



持続可能な未来に向けて、三越伊勢丹グループは企業理念「こころ動かす、ひとの力で。」を軸に、社会からの多様な要請と期待に応えながら、サステナビリティ経営のさらなる推進に努めています。

本冊子は、従業員一人ひとりがサステナビリティを自分ごととして捉え、主体的に行動することを後押しする目的で企画しました。従業員の本気の取り組みが、社会やお客さま、お取引先、株主、投資家など多様なステークホルダーの皆さまからの信頼と共感を生み出し、持続的な企業価値の向上と社会課題の解決につながることを目指します。

## 目次 第一部 三越伊勢丹グループへの社会からの期待とアンサー

Q1 なぜ三越伊勢丹グループはサステナビリティに取り組むのですか? ----- P.2

Q2 なぜ責任あるサプライチェーンの構築に取り組んでいるのですか? ----- P.6

Q3 なぜ気候変動への対応に取り組む必要があるのですか? ----- P.9

Q4 なぜ資源循環に取り組む必要があるのですか? ----- P.12

Q5 三越伊勢丹グループにとって「人・地域をつなぐ」意味とは? ----- P.15

Q6 なぜ「ひとの力の最大化」が重要なのですか? ----- P.18

## 第二部 三越伊勢丹グループのサステナビリティ経営

三越伊勢丹グループの価値創造プロセス ----- P.21

4つの重点取り組み（マテリアリティ） ----- P.22

三越伊勢丹グループのサステナビリティ活動“think good” ----- P.26

サステナビリティアンバサダー制度 ----- P.28

サステナビリティに関する方針と推進体制 ----- P.29

従業員の皆さま、株主・投資家の皆さま、学生の皆さまをはじめ、お取引先や地域社会、お客さまなど、当社グループが重要視する多様なステークホルダーの皆さまに向けて、サステナビリティ経営や方針、具体的な取り組みを分かりやすく紹介しています。

### 従業員の皆さまへ

本冊子は「なぜ私たちはサステナビリティに取り組むのか?」という問いに社長が答えるところから始まります。トップの考え方や、各テーマで当社グループがどのような社会課題と向き合い、どのような期待に応えているかをご確認いただけます。日々の業務や意思決定にご活用ください。

### 株主・投資家の皆さまへ

サステナビリティと事業が一体となって価値創造を目指す当社グループの基本的な考え方と将来の可能性をお伝えします。第一部で扱う各テーマは、当社グループの方針と実践を総合的に理解するうえで参考となります。定量的な指標（ESG関連データ）や各種ガイドライン（TCFDなど）は、コーポレートサイトをご参照ください。

(<https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/esg-data/index.html>)

### 学生の皆さまへ

従業員がそれぞれ自分の言葉で語る本冊子は、当社グループの企業風土を理解するうえで有用です。特に「ひとの力の最大化」では、キャリア形成に関する具体的な事例をご紹介します。多様なキャリアや成長の機会に関心がある方は、採用情報もあわせてご覧ください（採用サイト：<https://www.imhds.co.jp/recruit/index.html>）。

### 編集方針はこちら

[https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/editorial\\_policy/](https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/editorial_policy/)

### サステナビリティに関する情報開示媒体

■サステナビリティレポート(日本語/英語) [🔗](#)

■統合レポート(日本語/英語) [🔗](#)

■有価証券報告書(日本語) [🔗](#)

■コーポレート・ガバナンス報告書(日本語/英語) [🔗](#)

## 第一部 三越伊勢丹グループへの社会からの期待とアンサー

1

なぜ三越伊勢丹グループはサステナビリティに取り組むのですか?

# Q1. なぜ三越伊勢丹グループはサステナビリティに取り組むのですか?

なぜ、三越伊勢丹グループはサステナビリティに取り組むのか。

その原点ともいえるこの問いに、CEOの細谷が答えます。

対談相手は、SDGパートナーズ有限会社代表取締役CEO田瀬 和夫氏。

サステナビリティの専門家との対話で、

経営トップはどのように答えたのでしょうか。

(対談実施日：2025年7月30日)

## お客さまの声を聞きながら歩んできた当社グループの歴史

**田瀬氏** 御社の歩みは、三越の前身の呉服店「越後屋」から数えて350年以上になると伺っています。これほど長く続いてこられた理由は、どのような価値を世の中に提供してきたからだとお考えですか。

**細谷** 「提供価値」というと難しく感じますが、創業以来、私たちが続けてきたことは、「お客さまのお困りごとを解決する」「お客さまに喜んでいただく」という非常にシンプルなことです。1904年に「デパートメントストア宣言」を行い、呉服という1つのアイテムの店から百貨の品揃えの店へと転換したのも、お客さまの要望により幅広く応えるためでした。目の前のお客さまの声にひたすら耳を傾け続けてきたこと、その積み重ねが長い歴史を築く原動力になったと考えています。ただ、不確実性が高まる今の社会では、このビジネスモデルが維持できるかどうかは私自身大きな問いがあると感じています。

**田瀬氏** 2025年度からの中期経営計画では、「“館業”から“個客業”への変革」を掲げられましたね。

**細谷** “館業”とは、館の中に百貨を揃えてお客さまを集め、売れるのを待つという従来の方法です。これからは、一人ひとりのお客さまとつながり、ニーズを的確に捉えて価値ある提案をする“個客業”への進化が必要です。これまで得てきた信頼をより一層ビジネスに活かしていきます。ECの普及などにより消費行動も多様化していますし、単に「お客さまに喜んでいただく」だけでなく、長期的な視点でお客さまや社会と向き合うことが重要だと感じています。



### 田瀬 和夫氏プロフィール

SDGパートナーズ代表取締役CEO。国連職員や外務省などを経て、サステナビリティ、SDGs、ビジネスと人権の専門家として企業・自治体への支援や講演実績も多数。

## サステナビリティこそ、経営の根幹

**田瀬氏** 経営者として、サステナビリティをどう捉えていらっしゃいますか。

**細谷** 2021年の社長就任の際にまず、「サステナビリティ経営を取り入れる」と宣言しました。私にとって、サステナビリティは経営に密接に関わっています。

**田瀬氏** 就任と同時にそうした宣言をされた意図は何だったのでしょうか?

**細谷** 特別なことをしようと考えたわけではありません。サステナビリティとは、事業で得た利益を社会に還元し、お客さまの「嫌」を感動的に解決し続けることだと考えています。つまり、私たちの事業活動そのものがサステナビリティだといえるのではないのでしょうか。

## Q1.なぜ三越伊勢丹グループはサステナビリティに取り組むのですか?

# A ● お答えします

## 350年続いた歴史こそがサステナビリティ経営の根幹。 進化・変革を続け、100年先も続く存在に。

**細谷** 350年以上続く企業として、サステナビリティはすでに私たちのDNAに深く刻まれていると感じます。経営の根幹にサステナビリティがあるからこそ、ここまで事業を長く継続できたのではないかと思います。

**田瀬氏** すばらしいお考えですね。ただ、現代においては、自社の事業だけではなくグローバルなサプライチェーン全体におけるサステナビリティを実現することが求められています。百貨店の場合、多くのテナント企業が入り、そこからサプライチェーンが広がるため、全体のコントロールが難しい部分もあるのではないのでしょうか。

