

特別対談

トップメッセージ

環境

社会

ガバナンス

ステークホルダー
エンゲージメント

JFRのマテリアリティ

事業会社の取り組み

社外からの評価

サステナビリティボンド
レポートサステナビリティ
データ集

お客様のWell-Being Life実現に向けて

お取引先様とともにつくる強靱なサプライチェーン

多様な人財の活躍

社会

Society

お客様のWell-Being Life実現に向けて……………27

お取引先様とともにつくる強靱なサプライチェーン……34

多様な人財の活躍……………37



お客様のWell-Being Life実現に向けて

JFRグループが考えるWell-Being Lifeとは、モノや経済的な豊かさだけでなく、心も身体も、社会的・環境的にも豊かである「心身ともに豊かなくらし」です。当社グループは、お取引先様と協働しながら、当社がもつ商業プロデュース力や不動産資産を活用し、新たな顧客体験の創出、地域と共生する魅力ある店舗づくり・街づくりに取り組んでいます。

生活の彩りの提供と 新たな顧客体験の創出

当社グループは、JFRらしさ(美・健康・高質・カルチャー・信頼など)と当社の強み(つくる人とつかう人をつなぐ能力)を最大限に発揮して、お客様に生活の彩りと心躍る新たな顧客体験を提供していきたいと考えています。

出会いの循環を生み出す 明日見世

人と人との距離が求められ生活様式が変化している昨今の状況のなか、大丸松坂屋百貨店は、2021年10月、大丸東京店にリアル店舗を持つ百貨店の強みをいかしたD2Cブランド*のショールーミングスペース「明日見世」をオープンしました。ここで展開する商品は、店頭で商品を購入するのではなく、店舗に設置のQRコードを読み込むことにより、出品ブランドのECサイトから購入する仕組みとなっています。店舗設計は、これまでのように大規模に改装工事を行うのではなく、既存什器をいかながら、再利用できるコンテナ什器やリユース家具などを使用し、

環境に配慮した空間づくりを意識しています。また、百貨店で接客経験を積んだアンバサダーが作り手とお客様をつなぐ語り部として、作り手の想いとお客様の声を相互に伝えています。

『「出会いの循環」から新しい可能性を生み出す場』をコンセプトに、3か月ごとに展開ブランドを入れ替え、新たな出会いを提供しています。

※ブランド自社ECサイトを通じて商品を消費者に直接販売する形態のブランド

Voice

大丸東京店 明日見世 アンバサダー 池澤 寛樹さん

明日見世アンバサダーの役目は、百貨店のモノを売る接客ではなく、出店ブランドのウェブサイトには掲載されない社会課題をはじめとするブランド立ち上げの背景や価値観をお伝えすることです。その商品が、どのような社会課題を解決したいブランドなのかをお客様にお伝えすると、「サステナブルな商品を探していました」「社会課題解決につながる商品に興味があったんです」とのお声をいただきます。そのために私たちが力を入れているのは、ブランド創設者の話をうかがう勉強会の開催です。ブランドストーリーをしっかりと学び、

お客様にお伝えすることが、アンバサダーの使命だと感じています。

最近は、「インスタで見ました」と来店される若いお客様も増えました。社会課題の解決やサステナブルなライフスタイルに興味関心が高く、その視点で明日見世を見つけていただき、ご来店いただいています。これからも、私たちアンバサダーがブランドとお客様をつなぐ架け橋となり、お客様に新たな商品との出会いをお届けしていきたいです。



→ お客様のWell-Being Life実現に向けて

お取引先様とともに作る強靱なサプライチェーン

多様な人財の活躍

自分をケアするための場所 Welpa

パルコは、2021年11月、心斎橋PARCOに医療から物販・サービスを提供する新しいコンセプトの医療モール「Welpa(ウェルパ)」をオープンしました。毎日を今より少し快適に過ごすために「自分をケアするための場所」として、日常的なセルフケアに役立つ商品・サービスを医療から食品まで幅広く提案しています。

Welpaでは、クリニック受診前後にご利用いただけるラウンジをご用意しており、ドリンクを飲みながらソファでゆったりとお過ごしいただけます。ラウンジ内には、ウェルネスをテーマに、心と身体の健康に役立つ本を集めた本棚もご用意しています。

パルコの主要顧客である20～40代の女性は、日々の仕事や家族のために、つい自分のことを後回しにしてしまう状況や、検診やヘルスケアなど自分に必要な情報が浸透していないなど、健康面での課題を多く抱えています。商業施設というアクセスしやすい環境にWelpaがあるこ

とで、女性が楽しみながら自分をケアすることを習慣化できるようサポートしていきます。



Welpa 心斎橋

パルコ エンタテインメント事業部

パルコは、創業当時から新しいカルチャーを積極的に発信してきました。演劇、音楽、映画、出版、アートの切り口から、魅力あふれる様々なコンテンツをプロデュースしています。行動の自由が制限される世の中においても、文化的でこころ豊かなライフスタイルを提案するため、配信など新しい取り組みも始めています。また、ジャンルを超えたコラボレーション企画なども加え、感動・発見のあるエンタテインメントを提供しています。



PARCO劇場

百貨店初の常設水族館

松坂屋静岡店は、2022年4月のリニューアルオープンに伴い、全国初となる百貨店常設の都市型水族館「スマートアクアリウム静岡」をオープンしました。約100種の魚類を展示するとともに、ゆったりとした空間で癒しを提供しています。モノからコト消費に変わる中で、空間の価値を再定義し、お客様に新しい体験を創出しています。



Voice

パルコ コンテンツ開発部 江尻 裕子さん

開業以降、在阪メディアを中心にたくさんの媒体でWelpaを取り上げていただいております。ウェルネス分野での新しい取り組みへの注目度の高さ、期待を感じています。また、ご利用のお客様からは、「ラウンジでゆっくり過ごしてお気に入りの場所」「今後も機会があればこちらのクリニックや薬局を利用したい」というお声をいただき、Welpaがお届けしたい価値について、少しずつお客様にご評価いただけていることを嬉しく思います。

今後は、便利で快適な医療モールというだけでなく、お客様が当たり前のものであって見過ごしてきた不調やお困りごとを解消し、楽しみながら肉体的・精神的・社会的に満たされた状態(Well-Being)に近づいていけるよう、Welpaの様々なコンテンツを通して ご自身の心やカラダと向き合うきっかけをご提供していきたいです。



→ お客様のWell-Being Life実現に向けて

お取引先様とともに作る強靱なサプライチェーン

多様な人財の活躍

地域との連携と にぎわいのある街づくり

JFRグループは、地域コミュニティやパートナーのみなさまと協働した地域開発、地産地消の推進などを通じて、にぎわいのある街づくり、地域の魅力向上に取り組んでいます。

