

会社概要

商号	株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス (英文名: Pan Pacific International Holdings Corporation)
代表者	代表取締役社長CEO 吉田 直樹
事業内容	グループ会社株式保有によるグループ経営企画・管理、 子会社の管理業務受託、不動産管理など
事業所(本社)	〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂2-25-12 道玄坂通8F
資本金	23,538百万円(2024年6月末時点)
従業員数	2,955名(連結:17,168名)(2024年6月30日現在)

<https://ppih.co.jp>



社名の由来とロゴマーク



当社はドン・キホーテ1号店開店から30周年となった2019年2月、株式会社ドンキホーテホールディングスから株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングスに社名変更しました。今後もグループ各社とともに新業態を開発し、多様で変化していく消費者のニーズに応えるという決意をこめ、また、日本のみならず環太平洋地域において小売業の有力な企業として発展していくという決意をこめて、新たなスタートを切るに相応しい企業のあり方を表す新しい名称を設定しました。シンボルマークは、当社独自のビジネスモデルが、環太平洋に波及するさまを表現しております。

公式キャラクター

ドン・キホーテ



ドンベン

1998年にドンキのお店を手伝うことになったペンギン。南極生まれ東京育ち。ミッドナイトブルーの体にナイトキャップをかぶる。いつも全力。



ドンコ

誕生日は3月3日。おしゃれに敏感な女の子。趣味はお風呂とインスタグラム。まつげとピンクのほっぺがチャームポイント♡

ユニー



アビタン

未来世界からきた好奇心いっぱいの「未来リス」。誰かを楽しくすることに目がない。「未来ボシエット」にはみんなを幸せにするモノコトが。



ピアタン

アビタンの妹。ふだんはおっとりした性格、実は無邪気で元気。お世話焼き。



CORPORATE PROFILE

株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス

会社案内



株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス 会社案内



Contents

- P 3 PPIHの強みとその源泉
- P 5 沿革
- P 7 数字で見るPPIHグループ
- P 8 事業領域
- P 9 国内事業
- P11 海外事業
- P12 サステナビリティ
- P13 店舗展開



Our Strength

PPIHの強みとその源泉

PPIHをPPIHたらしめる 企業原理「顧客最優先主義」

PPIHグループは「顧客最優先主義」を企業原理とし、いついかなる時も、お客さまの暮らしを支え、お買い物の楽しみを提供することを第一に、行動することを定めています。それは経営においても、一人ひとりの社員においても同様であり、常に「わが店が何によっていかされているのか」を自問自答し、「顧客最優先主義」を愚直なまでに突き詰めることこそが、成長の礎であると考えています。

企業原理

「顧客最優先主義」

「顧客最優先主義」をPPIHグループにおける不変の企業原理とする

「顧客最優先主義」が全ての企業行動を規定し駆動させる

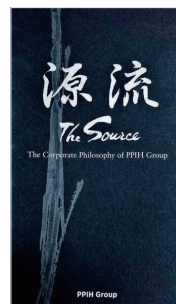
「顧客最優先主義」を実現するために「経営理念」を遵守しなければならない

経営理念

- 第一条 高い志とモラルに裏づけられた、無私で真正直な商売に徹する
- 第二条 いつの時代も、ワクワク・ドキドキする、驚安商品がある買い場を構築する
- 第三条 現場に大胆な権限委譲をはかり、常に適材適所を見直す
- 第四条 変化対応と創造的破壊を是とし、安定志向と予定調和を排する
- 第五条 果敢な挑戦の手を緩めず、かつ現実を直視した速やかな撤退を恐れない
- 第六条 浮利を追わず、中核となる得意事業をとことん突き詰める

