

2024年6月期 第2四半期決算業績説明資料

2024年2月13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 2024年6月期 第2四半期決算概況について

2 2024年6月期 第3四半期以降の取り組みについて

3 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「UNY」、UDリテールは「UDR」、シンガポールは「SG」、香港は「HK」、タイは「TH」、台湾は「TW」、マレーシアは「MY」、マカオは「MO」、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. 海外事業における主要国の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	
	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	135.31	144.81	139.65	132.70	97.13	101.07	3.79	3.87	17.24	18.44	4.50	4.57
当 期	142.61	149.58	145.87	141.82	105.79	109.47	4.07	4.09	18.20	19.10	4.56	4.65

※為替レートについて

P/Lは決算対象期間（Gelson's 7～12月、Gelson's以外は4～9月）の平均為替を使用、B/SはGelson'sは12月末、Gelson's以外は9月末の為替を使用しています。

2024年6月期

第2四半期決算概況について

1. 連結業績概況

- 上期過去最高益を達成。 24年6月期上期業績は、半期で初の売上高1兆円を超え、売上高1兆476億円（前上期比+691億円/+7.1%）、営業利益755億円（前上期比+180億円/+31.4%）、営業利益率7.2%（前上期比+1.3%）と引き続き国内リテールの牽引により、上期、2Qともに過去最高益を達成。
 - ✓ 売上：インフレに対応したコストパフォーマンスやメリハリのきいた商品開発によるMD戦略の奏功、免税売上の伸長、および外出・イベント需要を捉えたDS事業が全体を牽引。
 - ✓ 売上総利益：国内、国外ともにPB/OEMの伸長に加え、継続した在庫コントロールにより、総利益は3,310億円（前上期比+286億円）総利益率は31.6%（前上期比+0.7%）と予算を上回り伸長。
 - ✓ 販管費：戦略的な投資は行いながらも、売上の伸長と、国内、国外での適正な人員配置の見直しなどの販管費コントロールにより販管費率は24.4%（前上期比▲0.6%）と前年・予算共に下回る。
- 通期業績予想を上方修正、中期経営計画の1年前倒しを見込む。
 - ✓ 成長投資や人財育成に対して注力しながらも、総利益の伸長による収益体質の改革で“稼ぐ力”の更なる高まりにより、中期経営計画「Visionary2025」目標値“売上高2兆円”、“営業利益1,200億円”の1年前倒し達成を見込む。（詳細は5ページ）

24年6月期 第2四半期決算数値報告

【期間：2023年7月1日～2023年12月31日】

(単位：億円)

	上期実績				上期業績予想	
	前期	当期			金額	達成率
	金額 (売上構成比)	金額 (売上構成比)	増減額	前期比		
売上高	9,784	10,476	+691	+7.1%	10,318	101.5%
売上総利益	3,024 (30.9%)	3,310 (31.6%)	+286	+9.4%	3,219	102.8%
販管費	2,450 (25.0%)	2,555 (24.4%)	+105	+4.3%	2,630	97.1%
営業利益	575 (5.9%)	755 (7.2%)	+180	+31.4%	589	128.2%
経常利益	572 (5.8%)	736 (7.0%)	+164	+28.6%	560	131.4%
当期純利益	368 (3.8%)	482 (4.6%)	+114	+31.1%	350	137.8%
1株当たり純利益	61.67円	80.80円	+19.13円	+31.0%	58.67円	137.7%

通期業績予想について

- 通期業績予想の営業利益を1,300億円（期初予算+190億円）に上方修正。
- 上期までの進捗を踏まえ、各事業別の内訳も変更する。

	通期業績予想(期初)		通期業績予想(今回修正)			
	金 額	百分比	金 額	増減額	百分比	期初予想比
(単位：億円)						
売 上 高	20,621	100.0%	20,700	+79	100.0%	100.4%
売 上 総 利 益	6,483	31.4%	6,530	+47	31.5%	100.7%
販 管 費	5,373	26.1%	5,230	▲143	25.3%	97.3%
営 業 利 益	1,110	5.4%	1,300	+190	6.3%	117.1%
経 常 利 益	1,074	5.2%	1,260	+186	6.1%	117.3%
当 期 純 利 益	667	3.2%	765	+98	3.7%	114.7%
1 株 当 たり 純 利 益	111.86円	-	128.19円	+16.33	-	114.6%

< 事業別の営業利益見通し >

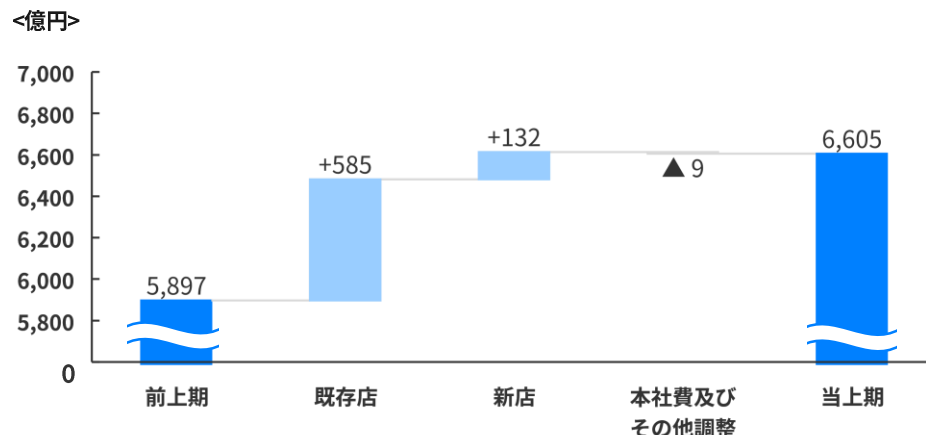
(※期初予算差)

- DS事業：790億円（+200億円）
 - ✓ 免税売上は期初見通し800億円超に対し、1,100億円を見込む。
 - ✓ 地方郊外店を中心とした既存店の売上伸長分を加味。
- GMS事業：315億円（+15億円）
 - ✓ PB/OEMの伸長と人員配置適正化などによる販管費の削減効果。
- アジア事業：3億円（▲37億円）
 - ✓ 現況を鑑み通期見通しを下方修正。
- 北米事業：66億円（+10億円）
 - ✓ 期初見通しより早期回復の傾向を加味。

