

# Sustainability Report

## 2024 ともに未来へ

サステナビリティレポート 2024

 Well-Being Life

くらしの「あたらしい幸せ」を**発明**する。



J. FRONT RETAILING

|          |         |                   |                      |                 |    |    |       |         |                     |      |
|----------|---------|-------------------|----------------------|-----------------|----|----|-------|---------|---------------------|------|
| トップメッセージ | マテリアリティ | 2024-2026<br>中期計画 | ステークホルダー<br>エンゲージメント | サステナビリティの<br>歩み | 環境 | 社会 | ガバナンス | 社外からの評価 | サステナビリティボンド<br>レポート | データ集 |
|----------|---------|-------------------|----------------------|-----------------|----|----|-------|---------|---------------------|------|

トップメッセージ 理念体系 3つの価値 価値創造プロセス

# 目次

|                  |    |
|------------------|----|
| はじめに             | 02 |
| トップメッセージ         | 03 |
| 理念体系             | 06 |
| 3つの価値            | 07 |
| 価値創造プロセス         | 08 |
| マテリアリティ          | 09 |
| マテリアリティの見直しプロセス  | 10 |
| 2024-2026中期計画    | 11 |
| ステークホルダーエンゲージメント | 12 |
| サステナビリティの歩み      | 13 |

## 環境

|                     |    |
|---------------------|----|
| 環境に関するKPIとその進捗      | 15 |
| 脱炭素化                | 16 |
| サーキュラー・エコノミー        | 19 |
| 生物多様性保全             | 22 |
| TCFD・TNFD提言に沿った情報開示 | 25 |

## 社会

|                |    |
|----------------|----|
| 社会に関するKPIとその進捗 | 36 |
| 人権尊重           | 38 |
| 人財             | 43 |
| 街づくり           | 48 |
| 地域活性化          | 49 |

## ガバナンス

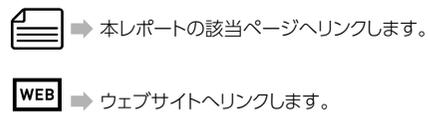
|                  |    |
|------------------|----|
| ガバナンス            | 52 |
| リスクマネジメント        | 54 |
| 社外からの評価          | 57 |
| サステナビリティボンド・レポート | 59 |
| データ集             | 60 |

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

- 
[サステナビリティ方針](https://www.j-front-retailing.com/sustainability/way_to_think.html)
- 
[エコビジョン](https://www.j-front-retailing.com/sustainability/top-commitment03.html)
- 
[ソーシャルビジョン](https://www.j-front-retailing.com/sustainability/top-commitment04.html)
- 
[JFR行動原則](https://www.j-front-retailing.com/sustainability/principles-of-action.html)
- 
[JFRお取引先様行動原則](https://www.j-front-retailing.com/sustainability/supply-chain/supply-chain02.html)

## はじめに

本レポートは、JFR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。

当社は、サステナビリティと事業戦略を融合して推進し、企業の持続的成長とステークホルダーの皆様の「Well-Being Life (心身ともに豊かなくらし)」の実現を目指しています。

本レポートは、2023年度のサステナビリティにおける取り組みを中心に、当社グループの価値創造につながる重要な情報をまとめています。

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 (TCFD) 最終提言
- SASBスタンダード
- 価値協創ガイドランス
- 自然関連財務情報開示タスクフォース (TNFD)最終提言
- ISO26000

### 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2023年度(2023年3月1日～2024年2月29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

2024年10月(前回発行:2023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、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応える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>



#### コーポレートガバナンス

<https://www.j-front-retailing.com/company/governance.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 経営企画部サステナビリティ推進担当  
 〒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](mailto:esg_info@jfr.co.jp)

# TOP MESSAGE

## トップメッセージ

### 人びとと共に、地域と共に、環境と共に

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 小野 圭一

2024年7月の全国の平均気温は、7月としては気象庁が統計を取り始めてから126年間で最も高く、2023年に続いて2年連続の記録更新とのニュースが流れました。私自身、日々の暑さの中で地球温暖化の危機を実感しています。ビジネスに振り向ければ、当社の主軸である小売業は、四季折々の自然を大切に暮らしてきた日本の生活や文化とも密接に関わっており、人びとの暮らしに彩りを添えてきました。地球温暖化によって薄れていく四季感、人びとの心にも企業活動にもじわじわ影響を及ぼすものと認識しています。

そして地球温暖化は気温上昇だけにとどまらず、極端な気候現象や自然災害を増加させ、生態系や農業にも深刻な影響を与え、時には人びとの住処を奪う可能性を高め、社会問題も引き起こします。それが地球規模で進行していることを考えると、誰もが他人事でいられないのは明らかです。

このように先行き不透明感が増す中、待たなしの

環境・社会課題を解決しながら企業としても成長する未来をつくるのが、私が先達からバトンを受け取った大きなテーマだと受け止めています。

当社グループは、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。

社是は事業を行う上での基軸であり、全ての意思決定における判断軸でもあります。複雑に絡み合う環境・社会課題や経済動向、地政学的リスクなど、この不安定な経営環境下にある今こそ、信念となるブレない軸がますます重要になっています。

→ **トップメッセージ**   理念体系   3つの価値   価値創造プロセス

# TOP MESSAGE

これらを踏まえつつ、2024年度からスタートした中期経営計画の策定において、グループビジョン“くらしの「あたらしい幸せ」を発明する。”の実現に向けた「2030年に目指す姿」を描き、今後の経営の方向性を明確にしました。

## — マテリアリティの自分ごと化

当社は、事業を通じて環境・社会課題の解決と自社の利益を両立させるサステナビリティ経営を標榜しており、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:共通価値の創造)」の実現を目指しています。

このためには、“サステナビリティ経営をCSVで実現する”とは具体的にどのようなことなのかを従業員が十分に理解し、実践していくことが重要です。

当社においては、研修などの場を通じてサステナビリティ

の概念や言葉としての認知・浸透は確実に進んでいるものの、残念ながら全ての従業員がそれらの意味を明確に理解して自らの業務と紐づけ、行動に落とし込むまでにはまだ至っていません。

そこで改善策の1つとして、本年度からの新中期経営計画スタートに合わせてマテリアリティを見直しました。中身や意味合いはそのままに、より従業員が自分ごととして捉えられるよう表現を変更したのです。たとえば、従来の「脱炭素社会の実現」を「環境と共に生きる社会をつくる」としたように、すべて言葉をかみ砕きながら述語で終える文章に変えることで、従業員個々人が少しでも自らを主語として捉えられるようにしました。会社だけでなく、自分自身が取り組むべきテーマであると自覚して、個々人の業務に紐づけて考えて欲しいと心から思っています。マテリアリティに対する一人ひとりの当事者意識を高め、それぞれが熱量を持って業務の中で実践することで、企業としてのCSV実現を目指していきます。

## — 成長の原動力は従業員

CSV実現と持続的な成長に向けては多様な人財の活躍が欠かせませんが、社長である私の最大のミッションも人財育成だと考えています。私は、従業員が会社の力を使って各自のWillを実現し、それが結果的に会社の成長の原動力になるようなサイクルを作っていきたいと思っています。そのためには、挑戦する人の背中を皆で押すような風土の醸成も必要ですし、成長したいという意志を持つ人財に投資してレベルアップさせていくことも必

要になります。さらに、それぞれのWillをきちんと拾い上げ、これというものには会社として思い切ったリソース分配を行って、事業として育てていきます。

本年7月には、当社執行役と主要事業会社社長が参加する役員合宿を行い、グループの人財戦略についての集中討議を行いました。若手とのディスカッションも行いましたが、経営層が考える人財戦略と、若手が求めるそれとにギャップがあることも大きな気づきでした。これらも踏まえながら従業員個々人が自らキャリアをデザインし、当社を舞台としてやりがいのある仕事を実現できるよう、多段階、多角的な取り組みを行っていきます。時間はかかるかもしれませんが、一人ひとりの人財力を高めることこそが、会社の競争力、成長につながると信じています。

## — 地域「共生」から「共栄」へ

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「大丸」「松坂屋」「PARCO」などを展開しています。私たちは、地域のお客様、従業員、お取引先様、コミュニティ、行政等の皆様とともに各地の魅力をいかした街づくりや課題解決、活性化に取り組んできました。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、いつの時代も店舗のある街に人びとが集い、触れ合う場を豊かなものにするので地域の信頼を得ながら共に成長してきたことは、私たちの誇りであり大きな強みでもあります。

しかしながら近年、少子高齢化や家族構成の変化、



→ **トップメッセージ**

理念体系

3つの価値

価値創造プロセス

# TOP MESSAGE

価値観の多様化など複合的な要因によって、地域経済の衰退、各地の伝統や文化の担い手の減少、社会や地域とのつながりの希薄化などが、今後の街の持続可能性を左右しうる課題として顕在化してきました。変化する社会の中で、これからの私たちは、地域の活力を高め共に栄える、すなわち「共栄」することをこれまで以上に意識して事業を行っていく必要があると考えています。

たとえば、当社は2026年に名古屋・栄に新たな商業施設を誕生させますが、ここでは単なる一店舗のオープンではなく、既存の各店舗も連動させつつ同エリアの他企業や行政との連携も見据えた街全体の魅力向上、活性化につながるような取り組みを展開していく予定です。

また、2024年3月に事業承継ファンド「Pride Fund」を設立しました。日本の各地域には優れた商品を提供する企業が数多く存在しますが、後継者の不足による廃業が地域経済に影響を与えています。そこで当社は、食文化を中心に、地域に根差した事業を行う企業の事業承継を支えることで、未来にコンテンツを引き継ぎ、地域社会にも貢献していきたいと考えています。

## — ステークホルダーの皆様との共創

リテールのバリューチェーン全体を俯瞰すると、当社はその真ん中に位置していると言えるでしょう。上流には商品やサービスを提供して下さっているお取引先様や事業パートナー、下流にはお客様がいらっしゃいます。私たちは様々なステークホルダーとつながり、社会に対

する貢献を働きかけ、共に活動できるポジションにありますが、むしろそうすることで新たな価値を生み出すことが私たちに求められる役割であり、ビジネスチャンスにもつながっていくと認識しています。

2016年から大丸松坂屋百貨店で実施している、不要になった衣料品などを店頭にお持ちいただくエコフの活動はお客様参加型の取り組みとして完全に定着しています。また、同社は、2023年から使用済みの食用油を国産の持続可能な航空燃料 SAF (Sustainable Aviation Fuel) 製造の原料として提供する取り組みに参画しています。これも百貨店単独ではなく、店内の各飲食店の皆様の賛同・参加によってより大きな取り組みになっている点に意義があると考えています。

また、当社は人権の尊重を事業活動の基盤に据え、従業員やお取引先様に「JFR行動原則」への理解・賛同を促すとともに、社内には研修やeラーニング、お取引先様にはアセスメントの実施や対話を通じた取り組みを進めています。

サステナビリティにおいては、世界の動きが加速する中で、企業に社会の一員として求められることも変化・複雑化しており、一企業だけで解決できることは極めて少なくなっています。自社だけ、自分だけではなく、共に進める仲間を増やせば増やすほど、私はずっと世の中がポジティブに変わっていくと信じています。お客様、お取引先様などステークホルダーの皆様ともサステナビリティに対する思いや考えを共有し、活動の輪を広げていきます。



先に申し上げたように、リテラーである私たちは、商品やサービスの提供を通じてお客様の生活に彩りを添えてきました。昨今低下しがちな社会の“体温”を上げることも私たちの社会的な役割の一つでもあると認識しています。そのキーワードを「感動」としました。ワクワクする消費や心躍る体験などをお客様、そして従業員と共に生み出して分かち合う、すなわち感動を共創することで、世の中の熱量を高めていきたいと思っています。

私たちは従来の枠にとらわれず、お客様の心を動かす新たな価値を創出するとともに、街の魅力・活力を高め、持続可能な環境や社会づくりに誰もが貢献できる文化を醸成していくことで、ステークホルダーの皆様との「Well-Being Life (心身ともに豊かな暮らし)」に貢献していきます。

# 理念体系

当社グループは300年、400年という歴史の中で数々の危機に遭遇してきました。そうした状況に直面するたびに、「先義後利」「諸悪莫作、衆善奉行」という社是に立ち返り、お客様や社会の変化を機敏に捉えながら事業活動を愚直に実践してきたことが、今日の経営につながっています。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。地球温暖化、海洋汚染、生物多様性の喪失など地球環境問題の深刻化、サプライチェーン上の人権問題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。そのような課題の解決に向けたサステナビリティの概念を企業戦略や事業戦略に組み込み、融合して推進することにより、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。

このような考えのもと、当社は、持続可能な社会とくらしのあたらしい幸せの実現に向けて、環境・社会課題の解決と企業の成長を両立させるCSV(共通価値の創造)を実践することで、サステナビリティ経営を推進し、ステークホルダーの皆様の「Well-Being Life(心身ともに豊かなくらし)」に貢献していきます。

## 社是

**先義後利 諸悪莫作 衆善奉行**

## 基本理念

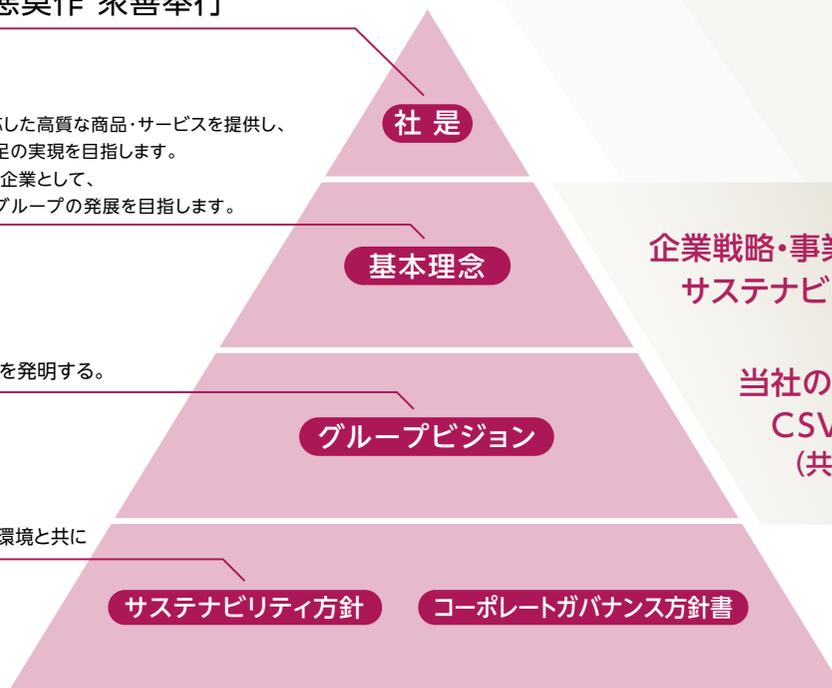
私たちは、時代の変化に即応した高質な商品・サービスを提供し、お客様の期待を超えるご満足の実現を目指します。  
私たちは、公正で信頼される企業として、広く社会への貢献を通じてグループの発展を目指します。

## 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



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)

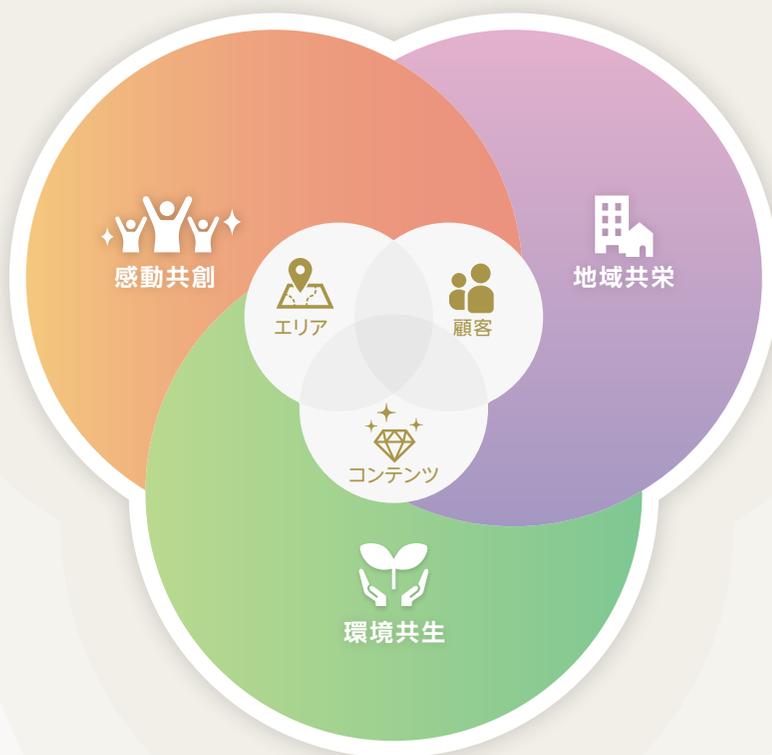


新たな価値創造を通じた  
「Well-Being Life」の実現

## 3つの価値

当社は、グループビジョン“くらしの「あたらしい幸せ」を発明する。”の実現に向け、環境や社会課題に向き合い、事業を通じて解決をはかる「サステナビリティ経営」を基軸に、企業活動を推進しています。また、当社の強みは、全国主要都市を中心とする優良な顧客基盤や店舗不動産、ステークホルダーの皆様とのつながりや信頼、そして百貨店やPARCOなどで培ってきた商業プロデュース能力や目利き力と認識しています。

今後の経営の方向性を定めるにあたり、これらの当社が有する強みと重要視する経営環境の変化を踏まえ、「2030年に目指す姿」を描きました。当社はリテール事業を中核に、3つの価値「感動共創」「地域共栄」「環境共生」を提供し続ける「価値共創リテラーグループ」へ進化します。



**感動共創** 顧客や従業員と共に感動を生み分かち合う

**地域共栄** 地域にとって必要不可欠な存在となる

**環境共生** 環境と共に生きる社会づくりに誰もが貢献できる文化を根付かせる

### 3つの価値



#### 感動共創

人口減少社会に入った日本。社会の成熟化とは、大量生産・大量消費の終焉でもあります。情報やモノがあふれ、それらが次々にアップデートされることで、くらしは豊かになりました。一方で、価値観や嗜好、ライフスタイルの多様化に伴い、市場の細分化も顕著に進んできています。消費の原動力として「推し」が様々なジャンルで現れてきたのもその特徴のひとつでしょう。大事なことは、お客様ともっとつながり、プロセスや体験をも共有し、こころの体温を上げる、つまりワクワクにつながる仕組みを作り上げるということです。我々はお客様と、そして従業員と一緒に感動を生み出し、分かち合う企業を目指します。



#### 地域共栄

街は、生態系。事業が、機能が、エリアで重層的に拡張し、人が集まる。それぞれが互いに影響し合い、刺激し合って地域に息吹を吹き込んでいきます。我々のコアビジネスは地域に根差したリテールが原点です。地域とのつながり、ネットワークを大切にし、ともに栄えることを志向するのは当社ビジネスの根幹であると言えます。一方で、リテールが陥りやすい課題は同質化。つまり、今後はローカルリティが強みをつくるひとつのキーワードになるかもしれません。特に当社が重点7都市と位置付けたエリアには注目です。そこには、可能性しかないと言ってもいいでしょう。我々は地域にとって必要不可欠な企業を目指します。



#### 環境共生

日本だけでなく、世界で毎年のように発生する異常気象。これまで「異常」とある意味、高を括っていたことが、もはや「日常」になりつつあります。リテールがコアであるという事業特性からすれば、環境課題に向き合っていることは限られたものかもしれません。しかし、我々はサプライチェーンにおいてより多くのお客様やサプライヤーとのつながりを持つのも特徴です。そうしたつながりを活かして、動きかける、あるいは一緒に取り組めることも少なくないはず。気候変動は社会全体で「自分ごと」としなければならぬ課題です。我々は環境課題に直結する事業に取り組む企業を目指します。

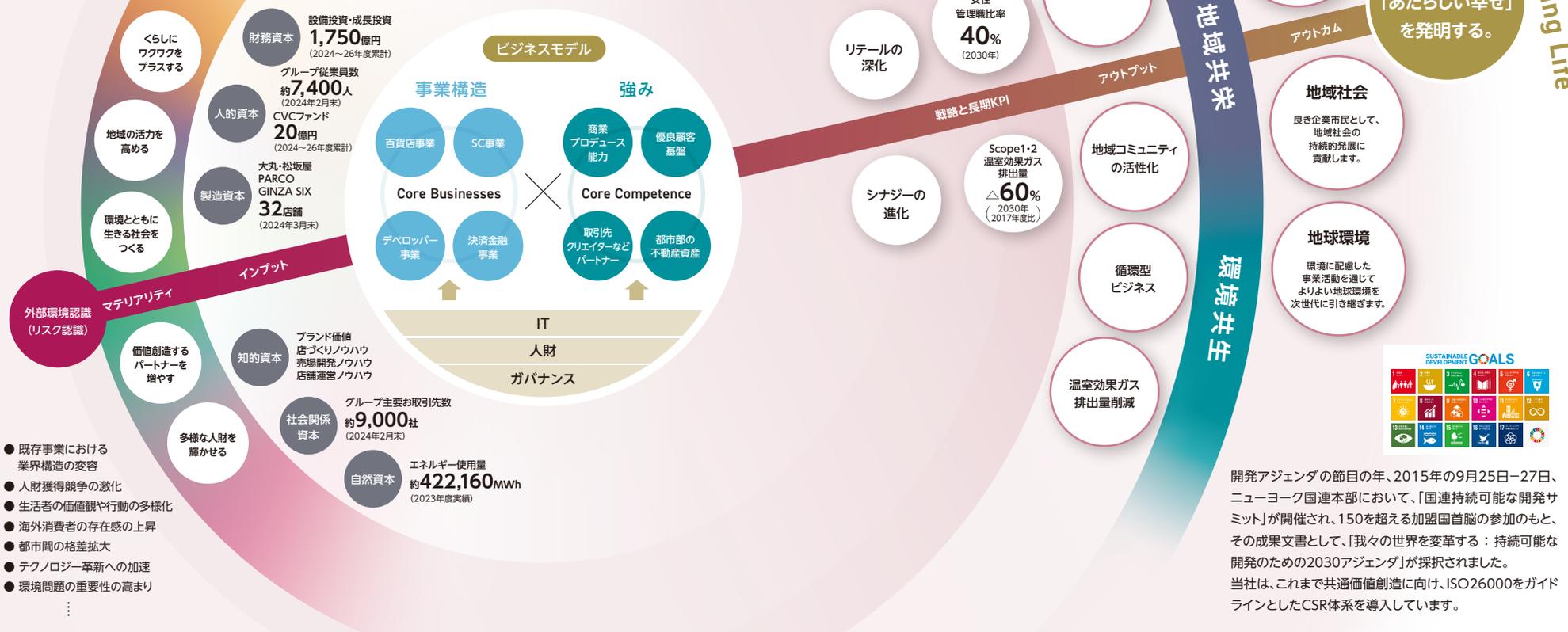
トップメッセージ 理念体系 3つの価値 → 価値創造プロセス

# 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、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っていくことです。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。



開発アジェンダの節目の年、2015年の9月25日-27日、ニューヨーク国連本部において、「国連持続可能な開発サミット」が開催され、150を超える加盟国首脳の参加のもと、その成果文書として、「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。当社は、これまで共通価値創造に向け、ISO26000をガイドラインとしたCSR体系を導入しています。

→ **マテリアリティ** マテリアリティの見直し

# マテリアリティ

当社は、事業を通じて私たちが社会に提供したい3つの価値(感動共創・地域共栄・環境共生)をステークホルダーと分かち合うことで、グループとして持続的に成長していくことを目指しています。この認識のもと、2024年度からスタートした中期経営計画の策定にあたり、マテリアリティの見直しを行い、5つのテーマを特定しました。マテリアリティへの取り組みを、課題の解決にとどまらず企業成長に結びつけていくため、事業戦略と融合させ推進します。このため、従来に増して従業員一人ひとりの熱量と行動が重要であるとの考えから、従業員が自分を主語として考えられるよう、マテリアリティを能動的な表現に変更しました。



| マテリアリティ         | コミットメント   |
|-----------------|---|
| くらしにワクワクをプラスする  | 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。                                    |
| 地域の活力を高める       | 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。          |
| 環境と共に生きる社会をつくる  | 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。 |
| 価値共創するパートナーを増やす | 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。                          |
| 多様な人財を輝かせる      | 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。                      |

マテリアリティ → マテリアリティの見直し

# マテリアリティの見直しプロセス

当社は、社是・基本理念・グループビジョンの精神に基づき、事業活動を通じてステークホルダー（お客様・株主様・お取引先様・従業員・地域社会など）の皆様との信頼関係の構築に努め、環境・社会環境問題をはじめとするサステナビリティをめぐる課題解決に積極的に取り組んでいます。

環境・社会課題と当社グループの事業活動の関連性を明確にするなかで、「企業と社会の持続的成長」及び「持続可能な社会」の実現に資するマテリアリティを特定しています。2018年に初めて特定した後、中期経営計画策定のタイミングで、JFRグループ重要リスク\*や経営環境を取り巻く社会の変化などを踏まえ、見直すこととしています。

