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

株式店頭公開

海外展開開始 Don Quijote(USA)を

ファミリー向け業態創造

首都圏店舗網拡大

長崎屋を連結子会社化

東京証券取引所 市場第1部へ指定変更

東京証券取引所 市場第2部上場

「ドン・キホーテ」1号店(府中店)開業

株式会社ジャスト(現 PPIH)創業 「泥棒市場」開業

売上高 一 営業利益 一 店舗数

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 2008年 6月期 6月期 6月期 6月期 6月期 6月期 6月期 6月期

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

35期連続増収・営業増益

「Visionary 2025」 1年前倒しで達成!

カクライナ避難民100世帯受け入れ

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)設立

米国カリフォルニア州プレミアムスーパーマーケットチェーン 「Gelson's」を連結子会社化

新ガバナンス体制の発足及び強化

中長期経営計画「Passion 2030」始動

ユニーを連結子会社化

国際競争力を持った流通グループへ

QSIを連結子会社化

「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

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

米国における海外展開加速

電子マネー「majica(マジカ)」サービス開始

MARUKAIを連結子会社化

「DON DON DONKII1号店をシンガポールに開店

[Visionary 2030] 達成に向け さらなる成長戦略を描く

新中長期経営計画[Visionary 2025/2030]発表

2024年6月期 売上高 2 兆円突破

売上高

2兆951億円

営業利益

1,402億円

店舗数

742店舗

歴史に育まれた当社グループならではの価値











(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

Pan Pacific International Holdings | 統合レポート2024