

## CSRの基本的な考え方

当社グループは、CSRを果たすうえでの指針を「J. フロントリテイリンググループ理念」に置き、この理念に基づき、「グループビジョン」の達成に向けて鋭意努力を続けております。また、CSRの概念を経営に組み入れ着実に実現するために、「国際標準規格ISO26000」に則った7つの課題に分類し、取り組みを進め

ております。そして、CSRを強化することで、お客様をはじめ、株主様・投資家様やお取引先様、地域社会、従業員など、さまざまなステークホルダーへの説明責任を果たすとともに、信頼関係の構築につなげていくことにより、持続的な企業価値の向上をはかってまいります。

### ◆J.フロント リテイリング グループ理念

私たちは、時代の変化に即応した高質な商品・サービスを提供し、お客様の期待を超えるご満足の実現を目指します。

私たちは、公正で信頼される企業として、広く社会への貢献を通じてグループの発展を目指します。

### ◆グループビジョン

百貨店事業を核とした、質・量ともに日本を代表する小売業界のリーディングカンパニーの地位を確立する。

### ◆CSRの基本コンセプト



### ◆ISO26000に基づくCSR7つの取り組み課題



## ■人権

J.フロント リテイリングは、人権問題を従業員一人ひとりが正しく認識し、理解するとともに人権尊重を基本とした企業風土づくりならびに企業の社会的責任を一層推進する視点から、人権教育・啓発に取り組んでいます。

### 「人権問題啓発推進委員会」の設置

#### ◆構成

委員長(人事部長・業務推進部長)、推進委員(部門長)、推進担当者(メンバー)、事務局

#### ◆活動テーマ

- ① 同 和 問 題 → 同和問題についての正しい理解
- ② 障 が い 者 問 題 → 障がいについての正しい認識と理解
- ③ 女 性 問 題 → セクシャルハラスメント等の理解と防止
- ④ そ の 他 人 権 問 題 → 個人情報の守秘 他

#### ◆活動内容

- ① 研 修 会 へ の 参 加 → 入社時研修、社内人権セミナー 他
- ② 社外研修会への参加 → 行政諸機関主催の各種セミナー
- ③ 実 践 活 動 → 各種啓発資料の配布、セミナー案内

## 「ハラスメント」防止に向けて

「セクシャルハラスメント」だけでなく、「パワーハラスメント」なども含めたハラスメント全般の未然防止、問題発生時の迅速な対処、再発防止などに取り組むため、百貨店をはじめグループ各社で、「ハラスメント防止対策委員会」や「ハラスメント相談窓口」を設置するなどの体制整備を進めています。

## ■労働慣行

J.フロント リテイリングは、効率的な組織要員構造改革の推進やそれらを下支えする人事制度の整備に加え、健康管理への取り組みや労働条件・労働環境の改善に努めることにより、ワーク・ライフ・バランス(仕事と生活の調和)を考慮した、企業と従業員の双方にとって有益な組織づくりを進めること、また従業員の教育研修制度の充実や人材育成支援制度を設けるなど、人材の活性化に向けた仕組みづくりを推進しています。

## ワーク・ライフ・バランスを前提とした諸制度の整備と実施

社会や家庭環境の変化、労働環境の変化等を背景に、人材の確保や従業員が心身ともに健全であるためにも、ワーク・ライフ・バランスの重要性がますます高まっています。今日的な各種休暇制度や勤務制度の整備を行い、着実に推進しています。

### 各種休暇制度および勤務制度の整備と取得啓発

業務の効率化の推進とともにノー残業デーを設定するなど、所定外労働時間の削減をはかります。

従業員の育児・介護をサポートするために、法定を上回る休業期間および短時間勤務を制度化しています。

半休制度やイベント休暇の制度導入と啓発により、年次有給休暇の取得を促進しています。

長期療養、家族の介護に加え、不妊治療時に取得可能な請求権消滅年次有給休暇の活用制度を導入しています。

## 健康管理への取り組み

従業員は会社にとって最大の財産であり、お客様に、よりよいサービスを提供し楽しくお買い物をしていただくには、まず従業員が心身ともに健康であることが何よりも大切であるとの基本的な考え方に基づき、健康管理の具体的な取り組み内容として、疾病構造の変化を踏まえ、疾病の一時予防に重点を置いた取り組みを推進しています。