パルコ クラウドファンディング BOOSTER

パルコは、株式会社CAMPFIREと共同運営するクラウドファンディング「BOOSTER(ブースター)」を活用して、地域活性化への取り組みを進化させています。

BOOSTERは、大丸松坂屋百貨店とも連携し、クラウドファンディング型の企画を発足し、店舗のある地域の魅力向上に取り組んでいます。

しずおかMIRUIプロジェクト

本プロジェクトは、2020年1月、“静岡県内事業者の新たな挑戦・困りごと解決の応援”を目的とし、発足したクラウドファンディング企画です。

静岡の方言で「みるい(MIRUI)=若い・未熟」を「未来(MIRAI)」に繋ぐという想いを込めて、BOOSTER、静岡PARCO、松坂屋静岡店、静岡新聞・静岡放送が一体となって応援しています。



みっけ!kyoto

本企画は、2021年7月、“京都の魅力に気づいてほしい、見つけて欲しい!”との想いから、京都の魅力アップに貢献するクラウドファンディング企画として発足しました。

地域での絆づくりに日々取り組む京都信用金庫と、京都・伏見で約300年前に創業し、皆様に支えられながら活動を行っている大丸京都店が連携し京都の魅力を発信・応援しています。



産学連携による地域活性化

パルコの産学連携によるSDGs地域活性化事業「Tre-Share(トレシェア)」は、東京の大学生が主体となり「地方創生」と「SDGs」をテーマに、地元の高中生と一緒に地元の魅力的な商品やサービス(Treasure)を探し、学生目線で全国へ発信(Share)する活動です。

2022年4月には、新潟県立燕中等教育学校の生徒とともに、新製品との入れ替え等により販売機会を失った商品をどのように活用するかをテーマに、新潟県・燕三条地域の企業の倉庫に眠る商品をクラウドファンディングを通じて販売し、より多くの人に地域の魅力を知ってもらう機会を創出しました。



→ お客様のWell-Being Life実現に向けて

お取引先様とともに作る強靱なサプライチェーン

多様な人財の活躍

大丸松坂屋百貨店 地域共生プロジェクト Think LOCAL

Think LOCALは、地域の課題を考え応援するプロジェクトです。店舗のある地域を中心に、おいしい名産やおすすめの銘品などを紹介し、オンライン販売する「ニッポンをお取り寄せ地産市場」を運営しています。2022年8月、各地の人や活動の魅力を全国に発信していく「Think LOCAL WEBマガジン」をスタートしました。今後も、オンラインでの販売強化とともに、各店舗で地域の皆様とともに取り組みを進めていきます。



まちのためにひとのために 想いをつなぐ場所になる

北海道の魅力を伝える物産展

百貨店催事の中でも人気を集める「北海道物産展」。北海道物産展では、バイヤーや企画担当者が北海道各地を巡り、地域や人とのつながりから、その地域の魅力をお客様にお伝えできるよう奮闘しています。

Voice

大丸松坂屋百貨店 営業本部 MDコンテンツ開発第2部 フーズ担当 バイヤー 本田 大助さん(写真左)

大丸松坂屋百貨店 営業本部 店づくり推進部 催事企画開発担当 原 亜美多さん(写真右)



—— 気候危機などの環境変化を感じることはありますか？

本田 私が担当する19年間で、1次産業は劇的に変わりました。近海で獲れる魚の種類が変わるなど、気温・海水温の上昇も原因の一つではないかと言われています。

一方、これまで獲れなかったものが獲れるようになるなど新しい定番も生まれています。私たちは、環境の変化を感じ、新しい定番を見つけていく必要があります。

—— イベント企画で、地域・人とのつながりをどのように意識されていますか？

本田 その土地の食、食品加工、観光、すべて人があって成り立っています。地元の方も気づいていない地域の魅力を、どのように世に出すか、付加価値を付けていくかが自分の仕事です。そこから新たな価値が生まれるように取り組み、あらゆる人とつながりや縁をつくることで価値を上げるには、どうしたらよいかを考えています。

原 2019年秋に札幌に転勤後、北海道の魅力は食だけ

ではないということに気づきました。北海道には足を運ぶ暮らしや自由なスタイルのものづくりをしている人が、移住者中心に多いのです。そこで、そんな北海道のスローなライフスタイルを提案するイベント「北海道に魅せられた人たち」を企画するに至りました。

—— 本田さんが原さんに一番伝えたいことは何ですか？

本田 「諦めない心」と「ストーリーを持って取り組むこと」です。使命感を持ち、納得するまで取り組むことで、お客様に、今回はどのような想いの物産展なのかを、開催日前から各種メディアでストーリーテリングできるようにと伝えていきます。

原 本田さんから学び、情報発信や販促、店づくりに興味を持てるようになりました。会期前により多くのお客様の心を掴めるよう、また、コロナ禍で来店しづらいと思われる方にも楽しんでいただけるよう、ブログやSNSを通じて発信しています。

博多大丸 九州探検隊

「九州探検隊」は、百貨店の社員が九州・沖縄の各市を訪問し、行政と協力して、まだ広く知られていない魅力的なヒト・モノ・コト・文化などを情報収集・発掘し、紹介することで、九州全体の活性化を目指すプロジェクトです。2022年8月現在、119市すべて訪問し、91市の情報発信アンバサダーに認定されています。

九州探検隊は、当社グループが毎年開催している従業員発案の事業アイデアを競う「JFR発明アワード2021」において、グランプリに輝きました。



那覇市との認定式



⇒ JFR発明アワード

→ お客様のWell-Being Life実現に向けて

お取引先様とともにつくる強靱なサプライチェーン

多様な人財の活躍

新たな価値創造で、地域と共に成長する

JFRグループのデベロッパー事業は、物件開発による不動産賃貸業と商業施設やホテル等の内装工事を請け負う建築事業により構成しています。多様な都市生活提案と魅力的な街づくりを実現する「都市型ライフスタイルデベロッパー」を目指して、国内不動産開発における事業戦略を推進しています。

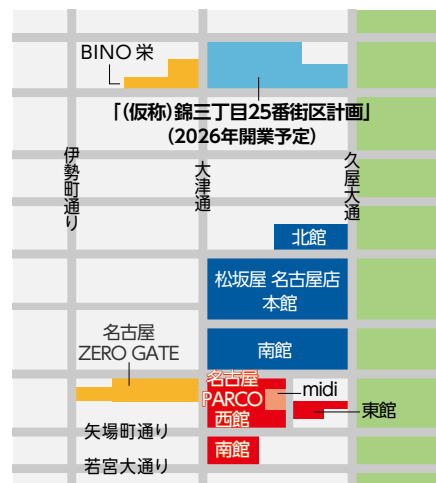
具体的には、当社グループの店舗が位置するプライムロケーションにおいて複合大型開発を推進するほか、新たなレジデンスやホテル、オフィスなど非商業も含めた多様な用途開発にも取り組むことで、今後のグループの成長につなげていきます。

