



Sustainability Report

2022 未来への扉

サステナビリティレポート 2022



くらしの「あたらしい幸せ」を発明する。



J. FRONT RETAILING

目次

はじめに 02

特別対談 新しい価値創造につながる
ダイバーシティ&インクルージョン 03

トップメッセージ 08

J.フロント リテイリングの価値創造プロセス 11

環境

2050年度ネットゼロを目指して 13

エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減 15

お取引先様との協働によるScope3排出量削減 16

JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー 17

資源循環による環境負荷低減 18

サーキュラー・エコノミーの推進による競争優位性の獲得 19

TCFD提言に沿った情報開示 20

社会

お客様のWell-Being Life実現に向けて

生活の彩りの提供と新たな顧客体験の創出 27

地域との連携とにぎわいのある街づくり 29

お客様の健康・安全・安心の実現 32

お取引先様とともに作る強靱なサプライチェーン

人権デューデリジェンス 34

JFRお取引先様行動原則の浸透 36

多様な人財の活躍

人的資本への投資 37

多様性の尊重による価値創出 39

CSV創出に向けて 41

従業員のWell-Being Lifeの実現 42

社内浸透の取り組み 43

ガバナンス

サステナビリティ経営を支えるガバナンス体制 45

リスクマネジメント 47

ステークホルダーエンゲージメント 49

JFRのマテリアリティ 50

マテリアリティのKGI・KPIとその進捗 51

事業会社の取り組み 56

社外からの評価 58

サステナビリティボンドレポート 59

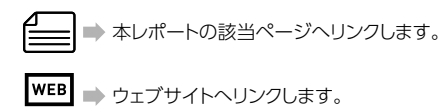
サステナビリティデータ集 60

本レポートはインタラクティブ機能付PDFを用いて編集しております。アイコンやリンクボタンをご使用いただき、情報検索にお役立てください。

ページ右上のアイコンについて



リンクボタンについて



● JFRのサステナビリティに関する方針

WEB ⇒ サステナビリティ方針
https://www.j-front-retailing.com/sustainability/way_to_think.html

WEB ⇒ エコビジョン
<https://www.j-front-retailing.com/sustainability/top-commitment03.html>

WEB ⇒ ソーシャルビジョン
<https://www.j-front-retailing.com/sustainability/top-commitment04.html>

WEB ⇒ JFR行動原則
<https://www.j-front-retailing.com/sustainability/principles-of-action.html>

はじめに

本レポートは、J.フロント リテイリンググループのサステナビリティ情報について、統合報告書を補完するものとして発行しています。持続的成長に向けた当社グループの姿勢や活動を、経営戦略とリンクさせたストーリーのなかでステークホルダーの皆様にはわかりやすくお伝えし、理解を深めていただくことを目的としています。

2021年度にスタートした中期経営計画において、サステナビリティ経営の考え方と「Well-Being Life」の実現に向けたマテリアリティの拡充を掲げました。本レポートは、2021年度のサステナビリティにおける取り組みの中から、当社グループの価値創造につながる重要な情報を中心に編集しています。WEBサイトには、取り組みの基盤となるコーポレートガバナンスを含む詳細なデータや過去の事例などについても掲載しています。

参考にしたガイドライン

- GRI (Global Reporting Initiative)「GRI Standard」
- 気候関連財務情報開示タスクフォースの最終報告書 (TCFD提言)
- ISO26000

- 価値協創ガイダンス
- SASBスタンダード

対象期間

発行時点の最新情報を可能な限り掲載。データについては、主に2021年度(2021年3月1日～2022年2月28日)を対象としています。

対象組織

J.フロント リテイリング株式会社および連結子会社
 ※JFRグループは、J.フロント リテイリング株式会社および連結子会社を指す
 ※J.フロント リテイリングは持株会社単体を指す
 ※各事業会社は連結子会社各社を指す

将来の見通しに関する注意事項

本レポートにおける将来の予測に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予測であり、潜在的なリスクや不確実性、その他の要因が内在されています。従って、様々な要因の変化により、実績は見通しと大きく異なる可能性があることをご承知おください。

発行時期

2022年10月(次回発行予定:2023年10月、前回発行:2021年10月)

第三者保証

本レポートに記載の環境・社会データは、信頼性を確保するためLRQAリミテッドによる独立した第三者保証を取得しています。



企業情報開示場所

本レポートを含むJFRグループの企業活動情報は、株主や投資家の関心から、お客様をはじめとする地域社会の幅広いステークホルダーの皆様の関心にあわせて多様な情報を開示しています。

●報告書

統合報告書

<https://www.j-front-retailing.com/ir/library/annual.html>



コーポレートガバナンス報告書

<https://www.j-front-retailing.com/company/governance/governance01.html>



有価証券報告書

<https://www.j-front-retailing.com/ir/library/statement.html>



株主通信

<https://www.j-front-retailing.com/ir/library/report.html>



●WEB

会社案内

<https://www.j-front-retailing.com/company/company.html>



IR情報

<https://www.j-front-retailing.com/ir/index.html>



サステナビリティ

<https://www.j-front-retailing.com/sustainability/sustainability.html>



お問い合わせ先

J.フロント リテイリング株式会社 経営戦略統括部 サステナビリティ推進部
 〒108-0075 東京都港区港南1-2-70 品川シーズンテラス
 E-mail : esg_info@jfr.co.jp

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
レポートサステナビリティ
データ集

特別対談

新しい価値創造につながる
ダイバーシティ
&
インクルージョン

J.フロント リテイリング株式会社 取締役兼代表執行役社長

好本 達也

相模女子大学大学院特任教授

白河 桃子氏

好本 当社は、マテリアリティの一つに「ダイバーシティ & インクルージョンの推進」を掲げており、白河先生には、今年5月、当社のサステナビリティ委員会にて「経営戦略としてのダイバーシティ」についてご講演いただきました。同質性がもたらすリスクと女性活躍推進の関係性のお話は、とても印象に残っています。今回は、改めて、女性活躍、ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)をテーマに、お話

をうかがいたいと思います。

—JFRの現在地

好本 当社では、2022年春、社長直轄の「女性活躍推進プロジェクト」を発足させました。これまで、法定を上回る育児休業期間や短時間勤務をはじめとした育児支援制度の拡充、子育て中の女性のための研修など、両立支

援の取り組みを中心に、女性の働きやすさを実現してきましたが、もはや育児は女性だけのものではありません。また、女性が活躍するためには、働きやすさだけではなく働きがいも必要だと認識していますが、これは女性だけの課題ではなく、周りの男性も含めた従業員一人ひとりの活躍に必要なグループ全体の課題だと考えるに至りました。そこで、女性と名の付くプロジェクトですが、22名の

特別対談

DIVERSITY & INCLUSION

メンバーのうち6名は男性、各事業会社から2名選出、20代～40代を中心に構成し、多様な視点が反映できるようにしました。メンバーでの議論、私との対話も重ねて、今、本当の意味でのD&Iのスタートラインに立ったのではないかと認識しています。

白河 振り返ると、日本は、男性的な働き方にあわせたスーパーウーマンだけが生き残ってこられた時代を経て、両立支援の手厚い時代になり、そこで男性社員と女性社員が区別されるようになりました。女性にはライフイベントがあるという考えが前提、一方で働き方や昇進や評価は、時間と自分の場所を全部会社に捧げて昇進するモデルのまま時が経過しました。でも、男性だってライフイベントを大切にしたい人もいるかもしれないし、女性だって仕事も子

育ても両方同じくらい頑張りたいと思っている人もいます。働き方改革という流れもあって、今ようやく、そこが変わってきていると思います。

白河 女性について考えることは、企業のダイバーシティの突破口になるのではないかと思います。男女に違いはないのだから女性だけの問題にするのは古いでしょ、と一足飛びに振り切ってしまうと、日本企業の場合はまだ女性に対しての支援が足りなすぎるということも考えられますので、ステップは必要でしょう。御社はその途上にあるようですね。

—女性管理職比率のジレンマ

好本 当社は、マテリアリティのKPIとして女性管理職比率を掲げており、管理職には課長級以上のマネジメントラインの人数をカウントしています。2025年目標30%に対し、2021年度実績は21.3%となりました。本人の実力と意思・意欲、適性を見極めて登用を進めるとともに、管理職候補の人財プールの男女構成比も早く半々にしたいと考えていますが、中には、管理職ではなく専門性を高めてプロフェッショナルを目指したいという女性もいます。女性管理職比率を上げることが目的化しないように、いずれの選択であっても本人をしっかり評価して報酬で報いていくことが大切だと思っていますが、指標がある以上、正直、ジレンマを感じるころがあります。

白河 今は女性管理職比率が一つの指標となっていま

すが、今後は男女の賃金格差の開示が求められるようになります。管理職になりたい人もいれば、専門性を高めたい人もいる中で、一人ひとりのキャリアを大事にしようとするならば、キャリアの多様化に対応できる複線型人事制度が必要ですね。そうすることで、男女ともに給与水準の高いスペシャリストがいてもよいわけで、賃金格差は解消されてくるでしょう。ただ、管理職は将来の経営幹部候補になりうるわけですから、人財プールには、同質性の高い人だけでなく多様性が担保されるようにしていくことが必要ですね。それこそが会社の強みの源泉になると思います。

白河 ところで、女性管理職が少ないのは本人がなりたがらないからだ、という話は耳にしたことがあるかと思いますが、私は、先ほども申し上げたとおり、これまでの働き方や昇進や評価の仕方そのものが、自分の時間と場所を全部会社に捧げて昇進するモデルだったことが影響しているとみています。同等に入社して決して能力が劣っているわけではないのに、女性は、今は転勤できない、今は残業できないという制約だけで、どうしても男性よりも評価が低くなったり昇進のスピードが遅くなってしまう。そうすると、いつの間にか、自分は遅れをとった人間で、会社に迷惑をかけていると思ってしまう。元々は意欲も高く優秀な女性のモチベーションがどんどん低下して、結果的に、女性は管理職になりたがらないね、という本人の意識の問題にされてしまう。本来的には、本人の意識の問



特別対談

題だけではなく、今までの働き方があまりにも単一で、単一の特徴を持った人々だけのために有利にできていた、多様な働き方でなかったというのが一番の問題だったと思います。

好本 確かに、柔軟な働き方、働き方の多様性が大きく前進したのは最近のことですね。

白河 店舗など一部では難しいところもあると思いますが、JFR本社のテレワーク制度は、コアタイムなし、取得日数制限なし、私用の中抜け、インターバルも全部導入されていますね。個人が自律的に働くことができる環境が整ったことで働き方の多様性が担保でき、人財の多様性とあわせて、これから本当のダイバーシティ&インクルージョンが実現できると期待しています。

好本 多様な働き方のベースが出来たことで、時間や働く場所の制約で結果的に意欲が落ちて自分のキャリアを半ば諦めていたような人の意識変革を促し、活躍する場を提供していきたいと思っています。

—自分でキャリアを考える

好本 キャリアというお話が出ましたが、今年の入社式では、新入社員に、我々グループは今大きく変わりつつあることを伝えました。これまでは典型的なメンバーシップ型雇用で、長い時間をかけて会社の色に染めていき、人事異動がなければ自分の転機が訪れなかったかもしれない

いけれど、これからは自分自身でキャリアを描いて自分を磨いて欲しい、それを会社が応援するというメッセージです。これまで百貨店の新入社員は、入社後数年間は店頭でお客様と接することからキャリアをスタートさせていましたが、今年は、たとえば大学で社会学専攻だったけれどもアート志向が強い新入社員をGINZA SIXのギャラリーに配属しました。

白河 若手は修行時期という企業もまだまだ多く、若手が小さなリーダーシップがとれるまでにはすごく時間がかかるという現状があります。やりたいことをやって伸びるかというのはまた別の話ですが、決まり切った育成の仕方ではなくて、若手の声に耳を傾け、個別の育成ができるようになるとういことです。面白い人財、個性的な人財を採用したつもりなのに、どんどん個性が消えていくのはもったいないと思います。

好本 以前は、若手が退職すると言ってきたら、辞めないうでもう少しここで頑張りなさいと声をかけていたのですが、最近は、自分で考えたことならしっかり頑張って結果を出しなさい、この会社のOBとして活躍して欲しい、自分に自信がついてよければ戻っておいで、と声をかけています。

白河 そうなのですね。好本社長ご自身のキャリア形成はどんな感じでしたか。

好本 私の場合は、大丸松坂屋百貨店に入社後は、会社



白河 桃子 相模女子大学大学院特任教授

住友商事、外資系金融などを経て著述業。著書に『「婚活」時代』（共著・ディスカヴァー携書）、『働かないおじさんが御社をダメにするミドル人材活躍のための処方箋』（PHP新書）、『ハラスメントの境界線 セクハラ・パワハラに戸惑う男たち』（中公新書ラクレ）など。

から命令された異動や職種変更など、受け身的であったと思っています。でも、これからは違う。若い時から自分で何をやりたいかを考えて、それをつかんで欲しいと思っています。自分が本当にやりたいことに熱量を持って取り組むこと、それが当社グループの成長につながると考えているからです。

好本 女性のキャリアという点では、これまでの環境の中で、もしも自分のキャリアに対して諦めのような気持ちでいる従業員がいるならば、それを引き戻していきたいと思っています。きっとこれまでとは違う活躍の仕方ができ

特別対談

DIVERSITY & INCLUSION

と思うし、そういう場与えられる関係を築いていきたいと思っています。

——視点の多様性

白河 先日サステナビリティ委員会では、多様性は同質性のリスク回避だということをお話ししましたが、一番重要なことは視点の多様性だと思います。ジェンダー、年齢のダイバーシティだけでなく、子育てをはじめ様々な経験を持つ人々が、多様な視点で語れる組織であることは企業の強みになると思います。

好本 一朝一夕には実現できないと思いますが、将来的には意思決定をする場は、常にそういう多様なメンバーで構成されていることが当たり前になっていることを目指しています。持株会社である当社は、ここ数年でものすごく変わってきました。3、4年前までは、役員含め約9割が大丸松坂屋百貨店出身者でしたが、外部からの専門人材の採用、パルコなどグループ会社間の人事異動を進め、現在、百貨店出身者は5割程度になっています。例えば、男性55歳といっても、キャリアや経験が全く違うメンバーになってきたということです。最近は、会議でもお互いに思ったことを遠慮なく言えるようになってきており、変化を実感しています。

白河 多様性のある組織に変化しつつあるのですね。社外人材も増えてきたとのことですが、外からいきなり同

質性の高い組織に入ってきて、お手並み拝見という姿勢ではうまくいかないと思います。伴走支援してこそ、能力が発揮できると思います。

好本 それはきっと女性管理職についても言えることですね。

白河 そうです。ほぼ男性管理職の中に女性が入っていくと、女性だから登用されたのではない、女性はやはり管理職に向いていないのではない、というようなマイナスのステレオタイプの中で試されることが多々あります。そういう環境では、人はなかなか能力を思いきり発揮することができません。伴走して支援することを意識する必要があるでしょう。

——変化するために必要な多様性

白河 経営者は、ダイバーシティを進めることが自社の事業とどのようなシナジーがあるのかということを認識し、覚悟をもって進めていくことが大事です。その点、好本社長は、どのように考えていらっしゃるでしょうか。

好本 持株会社である当社は、百貨店やパルコなど事業会社でキャリアを積んだメンバーと外部からの専門人材が、異なる価値観で議論することで、刺激合っています。ここで生じる摩擦こそが、過去の延長線上にはない新たな価値観を生み出し、ポートフォリオ変革を成し遂げ、グループを成長させていくと私は考えています。とはい

ても、執行の経営層は40代後半から50代中心。若い世代をいきなり経営会議メンバーにすることは今すぐには難しいです。そこで、プロジェクトやタスクフォース的なチームをつくり、若い世代をメンバーに加えて意見を吸い上げ、経営会議で議論できるような取り組みも実施しています。昨年11月に立ち上げた「2030年 JFRグループのありたい姿」プロジェクトがその代表例です。2030年に当社グループが目指すべき企業像について、20代、30代を中心とした若手ならではの発想により、ありたい姿と提供価値の明確化を目指し活動を続けています。私とも対話をしながら、活動内容は経営会議に報告してもらっています。今の経営陣が10年先、20年先を論じる時には、将来経営を担っている世代の人たちの意見を聞くことは必須だと考えています。

白河 リバースメンタリングといって、若手社員が上司や経営層のメンターとなる仕組みを導入している企業もあります。知識や経験が豊富な上司が若手に助言や指導を行う従来の一般的なメンタリングとは逆の関係です。社長や経営層が、立場や世代を超えて、未来を生きる人たちから率直な意見を聞き、変化を感じ、感度を磨いて経営にいかしていくことは、企業の革新や成長にとっても重要なことだと思います。

白河 好本社長は、統合報告書の中でも、成功体験にすぎた過去の延長線上に未来はない、変革には多様

特別対談

性と未来志向が不可欠だとおっしゃっていますね。私は老舗の研究もしていますが、長く生き残ってきた企業は、伝統と革新を繰り返し、変化し続けることで成長しています。そこで一番重要なのは人財の力。長く培ってきたDNAを大切にしながら、そこに多様性が加わることで、革新を起こしていくことができるのではないのでしょうか。

好本 大丸は300年、松坂屋は400年以上の歴史の中で、お客様や社会の変化に対応しながら、自分たちも変化し続け、これまで事業を続けてきました。パルコも常に次代を見据えた新たなクリエイティビティやカルチャーを創出してきました。先人のDNAは我々の中にも生きています。まさに今こそ、そのDNAを発揮しながら、多様な人財の力で、グループ全体の変化と成長を加速していきたいと思います。

白河 生き残るためになぜ多様性が必要かということ、単一の特徴を持つ集団だと危機が訪れた時にいっぺんに減ってしまうからだと思います。表現を変えれば、一つの方向だけを見てずっと走っていると、その道が進めなくなったらどこに行けばいいかわからなくなる。右や左のあちこちを見ている人たちがいれば、誰かが右に進むことができると言ってくれる。それが一番の多様性の力ではないのでしょうか。

好本 普段から右に進む意見を聞ける柔軟な心を持ち合わせておかないといけませんね。

白河 そうです。ダイバーシティがあってもインクルージョンがなければ、右に進んだらいいのではないかという意見に対して、いやいやこの100年、右に行ったことはないから無理でしょ、となってしまう。

好本 多様な意見を言える環境づくりも必要ですね。

白河 右という選択肢を提案するということは、会社の中ではマイノリティということ。マイノリティの人がどんなに発言しにくい、勇気がいるのかということを理解しておく必要があります。会議に女性がいるからいいでしょうと言っても、ぽつんと一人では、発言するハードルは非常に高いということです。常に同質性の中にいた経営層の人は、マイノリティ体験をすることも必要ではないのでしょうか。

—「人」にこだわる

好本 現在の当社は、平均年齢が高い、経営層はほぼ男性という組織構成ではありますが、社長直轄のプロジェクトやタスクフォースなどを通じて、ジェンダー、グループ内人財、世代が混ざり合う取り組みをはじめたところ。すぐに変わるものではありませんが、女性の活躍を含め、様々な場面で変化の息吹を感じています。また、持株会社である当社においては、外部からの専門人財を将来的には50%まで高めることをイメージしています。多様な知識、経験、価値観が混ざり合うことでイノベーションを生

みだしていきたいと思っています。

私は、成長するためには変化が必要で、それにはD&Iが必須だと考えています。これからも、私は「人」にこだわり、従業員との対話を通じて、お互いに個性や価値観、考え方を認め合い、一体感を持って新たな価値創造に取り組むグループに成長させていきたいと考えています。

白河 好本社長のオーナーシップのもとD&Iを推進していると感じました。これからのJFRグループの変革に期待しています。



(対談日：2022年7月20日)

