# ミレニアムリテイリングの概要

54 株式会社セブン&アイ・ホールディングス

# 信頼に応える質の高い商品、豊富な品揃えでお客様のニーズにきめ細かく対応しています。

ミレニアムリテイリンググループは、2003年6月に(株) 十合(現:株式会社ミレニアムリテイリング)、(株)そごう、 (株)西武百貨店を統合した新たな百貨店グループと して発足。現在は、(株)ミレニアムリテイリングがグルー プ全体の本部機能を担い、(株)そごう、(株)西武百 貨店が事業会社として百貨店事業の運営機能を担っ ています。

「お客様へ『満足』と『喜び』を提供しつづける総合 生活産業」であるために、ミレニアムリテイリングは、「そ ごう」「西武」両ブランドへの信頼に応える質の高い商 品提供と、地域や店舗の特性に応じた豊富な品揃えに よって、お客様のニーズにきめ細かく対応しています。



### 重視しているCSR

### ■百貨店にふさわしい商品価値を追求しています

そごう、西武百貨店は、衣料品からインテリア、食品までの 幅広い商品一つひとつについて、お客様が求める価値を満 たしているか否かをさまざまな方法で確認しています。なかで も関心が高まっている食品の安全については、法令よりも厳 しい独自の衛生管理基準を定めて自主点検を行っているほ か、全店舗が社外の専門検査機関による食品衛生点検を 受けています。さらに、お取引先を対象とした説明会を開催し て店舗での衛生管理方法などを確認しています。

●安全で快適な施設・設備づくり 接客サービスの充実に取り組んでいます

そごう、西武百貨店は、駅に隣接している店舗が多く、さま ざまなお客様が来店されます。そこでミレニアムリテイリング は、来店されるお客様一人ひとりにとって、安全で快適な施 設となるよう、設備のバリアフリー化や「AED(自動体外式除 細動器)」の設置などを推進しています。また、お客様のお買 い物をサポートする「ハートフルアドバイザー」の資格取得を 促進するなど、ユニバーサルデザインの考え方を接客の中に も取り入れています。

### ●個人情報の適正な管理に努めています

そごう、西武百貨店では、多くのお客様にクレジットカード やメンバーズカードをご利用いただいていることから、個人情 報を適正に管理し、情報の流出や漏洩がないよう努めてい ます。その一環として、個人情報の取り扱いに関する「7つの 禁則事項」を定めて社員に徹底しているほか、お取引先の 従業員の方にも研修や誓約書を通じて適正な管理をお願い しています。

#### 会社概要(2008年2月末現在)

設立:1952(昭和27)年7月((株)十合の前身の 会社。現在のグループ発足は2003年6月より)

#### 所在地:

T102-0074

東京都千代田区九段南二丁目1番30号

#### 事業内容:

百貨店をはじめとした 事業会社に対する経営指導 およびそれに付帯する業務

資本金:377億円

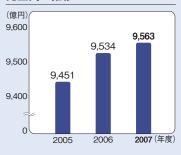
売上高:そごう4,953億円、

西武百貨店4.610億円 従業員数:そごう5,417人、

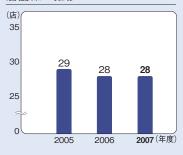
西武百貨店4,940人

店舗数:そごう12店、西武百貨店16店

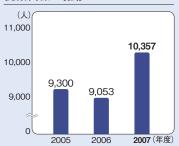
### 売上高の推移



### 店舗数の推移



### 従業員数の推移



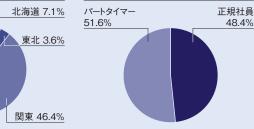
雇用形態別の従業員比率

### 商品ジャンル別の売上高比率



### 地域別店舗数の比率





※ 上記グラフの数値はそごう・西武百貨店の合計。

### ミレニアムリテイリングのCSR

# 安全・安心な商品の提供



### 取扱商品が多い百貨店。品質管理は行き届いていますか?

管理体制を強化して、お取引先とともに安全な商品の 提供に努めています。

### 表示・衛生・品質の管理徹底に向けて 品質管理委員会を設置

ミレニアムリテイリングでは、2007年度のお歳暮カタロ グにおいて商品記載の誤表示※がありました。この件 をふまえて、改めて品質管理体制を強化していくため に、2008年3月に「本部品質管理委員会」「店舗品質 管理委員会 |を設置しました。これら委員会は、お客様 の視点に立った「適正表示」「食品衛生」「品質管理」 の実行と定着を目標として設定。主に、①全社および 店舗内への適正表示・衛生管理の諸施策の定着、② お取引先管理・媒体表現・商品選定の再点検と是正、 ③法令遵守を営業活動の場で実践する仕組みづくり、 という3つをテーマに活動しています。