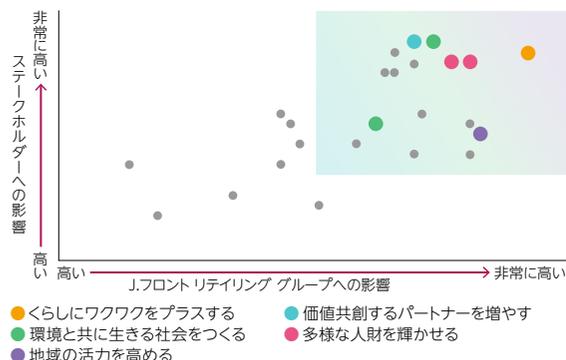
\*中期的に当社のグループ経営において極めて重要度が高いリスク  P.55 JFRグループ重要リスク一覧

本中期経営計画策定時には、2018年からどのようにサステナビリティに取り組んできたか、その位置づけを明確にしたうえで、「2030年に目指す姿」からバックキャストする形で見直しを行い、経営会議・取締役会での論議を経て、5つのマテリアリティを特定しました。

## 当社を取り巻く経営環境変化

|    |  |
|----|--|
| 消費 | <ul style="list-style-type: none"> <li>主要購買層の世代交代、グローバル化の進展（インバウンド需要など）</li> <li>心を充足させる「共感・応援・信頼の繋がり」への欲求の高まり</li> <li>生産・消費のサイクルから、「循環」意識への更なる高まり</li> </ul>     |
| 市場 | <ul style="list-style-type: none"> <li>国内人口減少、所得格差の進行</li> <li>都市機能の更新や集約・街づくりが進行</li> <li>地域経済の担い手の減少、地域独自の伝統や文化への関心の強まり</li> </ul>                               |
| 社会 | <ul style="list-style-type: none"> <li>気候変動など環境問題が深刻化、地政学リスクの顕在化</li> <li>人や地域とのつながりが希薄化、デジタル上でのコミュニケーションが台頭</li> <li>労働力不足の深刻化、仕事選びでも自己実現・社会貢献などをより重要視</li> </ul> |

## マテリアリティマップ



## マテリアリティの変遷

| 2018-2020               | 2021-2023                                    | 2024-2026                          |
|-------------------------|--|------------------------------------|
| <b>サステナビリティ経営の土台づくり</b> | <b>サステナビリティと戦略の一体化への挑戦</b><br>=CSVの実現に向けた種蒔き | <b>サステナビリティと事業戦略の融合</b><br>=CSVの実現 |
|                         | お客様健康・安全・安心な暮らしの実現                           | 暮らしにワクワクをプラスする                     |
| 低炭素社会への貢献               | 脱炭素社会の実現<br>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                     |
| 地域社会との共生                | 地域社会との共生                                     | 地域の活力を高める                          |
| サプライチェーン全体のマネジメント       | 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                    |
| ダイバーシティの推進              | ダイバーシティ&インクルージョンの推進                          | 多様な人財を輝かせる                         |
| ワーク・ライフ・バランスの実現         | ワーク・ライフ・インテグレーションの実現                         |                                    |

### 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

# 2024-2026中期計画(サステナビリティ)

| マテリアリティ   | アウトプット   | 指標                       | 目標                      |                   |
|---|--|--------------------------|-------------------------|-------------------|
|   |  |                          | 2026年                   | 2030年             |
| <b>くらしにワクワクをプラスする</b><br>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 質の高い商品やサービス</li> <li>● 心躍るコンテンツ</li> </ul>              | グループ顧客会員数                | 増加率25%<br>(2023年度比)     | ※1                |
|   |  | 顧客調査※2<br>(ワクワク・感動度)     | —                       | 75%               |
| <b>地域の活力を高める</b><br>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 街のにぎわい</li> <li>● 地域コミュニティの活性化</li> </ul>               | 施設への入店客数                 | 10%増<br>(2023年度比)       | ※1                |
|   |  | 顧客調査※2<br>(地域への貢献度)      | —                       | 80%               |
| <b>環境と共に生きる社会をつくる</b><br>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 温室効果ガス排出量削減</li> <li>● 循環型ビジネス</li> </ul>               | Scope1・2排出量              | ▲58%<br>(2017年度比)       | ▲60%<br>(2017年度比) |
|   |  | Scope3排出量                | —                       | ▲40%を目指す          |
|   |  | 事業活動で使用する電力に占める再エネ比率     | 55%                     | 60%               |
|   |  | 食品リサイクル率                 | 80%                     | 85%               |
|   |  | 新規開発物件の環境認証取得率           | —                       | 100%              |
|   |  | 顧客調査※2<br>(顧客の環境への取り組み度) | —                       | 55%               |
| <b>価値共創するパートナーを増やす</b><br> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 業種業界を超えた幅広いパートナーシップ</li> <li>● 持続可能なサプライチェーン</li> </ul> | ステークホルダー共創件数             | 400件以上                  | 500件以上            |
|   |  | 人権アセスメント結果<br>(B評価以上)    | 35%                     | 45%               |
| <b>多様な人財を輝かせる</b><br>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 働きやすさと働きがい</li> </ul>                                   | 従業員エンゲージメント              | 従業員満足度 70%<br>勤務推奨度 60% | 2026年度達成状況を踏まえ設定  |
|   |  | 女性管理職比率                  | 31%                     | 40%               |
|   |  | 男女賃金格差                   | 差異縮小※3                  | 2026年度達成状況を踏まえ設定  |
|   |  | 男性育児休職取得率                | 95%                     |                   |
|   |  | 離職率                      | 5.3%以下                  |                   |

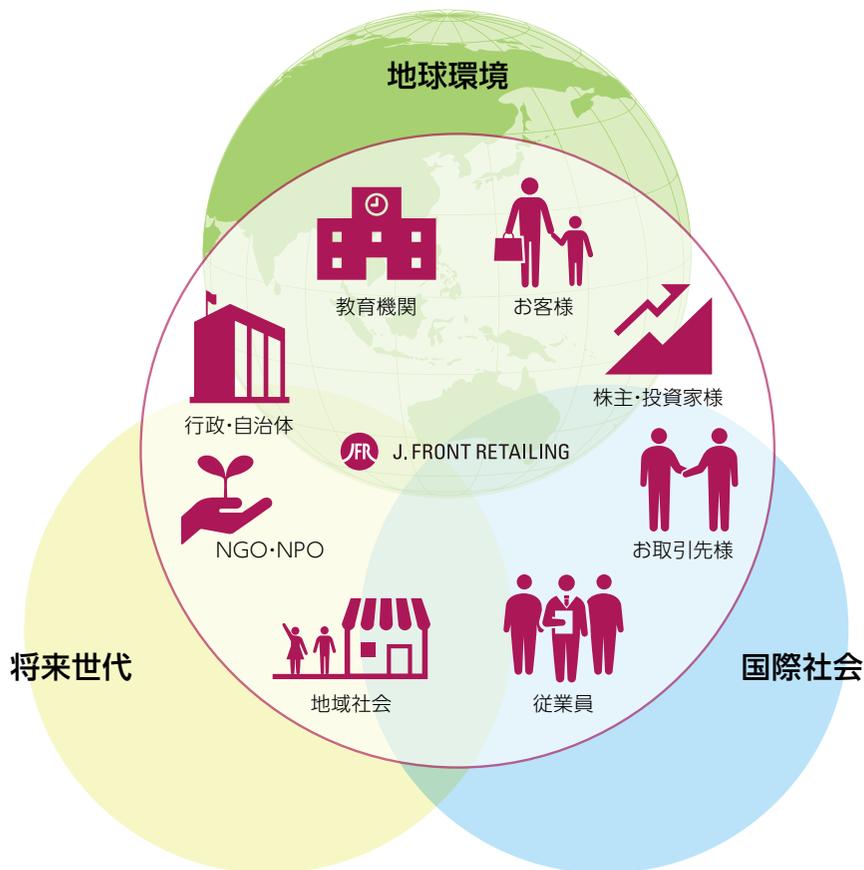
※1 マテリアリティの実現に向けて事業戦略とより関連を高められる指標・目標を本中期経営計画の中で検討します。

※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。

※3 2023年度男女賃金差異は次のとおりです。全労働者65.3%、正規雇用労働者74.4%、非正規雇用労働者：72.7%

# ステークホルダーエンゲージメント

JFRグループは、積極的な情報開示、対話やアンケートを通じて、ステークホルダーの皆様のご意見・ご要望を理解し、事業活動にいかすよう努めています。



| ステークホルダー   | 主な対話方法・コミュニケーション  |
|--|---|
| <p><b>お客様</b><br/>お客様に感動を届け心豊かなくらしを提案することによって、人や社会とのつながりを実感できる社会づくりに貢献します。</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 日々の営業活動</li> <li>● お客様アンケート</li> <li>● お客様相談室への問い合わせ</li> </ul>  |
| <p><b>株主・投資家様</b><br/>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。</p>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 株主総会</li> <li>● 機関投資家・アナリスト向け決算説明会</li> <li>● ESG説明会</li> <li>● 統合報告書、サステナビリティレポート</li> <li>● IRサイト</li> </ul>   |
| <p><b>お取引先様</b><br/>互いの信頼関係に基づくパートナーシップを築き、新たな価値を共創することで、ともに成長することを目指します。</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● お取引先様行動原則説明会</li> <li>● お取引先様懇談会</li> <li>● お取引先様取り組み会議</li> </ul>   |
| <p><b>従業員</b><br/>一人ひとりが自分の能力と個性を発揮し、成長が実感できる環境を整えることによって、働きがいのある職場を実現します。</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 従業員研修</li> <li>● 従業員アンケート</li> <li>● 社内ポータルサイト、社内SNS</li> <li>● 労使協議</li> <li>● 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）</li> <li>● ハラスメント相談窓口</li> </ul> |
| <p><b>地域社会</b><br/>街のにぎわい・地域の魅力を高める事業活動を推進することによって、地域社会の持続的発展に貢献します。</p>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域への社会貢献活動</li> <li>● 地元商店街、地元企業等地域コミュニティとの連携</li> </ul>   |
| <p><b>NGO・NPO</b><br/>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。</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 啓発イベント</li> <li>● 募金活動</li> <li>● フードドライブの実施</li> </ul>  |
| <p><b>行政・自治体</b><br/>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。</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域包括連携協定</li> <li>● 業界団体への参画</li> <li>● 業界団体を通じた政府への意見具申</li> </ul>  |
| <p><b>教育機関</b><br/>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。</p>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 包括連携協定</li> <li>● 産学連携プロジェクト</li> <li>● 次世代教育支援、教育機関との連携</li> </ul>  |
| <p><b>地球環境</b><br/>環境に配慮した事業活動を通じて、よりよい地球環境を次世代に引き継ぎます。</p>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2050年ネットゼロに向けた「温室効果ガス排出量削減」と「資源循環」の取り組み</li> </ul>   |

# サステナビリティの歩み

## 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

|              |    | 2018  | 2019  | 2020  | 2021   | 2022  | 2023  |
|--------------|----|---|---|---|--|---|---|
| イニシアティブ賛同    |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 国連グローバル・コンパクト賛同</li> <li>● 女性エンパワーメント原則賛同</li> <li>● 気候変動イニシアティブ賛同</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● TCFD提言賛同</li> <li>● SBT認定取得 (2℃未満)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● RE100加盟</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● SBT認定取得 (1.5℃)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● SBTネットゼロ認定取得</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● TNFDフォーラム参画</li> </ul>   |
| 方針・体制        |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● サステナビリティ方針策定</li> <li>● エコビジョン・ソーシャルビジョン策定</li> <li>● マテリアリティ特定</li> <li>● ESG推進部設置</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● JFR行動原則策定</li> <li>● JFRお取引先様行動原則策定</li> <li>● サステナビリティ委員会設置</li> </ul>                                      |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ESG推進部からサステナビリティ推進部へ組織変更</li> <li>● 役員報酬に非財務指標を組み入れ</li> </ul>  |   |   |
| ステークホルダー・投資家 |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ESG説明会開始 (毎年開催)</li> </ul>   |   |   |  |   |   |
| お取引先様        |    |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● お取引先様説明会開催</li> <li>● JFRお取引先様行動原則送付</li> </ul>  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● お取引先様アセスメント実施</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● お取引先様説明会開催</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● お取引先様アセスメント実施</li> </ul>   |
| お客様          |    |   |   |   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様アンケート実施</li> </ul>  |   |
| 従業員          |    |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 社内ポータル開設</li> <li>● マネジメント層のサステナビリティ研修開始</li> </ul>  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● サステナビリティ意識調査開始</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● アンコンシャスパイアアンケート実施</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 従業員満足度調査実施</li> </ul>  |
| 開示           |    |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● サステナビリティレポート発行開始</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● TCFDの有価証券報告書開示開始</li> </ul>  |  |   |   |
| 第三者保証取得      |    |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Scope 1・2</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Scope 3</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 水</li> <li>● 廃棄物</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● エネルギー使用量、再エネ使用量、食品廃棄物</li> <li>● 社会データ (女性管理職比率等)</li> </ul>   |   |
| サステナブルファイナンス |    |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ポジティブインパクトファイナンス締結</li> </ul>  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● サステナビリティボンド発行</li> </ul>  |   |   |
| 取り組み         | 環境 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 店舗照明等のLED化 (2018年以前から継続)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ESGモデル店舗：大丸心齋橋店・渋谷PARCOオープン</li> <li>● 店舗の再エネ切り替え開始</li> <li>● 社用車のEV化</li> <li>● 環境配慮型包装資材への切り替え</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ESGモデル店舗：心齋橋PARCOオープン</li> <li>● Think GREEN始動 (大丸松坂屋)</li> </ul>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 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」開始</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ネットゼロ移行計画策定</li> <li>● AI需要予測による食品ロス削減実証実験</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 食廃油から国産SAFの製造を目指す「Fry to Fly Project」参画</li> <li>● 「アナザーアドレス」メンズライン投入、アップサイクルブランドの立ち上げ</li> </ul>            |
|              | 社会 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 九州探検隊始動 (博多大丸)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● クラウドファンディング「BOOSTER」(パルコ)「しずおかMIRUIプロジェクト」</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Think LOCAL始動 (大丸松坂屋)</li> <li>● 65歳定年導入 (JFRと一部事業会社)</li> <li>● 人権リスクの特定</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 医療モール「Welpa」開始 (心齋橋PARCO)</li> <li>● LGBT/パートナーシップ規則策定</li> <li>● J.フロントリテイリング健康宣言</li> <li>● パートナーシップ構築宣言</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 投資領域にヘルスケア領域を組み入れ</li> <li>● 女性活躍推進プロジェクト実施</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● J.フロント都市開発株式会社を設立</li> <li>● Hab@熊本オープン</li> <li>● 「(仮称)心齋橋プロジェクト」新築工事着工</li> </ul>                          |
| 外部評価         | 環境 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● CDP (D-)</li> <li>● S&amp;P/JPX カーボン・エフィシエント指数</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>● CDP (A-)</li> <li>● S&amp;P/JPX カーボン・エフィシエント指数</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● CDP (A)</li> <li>● S&amp;P/JPX カーボン・エフィシエント指数</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>● CDP (A)</li> <li>● S&amp;P/JPX カーボン・エフィシエント指数</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● CDP (A)</li> <li>● S&amp;P/JPX カーボン・エフィシエント指数</li> <li>● FTSE Blossom Japan Sector Relative Index</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>● CDP (A)</li> <li>● S&amp;P/JPX カーボン・エフィシエント指数</li> <li>● FTSE Blossom Japan Sector Relative Index</li> </ul> |
|              | 社会 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● MSCI日本株女性活躍指数 (WIN)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● MSCI日本株女性活躍指数 (WIN)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● MSCI日本株女性活躍指数 (WIN)</li> <li>● 健康経営優良法人2020</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>● MSCI日本株女性活躍指数 (WIN)</li> <li>● 準なでしこ銘柄</li> <li>● 健康経営優良法人2021</li> <li>● プライド指標シルバー</li> </ul>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>● MSCI日本株女性活躍指数 (WIN)</li> <li>● なでしこ銘柄</li> <li>● 健康経営優良法人2022 (ホワイト500)</li> <li>● プライド指標ゴールド</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● MSCI日本株女性活躍指数 (WIN)</li> <li>● プライド指標ゴールド</li> </ul>   |
|              | 総合 |   |   |   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● DJSI Asia /Pacific</li> <li>● FTSE Blossom Japan Index</li> <li>● FTSE4Good Index Series</li> <li>● MSCIジャパン ESG セレクト・リーダーズ指数</li> </ul> |   |

# 環境 Environment

|                     |    |
|---------------------|----|
| 環境に関するKPIとその進捗      | 15 |
| 脱炭素化                | 16 |
| サーキュラー・エコノミー        | 19 |
| 生物多様性保全             | 22 |
| TCFD・TNFD提言に沿った情報開示 | 25 |



→ 環境に関するKPIとその進捗 脱炭素化 サークュラー・エコノミー 生物多様性保全 TCFD・TNFD提言に沿った情報開示

## 環境に関するKPIとその進捗(2021年度～2023年度)

|                           | 指標                                   | 2021年度実績  | 2022年度実績   | 2023年度実績   | 2023年度目標                                       |
|---------------------------|--------------------------------------|---|--|--|--|
| 脱炭素社会の<br>実現              | ● Scope 1・2 温室効果ガス<br>排出量            | ● 36.7%削減(2017年度比)<br>(Scope1・2排出量122,812 t-CO <sub>2</sub> ) | ● 43.5%削減(2017年度比)<br>(Scope1・2排出量109,785 t-CO <sub>2</sub> )<br>● ネットゼロ移行計画策定<br>● SBTネットゼロ認定取得       | ● 57.4%削減(2017年度比)<br>(Scope1・2排出量82,757 t-CO <sub>2</sub> ) | ● 40%削減(2017年度比)                               |
|                           | ● 事業活動で使用する電力に<br>占める再生可能エネルギー<br>比率 | ● 20.3%<br>対前年10.0%増<br>(再エネ電力使用量62,156 MWh)                  | ● 33.6%<br>対前年13.3%増<br>(再エネ電力使用量102,676 MWh)  | ● 52.9%<br>対前年19.3%増<br>(再エネ電力量157,454 MWh)                  | ● 40%  |
|                           | ● 創エネルギー                             | —   | —  | —  | ● 新電力事業者との協業による<br>再生可能エネルギー自家発電の<br>導入        |
| サプライチェーン<br>全体の<br>マネジメント | ● Scope3温室効果ガス排出量                    | ● 17.3%減(2017年度比)<br>(Scope3排出量2,420,492 t-CO <sub>2</sub> )  | ● 5.7%減(2017年度比)<br>(Scope3排出量2,761,669 t-CO <sub>2</sub> )<br>● お取引先様説明会の実施<br>(4月開催、253社参加、大丸松坂屋百貨店) | ● 1.0%削減(2017年度比)<br>(Scope3排出量2,898,436 t-CO <sub>2</sub> ) | ● 10%削減(2017年度比)                               |
| サーキュラー・<br>エコノミーの<br>推進   | ● 廃棄物排出量<br>(食品廃棄物含む)                | ● 30.0%削減(2019年度比)  | ● 26.7%削減(2019年度比)   | ● 30.8%削減(2019年度比)   | ● 15%削減(2019年度比)                               |
|                           | ● エコフによるリサイクル回収量                     | ● 累計1,101 t (2021年度 265 t)                                    | ● 累計1,468 t (2022年度 367 t)   | ● 累計1,845 t (2023年度377 t)                                    | ● 累計1,500 t                                    |
|                           | ● リサイクル・リユース                         | ● ギフトカタログの回収を開始<br>● プラスチック製カバーの回収・リサイ<br>クル「POOL PROJECT」に参画 | ● ギフトカタログのリサイクル(トイレッ<br>トペーパー)を開始  | ● 食廃油から国産SAFの生産を目指す<br>「Fry to Fly Project」へ参画<br>(大丸松坂屋百貨店) | ● お取引先様やお客様との協働に<br>よる使用済み製品のリサイクルや<br>再製品化の実現 |
|                           | ● シェアリング・サブスクリプション・<br>アップサイクル等事業    | ● ファッションサブスクリプション事業<br>「アナザーアドレス」スタート                         | —  | ● 「アナザーアドレス」がメンズラ<br>イン投入、アップサイクルブランド<br>「reAddress」を新展開     | ● お取引先様との協働による<br>シェアリング・アップサイクル等<br>事業への新規参入  |

## 脱炭素社会に向けた挑戦



昨今、気候変動は極めて深刻なレベルまで進行し、将来世代はもちろんのこと、現世代の私たちを含め人類がその危機にさらされています。当社は、気候変動への対応をサステナビリティ経営上の重要課題と位置づけています。気候変動に伴うリスクや機会は、当社グループの事業戦略に大きな影響を及ぼすとの認識のもと、2050年までのバリューチェーン全体での温室効果ガス排出量ネットゼロ<sup>※1</sup>を目指し、対策に取り組んでいます。

### ネットゼロに向けた取り組みの方向性

2050年ネットゼロ実現に向けて、当社グループは「温室効果ガス排出量削減」と「サーキュラー・エコノミーの推進」の両輪で取り組みます。

具体的には、省エネの徹底や店舗の再生可能エネルギー（再エネ）切り替え拡大等によるScope1・2温室効果ガス排出量（以下「Scope1・2排出量」という。）削減、お取引先様やお客様との協働によるScope3温室効果ガス排出量（以下「Scope3排出量」という。）削減に取り組むとともに、3R<sup>※2</sup>強化やサーキュラー型ビジネスの拡大等を通じた資源循環を推進します。

### 目標設定

当社はグループ全体で気候変動対策を推進するためには、中長期の野心的な温室効果ガス排出量の削減目標設定とその達成に向けたロードマップの策定が必要だと考えています。2019年に、Scope1・2・3排出量削減目標において、SBT (Science Based Targets)<sup>※3</sup>イニシアチブによる認定を取得しました。2021年には、2030年のScope1・2排出量削減目標を従来の40%から60%削減（基準年2017年度比）に引き上げ、「1.5℃目標」としてSBT認定を再取得しました。そして、さらに2023年2月には、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。

- ※1 温室効果ガス排出量を徹底して削減し、残りの排出量について、森林吸収やCCS(CO<sub>2</sub>の回収・貯留)等による除去量を差し引いて実質ゼロにすること
- ※2 Reduce(リデュース)、Reuse(リユース)、Recycle(リサイクル)の3つの総称
- ※3 企業が最新の気候科学に沿った野心的な排出削減目標の設定を可能にすることを目的として、2014年、CDP、国連グローバル・コンパクト、WRI(世界資源研究所)、WWF(世界自然保護基金)の4団体が共同で設立

温室効果ガス  
排出量削減

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

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年ネットゼロ

環境に関するKPIとその進捗 → **脱炭素化**    サーキュラー・エコノミー    生物多様性保全    TCFD・TNFD提言に沿った情報開示

## 再エネ電力を拡大しサステナブルな店舗へ

百貨店やショッピングセンターなどリテール事業を主軸とする当社グループにおいて、Scope1・2排出量の90%以上が店舗からの排出であり、そのうちおよそ80%が電力使用に伴う排出です。よって、店舗で使用する電力について、省エネ化およびエネルギー効率の向上を図るとともに、再エネへの切り替えが必要であると認識しています。

2019年に100%再エネで運営する店舗としてオープンした大丸心斎橋店を皮切りに、関西・関東地区の店舗を順次再エネに切り替え、2023年4月には、松坂屋名古屋

屋店(北館除く)や名古屋PARCO等、中部地区の大型店舗の切り替えを実施しました。その結果、2023年度には、再エネ比率52.9%、Scope1・2排出量は基準年とする2017年度比で57.4%削減となり、2023年度目標(40%削減)を上回り達成しました。

当社は、再エネ電力で運営する店舗は建物の環境価値を向上させ、環境課題に意識の高いお取引先様やお客様の支持獲得につながると考えており、今後も、再エネ電力への切り替えに取り組んでいきます。

## 再エネ普及への貢献

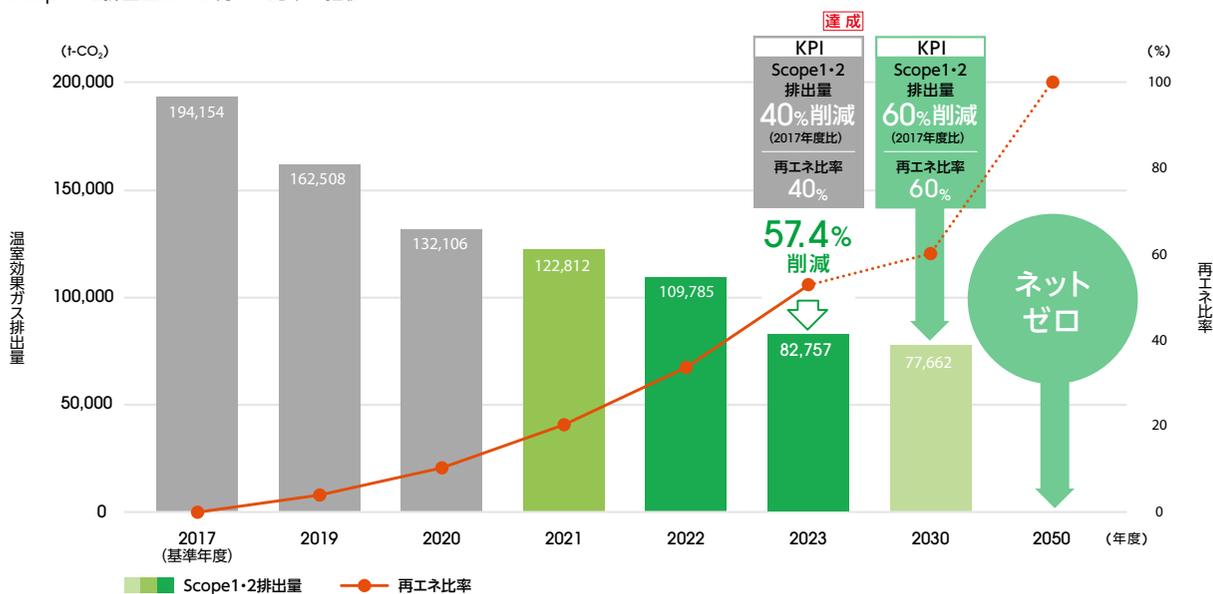
渋谷PARCOや京都ゼロゲートでは、店舗の屋上に太陽光パネルを設置し、自家発電を行っています。今後は、追加性<sup>\*</sup>のある再エネ調達の導入にも取り組み、調達先の多様化に伴うエネルギーレジリエンスの向上をはかります。

