

IMPACT 01

将来世代の未来を共に創る

一つ目のテーマが、将来世代の未来です。気候変動により、刻一刻と私たちの未来、地球環境が破滅に向かっていきます。これがほかのいかなるものを望む前に解決すべき喫緊の課題です。私たちはその中で、グリーンリカバリーを成す2点、「脱炭素社会」と「サーキュラーエコノミー」を実現するための選択肢を社会に提示することで、将来世代が不安を抱くことなく過ごせる地球環境を未来に残します。



SHAPING A BETTER FUTURE FOR FUTURE GENERATIONS

DIALOGUE 02 — SAORI IWANO — PETER DAVID PEDERSEN

余白の未来を想像し、閉鎖的な未来を超えていく

30センチ以上あった毛髪を坊主にし、論文「気候変動×坊主—坊主は気候変動対策になりうるか—」を著した現役高校生にして、環境活動家の岩野さおりさん。一人ひとりの理想も多様であり、髪が長くて女の子らしい女性が魅力的とは限らない。そう語る岩野さんに、究極のサステナビリティを追求する当社社外取締役のピーダーセンが迫ります。

岩野 さおり | Saori Iwano

2003年、東京都生まれ。高校3年生。学生環境活動団体Fridays For Future Japan/Tokyoの中心メンバーを務める。一方で、分散型エネルギーの研究や、30センチ以上あった毛髪を切り実証実験を行った論文「気候変動×坊主—坊主は気候変動対策になりうるか—」を書くなど、異色のZ世代環境活動家。

ピーターD.ピーダーセン | Peter David Pedersen

1967年、デンマーク生まれ。日本を代表する大手企業の事業・環境・CSR戦略などに携わり、LOHASを日本に紹介。現在は特定非営利活動法人ネリスの代表理事として「次世代リーダー」の育成に尽力。このほか、学校法人大学院大学室善館専任教授。2021年6月より、丸井グループ社外取締役。

環境活動を始めたのは、大人たちの矛盾を強く感じたから

ピーダーセン：私は、これまで25年間、日本の大企業と仕事をしてきましたが、サステナビリティを考えないイノベーションを、ガラクタイノベーションと呼んでいます。イノベーションは新しい価値を生み出しますが、経済的価値のみを追求し環境を破壊していたら、そのようなイノベーションは無意味です。岩野さんから見た日本の企業は、どんな存在で、どのように映っていますか。

岩野：企業にもよるのですが、既存のシステムの中でビジネスを運営していくことしか考えていなくて、自社の将来像が完全に現状ベースのままに設計

されているように感じます。日本の企業はイノベーションという言葉をすごく使いますが、現在のシステムやビジネスを延命するためのイノベーションになっていることが多いと思います。

ピーダーセン：まったく同じ思いです。既存のシステムの中にいるプレイヤーは、システムの囚人になっているので、そのゲームの中でやらざるを得ないのでしょう。それで、岩野さんの今の活動について教えていただきたいのですが、実際、どのようなことをされていますか。

岩野：私は、学生団体Fridays For Future Japan/Tokyoの活動を2019年から現在まで続けています。活動の内容は、気候変動問題の解決を呼びかけるムーブメントです。現在は新型コロナウイルスの



影響で、SNS上での気候変動への対策を求めるオンラインアクションや密集しない形でのアクションを行っています。また、政府や企業セクターとのかわりも持ちながらの政策提言や、先進的な企業の方々とも協働しています。アジアの環境アクティビストともコネクションを築いたり、COP(国連気候変動枠組条約締約国会議)に向けた動きもするなど、形を変えながら活動をしています。

ピーダーセン: 私はデンマーク生まれですが、10歳の時に親と一緒に原子力発電導入反対のデモ行進に参加した経験があります。デモがきっかけでデンマークは風力発電に切り替わりました。行動することの大切さを知った初めての経験でした。岩野さんは、今の活動をどうして始めようと思ったのですか。

