経営の意思決定に至るまでのPDCAサイクルの構築と推進

☞ 詳細は「ステークホルダーエンゲージメント」P.38をご覧ください。



“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。

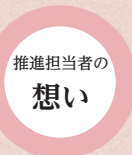
<p>多様な価値観の尊重</p> <ul style="list-style-type: none"> 多様なニーズへの革新的な提案 新たなお悩み、お困りごとの感動的な解決 新たなつながりの創造 	<p>地域社会との共創</p> <ul style="list-style-type: none"> 産業の活性化 まちの価値向上 社会貢献 	<p>文化の継承と革新</p> <ul style="list-style-type: none"> 文化、伝統の継承 新たな文化の創造 次世代支援・育成(産学連携など) 	<p>環境への取り組み</p> <ul style="list-style-type: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

“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。



“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。私自身も百貨店での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。



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

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。

創

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

想

三越日本橋本店 営業統括部
営業計画・運営部 CRM推進

藤 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。

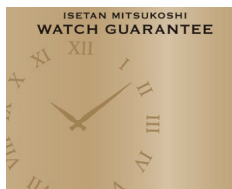


お客さまの想いと 社会・時代をつなぐサービス

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



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)エムアイフードスタイルは、

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)エムアイフードスタイルは、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)エムアイフードスタイル
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)エムアイフードスタイルは、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するとともに、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

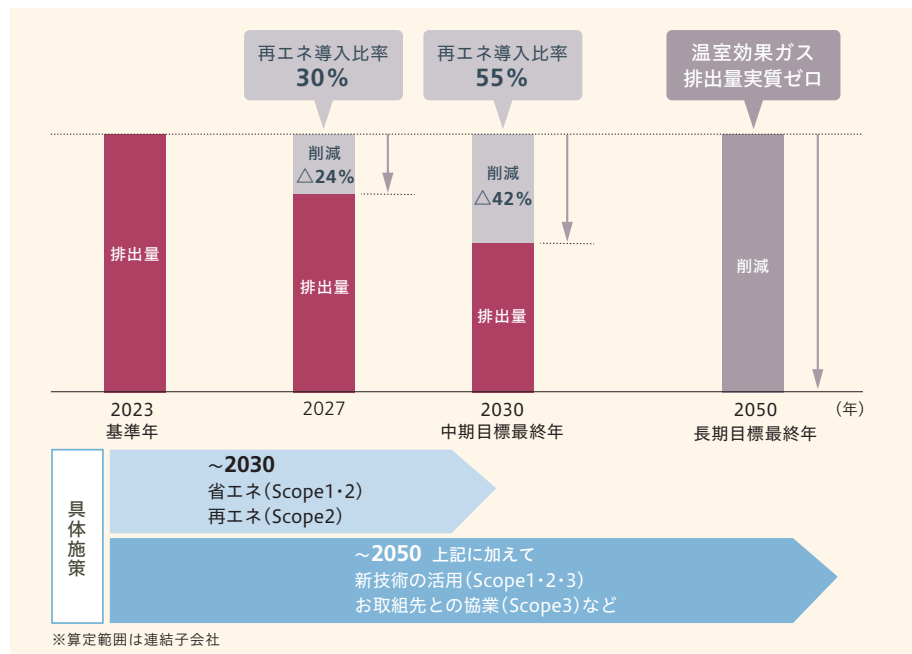
夏季の気温が毎年過去最高を更新し、各地を襲う自然災害が頻発するなど気候変動の影響は年々深刻化しています。

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CO₂センサー (右)温室センサー

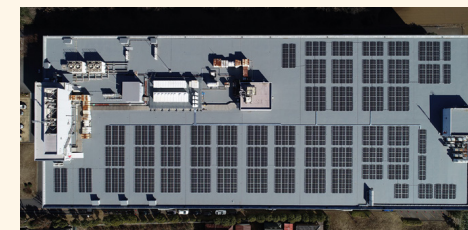


これからのキーワード

「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-CO₂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

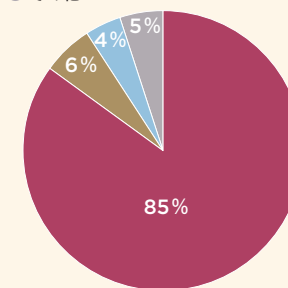
企業活動がもたらす地球温暖化への影響は、自社の活動による温室効果ガスの排出に加えて、当社グループの事業に伴い他社が排出する温室効果ガスも考慮する必要があります。三越伊勢丹グループでは温室効果ガスについて、サプライチェーン全体の排出量(Scope3)*についても算定しています。

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



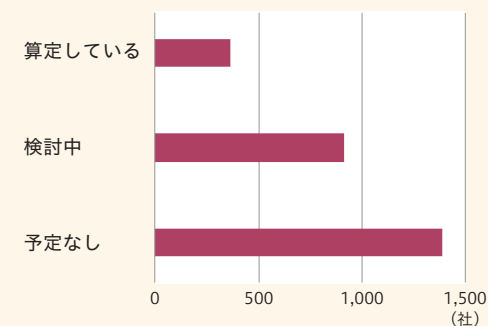
TOPICS

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

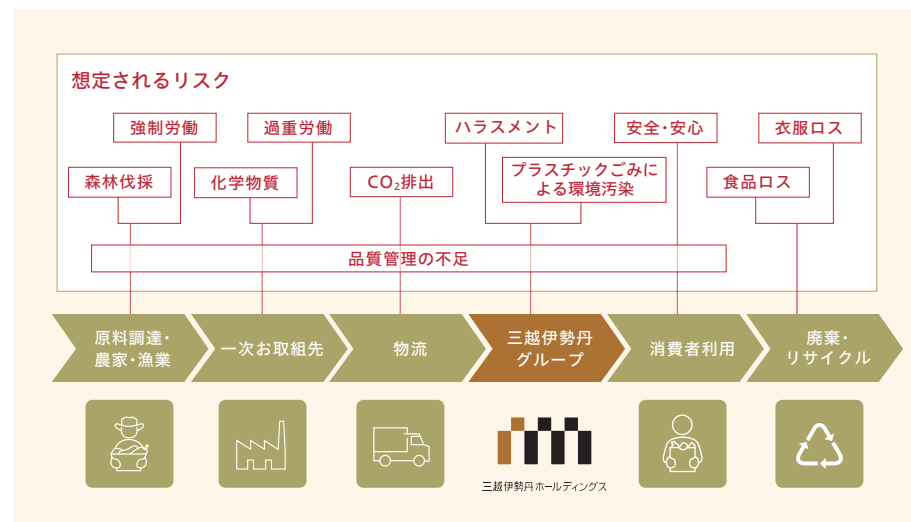
持続可能な調達活動の推進

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

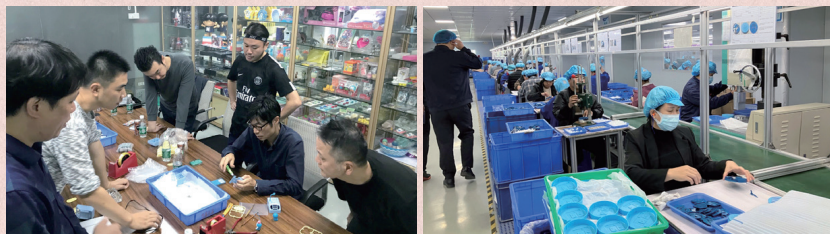
安心・安全な商品を。
責任ある調達活動を実践

(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



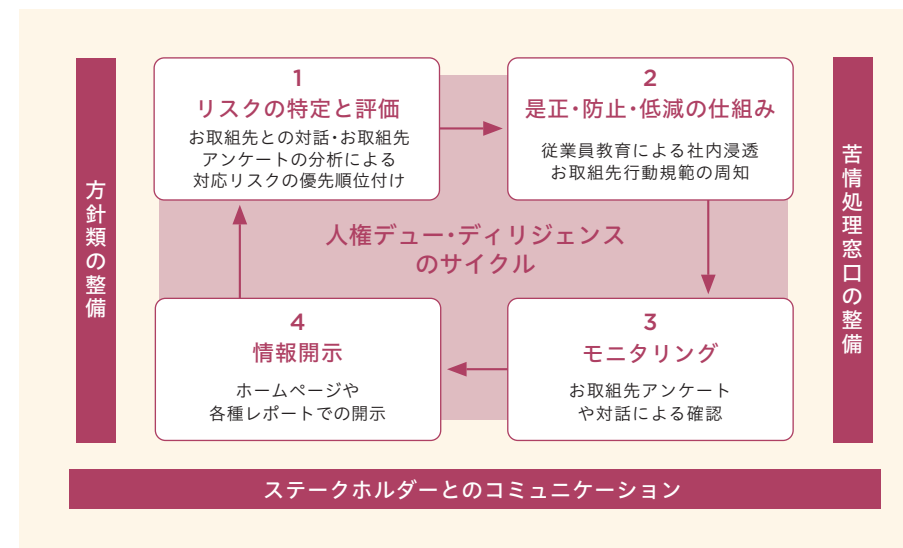
法人外商グループは主力事業の一つとして、企業のセールスプロモーション商品や、ユニフォームの製造を行っています。飲料・化粧品・空輸・出版など様々な業種から、企業の顔となるユニフォームや、消費者の方に喜んでいただくためのセールスプロモーション商品の依頼を受けており、徹底した製造管理が求められます。海外で生産する場合が多く、サプライチェーン上のリスクの把握や日本基準の品質をクリアするための生産管理が非常に重要です。顧客企業には、生産開始前に環境、人権内容も含む工場概要などの調達情報を提供し、当社および顧客企業の基準をクリアした工場を選定します。製造過程には実際に当社担当者が生産現場を訪れ、製造工程、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、生産工場やお取組先の力を借りて、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。今後もお取組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



多くのお取組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、またお取組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、店舗で働くお取組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、お取組先と共にこれらの取り組みの実効性を高めていきます。

