

2023年6月期 決算業績説明資料

2023年8月16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 2023年6月期 決算概況について

2 2024年6月期 業績目標と施策について

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「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」、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	
	P/L	B/S	P/L	B/S	P/L	B/S	P/L	B/S	P/L	B/S
前期	113.06	122.41	118.42	136.69	83.84	90.47	3.45	3.68	14.52	15.64
当期	136.00	133.54	138.09	144.99	99.05	100.60	3.85	3.91	17.35	17.01

<23年6月期の振り返り>

- 23年6月期業績は、売上高1兆9,368億円（前期比+1,055億円/+5.8%）、営業利益1,053億円（同+166億円/+18.7%）、当期純利益662億円（同+42億円/+6.8%）と34期連続増収増益を達成。
- 営業利益はPPIHとして初の1,000億円超えを果たすと共に、数年かけて取り組んできた収益体質の改革が成果を挙げ、営業利益率は5.4%（18年6月期以来となる5%超の水準）へ到達し、“稼ぐ力”が高まっていることが確認された。
 - ✓ 売上：外部環境の変化に適応し、外出需要の獲得や魅力的な商品開発、安さの訴求など「CV+D+A」を提供して人気獲得、向上。免税売上の回復もあり国内リテール売上は大きく伸長。
 - ✓ 売上総利益：仕入コストが上昇する中、商品調達力に加え、PB/OEM拡大、プライシング精度向上、在庫回転率の改善など施策転換の成果を発揮。売上総利益率は31.0%（前期比+1.3%、額ベースでは+570億円）へ大きく伸長。
 - ✓ 販管費：人件費や水光熱費など多くのコストが大きく上昇するも、労働生産性の改善、人員配置の適正化や、その他経費のコントロールにより上昇を抑制（前期比+404億円、販管費率は同+0.8%に留まる）。

<Visionary 2025 (25年6月期)の営業利益1,200億円達成に向けて>

- 24年6月期は、これまで確認された業績拡大や収益体質改善を踏まえ、成長投資や人財育成に対して注力しながらも5%以上の営業利益率を維持。
- 25年6月期の営業利益1,200億円達成に向けて「デフレに強い」だけでなく、「インフレにも強い“稼げる”小売企業」として成長を続ける。
 - ✓ DS事業は、免税売上の更なる獲得に加え、“人気”にフォーカスした価格や開発商品の積極導入により既存店の集客強化を図る。また更なる事業拡大へ向けてこれまで以上に新規出店を積極的に行う。
 - ✓ GMS事業は、事業体質改善（収益力強化）に成功したことを踏まえ25年6月期に向けて新たな業態別・顧客別販促や、非食品MDの強化等により、客数、売上向上を図るとともに、テナント本部やMD開発本部の統合や、PB/OEM商品開発拡充により、更なる改革を推進。
 - ✓ 海外事業は、短期的な課題改善の目処が立ち、今後は仮説と検証を繰り返しながら推進していく攻めのフェーズに。
 - 【アジア事業】引き続き新規出店を行っていくとともに、23年6月期までに
出店した店舗の収益力を強化し利益向上を図る。
 - 【北米事業】新店計画を実行へ移し、25年6月期からの大きな成長に繋げる。

2023年6月期 決算概況について

23年6月期累計 決算数値報告

【期間：2022年7月1日～2023年6月30日】

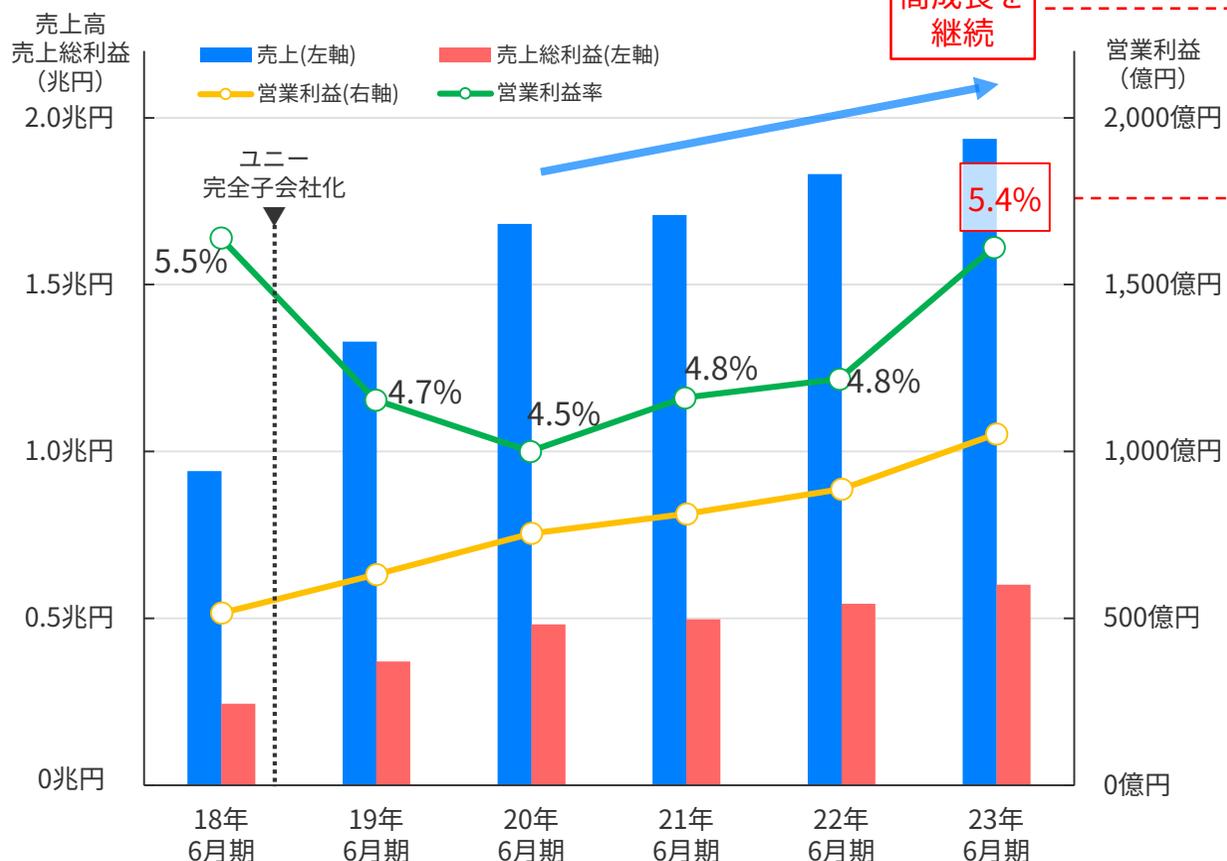
(単位：億円)

	前期実績	当期実績			業績予想	
	金額 (百分比)	金額 (百分比)	増減額	前年比	金額 (百分比)	達成率
売上高	18,313	19,368	+1,055	+5.8%	19,200	100.9%
売上総利益	5,434 (29.7%)	6,004 (31.0%)	+570	+10.5%	5,875 (30.6%)	102.2%
販管費	4,547 (24.8%)	4,951 (25.6%)	+404	+8.9%	4,898 (25.5%)	101.1%
営業利益	887 (4.8%)	1,053 (5.4%)	+166	+18.7%	977 (5.1%)	107.7%
経常利益	1,004 (5.5%)	1,110 (5.7%)	+106	+10.5%	940 (4.9%)	118.1%
当期純利益	619 (3.4%)	662 (3.4%)	+42	+6.8%	620 (3.2%)	106.7%
1株当たり純利益	102.64円	110.94円	+8.3円	+8.1%	103.93円	106.7%

