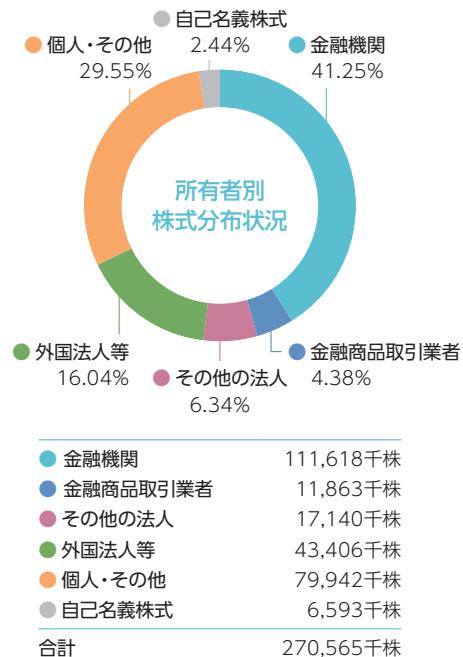


株式の状況 (2020年8月31日現在)

発行可能株式総数 1,000,000,000株
 発行済株式の総数 270,565,764株
 株主数 138,566名

大株主	所有株数 (千株)	持株比率 (%)
1 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	27,076	10.28
2 株式会社日本カストディ銀行(信託口)	17,419	6.61
3 日本生命保険相互会社	9,828	3.72
4 株式会社日本カストディ銀行(信託口9)	8,631	3.27
5 J.フロントリテイリング共栄持株会	6,379	2.42
6 第一生命保険株式会社	5,732	2.17
7 株式会社日本カストディ銀行(信託口5)	4,913	1.86
8 株式会社三菱UFJ銀行	4,373	1.65
9 JP MORGAN CHASE BANK 385781	4,167	1.58
10 株式会社SMBC信託銀行(株式会社三井住友銀行退職給付信託口)	3,204	1.21

(注)上記の持株比率は、自己株式(6,593千株)を控除して計算しております。



株主メモ

剰余金の配当の基準日 期末2月末日 中間8月31日

定時株主総会の基準日 2月末日

定時株主総会 5月中に開催

公告方法 電子公告をもって行います。ただし、事故やその他のやむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。
 (登記ホームページ <https://www.j-front-retailing.com/>)

株主名簿管理人
 特別口座の
 口座管理機関
 同連絡先

三菱UFJ信託銀行株式会社
 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
 東京都府中市日鋼町1-1
 電話:(0120)232-711(通話料無料)
 郵送先:〒137-8081
 新東京郵便局私書箱第29号
 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部

- (ご注意) 1. 株主様の住所変更、買取請求その他各種手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
2. 特別口座に記録された株式に関する各種手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取次ぎいたします。

将来の見通しに関する注意事項

本誌における記述は、2020年10月23日現在入手可能な情報に基づき作成しています。なお、店舗開業予定など将来に関する記述は、様々な要因の変化により変更される場合があることをご承知おきください。



くらしの「あたらしい幸せ」を發明する。
J. FRONT RETAILING

株主 通信

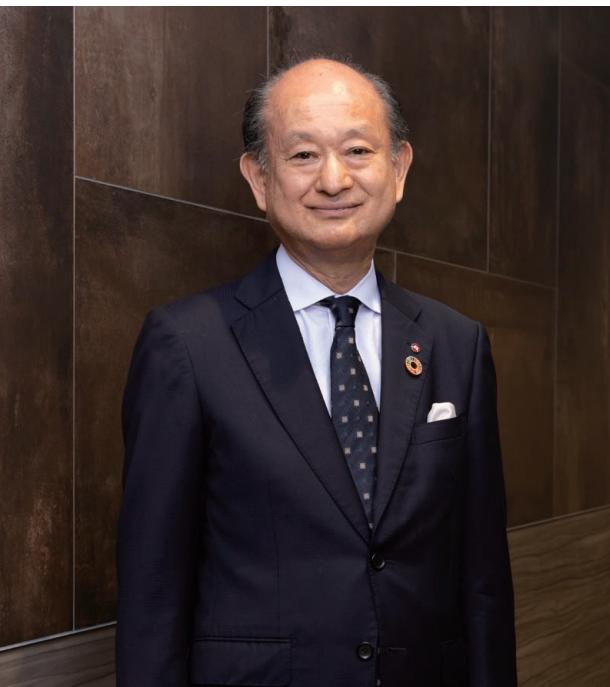
2020年度 第14期中間期
 (2020年3月~2020年8月)