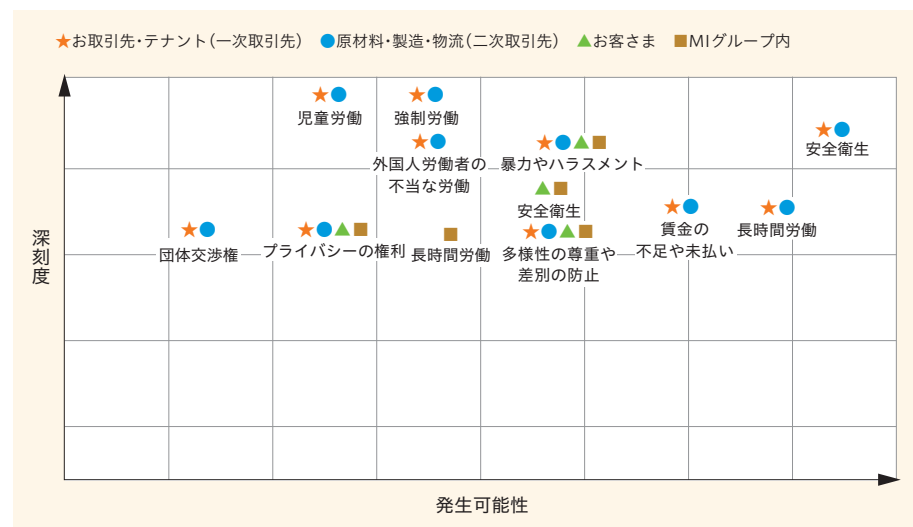


人権リスクマップ

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。

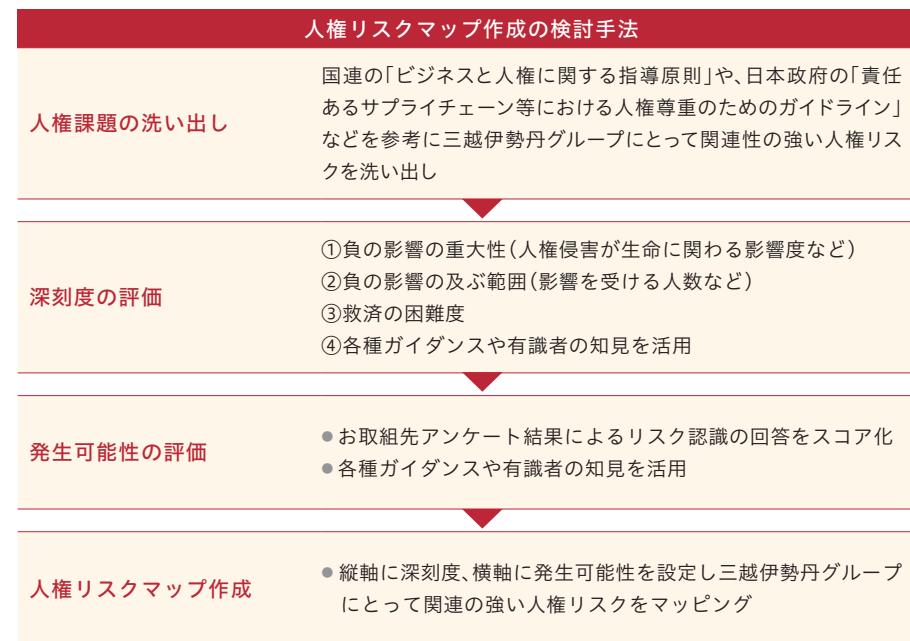
三越伊勢丹グループの事業に関わる人権リスクマップ



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
- 📄 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

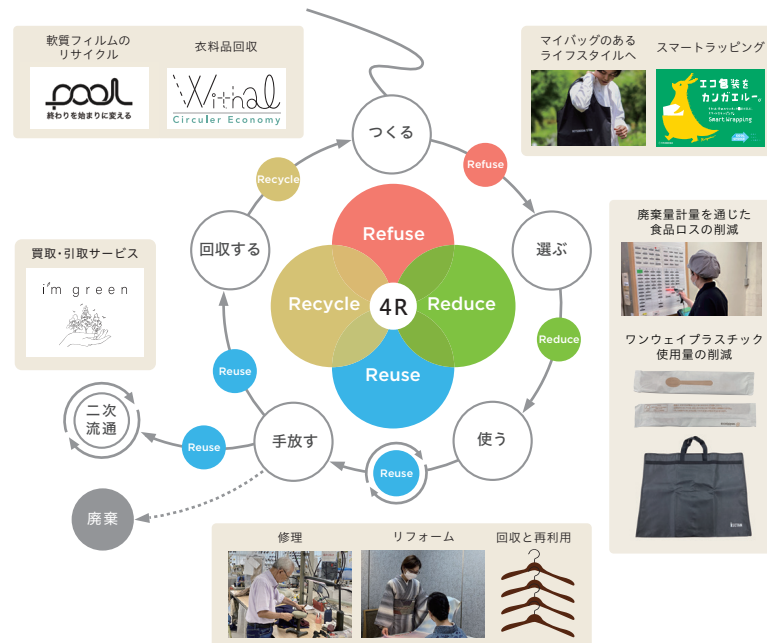
循環型社会実現への取り組み

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



Photo by Tatsuya Tanaka

日揮ホールディングス株式会社提供



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。

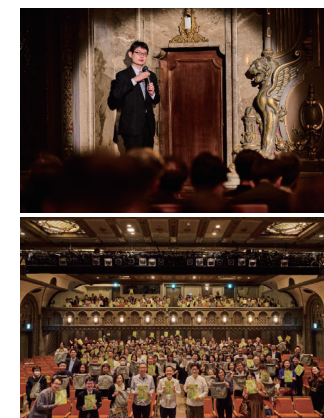


三越伊勢丹グループの文化・伝統事業への貢献

	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」という想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～ ※歴史資料貸出
	7月～9月	やなせたかし七色の光 ※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- ※歴史資料貸出	岐阜県美術館

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。

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

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。



出席者プロフィール



ファシリテーター

金原 章

(株)三越伊勢丹ホールディングス 執行役常務
CAO 兼 CRO 兼 CHRO

知久 静美

(株)三越伊勢丹から(株)三越伊勢丹システム・ソリューションズに出向中

2009年にメイト社員として入社後、経理部門に在籍し、正社員に登用される。一貫して財務経理部に所属。現在は、三越伊勢丹グループのシステム開発やDX推進を担う伊勢丹三越システム・ソリューションズに出向。

斎藤 宏太

(株)三越伊勢丹ホールディングス 情報システム統括部 データ戦略部

2003年の入社以来、約20年間に、リビング部門を担当。テナント開発や新店舗の準備・運営を経験。現在は、CRM(顧客関係管理)の最適化を図るため、システム開発、顧客データ活用分野に携わる。

平田 絵美子

(株)新潟三越伊勢丹から(株)三越伊勢丹外商統括部個人外商グループに出向中

2004年に新潟伊勢丹に入社し、婦人靴や紳士服のフロアでの経験を積んだ後、法人営業を経験。現在は三越伊勢丹に業務出向という形式で在籍し、個人外商グループに所属。

加藤 雅洋

(株)三越伊勢丹から(株)三越伊勢丹プロパティ・デザインに出向中

2002年に三越に入社し、婦人部門でバイヤーやマネージャー業務を経験後、伊勢丹新宿本店や三越日本橋本店の再開発を担当。現在は三越伊勢丹プロパティ・デザインに出向し、経営企画部にて建築事業の計画業務に携わる。

グループを取り巻く環境が大きく変化するなか、三越伊勢丹グループは、ひとの力を最大化し、その力をもって、従来の百貨店主体の事業から個客業へと転換しようとしています。そのためには百貨店業を中核としながらも、多様な領域で事業を強化し、横の連携を図っていく必要があります。今回は、様々なキャリアパスを持つ人財による座談会を開催し、グループと個人、それぞれの成長について話を聞きました。

金原 三越伊勢丹グループは、これまで以上に人財交流を促進し、ひとの力の最大化を実現させていきます。皆さんは当社グループの様々な領域で活躍されていますが、自身の経験ややりがいなどを聞かせてください。

斎藤 私は入社以来、20年近くリビング部門を担当していました。現在は情報システム統括部のデータ戦略部に在籍し、個客業への転換に向けてCRMの推進に携わっています。そこでは、中長期のロードマップをもとに、機械学習モデルの構築やダッシュボードの開発などを進めています。多様なビジネス部門と協働してデータ活用の仕組みをつくり上げていく過程に

やりがいを感じています。関わる人それぞれに学びや気づきがあり、それらが集合知になって当社グループの価値向上につながっていると思います。リビング領域から全く経験のないシステム部門への異動だったので、当初は会議に出ても半分くらい内容が分からず苦労しました。ただ、私のようにITの専門家ではなくても、現場の課題を知っている人間が関わることで、あたらしい価値が生まれるので、日々勉強して、情報のキャッチアップに努めています。

金原 斎藤さんは現在、ホールディングスのシステム開発部門とグループ会社の三越伊勢丹システム・ソリュー

シヨズ(IMS)を兼務していますね。システム開発の依頼する側・される側の兼務での気づきはありましたか。

斉藤 従来、ホールディングスはIMSに対してシステムを通じて実現したいことを伝える立場でしたが、兼務によってホールディングス側も「自分たちで実現しなければ」という変化が生まれています。依頼する、依頼されるという関係ではなく、一緒に開発に取り組んでいます。



知久 私もIMSに出向しています。もともとは経理専門のメイト社員としてホールディングスの経理部門に入社。一貫して財務経理部に在籍し、正社員になりました。IMSへ出向のきっかけは、経理の統合会計システムの改修の際に、IMSとの会議に同席し、システム開発に興味を持ったことです。過去の数字を正しくつかむという責任感に経理のやりがいを感じていましたが、今後は未来の便利さに挑むシステム開発がしたいと思いました。そこで、正社員になったのをきっかけに、思い切ってチャレンジしようと、異動を希望しました。

金原 勇気ある決断でしたね。実際にIMSに出向してどんな業務をされていますか。

知久 私のこれまでの経験から、経理システムやバックヤード業務のRPA*に携わるのかと考えていましたが、実際に異動するとPOS担当でした。入社以来、一度もお買場に立ったことがなかったので、斉藤さんと同じ

く悪戦苦闘しました。マニュアルをたくさん取り寄せて、自分自身でPOSレジを実際に使用して頭に叩き込みました。今は、現場でPOSを扱う人を交えて、初めてでも簡単に触れるPOSアプリの内製化を進めています。

金原 百貨店のPOSは株主優待や商品券、クーポンなど多様な仕組みが必要で複雑ですから、誰もが簡単に扱えるものになるとよいですね。平田さんは、地域間の異動を経験されていますね。

平田 私は新潟伊勢丹に入社し、婦人靴や紳士服の販売を経て、法人営業を担当しました。今年度、三越伊勢丹に業務出向になり、東京勤務は初めてになります。現在は、個人外商グループに所属し、伊勢丹新宿本店のアテンドとして生涯顧客化を促進しています。加えて、地域店の外商顧客が来店されたときに、新宿・日本橋両本店の利用の促進を図ることが主な業務です。