DIVERSITY & INCLUSION

TOP MESSAGE



トップメッセージ

新たな価値創造によるWell-Being Lifeの実現

J.フロント リテイリング株式会社
取締役兼代表執行役社長

好本 達也

—— CSVを突き詰める

地球温暖化や海洋汚染など地球環境の問題の深刻化、サプライチェーン上の人権問題、また新型コロナウイルス感染症の長期化や地政学的リスクの高まりなど、先行き不透明感が増す中、社会構造や消費行動が大きく変わろうとしています。今や環境や社会との共存なくして企業の発展はない、環境や社会、人権などの課題から目を背けて企業活動を行うことができないのは明らかです。

この認識の下、JFRグループでは、事業を通じて環境・社会課題の解決と企業の利益を両立させるサステナビリティ経営を推進しています。具体的には、サステナビリティと企業戦略・事業戦略の一体化を図る「CSV:Creating Shared Value(共通価値創造)」として実現していきます。

JFRグループは、大丸や松坂屋の創業以来、「先義後利」(義を先にして利を後にする者は栄える)「諸悪莫作、衆善奉行」(諸悪を犯すなかれ、善行を行え)という社是の精神を拠り所として、事業を行ってきました。この社是は、今の言葉に言い換えると「お客様第一主義」「社会への貢献

を意味しており、ステークホルダーの皆様のことを考え抜いて行動することが、ひいては事業の発展につながるという考え方を表しています。

私は、当社にとって、事業活動を通じて社会課題の解決を実現するCSVとは、すなわち、この長きにわたって基軸としてきた社是を愚直に実践することに他ならないと考えています。

当社グループは、2018年から、マテリアリティの特定やサステナビリティ方針の策定、環境・社会リスク低減への取り組みなど、いわゆるサステナビリティ経営の土台づくりを進めてきました。これからは、この土台の上に、事業を通じて社会と自社に新たな価値を生み出していく、当社ならではの新たな価値創造を実現していく段階にあると認識しています。そのためには、CSVを突き詰めていく必要があります。

2021年にスタートしたファッションサブスクリプション事業「AnotherADdress(アナザーアドレス)」は、百貨店の強みをいかした商品の魅力とともに、事業の背景にあるサステナブルな事業コンセプトに共感していただき、お客様からの支持を獲得することができています。このよう

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

→ トップメッセージ 価値創造プロセス

TOP MESSAGE

な新しい価値に基づいた事業をステークホルダーの皆様
に数多く提供することで、当社グループは持続的に成長
していくことができるものと考えています。

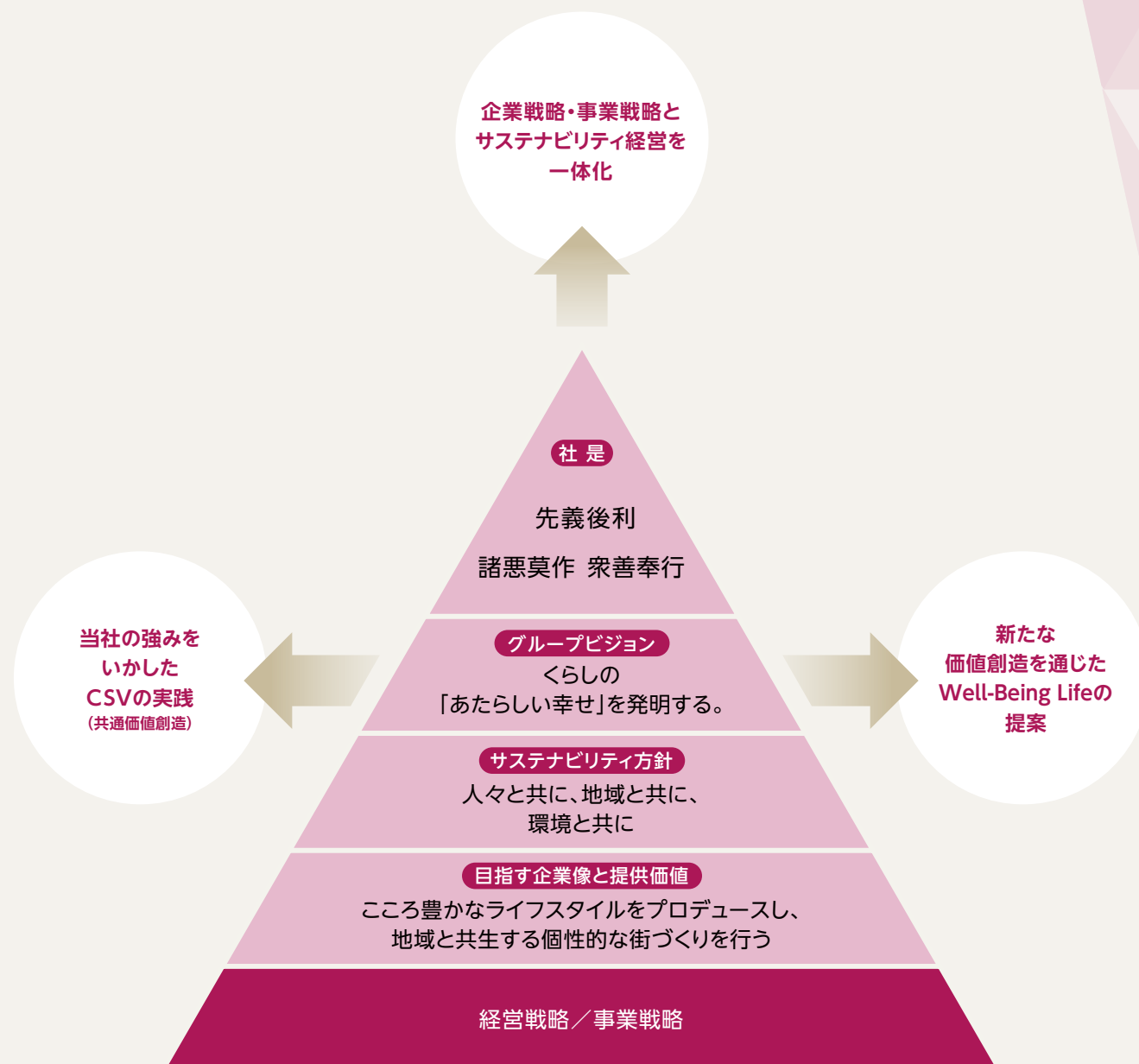
当社では、グループビジョンを実現する商品・サービス
に関するアイデアや新規事業プランを競う「JFR発明アワ
ード」を2017年から毎年実施しています。回を重ねるごと
に、サステナビリティ視点での企画が多く選出されるよう
なっており、社会やお客様のニーズの変化、従業員の意
識の変化を実感しています。こうしたCSVの種ともいうべ
き従業員の発案を、ビジネスの道筋がつくようしっかり支
援して、芽吹かせ、花を咲かせることが、私の役割だと思っ
ています。

さらに、新たな価値創造を目指して、2022年度から
JFR本社の組織体制も強化しています。次の成長の柱と
なりうる事業領域の検討・探索を行う事業ポートフォリオ
変革推進部を新設しました。この部門では、優先的に検
討する領域のひとつに「マテリアリティを解決する事業領域」
を設定しています。

— 人財が新しい価値を生み出す

不確実性の高い環境のもとで、現状延長にとどまらない
非連続な成長を実現し、未来を切り開くのは「人」の力です。
当社グループは、これまで以上に人財への投資を積極化し、
新たな価値創造につなげていきたいと考えています。

当社グループでは、2020年から、成果・貢献に直結す
る職務遂行能力と新たな価値を創出する力を「人財価値」



→ トップメッセージ 価値創造プロセス

TOP MESSAGE

として捉え、それを中核に据えた「人財力主義」の人事制度を実施しています。「人財力」とは、成果発揮につながる行動や専門性の高い知識・スキル、その基盤となる職務遂行能力、変革推進に向けたエネルギーや学習行動、基盤となる性格・気質までの総合的な力です。

加えて、私が力を入れているのは、従業員との対話によるエンゲージメント強化です。キャッチボールミーティングと呼んでいますが、特にグループの次代を担う若い世代にチャンスをつかんでもらいたいとの思いから、私自身が彼らと直接話し、双方向でやりとりをする機会を増やしています。「自らやりたいことに手を上げる人」を集め、経営層や社内外の様々な人と語り合いながら理解を深め、一体となってサステナビリティ経営の実現を目指す体制をつくっていきたくと考えています。

—— ダイバーシティ&インクルージョンと価値創造

大きな変革期にある当社グループは、「変わりつづける」ことで、10年後100年後の生活にも現在進行形でステークホルダーの皆様や社会に寄り添っていきたくと考えています。そのためには、小売業の枠にとらわれない独創的なアイデア、すなわち発明が必ずなければならない。そのような想いからJFRのグループビジョン“くらしの「あたたかい幸せ」を発明する。”は生まれました。

私は、このビジョンの実現には、ダイバーシティ&インクルージョンが欠かせないと考えています。ビジョンに共感し、それを実現したいと思う多様な人々が、お互いに個性

や価値観、考え方を認め合い、論議を繰り返すことで、異分子が結合し、新たな発明、新たな価値を生み出していく。それこそがイノベーション創出につながり、当社グループを持続的に成長させる原動力になると考えているからです。

現在、当社グループでは、グループ内人財交流の促進、ジェンダー、世代などが混ざり合うグループ横断型のプロジェクト、外部からの専門人財の採用など、様々な取り組みを行っています。こうした刺激によって、多様な人々が対等に関わりあいながら個々の能力を発揮し活躍できる企業文化・組織風土を醸成していきます。

—— Well-Being Life
(心身ともに豊かなくらし)の実現

当社は、2021年度からスタートした中期経営計画において、事業活動を通じ、ステークホルダーの皆様の「Well-Being Life」を実現することを掲げました。当社が考えるWell-Being Lifeとは、従来の物質的、経済的豊かさに加え、精神的(知的、文化的)、身体的、社会的豊かさ、そしてこれらを取り巻く環境的豊かさを実現した「心身ともに豊かなくらし」を意味しています。

当社グループは、お客様、従業員、お取引先様、地域の方々など、さまざまな方々と触れ合う場を大切にしながら、グループビジョンをCSVとして具現化し、社会価値と経済価値を両立するサステナビリティ経営を貫くことで、皆様のWell-Being Lifeを実現するとともに、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

グループビジョンのゴール



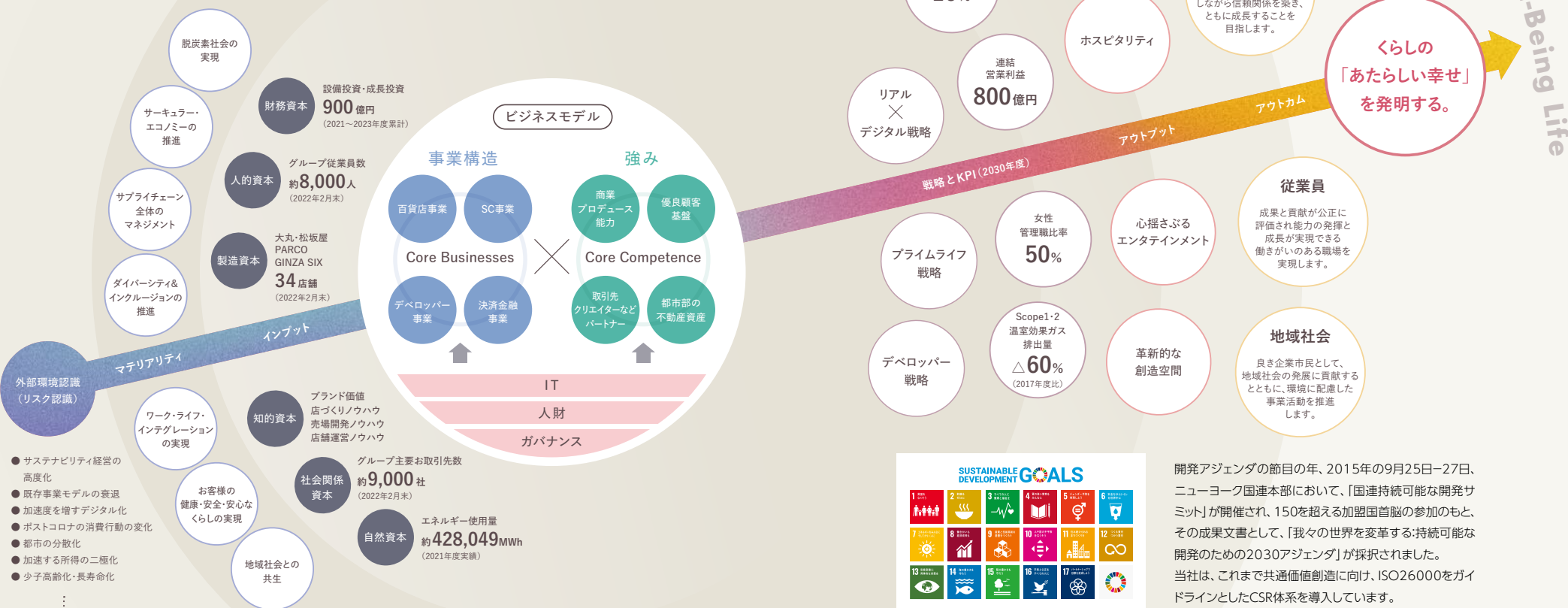
トップメッセージ → 価値創造プロセス

J.フロント リテイリングの価値創造プロセス

J.フロント リテイリングは、基本理念およびグループビジョンのもと、ステークホルダーの皆様とともに、時代の変化に即応した高質で新鮮かつホスピタリティにあふれる豊かな暮らしを創造することに取り組んでいます。

J.フロント リテイリングの事業活動は、大丸松坂屋百貨店とパルコを中心に地域とともに成長する豊かなマーケットの創出を絶えずはかつていくことです。それは、社会の公器として、様々なステークホルダーが共感する新たな価値を創造することに他なりません。

J.フロント リテイリングが持つ6つの資本を効果的・効率的に活用することにより、グループの事業モデルを循環させ、新たな価値を創造していくことが、J.フロント リテイリングのブランド価値、ひいては社会が共感する新しい価値を創造するプロセスとなっています。この取り組みを通じ、社会価値と経済価値を両立するCSV経営を実現し、広く社会に貢献するとともに、グループの発展を目指します。



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

2050年度ネットゼロを目指して

エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減

お取引先様との協働によるScope3排出量削減

JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

TCFD提言に沿った情報開示

環境

Environment

2050年度ネットゼロを目指して	13
エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減	15
お取引先様との協働によるScope3排出量削減	16
JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー	17
TCFD提言に沿った情報開示	20



→ 2050年度ネットゼロを目指して

エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減

お取引先様との協働によるScope3排出量削減

JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

TCFD提言に沿った情報開示

2050年度ネットゼロ※を目指して

深刻化する地球温暖化は、大規模な気候変動を引き起こす要因となり、自然環境や社会経済など、人々の暮らしに大きな影響を与えています。

また、現世代の私たちだけでなく、将来世代を含めた人類がその危機にさらされており、1.5℃目標（産業革命前からの気温上昇を1.5℃に抑制）達成に向けて、2050年までにネットゼロにする重要性が高まっています。

JFRグループは、マテリアリティ「脱炭素社会の実現」と「サーキュラー・エコノミーの推進」に両輪で取り組み、サプライチェーン全体の脱炭素化と資源循環による2050年度ネットゼロを目指します。

※温室効果ガスの排出量から植林・森林管理等による吸収量や、温室効果ガスの回収・地中への貯留等による除去量を差し引いて、合計を実質的にゼロにすること

温室効果ガス排出削減

**脱炭素社会の
実現**

再生可能エネルギー拡大による
Scope1・2削減
お取引先様との協働による
Scope3削減

資源循環

**サーキュラー・
エコノミーの推進**

廃棄物削減、再資源化
サーキュラー型
ビジネスモデルの拡大

JFRグループ

2050年度 ネットゼロ

→ 2050年度ネットゼロを目指して

エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減

お取引先様との協働によるScope3排出量削減

JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

TCFD提言に沿った情報開示

JFRグループ 2050年度ネットゼロ移行計画

JFRグループは、気候変動は事業戦略に大きな影響を及ぼすものと認識しています。

当社グループは、2019年度に、Scope1・2・3温室効果ガス排出量(以下、「Scope1・2・3排出量」という。)削減目標において、SBTイニシアチブ^{※1}による認定を取得しました。また、2021年度には、Scope1・2排出量削減目標を、2017年度(基準年度)比で、従来の40%から60%に引き上げ、SBTイニシアチブが定める新基準となる「1.5℃目標」の認定を再取得しました。今後は、SBTイニシアチブの「企業のネットゼロ基準」に基づき、Scope1・2・3排出量の範囲において、「2050年度ネットゼロ」を目指します。

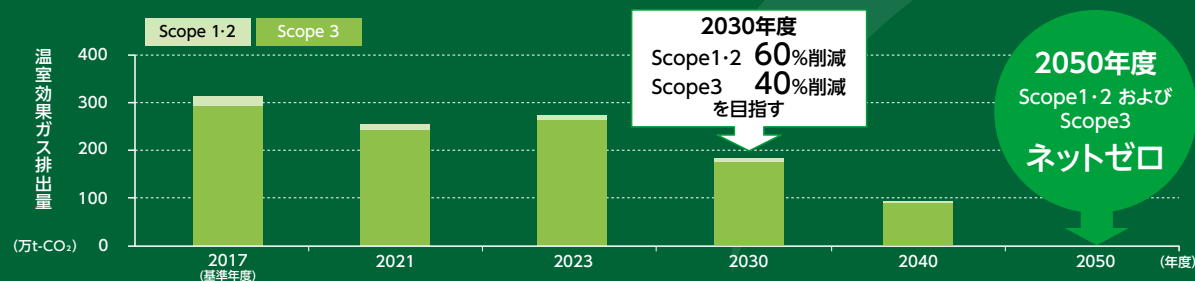
当社グループが目指す「2050年度ネットゼロ」とは、「脱炭素社会の実現」と「サーキュラー・エコノミーの推進」に両輪で取り組むことで、サプライチェーン全体の脱炭素化と資源循環を同時に実現することです。

当社グループは、サプライヤーであるお取引先様や、消費者であるお客様と協働し、Scope1・2・3排出量削減に取り組むと同時に、3R^{※2}強化およびサーキュラー型ビジネスモデルの拡大に取り組み、ビジネスリスク低減とビジネス機会獲得の両立を目指します。

※1 産業革命前からの気温上昇を2℃未満に抑えるため、科学的根拠に基づいた温室効果ガスの排出削減目標達成を推進することを目的とした国際的イニシアチブ

※2 Reduce(発生抑制)、Reuse(再利用)、Recycle(再資源化)の3つのRの総称

JFRグループ 2050年度ネットゼロ移行計画



Phase	実績 (2017～2021年度)		短期 (2023年度まで)	中期 (2030年度まで)	長期 (2050年度まで)
温室効果ガス実績・削減目標 (2017年度比)	Scope1・2 2017年度 194,154t-CO ₂	Scope1・2 2021年度 36.7%削減	Scope1・2 2030年度 60%削減		Scope1・2 2050年度 ネットゼロ
	Scope3 2017年度 2,927,320t-CO ₂	Scope3 2021年度 17.3%削減	Scope3 2030年度 40%削減を目指す		Scope3 2050年度 ネットゼロ
重点施策	省エネルギー施策の継続、強化によるScope1・2・3削減				
	・店舗内照明のLED切り替え拡大や省エネ高効率機器の導入によるScope1・2およびScope3(カテゴリ3)削減				
	・社用車のEV化によるScope1・2削減				
	再生可能エネルギー拡大によるScope2削減				
	・店舗および事業所の再生可能エネルギー切り替え拡大によるScope2削減				
	お取引先様との協働やサーキュラー・エコノミーの推進によるScope3削減				
	・お取引先様やお客様と協働した既存の3R高度化によるScope3(カテゴリ1, 4, 5, 9)削減				
	・お取引先様との協働によるScope3(カテゴリ1)削減				
	・廃棄物排出量削減およびリサイクル率向上によるScope3(カテゴリ5)削減				
				創エネルギーシステムの導入によるScope2削減	
				・自社施設への再生設備投資等によるScope2削減	
				・コーポレートPPAの構築によるScope2削減	
				最新技術等の活用やオフセット	
				・水素やアンモニア等、新たな脱炭素エネルギー由来電力の利用	
				・CO ₂ 吸収のための植林活動によるオフセット	

