

責任あるマーケティング方針

はじめに

バリュエンスグループは、人と地球がともに豊かに、幸せになりつづける、持続可能な循環型事業活動をデザインすることを、パーパス（社会的存在意義）として掲げています。そして、パーパスを証明するために、物質的な豊かさだけでなく、人間ひとりひとりの生き方の豊かさを追求する、「大切なことにフォーカスする人を増やす」ことをミッション（企業使命）に位置付けています。

多様化と複雑化が進むメディア環境において、マーケティングコミュニケーションが消費者に与える社会的影響力を深く理解し、情報発信に伴う責任を真摯に受け止めます。

私たちは、国際的な基準である International Chamber of Commerce（国際商業会議所）制定の“ICC Advertising and Marketing Communications Code（11th Edition, 2024）”をふまえて策定されたこの「責任あるマーケティング方針」（以下、「本方針」）をすべてのマーケティングコミュニケーションに適用し、消費者に対して正確で透明性の高い情報を提供します。また、社会的に意義のある対話を行うことで、消費者の意識と行動の前向きな変革を支援し、ひとりひとりの豊かな選択と持続可能な社会づくりに貢献することを目指します。

適用範囲

本方針は、当社グループのすべてのメディアにおけるマーケティングコミュニケーションに適用されます。

推進体制

マーケティング、法務、ESG 部門が連携し、本方針に沿ったマーケティングを行う体制を整備しています。

制定及び改定

本方針は、バリュエンスホールディングス株式会社の取締役会が制定及び改定を行います。

2025 年 5 月 28 日 制定

1. 法令遵守

私たちは、国内外におけるマーケティング活動において、関連する各種法規やガイドラインを遵守します。

2. 誠実な情報提供

私たちは、商品の査定、品質、状態等について誤解や誇張を招く表示や表現をせず、知的財産権を侵害する商品を取り扱いません。また、当社グループが取り扱う商品についての査定基準や検品プロセスを明確に示し、商品等の情報を提供します。

3. 公正な取引

私たちは、商品の価格変動要因を明示し、過度な利益追求とならないよう公平な取引を促進します。また、取引における手数料等の別途費用に関する情報を周知し、お客さまが安心して取引できる環境整備に努めます。

4. 環境に関する主張

私たちは、環境への貢献や影響について誇張した主張を行わず、環境に関する発信を行う際には常に具体的な情報提供に努めます。また、必要に応じて適切な限定詞や免責事項を設け、これらは視認性を確保しながら関連する環境主張の近くに配置することで、透明性と誠実さを維持します。

5. 人権尊重

私たちは、人種、肌の色、性別、宗教、政治的信条、民族的出自、社会的身分、年齢、国籍、障がい、性的指向、性自認に関わらず、すべてのお客さまに配慮した表現を心がけます。差別的または攻撃的な表現を排除し、特定のグループについて過度に単純化せず、人を固定的な枠組みではなく、ひとりひとり個性のある存在として捉えるコンテンツ制作に取り組みます。

6. 子どもへの配慮

私たちは、子どもの権利を尊重し、推進するマーケティングや広告活動を行います。また、「子ども」の定義が各国で異なることを認識した上で、子どもの経験不足や想像力を悪用しません。子どもが正しく理解できることを追求し、誤解・誤認を招く可能性のある表現を防ぎ、子どもの年齢層からみて適切なものとなるように細心の注意を払います。

7. 公正な競争の維持

私たちは、当社と競合関係にある他企業や当社グループが取り扱う商品の生産者である各ブランドとの関係性について、誤解を招く表現はしません。また、他者の評判を不当に貶めることなく、公正な競争を促進します。

8. 個人情報の保護

私たちは、情報セキュリティ及び個人情報保護に関する各種法規やガイドラインを遵守するとともに、個人情報保護方針を定め、組織的・人的安全管理措置及び物理的・技術的安全管理措置を中心とする個

個人情報保護マネジメントシステムを構築し、情報セキュリティ及び個人情報保護の維持・向上に努めます。

9. ソーシャルメディアの適正管理

私たちは、ソーシャルメディアにおける発信及び広告にあたり、各種法規や各ソーシャルメディアで定められているガイドラインを遵守します。また、インフルエンサーを活用する際は、広告であることを必ず明示し、ステルスマーケティング等の不適切な広告手法は一切行いません。

10. 倫理的な消費の推奨

私たちは、リユースが経済面だけでなく、環境や社会に貢献する価値ある選択であるという認識を広めることで、持続可能な消費行動を促進します。また、商品の長寿命化や修理・メンテナンスの価値を啓発し、短期的な消費を助長しないよう配慮します。

11. 文化的配慮

私たちは、取り扱う商品の持つ歴史や文化的背景に敬意を払い、文化的価値のある商品が単なる投機商品とならないよう配慮した情報発信を行います。表層的な訴求を控え、商品本来の品質や背景に根ざした価値を伝えることで、時を超えて受け継がれる価値に共感する消費行動を促します。