岩野: 私が中学3年生の時に、当時12歳だったセヴァン・スズキさんがリオデジャネイロの地球サミットで語った「あなたが世界を変える日」という伝説のスピーチを聴いて、大人たちが私たちに求めている正義と、実際の行動とのギャップを訴えるスズキさんの演説に強い印象を受けました。そんな気持ちでいる時にちょうど、グレタ・トゥーンベリさんがスウェーデンで気候変動のアクションを始めたのを知りました。グレタさんのメッセージも「なぜ大人は私たちにこれはやっては駄目だというのに、大人はそれを破りバリ協定では整合しない態度を取っているのか」と、同じ問題提起をしていました。この二人の印象がすごく重なったのです。自分も当時15歳だったので年齢も近く、何か動かなくてはと思ったし、大人たちの矛盾を強く感じたので、すぐ活動を始めました。

私たち将来世代が企業のインパクトに意見を伝えていくことが重要

ピーダーセン: 岩野さんはおもしろい論文を書かれていますとか。

岩野: 髪を切ることでどういう気候変動対策になりうるかという論文ですね。私はそのために坊主にしたんです。もともと髪は30センチ以上あったのですが…。

ピーダーセン: それはすごいですね。どういった結果が得られたのですか。

岩野: 入浴時の水やガスの利用、ヘアドライヤーの使用率の観点で仮説を立てて、実際に自分で計測をしてどういうインパクトがあったのか、他の選択肢と比較をしました。すると、坊主にすることで中程度の緩和策になるということがわかったんです。

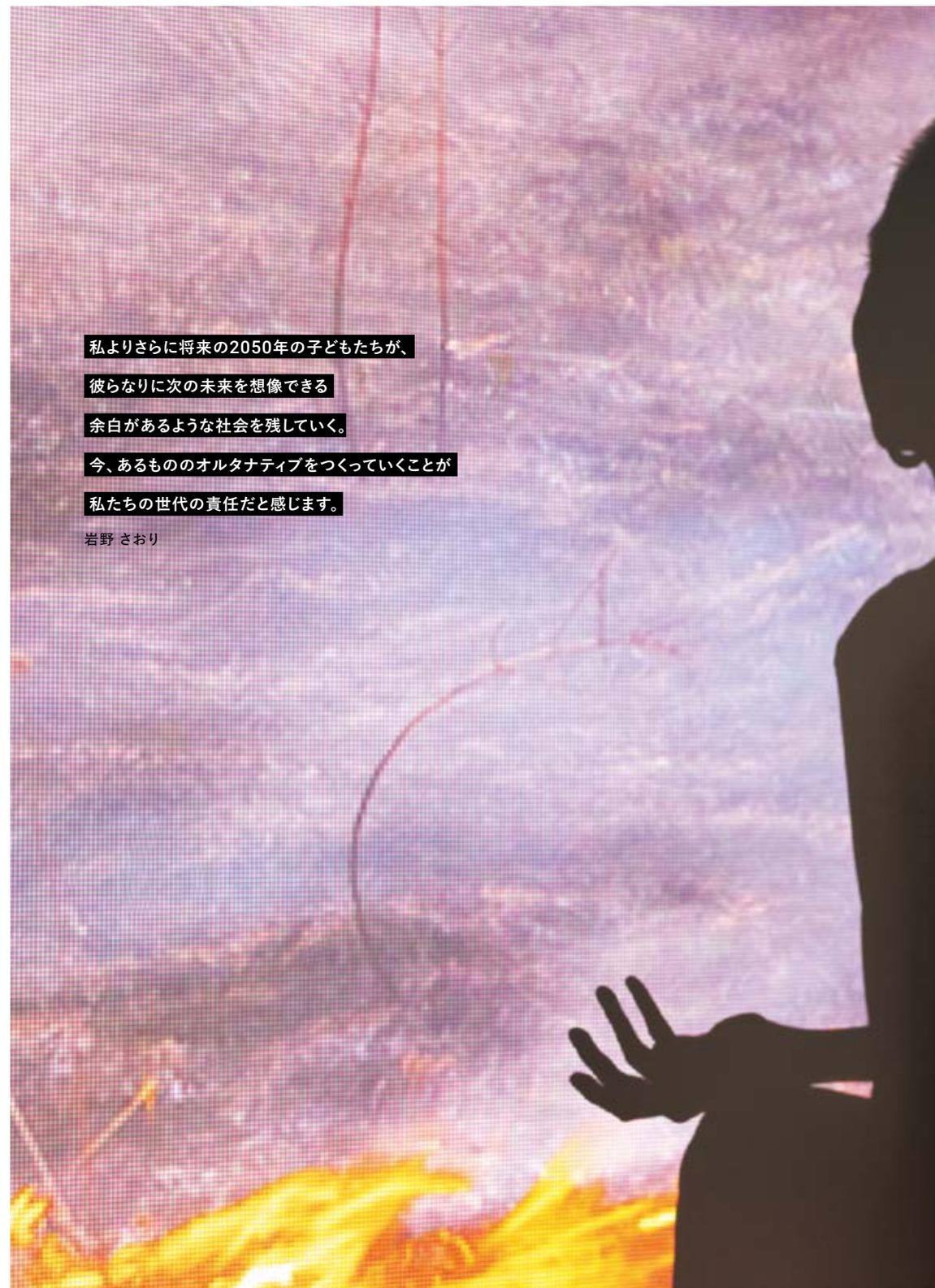
ピーダーセン: 岩野さんくらいの年代は化粧とか、おしゃれとかに興味を持つと思うのですが、坊主にしたことへのまわりの反応はどのような感じでしたか。

