

CSRの基本的な考え方

当社グループがCSRを果たすうえでの指針は、『J.フロント リテイリンググループ理念』そのものです。グループビジョンの達成に向けては、グループ理念に則り、CSRの概念を経営に組み入れてまいりますが、これらを実現するために、グループのCSR活動として国際標準規格ISO26000に則った7つの取り組み課題を設定し、その取り組みを着実に進めてまいります。さらに、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、持続的な利益ある成長を実現してまいります。

◆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



1 組織統治

人の集合体である組織が社会的責任を果たすためには、その組織の目的や役割を達成するための、有効な意思決定の仕組みを持っていることが重要です。一人ひとり、正しく判断し行動しているつもりでも、組織としての明確で透明性のある意思決定が行われず、その場限りの行動であったりすると、組織としての統治は十分といえません。他の6つの課題に取り組むにあたり、もし組織としての統治が十分でなければ、それらの内容は乏しく実践が困難なものになります。つまり、組織統治は、CSRを実現するための基盤であると言えます。

J.フロント リテイリングは、健全経営を堅持し、雇用の創出や納税による社会への還元など経済的な価値の創造を図り、企業情報の適切な管理・開示を実践するために、会社の機関及び内部統制システムの整備、リスクマネジメントの取り組み、コンプライアンス経営の実践や適正な会計、税務処理などに取り組んでまいります。

コーポレートガバナンス体制

J.フロント リテイリングは、グループの一元的なガバナンスの中心として、グループ全体の経営の透明性・健全性・遵法性を確保し、ステークホルダー（お客様、株主様、従業員、お取引先様、地域社会など）へのアカウンタビリティの重視・徹底を図るため、コーポレートガバナンスの強化を経営の最重要課題の一つとして位置づけています。

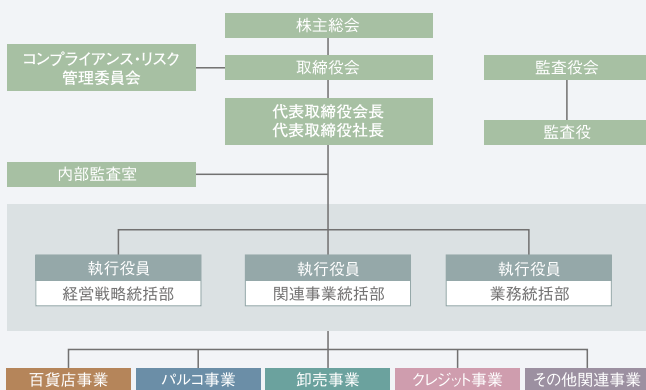
全社組織においては、3つの統括部（経営戦略統括部、関連事業統括部、業務統括部）による組織の役割・責任・権限の明確化を図り、監督機能の強化、J.フロント リテイリンググループ全体の内部統制システムの充実を図っています。また、経営体制においても執行役員制度を導入し、経営の意思決定と執行の分離を図り、より迅速な意思決定ができ、実行のスピード化を図るための経営機構を構築しています。

取締役・執行役員の任期は一年とし、その報酬制度についても一年毎の業績に対応した成果・成功報酬型の仕組みとし、経営の高度化と業績の向上に対する責任の明確化をはかります。

会社の機関及び内部統制システムの整備状況

J.フロント リテイリングは監査役会設置会社であり、3名の社外監査役を招聘し、より公正な監査を実施できる体制としています。さらに、コンプライアンス・リスク管理経営に係る取締役会の諮問機関として、社長を委員長とし、顧問弁護士並びに委員長の指名する取締役及び監査役等をメンバーとする「コンプライアンス・リスク管理委員会」を設置するとともに、併せて社外（顧問弁護士）にも通報窓口を置くJFRグループの内部通報システムとして、グループ各社で勤務するすべての者が利用できる「JFRグループコンプライアンス・ホットライン」を設置するなど、コンプライアンスに係る諸課題の解決に向けて取り組んでいます。

◆コーポレートガバナンス体制及び内部統制の仕組み



取締役会の開催状況と社外取締役

意思決定機関としての取締役会は、取締役9名（うち社外取締役2名）で構成し、会長の主宰により監査役の出席のもと原則月1回開催し、法令または定款に定めるもののほか、取締役会規程に定める事項を審議・決議しています。

