TAKASHIMAYA GROUP

ESG REPORT

2021年度 活動報告

高島屋グループESGレポート 2021年度 活動報告

【対象期間】2021 年度（2021年3月1日～2022年2月28日）

髙島屋グループESGレポート

2021年度 活動報告について

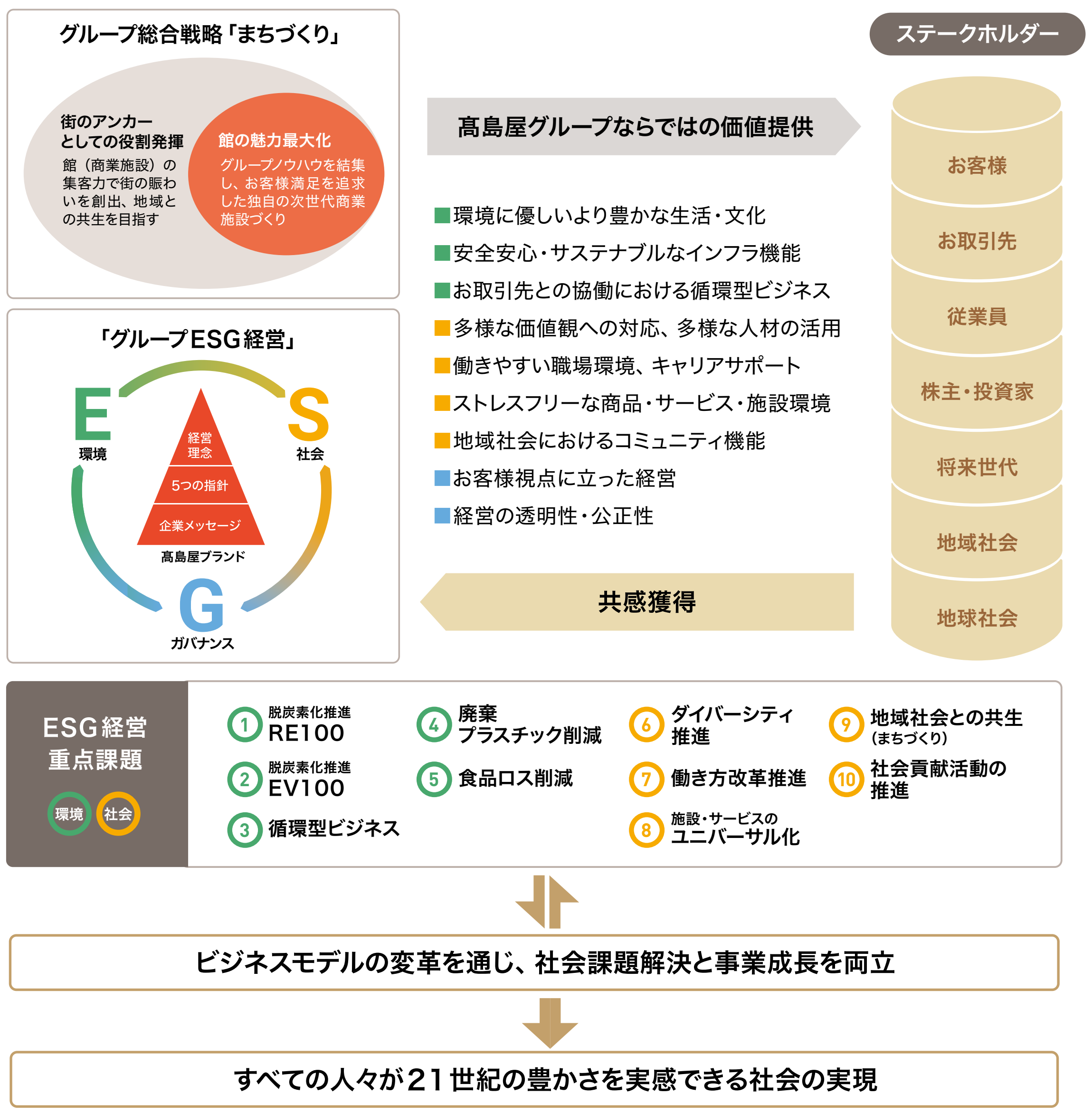
髙島屋グループ(以下、当社)は、2021年12月、「すべての人々が21世紀の豊かさを実感できる社会の実現」と「持続的な企業価値向上」に向けた取り組みや姿勢を、ステークホルダーの皆様にご理解いただくことを目的に、「髙島屋グループ ESG レポート(以下、レポート)」を発行いたしました。

レポートでは、当社の ESG 経営の考え方や目指す姿、取り組むべき重点課題や数値目標(KPI)、取り組み内容に加え、コーポレートガバナンス強化に向けた取り組みなど、関連データとともに、掲載しています。

本活動報告では、ESG 経営の環境・社会領域の重点課題10項目に関する2021年度の活動内容を中心に、関連するデータも更新し、ご報告いたします。 髙島屋グループESGレポートはこちら

【対象期間】2021年度(2021年3月1日～2022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。

グループESG経営概念図



目次

2021年度 活動報告について 02
重点課題とKPI 04

活動報告：環境

重点課題と取り組みの進捗状況 06
脱炭素化推進 RE100 08
脱炭素化推進 EV100 09
循環型ビジネス 10
廃棄プラスチック削減 11
食品ロス削減 12
トピックス 13

活動報告：社会

重点課題と取り組みの進捗状況 14
ダイバーシティ推進 16
働き方改革推進 17
施設・サービスのユニバーサル化 18
地域社会との共生(まちづくり) 19
社会貢献活動の推進 20
トピックス 21

方針・指針・データセクション

TCFD提言に沿った情報開示 22
環境に関するデータ 26
社会に関するデータ 28
ガバナンスに関するデータ 30
財務データ 32

重点課題とKPI

	[重点課題]	[KPI]	[数値目標] 2021	2023	2025	2030	2050	[取り組みのポイント]
環境	① 脱炭素化推進 RE100	RE（再生可能エネルギー）転換率	1.8%	5.5%	8.6%	30%以上	100%	・再生可能エネルギー転換 ・使用電力量削減
		電力使用温室効果ガス排出量削減率（'19年比）	-3.0%	-5.6%	-10.5%	-35%	-100%	
	② 脱炭素化推進 EV100	EV車両転換率	0.3%	0.3%	3.1%	100%		・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
		保有車両台数削減（'19年比）	-17台	-17台	-52台	-115台		
	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	97%	98%	99%	100%		・プラスチック用度品削減 ・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
		廃棄物総量削減（'19年比）	-3.6%	-24.8%	-26.3%	-30%		
	⑤ 食品ロス削減	生ごみリサイクル率	68%	75%	80%	100%		・二次加工の拡充 ・外部機関活用 ・販売方法の見直し など
		生ごみ排出量削減（'19年比）	-3.6%	-15%	-16.7%	-20%		
社会	⑥ ダイバーシティ推進	女性管理職比率	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）
		障がい者雇用率、外国人従業員数	※数値目標未設定 P28･29参照					
	⑦ 働き方改革推進	有給休暇取得率	55%	65%	80%	100%		・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
		人当生産性向上 [従業員一人当たり営業利益額]（'19年比・2倍）	1.7百万円	3.9百万円	4.7百万円	6.6百万円		
		社員離職率	※数値目標未設定 P29参照					
		両立支援制度取得状況	※数値目標未設定 P29参照					
	⑧ 施設・サービスのユニバーサル化	有資格者比率	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
		施設バリアフリー化	※数値目標未設定 取り組み内容は P18参照					
	⑨ 地域社会との共生（まちづくり）	地域との連携（各店・SC）	※数値目標未設定 取り組み内容は P19参照					・行政との連携など有事の際の防災拠点化推進 ・「集い・過ごす」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	※数値目標未設定 P29参照					・参画機会の拡充 ・文化活動推進

環境課題への取り組み

当社は、経営理念における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、［髙島屋グループ環境方針］においても、地球温暖化防止やCO_2排出量削減に重点を置き、持続可能な社会実現への貢献を目指しています。お客様やお取引先、地域社会などと直接接点を持つ事業特性をいかし、2000年の方針策定以降さまざまな活動に取り組んできました。

近年の気候変動にともなう自然災害の頻発化や激甚化、食糧供給へのリスク増などは、人々の暮らしを脅かし、環境問題への取り組みの重要性や緊急性は高まっています。2021年秋開催の「第26回 国連気候変動枠組条約締結国会議（COP26）」では、世界の平均気温上昇を産業革命以前の水準より1.5℃までに抑える努力をすることを正式に確認しましたが、現状は、すでに1℃以上の上昇がみとめられています。そこで目標達成のためには、従来型システムやビジネスモデルを大胆に変革し、地球資源を再生・修復するモデルへの転換が必要であると認識しています。

当社は、脱炭素社会や循環型社会の実現に貢献すべく、ESG経営で設定した5つの環境に関する重点課題の取り組みを通じ、環境に配慮した事業活動を推進し、地球環境を守るための努力を続けていきます。

