

# PPIHグループのポートフォリオ経営

PPIHグループは、「顧客最優先主義」と「グループ全体の経営資源の最適化」の両立を追求しつつ、収益基盤の多様化による安定成長と、成長領域と再構築領域のバランスによる持続的な価値創出を目的に、多様な業態・地域にまたがる事業群を統合的にマネジメントしています。イノベーションの促進や事業間シナジーの創出、リスク分散を図り、「個店主義」を徹底した柔軟かつ迅速な意思決定を可能にするポートフォリオ経営を実践しています。

## 国内ディスカウント事業

「ドン・キホーテ」「MEGAドン・キホーテ」「キラキラドンキ」など、売り場面積やアイテム取り扱い数、地域特性などに応じた多彩な店舗フォーマットを展開。地域のお客さまや訪日外国人のお客さまに向けたお得なサービスを提供し、常に選ばれる店づくりをめざしています。



## 国内UNY事業

総合スーパー「アピタ」、食品スーパー「ピアゴ」「ユーストア」を展開。「衣・食・住」思考から脱却し、お客さまの生活シーンに寄り添った幅広い品揃えや喜んでいただける価格に挑戦しています。社名の由来でもある「ユニークさ」を追求し、地域で最も支持される店舗をめざしています。



## 海外事業(北米事業)

カリフォルニア・ハワイ・グアムの3エリアで事業を展開。カリフォルニアでは、日本産品を多く取り扱う店舗や歴史あるハイエンドスーパーを、ハワイでは、地域密着型や観光客向けの店舗を、グアムでは、日本産品・土産品・ローカル品を扱うハイブリッド型店舗を運営しています。現在は、カリフォルニアを中心に店舗網の拡充を進めるなど、成長に向けた基盤づくりに取り組んでいます。

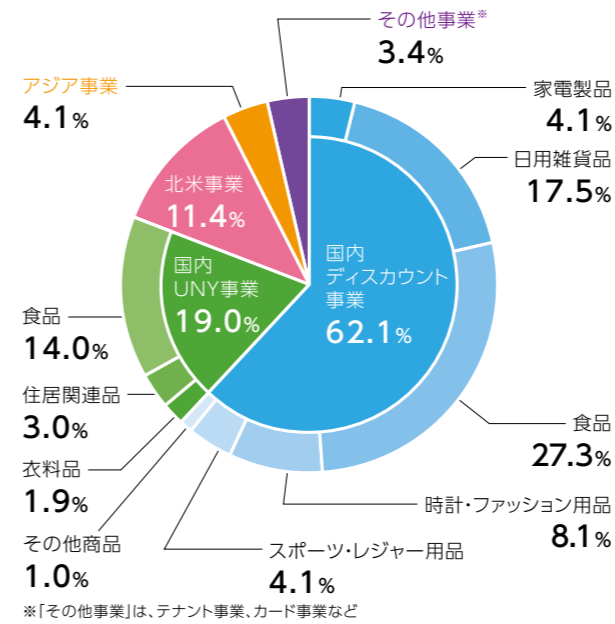


## 海外事業(アジア事業)

環太平洋エリアにおいて、「ジャパンプランド・スペシャリティストア」として、日本産品や日本市場向けの商品を提供する「DON DON DONKI」を展開。「美味・健康・環境」をコンセプトに、品質の高さや安全性などの価値を保証しながら、日本食・日本文化の魅力を発信しています。



## 連結事業別業績概況



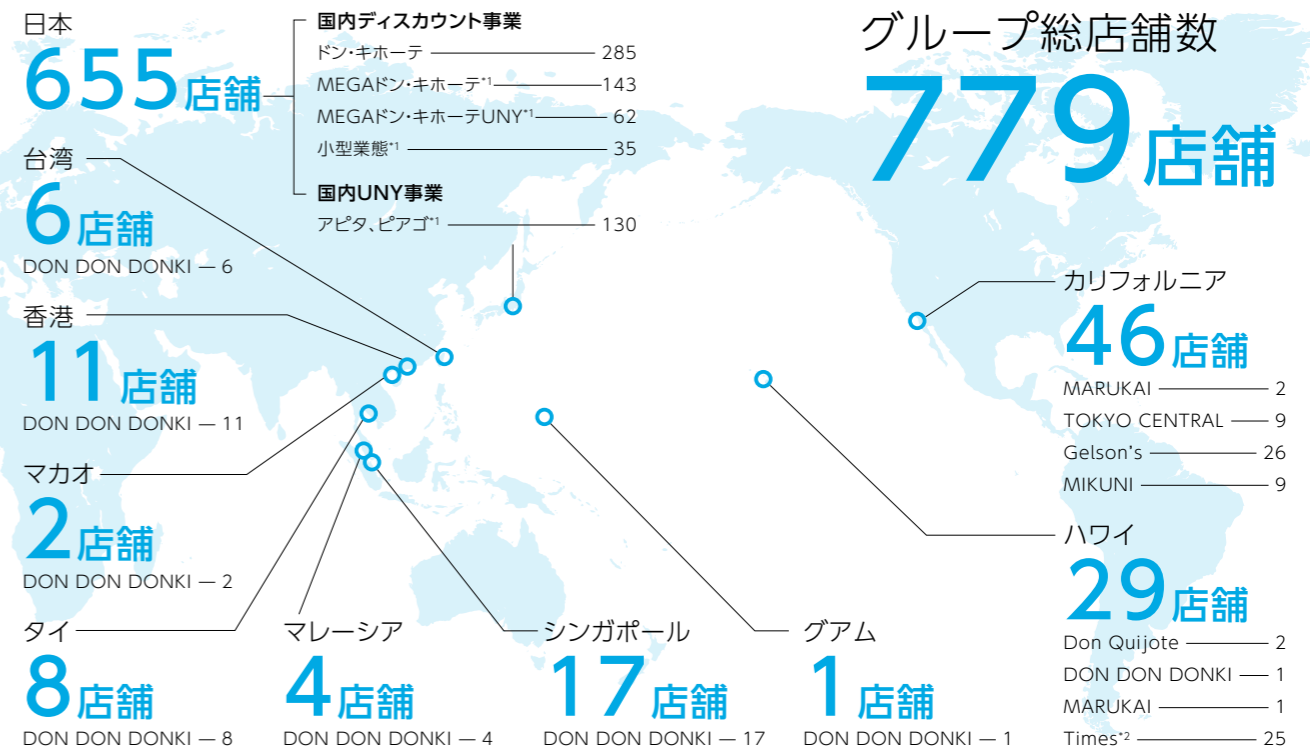
## 事業別売上高

国内ディスカウント事業	1兆4,453億円
国内UNY事業	4,702億円
北米事業	2,604億円
アジア事業	915億円
合計	2兆2,468億円

※その他・連結修正 ▲207億円



## 店舗ネットワーク



\*1「New MEGAドン・キホーテ」は「MEGAドン・キホーテ」業態に、「ドン・キホーテUNY」は「MEGAドン・キホーテUNY」業態に、「ピカソ」「エッセンス」「ドミセ」「エキドンキ」「ソラドンキ」「情熱職人」及び「長崎屋」などは「小型業態」に、「ユーストア」「ピアゴパワー」「パワースーパーピアゴ」などは「アピタ、ピアゴ」業態に含まれます。  
\*2「BIG SAVE」や「TOKYO CENTRAL」「DONPEN Times」などのQSI, Inc.運営店舗は「Times」業態に含まれます。  
※当ページに記載の内容は、2025年6月末時点の情報です。