


2022年度 サステナビリティ説明会

2022年12月2日（金）

 三越伊勢丹ホールディングス

目次

1. 三越伊勢丹グループのサステナビリティ

取締役 代表執行役社長 CEO 細谷 敏幸

2. 重点取り組みの進捗と今後の方向性

執行役常務 CAO兼CRO兼CHRO 田口 裕基

3. 具体的な取り組みと成果（三越伊勢丹ふるさと納税・アイム グリーン）

(株)三越伊勢丹 営業本部 オンラインストアグループ デジタル事業運営部

ふるさと納税 マネージャー 山本 比奈子

アイム グリーン マネージャー 大塚 信二

4. ガバナンスの現状と今後について

社外取締役 取締役会議長 橋本 副孝

5. 質疑応答

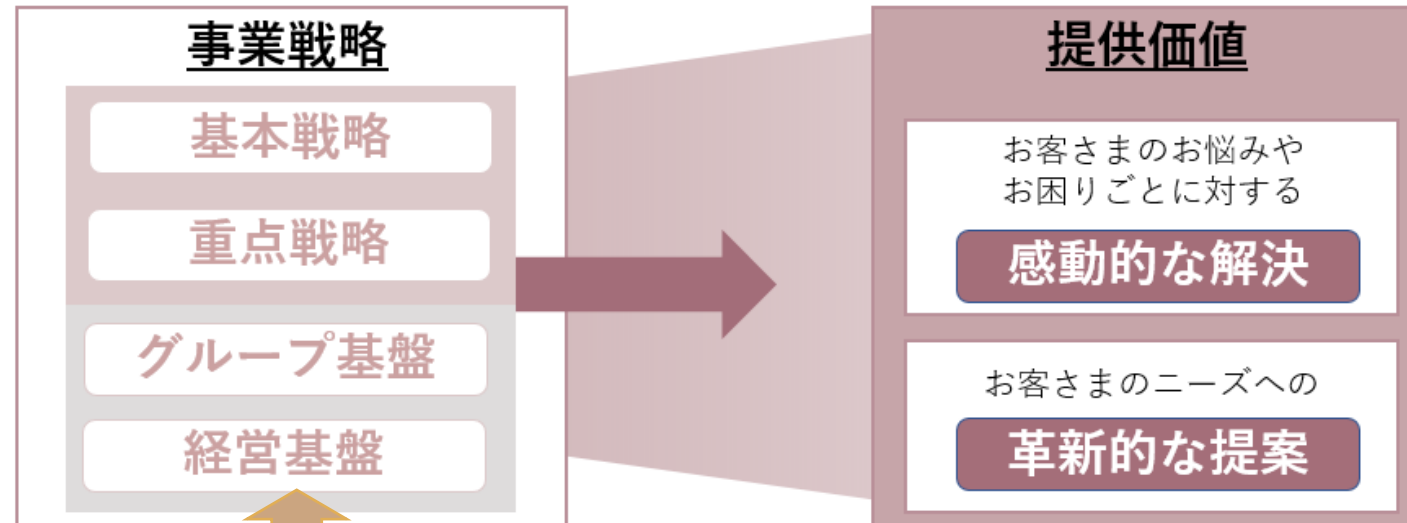
1. 三越伊勢丹グループのサステナビリティ

取締役 代表執行役社長 CEO 細谷 敏幸

三越伊勢丹グループのサステナビリティ

長期に目指す姿

お客さまの暮らしを豊かにする、“特別な”百貨店を中核とした小売グループ
～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～



