

三越伊勢丹グループ
企業理念



三越伊勢丹ホールディングス

-
- 目次
- 01. はじめに
 - 02. 三越伊勢丹グループ企業理念
 - 03. 根本精神
 - 04. 再整理のプロセス

01 はじめに

「三越伊勢丹グループ企業理念」は、三越伊勢丹グループが社会の中で、どのような価値提供により貢献できるのか、どのような姿を目指していくのか、存在意義は何なのかということを表したものです。

言い換えれば、三越伊勢丹グループの全ての企業活動の原点にある最も基本的な考え方です。

そしてその考え方を三越伊勢丹グループで働く一人一人が共有し、お客さまをはじめとするステークホルダーの皆さまから求められ、存在意義を認められ続けること。そのための道標となるものが、「三越伊勢丹グループ企業理念」です。

日々の業務の中で迷いが生じたときは、「三越伊勢丹グループ企業理念」に立ち戻り、自分たちの存在意義を見失うことなく、行動・挑戦し、三越伊勢丹グループの未来を切り拓き続けていきます。

私たちのステークホルダー



全ての想いを一つに

アンケートや対話を通じて、一人一人が考えた“私”の想い。そして、その“個”の想いが重なった“私たち”の共通の想い。「感動」「笑顔」「幸せ」…

全ての想いが一つとなり、導き出された私たちが大切にしているものは「ひと」と「ところ」です。

再整理の目的

1673年創業の三越、1754年創業の岩田屋、1872年創業の丸井今井、そして1886年創業の伊勢丹。それぞれののれんの下に創業し、挑戦の歴史を繰り返しながら社会と共に成長、国内・海外の百貨店を中核に据えながら、クレジット・金融、建装、旅行、システム、物流、人材派遣など幅広い事業を通じ新たな価値を創造し続けてきました。

そして2021年に発表した中期経営計画において「**私たちが目指す姿(ビジョン)**」を掲げました。

変化の激しい時代の中で、共に働く仲間と心をつなぐ一つにして目指す姿の実現に向かっていくために、改めて「**私たちの存在意義(ミッション)**」と、「**私たちが大切にしている思考と行動(バリューズ)**」を明確化し、その過程において、グループ全員が改めて**自分自身の働く目的**や**会社の存在意義**について考える必要があるのではないか。そうした経営陣と従業員双方の想いから2022年4月、企業理念体系を再整理するプロジェクトが始まりました。

三越伊勢丹グループ 企業理念

三越伊勢丹グループ 企業理念

VISION

私たちが目指す姿

お客さまの暮らしを豊かにする、
“特別な”百貨店を中核とした
小売グループ

～日本の誇り、世界への発信力を持ち、
高感度上質消費において最も支持される～

VALUES

私たちが大切にしている思考と行動

- 新しさに惹かれ、美しいものに感動し、それを伝えたいと思う
- 人が好きで、あふれる笑顔を響かせ、まわりを明るくする
- 魅力あふれる個性で、斬新なアイデアを生かし、共創をもって形にする
- あらゆる情報を駆使し、感性とともに考えぬき、オンリーワンをつくる
- 常に真摯な姿勢で、健全な方法を選択し、社会的責任を果たす
- 変化の先の未来を信じ、勇気をもって、挑戦と努力をしつづける