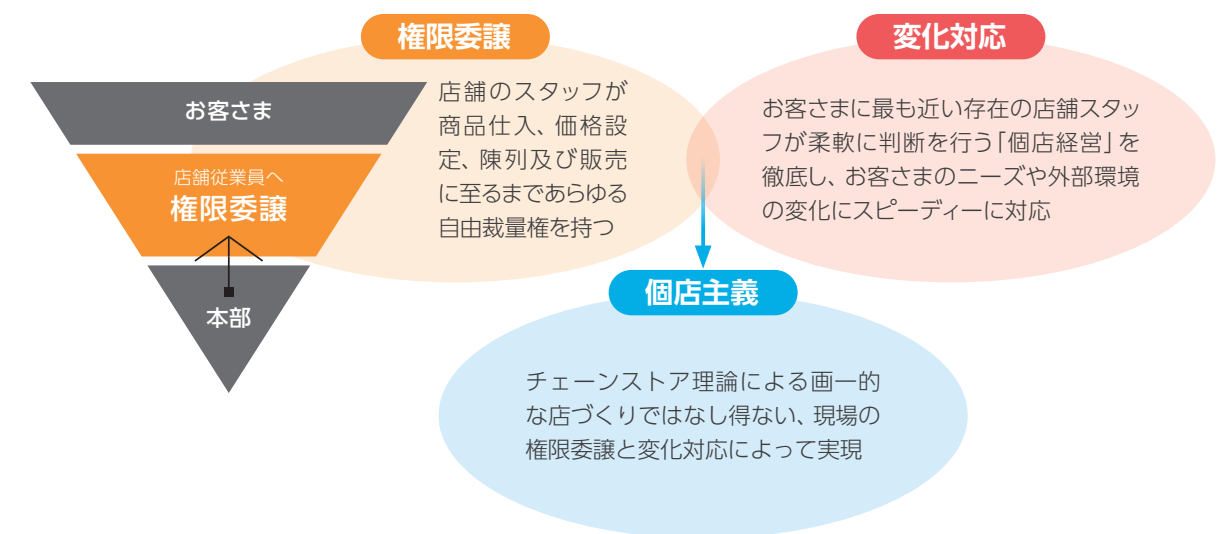
「源流」によって受け継がれる創業精神

PPIHグループの前身は、1978年、何もない状態からスタートした18坪の雑貨店「泥棒市場」です。コンビニエンスストアが深夜11時までの営業だった当時、深夜12時まで営業するおもちゃ箱をひっくり返したようなこの小さな雑貨店は評判となり、たちまち年商2億円の繁盛店となりました。その後、ドン・キホーテの開業を皮切りにグループの規模はさらに拡大。常識にとらわれない発想で革新を起こし続けた創業者、安田隆夫の考えと思いが明文化された企業理念集「源流」は、全従業員が受け継ぐべき行動指針であり、私たちの矜持と存在理由そのものです。



「顧客最優先主義」から生まれる 「権限委譲」×「変化対応」＝「個店主義」という強み

「顧客最優先主義」という企業原理のもと、現場（店舗）の従業員が商品仕入、価格設定、陳列及び販売に至るまで、あらゆる自由裁量権を有しています。「権限委譲」は創業時から受け継がれる当社グループのDNAであり、本質的な強みとなっています。個々の業態における各店舗は本部主導ではなく、「個店主義」をもって各店舗・各従業員が「変化対応」することで環境変化や地域特性に最適化し、あるいはこれまでにない新たなノウハウを生み出せることが強みです。その根底にあるのは、「権限委譲」によって培われた従業員一人ひとりの成長とマインドです。



社長メッセージ

「変化対応力」と「人財力」を強みに、顧客最優先主義を貫く

PPIHは、35年前にドン・キホーテ1号店がオープンして以来、35期連続増収営業増益を達成しているリテール事業を中心とするグローバル企業です。

この業績、この結果は、何によってもたらされたのか— 様々な要因がありますが、最も大きいものは、PPIHならではの「変化対応力」、そして、それを支える「人財力」です。社会が急速に変化する中、私たちは、資源価格の高騰による販管費の増大、商品原価の高騰など、非常に厳しい現実を見えています。しかし同時に、この変化をチャンスとも捉えています。なぜかといえば、それはPPIHという会社が、「変化対応業」という世の中の消費者、お客さまの変化に対応する事業を通して、成長していくことを使命とする会社だからです。当社はこれまでどのような市場の変化に対しても迅速な対応力を示してきました。35期連続増収営業増益という結果が、それを証明しています。

また増収営業増益の継続は、「多くの挑戦を、スピード感を持って遂行する」現場従業員の実行力なしには実現できなかったと、あらためて当社グループの最大の強みは「人財」にあると実感しています。

当社では、「その人がどのステージに立ち、どんな役割を担うと最大のパフォーマンスを発揮できるか」を人事戦略の軸とし、社歴・職

位に囚われないフェアな競争環境、権限委譲による大幅な自由裁量権など独自の施策を実践することで従業員のやりがいやモチベーションにつなげています。これら人づくり・組織づくりが継承され、企業文化として定着していることが変化対応により成長を継続できている要因のひとつであり、他社に対する優位性だと考えています。