※新たな再エネ電源の普及・拡大に寄与し、CO<sub>2</sub>削減に効果があること



渋谷PARCO屋上に設置されている太陽光パネル

Scope1・2排出量および再エネ比率の推移



## 電気自動車(EV)充電スタンドの設置

駐車場を運営する事業会社のエンゼルパークは、お客様が無料で利用できるEV充電スタンドを計10台設置しています。2023年4月からは、全館で使用する電力を100%再エネに切り替え、電気自動車を利用されるお客様の利便性向上とともに、社会の脱炭素化にも貢献していきます。



エンゼルパーク駐車場のEV充電スタンド

|          |         |                   |                      |                 |    |    |       |         |                     |      |
|----------|---------|-------------------|----------------------|-----------------|----|----|-------|---------|---------------------|------|
| トップメッセージ | マテリアリティ | 2024-2026<br>中期計画 | ステークホルダー<br>エンゲージメント | サステナビリティの<br>歩み | 環境 | 社会 | ガバナンス | 社外からの評価 | サステナビリティボンド<br>レポート | データ集 |
|----------|---------|-------------------|----------------------|-----------------|----|----|-------|---------|---------------------|------|

環境に関するKPIとその進捗 → **脱炭素化**    サークュラー・エコノミー    生物多様性保全    TCFD・TNFD提言に沿った情報開示

## Scope3削減に向けた取り組み

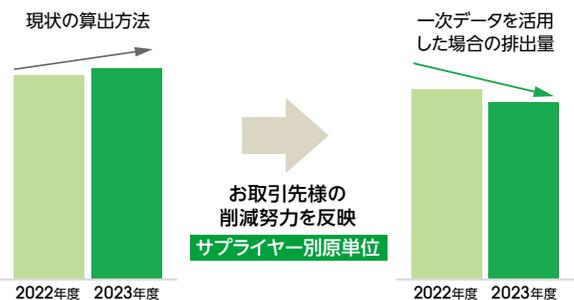
当社のScope3排出量は、その90%以上をカテゴリ1 (調達した製品・サービス)が占めているため、自社コントロールおよび自社努力による削減が極めて難しく、バリューチェーン全体で協働して削減に取り組むことが必要です。

当社は、今後、サプライヤーの削減努力を反映していきけるよう、サプライヤー企業の排出量の一次データを取得し、算定を進めていきます。

大丸松坂屋百貨店では、お取引先様に対して、排出量の算定や削減目標の設定、また排出量に係る一次データを提供していただくようお願いなど、お取引先様の状況に応じた対話を進めています。

(2023年度までの対話は累計100社超、一次データ取得合意は40社超)

### Scope3 カテゴリ1の削減イメージ



※産業連関表金額ベースの排出原単位で算出

※データを取得できた約20社のサプライヤー別原単位で算出

### バリューチェーンに向けたこれまでの取り組み (大丸松坂屋百貨店)

|           |  |
|-----------|--|
| 方針の周知     | お取引先様説明会の開催 (2022年4月実施、253社参加)                     |
| 現状の把握     | CO <sub>2</sub> 排出量に関するアンケートの実施 (2023年7月実施、330社送付) |
| 算定および削減依頼 | 継続的に直接対話・訪問を実施                                     |

### 2023年度 Scope3カテゴリ別排出量 (単位：t-CO<sub>2</sub>、%)

| カテゴリ               | 排出量       | 排出割合  |
|--------------------|-----------|-------|
| 1 調達した製品・サービス      | 2,678,726 | 92.42 |
| 2 資本財              | 48,021    | 1.66  |
| 3 Scope1・2を除くエネルギー | 19,399    | 0.67  |
| 4 輸送・配送(上流)        | 3,204     | 0.11  |
| 5 事業から出る廃棄物        | 1,439     | 0.05  |
| 6 従業員の出張           | 3,815     | 0.13  |
| 7 従業員の通勤           | 1,736     | 0.06  |
| 8 リース資産(上流)        | —         | 0.00  |
| 9 輸送・配送(下流)        | 38,196    | 1.32  |
| 10 製品の加工           | —         | 0.00  |
| 11 販売した製品の使用       | 59,221    | 2.04  |
| 12 販売した製品の廃棄       | 15,564    | 0.54  |
| 13 リース資産(下流)       | 29,115    | 1.00  |
| 14 フランチャイズ         | —         | 0.00  |
| 15 投資              | —         | 0.00  |

※カテゴリ8はScope1・2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

## インターナルカーボンプライシングの導入

当社は、2024年2月、インターナルカーボンプライシング (Internal Carbon Pricing : ICP)を導入しました。社内におけるCO<sub>2</sub>排出量を金額換算することにより、CO<sub>2</sub>に対する削減効果と削減コストを可視化し、脱炭素への意識醸成や脱炭素投資と連動した意思決定の促進を目的としています。将来の炭素税等の発生コストを見通して先手で対策を講じて取り組むことは、長期視点ではコスト減、また事業創出の機会にもつながると考えています。

(社内炭素価格：10,000円/t-CO<sub>2</sub>)

# 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、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、お客様やお取引先様とも協働しながら資源循環の取り組みを加速させていきます。

## 環境に配慮した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」

### アップサイクルブランド「reADdress」を新展開

大丸松坂屋百貨店が2021年3月にスタートした「AnotherADdress(アナザーアドレス)」は、ファッションの本質的な価値や、サステナブルな取り組みを重視し、社会や環境にとって持続性の高いビジネスモデルへ転換することを目指すファッションサブスクリプション事業です。

2023年12月には、シミや汚れ、傷など、レンタルが難しくなった衣類等に新たな価値を施し、寿命を延ばすことでもう一度楽しんでもらいたいという想いから、アップサイクルブランド「reADdress(リアドレス)」を立ち上げました。100年以上の歴史を誇る株式会社京都紋付との協業により、深黒染めを施したアップサイクル商品を実現しました。



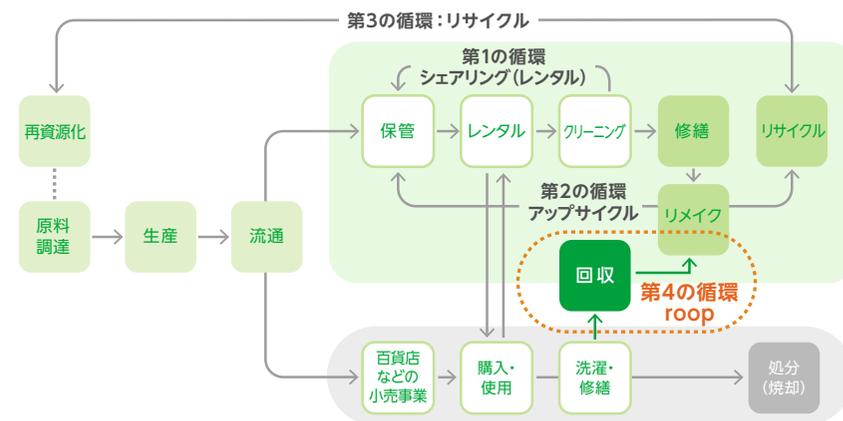
### 衣類循環プロジェクト「roop」が環境省のデコ活推進事業に採択

アナザーアドレスは、2024年、環境省が選定する環境配慮行動普及促進事業費補助金及び二酸化炭素排出抑制対策事業費等補助金(「デコ活」)推進事業)に採択されました。

※環境省が推進する脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動の愛称



サービス利用者や百貨店事業との連携による「衣類回収」の仕組みを新たに加えることで、生活者参加型の「第4の循環：roop」が実現。思い入れのある大切な服が循環し続け、未来に繋がる社会を目指します。

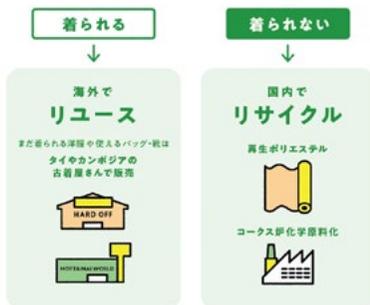


|          |         |                   |                      |                 |    |    |       |         |                     |      |
|----------|---------|-------------------|----------------------|-----------------|----|----|-------|---------|---------------------|------|
| トップメッセージ | マテリアリティ | 2024～2026<br>中期計画 | ステークホルダー<br>エンゲージメント | サステナビリティの<br>歩み | 環境 | 社会 | ガバナンス | 社外からの評価 | サステナビリティボンド<br>レポート | データ集 |
|----------|---------|-------------------|----------------------|-----------------|----|----|-------|---------|---------------------|------|

環境に関するKPIとその進捗 脱炭素化 → **サーキュラー・エコノミー** 生物多様性保全 TCFD・TNFD提言に沿った情報開示

## お客様とともに取り組む「エコフ」

大丸松坂屋百貨店が2016年度からスタートした「エコフ」は、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、リユースやリサイクルする持続可能な取り組みです。お客様の環境意識の高まりと積極的な参加によって毎年成長を続け、2023年度の回収量は377t(2016年度からの累計回収量1,845t)となりました。



回収した衣料品・靴・バッグはこれまでも海外でリユースしていましたが、2024年春の開催からは、タイやカンボジアの古着屋を通じて必要とくださる方々にお届けできるよう連携し、サプライチェーンの透明性を高めました。

また、環境活動を支援する「エコフ チャリティー募金」にも取り組んでいます。衣料品回収時に「WWFジャパン」「緑の募金(国土緑化推進機構)」の2団体から寄付先をお選びいただき、ご賛同いただいたお客様の人数に応じて、おひとり様につき10円を寄付しています。

## 衣類・ファッション雑貨の不要品回収「PASSTO(パスト)」

パルコは、2024年6月から、株式会社ECOMMITと、地域の廃棄物の削減・資源循環への貢献を目的として、不要品の回収・選別・再流通を一気通貫で行うECOMMITのサービス「PASSTO」を6店舗(渋谷PARCO・池袋PARCO・吉祥寺PARCO・ひばりが丘PARCO・調布PARCO・博多PARCO)に導入しました。



## 使用済み食廃油の資源循環～「Fry to Fly Project」への参画

### FRY to FLY Project



大丸松坂屋百貨店は、2023年9月、持続可能な航空燃料(SAF: Sustainable Aviation Fuel)の国内初となる大規模生産を目指した食廃油(使用済み食用油)の資源循環の取り組み「Fry to Fly Project」に参画しました。

2024年9月末現在、大丸松坂屋百貨店の8店舗のレストランや総菜店等から出る食廃油を提供しています。これらの店舗から発生する食廃油は、1年あたり約98.7t(2023年度実績)で、全店舗の総排出量の約6.4%を占めています。今後も提供店舗の拡大を図るとともに、国産SAFの認知向上、普及の契機となるイベントの開催などを通して、お客様に資源循環の重要性を伝えていきます。

### サプライチェーンの構築 JGC



※ 百貨店の店舗から排出される食廃油をレポインターナショナルが収集し、SAFFAIRE SKY ENERGYへ引き渡します。SAFFAIRE SKY ENERGYは、2024年度下期～2025年度初頭の生産開始を目指し、大阪府堺市で建設中の日本初となる国産SAFの大規模生産プラントにおいて、レポインターナショナルから引き取った食廃油を原料としてSAFを製造します。日揮ホールディングスは、食廃油を原料とするSAF製造事業に関するサプライチェーンの全体構築を行います。

トップメッセージ

マテリアリティ

2024-2026  
中期計画ステークホルダー  
エンゲージメントサステナビリティの  
歩み

環境

社会

ガバナンス

社外からの評価

サステナビリティボンド  
レポート

データ集

環境に関するKPIとその進捗

脱炭素化 → サークュラー・エコノミー

生物多様性保全

TCFD・TNFD提言に沿った情報開示

## プラスチックの資源循環

### 海洋プラスチックごみのアップサイクル

博多大丸では、2022年11月、長崎県対馬市と「SDGs推進に関する包括連携協定」を締結しました。地形や海流など様々な要因によってもたらされる対馬市の海洋プラスチックごみ問題へのアプローチとして、漂着した海洋プラスチックごみをオーナメントにアップサイクルしたクリスマスツリーを作成し、店舗前広場に飾りました。

2023年はテーマである「Circulation(循環)」のアイコンとして、廃プラスチックや海洋プラスチックごみを使用した“フラワーポット”を作成しました。このポットは、博多大丸 九州探検隊が立ち上げた「プレシャスプラスチック九州」が、国内8団体・海外3団体との共創プロジェクトで生まれたものです。今後は、このフラワーポットプロジェクトを、対馬市をはじめとした九州各地で地域の方々と共にワークショップを行いながら活動を広げていきます。



海洋プラスチックごみを使用したフラワーポット



### プラスチック製カバーのリサイクル「POOL PROJECT」

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」に参画しています。

これは、レコテック株式会社が、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。

\*消費者が製品を使用した後に回収されるリサイクル材であるポストコンシューマーリサイクル材



## 廃プラスチック削減に向けて

大丸松坂屋百貨店では、2022年4月に施行された「プラスチック資源循環促進法」を受け、使い捨てプラスチックの排出量抑制に取り組んでいます。特定プラスチック使用製品\*については、①カトラリーの有料化、②お客様へのお声がけ(必要な方のみ提供)、③カトラリーの素材変更のいずれかをお取引先様との協働で実施し、お客様のご理解を得ながら使用量の削減を推進しています。

\*商品の販売または役務の提供に付随して消費者に無償で提供されるプラスチック使用製品



2023年度 使い捨てプラスチック製品 使用量削減実績

| 削減目標<br>(2021年度比) | 実績        |        |        |
|-------------------|-----------|--------|--------|
|                   | 使用量(原単位)* | 削減率    | 達成率    |
| ▲25%              | 0.0791    | ▲93.6% | 301.8% |

\*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)

## 生物多様性保全への貢献



私たちのくらしや、あらゆる事業活動は、食料や水、気候の安定など、多様な生物が関わりあう生態系からの恵み(生態系サービス)によって支えられています。しかしながら、昨今の自然環境の悪化により、動物や植物の多様性(生物多様性)がこれまでにない速さで失われつつあります。近年の課題として、企業には事業活動における自然への影響を把握し、生物多様性の損失を止め、その回復に貢献することが求められています。

### エコビジョンの改定

当社は、環境課題の解決、環境との共生に向けた取り組みを推進するための方針として「エコビジョン」を制定しています。2024年5月、自然関連課題への取り組みを全社として推進するため、これを改定し、新たな重点事項に生物多様性を加えました。今後は、脱炭素、資源循環に加えて、生物多様性の保全への対応も強化していきます。

### TNFDフォーラムへの参画

当社は2023年11月、自然関連財務情報開示タスクフォース (TNFD : Taskforce on Nature-related Financial Disclosures)<sup>\*1</sup>の理念に賛同し、その活動を支援するTNFDフォーラム<sup>\*2</sup>に参画しました。TNFDの情報開示フレームワークに基づき、当社グループの事業と自然資本の関係性(依存と影響)やリスク・機会の整理を行い、TNFDが推奨する「ガバナンス」「戦略」「リスクと影響の管理」「指標と目標」の4つの視点から積極的な情報開示を進めていきます。



※1 TNFDは、自然関連のリスクと機会が企業の財務に与える影響を開示する枠組みを定める国際組織です。企業や金融機関に対して自然資本に関する情報開示を促し、世界の資金の流れをネイチャー・ポジティブに移行させることを目指しています。

※2 TNFDフォーラムは、多岐にわたる分野の専門知識を有する企業・政府機関・学術機関などで構成され、情報開示フレームワークの策定に向けた支援やTNFDに関連する情報の共有などを行っています。

### 屋上緑化 — 景観に配慮した店舗開発 —

大丸心齋橋店の本館建替えて生まれた7階のテラス約110m<sup>2</sup>には、シマトネリコやオリーブなどを植栽した回遊できる「庭園」を、屋上には約900m<sup>2</sup>の「緑化スペース」を設けています。また、本館と心齋橋PARCOの間を通る大宝寺通りには意匠を凝らしたストライプの壁面緑化を採用。積極的に緑化を実施することでCO<sub>2</sub>削減に取り組んでいます。



### 屋上都市養蜂

大丸心齋橋店は、2019年に「心齋橋はちみつプロジェクト」を立ち上げました。地上約60m約900m<sup>2</sup>の屋上に、蜂の巣箱を設置し、都市型養蜂を実施しています。約20万匹のミツバチが飛び立ち、半径3km圏内の花々から蜜を集めてきます。街にミツバチが行き交うことで地域の豊かな生態系の維持、作物や植物の受粉の活性化に貢献しています。屋上で採れた蜂蜜は「心齋橋のはちみつ」として販売しています。

また、地域の子どもたちを対象に「みつろうキャンドルづくり」のワークショップや「蜜しばり体験」のイベントを開催するなど、子どもたちと環境について考える場を提供しています。



みつろうキャンドルづくり



蜜しばり体験

## コンポスト — 食品廃棄物の削減 —

2022年にスタートした大丸心斎橋店の『SHINSAIBASHIグリーンプロジェクト』の一環として、2023年11月、店舗前(大阪・御堂筋沿い)の歩道に花壇をつくり、約600株の草花を社員の手で植えました。花壇の土には心斎橋店の社員食堂から出た生ごみをコンポストで堆肥化したものを活用しており、食品廃棄物削減にもつながる取り組みとなっています。



写真提供：ローカルフードサイクリング株式会社

## 環境配慮型包装資材の使用

大丸松坂屋百貨店で使用する包装資材は、2019年9月に、環境配慮型包装資材へ切り替えました。食品専用バッグを含めた紙製ショッピングバッグや、販売促進に使用する紙は、環境に配慮し管理された森林から生成された紙に切り替えており、森林保護につながっています。



## 森林認証制度『FSC®-CoC認証』取得

J.フロント建装は、ホテルや商業施設・オフィスを中心にお客様のニーズに合わせて、別注家具や店舗什器などを数多く製造しています。同社は、大阪工場と製品のお客様窓口である営業部を対象に森林管理認証(FM認証)を取得した森林から産出された木材や、その他リスクの低い木材を用いて生産された製品を適切に管理・加工していることの証として、2023年10月、「FSC®-CoC認証」\*を取得しました。



\* CoC(Chain of Custody)認証とは、適切に管理された森林と、責任をもって調達された林産物を使用した製品が消費者の手に届くまでの加工・流通過程を認証するもの



トップメッセージ

マテリアリティ

2024-2026  
中期計画ステークホルダー  
エンゲージメントサステナビリティの  
歩み

環境

社会

ガバナンス

社外からの評価

サステナビリティボンド  
レポート

データ集

環境に関するKPIとその進捗

脱炭素化

サーキュラー・エコノミー

→ 生物多様性保全

TCFD・TNFD提言に沿った情報開示

## その他取り組み

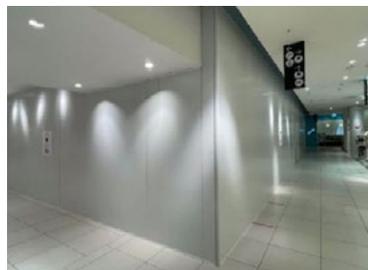
### 国産木材の使用

森林の多面的機能を維持するうえで、国産材の有効活用はとても重要です。ホテルやオフィスの内装などを手がけるJ.フロント建装では、オフィスビルの再開発に参画する中で、お客様のご理解のもと、有効活用されていなかった国産材を内装仕上げ材や大型プランターとしてご提案し採用されています。



### 解体工事における仮囲いシステムパネルの採用

J.フロント建装では、百貨店の改装工事において工事区画を仕切る仮囲いは、これまで工事が終われば廃棄され、その大部分はリサイクル材料として有効活用されていました。これをさらに進め、大丸松坂屋百貨店との協業で廃棄物の出ないシステムパネル工法に変更しています。



### 廃石膏ボードから土壌改良材へ

J.フロント建装では、解体現場から搬出される石膏ボードを施工現場では適切に処理し、その多くを資源リサイクルに回してきました。そこからさらに踏み込み、石膏ボードの主成分である硫酸カルシウムを土壌改良材に活用する仕組みに着目し、現場での分別に手間がかかりますが、処理会社を通じて土壌改良材として活かしています。



### 端材の活用

J.フロント建装では、内装工事やフィルムミラー・什器製作の過程で、木の切れ端や使えなくなったフィルムなどの端材が発生していました。これを活用すべく、2022年より大阪芸術大学とタッグを組み、「端材に命を吹き込むプロジェクト」を毎年開催しています。2023年は石材や金属などサプライヤー企業の協賛により素材の幅も広がっています。

学生が豊かな想像力と柔軟なデザイン力で、端材という不揃いな面白さと向き合いながら、ユニークな作品を制作し、デザインコンペの参加作品は大丸心斎橋店で展示しました。



端材に命を吹き込む2023  
「起資回生」展 展示作品

### 貯水タンクの完備 ー水の適切な利用ー

大丸心斎橋店では、館内のトイレや蛇口に水を送る高さ3.7m×横7m×奥行5mの貯水タンクを地下1階に設置しています。貯水タンクには浴槽600杯分の水が入り、災害時には地域住民の方への給水活動を行うことができます。また地下2階には、排水を微生物が無害化して下水へ放流する「厨房排水浄化設備」を導入しており、海や河川の環境保全にも貢献しています。



# TCFD・TNFD提言に沿った情報開示



当社は、2019年5月、TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース) 提言に賛同しました。さらに2023年11月、TNFD(自然関連財務情報開示タスクフォース)の理念に賛同し、TNFDフォーラムに参画しました。両提言の開示フレームワークに基づき、「ガバナンス」「リスク管理」「戦略」「指標と目標」の4つの開示項目に沿った情報を開示するとともに、気候変動と生物多様性損失とは切り離せない課題であるとの認識に立ち、包括的な解決を目指して、取り組みを進めていきます。

## ガバナンス TCFD TNFD

### 1 監督体制

当社は、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、環境関連課題(気候・自然関連を含む。以下同様)への対応、また課題解決につながる取り組みを事業戦略に反映しています。そして、それらについて、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審議・承認しています。また、年2回以上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承認された内容を共有し、当社グループの環境関連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審議・承認された内容の報告を受け、当社グループの環境関連課題への対応方針、目標設定、実行計画等についての論議・監督を行っています。

### 2 取締役のスキルマトリックス

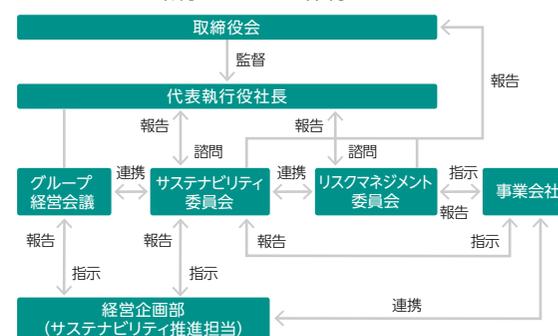
当社は、取締役候補者の選任にあたり、取締役に期待する専門性および経験等についてスキルマトリックスで明確にしており、その項目の一つに「環境」を掲げています。事業活動を通じた環境関連課題の解決に向けた中長期目標を含む環境計画に対し、具体的な行動計画や定期的なレビュー、継続的改善の取り組み状況を適切に監督で

きる取締役を選任することで、環境関連課題に対する取り組みの実効性を高めています。

### 3 執行体制

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、直轄の諮問委員会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、環境関連課題に係る経営判断の最終責任を負っています。

JFRグループ 環境マネジメント体制



JFRグループの環境マネジメントにおける会議体および実行主体と役割

| 会議体および実行主体 | 役割                   |   |
|------------|----------------------|---|
| 会議体        | 取締役会                 | 業務執行において審議・承認された環境関連課題に関する目標設定および取り組みの進捗の監督を行う。毎月開催。  |
|            | グループ経営会議             | 業務執行の最高意思決定機関として、全社的な経営に係る方針や施策について審議・承認する。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で議論された環境関連課題を含む包括的なリスク・機会に対する全社的な経営方針等についても審議・承認を行い、承認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         | 包括的なリスク・機会の特定、評価および対応策等について、審議を行うとともに、事業会社のリスク対応のモニタリングを実施する。気候関連のリスク・機会についても、全社リスク管理の仕組みへ統合し、本委員会での他のリスクと合わせて管理する。委員会での審議内容は取締役会へ報告される。年3回開催。                          |
|            | サステナビリティ委員会          | グループ経営会議で審議・承認された環境関連課題を含むサステナビリティに係るより詳細な課題への具体的な対応策を協議する。気候関連についてはリスク・機会を踏まえた長期計画とKGI/KPIIに基づく各事業会社の進捗状況のモニタリング等を実施する。また、気候関連に精通した有識者との対話も行う。協議内容は取締役会へ報告される。年2回以上開催。 |
| 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。気候関連のリスク・機会の特定・評価・対応、環境関連課題解決に向けたグループ全体の取り組み推進など、環境関連課題に係る経営判断の最終責任を負う。   |
|            | 事業会社                 | グループ経営会議での承認事項、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での審議内容を受け、各事業会社における環境関連課題への具体的な施策を計画・実行するとともに、その進捗状況をJFRの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へ報告する。                                      |
|            | 経営企画部 (サステナビリティ推進担当) | サステナビリティ経営を推進するためのグループ方針等について立案・提案を行う。気候関連については、リスクおよび機会に関する情報を収集するとともに、中・長期的な取り組みの方向性等を立案し、グループ経営会議やサステナビリティ委員会へ報告する。  |