J.フロントリテイリング株式会社

証券コード:3086

くらしの「あたらしい幸せ」を發明する。





危機を乗り越え、 早期の“完全復活”を目指します。

取締役 兼 代表執行役社長

好本 達也

株主の皆様には、日頃より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。
新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様、および関係者の皆様に
謹んでお見舞いを申し上げますとともに、医療従事者の皆様など感染拡
大防止にご尽力いただいているすべての皆様に深く感謝申し上げます。
本年度上期業績は、百貨店およびパルコにおいて約1ヵ月半から2ヵ月
にも及び店舗の休業を余儀なくされるなど、コロナ禍で経営環境が激変
したことにより極めて厳しい結果となりました。依然、先行きは不透明で
すが、お客様、お取引先様を含む従業員の安全・安心を確保しながら業績
改善に全力で取り組んでいきます。

ピンチを「改革」の契機に

外出自粛や移動制限などの制約を受けた経験からは、多くの
気づきもありました。我々のビジネスは「密をつくる」こと
で成り立ってきたとも言えますが、リアル店舗の商売に偏重
した事業構造が、いかに脆いものかを思い知らされたのです。
従業員もみな、危機意識を持ちました。見方を変えれば、こ
うしたピンチは変革のチャンスです。一例ですが、お客様とショ
ップをビデオ通話でつないだリモート販売に挑戦するなど、
新たな取り組みを積極的に導入するようにしています。

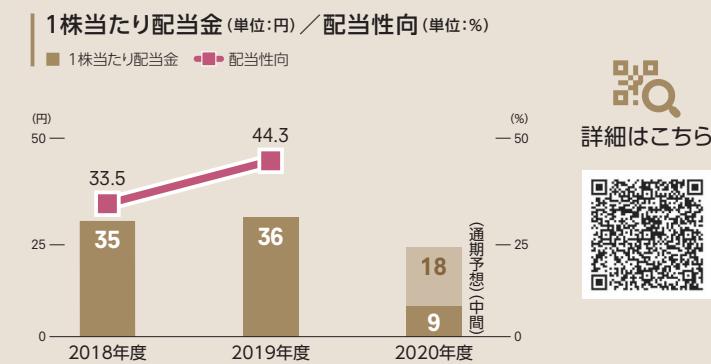
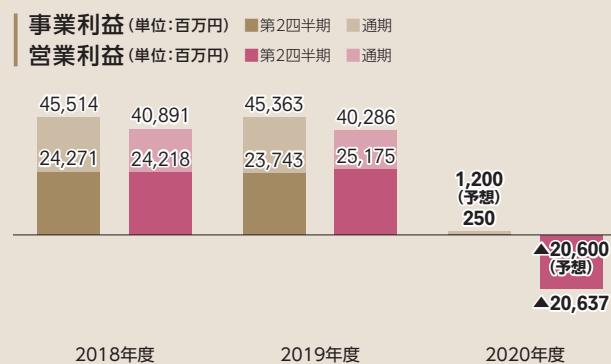
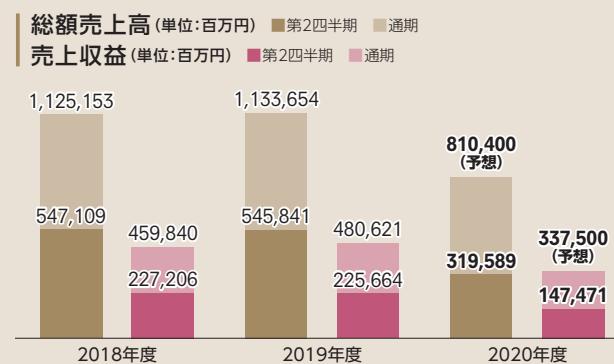
安心・安全を最優先しながらコロナ禍を生き抜くには、デ
ジタルを活用し、「密をつくらない」ビジネスへの取り組みを
強化する必要があります。これまでデジタルはリアルの補完
という位置づけでしたが、今後はデジタルを中心に据え、リア
ルの強みを活かさなければなりません。変化への対応力が
試されています。

これからの注目トピックス

日々の事業活動で「新しい生活様式」への対応を進めるな
か、下期には当社グループにとって大切なイベントを迎えます。
「心齋橋PARCOの開業」と「大丸松坂屋カードのリニューアル」
です。

