

# 丸井グループは 一人ひとりの 「好き」を 応援します！

なぜ今、一人ひとりの「好き」を応援する意味があるのか？ どんなインパクトをもたらすことができるのか？

「Well-being」「贈与」「利他」といったキーワードで考えます。

すべての人がイキイキと暮らせる社会を共に創るために

## 異なる個性や価値観を互いに尊重し合うこと

一人ひとりの「好き」は、それを想い、触れていると、しあわせになれるもの。その人の日々の暮らし、あるいは人生に欠かすことのできないほど大事なヒト、モノ、コト、空間、時間などです。「好き」の熱量の高さに差はある、誰もしもしあわせを感じる対象を持っていると思います。それに熱中していると自然に自己肯定感が高まったり、「自分らしい」と感じられたりするものが、一人ひとりの「好き」です。

丸井グループが「一人ひとりの『好き』を応援」という時、それは Well-being(ウェルビーイング)の視点に立っています。Well-beingは、すべての人が肉体的にも精神的にも、また社会的にもイキイキと暮らせる状態のこと。そのためには、型にはまった価値観を超越し、一人ひとりの個性を尊重していくことが求められます。

例えば、勉強ができるというのが一つの個性なら、ゲームが上手、アニメに詳しいというのも一つの個性。

あらゆる個性を平等に見る社会でなければ、自分の「好き」に自己肯定感を得られず、生きづらさを感じる人が現れてしまいます。言い換えれば、一人ひとりの「好き」が人の数だけあって、それを互いに認め合う世の中になれば、皆がしあわせになります。多様性によって、新たな文化が生まれる可能性も高まります。

異なる個性や価値観を互いに尊重し合い、応援し合える関係をつくること。それは、丸井グループの「インパクト」のテーマの一つ「一人ひとりの『しあわせ』を共に創る」ことにつながります。ありとあらゆる個性や価値観が共存することによって、すべての人がしあわせになれるコミュニティが、リアルな生活の中に、あるいはネットの中にも出現します。それは未来をより良い方向へ変える力になるはず。

だから丸井グループは、一人ひとりの「好き」を応援します。

丸井グループの掲げる「インパクト」

### IMPACT 01

将来世代の未来を共に創る

脱炭素社会の実現  
サステナブルな消費・暮らしの革新  
将来世代の「事業創出」を応援

### IMPACT 02

一人ひとりの「しあわせ」を共に創る

一人ひとりの「好き」を応援  
一人ひとりの「個性」を応援  
一人ひとりの「健康」を応援  
一人ひとりの「お金の活かし方」を応援

### IMPACT 03

共創のエコシステムをつくる

共創の場づくり  
働き方と組織のイノベーション

未来を  
より良い方向へ

## 「好き」を追求していくと「しあわせ」のループができる

### 利己から利他へ

コラムニスト荒川和久氏は、本誌P7で「推し活とは『疑似子育て』に近い行動」と書いていますが、子育ては基本的に見返りを求める無償の愛、無償の行為です。ちょっと難しい概念を持ち出すと、文化人類学では、こうした行為を「贈与」と呼びます。

人は誰しも未熟な状態で生まれてくるので、衣食住に関するすべてを親から「贈与」されないと生きていけません。その際、親はその場で見返りを求めたりしませんし、見返りがなくても社会的な責任を果たしていることで幸福感を覚えます。この「贈与」は、やがて子から孫へとリレーされます。

「推し活」は無償の愛の一形態ですが、かつて独自の世界に見られがちだったのは、人間の本能である「贈与」が、血のつながりのない対象へ向かっていたからです。「推し」の対象はアイドルだけに限りません。遠距離の交通費もいとわず、仕事を休んでまでひいきチームの応援に駆けつけるプロ野球やJリーグのサポーター。「聖地」と呼ばれる街をくり返し「巡礼」するアニメファン。自分の好きなネット配信者への熱い支援など、今や15~69歳の日本人の約3割がさまざまな「推し活」を行っていると言われる時代です\*。

本来、一人ひとりの「好き」は利己的なものですが、それが「好きすぎる想い」によって、利他的な心情へと転換し、親子間の「贈与」に似た無償の愛になって

いくところが「推し活」の特徴。利他的な行為の中に自分の存在意義を見出し、しあわせを感じるのであります。

この場合、「贈与」のバトンはどこに行くのでしょうか?「親→子→孫」という図式には当てはまらないので、この「贈与」は社会に拡散していきます。一人ひとりの「好き」を起点とする無償の愛、無償の行為が世の中に浸透していくのです。

