

PPIHグループのIR情報やESGの取り組みなどの
詳細な情報については、以下サイトからご覧ください。

株主・投資家情報

<https://ppih.co.jp/ir/>

統合報告書

<https://ppih.co.jp/ir/library/annual/>

PPIH Report (株主通信+CSRレポート)

<https://ppih.co.jp/ir/library/newsletter/>

PPIHグループのサステナビリティ

<https://ppih.co.jp/sustainability/>

SDGsへの貢献

PPIHグループの企業活動はSDGs（持続可能な開発目標）
の17の目標の達成に広く関わっています。わたしたちは、
その中でもPPIHグループの重要課題（マテリアリティ）
に取り組んでこそ、ステークホルダーからの期待に応え
ると共にSDGs達成に貢献すると考え、重要課題の解決
に向けて積極的に取り組んでまいります。



驚安の殿堂
ドンキホーテ



DON DON
DONKI



ドンキホーテ



会社案内



Gelson's

TOKYO CENTRAL
Specialty Market



株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス
〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10
TEL. 03-5725-7532 FAX. 03-5725-7322
<https://ppih.co.jp>



株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス



底力の34期連続成長!

当社グループは1989年のドン・キホーテ1号店(府中店)出店以来、34期連続の増収営業増益を達成しました。激しい環境変化の波に対し、既存のビジネスを柔軟に変化させて「顧客最優先主義」を実現し、永続的に利益の追求を実現するビジョナリー・カンパニーを目指してまいります。

グループ総売上高

1兆9,368億円

営業利益

1,053億円

初の1,000億円超え

お買上お客さま数

6億6,392万人

お買上商品点数

52億4,212万点

変革を起こし続けた歴史



グループ店舗数

718店舗

連結従業員数

17,107名

2001年6月期 東証1部へ指定変更 新業態「ピカソ」出店開始



2007年6月期 M&Aによる出店加速 ドイトを連結子会社化



2008年6月期 総合スーパー事業 立て直し 長崎屋を連結子会社化

2014年6月期 米国における海外展開加速 MARUKAIを連結子会社化 電子マネー「majica(マジカ)」サービス開始



2010年6月期 プライベートブランド「情熱価格」販売開始



2006年6月期 海外展開開始 Don Quijote (USA)を連結子会社化



2023年6月期 初の営業利益1,000億超え "稼げる小売企業"として成長し、営業利益率が5期ぶりとなる5%台到達

2022年6月期 次世代を見据えた新業態の開発 「キラキラドンキ」「コスメドンキ」「驚辛ドンキ」「厳選寿司」「富田精米」等 中長期経営計画「Visionary 2025/2030」始動

2021年6月期 PPIC発足、「情熱価格」のリブランディング



2020年6月期 新組織体制発足 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

2019年6月期 日本のドン・キホーテから世界のPPIHへ ユニークを連結子会社化 「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



2018年6月期 「ポストGMS」「NEXTコンビニ」戦略 ユニーク・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 QSIを連結子会社化 「DON DON DONKI」1号店開店



34期連続 増収営業増益

PPIHグループの コアバリュー「源流」

創業者である安田隆夫の考えと思想が
明文化された企業理念集「源流」。
PPIHグループの全従業員と役員が受け継ぐべき行動指針であり、
私たちの矜持と存在理由そのものです。



源流経営

ドン・キホーテを始祖とするPPIHは、流通業を通じて顧客に喜びと感動を与え、
社会に貢献することを目的とした国際的企業集団である。
我々は常に顧客が望むものを望む形で提供することによって、
顧客満足を最大化させ、その結果として消費の活性化と内需の拡大を促し、
地域と国家の文化・経済発展に資する努力を惜しまない。(源流より)

企業原理「顧客最優先主義」

PPIHグループの使命は、お客さまにお買い物をワクワク・ドキドキ楽しんでいただく
ことです。一人ひとりが「顧客最優先主義」を不変の企業原理として胸に刻み、そのため
に何をすべきなのか、自問自答しながら行動することに努めています。

経営理念

- 第一条 高い志とモラルに裏づけられた、無私で真正直な商売に徹する
- 第二条 いつの時代も、ワクワク・ドキドキする、驚安商品がある買い場を構築する
- 第三条 現場に大胆な権限委譲をはかり、常に適材適所を見直す
- 第四条 変化対応と創造的破壊を是とし、安定志向と予定調和を排する
- 第五条 果敢な挑戦の手を緩めず、かつ現実を直視した速やかな撤退を恐れない
- 第六条 浮利を追わず、中核となる得意事業をとことん突き詰める



創業会長 兼 最高顧問
安田 隆夫

「源流」によって受け継がれるPPIHグループの創業精神

当社グループの前身は、安田が1978年に東京都杉並区に開店した18坪の雑貨店「泥棒市場」です。小売業における経験
もノウハウもネットワークも何もない状態からスタートしました。

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。



「源流」によって規定された「PPIHの最大の強み」

権限委譲 × 変化対応

権限委譲によって発揮される変化対応力
こそが、PPIHグループの模倣不可能な企業
価値です。権限委譲によって従業員を自発
的に考える人財に育て、いかなる困難な状
況においても、現場における迅速かつ柔軟
な対応ができる変化対応力を磨き続けてい
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
由裁量権を持つ権限委譲
というシステムを構築し
ています。

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
に対応しています。

変革に挑み続ける人財が育つ理由

失敗を容認する企業文化



PPIHグループが従業員に求めるのは、どんなに失敗して
も、その失敗を力に変えて行動し変革を起こすことです。

失敗を恐れずに成功体験を積み重ねることで、PPIHグルー
プの従業員は「顧客最優先主義」に基づき、お客さまのため
の最善の変革を起こせる人財に成長します。

「源流」でうたわれる多様性の尊重

PPIHグループのダイバーシティ推進

PPIHグループは、すべての多様性を認め、尊重することを企業理念集「源流」でうたっており、人種・国籍・性別・年齢・宗教・
障がいの有無・LGBTQ+ (性的指向・ジェンダーアイデンティティ)などを理由とした差別を一切行わず、いかなるときも相
手の立場にたって、お互いを尊重します。(2023年1月制定「PPIHグループ ダイバーシティ方針」※より)

ビジネス環境の変化とお客さまの価値観の多様化が進む中、私たちがお客さまか
ら選ばれ続けるためには、多様な人財が集まり平等に活躍できるダイバーシティ型
組織の構築が不可欠です。

企業の成長に欠かせない人財が、様々な視点で新しい価値を創出し、企業自身
がしなやかに進化するためにも、従業員一人ひとりが挑戦・活躍できる機会の提供や
従業員の成長に繋がる教育・社内環境整備を進めています。



→ P26-27「ダイバーシティの推進」をご参照ください

※【PPIHグループ ダイバーシティ方針】
https://ppih.co.jp/sustainability/basic_policy/diversity_policy/



PPIHは多様な業態フォーマットで 新しい驚きとワクワクする楽しさ、 品質と利便性、安全・安心を提供します

PPIHグループは、国内事業において多様な業態や店舗ロケーション、店舗規模による「ポートフォリオ経営」を推し進めています。また海外事業でもアジア・米国において店舗数を拡大し、存在感を強めています。様々な業態の棲み分けにより、グループシナジーを創出しスケールメリットを最大化することで、強固な事業基盤構築を目指します。また、環境変化や地域ニーズに対応した新業態の展開も行っています。

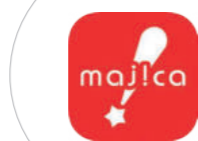
ディスカウントストア事業

PPIHグループの中核業態である「ドン・キホーテ」をはじめ、ターゲットや売り場面積、アイテム取り扱い数などに応じた多彩な店舗形態フォーマットで地域のお客さまに常に選ばれる店づくりを目指しています。



総合スーパー事業

主婦（夫）やファミリー、シニア層などをターゲットに、より豊かな日常生活を提案し、品揃えとサービスが特徴の広域商圏対応型と地域密着型の総合スーパーなどを多彩に展開しています。



海外リテール事業

米国のハワイ、カリフォルニア、そしてシンガポール、タイ、香港などアジアに出店を拡大中。環太平洋エリアに新たな展開をしています。



金融事業

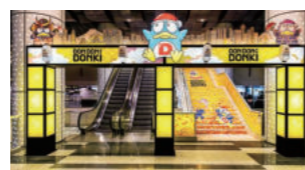
当社グループの電子マネーアプリ「majica」と連動した事業を推進しています。アプリの機能強化・利便性の向上により会員数のさらなる拡大を図るなど、事業としての成長を目指しています。



ディスカウントストア事業



総合スーパー事業



海外リテール事業

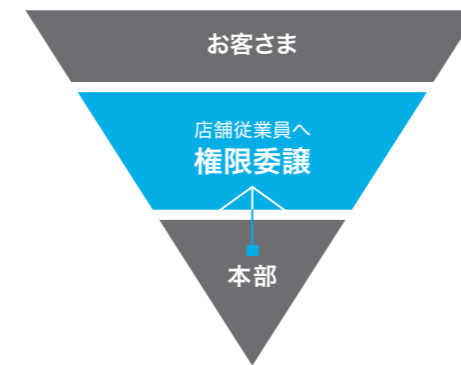


新業態の
展開



従業員の権限で売り場をつくり 変化に応じた店舗づくりをする PPIHの強み「**個店主義**」とは？

PPIHグループは、ポートフォリオ経営によって業態を広げてリスク分散をするだけではありません。個々の業態における各店舗は本部主導ではなく、「個店主義」をもって各店舗・各従業員が「変化対応」することで環境変化や地域特性に最適化し、あるいはこれまでにない新たなノウハウを生み出せることが強みです。その根底にあるのは、「権限委譲」によって培われた従業員一人ひとりの成長とマインドです。