MISSION

私たちの存在意義

こころ動かす、
ひとの力で。



「こころ動かす、ひとの力で。」

「“私たち一人一人”の力で、“私たちのステークホルダー”の心を動かします」という意味を込めています。

ビジョン
VISION 私たちが目指す姿

バリューズ
VALUES 私たちが大切にしている思考と行動

ミッション
MISSION 私たちの存在意義

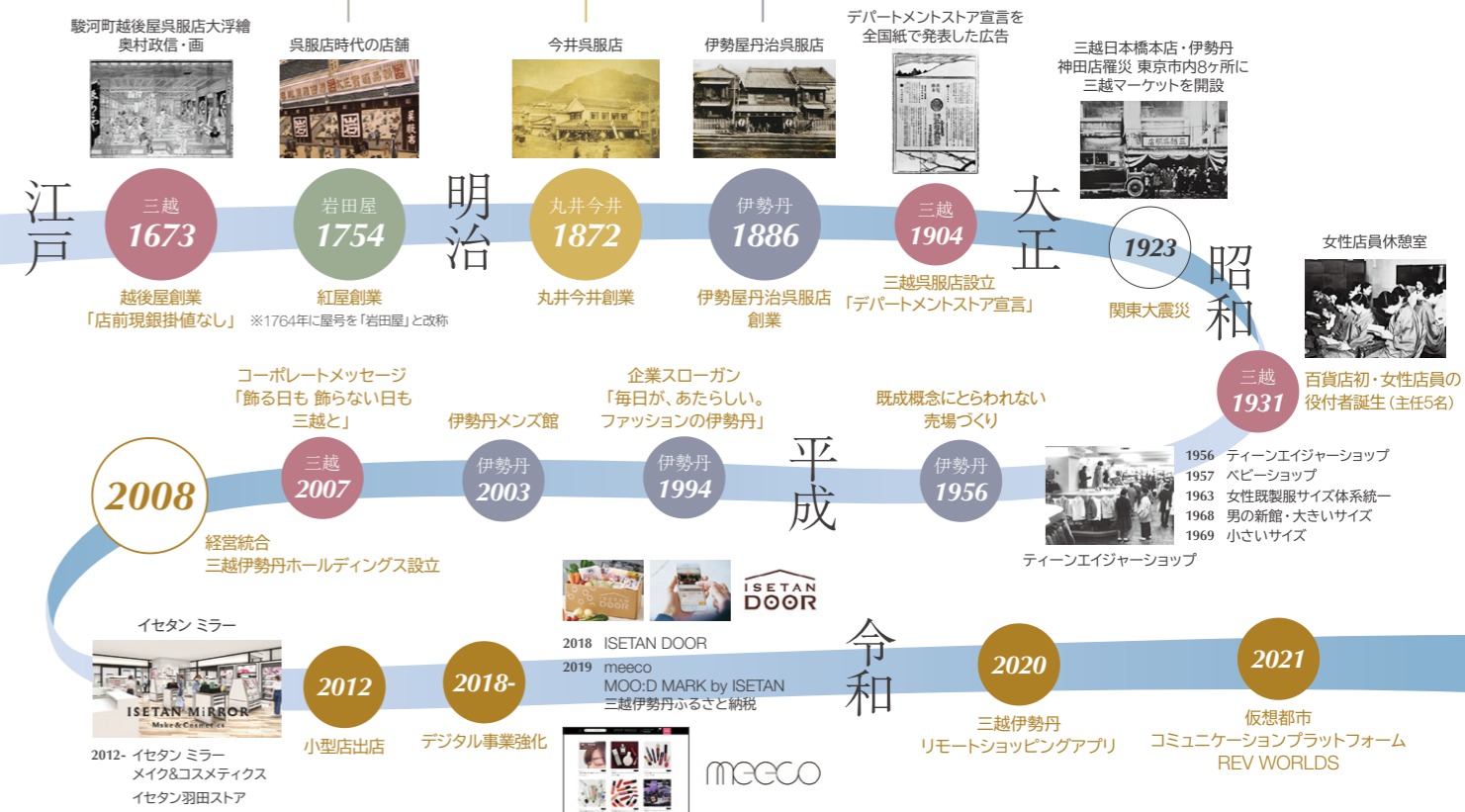
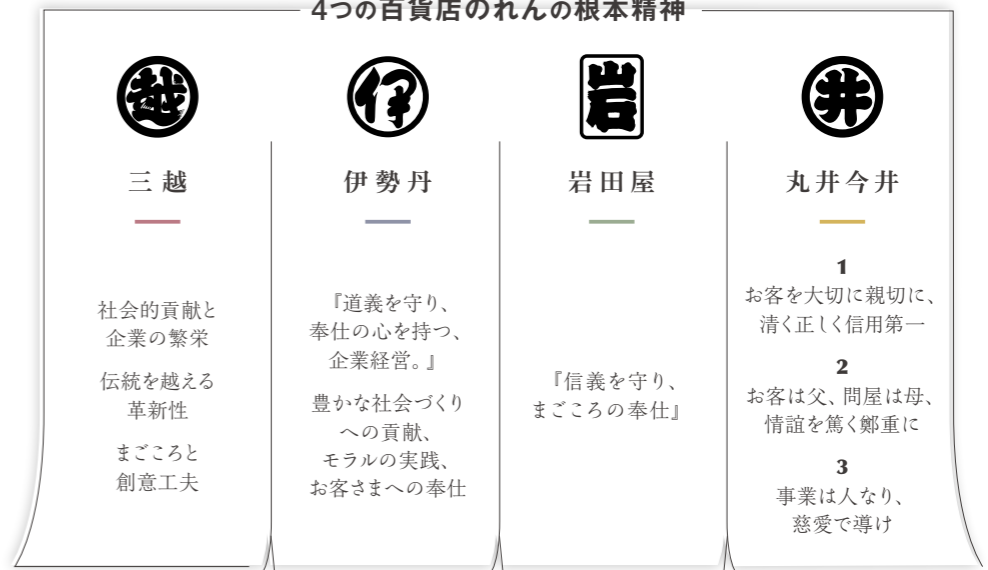
常に立ち戻る原点

