



TAKASHIMAYA GROUP

ESG REPORT

2021

高島屋グループESGレポート

目次 TAKASHIMAYA GROUP ESG REPORT 2021

はじめに	1	高島屋グループのESG経営	3	S 社会	5	データセクション	
店是・経営理念体系	04	トップメッセージ	08	社会課題への取り組み	26	会社概要・株式情報	50
事業概要	06	高島屋グループのESG経営	10	ダイバーシティ推進	28	店舗情報	52
		重点課題領域別の考え方と設定プロセス	12	働き方改革推進	32	財務データ	54
		重点課題の推進体制	13	施設・サービスのユニバーサル化	33	環境に関するデータ	58
		重点課題とKPI	14	地域社会との共生(まちづくり)	34	社会に関するデータ	60
				社会貢献活動の推進	36	ガバナンスに関するデータ	62
				トピックス	38	環境方針	64
						高島屋 取引指針	65
						表彰・認定一覧	66
						GRIスタンダード対照表	67
				4	G ガバナンス		
		環境課題への取り組み	16	コーポレート・ガバナンス	42	ヒストリー	
		脱炭素化推進 RE100	18	経営統制	43	サステナビリティの歩み	72
		脱炭素化推進 EV100	19	内部統制システム	44		
		循環型ビジネス	20	想定されるリスクと対応策	46		
		廃棄プラスチック削減	22	プライバシーポリシー	48		
		食品ロス削減	23	ディスクロージャーポリシー	49	編集方針	76
		トピックス	24				

「店是」

確実なる品を廉価にて販売し、自他の利益を図るべし

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、
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。

高島屋グループの経営理念体系

高島屋グループは、1991年から、経営理念に「いつも、人から。」を掲げており、
企業の意思決定や活動にあたっての基本的価値観、すなわち判断基準としています。

また経営理念の実現に向けた5つの指針を示すとともに、
企業メッセージを通じて当社のあるべき姿を社内外に発信しています。

経営理念

いつも、人から。

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

5つの指針

- | ころに残るおもてなし
- 未来を切り拓く新たな生活・文化の創造
- いきいきとした地域社会づくりへの貢献
- 地球環境を守るためのたゆまぬ努力
- 社会から信頼される行動

企業メッセージ

「変わらない」のに、あたらしい。

伝統があるから、新しくなれる。時代に息づく心地よい価値をこれからも。

守り継ぎたいことはそのままに。時代が求める変化には柔軟に。
心のこもったサービスなど「変えてはならないもの」と、
お客様に喜んでいただくために「変えるべきもの」を明確にし、
全員が心をひとつにして、進化してゆく高島屋です。

事業概要

高島屋グループは百貨店業を中核に、
商業開発業や金融業、建装業、レストラン業等を展開しています。



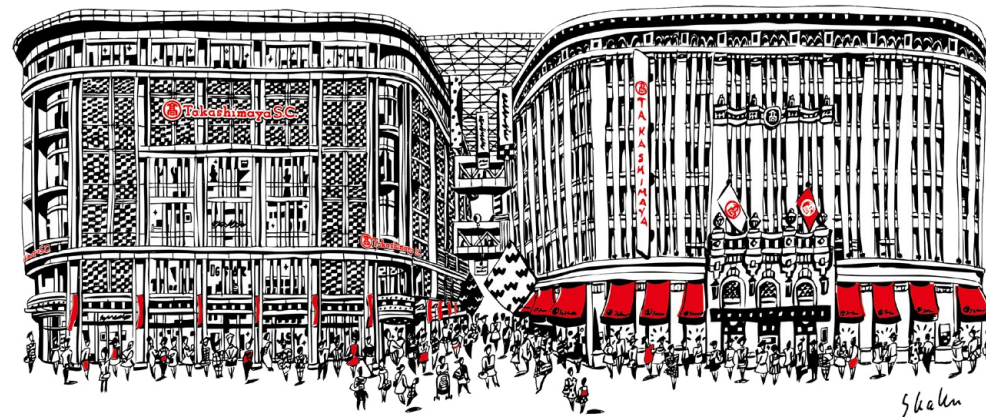
高島屋グループ内で商業デベロッパー機能を担うべく、国内外においてネットワークの拡充を実現し、SC事業をコアにしたさまざまな開発・運営を行っています。

- 【国内】
- 東神開発(株)
- (株) ファッションプラザ・サンローゼ
- 【海外】
- トーシン ディベロップメント シンガポール PTE.LTD.
- A&B ディベロップメント CORP.
- ゲートウェイ ベトナム エデュケーション ジョイント ストック カンパニー
- グローブランド LTD.
- ハノイレジデンシャル アンド コマーシャル センター -HRCC LTD.
- SLUC カンパニーリミテッド



お客様本位のフィナンシャル商品やサービス提供を通じ、高島屋でのお買物の楽しみを広げるとともに、豊かで安心な生活づくりに貢献します。

- 【国内】
- 高島屋フィナンシャル・パートナーズ(株)



—百貨店業—

国内百貨店は、当社のコア事業でありグループ営業収益の8割以上のシェアを占めています。高島屋ならではの特徴ある店づくりや充実したサービスにより多様化するニーズに対応し、お客様の支持を広げていきます。

- 【国内】
- (株) 高島屋
- (株) 岡山高島屋 ■(株) 岐阜高島屋 ■(株) 高崎高島屋
- (株) 高島屋友の会
- (株) アール・ティー・コーポレーション[レストラン業]
- 【海外】
- タカシマヤ シンガポールLTD.
- 上海高島屋百貨有限公司
- タカシマヤ ベトナムLTD.
- サイアム タカシマヤ(タイランド) CO.,LTD.

TAKASHIMAYA GROUP



商業施設・文化施設などの、企画から設計・施工まで上質な空間をプロデュースしています。

- 【国内】
- 高島屋スペースクリエイツ(株)



多様化するお客様のニーズに幅広く対応するため、国内グループ会社が持つノウハウや強みを結集・活用。百貨店とのシナジーを発揮し、グループ全体で幅広い事業を展開しています。

- 【国内】
- (株) グッドリブ[酒類等卸売業]
- (株) アール・ティー・ディー [卸売業]
- (株) エー・ティ・エー [広告宣伝業]
- (株) センチュリーアンドカンパニー [人材派遣業]
- (株) 高島屋ファシリティーズ [建物維持・管理請負業ほか]
- たまがわ生活文化研究所(株) [文化施設運営管理業]
- (株) セレクトスクエア[通信販売業]
- 【海外】
- タカシマヤトランスコスモスインターナショナルコマースPTE.LTD. [卸売業]



「ESG経営を通じて、創業以来の店是の精神を具現化」



高島屋グループの

ESG 経営

トップメッセージ>>

村田 善郎

Yoshio Murata

株式会社高島屋 代表取締役社長

むらた・よしお

1985年高島屋入社。2011年柏店長、'13年執行役員総務本部副本部長、'15年常務取締役企画本部副本部長、'17年常務取締役総務本部部長を経て、'19年3月取締役社長就任。

高島屋グループ（以下、当社）は、本年創業190周年を迎えました。今日ESG経営がいかにあるべきかを考えるとき、創業以来受け継いできた「店是（てんぜ）」という商いの基本的行動規範に立ち返って考えることが大変重要です。

店是には、「確実なる品を廉価にて販売し、自他の利益を図るべし」「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、いやしくも貧富貴賤に依りて差等を附すべからず」とあるように、これらは変えることのない価値観として、今日的なESG経営へとつながっています。

したがって店是の精神を企業活動を通じて具現化していくことは、お客様をはじめとする社会全体を豊かにしていくことになると、私自身、強い信念をもって日々の経営にあたっております。

さらに店是に込められた考え方は、グループ経営理念「いつも、人から。」へと紐づき、企業の意思決定や活動にあたっての基本的価値観、すなわち企業活動における行動規範として、経営者・従業員の中に根づくものとなっています。

現在、当社のあらゆる経営・営業施策は、グループ総合戦略「まちづくり」（以下、まちづくり戦略）を基本としており、そこには「街のアンカーとしての役割発揮」「館の魅力最大化」という2つの考え方があります。

このまちづくり戦略の中核にあり、ブランド価値の源泉として位置づけているのが百貨店事業です。当社は1831年に京都・烏丸の地に古着木綿商として創業し、その後百貨店グループへと

進化を遂げています。過去から現在まで、一貫して百貨店という存在やその価値にこだわり続け、変化対応してきたことが、ステークホルダーの皆様からのご支持・ご支援へとつながりました。

長く、ときには苦難もあった歴史の中で築きあげてきた信用・信頼は当社ならではの強みであり、まさに財産です。このことは、日本のみならず海外においても、百貨店やグループ事業を通じてまちづくり戦略を推進する当社が、社会の公器として幅広い影響力や強い責任感、透明性・公正性をもって地球上のさまざまな社会課題に取り組むうえでのまさに原動力となっております。

コロナ禍において社会や消費者の価値観やライフスタイルが大きく変容し、デジタルトランスフォーメーションも加速しています。アフターコロナを見据えたときに、こうした経営環境をしっかりと認識し、変化対応力と創造力を発揮し企業活動に生かしていくことは必ずや企業の成長へとつながっていくでしょう。

創業以来、幾度も危機が訪れた中で、当社は常に「革新の連続が当社の伝統」であることを経営と従業員が全員で確認しながら、難局を乗り越えてまいりました。まだまだ世の中にとっても、企業にとっても先行き不透明で厳しい環境が続きますが、今後も社会における当社の存在意義を自問自答しながら、新しい価値を創造し豊かな社会の実現に貢献していけるよう努めてまいります。

引き続き、皆様のご支援・ご愛顧のほど、よろしくお願い申し上げます。

高島屋グループのESG経営

当社のグループ経営理念「いつも、人から。」は、SDGsが目指す「誰一人取り残さない」社会の実現と強く結び付くものです。2006年には、経営理念をもとにCSR活動領域を策定し、現在もそれに即した経営の推進や情報の開示を行っています。活動領域には、事業活動を通じて得た利益をさまざまな人々に還元する「経済的役割」や「コンプライアンス（法令遵守）」といった基本的な活動に加え、「企業倫理」に基づく行動や新しい価値の創造、社会問題の解決など「社会的役割」の実現といった活動があります。

こうした従来のCSR経営にSDGsの概念を融合し推進しているのが、「グループESG経営」であり、「すべての人々が21世紀の豊かさを実感できる社会の実現」に貢献していくことを目指しています。これにより、「環境に優しいより豊かな生活・文化」「多様な価値観への対応、多様な人材の活用」「お客様視点に立った経営」など、当社ならではの価値提供を通じ、ステークホルダーの皆様からの共感を獲得していきます。

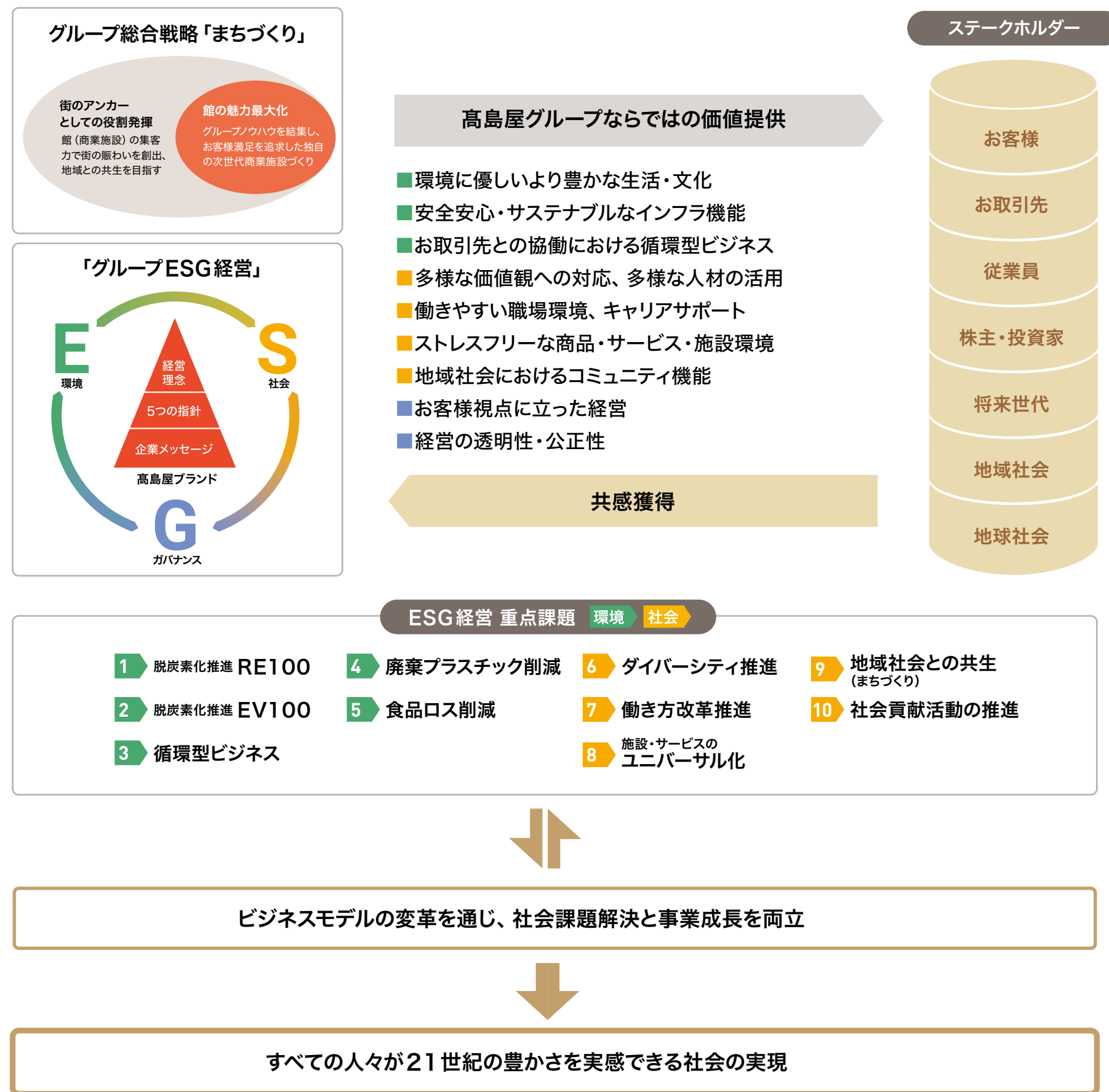
ESG経営の重点課題につきましては、「脱炭素化推進RE100」や「ダイバーシティ推進」をはじめとする10の項目を設定しています。そのためには従来型のビジネスモデルから脱却し、時代や社会の要請に合わせて変革していくことが重要であり、結果として社会課題の解決はもちろんのこと、事業成長の好機にもつながるものと考えます。

当社がグループ総合戦略として位置づける「まちづくり」（以下、まちづくり戦略）も、コミュニティやサステナビリティの観点からESG経営と密接な関係にあります。「街の賑わいを創出し、地域との共生を図る」「商品や環境、サービスを通じて新しい価値を提案・提供する」ことは、さまざまな社会問題の解決に応用・発展させていくことができます。

さらに当社は百貨店を中核に国内外で各グループ事業を展開しており、また優良な顧客基盤や店舗の立地、お取引先とのネットワークを有していることから、地球上のさまざまな問題にアプローチできる強みやポテンシャルを持ち合わせています。

まちづくり戦略を推進する中で、短期的・中長期的両方の視点で社会課題の解決に取り組むことで、グループのさらなる成長を目指すとともに、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

【グループESG経営概念図】



重点課題領域別の考え方と設定プロセス

E - 環境

百貨店事業を中核に位置づける当社は、環境負荷を前提とした現行のビジネスモデルをリスクと捉え、環境課題の解決に向けて取り組んでいます。これまで培ったステークホルダーの皆様との信頼関係をベースに、限られた地球資源を再生・修復するビジネスに取り組んでいきます。

S - 社会

少子高齢化の急速な進行、デジタル化の進展、予期せぬ災害発生など、経営環境が激変する中、地域社会におけるライフラインとしての役割発揮はもとより、すべての人々が活躍できる社会づくりに向け、社会の公器としての責任を果たしていきます。

G - ガバナンス

当社への信頼と経営の透明性向上に向け、コンプライアンス遵守を徹底します。あわせて経営やステークホルダーに影響を及ぼす事案に迅速かつ適切に対応し、社会課題解決に貢献し続けることで、ステークホルダーの皆様からの共感を獲得し、企業価値の向上を図ります。

重点課題設定プロセス

経営理念体系を軸にSDGsの17の目標から取り組むべきテーマを考察

経営理念体系とSDGsの17の目標とを照らし合わせ、事業活動を通じて当社が取り組むべきテーマはなにかを洗い出しました。

現状とSDGsが掲げる目標とのギャップを議論

お客様や株主、従業員などステークホルダーからの期待も踏まえ、現状とSDGsが達成された社会との間にあるギャップを議論し、テーマの優先度合いを確認しました。

当社が重点的に取り組むべき5つのテーマを設定

百貨店業をコア事業とする当社において、SDGsの達成に強く貢献・寄与できる5つのテーマを設定しました。

〈高島屋グループSDGs 5つのテーマ〉

1. 地球環境への配慮
2. まちづくり
3. アクセシブ・ストレスフリーな商品・施設
4. 持続可能な商品・サービスの提供
5. 働きがいの創出

5つのテーマをESG視点の重点課題として再構築

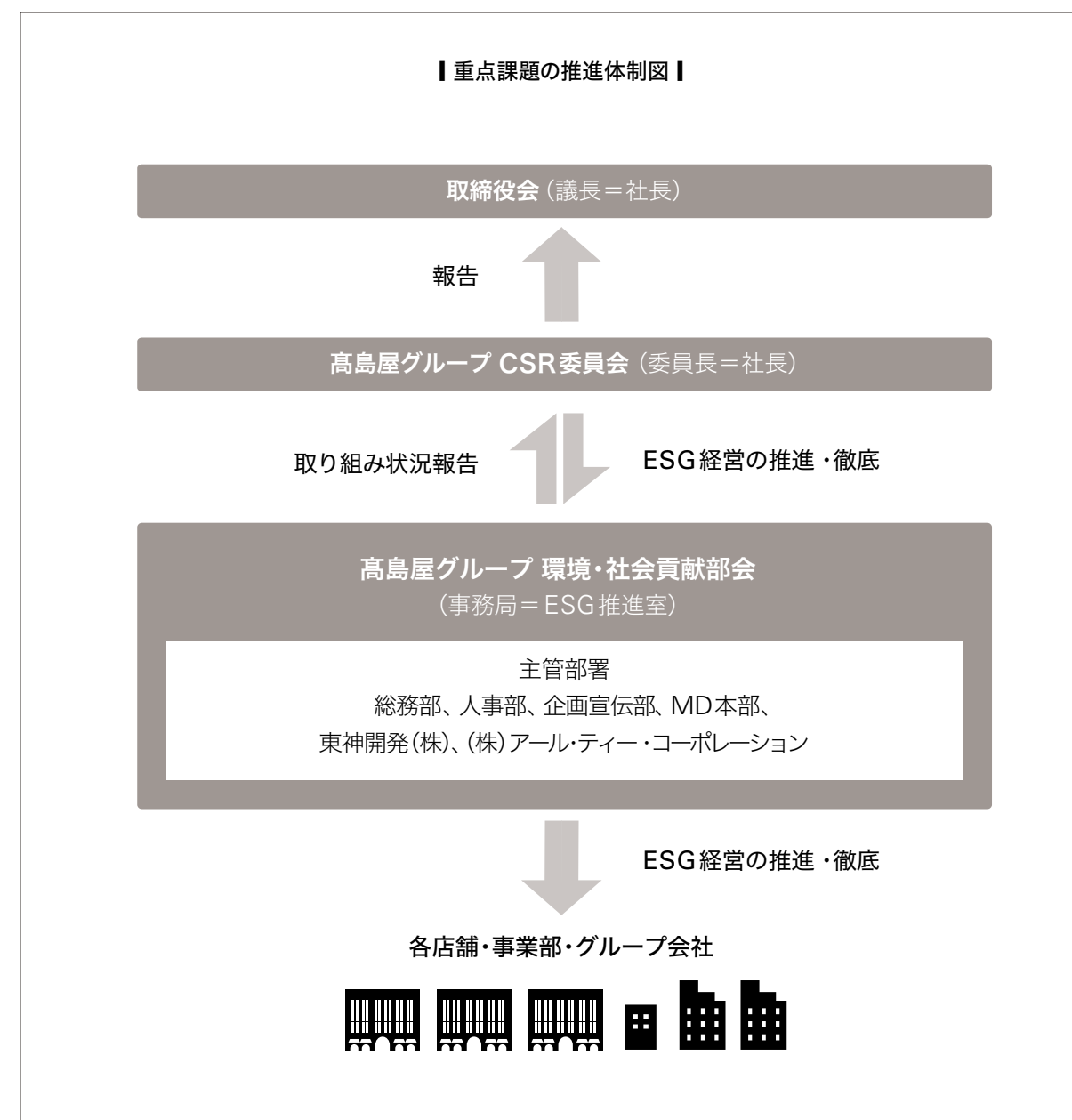
当社が目指す将来社会を見据え、5つのテーマをESG視点で環境・社会領域の重点課題10項目へ再構築し、取締役会において確認しました。

重点課題の推進体制

ESG経営を組織内に浸透させ、設定した重点課題に対する取り組みを確実に推進していくため、グループ視点での方針管理、進捗管理を充実させる「高島屋グループ 環境・社会貢献部会」を新たに設置し、より一体的でかつ実効性が発揮できる体制を整えています。

重点課題10項目については、達成すべき中長期目標を設定、年度ごとの目標や取り組み状況を数値化し、PDCAサイクルを通じ進捗状況を管理しています。

また、当社は社長を委員長とする「高島屋グループ CSR委員会」を設置し、コンプライアンス経営の徹底に加えて内部統制の状況や、新しい社会課題に対するCSR領域への取り組み状況をグループ横断的に検証し、強化する体制を整えています。