権限委譲×変化対応 PPIHグループの独自の価値観

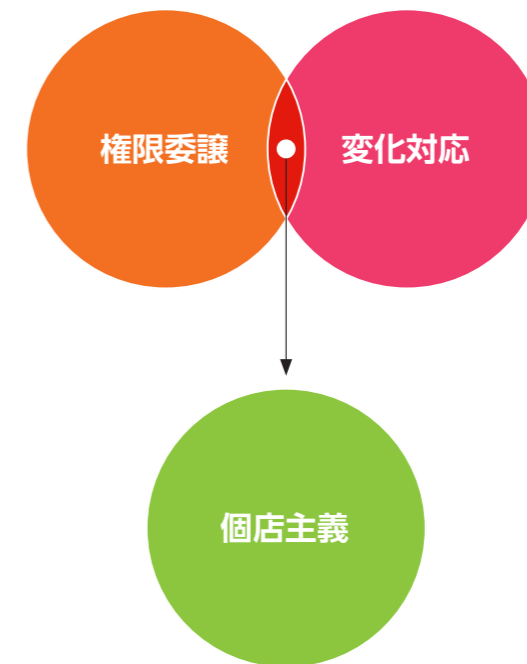
「顧客最優先主義」という企業原理のもと、現場（店舗）の従業員が商品仕入、価格設定、陳列及び販売に至るまで、あらゆる自由裁量権を有しています。「権限委譲」は創業時から受け継がれる当社グループのDNAであり、本質的な強みとなっています。

また、各商圏の状況に合わせた「個店経営」を徹底することで、お客さまのニーズやライバル店の動向に対して迅速かつ柔軟な価格設定及び商品構成を行っています。スピーディーな「変化対応力」は、当社グループの競争力であり、お客さまニーズや外部環境の変化に応じた価値創造に繋がっています。

従業員が本部の指示なしで 店舗や売り場を管理する権限

PPIHでは各事業の店舗従業員に対する自由裁量を重視しています。同時に、裁量を与えられた従業員の意欲的なチャレンジを歓迎し、失敗を寛容に受け止め、失敗による従業員の成長に価値を置いてマネジメントを行っています。また、メイト*をはじめとする従業員全てに対しても一定の裁量を与える権限委譲が行われています。

*メイト…当社ではアルバイト・パート・タイマーをメイトと呼ぶ



店舗ごとに異なるお客さまの 特性や変化に対応する能力

同じ業態であっても、店舗・地域ごとにお客さまが求める店舗の形は異なります。PPIHは業態ごとの画一化・同質化ではなく、権限委譲された各店舗の従業員が地域特性や環境変化に対して自ら考え、変化対応力を発揮することを求めています。

顧客親和性の高い店づくり

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する「個店主義」がPPIHグループの強みです。

「変化対応力」と「人財力」を強みに、 顧客最優先主義を貫く

代表取締役社長CEO 吉田 直樹



PPIHは、34年前にドン・キホーテ一店がオープンして以来、34期連続増収営業増益を達成しているリテール事業を中心とするグローバル企業です。

この業績、この結果は、何によってもたらされたのか？様々な要因がありますが、最も大きいものは、PPIHならではの「変化対応力」、そして、それを支える「人財力」です。

市場の変化に迅速に対応することで成長する

社会が急速に変化する中、私たちは、資源価格の高騰による販管費の拡大、商品原価の高騰など、非常に厳しい現実を見ています。しかし同時に、この変化をチャンスとも捉えています。なぜかといえば、それはPPIHという会社が、「変化対応業」という世の中の消費者、お客さまの変化に対応する事業を通して、成長していくことを使命とする会社だからです。当社はこれまでどのような市場の変化に対しても迅速な対応力を示してきました。34期連続増収営業増益という結果が、それを証明しています。

インフレにも強い「稼げる小売企業」として

さらに、前期（2023年6月期）は、初の営業利益1,000億円超え、営業利益率5%台への回復を果たすことができました。これも変化に対応し、数年かけて取り組んできた収益体質の改革の成果であり、あらためて当社の「稼ぐ力」を証明することができたと考えています。

2024年6月期についても、引き続き営業利益率5%台を計画しています。PPIHはデフレに強い、と言われてきましたが、インフレにも強い稼げる小売業であるということ、当社ならではのやり方で証明していきたいと考えています。

現場従業員の実行力でピンチをチャンスに

2019年のCEO就任から4年が経過しましたが、この間、

劇的な環境変化に直面する中での増収営業増益の継続は、「多くの挑戦を、スピード感を持って遂行する」現場従業員の実行力なしには実現できなかったことで、あらためて当社グループの最大の強みは「人財」にあると実感しています。

当社では、「その人がどのステージに立ち、どんな役割を担うと最大のパフォーマンスを発揮できるか」を人事戦略の軸とし、社歴・職位に囚われないフェアな競争環境、権限委譲による大幅な自由裁量権など独自の施策を実践することで従業員のやりがいやモチベーションに繋がっています。これら人づくり・組織づくりが組織内で継承され、企業文化として定着していることが変化対応により成長を継続できている要因のひとつであり、他社に対する優位性だと考えています。

この従業員の強さがあるが故に、PPIHが経営者のカリスマ性によって成長が左右されるような会社ではないということ、安心感を持って受けとめていただければ幸いです。

大胆な目標を掲げ、常に挑戦し続ける

当社は、2025年に営業利益1,200億円、2030年に2,000億円を目指し、中長期経営計画「Visionary 2025/2030」に取り組んでいます。しかし、それも途中経過に過ぎません。創業者に「当社は今、何合目ですか？」と聞くと、「まだ3合目」と即答が返ってきました。創業者が自身の人生を全て賭けた作品を体現するのは、何よりも従業員であり、世代を超えて組織に引き継がれるDNAです。10合目に向かう従業員の後押しをすることが自身に与えられた役割と考え、引き続き一意専心、全力を尽くしてまいります。

とは言え未来のことは誰にも分かりません。しかし私は、当社の従業員による日々の努力の積み重ね、組織としての総力はどの会社と比較しても負けるものではないと確信しています。今後も一層のご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

中長期経営計画 Visionary 2025 / 2030

当社グループは2020年2月に発表した中長期経営計画「Passion 2030」を一部改訂し、「Visionary 2025 / 2030」を2022年8月に発表しました。

ポストコロナ時代の環境変化を踏まえた3カ年の目標と、その先の2030年に向け、継続的な営業利益の向上にフォーカスした目標を定めています。

Point 継続的な営業利益+10%超の成長

当社グループは最初に中期経営計画を発表した2015年6月期以降、年平均12.4%の営業利益成長を実現してきました。今後も年平均10%超の成長を継続することで、2030年6月期に営業利益2,000億円の達成を目指します。

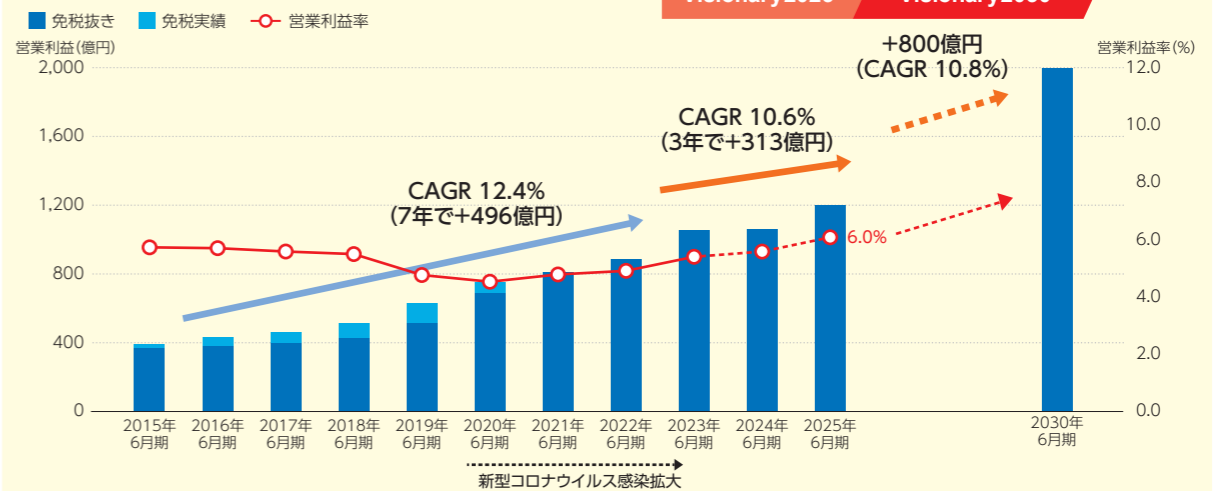
Visionary 2025 定量目標

2025年6月期
売上高 **2兆円**
営業利益 **1,200億円** (営業利益率 6.0%)

Visionary 2030 定量目標

2030年6月期
営業利益 **2,000億円**

2015年6月期からの営業利益／営業利益率推移



Point 永続的に成長し続けるビジョナリー・カンパニーの実現

当社グループは、新型コロナウイルス感染拡大の影響下においても、営業利益年平均+10%超の成長を続けてきました。その要因は「源流」に基づく「変化に対応し、果敢な挑戦を貫く企業」という体質にあります。当社グループは、この先の未来に起こりうる変化に対しても、果敢な挑戦を貫いていくことで、永続的に成長し続ける企業であり続けます。

国内事業

収益性の向上

- ・事業のバリューチェーン拡大 (SPA維新、金融事業)
- ・DXを通じた新しいCV+D+Aの提供
- ・組織改善や生産性改善の推進
- ・継続的な業態創造

海外事業

事業規模拡大及び利益率改善

- ・出店継続による事業規模拡大 (小売店舗+物販飲食業)
- ・グローバルバリューチェーン構築による利益率改善

ESG活動

- ・持続可能な社会及び企業の実現

ワクワク・ドキドキしながら買い物を楽しむ 「非日常的エンターテインメント型店舗」

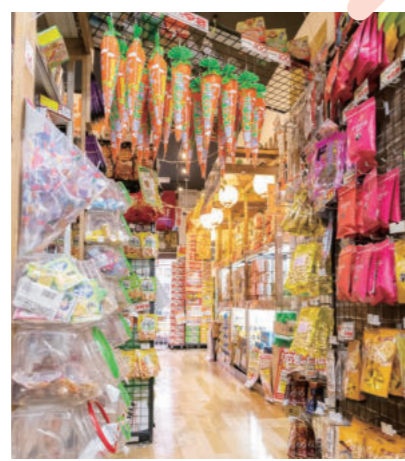
ディスカウントストア事業では、中核業態の「ドン・キホーテ」をはじめ、より売り場面積・アイテム取扱い数の大きな「MEGAドン・キホーテ」など様々な店舗を展開し、一貫して「便利さ」「驚きの安さ」「楽しさ」を追求した店づくりを目指しています。本部主導ではなく現場の一人ひとりに権限委譲をし、各店舗の各コーナーでは、お客さまにワクワク・ドキドキしながらお買い物を楽しんでいただくための創意工夫が凝らされています。

