

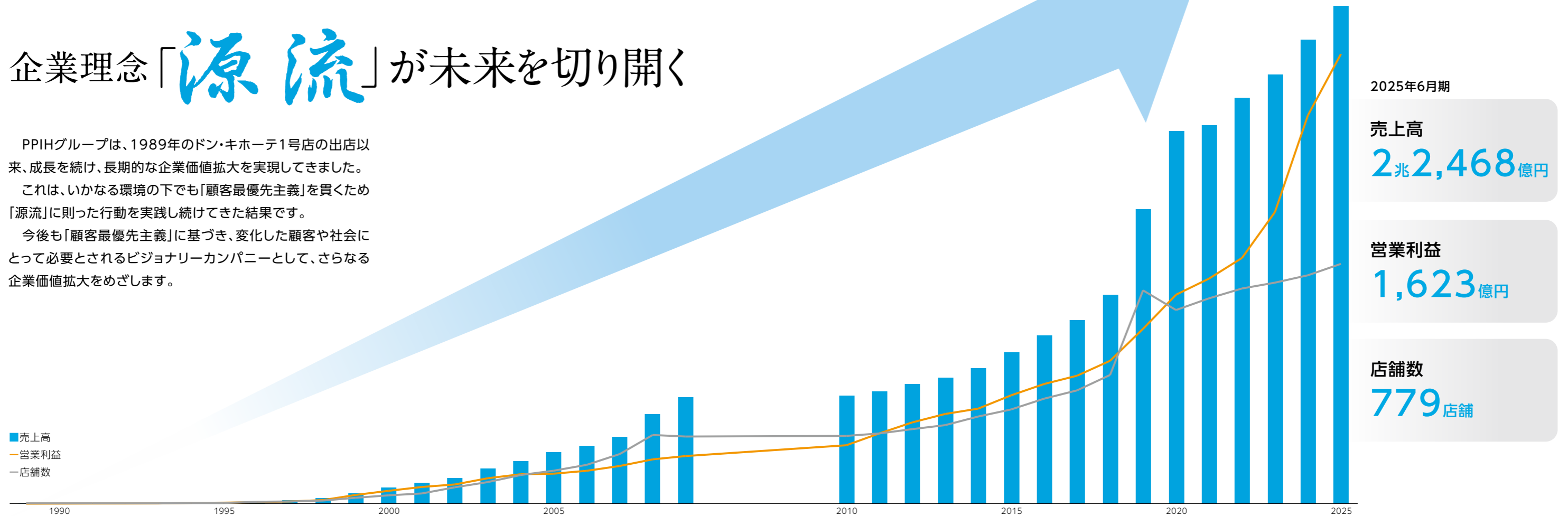
# 企業価値創造の歩み

## 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、成長を続け、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。

# 「Double Impact 2035」

すべての外部環境の変化を成長機会と捉え、果敢な挑戦を続け、さらなる成長をめざす



1978年  
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



1989年  
「ドン・キホーテ」1号店となる府中店を開店



2001年  
「ドン・キホーテ」の全国展開を開始

2006年  
海外事業開始  
Don Quijote(USA)を連結子会社化



2007年  
首都圏へ店舗網拡大  
ファミリー向け業態創造  
長崎屋を連結子会社化



2009年  
プライベートブランド  
「情熱価格」の販売を開始



2011年  
創業者・安田隆夫が編纂した企業理念集「源流」を発行



2013年  
米国における海外展開加速  
MARUKAIを連結子会社化



2014年  
電子マネー「majica(マジカ)」サービス開始



2015年  
「majicaアプリ」リリース

2017年  
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

2017年  
アジア事業開始  
「DON DON DONKI」1号店をシンガポールに開店



2019年  
「ユニー」を連結子会社化(完全子会社)

2019年  
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へ社名変更  
2019年2月、国際競争力を持った新たな流通を創造していくという決意を込め、日本国内のみならず、環太平洋地域におけるグローバルグループとして相応しい企業のあり方を表す商号へ変更



2021年  
北米事業の基盤強化へ  
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

2021年  
PB「情熱価格」をリニューアル  
プライベートブランドからピープルブランドへ



2022年  
新中長期経営計画  
「Visionary 2025/2030」発表

2022年  
ウクライナ避難民100世帯受け入れ

2023年  
majicaアプリサービス  
「マジボイス」リリース



2024年  
「Visionary 2025」1年前倒しで達成

2025年  
新長期経営計画「Double Impact 2035」発表