

バリュエンスグループの、 人が輝く組織と文化づくり



バリュエンスの描く未来を実現する組織を創るために

2026年12月に、当社は設立15周年を迎えます。

2025年7月、唯一無二の「オリジナル・バーキン」を落札したほか、2026年7月には、国内外の社員が一堂に会する全社員総会を開催しました。さまざまな挑戦を通じて、バリュエンスらしい価値創造と一体感を改めて実感する一年となりました。

これらの成果の根底にあるのは、事業や制度だけではなく「人」の力です。価値を生み、仲間とつながり、新たな可能性を切り拓く。その原動力となる社員一人ひとりの存在こそが、私たちの最大の資産であると考えています。

だからこそ当社は、社員が自らの能力や個性を発揮し、挑戦を楽しみながら成長できる環境づくりを大切にしています。変化の激しい時代だからこそ、制度や仕組みだけではなく、共通の価値観を育み、それに基づく行動を促し続けることが重要だと考えています。

本レポートでは、社員一人ひとりの挑戦を支え、組織の成長を促す文化づくりについてご紹介します。

人の可能性を信じ、仲間とともに未来を創る企業として、これからも社員とともに成長し、世界に新たな価値を届ける組織づくりを推進していきます。

Chapter1

バリュエンスの人的資本経営

- ー バリュエンスグループ代表メッセージ
- ー バリュエンスグループの理念
- ー 企業の成長とともに進化する理念

Chapter2

理念を起点とした人づくり

- ー バリュエンスの人材開発方針
- ー バリュエンスの目指す組織文化
- ー 組織文化をつくる人事戦略の全体像
- ー 組織文化づくりのための人事施策

Chapter3

理念の共有

- ー 経営陣の在り方を伝える「INSIDE LEADERS」
- ー 一人ひとりの志事を考える「意味づけ研修」

Chapter4

人を中心にした文化づくり

- ー 唯一無二の接遇を考える「ALLU TOKIMEKI Summit」
- ー 家族でバリュエンスを体感する「キッズお仕事体験」
- ー 感謝と称賛の循環を生む「各本部アワード」

Chapter5

一人ひとりの成長支援

- ー 人とAIの協業を実現するための「経営層AI勉強会」
- ー 次期リーダー育成「バリュエンスアカデミー」
- ー 社員のWILLを具現化する「Valuence NEXT」

Chapter1 バリュエンスの人的資本経営



バリュエンスグループ代表メッセージ



「変化の時代」を切り拓く原動力は、人の成長

バリュエンスグループは2026年12月、設立15周年を迎えます。私たちはこれまで、既存の常識や業界慣習に疑問を持ち、新しい価値観を提案し続けてきました。リユース市場が拡大する中で、バリュエンスグループは国内外で事業を成長させ、現在は世界18カ国・地域へと展開しています。しかし、私たちが目指す未来はまだその先にあります。

近年、AIの進化によって社会は大きな転換期を迎えています。情報はかつてないスピードで流通し、企業と生活者の間にあった情報の非対称性は失われつつあります。

お客さまがAIを活用し、さまざまな情報を容易に比較・評価できる時代が到来しています。企業がこれまで膨大な時間やコストをかけて行っていた従来型の価値訴求だけでは、選ばれ続けることが難しい時代になっています。

こうした変化は脅威というよりも、むしろ大きなチャンスだと考えています。変化の激しい時代において企業競争力の源泉となるのは、テクノロジーそのものではありません。テクノロジーを活用し、新しい価値を生み出す「人」です。人にしか生み出せない価値を発揮できる人材がこれまで以上に必要とされ、そうした人材が多くいる会社がより大きな価値を創出できるようになります。

だからこそ私たちは、人的資本への投資を経営の重要課題として位置づけています。社員一人ひとりが学び続け、挑戦し続け、自ら進化できる組織をつくること。それが企業の持続的な成長につながると考えています。

「意味で選ばれる企業」を支える人材を育てる

バリュエンスグループが目指しているのは、単なるリユース企業ではありません。モノの価格だけで価値を語るのではなく、その背景にある歴史や文化、想いや物語まで届ける企業でありたいと考えています。

これまで「中古品」「誰かが使ったモノ」と捉えられていた品物を、「物語を持つ魅力的な選択肢」へと捉え直していく。その先に、自分らしい価値観でモノを選ぶ文化を創りたいと考えています。

その実現に必要なのは、単に商品知識を持つ人材ではありません。ブランドの背景を語り、お客さまの価値観に寄り添い、新しい視点や感動を提供できる人材です。AIが普及する時代だからこそ、人にしかできない共感力や創造力、そして本質を見抜く力がこれまで以上に重要になります。社員一人ひとりが専門性を磨き、自らの個性や「好き」を追求しながら成長する。その成長が、お客さまへの提供価値を高め、ブランド価値の向上につながる。この好循環こそが、私たちの競争力の源泉です。



バリュエンスグループ代表メッセージ

バリュエンスの社員が、その専門性や価値観を社会に届けていくには、企業やブランドそのものの認知度も重要です。

ブランド認知度を上げ、影響力を高める

バリュエンスグループでは、「なんぼや」をはじめとする各ブランドの認知向上に継続的に取り組んでいます。企業やブランドへの理解が深まることで、社員一人ひとりの取り組みや発信がより多くの人に届き、新たな価値創出につながっていくと考えています。



今後も広告・マーケティング施策を通じてブランド価値の向上に取り組むとともに、グループ全体でリユース業界の常識をアップデートしていきます。

一人ひとりの成長を支え、世界へ挑戦する

私は設立以来、「人の可能性」を信じてきました。会社の成長は、人の成長の総和です。一人の挑戦が組織を変え、その組織の進化が企業の未来を切り拓いていきます。

だからこそ私たちは、社員一人ひとりが挑戦し続けられる環境づくりに力を入れています。学びの機会を提供し、新たな挑戦を後押しし、自らの意思でキャリアを切り拓ける組織であり続けたいと考えています。

設立15周年は通過点に過ぎません。私たちはこれからも「人」を軸に成長し続けます。そして、一人ひとりが自らの可能性を広げながら、世界に新しい価値観を提案する企業へ進化していきます。社員一人ひとりの成長が会社の成長につながるという信念のもと、人的資本への継続的な投資を通じて、社員と会社がともに成長する好循環を生み出し、世界に向けた挑戦を加速してまいります。

バリュエンスホールディングス
代表取締役 寄本 晋輔



企業の成長とともに進化する理念

バリュエンスは2026年12月、設立15周年を迎えます。設立当初に掲げた「100年企業」を実現するため、私たちは常に「前例のない一歩」を選択し、リユース業界に新しいスタンダードを生み出してきました。その原動力は、揺るぎない理念です。

時代や組織に合わせて言葉を磨き続けることで、人と組織をつなぎ、成長のエネルギーへと変えてきました。そして今、私たちが向かうのは「Circular Design Company」という次なるステージ。バリュエンスはさらに進化し、社会に新しい循環の価値を創り出していきます。



【Column】

勤続10年以上の社員座談会～15年の軌跡と、次の10年へつなぐ「人」の力～

バリュエンスは設立から15年の間に、会社の規模も、事業も、働く人の数も大きく変わりました。

昨年、全社アワードで「思いやる、共に創る」大賞を受賞された川西さんが発起人となり、入社10年以上の社員5名による座談会を実施。設立当時のカルチャーから、変えてきたもの、そしてこれからのバリュエンスに残したいものまで、ざっくばらんに語ってもらいました。



奥 令 | バリュエンスジャパン 執行役員／SCM本部 本部長
2013年7月入社。営業部バイヤー（現：バリューデザイナー）として入社。2024年から現職。



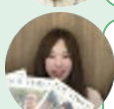
加藤 宏一 | バリュエンスジャパン 営業本部 第一営業部 部長
2014年10月入社。営業部バイヤー（現：バリューデザイナー）として入社し、経営企画部を経て、2024年に営業本部に戻り、現職。