そのため、法定基準の定期健康診断はもとより、35歳以上の全従業員を対象に生活習慣病の予防検診と婦人科検診を実施しています。また心身両面にわたる健康管理全体の大きな枠組みの中でメンタルヘルスを取り上げ、セルフケアのツールとして生活状況調査を実施しています。これらの結果に基づき健康管理室等が実施する保健指導の取り組みを重視しています。

## 雇用機会の維持・創出とダイバーシティへの対応

2006年高年齢者雇用安定法の改正において、定年の引き上げ、継続雇用制度の導入、定年の廃止、のいずれかの雇用確保措置の実施が義務づけられましたが、当社では、改正以前より「長年に渡る蓄積された技術の伝承」「雇用の維持・創出は企業の社会的責任」の観点から再雇用制度を導入しています。

また、人材の多様性を競争力の源泉と考え、性別を問わず、個々人の能力・成果・適性、並びに各人の意欲に基づき、配置および人材活用を推進しています。加えて、ハンディキャップのある方々を雇用することは、企業の社会的責任であると認識しており、積極的にその促進に努めております。

### 大丸松坂屋百貨店の女性社員の管理職登用状況 (2015年3月現在)

- ・女性執行役員 3名
- ・女性部長職 13名 (全部長職120名に占める割合10.8%)
- ・女性管理職 204名 (全管理職664名に占める割合30.7%)

※大丸松坂屋セールスアソシエイツへの出向者を含む。  
※女性管理職の人数は、マネジャー、サブマネジャー、バイヤー（ディベロップ&エディターを含む）及びチームリーダー（大丸松坂屋セールスアソシエイツのスーパーバイザー、セクションリーダーを含む）の合計。

## 環境

J.フロント リテイリングは、小売業を中心とした事業活動を展開していることから、物販及び店頭活動を通じた取り組みを行うことがもともと環境に貢献できる領域であり、また社会的使命であると考えています。

大丸松坂屋百貨店をはじめ、大丸興業、消費科学研究所では、国際標準規格のISO 14001の認証取得による環境マネジメントシステムを運用し、環境に及ぼす影響を低減するため、全員参画の基に、継続的な改善策に取り組んでいます。

### J.フロント リテイリング 環境方針

私たちJ.フロント リテイリンググループは、かけがえない地球環境を次世代へ残していくための自らの役割と責任を認識し、お客様・お取引先様・地域の皆様とともに「持続可能な社会の実現」に向けた「環境にやさしい企業経営」を積極的に推進します。

(1) 環境に及ぼす影響とその原因を認識し、グループ各社の事業活動を通じて環境保全活動を推進する体制・仕組みを構築し、環境負荷の低減に向け継続的な改善に取り組めます。

環境にやさしい商品・サービス・情報の提供

資源・エネルギーの有効活用

廃棄物の削減と再資源化

CO<sub>2</sub>排出量の削減

お客様、お取引先様や地域の皆様と取り組む環境保全活動・社会貢献活動の推進

(2) 環境に関する法令、条例及び協定などの要求事項を順守するとともに、汚染の予防に努めます。

(3) 教育・啓発活動を通じて環境保全に対する意識の向上をはかり、グループ内で働く一人ひとりが環境課題に自ら取り組む基盤を強化します。

(4) この環境方針は、グループ各社で働くすべての人に周知徹底するとともに、社外にも公開します。

## ◆環境にやさしいライフスタイルの提案

大丸、松坂屋各店では、環境活動の重点項目として、生活の中にスマートに「エコ」を取り入れるための提案に努めています。6月・10月を環境月間と設定して、各店の売場で環境配慮型商品のご提供や、環境負荷の低減につながるライフスタイルを提案する様々な企画を推進しています。

## ◆スーパークールビズ2015キックオフ・イベントに参加

大丸松坂屋百貨店では、環境省、クールビズ・プロモーション協議会が主催するスーパークールビズ2015キックオフ・イベント「COOLBIZ NEXT」の「スーパークールビズファッションショー」に参画し、社員モデルによる、夏の着こなし提案を実施しました。今年のキーワードである「地方創生～メイドインジャパン」と「テクノロジー」を切り口に、快適&クールな通勤スタイルを紹介しました。