2013年度に計17回開催された取締役会では、予算や決算の承認をはじめ、「松坂屋上野店南館の建替え」「フォーレスト株式会社の株式取得（連結子会社化）」などについて審議・決議しました。

また、取締役会の意思決定、監視行為等について、経営トップから独立した判断を下し、適切な意思決定ができる独立性の高い社外取締役として、高山剛氏および橋・フクシマ・咲江氏の2名を招聘しています。両氏は業務執行を行う経営陣から独立した客観的立場にあり、高山氏は事業法人の経営者としての豊富な経験・実績・見識を、また橋・フクシマ氏はグローバルな視野を持つ人材の活用、国内外企業の経営戦略策定に関する豊富な知識・経験・見識をJ.フロント リテイリングの経営に反映していただいています。

監査機能

J.フロント リテイリングは、監査役5名（うち3名は社外監査役）を置き、監査の方針・方法を決定するとともに、監査に関する重要な事項については、取締役会に意見反映できる体制をとり、経営機構の健全性を支えています。また、社長直轄機関である内部監査室を設置し、年間の監査計画に基づき、J.フロント リテイリングおよびJ.フロント リテイリンググループ各社の日常・決算業務について、その業務プロセスの適正性、有効性を検証します。また、重要な事項については、取締役会、監査役会へ適切に報告する体制をとっています。

内部統制システム

J.フロント リテイリングは「内部統制システム構築の基本方針」に則り、内部統制の整備を行っています。財務報告に係る内部統制については、整備・運用機能を有する業務統括部総務部と独立評価機能を有する内部監査室の各々の部門がその役割・権限を明確にしながら両者で協議を重ねることにより適正な評価を行います。

リスクマネジメント

業務運営上のリスクについては、社長および統括部長を統括責任者として、部門に即したリスクの評価・管理を行い、コンプライアンス・リスク管理委員会で報告するとともに、重要なリスクについては管理状況を取締役に定期的に報告しています。認識された事業運営上のリスクのうち、特に重大な案件については、グループ戦略会議で対応方針を審議・決定し、各所管部門がこれを実行することでリスクの発生を防止します。

事業リスクの多様化・複雑化が進んでいること、危機事象発現時の迅速・的確な対応が企業に対する社会的要素として高まっていること等に対応し、危機管理の基本方針・枠組みについて定めた「危機管理ガイドライン」を制定しています。また、地震災害・集中豪雨などの気象災害や新型インフルエンザ発生などを想定した「事業継続計画（BCP）」を策定し、緊急対策本部の設置基準や構成要員等を明確にするとともに、災害発生時の初動態勢、事業継続のための非常時優先業務や、非常時緊急対応手順等について定めています。

コンプライアンス経営の実践

J.フロント リテイリングは、取締役会の諮問機関としてコンプライアンス・リスク管理委員会を設置し、当社グループの法令遵守・企業倫理の徹底に取り組み、企業における社会的責任体制の構築に取り組んでいます。各事業本部、百貨店各店、事業会社の事業単位ごとにもコンプライアンス・リスク管理推進担当者を置き、それぞれの部門における推進体制の整備と教育・啓発、日常業務での法令・規則遵守状況のチェック、改善計画の策定や実施指導を進めています。

社則や業務マニュアルによるコンプライアンスの実践

「グループ理念」、「グループ方針」を業務の現場において確実に実践するため、社則である「JFRグループコンプライアンス・リスク管理マニュアル」をはじめ各種の指針や業務マニュアルを整備するとともに、特に品質管理や個人情報保護管理、公正取引について厳しい自主基準を設け、コンプライアンス経営の実践を推進しています。

◆コンプライアンス行動原則・行動規範の4つの視点

- 1 お客様第一主義の徹底
- 2 健全な成長と発展のための高質経営の推進
- 3 個性と能力が尊重され、公平で活気のある組織づくり
- 4 社会への貢献（社会と共生する良き企業市民）

実践状況のモニタリング

コンプライアンスの方針や規則が確実に実践されていることをチェックするため、各事業所に配置されたコンプライアンス・リスク管理担当者が現場に密着した指導や点検を実施するとともに、万一事故が発生した場合には、直ちにコンプライアンス・リスク管理委員会に報告し、その指導の下で改善対策に取り組む体制になっています。

