

ユニバーサルマナー導入企業インタビュー

ダイバーシティ推進・サービス向上・CSR活動等、様々な領域でユニバーサルマナーを活用して下さっている。株式会社丸井グループ様に導入のきっかけや感想をお伺いしました。

株式会社丸井グループ様

「お客さまのお役に立つために進化し続ける」 理念を支えるユニバーサルマナー



井上道博様 CSR推進部 マルイミライプロジェクト担当課長
岩佐遼平様 マルイファミリー溝口 メンズ総合ショップ担当
太田美穂子様 オムニチャネル事業本部 業務仕入管理課

本業(ビジネス)を通じて、多様なお客さまと社会に貢献する

——多様なお客さまへの対応を、全社的に取り組まれたきっかけを教えてください。

井上：丸井グループには「お客さまのお役に立つために進化し続ける」という経営理念があり、脈々と受け継がれてきました。従来は、お客さま＝ファッションへの興味が高い若年層と考えられていましたが時代が変わるにつれ、幅広い年代の方々に選んでもらえる商品やサービスを提供するという考え方に変わっていきました。また丸井グループには、私たちが得意とする本業を通じて、社会に貢献していこうという考え方も根付いていました。まずは自分たちが得意な仕事の中で、できることは無いだろうか？と探していたのです。

——そのファーストアクションが、「ユニバーサルマナー検定」ですね。全社的に取り組みたいと思われた理由はなんですか？

井上：すべてのお客さまのニーズを知るためには、年代だけの区別ではなく、障害のある方やLGBTの方など様々な方々への理解が必要だと考えていました。ある日、社員の一人が「毎朝の通勤時に車いすを利用している人を見かけるが、声をかけられない……」と何気なく悩みを話したことがあります。彼女に対してある幹部社員が「そりゃそうだ、いきなりできるわけが無い。でもまずは、仕事でできるようなろうよ。そうすればプライベートでもできるようになる！」とアドバイスをしたんです。日常で接客をする上で、まずはユニバーサルマナー検定を受講して、それぞれができることからスタートしました。

「なぜサポートが必要か」マインドを育てるために最適

——数ある研修の中から「ユニバーサルマナー検定」を選んで頂いた理由はなんですか？

井上：もともと2009年から、ご高齢の方や障害のある方へのサポート技術を習得する研修を始めていました。しかし「なぜサポートをするのか？」という根本的な理解は今ひとつ浸透しておらず、行動に移せない社員も多数いました。そういった意味で、障害をお持ちの講師の方が講義を

される検定3級は、「すべてのお客さまをおもてなしすることが、企業の価値を向上させる」というマインドを育てるためにピッタリでした。

——丸井グループさんでは、ユニバーサルマナー検定3級を353名、2級を145名の社員の皆さまに受講頂きました。実際に受講したご感想をお聞かせください。

岩佐：私が在籍する「マルイファミリー溝口」は、ご高齢のお客さまがとて多いため、どうおもてなしをして満足していただけるかを日々考えていました。ご高齢の方や障害のある方を介助する技術を学ぶだけでは「なぜそれが必要なか」というイメージがつかずらかったのですが、実際に自分が(ご高齢の方や障害のある方)体験することで「こんなに大変なんだ！だからこのサポートが必要なのか」と気づきました。

ご高齢のお客さまへのおもてなし、成功体験ができた

——ご高齢のお客さまが多い店舗では、実際にどのような意識の変化が現れましたか？

岩佐：検定の受講後、足がご不自由なご高齢のお客さまを接客し、喜んで頂いた経験が印象に残っています。そのお客さまは片足が不自由で、お買い物に疲れてしまった様子でした。これまでのように悩むことなく、まずはサッと声をかけをして、どのようなサポートができるかを尋ねることができました。椅子をお持ちして座って頂き、靴下や下着を合わせながら、お買物をじっくり楽しんでもらうことができました。以前は不安のあまりサポートを押し通しがちでしたが、時には一歩引くことで、コミュニケーションも弾みました。また来たいと言っていたが、メンバーズカードの入会までしてくださったのは嬉しかったですね。

