

第1章 丸井グループがめざすインパクト

- 1-1. 丸井グループのインパクトの定義
- 1-2. 丸井グループビジョン2050
- 1-3. インパクトと利益の両立を実現するビジネスモデル
- 1-4. ビジョン2050の達成に向けたインパクトの設定
- 1-5. インパクト2.0と2030年インパクトKPIと財務KPI
- 1-6. インパクトを創出する構造
- 1-7. 丸井グループのロジックモデルの全体像
- 1-8. 3つのテーマのロジックモデル

第2章 「好き」が駆動する経済と社会課題解決

- 2-1. 世の中の変化：コスパ意識・メリハリ消費
- 2-2. 非コスパ経済
- 2-3. 丸井グループが目指す「好き」が駆動する経済
- 2-4. 「好き」を応援するビジネス
- 2-5. なぜ社会課題のために「好き」を応援するビジネスを推進するのか？
- 2-6. 「好き」を応援するビジネスと社会課題解決とのつながり
- 2-7. 「好き」を応援するビジネスの成長と社会課題解決の推進
- 2-8. まとめ

第3章 「好き」が駆動する経済と社会実験

- 3-1. 「好き」が駆動する「共創の場」と「社会実験」の関係
- 3-2. 丸井グループが目指す「社会実験」の姿と事例
- 3-3. 実験事例① 応援投資（みんな電力）
- 3-4. 実験事例② 将来世代の事業創出
- 実験事例③ 「好き」を応援するカード
- 実験事例④ 「好き」を仕事に活かす組織づくり

第4章 社会課題とのつながり検証

(株)リディラバさまとの共創の取り組み

- 4-1. ステークホルダー対話の振り返りとフィードバック
- 4-2. 第三者視点を取り入れたロジックモデルの検証
- 4-3. 社会課題の構造化「一人ひとりのしあわせを共に創る」
- 4-4. 社会課題解決に向けたロジックモデル
- 4-5. 今後に向けた対応

第5章 インパクトKPIの進捗とインパクト測定・マネジメント

- 5-1. インパクトKPI① 将来世代の未来を共に創る
- 5-2. インパクトKPI② 一人ひとりの「しあわせ」を共に創る
- 5-3. インパクトKPI③ 共創のエコシステムをつくる
- 5-4. インパクト測定・マネジメントの体制
- 5-5. インパクト測定・マネジメントのサイクル
- 5-6. 23年度の実施内容

Appendix

- 1. (株)リディラバさまとの共創のプロセス
- 2. インパクト実績の集計方法について
- 3. 一人ひとりのお金の使い方を応援 ～応援投資～