根本精神

4つの百貨店のれんで創業以来の長い歴史の中で培ってきた
「お客さま第一の下に、社会や顧客ニーズの変化を先取りし、
お客さまに豊かさを届け続ける、そして自ら変革していく挑戦の精神」。

これらの根本精神は、再整理した企業理念にも要素として包摂しています。

4つの百貨店のれんの根本精神

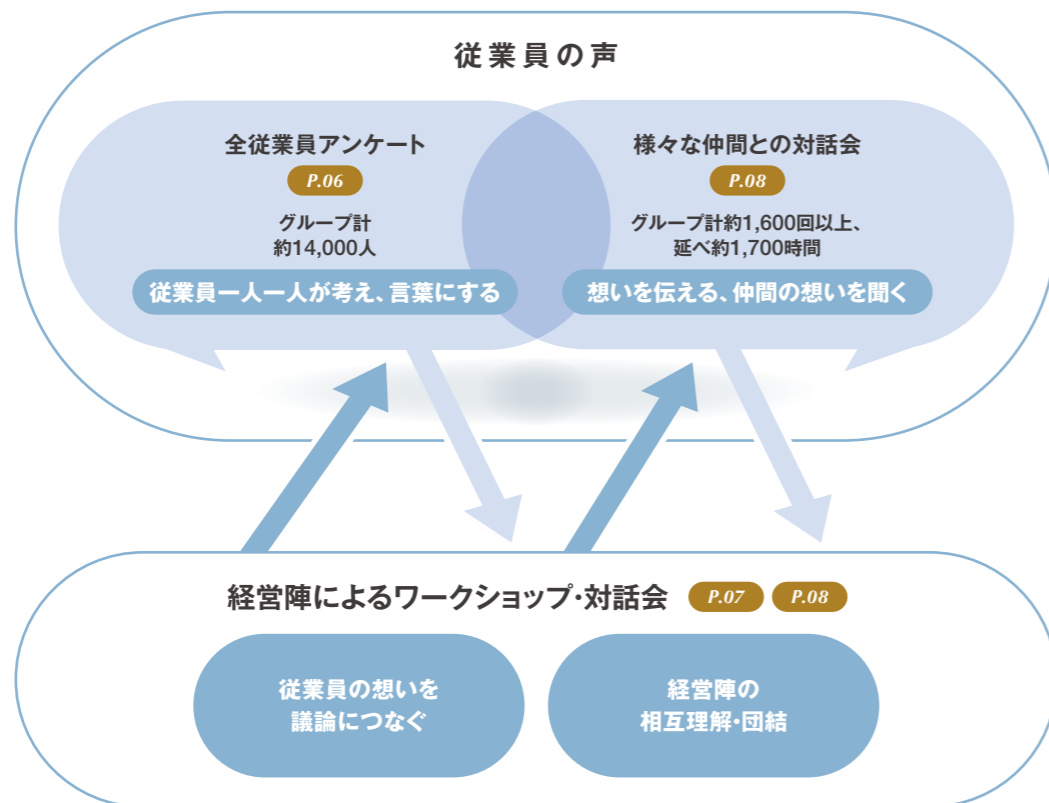


グループ全員で “共通の想い”を見つけ出す

「三越伊勢丹グループ企業理念」はグループ共通のものです。

そのため、地域事業会社・関係会社を含めた全従業員約14,000人が、仕事の中での「自身のやりがい」、「大切にしていること」、「三越伊勢丹グループの存在意義」についてアンケートを通じて考えることやグループ計で約1,600回を超える対話会の場で想いを語り合うことを通じて、再整理のプロセスに参加してきました。

そして集まった従業員の想いを、経営陣が受け止めるとともに、ワークショップや対話会で議論し、想いをつないできました。こうしたプロセスを何度も反復させながら、“私たちの想い”を見つけ出してきました。



1 全従業員アンケート

一人一人が自分自身のこと、そして三越伊勢丹グループのことについて改めて考えるためのきっかけとして、全従業員アンケートを実施しました。

私はなぜ三越伊勢丹グループで働くのか（個人のミッション）、働く上で私は何を大切にしているのか（個人のバリューズ）、そして三越伊勢丹グループにどうあってほしいか（グループのミッション、バリューズ）を設問とし、過去・現在から未来に自分の想いをストーリー化できるよう投げ掛けました。

