



TAKASHIMAYA GROUP

ESG  
REPORT

活動報告

2023年11月発行

【対象期間】2022年3月1日～2023年8月31日

# 高島屋グループ ESG レポート 活動報告について

高島屋グループ(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、「高島屋グループ ESG レポート(以下、レポート)」を発行しました。

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2022年度から2023年度にかけてのデータおよび活動についてご報告します。 [高島屋グループESGレポート\(2021年12月発行\)はこちら](#)

【データ対象期間】2022年3月1日～2023年2月28日 ※一部算定期間が異なる項目あり  
【活動対象期間】2022年3月1日～2023年8月31日 ※発行時の情報も掲載

## グループ ESG 経営概念図



## 目次

活動報告について	02
<b>グループ ESG 経営</b>	
グループ ESG 経営の基盤となる人権を尊重する経営の実践	04
グループ ESG 経営を通じ、こころ豊かな生活実現へ貢献	06
「TSUNAGU ACTION」の拡充	08
人的資本経営の推進	12
<b>重点課題と KPI</b>	
ESG 重点課題の着実な推進	16
<b>活動報告: 環境</b>	
重点課題と取り組みの進捗状況	18
具体的な取り組み	20
トピックス	23
<b>活動報告: 社会</b>	
重点課題と取り組みの進捗状況	24
具体的な取り組み	26
トピックス	29
<b>データセクション</b>	
環境に関するデータ	30
社会に関するデータ	32
ガバナンスに関するデータ	34
財務データ	36



TCFD (気候関連財務情報タスクフォース・Task Force on Climate-related Financial Disclosures) が推奨する開示項目に基づく当社の考え方や取り組みは、下記をご参照ください。

[気候関連に関するTCFD提言に沿った情報開示](#)

# 「店 是」

れん か  
 确实なる品を廉価にて販売し、自他の利益を図るべし

しょうふだかけね  
 正札掛値なし

商品の良否は、明らかにこれを顧客に告げ、一点の虚偽あるべからず

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

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

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

## 【経営理念】

# 「いつも、人から。」

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

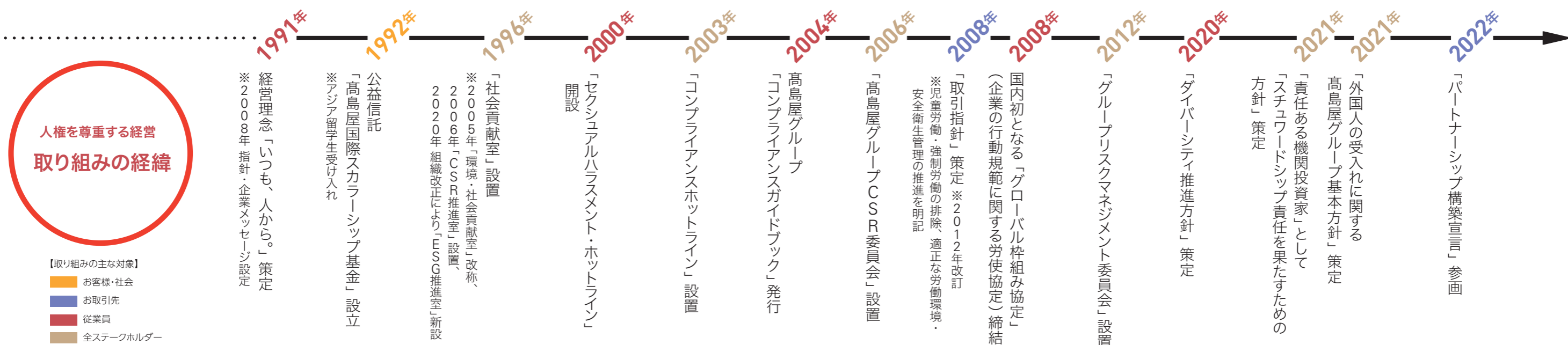
# グループESG経営の基盤となる 人権を尊重する経営の実践

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

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

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

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



# グループESG経営を通じ、 心豊かな生活実現へ貢献

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

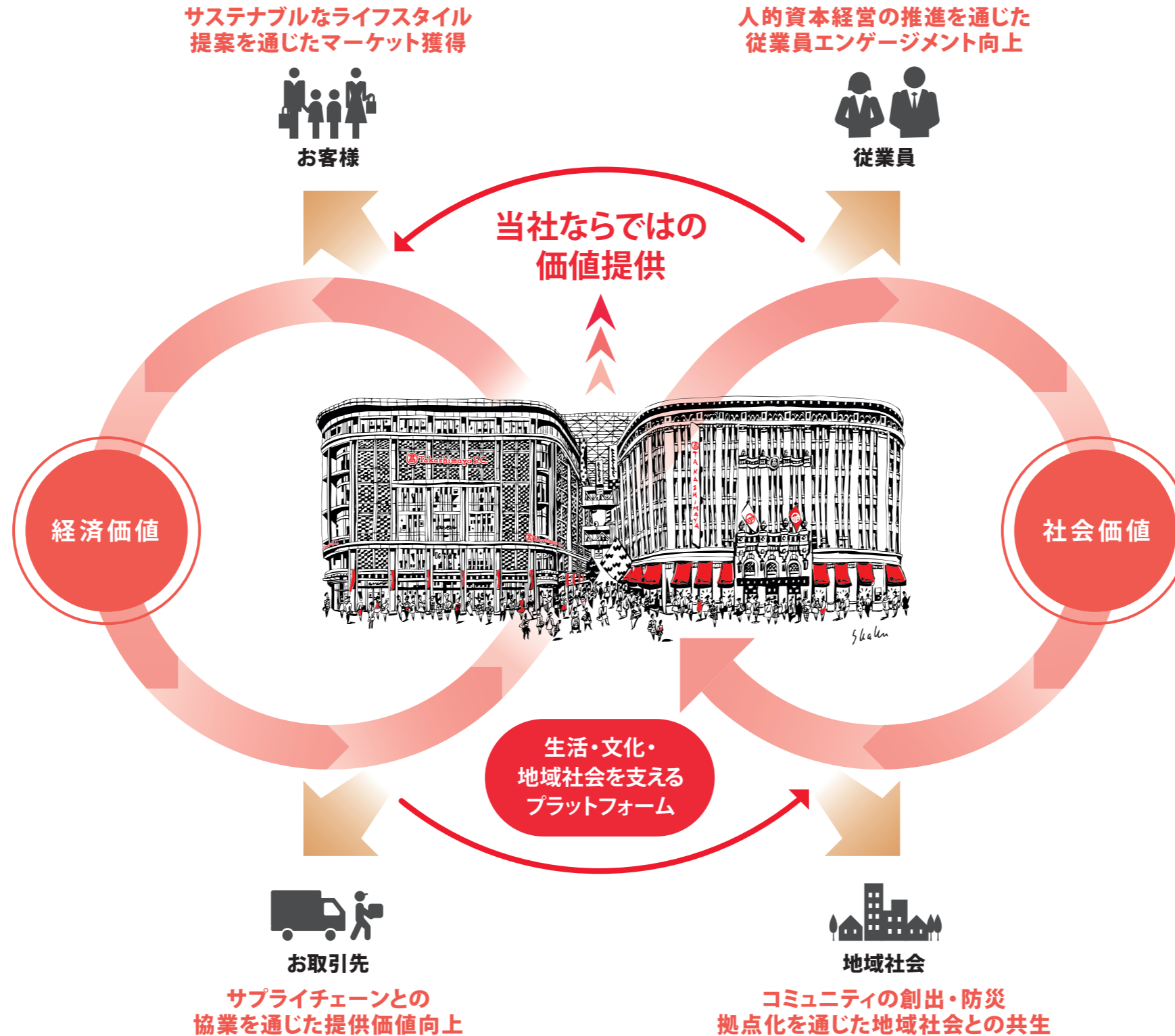
店是に込められた精神や考え方は、グループ経営理念へと紐づき、SDGsが目指す「誰一人取り残さない」社会の実現と強く結びついています。