## リスク管理 TCFD TNFD

### 1 環境リスク・機会の特定・評価プロセスの詳細

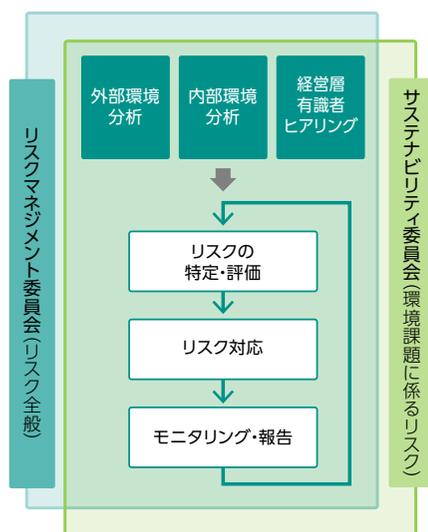
当社グループは、リスクを戦略の起点と位置づけ、「企業経営の目標達成に影響を与える不確実性であり、プラスとマイナスの両面がある」と定義しており、企業が適切に対応することで、持続的な成長につながると考えています。

環境リスク・機会に関しても、自社の事業戦略に大きな影響を及ぼすとの認識のもと、プラスとマイナスの両面から以下のプロセスで特定・評価を行っています。

はじめに、バリューチェーンプロセスの活動項目ごとに、リスク・機会を特定します。次に、その中から「自社にとっての重要性（影響度×緊急度）」と、「ステークホルダーにとっての重要性」の2つの基準に基づき評価しています。

※詳細は〈戦略〉のページを参照

#### JFRグループ リスク管理プロセス



### 2 環境リスクの管理プロセス

当社グループは、環境関連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、環境関連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。

#### JFRグループ 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  |
|-----------|---|
| リスクの特定・評価 | <ul style="list-style-type: none"> <li>●取締役会</li> <li>●グループ経営会議</li> <li>●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）</li> <li>●サステナビリティ委員会（環境関連のリスクが対象）</li> </ul> |
| リスク対応     | <ul style="list-style-type: none"> <li>●事業会社</li> </ul>   |
| モニタリング・報告 | <ul style="list-style-type: none"> <li>●取締役会</li> <li>●グループ経営会議</li> <li>●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）</li> <li>●サステナビリティ委員会（環境関連のリスクが対象）</li> </ul> |

#### リスクマネジメントプロセス (PDCA)



### 3 全社リスク管理の仕組みへの統合状況

当社は、リスク管理が経営上極めて重要であるとの認識から、環境関連を含む各種リスクを全社統合的に管理するため、リスクマネジメント委員会を設置しています。同委員会は、リスクの特定・評価および戦略に反映させるリスクの決定等の重要事項を審議し、経営の意思決定に活用しています。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。

中期的に当社のグループ経営において極めて重要度が高いものは、「重要リスク」と位置づけ、中期経営計画策定の起点としています。また、年度ごとに対応するリスクを明確にするため重要リスクを「年度リスク」に落とし込み、優先度をつけて対応策を実行しています。

リスクマネジメント委員会での審議内容は、グループ経営会議に報告されるとともに、サステナビリティ委員会に共有されます。

なお、上記プロセスにおけるリスクマネジメント委員会、サステナビリティ委員会での協議内容、グループ経営会議での承認事項については、それぞれ適時取締役会に報告しており、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。

## 戦略 TCFD

### 1 短期・中期・長期のリスク・機会の詳細

当社は、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、中期経営計画の実行期間である2026年度までを短期、SBTにおける短期目標年度である2030年度までを中期、SBTネットゼロ目標年度である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年までを見据えたバックキャストिंगにより、当社グループの戦略を策定し対応しています。

### 2 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

当社は、気候変動が当社に与えるリスク・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の戦略のレジリエンスと、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、および新たな気候関連政策・規制は導入されない世界を想定した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、百貨店やショッピングセンターなどのリテール事業を主軸とする当社グループは、バリューチェーン・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・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              | 2026年度まで | 中期経営計画の実行期間        |
| 中期              | 2030年度まで | SBTにおける短期目標年度までの期間 |
| 長期              | 2050年度まで | SBTネットゼロ目標年度までの期間  |

### 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, 2023年)     |
|               | [Representative Concentration Pathways (RCP2.6)] (IPCC, 2014年) |
| 4℃シナリオ        | [Stated Policy Scenario (STEPS)] (IEA, 2023年)                  |
|               | [Representative Concentration Pathways (RCP8.5)] (IPCC, 2014年) |

環境に関するKPIとその進捗   脱炭素化   サークュラー・エコノミー   生物多様性保全 → TCFD・TNFD提言に沿った情報開示



### 3 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・レジリエンス

当社は、特定した気候関連リスク・機会の中から、「自社にとっての重要性(影響度×緊急度)」と、「ステークホルダーにとっての重要性」の2つの基準に基づき、その重要性を評価しました。特に重要性が高いと評価した項目について、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、定性の両側面から評価し、それぞれの対応策を策定しました。なお、財務影響を定量的に評価するための情報が入手困難なリスク・機会については、定性的に評価し、その結果を矢印の傾きによって3段階で表示しています。

JFRグループにとって特に重要な気候関連リスク・機会、および2030年度の財務影響

↑ 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

| 気候関連<br>リスク・機会の<br>種類 | 発現時期              |    |                      | 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  |
|-----------------------|-------------------|----|----------------------|---|-------------------|--|--|
|                       | 短期                | 中期 | 長期                   |   | 1.5℃/2℃<br>未満シナリオ | 4℃シナリオ   |  |
| リスク                   | 移行リスク             | ●  | ●                    | ・炭素税等の導入に伴うコストの増加                               | 約15億円*1           | 約13億円*1  | ●2050年ネットゼロ目標達成に向けた店舗における積極的な省エネ施策や再エネ切り替え拡大による温室効果ガス排出量削減   |
|                       |                   | ●  | ●                    | ●   | ↑                 | ↑  | ●グリーンボンド等を活用した資金調達<br>●コスト効率的な設備導入   |
|                       |                   | ●  | ●                    | ●   | ➡                 | ➡  | ●インターナルカーボンプライシングの導入<br>●コスト効率的かつ計画的な投資の検討   |
|                       |                   | ●  | ●                    | ●   | 約7億円*2            | 約3億円*2   | ●インターナルカーボンプライシングの導入<br>●再エネ調達手法の分散化による再エネ調達リスクの低減と中長期的なコストの低減<br>●自社施設への再エネ設備導入等、再エネ自給率の向上  |
| 物理リスク                 | ●                 | ●  | ・自然災害による店舗休業に伴う収益の減少 | 約52億円*3   | 約103億円*3          | ●BCP整備による店舗・事業所のレジリエンス強化<br>●店舗の防災性能の向上                |  |
| 機会                    | エネルギー源            | ●  | ●                    | ●   | 約4億円*4            |  | ●高効率省エネルギー機器への適切なタイミングでの更新   |
|                       | 製品<br>および<br>サービス | ●  | ●                    | ・環境配慮型商品・サービスの需要増への対応によるバリューチェーン全体の脱炭素化および収益の拡大 | ↑                 | ➡  | ●環境配慮型商品・サービスの取扱い拡大<br>●廃食油を国産SAFとして再資源化<br>●AI需要予測システムの活用による食品廃棄物削減等、お取引先様との協働による取り組み<br>●お取引先様への温室効果ガス排出量算定に関する働きかけ、Scope3排出量データの連携を目的とした説明会の実施等、脱炭素化に向けたお取引先様との対話 |
|                       | 市場                | ●  | ●                    | ●   | ↑                 | ➡  | ●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」をはじめとしたシェアリング・アップサイクル等サーキュラー型ビジネスの拡大<br>●M&AやCVC*投資を有効活用したサーキュラー型ビジネスの立ち上げ   |
| ●                     |                   | ●  | ●                    | 約25億円*5   | —                 | ●新規開発物件の環境認証の取得(ZEB、CASBEE等)<br>●RE100実現に向けた店舗の再エネ化の促進 |  |

\*CVC(Corporate Venture Capital): 将来性のあるスタートアップ企業への投資を通じて、事業共創を効率的・効果的に推進する仕組み。当社は、2022年度、「JFR MIRAI CREATORS Fund」を設立し、オープンイノベーションを推進。

(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温室効果ガス排出量に1t-CO<sub>2</sub>あたりの炭素価格を乗じて試算(パラメータ: 1.5℃シナリオ 140\$/t-CO<sub>2</sub>、4℃シナリオ 120\$/t-CO<sub>2</sub>)

\*2 2030年度時点のJFRグループ電気使用量に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価格高を乗じて試算

\*3 過去の自然災害による店舗休業に伴う売上損失額に将来の洪水発生頻度を乗じて試算(出典:「Representative Concentration Pathways (RCP2.6)(RCP8.5)」(IPCC、2014年))

\*4 2030年度時点のJFRグループ省エネルギー量にエネルギー調達コストを乗じて試算

\*5 2030年度時点のJFRグループ不動産収益に環境認証取得ビルの新規成約賃料への影響度合いを乗じて試算

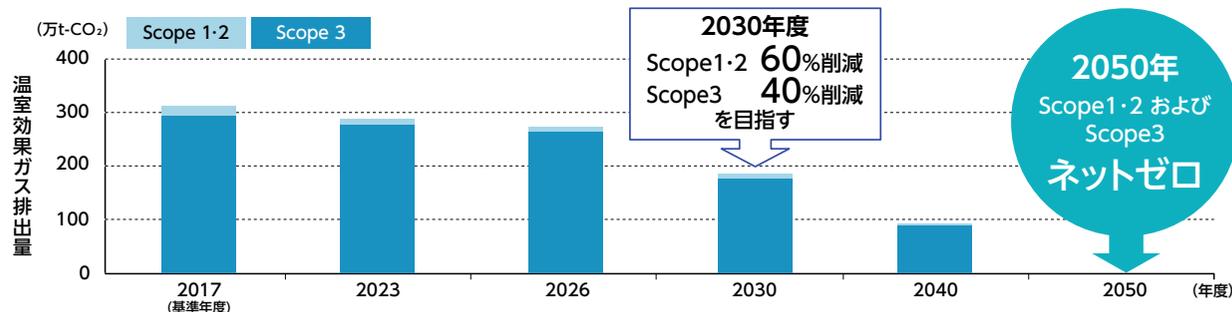
上記シナリオを前提に気候変動がもたらす影響を分析し、その対応策を検討した結果、いずれのシナリオ下においても、当社グループが既に実施している施策および計画している施策が、リスクを低減し、機会の実現に貢献できる実効性、柔軟性を有していることを確認しました。今後も経営のレジリエンスを高めることにつなげていきます。



### JFRグループ2050年ネットゼロ移行計画

当社は、2050年ネットゼロ実現に向け、中長期視点から戦略を強化していく必要があると考え、ネットゼロ実現に向けた移行計画を策定しました。同計画では、事業戦略において、マイナスのリスクに対しては適切な回避策を策定する一方、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すため、短期・中期・長期的視点から、具体的取り組みを明確化しています。

2050年ネットゼロ移行計画\*



| Phase  | 実績 (2017~2023年度)   |                               | 短期(2026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<br>2017年度<br>194,154t-CO <sub>2</sub>   | Scope1・2<br>2023年度<br>57.4%削減 | Scope1・2<br>2030年度<br>60%削減   |              | Scope1・2<br>2050年<br>ネットゼロ |
|  | Scope3<br>2017年度<br>2,927,320t-CO <sub>2</sub>   | Scope3<br>2023年度<br>1.0%削減    | Scope3<br>2030年度<br>40%削減を目指す |              | Scope3<br>2050年<br>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<br>・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<br>・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<br>・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<br>・シェアリング・アップサイクル等サーキュラー型ビジネスの拡大によるScope3(カテゴリ1,4,5,9)削減<br>・食品廃棄物等、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<br>・お取引先様の温室効果ガス排出量データ取得に向けたお取引先様との対話や説明会の開催 |                               |                               |              |                            |
|  | 創エネルギーシステムの導入によるScope2削減<br>・自社施設への再エネ設備投資等によるScope2削減<br>・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<br>・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<br>・CO <sub>2</sub> 吸収のための植林活動、オフセット |  |                               |                               |              |                            |

\*2024年5月時点の計画であり、今後の事業戦略に応じて修正する可能性があります。



## 指標と目標 TCFD

当社は、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生エネルギーの2つの指標を定めています。

### 非財務指標を取り入れた役員報酬制度

役員報酬制度における業績連動株式報酬を決定する非財務指標の一つとして、2021年度から「Scope1・2温室効果ガス排出量削減率」を設定しています。これらは、中期経営計画のKPIとも連動しており、気候関連課題に対する目標達成に向けた執行役の責任を明確化するとともに、サステナビリティ経営を実現・推進するためのインセンティブとして機能するようにしています。

P.52 役員報酬制度

JFRグループ Scope1・2・3温室効果ガス排出量<sup>※1</sup> (単位:t-CO<sub>2</sub>)

|                         | 2017年度     | 2022年度    | 2023年度    |                 |        |
|-------------------------|------------|-----------|-----------|-----------------|--------|
|                         | 実績         | 実績        | 実績        | 2017年度比 (基準年度比) |        |
| Scope1・2排出量 合計          | 194,154    | 109,785   | 82,757    | ▲57.4%          |        |
| 内訳                      | Scope1 排出量 | 16,052    | 13,714    | 14,021          | ▲12.7% |
|                         | Scope2 排出量 | 178,102   | 96,071    | 68,736          | ▲61.4% |
| Scope3排出量 <sup>※2</sup> | 2,927,320  | 2,761,669 | 2,898,436 | ▲1.0%           |        |
| 再生エネルギー (%)             | -          | 33.6      | 52.9      | -               |        |

※1 LRQAVミットによる第三者保証を取得

※2 「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドライン Ver.2.6(2024年3月 環境省 経済産業省)」・「サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベースVer.3.4(2024年3月)」・IDEAv2.3(サプライチェーン温室効果ガス排出量算定用)に基づき算出

JFRグループの気候関連リスク・機会の管理に用いる目標

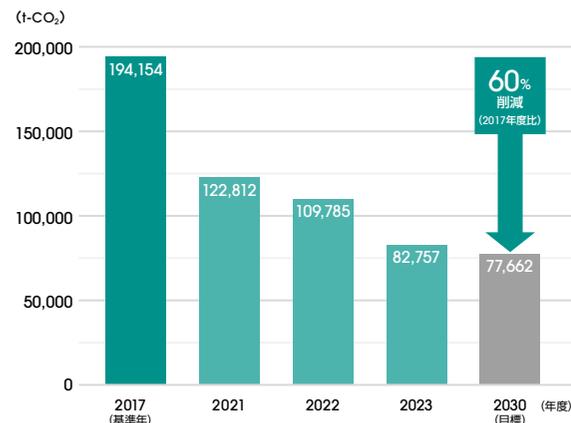
| 指標                        | 目標年度  | 目標内容  |
|---------------------------|-------|---|
| 温室効果ガス 排出量                | 2050年 | Scope1・2・3排出量ネットゼロ <sup>※3</sup>  |
|                           | 2030年 | Scope1・2排出量60%削減(2017年度比) <sup>※3</sup><br>Scope3排出量40%削減を目指す (2017年度比) <sup>※3</sup> |
| 事業活動で 使用する 電力に占める 再生エネルギー | 2050年 | 再生エネルギー100% <sup>※4</sup>   |
|                           | 2030年 | 再生エネルギー60%  |

※3 SBT認定取得

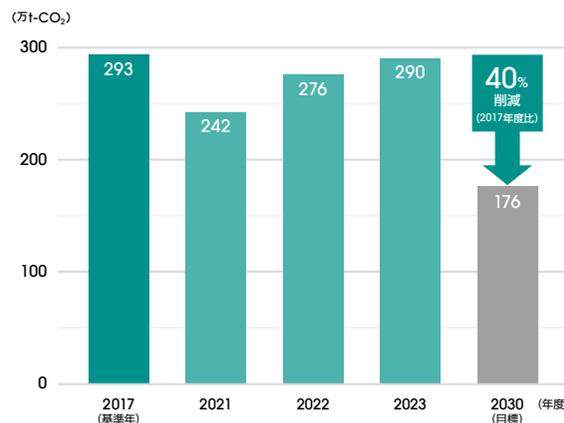
※4 2020年 RE100に加盟



Scope 1・2排出量

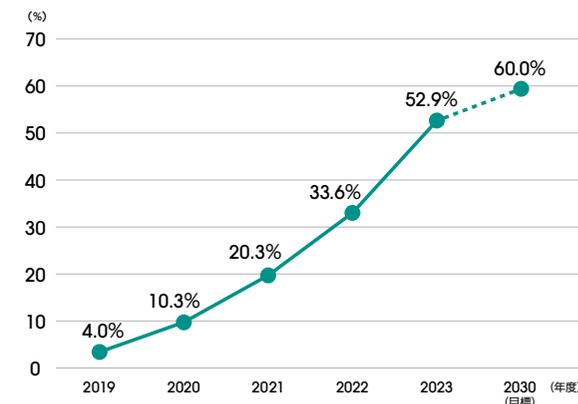


Scope3排出量



P.18 カテゴリ別排出量

再生エネルギー





環境に関するKPIとその進捗    脱炭素化    サーキュラー・エコノミー    生物多様性保全    → TCFD・TNFD提言に沿った情報開示



影響ヒートマップ

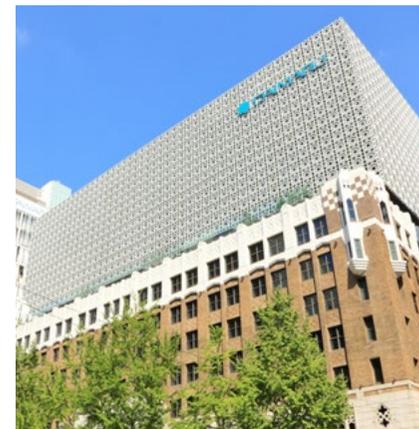
| 事業    | バリューチェーン | セクター | 陸/淡水/海の利用の変化 |          |          | 汚染/汚染の除去 |      |      |     | 資源利用   | 気候変動   |
|-------|----------|------|--------------|----------|----------|----------|------|------|-----|--------|--------|
|       |          |      | 陸域生態系の利用     | 淡水生態系の利用 | 海洋生態系の利用 | 大気汚染     | 土壌汚染 | 水質汚染 | 廃棄物 | 水資源の利用 | GHG排出量 |
| 百貨店事業 | 直接 操業    | 店舗運営 |              |          |          | M        | H    | H    | M   | H      |        |
|       |          | 店舗開発 | VH           |          |          | M        | M    | M    | H   |        | H      |
|       | 上流 (調達)  | アパレル | H            |          |          | H        | M    | M    | M   | VH     |        |
|       |          | 家庭用品 |              |          |          | M        | H    | H    | H   | H      | H      |
|       |          | 農産物  | VH           | VH       |          |          | H    | H    |     | VH     |        |
|       |          | 畜産物  | VH           |          |          |          | M    | M    |     | VH     | H      |
|       |          | 水産物  |              | VH       | H        |          | H    | H    |     |        |        |
|       |          | 紙製品  |              |          |          | M        | H    | H    |     | VH     |        |
| 店舗開発  | VH       |      |              | M        | M        | M        | H    |      | H   |        |        |

VH Very High(とても高い)    H High(高い)    M Medium(中程度)  
 L Low(低い)    VL Very Low(とても低い)

② リスク・機会を評価する店舗の特定 **Locate**

WWF<sup>\*1</sup>の「Risk Filter Suite」(生態系と水のリスク分析ツール)、WRI<sup>\*2</sup>の「Aqueduct」(水リスク分析ツール)等を用いて、各店舗所在地における生態系の状況を確認し、さらに、当社独自の基準(土地建物の所有状況、売上規模等)と合わせ重要性評価を行いました。その結果、大丸心齋橋店を生物多様性保全における特に重要性の高い店舗と特定しました。

\*1 WWF(World Wide Fund for Nature)：失われつつある生物多様性の豊かさの回復や、地球温暖化防止などの活動を行う100か国以上で活動している環境保全団体  
 \*2 WRI(World Resources Institute)：地球の環境と開発の問題に関する政策研究と技術的支援を行う独立機関



大丸心齋橋店

③ 自然に対する依存・影響の要因整理 **Evaluate**

大丸心齋橋店での事業活動のうち、バリューチェーンにおける生態系サービスの依存と影響が大きい「店舗開発」「衣料品・食料品」「包装資材」について関連する要因を整理しました。

|         | バリューチェーン 上流  |  |                              | 自社                        | バリューチェーン 下流                    |
|---------|--------------|--|------------------------------|---------------------------|--------------------------------|
|         | 店舗開発         |  |                              | 店舗運営                      | 商品の使用/廃棄                       |
|         | 原材料の生産/採取/調達 | 商品の製造  | 商品の輸送                        |                           |                                |
| 店舗開発    | 依存           | ●建材の原材料調達 ●水の使用 ●燃料使用 ●電力使用  | ●燃料使用                        | ●燃料使用 ●電力使用 ●水の使用         |                                |
|         | 影響           | ●土地の転用、開発 ●鉱物資源の採取 ●エネルギー使用 ●GHG排出 ●大気汚染 ●廃棄物排出  | ●大気汚染 ●エネルギー使用 ●GHG排出 ●廃棄物排出 | ●大気汚染 ●水質汚染 ●GHG排出 ●廃棄物排出 | ●燃料使用 ●GHG排出 ●廃棄物排出            |
| 衣料品・食料品 | 依存           | ●綿花、木材などの原材料調達や家畜飼料の調達のための土壌、森林、牧草地の使用 ●海域の利用、天然水産資源の採取 ●昆虫による花粉媒介 ●水の使用 ●燃料使用 ●電力使用                                 | ●燃料使用                        | ●燃料使用 ●電力使用 ●水の使用 ●紙の使用   | ●水の使用 ●燃料使用 ●電力使用              |
|         | 影響           | ●木材の過剰採取や農業使用等による土壌汚染、森林破壊、牧草地の減少、土地の劣化、砂漠化 ●水資源の枯渇、海洋生態系の破壊(稚魚乱獲など) ●食品加工過程における排水、水質汚染 ●エネルギー使用 ●GHG排出 ●大気汚染 ●廃棄物排出 | ●大気汚染 ●エネルギー使用 ●GHG排出 ●廃棄物排出 | ●大気汚染 ●水質汚染 ●GHG排出 ●廃棄物排出 | ●洗濯時のマイクロプラスチックの流出、水質汚染 ●廃棄物排出 |
| 包装資材    | 依存           | ●紙製包装資材の原材料調達 ●水の使用 ●燃料使用 ●電力使用  | ●燃料使用                        | ●燃料使用 ●電力使用               |                                |
|         | 影響           | ●過剰伐採による森林の減少 ●エネルギー使用 ●GHG排出 ●大気汚染 ●廃棄物排出   | ●大気汚染 ●エネルギー使用 ●GHG排出 ●廃棄物排出 | ●廃棄物排出                    | ●燃料使用 ●リサイクル時のGHG排出 ●廃棄物排出     |



