

SCの開発・管理・運営という事業活動は、
直接、間接を問わず、さまざまな形で社会に影響を与えています。
ダイヤモンドシティは、健全な事業活動を営むために、
お客さま、地域の皆さま、事業パートナーの皆さま、株主さま、スタッフなど、
すべてのステークホルダーや社会からの関心を考慮し、
信頼を獲得できるようさまざまな活動に取り組んでいます。

社会性報告

- すべてのお客さまとともに
- 地域社会の皆さまとともに
- 事業パートナーの皆さまとともに
- スタッフとともに
- 株主の皆さまとともに
- 情報開示とコミュニケーション

すべてのお客さまとともに

SCは安全、安心、快適で、利用しやすいものでなくてはなりません。
ダイヤモンドシティは、施設面、運営面において、日々改善に努め、
すべてのお客さまに優しい「まち」づくりをめざします。

すべてのお客さまに“安全・安心・快適”を

1994年6月の「ハートビル法[※]」施行以来、ダイヤモンドシティが開発したすべてのSCはハートビル法の認定建築物となっています。そして、ご高齢者やハンディキャップをお持ちの方だけでなく、訪れるすべてのお客さまに“安全・安心・快適”なショッピングを楽しんでいただくため、ダイヤモンドシティでは、環境の整備から対応(サービス)のあり方まで、常に改善を続けています。その大きな取り組みとしてユニバーサルデザイン(すべての人のためのデザイン、以下UD)の導入があげられます。また、施設内の安全対策強化を進め、すべてのSC内に落下防止柵を設置。モールの手すりの高さを法令基準より高くし、建物外の部分では不慮の事故の発生を抑えるため、お客さま通路

(歩道)の確保や車道の幅を十分とることによる視界確保、見やすいゾーンサインの設置等を実施しています。

※ハートビル法とは、ご高齢者、ハンディキャップをお持ちの方々などが円滑に利用できる特定建築物の建築に関する法律です。



ユニバーサルデザインの向上・進化

2005年10月、熊本県にオープンした「ダイヤモンドシティ・クレア」に商業施設では日本初の本格的UDを導入し、以降、改善、向上に努めてまいりました。2006年11月にオープンした東京都の「ダイヤモンドシティ・ミュウ」、大阪府の「ダイヤモンドシティ・リーファ」ではUDに関する定期的なアンケートを行い、

進化するダイヤモンドシティのユニバーサルデザイン



トイレ

目の不自由な方に：ポイントカラーの設定により、トイレ内部の視認性を高めました。ノ車椅子ご利用の方に：洗面カウンター下にスペースを設け、使いやすくしました。また、簡易多機能ブースはベビーカーごと入れる大きさと、車椅子でも安心して使えます。ノお子さまに：保護者と入れる子供用トイレを設置しました。また、お子さま用トイレ手洗いも用意しています。



インフォメーション

高さの異なるカウンターを設け、車椅子の方でもご利用しやすくなりました。回転式の「？」サインや照明効果により遠くからでもすぐに見つけられます。



モール

歩いていて疲れにくいカーペット仕様と、モール両サイドに磁器タイル貼りに加え、車椅子、ベビーカー等の負担軽減を両立させました。



駐車場

平面駐車場に車椅子車庫(屋根付き有り)、幅広車室、高齢者向け車室などを加え、車室のバリエーションを拡大しました。また、車椅子車室については、健常者の駐車を抑制する装置を設置しています。



ベビールーム

『スヌーズレン』をヒントにしたアイテムを導入。赤ちゃんを中心に、ご家族の皆さまが快適にご利用いただける環境を整えました。



サイン

お客さまの目的地へスムーズに誘導するため、わかりやすく目立つサインを充実させ、フロアによってカラーリングを変えています。[吹抜けサイン・柱サイン・電光掲示板、トイレ入り口サイン]



休憩スペース・カートロッカー

少しの待ち時間でもゆったりくつろいでいただくために、スペースとソファを用意。また、カートロッカーを各トイレ近くに配置しました。

お客さまへのプロミス

〈ひとつ上。ひとつ先。の満足〉を提供

お客さまの声を活かした改善を図っております。また、2007年2月にオープンした宮城県の「ダイヤモンドシティ・エアリ」では、新たにスヌーズレン[※]をヒントにした癒しのアイテムを導入。今後は、外出の困難な方々への情報提供やテリバリーサービス等、ホスピタリティの充実などを検討しており、施設や設備以外のサービス面でのUDにも取り組んでいきます。

※スヌーズレン(Snoezelen)とは、『重度障害者が感じやすい五感に、介助者と一緒に楽しみながら刺激を与える環境』を意味する、オランダ発祥の造語。

お客さまとのコミュニケーション

ダイヤモンドシティでは、お客さまの声をサービスや施設、CSR活動の改善につなげていくため、「ご意見承りBOX」を設置するとともに、介添えサービス、テナントとの情報交換等も