※2022年5月末時点の計画であり、今後の事業戦略に応じて修正する可能性があります。

2050年度ネットゼロを目指して

→ エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減

お取引先様との協働によるScope3排出量削減

JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

TCFD提言に沿った情報開示

エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減

JFRグループのScope1・2排出量のうち、電力の使用による排出量は約80%を占めています。これを踏まえ、当社グループでは、省エネルギーの徹底や計画的な再生可能エネルギー（以下、「再エネ」という。）の調達拡大等、電力に重点を置いたエネルギー施策の強化に取り組んでいます。

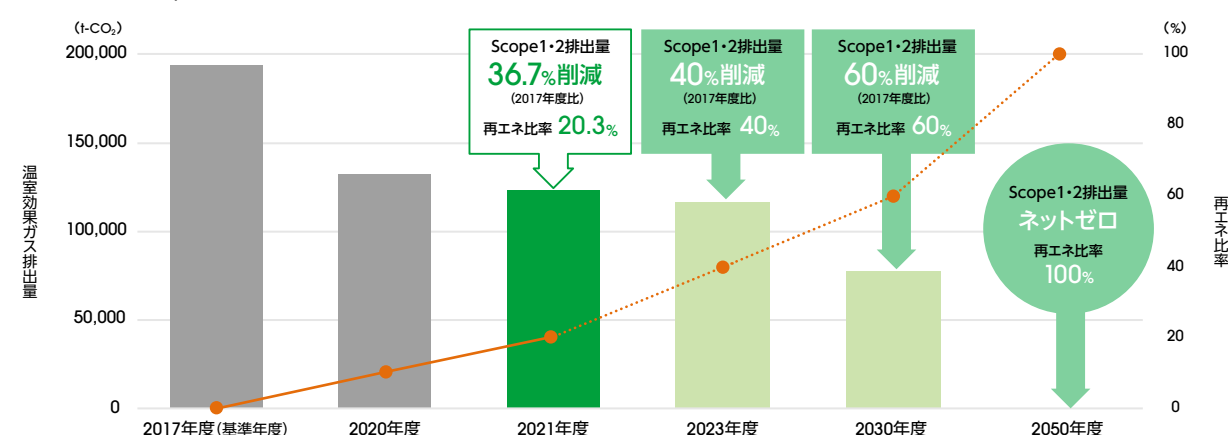
2021年度 Scope1・2排出量実績

2021年度Scope1・2排出量は、122,812t-CO₂となりました。2021年度の削減目標は、2020年度比で4.0%削減と設定していましたが、店舗の再エネ切り替え拡大や、LED照明への切り替えによる省エネ施策の徹底等により、

7.0%削減となりました。

また、SBT基準年度の2017年度比では36.7%削減となり、SBT達成（2030年度に2017年度比60%削減）に向けて順調に推移しています。

2021年度 Scope1・2排出量および再エネ比率



2021年度 JFRグループScope1・2排出量実績 (単位: t-CO₂、%)

	2021年度	2020年度比	2017年度比 (基準年度比)
Scope1・2排出量 合計	122,812	▲7.0	▲36.7
内訳			
Scope1排出量	14,004	16.9	▲12.8
Scope2排出量	108,808	▲9.4	▲38.9

創エネルギーによるレジリエンス強化

気候変動に起因する自然災害の増加、また不安定な社会情勢の中、再エネ電力の安定的な調達は重要なリスクであると考えられます。当社グループは、再エネ電力の調達において、電力メニューの切り替えに留まらず、多様な調達方

店舗における再エネ電力の拡大

当社グループは、再エネ電力で運営する店舗は店舗の環境価値を向上させ、環境課題に敏感なお取引先様やお客様からの支持獲得につながると考えています。

2021年度は、大丸京都店、大丸神戸店、大丸須磨店、松坂屋上野店、松坂屋高槻店、広島PARCO、福岡PARCO、PARCOya上野において、再エネ電力に切り替えました。その結果、当社グループの2021年度再エネ比率は20.3%となり、2020年度比で10.0%向上しました。

当社グループは、2020年度に「RE100 (100% Renewable Electricity) *」に加盟し、2050年度までに事業活動で使用する電力を100%再エネ電力にする目標を設定しました。

今後も、大丸松坂屋百貨店やパルコの店舗を中心に、再エネ電力への切り替えを強化し、RE100達成を目指します。



*2050年までに、事業活動で使用する電力を100%再エネで調達することを目標とする国際的イニシアチブ

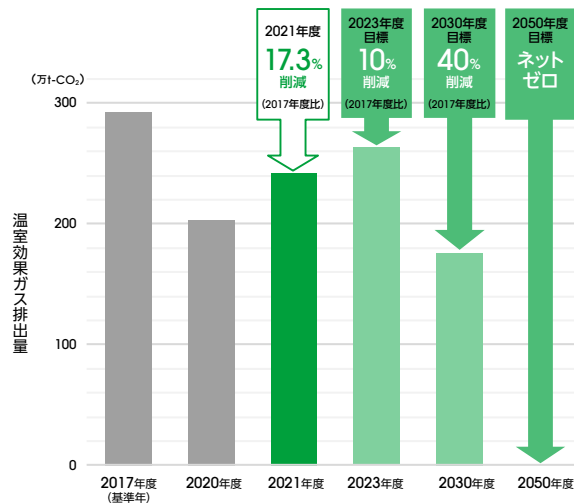
法の中から自社の事業特性に適した方法を検討し、新たな再エネ電力の創出およびエネルギー源の多様化によるレジリエンス強化に取り組んでいきます。

お取引先様との協働によるScope3排出量削減

JFRグループのScope3排出量は、サプライチェーン全体の排出量の約95%を占めています。この現状を踏まえ、当社グループは、Scope1・2排出量の削減とともに、Scope3排出量削減も重要課題として認識し、お取引先様と協働して取り組んでいく必要があると考えています。

2021年度 Scope3排出量実績

2021年度のScope3排出量は、2,420,492t-CO₂となり、2020年度比で19.1%増加しました。これは、コロナ影響の緩和による業績回復に伴い、カテゴリ1（調達した製品およびサービス）やカテゴリ5（事業から出る廃棄物）が前年度より増加したことによるものです。一方で、回復は緩やかであったことから、SBT基準年の2017年度比では17.3%減となりました。



2021年度 JFRグループScope3排出量 (単位: t-CO₂, %)

カテゴリ*	排出量	Scope3排出量 全体に占める割合
1 調達した製品・サービス	2,186,380	90.33
2 資本財	110,787	4.58
3 Scope1・2を除くエネルギー	24,319	1.00
4 輸送・配送(上流)	28,529	1.18
5 事業から出る廃棄物	1,191	0.05
6 従業員の出張	1,880	0.08
7 従業員の通勤	1,442	0.06
9 輸送・配送(下流)	16,330	0.67
11 販売した製品の使用	1,864	0.08
12 販売した製品の廃棄	9,974	0.41
13 リース資産(下流)	37,796	1.56
Scope3 合計	2,420,492	100.00

※カテゴリ8は、Scope1・2排出量で算定しているため、算定除外
カテゴリ10、14、15はJFRグループの事業プロセスに該当しないため、算定除外

お取引先様説明会の開催

大丸松坂屋百貨店では、店舗や本社オフィスにおける再エネ電力への転換、照明のLED化、社用車のEV化など、Scope1・2排出量の削減に取り組んできました。一方、小売業の特性上、同社のScope1・2の排出量はサプライチェーン全体排出量の約5%に留まり、残りの約95%は、Scope3排出量が占めています。

これを踏まえ、大丸松坂屋百貨店では、2022年4月、主要なお取引先様を対象に「脱炭素社会の実現に向けた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）。脱炭素社会の実現に向けた同社の取り組みを伝えることで、当社グループの覚悟を示すとともに、Scope3排出量削減にはお取引先様との協働が必須であること、また、お取引先様各社における排出量を可視化することが削減に向けた第一歩になること等を説明しました。

今後は、2050年度ネットゼロに向けて、お取引先様と協働してScope3排出量削減のための具体的施策を検討、実行し、サプライチェーン全体で脱炭素社会の実現に貢献します。



お取引先様説明会の様子

2050年度ネットゼロを目指して

エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減

お取引先様との協働によるScope3排出量削減

→ JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

TCFD提言に沿った情報開示

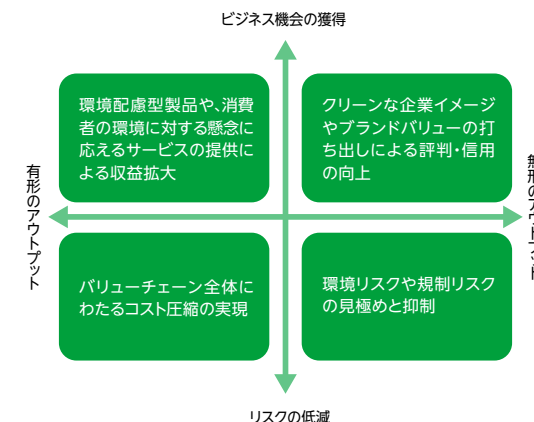
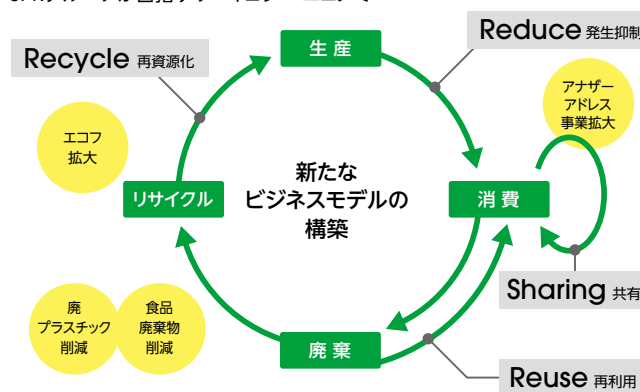
JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

大量生産・大量消費・廃棄が前提となる直線型のリニア・エコノミーにより、資源不足、地球温暖化、廃棄物処理の問題など様々な地球環境問題が深刻化する中、サーキュラー・エコノミーの重要性が高まっています。当社グループは、2021年度からマテリアリティに「サーキュラー・エコノミーの推進」を掲げ、環境課題に係るリスク低減と、新たなビジネス機会獲得の両立を目指しています。

JFRグループが強みとする領域でのサーキュラー・エコノミーの推進

当社グループは、従来から、廃棄物のリサイクルなど環境課題に係るリスク低減につながる3Rを実践し、ステークホルダーの皆様からの支持を獲得してきました。今後は、従来の3Rを基に、自社が強みとする領域（店舗運営、衣料品・化粧品・食品の取り扱い等）での取り組みを強化し、環境課題に係るリスク低減だけでなく、ビジネス機会獲得につながる新たな3Rへ進化・拡大していきます。

JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー



Topics

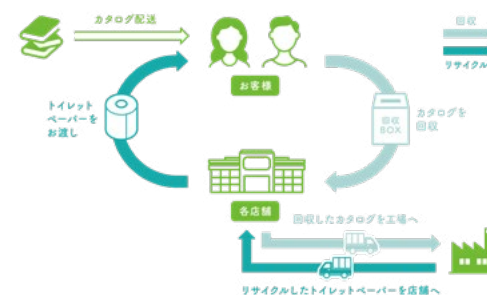
ギフトカタログのリサイクル

大丸松坂屋百貨店では、お中元やお歳暮時期にギフトカタログをお客様に発送していますが、不要になったカタログを環境保全のためにリサイクルし、お客様のくらしに還元できないか検討を進めてきました。

そこで、大丸東京店、松坂屋上野店では、2021年のお歳暮時期に配布したカタログを約2,400冊回収し、約8,000個の「大丸松坂屋オリジナルトイレットペーパー」

にリサイクルしました。

リサイクルされたトイレットペーパーは、2022年のお中元時期に店頭でお客様に配布し、多くの共感を得ることができました。2021年は、トライアル実施でしたが、今後、回収実施店舗を増やしていく予定です。



2050年度ネットゼロを目指して

エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減

お取引先様との協働によるScope3排出量削減

→ JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

TCFD提言に沿った情報開示

資源循環による環境負荷低減

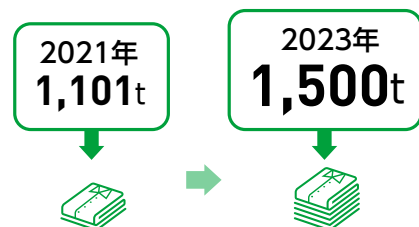
回収量・参加者ともに拡大する「エコフ」

大丸松坂屋百貨店では、サステナブルな商品やライフスタイルを提案する「Think GREEN」活動に取り組んでいます。

その取り組みのひとつである「エコフ」は、大丸松坂屋百貨店の店頭において、お客様から不要な衣料品や靴、バッグなどを回収し、新たな素材や製品に再資源化・再利用化する持続可能な取り組みです。

2021年度の回収量は264.6t(2016年度からの累計回収量は1,101t)となり、参加者も過去最高を記録しました。また、エコフと連動して、環境配慮型商品に特化したイベント等も実施しています。エコフの活動を通じて、多くのお客様から当社の環境への取り組みに対する支持を得ており、環境負荷低減につながる取り組みとなっています。

「エコフ」による不要品の累計回収量



JFRグループは、サーキュラー・エコノミーの実現に向けた環境負荷低減のため、①廃棄物の発生抑制、②廃棄物の資源活用、③廃棄物の適正処分の3つの観点で、当社グループの強みをいかした資源循環の取り組みを進めていきます。

廃プラスチック削減に向けて

大丸松坂屋百貨店は、プラスチックの使用量を抑制し、ライフサイクル全体での環境負荷低減につながる循環活用に取り組んでいます。

2021年は、化粧品プラスチック容器を回収・リサイクルするキャンペーン「コスメdeエコフ」を初開催し、回収量は1.6tとなりました。

また、大丸東京店、松坂屋上野店は、2021年12月から、衣料品の納品時に付帯するプラスチック製カバーの回収・リサイクルを行う「POOL PROJECT TOKYO※」に参加しています。

これは、東京都内の参画商業施設から発生したプラスチック製カバーを回収し、高度マテリアルリサイクルを行う取り組みです。再生されたプラスチックは、発生元から輸送・減容・加工などの全ての過程でトレーサビリティがとれたPCR材「POOL樹脂」として製造業者へ販売されます。

今後、新たな製品化や事業化が検討されており、当社

グループも、このような取り組みに参画することで積極的に資源循環を推進していきます。

※レコテック株式会社が、東京都全域の商業施設から発生するプラスチックの回収・リサイクルを行うプロジェクト



2022年4月に施行された「プラスチック資源循環促進法」への対応として、使い捨てプラスチックの排出抑制に向け、特定プラスチック使用製品については、お取引先様との協働により、お客様のご理解を得ながら推進していきます。



使い捨てプラスチック製品 使用量削減目標(大丸松坂屋百貨店)

2021年度使用実績(原単位*)	2022年度削減目標(2021年度比)
0.0936	▲20%

※単位設定：協働するお取引先様の店舗における使い捨てプラスチック製品使用量合計(kg)/協働するお取引先様の店舗における売上高(百万円)

食品廃棄物削減に向けて

日本国内のフードロスは年間500万tを超えるといわれており、その約半分は、規格外品や売れ残りなど流通のなかで生まれる事業系フードロスです。

大丸松坂屋百貨店やパルコでは、食品廃棄物削減の取り組みとして、賞味期限の近い商品のWEB販売や、規格

外商品の期間限定販売、食品ロス削減に向けたフードシェアリングイベントをお取引先様と協働して実施しています。また、最終的に食品廃棄物として排出された場合でも、外部の処理業者への委託による食品廃棄物の堆肥化・飼料化等、食品リサイクル率の向上に取り組んでいます。

2050年度ネットゼロを目指して

エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減

お取引先様との協働によるScope3排出量削減

→ JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

TCFD提言に沿った情報開示

サーキュラー・エコノミーの 推進による競争優位性の獲得

JFRグループは、サーキュラー・エコノミーの実現に向け、お取引先様やお客様と協働し「シェアリング」や「アップサイクル」を切り口とした新たなサーキュラー型ビジネスモデルに挑戦します。それにより、新たな環境価値を生み出し、サーキュラー・エコノミーにおける競争優位性を獲得します。

ファッションサブスクリプション事業 AnotherADdress

当社は、小売業を含めたファッション業界における衣類等の大量消費や廃棄といった環境問題に対して、環境負荷を少しでも低減させるための取り組みが必要であると認識しています。

大丸松坂屋百貨店は、2021年3月、ファッションサブスクリプション事業「AnotherADdress(アナザーアドレス)」を開始しました。国内外の人気ブランドのアイテムを月額11,880円(税込)で毎月3着借りることができる百貨店初のサブスクリプション型のファッションレンタルサービスです。2022年10月からは月1着5,500円(税込)のライトプラン



もスタートし、サービスを拡大します。大丸松坂屋百貨店が事業主体となり、物流、配送、クリーニング、リサイクルなど各事業者とのパートナーシップにより、お客様に洋服をお届けしています。

サステナブルな取り組みの強化

2022年2月末時点で、当初想定した会員数1,000名に対して、事業計画を大きく上回る6,700名超のお客様にご登録いただき、累計レンタル数は20,000着となる等、非常に多くのご支持をいただいています。さらに、オープン1周年を機に、取り扱いブランド数を2倍以上に拡大し、「安心保証サービス」「サイズ比較ツールの導入」「返品システムの変更」など、お客様からご要望のあった新たな

サービスの導入・改善を行っています。

また、事業コンセプト“FASHION NEW LIFE”の実現を目指して、東京藝術大学や、三菱ケミカル社と連携しています。“森を纏い、森を育む”をテーマに、アナザーアドレスでファッションを楽しみながら、東京藝術大学が進める環境改善プロジェクト“藝大Hedge”の植樹活動を支援できるプログラムの実施や、ワコールとの“服の寿命を伸ばす取り組み”など、新たなサステナブルな試みに挑戦しています。

今後も、ファッションは使い捨てではないという強い想いのもと、「あらゆるものを循環させる」をコンセプトに、持続可能な社会の実現を目指すお取引先様と提携し、循環型社会の形成に向けた活動を推進していきます。

Voice

大丸松坂屋百貨店 経営戦略本部 DX推進部 アナザーアドレス 田端 竜也さん

この事業を開始して、お客様からは「アナザーアドレスで借りた洋服を友人に褒められました。」「おしゃれが好きになりました」といったお声をいただいています。私たちがお客様にお伝えしたいのは“FASHION NEW LIFE”。おしゃれをすることの楽しさです。

アナザーアドレスでは、お洋服の洗濯・取り扱い方法もお伝えしています。レンタルしたものだけでなく、お手

持ちのお洋服をより長く着用いただくためにどうしたら良いか、お客様が自然にサステナブルな生活を楽しんでいただくように努めています。

事業開始当初は、ブランド様にご理解いただくのが大変な時期もありましたが、当社が流通プロセスを変革して循環型モデルに取り組むということをお伝えしています。お取り扱いを始めたお洋服をより長く楽しんでいただ

くために、当社が責任をもって取り組んでいることに共感・ご理解いただくことが増えました。

アナザーアドレスは、まだ始まったばかりです。一人でも多くの方に、まずは体験していただき、いままで袖を通したことのないお洋服との出会い、ファッションの楽しさを知ってもらいたいです。



