

Group Vision

くらしの 「あたらしい幸せ」を**発明**する。

くらしが、スピード感をもって移り変わっていく、いまという時代。その変化にいちやくこたえること、さらには新しいニーズの芽を見つけだしていくことこそ、J.フロント リテイリングの大切な使命です。

女性のさらなる社会進出。少子高齢化による生活スタイルの変容。

グローバル化・デジタル消費の拡大。様々なきっかけが、新しい人生の楽しみ方をひろげ、不安やストレスをうみだしていく。

その「プラスとマイナス」両方を見つめ、くらしのすべてでお客様のお役にたてるグループへと、私たちは進化していきます。

「楽しみ」においては、「モノを売る」にとどまらず、新しいできごと・体験を創造し、感動を与えていく。

「不安」においては、「忙しさ」「心細さ」「面倒」といった、「足りない部分」をカバーして、心のモヤを晴らせるサービスをうみだしていく。

「小売業」のワクにとらわれることなく、私たちの領域は拡大していきます。

そして、そこには独創的なアイデアが、「あたらしい幸せ」の発明が必ずなければならない。

いま、J.フロント リテイリングは、大いなる変革のとき。そして「変わりつつける」ことで、

10年後100年後の生活にも「現在進行形」でよりそっていくことを、お客様にお約束します。



J. フロント リテイリングが担う新しい大義

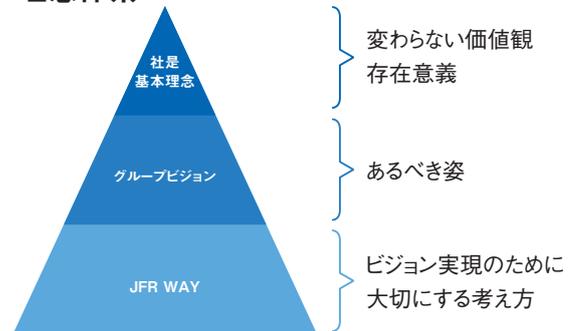
当社グループは、これまで百貨店の大丸、松坂屋やパルコなどの中核事業を中心に「ハレの日のモノ」を中心にお客様のニーズに応えるべく商品やサービスを提供してきました。しかしながら、暮らし方の多様化が進むなかで、お客様のニーズはハレの日だけではなく、幅広く日常生活のなかにも生まれてきています。もっと便利に、もっと快適に、という日常生活のなかにある「不安」「不満」を取り除くことにより、多くのお客様がよりハレの日の領域に時間と余裕をまわせるようにしたい—こうしたことこそが、我々がこれから果たしていくべき社会的役割、つまり大義であると考えています。

また、楽しみ方が多様化し、多くのお客様がこれまでのような画一的な消費の形では十分な満足感を得られなくなっているのも事実です。「今までにない体験をしたい」「気の合う仲間と楽しみたい」といったコト消費への変化に加え、「環境や倫理にも配慮したい」「社会への存在意義を感じたい」といっ

た社会貢献への意識が高まっているのも近年の大きな特徴です。こうした楽しみ方の多様化に対応し、もっと楽しく、もっとワクワクできることを、当社グループとして提案できなければなりません。

ビジョンとは、自分たち、自社がどうなりたいのかという将来の姿を表し、組織の戦略、方向性や意思決定プロセスの明確化に繋げるものです。それを具体的に実現していくのはまさに従業員一人ひとりであり、その成果の総体が企業価値となっていきます。

理念体系



JFR WAY

ビジョンを実現するため、私たちが大切にしている考え方

未来を創ろう!

社会や生活者がまだ気づいていない、驚き喜ばれる新しいことを発明しよう。

失敗を恐れず挑戦しよう!

結果を恐れずに行動してみよう。そして皆で挑戦したことから学ぼう。

自分で考えて行動しよう!

人に言われるのではなく、自分で考えて行動しよう。そして熱意をもってやりきろう。

新しい発想を取り入れよう!

内向きになるのではなく、外部のヒト、モノ、コトに触れて発想をひろげよう。

良識を持ち、誠実でいよう!

社会人として社会の良識に沿った行動をしよう。いつでも誠実で、正直でいよう。