

革新を起こす力を創る 「ワーキング・インクルージョン」

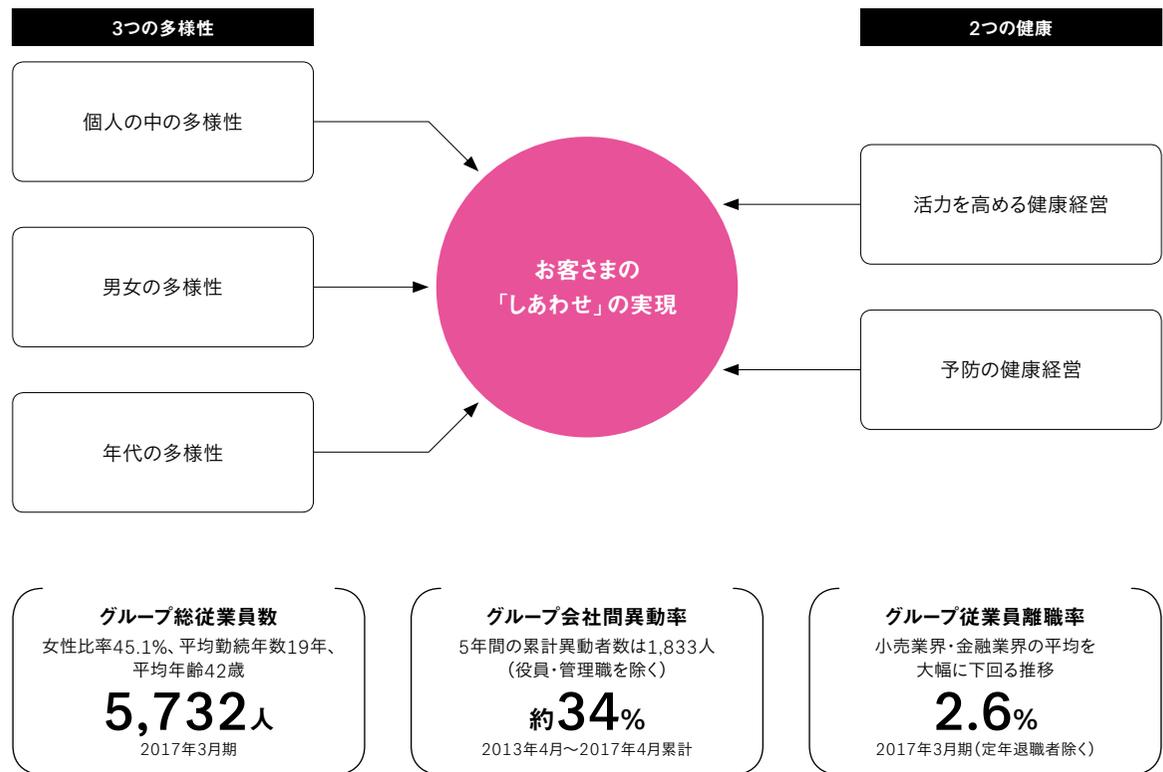
丸井グループでは、すべての人が「しあわせ」を感じられるインクルーシブで豊かな社会の実現をめざし、「お客さまのダイバーシティ&インクルージョン」をすすめています。この「インクルージョン」という考え方を従業員へも拡大し、多様な働き方や価値観を受け入れることで、革新を起こす力をつくる「ワーキング・インクルージョン」を推進しています。



従業員一人ひとりの活躍の「場」

丸井グループで働く約6,000人の従業員は、社会から一時的にお預かりしている大切な人材です。「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」という経営理念を掲げる丸井グループにとって、企業とは従業員一人ひとりにとっての活躍の「場」です。年代・

性別・ライフスタイル・性的指向等にかかわらず互いを認め合い、イノベーションを生み出しやすい職場環境づくりを推進することで、人が育つ風土づくり、誰もがチャンスを得られる場の整備をすすめています。



