

LUMINE Sustainability Information

「ルミネ サステナビリティアワード2024」開催

ルミネ・ニューマン各店のサステナビリティアクションの中から、最優秀賞が決定！

2025年2月に、ルミネ サステナビリティアワードの最終選考会が開催されました。持続可能な未来を築くための個性豊かなサステナビリティアクションが、今年も各館から寄せられました。今年はすでに社長褒章を受けている26件の中から予選通過した13件が発表、ベスト推進賞を選出しました。選考会には各館から店長はじめ仲間たちが応援に駆けつけ、発表を見守りました。さらに今年は内定者の代表チームも選考会に参加し、フレッシュな感性で考えた企画を披露しました。

日頃の業務のなかで感じた改善点を具現化したものや、エリア特性を捉えて地域活性化に寄与したものなど、どの企画にもルミネらしい感性と想いを形にするチャレンジ精神が発揮されています。“わたしが選ぶ毎日が、わたしたちの未来をつくっていく、ルミネの創意工夫が詰まった施策の数々をご紹介します。



「ルミネ サステナビリティアワード」とは

ルミネ・ニューマン各店のサステナビリティに関する取り組みを社内募集し、年に一度の選考会を経て表彰する制度。全社でのサステナビリティ方針の浸透や取り組みの推進を目的として、2022年度からスタートしました。書類審査、最終選考会のプレゼンテーションを経てベスト推進賞を決定します。各店の事例の共有を通じて、継続的かつ横断的な展開の機会が生み出されています。

🏆 ベスト推進賞

スタッフの不要衣類を利用したサービスカウンターベンチの製作／ルミネ新宿



ルミネ新宿は改装ボリュームが大きく、解体工事で排出される廃棄物の多さに課題を感じていました。また、ファッション業界での大量廃棄が環境にもたらす影響を考慮し、不要衣類のアップサイクルに取り組みました。これはルミネの廃材利用の取り組みや廃棄物問題の解決策であり、また社内外の関係者同士のつながりを生むきっかけともなる施策です。

この施策では、スタッフから収集した不要衣類を障害者福祉施設で織り直すアップサイクルを施し、これをサービスカウンターベンチの張地として活用しました。手作業により生まれた温かみあるカウンターベンチと制作過程や企画意図を示すパネルを、お客様が多く利用するサービスカウンターに設置し、ルミネのサステナビリティへの取り組みを伝えています。この取り組みで、ダイバーシティとインクルージョンの実現、企業や地域を越えた交流の創出、そして廃棄物による環境問題の解決に対する新たなアプローチという三つの効果を達成しました。



受賞コメント

「たくさんの方の協力を得て、発案を形にすることができました。今後はビジネスとしても持続可能な形に乗せていけるようにしたいです。不要衣料の再生を通じて地域や社内外とのつながりも活性化できる施策なので、ぜひ各館でも取り組んでみてください」(ルミネ新宿店 下井)



審査員特別賞

地域キャラクター「なみすけ・ナミー」を起用した「夏休みこどもフェア」の実施について／ルミネ荻窪

地域が持つ魅力を再発見し、その特色を活かす取り組みとして、杉並区公式アニメキャラクターの「なみすけ・ナミー」を起用しました。館内ショップで限定コラボ商品を展開したり、館内で「なみすけ」を探すゲームや「なみすけ・ナミー」との記念撮影会、子ども向けの職業体験やワークショップを実施。地元のお客さまからの反響が大きく、ここだけの体験型企画やノベルティキャンペーンを求めて多くの来館者があり、地域に賑わいを創出しました。子ども向け企画を杉並区やショップと協同して複数展開し、地域の人々が集まる場所となることで、親子が気軽に立ち寄り楽しめる場をつくり、地域経済発展への足がかりにもつながりました。また、この取り組みを通じて地元自治体との連携も深まり、地域コミュニティの拠点としてルミネ荻窪の魅力を引き出しました。今後もさらに関連企画を広げていく予定です。

受賞コメント

「地域を活性化する施策を実施し、その延長線上でルミネにも立ち寄っていただけたらいいな、という考えで取り組んだ施策です。地域キャラクターの魅力を掘り起こすことで多くのお客さまにご来館いただき、大変喜んでいただけたことが私も嬉しいです。今後も荻窪の街を盛り上げていきたいです。」（荻窪店 藤本）