本部品質管理委員会は四半期に1回、店舗品質管 理委員会は月1回開催し、それぞれ活動状況の報告と 課題の認識、対応策の検討を進めています。

また、こうした体制に基づく品質管理の徹底を図るた めに、2008年度から各店舗での「食品衛生管理研修」 や、お取引先を対象とした説明会を実施しています。

※「中国産パスチャライズ(低温殺菌処理)キャビア」を「ロシア産フレッシュキャ ビア」と誤表示。

### 品質管理体制

### 本部品質管理委員会

委員長: 営業本部長

:MD統括部長·店舗運営部長·販促企画部長· 法人外商部長·総務部長·関連事業部長

事務局:MD統括部商品業務担当·MD統括部食品部長· 総務部商品·品質管理担当

> 品質管理体制定着のための 課題・情報の共有

#### 店舗品質管理委員会

委員長:店長

:販売部長・販売促進部長(担当)・テナント部課長・

顧客サービス担当

事務局:総務部長・総務担当・食品部課長

研修実施 (食品衛生管理研修、お取引先コンベンション)

マネジメント層社員・食品売場全従業員

お取引先

### 適正な表示を徹底していくために 社員の知識向上と点検強化を推進

誤表示の再発防止に向けて、ミレニアムリテイリング では自社における適正表示や媒体表示・表現に関す る知識の向上と、カタログ・商品などの現物を確実に点 検・確認する仕組みの定着に取り組んでいます。

社員の知識向上に向けて、2008年4月から5月にか けて開催した「食品衛生管理研修」(→P57)では、景 品表示法に関して不当表示の例などを盛り込んだカリ キュラムを整備。店舗品質管理委員、食品部門・テナ ントレストラン部門のマネジメント層519人が受講しまし た。今後は、さらに専門性の高い研修を実施していく 計画です。

また、表示点検の仕組みとして、新たに以下の3つの 取り組みを開始しました。

- ①カタログなどの校正のさいに、従来の販売企画部宣 伝企画担当、MD統括部に加えて、総務部商品・品 質管理担当が点検するよう体制を強化しました。
- ②ギフト商品の現物を確認する「商品見分け会」を実 施。産直商品の産地証明書の確認やラベル表示、 商品の形状・容積率などを点検しています。
- ③お客様からのお問い合わせに迅速に回答できるよ う、全ギフトセンターに、商品の産地について参照で きるデータを常備しました。

こうした取り組みを継続していくことで、お客様に安 心していただける適正な表示に努めていきます。



ギフト商品の「商品見分け会」

### 店舗での自主点検や外部機関の検査を通じて 食品衛生管理を徹底

産地の偽装表示など、食品に関する問題が頻発す る中で、ミレニアムリテイリングでは、食品衛生管理体制 の整備に取り組んでいます。独自の管理基準を定めて 各店舗で自主点検を実施するほか、外部機関による 定期的な売場検査や、従業員教育にも注力。2008年 3月の「品質管理委員会 | 発足を契機に、2008年度は 衛生管理体制のさらなる強化を図っています。

### ● 独自の「衛生管理基準」 に基づく自主点検・管理

各店舗の食品売場では、法令よりも厳しい独自の 「衛生管理基準」(2003年6月制定)に基づいて、厨 房や食品売場の冷蔵庫・商品ケースなどの温度管理、 商品表示の点検などを実施しています。

### ● 外部機関による衛生点検指導

各店舗での自主管理・点検が適正になされている かを検証するために、全店舗を対象に年4回、外部機 関(株)BMLフード・サイエンス(BFS)による食品衛生 点検を実施。不適事項があった場合には、従業員へ の改善指導や衛生教育のほか、お取引先や製造元に 対する点検・指導を行っています。また、食品催事にさ いしては、会期初日に衛生管理状況の点検を受けて 必要な改善指導を行うようにしています。

### ● 食品衛生特別点検

2008年7月23日から8月6日にかけて、そごう・西武百 貨店の各6店舗を対象に、厨房および厨房勤務者の 衛生管理の抜き打ち点検を実施しました。

この点検は、商品・品質管理担当と食品部バイ ヤー、BFSが共同で、各店舗とも開店前に実施。点検

結果をお取引先に報告し て現場への改善指導を お願いし、改善報告書を 提出していただきました。



特別点棒

### ● 食品衛生に関わる研修・お取引先向け説明会

食品衛生に対する意識啓発を目的に、「食品衛生 管理研修会 |を開催しています。2008年度は、4月から 5月にかけて、そごう12店舗・西武百貨店15店舗で開催 し、店舗品質管理委員、関連部門のマネジメント層、食 品売場社員など2.877名が参加。ミレニアムリテイリング 総務部商品・品質管理担当者が講師役を務め、実際 に起こった食品関連の事件・事故とその原因を例示し ながら、日常業務の中で注意すべき点を説明しました。