ドン・キホーテ 3つの売り場づくり



1 圧縮陳列

小売業の商品陳列は一般的に見やすさ・わかりやすさを重視しますが、ドン・キホーテは逆に、膨大な種類の商品を天井に届くほど積み上げ、圧倒的なボリューム感と高密度な陳列により非日常感を演出します。



2 魔境感

メイン通路から各コーナーへの視認性は確保しながらも、ジャングルや迷路で宝探しをするような気分になる売り場の演出で、ワクワク・ドキドキを提供します。



3 手描きPOP

独特な文字とカラフルな色合い、エンターテインメント性にあふれた「手描きPOP」による売り場演出もドン・キホーテの特徴です。にぎやかな売り場の中にあっても目立つPOPには、独自のノウハウが詰まっています。

店舗スタッフの自由裁量権によって生まれる売り場づくり

売り場の商品構成やレイアウト、仕入れ、価格設定、販促は全て各店の「MDプランナー」に権限委譲されています。さらに、ドン・キホーテの名物ともいえる「手描きPOP」は各店に配属された「POPライター」によるオリジナル。



コンセプト

CV+D+A

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 (面白さ)

圧縮陳列や手描き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

ディスカウントストア事業の代表業態



続々と新店舗がオープンしています

ディスカウントストア事業では、続々と新店舗がオープンしています。立地に合った業態転換や、新規の出店を継続中。お客さまに近いメイト（アルバイトスタッフ）主体の店づくりなど、そのお店ならではの独自性を強みに競争力を高めています。また、お菓子に特化した「お菓子ドンキ」や10~20代の「Z世代」の従業員の意見やSNSで話題の商品を多く扱う「キラキラドンキ」など、専門店型の新業態も好評です。

ドン・キホーテ 赤羽東口店



赤羽東口店周辺は飲み屋が多く、サプリメントや滋養強壮剤など親和性の高い商品を展開

MEGAドン・キホーテ UNY伊那店



伊那店は家電コーナーに注力



お菓子ドンキ



キラキラドンキ

ドンペンの魅力に迫る！



サイン会も実施するなど大人気

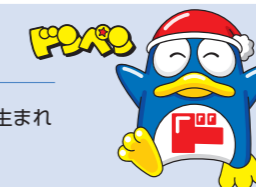
ドン・キホーテの公式キャラクター・ドンペンの人気上昇中です。何にでも全力なドンペンの趣味はダイビング、魚釣り、Tik Tokなど多彩。店頭ではドンペンサンダルなどのドンペングッズがヒットし、北海道ではまりもなど、各地に合わせた「ご当地ドンペン」も続々誕生しています。精力的に活動するドンペンは、お客さまと触れ合うだけでなく、最近では本も出版しました！



キャラクター紹介

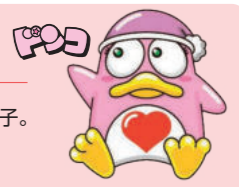
ドンペン ドン・キホーテの公式キャラクター

1998年にドンキのお店を手伝うことになった南極生まれ東京育ちのペンギン。誕生日は9月8日。



ドンコ

おしゃれに敏感な女の子。誕生日は3月3日。



「源流」に基づく「個店経営」に沿って 「地域密着型GMS」への進化を続ける

日常で必要とされる商品を幅広く取り扱う大規模な小売店、総合スーパー（GMS*）業態として、食料品、日用品をはじめ、衣料品、住居関連品などを取りそろえる広域商圏対応型の「アピタ」、食料品を中心に地域に密着した食品スーパー「ピアゴ」「ユーストア」などを展開しています。多種多様な専門店テナントと共に、日々のお買い物を通じて地域のお客さまに愛される店づくりを目指します。

*GMS：General Merchandise Store（ゼネラルマーチャндаイズストア）



広域商圏対応型の
ショッピングセンター／モール



地域に密着した
食品スーパー



食料品専門量販店

多彩な自社専門量販店

ドラッグストアや家電、生活雑貨、アパレル、アウトドア、玩具、自転車など、多様なカテゴリーの自社専門量販店ブランドを開発・展開。「アピタ」「ピアゴ」のリニューアルでは、個店ごとに食品スーパーと自社専門量販店を商圏ニーズに合わせて選択的に導入し、地域のお客さまから高い支持を得ています。



私たちユニーは、
私たちならではの空間、私たちならではの商品、
私たちならではのスタッフレベルを、
お客さまに提供できる
ユニークな企業でありたい



「地域密着型GMS」への進化を続けるユニーの構造改革

ユニーでは、本部主導の店づくりを廃し、お客さまに最も近い存在である店舗スタッフが品ぞろえや値付けの自由裁量権を持って店舗経営を行う「個店経営」を推進しています。さらに今期より、上に記載した「私たちの存在意義」を新たに掲げ、既存店のリブランディング（私たちならではの空間）を引き続き進めると共に、私たちならではの商品とスタッフレベルの向上に注力し、店舗・商品・サービスの三位一体となって地域で最も支持される店舗を目指してまいります。

私たちならではの商品／スタッフレベル

- GMS業態に求められる「これが欲しかった」というお客さまの思いを形にする、PB/OEM商品を選定、開発、拡充することで、競合との差別化を図ります。
- ユニーの強みであるサービスレベルをベースに、お客さまのご要望に、より一層お応えできる商品知識や接客の向上を目的とした新たな人材育成制度を導入。



運営会社

ユニー株式会社

- 事業内容：衣・食・住・余暇にわたる総合小売業
- 2019年にPPIH連結子会社化



キャラクター紹介

アピタン アピタ・ピアゴの公式キャラクター

未来の国アピタンワールドからやってきた「未来リス」。いつも目を輝かせて楽しさを振りまく。腰の「未来ポシェット」には、みんなを幸せにするモノコトが。



ピアタン

アピタンの妹。「未来ブローチ」と「未来スティック」で「未来魔法」を発動する。



国内生産者さま・地方自治体との パートナーシップで調達力を武器に事業を拡大



アジア
事業

国内生産者とのパートナーシップによる ジャパンブランド・スペシャリティストアの拡大



当社グループが2017年より海外で展開する「DON DON DONKI」は、日本産の野菜・果物などの日本産品を提供する「ジャパンブランド・スペシャリティストア」です。国内生産者さまとのパートナーシップ（PPIC）のもと、市場を介さずに直接輸入し、適正価格で販売することで現地のお客さまに高い支持をいただいています。また、2021年より当社グループ初の物販飲食事業をスタートするなど、日本の食品の魅力伝える多様なコンテンツの開発に挑戦しています。



物販飲食事業をアジアで続々展開中!

「DON DON DONKI」店舗内の専門店として、物販飲食事業を2021年よりスタートしました。日本をはじめ世界から届く鮮度の高いネタが自慢の「鮮選寿司」は、すでに香港やタイで展開。また、シンガポールで展開する「富田精米」は、現地に精米所を設置し、精米したての日本産ブランド米のおいしさを提供しています。好調を受け、2022年には台湾では「やすだ精米」、香港においては「安田精米」として展開を開始。また、手軽に本格的な和牛を楽しめる「和牛串」など、日本の食材の魅力伝える取り組みを行っています。



「鮮選寿司」



「やすだ精米」



「和牛串」

海外リテール事業の代表業態

アジア

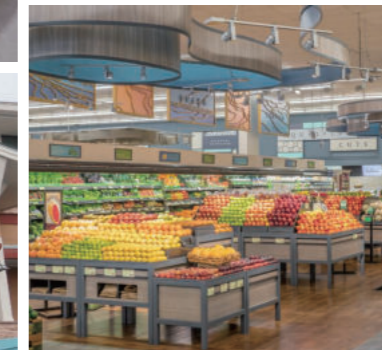


米国



北米
事業

日本からの輸入品と現地ナショナルブランドを 融合した「食のエンターテインメント空間」の創出



PPIHグループは米国においても「Tokyo Central」「Marukai Market」業態を中心に「ジャパンブランド・スペシャリティストア」の構築と拡大を目指し、成長に向けた基盤づくりと新業態の創造に取り組んでいます。2024年6月期は、当社グループ最大規模となる大型店舗をグアムに、カリフォルニアでもGelson'sの新店出店をそれぞれ予定しています。PPICによる商品供給を米国にも拡大し、取り組みを強化しています。

PPIC(ピック)を通じた日本産品の販売



当社グループは日本産品の開拓強化にあたり、自治体との取り組みを積極的に推進しています。その一環に各自治体との連携協定があります。

2020年9月の愛媛県から始まり、同年10月に鹿児島県と熊本県、2021年3月に和歌山県、2022年3月に沖縄県、同年10月に札幌市、そして2023年7月に香川県が加わり、連携協定は現在6県1市となりました。各自治体の特産品の海外での販路拡大及び販売促進を図り、生産者さまとのマッチングの機会を増やすと共に、官民一体で生産者さまの輸出事業をフォローできる体制を整えてまいります。

PPICとは… (Pan Pacific International Club)

PPIHグループの海外店舗へ輸出を希望する生産者さま等で構成する会員組織です。生産者の皆さまは海外へ販路を拡大することができ、当社グループは商品を安定確保し、コスト構造を改善できます。



2022年10月21日
札幌市との協定式



2023年7月27日
香川県との協定式

ヒットが続々と誕生 お客さまと作り上げるオリジナル商品

ディスカウントストア事業



情熱価格



お客さまと共に驚きのニュースを創り上げる「PB（ピープルブランド）」の実現

「情熱価格」では、「プライベートブランド」とは一線を画す「ピープルブランド」＝「お客さまと共に驚きのニュースを創り上げるブランド」への転換を2021年から進めています。ドン・キホーテらしい独自性とお買い得感をもった価値ある商品を、お客さまの意見を取り入れながら開発を行い、国内外で展開してまいります。

お客様のダメ出しで商品改良

機能性にこだわった高価格帯の歯ブラシにダメ出しを募集したところ、「機能がわからない」等のパッケージに関するダメ出しが多数。そのためパッケージと商品名を一新しました！

