



感謝と挑戦
～100年企業をめざして～



表紙について

本誌のタイトルは「感謝と挑戦」。60周年は100年企業へ向かうスタートの年でもあります。表紙には、英語の“GO”に見立てた“60”の文字を用いるデザインを採用。これをコーポレートカラーの赤と緑を基調とした力強い毛筆文字で表し、「100年への挑戦と前進」というメッセージを込めました。

株式会社平和堂 60周年記念誌

感謝と挑戦 ～100年企業をめざして～

目 次

- 03 グループ憲章／社是
04 トップメッセージ

100年企業をめざす 大きな節目として

- 06 創業者から従業員に向けられた想い
07 五つのハトのお約束
08 社風
09 平和堂のことば
10 シンボルマーク
11 平和堂三方よし

- 12 特集 | 100年企業へつなぐ「5つのハト」
～平和堂の理念とエピソード～
- 14 <奉仕のハト> お客様のこと、サービスのこと
20 <創造のハト> よい品のこと、お店のこと
26 <感謝のハト> お取引先のこと、信用のこと
32 <友愛のハト> 従業員のこと、みんなの幸せのこと
38 <平和のハト> 地域のこと、社会のこと

44 まんがで読む 平和堂の歩み

- 44 創業までの道のり 1919-1957
48 創業の時代 1957-1967
54 企業理念樹立の時代 1968-1980
58 拡大の時代 1981-1988
62 変革の時代 1989-1998
68 創造の時代 1999-2007
72 発展の時代 2008-2017

78 従業員のみんなに聞きました！ 平和堂アンケート

- 78 現在の平和堂とわたし 80 未来の平和堂とわたし

- 82 資料集 86 グループ企業・関連団体紹介
90 会社概要／編集後記



平和堂グループ憲章

全従業員の物心両面の
しあわせ
幸福を追求するとともに、
お客様と地域社会に
貢献し続ける企業となる

平和堂社是

商業を通じて豊かな暮らしと
文化生活の向上に貢献し、
より多くの消費者になくっては
ならない店になる

トップメッセージ

100年企業をめざす
大きな節目として

奉仕と創造の60年

支えてくださったお客様、
お取引先様はじめ皆様に、明るい笑顔と
ごあいさつで感謝を表しましょう

1957年3月1日に創業した平和堂は、2017年に60周年を迎えました。創業者であり初代社長の夏原平次郎が彦根市の銀座商店街で始めた小さな店は、滋賀県から北陸・京阪神・東海地域へと149店舗に広がり、20社から成る平和堂グループとなりました。

平和堂の60年は、戦後の日本が経済発展を遂げ、成熟化していく時代の中にあっただけです。地域に根ざして独自で歩む理念と基盤を確立しながら、琵琶湖周辺から県外地域へと拡大を果たした1960年～80年代。バブル崩壊や業界再編の影響を受けながらも、アル・プラザ型の大型店を出店し成長の基盤を築いた1990年代。2000年代以降は、リーマンショックの影響や少子高齢化といった社会経済構造の変化の中で、中国での展開や食品中心の店舗への再編等を積極的に進め、営業収益4,300億円を超える企業グループを形成するに至りました。

平和堂の成長は「奉仕と創造」の精神のもとでお客様にご奉仕し、喜んでいただいた結果であったと思います。平和堂を育ててくださったお客様、生産者・お取引先、地域社会の皆様に深く感謝するとともに、私たちはその気持ちを明るい笑顔とごあいさつで表したいと思っています。

100年企業への飛躍の年

変化に対応した企業づくりのもと
物心両面の幸福、社会への貢献を
追求しましょう

60年を人に例えると還暦であり、生まれた時に戻る年ともされています。平和堂は、60周年を新たなスタートとして100年企業をめざしていきます。

100年続く企業になるとは、どのような社会経済の変化にあっても柔軟に対応し、雇用を維持し、永続して成長していく企業となることにほかなりません。

社会はこれからも大きく変化していきます。日本では少子高齢化が進む一方、AI(人工知能)やIoT等高度な技術開発によって社会の様相も変わっていくことでしょう。平和堂が60周年を機に新本部の開設、基幹システムの再構築、京阪物流センターの設置といった新たな取り組みを推進していることも、変化に対応した揺るぎない基盤をつくるためです。

しかし、どれほどの投資を実行したにせよ、最も大切なことは“人の力”です。なぜなら、平和堂がめざす100年企業とは、グループ憲章にも掲げたように、全従業員の物心両面の幸福を追求し、お客様と地域社会に貢献し続ける企業となることだからです。

一人ひとりが渦の中心となって

「奉仕と創造」の精神を実践していくことが
100年企業の大きな幹となります

平和堂には社是を具体化した経営理念「五つのハトのお約束」があり、原点である「奉仕と創造」の精神があります。これらは平和堂の根幹を形成する考え方であり、100年企業をめざすにあたっても大きな幹となるものです。

この60周年記念誌は、平和堂の歩みを振り返るとともに、その中で培ってきた考え方や事例を平和堂グループで働く皆さん全員に知っていただき、実践に移していただきたいとの思いを込めて編集しました。

本誌を熟読いただき、小さなことからでも一人ひとりが渦の中心となり、新たな挑戦を始めていただくことを期待しています。

2017年4月吉日

株式会社平和堂 代表取締役社長

夏原 平和



お客様のお役に立ち、
喜んでいただけるよう
感謝の心を持ち、
皆で頑張ってください。

創業者 夏原 平次郎

失敗も幾度となくありましたが、昨日を反省し、今日はそれをふまえて実行し、明日へは工夫を加えました。商いの道は、決して生やさしいものではありません。多くの人に支えられながら、しかも昨日の自分自身より前進していくのだという気概を持ち続けて歩んでいかねばなりません。

私は生涯をとおして小売業という仕事を貫けたことを幸せに思っています。平和堂の社員の皆さん一人ひとりが、自分の人生をより豊かに過ごせるために、自分の力を最大限に発揮し、また後進の指導をしっかりできる人になってほしいと願っています。自分が成長することは、周囲の人を幸せにし、ひいては会社に繁栄をもたらし、さらに社会に貢献することとなります。

『奉仕と創造』まえがきより

五つのハトのお約束

- 一、奉仕のハトは、お客様へのサービスを第一とします
- 二、創造のハトは、よい品を販売します
- 三、感謝のハトは、お取引先との信用を重んじます
- 四、友愛のハトは、みんなの幸せを築きます
- 五、平和のハトは、地域社会のためにつくします

バンコクでは、町の大きな川で大規模な水上市場が開かれていました。しかし川の水は、洗面にもトイレにも使われ、衛生状況は大変劣悪で、川岸で遊ぶ子どもは裸でガリガリに痩せていました。この印象が強烈で、帰りの機中で自分ができることは何かを真剣に考えたのです。

この時、すでに「商業を通じて、豊かな暮らしと文化生活的の向上に貢献し、より多くの消費者になくてはならない店になる」という社是をつくっていましたが、進む方向は間違っていなかったことを確信し、「五つのハトのお約束」が生まれました。

『奉仕と創造』 P38 「百聞は一見にしかず」より

子どもたちの姿を通じて

視察で訪れたタイで、アジアの国々の貧しさと日本の物質的な豊かさの格差に衝撃を受けた創業者は、“小売業は何をモノサシとして、どう進むべきなのか”そして“自らの豊かさに感謝しながら商いをする事”について思案しました。

創業の精神に立ち戻り、考えに考え、ようやくたどり着いたのが「お客様へご奉仕するとともに生産者、取引先との信頼関係を重んじ、従業員の幸福を築く。これにより地域のために尽くし、発展できるのでは」という結論でした。そこから「五つのハトのお約束」が制定されたのです。



生産者への感謝と食前・食後の合掌

生産者への感謝とは「商品を大切にしてほしい」という私の願いからきているのですが、感謝の気持ちをどういう形で表現するかを模索していた頃、手の平のしわとしわを合わせ、幸せになる、つまり合掌することを高田好胤先生から教えていただきました。

食前に「いただきます」、食後に「ごちそうさまでした」と合掌して、生産者の方々や食べ物に心から感謝する気持ちを形で示すことを平和堂社員の基本としました。

『奉仕と創造』 P44 「食前食後に合掌を」より

高田好胤先生^{こういん}の教えをヒントに

創業15周年の記念講演会にお招きした奈良の薬師寺管主の高田好胤先生が教えてくださったことが、物を大切にするということは生産者に感謝することであり、その心を合掌によってあらわすことでした。

魚1匹を獲るにも海上での困難や危険があり、米1粒の収穫にも度重なる農作業の苦労があつてのこと。一人では決して成り立たない流通の仕事にあって創業者は1973年8月、食前食後の合掌を平和堂の社風として決めました。家庭や社会にも広がれば、平和な社会になるとの願いも込めてのことでした。



平和堂のことば

平和堂では売上高のことを「ご奉仕高」 粗利益高のことを「創造高」といいます

平和堂の商いは、お客様へご奉仕することが第一であり、私たちの使命は、商品を通じてお客様により豊かな生活をしていただくためにお役に立つことです。その結果が数字として現れます。つまり世間では一般的に売上高といわれるものを、平和堂では、感謝の心とともに「ご奉仕高」といい表すことにしたのです。

また、販売する商品をできるだけ低いコストで、より安く提供し、お客様の欲しい商品を先取りして創っていく仕事を通じて利益が生まれるので、粗利益高を「創造高」と表現することとしたのです。

『奉仕と創造』 P46 「ご奉仕高と創造高」より

世界で平和堂だけの言葉

「ご奉仕高」と「創造高」という言葉を使う企業は世界でも平和堂だけです。この言葉は「五つのハトのお約束」の制定と時を同じくして、1972年1月から用いられています。

「売上はお客様へのご奉仕の成果であり、粗利益は私たち皆で知恵を出し合って創り上げた付加価値を示すものである」。このように考えた創業者が、この考えを社内外に対してはっきりと示すために編み出した言葉でした。創業者はこの言葉に、「商人は正人^{しょうにん}たれ」の信念を貫き、地域社会へ奉仕したいとの願いを込めたとも述べています。



二羽のハト



二羽のハトは、お客様と平和堂、お取引先と平和堂、会社と社員、上司と部下を指しているとするならば、いずれもが時には相反する条件を持ちながらも、その中でお互いにとって良い方向を見つけだし、調和をめざすのが望ましいことを示しているのです。

対立ばかりでは争いと破壊をまねき、また調和ばかりでは沈滞し進歩がありません。対立しつつ調和するところに、真の発展があり繁栄があると信じています。

『奉仕と創造』 P54 「はばたく二羽のハト」より

一羽のハトから二羽のハトへ

「ハトのマークの平和堂」。お客様にすっかり浸透した愛称のもととなった2羽のハトのシンボルマークは、1974年6月に誕生しました。ハトは、平和のシンボルとしても知られています。かつて平和堂のシンボルマークのハトは1羽でしたが、この時から2羽が羽ばたくデザインへと改められたのです。



1957～1968



1969～1973

なぜ2羽なのか。創業者の言葉にあるように、それには深い思念が込められています。この2羽は相反する2つの事柄の象徴であり、「対立しながらも良い方向を見つけ出し、調和を図ることにこそ発展がある」とする考え方のあらわれなのです。

平和堂三方よし

お客様の満足
社員の幸福
社会への貢献

皆が喜ぶような商いこそが商人の本質だと思っています。

商いで利益を得るのは当然ですが、近江商人はさらに一歩踏み込んで、同時に商品を買った人も大きな喜びを感じ、また双方の商いが社会的にも良心的な行為となるよう努めたのです。

これが「三方よし(売り手よし、買い手よし、世間よし)」という考え方ですが、300年以上前に地域社会で認められる商いを心がけた近江商人の心を踏襲していきたいと思います。

『奉仕と創造』 P18 「恨まれない商い」より

平和堂が考える三方よし

近江商人の「三方よし」の考え方は、CSR活動の普及とともに、近年、広く企業社会でも知られるようになりました。

平和堂は、持続可能な社会の実現に貢献するためにこの創業者が大切にしてきた「三方よし」をさらに掘り下げ、「お客様の満足 社員の幸福 社会への貢献」を“平和堂三方よし”として定めました。そしてこの精神は、平和堂グループ憲章の制定にも活かされています。





特集

100年 企業へつなぐ 「5つのハト」

～平和堂の理念とエピソード～



創業50周年を迎えた2007年、平和堂理念集『奉仕と創造』が刊行されました。

本書は創業者が話したことや強く感じたことをまとめた語録です。

このまえがきで創業者は「平和堂の社員全員が共通の意識としてほしいものばかり」と記しています。

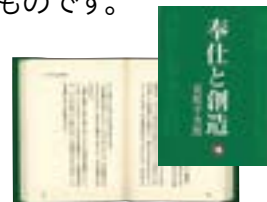
本特集は、76編から構成される『奉仕と創造』から28編の理念を選び、

平和堂60年の歩みを振り返るエピソードとともに“5つのハト”に託して構成したものです。

「平和堂の理念がどのような背景から生まれたのか」

「理念がどのように実践・具体化されてきたのか」

これらの大切なことを学び、100年企業の確かな幹へと育つことを願って……。



『奉仕と創造』



奉仕のハト

お客様のこと、サービスのこと —P14

商いの第一歩は朝のあいさつから／商人は正人^{しょうにん}／感謝とご奉仕／
お客様の目線で見ると／お客様のためにある／基本は明るい笑顔



創造のハト

よい品のこと、お店のこと —P20

もうちょっとだけ／継続は宝なり／昼寝をしないウサギ／
今日一日を工夫と実行／買う人の立場に立つて／減らない「頭油」^{とうゆ}



感謝のハト

お取引先のこと、信用のこと —P26

三方よし^{さんぽう}の心／感謝とご奉仕／一をもって貫く／
喜びと感謝と敬いの心／一人ひとりのお客様に一品一品を



友愛のハト

従業員のこと、みんなの幸せのこと —P32

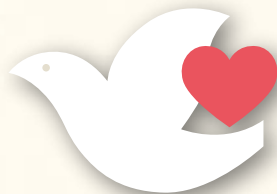
一社一色、一人一色／まっすぐに成長／将来伸びる人／
0にも3にも／心が変われば



平和のハト

地域のこと、社会のこと —P38

信頼の根を張ること／二つの正義／国境を越えても／
地域社会にお役に立つ会社へ／人のためには自分のため



奉仕のハト

お客様のこと、 サービスのこと

商いの第一歩は 朝のあいさつから



ある朝、ある店で出勤してくる皆さんを見ていた時、元気に「おはようございます」という朝のあいさつができる人が少なかったことに驚きました。

あいさつは言葉だけではありません。頭を下げ、心を込めて、大きな声で、はっきりと態度で表すことが大切です。

商いも毎日、朝から始まります。その始まりの朝をいかに大切にできるかでその日のことが決まります。

『奉仕と創造』 P14

商人は正人^{しょうにん}



「店はお客様のためにある。一人でも多く、この店に来てよかったと思ってくれるお客様をつくることだ」と商売の基本を教えられ、「これからの商人は正人でなければならない」と、商売の精神を説かれました。

「正人」とは、正直を本筋として貫く人のことをいう、と話され、そのためには人によって販売価格を調整することは正当なことではないといわれたのです。

『奉仕と創造』 P22

- ▶ 公正な商いをいち早く開始 —P16
- ▶ お客様に利益の一部をお返しする —P17



感謝とご奉仕

流通の仕事では、生産者の皆さんへの「感謝の心」が最も大切なこと。

この「感謝の心」を持ちながら、お客様への限らない「ご奉仕の心」が根底にないと、お客様を大切にできません。お客様がお求めのものを確実にご用意できているのか、お客様に買っていていただいているのか、**平和堂が地域やお客様のために何ができるのか、といった「ご奉仕の心」を常に持って行動してほしいものです。**

『奉仕と創造』 P42

- ▶ 狂乱物価でもお客様へのご奉仕を優先 —P17
- ▶ 地域のお役に立つサービスに取り組む —P18



お客様のためにある

われわれの仕事は「お客様のためにある」ということが大原則です。そして小売りにあたる私たちにとって大切なことは、まず第一にお客様との対話です。頭だけ下げるけれども「いらっしゃいませ」の言葉が出なかったとしたら、それはマネキン人形といわれても仕方ありません。

「お客様を大切にしよう」と口ではいえても、形は簡単にはできないのです。自分から頭を下げないと、その思想はわかりません。

『奉仕と創造』 P120

- ▶ お客様の声を店づくりに活かす —P19



お客様の目線で見ると

「お客様の目線で見ると」ことは、よく注意すれば、わかります。小さな日常の気配りによって最大の効果が期待できます。**それには発見しようという気持ちが大切です。**

「こうすれば買っていただけるのではないかと考えて、実際にやってみる、そして結果をフォローアップする。これが検証です。この過程では、**お客様の目線、求められているものについての情報こそ命なのです。**

『奉仕と創造』 P114

- ▶ お客様の声を店づくりに活かす —P19



基本は明るい笑顔

人間としての基本は「笑顔で明るく」です。売り場にあっては、お客様へ頭を下げ、あいさつすることです。

皆さんの家族や、ご近所の方から「平和堂に勤めるようになって、明るい笑顔に変わられましたね」と言ってもらえるようになってほしいのです。

『奉仕と創造』 P70





奉仕のハト

しょうにん
商人は正人



公正な商いをいち早く開始

1961
昭和36年3月

しょうふだ 「悪うございました」と正札販売を実施

「悪うございました。平和堂は本日より生まれ変わります。1円の値引きもしない強情な店とお叱りを受けるかもしれませんが、どなたさまにも公平な値段で販売いたします。品質はあくまで保証いたします。お取り替えや返品があったら買っていただいた時の笑顔でお受けいたします」

昭和30年代の小売業界では、買い手と売り手の駆け引きで値段が変わる販売方法が一般的でした。平和堂設立から4年後、創業者は上の宣言文を載せたチラシを配り、「正札販売、品質の保証、返品・交換の自由」という3つのお約束をしました。滋賀県内では初めて、全国でもまだ少数であった「正札販売」の開始です。

この実施にあたって創業者は、次のように述べています。

「決意してから実行に移すまで、周囲の説得や自分の心の整理に時間がかかりました。また、どのような方法でお客様のご理解を得るか、大いに悩みました。しかしお客様にとって正しいことを実行する、それは信用と同じ、良い結果に結び

ついたのでと思います」

まだ少人数の時代で、全員が集まって仕入れ商品や販売方法を話し合う機会が設けられていました。正札販売の実施も話し合いのうえで心を一つにしてのことでした。平和堂には皆の意見を大事に、総意で商売する風土が創業当初からあったのです。



創業当時の従業員。

正札販売の実行については、なかなか皆の同意を得ることができなかったと言います。「1円もまけないと言うと、お客さんが皆よそへ逃げてしまいます」と猛反対されたのです。

創業者はこの時のことを振り返り、「心を一つにまとめるためには、粘り強く相手の懐に入っていくことの大切さを身をもって感じた」と述べています。



正札販売を始めた頃の店頭の様子を再現した画像。

店頭に「悪うございました」との張り紙が掲示されています。

平和堂は生まれ変わり、誰でも同じ値段で買えるようになったことで、地域の皆様の間に信用が広がっていきました。



お客様に利益の一部をお返しする

1961
昭和36年3月

半世紀も前からお客様還元を実施

最近の小売業界では、お客様へのポイントサービスが当たり前のようになっています。しかし平和堂では、半世紀も前から、お客様への利益還元制度をいち早く取り入れてきました。

これが正札販売と同時に導入した「ハトの謝恩券」です。100円ごとに1枚のシールをお渡しし、台紙に一杯になったらお買い物券(後に現金)と交換する仕組みで、現在の「HOPカード」の源流となりました。当時、こうした利益還元は東京の1店のみで行われ、「ハトの謝恩券」は日本の業界

に先駆けるものでした。

1989年に謝恩券から切り替えた「HOPカード」の発行枚数は約356万枚にもなり、2016年には年間49億円をお客様に還元しました。なお2016年7月には電子マネー版の「HOPマネー」が誕生しています。