「心齋橋PARCO」は本年11月に開業しますが、ファッション
ビルや百貨店の枠を超えた新たな都市型複合ビルを目指して
います。コロナ禍を通じ、生活必需品ばかりではなく、生活の
彩りや新しい自分との出会い、心の豊かさを提供することが
当社グループの役割であると再認識しました。「心齋橋
PARCO」を新しい生活への刺激・感動の起爆剤にしたい、そ
のような想いを抱いています。隣接する大丸心齋橋店本館と
一体となって、心齋橋を訪れる様々なお客様に新しい価値観や
体験を提供するとともに、ポイントの相互交流など施設全体を
回遊していただく仕組みも取り入れながら、地域の賑わい創出

連結財務ハイライト



※当社グループは、2018年2月期より国際会計基準(IFRS)を適用し、IFRSに準拠し開示しています。



詳細はこちら

に取り組んでいきます。

大丸松坂屋カードのリニューアルは来年1月中旬に実施します。大丸松坂屋カードは発行以来12年間、大幅な見直しをしていませんでしたが、このリニューアルは改めてカードの魅力を追求め、会員様の生活に寄り添った1枚へ生まれ変わろうという計画の第一歩です。当社グループは小売業の枠を超えた「マルチサービスリテイラー」を目指し、クレジット金融事業の拡大に取り組んでいますが、その中期的な成長の鍵を握っています。カードの魅力化を図ることで、従来の会員様の利便性向上はもとより、若年層を含めた新たな顧客層の獲得にも取り組んでいきます。

“完全復活”と“再成長”に向けて

当社グループが早期に“完全復活”を果たし、ステークホルダーの皆様の期待にお応えする“再成長”を実現していくため、

3つのことに重点化し、スピードを上げて取り組みます。1つ目は構造改革、2つ目はデジタル・トランスフォーメーション(DX)、3つ目がパルコとのシナジー創出の本格化です。これらを必ず「やり切る」ということが、コロナ禍を生き抜く必須条件であるのと考えています。

構造改革では、ビジネスモデルの転換を加速させ、組織・要員構造改革を実行します。特に百貨店においては、大丸心斎橋店で具現化したビジネスモデルの転換を他の店舗についても推進していきます。また、抜本的な生産性向上のため、業務プロセス全体も見直します。不採算店舗・事業の厳格な見極めやグループ内の事業再編にも取り組み、迅速に経営効率の向上を図るとともにポートフォリオ改革を果敢に進めていきます。

DXでは、我々の強みであるリアル店舗とデジタルを融合させて、新たな「体験の場」の創造を目指します。単なるオンライン取引の拡大やデジタル化の推進ではなく、ハイタッチな接客

サービスやわくわくするコンテンツをオンラインに再現するような、お客様と売場を“体温”でつないだデジタル・プラットフォームを構築する。これこそ、当社グループが目指すDXの柱です。さらに、購買情報や行動ログなどをデータとして蓄積・活用することで、お客様とのコミュニケーションの深化や新たなコンテンツの開発につなげていきます。

シナジー創出では、大丸・松坂屋とパルコの本格的な融合が「心斎橋PARCO」を皮切りにスタートします。取引先チャネルを相互に活用したり、エンタテインメントに代表されるようなパルコ独自のコンテンツを百貨店へ展開したりするなど、店舗の魅力化とブランド力の向上を進めていきます。不動産事業はパルコに一元化し、中長期的な成長を担う中核事業としてデベロッパ事業としての発展・成長を目指します。

この3つの重点取り組み課題を「やり切る」ことで、当社グループはこの未曾有の危機を、必ず乗り越えられると確信しています。その実現に向けては、「融合」が一つのキーワードです。それは「リアルとデジタルの融合」であり、完全子会社化したパルコと百貨店、関連各社の「グループとしての融合」です。この「融合」を妥協のない高次元で成し遂げ、一層の変化対応力を備えた強靱なポートフォリオを構築します。