都内百貨店11社が参加する「スーパークールビズファッションショー」に社員モデルが参加しました。

クールビズ・プロモーション協議会会長の茶村J.フロントリテイリング会長が、「ベストクールビズ大賞」のプレゼンターをつとめました。

## ◆低炭素型社会の構築への貢献

J.フロントリテイリングでは、CO<sub>2</sub>を削減し、地球温暖化を防止するためにさまざまな省エネに取り組んでいます。設備の更新や改装時・新規出店時には省エネ効率の高い機器を順次導入しています。

## LED化の推進・太陽光パネルの設置

既存照明をLED照明へ変更することにより使用電力及びCO<sub>2</sub>の削減に努めています。大丸、松坂屋の各店舗照明のLED化を積極的に進め、2015年2月までに、全店舗内LED交換対象照明器具灯数の約43%にあたる18万灯をLEDに更新しました。2015年度は、6千台以上の導入を計画しています。



孔雀・太陽光パネル(大丸京都店)

大丸京都店では、2014年10月までに実施した外装リニューアルに伴い、孔雀ブロンズ像の背面に縦11メートル・横6.6メートルの太陽光パネルを設置し、年間予想発電量の6017kWhでデジタルサイネージや外部サイン相当にかかる電力をまかないます。

## 節電の取り組みについて

店舗照明のLED化の推進のほか、事務部門の取り組みとして、①空調温度の設定基準夏期28℃以上、冬期20℃以下の遵守(室温が高くなる場所には扇風機を設置)、②プルスイッチの利用等による照明管理の徹底(離席時のこまめな消灯を徹底)、③パソコン等の事務用機器の使用抑制(事務所内の消費電力の割合の大きいパソコン等の使用を抑制)、④階段の利用の促進(2up 3down運動)などを全社を挙げて推進しています。

## ◆循環型社会の構築への貢献

循環型社会を形成することは、持続的な社会の成長を促進するうえで、重要な課題です。J.フロントリテイリングは、事業活動が環境に及ぼす影響とその原因を認識し、環境負荷の低減に向け「包装資材使用量の削減」、「廃棄物の削減と再資源化」、「食品廃棄物の削減」など様々な取り組みを行っています。

## 包装資材の削減

無駄のない適切な包装を推進するために、大丸、松坂屋各店ではスマートラッピングマニュアルに基づく研修を繰り返し実施しています。店頭では、お客様のご意向をお伺いし、手荷物のおまとめや商品承り時のお声かけなどにより、簡易包装へのご協力をお願いしています。また、デザイン性と付加価値にこだわった「エコバッグ」の開発・販売にも取り組み、百貨店らしいお買い物スタイルの提案に努めています。

## 廃棄物の削減と再資源化

最終廃棄物を削減し、再資源化を推進するため、ゴミの分別を徹底しています。大丸、松坂屋各店では梱包容器の減量としてお取引先のご協力のもと、折りたたみコンテナや百貨店統一ハンガーなど再利用システムを推進して、廃棄物の総量抑制に努めています。また、大丸東京店、京都店、札幌店、松坂屋上野店では、店内から排出される発泡スチロールを圧縮・溶解することにより体積を大幅に減らしたうえでリサイクルしています。また、各店の社員食堂の箸も、割り箸ではなく洗って何度でも使えるものを使用しています。

## ■公正な事業慣行

J.フロントリテイリングでは、「JFRグループ コンプライアンス・リスク管理マニュアル」に、「健全な成長と発展のための高質経営の推進」を置き、「公正、透明かつ適切な企業活動を行うとともに、お取引先とは、共に成長するフェアな関係を維持し、健全な成長と発展のための高質経営を推進する」ことを謳っています。

具体的には、公正な取引にかかる独占禁止法や下請法をはじめ、景品表示法、インサイダー取引の規制や、企業情報の適切な開示、反社会的勢力との関係断絶など様々な関連法令の遵守に取り組んでいます。