金原 新潟伊勢丹では法人、三越伊勢丹では個人と、営業のジャンルが大きく変わりましたね。

平田 はい、世界が異なります。法人営業では、店舗にない商品を探してお客さま企業に直販したり、オリジナル商品を製作したりと、店舗から離れた仕事が多かったですが、久しぶりにお店の現場に戻ってきた感覚です。また、法人部門では担当者個人で完結するビジネスでしたが、個人外商では一人の顧客に対してチームで対応します。様々な引き出しから顧客が望むコンテンツを提案し、満足度向上を図っていくこ

とに、毎回、発見の連続です。

金原 地域店での経験を踏まえ、どのようなときにやりがいを感じますか。

平田 地域店ではブランドの撤退が進み、地方だけでお買物を完結するのが難しくなっています。地方在住のお客さまが首都圏に来られたときに、当社グループの外商ネットワークがワンチームになって対応することで、お客さまの満足度が高まり、それが自身のやりがい、ひいては企業価値の向上につながると感じます。

金原 加藤さんは、BtoCからBtoBへとお客さまが変わる異動を経験されていますね。

加藤 私は婦人部門でバイヤーやマネージャー業務を経験した後に、伊勢丹新宿本店の婦人フロアや三越日本橋本店の再開発に携わりました。その後、新規事業の立ち上げや外商など、BtoCを中心に多様な部門を経験してきました。現在は、法人顧客が所有するホテルやオフィスの内装工事、特注家具製作を行うグループ会社の三越伊勢丹プロパティ・デザイン(IMPD)で、BtoBのビジネスに従事しています。

金原 相対するお客さまが変わることで、何か気づきや学びはありましたか。

加藤 百貨店が培ってきたBtoCにおけるお客さま対応力がBtoBに活かせるのではないかと考えています。実際、お客さまと向き合う力は、IMPDの建築事業でも役立っています。IMPDが請け負う内装工事は、付加価値が提供できないと価格競争になりがちなビジネスです。私たちはお客さまのハード面のみならずソフト面まで含めてご要望を伺い、当社グループの様々

なサービスを連携して提案することで、付加価値向上につながっています。お客さまの信頼獲得のために、ホスピタリティを持って、こころ動かす提案をしていくことはBtoCと変わりありません。

金原 当社グループが目指す接客業への転換には、個客データを識別して、多様性に応じた提案に結びつけなければなりません。そのためには店舗業務のDX化やPOSも含めた生産性向上は不可欠ですし、「まち化」には建装事業のノウハウも重要です。皆さんが多様なキャリアパスを経て、当社グループのキーポジションで活躍していることをあらためて感じる事ができました。ここからは、今後、自身のキャリアがどう波及して当社グループのひとの力の最大化につながると考えるかを聞いてみたいと思います。

加藤 事業環境が大きく変化するなかで、様々な個客ニーズに応えようとすれば、自分自身の多様性が求められます。だからこそ、お客さま対応というソフト面に加え、店舗開発というハード面といった、多角的な視点を得られるよう、自分から率先して異動しキャリアパスを構築してきました。今回参加している皆さんも多様な視点を持っていて、その多様性が集積することでイノベーションが次々に生まれると考えています。



斉藤 接客業へ転換していくには、ITの活用が不可欠です。これまでの百貨店という店舗を中心にその業務をサポートするというITの位置づけから、ITでビジネス自体を実現するという変化が生じていると感じます。グループの多様なノウハウを集めて、ITを駆使して

仕組み化するイメージです。その過程ではITスキルだけでは不十分で、当社グループの業務を通じて獲得できるビジネススキルもバランスよく身につけていくことが大事だと考えています。

知久 仕組み化していくにはグループ間の連携はもちろん、各企業が自分事として個客に応じる姿勢が求められます。以前、百貨店側にいてIMSと接していたときは、どこか請負業務をしている雰囲気がありましたが、今は自分たちが率先して課題を見つけ、システム開発に携わろうという意識が広がっています。それぞれの働き方にもそうした意識を感じる部分があります。



金原 なるほど。リビング領域や経理という異なるジャンルから、IT・システムへの適応。考え方や文化がかなり異なると思いますが、どのようにフィットさせていったのでしょうか。

斉藤 やはり業務の領域を超えて、お互いを尊重しながら相手の考えをしっかりと聞く。コミュニケーションを密にとることが大事なのだと思います。

知久 私も同感です。現在私が携わるPOS開発でも、店舗でPOSに触れる人に参加してもらう機会を設けています。対等な立場で意見交換することが重要だと思います。

金原 イノベーションは業務の垣根を越えた人材の交流から生まれるのだという思いを強くしました。今後、ますます人材交流を進めていく必要があります。首都

圏と地域というコミュニケーションの観点ではどうでしょうか。

平田 実は、地域店のお客さまが首都圏でお買物をされるときに、アテンダントが随行すると、年間購入額が3倍になるという事例があります。アテンダントとして、地域店とコミュニケーションを図るうえで、ひとの力こそがカギになるのではと感じます。お客さまとの関係づくりでは、傾聴力を発揮した会話からの類推、データ分析システムを活用して、最適なタイミングで最適な提案をする。そこにひとの力があるはずだと考えています。

金原 今日集まってもらった皆さんが自分のキャリアに対するビジョンを持って試行錯誤し、成長されていることがよく分かりました。これからも継続して、自身のスキルを伸ばして行ってほしいと思います。私はグループ各社全体に、「上司は常に最高のキャリアカウンセラーになってください」と発信し、やりたい業務がある人に対して積極的に経験を積んでいただくように促しています。上司に後押しされながら自分で手を挙げて経験を積んだ人が今度は次の人にバトンを渡す。そして、多様性のある人材が増え、個のお客さまのご要望に真摯にお応えすることにより、接客業が確立していくのだと考えています。それはまさに、「こころ動かす、ひとの力で。」という私たちのミッションに結びつきます。ぜひ、実現に向けて、皆さん一緒にがんばっていきましょう。



※RPA(Robotic Process Automation):ソフトウェアロボットによる定型業務の自動化



人財マネジメント方針と生涯CDP

人財マネジメント方針「人と組織の基本的な考え方」

経営戦略実現のため、2024年度より“グループにおける人財マネジメント方針”として「人と組織の基本的な考え方」を構築し、“個客業への変革”に向けて、グループ従業員一人一人の「マインドチェンジと行動変容」を促進していきます。

特に、「生涯CDP」として従業員と会社、上司が、中長期視点とグループ思考を併せ持ちながら、三位一体となった取り組みを進め、「ひとの力の最大化」に向けて、上司と会社と共に従業員一人一人の「自律性」と「経営マインド」を醸成していきます。

三越伊勢丹グループ 人と組織の基本的な考え方

こころ動かす“主役”は、従業員一人一人の“個”の力

“変化の先の未来”に向けて、勇気を持って挑戦と努力を続ける一人一人を上司と会社は“後押し”します

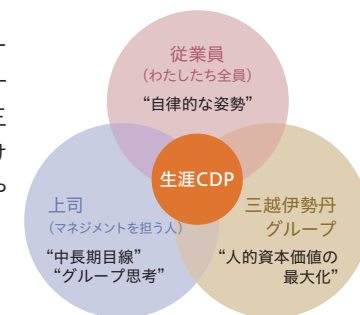
従業員への期待	従業員と会社の関係(エンゲージメント) 互いに成長し、互いに高め合う関係	上司の責任 会社の責任
自律した“個”への進化と変革	個として目指す姿 “個”を強く	“進化と変革への後押し” “成長実感の場づくり”
異なる“個”の尊重と共創	組織として目指す姿 “多様な個”の組み合わせによる組織力向上(DE&I)	“多様な個”の組み合わせによる 創発・創造の推進
“個”の力の土台となる心身の健康	人財基盤として目指す姿 健康経営	“こころが弾む”企業風土の醸成
“個”の可能性を引き出す対話文化		

生涯CDP※の考え方

上司は、中長期の会社の方向性とグループ全体を正しく理解し、個人の成長を考えながら定期的なキャリア対話を通じて、従業員一人一人の成長機会を公平につくり、グループ思考でのCDPを実現することで従業員の成長実感につなげます。

従業員は、自律的な姿勢を持ち“自ら考え、学び、自ら行動する”姿勢のもと、時代の変化と合わせ、持続的な成長を遂げていきます。

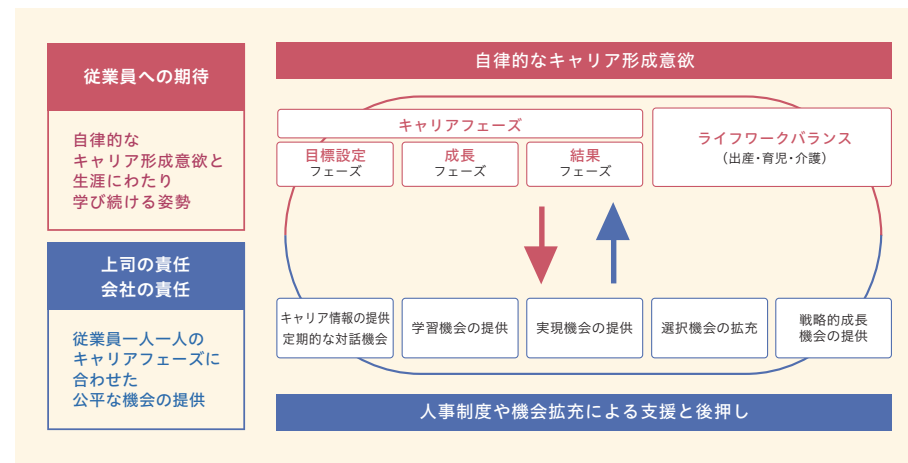
会社は多様な従業員のキャリアフェーズやライフワークバランスに寄り添った制度を構築するとともに、一人一人が活躍できるよう働く環境を整備していきます。この三位一体となった「生涯CDP」の取り組みを常に更新し続けることにより、個人の生涯にわたる成長を起点に、会社や社会の持続的な成長につなげていきます。



※CDP:キャリア開発プログラム

生涯CDPを実現する仕組み

一人一人のキャリアフェーズに寄り添う



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
---------------------	-------------------------------	---------------------	------------------------------------