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

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

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

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



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

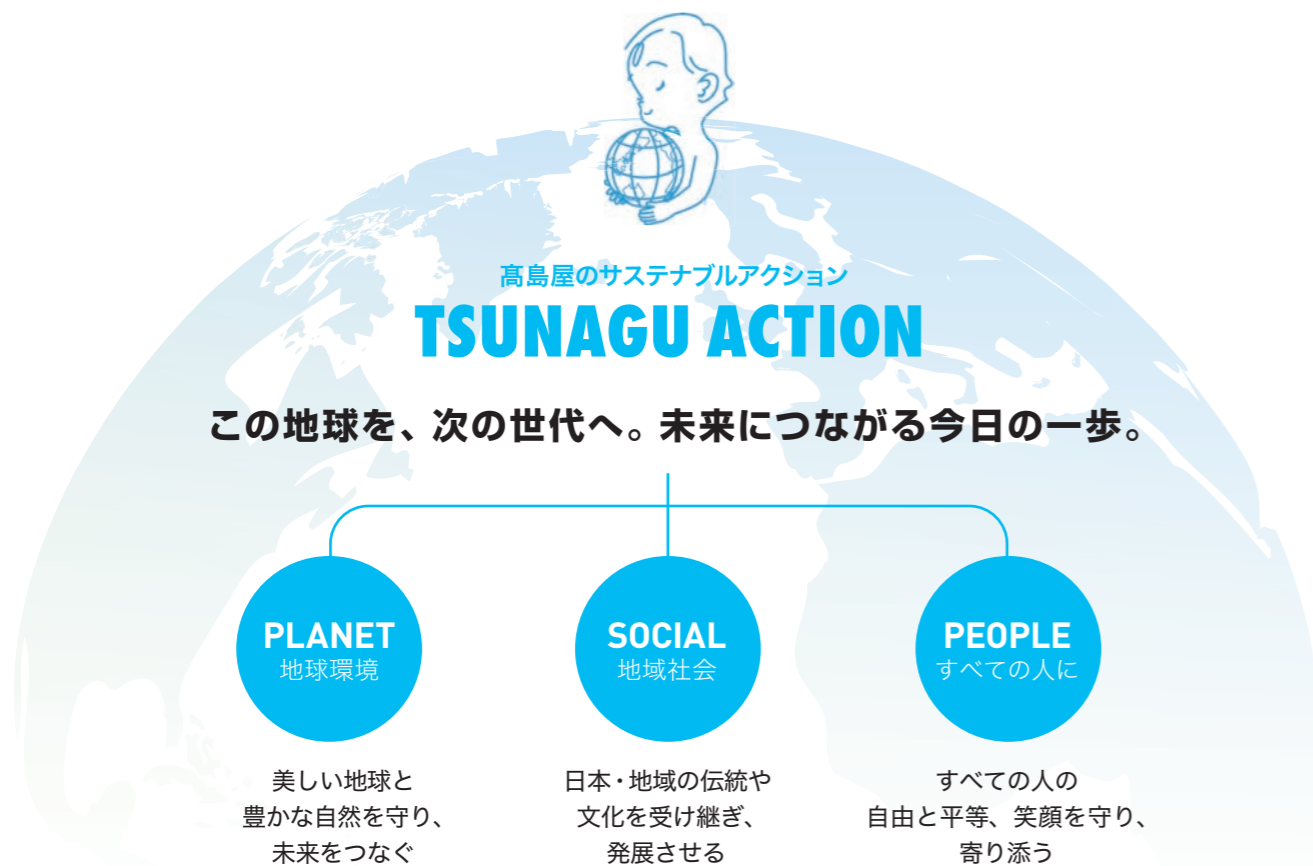
サステナブル活動「TSUNAGU ACTION」と「人的資本経営の推進」による当社ならではの価値を提供。

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

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

サステナブル活動

# 【「TSUNAGU ACTION」の拡充】



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

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

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

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

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

## ■ お取引先と取り組むサステナブル商品の提供拡大

### ● 国内線旅客機の部品をアップサイクル

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



### ● 地産地消の積極的推進

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



## ■ お客様・地域の皆様と共にサステナビリティを実現

### ● 次世代を担う学生とのモノづくり

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



### ● 「フードドライブ活動」を各店・SCで実施

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



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

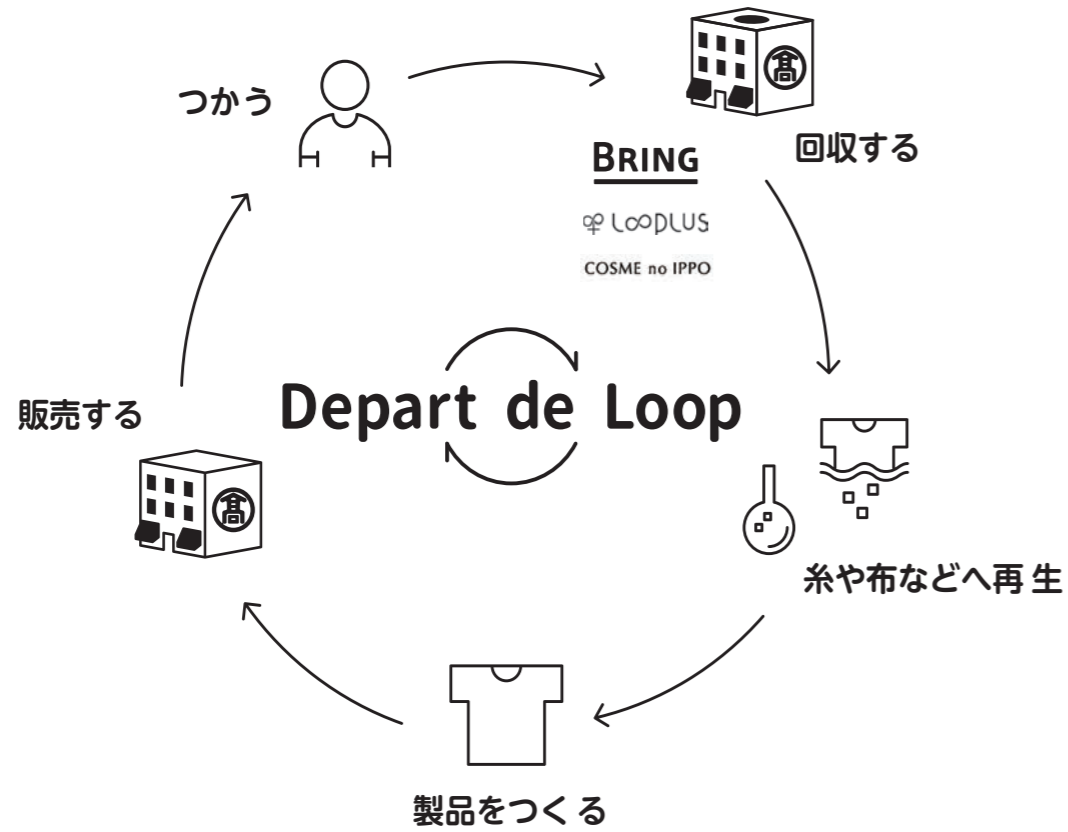
当社は、百貨店やSCなどお客様や地域の皆様が集うことができるリアルな場やECなど新たなチャネルを活用し、多くの方に地球環境や地域、すべての人に寄り添うサステナブルなアクションに参画していただく機会の拡充に取り組んでいます。

## 循環型のモノづくり「Depart de Loop」の拡大・進化

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

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

### 未来をつくるサイクル。



### ● 再生ポリエステル活用のモノづくり



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

写真は〈HERNO〉とコラボレーションしたダウンコート。

### ● 「デニム再生プロジェクト」の推進



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

### ● 7店舗で「コスメ回収キャンペーン」を実施



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

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

### ● 学生とのコラボレーションによる「カシミア再生プロジェクト」



Photographer: Fumi Kikuchi (impress+)

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



# 【人的資本経営の推進】

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

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

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

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

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

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

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

## 人的資本経営 - ガバナンス

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

[ガバナンス体制の詳細はこちら](#)

## 人的資本経営 - 戦略

### ● 従業員エンゲージメントの可視化・向上

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

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

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

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

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

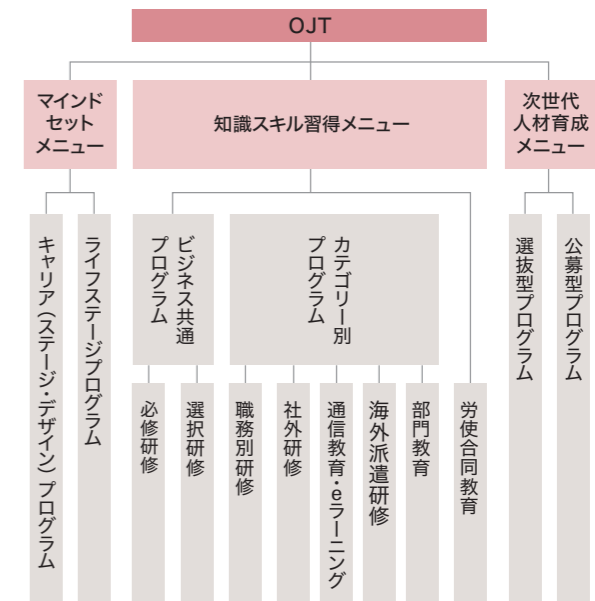
### ● 人材育成方針

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

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

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

### 「能力開発体系」



※上記能力開発体系図は国内百貨店対象

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

### ● キャリアサポート

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

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

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

#### アセスメント制度

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

オープンエントリー・FA制度

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

●ダイバーシティ推進

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

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

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

📖 [ダイバーシティ推進方針はこちら](#)

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

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

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

できる風通しの良い職場風土の醸成につなげています。

●ワークライフバランス

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

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

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

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

●「グローバル枠組み協定」の締結と実践

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

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

具体的には、労使で社会的責任を果たすための実践

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

処」「従業員への理解浸透」について、確認・検証を逐一、行っています。

■ 人的資本経営 - リスク管理

● デジタルスキルの向上

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

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

● 従業員が安心して働ける環境の整備

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

高島屋グループ  
相談窓口一覧

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

● ESG経営の社内浸透

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

さらに、社内報「T-Times」（年4回発行）や、社内コミュニケーションツール「ローズスマイル」などを活用し、ESGに関する情報共有や意識啓発に努めています。こうした取り組みを通じ、離職率の低下や多様な人材の確保、生産性の向上やイノベーションの創出、ハラスメントの防止など、多くのメリットを享受し、企業価値向上につなげるマネジメントを推進していきます。