経営改革により“稼げる小売企業”へと進化

□ 過去数年間で売上・利益は高成長を継続すると共に、価格高騰の環境下でも収益体質の改革を実現し5期ぶりに営業利益率5%超えを達成（＝“稼ぐ力”を強化）。

<18年6月期からの業績推移>



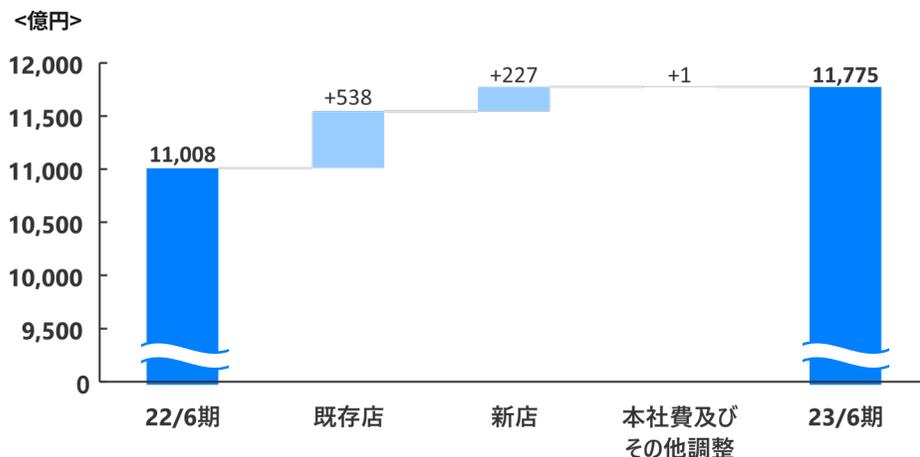
- 売上・利益とも継続成長。
- 特にこの2年では売上以上の利益成長により“稼ぐ力”を強化。

	過去4年間の成長 (19/6⇒23/6)	直近2年間の成長 (21/6⇒23/6)
売上	+6,079億円 (CAGR+9.9%)	+2,281億円 (CAGR+6.5%)
売上総利益	+2,299億円 (CAGR+12.8%)	+1,031億円 (CAGR+9.9%)
営業利益	+421億円 (CAGR+13.6%)	+240億円 (CAGR+13.8%)

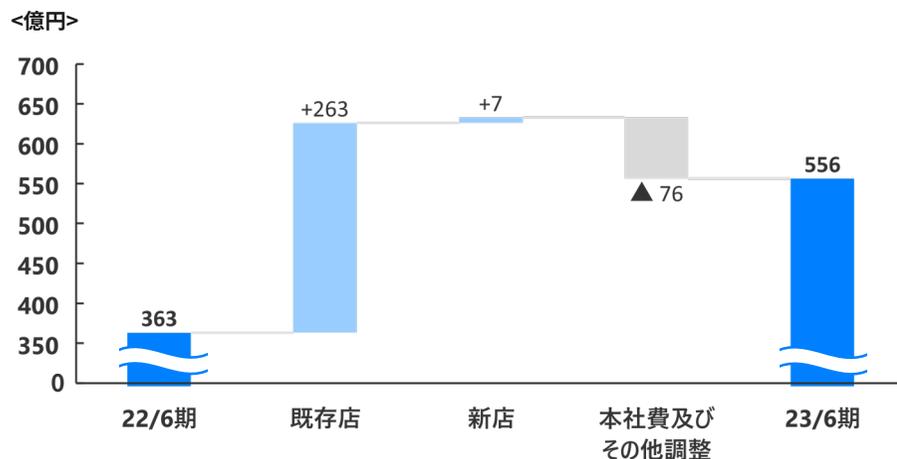
- 各種コスト増の外部環境でも、粗利率向上と生産性改善や販管費コントロールにより新たな構成比で営業利益率5%超えを達成。
(＝収益体質の改革を実現)

	18年6月期	23年6月期
売上総利益率	25.9%	31.0%
販管费率	20.4%	25.6%
営業利益率	5.5%	5.4%

2023年6月期累計 売上高増減



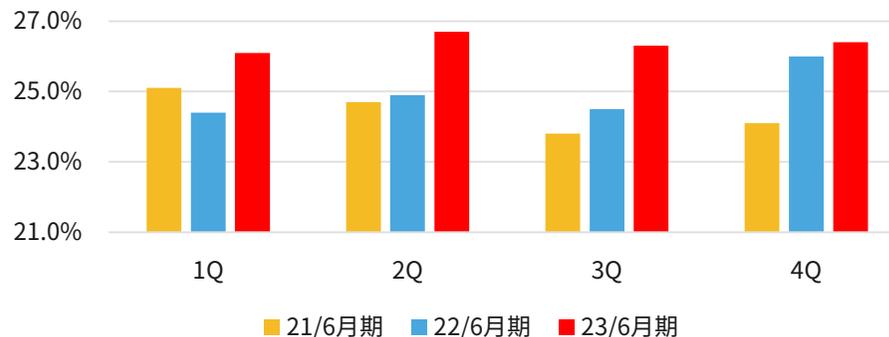
2023年6月期累計 営業利益増減



売上高は1.17兆円 (前期比+767億円)、営業利益は556億円 (同+193億円) と大幅な増収増益により連結業績を牽引。

- ✓ 既存店売上は、外出需要の拡大や免税売上の回復継続、季節品伸長により前期比105.2%と好調に推移。
 - 4Qは引き続き外出需要により旅行用品やコスメ、また季節品として涼感小物も伸長し107.1%で着地。
- ✓ 既存店粗利率は26.0%と前期比+1.5%で着地。PB/OEM比率は通期17.3% (前期比+3.1%) へと拡大。調達面でもSKU絞り込みによる条件獲得などが粗利改善に寄与。
 - 加えて滞留品の早期販売などが引き続き奏功し、既存店在庫は前期比▲196億円 (前々期比▲348億円) となり、評価損減少＝粗利率改善を実現。
- ✓ 既存店販管費は水光熱費の上昇に加え、4月からの人事制度改定による人件費増などで前期比+35億円となるも、売上伸長に伴う生産性改善やコストコントロールにより販管費率は▲0.6%で着地。

▶ DS事業 21年～23年6月期既存店粗利率推移 ※ロス見込み反映前



DS事業：各種取り組みの進捗

□ PB/OEMはブランド認知向上や需要を捉えた商品の開発/販売により、売上構成比は通期17.3%（前期比+3.1%）と期初目標を約0.5%超過達成。

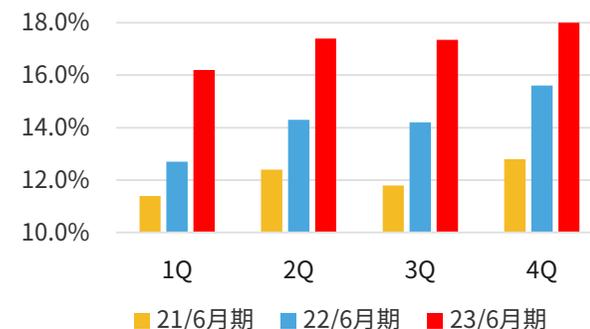
- ✓ 「情熱価格」のブランド認知向上のため初のTVCM放映やSNS発信を強化。また各種雑誌やテレビ番組などのメディア露出も大幅に増強。前期より取り組んだ店頭での展開強化に加えて認知度向上が追い風となり売上増に寄与。
- ✓ 工場や原料などの商品開発プロセスの見直しや直買物流の効率化といったインフラ整備に着手。更なる品質向上やコスト抑制に向け取り組みを強化。