Before この商品にしかない特徴が目に入れば（歯茎に優しいなど）
パッケージのインパクトが全然ない

After 歯ブラシの神様
性能が全く伝わらない
やわらか超密毛で歯ぐき優しいのに歯垢を逃さない

0.1mmのウルトラソフト極細毛を、当社従来品の歯ブラシの6.8倍となる6,580本使用。歯列にフィットし、歯垢を逃しません。

強冷感低反発ごろ寝ジェルクッション

枕、背もたれ、フットレスト。どう使っても「気分涼幸」の快適グッズ。



冷えとろインナー

なめらかでスベスベの生地は身に着けた瞬間冷たい効果を発揮。



移動式クーラー

設置工事不要で買ったその日に使える利便性と壁掛けエアコン6畳用と遜色のない冷房能力が特長の移動式クーラー。夏物家電の主力商品に成長。



3時間速乾ジャンボバスタオル

ネーミング通りジャンボサイズなのに3時間で乾く、お客さまの気持ちをそのまま形にした人気商品。



業界最小級モバイルバッテリー

コンパクトサイズながらも電気自動車のバッテリーを採用しており、繰り返し1,000回の充電が可能。PD20W対応により超急速充電もできます。



ドンキ・テクノロジーパンツ リラック

かつてないほどのリラック感的のトラックス。まるでハンモックのようにやさしいフィット感と浮遊感のハーモニーで、べたつかずムレにくい商品です。



オリーブオイル ケトルチップス

本場アメリカで見つけたケトル製法のカリカリ食感のポテチ!オリーブオイルで揚げているから油っぽさもなく、最後まで止まらない美味しさ。



ジャックフルーツ

日本人が知らないかもしれない。そんな美味しいフルーツをスナックにしたイチ押しの商品。



最後まで美味しい青紫蘇せん

老舗米菓メーカーのプライドとドンキの情熱から完成。青紫蘇をふんだんに使用し、ほどよい酸味とさわやかな香りの配合にこだわったせんべいです。



「ありえ値え!」について

値段を超えた驚き! 情熱価格「最驚」商品の証
思わず「ありえ値え!」と感じてしまうくらいに驚きの「価格」と「商品特徴」を兼ね備えた、特に自信を持ってお届けしたい商品に「ありえ値え!」をつけております。

「情熱価格」選りすぐりの商品が並ぶ新業態 驚きだらけの買い物が楽しめる「ドミセ」

「驚きのニュース」がない商品は発売しない。そんな志を掲げ、数々の商品をお届けしてきた「情熱価格」。その中でも選りすぐりの商品がズラリと並び、驚きが詰まった新業態「ドミセ」が誕生しました。

「ドミセ」1号店は2023年8月24日、東京都渋谷区道玄坂の複合施設「道玄坂通 dogenzaka-dori」にオープン。同年9月8日には、アリオ八尾店（大阪府）に2号店を出店しました。店内は、ダメ出しにこたえて生まれ変わった商品を紹介する「ドこたえ」コーナーや、商品は悪くないもののちょっとすべった「ドすべり」コーナー、ナッツやドライフルーツ・珈琲など自分好みの量や種類を選んで買うことができる「ド試し」コーナー*など、テーマごとに区切った独自のコーナーで、楽しいお買い物体験を提供します。

*ドミセ渋谷道玄坂通店のみ



<https://www.ppihgroup.com/domise/>



総合スーパー事業

UNY

毎日の生活に優しく寄り添う、ユニーの新しいオリジナル開発商品。お買い得感があり、選びやすく、使いやすく、分かりやすい商品を目指します。



UNY

ユニーオリジナル

味・素材・品質はもとより、機能性・デザイン・カラーにこだわって開発するオリジナル商品。



ecolon

環境負荷の少ない安全・安心な商品「ecolon（エコオン）」。
健康、快適なエコライフ支援で持続可能な社会を構築します。



魚優・肉悠弁当

「魚優」では、焼魚・煮魚が主役のお弁当を、「肉悠」では厳選した良質な肉のお弁当を展開。



マシュマロクッション

まるでマシュマロのような履き心地。軽さとクッション性を追求し、履きやすく疲れにくいこだわりのスニーカー。



悠然鶏・悠健豚

清潔でストレスの少ない環境で丁寧に育成された鶏肉「悠然鶏」。ハーブ飼料で飼育された安全で美味しくヘルシーな豚肉「悠健豚」。



海外リテール事業

北海道ジェラート

札幌市連携協定を機に開発



青森りんごチョコレート

訪日外国人客に人気の青森県産りんご使用

贅沢カニかま

各国輸入対応、60gの贅沢な大きさ



日本名産仕様のインバス商品

北海道産ラベンダー等使用

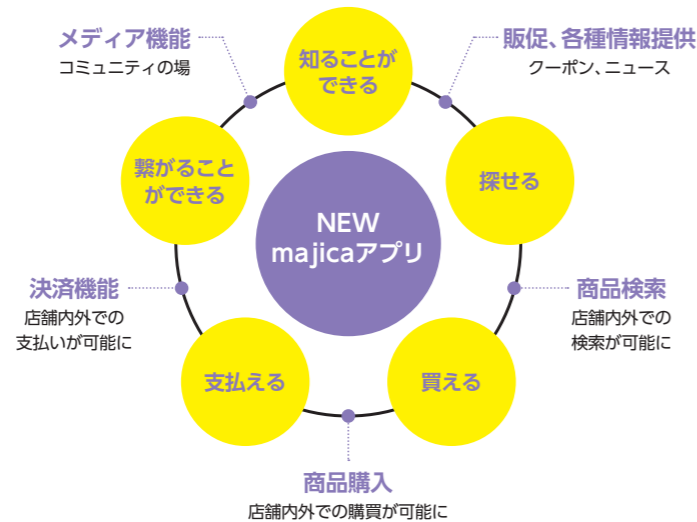
会員数1,300万人を突破! majicaアプリを軸とした 新たなバリューチェーンの構築へ

PPIHグループの電子マネー majicaアプリとは?

majicaアプリは、国内の「ドン・キホーテ」「アピタ」「ピアゴ」など国内の当社グループ店舗を含むmajica加盟店でのお買い物を便利に、お得にサポートする電子マネーです。



今後のmajicaアプリの機能



決済機能

majicaアプリにチャージした「majicaマネー」でお買い物をすると、購入金額の1%以上を「majicaポイント」として還元。1ポイント=1円としてお買い物にご利用いただけます。

販促、各種情報提供

会員限定のデジタルクーポンや、キャンペーン情報をアプリで配信。また、一部商品でアプリ提示による会員価格のご提供も。

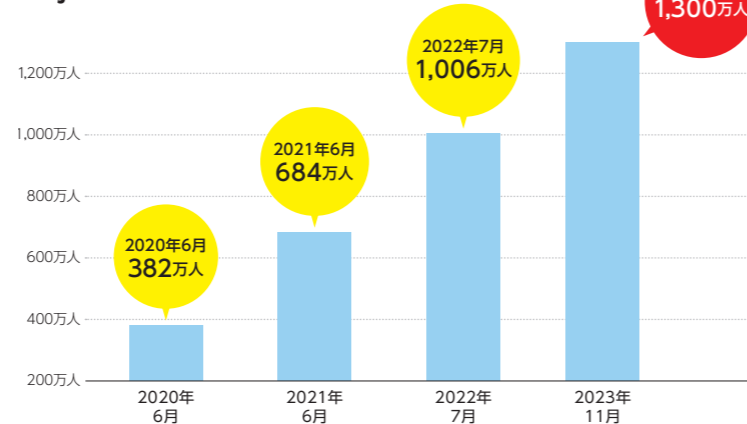
タイムライン機能

ご登録いただいたフォロー店舗からのお得情報、キャンペーン情報をタイムラインとしてお届けするタイムライン機能を搭載。

1,300万人超の会員数を活用した 新たなバリューチェーンの構築へ

現在、当社グループでは、majicaアプリのさらなる機能拡充を図っています。アプリを通じた商品検索による商品の改善・開発や、顧客情報と購買データを活用した販促、アプリによる商品購入、そして決済機能の拡大など、バリューチェーンの上流から下流までmajicaアプリ軸とした、新たな購買体験の提供を検討しています。

majicaアプリ会員数推移



2023年8月24日にオープン

道玄坂通 dogenzaka-dori

<https://dogenzaka-dori.com/>



道玄坂通

dogenzaka-dori

PPIHは2023年8月24日、東京都渋谷区道玄坂に、複合施設「道玄坂通 dogenzaka-dori」をオープンしました。渋谷文化村通りの新たなライフスタイルの拠点として発展していくことを願い、飲食店やホテルなど様々なジャンルの注目ショップやオフィスを誘致しています。上質な日常と刺激的な非日常が交差する場所として、渋谷を訪れるあらゆるお客さまへ驚きの体験を提供します。

首都圏初の「ホテルインディゴ」

PPIHは「ホテルインディゴ」を運営するIHGホテル&リゾートと運営受託契約を締結。国内4軒目となる「ホテルインディゴ」を、2023年8月29日に道玄坂通に開業しました。その街の個性とその土地ならではの歴史やカルチャーを、ホテルのデザインやアートの他、ストーリーテラーなサービスなど、ホテル体験を通して土地にある「ネイバーフッドストーリー」をゲストにお届けするライフスタイル・プレティックホテルブランドです。



多彩なショップフロア

1~2階の商業施設にはドン・キホーテの新業態店「ドミセ」をはじめ、日本初進出となる米シアトル発のバーガー店「Lil Woody's (リル・ウッドィーズ)」、スペシャルティコーヒー店「猿田彦珈琲 (コーヒー)」、米ベーカリー「THE CITY BAKERY」など12店舗が出店しています。



グループ初! CO₂フリー電力で運営

「道玄坂通 dogenzaka-dori」では、ショップ・オフィス・ホテルの3つの要素で構成される施設全体の使用電力を全て「CO₂フリー電力」でまかなっており、グループ初の試みです。CO₂フリーの電力を使用することで、気候変動への対策にも貢献します。

日本国内
617店舗

ディスカウントストア事業

| | |
|----------------|-----|
| ドン・キホーテ | 250 |
| MEGAドン・キホーテ | 140 |
| MEGAドン・キホーテUNY | 63 |
| ピカソ等 | 33 |