2 人権

職場における人権尊重は、良好な職場環境を築くとともに、一人ひとりの働く意欲を高め、それが生産性の向上、新しい価値の創造、よりよい商品・サービスの提供につながると考えます。企業活動をととして、社会的責任を果たし、社会に貢献していくためには、そこに働く一人ひとりが確かな人権視点をもって仕事に取り組むことが不可欠です。

J.フロントリテイリングでは、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 → 個人情報等の守秘 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

近年の企業を取り巻く環境の激変を背景にさまざまなストレスから、メンタル疾患や他者へのハラスメントとなって現れるケースも見受けられます。特にハラスメントは、職場環境の悪化に伴う生産性の低下やメンタル疾患の増加、人材流出をもたらすとともに、企業の安全配慮義務といったCSRやコンプライアンスが厳しく問われる昨今あっては、一度事案が発生すると、被害者の心身に大きなダメージを与えるだけでなく、対応の如何によっては、企業の社会的信用の失墜を招く大きなリスク要因であると認識しています。

そのため、「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。

3 労働慣行

組織が雇用を生み出し、労働者に賃金を支払うことで労働者の生活水準が維持・改善され、そして向上していくという労働慣行は、前述の人権とともに、社会・経済に対して大きな影響を与えています。

日本においては、労働基準法をはじめとした労働関係関連法令のなかで、雇用機会、労働時間、安全衛生などの労働者の権利に関する基本的な内容が定められており、労使双方に遵守することが求められています。

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改革の整備に加え、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、着実に推進してまいります。

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。

既存の「育児勤務」「介護勤務」制度に加え、育児・介護のための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考えます。このため、従業員がいきいきと働き、高い成果を上げることができる環境づくりが、経営の重要な役割であると認識し、健康管理対策の強化に取り組んでいます。

具体的な取り組み内容として、疾病構造の変化を踏まえ、疾病の一次予防に重点を置いた取り組みを推進しています。そのために、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付けられましたが、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。

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。

また、ハンディキャップのある方々を雇用することは、企業の社会的責務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 (2014年3月現在)

- ・女性執行役員 3名
- ・女性部長職 12名 (全部長職119名に占める割合10.1%)
- ・女性管理職 165名 (全管理職601名に占める割合27.5%)

※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(大丸松坂屋セールスアソシエイツのスーパーバイザーを含む)、バイヤー(ディベロッパー&エディターを含む)、大丸松坂屋セールスアソシエイツのセクションリーダー、チーフの合計。

4 環境

現代社会は、地球温暖化、天然資源の枯渇、大気汚染、生態系の崩壊など様々な環境問題に直面しています。これらに対して、法律、規制の遵守に加えて、組織は、その活動が引き起こす環境影響に対して責任を負わなくてはなりません。また、予防的アプローチを採用し、環境への影響が不確定であってもできるだけ影響を小さくするための予防措置をとることが重要です。

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っとも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。

また、事業活動を行ううえで、規模の大小はあれ、どの組織でもエネルギーを消費したり廃棄物を出しており、環境問題に対してできる取り組みは数多くあります。法律でも規制されている省エネ、省資源といった日常業務に取入れやすい取り組みはもちろんのこと、その他、人的・技術的・経済的に可能な範囲でできる独自の取り組みがないかどうか、検討を行い実践してまいります。なお、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ISO14001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みます。

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	CO ₂ 排出量の削減
廃棄物の削減と再資源化	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。

環境マネジメントシステム

例えば、大丸松坂屋百貨店では、業務本部長を「統括環境管理責任者」とし、各店店長が「環境管理責任者」、各部の主に部門長が「環境推進責任者」として、各店の環境保全活動を推進しています。各部門には「環境推進責任者」を補佐し、実務を担当する「環境推進委員」を配置し、メンバーへの教育・啓発を行っています。また専任事務局員で構成する「全社環境推進事務局」にて全社的な取り組みを検討し、環境マネジメントマニュアル、全社目的・目標を作成し、マネジメントシステムを運用しています。

※JFRグループ企業も、百貨店とともに環境活動に取り組んでいます。
 (大丸松坂屋セールスアソシエイツ、大丸松坂屋友の会、JFRカード、ディンプル、J.フロントフーズ、JFRオフィスサポート、JFRサービス)

