

株式会社セブン&アイ・ホールディングス

〈グループ会社〉

(株)そごう・西武、(株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)イトーヨーカ堂、(株)ヨークベニマル、(株)ヨーク、
(株)赤ちゃん本舗、(株)ロフト、(株)セブン&アイ・フードシステムズ、(株)ニッセンホールディングス、
(株)セブン銀行、(株)セブン・カードサービス、(株)セブン&アイ・ネットメディア、ほか

株式会社 そごう・西武 会社概要

代表取締役社長 林 拓二

従業員数 5,371人(2021年2月末)

営業収益 4,405億円(2021年2月末)

店舗数 10店舗(2021年10月末)

西武店舗

池袋本店 渋谷店 所沢S.C.

東戸塚S.C. 福井店 秋田店

そごう店舗

横浜店 千葉店 広島店 大宮店

株式会社 そごう・西武

〈お問い合わせ先〉

コーポレートコミュニケーション室 CSV推進担当

郵便番号 102-0084 東京都千代田区二番町5番地25

二番町センタービル

電話番号 03-6272-7409 FAX 03-6272-7129



(株)そごう・西武のサステナビリティ

<https://www.sogo-seibu.co.jp/sustainability/index.html>



表紙／西武池袋本店「食と緑の空中庭園」



印象派を代表する画家クロード・モネの作品からインスピレーションを得て造園された「睡蓮の庭」や、全長約165mの壁面緑化「グリーンウォール」、芝生の広場「グラスフィールド」など、多様な自然が憩いを提供するとともに、昆虫や鳥たちの移動に必要な休息の場となっています。

※「食と緑の空中庭園」は、社会・環境貢献緑地として「都市のオアシス」に認定されています。

本冊子は、印刷工程で有害廃液を出さない水なし印刷、VOC(揮発性有機化合物)ゼロの植物油インキ、見やすく間違えにくいユニバーサルデザインフォント、FSC®森林認証紙を採用しています。制作時に排出したCO₂ 4,549kgは、カーボンフリーコンサルティングを通じてオフセット(相殺)されます。

お願い 本冊子をご不要になった際は、再資源化のため、お住まいの地域のルールでリサイクルくださいますようお願いいたします。

2021年11月発行

SEIBU
SOGO

SOGO & SEIBU
サステナビリティアクション
2021-2022

CHOICE FOR THE FUTURE



価値をつくる百貨店

2030年までに誰ひとり取り残さない社会をつくろう。
全世界の共通意思で決められたこの約束は、
とても大きくて、はるか遠くにも感じるけれど、
私たちの暮らしに近いところで、実に多くを気づかされる。

大雨によってくりかえされる洪水や土砂災害。
魚のおなかのなかから出てくるプラスチック。
人ごみの駅のホームで白い杖をついて歩く人。
おじいさんの車いすを懸命に押すおばあさん。
コロナ禍によって失われた子どもたちの学び。

そごう・西武では、社会が抱えるこれらの課題に対して、
10年以上前から続けてきたことがあります。
そして、これからの変わりゆく社会に対して、
やらなければならないことがあります。
やりたいこともたくさんあります。
それは必ずしも大きなことではないかもしれないけれど、
私たちは、そごう・西武らしいやり方で、
未来につながる価値をつくり続けていきたいと思えます。



そごう・西武が つくる価値

そごう・西武の価値創造の原動力は、新しい切り口と新鮮な提案です。
私たちは、脈々と受け継がれるその精神を大切に、みんなの願いに寄り添うことで
社会課題解決のヒントを見つけ、お客さまに訴えかける提案を続けています。

企業理念

想像以上の提案で、
お客さまに発見を。

想

▶ p.05

毎日多くのお客さまと接している
私たちだからこそできるのは、
お客さまとともに行う
環境・社会貢献活動。
この活動が私たちのDNAとなり、
新たな価値を生み出す
礎になっています。