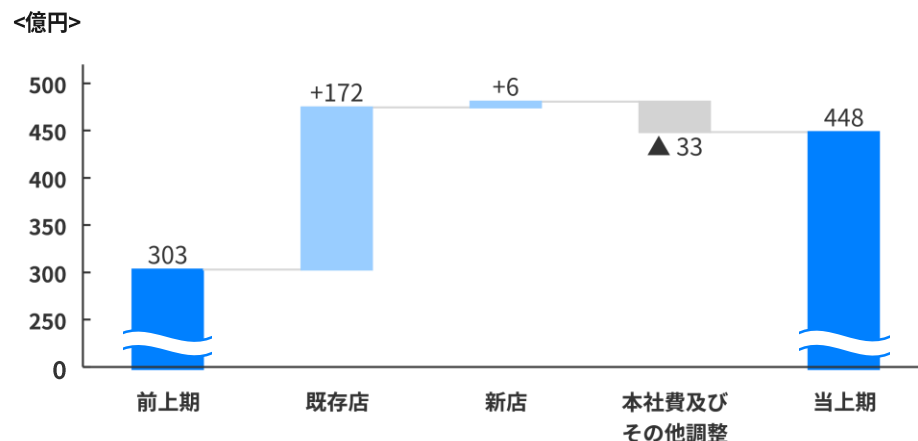
< 為替レート的前提 >

1USD=138.09円、1HKD=17.64円、1SGD=103.35円、1THB=4.09円、1MYR=31.73円、1TWD=4.62円、1MOP=17.21円

2024年6月期上期累計 売上高増減



2024年6月期上期累計 営業利益増減



売上高6,605億円（前上期比+708億円）、営業利益は448億円（同+145億円）と引き続き連結業績を牽引。

✓ 既存店売上は前上期比110.4%で着地。

➢ 免税売上は上期累計502億円（前上期比+421億円）と訪日外客の増加、インフラ整備などにより大幅に伸長、12月は売上100億円超えとなり過去最高を記録。

➢ 商圈単位で運用開始した“マジ価格”施策の奏功等により、既存店客数は前上期比101.9%と伸長。

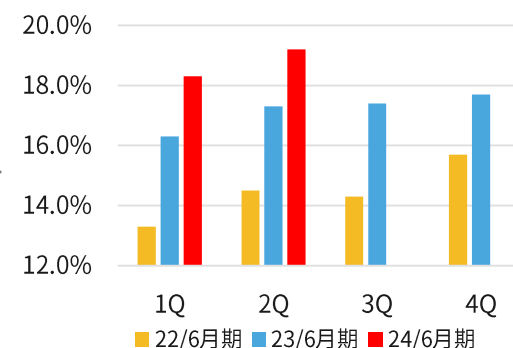
✓ 既存店粗利率は26.8%（同+0.7%）と改善。

➢ PB/OEMはブランド認知向上により伸長、売上構成比は18.8%（同+2.0%）で着地。

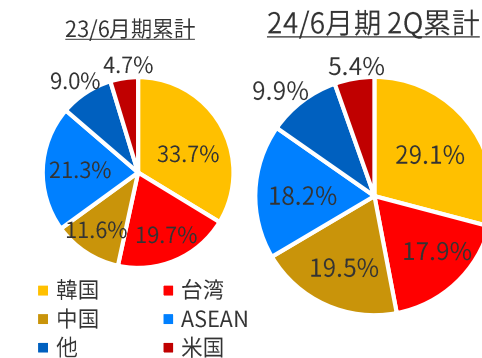
➢ 既存店在庫は前上期比▲77億円と削減。

✓ 販管費は成長投資により増額も、売上伸長や水光熱費の減少などにより販管費率は前上期比▲0.8%で着地。

国内DS事業 PB/OEM構成比



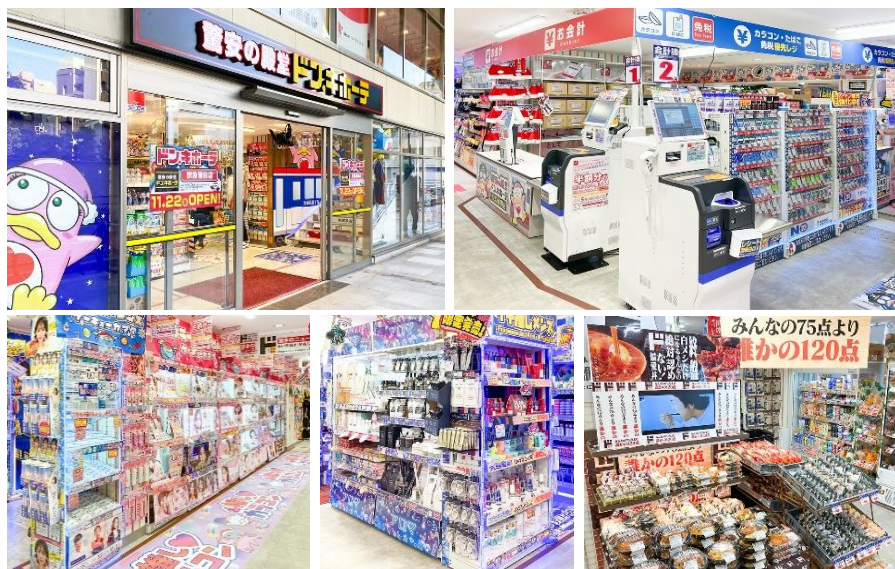
国籍別免税売上高構成比



ドン・キホーテ 京急蒲田店（東京都） （'23年11月22日 オープン）

駅直結型SCに通勤・通学客向けの利便性の高いドンキとして出店。新たな駅前型店舗として予算を上回り好調に推移。

- ・狭小店舗ながらフル/セミセルフレジを配置し、『待たずに買える』サービスを提供する事でちょい寄り需要を捉える。
- ・1階では食品/消耗品を中心に展開し、利便性の高い「日常使い」の需要を捉え、2階ではZ世代～30代の女性客をターゲットに、人気の化粧品やカラコンなどのトレンド品を多く取り揃え、幅広い需要に応える。



