

2022年6月期 第1四半期決算説明資料

2021年11月10日

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

- 1 2022年6月期 第1四半期決算概況について**
- 2 2022年6月期 第2四半期以降の取り組みについて**
- 3 金融事業について**
- 4 Appendix**

本資料の注記

1. 本資料における記載金額は、単位未満を四捨五入して表示しております。
2. 本資料中、パン・パシフィック・インターナショナルHD (7532)は「PPIH」、ドン・キホーテまたは同店舗は「DQ」、ユニーは「ユニー」または「UNY」、UDリテールは「UDR」、シンガポールは「SG」、同法人は「PPRM (SG)」、香港は「HK」、同法人は「PPRM (HK)」、タイは「TH」、台湾は「TW」、マレーシアは「MY」、日本アセットマーケティング (8922)は「JAM」、グループは「GP」と表示している箇所があります。
3. 当社は、「連結財務諸表の用語、様式及び作成方法に関する規則」を適用しておりますが、本資料に記載している勘定科目等は、意を損ねることがない程度に簡略した表記をしている箇所があります。
4. 「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を当第1四半期連結会計期間の期首から適用しております。
このため、前年同期比較については基準の異なる算定方法に基づいた数値を用いております。
5. 海外事業における為替レートは以下のとおりであります（Gelson'sは6月決算となるため為替レートが異なります）。

単位：円	USD アメリカドル		USD (Gelson's)		SGD シンガポールドル		THB タイバーツ		HKD 香港ドル		TWD 台湾ドル		MYR マレーシアリンギット	
	P/L	B/S	P/L	B/S	P/L	B/S	P/L	B/S	P/L	B/S	P/L	B/S	P/L	B/S
前 期	107.38	107.74	—	—	76.30	77.32	3.39	3.49	13.85	13.90	—	—	—	—
当 期	109.80	110.61	110.46	111.95	82.46	82.24	3.48	3.45	14.14	14.25	3.95	3.96	26.58	26.64

2022年6月期 第1四半期決算概況

第1四半期 決算業績サマリー

【期間：2021年7月1日～2021年9月30日】

(単位：億円)

	21年6月期 1Q実績	22年6月期 1Q実績			22年6月期 上期業績予想	
	金 額 (売上構成比)	金 額 (売上構成比) ※1	増減額	前年比	金 額 (売上構成比)	進捗率 ※2
売 上 高	4,185	4,455	+270	106.5%	9,290	48.0%
売 上 総 利 益	1,235 (29.5%)	1,275 (28.6%)	+40	103.3%	2,758 (29.7%)	46.2%
販 管 費	1,003 (24.0%)	1,114 (25.0%)	+112	111.1%	2,313 (24.9%)	48.2%
営 業 利 益	232 (5.5%)	161 (3.6%)	▲71	69.3%	445 (4.8%)	36.1%
経 常 利 益	228 (5.4%)	164 (3.7%)	▲64	72.1%	437 (4.7%)	37.6%
当 期 純 利 益	165 (3.9%)	124 (2.8%)	▲41	75.4%	303 (3.3%)	41.0%
1 株 当 たり 純 利 益 ※3	25.98円	19.88円	▲6.1円	76.5%	49.63円	40.1%

※1. 「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を当第1四半期連結会計期間の期首から適用しております。本会計基準を適用しない場合と比較して売上高・売上総利益及び販管費が21億円減少、また売上総利益率が0.5%低下しております。

※2. 進捗率は第2四半期累計期間に係る公表予想に対する進行割合を表しております。

※3. 2021年9月6日開催の取締役会決議に基づき自己株式38,054,300株を取得したことから、連結業績予想の「1株当たり純利益」は当該自己株式の取得の影響を考慮しております。
この自己株式取得が無かった場合の1株当たり純利益は、22年6月期1Q実績で19.58円、22年6月期上期業績予想は47.78円となります。

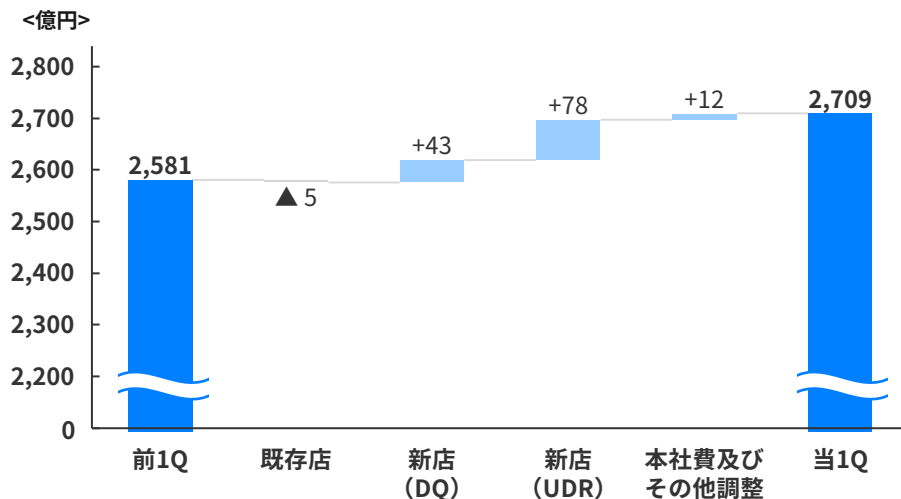
1. 連結業績概況

- 売上高は前年比+270億円（同106.5%）と増収を達成。ゲルソنزの新規連結（200億円）に加え、国内外リテール事業における新規出店や業態転換による増加が既存店の売上減を補い、売上成長を実現。
- 一方、営業利益は前年比▲71億円（同69.3%）と減益で着地。国内リテール事業において8月を中心に新型コロナの感染拡大や天候不順の影響を大きく受けて既存店の収益が伸び悩んだこと、新店や改装等の成長投資によりコストが増加したこと、が主要因。
- 2Q以降は引き続き新規出店や業態転換、IT投資などで成長に注力すると共に、既存店を中心にトップラインを高め、粗利改善を図る取り組みを推進。