2026年開業へ「(仮称)錦三丁目25番街区計画」着工

パルコは、共同開発事業者とともに、名古屋市において「(仮称)錦三丁目 25 番街区計画」を推進しています。「名古屋の新たなランドマークとなる国内外の文化・交流価値創造拠点」をコンセプトに、栄エリアの重層的な都市機能強化を目指します。また、当社グループの既存施設である松坂屋名古屋店、名古屋PARCO等との相乗効果を図りながら、栄地区の魅力向上を目指します。施設の開業は2026年夏頃を予定しています。

本計画では、自然エネルギー利用等の導入や省エネルギー化、計画敷地内での緑化面積20%以上確保など環境への配慮、また防災備蓄倉庫の整備や災害時における帰宅困難者の受け入れなど防災性の向上にも努めます。

名古屋・栄地区マップ



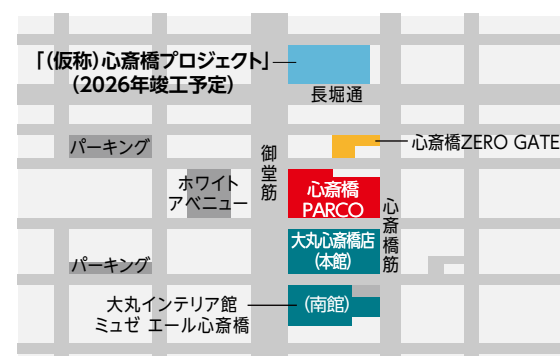
提供：三菱地所(株)

2026年竣工へ「(仮称)心斎橋プロジェクト」発表

パルコは、心斎橋エリアにおいて、共同開発事業者とともに「(仮称)心斎橋プロジェクト」を推進しています。本計画地は、大阪のメインストリートである御堂筋および長堀通に面した「心斎橋」の交差点に位置する視認性の高い立地となっています。

御堂筋・長堀通に面する低層階には、連続したメゾネット店舗(2~3層)を計画し、ラグジュアリーブランドを誘致。店舗・宿泊施設・事務所といった多様な用途の融合による周辺エリアのさらなる賑わい創出・活性化を目指しています。

大阪・心斎橋地区マップ



レジデンス事業への新規参入

パルコは、2022年4月に商業に限らない不動産用途開発であるレジデンス事業への新規参入を発表しました。名古屋や横浜、京都などでの賃貸・分譲マンションの開発計画を進めていく予定です。



→ お客様のWell-Being Life実現に向けて

お取引先様とともに作る強靱なサプライチェーン

多様な人材の活躍

お客様の健康・ 安全・安心の実現

お客様の健康・安全・安心に関する意識は、SDGsの浸透や、コロナ禍での生活の中でますます高まっています。そうしたお客様の価値観や消費の変化に対応し、大丸松坂屋百貨店では、エシカルな商品の取り扱いや、安心してご来店いただける店舗環境づくりに取り組んでいます。

認証商品の取り扱い

当社グループは、お客様の健康・安全・安心な暮らしを提供するため、環境・社会に配慮した第三者認証を取得した商品の取り扱いの強化を推進しています。

大丸松坂屋百貨店では、2022年6月、各店舗の食品売場のうち、グロサリー売場、鮮魚売場での「有機JAS」や「国際フェアトレード認証ラベル」等の認証商品の取り扱い状況について調査しました。

今後、お客様にご満足いただける商品の取り扱いをさらに拡充するとともに、当社での認証商品の取り扱い状況をお客様に認知していただけるよう取り組みを推進していきます。

大丸松坂屋百貨店 認証ラベル商品取り扱い調査結果（2022年6月実施）

取扱い店舗 認証ラベル名称	大丸											松坂屋			
	札幌	東京	京都	梅田	心斎橋	芦屋	神戸	須磨	高知	下関	博多	上野	静岡	名古屋	高槻
有機JAS	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
国際フェアトレード 認証ラベル	●	●	●	●	●			●	●			●	●	●	●
レインフォレスト アライアンス	●		●			●	●	●	●	●	●	●		●	
世界フェアトレード連盟 (WFTO) マーク			●		●			●							
GAP(農業生産工程 管理) 認証	●		●							●					
MEL(マリン・エコラ ベル・ジャパン) 認証															●
RSPO(持続可能な パーム油のための円 卓会議) 認証										●					

※今回の調査でMSC「海のエコラベル」認証、ASC(水産養殖管理協議会)認証の商品についても調査を行いました。取り扱いはありませんでした。

お客様に安心してご来店いただける防災・防疫に強い店舗環境づくり

当社グループでは、従来の感染防止対応策の検証を行い、将来の新たなパンデミックに備えるための「JFR新型コロナウイルス感染症対応マニュアル」を制定するなど、感染防止対策の徹底に組織的に対応しています。

また、大丸松坂屋百貨店やパルコの店舗では、防災訓

練やBCP訓練を定期的に実施するとともに、新型コロナウイルスをはじめとする感染症防止対策として、店舗の環境づくり等、お客様と従業員の安全・安心対策を実施しています。

→ お客様のWell-Being Life実現に向けて

お取引先様とともにつくる強靱なサプライチェーン

多様な人財の活躍

デジタルを活用した非接触コミュニケーション

バーチャルマーケット

大丸松坂屋百貨店は、株式会社HIKKYが主催する世界最大のVRイベント「バーチャルマーケット2021」に、次世代型店舗「バーチャル大丸・松坂屋」を出店しました。メタバース上にあるバーチャルマーケットでは、アバターなどの3Dアイテムやリアル商品（洋服、PC、飲食物など）を売り買いすることができます。

期間中には「メタバース宴会」を開催、大丸松坂屋百貨店のスタッフが、アバター姿でお客様を接客し、おすすめグルメ商品を紹介しました。お客様は食品3Dモデルを手にとって商品の形状を確認して商品を購入できるもので、100人以上のお客様が集いました。

リアル店舗では体験できないお客様との新しいコミュニケーション、買い物の体験、サービスの体験に取り組んでいます。



バーチャル大丸・松坂屋

アプリによるお客様とのタッチポイントのデジタル化

今般のコロナ禍で最も明らかになったのは、リアル店舗を中心としたビジネスがいかに「時間と場所」に制約されたものであるかということです。

大丸松坂屋百貨店とパルコでは、デジタルによるお客様とのタッチポイントとして「アプリ」を活用しています。アプリにより、お客様とは24時間つながることができるようになりました。来店前～来店中～来店後のそれぞれのシーンごとのサービスを提供し、これによりお客様とのコミュニケーションが進化しました。アプリを通じて、より良いサービスの提供、CRM*の高度化をはかっています。

*Customer Relationship Managementの略。顧客に適切な対応をすることで顧客との良好な関係を構築・維持していくこと

Voice

大丸松坂屋百貨店 営業本部 MDコンテンツ開発第2部
フーズ担当 ギフト企画運営担当 田中 直毅さん



バーチャルマーケットへの初出展は2020年の年末でした。当時、コロナ禍で店頭の売上は大幅に縮小しており、非接触での販売を模索していました。また、ギフト担当として、中元・歳暮の紙のギフトカタログを作り続けることは、サステナビリティの観点からも疑問に感じ、デジタルカタログの検討を行っていました。

