

# 2025年6月期 第2四半期決算業績説明資料

2025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 2025年6月期 第2四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「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通りです（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	142.61	149.58	145.87	141.82	105.79	109.47	4.07	4.09	18.20	19.10	4.56
当期	152.50	142.82	150.47	158.17	114.43	111.56	4.30	4.41	19.53	18.38	4.72	4.52

※為替レートについて

P/Lは決算対象期間（Gelson's 2024年7月～2024年12月、Gelson's以外は2024年4月～2024年9月）の平均為替を使用、B/SはGelson'sは2024年12月末、Gelson's以外は2024年9月末の為替を使用しています。

## <25年6月期2Qの振り返り>

- 売上高は1兆1,286億円(前期比+810億円/+7.7%)、営業利益は897億円(同+142億円/+18.9%)と伸長し、半期、2Q単体共に、過去最高の売上、営業利益を達成。
- 営業利益率は8.0%(前期比+0.8pt)と、売上の伸長、総利益率の改善、コスト増のコントロールにより、収益性が更に向上。
  - ✓ DS事業は年末商戦などの様々なイベント需要や季節品需要を捉えた商品戦略が奏功したことに加え、インバウンドの伸長、PB/OEMによる収益貢献などにより、リテール全体を大きく牽引。
  - ✓ UNY事業は推し進めてきた価格戦略による客数回復や、非食品戦略による顧客層拡大に向けた商品カテゴリーの拡縮を進めたことで、2Qで増益（予算通りの推移）。
  - ✓ アジア事業は各国の課題に対し、既存店の改善や販管費コントロールなど、1年間かけて進めたことや新店の収益化により、前年割れから増益転換。予算通りの推移。
  - ✓ 北米事業は好調なMarukaiCAの牽引などにより予算通り推移してきたが、想定外の下記事象により40億円の下方修正。通期予想は下記参照。

## <通期業績予想について>

- 通期業績予想は、営業利益を+50億円上方修正し、1,550億円へ。
  - ✓ 国内事業がDS事業の好調を受けて、+90億円。
  - ✓ 北米事業は南カリフォルニアの火災、ハワイのシステム障害などの影響により▲40億円。

# 通期業績予想について

- 通期業績予想の営業利益を1,550億円(期初予想+50億円)、経常利益を1,508億円(同+154億円)、当期利益を900億円(同+35億円)に上方修正。
- 上期までの進捗を踏まえ、各事業別の内訳を一部変更する。

(単位：億円)	通期業績予想(期初)		通期業績予想(今回修正)		
	金額 (売上構成比)	前期比	金額 (売上構成比)	増減額	期初予想比
売上高	22,200	+6.0%	22,200	-	-
売上総利益	7,000 (31.5%)	+5.6%	7,120 (32.1%)	+120	+1.7%
販管費	5,500 (24.8%)	+5.2%	5,570 (25.1%)	+70	+1.3%
営業利益	1,500 (6.8%)	+7.0%	1,550 (7.0%)	+50	+3.3%
経常利益	1,354 (6.1%)	▲8.9%	1,508 (6.8%)	+154	+11.4%
当期純利益	865 (3.9%)	▲2.5%	900 (4.1%)	+35	+4.0%
1株当たり純利益	144.90円	▲2.5%	150.74円	+5.84	+4.0%

## < 事業別の営業利益見通し >

■ 国内事業：営業利益+90億円(期初予想差)

DS事業の好調を踏まえ国内事業は営業利益+90億円とする。

✓ DS事業は営業利益+110億円と上方修正。

➢ 免税売上好調により売上予想を1,700億円に上方修正。

✓ その他要因は、主に貸倒引当金の計上や、ITの追加投資などにより▲20億円。

■ 北米事業：営業利益▲40億円(期初予想差)

✓ 3Q以降、南カリフォルニアの山火事影響▲15億、ハワイのシステム障害による影響▲10億、グアムの苦戦影響▲15億といった要因により、通期予想を下方修正。

■ その他

✓ UNY事業、アジア事業は予想の変更なし。

## < 経常利益見通し >

✓ 2024年10月に行ったファイナンスの変更により、為替影響が限定的となり、前期を上回る水準へ。

< 想定為替レート(期初から修正) >

1USD=150.00円、1HKD=19.22円、1SGD=111.55円、1THB=4.25円、1MYR=32.92円、1TWD=4.61円、1MOP=18.62円

# 2025年6月期 第2四半期決算概況について

# 25年6月期 第2四半期決算数値報告

【期間：2024年7月1日～2024年12月31日】

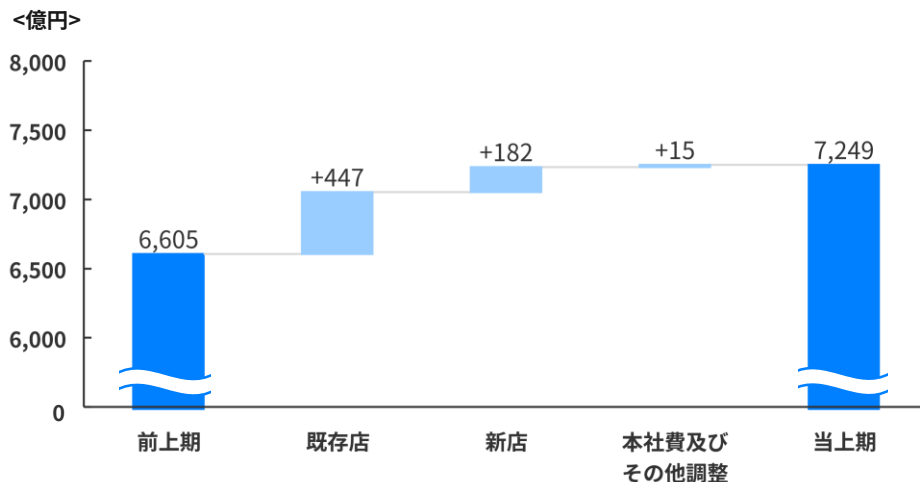
(単位：億円)