「多様性」を活かす組織づくり

丸井グループでは、違う個性を持つ約6,000人の従業員が互いを認め合い、世の中の変化やニーズに目を向けて、さまざまな価値観を融合させることで、知の掛け合わせから必ずイノベーションを創出できると考えています。そのため2015年3月期から中期経営計画において多様性推進を明確に掲げ、「個人の中」「男女」「年代」の3つの多様性をすすめています。



多様性推進の社会的背景

社会環境が大きく変化し、一人ひとりの価値観も異なり、お客さまのニーズも多様化しています。



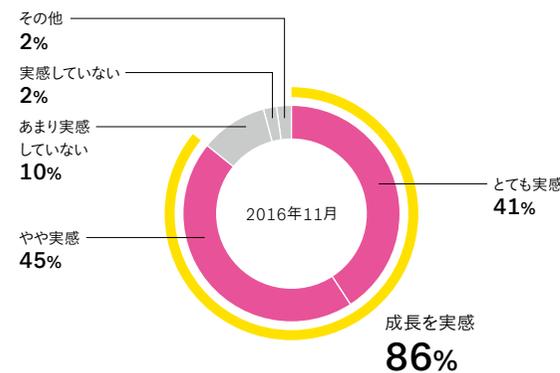
丸井グループの多様性

「個人の中」「男女」「年代」の多様性を掲げ、イノベーションを生み出す職場づくりを推進しています。

当たり前や思い込みを捨てる「職種変更」

「個人の中の多様性」の実現に向けて、2013年4月からグループ共通の人事制度のもと、グループ会社間異動「職種変更」を推進しています。2017年4月までの累計で、全従業員の約34%に当たる1,833人が職種変更を経験しています。新たな業務での「なぜ?」という素朴な疑問は、これまでの当たり前や思い込みを捨てるきっかけになり、自身の成長はもちろん、職種変更者を受け入れる側の業務にもいい変化を与えます。職種変更経験者が増えることで、お客さま視点を持った変化に強い従業員が育成され、革新を起こしやすい企業へと成長します。

職種変更後の従業員満足度調査



「自ら考え、自ら行動する」企業文化

丸井グループには3つの公認プロジェクト「マルイミライ」「多様性」「健康経営」があります。自ら手を挙げる公募制で、応募時に参加への意思を小論文で提出し、選ばれたメンバーのみが参加できる仕組みです。メンバーは1年ごとに入れ替わるため、知見を貯え意識改革をおこなった主体的なメンバーが毎年創出されます。



人事・評価制度と労働協約の見直し

2015年12月からスタートした新人事・評価制度を考えるグループ横断分科会では、のべ2,600人の従業員と人事部が、運用案・定量目標・定性目標について議論を重ねました。新制度は、「人と企業の持続的な成長」を通じた、さらなる企業価値の向上に向けて、経営理念の実現に向けた大切な価値観と役職ごとの人物像に基づく「バリュー評価」と、チームとしての期間成果を評価する「パフォーマンス評価」の2軸で評価を実施します。

また2017年9月には、労働協約に「性自認、性的指向を理由に差別的取扱いをしない」という文言を追加。仕事や自分、家族についてのLGBTに関する悩みを相談できる窓口を社外に続いて社内にも設置しました。

人の成長を支える「健康経営」

丸井グループでは健康経営を中期経営計画の一つに掲げ、丸井健康保険組合と健康推進部を連携させグループ全体ですすめています。病気にならない(予防)だけでなく、今よりもっと活力高くイキイキとすることを重視し、従業員一人ひとりが意識や行動を変え活力を高め、生産性をアップさせることで、企業価値向上と社会へのお役立ちにつなげることをめざしています。



企業の一般的な健康対策

生活習慣病やメンタルヘルス不調などの病気にならないことをめざす、予防・守りの活動が中心。



丸井グループの健康経営

病気にならない(予防)だけでなく、今よりもっと活力高くイキイキとすることをめざしています。

攻めと守りの両面から健康活動を強化

従業員一人ひとりの健康が企業価値向上につながるということを、丸井グループ全員で考える組織文化を共に創っていくために、健康推進部、人事部、丸井健康保険組合の関連部署とアドバイザーボードを交えたプロジェクトをスタートし、攻めと守りの両面から健康活動を強化しています。