重点課題とKPI

重点課題	KPI	数値目標					取り組みのポイント		
		2021	2023	2025	2030	2050			
E 環境	1 脱炭素化推進 RE100	→ RE (再生可能エネルギー) 転換率 電力使用温室効果ガス排出量削減率 ('19年比)	1.8% -3.0%	5.5% -5.6%	8.6% -10.5%	30%以上 -35%	100% -100%	・再生可能エネルギー転換 ・使用電力量削減	
	2 脱炭素化推進 EV100	→ EV車両転換率 保有車両台数削減 ('19年比)	0.3% -17台	0.3% -17台	3.1% -52台	100% -115台		・EV車両への切替 ・営業車両台数の適正化・削減 ・EV充電施設整備	
	3 循環型ビジネス	→ 再生ポリエステル使用率 (当社が開発する限定商品)	-	-	100%			・環境配慮型商品拡充 ・循環型プラットフォーム構築	
	4 廃棄プラスチック削減	→ 廃棄プラスチックリサイクル率 廃棄物総量削減 ('19年比)	97% -3.6%	98% -24.8%	99% -26.3%	100% -30%		・プラスチック用度削減 ・食品容器の生分解材、非プラ材転換 ・100%リサイクル利用 など	
	5 食品ロス削減	→ 生ごみリサイクル率 生ごみ排出量削減 ('19年比)	68% -3.6%	75% -15%	80% -16.7%	100% -20%		・二次加工の拡充 ・外部機関活用 ・販売方法の見直し など	
	S 社会	6 ダイバーシティ推進	→ 女性管理職比率 障がい者雇用率、外国人従業員数	31.3%	33.3%	35.4%	40%以上		・誰一人取り残さない公正公平な人事運営 ・ジェンダー平等 ・外国人の受け入れ (労働者としての受け入れと生活者としての支援)
		7 働き方改革推進	→ 有給休暇取得率 人当生産性向上 <small>〔従業員一人当たり営業利益額 ('19年比・2倍)〕</small> 社員離職率 両立支援制度取得状況	55% 1.7百万円	65% 3.9百万円	80% 4.7百万円	100% 6.6百万円		・マルチタスク化推進による生産性向上 ・多様な働き方実現に向けた環境整備 ・従業員意識啓発
		8 施設・サービスのユニバーサル化	→ 有資格者比率 施設バリアフリー化	10.1%	11.7%	14.5%	20%		・施設のユニバーサル化 ・ユニバーサルなおもてなしの理解浸透
	9 地域社会との共生 (まちづくり)	→ 地域との連携 (各店・SC)						・行政との連携など有事の際の防災拠点化推進 ・「集い・過ぎす」ためのコミュニティ提供	
	10 社会貢献活動の推進	→ ボランティア休暇取得日数						・参画機会の拡充 ・文化活動推進	

・経営統制

・内部統制システム

・想定されるリスクと対応策

・プライバシーポリシー/ディスクロージャーポリシー

G
ガバナンス

はじめに
1 ESG経営
2 環境 — E
3 社会 — S
4 ガバナンス — G
5 データセクション
ヒストリー

「地球環境を守るため のたゆまぬ努力。」



environment

環境課題への取り組み

事業活動を通じ、限られた地球資源を再生・修復

当社は、グループ経営理念体系の「5つの指針」のひとつに「地球環境を守るためのたゆまぬ努力」を掲げています。また「高島屋グループ環境方針」においても、地球温暖化の防止やCO₂排出量の削減に重点を置くなど、持続可能な社会の実現に貢献することを目指しています。

このグループ環境方針は、ESG経営で掲げる環境課題を解決につなげる基本的姿勢でもあります。お客様やお取引先、地域社会など、多くの人々との直接的な接点をもつという事業特性を生かしながら、環境方針に基づくさまざまな活動に取り組んでいます。

しかし一方で、近年は気候変動や資源の枯渇、生物多様性の減少といった環境問題がより深刻化しており、環境問題への取り組みの重要性や緊急性が高まっています。

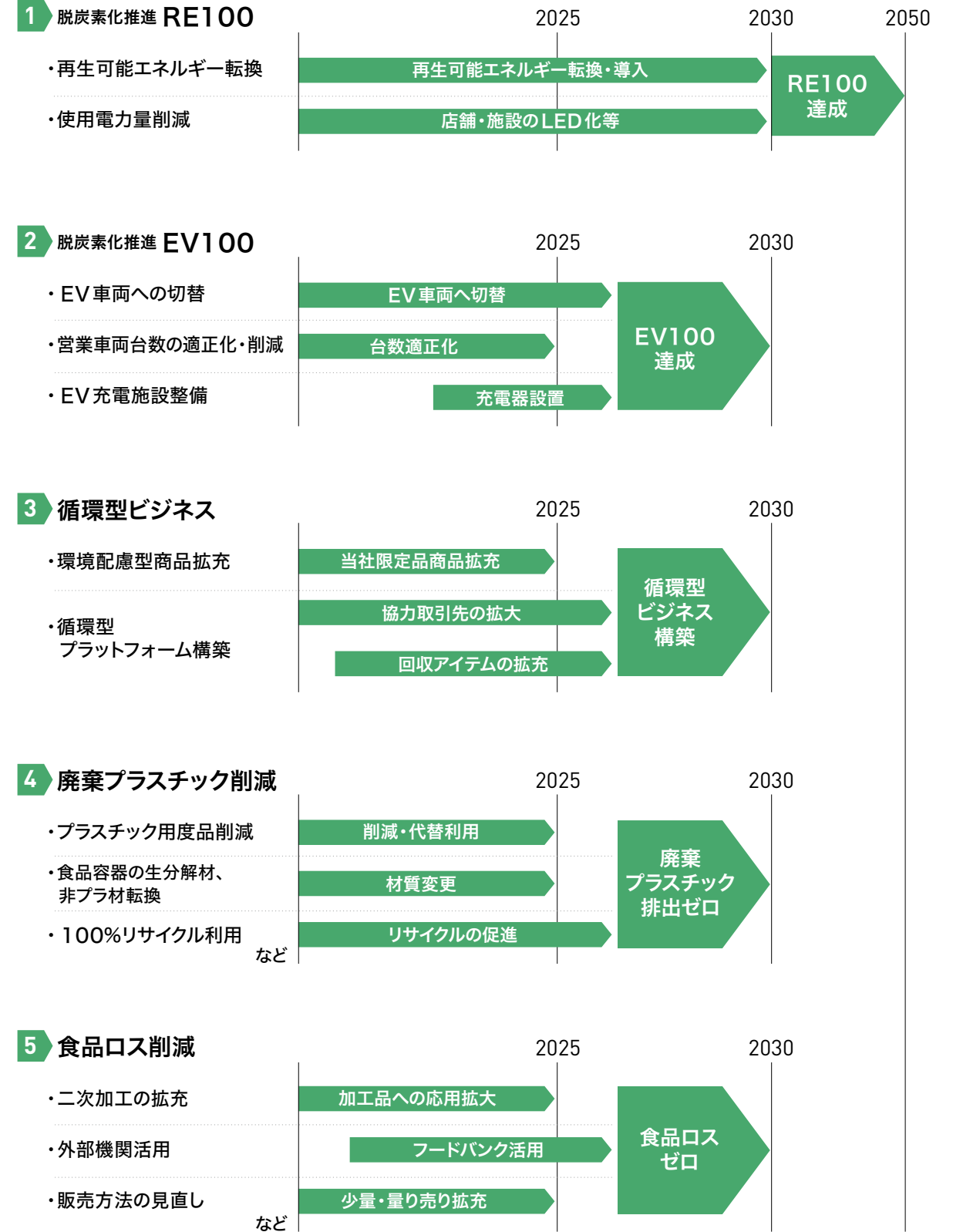
特に中核事業である百貨店事業では、化石燃料などの地下資源による電力の大量消費や、プラスチックや食品ごみの大量廃棄、衣料品の過剰在庫など、現行のビジネスモデルが環境負荷を前提としていることをリスクと捉えています。したがって、百貨店のみならずグループ事業全体において、従来型のビジネスから、地球資源を再生・修復するビジネスへと変革していくことが必要であると認識しています。

そこで、脱炭素社会や循環型社会の実現に貢献する「RE100」「EV100」「循環型ビジネス」「廃棄プラスチック削減」「食品ロス削減」の5つを重点課題に設定し、「すべての人々が21世紀の豊かさを実感できる社会の実現」に向けた取り組みを推進していきます。

高島屋グループ環境方針

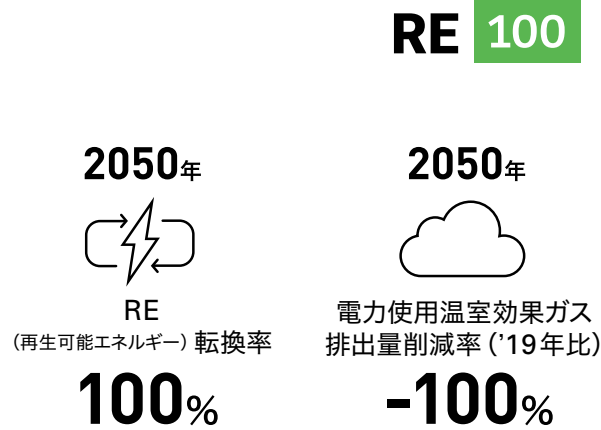
高島屋グループは地球環境を守るために、地球温暖化防止への貢献に重点をおき、CO₂の削減を中心にさまざまな活動を行うことにより、環境問題の解決につながる21世紀の心豊かなライフスタイルを提案していきます。

[重点課題と取り組みのポイント]



1 脱炭素化推進 RE100

2019年、事業活動で使用する電力を100%再生可能エネルギー由来の電力で調達することを目指す国際的イニシアチブ「RE100」に参加しました。「2050年までに事業活動で使用する電力の100%を再生可能エネルギーに転換すること」を目標とし、脱炭素社会の実現に向けた取り組みを推進していきます。



玉川高島屋S・C「マロニエコート」

再生可能エネルギー由来の電力の導入>>

2020年は、「RE100」への取り組みの第1弾として、グループ会社の東神開発株式会社が運営する玉川エリア（東京都）、流山エリア（千葉県）の小規模8施設、玉川エリア7施設：マロニエコート、アイビーズプレイス、花みず木コート、柳小路（錦町・仲角・東角・南角）、流山エリア1施設：NAGAREYAMAおおたかの森GARDENSハナミズキテラスを再生可能エネルギー由来の電力に転換しました。



柳小路南角（東京都世田谷区）

2021年秋以降は、下記にも導入予定です。

- ・NAGAREYAMA おおたかの森 GARDENS アゼリアテラス (2021年秋～)
- ・日本橋三丁目スクエア、流山TXグランドアベニュー (2021年12月～)
- ・タイガービル、TK第1ビル、流山おおたかの森S・C ANNEX2 (2022年～)
- ・NAGAREYAMA おおたかの森 GARDENS こもれびテラス、こかげテラス (2022年3月～)

LED化の推進>>

店舗ごとに設備を省エネ効率の高い機器へと順次更新しています。既存照明をLED照明へ変更することにより、使用電力およびCO₂の削減に努めており、百貨店では2011年～2019年までで、15万4,000台のLED照明を導入しました。空調やエレベーターなども随時省エネ型に切り替えることで使用電力の削減を図っています。

「ZEB Oriented」の取得>>

グループ会社の東神開発株式会社が運営する「日本橋三丁目スクエア（2021年12月竣工予定）」は、環境負荷低減性能の確保を基本とし、施設を再生可能エネルギー由来の電力100%で運用するほか、1階共用部については、照明器具に対して太陽光発電設備による電力を供給、空調の運転には地中熱を利用するなど、サステナブルな環境のための取り組みを行います。環境省「ZEB (Net Zero Energy Building)」への足がかりとなる「ZEB Oriented」を取得しました。

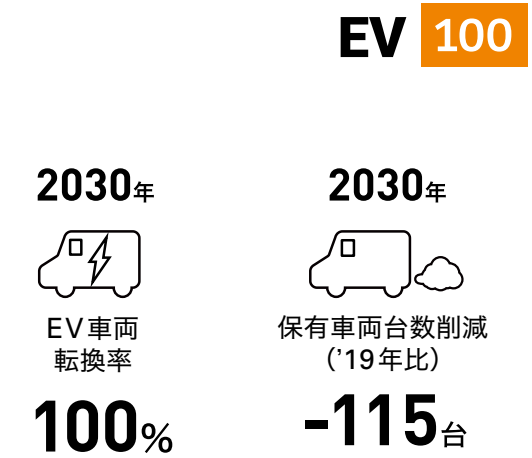


日本橋三丁目スクエア

2 脱炭素化推進 EV100

自動車や鉄道、航空機など、人や物の輸送・運搬に占める世界のエネルギー関連温室効果ガス排出量は、年間2.5%上昇しており（2018年度）、気候変動に最も影響を与えているといわれています。

当社は2019年、事業活動で使用する車両を100%電気自動車化することを目指す国際的イニシアチブ「EV100」に参加しました。「2030年までに直接管理車両を100%電気自動車化すること」を目標とし、脱炭素社会の実現に向けた取り組みをさらに推進していきます。



保有車両をEV車両やFCV車両に転換>>

各店が使用する外商営業車両やお客様送迎車両等、営業活動で使用する保有車両の削減・適正化を図るとともに、保有車両を順次EV車両やFCV車両に転換していきます。

チャージステーションの拡大>>

EV車両の普及や増加に向けた対策として、充電設備

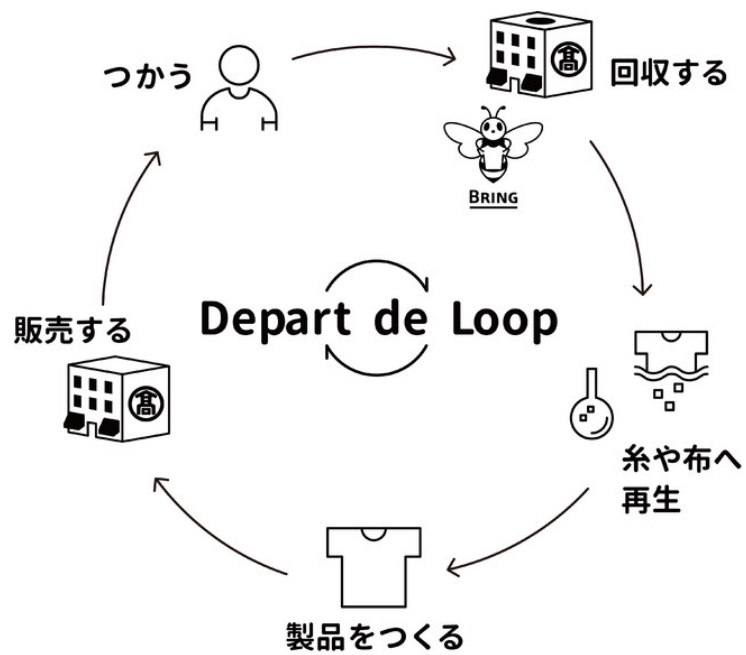
の拡充に取り組みます。現在、玉川高島屋S・C（東京都）・柏高島屋ステーションモールおよび流山おおたかの森S・C（千葉県）に設置しているEV車両のチャージステーションを、順次他の店舗にも拡大していく予定です。



3 循環型ビジネス

UNCTAD（国連貿易開発会議）によると、繊維・アパレル産業は、石油産業に次いで世界で2番目に環境を汚染している産業に挙げられています。年間9,200万トンもの廃棄物を発生させ、繊維製品の約6割は、石油由来のポリエステルなどを原料としているため、環境への影響が大きいとされています。

ファッションアイテムは、百貨店の主力商品です。高島屋では、不要となった衣料品の回収・再生・販売の循環型スキームを構築し、「売りっ放し」からの脱却を目指します。同時に、「再生し続ける服や雑貨」を提供することにより、新たな地下資源を使用することなく、サステナブルなビジネスモデルへの変革を推進していきます。



2025年
再生ポリエステル使用率
(当社が開発する限定商品)
100%

BRING™とは
日本環境設計株式会社が企画運営し、衣類リサイクルに取り組むブランド「BRING™ (プリンク)」。回収した衣類や繊維製品のポリエステル繊維を、独自技術により再生ポリエステル原料に変えて、新しい服に再生。廃棄繊維を減らし、限られた資源の有効活用に貢献しています。

日本環境設計株式会社との協働

当社は、「ケミカルリサイクル」という現時点において国内唯一・独自の技術を有する日本環境設計株式会社と2020年に資本提携しました。「お客様から不要となった衣料品を回収→分解→再生ポリエステル樹脂として原料化する」再生工場を保有し、循環型プログラムを展開する同社と協働し、環境に配慮した循環型商品の開発に取り組んでいます。

循環型商品の発売と回収プログラム「Depart de Loop」プロジェクトの開始

「再生し続ける服」の展開拡充に向け、2021年4月には、日本環境設計株式会社との協働による「Depart de Loop」プロジェクトを始動しました。当社の取引先ネットワークを通じてプロジェクトへの参加協力要請や、お客様への告知強化を図り、循環型社会の構築に取り組んでいます。



将来的な参加型サーキュラーエコノミーを目指して

「Depart de Loop」のネーミングは、「デパートが行う循環型企画」「新しい生活サイクルへの出発」という想いを込めた造語です。将来的には、あらゆるものを循環させ、サステナブルなライフスタイルを定着させることを目指しています。そのためにも、情報発信や啓発活動に取り組み、お客様やお取引先、地域社会とともに参加型のサーキュラーエコノミーを積極的に提案・推進していきます。



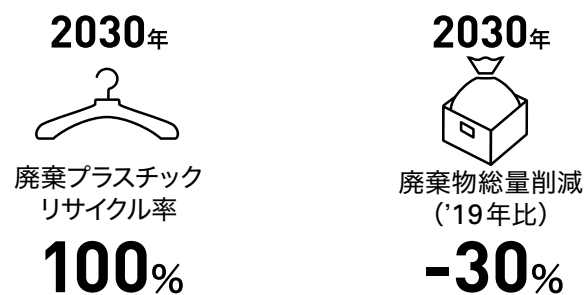
「Depart de Loop」プロジェクトの一環として、お客様からの不用品を回収するBOXを店内に設置。

4 廃棄プラスチック削減

気候変動や海洋プラスチックごみ問題、諸外国の廃棄物輸入規制強化等への対応を契機に、世界中でプラスチックごみの削減やリサイクルの促進が求められています。日本国内でも「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」が公布され、2022年4月には、特定プラスチック製品を提供する事業者に、ワンウェイプラスチックの削減や再利用の促進といった取り組みが義務化されます。

事業活動を通じて多くのプラスチック製品を使用している当社では、レジ袋の素材変更やお客様へのエコバッグ利用促進、簡易包装の推奨など、プラスチック用度品をはじめとした包装資材の削減に向けた取り組みを継続的に実施しています。

また、リサイクル率の管理やごみ分別施設を設けるなど、廃棄物の削減とリサイクル率向上に努めています。今後も、廃棄プラスチック削減に向け、プラスチック用度品の削減や、生分解可能素材などを使用する代替素材の活用などに取り組んでいきます。



レジ袋の素材変更・有料化

2020年4月から、レジ袋の素材をバイオマスプラスチック製（サトウキビ由来・配合率90%）に変更、有料化を実施しました。

また、食料品売場で使われていた紙製の専用手提げ袋についても、責任ある森林管理や加工・流通の規格に則り認証されたFSC®認証製品に変更、有料化を実施しました。（FSC®N003180）

お客様に対しては、エコバッグの利用促進を推奨する取り組みを引き続き行っていきます。



玉川高島屋S・Cにおけるリサイクルの取り組み

玉川高島屋S・Cでは、店舗ごとの廃棄物量やリサイクル率を管理し、日々のごみの分別を徹底。また、各店舗に「リサイクル強化月間」を設け、廃棄物分別表を用いた分別指導等を行っています。一般ごみを減らす目的を掲げると同時に、従業員一人ひとりのリサイクルに対する意識やモチベーションを高めることで、廃棄物の削減とリサイクル率の向上を目指しています。

施設の地下には、「リサイクルファクトリー」というごみ分別施設を設けています。館内で発生したごみは、各店舗によって一時分別された後、すべてこの施設に集積され、リサイクルの徹底に向けてさらに分別されます。

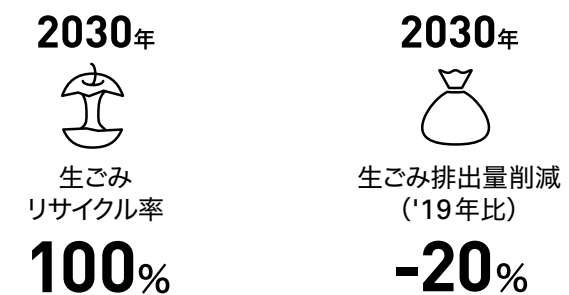
5 食品ロス削減

世界中で飢餓に苦しむ人々がいる一方で、先進国ではまだ食べられる食品が廃棄されており、日本では国民一人当たり毎日茶碗1杯分の食料を捨てているといわれています。さらにこうした食品ロスにともなう食品廃棄のために発生する温室効果ガス排出は環境問題に大きな影響を与えています。

食料品フロア、レストランなど、多種多様な食のシーンを提供する当社にとって、食品ロスの問題は重要な課題であり、課題解決に向けたさまざまな取り組みが必要と考えています。

当社においては、食品廃棄を減らすために、従業員への啓発活動はもとより、残った生ごみをリサイクル施設に持ち込み、飼料化・肥料化での再利用やメタンガス発電に取り組んでいます。

近年はさらに取り組みを強化し、外部機関との連携による従業員販売やフードバンク活動などを実施しています。今後はさらに、二次加工の拡充など、食品ロス削減に向けた新たな取り組みに積極的に取り組んでいきます。



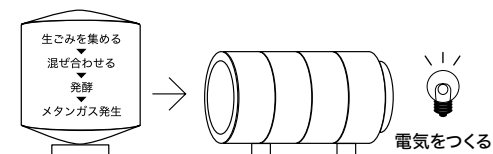
従業員食堂における啓発活動

2017年から農林水産省が推進する「食品ロス削減国民運動」の啓発ツールを従業員食堂の卓上に掲示。食品ロスの啓発活動を行っています。



残った生ごみをリサイクル

食料品売場・レストランなどから発生する生ごみをリサイクル施設に持ち込み、再生化を図っています。具体的には飼料化、肥料化での再利用や、微生物で分解するメタン発酵システムによるメタンガス発電などを行っています。



外部機関との連携による活動

玉川高島屋S・Cでは当日売り切れなかった商品をテナント従業員の方へ再販売するフードロス削減サービス「レスキューデリ」と連携し食品ロスの削減に取り組んでいます。また、流山おたかの森S・Cでは、地域の子ども食堂やフードバンク団体の活動を支援する取り組みとして、フードドライブイベントを実施しました。