お客様への利益還元制度をいち早く取り入れた「ハトの謝恩券」。シールの謝恩券がその始まりでした。



感謝とご奉仕



狂乱物価でもお客様へのご奉仕を優先

1974
昭和49年3月

オイルショックの時代に610品目の価格を凍結(据え置き)

1973年秋から、産油国での戦争をきっかけに原油価格は4倍近くに値上がりし、石油に頼っていた日本ではインフレが加速しました。便乗値上げ

するメーカーも数多く、狂乱物価と呼ばれたほど物の値段が高くなりました。品不足も深刻で、各地でトイレットペーパーの買い占め騒動が起きたほどでした。

政府は価格の凍結を実施しましたが、平和堂は政府の要請品目を4倍近く上回る610品目の価格を据え置きました。「お客様にご迷惑がかかってはいけない」との思いからのご奉仕であり、お客様に明るい話題を提供しました。

「大きな変化をどのように受け止め、ピンチになってもはねのける大きな力がチャンスをもたらすのです」。オイルショック時を振り返った創業者の言葉です。



1974年のオイルショック時に店内に掲示した価格凍結宣言ポスター(写真左)。

1979年の第二次オイルショックの際にも価格凍結を実施し、NHKニュースでも大きく報道されました(写真上)。



奉仕のハト



感謝とご奉仕

地域のお役に立つサービスに取り組む

2010 平成22年

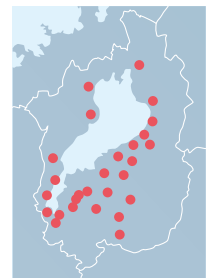
ホーム・サポートサービスを本格的に展開

日本の社会では、世界でも例を見ない速さで高齢化や人口の減少が進んでいます。平和堂はご高齢者や子育て中の方等、毎日の暮らしのご不便を感じておられる地域の皆様のお役に立つために、2010年から本格的にホーム・サポートサービスを開始しました。サービス地域を年々拡大し、2017年3月には19市町、27店舗に広がっています。

ホーム・サポートサービスは「感謝とご奉仕」の心を実行に移した事例の一つであり、夏原平和社長自らが構想したものです。

100年企業となるために必要なこと。それは、お客様に喜んでいただくとともに、「平和堂がある

から安心して生活できる」「平和堂があるから幸せだ」と思っていただけるように、もう一歩先のサービスを提供する会社になることです。



平和堂が60年にわたり築いてきた信頼関係があるからこそ、お客様も安心して家へ招いてくださいます。

お客様とお話することで、元気をいただくと話す担当者もいます。

ホーム・サポートサービスの展開地域

サポート

1

お買い物のお手伝い



電話やファックスで注文いただいた商品を、専任担当者が消費者の目線で集めます

11時までにいただいたご注文は、夕方までに商品をご自宅へお届けします



サポート

2

暮らしのお手伝い



電球の交換やペットボトルの回収、草刈り等、暮らしのお困りごとをお手伝い。多くのお客様からお礼のお言葉が届いています





お客様のためにある／お客様の目線で見ると

お客様の声を店づくりに活かす

1991

平成3年

早くからご意見箱を設置し、お客様満足度を追求

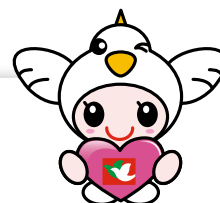
平成に改元された1989年、第2代社長に就任した夏原平和社長は、創業精神の理解と徹底、お客様第一主義の実践を重要な課題に掲げ、その最前線に立ちました。

そして1991年には、お客様満足度を診断する「サックス制度」が導入されるとともに、各店にお客様用のご意見箱が設置されました。1990年代はお客様ニーズの変化を受けて、かなりの店舗でリニューアルを開始した時代でした。ご意見箱にお入れいただいたお客様の声は、店づくりや品揃えに活かすだけでなく、ご指導のお声と受け止め、ご期待にお応えする取り組みは長きにわたって続いています。

創業者も示したように、「お客様のためにある」ことを念頭においた行動は、いつまでたっても変わらない小売業の原点です。

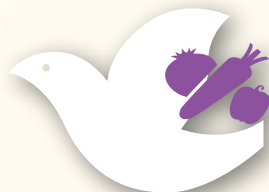


全てのお客様に安心して快適にお買い物していただくためには、さまざまな心のこもったサービスが必要です。平和堂はこれからもお客様の声に耳を傾け続けていきます。



あなたにとって「お客様へのサービス」とは、どんなことですか？





創造のハト

よい品のこと、 お店のこと



もうちょっとだけ

商いとは「あきまのないこと、すきまのないこと」といわれます。つまり、現状よりも、もう少し、きめ細かなことをやっていかなければならないということであり、これを肝に銘じてほしいと思います。小さなことに関心を持って、小さなことを見逃さないことが大切になってきます。

そのために「もうちょっとだけ」と、日々反省をしてみる必要があります。

お客様にご奉仕するために、もうちょっとだけ、どんなことをしたらよかったですか。

もう一度「これでいいのか」と考え直す、そして、小さいものが変わってくれば、だんだん大きなものが変わってきます。 『奉仕と創造』 P30



継続は宝なり

「同じことを続けること」が継続です。そして「変えていくことを続けること」も継続だといえます。生き残るためにどうしても必要な基本的なことは、変えずに続けていかなければなりません。しかし、一方で逆にやり方を変えていかなければならないこともあるはずです。

変えてはいけないことは何か。変えなければならぬことは何か。相反する二つのことを整理し、絶えず自分に言い聞かせることが大切です。

『奉仕と創造』 P64

▶ 変えていくことを続ける — P23

▶ 地球にやさしい企業であり続ける — P24



昼寝をしない ウサギ



世の中はどんどん変わり、そのスピードは速く、それにどう対応していくかが求められています。にもかかわらず、従前の手法をマイペースで積み上げていくだけでは、昼寝をしているのとあまり変わらないぐらいに遅いテンポです。

変化には変化で対応しなければなりません。言い訳をしていては遅れます。「昼寝をしないウサギ」になって、良い方法を考え出すことが大切なのです。

『奉仕と創造』 P134

▶ 共同仕入れで地域重視を貫く —P22

買う人の 立場に立って



たとえばコロッケを例にとりましょう。

コロッケは安い値段で売らなければいけないと思込んでいませんか。値段が安いことも大事ですが、お客様はおいしいコロッケを買いたいと思うこともあります。安ければ売れると決めつける考え方が機会損失を生むのです。

私たちの基本は、商品を通じてお客様のお役に立つことです。その原点として買う人の立場に立ってものを見る、その精神を日々新たにしていきましょう。

『奉仕と創造』 P108

▶ 独自の視点でお客様のお好みを追求 —P25

今日一日を 工夫と実行



なぜ、なぜと疑問の数をたくさん持っている、自然に新しい工夫が生まれてきます。新しい試みだけでなく、皆が知っていながらやっていないことを見つけ、頭を使って改善することが工夫であり、そして必ず、体を使って実行しないことには成果に結びつきません。

『奉仕と創造』 P124

▶ 野菜くずを再生利用する —P23

減らない「^{とうゆ}頭油」



人間が知恵を出すには、二つの状況があります。

一つは、周りからやかましくいわれて知恵を出す場合、もう一つは、**自分の中から「こうしたい」という欲求が湧き起こって知恵が出るというものです。**後者であれば、ものを見る目がずいぶんと違ってきます。どんなに小さな知恵であっても、大きな変化をもたらすことになります。

頭は使えば使うほど良くなるものです。**灯油は使えば使うほど減っていきませんが、人間の知恵「頭油」は、使うほどたくさん出てくるものなのです。**

『奉仕と創造』 P132

▶ 野菜くずを再生利用する —P23



創造のハト



昼寝をしないウサギ

共同仕入れで地域重視を貫く

1974
昭和49年6月

ニチリウの設立と地域密着路線の確立

平和堂では「くらしモア」のブランドがついた商品をたくさん販売しています。この始まりは、1974年に設立された共同仕入れ会社「日本流通産業株式会社」(略称:ニチリウ)にさかのぼります。

奇跡の発展を遂げた日本は、1968年に世界第2位の経済大国となりました。この頃からダイエーやジャスコといった大型スーパーが、地域のスーパーをグループ化する形で全国展開を始めました。流通業の再編が盛んとなり、「流通革命」と呼ばれたほど大きな変化が起こったのです。

平和堂にも大型量販店から誘いが寄せられました。しかし「地域によって文化も生活の仕方も違う。地域に根ざすことが大切だ」と考えていた創業者は、「大型店との合併では、地域に対応したこまやかな商売ができなくなる」と誘いを断りました。しかし同時に、時代が大きく変化する中で、平和堂独自の展開をしていくことの困難さも痛感していたのです。

この時、創業者が下した決断は、「変化には変化で対応する」ことでした。つまり大型店に負けない

流通システムの合理化・近代化を、他社と協同して実現しようとしたのです。創業者は「小異^{のこ}を存して大同につく」という考え方のもと、それぞれの地域性を大切に大量仕入れのメリットを追求する組織を構想し、創造的で先駆的な仕入れ機構を誕生させました。これが有力チェーンストア7社で結成したニチリウでした。

このニチリウの設立こそ、平和堂が独自であゆむ道筋を固めることができた大きな背景になったと言えます。

ニチリウでは「いいものを安く」のコンセプトでプライベートブランド商品を開発してきましたが、1995年からはブランド名を「くらしモア」に統一し、現在へと続いています。

なおニチリウの初代社長・会長は創業者が務め、次にオークワ会長、そして夏原平和社長も2013年から同社社長を務めています。



現在のニチリウは、16社3生協が加盟し、全国で2,000を超える店舗を展開する日本有数の共同仕入れ機構に発展。「くらしモア」も、食品・住居関連品・衣類の分野で、およそ5,500アイテムに広がっています。



ニチリウが発足した1974年当時、平和堂は10店舗。地元主導型のチェーン展開を確立するために、この年から滋賀県全体に店舗を広げる「琵琶湖ネックレス構想」に着手しました(上図)。この構想は19店舗目となる1978年の安曇川店オープンでほぼ完了し、以降、県内だけでなく他府県へも次々とオープンしていきました。

全国に広がるニチリウのネットワーク



継続は宝なり



変えていくことを続ける

1989 平成元年

POSシステム全店導入とHOPカードの誕生

創業者は、お客様サービスに役立つ先進的な技術の導入には投資を惜しまない考えを持っていました。平和堂でのコンピューター導入や取引先とのオンラインシステムも業界に先駆けたものでした。1985年には、お客様が望まれる品揃えの充実と品切れ防止のためPOSシステムを実験導入し、1989年には大がかりな研修を実施して全店への導入を完了しました。また同時に、「ハトの謝恩券」「平和堂ショッピングカード」とPOSシステムを連動させる「HOPカード」を誕生させ、創業以来の仕組みを大きく変えていったのです。

「変えていくことを続けること」も継続だと創業

者は述べています。大きな変化には勇気をもって方向を変える決断が必要であり、一方で「変えてはいけないことは何か」を絶えず問いかけることも大切なのです。

HOPカードの変遷



ポイント機能とクレジット機能を一体化した「HOPカード」は、平成の幕明けとともに誕生しました。2016年7月からは電子マネー（HOPマネー）機能付きの新しいタイプへ移行。2016年度末時点で365万人以上にご利用いただいています。

今日一日を工夫と実行／減らない「頭油」



野菜くずを再生利用する

2010 平成22年

循環エコ野菜の取り組み

お店の青果売り場で加工後に出る野菜くずをなんとか活用できないだろうか。こんな疑問から生まれたのが循環エコ野菜です。

普通なら焼却処分してしまう野菜くず。これを堆肥化して生産農家で使っていただき、できた野菜をエコ野菜として再びお店で販売する——。こうした発想をもとに、平和堂では2010年から仕組みづくりに力を入れ、現在ではブロッコリーや玉ネギ、カブラ等、20種近くの循環エコ野菜が生まれています。

この事例は、皆が知っていながらやっていないことを、頭を使い、体を使って改善した一つの工夫例です。



お店の青果売り場で出た野菜くずは、多くの人の手を経て、循環エコ野菜としてお店へ戻ってきます。





創造のハト



継続は宝なり

地球にやさしい企業であり続ける

1983～
昭和55年～

マザーレイク琵琶湖を支える一員として

地球環境を守る活動は、今では多くの企業で重要なテーマと認識されるようになりました。しかし平和堂では、その活動が日本で始まった1980年代から、琵琶湖を有する滋賀県を基盤とする企業として、地球にやさしい取り組みを積極的に推進してきました。

合成洗剤に含まれるリンが琵琶湖に赤潮を発生させることを受け、1983年から、平和堂は合成洗剤と粉石けんととの交換から環境保全活動を始めました。

この活動は、1990年代にはお買い物袋持参運動や牛乳パック等の店頭回収へと広がりました。そして2000年代には、環境マネジメントシステムの運用やリサイクルセンターの開設、2010年代にはリサイクルステーションの設置といった多様な取り組みとなってあらわれています。

また商品面でも、減農薬、無農薬による環境保全の商品やゴミの出にくい包材を使った商品、電気代やガス代の節約ができる商品等を「環境セレクト商品」として独自に選定する等、流通業だからこそできる取り組みを展開しています。

さらに2013年からは、循環型社会の構築に向けて、行政機関と連携して食品関係レジ袋の有料化を開始しました。この有料化で得た収益金を地域でお役立ていただこうと、「平和の緑づくり」事業を始めました。これは地元の公益法人へ収益金を寄付し、学校や公共施設で植樹していただく活動で、近隣の平和堂従業員も子どもたちと一緒に取り組んでいます。平和の緑づくりは、滋賀県や石川県の各地へ広がっています。

活動例

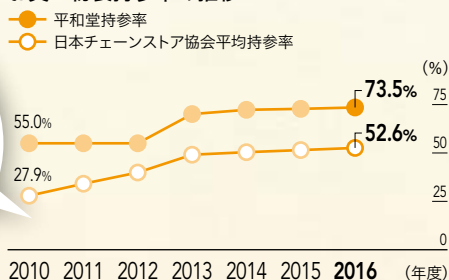
1

お買い物袋持参運動

流通業界で最も早い時期から取り組んできました。エコバスケットは2008年に登場しました



お買い物袋持参率の推移



平和堂のお客様の持参率は、業界平均を大きく上回っています

活動例

2

リサイクルステーション

えこすぽっと、Rステーション、ecoひろばの開始は2010年。設置は50店舗に広がっています



専用カードにポイントが加算される仕組みによって、子どもたちの間でもリサイクルが習慣化しています





買う人の立場に立って

独自の視点でお客様のお好みを追求

2014
平成26年

平和堂のこだわりと品質を集めた「E-WA!」

創業者は『奉仕と創造』の「買う人の立場に立って」の一節で、次のように述べています。

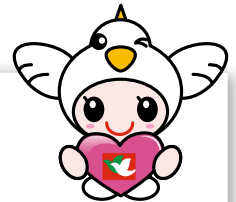
「お客様のお好みの変化は、販売する側が思う以上に大きく変化しています。“安いから買う”“高いから買わない”ということではなく、お客様のお好みでご自身が気に入ったものを価格に関係なくお求めになります。こうした変化に皆さんは気がついてますか」

にしん昆布巻や極旨いなりといった平和堂名物に加え、2014年4月には、平和堂初の独自ブランドである「E-WA!」が誕生しました。お客様に「い〜わ!」と言っていただける商品をめざして、価格訴求はせず、味・健康・使い勝手にこだわり、平和堂と

メーカーが丹精込めてつくりあげていくブランドです。お客様のお好みの変化を敏感に感じ取りながら、2017年3月現在、40を超えるアイテムを発売しています。



「E-WA!」は、企画から発売まで半年から1年もかけて納得のいく商品に仕上げられます。そのため何度も試食会を行い、お客様の声を反映していきます。原点はいつも、買う人の立場です。



あなたにとって「よい品」「よいお店」とは、どんなものですか？





感謝のハト

お取引先のこと、 信用のこと

さんぼう

三方よしの心



商いで利益を得るのは当然ですが、近江商人はさらに一歩踏み込んで、同時に**商品を買った人も大きな喜びを感じ、また双方の商いが社会的にも良心的な行為となるよう努めたのです。**

これが「**三方よし(売り手よし、買い手よし、世間よし)**」という考え方ですが、三百年以上前に地域社会で認められる商いを心がけた近江商人の心を踏襲していきたいと思います。

『奉仕と創造』 P18

▶お取引先との信用を育む —P29

感謝とご奉仕



流通の仕事は、一人では、どんなにがんばったところで到底成り立たない仕事です。製品をつくる人、魚を獲る人、米や野菜を収穫する人など、生産者の皆さんのおかげで、お客様に商品をお渡することができます。つまり私たちは、生産されたものを商品の形でお客様のご要望に応じた形にしてご提供することで社会に奉仕しているのです。**この流通の仕事では、生産者の皆さんへの「感謝の心」が最も大切なことだといえます。**

『奉仕と創造』 P42

▶生産者への感謝と協同 —P30



一をもって貫く

朝礼時に皆で唱和している「福沢諭吉先生の訓え」は、七ヶ条から成る「人生訓」ですが、人としての大切なことを教えてくれます。

「一をもって貫く」という言葉があります。この「一」は、「始めをもって」ともいえますし、「このこと一つしかない」ともいえます。**一つの仕事を定め、一つの目標を掲げて、一生涯をかけて達成することは、難しいことですが、それを生き甲斐とし、やり遂げることができれば、その人の人生にとって立派な誇りになると思います。**

『奉仕と創造』 P72

▶ 浮利を追わず公明正大な事業を貫く — P29

福沢諭吉先生の^{おし}訓え

- 一、世の中で一番楽しく立派なことは
一生涯を貫く仕事をもつことです
- 一、世の中で一番みじめなことは
人間として教養のないことです
- 一、世の中で一番寂しいことは仕事の無いことです
- 一、世の中で一番みにくいことは
他人の生活をうらやむことです
- 一、世の中で一番尊いことは
人のために奉仕して決して恩にきせないことです
- 一、世の中で一番美しいことは
すべてのものに愛情をもつことです
- 一、世の中で一番悲しいことはうそをつくことです

『奉仕と創造』 P190

喜びと感謝と 敬いの心



私は人生の中で、多くの先人の教えをいただきました。先人の言葉は愛情あふれるものばかりでした。

自分の喜びを増幅するためにも、感謝と敬いの気持ちを忘れてはならないと思います。**立派な世の中にするためには、自分も一生懸命働き、生きる喜びを感じ、感謝の心を持ち、先人を敬う心を大切にしたいものです。**

『奉仕と創造』 P50

▶ 生産者への感謝と協同 — P30

▶ 「農業」と「福祉」と「地域」の連携 — P31

一人ひとりの お客様に 一品一品を



私は商売を始める時に、「一つひとつの商品に命がある」と、ある方から教えていただきました。そして生産者に感謝という気持ちを社風にしましたのです。

大切につくられた製品、つまり商品には、それぞれ命があります。その命を大切に販売するのが「正人」の商いです。

一人を、一品を、一店を大切に思う心から繁栄の道が広がるのです。

『奉仕と創造』 P158

▶ 商品の命を大切に — P28



感謝のハト



一人ひとりのお客様に一品一品を
商品の命を大切に

1961～
昭和36年～

品質保証と食品センターの開設

平和堂は1961年の正札販売の実施とともに、「品質はあくまでも保証します」と「品質の保証」と「返品・交換の自由」を宣言しました。平和堂が食品販売を開始したのは1966年のこと。これ以降は衛生管理にも十分な注意を払い、1979年に品質検査制度、翌年には品質管理規程「品質基準書」を制定・導入し、1997年からは国際的な食品衛生管理方式であるHACCPに準じた管理システムを推進してきました。