メタバースの強みは、その空間の中で人がつながるところです。ありがたいことに、バーチャル大丸・松坂屋を体験した方々が、SNS上で、「バーチャル大丸・松坂屋は楽しく遊べる」と盛り上がってくれています。バーチャ

ル空間の中で、これまでリアルな百貨店に馴染みのなかった方にも、興味をもっていただけていると実感しています。

百貨店はどういうところだ、とメタバースで生活している方にも気づいてもらい、楽しんでいただけるように取り組んでいます。



従業員のアバター

パルコ NFT*実証実験

パルコは、2021年12月、株式会社HARTiと業務提携契約を締結し、商業施設におけるNFT技術の活用を検討しています。渋谷PARCOにご出店いただいているANREALAGEとコラボレーションして、ANREALAGEのロゴデザインのNFTを制作し、渋谷PARCOのショップにて先着配布しました。本企画は渋谷PARCOにて開催された“サステナブル”をテーマにした全館イベント「CYCLE(サイクル)」の企画の1つでもあり、NFTを活用した、モノを作りすぎない循環型のクリエイションという新しい取り組みの実証実験も兼ねています。リアル、バーチャルを問わずお客様への楽しさ、新しい体験の提供を目指しています。

*Non-Fungible Tokenの略。ブロックチェーン技術を使用した非代替性トークン

お客様のWell-Being Life実現に向けて → **お取引先様とともにつくる強靱なサプライチェーン** 多様な人財の活躍

お取引先様とともにつくる強靱なサプライチェーン

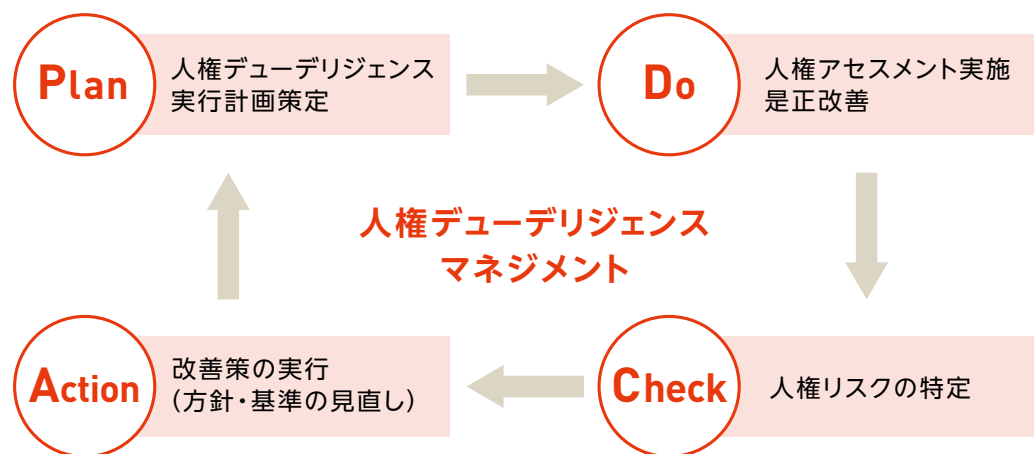
JFRグループは、「サプライチェーン全体のマネジメント」をマテリアリティに掲げ、サプライチェーン全体での社会的責任の遵守および環境に配慮した取り組みを推進しています。お取引先様にJFRお取引先様行動原則の共有・浸透を図り、人権デューデリジェンスによってサプライチェーン上のリスクを低減し、より持続的で強靱なサプライチェーンを構築していきたいと考えています。

人権デューデリジェンス

当社グループは、人権デューデリジェンスの実施を通じて、消費者、お取引先様、従業員の人権を尊重した事業活動を実現し、ステークホルダーの皆様のWell-Being Lifeの実現に貢献します。

人権デューデリジェンス マネジメントサイクル

当社グループは、サプライチェーン上で発生する強制労働や差別など、国内外において人権問題への関心が高まる中、国連が定めた「ビジネスと人権に関する指導原則」に則り、あらゆる事業活動の土台に人権の尊重を据え、人権デューデリジェンスのPDCAマネジメントに取り組んでいます。



人権アセスメント

2021年10月～12月、お取引先様7,415社*を対象に、「お取引先様行動原則」の浸透状況について確認を行うアセスメントを実施しました。人権については、この行動原則に含まれる「人権方針」に沿って、お取引先様の取り組み状況を確認しました。

3,012社のお取引先様から回答をいただき、回答率は40.6%となりました。今回のアセスメントでは、人権方針は概ね遵守されており、注視するような人権リスクは見当たりませんでした。

一方で、自社における人権方針の策定やガイドラインが未整備となっているお取引先様が確認されたため、今後は、お取引先様との対話を通じて、人権への取り組みの重要性を共有し、改善に向けた働きかけを実施します。

*実施範囲: JFR本社、大丸松坂屋百貨店、関連事業会社7社

お客様のWell-Being Life実現に向けて → **お取引先様とともにつくる強靱なサプライチェーン** 多様な人材の活躍

人権リスク

2022年、JFRグループの事業特性を踏まえ、想定される人権リスクを特定しました。

なお、人権への影響を考慮すべき対象については、「従業員」「お取引先様（一次サプライヤー）」「消費者（お客様）」としました。

人権リスク特定の際の参考事項

・国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」や日本政府の「ビジネスと人権に関する行動計画」などの国際的なビジネスにおける人権指針

・当社グループのリスクを網羅的に抽出した「JFRグループリスク」

・2021年度実施の「お取引先様アセスメント結果」

 お取引先様アセスメント結果

・グループ内従業員を対象とした「ハラスメントアンケート結果」

当社は、明確にした人権リスクに対して重点的に取り組んでいくとともに、人権をめぐる環境は常に変化していることを鑑み、今後も定期的かつ継続的に人権リスクを見直していきます。

2022年度 JFRグループ人権リスク一覧

	2022年度
従業員	●あらゆる差別やハラスメント ●過剰・不当な労働時間 ●労働安全衛生 ●COVID-19による在宅勤務の増加による健康悪化 ●個人情報の漏えい・プライバシーの侵害
お取引先様 (一次サプライヤー)	●強制労働 ●児童労働 ●結社の自由や団体交渉の制限 ●賃金の不足・未払い ●過剰・不当な労働時間 ●あらゆる差別やハラスメント ●外国人労働者の権利 ●労働安全衛生 ●COVID-19による需要減少における非正規雇用などの不当解雇 ●地政学上の紛争等によるサプライチェーン上の人権リスクへの間接的な加担
消費者 (お客様)	●不十分な品質チェックや違法検査による製品・サービスの安全欠如 ●製品の誤った使用による事故 ●アルコールや加工食品などによる健康被害 ●個人情報の漏えい・プライバシーの侵害