溝口 麻友 | バリュエンスジャパン 販売本部 オークション事業部 部長
2014年1月入社。商品管理部（現：販売/SCM本部）にて主にロジスティクス関連を行う。2023年から現職。



渡辺 貴代 | バリュエンスホールディングス コーポレートストラテジー本部 経営企画部
2013年5月入社。商品管理部（現：販売/SCM本部）として入社。2020年から現職。



川西 沙弥香 | バリュエンスジャパン マーケティング本部 テレマーケティング部
2012年12月入社。営業事務としてコールセンター業務を担当。入社以来一貫して現職業務に携わる。

「まず、やってみる」。距離の近さが生んだ熱量

奥 | 私が入社した当時はまだ100人もいないくらいだったと思います。今とは全然違いましたね。

溝口 | 私は、今は東京に統合された大阪の商品管理にいました。その頃は、なんぼや難波店の地下にオフィスがあって。窓もないから、外に出て初めて「雨降ってたんや」って知るとような環境でした（笑）。

渡辺 | 店舗で買い取った商品を自分たちでオフィスに持ち帰っていましたよね。今考えると驚きますけど、当時はそれが普通だったと思います。

——設立当時のカルチャーについて

奥 | 今でこそ買取専門店がたくさんありますが、当時はまだ珍しかったんですよ。若くて、新しい会社という感じがありました。ノリが良いというか、勢いだけでなんとなかっているという感じもあった。

溝口 | 社長も社員も若かったですし、とにかく距離が近かった。私は入社した最初の1週間以内に社長に何度かご飯に連れて行ってもらいました。

渡辺 | 月に一度みんなが集まる会もありましたね。今の全社アワードの原型みたいな表彰もして。規模が小さかったから、飲みに行けばほぼ全員いるような感覚でした。



川西 | 自由でしたよね。社長もフレンドリーで、「やりたい」と発言するとやる気を買ってくれて、自由にさせてもらえる雰囲気がある。

加藤 | 営業で言えば、今より個性が求められていました。「まずやってみよう」「君はなにが好きなの？」と、実践を通して接遇・商談力や好きなことを突き詰めてオリジナルティを磨くことが求められる時代でした。

奥 | 決められた正解がないから、自分で考え、まず動いてみる。私なんて、入社して2日目には店頭に出て接遇をしていました（笑）。荒削りで、時には失敗もある。それをものすごいスピードでリカバリーしながら、会社が成長していく感覚がありましたね。

【Column】

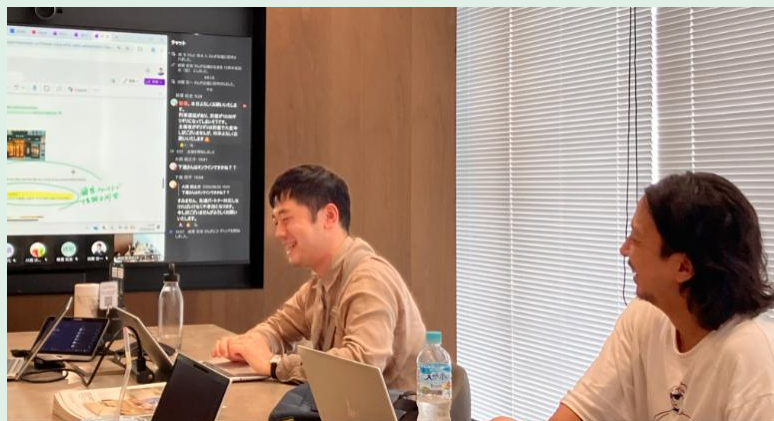
勤続10年以上の社員座談会～15年の軌跡と、次の10年へつなぐ「人」の力～

自由から仕組みへ。それでも「人」が中心にいることは変わらなかった

——大きく変わったとを感じることは？

溝口 | 私は今のほうが働きやすいです（笑）。昔は本当にルールがなかったんで…。

川西 | 昔は普通だったことが、会社が成長するにつれて、「それは正しいやり方ではないよね」と変わっていきましたよね。



加藤 | 上場を目指すようになったことも、大きな転機だったと思います。徐々に業務が平準化・均質化され、「まずは安定したクオリティを担保できるようにしよう」という方向に変わっていきました。

一方で、会社から求められることに応えるだけになると、「自分ははどうしたいんだっけ」という主語がなくなってしまふ。今はもう一度、そこを強化するタイミングなのかなと思っています。

奥 | 会社として拡大するために必要なことを整備してきた印象ですね。仕組みは必要だけれど、仕組みに寄りすぎてもいけない。車のハンドルにも“遊び”が必要なのも同じで、そのバランスが大事だと思います。

——変わらない「バリュエンスらしさ」

溝口 | 今も昔も変わらないのは、仕事においても人生においても「楽しさ」を追求するところです。

奥 | 私も「楽しさ」は最初に思い浮かびました。

川西 | バリュエンスで働いていると、飾らずに自分らしくいられると感じています。だから「楽しい」と感じるのかも。自分の意見を出せて、それを周りが聞いてくれる環境は変わらないです。

加藤 | 私は「人に可能性を見出す姿勢」だと思います。いろいろな仕組みや制度について話していても、「それを使う人がどうなるのか」「誰のためにやるのか」と、最後は人の話に戻ってくることが多い。

渡辺 | 制度や仕事の仕方も変わったけれど、モチベーションの源泉に「誰か」がいることは変わっていない気がします。

溝口 | バリュエンスでは、13年働いていても、常に尊敬できる人がいる。一人の人をそのまま目標にするというより、いろいろな人から吸収してきた感覚があります。

次の10年に何を残すか

15年間で、バリュエンスは大きく変わりました。けれど今回、5人の話から見てきたのは、その変化の中心にはいつも「人がいる」ということでした。そして、設立当時を知る5人から次の世代へ受け継がれるのは、自分たちでより良い未来をつくっていかうとする姿勢でした。