ご意見承りBOX

実施しています。このようにして寄せられたお声をもとに、例えば「車椅子の方でもご利用しやすいようインフォメーションカウンターの高さを低くする」など、改善を全SCに拡大させてまいります。

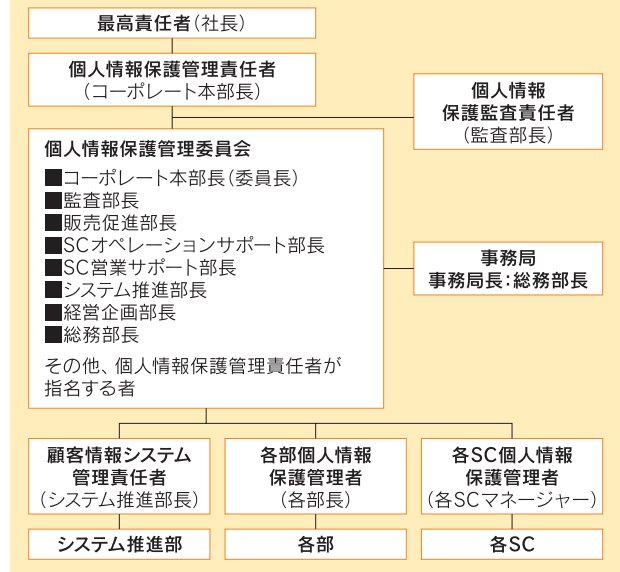
防犯対策・青少年非行防止対策

SCは多くの人が集まる賑やかな場である反面、犯罪、騒音、ごみ問題など、反社会的な問題が発生する場にもなりかねません。こうした地域の社会問題に対しダイヤモンドシティでは、防犯マニュアルの作成や定期的な防犯訓練の実施等テナントの皆さまと一体となった取り組みを実施。また、SC敷地内に派出所を誘致し地元警察と連携を図るとともに、イベント開催時には防犯対策・青少年非行防止対策について事前の情報交換を実施し、撲滅に努めています。



「ダイヤモンドシティ・アルル」敷地内派出所

ダイヤモンドシティ個人情報保護体制



個人情報保護への取り組みの強化

ダイヤモンドシティでは、多くのダイヤモンドシティカード会員のお客さまの個人情報をお預かりさせていただいております。個人情報の保護は、ダイヤモンドシティが、お客さまを始めすべてのステークホルダーの皆さまから継続的に信頼を得るための重要な課題です。これまでも運営マニュアルの整備、情報管理システムの更新、ダイヤモンドシティカード会員の方々への会員情報取り扱いに関するお知らせ等を実施、社内体制の強化に努めてまいりました。そして2006年4月25日より、個人情報保護法に準拠した形で「個人情報保護規程」を施行するとともに、個人情報保護管理委員会を設置し、四半期に一回定例会を開催して個人情報保護体制の確立・実施・見直しを行っております。

個人情報保護規程

- 第1章 総則
- 第2章 個人情報保護体制
- 第3章 利用目的
- 第4章 個人情報の取得に関する規則
- 第5章 保有規則
- 第6章 利用規則
- 第7章 第三者提供規則
- 第9章 開示請求の手続きに関する規定
- 第10章 苦情処理問い合わせ窓口業務に関する規則
- 第11章 緊急対応規則
- 第12章 監査規則
- 第13章 文書管理規則

地域社会の皆さまとともに

ダイヤモンドシティは、SCがコミュニティの中心地として、情報発信基地として、その地域になくてはならない存在となれるよう、地域の皆さまと密着し、地域に貢献する様々な活動を展開しています。

SCにおける“まち”づくりへの協力

ダイヤモンドシティでは、SCそのものが地域コミュニティの中心地となるよう心から願い、その地域に何が必要とされているか、不便なことは何か、を見極めながら、“まち”機能の拡充に努めています。代表的な展開例として、物販以外のサービス系のテナントの導入が挙げられ、地域の社会インフラの充実に貢献していくため、SC内に行政サービスや郵便局、銀行(ATM設置を含む)、医療機関等の導入を積極的に進めています。2006年11月に東京都武蔵村山市にオープンした「ダイヤモンドシティ・ミュー」では市の情報や地元金融機関のコンサルティングプラザを設置、2007年2月宮城県にオープンした「ダイヤモンドシティ・エアリ」では、地元銀行2行の支店を開設しました。このような物販以外の事業比率は、前年比2%の伸び、全体の5%を占めております。今後もダイヤモンドシティでは、カルチャースクール、フィットネス、ヘルスケアなど地域に必要と