この従業員の強さがあるが故に、PPIHが経営者のカリスマ性によって成長が左右されるような会社ではないということを、安心感を持って受けとめていただければ幸いです。

今後も一層のご支援、ご鞭撻を賜りますよう、お願い申し上げます。



代表取締役社長CEO
吉田 直樹

Our History

沿革

顧客最優先主義でワクワク・ドキドキを追求

- 1978年** 10月 創業者・安田隆夫が18坪の雑貨店「泥棒市場」開業
- 1980年** 9月 ジャスト(現PPIH)設立
- 1983年** 9月 リーダー設立
- 1989年** 3月 「ドン・キホーテ」1号店(府中店)開店
- 1995年** 3月 本部を東京都府中市に移転
9月 「ドン・キホーテ」に商号変更
- 1996年** 12月 株式会社頭登録
- 1997年** 11月 本店を東京都江戸川区に移転
- 1998年** 6月 東証第2部に上場
9月 公式マスコットキャラクター「ドンペン」誕生
- 2000年** 7月 東証1部へ指定変更
- 2002年** 6月期 全国展開開始
- 2006年** 2月 海外展開開始
Don Quijote(USA)を連結子会社化
9月 本店を東京都新宿区に移転
- 2007年** 1月 ドイトを連結子会社化
10月 長崎屋を連結子会社化
- 2009年** 9月 本店を東京都目黒区に移転
10月 PB「情熱価格」の販売を開始
- 2011年** 4月 創業者・安田隆夫が編纂した企業理念集「源流」発行
- 2013年** 7月 海外事業持株会社設立(現PPRM SG)
9月 MARUKAI CORPORATIONを連結子会社化
12月 「ドンキホーテホールディングス」に商号変更、純粋持株会社体制に移行

- 2014年** 3月 電子マネー「majica(マジカ)」サービス開始
- 2015年** 1月 「TOKYO CENTRAL」1号店を米国カリフォルニア州に開設
7月 「majica」アプリサービス開始
- 2017年** 8月 ユニー・ファミリーマートHD(現ファミリーマート)と資本・業務提携
9月 QSIの全株式を取得し子会社化
12月 「DON DON DONKI」1号店開店(シンガポール)
- 2018年** 2月 「MEGAドン・キホーテUNY」への業態転換スタート
- 2019年** 1月 ユニーを連結子会社化
2月 「パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス(PPIH)」に商号変更
- 2月 タイ1号店「DONKI MALL THONGLOR」開店
7月 香港1号店「DON DON DONKI ミラプレイス2店」開店



■ 売上高 ■ 営業利益 — 店舗数

「ドン・キホーテ」1号店(府中店)開店

1978年 1980年 1989年 1990年 1991年 1992年 1993年 1994年 1995年 1996年 1997年 1998年 1999年 2000年 2001年 2002年 2003年 2004年 2005年 2006年 2007年