2. その他成果

- 将来成長に向けた取り組みとして、金融事業を新たな収益の柱とすべく9月に株式会社パン・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を設立。アプリ進化と連動しながら顧客利便性を大きく高めることを目指す（詳細はP.17~19に記載）。
- 資本政策面では、9月に自己株式買付を実施。資本効率を高めることで「1株当たり純利益」や「ROE」などの指標が改善（詳細はP4,9,12に記載）。

2022年6月期1Q 売上高増減



8月の新型コロナ感染拡大や天候不順という厳しい外部環境により営業利益は▲18億円となるも、新店や業態転換の推進で+128億円の売上増を達成。

- ✓ 既存店の前年比は99.8%で着地。7月・9月はプラスも、8月に新型コロナの感染拡大による人流制限と極端な天候不順の影響を受けたことが要因。
- ✓ 8月は苦戦。通常8月に例年伸長する季節品や夜間帯の売上が伸び悩んだことで粗利率も低下し(▲0.7%)、営業利益は▲18億で着地。
- ✓ 厳しい環境下においても成長投資は継続。新店や業態転換により+128億円の売上増を達成。

<各種施策の進捗状況>

“肉ドンキ”による来店動機強化及び食品カテゴリーの利益改善

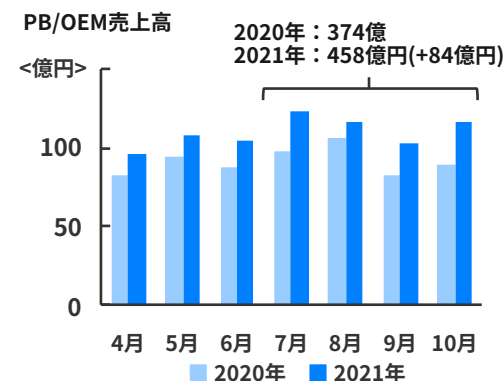
⇒ 顧客の来店動機となり、当社が強みも発揮できる商品の深掘りとして3店舗でトライアル開始



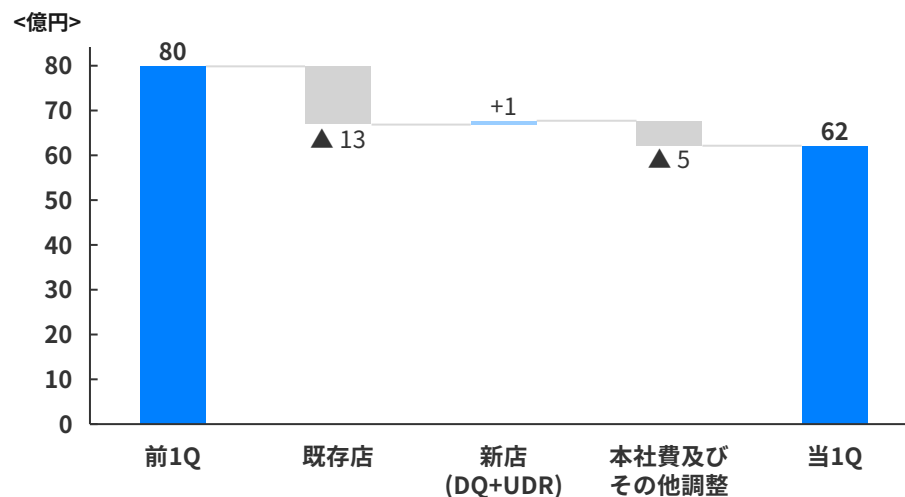
(例)ドン・キホーテ七尾店
(2021/7/30 OPEN)

