株式会社 丸井グループ

IMPACT BOOK 2026

MARUI GROUP

2026年8月

すべては、一人ひとりの「好き」からはじまる

好きなアーティストを応援したい。
大切な動物や地域の文化を、未来に残したい。

誰のなかにも、理由を超えて心が動くものがあります。

もっと知りたい。
誰かに伝えたい。
自分も力になりたい。

そのかけがえのない気持ちを、私たちは「好き」と呼んでいます。

「好き」は個人的な感情です。
けれど、伝え、応援し、行動に移すことで、
人と人をつなぎ、社会を動かす力へと変わっていきます。

「好き」が駆動する経済は、
一人ひとりの心が動くところから始まります。



目次

序章　すべては、一人ひとりの「好き」からはじまる …P2

目次 … P3

第１章「好き」を応援するビジネスへの転換 … P4

1-0.　正しさだけでは、届かない … P5
1-1.　2031年に向けたビジョン＆戦略 … P6
1-2.「好き」を応援するビジネスの目的 … P7

第２章「好き」をデザインする …P8

2-0.「好き」と社会をつなぐ、関係性をデザインする … P9
2-1.「好き」を応援するビジネス … P10
2-2.「好き」を応援するユニット … P11
2-3.　丸井グループのインパクト … P12
2-4.　2031年に向けた目標 … P13
2-5.「好き」を応援するカード（応援・寄付カード） … P14
2-6.　応援・寄付カードを通じた社会課題解決への貢献 … P16
2-7.　お客さまの声 … P18
2-8.　応援・寄付先パートナーさまの声 … P20

第３章「好き」がつないだ物語 …P22

3-0.「好き」の気持ちが、社会への入口になる … P23
3-1.　①　ペットが「好き」 … P24
3-2.　②　アートが「好き」 … P27
3-3.　③　「好き」を仕事に … P30
3-4.　番外編 … P33

第４章「好き」が駆動する経済を支える基盤 …P34

4-1.　脱炭素社会の実現 … P35
4-2.　ファイナンシャル・エンパワーメント … P36
4-3.　創造性を発揮する人・働き方 … P37

100通りの「好き」が、未来の経済をつくる … P38
ここから先は、あなたと … P39

資料編 ３つのインパクトの現在地 … P40
・26年3月期インパクトKPIの進捗（ハイライト） … P41
・2050年に向けたインパクト設定 … P42
・丸井グループのロジックモデル … P43
・26年3月期インパクトKPI実績 … P44
・26年3月期インパクトによる財務価値 … P45

Appendix … P46
・インパクトの定義　他

第１章「好き」を応援するビジネスへの転換

正しさだけでは、届かない

丸井グループは2019年、長期ビジョンとして
「インパクトと利益の二項対立を乗り越える」ことを掲げました。

その実現に向けて、脱炭素をはじめ、さまざまな社会課題に
向き合ってきました。

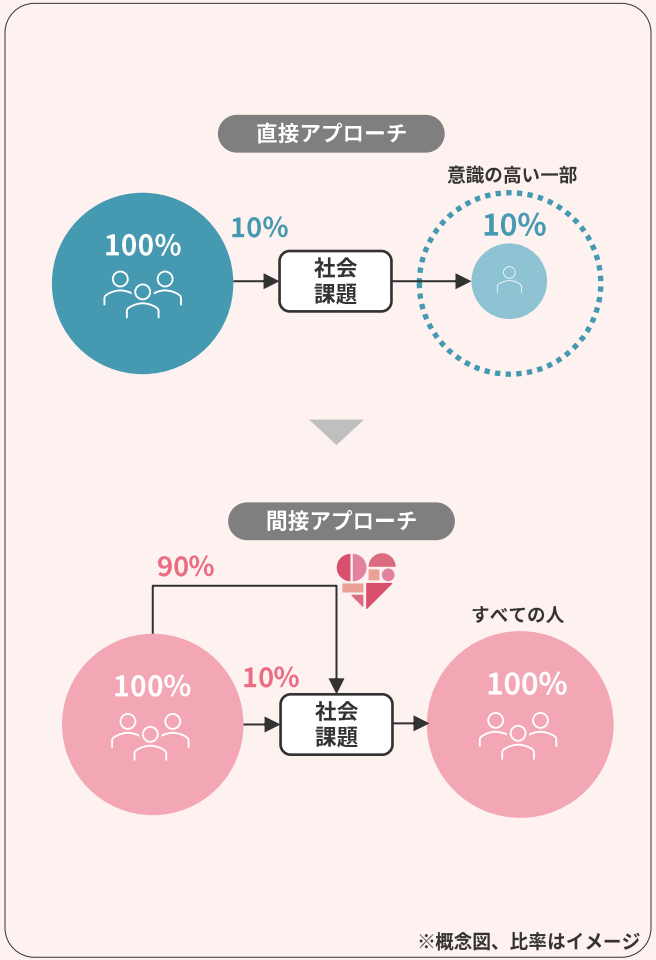
しかし、取り組みを進めるなかで、一つの気づきがありました。
社会課題を起点とした活動は、関心の高い一部の人には届きます。
一方で、すべての人が社会課題そのものをきっかけに
行動できるわけではありません。

何かをしたいと思っていても、何から始めればよいのかわからない。
義務や正しさではなく、楽しさや自分らしさから動きたい。

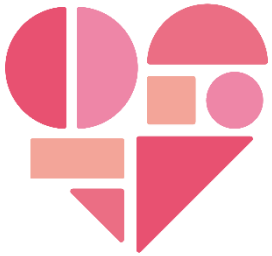
それは、社会への関心がないからではありません。
自分らしく社会とつながる入口が、まだ見つかっていないだけなのです。