「泥棒市場」



「ドン・キホーテ1号店」



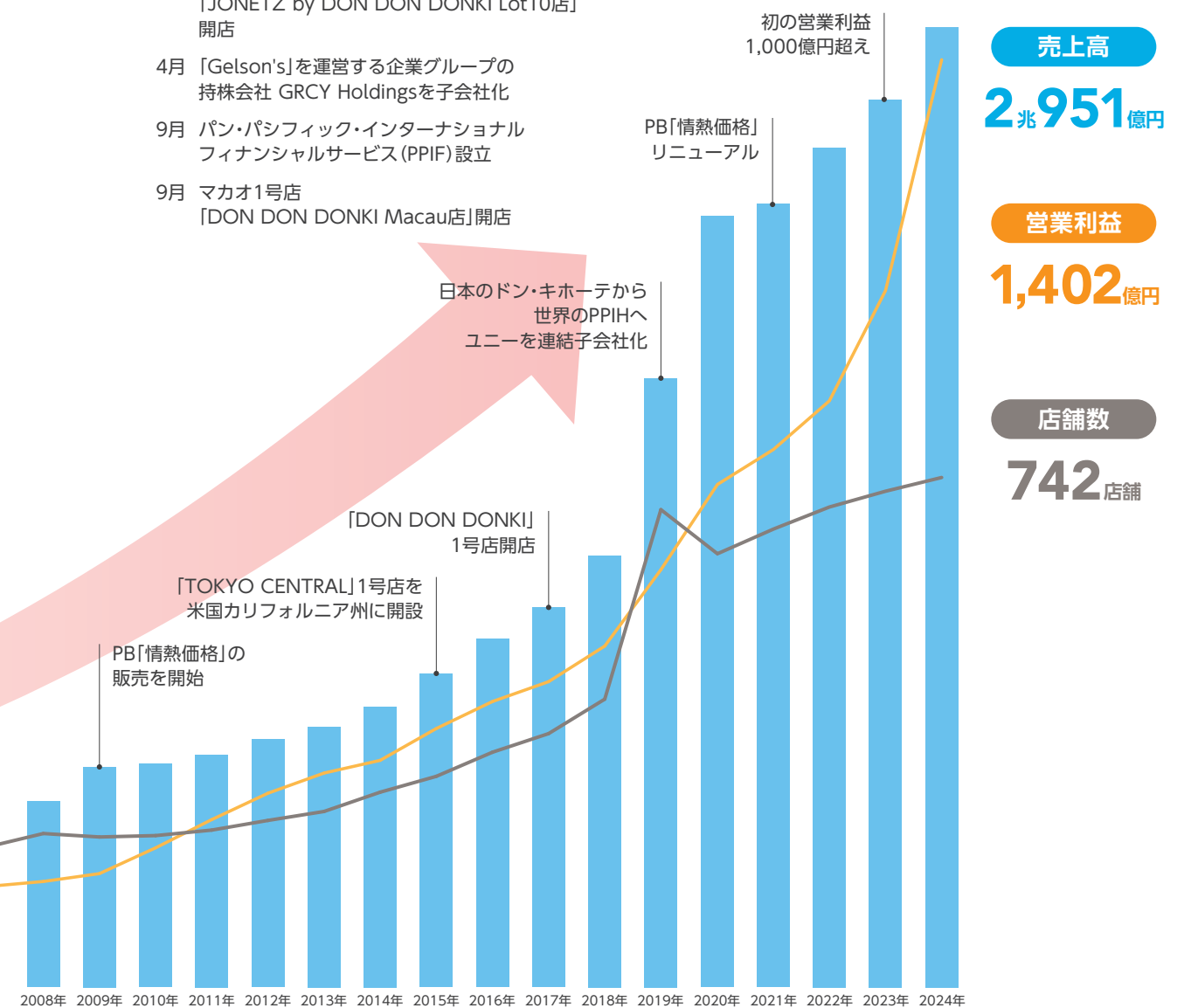
「MEGAドン・キホーテ」

してきた軌跡

- 2020年** 10月 Pan Pacific International Club (PPIC) 発足
- 2021年** 1月 台湾1号店「DON DON DONKI 西門店」開店
2月 PB「情熱価格」リニューアル
2月 マレーシア1号店「JONETZ by DON DON DONKI Lot10店」開店
4月 「Gelson's」を運営する企業グループの持株会社 GRCY Holdingsを子会社化
9月 パン・パシフィック・インターナショナルフィナンシャルサービス(PPIF)設立
9月 マカオ1号店「DON DON DONKI Macau店」開店



- 2022年** 7月 「majica」アプリ会員1,000万人達成
- 2023年** 6月期 初の営業利益1,000億円超え
8月 道玄坂開通
- 2024年** 6月期 売上高2兆円突破
9月 本店を東京都渋谷区に移転



「TOKYO CENTRAL」



「DON DON DONKI」



「VILLAGE OF DONKI」

At a Glance

数字で見るPPIHグループ

誰よりも「情熱」を持って商売を追求し、「顧客最優先主義」を徹底しながら、独自の成長を遂げてきたPPIHグループは、1989年のドン・キホーテ1号店（府中店）出店以来、35期連続の増収営業増益、売上高が初の2兆円を超過、営業利益は1,400億円超を達成しました。これからも、激しい環境変化の波に対し、既存のビジネスを柔軟に変化させて持続的な利益を追求し、成長を続けていきます。

35期連続 増収営業増益



売上高

2兆 951 億円



営業利益

1,402 億円



お買上客数

6 億 8,216 万人



商品点数

52 億 7,139 万点



店舗数

742 店舗



従業員数

17,168 名

外、平均臨時雇用者数 43,712人

Our Business Domain

事業領域

PPIHグループは、多様な業態フォーマットで「新しい驚き」や「ワクワクする楽しさ」「品質と利便性」「安全・安心」を提供し、お客さまに選ばれる店づくりを目指しています。国内では、ディスカウントストアや総合スーパーなど多種多様な業態や、ロケーション、規模による「ポートフォリオ経営」を推進。海外ではアジアやハワイ、アメリカ西海岸で店舗数を拡大し、存在感を強めています。また、環境変化や地域ニーズに対応した新業態も展開中です。