上:食品再販売(レスキューデリ)の様子(2021年9月現在)
下:フードバンク活動支援の様子

トピックス

高島屋グループでは、各社の事業特性に応じた環境課題解決に取り組んでいます。各社の環境活動をご紹介します。



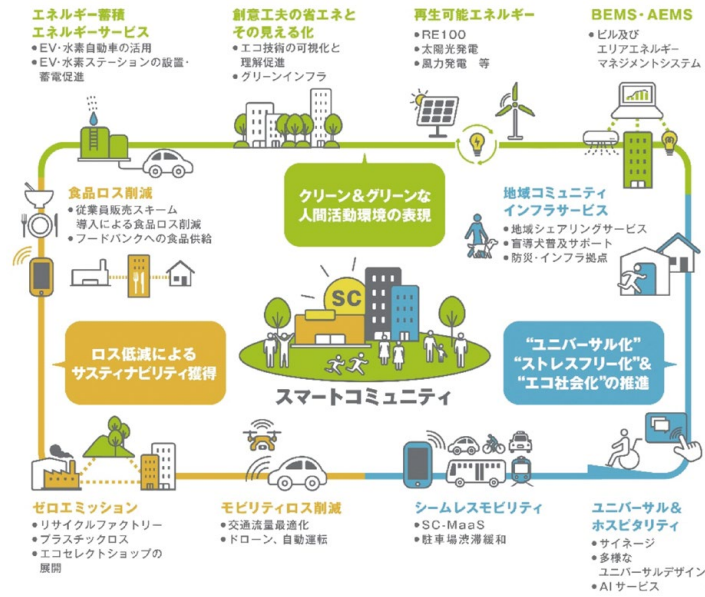
東神開発株式会社

[商業開発業]

スマートコミュニティの実現>>

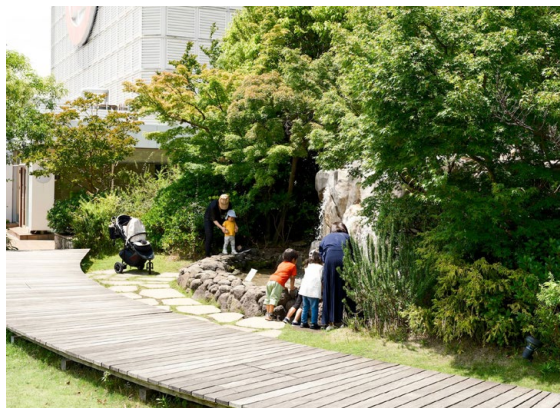
商業デベロッパーとして、街の中心にある「SCという場所」を生かして、地域社会と共有する価値をつくり出していくためには、「コミュニティ」と「サステナビリティ」をキーワードに、地域の生活インフラとして、お客様からの共感を獲得していくことが重要です。そのために、スマートコミュニティの実現をテーマに、以下3つの領域に取り組んでいます。

- クリーン&グリーンな人間活動環境の実現
- 「ユニバーサル化」「ストレスフリー化」「エコ社会化」の推進
- ロス低減によるサステナビリティ獲得



グリーンインフラの整備>>

玉川高島屋S・Cの屋上庭園や周辺開発における建物の緑化、流山おおたかの森S・C別館におけるグリーンチェーンレベル認定2の取得、日本橋高島屋S.C.新館の都内最大級の屋上庭園の整備など、街や建物と緑の調和を大切にしながら取り組みを推進しています。緑化にあたっては、景観への視点もさることながら、植樹や樹木の保全によるCO₂の削減効果にも留意します。



アートを紹介したプラスチックごみ削減の啓発>>

海洋プラスチックの問題に関心を持ってもらう機会として、流山おおたかの森S・Cでは、「みんなで作る海洋プラスチックモザイクアート」をテーマに、地域参加型のアートプログラムを開催しました。

ショッピングセンターという場所の特性を生かした情報発信力を通じて、海洋プラスチックごみを身近な問題として感じていただくきっかけづくりに貢献しています。

館内ナビゲーションアプリの導入>>

玉川高島屋S・Cにおいて、お客様の利便性向上とインフォメーションセンターにおける新型コロナウイルスの感染防止策を兼ねて「館内ナビゲーションアプリPinnAR」をSCでは全国で初めて導入しました。屋内でも現在地を測定してナビゲーションするアプリ機能により、お客様ご自身のスマートフォンに目的地までのルートが矢印で表示されます。

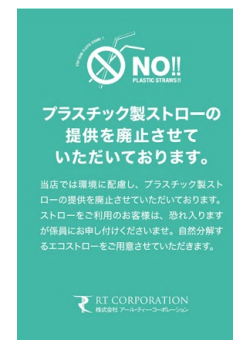


株式会社アール・ティー・コーポレーション

[レストラン業]

エコストローへの切り替え>>

高島屋店内に出店中のレストランや喫茶店の各店舗において、2020年1月からプラスチック製ストローの提供を廃止し、自然分解するエコストローの提供に切り替えました。今後も企業活動のあらゆる面で環境の保全に努めていきます。



環境に配慮したユニフォーム>>

2021年7月、東京・表参道にオープンした、イタリアンデリカテッセン&レストラン「リナストアズ」。ロンドン・ソーホー地区の人気店の日本初出店にともない、スタッフユニフォームに環境に配慮した素材を採用しました。日本環境設計(株)が手がけるBRING™独自の再生ポリエステル素材に、デリカテッセンの外観をシンボライズしたエンブレムを配置、ロンドンらしいポップでストリート感覚のデザインとなっています。



高島屋スペースクリエイツ株式会社

[建築業]

植樹・育林の取り組み>>

高島屋スペースクリエイツ(株)では、家具製作やインテリア工事で多くの木材を消費します。そこで、植樹・育林の取り組みとして、1993年に静岡県浜松市の国有林、約1万坪を借り受け、9,000本を超える杉やヒノキの苗木を植えました。植樹以来およそ30年が経過し、この山は森となり、CO₂の削減に大きく貢献しています。

苗木が成木になるまで約半世紀、地元の森林組合様の力を借りながら枝打ちや間伐を行い、自然を育む取り組みをこれからも続けていきます。



左:地元の森林組合の方々とともに守る静岡県浜松市の森 右:山頂記念碑

エコ事業所認定>>

「エコ事業所」認定制度とは、事業活動における環境に配慮した取り組みを自主的かつ積極的に実施している事業所について、地方自治体が「エコ事業所」として認定するものです。2009年2月に認証を取得した「エコアクション21」での環境に配慮した事業活動の一連の取り組みが評価され、「エコ事業所」として、札幌・仙台・名古屋・大阪・京都・広島・福岡の営業所が認定されました。今後も地球環境保全に向け、エネルギーや資源を効率よく使用し、環境負荷の低減に努めます。



「すべての人々が活躍できる社会づくり。」



social

社会課題への取り組み

多様な人々が共生できる社会を目指して

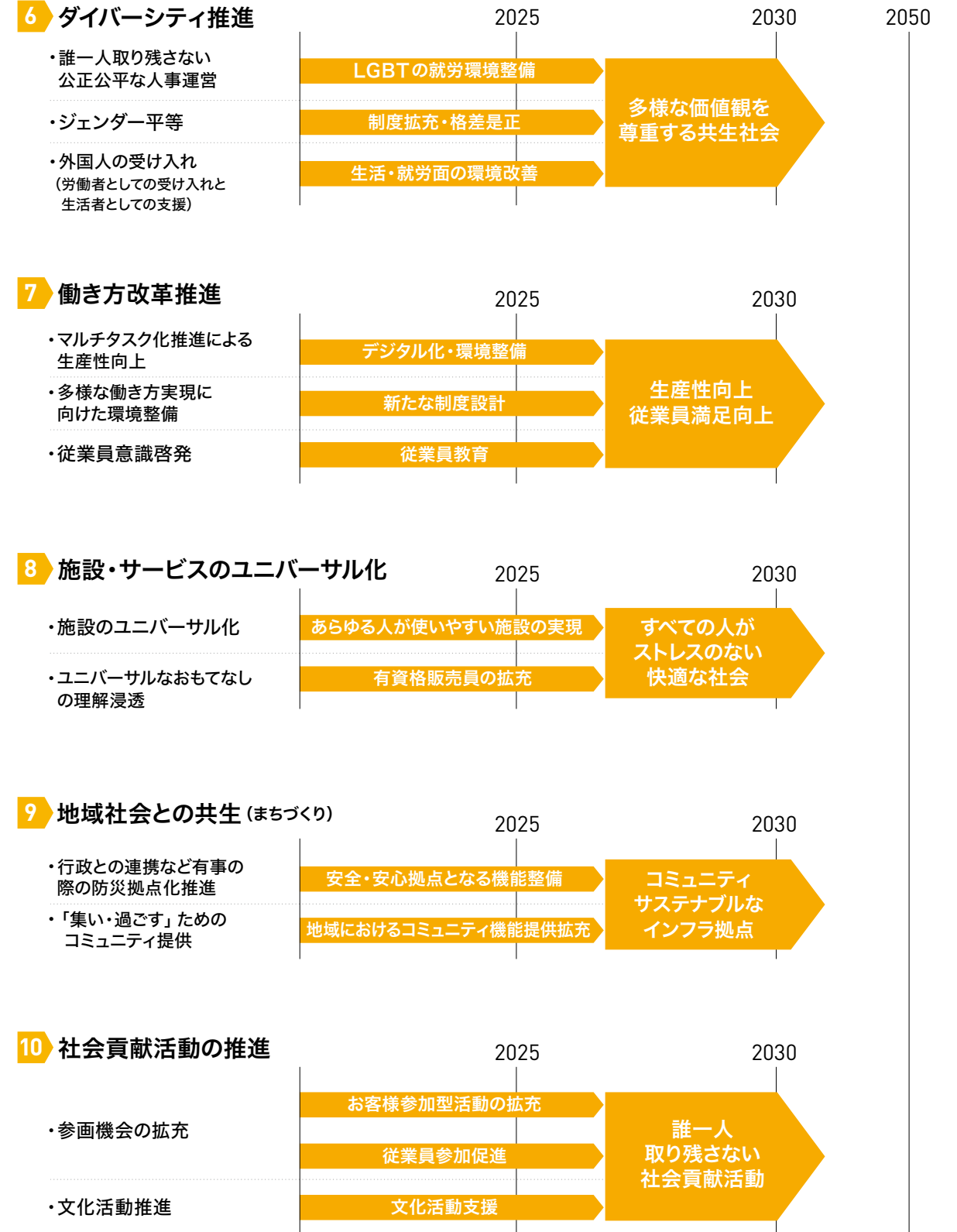
「すべての人々が21世紀の豊かさを実感できる社会」を実現するためには、多様性を尊重し、すべての人々が活躍できる社会を構築していく必要があります。

しかしながら現在、国内外において健康や福祉、人権・貧困、都市と暮らし、ジェンダー平等や教育などさまざまな社会課題が顕在化しています。

当社においても百貨店・SCをはじめ、人や地域社会と密接に関わり社会インフラとしての役割も担っているという事業特性上、そうした課題は取り組まなければならないことであり、果たすべき役割も大きいと考えます。

そこで現在、当社では「ダイバーシティ推進」「働き方改革の推進」「施設・サービスのユニバーサル化」「地域社会との共生(まちづくり)」「社会貢献活動の推進」をESG重点課題として掲げています。これらの課題に取り組む中で、「多様な価値観への対応、多様な人材の活用」「働きやすい職場環境、キャリアサポート」「ストレスフリーな商品・サービス・施設環境」「地域社会におけるコミュニティ機能」といった価値を提供していくことにより、ステークホルダーの皆様から共感いただけるよう努めていきます。

[重点課題と取り組みのポイント]



6 ダイバーシティ推進

中核とする百貨店のお客様の8割、従業員の7割が女性であり、従来より女性の活躍推進を経営戦略と位置づけ、両立支援の拡充など、女性の活躍・ジェンダー平等に向けた取り組みを推進してきました。

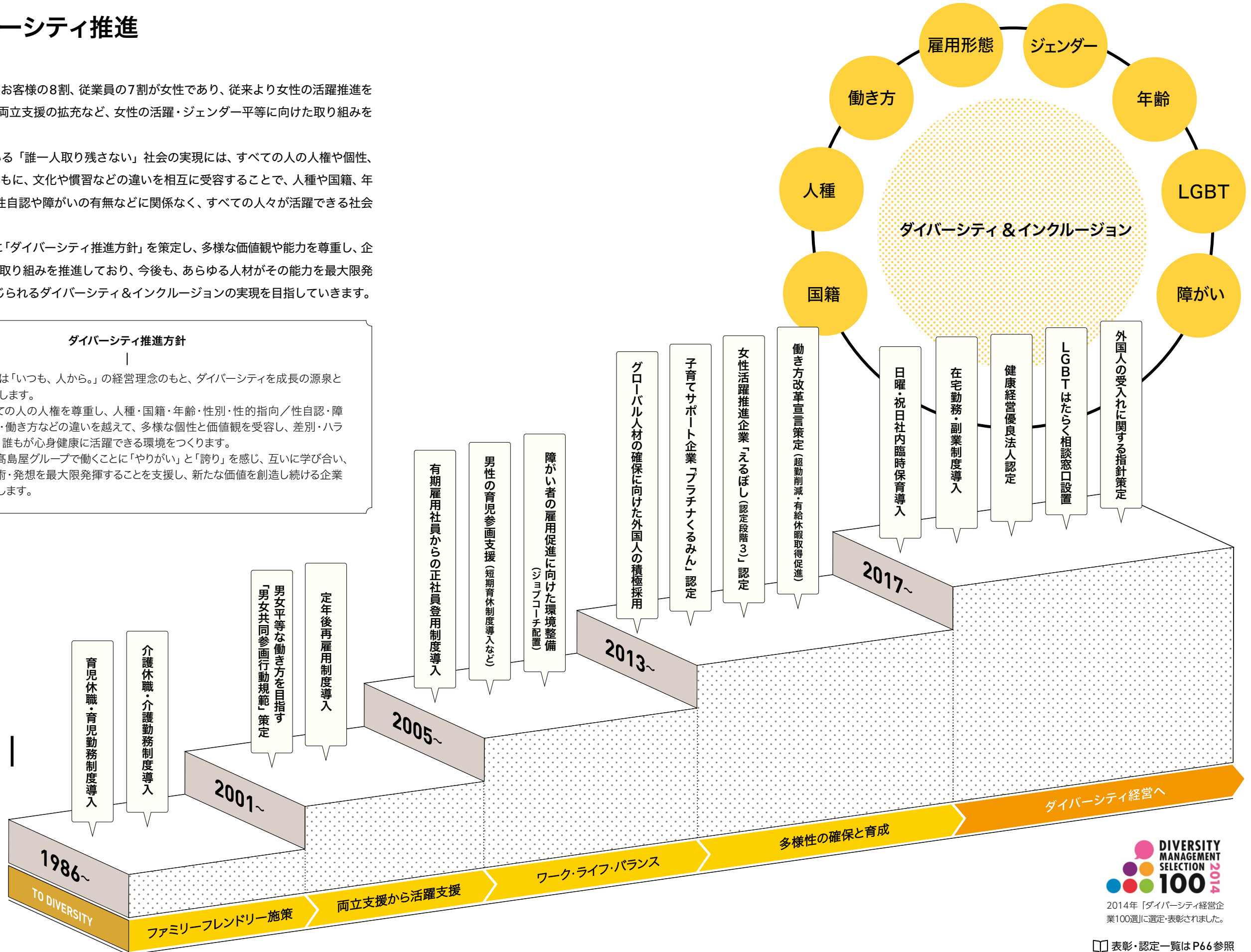
SDGsが目指している「誰一人取り残さない」社会の実現には、すべての人の人権や個性、価値観を尊重するとともに、文化や慣習などの違いを相互に受容することで、人種や国籍、年齢や性別、性的指向・性自認や障がいの有無などに関係なく、すべての人々が活躍できる社会の構築が不可欠です。

当社は2020年7月に「ダイバーシティ推進方針」を策定し、多様な価値観や能力を尊重し、企業の成長に結び付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

1. 高島屋グループは「いつも、人から。」の経営理念のもと、ダイバーシティを成長の源泉と位置づけ、推進します。
2. ともに働くすべての人の人権を尊重し、人種・国籍・年齢・性別・性的指向／性自認・障がい・雇用形態・働き方などの違いを越えて、多様な個性と価値観を受容し、差別・ハラスメントがなく、誰もが心身健康に活躍できる環境をつくります。
3. 一人ひとりが、高島屋グループで働くことに「やりがい」と「誇り」を感じ、互いに学び合い、持てる能力・技術・発想を最大限発揮することを支援し、新たな価値を創造し続ける企業グループを目指します。

ダイバーシティ推進
取り組みの変遷図



表彰・認定一覧はP66参照

女性の活躍・ジェンダー平等に向けた取り組み

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。採用、配置、昇進などについては、性別等に関係なく、本人の意欲・能力と今後のキャリアビジョンを考慮し、「適材適所」を最優

先に考えて実施しており、採用・給与・昇進・職務・配置・定年などすべて男女同一条件です。

性別を問わず、誰もがライフステージの変化において家庭と仕事の両立を目指せるよう、制度の充実を図り、ワーク・ライフ・バランスのへの取り組みを積極的に進めています。

2030年



女性管理職比率
40%以上

女性が輝く先進企業2017

2017年、女性が輝く先進企業表彰「内閣総理大臣表彰」を受賞しました。



2016年、厚生労働省から「えるぼし（認定段階3）」を認定されました。



2015年、(株)高島屋(株)岡山高島屋は「プラチナくるみん」を認定されました。

日曜・祝日社内臨時保育

日曜・祝日にこどもの預け先がない従業員のために、2017年に日祝限定の社内臨時保育を横浜店で試験導入しました。子育て中の従業員の働きやすさにつながるなど、現在は実施店舗を5店舗に拡大しています。



※実施店舗：日本橋店・横浜店・玉川店・大坂店・京都店

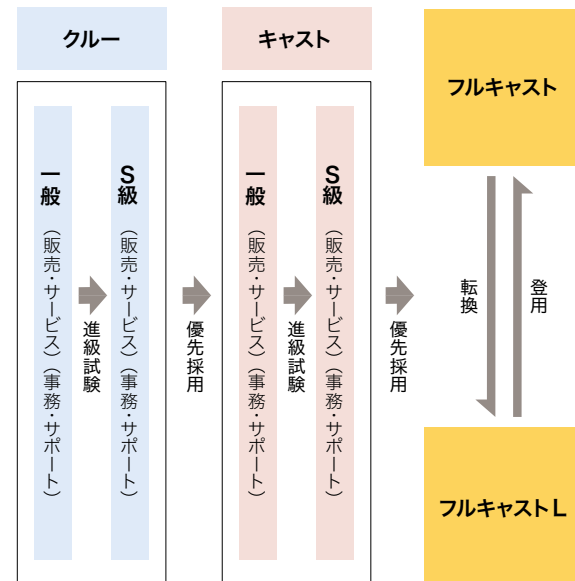
男性育休取得100%を推進

男性職員の育児参加を通じ、職場全体での効率的な働き方と、性別に関係なく働きやすい職場を目指し、男性育児休職の取得促進に取り組んでいます。国内百貨店では短期育児休職制度(有給)の導入、取得対象者本人とその上司への働きかけなどを行い、100%取得を目指しています。



キャスト(契約社員)・クルー (パート社員) からの正社員登用制度

百貨店の従業員の約3割を占める契約社員・パート社員の活躍が、組織活性化には不可欠と考え、多様な研修メニューを用意するなど、能力発揮につながる取り組みを進めています。また、一人ひとりのモチベーション向上のために、上位等級への進級や、正社員登用を行っています。



外国人の受け入れ

外国人の労働者としての受け入れと生活者としての支援は、「グローバル枠組み協定」を日本で初めて締結した企業としての社会的責任です。その活躍推進は、SDGsが目指す「誰一人取り残さない」社会の実現に向け、当社が主体的に取り組むべき重要課題です。

当社は加盟する国民生活産業・消費者団体連合会（生

団連）が採択した2021年3月に「外国人の受け入れに関する基本指針」に賛同、高島屋グループのダイバーシティ推進方針に基づく姿勢と行動の指針として、「外国人の受け入れに関する高島屋グループ基本指針」を策定しました。語学習得サポート、学習支援など受け入れ環境の整備拡充に取り組んでいます。

外国人の受け入れに関する高島屋グループ基本指針

1.自由意志と人権の尊重に基づく雇用関係の構築

当社は、外国人を雇用するにあたり、一人ひとりの自由な意思に基づく就労であることを確認し、その意志と人権尊重に基づいて雇用関係を構築し、それを維持していくことを約束します。

2.国籍等による差別的扱いの禁止

当社は、労働者の処遇について、国籍等による差別的扱いはしません。

- ①賃金について差別的扱いはしません。
 - ②教育・訓練の機会提供について、差別的扱いはしません。
 - ③労働環境について、差別的扱いはしません。
 - ④生活環境および福利厚生について、差別的扱いはしません。
- ハラスメント・就労・LGBTなど各種相談窓口を設置し、問題があった場合は関連部署と連携し、適切に対応します。

3.共生社会の構築

当社は、外国人労働者本人のみならず、帯同する家族の方々を含め、外国人住民の生活環境に最大限配慮し、事業活動を通じて、外国人住民が地域コミュニティの構成員であるという意識の共有を図ります。

- ①生活ルールや生活情報、災害など緊急性の高い情報の多言語対応を進めていきます。
- ②やさしい日本語の活用や外国人労働者への日本語教育の環境整備を進めていきます。
- ③外国人住民の母語・母文化、継承語・継承文化を尊重します。
- ④日本の国や地域の文化、慣習の理解促進を積極的に行います。
- ⑤行政、他企業、地域コミュニティとの連携を図り、外国人住民とともに地域社会の発展を目指します。

LGBTへの理解

当社はダイバーシティ推進方針に、性的指向・性自認などの違いを越え、差別・ハラスメントなく、誰もが活躍できる環境づくりに取り組むことを明記しています。経営層・管理監督者へのLGBT研修、eラーニングの実施、新卒採用エントリー時の性別記載を求めないなど、取り組みを進めています。



2020年11月には「LGBTはたらく相談窓口」を社内外に設置。当事者が安心して活躍できる職場環境づくりに取り組んでいます。こうした取り組みが評価され、任意団体「work with PRIDE」が策定した職場におけるLGBTQなどのセクシュアル・マイノリティへの取り組みの評価指標「PRIDE指標2021」において「シルバー」を受賞しました。