岩野: よく質問されるんですけど、坊主だからこそ「なんでこの髪型にしたの?」と話しかけてくれるので、それをきっかけに気候危機の話ができるんです。あと、必ずしも「髪が長くて女の子らしい」女性が魅力的とは限らないじゃないですか。今の時代は一人ひとりの理想も多様になってきているのではないかなと。

ピーダーセン: 確かに「髪が長い」ことが「女の子らしい」というのは、ダイバーシティの価値観に反する古い先入観ですね。ところで、社会にインパクトを起こしていくためには、企業の力がどうしても必要ですが、岩野さんは、どう考えていますか。

岩野: 企業が持つインパクトはとても大きいので、将来世代の意見を伝えていくことが必要だと思います。企業は収益的なビジョンを掲げていますが、将来世代は課題解決のビジョンを持っています。この二つを社会全体のビジョンとして共有し、そこに向かっていくパートナーとしてお互いを認識することが必要です。例えば、『人新世の「資本論」』(集英社新書)という本があります。今の資本主義の問題点を鋭く突き、そのうえで著者のビジョンとしてオルタナティブ(もう一つの選択肢)が提示されています。私は著者の齋藤幸平さんと何度かお話をさせていただきましたが、本書では、まだそこにいたるプロセスが明確ではないとのことでした。私は、どのように新しいシステムをつくり、移行していくのかという部分は、企業をはじめとするルールメーカーが担っていくと思っていて、私たちみたいな将来世代が、それらのビジョンを共有しつつ、そのプロセスにちゃんとコンタクトできることがすごく重要なのだと思います。

ピーダーセン: 米国の未来学者ヘイゼル・ヘンダーソンは、マネー・エコノミーに対してラブ・エコノミーを提唱しています。マネーを稼ぐことと、慈悲心をはかることや社会貢献、これまでは連動することの



私よりさらに将来の2050年の子どもたちが、

彼らなりに次の未来を想像できる

余白があるような社会を残していく。

今、あるもののオルタナティブをつくっていくことが

私たちの世代の責任だと感じます。

岩野 さおり

ない別々のものでした。しかし近年、徐々にソーシャル・パーパスを持った企業が出始めてきています。**岩野**：これからは、インターセクショナリティ*が大きくなってくると思っています。丸井グループさんは、ステークホルダーを大切にされていますが、インターセクショナリティは、ステークホルダーの価値の考え方と整合してくると思うのです。

ピーダーセン：ある意味で、マネー・エコノミーとラブ・エコノミーが重なり、インターセクショナリティの境界線が重なってくる。企業はNPOと協力して、それぞれの強みを活かしていくことで通気性を良くし、NPO的企業になっても良いと思います。

岩野：ビジネスが成り立つには、そこに携わる人だったり、消費者だったり、地域だったりポイントになるので、三方よしの考え方は、脱炭素の文脈でも重要だと思います。丸井グループさんも消費の形をつないだりして、地域に還元したり、その地域で