そして、食品メーカーの乳製品による集団食中毒事故が起こった2000年以降は、さらに強化した品質管理を徹底させています。これは「事故の後追いではなく、流通側が責任をもって安全・安心な商品を提供する体制の整備が急務だ」とした夏原平和社長の指示に基づくもので、店頭で発生した異物混入といった事例や原因の報告等も含め、情報と意識の共有化も図ってきました。

また1983年には生鮮食品の加工や小分けを

行う「平和堂食品センター」を開設し、一貫した衛生管理と調理加工システムに基づく全店均一化した状態の商品販売を開始しました。その後、2014年に平和堂多賀流通センター内に旧施設を移転して、「平和堂多賀食品センター」と「多賀チルドセンター」を新設しました。新食品センターは面積・生産能力とも旧施設のおよそ2倍となり、24時間稼働で精肉75店舗、鮮魚35店舗、塩干については全店舗に商品を供給しています。

チルド帯商品の入荷から出荷・配送全般を担うチルドセンターとともに、生産性を高めるだけでなく、従業員が働きやすい環境づくりにも多様な工夫が凝らされています。

品質管理に関するこうした事例は、「まごころのこもった新鮮さを毎日の食卓へ」という願いとともに、商品の命を大切にする平和堂の理念を形にしたものと言えます。



2014年5月から本格稼働した平和堂多賀食品センター(写真上)と多賀チルドセンター(写真左)。



仕入先を集めて実施された平和堂流通HACCPシステム研修会の様子



品質管理室を設置し、外部機関によるインストア衛生管理自主調査も実施しています。

さんぽう
三方よしの心



お取引先との信用を育む

1974
昭和49年6月

「平和堂ハトの会」の設立

平和堂のシンボルマークとして「2羽のハト」が生まれた1974年、お取引先との共存共栄を願った「平和堂ハトの会」も設立されました。

2羽のハトの意味は「対立と調和」です。2羽がお取引先と平和堂を指すとすれば、いずれもが時には相反する条件を持つもの。創業者は「その中でお互いにとって良い方向を見つけだし、調和をめざすことが望ましい」と示しています。「平和堂ハトの会」の設立は互いに良い方向を見だし、共に“三方よし”を実践していくことを形にしたものとも言えます。

2羽のハトが、お客様と平和堂、会社と従業員、

上司と部下を指す場合もあるでしょう。調和ばかりでは沈滞して進歩がありません。創業者は2羽のハトに託して、対立しつつ調和するところに、双方の発展と繁栄があることを示したのです。



2016年度「平和堂ハトの会」定時総会。

設立時155社で発足した「平和堂ハトの会」は、2016年6月現在、その倍以上となる319社で構成されています。

一をもって貫く



浮利を追わず公明正大な事業を貫く

1984～
昭和59年～

法令順守の徹底と情報の開示

平和堂は1981年に株式を上場し、社会の公器として歩み始めました。日本がバブル景気に踊った1980年代後半、株や土地を買えば簡単に儲かると日本中が沸き立った時代がありました。1989年に就任した夏原平和社長は、「経営とは浮利を追わず、汗をかいて努力するもの」との信念を貫き、バブル崩壊後も投資や投機による負の資産を抱えることなく大型店を出店し、その後の成長を築く柱としました。

浮利とは、いわばあぶく銭のようなもの。経済環境の大きな変化によって、平和堂の歩みはどの時代も決して順風満帆ではなかったとはいえ、浮利を追わない堅実経営によって大きな成長を得る

ことができたのです。

2000年代に入ると企業の信頼性を高める活動にも積極的に取り組み、コンプライアンス委員会やCSR委員会を設置して、法令順守の徹底や企業倫理の浸透を図ってきました。

従業員一人ひとりが法令順守を徹底し、公明正大な事業を継続していく。この企業風土こそ、一生涯を貫く仕事の基盤となるものです。



お客様だけでなく広く社会の皆様にも情報を開示するため、2000年から環境報告書やCSR報告書を発行しています。



感謝のハト



感謝とご奉仕／喜びと感謝と敬いの心

生産者への感謝と協同

1973～
昭和48年8月～

地産地消の推進

平和堂は生産者への感謝の心を表すために、1973年には食前・食後の合掌を社風として定めました。同時にその心を具体的なものとするために、地域の生産者との連携を深める活動にも取り組んでいます。

この一つの例として、地元で採れた野菜や果実等を直接お店に持ち込んでいただき販売する「直納仕入れ」があります。また地元で採れた新鮮野菜を販売する「近郊野菜コーナー」にも力を入れ、取扱店舗や規模が年々拡大しています。

このほか「滋賀こなんまい」の取り組みでは、安全・安心でおいしい食品をお届けしたいとの願いから、地元農家と協力してこだわりが詰まったお米をつくり、販売しています。

事例

1

地域の生産者とつながったお店にする



農家直納コーナーには、生産者の紹介とともに新鮮な野菜が並びます

近郊野菜コーナーは、地域の活性化にもつながっています



事例

2

こだわりが詰まったお米を生産者につくる

契約生産者とともに、環境に配慮した生産方法で栽培



全てのお米を厳格に検査します。また、出荷前には実際にお米を食べて味もチェックします

お米をおいしく保つ最適な温度と湿度で管理します



精米から1カ月未満のお米を販売します



喜びと感謝と敬いの心



「農業」と「福祉」と「地域」の連携

2012

平成24年3月

障がい者が主役の農業生産法人を設立

平和堂は2012年3月、リーフレタス等の野菜を水耕栽培する「株式会社サニーリーフ」(本社・農場:滋賀県彦根市)を設立しました。

サニーリーフ設立の意義は大きく二つあります。一つは平和堂自ら安全な野菜を安定的に生産し、自社店舗で販売することです。太陽光を利用したハウス水耕栽培により、安定的に野菜を生産することができ、食の安全・安心と、地産地消に取り組んでいます。

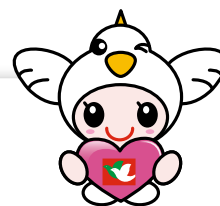
そしてもう一つは、生産農場で働く従業員の約8割が障がい者だということです。2013年には、障がい者雇用に特別に配慮した会社として特例子会社に認定されました。

サニーリーフの事業は感謝と敬いの心を出発

点に、地産地消と地域の障がい者雇用を同時に推進するもので、これからの社会に大切な農業、福祉、地域を連携させていく取り組みとも言えます。

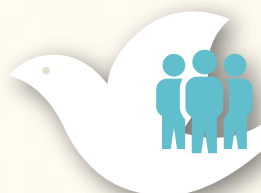


サニーリーフでは自動制御された太陽光型植物工場(水耕栽培)で高鮮度の野菜(リーフレタス、セロリ、菊菜、ネギ等)を生産。どの従業員にとっても働きやすい環境を提供しています。



あなたが実践したい「感謝の心」とは、どんなことですか？





友愛のハト

従業員のこと、 みんなの幸せのこと

一社一色、 一人一色



自分の仕事の中でそれぞれの特色を伸ばし、人に自慢ができるものをもって行動的に仕事を進めること。それが「一社一色、一人一色」の意味です。

皆さん一人ひとりが、何か一つこれだけは人とは違うと、自分の特色を持ち、一味違う自分になるということです。仕事の中でも付き合いの中でも、一味違う自分になるという努力の中から、競争に打ち勝つ企業体質へと変革できるのです。

『奉仕と創造』 P84

▶一味違う自分になる —P35

まっすぐに 成長



企業規模が大きくなると、トップの考えが末端にまで通じなくなる問題が生じますが、「皆でやっ
ていく」という社長の考えを、皆の考えと認識して
ください。そして自分が社長であるという気概で、
日々の仕事を意欲と熱意を持って、日々仕事をし
てください。企業がまっすぐに成長するためには、
企業規模に応じた質が伴ってこそ成長できます。
質が伴わない拡大は成長ではなく、単なる膨張で
あることを認識してください。

『奉仕と創造』 P62

▶向かう方向を一つにして —P35

将来伸びる人



およそ人間は困難に立ち向かい、それを乗り越えてこそ成長できるものです。多くの悩みを抱えている人は、成長しているという証拠です。壁にぶつかるということは前進している証拠です。

しかし、困ったことがあるのに、自分では困ったと感じていないというのではどうしようもありません。**困っていること、解決しなければならぬことを、よりたくさん持っている人、つまりいつも問題意識を持っている人が将来伸びる人です。**

『奉仕と創造』 P172

▶ 理念を継承し100年へ向かう —P36

心が変われば



人の性格は、皆それぞれ異なるものです。明るく天真爛漫な人がいれば、人付き合いの良い人など、さまざまです。性格を変えることは、簡単なことではありませんが、心の持ち方、つまり意識を変えると、その人の人生が大きく変わってきます。**「こんなことがしたい」「このようにありたい」という願いがあれば、心の持ち方次第で自分の人生を変えることができるのです。**

『奉仕と創造』 P166

▶ 働きがいを実感できる仕事 —P34

0にも3にも



誰にでもできる計算です。「1+1」はいくらになるのでしょうか？当然2と答えるでしょう。ところが小売業では「1+1=2」ではなく0にも、3にもなることがあるのです。

たとえば、売場の担当者が一人から二人に増えたところで、二人でおしゃべりをして、お客様が来られたのに見向きもせず、あいさつすらしなくて、対応もしなければ、1+1は2になるどころか、0になってしまいます。

一人ずつそれぞれの責任をもって仕事することが一番大切です。そして自ら進んでやるという連動作用になった時、仕事はうまくいくのです。その時にこそ1+1=3になるのです。

『奉仕と創造』 P86

▶ 枠を超えて自主性・創造性を育む —P37

心が変われば

心が変われば、態度が変わる
態度が変われば、行動が変わる
行動が変われば、習慣が変わる
習慣が変われば、人格が変わる
人格が変われば、運命が変わる
運命が変われば、人生が変わる

心を変えてあなたの人生を変えて下さい

『奉仕と創造』 P166





友愛のハト



心が変われば

働きがいを実感できる仕事

1991
平成3年10月

多様な働き方を支援する仕組みづくり

60周年を迎えた平和堂では、社員、パートナー社員等を合わせて2万1,000人を超える皆さんが働いています。創業者と従業員5人でスタートしてから60年で、実に4,000倍を超える規模となりました。人員の拡大とともに、性別・年齢・雇用形態に関わりなく、多様な価値観を認め合い、ライフステージに合わせて個人の力を最大限に発揮できる職場環境づくりが大切になっています。

平和堂では、すでに1991年10月から「ゆとりライフ制度」を導入し、子育てや介護等の理由から通常の勤務が難しくなった場合、休職や短時間勤務が可能となる独自の仕組みを運営してきました。2007年には子育てを支援する企業として「くるみん」認定を受けています。

また、小売業は女性が働く業態です。平和堂でも7割を占める女性が活躍できるよう、仕組みと企業風土の形成に努めてきました。これらの女性の活躍推進の取り組みが評価され2016年7月に滋賀県では初めて、「えるぼし」企業に認定されたことも、平和堂の姿勢を示す事例です。

このほかにも、全体の半数を超えるパートナー社員の活躍を正しく評価し待遇に反映できるように職務等級制度を導入し、1割を超える皆さんが主任となっています。このようにワークライフバランスの推進等、平和堂には働きやすい職場環境づくりに努めてきた歴史があります。

平和堂で働くことが、一生涯を貫く仕事となる——。福沢諭吉先生が説かれた「世の中で一番楽しく立派なこと」を提供できる会社が平和堂であるように、これからも友愛のハトの精神を広げていくことが大切です。

活動事例

1

ワークライフバランスの推進

人生をより豊かに過ごすためには、仕事と生活どちらも充実が大切です。そのため平和堂は、仕事と生活の調和(ワークライフバランス)を積極的に推進しています。

たとえば仕事と子育ての両立支援では、男性従業員の育児休業を促進したり、育児休業者の復職をサポートするセミナー等を開催しています。



子育て支援企業認定
マーク「くるみん」



子育て支援「はとパパ・はとママ
セミナー」

活動事例

2

生涯の仕事を育むために

平和堂は、人を育てることが何より大切だと考え、数多くの学びの機会を設けています。

2015年からは、入社後に誰もが感じる不安や悩みを相談できる仕組みとして、先輩社員が新入社員をサポートする「新入社員サポーター制度」を開始しました。

活動事例

3

女性が活躍する会社をめざして

女性が活躍できる職場風土のために、2002年から「女性キャリアアップ研修」を実施しています。

この研修では、キャリア形成にとどまらず、結婚や出産といったライフイベントについても考えています。



女性活躍推進「えるぼし」
認定マーク(2段階目)



女性キャリアアップ研修「中級編」
の様子

一社一色、一人一色



一味違う自分になる

2000

平成12年9月

平和堂技能研修センターの開設

平和堂技能研修センターを開設したのは2000年9月のこと。バブル経済崩壊後の日本では、「失われた10年」と呼ばれたほど景気の低迷が続く中、小売業界でも百貨店大手のそごうが事実上倒産する等、厳しい時代が続きました。

平和堂の2000年度のスローガンは「再出発の

年、商品・教育・仕組みを変える」。厳しい経済環境にあって、平和堂はお客様へのサービスに磨きをかけ、深めることで21世紀へ踏み出そうとしたのです。そして従業員が技能のレベルアップを図る場として、また人とは違う特色を育む場として、技能研修センターを開設しました。



平和堂技能研修センター



研修センターには鮮魚、デリカ、精肉の実習室と研修室が設けられ、生鮮部門だけでなくファッションスクールやレジ対応研修等、プロとして必要な技術を育成する場となってきました。

まっすぐに成長



向かう方向を一つにして

2005

平成17年9月

社内公募で『平和堂社員の行動指針100撰』を作成

2005年9月、『平和堂社員の行動指針100撰』が作成されました。平和堂の基本的な理念である「5つのハトのお約束」を、日々の仕事で、職場でどのように実践していくのか、その具体的な行動例を社内公募で集めて作成したものです。

「5つのハトのお約束」の制定から30年以上がたち、また事業規模が大きくなるにつれ、実践に対する思いや考え方に違いも見受けられるようになりました。そこで職場でいつでも確認できる携帯タイプの小冊子として編纂されました。

平和堂には、約150ものお店があり、従業員は

2万人を超えます。関西から北陸、東海と文化や慣習も異なる地域に広がっているとはいえ、向かう方向は一つです。行動指針100撰を一人ひとりが習慣になるまで実践することこそが、その方向です。



『平和堂社員の行動指針100撰』。「私たちは、売場に出るときは、大きな声で“こんにちは いらっしゃいませ”とあいさつします」等の具体的な行動が100例示されています。



友愛のハト



将来伸びる人

理念を継承し100年へ向かう

2014
平成26年12月

経営者育成塾の開始

60周年のその先にある100周年。この100年を見据えた取り組みの一環として、2014年12月から「平和堂経営者育成塾」が始まりました。

平和堂が100年企業になるためには、サラリーマン意識でなく経営者意識で仕事をする立派なリーダーが必要であり、働く目的や働き方を共有する集団とならなければいけません。次代にタスキをつなげる人づくり、さらに次の区間をつなぐ後輩を育てられる役割を担うリーダーを育成することを目的にスタートしたこの経営者育成塾は、創業者と身近に接し、自身も30年近く経営トップとして平和堂を率い、60年の歩みを最も肌身で知る夏原平和社長自らが講師となって、平和堂が大切にしなければならない経営理念、創業者の想いを伝える講座です。

ここでは、仕事の知識や方法よりも、「人間力」を身につけることを中心に学びます。人間力を高めるとは、生きる目的、生き方を考え、良い生き方を身につけ、実践し血肉化することです。2016年までに10期200名が修了しており、2017年2月には、あらたに11期生、12期生が入塾しました。

その経営者育成塾で夏原社長が何度も説明する「考え方」=「人生の方程式」があります。京セラの創業者で企業家のための経営塾「盛和塾」塾長・稲盛和夫氏が説かれる「人生の方程式」とは、“人生・仕事の結果は、考え方×熱意×能力という一つの方程式で表すことができ、「熱意」と「能力」は0からプラス100までであるのに対し、「考え方」はマイナス100からプラス100までである。いかに熱意や能力があっても、マイナスの考え方だと掛



経営者育成塾での講義の様子

人生の方程式

人生・仕事の結果 = 考え方 × 熱意 × 能力
-100~+100 0~+100 0~+100

け算になるので結果はマイナスとなり、考え方次第で人生や仕事の結果は全く変わってしまう。だから、いかにプラスの考え方をしていくかが最も大切である”というものです。

夏原社長は「私も“考え方”をよくしようと努力してきた結果、会社も成長した。考え方とは“生きる姿勢”のこと。人生の方程式はすばらしい哲学だ」と話します。創業者も『奉仕と創造』の中で繰り返し、自分を磨くことの大切さに触れるとともに、意識を変えることで人生が大きく変わると述べています。

私たちが継承していくものとは、「奉仕」と「創造」の精神とともに、よい生き方をしようとする姿勢そのものだと言えます。

0にも3にも



枠を超えて自主性・創造性を育む

2010

平成22年

ピカピカ実現活動の開始

お店の部門単位でチームを組んで、売り場や商品、サービスについて考え、取り組み、お店の印象を“ピカピカ”に光らせよう……。この「ピカピカ実現活動」が始まったのは2010年でした。経営に参加するというと難しく聞こえますが、「お客様にもっと満足していただける売り場づくりや品揃えを、みんなで考えよう」という全員参加型経営の具体例です。

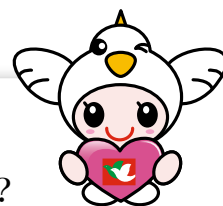
2011年からは表彰制度が始まり、全社発表大会も開かれるようになりました。社員・パートナー社員といった枠を超え、平和堂で働く誰もが、仕事を通じた達成感ややりがいを感じることができる活動になっています。

このピカピカ実現活動こそ、指示されたことだけではなく、自ら進んで取り組むことによって、1+1が3にも4にもなる事例だと言えます。



ピカピカ実現活動に取り組むグループは、2016年度には2,700以上。店舗発表会、地区選考会を経て全社発表大会に臨みます。

あなたにとって「平和堂が大切にすべきもの」とは、どんなことですか？





平和のハト

地域のこと、 社会のこと



信頼の根を張ること

どの店も出店の時には、まずその立地を最優先します。しかし、どんなにいい立地条件でも、店を開ければお客様に来ていただけるというものではありません。

私は「なんのためにお客様に来ていただくのか、どうすればお客様に来ていただけるのか」を考え、店をつくってきました。

世の中のニーズに合った品揃えをし、お客様に「毎日利用している」といっていただける店になることが基本です。この場合の店とお客様のつながりが

「信頼の根」だと思います。その店が地域でお役に立っているかどうか、「同じものなら平和堂で買おう。平和堂で買っておけば大丈夫だ」という信頼を持っていたいいるかどうか大切なのです。

一番大事なことは、店が地域の中で、「根」を張ることです。その店と地域のお客様とのつながり、「信頼の根」をしっかり張りめぐらせば、どのような競争があっても必ず勝利していけます。

『奉仕と創造』 P32

▶地域の文化・スポーツの振興を願って — P41





二つの正義

平和堂はお客様のお役に立ち、ご奉仕するためにあります。

一方で、商売するということは利益を生み出すことであり、企業はその利益を社会に還元し、働く人の幸せも大事にするという責任があり、そのためにも発展し続けなければなりません。

お客様がいらっしゃるから平和堂があるのですが、平和堂の存在自体が地域社会のお役に立っているのだと確信しています。

『奉仕と創造』 P56

▶ 食の楽しさ、大切さを伝える —P42



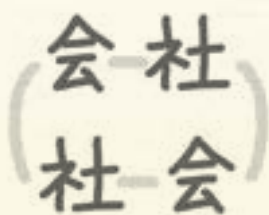
国境を越えても

開店の日、大波のようにたくさんのお客様にご来店いただき、湖南平和堂の社員全員が、笑顔で「いらっしゃいませ」「ありがとうございます」とあいさつしてくれた姿を見て、私は感慨無量でした。

