

持続可能な社会の実現に向けて

総合小売グループの事業活動を通じて地域社会に貢献し、社会課題の解決と企業価値向上に努めます。



地域社会とともに

ドン・キホーテグループは、地域との共存共栄を目指し、地域社会に寄り添ったCSR活動を各地で展開しています。自治体や商店街の皆さまと協働した地域活性化施策の企画・運営、防災・防犯活動への参加、災害からの復旧支援など、地域社会の課題解決に力を注いでいます。

本業の強みを活かした地域貢献

ドン・キホーテグループは地域社会のインフラを支える企業として、総合小売事業のリソースを活かした地域貢献に取り組んでいます。例えば、ダイバーシティ型の街づ

くり貢献する新しい店舗スタイルの創造や、自治体や商店街の皆さまとの協働による地域活性化施策の企画・運営や、災害時にいち早く商品をお客さまにお届けする体制の構築など、地域社会の課題解決の一助となるよう、本業の強みを活かした取り組みを行っています。

ハロウィン時期のゴミ問題、更衣室不足など社会問題解決の一助に

更衣室・トイレを提供

ハロウィン期間中の社会問題対策として、2016年は特設のハロウィンフェス会場の2階フロアの一部をコスチュームの着替え場所として提供しました。また、渋谷区が主催する「ハロウィンごみゼロ大作戦 in 渋谷」に協賛し、クリーンな街づくりに協力しました。

マナーを守ってクリーンなハロウィンを

ハロウィン時期の公道へのゴミの散乱も大きな問題となっています。そこで、この時期に本社従業員も加わった清掃チームを結成し、渋谷駅周辺を中心に、毎日清掃活動を行いました。楽しい雰囲気を壊さないよう、趣向を凝らしたコスチュームの従業員がゴミを集める姿に、近隣店舗の方や警察官から多くの労いの言葉をいただきました。また、ハロウィン翌日は、渋谷と大阪・ミナミで一般社団法人主催の清掃活動「GOMIファンタジスタプロジェクト」に参加し、地域の方々と協働でゴミ拾いを行いました。



地域活性化

「MEGAドン・キホーテ渋谷本店」の新たな取り組み

渋谷の魅力を発信する進化型旗艦店舗として誕生した「MEGAドン・キホーテ渋谷本店」。

お客さまにお買い物のワクワク・ドキドキを提供するとともに、地域とのつながりを深め、街全体の活性化に寄与していくための、新たな取り組みを始めています。

渋谷の新名物を創造し、国内外に発信

ハチ公やモヤイ像など渋谷の名所、名物をモチーフとしたクッキーやケーキなどの渋谷区観光協会推奨のお土産を先行発売。また、渋谷本店の新しいシンボルとして店頭「手招きハチ」像を設置。国内外から渋谷を訪れる観光客に、渋谷の魅力を発信します。



渋谷土産「渋谷ハチ公のまんまる肉球ベイクドショコラ」

渋谷センター街側入り口に「手招きハチ」像を設置

目指せダイバーシティな街。オールジェンダートイレを設置

お子さま連れやお身体の不自由なお客さまにもご利用いただける多目的トイレのほか、性自認のいかにかわらず、どなたでもご利用いただけるオールジェンダートイレを店内に設置。渋谷区が推進するダイバーシティな街づくりにも貢献します。



オールジェンダートイレ

店舗でのLGBT®研修の様子
(※ 32ページ参照)

地域の皆さまの声にお応えし生鮮食品を新規導入

「生鮮食品を扱ってほしい」という地域の皆さまの声にお応えし、大田市場から毎朝仕入れる野菜や、神戸牛や有機農産品といったこだわりの生鮮食品、店内調理のできたて惣菜などを新たに導入しました。若者だけでなく、ファミリー層や中高年、地域の飲食店の方々にも広くご利用いただける店舗づくりを目指します。



さまざまなインバウンド施策で訪日外国人を渋谷へ誘致

銀座や新宿などと比べ、渋谷は街中で買い物する訪日客が少ない傾向にありました。そこで自治体や地域の商業者と一体となり、渋谷に多くの訪日外国人を誘致するためのさまざまな施策を実施しています。新たなサービスとして2017年6月から、渋谷本店をはじめ、北海道から沖縄まで国内のドン・キホーテ37店舗で、中国人観光客向け決済サービス「WeChat Pay (ウィーチャットペイ)」に対応しました。



7月3日に渋谷本店で行われたWeChat Pay導入の記念式典の様子

TOKYO CENTRAL (日本食専門ストア)で食育イベントを開催

米国・カリフォルニア州のMARUKAIは、飢餓と肥満や生活習慣病の解消に取り組む社会貢献運動「TABLE FOR TWO」に賛同し、ヘルシーな日本食を伝えるワークショップ「おにぎり世界を変えよう」を、ロサンゼルス TOKYO CENTRAL (MARUKAIの日本食専門ストアチェーン) West Covina 店内で開催しました。

米国においては日本食に対する関心が非常に高く、開始前からエプロンをして待ち焦がれるお子さまも。親子ともに初めてのおにぎり作りに感動されたようです。



イベントに参加した子どもたちの様子

おにぎりを食べて、支援を必要とする子どもたちに給食を

TOKYO CENTRAL 通販サイトで販売するおにぎり関連商品の売上金の3%が「TABLE FOR TWO」に寄付されます。この寄付により東アフリカ及びアメリカ国内の支援を必要とする子どもたちにヘルシーな給食を届けることができます。

伊豆・河津町で桜の記念植樹



ドン・キホーテオリジナル入浴剤「温泉ソムリエが選んだ秘湯」は、伊豆・河津温泉などの温泉地とコラボした人気商品です。2017年1月、河津町の地域活性化や発展に寄与するべく、中目黒本店の店頭で「河津町フェア」を開催、特産品の販売や河津産カーネーションのプレゼントなどが行われました。また、河津町との交流の一環で、河津桜まつりの協賛企業の代表として2月に行われた記念植樹に参加。当日は、樹齢3年、高さ2mの苗木が植えられました。

「商育®」の取り組み

子どもたちの職業観の育成に少しでも寄与できたらと、考え、商売を通じて働くことの楽しさや責任感を体感してもらう学習の機会を「商育®」と名づけ、全国のドン・キホーテグループ店舗で実施しています。2016年度は小中学生を中心に、延べ150校、1,100名の皆さんに体験いただきました。

「商育®」を通じ、どうしたらお客さまに喜ばれるかを自ら考え行動することで、働くことの楽しさ・やりがいを子どもたちに体感してもらいます。また、従業員も商売の楽しさや使命感を再認識でき、モチベーション向上にもつながっています。