寄付やクラウドファンディングも「贈与」の一種ですが、「推し活」的な「贈与」がそれらと異なるのは、大勢の人たちがあらゆる分野で日常的に行っている活動であり、経済を大きく動かすエネルギーを持っていること。しかもこれは、お金によって欲しいモノ(あるいはコト)を得てきた通常の消費行動とは異なる新しい経済のあり方です。いわば、利他的な行動が織りなす「贈与経済」の世界。この経済は、「好き」の対象に無償の愛を与えることで成り立っているという点において、従来の資本主義を超越しています。

P13から紹介するゲーム配信プラットフォームMirrativと丸井グループの共創や、刀剣ファンにおける徳川美術館を支援する「とくびぐみ」プロジェクトは、無償の愛が無償の愛を呼び、やがて社会全体にしあわせのループが形成される可能性を秘めた共創事例です。

\* (株)モニタス「推し活に関する意識調査」(2023年6月)

# 無償の愛が 無償の愛を呼ぶ

だから、僕らは、  
美しい景色を見ると、  
誰かに教えずには  
いられない。  
その光景を、  
今ここで誰かと  
共有せずには  
いられない。  
純粋な自然の贈与を  
受け取ると、誰かに  
シェアしたくなる。

近内悠太著  
『世界は贈与でできている  
——資本主義の「すきま」を埋める倫理学』(ニューズピックス)より



丸井グループのWebメディア「この指と一まれ!」  
Book Lounge



# WELCOME TO Mirrativ

丸井グループと共に創する  
(株)ミラティブ  
代表取締役/CEO  
赤川隼一氏に聞く



Mirrativ(ミラティブ)は、スマホだけでゲーム実況が配信できるプラットフォーム。

現在は日本最大規模の430万人を超える配信者が参加しています。

2023年3月、丸井グループとの共創がスタートし、5月には「Mirrativエポスカード」を発行。

マリイやモディでゲームイベントも開催されるようになりました。Mirrativが創業以来めざしてきた世界観とは何か。

そして、丸井グループとの共創が何をもたらすのかを赤川代表に聞きました。

## 「ゲーム実況」は20世紀が起源?

—— 単刀直入に、丸井グループと共に創を始めた理由をお聞きしたいのですが。赤川: とあるカンファレンスで丸井グループの青井代表とお会いして、お話しした際に、両者の考えている世界観が近いことを知りました。具体的に言うと、丸井さんが掲げる「一人ひとりの『好き』を応援」と、僕らの「好きでつながり、自分の物語(ナラティブ)が生まれる居場所」というビジョンはすごく重なります。青井さんは経営者として尊敬できる方ですし、一緒にコミュニティを盛り上げていくことができるんじゃないかなと思いました。

—— ゲーム好きのコミュニティですね? 赤川: 基本はゲームですが、大きく言えば、ユーザーが「好き」でつながることで、そこを居場所だと思ってもらえるようなコミュニティづくりです。あと、Mirrativはコロナ禍前には、オンラインだけでなくオフラインのイベントもたくさん開催していましたよ。

—— そうだったんですね。

赤川: はい。それでコロナ禍が終わりに近づいた時、新たにイベント展開をしていくうえで、丸井さんの店舗というアセット、あるいはフィンテック事業が僕らを強力に後押ししてくれると思いました。店舗はイベント、フィンテックは「Mirrativエポスカード」ですが、Mirrativは日本一多くの配信者がいるサービスなので、そうした新しいクリエイターの経済活動を応援していくという観点で、丸井さんとの共創に大きな将来性を感じました。

—— Mirrativは基本的にオンラインの世界だと思いますが、オフラインと結び付く意義はどこにあると考えていますか?

赤川: そもそも僕らには、オンラインとかオフラインという意識はないんです。ゲーム実況というと、この20年ぐらいの文化のように聞こえるんですけど、Mirrativのサービスって、小学生のころ友だちの家でドラクエを遊んでいたことと同じなんです。一人でやるゲームなのに皆が集まる。それも、ずっとゲームを見ているわけ

でもなく、後ろでマンガを読んでいて、ボスが出てきた時だけああだこうだ言い合う状況って、実は今、オンラインのゲーム実況で起こっていることと本質的には変

赤川 隼一 | JUNICHI AKAGAWA

慶應義塾大学環境情報学部卒業後、2006年、DeNAに新卒入社。2012年4月より最年少執行役員として海外事業、ブラウザゲーム事業等を管轄。2015年、スマートフォン画面を生配信するライブストリーミングサービス「Mirrativ」を開始。2018年3月にMirrativ事業をDeNAからMBOする形で株式会社ミラティブを創業し、現在までに累計90億円超を資金調達。日本最大のゲーム実況アプリ・スマホメタバースとして運営中。