国や習慣や環境を越えて、人が思い感じることは、みな同じなのだということを私は痛感したのです。世界各地で通用する商いの基本を忘れないでほしいものです。

『奉仕と創造』 P180

▶ 笑顔は国境を越えていく —P43



地域社会に お役に立つ会社へ

「社会」と「会社」という字を並べて書くと、縦から読んでも横から読んでも、また逆回りでも、社会と会社は輪廻のようにつながっています。この二つの言葉は意味が違っていますが、二つの違ったものが不即不離に、深く関係しているのです。

社会はいろんな会社を必要とします。また会社は社会に奉仕しなければならないものと思います。

『奉仕と創造』 P36

▶ 次代を担う若者を応援する —P40

▶ 食の楽しさ、大切さを伝える —P42



人のためには 自分のため

職業を学ぶということは、奉仕を学ぶということであると確信しています。

仕事を通じて、一番尊い人間関係を大切にしていくなこそ、だれにでも喜んでもらえる人なのです。

職業を遂行することは、社会に奉仕することであり、やがて人のためになり、世の中のお役に立つこととなり、人のための行為は、ひいては自分が幸せになることなのです。

『奉仕と創造』 P80

▶ 地球のために汗を流す —P41



平和堂財団の設立

社会と会社は輪廻のようにつながり、深く関係している。創業者には「会社は社会に奉仕しなければならない」との強い信念がありました。この想いから、平和堂を育ててくださった地域に感謝し、ご恩に報いるため創業者は、1989年3月、私財を寄付して財団法人平和堂財団を設立したのです(2011年に公益財団法人へ移行)。

財団設立にあたっては、次代を担う若者の健全な成長と努力を応援していくことが創業者の願いでもありました。

設立から四半世紀を経た平和堂財団は、当初の教育・文化・体育に関連した事業に加え、2012年からは全国的にも珍しい環境保全事業への助成(夏原グラント※)、2017年からは児童福祉事業も開始し、5つの分野で活動しています。

財団理事長を務める夏原平和社長は「将来のための“人づくり”に少しでもお役に立てるよう活動していきたい」と想いを語っています。

※ グラント：政府機関や民間の財団から交付される補助金・寄付金

平和堂財団の5つの事業





信頼の根を張ること

地域の文化・スポーツの振興を願って

1977
昭和52年

親子劇場の開催、スポーツ大会の主催

平和堂が創業20周年を迎えた1977年、子どもたちに豊かな感性や想像力を育んでもらおうと「平和堂親子劇場」が始まりました。各地を巡回し、毎年、大勢の親子の皆様にご観劇いただくこの活動は、40年にわたり続いています。

また地域の活発なスポーツ活動を支援するため、滋賀県では「平和堂ママさんバレーボール大会」を主催、綱引き競技が盛んな北陸では、毎年100チームほどが参加する「福井綱引き大会」に協賛しています。このほか小学生の「ちびっ子健康マラソン大会」でも、平和堂は滋賀県大会の主催企業として、子どもたちの健康づくりを支援しています。

こうした活動は、地域への貢献であると同時に地域の皆様との信頼を育む大切な場となっています。



平和堂親子劇場(写真上)
滋賀県での平和堂ママさん
バレーボール大会(写真右上)
福井綱引き大会(写真右下)



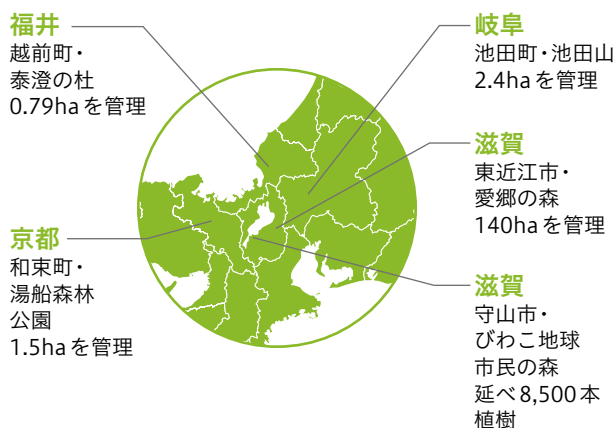
人のためには自分のため

地球のために汗を流す

2007
平成19年

森林保全活動「平和の森づくり」

「平和の森づくり」活動状況(2016年時点)



現在、私たちの身近な環境にありながら絶滅の危機にある生き物も多くいます。その理由の一つが里地や里山等の手入れ不足による自然の質の低下によって、生態系のバランスが崩れていることです。

自然を守り、生物の多様性を守る一助となるべく、平和堂従業員が家族も交えたボランティア活動として、森づくりを始めたのは2007年からでした。豊かな森林を育むこの「平和の森づくり活動」は、2016年には滋賀、京都、福井、岐阜に広がり、各地で5つの森づくりが続けられています。地域住民の方とともにヒノキや果樹の植樹、間伐、下草刈り等に取り組んでいます。



平和のハト



2005
平成17年12月

地域社会にお役に立つ会社へ／二つの正義 食の楽しさ、大切さを伝える

子どもたちのための食育推進活動

平和堂は食の流通を事業の大きな柱のひとつとして利益を生み出し、従業員の雇用を守り、幸せな生活が送れるように努めています。その一方で、利益を社会に還元する責任も負っているのだと、創業者は機会ある度に話しました。

2005年12月、平和堂が「食育活動宣言」を行い、子どもたちに食の大切さを伝える活動を始めたことも、社会的責任の自覚のあらわれであると同時に、社会のお役に立つこととは何かを追求した結果でした。

食育推進活動では、小学生をお店に招いてのスーパーマーケット体験ツアーや、生産者・お取引先

と共同した収穫・農業体験ツアー、料理教室等を実施し、子どもたちに食の楽しさ、尊さを伝えています。これらの活動には、毎年約2,000人の子どもたちが参加しています。



産地収穫体験ツアーに参加した子どもたち

活動事例

1

食べることの 大切さを伝える



お店での体験を通じて、食品の選び方やバランスよく食べることの大切さを伝えます

環境に配慮したお買い物ができる「平和堂エコピースクラブ」も開催しています



活動事例

2

生産者、産地の ことを伝える



家族で作物を育てながら、農業や産地のことを学びます

生産者とふれあいながら、こだわりの農産物の収穫を体験します



国境を越えても



笑顔は国境を越えていく

1998
平成10年11月

中国に海外1号店をオープン

平和堂と中国との縁の始まりは1980年代にさかのぼります。1981年に株式上場を果たした平和堂は、規模の拡大をめざすばかりでなく、“会社と社会”という創業者の理念に基づく企業づくりに取り組んでいました。この頃に滋賀県と中国湖南省との交流が始まり、同地を視察した創業者が、湖南省政府から「省都の長沙市に大型商業施設をつくってほしい」との強い要請を受けたことが、中国出店のそもそもの発端でした。

1994年、再び長沙市を訪れた創業者は、国営の百貨店でも従業員から「ありがとうございます」の言葉もないことに驚きます。“店はお客様のために”をこの地に定着させたい、そして笑顔で「ファインコンリン 歡迎光臨(いらっしゃいませ)」という言葉が飛び交う店をつくりたい。こんな思いに駆られた創業者は出店を決断したのでした。

1998年11月の開店の日、予想を超えるたく



湖南平和堂従業員と創業者

さんのお客様の来店があり、従業員全員が笑顔で「ファインコンリン 歡迎光臨」「シェイシェイ 謝謝(ありがとうございました)」とあいさつする姿がありました。丁寧な接客対応の中、この1日のみで予想を遥かに上回る約25,000人の来店者を記録し、ご奉仕高も当初目標の2.3倍に及ぶ約7,000万円を達成しました。そして何よりも喜ばしかったのは、長沙市で「ファインコンリン 歡迎降臨」が流行語となり、湖南平和堂で買い物することがステイタスとなったことです。そして2017年3月現在、4店舗が中国で営業しています。

あなたにとって「地域社会のお役に立つ」とは、どんなことですか？



まんがで読む 平和堂の歩み

創業までの道のり

平和堂は創業者である夏原平次郎が生み、つくり上げました。
その歴史は平次郎の軌跡を抜きに語ることはできません。



えびす講の大売り出しで賑わう彦根市銀座街(渋谷博氏提供)

1919

大正 8 年 5 月 ● 滋賀県犬上郡河瀬村にて夏原平次郎誕生

1931

昭和 6 年 5 月 ● 世界金融恐慌

1933

昭和 8 年 10 月 ● 彦根に「マルビン百貨店」誕生

1937

昭和 12 年 3 月 ● 犬上郡立河瀬青年学校を卒業

1939

昭和 14 年 9 月 ● 第二次世界大戦開戦
12 月 ● 金沢師団騎兵第 9 連隊に入営

1940

昭和 15 年 秋 ● 金沢師団、満州へ

1943

昭和 18 年 3 月 ● 一時除隊により帰国
5 月 ● 馬場千代と結婚

1944

昭和 19 年 9 月 ● 長男平和誕生

1945

昭和 20 年 8 月 ● 第二次世界大戦終戦

1953

昭和 28 年 12 月 ● 「マルビン百貨店」に、靴・カバンの店「夏原商店」を開店

昭和 32 年 1 月 ● 彦根市銀座街に用地を取得

1957



マルビン百貨店
(彦根市立図書館
提供)



1935 年当時の
彦根市銀座街
(彦根市立図書館
提供)

写真で見る創業者・夏原平次郎の歩み



1919
誕生



1939~43
金沢師団時代



1943
結婚



1925~37
青年学校時代



1944
長男・平和誕生

創業者の歩みと 平和堂の名前の由来

1919年5月30日、夏原平次郎は滋賀県の農家
夏原平蔵・すが夫妻の長男として生まれた。

おぎゃあ
おぎゃあ



おれ 勉強して
師範学校に
行きたい

百姓に
学問は
いらん



おまえは夏原家の
長男だから
百姓をやるんだ



そのうち馬を
買ってやる
からな



勉強が好きやし
成績もいいのに
なんで師範学校に
行かせてくれ
へんのや…



平次郎は、小学校を卒業して兵隊に
行くまでの数年間、昼に農作業を
しながら夜学の青年学校で学んだ。



創業者の歩みと 平和堂の名前の由来

父平蔵は村会議員や区長をしており、
農作業のほとんどは母と平次郎が
行っていた。



収穫時期を
ずらせば
儲かるんや
ないかなあ…



つらい農作業の中でも、
よりよい効率や工夫を考え、
自然に商才を磨いていった。

1931 年、満州事変をきっかけに、
ついに戦争が始まった。



1939 年 12 月、
平次郎は現役兵として
金沢師団に入隊した。



そして、馬が扱えることから
騎兵第 9 連隊への配属となった。

1940 年に赴任した満州での兵役は
非常に厳しいもので、常に前線に向かう
覚悟の中、日々を送っていた。

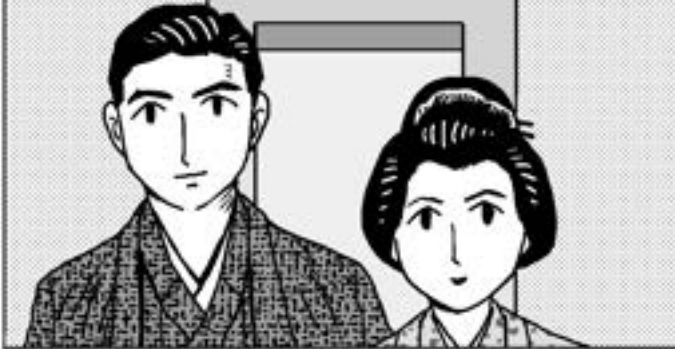


しかし、中学校卒業者でないと幹部候補生
になる試験の受験資格がないことと、兵隊
の入れ替えのため、1943 年 3 月 27 日に
帰国したが、それはいつ再招集されるか
わからない一時的な帰国であった。



1919-1957

そんな中、帰国後間もない5月6日に
慌ただしく同郷の馬場千代と結婚し、
翌1944年9月15日には長男が誕生した。



「平和」を希求する平次郎は、
息子に平和と名づけた。

そして、後に創業する店にも
息子と同じ名をつけたのである。



役所の戸籍係



「平和」？あんたは
戦争中やのに
何を言うてるんや
ほんまにそんな
名前をつける気か？

女子どもを残して
自分は戦死せん
ならん

せめて子どもには
平和に生きて
ほしいんです！

わかった そこまで
言うなら…



《戦時中に願った平和な社会》
戦争のさなかに長男に「平和」
と名づけたことで、周囲の人か
らは不謹慎と思われた。
しかし、争いのある社会がよい
ものだと思えなかった平次郎は、
平和な社会の到来を強く願って
いたのである。

創業の時代

靴とカバンの店から出発した平和堂は、創業から10年で、衣料、食品へと事業を拡大し総合スーパーをめざしました。



創業当時の「靴とカバンの店・平和堂」

1957

- 昭和32年 3月 ●彦根市銀座街に「靴とカバンの店・平和堂」を創業
- 6月 ●「株式会社平和堂」設立、代表取締役社長に夏原平次郎就任

1958

- 昭和33年 5月 ●第1期決算、売上高2,000万円

1959

- 昭和34年 3月 ●2周年創業祭に「映画とお笑い大会」を開催し、お客様をご招待。以後18年間続く

1960

- 昭和35年 3月 ●化粧品や下着・アクセサリーを扱う「おしゃれの店・平和堂」開店
- 6月 ●成瀬義一先生の小売業セミナーに夏原平次郎が参加、正札販売を決意

1961

- 昭和36年 3月 ●創業の日を期して正札販売を開始し、3つのお約束“正札販売、品質の保証、返品・交換の自由”を宣言
- 「ハトの謝恩券(シール)」発行

1962

- 昭和37年 3月 ●創業5周年を迎える
- 5月 ●売上高1億円を超える
- 9月 ●「衣料スーパー」開店、マルビシ百貨店(満連百貨店)の店と合わせて4店に

1963

- 昭和38年 3月 ●第1号社宅を彦根市後三条町に建設
- 5月 ●成瀬義一先生・料治宏尚先生による社員研修開始
- 10月 ●彦根店ビル(ジュニアデパート平和堂、現彦根銀座店)完成。滋賀県内初のエスカレーターを設置
- “ワンストップショッピング平和堂”のCMソング流れる
- 平和堂友の会発足

1964

- 昭和39年 3月 ●彦根店ビル増築

1965

- 昭和40年 2月 ●第1回内覧会(現 特別ご招待会)を開催。定休日に友の会会員をご招待
- 9月 ●呉服の老舗「上阪屋」を吸収合併、高級呉服・注文紳士服部門開設
- 彦根店ビル屋上に食堂・プレイランド開設
- チェーンストア研究団体ベガスクラブに入会
- 彦根女子寮竣工
- 「有限会社バラエティランド・ハトストアー」設立、日用雑貨品を販売

1966

- 昭和41年 5月 ●売上高5億円を超える
- 11月 ●彦根店ビルに「食品スーパーマーケット」開設、食品の販売開始
- 第1回ハワイセミナー開催

1967

- 昭和42年 3月 ●創業10周年を迎える
- 4月 ●大卒定期採用開始
- 5月 ●彦根男子寮竣工



「おしゃれの店・平和堂」



「ハトの謝恩券(シール)」



彦根店ビルと増築されたビル奥の食品売り場



彦根店ビル開店チラシ



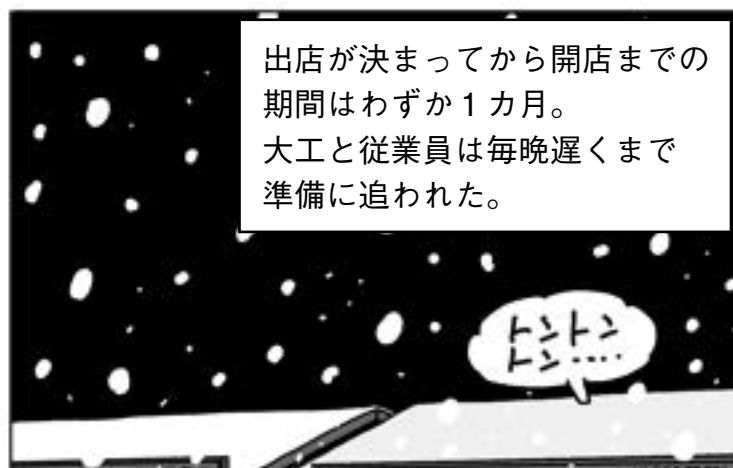
ベガスクラブ主催決起セミナーにおける年商5億円必達宣言書



ベガスクラブのマーク

1号店の開店と 「商人は正人」^{しょうにん}の実践

1957年3月1日、彦根市銀座街に「靴とカバンの店・平和堂」を創業し、同年6月18日には株式会社平和堂が設立された！



1号店の開店と 「商人は正人」の実践



1957-1967

会場には、全国から 60 人ほどの小売業に携わる人たちが集まっていた。



江戸時代には士農工商と言われたように商人が最後に位置づけられているが口が上手く騙すとされてきたからだ

しかし
これからは
違う

成瀬義一先生

商人は
しょうにん
正人たれ！

すべてのお客様に
公平にモノを
売らなければ
ならない！

店は
お客様のために
あるのだ！

一人でも多く
この店に来て
よかったと
思っていただ
かなければ
いけない！

おれの売り方は
間違っ
いたのか…



セミナー初参加の平次郎にとって、最も心に残ったのは「正札販売」のことだった。

これまでは 相手によって
値段を変えて売ってきたが
これは一部の会社やお客様だけを
優遇するようなものだったの
かも…



1号店の開店と 「商人は正人」の実践



1957-1967



3月1日、わら半紙に1色刷りの
宣伝広告を出した。

お客様へ
悪うございました。平和堂
は本日より生まれ変わります。
1円の値引きもしない強情な
店とお叱りを受けるかもしれ
ませんが、どなたさまにも公
平な値段で販売いたします。
品質はあくまで保証いたし
ます。お取り替えや返品があ
ったら買っていたいただいた時の
笑顔でお受けいたします。
平和堂社員一同



企業理念樹立の時代

平和堂は創業から20年で事業基盤を確かなものとなりました。
この成長の背景には、企業理念の確立がありました。

1968

昭和43年

- 平和堂海外研修制度発足。ハワイ、アメリカ、ヨーロッパでの研修始まる

1969

昭和44年 9月

- 商品部を開設し、仕入れを一本化

1970

昭和45年 9月

- 「株式会社ナショナルメンテナンス」設立

1971

昭和46年 5月

- 売上高50億円を超える

1972

昭和47年 1月

- “5つのハトのお約束”制定
- 売上高を「ご奉仕高」、粗利益高を「創造高」に統一
- 2月 ● 内覧会を“ハトの感謝デー”と改称
- 6月 ● 本部を彦根市銀座街から小泉町に移転、本部ビル完成
本部にコンピューター導入(11月から稼働)
- 10月 ● 平和堂労働組合発足

1973

昭和48年 8月

- 「生産者への感謝と、食前・食後の合掌」の社風確立
- 10月 ● 滋賀県外1号店(敦賀店、現アル・プラザ敦賀)オープン
- 12月 ● 謝恩券を「ハトのシール」と改名

1974

昭和49年 3月

- 「株式会社平和堂友の会」を新会社として設立
- 6月 ● 「平和堂ハトの会」を設立
- ご奉仕高100億円を超える
- “2羽のハト”のシンボルマーク制定
- 「日本流通産業株式会社(ニチリウ)」を中堅スーパー7社で設立
- 12月 ● 「株式会社ダイレクトショップ」設立

1975

昭和50年 10月

- 社旗、社歌“二羽のはと”制定

1976

昭和51年 10月

- 本部ビル隣接地に流通センター完成
- 12月 ● 全店でクレジットカードによる販売システム実施

1977

昭和52年 2月

- ご奉仕高500億円を超える
- 「平和堂社員持株会」発足
- 3月 ● 創業20周年を迎える
- 「彦根市民憲章碑」を寄贈

1978

昭和53年 10月

- 「琵琶湖ネックレス構想」の完成
- 衣料スーパー「株式会社エール」と業務提携

1979

昭和54年 5月

- 品質検査制度を設ける
- 10月 ● 「平和産業株式会社」設立
(現 株式会社グランドデュークホテル)
- 11月 ● 百貨店スタイル店舗アル・プラザ平和堂オープン
(現アル・プラザ彦根)