また、2008年7月には、ミレニアムリテイリングで「食品 品質管理お取引先様コンベンション |を2回にわたって 開催。ご参加いただいた197社(237名)の方に対して、

食品売場で遵守すべき 関連法令などについて説 明し、衛生管理に関する 意思統一を図りました。



食品衛生管理研修

### 商品特性に応じた基準を設けて、 ▲衣料品・住居関連商品の品質を管理

ミレニアムリテイリングでは、衣料品・住居関連商品な どについても品質管理の徹底を図っています。総務部 商品・品質管理担当が主管部門となり、MD統括部と 協力して商品の品質点検・検査を実施。不備があった 場合はお取引先に対して改善を指導しています。

衣料品については、色落ち・強度・耐洗濯性などに 問題がないかを確認するほか、スーツやワイシャツ、 セーターなどの商品別に独自の縫製基準を制定。BFS による売場での商品点検も受けています。また、住居 関連商品についても、ホルムアルデヒド規制対象商品 やPL法対象商品などを対象として、BFSによるサンプリ ング試験・品質確認を毎月1回実施しています。

これらのほか、お客様からクレームのあった商品につ

いては随時検査して、そ の結果や問題点について MD統括部から各店舗・ お取引先へ報告し、改善 するようにしています。



衣料品についても品質管理を徹底

# 地球温暖化への対策

### CO2削減のために、百貨店ではどんな対策をとっていますか?



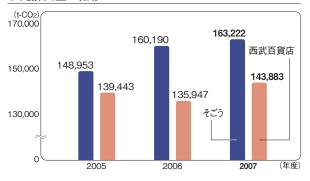
照明や空調の効率化のほか、広い敷地面積を生かした 屋上緑化も進めています。

### 省エネ設備の導入や空調・照明の抑制を通じて エネルギー消費量の削減に注力

ミレニアムリテイリングは「チーム・マイナス6% |の一員 として、また自主行動計画の達成をめざす日本百貨店 協会のメンバーとして、省エネ設備の導入などを通じた CO2排出抑制に取り組んでいます。

なかでも、全消費エネルギーの約9割を電力が占め ていることから、その使用量削減に向けて、電力使用 に関する運用管理基準や全店舗での日割使用量目標 を定め、きめ細かな管理を実施しています。また、一部 テナントについては、使用量目標を設定し、ご協力いた だいています。

### CO2排出量の推移



2007年度は、猛暑の影響や夜間の大型改装工事 にともなう照明などが増大したことから、電力使用量 は、そごうで268.0GWh(2006年度比99.0%)、西武百 貨店で267.7GWh(2006年度比102.0%)となり、CO2排 出量は、そごうで163,222トン(2006年度比101.9%)、西 武百貨店で143.883トン(2006年度比105.8%)となりま した。

### 西武百貨店池袋本店の設備改修計画

西武百貨店池袋本店では、改装に合わせて、発電 機などの電力関連設備、冷凍機やボイラーなどの熱 源関連設備の大規模な改修を計画しています。2010 年に完成を予定しているこの改修によって、現行の設

備と比較してエネルギー 使用量を27.4%に相当す る年間48,695GJ、CO2排 出量を年間2.881トン削減 する計画です。



発電設備の更新

### そごうの環境マネジメント体制を強化

西武百貨店では、百貨店業界ではいち早く1999年4月にISO14001認 証を取得し、同規格に基づく環境マネジメント体制を構築しています。これを 参考にして、そごうも2008年6月に環境管理委員会を設置し、環境マネジメン ト体制の構築を開始しました。

2008年下期からは、西武百貨店が掲げる環境保全活動の重点項目 「4つの柱と9つの取り組み」をそごうも共有して、数値目標を定めて着実に 実行していきます。また、店舗で働く一人ひとりの社員に環境意識を浸透、 定着させていくために、西武百貨店で継続的に実施している全社員を対象 とした環境教育を、2008年9月からそごうでも実施する計画です。

