

めることにもつながる非常に有意義な活動です。

百瀬 エコ・ファーストの約束に、環境イベントに年間5万人の参加を、そして1万人の子ども達に環境学習をとという数値目標を掲げました。

佐古 環境・社会貢献の成果は、いかに全体活動にしていけるかが鍵です。だからこそ「人数」という目標を定めることが重要だと思います。

百瀬 続けることも非常に大きなポイントです。子ども環境学習のスタートは2002年ですから、今年で14年目。夏休みにトヨタ白川郷自然学校で行う環境学習も11年目になります。こうした活動を積み重ねてきたことで、今、環境貢献活動は、ユニーの個性になっているように感じます。

「地域のお客様」に愛され、必要とされる店舗づくり

百瀬 スーパーマーケットは地域にとって安心な場所。災害時に、知らない避難所に行くよりもいつものスーパーの方がなじみがあるからです。

佐古 店舗を構えている以上、企業姿勢として売上の前に店舗の安全ということが第一です。耐震をしっかりと進めており、そのうえで避難所としても役立つよう災害時に必要な商品も含めて、常日頃から備えています。

百瀬 東日本大震災で店舗に避難された方々を避難民ではなくお客様として、従業員はホスピタリティをもって接しました。我々の特性を活かした貢献ができたと思いました。

佐古 店舗を構えた以上は、長年続けていくことが大事。100年、200年と続けていくには、地域のお客様にどれだけ信頼を得られるかということにつながります。品揃えもサービスも「店舗の周りのお客様にとっていいかどうか」が判断基準となります。

百瀬 長いお付き合いで若かったお客様も高齢になられる。そういった方々に愛される場所であり続けることも大切なテーマです。その一つに認知症サ

ポーターの育成があります。今年は5月に全店の店長を対象に、高齢者、特に認知症の方達にお買い物していただく講習会を、6月にはそのリーダーの育成講習会を実施しました。こちらの聴講は希望者を募ったのですが定員オーバーでやむなくお断りするほどの盛況でした。特に店長の、まず自分がいろんなことを知って、従業員への認知を広げようという意欲を感じました。

佐古 スーパーマーケットは、チェーンオペレーションにより、全国全店一律の商品・サービスがもてはやされた時代から、いかに各店舗が地域に結び付いた商売をするかという方向へと大きく変わってきています。商品だけでなく、心でも結びつく商売。大切なことは、地域のお客様をホスピタリティをもって迎えること。それが店舗に求められることではないかと思うのです。

ダイバーシティへの取り組み

百瀬 男女や障がい、年齢、国籍の垣根をなくしているんな人が一緒に働くダイバーシティも目指しています。

佐古 世の中の男女の比率は5：5ですから、それと同じ環境にすることに我々はもっと積極的に取り組まなければいけない。女性が働く障壁をできる



だけ排除していくことが大前提。もう一つは、シニアマーケットの拡大に合わせ、豊富な経験や知識を活かしてもらえるシニア世代を投入することも。障がい者など社会的弱者についても、一緒に働いていただくことを重視しています。

百瀬 いろんな要素があって、はじめて小売業は魅力的になるのでしょうか。

佐古 先ほど制度の話をしました。例えば転勤などが可能なナショナル社員とローカルに働くリージョナル社員を、制度をうまく活かして、それぞれが輝ける職場にしていきたい。この場所なら、あるいはこの時間帯なら働けるということに伝えることは、女性だけでなく男性にも適用されること。多様な働き方を可能とするダイバーシティ構想をさらに充実させていきたいと考えています。



代表取締役社長 佐古則男（左）、執行役員グループ環境社会貢献部長 百瀬則子（右）