

ウーマン スマイル カンパニー

senshukai

千趣会レポート 2021



女性の毎日に
笑顔をお届けすることを通じて
世の中をしあわせに



企業ビジョン

ウーマン スマイル カンパニー

senshukai

笑顔が積み重なって、しあわせは生まれる。

ひとりひとりが笑顔になれば、

明日はもっと素敵になる。

私たちは、女性の毎日に笑顔を届けることを通じて、
世の中をしあわせにしていける会社です。

事業内容

■ 通信販売事業

総合通販ベルメゾンをはじめとし、花の通販「イイハナ」等を含めて売上のおよそ8割を構成する基幹事業。

■ 保険・クレジット事業

ベルメゾン会員を対象とした付加価値の高いクレジットカードサービスと、各種保険選びをお手伝い。

■ ブライダル事業

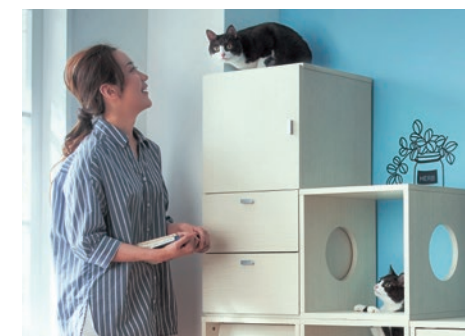
ハウスウェディングスタイルの結婚式場を全国に展開し、2020年12月現在で25店舗を運営。
※ ブライダル事業は、2021年4月より連結除外となります。

■ その他

認可保育所や学童保育施設を運営する子育て支援事業のほか、女性の笑顔につながる事業を展開。

■ 法人事業

通信販売事業において培ったノウハウを活かしたソリューションを提供し、顧客企業を多角的にサポート。



CONTENTS

1 __ 企業ビジョン／事業内容
3 __ 千趣会のあゆみ
5 __ トップメッセージ
9 __ 特集

11 __ セグメント別業績概況
13 __ ESG
17 __ 主な経営指標
18 __ 会社情報

お客様に寄り添い“愛”から生まれた“アイデア”を カタチにしてお届けしてきました。

1955

株式会社千趣会設立

デスクを彩るこけしが
働く女性に大好評

千趣会のルーツは、“働く女性を
「笑顔」にしたい”という想いから
1954年に開始した「こけし」の
頒布会。無機質なオフィスに
「かわいい」を届けました。



1989

「ベネビス」販売開始

働く女性の足の悩みを解決
潜在ニーズをカタチに

“パンプスは窮屈で我慢するもの”という概念
を払拭し、ラクでおしゃれなシューズブランド
として誕生から現在まで根強い人気を誇ります。



1992

子供服ブランド「GITA」販売開始

「子どもとママにやさしい」
便利で楽しい工夫がいっぱい

働き方や暮らし方が大きく変わり、
機能や価格を重視する実質的なライ
フスタイルに目が向けられるようにな
ったこの時代に、子ども服ブランド
「GITA(ジータ)」が誕生。今では
子ども服の定番となっています。

2014

えがおの森保育園開設

待機児童を解消するため
働くママを応援するために
保育事業を開始

「冷えとり日和365」販売開始

医学的見解に基づいた
「温活習慣」を推奨する
冷えとりアイテム専門通販



2020

「Chuttocotto」ブランドデビュー

「ママと赤ちゃんを
笑顔にしたい」
その想いをカタチに

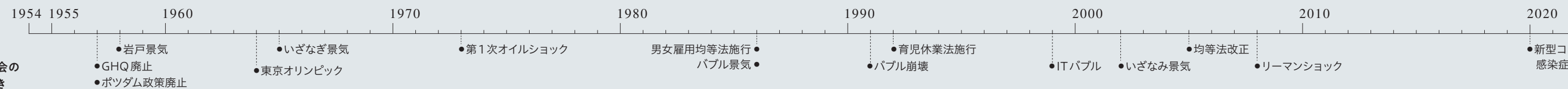
“授乳の時間”をもっとラクに、もっと
愛おしいものにするお手伝いをしたい
という想いから、人気の授乳インナー
をブランド化しました。



2000

「ベルメゾンネット」OPEN

カタログにネットを加えて
マルチチャネル展開



1987

カタログ「シェリーメゾン」発刊

業界初！
妊娠・出産・育児に
特化した通販を開始

1976

カタログ「ベルメゾン」創刊

通販で女性の
トータルファッションを提供

“見ているだけでも楽しくなってもらえるような、夢のある
カタログ”をコンセプトにリアルファッションカタログ「ベル
メゾン」を創刊。時流に敏感な女性の心をつかみました。

1995

「月刊ちょこちょこ」販売開始

ほのぼのとしたかわいい
キャラクターが大ヒット



2010

ピンクリボン運動に
本格参画

販売する
全てのブラジャーが
ピンクリボン
協賛商品に



2011

「Hotcott」販売開始

ありそうでなかった
お悩み解決インナー
の誕生

多くの女性が抱える「冷え」と
「敏感肌」の悩みにいち早く着
目。綿にこだわること肌への
優しさと着心地の良さを実現
し、シリーズ累計販売枚数
1,046万枚*の大人気商品と
なっています。

※ 2020年6月時点



代表取締役社長
梶原 健司

再生から成長へ

「生活総合提案型企業」としての真価を発揮し
新しい時代の「笑顔」を創造していきます

2020年度の総括

時代の変化に応じて編集力を最大限に活かし 通信販売事業を再生しました

2020年度は、新型コロナウイルスの感染拡大という、未だかつてない事態に直面しました。そうした状況下で、これまでカタログやネット通販で磨き上げてきた編集力を最大限に活かし「巣ごもり需要」に迅速に対応、「おうち時間を楽しむ」という切り口で商品や新しい生活シーンをいち早く提案しました。需要増に加え、ここ数年にわたる取り組みの成果もあり、主軸である通信販売事業においては増収増益となりました。

一方で、ブライダル事業においては同感染症拡大防止のため4割近くのお客様が挙式を翌年に延期、また挙式規模の縮小などの影響で大幅な減収減益となったことから、グループ全体では減収減益となりました。