トップ層から意識を変える「レジリエンスプログラム」

従業員が今よりもっと活力高くイキイキと活動するためには、トップ層の理解も必要です。このプログラムでは「身体(食事・運動・睡眠)」「情動」「精神性」「頭脳」の4つの活力を高める習慣形成と、本人・部下・家族の360度評価を

実施し、受講者の活力度合と周囲への影響度合についてデータ分析をおこなっています。

自ら手を挙げて参加する「健康経営推進プロジェクト」

2016年11月よりスタートした健康経営推進プロジェクトは、健康を切り口に意識や行動を変えることで、一人ひとりが活力に満ち、最高のパフォーマンスを発揮するためのグループ横断プロジェクトとして発足しました。丸井グループ3つの公認プロジェクトの一つです。参加は自ら手を挙げる公募制で、グループ全従業員の中から選抜されたメンバーが1年間かけて、丸井グループらしい健康経営を学び、追求します。

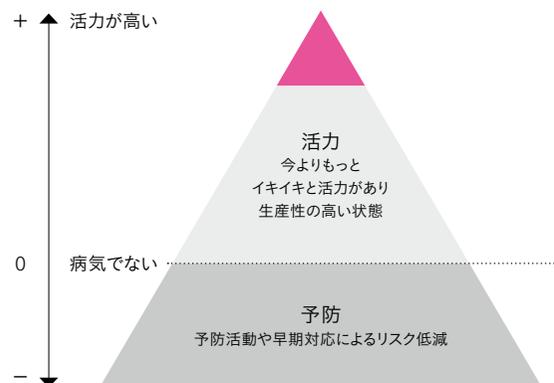
…… 従業員のコメント

メンバーは手挙げでの参加だったので、熱意を持ってプロジェクト活動に取組み、活動がすすむにつれ「自ら考え、自ら行動する」といったお互いの成長を実感しました。私たちが学んだことを自分の職場に伝え、次のメンバーのサポーターとしても一緒に浸透させていくことで、会社全体にイキイキと働く従業員を溢れさせていきたいです。



白岩 麻理
株式会社エムクリエイツ
商業・広告事業本部
販促企画部
健康経営推進プロジェクトメンバー

2つの健康



新たな成長に向けた「人材への投資」

丸井グループでは、「人のお役に立ちたい」という想いを持つ従業員の成長が、すべての価値を生み出す源であると確信し、多様な価値観の尊重はもちろん、一人ひとりがイキイキと成長し続けられる組織風土の醸成をめざしています。積極的な人材育成と採用への投資を実施し、未来を担う人材を創出します。



投資家からの要請

人材への投資を企業がどう評価・把握しているのか、企業の実行力を見極める上で重要な指標となる。



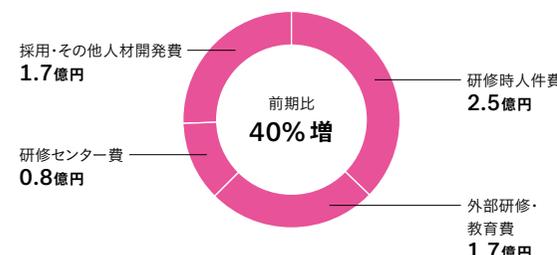
丸井グループの対応

企業価値創造の唯一最大の源泉である人材について、積極的な人材育成と採用への投資を実施しています。

人材の育成・採用への投資額を見える化

丸井グループでは、企業価値創造の唯一最大の源泉である人材について、積極的な人材育成と採用への投資を実施しています。2018年3月期の人材投資額は前期比40%増の6億7,000万円となる見通しです。

人材への投資額(2018年3月期見通し)



次世代経営者育成プログラム「共創経営塾」

サクセッションプランの一貫として、2017年4月より「共創経営塾」を開設。一橋大学大学院 国際企業戦略研究科(ICS)の准教授 野間 幹晴氏と社外取締役の監修を受けた研修で、経営の視点を1年間かけて学びます。この制度は公募制とし、若手従業員の中から毎年20人程度を選抜。継続して将来の丸井グループの経営を担う次世代リーダーを育成します。