2050年度ネットゼロを目指して

エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減

お取引先様との協働によるScope3排出量削減

JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

→ TCFD提言に沿った情報開示

TCFD提言に沿った情報開示

JFRグループは、2019年、「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)」の最終報告書(TCFD提言)に賛同しました。TCFD提言は、世界共通の比較可能な気候関連情報開示の枠組みであり、すべての企業に対し、4つの開示推奨項目である「ガバナンス」「リスク管理」「戦略」「指標と目標」に沿って開示することを推奨しています。当社グループは、TCFD提言を気候変動対応の適切さを検証するガイドラインとして活用するとともに、機関投資家等との積極的な対話を実施し、効果的な情報開示を行っています。



開示推奨項目① ガバナンス(環境課題に対するガバナンス)

a 取締役会が気候関連課題について報告を受けるプロセス、議題として取り上げる頻度、監視対象

当社グループでは、サステナビリティ経営をグループ全社で横断的に推進するため、環境課題に関する具体的な取り組み施策について、業務執行の最高意思決定機関であるグループ経営会議で協議・決議しています。また、半期に一度開催されるサステナビリティ委員会において、グループ経営会議で協議・決議された環境課題への対応方針等を共有し、当社グループの環境課題に対する実行計画の策定と進捗モニタリングを行っています。

取締役会は、グループ経営会議、およびサステナビリティ委員会で協議・決議された内容の報告を受け、当社グループの環境課題への対応方針および実行計画等についての論議・監督を行っています。

b 経営者の気候関連課題に対する責任、報告を受けるプロセス(委員会等)、モニタリング方法

代表執行役社長は、グループ経営会議の長を担うと同時に、直轄の諮問機関であるリスクマネジメント委員会、およびサステナビリティ委員会の委員長も担っており、環境課題に係る経営判断の最終責任を負っています。グループ経営会議、およびサステナビリティ委員会で協議・決議された内容は、最終的に取締役会へ報告を行っています。

JFRグループ 環境マネジメント体制



環境マネジメント体制における会議体と役割

	会議体および体制	役割
会議体	取締役会	業務執行において論議・承認された環境課題に関する取り組み施策の進捗を監督する。毎月開催。
	グループ経営会議	環境課題に対する具体的な取り組み施策を含む全社的な経営に係る施策について協議・決議する。決議事項は取締役会へ報告される。毎週開催。
	リスクマネジメント委員会	環境課題を含む包括的なリスクを抽出し、対策を協議・決議する。事業会社の進捗状況のモニタリングなどを実施し、決議事項は取締役会へ報告される。都度開催。
	サステナビリティ委員会	グループ経営会議で協議された環境課題への対応方針を協議・決議する。環境課題に関する長期計画とKGI/KPIの策定、各事業会社の進捗状況のモニタリングなどを実施し、決議事項は取締役会へ報告される。半期に一度開催。
実行主体	代表執行役社長	グループ経営会議の長を担うと同時に、リスクマネジメント委員会、およびサステナビリティ委員会の委員長を担う。環境課題に係る経営判断の最終責任を負う。
	事業会社 (経営会議、リスクマネジメント委員会、サステナビリティ委員会等)	JFRグループのリスクマネジメント委員会やサステナビリティ委員会と協議・決議された環境課題への対応方針に基づき、事業会社として環境課題への取り組み策を計画・実行する。また、進捗状況をJFRグループのリスクマネジメント委員会やサステナビリティ委員会へ報告する。
	サステナビリティ推進部	全社的な環境課題への対応を推進する。環境関連情報を収集し、グループ経営会議やサステナビリティ委員会、リスクマネジメント委員会へ報告する。

2050年度ネットゼロを目指して

エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減

お取引先様との協働によるScope3排出量削減

JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

→ TCFD提言に沿った情報開示

開示推奨項目② リスク管理

a 気候関連リスクの特定・評価プロセスの詳細、重要性の決定方法

当社グループは、リスクを戦略の起点と位置づけ、「企業経営の目標達成に影響を与える不確実性であり、プラスとマイナスの両面がある」と定義しており、企業が適切に対応することで、持続的な成長につながると考えています。

当社グループは、環境課題に係るリスクについて、サステナビリティ委員会の中でより詳細に検討を行い、各事業会社と共有化を図っています。各事業会社では、気候変動の取り組みを実行計画に落とし込み、各事業会社社長を長とする会議の中で論議しながら実行計画の進捗確認を行っています。その内容について、グループ経営会議やリスクマネジメント委員会およびサステナビリティ委員会において、進捗のモニタリングを行い、最終的に取締役会へ報告を行っています。

b 重要な気候関連リスクの管理プロセスの詳細、優先順位付けの方法

当社グループは、気候関連リスク・機会は、自社の事業戦略に大きな影響を及ぼすとの認識のもと、右記のプロセスを通じて気候関連リスク・機会を特定し、その重要性を評価しました。

はじめに、当社グループは、サプライチェーン・プロセスの活動項目である「商品調達」「輸送・顧客の移動」「店舗販売」「商品、サービスの利用」「廃棄」の活動項目ごとに、気候関連リスク・機会を網羅的に抽出しました。次に、網羅的に抽出した気候関連リスク・機会の中から、当社にとって重要な気候関連リスク・機会を特定しました。最後に、

特定した気候関連リスク・機会について、「自社にとっての影響度および発生可能性」と、「ステークホルダーにとっての影響度」の2つの評価基準に基づき、その重要性を評価しました。

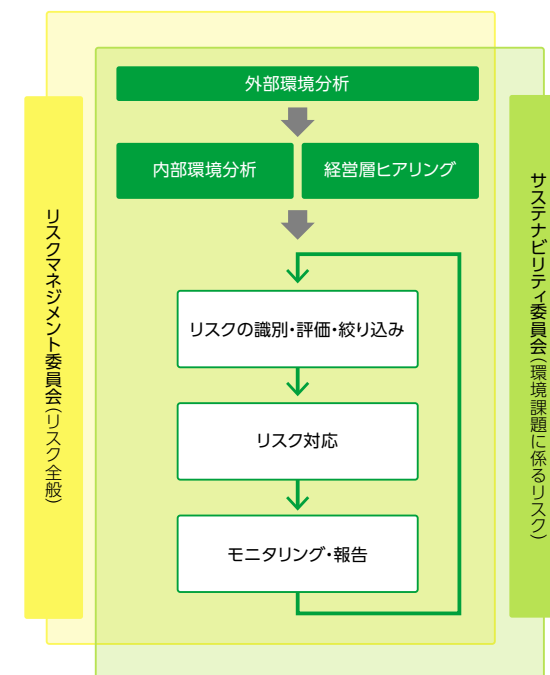
当社グループは、右記のプロセスを経て、特に重要と評価された気候関連リスク・機会について、取締役会による監督体制の下、当社における企業リスクの一つとして当社グループの戦略に反映し、対応しています。

c 全社リスク管理の仕組みへの統合状況

当社グループは、リスクを全社的に管理する体制を構築することが重要であることを踏まえ、リスクマネジメント委員会を設置しています。リスクマネジメント委員会では、外部環境分析をもとに、環境課題に係るリスクを含めた企業リスクを識別・評価し、優先的に対応すべき企業リスクの絞り込みを行い、進捗のモニタリングを行っています。

リスクマネジメント委員会で論議・承認された内容は、取締役会による監督体制の下、当社グループの戦略に反映し、対応しています。

リスク管理プロセス



リスク管理体制

リスク管理プロセス	担当する会議体および実行主体
リスクの識別・評価・絞り込み	● 取締役会 ● グループ経営会議 ● リスクマネジメント委員会（経営に係るリスク全般が対象） ● サステナビリティ委員会（環境課題に係るリスクが対象）
リスク対応	● 各事業会社（経営会議、リスクマネジメント委員会、サステナビリティ委員会等）
モニタリング・報告	● 取締役会 ● グループ経営会議 ● リスクマネジメント委員会（経営に係るリスク全般が対象） ● サステナビリティ委員会（環境課題に係るリスクが対象）

2050年度ネットゼロを目指して

エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減

お取引先様との協働によるScope3排出量削減

JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

→ TCFD提言に沿った情報開示

開示推奨項目③ 戦略

a 短期・中期・長期のリスク・機会の詳細

当社グループは、気候関連リスク・機会は、長期間にわたり自社の事業活動に影響を与える可能性があるため、適切なマイルストーンにおいて検討することが重要であると考えています。それを踏まえ、当社グループは、中期経営計画の実行期間である2023年度までを短期、Scope1・2・3排出量のSBT設定年度である2030年度までを中期、Scope1・2・3排出量のSBTネットゼロ目標設定年度である2050年度までを長期と位置づけました。

当社グループは、気候関連リスク・機会に対し、ネットゼロを実現する2050年度を見据えたバックカスティングにより、当社グループの戦略を策定し、対応しています。



⇒ JFRグループ 2050年度ネットゼロ移行計画

b リスク・機会が事業・戦略・財務計画に及ぼす影響の内容・程度

当社グループは、気候変動が当社グループに与えるリスク・機会とそのインパクトの把握、および2030年度時点の世界を想定した当社グループの戦略のレジリエンス(強靱性)と、さらなる施策の必要性の検討を目的に、シナリオ分析を実施しています。

シナリオ分析では、国際エネルギー機関(IEA)や、気候変動に関する政府間パネル(IPCC)が公表する複数の既存シナリオを参照の上、パリ協定の目標である「世界の平均気温上昇を産業革命以前に比べて2℃より十分低く保ち、1.5℃に抑える努力をすること」を想定した1.5℃/2℃未満シナリオ、および、現在のペースで温室効果ガスが排出されることを想定した4℃シナリオの2つの世界を想定しています。

この2つのシナリオを踏まえ、当社グループは、サプライチェーン・プロセスの活動項目ごとに、TCFD提言に沿って、気候関連リスク・機会を抽出しました。その上で、気候変動がもたらす移行リスク(政策規制、技術、市場、評判)や物理リスク(急性、慢性)、また、気候変動への適切な対応による機会(資源効率、エネルギー源、製品およびサービス、市場、レジリエンス)を特定しました。

JFRグループにおける気候関連リスクと機会の検討期間の定義

気候関連リスク・機会の 検討期間		JFRグループの定義
短期	2023年度まで	中期経営計画の実行期間
中期	2030年度まで	Scope1・2・3排出量のSBT設定 年度までの期間
長期	2050年度まで	Scope1・2・3排出量のSBTネット ゼロ目標設定年度までの期間

参照した既存シナリオ

想定される世界	既存シナリオ
1.5℃/2℃未満 シナリオ	「Net - Zero Emissions by 2050 Scenario (NZE)」 (IEA、2021年)
	「Sustainable Development Scenario (SDS)」 (IEA、2021年)
	「Representative Concentration Pathways (RCP2.6)」(IPCC、2014年)
4℃シナリオ	「Stated Policy Scenario(STEPS)」(IEA、2021年)
	「Representative Concentration Pathways (RCP6.0、8.5)」(IPCC、2014年)

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

2050年度ネットゼロを目指して

エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減

お取引先様との協働によるScope3排出量削減

JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

→ TCFD提言に沿った情報開示

JFRグループにおける気候関連リスク・機会の概要

気候関連 リスク・機会の種類			発現時期	JFRグループの気候関連リスク・機会の概要
リスク	移行 リスク	政策規制	短・中期	●炭素税等、温室効果ガス排出を抑制する政策導入・規制強化によるエネルギーコストの増加 ●グリーン電力証書の購入等による温室効果ガス排出削減コストの増加 ●地政学的リスクに伴う再エネ需要増によるエネルギー調達コストの増加
		技術	短・長期	●高効率な省エネルギー機器への対応によるオペレーションコストの増加 ●水素やアンモニア等、新たな脱炭素エネルギーの普及によるエネルギー調達コストの増加 ●CCUS (CO₂回収・転換・貯留技術) の活用や植林活動等によるオペレーションコストの増加
		市場	短・中期	●再エネ由来電力使用量の増加による再エネ調達コストの増加 ●低炭素製品の需要増等、マーケット変化への対応遅れによる成長機会の喪失 ●気候変動に起因する感染症リスク(新型コロナウイルス感染症等)の増加への対応の遅れによる成長機会の喪失
		評判	短・中期	●環境課題に対する対応の遅れや、消費行動の多様化への対応遅れによるレピュテーションの低下 ●投資家からの環境情報開示要求への対応不備によるレピュテーションの低下 ●ステークホルダーからのレピュテーション低下による新規採用および従業員エンゲージメントへの悪影響
	物理 リスク	急性	短・中期	●気候変動に起因する自然災害による物流ルート断絶に伴う、製品・サービスの販売機会の喪失 ●気候変動に起因する自然災害による店舗・事業所の損害、休業による収益の減少 ●気候変動に起因する感染症リスク(新型コロナウイルス感染症等)の増加による店舗での販売機会の喪失
		慢性	中・長期	●降雨量増加や気象パターンの変化に伴う農業生産の不安定化による調達コストの増加 ●気候変動に起因する感染症(新型コロナウイルス感染症等)による従業員の健康被害の増加
機会	資源効率		短・中期	●省エネルギー施策の強化によるエネルギー調達コストの減少 ●環境価値の高い店舗や事業所への転換によるエネルギー調達コストの減少
	エネルギー源		短・長期	●最新のエネルギー高効率機器導入によるエネルギー調達コストの減少 ●創エネルギー導入によるエネルギー調達コストの減少 ●再エネに係る新たな政策・制度の進展による再エネ調達コストの減少
	製品およびサービス		短・中期	●お取引先様との協働によるシェアリング、アップサイクル製品の需要増への対応による収益の拡大 ●リユース製品・リサイクル製品等、お客様からの環境配慮型製品・サービスの需要増への対応による収益の拡大
	市場		短・長期	●サーキュラー型ビジネスへの新規参入による新たな成長機会の拡大 ●小売業の枠を超えた事業ポートフォリオの再構築と、低炭素製品市場への参入・拡大による収益力の向上 ●環境価値の高い店舗や事業所への転換に伴う環境意識の高いテナントの来店による収益の拡大 ●気候変動に起因する感染症リスク(新型コロナウイルス感染症等)の増加への対応による新たな成長機会の獲得
	レジリエンス		中期	●再エネ・省エネルギー推進に伴うエネルギーレジリエンスの向上

2050年度ネットゼロを目指して

エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減

お取引先様との協働によるScope3排出量削減

JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

→ TCFD提言に沿った情報開示

C 関連するシナリオに基づくリスク・機会および財務影響とそれに対する戦略のレジリエンス

当社グループは、網羅的に抽出・特定した気候関連リスク・機会の中から、「自社にとっての影響度および発生可能性」と、「ステークホルダーにとっての影響度」の2つの評価基準に基づき、その重要性を評価しました。

また、当社グループは、特に重要性が高いと評価した気候関連リスク・機会について、2030年度を想定した1.5℃/2℃未満シナリオ、および4℃シナリオの2つのシナリオにおける財務影響を定量、定性の両側面から試算し、それぞれの対応策を策定しました。

なお、定性的財務影響については、矢印の傾きによって3段階で表示しています。

 JFRグループの事業および財務への影響が非常に大きくなることが想定される
  JFRグループの事業および財務への影響がやや大きくなることが想定される
  JFRグループの事業および財務への影響が軽微であることが想定される

JFRグループにとって特に重要な気候関連リスク・機会、および財務影響

JFRグループにとって特に重要な気候関連リスク・機会		財務影響		対応策
		1.5℃/2℃未満シナリオ	4℃シナリオ	
リスク	●炭素税等、温室効果ガス排出を抑制する政策導入・規制強化によるエネルギーコストの増加	約11億円 ^{*1} のコスト増	約6億円 ^{*1} のコスト増	●店舗・事業所における省エネルギーや再エネへの切り替えによるScope1・2排出量削減
	●グリーン電力証書の購入等による温室効果ガス排出削減コストの増加			●店舗・事業所における最新の高効率機器の導入によるエネルギー使用量の削減
	●再エネ由来電力使用量の増加による再エネ調達コストの増加	約7億円 ^{*2} のコスト増	約2億円 ^{*2} のコスト増	●自社施設への再エネ設備投資等、創エネルギーシステムの導入による再エネの自家消費
	●気候変動に起因する自然災害による店舗・事業所の損害、休業による収益の減少	約52億円 ^{*3} の減収	約103億円 ^{*3} の減収	●BCP整備による店舗・事業所のレジリエンス強化
	●気候変動に起因する感染症リスク(新型コロナウイルス感染症等)の増加による店舗での販売機会の喪失			●中期経営計画で策定した「リアル&デジタル戦略」の推進による販売チャネルの多様化
機会	●最新のエネルギー高効率機器導入によるエネルギー調達コストの減少			●店舗・事業所における最新の高効率機器の導入によるエネルギー使用量の削減
	●環境価値の高い店舗や事業所への転換に伴う環境意識の高いテナントの出店による収益の拡大	約10億円 ^{*4} の増収	—	●省エネや再エネへの切り替えによる店舗・事業所の環境認証取得
	●お取引先様との協働によるシェアリング、アップサイクル製品の需要増への対応による収益の拡大			●お取引先様との協働によるシェアリング、アップサイクル等のサーキュラー型ビジネスモデルへの転換
	●リユース製品・リサイクル製品等、お客様からの環境配慮型製品・サービスの需要増への対応による収益の拡大			●お取引先様やお客様との協働による3Rの高度化や、環境配慮型製品・サービスの取扱い拡大
	●気候変動に起因する感染症リスク(新型コロナウイルス感染症等)の増加への対応による新たな成長機会の獲得			●中期経営計画で策定した「リアル&デジタル戦略」の推進による販売チャネルの多様化

2030年度時点想定した定量的財務影響の算出根拠

※1 2030年度時点のJFRグループScope1・2排出量に対して、1t-CO₂あたりの炭素税価格を乗じて試算

※3 過去の自然災害に伴う休業等による売上損失額に対して、洪水発生頻度を乗じて試算

※2 2030年度時点のJFRグループ電気使用量に対し、通常の電気料金と比較した1kWhあたりの再エネ由来電気料金の価格高を乗じて試算

※4 2030年度時点のJFRグループの不動産収入利益に対して、環境認証取得ビルの新規成約賃料変動率を乗じて試算

当社グループは、最重要マテリアリティである「脱炭素社会の実現」に向け、当社グループの事業活動について、上記シナリオを前提に気候変動がもたらす影響を分析し、その対応策を検討し、当社グループの戦略のレジリエンスを検証しています。

そのため、事業戦略や中期経営計画において、マイナスのリスクに対しては適切な回避策を策定し、また、プラスの機会に対してはマーケット変化へ積極的に対応する等、新たな成長機会の獲得を目指します。

2050年度ネットゼロを目指して

エネルギー施策強化によるScope1・2排出量削減

お取引先様との協働によるScope3排出量削減

JFRグループが目指すサーキュラー・エコノミー

→ TCFD提言に沿った情報開示

開示推奨項目④ 指標と目標

a 気候関連リスク・機会の管理に用いる指標

当社グループは、気候関連リスク・機会を管理するための指標として、Scope1・2・3排出量、および事業活動で使用する電力に占める再エネ比率の2つの指標を定めています。

また、2021年4月に改訂した役員報酬ポリシーでは、業績連動報酬を決定する指標として、Scope1・2排出量削減目標を設定し、気候変動問題に対する執行役の責任を明確化しています。

b 温室効果ガス排出量 (Scope1・2・3)

当社グループは、2017年度から、グループ全体の排出量の算定に取り組んでいます。当社グループの2021年度Scope1・2排出量は、122,812t-CO₂ (2020年度比7.0%削減、2017年度比36.7%削減)となりました。また、2021年度Scope3排出量は、2,420,492t-CO₂ (2020年度比19.1%増、2017年度比17.3%減)となりました。

なお、Scope1・2・3排出量は、第三者保証を取得しています。

2021年度 JFRグループ Scope1・2・3排出量実績 (単位:t-CO₂、%)