「自律」と「経営マインド」の醸成に向けて

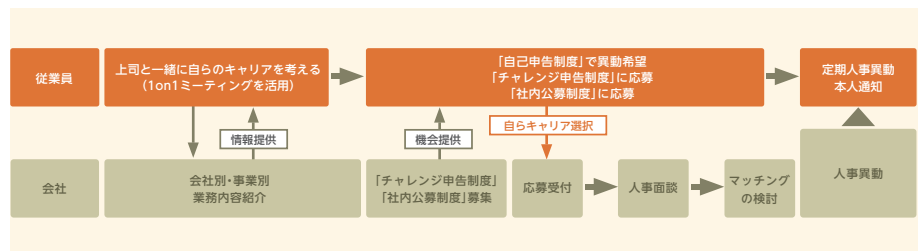
三越伊勢丹グループでは、継続的な企業成長の実現のためには、「会社が戦略としてやるべきこと」と「従業員がやりたいこと」を最大限マッチングさせること(=適所適財)を重要視しています。適所適財はモチベーションの向上に直結するため、個人のパフォーマンス、ひいては組織・企業としての業績にも大きく影響するものと考えます。

また、不確実性が増していく世の中において、企業も人も常に変化し続けることが求められているなか、個人の成長においては会社主導のキャリア開発ではなく、自らの責任でキャリアを選択していくことが必要であると考えます。

主な取り組み
みんなの仕事紹介(会社別・事業別 業務内容紹介)
社内公募制度
チャレンジ申告制度
MANABIの森eラーニング(従業員全員が受けられるeラーニングシステムの整備)

上司と部下が定期的に行う1対1での対話(1on1ミーティング)において、日ごろの業務に関する対話だけでなく「キャリア対話」も重要テーマの一つに位置づけています。従業員本人が自らのキャリアについて考えるだけでなく、上司と部下との間でキャリアイメージを共有することで将来につながる業務経験の機会の提供や自律的なキャリア形成をうながしていきます。

自律的なキャリア形成を支援する制度の流れ



関連するDATA



*1 (株)三越伊勢丹 *2 数値は5段階評価

自分がどう働きたいか、どんな世界に触れたいかを大切に



(株)三越伊勢丹HDS 財務経理統括部 財務部

小菅 美由紀

入社してから今まで婦人肌着、婦人雑貨、ハンドバッグ、化粧品、デジタル事業部を経験しました。

その後、ギフトデザイン営業部で計画業務を担当したときに、数字から見てくるものを理解することで周囲への説得度や納得度が高められることが分かり、数字の面白さに惹かれました。

次第に会社全体を数字で見たいという思いが強くなり、財務経理統括部なら売上、利益だけではなく多角的な目線で会社を見ることができると思い、2023年度に社内公募にエントリーし現職に異動しました。

全くあたらしい領域で分からないことも多いですが、様々な数字からそれが意味するものを知るとはとても面白く、あたらしい知識を吸収することで、もっと知りたい、学びたいという探求心が刺激されています。

私は、組織のなかで役割を果たせる人でありたいし、その役割について全力で努めたいと思っています。その想いを持ちながら「自分はどう働きたいか。そのためにどんな世界に触れたいか」を大切に、これからも様々なことを経験し、幅のある人でありたいと思っています。

“多様な個”の組み合わせによるイノベーションの実現 (組織力の向上)

Section 1

イントロダクション

Section 2

重点取り組み(マテリアリティ)

Section 3

具体的な取り組み

Section 4

「ひとの力の最大化」に向けて

Section 5

ステークホルダーエンゲージメント

巻末資料



働きがいと働きやすさを実現する「女性活躍推進」(DE&I)

当社グループは、従業員の約7割が女性です。

今後の企業成長(戦略実現、イノベーション推進)においても、人口動態の変化においても、女性の活躍は不可欠です。今後も、制度・サポートの充実にとどまらず、組織風土や個々人の意識醸成を進めることで、様々なライフステージの女性が働きがいと働きやすさを実感しながら活躍できる環境をつくっていきます。

主な取り組み	
両立支援制度の充実	<ul style="list-style-type: none"> ライフイベント再雇用制度 グループライフイベント再雇用制度 配偶者転勤休職制度 総実労働時間の短縮 テレワークの推進 など
育児短時間勤務制度の充実	<ul style="list-style-type: none"> 育児短時間勤務制度(小学校3年生の末日まで) 育児勤務の一時的勤務時間延長制度 フルタイム早番固定勤務制度 育児勤務のスライド制度 など

性別にかかわらず活躍できる環境づくりを行うことで、女性管理職比率は年々増加しています。女性活躍推進の基盤として、育児関連制度を充実させながら、女性が出産後も継続して働き続けられる環境整備を進めており、子どもを持つ女性管理職も多く在籍しています。その結果、女性の平均勤続年数も年々長くなっています。

関連するDATA(2023年度)

31.2%
(前年度30.6%)
女性管理職比率

80.7%
(前年度73.5%)
女性新卒採用比率

19.8年
女性平均勤続年数
※男性平均勤続年数 20.8年

4.8%
(前年度5.0%)
離職率

84.7%
(前年度47.8%)
男性育児休業取得率

454人
短時間勤務制度取得者数*

※(株)三越伊勢丹

- 経済産業省「ダイバーシティ経営企業100選」(2015年)
- 公益財団法人日本生産本部「女性活躍パワーアップ大賞」優秀賞受賞(2016年)
- 内閣府 女性が輝く先進企業2018
「内閣府特命担当大臣(男女共同参画)表彰」受賞
- えるぼし認定2段階目(2016年)
- えるぼし認定3段階目(2023年)



働き続けられる環境が整っているのが 三越伊勢丹グループの強み

(株)三越伊勢丹システム・ソリューションズ
ICTアプリケーションサービス1部

堀 あゆ美

産休・育休を1年間ほど取り、昨年8月に復職し、今は百貨店のPOS開発に携わっています。

三越伊勢丹が好きで、三越伊勢丹に関われること、専門性を得られることから三越伊勢丹システム・ソリューションズに入社しました。決済業務は百貨店にとって重要なインフラであり、大切な百貨店の基盤を支えていることが自身のモチベーションとなっています。

復職時は不安でしたが、今はフレックス勤務制度や在宅勤務制度を利用しながらフルタイムで働いています。出産後も働き続けられる環境が整っているのは三越伊勢丹グループの強みだと思います。当社グループには仕事をよりがんばりたいからフルタイムで働く、家庭に重点を置きたいから短時間勤務で働くといったように、いろいろな考え方に対応できる制度が揃っています。また、育児短時間勤務制度については実際に使用されている方がたくさんいますし、育児をしながら働いている従業員が多いので周りの方の理解もとてもあると思います。これからも一緒に働く方への感謝の気持ちを持ちながら大好きな百貨店に貢献していきたいと思っています。



障がい者活躍推進への取り組み(DE&I)

三越伊勢丹グループでは、「障がい者も社会経済を構成する一員として職業生活においてその能力を発揮する機会を与えられるものとする」という障がい者雇用の理念を実践しています。

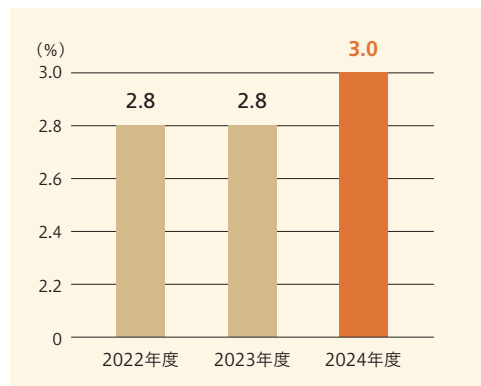
三越伊勢丹の子会社である(株)三越伊勢丹ソレイユでは障がい者の優れた能力を活かして、ギフト用ラッピングの袋づくりや箱の組み立てなど百貨店に直結する業務をワークシェアリングすることで、業績向上に貢献、かつ障がい者自身のやりがいを実現し、「企業の一員」としての帰属意識が生まれています。

また、(株)岩田屋三越子会社「愛生」や(株)仙台三越の多様性を尊重した職場づくりなど、グループ全体で障がい者活躍推進を進めています。

主な取り組み	雇用実績*
(株)三越伊勢丹ソレイユでの雇用	87人
(株)岩田屋三越子会社「愛生」での雇用	13人
(株)仙台三越「障害者雇用優良事業者」に認定(2018年度)	8人
東京都「心のバリアフリー」サポート企業に登録(2018年度)	

※2024年4月1日時点雇用者数

障がい者雇用率



※(株)三越伊勢丹および首都圏主要グループ会社の合計



三越伊勢丹ソレイユの作業環境と指導人財の活用

(株)三越伊勢丹ソレイユ(以下、ソレイユ)は「障害者委託訓練事業^{※1}」の受託機関として、2022年に(公財)東京しごと財団から認定を受けました。企業就労を目指す方が実際の知識や技能を短期間で習得することを目的とした「実践能力取得訓練コース」にエントリーし、2023年10月までに20人の受け入れを行いました。

ソレイユは、重度の知的障がいのある方の「精緻な手作業が得意」という特性を企業戦力として活用し、三越や伊勢丹の各店舗で使用されるギフト用のリボンやシールの製作など、「百貨店販売における付帯業務」を主業務としており、訓練でも従業員と同じ業務に取り組んでいただけるカリキュラムをご提供しています。ソレイユが作成する製作物には百貨店品質に見合うレベルの出来上がりが求められ、細やかな技術や高い集中力を必要とします。訓練生の皆さまにも、当社従業員と同じ工程、同じ難易度で訓練に臨んでいただきます。約2週間の訓練期間中に面談を2回実施して就労現場視点からのフィードバックを行い、訓練終了後にも書面によるきめ細かなフィードバックを行うことで、より実践的な訓練となるよう努めています。

この取り組みは、障がい者従業員の業務遂行を支援・指導するスタッフ(指導員)にとっても、個々の障がい特性に合わせたコミュニケーションのとり方や作業工程の伝え方、作業精度の向上に必要な治具^{※2}の開発などの指導スキルをブラッシュアップできる、大変貴重な機会となっています。

また、昨今では希少となりつつある、人の手で行う業務を中心とした訓練カリキュラムを提供できる数少ない企業として、「多様な職業訓練の実施」を目的としている本事業に大きく貢献しています。



※1 公益財団法人東京しごと財団がハローワークと連携して実施する、障がいのある方のための多様な職業訓練
 ※2 作業工程で使用する補助具。個々の障がい特性に合わせた治具を開発・使用することで、誰もが等しく高い水準の製作物をつくり上げることができる

「ひとの力」を支える企業風土づくり

(ライフワークバランスと対話文化)

こころが弾む企業風土づくり

三越伊勢丹グループの存在意義(ミッション)が“こころ動かす、ひとの力で。”である
とおり、私たちが大切にしているものは“ひと”であり、私たちにとってグループ従業員
一人一人の“ひとの力”こそが財産です。