サステナビリティ基本方針

人・地域をつなぐ

持続可能な
社会・時代をつなぐ

従業員満足度の向上

三越伊勢丹グループのサステナビリティは、社会的責任を果たすにとどまらず、暮らしの豊かさにつながる新しい価値を生み出すことを目指してまいります。

三越伊勢丹グループの3つの重点取り組み（マテリアリティ）

人・地域をつなぐ

- ・ 地域社会との協創
- ・ 文化・伝統の振興・継承
- ・ 未来を拓く「人とのつながり」



持続可能な社会・時代をつなぐ

- ・ 脱炭素社会に向けて
- ・ 人権や環境に配慮した サプライチェーン・マネジメント



従業員満足度の向上

- ・ ダイバーシティ & インクルージョン
- ・ ライフワークバランスの実現



グループガバナンス・コミュニケーション



長期目標（2030年）

人・地域をつなぐ

地域社会との協創
文化・伝統の振興・継承
未来を拓く「人とのつながり」

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

持続可能な
社会・時代をつなぐ

脱炭素社会に
向けて

温室効果ガス排出量▲50%（2013年度比）

再生可能エネルギーの導入比率60%

（国内百貨店事業の電力に占める割合） ※自社物件は100%

人権・環境に配慮し
たサプライチェーン

調達方針

従業員・お取引先への浸透率100%

従業員満足度の向上

ダイバーシティ
& インクルージョン

女性管理職比率38.0%（グループ計）

障がい者雇用比率3.50%

（株）三越伊勢丹および首都圏主要グループ会社の合計）

ライフワークバランス
の実現