「ダイヤモンドシティ・エアリ」銀行2行

されるテナントを出店することにより“まち”機能の拡充を図ってまいります。

地産地消の推進

ダイヤモンドシティでは、地域とより密着しながらの成長をめざし、地元企業の出店誘致を強化しています。また、地元の経済活性化のため、地産地消への取り組みにも力を入れ、特に、食料品を取り扱うジャスコなどの核テナントをはじめ、生鮮品を扱うSCテナントでは、地元生産物の販売やそれらのPR活動を展開。ダイヤモンドシティとしても、地元農水産物関連団体への協力等を通して、地産地消の推進を行っています。

地域との交流と貢献活動

活動はSC内だけにとどまりません。出店が決まった地域ではSCオープン前からスタッフがお祭りなど地域の行事に積極的に参加。SCオープン時の植樹祭や、テナントの皆さまとともにSC周辺の定期的(多くが毎月11日)な清掃活動など、全SCにおいて実施する活動で、地域の方々と交流を深めています。また、大阪府の「ダイヤモンドシティ・リーファ」では2007年3月、「大阪府こころの再生運動」の一環である『親子でこころに花OSAKAせましよう』で、花の絵の募集と展示を行うなど、各地域、各々のSCにふさわしい様々な地域貢献活動に取り組んでおります。



「親子でこころに花OSAKAせましよう」

ダイヤモンドシティの植樹祭・育樹祭

ダイヤモンドシティでは、すべての新規オープンのSCにおいて、地域の方々、テナントの従業員の方々とともに「イオン ふるさとの森づくり」植樹祭を実施しています。植樹する木は、自然環境保全に配慮し地域に自生する低木・中木・高木を選定。その後、3年間は年1回、植樹した木々に施肥や草取りなどの手入れを行う育樹祭を行い、木に自生する力が付くまで見守ります。



「イオン ふるさとの森づくり」植樹祭

これまで植樹祭により植えられた木は累計260,000本を超えました。何万本も植え

る植樹祭は地域の一大イベントとなるとともに、みんなで力を合わせて植えられた木々の成長は、地域発展のシンボルとして地域の皆さまに愛され続けています。

植樹祭

2006/10/21	ダイヤモンドシティミュー	約3,000名参加	約45,000本
2006/11/3	ダイヤモンドシティ・リーファ	約1,800名参加	約15,000本
2006/12/3	ダイヤモンドシティ・エアリ	約2,100名参加	約20,000本

お客さまへのプロミス

〈ひとつ上。ひとつ先。の満足〉を提供

ワクチン贈呈

「ダイヤモンドシティ・クリア」では、2007年10月から2か月にわたって、再資源化できるペットボトルのキャップを回収するキャンペーンを実施し、ポリオワクチン約320人分が購入できる6万個以上のキャップを集めました。キャップはダイヤモンドシティがワクチンに変え、NPO法人「世界の子供にワクチンを」日本委員会に贈呈しました。

イオン1%クラブ

イオングループが推進する「イオン1%クラブ」では、「環境保全」「国際的な文化交流・人材交流」「地域の文化・社会の振興」をテーマとした各種活動に取り組んでおり、ダイヤモンドシティでも税引前当期純利益の1%を事業費として拠出しています。

2006年度実績 5,495万円

献血活動への取り組み

ダイヤモンドシティでは、地元の赤十字血液センターやライオンズクラブと協力して各SCの敷地内で献血を実施。従業員やテナントスタッフ自ら参加したり、館内放送でお客さまに呼び掛けるなど、献血活動に積極的に取り組んでおります。その結果、2006年度の実施延べ回数121回、受付者数8,138名という成果を上げました。今後も献血率NO.1のSCをめざし、取り組みを続けてまいります。

2007年2月期の募金活動^{※1}

募金活動名	実施期間	募金金額	寄付先	
ラオス学校建設支援募金	2006/4/1 ~ 5/22	1,724,850円	財団法人日本ユニセフ協会	
盲導犬育成支援募金	ならファミリー	2006/1/1 ~ 9/30	190,182円	全国盲導犬施設連合会
	他SC・事業所計	2006/4/1 ~ 6/30	88,335円	
	合計		278,517円	
24時間テレビ29「愛は地球を救う」募金	2006/7/7 ~ 8/31	2,183,515円	24時間チャリティ委員会	
ダイヤモンドシティクリスマスチャリティ募金 ^{※2}	2006/11/23 ~ 12/25	8,208,372円 (2005年度実績 2,640,116円)	財団法人日本ユニセフ協会	