◆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。



「スマートクールビズ」働くお父さんを応援する清涼感あふれる着こなしを提案 (松坂屋名古屋店)



「スマートクールライフ」素材の心地よさにこだわった天然涼感アイテムをトータルで展開 (大丸京都店)

2013年「COOL BIZ」「WARM BIZ」の取り組み

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、日本百貨店協会が主催する「スーパークールビズ」、「ウォームビズ」の「キックオフ・ファッションショー」に参画し、社員モデルによる、夏・冬の着こなし提案を実施しました。また、電力ピーク時に「冷房・暖房を消して百貨店にお越しください」と呼びかけ節電に繋げる「クールシェア」、「ウォームシェア」の啓発活動も店頭ポスターや店内放送などを通じて積極的に推進しました。



首都圏11百貨店が参画した「スーパークールビズキックオフイベント」



「ウォームビズキックオフイベント」に大丸東京店の社員がモデルとして出演

◆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、CO₂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。

店舗照明のLED化を推進

既存照明をLED照明へ変更することにより使用電力及びCO₂の削減に努めています。

東日本大震災後、各地区の電力会社の需給バランスおよび政府による節電要請に対応して、大丸、松坂屋の各店舗照明のLED化を積極的に進め、2014年2月までに、全店舗内LED交換対象照明器具灯数約42万8千灯の約42%にあたる18万灯をLEDに更新しました。従来照明器具と比べ、電力使用量で年間約2,286万kwh、CO₂排出量で年間約8,370トンの削減を見込みます。2014年度は、1万3千台以上の導入を計画しています。

またLED照明はハロゲンライト等と比較して発熱量が大幅に少ないため、店内冷房の効率化にも大きく寄与します。



調光と調色も同時に行えるLED照明を導入
(松坂屋名古屋店 食品フロア「ターブルリュス」)

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。

「オリジナルエコバッグ」の販売

省資源化の推進とマイバッグの利用によるゴミ削減のため、オリジナルエコバッグを大丸、松坂屋全店舗で販売しています。海外著名ブランドでも活躍中のテキスタイルデザイナー 脇阪 克二氏/SOU・SOUデザインによる大丸松坂屋百貨店「オリジナルエコバッグ」



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。

5 公正な事業慣行

組織として社会的責任を果たしていくには、組織として社会に対して倫理的な行動をとることが必要であり、また基本でもあります。不正によって不当に利益を得ているような場合には組織として社会的責任を果たしているとはいえません。公正な事業慣行の課題としては、公正な競争、バリューチェーンにおける社会的責任の推進、汚職防止等が考えられます。

J.フロント リテイリングは、社則の「JFRグループ コンプライアンス・リスク管理マニュアル」でも謳っているとおり、公正・透明かつ適切な企業活動を推進するとともに、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目指しています。

具体的な取り組みとしては、談合などの不正な競争を禁止する独占禁止法、不公正な取引を禁止する下請法を中心に、インサイダー取引規制の遵守など、法令の遵守を推進しています。また、社会人として正しい倫理観に則った行動を促すためのコンプライアンス啓発を推進しています。

◆公正取引の推進

各お取引先とは、事前合意した基本契約を締結しており、また百貨店協会の定める公正取引マニュアルに準拠し、独占禁止法に基づく公正取引委員会の定める大規模小売業告示や、下請法、景品表示法などの関係法令を遵守するよう、従業員への教育・啓発活動を推進するとともに、適正な業務運営を遂行できるようシステムの整備を行っております。

◆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おります。また、投資家の皆様の投資行動の一助にいただくために、メールマガジンによるIR情報の配信を行っております。

◆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、インサイダー取引防止規程を定め、適切な企業情報管理を遂行するとともに、各従業員に対してポスターの掲示などにより、注意喚起を行っております。

◆反社会的な勢力との断絶

各地域の条例に従い、反社会的な勢力との断絶を宣言し、従前の取引慣行の見直しを進めています。

6 消費者課題

あいまいで不正確な宣伝をすることなどで消費者が不利になることや、安全性に欠陥がある製品を提供して消費者に危険が及ぶようなことがあってはなりません。さらに、消費者がその製品やサービスを使うことで、環境被害が出るなど社会へ悪影響を与えてしまうことがないようにすることも重要です。

