

# 「店是」

れんか  
 确实なる品を廉価にて販売し、自他の利益を図るべし

しょうふだかけね  
 正札掛値なし

商品の良否は、明らかにこれを顧客に告げ、一点の虚偽あるべからず

顧客の待遇を平等にし、  
 ひんぷきせん  
 いやしくも貧富貴賤に依りて差等を附すべからず

高島屋グループには、創業以来今日まで190年もの間受け継がれ、  
 生き続けてきた創業の精神＝「店是」があります。

「店是」は、人の心を大切にしながら、  
 本業を通じて社会に貢献することを使命とする  
 現在の当社経営理念体系に結びついており、  
 当社従業員の心構えとして受け継がれています。

## 【経営理念】

# 「いつも、人から。」

高島屋グループは、「人を信じ、人を愛し、人につくす」ことを大切にし、社会に貢献します。

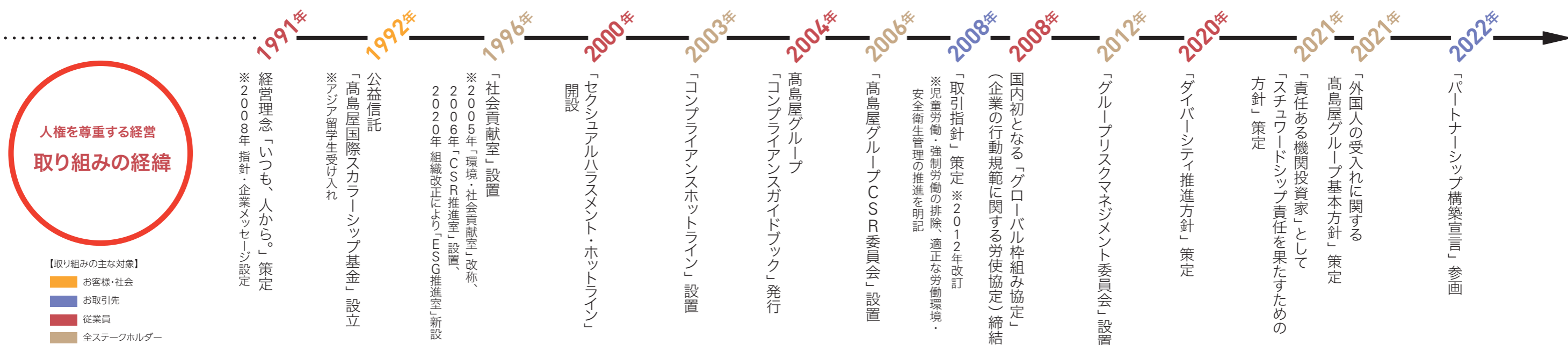
# グループESG経営の基盤となる 人権を尊重する経営の実践

当社は、1831年の創業以来、商いの行動規範である「店是（てんぜ）」において、「顧客の待遇を平等にし、いやしくも貧富貴賤（ひんぷきせん）に依りて差等を附すべからず」を掲げるなど、人権を尊重する創業の精神を受け継いできました。

この「店是」の精神を起点に、1991年には、本業を通じて社会に貢献していくことを明記した高島屋グループ経営理念「いつも、人から。」を策定しました。人のこころを大切にす精神を表した経営理念を、変えることのない基本的価値観として全従業員に共有し、今日的なESG経営につなげています。

2000年にはハラスメントに対する外部相談窓口「セクシュアルハラスメント・ホットライン（現、ハラスメント・ホットライン）」を設置、2004年には「コンプライアンスガイドブック」を発行し、従業員が守るべき事項の一つに「人権の尊重」を掲げ、従業員一人ひとりに浸透・徹底させています。2008年には、国内で初めて、労使共同で企業の社会的責任を果たすための行動指針「グローバル枠組み協定」を締結。以降、「環境」「人権」「労働」の領域にわたり、社会の期待に応える企業づくりに向け、労使で活動の検証を毎年度実施しています。また、2020年には、多様な価値観や能力を尊重し、企業の成長に結びつける「ダイバーシティ推進方針」を策定。2021年には、「外国人の受入れに関する高島屋グループ基本指針」を策定・推進するなど、人権を尊重する経営を常に実践してきました。

「人権の尊重」は、人類共通の不可欠な価値観であり、すべての人々の人権を尊重する経営を実践することは、企業の責任であるとの認識の下、当社は「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づき、さらなる実践に取り組んでいきます。