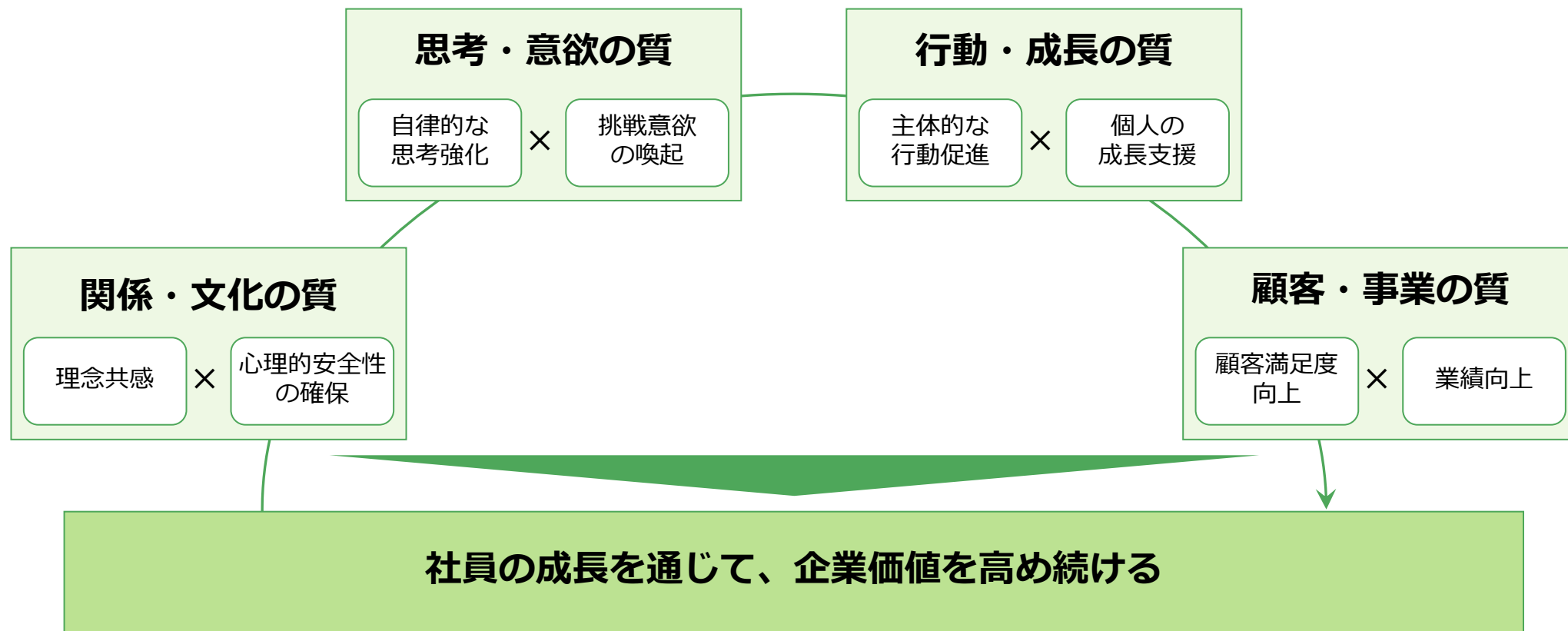


Chapter2 理念を起点とした人材開発



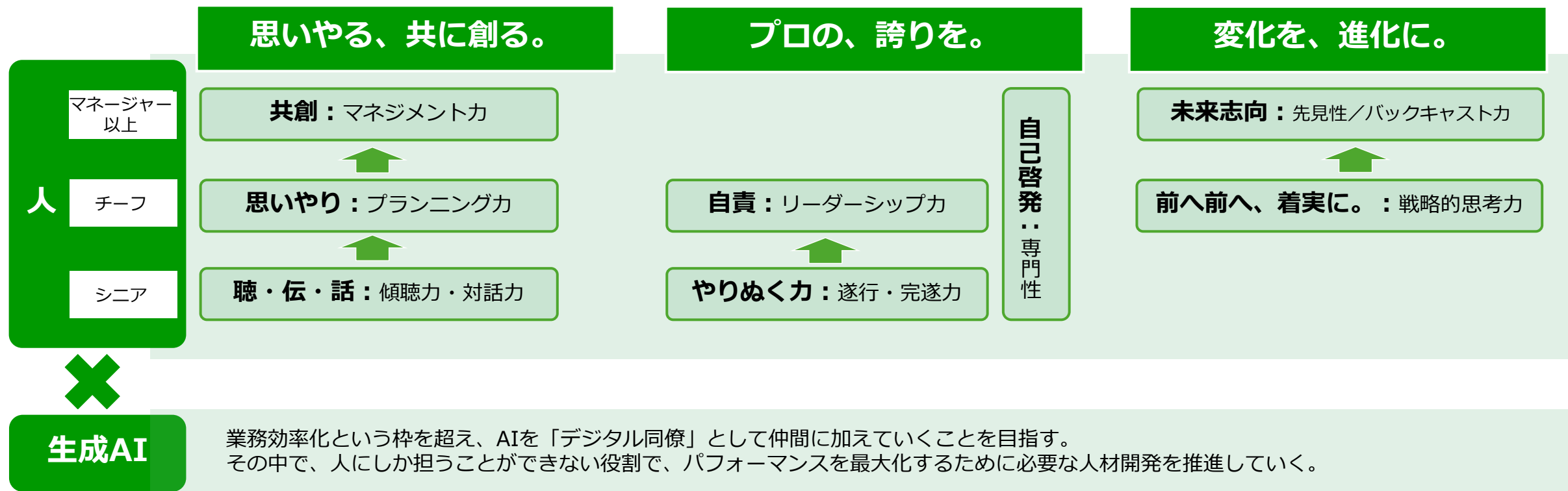
| 社員の成長を通じた企業価値向上のサイクル

バリュエンスは、企業全体の価値を創造するのは、社員一人ひとりの成長だと考えています。
だからこそ、一人ひとりの成長をサポートする人材開発に力を入れています。



| バリュエンスの人材開発方針

すべての社員が好きなこと・得意なことを仕事にし、組織や自身の成長に向けて切磋琢磨する組織を目指しています。バリュエンスでは、人材開発を単なるスキル開発ではなく、バリューマインドを共有し、挑戦と共創が生まれる組織文化を育む取り組みと捉えています。AIの活用を前提としながら、人にしか生み出せない価値を最大限に発揮できる人材を育成し、社員一人ひとりの成長をさらなる価値創造へとつなげていきます。

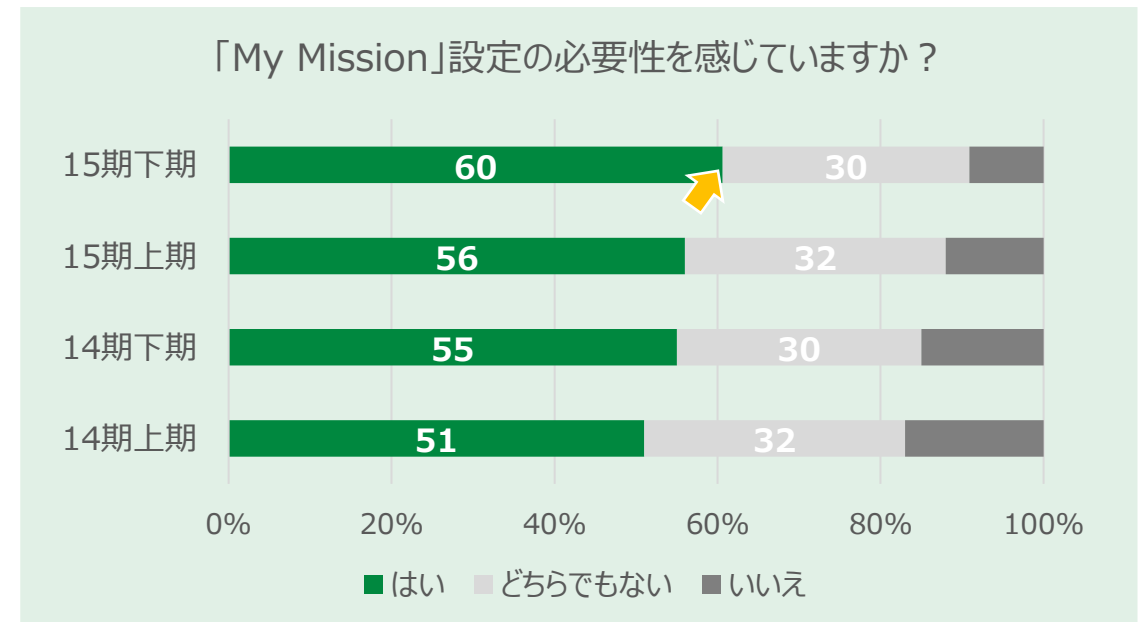
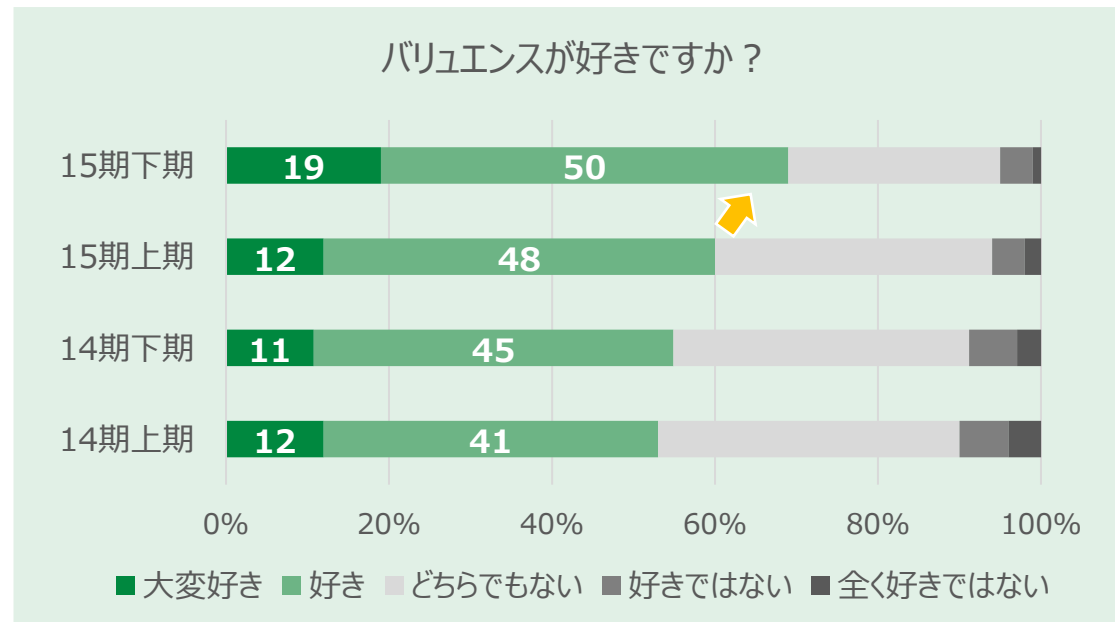