今般のコロナ禍を通じて、通信販売が今や「社会的インフラ」と言うべき重要な責務を担うものであると痛感しま

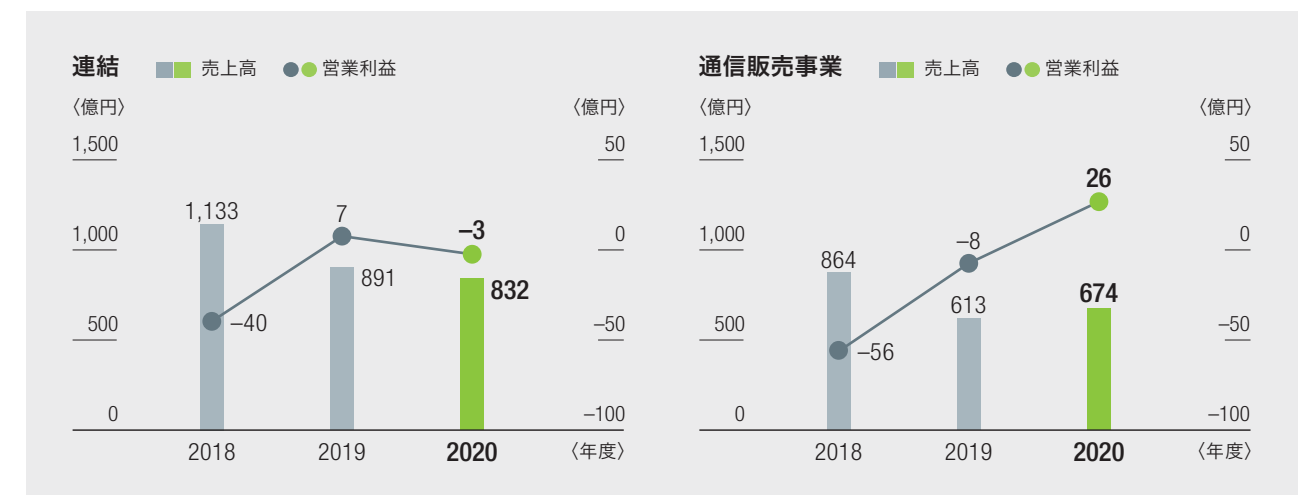
した。同時に、その一翼を担う企業として弛まず成長し続け、よりよい商品・サービスを通して持続的な社会への貢献、さらには新しい時代に則した生活スタイルを提案、提供し続けていくことが私たちの社会的責任であるとの想いを改めて強くしました。

2020年度主な取り組み

私たちの「愛」が伝わる「唯一無二の商品」に 徹底してこだわりました

2018年度から2020年度は、再成長に向けた構造改革を推し進めた3年でした。事業領域の再定義や事業規模の適正化といった「下地づくり」に始まり、2019年度にはお客様目線でのマーケティング、商品力や提案力の強化を図ってきました。その歩みのなかで、「ベルメゾンらしさ」とは何かという根本に立ち返り、「愛、のち、アイデア。」というブランドスローガンを策定しました。お客様への愛から生まれたアイデアを、しっかりとカタチにしてお届けできる

業績推移



よう、商品カテゴリーの視点からお客様目線への転換や業務プロセスを改革してきました。

2020年度は継続して「商品力・提案力の強化」「オペレーション改革」を深耕するとともに、「会員基盤の再構築」にも取り組みました。一定期間ご購入がないお客様への積極的なアプローチや、新たな生活様式に対応した商品提案によって、年間購入会員数は前年度に比べて55.8万人増と大幅に増加しました。また商品の品揃えを再整備、「想いを込めた唯一無二の商品」「気が利いた、こだわりの商品」などブランドコードに則って絞り込んだ結果、商品数は2018年度比で6割程度になりました。

一方で、商品あたりの売上額は3年間で1.7倍にまで伸長し、お客様に私たちの想いをしっかりと届けられたと感じています。商品を厳選し、商品数を削減したことで機動力も高まり、これが「巣ごもり需要」への迅速な対応にもつながりました。

会員拡大や商品あたりの売上額の改善は、これまで3年にわたって取り組んできた施策の「効果の発現」であると言えます。同時にこれらの効果は、いずれも一過性のものではなく、今後の成長に向けての土台となるものです。特に近年、ベルメゾンのブランドイメージがお客様のなかで、また社員の意識においても揺らぎつつあった状況を打破したい。その一念で、ブランドスローガン「愛、のち、アイデア。」を策定し、それに基づく「唯一無二の提供価値を創造して初めて、お客様に当社の存在価値を感じていただけ」との想いで全社一丸となって邁進してきました。

2021年度の重点取り組み

通信販売事業モデルの進化	経営基盤のさらなる強化
<ul style="list-style-type: none">● お客様・取引先様をパートナーとする、「共創」をベースとした独自のビジネスモデル構築● ベルメゾンブランドの提供価値浸透と新たなVIの発信● お客様に継続して購入いただける接点づくりの実現に向けたPDCA● 未来の看板商品を作るための企画・開発力向上と販売力強化の推進● オペレーション改革の継続実施	<ul style="list-style-type: none">● グループ事業ポートフォリオの再構築● JR東日本との取り組みと他チャネル強化の推進● 持続的・社会への貢献に向け、社会的意義の再構築とESG経営の方向性を定義、サステナビリティ委員会の新設による活動の具体化● 組織力強化に向けた従業員エンゲージメント向上● 時代の変化に迅速に対応するためのシステム基盤整備／DXへの対応

商品あたりの売上額の向上は、「お客様に私たちの想いを届ける」という、私たちがここ数年にわたって強く意識し、実践してきたことへの1つの答えだと受け止めています。

2021年度、再成長に向けて

新中期経営計画のもと、「共創」による通信販売事業モデルの進化を目指していきます

これまでの取り組みにおいて得られた「効果」を基盤とし、2021年度からはいよいよ再成長に向けて舵を切っていきます。またコロナ禍によるお客様の価値観・行動の変化に合わせて現行の中期経営計画を見直す必要も出てきたことから、2021年7月の公表に向けて新しい中期経営計画を策定しているところです。そのポイントとなるのは「通信販売事業モデルの進化」「千趣会グループ事業の変革」「経営基盤のさらなる強化」の3つです。

1つめの「通信販売事業モデルの進化」では、お客様や取引先様をパートナーとする「共創」をベースとした独自のビジネスモデルを構築します。コロナ禍を契機とした通信販売市場の拡大とともに他業種からの参入など競争環境は一層激化するものと予測されます。私たちには長年にわたって積み上げてきたお客様との絆や、女性のライフステージに寄り添いながら展開してきた商品やサービスという「一日の長」があります。この強みにより磨きをかけていくためには、取引先様や協業先様と理念を共有し、同じゴールを見据えて対等な立場で議論し、よりよいものへ昇華させる

「共創」が欠かせません。これによって、ベルメゾンブランドの提供価値を高めて、国内・海外市場での拡販につなげ、お客様からも、取引先様からもより存在価値を感じていただけの企業へと進化していきます。

2つめの「千趣会グループ事業の変革」では、“コト・モノ・サービス”を通して笑顔あふれるライフスタイルを提案する「生活総合提案型企業」への変革を推し進めていきます。その一環として、通信販売事業を核とした事業ポートフォリオへと再構築するなかで、ブライダル事業の運営体制を大きく見直しました。しかしながら資本業務提携を通して、今後も当社として女性の一大ライフイベントである「結婚」によりよい価値を提供するとともに、引き続き当社の通信販売事業との連携を追求していきます。ほかにも保育事業で得られた知見を活かし、全国5万施設で働かされている保育士や幼稚園教諭の方に向けたカタログ「えがおのせんせい」の刊行や、法人のお客様とベルメゾンで展開しているインテリア商品を結び付けた「ホームステージング」でのサービス提供など、グループシナジーの最大化を図ります。