# グループESG経営を通じ、 心豊かな生活実現へ貢献

創業の精神「店是」や、経営理念「いつも、人から。」を企業活動における基本的価値観とし、グループESG経営を推進。

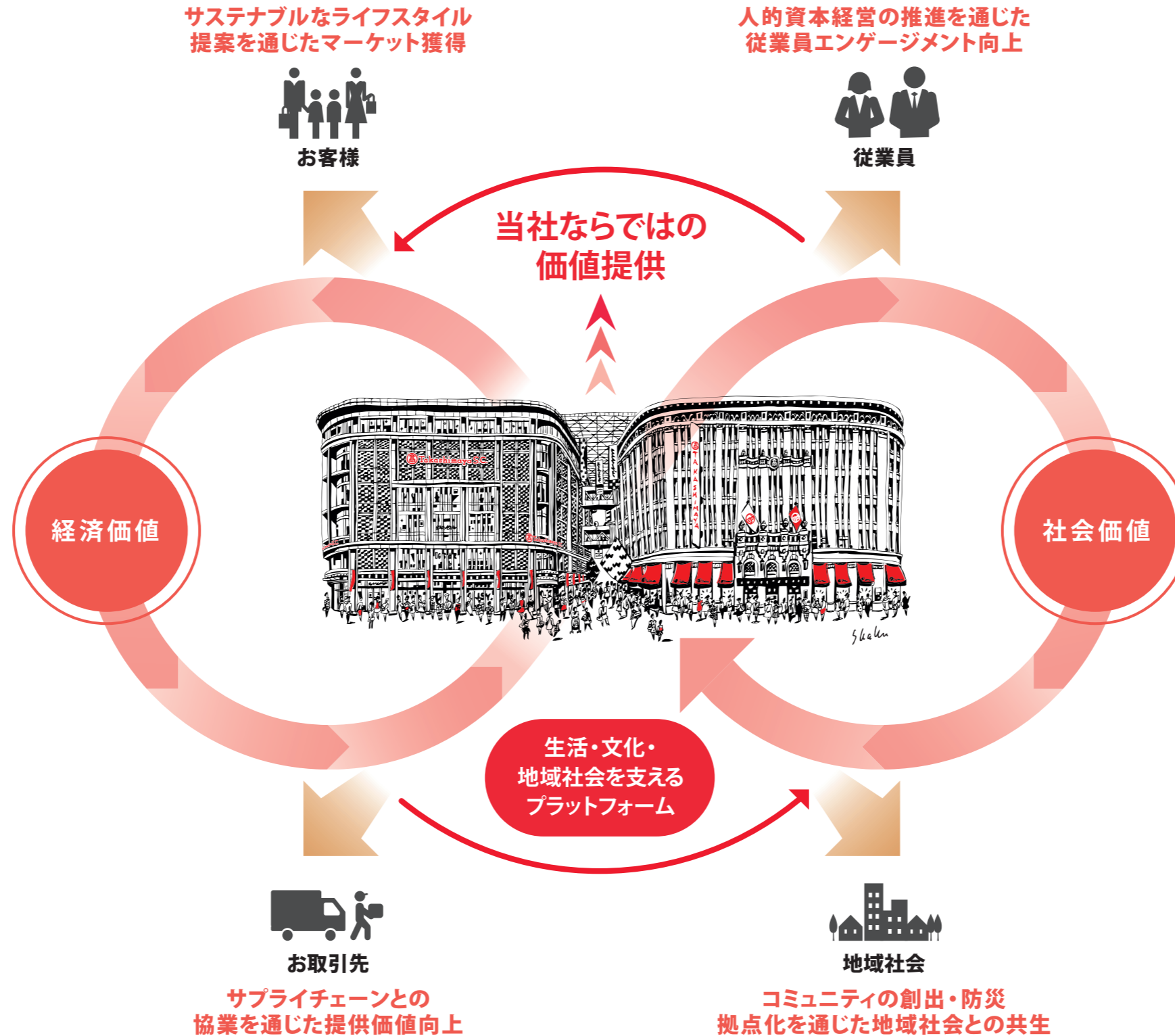
店是に込められた精神や考え方は、グループ経営理念へと紐づき、SDGsが目指す「誰一人取り残さない」社会の実現と強く結びついています。

当社は、SDGsの概念を従来のCSR経営に融合し、持続可能で心豊かな社会の実現と企業成長の両立に向け、グループESG経営を推進しています。

生活・文化・地域社会を支えるプラットフォームの役割を発揮し、お客様やお取引先、地域社会と共に、心豊かな生活を実現。

百貨店事業をコア事業とする当社は、SDGsの達成に強く貢献・寄与できる5つのテーマ（※下記①～⑤）を基に構築した環境・社会領域の「ESG経営重点課題」に対する取り組みを主体に推進してきました。

しかしながら、ESGを経営の中心に据え、広範囲かつビジネスに直結する取り組みとするためには、より多くのステークホルダーの支持・共感を獲得することが重要です。社会的影響力を持つ



当社が、生活・文化・地域社会を支えるプラットフォームとしての役割を一層発揮し、お客様・お取引先・地域社会と共に、チャンネル全体でESG経営を推進することで、持続可能で心豊かな生活の実現に貢献していきます。

