

2025年6月期 決算業績説明資料

2025年8月18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 決算概況について

2 2026年6月期 業績目標について

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	145.31	151.40	149.97	161.14	108.04	112.11	4.12	4.16	18.57	19.34	4.63	4.74
当 期	152.60	149.53	148.97	144.82	114.01	111.55	4.40	4.41	19.58	19.22	4.70	4.51

※為替レートについて

P/Lは決算対象期間（Gelson's 2024年7月～2025年6月、Gelson's以外は2024年4月～2025年3月）の平均為替を使用、

B/SはGelson'sは2025年6月末、Gelson's以外は2025年3月末の為替を使用しています。

<25年6月期の振り返り>

「稼ぐ力＝変化対応力×顧客理解」 継続による成長

- 売上高は2兆2,468億円(前期比+1,517億円/+7.2%)と既存店を中心に国内リテールが成長。
 - ✓ アミューズメント体験の広がりや様々な国籍の訪日客ニーズを捉えた免税売上高の伸長や、国内外で33店舗の新規出店、価格戦略を中心としたマーケティング戦略、PB/OEMの伸長、季節品やトレンド商品などが好調に推移し、国内・海外ともに増収。
- 営業利益は1,623億円(同+221億円/+15.8%)、営業利益率は7.2%(前期比+0.5pt)とコストインフレ継続の中、営業利益率のベースが向上。今後の成長戦略の土台へ。
 - ✓ 売上総利益：独創性のある商品開発、定番商品のOEM化や専売品への取り組みなどメーカーとの協業が進捗したPB/OEM伸長や、免税構成比拡大により粗利率が改善。価格への再投資をしている中で収益性はさらに向上。
 - ✓ 販管費：人件費や水光熱費の増加、免税関連コストなど様々な費用が増加する中でも、売上高の伸長や生産性の改善が貢献し、販管費率は前年を下回る。
- 当期純利益は905億円(同+18億円/+2.0%)と、為替影響や減損損失が大きい中でも伸長。

<長期経営計画について>

- 新経営陣による、長期経営計画「Double Impact 2035」を発表。成長投資を加速させ、飛躍の10年へ。「稼ぐ力」は成長への確信となり、「新・稼ぐ力」へと進化。
 - ✓ 「新・稼ぐ力」＝TAM(成長機会)×実現する仕組み×人・能力

2025年6月期 決算概況について

25年6月期 決算数値報告

【期間：2024年7月1日～2025年6月30日】

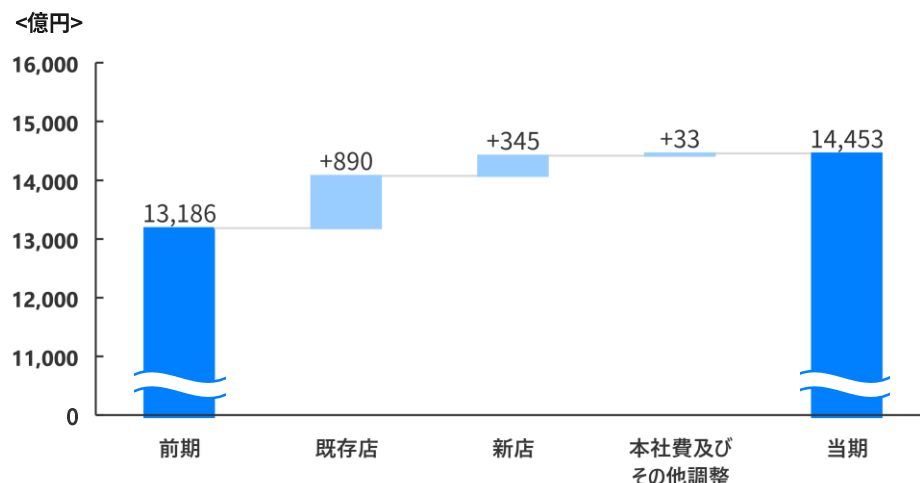
(単位：億円)

	前期実績	当期実績			従来予想	
	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	20,951	22,468	+1,517	+7.2%	22,200	+1.2%
売 上 総 利 益	6,629 (31.6%)	7,167 (31.9%)	+538	+8.1%	7,120 (32.1%)	+0.7%
販 管 費	5,227 (24.9%)	5,544 (24.7%)	+317	+6.1%	5,570 (25.1%)	▲0.5%
営 業 利 益	1,402 (6.7%)	1,623 (7.2%)	+221	+15.8%	1,550 (7.0%)	+4.7%
経 常 利 益	1,487 (7.1%)	1,585 (7.1%)	+98	+6.6%	1,508 (6.8%)	+5.1%
当 期 純 利 益	887 (4.2%)	905 (4.0%)	+18	+2.0%	900 (4.1%)	+0.6%
1 株 当 た り 純 利 益	148.64円	151.59円	+2.95円	+2.0%	150.74円	+0.6%
E B I T D A	1,866 (8.9%)	2,105 (9.4%)	+239	+12.8%	-	-