活動報告 ― 環境

environment

［今期活動のポイント］

環境課題への取り組みは、当初計画からの前倒し実施や、コロナ禍による影響で営業機会縮小などもあり、数値目標は達成できました。

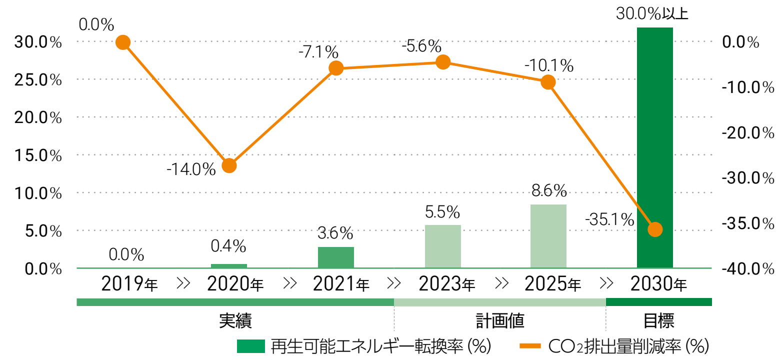
しかしながら、脱炭素化推進に向けては、直近の資源価格高騰長期化を見据え、電力使用量のさらなる削減や調達コストの抑制、環境変化を踏まえたロードマップの実現性を高める取り組みが必要と認識しています。

また、循環型ビジネス構築や、廃棄物削減に向けては、お客様やお取引先に対する情報発信・啓発活動を徹底するなど、プラットフォーマーとしての役割をさらに発揮し、取り組みを進めていきます。

［ 重点課題と取り組みの進捗状況 ］

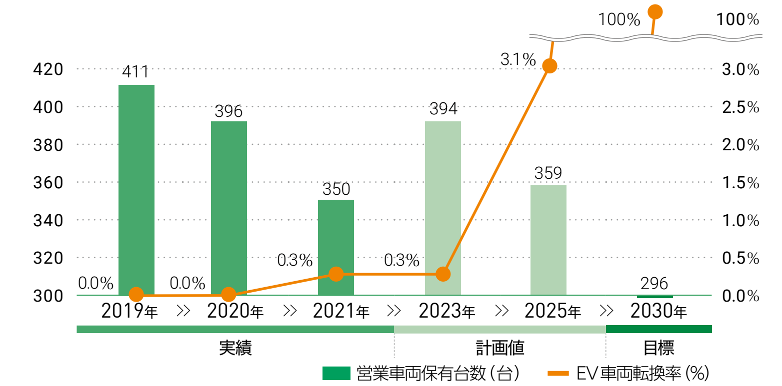
1 脱炭素化推進 RE100

LED化の推進など、電力使用量を削減するとともに、再生可能エネルギー由来電力の導入施設を拡大しました。資源価格高騰長期化を見据え、使用量のさらなる削減や調達手法の多角化を検討します。



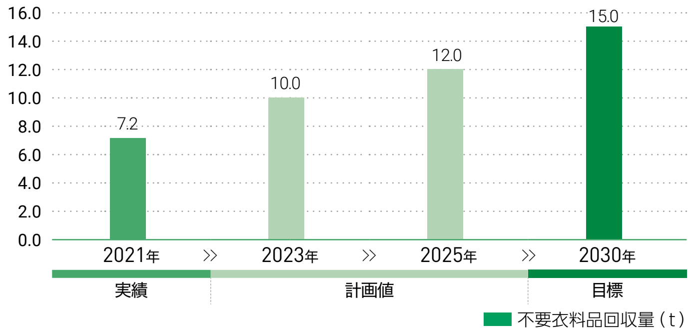
2 脱炭素化推進 EV100

外商営業車両の台数適正化に向け、運行実態調査に基づき2年間累計で△107台にするとともに、燃料電池車を試験的に導入。また、お客様用駐車場への充電設備の拡充に着手しています。



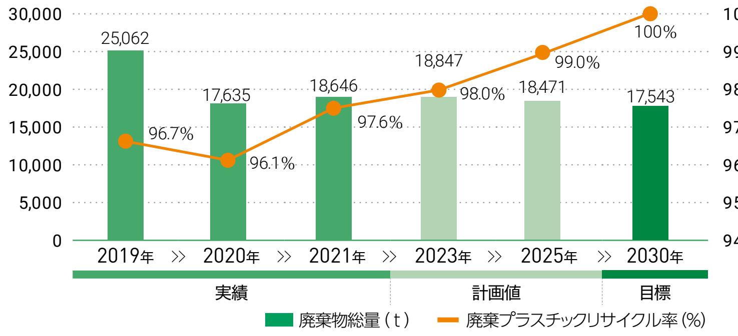
3 循環型ビジネス

循環型ビジネスの定着化に向け、全店で衣料品回収キャンペーンを実施するとともに、カシミヤやデニムの回収・再製品化に取り組むなど、お客様の認知度も向上、回収量も増加しています。



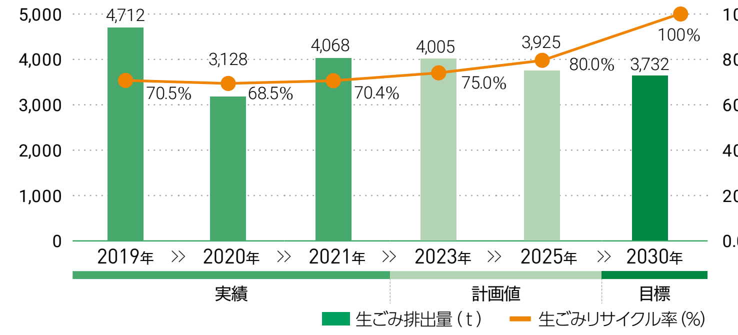
4 廃棄プラスチック削減

ワンウェイプラスチック製品の提供削減や脱段ボール化促進等に取り組みました。今後は、リサイクル可能な廃棄物のマテリアルリサイクル化の拡充に取り組み、2022年4月施行の「プラスチック資源循環促進法」に対応していきます。



5 食品ロス削減

売り切れなかった食品の二次活用や、廃棄物の堆肥化を推進。また、地域のこども食堂や、フードバンク活動への支援拡充による食品ロス削減を図りました。今後も、お客様への啓発活動や、フードバンク活動の定着化に取り組んでいきます。



1 脱炭素化推進 RE 100

当社は、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ます。

2050年	2050年
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）
100％	-100％

流山おおたかの森S・C

● 再生可能エネルギー由来電力への転換加速

前年度に引き続き、2021年度は、当初計画から前倒しを行い、グループ5施設（流山おたかの森の3施設、髙島屋大宮店、日本橋3丁目スクエア）に、再生可能エネルギー由来の電力を導入しました。

2022年度も、流山おおたかの森S･C ANNEX2、こもれびテラスなど5施設に再生可能エネルギー由来の電力を導入し、脱炭素化を加速していきます。

日本橋
3丁目スクエア

● LED化の推進

店舗設備を省エネ効率の高い機器へと順次更新するとともに、既存照明をLED照明へ変更することにより、使用電力量の削減およびCO_2排出量の削減に努めています。

このような継続的なLED化投資により、髙島屋グループ国内百貨店では、2011年から2021年までに約22,500MWhの電力使用量を削減、約10,000t-CO_2のCO_2排出量削減を実現しました。

日本橋髙島屋S.C.本館の照明

● 太陽光パネルの設置

2022年6月に開業した「流山おおたかの森S･C ANNEX2」には、太陽光パネルを設置しています。

太陽光パネルで発電した電力を地下駐車場に設置しているEV車用充電器に供給するとともに、日中の駐車場共用部照明に利用しています。また、発電した電力の一部は蓄電しており、災害による停電時にはこの電力を非常照明として利用します。

流山おおたかの森S・C ANNEX2

2 脱炭素化推進 EV 100

国際環境NPOであるThe Climate Group（クライメイト・グループ）によると、輸送ビジネスの温室効果ガス排出量は、エネルギー利用に関する全排出量の23％を占める（2019年3月時点）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イニシアチブ「EV100」に参加し、「2030年までに髙島屋グループが直接管理している車両を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推進しています。

2030年	2030年
EV車両転換率	保有車両台数削減（'19年比）
100％	-115台

● 保有車両台数の削減・適正化、EV車充電設備の拡充

髙島屋グループ国内百貨店において、各店が営業活動で使用する外商車両の台数削減・適正化を図るため、日々の使用状況を分析、効率的な使用方法の見直しにより、昨年度は当初計画を大幅に上回る外商車両台数の削減（△54台）が実現しました。

また、EV車両の普及を促進するため、お客様にご利用いただける充電設備の拡充に取り組んでいます。玉川髙島屋S･C、柏髙島屋ステーションモール、流山おおたかの森S･CにEV車両チャージステーションを設置しており、2021年度は玉川髙島屋S･Cに17台新たに増設しました。順次導入を拡大していきます。

3 循環型ビジネス

百貨店の主力商品である繊維・アパレル産業は、製造にかかるエネルギー使用量やライフサイクルの短さなどから、環境負荷がきわめて大きい産業と指摘されており、国際的な課題となっています。

衣料品の国内新規供給量は81.9万トン／年（2020年）。その約6割に相当する51.0万トン／年が廃棄されるといわれています。廃棄衣料品の95%は可燃ゴミや不燃ゴミとして焼却・埋め立てされるため、非常に大きな環境負荷が生じています。

当社では、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」からの脱却を目指すと同時に「再生された服や雑貨」を提供することにより、新たな地下資源を使うことなく、サステナブルなビジネスモデルへの変革を、お客様やサプライチェーンの皆様とともに推進していきます。

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%

ファッションロス削減を目指し、魅力あるモノづくりを拡充

Depart de Loop

まだ着られるにもかかわらず、大量の衣料品が廃棄されるファッションロス（衣服ロス）は、食品ロス同様、大きな社会問題になっています。［Depart de Loop］により「再生された服や雑貨」が再び生活の中へもどるには、再生された商品の魅力化が大変重要です。髙島屋はクリエイターやナショナルブランドとの協業により、当社限定商品としてモノづくりを行うなど、付加価値の高い商品開発に取り組んでいます。

