



財務戦略統括部 IR推進部長  
稲上 創氏

3086

## J.フロント リテイリング



J.フロントリテイリング

### “小売業を超えたマルチサービスリテラーへ”

#### Jフロント リテイリングとは？

##### ● Jフロント リテイリングの設立

- 2007年9月、大丸と松坂屋が経営統合して設立
- \* 大丸：創業302年 京都呉服店「大文字屋」から
- \* 松坂屋：創業408年 名古屋呉服問屋「伊藤屋」から
- 社名に以下の強い思い  
「日本の小売業の先頭に立つ」  
「百貨店を連想させる大丸、松坂屋という名称をあえて使用せず、百貨店以外の「複数小売事業を展開する企業グループとして成長を目指したい」
- 基本理念は、「大丸」「松坂屋」の社是を引き継ぐ  
「顧客第一主義」「社会への貢献」

##### ● 事業構造

- 2019年3月期 総売上高1兆1,251億円（業界2位）
- 売上収益4,598億円、営業利益408億円（同1位）
- 主力の百貨店事業（全国16店舗）とパルコ事業（18店舗）で売上収益の8割、営業利益の7割超
- 2010～15年度6期連続増益、2019年度営業利益目標485億円

#### 中期経営計画の成長戦略

##### ● マルチサービスリテラー戦略

- 小売業の枠を超え、マルチサービスリテラー＝複合型小売業へ
- 「人生100年時代」の新たな商品・サービスを提供
- 複合型小売業から複合型サービス小売業へクレジット金融事業を強化へ

##### ● アーバンドミナント戦略「地域とともに成長するモデル」

- 店舗を核にエリア全体の魅力化に取り組む
- 4つの大型プロジェクトに加え、店舗周辺に商業施設を増やすことで地域を活性化
- ①GINZA SIX ②上野フロンティアタワー  
③大丸心齋橋店本館 ④渋谷パルコ

##### ● 百貨店事業への取り組み

- 「成長マーケットへの取り組み」
- 訪日外国人対応、富裕層消費の取り込み
- 「構造的な課題の解決」に取り組む
- 売り場の面積配分の変更、ビジネスモデルの革新など

#### グループビジョンと中期経営計画

##### ● 新たに選定したグループビジョン

- くらしの「あたらしい幸せ」を発明する
- 過去の延長線上ではなく、「非連続な成長」へ

##### ● 2017～21年度 中期経営計画

- 「グループ構造変革期」と位置付け
- 2021年度目標：  
営業利益560億円、営業利益率10%、  
連結ROE8.0%以上（株主資本コスト6～7%）

##### ● 事業ポートフォリオ変革イメージ

- 利益の9割を占める百貨店・パルコは成長させつつ、利益シェアは7割程度へ。不動産事業シェアは1割強へ、クレジット金融・新規事業でおよそ2割へ

#### ESGの取り組みと株主還元

##### ● ESG課題の取り組み

- 昨年、取り組むべき「5つのマテリアリティ」を設定
- ①低酸素社会への貢献 ②地域社会との共生  
③サプライチェーン全体のマネジメント  
④ワーク・ライフ・バランスの実現  
⑤ダイバーシティの推進
- ECOFF(エコフ)リサイクルキャンペーン  
不要な衣料品・靴・バッグ・寝具を店舗で  
ショッピングサポートチケットと交換(累計192万点)

##### ● 株主還元、株主優待

- 連結配当性向30%以上、9年連続増配を予定
- 株主優待は、百貨店買物10%割引、パルコ買物優待券、有料文化催事入場無料など