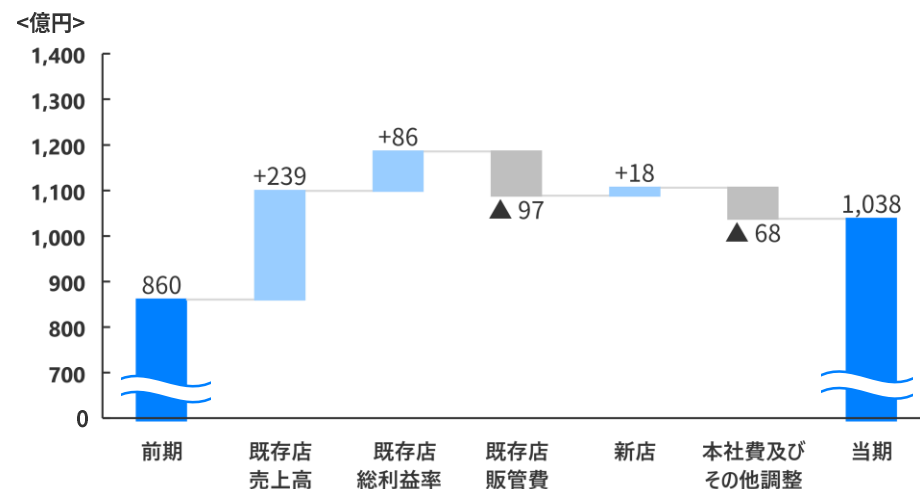
※設備投資等の影響を除いた静的な利益評価額として、今期よりEBITDAを開示

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 売上高増減



2025年6月期 営業利益増減



DS事業単体で初の営業利益1,000億円を達成。営業利益率は7.2%まで向上。インフレや顧客ニーズの変化など様々な環境変化を免税や価格戦略を中心としたマーケティング、新規出店やPB/OEMなど、それぞれが奏功し大きく伸長。成長戦略は大きな飛躍を続けることで中長期的な成長基盤へ進化。

- ✓ 既存店売上は前期比107.1%と、期末時点において37か月連続で前年を上回り、力強い成長を続ける。
 - 免税売上は豊富な品揃えやアミューズメント性といった強みが発揮したことに加え、SNSや口コミを通じて多数の国籍需要を捉えたことで大きく伸長。
 - 非免税売上は102.9%と、価格感度の高まりに対してマジ価格を中心とした価格戦略が奏功し、食品や日用消耗品が伸長。また、季節品が好調だったことやトレンドを捉えたMD戦略により非食品が伸長。
- ✓ 総利益率は27.9%(前期比+0.5pt)とさらに改善。
 - PB/OEM売上は3,170億円(前期比128.8%)と伸長。国内外に向けた商品開発や、OEM転換戦略を進めたことで、さらに収益性が向上。
- ✓ 販管費率は20.7%(前期比▲0.1pt)と免税関連コストや従業員還元強化に加え、増資影響などの販管費増加要因があるも、売上の伸長や生産性の改善により前年を下回る。

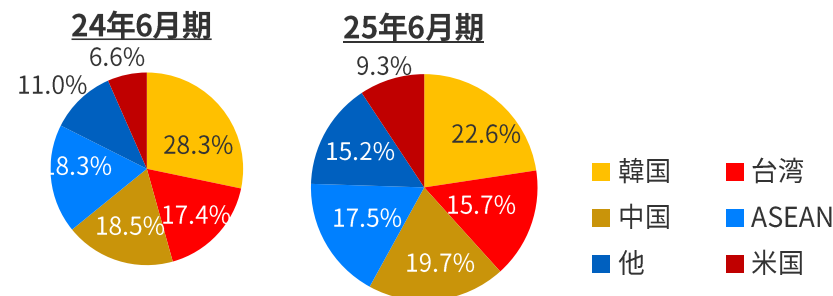
※長期経営計画7,9,11,12,14,17,18 ページで詳細を説明

DS事業：成長戦略の進捗（インバウンド・PB/OEM）

- インバウンド：訪日客数増加、顧客ニーズの多様化に対し、店舗ごとのMD戦略やニーズに沿った商品開発などにより人気向上したことで、さらに多くの客数・国籍の顧客が来店。客数シェア率は24.7%(前期比+2.3pt)と向上。結果、免税売上は通期累計1,742億円(前期比148.6%)と、過去最高の売上を達成。名実ともに「絶対王者」へと歩みを進め、中核の事業戦略としてさらなる成長を図る。

- ✓それぞれの国に合わせてプロモーションを強化。旅行会社・航空会社との連携を強化し、集客に貢献。
- ✓店頭での商品問い合わせが多く、試験的に一部の旗艦店でAI商品検索システムを導入。顧客の利便性が向上するとともに、接客時間の削減となり、生産性改善に寄与。
- ✓2025年7月は154億円（前期比122.7%）と、特定の国籍に依存せず、他社と比較しても遥かに多くの国籍ニーズを捉え続けたことで、引き続き成長。