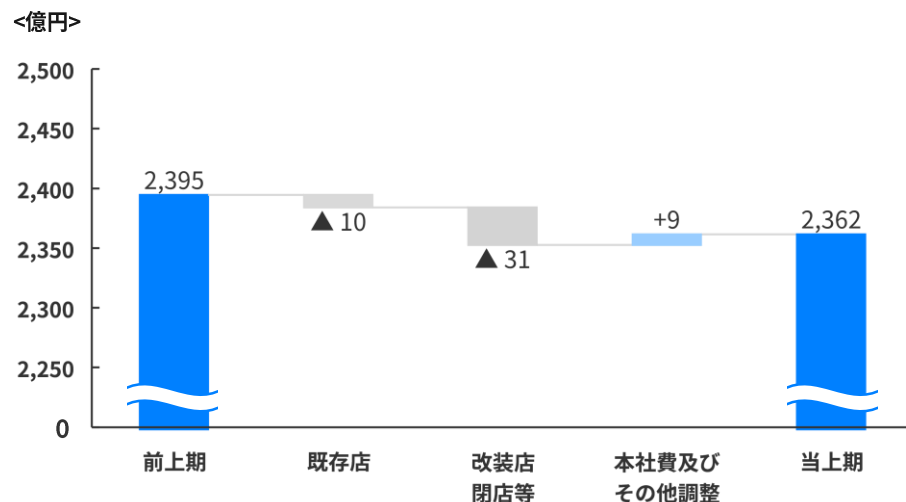
キラキラドンキ 狸小路店（北海道） （'23年12月1日 オープン）

全国3店舗目となる『キラキラドンキ』はエリア特性を踏まえ、Z世代をメインターゲットにしつつ、インバウンド需要にも対応した店づくりを進める。

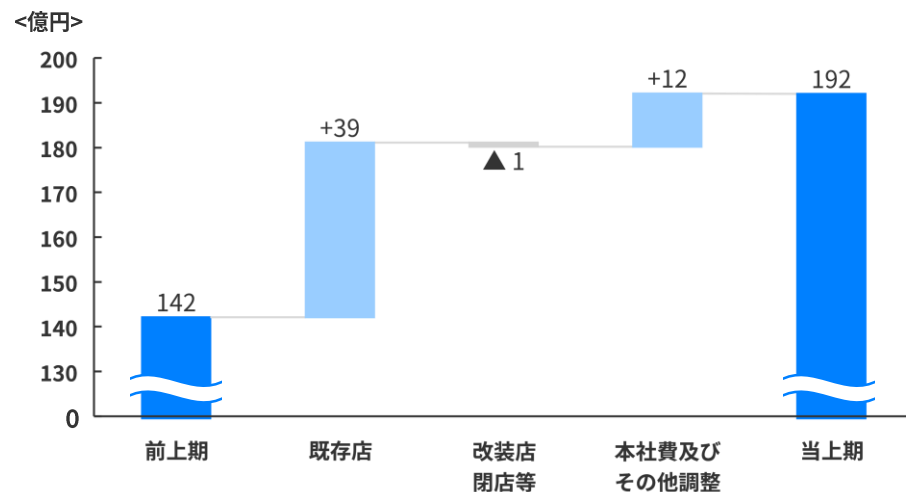
- ・駅前徒歩3分の好アクセスで駅前通勤・通学や観光の合間に気軽に立ち寄れる「トレンドの発信拠点」を目指す。
- ・インバウンド需要を見据え、人気の高い北海道グルメを中心とした食品土産に加えキラキラ業態では初の医薬品を導入。
- ・近隣のMEGA狸小路本店、ドン・キホーテすすきの店と3店舗を一体として捉えエリア特性を生かした店づくりを進める。



2024年6月期上期累計 売上高増減



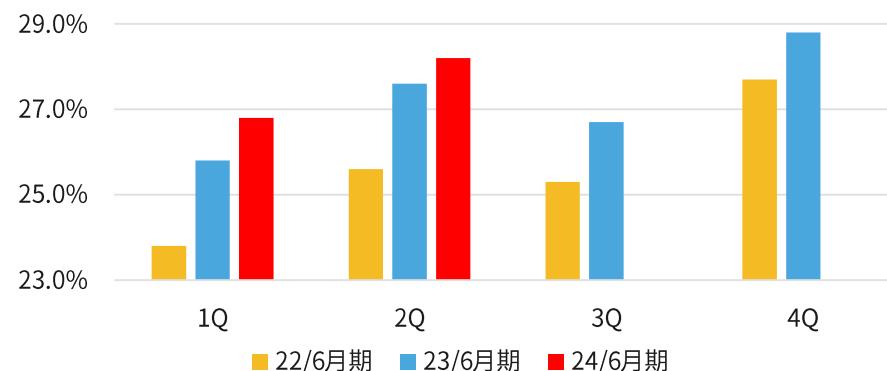
2024年6月期上期累計 営業利益増減



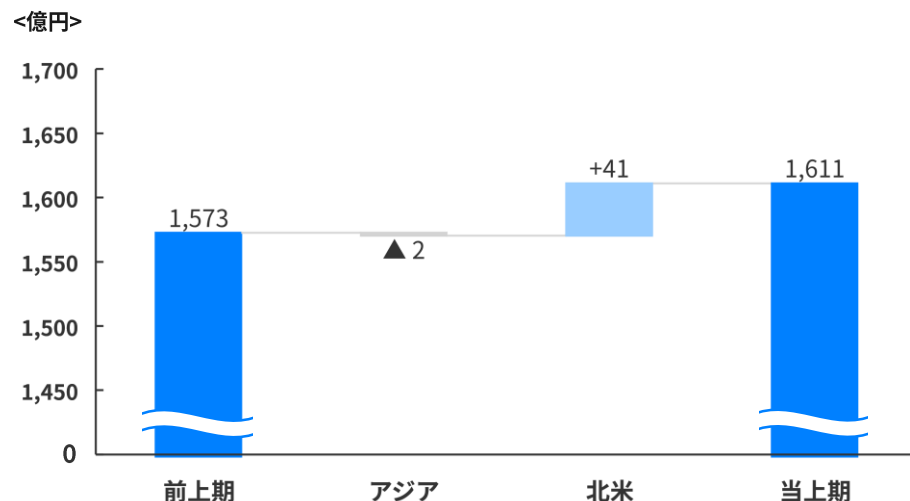
総利益率の向上、販管費のコントロールを継続し営業利益は前上期比+50億円と増益を達成。