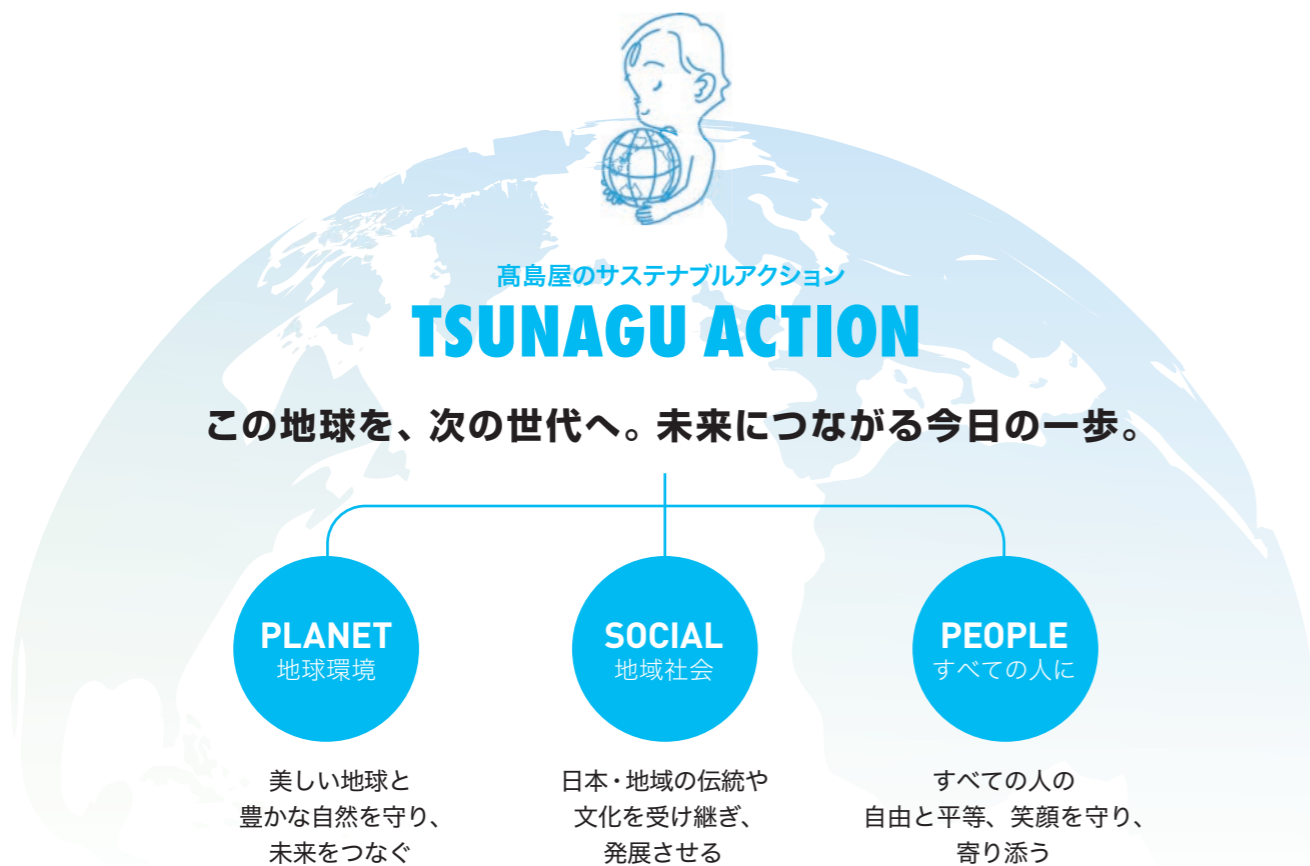
サステナブル活動「TSUNAGU ACTION」と「人的資本経営の推進」による当社ならではの価値を提供。

2023年度は、その一環として、お客様・お取引先との共創による当社のサステナブル活動「TSUNAGU ACTION」を拡大展開。「環境負荷軽減とデザイン性・機能性」を両立する商品開発や、多様性を尊重する（インクルーシブ化）商品提案や施設・サービスなど、当社ならではの価値提供を通じて、サステナブルなライフスタイルを提案しています。

また、企業の持続的成長や価値向上に直結する「人的資本」への投資は、社会のサステナビリティと企業の利益創出を両立する上で不可欠な戦略投資です。当社は、専門性や多様な価値観を持つすべての人の価値を最大限引き出し、お取引先からの派遣スタッフを含めた従業員が、主体的に生き生きと成果発揮できる企業を目指し、人的資本経営を推進していきます。

サステナブル活動

# 【「TSUNAGU ACTION」の拡充】



「TSUNAGU ACTION」とは、この地球を次の世代へ、未来につなげる今日の一步にするため、当社がけん引役となり、お客様やお取引先と共に取り組む当社のサステナブル活動です。

美しい環境と豊かな資源を守ること。伝統や文化を引き継ぎ発展させること。すべての人に寄り添うことなど、日々の暮らしにおいて、より良い社会や未来に貢献できる消費・生産活動を通じ、サステナブルなライフスタイルの浸透・定着を目指しています。

地球環境や地域社会、すべての人にとって、より良い未来を次世代へつないでいくために、3つのテーマ(PLANET・SOCIAL・PEOPLE)を設定。テーマに基づき、「使い捨てない、大切に長く使う」「環境に配慮した製品を積極的に選ぶ」「廃棄しない、循環させる」「地域の伝統・技術を守る」「人々の思いや暮らしを守る」など、一人ひとりができる具体的なアクションを提案しています。