**細谷** おっしゃる通り、私たちのお取引先は現在2万社以上あり、規模も体制もさまざまです。全てのお取引先の皆さまと丁寧に対話を重ね、協働しながら一緒にやっていくことが大切です。理解や実践に時間を要することもあります。諦めずに粘り強く継続することが全体のレベル向上につながると思っています。

### 「ひとの力」で、たゆまざる進化・変革を

**田瀬氏** 今後、例えば次の10年を見据えたとき、経営の舵取りの上で「鍵」となるのは何だとお考えですか。

**細谷** 先に触れた“個客業”をどう深化させていけるかだと思っています。お客さま一人ひとりの心に深く入り込み、感動を与えられる提案をし続けていくことが重要です。

そのためには、もちろんデジタルも活用しますが、やはり重要なのは「ひと」です。「ひとの力」こそ、私たちのビ



ジネスの基盤です。その最大化が、成長のドライバーになるのだと思います。3年前に約16,000人のグループ全社員で考えつくりあげた企業理念「こころ動かす、ひとの力で。」はその象徴です。

**田瀬氏** 100年後の三越伊勢丹グループに、「こんな会社であってほしい」という思いをお聞かせください。

**細谷** 「こうあってほしい」と限定するよりも、100年後も、少しずつ変化しながら事業が続いてほしい、という思いが強いですね。そのための変化の一步を踏み出すことが私の役割だと考えています。

**田瀬氏** 最後に、従業員の方々へのメッセージをお願いします。

**細谷** 一番伝えたいのは、どんな状況でも「自分たちならできる」という自信を持ってほしいということです。そして、350年の歴史を大切に、誇りを持ちつつも、現状に甘んじることなく進化・変革を続けてほしい。これからも、そう伝え続けたいと思っています。

### 田瀬氏より 対談を終えて

今回の対談では、三越伊勢丹グループが350年以上の歴史の中で培ってきた信頼や人の力、そしてサステナビリティを経営の根幹に据える姿勢に強く共感しました。変化と挑戦を恐れず、未来に向けて進化し続ける企業文化は、社会に新たな価値を提供し続ける原動力だと感じます。今後のさらなる発展に大いに期待しています。

## Q1.なぜ三越伊勢丹グループはサステナビリティに取り組むのですか?

**A.** 担当役員としてお答えします。

「こころ動かす」取り組みを通じて、  
持続可能で誇りある未来を切り拓くために。

執行役常務 CAO兼CRO※ 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



三越伊勢丹グループは、企業理念「こころ動かす、ひとの力で。」のもと、長年にわたり信頼と感性を大切にしながら社会に貢献してきました。

いま、気候変動や資源制約、人口構造の変化といった大きなうねりに直面するなかで、私たちは「こころが動く豊かさ」を追求し、事業の成長と社会課題の解決を両立させ、それを磨き続けることが不可欠だと考えています。

### 地域社会や環境をめぐる課題に向き合う

地域社会との共創においては、各地の工芸・食・文化にまつわるストーリーを丁寧に紡ぎ、作り手の想いとお客さまの感性をつなぐことが私たちの役割です。単にものを販売するだけでなく、「そこでしか出会えない語りや体験をお届けすること」が、地域への貢献につながります。



サステナビリティアンバサダー  
ワークショップ参加の様子 (P.28参照)

また、持続可能な環境の実現に向けて果たすべき責任も非常に大きいと考えます。再生可能エネルギーの導入や食品ロス削減の取り組みを強化するとともに、修理・メンテナンス・リメイク・リユースまで一貫して提供することで、「長く大切に使う」という価値観を社会へ広げています。

### サステナビリティを自分ごととして

従業員の皆さんには、日々の業務の中にすでに存在する多くの「良い取り組み」に気づき、それを自らの役割とサステナビリティに結びつけて考えていただきたいと思います。

また、百貨店事業だけでなく、システム・カード・建築など、グループ各社との連携も重要です。部門や会社の垣根を越えて推進することが、当社グループの強みを最大限に発揮することにつながります。

現在、私たちはこれまでの“館業”から“個客業”へビジネスモデル転換を進めています。進化と変革の途上にある今だからこそ、多様な可能性が広がっています。2万社以上のお取組先とつながり、生活のさまざまな場面でサステナビリティに直結する事業を展開できることが、当社グループの特長です。

こころが動くと、人は動きます。人が動くと、社会も変わります。次の100年を見据え、私たちはこれから「こころを動かす」ことを起点に、世界中のお客さまに向けて、持続可能で誇りある未来を切り拓いていきましょう。

2

なぜ三越伊勢丹グループは  
責任あるサプライチェーンの構築に取り組んでいるのですか?

## 三越伊勢丹グループが責任あるサプライチェーンの構築に取り組む背景

## 私たちのまわりで起こっていること

サプライチェーンにおける人権侵害などの社会課題に対して企業には責任ある対応と適切なリスクマネジメントが一層求められています。



## 三越伊勢丹グループへの期待

## お取引先からの期待

ラグジュアリーブランドをはじめ、多くのお取引先が当社グループのサプライチェーンにおける人権・環境リスクを重要視しています。ラナ・プラザ崩壊事故のような悲劇は、無関係な問題ではなく、対策としてサプライヤーと協働したリスク管理が求められています。

2025年7月に実施したお取引先アンケートでは、当社グループへの期待として「消費者やユーザーに支持されるサステナブルな製品やサービスの開発、提供」「責任あるサプライチェーンの構築」が上位に挙がりました。

詳しい情報はこちら <https://www.imhds.co.jp/content/dam/imhds/corporate/pdf/sustainability/questionnaire.pdf>



## ラナ・プラザ崩壊事故

2013年、バングラデシュのラナ・プラザで発生したビル崩壊事故は、1,000人以上の方が命を落とし、2,500人以上の方が負傷した世界的に大きな衝撃を与えた労働災害です。違法建築、過酷な労働環境、低賃金、ハラスメントなど、深刻な問題が浮き彫りになりました。

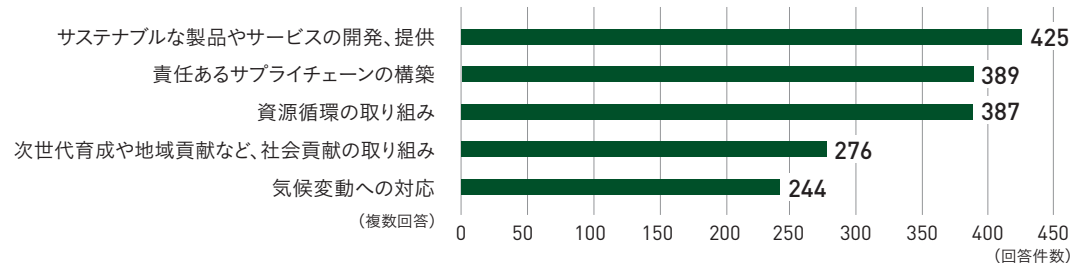
今なお根絶しない  
児童労働・強制労働

工業製品や衣料品、化粧品などの原料の多くは発展途上で採取されており、児童労働や強制労働の温床となっている場合があります。世界では今なお約1億3,800万人の子どもが児童労働に従事しており、そのうち約5,400万人が危険な環境で働いています。

(参照:「児童労働の世界推計 2024年版」2025年6月)