▶ 売上伸長商品の一例



今夏注力のPB季節家電。移動式クーラーは、気温上昇もあり好調に推移。

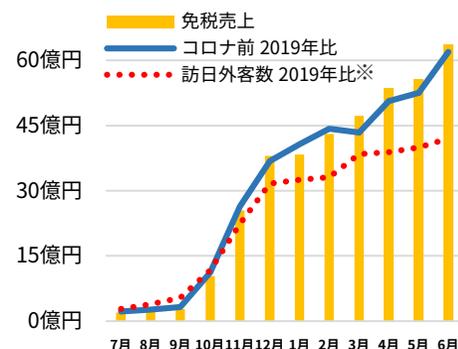
▶ 国内DS事業のPB/OEM構成比



□ 免税売上は通期383億円まで急回復。4Qはコロナ前比94.3%と来期の更なる伸長に期待。

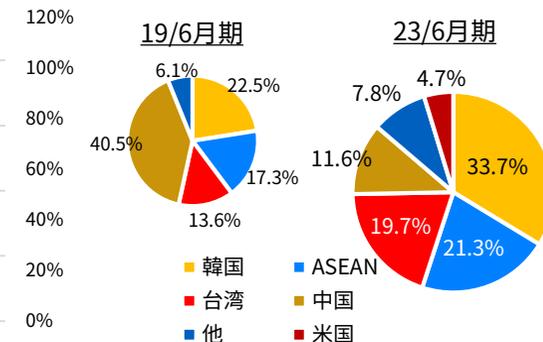
- ✓ 入国規制が緩和された直後から免税売上獲得に積極的に着手し、4Qにはレジ台数の増設や人員配置の強化等にも取り組んだ結果、通期383億円まで急速に売上が回復。訪日外客の回復率は70%強である中でも6月にはコロナ前を超える水準を達成。
 - アジアでの事業拡大も認知向上として売上急回復に寄与。PB商品も現地展開強化により売上が伸長するなどPPIH全体で相乗効果を発揮。
- ✓ インフラ環境は今後も客数や需要の変化に合わせて適宜見直しを継続し、更なる売上増を目指す。

▶ 国内DS事業の免税実績推移



※日本政府観光局(JNTO)、統計データより

▶ 国籍別免税売上高構成比



MEGAドン・キホーテ UNY伊那店（長野県） （'23年6月6日 オープン）

62店舗目となる業態転換店舗。最新のMDパッケージを導入したところ商品や店舗コンセプトが商圈ニーズに合致し、予算を大幅に上回る推移に。

- 平日は食品&日用品を求めるディスカウント型スーパー、週末はアミューズメント&体験型ショッピングを店舗コンセプトに掲げ、様々な体験で幅広い客層を捉える。
- 地域商圈を鑑み、生鮮品や家電コーナー、ペット用品やキッズ衣料コーナーに注力し最大限の顧客獲得を目指す。
- 特に家電コーナーではPBや驚安品を多数展開。「ありきたりな家電屋」とは一味違う仕掛けにより好調に推移。



ドン・キホーテ 赤羽東口店（東京都） （'23年6月30日 オープン）

駅前狭小物件における高収益モデルの店作りを目的に赤羽店でテスト。売上、粗利は予算超えを継続し今後繋がる形で推移。

- 近隣店舗から即戦力のメイド[※]を募り配置。顧客に合った店づくりを実現すべく、最も顧客に近いメイド主体で運営。新店立ち上げから任せることで主体性を持たせた運営を実現。
- 赤羽エリアは飲み屋が多い商圈のため、サプリメントや滋養強壮剤など多数取り揃え親和性の高い商品を展開。また地下では昭和レトロな空間を演出し、商店街の雰囲気融合させたお酒コーナーで地元のニーズを捉える。

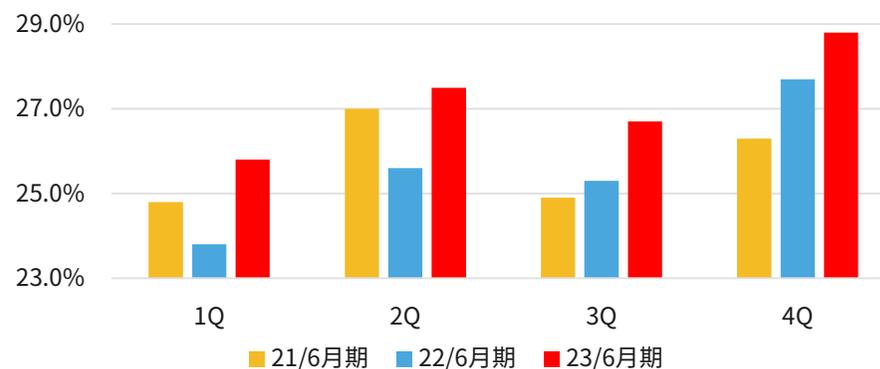


※メイド＝当社グループにおけるアルバイトスタッフの呼称

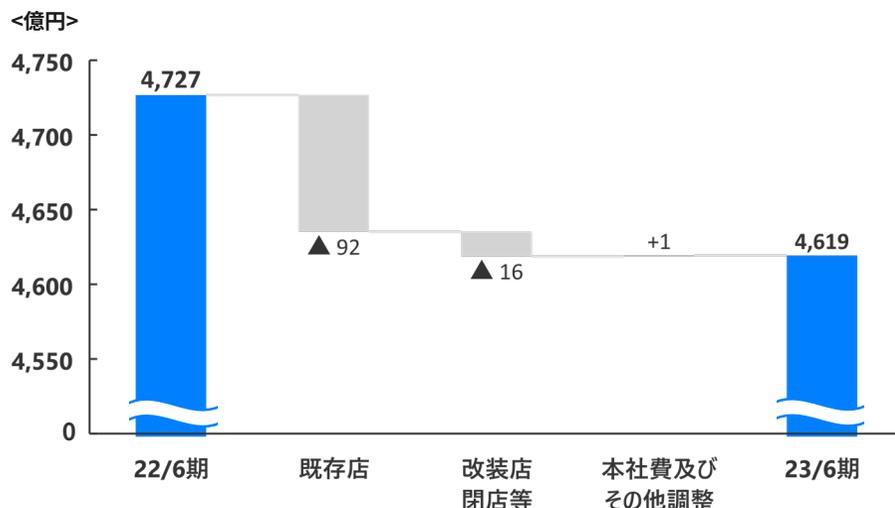
外部環境も踏まえて利益重視の施策を推進。粗利率改善や販管費コントロールの継続により営業利益は前期比+25億円（予算比+21億円）と大幅増を達成。

- ✓ 既存店売上は前期比97.8%で着地。物価高に伴う買い控えはあるも、過剰な値下げを控える販促手法に舵を切ったことで、年間通じて粗利は確保。
 - 既存店粗利率は26.9%(前期比+1.4%)と大きく伸長し営業増益に寄与。付加価値を訴求するプライシングや販促手法の推進に加え、PB/OEM構成比が20.9%(前期比+3.0%)と予算を超えたことも寄与。
 - 売上増に向けてはプライシング精度向上やMD強化に加え、4Qから客数獲得の販促も導入。翌期からの売上・客数増に向けて準備を進める。
- ✓ 既存店販管費は水光熱費上昇も、MD統合など含めた人員配置見直し、個店別でのコントロール継続により前期比▲29億円（販管費率▲0.3%）と前年を下回り営業増益に貢献。

