

2022年6月期 第3四半期決算説明資料

2022年5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3四半期決算概況について**

2

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」、マカオは「MO」、日本アセットマーケティングは「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）。
6. 2021年4月21日に行われたGRCY Holdings, inc. との企業統合について前連結会計度において暫定的な会計処理を行っていましたが、第2四半期連結会計期間に確定しております。この暫定的な会計処理の確定に伴い、遡及修正後の数値を用いて比較分析を行っております。

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	
	P/L	B/S	P/L	B/S	P/L	B/S	P/L	B/S	P/L	B/S
前 期	105.55	103.52	-	-	76.93	78.00	3.38	3.44	13.62	13.35
当 期	111.47	115.02	114.15	122.41	82.80	85.18	3.41	3.43	14.33	14.75

2022年6月期

第3 四半期決算概況

第3四半期決算数値報告

【期間：2021年7月1日～2022年3月31日】

(単位：億円)

	3Q実績				3Q累計実績			
	前期	当期			前期	当期		
	金額 (売上構成比)	金額 (売上構成比)	前期差	前期比	金額 (売上構成比)	金額※1 (売上構成比)	前期差	前期比
売上高	4,153	4,528	+375	+9.0%	12,682	13,705	+1,023	+8.1%
売上総利益	1,188 (28.6%)	1,325 (29.3%)	+137	+11.5%	3,699 (29.2%)	4,003 (29.2%)	+304	+8.2%
販管費	1,012 (24.4%)	1,130 (25.0%)	+118	+11.7%	3,031 (23.9%)	3,372 (24.6%)	+342	+11.3%
営業利益	176 (4.2%)	194 (4.3%)	+19	+10.7%	669 (5.3%)	631 (4.6%)	▲38	▲5.7%
経常利益	194 (4.7%)	232 (5.1%)	+38	+19.8%	675 (5.3%)	677 (4.9%)	+2	+0.2%
当期純利益	126 (3.0%)	158 (3.5%)	+32	+25.7%	452 (3.6%)	460 (3.4%)	+8	+1.7%
1株当たり純利益 ※2	19.86円	26.56円	6.70円	+33.7%	71.34円	75.92円	4.58円	6.4%

※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。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。

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約63億円減少、また売上総利益率が0.3%低下しております。

※2. 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、「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3Q実績で24.96円、22年6月期3Q累計実績で72.5円となります。

1. 連結業績概況

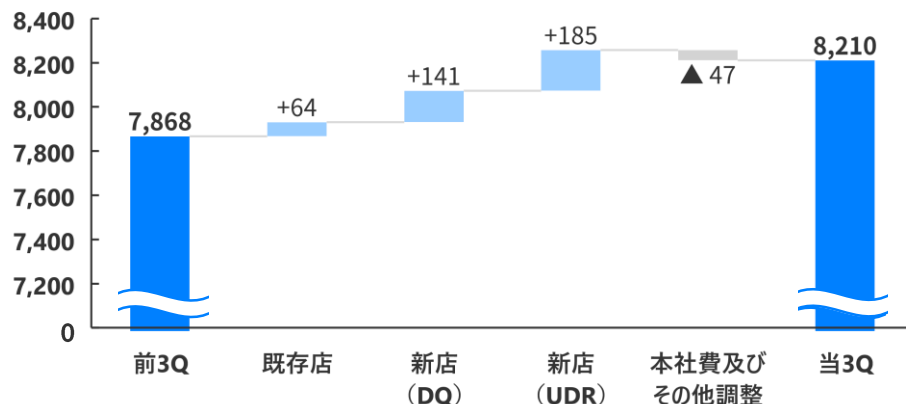
- 当3Q業績は前3Q比で売上+375億円、営業利益+19億円を着地。国内ではまん延防止等重点措置による人流制限がありながらも増収増益を達成（3Qでは過去最高売上・営業利益）。
 - ✓ 売上：国内外の新規出店/業態転換、ゲルソンスの新規連結に加え、国内リテールの既存店前年比は100.7%で着地し、2Qに続き増収を達成。
 - ✓ 営業利益：期初に掲げたオリジナリティあるPB強化やプライシング精度の向上、2Q発表のサムシング・ニューを高めるための在庫回転率の改善などの戦略的な取り組みが着実に効果を発揮。店舗の魅力や他社との差別性を高めつつ収益性を改善させることが出来た。
 - ✓ 粗利率は前3Q比でDS事業+0.3%（上期▲0.3%）、GMS事業+0.2%（上期▲0.9%）と改善
※粗利率は収益認識基準調整後
 - ✓ GMS事業は粗利率改善の成果もあり既存店の営業利益が前3Q比+6億円とプラスに転じる。
- 業績予想は変更なし。引き続き4Qも来期以降の更なる成長を見据えて戦略施策に注力しつつ、営業利益の通期予想850億円達成に向けて取り組む。

2. その他成果

- 金融事業は他社決済等の収益流出を防ぐなど、コスト削減／収益獲得に向けた準備が着実に進む。
- 日本アセットマーケティング(株)の完全子会社化が完了し、今後の投下資本効率改善に向けた体制が整う。

2022年6月期3Q 売上高増減

<億円>



期初や2Q発表時に掲げたPB強化や在庫回転率の改善等の戦略施策も着実に奏功し、3Qも増収増益を継続。

- ✓ 売上は、新店/業態転換による増加に加え、既存店も前年比100.9%と成長に貢献。
- ✓ 差別性強化と収益性向上を実現する戦略施策であるPB強化も引き続き奏功し、粗利率は2Qから更に改善。

