

百貨店のCSR方針

2017年1月17日
日本百貨店協会

日本百貨店協会では、『百貨店業の健全な発展を図り、もって国民生活の向上と国民経済の発展に寄与する』ことを活動目的の基本姿勢（定款第3条）とし、「企業の社会的責任」を取り巻く状況変化を踏まえ、業界内外の先進事例を参考に、これまで、各種の業界方針（『百貨店の環境保全に関する自主行動計画/1997年』、『百貨店の企業行動指針/1998年』、『百貨店のCSRレポート/2007年』など）を策定、会員百貨店の自主的取り組みを推進し、業界全体での社会的信頼性の担保に努めてまいりました。

近年、世界的な異常気象、資源の枯渇、人権や貧困問題など、様々な社会的問題が深刻化し、企業をとりまく社会の変化、求められるCSRへの適切な対応が変わりつつあります。2010年、ISO26000（社会的責任に関する国際規格）の発行によりCSRの定義が確立し、ESG（環境・社会・ガバナンス）投資への関心の高まりや、SDGs（持続可能な開発目標/国連持続可能な開発サミット）、パリ協定（気候変動枠組条約国際会議：COP21）の採択など、あらゆる組織が、自らの社会や環境に与える社会的責任を認識し、「持続可能な社会の発展」に向けて責任を果たす動きが国際的に広まっています。

このような状況を鑑み、まず、業界全体として「社会的責任」を取巻く新たな変化への対応を行うことにより、会員百貨店の自主的な取り組みをさらに推進するために、『百貨店の企業行動指針』等を改定するとともに、『百貨店の商品調達基本方針』、『百貨店の社会貢献活動基本方針』を新規に策定し、各種の業界方針を『百貨店のCSR方針』として取りまとめることといたしました。

具体的には、ISO26000等に代表される、持続可能な社会の発展に向け、ステークホルダー・エンゲージメント、サプライチェーン・マネジメント、人権問題を含む各種国際行動規範の尊重などの概念を盛り込み、全てのステークホルダーと社会の期待に応えられる指針としました。特に、お客様の「安全」「信頼」の重要性を強化し、サプライチェーン全体を通じ、これまで以上のグローバルな視野を持った課題の認識としています。

会員百貨店は、このCSR方針を尊重し、さらには、CSR対応の費用をコストとしてではなく、中長期的に利益をもたらすCSV（共通価値の創造）の考え方に切り替える転換期と認識し、本方針を実践することで、事業活動を通じ、全てのステークホルダーの皆さまにご信頼をいただき、社会に対する責任を果たすこととなります。