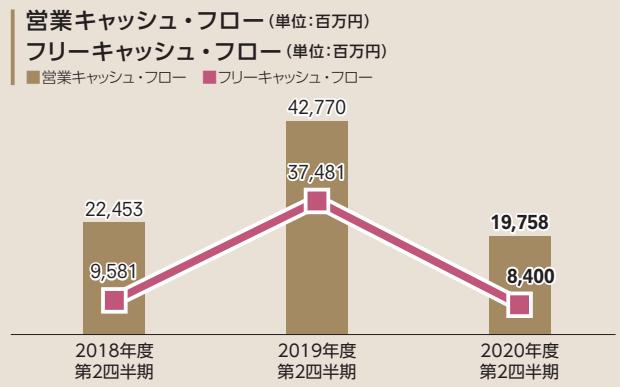
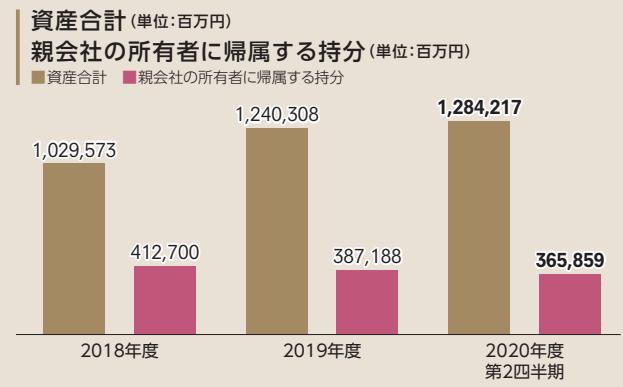
この社はに立ち返り、日々の事業活動を愚直に実践したことが、今日に繋がっているものと確信しています。

今はまさに「有事」です。この状況下で、私が社長としてバトンを引き継いだことに、運命めいたものを感じています。これだけ環境が激変したのですから、マインドのリセットが必要です。いずれ元に戻るといった安易な考えで、従来のやり方に固執するのはリスクそのものであるとの認識です。



コロナ禍の収束後がどのような世界なのか、まだ誰も見通せないでしょう。我々の存在価値は、そうした社会の変化に向き合い、解を探し、提供し続けることにあります。時代が加速度的に変化している今は、当社グループの新しいあり方を模索する好機です。この危機をステークホルダーの皆様とともに乗り越え、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、全力で取り組みたいと考えます。

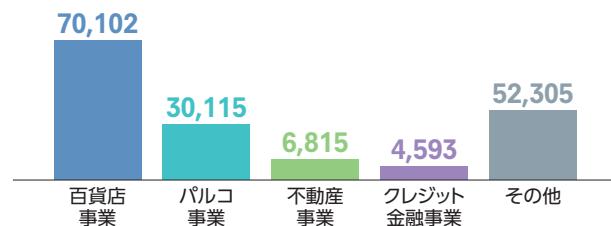
連結財務ハイライト



最後に

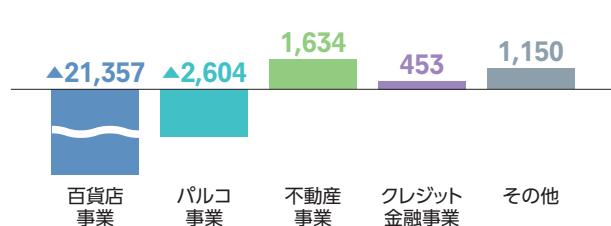
当社グループは創業以来、300年、400年という歴史の中で数々の危機に遭遇してきました。そうした危機に直面するたびに、「先義後利(義を先にして利を後にするものは栄える)」と

セグメント別売上収益



※ セグメント別売上収益・営業利益ともにセグメント間の内部取引を含んでいます。

セグメント別営業利益



国際会計基準 (IFRS) への移行に伴い、これまでの当社業績等との比較可能性を考慮し、2017年2月期まで適用しておりました日本基準 (J-GAAP) の売上高の概念に近い「総額売上高」及び従来の営業利益の概念に近い「事業利益」を独自の「参考数値」として公表しています。



不動産事業

参考数値 | 総額売上高 ▶ 6,815百万円 (対前年増減率 ▲23.2%)
事業利益 ▶ 1,924百万円 (対前年増減率 ▲42.9%)

- ▶ 臨時休業期間の受取固定賃料減免措置や、営業再開後の歩合賃料減少の影響を受けて減収。
- ▶ 各利益とも黒字であったが、上記減収影響により事業減益。前年に不動産売却益を計上したことの反動により営業減益。

売上収益 (単位:百万円)



営業利益 (単位:百万円)

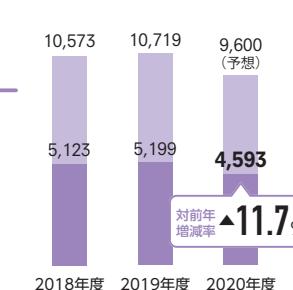


クレジット金融事業

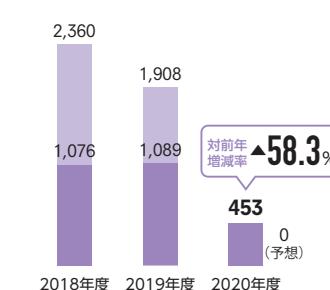
参考数値 | 総額売上高 ▶ 5,212百万円 (対前年増減率 ▲11.6%)
事業利益 ▶ 446百万円 (対前年増減率 ▲58.0%)

