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、35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。

今後も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として、さらなる企業価値拡大をめざします。

顧客最優先主義の原点：創業

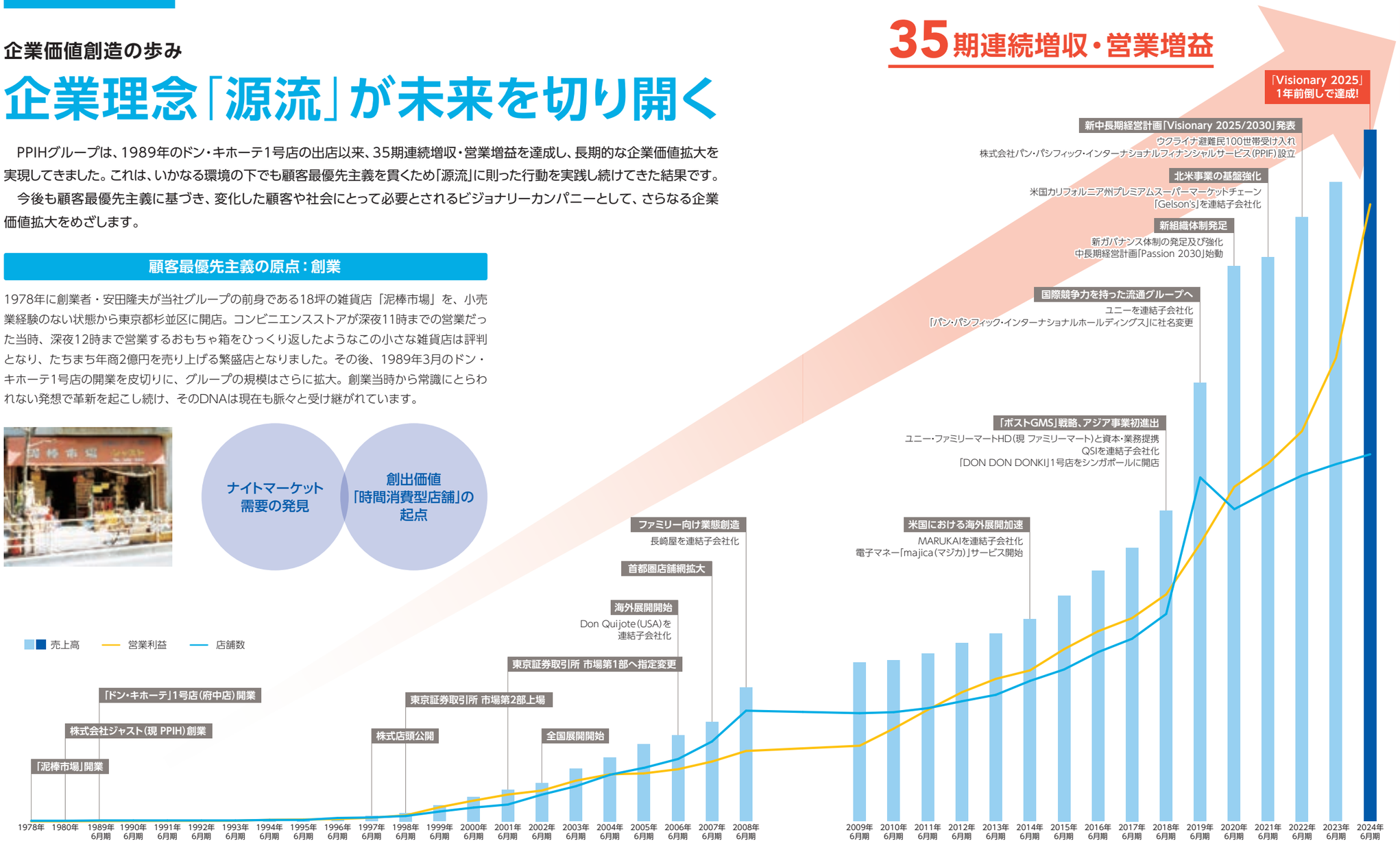
1978年に創業者・安田隆夫が当社グループの前身である18坪の雑貨店「泥棒市場」を、小売業経験のない状態から東京都杉並区に開店。コンビニエンスストアが深夜11時までの営業だった当時、深夜12時まで営業するおもちゃ箱をひっくり返したようなこの小さな雑貨店は評判となり、たちまち年商2億円を売り上げる繁盛店となりました。その後、1989年3月のドン・キホーテ1号店の開業を皮切りに、グループの規模はさらに拡大。創業当時から常識にとらわれない発想で革新を起こし続け、そのDNAは現在も脈々と受け継がれています。

ナイトマーケット需要の発見

創出価値「時間消費型店舗」の起点

35期連続増収・営業増益

「Visionary 2030」達成に向けさらなる成長戦略を描く



2024年6月期 売上高 **2兆円突破**

売上高	営業利益	店舗数
2兆951億円	1,402億円	742店舗

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

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）

圧縮陳列や手書きPOP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