

歴史—伝統(創業⇒百貨店誕生)

1717年(享保2年)

下村彦右衛門正啓が京都伏見に
呉服屋「大文字屋」を開業(大丸創業)変化対応が、
歴史をつくる

呉服屋、呉服小間物問屋として創業した大丸と松坂屋。

300年、400年という永い歴史の道程は決して平坦ではありませんでした。

いくつもの危機を乗り越えながら店舗拡張などを経て、

100年前には百貨店へと業態転換。

変わらない価値観を持ちながら、時代の変化に対応し続けることで、

まさに「サステナビリティ」を体現しています。

1611年(慶長16年)

伊藤蘭丸祐道が名古屋本町に
呉服小間物問屋を創業

1700年代

1726年(享保11年)

大阪心齋橋筋に大阪店「松屋」を開き、
現金正札販売を始める(心齋橋店現在地)

1728年(享保13年)

名古屋本町4丁目に名古屋店を開き、
初めて「大丸屋」を称する(明治43年閉鎖)

1737年(元文2年)

店は「先義後利」の掛軸を全店に配布
京都・東洞院船屋町に京都総本店が新築完成

1743年(寛保3年)

江戸大伝馬町3丁目に江戸店開業(明治43年閉鎖)

1757年(宝暦7年)

江戸深川木場4丁目繁栄橋畔に木場別荘を作り、
一郭に繁栄稲荷を祀る(コアビルに現存)

1787年(天明7年)

江戸店が呉服商として売上日本一に

1800年代

1837年(天保8年)

大塩の乱起こる。
「大丸は義商なり、犯すなかれ」と、焼き討ちを免れる

1900年代

1907年(明治40年)

資本金50万円で「株式会社大丸呉服店」を設立

1908年(明治41年)

神戸元町4丁目に神戸出張所を新築開店

1912年(明治45年)

京都店が四条通りに鉄筋木造3階建の
新店舗開店(現在地)、デパート形式をとる

1913年(大正2年)

商標を改め登録

1920年(大正9年)

資本金1,200万円で「(株)大丸呉服店」設立

1922年(大正11年)

デパート業界で初めての週休制を実施

1927年(昭和2年)

大阪店(現心齋橋店)にデパート業界初の
「染色試験室・衛生試験室」
(現消費科学研究所)を開設

1928年(昭和3年)

商号を「(株)大丸」に改める

1953年(昭和28年)

クリスチャン・ディオールと独占契約を結ぶ
海外デザイナーとの提携は日本で初めて

1959年(昭和34年)

オリジナル紳士服「トロージャン」誕生

1961年(昭和36年)

日本の小売業界売上NO.1を達成(1960年
下期から1968年下期まで連続)

1964年(昭和39年)

ジバンシィと独占契約を結ぶ

1983年(昭和58年)

大阪ターミナルビル「アクティ大阪」に
梅田店開店、新CI導入、新しいマークを制定

1997年(平成9年)

神戸店(1995年阪神・淡路大震災で被災)が
復興ランドオープン

1999年(平成11年)

経営改革(営業改革・外商改革)を
本格スタート
(翌年人事改革・後方部門改革をスタート)

2000年代

2003年(平成15年)

札幌店オープン

2007年(平成19年)

(株)松坂屋ホールディングスと経営統合
持株会社「J. フロントリテイリング(株)」を
設立

1717

1611

2007

1600年代

1659年(万治2年)

名古屋茶屋町に呉服小間物問屋を開業

1700年代

1736年(元文元年)

呉服太物小売商に転業

1740年(元文5年)

尾張藩の呉服御用となる

1745年(延享2年)

京都室町錦小路に仕入店を開設

1768年(明和5年)

上野の松坂屋を買収、
「いとう松坂屋」と改め、江戸へ進出

1800年代

1805年(文化2年)

江戸大伝馬町に木綿問屋亀店を開業

1868年(慶応4年)

上野店、上野戦争で官軍の本営となる

1875年(明治8年)

ゑびす屋呉服店を買収、大阪へ進出

1881年(明治14年)

名古屋茶屋町角に伊藤銀行
(旧東海銀行のルーツ)を開業

1900年代

1907年(明治40年)

上野店を「合資会社松坂屋いとう呉服店」に
改組

1910年(明治43年)

「(株)いとう呉服店」を設立(資本金50万円)、
名古屋・栄町に百貨店を開業

1917年(大正6年)

上野店新本館完成

1923年(大正12年)

大阪店(日本橋筋)再開
(66年天満橋に移転、04年閉店)