- ▶ 新型コロナの影響により、百貨店を中心とする取扱高が減少し減収。
- ▶ コストの圧縮により各利益とも黒字であったものの、減収影響を受けて減益。

売上収益 (単位:百万円)



営業利益 (単位:百万円)

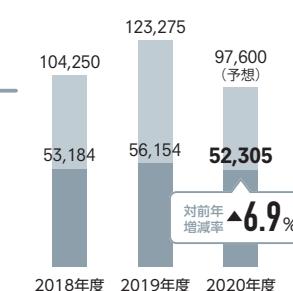


その他

参考数値 | 総額売上高 ▶ 53,236百万円 (対前年増減率 ▲10.9%)
事業利益 ▶ 1,701百万円 (対前年増減率 ▲18.7%)

- ▶ 建築事業は増収増益であったものの、人材派遣事業においてコロナ禍に伴う派遣先企業の営業自粛影響が大きく、減収減益。

売上収益 (単位:百万円)



営業利益 (単位:百万円)

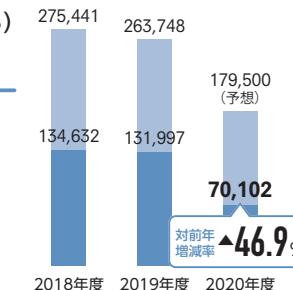


百貨店事業

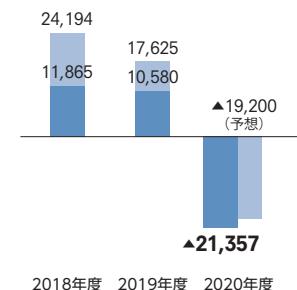
参考数値 | 総額売上高 ▶ 189,790百万円 (対前年増減率 ▲46.5%)
事業利益 ▶ ▲4,416百万円 (対前年増減率 —)

- ▶ 緊急事態宣言に伴う臨時休業や、営業再開後も続く外出自粛傾向から入店客数が大幅に減少し、基幹店を中心に減収。
- ▶ 設備投資や管理可能経費の削減などコスト圧縮の追加措置を行ったものの、売上の減少影響が大きく、減益。

売上収益 (単位:百万円)



営業利益 (単位:百万円)

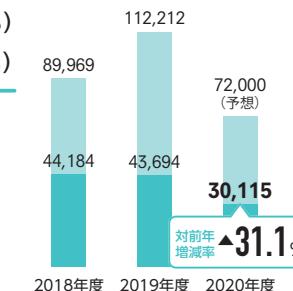


パルコ事業

参考数値 | 総額売上高 ▶ 83,472百万円 (対前年増減率 ▲40.9%)
事業利益 ▶ 1,517百万円 (対前年増減率 ▲71.8%)

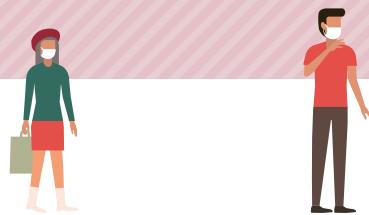
- ▶ 新型コロナによる休業影響に加え、営業再開後もパルコ店舗のテナントに対して賃料の条件緩和を行ったことなどにより減収。
- ▶ 宣伝費などのコスト圧縮により事業利益は黒字となったものの、収入減が影響し各利益とも減益。

売上収益 (単位:百万円)



営業利益 (単位:百万円)





コロナ禍における当社の取り組み

新型コロナウイルスの世界的な感染拡大は、リアル店舗のビジネスを中心とする当社グループに大きな影響を与えることとなりました。そのような状況下で何よりも優先しているのは、お客様・お取引先様を含む従業員の安全と安心、そして企業の存続です。この未曾有の危機をステークホルダーの皆様とともに乗り越えていけるよう、変化に対応した様々な取り組みを進めています。

1 お客様への取り組み

百貨店やPARCOの店舗では、3月から営業を縮小、緊急事態宣言発令後は全店を休業しました。宣言の解除後は感染防止策を講じたうえで段階的に営業を再開、6月中旬からは順次、通常営業体制としました。

営業再開以降は、夏のクリアランスセールをブランドごとに分散開催したり、オンラインの販売やイベントを強化したりと、安全・安心への配慮を最優先しつつ、新しい生活様式に即したサービスの提供に努めています。



PARCO STAGE @ONLINE

PARCO劇場は、オンラインで演劇の魅力を伝えるプロジェクトを始動。7・8月には、PARCO劇場オープニング・シリーズの「大地 (Social Distancing Version)」をライブ配信しました。



北のグルメ
ハンター本田が
とっておきの
北海道グルメを
スペシャルプライスで
ご紹介します！

北海道DO the LIVE!