また、2021年3月から東日本旅客鉄道株式会社（JR東日本）との協業がスタートし、カタログとネットとリアル店舗のそれぞれのチャネル特性を活かし、より重層的にサービスを提供できるようになりました。各店舗での接点拡大は販売だけにとどまらず、マーケットリサーチの最前線基地として新しいショッピングスタイルの確立にもつなげたいと考えています。なお、この協業はJR東日本の「ヒトを起点とした価値・サービスの創造」と、すべての人の心豊かな生活を実現するという理念が、私たちの想いと合致することから実現したものです。今後、両社の経営資源を掛け合わせることで、新たな付加価値の創造へとつなげていきます。

3つめの「経営基盤のさらなる強化」では、時代の変化に迅速に対応するためのシステム基盤の再構築やDXの推進、さらに今まで以上に持続的・社会への貢献活動に取り組んでいきます。当社ではこれまで「ピンクリボン運動」の支援や子育てママを応援する「ハハトコプロジェクト」の推進など、社会貢献活動にも力を入れてきました。これらの活動を時代の変化に合わせて進化させるとともに、事業を通じた社会貢献をより深化させていきたいと考え、現在、新たにCSR活動を発展させたESG経営の方向性を打ち出すべく、検討を重ねているところです。



ステークホルダーの皆様へのメッセージ

「生活総合提案型企業」としてその時代に合ったライフスタイルを提案し続けます

千趣会は、1955年の設立から66年間、一貫して女性の一生を通じ、就職や結婚、出産など、さまざまなライフステージに寄り添ったビジネスを展開してきました。コロナ禍にあっては、通信販売は社会インフラであるとの認識に立ち、持続可能な社会づくりへ積極的に貢献していくことが当社の使命であるとの念を強くしました。社会や生活様式の変化を乗り越え、すべての女性が自分らしく、楽しく、そして力強く生きていく。そんな「笑顔あふれるライフスタイル」を、唯一無二の商品やサービスを通じて提案していきたいと考えています。

私たちのお客様への想いをよりしっかりと届けていくために、ブランドスローガンに続き、2021年度には新たなVI（ビジュアル・アイデンティティ）も策定する予定です。

お客様とのつながりや絆を何よりも大切に、お客様に寄り添い、大切な一日一日を共に歩んでいきたい。千趣会はこれからも、すべてのステークホルダーの皆様に支持され、期待される会社であり続けられるよう、全力を尽くしてまいります。

代表取締役社長

梶原健司

お客様への愛をカタチにする商品開発

千趣会は、お客様に寄り添い、想いを巡らし、たくさんの愛を込めて、明日が待ち遠しくなるような暮らしを彩る商品をつくっています。
2020年度もまた、「愛」から生まれた「アイデア」がたくさんカタチになりました。

開発者



プランナー
足立 恵子



バイヤー
岸村 基貴

日中、人目を気にせず室内から景色を楽しめる

外の景色が良く見える。 ミラーレースUVカットカーテン

外からの視線を遮断できる代わりに、室内から外の景色を楽しめない。そんな従来のミラーレースカーテンの概念を覆しました。目指したのは、まるでマジックミラーみたいなカーテン。素材も工程もイチから見直し、市場にない商品の誕生に挑みました。「外の景色をもっとはっきりさせたい」「生地をもっと軽やかにしたい」と細部にまでこだわり、商品化まで丸2年かけた渾身作。「部屋が明るくなった」と好評です。



初めての育児でも慌てない ささっと着替えができる

フリス短肌着付き 長袖ツーウェイオール

上下つながっていて、ボタンの留め方でドレス型にもズボン型にもできるツーウェイオールは新生児の必需アイテムです。「あらかじめ短肌着の袖を通してセットしておく」ことが手早く着替えさせるコツですが、小さなベビーウェアではこれがなかなか大変。そこで、お着替えが少しでもラクになるようにと、ツーウェイオールの内側に短肌着を縫い付けたベビーウェアを開発しました。初めての育児に奮闘するパパママをサポートしています。

開発者



プランナー
青木 綾子



バイヤー
多田 典代

開発者



バイヤー
田村 英



マーチャン
デザイナー
関野 絵理

色褪せない「最強の黒」を全く新しい手法で実現

きれいな黒が続くブラックカットソー

洗濯を繰り返しても色落ちしない、色褪せない「黒」を目指して開発をスタート。黒く染めた糸を使うのではなく、糸の原料そのものを黒にするという全く新しい手法に行き着きました。さらに、乾燥機にかけても縮まない、究極のイージーケアも実現。専門の検査機関で100回洗濯しても色味、生地の質感ともにほぼ変化がないことを確認しています。今後も「きれいな黒が続くブラックシリーズ」としてアイテム数を増やしていく予定です。



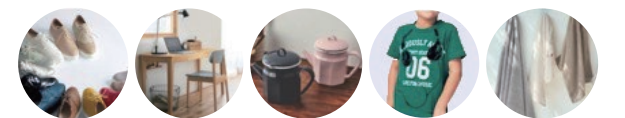
JR 東日本との協業によるシナジー創出

2020年9月16日に東日本旅客鉄道株式会社(以下、JR 東日本)と資本業務提携を行いました。
JRE MALL や駅における子育て世帯に向けた商品の充実と、ベルメゾンでお得にお買い物できるサービスの拡大など、ライフスタイルに寄り添ったサービスを提供することで、お客様の暮らしづくり・心豊かな生活に貢献していきます。



JRE MALLにベルメゾンショップを開設

JR 東日本グループが運営するECサイトにベルメゾンを出店。暮らしを豊かにする多彩な商品をご提供します。また、今後はJRE MALLと連携したOMO※モデルの店舗などもエキナカに展開し、リアルとネットを融合させたお客様体験を創出していく予定です。
※ OMO: オンラインとオフラインの融合



ベルメゾンネットでJRE POINTを お得にためる・使えるサービスを開始

2021年3月からベルメゾンネットでのビューカード決済でJRE POINTが通常の2倍※1たまるサービスを開始しました。また同時に、たったJRE POINTをベルメゾンお買い物券に交換※2できるサービスも始まり、よりお得にお買い物を楽しんでいただけるようになりました。



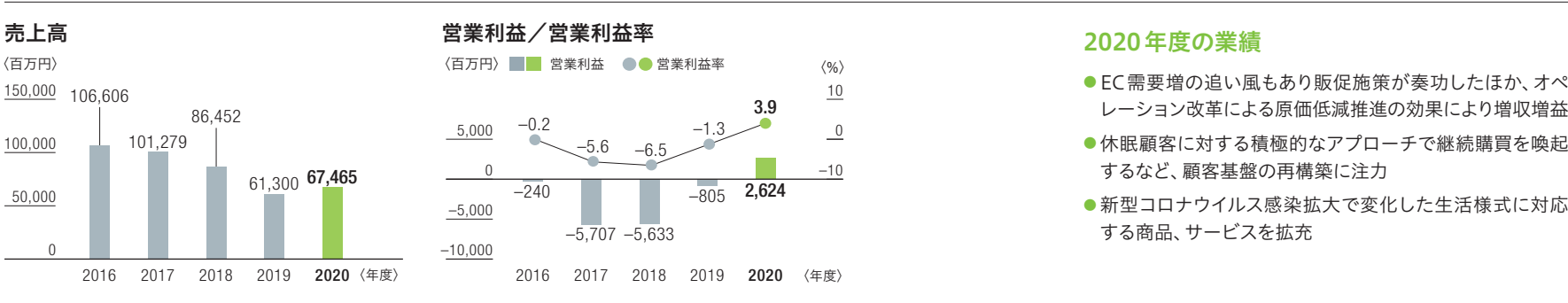
JR品川駅エキナカにベルメゾンの ディズニー グッズ専門ポップアップショップを出店