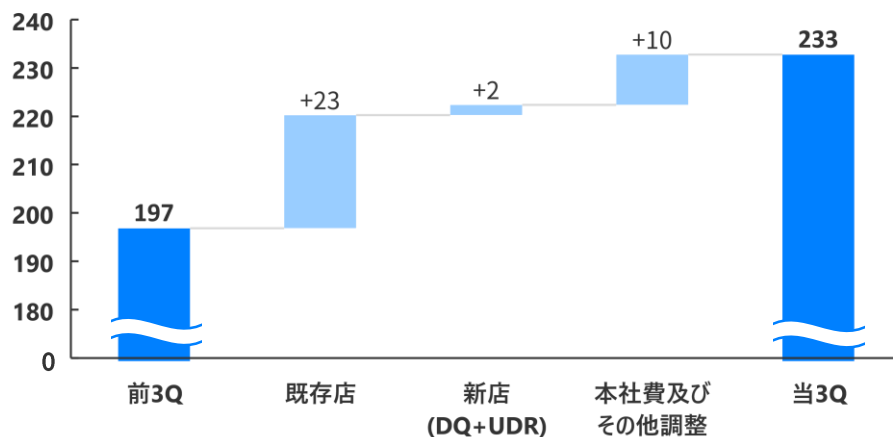
<既存店の粗利率前年差>

1Q ▲0.7% → 2Q +0.1% → 3Q +0.5%

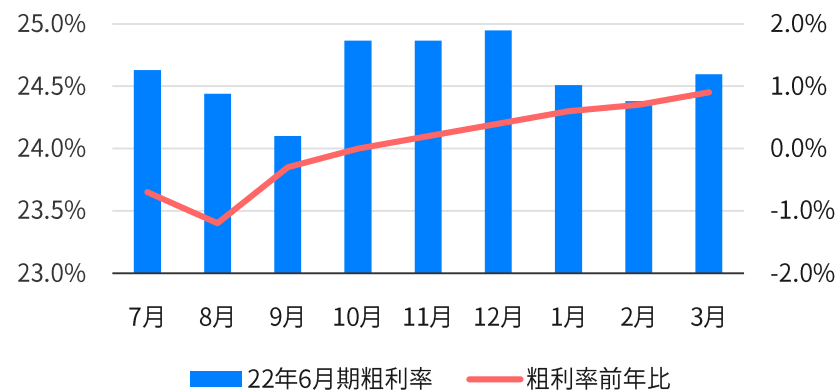
- ✓ 3Qからはサムシング・ニューをいつも感じていただける魅力的な買い場作りに向けた在庫回転率の改善にも着手し、既存店在庫金額が前年比▲102億円を実現。
- ✓ 販管費は水光熱費の増加はあるも、予算内でのコントロールを継続。

2022年6月期3Q 営業利益増減

<億円>



国内DS事業既存店の粗利率推移



PB/OEMの強化

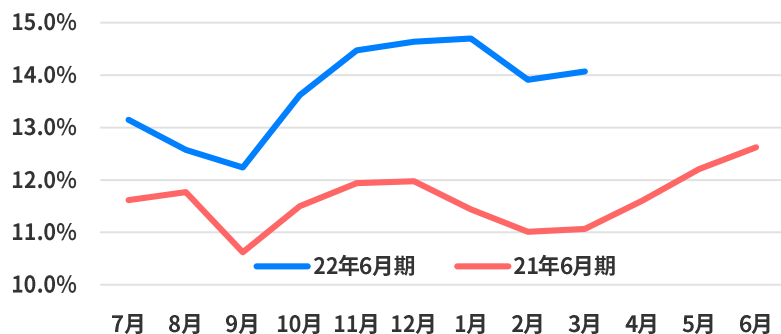
昨年2月のブランドリニューアルによりNBや他社小売との差別性強化と利益率向上を実現する施策として戦略的に推進中。

PB売上はDS事業の3Q累計で前期比+199億円（PPIH全体では+229億円）と大きく伸長。特に粗利額は+81億円（同+98億円）とグループ全体の粗利額成長の最大の牽引役にまで成長した。

➤ オリジナリティあるヒット商品の開発や値ごろ感の向上、店舗内外でのマーケティング施策による認知拡大などが奏功。

来期以降も重点戦略施策として更なる拡大に取り組む（詳細は本決算時に発表）。

国内DS事業におけるPB/OEM売上構成比推移



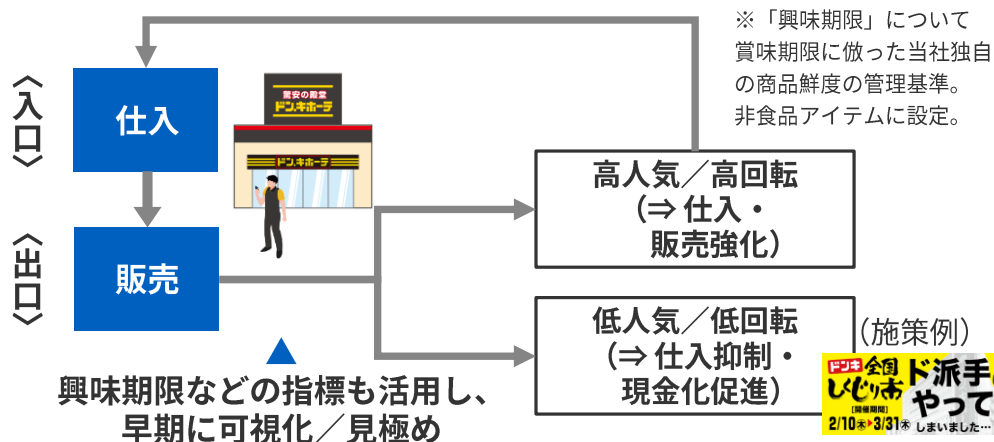
在庫回転率の向上

常にサムシングニューのある魅力的な買い場作りに向けて販売（＝出口）と仕入（＝入口）双方で商品ごとにメリハリをつけて在庫増加を抑制する。3Q末時点で既存店の在庫金額を前3Q比で102億円削減、年間回転率は0.36pt改善することに成功。

▼在庫コントロール強化の取り組み

〈出口〉興味期限※などの指標を活用し個店毎の滞留商品の可視化と現金化を促進。販売施策の拡充も継続的に取り組む。

〈入口〉低回転商品の発注を全社的に抑制。陳列フェイス数や奥行、展開そのものを見直すことで無駄な在庫保有も削減。



顧客接点の強化と購買行動の理解促進に向けてmajicaアプリの会員数増に取り組む。
会員数は22年3月末時点で916万人に到達し、来期からはCRM施策を本格強化する。