PB/OEM強化による差別化/利益率向上

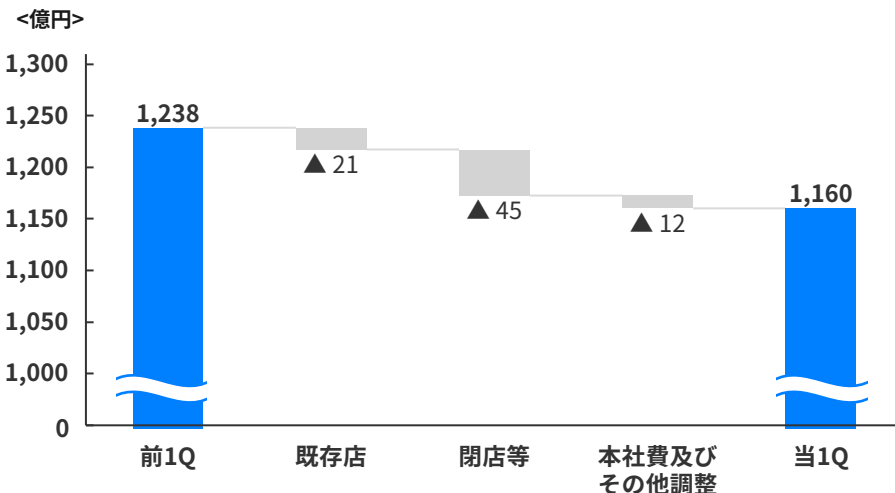
⇒ 7~10月は今期目標 (DS事業で約1580億円) に対し順調に推移



2022年6月期1Q 営業利益増減



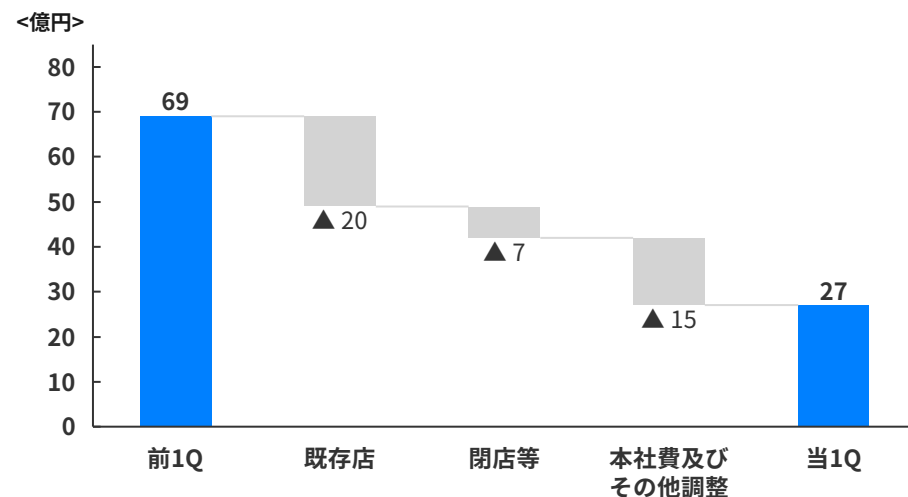
2022年6月期1Q 売上高増減



8月の天候不順と気温影響が既存店の売上/利益に影響。
一方で中長期的なビジネスモデルの進化には引き続き注力。

- ✓ 既存店は98.1%で着地。8月～9月上旬の悪天候と気温影響が衣料品の売上不振に直結。粗利率の低下も招き、売上、営業利益とも約20億円の影響となった。
- ✓ 但しコロナ前の売上比(※1)は100%を越えており引き続き高い水準は維持。
- ✓ 業態転換に伴う閉店等の影響は売上▲45億、営業利益▲7億。
(UDリテールへ2店舗(内テナントイン 1店舗)を転換)
- ✓ システム入れ替えは前期完了。今期は人財等のソフト面強化を進めつつ、商圈対応や競合対抗を明確にしたNew GSMへのリニューアルを継続推進する。

2022年6月期1Q 営業利益増減



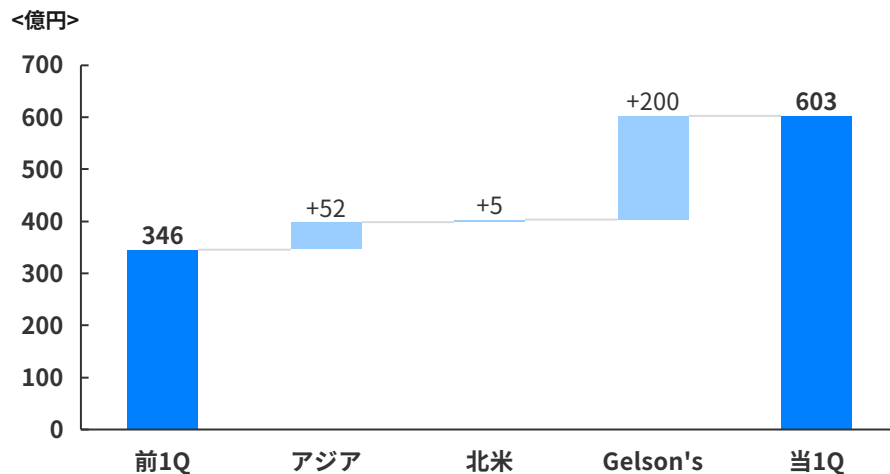
<リニューアル計画(今期11店舗を予定)>

1Q	2Q	下半期
<ul style="list-style-type: none"> ・ピアゴパワー西城店 ・ピアゴパワー守山店 ・アピタパワー君津店 	<ul style="list-style-type: none"> ・アピタパワー大府店 ・アピタ大垣店 ・アピタ浜北店 他1店舗 	4店舗予定



※1. 2019年は消費税増税による駆け込み需要があるため、コロナ前の売上は2018年対比で計算。

2022年6月期1Q 売上高増減



新規出店の継続やゲルソンスの貢献により増収増益を達成。

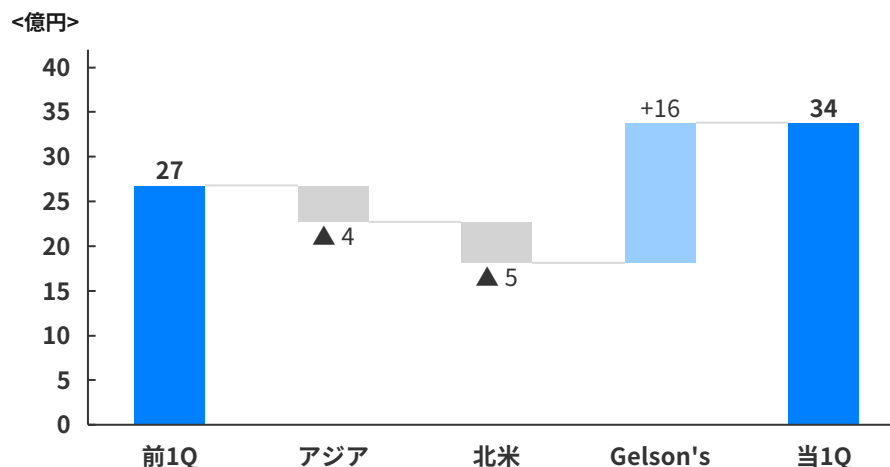
■アジア事業

- ✓ 前年好調だった香港は出店強化に伴うカニバリ影響もあり既存店は苦戦するも、新店効果により増収(+52億円)を達成。アジア全体の増収に貢献した。
- ✓ 2Q(9月)には新たにマカオにも出店するなど成長を継続。
- ✓ 営業利益は本社費や出店コストの増加により▲4億で着地。

■北米事業

- ✓ 既存事業はコロナ特需が一巡しても売上トップラインは維持。
- ✓ 精肉・生鮮における原価高騰の影響が総利益率減を招いたことなどから、営業利益は▲5億で着地。
- ✓ Gelson'sは売上200億円、営業利益16億円(のれん償却費約7億円を控除前)が純増として寄与。

2022年6月期1Q 営業利益増減



1Q (4~6月) アジア新店



<参考>直近の出店 (9月)