■ 人的資本経営 - 指標と目標

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

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

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

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

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



# 重点課題とKPI

## 【ESG重点課題の着実な推進】

[ 重点課題 ]	[ KPI ]	[ 数値目標 ]					[ 取り組みのポイント ]		
		2021 >>	2023 >>	2025 >>	2030 >>	2050			
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%	<ul style="list-style-type: none"> <li>再生可能エネルギー転換</li> <li>使用電力量削減</li> </ul>
		→	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%		<ul style="list-style-type: none"> <li>EV車両への切替</li> <li>営業車両台数の適正化・削減</li> <li>EV充電施設整備</li> </ul>
		→	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%			<ul style="list-style-type: none"> <li>環境配慮型商品拡充</li> <li>循環型プラットフォーム構築</li> </ul>
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%		<ul style="list-style-type: none"> <li>プラスチック用度削減</li> <li>食品容器の生分解材、非プラ材転換</li> <li>100%リサイクル利用</li> </ul> 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%		<ul style="list-style-type: none"> <li>二次加工の拡充</li> <li>外部機関活用</li> <li>販売方法の見直し</li> </ul> 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		<ul style="list-style-type: none"> <li>誰一人取り残さない公正公平な人事運営</li> <li>ジェンダー平等</li> <li>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)</li> </ul>
		→	障がい者雇用率、外国人従業員数	※数値目標未設定 〓 P32・33参照					
	⑦ 働き方改革推進	→	有給休暇取得率	55%	65%	80%	100%		<ul style="list-style-type: none"> <li>マルチタスク化推進による生産性向上</li> <li>多様な働き方実現に向けた環境整備</li> <li>従業員意識啓発</li> </ul>
		→	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>	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 〓 P33参照						
	→	両立支援制度取得状況	※数値目標未設定						
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%		<ul style="list-style-type: none"> <li>施設のユニバーサル化</li> <li>ユニバーサルなおもてなしの理解浸透</li> </ul>	
	→	施設バリアフリー化	※数値目標未設定 〓 取り組み内容は P27参照						
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 P27参照					<ul style="list-style-type: none"> <li>行政との連携など有事の際の防災拠点化推進</li> <li>「集い・過ごす」ためのコミュニティ提供</li> </ul>	
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 〓 P33参照					<ul style="list-style-type: none"> <li>参画機会の拡充</li> <li>文化活動推進</li> </ul>	

# 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、[高島屋グループ環境方針]においても、地球温暖化防止やCO<sub>2</sub>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生かし、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°C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°C以上の上昇が認められています。

当社は、地球環境を重要なステークホルダーと捉え、脱炭素社会や循環型社会の実現に貢献すべく、ESG経営で設定した環境に関する5つの重点課題の取り組みを通じ、従来のビジネスの在り方を変革し、地球資源を再生・修復するモデルへの転換にチャレンジし続けます。

## 活動報告－環境

environment

### 【今期活動のポイント】

2022年度は、百貨店照明のLED化を計画前倒しで実施、東神開発(株)の5施設に再生可能エネルギー由来電力を導入しました。結果、コロナ禍の影響はあったものの、CO<sub>2</sub>排出量は計画以上の削減が図れました。しかしながら、RE100達成率は新規で再生電力を導入した施設の電力使用量が計画を下回り、数値目標は未達。また、廃棄物の削減量は目標を達成しましたが、リサイクル率は新規事業者との協業拡大に至らず、目標未達となりました。

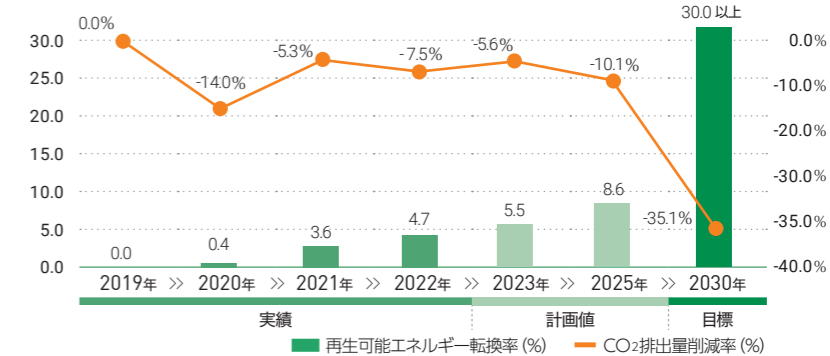
2023年度も、短期PPAを活用した再生電力の新規導入をはじめ、継続的にCO<sub>2</sub>排出量削減に取り組めます。同時に循環型ビジネス構築、社会インフラとしての機能を発揮し、お客様やお取引先との協業拡大につながる取り組みを進めていきます。

### 【重点課題と取り組みの進捗状況】

#### ① 脱炭素化推進 RE100



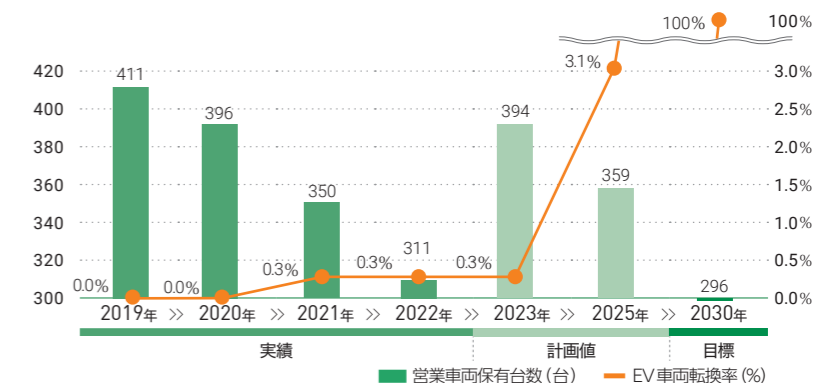
LED化の推進、東神開発(株)5施設への再生可能エネルギー由来電力の導入を通じ、CO<sub>2</sub>排出量削減を図りました。再生電力の導入拡大に向け、調達手法や調達先の検討・拡充を進めています。



#### ② 脱炭素化推進 EV100



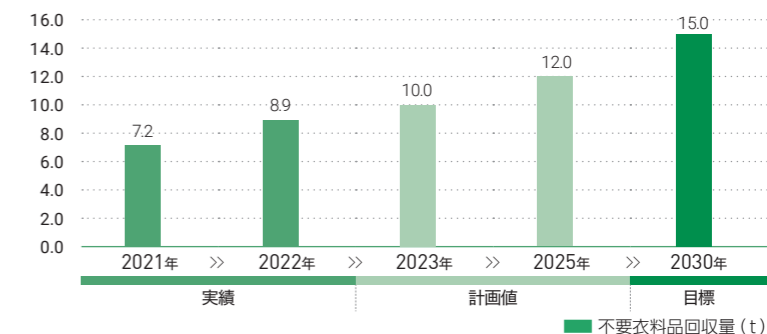
EV車の普及促進に向け、お客様駐車場への充電設備設置拡大を図るとともに、外商営業車両のEV車順次転換に向け、転換計画の精査や体制整備に取り組んでいます。



#### ③ 循環型ビジネス



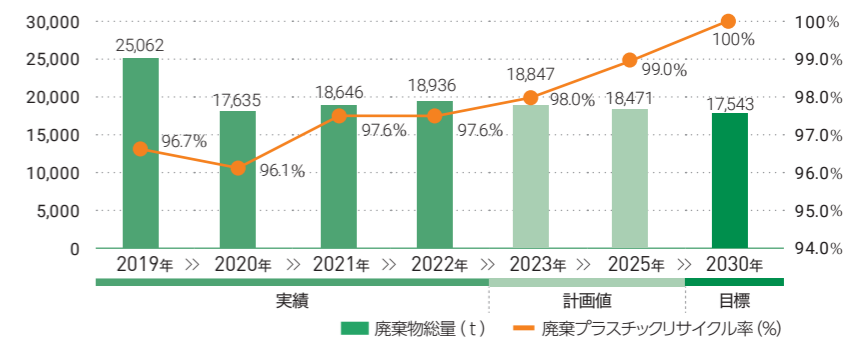
お客様やお取引先との協業拡大による循環型ビジネスの定着化に向け、お取引先とのコラボレーション商材の拡充や、再生カシミア衣料の販売、デニムやコスメ回収キャンペーンの実施など、回収・再生アイテムの拡大に取り組んでいます。



#### ④ 廃棄プラスチック削減



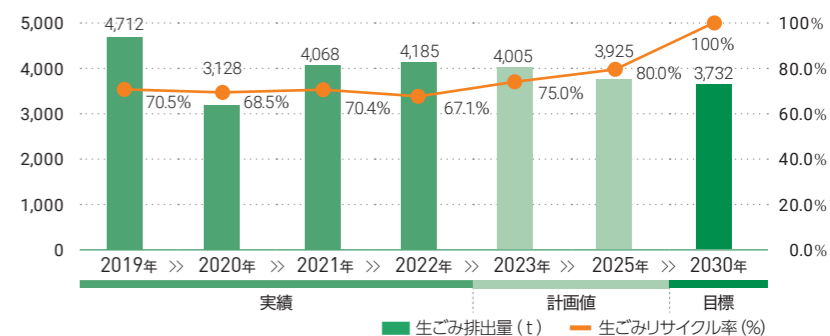
「プラスチック資源循環促進法」の施行を踏まえ、当社が提供するワンウェイプラスチック製品の素材変更や、お客様への協力を呼び掛ける告知やお声がけに努めました。また、衣料品ビニールカバーの材料リサイクル化の取り組みを進めています。