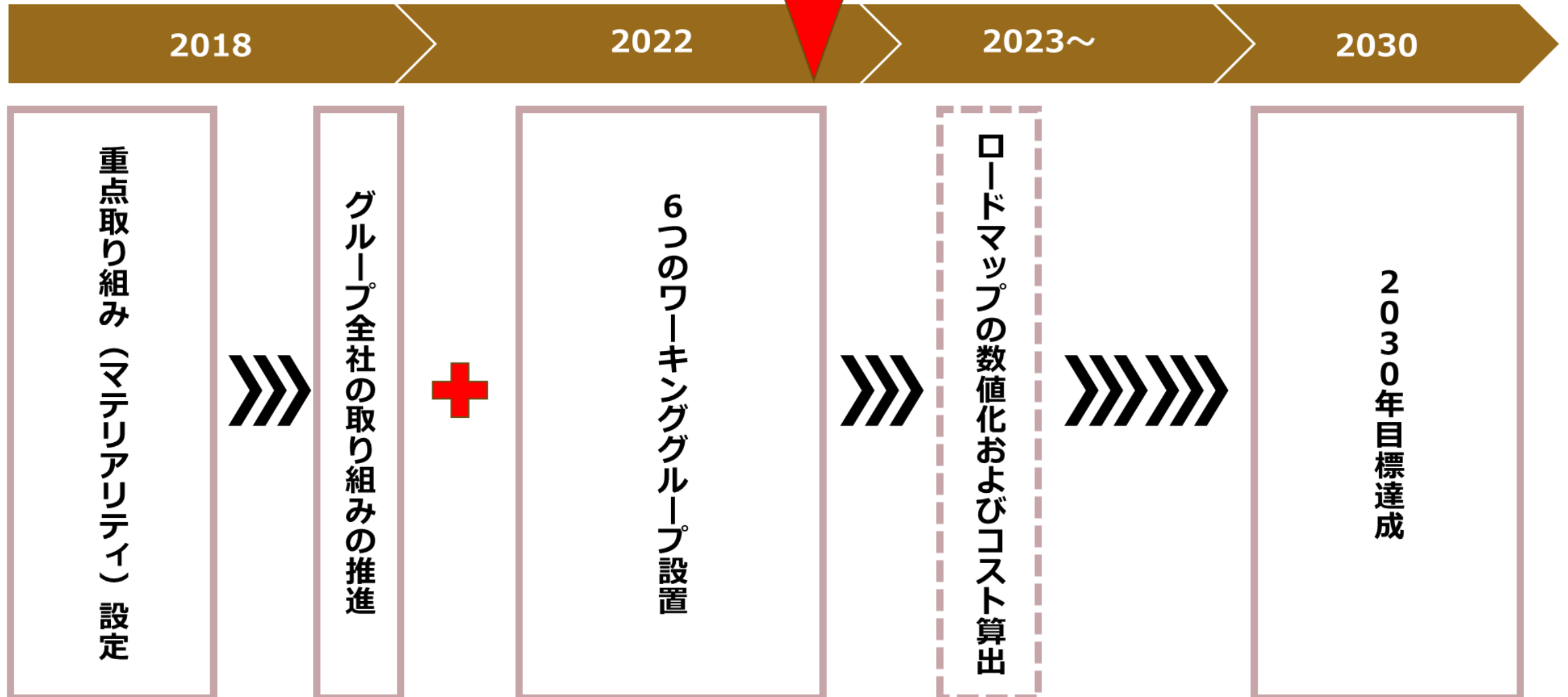
男性の育児休業取得率100%（グループ計）

年間総実労働時間1,700時間台達成企業の割合100%
（グループ23社対象）

長期目標（2030年）達成に向けて

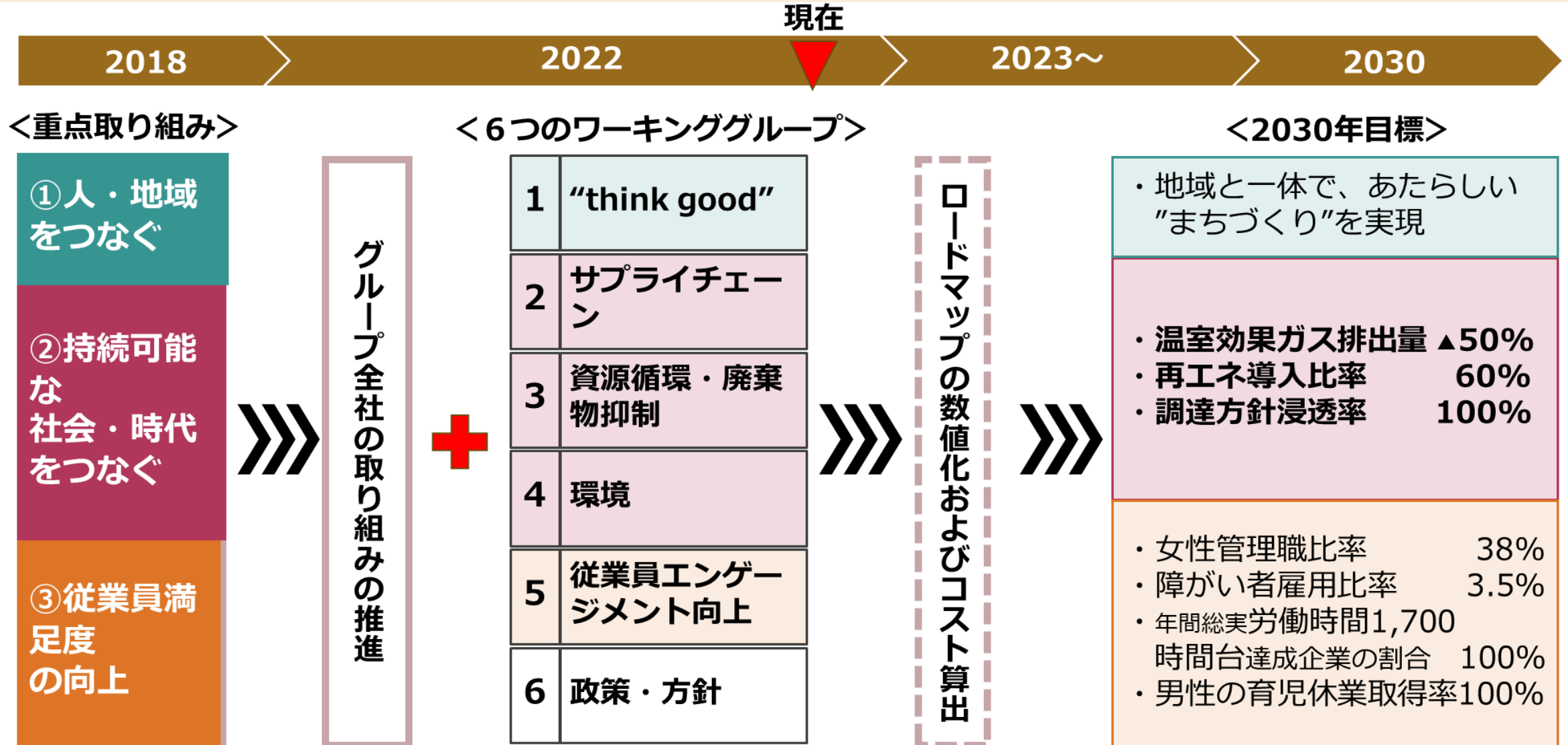
■グループ全社の取り組みと、6つのワーキンググループの両輪で推進

現在



長期目標（2030年）達成に向けて

■グループ全社の取り組みと、6つのワーキンググループの両輪で推進



三越伊勢丹グループのサステナビリティ

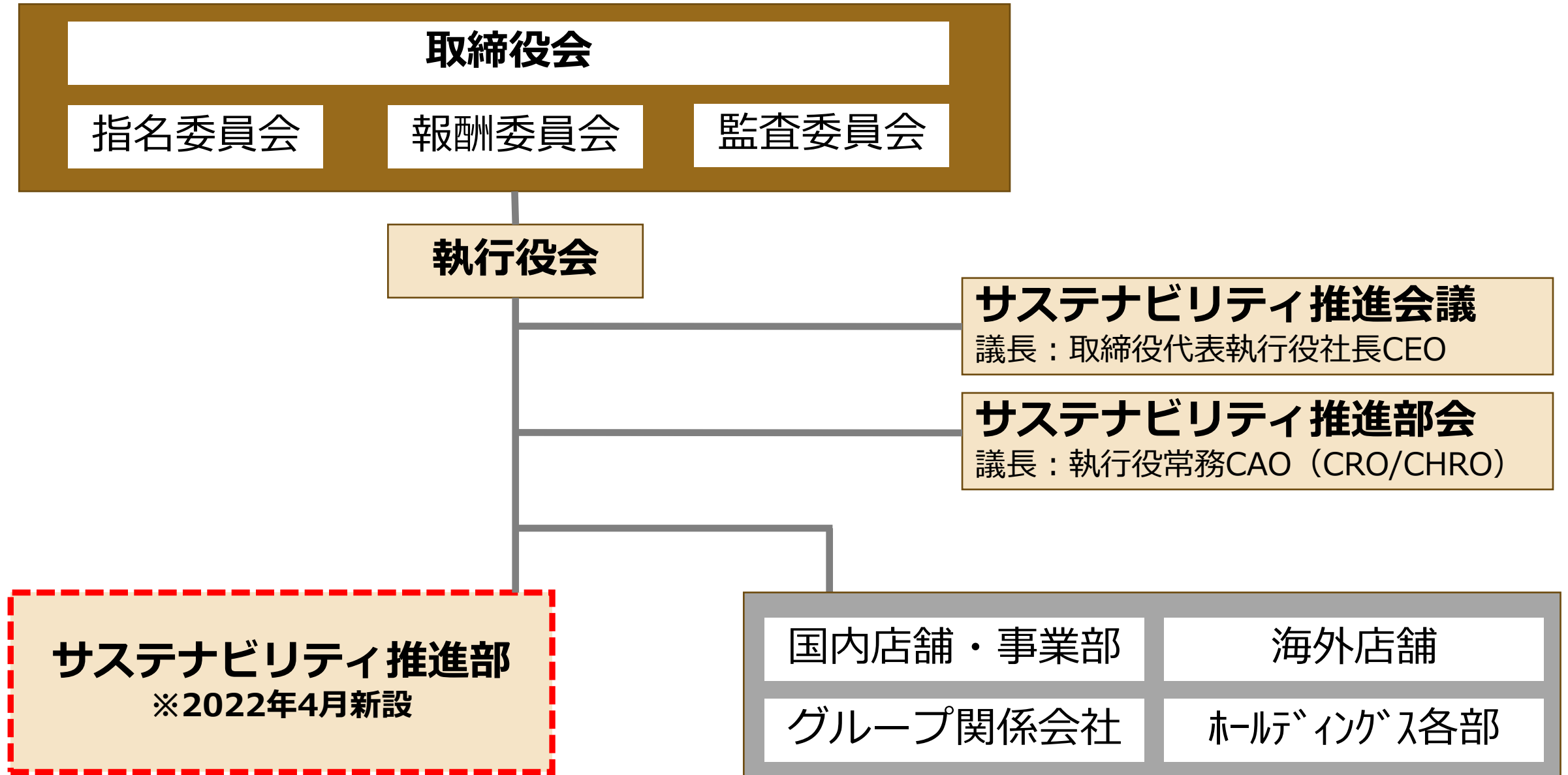
11月30日 サステナビリティレポート（2022年度版）を発行



2. 重点取り組みの進捗と今後の方向性

執行役常務 CAO兼CRO兼CHRO 田口 裕基

三越伊勢丹グループのサステナビリティ推進体制



6つのワーキンググループ

重点取り組み

① 人・地域をつなぐ

② 持続可能な 社会・時代をつなぐ

③ 従業員満足度の向上

ガバナンス コミュニケーション

ワーキンググループ

1 **“think good”**
(サステナブルなマーチャンダイジング活動の推進)

2 **サプライチェーン**
(サプライチェーンマネジメントのPDCA構築と推進)

3 **資源循環・廃棄物抑制**
(4R推進)

4 **環境**
(脱炭素社会の実現に向けた省エネ・創エネ・再エネ)

5 **従業員エンゲージメント向上**
(ダイバーシティ&インクルージョンと健康経営)

6 **政策・方針**
(方針・マテリアリティ (重点取り組み) の整理)