バリュエンスの目指す組織文化

社員一人ひとりが、チームの中で「自分だからできる役割」を見つけ、価値を生み出していく“全員リーダー経営”を目指しています。

バリュエンスが考える「シゴト」は、与えられた業務をこなすことではなく、自分の意志と責任を持って取り組むことを意味しています。

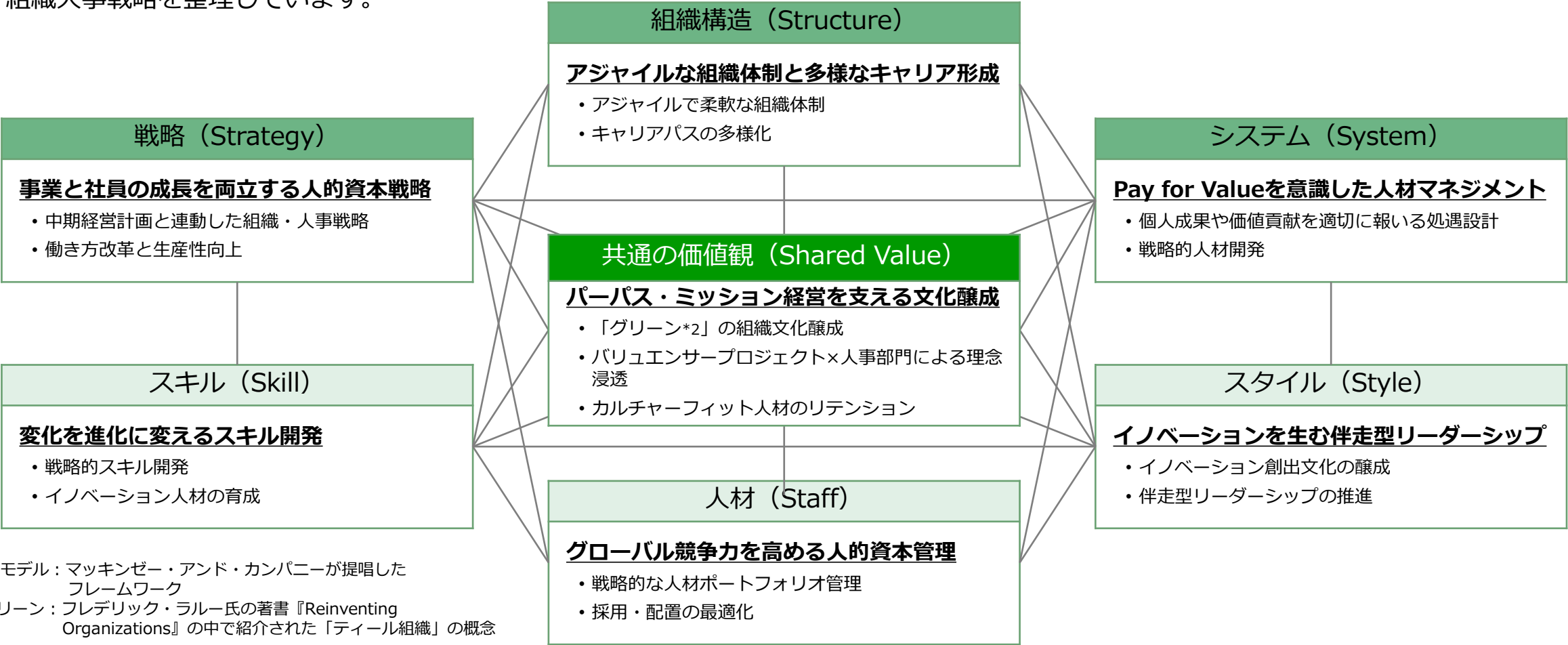
「この役割にどう向き合うか」を自ら考え、自分の中にある「意味」を持って働くことを目指して、全社員が「好きを、究めよ。」を体現するための目標「My Mission」を設定しています。この「My Mission」設定を通して、自身の役割を考える機会としています。