※1:イオングループとして実施。(募金金額は、すべてダイヤモンドシティのみの金額) ※2:ダイヤモンドシティ独自の取り組み。

地域防災への協力

ダイヤモンドシティの7つのSCで、災害時の避難場所の提供を行うなど行政との防災協定を締結いたしました。

防災協定締結 SC一覧

SC名称	締結年月日	締結先行政名
川口グリーンシティ	2006/11/20	埼玉県川口市
ダイヤモンドシティ・キャラ	2006/11/20	埼玉県川口市
ダイヤモンドシティ・ブラウ	2006/9/12	大阪府堺市
ダイヤモンドシティ・クリア	2006/10/5	熊本県上益城郡嘉島町
ダイヤモンドシティ・ミュー	2006/9/29	東京都武蔵村山市
ダイヤモンドシティ・エアリ	2007/1/18	宮城県名取市
ダイヤモンドシティ・ソレイユ	2007/4/23	広島県安芸郡府中町

災害時やその他の緊急時に備えた地下水の確保や、必要な物資(水、食料品等)の提供については、すべてのSCにおいてテナントの方々と協同行うこととしています。また「ダイヤモンドシティ・エアリ」では、自然災害時に避難所となるとともに、救護場所や支援物資の配給センターとして使用することを目的に開発された大型テント「バルーンシェルター」を初めて配備しました。



バルーンシェルター

さらに新規オープンしたSCでは、オープン前に地元消防署・消防庁と協力し、テナントの従業員の方々とともに消防訓練を実施しています。2006年度オープンの「ダイヤモンドシティ・ミュー」「ダイヤモンドシティ・エアリ」では参加人数が1,000名を超える大規模な訓練となりました。この他、地元消防署等と協力しパンフレットの配布、ポスターの展示、各種イベントへの協力等を行っています。

事業パートナーの皆さまとともに

ダイヤモンドシティは、商品やサービスを提供するテナントの方々や、施設運営でご協力いただく多様な事業パートナーの皆さまと良好な関係を築き、魅力あるSCづくりを進めます。

理念の共有と一貫したフェアな姿勢

ダイヤモンドシティでは、テナント企業の選定・契約にあたり理念の共有を重視しています。経済的メリットの獲得だけでなく、「愛するまち」を、あなたとつくる。”というダイヤモンドシティのブランド・ビジョンに対し、理解と協力の得られる企業との取引を重視するとともに、固定的な賃料を極力排し、売上高の一定割合を賃料とする歩合賃料制を基本としています。これは、テナントの業績向上がダイヤモンドシティの業績向上にもつながる共存共栄という姿勢のあらわれでもあります。

ダイヤモンドシティでは、テナントへの支援策として、各SCに営業スタッフを配し、月一回の店長会議や業種単位のミーティ



食品衛生講習会

ングを開催しております。また、個々のテナントの持つ情報を拾い上げ、それを全店に活かしていく(情報の共有化)とともに、市場動向を含め様々なデータやお客さまからの要望を提供し、改善策を指導するなど、コンサルティング的な役割も担っています。

地元企業とのつながり強化と出店誘致

ダイヤモンドシティでは、地元企業との取引強化は、地域との密着を促進し、長期的な成長にも結びつくとの経営理念から、地域を熟知し地域に根ざした企業とのつながりを重視しています。また、入居テナントの30%を地元企業とすることを目標とし、そのために、各地方、エリアごとの情報収集力を高め、地元企業の出店誘致に力を入れています。

地元企業の出店方法では、店名も新たに、新規事業に乗り出される企業の1号店が多いのも特徴となっています。地元企業に、SCへの出店をビジネスチャンスとして活用していただき、ナショナルチェーンへと成長するお手伝いをさせていただいています。また、ダイヤモンドシティにとっても、地域の有力企業

との結びつきは、テナントミックスやイベント展開等の幅を広げることになり、お客さまにとって魅力あるSCの創造に欠かせないものとなっているのです。

また、地域企業の出店誘致、情報収集の具体的対応として本社のリーシング部門では、ファッション、雑貨サービス、フードの3ラインを定め、各ラインごとに5名のスタッフをその業務に従事させ、各々のライン担当が地元情報を収集、ローカルテナントの掘り起こしなど、エリアマネジメントの強化を推進してまいります。

わくわく横丁

SCへの出店は内装工事費や敷金の預け入れ等、一定の資金負担が必要となり、小規模企業には、これがSC出店時のハードルの一因となっています。「ダイヤモンドシティ・クレア」では、地元熊本の情報誌「タウン情報クマモト」「モコス」のプロデュースにより「わくわく横丁」を展開。情報誌の出版社様にテナント契約していただき、そのスペースをタウン誌が掲載する地元の話題店にサブリースする方式は、小規模企業でも少ない資金負担での出店を可能にしました。多くの企