## お取引先へのアンケート結果



# 私たちの取り組み

● お答えします

## 三越伊勢丹グループが責任あるサプライチェーンの構築に取り組む理由

サプライチェーンの上流に潜むリスクを見逃ごすことは、ブランド価値の毀損や社会的信頼の喪失を招くだけでなく、人権や環境問題を増長させる恐れがあります。当社グループは独自のサプライチェーン・マネジメントの構築に向け、リスクの早期発見と対応に取り組んでいます。

当社グループは、グループ人権方針及び調達方針のもと、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「私たちが大切にしている思考と行動 (VALUES)」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」ことを掲げ、お客さまの暮らしを豊かにする企業の責任として、従業員一人ひとりが常に念頭に置き、持続可能な調達活動を推進しています。

また、お取引先との対話を大切に、共に課題解決を目指す姿勢が、当社グループのサプライチェーン・マネジメントの特長です。対話を通じて信頼関係を築き、双方にとって有益な関係を育むことで、ブランド価値の向上と社会的責任の両立を実現していきます。

とりが常に念頭に置き、持続可能な調達活動を推進しています。



(株)三越伊勢丹 営業本部 店舗戦略統括部長  
サプライチェーンワーキンググループ長  
五十嵐 賢

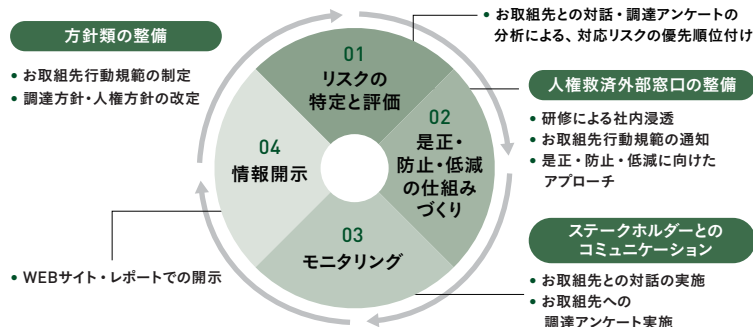
## 具体的な取り組み

詳しい情報はこちら <https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/society/human-rights.html>

### 持続可能な サプライチェーンの構築

当社グループは、人権や環境などの課題に配慮した責任あるサプライチェーンの構築を推進しています。三越伊勢丹グループ行動規範に基づきリスク管理、対話、従業員研修、社内外の相談窓口整備等に取り組む、お取引先との協働を通じて透明性を高め、長期的な成長を実現します。

三越伊勢丹グループのサプライチェーン・マネジメントのサイクル



### サロン・デュ・ショコラ バイヤーとして調達に込める想い

チョコレートは近年、サステナビリティの観点からも世界的に注目されています。品質だけでなく、児童労働や強制労働といった社会課題も重要です。担当バイヤーとしてこのような課題への意識を高く持ち、日頃のお取引先との対話を通じて信頼関係を大切にしています。こうした取り組みを通じて、持続可能なサプライチェーンの構築を進めています。



(株)三越伊勢丹 第IMDグループ  
新宿食品・レストラン商品部  
他階催事(サロン・デュ・ショコラ)  
バイヤー 田嶋 紘一郎

3

なぜ三越伊勢丹グループは  
気候変動への対応に取り組む必要があるのですか?

## 三越伊勢丹グループが気候変動への対応に取り組む背景

## 私たちのまわりで起こっていること

気候変動は、  
お客さまの暮らしや消費行動を変化させ、  
その影響はお取引先を含む  
サプライチェーン全体に及びます。



## 三越伊勢丹グループへの期待

## 社会からの期待

お客さま、お取引先、投資家、行政、地域の方々、国際機関など、さまざまな立場から「三越伊勢丹グループに気候変動への対応をより積極的に進めてほしい」という声が高まっています。こうした期待に対応できなければ、企業としての評価や信頼が低下する可能性があります。

## 暮らしへの影響

平均気温の上昇に伴い、台風や豪雨といった気象現象の激甚化が進んでおり、多くの人々の暮らしや経済活動、自然環境に大きな影響を与えています。

私たちのビジネスに  
与える影響

自然災害の増加は、原材料の供給遅延、物流の混乱、工場の操業停止など、業種・業態を問わず、サプライチェーン全体に深刻な影響を与えます。また、エネルギー価格の上昇や温暖化抑制に向けた新たな規制への対応などにより、商品の仕入れ価格にも影響が出る可能性があります。

## サプライチェーン全体での排出抑制

私たちが扱う商品やサービスは、つくられるとき、運ばれるとき、店舗で販売するとき（照明や空調を含む）そしてお客さまに届き、使われ、廃棄されるまでのあらゆる過程で、エネルギーや資源を使い、温室効果ガスを発生させています。当社グループは、店舗やオフィスで使うエネルギーなどに由来する温室効果ガスの排出はもちろん、サプライチェーン全体における排出削減にも主体的に取り組み、責任を持つことが期待されています。

# 私たちの取り組み

● お答えします

## 三越伊勢丹グループが気候変動への対応に取り組む理由

気候変動への対応は、社会の一員としての責任です。私たちは事業運営に伴い温室効果ガスを排出しており、お取引先と協力して減らすことが求められています。

当社グループでは、気候変動への対応を重要な課題と位置づけ、国際的な水準に準じて、温室効果ガス排出量の削減を進めています。店舗の照明をLEDに切り替え、また太陽光発電を含む再エネ電力調達を拡大するなど、エネルギーの使い方の見直しに取り組んでいます。現時点では、三越日本橋本店本館、岩田屋本店本館・新館、所沢センターなどを、実質的に再生可能エネルギー100%で運営しています。

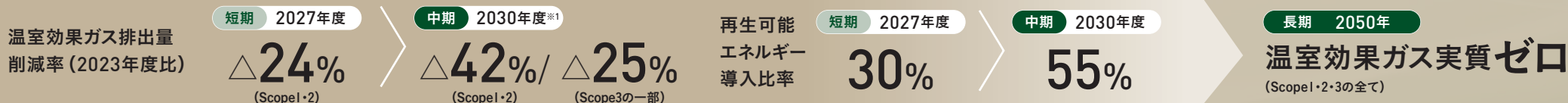
また、当社グループが販売する商品の製造や運搬など、お取引先の活動でも多くの温室効果ガスが発生しています。これらも私たちのビジネスによる影響の一部と捉え、協力して排出量を減らしていくことが大切です。

今後も、自社での省エネや再エネの拡大だけでなく、お取引先との連携を強めながら、サプライチェーン全体での排出量削減にも取り組むことが大切です。



(株)三越伊勢丹ホールディングス  
執行役員 CRE戦略室長  
環境ワーキンググループ長  
辻井 隆之

### 気候変動対応に関する目標



※1 当社グループの2030年までの温室効果ガス排出量削減目標は、国際的な気候変動イニシアチブの「SBTi (Science Based Targets initiative)」により、科学的根拠に基づいた目標「SBT (Science Based Targets)」として認められています。

### 具体的な取り組み

詳しい情報はこちら <https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/environment/greenhouse-gas.html>

#### 太陽光発電による電力調達 (オフサイトPPA) の取り組み

当社グループは、再生可能エネルギーの調達拡大に向けて、敷地外に新設された太陽光発電所と長期契約を結ぶ「オフサイトPPA」を導入しました。この仕組みにより、2025年9月現在、三越日本橋本店本館や伊勢丹新宿本店の一部電力を賄っています。導入にあたり「持続可能な社会の実現に向けて、自部門で何ができるか」という問いに真摯に向き合い、一つひとつ課題を

乗り越えながら、あたらしい電力調達の選択肢を模索しました。長期的な視点で矛盾や負担が生じないように慎重に判断し、環境全体への影響にも配慮しています。この選択は、会社としての姿勢を示すものであり、「社会課題の解決に本気で取り組んでいる」と自信を持って伝えられるものです。今後も店舗での導入拡大を目指し、担当者一人ひとりが責任と誇りを持って挑戦を続けていきます。



(株)三越伊勢丹ホールディングス  
CRE戦略室 管財部  
(左)井上浩 (右)成田祐二

Q  
4

なぜ三越伊勢丹グループは  
資源循環に取り組む必要があるのですか?