スマホにインストールするだけでゲーム実況が配信できるMirrativ。配信動画を視聴するだけの楽しみ方でできるが、ユーザーの3~4人に1人が配信者であり、ここに集まるゲーム好きの高い熱量を感じさせる。ユーザーは「エモモ」と呼ばれるアバターでチャットを楽しみ、Mirrativ内で使えるギフトを盛んに贈り合う。

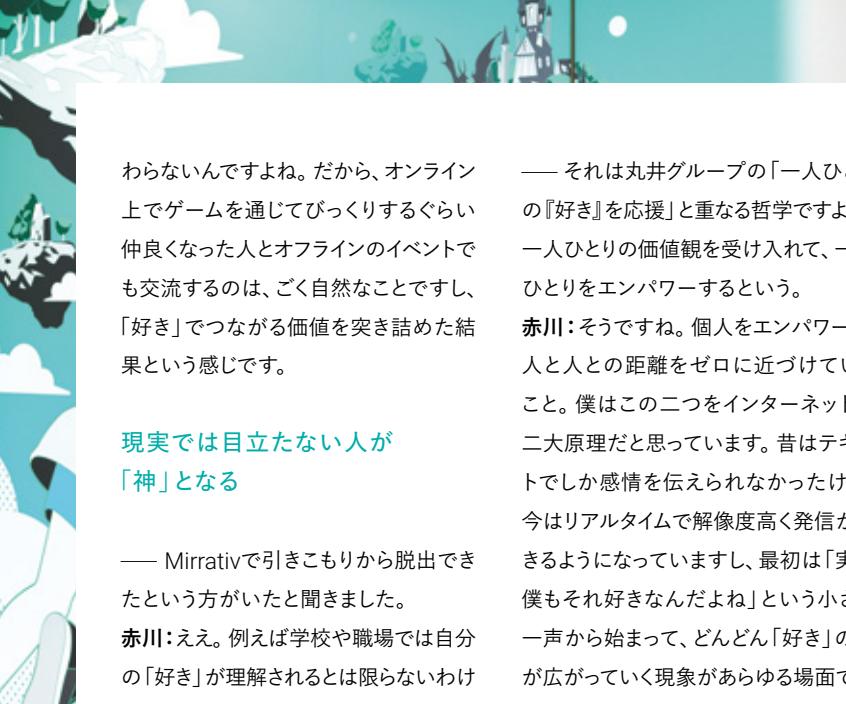


Google Play



App Store

好きなのは君だけじゃない!  
熱量高くつながる人肌ワールド



わからないんですよね。だから、オンライン上でゲームを通じてびっくりするぐらい仲良くなつた人とオフラインのイベントでも交流するのは、ごく自然なことですし、「好き」でつながる価値を突き詰めた結果という感じです。

### 現実では目立たない人が「神」となる

— Mirrativで引きこもりから脱出できたという方がいたと聞きました。

赤川：ええ。例えば学校や職場では自分の「好き」が理解されるとは限らないわけですが、オンラインに入っていくと現実生活の価値観って、すごく狭いことに気がつくことがあります。「ゲームばっかやってちゃダメでしょ」と言っていた人が、Mirrativの中だと「めちゃめちゃゲームうまいですね!」「神じゃん!」となって、現実生活で持てなかつた自信が生まれたりするわけです。

僕はそういう居場所がどこかがないと人間はつらいと思っていますし、自分の好きなものを宣言して、許容される場といふものがあるべきだと思っています。

— それは丸井グループの「一人ひとりの『好き』を応援」と重なる哲学ですよね。一人ひとりの価値観を受け入れて、一人ひとりをエンパワーするという。

赤川：そうですね。個人をエンパワーし、人ととの距離をゼロに近づけていくこと。僕はこの二つをインターネットの二大原理だと思っています。昔はテキストでしか感情を伝えられなかつたけど、今はリアルタイムで解像度高く発信ができるようになっていますし、最初は「実は僕もそれ好きなんだよね」という小さな一声から始まって、どんどん「好き」の輪が広がっていく現象があらゆる場面で起こっています。

— Mirrativでは、2022年8月時点の実績で1億5000万回のギフト(Mirrativ内で使えるアイテム)のやり取りが配信者同士で行われていたとか。

赤川：Mirrativの関係性は「一」対「多」ではなく「多」対「多」です。ギフトを贈られた配信者はお礼をすぐに言うし、後でお返しもするという、お中元やお歳暮のような動きが起こっています。「好き」の共通項の中で成立している互助関係ですね。