#### ⑤ 食品ロス削減



売り切れなかった食品の二次活用や、販売期限の一部見直し、お客様に参画いただくフードドライブ活動の展開拡大を図りました。生ごみのリサイクル化に向け、協業先との実効性のある追加対策を検討していきます。



# 環境課題に対する具体的な取り組み 2022.3-2023.8

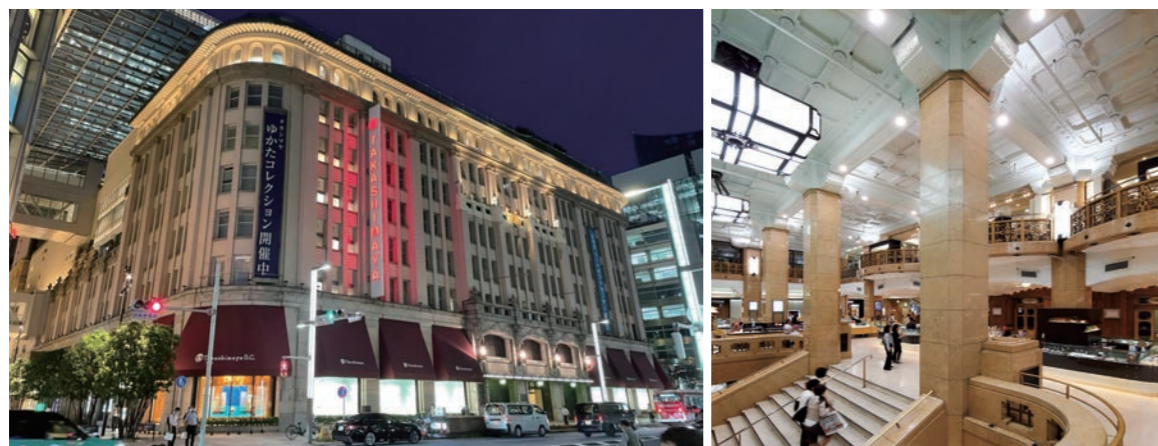
## 1 脱炭素化推進 RE100

### 百貨店照明のLED化加速

**RE 100**

百貨店では、既存照明のLED化への転換を進め、電力使用量を削減しています。2011年～2021年までのLED化投資により、電力使用量を約28,000MWh削減してきました。

2022年度以降も、東神開発(株)による新規商業施設の開業により、電力使用量12,000MWhの増加要素があったものの、LED化投資の前倒しや、省電力化を推進し、電力使用に伴う温室効果ガスを前年より約△5,000t-CO<sub>2</sub>削減することができました。



### 国内初となる短期オフサイトPPAによる再エネ電力調達

当社は、2050年までの「RE100」実現を目指し、電力使用量の削減と、再エネ電力への転換を進めています。2022年度は、流山おおたかの森S・C ANNEX 2、こもれびテラスなど、東神開発(株)が運営する5施設に、再エネ電力を導入しました。

また、2023年度には、企業の脱炭素化推進と電力調達手法の多様化を両立する新たな仕組みとして、短期契約による大規模オフサイト型コーポレートPPAの実証的な取り組みを国内で初めて開始しました。オフサイト型PPAとは、需要家が発電事業者より直接再エネ電力を購入するスキームです。

具体的には、2023年4月から2025年4月までの2年間、東急不動産が保有および今後開発する非FIT太陽光発電所で発電した約4MW(定格容量)の再エネ電力を、リエネ社を通じ、デジタルグリッド社の「デジタルグリッドプラットフォーム」を活用して高島屋横浜店と高崎高島屋に導入します。



## 2 脱炭素化推進 EV100

### EV車普及促進に向けた充電設備設置拡大 **EV 100**

2030年の「EV100」実現に向けては、外商営業車両台数の削減と、EV車両への転換を順次行っています。転換計画の精査や体制整備に取り組むとともに、お客様駐車場への充電設備設置拡大を通じ、EV車の普及促進に取り組んでいます。

お客様駐車場への充電設備設置拡大に向けては、玉川高島屋S・Cに17台増設(2021年)や、流山おおたかの森S・Cに21台設置(2022年)など、充電設備の設置拡大を順次進めています。



## 3 循環型ビジネス

### 「Depart de Loop」従業員インナーキャンペーンの実施

当社では、サステナブルな循環型社会の実現を目指したプロジェクト「Depart de Loop」の取り組みを通じ、不要となった衣料品を回収・再生・販売する循環型スキームを構築。「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、お客様やお取引先と共に推進しています。

「Depart de Loop」を浸透させるためには、従業員がプロジェクト趣旨を理解・賛同し、自らお客様に対して積極的に働きかけることが重要です。そこで当社では、お取引先からの派遣スタッフも含めた全従業員を対象に、労使の取り組みとして「衣料品回収キャンペーン」を百貨店全店舗で実施しています。

「衣料品回収キャンペーン」では、従業員やその家族が長年着用し、不要となった衣料品を回収するだけでなく、再生ポリエステルを使用したエコバッグの利用を促すなど、環境意識醸成につなげています。



## 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使用合理化

2022年4月、「プラスチック資源循環促進法」の施行を踏まえ、当社では、2030年、ワンウェイプラスチック製品の提供量30%削減を目標(2020年比)に掲げ、プラスチック用品の薄体化や代替素材への転換、お客様へ提供辞退の協力を呼び掛ける告知やお声がけに努めています。



## 衣料品ビニールカバーのマテリアルリサイクル

百貨店や専門店で販売するアパレル商品には、洋服を汚れなどのダメージから守るため、納品時や倉庫保管時には、ポリエチレン製のビニールカバーが掛けられています。商品が販売する際には、その衣料品ビニールカバーは廃棄されていました。

玉川高島屋S・Cでは、テナント様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。分別した衣料品ビニールカバーは、2022年7月より〈レコテック株式会社〉との協業プロジェクト「POOL PROJECT」を通じて、新たなプラスチック原料へと再生されています。

現在は、玉川高島屋S・Cの取り組みを、新宿タカシマヤ タイムズスクエア、日本橋高島屋S・C.と、東京都内3施設で実施しています。今後は展開施設を順次拡大し、廃棄プラスチックの削減とマテリアルリサイクル率向上に取り組んでいきます。



## 5

### 食品ロス削減



## 売り切れなかった商品の二次活用

当社では、量り売りや少量パックでの販売、予約販売や冷凍販売の拡大など、食べ残しや廃棄処分を削減する販売方法を拡充しています。

高島屋横浜店では、クラフトビールを提供する〈ON TAP 江戸東京ビール〉と協業し、廃棄間近のパンを原料とした環境に優しい発泡酒「RE: BREAD」を販売。売り切れなかった食品の二次活用に取り組んでいます。

また、2022年10月の「食品ロス削減月間」においては、環境省が訴求している「mottECO (モットエコ)」活動の趣旨に賛同。食べ切れなかったお料理をお持ち帰りいただくとともに、食べ残しをおこさないよう、お客様の行動変容を促す活動を実施しています。

今後も、規格外野菜の販売や、冷凍おせちの開発・拡充、急速冷凍機活用など、新たな商品開発や販売方法を検討・実施し、食品ロス削減に取り組んでいきます。



## 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。各社の活動をご紹介します。

### お客様と共に推進するスマートコミュニティの実現



東神開発株式会社 [商業開発業]

東神開発(株)では、「場所性を活性化・見える化するスマートコミュニティの創造」をサステナブルビジョンとして掲げ、多様な現代的課題を克服しながら、デベロッパーとしての資質と、街や地域といった唯一無二の「場所」がもつ素晴らしさを活かした、社会の幸福度を高める「スマートコミュニティ」の創造を目指しています。

商業デベロッパーとしての資質を活かした取り組み領域として、3つのテーマを設定しており、その1つである〈クリーン&グリーンな人間活動環境の実現〉では、クリーンエネルギーの活用と、グリーンインフラの整備に力を入れています。

日本政府の発表によると、日本国内のCO<sub>2</sub>排出の約8%は自家用車によるものといわれています。当社は脱炭素社会の実現に向け、お客様のEVシフトを後押しするため、SC駐車場におけるEV充電設備の拡充に取り組んでいます。また、EV充電器をご利用いただいた料金については、CO<sub>2</sub>削減や緑の調和を大切に環境づくりに向け、ショッピングセンター内のさらなる緑化に利用しています。今後もさまざまな取り組みを通じ、お客様と共に、人と自然環境に優しいまちづくりを推進していきます。



株式会社アール・ティー・コーポレーション [レストラン業]

レストラン・喫茶・給食事業など多様な飲食業を営む以上、食品ロスや食品廃棄の削減は優先的に取り組むべき重要課題です。従来より食材管理の徹底や発注精度の向上に取り組んできましたが、より効果的に分析を行い改善につなげるため、当社が運営する高島屋グループ本社ビルの社員食堂において、AIが食品廃棄物の画像解析を行い、ロス削減に向けた分析を行う「IoTダストボックス」を試験導入しました。

一定期間実証を実施し、事業所で発生する廃棄食材の状況を細かく可視化・分析することにより、フードロス削減につなげてまいります。

### IoT技術を活用した食品廃棄物見える化の実証



### 地域の皆様と共に取り組むエコ活動



ホーチミン高島屋 [百貨店業]