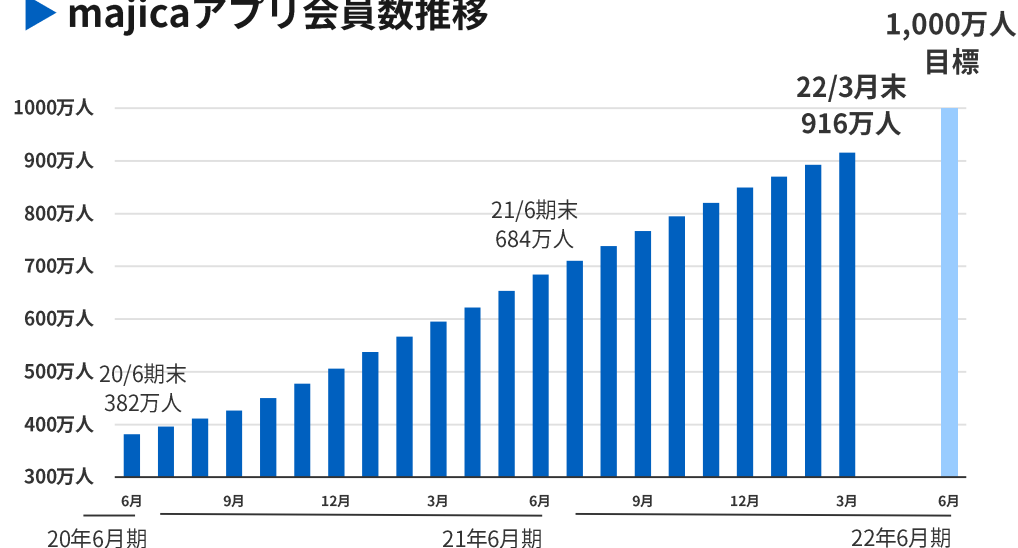
majicaアプリを起点とした顧客接点の強化、顧客理解の促進が進む

- ✓ majicaアプリを通じて顧客の利便性やポイント／クーポンによるお得感向上を促し、顧客接点の強化、利用促進を図る。
- ✓ 購買行動の理解も進み、顧客属性に合わせたCRM施策を実施可能。
- ✓ 3月末で会員数は916万人まで増加。当面の目標である1000万人も早期にクリアし、来期からはCRMを本格展開する。
(詳細は本決算時に発表予定)

8月末には機能強化のリニューアルを実施し、更なる会員数増、利用促進を図る

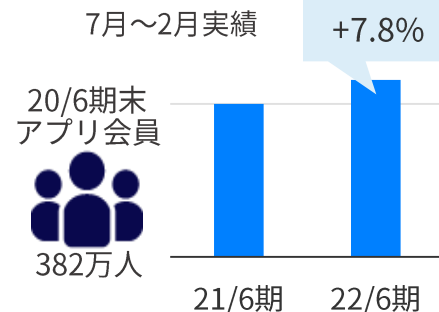
- ✓ 既存の「決済」「販促/情報提供」機能はUI改善や機能追加を実施（例：ギフトコード機能など）
- ✓ 「レビュー機能・商品検索」など新機能も追加（こちらも詳細は本決算時に発表予定）