脱炭素の方向へ一緒に向かっていけるように、リーダーシップを取っていくことが重要です。

*人種、性別、性自認など、複数のマイノリティ要因を抱える人が直面する差別の実態のこと。

求められるのは、課題解決だけの ビジネスを超えた新たな価値観

ピーダーセン：私は消費において、これまでのトレードオフからトレードオンへの選択に変わることが、究極のサステナビリティであると考えています。経済を優先し、環境やサプライチェーンを犠牲にするトレードオフではなく、インクルーシブやサーキュラーが当たり前となる選択肢の提供であり、それはライフスタイルの革新です。そのうえで、私がやりたいことの一つは、日本における「消費の代替」と「暮らしの革新」です。

岩野：サステナビリティやエシカルは教育の中でも取り入れられており、高校生の意識も高まってきていますが、やはり、課題解決の域を超えてない部分があります。例えば、貧困や搾取の問題があるから、その解決としてのフェアトレードという選択肢があり、気候危機の問題があるから、脱炭素の選択肢がある。これからは、そのうえで課題解決だけのビジネスじゃなくて、新しい価値観を提示して、そっちの方に導いていこうなビジネスや商品のあり方が求められていると思います。新しく、より良い選択肢を提示してもらえることで、そこで気づきがあったり、出会いが生まれたりする可能性があります。そこは課題解決型とは違うと思うのです。

ピーダーセン：丸井グループも消費を喚起している会社だから、その商品の中身を代替していかなければいけません。そのシフトをどうするのか。岩野さんは、消費のあり方をどうとらえていますか。

岩野：私はあまり店で買い物をしません。今着ている服も従姉妹にもらった古着です。これからは、消費的な感情を促進するようなアプローチはそぐわず、ベターなチョイスを示すための消費に可能性があると思います。モノがつくれた背景など、そのストーリーを消費者が理解し、購入することができたらすごい。作り手の気持ちを知っていることで、使う時に相互作用が生まれ、これを買って良かったと思える実感につながっていくと思うからです。

包括的視点には、意思決定の場 に多様なセクターが入ることが必要

ピーダーセン：丸井グループは、新中期経営計画でインパクト目標を設定しました。岩野さんは、丸井グループのこの取り組みをどう思いますか。

岩野：そういう意思決定の場に、ピーダーセンさんや、いろいろなセクターの人が入っていることは、包括的な視点を持つためには必要であると思います。他の社会課題を生まないで、脱炭素をめざしていくという部分でもすごく重要だからです。例えば、SDGsの中でも、ある一面を切り取って、その部分だけは、課題解決にはつながるかもしれませんが、よく考えたら、別のこんな問題を絶対引き起こすよね、という