品川駅中央改札内イベントスペースに期間限定(2021年3月16日～4月4日)ショップを出店しました。ベルメゾンでしか買えないオリジナルデザインのディズニー グッズを気軽に手に取り、試していただく機会となりました。



※1 通常、1,000円(税込)につき5ポイントのところ、2倍の10ポイントがたまります。
※2 4,500ポイントで5,000円分、8,400ポイントで10,000円分のお買い物券に交換可能。

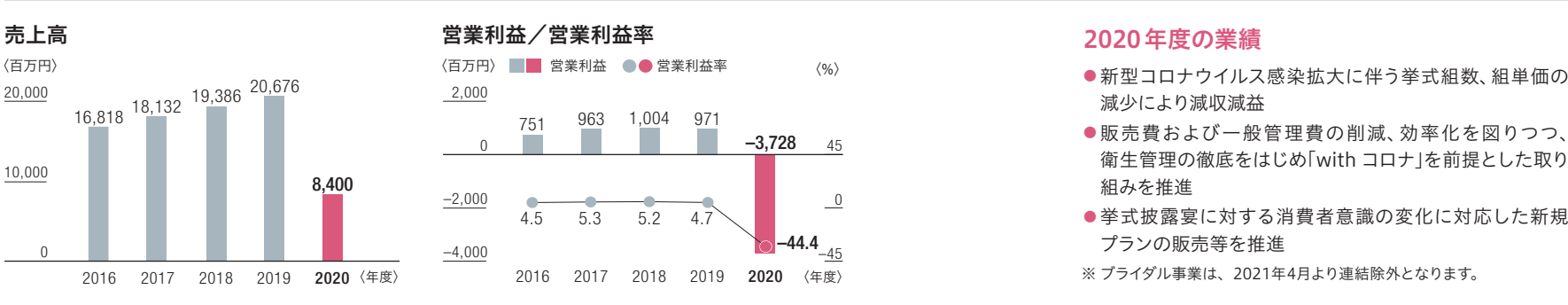
通信販売事業



2020年度の業績

- EC需要増の追い風もあり販促施策が奏功したほか、オペレーション改革による原価低減推進の効果により増収増益
- 休眠顧客に対する積極的なアプローチで継続購買を喚起するなど、顧客基盤の再構築に注力
- 新型コロナウイルス感染拡大で変化した生活様式に対応する商品、サービスを拡充

ブライダル事業

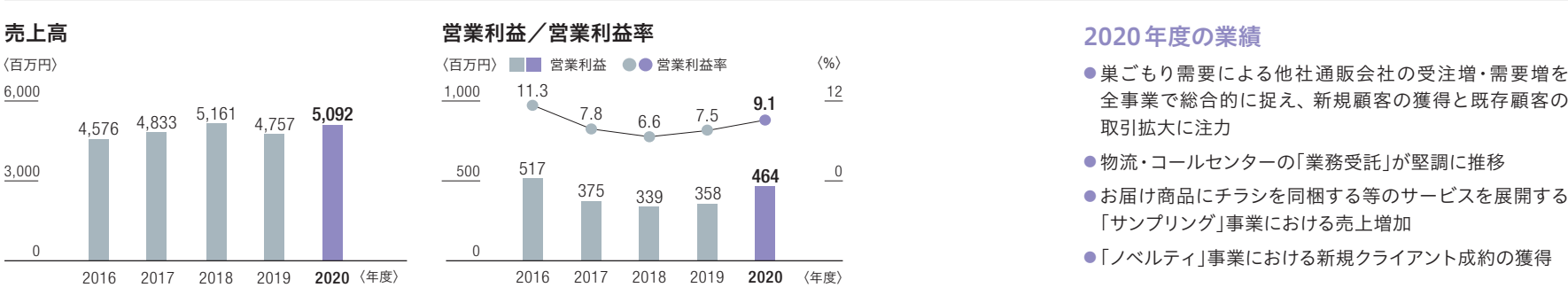


2020年度の業績

- 新型コロナウイルス感染拡大に伴う挙式組数、組単価の減少により減収減益
- 販売費および一般管理費の削減、効率化を図りつつ、衛生管理の徹底をはじめ「with コロナ」を前提とした取り組みを推進
- 挙式披露宴に対する消費者意識の変化に対応した新規プランの販売等を推進

※ ブライダル事業は、2021年4月より連結除外となります。

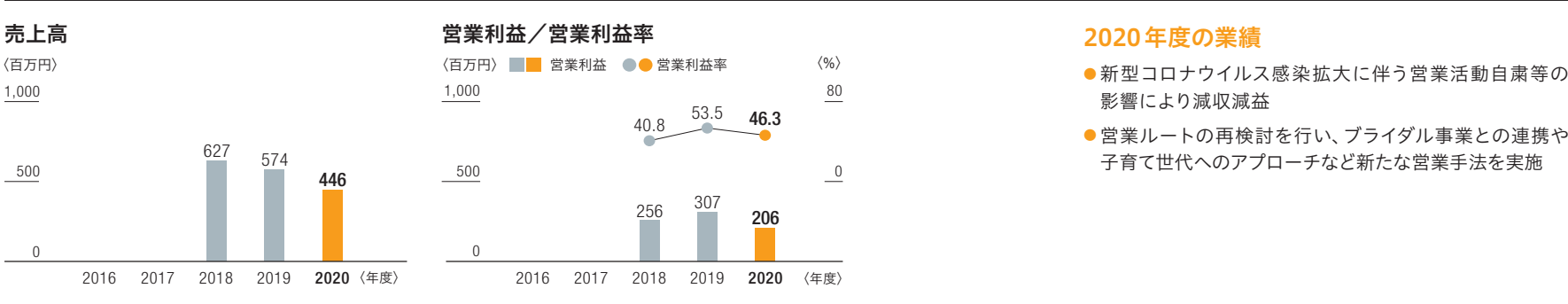
法人事業



2020年度の業績

- 巣ごもり需要による他社通販会社の受注増・需要増を全事業で総合的に捉え、新規顧客の獲得と既存顧客の取引拡大に注力
- 物流・コールセンターの「業務受託」が堅調に推移
- お届け商品にチラシを同梱する等のサービスを展開する「サンプリング」事業における売上増加
- 「ノベルティ」事業における新規クライアント成約の獲得