わくわく横丁

業に出店機会を広げるため契約期間は通常6ヶ月間ですが、評判の良かった企業の再登場もあります。同様のケース(1号店)は、「ダイヤモンドシティ・ルクル」(福岡)において株式会社エフエム福岡様の協力を得て展開している「fm fukuokaパワコンストリート」であり、出版社、放送局など、



fm fukuokaパワコンストリート

地域のメディア企業様とも大切なパートナー関係を築きつつ、地元で評判の小規模企業のSC出店を進めています。

事業パートナーへのプロミス (ひとつ上。ひとつ先。のサポート)を提供

商品・サービスの安全性確保

飲食店で提供される食材の安全性確保や、物販テナントで販売される商品の品質管理、有害物質含有商品の排除等への対応は、個々のSCレベルから企業レベルでの対応へと強化いたしました。例えば、鳥インフルエンザやBSE問題の発生時においては、使用食材の原産地確認や一時的な使用・販売の中止について、企業同士で合意し、即時に全店舗一斉対応いたしました。また、個人情報の管理等に関しても、多くのテナントと企業レベルで足並みをそろえた対応を図りました。

一方、こうした企業レベルでの対応強化は、すべてのテナント企業で実施されているものではないため、SCの開発・管理・運営を行う立場からの自主的な取り組みも継続して行っています。飲食店や食品を取り扱うテナント従業員(アルバイトを含む)に対する月1回の検便の実施等、商品・サービスの安全性確保に向けた取り組み、および、すべてのSCに心停止時の救命処置に必要なAED(自動体外式除細動器)を設置する取り組み等の対応を日々取り進めております。



AED(自動体外式除細動器)

テナントによる「愛するまち」づくり

ダイヤモンドシティの各SCには、「シティボード」と呼ばれるテナントが主体となって運営する独立組織が設置されています。テナントが相互に協力し、スタッフ教育や接客態度の覆面調査を実施したり、地域貢献のあり方の検討等が進められております。各SCの「シティボード」では年1回の総会が開催され、そこには、SCスタッフはもちろんのことダイヤモンドシティの役員も出席し、信頼関係を深めています。また、ダイヤモンドシティはその事務局として、活動を支援しています。

安全で快適なSCづくりでの連携

安全で快適なSCとするためには、施設そのものに問題がないだけでなく、お客さまの思いがけぬ怪我などを未然に防ぐための“お声がけ”や案内放送など、運営面での地道な努力も欠かすことができません。そのためダイヤモンドシティでは、スタッフと警備、設備維持・管理、清掃を行う外部委託会社の方々が連携して、SCの安全性、快適性の維持・向上に努めています。また、これらの業務の実効性を高めるため、SC関係者全体での綿密なコミュニケーションを重視しており、イベントの実施や繁忙日、天気等に応じてきめ細かな対応ができるよう、毎日ミーティングを実施しています。一方、事故発生時の一次対応、報告等についてもルール化し、事故の被害を最小限にとどめるための体制を整えています。



毎日のミーティング

安全確保に向けた取り組みの強化

不特定多数のお客さまが集まるSCという場合は、ともしれば犯罪、騒音などの反社会的問題が発生する場になりかねません。ダイヤモンドシティでは各テナントとの情報共有・連携強化を推進し、防犯面での監視には細心の注意をはらっています。一方、SCの大型化が進み死角となる場所ができる可能性を考慮し、新規SCでは設計段階でのチェック、既存店では警備員による巡回強化やテナントからの監視、設備面では監視装置の設置・増設を行っております。また、施設の損傷や劣化からくる不具合に起因する事故を未然に防ぐため、従業員・外部委託先、そしてテナントの方々と一緒にそれらの早期対応を図っております。

スタッフとともに

事業の成長に見合う形での優秀な人材の確保・育成は大きな経営課題です。ダイヤモンドシティでは、多様な人材の採用、バランスの取れた能力開発、働きやすい職場づくりに注力しています。

多彩な人事戦略

多様な人材を確実に採用するため、ダイヤモンドシティでは年度ごとに人員計画を立案し、きめ細かな採用活動を行っています。新卒採用、キャリア採用のいずれも、性別にとらわれず、能力重視の採用を実施。特に新卒採用の際は、会社説明会、若手社員との懇談会を通じ企業を理解してもらい、エントリーシートと筆記試験の結果を勘案し、役職員による数回の面接で学生の皆さんの思いや考えを確認の上、入社意思確認をします。またハンディキャップをお持ちの方については、2007年2月期中に2名の方を採用しました。障害者雇用率は1.30%と法定雇用率(1.80%^{*})に達していませんので、引き続き採用活動を行っております。

一方、SC周辺にお住まいの方の場合、テナント内で働かれる方を含め1SC(モール型SC)あたり2,500名から3,000名程度の方々に雇用の場を提供してまいりました。新規出店の際には、地元のハローワークの協力も仰ぎ、テナントとして出店する企業と一体となった募集説明会を開いています。なお、ダイヤモンドシティとしては、3～4名程度の方を派遣社員、パート、アルバイトとして雇用しております。

※常用労働者数56人以上規模の企業に適用。

従業員数、平均勤続年数、前期比増減 2月期(末)

	2005年	2006年	2007年
従業員数	240名	265名	301名
平均勤続年数	7年2カ月	6年9カ月	6年6カ月
前期比増減	9名増	25名増	36名増