毎回1,000人が応募する「中期経営推進会議」

丸井グループにとって重要となるさまざまなテーマについて考える場と位置付け、3~5年先の中期視点のテーマを設定し、ほぼ毎月開催しています。参加にあたっては毎回1,000人前後が応募し、選抜された約320人のメンバーで活発な対話をおこなっています。外部講師を招いての特別講演も定期的に開催しています。



次世代を担う優秀な人材の採用「インターンシップ」

丸井グループの理念に共感した、次世代を担う優秀な人材の採用に向けてインターンシップを強化しています。小売だけでなく金融やIT、テクノロジーなどに興味を持った多様な学生との出会いを大切に、丸井グループの幅広い事業を体感していただけるプログラムを用意しています。2018年3月期のインターンシップは70日間、参加学生数は480人にのぼる見込みです。



🌐 www.0101maruigroup.co.jp/recruit/internship/

🌐 www.0101maruigroup.co.jp/recruit/2018newgraduate/guideline/seminar.html



Dialogue 03

イノベーションを起こすための ダイバーシティとは

丸井グループには、さまざまな職種経験を持つ従業員がいます。

彼らがグループ会社の中を異動し続けることで、一つの企業の中に多様な背景を持つ、マルチキャリアの組織ができあがります。これが丸井グループのダイバーシティへの取組みであり、その目的はお客さまに喜んでいただくことにあります。イノベーションの専門家である入山氏をお迎えし、当社グループ社外取締役の岡島、当社グループ代表の青井が、丸井グループのダイバーシティへの想いについて語り合います。

岡島 悦子

株式会社丸井グループ
社外取締役



入山 章栄氏

早稲田大学
大学院経営管理研究科 准教授



青井 浩

株式会社丸井グループ
代表取締役社長 代表執行役員



成功体験のアイデンティティを打ち破る ダイバーシティと職種変更

青井:ダイバーシティや「ワーキング・インクルージョン」を始めたきっかけをお話すると、私どもは1980年代後半からバブル期くらいまでは時代環境にピタッとハマり短期間で大成功したのですが、バブル崩壊後にとっても停滞した時期があったのです。それまで好調だった「若い人、ファッション、クレジットカード」の丸井がアイデンティティ化してしまい、そこを打ち破った新たな創造をすることができなくなっていました。当社には約30の店舗がありますが、180度ひっくり返したビジネス転換を始めたところ、比較的導入階に近い雑貨売場では、すぐに品揃えの変更や接客の仕方に変化が起きているのに対して、上層階の紳士服や子供服、スポーツ用品売場は変わることができなかったのです。「なぜ?なぜ?」と考えていったら、変わることができなかった所は我々にとって強みのある売場で、販売員も10~20年「この道一筋」でやっていた売場でした。これに対して雑貨売場は、新入社員の登竜門だったため、人の出入りが頻繁にありました。経験が長くなると成功体験がアイデンティティ化されるのであれば、すべての売場で同じ条件で人が異動する仕組みをつくれれば、イノベーションが

起こりやすい組織になるのではないかと思います。それがダイバーシティであり、当社の職種変更が始まったきっかけです。

岡島:この5年間で職種変更者は全従業員の約34%とすんでいます。スタート当初はそれまでの経験や知見が通じない他の部署に行ったら、せっかく積み上げてきた評価が落ちてしまうのではないかとという声もありましたね。

青井:最初はみんなそれまでの自分のキャリアを否定されたような感じになって心配したのですが、慣れてきたら新たな職場でそれまでの経験がむしろ役に立つということがわかり始め、逆に異動しないと取り残されたような雰囲気になってきたのです。

入山:その時にはランダムとは言いませんが、意外と大胆な配置換えをしているのですか。逆に言うと、非常に大胆な変化、この人をこういうところに動かしましたという事例はありますか。