		2021年度	2020年度比	2017年度比 (基準年度比)
Scope1・2排出量 合計		122,812	▲7.0	▲36.7
内訳	Scope1 排出量	14,004	16.9	▲12.8
	Scope2 排出量	108,808	▲9.4	▲38.9
Scope3排出量合計		2,420,492	19.1	▲17.3

c 気候関連リスク・機会の管理に用いる目標および実績

当社グループは、世界全体の1.5℃/2℃未満目標達成のため、2018年度から、長期的な温室効果ガス排出量削減目標を設定し、2019年度に、Scope1・2・3排出量削減目標において、「SBTイニシアチブ」による認定を取得しました。2021年度には、マテリアリティの進化に伴い、Scope1・2排出量削減目標を、2017年度(基準年度)比で、従来の40%から60%に引き上げ、SBTが定める新基準となる「1.5℃目標」の認定を再取得しました。また、SBTイニシアチブの「企業のネットゼロ基準」に基づき、Scope1・2・3排出量の範囲において、「2050年度ネットゼロ」という目標を設定しました。

これらの長期目標達成のため、当社グループは、2019年度から、自社施設における再エネ由来電力の調達を開始し、2020年10月に「RE100[※]」に加盟し、2050年度までに、事業活動で使用する電力に占める再エネ比率100%を目指します。また、その中間目標として、2030年度までに、事業活動で使用する電力に占める再エネ比率60%を目指します。

今後も、2050年度ネットゼロの実現に向け、再エネ由来電力の調達拡大に取り組みます。

※事業活動で使用する電力を、2050年までに100%再エネにすることを目標とする国際的イニシアチブ

JFRグループの気候関連リスク・機会の管理に用いる目標

指標	目標年度	目標内容
温室効果ガス排出量	2050年	Scope1・2・3排出量ネットゼロ
	2030年	Scope1・2排出量を60%削減(2017年度比) ^{※1} Scope3排出量40%削減を目指す(2017年度比) ^{※1}
再エネ比率	2050年	事業活動で使用する電力に占める再エネ比率100% ^{※2}
	2030年	事業活動で使用する電力に占める再エネ比率60%

※1 SBTイニシアチブにより認定

※2 2020年 RE100に加盟

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つく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、検診やヘルスクエ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せ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と思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つく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、地元の中高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。

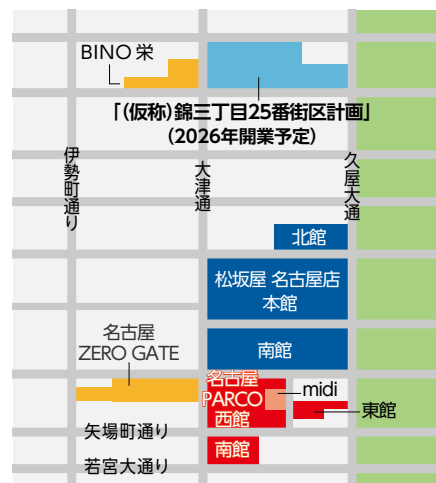
具体的には、当社グループの店舗が位置するプライムロケーションにおいて複合大型開発を推進するほか、新たなレジデンスやホテル、オフィスなど非商業も含めた多様な用途開発にも取り組むことで、今後のグループの成長につなげていきます。

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



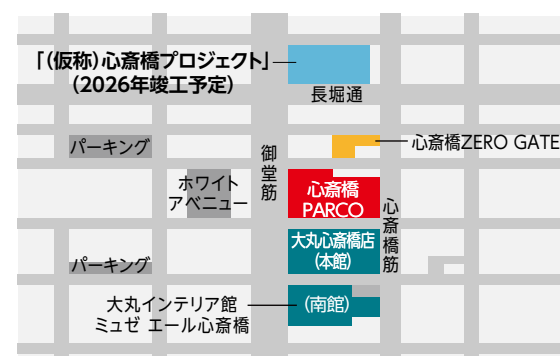
提供：三菱地所(株)

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

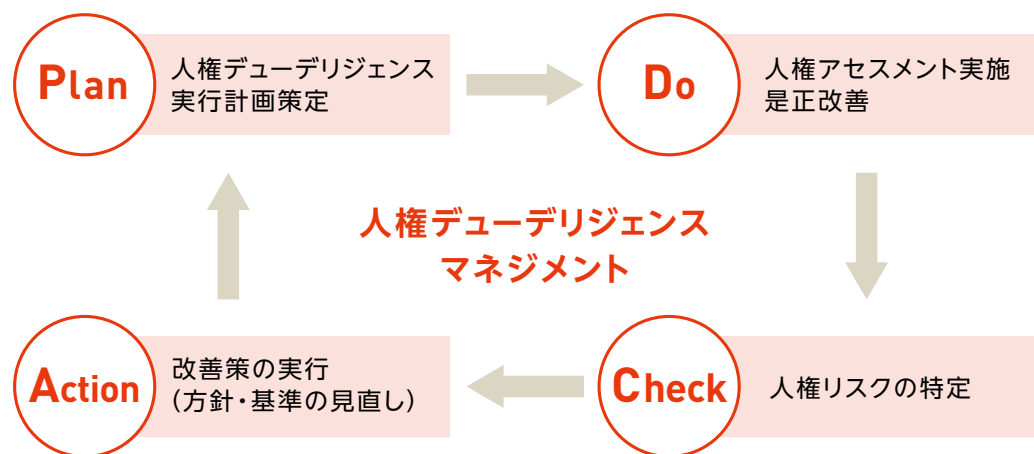
JFRグループは、「サプライチェーン全体のマネジメント」をマテリアリティに掲げ、サプライチェーン全体での社会的責任の遵守および環境に配慮した取り組みを推進しています。お取引先様にJFRお取引先様行動原則の共有・浸透を図り、人権デューデリジェンスによってサプライチェーン上のリスクを低減し、より持続的で強靱なサプライチェーンを構築していきたいと考えています。

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。

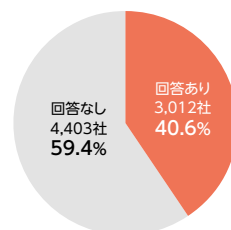
【概要】

- 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。

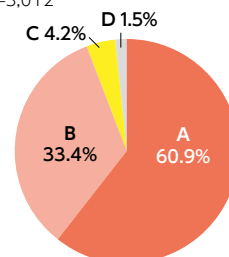
【アセスメント結果】

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。

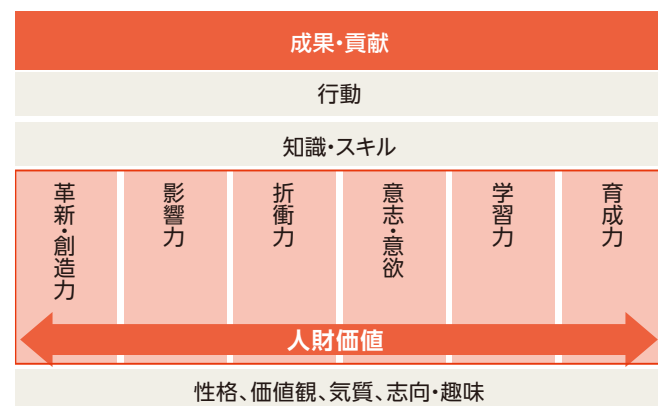
人財育成

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リスクリ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

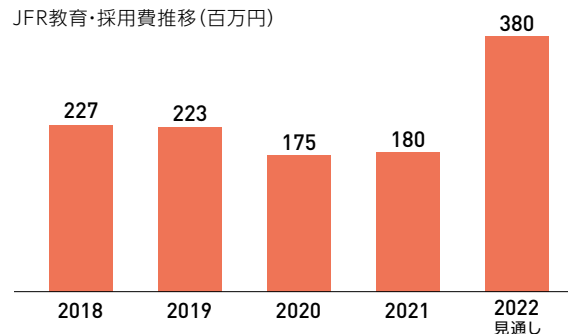
配置・育成・評価・処遇に反映

お客様のWell-Being Life実現に向けて

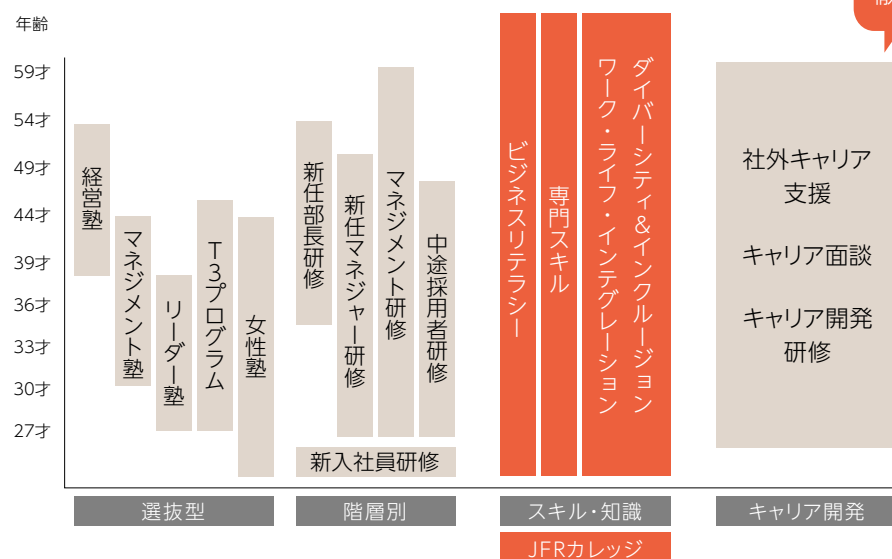
お取引先様とともにつくる強靱なサプライチェーン → 多様な人財の活躍

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。

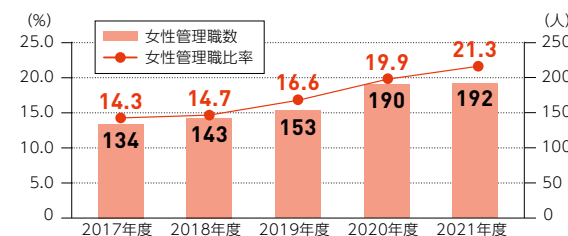
当社グループは、本プロジェクトを通じて、女性に限らず多様な従業員が活躍できる企業文化・組織風土を醸成していきたいと考えています。



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の企業とが連携し、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

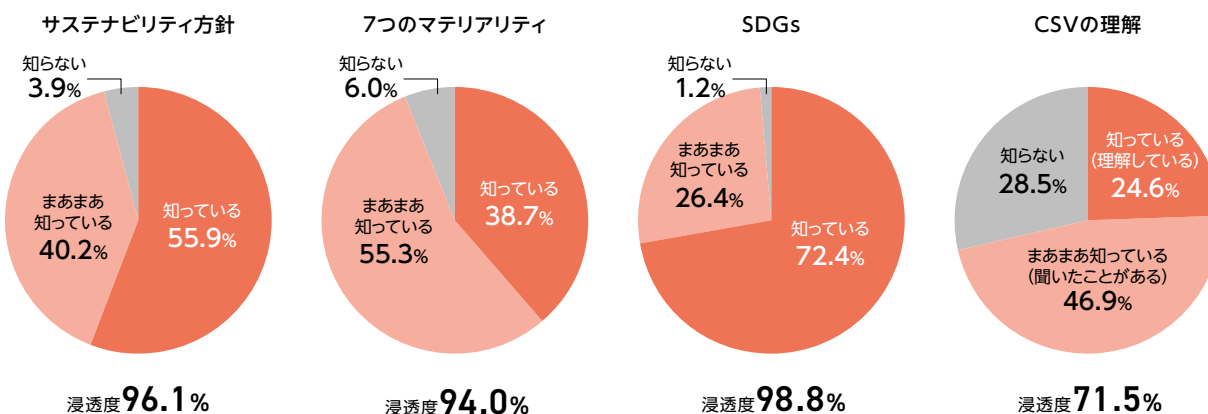
当社グループは、グループ全体で進めているサステナビリティ活動の社内理解・浸透状況を把握するため、「サステナビリティ活動に関する従業員意識調査」を行いました（4,654名が回答）。

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。



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

サステナビリティ経営を支えるガバナンス体制

リスクマネジメント

ガバナンス

Governance

サステナビリティ経営を支えるガバナンス体制 45

リスクマネジメント 47



サステナビリティ経営を支えるガバナンス体制

JFRグループは、サステナビリティをめぐる課題に取り組み、社会課題の解決と企業成長の両立を目指すサステナビリティ経営を推進しています。当社は、このサステナビリティ経営を機能させるための取締役会によるガバナンス体制の構築に取り組み、中長期的な企業価値向上を目指します。

サステナビリティに関する取締役会の役割

当社グループは、気候変動など地球環境問題への配慮、人権の尊重、従業員の健康・労働環境への配慮や公正・適切な処遇、お取引先様との公正・適正な取引、自然災害等への危機管理などサステナビリティをめぐる課題に取り組んでいます。これらの課題に取り組むことは、社会の一員として持続可能な社会に貢献するとともに、当社グループの持続的成長と中長期的な企業価値の向上においても重要であると考えています。

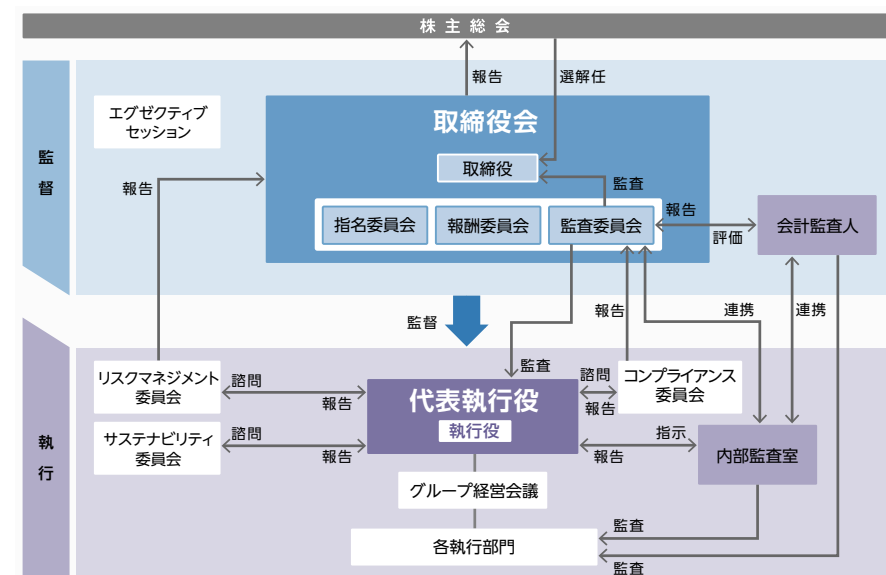
このような認識のもと、取締役会は「サステナビリティ方針」や取り組むべき重要課題（マテリアリティ）など、当社のサステナビリティに関する重要事項について審議・決定するとともに、取り組みの進捗・結果について監督し、サステナビリティ経営を推進しています。

取締役に期待するスキル

取締役会を構成する取締役候補者の選任にあたっては、取締役会の役割・責務を実効的に果たすため、サステナビリティ経営の推進（7つのマテリアリティの解決に向けた事業戦略の遂行）を適切に監督するために必要な経験と知見を有する人財で構成するものとします。

社外取締役候補者の選任にあたっては、当社の中核事業である小売業に限らず、製造業など異なる業種の出自の経営者の方をはじめ、法律等の専門知識、マーケティングの視点、財務・会計に関する広い経験を有する方などボードダイバーシティを意識した人選を行っています。また、社内の非業務執行取締役候補者については、当社グループにおける幅広い実務経験や監査などの知見を有する方を選任しており、執行役を兼務する取締役候補者については、代表執行役社長に加えて、株主・投資家が求める戦略的財務政策を実行できる高度な知見を有する財務部門の責任者を選任しています。

JFRコーポレートガバナンスの体制図



コーポレートガバナンス体制

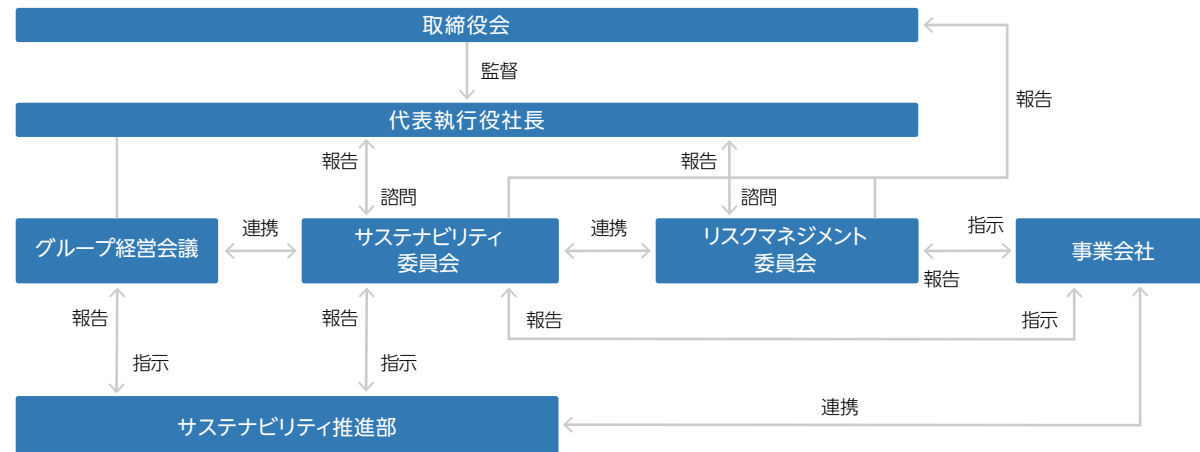
<https://www.j-front-retailing.com/company/governance/governance01.html>

サステナビリティ推進体制

当社グループは、環境や人権を含む社会課題に関する具体的な取り組み方針を、業務執行の最高意思決定機関である「グループ経営会議」で協議・決議しています。グループ経営会議で協議・決議された事項は、代表執行役社長の諮問機関であるサステナビリティ委員会ですべての事業

会社に共有し、各社における実行計画の策定と進捗モニタリングを行っています。また、取締役会では、グループ経営会議およびサステナビリティ委員会と協議・決議された内容の報告を受け、論議・監督を行っています。

サステナビリティ推進体制



役員報酬とマテリアリティKPIの連動

当社は、中期経営計画の策定に際し、2021年4月に役員報酬ポリシーを改定し、業績連動株式報酬の非財務指標として、以下の2項目を設定しました。

- ①Scope1・2温室効果ガス排出量 40%削減（2017年度比）
- ②女性管理職比率の引き上げ 26%
（①②いずれも2023年度末時点）

これらの項目は、マテリアリティの2023年度KPIとも連動しており、目標達成に向けた経営陣の責任を明確化しました。

〈サステナビリティ委員会の主な議題〉

2021年度

- 4月
 - Scope3排出量削減に向けたお取引先様との取り組み
 - 2021年度お取引先様アセスメント(人権含む)実施概要
 - サステナビリティ方針の改定
 - グループ全体の2020年度進捗
- 9月
 - 外部講師講演「ESG情報開示の重要性」
 - お取引先様アセスメント(人権含む)の実施
 - グループ全体の2021年度上期進捗

2022年度

- 4月
 - 外部講師講演「ESG・サステナビリティ経営」
 - 2022年度実行計画
 - 女性活躍推進プロジェクトの進め方
 - 2021年度お取引先様アセスメント(人権含む)結果の説明
 - グループ全体の2021年度進捗
- 5月
 - 外部講師講演「経営戦略としてのダイバーシティ」

リスクマネジメント

JFRグループでは、リスクを「企業経営の目標達成に影響を与える不確実性であり、プラスとマイナスの両面がある」と定義しています。また、リスクマネジメントを「リスクを全社的な視点で合理的かつ最適な方法で管理することにより企業価値を高める活動」と位置づけ、リスクのプラス面・マイナス面に適切に対応することにより企業の持続的な成長につなげています。

リスクマネジメント体制

当社グループは、J.フロント リテイリングに代表執行役社長を委員長、執行役などをメンバーとするリスクマネジメント委員会を設置しています。同委員会には、リスク管理担