- ✓ 既存店売上は前上期比99.5%で着地。
 - 既存店売上は、1Qは夏物商品が好調も、秋冬商品の立ち上がり弱く前上期比99.5%で着地。
- ✓ 既存店粗利率は27.5%（前上期比+0.9%）と更に伸長。
 - PB/OEMは一等地展開、定番棚割り導入といった積極的な拡販により奏功。売上構成比は25.1%（前上期比+5.3%）と大幅に伸長。（粗利率押上効果+0.5%）
- ✓ 販管費は前上期比▲36億円（販管費率▲1.1%）で着地。2QではTVCM/チラシ/WEB広告など館全体の販促強化をしながらも、人員配置の適正化やテナント及びMD本部の機能統合化など販管費コントロールを継続。

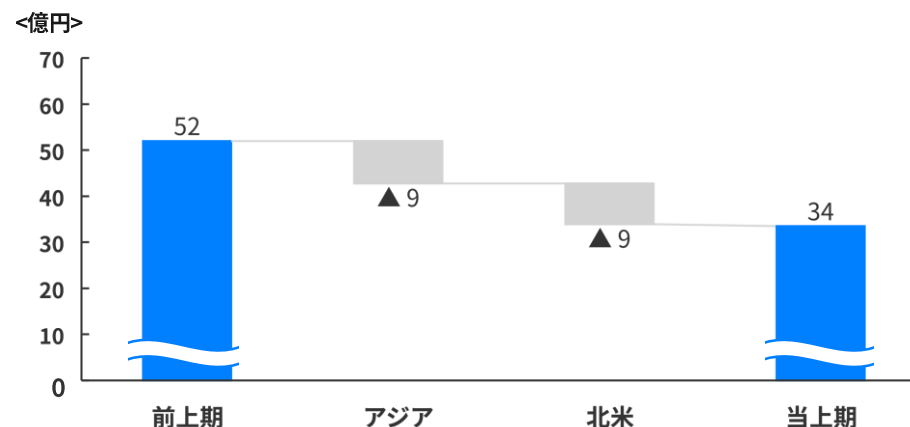
▶ GMS事業 22年～24年6月期既存店粗利率推移 ※ロス見込み反映前



2024年6月期上期累計 売上高増減



2024年6月期上期累計 営業利益増減



新店コストなど戦略的投資は継続し、海外全体では増収減益。
営業利益は北米事業が計画を上回るも、アジア事業が苦戦。

■アジア事業

- ✓ 売上高前上期比▲2億円、営業利益同▲9億円と減収減益。
 - 外食需要拡大の中、消費トレンドの変化に対応が遅れ、寿司、生鮮品などの高単価品売上が減少。客単価の前年割れが全体の押し下げ要因に。
- ✓ PB/OEMや直買品の売上構成比増加、プライシング施策により総利益率は前上期比+1.1%と改善。
- ✓ 販管費は各国の新店コストなどの影響により前上期比+13億円と増加するも、本社機能集約での費用減少や、既存店では人件費の適正化を継続し、予算内で着地。

■北米事業

- ✓ 売上高は前年及び期初想定を上回り着地。営業利益は前上期比▲9億円と減益も、予算を超える水準で推移。
 - セントラルキッチンからの供給体制が確立し、安定した商品供給に加え、寿司、デリカの拡販により、売上・総利益の伸長に貢献。
 - PB/OEMの強化を行い、総利益率は前上期比+0.3%で着地。
- ✓ 新規出店に加え、セントラルキッチンや倉庫などの投資や人財採用の強化を実施するも、販管費は予算内でコントロール。

※.1 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Gelson's以外は2023年4月～9月、Gelson'sは2023年7月～2022年12月の実績。

※.2 アジアはPPRM (SG)、PPRM (HK)、DONKI Thailand、PPRM(TW)、PPRM(MY)、Macau PPRM(MO)の各社を単純合計して記載。実績については2023年4月～9月の累計。

※.3 Gelson'sの営業利益は、のれん償却費（当期18億円、前期17億円）を控除後の数値で算出。

主な資産・負債・純資産の状況

(単位：億円)

	23年6月	23年12月	
	金 額	金 額	増減額
流 動 資 産	5,518	5,463	▲55
現 預 金	2,421	1,869	▲552
割 賦 売 掛 金	554	616	63
商 品	1,945	2,062	117
固 定 資 産	9,292	9,523	231
建 物 等	2,880	2,899	19
土 地	3,187	3,350	163
無 形 固 定 資 産	885	888	3
敷 金 保 証 金	718	708	▲10
資 産 合 計	14,811	14,986	176

(単位：億円)

	23年6月	23年12月	
	金 額	金 額	増減額
流 動 負 債	3,684	4,548	864
買 掛 金	1,687	2,245	559
※1 短 期 有 利 子 負 債	453	729	276
固 定 負 債	6,491	5,309	▲1,182
社 債	2,616	1,914	▲702
長 期 借 入 金	2,725	2,261	▲464
負 債 合 計	10,175	9,857	▲318
純 資 産 合 計	4,635	5,129	494
負 債 ・ 純 資 産 合 計	14,811	14,986	176

※1. 短期有利子負債＝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

<資産の状況>

・固定資産

- ▶ 有形固定資産：7,139億円 (247億円増)
 - ・ 出店などに関する投資 380億円
 - ・ 減価償却費 180億円

<負債の状況>

- ▶ 有利子負債：4,904億円 (890億円減)

<純資産の状況>

- ▶ 自己資本：5,017億円 (前期末比+484億円)
- ▶ 自己資本比率：33.5% (前期末比+2.9%)

<その他>

- ▶ ネットD/Eレシオ：0.61倍
(前期末比▲0.13倍)
- ▶ ROE：20.2 % (年換算/前期末比+4.5%)

✓ 財務健全性の向上により劣後債1,400億円を全額期限前償還（無担保社債700億円の発行と現預金により充当）。

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)

	前上期	当上期	
	金 額	金 額	増減額
期 首 残 高	1,804	2,462	658
営 業 活 動 C F	1,032	1,021	▲10
投 資 活 動 C F	▲376	▲438	▲62
財 務 活 動 C F	▲240	▲993	▲753
期 中 増 減 等	434	▲388	▲821
期 末 残 高	2,238	2,074	▲163
フリーキャッシュフロー ^{※1}	656	583	▲72

