

→ [トップメッセージ](#) [理念体系](#) [価値創造プロセス](#)

TOP MESSAGE



トップメッセージ

CSV実現による

サステナビリティ経営

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

当社は、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。そして、2021年にスタートした中期経営計画においては、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)」を進め、サステナビリティ経営の実践に取り組んでいます。

歴史を振り返れば、大丸や松坂屋は、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、300年、400年の長きにわたり、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。私はこの考え方こそがCSVそのものであり、社是を愚直に実践し続けることの大切さを改めて感じるとともに、これからの時代にも変わることのない当社の基軸として引き継いでいきたいと考えています。

— 温室効果ガス排出量削減に向けて

2023年の夏は、例年を上回る暑さで、日本全国の平均気温はここ120年余で最も高くなり、異常気象がもたらす数々の事象は、気候変動による未来の厳しさを実感させるものとなりました。また、国連のグテーレス事務総長は、今夏の暑さに対して「地球温暖化の時代は終わり、地球沸騰の時代が来た」と述べ、気候変動対策の加速を各国に求めました。地球温暖化など気候変動の影響により自然界のバランスが崩れ、人間を含むすべての生命体がリスクにさらされていることは地球規模の最大の課題です。

これに対し、小売という業態で貢献できることは社会全体へのインパクトとしてはそれほど大きくないのかもしれませんが、誰かが何とかしてくれるのではなく、私たちが今できることから一つずつ始めるとの決意を持って、当社は脱炭素社会の実現を重要課題と位置付け、取り組みを進めてきました。

これまでブレることなく全社一丸でやってきたのは、社是が基軸にあるからに他なりません。温室効果ガス排出量削減に向けて私たちが何をやるべきか、幸いにもその方向性は明確で、当社は、中長期の野心的な目標を掲げながら、電力の再生可能エネルギーへの切り替え、

→ [トップメッセージ](#) [理念体系](#) [価値創造プロセス](#)

TOP MESSAGE

照明のLED化による省エネなどに取り組んでいます。その結果、2022年度末現在では、Scope1・2排出量は43.5%削減(2017年度比)、再エネ比率は33.6%となりました。また、当社は、2023年2月に、Scope1・2・3排出量について、2050年までの「ネットゼロ目標」のSBT認定を取得しました。バリューチェーン全体のネットゼロ達成は容易なことではないと認識していますが、私は覚悟を持って進めていきたいと思っています。

— 循環型経済へのトライ

当社が環境への取り組みを強化し始めた2018年から大きく変化したのは、サーキュラー・エコノミーの実現に向けた動きが加速していることです。資源枯渇、食品・衣類の大量廃棄等が社会課題化し、サプライチェーン全体での取り組みが求められています。また、リサイクル、アップサイクル、リメイク等、生活者の廃棄に対する考え方にも変化がみられ、個人を巻き込んだ循環型ビジネスモデルの構築も求められています。当社は、この変化を機会と捉え、事業としての取り組みにも挑戦しています。

“服は使い捨てではない”という信念のもと、2021年3月に大丸松坂屋百貨店が立ち上げ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、2年間で登録会員数は約1万6000人、取扱いブランドは立ち上げ時の50ブランドから、今では200ブランドを超えました。今春からはメンズ商品の取り扱いも開始しました。百貨店の強みを生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

プトに共感いただいていることが、お客様からの支持拡大につながっており、当社グループのCSVの代表事例となっています。

— 地域と共に成長する

当社は、北は北海道・札幌から南は九州・博多まで、全国主要都市を中心に百貨店の「大丸」「松坂屋」を15店舗、商業ビルの「PARCO」を17店舗展開しています。私たちは、地域のお客様、従業員、お取引先様、地域のコミュニティ、行政等の皆様とともに、地域の資産をいかした持続可能な街づくり、地域の課題解決、地域の活性化に取り組んできました。百貨店の300年、400年といった長い歴史の中でもこの役割は変わることなく、いつの時代も、店舗を基点に人びとが集い、ふれあう場を豊かなものとする事で当社グループが地域と共に成長してきたことは、私たちの誇りであり、また大きな強みでもあります。

当社は、本年3月にデベロッパー事業を営む新会社「J.フロント都市開発」を設立しました。大丸、松坂屋およびパルコが持つ商業プロデュース力をいかしながら、店舗を展開するエリアに保有する不動産資産をさらに活用することで、地域全体の成長とグループとしての成長を目指していきます。名古屋・栄地区、大阪・心斎橋地区では開発計画が具体化し、さらに福岡・天神地区での大型開発についても検討を開始しています。