当役員を長とする事務局を置き、委員会で決定した重要な決定事項を事業会社に共有し、ERM(全社的なリスクマネジメント)を推進しています。

また、リスクを戦略の起点と位置づけ、リスクと戦略を連動させることにより、リスクマネジメントを企業価値向上につなげるよう努めています。

リスクマネジメントプロセス

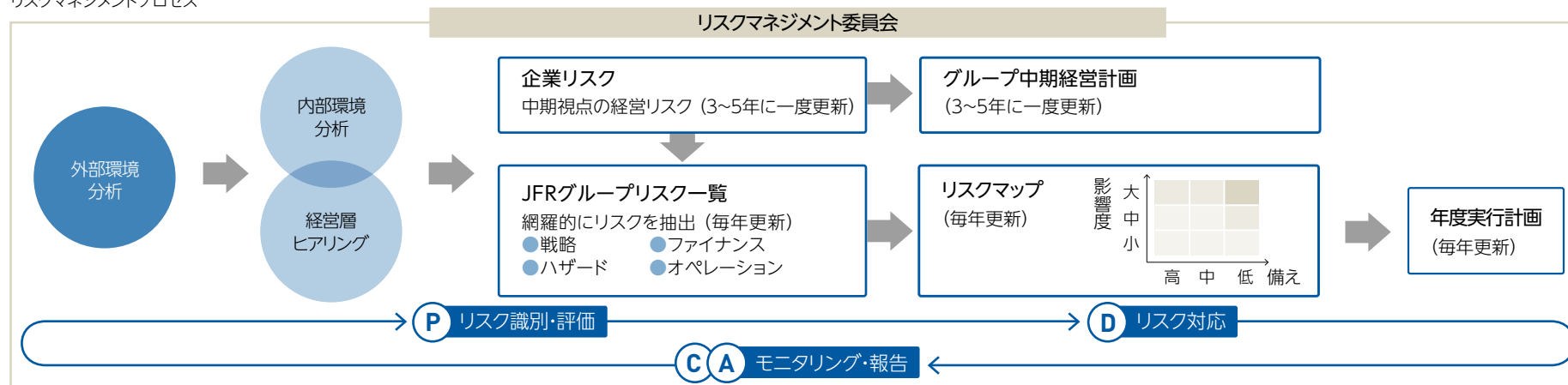
当社グループでは、下記のプロセスにより、リスクマネジメントを推進しています。具体的には、外部・内部環境分析や、取締役を含む経営層および実務責任者の認識をもとに、当社グループにとって重要度の高いリスクの抜け漏れが生じないように努めています。

中期的に当社グループ経営において極めて重要度が高いものは、企業リスクと位置づけ、グループ中期経営計画の起点としています。

また、企業リスクを受けて識別した年度リスクをJFRグループリスク一覧にまとめ、リスクマップを用いて評価を

行い、優先度をつけて対応策を実行しています。企業リスク、JFRグループリスク一覧は、半年に一度の頻度で、リスクを取り巻く環境変化と対応策の進捗についてモニタリングを行い、リスクマネジメント委員会で協議後、その内容を取締役に報告しています。

リスクマネジメントプロセス



サステナビリティ経営を支えるガバナンス体制 → リスクマネジメント

企業リスク一覧表

以下は、企業リスクが当社グループに与える影響や対応策をまとめた一覧です。対応策は、中期経営計画と連動しており、定期的に進捗管理を行っています。

JFRグループ企業リスク一覧

分類	番号	項目	影響度	将来の見通し*	マイナス面	プラス面	対応策
戦略 リスク	1	サステナビリティ経営の高度化	非常に大	↑	●ステークホルダーの離反、格付・ブランド力の低下	●持続的な成長、当社グループのプレゼンス向上	●社会的価値と経済的価値の両方を同時に生み出す価値創造ストーリーの明確化 ●ステークホルダーの「Well-Being Life」の実現
	2	既存の事業モデルの衰退	非常に大	↑	●大型店舗型小売業の業績低迷によるグループ全体の活力の低下	●大型店舗型小売業の事業モデルの抜本的な変革による再成長	●顧客接点のデジタル化 ～店舗同様の付加価値の提供とマーケティングの精度向上 ●店舗の役割の見直し ～体験、出会い、人との繋がりの場の提供
	3	加速度を増すデジタル化への対応	非常に大	↑	●グループ全体の成長の停滞 ●テクノロジー活用遅延による競争力の低下	●デジタル活用によるビジネスモデルの変革 ●業務の効率化、ペーパーレス化	●顧客体験価値の最大化などビジネスモデルの変革 ●メタバースなど新たな市場でのビジネスモデルの構築 ●業務システムの標準化・効率化
	4	ポストコロナにおける消費行動の変化	非常に大	↑	●消費者ニーズとのアンマッチによる顧客離反	●新規マーケットの創造	●消費行動の変化内容の分析 ●サステナブルな商品・サービスなど新規マーケットの創造
	5	都市の分散化 (都市と地方のバランス)	大	→	●都心立地の従来型商業施設の集客力低下	●都市の分散化に対応した事業展開	●グループ全体の不動産開発や保有不動産に関する戦略立案、所有不動産価値の最大化 ●エリアとの共生、多様な都市生活提案と複合再開発による魅力的な街づくりの推進
	6	加速する所得の二極化	大	→	●マスマーケットの縮小による売上減少	●新たな中間層需要の掘り起こし ●新富裕層マーケットの開拓	●マスマーケットの商品・サービスの適正規模への見直し、細分化 ●リアル、デジタル両面での富裕層マーケットの深耕
	7	顧客の変化、特に少子高齢化・長寿命化	大	→	●国内市場規模の縮小	●シニアマーケットの拡大	●上質な子供服用品、教育事業への重点対応 ●シニア顧客の買い物の利便性向上やウェルネスなど関心の高いカテゴリーの強化
	8	外国人マーケットの不透明さ	大	→	●インバウンド売上低迷の長期化	●インバウンド売上上の段階的回復 ●ECやライブコマースの展開による外需獲得	●インバウンドマーケット回復を見据えた販促策の準備 ●ECやライブコマースの展開強化
	9	業際を超えた再編、M&Aの加速	大	→	●当社グループの敵対的買収	●事業ポートフォリオの変革 ●M&A活用による企業成長	●既存事業の選別、経営資源配分の最適化 ●新規事業の検討・探索と、それを担う事業子会社の開発促進や事業育成
	14	ニューノーマル時代の働き方、人材・組織改革の進展	大	→	●優秀人材の流出、人材獲得競争での劣後 ●従業員のモチベーション低下	●従業員のエンゲージメント、組織力の向上 ●事業戦略の推進、イノベーションの創出	●「人財力主義」に基づいた人的資本の強化 ●働き方の柔軟性を高める施策の実行 ●多様性を尊重した組織改革 ●様々な機会を通じた若手人材の育成
ハザード リスク	10	頻発する自然災害・疫病	非常に大	→	●お客様・従業員の人命損傷 ●事業継続の危機	●事業の安定運営	●新型コロナウイルス感染症の対応分析による新たな感染症への備えの強化 ●複数のシナリオ策定と事業への影響分析 ●実践的なBCP訓練の継続的な実施 ●事業計画の適正な適時見直しの実施
	11	情報セキュリティの重要性向上	大	→	●個人情報の漏洩、訴訟・損害賠償の発生、社会的信用失墜 ●業務の遅延・停滞	●業務やシステムの安定稼働 ●業務の効率化、リモートワークの推進	●インシデントの予防・検知を向上させる新たなセキュリティ対策の実施 ●グループセキュリティガイドラインの見直しと訓練等を通じた従業員のリテラシーの向上
ファイナンス リスク	12	資金調達マネジメントの重要性の向上	大	→	●資金コストの高止まり	●資金コストの引下げ ●成長戦略推進のサポート	●手許資金及び有利子負債の適正化 ●サステナビリティボンドなど調達手段の多様化
	13	環境変化に対応できるコスト構造の必要性	非常に大	→	●収益性の低下 ●投資の抑制	●事業ポートフォリオの変革 ●事業基盤の強化	●ビジネスモデル改革やオフィス再編、要員構成の見直しなどによるコスト削減 ●事業ポートフォリオ最適化の推進

※中期経営計画期間内のリスク変化を、当社グループへの影響度や対応策等を考慮して見通したもの

□：影響が極めて大きく、最優先で対応しているリスク

情報セキュリティへの取り組み

2022年3月、当社グループ全体のシステムインフラの整備・高度化や情報システムの安全稼働と堅牢性の高いセキュリティの実現等を目的に、「グループシステム統括部」を新設しました。昨今のインシデントは年々多様化・複雑化してきており、ハード・ソフト両面での一層の取り組みが必要であると考えています。

ハード面では、端末の不審な挙動の検知や事故発生時に迅速に対応できるセキュリティ製品および監視サービスを順次導入します。また、システム接続時の多要素認証により接続可能なデバイスを限定し、パスワード漏洩時の不正ログインを防ぎます。

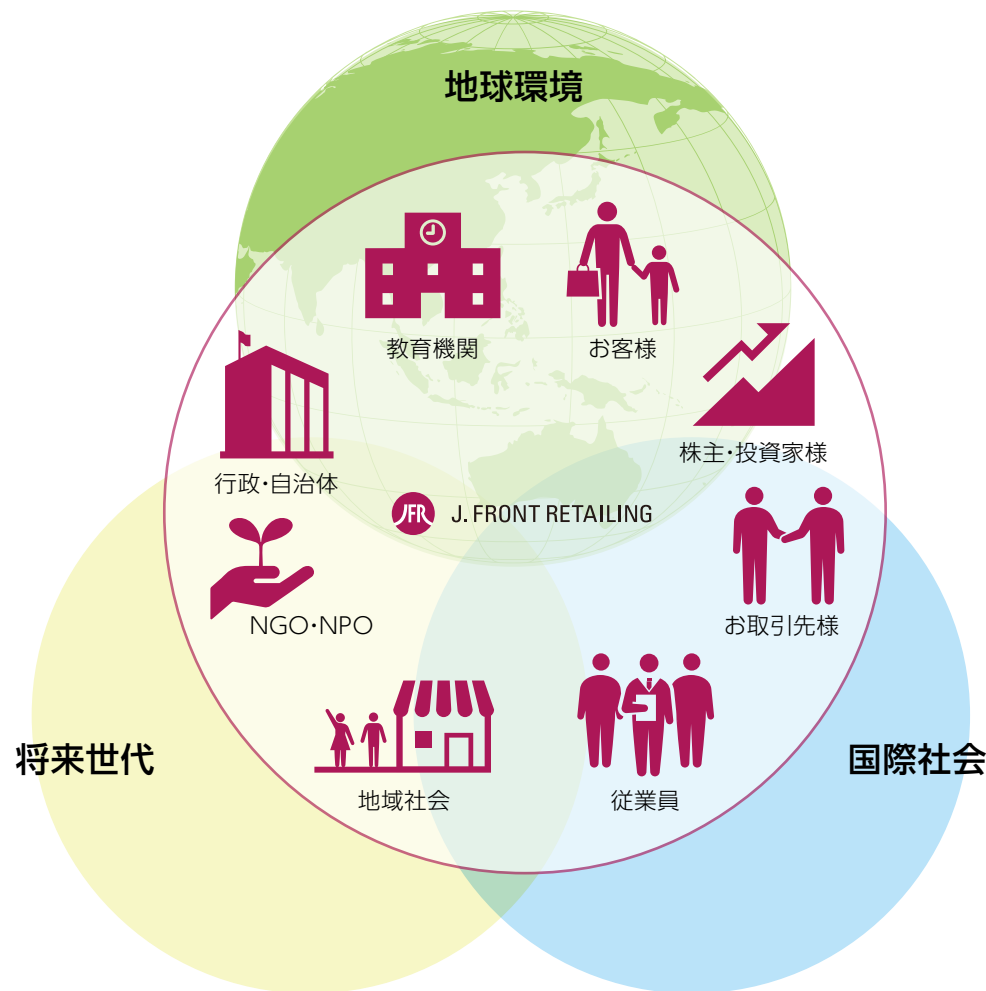
ソフト面では、近年のIT利用環境の変化を踏まえ、グループセキュリティガイドラインを改定します。また、最新のインシデントに関する情報に基づいた全従業員対象のeラーニングや標的型攻撃メール訓練などを継続し、リテラシーの向上を図っています。

さらに、セキュリティ管理体制の強化に向けて、当社内にCSIRT* (シーサート)を設置し、日本シーサート協議会に加盟しました。当社とグループ各社の情報セキュリティ管理責任者が連携し、インシデント発生時に備えたマニュアルの整備を図るとともにインシデント対応訓練を継続的に実施することで、グループ全体のセキュリティ管理体制の強化を進めています。

* Computer Security Incident Response Team (コンピューターセキュリティインシデント対応チーム)

ステークホルダーエンゲージメント

JFRグループは、すべてのステークホルダーのWell-Being Lifeの実現に向け、積極的な情報開示と相互コミュニケーションをはかることで、信頼関係を深め、サステナビリティ経営を推進しています。



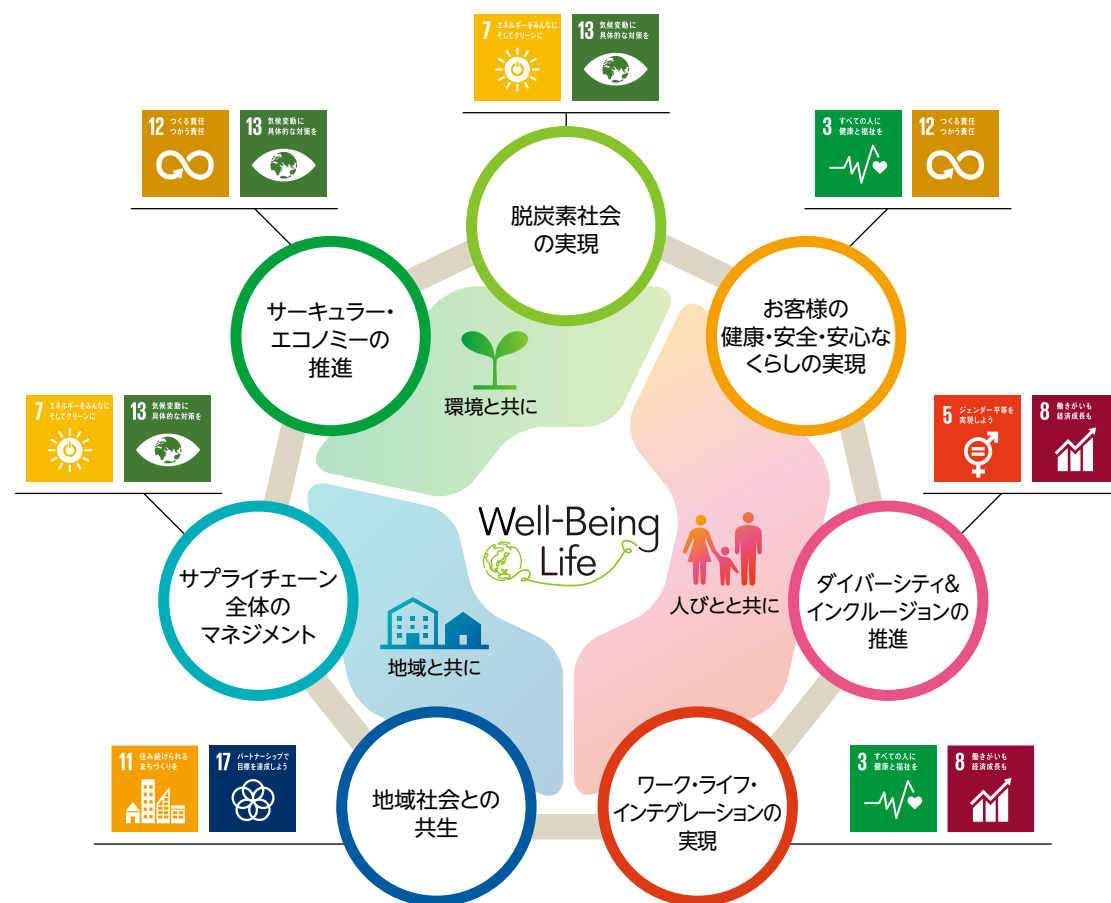
ステークホルダー	主な対話方法・コミュニケーション
お客様 新しい価値の提案を通じて、お客様のところをとらえる本物のご満足を提供します。	●日々の営業活動 ●お客様アンケート ●お客様相談室への問い合わせ
株主・投資家様 高収益・高効率経営の実践を通じて、企業価値の長期的な向上に努めます。	●株主総会 ●機関投資家・アナリスト向け決算説明会 ●ESG説明会 ●統合報告書、サステナビリティレポート ●IRサイト
お取引先様 お互いに切磋琢磨しながら信頼関係を築き、ともに成長することを目指します。	●お取引先様行動原則説明会 ●お取引先様懇談会 ●お取引先様取り組み会議
従業員 成果と貢献が公正に評価され、能力の発揮と成長が実感できる働きがいのある職場を実現します。	●従業員研修 ●従業員アンケート ●社内ポータルサイト、社内SNS ●労使協議 ●JFRグループコンプライアンスホットライン（店頭で働くお取引先様従業員も含む） ●ハラスメント相談窓口
地域社会 良き企業市民として、地域社会の発展に貢献するとともに、環境に配慮した事業活動を推進します。	●地域への社会貢献活動 ●地元商店街、地元企業等地域コミュニティとの連携
NGO・NPO 対話と協働を通じて、社会からの要請を深く理解し、事業活動を通じた地球環境や社会課題の解決に取り組みます。	●啓発イベント ●募金活動 ●フードドライブの実施
行政・自治体 事業と関わりのある行政組織への参画や意見交換を行うとともに、自治体と連携し、社会課題の解決に取り組みます。	●地域包括連携協定 ●業界団体への参画 ●業界団体を通じた政府への意見具申
教育機関 文化・産業・教育・学術等の分野で相互に連携し、地域の発展と人材の育成に寄与します。	●包括連携協定 ●産学連携プロジェクト ●次世代教育支援、教育機関との連携

→ JFRのマテリアリティ マテリアリティのKGI・KPIとその進捗

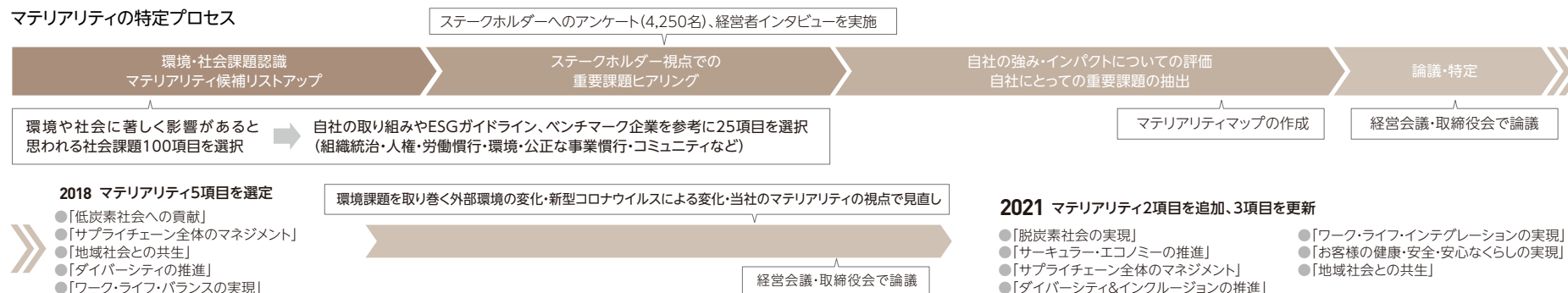
JFRのマテリアリティ

JFRグループは、サステナビリティ経営の推進、グループビジョンのゴールである「Well-Being Life」の実現に向けて、7つのマテリアリティを特定しています。特定したマテリアリティについて、リスクと機会の両面を捉え、それぞれのマテリアリティでビジネスチャンスを生み出し、社会的価値と経済的価値を同時に実現するCSVを目指しています。