	前期実績	当期実績			25年6月期 上期業績予想	
	金額 (売上構成比)	金額 (売上構成比)	増減額	前期比	金額 (売上構成比)	達成率
売上高	10,476	11,286	+810	+7.7%	11,204	100.7%
売上総利益	3,310 (31.6%)	3,639 (32.2%)	+329	+9.9%	3,536 (31.6%)	102.9%
販管費	2,555 (24.4%)	2,742 (24.3%)	+187	+7.3%	2,724 (24.3%)	100.6%
営業利益	755 (7.2%)	897 (8.0%)	+142	+18.9%	811 (7.2%)	110.7%
経常利益	736 (7.0%)	869 (7.7%)	+133	+18.1%	672 (6.0%)	129.3%
当期純利益	482 (4.6%)	540 (4.8%)	+58	+12.0%	432 (3.9%)	124.9%
1株当たり 純利益	80.80円	90.41円	+9.61円	+11.9%	72.37円	124.9%
E B I T D A	979 (9.3%)	1,139 (10.1%)	+160	+16.4%	-	-

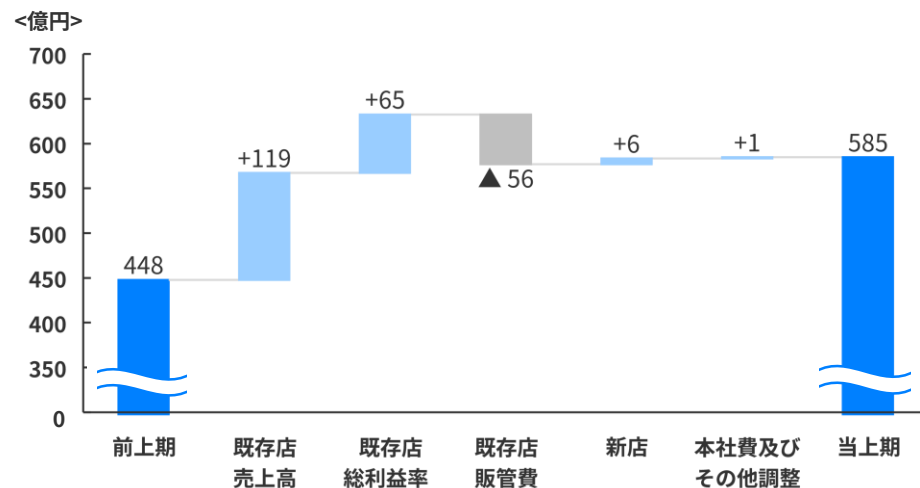
※設備投資等の影響を除いた静的な利益評価額として、今期よりEBITDAを開示

EBITDA = 営業利益 + 減価償却費(有形固定資産) + 減価償却費(無形固定資産) + 株式報酬

## 2025年6月期上期 売上高増減



## 2025年6月期上期 営業利益増減

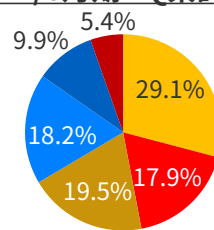


売上高7,249億円(前期比+644億円)、営業利益は585億円(同+137億円)と力強く伸長。DS事業単体で営業利益1,000億円初達成に向け戦略を推進。

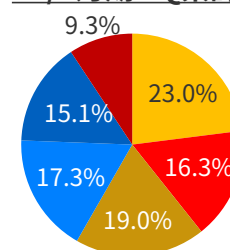
- ✓ 既存店売上は前期比107.1%と、年末商戦などのイベント需要や季節品需要を捉え、底堅く伸長。
- ✓ 免税売上は上期累計で798億円(同+297億円)と過去最高の売上を更新(既存店押し上げ効果+4.4pt)。
  - アジア各国に加え、欧米諸国においてもプロモーションを強化し、訪日客に対する客数シェア率は上期累計24.3%(前上期比+2.6pt)と拡大。
- ✓ 総利益率は28.1%(同+0.8pt)とさらに伸長。
  - PB/OEMは売上1,549億円(同+351億円)と、新商品の導入や、OEM転換戦略による利益貢献、商品開発力の向上などにより売上、総利益が伸長。
  - 免税や季節品などの好調によりPB以外の粗利率も改善。
- ✓ 既存店販管費は前期比105.0%と、免税拡大に伴う人件費、決済手数料の増加や水光熱費等により増額も、既存店販管費率は前期比▲0.3ptと、販管費はコントロール。

### ▶ 国籍別免税売上高構成比

24/6月期 2Q累計



25/6月期 2Q累計



※免税全体(前期比159.2%)

- 韓国(同125.5%)
- 台湾(同144.5%)
- 中国(同155.2%)
- ASEAN(同151.3%)
- 他(同244.0%)
- 米国(同275.1%)

# DS事業：各戦略の進捗（顧客獲得・PB/OEM・インバウンド）

## □ 若年層囲い込みに向けたマーケティング施策を推進。majica会員は1,600万人を突破。

- ✓ 上期累計majica提示率は48.3%(前期比+4.3pt)と会員限定価格による囲い込みなどにより伸長。
- ✓ 「ド学割」→「U24マジ割」と名称変更し、手順の煩わしさやアプローチ間口を広げることで更なる若年層拡大を目指す。※若年層人口比率21.1%(前期末比+1.0%)
- ✓ 若年層だけでなく未開拓のα世代に向け、SNSで話題のお菓子を展開。約3週間で売上1億円を達成し、新たな客層の開拓に手応え。

### ▶ U24マジ割(若年層施策)



## □ PB/OEMはOEM化や新たな販促アプローチ、商品開発力向上などにより予算通りに進捗

- ✓ 新たなアプローチとしてOEMプロテインを実験的に「店内自動販売機」で展開。顧客ニーズを捉え、取り扱い店舗は売上倍増に。
- ✓ 「卵かけ風ごはんのタレ」はSNSでバズりながらも、単品で免税構成比が30%を超える等、免税・非免税双方にアプローチが可能な商品開発が進行しており、免税内PB構成比は12.6%(前期比+3.4pt)と拡大。
- ✓ 理美容家電「mical」を開発。導入後好調に推移しており、SNSやネット、店頭販促を強化し、親和性が高い客層へ更なるアプローチを図る。

### ▶ プロテイン自販機 ▶ 卵かけ風ごはんのたれ



## □ 免税売上は当社の強みを活かし、為替変動が大きい局面でも底堅く伸長

- ✓ 「majicaGlobal」アプリを今期リリース予定。
  - 多言語マジボイスやクーポン、国籍別の商品ランキングなど、顧客のニーズに応えた様々な要素を取り入れ、インバウンド需要に対しても顧客接点を増やし、「訪日客にとって最も都合の良い店」の実現をめざす。

