

デジタル戦略



外部企業との協業によるDXの推進

▶ デジタルの活用は小売業の新たな時代への対応

PPIHグループは、企業原理である「顧客最優先主義」を市場の急激な変化の中にあってもさらに進化させていくために、デジタルテクノロジーへの取り組みを強化します。PPIHグループの強みであるエンターテインメント性あふれる店舗運営や商品施策に加え、さまざまな経験や知見を持つ外部の企業などと共同で行う、これまでとは異なる手法の「マシュマロ*構想」をスタートさせています。これは、小売業の新たな時代への対応、より良い店舗体験、お客さま理解を深めるための取り組みです。

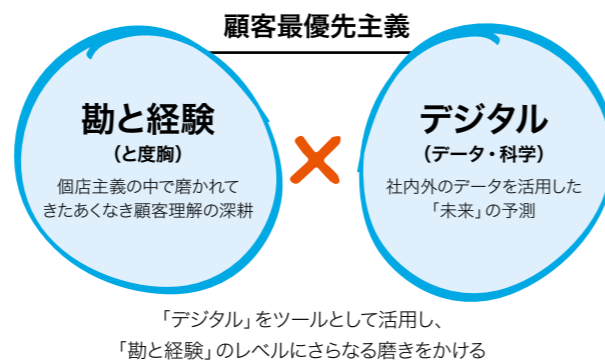
当社グループの完全子会社である株式会社マシュマロは、PPIHグループと最新デジタルテクノロジーとの融合の橋渡し役となり、オープンイノベーションを推進します。外部のあらゆるリソースを活用し、「プライシングの最適化」「消費者ニーズ分析」「新たな金融サービス」など、PPIHグループの強みを最大限に活かした時代への変化対応体制をつくり上げます。

不確実性が増す環境下でさらなる成長をめざすために、企業

文化である「仮説と検証の繰り返し」「たくさんの挑戦」を外部企業との協業を通じて実現し、新たな時代への対応策を構築します。

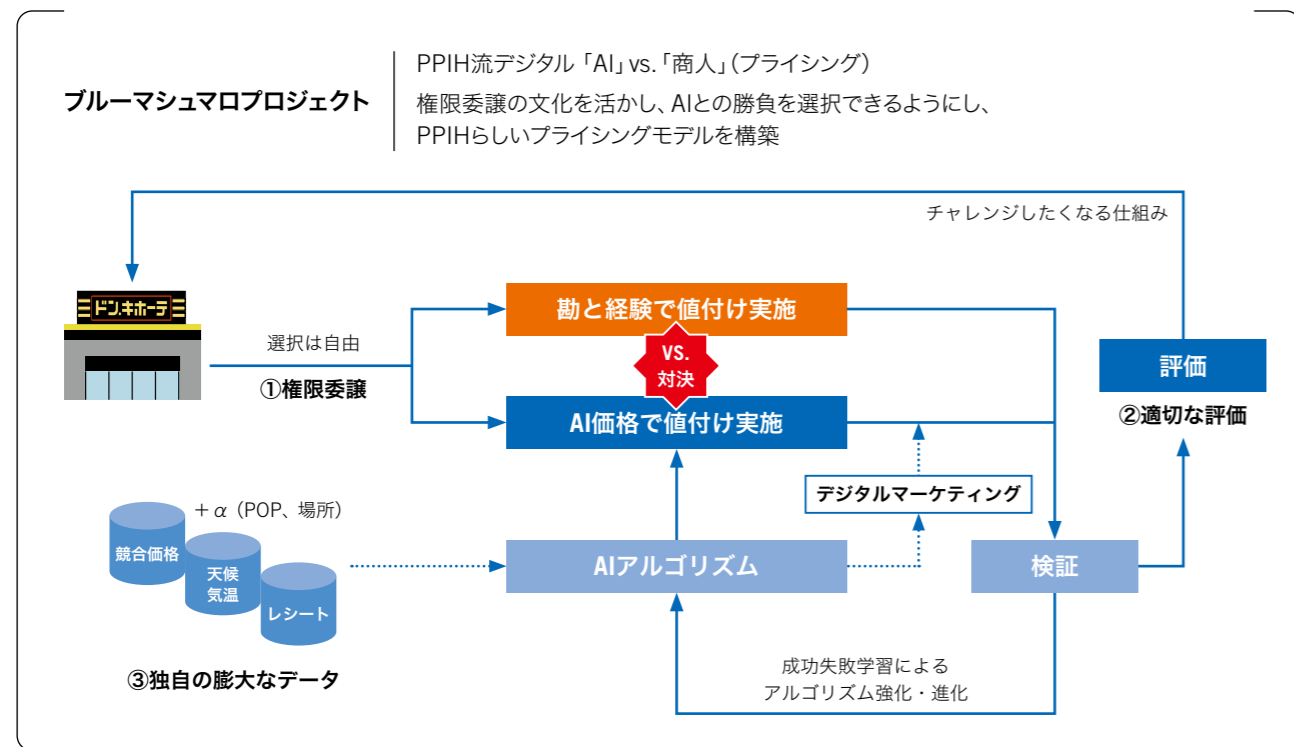
* 柔らかい頭をもって、PPIHグループのみの特定のカラーに染まっていない新しい価値観を受け入れ、そして何よりもそのことにより消費者に喜んでもらえるPPIHグループの新しい取り組みにしたいという構想を、白くて柔らかいマシュマロのイメージになぞらえたもの