※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：+1,021億円>

- ▶ 税金等調整前純利益729億円、仕入債務の増加545億円、減価償却222億円などが増加要因になる一方、棚卸資産の増加101億円、法人税等の支払額291億円などが減少要因に。

<投資CF：▲438億円>

- ▶ 出店等に伴う有形固定資産の取得が401億円、無形固定資産の取得38億円などが減少要因に。

<財務CF：▲993億円>

- ▶ 社債の発行による収入698億円、長期借入れによる収入100億円などが増加要因になる一方、社債の償還による支出1,406億円、長期借入金の返済282億円、配当金の支払い95億円などが減少要因に。

<当2Qの内訳>

- ▶ 国内DS事業約260億円、GMS事業約54億円、海外事業約67億円、金融事業約13億円、その他約54億円。

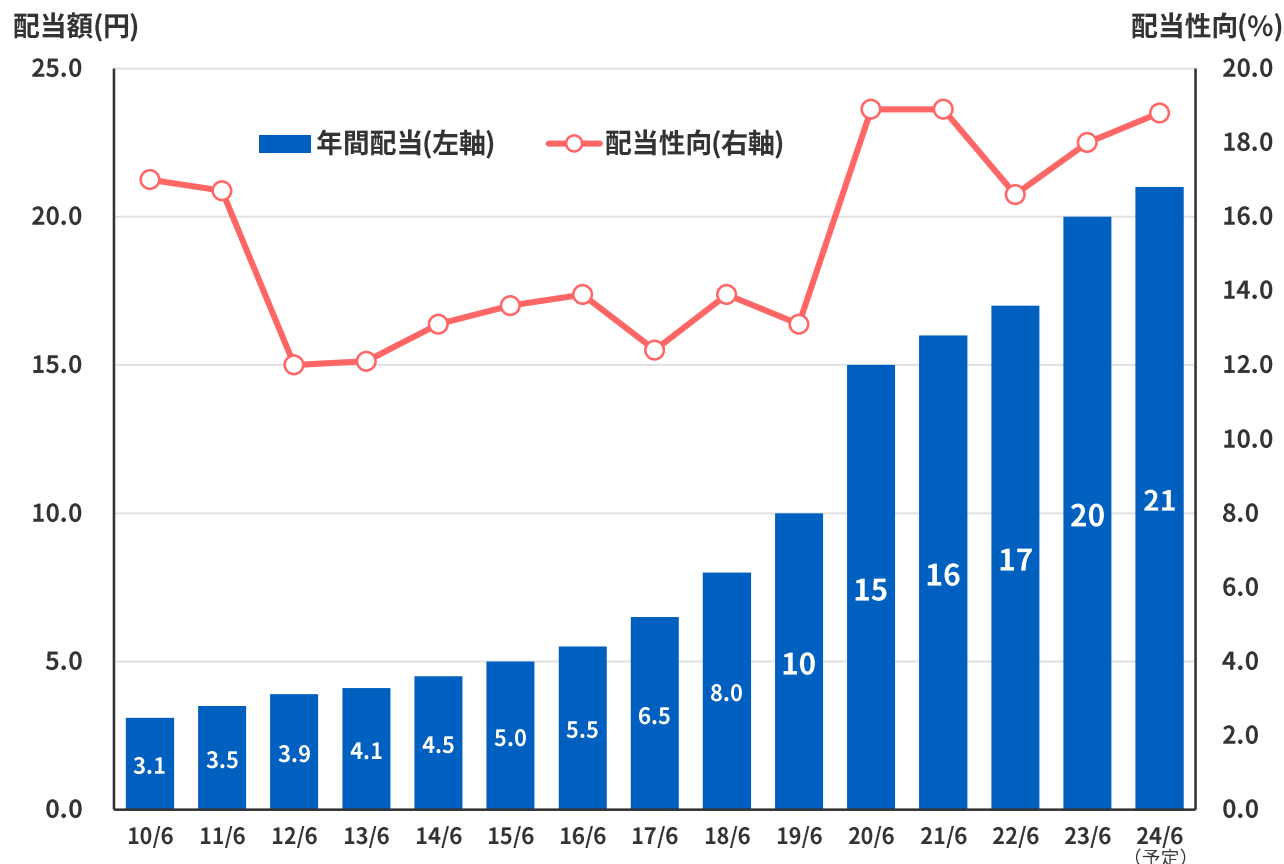
▶ 設備投資の状況

設 備 投 資 額	342	448	105
-----------	-----	-----	-----

株式の状況

配当金について

- ✓ 24年6月期は21期連続増配となる21円(前期比+1.0円)への増配を見込む。
- ✓ 今後も“累進的配当政策”を基本に、中期的に配当性向20%以上とすることを意識し、成長投資とのバランスを取りながら株主還元努める。



※当社は、2015年7月1日付で普通株式1株につき2株、2019年9月1日付で普通株式1株につき4株の株式分割を行っています。
※過年度につきましては、遡及修正した数値を反映しています。

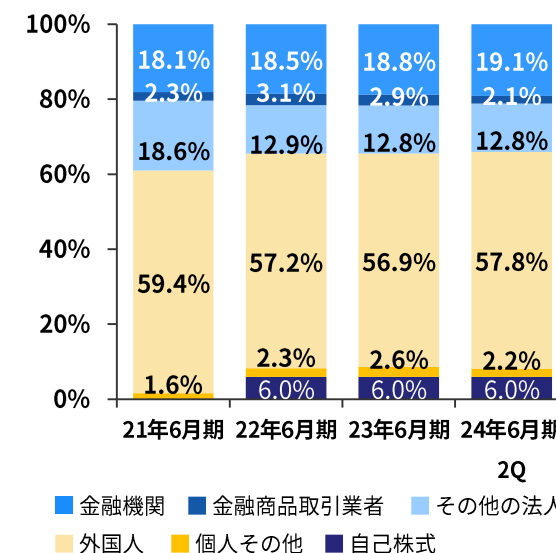
株主優待について

6月末日、12月末日時点の株主名簿に記載・記録された100株以上を保有する株主様に対し、2,000円分のmajicaポイントをmajicaアプリを通じて進呈。

※お受け取りにはmajicaアプリのダウンロード及び会員登録が必要です。

※majicaポイント取得用のクーポンコードは、9月末及び3月下旬に発送予定の配当金関係書類等に同封します。

所有者別持株構成比推移



2024年6月期

第3四半期以降の取り組み

DS事業

- ✓ **新規出店**：顧客ターゲットを明確にした特化型業態や駅直結型店舗など、年間計画25店舗に向けて順調に拡大。様々なパッケージの出店で、国内シェア拡大に向け、引き続き出店を継続。
- ✓ **免税戦略**：更なる売上獲得に向けて、インフラ整備（レジ台数/ピークタイム人財採用強化）の継続実施。
- ✓ **PB/OEM戦略**：マジボイスの「正直レビュー」の内容を次の商品開発に活かし、顧客のニーズを反映した商品開発に着手。
- ✓ **価格戦略**：顧客評価の高い商品を価格に反映する「マジ価格」の運用を3月より本格始動。majica会員限定の価格打ち出しによる集客戦略を実施。