国内リテール部門ほか









PPIHグループは、多様な業態フォーマットで「新しい驚き」や「ワクワクする楽しさ」「品質と利便性」「安全・安心」を提供し、お客さまに選ばれる店づくりを目指しています。国内では、ディスカウントストアや総合スーパーなど多種多様な業態や、ロケーション、規模による「ポートフォリオ経営」を推進。海外ではアジアやハワイ、アメリカ西海岸で店舗数を拡大し、存在感を強めています。また、環境変化や地域ニーズに対応した新業態も展開中です。

ディスカウントストアの「ドン・キホーテ」をはじめ、ファミリー向けディスカウントストア「MEGAドン・キホーテ」、総合スーパー「アピタ」「ピアゴ」などを運営しています。

デジタル領域部門



PPIHのビッグデータであるPOSデータやCRMデータを解析し、新規サービス開発や経営・業務改革、事業成長を推進しています。また、外部パートナーとの連携も積極的に行い、戦略実行のための実験や施策の立案、主導なども行っています。

不動産部門

日本商業施設

Japan Commercial Establishment

商業施設関連事業に特化したプロフェッショナル集団として、「日本商業施設」が全国多数の施設を企画・開発・運営しています。

金融サービス



PPIHグループにおけるクレジットカード会員・アプリ会員の顧客ベース事業の成長を実現するため、majicaアプリと連動した金融事業推進の体制構築及びパートナーとの連携、アプリと連携したクレジット事業の戦略策定、デジタル給与払いや、その他金融事業を展開しています。

Our Business

国内事業

ディスカウント事業

「ドン・キホーテ」を中核に、様々な店舗を展開。お買い物を、もっと楽しく！



主な店舗



ディスカウント事業では、中核業態の「ドン・キホーテ」をはじめ、より売り場面積・アイテム取扱点数の大きな「MEGAドン・キホーテ」など様々な店舗を展開し、一貫して「便利さ」「驚きの安さ」「楽しさ」を追求した店づくりを目指しています。本部主導ではなく現場の一人ひとりに権限委譲をし、各店舗の各コーナーでは、お客さまにワクワク・ドキドキしながらお買い物を楽しんでいただくための創意工夫が凝らされています。



2024年3月にオープンした「MEGAドン・キホーテ成増店」。売り場面積は都内最大級で、駅から徒歩約3分と駅近の立地。フロアごとにコンセプトを設定し、幅広い年代ニーズに対応。

ドン・キホーテのオリジナル商品ブランド



2009年10月に誕生したドン・キホーテのオリジナルブランド「情熱価格」は、2021年2月に、自社完結で開発するブランド、つまり自社の所有物としての“プライベートブランド”ではなく、お客さまと一緒に商品をつくる“ピープルブランド”と定義してリニューアル。食品・日用品・家電・衣料品など多岐にわたるカテゴリで合計約3,000点の商品を発売しています。

<https://www.donki.com/j-kakaku/>

紅生姜タルタル



情熱価格で人気の紅生姜シリーズの商品。ピクルスに代わり紅生姜を入れることで、千切りされた紅生姜の酸味とシャキッとした食感が絶妙なアクセントとなり、揚げ物はもちろん、焼き物やディップなどあらゆる料理に最適。

色褪せ知らずの黒 スキニーパンツ



特殊な染料を使用することで、80回洗濯をしても色落ちしないことを実証。スキニーの他、Tシャツやスウェットパーカー・パンツなどのレパートリーも揃える。

DO-LENS (ド・レンズ)



実店舗でのカラコン販売シェア1位のドン・キホーテが開発した1DAY使い捨てコンタクトレンズ。大手半導体メーカーの技術を使用し品質を担保したうえで、流通の見直しなどを掛けることで徹底的なコストカットを実現。

GMS事業

食品などの日常で必要な商品を、大規模な小売店で幅広く取り扱う

日常で必要とされる商品を幅広く取り扱う大規模な小売店、総合スーパー（GMS※）業態として、食料品、日用品をはじめ、衣料品、住居関連品などを取りそろえる広域商圏対応型の「アピタ」、食料品を中心に地域に密着した食品スーパー「ピアゴ」「ユーストア」などを展開しています。多種多様な専門店テナントと共に、日々のお買い物を通じて地域のお客さまに愛される店づくりを目指します。