推進賞

【GW企画】LA FOLLE JOURNÉE TOKYO 2024 エリアコンサート／ルミネ有楽町

「顧客理解とエリア理解」をテーマに、お客さまとの関係を強化し地域の魅力を発信することで「有楽町店らしさ」を表現しました。人々の交流を生み出し開かれたコミュニティを形成する地域連携企画として、有楽町マリオンセンターモールにて音楽イベント『LA FOLLE JOURNÉE TOKYO 2024』のエリアコンサートを開催。東京国際フォーラムでもブース出展しました。エリアコンサートへの参加を通じてルミネ有楽町の存在を周知する機会を作るとともに、音楽コンテンツによって有楽町の街の賑わい創造に繋がりました。



社内食堂を活用したSDGsの取り組みについて／ルミネ大宮

SDGs推進の一環として食品ロス削減を目指し、社員食堂で前日に残った食材を翌日のお惣菜にするという有効活用を試みました。「皮をむかないカレー」などメニューの充実も図られ、利用者からは「前よりお惣菜のバリエーションが増えた」と好評で、販売数も増加しました。告知物を掲示することでSDGsメニューの認知拡大を図るとともに、提供頻度の向上を図るなど、取り組みをさらに深化させています。今後はメニューの充実化を図りつつ、お客さまに向けた取り組みまで視野に入れ、食品ロス削減の取り組みを推進していくことも考えています。



ルミネストの活躍フィールドの拡張～お客さまに向けたスタイリング提案とさらなる提案力向上に向けた取り組み推進～／ルミネエスト新宿

ルミネには、接客のプロである「ルミネスト」がいますが、お客さまやスタッフに対してその存在を十分に伝えきれていないという課題がありました。そこで、ルミネストによる新たな感動体験の提供を目指し、「春を楽しむ妄想ファッションプラン」をテーマにしたスタイリングコンテストを開催しました。スタッフ投票とお客さま投票によりグランプリを決定しました。さらに、スタイリング提案を分かりやすい言葉で伝えるための「言語化ワーク」を実施しました。買い物体験の楽しさを伝えるために、ルミネストによるスタイリングサービスも提供しました。今後もこの活動を継続し、ルミネストの接客力と提案力を活かしてお客さまに新たな価値を提供していきます。



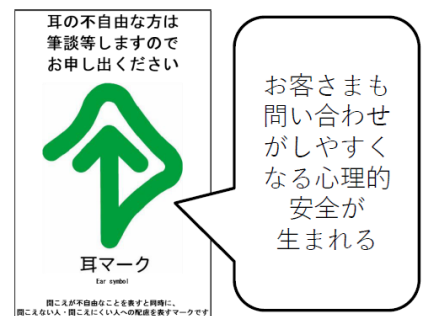
「ウェルビーイング」の実現に向けた館のサステナブル推進の取り組みについて ／ニューマン横浜

「ウェルビーイング」、自己の精神的・身体的・社会的な充足感の実現に向けて、お客さまやスタッフ、館で働く社員へのウェルビーイング理念の浸透などに取り組みました。勉強会、Instagramを用いた施策の周知、ショップスタッフ向けの座談会などを実施し、館のコアターゲットとなる30代後半～50代の女性に対してウェルビーイングな在り方のための「学び」の機会を提供しました。その結果、Instagramは約12万回の閲覧を達成し、ワークショップには100名近いお客さまが参加するなど、ウェルビーイングに対するお客さまの関心の高さが窺えました。今後もこの取り組みを継続していきます。



筆談アプリ「UDトークの導入」について／ルミネ町田

視覚や聴覚に障害を持った方を含む多様なお客さまへの対応力を強化するため、音声認識と音声合成によるコミュニケーションを実現する「UDトーク」を導入しました。紙による筆談は時間がかかり、お客さまをお待たせしてしまうという課題に対し、「地元で愛されるルミネ」の実現を目指し、人と人とのつながりを重視した「デジタル技術×コンシェルジュ」の取り組みを進めました。「UDトーク」アプリを導入後は、以前よりもお客さまをスムーズにご案内できるようになり、簡単な手話を使う余裕も生まれ、顧客との信頼関係の構築や、安心してショッピングを楽しめる環境を提供することができました。



はませんマルシェイベントの開催について／ルミネ町田

ルミネ町田が開業25周年を迎えたことを機に、「街づくりへの参画・ローカライズ推進」によるエリア価値向上を重視。地域との関係性を強化し、JR町田駅と相模原運輸区（現：町田統括センター 橋本オフィス）と連携して「はませんマルシェ」イベントを企画・運営しました。このイベントでは、横浜線沿線の飲食店に出店いただき、さらにガラポン抽選会を通じて、沿線の多くのお客さまにルミネ町田での時間をお楽しみいただきました。この取り組みは、地域のお客さまからも、沿線の出店店舗からも好評を得られ、エリア活性化を図ることができました。今後も引き続き本施策の実施を予定しています。