GMS事業

- ✓ **価格戦略**：商圈での支持率を上げるため、食品・消耗品を中心にアイテムを店舗ごとに選出。価格訴求の強化と同時に「安さ」が伝わる演出も同時に行い、店舗全体が来店動機となる店づくりを行う。
- ✓ **MD戦略の強化**：顧客の潜在的ニーズがある、未開拓な住居関連カテゴリー商品の導入を進めることで新たな需要を捉える。また、食品コーナーでの関連販売も同時に実施。PB/OEMは売上構成比の更なる上積みを目指し、ブランディングの再構築を行う。
- ✓ **個店経営戦略**：店舗で商圈特性に応じた価格戦略・商品戦略を迅速・的確に実施できるように、支社あたりの店舗数を減らし、より深い店舗サポート体制を構築し個店経営の強化を図る。一方、支社長のポストを増やし、支社間での勝敗を明確にした強い競争意識がある組織体制へ。

アジア事業

- ✓ **個店戦略**：従来の食品中心の品揃えから、都市部は観光客向けに化粧品、キャラクター商品、郊外では商圈ごとの消費に合わせ、日用消耗品や家庭雑貨といったノンフードカテゴリーを強化する。
- ✓ **人財育成**：陳列や演出技術といった成功事例を横伝播するために、日本から技術指導ができる人財を増員し、ローカル人財の成長支援を行う。権限委譲を徹底するために、人材育成を戦略の柱の一つに。
- ✓ **PB/OEM強化**：日本からのPB/OEMや直貿易品に加え、現地製造のPB/OEMを強化。加えてブランド認知度向上のため、SNSなどを使ったマーケティング戦略にも着手。

北米事業

- ✓ **惣菜/寿司カテゴリー強化**：ハワイではトレーナーを配置し、惣菜/寿司/精肉部門の技術指導を行い競合店との差別化により新規顧客を獲得する。カリフォルニアではセントラルキッチンをより安定稼働させることで、生産性の改善や高品質アイテムを提供により利益率改善に繋げる。
- ✓ **PB/OEM強化**：PB/OEMは現地製造企業との商品開発を推進、ハワイでは倉庫オペレーションを改善させることで、直貿易商品の販売量を増やし収益増に繋げる。
- ✓ **成長投資**：来期以降の新規出店による事業拡大に向け積極的な投資を行い、サポート体制強化に向けた人員増強を実施。

(参考) 国内DS／GMS事業の1月概況速報

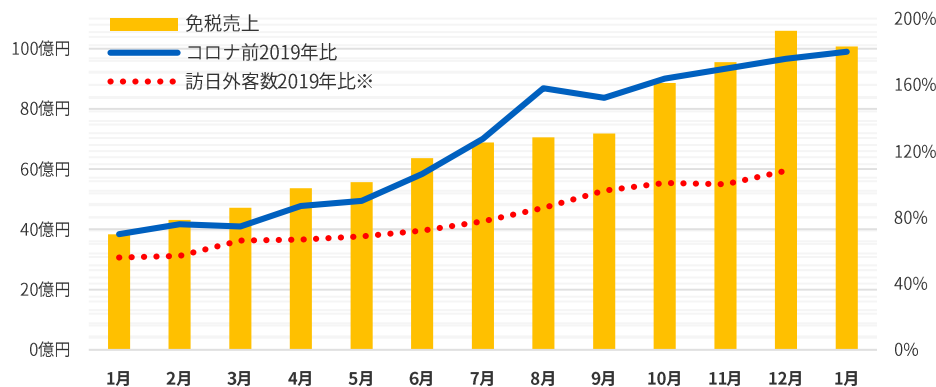
- 国内リテールは、ディスカウント事業が売上と客数を牽引。
また、両事業ともに初売りは好調に推移し、冬の季節商品も揃って伸長。

▶ 売上前年比(既存店)推移

単位：%	1Q	2Q				3Q
	累計	10月	11月	12月	累計	1月
国内計	108.0	106.9	109.2	104.8	106.8	105.5
DS	110.9	110.0	113.0	107.7	110.0	107.9
GMS	100.3	99.0	99.9	97.7	98.8	99.3

▶ 国内DS事業の免税実績推移

DS事業において12月の免税売上は100億円を超え過去最高実績を達成。また、1月の月間免税売上高も100億円を超え好調に推移。



※日本政府観光局(JNTO)、統計データより

■ DS事業

- ✓ 年末からの活況が継続し、年明け以降も好調。全てのカテゴリーが前年を上回る。
 - 外出需要は、引き続き堅調。化粧品やカラコン、スキンケアなどが伸長。
 - ゲーム機やホビー関連などが伸長。キャラクターファンシーグッズも好調。
 - 洗剤や台所用品、ペット用品など日常使いするカテゴリーも好調に推移。

■ GMS事業

- ✓ 新年の初売り期間は、福袋やおせちなどの買い足し需要に加え、寿司、フルーツなどが伸長。
- ✓ 寒さが増したことで冬の季節商品の需要が急増。
 - 衣料品は、防寒着やインナー、手袋、マフラーなどが伸長。
 - 住居関連は、保湿商品やケア用品、コスメなどが貢献。また、こども用玩具が好調。

Appendix

(参考①) サステナビリティ経営の推進①【ESG関連TOPICS】

- 環境・社会課題の解決と事業成長の両立をはかり、PPIHの事業継続性を高める。
- 客観的な評価としてESG評価機関の評価も活用し、高評価獲得とインデックス採用にも繋げる。