青井:直近では2人の常務執行役員の異動です。それぞれ小売事業責任者と金融事業責任者だったのですが、担当事業を入れ替えました。

入山:そういう大胆な配置ができるのはすごいですね。小売の人がカードに行ったり、カードの人が小売に行くというのは面白いですね。プラスは絶対にありますよね。

新しい考えやアイデアは
「知と知の組み合わせ」から
生まれてくるのです。

入山 章栄氏





**丸井グループが面白いのは、
ジョブ型というより
メンバーシップ型であることです。**

岡島 悦子

ダイバーシティを強化していた時、まさにそれだと思ったことがあります。男女のダイバーシティも大切ですが、イノベーションという意味ではさまざまなキャリアや視点を身に付けていくために、もっと掛け合わせでやっていく必要があるのではないかと言ったら、岡島さんが「それって個人の中の多様性ですよ」と。現在の丸井グループは多様性を「個人の中」「男女」「年代」の3つですめています。

入山:「イントラパーソナル・ダイバーシティ」には、さらにプラス効果があります。多様な経験を持ったマルチキャリアの人は、自身が多様な経験をしているため多様な人を受け入れ、よりインクルーシブになれるのです。もう一つは「プロソーシャル・モチベーション」と言いますが、他者視点を持ちやすくなるということです。他者視点を持つことは、クリエイティビティにとってとても重要です。

青井:確かに、我々のような小売とかサービス業をやっている人には、人が好きな人が多いのです。人に喜んでいただくことにやりがいを感じる人が多くて、相手に共感する力、エンパシーが強い人が多いようです。自分とはもかく、お客さまはどういう気持ちなのか先に立つのです。

岡島:このことは丸井グループ全般に言えることです。「お客さまがどう考えるか」「お客さまと共に」が標語になっているだけでなく、役職が上の人も「若手がプランニングするならば、私たちがサポートします」「それはお客さまのためにいいね」という発想につながるのです。他者への想像力。お客さまを共通起点としているからこそ、他者への想像力と受容性を持っていますね。

青井:若い人たちの感性とか考え方を活かしていくためには、年代の多様性がとても大切だと思っています。若い人を前面に立てて活躍してもらうということは、これまで上に



立って指示・命令していたマネジメント層が、彼らの後ろに回って支援するサポーター役になるのです。うまくいかどう心配だったのですが、岡島さんが言ったように「私たちは元々人を育てるのが好きだから、私たちは応援に回ります」ということで意外とすんなりいったのです。

岡島:たとえ役職や役割が逆転したとしても、「これは役割だよ」と平気で捉えているように見えます。それは「お客さまのために」という想いと理念の浸透があるからなのです。

業態という「名詞」から、使命による「動詞」へ

岡島:丸井グループが面白いのは、ジョブ型というよりメンバーシップ型であることです。ファッションや販売というジョブ型より、丸井グループに属し、お客さまに価値を提供したいという丸井グループへの帰属、メンバーシップ型が強いのが特長です。今では店舗でのファッション比率が3割を切る形になっていても、「もうファッションができないなら辞めます」といったことがないんですよ。

青井:ビジネスモデルを変えることは、ある意味、「えいや!」でやればできるのですが、ビジネスモデルを実際に動かして価値を生み出す部分は人がやりますので、人の心がそれについていかないと絵に描いた餅になってしまいます。過去の成功体験がアイデンティティ化していた時代は、ファッションが好きで入ってきた人がとても多かったので、一回立ち止まって、そもそも何のために会社に入ったかを振り返ってみた時に、最初はファッションが好きで入ってきたけれど、あの時にこういう接客をしてお客さまから「ありがとう」と言われたとか、異動する時に花束をいただいたとか。それは、お客さまのお役に立てることが嬉しいのであって、それをもっと活かしていくためには例えば新しいことにチャレンジするのもあるよねと、みんなで話し合いながら現在の形までやってきたのです。

入山:経営学には「腹落ちする」という意味の「センス・メイキング」という考え方がありますが、とにかく長期ビジョンがあり、「この会社は何のための会社であるか」が明確に