## 三越伊勢丹グループが資源循環に取り組む背景

## 私たちのまわりで起こっていること

資源を大切に使い、  
無駄を減らすことは、  
環境負荷の低減や限りある  
天然資源の枯渇抑制に  
つながります。

## 限りある地球、限りある資源

国連の推計では、2025年に世界人口は約82億人、2100年には約102億人に達すると予測されています。世界人口の増加により、プラスチックや食品などの消費が急増し、資源の枯渇や環境への負荷が深刻化しています。限りある資源を守るため、一人ひとりが当事者意識を持ち、行動を変えることが大切です。



## ファッション産業の負の側面

ファッション産業は、大量生産・大量消費、そして大量廃棄などの社会課題を抱えています。消費者が手放した後の服の行方は、リサイクル・リユースされている割合は約38%、処分や埋め立てされている割合は約62%です。また、原材料から廃棄物に至るまでに、多くの資源やエネルギーを消費しています。

(参照：環境省\_サステナブルファッション)



## 食品ロスの深刻化

食品ロスとは、本来食べられるにもかかわらず廃棄される食品のことです。日本では1年間に約464万トン(2023年度)もの食品が廃棄されています。また、国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」のターゲットの一つとして、食品ロスの削減目標が定められています。

(参照：環境省「食品ロスポータルサイト」)



## 三越伊勢丹グループへの期待

## サーキュラーエコノミーへの社会的要請

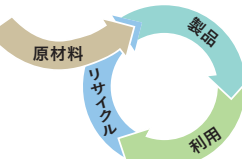
サーキュラーエコノミー(循環型経済)の実現は、資源の有効活用や廃棄物削減を通じて持続可能な社会を目指す世界的な潮流です。当社グループには、こうしたあたらしい経済モデルの推進役としての期待が寄せられています。

リニアエコノミー(線型経済)



再設計

サーキュラーエコノミー(循環型経済)



出典：環境省「令和3年版 環境白書」図2-2-1。当該図をもとに当社で編集して作成

## お客さまからの期待

お客さまアンケートでは、当社グループの「食品ロス」削減への取り組みが特に高い関心を集めています。多くのお客さまが、持続可能な消費や社会貢献につながる活動に期待を寄せているため、当社グループでは削減に向けた具体的な取り組みが必要とされています。

詳しい情報はこちら <https://www.imhds.co.jp/corporate/news-release/article28.html>

## 私たちの取り組み

● お答えします

### 三越伊勢丹グループが資源循環に取り組む理由

資源循環とは、廃棄物を減らし、限りある地球環境と資源を守ること。循環型社会の実現に向け、当社グループは全社で廃棄物削減や再利用に取り組んでいます。製品や包装資材の再活用は、環境負荷やコスト低減に加え、ステークホルダーの皆さまからの信頼と企業の競争力向上にもつながります。

当社グループは、サプライチェーン全体で資源循環を実践します。製造から販売、回収・再利用まで一貫して考え、パートナーシップを大切にしながらお取引先・従業員・お客さま・各ステークホルダーの皆さまと協働して取り組みます。

**【お取引先】** 残反や端材など従来廃棄されていた素材を活用した製品の開発

**【従業員】** ダンボールやハンガーの再利用、各自治体のルールに基づく徹底したごみの分別、事業者と連携したリサイクルの実施

**【お客さま】** 過剰な包装を避けるスマートラッピングの推進、お直しサービスや「i'm green」など廃棄物を減らすための取り組みの拡充

これらの取り組みを通じて、資源を最適に活用し、廃棄物を減らし、再利用を進めます。

従業員一人ひとりの行動と連携が、ステークホルダーの皆さまとともに循環型社会の実現へとつながっていきます。



(株)三越伊勢丹ホールディングス  
グループ総務部 サステナビリティ推進部長  
資源循環・廃棄物抑制ワーキンググループ長  
杉山 恭子

### 具体的な取り組み

詳しい情報はこちら <https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/environment/recycling-society.html>

#### 環境負荷低減のための用度改革

(株)三越伊勢丹ビジネス・サポートでは、包装紙や手提げ袋、配送箱などの用度品の管理運営を行っています。その中で、簡易包装フィルムの薄型化や配送箱のコンパクト化・集約化などの開発を進め、資源使用量や廃棄物削減を通じて環境負荷低減を推進しています。また、従業員向けに適切な緩衝材の使い方等を可視化した用度マニュアルを整備し、業務効率化に加え、お客さまのお手元に渡った用度品の廃棄量削減にも取り組んでいます。



(株)三越伊勢丹ビジネス・サポート  
(左)小林俊介 (右)諏訪浩一朗

#### 正しい分別がつなぐ資源循環

(株)三越伊勢丹アイムファシリティーズは、グループ各店舗の廃棄物集積所管理を通じてごみの分別を徹底しています。店舗で働く一人ひとりの分別意識を高めるため、分別表の掲示、品目別の案内表示、回収容器の種類や設置場所の最適化など、工夫をしています。回収したごみを更に細分化し、店舗全体での分別精度を高め、リサイクルを拡大することで、限りある資源の有効活用につなげています。



ごみ細分化の様子



Q5

三越伊勢丹グループにとって「人・地域をつなぐ」意味とは?

## 三越伊勢丹グループが「人・地域をつなぐ」背景

## 私たちのまわりで起こっていること

地域の経済や雇用の縮小は、若い世代の転出や人口減少、高齢化の進行にもつながり、伝統や文化の継承などの課題がさらに深刻化していくことが懸念されています。



## 三越伊勢丹グループへの期待



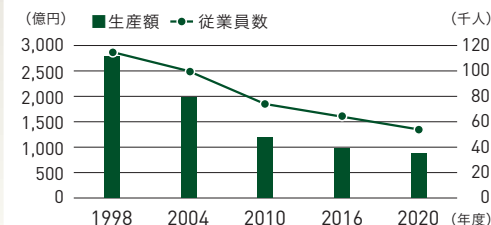
## 地域経済を取り巻く課題

地域の少子高齢化や都市部への若者流出により、地域産業の衰退が進行しています。中心市街地の空洞化や雇用減少も深刻化しており、産業再生と人財育成が急務とされています。

## 危ぶまれる文化の継承

伝統的工芸品の生産額は減少傾向が続き、2016年に1,000億円を下回っています。伝統工芸産業は地域経済や文化の担い手ですが、後継者不足や需要低迷によって存続が危ぶまれています。

