

環境認識

事業環境認識を深め リスクへ迅速に対応し機会を最大限に活用する

グローバルメガトレンド

世界的な人口増加や高齢化、都市化が拡大する中で、CO₂排出による地球温暖化は、ますます大きな社会課題となっています。加えて、社会は情報化・知能化の飛躍的な進展により、ビジネスモデルの変化や、人々の価値観・消費行動の多様化が起こっています。そのような中で昨今の新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって、ソーシャルディスタンスや移動制限といった日常の大きな変化を経験し、ますます社会の課題や価値観が複雑かつ多様化しています。

- 新興国の人口増加
- 新興国の経済成長
- 貧富の差の拡大
- ダイバーシティの加速・価値観の多様化
- 気候変動
- 資源枯渇
- 脱炭素化、再生可能エネルギーの高まり
- AI、IT技術のさらなる進化
- 高齢化の進行
- 労働人口の減少

日本の2050年に向けた経済社会の変化

少子化の進行

出生数は、2016年に初めて100万人を割り込み。
今後も減少する見通し。

「人生100年時代」の到来

2050年頃には、**100歳以上の高齢者が50万人を超える見通し。**

単身世帯の拡大

単身世帯は2040年に39.3%まで拡大し、最大の世帯類型に。

第四次産業革命の進展

IoT、AIをはじめとした新たな技術により、「**第4次産業革命**」とも呼ぶべきインパクトが見込まれている。
(出所)経済産業省 2050年までの経済社会の構造変化と政策課題についてより作成。

2065年の日本

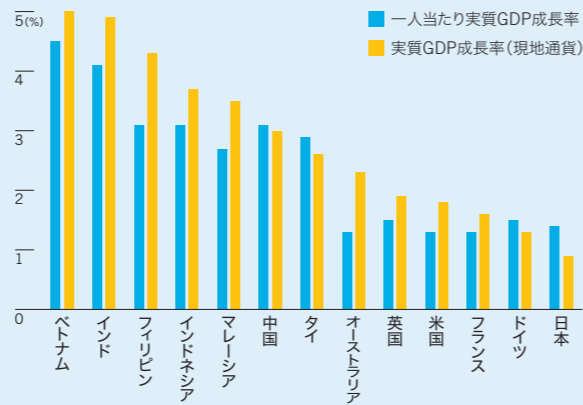
少子化の進行 **8,808万人まで減少**

高齢化率(65歳以上人口割合) **38.4%まで上昇**

生産年齢人口(15~64歳)割合 **51.4%まで低下**

(出所)内閣府 高齢化の現状と将来像より作成。

2016年~2050年の年平均実質GDP成長率



(出所)長期的な経済展望 世界の経済秩序は2050年までにどう変化するのか? PwC分析より作成。

機会とリスク

内部環境

強み

拡大する海外市場への対応

PPICを軸に アジアへの出店加速。 北米のプレミアムスーパー取得

- アジアで展開する「DON DON DONKI」は、ジャパンプランド・スペシャリティストアとして人気と認知を獲得。今後もモールへの出店加速などにより業容を拡大。
- 海外で販売する一次産品を直接調達するためのパートナーシップ組織PPIC (P.24) も規模拡大を継続。
- 北米でもプレミアムスーパーGelson'sを取得するなど業容を拡大。

弱み

ESGへの対応要請・関心拡大

環境・社会・経済の 持続可能性を配慮する サステナブル経営をめざして

- ESGの重要性がますます高まる中、部門別に取り組んでいた環境対策やD&I（ダイバーシティ&インクルージョン）推進などにおいて、今後はグループ全体としての対応強化が求められている。
- サステナビリティ委員会、ダイバーシティ・マネジメント委員会などグループ横断でESGに取り組む組織を新設。新体制の下、グループ一体となりESGの推進を図る。

機会

当社の対応

外部環境

リスク

当社の対応

国内市場 消費者行動の変化

Nextドン・キホーテをめざして

- ディスカウントストア事業では、コロナ禍による急速な消費行動の変化に対応するため店舗コンセプト「便利さ・驚きの安さ・楽しさ」の再定義を含む事業進化が喫緊の課題。
- 専門店型業態の開発、PB商品の拡大など、時流に合わせた新業態あるいはMDという形で提案を加速。
- GMS事業では「New GMS構想」に基づく新たな売り場づくりで来店を促進。

拡大するEC市場

majicaによる顧客接点拡大

- 国内外で急速に高まる消費者のDX指向に対応し、PPIHにおいてもDX化を加速。
- デジタル&データマネジメント本部を新設するなど組織再編を行い、デジタル・データ戦略を本格始動。
- グループの電子マネーmajicaアプリの機能を強化した新サービスを開発中。2022年5月にはNew majicaとしてリリースを予定。