④ リスク・機会の評価と対応策 **Assess** **Prepare**

①～③までの大丸心斎橋店における生態系サービスへの依存・影響の整理を踏まえ、事業活動に影響を及ぼす自然関連リスク・機会を特定・評価するとともに、それらに対応する活動について検討しました。また、「自社にとっての重要性」と、「ステークホルダーにとっての重要性」の2つの基準に基づき、事業活動への影響を大・中・小の3段階で定性的に評価しました。

| 項目                                    |  | リスク/機会の内容                               | 影響度   | 活動内容  |   |
|---------------------------------------|--|---|---|---|---|
| リスク                                   | 物理   | 急性                                      | ・異常気象、自然災害増加による店舗休業に伴う収益の減少   | 大<br>●BCP整備による店舗・事業所のレジリエンス強化<br>●店舗の防災性能の向上                    |   |
|                                       |  | 慢性                                      | ・気温上昇に伴うエネルギーコストの増加<br>・不作、品質低下、収穫量の減少に伴う農水産物の取り扱い商品数の減少による収益の不安定化<br>・気温上昇や降雨パターン変化による来店客数の減少、売れ筋の変化 | 中<br>●高効率省エネルギー機器への適切なタイミングでの更新<br>●重要な食品原材料の調達リスクについての論議と戦略策定  |   |
|                                       | 移行   | 政策・規制                                   | ・温室効果ガス排出量に関する規制強化によるコストの増加   | 中   | ●店舗における積極的な省エネ施策や再エネ切り替え拡大による温室効果ガス削減   |
|                                       |  | 市場                                      | ・建材不足による店舗開発(外装・内装、増改築含む)の困難化、建築関連コストの増加  | 小   | ●国産間伐材の使用拡大   |
|                                       |  |   | ・サステナブルな商品に対する消費者の需要の高まりに応えられないことによる収益の減少   | 大   | ●認証商品等、環境配慮型商品の取り扱い拡大<br>●FSC認証等、環境配慮型包装資材への切り替え<br>●スマートラッピング、簡易包装の選択推進  |
|                                       |  | 評判                                      | ・持続可能な生産方法で生産された商品の調達が十分ではないことによるレピュテーションの低下<br>・廃棄物の増加や適切な処理がなされないことによるレピュテーションの低下                   | 中<br>中  | ●認証商品の取り扱い拡大<br>●スマート納品(納品回数の削減)<br>●食品廃棄物削減のためのAI需要予測サービスの導入<br>●食品廃棄物削減に向けた従業員によるコンポストコミュニティ活動<br>●プラスチック資源循環法への適切な対応 |
|                                       | 機会   | 資源効率                                    | ・効率的な水利用に伴うコストの低減   | 小   | ●雨水、中水の利用<br>●節水機器の活用   |
|                                       |  | 製品・サービス                                 | ・持続可能な資材調達による不動産開発や、エネルギー使用量削減に伴う建物の資産価値の向上   | 大   | ●調達ルールの整備と各種認証の獲得(ZEB、CASBEE等)を促進し、対外的に訴求   |
| ・認証品/持続可能な生産方法で生産された商品の取り扱い増加に伴う収益の増加 |  |   | 大   | ●認証商品の取り扱い拡大<br>●お客様への認証商品の周知と啓発                                |   |
| 市場                                    |  | ・暴風雨や台風等の緩和による店舗運営の継続・維持                | 大   | ●生態系サービスを享受するための環境整備(立地、植生、気候特性を把握したうえでのルール作り等)                 |   |
|                                       |  | ・生物多様性や景観に配慮した不動産開発、店舗運営(土地利用)に対する集客の増加 | 中   | ●屋上緑化、屋上都市養蜂の実施   |   |
| 資本フローと資金調達                            |  | ・建物の環境価値向上による資金調達力の向上                   | 大   | ●新規開発物件の環境認証取得<br>●グリーンボンド等を活用した資金調達                            |   |
| 評判                                    |  | ・屋上庭園等、憩いの場の提供によるレピュテーションの向上            | 中   | ●屋上緑化、屋上都市養蜂の実施   |   |
|                                       |  | ・循環型ビジネスの推進によるレピュテーションの向上               | 中   | ●廃プラや食品廃棄物の資源循環に向けた他企業とのパートナーシップの構築(例: POOLプロジェクト、国産SAFプロジェクト等) |   |
| 生態系保護・復元・再生                           | ・商品(特にリスクコモディティ)のトレーサビリティを向上させることによるコンプライアンスコストの低減 | 小                                       | ●アセスメントの実施等、お取引先様とのエンゲージメント強化   |   |   |
| 自然資源の持続可能な利用                          | ・紙製品の使用削減、代替資材利用増加に伴う店舗ブランド価値の向上                   | 小                                       | ●FSC認証等、環境配慮型包装資材への切り替え<br>●ペーパーレス化の推進  |   |   |

## 指標と目標 TNFD

当社グループは、生物多様性損失と気候変動は切り離せない課題であると認識しており、両者の包括的な解決を目指すための指標および目標を設定し、取り組みを進めていきます。

JFRグループの自然関連リスク・機会の管理に用いる指標と目標

| 指標             | 目標年度  | 目標内容   |
|----------------|-------|--|
| 温室効果ガス排出量      | 2050年 | Scope1・2・3温室効果ガス排出量ネットゼロ <sup>*1</sup>   |
|                | 2030年 | Scope1・2温室効果ガス排出量60%削減(2017年度比) <sup>*1</sup><br>Scope3温室効果ガス排出量40%削減を目指す(2017年度比) <sup>*1</sup> |
| 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% <sup>*2</sup>   |
|                | 2030年 | 事業活動で使用する電力に占める再エネ比率60%  |
| 食品リサイクル率       | 2030年 | 食品リサイクル率85%  |
| 環境配慮型商品の展開     | 2030年 | 認証商品を含む環境配慮型商品の取扱高拡大   |
| 新規開発物件の環境認証取得率 | 2030年 | 新規開発物件の環境認証取得率100%   |

※1 SBT認定取得

※2 2020年 RE100に加盟

## 今後に向けて

今後は、取り組みの優先度を検討し、範囲を広げていくとともに、主要なお取引先様を対象とした生物多様性に関するアセスメントの実施など積極的なコミュニケーションを行うことで、ネイチャーポジティブへの取り組みの実効性を向上させていきます。また、認証商品の取り扱いの拡充などにより、お客様の意識向上にも取り組みます。

※詳細は、TCFDレポート・TNFDレポートにて開示しています。



WEB → TCFDレポート



WEB → TNFDレポート

# 社会 Society

|                |    |
|----------------|----|
| 社会に関するKPIとその進捗 | 36 |
| 人権尊重           | 38 |
| 人財             | 43 |
| 街づくり           | 48 |
| 地域活性化          | 49 |



→ 社会に関するKPIとその進捗 人権尊重 人財 街づくり 地域活性化

## 社会に関するKPIとその進捗(2021年度～2023年度)

|                                 | 指標                                 | 2021年度実績   | 2022年度実績   | 2023年度実績   | 2023年度目標   |
|---------------------------------|------------------------------------|--|--|--|--|
| サプライチェーン<br>全体の<br>マネジメント       | ●JFRお取引先様<br>行動原則の浸透               | ●お取引先様アセスメント実施:<br>回答率40.6%、浸透率60%<br>●JFRお取引先様行動原則共有(パルコ)                             | ●お取引先様との対話の実施<br>(大丸松坂屋百貨店)  | ●お取引先様アセスメント実施<br>回答率50.4%、浸透率78%<br>※人権尊重に関するアセスメントと同時に確認                             | ●アセスメントの回答率80%、<br>浸透率25%                                      |
|                                 | ●人権                                | ●人権アセスメント実施<br>(お取引先様アセスメント内で実施)<br>●2022年度人権リスクの特定                                    | ●人権リスク見直し  | ●人権アセスメント実施<br>(お取引先様アセスメント内で実施)<br>●人権リスク見直し<br>●従業員対象「ビジネスと人権」eラーニング<br>実施(受講率88.7%) | ●人権デューデリジェンスの取り<br>組み拡大<br>●従業員への人権教育実施率100%                   |
| お客様の<br>健康・安全・<br>安心な<br>くらしの実現 | ●エシカル消費                            | ●エシカル商品を扱うショップの誘致  | ●認証取得した商材を使った商品の販売   | ●同左  | ●食品安全と環境保全に関する<br>認証商品の取扱い強化スタート                               |
|                                 | ●心と身体の健康                           | ●医療ウェルネスモール<br>「Welpa(ウェルパ)」をオープン<br>(心斎橋PARCO)<br>●ショールーミングスペース「明日見世」を<br>オープン(大丸東京店) | ●「Think Wellness ～ココロとカラダに<br>素敵なマルシェ」(大丸神戸店)<br>●百貨店初の常設水族館「スマートアクアリ<br>ウム静岡」オープン(松坂屋静岡店) | ●「Welpa(ウェルパ)」をオープン<br>(浦和PARCO)<br>●ヘアケア製品の「毛髪評価試験」事業<br>領域の拡大(消費科学研究所)               | ●伝統文化やアート、カルチャー<br>などのエンタテインメント事業の<br>領域拡大<br>●ウェルネス事業の立ち上げ    |
|                                 | ●サステナビリティ活動に<br>対するお客様の認知度・<br>共感度 | —  | ●66% (お客様アンケート実施)  | —  | ●30%   |
|                                 | ●BCP・防災・防疫                         | ●JFR新型感染症対応マニュアルの制定<br>●催事・ギフトセンターのバーチャル化  | ●JFR事業継続マニュアル(大規模地震編)に<br>基づくBCP机上訓練の継続実施  | ●海外安全対策マニュアルの改定  | ●BCPの高度化と防疫対策の強化<br>●デジタルを活用したコミュニケー<br>ションによる非接触での顧客<br>接点の強化 |

→ 社会に関するKPIとその進捗    人権尊重    人財    街づくり    地域活性化

|                      | 指標                  | 2021年度実績  | 2022年度実績   | 2023年度実績  | 2023年度目標   |
|----------------------|---------------------|---|--|---|--|
| ダイバーシティ&インクルージョンの推進  | ●女性管理職比率            | ●21.3%  | ●22.2%<br>●女性活躍推進プロジェクト実施<br>●女性管理職候補対象「キャリアフォーラム」開催   | ●22.5%<br>●女性管理職候補対象「キャリアフォーラム」継続   | ●26%   |
|                      | ●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)  | ●同左  | ●J.フロント建装65歳定年導入  | ●65歳定年を導入する事業会社拡大  |
|                      | ●障がい者雇用率(関係会社の特例範囲) | ●2.66%(2021年6月時点)   | ●2.93%(2022年6月時点)  | ●2.89%(2023年6月時点)   | ●2.6%  |
|                      | ●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<br>●LGBTイベントの開催(大丸心斎橋店、京都店・松坂屋名古屋店・渋谷PARCO) | ●アンコンシャスバイアスアンケート実施(従業員対象)<br>●LGBT「pride」取り組み(渋谷PARCO)  | ●LGBTイベントの開催(大丸京都店・渋谷PARCO)   | ●ダイバーシティ&インクルージョンの従業員への浸透100%<br>●LGBT等多様なお客様への売場・商品・サービスへの展開          |
| ワーク・ライフ・インテグレーションの実現 | ●育児・介護離職率           | ●1.4%   | ●1.8%  | ●2.0%   | ●1.0%未満  |
|                      | ●男性育児休職取得率          | ●43.6%  | ●68.0%   | ●87.5%  | ●100%  |
|                      | ●働き方                | ●テレワーク制度の拡充<br>●「J.フロントリテイリング健康宣言」策定  | ●年間休日数拡大<br>●年間所定労働時間短縮(大丸松坂屋百貨店)  | —   | ●いつでもどこでも働ける組織構築への制度・評価の定着   |
|                      | ●従業員満足度(従業員満足度調査)   | —   | —  | ●従業員満足度調査の実施(満足度67.7%)  | ●60%   |
| 地域社会との共生             | ●地域開発               | —   | ●レジデンス事業への新規参入(パルコ)<br>●名古屋「(仮称)錦三丁目25番街区計画」着工<br>●心斎橋「(仮称)心斎橋プロジェクト」開始                                  | ●J.フロント都市開発株式会社設立<br>●「HAB@熊本」開業  | ●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<br>●店舗のCSV化(サステナビリティ化)の横展開 |
|                      | ●地域コミュニティとの連携       | ●「市立図書館」を開設(大丸須磨店)  | ●「Think LOCAL」WEBマガジンスター(大丸松坂屋百貨店)<br>●「長崎県対馬市 × 九州探検隊」海ごみタイルアートプロジェクト(大丸松坂屋百貨店)<br>●京都市と包括連携協定締結(大丸京都店) | ●台東区、ローカルフードサイクリング株式会社と「循環型ライフスタイルへの転換に向けた協定」を締結(大丸松坂屋百貨店)<br>●BOOSTER(クラウドファンディング)を活用した中小企業の販路開拓支援企画開始(パルコ)<br>●熊本県と包括連携協定締結(博多大丸)<br>●九州探検隊FINANCIEによる「未来共栄プロジェクト」(博多大丸)<br>●地域共生の取り組み「Think LOCAL」(大丸松坂屋百貨店) | ●行政、教育機関、NGO・NPOとの連携による地域活性化の推進<br>●地産地消などローカリティコンテンツの発掘・発信による地域活性化の推進 |

# 人権尊重



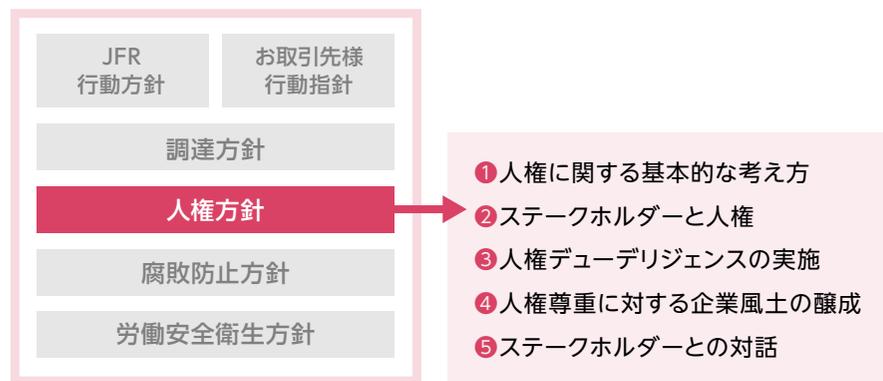
サプライチェーン上で発生する強制労働や差別など人権課題への関心が高まる中、当社は、国連が定めた「ビジネスと人権に関する指導原則」に則り、あらゆる事業活動の土台に人権尊重を据え、人権デューデリジェンスに継続的に取り組むことで、お取引先様と共に人権を尊重した事業活動の実現を目指しています。

## 人権方針

当社は、国際的な人権に関する指針<sup>\*</sup>に基づき、2019年に「人権方針」を策定しました。すべての役員と従業員が、事業での活動全般にわたって関係する様々な人権課題について理解を深め、人権を尊重した適切な対応を行うための考え方を示しています。

<sup>\*</sup>「国際人権章典」「ビジネスと人権に関する指導原則」「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言」「国連グローバル・コンパクト10原則」

JFR行動原則/JFRお取引先様行動原則

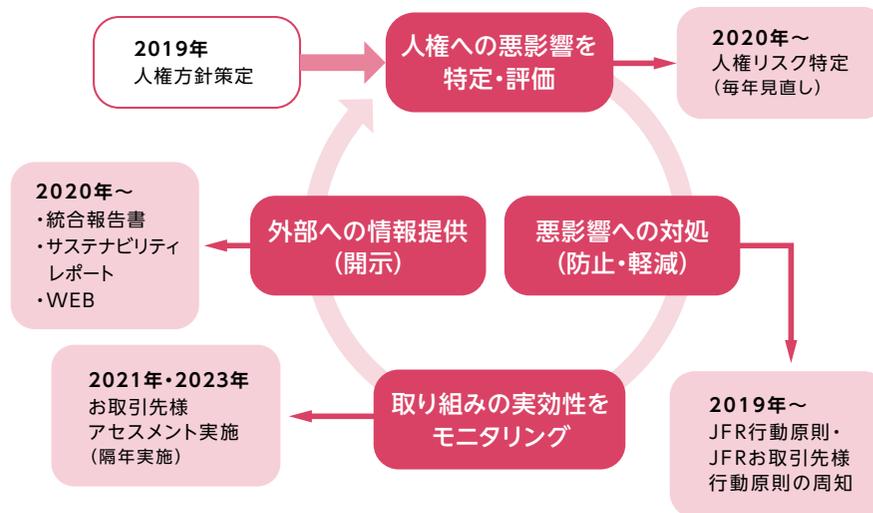


→ 人権方針

## 人権デューデリジェンス

当社は、企業活動における人権リスクを特定・評価し、その防止および軽減に向けて、人権デューデリジェンスを実施しています。

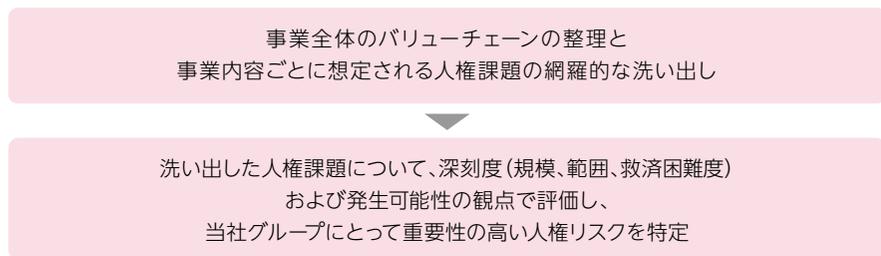
人権デューデリジェンスサイクル



社会に関するKPIとその進捗 → **人権尊重** | 人材 | 街づくり | 地域活性化

## ① 人権リスクの特定・評価

当社の事業活動に関連して負の影響を受け得るステークホルダーの人権リスク(人権への潜在的な悪影響)について、以下のプロセスで特定・評価しました。事業会社の担当部門や弁護士を含む外部専門家も加わって検討を重ねたことで、より実質的な人権リスクの特定・評価につなげています。



### 重要な人権リスク

| バリューチェーン              | 上流(調達)  | 中流(JFRグループ事業活動)   | 下流(商品・サービスの利用)   |
|-----------------------|---|---|--|
| ステークホルダー              | 仕入先企業・出店企業・協力企業・ビジネスパートナー企業の従業員   | JFRグループの従業員(店舗のアルバイト・お取引先派遣者含む)   | お客様・地域住民   |
| 内容                    | 製造・卸売・サービスの提供・施工  | 商業施設・店舗運営(改装・宣伝・施設管理・販促等)・販売(EC含む)・企画・施工  | 商品・サービスの使用   |
| 当社グループ事業に関連する重要な人権リスク | <ul style="list-style-type: none"> <li>強制労働</li> <li>児童労働</li> <li>外国人の労働条件</li> <li>長時間労働</li> <li>低賃金</li> <li>救済にアクセスする権利</li> <li>差別(ジェンダー・LGBTQ等)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ハラスメント</li> <li>長時間労働</li> <li>差別(ジェンダー・LGBTQ等)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客のプライバシー侵害(個人情報と肖像権)</li> <li>広告等を通じた差別的表現</li> <li>健康および安全</li> </ul> |

## ② 防止・軽減の取り組み

### JFRお取引先様行動原則の浸透

当社は、人権方針を含む「JFRお取引先様行動原則」を2019年に策定し、お取引先様にご理解、遵守いただけるよう働きかけを行っています。お取引先様が商品や原材料等を調達される調達先様も含め、本原則を遵守いただくことで、責任の連鎖をつなぎ、持続可能な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

### 従業員教育

当社は、2020年に「ハラスメント撲滅宣言」を策定し、人権リスクのひとつと捉えているハラスメントの撲滅と未然防止に努めています。アルバイトや派遣社員等を含む従業員を対象に、毎年ハラスメントアンケートを実施し、その結果を踏まえた管理職向けの人権研修を実施しています。

また2023年には、グループ全従業員を対象としたビジネスと人権に関するeラーニングを実施しました(受講率:88.7%)。今後も従業員一人ひとりが、人権の尊重に対する見識を深め、自分ごととして取り組めるよう、継続的な教育を実施していきます。

### カスタマーハラスメントに対する基本方針

大丸松坂屋百貨店は、2022年12月、カスタマーハラスメントに対する基本方針を策定しました。これまで、各店において複数回、研修教育を実施し、従業員(店舗のアルバイト・お取引先派遣者を含む)をカスタマーハラスメントから守るための体制の構築や具体的な対応内容の周知を行っています。

社会に関するKPIとその進捗 → **人権尊重** | 人財 | 街づくり | 地域活性化

### ③人権に関するアセスメントの実施

当社は、サプライチェーン全体での取り組みが求められる事項について、お取引先様の取り組み状況を確認するアセスメントを2021年から実施しています(原則として隔年で実施)。2回目となる2023年のアセスメントは、人権尊重に重点を置いて実施しました。

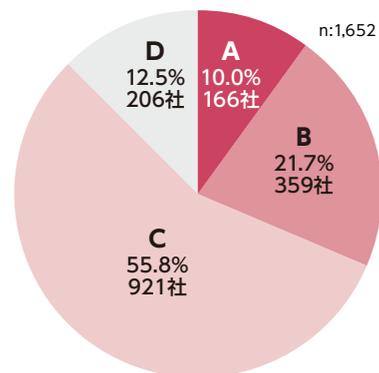
#### 概要

実施会社：大丸松坂屋百貨店、パルコ、J.フロント都市開発など事業会社10社  
 対象：お取引先様(1次サプライヤー) 3,281社 ※人権リスク、売上規模など複数の視点で絞り込み  
 時期：2023年10月~12月  
 質問内容：5つのテーマ\*で構成。全27問  
 ※① 人権方針や人権デューデリジェンスの取り組み状況 ② 事業上の人権課題の把握状況  
 ③ 人権課題への取り組み状況 ④ 取り組みを進める上での課題  
 ⑤ JFRお取引先様行動原則の浸透状況

### アセスメント結果

1,652社から回答いただき、回答率は50.4%でした(前回比+9.8ポイント)。A・B評価の企業が31.7%、C評価が最も多く55.8%、対話の候補となるD評価は12.5%(206社)でした。

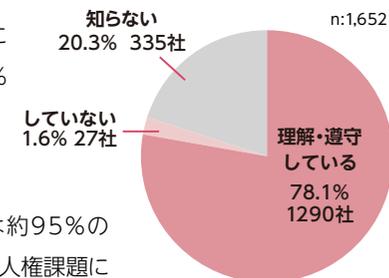
|       | 送付数    | 回答数    | 回答率   |
|-------|--------|--------|-------|
| 2023年 | 3,281社 | 1,652社 | 50.4% |
| 2021年 | 7,415社 | 3,012社 | 40.6% |



| 評価 | 得点     | 捉え方                           |
|----|--------|-------------------------------|
| A  | 41~50点 | 「ビジネスと人権の指導原則」に沿った取り組みがなされている |
| B  | 31~40点 |                               |
| C  | 16~30点 | 一定程度の取り組みがなされている              |
| D  | 0~15点  | 対話候補                          |

#### ●JFRお取引先様行動原則の浸透状況

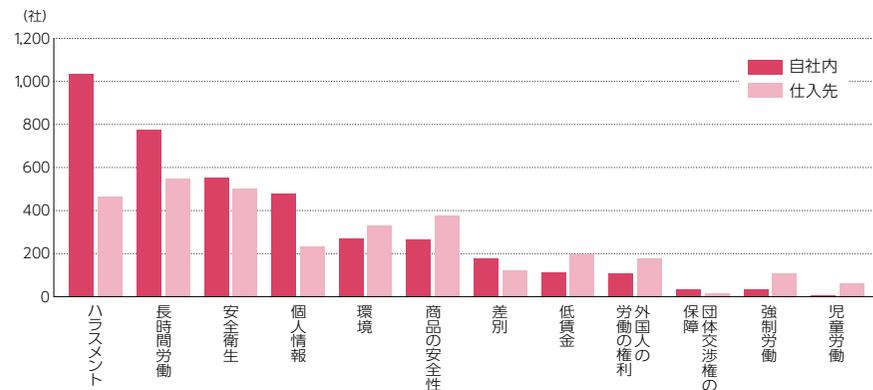
「JFRお取引先様行動原則(人権方針含む)」について、理解・遵守していると回答したのは78.1%でした。(前回60.9%)



#### ●人権課題の把握

自社従業員に生じやすい人権課題については約95%の企業が把握している、仕入先の従業員に生じやすい人権課題については約87%の企業が把握している、との回答でした。

#### 生じやすい人権課題



#### 今後の対応

今回のアセスメント結果では、ビジネスと人権に関する取り組みが進まない理由として、「人権尊重のために何をしたらよいかわからない」「ビジネスと人権の基本的な枠組みがわからない」など、知見不足をあげる企業が多くみられました。これを踏まえ、当社は今後、専門家によるセミナーの開催やお取引先様への参考情報の提供を行っていきたいと考えています。また、必要に応じて対話の場を設け、アセスメント結果を共有、ビジネスと人権の取り組み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。

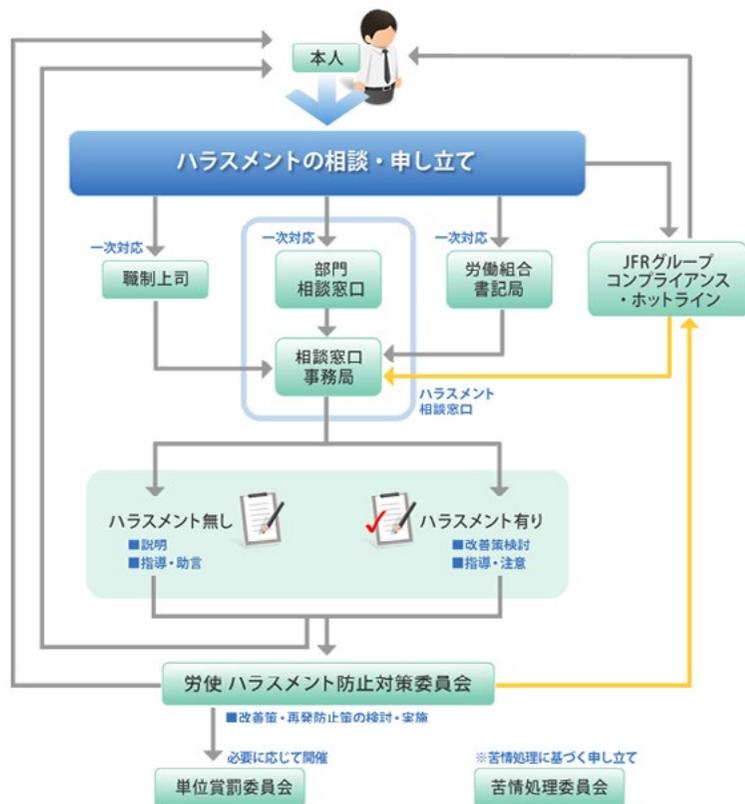
社会に関するKPIとその進捗 → **人権尊重** 人材 街づくり 地域活性化

## ハラスメント相談窓口設置と内部通報制度

### ハラスメント相談窓口

当社は、ハラスメントの撲滅と未然防止に向け、「ハラスメント防止対策委員会」「ハラスメント相談窓口」をグループ各社に設置し、問題発生時の迅速な対応や再発防止に取り組んでいます。