### 4つの柱と9つの取り組み

重点取り組み項目	
4つの柱	9つの取り組み
お客様とのコミュニケーションの強化	環境商品の選定と提案
	スマートラッピングの推進
	環境イベントの展開・強化
社会・地域との コミュニケーションの強化	地域との共生
	社会との共生 (盲導犬育成支援活動)
環境負荷の低減と 環境保全活動の推進	「地球温暖化」対策
	「循環型社会」の推進
	「省資源」の推進
コンプライアンスとリスクマネジメント	順法とリスクマネジメントの強化

### ● 空調設備の改善

西武百貨店池袋本店では、空調用の電力消費を抑 制していくために、空調機の更新時に高効率の機器を 導入しているほか、消費電力を大幅に削減できるイン バータを採用しています。また、春・秋といった中間期に 低温の外気を冷房に利用する外気冷房システムを導 入しました。今後も、同様のシステムを順次増設してい く予定です。2007年度は、空調機4台を更新しました。

### ●店内の空調緩和

ミレニアムリテイリングでは、環境省の推奨する「クー ルビズ | の考え方を店舗にも適用し、2007年夏に店内 の空調設定を「弱冷房」に緩和しました。さらに2008年 は、日本百貨店協会の加盟店共通の取り組みとして、7 月7日から8月6日の1カ月間、全店舗で店内温度を26度、 バックルームなどを28度に設定しました。こうした取り組 みにあたっては、お客様にご理解いただけるよう、店内 放送やポスター掲示などを通じて周知を図りました。

### ■ブラックイルミネーションの実施

ミレニアムリテイリングでは、地球温暖化問題への認 識を広めるという観点から、環境省が提唱するライトダ ウンキャンペーン「ブラックイルミネーション」に2004年 6月の第1回から毎年、参加しています。2008年度は、 4月9日、6月22日、7月7日に実施して、1回2時間の消灯 で、そごうで1,210kwh、西武百貨店で792kwhの電力 削減効果がありました。

さらに2008年9月からは、毎日2時間程度、ネオンサイ ンや壁面の照明の点灯時間を遅らせる、または消灯 時間を早める「ブラックイルミネーション」をそごう、西武 百貨店の店舗(一部を除く)で実施しています。



ライトダウン前



ライトダウン後

### ● 高効率の照明器具への切り替え

ミレニアムリテイリングでは、店内の改装時や照明ラ ンプの交換時に、蛍光灯タイプなど省エネ効果の高い 照明器具への切り替えを進めています。2007年度は、 西武百貨店所沢店、そごう八王子店で蛍光灯タイプ の照明を導入。また、西武百貨店筑波店のエスカレー ター天井、東戸塚店のエレベーターホールで照明器具 を更新しました。

さらに今後は、店舗改装を機に、低消費電力で長寿 命のLED照明の導入も実施していきます。まずは西武百 貨店池袋本店の改装に合わせ、3階の自主編集売場70 坪の照明をLED照明に切り替えました。





西武百貨店池袋本店のLED照明

### 地域の自治体とも連携を図りながら 店舗の屋上・壁面の緑化を推進

店舗の緑化は、都市部でのヒートアイランド現象の 緩和や、建物の断熱性・保温性の向上による空調抑制 につながるほか、お客様に憩いの場を提供する上でも 有効です。

こうした考えのもと、ミレニアムリテイリングでは店舗の 壁面・屋上の緑化を推進。これまでに西武百貨店の池 袋本店と船橋店で実施しています。2008年10月には、 そごう川口店で、埼玉県の助成事業として埼玉県で開 発された植栽技術を利用した屋上約589m2の緑化を 行いました。今後は、地域の皆様に「憩いの場」を提供

することをめざして、園芸 ボランティア団体と連携し た定期的な園芸教室や、 文化・環境イベントなどを 実施していく予定です。



そごう川口店の屋上庭園

### 廃棄物の削減

## 百貨店での容器包装の削減策を教えてください。

お客様のご用途に応じた スマートラッピング(適正包装)を推進しています。

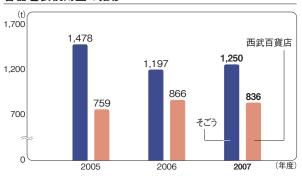
### お客様にご協力を呼びかけながら 包装紙・手提袋の使用を抑制

日本百貨店協会では「紙袋・手提袋などの紙製容 器の使用量を2010年までに、原単位(売上高当たり の使用量)で2000年比25%削減 |という目標を掲げて おり、ミレニアムリテイリングでは過剰包装の抑制を図る 「スマートラッピング」を推進しています。

