

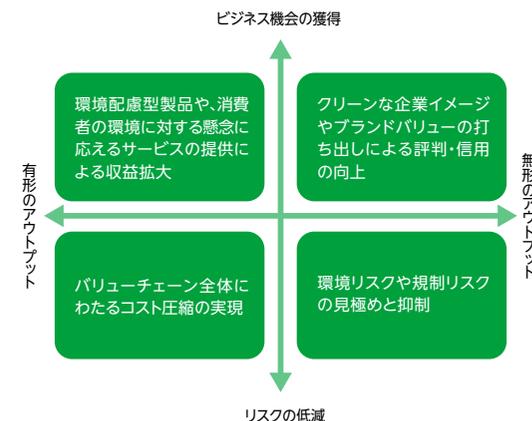
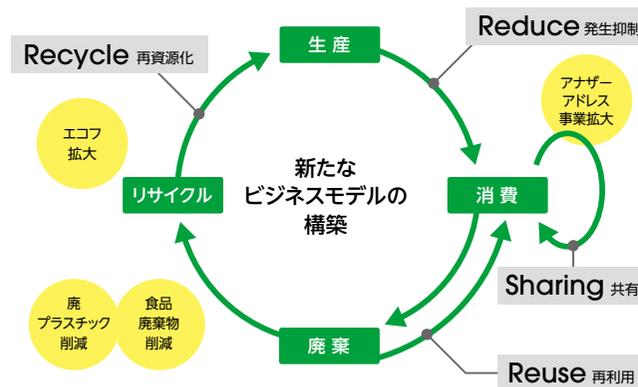
JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

大量生産・大量消費・廃棄が前提となる直線型のリニア・エコノミーにより、資源不足、地球温暖化、廃棄物処理の問題など様々な地球環境問題が深刻化する中、サーキュラー・エコノミーの重要性が高まっています。当社グループは、2021年度からマテリアリティに「サーキュラー・エコノミーの推進」を掲げ、環境課題に係るリスク低減と、新たなビジネス機会獲得の両立を目指しています。

JFRグループが強みとする領域でのサーキュラー・エコノミーの推進

当社グループは、従来から、廃棄物のリサイクルなど環境課題に係るリスク低減につながる3Rを実践し、ステークホルダーの皆様からの支持を獲得してきました。今後は、従来の3Rを基に、自社が強みとする領域(店舗運営、衣料品・化粧品・食品の取り扱い等)での取り組みを強化し、環境課題に係るリスク低減だけでなく、ビジネス機会獲得につながる新たな3Rへ進化・拡大していきます。

JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー



Topics

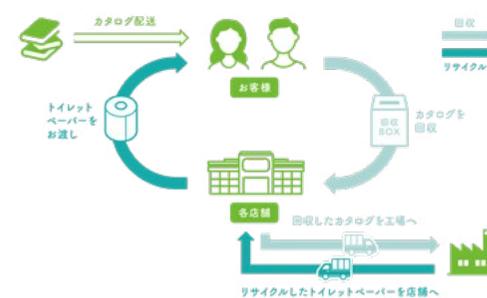
ギフトカタログのリサイクル

大丸松坂屋百貨店では、お中元やお歳暮時期にギフトカタログをお客様に発送していますが、不要になったカタログを環境保全のためにリサイクルし、お客様のくらしに還元できないか検討を進めてきました。

そこで、大丸東京店、松坂屋上野店では、2021年のお歳暮時期に配布したカタログを約2,400冊回収し、約8,000個の「大丸松坂屋オリジナルトイレットペーパー」

にリサイクルしました。

リサイクルされたトイレットペーパーは、2022年のお中元時期に店頭でお客様に配布し、多くの共感を得ることができました。2021年は、トライアル実施でしたが、今後、回収実施店舗を増やしていく予定です。



2050年度ネットゼロを目指して

エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減

お取引先様との協働によるScope3排出量削減

→ JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

TCFD提言に沿った情報開示

資源循環による環境負荷低減

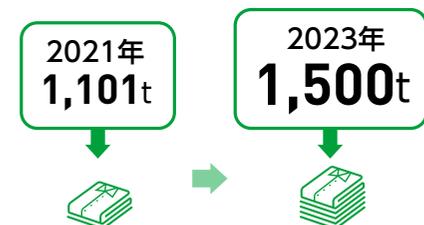
回収量・参加者ともに拡大する「エコフ」

大丸松坂屋百貨店では、サステナブルな商品やライフスタイルを提案する「Think GREEN」活動に取り組んでいます。

その取り組みのひとつである「エコフ」は、大丸松坂屋百貨店の店頭において、お客様から不要な衣料品や靴、バッグなどを回収し、新たな素材や製品に再資源化・再利用化する持続可能な取り組みです。

2021年度の回収量は264.6t(2016年度からの累計回収量は1,101t)となり、参加者も過去最高を記録しました。また、エコフと連動して、環境配慮型商品に特化したイベント等も実施しています。エコフの活動を通じて、多くのお客様から当社の環境への取り組みに対する支持を得ており、環境負荷低減につながる取り組みとなっています。

「エコフ」による不要品の累計回収量



JFRグループは、サーキュラー・エコノミーの実現に向けた環境負荷低減のため、①廃棄物の発生抑制、②廃棄物の資源活用、③廃棄物の適正処分の3つの観点で、当社グループの強みをいかした資源循環の取り組みを進めていきます。

廃プラスチック削減に向けて

大丸松坂屋百貨店は、プラスチックの使用量を抑制し、ライフサイクル全体での環境負荷低減につながる循環活用に取り組んでいます。

2021年は、化粧品プラスチック容器を回収・リサイクルするキャンペーン「コスメdeエコフ」を初開催し、回収量は1.6tとなりました。

また、大丸東京店、松坂屋上野店は、2021年12月から、衣料品の納品時に付帯するプラスチック製カバーの回収・リサイクルを行う「POOL PROJECT TOKYO*」に参画しています。