1924年(大正13年)

銀座店開店

1957年(昭和32年)

カトレヤをシンボルフラワーに制定

1972年(昭和47年)

名古屋店北館を増築

1991年(平成3年)

名古屋店南館を増築し、「松坂屋美術館」を
開設

歴史—革新(再編⇒ポートフォリオ変革)

融合が、 未来を切り開く

時代変化のスピードは加速の一途。

90年代のバブル崩壊を機に景色は急変し、
業界再編は待ったなしの状況となりました。

そうした中、大丸と松坂屋ホールディングスは

両社の強みを拡張し、

再成長を目指した経営統合を実行。

さらにリテールのウイング拡大に向け、

パルコを2012年に連結子会社化し、

2020年には完全子会社化を実現。

異質な文化の本格融合は、まさにこれからが本番です。

2007

年(平成19年)

(株)大丸と(株)松坂屋ホールディングスが経営統合、
J.フロントリテイリング(株)を設立



J. FRONT RETAILING



2007 事業統合・再編期

2007年(平成19年)

大丸東京店を第I期移転増床

2008年(平成20年)

(株)大丸クレジットサービスがJFRカード(株)に社名変更
(株)大丸装工と(株)大丸木工、松坂屋誠工(株)、
日本リフェクス(株)が合併し、(株)J.フロント建装が誕生
(株)ディンプルが(株)大丸セールスアソシエイツを吸収合併
(株)大丸と(株)松坂屋の情報システムを統合

2009年(平成21年)

(株)レストランピーコックが松栄食品(株)を吸収合併し、
(株)J.フロントフーズが誕生
松坂サービス(株)が(株)JFRサービスに社名変更
大丸心齋橋店北館を開業
(株)JFRサービスが(株)大丸リース&サービスを吸収合併

2010年(平成22年)

(株)大丸と(株)松坂屋が合併し、
(株)大丸松坂屋百貨店が誕生
(株)J.フロント建装が(株)DHJを吸収合併
(株)大丸友の会が(株)マツザカヤ友の会を吸収合併し、
(株)大丸松坂屋友の会が誕生

2011年(平成23年)

松坂屋コレクション「慶長小袖」が重要文化財の指定を受ける
大丸梅田店増床オープン

2012年(平成24年)

(株)パルコ株式33.2%を取得し、持分法適用関連会社化
上海新南東項目管理有限公司および上海新世界股份有限公司の2社と、中国上海市黄浦区での百貨店新設・運営において、
当社が技術支援・協力することについて基本合意
(株)スタイリングライフ・ホールディングスとの共同出資により、
JFR PLAZA Inc.を設立
(株)パルコ株式を公開買付けにより65%まで追加取得し
連結子会社化

PARCO

(株)ディンプルを会社分割し、
(株)大丸松坂屋セールスアソシエイツを設立
大丸東京店を第II期増床

2013年(平成25年)

スーパーマーケット事業の(株)ピーコックストア全株式を
イオン(株)に売却
フォーレスト(株)株式70.52%を取得し、連結子会社化

2014・2016

中期経営計画

基盤構築期

2014年(平成26年)

「2014-2016年度 中期経営計画」スタート
国際会計基準(IFRS)を任意適用
(株)JFRオンラインを事業譲渡
「GINZA SIX」開業
指名委員会等設置会社へ移行
フォーレスト(株)株式を譲渡
上野PARCO_yaが開業
上野フロンティアタワーが開業
JFR PLAZA Inc.解散・清算

2015年(平成27年)

福岡PARCO本館を増床
(株)千趣会株式22.6%を
取得し持分法適用
関連会社化
上海新世界大丸百貨が開業
大丸心齋橋店
本館の建替えを決定
渋谷PARCOの建替えを決定
スクラムベンチャーズへ出資

2016年(平成28年)

松坂屋名古屋店北館
「GENTA」誕生
「大丸京都店 祇園町家」を
オープン(11月)

2017・2020

中期経営計画

事業構造変革期

2017年(平成29年)

「2017-2021年度 中期経営計
画」スタート
指名委員会等設置会社へ移行
フォーレスト(株)株式を譲渡
上野PARCO_yaが開業
上野フロンティアタワーが開業
JFR PLAZA Inc.解散・清算

2018年(平成30年)

(株)千趣会が実施する
自己株式取得に応諾

2019年(平成31年/令和元年)

錦糸町PARCOが開業(3月)
サンエー浦添西海岸
パルコシティが開業(6月)
大丸心齋橋店 新本館が開業(9月)
新生渋谷PARCOが開業(11月)
(株)パルコの完全子会社化に
向けたTOB開始(12月)