あって、それを語ってみんなで腹落ちするというものです。それがないと人は変わらないし動かないのです。「丸井という会社は何を提供する会社なのか」をもう一度問い直したことで、長期ビジョンのようなものが出てきて、「それなら別にファッションでなくてもいいよね」と。小売とかファッションとかカードとか、そういうことではなくて、お客さまを喜ばせる会社。やはり名詞ではなく動詞ですよ。小売とかファッションとかカードとかという名詞は変わるかもしれませんが、「お客さまを喜ばせたい」という動詞は変わらないのではないですか。

青井:私もよく「丸井は小売業ですか、金融業ですか」と聞かれて。あまりによく聞かれるので、2017年の「共創経営レポート」の表紙に「私たちは両方です」と明記しました。私たちは、そういう形とか名詞にこだわっているのではないのです。

岡島:今後入社してくる学生さんも、実は知っている職業のメニューは限られている。業種や職種をいろいろやらせてもらう中で「私は意外に金融が好きだったんだ」と気づくということもあるでしょうね。

入山:丸井はお客さまを笑顔にしたい会社だということですよ。何業とか扱う商材はどうでもいい。だからアニメビジネスも始めたわけですね。

青井:世の中から見ると、私たちの職種変更は転職のような感じですが、グループ一括採用の社員というセーフティネットの中で、いろいろ違うことが経験できるのです。さまざまな職種を体験しながら変化を楽しみ、企業としても人としても、お客さまに笑顔になっていただくために成長していけたらいいと思っています。

入山 章栄氏

早稲田大学 大学院経営管理研究科 准教授

慶應義塾大学経済学部卒業、同大学院経済学研究所修士課程修了。株式会社三菱総合研究所で主に自動車メーカーや国内外政府機関へのコンサルティング業務に従事した後、2008年に米国ピッツバーグ大学経営大学院でPh.D.を取得。同年より米国ニューヨーク州立大学バッファロー校ビジネススクール助教授。2013年より早稲田大学 大学院経営管理研究科 准教授。専門は経営戦略論、国際経営論。2012年に出版された著書『世界の経営者はいま何を考えているのか』（英治出版）はベストセラーとなり、現在は「ダイヤモンド・ハーバード・ビジネス・レビュー」誌上にて長期連載「世界標準の経営理論」を掲載するなど、各種メディアでも積極的に活動している。



丸井グループの未来を担うミレニアル世代の内定者

すべての人に愛される企業が これからの成長のカギ

日本は少子高齢化が進み、各マーケットが小さくなっています。だからこそ、すべてのお客さまを対象としたインクルージョンの取り組みは、これからの日本がすすむべき方向とも合致し、丸井グループがさらに成長していくカギになると思います。多くのお客さまに愛される企業は、必ず収益といった結果もついてくるはず。そのためには、既存の枠組みにとらわれず、お客さまや社会のお役に立つために何ができるのかを考え抜き、社会から「さすが丸井だな」と言われるような会社になるよう貢献したいです。

猪瀬 望

コミュニティ福祉学部
スポーツウエルネス学科

インクルージョンという 「新しい当たり前」の創造

私は大学時代、障がいのある方々と多く関わる機会がありましたが、支援する側と、支援される側という関係性ができあがっている社会に疑問を感じていました。しかしインクルージョンの視点では、これまで見過ごされてきた人をそのまま受け入れ、「新しい当たり前」を創造することができます。共創経営が持つ「さまざまなステークホルダーの利益の重なり」の拡大」という発想も画期的です。一つの企業の取り組みが、社会を変えていく可能性を秘めていると信じています。

長谷 佳奈

社会学部
メディア社会学科

インクルージョンを ビジネスとして確立する

丸井グループがすすめるインクルージョンへの取り組みには共感しています。大学でBOPビジネスを勉強し、ユニリーバという企業が世界中の多くの人に石鹸を提供し、事業として確立していることを学びました。インクルージョンを単なる社会貢献としてではなく、ビジネスとして確立させるという考え方は、これから日本が成長していくためには必要です。丸井グループのインクルージョンへの取り組みが、他の企業や社会に広がり、それぞれ日本全体のリーダーになっていければと思います。