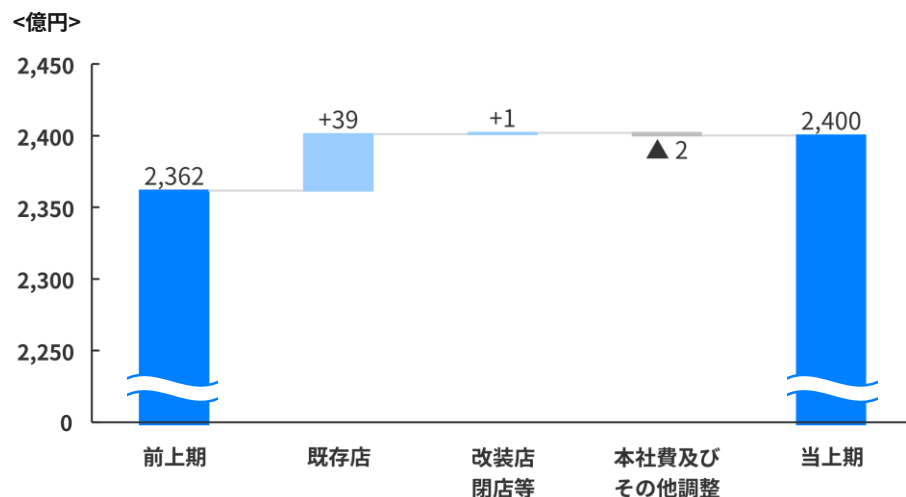
### ▶ majica Globalの主な機能



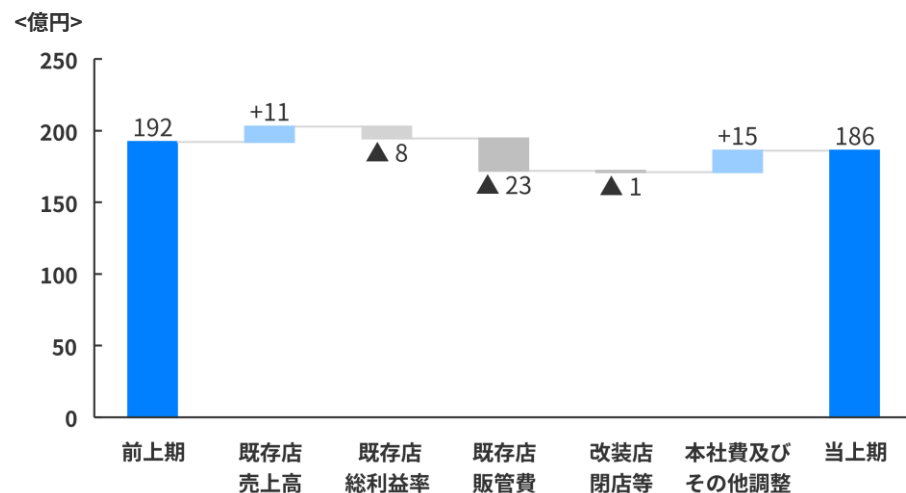
- 多言語マジボイス  
商品のリアルな評価と口コミで「話題性・安心感」
- クーポン機能  
ドンキの買い物を更にお得にする「割安感」
- トレンド・ランキング  
何を買ったらいいかわかる「品揃え・利便性」



## 2025年6月期上期 売上高増減



## 2025年6月期上期 営業利益増減



価格戦略の方針変更により1Qは営業利益63億円(前期比▲9億円)と減益するも、2Qでは123億円(同+3億円)と増益。下期以降は、さらなる客数獲得に向け、各種取り組みを強化。

- ✓ 既存店売上は前期比101.8%。
  - 売上は食品や消耗品の価格戦略により前年を上回る。
  - 既存店客数は前期比101.1%、2Qは1Qより改善するも計画を下回る。
- ✓ 既存店粗利率は27.1%(前期比▲0.4%)。
  - 価格戦略により、想定通り前年を下回るも、新規で取り組んだ季節家電が夏物・冬物共に伸長し、粗利率改善に寄与。
  - PB/OEM売上は610億円(前期差+61億円)と伸長。
- ✓ 販管費は前期比101.4%に抑制。
  - 水光熱費や、集客戦略であるmajica関連販促の強化と賃金上昇といった増加要因に対し、人員の適正配置や生産性改善を推進したことにより予算内で推移。
- ✓ **価格戦略の取り組みについて**
  - 既存顧客の来店回数や購入金額は向上。
  - 下期以降、現行の価格戦略を再構築して、更なる顧客獲得に向け取り組みを推進する。
    - ・新規顧客獲得のため「マジ価格」や「価格総選挙」にて、更に踏み込んだ価格を実現していく。

# UNY事業：24年10月より非食品改革開始。手応えあり。

## □ 30年6月期、営業利益+100億円(24年6月期比)に向けた改革

- ✓ 頻度品は競合対抗を徹底。価格戦略による来店回数向上と新規顧客獲得。
  - 売上上位20%のSランク中心とした400SKUの価格対抗により、ヘビーユーザーのアプリ会員126万人に安さのアピール成功。来店回数116%に向上。
- ✓ 生鮮の店舗仕入れ強化による競合との差別化と一次商圏の人気回復。
  - 火曜特売など従来企画もさらにパワーUPで企画売上113%に伸長。
- ✓ 全MDで未導入商品のトライアル導入を進め顧客層拡大と収益向上を目指す。
  - 先行29店舗で実験開始し、12月の客数103.6%に伸長。

## □ モデル店舗事例 千代田橋店「衣・食・住」MDから脱却

- ✓ 古い「衣・食・住」の思考から脱却。美・癒し・遊・時短など顧客の生活シーンから想起された品揃えと提案を実施。新規顧客ニーズを取り込む。
  - 日用消耗品・家庭用品では、安眠追求の寝具、ダイエットプロテイン、プロ仕様のシャンプーまで積極的に導入。
  - 衣料・服飾コーナーでは短期のキャラクターイベント、ブランド催事など、動きのある買い場で食品以外のスペースに誘客を図る。
- ✓ 単品拡販と変化のある買い場（サムシングニュー）の実現
  - 低回転商品撤去による回転率と作業効率の向上。PPIH流自由演技スペースの拡大により作業効率向上、トレンド商品の投入余地創造による売上粗利貢献、この繰り返しにより人気向上につながる「サムシングニュー」がある買い場を目指す。
- ✓ 12月の改装後店舗売上は、前年同期比109.8%となり、ユニー既存店の売上前期比103.5%を大きく上回る。