マテリアリティマップ



マテリアリティの特定プロセス



JFRのマテリアリティ → マテリアリティのKGI・KPIとその進捗

マテリアリティのKGI・KPIとその進捗

 環境と共に 脱炭素社会の実現	2030年KGI コミットメント	脱炭素社会をリードし次世代へつなぐ地球環境の創造 私たちは、かけがえのない地球環境を次世代に引き継ぐため、再生可能エネルギーの調達拡大や、省エネルギーの徹底等に全社一丸となって取り組み、脱炭素社会の実現に貢献します。			
	背景と考え方	化石燃料への依存からの脱却を目指す「脱炭素化」が世界的な潮流となっていることを受け、JFRグループは、再生可能エネルギーの活用等による「脱炭素社会の実現」を最重要課題として位置付けています。			
	リスクと機会	指標	2021年実績	2023年KPI	2030年KPI
	リスク ● 再生可能エネルギー由来電力使用量の増加による調達コストの増加 ● 環境課題や消費行動の多様化への対応遅れによるレピュテーションの低下 機会 ● 事業モデルの抜本的な変革による再成長	● Scope 1・2 温室効果ガス排出量 ● 事業活動で使用する電力に占める再生可能エネルギー比率 ● 創エネルギー	● 36.7%削減(2017年度比) (Scope1・2排出量122,812t-CO ₂) ● 20.3% 10.0%増(2020年度比) (再エネ電力量62,156MWh) —	● 40%削減(2017年度比) ● 40% ● 新電力事業会社との協業による再生可能エネルギー自家発電の導入	● 60%削減(2017年度比) ◎2050年度ネットゼロ ● 60% ● 新電力事業会社との協業による再生可能エネルギー自家発電・自家消費の拡大

 環境と共に サーキュラー・エコノミーの推進	2030年KGI コミットメント	サーキュラー・エコノミーの推進による未来に向けたサステナブルな地球環境と企業成長の実現 私たちは、お取引先様やお客様との協働により、新たな環境価値を生み出すための革新的なビジネスモデルを創造し、サーキュラー・エコノミーにおける競争優位性を獲得します。			
	背景と考え方	大量生産、大量消費を前提とした従来型のリニア・エコノミーによる環境問題の深刻化が世界的に課題となる中、JFRグループは、2021年、資源や製品の価値を最大化する「サーキュラー・エコノミーの推進」を新たなマテリアリティの一つと位置づけました。			
	リスクと機会	指標	2021年実績	2023年KPI	2030年KPI
	リスク ● 環境配慮型製品の需要増等、マーケット変化への対応遅れによる成長機会の喪失 機会 ● サーキュラー型ビジネスへの新規参入による新たな成長機会の拡大 ● 環境配慮型製品・サービスの需要増への対応による収益の拡大	● 廃棄物排出量(食品廃棄物含む) ● エコフによるリサイクル回収量 ● リサイクル・リユース ● シェアリング・サブスクリプション・アップサイクル等事業	● 11.9%削減(2019年度比) ● 累計1,101t ● ギフトカタログの回収・リサイクルを開始 ● ファッションサブスクリプション事業「アナザーアドレス」スタート	● 15%削減(2019年度比) ● 累計1,500t ● お取引先様やお客様との協働による使用済み製品のリサイクルや再製品化の実現 ● お取引先様との協働によるシェアリング・アップサイクル等事業への新規参入	● 50%削減(2019年度比) ● 累計3,000t ● お取引先様やお客様との協働による使用済み製品のリサイクルや再製品化の拡大 ● お取引先様との協働によるシェアリング・アップサイクル等事業のシェア拡大

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

JFRのマテリアリティ → マテリアリティのKGI・KPIとその進捗



環境と共に



地域と共に

サプライチェーン
全体の
マネジメント2030年KGI
コミットメント

お取引先様とともに創造するサプライチェーン全体での脱炭素化の実現

私たちは、お取引先様とともに、環境に配慮した製品やサービスの調達等に取り組むと同時に、再生可能エネルギー化、省エネルギー化に取り組み、サプライチェーン全体での脱炭素社会の実現に貢献します。

背景と考え方

脱炭素社会の実現に向けて、企業は自社の事業活動だけでなく、サプライチェーン上の活動に伴う温室効果ガス排出量も把握・管理することが求められており、重要視されています。JFRグループは、お取引先様と協働し、Scope3排出量削減を目指しています。

リスクと機会

指標

2021年実績

2023年KPI

2030年KPI

リスク

- お取引先様が新たに開発した製品・サービスへの対応遅れによるレピュテーション低下

機会

- お取引先様やお客様との協働によるリユース製品、リサイクル製品の取り扱い拡大による収益拡大

- Scope3温室効果ガス排出量

- 17.3%減(2017年度比)
(Scope3排出量2,420,492t-CO₂)

- お取引先様説明会の実施
(2022年4月開催、253社参加、大丸松坂屋百貨店)

- 10%削減(2017年度比)

- 40%削減を目指す
(2017年度比)
- ◎ 2050年度ネットゼロ

2030年KGI
コミットメント

お取引先様とともに創造するサステナブルなサプライチェーンの実現

私たちは、お取引先様とサステナビリティに対する考え方を共有し、共に社会的責任を果たすことを通じて、サプライチェーン全体で持続可能な未来の社会づくりに貢献します。また、お取引先様とともに、サプライチェーンで働く人々の人権が守られ、健康に働けることができる職場環境づくりを実現します。

背景と考え方

サプライチェーン上で発生する差別や強制労働などの人権問題、新型コロナウイルス感染症の拡大・長期化は、サプライチェーンに大きな影響を及ぼしています。JFRグループは、サプライチェーンに潜むリスクに対応し、持続可能なサプライチェーンの構築を目指しています。

リスクと機会

指標

2021年実績

2023年KPI

2030年KPI

リスク

- 商品・サービス調達の不安定化
- 人権侵害など社会課題への未対応によるレピュテーションの低下

機会

- 商品・サービスの安定的な確保
- 強靱なサプライチェーン構築による事業のレジリエンス強化

- JFRお取引先様行動原則の浸透

- お取引先様アセスメント実施：
回答率40.6%、浸透率60%
- JFRお取引先様行動原則共有
(パルコ)

- アセスメントの回答率80%、
浸透率25%

- アセスメントの回答率95%、
浸透率100%

- 人権

- 人権アセスメント実施
- 2022年度人権リスクの特定

- 人権デューデリジェンスの取り組み拡大
- 従業員への人権教育実施率
100%

- お取引先様と従業員の人権が
尊重される事業活動の定着

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

JFRのマテリアリティ → マテリアリティのKGI・KPIとその進捗



ダイバーシティ& インクルージョン の推進

人びとと共に	2030年KGI コミットメント	すべての人々がより互いの多様性を認め個性を柔軟に発揮できるダイバーシティに富んだ社会の実現 私たちは、多様性と柔軟性をキーワードに、ステークホルダーすべての人がダイバーシティの本質である異なる個性や視点を大切に、多様な能力を発揮できる企業をつくります。また、多様な個性や能力が相互に影響し、機能し合うこと（インクルージョン）により、イノベーションを生み出し、多様なお客様の期待に応え事業の成長を目指します。			
	背景と考え方	少子高齢化による労働人口の減少が社会問題となっています。JFRグループは、女性やシニア、中途採用など、多様な人がともに働く環境となっています。そのため、マテリアリティをさらに一歩進め「ダイバーシティ&インクルージョンの推進」として、多様な能力を尊重し、一体性を生み出すことで、企業の競争力強化につなげます。			
	リスクと機会	指標	2021年実績	2023年KPI	2030年KPI
	リスク ● 変化に対応しないことによる組織の競争力低下、優秀な人材の流出や人材獲得競争での劣後 ● 従業員のモチベーション低下 ● 従来の組織体制の保持による成長の停滞 機会 ● 組織の生産性向上、優秀人材の獲得 ● 従業員のエンゲージメント、組織力の向上 ● 事業戦略の推進、イノベーションの創出による企業価値の向上	● 女性管理職比率	● 21.3%	● 26% ● 2025年度 30%	● 労務構成比と同等の50%を目指す
		● 定年延長	● 65歳定年導入事業会社（大丸松坂屋百貨店、JFRカード、大丸興業、JFR情報センター）	● 65歳定年を導入する事業会社拡大	● 70歳定年を目指す
		● 障がい者雇用率（関係会社の特例範囲）	● 2.66%（2021年6月時点）	● 2.6%	● 3.0%
		● ダイバーシティの企業文化醸成	● LGBTに関する制度（同性パートナーシップ規則、性別移行支援休暇）の制定、LGBT相談窓口の新設 ● LGBTに関するイベントを店舗で開催 ● アンコンシャスバイアスアンケート実施（従業員対象、2022年3月）	● ダイバーシティ&インクルージョンの従業員への浸透100% ● LGBT等多様なお客様への売場・商品・サービスへの展開	● ダイバーシティ&インクルージョンから生まれる多様な能力の発揮による事業成長の実現 ● 多様なお客様への売場・商品・サービスの展開



ワーク・ライフ・ インテグレーション の実現

人びとと共に	2030年KGI コミットメント	多様性と柔軟性を実現する未来に向けた新しい働き方による従業員とその家族のWell-Beingの実現 私たちは、ニューノーマル時代の新しい働き方として、多様性と柔軟性をキーワードにした働き方を促進し、同時に心身の健康を保ちます。これにより、従業員と家族のWell-Beingを実現し、組織の生産性向上につなげます。			
	背景と考え方	ITの進化や、仕事と育児・介護を両立する人の増加、新型コロナウイルス感染症の影響により、働き方が多様化しています。JFRグループは、2021年、マテリアリティを「ワーク・ライフ・インテグレーションの実現」に進化させ、従業員が仕事と生活の双方を充実させることに取り組み、企業の生産性向上につなげます。			
	リスクと機会	指標	2021年実績	2023年KPI	2030年KPI
	リスク ● 変化に対応しないことによる組織の競争力低下、優秀な人材の流出や人材獲得競争での劣後 ● 従業員のモチベーション低下 機会 ● 組織の生産性向上、優秀人材の確保 ● 従業員のエンゲージメント、組織力の向上	● 育児・介護離職率	● 1.4%	● 1.0%未満	● 0%
		● 男性育児休業取得率	● 43.6%	● 100%	● 性別問わず100%
		● 働き方	● テレワーク制度の拡充 ● 「J.フロント リテイリング健康宣言」策定	● いつでもどこでも働ける組織構築への制度・評価の定着	● いつでもどこでも働ける組織による生産性の向上
		● 従業員満足度（従業員満足度調査）	—	● 60%	● 80%

JFRのマテリアリティ → マテリアリティのKGI・KPIとその進捗

お客様の
健康・安全・
安心な
くらしの実現2030年KGI
コミットメント

未来に向けたお客様の心と身体を満たすWell-Beingなくらしの実現

私たちは、お客様の心身ともに健康なくらし、安心なくらしに寄り添う高質で心地よい商品やサービスを提供することにより、お客様それぞれの自分らしいWell-Beingと心豊かなワクワクする未来を提案します。

背景と考え方

コロナ禍を契機に、消費者の価値観や生活様式は大きく変化し、環境や社会課題の解決、健康につながる商品やサービスへのニーズが高まっています。JFRグループは、このような外部環境の変化を背景に、お客様の健康・安全・安心の実現に向け、2021年から新たなマテリアリティとして取り組みを強化しています。

リスクと機会

指標

2021年実績

2023年KPI

2030年KPI

リスク

- 消費者ニーズとのアンマッチによる顧客離反
- 頻発する自然災害・疫病による店舗休業などの販売機会の喪失

機会

- 新規マーケットの創造
- 消費者の価値観の変容を捉えた製品・サービスの開発
- エシカル消費に関心の高い顧客層の獲得

● エシカル消費

- エシカル商品を扱うショップの誘致

- 食品安全と環境保全に関する認証商品の取扱い強化スタート

- ライフスタイル全般におけるエシカル消費の拡大

● 心と身体の健康

- 医療ウェルネスモール「Welpa(ウェルパ)」をオープン(心斎橋PARCO)
- ショールーミングスペース「明日見世」をオープン(大丸東京店)

- 伝統文化やアート、カルチャーなどのエンタテインメント事業の領域拡大
- ウェルネス事業の立ち上げ

- エンタテインメント事業やウェルネス事業の拡大による生活の彩りの提供と新たな顧客体験の創出

- サステナビリティ活動に対するお客様の認知度・共感度

—

- 30%

- 80%

2030年KGI
コミットメント

未来を見据えた安全・安心でレジリエントな店づくりの実現

私たちは、防災や感染症リスク、BCP(事業継続計画)に対応し、店舗のレジリエンスを高めます。また、それと同時にデジタルを活用したオペレーションを構築することで、安全・安心に配慮した新しい顧客接点を創造し、社会の期待に応える店づくりを推進します。

背景と考え方

コロナ禍を経て、感染予防を念頭においた安全・安心へのニーズが高まっています。JFRグループは、安全・安心にお買い物を楽しんでいただけるよう非接触によるコミュニケーションに積極的に取り組みます。

リスクと機会

指標

2021年実績

2023年KPI

2030年KPI

リスク

- 消費者ニーズとのアンマッチによる顧客離反
- 頻発する自然災害・疫病による店舗休業などの販売機会の喪失

機会

- 新規マーケットの創造
- 消費者の価値観の変容を捉えた製品・サービスの開発

● BCP・防災・防疫

- 「JFR新型コロナウイルス対応マニュアル」の制定
- 催事・ギフトセンターのバーチャル化

- BCPの高度化と防疫対策の強化
- デジタルを活用したコミュニケーションによる非接触での顧客接点の強化

- 最先端テクノロジーを取り入れ、防災・防疫に対応したレジリエンスの高い店づくりと、健康に配慮した快適で心地よい空間の提供

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

JFRのマテリアリティ → マテリアリティのKGI・KPIとその進捗



地域と共に

地域社会との
共生2030年KGI
コミットメント

地域の皆様とともに店舗を基点とした人々が集う豊かな未来に向けた街づくりの実現

私たちは、地域のコミュニティ、行政、NGO・NPOとともに、店舗を基点として、地域資産をいかした持続可能な街づくりに貢献します。また、地域の魅力を発掘・発信することで、街に集う人々にワクワクするあたらしい体験を提供します。

背景と考え方

少子高齢化が進む一方で、都市部へ人口が集中する中、地域の魅力向上や地域活性化が社会課題となっています。また、企業には都市部だけではなく、地方の活性化への取り組みが求められています。JFRグループは、全国にある店舗を中心とし、地域社会とともに地域の魅力向上に取り組んでいます。

リスクと機会

指標

2021年実績

2023年KPI

2030年KPI

リスク

- 都心立地の従来型商業施設の集客力低下

機会

- 都市機能の分散化に対応した事業展開

- 地域開発

- 地域コミュニティとの連携

- レジデンス事業への参入

- 大丸須磨店に「市立図書館」を開設

- 文化や歴史をはじめとする地域の特徴をいかした街の魅力向上、街の賑わい創出に資する開発
- 店舗のCSV化(サステナビリティ化)の横展開

- 行政、教育機関、NGO・NPOとの連携による地域活性化の推進
- 地産地消などローカルティコンテンツの発掘・発信による地域活性化の推進

事業会社の取り組み

JFRカード

JFRカードは、決済とQIRAポイントを通じて、お客様・取引先・加盟店・地域社会とのつながりを構築します。2021年10月からは対象加盟店で大丸松坂屋カードをご利用いただくと、通常ポイントに加えてQIRAポイントがお得に貯まる「QIRAポイントプラス」がスタートしました。この加盟店網を拡大することにより、大丸松坂屋百貨店、PARCO、GINZA SIXを中心とした、J.フロント リテイリンググループの経済エリアへの来街者の拡大と、加盟店間の相互送客を実現し、「地域価値の向上、地域の発展」に貢献します。

 [JFRカードHP](#)

J.フロント建装

J.フロント建装は、工事現場から排出される廃材リサイクルを積極的に進めるとともに、百貨店改装工事においては廃材そのものを出さないシステムパネルを活用した仮囲いシステムも導入しています。また、新築オフィスビルでの国産間伐材の有効活用やホテル備品における地場特産品の提案、そして直営工場近隣の子どもたちとの工作教室の開催など地域社会との共生にも取り組んでいます。一方、IT機器の導入拡大やサテライトオフィス、在宅勤務制度の導入を通じて、従業員のワーク・ライフ・インテグレーションの実現を積極的に推進しています。

 [J.フロント建装HP](#)

大丸興業

大丸興業は、ビジネス面での取り組みとして、自動車関連部門では脱ガソリン車の流れにのって、ハイブリッド車などへの部品供給を通して温室効果ガス削減へ間接的に貢献をしています。また、社会課題となっている獣害被害の防止についても、新たなビジネスとして取り組んでいます。

ビジネス以外でも、温室効果ガス削減に向けて、事務所のLED化や会議資料のペーパーレス化に取り組んでいます。またコロナ禍を通して感染状況に合わせて在宅勤務の体制構築や、女性管理職比率や定年延長導入などダイバーシティ&インクルージョンの推進にも取り組むなど多様な働き方を進めています。

 [大丸興業HP](#)

消費科学研究所

消費科学研究所では、地域社会との共生を目的に、行政、金融機関、民間事業者などと連携し、品質管理の専門知識を活かした地域の小規模事業者支援に取り組んでいます。最近では、東日本大震災被災地域の復興支援プロジェクト、信用金庫の広域連携による地元事業者支援事業などに参画し、食品表示や広告表現などに関するセミナー・相談会などを行い、ビジネス拡大にもつなげています。

また、近年大きな社会問題となっているフードロスの削減にむけて、ブログによる啓発や、消費期限見直しの働きかけなども行っています。2022年度は、新たに全国の「こども食堂」の運営をサポートするNPO法人与共同し、「こども食堂」における食品衛生管理の啓発活動を予定するなど、今後も食の安全・安心の確保に貢献していきます。

 [消費科学研究所HP](#)

エンゼルパーク

エンゼルパークは、運営する駐車場に電気自動車充電スタンド(200V)を2022年6月末までに7台設置しており、2022年度下期にはさらに4台増設する計画です。

これにより充電スタンドはエンゼルパーク駐車場北エリアに5台、南エリアに5台、矢場公園駐車場に1台の合計11台とする計画です。今後予想される電気自動車の増加に伴い、更なる取り組みを進めていきます。

また、場内照明灯のLED化を進め、2021年8月にはエンゼルパーク駐車場南・北エリア内の天井照明のLED化が完成し、使用電力量の大幅削減につながりました。

これらの取り組みを続けることにより、エンゼルパークは脱炭素社会の実現に貢献しています。

 [エンゼルパークHP](#)

JFR情報センター

JFR情報センターは、温室効果ガス削減に向け、事務所照明をLEDへ切り替えたほか、伝票の電子化やオンラインストレージの活用によるペーパーレス化を進めています。社内申請の電子認証化やオンライン会議システムの活用など、在宅勤務のためのインフラの整備は、ワーク・ライフ・インテグレーションの促進にも役立っています。また、RPA（ロボティックプロセスオートメーション）などによるグループの事務業務の合理化推進を技術面で支えています。



➡ JFR情報センターHP

JFRサービス

JFRサービスは、温室効果ガスの削減に向けて、会議での完全ペーパーレス化に取り組んでいます。また、事業拠点である高槻エリアで社会貢献活動の推進に向けたボランティア活動を検討しています。

加えて、女性人財の活躍推進に向けた短時間勤務者の活用や男性の育児休職取得促進、テレワークの推進など働き方改革を進めています。



➡ JFRサービスHP

社外からの評価

MSCI日本株女性活躍指数(WIN)[※]
5年連続選定

2022 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)