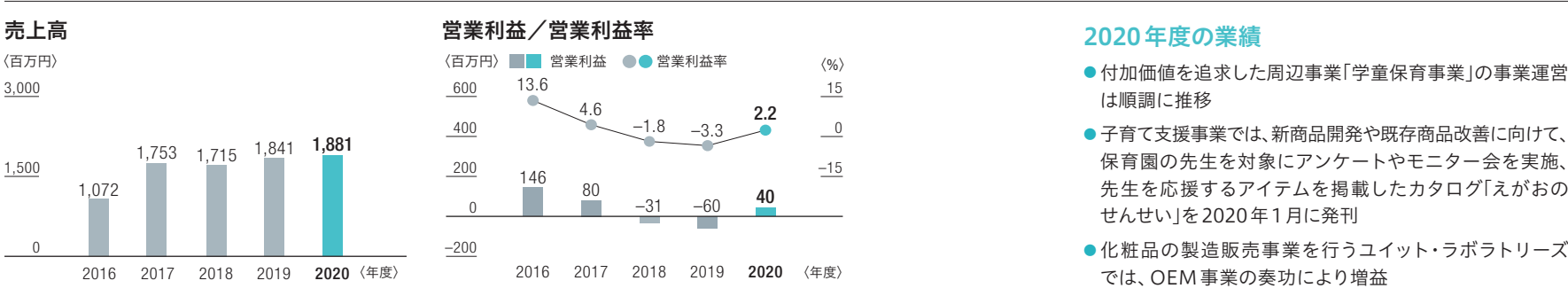
保険・クレジット事業



2020年度の業績

- 新型コロナウイルス感染拡大に伴う営業活動自粛等の影響により減収減益
- 営業ルートの再検討を行い、ブライダル事業との連携や子育て世代へのアプローチなど新たな営業手法を実施

その他



2020年度の業績

- 付加価値を追求した周辺事業「学童保育事業」の事業運営は順調に推移
- 子育て支援事業では、新商品開発や既存商品改善に向けて、保育園の先生を対象にアンケートやモニター会を実施、先生を応援するアイテムを掲載したカタログ「えがいのせんせい」を2020年1月に発刊
- 化粧品品の製造販売事業を行うユイット・ラボラトリーズでは、OEM事業の奏功により増益

※「保険・クレジット事業」について、従来は「その他」に含めていましたが、量的な重要性が増したため2019年度より報告セグメントとして記載する方法に変更しています。2018年以降の数値につきましては変更後のセグメント区分に組み替えた数値で比較しています。

TOPICS

通信販売事業

記憶と心に残る——
オリジナル育児日記『きみがうまれた日』

大人気インスタグラマーつむばさんとコラボレーションした、ママやパパの想いと一緒に記録することができる、特別な育児日記です。ママやパパが赤ちゃんとお過ごす大切な時間に、たくさんの笑顔が生まれることを願って作りました。請求いただいたお客様に無料で配布しています。



インテリアのトータルコーディネートを行うサービス
「ベルメゾンのホームステージング」

当社の強みであるインテリアの提案力を活かし、中古・新築住宅の内覧者様の憧れの暮らしをトータルで演出。約8万点の品揃えとコストパフォーマンスで、物件の価値向上と早期成約を後押しします。ベルメゾンだからこそできる、ライフステージに合わせたさまざまなプランをご提案します。

※ 法人・個人事業主様向けのサービスです。



都会的なシンプルモダンスタイル



洗練された北欧ナチュラルスタイル

法人事業

EC市場拡大により物流などのアウトソーシングが好調

巣ごもり需要に伴うオンラインショッピングの利用増により、物流やコールセンターのアウトソーシングが好調に伸びています。また、株主優待品発送業務の案件も増加しています。



その他(保育)

認可保育所「えがいの森保育園・つるみ」を開設

2021年4月1日に大阪府大阪市鶴見区に認可保育所「えがいの森保育園・つるみ」を開設しました。これによりチャイルドケアが運営する保育施設は全国で12カ所となりました。府内でも豊かな自然が残る街で、土と触れ、自然と共存し、地域に根差す保育所を目指します。



E 環境への取り組み

「環境イディア(憲章)」および「環境方針」に基づいた商品開発や事業活動を行うことで、
全社をあげて積極的な地球環境の保全に取り組んでいます

2020年の活動ハイライト

- カタログの紙使用量2019年度対比約25%削減しました。
- オーガニック素材など、環境負荷の少ない素材を使用した商品開発を行っています。

環境イディア(憲章)

Think the Earth, think the future
人と環境、
そして地球の未来を考える



人と環境、地球との関わりを考える
それは私たちの未来を考えるということ。
千趣会は通信販売というシステムを通じて商品開発から、販売、
そして販売した後の環境改善活動までを含めた企業活動を、今
いちど地球環境への配慮という視点から見直す努力をします。
スローガンは Think the Earth, think the future
全社的に地球環境保全に積極的に取り組みます。

1998年11月1日

環境方針

- 3つの約束
- 活動をオープンにし、ステークホルダーの意見を取り入れながら共に活動します。
 - トリプルボトムライン(環境-社会-経済)の視点でバランスのとれた活動を目指します。
 - 私たちは、環境を決してイメージだけでは語りません。
- 5つの方針
1. 紙の環境負荷軽減(紙資源の適切な利用)への取り組み
 2. 植林事業等を通じた地球温暖化防止への取り組み
 3. 環境配慮型商品の開発・採用推進
 4. 3R(Reduce:減量・Reuse:再利用・Recycle:再利用)の推進
 5. 環境コミュニケーションへの取り組み

環境と人にやさしい オーガニックコットンを活かした商品の開発

お客様の多様なライフスタイルに応じた環境貢献の提案
ができるよう、「エコ」や「オーガニック」をキーワードにした
環境配慮型商品を展開しています。
「省エネ」「環境負荷低減」「資源節約」関連商品では、高い
機能性はもちろん、デザインにもこだわること、お客様の
エコな暮らしに彩りと快適さを付加しています。
また、オーガニックコットンやリネンを使用した衣服や寝具
などのファブリック製品も展開しています。3年以上農業や
化学肥料が使われていない土壌で有機栽培された素材を使用
することで、お客様の肌にとって優しいだけでなく、安全な
土地へと回復させ、生産者の健康も守ることができます。



オーガニックコットンの
ダニを通しにくい綿100%の寝具



厳しい条件をクリアした
オーガニック原料を含む製
品に与えられる世界基準
の認証「OCS認証」を取得
※ OCS100:素材の95%以上が
オーガニック原料の商品



天然素材と縫製の工夫で
敏感肌さんの日常を快適にする
オリジナルブランド「su・ra・ku」



肌側の縫い代が立ち
にくい縫製仕様

S 社会への取り組み

よりよい社会の創造に向け、自社のみで取り組むのではなく、取引先様や協業先様、
そしてお客様と共にさまざまな活動に取り組んでいます。

2020年の活動ハイライト

- 顧客満足度調査を実施し、商品・サービス提供向上に活かしています。
- 業界基準および独自基準に基づいた、安全安心な品質管理をしています。
- 「ギジタイケン展」などを開催し、全部門でリスクアセスメントに取り組んでいます。
- 「令和2年7月豪雨」(熊本、大分、佐賀県)への被災地支援を実施しました。