伝統的工芸品の生産額・従業員数の推移



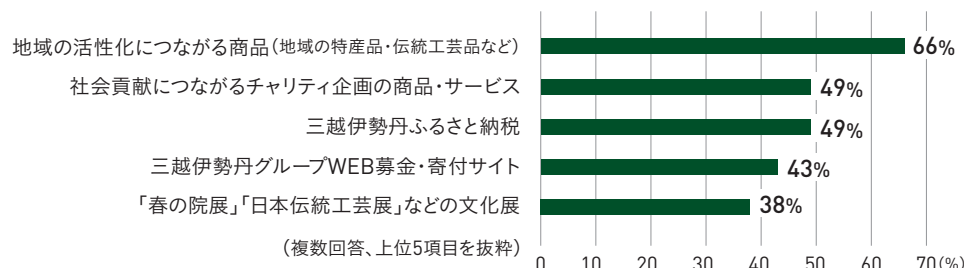
※出所：「経済産業省説明資料」令和4年7月 製造産業局 伝統的工芸品産業室 より一部抜粋

## お客さまからの期待

お客さまアンケートで、「三越伊勢丹グループが行っている取り組みについて共感できる活動は?」(複数回答/上位)という質問に対し、約66%のお客さまが「地域の活性化につながる商品(地域の特産品、伝統工芸品など)」と回答され、当社グループに対する地域活性化への期待の高さがうかがえます。

詳しい情報はこちら <https://www.imhds.co.jp/corporate/news-release/article28.html>

お客さまアンケートの結果



## 自治体との連携への期待

自治体と小売業との連携強化は、地域産業の自立化にとって重要です。特に、地域産品を資源として活用し、流通促進による産業の自立化と活性化への貢献が期待されています。

(参照：総務省行政評価局「伝統工芸の地域資源としての活用に関する実態調査 結果報告書」令和4年6月)

## 私たちの取り組み

# A ● お答えします

### 三越伊勢丹グループにとって「人・地域をつなぐ」意味

当社グループにとって「人・地域をつなぐ」ことは、地域の多様な価値や魅力を再発見し、共に発展を目指すために欠かせない重要な使命です。

地域との連携を通じて、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

当社グループの事業は、人や地域との連携なくしては成り立ちません。地域経済や文化の衰退が社会課題になっている今、多様な価値に目を向け、当社グループならではの強みを活かして地域の魅力を再発見し、活性化に取り組んでいきます。創業以来、地域の文化や産業の活性化に尽力してきました。1917年には百貨店初の物産展「東北名産品陳列会」を開催し、行政や企業

と共に創しながら地域の魅力向上に努めてきました。今後もこの活動を継続していきます。サステナビリティ活動のスローガン“think good”には、「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ています。当社グループは多様な価値観を尊重し、地域の魅力を発見・発信し続けます。地域と共に持続的な価値を創造するために、今後も取り組みを一層推進してまいります。



(株)三越伊勢丹  
執行役員 営業本部 顧客戦略統括部長  
兼 営業本部 アプリビジネスグループ長  
think goodワーキンググループ長  
亀本 裕夫

think goodの詳細はP.26・27をご参照ください。

### 具体的な取り組み

詳しい情報はこちら <https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/society/regional.html>

#### NIIGATA 越品で地域の魅力と未来の担い手をつなぐ

新潟伊勢丹では、百貨店ならではの知見と感性を活かし、地元でも知られていない産品を再発見・再編集し「越品」として発信しています。地域創生の視点に立ち、新たな価値創造に向けて生産者や自治体と協業し、現在では、2017年の立ち上げ当初から展開面積も2倍に拡大、新潟伊勢丹を代表する売場に成長しています。これまでの活動を通じて、「職人の後継者不足」や「商品の認知度向上」という課題が浮き彫りになったため、今後は若手職人の育成支援や情報発信の強化にも積極的に取り組んでいきます。

(株)新潟三越伊勢丹 営業統括部 営業部 ビジネスデベロップメント越品・EC バイヤー 鈴木 真澄

詳しい情報はこちら [https://www.isetan.mistore.jp/niigata/event\\_calendar/eppin.html](https://www.isetan.mistore.jp/niigata/event_calendar/eppin.html)



#### 現代的な京都から、未来のためにできるアクションを発信

ジェイアール京都伊勢丹では、「think good journey ~未来をグッとサステナブルに~」を開催し、環境への配慮や伝統文化の継承とともに、京都発の新たな価値観や魅力を発信。地元学生や職人との連携で、アップサイクルや地域資源を活かした多彩なアイテム・ワークショップを展開しました。世代や地域を超えた交流を生み出し、地域経済の発展と未来への価値創造に貢献しています。

詳しい情報はこちら


<https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/think-good/article19.html>



「金継ぎ」体験



6



なぜ三越伊勢丹グループにとって  
「ひとの力の最大化」が重要なのですか?

三越伊勢丹グループが「ひとの力の最大化」に取り組む背景

## 社会に対する持続的な価値提供の実現

日本国内では労働力人口の減少が進む中で、より一層多様化する社会課題への対応が求められています。私たちは、「ひとの力」を企業価値の源泉と位置づけ、その育成を通じて、地域社会やお客さまへの貢献と、長期的なステークホルダー価値の創出を図ります。



### 変化に対応できる組織づくり

気候変動や資源循環の課題、地域社会のニーズなど、社会課題は複雑化・多層化しています。従業員が自律的に学び続けるための機会を拡充し、社会やお客さまの変化に柔軟かつ迅速に対応できる人財を育成することが重要です。



### 三越伊勢丹グループへの期待

#### 社会からの期待

ジェンダーや年齢、国籍にかかわらず、誰もが自分らしく働ける環境づくりが社会的に求められています。当社グループには、百貨店をはじめとするさまざまな事業を通じて人々の生活や地域に深く関わり、多様な人財が活躍できるよう促す役割が期待されています。

### 人財の多様性と活躍機会の拡大

労働力人口の減少を背景に、多様な人財が活躍できる環境整備が求められています。ライフワークバランスに配慮し、ジェンダーや年齢にかかわらず、従業員一人ひとりの意欲と能力を引き出すことが、企業の持続的成長と社会全体の発展につながります。



#### 投資家からの期待

当社グループは「ひとの力の最大化」を通じて、社会課題の解決に寄与し、企業価値の向上を図っています。こうした取り組みは、戦略実現や価値創造の基盤となり、ESG評価の向上を通じて、投資家や資本市場からの関心を高めています。

## 私たちの取り組み

● お答えします

### 三越伊勢丹グループが「ひとの力の最大化」に取り組む理由

「こころ動かす、ひとの力で。」というミッションにも掲げている通り、  
当社グループの価値創造の中心にはいつも「ひと」がいます。  
自律的なキャリア形成を促し、「ひとの力の最大化」を図ります。

当社グループは、長い歴史の中で培ってきた「ひとの力」を重要な経営資本と位置づけています。「ひとの力の最大化」を重点取り組みの一つとして掲げ、企業理念から経営戦略、サステナビリティ経営まで、一貫して「ひと」を中心に据えています。

人財マネジメントにおいては、会社主導型のキャリア形成から脱却

し、従業員一人ひとりが自らのキャリアを主体的に描く「セルフキャリアデザイン」への転換を進めています。さらに、自発的な挑戦を後押しするさまざまな制度や仕組みを整備しています。今後も、会社・上司・従業員が相互に尊重し合いながら三位一体となり、誰もが自分らしく輝き、自律的に成長できる未来を共につくっていきます。