総合スーパー事業

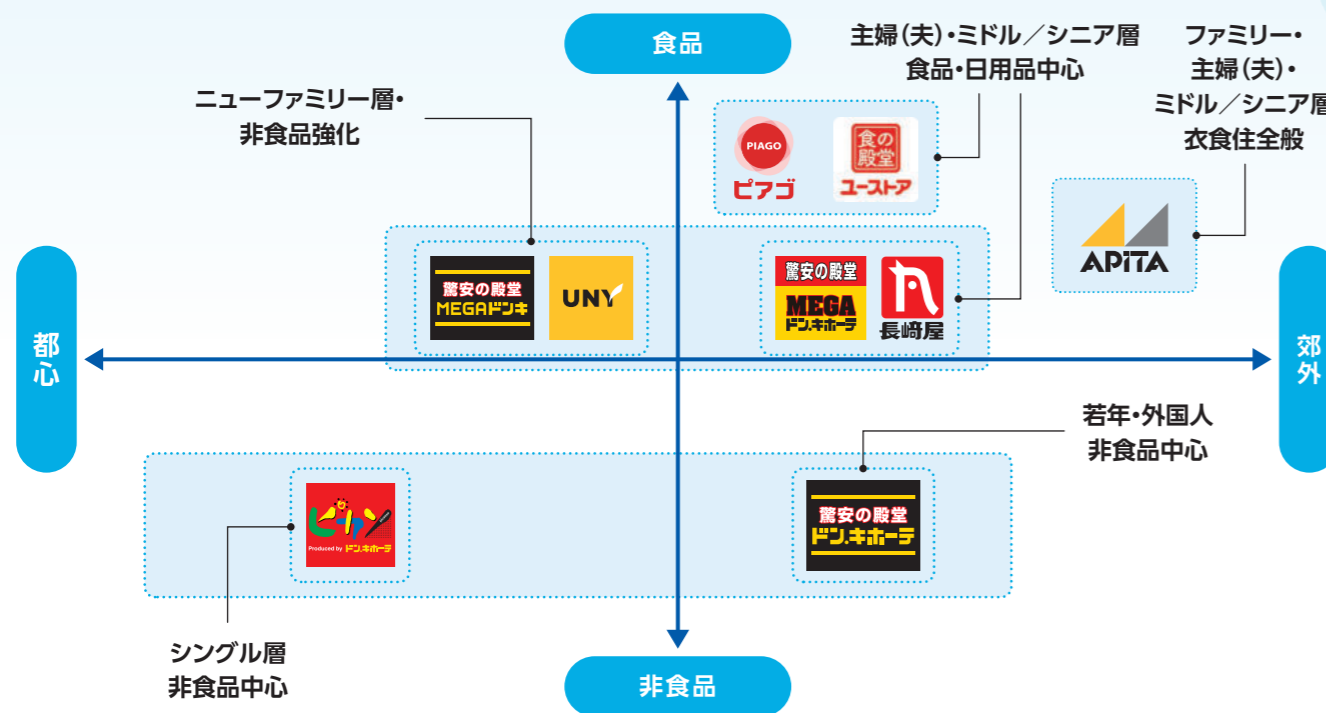
| | |
|---------|-----|
| アピタ・ピアゴ | 131 |
|---------|-----|



※「ドン・キホーテUNY」は「MEGAドン・キホーテUNY」業態に、「ピカソ」「キラキラドンキ」「エッセンス」「驚安堂」「エキドンキ」「ソラドンキ」「情熱職人」「長崎屋」等は「ピカソ等」に、「ユースタ」「ピアゴパワー」「パワースーパーピアゴ」等は「アピタ・ピアゴ」業態に含まれます。



国内小売業態におけるポートフォリオ経営



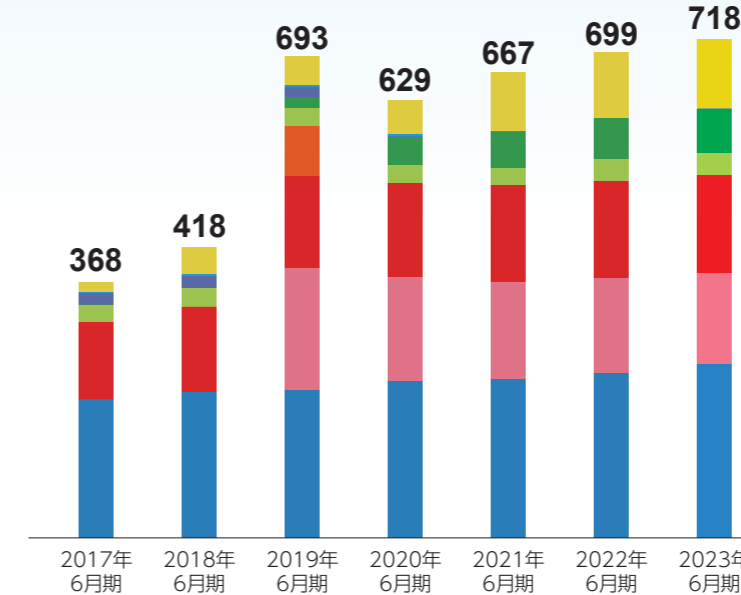
グループ総店舗数 **718**店舗
※店舗数：2023年6月30日現在

海外リテール事業
101店舗

| 地域 | 店舗数 |
|---------|------|
| 香港 | 9店舗 |
| シンガポール | 15店舗 |
| タイ | 6店舗 |
| マレーシア | 3店舗 |
| 台湾 | 2店舗 |
| マカオ | 1店舗 |
| ハワイ | 28店舗 |
| カリフォルニア | 37店舗 |

※[BIG SAVE]などQSI, Inc.運営店舗は「Times Supermarket」業態に含まれます。

業態別店舗数推移(店)



*1 2020年2月1日、ドイト株式会社(現 株式会社スカイグリーン)が運営するホームセンター事業及びリフォーム事業を会社分割の方法により事業継承したため、ドイトは同日付で当社グループの店舗から外れました。
*2 2020年4月1日、miniピアゴを運営する株式会社99イチバの株式の80%を譲渡したことにより、miniピアゴは同日付で当社グループの店舗から外れました。
*3 2022年のグラフよりピカソは長崎屋等も含むピカソ等の店舗数となっています。

店舗フォーマット

ディスカウントストア事業

ドン・キホーテ



「コンビニエンス+ディスカウント+アミューズメント」の三位一体を店舗コンセプトとする総合ディスカウントストア。食品、日用品をはじめ、衣料品、家電製品、ブランド品まで、約4万~6万点のアイテムを取り揃えています。

ドン・キホーテUNY/ MEGAドン・キホーテUNY



総合スーパー「アピタ」「ピアゴ」を業態転換した店舗。ユニーが得意とする食品に加え、ドン・キホーテが得意とする非食品部門の商品を大幅に増やし、幅広い世代のお客さまにご支持をいただいています。

MEGAドン・キホーテ



「豊富な品揃え」と「驚きの安さ」をコンセプトに開発した、日本初の「ファミリー型総合ディスカウントストア」です。躍動感と賑わいにあふれた各店舗は、幅広い世代のお客さまにご支持をいただいております。

スモールフォーマット

(ピカソ/エッセンス/驚安堂/エキドンキ/ソラドンキ/情熱職人等)



ドン・キホーテ店舗のスタイルをさらに凝縮させ、品揃えを絞り込んだ、小商圏に対応する小型業態。より地域に密着し、日常生活で利用しやすい店舗づくりを目指しています。



アピタパワー



直営食料品売場を核とし、テナント専門店と共に衣・食・住・サービス・アミューズメントにおいて魅力あふれるショッピングセンター。幅広いお客さまが、来店すること自体も楽しめる次世代型GMS店舗です。

パワースーパーピアゴ



コンセプトは「常にお買い得感がストリートに伝わる店づくり」。生活に必要な品がオールインワンで買回れる、ユニー初のスーパーセンター型ディスカウントストアです。

ピアゴ



食料品を中心に地域に密着した豊富な品揃えとサービスが特徴の食品スーパー。毎日楽しくお買い物できる、身近で心地の良い店舗づくりを目指しています。

ピアゴラ フーズコア



「時代にフィットしたこだわり志向の食材」を提供する都市型小型SMです。街の生活に密着した、「食」のライフスタイルを発信します。

ピアゴパワー



衣・食・住を再編成し、新しい複数の専門量販店を導入。品揃えと価格競争力をさらにパワーアップして、お買い物の楽しさを重視した商品提案を行う次世代型SM店舗です。

食の殿堂 ユーストア



ユニーが強みとする品質・鮮度にこだわった生鮮4品(青果・鮮魚・精肉・惣菜)とドン・キホーテが強みとするグロサリー商品をディスカウント価格で提供する食料品専門量販店です。

総合スーパー事業

ウォーク



数多くの専門店とエンターテインメントを兼ね備えたモール型ショッピングセンター。ファッション・ライフスタイル・グルメなどトレンドを意識したテナント誘致で、地域交流・活性化を見据えた「街づくり」を進めます。

ラスパ



数多くの専門店を配置したミニモール型ショッピングセンター。リニューアルしたラスパ御嵩は、直営ゾーンと専門店ゾーンの世界観を融合した「次世代型ミニモール」として生まれ変わりました。

アピタ



「おしゃれ、楽しい、新しい」をコンセプトに、お客さまにより豊かな生活を提案する広域商圏対応型の総合スーパー。食料品、日用品をはじめ、衣料品、住居関連商品など、約5万~8万点のアイテムを取り揃えています。

店舗コンセプト

| 店舗タイプ | 売り場面積 | アイテム数 | 商品構成の特徴 | 主要対象顧客 |
|--|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|----------------------|
| ドン・キホーテ | 1,000㎡~3,000㎡ | 40,000~60,000 | アミューズメント&バラエティショップ | シングル層+α |
| MEGAドン・キホーテ | 3,000㎡~10,000㎡ | 40,000~100,000 | 衣食住実用品 食料品&日用品中心 | 主婦(夫)・ファミリー層+α |
| ドン・キホーテUNY MEGAドン・キホーテUNY | 4,000㎡~5,000㎡ 5,000㎡~13,000㎡ | 50,000~60,000 70,000~100,000 | 衣食住実用品 食料品&日用品中心 | 主婦(夫)・ファミリー層+α |
| スモールフォーマット | 300㎡~1,000㎡ | 10,000~20,000 | 特定商品に特化 (ドラッグ&コンビニ&ミニスーパー) | シングル層+α |
| アピタ/アピタパワー (アピタの一部はモール型SC 「ウォーク」「ラスパ」の核店舗) | 6,000㎡~15,000㎡ | 50,000~80,000 | 衣食住全般 | 主婦(夫)・ファミリー・シニア層 |
| ピアゴ/ピアゴパワー パワースーパーピアゴ | 1,500㎡~8,000㎡ | 20,000~65,000 | 食料品&衣住実用品 | 主婦(夫)・ファミリー・シニア層 |
| ピアゴラ フーズコア | 1,000㎡~3,000㎡ | 8,000~10,000 | 食料品&日用品 | 主婦(夫)・シニア層 |
| 食の殿堂 ユーストア | 1,200㎡~1,600㎡ | 13,000~20,000 | 食料品 | 主婦(夫)・ファミリー・シニア層・単身者 |