大丸・松坂屋では、ライブコマースを活用した食品販売に挑戦。駐在バイヤーがとっておきの北海道グルメを紹介しました。

2 お取引先様への取り組み

3月から5月にかけて休業など営業縮小を余儀なくされた際、お取引先様にも店舗の運営にご協力いただきました。この間の営業状況や極めて厳しい社会環境を鑑み、当社グループは、定期貸借契約でご出店いただいているお取引先様へ、一定の基準を定めて家賃減免の対応をしています。このほか、WEBを活用した営業支援にも取り組みました。

「パルめし」プロジェクト

渋谷PARCOは、時短営業や席数削減など感染防止策の営業面への影響が特に大きい「飲食店」のため、パルコが運営するクラウドファンディング「BOOSTER」を活用した運営支援（プレミアム付き食事券の事前購入など）を行いました。



「もったいない、からはじめよう」オンラインショッピング

大丸・松坂屋では、8月に「食品ロス」削減施策を実施。コロナ禍で販売機会が減り、在庫過多になってしまった商品の購買促進も行いました。



3 従業員への取り組み

国内感染初期段階の1月後半から感染予防策の徹底に取り組みました。店舗では、店頭に限らず、従業員食堂や休憩所、ロッカーにおいても万全の体制を整えています。事務部門のほとんどの従業員はモバイルPC導入などにより環境が整備されていたため、スムーズにテレワークへ切り替えられました。本年度の新入社員も、WEB会議システムなどで研修を行っています。

新しい時代の働き方として、今後も従業員の安全な職場環境の構築を推進します。





心齋橋エリアに新たなランドマーク誕生 「心齋橋PARCO」オープン

PARCOとして全国18店舗目、約9年ぶりの大阪・心齋橋への出店となる「心齋橋PARCO」が、本年11月20日に開業します。地下2階から地上14階に屋上階を含めた16フロア+屋上からなるこの店舗は、「渋谷PARCO」、「名古屋PARCO」と並び東名阪の基幹店の位置づけです。

コンセプトは「NEW COMPLEXビル」。ファッションビルと百貨店の枠を超え、さらに大型専門店やシネマコンプレックス、多目的ホール・イベントスペースを加え、従来の商業施設を超えた複合ビルとして誕生します。「モノとコト」、「日常とアート」、「リアルとテクノロジー」がボーダレスに交わる、新しい都市型

PARCOです。

当社グループとしては、地域とともに成長するビジネスモデル「アーバンドミナント戦略」の具現化を、昨年9月開業の「大丸心齋橋店本館」とともに推進していくビルとなります。隣接する大丸心齋橋店本館とは、地下鉄コンコース、大宝寺通りに加え、地上2階から10階の連絡通路で繋がります。心齋橋店限定でPARCO・大丸双方のハウスカードを利用した相互ポイントサービス企画を実施し連動を図るなど、心齋橋を訪れる様々なお客様へ、互いの強みを活かして新しい価値観やコト・体験をご提供していきます。



©Takenaka Corporation

重視した4つのテーマ

コロナ禍の時代だからこそ、自分らしさを大切にしたい人々へ、こだわりや彩りのある〈モノ〉や〈コト〉、感性を刺激する〈アート／カルチャー〉を、〈テクノロジー〉を駆使して伝達・表現していきます。

具体例としては、ギャラリー・配信スペースを併設したコミュニティ型ワーキングスペースや、体験型アミューズメント・アニメなどを集積したポップカルチャーのフロアが挙げられます。また、旧大丸心齋橋劇場およびイベントホールは「SPACE14」、「PARCO EVENT HALL」へと生まれ変わり、渋谷発の演劇・映画・音楽・アート／カルチャーなど、パルコの文化情報発信の西の拠点を担います。