※General Merchandise Store（ゼネラルマーチャндаイズストア）



ユニーが運営するアピタ（左）、ピアゴ（中）、ユーストア（右）。本部主導ではなく、お客さまに最も近い存在の店舗スタッフが品ぞろえや値付けの自由裁量権を持って店舗経営を行う「個店経営」を推進。各地で「お客さまにとって最も都合の良い店」を創造する。

主な店舗



運営：ユニー株式会社

・事業内容：衣・食・住・余暇にわたる総合小売業

・2019年にPPIH連結子会社化



社名の「ユニー（UNY）」は、「マーケティングとマーチャндаイズングの接点となるユニークな流通企業」を企業コンセプトに、“unique” “united” “universal” “unity” “unify”の5つの英語から「UNY」と命名されました。ロゴマークは太陽の暖かさ、昇る太陽の力強い動きを意味しています。すべての人々に暖かいところを届けたいという姿勢を表現しています。

「majica（マジカ）」とは



「majica（マジカ）」は2014年3月からサービスを開始した電子マネーで、PPIHグループのドン・キホーテ、MEGAドン・キホーテ、アピタ、ピアゴ含むmajica加盟店でご利用いただけます。アプリ会員数は約1,500万人と、多くのお客さまにご利用いただいております。お買い物時にmajicaマネーもしくはUCSクレジットカードでお支払いいただくと、ポイントが付与され、貯まったポイントは、1ポイント1円分としてお買い物にご利用いただけます。

電子マネー majica / マジカ【公式サイト】
<https://www.majica-net.com/about/>

Q majicaアプリ

「マジボイス」とは

みんなの声で、ぜんぶが変わる!?
マジボイス
by majica



“みんなの声で、ぜんぶが変わる!?”をコンセプトとして2023年11月にmajicaアプリ内の新機能としてサービスを開始。「正直レビュー」と「教えて掲示板」の2つの主要コンテンツを軸に、アプリ会員であるお客さまからの商品要望やアイデア、よく利用される店舗への気づきなど、様々なお声を改善につなげていく機能です。

「マジボイス」サイト
<https://www.majica-net.com/majivoice/>

Q マジボイス

Our Business

海外事業

独自の商品供給網で日本産品を世界へ
「ジャパnbrランド・スペシャリティストア」

主な店舗

DON DON DONKI

Don Quijote

TOKYO CENTRAL

MARUKAI

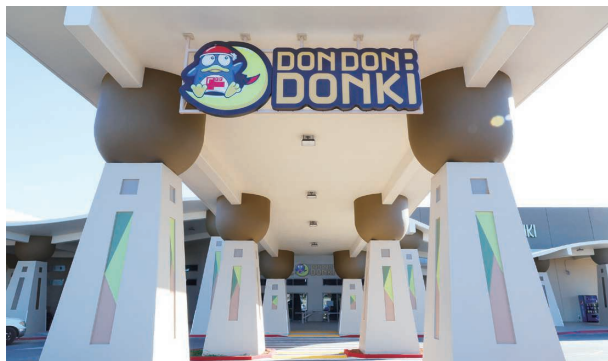
Times

Gelson's

北米事業

カリフォルニアでは、日本産品を多く取り扱うスーパーマーケット「TOKYO CENTRAL」及び「MARUKAI MARKET」や、高品質な生鮮や総菜を取り扱う米国有数のプレミアムスーパーマーケット「Gelson's」を、ハワイでは生鮮食品から生活関連商品まで幅広い品ぞろえを提供する「Don Quijote」(USA) や、老舗ブランドスーパーマーケットの「Times SUPERMARKETS」を展開しております。

また、24年にはDON DON DONKI業態がグアムに初出店するなど、様々な業態を展開しております。



2024年に「VILLAGE OF DONKI」という名でDON DON DONKI業態がグアム初出店。日本からの輸送時間が短いことや、関税がかからない商品が多いことから、仕入価格の低減や鮮度向上を実現。



2024年5月にはハワイ初のTOKYO CENTRALがオープン。Timesカイルア店から業態転換した。

アジア事業

日本製もしくは日本市場向けの商品や、日本産品を提供する「ジャパnbrランド・スペシャリティストア」をコンセプトに、環太平洋エリアにおいて「DON DON DONKI」を展開。日本食・日本文化の魅力を発信しています。

