

## OICグループ、新経営理念「おいしいは、人が生きる力」を発表 併せてコーポレートロゴも刷新



スーパーマーケット「食生活♥♥（ラブラブ）ロピア」などを展開する株式会社OICグループ（オイシーグループ、以下、OICグループ）は、2025年3月26日、新経営理念「おいしいは、人が生きる力」を定め、併せてコーポレートロゴも刷新したことを発表いたします。

OICグループは、1971年に精肉専門店として始まり、スーパーマーケット「ロピア」へと成長。その後、小売にとどまらず、食の分野で事業領域を広げてきました。2023年には、社名を「ロピア・ホールディングス」から「OICグループ」へ変更し、現在は、生産・製造事業、貿易・PB・卸事業・外食事業まで一貫した「食品総合流通業」を展開しています。

このたび、「おいしい（Oishii）」が持つ本質的な価値や可能性を世界中に広め、人々の食と生活を変え、つながりをつくることで、人が生きることを後押しする存在になることを会社の存在意義とし、新経営理念「おいしいは、人が生きる力」を決めました。

新ロゴでも、日本にしかないカタカナの「オイシー」を、印鑑風のデザインに入れ込むことで、世界中で「おいしい」を合言葉にする食体験の提供を表現しています。

今後も、OICグループは、食を通じて、人々の「おいしい」「たのしい」「うれしい」を提供する「食のテーマパーク」を世界中で実現してまいります。

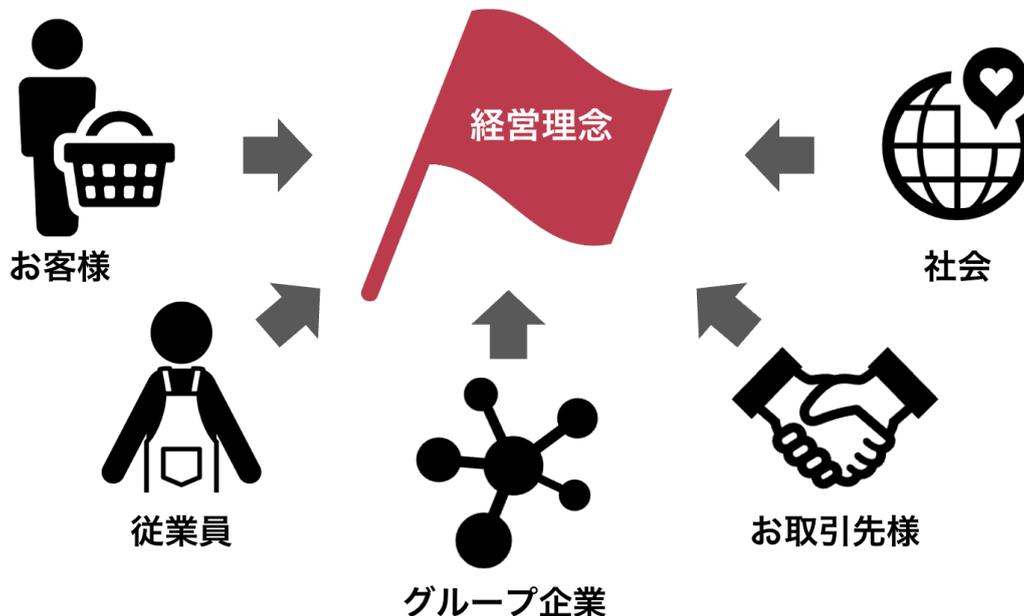
## ■OICグループが考える「経営理念」とは

OICグループは、「経営理念」とは会社全体を貫く一本の軸であると考えます。「経営理念」は、お客様、従業員、グループ企業、お取引先様、そして社会全体に対して、以下のような役割を持つといえます。

- (1) ともによって立つ軸である
- (2) ともに目指す未来を明らかにしたものである
- (3) 迷った時に立ち返る原点である

「経営理念」を明らかにすることで、掲げられた「目指す未来」に対し「共感」が生まれ、ステークホルダー同士が、縦の関係ではなく横の関係を築くことができます。これが、私たちOICグループが目指す世界観です。