社会を変えるために必要なのは、一部の人だけに行動を求めることではなく、
より多くの人が日々の暮らしのなかで、
無理なく参加できる機会をつくること。

その入口として見えてきたのが、「好き」でした。



2031年に向けたビジョン＆戦略



ビジョン

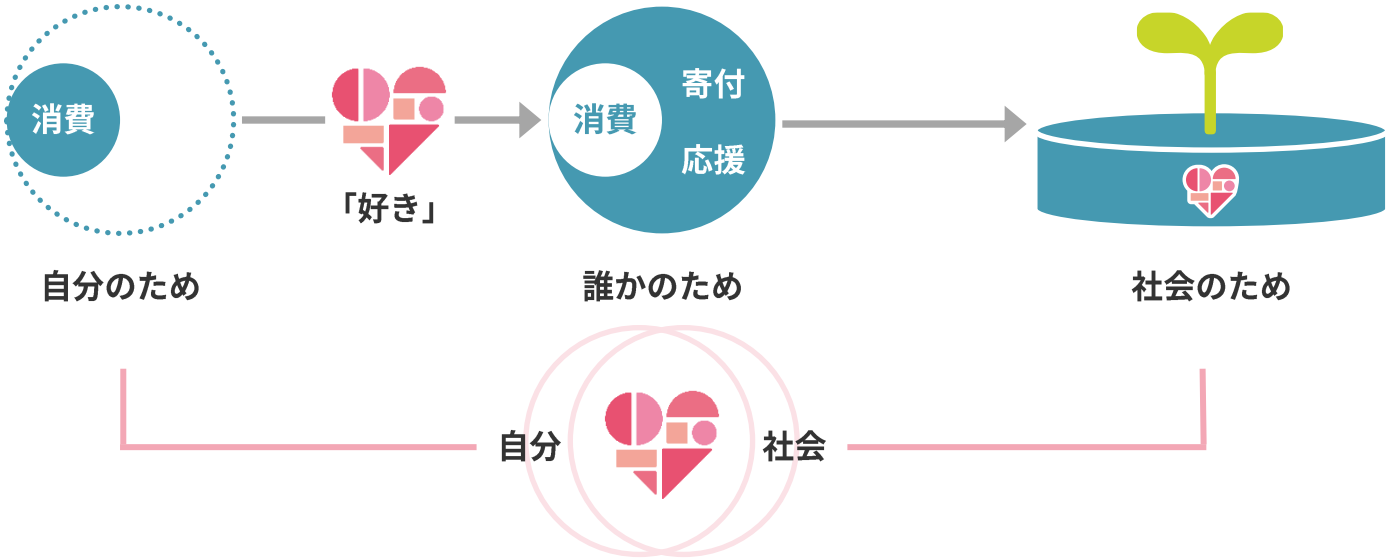
「好き」が駆動する経済

戦　略

「好き」を応援するビジネス

「好き」を応援するビジネスの目的

「好き」を通じて自分のための消費が　「誰かのため」、「社会のため」へと広がることで、
インパクトと利益の両立を目指す



第2章「好き」をデザインする

「好き」と社会をつなぐ、関係性をデザインする

「好き」が駆動する経済は、丸井グループだけではつくれません。

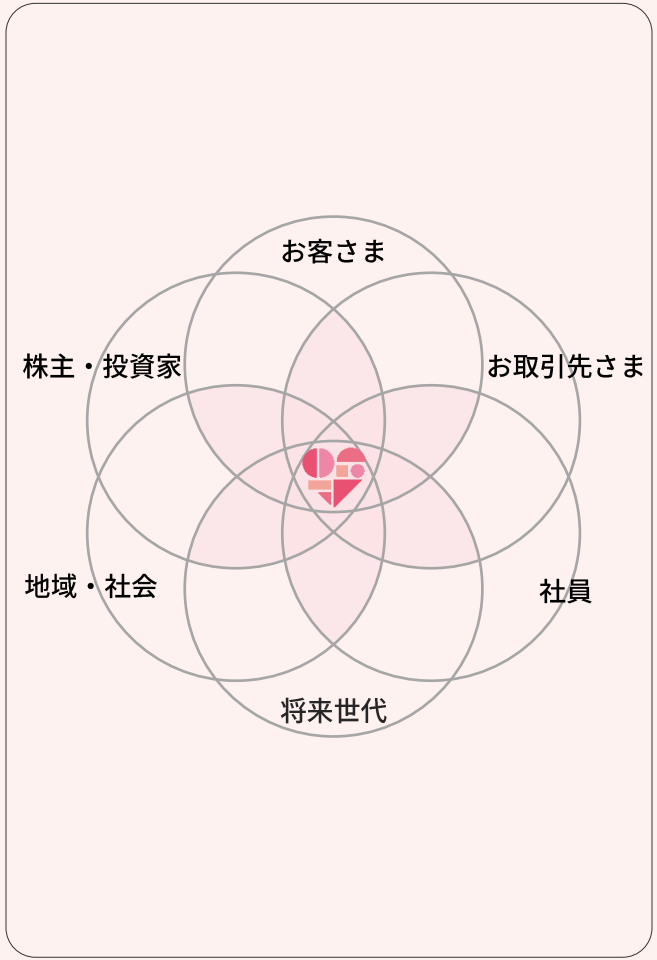
NPO、クリエイター、スポーツ・文化団体、
地域、企業、そしてお客さま。

多様な人や組織が、それぞれの想いや強みを持ち寄ることで、
新しい経済の循環が生まれます。

丸井グループが持つ、エポスカードや店舗、アプリなどのお客さまとの接点。
共創する仲間が持つ、社会課題への知見や世界観、コミュニティとの信頼。

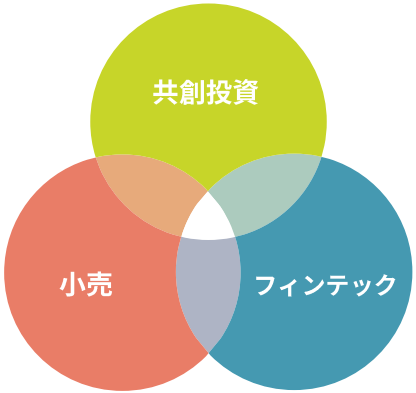
これらを掛け合わせ、「好き」を深め、
社会とのつながりを実感できる体験を生み出していきます。

お客さまと企業、日常と社会課題、利益とインパクト。
その間に橋を架け、新しい関係性をデザインする。
それが、丸井グループの役割です。

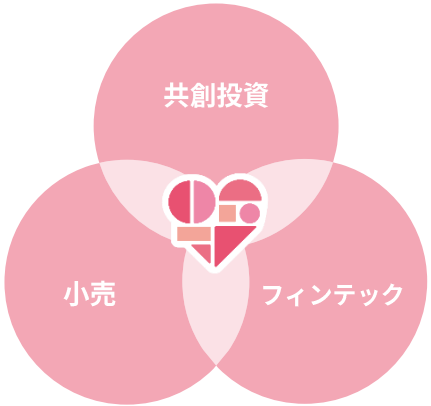


「好き」を応援するビジネス

小売・フィンテック・共創投資の中心に「好き」を置くことで、各領域が進化



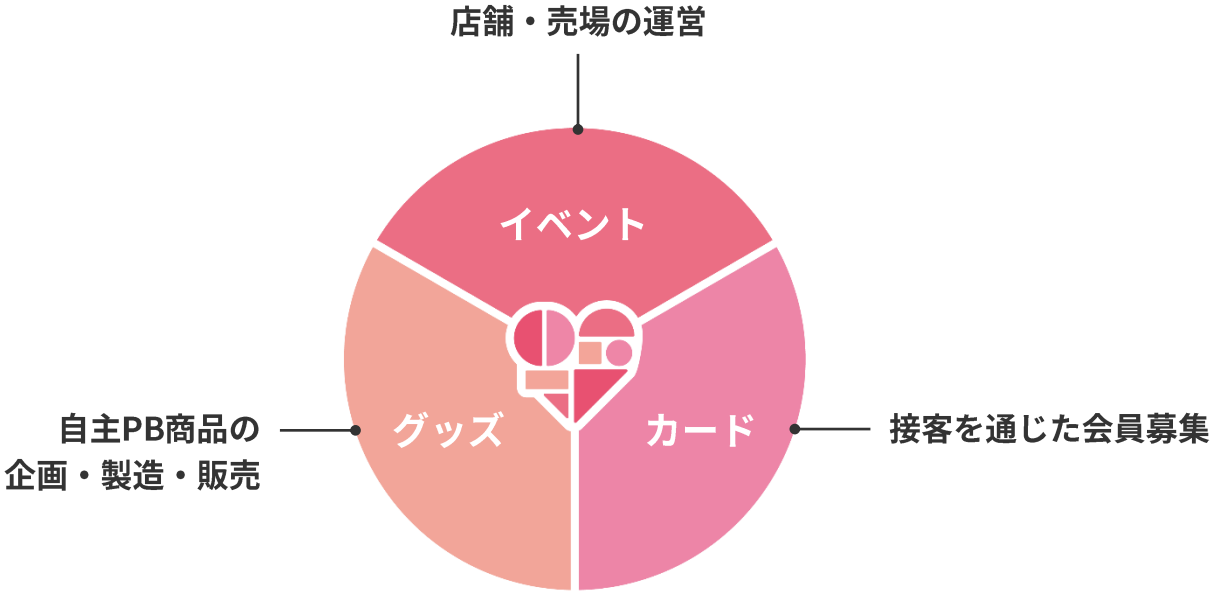
小売×フィンテック×共創投資



「好き」を応援する事業

「好き」を応援するユニット

「好き」を応援するカード・イベント・グッズをかけ合わせた「『好き』を応援するユニット」を軸に、
「好き」を応援するビジネスを推進



「好き」を応援するユニット

丸井グループのインパクト

2031年独自の戦略インパクト

一人ひとりの「好き」が駆動する経済を創る	「好き」を通じて誰かのため、社会のためへと広がる消費
	「好き」を応援するファイナンシャル・エンパワーメント
働く人の「フロー」を生み出す社会を創る	社内外に開かれた共創の場
	創造性を発揮する人・働き方

揺るがない長期インパクト

将来世代の未来を共に創る	脱炭素社会の実現
	将来世代の「事業創出」を応援

2031年に向けた目標

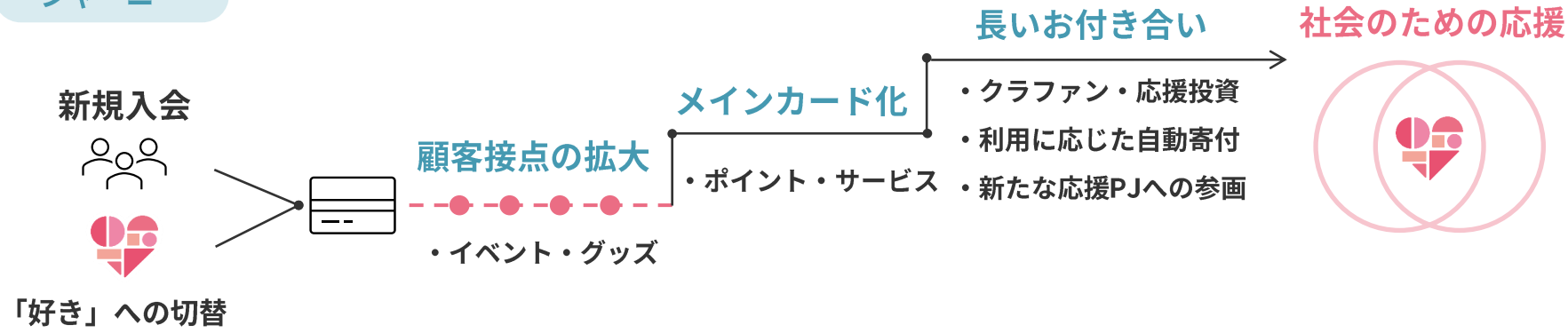
目標

「好き」を通じて誰かのため、社会のためへと広がる消費

応援・寄付参画者　100万人

応援・寄付累計額　100億円　を目指す

ジャーニー



会員数の拡大　稼働率の向上　取扱高の拡大　寄付・LTVの向上　応援数・参画者の拡大

「好き」を応援するカード（応援・寄付カード）

156企画　　**会員数138万人** ＊26.3時点

うち、応援・寄付カード　**37企画**（前年＋18企画）、**13万人**（前年＋4万人）

社会貢献



エポスTOGETHERカード

オンリーワン



エポスペットカード

スポーツ



東京グレートベアーズ

音楽



ずっと真夜中でいいのに。

アニメ



魔法少女まどか☆マギカ

キャラクター



ミッフィー

ゲーム



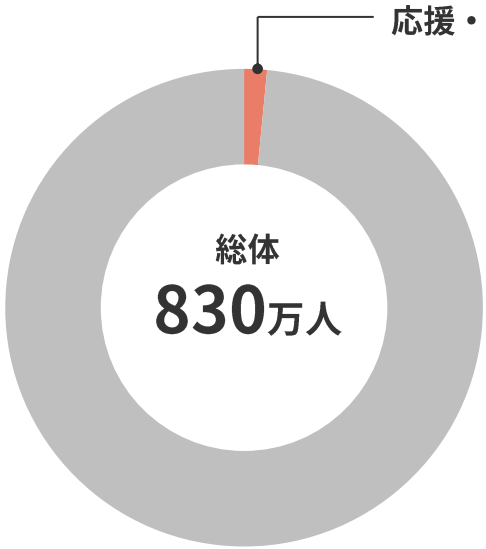
オトメイト

応援・寄付カードの状況

26年3月期 応援・寄付カード会員は13万人で全体の約2%程度、応援・寄付額は0.6億円にとどまる

■ 応援・寄付カード会員の状況

応援・寄付額 0.6 億円



クレジットカードによる
応援・寄付額の内訳

	応援・寄付額（25年度）	累計（21-25年度）
合計	7.2億円	27.1億円
お客さまご自身による寄付	6.6億円	25.5億円
応援・寄付カードによる応援	0.6億円	1.6億円