— ある種、贈与経済的な世界観です

よね。等価交換ではなく、無償の行為によって幸福のループが生まれるという。

赤川：その文脈で言うと、互助を超えて、「粹に振る舞う」ということも起こっていますね。

— あ、なるほど、粹ですか(笑)。

赤川：例えば僕が社員と飲みに行くとして、「僕が金出すから仕事頑張れよ」というのは粹じゃないわけです(笑)。そつと会計を終えて、皆が「あれ支払いは?」となった時、「ま、明日からまた頑張って」みたいな立ち振る舞いのほうが粹です。

等価交換的にすぐに見返りを求めるやり取りの仕方は2020年代的と言いますか、モノ自体の価値が飽和している今は、すごく価値のある考え方です。ネット上でも合理的なだけじゃなく、感情的なやり取りができるようになってきていると僕は強く思っていますね。

### 「好き」がベルリンの壁を壊した

— 丸井グループとの共創について、今後、新しい展開を考えていますか?

赤川：先ほど言ったクリエイターエコノミーのサポートを強化することが一番やりたいことだと思っていて、その中で応援消費の新しい形を考えていきたいですね。「Mirrativエポスカード」で決済すると、自分が応援している配信者に何か還元されるような、「好き」の物語が生まれるエコノミーです。

一方、居場所をつくるという点では、ゲームに限らず、あらゆる趣味において、世界のどこかには同じ熱量の人が必要いると信じていますから、丸井さんと連携していくことで、オンラインでもオフラインでも、つながる場所をつくることができるかもしれませんと思っています。

— ゲーム好きに限らずですか?

赤川：限らずです。この春、有楽町マルイで「Sky 星を紡ぐ子どもたち」というゲームのポップアップストアをやらせていただいて大盛況だったんです。「Sky」をすごく好きという人がたくさんいるのはわかっていたのですが、やっぱりマルイという場を借りることで、多くの物語が生まれることが証明されました。まだ世間には知られていないけど、すごく熱いコミュニティが生まれるエンタメはゲームだけでもいっぱいあるし、僕はすべてのエンタメにその種火があると思っていますよ。

— 同じくらいの熱量の人たちがつながるって大事かもしれないですね。

赤川：そうですね。僕らの会社は「わか

りあう願いをつなごう」というミッションでやっているんですけど、実は新入社員全員に必ず観てもらっている動画があります。それは、デヴィッド・ボウイが1987年にベルリンの壁の近くで行った野外コンサートのドキュメンタリーで、その時、旧東ドイツの若者たちが集会禁止にもかかわらず大勢集まって、暴動が起きたんですね。そのことが2年後に壁が崩壊するきっかけになって、ボウイが亡くなった時、「壁を壊してくれてありがとう」という弔辞をドイツ外務省がツイートしたという実話です。

— ええ、ボウイのファンにはよく知られた話ですね。

赤川：それで、その動画を皆さん見てもらいう時に僕が言うのは、「たかがエンタメ、たかが音楽やゲームと言われるかもしれない。でも、ただそれを好きな人たちが集まるだけで世の中が変わることがある。これがその証明だ」って。

— すごくわかりやすい例ですね。

赤川：だから、「好き」でつながることは、個人の人生だけでなく、世の中を良い方向へ変えることさえあります。そのことを僕らは信じてやっていきたいし、一人ひとりの「めっちゃこれ好きなんだよね」と思う気持ちを応援し、世界中の人たちとつなげていけるよう、共鳴するパートナーと一緒に頑張っていきたいと思います。



## Mirrativで生まれた友情をリアルに見て、自分ごとのようにうれしくなりました

駒形 匠 | TAKUMI KOMAGATA  
(株)丸井 アニメ事業部



Mirrativ内の「親友」がリアルで初めて会って盛り上がっていたり、その喜びをSNSに投稿していたりするのを見て、自分ごとのようにうれしく、仕事の経験値も高まりました。

今後もMirrativの強みであるオンラインと丸井グループの強みであるオフラインをシームレスにつなげて、熱量の高いコミュニティを創出し、お客様のエンゲージメントが高まる取り組みを推進していきます。

### Mirrativとの共創・その1

配信者を応援できる  
「Mirrativエポスカード」



二つの特典  
①「Mirrativエポスカード」の新規入会で、Mirrativで使えるミラティブコイン2000コインを進呈。  
②「Mirrativエポスカード」でコインを購入すると、おまけコインを進呈。

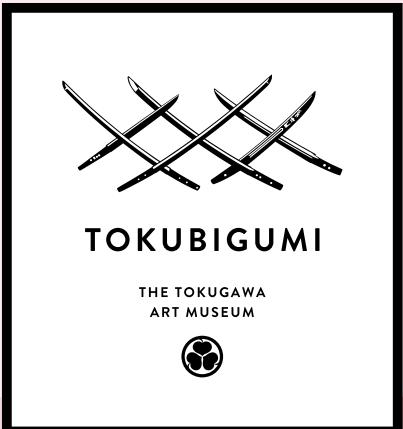
特典②は、すべての種類のエポスカードも対象となります。  
※時期や内容は変更となる場合がございます。