昭和55年 5月

- 彦根カントリー倶楽部正式オープン
- 7月 ● 「株式会社ベル」設立
- 8月 ● 平和堂ショッピングカード誕生、
自社カードによるクレジット販売開始
- 11月 ● 「私の改善提案制度」発足

1980



アル・プラザ平和堂



小売業の原点である
お客様第一を徹底



新築した平和堂
本部ビルとIBM製
コンピューター



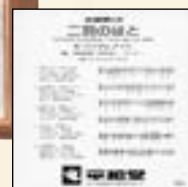
現在も変わらず続く食前・食後の合掌



オープンした
敦賀店とお客
様の行列



社旗と社歌



流通センター内部の様子

オイルショックを経て 琵琶湖ネックレス構想の実現へ

中東戦争に端を発した第1次オイルショックで、日本経済は大混乱となった。



日々上昇する物価に不安を感じた消費者が買いだめに奔走したため、品不足を引き起こした。

平和堂でも店にお客がなだれ込み、商品の奪い合いが起きた。



社長～ 他店では品不足や仕入れ原価の上昇によって価格がどんどん上がっています



うちも値上げしなければ耐えられません

やむをえません値段を上げましょう



そんなことをすればお客様に迷惑がかかってしまう！



平和堂はお客様のため「よい品をより安く」の姿勢を貫くんや！



社長…



オイルショックを経て 琵琶湖ネックレス構想の実現へ



平和堂の「価格凍結宣言」は、値上げラッシュに戸惑うお客様に明るい希望をもたらした。

平和堂はこの苦境を乗り越えることでより一層たくましくなり、その後の第2次オイルショックでも再び「価格凍結」を宣言。



そのことはNHKの夕方のニュースや新聞各紙で報じられ、平和堂の評判が広まる結果となった。

大店法ができた1974年、ダイエーが瀬戸内海ネックレス構想を打ち出した。

滋賀県全域に店舗を広げ琵琶湖の周りに住んでよかったと言っただけの店をつくりたい！

これはわしの夢や！

平和堂も琵琶湖の周辺でネックレス状にチェーン展開しそれぞれ地域一番店を作りシェアを広げていく！



1968-1980



拡大の時代

創業25周年を前にして平和堂は株式を上場。店舗網を拡大すると共に上場会社にふさわしい企業づくりを推進しました。

1981

- 昭和56年 3月 ●スーパー業界初のQCサークル活動(ハト・サークル)発足
9月 ●お取引先様持株会「平和堂共栄会」発足
●「ハト・サークル活動」全社導入
●心身障がい者の雇用率で労働大臣表彰を受賞
10月 ●大阪証券取引所第2部、京都証券取引所に株式上場

1982

- 昭和57年 2月 ●ご奉仕高1,000億円突破
●飲食業を目的とした「有限会社平和フーズ(現 株式会社ユーイング)」発足
9月 ●「ハト・サークル活動」第1回全社発表大会開催
●顧客相談室を設置

1983

- 昭和58年 5月 ●取引先オンラインシステムを導入し、EOS発注開始
6月 ●「くらしのサービスセンター」を敦賀店に開設
●キャッシングサービス開始
8月 ●「東近畿地域スパ本部株式会社」設立
9月 ●「平和堂食品センター」完成、稼働
●衣料二連タグシステムを導入、チェーンストアの商品管理システムスタート

1984

- 昭和59年 2月 ●「平和堂厚生年金基金」発足
4月 ●「くらしのサービスセンター事業部」を発展させ「ニュービジネス事業部」発足
5月 ●「第11回滋賀県知事杯争奪平和堂ママさんバレーボール大会」開催(この年から主催者に)
8月 ●大阪証券取引所第1部上場
11月 ●準社員制度発足

1985

- 昭和60年 1月 ●大数店にPOSシステム実験導入
4月 ●「職能資格制度」を軸とした人事制度発足
6月 ●初の女性従業員ハワイセミナー開催
8月 ●ハウジング・リフォーム・車検取次事業スタート
10月 ●竹岸食肉専門学校へ第1期研修生派遣
12月 ●平和堂旅行センター開設、一般旅行代理店認可

1986

- 昭和61年 3月 ●初の女性管理職誕生
12月 ●フレンドマート原店オープン。この店舗より「スーパーフレンド」から「フレンドマート」に名称変更

1987

- 昭和62年 3月 ●創業30周年を迎える。世界古城博覧会会場に「カリヨンベル・モニュメント」寄贈
4月 ●平和堂創業30周年記念式典開催
●プライダル事業でワタベウェディング(株)と提携
10月 ●日本ケンタッキーフライドチキンとフランチャイズ契約締結

1988



創業24年目にして大阪証券取引所第2部へ上場



大阪証券取引所上場記念の盾と有価証券上場承認通知書



食品センター



POSシステムが導入されたレジ



彦根市民会館で行われた創業30周年記念式典



「カリヨンベル・モニュメント」

ご奉仕高 1,000 億円を突破 もっとお客様に喜ばれるために

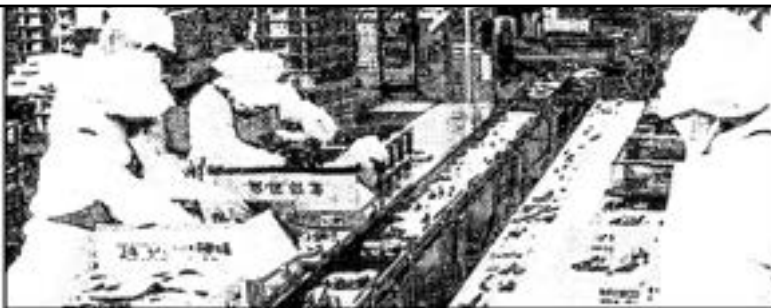


ご奉仕高 1,000 億円を突破 もっとお客様に喜ばれるために

そして 1983 年、
彦根市高宮町に平和堂食品
センターが建設された。



密閉式の出入り口や鮮度チェックシステム、商品の
適温に合わせた大型冷凍庫・冷蔵庫等、最新の
技術や設備が採用されたセンターにより、お客様に
さらにより商品を届けることが可能になったのである。



また、この最新式のセンターは評判を呼び、
海外からの見学者も相次いで訪れるほどだった。

これでお客様も 喜んで
くださることでしょう



そうやな
いい品を
揃えることは
できた

でもはたしてお客様が
欲しいと思う商品が
的確に売り場に並んで
いるんやろうか



本当にお客様に喜ばれる
売り場をつくるには
データを活用できる仕組みを
取り入れんといかんのかも
しれんな…



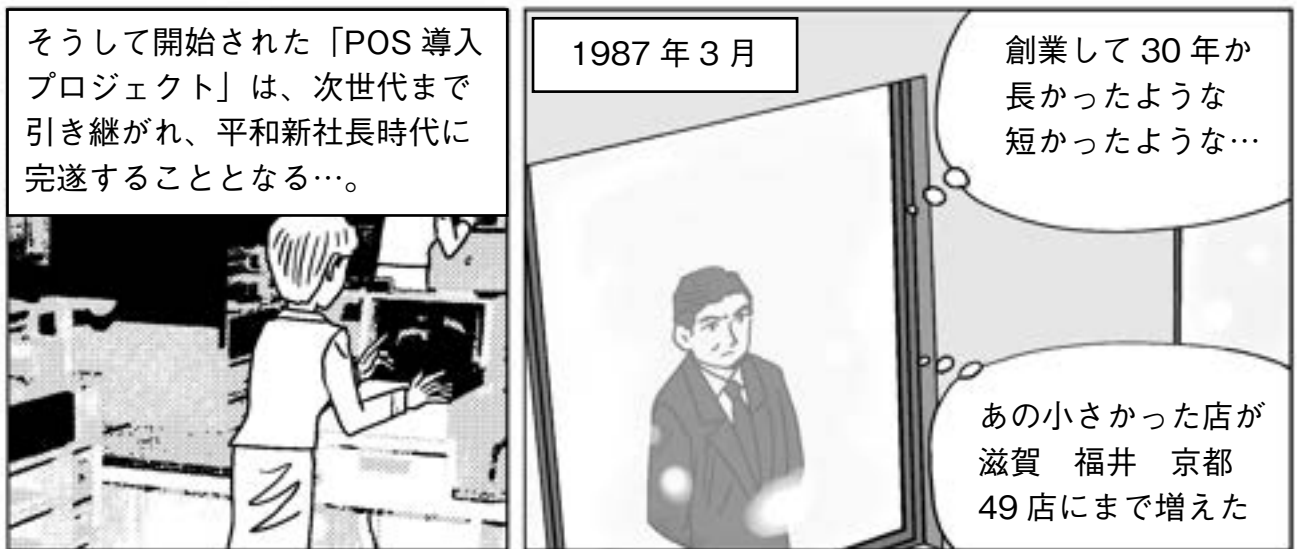
と言いま
すと？

POS の
導入や



全従業員が
POS を使いこなせる
ようになれば
お客様のニーズを
すばやくキャッチして
お客様に
ご奉仕ができる
売り場をつくることが
できるはずや！

1981-1988



変革の時代

夏原平次郎社長から夏原平和社長へバトンタッチ。
アル・プラザ型の大型店を開設。中国へも出店しました。

1989

- 平成元年
- 1月 ● 株式会社シー・オー・エム発足
 - 3月 ● 「財団法人平和堂財団」設立、滋賀県の教育・文化・体育の振興に貢献
 - 5月 ● 会長に夏原平次郎、社長に夏原平和就任
 - 6月 ● POSシステム全店導入
 - 9月 ● 「平和堂ショッピングカード」と「ハトの謝恩券」を合体させた「HOPカード」誕生

1990

- 平成2年
- 6月 ● ショップマスター制度開始
 - 11月 ● 東証第1部上場、全店で上場大感謝セール開催
 - 新入社員入社前アメリカ研修開始

1991

- 平成3年
- 4月 ● お買い物袋持参運動開始
 - 6月 ● 同友店会と各協同組合専門店で「同鳩会」を発足
 - 10月 ● 「ゆとりライフ制度」開始
 - 「サンクス制度（お客様満足度診断システム）」導入
 - 12月 ● 多賀流通センターのデリカセンター「ベスト・ネ」と日配センターが完成

1992

- 平成4年
- 11月 ● HOPカード会員様100万人突破を記念した大御礼セール開催

1993

- 平成5年
- 2月 ● ご奉仕高2,000億円を超える
 - 11月 ● スイスで最初の社債発行（円換算で150億円）

1995

- 平成7年
- 3月 ● 中国長沙市に「湖南平和堂実業有限公司」設立
 - 4月 ● 多賀流通センターオープン
 - ニチリウ商品のブランドを「くらしモア」に統一

1996

- 平成8年
- 4月 ● ビバシティ彦根オープン
 - 8月 ● 社内コミュニケーション用に「ノーツシステム」運用開始

1997

- 平成9年
- 3月 ● 創業40周年を迎える
 - 平和堂流通HACCPシステム導入

- 平成10年
- 9月 ● 平和堂ホームページ開設
 - 11月 ● 湖南平和堂オープン（海外1号店）

1998



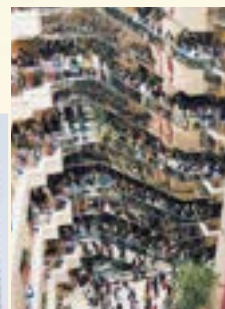
創業者・夏原平次郎が会長に、夏原平和が社長に就任



HOPカード



多賀流通センター



中国にオープンした湖南平和堂

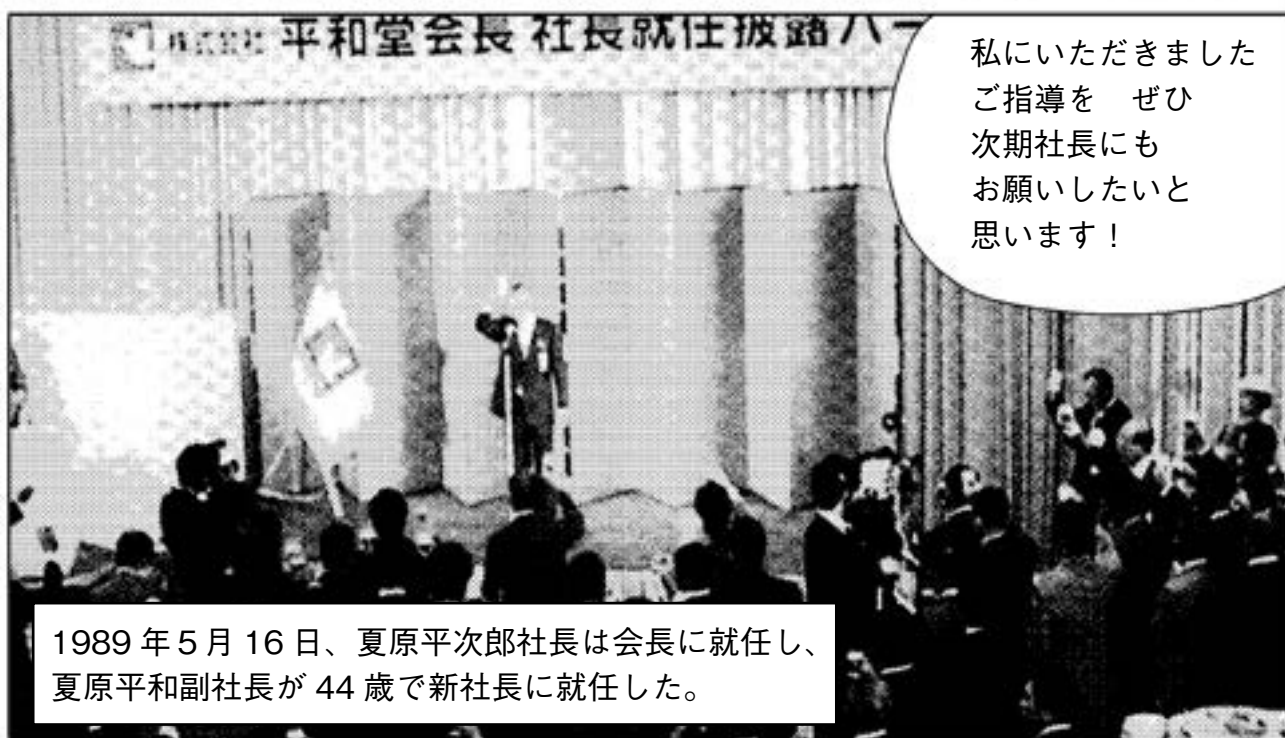


専門店街やレストラン街等を擁するビバシティ彦根



センタープラザで行われたビバシティ彦根の開店披露祝賀会

夏原平和社長の新体制のもと 大型店を開設し中国へも出店



夏原平和社長の新体制のもと 大型店を開設し中国へも出店

新社長が誕生した 1989 年 4 月には
消費税 3 % が導入され、また酒や米の
販売の自由化等の規制緩和が進んでいた。



ですが 専門店や
ディスカウント
ストアが増えて
競争が
激化しています

それと
土地の価格が
暴騰して
新店の
建築費は
3 年前の 2 倍に
なっています



こんな時だからこそ
平和堂の原点である
「お客様第一」に
立ち戻って
考えねばならない



時代の変化の中で
今 お客様が
何を求めているのか
見極め
対応していくんだ

はい！

そうですね
お客様のニーズを
改めて 考えて
みましょう！



1989-1998



その後、平和堂は地域旗艦店となる
アル・プラザの出店を進めるとともに、
小型店であるフレンドマートを展開する
戦略を採ることとなった。



また、新社長は HOP カードや POS の
完全導入を進めるなど仕組みを改革し、
競争が激化する中において、ご奉仕高
2,000 億円を達成した。



夏原平和社長の新体制のもと 大型店を開設し中国へも出店

1994 年、滋賀県が友好県省協定を結ぶ
中国湖南省政府から平和堂に出店の要請があった。

会長 とにかく一度
見に来てください
とおっしゃって
います

そんなに言って
くれるなら
行って
みようか…



久しぶりに訪れた湖南省の
省都・長沙市。

国営の百貨店に
入ってみたところ…。



従業員は誰ひとり
頭を下げず
ありがとうの言葉も
ないのか…



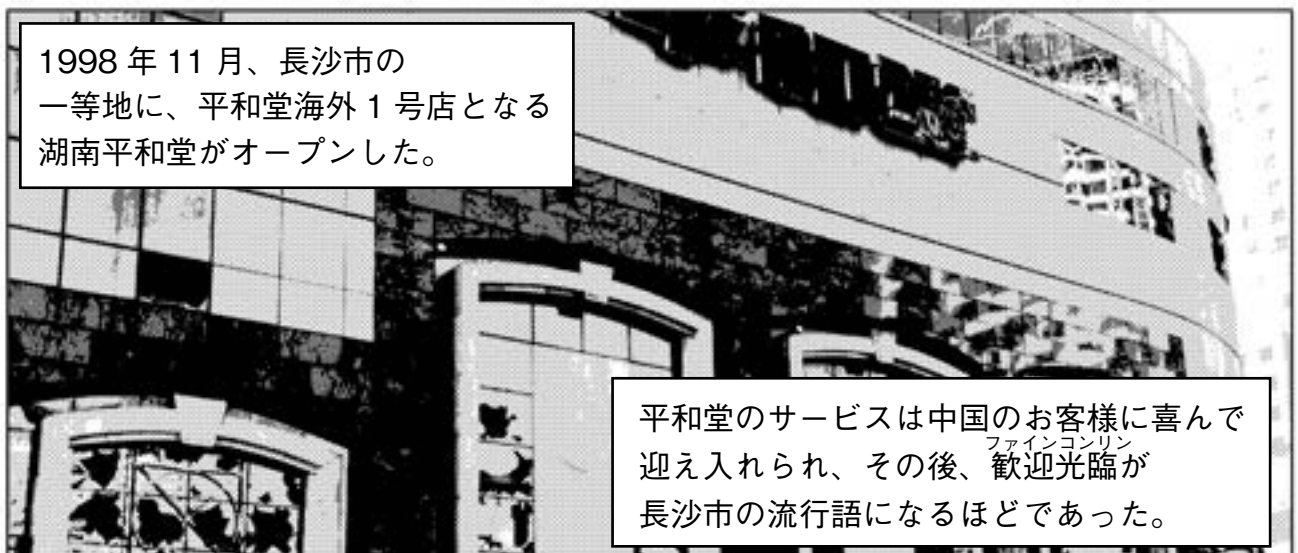
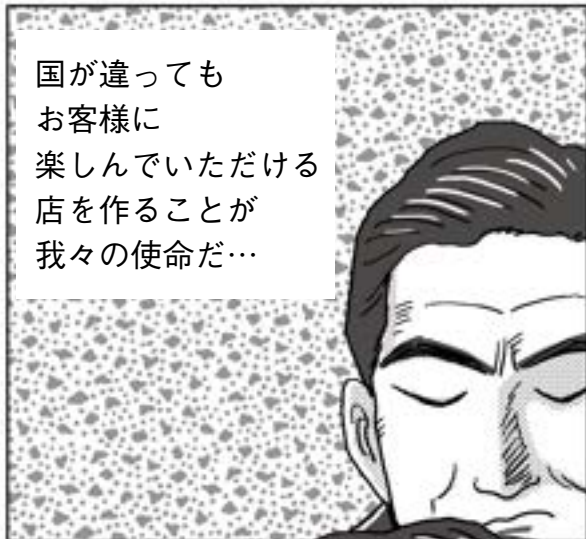
日本に帰ってきた平次郎。