PPIHグループにとっての「デジタル」の位置付け・意義



▶ マシュマロ構想の概要

今後の成長に向けては、社内外を問わずさまざまな価値観や考え方を持ち合わせた方々との協業が必須であると考え、新たな「色」を取り入れることで多様性の尊重を表現しています。



CMIOメッセージ

PPIHが大きく変化中、自身のマインドも変化させ、DXに積極的に挑戦していきます

CMIO兼 執行役員
(Chief Marketing & Integration Officer)
軽部 哲也



1999年に株式会社ドン・キホーテ入社以降、一貫して営業に携わってききましたが、2020年に株式会社マシュマロの取締役に就任し、2020年7月からCMIOとしてマーケティング及び事業統合担当としてデジタルという新たな分野にチャレンジしています。DX(デジタルトランスフォーメーション)を私と佃の二人三脚の体制で推進する中で、デジタル化の取り組みなどを現場店舗にわかりやすい形につないでいくこと(インテグレーション)が、私のミッションと認識しています。PPIHグループのDXは、さらなる顧客理解の深耕と現場支援を果たすツールと位置付けており、営業や店舗スタッフの生産性向上に貢献し、利益の向上につなげていくことがその目的です。デジタル化では、現場のオペレーション(発注時間)等のシステム化により空いた時間を、接客や商品陳列、

メイトさんとの対話、他社の価格調査など、より強い現場をつくる支援のために活用することが重要です。2021年6月期においては、プライシング戦略を拡大していき、一次商圏での競争力を高めていきます。また、majicaアプリ会員を増やし、利用促進や定着率を上げ、顧客のLTV(ライフタイムバリュー)の向上をめざしていきます。

CMIOとして感じていることは、デジタル化の取り組みは日々の数値ではすぐに結果が見えないため、現場への落とし込みにあたって説得が難しいということです。この点は、私自身が営業として携わってきたことによるジレンマですが、変化対応力こそが当社グループの強みです。今までに培った力を持って、自身のマインドも変化させ、DXの推進に積極的に挑戦していきます。

CDOメッセージ

デジタル領域における変化対応の一翼を担い、PPIHらしいDXの実現に貢献していきます

CDO兼 執行役員
(Chief Digital Officer)
佃 慎一郎



私は、2020年3月にPPIHグループの株式会社マシュマロに代表取締役社長として入社しました。私の強みは、小売とWEB(デジタル)の両方の事業立ち上げや拡大に携わってきたことです。これらを活かして、これまで小売業として勝ち残ってきた当社の強みや良さ、そして企業のカルチャーを理解しながらDXを起動させ、本当の意味でPPIHグループらしいDXを実現したいと考えています。PPIHグループにおけるDXという言葉には、データベース構築、データ分析、デジタルマーケティング、アプリ開発、Eコマースの立ち上げ、システム化による業務改善など多岐にわたるさまざまな取り組み内容が含まれています。しかしながら、そのどれもが従来のPPIHグループにおいては中核となる取り組みではなかったため、DXを進めようとする今、推進する組織や関わる仲間といった

人財が圧倒的に足りないということが最大の課題と考えています。社内からの公募チャレンジや社外からの採用など、スピード感を持って人財を拡充することが、DXの成功のために必要不可欠だと考えています。

過去に私が小売店を立ち上げる際に背中を追いかけた憧れのドン・キホーテを擁するPPIHグループが、DXという新たなチャレンジをする大きな変革のタイミングで参画できたことをとても光栄に感じています。現在は、期待と不安が入り混じる中、手探りで試行錯誤を進めている状況です。自分がこれまで経験してきたことを余すことなく投入し、失敗を恐れることなく新たなチャレンジをすることで、PPIHグループのデジタル領域における変化対応の一翼を担いたいと考えています。