

## ステークホルダーの皆さまへ



代表取締役社長  
代表執行役員  
青井 浩

### 経営理念

お客さまのお役に立つために進化し続ける  
人の成長＝企業の成長

### 丸井グループの経営理念とCSR活動

丸井グループは、「お客さまのお役に立つために進化し続ける」「人の成長＝企業の成長」という経営理念に基づき、事業活動を通じてお客さまの「しあわせ」を共に創る（＝共創経営）ことを会社のミッションに掲げています。このミッションの実現に向け、当社グループでは、お客さまのニーズや社会の変化に対応した経営革新やCSR活動を推進しています。

2007年に策定した経営理念は、日本の社会が「モノの豊かさ」から「ココロの豊かさ」を求める時代に変化する中、丸井グループが何を目的として成長する企業であるのかを明確化するものでした。戦後の高度経済成長期において、多くの企業は売上やシェアなどの量的拡大にまい進し、生活者も物質的な豊かさを追い求めました。しかし、社会が成熟化した今、人々はモノよりも生活の質を追求するようになってきました。マーケティングにおいても、「企業がお客さまを選ぶ」のではなく、「企業がお客さまに選んでいただく」という発想の転換が重要になってきました。

企業は、何より売上拡大のために成長するのではなく、お客さまや社会にお役立ちすることで自らの価値を創造し、その結果として経済的価値が高まることが正しい姿で

あり、当社グループの経営理念には、そうした思いが込められています。そのため、社員一人ひとりがお客さまや社会にお役立ちしながら成長することで、会社の成長につなげていくという共創の理念の共有に努めています。当社グループのCSR活動は、この経営理念と一体化して進化しているのです。

### CSR活動進化のプロセス

CSR活動が本格化したのは、CSR推進部が発足した2007年以降になります。CSR推進部が事務局となり、従業員一人ひとりが主役となって、現場のプロジェクトを中心に全員参加型で活動しています。以来、本業を通じたCSR活動の実践を基本理念に、省エネルギーを考慮した店舗運営や、ファッション衣料を取扱う企業として、衣料品の下取りを進めるなど「循環型ファッション」の実現に努めてきました。企業の役割として、単にモノを売るだけでなく、最後まで責任を持って資源の有効活用を図るため、回収した衣料品をリユース（再販売・再利用）する仕組みをグループ内の物流会社と連携して構築することで、着実な成果を収めてきました。また2013年からは、「靴の下取り」を始めるなど活動の幅を広げています。

「靴の下取り」は、当社グループのCSRの考え方を大きく進化させる契機になりました。下取りにあたっては、シューズに関するお客さまのお悩みやご不満を解消するためのアンケートを同時に実施したのですが、「試着の際は問題なかったのに、買って履いてみたら痛くてだめだった」というお客さまの声が数多くありました。そうした経験を通し、最初からお客さまにとって無駄にならないシューズをつくり、おすすめることができれば、お客さまや社会への貢献につながるのではないかと「気づき」になったのです。また同時にそうした課題の解決は、丸井グループのビジネスチャンスにもなるものでした。

## 「マルイミライ」のめざすもの

丸井グループが現在めざしているCSRは、「お客さま」「社会」「丸井グループ」の3者が、その輪を重ね合わせながら一体化し、「しあわせ」を共創することです。本業を通じて社会にどう貢献できるかを考える一方で、より能動的にお客さまが抱える課題の解決を図ることで、社会にとっても丸井グループにとっても新たな「未来」を切り開くことができれば、それこそが共創経営のめざすものになるはずです。当社グループが、これからのCSRへの取り組みを

「マルイミライ」という活動名にしたのは、そうした考え方によるものです。

これまでの当社グループのCSR活動は、衣料品やシューズの下取りを中心に、リユース・リデュースなど、循環型社会への対応に重点が置かれてきました。しかし今後は環境問題への対応から、社会やお客さまが抱える課題の解決へと一歩踏み出し、丸井グループがめざす「しあわせ」の共創を積極的にすすめていきます。当社グループのCSRは今、新たなステージに入っていくための節目の段階にあると考えています。

お客さまの抱える課題の解決は、単にお客さまの「しあわせ」を実現し、本業を通じた社会貢献を果たすという意味に留まりません。それは丸井グループにとっても、新たなビジネスチャンスをもたらすものであり、結果的に企業価値、経済価値の向上につながるものになるはず。シューズのサイズ展開では、中心サイズの品揃えが一般的で、大きいサイズや小さいサイズのお客さまは、シューズ選びにご苦労がありました。そこでサイズの品揃えも充実させたところ、多くの方に喜んでいただき、売上も拡大することができました。CSR発想のソーシャルニーズへの地道な対応こそが、マルイのミライを切り開いていくものと確信しています。

## 「マルイミライ」実現へのDNA

「お客さまのお役に立つ」という揺るぎない想いのもとで推進される丸井グループのCSR活動ですが、この実現にはマルイのDNAが大きく役立つと思っています。社会が抱える課題の解決をめざしたCSRの推進を考える時、経済活動のグローバル化や社会の少子高齢化という現実から目をそむけることはできません。店舗にお越しいただくお客さまは、年齢や性別だけではなく、国籍や言葉の違う方もいらっしゃいます。さらに障がいのある方も多数お越しいただきます。こうしたさまざまな「お客さま」や「社会」に対峙して事業を推進していくには、常にお客さま視点でものごとを考え行動することが大切ですが、当社グループの従業員には小売業で培ってきたそうしたDNAが埋め込まれています。

例えば、店舗従業員の99%が、高齢者や障がいのある方を介助するための「サービス介助」の研修を受講しています。この研修は2009年から始めたのですが、毎年従業員が積極的に研修に参加し、常に高い受講率を保っています。こうした取り組みは、これからも事業活動のさまざまな現場でシームレスに展開され、進化の一翼を担っていくものと考えています。このDNAこそが、丸井グループの見える財産になっています。

## 2020年以降の社会を見据えて

日本では2020年に、東京オリンピック・パラリンピックが開催されます。本大会では、パラリンピックの認知度向上と共に、目や耳が不自由な方、体が不自由な方にも情報がきちんと伝わるような、バリアフリーの環境整備に全力を挙げる方針が打ち出されています。こうした取組みは、日本でも2020年以降に本格化してくる高齢化社会を豊かにしていけるかどうかの大きな試金石になるのではないかと考えています。

これから東京オリンピック・パラリンピックの準備に向けて国全体が盛り上がりつつありますが、大きな時代の方向性と私たちのやるべきことを、「お客さま」「社会」へのお役立ちという視点で、確実にとらえていきたいと考えています。丸井グループのCSRは、これからも限りなく「本業＝社会への貢献」をめざし、「お客さま」「社会」「丸井グループ」の輪を重ね合わせ、一体化すべくまい進してまいります。

2015年11月

代表取締役社長  
代表執行役員

**青井 浩**