また、循環型商品の対象素材をポリエステル製品だけでなく、カシミヤ製品やデニム製品にも広げ、循環型商品の展開拡大を図るとともに、魅力あるモノづくりに取り組んでいます。

“エコ&エシカル”をテーマにした、暮らし方の提案「TSUNAGU ACTION」

未来につながる今日の一歩。
TSUNAGU ACTION

地球環境や社会にも貢献する生活スタイル、消費スタイルやソーシャルグッドな価値観が広まるなか、髙島屋では、サステナブルな商品の提案を通して、エコ＆エシカルな暮らしについて、お客様と一緒に考える「TSUNAGU ACTION（ツナグ アクション）」を全店舗で展開しています。

地球、社会、そして人々にとって、より良い未来をつくっていくために、「使い捨てない・無駄にしない」、「環境に優しい」、「暮らしを守る・応援する」、「大切に使う・お手入れを楽しむ」など、環境や社会に貢献する“ファン・エシカル”を提案するとともに、具体的なアクションにつなげていきたいと考えています。「モノを選ぶ時にサステナブルな考えを取り入れて、一人ひとりができることから、今日の一歩を一緒に踏み出しましょう。毎日の積み重ねが未来への大きな一歩になります。」そんなメッセージを発信しています。

4 廃棄プラスチック削減

プラスチックの生産量と廃棄量は増加の一途をたどり、2050年には、海洋に投棄されたプラスチックごみの量が海洋中の魚の量を上まわるといわれています。世界中でプラスチック廃棄量の削減、リサイクル活用の促進が求められる中、日本国内においても2022年4月、「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」が施行されました。

特定プラスチック製品を提供する事業者に該当する髙島屋グループの対象会社では、ワンウェイプラスチック製品の使用合理化に向け、店頭でのお客様へのお声かけによる協力要請、POP やポスターでの啓発活動、プラスチック用度品の薄肉化や代替素材の活用などにより、継続的にプラスチック廃棄物の削減に取り組んでいます。

また、商品の納品時に使用され、その後大量に廃棄される段ボールなど、プラスチック以外の廃棄物についても、お取引先と協業し、削減に取り組んでいます。

2030年
廃棄プラスチック
リサイクル率
100%

2030年
廃棄物総量削減
（'19年比）
-30%

ワンウェイプラスチック製品の使用合理化

製品の設計からプラスチック廃棄物の処理までに関わるあらゆる主体におけるプラスチック資源循環等の取り組み（3R+Renewable）を促進するため、2022年4月「プラスチック資源循環法」が施行されました。

法施行により、小売・サービス事業者などに対しては、消費者に無償提供しているワンウェイプラスチック製品の使用合理化と、プラスチック廃棄物の排出抑制・再資源化への対応が求められています。当社では、お取引先も含めた提供量の実態調査を実施し、店頭でのお声かけやポスターなどによる啓発活動、取引先有料化への対応、代替素材への変更等を行い、2030年削減目標△30%（2019年比）に向け、ワンウェイプラスチックの提供量削減に取り組んでいます。また、プラスチック廃棄物の排出抑制に取り組むとともに、ペットボトルや衣料品ビニールカバーなど、リサイクル可能な廃棄物のマテリアルリサイクル化の推進に取り組んでいます。

廃棄プラスチック削減を呼びかけるポスター

脱段ボール化促進

百貨店の店舗で排出される廃棄物のうち、段ボールごみは約3割を占めています。その大半は納品時に使用され、その後不要となり、廃棄されるものです。当社のお取引先が店舗に納品を行う際に、エコビズ社が開発した通い箱「Eco Biz Box（以下エコビズボックス）」を繰り返しご利用いただくことで、廃棄段ボールを削減していきます。

2022年3月から、日本橋髙島屋S.C.本館で衣料品の納返品時にエコビズボックスを使用し、脱段ボール化の取り組みをスタートしています。今後、参画いただけるお取引先を増やすとともに、将来的には全店に拡大することで、2030年に当社から廃棄される段ボール量を約3割（廃棄物総量の約1割）削減することを目指していきます。

5 食品ロス削減

食品ロスとは、本来食べられるにもかかわらず捨てられている食品です。世界では、コロナ感染症の影響により、飢餓人口は急激に増加し、2020年度では、世界人口の10人に1人に当たる最大8.1億人が飢餓で苦しんでいるといわれています。

一方で、農林水産省が2021年公表した2020年の日本の食品ロス量は、推計を開始した1998年以降、最少量ではあるものの、約522万トンもあり、国民1人当たりに換算すると、茶碗約1杯分に近い量を毎日廃棄している状況です。

食料品フロアやレストランなど、多種多様な食のシーンを提供する当社にとって、食品ロス削減は極めて重要な課題であり、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活用するなど、さまざまな取り組みを実施しています。

さらに近年は取り組みを強化し、地域のこども食堂やフードバンク団体の活動支援を通じ、売り切れなかった商品の提供拡大に加え、売り切れなかったパンをクラフトビール原料として二次活用し、販売するなど、食品ロス削減に向けた取り組みを積極的に実施しています。

2030年
生ごみ
リサイクル率
100%

2030年
生ごみ排出量削減
('19年比)
-20%

売り切れなかった食品の二次活用

「RE:BREAD」

百貨店で発生している食品ロスには、売り切れなかったパンの廃棄率が非常に高く、当社では、パンの冷凍販売や廃棄商品の堆肥化による循環型農業への参画など、環境に配慮した取り組みを行ってきました。

髙島屋横浜店では、食品ロス削減に向けた新たな取り組みとして、クラフトビールを提供する「ON TAP 江戸東京ビール」様の協力のもと、廃棄間近のパンを原料とした環境に優しい発泡酒「RE:BREAD」として販売しました。廃棄間近のパンを二次活用し、「白ビール」の一種である「ホワイトエール」をビアスタイルで醸造することで、パンにも合わせやすい苦みの少ない優しい味わいに仕上げられ、好評を得ました。

フードバンク活動への支援

さまざまな事情で生活に困難を抱えているご家庭のセーフティネットとして活動を行う、地域のこ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、百貨店・SCにて、フードドライブイベントを実施しています。

フードドライブとは、各家庭で保管している食品を提供いただき、必要としている人や団体に無償で提供する取り組みです。お客様から提供された食品は、地元のフードバンク団体を通じて地域のこども食堂や、食品を必要としているご家庭に届けられます。多くの方々に認知を広げることが課題となっていますが、当社としても、活動場所の提供やイベント情報の発信など、場の特性をいかした活動支援を通じて、フードロス削減や貧困支援に貢献していきます。

上：「こども食堂」の告知パネル
下：髙島屋京都店でのフードドライブイベントの様子

トピックス »

髙島屋グループでは、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]

「たまがわBOOKフリマ」による“地域コミュニティ”の創造

玉川髙島屋S・Cでは“地域コミュニティの創造”に取り組んでいます。2022年は、“本好き”をテーマとしたコミュニティイベント「たまがわBOOKフリマ」を初めて開催し、2日間で100ブース以上の出店と2,000名を超える来場者にお越しいただきました。

「大切にしていた本を捨てるのではなく次の使い手に渡すことができた」、「共通の趣味を持つ人、新たなジャンルを薦めてくれる人に出会えてうれしい」といった感想をいただき、お客様同士がつながり、語り合う様子が多くみられました。

SCにおける食ロス削減の取り組み

なんばダイニングメゾンでは、テナント様の協力のもと、フレンチレストランなどで導入されている「スモールポーション」の仕組みを取り入れ、少量でのご注文や小分けでのご要望に対応するとともに、食べ切れなかったお食事の持ち帰りもできるようにしました。お客様からは「残さず食べ切れるので罪悪感が無く、フードロス削減にも貢献できる」と共感の声をいただいています。

サイアム髙島屋 [百貨店業]

『TAKA Earth Care Project』の始動

タイでは2年前からプラスチックバッグの配布が禁止になるなど環境への配慮に関心が高まっています。こうした中、タイの小売業界でいち早く環境保護に取り組む「タカ・アースケアプロジェクト」がサイアム髙島屋で始動しました。今後、従業員からアイデアを公募し、持続可能な社会の実現に向けてさまざまな取り組みを行っていきます。

活動の第1弾としてバンコク郊外のチャオプラヤ川河口に位置するマングローブの森の植林活動を行いました。当日は、お取引先スタッフを含め約70人がこの植林活動に参加。保護センターの職員の方からの説明を受けた後、全員が膝まで泥につかりながらマングローブの苗を植林。今後も継続してこのプロジェクトを推進していきます。

「タカ・アースケアプロジェクト」に取り組むサイアム髙島屋の従業員

髙島屋スペースクリエイツ株式会社 [建装業]

育林による排出CO_2削減

髙島屋スペースクリエイツの森

髙島屋スペースクリエイツ株式会社は、1993年に静岡県浜松市の国有林約1万坪を借り受け、9,000本を超えるヒノキなど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、CO_2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っています。2022年6月には「除伐」という、樹木の生育を妨げるほかの樹木を刈り払う作業を行いました。

株式会社アール・ティー・コーポレーション [レストラン業]