そごう・西武とSDGs

そごう・西武では、お客さまやお取引先、
地域の皆さま、行政、学校、NPOなどがつ
ながる仕組みや場所を提供し、また、従業員一人ひとりが高い意識を持った活動を
積み重ねることで、SDGsの目標達成に向け、さらに取り組みを強化していきます。

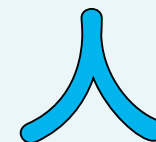


SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



めざす姿

お客さまに
未来を提供
できる集団



▶ p.09

お客さまとマーケットの
変化をしっかりと見据え、
お客さまの日々の暮らしに
新しさを提供できる集団として、
つねに未来へ向けた
挑戦を続けています。

場

▶ p.07

百貨店という場を通じて、
ステークホルダーの皆さまと、
さまざまな社会課題を解決し、
またお客さまにとって、
新鮮な気づきの場で
あり続けることを目指しています。

価値をつくる { 想い }

2003-
盲導犬育成支援

“みんなが住みやすい
環境づくりに関わりたい”

視覚に障がいのある方と盲導犬へのご理解を深めていただくために、盲導犬をかたどった大型募金箱をそごう・西武全店に常設し、定期的に「盲導犬キャンペーン」を開催しています。また、従業員が毎月の給与から自動引落で積み立てる「ワン!コイン倶楽部」の募金を任意で実施し、全国の盲導犬育成団体に寄付しています。



“思い出のこども靴が
誰かの役に立たないか”

2009-
途上国支援



©国際協力NGOジョイセフ

お客様の声に応え、 笑顔をつくり続ける百貨店として

私たちは、お客様一人ひとりのやさしいお気持ちと、「盲導犬育成支援」「植樹・育樹」「途上国支援」を行う社会貢献団体をつなぐ活動を10年以上継続し、国内外に笑顔の輪を広げ続けています。

“いつものお買い物で、
環境にやさしいことをしたい”

2009-
植樹・育樹



プレゼントギフトをご注文の際に、税込100円の「グリーンラッピング」をお選びいただくと、その内の50円が認定NPO法人環境リレーションズ研究所への寄付となり、植樹・育樹につながります。グリーンラッピングは80件で、お中元やお歳暮ギフトの簡易包装は4,000件、お買い物袋のご辞退などによる1万枚の削減で、それぞれ1本分の植樹につながります。



各店に「こども靴下取りコーナー」を常設し、お客様から使わなくなったこども靴をお預かりしています。お預かりしたこども靴は、国際協力NGOジョイセフを通じてザンビア共和国に届けられ、こどもたちの足を寄生虫病や破傷風から守っています。また、お預りしたこども靴1点につき、こども服売場でのお買い上げ税込5,000円ごとに1枚ご使用いただける「500円割引券」とお引き換えしています。



価値をつくる { 場所 }



15 屋上緑化による 憩いの場の提供

四季を通じて楽しめる多様な自然は、人だけではなく、都会で暮らす昆虫や鳥たちの休息の場にもなっています。



地域・ 産官学との 取り組み

西武鉄道と連携した貨客混載で、秩父の農家が栽培した新鮮な朝採れの果物を定期的に販売しています。



17 サステナブルな 商品提案

携帯できる折りたたみマイカップなど、各売場では商品を通じてサステナブルな暮らしのご提案をしています。



障がい者・ 高齢者への対応

お身体の不自由なお客さまにはコンシェルジュがアテンド。従業員の認知症サポーター取得も推進しています。



地域をつなぐ、創造と発見の発信地として

街の中心にあり、毎日多くのお客さまが来店する西武池袋本店は、地域と人をつなぐターミナル。私たちはその立地を活かし、お客さまにご提案する商品だけではなく、さまざまなサービスなどを通じて社会課題の解決に努めています。