これは、東京都内の参画商業施設から発生したプラスチック製カバーを回収し、高度マテリアルリサイクルを行う取り組みです。再生されたプラスチックは、発生元から輸送・減容・加工などの全ての過程でトレーサビリティがとれたPCR材「POOL樹脂」として製造業者へ販売されます。

今後、新たな製品化や事業化が検討されており、当社

食品廃棄物削減に向けて

日本国内のフードロス量は年間500万tを超えるといわれており、その約半分は、規格外品や売れ残りなど流通のなかで生まれる事業系フードロスです。

大丸松坂屋百貨店やパルコでは、食品廃棄物削減の取り組みとして、賞味期限の近い商品のWEB販売や、規格

グループも、このような取り組みに参画することで積極的に資源循環を推進していきます。

*レコテック株式会社が、東京都全域の商業施設から発生するプラスチックの回収・リサイクルを行うプロジェクト



2022年4月に施行された「プラスチック資源循環促進法」への対応として、使い捨てプラスチックの排出抑制に向け、特定プラスチック使用製品については、お取引先様との協働により、お客様のご理解を得ながら推進していきます。



使い捨てプラスチック製品 使用量削減目標(大丸松坂屋百貨店)

2021年度使用実績(原単位*)	2022年度削減目標(2021年度比)
0.0936	▲20%

*単位設定：協働するお取引先様の店舗における使い捨てプラスチック製品使用量合計(kg)/協働するお取引先様の店舗における売上高(百万円)

外商品の期間限定販売、食品ロス削減に向けたフードシェアリングイベントをお取引先様と協働して実施しています。また、最終的に食品廃棄物として排出された場合でも、外部の処理業者への委託による食品廃棄物の堆肥化・飼料化等、食品リサイクル率の向上に取り組んでいます。

2050年度ネットゼロを目指して

エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減

お取引先様との協働によるScope3排出量削減

→ JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

TCFD提言に沿った情報開示

サーキュラー・エコノミーの 推進による競争優位性の獲得

JFRグループは、サーキュラー・エコノミーの実現に向け、お取引先様やお客様と協働し「シェアリング」や「アップサイクル」を切り口とした新たなサーキュラー型ビジネスモデルに挑戦します。それにより、新たな環境価値を生み出し、サーキュラー・エコノミーにおける競争優位性を獲得します。

ファッションサブスクリプション事業 AnotherADdress

当社は、小売業を含めたファッション業界における衣類等の大量消費や廃棄といった環境問題に対して、環境負荷を少しでも低減させるための取り組みが必要であると認識しています。

大丸松坂屋百貨店は、2021年3月、ファッションサブスクリプション事業「AnotherADdress(アナザーアドレス)」を開始しました。国内外の人気ブランドのアイテムを月額11,880円(税込)で毎月3着借りることができる百貨店初のサブスクリプション型のファッションレンタルサービスです。2022年10月からは月1着5,500円(税込)のライトプラン



もスタートし、サービスを拡大します。大丸松坂屋百貨店が事業主体となり、物流、配送、クリーニング、リサイクルなど各事業者とのパートナーシップにより、お客様に洋服をお届けしています。

サステナブルな取り組みの強化

2022年2月末時点で、当初想定した会員数1,000名に対して、事業計画を大きく上回る6,700名超のお客様にご登録いただき、累計レンタル数は20,000着となる等、非常に多くのご支持をいただいています。さらに、オープン1周年を機に、取り扱いブランド数を2倍以上に拡大し、「安心保証サービス」「サイズ比較ツールの導入」「返品システムの変更」など、お客様からご要望のあった新たな

サービスの導入・改善を行っています。

また、事業コンセプト“FASHION NEW LIFE”の実現を目指して、東京藝術大学や、三菱ケミカル社と連携しています。“森を纏い、森を育む”をテーマに、アナザーアドレスでファッションを楽しみながら、東京藝術大学が進める環境改善プロジェクト“藝大Hedge”の植樹活動を支援できるプログラムの実施や、ワコールとの“服の寿命を伸ばす取り組み”など、新たなサステナブルな試みに挑戦しています。

今後も、ファッションは使い捨てではないという強い想いのもと、「あらゆるものを循環させる」をコンセプトに、持続可能な社会の実現を目指すお取引先様と提携し、循環型社会の形成に向けた活動を推進していきます。

Voice

大丸松坂屋百貨店 経営戦略本部 DX推進部 アナザーアドレス 田端 竜也さん

この事業を開始して、お客様からは「アナザーアドレスで借りた洋服を友人に褒められました。」「おしゃれが好きになりました」といったお声をいただいています。私たちがお客様にお伝えしたいのは“FASHION NEW LIFE”。おしゃれをすることの楽しさです。

アナザーアドレスでは、お洋服の洗濯・取り扱い方法もお伝えしています。レンタルしたものだけでなく、お手

持ちのお洋服をより長く着用いただくためにどうしたら良いか、お客様が自然にサステナブルな生活を楽しんでいただくように努めています。

事業開始当初は、ブランド様にご理解いただくのが大変な時期もありましたが、当社が流通プロセスを変革して循環型モデルに取り組むということをお伝えしています。お取り扱いを始めたお洋服をより長く楽しんでいただ

くために、当社が責任をもって取り組んでいることに共感・ご理解いただくことが増えました。

アナザーアドレスは、まだ始まったばかりです。一人でも多くの方に、まずは体験していただき、いままで袖を通したことのないお洋服との出会い、ファッションの楽しさを知ってもらいたいです。