(株)三越伊勢丹ホールディングス  
執行役員 CHRO\*  
従業員エンゲージメント向上ワーキンググループ長  
嘉納 亜紀子 ※CHRO: チーフ・ヒューマン・リソース・オフィサー

### 具体的な取り組み

詳しい情報はこちら <https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/society/cdp.html>

#### モードチェンジにより広がる新たな世界と挑戦の場を働きがいに

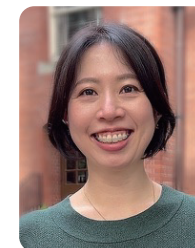
入社以来23年間食品領域でバイヤーやプランニングスタッフなど幅広い経験を重ねてきました。更なる自己成長と働きがいを求め、社内公募を経て2023年度から法務・コンプライアンス部へ異動し、学生時代に学んだ法律を改めて学び直しています。新たな領域で日々挑戦を重ねながらも、コーポレートスタッフとして組織に貢献できる羅針盤となることを目指し、刺激ある環境を働きがいに自己成長を追求しています。



(株)三越伊勢丹ホールディングス グループ総務部 法務・コンプライアンス部 中田 泰一郎

#### 社員転換とチャレンジ申告制度を活用したキャリア形成

メイト社員(地域限定社員)として入社後、リビング領域で販売を担当。バイヤーに憧れ、6年目に社員転換試験に合格しアシスタントバイヤーに着任。お客さまをはじめ関わる人全てが「楽しかった」と思える企画を目指し業務に取り組みました。昇格後、小売業以外の事業も経験し、チャレンジ申告制度を活用して2025年度より現職に就いています。さまざまな立場と業務を経験できたことで、新たな視点でプロモーション業務に向き合っています。キャリアの節目ごとに上司や同僚に相談し支えていただいたので、今度は私が支えとなり、一人ひとりに寄り添ったキャリア形成とチーム力向上に寄与していきたいと思っています。



(株)三越伊勢丹 第IMDグループ プロモーション商品部 ライフデザイン バイヤー 佐藤 主恵

# 第二部 三越伊勢丹グループのサステナビリティ経営

## 三越伊勢丹グループの価値創造プロセス

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の双方を高め、持続的な社会と企業価値の向上を実現することを目的としています。重点取り組み(マテリアリティ)を経営の羅針盤とし、当社グループの強みを最大限に活用します。事業活動と一体となった取り組みを推進することで、社会課題解決に貢献し、ステークホルダーの皆さまとの信頼関係を深め持続可能な成長を目指します。

MISSION

こころ動かす、ひとの力で。

設備資本

知的資本

人的資本

VALUES

私たちが大切にしている思考と行動

社会・関係資本

自然資本

財務資本

資本の再強化

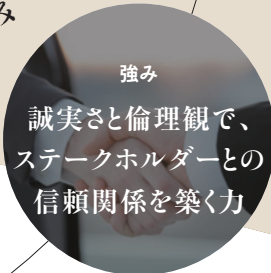
資本とともに拡大する強み



強み  
お客さまの声に寄り添い、感動的な解決をする力



強み  
豊かな発想力で、革新的な提案をする力



強み  
誠実さと倫理観で、ステークホルダーとの信頼関係を築く力

外部環境

## 個客業

“連邦”を手段に“個客業”へ変革

- ・“個客業”プロセス活動
- ・事業機会の獲得
- ・連邦活動

中期経営計画

百貨店事業

不動産事業

金融事業

関連事業

重点取り組み(マテリアリティ)

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

## 社会価値の創出と経済価値の拡大の両立

株主/投資家

持続的な企業価値・株主価値の向上

従業員

「働きがい」「働きやすさ」が両立する職場環境の実現

お客さま

お客さまのニーズに応え、豊かな暮らしを実現

お取引先

信頼関係の構築、事業機会の創出

地域社会

地域社会の発展、日本文化の持続的な発展、豊かな未来の創造

VISION

“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

## 重点取り組み ①

## 人・地域をつなぐ



詳しい情報はこちら

<https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/materiality/themes.html#themes01>

## 人と地域が共に未来をつくる社会の実現

## 目指す姿

当社グループは、地域社会との信頼関係や国内外に広がるネットワーク、優れた商品・サービスの調達力を活かし、人と地域が共に未来をつくる社会の実現を目指します。事業活動を通じて利益を創出し、その利益を社会課題の解決に還元することで、地域の持続的な発展に貢献します。

## 取り組み背景

- 少子高齢化やライフスタイルの多様化に伴う消費行動・労働環境の変化
- 地域社会との共生・活性化や文化・伝統の継承に対する当社グループへの期待

## 主な取り組み項目

## 現状

## 目標

## 多様な価値観の尊重

- 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

## 地域社会との共創

- 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

- 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)

## think good

## 賛同お取組先数

490社

(2025年9月末時点)

## 三越伊勢丹ふるさと納税

## 掲載自治体数 (2025年9月末時点)

344件

## 三越伊勢丹グループ

## 文化催事実施数

16件

(2024年度実績) ※主な企画 春の院展・日本伝統工芸展

2027年度・2030年度

## think good 賛同お取組先数

600社

2024年度までは、企画数を目標指標としてきましたが、2025年度からは、当社グループの理念に賛同し共に取り組む「賛同お取組先数」を評価指標に切り替えました。

本目標を2025年度から6年間据え置くことにより、各お取組先との関係性を深め、取り組みの質や独自性・社会的インパクトを高めていきます。

## 重点取り組み ②

持続可能な環境・  
社会をつなぐ

詳しい情報はこちら

<https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/materiality/themes.html#themes02>

## 目指す姿

## 豊かな自然と人権が守られる、持続可能な社会を未来へ

当社グループは、自然環境の恵みを未来へ引き継ぎ、あらゆる人の人権が尊重される社会を目指します。「三越伊勢丹グループ環境方針」「同人権方針」「同調達方針」に基づき、サプライチェーンのパートナーやお客さまをはじめ、多様なステークホルダーの皆さまと協働し、社会課題の解決と企業基盤の強化に取り組みます。

取り組み  
背景

- 近年の気候の変化、資源の枯渇やごみ問題の深刻化、生物多様性の喪失など環境面への危惧
- 世界的な人権侵害の顕在化など社会面の問題が事業活動や生活に影響

## 主な取り組み項目

## 現状

## 目標

## 環境への取り組み

- 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

温室効果ガス排出量削減率  $\Delta 7\%$ 

(2024年度実績) ※2023年度比、Scope1,2のみ

再エネ導入比率 **7.9%**

(2024年度実績)

廃棄物リサイクル率 **71.1%**

(2024年度実績)

## 2027年度

温室効果ガス排出量削減率  $\Delta 24\%$ 

※2023年度比、Scope1,2のみ

再エネ導入比率 **30%**お取組先行動規範通知率 **100%**

## サプライチェーン・マネジメント

- 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

お取組先行動規範通知数

(2025年9月末時点)

**約1万4,600社**お取組先との対話 **約1,800社**

(2025年9月末時点)

## 2030年度

温室効果ガス排出量削減率  $\Delta 42\%$ 

※2023年度比、Scope1,2のみ

再エネ導入比率 **55%**お取組先行動規範通知率 **100%**

## 重点取り組み 3

## ひとの力の最大化



詳しい情報はこちら

<https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/materiality/themes.html#themes03>