2020年(令和2年)

(株)大丸松坂屋百貨店が
(株)下関大丸を吸収合併し、直
営店化(3月)
(株)パルコを完全子会社化(3月)
中期経営計画を終了、
2021-2023年度中期経営計画
策定に着手
(株)大丸松坂屋百貨店の不動産
事業を(株)パルコに移管(9月)
心齋橋店北館に心齋橋PARCO
が開業(11月)

2024・2026

新・中期経営計画

変革期

2024年(令和6年)

「2024-2026年度 中期経営計画」
スタート
事業承継ファンド「Pride Fund」を
(株)日本政策投資銀行および
イグニション・ポイント ベンチャー
パートナーズ(株)と設立(4月)
当社とWealthPark(株)が
包括的業務提携(4月)
(株)大丸松坂屋百貨店が
タイのセントラルグループ・
Central Pattana Public
Company Limitedと
業務提携契約を締結(4月)

2021・2023

中期経営計画

ポートフォリオ変革推進期

2021年(令和3年)

(株)J.フロントフーズの
全株式を譲渡(2月)
「2021-2023年度中期経営計画」
スタート
(株)ヌーブ・エイの
全株式を譲渡(6月)
(株)大丸松坂屋百貨店が
(株)大丸松坂屋セールス
アソシエイツを吸収合併(9月)

2022年(令和4年)

(株)ディンプルの
株式の一部を譲渡(2月)
イグニション・ポイントベンチャー
パートナーズ(株)と共同で、
CVCファンド「JFR MIRAI
CREATORS Fund」を
設立(10月)
(株)XENOZの株式50.8%を
取得、子会社化(11月)

2023年(令和5年)

J.フロント都市開発(株)を設立
(3月)
(株)フィナンシェに出資(4月)

サステナビリティ経営

共通価値の創造 サステナビリティ経営

社会との共存なくして企業の発展はありません。いま経営には、一層の長期視点により、社会に存在意義を放つ将来のあるべき企業像を描くことが不可欠となっています。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。そうした解決に向けたサステナビリティの概念を企業戦略および事業戦略に組み込むことにより、将来の成長に向けた持続可能な経営の枠組みを獲得できるものと考えています。

社是を軸にサステナビリティを経営の中核に据え、事業活動を通じた社会課題の解決に取り組むことにより、社会的価値と経済的価値の両立をはかっていきます。

新たな価値創造を通じた「Well-Being Life」の実現

企業戦略・事業戦略とサステナビリティを一体化

当社の強みを活かしたCSVの実践(共通価値の創造)

社是
先義後利
諸悪莫作
衆善奉行

基本理念

私たちは、時代の変化に即応した高質な商品・サービスを提供し、お客様の期待を超えるご満足の実現を目指します。私たちは、公正で信頼される企業として、広く社会への貢献を通じてグループの発展を目指します。

グループビジョン

くらしの「あたらしい幸せ」を発明する。

サステナビリティ方針

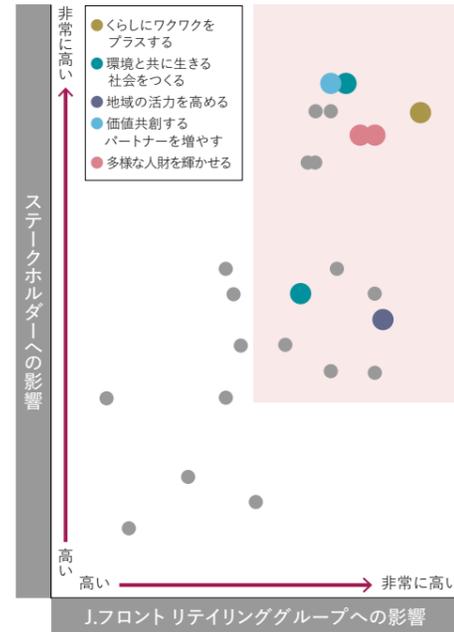
人びとと共に、地域と共に、環境と共に

コーポレートガバナンス方針書

5つのマテリアリティ (マテリアリティの見直し)