J.フロント リテイリングは、商品を提供する企業とそれを使用する消費者との双方が社会に悪影響を与えないような消費活動を行っていくことが大切と考えます。

一部の課題についてはPL法などの法令が整備されていますが、依然として消費者に関連する問題は数多く存在し、社会の変化とともに新たな問題が発生しており、ますます消費者課題に対する社会の意識は高まっているといえます。このような中において重点施策として、食の安全、適正表示、個人情報保護などに対する取り組みや消費者窓口の設置を行うなど自主的かつ積極的な取り組みを進める一方、百貨店においては安全・安心な店舗・環境づくりを進めるとともに、消費者への有用なサービスの提供の取り組みを積極的に推進してまいります。

品質管理の徹底

企業は、製品・サービスの提供を通じて、消費者の豊かな生活を支えています。企業行動によっては消費者に大きな影響を及ぼします。J.フロント リテイリングは、品質管理を専門分野とする消費科学研究所をグループ各事業会社における品質管理の維持・向上に活用することにより、供給者である企業および需要者である消費者が共に安心して販売・消費活動を行い、生活の質を高めて頂くお手伝いをしています。

「食」の品質管理

食の安全を徹底するため、百貨店、食品関係の事業会社においては、それぞれ食品の表示や消費期限に関する管理ルールに則り、適正な管理を実施するとともに、消費科学研究所とも連携して定期的に食品の適切な管理状況をチェックしています。また、グループ各社に設置されたコンプライアンス推進担当者との連携により、食に関する重大な事故が発生した場合には、グループとして迅速な対応がとれる体制を構築しています。

消費科学研究所 一流流通業の「品質」のプロフェッショナルとして 品質管理業務をトータルでサポート!

消費科学研究所は、大阪、東京、名古屋の3か所にあり、商品性能や苦情原因を究明するための試験、商品表示・販促媒体表現の関係法令に基づいた確認などのほか、品質管理全般に関わるコンサルティングや研修・セミナーを行っています。また、大丸・松坂屋・関係百貨店計10店の消費生活相談コーナーに専門の資格を持つコンサルタントを派遣しています。

同研究所はJFRグループ企業に対して、販売前の事前検査や商品表示の店頭チェック、食品売場やレストランの衛生検査を行うほか、販売に供される様々な商品アイテムの品質検査や包装紙やショッピングバッグなどの耐荷重検査、染色堅牢度検査など商品を使用した時の安全性を確保するための様々な検査も行っています。

安心安全な店づくり

地震・火災発生時に備えて、防災訓練の定期的な実施とともに、緊急地震速報のシステムを導入しています。

大丸、松坂屋各店では自衛消防隊を組織し、通報・消火とお客様の避難誘導を迅速に行えるよう店舗の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弱以上の地震発生時には緊急地震速報を受信し、リアルタイムで自動的に館内放送を行えるシステム^{*}を導入しています。緊急時の行動マニュアルに基づく避難誘導訓練を繰り返し実施し、いざというときにも反射的に最適な行動がとれるよう徹底しています。

2011年3月11日の東日本大震災の地震発生時においても、首都圏各店では訓練に基づき、迅速かつ安全にお客様の避難・誘導を行うことができました。また、大丸松坂屋百貨店では、AED(自動体外式除細動器)を全店に設置するとともに、従業員への訓練を継続的に実施して、緊急事態における救命対策の強化をはかっています。

^{*}現在大丸心斎橋、梅田、東京、京都、神戸、札幌、須磨、芦屋、博多大丸天神、高知大丸、各店及び松坂屋全店に導入済み。今後全社に拡大していく予定。



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
(係員の指示に従い身を低くする)
お客様役の従業員
(松坂屋名古屋店)

◆震災時の帰宅困難に陥ったお客様への対応の整備

東日本大震災の教訓から東京都において、「帰宅困難者対策条例」が2013年4月に施行されたことに合わせ、大丸、松坂屋の各店では、「自助」、「共助」、「公助」の考え方に基づき、帰宅困難に陥った館内のお客様への対応として、一時避難場所として店舗の一部を開放し滞在を可能とする体制を整えています。

具体的には、大規模震災発生時の帰宅困難に陥る館内のお客様および従業員数を想定し、相当数の乾パンおよび飲料水を備蓄するとともに、備蓄品が不足した場合には食品・食堂部門のお取引先の同意に基づき、店頭商品等(消費期限内のもの)をご提供いただけるよう説明会を開催し、覚書の締結を進めております。