障がい者雇用促進

「障がいのある従業員が能力を発揮できる職場づくり」の推進に向け、障がい者の雇用・就労継続を支援し、相談などに対応するため、「障がい者職場定着推進体制」を整備しており、障がい者雇用推進者(※1)、障がい者職業生活相談員(※2)を百貨店の各店・各事業部に配置しています。また、横浜店・京都店にはワーキングチームを設置し、各店にジョブコーチの配置を推進しています。障がいのある従業員が販売支援や生産性向上につながるさまざまな作業を担い、店舗運営をともに支えています。今後も障がい者の活躍推進に向けて取り組んでいきます。

※1 障がい者の雇用の促進および安定を図るため、企業における障がい者雇用に係る連絡窓口となり、雇用管理等諸条件の整備や、障がい者雇入れ計画作成に関する連絡、届出等の事務を行う。
 ※2 当該事業所に雇用されている障がい者である労働者の職業生活に関する相談および指導を行う。

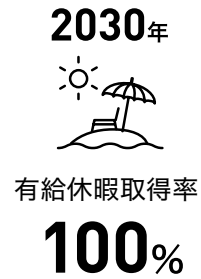
7 働き方改革推進

百貨店・SCでは、「人」を通じた接客・サービスによって新たな付加価値を提供することを目指しており、お客様に対し、よりよい接客・サービスを提供するためには従業員の働きがいの向上や生産性向上が不可欠です。そのため、従来の仕事の進め方や働き方を見直し、新しい働き方を実現することを目指し、働き方改革を推進しています。

具体的には、社内申請書類・手続きにおけるペーパーレス化やリモート会議の促進、在宅勤務の導入など、デジタル技術を活用した働き方を推進し、人当生産性向上に取り組んでいます。

また、当社では、働き方改革の取り組みを通じ、「働きやすい」「働きたい」職場づくりや多様な働き方の実現を目指しており、両立支援の拡充や各種制度の整備に努めるとともに、従業員の健康維持・増進に向けた健康経営を実践しています。

働き方改革の推進により、生産性や従業員の働きがいを向上させ、お客様満足度向上につなげていきます。



デジタルを活用した働き方の推進

デジタル技術を活用した業務の再構築や効率化、多様な働き方の実現に向け、社内申請書類・手続きのペーパーレス化や契約書の電子化、リモート会議の活用などに加え、専用モバイルPC端末の貸与による在宅勤務制度の活用促進など、環境整備と取り組みの浸透を図っています。

両立支援の拡充

ワーク・ライフ・バランスの実現には「仕事と私生活の両立支援」が必要不可欠となります。高島屋では人事諸制度の整備を通じて、仕事と私生活の両立が可能な環境づくりを労使で進めています。

特に、出産・育児・介護看護・傷病・不妊治療などに関わる休暇制度に関しては、誰もがライフステージの変化やタイミングにおいて、生活とのバランスをとりながら安心して働き続けられるよう、「ライフサポート休暇制度」として包括的に管理し、人事部内に相談窓口を設置(※)するなど、「取得しやすさ」を主眼においた運営を目指しています。

※ 「ライフサポート休暇制度」および相談窓口は国内百貨店対象

副業制度

「社外経験を通じた一人ひとりの成長の実現とイノベーション創出に寄与する仕組み」として「副業制度」を導入しています。

健康経営

従業員の心身の健康を守ることは企業の責務であり、グループの成長には、従業員一人ひとりの活力が不可欠です。全員がいきいきと、意欲的に仕事に取り組む企業を目指し、2017年9月、「健康経営宣言」を策定。メンタルヘルスチェックをはじめ、健康ポイントプログラムの導入や、疾病の早期発見・重症化予防に重点を置いた健康診断メニューなど、従業員の健康維持・増進に向けた取り組みを全社で推進しています。



有給休暇取得率はP61参照 表彰・認定一覧はP66参照

8 施設・サービスのユニバーサル化

多様な人々が共生できる社会の実現に向けては、人種・国籍・年齢・性別の違い、障がいの有無に関係なく、すべての人がストレスなく、快適に生活できるユニバーサルな社会を実現することが不可欠です。

当社は地域社会におけるインフラ機能の役割として、施設環境や施設・商品サービスの提供を通じてすべての人々が快適に暮らす地域社会の実現への貢献を果たしてまいります。具体的には施設のユニバーサル化(段差解消や多機能トイレへの対応などバリアフリーへの取り組み)の推進や、ユニバーサルなおもてなし・サービスの拡充に向け、多様なお客様に対応できる販売員(有資格販売員)(※)の拡充に取り組んでいます。

※ サービス介助士、介護福祉士等、障がい者・高齢者対応ユニバーサル関連資格者、英検等、外国人対応外国語検定資格者

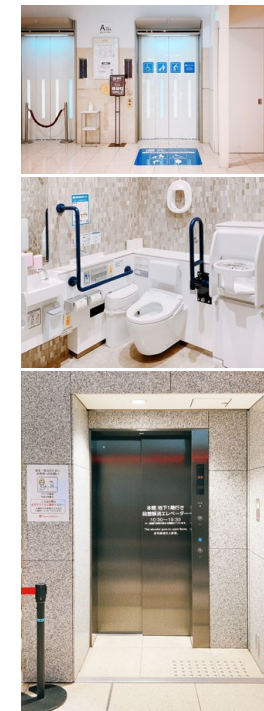


施設のバリアフリー化推進

国籍・性別・年齢の違い、障がいの有無等にかかわらず、あらゆるお客様がお買物を楽しんでいただけるよう、施設のユニバーサル化に向けた環境整備に取り組んでいます。当社には歴史的建造物や築年数が経過した施設が多いことから、現在のニーズにあわせ段差解消や多機能トイレへの対応等を重点的に、バリアフリー化の取り組みを進めています。

なお、高島屋新宿店は、ハートビル法の東京都認定第1号店舗です。

上:車いす優先エレベーター
中:車いすで利用できる多機能トイレ
下:段差解消エレベーター



ユニバーサルなおもてなし・サービスの拡充

すべてのお客様に快適な時間・空間を提供するため、当社では施設や環境のバリアフリー化・ユニバーサル化のみならず、コミュニケーションや人的なサポートによるバリアフリー化を推進しています。

具体的には、車いすやベビーカー、サポートカーの貸出、手話ができる販売員の育成配置、筆談ボードによるご案内、盲導犬・介助犬・聴導犬同伴によるご来店への対応など、サービスの充実に取り組んでいます。

また、販売員手帳へのユニバーサルなおもてなしについての記載や、有資格者拡充に向けた教育の充実など、多様なお客様へ対応できる販売員の拡充を推進しています。

上:手話のできる販売員が身につけるバッジ 下:日本百貨店協会「百貨店におけるユニバーサルマナーハンドブック」



9 地域社会との共生 (まちづくり)

当社は、百貨店やショッピングセンターなど国内・海外あわせて21の商業施設を展開しており、それぞれの地域におけるインフラ機能として、人々の暮らしをより豊かにし、地域社会全体を持続的に発展させていくための重要な役割を果たしていくことを目指しています。

そのために、各商業施設において、行政等と連携したさまざまな地域のニーズに対応したサービスの拡充や、有事の際の安全・安心の拠点となるサステナブルなインフラ機能、「集い、過ごす」ためのコミュニティの提供などを推進しています。

今後も、事業を通じて地域の課題ニーズの解決に貢献し、皆様とともに成長していきます。

地域と共生するまちづくりへの取り組み ～流山おおたかの森S・C～

SCや百貨店を起点に、立地の持つ特性を最大限に活性化、顕在化させたまちづくりを実現するため、地域行政や団体・地元企業等とも積極的な連携を図っています。

地域産品や地場産品の開拓による地域活性化、地域の

課題ニーズに対応したサービスの拡充など、社会課題解決と事業成長の両立に取り組んでいます。

当社のまちづくりの一例として、千葉県流山市との連携の内容をご紹介します。



流山おおたかの森S・C

流山おおたかの森S・C誕生までの経緯>>

かつて、のどかな田園風景が広がり、豊かな自然に恵まれた「流山おおたかの森」周辺は、2005年、つくばエクスプレス (TX) の開業により、アクセスに優れた「都心から一番近い森のまち」となりました。

流山市が掲げる“森の再生、緑のまちづくり”のビジョンに賛同した当社は、「森のタウンセンター構想」を開発コンセプトとし、単に緑化されたまちづくりをするのではなく、森の中でエコな都市生活を送ることができる「まち」の創造を目指しました。



流山おおたかの森S・C FLAPS

2007年春、郊外型SC「流山おおたかの森S・C」の誕生によって、“森のある豊かな自然の中で子育てをしながら、駅前ショッピングやイベントが楽しめる暮らし”を具現化。人口減少、高齢化社会の日本にありながら、流山市はこの10年で人口が約3万人増。しかも30～40代の年齢人口ボリュームが一番多い、全国的にも稀有な自治体となっています。

現在は、まちや、暮らす人々のニーズの変化に対応しながら新たな都市機能を拡充し、「成長」から「成熟」へ、まちづくりを新たなステージへと進化させています。

防災拠点としての役割>>

近年、日本各地で自然災害が多発しており、特に水害は毎年のように甚大な被害を引き起こしています。流山市も、西側を流れる江戸川に万が一のことがあれば、場合によっては4万6,000人が避難指示対象となる可能性があ

ります(2020年・流山市作成「洪水ハザードマップ」より)。

こうした事態に備えて、流山おおたかの森S・Cでは、地域の安全・安心を支える防災拠点として、流山市と連携協定を締結しています。

江戸川氾濫警戒レベル3(※)が発令された場合には、本館駐車場を無料で開放し、車で避難される方の一時退避所として、車中泊が可能な環境を提供します。加えて、本館館内のトイレを開放するほか、携帯電話の充電スポットも無料で提供します。

今後も、流山市との連携を深めながら、地域の防災拠点として、災害に強いまちづくりに貢献していきます。

※危険な場所から高齢者等は避難(内閣府:避難情報に関するガイドライン参照/2021年5月)



2021年7月16日、「大規模災害時における駐車場等の一時避難施設としての使用に関する協定」を締結。流山市長 井崎義治氏(右)と、東神開発株式会社代表取締役社長 倉本真祐(左)。

コミュニティ提供の役割>>

まちづくりにおいて、人と人とのコミュニケーションや親睦は欠かせない要素です。地域住民に向けて、「集う場所」「つながる場所」を提供することも、まちづくりの一環と考えます。具体的には、30～40代の子育て世代向けコミュニティとして「ママズカフェ」を展開。ファッション・食・子育てなどに関するワンデー講座を通じて、「特別な体験」を提供しています。



10 社会貢献活動の推進

当社は、経営理念の中で、本業を通じた社会貢献を明記しており、創業以来、長きにわたり、事業を通じたさまざまな社会問題の課題解決につながる活動や、芸術・文化・地域社会に対する幅広い支援活動を行ってきました。

社会問題の解決に向けた取り組みとして、従業員の社会貢献活動を支援する労使活動「一粒のぶどう基金」や、お客様のご要望に応じて社会貢献団体へ寄付できる社会貢献ギフトの提供など、お客様・従業員・地域の皆様とともに社会貢献活動に取り組んでいます。

また、文化活動への取り組みとしては、創業以来の経営・営業記録、絵画彫刻工芸の美術作品や呉服など、収集保存された史料総体を「高島屋のアーカイヴス」として整理し、資料の収集、保管、管理を行っています。

あわせて重要文化財指定を受けた建造物の保護や活用など、さまざまな文化活動支援に取り組んでいます。

一粒のぶどう基金

環境保全や地域貢献、福祉・介護といったさまざまな社会貢献活動を支援する「一粒のぶどう基金」を労使の活動として行っています。東日本大震災の復興支援活動の一環として、2011年から海岸林再生に向けた取り組みをサポートしています。

2012年度からは、児童労働撲滅に幅広く取り組む団体「特定非営利活動法人ACE」(*)と連携し、「児童労働のない社会」に向け、「児童労働に対する理解を深め、実際に活動に参加する」取り組みを行っています。

※「遊ぶ、学ぶ、笑う。そんなあたりまえを、世界の子どもたちに。」を活動理念に児童労働撲滅に取り組むNPO法人。

社会貢献ギフト

カタログギフト「ローズセレクション(The BEST GIFT)」「ユアチョイス」の中に、お客様のご要望に応じて社会貢献団体へ寄付できるメニューをご用意しています。ご用意しているコースから、必要経費を差し引き、お選びいただいた団体へ寄付を行っています。

寄付実績
(2020年度)
12,097,500円
(寄付先7団体)



株式会社高島屋友の会 NPO法人へのチャリティ活動

高島屋友の会にご入会后満期を迎えられたお客様に対し、その御礼として粗品もしくは寄付を選べる活動に取り組んでいます。2020年度は「社会福祉法人 日本点字図書館」または「一般社団法人 全国食支援活動協力会」のいずれかに一口30円のチャリティを実施しました。

寄付実績 (2020年3月～2021年2月末日)
「社会福祉法人 日本点字図書館」
251,670円 (8,389口)
「一般社団法人 全国食支援活動協力会」
458,070円 (15,269口)

文化活動への取り組み

アーカイヴス活動>>

2021年に創業190年を迎えた当社における経営・営業記録、広告宣伝資料をはじめ、美術作品、呉服、能装束を含め、今日に至るまで収集保存された資料は、社会的にも価値のあるものと考えます。現在、その資料総体を「高島屋のアーカイヴス」として体系整理し、収集、保管、管理を行っています。

これまでも世田谷美術館「暮らしと美術と高島屋」展などさまざまな美術館でもご紹介いただきました。2016年に名都美術館で開催された「日本美術と高島屋」

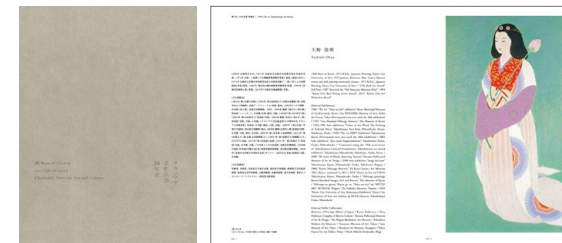
展は、その後2017年に松山のいよてつ高島屋15周年記念展、2018年には浜松の遠鉄百貨店の30周年記念展として巡回開催されました。

右:「暮らしと美術と高島屋」展 図録
下:「日本美術と高島屋」展 図録



タカシマヤ文化基金>>

有能な作家の発掘・支援と豊かな芸術文化の創造を目指して、新鋭作家個人および美術文化の発展に寄与した団体への助成を趣旨とした「公益信託タカシマヤ文化基金」を設立。2019年度に、基金設立30周年を迎えました。



設立30周年を記念して編集された「タカシマヤ文化基金30年史」

高島屋史料館、高島屋史料館TOKYO>>

東西2館の「高島屋史料館」は当社の持つ基本的価値観や文化を社内外で共有し、情報・体験を提供するアーカイヴス活動の拠点として発信を続けています。

1970年、大阪の高島屋東別館3階に開館した「高島屋史料館」の収蔵資料は約5万点。美術品、百貨店資料、創業家文書など、多種多様なジャンルにわたります。昨年、開館50周年にあたり、皆様と高島屋のコミュニケーションスペースとして、新しく生まれ変わりました。

2019年には、日本橋高島屋S.C.本館に「高島屋史料

館TOKYO」が開館。高島屋史料館の分館として、「美しい暮らしスタイル」の発信をテーマに、これからの暮らしを豊かにする情報・体験を提供し、地域の魅力向上に貢献していきます。



左:高島屋史料館 TOKYO 右:高島屋史料館

重要文化財の保存と活用>>

「日本橋高島屋S.C.本館」は、2009年に百貨店建築としては初めて重要文化財に指定されました。独特の外観や店内の趣き、機能性を損なうことのないよう配慮し、耐震改修促進法に基づいた改修を行いながら、現在も案内係が手で操作するエレベーターは、高島屋を代表する顔のひとつとなっています。

また、2021年には、前年に高島屋史料館や宿泊・飲食などを併設する複合施設にリノベーションされた「高島屋東別館」が、戦前期の大阪を象徴する商業地区・堺筋の都市景観の形成に寄与していることなどが評価され、重要文化財に指定されました。これからも貴重な文化財を次の世代に残すべく、保存と活用に努めていきます。



上:日本橋高島屋本館(東京) 下:高島屋東別館(大阪)

トピックス

当社ではステークホルダーを意識したESG経営を推進しています。お客様やお取引先、従業員に対する取り組みをご紹介します。

■ お客様

当社は、グループ経営理念体系の中の5つの指針の第一に「ここに残るおもてなし」を掲げています。これはお客様の立場になって考え、お客様の心に確実に届くおもてなしを実践していくことを表していますが、これらのベースになるのが、お客様の安全・安心への取り組みです。

お客様の声を反映した品揃えやご要望にお応えするためのサービス面の向上、ご購入いただく商品における品質管理の徹底などに取り組んでいます。

お客様の声を反映した品揃え・サービスの向上

日頃からお客様の声をもとに品揃えやサービスの改善を行っています。従業員が店頭でおうかがいしたご意見を登録する「ウォントスリップ」、お客様ご自身でご記入いただく「ローズちゃんハートシート」やお電話、お手紙、メールなどでお寄せいただくお声はすべてデータベース化し、全社で共有しています。これをもとに品揃えやサービスの改善に取り組んでいます。「お買物する楽しみ」をお客様に提供できるよう、「セールススペシャリスト」や「ストアコンシェルジュ」の配置も行っています。



お客様のご要望に対応するきめ細かなサービス



「セールススペシャリスト」は、「シューフィッター」や「フィッティングアドバイザー」「ベビーコンサルタント」など、公的資格や高島屋独自の社内資格を取得しており、その分野においてより専門的な知識を持った販売員がお客様のお買物をお手伝いします。

また、現在、大阪店・京都店・日本橋店・横浜店・新宿店・玉川店に配置している「ストアコンシェルジュ」は、「セー

ルススペシャリスト」などと連携しながら、全館の商品をコンサルティング。お客様の生活全般に寄り添い、より高度な商品提案を実現しています。

1,802名のセールススペシャリストが活躍

当社雇用従業員、お取引先様派遣スタッフ含む(2019年時点・国内百貨店対象)

主な資格	人数
パッチャーオープシューフィッティング(紳士・婦人・子ども)	20
シューフィッター (紳士・婦人・子ども)	111
フィッティングアドバイザー (1級 レディス・メンズ)	35
フィッティングアドバイザー (2級 レディス・メンズ)	146
フォーマルススペシャリスト(紳士・婦人)	85
コスメティックアドバイザー(当社職員対象の社内認定)	17
ランジェリーフィッター (当社職員対象の社内認定)	38
ジュエリーコーディネーター 2級・3級	124
ゴルフ用品販売技術者	10
ベビーコンサルタント	58
ランドセルアドバイザー	50
インテリアコーディネーター	36
ソムリエ・ワインアドバイザー	27
食品衛生責任者	294
ギフトアドバイザー 1級	9
ギフトアドバイザー 2級	254

デジタルの活用によるお客様の利便性向上

新型コロナウイルス感染症を契機に、人々の生活様式が変容していることに加え、外出を控える傾向が続いています。動画コミュニケーションツール「V-CUBE」を活用したりリモート接客など、デジタル技術を取り入れることにより、お客様の利便性向上に取り組んでいます。

品質管理徹底のための自主基準

「お客様に信頼される安全・安心な商品の販売・提供」に向け、東西本部に検査室を設け専任スタッフを配置。また、各店・事業部にも専門スタッフをそれぞれ配置しています。品質管理グループでは「情報発信」「指導啓発」「検査・調査」「危機管理対応」などの機能を発揮するべく、百貨店として多品種の商品に対応するために、高島屋グルー

■ お取引先

お客様や社会から信頼される、安全・安心でよりよい商品の提供を使命と考えています。そこで、生産・製造・流通過程における一連の取引において、法令遵守はもとより、幅広い視点で社会的責任に基づいた取引を推進しています。当社の営業を支えていただいている最良のパートナーであるお取引先のご理解・ご協力が不可欠です。私たちは、お取引先の営業ご担当者やお取引先販売員の皆様一人ひとりと公平で良好なパートナーシップを築きながら、よりよい取引を継続的に推進し、共存共栄を図っていきます。

取引指針の発行

生産・製造・流通過程における一連の取引においての指針となっています。

高島屋取引指針(概略)

1. 豊かな生活を実現する商品の提供
2. 流通過程における環境負荷の軽減
3. 公正で透明な取引の推進
4. 適切な情報の管理
5. 知的財産権の保護
6. 適切な労働体制の確保



高島屋取引指針

プの自主基準(品質管理基準・表示管理基準)を整備しています。

品質の確認体制

新しいお取引先と取引をする際には、事前に製造プロセスや品質管理体制のチェックを行い、確実な商品の販売に向けた助言・協力要請を行っています。

さらに、お取引先への説明会や資料提供を適宜実施し、お取引先とともに、安全・安心な商品の販売・提供に向け取り組みを進めています。

また、検査には商品を壊さずに迅速な検査が可能なスクリーニング機器(蛍光X線分析装置)やマイクロスコープなどを活用し、正確な検査を行い、わかりやすい検査結果報告書を作成するなど、商品の安全性や品質の確保に努めています。

公正取引の推進

良きパートナーとしてお取引先とよりよい関係を築くには、相手を敬い、十分なコミュニケーションと相互理解を図ることが重要です。当社の利益のみを優先することなく、お取引先と事前に十分に話し合ったうえで取引条件を取り決め、これを明確にするために書面化しています。

そして最も重要なことは、合意内容を確実・誠実に守ることです。各種マニュアルや取引内容を明確化する書面類を活用し、公正・適正な取引を推進しています。

高島屋取引指針全文はP65参照

トピックス

従業員

グループ経営理念「いつも、人から。」のもと、「人」を最も重要な経営資源ととらえ、一人ひとりの「個性」と「意欲」を組織の成長につなげることを目指しています。一人ひとりが働きがいを感じ、自らの目標に向けて主体的に努力をする組織に向け、従業員の自主性を最大限に引き出す人事制度や豊富な研修メニューを整備しています。

