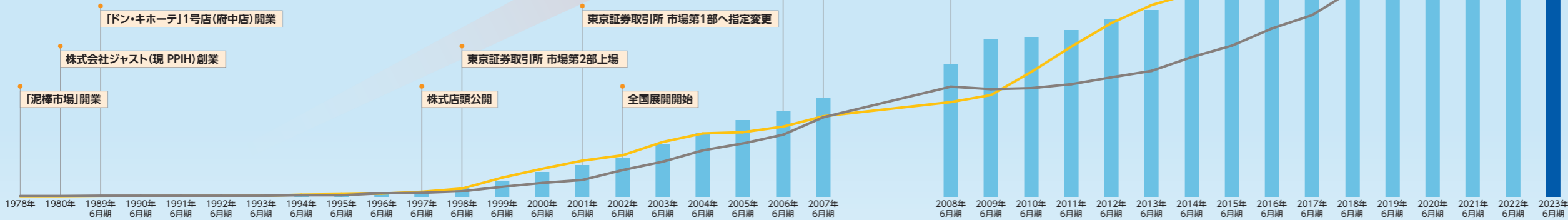


企業価値創造の歩み

企業理念「源流」が未来を切り開く

PPIHグループは1989年のドン・キホーテ1号店の出店以来、34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



**34期連続
増収・営業増益**

「稼ぐ力」の発揮

売上高
1兆9,368億円

営業利益
1,053億円

店舗数
718店舗
※2023年6月30日現在

Visionary 2025/2030

“顧客最優先主義”に基づき、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・カンパニーへ

- 顧客最優先主義を組織の隅々まで貫く企業
- 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
- コアバリュー（名前＝ブランディング、店舗、商品、人材）を次の高みに持っていくイノベーションを目標とする企業
- 個人の目標ではなく、PPIHという企業の成長に野心を持ち、経営、継続的成長のバトンをタイムリーに次世代に渡すことのできる経営陣

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

顧客最優先主義の原点：創業

1978年に創業者・安田隆夫が当社グループの前身である18坪の雑貨店「泥棒市場」を、小売業経験のない状態から東京都杉並区に開店。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2億円を売り上げる繁盛店となりました。その後、1989年3月のドン・キホーテ1号店の開業を皮切りに、グループの規模はさらに拡大。創業当時から常識にとらわれない発想で革新を起こし続け、そのDNAは現在も脈々と受け継がれています。



権限委譲

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

変化対応

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

個店主義

チェーンストア理論による画一的な店づくりではなし得ない、現場の権限委譲と変化対応によって実現

歴史に育まれた当社グループならではの価値

CV + D + A

(利便性・ディスカウント性・アミューズメント性)

ConVenience (便利さ)

日用雑貨品や食品、家電製品から高級ブランド品まで扱う豊富な品揃えと、多様な立地での店舗展開・長時間営業

Discount (安さ)

近隣他店に対して競争優位性が高い価格設定を行い、お客さまが思わず笑顔になる「驚きの価格」を実現

Amusement (楽しさ)

圧縮陳列や手描きポップなど、五感が刺激されるような空間演出で、「お買い物の楽しさ」を提供

ポートフォリオ経営の進化

- 2014年 3月 電子マネー「majica (マジカ)」サービス開始
- 2015年 7月 majicaアプリの開始
- 2021年 9月 株式会社パン・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) を設立

ディスカウント事業、GMS事業、海外事業に加え、第4の柱として金融事業を位置づけ、金融サービスを担う「PPIF」を設立。購買データを活用することで、グループ全体の成長へ貢献します。