買い物は楽しく
なければならない



街が近代化したとしても
あれでは中国のお客様が
気の毒ではないか…

1989-1998



創造の時代

環境保全活動やCSR活動を本格的に展開。

東海地区へも出店を開始し創業50周年を迎えました。



創業50周年のスピーチ

1999

平成11年 8月 ●シスター制度をエルダー活動と改名して開始

2000

平成12年 9月 ●平和堂技能研修センターオープン
(10月から技能研修スタート)
10月 ●株式会社ユーイング、株式会社グランドデュークホテル
設立
11月 ●『環境報告書』発行(以後、毎年1回発行)

2001

平成13年 6月 ●コンビニエンスストア事業から撤退

2002

平成14年 3月 ●本部と全店で一斉に地域清掃活動を実施
(以後、全店で定期的に実施)
6月 ●「EOB発注システム」全店導入
7月 ●環境管理システムISO14001を本部、
モデル店2店舗で認証取得
8月 ●新人事制度「ジョブ・チャレンジ制度」開始
9月 ●全店で補助犬(盲導犬・介助犬・聴導犬)受け入れ

2003

平成15年 2月 ●ご奉仕高3,000億円を超える
5月 ●「コンプライアンス委員会」を設置、
コンプライアンスマニュアルを作成
10月 ●「平和堂企業年金基金」発足

2004

平成16年 5月 ●「新フレンド・メイト・アルバイト社員制度」開始
6月 ●「HINTシステム」導入
●「株式会社平和堂東海」設立、株式会社グランドタマコシ
の10店舗を営業譲受
7月 ●本部および全店舗でISO14001認証取得、
チェーンストア業界で3番目
10月 ●平和堂リサイクルセンター開設

2005

平成17年 9月 ●株式会社ヤナゲンと株式会社ヤナゲンストアの事業を
譲受、9店舗が平和堂グループとしてスタート
●ファイブ・ア・デイ運動の取り組み開始
12月 ●食育活動宣言

2006

平成18年 2月 ●「CSR委員会」を設置
3月 ●OB会「鳩友会」発足
5月 ●フレンド社員の正社員登用制度を新設
7月 ●平和堂東海とヤナゲンストアが合併、
新・平和堂東海としてスタート
9月 ●平和堂技能研修センター開設
●平和堂ポータルサイト画面稼働、
社内情報ツールが集約される
11月 ●フレンド社員の雇用延長(65歳まで)

平成19年 1月 ●地域に根ざした食育コンクールで優秀賞受賞

2007

3月 ●創業50周年を迎える
●創業者理念集『奉仕と創造』発刊
●女性従業員の一般制服を20年ぶりに一新



EOB発注システム
操作の様子



ISO14001 審査の様子



ISO14001のロゴマーク



平和堂
リサイクルセンター



平和堂技能研修
センターと
研修の様子



近畿・北陸圏から 東海地区へと展開

長引く不況下、2000年には
大手百貨店そごうが倒産し、
小売業売上高1位の座がダイエーから
セブン・イレブンへと交代した。



さらに、長崎屋、ヤオハン、
マイカル等の大型倒産が
続いた。



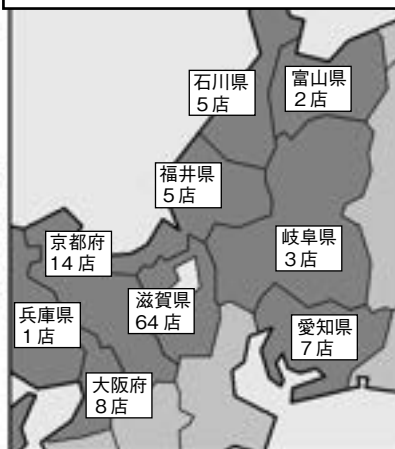
しかし、そうした厳しい状況下にあっても、平和堂は新規出店や建て替え増床を進め、着実に業績を伸ばしたのである。

2004年6月、ニチリウ設立メンバーの1社である
株式会社グランドタマコシと営業譲渡譲受契約を締結した。

これで
株式会社グランド
タマコシさんの
10店舗が
平和堂東海として
新スタートを
切ること
になりました



そして、東海地区にも
店舗網を拡大していった。



これによって平和堂グループは
近畿・北陸・東海の2府7県に
商圈を広げることとなった。



東海エリアのお客様に平和堂を受け入れて
もらうために 一番大切なことは何だ？



近畿・北陸圏から
東海地区へと展開



1999-2007



発展の時代

社会経済が大きく変化する中で業態の変革を推進。
60周年を通過点として100年企業へと歩み始めました。



ビカピカ実現活動 全社発表大会

2008

- 平成 20年 6月 ● セルフレジ試験導入(フレンドマート能登川店)
11月 ● フレンドタウンコウカオープン(平和堂初のNSC)
● 「平和の森づくり」活動を開始

2009

- 平成 21年 4月 ● 新HOPカード運用開始
9月 ● 湖南平和堂株洲店オープン
(湖南省初のモール型百貨店)
● ホーム・サポートサービスを彦根銀座店にて開始
10月 ● アル・プラザあまがさきオープン
(平和堂初の専門店モール・百貨店GMSの複合型ショッピングセンターの核店舗)



新HOPカード

2010

- 平成 22年 4月 ● あどがわ店オープン(平和堂初のワンフロア型GMS)
6月 ● 夏原平次郎会長永眠
11月 ● 「平和堂ホーム・サポートサービス」本格始動



夏原平次郎名誉会長の葬儀

2011

- 平成 23年 3月 ● ビカピカ実現活動を開始
5月 ● ビカピカ実現活動・会社発表大会を初開催

2012

- 平成 24年 2月 ● 株式会社丸善の株式取得(子会社化)
3月 ● 創業55周年を迎える
● 株式会社サニーリーフ設立
7月 ● 子育て支援企業認定マーク「くるみん」取得



平和堂
スマートフォンアプリ

平和堂イメージキャラクター
「はとっぴー」



平和堂イメージ
キャラクター
「はとっぴー」

2013

- 平成 25年 3月 ● 株式会社サニーリーフ特例子会社化
10月 ● 「平和堂スマートフォンアプリ」誕生
12月 ● 平和堂イメージキャラクター「はとっぴー」誕生

2014

- 平成 26年 4月 ● 平和堂ブランド「E-WA!」誕生
11月 ● 「フレンド・メイト社員」から「パートナー社員」に名称変更
12月 ● 「経営者育成塾」を開始(1期生20人)

2015

- 平成 27年 2月 ● 平和堂グループ憲章を制定

2016

- 平成 28年 4月 ● 平和堂と洸陽電機の電力小売事業を開始
7月 ● 平和堂オリジナル電子マネー「HOPマネー」誕生
● 滋賀県初、女性活躍推進法に基づく「えるぼし」企業に認定
10月 ● 株式会社パリアと業務提携締結



平和堂ストアブランド「E-WA!」

2017

- 平成 29年 2月 ● 新本部竣工
3月 ● 創業60周年を迎える



電力小売事業開始



「HOPマネー」誕生

非常事態における一致団結 100年企業への人づくり

2012年9月、尖閣諸島問題に端を発して
中国の日本企業が次々と暴徒に襲われた。



9月15日、中国の平和堂3店舗も
襲撃を受け、甚大な損害を被った。



まだ
危険です！

やめて
ください！



中国で営業を続けるか撤退するか
決断するのは私しかない！



…社長 現地は
大丈夫でしょうか？

どうか
な…



稲盛和夫氏は
こうおっしゃって
いる…



トップが現場で
判断することが
大事だ！

私も 現場を
自分の目で見て
判断したいんだ…

非常事態における一致団結 100年企業への人づくり



平和堂が一つとなった中国店舗の復興

政治問題をきっかけに中国各地で起こった2012年9月15日の反日デモ。この時、現地の状況を踏まえて臨時休業していた平和堂の3店舗も、残念ながら破壊や略奪といった甚大な物的被害を受け、その様子は日本でも大きく報道されました。この非常事態にあって、夏原平和社長は即座に現地へ向かい、被害把握と対策の陣頭指揮をとりました。特に一部店舗の被害状況は深刻で撤退も検討せざるを得ない状態でした。

平和堂の中国への出店は、現地政府からの強い要請や、笑顔で買い物していただける店をつくりたいという創業者の願いがあつてのことでした。出店はリスクを伴う大きな決断であったことも確かです。しかし1号店のオープンからすでに14年が経ち、大勢のお客様が来店される店舗として現地に根付いていただけたに、現地従業員も驚きと落胆を隠せませんでした。「子どものように育ててきた店だけに悔しい」という社長の言葉に、現地従業員も皆「同じ気持ちです。お店を早く再開させましょう」と涙ながらに訴えました。握手をした従業員の手の力強さに、社長は早期の再開を確信したと言います。

10月末に2店舗、11月末に1店舗という短期間で再開できたのは、こうした現地従業員の思いや

奮闘だけでなく、中国のお客様からの「早く再開を」という声の後押しもあつてのことでした。これは平和堂がよい商品を販売し、安心して買い物ができる店としての信頼が、現地で定着していたことの証とも言えます。

この出来事は中国の国内にとどまらない大きな影響をもたらしました。その一つは、日本の平和堂従業員が力強く一致団結したことであり、グローバルな視点が芽生えたことです。夏原社長は、「この時から平和堂は変わった」と断言します。

もう一つは、地域のお客様だけでなく平和堂が出店していない日本各地からも、たくさんの励ましの声をいただいたことです。「私は都内に住んでいるので、正直、御社のことは知りませんでした。しかし、こんな立派な経営理念のもとに、御社が中国に進出していることを光栄に思います」といった応援メッセージが全国から寄せられ、平和堂が社会から注目される存在になったのです。

この出来事から4年以上が経過しました。ご支援をいただいた多くの皆様のご期待に応える仕事ができているか、いま一度振り返る時期でもあります。この振り返りこそ、100年企業への大きな糧となるものに違いありません。



大きく曲がったエスカレータの手すり



店舗再開時のテナント社員研修



株洲店で被害が最大だった化粧品売り場も復旧

非常事態における一致団結 100年企業への人づくり

平和堂本部

2014 年度入社の社員が定年の
65 歳まで働いたら平和堂は
創業 100 周年を迎えるのか…



その新入社員が
定年を迎えるためには
会社は持続的に
成長しなければならない



そのためには
何が大切か…



…平和堂がこれまで成長してこられたのは
創業者の想い 平和堂の経営理念が
正しく受け継がれてきたからに
ほかなりません



それらを継続
することが
未来への指標と
なりましょう

そのためには理念を
深く理解した幹部を
育てることも
大事な



2014 年、幹部育成のために
「経営者育成塾」をスタートさせた。

経営者育成塾

ここで皆さんには
改めて 平和堂の
経営理念とともに…



人として
何が正しいかを
学んでもらう！

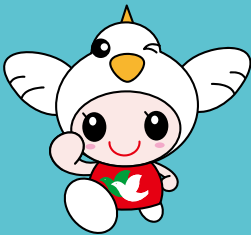
※人生の方程式…京セラ創業者の稲盛和夫氏が提唱する「京セラフィロソフィ」のひとつ。



従業員のみんなに聞きました！

平和堂アンケート

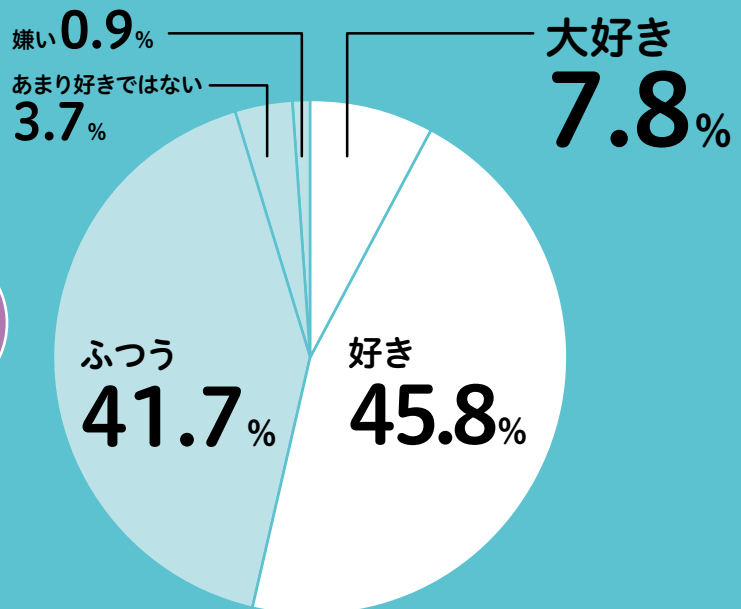
創業60周年記念誌の制作にあたって、一大アンケートを実施し、グループで働くみんなの「生の声」を集めました。
みんなと平和堂グループとの関わりを「現在」と「未来」という切り口で紹介します。



現在の平和堂とわたし

Q1

ズバリ
平和堂が
好き？



その理由



買い物がしやすい ここがわたしの職場
だから **仕事楽しい やりがいがある**
職場環境が良い

小さいころから平和堂とともに育ったから
地元の会社 安心できる お客様との触れ合いがある 平和堂のおかげで生活が
成り立っている アットホーム わくわくできる生活の一部

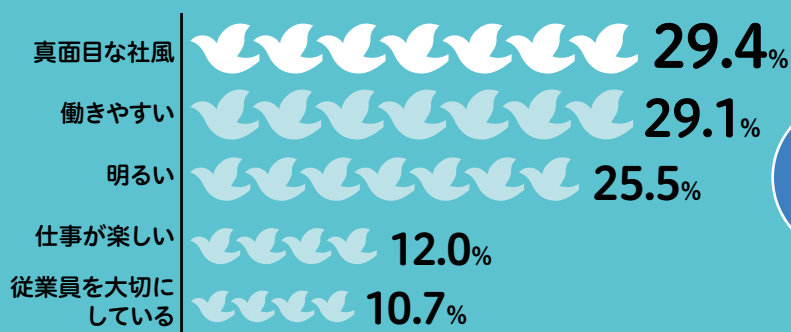


●良いところもある ●客としてはよいが、働くにはまだ改善すべきところがある
●もっと伸びてほしい ●意識したことがない ●現状に満足してはいけない ●これから
もっと好きになるかもしれない ●生まれた時から日常にあるもの ●昔より交流が少なくな
った ●平和堂しか知らない ●他社と比べてずば抜ける所がない



●仕事量が多い ●人手が少ない ●正社員とパートの差が大きい ●上下関係が厳しい
●店によって考え方が違うことがある ●給与 ●もっと良いやり方があると思う



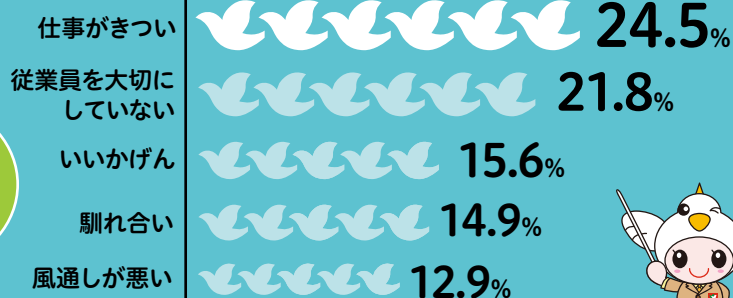


Q2

平和堂の
いいところ
って？

Q3

平和堂の
改善すべき
ところって？



滋賀県代表 2羽のハト
明るい 元気 お客様第一

- 平和 ●便利 ●真面目 ●身近なお店 ●家族
- 感謝 ●堅実 ●田舎のスーパー

Q4

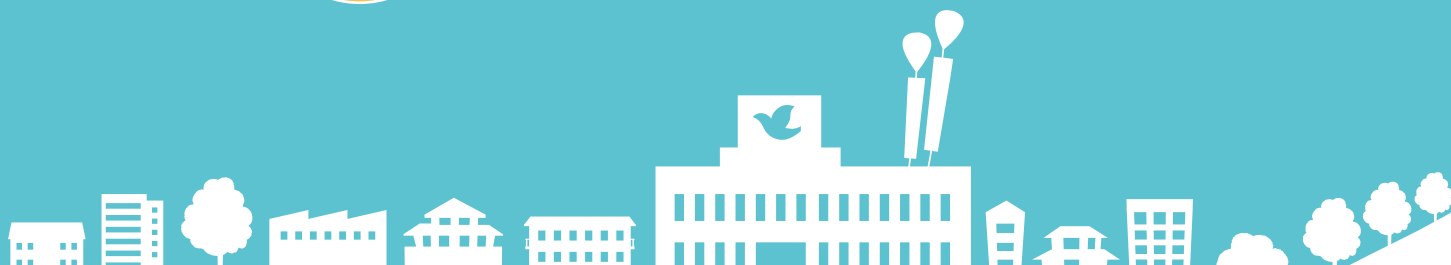
平和堂を
一言で表すと？

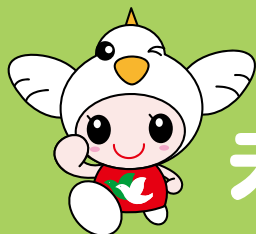
Q5

あなたの仕事での
こだわりは？

明るい挨拶 明るい笑顔
お客様第一 コミュニケーションを大切に

- 誠実な仕事をする ●お客様の視点を忘れない ●すぐ
に実行 ●基本の徹底 ●なんでもこつこつ積み重ねる
- 親切・丁寧 ●安心・安全 ●お客様に喜んでいただく
- 正確



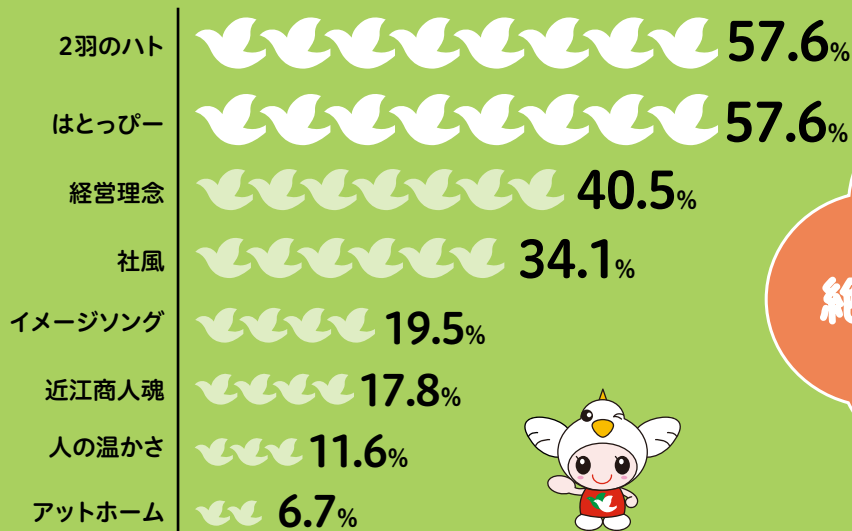
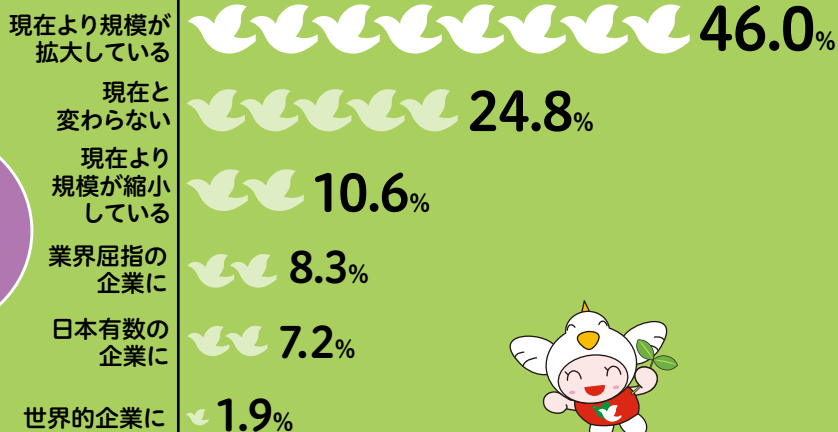