'24/6期 2Qにおける環境面の主な取り組み

CO₂排出量の削減：オフサイトCPPAの導入推進

CO₂削減の目標達成に向けて、再生可能エネルギーの調達を推進。オフサイトCPPAを2023年11月に締結。新たにMEGAドン・キホーテ、アピタほか計4店舗へ再生可能エネルギー由来の電力供給を予定。これにより、年間約1,600トンのCO₂排出量削減を見込んでいます。



目標：店舗から排出するCO₂排出量を2013年度比50%削減（'30年まで）

プラスチック削減：スプーン・ストロー類の素材変更

2023年11月より顧客サービスで配布するスプーン・ストロー類の素材を木・紙製に変更。これにより、年間約35トン相当のプラスチック削減を見込んでいます。



目標：顧客サービスで使うプラスチック使用量を2019年度比70%削減（'30年まで）

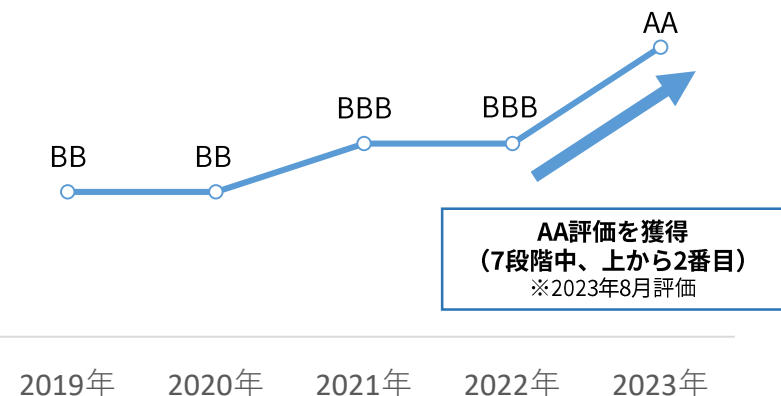
ESG評価機関からの主な評価

MSCIジャパンESGセレクト・リーダーズ指数 初採用

日本株上場銘柄のうち、ESGの取り組みに優れた銘柄を選定。当社は2023年8月にMSCIのESG格付け（MSCI ESGレーティング）においてリーダーグループである「AA」を獲得したことで、2023年12月に構成銘柄へ初選定。

2023 CONSTITUENT MSCIジャパン ESGセレクト・リーダーズ指数

▼MSCI ESGレーティング格付けの評価推移



サステナビリティ経営の推進②【ESG関連 主要データ】

		単位	2021年6月期	2022年6月期	2023年6月期
環 境 ※		目標：店舗から排出するCO ₂ 排出量（Scope1・2）を2013年度比50%削減（'30年まで）			
CO ₂ 排出量	Scope 1 & 2 合計	t-CO ₂	534,349	522,868	541,244
	Scope 1		67,266	70,174	65,324
	Scope 2		467,083	452,694	475,920
Scope 1 & 2 CO ₂ 排出量原単位 （売上高百万円当たり）		t-CO ₂ /百万円	0.347	0.336	0.336
CO ₂ 排出量	Scope 3	t-CO ₂	5,049,404	5,419,783	5,574,580
社 会		目標：女性店長100人目標（'30年6月まで） 女性社員の定着率向上を目指し離職率を5%まで低減（'30年6月まで）			
女性店長人数		人	13	26	31
女性離職率		%	11.6%	8.8%	9.7%
ガ バ ナ ン ス					
取締役の人数		人	15	12	11
女性取締役の割合		%	6.7%	8.3%	9.1%
独立社外取締役の割合		%	33.3%	33.3%	36.4%
取締役の平均年齢		歳	57.9	54.4	56.4

●データ算出期間：環境・社会の内、Scope1・2及びScope3の一部は行政年度（前年4月～当年3月）で算出。左記以外はPPIH事業年度（前年7月～当年6月）で算出

ガバナンスは2021年9月末、2022年9月末、2023年9月末時点で算出

●データ対象範囲：環境は国内主要法人（Scope3の一部は海外法人含む）、社会は国内主要法人、ガバナンスはPPIH単体

※2023年6月期の環境データは速報値

第2四半期事業別情報

【期間：2023年10月1日～2023年12月31日】

(単位：億円)

	DS事業			GMS事業			アジア事業			北米事業			その他・連結修正		
	前2Q実績	当2Q実績	前年同期差	前2Q実績	当2Q実績	前年同期差	前2Q実績	当2Q実績	前年同期差	前2Q実績	当2Q実績	前年同期差	前2Q実績	当2Q実績	前年同期差
売上高	3,017	3,360	342	1,262	1,236	▲25	205	205	▲0	612	629	16	▲49	▲47	2
売上総利益	811	932	121	435	442	6	76	77	1	223	233	10	36	44	8
売上総利益率	26.9%	27.7%	0.9%	34.5%	35.7%	1.2%	37.2%	37.6%	0.4%	36.4%	37.1%	0.7%	-	-	-
販管費	639	674	34	332	321	▲10	70	75	5	202	218	16	3	13	10
営業利益	172	258	86	104	120	17	6	2	▲4	21	15	▲7	33	31	▲2
営業利益率	5.7%	7.7%	2.0%	8.2%	9.7%	1.5%	3.0%	0.9%	▲2.1%	3.5%	2.3%	▲1.1%	-	-	-

【期間：2023年7月1日～2023年12月31日】

(単位：億円)

	DS事業			GMS事業			アジア事業			北米事業			その他・連結修正		
	前2Q実績(累計)	当2Q実績(累計)	前年同期差	前2Q実績(累計)	当2Q実績(累計)	前年同期差	前2Q実績(累計)	当2Q実績(累計)	前年同期差	前2Q実績(累計)	当2Q実績(累計)	前年同期差	前2Q実績(累計)	当2Q実績(累計)	前年同期差
売上高	5,897	6,605	708	2,395	2,362	▲33	403	401	▲2	1,170	1,210	41	▲80	▲102	▲22
売上総利益	1,559	1,802	243	812	826	14	147	151	4	433	453	19	72	78	6
売上総利益率	26.4%	27.3%	0.9%	33.9%	35.0%	1.1%	36.6%	37.7%	1.1%	37.1%	37.4%	0.3%	-	-	-
販管費	1,256	1,355	99	670	634	▲36	135	148	13	394	422	28	▲6	▲4	2
営業利益	303	448	145	142	192	50	12	3	▲9	40	31	▲9	78	82	4
営業利益率	5.1%	6.8%	1.6%	5.9%	8.1%	2.2%	3.0%	0.7%	▲2.3%	3.4%	2.5%	▲0.8%	-	-	-