また、コンプライアンスやハラスメント相談などさまざまな相談窓口の設置をはじめ、高島屋グループで働くすべての従業員が安心して働ける環境整備に取り組んでいます。

人材育成

「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、社内外や次代を見据えた人材育成に取り組んでいます。

人材育成方針

- 社会環境が急速に変化する中、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。

従業員が安心して働ける環境の整備

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しています。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。

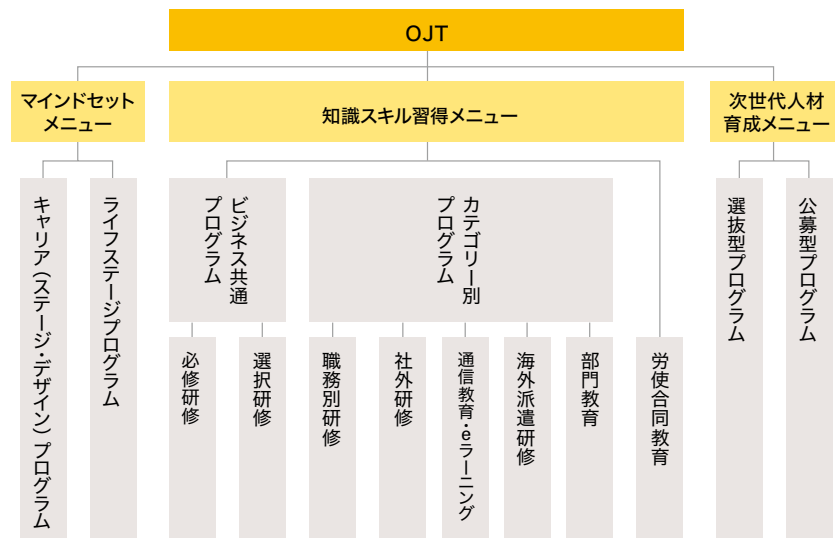
〈高島屋グループ相談窓口一覧〉

- ・ハラスメント相談窓口 (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)

能力開発メニュー

OJTを基本としながらも、計画的に自らキャリアを開発できるように、「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。また、多様な働き方をしている全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。

能力開発体系



※上記能力開発体系図は国内百貨店対象

労使共同で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」

高島屋では、2008年11月、高島屋労働組合・JSD(現：UAゼンセン(※1))・UNI(※2)との4者協定となる「グローバル枠組み協定」を日本企業労使で初めて締結しました。

グローバル枠組み協定とは、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、ともに推進することを謳う共同公約です。

経済の国際化を背景に高度化する「社会的責任(SR)」を、労使一体となり高い次元で遂行することを目指し、毎年度、活動の検証を行い、さらなる実践力発揮に向けた取り組みを労使で推進しています。

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。

2010年11月には、UNIの世界大会でGFA締結企業労使を代表して、鈴木社長(現会長)が世界に向けたメッセージを発信しました。また、「グローバル枠組み協定」の締結以降、労使一体となってSR強化を進めてきた取り組みがUNI-Apro(※3)に評価され、「労使が長期的な相互利益のために協力し、グローバルな調和と共同の繁栄に向けたパートナーとして、ともに手を携えて前進できる企業」に贈られる『パートナーシップ企業賞』を受賞し、表彰を受けました。

※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、2,000万人の金融・サービス・流通ほかの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。 ※3 国際産業別組合組織 UNI (Union Network International) のアジア・太平洋地域組織。

全従業員に対するESG意識啓発の取り組み

全従業員が地球環境を守ることを意識し、社会的役割を担えるよう、さまざまな取り組みを行っています。

1. 「SDGs Web学習」の実施

全従業員参加のWeb学習を実施。SDGsの理解を深め、SDGsが当社ビジネスに与える影響について考えます。



ワークショップの様子。参加メンバーは高島屋グループ各社から。

2. ワークショップの開催

ESG経営のさらなる推進に向けて2050年を見据えた将来社会のあるべき姿や当社の果たすべき役割、当社の持続可能なビジネスのあり方などを議論するワークショップを実施しています。

3. 社内広報誌「T-Times」を通じた啓発

年4回発行の社内報にて、ESG経営の取り組みを折に触れて紹介。先行企業の事例紹介や、役員インタビューを掲載しています。



SDGs Web学習画面
社内広報誌「T-Times」

4. 従業員インナーキャンペーン

従業員を対象とした不要衣料品の回収を行っています。

「健全な経営を すべての礎に。」

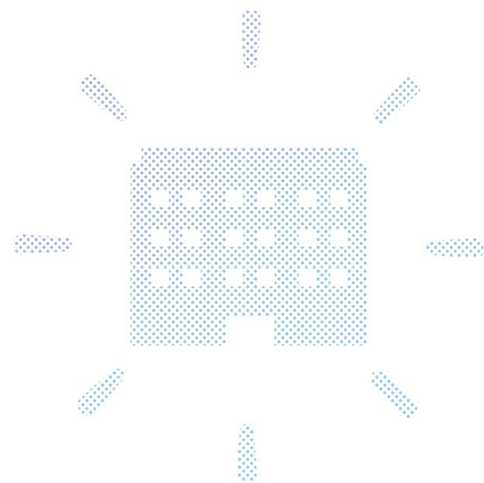


コーポレート・ガバナンス

企業価値の向上や持続的成長により、お客様や株主・投資家をはじめとしたステークホルダーの皆様からのご期待に応えるためには、コーポレート・ガバナンスの強化は経営上の重要な課題と認識しています。

そのための取り組みとして、執行役員制度を導入し取締役員数をスリム化することで取締役会を活性化・高度化させているほか、取締役会から業務執行ラインへの権限委譲を進め意思決定や施策実行のスピードアップを図っています。取締役（執行役員含む）の任期については、1年とすることで事業年度ごとの責任を明確化しています。また業績連動報酬体系を取り入れた役員報酬制度を導入することで業績向上や企業価値向上に向けたインセンティブを強化しています。さらには社外取締役をメンバーとする指名委員会・報酬委員会を設置し公正性や透明性の確保に努めています。

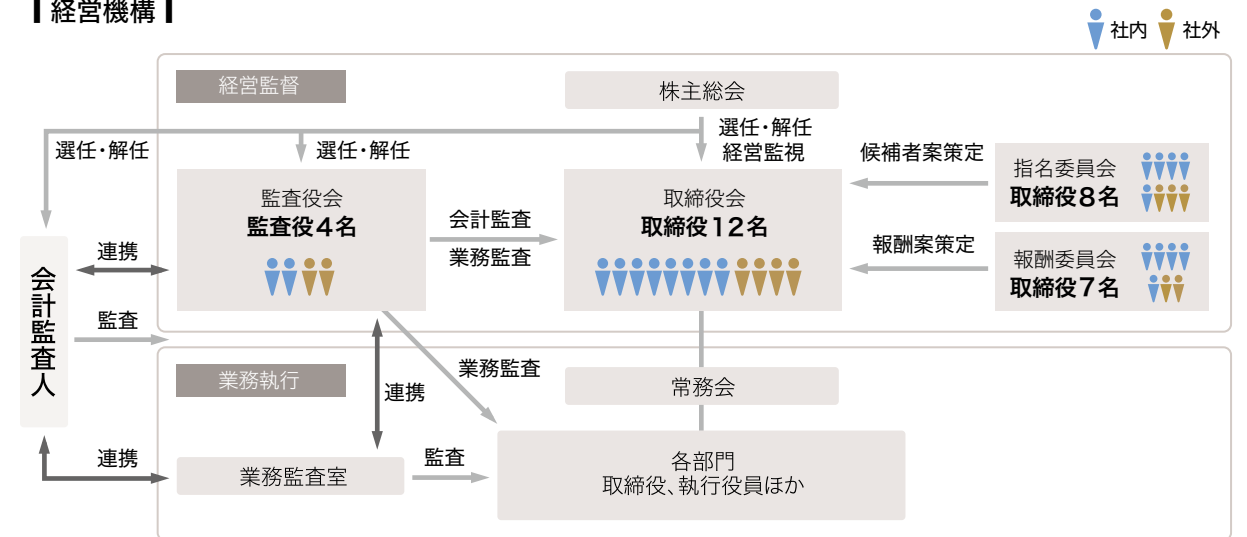
百貨店を中核にグループで事業を展開する当社においては、お客様の視点に立った経営を進めていくことが極めて重要です。店頭でのお客様の声をはじめとする日々の情報をスピーディーに把握し経営に反映・実行していくためにも、経営から現場までの全マネジメントの段階で、コーポレート・ガバナンスを一元的に機能させていきます。



経営統制

当社における企業統治の体制は、取締役会および監査役制度を基本としています。

経営機構



取締役会

当社の取締役は、3名以上15名以内とする旨を定款に定めています。

取締役会は、当社の業務執行がグループ全体として適正かつ健全に行われるために、取締役の職務執行状況を適切に監督するとともに、実効性あるグループ全体の内部統制システムの構築に努めます。また、内部統制システムの基本方針に基づく運用状況や課題について定期的に確認しています。

取締役会の機能強化に向けて、グループ全体において最適な視点から活発な議論と適切な意思決定が行われるよう、取締役の員数をスリム化（12名）し、執行役員制度を導入しています。また、広い視点に立った有益な助言を得ることを企図して取締役のうち4名を社外取締役とし、取締役の任期を1年とすることで、事業年度ごとの責任を明確化しています。

加えて、業績・企業価値向上に向けたインセンティブ強化のため「業績連動報酬体系」を導入しています。監査役については、4名の監査役のうち2名を社外監査役とし、それぞれ独立した視点から取締役の業務執行を日常的に監視しています。また、会計監査については、有限責任あずさ監査法人と連携し、適正に監査を実施しています。

監査役会

当社の監査役は4名であり、常勤監査役2名、非常勤

監査役2名から構成されています。

その選定基準は下記の通りです。

- ①監査役任期（4年間）を全うすることができる
- ②業務執行者からの独立性が確保できている
- ③監査役として適切な経験・能力および必要な財務・会計・法務に関する知識を有する、特に財務・会計に関する十分な知見を有する者を1名以上確保できている

監査役は、内部統制システムの機能と有効性を監査するとともに、取締役の違法行為を是正・防止するため、取締役の職務執行に関する意思決定の適法性を検証し、監視機能の実効性向上に努めています。

指名委員会・報酬委員会

経営の公正性・透明性の確保に向けては、取締役会の諮問機関として「指名委員会」「報酬委員会」を設置しています。

【指名委員会】

目的・権限：役員指名における一層の透明性、公正性を確保し、適正な経営体制を構築する

人数：8名（うち、社外取締役3名）

委員長（議長）：社内取締役

【報酬委員会】

目的・権限：取締役および執行役員の報酬の公正性、妥当性、透明性を向上させる

人数：7名（うち、社外取締役2名）

委員長（議長）：社外取締役

内部統制システム

経営戦略や事業目的等を組織内に浸透させ、「業務の有効性および効率性」「コンプライアンス」「財務報告の信頼性確保」「資産保全を図るために、リスク管理体制を含む内部統制システム」(以下、総称して「内部統制システム」)の整備は不可欠です。

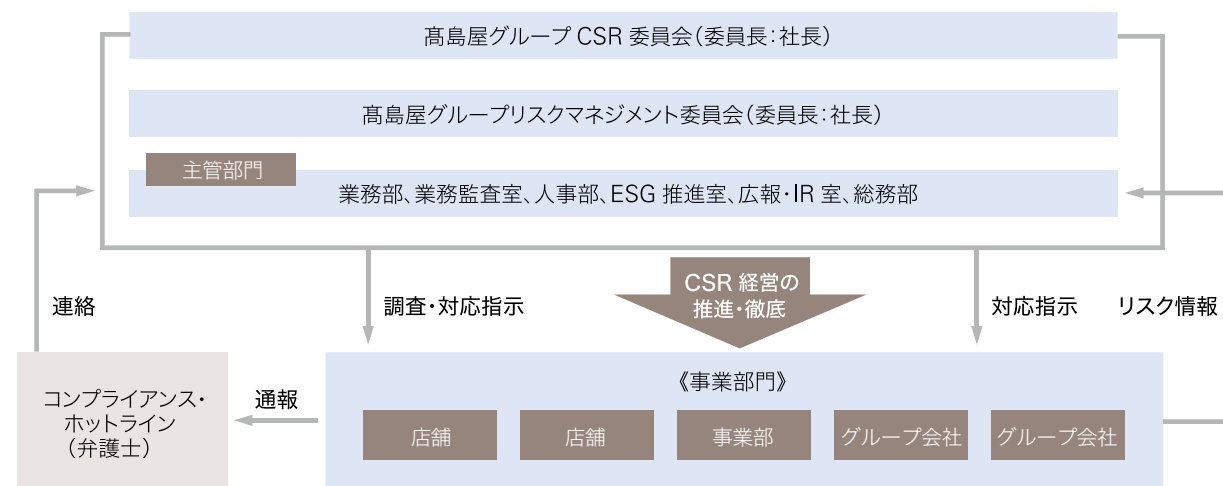
また、当社がお客様や株主などステークホルダーの皆様との信頼関係を深め、社会的責任を重視した経営を持続的に推進するうえで、その支えとなるのが内部統制システムであると考えています。

こうした認識のもと、内部統制システムの整備に関する基本方針に基づき、内部統制の体制整備を行っています。内部統制システムに関わる主な会議としては、社長を委員長とする「高島屋グループCSR委員会」および「高島屋グループリスクマネジメント委員会」を設置しています。

高島屋グループCSR委員会
コンプライアンス経営の徹底に加え、内部統制の状況や新しい社会課題に対するESG領域への取り組み状況等をグループ横断的に検証しています。

高島屋グループリスクマネジメント委員会
主管部門が各部門と連携し、案件ごとにラインを通じて内部統制の強化を図っています。コンプライアンスリスク・自然災害リスク等の予防、極小化に向けグループ横断的に統制を図っています。また、新たなビジネスへのチャレンジ等、事業戦略上発生するリスクに対しては、リターンとのバランスを考慮しながら的確にコントロールし、グループ全体のリスクマネジメント体制の確立に取り組んでいます。

内部統制システム体制図



コンプライアンス体制

当社における取締役および使用人の職務の執行が法令および定款に適合することを確保するための体制です。当社の経営理念は、「いつも、人から。」です。この経営理念には「タカシマヤグループは誠実な企業活動を通じて、関わるお客様、従業員、お取引先、株主・投資家、地域社会、地球社会などすべての人々に対して、信じ、愛し、つくすこころを大切にすることにより、人々が輝き続けられるような社会づくりに貢献する」という思いが込められています。

そのため経営トップをはじめとする全取締役、執行役員は、コンプライアンス経営の推進に自ら率先垂範して取り組み、経営理念の浸透・定着に全力を傾注し、この倫理観・価値観をグループ全体で共有し実践しています。取締役会につきましては、当社およびグループ各社の業務執行がグループ全体として適正かつ健全に行われるために、取締役の職務執行状況を適切に監督するとともに、実効性あるグループ全体の内部統制システムの構築に努めています。また内部統制システムの基本方針に基づく運用状況や課題を定期的に確認しています。

監査役におきましては、内部統制システムの機能と有

効性を監査するとともに、取締役の違法行為を是正・防止するため、取締役の職務執行に関する意思決定の適法性を検証し、監視機能の実効性向上に努めています。

社長を委員長とする「高島屋グループCSR委員会」では、コンプライアンス経営の徹底に加え、内部統制の状況や新しい社会課題に対するCSR領域への取り組み状況等をグループ横断的に検証し、強化を図っています。「高島屋グループリスクマネジメント委員会」では、「公正取引」「個人情報」「環境」など個別課題に対して、本社主管部門が関連各部門・各社と連携し、ラインを通じてコンプライアンス経営の徹底を図っています。

またESG推進室および人事部においても、「コンプライアンス・ガイドブック」等を利用し、教育・研修などさまざまな場を通じて経営理念に基づいたコンプライアンスの周知徹底を図っています。

不正行為等の通報を受け付ける窓口としては、「高島屋グループ・コンプライアンス・ホットライン」を設置、運営しています。匿名でも受け付け、秘匿性を保障、通報者に不利益が及ばないことを確保し、当事者の通報に対しては処分等の減軽免除を考慮しています。加えて「法務相談窓口」を設置することで、より多くの内部通報を受け付け、自浄作用を高めています。

内部監査機関である業務監査室では、定期的に各事業所およびグループ各社において会計監査および業務監査を実施するとともに、内部統制システムの有効性を検証し、不備な点を指摘して是正を求めています。業務監査室長は、これらの監査結果を、社長をはじめ各取締役・監査役に報告しています。

リスクマネジメント体制

当社の損失の危険の管理に関する規程その他の体制です。社長を委員長とする「高島屋グループリスクマネジメント委員会」では、当社の横断的なリスク管理体制の構築に努めるとともに、経営環境の変化に伴う新たなリスクに適切に対応できるよう、常に管理体制を見直し、強化しています。新たな取り組みに関するリスクについても、リターンとのバランスを考慮し、グループ横断的にコントロールしています。

「高島屋グループリスクマネジメント委員会」は、当社の業務執行に伴うさまざまなリスクを抽出し、リスク発生時の損失極小化に向けた対応をマニュアル化した「イエローファイル」の整備を行っています。あわせて発生を未然に防ぐ予防体制を強化し、ラインを通じてリスク

管理の徹底を図っています。

また反社会的勢力排除のために、総務本部に「法務・リスクマネジメント室」を設置するなど体制整備に取り組むことで、グループ一体となって不当な要求を拒絶し、その被害の防止に努めています。

反社会的勢力排除・腐敗防止

当社は、経営理念「いつも、人から。」の実現に向け、経営者・従業員が一体となって実践する指針のひとつに「社会から信頼される行動」を掲げています。この指針に基づき、社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力に対しては、決して屈することなく毅然と対処し、排除します。

そのために、総務本部に「法務・リスクマネジメント室」を設置しています。具体的には、万一、反社会的勢力から各店、各事業部およびグループ会社が不当な要求を受けた場合、同室が迅速かつ一元的にその情報を収集・分析し、必要に応じて警察等の関係官庁や弁護士等の外部専門機関と連携しながら指導・助言を行うことにより、グループ一体となって解決を図る体制を整備しています。

また、贈収賄・腐敗防止に向けては、「コンプライアンス・ガイドブック」に「公正な取引の推進」「会社情報の適正な取り扱い」「インサイダー取引の禁止」「政治献金・公務員に対する接待・贈答の禁止」等に関する行動指針を定め、コンプライアンス遵守の徹底ならびに贈収賄・腐敗防止の徹底に努めています。

グループ会社管理体制

グループ各社の取締役等の職務の執行に係る事項の当社への報告に関する体制および各社の取締役等の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制を整備しています。

当社では年度経営方針に基づき、PDCAによるグループ全体としての方針管理を行い、各社における重点課題および対策の進捗状況を定期的に確認しています。

また取締役は、各社の重要な業務執行のうち、当社またはグループ経営上の観点から当社が必要と認める事項について、決裁規則に基づき決裁を行います。さらにグループ会社の業務指導を所管する企画本部では、グループとしての業務の適正性と効率性を確保するため、各社における内部統制システムの構築とコンプライアンス経営の推進を指導しています。

想定されるリスクと対応策

リスクが高島屋グループに与える影響度 ◎=特大 ○=大

リスク区分と影響度	想定されるリスク	対応策
新型コロナウイルス感染症拡大の影響継続 ◎	・店舗の休業・営業時間の短縮によるビジネス機会の逸失 ・消費マインドの低下および来店頻度の減少	→ ・百貨店の再生 ・商業開発業、金融業などの成長領域事業を拡大 ・実店舗に頼らない無店舗販売チャネルの強化拡大 ・実店舗における非接触型販売の仕組みの導入
自然災害(地震・台風・洪水等) ○	・店舗など営業用資産の損壊によるビジネス機会の逸失 ・交通機関や通信網の破綻によるビジネス機会の逸失	→ ・東西の両拠点に危機管理対策本部を設置 ・被災店舗への救援体制の整備 ・重要データ消失を防ぐクラウド化の推進 ・各種インフラや備品の整備などBCP対策の徹底 ・帰宅困難者の受け入れスペースを確保 ・生活関連物資拠出を想定した仕入先との事前取り決め
社会構造の変化 ○	・少子高齢化、地方都市空洞化に伴うマーケットの縮小 ・労働人口の減少に伴う必要人材の確保難	→ ・お客様の興味・関心に即した売場の再編、独自商品の販売強化 ・多様化するニーズに対応した販売の仕組みづくり ・金融や介護などライフタイムバリュー全般の向上に寄与する商品提供 ・EC強化や通販カタログ配布などを通じたマーケットの拡大 ・街のアンカーとしての拠点開発 ・異業種や外部企業とのアライアンスによる非商業分野のコンテンツ開拓 ・新卒にこだわらない採用活動 ・専門人材の登用、外国人労働者の積極的な受け入れ
ESG経営への取り組みの遅れ ◎	・ステークホルダーからの信用喪失 ・グループ収益の根幹となるブランド価値の毀損 ・法令違反や情報漏洩等によるレピュテーションの低下	→ ・新設した「グループ環境・社会貢献部会」を通じた進捗管理の徹底 ・省エネ対策や再生エネルギーの転換などによる脱炭素化推進 ・環境配慮型商品の開発などによる循環型ビジネスへの取り組み ・商品包材等の素材転換による廃棄プラスチックの削減 ・再資源化や肥料化、二次加工などによる食品ロスの削減 ・人権尊重に基づく雇用関係の確立 ・多様な価値観を受け入れる基本指針の策定 ・アンケートや個別ヒアリングによる取締役会の実効性評価 ・PDCAサイクルの徹底による取締役会の実効性向上 ・内部統制システム体制によるコンプライアンスおよびリスクマネジメントの整備 ・「高島屋グループ・コンプライアンス・ホットライン」による自浄作用を高める仕組みを整備