※. 北米はDQ USA、MARUKAI、QSI、Gelson'sの各社を単純合計して記載。実績については2021年4月～2021年6月、Gelson'sは2021年7月～9月の実績。

※. Gelson'sの営業利益増減には、のれん償却代は含まない(約7億円)。※. 海外法人は3月決算のため、四半期ごとの店舗数は該当する決算期に調整。

主な資産・負債・純資産の状況

(単位：億円)

	21年6月	21年9月	
	金 額	金 額	増減額
流 動 資 産	4,955	4,410	▲ 545
現 預 金	1,575	1,047	▲ 528
割 賦 売 掛 金	655	628	▲ 27
商 品	2,034	2,035	1
固 定 資 産	8,748	8,762	14
建 物 等	2,615	2,619	4
土 地	3,174	3,174	0
無 形 固 定 資 産	796	793	▲ 3
敷 金 保 証 金	739	735	▲ 4
資 産 合 計	13,703	13,172	▲ 530

(単位：億円)

	21年6月	21年9月	
	金 額	金 額	増減額
流 動 負 債	3,536	3,922	386
買 掛 金	1,500	1,535	35
※1 短 期 負 債	577	1,229	652
固 定 負 債	5,779	5,634	▲ 146
社 債	2,040	2,032	▲ 8
長 期 借 入 金	2,715	2,591	▲ 124
負 債 合 計	9,315	9,555	240
純 資 産 合 計	4,388	3,617	▲ 771
負 債 ・ 純 資 産 合 計	13,703	13,172	▲ 530

主な資産・負債・純資産の状況

<資産の状況>

・固定資産

- ▶ 有形固定資産：6,469億円 (32億円増)
 - ・ 出店などに関する投資 103億円
 - ・ 減価償却費 74億円

<負債の状況>

- ▶ 有利子負債：5,852億円 (520億円増)

<純資産の状況>

- ▶ 自己資本：3,413億円 (自己資本比率：25.9%)

<その他>

- ▶ ネットD/Eレシオ：1.41倍
- ▶ ROE：13.1%(年換算)

※ 2021年9月6日開催の取締役会決議に基づき自己株式38,054,300株を取得（809億円）。

この自己株式取得がなかった場合のROEは11.8% (年換算)であり、資本効率の改善(ROEを約11%改善)を実現(外部格付けもA+を維持)。

※1. 短期負債＝短期借入金、1年内返済予定の長期借入金、1年内償還予定の社債。

キャッシュフロー & 設備投資の状況

▶ キャッシュフローの状況

(単位：億円)

	前1Q	当1Q	
	金 額	金 額	増減額
期 首 残 高	1,836	1,609	▲ 227
営 業 活 動 C F	127	▲ 37	▲ 164
投 資 活 動 C F	▲ 107	▲ 113	▲ 6
フリーキャッシュフロー ^{※1}	19	▲ 150	▲ 170
財 務 活 動 C F	▲ 109	▲ 379	▲ 271
期 中 増 減 等	▲ 97	▲ 529	▲ 432
期 末 残 高	1,739	1,080	▲ 659

※1. フリーキャッシュフロー = 営業活動CF + 投資活動CF。

<営業CF>

- ▶ 税金等調整前純利益163億円、減価償却91億円、仕入債務の増加35億円などが増加要因になる一方、引当金の減少額 52億、法人税等支払額225億円が減少要因となり37億円がキャッシュアウト

<投資CF>

- ▶ 出店等に伴う有形固定資産の取得が103億円及び無形固定資産の取得9億円などで113億円がキャッシュアウト

<財務CF>

- ▶ 自己株式取得による支出として809億、短期・長期借入金の純増減額として536億などの減少要因により379億円がキャッシュアウト

▶ 設備投資の状況

設 備 投 資 額	124	116	▲ 8
-----------	-----	-----	-----

<当1Qの内訳>

- ▶ DS事業 約41億円、GMS事業約20億円、海外事業約19億円、IT関連21億、その他約15億円

2022年6月期 第2四半期以降の取り組み

2Q累計業績予想、通期業績予想ともに変更なし

(単位：億円)

	2Q累計業績予想			通期業績予想		
	金 額	百分比	前年同期比	金 額	百分比	前年同期比
売 上 高	9,290	100.0%	108.9%	18,700	100.0%	109.4%
売 上 総 利 益	2,758	29.7%	109.8%	5,539	29.6%	111.4%
販 管 費	2,313	24.9%	114.6%	4,689	25.1%	112.7%
営 業 利 益	445	4.8%	90.2%	850	4.5%	104.5%
経 常 利 益	437	4.7%	90.7%	830	4.4%	101.8%
当 期 純 利 益	303	3.3%	92.8%	576	3.1%	107.0%
1 株 当 たり 純 利 益 ^{※1}	49.63円	-	96.4%	95.46 円	-	112.4%
1 株 当 たり 配 当 金	3.00 円	-	100.0%	16.50 円	-	103.1%
設 備 投 資 額	330	3.6%	158.7%	750	4.0%	163.1%
減 価 償 却 費	144	1.6%	113.5%	308	1.6%	116.3%

※1. 2021年9月6日開催の取締役会決議に基づき自己株式38,054,300株を取得したことから、連結業績予想の「1株当たり純利益」は当該自己株式の取得の影響を考慮しております。
この自己株式取得が無かった場合の1株当たり純利益は、2Q業績予想で47.78円、通期業績予想で90.82円となります。