当社では「TSUNAGU ACTION」を、本業に直結したESG活動と捉え、多くのお客様やお取引先と協業・共創し、全社を挙げてサステナブルで魅力的な商材・サービスの開発・提供拡大に加え、お客様の行動変容につながる販促活動に取り組んでいます。

特に、強化期間として展開している「TSUNAGU ACTION WEEKS」では、高島屋各店でサステナブルで付加価値の高い商品の提案や、お客様が参画できるサステナブル活動などを実施・紹介しています。具体的には、本来は捨てられるはずの製品に新たな価値を与えて再生した「アップサイクル商品」や、次世代を担う学生がクラウドファンディングを活用し企画した商品の提案、フードドライブ活動の展開など、お客様やお取引先と共に、サステナブルでこころ豊かなライフスタイルの浸透・定着化に取り組んでいます。

## ■ お取引先と取り組むサステナブル商品の提供拡大

人気ブランドやデザイナーとのコラボレーションによる再生素材を使った衣料品、廃材や端材を魅力的に再生したアップサイクル商品、地域の伝統工芸品や地産地消品の紹介など。多種多様なお取引先との協働により、サステナブルで魅力的な商品の提供拡大に取り組んでいます。

### ● 国内線旅客機の部品をアップサイクル

JAL国内線普通席での役目を終えたシートカバーを、腕利きの職人を抱える国内の革小物メーカーの手でアップサイクル。素材の耐久性はそのままに、デイリー使用ができるバッグなどへと生まれ変わりました。航空部品を使ったアイテムを各種ご提案し、お客様からも好評をいただいています。



### ● 地産地消の積極的推進

「フードマイレージ」という言葉があるように、さまざまな生産物を海外など遠方から輸送することで、多くのCO<sub>2</sub>が排出されており、地産地消を推進することは、地域の活性化だけでなく、脱炭素社会実現のためにも重要な取り組みです。当社では、店舗のある各地域ごとに地元の生産者の方とのつながりのもと、お客様に地産地消を積極的に提案しています。



## ■ お客様・地域の皆様と共にサステナビリティを実現

当社は、百貨店やSCなどお客様や地域の皆様が集うことができるリアルな場やECなど新たなチャネルを活用し、多くの方に地球環境や地域、すべての人に寄り添うサステナブルなアクションに参画していただく機会の拡充に取り組んでいます。

### ● 次世代を担う学生とのモノづくり

店舗近隣の学校とのコラボレーションなどを通じ、モノづくりを担う次世代育成の取り組みを推進する中、2023年には新宿高島屋×文化学園大学×キュアグループの協業企画を実施。ニオイを吸着するといわれている和紙繊維「CURETEX®」を使って、文化学園大学ファッション社会学科の学生たちが企画した商品をクラウドファンディングで販売。お客様にもクラウドファンディングという形で参加していただく新しい取り組みです。



### ● 「フードドライブ活動」を各店・SCで実施

家庭での食品ロスの削減と、食料を必要とする方々への支援を目的に、家庭で使いきれない未使用食品を集めて、フードバンク団体や地域の福祉施設などに寄贈する「フードドライブ活動」を各店・SCで実施しています。「TSUNAGU ACTION WEEKS」期間を中心に実施し、2022年はお客様のほか、近隣の食品メーカーの協力なども受け、約1,085kgの食品を寄付しました。