人権リスクの予防と是正の実施

当社グループは、人権リスクの予防と是正に向け、従業員には、行動原則の周知や人権教育等を実施しています。また、お取引先様には、JFRお取引先様行動原則の浸透、並びに改善に向けた継続的な対話などを行っています。消費者（お客様）には、お客様相談窓口の設置、商品の品質に関して試験やコンサルティングを行う消費科学研究所を設置するとともに、正確で分かりやすい情報発信にも努めています。

従業員の人権尊重に向けた取り組み「ハラスメント相談窓口」設置と「内部通報制度」

当社グループは、人権リスクのひとつと捉えているハラスメントの撲滅に向け、問題発生時の迅速な対応や再発防止に取り組むため、「ハラスメント防止対策委員会」「ハラスメント相談窓口」を設置しています。加えて、全役員・従業員および当社グループで勤務

する全ての者（アルバイト・お取引先派遣者を含む）が、コンプライアンス上の問題についてコンプライアンス委員会に直接通知し、是正を求めることを可能とする内部通報制度を設置しています。

※2021年度JFRグループコンプライアンス・ホットライン利用件数46件

お客様のWell-Being Life実現に向けて → お取引先様とともにつくる強靱なサプライチェーン 多様な人財の活躍

JFRお取引先様行動原則の浸透

JFRグループは、お取引先様にJFRお取引先様行動原則を共有・浸透させることで、環境、人権に配慮したサプライチェーンの構築を目指しています。

JFRお取引先様行動原則に関するアセスメント

当社グループは、2021年10月～12月、お取引先様行動原則に賛同いただいたお取引先様を対象にお取引先様行動原則の理解・遵守状況を確認する、アセスメントを初めて実施しました。

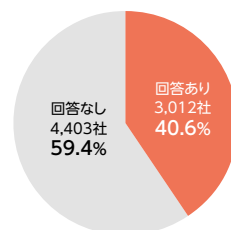
【概要】

- 実施会社：JFR本社、大丸松坂屋百貨店、関連事業会社7社
- 対象：JFRお取引先様行動原則を共有しているお取引先様（一次サプライヤー） 7,415社
- 質問内容
 - ・お取引先様行動指針の6項目に沿って「方針の遵守」「社内浸透の実施」を確認（12問）
 - ・人権：人権方針に沿って質問数を追加（5問）
 - ・環境：「責任体制の明確化」「中長期の目標の有無」を追加（2問）
- 評価基準
 - ・質問数の80%以上（19問中16問以上）に「はい」と回答したお取引先様は、お取引先様行動原則（人権含む）が遵守されているとみなす。
 - ・「はい」の回答率が30%未満（6問未満）であったお取引先様については、次ステップとして対話の候補とする。

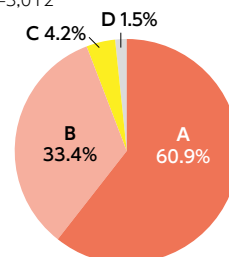
【アセスメント結果】

当社グループのお取引先様（一次サプライヤー）7,415社に質問書を送付し、そのうち、3,012社から回答をいただき、回答率は40.6%でした。お取引先様行動原則の浸透度の目安である質問の80%以上に「はい」の回答をいただいたお取引先様がおよそ60%あり、お取引先様行動原則の浸透が進んでいると判断しています。また、対話を行う対象となるお取引先様は、1.5%に留まりました。

アセスメント回答率
n=7,415



JFRお取引先様行動原則浸透率
n=3,012



質問19問に対し「はい」と回答	回答社数
A : 16問以上 (80%以上)	1,833社
B : 10問以上	1,008社
C : 6問以上	126社
D : 6問未満	45社

お取引先様行動指針の6項目における遵守状況	①公正な企業活動の徹底	②人権・労働環境への配慮	③環境への配慮	④商品・サービスの安心安全への配慮	⑤責任あるマーケティング	⑥地域社会への貢献
A	94.9%	58.4%	48.4%	96.0%	94.4%	69.2%
B	3.7%	29.1%	41.0%	2.3%	2.5%	6.1%
C	0%	6.9%	0%	0%	0%	0%
D	1.4%	5.6%	10.6%	1.7%	3.1%	24.7%

【アセスメント後の対応】

アセスメントの結果、課題がみられた場合は、必要に応じてお取引先様と対話の場を設けることにしています。対話を通じて、アセスメント結果を共有し、当社グループのサプライチェーンマネジメントの考え方、お取引先様行動原則を遵守いただくことの重要性をご理解いただくとともに、お取引先様の状況を把握し、改善を働きかけます。

理解・浸透に向けた継続的な活動

大丸松坂屋百貨店では、主要なお取引先様を対象に、お取引先様行動原則の理解・浸透を目的とした説明会を2019年10月に初めて実施しました。これに続く2022年4月には、「脱炭素社会の実現に向けた大丸松坂屋百貨店の取り組みに関する説明会」を実施しま

した（参加社数253社、300名）。

また、パルコでは、出店されているテナントで構成されるパルコ会の活動を通じて、お取引先様行動原則の理解と浸透を図っています。

多様な人財の活躍

JFRグループはダイバーシティ&インクルージョン、ワーク・ライフ・インテグレーションの実現により、イノベーション創出と生産性向上による価値創造に取り組むことで、新たな事業機会を創出します。

人的資本への投資

当社グループは、サステナビリティ経営を推進し、経営目標を達成するための最大の経営資源は「人」であり、人財の成長なくして企業の持続的な成長・発展はないと考えています。「従業員は宝(財)」であると位置づけ、その個性と能力を最大限に引き出し、人財力を開発する“人財開発企業”の実現を目指しています。

基本的な考え方

当社グループは「人財力」を、人財価値(意志・意欲、学習力、革新力・創造力、影響力、折衝力、育成力)・価値観、気質、性格、志向・趣味を通じて、将来価値を生み出す力と考えています。この認識のもと、人事諸制度に関しては、成果を重視しつつも、一人ひとりの「人財力」を多様なアセスメントにより評価し、特に、若手・中堅層の適財適所を

未来志向で実践することで人財開発を促進しています。

同時に、多様性を尊重し、多様で柔軟な働き方の環境を整えることによって、従業員一人ひとりが働きがい、やりがい、幸せを実感できる企業でありたいと考えています。

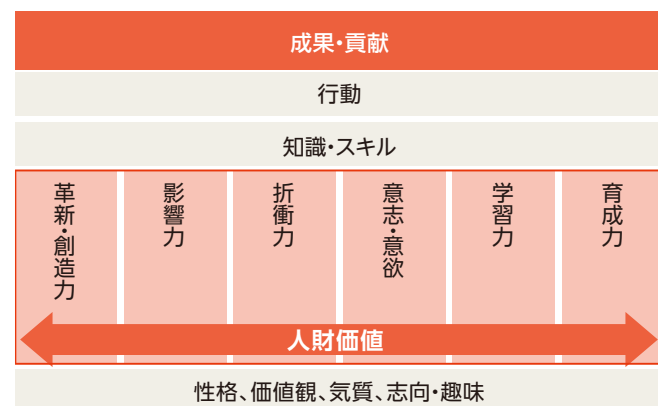
人財育成

当社グループは、「人は仕事を通じて成長する」という考えのもと、採用・配置・評価・育成の4つの要素を連動させ、成長のエンジンとなるエネルギーを高め、人財の育成を行っています。研修制度については、キャリアステージやライン登用時に行う全体研修とともに、次期経営人財の育成を目指した「JFR塾」など選抜型研修を実施しています。また、2022年度からは各部門からの推薦や参加を自ら決める「手挙げ方式」も導入し、新たな人財発掘につなげています。タフアサインや人財交流などの配置を通じ、特に若手登用のスピードアップを図っていきます。