文化の発信や 教育の場の提供

豊島区と連携し、子育て家族や子どもたちが楽しんで学べるイベントを定期的に開催しています。



廃棄物削減・ 食品ロス削減

店舗内で出るごみは10年間続けて100%リサイクルを実現。また、豊島区と連携し、「フードドライブ」を開催しています。



CO₂排出量 削減

照明のLED化をはじめ、お客さま駐車場には電気自動車対応充電器を設置しています。



価値をつくる {人材}



未来百貨店@ユニオンプロジェクト

働く人に寄り添って
未来の百貨店づくりをサポートする

宮川 拓也 Takuya Miyakawa

そごう・西武労働組合
中央書記長

Q.現在の仕事内容・役割を教えてください。

A.労働組合に所属し、働く人のサポートや環境整備をしています。従業員がサステナブルに働くためには、会社の理念に納得・共感することと仕事に対する主体的な意思が大切です。それらを引き出すために、私自身も一人ひとりの従業員を理解するように努めています。

Q.従業員がサステナブルに働くためにどんな取り組みをしていますか？

A.現在、「未来百貨店@ユニオンプロジェクト」という取り組みを進めています。もともと私たちには「従業員が考えていることを経営陣に直接提案できる機会をつくりたい」という想いがありました。また、そごう・西武がサステナブルな百貨店であるために、未来について考えるメンバーを増やすことも必要と考え、このプロジェクトを企画しました。プロジェクトでは、多様な従業員が「10年後のそごう・西武」をテーマに施策を立案し、経営陣にプレゼンします。メンバーは部署や役職を問いま

せん。みんなに平等にチャンス을設けるところが、そごう・西武らしさでもあります。

Q.プロジェクトに対する感想を聞かせてください。

A.大胆なアイデアがたくさん出て、参加メンバーからも「貴重な経験になった」と好評でした。そごう・西武には、良い商品やサービスに敏感で、それらをお客さまに提案したいという従業員が大勢います。そういう人たちだから、新しい発見や提案を生み出すという意欲と活気にあふれているのだと感じます。

Q.今後の夢や目標を教えてください。

A.今後も、みんなが納得・共感しながら仕事ができるようサポートしていきます。

また、いずれは再び新しい店舗の立ち上げに関わることが私の夢です。

みんなで協力しながらわくわくできることを生み出したいと思っています。



店舗、年齢、性別を超えた多様な意見を出し合い10年後のそごう・西武について討議

時代の変化をとらえ、 未来を提供できる集団として

そごう・西武では、1999年に環境に関する国際規格ISO14001を取得して以来、従業員はもとより、取引先の皆さまにもさまざまな環境教育を実施。働くメンバー一人ひとりが、自分ごととして、社会課題について考える組織風土を醸成しています。



「世界を変えていく、私のチョイス」
プロモーション

アートな発信を通じて、
喜びのキッカケをつくりたい

後 貴芳美 Kihomi Ushiro

そごう・西武本部
営業企画部 広告・宣伝担当

Q.現在の仕事内容・役割を教えてください。

A.そごう・西武の広告・宣伝担当として、正月広告などの媒体やプロモーション、イベントの企画をしています。

Q.サステナブルな社会づくりに向けてどんな取り組みをしていますか？

A.私が関わっている「世界を変えていく、私のチョイス」プロモーションは、サステナブルな商品やアクションを提案するというものです。

百貨店はたくさんの商品を扱っていますが、それらの商品は「誰がつくり、どんな想いが込められているか」ということを知ることが、サステナブルな暮らしの提案につながると考えています。このような提案を通して、お客さまの気づきのキッカケをつくるのが、広告・宣伝担当である私の役割です。

Q.そごう・西武らしさを出すために仕事のなかで工夫していることは何ですか。

A.企画を表現するときは、必ずアートな視点を取り入れるようにしています。世代や性別を問わず、

多様な方に関心を持って楽しんでいただけるよう、売りたいモノやコトのみを打ち出すのではなく、クリエイティビティでも人の心を惹きつけられるように心がけています。

Q.今後の夢や目標を教えてください。

A.人を介したサービスを通じて、お客さまの生活に潤いと発見を与える販促を目指したいです。コロナ禍もあり、ネット通販など便利なサービスが拡大する一方、人と人とのつながりやリアルなお店があるという安心感も求められていると思います。そういったあたたかさを届けていきたいですね。