## 一人ひとりの「個」の力が輝く風土を醸成

## 目指す姿

当社グループは、多様な価値観を尊重し、全ての人が最大限に能力を発揮できる組織・環境づくりを推進します。そして、一人ひとりが輝き未来を創る社会を目指します。「自律的なキャリア形成」や「働きがいの向上」を促進し、「個」の力が結びつくことでイノベーションが創発される企業文化を醸成します。

## 取り組み背景

- 持続可能で強い「個」と「組織」づくりを進めるための、人財育成、キャリア形成支援、DE&Iの推進、柔軟な働き方、企業風土改善、人権尊重の必要性
- 国内の労働力減少や資本市場からの人的資本に関する情報開示要求の高まり

## 主な取り組み項目

## 現状

## 目標

## “魅力あふれる個”への進化

(自律的なキャリア形成)

- **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)

- **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)

- **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)

## 女性管理職比率

30.9%

※グループ計(2025年4月1日時点)

## 育児休業取得率

96.5%

※性別問わず ※グループ計(2024年度実績)

## 障がい者雇用比率

2.88%

※(株)三越伊勢丹および首都圏主要グループ会社の合計(2025年6月1日時点)

## 年間総実労働時間

1,700時間台達成企業数 12社

※グループ計(2024年度実績)

2027年度

女性管理職比率 34% ※グループ計

2030年度

女性管理職比率 37% ※グループ計

育児休業取得率 100% ※性別問わず ※グループ計

障がい者雇用比率 前年以上

※(株)三越伊勢丹および首都圏主要グループ会社の合計

年間総実労働時間 1,700時間台達成企業数 21社 ※グループ計

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 ※グループ計

※数値は5段階評価

## 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

詳しい情報はこちら

<https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/materiality/themes.html#themes04>

## グループ全体で健全かつ透明性の高い経営を行う

当社グループは、健全かつ透明性の高い企業経営を実践し、ステークホルダーの皆さまへの説明責任、コミュニケーションを通じて信頼関係を構築することを目指します。当社による統制機能とグループ会社の自律性を両立させる管理体制を整備し、リスク管理とコンプライアンスの徹底により企業価値の持続的向上を図ります。

## 目指す姿

取り組み  
背景

- 企業活動の透明性確保や説明責任向上の重要性の高まり
- 投資家・顧客・地域社会など多様なステークホルダーとの対話と関係強化の必要性

## 主な取り組み項目

## 現状

## 目標

## コーポレート・ガバナンスの強化

- 取締役会および法定3委員会の実効性向上

## 取締役会の実効性向上のために実施した取り組み

- 取締役会の実効性評価アンケートの実施
- 評価結果を踏まえた取締役会運営の改善策の実施

## 社外取締役との定期的な意見交換会を開催

## 内部統制システムの実効性向上

- 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

## グループガバナンス強化のための取り組み

- グループベースでのリスク管理の強化
- コンプライアンス委員会・リスクマネジメント委員会の定期的な開催

## コンプライアンス強化に向けた取り組み(意識調査、研修等)

- 倫理的な行動指針として「三越伊勢丹グループ行動規範」を定め、全従業員への周知・浸透を徹底
- コンプライアンスやハラスメント防止に関する全社必須研修の実施

## ステークホルダーエンゲージメントの推進

- 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

## ステークホルダーアンケート調査の開示

## 株主・投資家との継続的なコミュニケーションの実施

2027年度・2030年度

女性取締役比率  
30%以上

本目標は、取締役の総員数が変動した場合でも、女性取締役が取締役全体に占める割合として、30%以上を維持することを宣言しています。



三越伊勢丹グループの考える“サステナブル”

## 事業活動を通じて、社会課題の解決に貢献する。 “think good”の取り組みをグループ全社で推進。

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月から、サステナビリティ基本方針に基づいた本取り組みがスタートしました。2024年度から全社に拡大し、グループ一丸となって取り組んでいます。

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、さまざまな取り組みを行っています。

また、think goodのテーマは、重点取り組み（マテリアリティ）に基づき設定されています。

### “think good” 4つのテーマ

#### 重点取り組み① 人・地域をつなぐ

##### 多様な価値観の尊重

- 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



##### 地域社会との共創

- 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

- 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

##### 環境への取り組み

- 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



今後も百貨店事業、不動産事業、金融事業、その他関連事業において、取り組み規模の拡大と、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頂きながら、社会課題の解決に貢献していきます。



## 各事業の強みを活かした、独自性の高い取り組み事例

その他の取り組みはこちら

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



### ビューティーで誰もが輝く社会に

#多様な価値観の尊重

化粧品MD部、化粧品営業部では、多様性・公平性・包摂性 (DE&I) をテーマに全てのお客さまが自分らしくビューティーを楽しみ、ありのままの自分を肯定できる環境づくりを目指すプロジェクトを推進しています。



### 旧東海道の歴史文化を発信

#地域社会との共創 #文化の継承と革新

ラシックでは、東海道 (愛知県中心) に関連した伝統技術や味に焦点を当て、地域のショップやクリエイターを誘致。伝統技術を体験していただいたり、生産背景を動画でご紹介するなど、地域の伝統の魅力を発信するイベントを開催しました。



### 尾州の残反生地に新たな価値を

#地域社会との共創 #環境への取り組み

伊勢丹新宿本店では、古くから毛織物産地として知られる「尾州」に光を当て、活用方法が見いだせていない良質な残反生地を婦人服と子供服へと生まれ変わらせてご紹介しました。今回は8ブランド、31型を展開しました。



### みんなで紡ぐ端材からのものづくり

#多様な価値観の尊重 #環境への取り組み

<minā perhonen>の皆川明氏監修のもと、端切れや端材を活かして新たな価値をつくりだす <IDÉE>の取り組み「POOL」。伊勢丹新宿本店では、社会福祉法人 太閤会 ライフサポートセンター しょうぶ学園と協働し、障がいのある方々の創造性を活かした作品も展示販売しました。



### 伝統と食文化を巡る地域共創ツアー

#地域社会との共創 #文化の継承と革新

三越伊勢丹ニコウトラベルでは、全国に広がる三越伊勢丹グループのネットワークを活かし、「伝統×人×食文化」をスローガンにした地域共創型ツアーを企画。2025年7月には新潟三越伊勢丹と連携し、地域の伝統や食文化を現地で体験・学び、未来へつなぐツアーを開催しました。



### 伝統と地域を紡ぐ贈り物

#地域社会との共創 #文化の継承と革新 #環境への取り組み

三越伊勢丹ギフト・ソリューションズでは、『NIPPON』をテーマに日本独自のものづくりや産品をご紹介し、伝統技術の継承と地域産業の活性化を目指したカタログギフトを発行。カード型カタログは、環境に配慮した素材を採用しています。



### 銀座発・廃棄素材を活かすアップサイクル

#環境への取り組み

三越銀座店では食品ロス削減に向け、廃棄予定のフルーツの芯やコーヒーかすをアップサイクルしたジンや、マグロの血合いを活用した惣菜を開発。お取引先との協業で、店舗発・食品循環型の商品を展開しました。



### 生物多様性の保全につながる屋上養蜂

#地域社会との共創 #環境への取り組み

福岡三越では、2017年度より岩田屋三越ファームプロジェクトの一環として<ラベイユ>と協業し、都市養蜂プロジェクトを行っています。従業員が採蜜に参加することで生産背景を理解し、採取したはちみつを販売する際に、作り手の想いをお客さまにお伝えしています。