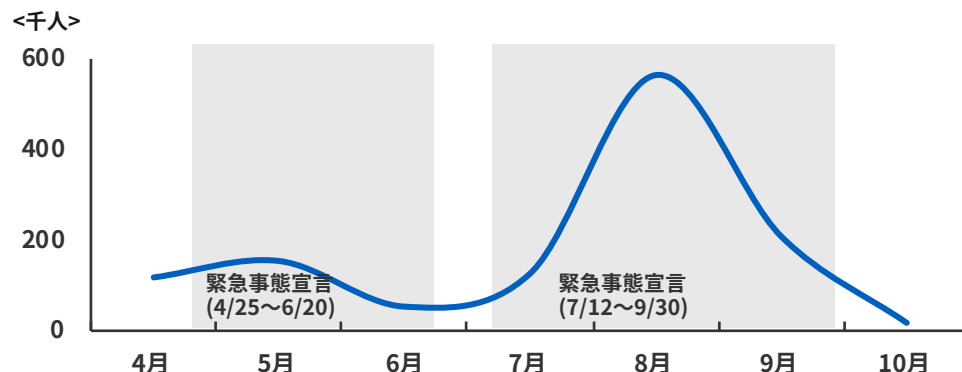
国内ディスカウント事業、GMS事業の10月概況(速報ベース)

- ・ 緊急事態宣言の解除に伴う人流増加等により、国内リテール主要4社の既存店売上高前年比は103.6%を達成（これにより7月~10月の既存店売上高前年比累計も100.3%へと改善）
- ・ 週末や夜間帯の売上も伸長すると共に、アウトドア、秋の行楽、イベント関連商品の需要が改善

▶ 売上高前年比(既存店)推移

単位：%	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
国内DS事業	96.4	94.3	96.0	103.4	95.5	101.0	105.3
GMS事業	105.3	98.0	94.8	100.1	96.2	98.1	99.8

▶ 新型コロナウイルス感染症新規陽性者数推移 ※



※. 厚生労働省「新型コロナウイルス感染症について」新規陽性者数の推移（日別）から集計。

■ 国内ディスカウント事業

- ✓ 10月の既存店売上高前年比は105.3%で着地。
- ✓ 全時間帯で売上前年比が改善し、特に21時以降の夜間帯の改善幅が大きい。
- ✓ 外出機会が増加した事で、身支度品（化粧品、ヘアケア用品、カラコン等）の売上が伸長。
- ✓ ハロウィン関連商品も前年比130%の売上を記録
- ✓ 粗利率は1Qの▲0.7%から、±0%へ改善。

■ GMS事業

- ✓ 10月の既存店売上高前年比は99.8%で着地。
- ✓ これまで苦戦してきた衣料品は、気温が低下した4週目から前年を上回り始める。（気温の悪影響が無ければ、前年並で推移）

当面必要な取り組みは店舗軸、商品軸とも明確。売上及び粗利改善に向けた各種施策の実行を担保すべく、現場の負担を減らすために本社も最大限に支援

店舗軸の取り組み

競合店徹底対抗(「安い」イメージをしっかり担保)

- ・ 競合分析に基づく価格訴求で人気と収益を確保しつつ商圈内で負けない店舗に

店舗発信の変化対応

- ・ SNSでの商品発信によるコミュニケーション強化
- ・ インフルエンサーと協業したSNS販促の推進

ロードサイド ピュアドンキ店舗の改装

- ・ 最新の自社棚割の展開
- ・ 顧客目線の改善(通路幅の拡張/ゾーニング改善)

人財の育成(店舗が使命を遂行できる体制づくり)

- ・ 新任ミリオンスター支社長との経営意識共有

商品軸の取り組み

トレンド対応(売上TOPライン引き上げ)

- ・ 例)脱巣ごもり商材強化(コスメ、ファッション関連等)
- ・ 例)自宅滞在時間増加に関連した商材の拡張

他社との差別化商品割合の拡大(収益性の担保)

- ・ PB/OEM比率の拡大による他社との品揃え差別化
- ・ 日本未発売の輸入品や独自性を発揮した商品の展開

カテゴリーの深堀と強化(来店動機創出)

- ・ 例)精肉とデリカ(肉ドンキ)強化:42期 売上4.4億目標
- ・ 例)酒類の強化:42期 売上725億目標

時間創出の取り組み

年間300万時間の創出に向け進捗中
(2022年6月期)

発注支援システムの導入や発注/納品回数調整による作業時間削減
役割の明確化による単純作業時間削減/会議時間集約
スマホ型端末導入によるオペレーション改善 等

不振店の転換／土台作りのフェーズは終わり、売上・利益をさらに高める個店経営実現のフェーズへ

19年2月期

22年2月期

24年2月期

営業利益
約200億円

＜従来のGMS＞

- ・ セントラルマーチャンダイジング
- ・ 画一的な商品展開
- ・ 本社からの指示

＜New GMS＞

- ・ 個店経営
- ・ 商圈対応した品揃え
- ・ 店舗をサポートする小さな本社

営業利益
+約200億円
(19年2月比)

Phase 1

不振店の転換／個店経営の土台作り

Phase 2

既存店の更なる進化／個店経営の実現

店舗
営業

- ✓ 不振店を中心にUDRへの業態転換を進める
- ✓ 自社カニバリの影響を考慮し計画数を最適化
- ✓ レジシステムの統合を進めることにより個店での仕入れとプライシングを実現
- ✓ 帳合統合によるグループ全体の原価低減

- ✓ 利益の出ている既存店の収益性をさらに高めるためのリニューアルを実施
- ✓ 個店経営を支える店舗人財強化
- ✓ 個店での価格対抗ができる環境を全店で構築

本社
本部

- ✓ PMIの推進によりグループで重複する子会社、部署を統合しコストを削減

- ✓ 本社本部機能を従来の指示型から営業サポート型に転換し、店舗の個店経営化を推進
- ✓ インフラの統合による業務効率化

金融事業について

- ・金融事業を新たな収益の柱として立ち上げるべく、リテール事業会社と並列でPPIFを設立
- ・ユニー子会社にあったUCSもPPIF傘下に移管し、新規事業も含めてグループ横断事業として立ち上げる