4階ワーキングスペース「SkiMa (スキーマ)」

「伝統と革新」のリノベーション



吹き抜け空間



各階パブリックアート

大丸心齋橋店旧北館からPARCOへのリニューアルでは、既存ビルの伝統性や、大丸心齋橋店本館を合わせた景観の調和を重視したほか、新たな「アート表現の場」づくりに取り組んでいます。ダイナミックな吹き抜け空間の演出や、“アートをもっと身近に”をテーマにした各階のパブリックアートもお楽しみいただけます。

新型コロナウイルス感染拡大防止への取り組み

ソーシャルディスタンス

密となりやすい開業直後は、入店に関して事前日時予約制とさせていただきます。詳しくはHPをご覧ください。

「心齋橋PARCO」HP ▶



一部フロア開業時期の変更

レストランおよび映画館については、開業時期を変更して対応させていただきます。

- 地上13階 御堂筋ダイニング …………… 2021年1月予定
- 地下2階 心齋橋ネオン食堂街 …………… 2021年3月予定
- 地上12階 シネマコンプレックス …………… 2021年初春予定

「名古屋・錦三丁目25番街区開発」が進展

栄地区の再開発において、名古屋市、三菱地所㈱を代表とする事業候補者グループと協議を重ね、本年7月、3者が協調して事業を推進するための基本協定を締結しました。

地下4階、地上36階、高さ200メートルの建物で、当社グループは地下2階から地上4階に高級感のある商業専門店事業を展開します。竣工・開業は2026年の予定です。松坂屋名古屋店、名古屋PARCOなどとの相乗効果で、エリアの魅力向上を目指します。



新ポイントプログラム「QIRA[キラ]ポイント」誕生 2021年1月中旬にリニューアル予定の大丸松坂屋カードに導入

QIRA POINT

QIRAポイントは、大丸松坂屋カードのクレジット利用でポイントが貯まる新しいポイントプログラムです。大丸・松坂屋でクレジット利用すると、大丸・松坂屋のポイントとQIRAポイントの2つのポイントが貯まります。優待セールや特選ブランド、大丸・松坂屋以外のVisa/Mastercard加盟店でのクレジット利用でもQIRAポイントが貯まり、貯まったQIRAポイントは、大丸・松坂屋のポイント、その他の提携ポイント、バリエーション豊富なモノコトや商品券に交換することができます。今後は当社グループ内の他ポイントやアーバンドミナントエリア内の店舗でも使えるクーポンにも交換ができるようになる予定です。QIRAポイント、そして大丸松坂屋カードのリニューアルに関する追加・詳細情報については、決定次第改めてお知らせします。



「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 人びとと共に、地域と共に、環境と共に



心齋橋・ESGモデル店舗を核とした街づくり

昨年9月に開業した大丸心齋橋店本館は、当社グループを代表するESG推進のモデル店舗です。CO₂削減やバリアフリーへの対応など、全てのお客様に優しい店づくりをしています。加えて、開業から本年1月までの動向を見ると、総取扱高が前年に比べ15%増、入店客数は11%増、若年層(25歳~34歳)の売上が4割伸びるなど、新たな価値の提供や賑わいの創出に成功したといえます。

その隣へオープンする心齋橋PARCOも、全館100%再生可能エネルギーを活用する環境に優しい施設となります。大丸本館と合わせて約80,000㎡の商業施設により、さらなる街の魅力化へ努めていきます。



大丸心齋橋店 本館

クラウドファンディングBOOSTERで地域事業者を応援 「しずおかMIRUIプロジェクト」採択案件が続々と資金調達・PRに成功

本年1月、静岡県内事業者の挑戦・困りごとの解決を応援する「しずおかMIRUI(みらい)プロジェクト」を発足させました。これは、クラウドファンディング「BOOSTER」に掲載した事業者を、静岡PARCO/松坂屋静岡店/静岡新聞社・静岡放送が、店舗・SNS・メディア媒体などを通じて宣伝協力するもので、採択した6案件がすべて目標達成しています(8月末現在)。

パルコが運営するクラウドファンディングサービス「BOOSTER」は、本企画のノウハウを活用し、他の地域でも事業者の支援やPR協力に取り組んでいきます。



プロジェクト例：静岡の老舗こんにゃく店が、低カロリー、低糖質の「こんにゃくヴィーガンハンバーグ」の開発に挑んだ



静岡PARCO(上)と松坂屋静岡店(下)の来店者に採択プロジェクトをパネルなどで紹介し、クラウドファンディングサイトに誘導

株主様ご優待情報

当社は、毎年2月末日現在で100株以上ご所有の株主の皆様に対し、株式会社大丸松坂屋百貨店および関係百貨店(全国17店舗)でご利用いただける「大丸・松坂屋 お買い物ご優待カード」および株式会社パルコの各店の店頭でご利用いただける「パルコお買い物ご優待券」を5月中に発行いたします。