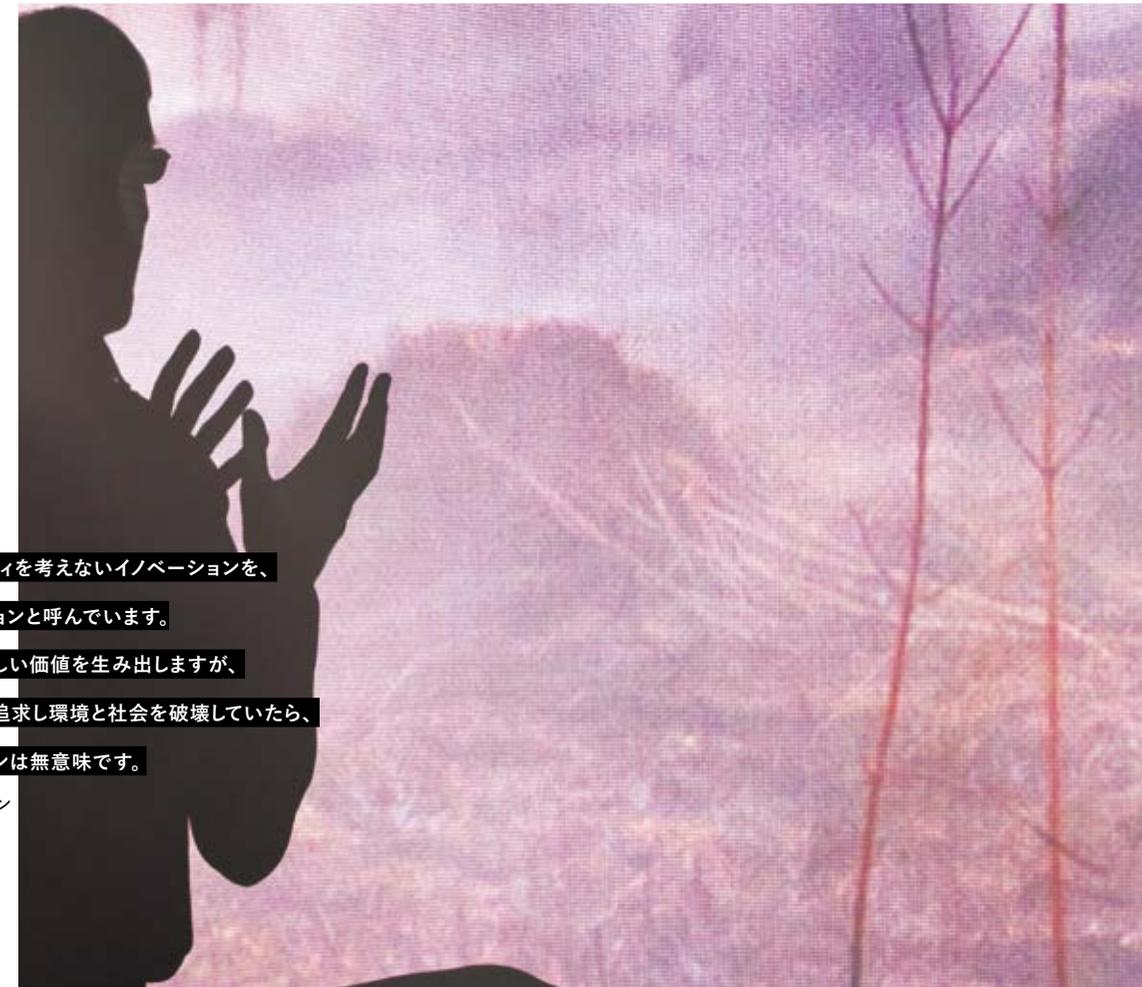
部分が出てきます。包括的に考えられていないというのがSDGsウォッシュの特徴だと思うのです。社会の常識が変わっていく中で、インパクトの定義も変化していきます。例えば、脱炭素であればゴールの目標を掲げやすいと思うのですが、インパクトでそれを固定的に決めてしまわない方がいいのかなと思います。企業の可能性を狭めることにもなると思うのです。重要なのは、行動計画のプロセスに多様なバックグラウンドを持った人を組み込んで、公正に、計画をつくることだと思います。

子どもたちが未来を想像できる 余白があるような社会を残したい

ピーダーセン：岩野さんのこれからの目標について教えてください。

岩野：地域分散型のエネルギー循環に携わってみたいと思っています。分散型ブロックチェーンという意味では、意思決定プロセスへの応用も考えられると思います。ブロックチェーンには、透明性や公平性が高い意思決定ができるツールの可能性があるからです。どういう未来を残したいのかという意味では、余白のある未来が大事だなと思っています。今の社会の中だけの自分の人生の未来って、閉鎖的な未来しか想像できないと思うのです。例えば、私よりさらに将来の2050年の子どもたちが、彼らなりに次の未来を想像できる余白があるような社会を残していく。そして、またその世代が次の世代により良い未来を残す、それがどんどん続いていくような環境がすごく重要だと思いますし、そこまでの未来、今、あるもののオルタナティブをつくっていくことが私たちの世代の責任だと感じます。そのためには、いろいろなセクターの人と一緒にビジョンに向かってどう動いていくのか、さまざまなフィールドでやっていきたいです。

ピーダーセン：企業との連携は、「For」じゃなくて「With」です。私は25年間、日本の大手企業と仕事をしていますが、企業を否定しながら企業と接してきました。創造的自己否定が企業に必要なだと思っているからです。「企業のため」というより「企業と共に」一緒に世の中を変えていく必要があると思っています。