当社は、2024~26年度中期経営計画において経営会議・取締役会での論議を経て、5つのテーマを特定しました。

マテリアリティマップ



マテリアリティの変遷

2018-2020年	2021-2023年	2024-2026年
サステナビリティ経営の土台づくり	サステナビリティと戦略の一体化への挑戦 =CSVの実現に向けた種蒔き	サステナビリティと事業戦略の融合 =CSVの実現
低炭素社会への貢献	お客様の健康・安全・安心なくらしの実現 脱炭素社会の実現	くらしにワクワクをプラスする
地域社会との共生	サーキュラー・エコノミーの推進	環境と共に生きる社会をつくる
サプライチェーン全体のマネジメント	地域社会との共生	地域の活力を高める
ダイバーシティの推進	サプライチェーン全体のマネジメント	価値共創するパートナーを増やす
ワーク・ライフ・バランスの実現	ダイバーシティ&インクルージョンの推進 ワーク・ライフ・インテグレーションの実現	多様な人財を輝かせる
5項目特定 ・ステークホルダーへのアンケート(4,250名) ・経営者インタビュー ・JFRグループ重要リスク ・マテリアリティマップ作成 ・経営会議、取締役会で論議	2項目追加、3項目更新 ・環境課題を取り巻く外部環境の変化 ・新型コロナウイルス感染症の影響による人びとの意識や社会の変化 ・JFRグループ重要リスク ・社会変化を踏まえて取り組みの高度化を図る視点で見直し ・ステークホルダーとのコミュニケーション ・経営会議、取締役会で論議	5つのテーマに再整理 ・2030年将来像実現に向けた再整理(感動共創・地域共栄・環境共生) ・JFRグループ重要リスク ・サステナビリティと事業戦略の融合に向けた見直し ・従業員のアクション促進に向けた表現への見直し ・ステークホルダーとのコミュニケーション ・経営会議、取締役会で論議

マテリアリティと目標

マテリアリティ	アウトプット	コミットメント	主な指標	参考 目標		
				2023年実績	2026年	2030年
くらしにワクワクをプラスする	●質の高い商品やサービス ●心躍るコンテンツ	価値観が多様化するなか、人びとの心を動かすモノやコト、これらとの新たな出会いの場や空間を提供し、生活者一人ひとりのWell-Beingと心豊かでワクワクする未来のくらしを提案する。	グループ顧客会員数 顧客調査 ^{※2} (ワクワク・感動度)	70.7%	増加率25% (2023年度比)	※1 75%
地域の活力を高める	●街のにぎわい ●地域コミュニティの活性化	当社の重点7エリアをはじめ各地域との結びつきを強化し、地域コミュニティ、行政、NPO等と共に、地域の活力を高め、持続可能な街づくりを行う。また、地域の魅力を発掘・発信することで、街に集う人びとにワクワクするあたらしい体験を提供する。	施設への入店客数 顧客調査 ^{※2} (地域への貢献度)	— 74.7%	10%増 (2023年度比)	※1 80%
環境と共に生きる社会をつくる	●温室効果ガス排出量削減 ●循環型ビジネス	2050年ネットゼロ目標達成に向けて、サプライチェーン全体の脱炭素化とサーキュラー・エコノミーの推進の両輪で取り組む。また、自社単独の取り組みにとどまらず、価値共創パートナーと共に、持続可能な社会づくりに誰もが貢献できる機会を提供し、働きかけを行う。	Scope1,2排出量 Scope3排出量 顧客調査 ^{※2} (顧客の環境への取り組み度)	▲57.4% ▲1.0% 48.1%	▲58% (2017年度比)	▲60% (2017年度比) ▲40%を目指す
価値共創するパートナーを増やす	●業種業界を超えた幅広いパートナーシップ ●持続可能なサプライチェーン	持続可能な社会の実現に向けて、サステナビリティに対する思いや考えを共有し、人権デューデリジェンスなどの社会的責任とともに、「感動共創」「地域共栄」「環境共生」の価値創出に向けたパートナー基盤をつくる。	ステークホルダー共創件数 人権アセスメント結果(B評価以上)	312件 31.5%	400件以上	500件以上 45%
多様な人財を輝かせる	●働きやすさと働きがい	ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンやワーク・ライフ・インテグレーションをはじめ従業員一人ひとりが活躍できる環境や仕組みを整え、意志・意欲や能力を最大限に引き出し、人財と企業の持続的な成長を実現する。	従業員エンゲージメント 女性管理職比率	従業員満足度67.7% 勤務推奨度57.7%	従業員満足度70% 勤務推奨度60%	2026年度達成状況を踏まえ設定 40%

※1 マテリアリティの実現に向けて事業戦略とより関連を高められる指標・目標を現中期経営計画の中で検討します。
※2 2024年6月の基礎調査を基に2030年中期目標を設定しました。2025年に本調査を実施し、目標の妥当性を検証します。