アジアで展開する「DON DON DONKI」では、多種多様な日本の商品を販売し、「ジャパnbrランド・スペシャリティストア」としての高い認知と人気を獲得しています。出店国・地域に合わせてローカライズしながら多店舗展開を進め、現在は香港、シンガポール、タイ、マレーシア、台湾、マカオの6つの国と地域に店舗を展開しています。



「DON DON DONKI」は、野菜・果物などの日本産品を提供する「ジャパnbrランド・スペシャリティストア」。



DON DON DONKIでは日本の食を手軽に体験できるように店内飲食事業も展開しており、手軽に本格的な和牛を楽しめる「和牛串」、レストラン「寿司 わか桜」など、日本の食材の魅力を伝える。

地域社会との共生による社会課題の解決

PPIC(ピック)を通じた日本産品の販売

当社グループは日本産品の開拓強化にあたり、自治体との取り組みを積極的に推進しています。その一環で各自治体との連携協定を進めており、現在8県1市と締結いたしました。

● 連携協定を締結した自治体

愛媛県、鹿児島県、熊本県、和歌山県、沖縄県、札幌市、香川県、宮城県、福島県

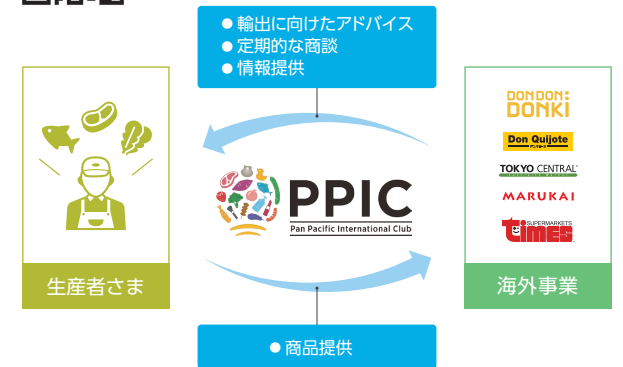
各自治体の特産品の海外での販路拡大及び販売促進を図り、生産者さまとのマッチングの機会を増やすと共に、官民一体で生産者さまの輸出事業をフォローできる体制を整えてまいります。

PPICとは…(Pan Pacific International Club)

PPIHグループの海外店舗へ輸出を希望する生産者さま等で構成する会員組織です。生産者の皆さまは海外へ販路を拡大することができ、当社グループは商品を安定確保し、コスト構造を改善できます。



<https://www.ppihgroup.com/ppic/>



2023年12月、宮城県との協定式



2024年2月、福島県との協定式

Our Sustainability

サステナビリティ

PPIHグループは、本業の総合小売業の事業活動を通じて環境・社会における重要課題の解決に取り組んでいます。ステークホルダーと対話を重ねながら、持続可能な社会の実現と中長期的な企業価値の向上の両立を目指します。



<https://ppih.co.jp/sustainability/>

気候変動への対応

CO₂排出量削減に向け、太陽光発電をはじめとした再生可能エネルギーの活用を進めています。これまでに累計で22店舗・1拠点(国内)で導入しており、今後も拡大してまいります。



PPIH本社ビルでは使用電力を100%CO₂フリー電力に

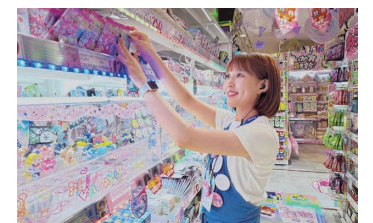
サプライチェーン・マネジメント

サプライチェーン全体で責任ある調達を進めていくため、「PPIHグループ 調達方針」と「PPIHグループ サプライチェーン行動規範」を定め、お取引先さまとのパートナーシップのもと人権・環境リスク低減に向けた取り組みを進めています。

オリジナル商品の製造を委託する工場に対しては、人権・労働・安全衛生等を確認する監査も実施しています。

女性の活躍推進

PPIHでは、企業理念の中で多様性の尊重を謳っており、ダイバーシティ型組織を目指すうえで、とりわけ女性活躍推進に関する取り組みを進めています。女性のキャリア形成や活躍につながるプログラムを実施したり、働きやすい環境整備のため女性の健康・育児支援に関する福利厚生制度の充実などに取り組んでいます。