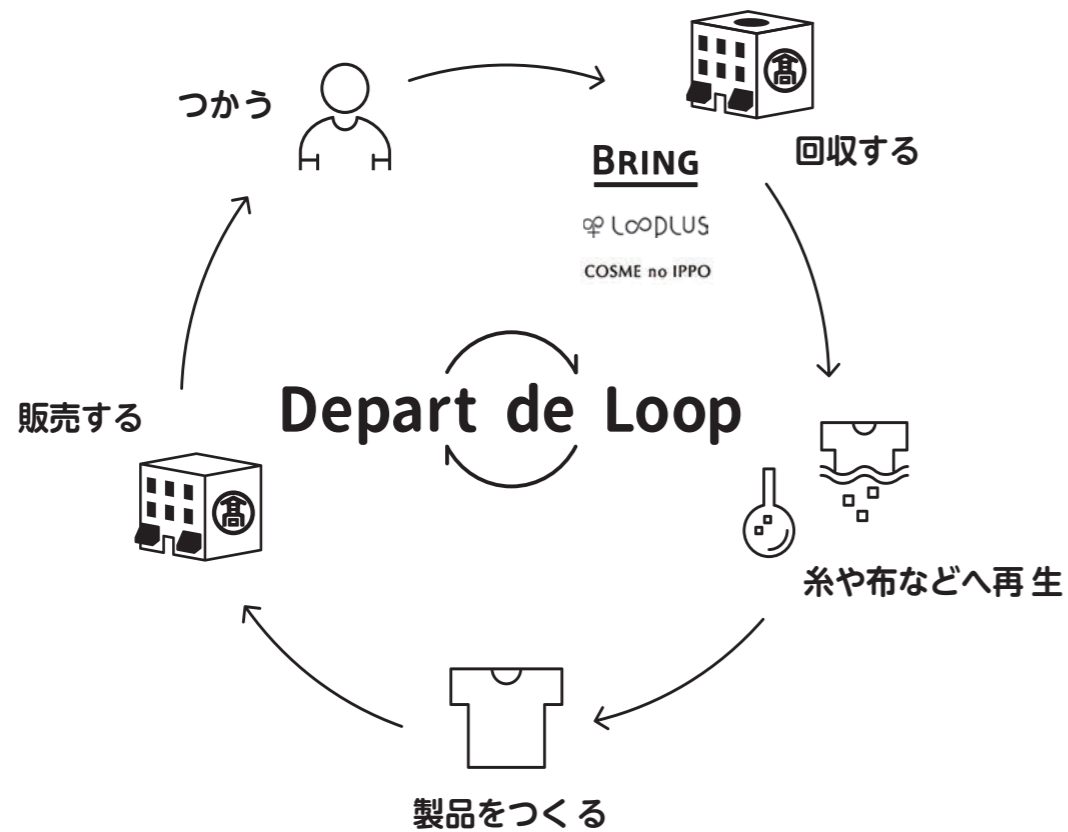


## 循環型のモノづくり「Depart de Loop」の拡大・進化

売りっ放しから脱却し、サステナブルな循環型社会の実現を目指す、高島屋のプロジェクト「Depart de Loop (デパート デループ)」。その一環として、リサイクルシステムを持つ企業とパートナーシップを組み、循環型のモノづくりを続けています。再生素材を使った商品を販売し、長くご愛用いただいた後に回収。繊維原料などに再資源化して、新しい服やモノに生まれ変わらせる取り組みです。

2020年の再生ポリエステル素材によるスタート後、カシミアやデニム、コスメなどアイテムを拡大。2023年にはモノの循環だけでなく、次世代のファッションを担う世代とのつながりにも目を向け、文化服装学院の学生とのコラボレーション企画も実施しました。

### 未来をつくるサイクル。



### ● 再生ポリエステル活用のモノづくり



“服から服をつくる”をコンセプトに、不要になった衣類を回収して、その中のポリエステル100%衣類や工場から出る端材を原料にして再生した、サステナブルなポリエステル「BRING Material™ (ブリングマテリアル)」。「Depart de Loop」プロジェクトはこの素材からスタートしました。今では〈HERNO〉や〈ANREALAGE〉ほか、多くの国内外ブランドやデザイナーとのコラボレーションも実現し、幅広いアイテムをお客様に提案しています。

写真は〈HERNO〉とコラボレーションしたダウンコート。

### ● 「デニム再生プロジェクト」の推進



役目を終えたデニム衣料品を、購入店やブランド、点数を問わず、お客様から店頭で回収する「デニム回収キャンペーン」を2022年に初めて実施。5店舗で約1,611kg (デニムパンツ約4,500本相当) が集まりました。回収したデニムは、高島屋とパートナーシップを組むクラブハウのアップサイクルシステム「L∞PLUS (ループラス)」を通して、選別・反毛・紡績を施し、染色・織布・加工。2023年春から、〈RED CARD TOKYO〉の新作デニムとして生まれ変わり、店頭販売をスタートしました。

### ● 7店舗で「コスメ回収キャンペーン」を実施



2023年2月には、お客様がご不要となったメイク用品を店頭で回収する「コスメ回収キャンペーン」を、7店舗で実施し、回収量は約266kgとなりました。

回収したメイク用品は、アップサイクルプロジェクト「COSME no IPPO」を通して、順次「クレヨン」として生まれ変わり、2023年夏以降に店頭で販売。さらに回収した空容器は、リサイクルパートナーを通してマテリアルリサイクルを行い、環境資源などに生まれ変わります。

### ● 学生とのコラボレーションによる「カシミア再生プロジェクト」



Photographer: Fumi Kikuchi (impress+)

「タカシマヤ カシミアコレクション」では、「Depart de Loop」で協業するリサイクルパートナーのシステムを活用し、2021年秋以来、資源の有効活用と環境負荷を減らすサステナブル企画として、お客様から回収したカシミアニットなどをアップサイクルした「再生カシミア混ニット」を製品化しています。3年目を迎える2023年には、「モノとモノ」だけでなく、「人と人」を未来につなぐ取り組みとして、「高島屋×文化服装学院 カシミア再生プロジェクト」に新たにチャレンジ。学生たちの新鮮な感性から誕生した「再生ニット」が店頭に並びました。

# 【人的資本経営の推進】

百貨店を中核事業とする当社において、企業の競争優位性の源泉や、価値向上の大きな推進力となる「ヒト」や「ノウハウ」など、無形資産である「人的資本」への投資は、企業成長や価値向上に直結する重要な戦略投資であり、社会のサステナビリティと企業の利益創出を両立する上でも必須となります。

時代の変化がますます加速していく中、百貨店の営業力強化やグループ会社の業界競争力獲得・事業領域拡大を果たしていくためには、確立された事業ノウハウと変化対応力の両方をあわせ持つことが必要であり、これを実現する上では人的資本への投資による専門性・多様性の育成・獲得が不可欠です。