※社員エンゲージメント調査「組織サーベイ」結果（調査対象：全正社員）

組織文化をつくる人事戦略の全体像

バリュエンスが大事にする共通の価値観（理念体系）を根幹に据えた人事施策を推進していくため、「7Sモデル*1」を活用して組織人事戦略を整理しています。

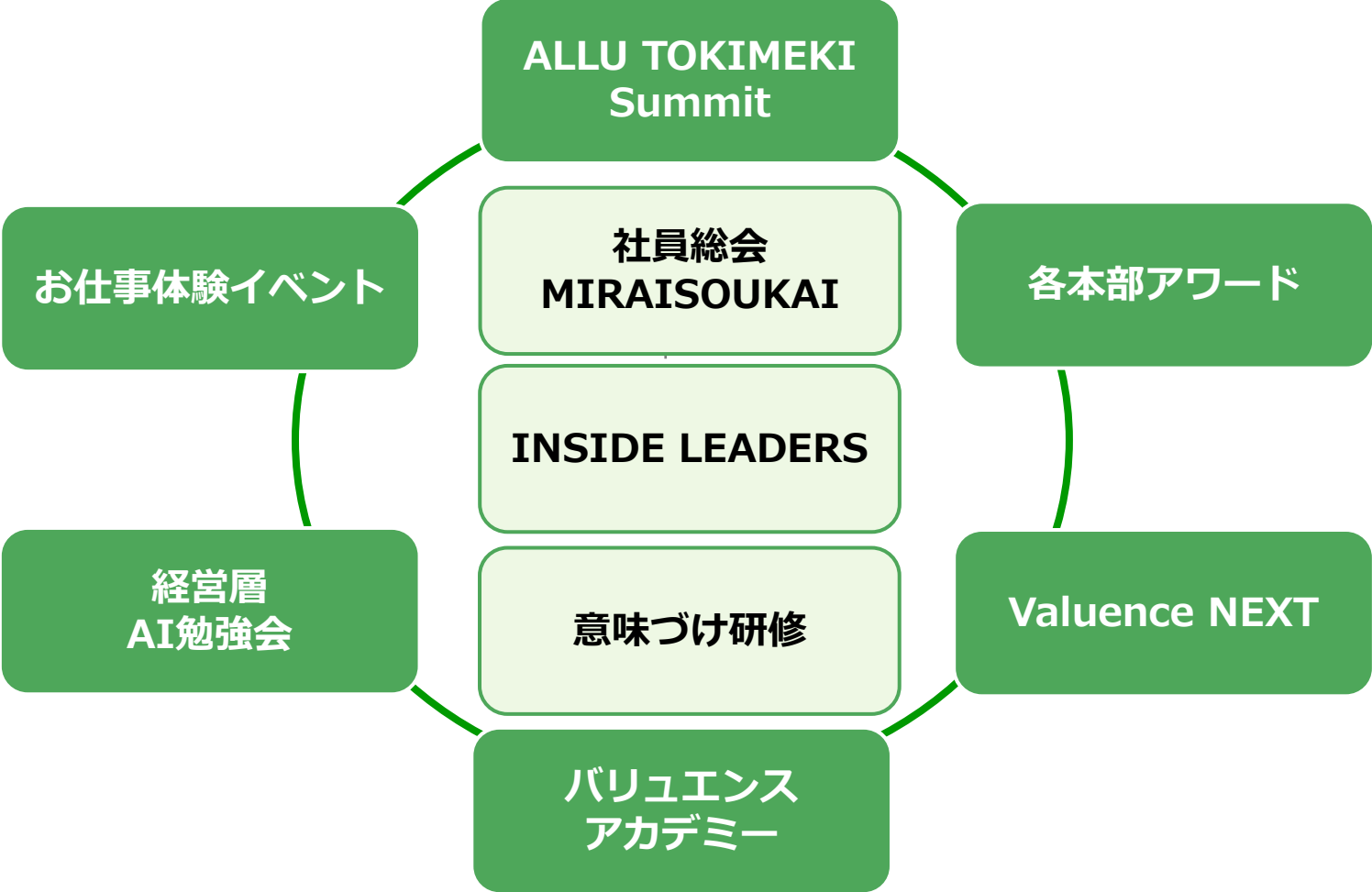


*1 7Sモデル：マッキンゼー・アンド・カンパニーが提唱したフレームワーク

*2 グリーン：フレデリック・ラルー氏の著書『Reinventing Organizations』の中で紹介された「ティール組織」の概念

組織文化づくりのための主な人事施策

人事戦略をベースに、共通の価値観に基づく組織文化づくりのためのさまざまな施策を展開しています。本レポートでは、その一部をご紹介します。



Chapter3 理念の共有



「グループの一体感を醸成する「全社員総会」

2026年7月、社員総会「MIRAI SOUKAI 2026」を両国国技館で開催し、グローバル社員・関係者も招き、1,000名以上が一堂に集結しました。

当社では設立以来、社員同士が直接つながり、互いの挑戦や成果を称え合う機会を大切にしてきました。2023年以降は組織規模の拡大に伴い、本部単位でのアワードや懇親会などを中心に実施してきましたが、15周年という節目を迎える今年、「改めて全社員が一堂に会し、未来への想いを共有する場をつくりたい」という考えから、3年ぶりとなる社員総会を開催しました。

当日プログラム

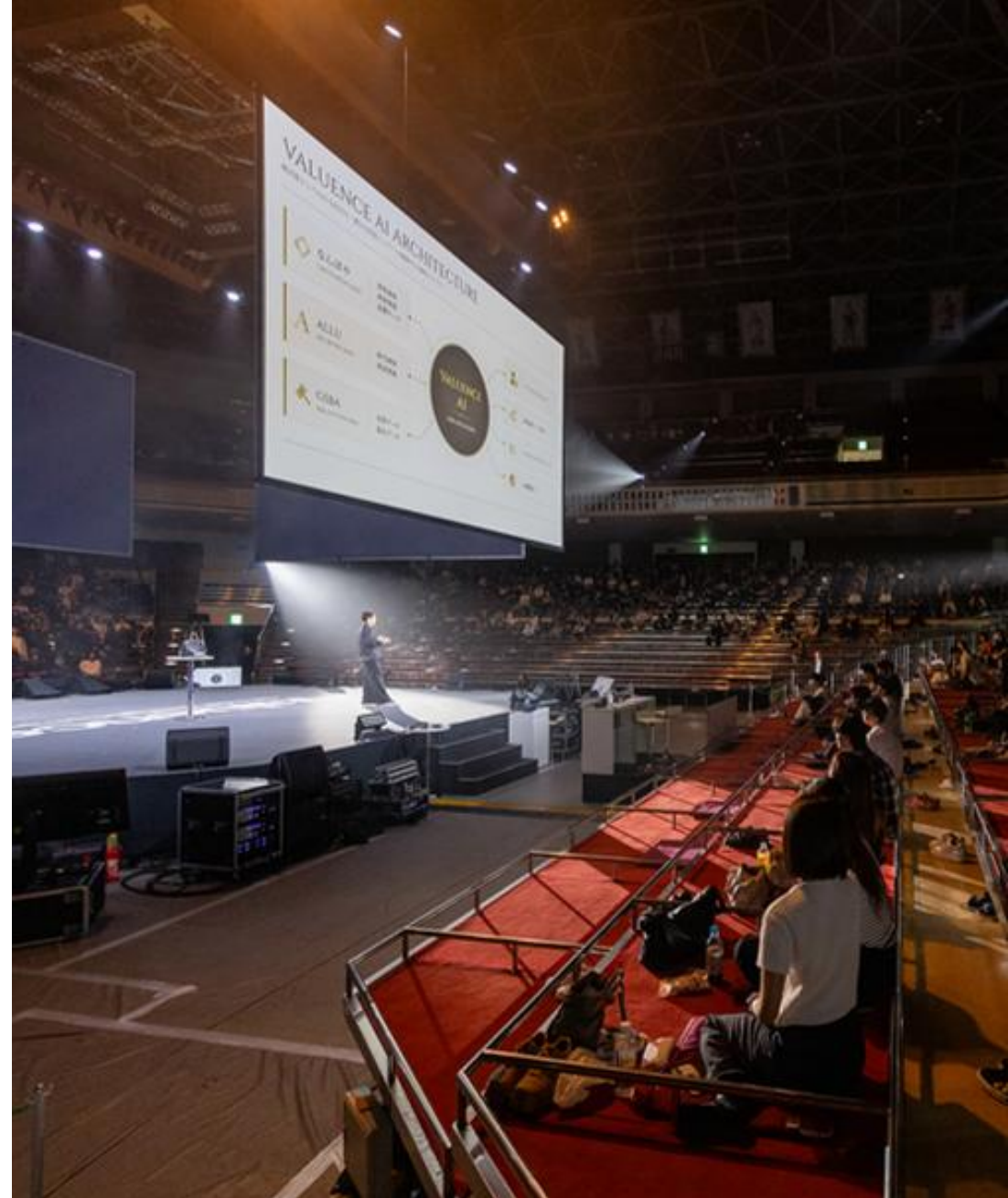
Program1	INFINITIESオープニングアクト
Program2	MIRAI SOUKAI AWARD
Program3	Valuence NEXTプレゼンテーション
Program4	社長プレゼンテーション
Program5	内定者コンテンツ
Program6	サプライズコンテンツ
Program7	Valuence感謝祭
Program8	Top of Valuence発表

【参加者アンケート】

実施後に、参加者アンケートを実施。本イベントを他者へ推奨したいかを示す評価は10点満点中8.5点と、高評価を得られました。

回答者のコメント（抜粋）：

- ✓ より一層バリュエンスが好きになった一日でした！
- ✓ 社員みんなが主役とを感じる会でした。
- ✓ バリュエンスの未来についてワクワクした。社長と一緒に未来に向けて頑張りたいと思った。
- ✓ 一体感を強く感じ、有意義な時間でした。



INSIDE LEADERS



取締役 COO 六車 進編
～世界を舞台に挑む、現場から導くリーダー～



取締役 CFO 佐藤 慎一郎編
～“挑戦”を“実現可能”に変え、会社の価値を創る～

経営陣の在り方を伝える「INSIDE LEADERS」

バリュエンスの経営陣は、急成長のバリュエンスを支え、社員の挑戦を後押しし、次のステージへ導いてきました。その経営陣にフォーカスし、2025年12月から連載記事をスタート。寄本社長はじめ、現在6名の経営陣を紹介しています。

接する機会の少ない経営陣をより身近に感じてもらうことを目的に、経営陣の価値観や仕事に対する考え方について理解を深め、多くの気づきを得られる内容となっています。

※「INSIDE LEADERS」の
掲載場所は[こちら](#)

実施月	会社満足度					計
	経営 共感	経営 信頼	事業 戦略 浸透	事業 戦略 満足度	評価 制度 納得度	
2024.7	3.7	3.1	3.4	3.2	2.8	3.2
2025.1	3.7	3.3	3.5	3.3	2.9	3.3
2025.7	3.7	3.4	3.5	3.4	3	3.4
2026.1	3.8	3.6	3.6	3.5	3.1	3.5
2026.7	3.9	3.7	3.7	3.6	3.3	3.6
2024.7比	0.2	0.6	0.3	0.4	0.5	0.4