ホーチミン高島屋では、毎年春に地球環境やエコをテーマにした店内装飾を行っています。今年は装飾の中に、電池のリサイクルボックスを設置。ご家庭で不要になった電池をお客様がお持ちになり、このボックスに入れると、リサイクル業者が回収していくというスキームになっています。

当店のフェイスブックを見てこのリサイクルボックスのことを知ったBinh Duong省(ホーチミン市の北東に隣接する省)の小学校の生徒たちが、課外授業の一環として電池を集めてお店まで持ってきてくれました。その量はなんと40kg。一人ずつ丁寧にリサイクルボックスに電池を入れてくれました。



高島屋スペースクリエイツ株式会社 [建築業]

「高島屋スペースクリエイツの森」は、職員の提案による社会貢献事業として1992年の苗木募金からスタートしました。静岡県浜松市の自然休養林に3.18ha(約1万坪)の土地を借り受けて、約9,000本のヒノキや広葉樹を植樹、見事な森に再生した現在は、地元の森林組合に枝打ちや間伐などの維持管理を委託しています。

この森は、大気中のCO<sub>2</sub>削減に大きく貢献するだけでなく、社員の環境意識を高める存在にもなっています。木や森の恩恵を受けている私たちは、これからも感謝の気持ちを込めて森林育成活動を続けていきます。

### 育林事業

#### 「高島屋スペースクリエイツの森」



# 社会課題への取り組み

「21世紀の豊かさを実感できる社会」を実現するためには、人権を尊重し、人々の多様性を認め合い、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、社会的弱者に対する不当な扱い、さまざまな偏見や無意識な思い込み（アンコンシャス・バイアス）などによる人権問題や社会課題がより深刻化している状況下、人権やダイバーシティ&インクルージョン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、従業員はもとより、お客様やお取引先、地域社会など、多様な社会的チャネルと密接に関わり、社会のインフラ機能を担う事業特性上、さまざま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認識しています。

そこで、重点課題として「ダイバーシティ推進」「働き方改革推進」「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」を設定しました。多様な価値観への対応、多様な人材活用、ストレスフリーな商品・サービス・施設環境の提供など、当社ならではの価値提供を通じ、社会課題解決に取り組み、ステークホルダーの皆様からの共感獲得に努めています。

## 活動報告 - 社会



### [今期活動のポイント]

2022年度は、ダイバーシティの推進に向けた強固な土台づくりとして、経営メッセージや社内広報ツールを活用した意識啓発、当社施設で働く従業員が働きやすい環境づくりに取り組みました。また、時代に合わせた働き方へとシフトするため、デジタルスキル向上を目指す学習環境整備を促進。さらに店舗施設や多様なステークホルダーとの接点の多さを活かし、地域に根差した活動を行いました。

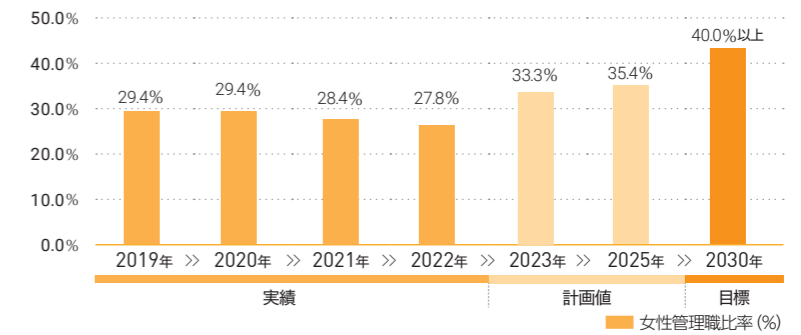
百貨店の営業力強化に向け昨年開始した「新・百貨店運営モデル」の水平展開にともない管理職ポストが減少した結果、女性管理職比率は未達となりました。一方、管理監督者を中心に、生産性向上やワークライフバランスの実現に向けた取り組みを拡大したことにより、働き方改革、および施設・サービスのユニバーサル化については数値目標を達成することができました。

2023年度についても、当社の事業活動の維持・成長に欠かせない経営資源である「人」の価値を最大限に引き出す取り組みを行ってまいります。

### [重点課題と取り組みの進捗状況]

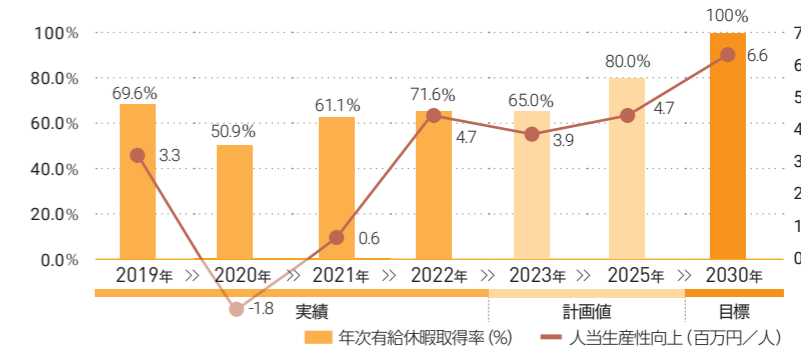
#### 6 ダイバーシティ推進

異なる価値観やライフスタイルへの理解促進に向けた経営からのメッセージ発信や啓蒙活動を行い、互いに理解を深め、協力・協働する職場風土の醸成に取り組まれました。また、社会的に重要性が高まる「人権」に関する啓蒙などを通じ、すべての従業員が活躍できる職場環境づくりを推進しています。



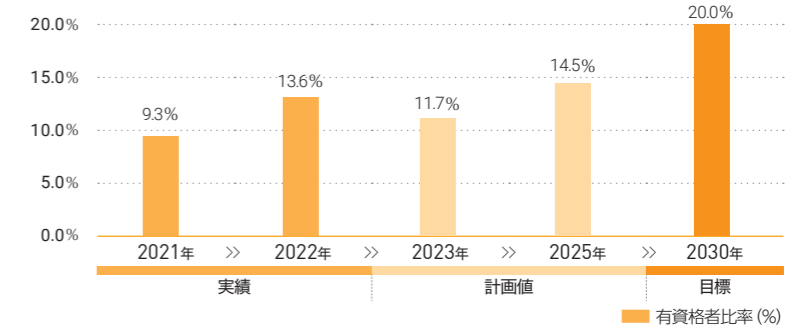
#### 7 働き方改革推進

管理監督者を中心に、生産性向上やワークライフバランスの実現に向けた理解浸透、取り組み促進により、人当生産性向上および年次有給休暇取得率は目標を達成しました。あわせてデジタルを活用した働き方へのシフトを目指し、デジタルスキル向上に取り組んでいます。



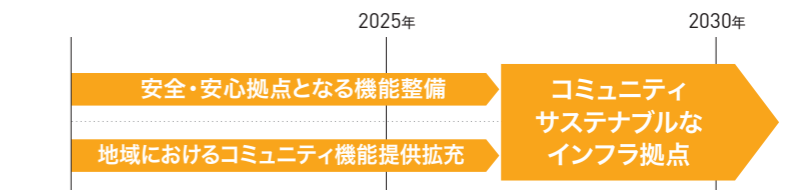
#### 8 施設・サービスのユニバーサル化

身体能力の違いや年齢、性別、国籍にかかわらず、すべての人が安心して快適に過ごせる施設環境やサービス拡充に取り組んでいます。将来的な法改正を見据え、先行して取り組みを推進。ユニバーサルマナー検定を社内認定ライセンスに組み入れました。



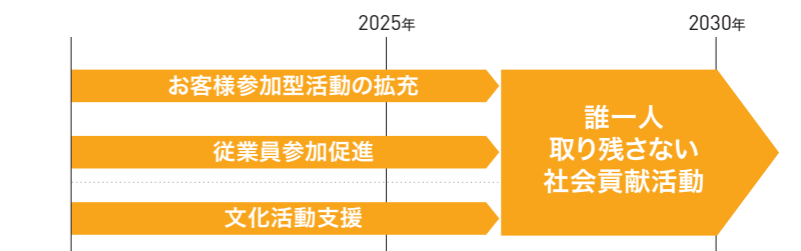
#### 9 地域社会との共生 (まちづくり)

施設を中心に、近隣地域の活性化を図るコミュニティづくりを推進・拡大しています。また、行政などと連携したさまざまな地域ニーズに対応し、地域におけるインフラ機能の発揮に取り組んでいます。



#### 10 社会貢献活動の推進

当社だけでなくお取引先とも協働し、余剰食品を生活困窮家庭へ支援する仕組みを構築するなど、地域に根差した社会貢献活動の強化、拡大に取り組んでいます。



## 社会課題に対する具体的な取り組み 2022.3-2023.8

### 6 ダイバーシティ推進

#### 「アンコンシャス・バイアス」への取り組みと多様性を認める職場環境づくり

ダイバーシティ推進には、従業員一人ひとりがお互いに異なる価値観やライフスタイルであることを理解することが大切です。過去の経験や知識、価値観、信念をもとに、認知や判断を自動的に行ってしまう「アンコンシャス・バイアス（無意識バイアス）」は、些細な言動や何気ない行為のため、「よくあること」「気にするほどのことではない」と見過ごされがちです。

しかし、放置することで、従業員のモチベーション低下やハラスメントの増加、職場のコミュニケーション不全、ひいては組織や個人のパフォーマンス低下など、ダイバーシティの推進にあたりさまざまな弊害を生みます。