加えて、自己啓発講座として「キャリアサポートカレッジ」を充実させ、受講終了時に会社からの補助が受けられる仕組みとしています。また、既存の人財に入社後の2年間における基礎研修や27歳を節目としたキャリア開発研修、新任部長・マネジャー研修の他、半期ごとに開催する階層別研修などを2021年度対象者1,019名(延べ1,487名)に実施しました。

今後は、主要な事業である百貨店やSC事業のビジネスモデル改革と事業ポートフォリオ変革を見据えたりスリリングの機会提供の場と内容の検討・実施により、個々人が自

人財力



人財力

多角的・網羅的なアセスメントを通じて人財力を総合的に把握

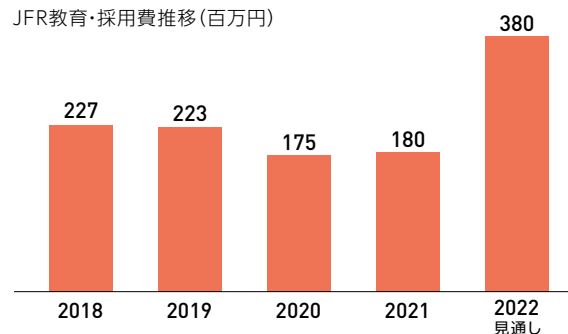
配置・育成・評価・処遇に反映

お客様のWell-Being Life実現に向けて

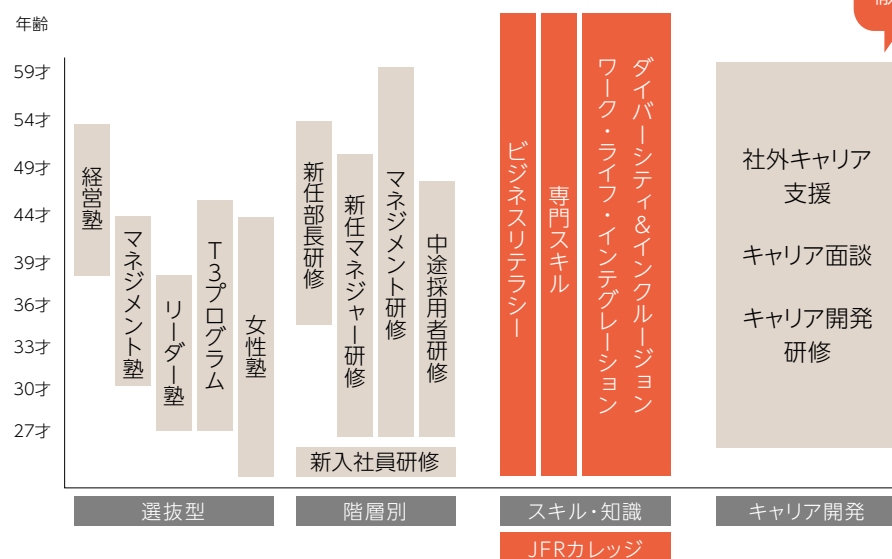
お取引先様とともにつくる強靱なサプライチェーン → 多様な人財の活躍

律的にキャリアを描ける支援を強化し、人財力の一層の向上を目指します。

JFR教育・採用費推移(百万円)



キャリア開発体系

一人ひとりに
徹底して向き合う事業会社
特有の
スキル研修

専門人財の採用

当社グループは、事業ポートフォリオを踏まえたデベロッパー・金融などの成長分野にも人的資本投資を行い、必要な専門スキルを有する人財を対象としたキャリア採用を積極的に進めています。2021年度はグループ全体で103名(2020年度49名)を採用しました。

また、子育てによって一度仕事から離れたものの、培った能力を遺憾なく発揮してキャリアアップを目指す方を対象とした「マザー採用」の取り組みを継続しており、2021年度(2022年度入社含む)は6名採用しました。

Topics

次世代と考える未来のありたい姿

当社グループは、2021年11月、グループ横断型の「2030年JFRグループのありたい姿」プロジェクトを立ち上げました。代表執行役社長直轄のプロジェクトで、若手を中心にダイバーシティを意識したメンバー構成としています。当プロジェクトは、20代を中心としたリアルな生活者や社内外の有識者50名超に向けてのデプス・インタビューの実施や、延べ25回にわたるワークショップを開催しました。これらをいかし、将来の生活者や社会の変化を起点に、従業員の意識変革・行動変容を促すメッセージと具体的なアクションプランを策定していきます。

JFRカレッジによる人財力向上

ビジネス
リテラシー

- コンセプチュアルスキル
- ヒューマンスキル
- テクニカルスキル

専門スキル

- デジタル(思考、リテラシー)
- 語学
- 専門職能(法務、財務、人事等)
- 外部研修・セミナー派遣
- 外部機関派遣
- 資格取得支援(ITパスポート、宅建等)

ダイバーシティ&
インクルージョン
ワーク・ライフ・
インテグレーション

- 女性活躍推進プログラム
- LGBT研修、アライ促進プログラム
- ハラスメント防止
- リベラルアーツ
- キャリアデザイン
- ライフプラン

多様性の尊重による価値創出

JFRグループは、人財の多様性こそが企業の競争力の源泉であるとの認識のもと、多様な人財がお互いを尊重し建設的な議論をすることで異分子が結合し、新たな価値創出につなげていきます。

女性活躍推進による事業成長

当社グループは、女性社員が全社員の55.6%を占めていることから、企業成長を目指すうえでも、女性の活躍を推進することは重要な経営戦略と位置づけており、取り組みを強化しています。

女性活躍推進プロジェクト

2022年4月、代表執行役社長直轄の「女性活躍推進プロジェクト」を設置しました。各事業会社選出のメンバー（30代から40代中心の男女）が、女性活躍推進における自社の課題を抽出し、女性が個性と能力を十分に発揮できる環境づくりについて論議を重ねました。最終的に、プロジェクトメンバーが、代表執行役社長に提言を行い、トップコミットメントにつなげました。