従業員食堂におけるマイカップ持参キャンペーン

廃棄プラスティック削減に向け髙島屋各店と協同し、当社が運営する髙島屋各店社員食堂に併設のコンビニ・喫茶にて販売するアイスコーヒーなどコールドドリンク類のプラスチックカップの使用削減に向けて「マイカップ持ち込み割」を実施。従業員がマイカップやマイボトルを持参の場合は販売価格より10円引にて提供しています。来店従業員にマイボトルの持参を促す、啓蒙ポスターも作成しました。

社会課題への取り組み

「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構築が必要です。しかしながら、コロナ禍による格差拡大、社会的弱者の増加という人権問題や社会課題がより深刻化している状況下、人権に対する取り組みが企業活動においても従来以上に求められています。

当社は、お客様やお取引先、地域社会と密接に関わり、社会のインフラ機能を担う事業特性上、多様な社会課題の解決に向け、果たすべき役割は非常に大きいと考えます。

そこですべての人々の「人権」を尊重し、「ダイバーシティ&インクルージョン」を実現すべく、あらゆるステークホルダーの皆様と協働。「ダイバーシティの推進」「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」を重点課題とし推進しています。

深刻化する社会課題に取り組む中、「多様な価値観への対応、多様な人材活用」「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」という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。

活動報告 – 社会

social

［今期活動のポイント］

社会課題への取り組みは、デジタル活用や健康経営の実践など、従業員が働きやすい環境整備に取り組むとともに、従業員のマルチタスク化による生産性向上などに取り組みました。また、店舗施設を活用した地域支援やコミュニティ提供にも継続して取り組んできました。

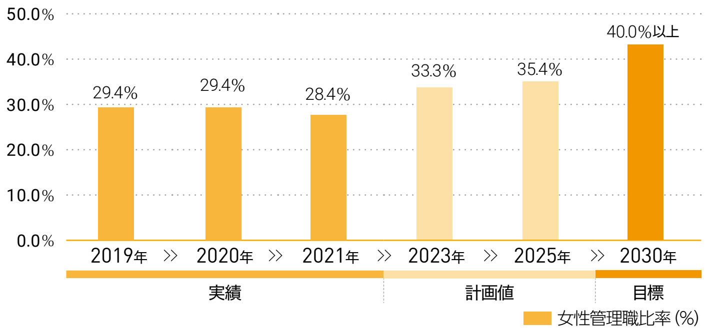
しかしながら、緊急性を要すコロナ禍による影響への対応を優先したため、ダイバーシティや働き方改革、ユニバーサル化など目標数値に関しては、一部を除き未達となりました。

今年度以降も、すべての基本である「人権」への対応と当社の経営資源である「人」の育成に重点的に取り組み、「ダイバーシティ&インクルージョン」な社会を目指していきます。

［ 重点課題と取り組みの進捗状況 ］

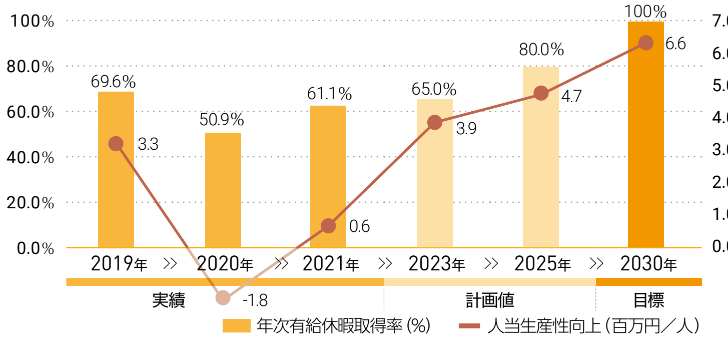
6 ダイバーシティ推進

両立支援の拡充など、多様な価値観や生活背景を有する人材の能力が最大限発揮できるよう環境整備に努めました。また、女性活躍やジェンダー平等に対する研修や教育を実施し、風通しの良い職場風土の醸成に努めています。



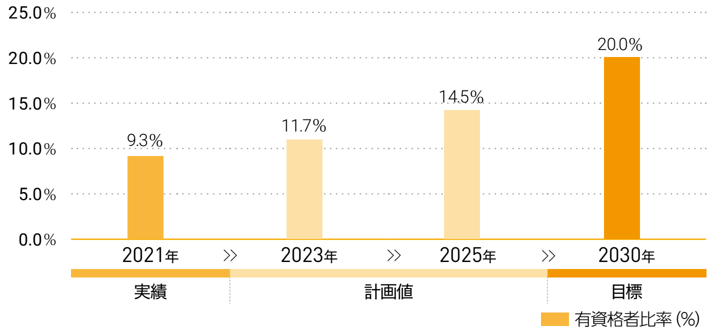
7 働き方改革推進

健康経営の実践や、デジタルツールを活用した働き方改革の推進などにより年次有給休暇取得率は目標を達成しました。また、人当生産性の向上に向け、マルチタスク化推進に取り組んでいます。



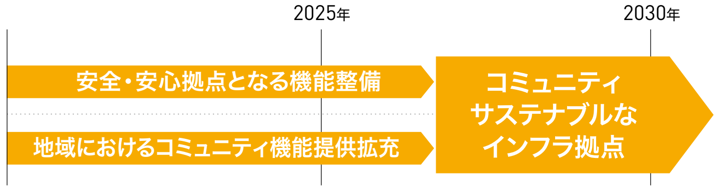
8 施設・サービスのユニバーサル化

すべての人がストレスのない快適な社会の実現に向け、施設のユニバーサル化に加え、百貨店などで接客を行う従業員を中心に、民間資格である「ユニバーサルマナー検定」の受講を促進しています。



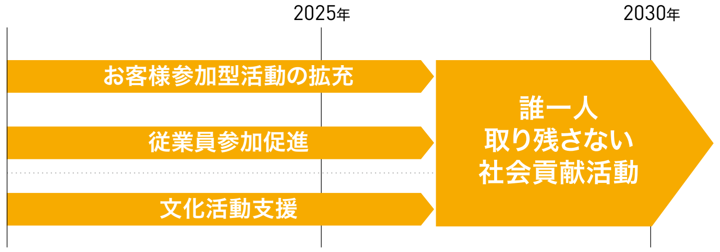
9 地域社会との共生 (まちづくり)

サステナブルなインフラ機能提供に向け、2022 年 3 月には玉川髙島屋S･C と世田谷区が災害時の協力および連携協定を締結。「たまがわLOOP」や「日本橋LOOP」など、地域に密着したコミュニティ化を促進しています。



10 社会貢献活動の推進

従業員やお客様が参画しやすい環境整備の推進に向け、百貨店各店・SC と地元 NPO との連携を深め、地域に根差した社会貢献活動の強化に取り組みました。



6 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。

また、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。

女性の活躍・ジェンダー平等に向けた取り組み

女性の活躍推進には、固定的な性別役割分担意識を払しょくし、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あることから、当社は、「男性育休１００％宣言」に賛同するなど、男性職員が積極的に育児に関わることへの支援をしてきました。2022年10月の改正育児介護休業法をうけ、産後８週以内の「出生時育休」と、３歳までに取得可能な育児休業を合わせて最大28日間を有給とするなど、法を上回る制度改正を行いました。男性職員の育児休業取得を通じて、職場全体での働き方の効率化と、性別に関係なく働きやすい職場を目指しています。

また、主要なグループ会社においても、各社ごとの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」を策定しました。グループ全社で誰もが働きやすい環境整備や人材育成の取り組みを加速させています。

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

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。

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。

ダイバーシティのさらなる推進に向けて

管理監督者向けダイバーシティ教育の実施≫

当社は、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、様々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。

百貨店における一般制服の廃止≫

百貨店における一般制服については、従業員の「ワークウェア」であるほか、顧客視点に立った営業戦略上の役割、企業イメージの表現、顧客へのサービス面の観点も踏まえ、企業制服として女性従業員のみが着用する規定となっていました。

しかしながら、ジェンダー平等やLGBT当事者への配慮などの観点から、2022年９月より完全廃止したことで、女性従業員のみに発生していた着替え時間がなくなるだけではなく、ジェンダー平等に対する従業員意識の向上に寄与しています。

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・サービスを提供し、お客様満足度を向上させるためには、従業員の働きがいの向上が不可欠です。そのために、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。

当社では、従業員の健康維持・推進に向けた健康経営やワークライフバランスの実現に向けた両立支援の拡充に加え、近年は、デジタル技術を活用した働き方の推進や、新たな百貨店運営モデルによる生産性向上及び従業員エンゲージメント向上を目指し取り組んでいます。

2030年
人当生産性向上
［従業員一人当たり営業利益額］
（'19年比・2倍）
6.6百万円

2030年
有給休暇取得率
100%

新・百貨店運営モデルの構築

当社では百貨店の構造改革と営業力強化を図る「新・百貨店運営モデルの構築」に取り組んでおり、業務のムダや重複の排除など業務改革を進めています。

具体的には組織の階層を減らし、組織ラインをフラットにすることで、迅速な意思決定を可能とする組織運営体制を構築し、お客様に近い現場と経営が直接対話を拡大することで、一体感ある現場運営を実現しています。また、従来外部に委託していたさまざまな業務を当社従業員が取り組む内製化の仕組みを構築し、個人のスキル向上や職務領域の拡大を目指すマルチタスク化を推進し、生産性向上とともに、人材育成につなげています。