また、毎年8月31日時点の株主名簿において新たに100株以上のご所有を確認できた新規株主の皆様につきましては、11月中に発行いたします。

ご優待カードならびにご優待券の有効期間は、5月・11月発行ともに、お届け日より翌年5月31日までです。



株主様ご優待情報の詳細は当社ウェブサイトよりご覧いただけます。



当社ウェブサイトでは
個人・機関投資家をはじめとする
ステークホルダーの皆様に向けた情報を
随時掲載・更新しております。是非ご覧ください。
<https://www.j-front-retailing.com/>



優待Ⅰ 大丸・松坂屋でのお買物が ご優待カードのご利用で、10%OFF!

- 一部割引対象外の商品がございます。
- ご所有株式数と継続保有期間に応じて、年間ご利用限度額が設定されています。
- 有効期間は、新カードお届け日から翌年5月31日までです。

優待Ⅱ 有料文化催事へ、 無料入場!

大丸・松坂屋 および パルコ各店(渋谷・名古屋・福岡ほか)で開催する有料文化催事へ、ご優待カードのご提示により、ご持参人およびご同伴者1名様に限り、無料でご入場いただけます。

- 一部の有料文化催事ではご優待の対象外となる場合がございます。

優待Ⅲ パルコでの現金によるお買物が、 「パルコお買い物ご優待券」のご 利用で税込2,000円ごとに100円OFF!

- 一部割引対象外の商品がございます。
- パルコの店頭でご利用いただけるご優待券40枚綴りを発行いたします。
- 8月31日現在の新規株主様のみを対象に発行する「パルコお買い物ご優待券」は、20枚綴りいたします。
- 有効期間は、ご優待券お届け日から翌年5月31日までです。

会社概要

商号	J. フロント リテイリング株式会社	設立	2007年9月3日
(英文表示)	J.FRONT RETAILING Co.,Ltd.	資本金	31,974,406,200円
事業内容	百貨店業等の事業を行う子会社 及びグループ会社の経営計画・管理 並びにそれに付帯する業務	決算期	2月末日
本店所在地	東京都中央区銀座六丁目10番1号	従業員数(連結)	6,680名(2020年8月31日現在) (注)上記従業員のほかに、専任社員が1,767名、有期雇用の嘱託及びパートナーが1,407名おります。

役員

取締役		指名委員会			監査委員会			報酬委員会		
山本良一	取締役会議長	○			○					
堤 啓之					○					
村田 荘一					○					
石井康雄	独立社外取締役	◎						○		
西川晃一郎	独立社外取締役				◎					
内田 章	独立社外取締役	○						◎		
佐藤りえ子	独立社外取締役				○					
関 忠行	独立社外取締役				○					
矢後夏之助	独立社外取締役	○						○		
好本達也	代表執行役社長	○						○		
澤田太郎	執行役専務									
牧山浩三	執行役専務									
若林勇人	執行役常務									

◎は委員長

執行役	
好本達也	代表執行役社長※
澤田太郎	執行役専務※ 株式会社大丸松坂屋百貨店 代表取締役社長 兼 株式会社大丸松坂屋セールスアシエーツ 代表取締役社長
牧山浩三	執行役専務※ 株式会社パルコ 代表取締役 兼 社長執行役員
若林勇人	執行役常務※ 財務戦略統括部長 兼 株式会社パルコ 取締役
平野秀一	執行役常務 経営戦略統括部長 兼 リスク管理担当 兼 株式会社大丸松坂屋百貨店 取締役
柚木和代	執行役常務 関連事業統括部長
有澤 久	執行役常務 人財戦略統括部長 兼 業務統括部長 兼 コンプライアンス担当
中山高史	執行役 グループデジタル戦略統括部長 兼 デジタル推進部長
今津貴博	執行役 経営戦略統括部 経営企画部長 兼 グループ広報推進部長 兼 あたらしい幸せ発明部長
岩田義美	執行役 財務戦略統括部 主計・経営助成部長
小野圭一	執行役 財務戦略統括部 構造改革推進部長
二之部 守	執行役 JFRカード株式会社 代表取締役社長
近藤保彦	執行役 株式会社J.フロント建築 代表取締役社長

※は取締役を兼務