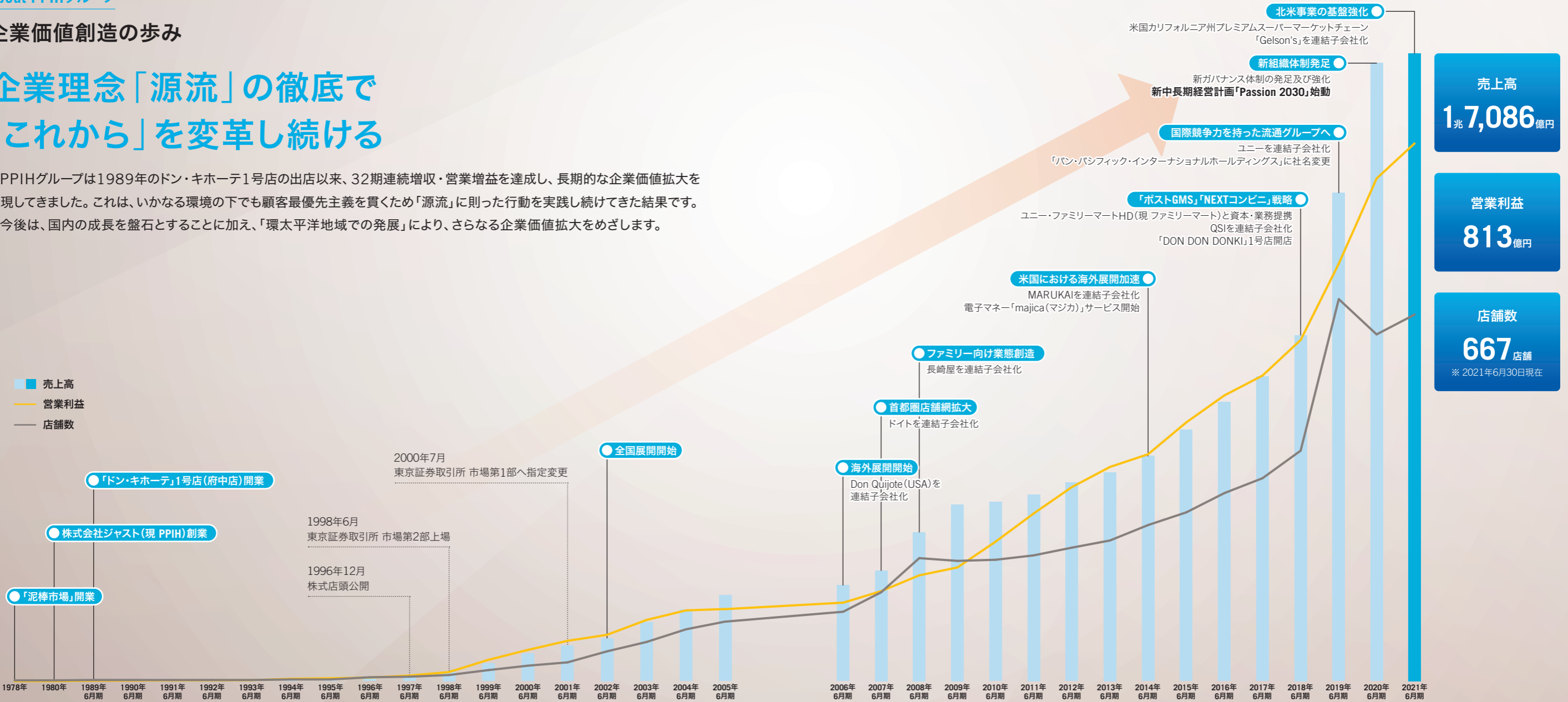


企業価値創造の歩み

企業理念「源流」の徹底で「これから」を変革し続ける

PPIHグループは1989年のドン・キホーテ1号店の出店以来、32期連続増収・営業増益を達成し、長期的な企業価値拡大を実現してきました。これは、いかなる環境の下でも顧客最優先主義を貫くため「源流」に則った行動を実践し続けてきた結果です。今後は、国内の成長を盤石とすることに加え、「環太平洋地域での発展」により、さらなる企業価値拡大をめざします。

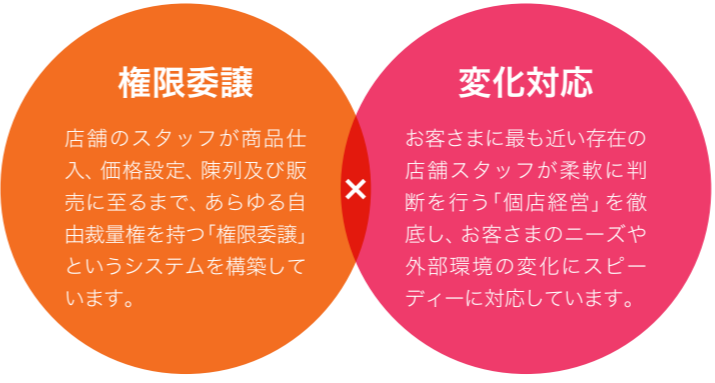


私たちの原点

1978年、創業者である安田隆夫は、当社グループの前身である雑貨店「泥棒市場」を開業しました。小売業における経験のない状態からのスタートでしたが、誰よりも情熱を持ち、顧客最優先主義を徹底しました。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時まで営業する雑貨店は多くのお客さまの評判となりました。創業時から変わらない顧客最優先主義という姿勢と「他の大手小売企業の真似は絶対にしない」という独自の逆張り発想が、今なお私たちの原点として存在しています。



創業の精神から生まれた不変の強み



環境変化に対応したポートフォリオ経営の進化

国内では人口減少が進み、小売業界は、業態を越えた生き残り競争に突入しています。国内事業では、コロナ禍後のニューノーマルにおいても「顧客最優先主義」を貫いていくために、DS・GMS事業とも自己変革による「国内ポートフォリオ経営の進化」を開始しています。デジタル・データ戦略では、カイバラボを“小売の未来”を模索するプラットフォームとして、店舗とオンラインをシームレスなチャネルでつなぎ、これによる顧客理解を深め、新たな顧客体験を提供します。海外は、PPICの基盤拡大に伴い、アジアの出店を加速させ、海外ポートフォリオの強化を進めます。米国カリフォルニア州では、プレミアムスーパーGelson'sを取得。新しい顧客層の取込みを図ります。サステナビリティ活動については、委員会を新設し、ダイバーシティなどESGの取り組みを推進強化していきます。