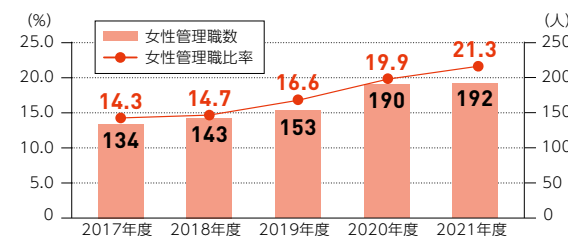
当社グループは、本プロジェクトを通じて、女性に限らず多様な従業員が活躍できる企業文化・組織風土を醸成していきたいと考えています。



女性活躍推進プロジェクトメンバー

役員報酬との連動

役員報酬の業績連動株式報酬の非財務指標として、マテリアリティの2023年KPIとも連動した「女性管理職比率26%」（2023年度末時点）を設定し、目標達成に向けた経営陣の責任を明確化しています。



※2021年度女性管理職比率は、LRQAリミテッドによる第三者保証を取得

女性取締役の登用

当社は、2022年5月末現在、取締役10名のうち、女性3名（社内1名、社外2名）であり、女性取締役比率は30%となっています。

LGBTの取り組み

当社グループは、2021年3月に「同性パートナーシップ規則」の制定および「性別移行支援休暇」を新設しました。また、全事業会社に社員が匿名で相談できる「LGBT相談窓口」も設置しています。

当社グループでは、「JFR行動方針」「人権方針」において、

男性の育休取得促進

当社グループは、従来の男女の性別役割分担の認識にとらわれることなく、従業員一人ひとりが生活と仕事を両立しながら働きがいをもって活躍できる環境を築き、従業員のWell-Being Lifeの実現を目指しています。

この認識のもと、男性の育児休業取得率100%の実現（2023年度目標）に向けて、大丸松坂屋百貨店、JFRカード、JFRサービス、JFR情報センターでは、有給の短期間育児休業制度（最長2週間）を導入し、パルコでは、育児休業を取得した従業員へ性別を問わず奨励金を出すなど、育児休業を取得しやすい制度の整備を進め、男性の育児参加を推進しています。今後は、制度の周知や対象者を部下にもつ管理職への働きかけなどによって更なる取得促進を図ります。

男性育児休業取得率（連結）

2020年度	2021年度
18.8%（取得人数8名）	43.6%（取得人数24名）

※2021年度男性育児休業取得率は、LRQAリミテッドによる第三者保証を取得

性的指向・性自認への差別とハラスメントの禁止を明文化しています。管理職研修の実施や、e-ラーニングの実施、社内啓発などを通じて、全従業員の理解促進と、新たな企業文化づくりに積極的に取り組んでいます。

お客様のWell-Being Life実現に向けて

お取引先様とともにつくる強靱なサプライチェーン → 多様な人財の活躍

障がい者の活躍

JFRグループは、障がい者雇用は企業の社会的責任であるとの認識のもと、事業会社での採用と働きやすい環境整備を進めています。

特例子会社JFRクリエ

JFRクリエは、J. フロント リテイリング100%出資の特例子会社として、2017年に設立されました。社名は、当社グループの行動指針JFR WAYのひとつ「未来を創ろう(Create The Future)」に由来しています。

設立当初の業務は、百貨店の進物用リボンや値札の作成、社内郵便物の仕分けなどの軽作業が中心でしたが、グループ各社のニーズに対応し、2021年には各社のオフィス清掃や、社用スマートフォンなどのデジタルデバイスのセットアップ業務を開始し、2022年には健常者とともに業務を行う新たな試みとして、大丸松坂屋百貨店の伝票チェック業務を開始するなど、年々事業の幅を広げています。特に、デジタル化の進展により、これまで障がい者の

活躍の場であった軽作業へのニーズが縮小するなかで、デジタルデバイスのセットアップ業務は、新たな活躍の場として他の障がい者雇用企業からも注目されています。

設立以来、多様な特性をもった従業員の活躍の場を開拓することで、今やその種類は40を超え、当社グループのバックオフィス業務を幅広く担っており、今後も、グループ各社との連携により、障がいをもった従業員の活躍の場を広げていきます。

シンボルマーク「イロトリドリノコセイ」



※JFRクリエには色々な障がいを抱えたメンバーが働いています。一人ひとりが「己の特性を理解し、互いに尊重し合い、活躍できる私たちでありたい」という思いで、メンバーが制作しました。

データ関連

	(2022年6月現在)
従業員構成	38名(常勤役員含む)
手帳保持者	29名(知的13名、重度知的5名、精神10名、身体1名)
平均年齢	25.8歳
就職1年後の就労定着率	86.1%

表彰関連

2017年9月	「大阪府障がい者サポートカンパニー」優良企業に認定
2019年9月	大阪府「ハートフル企業教育貢献賞」受賞
2020年1月	厚生労働省「障害者活躍企業」に認定
2022年5月	厚生労働省「障害者雇用に関する優良な中小企業主(もにす)」に認定



Voice

JFRクリエ 業務グループ マネジャー兼社長スタッフ 山岸 卓也さん

JFRクリエは、29名(2022年6月現在)の障がいのあるメンバーが働いています。個人の特性を活かせる業務



を行いながら、できる業務を増やしていくことで、メンバー一人ひとりの成長につなげることを目指しています。たとえば、百貨店の進物用リボンは、ひと月に約20,000本を製作してい

ます。少しのゆがみもないように、一つ一つ丁寧に作り、贈る気持ちをお手伝いしています。

当社は、障がい者を一人ひとりの個性だと捉え、すべての従業員が平等・公正に支えあい、それぞれの能力を発揮できる職場づくりを目指しています。また、障がい者の安定した働く場を創造し、仕事を通じて社会に貢献できる人財を育成するとともに、地域障がい者育成の支援

を行うことも大切にしています。

当社で働くメンバーは、それぞれが持つ夢に向かっていく中で多くの経験をします。その過程で、我々スタッフはメンバーの成長の芽を摘まないように、先回りして支援することがないように、常に心がけています。



お客様のWell-Being Life実現に向けて

お取引先様とともにつくる強靱なサプライチェーン → 多様な人財の活躍

CSV 創出に向けて

JFRグループは、CSV(共通価値創造)の道筋を突き詰め、実現していくフェーズに入ったと認識しています。その実現に向けて、イノベーション創出のための企業風土づくり、産官学やNPOとの連携によりCSV創出を加速させています。

イノベーション創出 のための企業風土づくり

当社グループは、グループビジョン“くらしの「あたらしい幸せ」を発明する。”の実現のため、2017年に従業員提案型の「チャレンジカード」制度を導入し、社内に“発明”体質を浸透させる取り組みを実施しています。営業施策、業務改善、新規事業の3軸に沿った提案は、2021年度はグループ全体で5,200件でした。各社の優秀事例は、年に1回開催される「JFR発明アワード」で、情熱性・創造性・経済貢献性・社会貢献性などにより競われ、「グランプリ賞」「準グランプリ賞」「SDGs賞」が選ばれています。審査には、外部有識者も参加し、提案者にフィードバックを行っています。