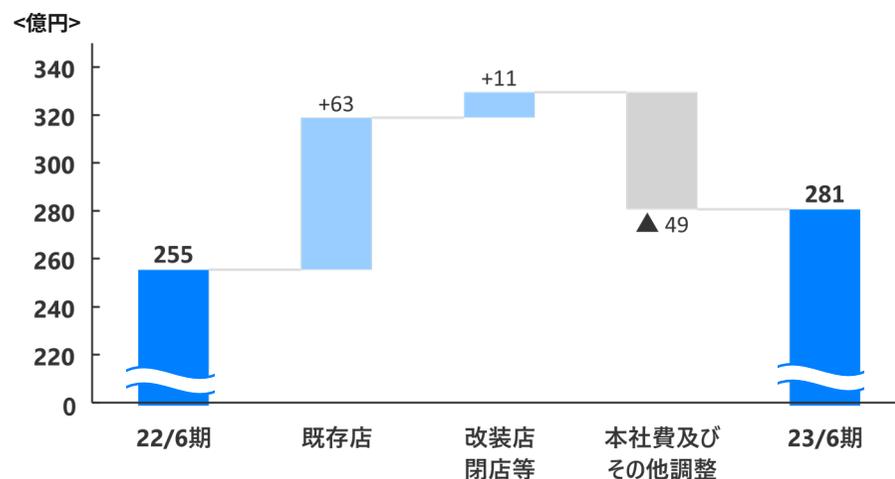
▶ **GMS事業 21年～23年6月期既存店粗利率推移**※ロス見込み反映前



2023年6月期累計 売上高増減



2023年6月期累計 営業利益増減



厳しい外部環境や課題対応もあり通期では減益で着地。
一方4Qでは営業利益は前期比+5億円、修正後予算比でも
想定通りの進捗。引き続き中長期での利益拡大を図る。

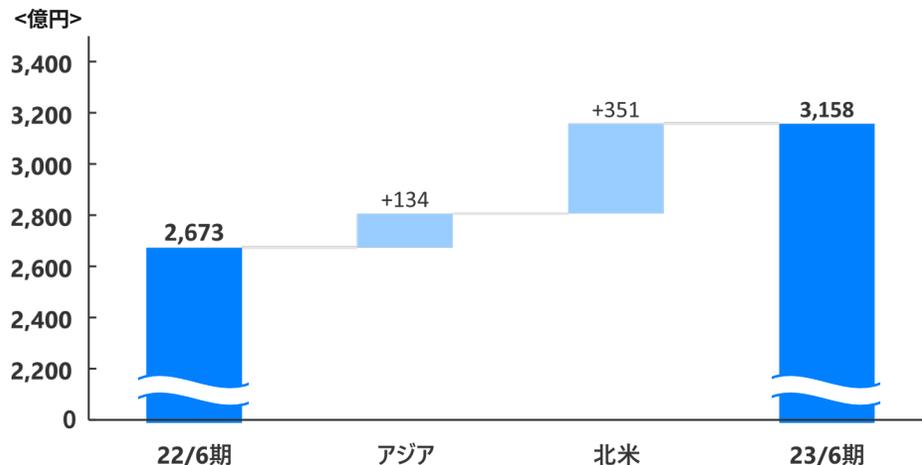
■アジア事業

- ✓ 売上高は前期比+134億円と成長継続も、主にHK・MOで人流回復が想定以下だったことやインフレ局面でのコスト増が影響し営業利益は同水準で着地。
 - 新規出店は8店舗（4エリア）を実施し、引き続き事業規模を拡大。
 - SG、HKの既存店営業利益率は前期まで同様10%超を維持すると共に、TWでの黒字化も達成。
- ✓ 年初から新マネジメント体制により各種改善に着手。MD強化に向けた組織変更、NB品や新商品を活用した競合対抗、SGで運用している発注&在庫管理の仕組みの横展開、などを着実に推進し24/6期の増益へと繋げる。

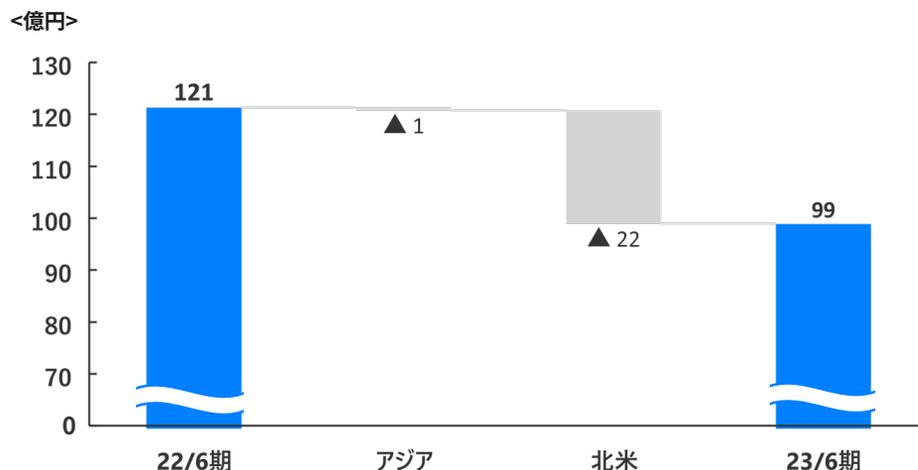
■北米事業

- ✓ 売上高は前期比+351億円、営業利益は同▲22億円と増収減益で着地（4Q営業利益は前4Q比+5億円）。
- ✓ 2Qで課題記載したQSIが営業利益前期比▲9億円となるも課題改善に着手済み。在庫管理などの対策も進み総利益率は3Q26.9%→4Q30.4%と改善傾向（4Q営業利益は前年同期比+8億円）。
- ✓ ゲルソンズは営業利益前期比▲11億円ながら予算比では+1億円と予算通りに着地。24/6期の新店オープンや将来成長に向けても準備を進める。

2023年6月期累計 売上高増減



2023年6月期累計 営業利益増減



※.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2022年4月～2023年3月、Gelson'sは2022年7月～2023年6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2022年4月～2023年3月の累計。

※.3 Gelson'sの営業利益増減はのれん償却費(22/6期約30億円、23/6期約34.1億円)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)

	22年6月	23年6月	
	金額	金額	増減額
流動資産	4,865	5,518	653
現預金	1,768	2,421	653
割賦売掛金	521	554	32
商品	2,059	1,945	▲114
固定資産	8,971	9,292	321
建物等	2,684	2,880	196
土地	3,147	3,187	40
無形固定資産	862	885	23
敷金保証金	732	718	▲14
資産合計	13,837	14,811	974

(単位：億円)

	22年6月	23年6月	
	金額	金額	増減額
流動負債	3,264	3,684	420
買掛金	1,529	1,687	158
※1 短期有利子負債	383	453	70
固定負債	6,581	6,491	▲90
社債	2,726	2,616	▲109
長期有利子負債	2,762	2,725	▲37
負債合計	9,844	10,175	331
純資産合計	3,992	4,635	643
負債・純資産合計	13,837	14,811	974

<資産の状況>

・固定資産

- ▶ 有形固定資産：6,892億円 (241億円増)
 - ・ 出店などに関する投資 614億円
 - ・ 減価償却費 340億円

<負債の状況>

- ▶ 有利子負債：5,794億円 (77億円減)

<純資産の状況>

- ▶ 自己資本：4,533億円 (前期末比+610億円)
- ▶ 自己資本比率：30.6% (前期末比+2.3%)

<その他>

- ▶ ネットD/Eレシオ：0.74倍 (前期末比▲0.31倍)
- ▶ ROE：15.7% (前期末比+0.4%)

※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

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)

	22年6月	23年6月	
	金額	金額	増減額
期首残高	1,609	1,804	195
営業活動CF	951	1,380	428
投資活動CF	▲448	▲620	▲172
財務活動CF	▲539	▲182	356
期中増減等	195	658	462
期末残高	1,804	2,462	658
フリーキャッシュフロー ^{※1}	504	760	256

※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：+1,380億円>

- ▶ 税金等調整前純利益1,007億円、減価償却等423億円、仕入債務143億円などが増加要因になる一方、為替差益64億円、法人税等支払額319億円などが減少要因に。