店舗フォーマット

海外リテール事業

DON DON DONKI



日本製もしくは日本市場向けの商品や、日本産品を提供するジャパンブランド・スペシャリティストアをコンセプトに、環太平洋エリアにおいて多店舗展開を進めながら、日本食・日本文化の魅力を発信しています。

Don Quijote



米国ハワイ州のオアフ島に3店舗を展開しています。ショッピングカートが自由に通行可能な通路と、天井高さ4mの広い空間を活かし、ドン・キホーテならではのお買い物の楽しさと驚きが体験できる演出を行っています。これまでハワイにはなかった雰囲気のお店として、ご愛顧をいただいています。

Tokyo Central



米国カリフォルニア州で展開する「食」のエンターテインメント店舗。ビュッフェや総菜、寿司、弁当、ベーカリーなど中食をメインにリーズナブルでおいしい本格日本食を提供しています。

Times Supermarket



米国ハワイ州で長年地元のお客さまに愛されている老舗ブランド店舗。地場産の新鮮な野菜や鮮魚などの食品を中心に、生活に必要な商品は全て取り扱っています。

Marukai Market



米国西海岸で展開する日本食スーパーマーケット。日本の野菜や加工食品、調味料、鮮魚などの生鮮食品に加え、寿司や弁当、総菜も豊富かつ格安に提供。日本酒や日本の化粧品なども取り扱い、地元で愛される店舗です。

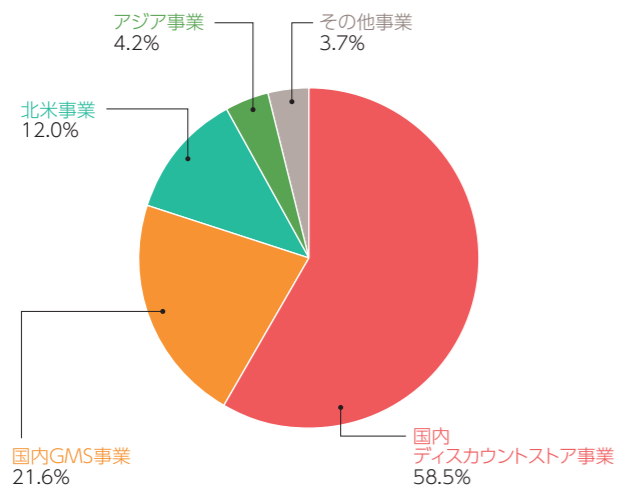
Gelson's



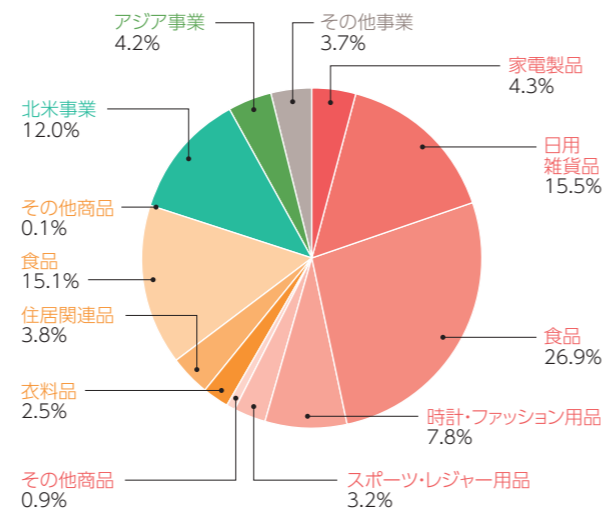
米国・カリフォルニアに27店舗を展開する、米国でも高い認知と富裕層のロイヤリティを誇るプレミアムスーパーマーケットチェーンです。

連結事業別の業績概況

■ 事業別売上高構成比 (2023年6月期)



■ 商品分類別売上高構成比 (2023年6月期)



ESGの取り組み

いつの時代においても、お客さまに喜ばれ
選ばれる店舗であり続けるために



PPIHグループは、当社グループのステークホルダーにとっての期待・重要性と、当社グループの強みを活かして解決に貢献できる社会課題について議論を重ね、重要課題を特定しました。「持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals : SDGs)」の17の目標との関連性も重視し、本業である総合小売業の事業活動を通じて重要課題の解決に取り組んでいきます。

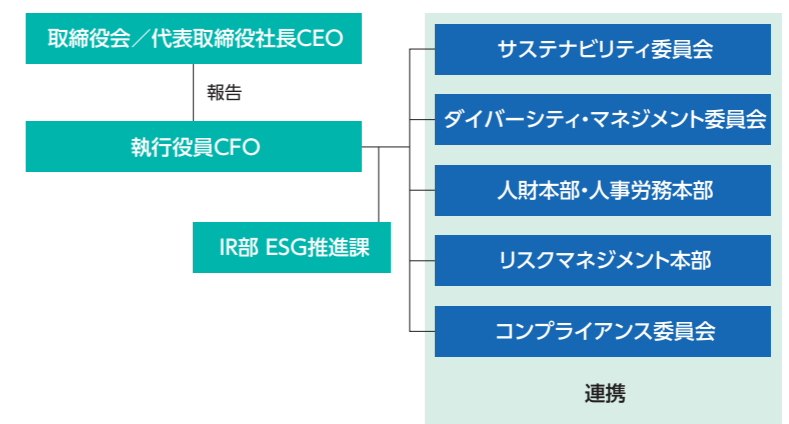
PPIHグループのマテリアリティ (重要課題)

| 重点課題 | 具体的な取り組み | 関連するSDGs |
|---------------------|---|---|
| 事業活動で生じる環境負荷の低減 | 気候変動への対応・脱炭素社会の実現 廃棄物の削減・リサイクルの強化 | 7 気候変動への対応, 12 持続可能な消費と生産, 13 気候変動への対応, 14 海洋資源の持続可能な開発, 15 陸域生態系の持続可能な開発 |
| 多様性の容認と働きがいのある職場づくり | 多様性を認め合うダイバーシティ型組織の確立 人財マネジメントの促進 | 3 持続可能な成長, 5 性別平等, 8 持続可能な成長, 10 人や地域間の公平 |
| 持続可能な商品調達と責任ある販売 | 人権・環境に配慮した商品調達と責任ある販売 サプライチェーンを通じた社会・環境課題の解決 | 8 持続可能な成長, 10 人や地域間の公平, 12 持続可能な消費と生産, 17 持続可能なパートナーシップ |
| 地域社会との共生による社会課題の解決 | 地域密着型の個店経営による社会課題の解決 | 8 持続可能な成長, 11 持続可能な都市とコミュニティ, 17 持続可能なパートナーシップ |
| 確固たるガバナンス体制の構築 | コーポレートガバナンスの強化 リスクマネジメントの強化 | 8 持続可能な成長, 11 持続可能な都市とコミュニティ, 17 持続可能なパートナーシップ |

ESG推進体制

サステナビリティの取り組みを推進する各施策は、担当役員である執行役員CFOのもと、各領域の委員会及び管掌本部が企画・立案し、グループ会社の事業活動に反映しています。

また、月に1回各委員会の委員長が集まり、取り組みの進捗状況や情報共有、意思決定(推進会議)を行い、さらに定期的に取締役会で活動報告を行い、方針及び目標の策定や重要な取り組みについては取締役会で議論され承認を得て実行しています。





脱炭素社会の実現に向けて

PPIHグループの脱炭素目標を設定

気候変動への取り組みはPPIHグループの持続的な発展、中長期的な企業価値向上のための重要課題と認識し、これまで事業活動を通じて排出されるCO₂排出量の削減に努めてきました。それらの取り組み結果の検証を行い、各事業会社と店舗運営における各施策を検討し、PPIHグループ脱炭素目標を設定しました。

○ PPIHグループ 脱炭素目標

2030年 (2013年度比)
店舗から排出するCO₂排出量 50%削減

2050年
店舗から排出するCO₂排出量を総量でゼロに

主な
 取り組み

- **店舗運営にかかるエネルギー使用の効率化、エネルギー使用量の削減**
※空調及び冷蔵・冷凍ケースの制御設備や照明の調光設備の導入、設定温度や点灯時間の適正化の徹底など
- **太陽光パネル等の店舗施設を活用した再生可能エネルギーの創出**
- **非化石証書取引を活用した再生可能エネルギーへの置き換え**

CO₂排出量の削減

PPIHグループは、事業活動を通じて排出されるCO₂排出量を削減するため、一部店舗で太陽光発電を導入しています。また、店舗の空調設備や冷蔵・冷凍ケースを効率よく運転する省エネ機器の導入及び設備機器・システムの適切な運用により、店舗運営における環境負荷の軽減に取り組んでいます。



2022年6月現在、太陽光パネルを16店舗に設置
 (写真はMEGAドン・キホーテ甲府店)

プラスチック使用量の削減

ワンウェイプラスチックが引き起こす地球温暖化や海洋プラスチックゴミ問題などへの対応は、小売業としての社会的責任と考え、2023年6月期にプラスチック使用量の削減目標を設定しました。

POP、カトラリー、レジ袋、傘袋、持ち帰り用袋といった店舗サービスで発生するプラスチック使用量の削減に向けた取り組みを進めることで、プラスチック使用量の削減を進めると共に、消費者の意識変容にも貢献してまいります。