### Mirrativとの共創・その2

ゲームファン同士がリアルに交流できるオフラインイベントを開催



2023年3月と4月に開催されたゲームイベントに続き、8~9月に、Mirrativ8周年を記念した「Mirrativ POPUP STORE」を有楽町マルイで開催



## すべては刀剣ファンのために

尾張徳川家伝来の大名道具を収蔵する徳川美術館(名古屋市)。

同館が所蔵する刀剣の中でも人気の6振

「鯰尾藤四郎」「後藤藤四郎」「物吉貞宗」「南泉一文字」「本作長義」「五月雨郷」を総称して

「とくびぐみ」と言います。そのオリジナルグッズも展開する徳川美術館と

丸井グループの共創が2019年にスタート。

刀剣ファンの社員が参画したこと、取り組みが進化して

ファンの心をわしづかみにしています。



## CO-CREATION STORY

# 徳川美術館を応援したいという想いを助太刀！

2019年11月、有楽町マルイで開催したイベント「とくびぐみフェス」から、徳川美術館との共創は始まりました。イベントでは「とくびぐみ」オリジナルグッズを販売。さらに、会場には刀剣のポスターを掲げるなど、刀剣ファンに楽しんでいただける空間づくりにこだわりました。

2回目のイベントの企画中に、新型コロナウイルス感染症が拡大。店舗でイベントを開催しても感染症によりお客様がご来店しづらい事態に陥りました。そこで、とくびぐみの新たな展開に期待を寄せている全国のファンの想いに応えたいと、2021年にマイウェブチャネルでのグッズ販売をスタート。「ECサイトで気軽に刀剣グッズを買えてうれしい！」など、ご好評の声をいただきました。

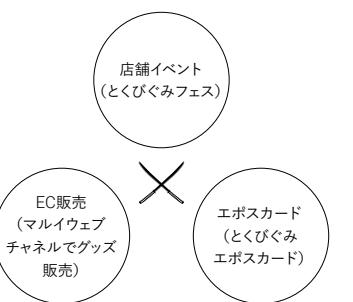
徳川美術館は公益財団法人であるため、寄付金や来館者の入場料によ

る公益事業とグッズ販売などによる収益事業の二つの収入構造のうち、公益事業での収入率を法律上、50%以上にする必要があります。グッズの売上が上がると収益事業比率が上がることで公益事業の構成比率が下がってしまうため、取り組みの拡大が難しい状況でした。そこで、美術館の公益事業比率と、ファンの「好きな刀剣や美術館を応援したい」という熱量の高い気持ちの両方に貢献するため、美術館へ寄付ができる「とくびぐみエポスカード」を発行しました。新規入会1名につき1000円を丸井から寄付するだけでなく、お客様自身が貯まったエポスポイントを美術館へ寄付できる機能も搭載。貴重な文化財を守る社会貢献につながります。

丸井グループでは、ファンの皆さんに喜んでいただけるように「店舗イベント」「EC販売」「エポスカード」を活かしました

共創の取り組みを行っています。今後も、より多くの刀剣ファンにしあわせを届けていきます。

### 丸井グループの特徴を活かした共創の取り組み



### 公益財団法人の事業

公益事業  
・寄付金  
・来館者の入場料 **50%以上**

収益事業  
・グッズ販売など **50%未満**



### 徳川美術館

1935年、大名文化を後世に伝えることを目的として、名古屋市に開館しました。尾張徳川家に受け継がれた宝物や刀剣など、所蔵品は大名家伝來のコレクションとして日本最大規模であり、その地位にふさわしい質の高さと格式を有しています。



# 「楽しみたい」「応援したい」 両方の想いをかなえたい

刀剣好きからプロジェクトメンバーになった藤原さんと玉橋さん、  
そして立ち上げ当初から共創を進める布川さん。  
3名に取り組みの裏側や想いを聞いてみました。



玉橋 利沙 | RISA TAMAHASHI  
(株)丸井 店舗サポート部  
推し刀剣:「本作長義」



布川 貴子 | TAKAKO FUKAWA  
(株)丸井 EC事業部



藤原 映乃 | AKINO FUJIWARA  
(株)丸井グループ 人事部  
推し刀剣:「鯰尾藤四郎」

## より多くの方に美術館へ 訪れてほしい

刀剣好きになったのは、刀剣育成シミュレーションゲーム「刀剣乱舞-ONLINE-」がきっかけです。登場する刀剣男子たちが魅力的で、彼らの会話から歴史や刀剣の知識が増え、次第に刀剣そのものに興味を持ちました。旅行に行く時は刀剣にゆかりのある美術館や神社、お城などに足を運んでいます。SNSで自分が担当したイベントやグッズの写真の投稿を見つけるたびに、「喜んでいただけたんだ」と感じて、とてもうれしくなります。「いかに美術館や刀剣を盛り上げられるか」をゴールと考えているので、共創の取り組みを通じて、より多くの方に美術館へ足を運んでいただけることを願っています!