この“ひとの力”を最大化し、私たちが目指す姿(ビジョン)を実現するためには、従業員
一人一人が心身ともに健康で生き生きと働きたい・働きやすさを持って働ける環境を
つくっていくことが不可欠であり、働きたい・働きやすさの向上に向けて様々な取り組
みを行っています。

労使共同宣言「社内環境整備に向けた方針」

心身ともに健康でいきいきと働ける環境づくりのために社内環境整備に向けた方
針として、2023年6月に、会社とグループ労働組合が共同で宣言を発信しました。こ
の労使共同宣言では、「適正な労働時間管理」と「ハラスメント・ゼロ」のそれぞれに関
する具体的な行動指針を示しています。

また、労使共同宣言発信のほかにも、「適正な労働時間管理」の啓発ポスターの掲出
や、全役員、全従業員を対象にしたeラーニングの実施などにも取り組み、「安心して
働くことのできる職場環境づくり」を目指しています。

「安心して働くことのできる職場環境づくり」に向けた労使共同宣言

労働時間管理ルールの 遵守と業務改革に取り組みます	いかなるハラスメントも 絶対に行わず、一切許容しません
労働時間の正しい記録を徹底します	共に働く仲間と自分自身の両方を大切にします
本人 始業・終業時間以外の打刻や時間入力、 記録の不正な改変はしません	皆が、“相手の異なる意見を受け止める” “自分の気持ちも素直に伝えられる” 『対等で信頼感のある職場』をつくります
上司 上司は、部下が労働時間を正しく記録しているかを 必ず確認し、必要に応じて修正を指示・指導します	正しい知識と高い意識をアップデートし続けます
全員が業務改革に取り組みます	『やってはいけないこと』『言ってはいけないこと』 を正しく理解し、主体的に 「ハラスメント・ゼロ」に向き合います
本人 一人一人が業務改革の“たね”を見つけて、 チームで解決します	見て見ぬふりはしません
上司 業務の『やめる・まとめる・偏りをなくす』を 決断・実行します	ハラスメントかも?と思ったら見過ごさず、 “声を掛ける”“相談する”など、皆が勇気を持って行動します 会社は、相談や通報には誠実に対応し、 ハラスメントには厳正に対処します
対話を通じて推進します	
本人 業務の進捗や業務の課題を、 上司やチームに共有・相談します	
上司 部下やチームが持つ課題を十分に把握するために、 『対話の時間』と『対話の風土』をつくります	

株式会社三越伊勢丹ホールディングス 取締役 代表執行役社長 CEO 細谷 敏幸
三越伊勢丹グループ労働組合 本部執行委員長 菊池 史和

Section 1

イントロダクション

Section 2

重点取り組み(マテリアリティ)

Section 3

具体的な取り組み

Section 4

「ひとの力の最大化」に向けて

Section 5

ステークホルダーエンゲージメント

巻末資料

- 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

対話文化への取り組み

働きたい、働きやすさの向上を図り、従業員エンゲージメントを高めていくための
全ての取り組みのベースとなるのは“定期的な対話”です。

風通しが良くみんなが同じ方向を向いて企業価値を高めていける風土づくりのため
に、社内のあらゆる関係性において対話・議論を進め、一体感を醸成していきます。

主な取り組み	
トップマネジメント層と従業員との対話	CEOと従業員との対話 (2023年度 43回 546人)
ミドルマネジメント層とメンバーとの対話	ステージA(部長職)約240人 ステージB(課長相当職)約2,300人を 対象とした1on1教育の実施
労使コミュニケーション	各社トップと組合支部幹部との懇話会を 定期的実施



関連するDATA

83.1%

年次有給休暇取得率

5.01時間

1人当たり平均時間外^{*1}

4.08

従業員エンゲージメント
「適正な労働時間管理」に
関わる数値^{*2}

0.8%

傷病による休職者割合^{*1}

100%

ハラスメントeラーニング
受講率

4.21

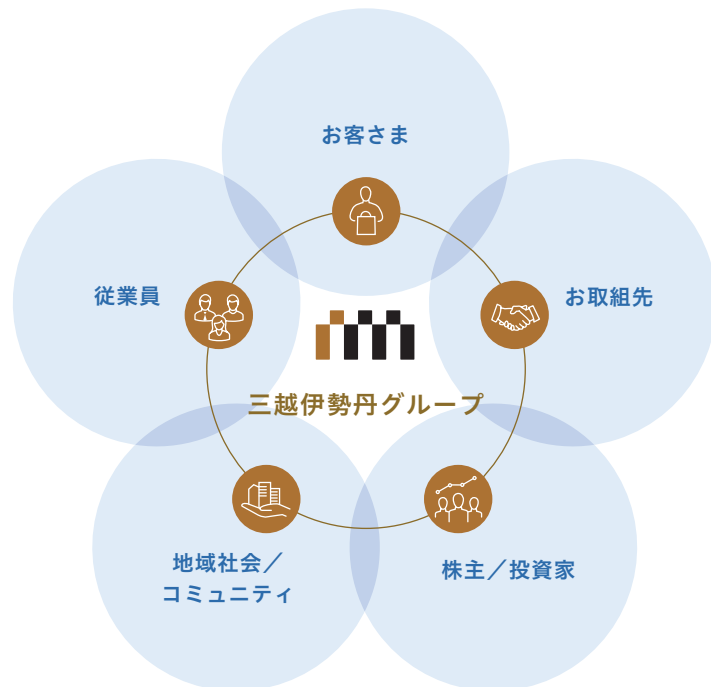
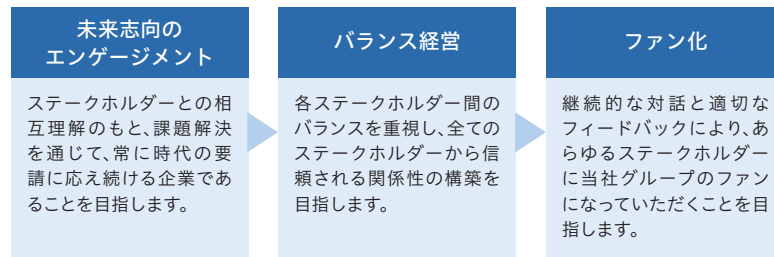
従業員エンゲージメント
「ハラスメント・ゼロ」に向けた
会社の取り組み数値^{*2}

※1 (株)三越伊勢丹 ※2 数値は5段階評価

ステークホルダーエンゲージメント

ステークホルダーと共創する未来

三越伊勢丹グループは、全てのステークホルダーとバランスよく、未来志向で友好的な対話やコミュニケーションを通じてWin-Winの関係性を構築し、社会価値向上および企業価値向上に寄与していきます。



ステークホルダーの皆さまからの貴重なご意見を社会課題や経営課題の認識につながる重要な手段と位置づけ、経営の意思決定に活用する仕組みづくりを強化するとともに、日ごろより積極的なコミュニケーション活動に励んでいきます。

ステークホルダーとのコミュニケーション一覧

	取り組みの考え方	主な対話の手段
お客さま	私たちは、お客さまの想いに寄り添い、コミュニケーションを大切にしながら、安心・安全の確保とともに、最良の品揃えとサービスを提供し、信頼され選ばれ続ける存在を目指します。	<ul style="list-style-type: none"> ● 日々の営業活動 ● 代表お問い合わせ窓口 ● お客さまアンケート https://pdf.irpocket.com/C3099/Rhyn/ajT7/hj74.pdf
お取引先	私たちは、お取引先との共存共栄の精神を尊び、安心・安全な商品・サービスを提供するとともに、責任あるサプライチェーンの構築に取り組み、持続可能な社会の実現に向け役割を果たしてまいります。	<ul style="list-style-type: none"> ● お取引先行動規範の通知 ● お取引先アンケート ● お取引先方針説明会 ● お取引先との個別対話
株主/投資家	私たちは、株主/投資家の皆さまとの双方向のコミュニケーションや適時・適正な情報開示などを通じ、経営の透明性の維持と説明責任を果たしながら、持続的な企業価値の向上を目指します。	<ul style="list-style-type: none"> ● 株主総会 ● 株主アンケート ● IR説明会(決算説明会・個人投資家向け説明会) ● サステナビリティ説明会、方針説明会 ● 統合レポート ● サステナビリティレポート
従業員	私たちは、多様な人財が失敗を恐れずに挑戦できる組織風土をつくるため、従業員との対話を重視するとともに、各施策・制度の整備を行い、「働きがい」「働きやすさ」が両立する職場環境の実現を目指します。	<ul style="list-style-type: none"> ● 役員・従業員対話会 ● 1on1ミーティング ● 社内イントラネットを通じた情報提供・意見交換 ● 従業員エンゲージメント調査 ● 組合活動、労使協議会
地域社会/コミュニティ	私たちは、地域社会やコミュニティに寄り添い、要請に合った商品・サービスの提供を通じ、地域社会の発展に貢献する活動を推進することで、お互いを尊重し合える関係性を築きます。	<ul style="list-style-type: none"> ● 社会貢献活動(災害支援・ボランティア活動など) ● 地域行事などへの参加 ● 産学連携活動の推進 ● (公財)伊勢丹奨学会を通じた次世代教育支援 ● 文化・伝統イベントの開催



マルチステークホルダー方針URL

<https://s3-ap-northeast-1.amazonaws.com/sustainability-cms-imhds-s3/pdf/%E4%B8%99%E8%B6%8A%E4%BC%8A%E5%8B%A2%E4%B8%B9%E3%83%9E%E3%83%AB%E3%83%81%E3%82%B9%E3%83%86%E3%83%BC%E3%82%AF%E3%83%9B%E3%83%AB%E3%83%80%E3%83%BC%E6%96%B9%E9%87%9D.pdf>

社外取締役からの期待

社外取締役

安藤 知子

(株)オープン・ザ・ドア 代表取締役



ビジョンに向けてのサステナビリティ経営

三越伊勢丹グループは、時代を先取りした変革を続けながら進化してまいりました。このたび発表しました中期経営計画も、2030年からさらにその先を見据え、既存の百貨店経営の概念を大きく進化させる、未来へのビジョンに向けての道筋の一步と言えるでしょう。

この変革の中で私たちが向き合うサステナビリティの課題は、環境やサプライチェーン・マネジメントなど多岐にわたります。中でも、当社だからこそ取り組むべきことは「人」「地域」「文化」という軸で、未来を見据えた新しい価値や仕組みをつくり出していくことであると思います。