### ◆公正取引の推進

お取引先とは、事前合意に基づく取引基本契約を締結するとともに、全従業員には、日本百貨店協会編纂の公正取引マニュアルに基づき、大規模小売業告示、下請法、景品表示法などの関係法令を理解、遵守するよう教育・啓発活動を推進しています。最近では、コンプライアンスにかかるeラーニングを導入し、より効率的な教育、周知活動を進めています。

### ◆企業情報の適切な管理・開示

財務局や、東京証券取引所など関係当局に対し、決算情報や、重要な決定事項、株主総会関連情報などを適時報告するとともに、ホームページを通じて、随時、迅速な開示に努めています。また、投資家の皆様の投資活動の一助にいただくために、

メールマガジンによるIR情報の配信も行っております。なお、店舗の大型改装や話題の販促・商品などについても、適宜マスコミへリリースを行っています。

#### ◆インサイダー取引の禁止

J.フロント リテイリンググループ各社では、全役職員に対し、株式の不適切な取扱いを防止するため、金融商品取引法に基づくインサイダー取引防止規程を定めるとともに、社内にポスターを掲示するなどし、周知、注意喚起を行っております。

#### ◆反社会的な勢力との断絶

各地方の公共団体の条例に従い、反社会的な勢力との断絶を宣言するとともに、警察当局等の指導も仰ぎ、取引慣行の見直しを進めています。

## ■消費者課題

マルチリテラーを標榜するJ.フロント リテイリンググループは、基本理念に「時代の変化に即応した高質な商品・サービスを提供し、お客様の期待を超えるご満足の実現を目指します。」と謳い、消費者へ適正な情報をタイムリーに提供することおよび安全で安心な商品・サービスを提供することが基本的な使命であると認識しています。

当社グループは、消費者とともに良好な消費活動を推進していくことが重要であると考え、単に法令を遵守することに留まらず、広く企業倫理を実践する中で、消費者に有用な商品・サービスの提供を行うことで、厚い信頼を得ることが消費者課題の解決をはかる筋道であると認識しています。

また、店舗の安全・安心で快適な環境づくりを進めることも重要な視点であると考え、複数の設備管理や防災・防犯の専門家を百貨店各店舗に配備しています。

#### ◆品質管理の徹底

当社グループの品質管理の専門会社(株)消費科学研究所が、グループ各事業会社における商品の品質検査、表示の適法性、レストランの衛生検査などの業務を担い、商品の品質管理の強化に貢献しています。

また、百貨店本社のコンプライアンス担当や各店舗に配置する衛生担当が適正表示や品質維持に関する指導、モニタリングを適時行い、品質管理を徹底しています。

#### ◆「消費生活相談コーナー」の設置

購入された商品についてのお客様からのお申し出(苦情・相談)に対する適切な対応と処理を行うため、大丸松坂屋、関係百貨店の計10店舗に「消費生活相談コーナー」を設置し、有資格者である消費生活コンサルタントが消費者目線で解決に取り組んでいます。



消費生活相談コーナー

#### ◆「食」の品質管理を強化

食の安全を徹底するため、百貨店や食品関係の事業会社においては、関連法令のみならず、品質表示や品質基準に関する自主的なルールを定め、適正管理を推進しています。また、消費科学研究所と各店舗の衛生担当スタッフが連携して、定期的に売場やレストラン等への立入検査を行うなど、モニタリング体制の整備を強化し、万が一、食に関する事故や、不適切な表示などが判明したときは、各社、各店舗と本社のコンプライアンス推進担当、法務担当とが連携し、迅速で適切な対応がとれる体制を構築しています。

#### ◆安心・安全な店舗環境づくりの推進

百貨店などの店舗、事務所などでは、地震や火災発生時に備えて、自衛消防隊を組織し、防災訓練やBCP訓練<sup>※1</sup>を実施しています。また、緊急地震速報システムや、全従業員への安否確認システム、衛星携帯電話の導入など、システム面でも整備を進めています。

店舗の自衛消防隊は、火災や震災発生時の緊急事態に備え、迅速に、消火活動や顧客避難誘導、情報収集など適切な対応が確実に実施できるよう、お取引先を含む勤務者全員参加の訓練を定期的に行っています。また、震度5弱以上の地震発生に伴い緊急地震速報を受信したときは、リアルタイムで自動的に店舗内に放送を行うシステム<sup>※2</sup>を導入しています。