### OICグループが考える「経営理念」



## ■新経営理念

# おいしいは、人が生きる力

おいしいは、日常のなかの楽しさ・感動。

おいしいは、食と生活を変える力。

おいしいは、人と人をつなげる力。

おいしいで、人の「生きる」を後押しする。

私たちは、OICグループ。

## 「おいしいは、人が生きる力」

OICグループは、「おいしい (Oishii)」が持つ、本質的な価値や可能性を、世界中で追求します。「おいしい」という概念は、味覚にとどまりません。誰と食べるか、どこで食べるか、どうやって食べるかという、体験的・空間的・関係性的価値を含みます。そして、どう感じるかという、感情的価値も含みます。「おいしい」「たのしい」「うれしい」「健康だ」は全て同じ意味であると、私たちは考えます。この目標のもと、OICグループは「食のテーマパーク」を展開していきます。

### ▷1行目：おいしいは、日常のなかの楽しさ・感動。

OICグループは、「非日常」ではなく、「日常」のなかに軸を置き、食を中心に、人々に楽しさや感動を提供したいと考えています。日常のなかの非日常を追求したい。私たちが提供するの、食事ではなく食卓であり、そこから生まれる笑顔や会話、つながりをつくることです。

### ▷2行目：おいしいは、食と生活を変える力。

OICグループは、日本中、そして、アジアを中心とした世界に進出し、世界中の人々の食と生活を変えたいと考えます。OICグループが作った食を通じ、本当の意味での「おいしい」で、世界中の人々の食と生活を変えることを目指します。

### ▷3行目：おいしいは、人と人をつなげる力。

「おいしい」という気持ちには、人と人をつなげる力があります。私たちの仕事は、人と人をつなぎ、つながりをつくっていくことです。

## ▷4行目：おいしいで、人の「生きる」を後押しする。

人と人のつながりをつくることによって、人はもっと未来を見て生きられるようになりま  
す。お客様の心に深く入り込むことで、私たちは、人が「生きる」ことを、後押しする存在  
になりたい。それが、OICグループが究極的に達成したいことです。

## ▷5行目：私たちは、OICグループ。

「おいしい」を通じて、人が「生きる」ことを後押しする。「おいしいは、人が生きる力  
だ。」そんな未来を実現するのが、私たち、OICグループです。

## ■新コーポレートロゴ



### 【食を軸とした「おいしい」を追求】

食品総合流通業として食の構造改革や、「おいしい」「たのしい」「うれしい」を提供する  
<食のテーマパーク>の実現、世界での「おいしい (Oishii)」を<合言葉>にするような  
食体験。日本発の企業であるOICグループが実現する品質を、安心安全ワクワク感の<保証  
マーク>のように表現したマークデザインです。常に新しさ、向上心を表現した右肩上がり  
の白いラインには、カタカナである「オイシイ」をデザインしています。  
色は、ロピアカラーを継承しています。

## OIC グループについて

「おいしい」「たのしい」「うれしい」体験を、世界に届ける食品総合流通業を目指すOICグループは、1971年に精肉専門店として創業し、他の生鮮食品も取りそろえるスーパーマーケットに事業を拡大しました。さらに現在では、小売事業の枠を超え、生産・製造事業、貿易・PB・卸事業、外食産業まで展開し、幅広い事業を通じて、「おいしい」「たのしい」「うれしい」体験を、世界に届ける「食のテーマパーク」を目指しています。日本国内のみならず、アジアで事業を拡大し、2031年度までに、売上高2兆円の実現を目標にしています。

- 商号 : 株式会社OICグループ  
本社 : 神奈川県川崎市幸区南幸町2丁目9番地  
設立 : 1971年4月28日  
代表取締役 : 高木 勇輔  
売上高 : 5,213億円 (2025年2月期)  
事業内容 : 食品スーパーマーケット・食肉専門店・外食店舗の運営、肉加工品・パン・惣菜・調味料などの製造・販売、食肉・青果物の生産・販売、生鮮品・加工食品・酒の輸出入・卸。  
店舗数 : 食品スーパーマーケット「ロピア」は全国19の都道府県と台湾で計117店舗 (2025年3月26日時点)。首都圏を基盤としながらも、大阪府や京都府などの関西エリア、さらに中部エリアでも展開し、2023年は九州エリア、東北エリアへ進出。2024年は3月に沖縄県、8月に青森県、11月に北海道・静岡県へ新たに出店した。