在宅勤務制度

当社は2017年より在宅勤務制度を導入し、出社と在宅勤務を効果的にミックスさせることで、自律的な業務遂行と生産性を高めるマネジメントを推進しています。

2021年度からは、とりわけ、在宅勤務の集中的な実施により生産性が向上する部門・個人については、週3日以上の在宅勤務を基本とし、経済的支援（手当支給）を実施するなど、エンゲージメントと労働生産性の向上に資するテレワークの活用・整備を進めています。

提案運動・フューチャープランニング制度

「フューチャープランニング」と「新タカシマヤ提案運動」募集ポスター

従業員から当社の「営業全般」「経営全般」「業務全般」の強化・改善に資する提案及びアイデアを募る機会としての新タカシマヤ提案運動、「新たな事業創出」に向け、提案者自らが事業プラン策定から具現化までのプロセスを主体的に推進する社内起業提案制度「フューチャープランニング」など、当社には従業員の声やアイデアを経営に反映する仕組みがあります。2021年度、提案運動は27件の声があがるとともに、「フューチャープランニング」でも髙島屋の介護事業「ユアテラス」などをはじめ、現在6件が事業として具現化するなど、営業力強化、業務改善のみならず人材育成、社内風土活性化にもつながっています。

「障がい者雇用促進」「LGBTへの理解」については、髙島屋グループESGレポートを参照
外国人従業員数はP28参照

はじめに
活動報告：環境
活動報告：社会
方針・指針・データセクション

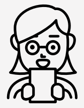
8 施設・サービスのユニバーサル化

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、すべての人々がストレスなく、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、商品やサービス、施設環境の提供を通じて、すべての人々が暮らしやすく、共に支え合えるユニバーサルな社会の実現に貢献することを目指しています。

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。

2030年



有資格者比率

20%

※ 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及び、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、現代のニーズに合わせ、段差解消や多機能トイレへの対応など、バリアフリー化の取り組みを進めており、2021年度には、重要文化財にも指定されている日本橋髙島屋S.C.本館地下1階トイレ入口にスロープを設置し、段差解消を実施いたしました。

左：段差解消エレベーター 右上：車いすで利用できる多機能トイレ
右下：改修によりスロープ化した日本橋髙島屋S.C.本館B1化粧室

●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・ユニバーサル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応対など、サービスの充実に取り組んでいます。

多様なお客様へ対応できる販売員の拡充に向け、民間資格である「ユニバーサルマナー検定」を2022年4月より社内認定ライセンス化し、国内百貨店販売員を中心に受講促進を図っています。

左上：ユニバーサルマナーロゴマーク 左下：手話のできる販売員が身につけるバッジ 右：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）

髙島屋グループは、百貨店やショッピングセンターなど国内・海外あわせて25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、店舗ごとに、行政や地域の事業者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、商品展開、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。

当社の施設やサービスを通じ、地域に密着したコミュニティ基盤の創造と、サステナブルな地域社会の実現に取り組み、地域社会と、そこに暮らす人々と、共に成長していくことを目指します。

●流山おおたかの森周辺エリアのまちづくりの深化

2022年11月現在、流山おおたかの森駅周辺で全10施設の管理運営を行い、街の魅力や利便性向上に取り組んでいます。直近は、「森のタウンセンター」をコンセプトに、昨年3月に『流山おおたかの森 S･C FLAPS』を、11月には、コロナ禍で働く場所が変化する中、多様な働き方に対応できるオフィスなどを導入する『NAGAREYAMA おおたかの森 GARDENS アゼリアテラス』をオープン。本年6月には、デイリーに使えるファミリーに欠かせない機能とカルチャーやウェルネスなどを通じた地域コミュニティの場を提供する『流山おおたかの森 S･C ANNEX2』を開業いたしました。

長期的な視点による街づくり型開発で、住む人が誇りに思える地域に根差した街の発展に取り組んでいます。

●地産地消の推進

地域の伝統や文化を受け継ぎ、発展させるとともに、地域のモノづくりと暮らしを応援するなど、各店にて地産地消を推進し、地域と共生していくことを目指しています。

髙島屋大阪店での、大阪企業がつくる、大阪生まれ・大阪育ちの素材などを全館で展開するプロモーション「大阪ええモン」や、「今こそ、地産地消を！岡山をもっと元気に！」をキャッチコピーに岡山県の事業80社以上を集積した岡山髙島屋での「おかやまいいもの探訪～岡山フェア」の開催など、近年はさらに取り組みを拡充しています。

●防災拠点としての貢献

当社の施設は、「街の中心に位置する大型施設」が多いことから、その場所性を最大限活用し、有事の際の拠りどころとなるべく、地域の自治体と災害時における協力協定を結び、災害時の帰宅困難者の受け入れや避難場所の提供をするなど、地域の安全・安心拠点としての機能を備えています。

流山おおたかの森S･Cでは、2021年に流山市と「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」を締結し、2022年3月には玉川髙島屋S･Cが世田谷区と災害時協力協定及び、連携協定を締結するなど、地域における防災拠点としての貢献を推進しています。

2022年3月10日、玉川髙島屋S･Cを管理・運営する東神開発と世田谷区が「災害時協力協定」を締結。世田谷区長 保坂展人氏（右）と、東神開発株式会社 代表取締役社長 倉本真祐（左）。

●地域に密着したコミュニティ化の促進

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。当社はまちづくりの一環として、地域住民に向けて、「集う場所」「つながる場所」を提供しています。玉川髙島屋S･Cに集う皆様のためのコミュニティ拠点としての「たまがわLOOP」や、日本橋の文化や地域のファン同士が交流を深められるコミュニティ「日本橋LOOP」など、地域特性に合わせた多様なコミュニケーションで人とまち、人と人をつなげる街のコミュニティ化を促進しています。

10 社会貢献活動の推進

当社は、経営理念の中で、「人を愛し、人を信じ、人につくす」こころを大切にし、社会に貢献することを明記しており、創業以来、事業活動を通じたさまざまな社会に役立つ活動や、芸術・文化・地域社会に対する幅広い支援活動を行っています。

具体的には、従業員の社会貢献活動に対する意識を高め、具体的行動につなげていくためのさまざまな取り組みや、クラウドファンディング型 WEB 募金活動など、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「髙島屋のアーカイヴス」として整理し、東西の髙島屋史料館において、当社の基本的価値観や文化を社内外に発信しています。

●従業員による社会貢献活動

左：海岸林再生ボランティアの様子
上：ゴールドパートナーバッジ

従業員が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おり、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。

2021年度はコロナウイルス感染拡大防止の観点から現地での作業は中止いたしましたが、2022年9月には従業員が現地に赴き、作業ボランティアに従事いたしました。

また、各店従業員が利用する社員食堂において、限定メニュー売上の一部を開発途上国の食料支援に寄付する「テーブル・フォー・ツー活動」に取り組んでいます。2021年度は、開発途上国に590,820円の寄付が実現し、テーブル・フォー・ツー事務局より、ゴールドパートナーバッジを授与されました。

●クラウドファンディングを活用した取り組み

当社は、各店舗における募金箱での募金受付だけはでなく、クラウドファンディングの仕組みを活用したWEB募金システムも活用しています。2022年3月23日（水）から4月30日（土）まで、「ウクライナ人道危機に対する緊急支援」WEB 募金を実施し、6,867,000円を特定非営利活動法人国連 UNHCR 協会へ寄付を行いました。

●文化活動への取り組み

アーカイヴス活動 »

2021年に創業190周年を迎えた当社において、経営・営業記録、広告宣伝資料をはじめ、美術作品、呉服、能装束など、創業時代から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、現在、その資料総体を「髙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。2021年度は、当社が明治から大正にかけて欧米に輸出した刺繍絵画《獅子図》と、本作の下絵となった神坂松濤の《獅子図》（髙島屋史料館所蔵）を並べて展示する特別展示会を、日本橋髙島屋S.C.、髙島屋大阪店、髙島屋京都店で開催しました。

左：下絵《獅子図》　神坂松濤　明治中期～大正期　紙本着彩
右：製品 刺繍絵画《獅子図》　髙島屋製　明治中期～大正期　絹糸

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　お客様の声を反映した品揃えや、顧客満足度を高める新たな提案の実践

●デジタルの活用による新たなショッピング体験の提供

Meetz STORE

2022年4月、髙島屋新宿店にオープンした「Meetz STORE」はデジタル技術を活用した当社初のショールーミングストアです。店頭は商品を体感する場（売らない店舗）に特化しており、従来の百貨店に品揃えのないD2C企業を中心とした商品（食・暮らし・美・和・楽をテーマにキュレーターが商品をセレクトして紹介）を展開し、新しい「出合い」を創出しています。

また、LINEやメールなどのアカウントを通じて、住所を知らない相手にもギフトを贈れる「ソーシャルギフト」のサービスも用意することで、「キュレーターによる審美眼」、「百貨店ならではのリアル体験」、「ギフト提案力とソーシャルギフトへの対応」といった当社の強みを活かし、お客様へ新たな価値を提供しています。

お取引先　お取引先との公平なパートナーシップ構築により、共存共栄を推進

●パートナーシップ構築宣言への参画

当社のビジネスは原材料調達や製造、管理、配送や販売等、数多くのお取引先やその先のサプライチェーンによって成り立っています。

当社は、サプライチェーン全体の人権に配慮し、すべての事業者の皆様と価値創造を図るための連携・共存共栄を進めることで、新たなパートナーシップを構築する「パートナーシップ構築宣言」の趣旨に賛同し、参画しています。