＊26.3時点

応援・寄付カードを通じた社会課題解決への貢献

文化・芸術の振興や保全など、さまざまな社会課題の解決に向けた活動に活用

応援・寄付カード企画数
37企画

応援・寄付カード会員数
13万人

応援・寄付額
単年度 0.6億円
累計 1.6億円

社会課題テーマ 区分	企画数	会員数（万人）	25年度 応援・寄付額（百万円）	累計 応援・寄付額（百万円）
文化・芸術の振興・保全	9	8.7	48	129
動物福祉・保護	7	1.9	9	16
人権・国際人道支援	3	0.9	2	7
環境・気候変動・資源循環	5	0.5	1	6
子ども・教育・学術の振興	7	0.4	3	4
スポーツ・地域振興 他	6	0.2	0	1
	37	13	64	164

【具体例】徳川美術館

徳川美術館収蔵品の保存・修復、展覧会の運営費用として利用

徳川美術館



会員数

0.9万人（26.3）

応援・寄付額

累計10百万円

応援・寄付金の利用先

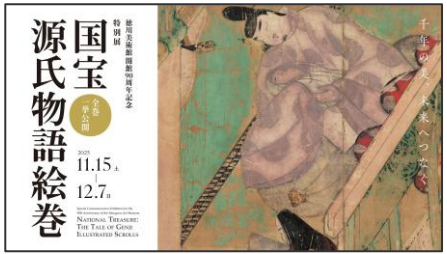
- 徳川美術館収蔵品の保存・修復・展覧会の運営。施設の管理・修繕に活用
- 公益財団法人徳川黎明会の事業費全般

＜参考＞25年度に開催された展覧会

徳川美術館開館90周年記念
夏季特別展 時をかける名刀
25年6～9月



特別展国宝「源氏物語絵巻」
10年ぶりの全点公開
25年11～12月



お客さまの声①　満足度とカード利用の状況

90%が満足、36%が寄付機能によりカードを利用する頻度が増えたと回答

■アンケート結果（n=677）

① 応援・寄付カードについて、
満足していると回答した割合　**90%**



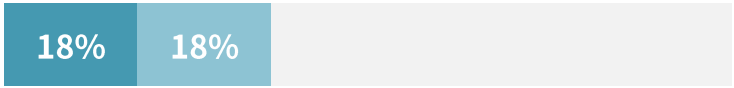


パラリンアート
カード会員

応援できる分野が多岐にわたっていたので、選ぶときに自分の価値観と合うものを見つけられてうれしかったです。今後もっと使っていきたいです。

② 応援につながる仕組み(寄付機能)により、
カードを使う頻度が増加した人の割合　**36%**

全体（n=677)



「応援・寄付実感がある人」のみ（n=109）　**69%**





ヘラルボニー
カード会員

意識せずに仕組みで応援できるなら自然で素敵だと思います。



どうぶつ
カード会員

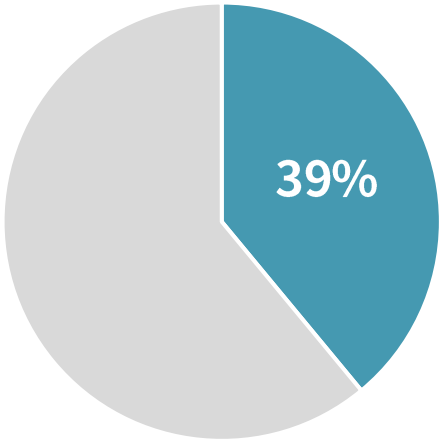
バイオパークの動物たちの野菜や果物に還元されて、動物園の経済状況の手助けが少しでもできていると思うとうれしい。

お客さまの声②　行動変容

応援・寄付カードを持った人のうち、新たな行動に至ったのは39%にとどまり、
寄付や活動参加など社会につながる行動変容は、まだ限定的

■アンケート結果

③　応援・寄付カードを持ってから、
新たな活動をした人の割合（n=677）



主な内訳

- 好き・応援対象に直接お金を使った（グッズ・チケット等）　23%
- イベントや体験に参加　7%
- 応援したい団体や活動を支援（寄付・クラファン）　6%

※回答形式：複数選択



ヴェルサイユ
カード会員

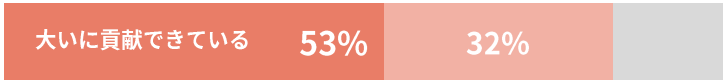
自分がお金を払うものの背景を考えるようになった。日本の作り手や産業を支える人にお金が巡ってほしいと思って行動するようになった。

応援・寄付先パートナーさまの声

84%が社会への貢献・ステークホルダーとの関係性向上を評価、79%が他者への推奨度を8点以上と回答

■アンケート結果（n=19社・団体）

① エポスカードを通じた応援・寄付が社会へ貢献できている　84%



㈱UPDATER様

寄付が一時的な支援で終わらず、中長期的にCO2を削減し続ける「再エネインフラ」として地域に根付いており、非常に多大な貢献をいただいております。

② 共創の取り組みにより、ステークホルダーとの関係性が変化　84%



NPO法人
プロジェクトサンタ様

団体や活動への安心感や信頼感につながっていると感じています。協力企業さんに取り組みを紹介した際に、凄い！！とても喜んでいただきました。

③ 他の団体/会社/個人におすすめする（10段階評価）　評価8以上 79%



ヴェルサイユ
リゾートファーム様

社会課題を日常の消費行動を通じて支えられる仕組みは、大きな価値があると感じています。

応援・寄付先パートナーさまからお客さまに向けたメッセージ

ヴェルサイユリゾートファーム
代表　岩崎様

“

皆さまの日々のお買い物が、競走生活を終えた馬たちの「第二・第三の馬生」を支え、未来へつながる大きな力となっています。

私たちは、北海道での活動に加え、福島県南相馬市で新たな観光養老牧場の整備を進め、より多くの馬たちを受け入れ、地域の活性化にも貢献できる施設づくりを目指しています。

これからも「引退馬と呼ばない未来へ。」を合言葉に、人と馬がともに歩み続けられる社会の実現に挑戦してまいります。今後とも変わらぬご支援、ご声援をよろしくお願いいたします。

”

徳川美術館　広報　吉川様

“

日頃より、エポスカードを通じて徳川美術館をご支援いただき、心より御礼申し上げます。

皆さまの日常のお買い物が、継続的なご寄付となり、貴重な文化財の保存や次世代への継承を支える大きな力となっています。文化財は、一度失われると二度と取り戻すことができません。

だからこそ、「守り、伝えていく」という多くの方々の想いと行動が、未来へ文化をつなぐ原動力となります。皆さまからの温かいご支援を大切に活かし、これからも尾張徳川家伝来の貴重な文化遺産を守り、その魅力をより多くの方へお届けできるよう努めてまいります。

そして、名古屋へお越しの際には、ぜひ徳川美術館へお立ち寄りください。「ここは私が支えている美術館だ」と誇りに感じていただけるような美術館であり続けられるよう、一層努力を重ねてまいります。 今後とも変わらぬご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

”

MARUI GROUP

第３章「好き」がつないだ物語

Episode①　ペットが「好き」
Episode②　アートが「好き」
Episode③　「好き」を仕事に

「好き」の気持ちが、社会への入口になる

人は、自分が好きなもの、大切にしたいもの、
応援したいものに、自然と心を動かされます。

かわいい。楽しい。自分らしい。
その物語に共感する。未来に残したい。
そこには、一人ひとりの想いがあります。

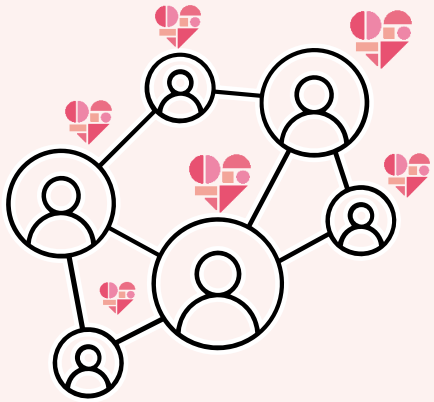
動物が好きな人が、推しのデザインのカードを選ぶ。
その選択が、日々の買い物を通じて、動物を支える活動につながっていく。

アートが好きな人が、心を動かされた作品を持つ。
その選択が、作家の創作や新しい表現の機会を支えていく。

自分のために選んだものが、誰かのためにもなる。
自分の喜びが、社会の喜びへとつながっていく。

社会参加は、必ずしも我慢や自己犠牲から始まるものではありません。
社会課題ではなく、「好き」から始めることで生まれるつながりがあります。

私たちは、この自然な循環を、
より多くの人が無理なく社会に参加できる仕組みへと育てていきます。



「好き」は、意識を変える。

ペットと暮らし始めると、見える景色が少し変わります。
いつもの散歩道、季節の移ろい、何気ない毎日。
通り過ぎていたものに、ふと目が留まるようになる。

「散歩する中で、風や花、天気など
当たり前のことが新鮮に感じるようになりました」

「生きることは、当然ではない。
それを、この子が教えてくれました」

アンケートに寄せられたのは、そんな意識の変化を映す声の数々。
そしてこの意識の変化は、行動の変化の入り口でもありました。



＊エポスペットカード会員アンケートより

Episode① ペットが「好き」

カードを手に取るたび、愛犬の顔が見える。
その一瞬が、行動のはじまりになる。

支払いという何気ない瞬間に、ふと保護犬・保護猫のことを
思い出す。このカードを持つことは、その小さなきっかけを
暮らしに埋め込むこと。積み重なった「思い出す瞬間」は、
やがて行動の変化を生み出します。