顧客満足度調査の実施

当社では、ニーズに合致した商品開発に取り組むと同時に、
サービス品質の向上にも取り組んでいます。
ベルメゾン顧客満足度調査を年に1度実施し、商品や
サービスについて調査するほか、ご注文商品・組立設置商
品のお届けや、コールセンターの応対に関する満足度調査も
実施しています。

明確かつ厳格な独自の品質基準

販売する商品の品質管理の関連法規に業界基準などを
加えた独自の品質基準を1986年に設定し、現在も改定し
ながら運用を続けています。多品種を販売する小売業だか
らこそ、明確な自社基準を設定し、当社を信頼して商品を
購入いただくお客様に満足いただけるよう、仕入先様の協
力を得ながら、品質確保に取り組んでいます。

品質基準

衣料: JIS基準
雑貨: JIS・SG基準
食品: 食品衛生法

+

千趣会独自の
自社基準、自主規制、
管理マニュアル

※ JIS: 日本産業規格 SG: セーフグッズ(製品安全協会が定めている)

安全安心な商品への取り組み

事故予防に対する意識向上を
図るため、自社で販売した商品で
発生した不具合や事故を、実際の
商品に触れることや解説パネル
などを通じて体感(疑似体験)する「ギジタイケン展」を開催



ギジタイケン展(2020年12月実施)

しています。この取り組みには、仕入担当だけでなくすべての
部門が参加しており、企画から生産、販売までの各フローに
おける安全認識を高め、事故の発生を防いでいます。

ウェルビーイングの実現による 従業員幸福度向上と組織力の強化

当社は、お客様が笑顔になれる商品やサービスを提供し、
お客様の暮らしを笑顔でつづむために、まず従業員が笑顔で
働けるよう、従業員のウェルビーイングを大切にしたい環境
づくりに努めています。
年齢、性別、障がいの有無などにかかわらず、誰もが違いを
認め合い、従業員ひとりひとりが能力を発揮して、いきいきと
働き続けられるインクルーシブな企業文化を醸成します。
ダイバーシティ推進方針、女性活躍推進方針に基づき、すべて
の領域において多様な人材が活躍できるよう職場環境の
整備を進めます。

従業員にまつわる、妊娠から出産、育児との両立までを
わかりやすく説明した「両立支援マニュアル」は、パパ、ママ、
上司、同僚向けを整備してイントラネットに掲載しており、
2018年には企業主導型保育所「えがいの種」を開設しています。

災害支援活動

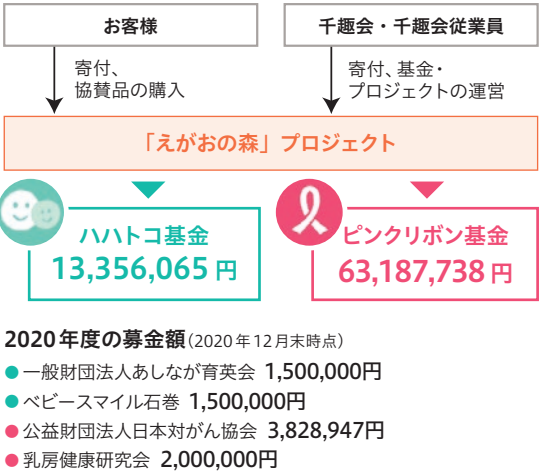
2018年9月より緊急災害対応アライアンスSEMAに加盟
しています。「令和2年7月豪雨」では被害が特に甚大な熊本県、
大分県や佐賀県に肌着計4,187点をお届けしました。



※ SEMA (Social Emergency Management Alliance): 民間企業と市民団体が連携して
災害支援を行うための仕組み

■ お客様と共に社会貢献活動「えがおの森」

お客様からの寄付や協賛商品の売上の一部を活用し、社会貢献活動「えがおの森」として、2つの基金を運営しています。ハハトコ基金では、日本の子育てを応援したいというスローガンのもと、子育て支援団体や活動の応援を、ピンクリボン基金では、女性たちを乳がんから守りたいという想いから、乳がんに関する啓発や研究機関への支援をしています。これまでに培ってきたお客様と当社の信頼関係を活かし、個人では実現できないことを企業の力で実現すべく、これからも取り組みを続けていきます。



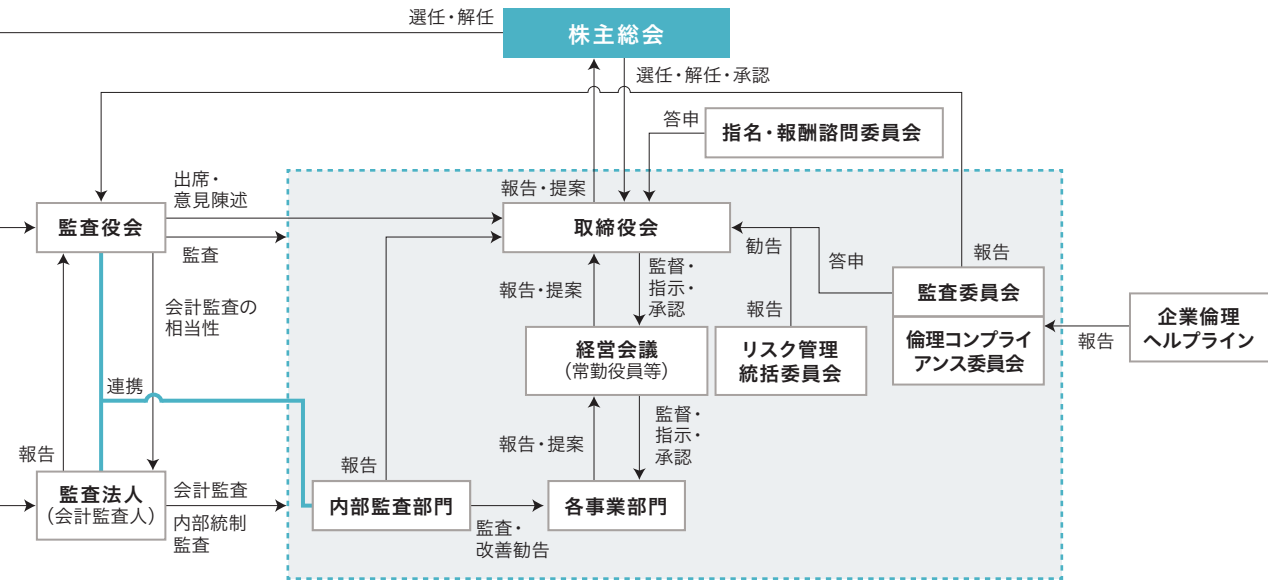
G コーポレート・ガバナンス

透明性の高い経営システムの構築・運営に努めています。

千趣会のコーポレート・ガバナンスの特長

- 社外取締役・社外監査役を設置し、透明性を高めています。
- コンプライアンス・ポリシーを制定し、従業員への教育に取り組んでいます。
- 情報セキュリティを強化し、顧客情報保護に努めています。

■ コーポレート・ガバナンス体制図 (2021年3月30日時点)



■ 役員 (2021年3月30日時点)