▶千代田橋店 改装後



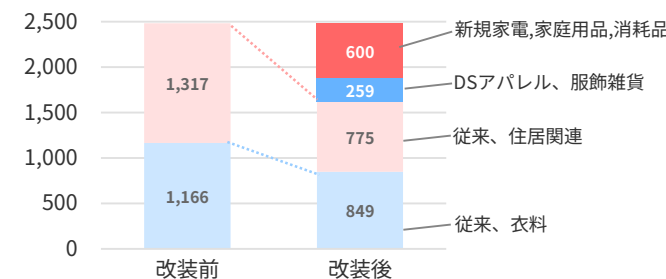
- 空間を商品で満たし、多くの商品が一望でき、買い物の楽しさを演出。
- 価格優位性を大きくアピール、お得感を直截的に感じられる販促に。



- SKUを厳選し顧客へ、お買い得感がある「オススメ」商品を提案。
- 商品の特性別に選ばれた理由を表現、一目で商品を選べるように演出。

▶千代田橋店 非食品カテゴリー別坪数

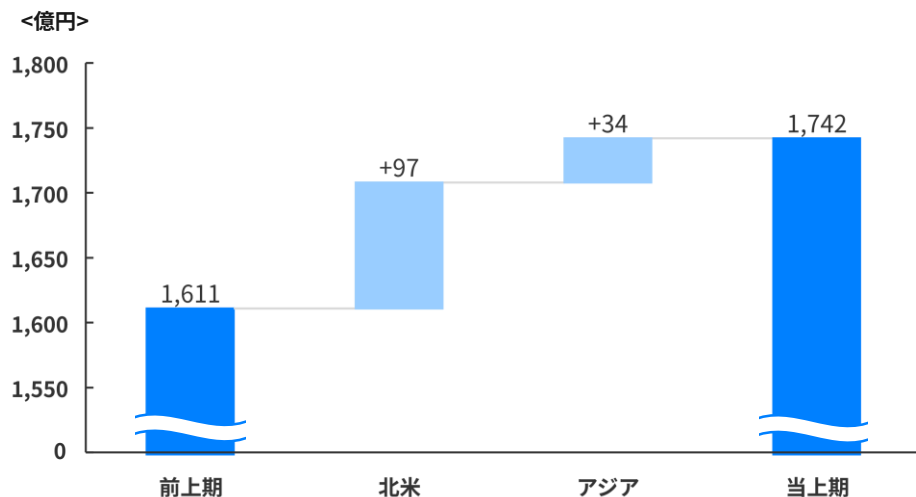
全体2,483坪中、859坪(34.6%)を新規棚割りに改装



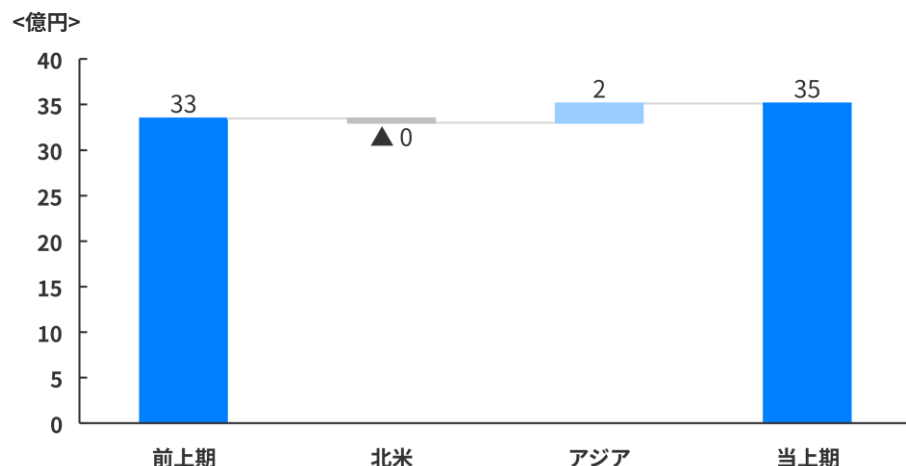
▶千代田橋店 12月上売・客数前年同期比

	千代田橋店	ユニー既存店	差
売上	109.8%	103.5%	+6.3%
客数	104.6%	101.8%	+2.8%

## 2025年6月期上期 売上高増減



## 2025年6月期上期 営業利益増減



アジア事業は減益から増益基調に転じ、通期計画に対して予算通りに推移。北米事業は想定外の影響により通期計画を下方修正。

### ■アジア事業

- ✓ 営業利益は1Qで底打ち、2Q以降で増益基調となり改善の兆しが見えてきた。通期計画を達成見込み。
- ✓ 売上高は客点数減により既存店は前年割れも、低迷していた香港が後半から客数が復調傾向。
- ✓ 販管費率は、店舗やバックオフィスなどの販管費コントロールが効いてきたことで前年を下回る。
  - エリア別ではタイに続き、香港の客数が復調傾向。一方、シンガポール、台湾が計画に対して進捗に遅れ。

### ■北米事業

- ✓ MarukaiCAは営業時間の延長やEBT<sup>※</sup>の取扱い開始により、売上伸長し、既存店で営業利益率13%が継続。出店に向けた戦略的投資を進める。
- ✓ Gelson'sはロス削減による総利益改善や、既存店の販管費コントロールの浸透により、2Qまで予算通りに推移。
- ✓ 南カリフォルニアの火災による店舗焼失▲15億円、ハワイのシステム障害▲10億円、グアム苦戦▲15億円などの影響により、通期予想を▲40億円下方修正。
- ✓ 早急なオペレーション改善や新店の収益化により、来期は増益を見込む。

※ EBT：政府からの給付金を電子的に受け取る仕組み

※.1 北米はDQ USA、MARUKAI、QSI、Gelson's、Guamの各社を単純合計して記載。実績についてはGelson's以外は2024年4月～2024年9月、Gelson'sは2024年7月～2024年12月の累計。