パートナーシップ構築宣言

従業員　社会課題解決と事業成長の両立に向け、ESG経営の社内浸透を推進

●全従業員に対するESG意識啓発の取り組み

管理監督者向け「ESG Web学習」の実施»

全従業員がサステナビリティの重要性を理解し、日常の営業活動や具体的行動に反映できるよう、将来のメガトレンドやビジネス事例などを学習する Web 学習を実施しました。（対象者数1,136名　受講率86.2％）

社内広報ツールを活用した啓発»

年4回発行される社内報「T-Times」では、社外の事例紹介や、役員インタビューのほか、ESG 経営の取り組みについては専用ページを活用して紹介。その他、各社・各店の身近な事例を紹介する「ESG 通信」の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、社内情報の共有・啓発を行っています。

従業員インナーキャンペーン»

従業員を対象とした衣料品回収キャンペーンの実施や、フードドライブ活動、ワンウェイプラスチック削減に向けた社員食堂でのマイカップ・マイボトル推進キャンペーンなどを実施しています。

「ESG通信」

社内広報誌「T-Times」

TCFD提言に沿った情報開示

TCFD提言への賛同

当社は、グループ経営理念体系［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［髙島屋グループ環境方針］においても、地球温暖化の防止やCO_2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の解決につなげる当社の基本的姿勢でもあり、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持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、世界規模で深刻化しており、環境問題への取り組みの重要性や緊急性が、ますます高まってきています。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由来す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、根本的なリスクと捉えています。

そこで当社は、従来型のビジネスモデルから、地球資源を再生・修復するビジネスモデルへと変革し、環境課題解決と事業成長の両立に取り組みます。それにともない当社はTCFD提言に賛同し、TCFD提言が推奨する「ガバナンス」「戦略」「リスク管理とリスクに対する取り組み」「指標と目標」の４つの開示項目に基づき情報開示のさらなる拡充を図っていきます。

TCFDとは

TFCD※は、G20の要請を受け、金融安定理事会（FSB）が、気候関連の情報開示と金融機関の対応を検討するために設立。2017年6月に公表した、投資家が企業の気候関連リスク・機会を適切に評価するための開示フレームワークのこと。
※「気候関連財務情報開示タスクフォース（Task Force on Climate-related Financial Disclosures)」。

●【1】環境に関するガバナンス

①取締役会が気候関連課題について報告を受けるプロセス、議題として取り上げる頻度、監視対象≫

当社が、グループESG経営で掲げる環境課題への取り組みを通じ、企業価値の向上や持続的成長を図り、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であると認識しています。

また、グループESG経営を組織内に浸透させ、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上で、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。内部統制システムに関わる主な会議としては、どちらも社長を委員長とする「髙島屋グループCSR委員会」及び「髙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。

「髙島屋グループCSR委員会」は、当年度より半期に一度開催し、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、協議・確認された内容を取締役会に報告しています。

②経営者の気候関連課題に対する責任、報告を受けるプロセス（委員会等）、モニタリング方法≫

また「髙島屋グループCSR委員会」は、ESG重点課題の進捗状況を報告し、改善点に対しては速やかに次年度の活動へ反映するなどPDCAサイクルを徹底し、毎年度モニタリングを行っています。その内容については取締役会に報告し、取締役会による監督体制のもと、環境課題の取り組みに対するガバナンスの強化に努めています。「髙島屋グループリスクマネジメント委員会」は、当社の業務執行にともな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等、協議された内容については、取締役会へ報告を行っています。

●【2】戦略（気候関連シナリオ分析）

①短期・中期・長期のリスク・機会の詳細≫

気候変動にともなう自然環境の変化や資源の枯渇などは、長期間にわたり当社の事業活動に大きな影響を与えるため、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。

当社が、目指す将来社会を見据えて掲げた、環境・社会領域におけるESG重点課題10項目は、2030年時点の達成目標（中長期）や、年度毎の数値目標（ロードマップ）を設定し、PDCAサイクルにて進捗管理を行っています。

②リスク・機会が事業・戦略・財務計画に及ぼす影響の内容・程度≫

当社のシナリオ分析は、パリ協定の目標である「2℃未満」と、CO_2排出量削減が不十分な「4℃」の２つのシナリオを想定し、TCFDが推奨する典型的な気候関連リスクと機会を参考に分析を行い、当社の事業活動に甚大な影響を及ぼす可能性がある主要なリスク項目を特定しました。また、2℃以下シナリオを含む、さまざまな気候変動関連シナリオに基づく検討を行うため、当社は、IPCCやIEAなどのシナリオを参考に、事業活動や財務に及ぼす影響を分析し、持続可能な成長に向け、その対応策を検討・推進しています。

想定シナリオ	
2℃未満シナリオ	・気候変動対応の厳しい法規制施行による事業運営コストの増加 ・エネルギーコストや商品価格の高騰にともなう、商品調達リスクの拡大 ・消費者の環境意識の高まりによる新たなマーケット獲得
4℃シナリオ	・自然災害の多発・激甚化にともなう店舗被災、サプライチェーンの断絶など、営業機会の損失 ・エネルギー価格の高騰や資源不足にともなう商品調達リスクの拡大 ・環境負荷を前提としたビジネスモデルから脱却できない企業に対する市場からの淘汰

髙島屋グループのリスク・機会の概要と事業及び財務への影響

◎＝非常に大きい　○＝大きい　⬆＝非常に大きくなる　↗＝大きくなる　➡＝軽微

リスク・機会の分類			髙島屋グループ 気候変動関連リスク・機会の概要	事業及び財務への影響	
				+2℃未満	+4℃
リスク	移行リスク	市場と技術	・再生可能エネルギーへの転換にともなう調達コスト増加 ・環境マーケット需要の獲得遅れにともなう競争力低下	○	↗
		評判	・環境課題への対応遅れにともなうステークホルダーからの信用失墜、ブランド価値の毀損、組織会員離反	◎	⬆
		政策と法	・炭素税の導入、プラスチック循環促進法への対応など、規制強化にともなう事業運営コストの増加	○	➡
	物理的リスク		・大規模自然災害の発生にともなう店舗閉鎖や、サプライチェーン断絶にともなう営業機会損失	◎	⬆
機会	エネルギー源		・省エネ推進にともなう電力使用コスト削減 ・災害に備えた事業活動のレジリエンス確保	○	↗
	市場		・ESG経営の推進によるステークホルダーからの共感獲得、企業価値向上 ・高まる環境意識に対応した商品・サービスの提供によるマーケット獲得	○	↗

③シナリオに基づくリスク・機会及び財務影響とそれに対する戦略・レジリエンス>>

2030年時点を想定した２つのシナリオにおける事業及び財務への影響に関し、規制強化に伴う炭素税の導入や、再生可能エネルギー由来の電力調達コストが財務に影響を及ぼすものと考え、2℃未満シナリオにおける財務影響を試算しています。

当社への財務影響

2030年時点を想定した財務影響	
炭素税導入 ↓ 約△25億円	※EUの炭素税価格（約11千円/t-CO_2）を基準に、当社2019年時点のCO_2排出量（約230,516t）より算出
再エネ由来の電力調達 ↓ 約△16億円	※現状の調達電気との料金格差（約4円/kWh）に、当社2019年時点の電力使用量約392,824MWh）より算出

当社は、気候変動関連リスクに対する事業活動や財務に与える影響などを踏まえ、持続可能な社会の実現に貢献することを目指し、社会課題解決と事業成長の両立を図る「グループESG経営」を推進しています。

さらに当社は、グループ総合戦略「まちづくり」（以下、まちづくり戦略」を通じ、「街のアンカーとして役割発揮」「館の魅力最大化」に取り組み、環境に配慮した商品やサービス、店舗施設の提供など、新しい価値を提案する次世代商業施設づくりを推進し、新たなマーケット獲得に取り組んでいます。

グループ経営においても、これまで百貨店に集中していた経営資源をグループ内で有効活用し、既存事業の収益強化と将来の成長に向け事業規模の拡大や新規事業の開発を進めるなど、気候変動関連リスクの抑制に努めるとともに、マーケット変化に積極的に対応し、新たなビジネス機会獲得に取り組んでいきます。

●【3】リスク管理とリスクに対する取り組み

①気候関連リスクの特定・評価プロセスの詳細、重要性の決定方法>>

当社は、投資家の判断に重要な影響を及ぼす可能性のある気候関連リスクとして、「気候変動」や「自然災害（地震・台風・洪水等）」、「ESG経営への取り組みの遅れ」、「サプライチェーンの破綻」などを事業に関するリスクとして特定しています。

これらのリスクに適切に対応するため、当社は、社長を委員長とする「髙島屋グループCSR委員会」及び「髙島屋グループリスクマネジメント委員会」を設置し、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などについてグループ横断的に検証しています。

②重要な気候関連リスクの管理プロセスの詳細、優先順位付けの方法>>

気候関連リスクと機会は、当社の事業活動に大きな影響を及ぼすため、「髙島屋グループ環境・社会貢献部会」や「髙島屋グループCSR委員会」において、グループESG経営重点課題で掲げた環境課題に対し、年度計画に基づく取り組み内容や進捗状況を確認し、取締役会へ報告しています。

当社は、リスク管理体制を含む内部統制システムの整備に取り組み、気候関連リスクの予防・極小化に向け、グループ横断的に統制を図るとともに、新たなビジネスへのチャレンジなど、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するなど、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。