(^{*}2014年3月現在、約480社と締結)

7 コミュニティへの参画および発展

社会的責任を果たすという観点から、組織は自らが属するコミュニティとコミュニケーションをとり、コミュニティの成長・発展のために積極的に関与していくことによって、ともに発展していくことが重要です。対象となる取り組みとして、地域の住民との対話や、組織が属する地域における教育や文化の向上、そして組織が発展し雇用を創出するなど、多様な形式でのコミュニティへの関与・貢献が求められています。

J.フロント リテイリングは、企業市民として、地域の活性化や社会のさまざまな課題に対し貢献する為に、グループ企業の資産を活かし、事業活動を通じた取り組みを行っています。取り組みを進めるにあたり、「顧客参加型」「教育・啓発」「親子・女性」「地域密着」の4つのキーワードに、「時代性・ニュース性」を加味することにより取り組みを選択し、継続的かつその深堀を推進してまいります。

社会貢献活動

チャリティバザールや募金活動の実施

大丸、松坂屋各店では、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を通じ被災地に義援金をお届けしています。

「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!」の活動

大丸、松坂屋各店では、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業者に引き取られ、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(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。

2009年11月よりスタートしたこの取り組みは、多くのお客様からご協力を頂き、2013年10月には回収量5,300万個を突破。ポリオワクチン換算で、10万人を達成しました。これを記念して、2013年11月、支援団体の認定NPO法人「世界の子どもにワクチンを日本委員会(JCV)」に、大丸松坂屋百貨店よりポリオワクチン5千人分に値する10万円を寄付いたしました。



10万人達成を記念した目録贈呈式
(左はJCV大石事務局長)



高知大丸では中土佐町立笹場小学校より
キャップを回収。感謝状を贈呈しました。

「ピンクリボン運動」「LOVE49プロジェクト」の取り組み

大丸松坂屋百貨店及びJFRカードでは、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。オリジナル

ピンバッジの売上金の寄付や募金活動をはじめ、乳がんの予防に向け、検診ガイドブックの配布、体験会の実施、セミナーへの協賛などを行っています。



母の日ピンクリボンキャンペーン
乳がんの早期発見・早期診断を促す啓発
ポスター



マンモグラフィ機器を使用した乳がん模倣
検診の様子
(大丸札幌店 / 協力: 東芝メディカルシステムズ様)

2013年からは、子宮頸がんの定期検診の啓発に取り組む「LOVE49プロジェクト」に参画しています。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・啓発活動に賛同し、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も実施しています。



店頭で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。



子宮頸がん啓発活動支援のための募金
活動を実施しました。

「TABLE FOR TWO(テーブル・フォー・ツー)」の取り組み

大丸松坂屋百貨店とパルコでは「食の社会貢献活動」として、開発途上国の子供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。パルコは、2011年より取り組みを開始し、TFTを支援する近隣の大学生とも連携した活動を推進しています。

松坂屋名古屋店では、2013年10月16日(国連が定めた「世界食料デー」)から約1か月間、TFTが実施した“100万人のいただきます!”キャンペーンに協賛し、店内21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メニューをご提供いたしました。また2014年2月~3月には、関西の大丸3店(梅田店、神戸店、京都店)の合計49のレストラン、喫茶でTFTへの寄付付きメニューの提供を行いました。また近隣大学のTFTを支援する学生連合メンバーとも連携して、試食会を開催しヘルシーメニューに関する意見交換を行いました。



“100万人のいただきます!”
キャンペーンポスター ©Dentsu



松坂屋名古屋店
TFTサンクスポスター

東日本大震災で被災された子どもたちへの支援活動

大丸、松坂屋では、2013年3月に実施した「春のサンクスフェスティバル」で、パルコとの初のコラボレーションによる「さくらパンダ×パルコアラ」ピンバッチを販売しました。大丸、松坂屋、パルコで販売し、収益金の一部2,479,416円を、認定NPO法人「世界の子供にワクチンを 日本委員会(JCV)」が推進する「子どもの笑顔プロジェクト」に寄付いたしました。