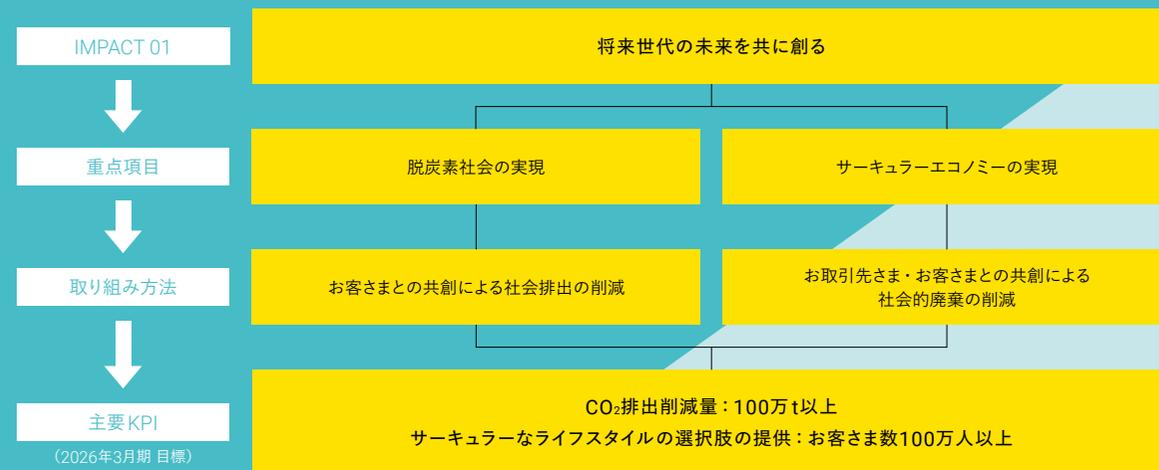
私はサステナビリティを考えないイノベーションを、
ガラクタイノベーションと呼んでいます。
イノベーションは新しい価値を生み出しますが、
経済的価値のみを追求し環境と社会を破壊していたら、
そんなイノベーションは無意味です。

ピーターD.ピーダーセン

将来世代の未来を共に創る

将来世代とは、30年後の世界で主役となるミレニアル・Z世代やα世代、まだ生まれていない次の世代やさらにその先の世代を指しています。すべてのステークホルダーの「利益」と「しあわせ」の調和と拡大を企業価値とする私たちにとって、将来世代の未来を毀損するような経済発展や豊かさは望むべきことではありません。私たちは持てるアセットと経験と人類の知恵を持って、気候変動という難題を共創で乗り越えた先に、本当の意味での豊かで「しあわせ」な未来が存在すると信じています。

全体像と主要KPI



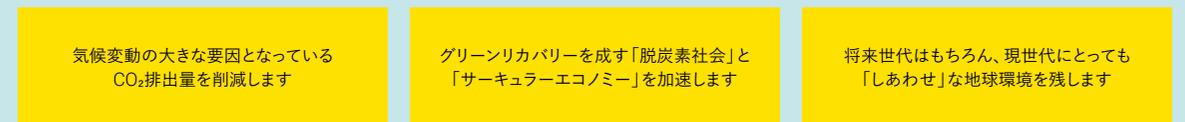
WHO?

誰と



WHAT?

何を



HOW?

どのように



OUR IMPACT

めざす規模



CONTRIBUTION TO A DECARBONIZED SOCIETY

脱炭素社会を共に創る

丸井グループは、2018年7月、事業活動で消費する電力を100%再生可能エネルギーで調達することを目標に掲げる企業が参加する国際イニシアチブ「RE100」に加盟しました。今後は自社事業に限らず、さらにその輪を多くのステークホルダーに拡げ、皆さまと共に脱炭素社会の実現をめざします。



皆さまと共にCO₂排出削減量100万t以上をめざします

2018年12月、丸井グループは(株)UPDATER(旧・みんな電力(株))さまと資本業務提携契約を締結しました。(株)UPDATERさまは、ブロックチェーン技術を活用することにより、世界で初めて電力のトレーサビリティを商用化したエネルギー・ベンチャーです。おもに再生可能エネルギー(再エネ)を家庭あるいは法人向けに供給するサービス「みんな電力」を展開しています。

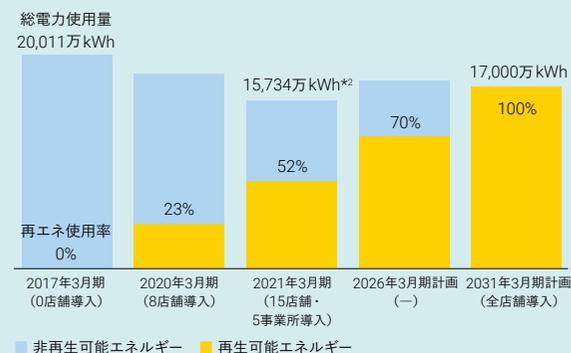
そして、丸井グループは、(株)UPDATERさまをはじめとする再エネ事業者さまとの共創により、全国のマルチ・モディ店舗などへの再エネの導入を進めています。2019年3月期は新宿マルチ本館1店舗のみでしたが、2021年3月期は、15店舗・5事業所で導入し、再エネ比率52%を達成しました。2031年3月期には再エネによる電力調達を100%にする予定です。