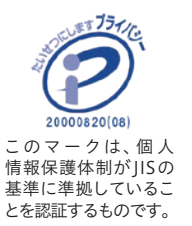
- | | |
|--------------------|------------------|
| 1 代表取締役社長
梶原 健司 | 5 取締役
佐野 太 |
| 2 取締役
石田 晃一 | 6 社外取締役
寺川 尚人 |
| 3 取締役
三村 克人 | 7 社外取締役
青山 直美 |
| 4 取締役
高橋 哲也 | 8 社外取締役
横山 慎一 |
- 監査役(常勤)
- 稲田 佳央
- 監査役(社外)
- 森本 宏 清水 万里夫

■ 顧客情報保護のための体制を強化

通信販売を主要事業とする当社では、お客様からお預かりしている個人情報を安全・適切に管理することが何より重要な責任と考えています。

そこで、「千趣会個人情報保護方針」を策定するとともに、2006年からはプライバシーマークを取得しており、その認定基準に則った個人情報保護体制を構築し、個人情報を厳密に管理しています。さらに、お客様からの情報の開示・訂正・利用停止などのご要望・ご相談には、「個人情報お客様相談室」を設置して迅速な対応に努めています。

またグループ会社を含めた情報セキュリティ強化のため、「個人情報保護マニュアル(グループ子会社版)」の策定や、「情報セキュリティ委員会」を設置するなど、セキュリティ対策の充実やクレジットカード情報に関する法令順守、個人情報保護法改正への対応等を行うための体制も整備しています。



■ 従業員へのコンプライアンス教育

当社では、「千趣会グループコンプライアンス・ポリシー」を制定し、日々心がけるべきことをまとめた「千趣会人心得」と、これに基づく具体的な行動を示した「千趣会行動ケースブック」を社内イントラネットにて公開しています。また、従業員向けの講習会や研修会、eラーニングを実施しています。

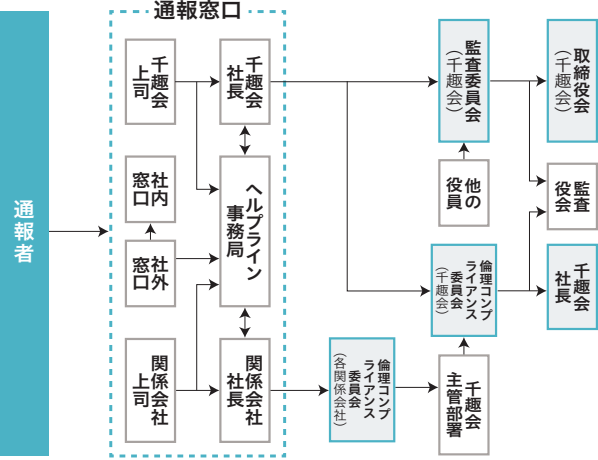
なお、法令や社内規定違反への潜在的リスクに早期に対応

するため、内部通報制度「企業倫理ヘルプライン」を2005年から社内外に設置しています。

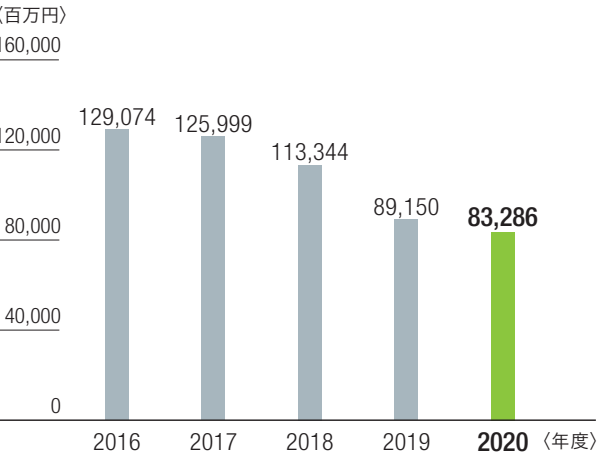
千趣会グループ コンプライアンス・ポリシー

1. 法令等の遵守: すべての事業活動において、法令のみならず、社会規範、企業倫理、社内ルールを遵守し、適正かつ良識のある企業活動を行います。
2. 経営の健全性と透明性の確保: 内部統制システムを構築するとともに、経営情報を適時、的確に開示することにより、経営の健全性と透明性を確保します。
3. 反社会的勢力への毅然とした対応: 反社会的勢力に対しては、毅然とした対応を徹底します。
4. 従業員のための企業環境づくり: 従業員が意欲をもってその能力を発揮し、創造性、専門性を最大限に高めることができる企業環境づくりに努めます。