当社においては、経営理念やビジョンの共有、従業員の労働条件向上や各種制度の拡充に加え、従業員エンゲージメントの可視化・向上、人材育成やキャリアサポートの拡充、ダイバーシティやワークライフバランスの推進、労使で社会的責任を果たすための「グローバル枠組み協定」の締結と実践など、人材の価値や意欲を引き出し、企業価値向上につなげる「人的資本経営」を推進しています。

また、お取引先従業員も当社の重要な人的資本と位置づけ、当社従業員だけでなく、お取引先従業員からの声も収集し、当社で働きたい・働きやすい職場環境の整備に取り組んでいます。

具体的には、各店舗や施設で働く従業員が利用する社員食堂の魅力化、後方施設の改善や煩雑な販売手続きの簡素化、百貨店店舗の労働改善に向けた営業時間短縮・休業日の設定など、一人ひとりの事情や状況に合わせた働き方で「個」を活用し、それぞれの価値を最大限に引き出す活動を推進しています。

人的資本経営の推進を通じ、当社が目指す将来像の実現に向け、どのような人材を求め、どのように育つことを支援し、どのように事業・業務に生かして成果発揮につなげるかを検討し、グループ会社やお取引先からの派遣従業員を含め、一人ひとりが主体的に生き生きと働き、取得した専門性・能力を発揮して成果を最大化できる「場」を確立していきます。

また、多様な価値観・働き方を認め合い、相互にコミュニケーションを図ることによりイノベーションを生み出す「場」への好循環を確立することで、持続的成長が実現できる体制を構築していきます。

## 人的資本経営 - ガバナンス

人的資本に関するガバナンスは、環境に関するガバナンス同様、グループESG経営として、当社の内部統制システムに組み込まれており、取り組み状況や課題などをグループ横断的に検証し、協議・確認された内容を取締役に報告しています。

[ガバナンス体制の詳細はこちら](#)

## 人的資本経営 - 戦略

### ● 従業員エンゲージメントの可視化・向上

人的資本経営推進の大きな柱として、グループ会社やお取引先従業員（百貨店におけるローズスタッフ。以下、RS）を含む従業員エンゲージメントの可視化・向上の取り組みを推進しています。

まず、健康経営の推進に向け、全従業員を対象に実施している「ストレスチェック」調査項目に、エンゲージメント関連項目を新たに追加。メンタルヘルス（ストレス）とエンゲージメントを同時に測定し、より高い生産性実現のための組織づくりを進めています。

従業員エンゲージメントの向上においては、職場環境や組織風土の改善、各種制度の拡充や納得性のある人事制度運営などに加え、各社・各部・各店・各職場の調査結果を踏まえ、課題把握と改善策を職場単位で検討・実施し、PDCAサイクルに基づき、今後も労使一体で進捗状況を検証・確認していきます。

とりわけ百貨店の店頭で販売の最前線を担うRSは、当社において非常に重要な存在であり、さらなる営業力強化を図るためには、働きやすい職場環境を整備し、満足度や一体感を高めていくことが不可欠です。

そこでRSを重要な「人的資本」として位置づけ、その価値を最大化するためのアンケート調査を実施。「満足度」や「悩み・不満」を可視化し、改善に向けたアクションを適時行うことで満足度の向上を図っていきます。こうした取り組みを通じ、働きがいの創出や生産性の向上、人材の定着化や一体感の醸成につなげ、持続的成長が可能な体制構築を目指していきます。

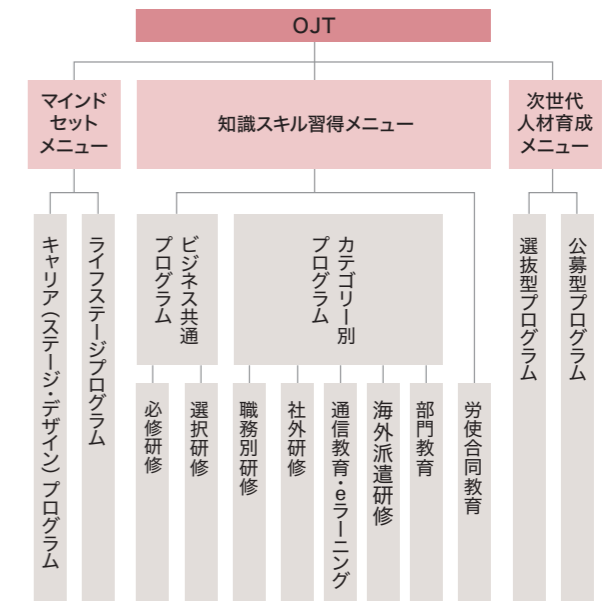
### ● 人材育成方針

当社は、「営業力強化」「組織力の向上」「働きがいの向上」に向け、人材育成の基本方針を定め、社内外や時代を見据えた人材育成に取り組んでいます。

社会環境が急激に変化する中、企業の持続的成長には、未来を見据えた事業のトランスフォームが不可欠となります。そのために、多様な人材が主体的に能力開発に取り組み、自律的にキャリアを形成していくことを大切にします。