また、百貨店店舗を中心にAED(自動体外式除細動器)を設置し、従業員へ使用訓練を継続的に実施することで緊急時の救命対応の強化をはかっています。

※1 BCP=災害時に事業継続又は早期再開させるための計画  
※2 現在、大丸の心斎橋・梅田・東京・京都・神戸・札幌・須磨と博多大丸天神、高知大丸の各店舗及び松坂屋全店に導入。



大丸東京店の防災センターでは、各種モニターで集中コントロールし全館の安全確認を行っています。



緊急地震速報発生訓練(松坂屋名古屋店)  
(係員の指示に従い身を低くする)  
(お客様役の従業員)

#### ◆震災時の帰宅困難者への対応を整備

東日本大震災の教訓から、東京都が「帰宅困難者対策条例」を2013年4月に施行したことに合わせ、大丸松坂屋百貨店の各店舗では、「自助」「共助」「公助」の考え方に基づき、帰宅困難に陥った店舗内のお客様の一時避難場所として店舗の一部を開放する体制を整えています。また、相当時間店舗内に滞在を余儀なくされるお客様や従業員を想定し、相当数の乾パン・飲料水を備蓄するとともに、さらに備蓄品が枯渇した場合に備え、店舗内の食品関係のお取引先の在庫商品を利用できるよう約400社以上に協力の了解を得ています。

## ■コミュニティへの参画および発展

当社グループは、企業市民として、地域の活性化や社会の課題に対し貢献する為に、「次世代支援」、「女性へのサポート」、「健全な食の推進」、「地域密着」等をキーワードとして、事業活動を通じた社会貢献活動を推進しています。

### ①「次世代支援」に繋がる活動

#### ペットボトルキャップを集めて、世界の子どもたちにワクチンを届けよう!

大丸・松坂屋では、地域に密着した社会貢献の活動として、2009年12月より、店頭及び従業員施設に回収BOXを設置し、不要なペットボトルのキャップを回収しています。回収したキャップはNPO法人「Reライフスタイル」を通じてリサイクルし、その対価を認定NPO法人「世界の子どもにワクチンを 日本委員会(以下JCV)」に全額寄付し、世界の子どもたちにワクチンが届けられます。

取り組み開始以来、キャップ回収量は、地域の持ちこみ団体の増加に伴い、年々増加しており、本年5月までに7,900万個に達しました。このキャップをリサイクルして得られる対価とJCVへ寄付した累計の寄付額をポリオワクチンに換算しますと約17万人分となります。

2014年9月、JCVへの寄付付き「さくらパンダ×ハローキティ・コラボエコバッグ」を販売し、その収益金よりポリオワクチン3,958人分に値する79,160円を寄付いたしました。



#### サンクス・フェスティバル チャリティ・ピンバッジ販売

大丸・松坂屋では、3月および9月に実施する春・秋の「サンクスフェスティバル」で、チャリティピンバッジを販売し、その収益金の一部を東北の復興のため、宮城・岩手・福島 3県の子どもの育英基金のために寄付しています。

2014年春(日清食品ひよこちゃんとのコラボ)は1,526,359円、2014年秋(ふなっしーとのコラボ)は、2,482,368円、合計4,008,727円を、①宮城県東日本大震災みやぎこども育英募金、②岩手県いわての学び希望募金、③福島県東日本大震災ふくしまこども寄附金に寄付いたしました。



ふなっしー×さくらパンダ ピンバッジ



ひよこちゃん×さくらパンダ ピンバッジ

#### チャリティ・サンタの取り組み

大丸・松坂屋では、次世代支援の取り組みとして、2014年クリスマスキャンペーンとして、「チャリティサンタ」を実施しました。この取り組み

は、おもちゃ売り場等で一定金額以上のお買い物をいただいたお客様に応募いただき、抽選で当選されたご家庭に、サンタがクリスマスイブに子どもたちにプレゼントをお届けする企画です。