2021年秋のプロモーションでは、独特の世界観で幅広く人々のmasami yanagidaを起用

さらなる 価値創造への挑戦

つねにお客さまとマーケットの変化をしっかりと見据えて、
そごう・西武ならではの新しい価値をつくり続けています。

CHOOSEBASE SHIBUYA

2021年9月、西武渋谷店に百貨店業態初のメディア型OMOストア※「CHOOSE BASE SHIBUYA」がオープンしました。ここでは半年ごとにテーマを設け、初回は「サステナビリティ」をテーマに約50のD2Cブランドを集積。テーマに共感するブランドとともに、新しい出会いと学びのある購買体験を提供し、“意味に出会い、意志を買う”をコンセプトに、次世代の店舗のあり方を提案しています。

※店頭とECで顧客・商品・在庫情報が統一されたストア形態



スマホを使った新しい 購買体験

展示商品の二次元バーコードを読み込み、スマートフォンで商品説明をチェック。購入したい場合はそのまま専用サイトのショッピングカートに登録すれば、手ぶらでお会計に進めます。一般的なショールーミングとは異なり、全商品がお持ち帰りに対応。また、公式オンラインストアとも連動しているため、店頭で購入を迷った場合でも、ご自宅でゆっくりと検討し、ご購入いただけます。

地球にちょっといいこと プロジェクト

「一般的に広く販売している商品に付加価値をつけて社会課題の解決につなげたい。」

そごう・西武の想いにご賛同いただいたお取引先やクリエイターとともに、オリジナルアイテムを商品化し、期間・数量限定で販売しています。

第1弾

オーガニックコットンの Tシャツ

オーガニックコットンの普及により、有機農地を広げることで環境汚染の改善を目指すオーガビッツ®の活動に賛同し、8名のクリエイターとのコラボレーションでつくられました。



第4弾

クリエイターズ エコバッグ

小さくためて手軽に持ち歩けるだけでなく、環境にも配慮したリサイクル素材「RENU®」を使用。総勢52名の多彩なクリエイターによる、オリジナリティあふれるプリントをラインアップしました。

第2弾

再生ポリエステル のエコバッグ

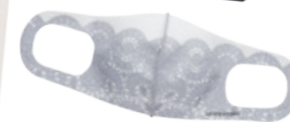
不要になった衣類や繊維製品を新たな素材に蘇らせる、BRING™の再生ポリエステルを使用。想いを込めたイラストを制作した3名のアーティストにご参加いただきました。



第3弾

マスク オブ クリエイターズ

国内外で活躍するクリエイターたちのオリジナルデザインをプリント。売上の一部は公益財団法人日本財団を通じ、医療関係などの支援に役立てられました。



さらなる
価値創造への挑戦

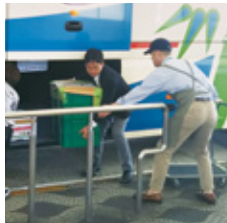


2017年
Shibuya Remake Bag Project

屋外広告としての役目を終えて廃棄される西武渋谷店の懸垂幕を再利用し、渋谷区内の企業・学校との連携でリメイクバッグを製作・販売。売上の一部を渋谷区に寄付しました。

2018年 高速バスを活用した
地域産品のデリバリー

店舗から50km以上離れた地元の産品を紹介する催事で、一部の産品を地元バス会社と連携し高速バスで輸送。地方生産者の支援とともに貨客混載によるCO₂排出量の削減につながりました。



2020年 視覚障がい者に楽しいお買い物体験を！

視覚に障がいのあるお客さまをアテンドする際に、商品の色や形をご自身で確認できる新技術※を活用。百貨店でのお買い物をお楽しみいただけるサービスの提供を試験的にはじめています。



※(株)QDレーザ「RETISSA Display2」を活用(医療機器ではありません。)