※社員エンゲージメント調査「組織サーベイ」結果（調査対象：全正社員）

【組織サーベイ結果】

これまで「経営-信頼」のスコアが他項目と比べて相対的に低く、課題のある項目でした。この項目の改善を目的に、INSIDE LEADERSの連載企画をはじめたほか、四半期ペースで全社向け方針説明会の開催、社内研修での経営陣登壇、懇親会への積極参加など、さまざまな施策を展開してきました。こうした取り組みを進める中、2024年7月調査時点から2026年7月時点で「経営陣の信頼」に関するスコアが0.6pt改善し、現在は、さらなる改善に向けて施策を検討しています。

一人ひとりの志事を考える「意味づけ研修」

バリュエンスでは、シゴトをカタカナで表記します。仕える事ではなく、自身の志す事でシゴト（志事）をしてもらいたいという思いからです。社員が自らの仕事に意味を見だし、「志事」として向き合えるよう、2025年からMy Mission策定を開始し、現在は評価シート上に記載欄を設け、必ず策定してもらっています。

一方で、「My Mission」策定の意義を十分に理解できていない社員も一定数いることから、シゴトの「意味」を考えるきっかけづくりの一環として、グロービス経営大学院特任副学長の田久保 善彦氏に「意味づけ研修」の実施を依頼しました。販売本部、営業本部、SCM本部で実施が完了しています。



田久保 善彦氏
グロービス経営大
学院 特任副学長

【田久保 善彦氏コメント】

My Missionは、会社から与えられるものではなく、自分の内側にある想いと、周囲の期待を結ぶ結節点として、自ら紡ぎだすものです。常に「自分のシゴトは誰のために、何のために行うのか」と問い続ける。

一人ひとりが経験を丁寧に振り返り、シゴトの意味を再発見することが、My Missionの明確化の第一歩。

そしてそれは、自律的な挑戦と、互いの志を生かし合う組織へとつながり、気が付けば「仕事」が「志事」になっていくと信じています。



【Column】

社員一人ひとりが未来を創る主役に。MIRAISOUKAI 2026

※MIRAISOUKAI 2026の詳細は[こちら](#)

2026年7月に開催した社員総会「MIRAISOUKAI 2026」のテーマは「価値を信じろ、未来を創れ！DOSUKOI」。

10年後のバリュエンスを創るのは社員一人ひとりである、という考えのもと、自らの価値を信じ、仲間とともに未来を創造していく意識を高めることを目的としました。



プログラムの一つである「MIRAISOUKAI AWARD」では、バリューマインドを体現した社員10名を表彰しました。また出席者による投票で、表彰者の中からTop of Valuenceを決める参加型プログラムも実施し、会場を盛り上げました。



受賞者たちのストーリーには、お客さまへの真摯な姿勢や仲間への支援、地道な改善活動など、誰もが実践できる行動の積み重ねがありました。社員同士の称賛文化を可視化し、挑戦を後押しする機会となりました。

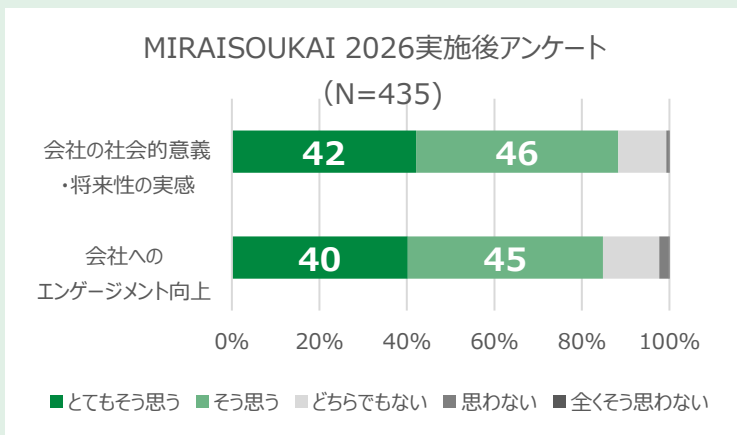
また、社員自らが新たな事業やサービスのアイデアを発表する「Valuence NEXTプレゼンテーション」も実施。会社の未来は経営層だけが描くものではなく、社員一人ひとりの挑戦から生まれるものであることを体感できる機会となり、多くの共感と応援の声が寄せられました。

後半には、
全員参加型企画
「Valuence感謝祭」
を開催。
社員がプレゼンター
や挑戦者として登壇

し、来場者はオンライン投票を通じて参加。
組織横断的なコミュニケーションの活性化につながりました。



イベント終了後のアンケートでは、「会社へのエンゲージメントが向上した」が84.8%、「会社の社会的意義・将来性の実感」ができた人が88.3%という高い結果となりました。



これらの結果からも、MIRAISOUKAI 2026は単なる社内イベントではなく、仲間の挑戦や会社の価値観に触れることで、自身の役割や存在意義を再認識する機会となったことがうかがえます。

バリュエンスは今後も、社員一人ひとりが主役となり、互いの挑戦を称賛し合う企業文化の醸成を通じて、エンゲージメント向上と持続的な企業価値向上を目指してまいります。

Chapter4 人を中心にした文化づくり



接遇の質を変える「ALLU TOKIMEKI Summit」

バリューエンスが目指すプレオウンドの価値の再定義を実現するうえで、大事なカギを握るのがプレオウンド・ブランドショップ「ALLU」です。ALLUでは、大切な価値観として、「TOKIMEKI：何かに心を動かされたり、特別な瞬間に感じるポジティブな感情」を設定しています。

この価値観を店舗のスタッフ一人ひとりが体現できるようにするため、全店舗スタッフに向けて、ワークショップ型の研修を年間を通じて実施しています。

【担当者コメント】

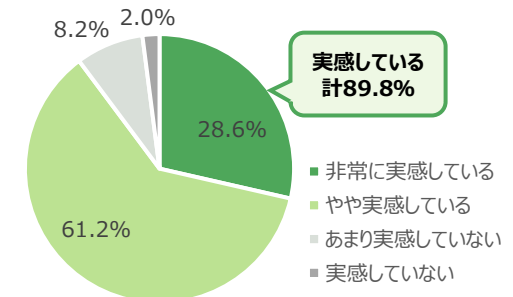


齋藤 真優さん
販売本部 店舗販売部
副部長

これまでALLUの接客は、バリューデザイナーそれぞれの経験やスキルに支えられてきましたが、ALLUとして届けたい価値や想いを十分に伝えきれていなかったと感じています。ALLUでは、価格や状態だけでなく、ご来店後、その先にどんな時間が待っているかまで想像してもらえ接客を大切にしたいと考えています。この研修を通して、スタッフの意識が変わっただけでなく、

行動も変わり、お客さまに「ALLUだから安心」「あなたから買いたい」と言ってもらえるような体験を提供できるようになっています。

【TOKIMEKI接客の成果実感】(n=49)



家族でバリュエンスを体感する「お仕事体験イベント」

理念や事業への理解を社員だけでなく、そのご家族にも広げたいという思いから、2026年に初めて、社員の子ども向けイベント「リユースわくわくキッズワークショップ」を実施しました。

社員が日々向き合う仕事や想いを家族と共有し、会社への理解や共感を深めることで、バリュエンスらしい理念や価値観を身近に感じてもらう。社員だけでなく、その家族も含めた“Valuence Family”のつながりを育む取り組みとして実施しています。



木下 英貴さん
営業本部 営業推進部 営業促進課 課長



杉本 沙栄子さん
営業本部 営業推進部 営業促進課 チーフ



門原 日向子さん
SCM本部 プロダクト管理部 バッグ課
※社内デュアルとして、営業促進課にも所属

【担当者コメント】

子どもたちにリユースの価値を伝えるとともに、社員やご家族にバリュエンスグループの事業への理解を深めていただくことを目的に開催しました。

査定やリペア、オークションなど実際の仕事を体験できるプログラムを通じて、モノが次の持ち主へ受け継がれていく循環の仕組み

を体感していただきました。

また、本イベントは若手社員が主体となって企画・運営を担い、自ら考え行動する機会にもなりました。

参加者との交流や部門を超えた協働を通じて、新たなつながりや成長が生まれる機会となりました。



感謝と称賛の循環を生む「各本部アワード」

MIRAISOUKAI AWARDは、形を変えながら継続して実施していますが、より多くの社員にスポットライトを当てていきたいという経営陣の意向を受け、本部ごとのアワードも実施しています。