③全社リスク管理への仕組みの統合状況>>

当社のリスクに対する取り組みとして、脱炭素社会の実現に向けた「RE100」や「EV100」の推進、廃棄プラスチックや食品ロスの削減、循環型ビジネスの構築などに取り組むとともに、自然災害の激甚化にともなう営業機会損失を最小限に抑制するため、店舗や施設のレジリエンスを高める設備投資や、EC事業・グループ経営の強化等に取り組んでいます。

●【4】指標と目標

①気候関連リスク・機会の管理に用いる指標>>

当社は、気候関連リスク・機会を管理するための指標として、Scope １・２・３の温室効果ガス排出量及び事業活動で使用する電力に占める再生可能エネルギー比率を指標として定めています。

温室効果ガス排出量

		範囲		2017	2018	2019	2020
温室効果ガス排出量	CO_2 ※1	連結	Scope１ 排出量（t）	32,966	12,153	24,953	21,055
			Scope１ 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 ※2	連結 （海外除く）	（t-CO_2）	960	1,353	1,552	1,609

※1 CO_2排出量(Scope １・2) は2018年までは国内百貨店(㈱髙島屋・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。
※2 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、CO_2換算した数値です。
2018年までは国内百貨店（㈱髙島屋・分社含む）の数値です。

②温室効果ガス排出量（Scope １・２・３）>>

百貨店を事業の中核に位置付ける当社は、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。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、脱炭素化推進に取り組んでいます。

気候関連リスク・機会の管理に用いる目標及び実績>>

当社は、2019年度Scope1・2温室効果ガス排出量を基準に、中長期の温室効果ガス排出量削減目標とRE達成目標を設定し、脱炭素化を推進しています。「RE100」に参加後、2020年に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７施設、流山エリア１施設を再生可能エネルギー由来の電力に転換し、2021年度では、NAGAREYAMAおおたかの森アゼリアテラスや、髙島屋大宮店、日本橋三丁目スクエア、流山TXグランドアベニュー等に再生可能エネルギー由来の電力を導入・転換しました。

また、「2030年度にScope1・2温室効果ガス排出量30%以上削減」、「2050年度までにScope1・2温室効果ガス排出量ゼロ」を目標として掲げ、毎年度の数値目標を設定したロードマップに基づき、脱炭素社会の実現に向け、鋭意、取り組んでいます。

Scope１・２	2019年度	2025年度	2030年度	2050年度
温室効果ガス排出量（t-CO_2）	230,516	208,961	161,361	0
削減量（t-CO_2）※ '19年度比	–	△21,555	△69,155	△230,516
温室効果ガス削減目標（%）	–	△9.4	△30%以上	△100
RE達成率（%）	0	8.6	30以上	100

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。

【お詫びとお知らせ】
2022年12月23日に開示をいたしました本ページ中、2021年度の「エネルギー使用量」「温室効果ガス排出量」の数値に誤りが発覚した為、2023年2月3日付で修正をいたしました。なお、当社の温室効果ガス排出量〈Scope1・2〉に関しては、髙島屋グループGHG排出量算定ルールにより、第三者機関の検証を受けています。→ 検証報告書

環境方針	有	https://www.takashimaya.co.jp/corp/csr/environment/policy.html
気候変動方針	有	「髙島屋グループ環境方針」に含む
廃棄物方針	有	「髙島屋グループ環境方針」および「髙島屋 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	2021
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	405,014
	温水・冷水	連結	使用量（GJ）	253,773	310,156	347,941	307,929	362,247
	蒸気	連結	使用量（GJ）	37,346	37,126	61,891	61,580	43,536
	電力	連結	使用量（MWh）	256,442	248,501	392,824	351,972	357,454
	電力	連結	使用量（GJ）	2,504,064	2,429,428	3,869,825	3,417,780	3,563,821
	合計	連結	使用量（GJ）	3,075,343	3,036,713	4,769,255	4,254,392	4,374,618
	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	12,802

※1 エネルギー使用量は2018年までは国内百貨店(㈱髙島屋･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	2021
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	20,197
		連結	Scope2 排出量（t）	108,672	119,468	205,563	178,090	183,301
		連結	Scope1･2 排出量（t）	141,638	131,621	230,516	199,145	203,497
		国内百貨店	Scope3 排出量（t）	3,381,936	3,449,427	3,382,417	2,495,547	2,772,244
	フロン類排出量※3	連結（海外除く）	（t-CO_2）	960	1,353	1,552	1,609	1,580

※2 CO_2排出量(Scope 1・2）は2018年までは国内百貨店(㈱髙島屋･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。
※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、CO_2換算した数値です。
2018年までは国内百貨店（㈱髙島屋･分社含む）の数値です。

		範囲		2017	2018	2019	2020	2021
水	水資源使用量※4	連結	（千㎥）	1,648	1,577	2,718	2,362	2,227
	排水量	連結	（千㎥）	1,435	1,374	2,442	2,109	2,002

※4 水資源使用量は2018年までは国内百貨店(㈱髙島屋･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	2021
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	2,125
	廃棄物※6	国内百貨店･SC店舗	発生量（t）	20,873	19,810	25,062	17,645	18,646
			リサイクル量（t）	14,723	13,572	16,406	11,404	12,749
			最終処分量（t）	6,150	6,238	8,655	6,240	5,897
			リサイクル率（%）	70.5	68.5	65.5	64.6	68.4
	生ごみ※7	国内百貨店･SC店舗	発生量（t）	3,859	3,724	4,712	3,128	4,068
			リサイクル量（t）	2,738	2,530	3,322	2,141	2,863
			最終処分量（t）	1,121	1,194	1,390	987	1,205
			リサイクル率（%）	70.9	67.9	70.5	68.5	70.4
	廃プラ※7	国内百貨店･SC店舗	発生量（t）	1,952	1,989	1,945	1,857	1,756
			リサイクル量（t）	1,879	1,828	1,881	1,785	1,713
			最終処分量（t）	73	60	64	73	43
			リサイクル率（%）	96.3	96.8	96.7	96.1	97.6

※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（㈱髙島屋･分社含む）の数値です。
※6 廃棄物は2018年までは国内百貨店(㈱髙島屋･分社含む）の数値です。
2019年度より㈱髙島屋･分社含む国内百貨店および東神開発㈱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	2021
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	3,809
		男性（人）	3,382	3,682	3,669	3,550	3,413
		計（人）	7,569	7,761	7,825	7,550	7,222
	髙島屋	女性（人）	2,713	2,676	2,628	2,550	2,412
		男性（人）	2,088	2,005	2,003	1,928	1,886
		計（人）	4,801	4,731	4,631	4,478	4,298
平均臨時雇用者数※2	連結	（人）	6,037	5,870	5,794	5,236	4,694
	髙島屋	（人）	4,875	4,027	3,959	3,655	3,404
平均勤続年数（社員）	髙島屋	女性（年）	24.4	24.7	24.9	25.2	25.9
		男性（年）	21.9	22.0	22.3	22.7	22.9
		計（年）	23.3	23.5	23.8	24.1	24.6
平均年齢（社員）	髙島屋	女性（歳）	46.3	46.7	47.0	47.4	48.1
		男性（歳）	46.3	46.7	47.1	47.4	48.0
		計（歳）	46.3	46.7	47.0	47.4	48.1

※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	2021
女性管理職比率	連結（海外除く）	（%）	—	—	—	29.3	28.4
	髙島屋	（%）	28.8	30.4	32.4	31.2	29.7
新卒採用者数	連結（海外除く）	女性（人）	—	—	—	52	30
		男性（人）	—	—	—	43	33
		計（人）	—	—	—	95	63
	髙島屋	女性（人）	38	52	51	37	13
		男性（人）	26	25	31	29	14
		計（人）	64	77	82	66	27
新卒採用女性比率	連結（海外除く）	（%）	—	—	—	53.8	47.6
	髙島屋	（%）	59.4	67.5	62.2	56.1	48.1
中途採用者数※3	連結（海外除く）	女性（人）	—	—	—	39	45
		男性（人）	—	—	—	21	44
		計（人）	—	—	—	60	89
	髙島屋	女性（人）	34	11	12	7	5
		男性（人）	44	30	9	0	0
		計（人）	78	41	21	7	5
中途採用比率	連結（海外除く）	（%）	—	—	—	38.7	58.6
	髙島屋	（%）	54.9	34.7	20.4	9.6	15.6
外国人従業員数※4	連結（海外除く）	（人）	—	—	508	376	338
	髙島屋	（人）	—	—	61	47	43

※3 優先採用含む。
※4 各年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	2021
障がい者雇用率※5	連結（海外除く）	（%）	—	—	2.09	2.11	2.20
	髙島屋	（%）	2.26	2.19	2.13	2.15	2.25
社員離職率※6	連結（海外除く）	（%）	—	—	2.4	2.5	3.4
	髙島屋	（%）	1.5	1.5	1.6	1.6	2.1
育児休業取得者数※7	髙島屋	（人）	153	153	156	126	136
育児休業復職率	髙島屋	（%）	—	—	—	—	96.9
男性育児休業取得率	髙島屋	（%）	46.1	43.0	33.3	100.0	100.0
育児・介護短時間勤務者数※7	髙島屋	女性（人）	460	455	456	453	488
		男性（人）	3	3	4	4	9
		計（人）	463	458	460	457	497
平均年間給与（社員）	髙島屋	女性（千円）	5,702	5,702	5,847	5,880	5,888
		男性（千円）	8,012	8,074	8,110	8,170	8,148
		計（千円）	6,696	6,785	6,823	6,863	6,868