(株)UPDATER
minden.co.jp/

また、丸井グループは、自社で消費する電力だけではなく、お客さまに再エネをご利用いただくことでCO₂排出量を削減する取り組みも進めています。それが2020年9月にスタートした「みんなで再エネ」プロジェクトです。丸井グループが発行するエポスカード会員さまに対し、再エネ電力への切り替えが簡単にお申し込みいただけるサービス「みんな電力エポスプラン」を開始し、「みんな電力エポスカード」も発行しました。廃棄プラスチックを使用した日本初のクレジットカードで、従来のカードより1枚当たり9.8グラム*1のCO₂排出量を削減。また、ご入会時には応援金1,000円分が再エネ発電所に届き、発電所の維持・開発に使われます。そして、2026年3月期にはエポスカードの「みんな電力」利用者数を50万人以上を目標に、自社排出分と合わせて100万t以上のCO₂排出量削減をめざします。

*1 カード製造会社の取引先からのデータをもとに自社で策定

再生可能エネルギー100%達成のロードマップ



*2 2021年度3月期は、新型コロナウイルスの影響による店舗休業のため、総電力使用量が計画を下回っています。



廃棄プラスチックを使用した日本初のクレジットカード「みんな電力エポスカード」

エポスNet
www.eposcard.co.jp/eposnet/index.html

みんな電力エポスカード
www.eposcard.co.jp/collabo/minden/index.html

一般市民が皆でつくった“顔が見える”発電所

「みんな電力」と契約する再エネ発電所は現在600カ所*。そのうちのひとつが神奈川県厚木市の「あつぎ市民発電所」。約150名の厚木市民が出資してできた発電所で、落合農園の畑500m²の上にソーラーパネルを設置し、年間3万3,300kWhを発電しています。それによるCO₂排出削減量は13.9t。市民発電所の関係者は「再エネは使いたいと思っている人にこそ使ってほしいと思っています。だからトレーサビリティがしっかりしていて“顔が見える電力生産者”になれる『みんな電力』と契約したのです」と語っています。



「あつぎ市民発電所」の皆さま

*2021年7月現在



「みんな電力エポスプラン」に切り替えたお客さまの声

きっかけについて

- 簡単に切り替え手続きができるので申し込みました
- 環境に配慮している点と料金を検討して決めました
- 原子力を使っていない電力会社を探している時に、エポスカードのアプリで知りました
- 再エネに興味を持ち、環境負荷を与えない電力を使用したいと思いました

今思うこと

- 全国の再エネ発電所の方々に頑張してほしい
- 子どものために環境のことを考えるようになりました
- 自分の住む地球の環境が良くなるように少しでも力になりたいと思います
- 普段の生活の中でも環境を意識するようになりました

VOICE



高村 祐貴人
(株)丸井グループから(株)UPDATERに出向中

誰でも気軽に再エネ電力にシフトできるというメッセージを伝えていきたい。家庭から排出されるCO₂の約半分は電力由来といわれています。個人が地球温暖化問題に一番貢献できるアクションが「自宅の電力を再エネ電力に変える」ことです。また、脱炭素社会実現には社会の大きな変革が必要ですが、それは個人の意識変化なしには実現できないと考えています。「みんな電力エポスプラン」には、再エネ比率100%、大手電力会社より安い電気料金などの特徴があります。さらにエポスポイントも貯まるので、未来のためだけでなく使う人にもうれしい電力プランです。気軽に再エネ電力にシフトできることを皆さまにお伝えすることで、アクションを起こすきっかけになればと思います。

FOSTERING OF A CIRCULAR CULTURE

サーキュラーな文化を共に創る

サステナビリティに対するモチベーションを当たり前のように持ち合わせている将来世代、「サステナビリティ・ネイティブ」。これからは彼らの価値観が主流となっていきます。そのような新しい時代に求められるサーキュラーエコノミーとは？丸井グループの取り組みをご紹介します。