各本部のマネージャー陣や有志メンバーが運営メンバーとなり、実施方法や表彰項目などもすべて各本部が主体となって決めています。

表彰式では、受賞者が口々に周囲への感謝の言葉を伝え、会場全体が温かい雰囲気になります。

【担当者コメント】



藤田 知希さん
SCMプロダクト管理部 副
部長

SCM本部は、年に1回、全員対面参加にこだわったスタイルで開催しています。受賞者からは、自身の業務への誇りと日々の挑戦、そして、仲間への感謝が語られました。

SCM本部表彰式の今回のテーマは「相互理解」。

部門間の相互理解が進むような空間になるよう、プロジェクトメンバーが一丸となって準備。授賞式後には、全員参加可能な形での懇親会も実施し、SCM本部の交流を深める機会となりました。

※藤田さんご自身も全社アワードにて「豊かさを、繋げよう。」準大賞を受賞されています。写真は授賞式当日のもの。

※営業本部のアワードの様子は[こちら](#)／販売本部のアワードの様子は[こちら](#)

Valuence
Circular Design Company

【Column】

理念を行動へ。各本部が主導する組織文化づくり

私たちの人的資本経営は、バリュエンスのパーパスやバリューマインドに代表される理念体系が根幹にあります。理念は掲げるだけでは意味を持ちません。一人ひとりが共感し、日々の仕事の中で実践してこそ、組織の力となります。そのため当社では、理念を共有し、理念を起点とした組織文化を育むことを重要な経営課題と位置づけています。

その象徴的な取り組みの一つがカルチャー醸成活動です。新入社員研修、新任管理職向け行動評価軸研修、バリュエンスアカデミー、バリュエンサープロジェクト、MIRAISOUKAI AWARDなど、さまざまな取り組みを通じて、理念やバリューマインドを学ぶ機会を設けています。また、代表取締役の寄本も年間10回以上の理念浸透研修に登壇し、社員に直接メッセージを届けています。会社の方向性や価値観を継続的に共有することで、一体感のある組織文化の醸成を推進しています。

さらに近年は、本社主導の理念浸透活動以外にも、各本部・各部門が主体となって組織文化づくりを推進しています。

営業本部やSCM本部では、それぞれの事業特性を踏まえた「あるべき姿」を策定し、バリューマインドを具体的な行動レベルに落とし込む取り組みを進めています。販売本部では「ALLU TOKIMEKI Summit」を実施し、お客さまへ提供したい価値や体験について改めて考える機会を創出しています。また、広域営業部、テレマーケティング部、不動産事業部においても、それぞれの現場に即した行動指針を定め、理念と日常業務を結びつける活動を実践しています。

組織	取り組み
営業本部 買取営業部	あるべき姿「記憶に残る、会いたくなる存在」を設定するためのワークショップを実施。そのための行動も言語化
営業本部 広域営業部	広域営業部の大事にする「共創」を実現するためのアクションを検討
営業本部 不動産事業部	不動産事業部のミッションとあるべき姿を実現するために、自身の行動を考える全部員ワークショップを実施
販売本部 店舗販売部	ALLUの接遇のコンセプト「TOKIMEKI」を実現する方法を考える「ALLU TOKIMEKI Summit」を実施
SCM本部	Identity Project を実施し、あるべき姿「Be Professionals」や本部の目指す方向性、思考や行動を言語化
マーケティング本部 テレマーケティング部	部門のさらなる進化に向け、現状課題と課題解決のためのアクションプランを策定するワークショップを実施

これらの取り組みは、バリューマインドを「理解する」ことではなく、「実践する」ことを目的としています。



部署によって仕事内容は異なります。しかし、お客さまや仲間に向き合う姿勢、挑戦を歓迎する風土、より良い未来を創ろうとする考え方は共通です。だからこそ各組織で、バリューマインドをより具体的に落とし込み、「私たちの部署におけるあるべき姿、とるべき行動は何か」を対話しながら言語化し、日々の実践につなげています。

全社横断の施策だけでなく、本部主導でバリュエンスの組織文化を創っていく。主体性を大事にするバリュエンスらしい動きだと考えています。

これからもバリュエンスは、理念を起点とした組織文化づくりを通じて、一人ひとりが自分らしく挑戦し、成長できる組織を目指してまいります。

Chapter5 一人ひとりの成長支援



人とAIの協業を実現するための「経営層AI勉強会」

26

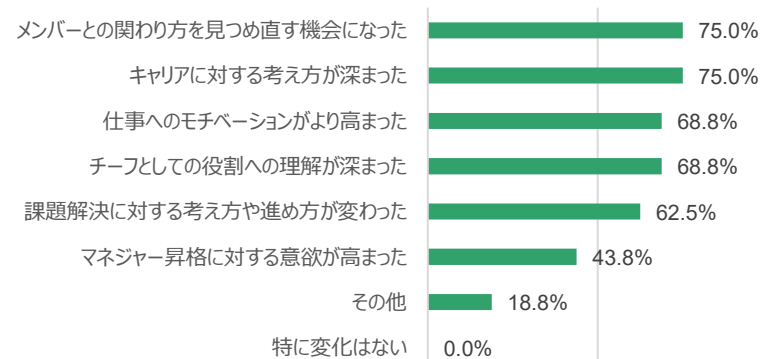
次期リーダー育成「バリュエンスアカデミー」

バリュエンスでは業績パフォーマンスとカルチャーフィットの両面を重視しています。この両面で優れた評価を受けているメンバーを選抜し「バリュエンスアカデミー」を実施しています。

社長をはじめとする役員自らが講師として登壇し、キャリアプランニングやリーダーシップ開発をテーマに、バリュエンスの理念やリーダーとしての考え方を伝える4日間の対面研修を実施しています。