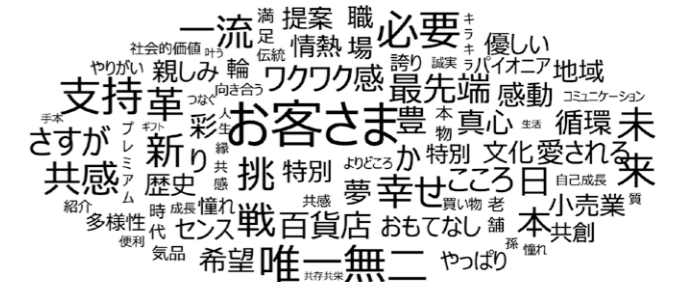
そして、地域事業会社・関係会社を含めたグループ計34社、海外出向者やグループ外の出向者等も含めた、約14,000人の従業員から熱い想いが込められた回答が集まりました。

回答内容を分析していくと、**所属している会社や年齢層に関わらず、私たちが大切にしている想いは一緒である**ということが見えてきました。

設問内容

- 1** あなたは仕事をする中で、どのようなときに「やりがい」を感じますか。
「個人」のミッション
- 2** あなたが仕事をする中で、最も大切にしていることはなんですか。
「個人」のバリューズ
- 3** 未来の三越伊勢丹グループはどのような存在であって欲しいか「一言」でご記入ください。
「グループ」のミッション・バリューズの構成要素

アンケート回答に基づくワードクラウドイメージ



設問「未来の三越伊勢丹グループにどうあってほしいか」に対する回答分類

年齢層別					
年齢層	1位	2位	3位	4位	5位
10~20代	進化・変革	お客様第一	感動	親しみ	文化・伝統
30代	お客様第一	進化・変革	センス	高揚感・ワクワク感	感動
40代	お客様第一	進化・変革	感動	センス	高揚感・ワクワク感
50代	お客様第一	進化・変革	高揚感・ワクワク感	感動	センス
60代	お客様第一	進化・変革	高揚感・ワクワク感	感動	おもてなし・真心