「募金や寄付をすることに抵抗がなくなり、
直接保護団体への寄付を始めました」

一人ひとりの小さな行動は、いま確かに、
保護犬・保護猫たちのもとへ届き始めています。





ペットカードを持って、行動が変わった人
n=54



＊行動が変わった20人に占める比率

Episode① ペットが「好き」

累計応援者数

1 万人

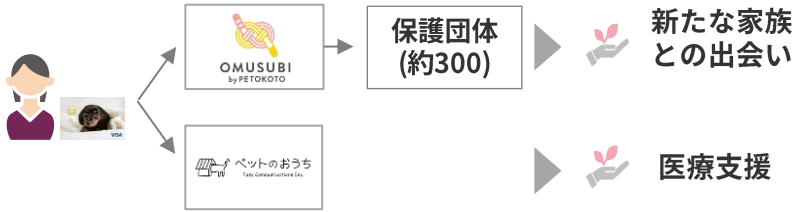
累計応援額

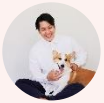
約 1,200 万円

応援の活用方法

・保護団体が保護した子たちの飼育費・医療費等の支援
・保護団体に預けられた子と新たな家族のマッチング

応援の仕組み





PETOKOTO 代表
大久保 泰介さま

「ペットを飼っていない人・興味がない人でも、
普段の決済でお金を使えば寄付になる。
『飼えないけど何かしてあげたい』という声に応え、
その輪を広げられました。寄付には手間がつきものですが、
日常のお買い物が自動的に寄付に繋がる手軽さは魅力です。」



ペットのおうち 代表
内海 友貴さま

「医療支援は一度で終わりません。手術をして、経過を見て、
必要なら再手術。薬もずっと続きます。 来月も応援がある
という見通しがあるだけで、長期の治療方針が立てられます。
継続性のあるご支援はとても大きな力になります。」

寄付先を取材したレポートはこちら。
note.0101maruigroup.co.jp/n/n6ccc17a848f0

Episode② アートが「好き」

「使うたび、社会を前進させる」という理由で選ばれるカード

一枚の絵に、心をつかまれる。描いたのは、障害のある作家たち。
ヘラルボニーは、その「異彩」を社会に放つ会社です。

2021年、丸井グループ主催のピッチイベントに登壇。
その半年後、ヘラルボニーカードが生まれました。
ポイント還元率で選ぶ時代に、「社会を前進させる」という理由で選ばれるカード。
日常の支払いが、そのまま作家への応援になる。
そんな新しいカードの、はじまりでした。





ヘラルボニーカード
2021年11月 発行開始

ヘラルボニーカード誕生秘話を語った特別対談はこちら。
note.0101maruigroup.co.jp/n/nb6b75e17984c

HERALBONY CARD THANKS DAY 2026

カードを持つ人たちが集い、作家やその家族と出会い、言葉を交わす一日。
自分のカードが、誰の、どんな作品を応援しているのか。
参加者は、その応援が生み出す価値を肌で感じました。

参加者数

100名

@・・・・・

心を動かされて思わず涙が出てしまうなど、本当にすばらしいイベントでした。
実際に会って、見て、聞くということの力を実感します。

SNSの声







カードはただの決済手段じゃない。
使う人と、作家と、その先の社会をつなぐ、応援の回路になっています。

ヘラルボニーとの共創の詳細についてはこちら。
note.0101maruigroup.co.jp/n/nf292bac93bab

Episode② アートが「好き」

累計応援者数

5.5 万人

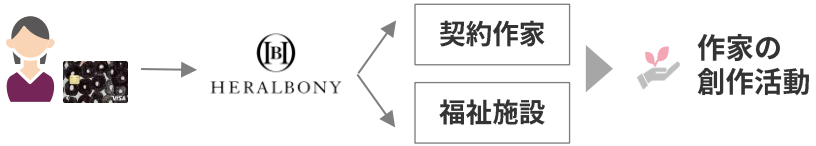
累計応援額

約 1 億円

応援の活用方法

・カード券面のアートを描いた作家・福祉施設への報酬
・ヘラルボニーギャラリーの運営

応援の仕組み





作家のご家族
Iさま

「当初はこのカードがここまで社会に受け入れられるとは考えられませんでした。でも毎月着実に増えていく応援者数を見ていると、このカードに共感してくれているたくさんの人から「頑張って」と言われている気がして、こんな形で社会とつながれていることの幸せを感じます。」



ヘラルボニー代表
松田 崇弥さま

「『このカードで買い物をすると、ちょっといいことができている気がする』という声を頂くことがとても多いです。多額の寄付ももちろん素晴らしいことだけれど、ちょっとした買い物の蓄積がいいことに繋がるというのは、なんて美しい経済の回り方だろうな、と思います。」

Episode③ 「好き」を仕事に

はじまりは、誰かの「好き」だった。

その人は、事業づくりのプロでも、専門家でもありません。
何かを深く好きになった、ひとりの人。
好きだからこそ見えている風景があり、
「こうなったらいいのに」というひらめきが、その胸の中にあります。

けれど、一人では事業にできない。
アイデアを形にするのは、本人の「好き」と、
それに共感し、伴走する仲間の力です。
こうして生まれた事業は、同じ「好き」を持つお客さまのもとへ届き、
新しい応援の輪を生み出していきます。



「好き」を応援するビジネスコンクールの詳細はこちら。
note.0101maruigroup.co.jp/n/n0fdc47dd9e1a

Episode③ 「好き」を仕事に

アイデアはある。でも、ノウハウがない——。
そんな人のために、丸井グループには応援する“人”と“場”があります。

1

「好きコン」に応募する

社内外を問わず、
「好き」を起点にしたアイデアを募る。

2

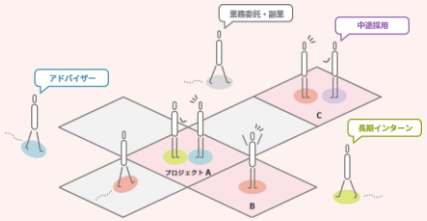
サポーター社員が伴走する

カード発行・グッズ制作・イベント
運営のサポーターが伴走。

3

チームで事業にする

発表に共感した社員が、手挙げで
事業化に向けたチームに加わる。



誰でも自由に出入りできる開かれた場

丸井グループがめざす、出入り自由な「場」

会社は従来のような社内と社外を分ける「箱」ではなく、出入り自由な「場」となって、
そこに様々な人たちが自分の「好き」と得意技を持ち寄って参加する。
そんな未来の働き方をめざしています。

Episode③ 「好き」を仕事に　社内版第1回受賞「ミュージアムエポスカード」

累計応援者数

1 万人

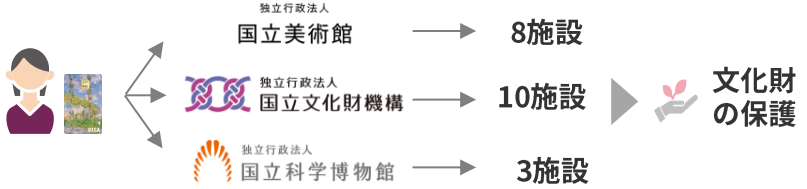
累計応援額

約 1,000 万円

応援の活用方法

・国立美術館等３つの独立行政法人を応援
・文化財、美術品、標本・資料等の継承のために活用

応援の仕組み




カード会員

「カードを持ってから寄付への躊躇がなくなりました。このカードを使うことで、博物館に必須の電気代にも少し貢献できていると嬉しいです」


カード会員

「世の中の遮光器土偶好きのために、このカードデザインがなくなってほしくない。その点では、1枚発行することでお役立ちできた」

＊ミュージアムエポスカード会員アンケートより


国立科学博物館
ご担当者さま

「国立科学博物館では、多くの方に日常的に科学へ触れていただき『科学を好きになっていただくこと』を目指しています。
このミュージアムエポスカードが、当館や科学に興味を持ち、『好き』への第一歩を踏み出すきっかけとなれば幸いです。」

寄付先を取材したレポートはこちら。
https://note.0101maruigroup.co.jp/n/nee54393ae1ec

Episode番外編 「好き」が生んだ、もう2つの物語

事業が生まれるまでには、必ず物語があります。
誰かの「好き」があり、その想いに共感する人が現れ、
何度も対話を重ねて、かたちになっていく。

けれど、事業というかたちになったものからは、
そこに至るまでの過程が見えないことも。
ここで紹介する2つの動画には、
「好き」がどのように人を動かし、仲間を増やし、
事業へと育っていったのかが、
当事者の言葉で残されています。



