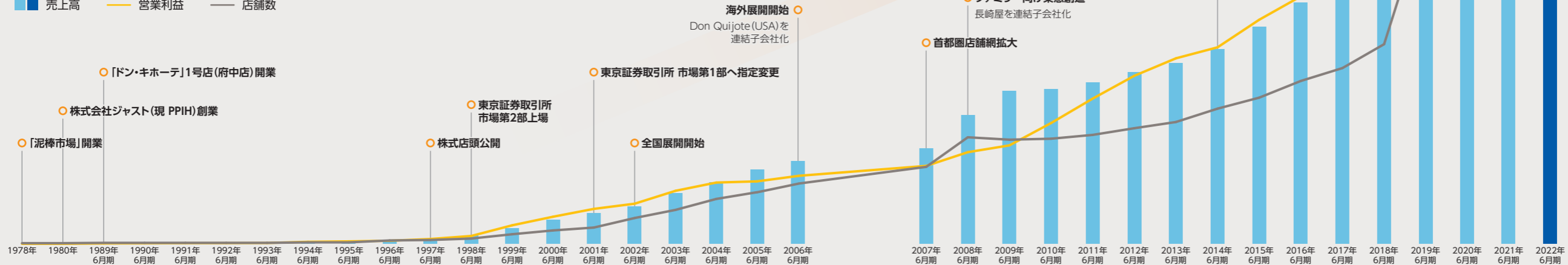


企業価値創造の歩み

# 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、33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。

■ 売上高    — 営業利益    — 店舗数



**売上高**  
1兆8,313億円

**営業利益**  
887億円

**店舗数**  
699店舗  
※2022年6月30日現在

## 顧客最優先主義の追求から生まれた「権限委譲」「変化対応」という不変の強み

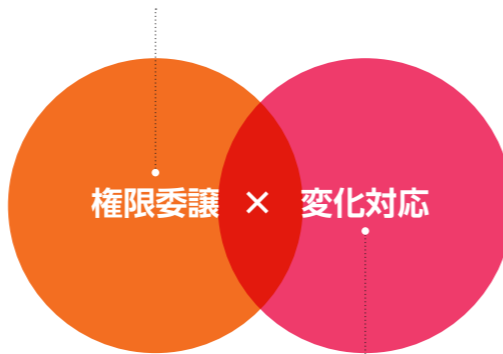
### 私たちの原点



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、今も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

店舗のスタッフが商品仕入、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持つ「権限委譲」というシステムを構築しています。



お客さまに最も近い存在の店舗スタッフが柔軟に判断を行う「個店経営」を徹底し、お客さまのニーズや外部環境の変化にスピーディーに対応しています。



## 「変化対応力」にさらなる磨きをかけ、躍進を遂げる流通革命期へ

### 環境変化に対応したポートフォリオ経営の進化

国内では市場の急速な環境変化を踏まえ、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」を進めています。デジタル・データ戦略では、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、金融事業を新たな柱とした事業推進体制の構築を進め、店舗とオンラインをシームレスなチャネルでつなぎ、顧客理解の深化、新たな顧客体験の提供に取り組んでいます。海外では北米・アジアともジャパンブランド・スペシャリティストアで出店に取り組み、海外ポートフォリオの強化を進めます。またサステナビリティ活動については、委員会が中心となってダイバーシティなどESGの取り組みを推進強化しています。



### 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・カンパニーをめざす

Passion2030発表より程なくし、新型コロナウイルスによる大きな環境変化があり、当社を取り巻く環境は大きく変化しました。そこから2年半が経ち、今後の成長戦略・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Visionary2025/2030として公表しました。PPIHグループは今後、国内事業では収益性の向上、海外事業では事業規模拡大及び利益率改善、ESG活動では持続可能な社会及び企業の実現に取り組み、2030年のあるべき姿として「顧客最優先主義を貫く企業」「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」を体現するビジョナリー・カンパニーをめざします。