▶ majicaアプリ会員数推移



▶ アプリ会員の購買状況分析例

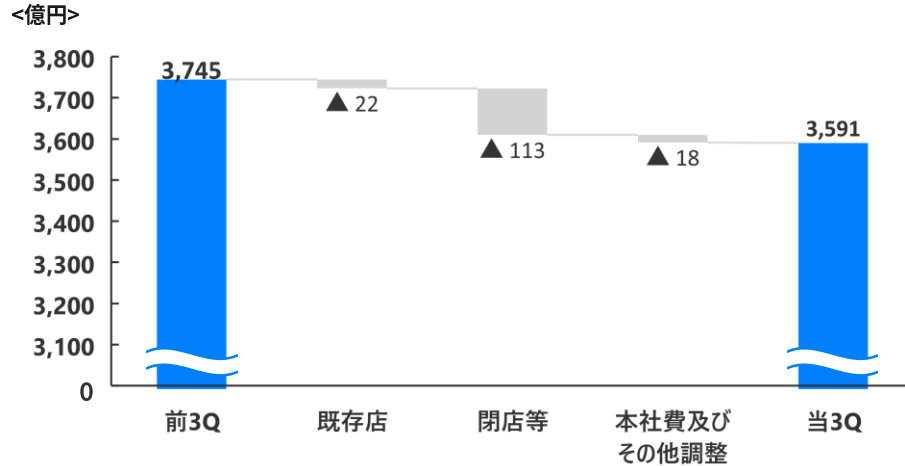
20/6期末会員 会員売上推移の比較



今期から会員増加に伴う売上貢献や、セグメント別の購買状況が以前より精緻に把握できるようになった。

⇒アプリ会員のロイヤルカスタマー化が漸進していることが確認

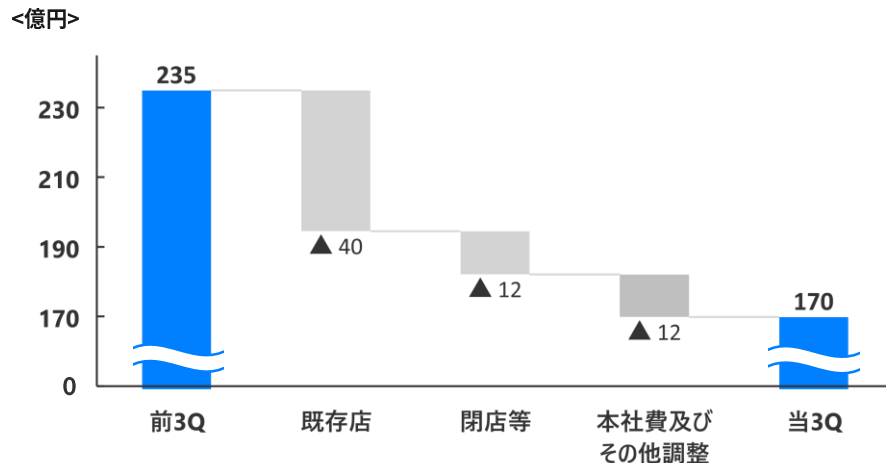
2022年6月期3Q 売上高増減



3Qより着手した粗利率向上施策が奏功し、3Qの既存店は売上、営業利益とも前年比プラスに転じる。

- ✓ GMS事業は、個店経営／商圈対応した品揃え／小さな本社へと進化し、24年6月期にUDRと合算で営業利益+200億円（19年2月期比）を実現すべく進捗中。（今後の進め方については8月の中計発表でお伝え）
- ✓ その過程で、この3Qは既存店の売上前年比が100.3%とプラス着地すると共に、粗利率向上施策も奏功し、既存店の営業利益は今期初めてプラスに転じる。
 - 粗利率前年差は1Q▲1.4%⇒2Q▲0.9%から、3Q+0.1%と大きく改善。
- ✓ リニューアルは1店舗実施（通期8店舗の予定）。小規模改装へのシフトは4Q～来期にかけて取り組む。

2022年6月期3Q 営業利益増減



▶ 22年6月期GMS事業 既存店業績推移

	1Q	2Q	3Q	累計
売上 (前年比)	98.1%	99.5%	100.3%	99.3%
粗利率 (前年差)	▲1.4%	▲0.9%	+0.1%	▲0.7%
営業利益 (前年差)	▲20億円	▲26億円	+6億円	▲40億円

上期

外部・内部要因により低下

- ✓ 8月の天候不順による高粗利カテゴリーの不振や、個店経営へ移行する過程で価格訴求が先行したことなど

個店毎のプライシングの最適化

個店経営への移行が進み、画一的な価格戦略から各店舗が商圏・競合を鑑みたプライスコントロールを実施。

個店毎の販売スケジュール管理

各店舗が商環境への変化に即した仕入れ・在庫管理が可能となり、特に季節衣料の晩期消化スキームが奏功。

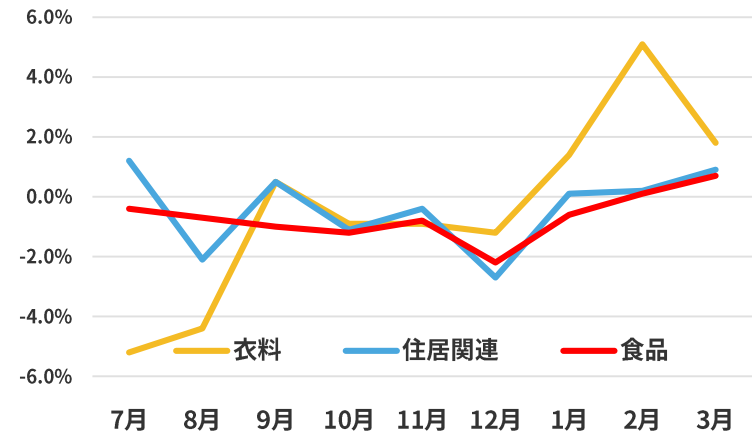
マイスター制度に基づく高付加価値商材の販売強化

高付加価値商品やPB商品の価値を伝達し、積極的に拡販すべく、商品知識を深めた従業員へ接客ライセンス認証。

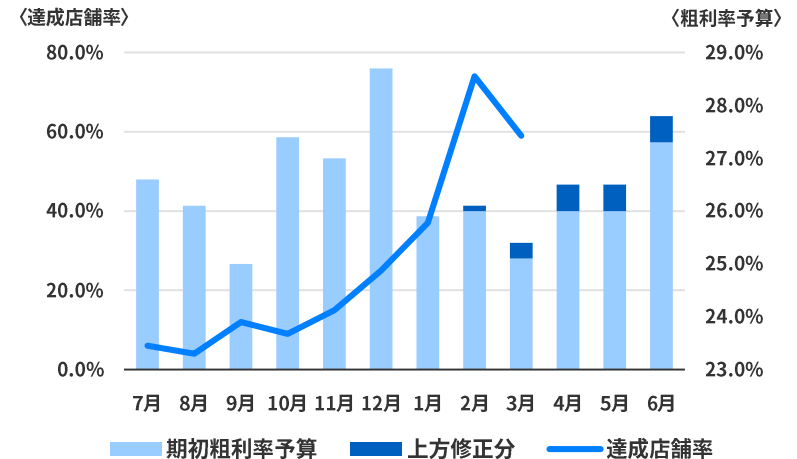
3Qの注力施策

3Qより店舗別に上方修正した粗利率予算を過半数の店舗が達成。4Q~来期は、各施策を軌道に乗せた上で、本社機能のスリム化、商品施策及び商品構成の抜本的な見直しなどにより、更なる収益拡大を図る（詳細は本決算時に発表）