※.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2024年4月～2024年9月の累計。

※.3 Gelson'sの営業利益は、のれん償却費（当上期19億円、前上期18億円）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)

	24年6月	24年12月	
	金額	金額	増減額
<b>流動資産</b>	<b>5,134</b>	<b>5,891</b>	<b>757</b>
現金	1,727	2,029	302
割賦売掛金	573	653	79
商品	1,990	2,295	305
<b>固定資産</b>	<b>9,850</b>	<b>9,751</b>	<b>▲99</b>
建物等	3,087	3,007	▲80
土地	3,567	3,534	▲33
無形固定資産	946	944	▲2
敷金保証金	687	681	▲7
<b>資産合計</b>	<b>14,984</b>	<b>15,642</b>	<b>658</b>

(単位：億円)

	24年6月	24年12月	
	金額	金額	増減額
<b>流動負債</b>	<b>4,192</b>	<b>4,850</b>	<b>658</b>
買掛金	1,972	2,461	489
※1 短期有利子負債	493	717	225
<b>固定負債</b>	<b>5,322</b>	<b>4,950</b>	<b>▲372</b>
社債	1,911	1,908	▲3
長期借入金	2,247	1,849	▲398
<b>負債合計</b>	<b>9,514</b>	<b>9,800</b>	<b>286</b>
<b>純資産合計</b>	<b>5,470</b>	<b>5,842</b>	<b>372</b>
<b>負債・純資産合計</b>	<b>14,984</b>	<b>15,642</b>	<b>658</b>

※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：7,291億円 (64億円減)
  - ・ 出店などに関する投資：207億円
  - ・ 減価償却費：194億円

## <負債の状況>

- ▶ 有利子負債：4,473億円 (177億円減)

## <純資産の状況>

- ▶ 自己資本：5,729億円 (前期末比+364億円)
- ▶ 自己資本比率：36.6% (前期末比+0.8pt)

## <その他>

- ▶ ネットD/Eレシオ：0.43倍 (前期末比▲0.11倍)
- ▶ ROE：19.5%(年換算/前期末比+1.6pt)

✓ ROEは年換算で前期末比+1.6ptと増加。為替影響が限定的となり、当期純利益が前期を上回ったことが主要因。

# 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	2,462	1,872	▲590
営業活動CF	1,021	926	▲95
投資活動CF	▲438	▲223	215
財務活動CF	▲993	▲332	661
期中増減等	▲388	316	703
期末残高	2,074	2,188	113
フリーキャッシュフロー <sup>※1</sup>	583	703	120

※1.フリーキャッシュフロー = 営業活動CF + 投資活動CF

## ▶ 設備投資の状況

設備投資額	448	255	▲193
-------	-----	-----	------

### <営業CF：+926億円>

▶ 税金等調整前純利益854億円、仕入債務の増減額499億円、減価償却費等240億円などが増加要因になる一方、棚卸資産の増減額314億円、法人税等の支払額260億円などが減少要因に。

### <投資CF：▲223億円>

▶ 有形固定資産の取得が193億円、無形固定資産の取得58億円などが減少要因に。

### <財務CF：▲332億円>

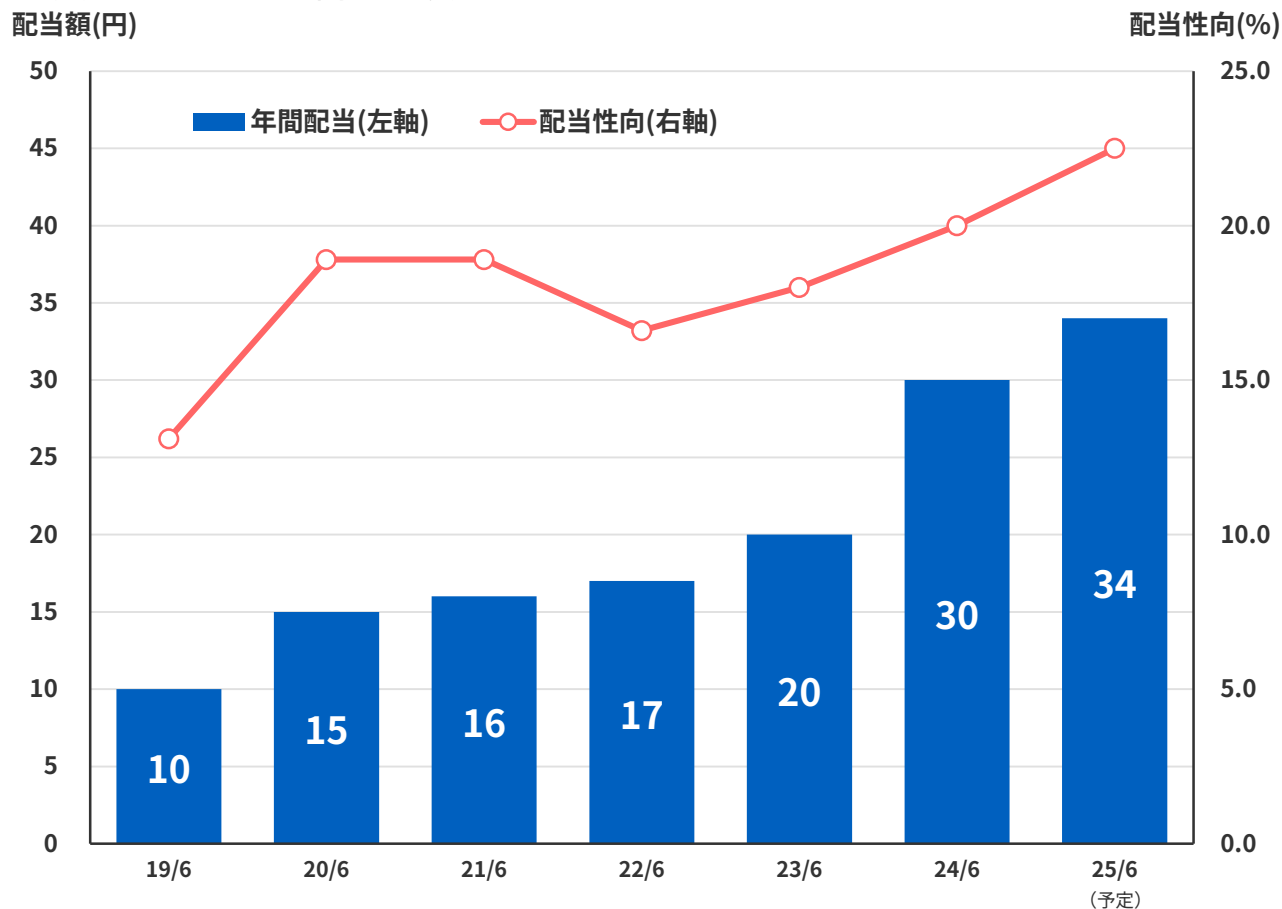
▶ 長期借入れによる収入400億円などが増加要因になる一方、長期借入金の返済による支出571億円、配当金の支払い149億円などが減少要因に。