<投資CF：▲620億円>

- ▶ 出店等に伴う有形固定資産の取得が517億円、無形固定資産の取得79億円、関係会社株式の取得34億円などが減少要因に。

<財務CF：▲182億円>

- ▶ 長期借入れによる収入300億円などが増加要因になる一方、長期借入金の返済272億円、社債の償還114億円、配当金の支払い107億円などが減少要因に。

▶ 設備投資の状況

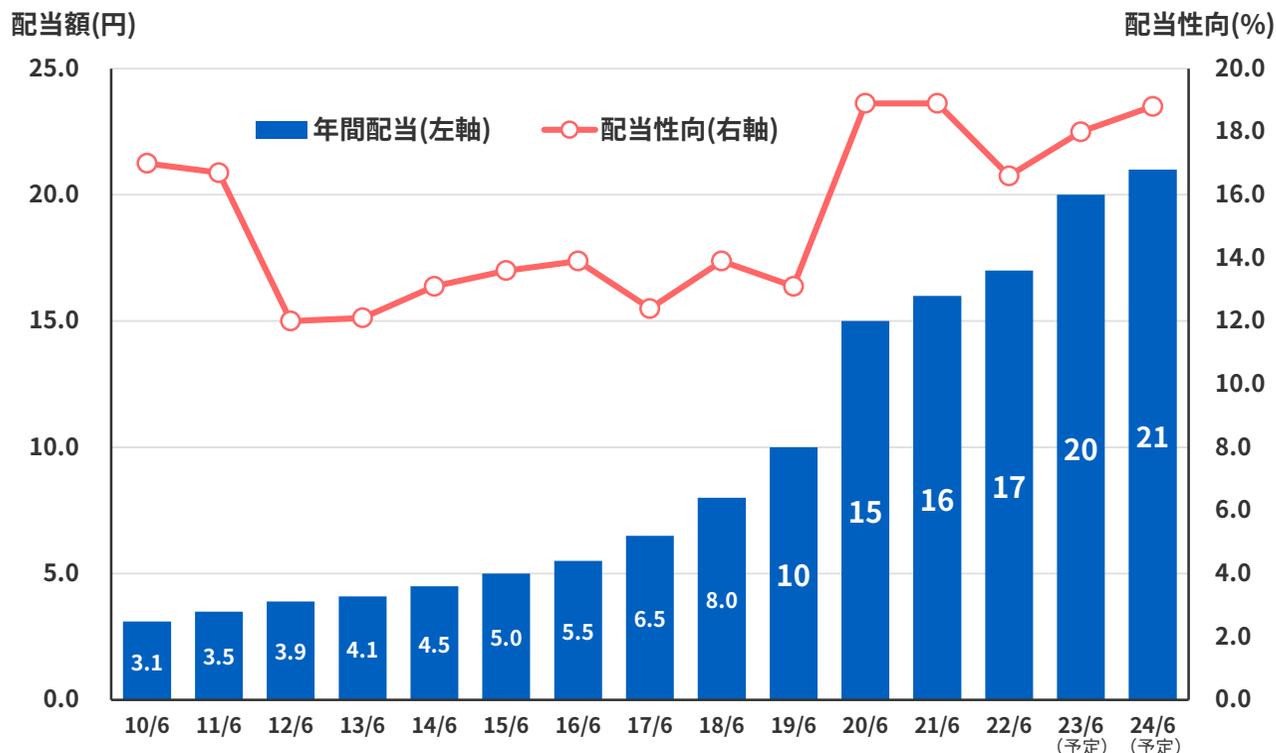
設備投資額	520	612	92
-------	-----	-----	----

<当期設備投資の内訳>

- ▶ 国内DS事業約177億円、GMS事業約69億円、海外事業約133億円、IT関連約40億円、その他約193億円

配当金について

- ✓ **20期連続増配**となる23年6月期は、**業績好調を受けて期初予想18円から20円へ上方修正を予定**。
- ✓ 24年6月期は**21期連続増配となる21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。

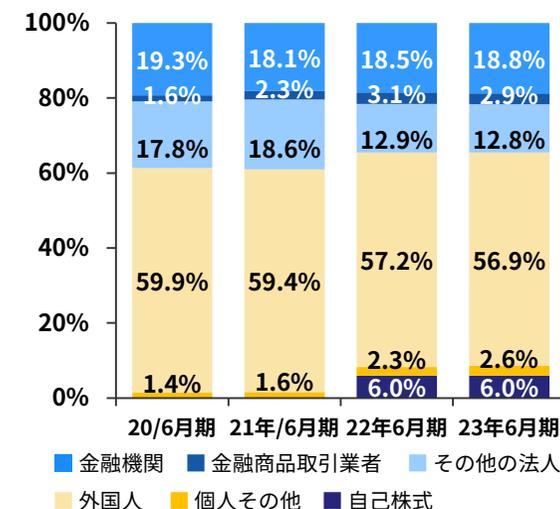


※当社は、2015年7月1日付で普通株式1株につき2株、2019年9月1日付で普通株式1株につき4株の株式分割を行っています。
 ※過年度につきましては、遡及修正した数値を反映しています。

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アプリへ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 業績目標と施策について

- Visionary2025の2年目となる24年6月期業績目標は、売上高2兆621億円、営業利益1,110億円とし、営業利益率5%超を継続すると共に35期連続増収増益を目指す。

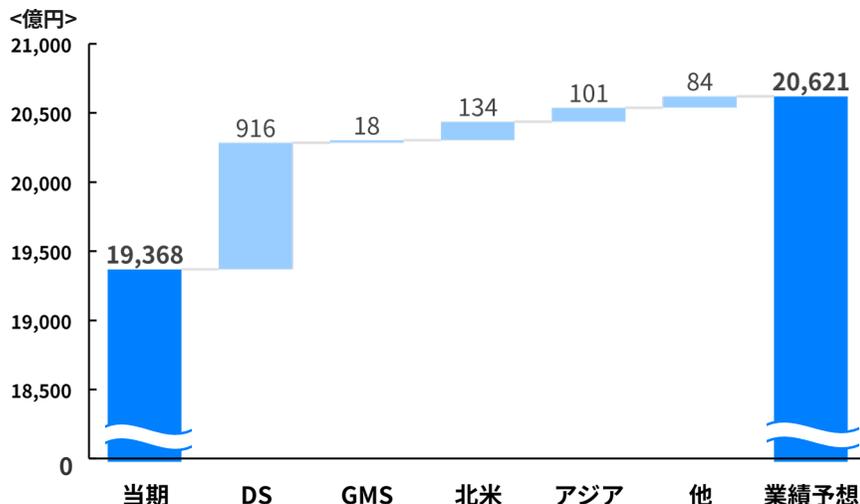
(単位：億円)

	23年6月期実績	2Q累計業績予想		通期業績予想	
	金額	金額	前年同期比	金額	前年比
売上高	19,368	10,318	105.4%	20,621	106.5%
売上総利益	6,004 (31.0%)	3,219 (31.2%)	106.4%	6,483 (31.4%)	108.0%
販管費	4,951 (25.6%)	2,630 (25.5%)	107.3%	5,373 (26.1%)	108.5%
営業利益	1,053 (5.4%)	589 (5.7%)	102.5%	1,110 (5.4%)	105.5%
経常利益	1,110 (5.7%)	560 (5.4%)	97.9%	1,074 (5.2%)	96.7%
当期純利益	662 (3.4%)	350 (3.4%)	95.1%	667 (3.2%)	100.8%
1株当たり純利益	110.94円	58.67円	95.1%	111.86	100.8%
設備投資	612			700+α	

(注)想定為替レート：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

24年6月期 業績予想の前提について

売上



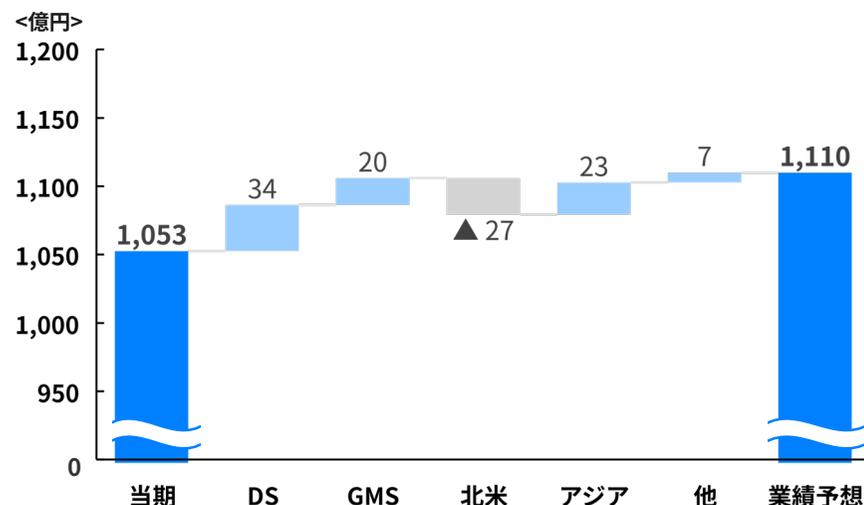
■売上

- ✓ 新規出店
国内：25店舗+α、海外：12店舗
- ✓ 既存店昨対
DS事業：104.0%（免税売上目標=800億円超）
GMS事業：101.0%

■売上総利益率：31.4% (+0.4%)