※2023年度相談件数：41件

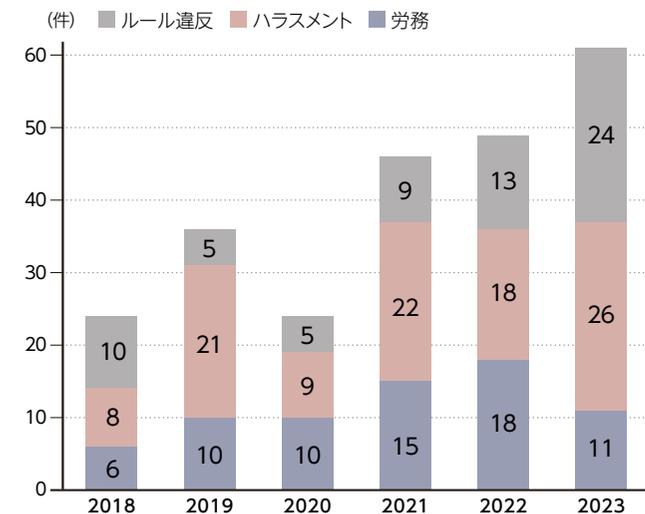


### 内部通報制度

当社の内部通報制度は、全役員・従業員および当社で勤務する全ての人（アルバイト・お取引先派遣者を含む）が、当社内における人権侵害や腐敗行為を含む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が可能です。通報窓口は、社内のほか社外（顧問弁護士）にも設置し、公益通報者保護法に則り、通報者の秘密保護のほか、通報者に対する不利益取り扱いの禁止について、社内規程で厳格に規定しています。

※2023年度利用件数：61件

通知の種類



## 外部有識者コメント

### 株式会社オウルズコンサルティンググループ

#### プリンシパル 矢守 亜夕美氏

毎年のサステナビリティレポートの中で、このように人権尊重に関する開示の拡充を図られていることは、社会の中で大きな影響力を持つJFRグループとして大変良い取り組みだと考えます。人権方針を策定し、人権リスクの特定・評価から始まる人権デューデリジェンスのプロセスを推進されている現状の取り組みは、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」などの指針に則っており、適切なものと言えるでしょう。

特に、人権リスクの特定・評価に際して、調達に関わる部分(上流)や自社グループ内(中流)に加え、商品・サービスの利用に関わる部分(下流)までを考慮し、バリューチェーン全体のリスクを網羅的に洗い出している点は模範的と言えます。従来、ビジネスと人権の取り組みでは、主にサプライヤーなど「川上(調達や仕入に関わる部分)」のリスク管理が重視されてきましたが、近年では、サービスの最終利用者など「川下」にも目を配る重要性が指摘されています。特に、事業領域やその影響が広範にわたるJFRグループでは、このようにバリューチェーン全体、つまり「川上から川下まで」を考えた対応がとても重要です。

また、「人権に関するアセスメント」として3,000社を超えるお取引先様に取り組み状況を聴取する質問票を配布されている点は、JFRグループのサプライチェーン

管理を強化するだけでなく、業界全体の意識啓発にもつながる意義ある取り組みと言えます。直近のアセスメントでも「人権尊重のために何をしたらよいかかわからない」というお取引先からの回答が多かったように、「必要性は分かっているが、取り組むノウハウがない」という企業が多いのが現状です。ぜひ今後はJFRグループとしての影響力を活かし、お取引先様へのセミナー開催などを通じて、業界全体を牽引していただくことを期待します。

この人権アセスメントはバリューチェーンの上流に関する取り組みですが、中流から下流にかけての重要人権リスクについても、今後ぜひ具体的な対応方針や取り組み状況を積極的に開示していただきたいと考えます。「自社グループ内の長時間労働や差別」「広告等を通じた差別的表現」などはいずれも業界共通の課題と言えるため、JFRグループの取り組みがベストプラクティスとなり、業界全体を変えるきっかけになるかもしれません。

さらに、実際に人権侵害が起こった場合に備え、被害者救済のためのグリーンバンス(苦情処理)メカニズムを強固にしていくことも重要です。お取引先で働く人々や消費者、地域住民など、社外のステークホルダーも利用できる窓口を整備し、運用していくことが求められます。

また、こうした人権デューデリジェンスの取り組みと

並行して、世の中のさまざまな人権課題を解決するようなサービスや事業を新たに生み出すことにも、ぜひ積極的に挑戦していただきたいと思います。JFRグループの価値創造力を活かせば、きっと様々な人権課題や生きづらさを解決できるでしょう。

一人ひとりの人権が正しく尊重される社会においてこそ、JFRグループが発明する「くらしの『あたらしい幸せ』」はひとときわ輝くものになるはずで、「先義後利」の考え方の下、人権尊重の取り組みに引き続き注力し、業界をリードする存在になっていただくことを期待しています。

#### PROFILE



#### 矢守 亜夕美 (ヤモリアユミ)

A.T.カーニー(戦略コンサルティング)、Google、スタートアップ等を経て現職。東京大学法学部(公法コース)卒。現職では「ビジネスと人権」チームのリーダーを務め、多くの企業の人権・サステナビリティ対応を支援。著書に『すべての企業人のためのビジネスと人権入門』(共著:日経BP社)がある他、経済産業省「ビジネスと人権」セミナー講師(2021年)等、登壇実績多数。労働・人権分野の国際規格「SA8000」基礎監査人コース修了。

# 経営の基盤となる多様な人財の活躍

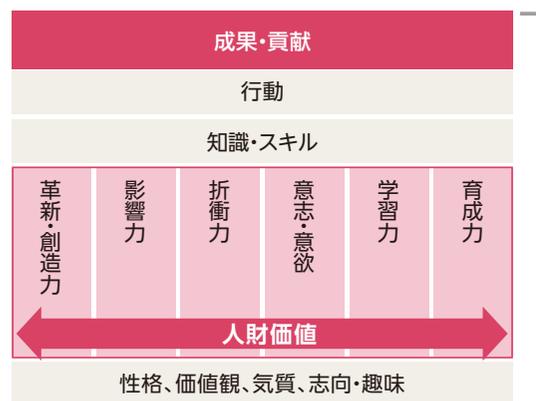


社会の変化が加速し、不確実性が一層高まる中、当社グループの未来を切り拓くことができるのは人の力であると考えています。当社は、従業員を最も重要な価値共創パートナーと位置づけ、一人ひとりのWill(意志・意欲、内発的動機)に寄り添い、持てる力を最大限発揮するための制度や環境整備、キャリア形成などの成長支援を通じて、従業員のWillを会社の成長の原動力とし、グループビジョンの実現を目指しています。

## 人財力主義

当社は職務型人事制度を経て、2019年度から当社独自の「人財力主義」に基づく人事制度を運用しています。これは、従業員一人ひとりの成果・行動・知識/スキルといった表出している部分に加え、従業員が内包する目に見えない人財価値や性格、価値観、気質、志向・趣味を丁寧に可視化し、適正な配置と評価を行うことで、仕事を通じた成長を促進していく人事マネジメントです。「人財価値」は、どのような状況であっても着実な成果・貢献に繋がる再現性・汎用性の視点(意志・意欲、学習力、革新・創造力、影響力、折衝力、育成力)で構成し、ステージごとに求めるレベルを設定しています。

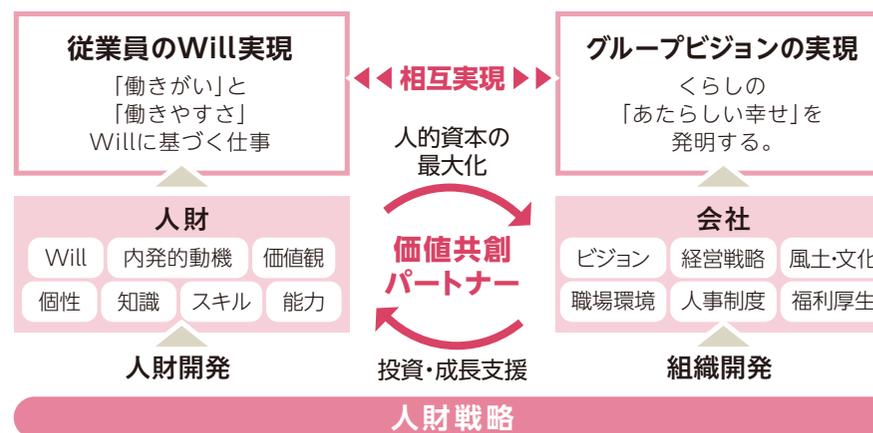
### 人財力



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

### JFR人的資本経営の概念



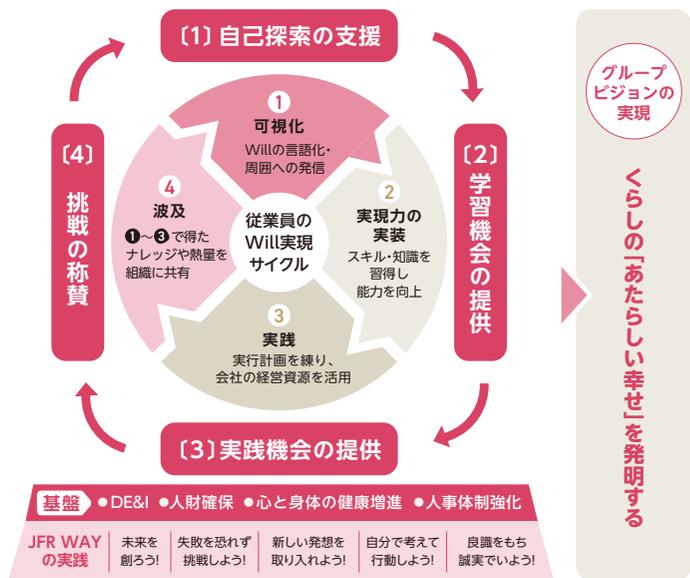
### リスク認識

今後、労働人口の減少による働き手の不足や人財の流動性の高まりにより、人財獲得競争が益々激化し、人財流出の増加や優秀な人財の獲得が困難となる場合、業績への影響のみならず、当社が2030年に目指す姿「価値共創リテラシーグループ」への進化に影響を及ぼす可能性があります。当社は、人財戦略として、変革リーダーの育成、従業員による自発的な学びの支援、ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進などに取り組むことにより、従業員が成長と働きがいを実感できる環境を整えていきます。またすべての従業員が心身ともに健康でいきいきと働くことができるよう、従業員一人ひとりに寄り添いながら、働きやすい職場環境づくりを進めていきます。

## 人財育成

当社グループは、従業員の意志・意欲、内発的動機を起点としたWill実現サイクルを「可視化」「実現力の実装」「実践」「波及」という4つのプロセスで捉え、それぞれに効果的な人事施策を実行することを通じて、従業員の挑戦と学習を支援・伴走していきます。またこれに加え、ビジョン実現に向けて私たちが大切にしている考え方「JFR WAY」を実践することで、このサイクルを加速させていきます。

### 従業員のWill実現サイクル



### 人財への投資

当社は、一律に底上げをはかるものは効率化し、選抜型、公募型のカリキュラムに重点的に投資します。特に、①若年層の早期育成と選抜、②セカンドキャリアを迎えるミドル・シニア層のリスキリングによる再活性化、③経営人財の育成、に重点的に取り組みます。

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>[1] 自己探索の支援</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>質の高い1on1を通じて、従業員一人ひとりが潜在的に持っているWillの探索と言語化に伴走し、人財の特長・志向性に沿ったキャリア形成・能力開発を支援</li> <li>主な伴走者であるマネジメント層への教育を通じて、心理的安全性の高い職場づくり、気づきや本音を引き出す対話力の強化、従業員の強みや個性を伸ばす育成力の向上を促進</li> </ul>  |
| <b>[2] 学習機会の提供</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>従業員の自律的なキャリア形成・能力開発に向けた、公募型研修の拡充や教育研修費の補助</li> <li>グループ全従業員が利用可能な自己研鑽学習のためのポータルサイト「JFRカレッジ」を運営し、職種や勤務地に関わらず、自らの意志と選択により学べる環境を整備</li> <li>仕事という実践の場を通じてWill実現に取り組み、自組織をはじめグループ全体の変革をリードしていく人財を育成するための「変革リーダー育成研修(T3研修)」等の実施</li> </ul> |
| <b>[3] 実践機会の提供</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>従業員の挑戦・Willの実践に向けた様々な仕組みの提供</li> <li>従業員がマネジメント層と共創して取り組む「RED」の活用推進</li> <li>会社の枠を越えた新たな事業領域の挑戦に向けた様々な仕組み(出資先を含むグループ外への出向・グループ公募制度等)の構築</li> </ul>  |
| <b>[4] 挑戦の称賛</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>人財の成長につながる「挑戦すること」への称賛と評価</li> <li>挑戦する姿勢・熱量を誰かの新しいWillの芽生えに繋げることで、熱量の伝播を社内に波及させ、従業員のWill実現サイクルを循環</li> </ul>   |

### 従業員の挑戦・Willの実践を促す施策 —RED—

当社グループは、従業員の「これがやりたい!」という熱い想いを表明する場を提供し、その想いを経営層やグループ内従業員が共にサポートしながら実現していく取り組みを行っています。火種よりも強い、真っ赤な炎やマグマを持つ人のための場、その熱い想いを実現させる場を表現する「RED(赤色)」と「熱量あふれる夢を実現する“Realize Energetic Dream”」の頭文字をとり、「RED」と名付けました。2023年のスタート後、9人の従業員がこの仕組みを使って、自らの想いを実現すべく、挑戦を続けています。



## 社内環境整備

### ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン

当社は、多様な個性を取り入れ、組織の力に変換していくことが持続的な成長の実現につながると考えています。そのために、年齢・性別・働き方などから生じるアンコンシャス・バイアスを払拭し、若手の抜擢登用からミドル・シニア層の活性化まで人財の特性や志向性にあった登用・役割付与を実現していきます。全ての従業員がその特性を活かして活躍できる環境を整えていきます。

### 女性活躍推進

当社グループは、全従業員の53.5%が女性であることから、「女性活躍推進」をさらに進めることが不可欠であり、これまで取り組んできた職場環境整備・働き方改革に加えて、従業員一人ひとりに寄り添った育成プランの立案や管理職登用後の定期的なフォローを強化していきます。今後の活躍を期待する女性を対象に選抜型の「キャリアフォーラム」を開催し、管理職になるためのマインドセットについて研修を行っています。(2023年度33名参加)

#### 女性管理職比率(連結)



※2021年度以降、LRQAリミテッドによる第三者保証を取得  
 ※2026年目標：31%

### ●女性取締役の登用

当社は、2024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、女性比率は30%となっています。

### ●男性育児休職の取得促進

当社グループは、従来の男女の性別役割分担の意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を実現したいと考えています。

J.フロントリテイリングと大丸松坂屋百貨店では、産後パパ育休(出生時育児休職)の取得日数に応じた「育児参画奨励金」の支給や、性別を問わず取得できる育児支援休暇(小学校就学月の末日までの子どもがいる社員を対象に、毎年3日取得可)を設けています。またパルコでは、育児休職を取得した従業員に対し、性別を問わず奨励金を支給し、従業員の積極的な育児参加を促進しています。

#### 男性育児休職取得率(連結)

| 2021年度             | 2022年度             | 2023年度             |
|--------------------|--------------------|--------------------|
| 43.6%<br>(取得人数24名) | 68.0%<br>(取得人数34名) | 87.5%<br>(取得人数42名) |

※LRQAリミテッドによる第三者保証を取得  
 ※2026年度目標：95%

### ●男女賃金差異

当社グループは、従業員のキャリア開発や女性及びマネジメント向け研修を通じて、キャリアロスを防ぐための取り組みを強化することにより、男女賃金差異を縮小させることを目指しています。

#### 2023年度男女賃金差異<sup>※1</sup>

|                       |       |
|-----------------------|-------|
| 全労働者                  | 65.3% |
| 正規雇用労働者 <sup>※2</sup> | 74.4% |
| 非正規雇用労働 <sup>※3</sup> | 72.7% |

※1 男女の賃金の差異=女性の平均年間賃金/男性の平均年間賃金×100(%)  
 (通勤手当等を除く)

※2 正規雇用労働者:社員(社外への出向者を含む)

※3 非正規雇用労働者:専任社員、パートナー、嘱託、定年再雇用嘱託

※2026年度目標:差異縮小

### LGBTの取り組み

当社グループでは、2019年に策定した「人権方針」において、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。2021年3月には、「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、全事業会社内に社員が匿名で相談できる「LGBT相談窓口」も設置し、多様な社員が活躍できる職場環境の構築に努めています。

また、管理職研修や、全従業員を対象としたe-ラーニング、社内イントラネットでの啓発などを通じて、全従業員のLGBTに関する理解促進と、多様な個性を尊重するインクルーシブな風土醸成に取り組んでいます。加えて、大丸松坂屋百貨店やパルコの一部の店舗では、プライド月間にLGBTに関するイベントを開催し、お客様への理解・共感の機会を設けています。



### 障がい者雇用

当社グループは、障がい者雇用は企業の社会的責任であると認識しており、事業会社での採用と労働環境の整備を進めています。

### 特例子会社JFRクリエ

特例子会社JFRクリエは、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。多様な特性をもった従業員の活躍の場は今や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います。今後も、グループ各社との連携により、従業員の活躍の場を広げていきます。



※2024年度障がい者雇用率:3.09%(2024年6月時点、関係会社の特別範囲)  
 ※JFRクリエの就職1年後の就労定着率:87.7%(2024年6月現在)

### 人財の確保と定着

当社が将来にわたって持続的に成長するためには、人財の確保・拡充が欠かせません。これに向け、人事体制の強化とアルムナイ・リファラルなどの採用ルートの拡大を行い、採用力の向上を図っていきます。あわせて、賃金政策や職場環境整備にも取り組み、人財の定着支援を行います。

### 新卒採用者数 (人)

| 新卒採用者 | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
|-------|-------|-------|-------|
| 合計    | 68    | 107   | 92    |
| 男     | 33    | 38    | 34    |
| 女     | 35    | 69    | 58    |

※各年4月入社

### 離職率

| 離職率      | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
|----------|-------|-------|-------|
| 社員の離職率   | 10.5% | 5.3%  | 5.4%  |
| 育児・介護離職率 | 1.4%  | 1.8%  | 2.0%  |

※2026年度目標:5.3%以下  
 ※年度内の退職社員数/期初社員数(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)

### 心と身体 の健康増進

従業員がエネルギー高く挑戦し続けるには、心と身体が健康であることが前提です。定期的にサーベイを行い、その結果を経営層・部門・従業員それぞれと共有し、改善につながるアクションを立案・実行するPDCAサイクルを丁寧に戻していくことを通じて、従業員の創造性・生産性の高いアウトプットを支えています。

**WEB** ⇒ 健康経営の推進

### 従業員エンゲージメント

当社では、従業員の仕事へのモチベーションや会社へのエンゲージメントを把握する調査を実施しています。2023年度からはグループ全社統一の調査を実施しました。調査結果は、従業員一人ひとりが能力を発揮し活躍することができる会社づくりに活用していきます。(2023年度:従業員満足度67.7%)

### 人事体制の強化

従業員一人ひとりが持てる力を最大限に発揮するためには、人事部門の役割がこれまで以上に重要となります。採用・配置・育成・評価などの現場課題にスピーディーかつ適切に対応するべく、人事部門の専門性を高めるとともに、業務の効率化を進めます。また、経営層や事業部門責任者のビジネス・パートナーとして貢献できる体制づくりに取り組みます。

|          |         |                |                   |              |    |    |       |         |                  |      |
|----------|---------|----------------|-------------------|--------------|----|----|-------|---------|------------------|------|
| トップメッセージ | マテリアリティ | 2024-2026 中期計画 | ステークホルダー エンゲージメント | サステナビリティの 歩み | 環境 | 社会 | ガバナンス | 社外からの評価 | サステナビリティボンド レポート | データ集 |
|----------|---------|----------------|-------------------|--------------|----|----|-------|---------|------------------|------|

社会に関するKPIとその進捗 人権尊重 → 人財 街づくり 地域活性化

多様な人財の活躍を支える制度

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン

|           |                       |                 |              |           |              |                                     |
|-----------|-----------------------|-----------------|--------------|-----------|--------------|-------------------------------------|
| 多様性の実現    | 障がい者雇用 (特例子会社)        | マザー採用           | 定年再雇用制度      | 65歳定年     | 同性パートナーシップ規則 | 性別移行支援 失効積立年次有給休暇                   |
| 代表的な 人財育成 | JFR塾 (経営、マネジメント、リーダー) | 女性のためのキャリアフォーラム | JFRエントリースクール | グループ公募型研修 | キャリア開発研修     | JFRカレッジ 通信教育講座、公開講座、 資格取得支援等の受講サポート |

ワーク・ライフ・インテグレーション

|             |                                     |  |                                   |                       |                             |   |
|-------------|-------------------------------------|--|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------------|---|
| 妊娠          | 妊婦保護休暇 産休前3週間                       | 産前・産後休業 産前10週間・産後8週間 (法定は産前6週間)                | 妊産婦の健康管理措置 勤務時間の短縮 休憩時間の延長・回数増等   | 妊娠中の時間外労働・休日労働・深夜労働免除 | 不妊治療を目的とした 失効積立年次有給休暇       | (健) J.フロント健康保険組合 からの拠出<br>(共) J.フロント共済会 からの拠出 |
| 育児 【休職・休暇】  | 育児休職 小学校就学月末日まで・分割可 (法定は最長2歳未満)     | 育児支援休暇 小学校就学月末日まで 3日間有給 (法定なし)                 | 子の看護休暇 小学校就学月末日まで 5日間有給 (法定は無給也可) | 配偶者出産休暇 有給1日 (法定なし)   | 産後パパ育児 (出生時育児休職制度) 最大4週間 無給 |   |
| 育児 【勤務制度】   | 育児勤務 (短時間勤務) 中学校就学月末日まで (法定は3歳未満)   | 育児中の時間外労働 <sup>※1</sup> 休日労働・深夜労働免除 小学校就学月末日まで | 育児時間 1歳未満の子どものいる女性 1日2回各30分 有給    | 短時間勤務者の 週1日フルタイム勤務    |                             |   |
| 育児 【費用補助制度】 | 出産手当金 (健)                           | 出産育児一時金 (健)                                    | 出産育児一時金付加金 (健)                    | 託児所利用料補助金 満2歳まで (共)   | ベビーシッター利用補助 未就学児30日/年 (共)   | 出産準備金1万円 育児参画奨励金2~9万円                         |
| 介護 【休職・休暇】  | 介護休職 1年以内連続・分割制限なし (法定は93日・3回まで分割可) | 介護休暇 5日間有給 (法定は無給也可)                           | 介護を目的とした 失効積立年次有給休暇               |                       |                             |   |
| 介護 【勤務制度】   | 介護勤務 (短時間勤務)                        | 介護中の時間外労働・ 休日労働・深夜労働免除                         |                                   |                       |                             |   |
| 介護 【費用補助制度】 | 介護休職補助金 24ヶ月まで (共)                  | ホームヘルパー利用補助 30日/年 (共)                          |                                   |                       |                             |   |
| 各種休暇        | リフレッシュ連休 満30歳・40歳・50歳               | イベント休暇 有休のうち3日間                                | 年次有給休暇の半日取得 短時間勤務者含む              | 赴任休暇 3~7日             | 結婚休暇 5日                     | キャリアプランニング連休 連続5日 社員のみ 55歳                    |
|             | ボランティア休暇 10日/年 無給                   | ボランティア休職 1ヶ月~1年 無給                             | 自己研修休職 1ヶ月~1年 無給                  |                       |                             |   |
| 勤務制度など      | スーパーフレックスタイム制度 短時間勤務者含む             | エリア限定社員制度                                      | 変形労働時間制                           | テレワーク                 | フリーアドレス制                    | 有期雇用の無期転換 雇用1年で無期転換 (法定5年)                    |

※1 時間外労働の免除は3歳まで、3歳から小学校就学月末日までは制限  
 ※ 一部、事業会社により運用は異なります。

## にぎわいのある街づくり



JFRグループは、店舗をもつ都市を中心に、文化や歴史をはじめとする地域の特徴を生かした街の魅力向上、街のにぎわい創出に資する開発を推進することで、地域との結びつきを強化し、持続可能な街づくりに貢献します。

### 地域開発

2023年3月、これまでパルコが運営してきたデベロッパー事業を承継する形で設立した「J.フロント都市開発」は、グループ保有不動産の価値最大化に向けた事業を推進しています。

J.フロント都市開発が中心となって、当社グループは、基盤を有する7都市(札幌、東京、名古屋、京都、心斎橋、神戸、福岡)の重点エリアにおいて、商業を起点としたホテルやオフィス、レジデンスなど多用途な複合開発を推進し、街の魅力向上に取り組んでいきます。また、これらの開発においては、百貨店やSCなど各事業基盤やリソース、ノウハウを結集させた開発を行うことで、当社グループならではの新たな空間価値を創造し、地域の付加価値向上を目指します。