当社の人材育成の根幹は「OJT」です。「OJT」により、業務現場でしか得られない仕事の進め方や知識・技能を習得し、実務能力や問題解決力を高めます。また、多様な「Off・JT」により、業務現場以外の急変する環境に即した教育を有機的に組み合わせることで、クリエイティブ・イノベティブな発想力・構想力を養っていきます。

### 【能力開発体系】



※上記能力開発体系図は国内百貨店対象

当社は、OJTを基本としつつ、計画的に自らキャリアを開発できるよう、「社会人として必要となるビジネス基礎能力」を習得するプログラムや、専門性をより一層高めるための職務別・ジャンル別のプログラムなどの研修メニューを整備しています。多様な働き方をしている全従業員が能力開発に取り組めるよう、短時間で学べるプログラムや通信教育の拡充にも取り組んでいます。

### ● キャリアサポート

当社の人事に関する制度運営は、「個人の自主性の尊重」を基本的な考え方とし、一人ひとりの個性と意欲を尊重した人材育成を目指しています。

キャリア実現に向けたサポートの一環として、職務別の「職務基準書」を整備し、求められる「業務内容・職務経験・資格（講座）・資質・人材要件定義」などを明示し、自律的にキャリアルートを描く人事管理体制を整えています。「職務基準書」に明記された「人材要件定義」を核とし、自らの現状と現職に求められる能力との差や、自ら目指すキャリアに必要な能力との差を、本人と上長間で可視化し、計画的な能力開発の実現を目指しています。

また、一人ひとりが自らのキャリア開発のための意向を伝える仕組みとして、以下の制度を整備しています。

#### アセスメント制度

年に一度、「能力評価アセスメント（各職務に求められる「能力・スキル」などと現在の自分との差異を明確化し、今後の能力開発計画に反映）」、「自己申告（進路・キャリアプランなどの意思表明）」について確認し、ジョブローテーションの参考にしています。

### オープンエントリー・FA制度

自らのキャリアを自らの意思で実現していくため、本人の具体的な職務への強い希望を、ジョブローテーションに活用する制度です。自らが希望する職務に自ら手を上げ、その意欲を配置で実現する仕組みにより、一人ひとりが専門能力を持ったプロとして自立できることをサポートしています。

### ●ダイバーシティ推進

SDGsが目指している「誰一人取り残さない」社会の実現には、すべての人の人権や個性、価値観を尊重するとともに、文化や慣習などの違いを相互に受容することで、人種や国籍、年齢や性別、性的指向・性自認や障がいの有無などに関係なく、すべての人々が活躍できる社会の構築が不可欠です。

当社は、多様な価値観や生活背景を有する人材の能力が最大限に発揮できる環境を整備し、「人と企業の双方の成長」を実現するための取り組みを行っています。

2020年に策定した「ダイバーシティ推進方針」に基づき、多様な価値観や能力を尊重し、企業の成長に結びつける取り組みを推進しており、今後も、あらゆる人材がその能力を最大限発揮でき、やりがいを感じられるダイバーシティ&インクルージョンの実現を目指していきます。

#### 📖 [ダイバーシティ推進方針はこちら](#)

女性の活躍推進・ジェンダー平等に向けては、固定的な性別役割分担意識を払拭し、男女問わず育児と仕事の両立を実現することが不可欠です。当社は、「男性育児100%宣言」に賛同するとともに、女性活躍に関する数値目標の設定や課題抽出を行い「女性活躍推進行動計画」を策定するなど、性別に関係なく働きやすい職場づくりに取り組んでいます。

その一環として、管理監督者を対象に、女性活躍・ジェンダー平等をはじめとする「ダイバーシティ教育」を実施しています。2021年度は、ダイバーシティ&インクルージョンが組織に与える影響や、具体的事例の共有など、従業員の意識や行動の気づきにつなげることを目的とした、アンコンシャス・バイアス（無意識バイアス）研修を実施しました。

また、「多様な部下育成研修」において、育児介護など、さまざまな制約や事情を抱えた部下とのコミュニケーションや、潤滑な職場運営について学ぶ機会を設定しています。管理監督者向けダイバーシティ教育の実施により、コミュニケーションの活性化や、多様な人々が活躍

できる風通しの良い職場風土の醸成につなげています。

### ●ワークライフバランス

当社は、生活文化を提案していく企業です。豊かな生活提案のためには、従業員がゆとりある生活者であることが必要です。

それぞれが「キャリアビジョン」と「ライフスタイル」をしっかりと設計し、実現するためにサポートの仕組みや制度を都度整備し、働く「人」とその家族が「豊かでゆとりある生活者」として生活を築き上げる努力を支援する制度を、広く整えていきます。

2015年、「子育てサポート企業」として厚生労働大臣の認定（くるみん認定）を受けている企業のうち、より高水準の取り組みを行った企業として「プラチナくるみん」の認定を受けました。