- ✓ DS事業：26.5% (+0.1%)：PB/OEM売上構成比は21.1%(+3.8%)へ向上。一方で戦略的な集客商材を展開し客数獲得にも取り組む。
- ✓ GMS事業：35.1% (+0.7%)：PB/OEMの強化とプライシング精度向上も合わせて粗利向上に取り組む。

営業利益



■販管費率：26.1% (+0.5%)

- ✓ DS事業：4月から適用した新人事制度による人件費増約30億円や水光熱の継続上昇を織り込むも、販管費コントロールは継続し、販管費率は昨年と同水準程度を見込む。
- ✓ 北米事業：新店準備&立上げコスト約20億円や倉庫やセントラルキッチン、本社人財などへの先行投資を実施。

■設備投資：700億+α

- ✓ 国内DS事業約260億円、GMS事業約100億円、海外事業約220億円（グアム及びカポレイ新店の約70億円を含む）、金融事業関連約20億円、その他約100億円。

<想定為替レート> 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

DS事業

- ✓ 免税売上の更なる獲得（売上目標800億円超）に加え、集客商材の積極導入により既存店売上を強化。
 - PB/OEM強化などの重点施策の継続で獲得した粗利を担保に、戦略的な集客商材を展開する結果、粗利率は+0.1%を見込む。
- ✓ 事業規模拡大に向けて新規出店も25店舗+αと積極強化（23/6期の16店舗+業態転換、から1.5倍ほどに拡大）。
- ✓ 人件費及び水光熱費の継続上昇を織り込むも、販管費コントロールは継続し、営業利益率は23/6期と同水準を維持。

GMS事業

- ✓ PB/OEM強化などにより粗利率は継続改善を図る(前期比+0.7%)。
- ✓ 売上改善にむけて販促も強化。テナントを含めた館全体での販促や会員限定施策などにより、売上、更には客数の向上を図る。
- ✓ 引き続き人件費を軸とした販管費コントロールに取り組み、営業利益率は+0.4%を目指す。

アジア事業

- ✓ 内食需要の減少・外出機会の増加に伴い、化粧品などを中心としたノンフードの拡大や観光客の免税需要に対応した商品を強化。またPB/OEMや直貿商品を強化することで粗利率改善も継続し、既存店の収益改善を図る。
- ✓ 新規出店による事業拡大は継続。コストを抑えた出店モデルにて10店舗の新規出店を予定。
- ✓ 営業利益は、人員配置の見直しによる生産性改善などの販管費コントロールを行うと共に、23/6期新店の既存店化といった利益貢献等により増加を見込む。

北米事業

- ✓ 店舗段階では、コストインフレによる人件費増を見込むも、惣菜の強化による売上向上、PB/OEMや直貿商品の拡大による粗利率改善、などにより増益予定。
- ✓ 将来の事業規模拡大に向けて新規出店を計画（ゲルソンス、グアム）。25/6期以降の新店準備コストも含めて約▲20億円を見込む。
- ✓ 加えて更なる事業拡大に向けて、セントラルキッチン立ち上げ、倉庫拡充、人財採用などに先行投資をかける。

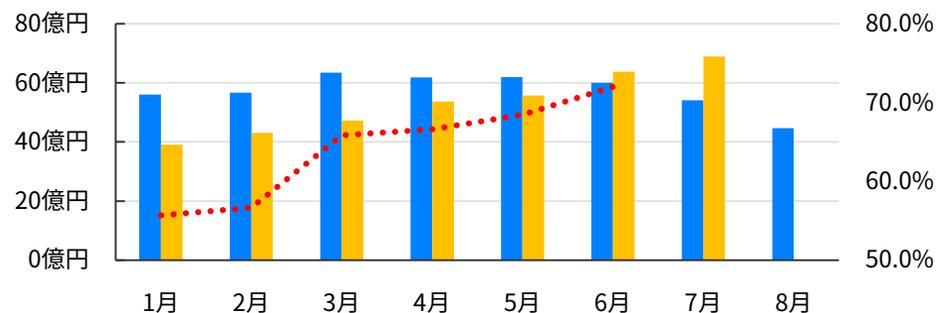
□ 国内リテールは季節商品の伸長や外出需要の取り込みによりDS事業、GMS事業共に月間通して好調に推移。国内リテール全体の客数は前年を上回る着地となる。

▶ 売上前年比(既存店)推移

単位：%	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	7月
国内計	101.7	102.8	103.1	104.5	103.0	108.5
DS	103.3	104.7	105.6	107.1	105.2	111.0
GMS	97.5	98.6	97.1	98.0	97.8	101.8

▶ 訪日外客数と免税売上の推移

日本国内への訪日外客※は2019年比で6月は72%という状況の中、当社DS事業における客数は7月は2019年比を超え、月間売上高は過去最高となった。



※日本政府観光局(JNTO)、統計データより

■ DS事業

- ✓ 6月より気温の上昇が続く中の外出需要を捉え、コスメや日焼け止め、制汗剤、モバイルファンなどが好調に推移。また海開きや花火大会、野外イベントなどの開催が前年より増えており、甚平や浴衣、水着、マリン、花火など得意とする季節品が伸長し売上に寄与。
- ✓ 旅行や帰省需要も増え、モバイルバッテリーやキャリーバッグ、インスタントカメラが伸長。

■ GMS事業

- ✓ 夏季季節商品の需要の高まりにより、特に衣料品は前年比114.1%と婦人服・紳士服を問わず、外着や部屋着、インナーなどが幅広く伸長。
- ✓ 6月に続き猛暑による節電志向も強く、扇風機などの季節家電や涼感系の寝具が好調を継続。食品ではドリンクやアイスクリーム、冷やし中華などチルド商品が伸長。

(参考①) ESGの取り組み (1/2)

- 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国際機関も活用し、高評価獲得とインデックス採用に繋げる。

中期目標

中期目標に対する進捗（'23/6期）

E

- ・店舗から排出するCO₂排出量を2013年度比50%削減('30/6期まで)
- ・Scope3の各カテゴリー排出量の把握と削減目標の設定
- ・廃棄物削減・プラスチック削減・リサイクル強化('23/6期中に目標設定)
- ・サステナブル調達方針とサプライチェーン行動規範の徹底

- ✓ CO₂排出量削減：約17%(※)削減（2013年度比）※速報値
- ✓ Scope3の各カテゴリー排出量の把握とデータ開示
- ✓ プラスチック削減目標の設定
- ✓ PB/OEM製造委託先の約2200工場を対象に、人権・労働・安全衛生等のセルフチェックアンケートを実施、99.6%を回収済み

S

- ・女性店長100人目標（'30/6期まで）
- ・女性社員の定着率向上
＝ 離職率を5%まで低減('30/6期まで)
- ・次世代幹部育成プログラムの推進

- ✓ 女性店長100人：31名（'21/6期より18名増加）
- ✓ 女性社員の定着率向上：離職率9.7%
（'21/6期より1.9%改善）
- ✓ 次世代幹部育成：幹部及び幹部候補者研修を実施し120名が受講

G

- ・指名・報酬委員会の設置・運営
- ・事業継続計画(BCP)の策定と開示

- ✓ 指名・報酬に関するプロセスの透明性強化のため、指名・報酬委員会を設置、7回開催
- ✓ 事業継続計画(BCP)の策定と開示実施

ESG評価機関からの評価



FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index

優れたESGの取り組みを実践する日本企業が選定されるESGの代表的な指数。
当社は2022年6月より2年連続して構成銘柄に選定。

2022 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)

性別多様性に優れた日本企業で構成される指数。当社は2023年6月に構成銘柄に初選定。
また2023年8月にはMSCIのESG全体格付けにおいて「AA」評価を獲得。