#### 主な開発物件

##### ● ザ・ランドマーク名古屋栄

「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、共同事業者によるオフィスや名古屋初進出となるホテル、栄エリア初となるシネコンの導入と合わせ、当社グループにより商業部分を整備し、保有・運営する計画です。エリアに多数ある当社グループ商業施設との連携により、新たなにぎわいを創出します。

また、本計画では、隣接する久屋大通公園との連続性を意識したグリーンウォールなど積極的な緑化、防災機能の強化(帰宅困難者の72時間受け入れ)、地下鉄・地下街とのアクセスによる歩行空間の整備等で都市機能強化を図ります。

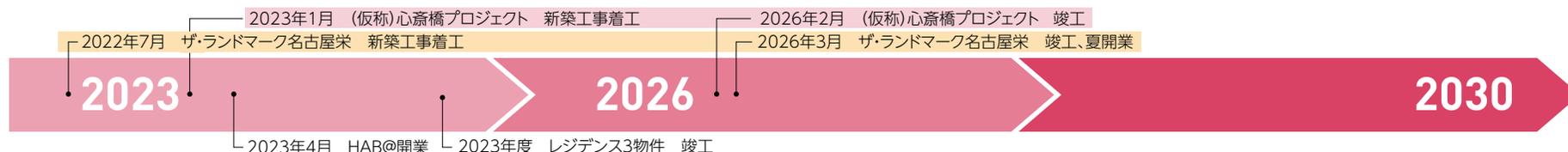
開業：2026年夏(予定) 計画地：名古屋市中区錦三丁目2501番1他  
建物規模：地上41階、地下4階



##### ● (仮称)心斎橋プロジェクト

大阪のメインストリートである御堂筋と長堀通が交わる心斎橋の交差点に位置するエリア最大級の物件を複合施設として共同事業者と開発します。

計画地：大阪市中央区南船場三丁目8番4他  
建物規模：地上28階、地下2階



## 地域との連携による地域活性化



JFRグループは、地域コミュニティやお取引先様をはじめとしたパートナーの皆様と協働し、環境や社会課題の解決に向けた活動を通じて、地域活性化に取り組んでいます。

### 大丸松坂屋百貨店 「Think LOCAL AWARD」

大丸松坂屋百貨店は、地域の課題を考え、応援する活動「Think LOCAL」に2020年から取り組んでいます。2023年は、全国の大丸・松坂屋で働くスタッフが推薦した各地域の自慢の逸品を、WEBマガジンの読者8,650人の投票などにより表彰する「Think LOCAL AWARD」を開催し、地域の魅力を再発見する取り組みを行いました。今後も、「Think LOCAL」の取り組みを通じて、お客様と日本各地の商品・人・想いをつなぎ、地域の魅力を伝える活動を続けます。



### 博多大丸 九州探検隊とFINANCiEによる 「未来共栄プロジェクト」

博多大丸が展開する九州探検隊は、2023年12月、株式会社フィナンシェと連携し、九州エリア内の生産者・事業者が叶えたい夢を支援する「未来共栄プロジェクト」を発足しました。

フィナンシェが運営するトークン発行型クラウドファンディングサービス「FINANCiE」を活用した新たな活動資金の調達とコミュニティ醸成(仲間づくり)、百貨店のリアル店舗を活用したプロモーションやイベント開催、オーナー同士のコラボ商品開発を通じて、九州の生産者・事業者が叶えたい夢を支援し地域活性化を加速させます。



### パルコ クラウドファンディング活用による 中小企業支援

パルコは、2022年に続き2023年も、公益財団法人東京都中小企業振興公社とともに、パルコが運営する購入型クラウドファンディング「BOOSTER」を活用し、中小企業の販路拡大を支援する企画を実施しました。

公社が実施する中小企業向けの販路開拓支援「中小企業ニューマーケット開拓支援事業」の中から選出された製品・企業に対して、BOOSTER上での特設サイトの開設、クラウドファンディング専任アドバイザーによるサポート、池袋PARCOでの展示を行いました。これまで、クラウドファンディングを利用したことのない中小企業が安心して新たな販路開拓に取り組むことができる機会となりました。

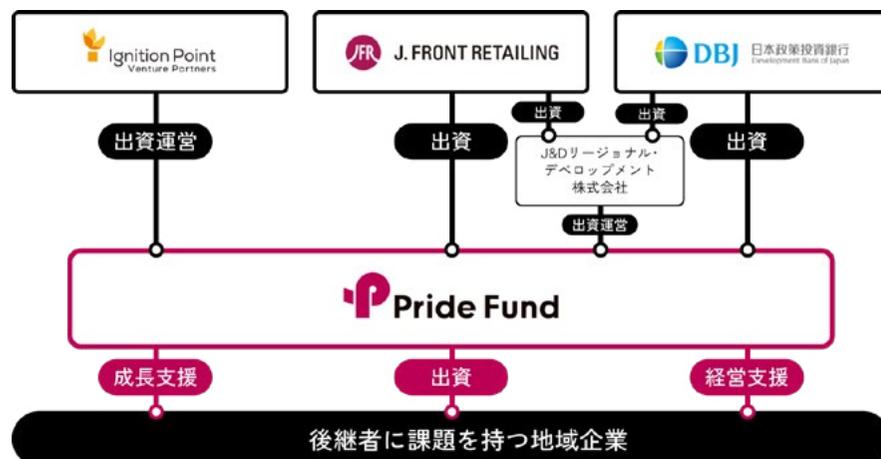


## 地域企業の事業承継を支援するファンド「Pride Fund」設立

少子化や過疎化などの影響により、地域特有の優れた製品を生産しながらも、後継者不足などの理由で廃業を余儀なくされている中小企業は少なくありません。この現状を解決し、地域経済の持続的な発展を支援するために、JFRは日本政策投資銀行とイグニッション・ポイントベンチャーパートナーズとの連携で、事業承継を支援するファンド「Pride Fund」を2024年3月に設立しました。

Pride Fundは、食文化を中心として、日本の地域に根差した事業を行う国内企業に対して出資を行い、3社が持つそれぞれの強みを生かして事業承継を支えることで、未来にコンテンツを受け継ぎ、地域社会への貢献を実現します。

### プライドファンドのスキーム



# Pride Fund

## 地域の誇りを大事に育てるファンド

この国には、長い歴史のなかで培われ、  
今日まで脈々と受け継がれてきた文化があります。  
その身に刻み込まれた技術と、研ぎ澄まされた感性で  
今日も丁寧な仕事をつづける、つくり手たちがいます。

全国各地でものづくりに励む  
その静かながらも熱を帯びた誇りに触れるたび、思うのです。  
このかけがえのない技が、知恵が、伝統が、  
時代や暮らしの変化とともに姿を消していいものか、と。

私たちは、あなたと未来を変えたい。  
伝統に革新をもたらすことで、  
次の100年にもその価値をつなぎ、届けてゆきたい。

時を超え大切に育まれてきた文化を守ること。  
それはつくり手だけでなく、地域の、日本の、私たちの誇りを  
守ることだから。

# ガバナンス Governance

ガバナンス体制..... 52

リスクマネジメント..... 54



→ ガバナンス体制 リスクマネジメント

## 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、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、環境や社会課題への対応などサステナビリティに対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審議・承認しています。グループ経営会議で承認された事項は、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全事業会社に共有されます。あわせて、サステナビリティ委員会では、各事業会社の実行計画および進捗モニタリングを行っており、グループ全体の取り組みの実効性を高めています。

これに対し、取締役会は、グループ経営会議で承認された内容およびサステナビリティ委員会での活動内容の報告を受け、目標設定、対応方針、実行計画等について論議・監督を行っています。

### 非財務指標を取り入れた 役員報酬制度

当社は、役員報酬制度における業績連動株式報酬を決定する非財務指標として、2021年度から「Scope1・2 温室効果ガス排出量削減率」および「女性管理職比率」を設定しています。これらは、中期経営計画のKPIとも連動しており、目標達成に向けた執行役の責任を明確化するとともに、サステナビリティ経営を実現・推進するためのインセンティブとして機能するようにしています。

### 取締役のスキルマトリックス

当社は、取締役候補者の選任にあたり、取締役に期待する専門性および経験等についてスキルマトリックスで明確にしています。スキル項目として「環境」「社会」「ガバナンス」「人財・組織開発」を特定し、サステナビリティへの取り組みを適切に監督できる取締役を選任しています。

| 氏名              |                              | 属性          | 企業経営 | 財務・会計 | マーケティング | 人財・組織開発 | 法務・コンプライアンス | IT・デジタル | E:環境 | S:社会 | G:ガバナンス |
|-----------------|------------------------------|-------------|------|-------|---------|---------|-------------|---------|------|------|---------|
| 小出 寛子           | 取締役会議長<br>指名委員会委員<br>報酬委員会委員 | 非執行、独立、社外   | ●    |       | ●       | ●       |             |         |      |      | ●       |
| 矢後 夏之助          | 指名委員会委員長<br>報酬委員会委員          | 非執行、独立、社外   | ●    |       |         |         |             |         | ●    |      | ●       |
| 箱田 順哉           | 監査委員会委員長                     | 非執行、独立、社外   | ●    | ●     |         |         |             |         |      |      | ●       |
| 内田 章            | 報酬委員会委員長<br>指名委員会委員          | 非執行、独立、社外   | ●    | ●     |         |         |             |         |      |      | ●       |
| 関 忠行            | 監査委員会委員                      | 非執行、独立、社外   |      | ●     |         |         | ●           |         |      | ●    | ●       |
| <b>新任</b> 大村 恵実 | 監査委員会委員                      | 非執行、独立、社外   |      |       |         |         | ●           | ●       |      | ●    | ●       |
| 好本 達也           | 指名委員会委員<br>報酬委員会委員           | 非執行         | ●    |       | ●       |         |             |         | ●    |      | ●       |
| 浜田 和子           | 監査委員会委員                      | 非執行         |      |       |         | ●       |             |         |      | ●    | ●       |
| <b>新任</b> 小野 圭一 |                              | 執行(代表執行役社長) | ●    |       | ●       |         |             |         | ●    |      | ●       |
| 若林 勇人           |                              | 執行(執行役常務)   | ●    | ●     |         | ●       |             |         |      |      | ●       |

※「非執行」：執行役を兼務しない取締役 「執行」：執行役兼務の取締役 「独立」：証券取引所届出独立役員 「社外」：社外取締役

|             |  |
|-------------|--|
| 企業経営        | 経営経験を有し、企業価値向上につながる戦略立案や、中期経営計画策定に向けた課題抽出方法など、企業経営に関わる知識・経験                        |
| 財務・会計       | 強固な財務基盤構築を通じた企業価値向上や資本コストを意識した財務戦略立案など、財務・会計に関する幅広い知識・経験                           |
| マーケティング     | 顧客の問題を発見し、それを解決する商品やサービスの創造、情報の伝達、付加価値の提供を通して、顧客の満足と継続的な企業価値向上を生み出す活動における知識・経験     |
| 人財・組織開発     | 多様な従業員の個性や能力を最大限に引き出し、新たな価値創造を実現する人的資本経営に関する知識・経験                                  |
| 法務・コンプライアンス | 企業経営が適法かつ適正に遂行されることは、持続的な企業価値向上の基盤であり、企業法務の高度かつ専門的知識やコンプライアンス経営を推進する知識・経験          |
| IT・デジタル     | 既存ビジネスのデジタルトランスフォーメーション推進の実現に向けて、ICT 活用支援や新規ビジネス開発を、最新の IT 動向を把握し顧客視点から監督ができる知識・経験 |
| E:環境        | 環境に対する課題解決を意識した事業活動や、中長期目標の設定を含む環境計画など JFR グループの「環境共生」の取り組みに対し適切な監督ができる知識・経験       |
| S:社会        | JFR グループの「地域共栄」の取り組みや持続可能な社会の実現に向けた取り組みについて適切な監督ができる知識・経験                          |
| G:ガバナンス     | 適切なガバナンス体制の確立は、持続的な企業価値向上の基盤であり、取締役会における監督機能の実効性向上に向けたコーポレートガバナンスにおける知識・経験         |

→ ガバナンス体制 リスクマネジメント

## サステナビリティ推進体制

JFR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審議・承認しています。グループ経営会議で審議・承認された事項は、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。全事業会社に共有されます。

また、同委員会では、グループ方針に基づく各事業会社の実行計画および進捗モニタリングを行っています。グループ経営会議およびサステナビリティ委員会で審議・承認された内容は取締役会に報告を行っています。

### サステナビリティ委員会

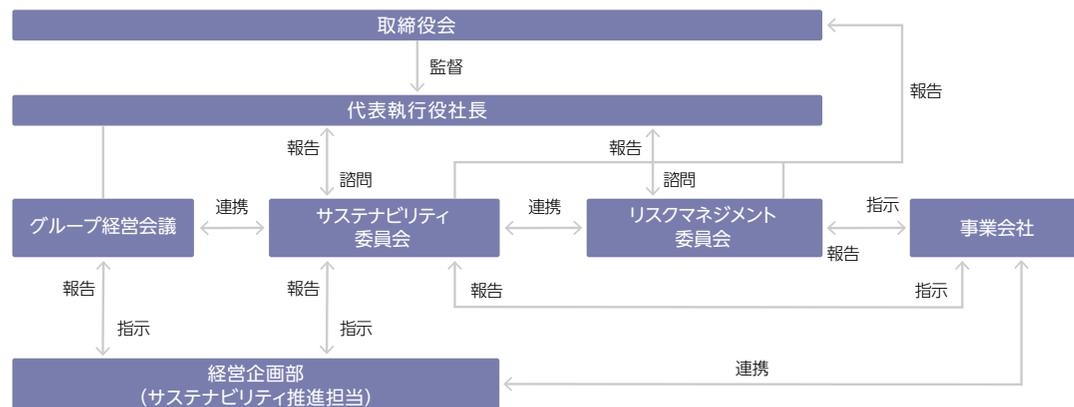
|      |                   |
|------|-------------------|
| 設置年  | 2019年3月           |
| 位置づけ | 代表執行役社長の諮問機関      |
| 委員長  | 代表執行役社長           |
| 委員   | 執行役、全事業会社社長       |
| 事務局  | 経営企画部サステナビリティ推進担当 |
| 開催頻度 | 原則として年2回（春・秋）     |



### サステナビリティ委員会の主な議題

|        |    |  |
|--------|----|--|
| 2021年度 | 4月 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Scope3排出量削減に向けたお取引先様との取り組み</li> <li>● 2021年度お取引先様アセスメント(環境・人権)実施概要</li> <li>● サステナビリティ方針の改定</li> <li>● 2020年度KPI進捗報告</li> </ul>               |
|        | 9月 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 外部講師講演「ESG情報開示の重要性」</li> <li>● お取引先様アセスメント(環境・人権)の実施</li> <li>● 2021年度上期KPI進捗報告</li> </ul>  |
| 2022年度 | 4月 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 外部講師講演「ESG・サステナビリティ経営」</li> <li>● 女性活躍推進プロジェクトの進め方</li> <li>● お取引先様アセスメント(環境・人権)結果報告</li> <li>● 2021年度KPI進捗報告および2022年度サステナビリティ実行計画</li> </ul> |
|        | 5月 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 外部講師講演「経営戦略としてのダイバーシティ」</li> </ul>  |
| 2023年度 | 9月 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 女性活躍推進プロジェクト経過報告と各社今後の方向性</li> <li>● 2022年度KPI上期進捗報告</li> </ul>   |
|        | 4月 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 外部講師講演「ビジネスと人権」</li> <li>● 各社のダイバーシティ&amp;インクルージョン推進の取り組み状況</li> <li>● 従業員意識調査結果報告</li> <li>● 2022年度KPI進捗報告および2023年度サステナビリティ実行計画</li> </ul>   |
| 2024年度 | 9月 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 外部講師講演「生物多様性対応の概要と必要性」</li> <li>● お取引先様アセスメント(人権)実施</li> <li>● 2023年度上期KPI進捗報告</li> </ul>   |
|        | 4月 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 外部講師講演「中長期的な企業価値向上と非財務活動の関係」</li> <li>● 2024年-2026年度サステナビリティ中期計画</li> <li>● 2023年度KPI進捗報告</li> </ul>  |

### JFRグループ サステナビリティマネジメント体制



# リスクマネジメント



JFRグループは、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。そして、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・マイナス面の双方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

当社は、代表執行役社長の諮問機関として、代表執行役社長を委員長、執行役などを委員とする「リスクマネジメント委員会」を設置しており、リスクの抽出および評価、戦略に反映させるリスクの決定など重要事項を審議し、リスクマネジメントを経営の意思決定に活用しています。なお、同委員会での審議内容については、適時に取締役会に報告します。

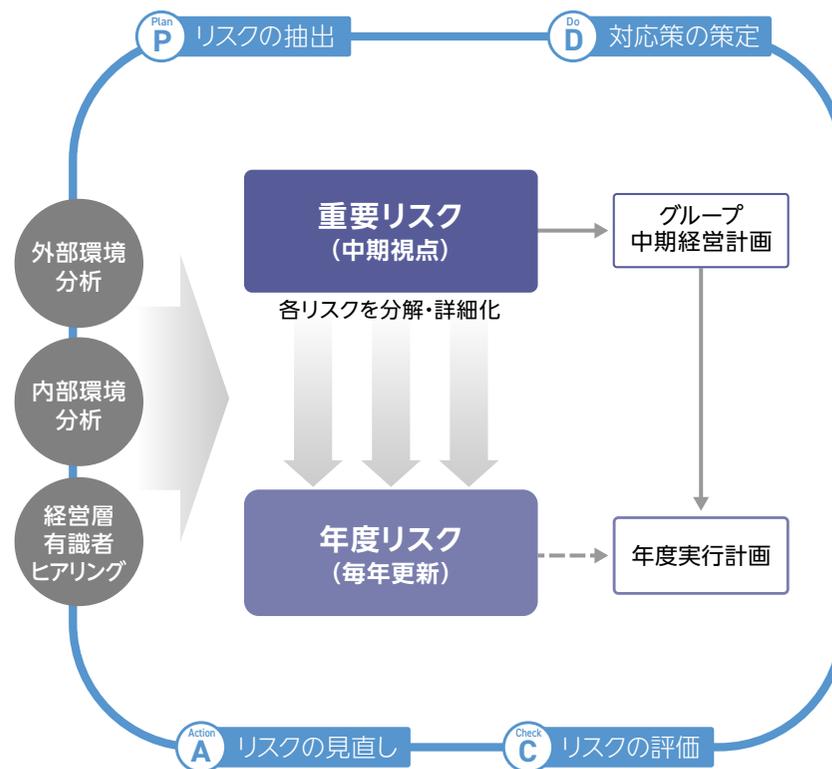
同委員会には、リスク管理担当役員を長とする事務局を置き、委員会で決定した重要な決定事項を事業会社に共有し、ERM(全社的リスクマネジメント)を推進しています。

## リスクマネジメントプロセス

当社グループは、右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を、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論議後、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



|          |         |                   |                      |                 |    |    |       |         |                     |      |
|----------|---------|-------------------|----------------------|-----------------|----|----|-------|---------|---------------------|------|
| トップメッセージ | マテリアリティ | 2024-2026<br>中期計画 | ステークホルダー<br>エンゲージメント | サステナビリティの<br>歩み | 環境 | 社会 | ガバナンス | 社外からの評価 | サステナビリティボンド<br>レポート | データ集 |
|----------|---------|-------------------|----------------------|-----------------|----|----|-------|---------|---------------------|------|

ガバナンス体制 → リスクマネジメント

## JFRグループ重要リスク一覧

| 分類      | 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   | 既存事業における業界構造の変容 | 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                 | ●事業ポートフォリオの転換に向けた既存事業強化、事業開発<br>●将来像を踏まえたM&AやCVCによる出資   |
|         | 人財獲得競争の激化       | 非常に大 | ↑      | ●人財獲得競争での劣後、優秀人材の流出<br>●従業員のモチベーション低下    | ●事業戦略の推進、イノベーションの創出<br>●従業員のエンゲージメント、組織力の向上  | ●専門人材の採用、グループ人材交流、育成<br>●従業員のWell-Being Life実現につながる人材投資   |
|         | テクノロジー革新の加速     | 非常に大 | ↑      | ●グループ全体の成長の停滞<br>●テクノロジー活用遅延による競争力の低下    | ●テクノロジー活用によるビジネスモデルの変革<br>●業務の効率化            | ●グループデータベース活用<br>●AIの活用による業務効率化<br>●Web3.0、XR、NFTなど新たな市場でのビジネスモデルの構築<br>●デジタル人材の育成                          |
|         | 環境課題の重要性の高まり    | 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                       | ●温室効果ガス排出量削減<br>●環境配慮型商品・サービスの取り扱い拡大<br>●シェアリング・アップサイクル等サーキュラー型ビジネスの拡大                                      |
|         | 人権尊重の重要性の高まり    | 大    | ➡      | ●レピュテーション低下<br>●労働環境悪化による生産性の低下、人材の流出    | ●ステークホルダーの支持獲得によるブランド力の向上<br>●従業員のエンゲージメント向上 | ●人権デューデリジェンスの継続的な実施による持続可能なサプライチェーンの構築<br>●従業員の理解向上のための社内教育   |
|         | 少子高齢化と所得格差の拡大   | 大    | ➡      | ●国内市場規模の縮小<br>●従来ターゲットのボリューム層の減少         | ●ターゲットへの対応による新規マーケット拡大                       | ●自身のこだわりや価値観を満たす、高質で心が高揚する消費や体験を嗜好する生活者へのアプローチ<br>●上記ターゲットへリーチするための顧客基盤・事業基盤の拡大                             |
|         | 生活者の価値観や行動の多様化  | 大    | ➡      | ●売上、収益の減少                                | ●新規マーケットの拡大                                  | ●自身のこだわりや価値観を満たす、高質で心が高揚する消費や体験を嗜好する生活者の価値観に沿った施策の推進(サブスクリプション事業、宅配事業、エンタテインメント、POPカルチャーなど)                 |
|         | 海外消費者の存在感の上昇    | 大    | ➡      | ●インバウンドの取り込みの遅れ<br>●インバウンドの急減            | ●インバウンド売上の拡大<br>●ECなどの展開による外需獲得              | ●国内外顧客から支持の高い商品カテゴリーの継続強化<br>●海外でのデジタル領域での展開を可能とするコンテンツ開発・保有の推進<br>●継続した国内顧客基盤拡大の取り組み                       |
|         | 都市間の格差拡大        | 大    | ➡      | ●都心立地の商業施設の集客力低下                         | ●都市のニーズ、街づくりへの貢献を通じた事業展開                     | ●グループ重要拠点において自治体などと連携した街づくり参画(商業施設、オフィス、ホテル、レジデンスなど)  |
| リスク     | 経済動向の不安定さ       | 大    | ➡      | ●収益機会損失<br>●資金コスト上昇                      | ●成長戦略推進、事業ポートフォリオ変化の推進<br>●資金コストの引き下げ        | ●固定金利での長期調達<br>●新規資金調達局面での適切な調達手段の選択  |
| ハザードリスク | 自然災害や疫病の発生や流行   | 非常に大 | ➡      | ●お客様、従業員の人命損傷<br>●事業継続の危機                | ●事業の安定運営                                     | ●実践的なBCP訓練の継続実施<br>●事業継続計画の定期的な見直し<br>●新たなパンデミックへの備えの強化   |
|         | 地政学・地経学危機の顕在化   | 大    | ➡      | ●海外赴任(出張者)従業員の危険や生活困難                    | ●海外事業の安定運営                                   | ●従業員の海外赴任先や出張先のリスク環境、実態を踏まえた海外危機管理体制の構築と推進<br>●当社事業(特に海外事業)における影響注視   |
|         | 情報セキュリティ脅威の増大   | 大    | ➡      | ●個人情報の漏洩、訴訟・損害賠償の発生、社会的信用失墜<br>●業務の遅延・停滞 | ●業務やシステムの安定稼働<br>●業務の効率化、リモートワークの推進          | ●グループ共通のシステムインフラの整備、高度化の推進<br>●セキュリティ運用の高度化推進と対応体制の強化<br>●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セキュリティ意識、リテラシーの向上 |

影響度：中期経営計画期間中の当社グループへの経済的なインパクト、ブランド価値へのインパクトを考慮したものと

見通し：中期経営計画期間中のリスクの増減を、当社グループへの影響度を考慮して見通したものと

➡：影響が極めて大きく、最優先で対応しているリスク

リスクの分類については、複数の分野にまたがる場合は、当社グループの戦略に影響や関連性が最も高い分野で記載

ガバナンス体制 → リスクマネジメント

## 情報セキュリティ

サイバー攻撃は年々高度化・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、システムの多要素認証化を推進し、万が一パスワードが漏えいした際の情報流出リスクを低減するほか、館内Wi-Fiの刷新によるセキュリティ強化を順次拡大しています。また、グループ内のIT資産の一元管理や脆弱性が発見された際の対応手順を明確にして、セキュリティ事故が発生しにくい環境の整備に努めます。