西武百貨店では、2007年度の社員教育で「スマー トラッピング |を重点テーマに掲げて、社員一人ひとり が各売場に合ったスマートラッピングを考え、実践しまし た。また、お客様のご理解・ご協力を得られるよう、店内 放送やポスター・POPを通じた呼びかけに加えて、商品 販売時のお客様への声かけに努めています。「スマー トラッピング」をスムーズにご案内できるよう、「販売基本 ルール | に織り込んで研修などで学ぶほか、レジカウン ターに「エコ包装お勧めトークシート」を置いて社員が いつでも確認できるようにしています。

こうした取り組みの結果、2007年度の容器包装使 用量は、西武百貨店では836トン(2006年度比96.5%) となりました。しかし、そごうでは食品の売上高増加に ともなって包装材の使用量が増加した影響で1,250トン (2006年度比104.5%)となりました。なお、容器包装の うち包装紙・手提袋の使用量は、そごうで458トン、西武 百貨店で250トンとなりました。2008年度も包装紙・手提 袋の使用量削減に引き続き取り組んでいきます。

### 容器包装使用量の推移



### そごうにおけるレジ袋の使用削減の取り組み

2008年7月から、そごう12店舗の食品レジで、お客様にレジ袋 の配布量削減へのご協力を求める活動を開始しました。

店内では、ポスターやPOP、レジ担当者の胸ワッペンでご協力 を呼びかけるほか、「レジ袋辞退カード」を設置。レジ担当者は、一

人ひとりのお客様にレジ袋の要 否などをお声がけするようにして います。今後は、この取り組み で削減できた経費の中から、環 境団体へ寄付することも計画し ています。



吊りPOP、胸ワッペンでの 呼びかけ

### 「発生抑制」と「再生利用」の2つの側面から 食品廃棄物の削減を推進

食品廃棄物の削減に向けて、ミレニアムリテイリング では「発生抑制」と「再生利用」に取り組んでいます。

発生抑制のために、生ごみの水切りなどを徹底して います。また、食品業者・レストランなどのお取引先に対 して、課金による意識啓発などを通じて食品残さの排 出抑制を促しています。

一方、再生利用促進のために、例えば西武百貨 店では、池袋本店・岡崎店・東戸塚店・秋田店の4店舗 (2008年7月末)で生ごみ処理機を導入し、発生した 食品廃棄物を肥料にリサイクルしています。池袋本店 と秋田店では、この肥料を契約農家に提供し、そこで

生産された農産物を販売 する資源循環システムの 構築にも注力しています。

こうした取り組みの結 果、2007年度の食品廃棄 物のリサイクル率は、そご うで36.6%、西武百貨店 で38.3%となり、それぞれ 2006年度比で6.3ポイント、 5.7ポイント上昇しました。



生ごみ処理機



コンポスト肥料で栽培した農産物

### 商品の提案を通じた環境配慮

### 「エコ」は大切。けれどデザインにもこだわりたいのですが・・・。

楽しめて環境にもやさしい 多彩な「エコスタイル |を提案しています。

### 百貨店ならではのファッショナブルな エコスタイルを提案

ミレニアムリテイリングでは、百貨店のトレンド情報発 信力を生かして、環境負荷が低く、かつ快適でファッ ショナブルなエコスタイルをお客様に提案しています。

### ■「環境商品」の販売

ミレニアムリテイリングでは、独自の 「環境商品選定 基準」に基づいて「環境商品」を認定し、表示していま す。2007年度は新たに14アイテムを認定し、認定商品 は2008年5月末で全96アイテムとなりました。商品区分と しては有機野菜や味噌・醤油などの食材が中心です が、食品以外のオーガニック商品も増加しています。今 後は、衣料品を中心としたよりデザイン性の高い商品の 認定を増やしていく考えです。

### ●オリジナルエコバッグの開発・販売

西武百貨店では、2000年度から「SEIBUオリジナル エコバッグ」の販売を開始し、現在は、そごうでも販売し ています。バッグはペットボトルをリサイクルした再生ポリ エステル製で、保冷タイプやショッピングカートタイプなど 多彩な品揃え。2007年度は、10月発売の「おかいもの クマエコバッグ」がご好評を得て、エコバッグの売上が 2006年度比130%となりました。また、2008年5月には、 2007年10月に実施したスマートラッピングアイデアの社 内公募で最優秀賞に選ばれた作品を「ラッピングエコ バッグ として発売。これは、エコバッグに商品を入れて リボンで口を結ぶというもので、包装紙が不要な上、開 封後はエコバッグとしてご利用いただけます。