2021年度は、博多大丸による「九州探検隊」がグランプリに選ばれました。

従業員のチャレンジカード提案数

2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
1,700件	6,100件	7,580件	6,800件	5,200件

社外との連携

当社グループは、自社のリソースをいかながら、地域の行政、教育機関、ベンチャー企業と連携を図り、イノベーションの創出につなげています。

主な取り組み

行政との連携

博多大丸「九州探検隊」	九州の行政と連携し、九州地区の商品を販売・紹介することで地産地消を通じて地域活性化に貢献
大丸京都店 × 京都市	京都の伝統産業、文化芸術の更なる振興など京都らしいまちづくりに貢献
大丸心斎橋店 × 大阪府環境局	SDGsを楽しく学び、考えるきっかけとなるイベントを開催

教育機関との連携

パルコの産学連携によるSDGs地域活性化事業「Tre-Share(トレシェア)」	東京の大学生が主体となり「地方創生」と「SDGs」をテーマに、地元の中高一貫校と地元企業の魅力を探し、学生目線で全国へ発信するという活動をパルコのクラウドファンディングBOOSTERが支援 ●新潟県立燕中等教育学校 ●岡山県金光学園高等学校
池袋PARCO × パルコスペースシステムズ × HIS × 新渡戸文化小学校	「Happiness Creator」の育成に取り組む新渡戸文化小学校の教育方針に共感した異業種企業、クリエイターが連携し、新渡戸文化小学校 × HIS × 池袋PARCO × パルコスペースシステムズ協同特別授業を実施
大丸京都店 × 京都外国語大学	食品ロス削減イベントの開催
大丸松坂屋百貨店・パルコ各店舗と地域の大学との包括連携協定締結	●2017年松坂屋名古屋店と国立大学法人名古屋大学 ●2018年大丸神戸店と学校法人神戸学院大学 ●2021年パルコと学校法人昭和女子大学

ベンチャー企業との連携

パルコ × Psychic VR Lab	XRアーティストの発掘・育成を目指すNEWVIEW PROJECTを、株式会社ロフトワークとの3社で共同主催
心斎橋PARCO × fermata	心斎橋PARCO10Fのパルコが手掛ける医療ウェルネスモールWelpaにおいて、ラウンジ運営業務を協業パートナーのfermataに委託
PARCO(心斎橋・池袋・広島・福岡)・松坂屋名古屋店 × オイテル	オイテルと連携し、個室トイレに生理用ナプキンを常備し無料で提供するサービス「OiTr(オイテル)」を実施

お客様のWell-Being Life実現に向けて

お取引先様とともに作る強靱なサプライチェーン → 多様な人財の活躍

従業員の Well-Being Lifeの実現

多様で柔軟な働き方

当社グループは、柔軟な働き方による生産性の向上を目指し、場所や時間を選ばない多様な働き方の環境整備を行っています。

JFR本社は、2021年度、テレワーク制度の拡充として、サテライトオフィスなど自宅以外の勤務場所の拡大、インターバル制度や中抜け制度の導入、テレワーク日数に応じた費用補助を行っています。また、2022年8月のオフィス移転を機に、オフィス勤務者とテレワーク勤務者のコミュニケーションがとれるリモート専用の会議室やネット環境の充実など、多様な働き方が実現できるオフィス環境を整えています。

パルコは、2021年下期から、副業の拡大や勤務時間の20%を社内協業に使える制度を導入しました。また、働きがいの向上の施策として、これまで見逃されていた日々の貢献や成果に対して、従業員同士が感謝の言葉とともに、少額の成果給を送る仕組み「ピアボーナス」も導入しました。

健康経営

当社グループは、「従業員は会社にとって最大の財産であり、お客様によりよいサービスを提供するためには、まず従業員が心身ともに健康であることが何よりも大切である」との基本的な考え方にに基づき、労働安全衛生の徹底、従業員の健康保持・増進の取り組みを推進しています。

【J.フロント リテイリング健康宣言】

J.フロント リテイリンググループは、グループビジョン『くらしの「あたらしい幸せ」を発明する。』の実現を通して、すべてのステークホルダーの「Well-Being Life(心身ともに豊かなくらし)」を目指しています。

そのため、従業員一人ひとりがWell-Being Lifeを送り、幸せであることが非常に重要であると考えます。Well-Being Lifeの礎となるのは、健康です。健康は、従業員本人や家族にとって欠かせないものであり、また、人財を最も重要な財産として掲げる当社グループの経営の基盤です。

この認識のもと、当社グループは、従業員の心身の健康の維持向上に積極的に努め、企業に活力を生み出すことで成長を実現していきます。

当社グループは、健康経営を推進した結果、2022年3月、経済産業省と日本健康会議が共同で選定する「健康経営優良法人2022(大規模法人部門(ホワイト500))」に認定されました。

健康経営の推進体制

当社グループは、JFR人事担当執行役を責任者とし、全社で健康経営への取り組みを推進しています。人財戦略統括部が中心となり、「グループ人事連携会議」と「安全衛生委員会」を活用し、各事業会社人事部、産業医、健康保険組合と連携し、健康維持・増進に取り組んでいます。

健康経営に関する組織体制



社内浸透の取り組み

社長と従業員の直接対話

当社グループでは、代表執行役社長が、グループ従業員と直接対話をする機会を設けています。2022年春には、オンラインでの「キャッチボール・ミーティング」を開催し、社長が2022年度の戦略実行にあたり従業員に期待することを語り、それに対して従業員が想いをぶつける双方向のやりとりを行いました（8回実施、参加者数はグループ全体で延べ1,062名）。

また、代表執行役社長直轄のプロジェクトを立ち上げ、若手をはじめとするグループ従業員との階層を越えたフラットでインタラクティブな対話の機会を増やしています。これらの取り組みは、従業員のWILLを育み、エンゲージメントの向上にもつながるものと考えています。



キャッチボール・ミーティング 2022

JFRグループは、サステナビリティ経営を推進するうえで、推進の主役である従業員がサステナビリティの重要性とCSVについて正しく理解し、自分ごと化することが重要であると認識し、取り組みを進めています。

従業員のサステナビリティ浸透度の把握

当社グループは、グループ全体で進めているサステナビリティ活動の社内理解・浸透状況を把握するため、「サステナビリティ活動に関する従業員意識調査」を行いました（4,654名が回答）。

調査結果から、「サステナビリティ方針」や「7つのマテリアリティ」「SDGs」については、いずれも95%近くが知っている、まあまあ知っていると回答し、大前提となるサステナビリティに関する当社の考え方は浸透しているものと判断

しています。

一方で、CSVに関する質問では、知っている、まあまあ知っているが71.5%に留まっており、理解・浸透に向けた一層の取り組みが必要と認識しています。

今後は、従業員全員の思考や行動にCSVの視点が取り入れられるよう、積極的に働きかけていくことで、新しい価値の創出につながる風土醸成に取り組みます。