3 CSVアイデアコンペ

そごう・西武では、2017年から全従業員を対象とする「CSVアイデアコンペ」を開催しています。テーマを毎年変えて、各々が日々感じている社会課題を解決すると同時に、百貨店の価値を高めることができるアイデアを募集。そのなかで実現したアイデアは新しい百貨店づくりのヒントになっています。

2019年
選べるメールギフト

冊子のカタログギフトの派生版としてSNS等を利用した贈り方をご提案。紙の使用量削減とあわせ、百貨店に馴染みの少なかった新しいお客さまづくりにつながりました。



4 商事事業部

企業や団体のニーズにお応えするセールスプロモーション、ユニフォーム、記念品などに加え、健康経営®※の支援、教育事業の強化など、SDGsの目標達成に貢献する新たな取り組みをはじめています。



お客様の状況を踏まえた
防災用品をご提案

地震、浸水、風害など災害が多様化するなか、従業員数や拠点の地域特性などを踏まえた個別のご提案を心がけています。またコロナ禍のなか、感染症も含めた複合災害への対策もトータルでご提案しています。



※「健康経営®」は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。



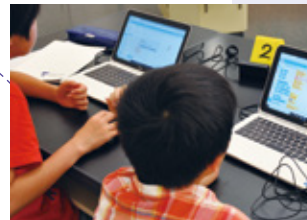
ウエルネスアプリ
「Cool & Beauty24」

企業に勤める従業員の皆さまが「すこやかな毎日」を送れるよう、食事登録や健康診断データを閲覧できるウエルネスアプリを開発。画像解析技術により、撮影した食事の写真から摂取した主栄養素の過不足を簡単に把握できます。順次機能の強化を続け、日々の暮らしを豊かにするお手伝いをしています。



教育事業として、科学・
ものづくり体験施設を運営

渋谷区から「こども科学センター・ハチラボ」の事業運営を受託。こどもたちの科学的思考やものづくりの意欲を育てるため、科学に関する展示物やさまざまな体験ができる各種ワークショップ、サービスを提供しています。



そごう・西武の環境方針

環境方針

基本理念

私たちは、企業市民として社会的責任を自覚し、環境・社会・経済が一体となった事業活動を通じ、お客さまやお取引先、地域とともに、「次世代に続く豊かなくらしづくり」に取り組みます。

行動指針

1. 私たち自身の環境保全活動に加え、当社の事業活動を通じて、お客さまやお取引先の活動にも良い環境影響を及ぼすように努めます。
2. ①環境に配慮した品ぞろえやイベント、セミナーなどを通じたお客さまとのコミュニケーション強化
②社会貢献活動などを通じた地域、社会とのコミュニケーション強化
③地球温暖化防止対策や廃棄物の削減、リサイクルの推進などによる環境負荷の低減と環境保全の推進
④環境教育の継続による法令順守とリスクマネジメントの徹底
以上の活動を重点に、仕組みや手法の継続的な改善に取り組みます。
3. 従業員に対する継続的な教育と啓発活動を行い、一人ひとりが環境や社会問題に自発的に取り組むことにより、お客さまや地域社会に役立ち、信頼される企業を目指します。
4. 挑戦的な目標を設定し、一人ひとりが達成に向けた活動を実践しながら、結果の検証と改善を繰り返し、システムの向上を心がけます。

この環境方針は、従業員と当社のために働くすべての人に周知するとともに、一般の方々にも公開します。

2016年10月6日
株式会社そごう・西武
代表取締役社長 林 拓二

ISO 14001に基づき環境マネジメントを推進

そごう・西武は、1999年に西武全店で百貨店業として初めて環境に関する国際規格ISO 14001の認証を取得しました。その後、2011年にはそごう全店に拡大し、現在はそごう・西武全店および全事業所で認証を取得しています。各店・各事業所では環境・社会貢献委員会を組織。社長が宣言した環境方針の達成に向け「次世代に続く豊かなくらしづくり」に取り組んでいます。



セブン&アイグループの環境宣言

GREEN CHALLENGE 2050

セブン&アイグループは、全国の店舗ネットワークとサプライチェーン全体で、さらなる環境負荷低減を推進し、豊かな地球環境を未来世代につないでいくため、2019年5月、環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』を定めました。