未来の平和堂とわたし

Q 6

40年後、
100周年を迎えた
平和堂はどんな
会社になっている
と思う？

【複数回答可】



Q 7

100周年を
迎えても、“ここは
絶対変わっていない
はず”と思う
ところは？

【複数回答可】

Q 8

平和堂のCMを
つくるなら？

西川貴教(T.M. Revolution)
桐生祥秀 関ジャニ∞
はとっぴー ひこにゃん

- 社長 ●従業員 ●NMB48 ●ムーディ勝山
- 星野源 ●嵐 ●マツコデラックス ●ピコ太郎

Q9

あなたが平和堂で
挑戦したい
ことは？

上位職を目指す スキルアップ 資格取得 新商品開発 新規事業

- 明るい接客・挨拶 ●ファンを増やす ●社員教育 ●後進の育成 ●定年まで働く
- 新しい売り場づくり ●今はまだわからない ●これまでしたことのない業務 ●もっと丁寧な接客 ●お客様を喜ばせる ●愛される店づくり ●店の顔になる ●元気な接客
- 現状維持 ●お年寄りへのサービス向上 ●ご奉仕高達成 ●スピードアップ ●自身の成長 ●地域交流の企画 ●店長になる ●わくわくできる職場づくり



100周年おめでとう

これからもお客様第一で！
頑張れ 全国に展開して
ください 目指せ世界進出

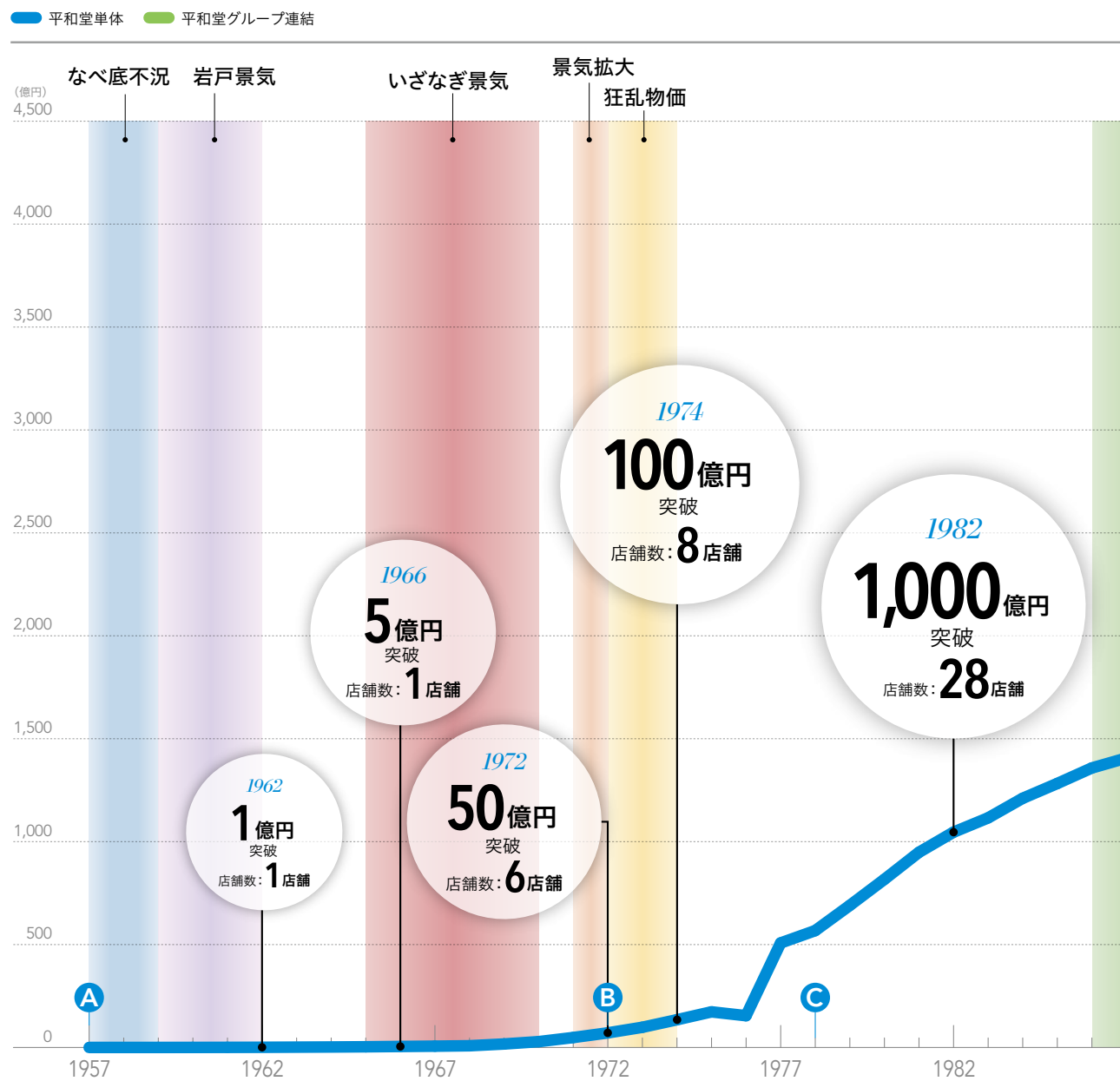
Q10

40年後の
平和堂への
メッセージ

- 従業員を大切に ●地域密着で愛されるお店に ●2羽の鳩のように羽ばたいて下さい
- ずっと地域密着のお店であってね ●愛され続ける平和堂でいてください ●いつまでもお客様に愛されるお店でいてください ●もっと大きくなって下さい ●今の平和堂は先輩の努力があつての結果。感謝の心で！ ●お客様第一主義を貫いて ●明るく元気にはばたいていますか？ ●ずっと変わらず続いてほしい ●ありがとう！ ●150年・200年を目指して ●更なる飛躍を、お祈りいたします ●初心忘れるべからず ●ずっと創始者の思いを引き継ぐ平和堂で ●小さい子供からお年寄りまでみんなが楽しめるお店でいてください ●何店舗になりましたか？ ●平和堂で働いていたことを誇りに思います ●よくがんばりました！



営業収益の推移



1957

「靴とカバンの店・平和堂」を創業 **A**



1972

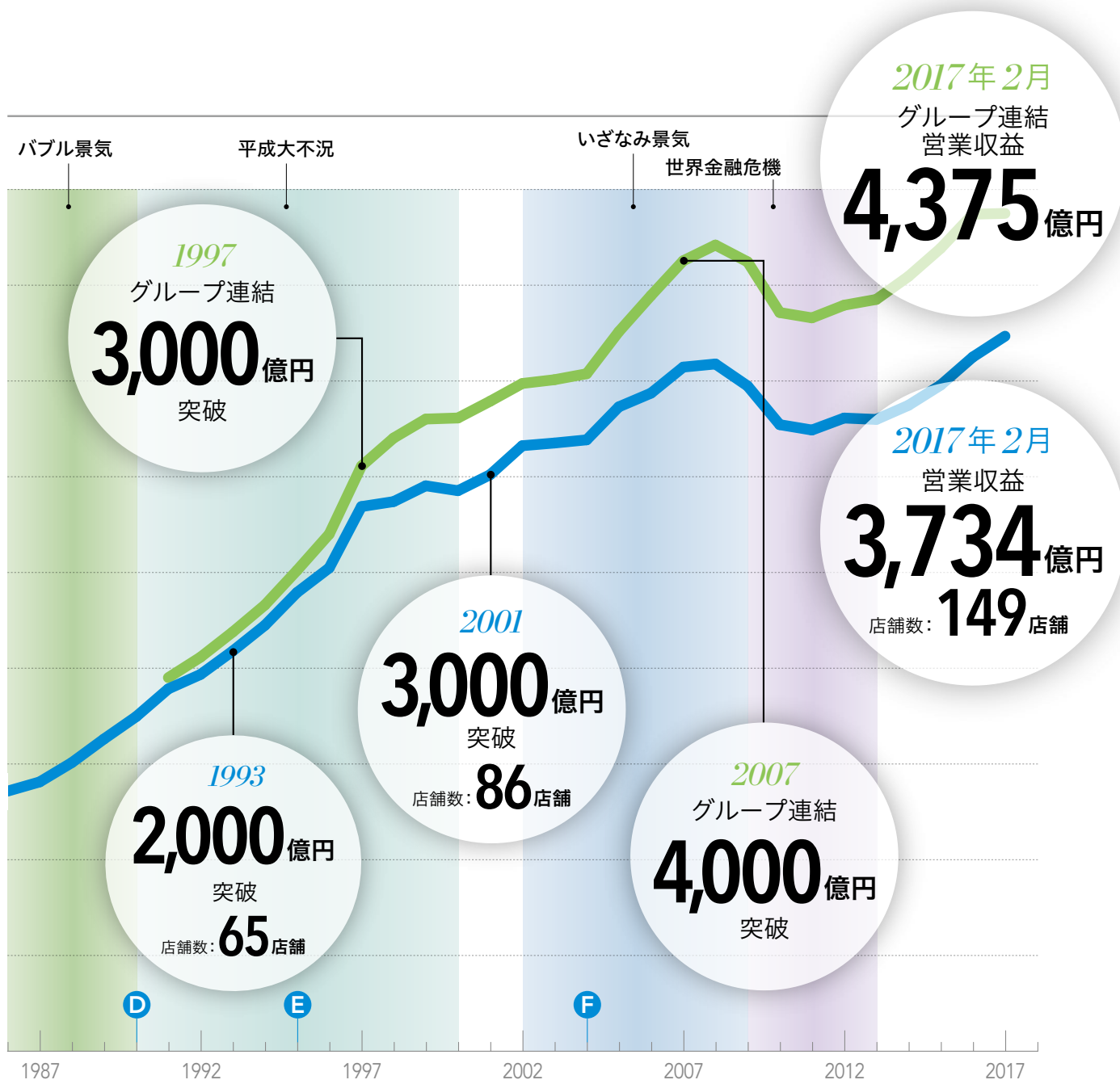
売上高を「ご奉仕高」、粗利益高を「創造高」に統一 **B**



1978

琵琶湖ネックレスチェーン完成 **C**





1990

東証1部上場 **D**



1995

中国へ進出 **E**



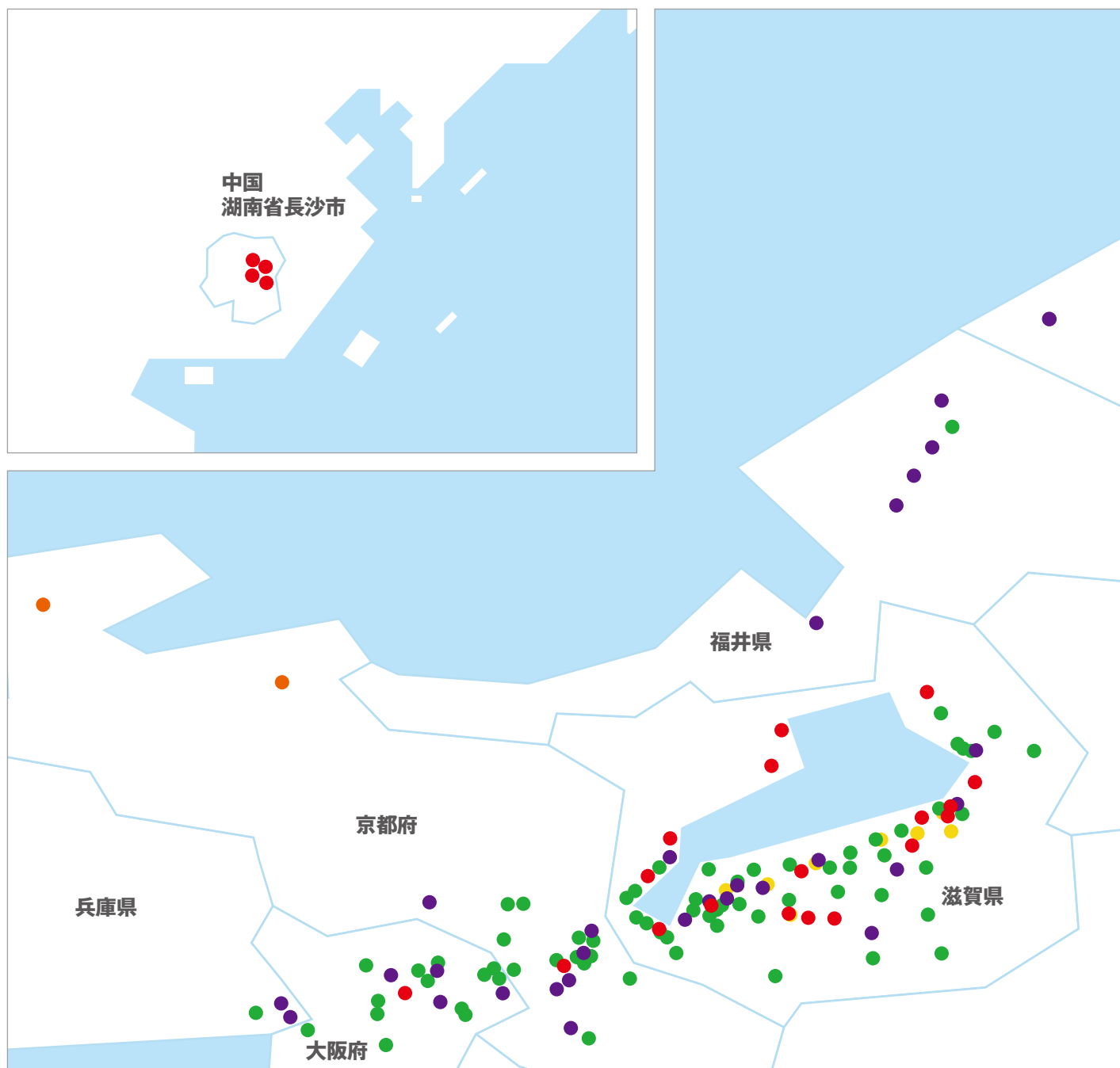
2004

東海地域へ進出 **F**



店舗所在地・店舗一覧

●平和堂 ●アル・プラザ ●フレンドマート ●エール ●ヤナゲン ●丸善



滋賀県

彦根銀座店
くさつ平和堂
石山店
甲西店
アル・プラザ水口
守山店
FM大藪店

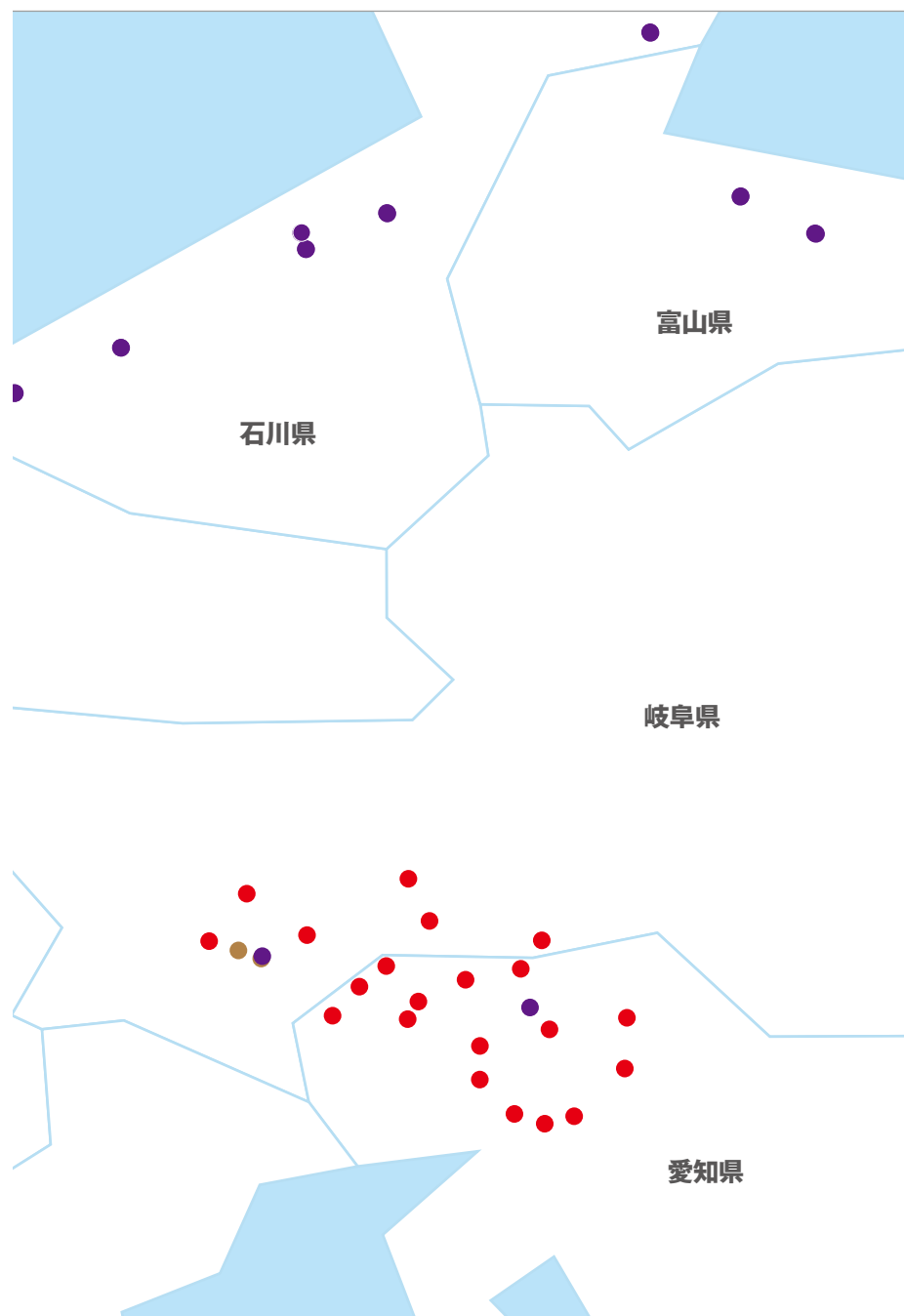
FM上笠店
アル・プラザ彦根
FM稲枝店
FM南草津店
和迄店
木之本店
甲西中央店
米原店

アル・プラザ瀬田
FM五個荘店
FM浅井店
石部店
FM湖東店
篠原店
日夏店
FM蒲生店

愛知川店
FM・D武佐店
FM菩提寺店
FM南郷店
FM山東店
FM湖北店
FM唐崎店
SF大石店

FM河西店
FM中主店
FM秦荘店
FM膳所店
FM安土店
FM・D小柿店
坂本店
今津店

アル・プラザ八日市
アル・プラザ守山
FM信楽店
アル・プラザ草津
ピバシティ平和堂
FM石山寺辺店
アル・プラザ長浜
FM江頭店



FM追分店
FM雄琴駅前店
FM八幡上田店
アル・プラザ野洲
FM能登川店
アル・プラザ栗東
FM栗東御園店
FM長浜祇園店

アル・プラザ近江八幡
FM志津東草津店
FM守山水保店
FM彦根地藏店
FMグリーンヒル青山店
FM甲南店
アル・プラザ堅田
あどがわ店

FM大津西の庄店
FM竜王店
FM大津京店
FM瀬田川店
FM栗東店
FM日野店
FM長浜駅前店
FM土山店

FM長浜平方店
京都府
平和堂100BAN店
アル・プラザ城陽
アル・プラザ亀岡
アル・プラザ宇治東
アル・プラザ京田辺

アル・プラザ木津
アル・プラザ醍醐
FM宇治店
FM長岡京店
FM・G宇治市役所前店
FM御蔵山店
FM梅津店
FM木津川店
FM伊勢田店
FM葛野山ノ内店
FM八幡一ノ坪店
FM MOMOテラス店
FM宇治菟道店
FM宇治田原店

大阪府

真砂店
アル・プラザ枚方
アル・プラザ香里園
アル・プラザ茨木
FM東寝屋川店
アル・プラザ高槻
FM高槻氷室店
FM岸辺店
FM彩都店
FMビバモール寝屋川店
FM西淀川千舟店
FM高槻川添店
FM枚方養父店
FM高槻美しが丘
FM深江橋店
FMくずは店
FMニトリモール枚方店
FMかみしんプラザ店