リスクが高島屋グループに与える影響度 ◎=特大 ○=大

リスク区分と影響度	想定されるリスク	対応策
デジタルトランスフォーメーションへの対応の遅れ ○	・新たなニーズの掘り起こしと新たな顧客層開拓への支障 ・グループコスト構造改革への支障 ・情報漏洩事故 ・ITシステム維持コストの増大	→ ・グループ従業員および各組織のITリテラシーの向上 ・デジタル技術を活用した販売および業務手続きの簡素化 ・業務の効率化と要員の最適化 ・セキュリティポリシーの随時見直しによる厳格なシステム運用 ・IT関連の長期投資計画、システム維持コストの抑制
EC事業拡大戦略の遅れ ○	・実店舗依存型ビジネスモデルからの脱却の遅れ ・物流費などをはじめとする高コスト構造改善の遅れ	→ ・社長直轄の推進プロジェクト構築による強固な収益基盤の早期達成 ・百貨店ならではの商品訴求とサービスの提供 ・実店舗とオンラインの相乗効果を図るOMO(Online Merges with Offline)による他社との差別化 ・業務量、出荷量の増加に対応した物流スキームと要員体制の構築
金融業への参入 ○	・新たな顧客層開拓への阻害 ・グループ事業の拡大への阻害	→ ・高い専門性を有するアライアンス先とのさらなる協業 ・百貨店ならではの接客サービスを活用した金融商品の販売 ・新しい金融サービスの開発・提供による次世代顧客づくりの推進
海外事業の拡大 ○	・突発的な政治・経済情勢の変化や為替変動にともなう資産価値の変動と投資回収の遅れ ・現地採用従業員の文化・宗教等の違いからくるガバナンス破綻	→ ・迅速な経営判断を可能とする現地法人へのイニシアチブ付与 ・リモート会議等による情報共有 ・自主点検シートを活用した経営状況のチェック ・三線ディフェンスの強化によるグローバルガバナンスの徹底 ・現地従業員との人権尊重に基づく雇用関係の確立 ・現地従業員の幹部登用も視野に入れた能力開発
サプライチェーンの破綻 ○	・取引先の倒産や事業終了による百貨店の商品調達への支障、品揃えの魅力低下 ・テナントの賃料支払い能力低下による賃貸収入の減少 ・売場レイアウト破綻による売場空間の魅力低下	→ ・主要なお取引先との目標共有と協働 ・新たな取引先開拓による品揃えの鮮度維持向上 ・お取引先との直接取引拡大による商品調達力の向上 ・専門店テナントとの共同販促活動を強化推進 ・テナント経営状況に合わせた支援体制による共存共栄

プライバシーポリシー

個人情報保護基本方針

株式会社高島屋（以下「高島屋」）は、業態特性として、お客様から取得した個人情報（以下「個人情報」）の保護に関して高度な倫理観と企業行動が求められることを自覚し、「個人情報の保護に関する法律」を遵守することはもちろん、法規制よりもさらに踏み込んだ厳格な自主基準を策定

し、これを遵守いたします。また、お客様の個人情報は、高島屋が最高のサービスを提供するためになくてはならないものであり、その情報を大切に保護することは、高島屋にとって最も重要な責務と認識し、特に以下に掲げた方針に従って、安全に管理し、かつ目的に沿って正しく利用いたします。

1. お客様の個人情報を取り扱うにあたっては、あらかじめ、その利用目的を特定いたします。
2. お客様の個人情報は、お客様へのサービスの提供に必要なものだけに限り、必要以上に情報を取得することはいたしません。
3. お客様から個人情報を取得する際は、その利用目的を明らかにし、原則お客様の同意を得ます。
4. お客様の個人情報を利用する際は、お客様に同意をいただいた利用目的の範囲内で行います。
5. お客様の個人情報への不正アクセス、紛失、破壊、改ざんおよび漏えいなどのリスクに対し、必要かつ適切な安全対策を講じます。
6. お客様の個人情報保護を徹底するため、個人情報保護管理者を定め、個人情報の適切な管理に努めます。また、従業員の教育・啓発に努め、個人情報保護意識の高揚を図ると共に、個人情報の安全管理が図られるよう、従業員を必要かつ適切に監督いたします。
7. お客様の個人情報の取り扱いを委託する際は、個人情報の安全管理が図られるよう、委託先を必要かつ適切に監督いたします。
8. お客様の個人情報については、お客様の同意をいただいた場合、または法令の規定や公衆の生命・財産等の重大な利益を保護するために必要な場合を除き、第三者に提供することはいたしません。
9. お客様の個人情報を正確かつ最新の内容に保つよう努めます。また、お客様ご自身の個人情報の開示、訂正、利用停止等に合理的な範囲で対応するため、お問合せ、ご相談に対応するための「お客様窓口」を設けます。
10. 当ポリシーの内容を継続的に見直し、その改善に努めます。

ディスクロージャーポリシー

基本方針

当社は、経営理念「いつも、人から。」に基づき、「人を信じ、人を愛し、人につくす」ことを大切に、社会に貢献し続ける企業グループを目指しております。この経営理念のもと、株主・投資家、お客様、従業員、お取引先、地域社会など当社を取り巻くすべてのステークホルダーの方々への利益に資するため、公正で透明性の高い情報開示を行ってまいります。

情報開示基準

当社は、法令ならびに当社が上場する取引所が定める規則に従い、公正で透明性が高く正確な情報の開示に努めてまいります。加えて、ステークホルダーをはじめとする皆様に、当社を正確にご理解いただけるような重要な情報についても積極的に開示してまいります。

公正な情報開示

当社は、上記の情報開示に当たり、特定の個人または団体に対する選択的な開示とならないよう、公正な情報開示に努めてまいります。

情報開示方法

当社は、法令ならびに当社が上場する取引所が定める規則において要求される情報開示については、それぞれが定める方法に則り開示いたします。また、それら以外の情報についても当社の実態を正しくご理解いただくうえで有用であると思われる情報については、当社ウェブサイトや記者会見およびニュースリリースの配信など適切と考えられる方法での開示に努めてまいります。

将来予想について

当社が開示する将来予想は、当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいておりますが、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

社内体制

当社は、情報開示を適切に実行すべく、社内体制の整備に努めてまいります。

沈黙期間

当社は、決算発表準備期間中における情報漏洩を防止し、開示の公平性を実現するため、決算発表前の一定期間を沈黙期間とし、業績および関連する情報の発信を控えさせていただきます。

本原則について

本原則については、当社の経営層をはじめ各業務の担当者にいたるまで遵守を徹底いたします。また、本原則の改訂については、取締役会への報告を要するものとします。

会社概要・株式情報

会社概要

商号	株式会社 高島屋 英文表示: Takashimaya Company, Limited
代表者	代表取締役社長 村田 善郎
所在地	本社 〒542-8510 大阪府大阪市中央区難波5丁目1番5号
創業	1831年1月10日
会社設立	1919年8月20日
決算日	2月末日
資本金	660億25百万円
発行済株式総数	1億7,775万9,481株
事業内容	百貨店業、法人事業、通信販売事業、グループ事業
店舗	国内百貨店15店舗(持分法適用会社除く) 大阪、京都、日本橋、新宿、横浜、玉川、柏、大宮、立川、泉北、堺、洛西、(株)岡山高島屋、(株)岐阜高島屋、(株)高崎高島屋、(株)ジェイアール東海高島屋 [※] 、(株)伊予鉄高島屋 [※] ※持分法適用会社 海外百貨店4店舗 シンガポール高島屋、上海高島屋、ホーチミン高島屋、サイアム高島屋(タイ・バンコク)
従業員数	12,786名(連結)8,133名(単体) ※2021年2月末時点
営業収益	2021年2月期 6,809億円(連結) 5,408億円(単体)
営業利益	2021年2月期 △135億円(連結) △202億円(単体)

株主基本情報 (2021年2月28日現在)

証券コード	8233
上場証券取引所	東京証券取引所
単元株式数	100株
発行済株式数	177,759,481株
発行可能株式総数	300,000,000株
株主数	134,793名(2021年2月28日現在)
事業年度	毎年3月1日から翌年2月末日までの1年
配当金受領株主確定日	2月末日 中間配当を実施するときの株主確定日は、8月31日です。
定時株主総会開催時期	5月
公告方法	電子公告をもって行います。ただし、事故その他のやむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。 https://www.takashimaya.co.jp/

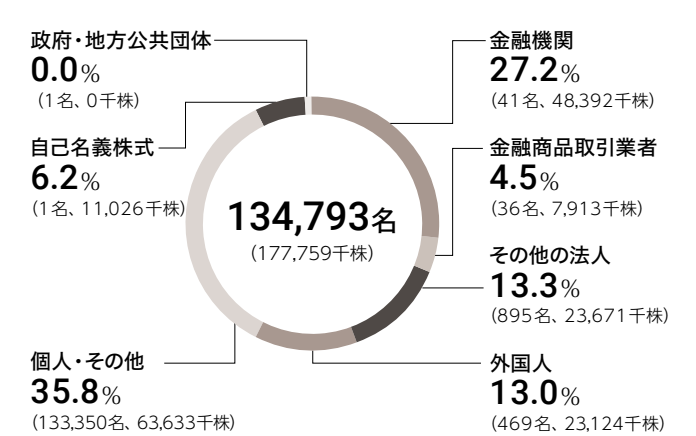
株主名簿管理人 特別口座の口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱UFJ信託銀行株式会社
連絡先	東京都府中市日鋼町1-1 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 フリーダイヤル(0120)232-711 郵送先: 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
(ご注意)	1. 株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問い合わせください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。 2. 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問い合わせください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取次ぎいたします。

大株主 (2021年2月28日現在)

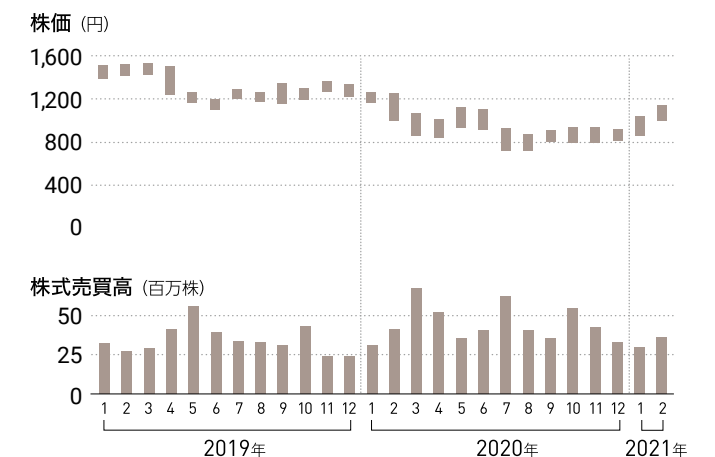
株主名	持株数 千株	持株比率 %
日本マスタートラスト 信託銀行株式会社(信託口)	17,215	10.33
エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社	8,887	5.33
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	6,882	4.13
SMBC日興証券株式会社	5,323	3.19
日本生命保険相互会社 (常任代理人 日本マスタートラスト信託銀行株式会社)	4,961	2.98
高島屋共栄会	3,469	2.08
相鉄ホールディングス 株式会社	2,402	1.44
株式会社日本カストディ銀行 (信託口5)	2,285	1.37
THE BANK OF NEW YORK 133972 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	2,152	1.29
株式会社日本カストディ銀行 (信託口6)	2,005	1.20

(注) 持株比率は、自己株式(11,026千株)を控除して計算しております。

所有者別株式分布状況 (2021年2月28日現在)



株価情報 (2021)

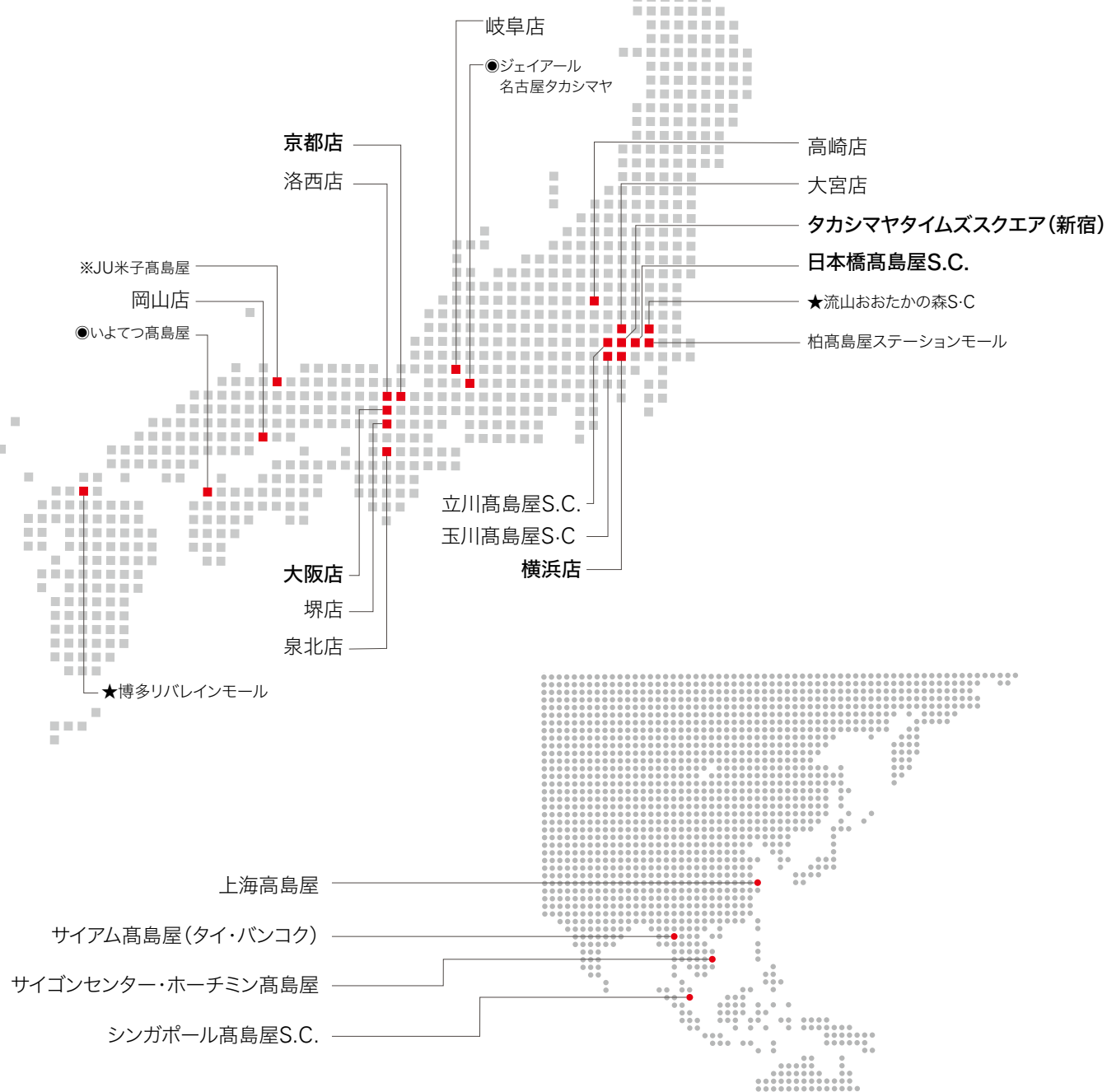


店舗情報

店舗網 (2021年2月28日現在)

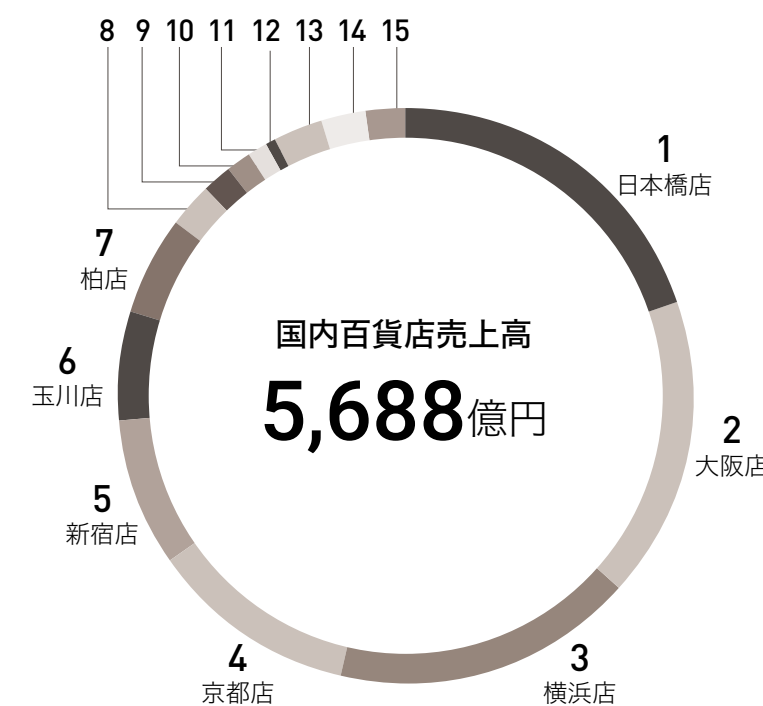
グループ総合戦略「まちづくり」のもと、国内百貨店15店舗、海外4店舗と東神開発の主要施設2店舗（ただし1万㎡以上単独施設）のあわせて21商業施設を展開しています。

- ★東神単独商業施設 (1万㎡以上)
- 持分法適用会社
- ※商標ライセンス契約会社



国内百貨店 店別売上 (2020年度実績)

1. 日本橋店 1,128億円
2. 大阪店 970億円
3. 横浜店 965億円
4. 京都店 658億円
5. 新宿店 472億円
6. 玉川店 355億円
7. 柏店 305億円
8. 泉北店 144億円
9. 堺店 98億円
10. 立川店 77億円
11. 大宮店 71億円
12. 港南台店 32億円
13. (株)岡山高島屋 158億円
14. (株)高崎高島屋 139億円
15. (株)岐阜高島屋 115億円



※京都店には洛西店を含みます。
 ※法人事業部およびクロスメディア事業部の売上高は、それぞれ所在する地区の各店に含みます。
 ※港南台店は2020年8月16日に営業を終了しています。

国内百貨店 店舗面積および取扱高 (2020年度実績)

	店名	売場面積 (m ²)	取扱高 (百万円)
東京都	日本橋店	47,552	112,794
	新宿店	53,771	47,203
	玉川店	24,165	35,525
	立川店	6,036	7,733
神奈川県	横浜店	57,186	96,522
	港南台店	-	3,214
埼玉県	大宮店	12,565	7,092
千葉県	柏店	29,207	30,484
群馬県	(株)高崎高島屋*	19,885	13,924

	店名	売場面積 (m ²)	取扱高 (億円)
岐阜県	(株)岐阜高島屋*	26,117	11,494
大阪府	大阪店	65,848	96,955
	堺店	15,712	9,816
	泉北店	17,500	14,449
京都府	京都店	59,910	65,787
岡山県	(株)岡山高島屋*	20,858	15,758
国内子会社を含む総計		456,312	568,756

※*印は国内子会社です。 ※京都店には洛西店を含みます。 ※法人事業部およびクロスメディア事業部の売上高は、それぞれの所在する地区の各店に含みます。 ※売場面積は、大規模小売店舗立地法に基づく店舗面積に兼業面積を加算したものです。(2021年2月) ※港南台店は2020年8月16日に営業を終了しています。

財務データ

| 連結経営指標など |

回次		第151期	第152期	第153期	第154期	第155期
決算年月		2017年 2月	2018年 2月	2019年 2月	2020年 2月	2021年 2月
営業収益	(百万円)	923,601	907,805	912,848	919,094	680,899
売上高	(百万円)	860,761	844,934	846,894	848,494	620,885
経常利益 又は経常損失(△)	(百万円)	37,215	38,606	31,234	23,200	△13,637
親会社株主に帰属する当期純利益 又は親会社株主に帰属する 当期純損失(△)	(百万円)	20,870	23,658	16,443	16,028	△33,970
包括利益	(百万円)	19,019	31,901	9,250	7,068	△35,867
純資産額	(百万円)	421,890	449,526	461,585	455,871	415,111
総資産額	(百万円)	986,464	1,035,807	1,078,130	1,168,503	1,150,506
1株当たり純資産額	(円)	2,359.05	2,513.33	2,540.54	2,607.17	2,364.96
1株当たり当期純利益 又は1株当たり当期純損失(△)	(円)	119.43	135.39	94.10	93.29	△203.74
潜在株式調整後1株当たり 当期純利益	(円)	105.11	119.16	81.44	76.63	—

| 連結経営指標など |

回次		第151期	第152期	第153期	第154期	第155期
決算年月		2017年 2月	2018年 2月	2019年 2月	2020年 2月	2021年 2月
自己資本比率	(%)	41.8	42.4	41.2	37.2	34.3
自己資本利益率	(%)	5.1	5.6	3.7	3.6	△8.2
株価収益率	(倍)	16.9	16.1	15.6	10.8	△5.3
営業活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	42,266	36,870	67,913	40,608	43,720
投資活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	△9,124	△62,286	△85,815	△23,434	△27,034
財務活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	△4,228	14,185	17,226	△23,483	2,303
現金及び現金同等物の期末残高	(百万円)	103,765	95,120	94,692	88,411	105,320
従業員数 (ほか、平均臨時雇用者数)	(名)	7,518 (8,942)	7,569 (8,595)	7,761 (8,849)	7,825 (8,834)	7,550 (7,870)

- (注) 1 営業収益は、「売上高」と「その他の営業収入」の合算を表示しています。
2 営業収益及び売上高には、消費税等は含まれません。
3 第153期より、国際財務報告基準(IFRS)を適用する在外連結子会社の消化仕入取引について、売上総利益相当額を「売上高」に計上する純額表示に変更しています。この変更に伴い、第152期については、遡及適用後の数値を記載しています。
4 第154期より、国際財務報告基準(IFRS)を適用する在外連結子会社について、IFRS第16号「リース」を適用しています。なお、過年度に遡及適用していません。
5 当社は、2018年9月1日付で普通株式2株につき1株の割合で株式併合を実施したため、第151期の期首に当該株式併合が行われたと仮定し、1株当たり純資産額、1株当たり当期純利益及び潜在株式調整後1株当たり当期純利益を算定しています。
6 当連結会計年度の潜在株式調整後1株当たり当期純利益については、潜在株式は存在するものの1株当たり当期純損失であるため記載していません。

| 連結貸借対照表 |

(単位: 百万円)

	前連結会計年度(2020年2月29日)	当連結会計年度(2021年2月28日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	89,820	106,675
受取手形及び売掛金	115,919	100,682
有価証券	—	8
商品及び製品	44,374	41,843
仕掛品	323	327
原材料及び貯蔵品	1,276	1,139
その他	36,704	33,595
貸倒引当金	△655	△664
流動資産合計	287,764	283,607
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物(純額)	193,471	184,000
機械装置及び運搬具(純額)	437	376
工具、器具及び備品(純額)	15,973	13,610
土地	412,051	411,031
リース資産(純額)	2,876	3,139
建設仮勘定	2,564	17,095
使用権資産(純額)	88,429	77,281
有形固定資産合計	715,804	706,535
無形固定資産		
のれん	2,769	2,354
借地権	10,567	10,070
使用権資産	5,193	4,673
その他	19,409	19,341
無形固定資産合計	37,939	36,439
投資その他の資産		
投資有価証券	76,598	75,222
差入保証金	27,733	26,562
繰延税金資産	20,112	19,959
その他	4,856	4,740
貸倒引当金	△2,305	△2,562
投資その他の資産合計	126,995	123,923
固定資産合計	880,739	866,899
資産合計	1,168,503	1,150,506