高島屋グループでは、「アンコンシャス・バイアス」の改善に向けて、管理監督者への教育を実施しています。役員や経営層を対象とした高島屋グループ経営フォーラムにおいて、社長メッセージとしての発信や、社内報「T-Times」などを通じ、従業員一人ひとりのさらなる理解浸透に向けた啓蒙活動を行い、すべての人々が活躍できる職場環境づくりに取り組んでいます。



### 7 働き方改革推進

#### ローズスタッフやテナントスタッフのエンゲージメント可視化・向上

人的資本経営推進の大きな柱として、グループ会社やお取引先従業員（百貨店におけるローズスタッフや、SCにおけるテナントスタッフ）を、当社における「人的資本」の1つとして位置づけ、「エンゲージメントの可視化・向上」に取り組んでいます。

ローズスタッフやテナントスタッフは店頭販売の最前線を担う重要なパートナーです。さらなる営業力強化を図るためには、ローズスタッフやテナントスタッフも含め、当社で働くすべての人が働きやすく、また働きたくなる職場環境を整備し、満足度を高めていくことが不可欠です。

社員食堂の魅力化（メニューの充実・環境整備など）、後方施設（従業員トイレやバックヤードなど）の改善、アンケート調査を通じた「満足度」の可視化、不満足度要因の改善に向けた課題の洗い出しや改善アクションを実施し、ローズスタッフやテナントスタッフの満足度向上に取り組んでいます。

#### デジタル人材の育成

従業員の働きがいや生産性の向上、ワークライフバランスを実現するためには、個々人のデジタルスキルを高め、デジタルツールやテクノロジーを活用した働き方にシフトしていく必要があります。

当社では、デジタルスキル向上に向け、ITに関する基礎的知識を身に付けるため、国家資格である「ITパスポート」の受験を促進するとともに、人事考課目標設定運用を開始するなど、デジタル人材の育成による業務改善や働き方改革への取り組みを進めています。

### 8 施設・サービスのユニバーサル化

#### ユニバーサルな施設の拡充および法改正に向けた取り組み

多様な人々が共生できる社会の実現は、人種・国籍・年齢・性別の違い、障がいの有無などに関係なく、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の存在が不可欠です。

当社は、地域社会におけるインフラ機能としての役割として、商品・サービス・施設環境のユニバーサル化に取り組んでいます。

施設・サービスのユニバーサル化推進では、オストメイト対応トイレの拡充に取り組むとともに、改正障害者差別解消法（2024年4月施行）を見据え、対応指針に基づいた実態把握と環境整備に取り組んでいます。



#### ユニバーサルマナー検定の受講促進

すべてのお客様に快適な時間や商品を提供するため、ユニバーサルなおもてなし・サービスの拡充に取り組んでいます。具体的には、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」の受講を促進し、「自分とは違う誰かの視点」に立ち、行動する人材を育成しています。

2022年より、ユニバーサルマナー検定を社内認定ライセンスに組み入れ、国内百貨店販売員を中心に受講促進を図った結果、2022年度末時点で、百貨店の従業員におけるユニバーサルマナー検定をはじめとするユニバーサル関連資格取得率は13.6%となっています。（P33参照）



ユニバーサルマナー検定

### 9 地域社会との共生（まちづくり）

#### 地域のコミュニティ拠点「おおたかの森LOOP」スタート

東神開発（株）では、地域におけるコミュニティ機能の発揮に取り組んでいます。「流山おおたかの森 S-C」を中心に、流山市や近隣地域にお住まいの方々がより暮らしやすいまちづくりを実現するため、新たな地域コミュニティ拠点として「おおたかの森LOOP」をスタートしました。

ウェルビーイングやソーシャルウェルネスなど、大きく4つのテーマを軸にイベントやアクティビティを実施。それぞれのテーマや共通の関心によって、人と人がつながる場・機会を創出しています。子育て世代のファミリーをはじめ、幅広い世代の交流の場を築き、流山でのライフスタイルのさらなる充実を目指します。



## 地域におけるインフラ機能の発揮

百貨店やSCなどの商業施設を通じて、行政などと連携したさまざまな地域ニーズに対応し、地域におけるインフラ機能の発揮に取り組んでいます。

岐阜高島屋では、美濃加茂市との「サステナビリティ連携に関する協定」に基づき、多文化共生・観光振興に関する連携・協力の一環として、ランドセルを美濃加茂市に贈呈しています。4回目を迎えた2022年度は20個、累計で100個を超えるランドセルを贈呈しました。ランドセルは美濃加茂市を通じて、外国人児童にランドセルの貸与事業を実施する美濃加茂国際交流協会に渡され、活用されています。

岡山高島屋は2023年3月、岡山市内で経済・社会・環境の調和した持続可能な社会を目指すSDGsの取り組みを行う事業者として「岡山市SDGs推進パートナーズ」に登録しました。今後も地域経済の活性化や社会課題の解決に向けて、取り組みを進めていきます。



## 10 社会貢献活動の推進



### 食品の寄付活動

当社が展開する食料品宅配サービス「ローズキッチン」は、在庫管理の適正化や訳あり商品のSALE、お買得品の提供などを通じ、食品ロス削減に取り組んでいますが、やむを得ず販売期限が切れた冷凍食品などは、一部廃棄処理していました。

社内提案制度である「新タカシマヤ提案運動」を通じた従業員からの提案を踏まえ、販売期限が迫り廃棄処理予定になる冷凍食品を、商品の安全性の担保を前提に「コミュニティフリッジ（※）草加」を通じて、困窮家庭への支援品として寄付しています。

また、「食品ロス削減へ向け大切な食資源を、支援を必要とする地域の食卓に届けられないか」という問題意識から、高島屋柏店では、地域の子育て世帯を支援しようと、毎週金曜日に販売し切れなかったパンをお取引先から寄付していただき、子ども食堂に届ける活動に取り組んでいます。これからも、地域やお取引先と協力した社会課題の解決へ向けた取り組みを進めていきます。

※「コミュニティフリッジ」とは、生活困窮者に食料品を無償提供するための仕組みで、食料品をいつでも受け取ることができます。全国に拡大中です。



## 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社会課題解決に取り組んでいます。各社の活動をご紹介します。

### スポーツを通じて 地域の子どもたちと交流



### SIAM Takashimaya サイアム高島屋 [百貨店業]

2023年11月で5周年を迎えるサイアム高島屋では、地域の子どもたちにスポーツのプロ選手と触れ合う機会の提供に取り組んでいます。今年は2月と5月に、3人制バスケットボールのプロ選手とともに、バスケットボールクリニックを開催しました。

3人制バスケットボールは東京オリンピックより正式五輪競技に採用され、タイでも昨年、国際バスケットボール連盟公認のプロリーグ（3BL Thailand）が発足、競技人口が増加し人気が高まっています。バンコクや地方でもアマチュア大会が頻繁に開催され、参加チーム数が1大会で100を超えることも珍しくありません。今後もタイでバスケットボールを楽しむ子どもたちと交流と非日常の場を提供し、その家族や友達が集える機会の創出に取り組んでいきます。

### 高島屋ファイナンシャル・パートナーズ株式会社 [金融業]

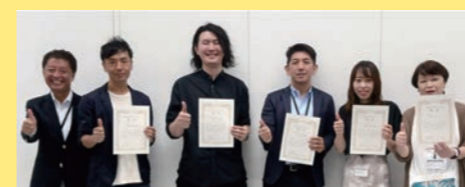
「資金調達をしたい企業」と「お金を貸して利回りを得たい投資家」を結ぶソーシャルレンディング（別名：貸付型クラウドファンディング）は、少額投資可能な金融商品として注目が集まっています。当社は2021年7月にソーシャルレンディング事業を開始し、6本のファンドで累計約3億円を運用、すべて正常に償還しました。

2023年10月には貸付型クラウドファンディングに関して豊富な実績を有するバンカーズと業務提携し、「高島屋ファンディング」としてリニューアルしました。事業者の資金ニーズとお客様の資産形成ニーズに応え、双方の橋渡し役を担うとともに、「高齢化」「地方創生」「再生エネルギー」といった社会課題に取り組む企業を応援する投資案件の取り扱いも計画しており、融資を通じた社会貢献に取り組んでいます。

### 貸付型クラウドファンディング による融資を通じた社会貢献



### 「ベストタイパー」の スキル共有による 働き方改革への取り組み



### ATA CO.,LTD. 株式会社エー・ティ・エー [広告宣伝業]

事業領域拡大に向けた新たなチャレンジには、一人ひとりの業務効率向上が最優先課題であるとの認識のもと、当社は2023年度経営方針の重点項目として「タイパ向上」を設定しました。

その実行性向上策の一つとして、「タイパ」にすぐれたメンバーを「ベストタイパー」として社員間投票で選出し、そのスキルを共有することで組織全体の業務効率向上を目指す取り組みを実施しました。「効率性・生産性、タイムコスト意識」「チャレンジ度」「業務量」「クライアント評価」「組織貢献度」等を視点とし、全社員投票を経て、「ベストタイパー」のベストイレブンと「選抜入り」9名の計20名が決定。ベストイレブンには社長から認定証が授与されました。