Our Network
店舗展開

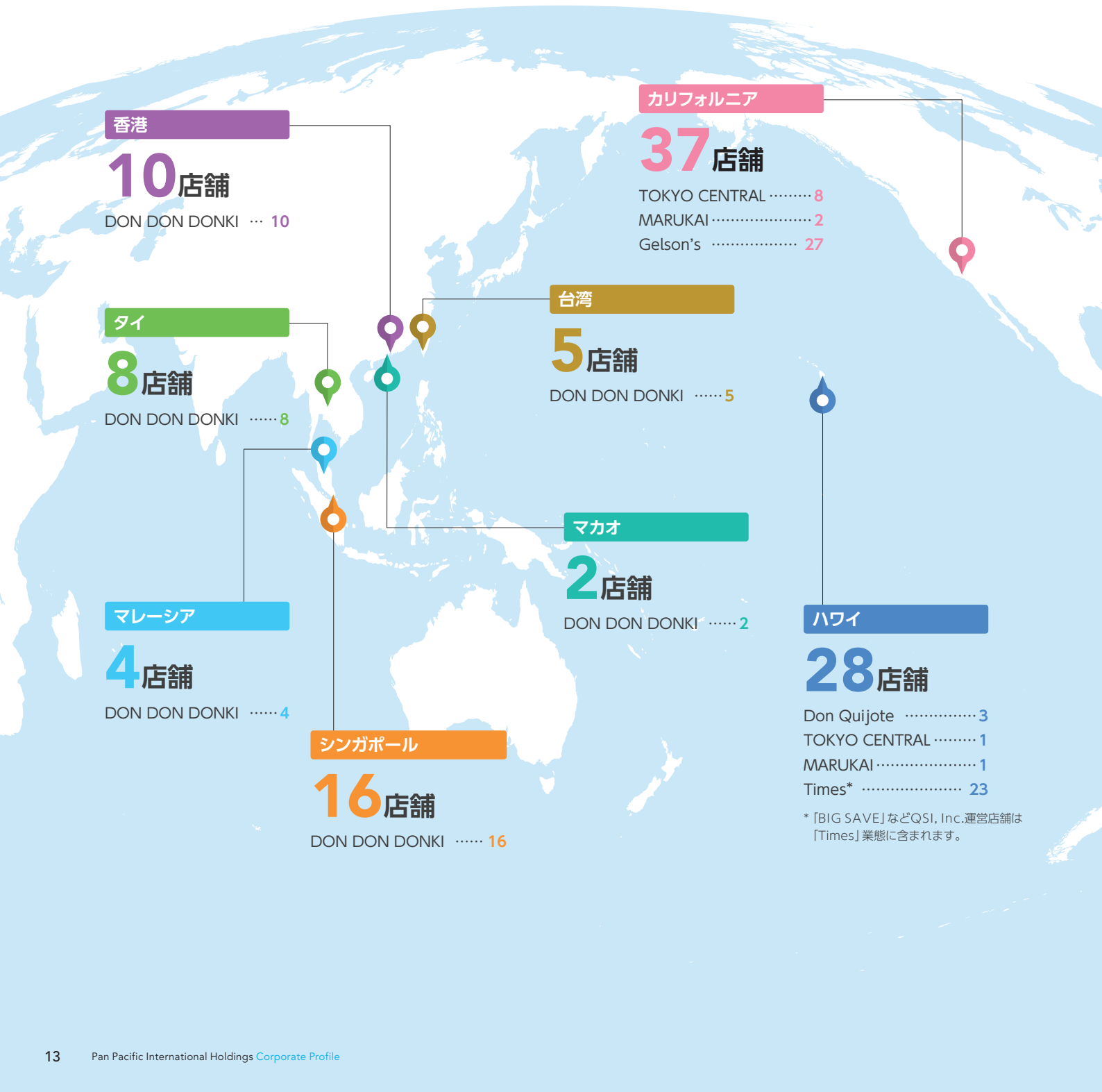
世界10の国・地域に742店舗を展開

海外リテール事業

110店舗

2024年6月30日時点

DON DON DONKI	45	MARUKAI	3
Don Quijote (USA)	3	Times	23
TOKYO CENTRAL	9	Gelson's	27



グループ企業
<https://ppih.co.jp/corp/group/>



日本国内

632店舗

2024年6月30日時点

ディスカウントストア事業

ドン・キホーテ	274
MEGAドン・キホーテ	130
MEGAドン・キホーテUNY	62
ピカソ等	35

総合スーパー事業

ピアゴ	65
アピタ	64
ユーストア	2