※2006年3月に株式会社ダイヤモンドファミリーを吸収合併しているため、2005年・2006年の数値は連結、2007年は単体となっております。

人事評価制度の見直し

ダイヤモンドシティでは、従来の制度を見直し、2007年2月期より新たな人事評価制度を導入しています。具体的には、個人の目標設定の達成度に基づく従来の評価原資の配分から、評価原資を会社業績に連動して、資格ごとに一律に支給する部分と、個

人の目標達成度に基づき支給する部分の組み合わせに変更しました。定量的な目標達成度合いの把握が困難な仕事に従事しているスタッフが増加し、多様な能力を活かし伸ばすためには、評価制度の見直しが急務との判断に基づいたものです。個々人の目標設定方法に関しても、それぞれの能力に応じ、意欲を高める目標を設定するよう面談で徹底させました。また、若手社員への評価については、役員だけによる従来の評価委員会に代えて、本部長および部長もしくはSCマネージャーにより構成される評価委員会を本部単位で設ける一方、管理職クラスについてはこれまで通り、役員による評価委員会での評価制度を採用しています。これにより、個々人の目標設定の難易度や評価の妥当性のレベリングも図られるようになり、評価者側の責任もより明確となって、評価面談もしっかりと行われるようになりました。

能力開発制度の充実

ダイヤモンドシティでは、新規採用スタッフの早期戦力化を図るため、OJT(オン・ザ・ジョブ・トレーニング)を中心としたインストラクター制度や年次研



新入社員研修

修等を通じて能力開発に取り組んでまいりました。この3年間に10店舗の新規SCをオープンした結果、スタッフ数も急増。人材育成へのスタッフの意識統一や、より満足度の高い能力開発が急務となり、全社レベルで専門的かつスピーディーな能力開発をめざすべく、2005年3月より『DCアカデミー』をスタートしました。階層別研修として「新入社員研修」、入社年次に応じた「年次研修」や将来の経営者育成を目的とした「マネジメントリーダー研修」、業務に応じた目的別研修として「法務研修」「マーケティング研修」「景品表示法研修」「海外SC視察研修」等、さらに自己啓発支援制度(会社指定の資格等を通信教育等で取得した場合、経費の半額を会社が負担)が組み込まれ、体系的で充実

スタッフへのプロミス

〈ひとつ上。ひとつ先。の働く喜び〉を提供

2007年2月期における主な研修実績

	研修名	開催数	参加人数	研修名	開催数	参加人数
階層別研修	内定者研修	3回	21名	4年次研修	1回	8名
	新入社員研修	1回	15名	5年次研修	1回	3名
	新入社員フォローアップ研修	2回	15名	マネジメントリーダー研修	6回	16名
	2年次研修	1回	5名	キャリア採用研修	7回	37名
	3年次研修	1回	5名			
目的別研修	景品表示法研修	1回	27名	マーケティング研修初級編	2回	28名
	考課者研修	1回	22名	人権ビデオ学習	12回	96名
	法務研修中級編	2回	33名	考課者研修(通信教育)		56名
	アメリカ商業事情視察研修	2回	26名	SC管理運営講座(通信教育)		25名
	ドバイ商業事情視察研修	1回	4名	SC開発講座(通信教育)		31名
	インストラクター研修	3回	15名			

※新入社員研修は、2006年4月より、従来の3日間から3週間に延長されています。加えて新入社員のフォローアップ研修が新たに実施されています。また、キャリア採用研修についても、2006年6月より導入し、研修期間の延長および実施回数が増加されています。

した能力開発システムとなっています。また、単なる業務遂行機能のレベルアップだけでなく、人権擁護やハラスメントを含む行動規範の啓蒙、マスコミ対応研修、マナー研修、考課者研修等についても教育メニューが組み込まれています。



SC開発講座(通信教育)
優秀賞受賞

心と体の健康管理

ダイヤモンドシティでは、業務特性を考え、労働時間の長期化や特定スタッフへの過度な負荷を回避するための取り組みを強化しています。SCのスタッフについては、一日8時間労働の早番・遅番といったシフト制を組み合わせた週休2日制の勤務体系を導入。本社・大阪事務所のスタッフは、カレンダーベースの休日を原則とした週休2日制となっています。これらの勤務体系を維持する上で、経営側と労働組合間での36条協定の締結や就業規則での規程とそれに則した時間管理の実施はもちろんのこと、長時間勤務者については、本部長および部長やSCマネージャーといった各所属長に改善策を提出させ、実行させるとともに、その結果を人事部局がフォローしています。2007年3月からはパソコンによる勤怠管理システムを新たに導入し、時間管理がさらに効率的かつ的確に行えるようになりました。