COTEN RADIO ｜ 特別編

“好き”が経済を動かす？
コテンカードとみんなの愛



丸井グループ公式チャンネル

BRAHMAN尽未来際
エポスカード誕生秘話

＊画像の再生ボタン、またはQRコードからご視聴いただけます

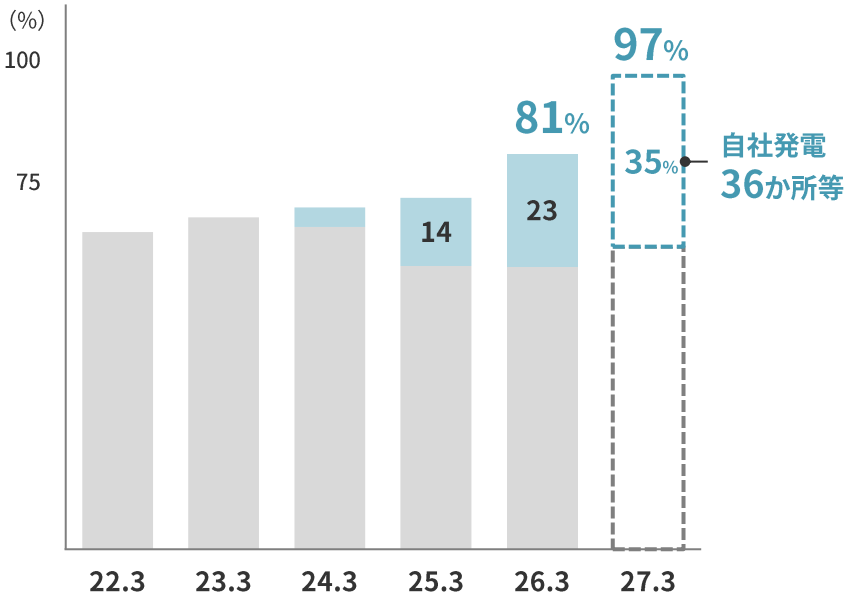
第４章「好き」が駆動する経済を支える基盤

- 脱炭素社会の実現
- 「好き」を応援するファイナンシャル・エンパワーメント
- 創造性を発揮する人・働き方

①脱炭素社会の実現：RE100への進捗状況

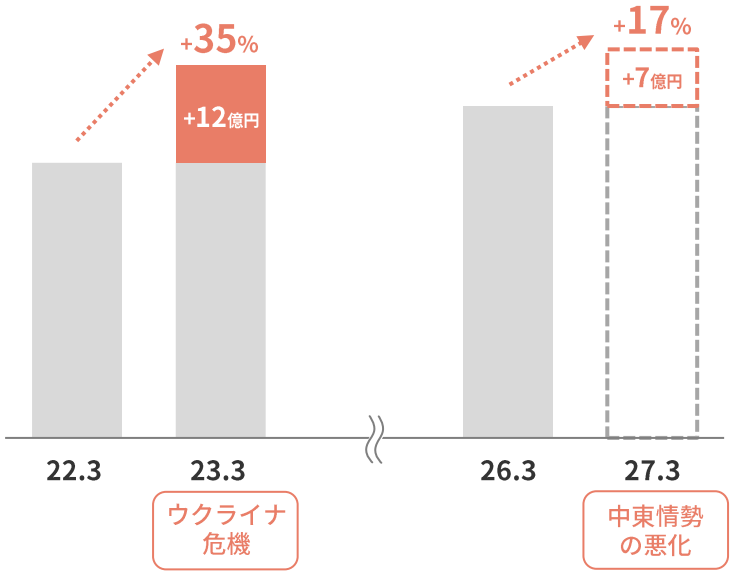
再エネ率100%にむけて順調に進捗、自社発電構成が高まったことで電気料金上昇影響も抑制

■ 再エネ率



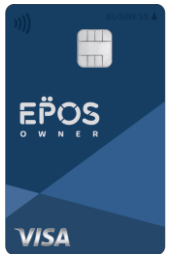
＊自社発電：自社電力、長期契約を含む

■ 電気料金上昇 緩和効果



②「好き」を応援するファイナンシャル・エンパワーメント

「オーナーカード」「GTNカード」などを通じて多様な働き方を応援



オーナーカード
0.2万人（26.3）

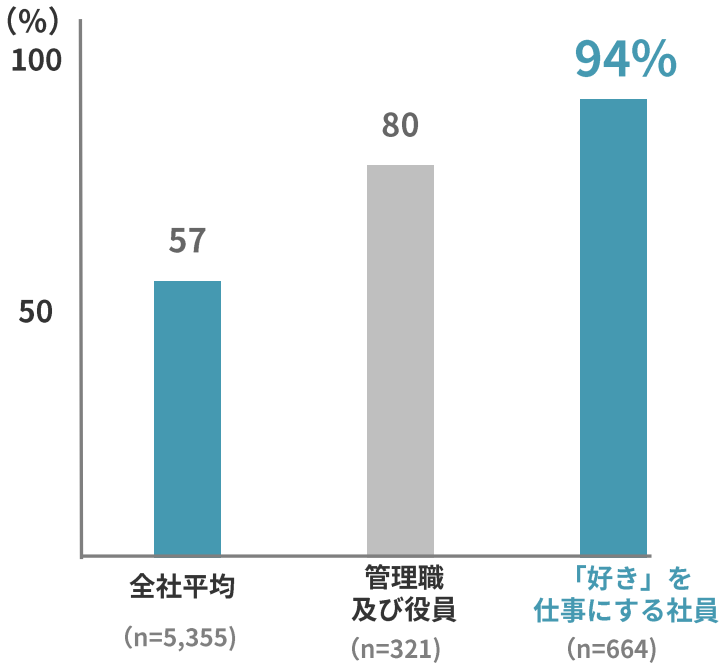


日本で働く外国人会員
12.7万人（26.3）

③創造性を発揮する人・働き方：「フロー」を通じた創造性の発揮

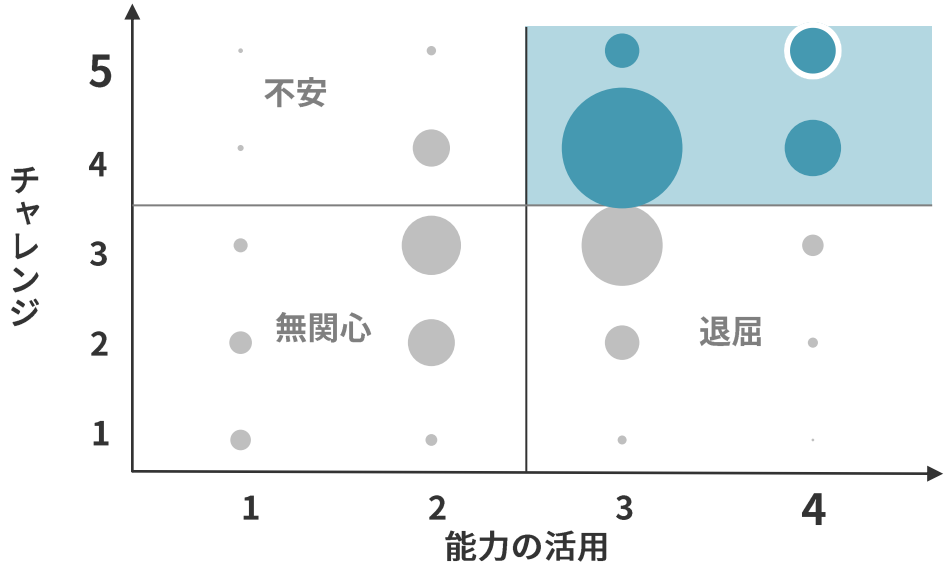
「好き」を仕事に活かしている社員ほど、フロー状態に入りやすい傾向

■フロー状態に入りやすい社員（26.3）



＊2025年ウェルビーイング調査

フロー比率　現在57%　▶　2031年　80%以上（※）



＊2031年KPIフロー比率を60%以上から80%以上へ上方修正

100通りの「好き」が、未来の経済をつくる

私たちがめざすのは、一つの価値観に、すべての人を合わせる社会ではありません。
100人いれば、100通りの「好き」があります。

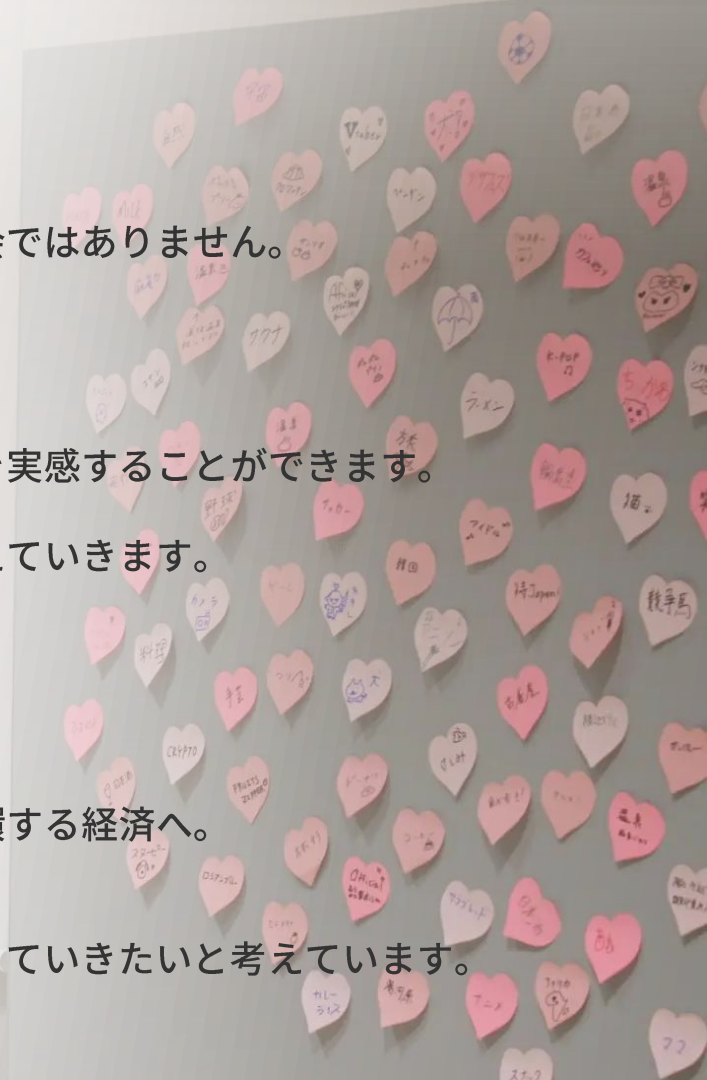
動物、アート、音楽、地域、スポーツ、自然。
一人ひとりの「好き」から、小さな経済の循環が生まれていく。
その循環は小さくても、人の顔や想い、自分の選択が生んだ変化を実感することができます。

それらがつながり、重なり合うことで、やがて経済そのものを変えていきます。

消費は、誰かを応援し社会へとつながる行為へ。
仕事は、誰かの役に立つ実感を得られるものへ。
企業は、人の想いを社会的な価値につなぐ存在へ。

資本主義の力を活かしながら、人の想いや関係性も価値として循環する経済へ。

「好き」が駆動する経済は、まだ道半ばです。
だからこそ、まだ出会っていない仲間とともに、その未来をつくっていきたいと考えています。



ここから先は、あなたと。

「どうすれば社会は良くなるか」ではなく、「あなたの好きは何か」から始めてみる。
私たちは、そんなふうに問いを変えて、ここまで歩んできました。
けれど「好きが駆動する経済」は、私たちだけでは実現できません。
「好き」の数だけ、応援のかたちがあるはずだから。
この途中経過の記録は、あなたと続きを描くための招待状です。

読後アンケート ｜ 所要時間 約３分

あなたの「好き」は、何ですか？

インパクトブック2026を読んで、心に残ったこと。
共感したこと、物足りなかったこと。
そして、あなた自身の「好き」を、聞かせてください。
いただいた声は、次のインパクトブックと、
「好き」が駆動する経済の、次の一歩になります。