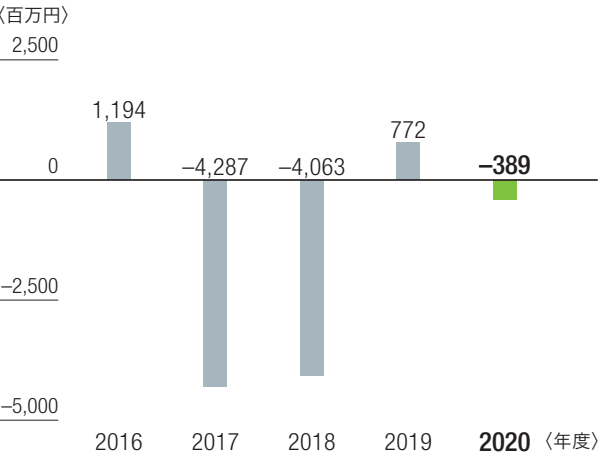
企業倫理ヘルプラインの仕組み



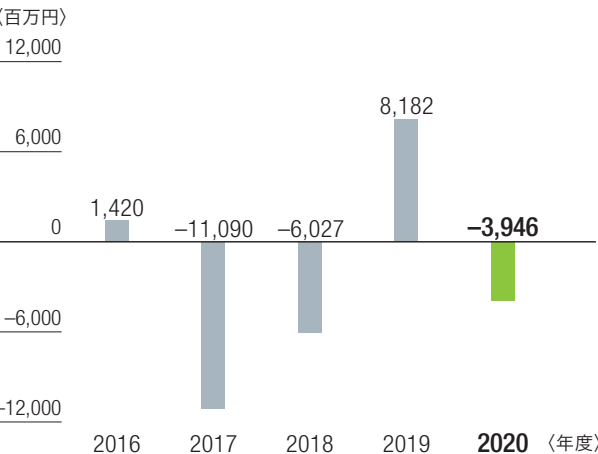
売上高



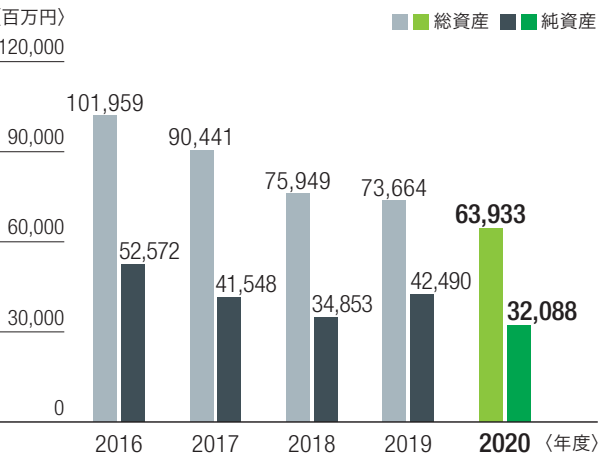
営業利益



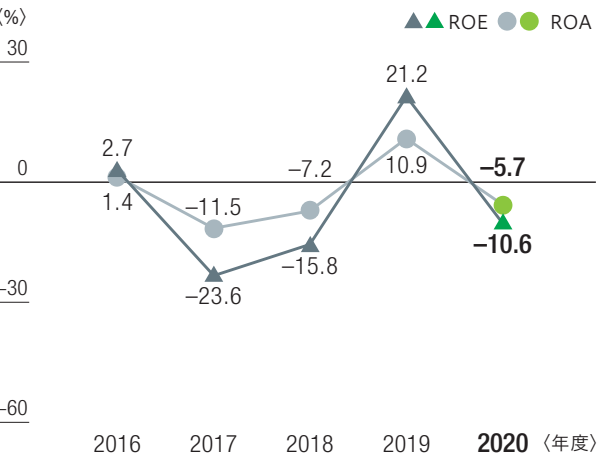
親会社株主に帰属する当期純利益



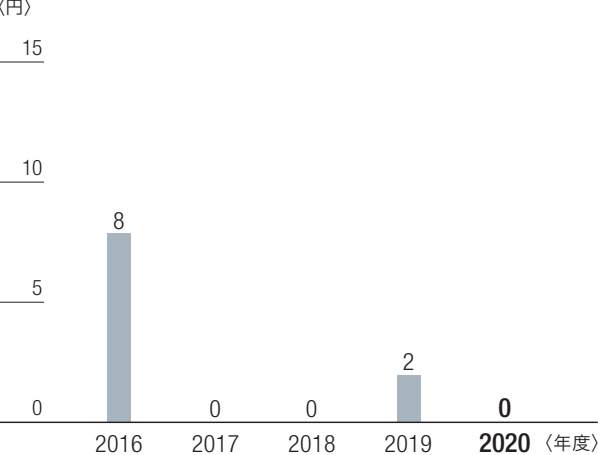
総資産／純資産



自己資本利益率(ROE)／総資産利益率(ROA)



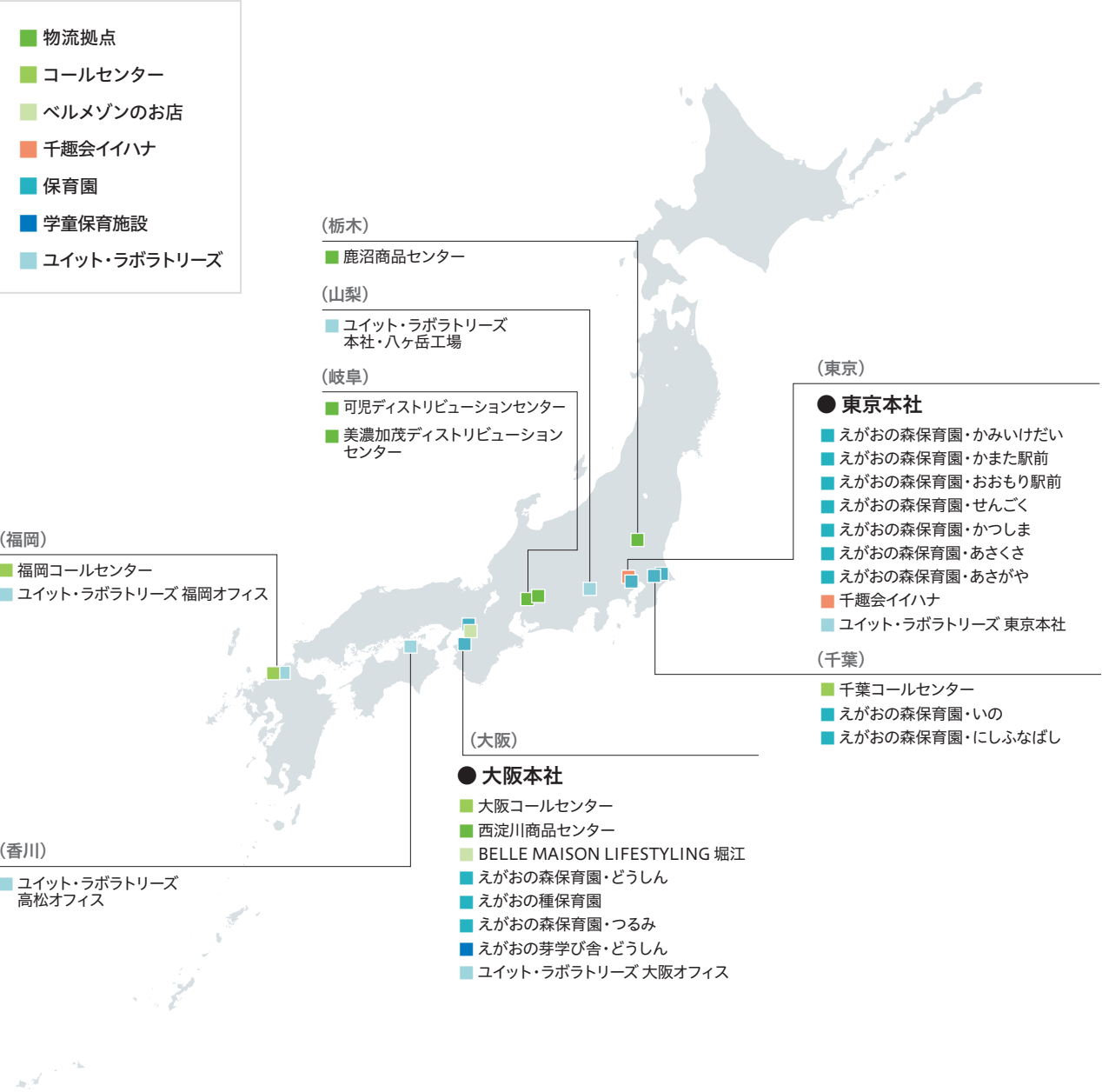
普通株式に係る1株当たり配当額



会社概要 (2020年12月31日現在)

商号	株式会社 千趣会
設立年月日	1955年11月9日
資本金	100百万円
代表者	代表取締役社長 梶原 健司
従業員数	473名
連結従業員数	1,454名
事業内容	通信販売事業／プライダル事業／法人事業／保険・クレジット事業／その他
大阪本社住所	〒530-0035 大阪市北区同心1丁目6番23号
東京本社住所	〒111-0042 東京都台東区寿3丁目15番12号

拠点・店舗一覧 (2021年4月1日現在)



株式会社 千趣会

<大阪本社>
〒530-0035
大阪市北区同心1-6-23
電話(06)6881-3100

<東京本社>
〒111-0042
東京都台東区寿3-15-12
電話(03)5811-1160

企業情報

<https://www.senshukai.co.jp>

通販サイト

「ベルメゾンネット」

<https://www.bellemaison.jp>