6つのワーキンググループによる推進

ワーキンググループ	主管部	関係部・人数	活動状況	22年度主たる活動内容
“think good”	MD計画部	4部門 4名	年2回キャンペーン 通年企画（随時）	630企画/年間目標700企画
サプライチェーン	マーケティング企画部	7部門 28名	本会議：2カ月毎 分会：毎月	お取引先との対話開始、方針類の見直しと行動原則策定
資源循環・廃棄物抑制	サステナビリティ推進部	4部門 8名	随時	プラスチック資源循環促進法対応と、4R推進
環境	管財部	2部門 6名	共有会：毎月	省エネ・創エネ・再エネの取り組み
従業員エンゲージメント向上	人財・組織力開発部	2部門 11名	会議：毎月 共有会：毎週	D&Iや健康経営推進に向けた、eラーニング等教育実施と制度検討
政策・方針	サステナビリティ推進部	2部門 7名	執行役会・取締役会 各1回	マテリアリティ再整理に向けた準備

長期目標（2030年）

人・地域をつなぐ

地域活性化
文化、伝統の継承
未来を拓く「人とのつながり」

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

持続可能な
社会・時代をつなぐ

脱炭素社会に
向けて

温室効果ガス排出量▲50%（2013年度比）

再生可能エネルギーの導入比率60%
（国内百貨店事業の電力に占める割合） ※自社物件は100%

人権・環境に配慮し
たサプライチェーン

調達方針
従業員・お取引先への浸透率100%

従業員満足度の向上

ダイバーシティ
& インクルージョン

女性管理職比率38.0%（グループ計）

障がい者雇用比率3.50%
（株三越伊勢丹および首都圏主要グループ会社の合計）

ライフワークバランス
の実現

男性の育児休業取得率100%（グループ計）

年間総実労働時間1,700時間台達成企業の割合100%
（グループ23社対象）

取り組み 項目

- ・ 地域社会との協創
- ・ 文化・伝統の振興・継承
- ・ 未来を拓く「人とのつながり」

現状

- ✓ 三越伊勢丹の歴史・のれん・国内外の店舗ネットワークを活用し、百貨店事業以外を含む、グループ全社で推進中
- ✓ 新規事業（ワンデイワークやふるさと納税）も着実に成果

今後

- “まちづくり”実現へ、当社グループならではの取り組みを拡充

2030年 目標

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

三越伊勢丹ふるさと納税については、後ほど、担当よりご説明します。

ワンデイワーク

- ✓ 慢性的な人手不足や、子育て層の就業機会といった社会課題の解決を目指す「ワンデイワーク」
- ✓ 22年3月、東北電力フロンティア(株)と業務提携し、7月より協業を開始。東北地域における、人材マッチング支援を通して、地域活性化へ

ONE
DAY
work



※ワンデイワークは、「人手が欲しい企業（雇用主）」と「単日で働きたい方（働き手）」をWEB上でマッチング、雇用契約、給与支払い・受け取りをワンストップで実現するプラットフォーム。時代にマッチした新しい働き方を提案するとともに、慢性的な人手不足や子育て層の就業機会といった社会課題の解決を目指しています。2019年11月のサービス開始以降、首都圏を中心に規模を拡大し、約140社の雇用主と約7万人の働き手が利用。