2013年9月に実施した「秋のサンクスフェスティバル」では、タツノコプロ50周年を記念した「さくらパンダ×アクビガール」ピンバッチを大丸、松坂屋で販売し、収益金の一部1,833,310円を認定NPO法人「世界の子供にワクチンを 日本委員会(JCV)」が推進する「子どもの笑顔プロジェクト」に寄付いたしました。



ロブ・ライアン「クリスマスチャリティ」

大丸、松坂屋では、継続的な東日本大震災支援を目的に、2013年クリスマスチャリティ企画として、世界的な切り絵アーティストロブ・ライアン氏の「原画オークション」と「クリスマスメッセージツリー」を実施しました。原画の販売収益16万5千円と、寄せられたメッセージ1枚につき5円(メッセージ数は29,123枚、寄付145,615円)の合計310,615円を「JCV 子どもの笑顔プロジェクト」に寄付いたしました。



クリスマスメッセージツリー
(大丸心齋橋店)

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(こだいぎれ)や諸外国の裂地(きれじ)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。



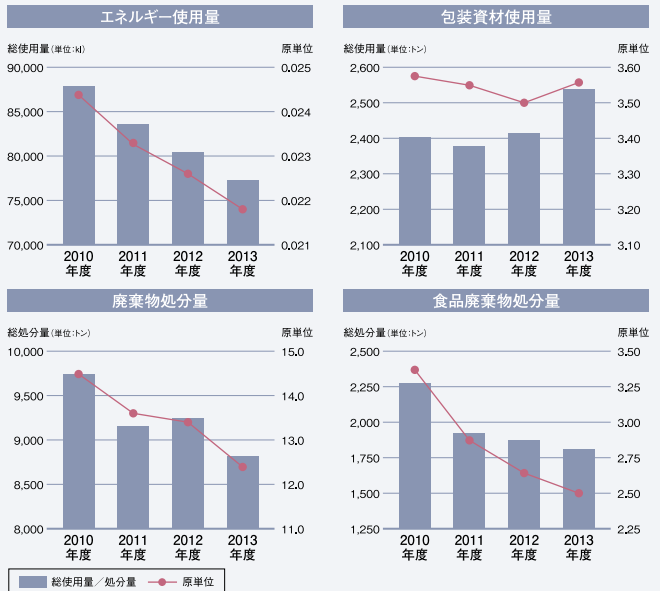
大丸呉服店 東京店(明治時代)



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



※2010年度を基準年とし、2011年度～2013年度は原単位に基づく。
 ※大丸梅田店、松坂屋銀座店を除く既存店ベース
 ※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、ショッピングバック、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(m²) ÷ 営業時間(h)
- ・包装資材原単位:使用量(トン×1000) ÷ 売上高(百万円)
- ・廃棄物処分量原単位:使用量(トン×1000) ÷ 売上高(百万円)
- ・食品廃棄物処分量原単位:使用量(トン×1000) ÷ 売上高(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	2009年度 (3ヶ月間)	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度
ペットボトルキャップ回収量	年度計 1,900千個	10,200千個	14,200千個	16,300千個	15,770千個
ポリオワクチン換算量	年度計 3,500	19,600	26,700	31,200	30,100

※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 (単位:千円)

支援先	支援内容	2011年度	2012年度	2013年度
日本赤十字社	東日本大震災支援・フィリピン台風支援	75,127	118	435
世界の子どもにワクチンを 日本委員会(JCV)	ワクチン支援 ^(注1)	1,380	172	100
	子どもの笑顔プロジェクト(Kids Smile Project)	1,874	3,620	4,955
日本ユニセフ協会	東日本大震災支援	664	-	-
各地区ピンクリボン啓発団体	ピンクリボン運動	650	683	1,848
東日本の未来・子供達を応援するための基金 ^(注2)	日本百貨店協会共同販促「デパート・キティ」携帯ストラップのチャリティ販売	2,428	2,110	3,118
TABLE FOR TWO International ^(注3)	開発途上国の子どもたちへの給食支援活動	-	-	643

※注1:JCVへのワクチン支援(寄付)には、ペットボトルキャップ回収キャンペーン分を含まない。
 ※注2:日本百貨店協会を通じて「東日本大震災ふくしま子ども基金」など福島、岩手、宮城3県の子どもを支援する基金に寄付。
 ※注3:大丸松坂屋百貨店の寄付金額