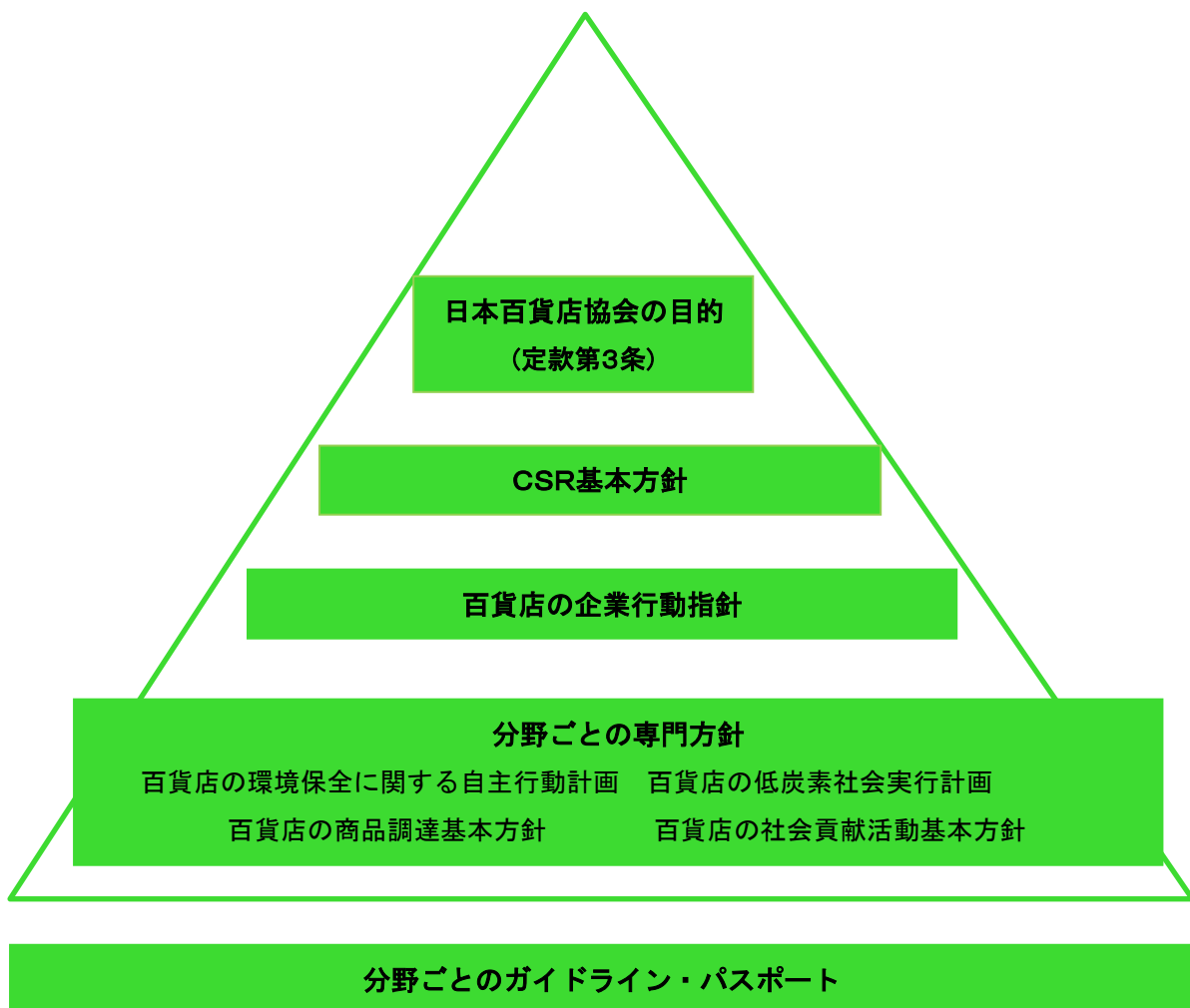
日本百貨店協会は、定款規程の『目的』に基づき、以下のとおり、『CSR基本方針』、『百貨店の企業行動指針』、『分野ごとの専門方針』、『分野ごとのガイドライン・パスポート』によって構成した、『百貨店のCSR方針』を定めています。

◆日本百貨店協会の目的（定款 第3条）

本会は、百貨店業の健全な発展を図り、もって国民生活の向上と国民経済の発展に寄与することを目的とする。

◆CSR基本方針

百貨店は、信用第一を旨とし、持続可能な経済・社会の実現に向け、公平、透明かつ適正な企業活動を行うことで、全てのステークホルダーの夢・感動、共有価値を創造して参ります。



◆百貨店の企業行動指針 (2017年1月改定)

◆分野ごとの専門方針

- ・百貨店の環境保全に関する自主行動計画 (2017年1月改定)
- ・百貨店の低炭素社会実行計画 (2017年1月改定)
- ・百貨店の商品調達基本方針 (2017年1月策定)
- ・百貨店の社会貢献活動基本方針 (2017年1月策定)

◆分野ごとのガイドライン・パスポート

- ・百貨店の地域貢献活動ガイドライン (2006年11月改定)
- ・百貨店の公正取引基本マニュアル (2011年第3版策定)
- ・百貨店の入札談合防止のための遵守基準 (1991年策定)
- ・百貨店の下請法マニュアル (2004年第3版策定)
- ・百貨店の景品表示法マニュアル (2014年第5版策定)
- ・百貨店のアレルギー表示ガイドライン (2016年2月策定)
- ・百貨店の個人情報保護ガイドライン (2015年11月第5版策定)
- ・百貨店の個人情報保護ガイドラインを正しく理解するケーススタディ
(2015年11月第5版策定)
- ・百貨店の食品安全衛生パスポート (2016年6月第8版策定)
- ・百貨店の繊維製品品質パスポート (2013年1月第2版策定)
- ・百貨店の玩具子供服安全パスポート (2015年3月第3版策定) 等

以 上