## 新しい体験型イベントを 開催しました!

刀剣好きメンバーを社内公募し、藤原さん、玉橋さんを含む6名に共創の取り組みへ参画してもらいました。実際のファンの声を反映できるので、お客様にも共感していただけるグッズをお届けし、イベントを開催できていると感じます。そのうえで、ファンの「刀剣を応援したい」という想いを、文化財保護という社会貢献につなげることもできてくれしいです。2023年9月には「徳川美術館ナイトミュージアム」、10月には「刀剣festival」を開催しています。今後も、このような体験型イベントを企画していきますので、ぜひお楽しみに!

## 入社動機は、刀剣にかかる仕事 をしたかったから

大学生の時に「新選組と刀剣の関係」についての卒業論文を書くため刀剣を調べているうちに、だんだんハマっていました。初めて美術館で実物の刀剣を見た時は、フォルムの美しさに感動して、1日に6回も見に行つたんです。実は、丸井グループへの入社動機は「刀剣にかかる仕事ができるかも!」と思ったからです。今はオタク全開で商品やイベントを企画しています。企画時には、ファンの「好きを楽しみたい」という気持ちを第一に考え、それを実現したうえで、刀剣を守るという社会貢献につながることを意識しています。「推しに良いことができうれしい!」と思っていただけなら私もうれしいです。

## CO-CREATION STORY

### オリジナルグッズも大好評!

徳川美術館との共創・その1

#### とくびぐみフェス

2023年7月、有楽町マルイとなんばマルイにて「とくびぐみフェス2023」が開催されました。このイベントでは、マルイウェブチャネルと連携したオリジナルグッズ販売だけでなく、とくびぐみの切り絵をライトアップする演出を実施。刀剣ファンにとくびぐみらしい空間をお楽しみいただきました。非常に多くの刀剣愛あふれるファンの方にご来場いただき、イベントは連日大盛況でした!



(左)推しカラーが選べるグッズ  
(右)とくびぐみフェスで飾った切り絵



徳川美術館との共創・その2

#### とくびぐみエポスカード



©The Tokugawa Art Museum



「とくびぐみエポスカード」の  
お申し込みはこちらから

2022年11月、徳川美術館へ寄付ができるカードとして「とくびぐみエポスカード」が誕生しました。新規ご入会1名につき1000円を丸井から美術館へ寄付させていただきます。また、お買物で貯めたポイントは、1ポイント1円に換算して、お客様ご自身で寄付ができます。お客様の「好きな刀剣を応援したい」という想いをつなぐこのカードは、とくびぐみオリジナルデザインのため、推しを間近に感じながらお買物をお楽しみいただけます。

イベント会場では、グッズや  
空間装飾に「かわいい!」「  
ほしい!」という反応を  
お客さまからいただけて、  
うれしかったです!  
(玉橋)



## 仕事に熱中できる「フロー」という状態

生きがいの形は人それぞれ、プライベートに大きな価値を置く人もいれば、仕事を喜びとする人もいます。共通して言えるのは、人生の多くは働く時間で占められているということ。だからこそ働く時間も楽しく過ごしたいと思っている方も多いのではないでしょうか。

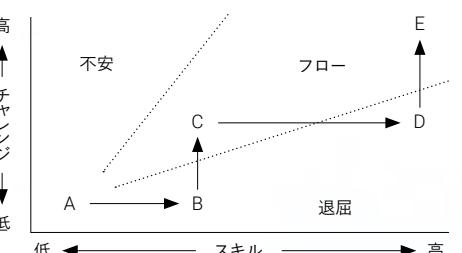
仕事を楽しく感じるには、まずスキルが欠かせませんが、チャレンジ精神も必要です。プロの料理人を志した人が、最初は野菜を切るだけでやりがいを感じたとしても、次第に退屈を覚えるようになるからです。そのうち魚もさばきたくなり、味付けもしたくなり、やがてはオリジナル料理をつくりたくなります。

スキルとチャレンジ精神が両翼となり、どんどんステップアップしていく時、人は時間の経過も忘れるほど仕事に熱中し、その結果、充足感に満たされ、また仕事に熱中するという良い循環が生まれます。ポジティブ心理学研究の第一人者ミハイ・チクセントミハイは、この循環が続く状態を「フロー」と呼びました。