▶ 金融事業の課題とこれからの対応

現時点での課題

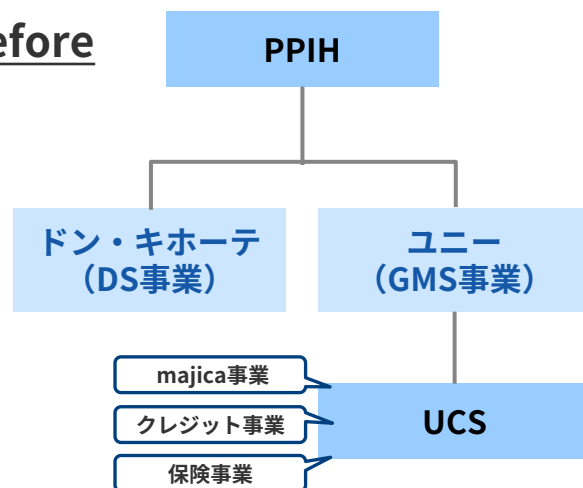
- ・電子マネーのチャージ方法や利用先に制限がある等、競合に劣後しない決済サービスが提供できていない。
- ・決済と店舗・商品を連動させた施策ができていない。

これからの対応

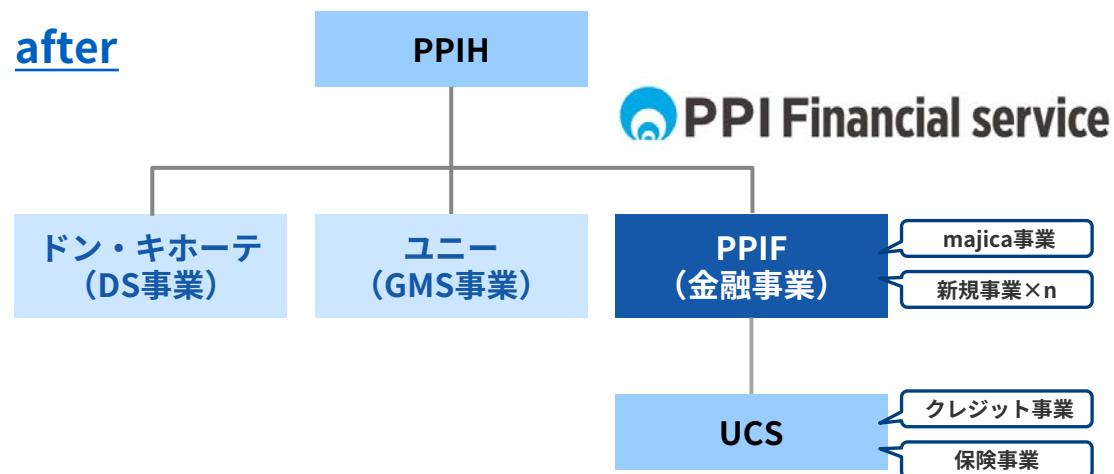
- ・PPIFにてmajica事業を一元管理し、利便性の高いサービスの構築、改善を行う。UCSとの連携強化、その他金融事業への展開を検討。
- ・アプリを軸として、決済と店舗・商品が連携したサービスを顧客へ提供する。

▶ グループ内の体制変更(2021年10月～)

before



after



- ・キャッシュレス政策やQRコード決済の拡大により、決済を軸とした会員囲い込みの競争が激化。当社グループ顧客が他社に囲い込まれ、店舗の決済手数料の大幅増加や他社への顧客・購買情報の流出が懸念される
- ・自社での決済機能を大幅に拡充することで当社顧客の囲い込みを実現し、①他社決済手数料のコスト抑制、②顧客・購買情報に基づいた金融サービス提供によって収益機会を創出する

▶ 決済に関する競合概況と当社の今後のサービス

- ・競合他社は顧客ニーズを満たすサービスを提供
- ・決済を軸に更なる顧客囲い込みを加速している

顧客が求めるもの			競合概況
アプリ	利用先	どこでも利用可能	沢山の加盟店で使える
	ポイント	どこでも貯まる/ 使える	沢山の加盟店で貯まる・使える
	チャージ	スマホで完結	スマホ完結で様々な方法
クレカ	発行	すぐ発行・利用できる	・即時発行対応 ・バーチャルカード
	ポイント	どこでも貯まる	使いやすいポイントが貯まる

- ・当社は顧客にとって十分なサービスを提供できていない
- ・決済を入口に金融サービスで顧客を囲い込みたい

競合との差を埋めた決済サービスで顧客を囲い込む

当社現状	当社の今後のサービス
自社のみ	利用先が増える
自社のみ	どこでも貯まる
現金/自社クレカのみ	スマホ完結で様々な方法
通常のカード発行のみ	すぐ発行できる
当社グループのポイントが貯まる	従来と変わらず

- ・金融事業として5年後に単年度で営業利益100億円を目指す
- ・majicaアプリを決済の入り口として機能を強化し、小売事業と一体化した金融サービスを拡充
- ・決済機能の汎用性を高めるサービスパートナーとしてVisaと包括的パートナーシップの基本合意

▶ 事業計画

	現在		2026年6月期
majicaアプリ会員数	800万人	➡	1,600万人
クレジットカード取扱高	約7,300億円	➡	約15,000億円
majica 決済高	約4,200億円	➡	約7,000億円

営業利益

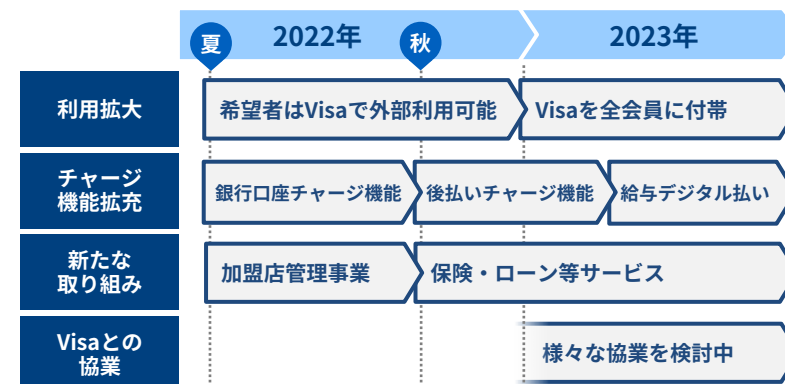
クレジットカード事業 (現行UCS+majicaクレジット)	8億円	➡	約50億円
majicaマネー事業 (新プリペイドカード)	—		約30億円
金融商品・加盟店事業 (保険/証券/ローン等)	8億円	➡	約20億円
合計	16億円	➡	約100億円