浜津 明也

文学部
社会学コース

私たち就職活動中の学生も ステークホルダーの一人

インクルージョンという視点で、すべてのステークホルダーと共に創るという共創経営の考え方にはとても共感しました。就職活動中はほとんどの企業から、採用のために取捨選択された情報でつくった簡易的な冊子をいただくのですが、丸井グループからは「共創経営レポート」や「共創サステナビリティレポート」を渡されました。私たちが株主や投資家などと同じように、ステークホルダーの一人として、分け隔てなく見ていただいているのだと、その時感じました。これは丸井グループが初めてです。

杉江 花鈴

地球惑星科学系
地球惑星科学コース

仕事でも家庭でも キラキラと充実した未来に

丸井グループに共感した点は、日本企業ではまだ数少ない取り組みである、年齢や性別、身体的特徴にも目を向けた、お客さまのダイバーシティをすすめていることです。お客さまへのヒアリングを通じて事業に取組み、人々に「しあわせ」をお届けするという従業員の姿勢にも魅力を感じました。丸井グループに入社し、仕事をイキイキと長く続け、結婚や出産も経験し、自分の子供が誇りに思ってくれるような人間になり、仕事でも家庭でもキラキラして充実できるような未来にしていきたいです。

市川 絵梨

総合文化政策学部
総合文化政策学科

若手のモチベーションにつながる 独自の企業文化がある

インターンシップでは、本社をはじめ郊外にある物流センターにも見学に行かせていただきました。そこで感じたのは、「お客さまのお役に立つために進化し続ける」という理念が、若手から年配の従業員にまで共通の想いとして、広く浸透しているということでした。また、手挙げで参加できる成長の場として、「中期経営推進会議」や公認プロジェクトがあり、経営層と対話ができる環境が整っていました。これは若手からすればモチベーションにつながる、丸井グループ独自の企業文化だと思います。

佐藤 慧

総合政策学部
国際政策文化学科



私が丸井グループに入社を決めた理由

佐藤: インターンシップに参加して、丸井グループが小売だけでなく、カードやオムニチャンネルなど、ITを駆使した企業だと知り入社を決めました。自分がこれから働きキャリアを重ねていく中で、さまざまな分野の職種に携わることで、成長できると思ったからです。

長谷: 私は以前からマルイ店舗やPB商品は利用していましたが、独自のビジネスモデルや経営理念を知って驚きました。入社を決めたのは、さまざまな事業展開をしているにもかかわらず、「お客さまのお役に立つ」という本質的なものを大切に、軸がぶれない会社だと感じたからです。

浜津: 経営理念や仕事の内容に納得したことはもちろんですが、従業員の方が一緒に働きたいと思える人ばかりで、入社を決めました。インターンシップでも真摯に学生と向き合っていて、個人の資質を見てくれているような気がしました。職種変更の仕組みを通じて、自分に合った仕事を見つけて成長していけることにも魅力を感じました。

杉江: 確かに丸井グループは、ちゃんと私たち学生の人間性を見て、「この人と一緒に働こう」と採用を決めた印象があります。積極性のある人を認めてくれるところも魅力的です。多様性を本当に大切にしている会社だと思いました。また、対話を非常に重視している姿勢も実感し、ここなら

自分らしく働けると思い、入社を決めました。

市川: 私もインターンシップや座談会を通じて、多くの従業員の方々に触れて、一緒に働きたいと感じるようになりました。丸井グループが「お客さまのお役に立つ」ことに重きを置き、時代の変化と共に事業を進化させている点にも魅力を感じました。

猪瀬: 丸井グループほど多くの事業に取組み、進化や成長を大切にしている企業はありません。エポスカード、エイムクリエイツ、ムービング。すべての事業に全力で取組み、一人の人間として留まることなくいつまでも成長し続けたいと思います。これから何十年という人生を歩む上で、丸井グループは最も自分が成長できる企業だと思います。