### <当期設備投資の内訳>

▶ 国内DS事業約85億円、UNY事業約37億円、海外事業約53億円、金融事業約16億円、IT投資45億円、その他約19億円。

## 配当金について

- ✓ 25年6月期は上期9円（前期比+4円）とし、通期では22期連続増配となる**34円(前期比+4円)への増配**を見込む。
- ✓ “累進的配当政策”を基本に、**配当性向25%**とすることを意識し、成長投資と株主還元の両立に努める。

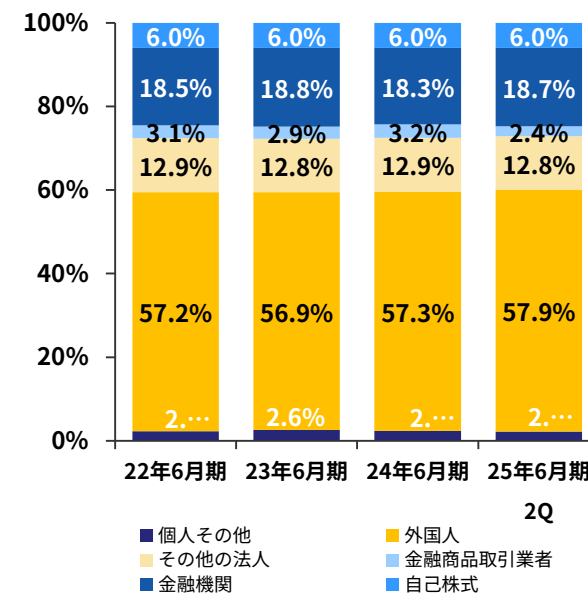


※当社は、2015年7月1日付で普通株式1株につき2株、2019年9月1日付で普通株式1株につき4株の株式分割を行っています。  
 ※過年度につきましては、遡及修正した数値を反映しています。

## 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およ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



# サステナビリティ経営の推進①【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評価機関の評価を活用し、高評価獲得とインデックス採用にも繋げる。

## 25年6月期 2Qにおけるサステナビリティ面の主な取り組み

### 人的資本経営

#### ◆PPIHグループ メイト活躍目標策定

当社グループでは、お客さまのニーズを最も理解したメイト(パート・アルバイト)による地域に根差した店づくりが、顧客の支持率向上に不可欠と考え、メイト活躍目標を策定しました。メイト一人ひとりの成長・成果が評価され「当社グループで働くことが楽しい、さらに挑戦したい」と感じてもらえることが重要と考えており、そのための環境づくりや取り組みを推進してまいります。



メイト 30年6月期までメイトのMDプランナーを毎年新規で200人輩出  
活躍目標 (対象法人：ドン・キホーテ、長崎屋、橘)

※メイトのMDプランナーとは、店舗における担当カテゴリーの数値目標の設定や商品発注、販売、数値分析、管理業務までの全てに責任と権限を持ち、半期に1度賞与が支給されるメイトを指します。

#### ◆海外人財の採用強化

当社グループでは、海外での事業展開をさらに加速させるため、グローバルで活躍できる人財の採用を行っており、2024年11月にはボストンで開催された「ボストンキャリアフォーラム」に参加しました。



### CO<sub>2</sub>排出量の削減

#### ◆再生可能エネルギーの調達推進

オンサイトCPPAを活用し、MEGAドン・キホーテUNYの計4店舗において、店舗の屋根に太陽光発電設備を設置。4店舗で年間約698トンのCO<sub>2</sub>排出量削減を見込んでいます。

※累計26店舗・1拠点で再生可能エネルギーを活用



### 持続可能な商品調達

#### ◆第三者CSR監査とセルフチェックアンケート(SAQ)の実施

人権・環境に配慮した商品調達を推進するため、PB/OEM商品の製造を委託するお取引先さま・工場を対象に、第三者CSR監査(39件)とSAQ(159件)を実施。

3Q以降は監査・SAQの結果に基づき、お取引先さまを対象とした研修会を実施する予定です。また、監査・SAQの結果はサステナビリティサイトへの開示を検討しております。

■24年6月期の統合レポート・ESG Databookを発行しました

統合レポート : <https://ppih.co.jp/ir/library/annual/>

ESG Databook : <https://ppih.co.jp/sustainability/esgdatabook/>



# サステナビリティ経営の推進②【主要データ】

	2030年目標	単位	2022年6月期	2023年6月期	2024年6月期
<b>環境</b>					
<b>CO<sub>2</sub>削減</b>					
CO <sub>2</sub> 排出量 Scope 1 & 2	店舗から排出するCO <sub>2</sub> 排出量	t-CO <sub>2</sub>	522,868	512,505	510,253
Scope 1 & 2 CO <sub>2</sub> 排出量削減割合	(Scope1・2)を 2013年度比50%削減	%	16.0	20.3	26.0
CO <sub>2</sub> 排出量 Scope 3 ※1		t-CO <sub>2</sub>	5,419,783	5,582,110	6,030,707
<b>プラスチック削減</b>					
プラスチック使用量	顧客サービスで使用する プラスチック使用量を 2019年度比70%削減	t	2,669	2,539	2,407
プラスチック使用量削減割合		%	57.8	61.2	65.8
<b>社会</b>					
<b>人的資本</b>					
メイトのMDプランナー数 ※2	メイトのMDプランナーを 毎年新規で200人輩出	人	-	-	166
<b>女性活躍</b>					
女性店長人数	女性店長100人	人	26	31	39
女性離職率	女性社員の離職率を5%まで低減	%	8.8	9.7	7.6
<b>ガバナンス</b>					
取締役の人数		人	12	11	15
女性取締役の割合		%	8.3	9.1	13.3
独立社外取締役の割合		%	33.3	36.4	33.3
取締役の平均年齢		歳	54.4	56.4	53.1