▶ Visaとの包括的なパートナーシップ



- ・PPIHグループとして、新たにmajicaアプリと連動したVisaカードの発行事業及びVisaブランドの加盟店管理事業の決済領域を拡大
- ・海外グループ店舗の顧客や、海外Visa会員の訪日インバウンド受入れを見据え、Visaのタッチ決済導入を含めた協業を積極推進

▶ 当社の取り組みの主要スケジュール※



※上記スケジュールは現時点での予定であり、変更になる可能性があります。

Appendix

第1四半期 法人別情報

国内リテール

(単位：億円)

	ドン・キホーテ			長崎屋			UDリテール			ユニー		
	前1Q実績	当1Q実績	前年同期差	前1Q実績	当1Q実績	前年同期差	前1Q実績	当1Q実績	前年同期差	前1Q実績	当1Q実績	前年同期差
売上高※1	1,675	1,708	34	482	486	4	424	515	91	1,238	1,160	▲78
売上総利益	430	415	▲16	119	115	▲4	110	127	17	410	364	▲46
売上総利益率	25.7%	24.3%	▲1.4%	24.6%	23.6%	▲1.0%	26.0%	24.7%	▲1.3%	33.1%	31.3%	▲1.8%
販管費	366	369	3	103	104	0	110	122	12	341	337	▲4
営業利益	65	46	▲19	15	11	▲4	0	5	5	69	27	▲42
営業利益率	3.9%	2.7%	▲1.2%	3.2%	2.3%	▲0.9%	0.0%	1.0%	1.0%	5.5%	2.3%	▲3.2%
総資産	2,872	3,122	249	854	892	39	549	652	103	3,869	3,977	108
純資産	1,465	1,096	▲369	562	588	26	▲1	11	12	1,013	1,347	334

海外リテール

非リテール

(単位：億円)

	北米 ※2			アジア ※3			日本アセットマーケティング			UCS		
	前1Q実績	当1Q実績	前年同期差	前1Q実績	当1Q実績	前年同期差	前1Q実績	当1Q実績	前年同期差	前1Q実績	当1Q実績	前年同期差
売上高※1	254	459	205	92	144	52	56	53	▲3	46	46	0
売上総利益	83	172	90	31	49	18	22	19	▲3	46	46	0
売上総利益率	32.5%	37.5%	5.0%	33.9%	34.4%	0.5%	39.8%	35.7%	▲4.1%	100.0%	100.0%	0.0%
販管費	64	142	79	23	46	22	2	2	1	43	42	▲1
営業利益	19	30	11	8	4	▲4	21	17	▲4	3	3	1
営業利益率	7.5%	6.6%	▲0.9%	8.4%	2.5%	▲5.9%	36.9%	31.6%	▲5.3%	5.9%	7.5%	1.6%
総資産	359	709	350	264	380	116	1,635	1,624	▲11	1,688	1,599	▲89
純資産	272	96	▲175	66	129	63	1,122	1,174	53	96	107	12

※1. 「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月32日）等を当第1四半期連結会計期間の期首から適用しております。

このため、前年同期比較については基準の異なる算定方法に基づいた数値を用いております。

※2. 北米はDQ USA、MARUKAI、QSI、Gelson'sの各社を単純合計して記載。実績については2021年4月～6月の累計、Gelson'sは2021年7月～9月の累計。

※3. アジアはPPRM (SG)、PPRM (HK)、DONKI Thailand、PPRM(TW)、PPRM(MY)の各社を単純合計して記載。実績については2021年4月～6月の累計。

第1四半期セグメント情報(事業別)

▶ 前期 事業別セグメント概要 【期間：2020年7月1日～2020年9月30日】^{※1}_{※2}

(単位：億円)

	ディスカウントストア	総合スーパー	テナント賃貸	その他 ^{※3}	合 計	調 整	連 結
外 部 売 上 高	2,862	1,124	164	35	4,185	—	4,185
内 部 取 引 高	19	26	3	11	58	▲ 58	—
計	2,881	1,150	167	46	4,243	▲ 58	4,185
セグメント利益	161	37	40	▲10	227	5	232

▶ 当期 事業別セグメント概要 【期間：2021年7月1日～2021年9月30日】^{※1}_{※2}

(単位：億円)

	ディスカウントストア	総合スーパー	テナント賃貸	その他 ^{※3}	合 計	調 整	連 結
外 部 売 上 高	3,221	1,053	146	35	4,455	—	4,455
内 部 取 引 高	19	29	3	10	61	▲ 61	—
計	3,240	1,082	149	46	4,516	▲ 61	4,455
セグメント利益	153	4	21	▲ 17	160	0	161

※1.「報告セグメント」は、サービスの提供形態別に「ディスカウントストア事業」、「総合スーパー事業」及び「テナント賃貸事業」で構成。

※2.当期から「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を当第1四半期連結会計期間の期首から適用しております。

なお、前期に係る各数値についての遡及修正は行いません。

※3.「その他事業」は「持株会社運営」、「カード事業」など。

第1四半期 連結事業別業績概況

【期間：2021年7月1日～2021年9月30日】

(単位：億円)

