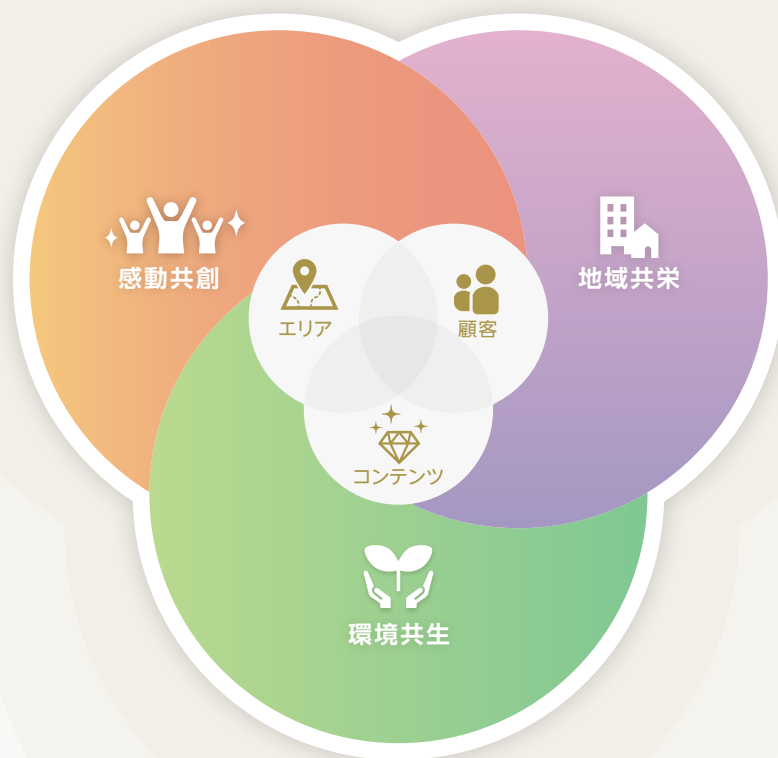


3つの価値

当社は、グループビジョン“くらしの「あたらしい幸せ」を発明する。”の実現に向け、環境や社会課題に向き合い、事業を通じて解決をはかる「サステナビリティ経営」を基軸に、企業活動を推進しています。また、当社の強みは、全国主要都市を中心とする優良な顧客基盤や店舗不動産、ステークホルダーの皆様とのつながりや信頼、そして百貨店やPARCOなどで培ってきた商業プロデュース能力や目利き力と認識しています。

今後の経営の方向性を定めるにあたり、これらの当社が有する強みと重要視する経営環境の変化を踏まえ、「2030年に目指す姿」を描きました。当社はリテール事業を中核に、3つの価値「感動共創」「地域共栄」「環境共生」を提供し続ける「価値共創リテラーグループ」へ進化します。



感動共創 顧客や従業員と共に感動を生み分かち合う

地域共栄 地域にとって必要不可欠な存在となる

環境共生 環境と共に生きる社会づくりに誰もが貢献できる文化を根付かせる

3つの価値



感動共創

人口減少社会に入った日本。社会の成熟化とは、大量生産・大量消費の終焉でもあります。情報やモノがあふれ、それらが次々にアップデートされることで、くらしは豊かになりました。一方で、価値観や嗜好、ライフスタイルの多様化に伴い、市場の細分化も顕著に進んでいきます。消費の原動力として「推し」が様々なジャンルで現れてきたのもその特徴のひとつでしょう。大事なことは、お客様ともっとつながり、プロセスや体験をも共有し、こころの体温を上げる、つまりワクワクにつながる仕組みを作り上げるということです。我々はお客様と、そして従業員と一緒に感動を生み出し、分かち合う企業を目指します。



地域共栄

街は、生態系。事業が、機能が、エリアで重層的に拡張し、人が集まる。それぞれが互いに影響し合い、刺激し合って地域に息吹を吹き込んでいきます。我々のコアビジネスは地域に根差したリテールが原点です。地域とのつながり、ネットワークを大切にし、ともに栄えることを志向するのは当社ビジネスの根幹であると言えます。一方で、リテールが陥りやすい課題は同質化。つまり、今後はローカリティが強みをつくるひとつのキーワードになるかもしれません。特に当社が重点7都市と位置付けたエリアには注目です。そこには、可能性しかないと言ってもいいでしょう。我々は地域にとって必要不可欠な企業を目指します。



環境共生

日本だけでなく、世界で毎年のように発生する異常気象。これまで「異常」とある意味、高を括っていたことが、もはや「日常」になりつつあります。リテールがコアであるという事業特性からすれば、環境課題に向き合っていることは限られたものかもしれません。しかし、我々はサプライチェーンにおいてより多くのお客様やサプライヤーとのつながりを持つのも特徴です。そうしたつながりを活かして、働きかける、あるいは一緒に取り組めることも少なくないはず。気候変動は社会全体で「自分ごと」としなければならぬ課題です。我々は環境課題に直結する事業に取り組む企業を目指します。