▶ 商品別粗利率前年比推移（既存店）

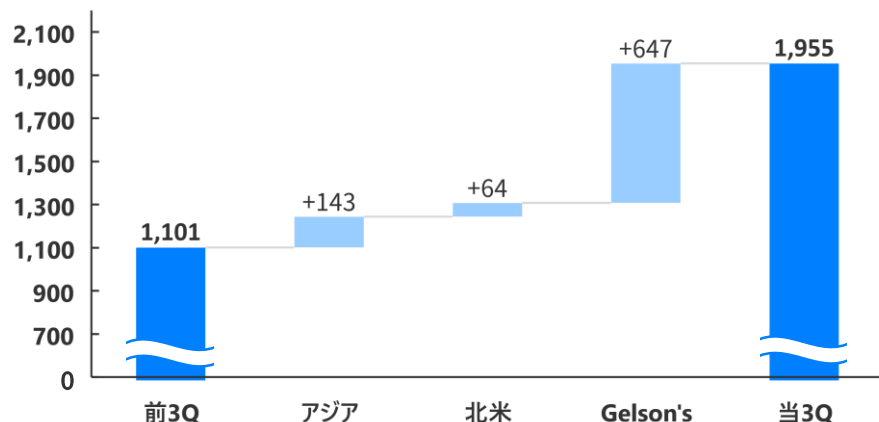


▶ 既存店の粗利率予算と達成店舗割合の推移



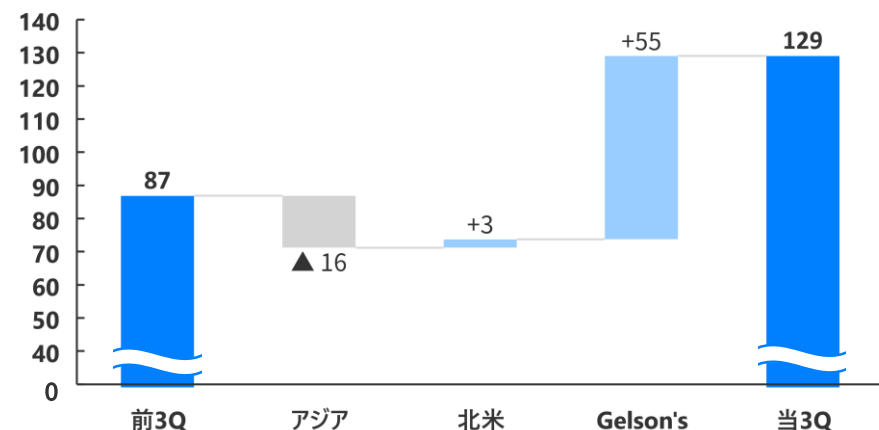
2022年6月期3Q 売上高増減

<億円>



2022年6月期3Q 営業利益増減

<億円>



アジア事業の新規出店やゲルソンの貢献により増収増益を継続。PPICの活用などで粗利率も各国で改善。

■アジア事業

- ✓ 10～12月は4店舗を新規出店し事業拡大を継続（4Qも3店舗を出店）。
- ✓ 既存店の営業利益率は引き続き10%強を維持。PPICの活用やPB/OEMの強化により粗利率も向上（前3Q比+1.3%）。
- ✓ 収益機会拡大のため新規業態も開発（詳細は次頁）。

■北米事業

- ✓ コストインフレの環境下ながら適切な価格政策などで粗利率も2Qに続き前年比プラス（3Q+0.6%）を継続。
- ✓ Gelson'sも引き続き大きく貢献（数値はのれん償却費控除前）

■PPICによる「バリューチェーン拡大」の取り組み

- ✓ 多様かつ高品質な日本産品を上流から直接調達し、海外各国へ直送することで、海外事業の差別性強化、収益性向上の源泉として機能。
- ✓ 引き続き取り組みを拡大（沖縄県と連携協定を締結や仙台港からの近隣産品のトライアル出荷、等）し、各国での収益性向上に貢献。

※.1 北米はDQ USA、MARUKAI、QSIの各社を単純合計して記載。実績については2021年4月～12月、Gelson'sは2021年7月～2022年3月の実績。

※.2 アジアはPPRM (SG)、PPRM (HK)、DONKI Thailand、PPRM(TW)、PPRM(MY)、Macau PRRM(MO)の各社を単純合計して記載。実績については2021年4月～12月の累計。

※.3 Gelson'sの営業利益増減には、のれん償却代は含まない(約21億円)。

粗利率向上に向けた取り組み

▶ 海外事業別既存店粗利率前期差

	前3Q	当3Q	率差
アジア	34.6%	35.9%	+1.3%
HK	35.3%	36.3%	+1.1%
SG	35.1%	36.4%	+1.3%
北米	30.7%	31.8%	+1.1%
海外	31.9%	32.9%	+1.0%

※Gelson's抜き

〈改善要因〉

- ✓ PPICの活動強化や事業規模拡大による商品調達力の向上、物流費の改善
- ✓ PB・OEM商品の取り組み強化
 〈売上構成比〉3Q累計8.0%（前3Q差+5.8%）

収益機会拡大に向けた業態開発

“ジャパブランド・スペシャリティストア”として日本の高品質な食材を展開する中、更なる需要創出、顧客の利用機会拡大に向けて新業態を開発。物販業を再定義した「飲食物販業」としてテナント区画に寿司、精米・おにぎり店をオープン。

▶ 寿司

「鮮選寿司」のブランドで日本の国産米など、高品質な素材を使った本格寿司を提供

▶ 精米・おにぎり

おいしい日本米の魅力を手軽にかつ最大限引き出すべく、受注での精米とおにぎりの販売

▼OP Mall店（HK）



▼Orchard Central店（SG）



来期以降の更なる事業規模拡大、収益性向上に向けて準備が進む
 （中期の具体的戦略や目標数値は本決算時に発表）

決済機能を積極的にバリューチェーンに取り込むことによるコスト低減／収益獲得に向けて着実に準備が進む

金融事業の役割／戦略的位置付け

- ✓ キャッシュレス決済の増加に伴い、他社サービスによる外部への手数料支払いの増加、購買データ分析への足枷など、大きな懸念材料になり得るところを事業機会・収益機会と捉え、決済機能を積極的にバリューチェーンに取り込む。
- ✓ <具体的な狙い>
 - 決済手数料や購買データの外部流出抑制
 - デジタル施策推進のハードル低減
 - 追加的な収益機会の獲得
(majicaの外部利用による手数料収入、金融サービス提供による収益、など)

1Q決算発表後の進捗

▶ 加盟店管理事業のスタート（6月～）

- 当初予定通り、国際ブランドのライセンスを取得。
- 外部に委託していた加盟店管理事業をUCSで開始することで決済手数料の外部流出抑制を実現。
(リテール事業でのコスト削減効果：
22/6期 約1億円 ⇒ 23/6期は通期約13億円の貢献)

▶ 追加的な収益獲得に向けた新サービスの準備（23/6期下期開始）

- クレジット即時発行機能によりアプリの決済機能の利便性を強化。
- majicaのブランドプリペイドの外部利用による決済手数料収入や、各種新金融サービスによる収益も獲得。