# サステナビリティアンバサダー制度

三越伊勢丹グループのサステナビリティ活動をさらに進化させるために、2025年度に「サステナビリティアンバサダー」制度を刷新しました。これは、公募で選出・任命された従業員がアンバサダーとして主体的に学び、サステナビリティ推進の中心的役割を担う制度です。外部講師も招きつつ、一年間の講義を通して、サステナビリティへの理解を深め、各部門およびグループ全体で一丸となってサステナビリティ活動に取り組むことを目指しています。2025年度の主な活動の様子と、アンバサダーとなった従業員による「私のサステナビリティ宣言!」の一部をご紹介します。

## ワークショップと発表の様子



ワークショップでは、各部門の取り組みや課題を積極的に共有しています。全体発表の時間も設け、部門横断で幅広く意見交換を行うことで、異なる視点を取り入れる工夫をしています。



## 全体講義の様子



講義は、リアルとオンラインのハイブリッド形式で行います。  
(百貨店事業37人・グループ企業14人 計51人)

## 外部講師を招いて



外部講師を招いて、専門性の高い講義を実施し、国内外の動向を全社へ展開しています。講義の後は、活発な質疑応答を行い理解の定着と実務への活用につなげています。



## 私のサステナビリティ宣言!



私はこのアンバサダー活動を通じて、改めて「利益と貢献の両立によって“正しく儲ける”」という考え方が、今後の企業経営では常に求められることを学びました。概念や知識を得るだけでなく、それらを実務にどう活かすか、浦和店でのサステナビリティ活動を通じて、「利益と地域社会への貢献の両立」に挑戦し続けます。

伊勢丹浦和店 総務・業務部 櫻井 啓太



私は、講義の中での「綺麗事で儲ける」という言葉が印象に残っています。取り組みが単なる慈善活動で終わらず、きちんと営業活動になっているか?と常に問う姿勢が身に付きました。「全ての人がビューティーを享受し楽しむことを通じて、ありのままの自分を肯定できる世界」の実現、この理想を本気で目指します。

第2MDグループ 化粧品MD部 岡崎 しおり



今回活動に参加して、改めて世界基準や事例を学び、企業に求められるレベルやスピード感に危機感を覚えました。実現したい世界を描き、ビジネスを通じた課題解決のためには、現在の取り組み以外にも、取り組めることは無限にあると感じています。粛々と準備を重ね、誰かの心を動かし、あらゆる豊かさに貢献していきたいです。

(株)三越伊勢丹プロパティ・デザイン 経営企画部 森 佳



企業理念とサステナビリティを上手く連動させ、社内浸透や実践を促すことが私の役割です。このアンバサダー活動を通じて、自分が受けた刺激をどう言語化するか? 共感を得られる伝え方とは? そのようなスキルを学んでいます。真のサステナビリティ企業を目指し、地道に粘り強く、正しい理解を広める伝道師でありたいと思います。

(株)三越伊勢丹ギフト・ソリューションズ 総務・経営企画部 長久保 利彦



三越日本橋本店は、「日本橋」の御蔭元で350年以上日々の商売や渉外活動を通じ、まちの一員として共に歩んできました。変化を遂げるまちの局面において、三越伊勢丹が目指す「まち化」は、どのように融合できるか。世界中のひとの心を動かし、地域・社会のためにもなる貢献とは何なのか、考え行動します。

CRE戦略室CREI部 日本橋担当 鈴木 理恵

本レポートでご紹介した以外の「私のサステナビリティ宣言!」は、当社サステナビリティサイトにてご覧いただけます。

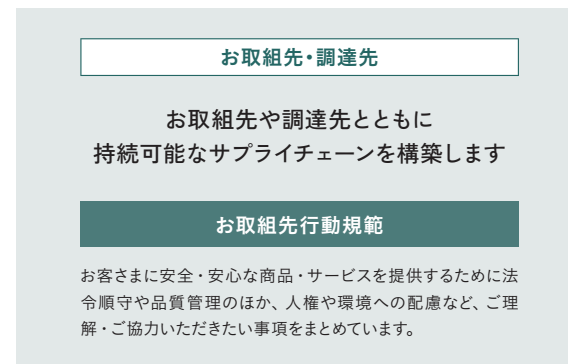
<https://www.imhds.co.jp/corporate/sustainability/interview/article32.html>

# サステナビリティに関する方針と推進体制

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、サステナビリティ経営を取り入れています。

「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、グループの全従業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「お取引先行動規範」を策定し、三越伊勢丹グループとお取引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。

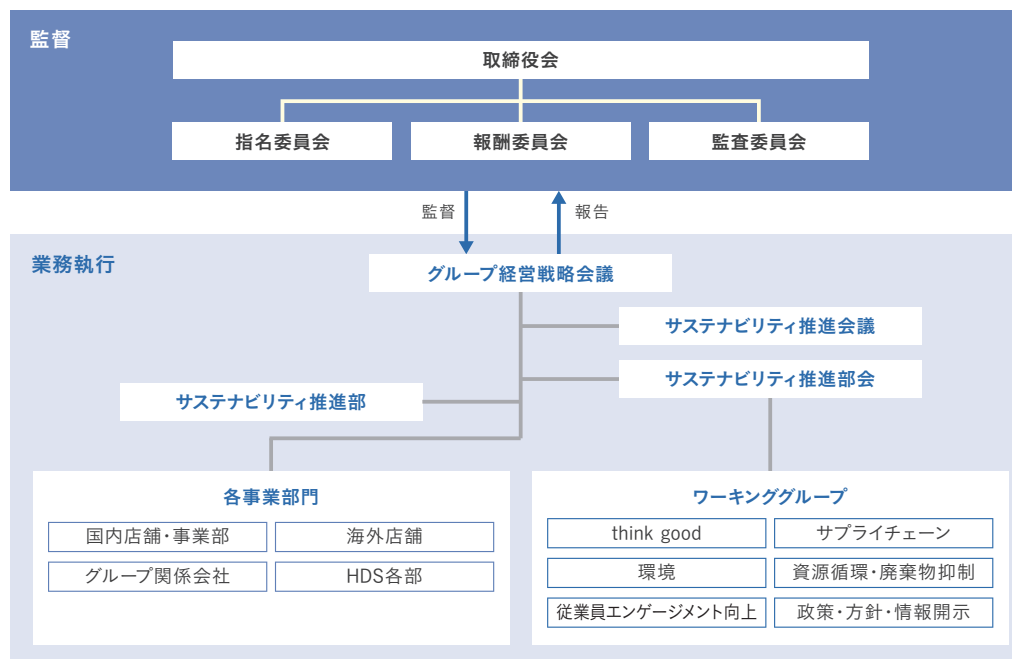


## 推進体制

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は、グループ経営戦略会議で審議・決議し、取締役会に報告をしています。2018年度より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を議長とする「サステナビリティ推進部」で、各課題の具体的施策の検討とリスク管理を行っています。

サステナビリティ経営をよりスピードを上げて推進するため、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。これらの推進体制を通じて、具体的KPIの設定と定期的なモニタリング、ステークホルダーの皆さまとの対話を行い、透明性と説明責任の向上に努めています。

### 2025年度推進体制



### 社外からの評価



2025 CONSTITUENT MSCI日本株女性活躍指数 (WIN)

参画しているイニシアティブ



※「HDS」はホールディングスを表しています