おかいものクマエコバッグ ラッピングエコバッグ

### Love Planet 2008 スタイリッシュエコフェア」の開催

百貨店ならではの上質でファッショナブルなエコラ イフを提案する目的で、2008年5月から6月にかけて 「Love Planet 2008 スタイリッシュエコフェア」を開催 しました。

期間中は、西武池袋本店・そごう横浜店などで、世 界中からエココスメを取り揃えた「エコビューティー・ス タイル展」や、モード雑誌とタイアップしたオーガニック ファッション中心の限定ショップ、各界の著名人11人が エコをテーマに作成したオリジナル風呂敷のオークショ ンなどを実施。「エコビューティー・スタイル展」の収益の 2%とオークションの売上金、総額720.595円を環境団体

「自然·文化創造会議/ 工場※」に寄付しました。

ミレニアムリテイリングで は今後も、ファッショナブル で「エコ」な取り組みを続 けていきます。



エコビューティー・スタイル展

※ 自然・文化創造会議/工場: 作家たちによって設立された、自然保護と回 復のために活動する団体。

### ● クールビズファッションショーへの参加

2008年6月に開催された「チーム・マイナス6%」 のイベント「『COOL BIZ +(クールビズ プラス)』 Presentation in Tokyo」に参加しました。「クールビ

ズ」ファッションに地球温 暖化防止へのアクションを 「プラス」するという同イ ベントのテーマに沿って、 ミレニアムリテイリングで は自社推薦のクールビズ ファッションと折りたたみエ コバッグを提案しました。



COOL BIZ + ファッションショー

## 安全・安心な店舗づくり

### 人の多い大規模施設では、事故や災害がちょっと心配です。

バリアフリー化や緊急時対策を進め 安全で快適な店舗づくりに努めています。

### 設備・接客の両面で、ユニバーサルデザインに 配慮したハートフルな店舗づくりを追求

衣料品から食品まで幅広い商品を扱う百貨店に は、毎日さまざまなお客様が来店されます。ミレニアムリ テイリングでは、そうしたお客様一人ひとりが安全かつ 快適にお買い物できる店舗づくりに取り組んでいます。

ミレニアムリテイリングでは「ハートビル法(高齢者、身 体障害者などが円滑に利用できる特定建築物の建築 の促進に関する法律) が施行された1994年以降に オープンした全店舗で、高齢の方や障がいのある方に 配慮した設備・施設を導入し、同法の認定を受けていま す(2008年7月末現在3店舗)。既存の店舗についても、 改装時に順次、設備のバリアフリー化を進めています。

また、お客様のお買い物をサポートするための社員 教育にも力を入れています。西武百貨店では2001年 度から、そごうでは2003年度から、(財)総合健康推進 財団が認定する「ハートフルアドバイザー | 資格の取得 を推進。2007年度はそごうで71名、西武百貨店で82

名がこの資格を取得し、 有資格者は合わせて833 名になりました。2008年度 は計100名程度の取得を めざします。



トフルアドバイザーの研修風景

### 災害発生時にも適切な対応をとれるよう 設備の改善や消防訓練などを実施

ミレニアムリテイリングでは、地震・火災などの災害発 生時に備えて、建物の改修や消防訓練に注力。各店 舗で「防犯防災対策委員会」を開催し、防犯・防災計 画を策定しているほか、自衛消防隊を組織して定期的 な消防訓練を実施しています。また、避難動線の確保 や安全管理点検、繁忙期の防犯・防災点検の実施な ど、日常業務の中で守るべきルールを定めて確実に実 行しています。

地震対策については、1995年12月の「耐震改修促 進法」の施行に合わせて、各店舗の耐震診断、耐震 補強工事を進めています。これまでに、補強工事が必 要な店舗については順次工事を完了。西武百貨店池 袋本店については、改装と合わせて2010年度をめど に補強工事を終える予定です。またミレニアムリテイリ ングでは、2007年10月から気象庁が一斉配信している

「緊急地震速報」の運用 を2008年4月に開始。これ に先立って、2008年1月に は緊急地震速報対応訓 練を実施しました。



訓練の様子

### 緊急時の救命活動に備えて 全店舗にAED(自動体外式除細動器)を設置

心疾患、特に心臓が痙攣する心室細動で人が倒れ た場合、1分、1秒でも早くこの痙攣を止めること(除細 動)が重要です。

こうした緊急の救命活動に備えて、ミレニアムリテイ リングでは、2006年度に全店舗の防災センターや総合 案内所などに「AED(自動体外式除細動器)」を設置 しました。また、自治体の消防署が実施している「AED 普通救命講習」の受講を推進。緊急時対応を主に担 う安全管理担当者全員が2007年度までに受講し、そ ごうと西武百貨店を合わせた総受講者数は3.284人と なりました(2008年2月末)。