海の豊かさを守る

お客さまが癒され、楽しめる場の提供

日常生活では目にすることができないパラオの熱帯魚を幼いお子さまからご年配の方まで、どなたでも無料で鑑賞できる大型水槽を、全国約20箇所の店舗に50槽ほど設置しています。私たちは、お店に足を運んでくださった方々に、世界一美しいと言われるパラオの海の生態系を再現した、カラフルな魚たちの美しさ、群れで泳ぐ規則性、サンゴ礁の可憐さなど、SDGsの目標のひとつである「海の豊かさを守ろう」を意識していただける場を提供しています。そして、うれしいことにその場が街のランドマークとして、さらには癒しの場として、たくさんの方々に楽しんでいただいております。

※各店に設置している水槽の熱帯魚やサンゴ礁は、全てパラオ共和国政府と州政府の特別な許可を受けてパラオ水族館の指導の下、パラオコレクターによりハンドコートで採取されたものです。



中目黒本店入口に設置された大型水槽

ダイバーシティの推進



ダイバーシティ・マネジメント委員会

ダイバーシティ・マネジメント委員会は、全てのステークホルダーの基本的な人権と多様性を尊重し、役員・管理職を含む様々な職域において、女性が活躍できる環境作りを強く推進していくとともに、LGBTQ+の活躍支援、シニア・外国人の活躍推進、障がい者雇用の促進などダイバーシティを推進するための施策を企画・立案し、実行しています。ダイバーシティ・マネジメントに取り組むことで、多数の国に事業を展開するグローバル企業として一層の企業価値向上に努めてまいります。



取締役 兼 執行役員
 ダイバーシティ・マネジメント管掌
 デザイン統括責任者

二宮 仁美



女性店長の輩出を目指す研修プログラムの実施

2021年より始まった女性店長輩出を目指す研修プログラム「RISE!100」の第3期目が、2023年2月に開講しました。半年にわたる20回ほどの研修で、数値管理やコンプライアンスなど店舗運営に必要なノウハウを学ぶだけでなく、現役女性店長や支社長と交流するプログラムもあり、社内ネットワークの構築や、店長職に対する不安の払しょく、女性社員のキャリアイメージの形成にも繋がっています。今後も研修修了者への定期的なフォローアップを行うと共に、プログラムのさらなる充実を図り、継続的に研修を実施していきます。



女性活躍推進目標

女性店長を100人に拡大

数値目標：
 2026年6月期までに50人
 2030年6月期までに100人

女性社員の定着率の向上

数値目標（離職率）：
 2026年6月期までに8.8%
 2030年6月期までに5%

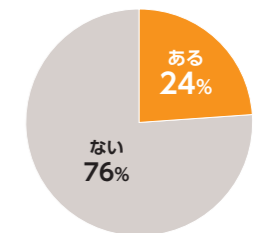
※対象：国内

「低用量ピル服用費用の補助制度」の導入

社内のアンケートで、月経痛により仕事を休んだ経験のある女性従業員が2割にも上ることが判明し、女性の働きやすい環境づくりの一環として、2023年3月より低用量ピル服用にかかる費用を会社が補助する福利厚生を導入しました。

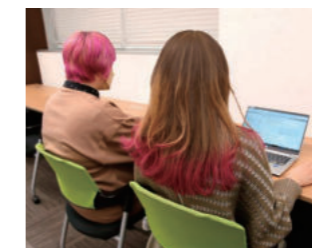
低用量ピルは避妊だけでなく月経痛やPMS等の改善に有効といわれており、服用費を補助することで女性社員の心身の健康維持をサポートし、能力をさらに発揮しやすい職場づくりに貢献します。今後はピル服用による生産性との関係を分析を実施する予定です。

月経痛により仕事を休んだことがある



国内グループ会社の店舗・オフィスで服装ルールを緩和

2022年3月に実施したドン・キホーテなどの店舗における服装ルール緩和に対し、従業員からの「自分らしく働けてモチベーションが上がった」という声をはじめ、社外からも多くのポジティブな意見が寄せられました。続いて、同年11月にはユニーの店舗及び管理部門、そして2023年2月には国内グループ会社の管理部門でも服装ルールの一部を緩和し、自由な髪色で働けるようになりました。



出産・子育てをしても働きやすい環境の整備

出産や育児と仕事の両立を支援するため、各種制度を整えると共に育児休業を利用しやすい環境づくりに取り組んでいます。

実施中の取り組みや制度

- 産休・育休取得サポートブック（女性編/男性編）の配布
- 福利厚生でベビーシッターや家事代行の支援
- 事業所内保育所「ドンキッズ」の開設等



産休・育休取得サポートブック
 (女性編/男性編)

女性活躍推進企業として「えるぼし認定」を取得

女性の活躍促進に関する状況などが優良な企業を認定する制度で、厚生労働省より「えるぼし認定」の2つ星に認定されました。



「PRIDE指標2023」最高評価を6年連続受賞

性的マイノリティの方が働きやすい職場づくりの実現を目指す「PRIDE指標2023」評価で、ドン・キホーテが最高評価の「ゴールド」を6年連続で受賞しました。

ドンキホーテ



聴覚障がいがある方のお買い物をサポートする「コミュニケーションボード」を国内全店で導入!

当社グループでは、障がいがある方でも利用しやすい店づくりを進めています。2023年7月23日にはドン・キホーテ、アピタ、ピアゴなどの国内グループ全店舗において、聴覚や言語に障がいがあるお客さまと従業員との会話をサポートする「コミュニケーションボード」を導入しました。

お客さまが店舗のレジなどに設置している「耳マーク※」カードを従業員に提示いただくと、従業員がコミュニケーションボードを使って接客を行います。これにより、お客さまとのコミュニケーションを強化し、必要とされるサービスや商品の購入をサポートしています。

当社グループは、今後もお客さまに寄り添いながら、安心してお買い物いただける店づくりに取り組んでまいります。

※耳マークは、一般社団法人 全日本難聴者・中途失聴者団体連合会により管理された聴覚障害のためのシンボルマークで、聞こえが不自由なことを表すと同時に、聞こえない人・聞こえない人への配慮を表すマークです。



コミュニケーションボード(上)のご用意を案内する「耳マーク」カード(左)をレジなどに設置(店舗によって内容は異なります)

PPIHグループが福利厚生推進法人に認証! 「ハタラクエール2023」を受賞

2023年、PPIHとドン・キホーテ、ユニーは、福利厚生の充実・活用に力を入れる企業・団体・自治体を表彰・認証する「ハタラクエール2023において、福利厚生推進法人の認証を取得しました。当社グループでは、今後も従業員が自分らしく安心して働けるよう、ライフプランに合わせて様々な福利厚生を充実させてまいります。



社会貢献活動の一例

盲導犬の育成・普及のための募金活動

盲導犬の育成や視覚に障がいのある方の自立支援にお役立ていただくため、当社グループ各店舗で募金活動を実施しています。お預かりした募金は、公益財団法人日本盲導犬協会及び認定NPO法人 全国盲導犬施設連合会にお届けし、盲導犬候補犬の飼育や訓練、視覚に障がいのある方の歩行支援などにご活用いただけます。また、盲導犬への理解を深めるための店舗イベントの実施、バリアフリー新法に基づいた店づくりなどを通じて、盲導犬が当たり前に入られる社会を目指してまいります。

義援金募金活動の実施

PPIHグループでは、大規模な地震や火災、台風などの広域災害によって、国内外で深刻な被害が発生した時には、グループ各店舗において義援金募金活動を行っております。募金は被災者または被災地への支援になるよう被災された自治体や支援団体などにお届けしています。

| 名称 | 募金募集期間 | 募金金額 | 募金先 |
|-----------------------|-----------------------|--------------|--------|
| 2023年 アメリカ・ハワイ火災救援金募金 | 2023年 8月22日～9月24日 | 10,577,943円 | 日本赤十字社 |
| トルコ・シリア地震救援金募金 | 2023年 2月14日～3月19日 | 36,599,589円 | 日本赤十字社 |
| ウクライナ人道危機 救援金募金 | 2022年 3月4日～5月31日 | 109,105,246円 | 日本赤十字社 |
| 令和2年7月豪雨 義援金募金 | 2020年 7月8日～8月7日 | 26,958,030円 | 日本赤十字社 |
| 首里城再建支援募金 | 2019年11月1日～2020年3月31日 | 2,714,843円 | 沖縄県 |

安田奨学財団

「世界との架け橋」を結ぶ 安田奨学財団の外国人留学生支援

経済的な理由により就学が困難な学生に対して奨学金を支給

公益財団法人安田奨学財団は、株式会社ドン・キホーテ(現PPIH)の創業25周年を記念して、当社グループの創業者である安田隆夫がその私財を投じ、2005年に設立しました。

同財団は、経済的な理由により就学が困難な海外の学生に対して、返還義務のない奨学金を毎月10万円(年額120万円/就学期間)支給することで、学生の質の向上に寄与し、有益な人材を育て、ひいては日本と海外の友好親善に資することをその目的に掲げています。なお、国内外の財団の指定大学からの推薦者や、海外の日本語コンクールで優秀な成績を収めた者など、学習意欲の高い学生を支援の対象としています。

留学生に向けた奨学支援は、人材の育成を通じた知的国際貢献として位置づけられ、わが国と諸外国との間の人的ネットワークの形成に役立つことに加え、相互理解と友好関係を深

めることが、世界の平和と安定に資するものになると考えられています。

これまでに同財団の奨学生として、社会に巣立った卒業生はすでに268人※に達し、その一人ひとりが、日本と母国の架け橋として今日も日々精進し各分野で活躍しています。

一方で、財団設立から17年が経過した今、世界情勢や経済状況が急速に変化する中、本当に支援を必要としている学生は留学生だけではなくとの認識から、新たに日本国内で進学する学生を対象とした支援も正式に開始しました。



安田隆夫理事長

※2023年3月末現在

新たに22名の留学生が安田奨学財団に入団

2023年6月17日、新入団生22名を迎える「2023年度 安田奨学財団 入団式」が東京で開催されました。安田隆夫理事長からの3つのメッセージ「①安田奨学財団生としてのプライドと気概を持ってもらいたい」「②安田奨学財団はリーダーの育成機関である」「(①②のために)③常に挑戦者(チャレンジャー)であり続けてもらいたい」を、月泉博常務理事から伝え、新入団生の活躍を応援しました。



新入団生・卒業生と、月泉博常務理事(前列左から5人目)、和田尚二事務局長(同6人目)、馬場哲郎選考委員(同4人目)