「好きこそ物の上手なれ」と言うように、一人ひとりの「好き」は、フローの入口になります。本当に好きなものであれば、その深い愛情や探求心が、スキルを向上させ、チャレンジ精神を高めるはず。熱烈なK-POPファンが「YouTubeを見ているだけでハングルを習得した」といった例はよくあることです。

こんなことを言うと、「好きなことと仕事は別」という価値観を持ち出されることもあるかもしれません。しかし今は、テクノロジーの進化やダイバーシティという考え方方が個をエンパワースする時代。自分らしさが輝く可能性は大きく広がっています。一歩踏み出しだけで、仕事は生きがいになるかもしれません。

「フロー」を図で解説すると



チクセントミハイ著の『フロービークスとグッドビジネス 仕事と生きがい』(世界思想社)より。左から右へスキルが向上し、下から上へチャレンジが進むにつれて、「退屈」と「不安」が克服される。仕事が楽くなり、達成感が得られるとともに、より高いレベルへと進んでいく。

## イベントではお客様と一緒にになって感動しちゃいました！

「ずっとまよ」のエポスカードが登場  
ボーカルのACAね(あかね)を中心に結成された音楽  
バンド「ずっと真夜中でいいのに。」(通称:ずっとまよ)。  
その活動5周年を記念して「ずっと真夜中でいいのに。  
エポスカード」を発行しました。

アニバーサリーをさらに盛り上げる取り組みの一環と  
して、丸井ではマルイウェブチャネルでのコラボグッズ  
販売や店舗でのイベントなども実施。「ずっとまよ」ファン  
の注目度が高く、発行開始初日の新規カード入会数は  
エポス史上過去最高を記録。「人生初のクレジットカード  
にします」「高校卒業したら絶対つくります」など熱量  
の高い反響をいただいている。



ずっと真夜中でいいのに。エポスカード  
©ZUTOMAYO

ずっと  
真夜中で  
いいのに。  
が好き！



中井 詩乃 | SHINO NAKAI  
2013年丸井グループ入社  
(株)エポスカード 営業推進部

## 自分の「好き」という気持ちを信じると、 自然とアイデアがわいてくるんです

音楽フェスでのパフォーマンスが忘れられません  
とある音楽フェスで「ずっとまよ」のライブパフォーマンス  
を観た時に、そのクオリティの高さと圧倒的な存在感に  
惹かれ、今ではファンクラブに入っているほど大好きです。  
ライブでは、パフォーマンスやステージのセット、  
演出の一つひとつに感動してしまいます。何より、その  
感動をファン同士で分かち合う時間が楽しいんです！

好きなアーティストとのコラボ企画に携わり、カードや  
コラボグッズのデザイン、入会特典などを企画する時は、  
「自分ならどんなものがほしいかな?」とファン目線で  
考えることを最大限意識していました。ファンの方たち  
から好意的な反応いただけた時は、大きな達成感を  
感じられて、とてもうれしかったです。

オリジナルデザインのカードが話題に  
大人気のキャラクター「ちいかわ」「ムーミン」とコラボし  
たエポスカードが、それぞれ2021年と2023年に誕生し  
ました。「ちいかわエポスカード」は、作者ナガノ先生が  
描き下ろしたオリジナルデザイン券面(「おかいもの検  
定」)も登場し、X(旧Twitter)では関連ワードがトレンド  
入り。多くのファンの方にお買物を楽しんでいただけて  
います。

海外キャラクターとの初コラボである「ムーミンエポ  
スカード」は、長く愛されている作品の世界観を大切に  
デザインしています。どちらのカードも多数のちいかわ  
ファン、ムーミンファンのお客さまにご入会いただいて  
いる人気のコラボカードです。

作品が大好きで、友人とよく語り合っています

昔から「ナガノのくま」や「もぐらコロッケ」などナガノ先  
生の作品が大好きで、友人とよく語り合っていました。

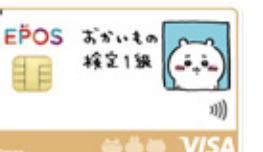
初めは「ちいかわ」も、外見のかわいさから好きになっ  
たのですが、だんだんと漫画のストーリーの奥深さの  
虜になってきました。ちいかわたちのリアルな感情表  
現に共感したり、展開を考察したりするのが楽しいです。