	前1Q(四半期)		当1Q(四半期)		
	金 額	百分比	金 額	百分比	前年同期比
ディスカウントストア事業 ※1	2,862	68.4%	3,221	72.3%	112.5%
家 電 製 品	221	5.3%	210	4.7%	94.7%
日 用 雑 貨 品	566	13.5%	641	14.4%	113.2%
食 品	1,100	26.3%	1,198	26.9%	108.8%
時計・ファッション用品	382	9.1%	343	7.7%	89.7%
スポーツ・レジャー用品	177	4.2%	182	4.1%	102.6%
北 米 事 業	266	6.4%	459	10.3%	172.6%
ア ジ ア 事 業	81	1.9%	144	3.2%	178.0%
そ の 他	69	1.6%	45	1.0%	66.2%
総 合 ス ー パ ー 事 業 ※1	1,124	26.9%	1,053	23.6%	93.7%
衣 料 品	131	3.1%	109	2.4%	83.1%
住 居 関 連 品	169	4.0%	154	3.5%	91.3%
食 品	821	19.6%	785	17.6%	95.7%
そ の 他	4	0.1%	5	0.1%	140.8%
テ ナ ン ト 事 業 ※1	164	3.9%	146	3.3%	88.8%
そ の 他 事 業 ※2	35	0.8%	35	0.8%	101.3%
合 計	4,185	100.0%	4,455	100.0%	106.5%

※1. 「報告セグメント」については、サービスの提供形態別に「ディスカウントストア事業」、「総合スーパー事業」及び「テナント賃貸事業」で構成。

※2. 「その他事業」は「持株会社運営」、「カード事業」など。

主な販管費の内訳

【期間：2021年7月1日～2021年9月30日】

(単位：億円)

	前1Q(四半期) ※1		当1Q(四半期)		
	金 額	構成比	金 額	構成比	前年同期比
販 管 費	1,003	24.0%	1,114	25.0%	111.1%
給 与 手 当	375	9.0%	431	9.7%	114.8%
地 代 家 賃	130	3.1%	135	3.0%	104.2%
支 払 手 数 料	145	3.5%	144	3.2%	99.6%
減 価 償 却 費	62	1.5%	72	1.6%	116.1%
そ の 他	290	6.9%	331	7.4%	114.1%


※1.当期から「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を当第1四半期連結会計期間の期首から適用しております。

このため、前年同期比較については基準の異なる算定方法に基づいた数値を用いております。

当期出店状況

事業	業態	1Q			2Q			3Q			4Q			通期目標
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	
ディスカウント	DQ	北千住西口 (東京)				稲毛長沼 (千葉)								新規出店: 25店+α 改 装: 30店+α
		七尾 (石川)				錦糸町北口 (東京)								
						合志 (熊本)								
	MEGA		松永 (広島)											
	UDR ※1		新守山 (愛知)	碧南 (愛知)	アビタ四日市 (三重)	榛原 (静岡)	1店舗							
GMS	ユニー (NewGMS)	西城 (愛知)		守山 (愛知)	大府 (愛知)	浜北 (静岡)	1店舗	4店舗						改 装: 11店+α
				君津 (千葉)		大垣 (岐阜)								
海外 ※2		TMT Plaza (香港)		マカオ 1号店	Seacon Square (タイ)									新規出店: 12店+α 改 装: 13店+α
					Tampines 1 (シンガポール)									

※1. テナントイン型の業態転換を含む。 ※2. 海外法人についても出店月で表記。

 = 業態転換、NewGMS

店舗ネットワーク

フォーマット別店舗数

	2020年 6月期	2021年 6月期	2022年 6月期
			1Q
ドン・キホーテ ※1	225	226	226
MEGA	44	45	46
New MEGA	91	94	94
MEGAドン・キホーテUNY	41	52	54
アピタ/ピアゴ ※2	150	139	138
ピカソ 等 ※3	26	25	28
長崎屋ほか	3	2	2
海外 ※4	49	84	86



- ※1. (株)長崎屋が運営する業態転換店は、すべて「MEGA」に含む。
 ※2. 「アピタ/ピアゴ」には、「ユーストア」、「パワーピアゴ」等を含む。
 ※3. 「ピカソ 等」には、「ピカソ」「エッセンス」「驚安堂」「エキドンキ」「ソラドンキ」及び「情熱職人」等を含む。
 ※4. 海外法人はGelson's(6月決算)を除き3月決算のため、四半期ごとの店舗数は該当する決算期に調整。
 ※5. (株)ドン・キホーテへの吸収合併により2020年7月1日付で4店減少。
 ※6. 「ダイシン」は、(株)ドン・キホーテへの吸収合併により2021年7月1日付で1店減少。

法人別店舗数

	2020年 6月期	2021年 6月期	2022年 6月期
			1Q
ドン・キホーテ	339	346	350
長崎屋	44	44	45
UDリテール	41	52	54
ユニー	150	139	138
ライラック	4	0 ※5	0
ダイシン / 橘百貨店 ※6	2	2	1
国内合計	580	583	588
DQUSA	4	4	4
MARUKAI	10	10	10
QSI	24	24	24
Gelson's	-	27	27
PPRM (SG)	7	8	10
PPRM (HK)	2	7	7
DONKI Thailand	2	2	2
PPRM (Taiwan)	-	1	1
PPRM (Malaysia)	-	1	1
海外合計 ※4	49	84	86
合計	629	667	674

IRに関するお問い合わせ先

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 IR部

〒153-0042 東京都目黒区青葉台 2-19-10

TEL：03-5725-7588 FAX：03-5725-7024

e-mail：ir@ppih.co.jp

IRカレンダー

第42期(2022年6月期) 第2四半期 決算発表(予定)

決算発表日：2022年2月10日(木)

説明会会場：未定(決定次第、改めてお知らせいたします)

将来見通しに関する注意事項

本資料におきましては、投資家の皆さまへの情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来に関する記述につきましても、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、安全性を保証するものではありません。本資料は、投資家の皆さまがいかなる目的にご利用される場合においても、ご自身の判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10
TEL: 03-5725-7588 / FAX: 03-5725-7024 / e-mail: ir@ppih.co.jp
<https://ppih.co.jp/>