私が丸井グループでやりたいこと

浜津: 私は、店舗が不動産収入のSC型運営に移行している丸井グループにとって、お取引先さまは同時にお客さまでもあると考えています。お取引先さまがより良い商売ができるようにするには、どうしたらいいか。SC型店舗は単なる利便性だけでなく、より魅力的な価値を提供していける場にしていくことが必要だと思います。社外の方も巻き込んで、お客さまのお役に立てる仕事をしていきたいと思っています。

市川: 丸井グループは小売以外にも、カードやさまざま

事業をやっています。そのことを一人でも多くの人に知っていただきたいと考えています。「ラクチンきれいシューズ」の体験ストアも本当にいい取組みなので、その仕組みをもっと全国に広げていきたいです。

佐藤: 私も「ラクチンきれいシューズ」のような、幅広いサイズを展開していることを、日本人だけではなく海外の人たち、日本に旅行などで訪れる方も含めてPRしていきたいと思っています。あと、私の周りにはエポスカードが丸井グループのカードであることを知らない人も結構いるので、そういう人たちにもっと丸井のことを知っていただきたいと思っています。

猪瀬: 丸井グループは「お客さまのお役に立つ」という理念がしっかりとあり、かつ幅広い事業内容を持っています。丸井グループにしかできないことを推進し、「さすが丸井だな」と言われるような、オンリーワンの丸井を創っていきたいです。入社したことに満足せず、進化するということを忘れずに、自分自身の進化を丸井グループの進化につなげていければいいと思っています。

長谷: 丸井グループには、インクルーシブな視点での独自の取組みがたくさんあります。丸井グループのやっていることが社会の当たり前になるようななればと思っています。今は、小売とフィンテックという2つの柱になっていますが、これから先はそれもどんどん変わっていくでしょう。周りの状況が変わっても、丸井グループはお客さまのお役に立つために、さまざまなことをやっているのだから、「丸井グループがあって良かった」と言われるような会社にしていきたいです。

杉江: 丸井グループがすすめているインクルージョンの取組みは、将来、社会の当たり前のようになっていくはずだと私も信じています。これまで見過ごされていた人も含めてビジネスをする時代になっていくと思います。そうなった時に、「丸井グループを参考にしなければ」と、いつでも手本にしていけるような企業に私たちの世代がしていきたいです。私は大学で専門的すぎる勉強をしていたので、逆にいえば無限の可能性があり、今から何でも頑張れるのではないかと考えています。



山田 真歩

総合数理学部 先端メディアサイエンス学科

さまざまな職種を経験し、変化や違いを楽しむ

私は理学部出身なのですが、大学2年から始めたアルバイトの経験から、対面での接客に楽しみを覚え、お客さまに近い立場でモノを売る仕事に就きたいと考えてる中で、丸井グループが一番お客さまのことを考えていると感じて、入社したいと思うようになりました。丸井グループにはさまざまな職種があり、より自分に向いている職種を経験しながら、変化や違いを楽しめるような人になっていきたいです。



武内 悠人

法学部 政治学科

インクルージョンの視点から、お客さまのお役に立つ

就職活動を始めた頃に、「共創サステナビリティレポート 2016」を読みました。そこに掲載されていた障がいのある方との対話を讀んだ時にとても共感しました。入社を決めたのは、会社全体に「インクルージョン」という考え方が浸透していると感じたからです。そういう会社で仕事ができればいいなと思い、丸井グループ1本に絞って就職活動をしました。さまざまな視点からお客さまのお役に立つために何をすればいいかという問いと向き合える環境で働けることは、大きなやりがいにつながります。



深須 あかり

総合人間科学部 社会福祉学科

インクルーシブな価値観を、社会に広げる

すべてのお客さまを大切に丸井グループの経営に魅力を感じたことが、入社を決め手でした。特に、障がい者の意見を取り入れた「博多マルイ」や、LGBTの人を対象にしたスーツの試着会などをおこなうインクルーシブな経営に心を惹かれました。障がい者やLGBTの人をボランティアや支援の対象として見るのではなく、当たり前にお客さまとして接するからこそ、インクルーシブな社会を実現することができると思います。そうした価値観を社会に広げる仕事をしていきたいです。