取り組み項目

・脱炭素社会に向けて

現状

- ✓ 22年度、創エネや省エネの新たな取り組みに着手
- ✓ 再エネについては、環境変化もあり、取り組みの見直しが必要

今後

- エネルギーの安定調達と、グループ全社での省エネ推進
- 直近の環境変化を踏まえた、新たなロードマップの策定

2024年 目標

- ・ 後方照明のLED化推進
- ・ 長期修繕計画による高効率機器への更新
- ・ 新技術を用いた設備システムの導入による省エネの推進

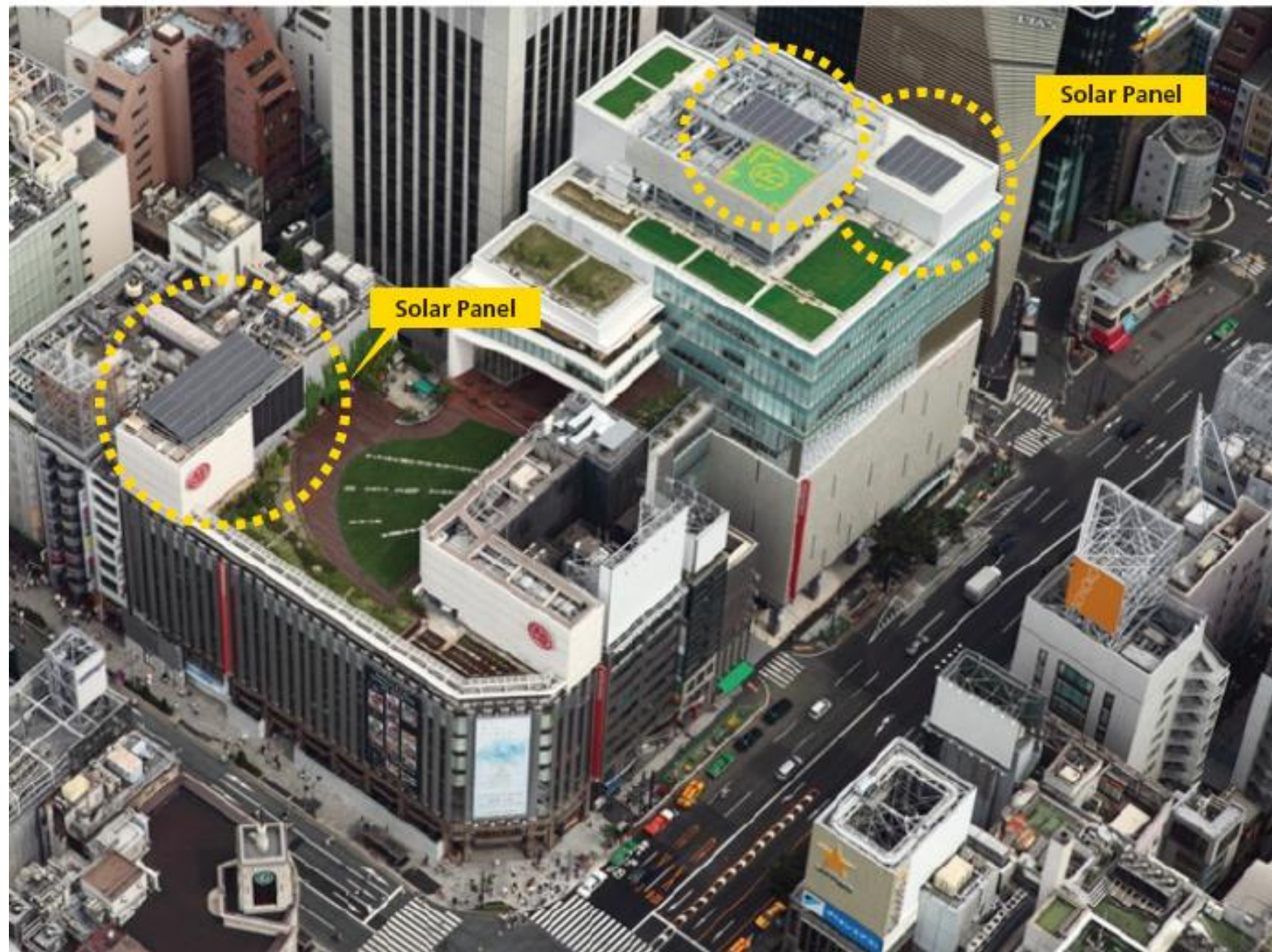
2030年 目標

- ・ 温室効果ガス排出量▲50%（2013年度比）
- ・ 再生可能エネルギーの導入比率60%

➤ 創エネ

- ✓ 伊勢丹新宿本店と三越銀座店の屋上に、太陽光発電システムを、導入済
- ✓ 現在、23年度本格運用を目指し、自社物流センター屋上へ設置準備中

※右写真は、三越銀座店の屋上太陽光発電システム（パネル）



➤ 資源循環の取り組み

✓ 4Rを推進

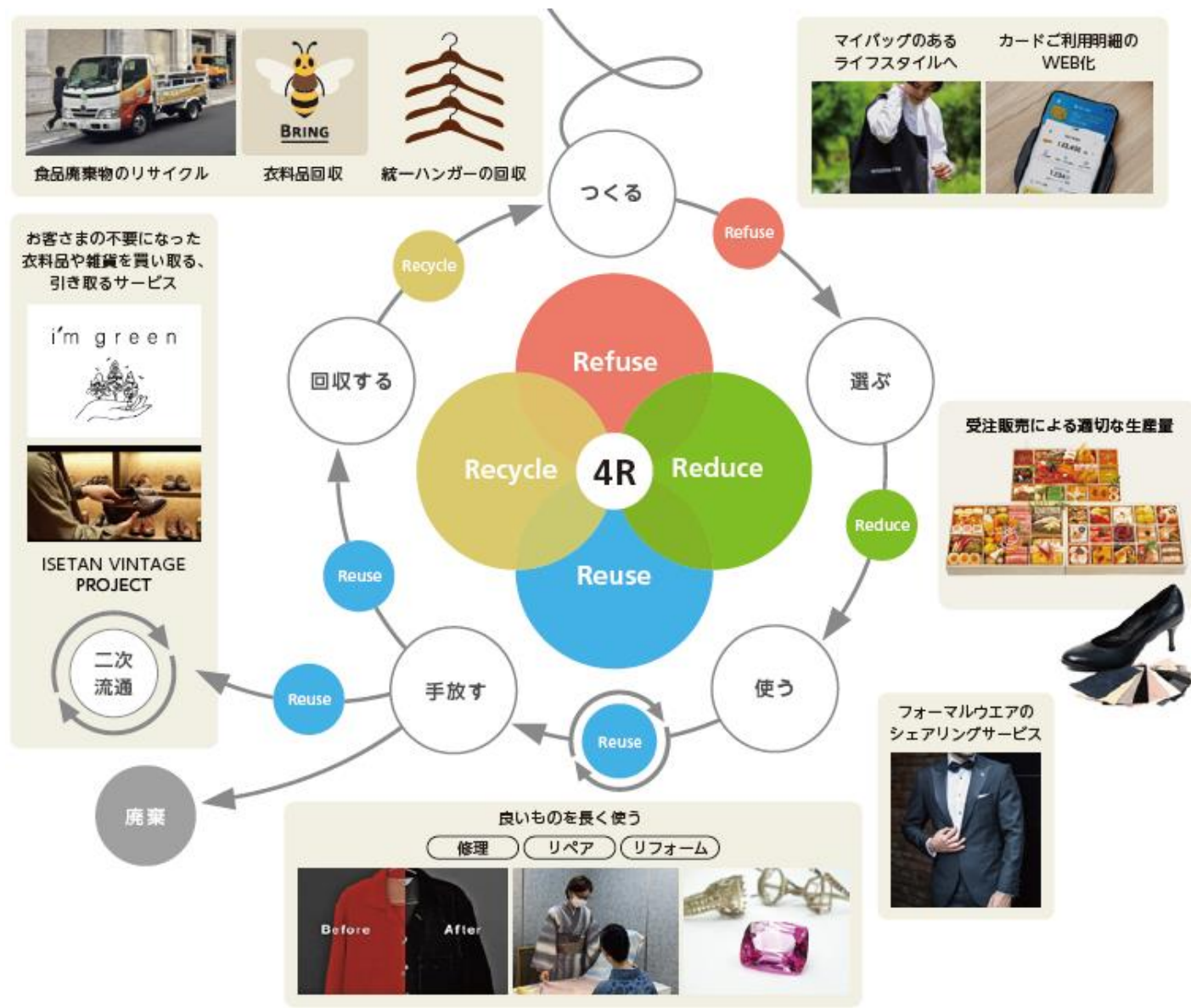
Refuse (ご辞退を提案)