【チーフ向け研修アンケート】

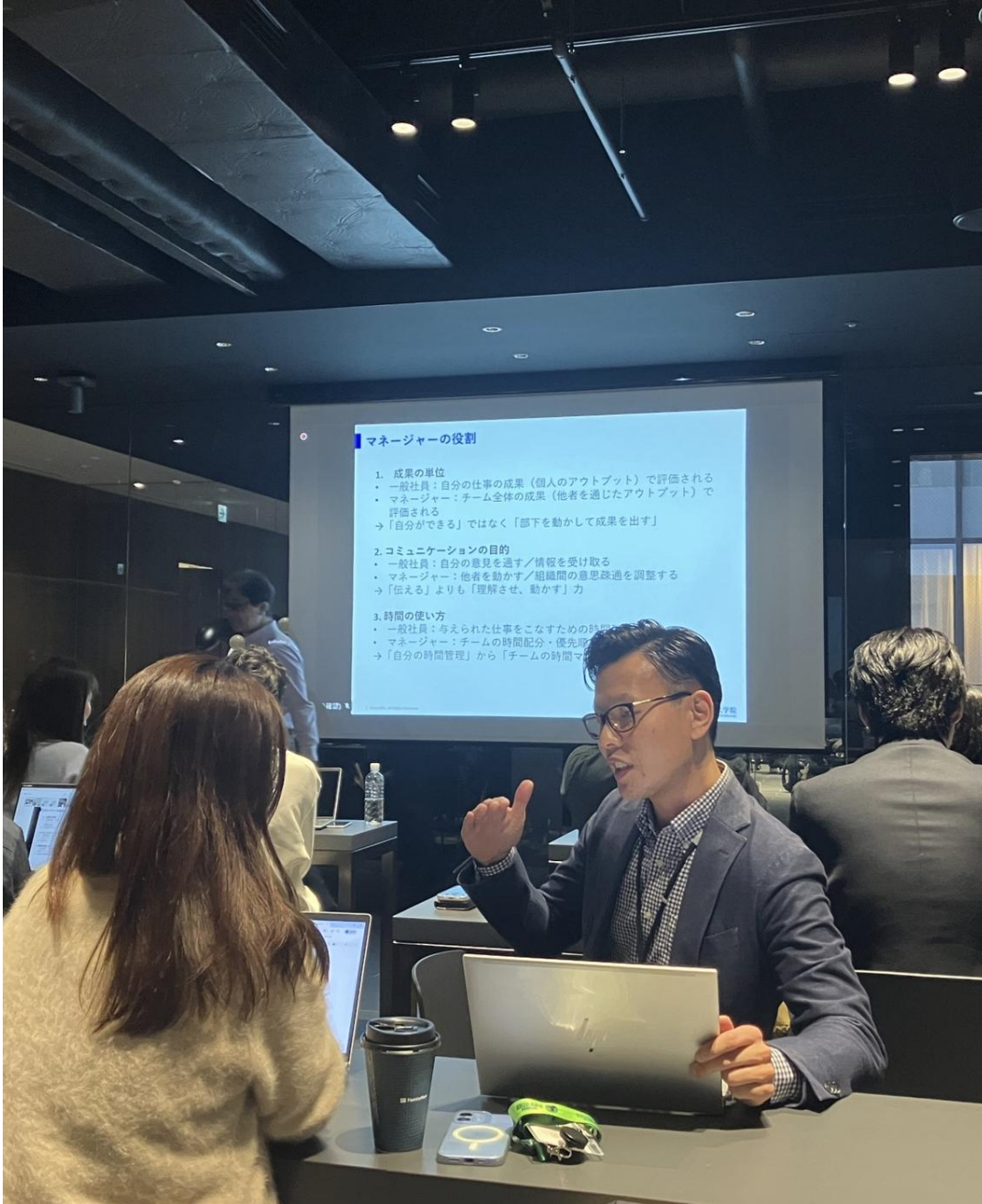
Q.研修を通じてどのような変化があったか？（n=17）



これまでに、マネージャー向け1回、チーフ向け1回を実施しました。

チーフ向け研修後のアンケートでは、満足度100%（非常に満足・満足計）となり、自身の期待される役割を理解し、意識・行動を変えるきっかけになったと回答が寄せられました。

今後も継続して実施し、バリュエンスの若手リーダーの活躍を後押ししていきます。



社員のWILLを具現化する「Valuence NEXT」

パーパス実現と企業価値の向上につながるアイデアを募集する

「Valuence NEXT」。審査基準は、社員自身の「やりたい」という意思と、会社にとっての価値を重視しています。さらに今年は、実現可能性という審査基準も加えて、取り組みの具現化にこだわりました。

その結果、43件の応募があり、厳正な審査の結果6名のアイデアが選出されました。また「MIRAISOUKAI 2026」でプレゼンテーションを行い、多くの社員に刺激を与えました。

【社員総会プレゼンテーションでの審査員コメント】

取締役 六車 進



TEDのプレゼンを5本見せてもらったようでした。どのプレゼンも、素晴らしいかった！

取締役 富田 光俊



熱量が素晴らしい！こんな思いを持ち仕事に打ち込んでいることがすごい。実現していこう！

取締役 佐藤 慎一郎



全員に投票したくらい。最優秀賞に選ばなかったとしても、どの案も実現させたい！

取締役 高見 健多



発表することがゴールではなく、そのパッションをもって、提案内容を実行してほしい。

GLOBIS 田久保 善彦氏



設立から15年で、社内から寄本社長と同じようなエネルギーで新規事業をつくるイントレプレナーが生まれてきていることが素晴らしい。社内起業家の共通点は、元気がいいことと、諦めが悪いこと。仲間をつくりながら、諦めずに取り組んでください。

※田久保先生は、社内の意味づけ研修およびバリュエンスアカデミーの講師も務めてくださっています。



【Column】

Valuence NEXT 最優秀賞 佐藤さん×メンター 大西さんが語る、失敗の先に進む強さ

※Valuence NEXT対談記事は[こちら](#)

Valuence NEXTは、社員自身のWILLを起点に、パースの実現と企業価値向上につながるアイデアを形にしていく社内公募型プログラムです。新規事業だけでなく、現場から生まれる改善提案や、自身の想いを企画化したプロジェクトまで、年齢や役職を問わず誰もが挑戦できます。選考を通過した挑戦者には、執行役員が専属メンターとして伴走。

ここでは、最優秀賞を受賞した佐藤さんとそのメンターを務めた大西さんにお話を伺い、なぜNEXTに挑戦したのか、二人はどんな時間を重ねたのか。対談を通じて、NEXTへの挑戦から見える「バリュエンスらしさ」に迫ります。



NEXT社員：佐藤 青
SCM本部 プロダクト戦略部 部長



NEXTメンター：大西 剣之介
執行役員／コーポレート戦略本部
本部長／人事部長／広報室長

——佐藤さんがNEXTに挑戦した理由を教えてください。
佐藤 | NEXTの取り組み自体にすごく共感したんです。

それまでの自分は、どちらかというと「アイデアを言う人」だったと思っていて。自分が率先して周囲を巻き込みながら実現するところは、なかなかできていませんでした。NEXTなら、自分が考えていることを会社の皆さんに知ってもらえる。良いアイデアなら、実現につなげられるかもしれない。そう思って、かなり前のめりに応募しました。



大西 | 佐藤さんは、Valuence NEXTへの提案数もNo.1だったんですね。ほかの応募者は1件、多くても2、3件だったのですが、佐藤さんは8件でした。
佐藤 | 正直、一つひとつのアイデアに「絶対これが選ばれる」という自信があったわけではありませんでした。それなら出せるものは全部出そうと、数で勝負しました。

——なぜ大西さんをメンターに選んだのでしょうか。

佐藤 | 良い意味で、大西さんが「自分から一番遠い人」だと思ったからです。自分がマネジメントを経験し、大きな壁にぶつかりました。そして、自分から一番近くにいたメンバーが離れていってしまった。自身を見つめ直さなければならぬ状況でした。そういう意味でも、自分とは違う視点を持っている人の意見を聞きたかったんです。

大西 | 実は、私も個人的に、佐藤さんを応援したい、この挑戦を一つのきっかけにしたいと思っていました。最終プレゼンでは自分自身の弱さやコンプレックスも含めてお話しされていた。人としての覚悟や変化が伝わってきました。

佐藤 | 自分自身が失敗した経験があるからこそ強く感じるのですが、バリュエンスは、失敗したら終わりではなく、その後どう向き合うかを見てくれる会社だと思います。

過去の失敗や自分の弱みを認めたうえで、新しい挑戦を続ける佐藤さん。その挑戦は、最優秀賞の受賞で終わるものではなく、今まさに実装という次のステージへ進んでいます。

バリュエンスグループにとって、人的資本とは制度や仕組みではなく、一人ひとりの挑戦の総和です。設立から15年を迎えるにあたり、私たちは幾度となく「前例のない一歩」を選択し、リユース業界に新しいスタンダードを生み出してきました。その原動力は、常に「人」でした。

本レポートでご紹介した理念の共有、組織文化づくり、一人ひとりの成長支援に向けた取り組みは、いずれも独立したものではなく、パーパス「Circular Design for the Earth and Us」とミッション「大切なことにフォーカスして生きる人を増やす」という一つの理念体系から生まれています。

AIの進化により価値創造のあり方が問われる時代だからこそ、「人」にしか生み出せない価値に投資し続けることが、持続的な企業価値向上の礎になると考えています。

15周年は通過点に過ぎません。バリュエンスグループは、これからも社員一人ひとりの可能性を信じ、挑戦を後押しし、世界に新たな価値を届ける組織づくりを推進していきます。

本レポートが、社員をはじめ、株主・投資家の皆さま、お取引先さま、これからバリュエンスの一員となる方々など、幅広いステークホルダーの皆さまにとって、私たちの目指す未来への理解を深めていただく一助となれば幸いです。