プレゼントを届けるために子ども達の自宅へ向かうサンタ



### ②「女性サポート」の活動

#### ピンクリボン運動

大丸・松坂屋およびパルコでは、お客様、従業員に女性が多い企業に相応しい社会貢献活動として、乳がんの早期診断、発見、治療を促す啓発活動「ピンクリボン運動」に取り組んでいます。「母の日」や「ピンクリボン月間(10月)」を中心に、乳がんの早期発見に向けた啓発冊子の配布や模擬乳房を用いた体験イベント、マンモグラフィー検診車による検診体験などの啓発活動に加え、オリジナルピンバッジの販売や、ピンクリボンのチャリティーパンの販売収益金をピンクリボン啓発団体へ寄付しています。



オリジナルピンバッジ(税込200円)やハートパンの売上金の一部をピンクリボン啓発団体へ寄付しています。



大丸・松坂屋のキャラクターさくらパンダとパルコアアラがピンクリボン運動に参加しました。(松坂屋名古屋店・名古屋パルコ)

#### LOVE49プロジェクト

4月9日を「子宮の日」として「LOVE49プロジェクト」が行う子宮頸がん予防・啓発活動に参画しています。

各地区の細胞検査士会とも連携して大丸、松坂屋の店頭でニュースレターの配布を行うとともに、缶バッジの販売や店頭募金などを実施して、認定NPO法人「子宮頸がんを考える市民の会」へ寄付しています。



ニュースレターを配布し子宮頸がん検診を呼びかけました。(下関大丸)

### ③健全な食の推進に関する活動

#### TABLE FOR TWOへの参画

大丸・松坂屋およびパルコでは「食の社会貢献活動」として、開発途上国の子ども達に給食支援を行っている認定NPO法人「TABLE FOR TWO International」(TFT)の活動に協賛し、レストランや従業員食堂の売上の一部を寄付しています。

大丸・松坂屋では、TFTが毎年10月16日の「世界食料デー」に協賛して行う「100万人のいただきます!」キャンペーンに参画し、大丸・松坂屋の店内107のレストラン及び喫茶でアフリカの子供達への給食支援に繋がるTFTメニューを提供しました。また近隣大学のTFTを支援する大学生連合メンバーとも連携した活動を展開しています。

また、大丸・松坂屋では、「ご当地料理を盛り込んだ伝統おせち×TABLE FOR TWO」を企画、販売し、売上の1%を寄付しました。



“100万人のいただきます!”  
キャンペーンポスター ©Dentsu



ご当地料理を盛り込んだ伝統×TABLE FOR TWO  
大丸・松坂屋限定 和風三段(税込27,000円(4人用))

#### ④チャリティバザールや募金活動の実施

大丸・松坂屋では、百貨店の集客力・情報発信力を活かし、広く社会に貢献する取り組みを続けています。各店では、地球環境保全や深刻な飢餓や貧困に苦しむ地域への支援などを目的に、お客様の参加のもとチャリティバザールの開催や募金活動などを行っています。また大きな災害の発生時には、店頭及び社内で募金活動を行い日本赤十字社等を通じ被災地に義援金をお届けしています。

#### ⑤芸術・文化への貢献

##### J.フロント リテイリング史料館

J.フロント リテイリンググループが所蔵する文化資産を未来に継承すると共に、学術文化に寄与することを目的として、2011年3月に、「一般財団法人J.フロント リテイリング史料館」(JFR史料館)を設立しました。具体的な事業としては、①呉服デザイン・意匠・史料の維持管理 ②グループの中核である株式会社大丸松坂屋百貨店の創業・歴史に関係する史料の維持管理などです。

同史料館の所蔵品は、呉服商として長い歴史を持つ松坂屋が、高級オリジナル呉服制作において、時代染織品の優れたデザインや染織の技などを活かす目的で江戸時代の小袖をはじめとする染織品の収集を行ってきたことによりありますが、その所蔵品は、小袖・能装束をはじめ古代裂や諸外国の裂地を含む裂地類・調度品など多種多様です。