Reduce (減らす)

Reuse (再利用)

Recycle (再生)

買取・引取サービス
i'm green (アイム グリーン)
の取り組みについて、後ほど、
担当よりご説明します。



取り組み項目

サプライチェーン・マネジメント

現状

- ✓ 一部のお取引先との個別の対話をスタート
- ✓ 課題やリスクはお取引先の業界や会社の体制等で異なり、個々の丁寧な対話、当社と一緒に取り組む姿勢が重要との認識

今後

- 調達方針をベースとした、お取引先との対話の拡大と継続
- 当社従業員に対する教育の実施

2024年 目標

- ・ 調達方針がすべてのお取引先に開示・説明され、課題共有、解決への対話がなされている状態
- ・ 人権デュー・ディリジェンスのプロセスが定着している状態
- ・ 従業員に対する人権教育100%実施

2030年目標

調達方針 従業員・お取引先への浸透率100%

重点取り組み③「従業員満足度の向上」



取り組み項目

- ・ダイバーシティ & インクルージョンの推進
- ・ライフワークバランスの実現

現状

- ✓ 24年度目標達成に向け、各種取り組みを推進中
- ✓ 男性育児休業取得者の中には、6カ月から1年程度の長期取得例も複数出てきており、社内にも浸透



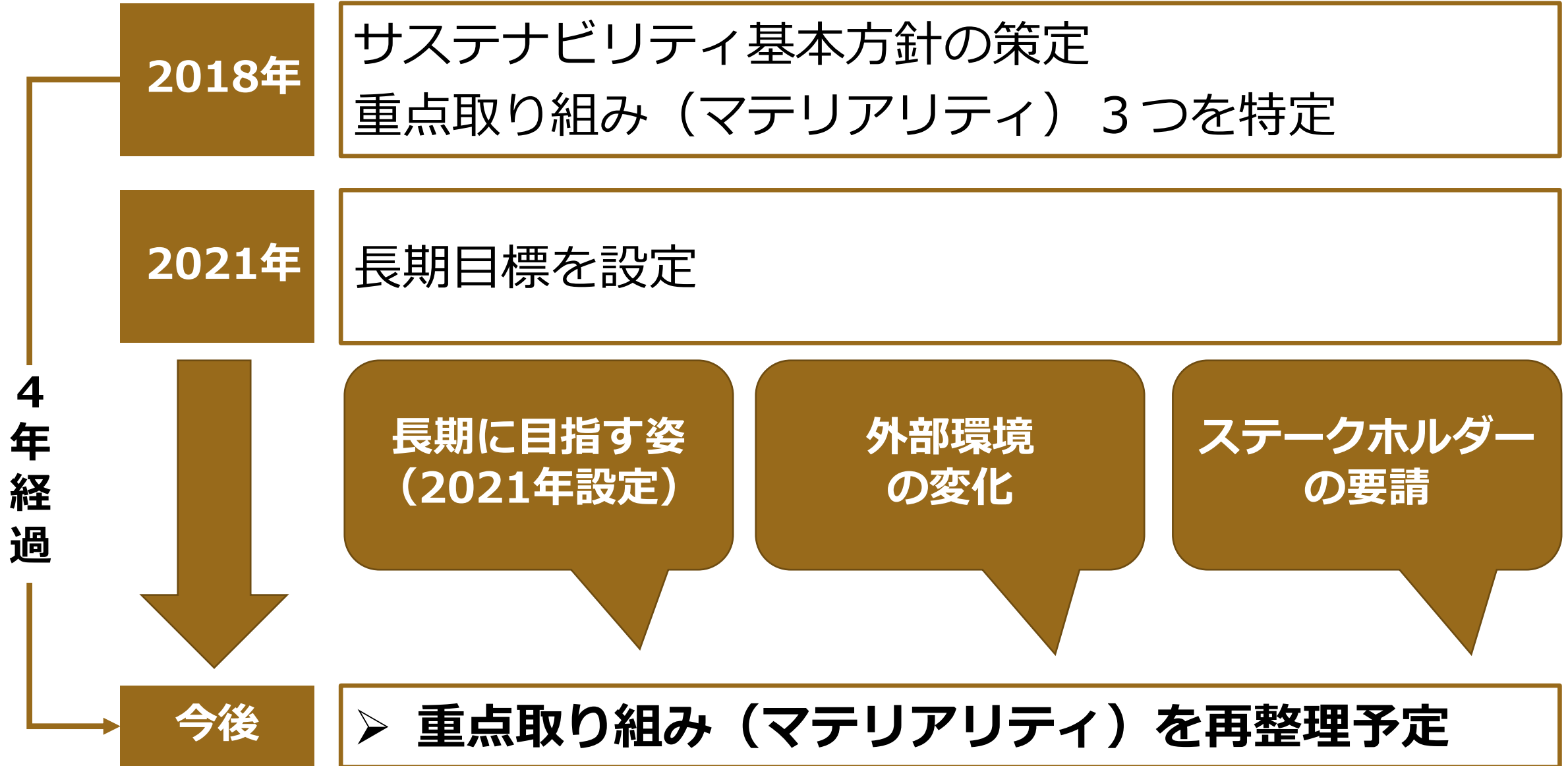
	現在	2024年	2030年
女性管理職比率	31.0%	33.0%	38.0%
障がい者雇用比率	2.83%	3.00%	3.50%
男性育児休業取得率	30.9% ※(株)三越伊勢丹	100.0% ※(株)三越伊勢丹	100.0% ※グループ全社
年間総実労働時間1,700時間台 達成企業の割合	39.1%	80.0%	100.0%

➤ コミュニケーション

- ・ 21年度に続き、トップマネジメントによる従業員との対話を継続
- ・ あらゆる取り組みのベースとなるコミュニケーションの活性化に向け対話や議論を進め、一体感を醸成