好きだからこそ、アイデアがファンに受け入れてもら  
えるのか不安になることもありました。でも、自分の「好  
き」という気持ちを信じて、作品やキャラクターの魅力を  
最大限活かす特典グッズを考えました。カード発行時に  
はSNSで大きな反響があり、とてもうれしかったです。  
次に担当した「ムーミンエポスカード」がご好評いただ  
けたのも、「ファンの気持ちに寄り添い、作品の世界観  
を大切にすること」を一番に心がけていたからだと思います。

ちいかわ、  
ムーミンが好き！



水科 侑子 | YUKO MIZUSHINA  
2012年丸井グループ入社  
(株)エポスカード 営業推進部



ちいかわ  
エポスカード  
「おかいもの  
検定」  
©nagano



ムーミン  
エポスカード  
「ムーミン(グリーン)」  
©Moomin Characters™

## 韓国コスメは自分を輝かせてくれる お客様のしあわせにもつなげていきたいです

### 韓国コスメとの出会いの場「KOREAJU」

2021年に韓国コスメのセレクトショップKOREAJU(コリアージュ)が新規事業として立ち上りました。KOREAJUでは、お客様がECサイトと店舗イベントの両方で韓国コスメを気軽に試すことができ、楽しみながら新しいコスメと出会える場の提供をめざしています。

最近では、さらに新しいお客様を増やすため、K-POPアイドルのDKBやJUST Bとコラボした企画を開催しました。お客様から「推しとの交流の場を初めて体験できだし、韓国コスメを使うきっかけになった」とうれしいお声をいただきました。

今後もさまざまなイベントを企画し、お客様の体験価値の向上に努めています。



KOREAJU公式ECサイト

### 一人でも多くのお客様に魅力を伝えたい

20代から友人と韓国旅行を楽しんでいて、そこからK-POPに興味を持ち、好きなアイドルが使っているコスメを試すようになりました。それ以来、韓国コスメの魅力にどっぷりハマっています。韓国コスメはトレンドの入れ替わりが早いですが、好きだからこそ意欲的に知識を増やしていくことができますし、それがお客様に喜んでいただける接客につながっていると思います。自分に合ったメイク方法やスキンケア方法も習得しているので、お客様の悩みに寄り添った接客ができるいると実感しています。

今はイベントのため約2週間単位でお店をまわる日々です。体力的に大変な時もありますが、自分が好きな韓国コスメの魅力を一人でも多くの方に知っていただきたいという気持ちで乗り越えています。



(左から)KAHI マルチバーム、MERZY The Watery Dew Tint、dasique シャドウパレット

# 韓国コスメが 好き!

五辺 香織 | KAORI GOBE  
2005年丸井グループ入社  
(株)丸井 EC事業部

## ドーナツ愛あふれる仲間とだからこそ、 実現できました

### ドーナツ探求家が厳選! ポップアップイベント

2023年6月、新宿マルイ本館のコンセプトショップスでポップアップイベント「溝呂木一美のドーナツの世界」を開催。年間500種類以上のドーナツを食べる溝呂木さんが厳選した7店のドーナツショップが集結しました。より多くの方にドーナツの魅力を知ってほしいという想いから、小麦や天然酵母にこだわった生地のものや、卵・乳不使用のアレルギーフリーのものなど、さまざまな種類のドーナツを取り揃えました。イベントでは、多くのお客様が、おいしいドーナツとの新しい出会いを楽しんでいました。



多種類のおいしいドーナツが並ぶイベント

「好き」な想いは、仕事の熱量を高めてくれます私はもともと「食」が好きで、学生時代は食物栄養学を勉強していました。テレビ番組で溝呂木さんがドーナツ愛を語っているのを見てもしろいなと思っていたら、丸井グループの社員であることを知り驚きました。すぐに声をかけて、イベントの企画がスタートしました。

ドーナツ愛あふれる溝呂木さんと共に仕事をするうちに、どんどんドーナツの魅力にハマり、「絶対に実現しよう」という想いが強くなりました。イベントは無事成功し、溝呂木さんから「自分の『好き』がイベントとして実現できてうれしい」と言ってもらえた時は、私自身もしあわせな気持ちになりました。現在は「食」をキーワードにイベント開発をしていますが、ほかのカテゴリーでも自分の「好き」を活かしていきたいです。

# ドーナツが 好き!

指田 彩芽 | AYAME SASHIDA  
2006年丸井グループ入社  
(株)丸井 開発イベント部



溝呂木 一美 | HITOMI MIZOROGI  
ドーナツ探求家  
2007年丸井グループ入社  
(株)エイムクリエイツ  
空間プロデュース事業本部  
イラストレーター  
ベーカリーやカフェ、コンビニやスーパーなどをリサーチし、年間500種類以上のドーナツを食べる。テレビやラジオなど多数のメディアでドーナツの魅力を発信している。著書に『ドーナツの旅』(グラフィック社)など。