# 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		2018	2019	2020	2021	2022
エネルギー使用量 ※1	都市ガス	連結	使用量 (GJ)	260,003	489,598	413,103	405,014	397,514
	温水・冷水	連結	使用量 (GJ)	310,156	347,941	307,929	362,247	402,344
	蒸気	連結	使用量 (GJ)	37,126	61,891	61,580	43,536	49,588
	電力	連結	使用量 (MWh)	248,501	392,824	351,972	357,454	359,793
	電力	連結	使用量 (GJ)	2,429,428	3,869,825	3,417,780	3,563,821	3,587,133
	合計	連結	使用量 (GJ)	3,036,713	4,769,255	4,254,392	4,374,618	4,436,580
	使用電力における再エネ由来電力	連結	使用量 (MWh)	0	0	1,373	12,802	16,854

※1 エネルギー使用量は2018年までは国内百貨店(株高島屋・分社含む)の数値。  
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。

		範囲		2018	2019	2020	2021	2022
温室効果ガス排出量	CO <sub>2</sub> ※2	連結	Scope 1 排出量 (t)	12,153	24,953	21,055	20,197	19,910
			Scope 2 排出量 (t)	119,468	205,563	178,090	183,301	179,377
			Scope 1・2 排出量 (t)	131,621	230,516	199,145	203,497	199,286
	国内百貨店	Scope 3 排出量 (t)	3,449,427	3,382,417	2,495,547	2,772,244	4,264,039	
	フロン類排出量※3	連結 (海外除く)	(t-CO <sub>2</sub> )	1,353	1,552	1,609	1,580	967

※2 CO<sub>2</sub>排出量(Scope 1・2)は2018年までは国内百貨店(株高島屋・分社含む)の数値。  
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。

※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<sub>2</sub>換算した数値。  
2018年までは国内百貨店(株高島屋・分社含む)の数値。

Scope 3 カテゴリーごとの排出量 2022年度			
カテゴリー	排出量 (t)		
1. 購入した商品・サービス	2,614,330	8. リース資産(上流)	—
2. 資本財	40,931	9. 輸送・配送(下流)	317,823
3. Scope 1・2に含まれない燃料及びエネルギー活動	25,023	10. 販売した商品の加工	—
4. 輸送・配送(上流)	27,422	11. 販売した製品の使用	51,969
5. 事業から出る廃棄物	3,092	12. 販売した製品の廃棄	6,771
6. 出張	547	13. リース資産(下流)	—
7. 雇用の通勤	1,176,132	14. フランチャイズ	—
		15. 投資	—

		範囲		2018	2019	2020	2021	2022
水	水資源使用量※4	連結	(千m <sup>3</sup> )	1,577	2,718	2,362	2,227	2,319
	排水量	連結	(千m <sup>3</sup> )	1,374	2,442	2,109	2,002	2,193

※4 水資源使用量は2018年までは国内百貨店(株高島屋・分社含む)の数値。  
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。

		範囲		2018	2019	2020	2021	2022
資源・廃棄物	容器包装使用量※5	連結 (海外除く)	使用量 (t)	3,434	3,459	2,020	2,125	2,088
	廃棄物※6	国内百貨店・SC店舗	発生量 (t)	19,810	25,062	17,645	18,646	18,936
			リサイクル量 (t)	13,572	16,406	11,404	12,749	12,647
			最終処分量 (t)	6,238	8,655	6,240	5,897	6,290
			リサイクル率 (%)	68.5	65.5	64.6	68.4	66.8
	生ごみ※7	国内百貨店・SC店舗	発生量 (t)	3,724	4,712	3,128	4,068	4,185
			リサイクル量 (t)	2,530	3,322	2,141	2,863	2,806
			最終処分量 (t)	1,194	1,390	987	1,205	1,378
	廃プラ※8	国内百貨店・SC店舗	リサイクル率 (%)	67.9	70.5	68.5	70.4	67.1
			発生量 (t)	1,989	1,945	1,857	1,756	1,845
リサイクル量 (t)			1,828	1,881	1,785	1,713	1,801	
最終処分量 (t)			60	64	73	43	44	
			リサイクル率 (%)	96.8	96.7	96.1	97.6	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。2018年までは国内百貨店(株高島屋・分社含む)の数値。

※6 廃棄物は2018年までは国内百貨店(株高島屋・分社含む)の数値。

2019年度より(株高島屋・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。

※7・※8 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。



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

		範囲	2018	2019	2020	2021	2022
従業員数 <sup>※1</sup> (社員・地域職種限定社員)	連結	女性(人)	4,079	4,156	4,000	3,810	3,862
		男性(人)	3,682	3,669	3,550	3,413	3,035
		計(人)	7,761	7,825	7,550	7,223	6,897
	高島屋	女性(人)	2,676	2,628	2,550	2,412	2,247
		男性(人)	2,005	2,003	1,928	1,886	1,765
		計(人)	4,731	4,631	4,478	4,298	4,012
平均臨時雇用者数 <sup>※2</sup>	連結	(人)	5,870	5,794	5,236	4,694	4,352
	高島屋	(人)	4,027	3,959	3,655	3,404	3,198
平均勤続年数 (社員)	高島屋	女性(年)	24.7	24.9	25.2	25.9	26.3
		男性(年)	22.0	22.3	22.7	22.9	23.5
		計(年)	23.5	23.8	24.1	24.6	25.1
平均年齢 (社員)	高島屋	女性(歳)	46.7	47.0	47.4	48.1	48.6
		男性(歳)	46.7	47.1	47.4	48.0	48.7
		計(歳)	46.7	47.0	47.4	48.1	48.6

※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	2018	2019	2020	2021	2022
女性管理職比率	連結(海外除く)	(%)	—	—	29.3	28.4	27.8
	高島屋	(%)	30.4	32.4	31.2	29.7	29.0
新卒採用者数	連結(海外除く)	女性(人)	—	—	52	30	19
		男性(人)	—	—	43	33	17
		計(人)	—	—	95	63	36
	高島屋	女性(人)	52	51	37	13	8
		男性(人)	25	31	29	14	8
		計(人)	77	82	66	27	16
新卒採用女性比率	連結(海外除く)	(%)	—	—	53.8	47.6	52.8
	高島屋	(%)	67.5	62.2	56.1	48.1	50.0
中途採用者数 <sup>※3</sup>	連結(海外除く)	女性(人)	—	—	39	45	41
		男性(人)	—	—	21	44	48
		計(人)	—	—	60	89	89
	高島屋	女性(人)	11	12	7	5	9
		男性(人)	30	9	0	0	0
		計(人)	41	21	7	5	9
中途採用比率	連結(海外除く)	(%)	—	—	38.7	58.6	71.2
	高島屋	(%)	34.7	20.4	9.6	15.6	36.0
外国人従業員数 <sup>※4</sup>	連結(海外除く)	(人)	—	508	376	338	346
	高島屋	(人)	—	61	47	43	37

※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	2018	2019	2020	2021	2022
障がい者雇用率 <sup>※5</sup>	連結(海外除く)	(%)	—	2.09	2.11	2.20	2.14
	高島屋	(%)	2.19	2.13	2.15	2.25	2.31
社員離職率 <sup>※6</sup>	連結(海外除く)	(%)	—	2.4	2.5	3.4	2.9
	高島屋	(%)	1.5	1.6	1.6	2.1	2.0
育児休業取得者数 <sup>※7</sup>	高島屋	(人)	153	156	126	136	114
育児休業復職率 <sup>※8</sup>	高島屋	(%)	—	—	—	89.7	86.1
男性育児休業取得率	高島屋	(%)	43.0	33.3	100.0	100.0	100.0
育児介護勤務 取得者数 <sup>※7</sup>	高島屋	女性(人)	455	456	453	488	465
		男性(人)	3	4	4	9	5
		計(人)	458	460	457	497	470
平均年間給与 (社員)	高島屋	女性(千円)	5,702	5,847	5,880	5,888	5,935
		男性(千円)	8,074	8,110	8,170	8,148	8,521
		計(千円)	6,785	6,823	6,863	6,868	7,066
男女賃金差異	高島屋	全従業員 (%)					55.7
		正規雇用 <sup>※9</sup> (%)					58.7
		非正規雇用 (%)					54.5
		正社員 (%)					69.7

※5 各年6月1日現在。45.5人以上の会社を対象(2020年~43.5人以上)。

※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。

※8 ㈱高島屋に岡山・岐阜・高崎の分社3社を含んだ数値(当該年度中の復職者数/当該年度中の復職者数+育児休業中退職者数)。

※9 正規雇用には、正社員の他、無期雇用の契約社員を含む。

		範囲	2018	2019	2020	2021	2022
研修延べ参加人数 <sup>※10</sup>	高島屋	(時間)	—	—	—	—	262,225
		(人)	—	4,477	4,526	5,339	4,107
ユニバーサル関連 資格取得率 <sup>※11</sup>	高島屋	(%)	—	—	—	—	13.6
労働災害件数	高島屋	(件)	169	151	103	122 <sup>※12</sup>	130
年間総労働時間	高島屋	(時間)	1,820	1,814	1,633	1,695	1,790
有給休暇取得率	連結(海外除く)	(%)	—	69.6	50.8 <sup>※13</sup>	61.1	71.6
	高島屋	(%)	70.4	75.2	53.7 <sup>※13</sup>	62.5	69.1
ストレスチェック回答率	連結	(%)	94.9	98.4	98.4	98.5	99.0
ボランティア休暇取得日数	高島屋	(日)	86	95	101	111	67
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)	高島屋	(%)	78.2	82.5	85.2	89.5	83.1