(単位: 百万円)

	前連結会計年度(2020年2月29日)	当連結会計年度(2021年2月28日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	102,626	86,965
短期借入金	42,185	28,220
1年内償還予定の社債	25,118	10,090
コマーシャル・ペーパー	—	10,000
リース債務	7,733	7,981
未払法人税等	5,076	8,356
前受金	101,717	112,897
商品券	53,037	54,074
預り金	24,000	26,030
ポイント引当金	2,796	2,427
役員賞与引当金	41	—
建物修繕工事引当金	74	3,661
関係会社整理損失引当金	966	—
その他	32,539	51,918
流動負債合計	397,915	402,625
固定負債		
社債	70,394	60,277
長期借入金	55,344	98,565
リース債務	88,102	78,409
資産除去債務	3,524	5,028
退職給付に係る負債	56,137	53,083
役員退職慰労引当金	276	310
環境対策引当金	258	241
建物修繕工事引当金	3,516	—
繰延税金負債	2,905	1,650
再評価に係る繰延税金負債	6,342	9,050
その他	27,914	26,153
固定負債合計	314,717	332,769
負債合計	712,632	735,395
純資産の部		
株主資本		
資本金	66,025	66,025
資本剰余金	55,026	54,790
利益剰余金	308,397	270,615
自己株式	△15,993	△15,993
株主資本合計	413,456	375,437
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	5,990	8,873
繰延ヘッジ損益	△0	1
土地再評価差額金	5,926	2,945
為替換算調整勘定	8,948	5,969
退職給付に係る調整累計額	381	1,089
その他の包括利益累計額合計	21,247	18,879
非支配株主持分	21,168	20,793
純資産合計	455,871	415,111
負債純資産合計	1,168,503	1,150,506

環境に関するデータ

※データは各項目によって起算日が異なります。

環境方針	有	https://www.takashimaya.co.jp/corp/csr/environment/policy.html
気候変動方針	有	「高島屋グループ環境方針」に含む
廃棄物方針	有	「高島屋グループ環境方針」および「高島屋 取引指針」に含む https://www.takashimaya.co.jp/corp/csr/environment/policy.html https://www.takashimaya.co.jp/base/corp/csr/pdf/torihiki.pdf

		範囲		2017	2018	2019	2020
エネルギー使用量 ※1	都市ガス	連結	使用量 (GJ)	280,160	260,003	489,598	413,103
	温水・冷水	連結	使用量 (GJ)	253,773	310,156	347,941	307,929
	蒸気	連結	使用量 (GJ)	37,346	37,126	61,891	61,580
	電力	連結	使用量 (MWh)	256,442	248,501	392,824	351,972
	電力	連結	使用量 (GJ)	2,504,064	2,429,428	3,869,825	3,417,780
	合計	連結	使用量 (GJ)	3,075,343	3,036,713	4,769,255	4,254,392
使用電力における再エネ由来電力		連結	使用量 (MWh)	0	0	0	1,373

※1 エネルギー使用量は2018年までは国内百貨店(榊高島屋・分社含む)の数値です。2019年度より国内外グループ会社も含めた連結ベースで算出しています。

		範囲		2017	2018	2019	2020
温室効果ガス排出量	CO ₂ ※2	連結	SCOPE1 排出量 (t)	32,966	12,153	24,953	21,055
			SCOPE2 排出量 (t)	108,672	119,468	205,563	178,090
			SCOPE1・2 排出量 (t)	141,638	131,621	230,516	179,145
	国内百貨店	SCOPE3 排出量 (t)	3,381,936	3,449,427	3,382,417	2,495,547	
	フロン類排出量 ※3	連結 (海外除く)	(CO ₂ ・t)	960	1,353	1,552	1,609

※2 CO₂排出量(SCOPE1・2)ならびにフロン類排出量は2018年までは国内百貨店(榊高島屋・分社含む)の数値となっています。2019年度より国内外グループ会社も含めた連結ベースで算出しています。
 ※3 店内で使用している冷凍・冷蔵庫のフロン漏えい量を、フロン排出抑制法に基づき、CO₂換算した数値です。2018年までは国内百貨店(榊高島屋・分社含む)の数値です。

		範囲		2017	2018	2019	2020
水 ※4	水資源使用量	連結	(千m ³)	1,648	1,577	2,718	2,362
	排水量	連結	(千m ³)	1,435	1,374	2,442	2,109

※4 水資源使用量は2018年までは国内百貨店(榊高島屋・分社含む)の数値です。2019年度より国内外グループ会社も含めた連結ベースで算出しています。

		範囲		2017	2018	2019	2020
資源・廃棄物	容器包装使用量 ※5	連結 (海外除く)	使用量 (t)	3,598	3,434	3,459	2,020
	廃棄物 ※6	国内百貨店・SC店舗	発生量 (t)	20,873	19,810	25,062	17,645
			リサイクル量 (t)	14,723	13,572	16,406	11,404
			最終処分量 (t)	6,150	6,238	8,655	6,240
			リサイクル率 (%)	70.5	68.5	65.5	64.6
	生ごみ ※7	国内百貨店・SC店舗	発生量 (t)	3,859	3,724	4,712	3,128
			リサイクル量 (t)	2,738	2,530	3,322	2,141
			最終処分量 (t)	1,121	1,194	1,390	987
			リサイクル率 (%)	70.9	67.9	70.5	68.5
	廃プラ ※7	国内百貨店・SC店舗	発生量 (t)	1,952	1,989	1,945	1,857
リサイクル量 (t)			1,879	1,828	1,881	1,785	
最終処分量 (t)			73	60	64	73	
リサイクル率 (%)			96.3	96.8	96.7	96.1	

※5 容器包装使用量は、容器包装リサイクル法特定事業者報告数値を使用しています。2018年までは国内百貨店(榊高島屋・分社含む)の数値です。
 ※6 廃棄物は2018年までは国内百貨店(榊高島屋・分社含む)の数値です。2019年度より榊高島屋・分社含む国内百貨店および東神開発(株)が運営するSCからの排出量を算出しています。
 ※7 生ごみ・廃プラは廃棄物計の内訳で生ごみ・厨芥類・魚あら等、産業廃棄物として排出している主にプラスチック類を使用した廃棄物の数値です。

社会に関するデータ

人権方針	有	「ダイバーシティ推進方針」に含む https://www.takashimaya.co.jp/corp/csr/employee/
児童労働防止方針	有	「取引指針」に含む https://www.takashimaya.co.jp/base/corp/csr/pdf/torihiki.pdf
強制労働防止方針	有	「取引指針」に含む https://www.takashimaya.co.jp/base/corp/csr/pdf/torihiki.pdf
被差別方針	有	「ダイバーシティ推進方針」に含む https://www.takashimaya.co.jp/corp/csr/employee/
団体交渉権の方針	有	社内規定「労働協約」に含む

		範囲	2017	2018	2019	2020
従業員数 ※1 (社員・地域職種限定社員)	連結	女性(人)	4,187	4,079	4,156	4,000
		男性(人)	3,382	3,682	3,669	3,550
		計(人)	7,569	7,761	7,825	7,550
	高島屋	女性(人)	2,713	2,676	2,003	2,550
		男性(人)	2,088	2,005	2,628	1,928
		計(人)	4,801	4,731	4,631	4,478
平均臨時雇用者数 ※2	連結	(人)	6,037	5,870	5,794	5,236
	高島屋	(人)	4,875	4,027	3,959	3,655
平均勤続年数 (社員)	高島屋	女性(年)	24.4	24.7	24.9	25.2
		男性(年)	21.9	22.0	22.3	22.7
		計(年)	23.3	23.5	23.8	24.1
平均年齢 (社員)	高島屋	女性(歳)	46.3	46.7	47.0	47.4
		男性(歳)	46.3	46.7	47.1	47.4
		計(歳)	46.3	46.7	47.0	47.4

※1 各年2月末日現在。 ※2 臨時従業員の年間平均雇用者数(アルバイト除く)。

		範囲	2017	2018	2019	2020
女性管理職比率	連結(海外除く)	(%)	—	—	—	29.3
	高島屋	(%)	28.8	30.4	32.4	31.2
新卒採用者数	高島屋	女性(人)	52	53	37	13
		男性(人)	25	31	29	14
		計(人)	77	84	66	27
新卒採用女性比率	高島屋	(%)	67.5	63.1	56.1	48.1
外国人従業員数 ※3	連結(海外除く)	(人)	—	—	508	376
	高島屋	(人)	—	—	61	47

※3 毎年2月末日の社員数+平均臨時雇用者数(留学生・アルバイト含む)。

		範囲	2017	2018	2019	2020
障がい者雇用率 ※4	連結(海外除く)	(%)	—	—	2.09	2.11
	高島屋	(%)	2.26	2.19	2.13	2.15
社員離職率 ※5	連結(海外除く)	(%)	—	—	2.4	2.5
	高島屋	(%)	1.5	1.5	1.6	1.6
育児休業取得者数 ※6	高島屋	(人)	153	153	156	126
男性育児休業取得率	高島屋	(%)	46.1	43.0	33.3	100.0
育児・介護短時間勤務者数 ※6	高島屋	女性(人)	460	455	456	453
		男性(人)	3	3	4	4
	計(人)	463	458	460	457	
		平均年間給与	高島屋	(千円)	6,696	6,785

※4 毎年6月1日現在 45.5人以上の会社を対象(2020年~43.5人以上)。
 ※5 年度内の退職社員数/前期末社員数×100% (退職事由が定年・転籍・役員就任のものは退職社員数から除く)。
 ※6 (株)高島屋に岡山・岐阜・高崎の分社3社を含んだ数値です。

		範囲	2017	2018	2019	2020
研修のべ参加人数 ※7	高島屋	(人)	—	—	4,477	4,526
労働災害件数	高島屋	(件)	147	169	151	103
年間総労働時間	高島屋	(時間)	1,807	1,820	1,814	1,633
有給休暇取得率	連結(海外除く)	(%)	—	—	69.6	50.8 ※8
	高島屋	(%)	71.7	70.4	75.2	53.7 ※8
ストレスチェック回答率	連結	(%)	84.5	94.9	98.4	98.4
ボランティア休暇取得日数	高島屋	(日)	142	86	95	101

※7 職務別研修やビジネススキル・職務能力開発研修等のべ参加人数。
 ※8 2020年度は新型コロナウイルス感染症拡大による店舗の臨時休業等により、取得率が下がっています。

ガバナンスに関するデータ

「内部統制システム」の整備に関する基本方針	有	https://www.takashimaya.co.jp/base/corp/ir/management/pdf/compliance01_210222.pdf
公益通報者保護方針	有	社内規定「公益通報に関する内部規則」に含む
公正取引に関する指針	有	「取引指針」に含む https://www.takashimaya.co.jp/base/corp/csr/pdf/torihiki.pdf

	範囲		2018年 2月期	2019年 2月期	2020年 2月期	2021年 2月期
取締役数	高島屋	女性(人)	1	3	3	3
		男性(人)	11	9	9	9
		計(人)	12	12	12	12
取締役における 独立社外取締役数	高島屋	女性(人)	1	1	2	2
		男性(人)	2	2	2	2
		計(人)	3	3	4	4
独立社外取締役比率	高島屋	(%)	25.0	25.0	33.3	33.3
女性取締役比率	高島屋	(%)	8.3	25.0	25.0	25.0
取締役会開催回数	高島屋	(回)	14	14	14	15
取締役会出席率	高島屋	(%)	97.9	100.0	100.0	98.9
指名委員会委員数	高島屋	社内(人)	4	5	5	5
		独立社外(人)	2	2	3	3
		計(人)	6	7	8	8
報酬委員会委員数	高島屋	社内(人)	5	5	5	5
		独立社外(人)	2	2	2	2
		計(人)	7	7	7	7
指名委員会開催回数	高島屋	(回)	1	1	1	1
報酬委員会開催回数	高島屋	(回)	3	3	3	3

	範囲		2018年 2月期	2019年 2月期	2020年 2月期	2021年 2月期
監査役数	高島屋	女性(人)	0	0	1	1
		男性(人)	4	4	3	3
		計(人)	4	4	4	4
監査役における 独立社外監査役数	高島屋	女性(人)	0	0	0	0
		男性(人)	2	2	2	2
		計(人)	2	2	2	2
独立社外監査役比率	高島屋	(%)	50.0	50.0	50.0	50.0
女性監査役比率	高島屋	(%)	0.0	0.0	25.0	25.0
監査役会開催回数	高島屋	(回)	11	11	11	11
監査役会出席率	高島屋	(%)	100.0	97.7	100.0	100.0

	範囲		2018年 2月期	2019年 2月期	2020年 2月期	2021年 2月期
取締役報酬 (社外取締役除く)	高島屋	基本報酬(百万円)	282	316	324	240
		業績連動賞与(百万円)	41	45	41	66
		総額(百万円)	323	361	365	306
監査役報酬 (社外監査役を除く)	高島屋	基本報酬(百万円)	40	45	44	45
		賞与(百万円)	5	0	0	0
		総額(百万円)	45	45	44	45
社外役員報酬	高島屋	基本報酬(百万円)	42	48	47	56
		業績連動賞与(百万円)	6	0	0	0
		総額(百万円)	48	48	47	56
会計監査人への報酬 ^{※1}	高島屋	(百万円)	173	191	174	193
法令違反件数	連結	(件)	0	3	1	0
法令違反罰金額	連結	(万円)	0	8,041	0	0
コンプライアンス・ホットライン 利用件数 ^{※2}	連結	(件)	9	7	13	11
ハラスメント・ホットライン 利用件数 ^{※2}	連結	(件)	144	173	143	93

※1 「非監査業務に係る報酬」を含む。 ※2 高島屋グループのコンプライアンス・ホットラインとハラスメント・ホットライン窓口への入電件数です。

環境方針

高島屋グループ環境方針

高島屋グループは地球環境を守るために、地球温暖化防止への貢献に重点を置き、CO₂の削減を中心にさまざまな活動を行うことにより、環境問題の解決につながる21世紀の心豊かなライフスタイルを提案していきます。

- 1— すべての店舗、事業所における省エネ化を最新技術の迅速な導入により進めます。また廃棄物の削減・リサイクル・省資源を進めます。
- 2— CO₂を始めとする環境負荷の軽減に貢献できる心豊かなライフスタイルの提案、商品の積極的な導入、開発、販売を行います。
- 3— 地域社会の一員として共に考え、環境を守るために絶えず努力し、あらゆる機会を通じてその大切さを訴えます。
- 4— お取引先とともに、流通のすべての過程を通じてCO₂の削減、廃棄物の削減・リサイクル、省資源等に取り組みます。
- 5— すべての従業員は、社内ではもちろん、日常生活においても、環境負荷の軽減に役立つ新たなライフスタイルの推進に主体的に取り組み、当社グループもこれを応援します。
- 6— 環境に関する法令、条例、協定などを順守し、必要に応じて自主基準を定め、汚染の予防等環境リスク管理を徹底します。

※以上の取り組みについては可能な限り目標値を設定し、達成に向けて取り組むとともに、定期的な見直しにより継続的な改善に努めます。
※本方針は、すべての従業員に対して周知徹底するとともに、社外に対して公開します。

株式会社 **高島屋**

地球環境を守るためのたゆまぬ努力を続けます。



(2000年4月策定 2008年1月改定)

高島屋 取引指針 ～信頼される商品の提供のために～

当社は、お客様や社会から信頼される、安全・安心でよりよい商品の提供を使命と考えています。そこで、生産・製造・流通過程における一連の取引において、法令遵守はもとより、幅広い視点で『CSR（企業の社会的責任）』に基づいた取引を推進するため、以下の指針を策定しました。

この指針の実行には、当社の営業を支えていただいている最良のパートナーであるお取引先のご理解・ご協力が不可欠です。私たちは、お取引先の営業ご担当者やお取引先販売員の皆様一人ひとりと公平で良好なパートナーシップを築きながら、よりよい取引を継続的に推進し、共存共栄を図ってまいります。

1. 豊かな生活を実現する商品の提供

(社会的ニーズ・マーケット変化への対応)

- ① 高齢化や次世代育成、「エコ」、安全・安心への配慮など、社会的ニーズやマーケット変化に対応した商品の提案・提供に努めます。

(商品を通じた社会貢献)

- ② 商品を通じて、地球環境への配慮や途上国支援、被災地や難病患者への支援などを行い、持続可能な社会づくりに貢献します。

(継続的な品質向上)

- ③ お客様の安全と安心を確保し得る商品の提供に向け、品質管理体制を構築・強化し、継続的な品質向上に努めます。

(適正価格の実現)

- ④ 製造および流通におけるコストの合理化に継続的に努め、お客様が満足し得る商品価値の創造と適正価格の実現を目指します。

公正で適正な取引を推進します。また、景品表示法や食品衛生法などに則った適正で明確な表示により、お客様への正しい情報提供を推進します。

(反社会的勢力の排除)

- ② 暴力団排除条例を遵守し、暴力団関係企業とは取引を行いません。

4. 適切な情報の管理

(機密保持の徹底)

- ① 取引を通じて知り得た機密情報・個人情報については、第三者に漏洩することのないよう厳密に管理します。

(重要情報の適正開示)

- ② 事業活動内容、品質・安全性に関わる情報などについては、適時・適切に開示します。

5. 知的財産権の保護

- ① 特許権・著作権・商標権・意匠権など知的財産権を保有する権利者の権利を尊重するとともに、第三者の権利を侵害するような商品は取り扱いませぬ。

6. 適切な労働体制の確保

(児童労働・強制労働の排除)

- ① 各国・地域の法令に定められた適正な労働体制のもとで製造・流通した商品の調達を図り、児童労働・強制労働など不当労働により製造された商品等は取り扱いませぬ。

(適正な労働環境・安全衛生管理の推進)

- ② 従業員や臨時雇用従業員の雇用にあたり、労働関係法規や労働協約に従わない企業や安全・衛生管理の不十分な企業により生産・製造された商品は取り扱いませぬ。

以上

(2012年12月改訂)

表彰・認定一覧

「第3回 大阪府男女いきいき事業者表彰
男女いきいき優秀賞」受賞



2020年、女性活躍推進に積極的取り組み、他の事業者の模範となる事業者として、優秀賞を受賞しました。

「健康経営優良法人2021(大規模法人部門)」認定



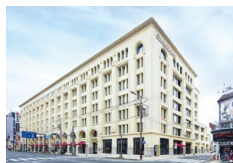
経済産業省の「健康経営優良法人2021」の大規模法人部門の1社に認定されました。

「PRIDE指標2021 シルバー」受賞



LGBTQなどのセクシュアル・マイノリティへの取り組みの評価指標「PRIDE指標2021」において「シルバー」を受賞しました。

「高島屋東別館」有形文化財登録



2021年、高島屋東別館(所在地: 大阪市浪速区)が、国の有形文化財(建造物)に登録されました。

女性が輝く先進企業表彰「内閣総理大臣表彰」受賞

女性が輝く先進企業2017

2017年、男女共同参画局の女性が輝く先進企業表彰「内閣総理大臣表彰」を受賞しました。

2020年度「第19回 屋上・壁面緑化技術コンクール
環境大臣賞(屋上緑化部門)」受賞



東神開発(株)と東急不動産(株)が分譲を行ったマンションを配した複合施設「横浜北幸ビル」が、豊かな都市生活の実現に寄与することを目的とした環境大臣賞を受賞しました。

「えるぼし」認定



2016年、厚生労働省から女性活躍推進企業認定「えるぼし」の最高ランク(当時)「3段階目」を認定されました。

2020年度グッドデザイン賞
「グッドデザイン・ベスト100」受賞



日本橋二丁目地区第一種市街地再開発事業が、2020年度グッドデザイン・ベスト100を受賞しました。

「プラチナくるみん」認定



2015年、(株)高島屋、(株)岡山高島屋は、厚生労働省から高い水準の取り組みを行っている子育てサポート企業として「プラチナくるみん」を認定されました。

「ダイバーシティ経営企業100選」選定・表彰



2014年、多様な人材を活用してイノベーションを生み出している企業として、経済産業省が主催する「ダイバーシティ経営企業100選」に選定されました。

GRIスタンダード対照表

GRIスタンダード	内容	該当ページ
102-1	組織の名称	P50 会社概要
102-2	活動、ブランド、製品、サービス	P50 会社概要
102-3	本社の所在地	P50 会社概要
102-4	事業所の所在地	P50 会社概要
102-5	所有形態および法人格	P50 会社概要
102-6	参入市場	P50 会社概要
102-7	組織の規模	P50 会社概要 P54~57 財務データ
102-8	従業員およびその他の労働者に関する情報	P60 社会に関するデータ
102-9	サプライチェーン	P10~11 高島屋グループのESG経営
102-10	組織およびそのサプライチェーンに関する重大な変化	該当なし
102-11	予防原則または予防的アプローチ	P44~45 内部統制システム P46~47 想定されるリスクと対応策
102-12	外部イニシアチブ	P18 脱炭素化推進 RE100 P19 脱炭素化推進 EV100
102-13	団体の会員資格	P18 脱炭素化推進 RE100 P19 脱炭素化推進 EV100
102-14	上級意思決定者の声明	P08~09 トップメッセージ
102-15	重要なインパクト、リスク、機会	P10~11 高島屋グループのESG経営 P46~47 想定されるリスクと対応策
102-16	価値観、理念、行動基準・規範	P04~05 店是・経営理念体系 P10~11 高島屋グループのESG経営
102-17	倫理に関する助言および懸念のための制度	P40 従業員 P44~45 内部統制システム
102-18	ガバナンス構造	P13 重点課題の推進体制 P42 コーポレート・ガバナンス P43 経営統制 P44~45 内部統制システム
102-19	権限移譲	P13 重点課題の推進体制 P44~45 内部統制システム
102-20	経済、環境、社会項目に関する役員レベルの責任	P13 重点課題の推進体制 P43 経営統制 P44~45 内部統制システム
102-21	経済、環境、社会項目に関するステークホルダーとの協議	-
102-22	最高ガバナンス機関およびその委員会の構成	P43 経営統制
102-23	最高ガバナンス機関の議長	P43 経営統制
102-24	最高ガバナンス機関の指名と選出	P43 経営統制
102-25	利益相反	P43 経営統制 P44~45 内部統制システム
102-26	目的、価値観、戦略の設定における最高ガバナンス機関の役割	P44~45 内部統制システム
102-27	最高ガバナンス機関の集会的知見	-
102-28	最高ガバナンス機関のパフォーマンスの評価	P13 重点課題の推進体制
102-29	経済、環境、社会へのインパクトの特定とマネジメント	P10~15 高島屋グループのESG経営/重点課題領域別の考え方と設定プロセス/重点課題の推進体制/重点課題とKPI P44~45 内部統制システム P46~47 想定されるリスクと対応策