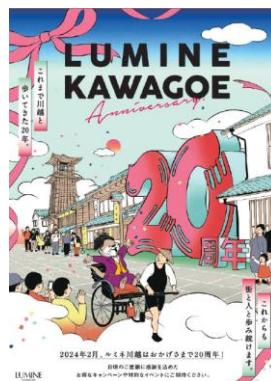
「PARK in NEWoMan」の開催／ニューマン新宿

ファミリー層のお客さまに対して、「子供も自分も一緒に楽しめる環境」の創出と、地域社会との共生につながる人々の交流の場の創出を目指して企画しました。〝良いもの・良いこと、への共感度が高いお客さまの好みに合うショップの誘致、キッズお仕事体験（アナウンス体験や迎客体験など）、親子ワークショップなどを通して、参加したファミリーのお客さまに満足度の高い新たな顧客価値を提供しました。また、出店店舗の満足度も高く、新たなビジネスパートナーとの繋がりやコミュニティが形成され、ファミリー層のお客さまにも楽しんでいただける施策となりました。



川越20周年施策「ショップオリジナル商品展開・イベント開催について」／ルミネ川越

開業20周年を機に、ショップとともにルミネ川越店独自のキャラクター「ルミかわ」を使った商品企画や、地元企業とのコラボレーション商品などを提供しました。各ショップで行われたプロモーションや体験イベントに加え、店内装飾やチラシポスティング、ルミかわスタンプラリーや来場者プレゼントといった取り組みによる来店促進も行いました。地元企業とコラボレーションしたオリジナルビールや、ルミかわの焼き印入りどら焼きが人気で、各イベントも好評を博しました。今後も地域協業の強化や、行政機関との連携強化、地元祭事に合わせた館販促の強化などを通じて、川越の街を盛り上げていきます。



サステナブルな取組みで新たな価値を創出！「TREASURE HUNT MARKET！」の実施について／ルミネ池袋

このプロジェクトでは、お客様の価値観の変化を捉え、トレンドや安心感に加えてサステナブルな価値を創出することを目指し、「アップデートした自分と暮らし」をテーマに設定。サンプル品やアーカイブ品の販売を通じた在庫過多や大量廃棄の削減、ガチャガチャイベントの開催や、廃棄ダンボールや瓶類を活用した地域の専門学校との産学連携ワークショップが行いました。それに続き、豊島区のイベントへの廃材提供やエシカルアクションの機会作りも行われました。今後も引き続き、お客さまとエシカル意識の醸成に取り組んでいきます。



ショップリサイクルハンガー回収のフロー再整理について／ルミネ北千住

ショップにおける不要ハンガーの一時的な保管場所や、ハンガー回収場所までの運搬業務、「回収場所や時間が分からない」、「回収用台車の置場がない」といった課題の解決に取り組み、ショップから直接ハンガーを集荷する新しいフローに改善。これにより、ショップは一時的な保管場所の捻出が不要となり、スタッフがハンガー運搬のために店頭を離れる必要がなくなったため、付帯業務を低減し、接客に専念できるようになりました。さらに、新たなフローによってリサイクルハンガーの利用ショップも増え、新鮮な視点をもった業務改善によって、スタッフが働きやすい環境整備とリサイクル推進の両方を実現しています。

238 今回の整理フロー



2階コネスト（共用通路）の改修と経過について／ルミネエスト新宿

2階東回廊のスペースが活用しづらく、休憩場所として運用するも、主な顧客であるZ世代の利用と乖離していることが課題でした。そのため、改修によってPOP-UPスペースの新設や内装デザインの刷新、販促スペースの新設などで、Z世代の「つどう場」を作ることを目指しました。将来的な廃棄を見据え、地球環境に負担の少ない循環可能な資材やサステナブル素材を用いた内装工事を実施。HPや公式SNSで取り組みを発信し、Z世代のお客さまに向けてサステナブルな価値を提案いたしました。今後も新しいコミュニティ形成の場を創出してリアルな体験価値を提供してまいります。



株式会社ルミネ 代表取締役社長 表輝幸より総評

「日本で古来から受け継がれてきたサステナブル精神は、世界的にも価値があること。今後もその流れは国際社会においてますます重要になる考え方だと思います。ルミネはそれを率先して、楽しく、かっこよく、かつ、持続可能なビジネスとして実現していきます。お客さまや地域とともに共創し、100年先の未来に向けて社会をより良くする様々な挑戦をしていきます。」