主な資産・負債・純資産の状況

(単位：億円)

	21年6月 ※2	22年3月	
	金額	金額	増減額
流動資産	4,954	4,692	▲262
現預金	1,575	1,478	▲98
割賦売掛金	655	534	▲121
商品	2,034	2,062	28
固定資産	8,747	8,836	88
建物等	2,615	2,636	21
土地	3,174	3,155	▲19
無形固定資産	787	811	25
敷金保証金	739	731	▲8
資産合計	13,701	13,528	▲173

(単位：億円)

	21年6月	22年3月	
	金額	金額	増減額
流動負債	3,536	3,225	▲310
買掛金	1,500	1,563	63
短期負債	577	378	▲199
固定負債	5,779	6,495	715
社債	2,040	2,726	686
長期借入金	2,715	2,758	43
負債合計	9,315	9,720	405
純資産合計	4,386	3,808	▲578
負債・純資産合計	13,701	13,528	▲173

<資産の状況>

・固定資産

- ▶ 有形固定資産：6,555億円 (117億円増)
 - ・ 出店などに関する投資 338億円
 - ・ 減価償却費 230億円

<負債の状況>

- ▶ 有利子負債：5,861億円 (529億円増)

<純資産の状況>

- ▶ 自己資本：3,735億円 (自己資本比率：27.6%)

<その他>

- ▶ ネットD/Eレシオ：1.17倍
- ▶ ROE：15.5%(年換算)

※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

※2. 2022年6月期第2四半期連結会計期間において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、2021年6月期に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させております。

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3Q	当3Q	
	金額	金額	増減額
期首残高	1,836	1,609	▲227
営業活動CF	632	646	14
投資活動CF	▲305	▲322	▲17
財務活動CF	▲102	▲520	▲418
期中増減等	225	▲96	▲322
期末残高	2,061	1,513	▲549
フリーキャッシュフロー ^{※1}	327	324	▲3

※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668億円、減価償却282億円、仕入債務の増加53億円などが増加要因になる一方、引当金の減少額63億円、法人税等支払額360億円などが減少要因となり646億円がキャッシュイン

<投資CF>

- ▶ 出店等に伴う有形固定資産の取得が338億円及び無形固定資産の取得30億円などで322億円がキャッシュアウト

<財務CF>

- ▶ 社債の発行による収入796億などが増加要因になる一方、自己株式取得による支出809億、JAMのTOBによる支出103億円、社債の償還による支出226億円などの減少要因により520億円がキャッシュアウト

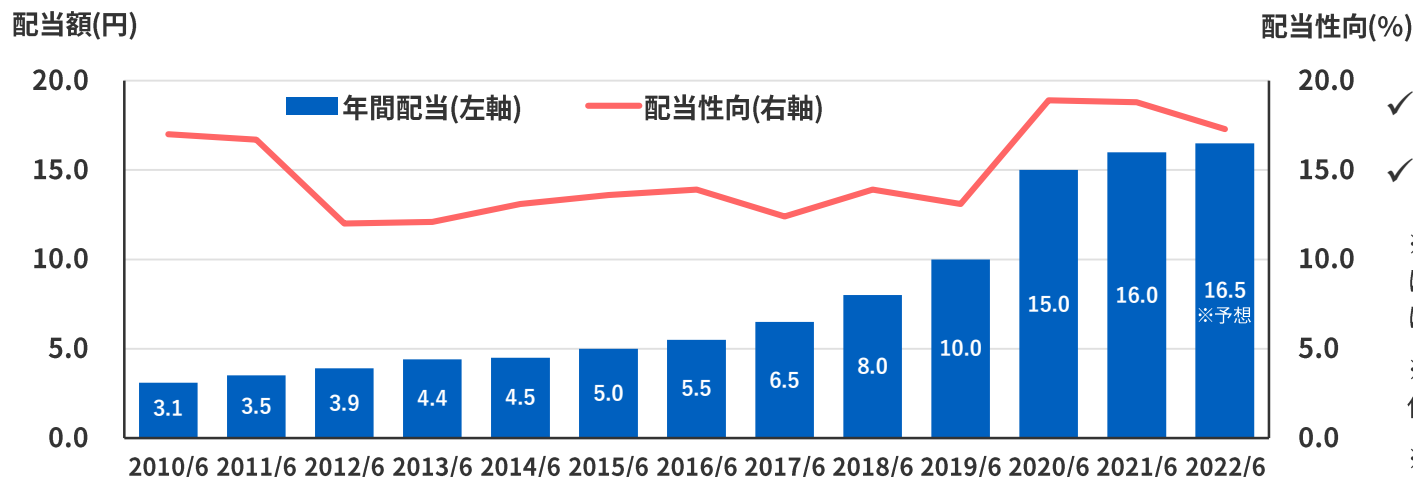
▶ 設備投資の状況

設備投資額	305	378	+73
-------	-----	-----	-----

<当3Qの内訳>

- ▶ 国内DS事業約105億円、GMS事業約85億円、海外事業約87億円、IT関連約42億円、その他約59億円

1. 配当金について



- ✓ 18期連続増配
- ✓ 22年6月期（予想） 16.5円

※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。

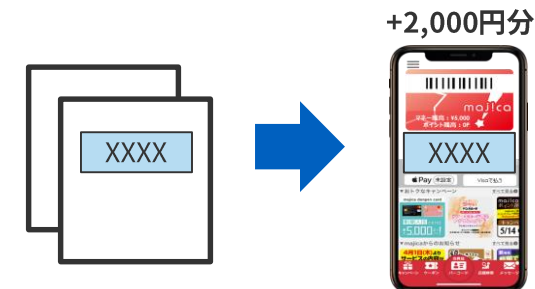
※22年6月期は予想値となります

2. 株主優待について

- 対象となる株主様 : 6月末日、12月末日時点の株主名簿にそれぞれ記載・記録された100株以上を保有する株主様
- 株主優待の内容 : 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アプリへの会員登録が必要となります。
- お届け予定時期 : 配当金の効力発生のタイミングである9月末、3月下旬に配当金関係書類等にポイントの取得方法を同封
- 優待制度開始予定時期 : 2022年6月30日の最終の株主名簿に記載・記録された方を対象に導入。以降、半期ごとに対象株主様を確定