4つの 取り組みテーマ	2030年の目標	2050年の目指す姿
CO ₂ 排出量削減	グループの店舗運営に伴う排出量 50%削減(2013年度比)	グループの店舗運営に伴う排出量 実質ゼロ
	自社の排出量(スコープ1+2)のみならず、スコープ3を含めたサプライチェーン全体で削減を目指す	
プラスチック対策	オリジナル商品(セブンプレミアムを含む)で使用する容器は、環境配慮型素材(バイオマス・生分解性・リサイクル素材・紙、等)50%使用	オリジナル商品(セブンプレミアムを含む)で使用する容器は、環境配慮型素材(バイオマス・生分解性・リサイクル素材・紙、等)100%使用
	プラスチック製レジ袋の使用量ゼロ。使用するレジ袋の素材は、紙等の持続可能な天然素材にすることを旨とする	-
食品ロス・食品リサイクル対策	食品廃棄物を発生原単位(売上百万円あたりの発生量)50%削減(2013年度比)	食品廃棄物を発生原単位(売上百万円あたりの発生量)75%削減(2013年度比)
	食品廃棄物のリサイクル率70%	食品廃棄物のリサイクル率100%
持続可能な調達	オリジナル商品(セブンプレミアムを含む)で使用する食品原材料は、持続可能性が担保された材料50%使用	オリジナル商品(セブンプレミアムを含む)で使用する食品原材料は、持続可能性が担保された材料100%使用

※目標は、社会環境変化に応じて見直してまいります。


数字で見る 環境と社会への取り組み

環境活動実績 (2020年度)

CO₂排出量 

9.7万t
(2013年度比：51.0%削減)


店内照明のLED化推進等により、前年差1.9万tのCO₂排出量を削減。そごう横浜店では温暖化への取り組みに対し、横浜市長より「令和2年度ヨコハマ温暖化対策賞」を受賞しました。

食品廃棄物量発生原単位※ 

32.67kg
(2013年度比：33.1%削減)


食品売場での発注精度向上に加え、レストランでは少量サイズメニューのご提案などを推進しています。

※食品関連売上100万円あたりの食品廃棄物発生量

プラスチック製
お買い物袋使用量 

100t
(2013年度比：78.3%削減)

2020年7月からのレジ袋有料化義務化以降のお客さまのご理解とご協力により、プラスチック製お買い物袋の使用量は前年から約65% (186t)もの大幅な削減につながりました。

食品リサイクル率 

77.8%
(2013年度比：24.2%向上)

食品廃棄物の堆肥化やバイオエネルギーへの転換、サーマルリサイクルなど、各店で食品リサイクルへの取り組みを実施しています。



環境・社会貢献への取り組み

 植樹・育樹

全国9か所の地域に植樹した本数
2009年9月～2021年8月累計

17,545 本

詳細はp.06へ

ザンビアへの子ども靴寄贈 

お客さまからお預かりした子ども靴
2009年9月～2021年8月累計

104万1,430 足

詳細はp.05へ

盲導犬育成支援

お客さまからお預かりした募金と従業員からの募金

詳細はp.05へ

2003年3月～2021年8月累計

6億8,247 万円

地球環境基金 

オリジナルエコバッグの販売収益の一部を、独立行政法人環境再生保全機構（地球環境基金）に寄付

2001年～
2021年累計 **737** 万円


災害支援 

令和2年新型コロナウイルスに対する支援募金

48万8,444 円

『令和2年7月豪雨』災害に対する支援募金

72万3,480 円

ホワイトリボン運動 

栄養不足や不十分な保険医療サービスなどで、命を落とす途上国の母子を救う活動に賛同

ホワイトリボンピンバッジ販売の
収益を寄付 2013年～
2020年累計 **294万6,900** 円

各店設置の飲料自動販売機売上
の一部を寄付 2013年～
2021年8月累計 **103万1,566** 円