●データ算出期間：環境・社会の内、CO<sub>2</sub>排出量(Scope3は一部)とプラスチック使用量は行政年度(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2022年9月末、2023年9月末、2024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

※1：2024年6月期のScope3の排出量は速報値

※2：新規目標のため、参考値として直近の24年6月期に在籍するメイトのMDプランナー人数を掲載しています



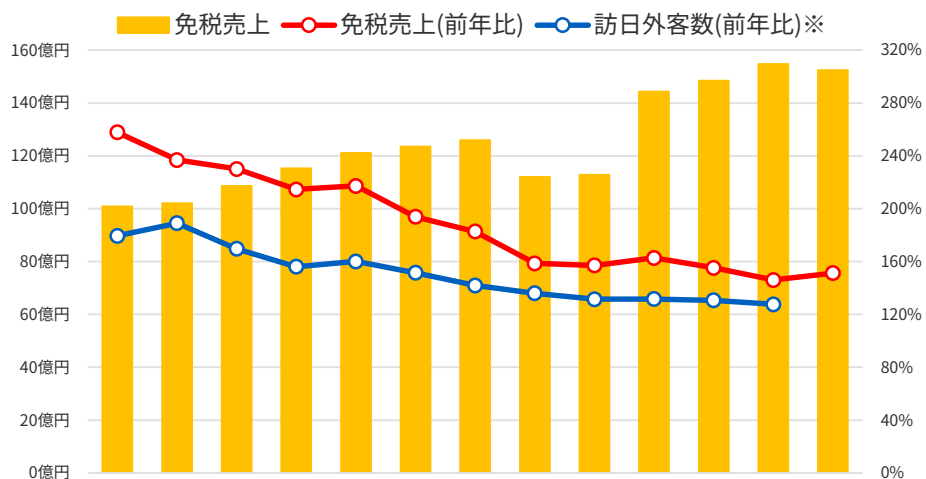
# (参考) 国内DS／UNY事業の1月概況速報

国内リテールは、両事業ともに売上・客数が前年を上回る。初売りや福袋の展開に加え、CM放映やmajicaアプリ会員限定のキャンペーンを実施したことで月初から好調に推移。中旬から後半にかけては、継続施策であるマジ価格などにより、食品や日用消耗品が売上を牽引。

## ▶ 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
<b>国内計</b>	105.6	103.9	108.0	105.8	105.9	106.7
<b>DS</b>	106.9	106.2	109.2	106.6	107.3	108.2
<b>UNY</b>	101.8	97.0	104.5	103.5	101.9	102.2

## ▶ 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

## ■ DS事業

- ✓ 正月休暇を利用したインドアの娯楽や趣味の需要を捉え、ホビー関連、コレクターズアイテムなどが貢献。
- ✓ 初詣や成人式など新年のイベント需要を背景に、化粧品やカラコン、インスタントカメラなどが伸長。
- ✓ 体調管理や美容、体型維持を意識したフィットネスやトレーニング用品に加えて、健康食品やプロテイン、サプリメントが寄与。

## ■ UNY事業

- ✓ 新年の家族や親戚の集まりに合わせて生鮮品を中心に好調で、特に惣菜や寿司の売上が貢献。
- ✓ 非食品は、先行導入エリアを中心に品揃えを強化しているカテゴリーが売上に寄与。
- ✓ 洗剤、ボディソープなど日用消耗品や特撮モノの玩具、炊飯器やドライヤーといった家電商品、寝具の機能性マットレスなど、幅広いカテゴリーで伸長。

# Appendix

# 第2四半期 事業別情報

【期間：2024年10月1日～2024年12月31日】

(単位：億円)

	DS事業			UNY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	3,360	3,704	344	1,236	1,257	20	205	217	12	629	663	34	▲47	▲60	▲13
売上総利益	932	1,040	108	442	439	▲3	77	81	3	233	251	18	44	61	17
売上総利益率	27.7%	28.1%	0.4pt	35.7%	34.9%	▲0.8pt	37.6%	37.1%	▲0.5pt	37.1%	37.9%	0.8pt	-	-	-
販管費	674	726	52	321	315	▲6	75	76	1	218	233	15	13	35	22
営業利益	258	314	56	120	123	3	2	5	3	15	19	4	31	26	▲5
営業利益率	7.7%	8.5%	0.8pt	9.7%	9.8%	0.1pt	0.9%	2.2%	1.3pt	2.3%	2.8%	0.5pt	-	-	-
EBITDA	288	346	58	141	149	7	12	11	▲1	38	43	5	61	61	▲0
EBITDAマージン	8.6%	9.3%	0.8pt	11.4%	11.8%	0.4pt	5.8%	4.9%	▲0.9pt	6.1%	6.5%	0.4pt	-	-	-

【期間：2024年7月1日～2024年12月31日】

(単位：億円)

	DS事業			UNY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	6,605	7,249	644	2,362	2,400	39	401	435	34	1,210	1,307	97	▲102	▲105	▲3
売上総利益	1,802	2,039	237	826	829	3	151	162	11	453	496	43	78	114	36
売上総利益率	27.3%	28.1%	0.8pt	35.0%	34.5%	▲0.5pt	37.7%	37.1%	▲0.6pt	37.4%	38.0%	0.6pt	-	-	-
販管費	1,355	1,455	100	634	643	9	148	157	9	422	466	44	▲4	22	26
営業利益	448	585	137	192	186	▲6	3	5	2	31	30	▲0	82	92	10
営業利益率	6.8%	8.1%	1.3pt	8.1%	7.8%	▲0.3pt	0.7%	1.1%	0.4pt	2.5%	2.3%	▲0.2pt	-	-	-
EBITDA	505	648	142	234	233	▲1	22	19	▲3	77	78	1	141	162	21
EBITDAマージン	7.7%	8.9%	1.3pt	9.9%	9.7%	▲0.2pt	5.5%	4.3%	▲1.2pt	6.3%	6.0%	▲0.4pt	-	-	-