<株主優待の受取方法について>

配当金関係書類等に同封されているギフトコードをアプリに入力。



※ご利用には会員登録、majicaアプリのダウンロードが必要です
※ギフトコード機能は8月アップデート予定

4月の既存店前年比は、DS事業102.4%、GMS事業99.6%と3Qの傾向を維持して着地。

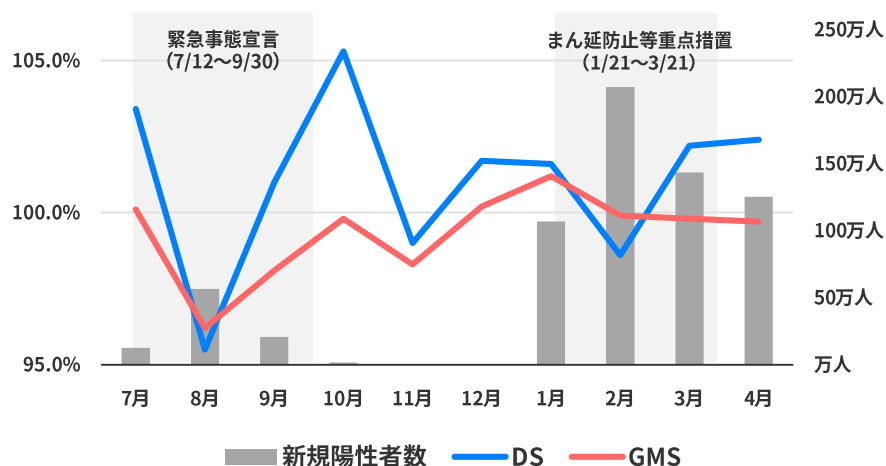
▶ 前年比(既存店)推移

単位：%		1Q	2Q	1月	2月	3月	4月
DS事業	売上	99.8	102.0	101.6	98.6	102.2	102.4
	売上	98.1	99.5	101.2	99.9	99.8	99.6

■ DS事業

- ✓ 4月の既存店売上も全法人が前年を上回る。都市部や駅前・21時以降の夜間帯の売上が回復。
- ✓ 菓子類や酒類、化粧品といったトレンドアイテムやSNS映えする商品が売上を牽引
- ✓ 大型連休が追い風となり、旅行カバンやアウトドアの需要が増加。
- ✓ 非食品部門の伸長により、粗利率も店舗段階では前年同月比+1.7pt向上

▶ 新型コロナウイルス感染症新規陽性者推移と既存店売上推移



■ GMS事業

- ✓ 春物衣料やシニア層の売上が回復し衣料品が伸長。
- ✓ 外食の代替需要縮小の影響により食品の売上が減少するも、個店毎の催事やセール販促を強化し客単価向上。
- ✓ 粗利向上施策は引き続き堅調に効果を発揮し、粗利率の改善が進む。

※. 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。

Appendix

第3四半期累計 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3Q実績 (累計)	当3Q実績 (累計)	前年 同期差	前3Q実績 (累計)	当3Q実績 (累計)	前年 同期差	前3Q実績 (累計)	当3Q実績 (累計)	前年 同期差	前3Q実績 (累計)	当3Q実績 (累計)	前年 同期差
売上高 ^{※1}	5,002	5,158	156	1,449	1,480	31	1,357	1,573	216	3,745	3,591	▲154
売上総利益	1,236	1,262	26	354	351	▲3	347	388	41	1,257	1,176	▲81
売上総利益率	24.7%	24.5%	▲0.2%	24.5%	23.7%	▲0.8%	25.6%	24.6%	▲1.0%	33.6%	32.8%	▲0.8%
販管費	1,106	1,096	▲10	303	308	6	333	364	30	1,022	1,007	▲16
営業利益	130	166	36	52	43	▲9	14	24	10	235	170	▲65
営業利益率	2.6%	3.2%	0.6%	3.6%	2.9%	▲0.7%	1.0%	1.5%	0.5%	6.3%	4.7%	▲1.6%
総資産	3,081	3,075	▲6	879	898	19	609	667	58	3,870	3,843	▲27
純資産	1,753	1,182	▲571	589	610	21	9	23	14	1,143	1,357	214

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3Q実績 (累計)	当3Q実績 (累計)	前年 同期差	前3Q実績 (累計)	当3Q実績 (累計)	前年 同期差	前3Q実績 (累計)	当3Q実績 (累計)	前年 同期差	前3Q実績 (累計)	当3Q実績 (累計)	前年 同期差
売上高 ^{※1}	755	1,466	710	346	489	143	164	158	▲6	140	141	1
売上総利益	241	554	312	120	170	50	63	56	▲7	140	141	1
売上総利益率	32.0%	37.8%	5.8%	34.7%	34.8%	0.1%	38.5%	35.5%	▲3.0%	100.0%	100.0%	0.0%
販管費	189	443	254	86	151	66	5	6	1	130	129	▲2
営業利益	52	110	58	34	19	▲16	58	50	▲8	10	13	3
営業利益率	6.9%	7.5%	0.6%	10.0%	3.8%	▲6.2%	35.4%	31.8%	▲3.6%	7.0%	9.0%	2.0%
総資産	378	809	430	303	459	156	1,627	1,617	▲9	1,670	1,578	▲92
純資産	285	151	▲134	88	141	54	1,149	1,197	48	101	113	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31日）等を第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。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。

※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～12月の累計、Gelson'sは2021年7月～2022年3月の累計。

※3. 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2021年4月～12月の累計。

第3四半期累計 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～2021年3月31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	8,687	3,424	465	106	12,682	-	12,682
内部取引高	55	62	9	34	160	▲160	-
計	8,741	3,486	474	140	12,842	▲160	12,682
セグメント利益	452	140	105	▲31	666	3	669