こちらからも
ご回答いただけます

――そして、続きを一緒に描いてくださる方へ。

「好き」を応援するビジネスコンクールの詳細・応募はこちら
https://suki-concours.0101maruigroup.co.jp/

事業連携、応援・寄付先として等の共創のご相談はこちら
esg01@0101.co.jp　(丸井グループ インパクト推進部宛)
※メール本文に企業・団体名／お名前、ご相談内容をご記入ください

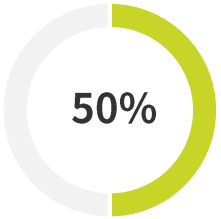
現在の取り組みの詳細を知りたい方はこちら
(『丸井とあした』Vol.1「好き」を応援するビジネス)
https://www.0101maruigroup.co.jp/ir/lib/ashita.html

0101
MARUI GROUP

資料編：3つのインパクトの現在地

26年3月期ハイライト テーマ 進捗率

将来世代の未来を共に創る

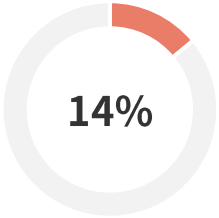


CO2の削減

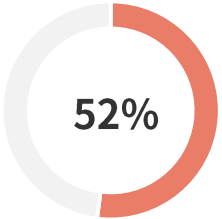


将来世代の事業創出支援数
(ソーシャル・イントラプレナー)

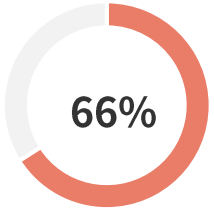
一人ひとりの「好き」が駆動する経済を創る



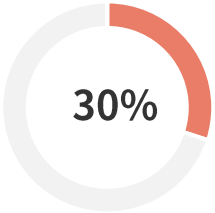
社会とつながる
金融商品・サービス利用者数



若者・外国人等の
金融サービス利用者

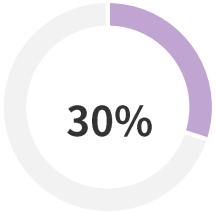


社会とつながる
金融商品・サービス企画数

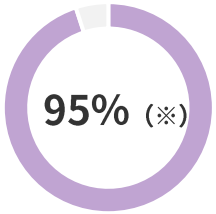


多様な働き方を
応援するサービス数

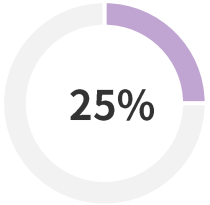
働く人の「フロー」を生み出す社会を創る



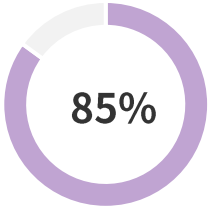
世界中の優れた人材
との共創の場の数



フローに入りやすい
状態にある社員比率



共創の場を通じた
新たな事業の創出数



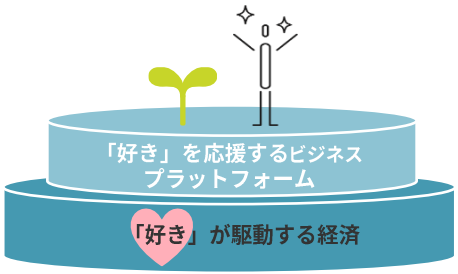
自分の「好き」を仕事に
活かせている社員比率

※当初目標60%以上に対しての進捗率、新たな目標80%以上に対しては進捗率71%

ビジョン2050の達成に向けたインパクトの設定

丸井グループが捉えた社会課題 → 「好き」を応援するビジネス → 経営ビジョン インパクト2031 → 目指す社会 → ビジョン2050 → ミッション

- 成熟社会の到来による成長の鈍化
- 地球環境の限界を超えた経済活動
- 賃金格差等の格差拡大
- 働きがいの喪失
- 社会の分断 つながりの喪失



- 一人ひとりの「好き」が駆動する経済を創る
- 働く人の「フロー」を生み出す社会を創る
- 将来世代の未来を共に創る

- 社会や誰かを応援する消費
- 自己実現が可能な社会
- お金の不安の解消
- 働きがいのある仕事
- 社会との連帯 つながりの再生

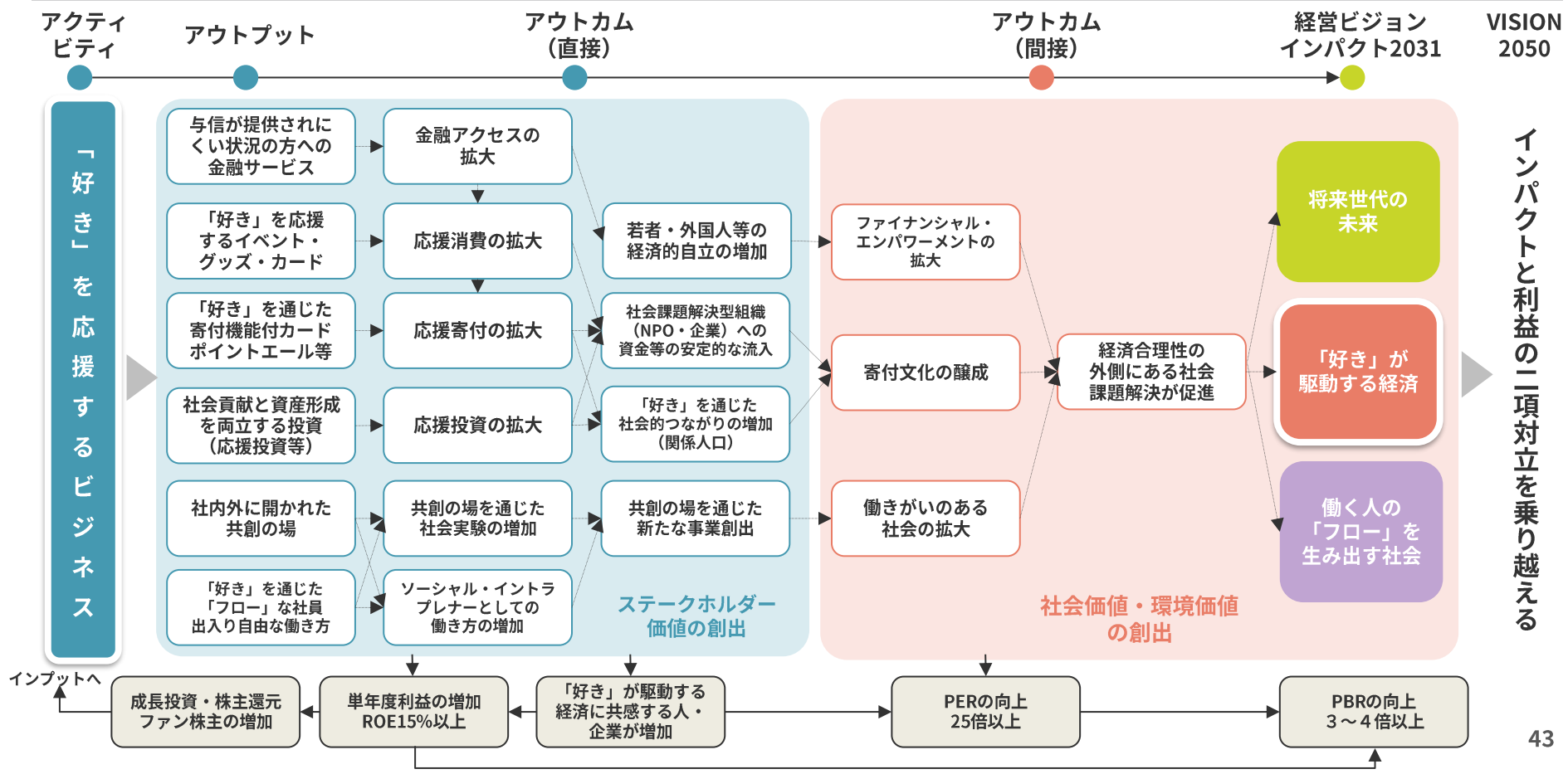
インパクトと利益の二項対立を乗り越える

すべての人がインクルーシブな社会

「好き」が駆動する経済を目指すためのロジックモデル

簡略版

MARUI GROUP



26年3月期インパクトKPI実績

■ インパクト3.0　詳細

テーマ	重点項目	25.3	26.3	増減	進捗率(%)
将来世代の未来を共につくる	自社と社会の個人によるCO2削減(万t)	41	50	＋ 9	50
	将来世代のイントラプレナー支援(人)	1,137	1,517	＋380	30
一人ひとりの「好き」が駆動する経済を創る	社会とつながる金融商品・サービス利用者数(万人)	10	14	＋ 5	14
	社会とつながる金融商品・サービス企画数(件)	40	66	＋26	66
	若者・外国人等の金融サービス利用者(万人)	492	519	＋27	52
	多様な働き方を応援するサービス数(件)	3	3	0	30
働く人の「フロー」を生み出す社会を創る	世界中の優れた人材との共創の場の数(回)	112	150	＋38	30
	共創の場を通じた新たな事業の創出数(件)	5	5	0	25
	フローに入りやすい状態にある社員比率(%)	47	57	＋10	95(※)
	自分の「好き」を仕事に活かせている社員比率(%)	63	64	＋ 1	85

※当初目標60%以上に対しての進捗率、新たな目標80%以上に対しては進捗率71%

26年3月期インパクトによる財務価値

インパクト財務価値は3.5兆円、グループ取扱高5.4兆円に対して65%

テーマ・重点項目		26.3財務価値 実績
将来世代の未来を共に創る	将来世代の「事業創出」を応援	-
一人ひとりの「好き」が駆動する経済を創る	「好き」を通じて誰かのため、社会のためへと広がる消費	取扱高 316億円
	「好き」を応援するファイナンシャル・エンパワーメント	取扱高 3.5兆円
働く人の「フロー」を生み出す社会を創る	社内外に開かれた共創の場	共創投資貢献利益 43億円
	創造性を発揮する人・働き方	-