同史料館は、こうした大切な文化資産を維持管理、公開・展示運営を行い、芸術・文化に貢献してまいります。



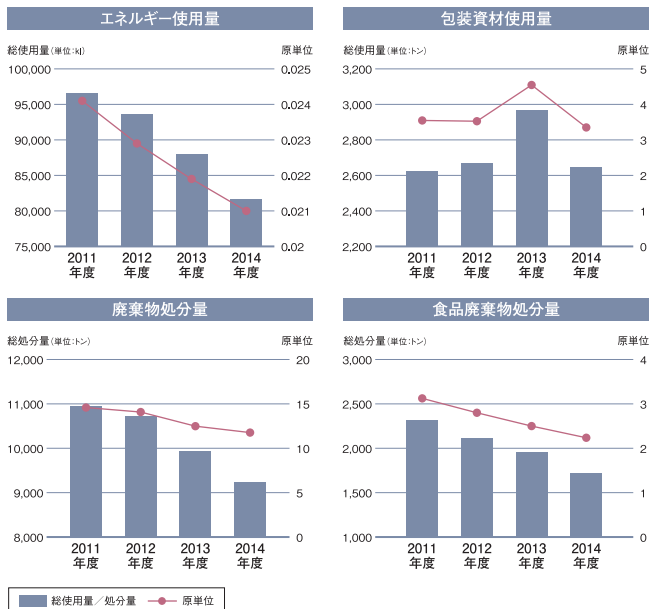
大丸呉服店 東京店(明治時代)



いとう呉服店(松坂屋)名古屋店(明治時代)

#### 過去の活動実績

##### ◆大丸松坂屋百貨店の省エネルギー・廃棄物処分量の削減



※エネルギー使用量は、電気、ガス、ガソリン、軽・重油などの総使用量の原油換算値(単位:キロリットル)  
 ※包装資材使用量は、包装紙、ショッピングバッグ、紙製袋、食品ポリ袋などの重量(単位:トン)  
 ※廃棄物処分量は、一般ゴミ、食品生ゴミ、産業廃棄物等の総排出量からリサイクル分を除いた重量(単位:トン)  
 ※食品廃棄物処分量は、廃棄物処分量に含まれる。

##### 原単位について

- ・エネルギー原単位: 使用量(キロリットル×1000) ÷ 延べ床面積(m<sup>2</sup>) ÷ 営業時間(h) (メガリットル)/(m<sup>2</sup>×h)
- ・包装資材原単位: 使用量(トン×1000) ÷ 売上高(百万円) (キロトン)/(百万円)
- ・廃棄物処分原単位: 使用量(トン×1000) ÷ 売上高(百万円) (キロトン)/(百万円)
- ・食品廃棄物処分原単位: 使用量(トン×1000) ÷ 売上高(百万円) (キロトン)/(百万円)

##### ◆ペットボトルキャップを集めて、世界の子どもたちにワクチンを届けよう!キャンペーン

大丸・松坂屋全店	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
ペットボトルキャップ回収量	10,200千個	14,200千個	16,300千個	15,800千個	17,100千個
ポリオワクチン換算量	19,600	26,700	31,200	28,900	31,000

※ペットボトルキャップ回収量は、重量(1kg)当たり400個と換算。  
 ※ポリオワクチン換算量は、子ども1人分のポリオワクチン対価を約20円として換算(単位:人)

##### ◆チャリティ支援(注1)

(単位:千円)

支援先	支援内容	寄付金額
東日本大震災で被災した子どもを支援するための育英基金	春・秋の「サンクスフェスティバル」にてチャリティピンバッジを販売し収益金の一部を寄付(注2)	4,008
認定NPO法人 世界の子どもにワクチンを日本委員会(JCV)	チャリティ・エコバッグの収益金を開発途上国のワクチン支援として寄付	79
認定NPO法人 子宮頸がんを考える市民の会	オリジナルエコバッグの販売収益金の一部などを子宮頸がん予防啓発活動支援金として寄付	310
各地区ピンクリボン支援団体	オリジナルピンバッジ、ハートバンの販売収益金の一部などを乳がん予防啓発活動支援として寄付	811
認定NPO法人 TABLE FOR TWO International	ヘルシーなメニューの売上金の一部等を開発途上国の給食支援として寄付(注3) オリジナルおせちの売上金の一部を開発途上国の学校給食支援として寄付	1,524 276

※注1: 2014年度 大丸・松坂屋において実施した主なチャリティ支援を記載  
 ※注2: 宮城・岩手・福島各県の東日本大震災子ども育英基金への寄付金額合計  
 ※注3: 大丸・松坂屋の店頭のレストラン・喫茶および従業員食堂の寄付金額合計