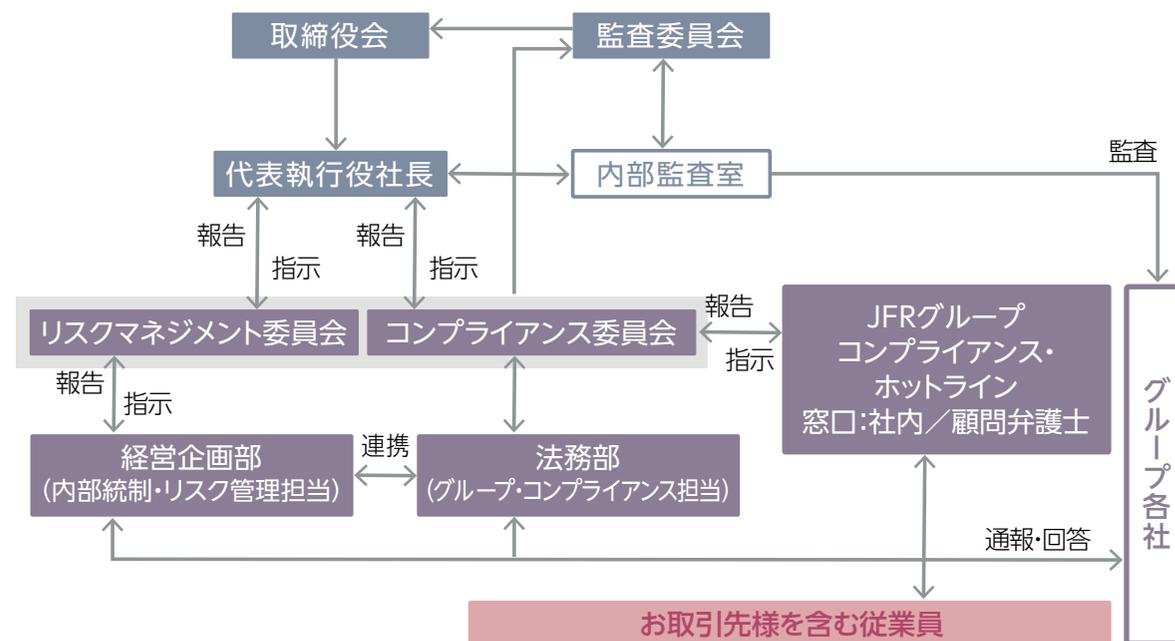
ソフト面では、セキュリティインシデント対応体制の強化、外部サービス利用時のセキュリティチェックなどリスクの最小化に向けた取り組みを推進しています。同時に、IT担当者を対象としたインシデント対応訓練の実施、全従業員を対象とした情報セキュリティe-ラーニングや標的型攻撃メール訓練の継続実施などにより、セキュリティ意識とリテラシーの向上を図っていきます。

また、生成AI技術を積極的に業務活用していくため、生成AIを自社管理下で利用できる環境を整備することで、外部からの不正アクセスやデータ漏洩のリスクを大幅に低減します。併せて、2023年に制定した「AI利用ガイドライン」を従業員一人一人が遵守することで、データのプライバシー保護や誤用の防止に努めてまいります。

## コンプライアンス

当社は、当社グループのコンプライアンス経営上の課題への対応を適切に実施するため、「コンプライアンス委員会」(構成員に顧問弁護士を含む)を設置しています。同委員会は、代表執行役社長を委員長とし、グループ各社のコンプライアンス推進担当部門との連携を密にし、コンプライアンス体制の基盤整備や、運用状況の監督を継続的に実施し、法令・企業倫理等の遵守を推進します。また、重大なコンプライアンス違反事案が発現した際にはその対応方針を策定します。なお、同委員会での審議内容については、定期的および適時に監査委員会に報告を実施します。

リスクマネジメント・コンプライアンス体制図



→ 社外からの評価 第三者保証

## 社外からの評価

## サステナブルファイナンス

ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・アジアパシフィック・インデックス (DJSI Asia / Pacific) 初選定



MSCI 日本株ESGセレクトリーダーズ指数選定\* (GIPIF採用指数)

2024 CONSTITUENT MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数



MSCI日本株女性活躍指数(WIN)\* 7年連続選定 (GIPIF採用指数)

2024 CONSTITUENT MSCI日本株女性活躍指数 (WIN)



**サステナビリティ債券発行**

2021年4月、当社初となる「サステナビリティ債券\*」を発行しました。株式会社日本格付研究所(JCR)により、サステナビリティ債券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。

※調達資金の用途について、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

FTSE Blossom Japan Index 2年連続選定 (GIPIF採用指数)



FTSE Blossom Japan Sector Relative Index 3年連続選定 (GIPIF採用指数)



FTSE4Good Index Series 2年連続選定



**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。

S&P/JPXカーボン・エフィシエント指数選定 (GIPIF採用指数)



Morningstar 日本株式 ジェンダー・ダイバーシティ・ティルト指数 (除くREIT) 選定 (GIPIF採用指数)



CDP2023気候変動の調査 4年連続「Aリスト」認定



環境省「エコ・ファースト企業」に認定



第5回ESGファイナンス・アワード・ジャパン「環境サステナブル企業」に選定



PRIDE指標 3年連続「ゴールド」受賞



SNAMサステナビリティインデックス選定 2024



日経SDGs経営調査2023」において星4.5に認定



「第7回 日経スマートワーク経営調査」において4星に認定



\*J.フロント リテイリング株式会社社のMSCIインデックスへの組み入れや、MSCIのロゴ、商標、サービスマークやインデックス名称の使用は、MSCI又はその関係会社によるJ.フロント リテイリング株式会社の後援・宣伝・販売促進を目的としていません。  
MSCIのサービスおよびデータはMSCIの独占的財産で、MSCIおよびMSCIインデックスの名称とロゴは、MSCI又は、その関係会社の商標又はサービスマークです。

社外からの評価 → 第三者保証

# 第三者保証取得

## 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 2023 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 2024 及びサステナビリティレポート 2024 に記載された 2023 年度（2023 年 3 月 1 日～2024 年 2 月 29 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

#### 環境データ<sup>2,3</sup>

- エネルギー使用量(MWh)
- 再生可能エネルギー使用量(MWh)
- スコープ 1 GHG 排出量 (トン CO<sub>2</sub>e)<sup>4</sup>
- スコープ 2 GHG 排出量 [マーケット基準]<sup>5</sup>[ロケーション基準] (トン CO<sub>2</sub>e)
- スコープ 3 GHG 排出量 (トン CO<sub>2</sub>e)
- 水使用量 (m<sup>3</sup>) および排水量 (m<sup>3</sup>)
- 廃棄物発生量 (トン)、廃棄物リサイクル量 (トン) および廃棄物最終処分量 (トン)<sup>6</sup>
- 食品廃棄物発生量 (トン)、食品廃棄物リサイクル量 (トン) および食品廃棄物最終処分量 (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

<sup>1</sup> 統合報告書 2024 及びサステナビリティレポート 2024 において✓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。

<sup>2</sup> GHG の定量には脱炭素の不確かさが前提となる。

<sup>3</sup> 会社の 2022 年度と 2023 年度のスコープ 1、スコープ 2、およびスコープ 3 のデータの経年変化についても確認を行った。

<sup>4</sup> フロンは行政年度（2023 年 4 月 1 日～2024 年 3 月 31 日）で集計

<sup>5</sup> 国内サイトはマーケット基準で算定。海外サイトについてはロケーション基準で算定。

<sup>6</sup> 食品廃棄物を含む。



- 正確で信用できる環境・社会データを開示していない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<sup>1</sup>、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。
- 2023 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。
- (株式会社) 博多大丸 大丸福岡天神店と(株式会社) ハルコ 福岡 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を活用することによって、正確で効率的なデータ集計を期待する。

#### 基準、適合性及び独立性

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<sup>1</sup>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うことはない。

署名

2024 年 6 月 17 日

柴田 美典

LRQA 主任検証人

LRQA リミテッド

神奈川県横浜市西区みなとみらい 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, 2024.

<sup>1</sup> 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検証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。

本レポートの記載の

環境データ

- エネルギー使用量
- 再生可能エネルギー使用量
- Scope1・2・3 排出量
- 水使用量
- 廃棄物(発生量・リサイクル量・最終処分量)
- 食品廃棄物(発生量・リサイクル量・最終処分量)

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
- 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

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

|          |         |                   |                      |                 |    |    |       |         |                     |      |
|----------|---------|-------------------|----------------------|-----------------|----|----|-------|---------|---------------------|------|
| トップメッセージ | マテリアリティ | 2024-2026<br>中期計画 | ステークホルダー<br>エンゲージメント | サステナビリティの<br>歩み | 環境 | 社会 | ガバナンス | 社外からの評価 | サステナビリティボンド<br>レポート | データ集 |
|----------|---------|-------------------|----------------------|-----------------|----|----|-------|---------|---------------------|------|

# 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150億円を発行しました。

| 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             |
|--------------------------------|--|--|---|--------------------|
| <b>脱炭素社会の実現</b>                |  |  |   |                    |
| グリーンビルディング                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 適格事業の概要<br/>大丸心齋橋店本館の建設(2019年度)<br/>渋谷PARCOの建設(2019年度)</li> </ul>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 建物認証・確認取得状況(取得時期・取得した認証レベル)<br/>大丸心齋橋店本館：大阪市建築物環境計画書制度 Aランク取得(2019年度)<br/>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)</li> <li>● 電力削減量<br/>大丸心齋橋店本館 2,166MWh増(2014年度比*)<br/>渋谷PARCO 2,500MWh削減(2014年度比*)</li> <li>● Scope1・2温室効果ガス排出削減量<br/>大丸心齋橋店本館 7,836t-CO<sub>2</sub>削減(2014年度比*)<br/>渋谷PARCO 8,75t-CO<sub>2</sub>削減(2014年度比*)</li> <li>※ 建替え前の通年営業最終年度である2014年度の推定値<br/>(建替えのため、建物構造は同一ではありません)</li> </ul> | 脱炭素社会をリードし<br>次世代へつなぐ<br>地球環境の創造                              | 合計充当額：<br>6,000百万円 |
| 再生可能エネルギー                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 購入した再生可能エネルギー由来電力量：<br/>157,443MWh</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 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：52.9%(対前年19.3%増)</li> </ul>   |   | 合計充当額：<br>3,040百万円 |
| グリーン調達                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>● リース対象のEV台数：<br/>2023年度 21台(累計177台、累計47.6%)</li> </ul>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>● EV化によるCO<sub>2</sub>排出削減量：年間約389t-CO<sub>2</sub><br/>(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)</li> </ul>  |   | 合計充当額：<br>261百万円   |
| エネルギー効率                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 切り替えのため導入されたLED：<br/>2023年度 約19,500台(累計189,700台)</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● LED化によるCO<sub>2</sub>排出削減量：年間約9,485t-CO<sub>2</sub></li> </ul>  |   | 合計充当額：<br>1,230百万円 |
| <b>地域社会との共生</b>                |  |  |   |                    |
| 社会経済的向上とエンパワーメント(コミュニティ)       | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 大丸神戸店の周辺店舗として、<br/>神戸・旧居留地で運営している店舗数：<br/>2023年度末 52店舗</li> </ul>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>● コミュニティ活性化の取り組み<br/>・地元の兵庫・神戸エリアのスイーツが一室に揃う「洋菓子フェスタin KOBE」を開催<br/>・「旧居留地/バレンタイン」という新テーマで「チョコ掛けBE KOBE」を象徴に、地元企業や旧居留地全体を巻き込んだイベント「バレンタインショコラプロムナード」を開催<br/>・地元兵庫と神戸の魅力ある商品の発信、販売「神戸市(いち)」「手みやげクローズアップ」「ひょうご国」の開催<br/>・バスの待合所を活用し、遠方のお客様へデパ地下を届ける出張販売「パスカル三田」「フラワータウン三田」「淡路島 高田屋嘉兵衛公園」「洲本バスセンター」と強化開催</li> <li>● 大丸神戸店の来客者数：2023年度 9,903,000人</li> </ul>  | 地域の皆様とともに<br>店舗を基点とした<br>人々が集う豊かな<br>未来に向けた街づくりの<br>実現        | 合計充当額：<br>4,440百万円 |
| <b>ダイバーシティ&amp;インクルージョンの推進</b> |  |  |   |                    |
| 社会経済的向上とエンパワーメント(女性・障がい者)      | <ul style="list-style-type: none"> <li>● JFR女性塾(キャリアフォーラム)開催回数<br/>2023年度 4回実施</li> <li>● マザー採用にかかる費用<br/>2023年度 13,302千円</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 女性管理職登用状況(連結) 2023年度 女性管理職比率22.5%</li> <li>● JFR女性塾への参加人数(年間) 2023年度 33名</li> <li>● マザー採用者数(年間) 2023年度 6名</li> </ul>  | すべての人々が<br>より互いの多様性を認め<br>個性を柔軟に発揮できる<br>ダイバーシティに富んだ<br>社会の実現 | 合計充当額：<br>29百万円    |

〈資金充当状況〉 発行額：15,000百万円 既充当額：15,000百万円 未充当額：0円

合計充当額：  
15,000百万円

|          |         |                   |                      |                 |    |    |       |         |                     |      |
|----------|---------|-------------------|----------------------|-----------------|----|----|-------|---------|---------------------|------|
| トップメッセージ | マテリアリティ | 2024-2026<br>中期計画 | ステークホルダー<br>エンゲージメント | サステナビリティの<br>歩み | 環境 | 社会 | ガバナンス | 社外からの評価 | サステナビリティボンド<br>レポート | データ集 |
|----------|---------|-------------------|----------------------|-----------------|----|----|-------|---------|---------------------|------|

→ [環境に関するデータ](#)   [社会に関するデータ](#)   [ガバナンスに関するデータ](#)

## 環境に関するデータ

|                              |   | 範囲                           | 単位               | 2017年                  | 2018年     | 2019年     | 2020年     | 2021年     | 2022年     | 2023年     |           |
|------------------------------|---|------------------------------|------------------|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Scope1温室効果ガス(GHG)            | ★ | CO <sub>2</sub> 排出量          | 連結               | t-CO <sub>2</sub>      | 14,548    | 13,824    | 13,074    | 11,170    | 12,368    | 11,958    | 11,459    |
|                              |   | HFC 排出量                      | 連結               | t-CO <sub>2</sub>      | 1,504     | 2,137     | 2,140     | 813       | 1,636     | 1,756     | 2,562     |
|                              |   | Scope1 排出量                   | 連結               | t-CO <sub>2</sub>      | 16,052    | 15,961    | 15,214    | 11,983    | 14,004    | 13,714    | 14,021    |
| Scope2温室効果ガス(GHG)            | ★ | CO <sub>2</sub> 排出量(マーケット基準) | 連結               | t-CO <sub>2</sub>      | 178,102   | 166,605   | 147,294   | 120,123   | 108,808   | 96,071    | 68,736    |
|                              |   | (ロケーション基準)                   | 連結               | t-CO <sub>2</sub>      | 184,047   | 177,987   | 174,094   | 147,820   | 149,690   | 146,810   | 142,935   |
| Scope1+2温室効果ガス(GHG)          | ★ | Scope1+2 排出量                 | 連結               | t-CO <sub>2</sub>      | 194,154   | 182,566   | 162,508   | 132,106   | 122,812   | 109,785   | 82,757    |
|                              |   | SBT基準年2017年度比                | 連結               | %                      | -         | ▲ 6.0     | ▲ 16.3    | ▲ 32.0    | ▲ 36.7    | ▲ 43.5    | ▲ 57.4    |
| Scope3温室効果ガス(GHG)            | ★ | Scope3 排出量                   | 連結               | t-CO <sub>2</sub>      | 2,927,320 | 3,123,238 | 3,782,555 | 2,470,411 | 2,420,492 | 2,761,669 | 2,898,436 |
|                              |   | SBT基準年2017年度比                | 連結               | %                      | -         | -         | -         | -         | ▲ 17.3    | ▲ 5.7     | ▲ 1.0     |
| 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 <sub>2</sub> /百万円 | 0.17      | 0.16      | 0.14      | 0.17      | 0.14      | 0.11      | 0.07      |
| エネルギー                        | ★ | 電力使用量                        | 連結               | MWh                    | 333,514   | 328,900   | 327,851   | 288,691   | 305,752   | 305,287   | 297,828   |
|                              |   | 都市ガス使用量                      | 連結               | MWh                    | 70,353    | 67,118    | 64,095    | 58,064    | 64,632    | 63,516    | 61,488    |
|                              |   | ガソリン・軽油・A重油・灯油・天然ガス使用量       | 連結               | MWh                    | 6,888     | 6,379     | 5,537     | 3,083     | 3,165     | 2,292     | 1,996     |
|                              |   | 蒸気・冷温水使用量                    | 連結               | MWh                    | 64,758    | 65,969    | 68,730    | 54,133    | 54,500    | 59,344    | 60,848    |
|                              |   | エネルギー使用量合計                   | 連結               | MWh                    | 475,513   | 468,366   | 466,214   | 403,973   | 428,049   | 430,439   | 422,160   |
| 再生可能エネルギー                    | ★ | 使用量(購入・生成)                   | 連結               | MWh                    | 0         | 0         | 13,046    | 29,647    | 62,156    | 102,676   | 157,454   |
|                              |   | 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      | 33.6      | 52.9      |
|                              |   | 対前年増減率                       | 連結               | %                      | -         | -         | 4.0       | 6.3       | 10.0      | 13.3      | 19.3      |
| 水                            | ★ | 水道水使用量                       | 連結 <sup>※2</sup> | m <sup>3</sup>         | -         | 1,317,230 | 1,260,594 | 1,407,531 | 1,719,788 | 1,796,295 | 1,880,316 |
|                              |   | 地下水使用量                       | 連結 <sup>※2</sup> | m <sup>3</sup>         | -         | 480,731   | 452,702   | 459,054   | 570,760   | 613,303   | 625,066   |
|                              |   | 中水使用量                        | 連結 <sup>※2</sup> | m <sup>3</sup>         | -         | 136,804   | 125,989   | 198,882   | 158,848   | 151,017   | 140,709   |
|                              |   | 合計使用量                        | 連結 <sup>※2</sup> | m <sup>3</sup>         | -         | 1,934,765 | 1,839,285 | 2,065,467 | 2,449,396 | 2,560,615 | 2,646,091 |
|                              |   | 排水量 <sup>※1</sup>            | 連結 <sup>※2</sup> | m <sup>3</sup>         | -         | 1,934,765 | 1,839,285 | 2,065,467 | 2,449,396 | 2,560,615 | 2,646,091 |
| 廃棄物 <sup>※3</sup> (食品廃棄物を含む) | ★ | 発生量                          | 連結 <sup>※2</sup> | t                      | 18,532    | 17,202    | 17,597    | 21,694    | 26,637    | 29,855    | 29,814    |
|                              |   | リサイクル量                       | 連結 <sup>※2</sup> | t                      | 10,863    | 9,938     | 10,453    | 12,479    | 12,845    | 15,421    | 16,176    |
|                              |   | 最終処分量                        | 連結 <sup>※2</sup> | t                      | 7,669     | 7,264     | 7,144     | 9,216     | 13,792    | 14,434    | 13,638    |
|                              |   | リサイクル率                       | 連結 <sup>※2</sup> | %                      | -         | -         | -         | 57.5      | 48.2      | 51.7      | 54.3      |
| 食品廃棄物                        | ★ | 発生量                          | 連結 <sup>※4</sup> | t                      | 4,497     | 4,312     | 4,379     | 2,886     | 4,394     | 4,753     | 4,943     |
|                              |   | リサイクル量                       | 連結 <sup>※4</sup> | t                      | 2,416     | 2,477     | 2,610     | 1,857     | 3,027     | 3,598     | 3,934     |
|                              |   | 最終処分量                        | 連結 <sup>※4</sup> | t                      | 2,081     | 1,835     | 1,769     | 1,029     | 1,367     | 1,155     | 1,009     |
|                              |   | リサイクル率                       | 連結 <sup>※4</sup> | %                      | -         | -         | -         | -         | 68.9      | 75.7      | 79.6      |
| 包装資材使用量 <sup>※5</sup>        |   | 使用量                          | 大丸松坂屋百貨店         | t                      | 2,370     | 2,236     | 2,030     | 1,075     | 1,129     | 1,200     | 1,221     |

★ 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 水排出量は、水使用量と同量

※3 廃棄物:一般廃棄物、産業廃棄物、食品廃棄物

※5 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

※2 2019年度までは大丸松坂屋百貨店

※4 2020年度までは大丸松坂屋百貨店

トップメッセージ

マテリアリティ

2024-2026  
中期計画ステークホルダー  
エンゲージメントサステナビリティの  
歩み

環境

社会

ガバナンス

社外からの評価

サステナビリティボンド  
レポート

データ集

環境に関するデータ → **社会に関するデータ** ガバナンスに関するデータ

## 社会に関するデータ

|                            | 範囲   | 単位       | 2017年  | 2018年  | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
|----------------------------|------|----------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 従業員数                       | 連結   | 人        | 10,429 | 10,276 | 9,844 | 9,635 | 8,148 | 7,258 | 7,369 |
| 女性社員比率                     | 連結   | %        | 57.2   | 56.8   | 57.0  | 56.3  | 55.6  | 52.9  | 53.5  |
| 女性管理職比率※1                  | ★    | 連結       | 14.3   | 14.7   | 16.6  | 19.9  | 21.3  | 22.2  | 22.5  |
| 新卒採用者数                     | 連結   | 人        | 79     | 94     | 76    | 94    | 68    | 107   | 92    |
| 男性                         | 連結   | 人        | 36     | 44     | 38    | 41    | 33    | 38    | 34    |
| 女性                         | 連結   | 人        | 43     | 50     | 38    | 53    | 35    | 69    | 58    |
| 新卒採用女性比率                   | 連結   | %        | 54.4   | 53.2   | 50.0  | 56.4  | 51.5  | 64.5  | 63.0  |
| 障がい者雇用率                    | ★    | 連結※2     | —      | 2.21   | 2.21  | 2.21  | 2.66  | 2.93  | 2.89  |
| 外国人従業員数                    | 連結   | 人        | —      | 15     | 14    | 40    | 42    | 50    | 50    |
| 外国人従業員比率                   | 連結   | %        | —      | 0.1    | 0.1   | 0.4   | 0.5   | 0.7   | 0.7   |
| 社員離職率※3                    | 連結   | %        | 3.6    | 3.3    | 3.9   | 1.9   | 10.5  | 5.3   | 5.4   |
| 非自発的離職率                    | 連結   | %        | 0      | 0      | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     |
| 育児休職取得者数                   | ★    | 連結※4     | 175    | 203    | 161   | 139   | 88    | 75    | 81    |
| 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  | 93.4  | 94.0  |
| 男性育児休職取得率                  | ★    | 連結       | —      | —      | —     | 18.8  | 43.6  | 68.0  | 87.5  |
| 育児短縮勤務取得者数                 |      | 大丸松坂屋百貨店 | 137    | 166    | 157   | 209   | 304   | 298   | 276   |
| 介護休職取得者数                   |      | 大丸松坂屋百貨店 | 2      | 10     | 3     | 2     | 5     | 8     | 8     |
| 介護休暇取得者数                   |      | 大丸松坂屋百貨店 | 31     | 42     | 30    | 30    | 4     | 40    | 52    |
| 介護短時間勤務者数                  |      | 大丸松坂屋百貨店 | 0      | 1      | 0     | 0     | 1     | 4     | 18    |
| 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     | 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  | 100   | 100   |
| 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  | 96.3  | 97.2  |
| 労働災害発生件数(業務災害)             | 連結※7 | 件        | 40     | 38     | 68    | 81    | 51    | 40    | 50    |
| 労働災害発生件数(通勤災害)             | 連結※7 | 件        | 26     | 17     | 23    | 38    | 31    | 31    | 30    |
| 業務上死亡者数                    | ★    | 連結       | —      | 0      | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     |
| ハラスメント相談件数                 | 連結   | 件        | 14     | 22     | 50    | 40    | 37    | 47    | 41    |
| 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    | 49    | 61    |
| 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     | 1     | 0     |

★ 第三者保証取得：LRQAリミテッドによる第三者保証を取得(社会データは2021年度から取得)

※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年度以降は連結(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

トップメッセージ

マテリアリティ

2024-2026  
中期計画ステークホルダー  
エンゲージメントサステナビリティの  
歩み

環境

社会

ガバナンス

社外からの評価

サステナビリティボンド  
レポート

データ集

環境に関するデータ 社会に関するデータ → **ガバナンスに関するデータ**

## 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 | 2023年 | 2024年 |
|------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 取締役        | 人  | 13    | 13    | 13    | 13    | 12    | 10    | 11    | 10    |
| 男性         | 人  | 12    | 11    | 11    | 12    | 9     | 7     | 8     | 7     |
| 女性         | 人  | 1     | 2     | 2     | 1     | 3     | 3     | 3     | 3     |
| 独立社外取締役    | 人  | 5     | 5     | 6     | 6     | 6     | 6     | 7     | 6     |
| 男性         | 人  | 4     | 3     | 4     | 5     | 4     | 4     | 5     | 4     |
| 女性         | 人  | 1     | 2     | 2     | 1     | 2     | 2     | 2     | 2     |
| 独立社外取締役比率  | %  | 38.5  | 38.5  | 46.2  | 46.2  | 50.0  | 60.0  | 63.6  | 60.0  |
| 取締役兼務執行役   | 人  | 5     | 5     | 4     | 4     | 4     | 2     | 2     | 2     |
| 取締役兼務執行役比率 | %  | 38.5  | 38.5  | 30.8  | 30.8  | 33.3  | 20.0  | 18.2  | 20.0  |
| 女性取締役比率    | %  | 7.7   | 15.4  | 15.4  | 7.7   | 25.0  | 30.0  | 27.3  | 30.0  |

# Well-Being Life

くらしの「あたらしい幸せ」を**発明**する。

 J. FRONT RETAILING