23年度に向けて



3. 具体的な取組みと成果



『三越伊勢丹ふるさと納税』

i'm green



『アイム グリーン』

重点取り組み①「人・地域をつなぐ」
『三越伊勢丹ふるさと納税』

(株)三越伊勢丹 営業本部 オンラインストアグループ デジタル事業運営部
ふるさと納税 マネージャー 山本 比奈子

地域百貨店が主役になれるデジタル事業

地域百貨店が元気で在ることが地域の活力につながる

そのためには『**地域百貨店が主役になれるデジタル事業**』が必要ではないか？
そんな思いから生まれたのが、百貨店の強みと地域特産品を活かした「**ふるさと納税事業**」

デジタルで得た収益は店舗運営に活用



より魅力的な店舗づくりができる

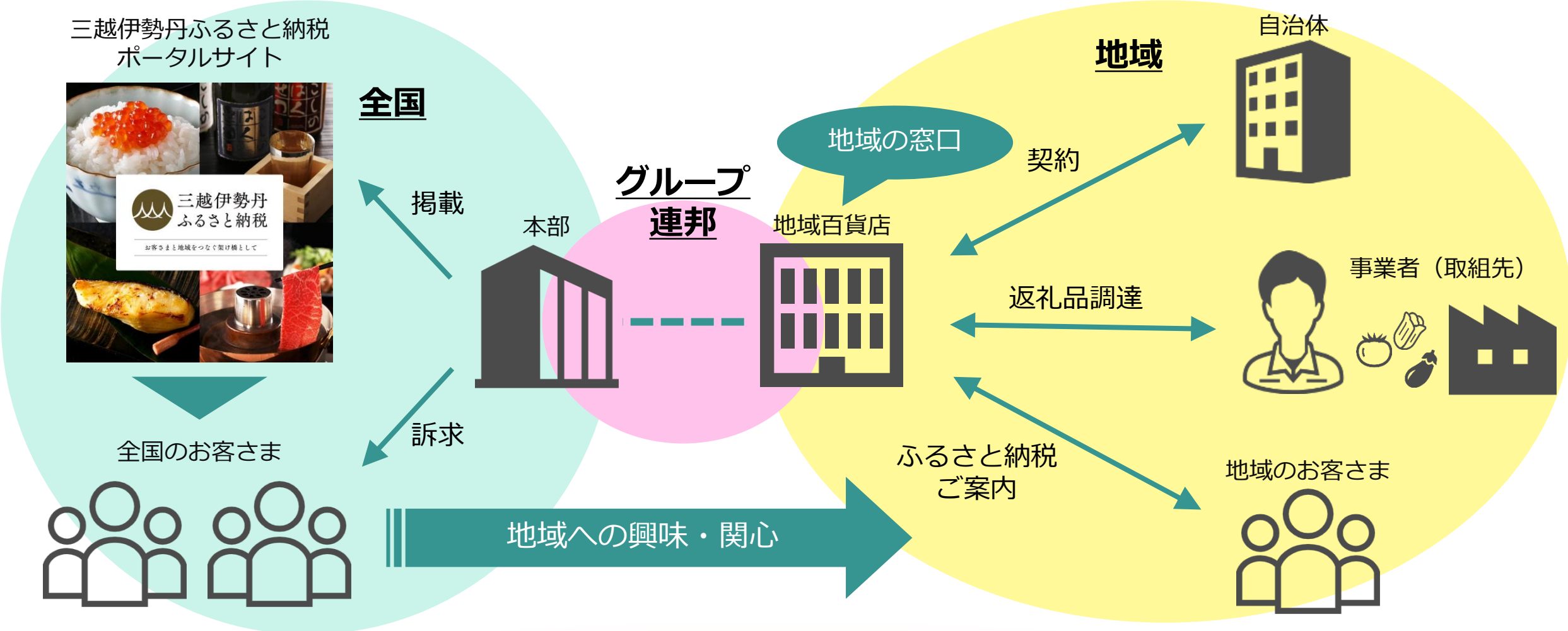
店舗の顧客はデジタル顧客化



店舗にない商品もオンラインで紹介できる

デジタルが生み出す店舗とお客さま間の好循環が地域活性化につながる

地域とのつながりを強化する取り組み



自治体・事業者・地域のお客さまとの窓口は地域百貨店が担当
— より近い距離から地域を支援できる仕組みを構築 —

地域事業者の販路拡大への取り組み

すべての返礼品において徹底していること

バイヤーによる見極め

百貨店基準の品質管理

- ✓ 百貨店の店頭やオンラインストアに商品として掲載可能
- ✓ 「高品質な地域産品」かつ「百貨店取り扱い商品」として一般流通に載せることが可能

事業者はふるさと納税制度にとらわれない販路への拡大が可能となる
— 持続可能な地域産業活性化への貢献 —

お客さまと地域をつなぐ架け橋として

三越伊勢丹ふるさと納税では、ふるさと納税を利用するきっかけ作りとして、店頭カウンターを随時開催。

WEBだけではない対面でのサポートは、お客さまからも

自分だけではできなかった、
ありがとう

とのお声を多くいただいている。

この事業のコンセプトでもある

—お客さまと地域をつなぐ架け橋として—

お客さまとのつながりを大切にしながら、
更なる事業拡大を目指していきたい。



重点取り組み②「持続可能な社会・時代をつなぐ」
『i'm green (アイム グリーン)』

(株)三越伊勢丹 営業本部 オンラインストアグループ デジタル事業運営部
アイム グリーン マネージャー 大塚 信二

アイム グリーンについて

- ✓ (株)三越伊勢丹が自主運営する買取・引取サービス（直営では百貨店初）
- ✓ 2020年10月～三越日本橋本店で検証開始、2021年10月の伊勢丹新宿本店のオープンを機に本格ローンチ
- ✓ 経済循環と資源循環の2つの大きな役割を担っている