FTSE Blossom Japan Sector
Relative Indexの
構成銘柄に選定



CDP2021気候変動の
調査において
2年連続
「Aリスト」に認定



SNAM
サステナビリティ・
インデックス選定



令和3年度
なでしこ銘柄に
選定



健康経営優良法人2022
大規模法人部門
ホワイト500認定



第24回
環境コミュニケーション大賞
優良賞を受賞



2021年度
IR優良企業大賞
受賞



PRIDE指標2021
「ゴールド」受賞



日経「SDGs経営」
調査2021において
星4.5に認定



第5回「日経スマートワーク経営調査」
において4星に認定



令和3年度
おおさか
気候変動対策賞
大阪府知事賞受賞



くるみん認定
(大丸松坂屋百貨店)



IAUD
国際デザイン賞2021
インテリアデザイン部門
金賞受賞(パルコ)



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)」認定
(JFRクリエ)



サステナブルファイナンス

サステナビリティボンド発行

2021年4月、当社初となる「サステナビリティボンド[※]」を発行しました。株式会社日本格付研究所(JCR)により、サステナビリティボンドガイドラインなどの原則への適合性に対する外部評価(第三者評価)を取得しています。

※調達資金の使途について、①環境改善効果があること(環境性・グリーン性)、および②社会的課題の解決に資するものであること(社会性・ソーシャル性)双方を有する債券

ポジティブ・インパクト・ファイナンスの 契約締結

三井住友信託銀行株式会社との間で、国連環境計画金融イニシアティブが提唱したポジティブ・インパクト金融原則に即した「ポジティブ・インパクト・ファイナンス」の融資契約を小売業で初めて締結しました。締結にあたり株式会社日本格付研究所より評価手続きについて第三者意見を取得しています。

サステナビリティボンド (第9回無担保社債)レポート

当社は事業活動を通じて環境・社会双方の課題解決に貢献することを目指し、
2021年5月に「サステナビリティボンド※」を発行しました。

※調達資金の使途について、①環境改善効果があること(環境性・グリーン性)、及び、②社会的課題の解決に資するものであること(社会性・ソーシャル性)双方を有する債券

事業カテゴリー	アウトプット	アウトカム	インパクト	資金使途金額
脱炭素社会の実現				
グリーンビルディング	● 適格事業の概要 ・大丸心斎橋店本館の建設(2019年度) ・渋谷PARCOの建設(2019年度)	● 建物認証・確認取得状況(取得時期・取得した認証レベル) - 大丸心斎橋店本館：大阪市建築物環境計画書制度 Aランク取得(2019年度) - 渋谷PARCO：東京都建築物環境計画書制度 第3段階取得(2021年度) ● 電力削減量 - 大丸心斎橋店本館 767MWh増(2014年度比※) - 渋谷PARCO 2,982MWh削減(2014年度比※) ● Scope1・2温室効果ガス排出削減量 - 大丸心斎橋店本館 7,841t-CO₂削減(2014年度比※) - 渋谷PARCO 1,146t-CO₂削減(2014年度比※) ※建替え前の通年営業最終年度である2014年度の推定値(建替えのため、建物構造は同一ではありません)	脱炭素社会をリードし 次世代へつなぐ地球環境の創造	既充当額： 6,000百万円
再生可能エネルギー	● 購入した再生可能エネルギー由来電力量：62,156MWh	● 全電力消費量に占める再生可能エネルギー由来電力割合：20.3%(対前年10.0%増)		既充当額： 300百万円 2021年度充当額： 1,053百万円
グリーン調達	● リース対象のEV車の台数：2021年度 13台(累計145台、累計39%)	● EV化によるCO₂排出削減量：年間約393t-CO₂(同カテゴリー車種のガソリン車の排出量との比較にて算出)		既充当額： 90百万円 2021年度充当額： 80百万円
エネルギー効率	● 切り替えのため導入されたLED：2021年度 約1,600灯(累計224,600灯)	● LED化によるCO₂削減量：年間約11,230t-CO₂		既充当額： 590百万円 2021年度充当額： 249百万円
地域社会との共生				
社会経済的向上とエンパワメント(コミュニティ)	● 大丸神戸店の周辺店舗として、神戸・旧居留地で運営している店舗数：54店舗	● コミュニティ活性化の取り組み ・兵庫の生産者による地域活性化プロジェクト「エイチLABO」 ・地元播州織マスキの販売 ・地元兵庫と神戸の魅力ある商品の発信販売「神戸市(いち)」 ● 大丸神戸店の来客者数：7,636,000人	地域の皆様とともに店舗を 基点とした人々が集う 豊かな未来に向けた街づくりの実現	既充当額： 2,000百万円 2021年度充当額： 1,137百万円
ダイバーシティ&インクルージョンの推進				
社会経済的向上とエンパワメント(女性・障がい者)	● JFR女性塾開催回数 ※2021年度コロナ禍のため未実施 ● マザー採用にかかる費用 2021年度 2,894千円	● 女性管理職登用状況(連結) 2021年度女性管理職比率21.3% ● JFR女性塾への参加人数(年間) ※2021年度コロナ禍のため未実施 ● マザー採用者人数(年間) 2021年度1名	すべての人々がより互いの多様性を 認め個性を柔軟に発揮できる ダイバーシティに富んだ社会の実現	既充当額： 20百万円 2021年度充当額： 3百万円

〈資金充当状況〉

発行額:15,000百万円 既充当額:9,000百万円 2021年度充当額:2,522百万円 合計充当額:11,522百万円 未充当額:3,478百万円

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

→ 環境に関するデータ 社会に関するデータ コーポレートガバナンスに関するデータ 第三者保証

環境に関するデータ

		範囲	単位	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	
Scope1温室効果ガス(GHG)	★	CO ₂ 排出量	連結	t-CO ₂	14,548	13,823	13,074	11,170	12,368
		HFC 排出量	連結	t-CO ₂	1,504	2,137	2,140	813	1,636
Scope2温室効果ガス(GHG)	★	CO ₂ 排出量	連結	t-CO ₂	178,102	166,606	147,294	120,123	108,808
Scope1+2温室効果ガス(GHG)	★	Scope1・2 排出量	連結	t-CO ₂	194,154	182,566	162,508	132,106	122,812
		SBT基準年2017年度比	連結	%	-	▲ 6.0	▲ 16.3	▲ 32.0	▲ 36.7
Scope3温室効果ガス(GHG)	★	Scope3 排出量 ^{*1}	連結	t-CO ₂	2,927,320	3,123,238	3,782,555	2,470,411 ^{*2}	2,420,492
		SBT基準年2017年度比	連結	%	-	-	-	-	▲ 17.3
Scope1・2温室効果ガス排出量原単位		連結売上高当たり	連結	t-CO ₂ /百万円	0.17	0.16	0.14	0.17	0.14
エネルギー	★	電力使用量	連結	MWh	333,514	328,900	327,851	288,691	305,752
		都市ガス使用量	連結	MWh	70,353	67,118	64,095	58,064	64,632
		ガソリン・軽油・A重油・天然ガス使用量	連結	MWh	6,888	6,379	5,537	3,083	3,165
		蒸気・冷温水使用量	連結	MWh	64,758	65,969	68,730	54,133	54,500
		エネルギー使用量合計	連結	MWh	475,513	468,366	466,214	403,973	428,049
		対前年比	連結	%	-	▲ 1.5	▲ 0.5	▲ 13.4	6.0
再生可能エネルギー	★	使用量	連結	MWh	0	0	13,046	29,647	62,156
		電力使用量に占める再エネ比率	連結	%	0.0	0.0	4.0	10.3	20.3
		対前年比	連結	%	-	-	4.0	6.3	10.0
水	★	水道水使用量	連結 ^{*4}	m ³	-	1,317,230	1,260,594	1,407,531	1,719,788
		地下水使用量	連結 ^{*4}	m ³	-	480,731	452,702	459,054	570,760
		中水使用量	連結 ^{*4}	m ³	-	136,804	125,989	198,882	158,848
		合計使用量	連結 ^{*4}	m ³	-	1,934,765	1,839,285	2,065,467	2,449,396
		排水量 ^{*3}	連結 ^{*4}	m ³	-	1,934,765	1,839,285	2,065,467	2,449,396
		発生量	連結 ^{*4}	t	18,532	17,202	17,565	21,694	26,637
廃棄物 ^{*6} (食品廃棄物を含む)	★	リサイクル量	連結 ^{*4}	t	10,863	9,938	10,453	12,479	12,845
		排出量(最終処分量)	連結 ^{*4}	t	7,669	7,264	7,112	9,216	13,792
		発生量	連結 ^{*5}	t	4,497	4,312	4,379	2,886	4,211
食品廃棄物	★	リサイクル量	連結 ^{*5}	t	2,416	2,477	2,610	1,857	1,678
		排出量(最終処分量)	連結 ^{*5}	t	2,081	1,835	1,769	1,029	2,533
		包装資材使用量 ^{*7}	使用量	大丸松坂屋百貨店	t	2,370	2,236	2,030	1,075

★ 第三者保証取得:LRQAリミテッドによる第三者保証を取得 (水と廃棄物は2020年度から、エネルギー、再生可能エネルギー、食品廃棄物は2021年度から取得)

※1 2021年、SBT基準年(2017年度)の数値を、GHGプロトコルに基づきカテゴリ9排出量を再算定(顧客の移動に伴う排出量を除外)し、認定を再取得 (但し、2018年度～2020年度は顧客の移動に伴う排出を含む)

※2 カテゴリ1排出量の算定方法を見直し、第三者保証を再取得

※3 水排出量は、水使用量と同量

※4 2019年度までは大丸松坂屋百貨店

※5 2020年度までは大丸松坂屋百貨店

※6 廃棄物:一般廃棄物、産業廃棄物、食品廃棄物

※7 包装紙、ショッピングバッグ、紙製袋、食品ポリ袋などの重量

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
データ集環境に関するデータ → **社会に関するデータ** コーポレートガバナンスに関するデータ 第三者保証

社会に関するデータ

	範囲	単位	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
従業員数	連結	人	10,429	10,276	9,844	9,635	8,148
女性社員比率	連結	%	57.2	56.8	57.0	56.3	55.6
女性管理職比率※1	★	連結	14.3	14.7	16.6	19.9	21.3
新卒採用者数	連結	人	79	94	76	94	68
男性	連結	人	36	44	38	41	33
女性	連結	人	43	50	38	53	35
新卒採用女性比率	連結	%	54.4	53.2	50.0	56.4	51.5
障がい者雇用率	★	連結※2	—	2.21	2.21	2.21	2.66
外国人従業員数	連結	人	—	15	14	40	42
外国人従業員比率	連結	%	—	0.1	0.1	0.4	0.5
社員離職率※3	連結	%	3.6	3.3	3.9	1.9	10.5
非自発的離職率	連結	%	0	0	0	0	0
育児休職取得者数	★	連結※4	175	203	161	139	88
女性育児休職取得後復帰率	★	連結※5	93.0	97.4	89.5	94.4	95.3
男性育児休職取得率	★	連結	—	—	—	18.8	43.6
育児短縮勤務取得者数		大丸松坂屋百貨店	137	166	157	209	304
介護休職取得者数		大丸松坂屋百貨店	2	10	3	2	5
介護休暇取得者数		大丸松坂屋百貨店	31	42	30	30	4
介護短時間勤務者数		大丸松坂屋百貨店	0	1	0	0	1
地域別最低賃金の従業員割合※6		大丸松坂屋百貨店	0	0	0	0	0
健康診断受診率		大丸松坂屋百貨店	99.7	99.9	99.6	100	99.8
ストレスチェック回答率		大丸松坂屋百貨店	95.9	96.4	96.5	97.4	97.1
労働災害発生件数(業務災害)	連結※7	件	40	38	68	81	51
労働災害発生件数(通勤災害)	連結※7	件	26	17	23	38	31
業務上死亡者数	★	連結	—	0	0	0	0
ハラスメント相談件数	連結	件	14	22	50	40	37
JFRグループコンプライアンス・ホットライン利用件数	連結	件	28	24	36	24	46
情報セキュリティ データ侵害の件数※8	連結	件	0	0	0	0	0

★ 第三者保証取得:2021年度データはLRQAリミテッドによる第三者保証を取得

※1 課長相当職以上

※2 各年6月時点、関係会社の特例範囲

※3 年度内の退職社員数/期初社員数×100(%) (退職事由が定年・転籍・役員就任の者は退職社員数から除く)

※4 2020年度までは大丸松坂屋百貨店(出産年度以降も継続して育児休職を取得している人数)
2021年度は連結(出産年度に育児休職を開始した人数)

※5 2020年度まで大丸松坂屋百貨店

※6 地域給与テーブルを採用しているグレード1・2の専任社員

※7 2018年度まで大丸松坂屋百貨店

※8 機密情報の漏洩と個人情報の漏洩

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

環境に関するデータ

社会に関するデータ

→ コーポレートガバナンスに関するデータ

第三者保証

コーポレートガバナンスに関するデータ

	単位	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
取締役	人	13	13	13	13	12	10
男性	人	12	11	11	12	9	7
女性	人	1	2	2	1	3	3
独立社外取締役	人	5	5	6	6	6	6
男性	人	4	3	4	5	4	4
女性	人	1	2	2	1	2	2
独立社外取締役比率	%	38.5	38.5	46.2	46.2	50.0	60.0
取締役兼務執行役	人	5	5	4	4	4	2
取締役兼務執行役比率	%	38.5	38.5	30.8	30.8	33.3	20.0
女性取締役比率	%	7.7	15.4	15.4	7.7	25.0	30.0

第三者保証

独立保証声明書



LRQA独立保証声明書

J.フロントリテイリング株式会社の統合報告書 2022 に記載された 2021 年度環境・社会データに関する保証

この保証声明書は、契約に基づいて J.フロントリテイリング株式会社に対して作成されたものである。

保証業務の条件

LRQA リミテッド（以下、LRQA という）は、J.フロントリテイリング株式会社（以下、会社という）からの委嘱に基づき、統合報告書 2022 に記載された 2021 年度（2021 年 3 月 1 日～2022 年 2 月 28 日）の会社の環境・社会データ（以下、報告書という）について、検証人の専門的判断による重要性水準において、ISAE3000（改訂版）と GHG 排出量については ISO14064-3:2019 を用いて、独立保証業務を実施した。

LRQA の保証業務は、会社とその国内外連結対象子会社における運営及び活動に対して、以下の要求事項を対象とする。

- 会社の定める報告手順への適合性の検証
- 以下の指標に関するデータの正確性及び信頼性の評価¹

環境データ^{2,4}

- エネルギー使用量および再生可能エネルギー使用量(MWh)
- スコープ 1 GHG 排出量 (トン CO₂e)
- スコープ 2 GHG 排出量 (トン CO₂e)
- スコープ 3 GHG 排出量 (トン CO₂e)
- 水使用量 (m³) および排水量 (m³)
- 廃棄物発生量 (トン)、廃棄物リサイクル量 (トン) および廃棄物排出量 (トン)⁵
- 食品廃棄物発生量 (トン)、食品廃棄物リサイクル量 (トン) および食品廃棄物排出量 (トン)

社会データ

- 女性管理職比率 (%)
- 障がい者雇用率 (%)
- 育児休業取得者数 (人)
- 女性育児休業取得後復帰率 (%)
- 男性育児休業取得率 (%)
- 業務上死亡者数 (人)

LRQA の保証業務は、会社のサプライヤー及び業務委託先、その他報告書で言及される第三者に関するデータ及び情報を除くものとする。

LRQA の責任は、会社に対してのみ負うものとする。本声明書の脚注で説明されている通り、LRQA は会社以外へのいかなる義務または責任を放棄する。会社は報告書内の全てのデータ及び情報の収集、集計、分析、公表、及び報告書の基となるシステムの効果的な内部統制の維持に対して責任を有するものとする。報告書は会社によって承認されており、その責任は会社にある。

LRQA の意見

- LRQA の保証手続の結果、会社が全ての重要な点において、
- 自らの定める基準に従って報告書を作成していない
- 正確で信用できる環境・社会データを開示していない

¹ 共同支配をしている GINZA SIX については、持分比率相当の実績を計上している。

² 統合報告書 2022 においてマーカーを付した環境・社会データについて限定的保証業務を行った。

³ GHG の定量化には固有の不確かさが前提となる。

⁴ 会社の 2020 年度と 2021 年度のスコープ 1 GHG 排出量、スコープ 2 GHG 排出量の経年変化についても確認を行った。

⁵ 食品廃棄物を含む。



ことを示す事実は認められなかった。この保証声明書で表明された検証意見は、限定的保証水準¹、及び検証人の専門的判断に基づいて決定された。

保証手続

LRQA の保証業務は、ISAE3000（改訂版）と GHG については ISO14064-3:2019 に従って実施された。保証業務の証拠収集プロセスの一環として、以下の事項が実施された。

- 報告書内に重大な誤り、記載の漏れ及び誤りが無いことを確認するための、会社のデータマネジメントシステムを審査した。LRQA は、内部検証を含め、データの取扱い及びシステムの有効性をレビューすることにより、これを行った。
- データの収集と報告書の作成に関わる主たる関係者へのインタビューを行った。
- サンプリング手法を用いて、集計されたデータの再計算と元データとの突合を行った。
- 2021 年度の環境・社会データに関する記録および情報の検証を行った。
- 松坂屋名古屋店と名古屋 PARCO を訪問し、データの収集及び記録管理の実施状況の確認を行うと同時に、敷地範囲において両店舗の設備及びモニタリングポイントの現場確認を実施した。

観察事項

データ集計システムの機能をフル活用して多くの項目にわたる環境データを集計することにより、データ集計の効率化や正確性を一層高めることを期待する。

基準、適格性及び独立性

LRQA は ISO14065 “温室効果ガス—認定又は他の承認形式で使用するための温室効果ガスに関する妥当性確認及び検証を行う機関に対する要求事項”、ISO17021-1 “適合性評価—マネジメントシステムの審査及び認証を行う機関に対する要求事項 - 第1部：要求事項”に適合する包括的なマネジメントシステムを導入し、維持している。これらは国際会計士倫理基準審議会による国際品質管理基準¹と職業会計士の倫理規定における要求も満たすものである。

LRQA は、その資格、トレーニング及び経験に基づき、適切な資格を有する個人を選任することを保証する。全ての検証及び認証結果は上級管理者によって内部でレビューされ、適用された手続が正確であり、透明であることを保証する。

LRQA が会社に対して提供する業務は本業務のみであり、そのため LRQA の独立性や公平性を損なうことはない。

署名

2022 年 7 月 4 日

柴田 美典

LRQA 主任検証人

LRQA リミテッド

神奈川県横浜市区西みなとみらい 2-3-1 クイーンズタワー A 10F

LRQA reference: YKA00000726

LRQA, its affiliates and subsidiaries, and their respective officers, employees or agents are, individually and collectively, referred to in this clause as 'LRQA'. LRQA assumes no responsibility and shall not be liable to any person for any loss, damage or expense caused by reliance on the information or advice in this document or howsoever provided, unless that person has signed a contract with the relevant LRQA entity for the provision of this information or advice and in that case any responsibility or liability is exclusively on the terms and conditions set out in that contract.

The English version of this Assurance Statement is the only valid version. LRQA assumes no responsibility for versions translated into other languages.

This Assurance Statement is only valid when published with the report to which it refers. It may only be reproduced in its entirety.

Copyright © LRQA, 2022.

¹ 限定的保証業務の証拠収集は、合理的保証業務に比べて少ない範囲で行われ、各拠点を訪問して元データを確認するより集計されたデータに重点を置いている。従って、限定的保証業務で得られる保証水準は合理的保証業務が行われた場合に得られる保証に比べて実質的に低くなる。

本レポートに記載の環境データ (Scope 1・2・3、エネルギー、水、廃棄物)、および社会データ (女性管理職比率、障がい者雇用率、育児休業取得者数、育児休業取得後復帰率、男性育児休業取得率、業務上死亡者数) は、信頼性を確保するため LRQA リミテッドによる独立した第三者保証を受けています。



➡ 第三者保証の取得



くらしの「あたらしい幸せ」を発明する。