Morningstar Japan ex-REIT
Gender Diversity Tilt Index

性別に関係なくすべての従業員に平等な機会を約束している日本企業に重点をおいた指数。当社は2022年から構成銘柄に選定。



ESGデータの透明性や、男女平等に向けた取り組みを評価する男女平等指数。当社は2019年から継続して構成銘柄に選定。



企業が重大なESGリスクに晒されている度合いを評価し、リスク管理能力に応じてスコアリング。当社は2021年よりLow Riskの評価。

'24/6期の主な取り組み

オフサイトCPPAの導入推進

CO₂排出量削減の目標達成に向け、再生可能エネルギーの調達を重要な取り組みと認識し、オフサイトCPPAの導入を推進。

また、オンサイトCPPAについても契約条件の良い案件ができており、今までできなかった店舗について導入拡大検討。



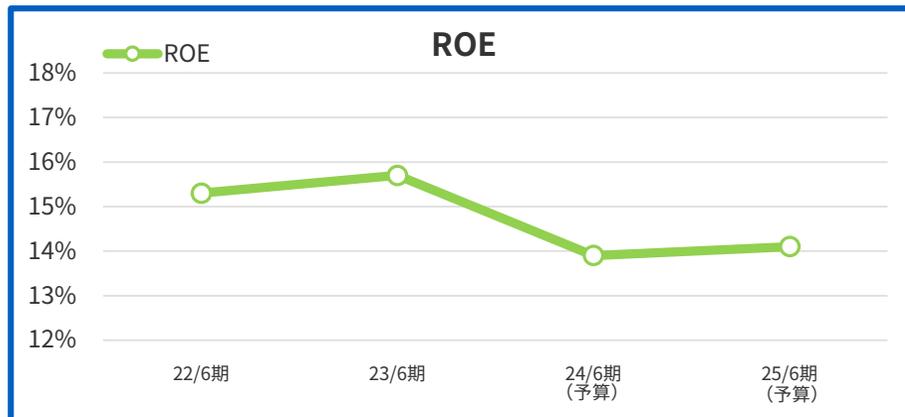
プラスチック削減目標設定と取り組み

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の対応は、小売業として社会的責任と考え、店舗サービスで発生するプラスチック使用量の削減目標を設定。

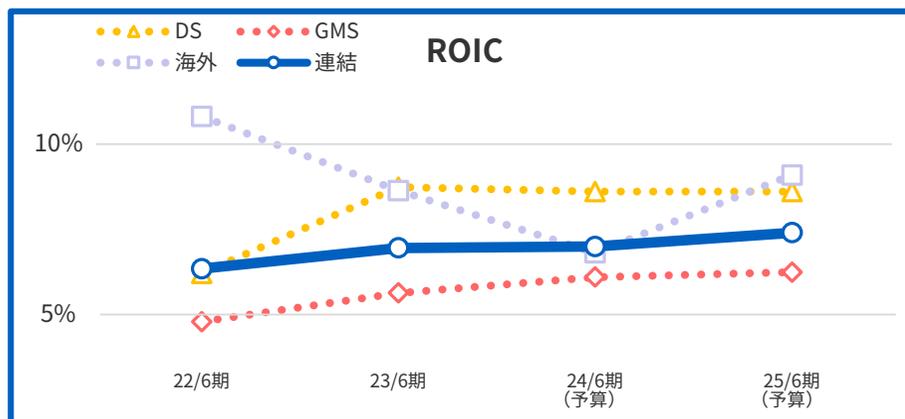
- ✓ 目標：プラスチック使用量を2040年までに50%削減（2022年度比、国内リテール法人）
 - ①店舗演出POPのプラスチック部分の肉薄化、素材変更（'23/5月開始済み）
 - ②カトラリーの素材変更、有料化による辞退促進（'23/9月開始予定）



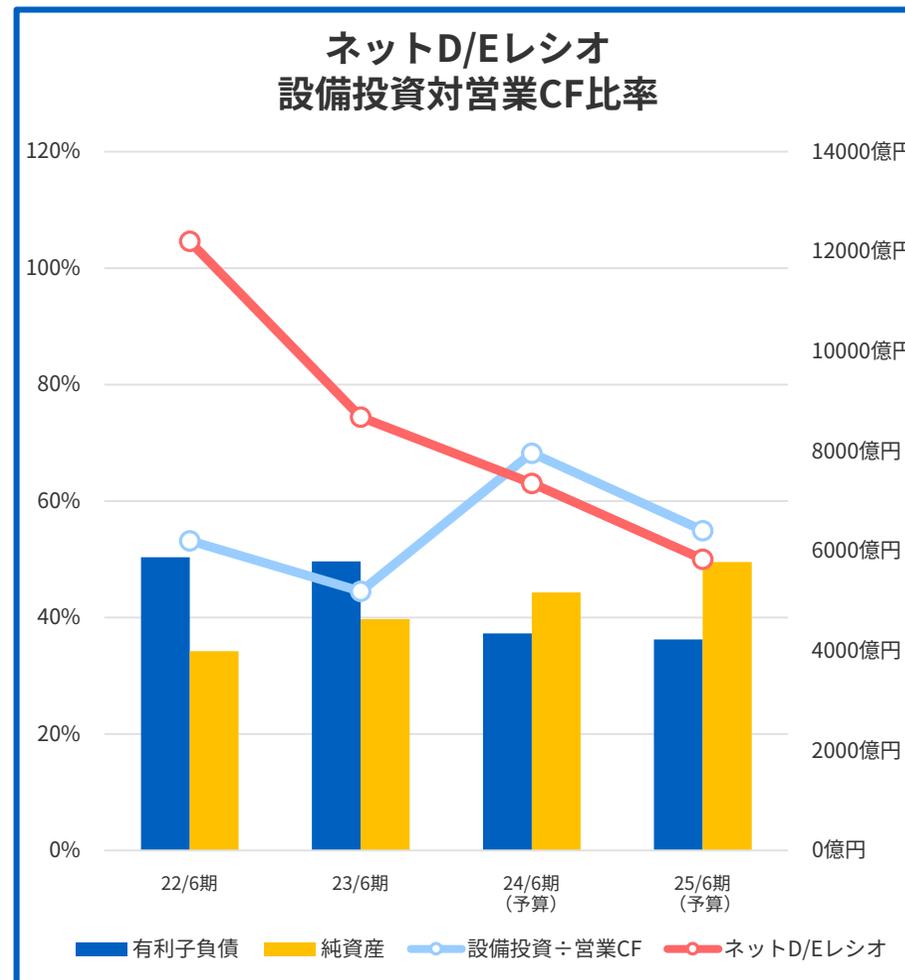
(参考②) 各種経営指標の推移



- 22/6期及び23/6期は大きな為替差益による底上げ、24/6期は為替差損による低下があるも、安定的に14~15%前後を維持。



- 連結全体のROICはVisionary2025の通り継続改善を見込む。
- 特に23/6期は業績好調だったDS事業、GMS事業が22/6期比で大きく改善。海外事業は24/6期に新店オープンで一時的に低下も25/6期より改善する見込み。



- 純資産は每期着実に積み上がると共に有利子負債も24/6期で大幅に減少する見込み。結果としてネットD/Eレシオは22/6期に自己株取得で一時的に上昇するも、23/6期以降は着実に改善する。
- 設備投資は中計期間にて每期650~750億円を予定。対営業CF比率も概ね60%前後の水準で推移し十分なフリーCFを確保。

Appendix

第4四半期 決算数値報告

【期間：2023年4月1日～2023年6月30日】

(単位：億円)

	前4Q(四半期)実績		当4Q(四半期)実績			
	金額	百分比	金額	百分比	増減額	前年同期比
売上高	4,608	100.0%	4,796	100.0%	+188	104.1%
売上総利益	1,431	31.0%	1,499	31.3%	+68	104.8%
販管費	1,175	25.5%	1,264	26.3%	+89	107.6%
営業利益	256	5.6%	235	4.9%	▲21	91.9%
経常利益	327	7.1%	303	6.3%	▲24	92.6%
当期純利益	159	3.5%	147	3.1%	▲13	92.1%