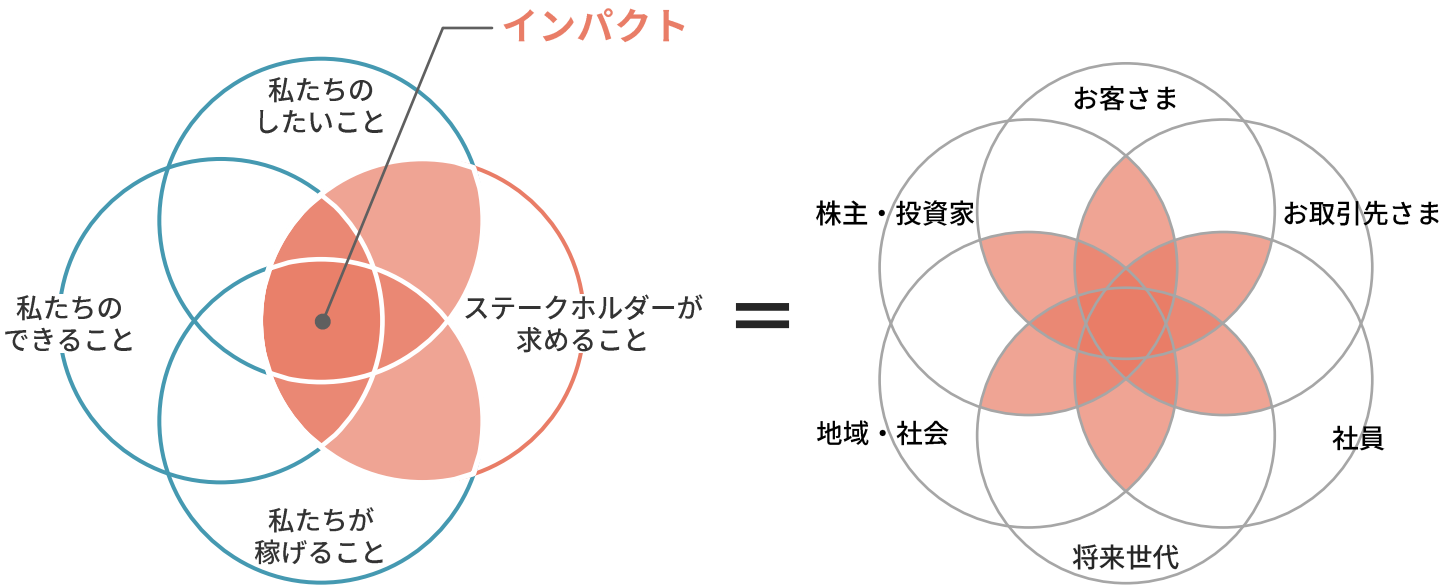
財務価値

26.3 グループ取扱高	インパクト財務価値	率
5.4兆円	3.5兆円	65%

2031年3月期：取扱高10兆円のうちインパクト財務価値6兆円以上、60%以上

Appendix

丸井グループのインパクトの定義



インパクトの生み出す価値 ＝ ステークホルダー価値

＊ Héctor García, Francesc Miralles「IKIGAI」を参考に当社作成
https://www.penguin.co.uk/books/1112754/ikigai/9781786330895.html

2031年インパクトKPI

3テーマ　6項目　10KPI

テーマ・重点項目		2031年 KPI	
将来世代の未来を共に創る	脱炭素社会の実現	自社と社会と個人のCO2削減量	100万t以上
	将来世代の「事業創出」を応援	将来世代の事業創出支援数（ソーシャル・イントラプレナー）	5,000件以上
一人ひとりの「好き」が駆動する経済を創る	「好き」を通じて誰かのため、社会のためへと広がる消費	「好き」を通じて社会とつながる金融サービス利用者数	100万人以上
		「好き」を通じて社会とつながる金融サービス数	100件以上
	「好き」を応援するファイナンシャル・エンパワーメント	若者・外国人等の金融サービス利用者数	1,000万人
		多様な働き方を応援する金融サービス数	10件以上
働く人の「フロー」を生み出す社会を創る	社内外に開かれた共創の場	世界中の優れた人材との共創の場の数	500回以上
		共創の場を通じた新たな事業の創出数	20件
	創造性を発揮する人・働き方	フローに入りやすい状態にある社員比率	80%
		自分の「好き」を仕事に活かせている社員比率	75%

2031年インパクトによる財務価値

テーマ・重点項目		31.3財務価値
将来世代の未来を共に創る	将来世代の「事業創出」を応援	取扱高 100億円以上 （累計）
一人ひとりの「好き」が駆動する経済を創る	「好き」を通じて誰かのため、社会のためへと広がる消費	取扱高 3,000億円以上
	「好き」を応援するファイナンシャル・エンパワーメント	取扱高 5.7兆円以上
働く人の「フロー」を生み出す社会を創る	社内外に開かれた共創の場	共創投資貢献利益 70億円
	創造性を発揮する人・働き方	無形資産比率 70%以上

インパクト財務価値目標

取扱高 **6** 兆円以上

2031年グループ取扱高
10兆円へ寄与

2031年インパクト　将来世代の未来を共に創る

テーマ	重点取り組み		定義	内容
将来世代の未来	脱炭素社会の実現	自社と社会の個人によるCO2削減	・再生可能エネルギーへの切替え等を通じたGHG排出量削減	・自社排出削減（Scope1＋2＋3） ※17年3月期基準 ・みんな電力利用客の拡大による社会排出削減（Scope4） など
	将来世代の「事業創出」を応援	将来世代のイントラプレナー支援	・将来世代のイントラプレナーを育成するための場や選択肢の提供	・イントラプレナーフォーラムの開催 ・SI育成財団の寄付講座　など

2031年インパクト　一人ひとりの『好き』が駆動する経済を創る

テーマ	重点取り組み		定義	内容
「好き」が駆動する経済	「好き」を通じて誰かのため社会のためへ広がる消費	「好き」を通じて社会とつながる金融サービス利用者	・社会課題解決につながる支援先への寄付につながる金融サービス利用者数	・寄付機能付きカード利用者数 ・ポイントエール利用者数　など
			・社会貢献と資産形成を両立する金融商品の購入者数	・応援投資の購入者数 ・インパクトファンド購入者数　など
		「好き」を通じて社会とつながる金融サービス数	・社会課題解決につながる支援先への寄付につながる金融サービス企画数	・寄付機能付きカードの券面数 ・ポイントエール支援先数　など
			・社会貢献と資産形成を両立する金融商品の企画数	・応援投資の募集回数 ・インパクトファンド商品数　など
	「好き」を応援するファイナンシャル・エンパワーメント	若者・外国人等の金融サービス利用者	・与信が提供されにくい人・企業（※）を対象とした金融サービス利用者数 ※若者（39歳以下）、在留外国人、低所得者、障害者、地方在住、一次産業従事者、自営業スタートアップ、フリーランス等	・「信用の共創」によるカード利用者 ・ROOM iDの利用者数 ・tsumiki証券口座数 ・GTNカード利用者数 ・オーナーカード利用者数 ・ランサーズカード利用者数　など
		多様な働き方を応援する金融サービス数	・企業提携・協業を通じた様々な働き方を応援する金融サービス企画数	・日本で働く外国人（GTNカード） ・オーナーカード ・ランサーズカード　など

2031年インパクト　働く人の「フロー」を生み出す社会を創る

テーマ	重点取り組み		定義	内容
働く人の「フロー」を生み出す社会	社内外に開かれた共創の場	世界中の優れた人材との共創の場の数	・「共創の場」コンテンツの合計開催数 共創の場：会社組織の枠組みを超えた価値創造へ挑戦する場	・共創チーム ・グループ公認イニシアチブ ・好きを応援するビジネスコンクール ・Future Accelerator Gateway　等
		共創の場を通じた新たな事業の創出数	・「共創の場」から新たに創出された社会課題解決の取組みのうち、 グループ貢献利益10億円以上/関係人口5万人以上	・アニメ事業 ・共創投資（貢献利益） ・tsumiki証券　等
	創造性を発揮する人・働き方	フローに入りやすい状態にある社員比率	・下記2項目の両方に当てはまる人の割合 「自分の強みを活かしてチャレンジしている」人の割合 「自分の技能・知識を仕事で使うことが多いと感じる」人の割合	・「エンゲージメント調査」の設問に対し、「そうだ・まあそうだ」と答えた社員の割合
		自分の「好き」を仕事に活かせている社員比率	・下記項目に当てはまる人の割合 「自分の好きを活かして仕事している」人の割合	・「そうだ・まあそうだ」と答えた社員の割合

2031年インパクト財務KPI

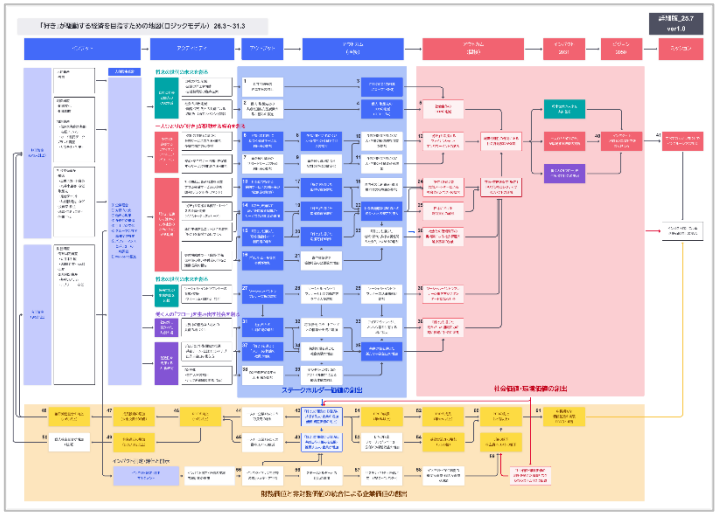
テーマ・重点項目		31.3	算定根拠
将来世代の未来を共に創る	将来世代の「事業創出」を応援	取扱高 100億円以上 （累計）	・イントラプレナー 5,000人×当社への入社割合1%＝50人 ・50人が生み出す事業開発による売上 100億円以上（累計）
一人ひとりの「好き」が駆動する経済を創る	「好き」を通じて誰かのため、社会のためへと広がる消費	取扱高 3,000億円以上	・31年3月期　「好き」を応援するカード会員300万人 300万人×寄付約35%（世界平均）×単価30万以上 ＝3,000億以上
	「好き」を応援するファイナンシャル・エンパワーメント	取扱高 5.7兆円以上	・若者（39歳以下）等へのカード発行　3.6兆円 ・多様な働き方（ランサーズ・GTN他）　0.3兆円 ・その他（ルームID等）　1.8兆円
働く人の「フロー」を生み出す社会を創る	社内外に開かれた共創の場	共創投資貢献利益 70億円	・決算説明資料「２．経営ビジョン＆戦略ストーリー2031」 P77　創造性の発揮と無形資産比率 P85　事業戦略ダイジェスト　より引用
	創造性を発揮する人・働き方	無形資産比率 70%以上	