健康管理では、役員を含む全スタッフに年1回の定期健康診断を義務付けており、受診項目についても、35歳から人間ドックを義務付ける等、法令で定められたものより高い水準を設定しています。診断の結果、健康管理面での改善が必要とされた場合は、人事部局より当該所属長に対し、該当スタッフの業務負荷の改善を指示しています。加えて、本社では産業医を起用し、専門的な視点から問題点の抽出や解消に向けた体制を整えました。一方、精神的ストレスから療養を余儀なくされるスタッフが2006年2月期において数名出ましたが、産業医とも連携を取りながら療養に努め、職場復帰をめざしています。

防止策の一環として、問題意識を全社レベルで共有するための年次研修の場でメンタルヘルス研修も実施しています。また、マネージャー以上が参加する営業会議の席上では、療養を余儀なくされたケースの発生状況やこれに対する初期動作のまずさが症状を重くしたこと等の報告もなされました。こうした取り組みの結果、上位者を含む周囲の者が少しの変化でも見逃すことなく、早期に上司や人事部局、産業医に連絡・相談できる体制が構築され、2007年2月期には新たな発生はありませんでした。

この他、出産、育児、介護に伴う休暇取得についても、その支援体制を就業規則で規程するとともに、スタッフが働きやすい環境を整備しています。

株主の皆さまとともに

ダイヤモンドシティでは、株主・投資家の皆さまとのコミュニケーションは経営改革をすすめる上での重要な活動と認識し、単に会社からの情報発信だけでなく、充実した双方向コミュニケーションへ発展させていくことを目標としています。

機関投資家、証券会社の皆さまとのコミュニケーション

ダイヤモンドシティでは、正確な情報をタイムリーに発信していくことを情報開示の基本方針とし、同時により多くの方々とのコミュニケーションの機会の創出に努めています。

2007年2月期においては、主に証券アナリストの方々を対象に、決算説明会(4月)や中間決算説明会(10月)を開催し、社長より営業状況、財務状況および今後の経営戦略等の説明を行いました。



アナリスト・機関投資家向け
決算説明会



マスコミ向け決算説明会

機関投資家の方々との個別ミーティングにも積極的に取り組み、2007年2月期は合計119回開催し、ダイヤモンドシティの経営について様々な角度から意見交換を行いました。

さらにIR活動の一環として、各地のSCにて、訪問された機関投資家の方々に対し、マネージャーが各SCの特徴を説明、ダイヤモンドシティの事業への理解を浸透させることに全社を挙げて取り組んでおります。特に2006年10月オープンの「ダイ



「ダイヤモンドシティ・ミュー」見学会

ヤモンドシティ・ミュー」(東京都武蔵村山市)では、10名程度の機関投資家にご参加いただいた見学会を2回実施しました。新規SCが東京にオープ

機関投資家との個別ミーティング実績

	国内 機関投資家	海外 機関投資家	月間合計
2006年 3月	6回	9回	15回
4月	8回	2回	10回
5月	4回	2回	6回
6月	8回	5回	13回
7月	7回	1回	8回
8月	8回	3回	11回
9月	5回	5回	10回
10月	10回	1回	11回
11月	5回	1回	6回
12月	6回	3回	9回
2007年 1月	6回	5回	11回
2月	7回	2回	9回
合計	80回	39回	119回

決算説明会2006年4月：131名、中間決算説明会2006年10月：172名

したことにより、より多くの投資家の方々に、実際にSCのオペレーションを見ていただくことができるようになり、ご理解を深めていただくことができました。

また、海外機関投資家のダイヤモンドシティへの関心は引き続き高く、東京本社への取材訪問も増加傾向にあります。今後は海外でのミーティングを企画するなど、海外投資家向けのIR活動をより充実させていく考えです。

個人投資家の皆さまとのコミュニケーション

個人株主・投資家の皆さまとのコミュニケーションに関して、ダイヤモンドシティでは、単に株主・投資家としての関係だけでなく、SCの周辺地域の方々、SCにご来店いただくお客さまといった多様な関係性を意識した上で、IR活動を展開しています。例えば、2006年度に実施した株主優待では、「ダイヤモンドシティ・エアリ」の新規オープンにちなみ、宮城県の名産品を優待商品として用意させていただき、好評を博しました。

今後の戦略展開を考える上で、とりわけ重要になると思われるのがエリア戦略の強化です。8月の合併により店舗網がほぼ倍増となるだけでなく、今後は地域の特性に合わせた開発や管

株主へのプロミス

〈ひとつ上。ひとつ先。の投資価値〉を提供

理・運営がますます重要になると考えており、エリア単位でのマネジメント機能の充実が不可欠となります。IR活動においても、こうした戦略展開に合わせた形で地域ごとの活動を充実させ、企業理解の促進と知名度の向上に努めてまいります。