※.1 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Gelson's以外は2023年4月～9月、Gelson'sは2023年7月～12月の実績。

※.2 アジアはPPRM (SG)、PPRM (HK)、DONKI Thailand、PPRM(TW)、PPRM(MY)、Macau PPRM(MO)の各社を単純合計して記載。実績については2023年4月～9月の累計。

※.3 Gelson'sの営業利益は、のれん償却費（当2Q9億円、前2Q9億円、当期累計18億円、前期累計17億円）を控除後の数値で算出。

第2四半期累計 連結事業別業績概況

【期間：2023年7月1日～2023年12月31日】

(単位：億円)

	前上期		当上期		
	金 額	百分比	金 額	百分比	前年同期比
国内ディスカウント事業	5,672	58.0%	6,383	60.9%	112.5%
家電製品	424	4.3%	459	4.4%	108.1%
日用雑貨品	1,515	15.5%	1,704	16.3%	112.5%
食 品	2,581	26.4%	2,845	27.2%	110.2%
時計・ファッション用品	763	7.8%	844	8.1%	110.6%
スポーツ・レジャー用品	301	3.1%	428	4.1%	142.3%
その他の	88	0.9%	103	1.0%	116.9%
国内GMS事業	2,181	22.3%	2,105	20.1%	96.5%
衣 料 品	250	2.6%	227	2.2%	90.9%
住居関連品	374	3.8%	347	3.3%	92.7%
食 品	1,543	15.8%	1,529	14.6%	99.1%
その他の	15	0.1%	2	0.0%	13.4%
海外事業	1,560	15.9%	1,601	15.3%	102.6%
北米事業	1,160	11.9%	1,201	11.5%	103.6%
アジア事業	400	4.1%	400	3.8%	99.9%
その他の事業 ※1	372	3.8%	388	3.7%	104.3%
合 計	9,784	100.0%	10,476	100.0%	107.1%

※1. 「その他事業」は「テナント事業」、「カード事業」など。

主な販管費の内訳

【期間：2023年10月1日～2023年12月31日】

(単位：億円)

	前2Q(四半期)		当2Q(四半期)		
	金 額	構成比	金 額	構成比	前年同期比
販 管 費	1,246	24.7%	1,302	24.2%	104.5%
給 与 手 当	464	9.2%	488	9.1%	105.2%
地 代 家 賃	148	2.9%	155	2.9%	104.6%
支 払 手 数 料	162	3.2%	161	3.0%	99.0%
減 価 償 却 費	85	1.7%	94	1.7%	110.5%
そ の 他	387	7.7%	404	7.5%	104.6%

【期間：2023年7月1日～2023年12月31日】

(単位：億円)

	前上期		当上期		
	金 額	構成比	金 額	構成比	前年同期比
販 管 費	2,450	25.0%	2,555	24.4%	104.3%
給 与 手 当	923	9.4%	963	9.2%	104.3%
地 代 家 賃	293	3.0%	308	2.9%	105.3%
支 払 手 数 料	306	3.1%	311	3.0%	101.6%
減 価 償 却 費	167	1.7%	183	1.7%	109.3%
そ の 他	761	7.8%	791	7.5%	103.9%

24年6月期出店状況

事業	業態	1Q			2Q			3Q			4Q			通期着地見込み
		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		高松丸亀町 (香川)			鶴ヶ島 (埼玉)	射水店 (富山)			2店舗	4店舗	4店舗	2店舗+α	新規出店：25+α 店
	小型		ドミセ渋谷 道玄坂通 (東京)	ドミセ アリオ八尾 (大阪)			キキリトノキ 狸小路 (北海道)							
海外 ※1	アジア		CITY LINK南港 (台湾)		ファッションアイランド* (タイ)	台中ハイウェイシティ (台湾)	ティオナルブルラザ* (シンガポール)		スザン オシティ (マカオ)		1店舗	1店舗		新規出店：13店 ※2
	北米					ザ・モール ライフストア・ンカセ* (タイ)	高雄大立 (台湾)	ミッドバレー メガモール (マレーシア)	1店舗	(グアム)				
						ゲルソンス ウエストLA (カリフォルニア)								

※1. 海外法人については出店月で表記。

※2. Gelson's以外は2023年4月～2024年3月、Gelson'sは2023年7月～2024年6月の期間

店舗ネットワーク

国内リテール店舗数

	2022年 6月期	2023年 6月期	2024年 6月期	
			1Q	2Q
ディスカウント事業	468	486	485	488
ドン・キホーテ	237	250	250	253
MEGAドン・キホーテ ※1	140	140	140	140
(MEGA)ドン・キホーテUNY	59	63	63	63
小型業態 ※2	32	33	32	32
GMS事業 ※3	136	131	131	131
国内合計	604	617	616	619



※1.「MEGAドン・キホーテ」には、「NEWMEGA」等を含む。

※2.「小型業態」には、「ピカソ」「エッセンス」「驚安堂」「ドミセ」「エキドンキ」「ソラドンキ」「情熱職人」及び「長崎屋」等を含む。

※3.「GMS事業」には、「アピタ/ピアゴ」「ユーストア」「ピアゴパワー」「パワースーパーピアゴ」等を含む。

※4.今期よりタイ、香港の「鮮選寿司」はカウントから除外。

※5.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。

海外店舗数

	2022年 6月期	2023年 6月期	2024年 6月期	
			1Q	2Q
北米事業	65	65	65	66
カリフォルニア	37	37	37	38
ハワイ	28	28	28	28
アジア事業	30	36	38	38
シンガポール	12	15	16	15
香港	9	9	10	10
タイ	4	6	6	6
台湾	2	2	2	3
マレーシア	2	3	3	3
マカオ	1	1	1	1
海外合計 ※4	95	101	103	104
合計 ※5	699	718	719	723

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44期(2024年6月期) 第3四半期 決算発表(予定)

決算発表日：2024年5月10日(金)

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、信頼できると思わ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を負いません。

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



〒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/>