GRIスタンダード対照表

GRIスタンダード	内容	該当ページ
102-30	リスクマネジメント・プロセスの有効性	P10~15 高島屋グループのESG経営/重点課題領域別の考え方と設定プロセス/重点課題の推進体制/重点課題とKPI P44~45 内部統制システム
102-31	経済、環境、社会項目のレビュー	P10~15 高島屋グループのESG経営/重点課題領域別の考え方と設定プロセス/重点課題の推進体制/重点課題とKPI P44~45 内部統制システム
102-32	サステナビリティ報告における最高ガバナンス機関の役割	P10~15 高島屋グループのESG経営/重点課題領域別の考え方と設定プロセス/重点課題の推進体制/重点課題とKPI P44~45 内部統制システム
102-33	重大な懸念事項の伝達	P13 重点課題の推進体制 P40 従業員 P43 経営統制 P44~45 内部統制システム
102-34	伝達された重大な懸念事項の性質と総数	P63 ガバナンスに関するデータ
102-35	報酬方針	—
102-36	報酬の決定プロセス	P43 経営統制
102-37	報酬に関するステークホルダーの関与	P43 経営統制
102-38	年間報酬総額の比率	—
102-39	年間報酬総額比率の増加率	—
102-40	ステークホルダー・グループのリスト	P10~11 高島屋グループのESG経営
102-41	団体交渉協定	P41 グローバル枠組み協定 P60 社会に関するデータ
102-42	ステークホルダーの特定および選定	P10~11 高島屋グループのESG経営
102-43	ステークホルダー・エンゲージメントへのアプローチ方法	P10~11 高島屋グループのESG経営 P38~39 お客様 P39 お取引先 P40 従業員 P49 ディスクロージャーポリシー
102-44	提起された重要な項目および懸念	P38~39 お客様 P39 お取引先 P40 従業員 P44~45 内部統制システム P46~47 想定されるリスクと対応策
102-45	連結財務諸表の対象になっている事業体	P76 編集方針
102-46	報告書の内容および項目の該当範囲の確定	P10~15 高島屋グループのESG経営/重点課題領域別の考え方と設定プロセス/重点課題の推進体制/重点課題とKPI P76 編集方針
102-47	マテリアルな項目のリスト	P10~11 高島屋グループのESG経営 P14~15 重点課題とKPI
102-48	情報の再記述	該当なし
102-49	報告における変更	該当なし
102-50	報告期間	P76 編集方針
102-51	前回発行した報告書の日付	該当なし
102-52	報告サイクル	P76 編集方針
102-53	報告書に関する質問の窓口	P76 編集方針
102-54	GRIスタンダードに準拠した報告であることの主張	—
102-55	GRI 内容索引	P67~71 GRIスタンダード対照表

GRIスタンダード	内容	該当ページ
102-56	外部保証	—
103-1	マテリアルな項目とその該当範囲の説明	P10~13 高島屋グループのESG経営/重点課題領域別の考え方と設定プロセス/重点課題の推進体制 P46~47 想定されるリスクと対応策
103-2	マネジメント手法とその要素	P13 重点課題の推進体制 P14~15 重点課題とKPI P44~45 内部統制システム
103-3	マネジメント手法の評価	P13 重点課題の推進体制 P18 脱炭素化推進 RE100 P19 脱炭素化推進 EV100 P20~21 循環型ビジネス P22 廃棄プラスチック削減 P23 食品ロス削減 P28~31 ダイバーシティ推進 P32 働き方改革推進 P33 施設・サービスのユニバーサル化 P34~35 地域社会との共生(まちづくり) P36~37 社会貢献活動の推進 P44~45 内部統制システム
201-1	創出、分配した直接的経済価値	P54~57 財務データ
201-2	気候変動による財務上の影響、その他のリスクと機会	P46~47 想定されるリスクと対応策
201-3	確定給付型年金制度の負担、その他の退職金制度	—
201-4	政府から受けた資金援助	—
202-1	地域最低賃金に対する標準新人給与の比率(男女別)	—
202-2	地域コミュニティから採用した上級管理職の割合	—
203-1	インフラ投資および支援サービス	P34~35 地域社会との共生(まちづくり)
203-2	著しい間接的な経済的インパクト	P34~35 地域社会との共生(まちづくり)
204-1	地元サプライヤーへの支出の割合	—
205-1	腐敗に関するリスク評価を行っている事業所	P44~45 内部統制システム
205-2	腐敗防止の方針や手順に関するコミュニケーションと研修	P44~45 内部統制システム
205-3	確定した腐敗事例と実施した措置	—
206-1	反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により受けた法的措置	P63 ガバナンスに関するデータ
301-1	使用原材料の重量または体積	P59 環境に関するデータ
301-2	使用したリサイクル材料	—
301-3	再生利用された製品と梱包材	—
302-1	組織内のエネルギー消費量	P58 環境に関するデータ
302-2	組織外のエネルギー消費量	—
302-3	エネルギー原単位	—
302-4	エネルギー消費量の削減	P58 環境に関するデータ
302-5	製品およびサービスのエネルギー必要量の削減	—
303-1	共通資源としての水と相互作用	—
303-2	排水に関連するインパクトのマネジメント	—
303-3	取水	—
303-4	排水	P59 環境に関するデータ

GRIスタンダード対照表

GRIスタンダード	内容	該当ページ
303-5	水消費	P59 環境に関するデータ
304-1	保護地域および保護地域ではないが生物多様性価値の高い地域、もしくはそれらの隣接地域に所有、賃借、管理している事業サイト	—
304-2	活動、製品、サービスが生物多様性に与える著しいインパクト	—
304-3	生息地の保護・復元	P25 植樹・育林の取り組み
304-4	事業の影響を受ける地域に生息するIUCNレッドリストならびに 国内保全種リスト対象の生物種	—
305-1	直接的な温室効果ガス (GHG) 排出量 (スコープ1)	P58 環境に関するデータ
305-2	間接的な温室効果ガス (GHG) 排出量 (スコープ2)	P58 環境に関するデータ
305-3	その他の間接的な温室効果ガス (GHG) 排出量 (スコープ3)	P58 環境に関するデータ
305-4	温室効果ガス (GHG) 排出原単位	—
305-5	温室効果ガス (GHG) 排出量の削減	P58 環境に関するデータ
305-6	オゾン層破壊物質 (ODS) の排出量削減	—
305-7	窒素酸化物 (NOx)、硫黄酸化物 (SOx)、およびその他の重大な大気排出物	P58 環境に関するデータ
306-1	排水の水質および排出先	—
306-2	種類別および処分方法別の廃棄物	P59 環境に関するデータ
306-3	重大な漏出	—
306-4	有害廃棄物の輸送	—
306-5	排水や表面流水によって影響を受ける水域	—
307-1	環境法規制の違反	—
308-1	環境基準により選定した新規サプライヤー	—
308-2	サプライチェーンにおけるマイナスの環境インパクトと実施した措置	—
401-1	従業員の新規雇用と離職	P60~61 社会に関するデータ
401-2	正社員には支給され、非正規社員には支給されない手当	—
401-3	育児休暇	P28~30 ダイバーシティ推進 P32 働き方改革推進 P61 社会に関するデータ
402-1	事業上の変更に関する最低通知期間	—
403-1	労働安全衛生マネジメントシステムの対象となる労働者	P32 働き方改革推進 P40 従業員 P46~47 想定されるリスクと対応策
403-2	危険性 (ハザード) の特定、リスク評価、事故調査	P32 働き方改革推進 P40 従業員 P46~47 想定されるリスクと対応策
403-3	労働安全衛生サービス	P32 働き方改革推進 P40 従業員 P61 社会に関するデータ
403-4	労働安全衛生における労働者の参加、協議、コミュニケーション	P32 働き方改革推進 P40 従業員 P61 社会に関するデータ
403-5	労働安全衛生に関する労働者研修	P40 従業員
403-6	労働者の健康増進	P32 働き方改革推進
403-7	ビジネス上の関係で結びついた労働安全衛生の影響の防止と緩和	—
403-8	労働安全衛生マネジメントシステムの対象となる労働者	—

GRIスタンダード	内容	該当ページ
403-9	労働関連の障害	P61 社会に関するデータ
403-10	労働関連の疫病・体調不良	—
404-1	従業員一人あたりの年間平均研修時間	—
404-2	従業員スキル向上プログラムおよび移行支援プログラム	P28~31 ダイバーシティ推進 P40 従業員
404-3	業績とキャリア開発に関して定期的なレビューを受けている従業員の割合	P40 従業員 P61 社会に関するデータ
405-1	ガバナンス機関および従業員のダイバーシティ	P28~31 ダイバーシティ推進 P43 経営統制 P60~61 社会に関するデータ P62~63 ガバナンスに関するデータ
405-2	基本給と報酬総額の男女比	—
406-1	差別事例と実施した救済措置	—
407-1	結社の自由や団体交渉の権利がリスクにさらされる可能性のある事業所およびサプライヤー	P39 お取引先 P41 グローバル枠組み協定
408-1	児童労働事例に関して著しいリスクがある事業所およびサプライヤー	P39 お取引先 P41 グローバル枠組み協定
409-1	強制労働事例に関して著しいリスクがある事業所およびサプライヤー	P39 お取引先 P41 グローバル枠組み協定
410-1	人権方針や手順について研修を受けた保安要員	—
411-1	先住民族の権利を侵害した事例	—
412-1	人権レビューやインパクト評価の対象とした事業所	P28~29 ダイバーシティ推進 P39 お取引先 P41 グローバル枠組み協定
412-2	人権方針や手順に関する従業員研修	P40 従業員
412-3	人権条項を含むもしくは人権スクリーニングを受けた重要な投資協定および契約	—
413-1	地域コミュニティとのエンゲージメント、インパクト評価、開発プログラムを実施した事業所	P14~15 重点課題とKPI P34~35 地域社会との共生 (まちづくり)
413-2	地域コミュニティに著しいマイナスのインパクト (顕在的、潜在的) を及ぼす事業所	—
414-1	社会的基準により選定した新規サプライヤー	—
414-2	サプライチェーンにおけるマイナスの社会的インパクトと実施した措置	—
415-1	政治献金	—
416-1	製品およびサービスのカテゴリに対する安全衛生インパクトの評価	P38~39 お客様
416-2	製品およびサービスの安全衛生インパクトに関する違反事例	—
417-1	製品およびサービスの情報とラベリングに関する要求事項	P38~39 お客様
417-2	製品およびサービスの情報とラベリングに関する違反事例	P63 ガバナンスに関するデータ
417-3	マーケティング・コミュニケーションに関する違反事例	—
418-1	顧客プライバシーの侵害および顧客データの紛失に関して具体化した不服申立	—
419-1	社会経済分野の法規制違反	P63 ガバナンスに関するデータ

サステナビリティの歩み

創業以来、社会に貢献。

豊かな21世紀の実現へ向けて、未来へ。

※年の色分けは ●E（環境） ●S（社会） ●G（ガバナンス）との関連性によるものです。



1831
創業
商いの原点はサステナブル

京都で古着木綿商として創業。初代飯田新七が制定した商いの基本、お客様や社会への奉仕を重視した基本方針は、今も大切に継承されています。

高島屋は1831年の創業時に掲げた「店是」の精神を起点に、その後「経営理念」「企業メッセージ」を企業活動基準に定め、経営・営業を行ってきました。ここでは、190年の高島屋の歩みをたどるなかで、お客様をはじめとする社会とどのように関わり、21世紀の持続可能な社会、豊かな未来の実現へ向けて進んでいくのか、あらためて確認していきます。



創業者・初代 飯田新七



日英博覧会（ロンドン）での高島屋館（1910年）



柳宗悦（前列右から二人目）を囲む高島屋社員ら、民藝運動の仲間たち



高島屋十銭ストア



日本橋高島屋開店

1831~

「信頼」と「安心」。
永遠に継がれる公器の役割

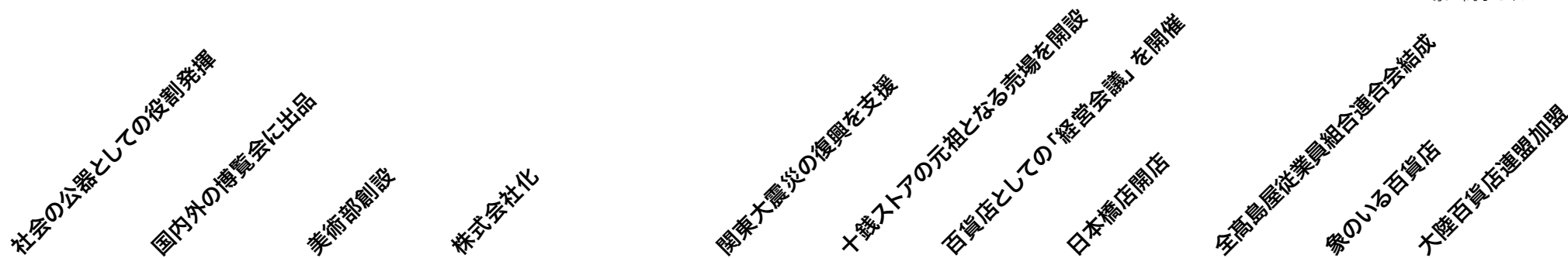
幕末の禁門の変にはじまり、大正時代の震災、昭和の大戦、近年の未曾有の災害など、窮地の際、人々に物資の支援などで寄り添い続けた記録は、初代が定めた「社会への奉仕の姿勢」が時代を経ようとも貫かれている証しです。



全高島屋労働組合連合会結成大会（1973年）



象の高子ちゃん



1864 蛤御門（禁門）の変で物資が不足した際、高島屋は良い品だけを安く売るように心がけ、大きな信用を獲得しました。

1877- 京都博覧会の出品受賞に始まり、バルセロナ万国博覧会（1888年）、パリ万国博覧会（1889年）など各国の博覧会に、染織品や刺繍を出品。「美術織物の高島屋」として、世界に高島屋の名を高めていきました。

1911 京都での「現代名家百幅画会」（1909年）開催を機に誕生した高島屋美術部。大正末期からは柳宗悦による民藝運動に賛同、東西で展覧即売会を開催するなど、常に文化芸術活動の支援・発展に寄与しています。

1919 1916年、輸出入部門が独立し高島屋飯田株式会社設立。1919年、株式会社高島屋呉服店を設立。翌年、京都にて第1回の株主総会が開催されました。

1923 関東大震災の際、当時南伝馬町にあった東京店が焼失したため、筋向かいにあった千代田館を使い、救援物資や日用必需品の廉売を実施。人々を勇気づけようと屋上に掲げたアドバルーンは復興のシンボルとなりました。

1926 長堀店（当時）5階に十銭均一売場を新設。いわば現代の百貨ショップの元祖。画期的な小売形態への挑戦は大成。各店に備えるほか、専門の路面店も全国展開しました。

1929 当面する重要案件に対し、外部より重役を迎え入れた経営会議を京都呉竹庵で開催。翌年、商号を「株式会社高島屋」と変更。

1933 日本初の地下鉄道・銀座線に直結した連絡口を設置。東京の交通網発展の一助となる店づくりを目指しました。また、百貨店初の全館冷暖房換気装置を導入。当時の宣伝コピー「東京で暑いところ、高島屋を出たところ」は一世を風靡しました。

1947 1946年に各店舗で従業員組合が組織され、翌年2月、「全高島屋従業員組合連合会（全高連）」が結成。戦後日本の民主化に合わせて、いち早く社員の待遇改善・福利厚生拡充への道が開かれました。

1950 戦後の復興に向けてさまざまなアイデアで人々に社会に希望を与え、東京店の屋上に登場した「象の高子ちゃん」は話題となりました。

1956 当時、「一国一社を原則としていた大陸百貨店連盟」に加盟。海外商品の輸出入の先鞭をつけ、同年、日本初となる海外フェア「イタリアン・フェア」を開催しました。

1957 「市民や地域に役立つ店舗」を店づくりの主題に据え、横浜店が開店。地元住民が利用可能なイベントスペースなどを併設しました。提供する商品やサービスの安全・安心をより確かなものにするために開設されました。

1900~

労使一体で
健全な企業経営を確立

1919年の株式会社化により、企業としての基盤強化と並行して行ったのが、従業員の労働環境の整備です。完全週休二日制の実施（1977年）などは、業界内でもいち早い取り組みとなりました。



イタリアン・フェア

持続可能な社会の実現を目指し、グループESG経営を推進

2020年にESG推進室を新たに設置し、従来のCSR経営に、SDGsの考え方を融合したグループESG経営をスタート。ステークホルダーの皆様とともに持続可能な社会の実現に向け、歩みを進めていきます。

2020~

「気候変動イニシアティブ」に参加

ESG推進室の設置

日本橋高島屋S.C.オープン

「大東北展」で被災地を支援

企業理念の指針設定 / 「グローバル枠組み協定」締結

ワーク・ライフ・バランスの徹底を支援

CSR推進室の設置

「びっくり!エコ100選」開催

環境・社会貢献室へ改称

「タカシマヤ・バーチャルモール」開設

企業理念の策定

高島屋史料館開館

1969

1970

1980-

1991

1996

1997

2005

2005

2006

2007

2008

2011

2018

2018

2020

「すべての人々が
21世紀の豊かさを実感できる
社会の実現」へ

郊外で开店ラッシュ。 「まちづくり」のはじまり

「地域に根ざし、ともに成長する百貨店」を合言葉に、日本各地に新店舗を開業。特にアイコンとなったのは1969年の二子玉川への出店。現在のグループ総合戦略「まちづくり」の原型となります。

1960~



玉川高島屋ショッピングセンター



びっくり!エコ100選



日本橋高島屋S.C.

東京・二子玉川という「地域特性」を持った場所に、日本初の郊外型ショッピングセンターをオープン。

創業以来の資料を収集・保存し、広く公開・活用していくことを目的に、大阪東別館内に史料館を開館。高島屋の基本的価値観や文化を社内外に発信する拠点となっています。

東証一部上場企業として初の女性役員（1979年・取締役広報室長、1981年・常務取締役）となった石原二子の存在もあり、女性が活躍しやすい企業風土が早くから築かれていました。

企業の使命や経営思想を社内外に表明し、組織の全従業員が共有すべき基本的価値観（意思決定や行動の際に立ち戻る判断基準）として、同年、経営理念「いつも、人から。」を策定しました。

二度と不祥事を起こさないために、「商法違反事件」に対する経営の一環として、同年「法務対策室」、翌年に「業務監査室」、「危機管理委員会」、また「社会貢献室」を設置しました。

我が国初となるネットショッピングの百貨店「タカシマヤ・バーチャルモール」を開設。

環境問題を重視し、「社会貢献室」を「環境・社会貢献室」に改称しました。地球温暖化防止に向けた積極的な取り組みのひとつとして、京都議定書発効の地にある京都店で、民×学×産×官×コラボによる環境をテーマにした展示会を開催しました。

企業として社会的責任を果たすため「CSR推進室」を設置しました。

ワーク・ライフ・バランス支援のため、スクールイベント休暇やボランティア休暇を新設。翌年には厚生労働省から「仕事と生活の調和推進プロジェクト」のモデル企業に選定されました。

企業理念に5つの具体的な指針を設定。同時に企業メッセージ「変わらないのに、あたらしい。」を策定しました。また、労使一体となって社会的責任を果たすことを目指し「グローバル枠組み協定」企業の行動規範に関する労使協定」を日本企業労使で初めて締結しました。

東日本大震災当日は日本橋店では店内を避難場所として開放しました。同年、震災半年後には被災地の復興支援を目的に、「大東北展」や「チャリティオークション」を開催。復興への経済的な支援も積極的に行いました。

百貨店初の重要文化財指定建造物である本館（百貨店）、隣接した新館（専門店）、東館（専門店）、タカシマヤオッチメゾン（百貨店）の四館一体で「まち」へと進化。海外でも、各国・各地域のライフスタイルに合わせた店舗「まちづくり」に寄与しています。

脱炭素社会の実現を目指して設立された、企業、自治体、NGOなど横断的な組織間ネットワーク「気候変動イニシアティブ」に参加。経営戦略部内に「ESG推進室」を新設しました。

1990~

世界的に高まる環境意識と、エコへの取り組み

1997年、地球温暖化に関する京都議定書が採択されると、21世紀を前に環境への取り組みが本格化。エコ関連のイベント開催など社内外の環境啓発活動や、施設の環境認証の取得を推進。その流れは現在に通じます。



東京店外商第1部を活躍の場にする女性従業員 (1980年)



経営理念パンフレット



復興支援のチャリティオークション



サイアム高島屋

編集方針

「すべての人々が21世紀の豊かさを実現できる社会の実現」と「持続的な企業価値向上」に向けた取り組みや姿勢を、ステークホルダーの皆様にご理解いただくことを目的に、「高島屋グループESGレポート(以下、レポート)」を発行します。

レポート掲載内容は、ホームページに開示しているサステナビリティ情報を基本に、「有価証券報告書」や「コーポレートガバナンスコード」より引用・編集し、財務・非財務関連データも含め、ESG視点で開示情報を体系的に整理しています。

本レポートは、国際統合報告評議会(IIRC)が提唱する「国際統合報告フレームワーク」に基づき、継続的に改訂を行ってまいります。

TAKASHIMAYA GROUP ESG REPORT

2021

【参考にしたガイドライン】

GRI(Global Reporting Initiative) や価値協創ガイダンス



【対象期間】

2020年度(2020年3月1日～2021年2月28日)を対象としていますが、発行時点の情報も掲載しています。

【対象組織】株式会社高島屋および連結子会社

【発行時期】2021年12月

【お問い合わせ先】

株式会社高島屋 企画本部経営戦略部 ESG推進室