複雑化するサステナビリティの課題に向き合いながら、経済的価値と社会的価値をあわせて豊かな未来を創造していくのは簡単なことではありませんが、ビジョンに向かって、当社ならではの力を最大限に活かし、リーディングカンパニーとして社会にインパクトを与えていくことを期待しています。また、そのために私も社外役員としての責務を果たしてまいりたいと考えています。

ひとの力の最大化





未来を見据えての進化に最も重要なのは人財です。当社グループは企業理念の中に「こころ動かす、ひとの力で。」をミッションとして掲げており、重点取り組み(マテリアリティ)の一つに「ひとの力の最大化」をうたい、人財育成や組織開発のためのアクションの充実に努めています。

ひとの力の最大化のためには、制度などの整備も大切ですが、その土台としてDE&I(多様性、公正性、包摂性)文化の醸成が不可欠であると私は考えています。DE&Iというと女性活躍という最初の一步すら停滞気味であるのが日本の現状ですが、本来のDE&Iはイノベーション、ステークホルダーのエンゲージメント、ガバナンス/リスクマネジメントといった経営の土台を成すものであり、経済のみならず、社会全体にも活力を与えるサステナビリティの中核を成す要素と考えられます。





未来を見据えるということは、現状からの延長線を引くのではなく、描いたビジョンと現状とのギャップを直視し、そのギャップを埋めるアクションにコミットするということだと思います。当社グループが自ら描いたビジョンに向かって邁進し、DE&I文化の醸成、ひとの力の最大化、そして地域と文化への活力という点においても、社会にインパクトを与え続けることを心より期待しています。

三越伊勢丹グループのサステナビリティに関する取り組みの評価などを一部抜粋してご紹介します。

📄 詳細はHPで御覧になれます。
<https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/evaluation/index.html>

参画しているイニシアティブ		インデックス等への組み入れ		
<p>国連グローバル・コンパクト</p>  <p>国連グローバル・コンパクト</p> <p>国連と民間(企業・団体)が手を結び、健全なグローバル社会を築くための世界最大のサステナビリティイニシアチブ。署名する企業は、人権の尊重、不当な労働の排除、環境への対応、そして腐敗の防止に関わる10の原則にコミットし、実現に向けた努力が求められます。</p> <p>🕒 2023年3月署名</p>	<p>気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD)</p>  <p>気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD)</p> <p>TCFDとは、金融安定理事会(FSB)により設置された、企業に対して年次報告において、財務に影響のある気候関連情報の開示を求めるものです。</p> <p>🕒 2021年11月賛同</p>	<p>FTSE Blossom Japan Sector Relative Index</p>  <p>FTSE Blossom Japan Sector Relative Index</p> <p>FTSE Russell社</p> <p>各セクターにおいて相対的に、環境・社会・ガバナンス(ESG)について優れた対応を行っている日本企業のパフォーマンスを測定するために設計。また、低炭素経済への移行を促進するため、特に温室効果ガス排出量の多い企業については、TPI経営品質スコアにより改善の取り組みが評価される企業のみを組み入れています。</p> <p>🕒 2024年度構成銘柄</p>	<p>SOMPOサステナビリティ・インデックス</p>  <p>2024 Sompo Sustainability Index</p> <p>SOMPOアセットマネジメント(株)</p> <p>ESG(環境・社会・ガバナンス)に優れた取り組みを行う約300社が構成銘柄に選定され、同社の「SOMPOサステナブル運用」に活用されます。</p> <p>🕒 2024年度構成銘柄</p>	<p>MSCI日本株女性活躍指数(WIN)</p> <p>2023 CONSTITUENT MSCI日本株女性活躍指数(WIN)</p> <p>MSCI日本株女性活躍指数(セレクト)</p> <p>MSCI (Morgan Stanley Capital International)社 (モルガン・スタンレー・キャピタル・インターナショナル社)</p> <p>MSCIが新たに開発した性別多様性スコアに基づき、業種内で性別多様性に優れた企業を選別して構築。MSCI ESG リサーチが非常に深刻な不祥事を起こしている、あるいは人権や労働者権利において深刻な不祥事を起こしていると評価する企業は対象外となります。</p> <p>🕒 構成銘柄(2023年6月時点)</p>

社外からの評価

<p>CDP</p>  <p>CDP(カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト)</p> <p>世界の主要企業に「気候変動」「水」「森林」に関する質問書を送付し、取り組み状況をA~Fの9段階で評価。「気候変動」では、CO₂など温室効果ガスの排出量や削減の取り組み、気候変動による事業リスク・機会などの情報開示が求められます。</p> <p>🕒 2022年から2年連続で最高評価「A」を取得</p>	<p>CASBEE</p> <p>(建築環境総合性能評価システム)</p>  <p>(一財)住宅・建築 SDGs推進センター(IBECS)</p> <p>建物の省エネ性能や室内環境、維持管理など建物の品質を総合的に評価して認定。</p> <ul style="list-style-type: none"> 🕒 伊勢丹新宿本店 🕒 三越日本橋本店 🕒 三越銀座店 🕒 伊勢丹浦和店 🕒 仙台三越 🕒 新潟伊勢丹 🕒 静岡伊勢丹 🕒 高松三越 🕒 松山三越 	<p>SEGES</p> <p>都市のオアシス</p>  <p>(公財)都市緑化機構</p> <p>快適で安全な都市緑地を提供する取り組みを認定する制度。「都市のオアシス」では、都市のアメニティに特化した緑地機能を評価。</p> <ul style="list-style-type: none"> 🕒 伊勢丹新宿本店「アイ・ガーデン」 🕒 三越日本橋本店「日本橋庭園」 🕒 三越銀座店「銀座テラス」 	<p>健康経営優良法人</p>  <p>2024 健康経営優良法人 Health and productivity</p> <p>経済産業省</p> <p>地域の健康課題に即した取り組みや日本健康会議が進める健康増進の取り組みをもとに、特に優れた健康経営を実践している大企業や中小企業などの法人を顕彰する制度。</p> <p>🕒 2024年認定</p>
---	---	--	---

サステナビリティに関する方針と推進体制

Section 1

イントロダクション

Section 2

重点取り組み(マテリアリティ)

Section 3

具体的な取り組み

Section 4

「ひとの力の最大化」に向けて

Section 5

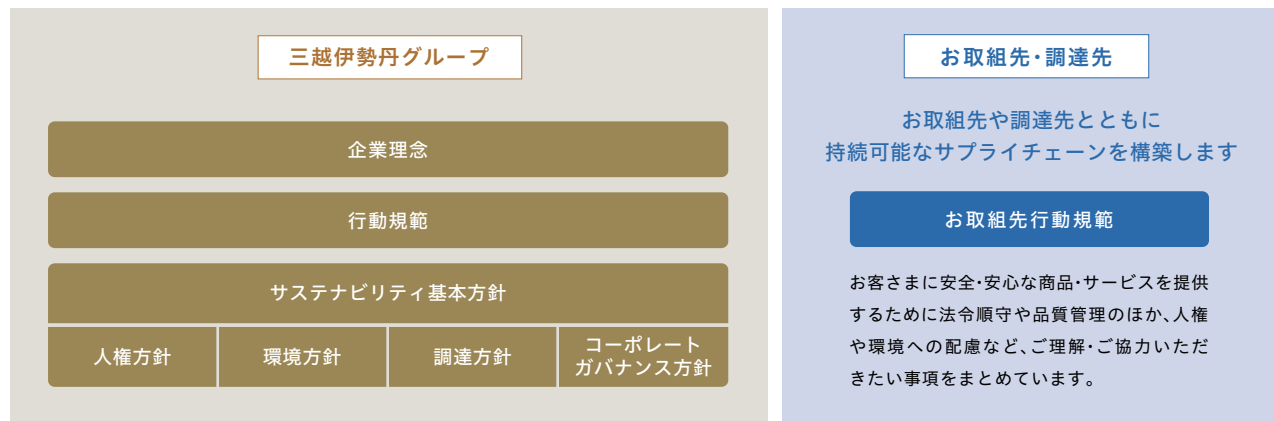
ステークホルダーエンゲージメント

巻末資料

三越伊勢丹グループでは、全ての企業活動の原点にある「企業理念」のもとでサステナビリティ経営に取り組んでいます。

「行動規範」は、企業理念を実践するための倫理的基準として定め、グループの全役職員の基本姿勢を示したものです。「サステナビリティ基本方針」と各種方針に基づき、具体的な取り組みを推進しています。

また、持続可能なサプライチェーンの構築のために「お取組先行動規範」を策定し、三越伊勢丹グループとお取組先および調達先が共に社会的責任を果たしていけるよう、順守事項を定めています。



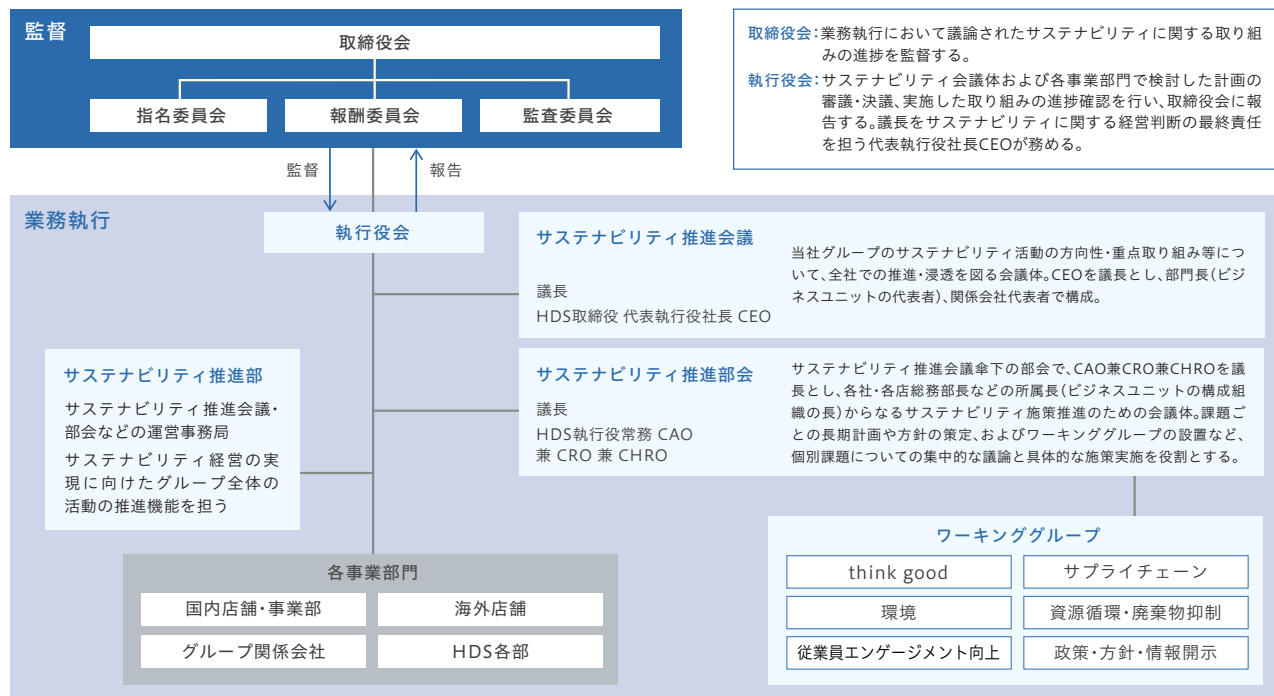
推進体制

ESG(環境/社会/ガバナンス)、SDGs(持続可能な開発目標)の視点を踏まえ、サステナビリティに関する重要事項について、執行役会にて審議・決議を行い、取締役会に報告を行っています。2018年度からCEOを議長とする「サステナビリティ推進会議」で取り組みの進捗確認や全社への浸透活動を行い、またCAO兼CRO兼CHRO※を議長とする「サステナビリティ推進部会」を設置し、課題ごとの具体的な取り組みの検討を行っています。