私たちの取組

眠っている持ち物から未来を創る

あなたのおうちに眠っている、大切にしていたものはありませんか？

まだ使えるけど・・・何となく捨てられずにしまったまま。

こんなお声をたくさんいただきます。

i'm greenは、使われなくなったものを

また新たに活躍できる未来に繋げる場所へと送り出す三越伊勢丹のサービスです。

捨てない社会、必要以上に作らない社会を実現するために一

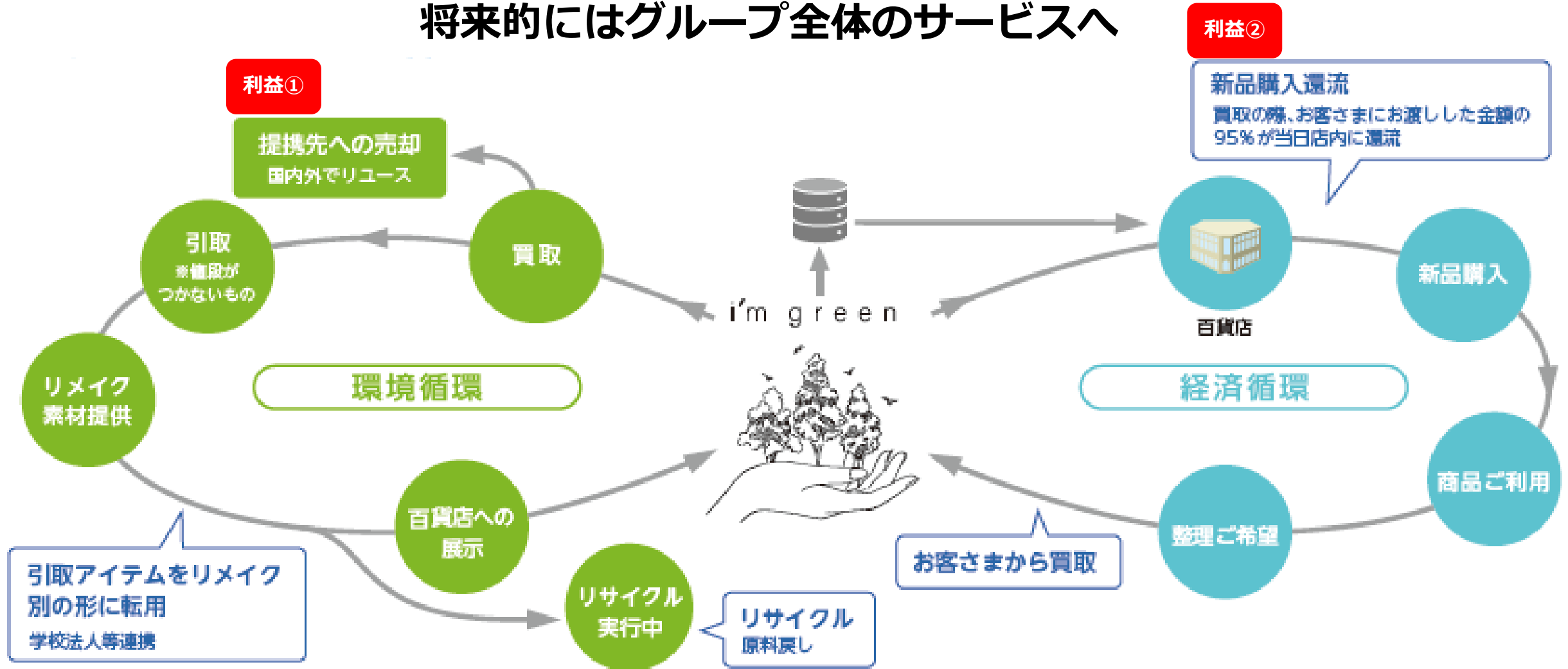
i'm green



アイム グリーンのモデル

経済と環境の両輪を循環させ、サステナブルな仕組みを構築

将来的にはグループ全体のサービスへ



【アイム グリーン】の経済循環】 買取ビジネスと還流

経済循環① 買取ビジネスでの収益

2021年 10月正式ローンチ、営業利益単年黒字化

2022年 2022年度2Qまでの営業利益は計画比150%で推移
本年度で累年黒字化を達成予定（2020年～の検証期から）

2023年 常設店舗の拡大・外商担当者への買取研修スタート

- ✓ 年間8000件のお客さまがご利用。査定対象はファッションアイテムから骨董・絵画まで多岐にわたる
- ✓ 高感度上質顧客を対象を絞り、外商顧客向けに出張買取を実施
- ✓ 外商担当者が販売・買取が出来るよう仕組みを構築。2023年度から一部店舗外商から検証開始

経済循環② 新品購入還流

2022年 お買取り後に返金した額の9割以上が店内にて当日新品購入
(スポット調査)

2023年 システム開発を行い、更なる還流促進を実施

- ✓ 新品購買で使用できる限定クーポン配布や、エムアイカードポイントのキャンペーン付与などを実施
- ✓ 外商担当と情報連携し、買取後の新品購買に繋げている

【アイム グリーン】の環境循環】捨てずに次へ繋げる活動

環境循環① リユースで次に繋げる

そのままの形で各アイテムをリユース

- ✓ 2021年10月～のローンチ1年間で10万点をそのままの形をリユース
- ✓ 買取後は、提携先を通じて国内外へ販売

環境循環② 形を変えてリユース

産学連携を行い、学校行事での使用や、リメイク授業などに活用して頂く活動を推進

- ✓ 22年10月に都立青山高校と連携。学校全体で演劇を行う文化祭「外苑祭」において衣装提供
- ✓ ファッション系学校法人との今後取り組みを検討中

環境循環③ リサイクル

リユースできなかった衣料などは
提携先を通じて、リサイクル



4. ガバナンスの現状と今後について

社外取締役 取締役会議長 橋本 副孝

5. 質疑応答
