

中長期経営計画

Passion2030におけるこれまでの成果

Passion2030
実施前

- Vision 2020は1年前倒しで達成するも、規模が大きくなり、阿吽の呼吸での経営が困難になり始める
- 量から質に大きく方針転換し、既存店の磨き上げに注力
- AIを活用したプライシングなどで店舗のデジタル化も加速

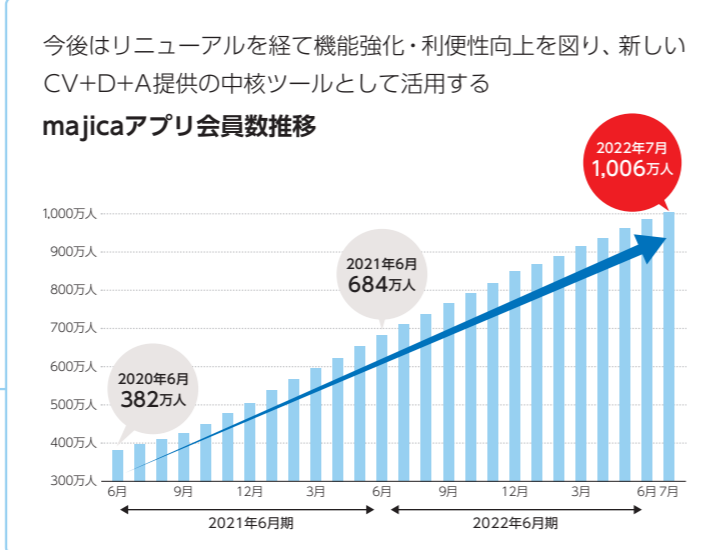


「Passion 2030」では①当社グループが情熱をもって取り組めるもの、②当社グループが世界一になれるもの、③当社グループの経済的原動力になるもの、この3つが重なる部分を追求し、その実現をめざしました。

Passion2030



	施策	成果
国内	DS事業の継続成長	● 継続出店+UDRを含む業態創造 ● PB比率の拡大
	GMS事業の収益改善	● '19/6期比で営業利益は約140億円増・個店経営への移行改革も進捗
	デジタル戦略推進	● アプリ登録者1千万人突破('22/7)・機能強化も準備が進む
	金融事業の強化	● '26/6期営業利益100億円へと推進
海外	海外事業の拡大	● アジア事業は30店舗、売上690億円／営業利益17億円へ成長 ● 北米事業は65店舗、売上1,982億円／営業利益104億円*へ拡大 ● 寿司などの新業態（物販飲食業態等）も始動
	食のSPA化推進	● PPICの活動加速、PB売上構成比も6.5%へ

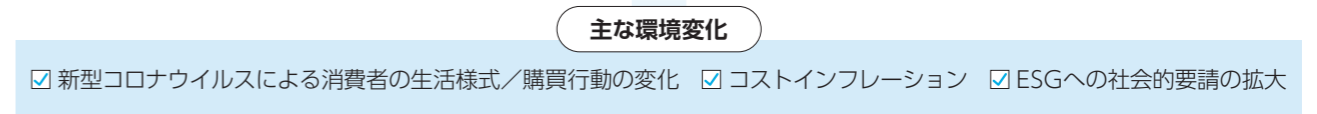


新業態（物販飲食業等）の寿司店を香港にオープン。旬のネタ約90種類に加え、シャリは現地精米による日本産ブランド米を使用。解体ショーや炙り焼きショーなどの演出も実施。

*営業利益増減は、Gelson'sののれん償却費（21/6期約7億円、22/6期約30億円）を控除後の数値で算出。

Passion 2030 から Visionary 2025/2030へ

2020年2月のPassion2030 発表直後から、主として新型コロナウイルスによる大きな環境変化があり、小売業、当社を取り巻く環境も大きく変化



今後の成長戦略及び数値目標について、このような環境変化を反映した形で修正し、新たに Visionary 2025/2030を設定

Visionary 2025/2030

めざす姿

“顧客最優先主義”に基づき、変化した顧客や社会にとって必要とされるビジョナリー・カンパニーへ

当社の考えるビジョナリー・カンパニー

- ☑ 顧客最優先主義を組織の隅々まで貫く企業
- ☑ 変化に対応し、果敢な挑戦を貫く企業
- ☑ 常に成長し、大胆な目標を掲げ続ける企業
- ☑ コアバリュー（名前＝ブランディング、店舗、商品、人財）を次の高みに、イノベーションを目標とする企業
- ☑ 個人の目標ではなく、PPIHという企業の成長に野心を持ち、経営、継続的成長のバトンをタイムリーに次世代に渡すことのできる経営陣

数値目標



施策