兵庫県

アル・プラザつかしん
アル・プラザあまがさき
FM尼崎水堂店

福井県

アル・プラザ敦賀
アル・プラザベル
アル・プラザアミ
アル・プラザ鯖江
アル・プラザ武生
FM開発店

石川県

アル・プラザ小松
アル・プラザ金沢
アル・プラザ鹿島
アル・プラザ加賀
アル・プラザ津幡
AF大河端

岐阜県

アル・プラザ鶴見
大野店
高富店
穂積店

ノースウエスト店
うぬま店
東海・日野店

富山県

アル・プラザ小杉
アル・プラザ富山

愛知県

尾西店
牛野店
稲沢店
祖父江店
木曽川店
扶桑店
江南店
アル・プラザ小牧
豊成店
なるぽーく店
長久手店
中小田井店
グリーンプラザ店
春日井宮町店
春日井庄名店
ビバモール名古屋南店

中国

五一広場店
東塘店
株洲店
奥克斯広場店

エール

東舞鶴店
峰山店

ヤナゲン

大垣本店
FAL店

丸善

守山店
野洲店
能登川店
石部店
近江八幡店
彦根店
アスト店
Kモール店

2017年3月現在

グループ企業・関連団体紹介

平和堂グループは総合小売業をはじめホテル、飲食店、ビル管理、不動産など多様な事業を営む企業・団体から構成されています。

【小売業】

株式会社エール

〒625-0057 京都府舞鶴市南浜町27-5

1951年に京都府舞鶴市で衣料品スーパーとして創業。
1981年から平和堂のグループ企業となり、京都府北部
に2店舗を展開しています。



店舗 峰山店、東舞鶴店

企業理念

常に新しい事に挑戦し続ける集団になり、
従業員が安心して働ける環境作りとお客様にお役に立てる事で、
地域貢献する企業となる。

ワンストップ・ショッピングとして
地域になくてはならない店へ



【小売業】

株式会社丸善

〒529-1175 滋賀県犬上郡豊郷町沢338

1947年創業。滋賀県を営業基盤とするスーパーマー
ケット「マルゼン」を運営。滋賀県内に8店舗を展開。
2012年から平和堂グループの一員となりました。



店舗 彦根店、能登川店、近江八幡店、野洲店、
アスト店、守山店、石部店、Kモール店

企業理念

株式会社 丸善は地域のお客様に
喜ばれる店作りを最優先としておいしい
商品をお求めやすい価格で提供します。

安心・新鮮・便利
スーパーマルゼン



【百貨店の経営】

株式会社ヤナゲン

〒503-8558 岐阜県大垣市高屋町1丁目56番地

1910年に柳源呉服店として創業。岐阜県大垣市に拠
点を置く百貨店。1961年にはヤナゲン大垣本店を開
設し、2005年から平和堂グループに加わりました。



店舗 大垣本店、ヤナゲンFAL

企業理念

商道に徹し地域社会に奉仕する

お客様の生活をより豊かにする
地元に着した百貨店



【百貨店の経営】

平和堂(中国)有限公司



4100005 中国湖南省長沙市黄興中路88号 湖南平和堂商貿大厦

1995年に合弁会社を設立し、1998年に、海外第1号店としてオープンしました。平和堂最大級の高級百貨店で、湖南省に4店舗展開しています。



店舗 五一広場店(湖南平和堂本店)、東塘店、株洲店、奥克斯広場店

企業理念

通过商业这块领域,为创造更加丰富翔实、科学便利的大众生活贡献我们的力量,让平和堂成为广大消费者忠实的伙伴

※平和堂社是的中国語訳

暮らしの喜びを笑顔と挨拶で広げる



【飲食店の経営】

株式会社ファイブスター



〒522-0083 滋賀県彦根市河原二丁目1番9号

1984年設立。ファミリーレストランや回転寿司、居酒屋のチェーン店を経営。滋賀県・富山県・石川県・福井県・岐阜県・京都府・奈良県の1府6県で展開しています。



店舗 「ココス」78店舗、「海座」4店舗、「すし処海座本店」1店舗、「伝五郎」11店舗

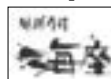
企業理念

お客様に満足や幸せを提供するフードサービスビジネスを営み、地域社会に貢献するとともに、働く仲間の物心両面の幸福を追求する

素直、奉仕、感謝、反省、謙虚の「五つの心」を大切に



【展開ブランド】 <http://www.f-star.co.jp/>



【飲食店の経営】

株式会社シー・オー・エム



〒522-0054 滋賀県彦根市西今町1番地

1989年設立。ファーストフード店のフランチャイズ経営。滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・岐阜県・福井県の2府4県で展開しています。



店舗 「ケンタッキー・フライド・チキン」25店舗、「サーティワンアイスクリーム」11店舗、「めん屋一福」7店舗 など

企業理念

フードビジネスを通じて社会に貢献し、全従業員の物心両面の幸福を追求する。

徹底管理のもとに守られる独自の味



【展開ブランド】



グループ企業・関連団体紹介

【食品の製造・加工・販売等】

株式会社ベストーネ

〒522-0355 滋賀県犬上郡多賀町中川原字大久保491-3

1991年設立。精肉・鮮魚の調理加工と惣菜等を製造。「私たちは、良い商品を作ります。」を経営理念に掲げ、安全・おいしい・新鮮・環境に優しい・お値打ちな商品の提供を目指します。

企業理念

人々に、安全で安心な食品を創造し、
環境に優しい食文化の創造を目指し、
社員の物心両面での満足度を高める企業となる

徹底した衛生管理のもと、
安全とおいしさを追求



【総合ビル管理】

株式会社ナショナルメンテナンス

〒522-0236 滋賀県彦根市犬方町790番地

1970年設立。清掃・設備・警備などのビル管理業務に加え、ビルのオーナー様に対して施設の効率的な運用などについてもご提案。安全・快適な環境づくりだけでなく、自然にやさしい企業を目指します。



企業理念

ビル管理を通じて、清潔で安全・快適な
環境づくりに貢献し、自然にやさしい企業として
なくてはならない会社になる

ビル管理を通じて、
清潔で安全・快適な環境を創ります



【アミューズメントの運営等】

株式会社ユーイング

〒522-8511 滋賀県彦根市西今町1番地

2000年設立。室内遊園地やボウリング場などのアミューズメント施設や、「吉兵衛」「あじ彩」「うまか亭」などの飲食店を展開しています。

店舗 アミューズメント施設:12店舗、
ボウリング場:2店舗、飲食店:17店舗



企業理念

事業を通じてお客様に感動を提供し、
従業員の物心両面の幸せを追求するとともに
社会に貢献する

楽しさとおいしさでご奉仕



【書籍・CD・DVDの販売等】

株式会社ダイレクト・ショップ



〒522-8511 滋賀県彦根市西今町1番地

1974年設立。ビデオ・CD・DVDのレンタル、品揃えの豊富な書籍・CD・DVDやゲームソフト等のメディアショップを経営。滋賀県・京都府・大阪府・福井県・石川県・岐阜県の2府4県で展開しています。



店舗 「平和書店」27店舗
「TSUTAYA」22店舗

企業理念

社会と共に 仲間と共に

地域社会に貢献する存在、
仲間と家族に幸せをもたらす存在に



【展開ブランド】



【ホテルの経営】

株式会社グランドデュークホテル



〒522-0075 滋賀県彦根市佐和町11番36号

1977年開業、2000年に社名変更。JR彦根駅から徒歩3分とスピーディなアクセスで観光やビジネスに最適なホテル。さまざまなタイプの部屋を揃えており、人数と用途に合わせた宴会場や会議室の準備も可能です。

店舗・事業所 グランドデュークホテル、ビジネスホテル芹川、
彦根カントリー倶楽部レストラン

企業理念

1. お客様満足度の向上
お客様に愛され、地域の皆様に喜ばれる心地よいホテル・レストランの実現
2. 社員満足度の向上
私たち社員にとって、やりがいの生まれる心地よいホテル、レストランの実現

夢は「明るくて、
癒しが生まれる心地よいホテル」



その他のグループ会社・団体

【不動産関連】

南彦根都市開発株式会社
八日市駅前商業開発株式会社
福井南部商業開発株式会社
加賀コミュニティプラザ株式会社
富山フューチャー開発株式会社
舞鶴流通産業株式会社

【中国の不動産関連】

湖南平和物業发展有限公司

【農業事業】

株式会社サニーリーフ

【教育・文化・体育・環境保全・

児童福祉への支援団体】

公益財団法人平和堂財団

【駐車場の経営】

武生駅北パーキング株式会社

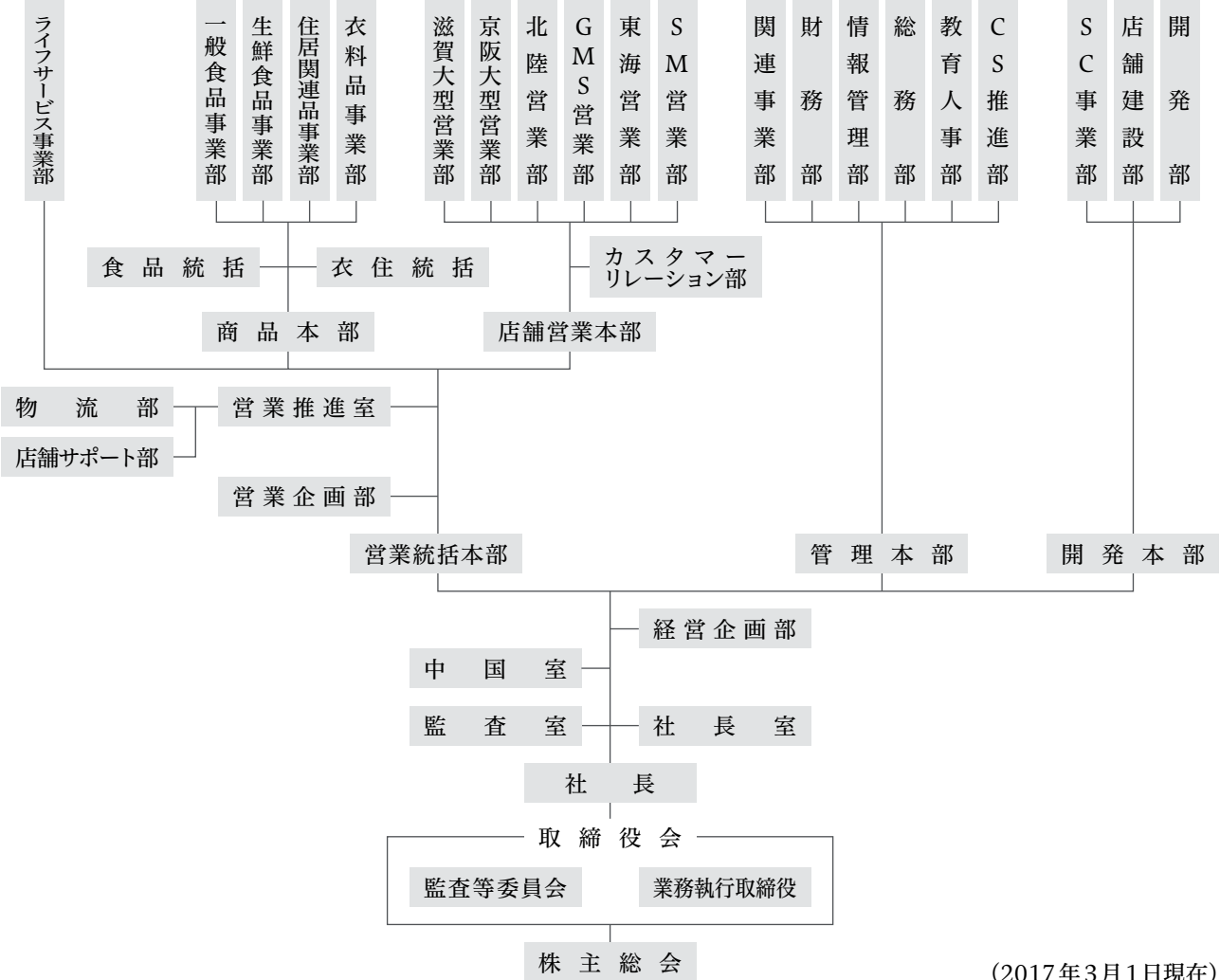


2017年3月現在

会社概要

社 名	株式会社平和堂	役 員	
設 立	1957(昭和32)年6月18日	代表取締役社長	夏 原 平 和
資 本 金	11,614,379,000円	専 務 取 締 役	平 松 正 嗣
所 在 地	〒522-8511 滋賀県彦根市西今町1番地	専 務 取 締 役	夏 原 行 平
上場証券取引所	東京証券取引所市場第一部	常 務 取 締 役	木 村 正 人
業 務 内 容	食料品、衣料品、日用雑貨品等の総合小売業 および店舗賃貸業等	取 締 役	夏 原 陽 平
従 業 員 数	11,298名 (パートナー社員は8時間換算) (うち、正社員男2,356名、女937名)	取 締 役	田 淵 寿
事 業 所	平和堂店舗149店 (滋賀72、福井6、石川6、富山2、京都19、大阪18、 兵庫3、岐阜7、愛知16)、本部、多賀流通センター (2017年3月1日現在)	取 締 役	福 嶋 繁
		取締役(監査等委員)	三 木 愛 雄
		社外取締役(監査等委員)	軸 丸 欣 哉
		社外取締役(監査等委員)	森 将 豪
		社外取締役(監査等委員)	木 下 貴 司
			(2017年3月1日現在)

組 織 図





	主なレイアウト・設備
屋上	太陽光発電設備、自家発電設備
3F	社員食堂、ラウンジ、宿泊室、和室、展示室、大ホール、研修室
2F	オフィス、商談室、会議室、関連会社オフィス
1F	玄関ホール、受付、オフィス、商談室、会議室、テストキッチン、フォトスタジオ



上段(左)外観
下段(左より)宿泊室、「コミュニケーションプラザ」、「学び舎“奉創感”」、「HATOCホール」

100年企業へ向かう拠点「HATOC」の誕生

創業60周年と同じ年に、平和堂に新本部が誕生しました。40年以上も使用してきた旧本部は老朽化や耐震上の問題から継続した利用が難しく、ビバシティ彦根の隣接地に3階建て新本部の建設を進めてきたものです。「本部は店のためにある」という考えを再認識し、店舗との一体感を高め、親しみやすく風通しのよい本部とするための検討を重ねて竣工に至り、2017年2月13日から業務を開始しました。

新本部の愛称は「HATOC(ハトック)」。

Head Office
And Training, Omotenashi, Communicationの頭文字から名付けられました。単なる本部(Head Office)ではなく、研修や学び(Training)、誠心誠意応対する(Omotenashi:おもてなし)、お客様や店舗の要望を聞き情報や意思を伝える(Communication)という思いを込めたネーミングです。

新本部は部門間の壁をなくしたオープンオフィス化が最大の特長です。時代を先駆ける発想を形にした新本部は、100年へ向かう平和堂の力強い拠点となっていきます。

新本部の特長

活発なコミュニケーションのために

執務エリアを1階と2階に集約。壁や間仕切りを設けず、部門を超えたコミュニケーションが取りやすいオフィス環境としました。また、人員の増減や組織変更にも柔軟に対応できるユニバーサルレイアウトを採用しています。

3階には17室(34名)の宿泊施設を設置。社内研修や従業員間の親睦を図るために活用します。多目的に使えるラウンジ「コミュニケーションプラザ」、和室「和(なご)みるま座」も併設しました。

同じく3階には、会議や研修で使用する大ホール「HATOCホール」(650席以上)と、研修・展示室「学び舎“奉創感”」を設置。“奉創感”は平和堂の歴史や理念を学ぶ自己啓発の場として、関連図書やDVD等を取り揃えています。

さらにカフェテリア「マザーレイク」、自由に共用できるコミュニケーションエリアを設置する等、従業員同士が気軽に話せる場所づくりを工夫しました。

環境や非常時への配慮

屋上に太陽光発電設備を設置するとともに、執務エリアの中央には太陽光を照明に利用できるようにレイアウトを採用し、自然エネルギーを有効活用しています。そのほかにも、敷地内に井戸を設け、植栽の水やりや駐車場の融雪等に活用していきます。

また、災害時や停電時に備え、72時間運転可能な非常用発電機を設置しています。

壁画「Flying Peace」

エントランスには36人の人間と108羽のハトが描かれた壁画が飾られています。＜生き物としての人間が、自然のままに、平和の象徴のハトと一緒に、未来の空に向かって、歌い、舞い、飛翔する＞。京都を本拠に活躍する壁画家・木村英輝さんの作品です。受付にも2羽のハトが羽ばたくデザインが施されています。



エントランス

編集後記

60周年記念事業の一つとして「60周年記念誌」を発行することが決まったのは2016年の春でした。すでに平和堂では、創業50周年を迎えた2007年、50年間の歴史を詳細に記録した社史『奉仕と創造の50年 平和堂の歩み』が発行されていました。そのため60周年記念誌編纂委員会では、50周年以降の10年間の出来事、歴史を中心に記録すればよいのではと考えていました。

しかし「50年史」の配布状況を調べてみると、各店舗に社員閲覧用および保管用として必要部数を送付したうえで、希望した社員・パートナー社員にだけ販売していることがわかりました。そのため多くの人が「50年史」を読む機会が少なく、特に50周年以降に入社した社員の中には発行されたことも知らない人が多く見受けられたのです。

こうした経緯から、60周年記念誌『感謝と挑戦～100年企業をめざして～』を発行するにあたり、平和堂の経営理念や歴史について、たくさんの人に正しく理解していただくことを目的として、正社員およびパートナー社員の皆さんに配布することにしました。そして編纂にあたっては、先に発行された「50年史」や平次郎創業者の『奉仕と創造』に

基づきながら、これを単に要約するのではなく、平和堂の経営理念を中心に編集することを方針としました。

平和堂がこれまで歩んできた歴史や出来事が、こういった「理念」や「思い」から取り組まれ実施されてきたのか。このような視点からさまざまなエピソードを盛り込み、また写真や漫画も取り入れて紹介する手法を採ることで、できるだけわかりやすく表現するように心がけました。

平和堂が60周年を迎えることができたことは、平和堂の経営理念や創業者の思いが正しかったことの証であり、それを実践してこられた先輩方の努力の結果です。これからの70周年、100周年を迎えるためには、今ここにいる私たちがその経営理念や創業者の思いを受け継ぎ、そしてまた次の世代へと繋いでいかなければなりません。そのための手引書として、この「60周年記念誌」を大いに活用していただくことを願っています。

最後に、記念誌制作にあたって多大なご協力を得た株式会社ブレーンセンター、サンライズ出版株式会社、また編集にご協力いただいた平和堂関係者の皆様に心より御礼申し上げます。

平和堂60周年記念誌編纂委員会	
責任者	夏原 行平
副責任者	篠村 安弘
編集委員	リーダー 藤田 清隆
	松嶋 誠
	藤田 絢子

編集にあたって

- 1) 本誌の記述は創業者の誕生した1919年5月から2017年3月までの期間とした。
- 2) 慣例に従い人物名、企業名への敬称は略した。
- 3) 表記は常用漢字、現代かなづかい、新送りがなを用いたが、引用文は原文のままとした。
- 4) 年号は西暦を主として適宜、和暦を併記した。
- 5) 創業者の著書『奉仕と創造』の抜粋にあたっては、読者の理解の妨げにならないように省略記号を略して編集するなど、必ずしも原本と一致しない箇所がある。



これからも、ずっと一緒に

株式会社平和堂 60周年記念誌

感謝と挑戦 ～100年企業をめざして～

発 行 日 2017年4月吉日

発 行 所 株式会社平和堂
〒522-8511

滋賀県彦根市西今町1番地

編 集・制 作 株式会社ブレーンセンター

漫 画 制 作 とんぼスタジオ

印 刷・製 本 サンライズ出版株式会社