※.1 北米はDQ USA、MARUKAI、QSI、Gelson's、Guamの各社を単純合計して記載。Gelson's以外は2024年4月～2024年9月、Gelson'sは2024年7月～2024年12月の累計。

※.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2024年4月～2024年9月の累計。

※.3 Gelson'sの営業利益は、のれん償却費(当2Q10億円、前2Q9億円、当期累計19億円、前期累計18億円)を控除後の数値で算出。

※.4 EBITDA = 営業利益 + 減価償却費(有形固定資産) + 減価償却費(無形固定資産) + 株式報酬

# 第2四半期 連結事業別業績概況

【期間：2024年7月1日～2024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
<b>国内ディスカウント事業</b>	<b>6,383</b>	60.9%	<b>7,000</b>	62.0%	<b>+9.7%</b>
家電製品	459	4.4%	479	4.2%	+4.4%
日用雑貨品	1,704	16.3%	1,954	17.3%	+14.7%
食品	2,845	27.2%	3,037	26.9%	+6.7%
時計・ファッション用品	844	8.1%	931	8.2%	+10.4%
スポーツ・レジャー用品	428	4.1%	489	4.3%	+14.3%
その他	103	1.0%	111	1.0%	+7.1%
<b>国内U N Y事業</b>	<b>2,105</b>	20.1%	<b>2,179</b>	19.3%	<b>+3.6%</b>
衣料品	227	2.2%	222	2.0%	▲2.2%
住居関連品	347	3.3%	360	3.2%	+3.7%
食品	1,529	14.6%	1,592	14.1%	+4.2%
その他	2	0.0%	5	0.0%	+154.4%
<b>海外事業</b>	<b>1,601</b>	15.3%	<b>1,724</b>	15.3%	<b>+7.7%</b>
北米事業	1,201	11.5%	1,291	11.4%	+7.5%
アジア事業	400	3.8%	434	3.8%	+8.4%
<b>その他事業<sup>※1</sup></b>	<b>388</b>	3.7%	<b>382</b>	3.4%	<b>▲1.6%</b>
<b>合計</b>	<b>10,476</b>	100.0%	<b>11,286</b>	100.0%	<b>+7.7%</b>

※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：2024年10月1日～2024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
<b>販 管 費</b>	1,302	24.2%	1,384	24.0%	+6.4%
給 与 手 当	488	9.1%	508	8.8%	+4.2%
地 代 家 賃	155	2.9%	157	2.7%	+1.1%
支 払 手 数 料	161	3.0%	174	3.0%	+8.5%
減 価 償 却 費	94	1.7%	99	1.7%	+6.0%
水 道 光 熱 費	69	1.3%	80	1.4%	+16.6%
そ の 他	336	6.2%	365	6.3%	+8.9%

【期間：2024年7月1日～2024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
<b>販 管 費</b>	2,555	24.4%	2,742	24.3%	+7.3%
給 与 手 当	963	9.2%	1,012	9.0%	+5.2%
地 代 家 賃	308	2.9%	314	2.8%	+2.0%
支 払 手 数 料	311	3.0%	339	3.0%	+9.0%
減 価 償 却 費	183	1.7%	195	1.7%	+6.6%
水 道 光 熱 費	154	1.5%	188	1.7%	+22.1%
そ の 他	637	6.1%	693	6.1%	+8.9%

# 25年6月期出店状況

事業	業態	1Q			2Q			3Q			4Q			通期着地予定
		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		佐久平 (長野)	調布駅前 (東京)		小松島ルミア (徳島)	鶴見西口 (神奈川)		清水 (静岡)		2店舗	2店舗	6店舗	新規出店：26店 ※一部来期ヘスライド
海外 ※1	アジア		旺角MPM (香港)			桃園統領 (台湾)								新規出店：8店 ※2
	北米				カボレイ コモンズ (ハワイ)	PCHトランス (カリフォルニア)		DDD カボレイ (ハワイ)				1店舗		

※1. 海外法人については出店月で表記。

※2. Gelson's以外は2024年4月～2025年3月、Gelson'sは2024年7月～2025年6月の期間

# 店舗ネットワーク

## 国内リテール店舗数

	2023年 6月期	2024年 6月期	2025年 6月期	
			1Q	2Q
<b>ディスカウント事業</b>	<b>486</b>	<b>501</b>	<b>503</b>	<b>505</b>
ドン・キホーテ	250	262	264	267
MEGAドン・キホーテ ※1	140	143	143	143
(MEGA)ドン・キホーテUNY	63	62	62	62
小型業態 ※2	33	34	34	33
<b>UNY事業 ※3</b>	<b>131</b>	<b>131</b>	<b>131</b>	<b>131</b>
<b>国内合計</b>	<b>617</b>	<b>632</b>	<b>634</b>	<b>636</b>

## 海外店舗数

	2023年 6月期	2024年 6月期	2025年 6月期	
			1Q	2Q
<b>北米事業</b>	<b>65</b>	<b>65</b>	<b>66</b>	<b>66</b>
カリフォルニア	37	37	37	37
ハワイ	28	28	28	28
グアム			1	1
<b>アジア事業</b>	<b>36</b>	<b>45</b>	<b>46</b>	<b>46</b>
シンガポール	15	16	16	16
香港	9	10	10	11
タイ	6	8	8	8
台湾	2	5	5	5
マレーシア	3	4	5	4
マカオ	1	2	2	2
<b>海外合計 ※4</b>	<b>101</b>	<b>110</b>	<b>112</b>	<b>112</b>
<b>合計</b>	<b>718</b>	<b>742</b>	<b>746</b>	<b>748</b>



※1. 「MEGAドン・キホーテ」には、「NEW MEGA」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. 「UNY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。

## 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  
〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂 2-25-12 道玄坂通8F  
TEL : 03-6416-0418 FAX : 03-6416-0994  
e-mail : ir@ppih.co.jp

## IRカレンダー

第45期(2025年6月期) 第3四半期 決算発表(予定)

決算発表日 : 2025年5月14日(水)

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。



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂 2-25-12 道玄坂通8F  
TEL : 03-6416-0418 / FAX : 03-6416-0994 / e-mail: [ir@ppih.co.jp](mailto:ir@ppih.co.jp)  
<https://ppih.co.jp/>