※5 各年6月1日現在。45.5人以上の会社を対象（2020～43.5人以上）。
※6 年度内の退職員数／前期末社員数×100（退職事由が定年・転籍。役員就任のものは除く）。
※7 ㈱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	2021
研修延べ参加人数※8	髙島屋	（人）	—	—	4,477	4,526	5,339
労働災害件数	髙島屋	（件）	147	169	151	103	92
年間総労働時間	髙島屋	（時間）	1,807	1,820	1,814	1,633	1,695
有給休暇取得率	連結（海外除く）	（%）	—	—	69.6	50.8※9	61.1
	髙島屋	（%）	71.7	70.4	75.2	53.7※9	62.5
ストレスチェック回答率	連結	（%）	84.5	94.9	98.4	98.4	98.5
ボランティア休暇取得日数	髙島屋	（日）	142	86	95	101	111
労働組合加入比率（団体労働協約の対象となる従業員割合）	髙島屋	（%）	86.0	78.2	82.5	85.2	89.5

※8 職務別研修やビジネススキル・職務能力開発研修等の延べ参加人数。
※9 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/corp/ir/management/compliance.html
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 2月期	2019 2月期	2020 2月期	2021 2月期	2022 2月期
取締役数	髙島屋	女性（人）	1	3	3	3	3
		男性（人）	11	9	9	9	9
		計（人）	12	12	12	12	12
取締役における独立社外取締役数	髙島屋	女性（人）	1	1	2	2	2
		男性（人）	2	2	2	2	2
		計（人）	3	3	4	4	4
独立社外取締役比率	髙島屋	（%）	25.0	25.0	33.3	33.3	33.3
女性取締役比率	髙島屋	（%）	8.3	25.0	25.0	25.0	25.0
取締役会開催回数	髙島屋	（回）	14	14	14	15	14
取締役会出席率	髙島屋	（%）	97.9	100.0	100.0	98.9	100.0
指名委員会委員数	髙島屋	社内（人）	4	5	5	5	5
		独立社外（人）	2	2	3	3	3
		計（人）	6	7	8	8	8
報酬委員会委員数	髙島屋	社内（人）	5	5	5	5	5
		独立社外（人）	2	2	2	2	2
		計（人）	7	7	7	7	7
指名委員会開催回数	髙島屋	（回）	1	1	1	1	1
報酬委員会開催回数	髙島屋	（回）	3	3	3	3	3

	範囲		2018 2月期	2019 2月期	2020 2月期	2021 2月期	2022 2月期
監査役数	髙島屋	女性（人）	0	0	1	1	1
		男性（人）	4	4	3	3	3
		計（人）	4	4	4	4	4
監査役における独立社外監査役数	髙島屋	女性（人）	0	0	0	0	0
		男性（人）	2	2	2	2	2
		計（人）	2	2	2	2	2
独立社外監査役比率	髙島屋	（%）	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0
女性監査役比率	髙島屋	（%）	0.0	0.0	25.0	25.0	25.0
監査役会開催回数	髙島屋	（回）	11	11	11	11	12
監査役会出席率	髙島屋	（%）	100.0	97.7	100.0	100.0	100.0

	範囲		2018 2月期	2019 2月期	2020 2月期	2021 2月期	2022 2月期
取締役報酬（社外取締役除く）	髙島屋	基本報酬（百万円）	282	316	324	240	210
		業績連動賞与（百万円）	41	45	41	66	44
		総額（百万円）	323	361	365	306	255
監査役報酬（社外監査役を除く）	髙島屋	基本報酬（百万円）	40	45	44	45	44
		賞与（百万円）	5	0	0	0	0
		総額（百万円）	45	45	44	45	44
社外役員報酬	髙島屋	基本報酬（百万円）	42	48	47	56	56
		業績連動賞与（百万円）	6	0	0	0	0
		総額（百万円）	48	48	47	56	56
会計監査人への報酬 ※1	髙島屋	（百万円）	173	191	174	193	171
法令違反件数	連結	（件）	0	3	1	0	0
法令違反罰金額	連結	（万円）	0	8,041	0	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	7
ハラスメント・ホットライン利用件数 ※2	連結	（件）	144	173	143	93	79

※1「非監査業務に係る報酬」を含む。
※2 髙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。

財務データ

連結経営指標など

回次		第152期	第153期	第154期	第155期	第156期
決算年月		2018年 2月	2019年 2月	2020年 2月	2021年 2月	2022年 2月
営業収益	(百万円)	907,805	912,848	919,094	680,899	761,124
売上高	(百万円)	844,934	846,894	848,494	620,885	695,693
経常利益 又は経常損失(△)	(百万円)	38,606	31,234	23,200	△13,637	6,903
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)	23,658	16,443	16,028	△33,970	5,360
包括利益	(百万円)	31,901	9,250	7,068	△35,867	9,750
純資産額	(百万円)	449,526	461,585	455,871	415,111	420,489
総資産額	(百万円)	1,035,807	1,078,130	1,168,503	1,150,506	1,144,335
1株当たり純資産額	(円)	2,513.33	2,540.54	2,607.17	2,364.96	2,390.47
1株当たり当期純利益 又は1株当たり当期純損失(△)	(円)	135.39	94.10	93.29	△203.74	32.14
潜在株式調整後1株当たり 当期純利益	(円)	119.16	81.44	76.63	—	27.48

連結経営指標など

回次		第152期	第153期	第154期	第155期	第156期
決算年月		2018年 2月	2019年 2月	2020年 2月	2021年 2月	2022年 2月
自己資本比率	(%)	42.4	41.2	37.2	34.3	34.8
自己資本利益率	(%)	5.6	3.7	3.6	△8.2	1.4
株価収益率	(倍)	16.1	15.6	10.8	△5.3	34.9
営業活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	36,870	67,913	40,608	43,720	21,044
投資活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	△62,286	△85,815	△23,434	△27,034	△37,120
財務活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	14,185	17,226	△23,483	2,303	△4,758
現金及び現金同等物の期末残高	(百万円)	95,120	94,692	88,411	105,320	88,996
従業員数 (ほか、平均臨時雇用者数)	(名)	7,569 (8,595)	7,761 (8,849)	7,825 (8,834)	7,550 (7,870)	7,223 (7,174)

(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、消費税等は含みません。
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 第155期の潜在株式調整後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（2021年2月28日）	当連結会計年度（2022年2月28日）
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	106,675	90,672
受取手形及び売掛金	100,682	96,120
有価証券	8	—
商品及び製品	41,843	37,867
仕掛品	327	324
原材料及び貯蔵品	1,139	1,107
その他	33,595	44,424
貸倒引当金	△664	△687
流動資産合計	283,607	269,828
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物（純額）	184,000	188,758
機械装置及び運搬具（純額）	376	463
工具、器具及び備品（純額）	13,610	11,971
土地	411,031	418,387
リース資産（純額）	3,139	2,569
建設仮勘定	17,095	8,863
使用権資産（純額）	77,281	75,291
有形固定資産合計	706,535	706,306
無形固定資産		
のれん	2,354	2,380
借地権	10,070	10,603
使用権資産	4,673	5,973
その他	19,341	16,973
無形固定資産合計	36,439	35,931
投資その他の資産		
投資有価証券	75,222	74,563
差入保証金	26,562	27,926
繰延税金資産	19,959	26,375
その他	4,740	5,614
貸倒引当金	△2,562	△2,210
投資その他の資産合計	123,923	132,269
固定資産合計	866,899	874,507
資産合計	1,150,506	1,144,335

(単位：百万円)

	前連結会計年度（2021年2月28日）	当連結会計年度（2022年2月28日）
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	86,965	93,698
短期借入金	28,220	18,160
1年内償還予定の社債	10,090	55
コマーシャル・ペーパー	10,000	—
リース債務	7,981	8,942
未払法人税等	8,356	1,040
前受金	112,897	118,105
商品券	54,074	58,206
預り金	26,030	23,936
ポイント引当金	2,427	944
役員賞与引当金	—	—
建物修繕工事引当金	3,661	—
関係会社整理損失引当金	—	—
その他	51,918	29,726
流動負債合計	402,625	352,815
固定負債		
社債	60,277	80,203
長期借入金	98,565	116,345
リース債務	78,409	78,529
資産除去債務	5,028	5,451
退職給付に係る負債	53,083	51,556
役員退職慰労引当金	310	256
環境対策引当金	241	82
建物修繕工事引当金	—	—
繰延税金負債	1,650	2,055
再評価に係る繰延税金負債	9,050	9,050
その他	26,153	27,499
固定負債合計	332,769	371,030
負債合計	735,395	723,846
純資産の部		
株主資本		
資本金	66,025	66,025
資本剰余金	54,790	54,790
利益剰余金	270,615	271,973
自己株式	△15,993	△15,994
株主資本合計	375,437	376,795
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	8,873	7,429
繰延ヘッジ損益	1	△0
土地再評価差額金	2,945	2,945
為替換算調整勘定	5,969	10,995
退職給付に係る調整累計額	1,089	403
その他の包括利益累計額合計	18,879	21,773
非支配株主持分	20,793	21,919
純資産合計	415,111	420,489
負債純資産合計	1,150,506	1,144,335

TAKASHIMAYA GROUP ESG REPORT

2021年度活動報告

【対象期間】
2021 年度 (2021 年 3 月 1 日～ 2022 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】株式会社髙島屋および連結子会社

【発行時期】2022年12月

【お問い合わせ先】

株式会社髙島屋 企画本部 経営企画部 ESG推進室

Takashimaya