サステナビリティ経営をよりスピードを上げて進めるためにホールディングスにサステナビリティ推進部を設置し、グループ全体のサステナビリティ推進を行っています。

※ CAO:チーフ・アドミニストレイティブ・オフィサー
CRO:チーフ・リスク・オフィサー
CHRO:チーフ・ヒューマン・リソース・オフィサー

2024年度推進体制



※「HDS」はホールディングスを表しています

三越伊勢丹グループは、百貨店業を中心にクレジット・金融・友の会業、不動産業、その他の事業セグメントで構成されています。

事業に関する数字

当社グループは「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」を目指しています。

総額売上高

1兆2,246 億円

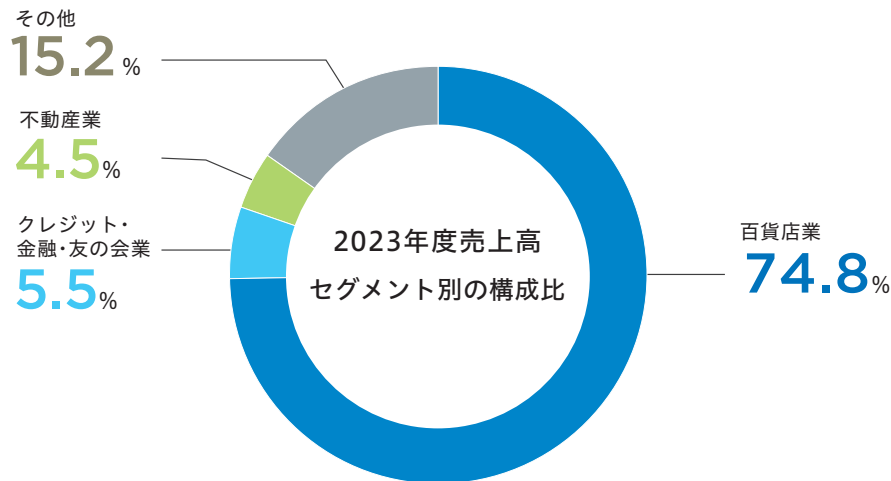
売上高

5,364 億円

営業利益

543 億円

(2024年3月期)



百貨店店舗数

国内 20 店舗	海外 23 店舗
三越日本橋本店 三越銀座店 札幌三越 仙台三越 名古屋三越栄店 名古屋三越星ヶ丘店 広島三越 高松三越 松山三越 福岡三越	伊勢丹新宿本店 伊勢丹立川店 伊勢丹浦和店 静岡伊勢丹 新潟伊勢丹 ジェイアール京都伊勢丹 岩田屋本店 岩田屋久留米店 丸井今井札幌本店 函館丸井今井
(2024年4月1日現在)	(2024年7月1日現在)

ステークホルダーに 関係する数字

当社グループの事業は、あらゆるステークホルダーに支えられています。

お客さま

識別顧客数(カード・アプリ会員など)

約 **700** 万人

株主さま

株主数

約 **30** 万人

お取組先

国内の百貨店お取組先数

約 **2** 万社

従業員(連結)

グループ従業員数

約 **1.7** 万人

(2024年3月期)

環境(Environment)に関するデータ

Section 1

イントロダクション

Section 2

重点取り組み(マテリアリティ)

Section 3

具体的な取り組み

Section 4

「ひとの力の最大化」に向けて

Section 5

ステークホルダーエンゲージメント

巻末資料

「-」としている箇所は、データがないため数値を記載していません。

気候変動

		バウンダリ	単位	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期	2024年 3月期
GHG排出量*	GHG Scope1			22,573	17,030	17,581	17,700	24,745
	GHG Scope2(マーケット基準)			152,628	123,237	125,663	113,745	141,677
	小計(Scope1+2)	グループ ^{※2}	t-CO ₂ e ^{※3}	175,201	140,267	143,245	131,445	166,422
	GHG Scope3			3,089,695	2,703,028	2,931,944	3,457,447	集計中
	計(Scope1+2+3)			3,264,896	2,843,295	3,075,189	3,588,892	集計中
GHG排出量原単位 (Scope1,Scope2マーケット基準合計) (総売上高 ^{※1} 当たり)				0.171	0.188	0.168	0.129	0.136
エネルギー使用量 ^{※4}	電力	グループ ^{※2}	GJ	2,885,213	2,462,215	2,499,182	2,522,707	2,583,914
			千kWh	295,615	252,275	256,063	258,474	299,064
	うち、購入または生成した再生可能エネルギー	グループ ^{※2}	GJ	545	652	638	96,205	90,873
			千kWh	55	66	65	9,875	10,518
	都市ガス・LPG他	グループ ^{※2}		430,939	327,533	340,518	342,003	343,412
	ガソリン			-	-	-	-	13,152
	軽油・A重油・灯油		GJ	10,769	10,475	9,113	10,848	13,311
	熱(蒸気・温水・冷水)			179,861	149,910	144,219	148,050	157,329
計			3,572,976	2,950,133	2,993,031	3,023,608	3,111,118	
エネルギー原単位(総売上高 ^{※1} 当たり)				3.42	3.96	3.51	2.97	2.54
フロン類排出量 ^{※5}	HFC	三越伊勢丹	t-CO ₂ e	2,017	1,686	2,113	2,786	3,586
	HCFC			70	381	159	191	399
	CFC			1,524	783	1,035	1,444	1,421
	計			3,614	2,853	3,309	4,425	5,406
CDP気候変動スコア	HDS		A-	A-	A	A	発表前	

資源と廃棄物

		バウンダリ	単位	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期	2024年 3月期
原材料使用量 (容器包装使用量)	国内百貨店事業 ^{※6}		t	4,375	2,412	2,518	2,700	2,458
廃棄物排出量			t	24,680	16,992	17,792	18,181	16,319
廃棄物リサイクル量			t	17,993	12,118	12,630	12,862	11,585
リサイクル率	国内百貨店事業と一部のグループ会社 ^{※7}		%	72.9	71.3	71.0	70.7	71.0
最終処分量			t	6,686	4,874	5,162	5,320	4,734
最終処分量原単位 (総売上高 ^{※8} 当たり)			t	6.5	6.5	6.1	5.2	4.4
食品リサイクル率			%	75.8	77.1	75.7	75.1	74.8

水

		バウンダリ	単位	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期	2024年 3月期
水資源使用量 ^{※9}	国内百貨店事業と一部のグループ会社 ^{※7}		千m ³	2,464	1,760	1,802	1,923	1,710
排水量			千m ³	1,916	1,561	1,613	1,723	1,529

★ ソコテック・サーティフィケーション・ジャパン(株)による第三者保証を取得

※1 百万円単位。2024年3月期より、グループ(連結)にて算出。2023年3月期までは国内グループ百貨店

※2 2024年3月期より、集計範囲をグループ(連結)にて算出。2023年3月期以前は、(株)三越伊勢丹ホールディングス、(株)三越伊勢丹、国内グループ百貨店、(株)三越伊勢丹の所有ビル(テナント貸含む)

※3 2024年3月期より、CO₂とフロン類が集計対象。2023年3月期以前は、CO₂のみが対象

※4 バウンダリの拡大・見直しや算定の精緻化に伴い、集計対象のエネルギーの品目は年度ごとに適宜変更・追加を実施。ただし、エネルギー使用量の内訳では、中国に所在する子会社は除く

※5 フロン類排出量の数値は、改正フロン抑制法に基づく届け出における算定漏えい量

※6 2024年3月期より、(株)ジェイアール西日本伊勢丹を除く

※7 2024年3月期より、(株)三越伊勢丹ホールディングス、(株)三越伊勢丹、国内グループ百貨店((株)ジェイアール西日本伊勢丹を除く)、(株)三越伊勢丹の所有ビル(テナント貸含む)。2023年3月期以前は、国内グループ百貨店

※8 総売上高は、国内グループ百貨店。百万円単位

※9 水使用量は、上水、井水、中水の合計値

社会(Society)に関するデータ

Section 1

イントロダクション

Section 2

重点取り組み(マテリアリティ)

Section 3

具体的な取り組み

Section 4

「ひとの力の最大化」に向けて

Section 5

ステークホルダーエンゲージメント

巻末資料

「—」としている箇所は、データがないため数値を記載していません。

情報セキュリティ

	バウンダリ	単位	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期	2024年 3月期
ISO 27001取得数		件	2	2	2	2	2
ISO 20000取得数	グループ	件	1	1	1	1	1
JISQ 15001(プライバシーマーク)取得数		社	5	5	3	4	4

