

顧客最優先主義の店づくり・商品づくり

マネジメントアプローチ

重要と認識し取り組む理由	リスク	機会	PPIHの対応
<p>PPIHグループは、企業理念集「源流」に記す「顧客最優先主義」という不変の企業原理のもと、いつの時代においてもお客さまに喜ばれ、選ばれる店舗であり続けることに加えて、その特徴を活かしながらコミュニティの一員として主体的に社会にかかわり貢献することも、企業の重要な使命だと考えます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 店頭及び商品事故、社会的影響（渋滞や騒音など）による信用低下・出店困難化 ● 自然災害による営業活動の停止 	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域密着型店舗づくりの強化 ● 社会貢献活動による企業イメージの向上 ● 雇用機会の創出による地域経済の活性化に寄与 ● 地域の企業や生産者の新規取引開拓 ● 安定した商品販路を提供することによる持続可能な産業基盤に寄与 ● 災害時における営業活動の継続及び早期再開による地域貢献 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ミリオンスター制度 ○ HACCP運用による品質管理強化 ○ 各自治体と連携協定締結 ○ 職場体験・出張授業を通じた社会貢献活動

FOCUS

変革を起こし、成長し続ける人財育成の仕組み「ミリオンスター制度」

PPIHグループは、変革を起こし続ける個々の力こそが、ビジネスモデルを進化させ長期持続的な成長につながると考え、一人ひとりの個性や能力を引き出すためのシステムを導入し、地域密着型店舗づくりを進めています。

具体的には、幹部社員への大胆な「権限委譲」を行う「ミリオンスター制度(P21)」を開始し、実力のある社員が最大限に個々の力を発揮可能な大きなチャンスを提供しています。この制度のもと、互いに切磋琢磨し、経験とスキルを磨き上げ、変革・成長し続けるチームを牽引することができる人財を育成し続けています。また、次世代の経営を担う人財の発掘・育成としての側面からも、PPIHグループの長期持続的な成長に貢献していきます。



貢献可能なSDGs

9 産業と技術革新の基盤をつくろう

9.2 包摂的かつ持続可能な産業化を促進し、2030年までに各国の状況に応じて雇用及びGDPに占める産業セクターの割合を大幅に増加させる。後発開発途上国については同割合を倍増させる。

Pick Up 地域密着型店舗づくりに向けた取り組み - 地元企業支援 -

PPIHグループは、日々お客さまの多様なニーズに応え、日常生活に欠かせない地域密着型店舗として、地域経済や地域社会の活性化をめざし、積極的に地域貢献に取り組んでいます。コロナ禍で売上が低下してしまった地元の企業（飲食店）さまや、過剰在庫になってしまったメーカーさまと連携し、PPIHグループの店内や店頭において商品を提供できる機会を設けました。今後もグループ店舗の地域密着特性を活かし、地元企業さまと協力して地域の活性化に寄与してまいります。

コロナ禍での地域活性化の取り組み ※一部

該当店舗	取り組み概要
伊勢上地店	障がい者施設商品の販売
黒磯店	地元企業の商品販売（日光のお土産）
蓮田店	地元飲食店の弁当販売

活動施策

マテリアリティ	アプローチ	具体施策	
		施策項目	概要
顧客最優先主義の店づくり・商品づくり	地域コミュニティとの対話強化	PPICの取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ● 海外店舗への出荷に向けた商談の場を提供し、継続的・安定的な商品出荷に貢献 ● 地方自治体との連携協定により、最短物流ルートによるコスト抑制や輸送時のCO₂排出量削減に貢献
	エンシカルな商品の開発・販売	自社企画商品・サービス	<ul style="list-style-type: none"> ● 国内外から商品を直接買付け、市場価格より安くご提供するとともに、余剰在庫を無駄にしないエンシカル商品の販売に貢献
	持続可能な商品調達と責任ある販売	サプライチェーンマネジメント	<ul style="list-style-type: none"> ● 養殖魚を扱うことで天然資源の乱獲を防ぐとともに、自然災害等に左右されることなく安定した商品の提供とリーズナブルな価格での販売を実現

FOCUS

社会的な背景・要請（社会課題）

日本の農林水産物・食品輸出額は2020年9,222億円（前期比1.1%増）となり、コロナの影響もあって前年並みと伸び悩みました。一方、政府は、2030年に5兆円の目標を掲げており、達成に向けた環境整備に民間企業の貢献も求められています。

PPIHグループの対応（PPICとは）

海外輸出に関わる皆さまとパートナーシップ組織「PPIC」を発足しました。加盟会員はPPIHグループとの商談、海外店舗に向けた継続的・安定的な出荷が可能になるほか、POSデータを活用した海外マーケット情報の利用により作付計画や製造計画がたてやすくなるなどのメリットがあります。



PPICの目標と課題

目標	①2024年6月期 海外店舗数 126店舗 海外店舗売上額 3,000億円	②2030年までに 輸出額 3,000億円 海外店舗売上額 1兆円
課題	今後は安定的な商品数の確保、商品バリエーションの拡充、各国の輸入規制に応じた商品開発を進めるとともに、輸出体制整備や商流・物流網の最適化にも取り組んでいきます。	

生産者の皆さまと、小売業PPIHグループが直接つながることになり、出荷先や出荷価格の安定化。

→日本の農畜水産物の輸出拡大でステークホルダーの持続可能な成長に貢献。

貢献可能なSDGs

17 パートナーシップで目標を達成しよう

17.17 さまざまなパートナーシップの経験や資源戦略を基にした、効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップを奨励・推進する。