また例年開催している定時株主総会終了後の株主懇談会についても、本社の東京移転に合わせ、2006年5月の株主懇談会から、東京と大阪の2カ所で開催しています。2007年5月に実施した株主懇談会には、東京会場で83名、大阪会場では114名の株主の皆さまに参加いただき、立食形式の昼食を摂りながら常日頃から株主の皆さまが思っいらっしゃる事を各役員が直接お聞きするという、非常に有意義な場となっております。しかしながら、個人投資家の方々向けの説明会の実施はまだ少なく、今後、SCの展開に合わせ、特に出店エリアを中心に、個人投資家の方々に対する活動を充実させていく考えです。

株主優待の充実

保有株数	優待内容
100株以上	3,000円相当の優待商品または優待券
1,000株以上	5,000円相当の優待商品または優待券



宮城県名産の優待商品

IR活動と経営改革

IR活動を通じ、株主の皆さまからダイヤモンドシティの経営に関し、様々な質問や意見・要望が寄せられます。ダイヤモンドシティでは、こうした声を真摯に受け止め、必要な経営改革の実践に努めています。

また、コーポレート・ガバナンス体制の充実への要望も強く出されています。これに対しダイヤモンドシティでは、経営のチェック機能強化とともに、コンプライアンスおよびリスクマネジ

メント機能の充実のため、取締役の相互監視や監査役監査の独立性確保だけでなく、弁護士、公認会計士等からの第三者意見を積極的に経営判断に活用すべく、外部専門家との連携を強化しています。

さらに、収益還元の拡大への要望も出されています。利益の分配に関しては、SCを長期にわたり安定的に管理・運営するために内部留保の充実（経営基盤の強化）と、株主の皆さまへの長期的かつ安定的な利益還元をバランスよく実施するよう努めてまいりました。内部留保については、新規物件の開発や自社ノウハウの蓄積を主眼として有効に投資を行い、将来の利益貢献および安定配当につなげていきたいと考えています。また、「持たざる経営」を実践していくことで、財務体質を強化しながら事業規模の拡大を果たし、株主の皆さまの期待に応えるべく、企業価値の向上を図ってまいりました。

合併により、時価総額は飛躍的に拡大いたします。また、新会社の事業計画について各方面から大きな期待が寄せられ、社会的責任もますます重くなってくると認識しております。合併後、新会社となりましてからは、株主の皆さまに対しまして、より一層、正確かつタイムリーな情報開示に努めていきたいと考えております。



情報開示とコミュニケーション

ダイヤモンドシティでは、すべてのステークホルダーの皆さまに対して企業への理解を深めていただくと同時に、経営の透明性を示し、さらなる社会的信頼を獲得するための積極的な情報開示と双方向コミュニケーションを実施しています。

社会的責務としての情報開示

ダイヤモンドシティでは、地域の皆さまを含むすべてのお客さま、事業パートナー、株主など、幅広いステークホルダーの方々に対して経営の透明性を明らかにすべく、広く情報を開示していくことは企業の社会的責務であると考え、様々な手法、ツールを通じて積極的な情報発信をしております。

広くステークホルダーの皆さまにダイヤモンドシティをご理解いただくために、理念や考え方を掲載した「ブランドコンセプトブック」や事業展開を紹介する「会社案内」などの印刷物、そして「ホームページ(HP)」などを通じて積極的な情報発信をしております。特に、インターネットが普及した今日、HPは最もタイムリーな情報発信のツールであり、ダイヤモンドシティのHPでは、最新ニュースをトップページにpdfファイルの形式で発信しております。

また、主に株主・投資家の皆さまに向けては、“定期的な財務情報の開示”と“事業の現状や展望に関するタイムリーな情報提供”を行っており、年1回発行する「アニュアルレポート」はもとより、株主通信の発行や、HPにおける「投資家の皆さまへ」のコーナーを利用したきめ細かな情報発信により、ダイヤモンドシティの動向をご理解いただけるよう努めております。

さらに、企業ダイヤモンドシティのHPの他、各SCのHPを開設し、各SC個別の最新イベント情報やショップ情報などをご案内しております。



会社案内 ブランドコンセプトブック CSRレポート2006 アニュアルレポート



HP (オフィシャルサイト)
<http://www.diamondcity.co.jp/>

HP (SC独自サイト)

お客さまの声を運営に活かす

一方的な情報開示、情報発信に終止するのではなく、幅広いステークホルダーの皆さまの、より多くの声を取り入れる様々な活動も実施しております。すでに本レポートの中でも事業パートナーさまや株主さまとのコミュニケーション活動についてはご紹介いたしましたが、ダイヤモンドシティの最大のステーク

ホルダーであるお客さまにご協力いただき、アンケート調査を行っております。また、各SCでは、その地域を代表する層のお客さまにモニターとなっていただき、月1～2回のモニター会議を実施。様々な改善提案を頂戴し、SCの運営に反映させております。