従業員

	単位	2020年3月期		2021年3月期		2022年3月期		2023年3月期		2024年3月期		
		三越伊勢丹	グループ	三越伊勢丹	グループ	三越伊勢丹	グループ	三越伊勢丹	グループ	三越伊勢丹	グループ	
従業員数 ^{※1} (社員・地域限定社員)	女性	4,598	9,371	4,464	9,740	4,258	9,105	4,060	8,702	3,861	8,255	
	男性	2,186	4,092	2,104	4,282	2,006	4,010	1,894	4,128	1,800	4,002	
	計	6,784	13,463	6,568	14,022	6,264	13,115	5,954	12,830	5,661	12,257	
平均臨時雇用者数 ^{※1} (パートタイム雇用者数)	女性	1,788	2,650	1,622	2,934	1,492	2,603	1,343	3,544	1,227	3,183	
	男性	83	138	73	184	69	185	66	324	62	257	
	計	1,871	2,788	1,695	3,118	1,561	2,788	1,409	3,868	1,289	3,440	
平均勤続年数 ^{※2} (社員)	女性	21.2	18.6	21.4	18.8	22.0	19.5	22.1	19.5	22.2	19.8	
	男性	21.2	19.6	21.6	19.9	22.3	20.4	23.0	20.3	23.4	20.8	
	計	21.2	19.0	21.5	19.3	22.1	19.8	22.5	19.9	22.7	20.2	
平均年齢 ^{※2} (社員)	女性	43.2	42.6	43.7	42.9	44.1	43.3	44.4	43.5	44.6	43.8	
	男性	45.5	44.2	44.6	44.5	45.3	45.0	46.0	45.1	46.4	45.5	
	計	44.4	43.3	44.1	43.6	44.6	44.0	45.0	44.2	45.3	44.5	
障がい者雇用率 ^{※3}		%	—	2.69	—	2.75	—	2.83	—	2.83	—	3.00
女性役員数 ^{※4}		人	—	5	—	5	—	7	—	6	—	6
女性管理職数 ^{※5}		人	540	871	544	1,155	538	1,119	534	1,118	531	1,106
女性管理職比率 ^{※5}		%	25.9	25.2	26.7	29.5	27.1	29.7	27.7	30.6	28.0	31.2
育児休暇取得者数 (社員・地域限定社員)	女性	126	—	120	—	103	—	124	—	100	—	
	男性	14	—	13	—	17	—	34	—	39	—	
	計	140	—	133	—	120	—	158	—	139	—	
育児休暇取得率 (社員・地域限定社員)	女性	%	100	—	100	—	100	—	100	—	100	
	男性		23.3	—	21.7	—	30.9	—	87.2	—	105.4	
男性の育児休暇平均取得日数		日	—	—	—	—	—	—	—	—	36.1	
妊娠・育児のための 短時間勤務者数 (社員・地域限定社員)	女性	475	—	473	—	471	—	455	—	453	—	
	男性	1	—	0	—	0	—	0	—	1	—	
	計	476	—	473	—	471	—	455	—	454	—	
育児休暇からの復職者数 (社員・地域限定社員)		人	111	—	118	—	89	—	101	—	104	

	単位	2020年3月期		2021年3月期		2022年3月期		2023年3月期		2024年3月期	
		三越伊勢丹	グループ	三越伊勢丹	グループ	三越伊勢丹	グループ	三越伊勢丹	グループ	三越伊勢丹	グループ
従業員の離職率(社員・地域限定社員)	%	—	—	—	—	—	—	—	—	3.26	4.86
労働協約の対象となる従業員比率	%	—	—	—	—	—	—	—	—	93.9	97.4
組合加入従業員比率 (社員・地域限定社員)	%	100	—	100	—	100	—	100	—	100	—
OHSAS 18001 認証取得数 (労働安全衛生マネジメントシステム)	件	0	—	0	—	0	—	0	—	0	—
新卒採用人数 (社員・地域限定社員) ^{※6}	女性	79	—	25	85	24	88	19	108	25	138
	男性	23	—	14	32	9	36	10	39	10	33
	計	102	—	39	117	33	124	29	147	35	171
女性新卒採用比率	%	77.4	—	64.1	72.6	72.7	71.0	65.5	73.5	71.4	80.7
正規労働者の中途採用比率	%	—	—	11.0	20.2	10.0	17.8	9.8	17.4	8.5	17.3
労働災害件数(業務上災害)	件	74	—	59	—	47	—	44	—	51	—
労働災害件数(通勤途上災害)	件	61	—	42	—	32	—	40	—	25	—
年間総実労働時間	時間	1,789	—	1,781	—	1,761	—	1,763	—	1,771	—
年間総実労働時間1,700時間達成企業の割合 ^{※7}	%	—	4.3	—	30.4	—	39.1	—	39.1	—	47.8
年次有給休暇取得率(社員・地域限定社員)	%	83.3	—	64.7 ^{※8}	—	79.2	—	82.3	—	85.9	83.1
定期健康診断の有所見率	%	—	—	—	—	—	—	49.7	53.2	49.8	52.7
定期健康診断後の精密検査受診率	%	—	—	—	—	—	—	72.7	64.0	77.3	67.3
健康リテラシー教育受講率	%	—	—	—	—	—	—	99.1	91.3	99.5	88.4
ストレスチェック総合健康リスク値	%	—	—	—	—	83.0	90.0	84.0	92.0	83.0	92.0
傷病による休職者割合 ^{※9}	%	—	—	—	—	0.6	—	0.7	—	0.8	—
喫煙率	%	—	—	—	—	—	—	13.5	15.6	13.6	15.6
研修時間 ^{※10}	時間	6,093	—	12,018	—	65,411	—	59,943	—	103,584	—
延べ研修人数 (社員・地域限定社員・パートタイム・ お取引先従業員)	人	25,123	—	21,034	—	53,162	—	80,298	—	170,684	—

※1 各年4月1日時点、グループ数値はグループ連結(2022年6月より(株)エムアイフードスタイルを子会社化)、2021年3月期のみ国内グループ連結(海外を除く)

※2 各年4月1日時点、グループ数値はグループ国内連結

※3 各年6月1日時点、グループ数値は(株)三越伊勢丹および首都圏主要グループ会社各社の合計

※4 社外取締役および(株)三越伊勢丹ホールディングス・(株)三越伊勢丹の執行役員、グループ子会社役員

※5 各年4月1日時点

※6 2021年3月期は国内グループ連結(海外を除く)

※7 グループ23社

※8 新型コロナウイルス感染拡大防止に伴う緊急事態宣言発出対応のため、(株)三越伊勢丹では2020年4月8日から5月29日まで臨時休業。その間、従業員には公休を付与

※9 各年3月末時点

※10 基礎(入社6年目までの従業員向け研修、お取引先従業員のeラーニングによる入店研修など)、職務別、領域別、資格取得などの教育実施時間を指す(2022年3月期より入社研修が3年から6年に延長。e-ラーニングシステムは2019年より導入)

ガバナンス(Governance)に関するデータ

Section 1

イントロダクション

Section 2

重点取り組み(マテリアリティ)

Section 3

具体的な取り組み

Section 4

「ひとの力の最大化」に向けて

Section 5

ステークホルダーエンゲージメント

巻末資料

「—」としている箇所は、データがないため数値を記載していません。

コーポレート・ガバナンス

バウンダリ 単位		2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期	2024年 3月期	2024年 6月末時点	
取締役数	社内	女性	0	0	0	1	1	1
		男性	5	6	3	3	2	2
		計	5	6	3	4	3	3
	独立社外	女性	2	2	2	2	2	2
		男性	1	5	4	4	4	4
		計	3	7	6	6	6	6
	社外 (独立以外)	女性	0	0	0	0	0	0
		男性	1	0	0	0	0	0
		計	1	0	0	0	0	0
	総計		9	13	9	10	9	9
執行役兼務取締役数 (2020年6月より執行役兼務取締役数)	HDS 人	4	4	2	2	2	2	
執行役兼務取締役比率 (2020年6月より執行役兼務取締役数比率)	%	44.4	30.8	22.2	20.0	22.2	22.2	
社外取締役の独立比率	%	75	100	100	100	100	100	
女性取締役比率	%	22.2	15.4	22.2	30.0	33.3	33.3	
取締役の平均年齢(社外を含む)	歳	62.5	63.4	65.4	65.5	65.4	64.6	
取締役の平均年齢(社内のみ)	歳	60.3	61.2	62.3	62.5	59.0	59.3	
取締役会開催回数	回	15	13	12	12	10	—	
取締役会出席率	%	95.6	99.4	100	100	100	—	
独立取締役出席率	%	93.3	98.9	100	100	100	—	
取締役会出席率75%以下取締役数	人	0	0	0	0	0	—	
指名委員会 委員数 ^{※1}	社内	女性	—	0	0	0	0	0
		男性	—	1	1	1	0	0
		計	—	1	1	1	0	0
	独立社外	女性	—	1	1	1	1	1
		男性	—	3	3	3	4	3
		計	—	4	4	4	5	4
	社外 (独立以外)	女性	—	0	0	0	0	0
		男性	—	0	0	0	0	0
		計	—	0	0	0	0	0
	総計		—	5	5	5	5	4
指名委員会開催回数	回	—	9	10	10	8	—	
指名委員会出席率	%	—	100	100	100	100	—	
指名委員会出席率75%以下委員数	人	—	0	0	0	0	—	

バウンダリ 単位		2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期	2024年 3月期	2024年 6月末時点	
報酬委員会 委員数 ^{※1}	社内	女性	—	0	0	0	0	0
		男性	—	1	0	0	0	0
		計	—	1	0	0	0	0
	独立社外	女性	—	1	1	2	2	2
		男性	—	2	2	1	1	1
		計	—	3	3	3	3	3
	社外 (独立以外)	女性	—	0	0	0	0	0
		男性	—	0	0	0	0	0
		計	—	0	0	0	0	0
	総計		—	4	3	3	3	3
報酬委員会開催回数	回	—	9	8	8	8	—	
報酬委員会出席率	%	—	96	100	100	100	—	
報酬委員会出席率75%以下委員数	人	—	0	0	0	0	—	
監査委員会 委員数 ^{※1}	社内	女性	—	0	0	1	1	1
		男性	—	1	1	1	0	0
		計	—	1	1	2	1	1
	独立社外	女性	—	1	0	1	1	1
		男性	—	3	3	2	2	2
		計	—	4	3	3	3	3
	社外 (独立以外)	女性	—	0	0	0	0	0
		男性	—	0	0	0	0	0
		計	—	0	0	0	0	0
	総計		—	5	4	5	4	4
監査委員会開催回数	回	—	16	17	17	16	—	
監査委員会出席率	%	—	100	100	100	100	—	
監査委員会出席率75%以下委員数	人	—	0	0	0	0	—	

※1 2020年6月より監査役会設置会社から指名委員会等設置会社へ機関設計を変更

コンプライアンス

バウンダリ 単位	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期	2024年 3月期	
腐敗防止違反件数	件	0	0	0	0	0
腐敗防止違反罰金額	円	0	0	0	0	0
法令違反件数	件	1	0	0	0	0
法令違反罰金額	万円	1,526	0	0	0	0