サーキュラーなライフスタイルの
選択肢の提供

お客さま数

100万人以上

2026年3月期(目標)

「サステナビリティ・ネイティブ」がけん引するサーキュラーな文化

2024年には「サステナビリティ・ネイティブ」が生産年齢人口の過半数を占める時代を迎えます。これまでの大量生産、大量消費のビジネスモデルとは一線を画し、サステナブルな商品やサービスを提供することが私たちの責務であると考えています。

例えば、一人ひとりのお客さまに合わせてカスタマイズするシャンプー「MEDULLA」を製造・販売する(株)Spartyさま。あるいはビジネスウエアのカスタムオーダーサービスを展開する(株)FABRIC TOKYOさま。共にD2C企業で、個性的で

ダイバーシティに富んだビジネスを行っています。こうしたD2C企業との協業では、丸井グループの持つ店舗は、パーソナライズ化された体験価値を提供するリアルプラットフォームとして機能します。これが「売らない店」を具現化した新たな店舗の形の一つです。

今後はこうしたD2C企業やスタートアップ企業との協業を軸に、サーキュラーエコノミーやサステナブル消費の選択肢を提供していきたいと考えています。



頭皮診断や香り体験などリアル店舗ならではのコンテンツも提供(有楽町マルイ「MEDULLA」)
④ medulla.co.jp/



採寸と生地サンプル展示に特化したショールーム型店舗(新宿マルイ 本館「FABRIC TOKYO」)
④ fabric-tokyo.com/



サーキュラーエコノミーの新たな試み

アイカサ

使い捨て傘ゼロをめざす日本初の本格的な傘のシェアリングサービス「アイカサ」を運営する(株)Nature Innovation Groupさまと協業。傘を借り、雨が止んだ際には最寄りの傘スポットに返却します。全国約850カ所で展開しており、累計登録ユーザーは20万人を超えています。

④ www.i-kasa.com/



ツクルバ

中古・リノベーション住宅物件の紹介や売買仲介を行うプラットフォーム「cowcamo(カウカモ)」を運営する(株)ツクルバさま。丸井グループとの協業で、リノベーション賃貸マンションのブランドおよび事業の立ち上げを進めています。

④ tsukuruba.com/



MARUI TOCLUS(マルイ トクラス) 吉祥寺

「MARUI TOCLUS 吉祥寺」は、丸井吉祥寺店に隣接する旧邸宅をリノベーションしたシェアハウス。「マルイと暮らす」をコンセプトに、一人暮らしへの不安や家計負担の悩みが大きい将来世代の皆さまに向け、サービスを提供しています。

④ marui-toclus.com/

写真 太田 拓実



VOICE



和田 恭子

(株)エポスカード
共創推進部 共創推進課

傘の使い捨てがない文化を将来世代と共に創っていききたい

2021年6月から日本全国の22歳以下の若者に向けて「アイカサ」の「U22応援プラン」を始動しました。これは将来世代のライフスタイルを応援したいという丸井グループと(株)Nature Innovation Groupの丸川社長の強い想いが合致して生まれたプランです。SNSで「自分のキャンパスにもあった。もう帰りにコンビニで傘買わなくてもいい♪」「突然の雨でも濡れなくてすんだ!ありがとうアイカサ&エポス」といった発信を見るとうれしくなります。ビジネスを通じた社会課題の解決に向けて、まずは傘の使い捨てがない文化を将来世代と共に創っていきます。

VOICE



村松 渚

(株)マルイホームサービス
トクラス事業部 事業企画課

「サーキュラーなライフスタイル」を自然に体験していただけます

トクラス事業は、将来世代の一人暮らしをサポートを目的とした、新たな住まい事業です。2021年3月に開業した第1号の物件が「MARUI TOCLUS 吉祥寺」です。ブリッジで丸井吉祥寺店とつながった“店舗直結型シェアハウス”で、お店が生活の一部になる新しい暮らしをご提案しています。お取引先さまとの共創の取り組みを通じて、「サーキュラーなライフスタイル」を自然に体験していただくことで、丸井グループの想いに共感していただけるきっかけになればと思います。ご退去された後も深く長いお付き合いになり、生涯利益(LTV)の向上につながると考えています。