第4四半期事業別情報

▶4Q単体【期間：2023年4月1日～2023年6月30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4Q実績	当4Q実績	前年同期差	前4Q実績	当4Q実績	前年同期差									
売上高	2,773	2,996	223	1,136	1,106	▲30	201	204	3	517	560	43	▲20	▲70	▲50
売上総利益	740	797	57	398	390	▲7	64	75	11	196	216	21	33	20	▲13
売上総利益率	26.7%	26.6%	▲0.1%	35.0%	35.3%	0.3%	31.8%	36.6%	4.8%	37.9%	38.7%	0.8%	-	-	-
販管費	610	665	55	312	316	4	66	77	11	180	196	16	6	9	3
営業利益	130	132	2	86	74	▲11	▲2	▲2	▲0	15	20	5	27	11	▲16
営業利益率	4.7%	4.4%	▲0.3%	7.5%	6.7%	▲0.8%	▲0.9%	▲1.0%	▲0.1%	2.9%	3.6%	0.6%	-	-	-

▶通期累計【期間：2022年7月1日～2023年6月30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4Q実績(累計)	当4Q実績(累計)	前年同期差												
売上高	11,008	11,775	767	4,727	4,619	▲108	690	825	134	1,982	2,334	351	▲95	▲184	▲90
売上総利益	2,749	3,110	362	1,574	1,589	15	234	303	69	749	872	122	128	130	2
売上総利益率	25.0%	26.4%	1.4%	33.3%	34.4%	1.1%	33.9%	36.8%	2.9%	37.8%	37.4%	▲0.4%	-	-	-
販管費	2,385	2,554	169	1,319	1,308	▲10	217	287	70	645	789	144	▲19	13	32
営業利益	363	556	193	255	281	25	17	16	▲1	104	82	▲22	147	117	▲30
営業利益率	3.3%	4.7%	1.4%	5.4%	6.1%	0.7%	2.5%	2.0%	▲0.5%	5.3%	3.5%	▲1.7%	-	-	-

※.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2022年4月～2023年3月、Gelson'sは2022年7月～2023年6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2022年4月～2023年3月の累計。
 ※.3 Gelson'sの営業利益は、のれん償却代(当4Q8.6億円、前4Q8.9億円、当期累計34.1億円、前期累計30億円)を控除後で算出。

第4四半期累計 連結事業別業績概況

【期間：2022年7月1日～2023年6月30日】

(単位：億円)

	前4Q(累計)		当4Q(累計)		
	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	10,604	57.9%	11,333	58.5%	106.9%
家電製品	852	4.7%	824	4.3%	96.8%
日用雑貨品	2,631	14.4%	3,008	15.5%	114.4%
食品	4,877	26.6%	5,205	26.9%	106.7%
時計・ファッション用品	1,412	7.7%	1,502	7.8%	106.4%
スポーツ・レジャー用品	647	3.5%	626	3.2%	96.7%
その他	185	1.0%	168	0.9%	91.0%
国内GMS事業	4,296	23.5%	4,177	21.6%	97.2%
衣料品	500	2.7%	487	2.5%	97.3%
住居関連品	658	3.6%	743	3.8%	112.9%
食品	3,113	17.0%	2,924	15.1%	93.9%
その他	24	0.1%	23	0.1%	95.0%
海外事業	2,671	14.6%	3,136	16.2%	117.4%
北米事業	1,982	10.8%	2,315	12.0%	116.8%
アジア事業	689	3.8%	820	4.2%	119.1%
その他事業^{※1}	742	4.1%	723	3.7%	97.4%
合計	18,313	100.0%	19,368	100.0%	105.8%

※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4月1日～2023年6月30日】

(単位：億円)

	前4Q(四半期)		当4Q(四半期)		
	金額	構成比	金額	構成比	前年同期比
販 管 費	1,175	25.5%	1,264	26.3%	107.6%
給 与 手 当	448	9.7%	471	9.8%	105.1%
地 代 家 賃	142	3.1%	151	3.2%	106.9%
支 払 手 数 料	159	3.4%	144	3.0%	90.9%
減 価 償 却 費	87	1.9%	89	1.9%	102.4%
そ の 他	339	7.4%	408	8.5%	120.2%

✓ 水光熱費は4Q 77億円（前期比116.7%）

【期間：2022年7月1日～2023年6月30日】

(単位：億円)

	前4Q(累計)		当4Q(累計)		
	金額	構成比	金額	構成比	前年同期比
販 管 費	4,547	24.8%	4,951	25.6%	108.9%
給 与 手 当	1,754	9.6%	1,855	9.6%	105.7%
地 代 家 賃	550	3.0%	595	3.1%	108.2%
支 払 手 数 料	596	3.3%	615	3.2%	103.1%
減 価 償 却 費	313	1.7%	344	1.8%	110.0%
そ の 他	1,335	7.3%	1,544	8.0%	115.6%

✓ 水光熱費は4Q累計 335億円（前期比137.6%）

23年6月期出店/改装状況

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			荒尾 (熊本)	米沢 (山形)	京橋 (大阪)	別府 (大分)				サンサイトモール 小倉 (福岡)		キラキタウン 近鉄パッセ (愛知)	新規出店：16店 業態転換：3店		
	※1 UDR		DQ7ビタ 新潟亀田 (新潟)		京都烏丸七条 (京都)	吉祥寺 (東京)	すすきの (北海道)					博多駅南 (福岡)	厚別 (北海道)		大覚寺 (静岡)	伊那 (長野)
GMS	ユニー (改装)	新潟亀田 (新潟)	各務原 (岐阜)				東刈谷 (愛知)									
海外	アジア		Whampoa Garden (香港)	J-Park Sriracha (タイ)	North Point (シンガポール)	Jurong Point (シンガポール)	Jewel Changi (シンガポール)	Thaniya Plaza (タイ)			MBKセンター (タイ)	プラザパルクット (香港)	PLQモール (シンガポール)	新規出店：8店 ※3		
	※2 北米					Sunway Pyramid (マレーシア)				IOI City Mall (マレーシア)						

※1. UDRの実線枠はテナントイン型の業態転換店舗 ※2. 海外法人については出店月で表記。
 ※3. Gelson's以外は2022年4月～2023年3月、Gelson'sは2022年7月～2023年6月の期間

 = 業態転換

国内リテール店舗数

	2021年 6月期	2022年 6月期	2023年 6月期			
			1Q	2Q	3Q	4Q
ディスカウント事業	444	468	470	476	475	486
ドン・キホーテ	226	237	238	244	243	250
MEGAドン・キホーテ ※1	139	140	140	140	140	140
(MEGA)ドン・キホーテUNY	52	59	60	60	60	63
ピカソ 等 ※2	27	32	32	32	32	33
GMS事業 ※3	139	136	134	134	134	131
国内合計	583	604	604	610	609	617

海外店舗数

	2021年 6月期	2022年 6月期	2023年 6月期			
			1Q	2Q	3Q	4Q
北米事業	65	65	65	65	65	65
カリフォルニア	37	37	37	37	37	37
ハワイ	28	28	28	28	28	28
アジア事業	19	30	31	33	38	40
シンガポール	8	12	12	12	15	15
香港 ※5	7	9	9	10	10	10
タイ ※6	2	4	5	6	7	9
台湾	1	2	2	2	2	2
マレーシア	1	2	2	2	3	3
マカオ	-	1	1	1	1	1
海外合計	84	95	96	98	103	105



合計 ※4	667	699	700	708	712	722
--------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

※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. 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. 香港「PeakGalleria店」は22年4月にリテールから鮮選寿司にリニューアルのため計上。

※6. タイは、鮮選寿司 (J-PARK Sriracha店、DONKI Mall Thonglor店、Thaniya Plaza店)を含む。

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1四半期 決算発表(予定)
決算発表日 : 2023年11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/>