インパクトによる貢献　約6兆円　取扱高10兆円に対し6割の寄与を目標

ロジックモデル（詳細版）とインパクト指標リスト

インパクト創出と企業価値向上のためのロジックモデルとインパクト評価のための指標リストを作成

■　ロジックモデル（詳細版）



■　インパクト指標リスト

テーマ	重点項目	価値創造	関連するステークホルダー	ロジックモデル	No.	項目
将来世代の未来を共につくる	自社と社会と個人のCO2削減量	ステークホルダー価値の創出	取引先	アウトプット	1	店舗等の再エネ率の向上
			顧客・取引先	アウトプット	2	個人・取引先との共創を通じた脱炭素の取り組みの推進
			将来世代	アウトカム（直接）	3	自社のCO2の削減（スコープ1＋2＋3）
					4	個人・取引先のCO2の削減（スコープ4）
		社会価値・環境価値の創出	環境	アウトカム（間接）	5	社会全体のCO2削減
	「好き」を応援するファイナンシャル・エンパワーメント	ステークホルダー価値の創出	顧客	アウトプット	6	「信用の共創」に基づく金融サービス利用者の増加
					7	資金繰り管理のサポート等の利用者の増加
			顧客	アウトカム（直接）	8	与信が提供されにくい人・企業の金融アクセスの拡大
					9	資金繰り管理による財務の健全化（支払遅延など）
					10	与信が提供されにくい人・企業の経済的自立が増加

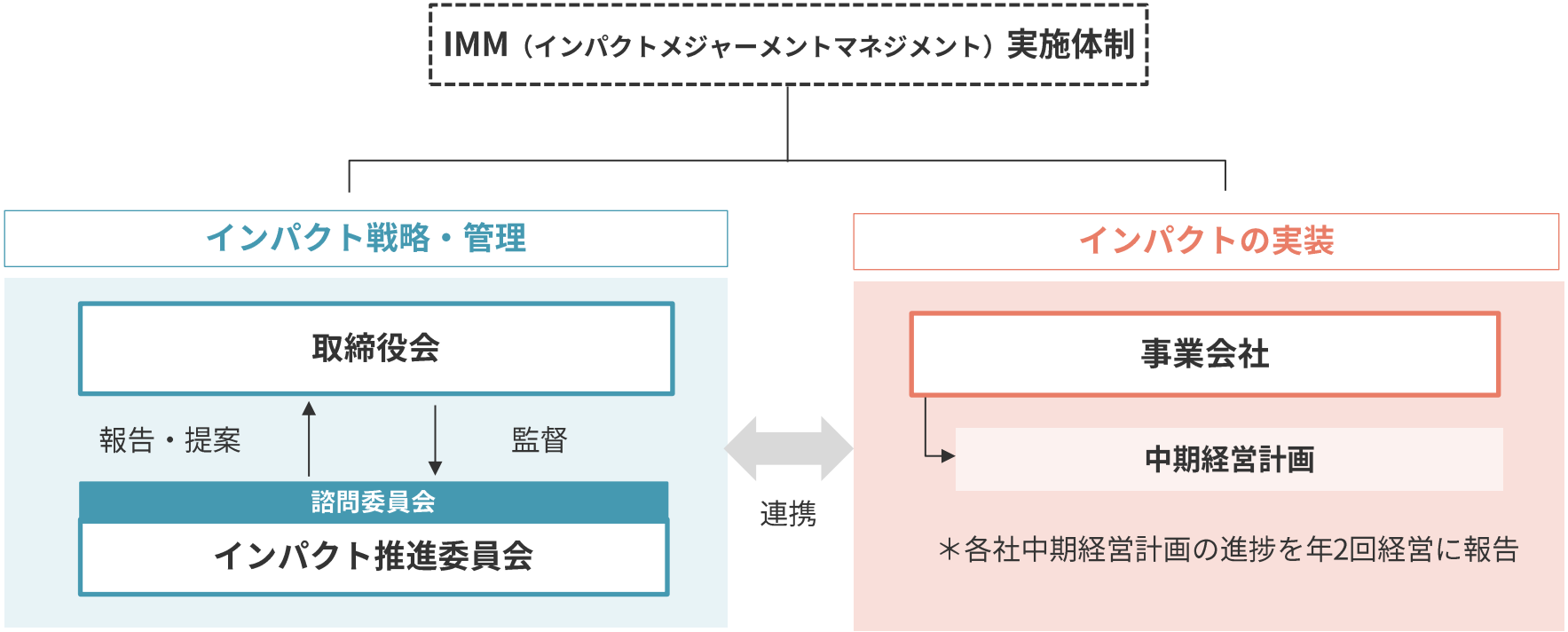
詳しくはこちら：

https://pdf.0101maruigroup.co.jp/ir/pdf/impactbook/2025/impactbook_logic_2025.pdf

関連資料：丸井グループの価値創造プロセス
https://pdf.0101maruigroup.co.jp/sustainability/pdf/value_creation.pdf

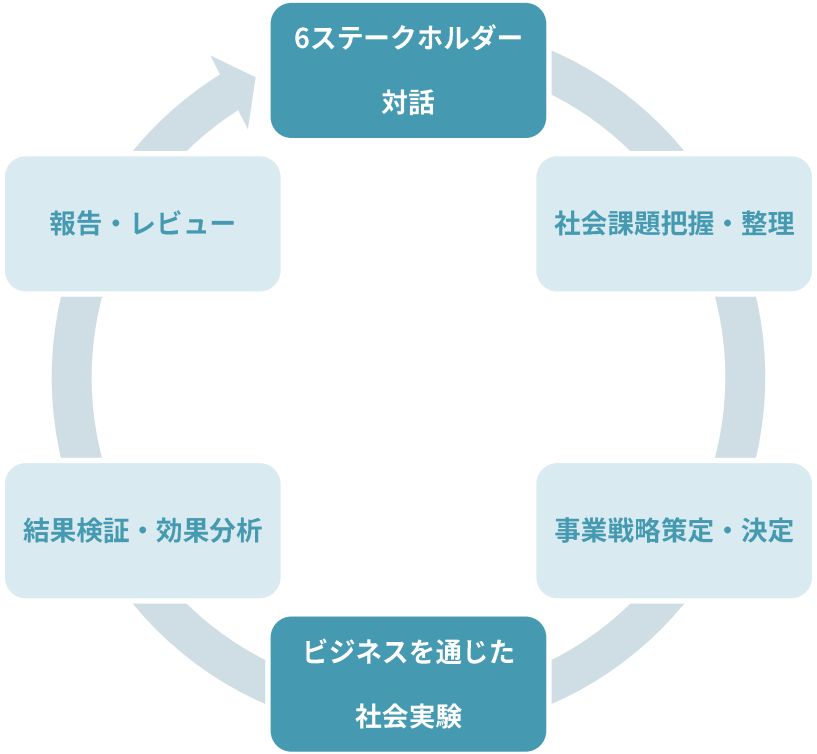
インパクト測定・マネジメントの体制

目的　インパクトの進捗状況をKPIと財務価値から確認し、経営判断に活用



インパクト測定・マネジメントのサイクル

実験と対話を通じ、インパクトの特定および、改善のループを実装



- 年に1度　IMPACT BOOK開示
- 半期に1度インパクト進捗を取締役会へ報告

- グローバルでの環境分析
- バックキャストにて取組むべき社会課題を特定

- 第三者視点による検証・評価
- 自社内による、検証・分析

（活動の検証と定量化を実施）

- 経営レベルでの議論と決定

インパクトKPIの設定・管理
事業戦略の立案・進化

1年間の活動内容

年間通じた経営テーマとしてインパクトを推進

25年4-5月
サステナビリティ委員会①
・インパクトの再定義
・インパクトKPI確認

5月
本決算
・経営ビジョン＆戦略
ストーリー2031発表

6月
IR DAY
・インパクト＆戦略
ストーリー説明会

6月
サステナビリティ委員会②
・インパクトブックの確認

7月
インパクトブック発行
インパクト投資家対話

9月
サステナビリティ委員会③
・インパクトブックの反応
・今後の方向性について

10月
グループ各社中計進捗確認会①
サステナビリティ委員会④
・将来世代からのアドバイス

26年1月
サステナビリティ委員会⑤
・インパクトの再定義

2-3月
グループ各社中計進捗確認会②
・インパクトの取り組みの
進捗確認

3月
取締役合宿
・インパクト拡大に向けた
進捗と課題

3月
サステナビリティ委員会⑥
・インパクトと事業戦略の一体
による「好き駆動経済」の実現

4月
サステナビリティから
インパクトへ
・インパクト推進部
・インパクト推進委員会へ変更

サステナビリティからインパクトへ

VISION2050 「ビジネスを通じてインパクトと利益の二項対立を乗り越える」



「好き」が駆動する経済へ

©TOKYO GREAT BEARS　ALL RIGHTS RESERVED 2023　©ZUTOMAYO　©Magica Quartet/Aniplex,Madoka Project
illustrations Dick Bruna © copyright Mercis bv,1953-2025 www.miffy.com　©IDEA FACTORY ©IDEA FACTORY/DESIGN FACTORY

お問い合わせは、インパクト推進部esg01@0101.co.jpにご連絡ください。

MARUI GROUP