事業会社別					
事業会社	1位	2位	3位	4位	5位
三越伊勢丹	お客様第一	進化・変革	感動	高揚感・ワクワク感	センス
地域事業会社	お客様第一	進化・変革	高揚感・ワクワク感	感動	親しみ
関連会社	進化・変革	お客様第一	文化・伝統	感動	親しみ

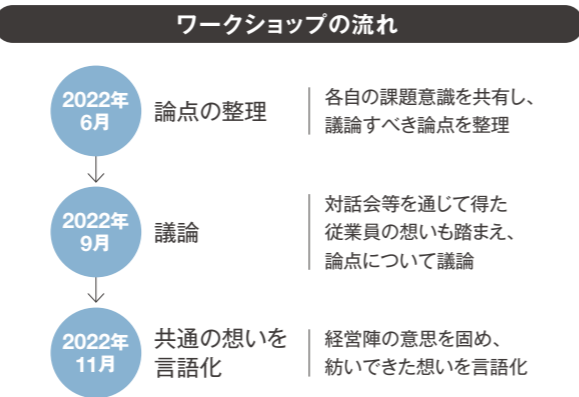
2 経営陣によるワークショップ

再整理のプロセスにおける中核として、地域事業会社や関係会社の社長を含めた経営陣28人による終日のワークショップを複数回重ねました。また各ワークショップの前後には自らの原体験を掘り起こすインタビューを行い、自分自身の想いを整理することで、深く議論するための準備を整えました。

「はじめから答えを導き出さず、徹底的な自分自身の洞察と、従業員との対話を通じて、「私たちの共通の想い」を模索しながら導き出していくこと」、それがワークショップで課した経営陣自らのミッションでした。

参加した経営陣は、こうしたプロセスを繰り返す中で、経営陣同士がお互いを理解し合い団結、そして従業員一人一人の気持ちを想像しながら、リーダーとして今やらなければならないことを定め、覚悟を決めました。

- ☑ 自分自身の想いや考えを深く内省し、言葉にする
- ☑ 従業員との対話会やアンケートの声を通じて自らの考えを深掘り、新たな気づきを得る
- ☑ ワークショップにて想いや考えを共有し合う



ニックネームで呼び合いグータッチであいさつ



経営陣同士がお互いを理解し合い団結



班を入れ替えながらグループワークやペアワークを繰り返す



最後のワークショップを終えて全員の想いが一つに

3 様々な仲間との対話会

☑ 会社・部門・所属を越えた対話会

普段の業務では交わらない社内の仲間と、世代や役割、組織を越えて自らの想いを語り合うことで、共に働く仲間を理解し、新たな気づきを得る機会となりました。そして、異なる組織文化や価値観を持つメンバー同士が対話することで、会社が違って共通の想いを抱いていることや、自身の仕事のやりがいに改めて気づくこと、また組織を越えた関係性の構築や連携強化にもつながりました。



☑ グループ外出向者との対話会

社内議論だけではなく、客観的な視点や意見も取り入れるため、外部企業に出向している従業員とも対話会を行いました。「グループから離れているからこそ感じる外部からの当社の見え方や当社らしさ」、「それを形成している強み・弱み」、「どうあって欲しいのか」等についての熱い議論を交わしました。



☑ 経営陣と従業員の対話会

経営陣はワークショップでの議論内容や、自らの想いに基づいたテーマで様々な従業員との対話を実施。従業員の想いを聞くことで、新たな気づきを得ると共に、自分自身の想いや考えを深めました。

また従業員にとっても経営陣との対話を通じ、自らの想いを直接伝えると共に高い視座で会社の方向性を理解し、経営陣の想いを理解するきっかけにもつながりました。



☑ 役員同士の対話会

プロジェクトに参加していない経営陣についても、執行役との対話会を通じ、ワークショップでの議論内容や考えを共有しました。参加する経営陣はそこでの共有内容や議論を基に、今度は自らが従業員との対話を実施。再び執行役との対話会で従業員の声を共有し、それを受け止めた執行役がワークショップにつないでいくというプロセスを重ねました。





三越伊勢丹ホールディングス