2017年には、役員・管理職への女性登用に関する方針、取り組みおよび実績並びにそれらの情報開示において、顕著な功績があったと認められ、女性が輝く先進企業「内閣総理大臣表彰」を受賞。また、従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組む法人として、経済産業省「健康経営優良法人2023」大規模法人部門に認定。従業員の健康保持・増進やワークライフバランスのさらなる実現のために、時間外労働の削減や安全衛生に向けた取り組みを行っています。

### ●「グローバル枠組み協定」の締結と実践

「グローバル枠組み協定（以下、GFA）」とは、企業の行動規範に関する労使協定です。企業の社会に対するコミットメントを企業自らが宣言するだけでなく、労働者を代表する労働組合との協定として調印し、共に推進することを謳う共同公約です。当社は2008年11月、高島屋労働組合・JSD(現：UAゼンセン(※1))・UNI(※2)との4者による「GFA」を日本企業労使で初めて締結しました。

経済の国際化を背景に高度化する「社会的責任」を、労使一体となり高次元で遂行することを目指し、毎年度、活動の検証を実施。さらなる実践力発揮に向けた取り組みを推進しています。また、UNIの国際ネットワークを生かし、今後の拡大を見込むアジア地域での事業活動のリスク対応を強化し、より社会の期待に応える企業づくりに取り組んでいます。

具体的には、労使で社会的責任を果たすための実践

項目として掲げた「地球環境に対する影響への対処」「職場と地域社会における人の尊厳・基本的人権への対

処」「従業員への理解浸透」について、確認・検証を逐一、行っています。

## ■ 人的資本経営 - リスク管理

### ● デジタルスキルの向上

世の中の環境変化に対応し、企業競争力を高めていくためには、デジタル技術やデータを活用し、商品やサービス、業務プロセスの変革が必要であり、そのためには、従業員の高いデジタルスキルが求められます。

当社はデジタル技術による事業や業務の変革を目指しデジタルツールを活用した業務改善や従業員スキルの底上げを重要と捉え、各種教育・研修や人事考課目標への組み込みなどを実施しています。

### ● 従業員が安心して働ける環境の整備

当社は、すべての従業員が安心して働けるよう、コンプライアンスや就労管理に関する管理監督者教育や従業員への啓発を実施しています。加えて従業員が不正行為などの疑念を持った場合の通報窓口や、労働時間や休日・休暇に関する疑問・悩み、健康・メンタルヘルスに関する相談窓口を設置。専門カウンセラーによる社外窓口も設けるなど、相談者に不利益が生じない環境を整備しています。

高島屋グループ  
相談窓口一覧

- ・ハラスメント・ホットライン(社内・社外)
- ・コンプライアンス・ホットライン(社内・社外)
- ・LGBTはたらく相談窓口(社内・社外)
- ・就労相談窓口(社内)
- ・24時間電話健康相談サービス(社外)

### ● ESG経営の社内浸透

「すべての人々の心豊かな生活」を目指すESG経営の社内浸透に向け、全従業員に対する意識啓発に取り組んでいます。その一環として実施した「アンコンシャス・バイアス（無意識バイアス）」をテーマとした研修では、固定観念による意思決定や、何気ない一言による偏見が、人間関係や従業員のモチベーションを悪化させ、組織の生産性低下を招くことを理解・共有しました。

さらに、社内報「T-Times」（年4回発行）や、社内コミュニケーションツール「ローズスマイル」などを活用し、ESGに関する情報共有や意識啓発に努めています。

こうした取り組みを通じ、離職率の低下や多様な人材の確保、生産性の向上やイノベーションの創出、ハラスメントの防止など、多くのメリットを享受し、企業価値向上につなげるマネジメントを推進していきます。

## ■ 人的資本経営 - 指標と目標

当社は、人的資本経営を推進する指標として、ESG重点課題で掲げた「ダイバーシティ推進」や「働き方改革推進」に関する指標と下記数値目標に加え、「従業員エンゲ

ジメント」や、「ローズスタッフ満足度」を新たな指標に加え、人的資本経営の推進に取り組んでいきます。

※下記指標に加え、社員離職率、育児休業復職率、男性育児休業取得率など、人的資本経営に関連する項目は、実績数値を開示。

KPI	数値目標(2022年度は実績値)				取り組みポイント 他
	2022年度	2023年度	2025年度	2030年度	
エンゲージメント指数	—	数値目標は現在検討中			従業員エンゲージメント調査より目標値設定
ローズスタッフ満足度	—				ローズスタッフアンケート調査より目標値設定
女性管理職比率	27.8%	33.3%	35.4%	40%以上	公正公平な人事運営、両立支援制度拡充 他
有給休暇取得率	71.6%	65%	80%	100%	取得しやすい環境整備、従業員意識啓発 他
人当生産性向上	4.7百万円	3.9百万円	4.7百万円	6.6百万円	構造改革による生産性向上、DX化推進 他

※1：2012年に、サービス・流通連合とUIゼンセン同盟が統合して誕生した産業別労働組合組織。 ※2：Union Network International 世界150カ国、900の労働組合、2,000万人のサービス産業で働く労働者で構成された国際産業別労働組合。スイスのニヨンに本部を置く。