▶ 当期 事業別セグメント概要 【期間：2021年7月1日～2022年3月31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	9,885	3,267	445	108	13,705	-	13,705
内部取引高	57	88	9	32	186	▲186	-
計	9,942	3,354	455	140	13,891	▲186	13,705
セグメント利益	519	88	78	▲55	630	1	631

※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.「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。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。

主な販管費の内訳

【期間：2022年1月1日～2022年3月31日】

(単位：億円)

	前3Q(四半期) ※1		当3Q(四半期)		
	金額	構成比	金額	構成比	前年同期比
販 管 費	1,012	24.4%	1,130	25.0%	111.7%
給 与 手 当	384	9.2%	439	9.7%	114.2%
地 代 家 賃	133	3.2%	137	3.0%	103.2%
支 払 手 数 料	136	3.3%	141	3.1%	103.7%
減 価 償 却 費	63	1.5%	78	1.7%	122.7%
そ の 他	295	7.1%	335	7.4%	113.5%

【期間：2021年7月1日～2022年3月31日】

(単位：億円)

	前3Q(累計)		当3Q(累計)		
	金額	構成比	金額	構成比	前年同期比
販 管 費	3,031	23.9%	3,372	24.6%	111.3%
給 与 手 当	1,137	9.0%	1,306	9.5%	114.8%
地 代 家 賃	396	3.1%	408	3.0%	103.0%
支 払 手 数 料	428	3.4%	437	3.2%	102.0%
減 価 償 却 費	190	1.5%	225	1.6%	118.6%
そ の 他	879	6.9%	996	7.3%	113.3%

※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。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。

第3四半期累計 連結事業別業績概況

【期間：2021年7月1日～2022年3月31日】

(単位：億円)

	前3Q		当3Q		
	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	8,687	68.5%	9,885	72.1%	113.8%
家電製品	679	5.4%	654	4.8%	96.3%
日用雑貨品	1,681	13.3%	1,948	14.2%	115.9%
食品	3,441	27.1%	3,653	26.7%	106.2%
時計・ファッション用品	1,100	8.7%	1,048	7.7%	95.3%
スポーツ・レジャー用品	467	3.7%	490	3.6%	104.9%
北米事業	755	6.0%	1,466	10.7%	194.1%
アジア事業	348	2.7%	488	3.6%	140.3%
その他	216	1.7%	137	1.0%	63.6%
総合スーパー事業 ※1	3,424	27.0%	3,267	23.8%	95.4%
衣料品	406	3.2%	367	2.7%	90.4%
住居関連品	546	4.3%	506	3.7%	92.7%
食品	2,437	19.2%	2,376	17.3%	97.5%
その他	36	0.3%	18	0.1%	51.5%
テナント事業 ※1	465	3.7%	445	3.2%	95.8%
その他事業 ※2	106	0.8%	108	0.8%	101.6%
合計	12,682	100.0%	13,705	100.0%	108.1%

※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。

当期出店状況

事業	業態	1Q			2Q			3Q			4Q			通期着地見込
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	
デイスカウント	DQ	北千住西口 (東京) 七尾 (石川)				稲毛長沼 (千葉) 錦糸町北口 (東京) 合志 (熊本)		寺田町駅 (大阪)	御徒町 (東京)	利府 (宮城) 唐津 (佐賀) 船橋南口 (千葉)	古川 (宮城)	キラキランドキ ダイバーシティ東京 プラザ店 (東京)	2店舗	新規出店: 22店 改 装: 30店
	MEGA		松永 (広島)											
	UDR ※1		新守山 (愛知)	碧南 (愛知)	四日市 (三重)	糠原 (静岡)	長久手 (愛知)				矢作 (愛知)	木曾川 (愛知)		
GMS	ユニー (NewGMS)	西城 (愛知)		守山 (愛知)	大府 (愛知)	浜北 (静岡)			双葉 (山梨)				1店舗	改 装: 8店
	海外※2	TMT Plaza (香港)		マカオ 1号店	Seacon Square (タイ)	Tropicana Gardens Mall (マレーシア)		Waterway (シンガポ-ル)					1店舗	新規出店: 11店 改 装: 6店
					Tampines 1 (シンガポ-ル)	MBK Center (タイ)		Amoy Plaza (香港)						
								忠孝新生 (台湾)						

※1. UDRの実線枠はテナントイン型の業態転換店舗 ※2. 海外法人についても出店月で表記。

 = 業態転換、NewGMS

国内リテール店舗数

	2020年 6月期	2021年 6月期	2022年 6月期		
			1Q	2Q	3Q
ディスカウント事業	430	444	450	457	463
ドン・キホーテ	225	226	226	229	234
MEGAドン・キホーテ ※1	135	139	140	140	140
(MEGA)ドン・キホーテUNY	41	52	54	57	58
ピカソ 等 ※2	29	27	30	31	31
GMS事業 ※3	150	139	138	137	136
国内合計	580	583	588	594	599

海外リテール店舗数

	2020年 6月期	2021年 6月期	2022年 6月期		
			1Q	2Q	3Q
北米事業	38	65	65	65	65
DQUSA	4	4	4	4	4
MARUKAI	10	10	10	10	10
QSI	24	24	24	24	24
Gelson's	-	27	27	27	27
アジア事業	11	19	21	23	27
PPRM (SG)	7	8	10	10	11
PPRM (HK)	2	7	7	8	8
DONKI Thailand	2	2	2	2	4
PPRM (Taiwan)	-	1	1	1	1
PPRM (Malaysia)	-	1	1	1	2
Macau PRRM(Macau)	-	-	-	1	1
海外合計 ※4	49	84	86	88	92
合計	629	667	674	682	691



※1. 「MEGAドン・キホーテ」には、「NEW MEGA」等を含む。

※2. 「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」「情熱職人」及び「長崎屋」等を含む。

※3. 「GMS事業」には、「アビタ/ピアゴ」「ユースストア」「ピアゴパワー」「パワースーパーピアゴ」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。

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4四半期決算発表(予定)
決算発表日：2022年8月12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/>