2008年3月には、西武百貨店岡崎店・八尾店で心

肺停止状態に陥ったお客様が、 AEDを用いての心肺蘇生によっ て一命を取り留められました。迅速 な救命活動の重要性を改めて認 識し、今後も社員の救命講習受講 を進めていきます。



店舗に設置しているAED

### 地域社会への貢献

## どのような社会貢献活動に取り組んでいますか?

地域の方々の声を聞きながら 事業特性を生かした地域貢献を続けています。

### ノーマライゼーションの浸透をめざして 盲導犬育成事業を継続的に支援

ミレニアムリテイリングでは、そごうが民事再生手続き を終結した2003年に「社会への感謝の気持ちを具体 的な行動で表そう」と、盲導犬育成団体への支援・盲 導犬に対する意識啓発活動を開始。そごうに続いて、 西武百貨店も2004年から同様に支援活動を開始しま した。以後、①全店舗の店頭での募金活動、②会社と 労働組合が設立した「ミレニアム基金」、③社内募金 活動「ワン! コイン倶楽部 」、④店頭で開催する「盲導 犬ふれあいキャンペーン」を柱に活動を続けています。

2007年度は、そごう・西武百貨店の店頭募金で集 まった2,417万円を、店舗近隣の盲導犬育成団体に送 金しました。また、ミレニアム基金から、全国の盲導犬育 成9団体へ2.000万円を寄付。日本盲導犬協会は、この 一部を利用して、2007年12月に盲導犬や職員の搬送 に使うラッピングカー2台を購入しました。

また、全店舗で春と秋の年2回、盲導犬に対する理 解浸透・啓発を目的とした「盲導犬ふれあいキャンペー ン」を開催。店舗近隣の盲導犬育成5団体の協力を得 て訓練士と盲導犬を派遣していただき、盲導犬のデモ ンストレーションや、盲導犬との体験歩行などを集まった お客様に体験していただきました。

今後もこうした活動を通じて、障がいのあるお客様 のアテンドなどのサービスの充実、ノーマライゼーション の浸透に努めていきます。



「盲導犬ふれあいキャンペ-での疑似体験コーナー



ラッピングカーを寄贈

### 地域特性や地域の方々の声に応える 社会貢献活動を各店舗で推進

ミレニアムリテイリングでは、それぞれの出店地域に 密着した社会貢献活動を行っています。①地域づくり、 ②地産地消などの地域商業者と連携した地域活性 化、③地産品の販売促進、④地域防災・防犯対策の 推進、⑤地域と連携した環境保全活動、環境美化の 推進、⑥地域雇用の確保を基本姿勢として、各店舗で さまざまな取り組みを続けています。

### そごう各店舗の主な社会貢献活動



「かながわ・よこはまこどもアート大賞」 を開催(横浜店)



地元の小学生が一日職場体験 (千葉店)



原爆ドーム周辺の清掃活動(広島店)



川口市が荒川で進める「盛人の森」 計画に協力(川口店)

#### 西武百貨店各店舗の主な社会貢献活動



打ち水大作戦(大津店)



ご案内係体験(船橋店)



「おかいものクマバッグ」収益金を 緑化事業に寄付(所沢店)



横浜開港150周年記念行事に協力 (東戸塚店)



# お客様からお預かりする大切な個人情報の 保護も、百貨店にとって重要な責務です。

### 「7つの禁則事項」を定めて 適切な情報管理に向けた教育・施策を実施

ミレニアムリテイリングでは、メンバーズカードやクレジッ トカードを通じてお客様からお預かりする個人情報は、 お客様の大切な資産であると認識し、適切な保護・取り 扱いに注力。「7つの禁則事項」を定めて、情報の「漏 洩や不正アクセスからの保護 | 「内容や取り扱いの正 確さ | 「必要時に速やかに利用できる環境の整備 |を 基本とした情報セキュリティ対策を進めています。

### 7つの禁則事項

- 1.パソコンからのお客様へのeメール禁止
- 2.パソコンへの個人情報の保存禁止
- 3.個人情報記載伝票の放置禁止
- 4.個人情報の店外持ち出しの禁止
- 5.店舗指定場所以外での個人情報保管の禁止
- 6.販売促進課長を経由しないDM投函の禁止
- 7.受渡台帳を使用しない個人情報授受の禁止