— 事業活動の基盤となる人権の尊重

サプライチェーン上で発生する強制労働や差別などの人権問題は、事業にも大きな影響を及ぼし得るものとなっています。当社グループにおいても、商品の調達から販売・消費・利用を含むバリューチェーンの各プロセスにおいて、私たちのビジネスが直接または間接的に人権に影響を及ぼすことを理解し、人権尊重に向けた取り組みを進めています。

当社は、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に則り、人権デューデリジェンスを推進しています。お取引先様に対して、人権方針を含む「JFRお取引先様行動原則」の共有・浸透を図ることからはじめ、これまでに2回のお取引先様説明会(2019年、2022年)を実施しました。また、2021年には行動原則の浸透状況とお取引先様の人権への取り組み状況を確認するアセスメントを実施し、必要に応じて対話も行いました。今秋には2回目のアセスメントを実施します。

— 多様性をイノベーションに

当社は、人財の多様性こそが企業の競争力の源泉であると認識しています。そして多様な人財が意見をぶつけあい異分子が結合することによって、新たな価値、イノベーションを生み出していく。それが企業の持続的成長には欠かせないと考えています。

これを実現していくために、女性の活躍推進、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

→ **トップメッセージ** 理念体系 価値創造プロセス

TOP MESSAGE

など、様々な取り組みがグループ内の至るところで現在進行形で進んでいます。また、私自身も、グループ従業員と対話する機会「キャッチボール・ミーティング」を定期的実施しています。今年の4～5月開催時には約870名が参加し、若手を中心に対話の機会を増やして、私の未来への思いや今後の方向性について直接語りかけています。

こうした刺激によって、多様な視点、異なる価値観からの対話が生まれ、一人ひとりが自分の能力を発揮し活躍できる土壌、イノベーション創出のための企業風土が醸成されつつあると認識しています。

私は、従業員一人ひとりが活躍できる環境や仕組みを整え、価値を最大限に引き出し、人財力を企業の成長につなげていきたいと考えています。

—— 中長期の新たな成長に向けて

これまでのおよそ5年間のサステナビリティへの取り組みを経て、社外から評価をいただく機会も出てきました。従業員一人ひとりがサステナビリティに対する考え方を理解し意識して日々の業務に取り組んでいること、また、お取引先様のご理解とご協力、その総和が評価向上につながっていることを大変嬉しく思います。加えて、当社の場合は、いわゆる百貨店だけではなく、パルコをはじめとしたバラエティ豊かな事業会社が丸となることで、より幅のある豊かな取り組みにつながっていると認識しています。

一方で、サステナビリティへの取り組みは成果が出るまでに時間を要することを実感しています。過去の経験

がないことへのチャレンジでもあり、想定した期間内に思ったおりの成果が出ないことも多々経験してきました。しかし、そうであっても諦めず野心的な目標を掲げ、チャレンジし続けることで、私たちの事業に対する考え方そのものが変わり始めているのもまた事実です。

そして、今後、さらに一段高く、社会と企業のサステナビリティを両立していくにはどうしたらよいか。私は一環して、CSVを突き詰めて欲しいと従業員に話しています。

企業の社会的責任として環境課題や社会課題に対するリスク低減への取り組みを果たすことから一歩進めて、より良い環境、より心身ともに豊かなくらしに向けて、当社グループが取り組むからこそ意義のある事業とは何か、それによってお客様をはじめとしたステークホルダーや社会に対してどんな価値を提供できるかを考え抜いて欲しいということです。

ヒントは、サプライチェーンの中流にいて、上流(お取引先様)、下流(お客様)それぞれに働きかけができる当社グループの特性をいかすことにあるかもしれません。

小売業が主軸の当社グループは、ものづくりの業態とは違って、サプライチェーンの上流(原材料)まで直接関与したり、強い影響力を行使することは難しいですが、取り扱う商品やサービスの幅の広さから、多岐にわたる業種のお取引先様との繋がりをもっています。これをいかして、多くのお取引先様へのはたらきかけを通じて、共によりよい社会の実現に向けて取り組んでいくことができると考えています。お取引先様と協働して持続可能な調達を実現し、お客様にエシカルな商品や新たなサー

ビスを提供することで、お客様の購買、消費のあり方にも新たな選択肢をお示しし、生活そのものを変えていく働きかけができれば、より良い社会の循環が実現できるのではないかと考えています。

価値共創するお取引先様、パートナー、そして共感していただけるお客様の輪をもっともっと広げていくことが、今後のCSV実現には欠かせないと考えています。

当社のサステナビリティへの取り組みは、2018年から3年間は土台づくり、2021年からの今中期経営計画期間はCSV実現に向けた種蒔きの時期と位置付けることができます。今後は、蒔いた種を芽吹かせ、育てていくために、サステナビリティを事業戦略にしっかりと組み込み、両者の融合を図っていきます。

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」を發明する。”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。