日本人学生奨学支援を実施

2022年に奨学支援の対象を日本人学生にも拡大し、26名の日本人奨学生へ支援を行っています。返済義務のない奨学金を毎月10万円(年額120万円/就学期間)支給し、適切な修学環境のもと創造的で豊かな人間性を備えた人材に成長すること、そして当財団を通じて国際相互理解を深め、国際的視点を持った人材に成長することを目的とした日本人学生奨学支援を進めていきます。

第19回中国人日本語作文コンクール、表彰式を開催

同財団は、2011年より毎年、中国人日本語作文コンクールの優秀者から奨学金希望者を募り、同財団の基準を満たした学生に対して奨学金を支援しています。2023年11月10日に行われた第19回表彰式は、4年ぶりに首都北京の中国日本大使館ホールでの開催となり、受賞者や指導した教員の方々は、ひと際、格別の思いでこの表彰式に臨まれました。同財団も表彰式に参加し、受賞者への祝辞と日本語勉学に対する努力に賛辞をおくりました。



タイ現地大学推薦枠の選考開始

本年度より、タイ現地大学推薦枠として、現地4大学(ナレースワン大学・コンケン大学・PSU大学・タマサート大学)から推薦される学生と面接し、当財団生としてふさわしい学生に対し、奨学金給付支援を開始いたしました。

商号 株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス

代表者 代表取締役社長CEO 吉田 直樹

事業内容 グループ会社株式保有によるグループ経営企画・管理、子会社の管理業務受託、不動産管理など

国内リテール部門ほか

ドン・キホーテ

商号 株式会社ドン・キホーテ

事業内容 家電用品、日用雑貨品、食品、時計・ファッション用品及びスポーツ・レジャー用品などの販売を行うビッグコンビニエンス&ディスカウントストア

事業所(本社) 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10

ホームページ <https://www.donki.com>

ユニー

商号 ユニー株式会社

事業内容 衣・住・食・余暇にわたる総合小売業。アピタ、ピアゴを中心とする店舗を運営

事業所(本社) 〒492-8680 愛知県稲沢市天池五反田町1番地

ホームページ <https://www.uny.co.jp>

UDリテール

商号 UDリテール株式会社

事業内容 ディスカウント型総合小売事業の業態転換店（ドン・キホーテとユニーのダブルネーム店舗）を運営

事業所(本社) 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10

ホームページ <https://www.donki.com/uny/>

長崎屋

商号 株式会社長崎屋

事業内容 食品や衣料品を主力とした総合スーパーを展開。主に、ファミリー向けの総合ディスカウントストア「MEGAドン・キホーテ」を運営

事業所(本社) 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10

ホームページ <https://www.nagasakiya.co.jp>

橘百貨店

商号 株式会社橘百貨店

事業内容 1952年創業の総合小売事業。「MEGAドン・キホーテ宮崎橋通店」を中核店舗とする複合商業施設「宮崎ナナイロ」（旧ボンベルタ橋）を運営

事業所(本社) 〒880-8586 宮崎県宮崎市橋通西3-10-32

海外リテール部門

PPSI

商号 Pan Pacific Strategy Institute Pte. Ltd.

事業内容 海外事業会社に係る経営管理及びそれに付帯する業務

事業所(本社) 12 Marina Boulevard, #34-03 Marina Bay Financial Centre Tower3, 018982 Singapore

PPRM (SG)

商号 Pan Pacific Retail Management (Singapore) Pte. Ltd.

事業内容 シンガポールにおける「DON DON DONKI」の運営

事業所(本社) 12 Marina Boulevard, #34-03 Marina Bay Financial Centre Tower3, 018982 Singapore

ホームページ <https://www.dondondonki.com/sg/>

PPRM (HK)

商号 Pan Pacific Retail Management (Hong Kong) Co., Ltd.

事業内容 香港における「DON DON DONKI」の運営

事業所(本社) Suites 2501-2502, 25/F, Nina Tower 2, 8 Yeung Uk Road, Tsuen Wan, New Territories, Hong Kong

ホームページ <https://www.dondondonki.com/hk/>

PPRM (MY)

商号 Pan Pacific Retail Management (Malaysia) Sdn. Bhd.

事業内容 マレーシアにおける専門店の運営

事業所(本社) R7, Level 5, Annexe Block, Lot 10 Shopping Centre, 50, Jalan Sultan Ismail, 50250, Kuala Lumpur

ホームページ <https://www.dondondonki.com/my/>

事業所(本社) 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10

資本金 233億51百万円（2023年6月30日現在）

従業員数 2,860名（連結：17,107名）（2023年6月30日現在）

ホームページ <https://ppi.co.jp>

Macau PRRM

商号 Macau Pacific Rim Retail Management Co., Ltd.

事業内容 マカオにおける「DON DON DONKI」の運営

事業所(本社) em Macau, Rua Sul Do Patane No. 94-182, Trust Leisure Garden, F. G. H. I. O. P. T. U

ホームページ <https://www.dondondonki.com/mo/>

DONKI (Thailand)

商号 DONKI (Thailand) Co., Ltd.

事業内容 タイにおける「DON DON DONKI」の運営

事業所(本社) 444 MBK Tower Building, 17th Fl., Phaya Thai Road, Wang Mai, Pathum Wan, BKK 10330 Thailand

ホームページ <https://www.dondondonki.com/th/>

Taiwan PPRM

商号 Taiwan Pan Pacific Retail Management Co., Ltd.

事業内容 台湾における「DON DON DONKI」の運営

事業所(本社) 7F.-6, No. 51, Hengyang Rd., Zhongzheng Dist., Taipei City 100, Taiwan (R.O.C.)

ホームページ <https://www.dondondonki.com/tw/>

Don Quijote (USA)

商号 Don Quijote (USA) Co., Ltd.

事業内容 米国ハワイ州における総合スーパーマーケット事業

事業所(本社) 801 Kaheka St. Honolulu, HI 96814 USA

ホームページ <https://donquijotehawaii.com/>

Gelson's Markets

商号 Gelson's Markets

事業内容 プレミアムスーパーマーケット事業

事業所(本社) 16400 Ventura Blvd. Suite 240 Encino, CA 91436-2123 USA

ホームページ <https://www.gelsons.com>

QSI

商号 QSI, Inc.

事業内容 米国ハワイ州におけるスーパーマーケットの運営

事業所(本社) 3375 Koapaka St. D-108 Honolulu, HI 96819 USA

ホームページ <https://www.timessupermarkets.com>

Marukai Corporation

商号 Marukai Corporation

事業内容 スーパーマーケットの営業、食品及び生活関連商品の開発・輸入・販売

事業所(本社) 1740 West Artesia Blvd. Gardena, CA 90248 USA

ホームページ <https://www.marukai.com>
<https://www.tokyocentral.com>

Marukai Hawaii

商号 Marukai Hawaii Co., Ltd.

事業内容 米国ハワイ州における日本食品を中心とした専門スーパーの運営

事業所(本社) 2310 Kamehameha Hwy. Honolulu, HI 96819-4531 USA

ホームページ <http://www.marukaihawaii.com>

流通部門

PPIT

商号 株式会社パン・パシフィック・インターナショナル・トレーディング

事業内容 海外での商品開発・調達・製造管理、海外市場からの商品仕入、グループ企業への輸出など

事業所(本社) 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10

ホームページ <https://www.ppit.co.jp>

富士屋商事

商号 株式会社富士屋商事

事業内容 総合卸業務、物流業務、在庫センター運営業務

事業所(本社) 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10

ホームページ <https://www.fujiya-shoji.co.jp>

不動産部門ほか

日本商業施設

商号 日本商業施設株式会社

事業内容 不動産の賃貸、管理、売買及びその仲介、駐車場の運営管理など

事業所(本社) 〒134-0081 東京都江戸川区北葛西4-14-1

ホームページ <https://www.j-ce.co.jp>

JAPAN ASSET MARKETING Co., Ltd.

商号 日本アセットマーケティング株式会社

事業内容 テナント賃貸・不動産管理、施設の保守・メンテナンス

事業所(本社) 〒134-0081 東京都江戸川区北葛西4-14-1

ホームページ <https://www.jasset.co.jp>

D-ONE Co., Ltd.

商号 株式会社ディワン

事業内容 店舗開発事業、不動産収益事業、アドバイザリー業務（他社の開発業務請負、コンサルタント）、サブリース事業、アセットマネジメント事業、プロ/パティマネジメント事業

事業所(本社) 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10

ホームページ <https://www.d-one.co.jp/>

株式会社サンリフォーム

商号 株式会社サンリフォーム

事業内容 リフォーム事業、リペア事業

事業所(本社) 〒492-8680 愛知県稲沢市天池五反田町1番地

ホームページ <https://www.sun-reform.jp>

広告プロモーション部門

REALIT

商号 株式会社リアリット

事業内容 インターネットサービス業

事業所(本社) 〒101-0052 東京都千代田区神田小川町3-3 神田靖国通りビル5階

ホームページ <https://www.realit.co.jp>

金融サービス部門

PPI Financial service

商号 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

事業内容 グループ金融会社の統括管理、顧客情報管理、金融サービス提供、電子マネー事業、モバイル端末等を利用した販売促進サービス、その他事業

事業所(本社) 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10

ホームページ <https://www.ppif.co.jp>

UCS

商号 株式会社UCS

事業内容 クレジットカード事業（ショッピング・融資）、電子マネー事業、保険代理店事業、その他事業（リース・旅行等）

事業所(本社) 〒492-8686 愛知県稲沢市天池五反田町1番地

ホームページ <https://www.ucscard.co.jp>

サービス部門

エアラインホテル

商号 株式会社エアラインホテル

事業内容 宿泊業・飲食業

事業所(本社) 〒880-0001 宮崎県宮崎市橋通西3-10-19

ホームページ <https://www.airlinehotel.jp>

株式会社オペレーションシェアードサービス

商号 株式会社オペレーションシェアードサービス

事業内容 総務に関する業務、資産管理に関する業務、購買管理に関する業務など

事業所(本社) 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10

デジタル領域部門

KaibaLab

商号 株式会社カイバラボ

事業内容 リテール分野におけるテクノロジー活用に関する調査・研究及び提言、情報関連サービスなど

事業所(本社) 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10

ホームページ <https://www.kaibalab.com>

※日付の注釈のないものは2023年12月1日現在