#### 情報セキュリティ委員会体制



### ● 情報セキュリティ体制

ミレニアムリテイリングでは、情報セキュリティに関す る取り組みを強化していくために、2005年4月、本部に 「ミレニアムリテイリング情報セキュリティ委員会 |を、各 店舗に「店舗情報セキュリティ委員会」を設置。各売 場には「顧客情報管理責任者 |を配置しました。この 体制のもと、個人情報が記載されている伝票やリストに 「マルP |マークを付けることで社員に取り扱い時の注 意を促し、適正に管理するよう努めています。

### ●店舗で働くお取引先従業員への指導

店舗では、多くのお取引先から従業員の方が派遣 され、仕事をしておられます。こうしたお取引先の従業 員の方にも、店舗で取り扱う個人情報の適正な管理を 徹底していただくことが重要です。ミレニアムリテイリン グでは、①お取引先と「顧客情報の取扱いに関する確 認書」を締結する、②顧客情報を取り扱う全社員から 「顧客情報取扱いに関する誓約書 |を提出していた だく、③入店時の研修カリキュラムに情報管理のルー ルの説明を組み込む、などの対策を講じています。

### ●リスク低減に向けた情報セキュリティ強化策

2007年度は、2007年2月に業務で使用するパソコン を新しいものと入れ替えました。この作業にあたって、 会社が指定しない大容量記憶媒体をパソコンに接続 できないように設定しました。また、お得意様部門で使 用していた、クレジット会社から紙の書類で提供されて いるクレジット口座番号記載リストを電子化し、持ち出し や紛失のリスクを低減しました。

今後も、情報セキュリティに対する社員の意識向上 を図るとともに、パソコンやPOS(販売時点情報管理) への不正接続防止に向けたネットワーク対策にも取り 組んでいきます。



# 店舗の全ての従業員にとって 働きやすい職場づくりに努めています。

### 社員のモチベーション向上のために 成果を讃える認定制度を運用

社員をはじめ店舗で働く全ての人のモチベーション 向上を図るとともに、一人ひとりの成果をきちんと評価す る風土を確立していくことは、百貨店にとって重要な責 任の一つであり、お客様へのサービス向上にもつなが ります。こうした考えのもと、ミレニアムリテイリングでは、 パートタイマーやお取引先からの派遣社員を含む全従 業員を対象に「スタークラブ」メンバー認定制度を設け ています。西武百貨店では1997年度から、そごうでは 2002年度からスタートしました。

この制度は、主に接客・販売業務において優れた 成果をあげた社員を認定するものです。認定にあたっ ては、半期ごとの販売実績をもとに選抜。お客様から の信頼も厚く、ほかのメンバーの模範となる販売員のう ち、売場別全社販売員数の上位1%に該当した社員を 「全社スタークラブ」メンバーとし、店舗別総販売員数 の上位2%に該当した社員を「店舗スタークラブ」メン バーと認定しています。

2007年度は、そごうで1,029名が、西武百貨店で944 名が「スタークラブ」のメンバーとして認定されました。 認定者は「スタークラブ」の象徴である星のマークを ネームバッジに付けています。この認定バッジを付ける ことで、認定者に、自覚と責任感が醸成されています。





スタークラブメンバーの証であるネームバッジの"星"

また、毎期、認定祝賀会をお取引先の会社幹部も 交えて開催し、お取引先からも、社員のモチベーション アップにつながるという評価をいただいています。

今後も、社員のモチベーション向上や公正な評価に つながる仕組みの一つとして、また「販売」を大切にす る風土の醸成に向けて「スタークラブ |メンバー認定制 度を継続的に運用していきます。



認定式

### 子どもをもつ従業員が長く働けるよう ■育児支援制度の拡充と理解促進に注力

ミレニアムリテイリングでは、社員が生き生きと働き続け られるように、2007年度から順次、育児休職や育児勤 務など従来の育児支援制度の見直しを進めています。

2007年4月には育児休職期間について、従来の「子 が満1歳まで | から「子が2歳の3月31日まで | に延長す るとともに、期間を分割して子どもが小学校1年生のと きにも取得できる仕組みにしました。さらに、2008年4月 からは、育児勤務期間を「子が小学校就学まで」から 「子が小学校1年生の3月31日まで」に延長しました。

2008年3月末現在、43名(そごう31名・西武百貨店 12名)が育児休職制度を、84名(そごう54名・西武百

育児支援制度ガイドブック 

育児支援制度 ガイドブック

貨店30名)が育児勤務制度を利用 しています。

また、こうした育児支援制度の理 解促進に向けて、2008年9月に「育 児支援制度ガイドブック |を作成・配 布しました。