※10 ㈱高島屋に岡山・岐阜・高崎の分社3社を含む数値(社内研修・社外研修・eラーニング・通信教育などの延べ研修時間及び参加人数)。

※11 ㈱高島屋及び分社3社の従業員における、サービス助士、介護福祉士、ユニバーサルマナー検定等、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の割合。

※12 2021年度の数値に誤りがあったため、修正。

※13 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、取得率が低下。

## 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	<a href="https://www.takashimaya.co.jp/corp/ir/management/compliance.html">https://www.takashimaya.co.jp/corp/ir/management/compliance.html</a>
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 <a href="https://www.takashimaya.co.jp/base/corp/csr/pdf/torihiki.pdf">https://www.takashimaya.co.jp/base/corp/csr/pdf/torihiki.pdf</a>

	範囲		2019 2月期	2020 2月期	2021 2月期	2022 2月期	2023 2月期
取締役数	高島屋	女性(人)	3	3	3	3	3
		男性(人)	9	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	高島屋	女性(人)	1	2	2	2	2
		男性(人)	2	2	2	2	2
		計(人)	3	4	4	4	4
独立社外取締役比率	高島屋	(%)	25.0	33.3	33.3	33.3	33.3
女性取締役比率	高島屋	(%)	25.0	25.0	25.0	25.0	25.0
取締役会開催回数	高島屋	(回)	14	14	15	14	15
取締役会出席率	高島屋	(%)	100.0	100.0	98.9	100.0	100.0
指名委員会委員数	高島屋	社内(人)	5	5	5	5	5
		独立社外(人)	2	3	3	3	3
		計(人)	7	8	8	8	8
報酬委員会委員数	高島屋	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	高島屋	(回)	1	1	1	1	2
報酬委員会開催回数	高島屋	(回)	3	3	3	3	3

	範囲		2019 2月期	2020 2月期	2021 2月期	2022 2月期	2023 2月期
監査役数	高島屋	女性(人)	0	1	1	1	2
		男性(人)	4	3	3	3	2
		計(人)	4	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	1
		男性(人)	2	2	2	2	1
		計(人)	2	2	2	2	2
独立社外監査役比率	高島屋	(%)	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0
女性監査役比率	高島屋	(%)	0.0	25.0	25.0	25.0	50.0
監査役会開催回数	高島屋	(回)	11	11	11	12	12
監査役会出席率	高島屋	(%)	97.7	100.0	100.0	100.0	100.0

	範囲		2019 2月期	2020 2月期	2021 2月期	2022 2月期	2023 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)	316	324	240	210	209
		業績連動報酬(百万円)	0	0	66	44	53
		賞与(百万円)	45	41	0	0	48
		総額(百万円)	361	365	306	255	310
監査役報酬 (社外監査役を除く)	高島屋	基本報酬(百万円)	45	44	45	44	45
		業績連動報酬(百万円)	0	0	0	0	0
		賞与(百万円)	0	0	0	0	0
		総額(百万円)	45	44	45	44	45
社外役員報酬	高島屋	基本報酬(百万円)	48	47	56	56	57
		業績連動報酬(百万円)	0	0	0	0	0
		賞与(百万円)	0	0	0	0	0
		総額(百万円)	48	47	56	56	57
会計監査人への報酬	高島屋	(百万円)	191	174	193	171	172
法令違反件数	連結	(件)	3	1	0	0	0
法令違反罰金額	連結	(万円)	8,041	0	0	0	0
内部通報窓口通報件数*	連結	(件)	180	156	104	98	126

\*コンプライアンス・ホットライン、ハラスメント相談窓口、就労相談窓口、労働組合窓口への通報件数を集計。  
2021年2月期までは、通報件数におけるコンプライアンス・ホットラインは単体のみを計上。

## 財務データ

## | 連結経営指標など |

回次		第153期	第154期	第155期	第156期	第157期
決算年月		2019年 2月	2020年 2月	2021年 2月	2022年 2月	2023年 2月
営業収益	(百万円)	912,848	919,094	680,899	761,124	443,443
売上高	(百万円)	846,894	848,494	620,885	695,693	368,863
経常利益 又は経常損失(△)	(百万円)	31,234	23,200	△13,637	6,903	34,520
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)	16,443	16,028	△33,970	5,360	27,838
包括利益	(百万円)	9,250	7,068	△35,867	9,750	38,177
純資産額	(百万円)	461,585	455,871	415,111	420,489	436,482
総資産額	(百万円)	1,078,130	1,168,503	1,150,506	1,144,335	1,178,201
1株当たり純資産額	(円)	2,540.54	2,607.17	2,364.96	2,390.47	2,620.43
1株当たり当期純利益 又は1株当たり当期純損失(△)	(円)	94.10	93.29	△203.74	32.14	169.78
潜在株式調整後1株当たり 当期純利益	(円)	81.44	76.63	—	27.48	145.27

## | 連結経営指標など |

回次		第153期	第154期	第155期	第156期	第157期
決算年月		2019年 2月	2020年 2月	2021年 2月	2022年 2月	2023年 2月
自己資本比率	(%)	41.2	37.2	34.3	34.8	35.1
自己資本利益率	(%)	3.7	3.6	△8.2	1.4	6.9
株価収益率	(倍)	15.6	10.8	△5.3	34.9	11.2
営業活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	67,913	40,608	43,720	21,044	36,497
投資活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	△85,815	△23,434	△27,034	△37,120	△10,707
財務活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	17,226	△23,483	2,303	△4,758	△32,428
現金及び現金同等物の期末残高	(百万円)	94,692	88,411	105,320	88,996	88,631
従業員数 (ほか、平均臨時雇用者数)	(名)	7,761 (8,849)	7,825 (8,834)	7,550 (7,870)	7,223 (7,174)	6,897 (6,967)

(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。  
2 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。なお、過年度に遡及適用はしていない。  
3 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ない。  
4 第157期より、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用。なお、過年度に遡及適用はしていない。

## 【連結貸借対照表】

(単位: 百万円)

	前連結会計年度(2022年2月28日)	当連結会計年度(2023年2月28日)
<b>資産の部</b>		
<b>流動資産</b>		
現金及び預金	90,672	90,841
受取手形及び売掛金	96,120	—
受取手形、売掛金及び契約資産	—	143,477
商品及び製品	37,867	35,201
仕掛品	324	284
原材料及び貯蔵品	1,107	869
その他	44,424	31,625
貸倒引当金	△687	△770
流動資産合計	269,828	301,530
<b>固定資産</b>		
<b>有形固定資産</b>		
建物及び構築物(純額)	188,758	184,336
機械装置及び運搬具(純額)	463	514
工具、器具及び備品(純額)	11,971	11,340
土地	418,387	419,938
リース資産(純額)	2,569	1,625
建設仮勘定	8,863	10,895
使用権資産(純額)	75,291	76,867
有形固定資産合計	706,306	705,517
<b>無形固定資産</b>		
のれん	2,380	2,394
借地権	10,603	11,125
使用権資産	5,973	6,477
その他	16,973	17,086
無形固定資産合計	35,931	37,084
<b>投資その他の資産</b>		
投資有価証券	74,563	78,699
差入保証金	27,926	27,075
繰延税金資産	26,375	23,764
その他	5,614	6,909
貸倒引当金	△2,210	△2,361
投資その他の資産合計	132,269	134,069
固定資産合計	874,507	876,670
<b>資産合計</b>	<b>1,144,335</b>	<b>1,178,201</b>

(単位: 百万円)

	前連結会計年度(2022年2月28日)	当連結会計年度(2023年2月28日)
<b>負債の部</b>		
<b>流動負債</b>		
支払手形及び買掛金	93,698	110,663
短期借入金	18,160	9,660
1年内償還予定の社債	55	—
リース債務	8,942	10,368
未払法人税等	1,040	3,219
前受金	118,105	—
契約負債	—	96,912
商品券	58,206	43,571
預り金	23,936	55,543
ポイント引当金	944	2,201
役員賞与引当金	—	48
その他	29,726	33,542
流動負債合計	352,815	365,731
<b>固定負債</b>		
社債	80,203	80,173
長期借入金	116,345	123,750
リース債務	78,529	79,856
資産除去債務	5,451	5,872
退職給付に係る負債	51,556	50,206
役員退職慰労引当金	256	248
環境対策引当金	82	16
繰延税金負債	2,055	2,218
再評価に係る繰延税金負債	9,050	9,049
その他	27,499	24,593
固定負債合計	371,030	375,987
<b>負債合計</b>	<b>723,846</b>	<b>741,718</b>
<b>純資産の部</b>		
<b>株主資本</b>		
資本金	66,025	66,025
資本剰余金	54,790	54,790
利益剰余金	271,973	294,129
自己株式	△15,994	△32,690
株主資本合計	376,795	382,255
<b>その他の包括利益累計額</b>		
その他有価証券評価差額金	7,429	8,366
繰延ヘッジ損益	△0	△1
土地再評価差額金	2,945	3,972
為替換算調整勘定	10,995	19,811
退職給付に係る調整累計額	403	△1,079
その他の包括利益累計額合計	21,773	31,070
非支配株主持分	21,919	23,155
<b>純資産合計</b>	<b>420,489</b>	<b>436,482</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>1,144,335</b>	<b>1,178,201</b>

## TAKASHIMAYA GROUP ESG REPORT

### 活動報告

2023年11月発行

**【対象期間】**

2022年3月1日～2023年8月31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】** 2023年11月

**【お問い合わせ先】**

株式会社高島屋 企画本部 経営企画部 ESG推進室

