

江戸時代から伝わる月賦販売を クレジットカードへ革新

富山県出身だった創業者の青井忠治は、伊予商人に伝わる月賦販売に限りない可能性を感じつつも、無条件に信奉することを選びませんでした。まさに異端児として、伝統をそのまま継承するのではなく独自の月賦販売を開始し、1960年に日本で初めてのクレジットカードを発行しました。これが丸井グループの革新と進化の歴史の始まりです。

同業者たちが小売を捨てる中 ファッションとクレジットで勝負

戦後の高度経済成長期に、消費の中心だった家具などの耐久消費財が普及したことで、1980年代にクレジット販売のニーズが衰退。業界全体が危機を迎え、同業者たちは小売を捨てて金融に特化する道を歩みました。しかし丸井は小売を捨てることなく、ファッションに目を向け、若者を中心顧客とした新たなクレジットニーズを喚起しました。

2度の赤字で経営危機に直面し 創業の原点を問い直す

1991年に最高益を記録するも、バブル崩壊とともにファッションニーズが急速に減少し、丸井は長い停滞期に突入しました。2006年にエポスカードを発行し期待が持たれ、貸金業法改正やリーマンショックの影響を受け2度の赤字に。そこで創業の原点を問い直し、過去の成功体験から脱却してビジネスモデルの革新に乗り出しました。

将来世代も含めたすべての人に 「しあわせ」のプラットフォームを

百貨店型の店舗からショッピングセンター型の店舗へ転換。さらにEC化の進展を踏まえ、デジタル・ネイティブ・ストアへ。コアバリューである「信用の共創」と、革新する力を活かし、2050年を見据え、将来世代も含めたすべての人に、「しあわせ」を実現する「場」を提供することで、「しあわせ」のプラットフォームをめざします。

ビジネスモデルの

革新

と

進化

創業者の言葉「信用はお客様と共に作るもの」「景気は自らつくるもの」は、まさに丸井グループのビジネスモデルの革新と進化を表しています。私たちは、お客様に寄り添い共感し、長いお付き合いの中で生まれる信用を、共に創り積み重ねていくことを重視しています。そしてお客様の「しあわせ」や社会が変化すれば、私たちがビジネスのあり方をそれに合わせて革新・進化させていくのです。

戦後の高度経済成長期

バブル経済

少子高齢化

モノの豊かさ

ココロの豊かさ・成熟化