店舗・商品開発でもユニバーサルデザインの視点が活きる

——接客対応がメインではない部署では、ユニバーサルマナーの知識はどのように活用することができますか？

太田：学んだ知識や体験を活かし、お店づくりや商品づくりをフォローしていきます。自社ブランドでは洋服や靴、バッグなどを展開しています



らぼーと立川立飛「マルイのシューズ」では、ユニバーサルマナー検定の認定証も掲示いただいています。

が、どのような方でも使いやすいという視点も取り入れていきたいと思っています。

井上：既に一部のパンプス(婦人靴)において、サイズ展開を19.5～27cmまで拡大しています。これまで自分のサイズが無いとお悩みだったお客さまからご好評頂いていますが、実はトランスジェンダー(身体の性と心の性が一致しない方)のお客さまが喜んでご購入くださっていることを、SNSを通じて知り驚きました。少しの工夫や配慮でもユニバーサルデザインになるということは大きな発見であり、可能性を感じました。

LGBTの方々のニーズを知り、社員の意識が大幅に変化

——ユニバーサルマナー検定受講後、丸井グループさんではLGBTマナー研修を168名の社員の皆さまに受講いただきました。受講後、社内での良い変化はありましたか？

井上：研修を受けた一部の社員は先日行われた東京レインボーウィークの期間中にバッジをつけて店頭に立ちました。LGBTの方々に理解があり研修を受けていることが見ただけで分かれば、お声がけがしやすくなるのではと考えました。実際に新宿マルイ本店の時計売り場では、販売員が5～6人いたにもかかわらず、バッジをつけている販売員を探して声をかけてくださったお客さまもいらっしゃいました。社員を対象に「丸井グループが企業としてLGBTを含む性的マイノリティの方々への取り組みを進めるべきだと思いますか？」というアンケートを取ったところ、研修受講前は「そう思う」と答えた者が35%でした。ところが、研修受講やイベントを経て80%に増加したんです。まずは話を聞いてみるという一歩を踏み出すことで、社員の意識が大きく変わることを感じました。



バッジのデザインは社員が「身につけたい」と選んだものを採用。



今年4月21日にオープンした「博多マルイ」ハードとソフトのユニバーサルデザインを反映。

新設「博多マルイ」は多様なお客さまから愛される店舗へ

——念願の九州初出店となる「博多マルイ」をオープンされましたね。店舗づくりにおいて、ユニバーサルデザインとユニバーサルマナーを全面的に取り入れて頂いた理由を教えてください。

井上：商業施設の激戦区の中で、お客さまから選んで頂くためには他とは違う取り組みが必要と考えました。「性別」「年代」を越え、幅広いお客さまに気軽にお立ち寄り頂ける店舗を目指しています。在籍する社員は全員ユニバーサルマナー検定3級と2級を取得し、ハード(施設)の面でも事前に施設診断を行いました。オープン後はマルイの他店舗と比べても、車いすを利用するお客さまの来店数が非常に多いのではという話を聞いております。実際に喜んで頂いているという実感があるので、このような取り組みは今後も続けていきたいですね。

——「博多マルイ」ではミライロ・リサーチ(障害のある当事者による店舗の実地調査)を導入頂き、接客技術の向上に繋げて頂きました。導入の理由を教えてください。

井上：ユニバーサルマナー検定を受講したとは言え、実際には障害のあるお客さまへの接客経験が無い社員も多く「いざと言う時に声をかけられないのでは」という不安もありました。実際に障害のあるモニターさんをおもてなしさせていただき、忌憚ない意見を伺いすることで、社員の自信に繋げることが目的でした。調査当日は検定で学んだ内容を活かして接客をしつつ、積極的に社員からモニターさんにも質問をさせていただきました。

——「車いすを利用されるお客さまは足がむくみやすい方も多いので、大きめの靴も提案する」「視覚障害のあるお客さまには、お礼の種類を解りやすくしてお渡しする」など、接客において実用的なアドバイスもさせて頂きました。

井上：常にお客さまの「期待を越える」サービスを提供したいと思っています。そうすればお客さまにファンになって頂けるからです。そのためにも、多様なお客さまに喜んで頂ける接客や店舗づくりは今後も模索し、全店に取り入れていきたいですね。

社員自らが自発的に行動し、ユニバーサルマナーの浸透を目指す

——今後丸井グループさんとして、多様なお客さまの「期待を越える」ためにどのような展開を予定されていますか？

井上：同様の取り組みについては、今後も継続し、グループ内で拡げたいと考えています。ユニバーサルマナー検定などを受講してだけでなく、これからは、丸井グループならではの取り組みに挑戦していきたいです。例えば「ユニバーサルデザインコーディネーター」など、車いす利用者や視覚障害者などのお客さまへピッタリのコーディネートやライフスタイルの提案ができる人材を育てたいですね。また素晴らしい「ユニバーサルマナーのおもてなし」を実践している社員を社内で表彰していく仕組みも作りたくです。多様なお客さまにファンになっていただけるサービスを、丸井グループから発信できたらと思っています。