▶ 国籍別免税売上高構成比



- PB/OEM：定番棚をOEM化させる転換戦略や、価格や機能といった顧客ニーズを捉えた商品開発の幅が広がり、PB/OEM売上は通期累計3,170億円(前期比128.8%)、売上構成比22.8%(前期比+3.5%)と収益性向上に貢献。26年6月期計画4,000億円の達成に向けて、スイッチングによる収益性の改善や「NPB」[※]の開発など、成長戦略を推進する。

- ✓定番棚OEM転換は先行導入した商品が好調。26年6月期はさらに商品数を増加させ、上積みを作る。
- ✓PB/OEMの開発余地拡大の新たな戦略として、「NPB」化を推進。NBメーカーと強力タッグを組み、「NBのブランド力と当社のユニークなチャレンジ力」を兼ね備えたNPB開発を進めることで、コスト低減や商品ラインナップの差別化を図り、売上を拡大させる。

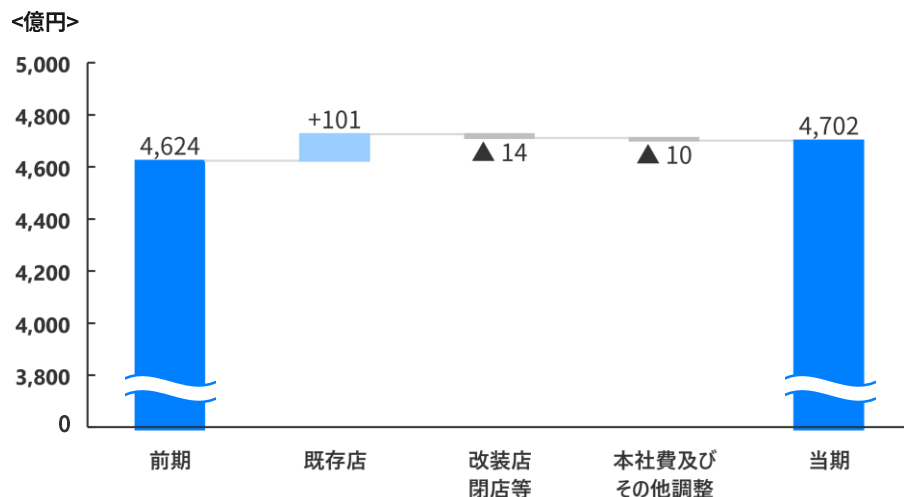
▶ パートナー協業品「スーパーゴリラのひとつかみ」



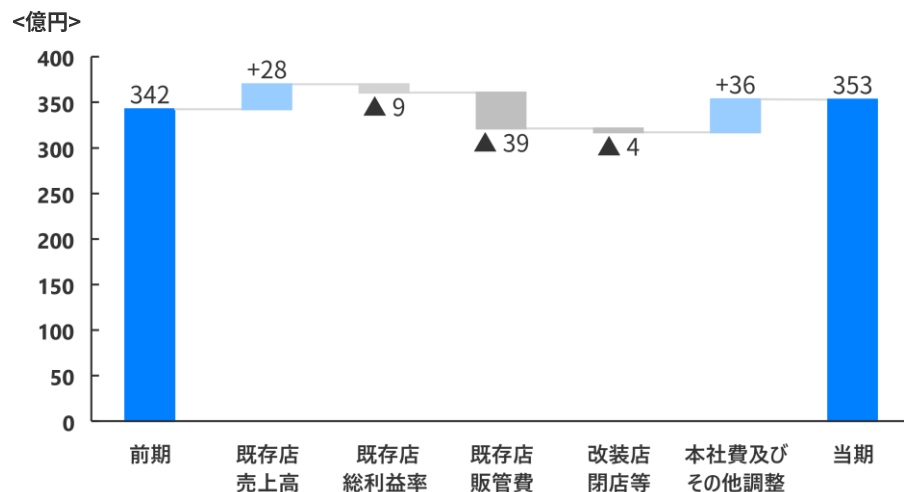
- ✓各パートナーとの協業を推進。ニーズを捉えた商品開発によりヒット商品に。
- ✓海外SNSで話題となり、インバウンドのニーズも捉えたことで免税売上の上位に食い込むほどの商品に成長。

※長期経営計画9,11ページで詳細を説明

2025年6月期 売上高増減



2025年6月期 営業利益増減



PPIHグループの人財・商品の連携が本格的に稼働し、DSの成功事例の導入が加速した非食品改革は進行期に収益に貢献へ。一方、客数の改善に一定寄与した価格戦略は中小型店舗において課題が残り、大きな改革を意思決定。

✓ 既存店売上高は前期比102.4%と改善。

- 食品は、品揃えを変更した菓子の伸長、産地直送品の増に加え、米類の特需もあり好調。majica会員限定施策のマジ価格などPPIH共通販促施策が効果的だった。
- 非食品強化戦略は、先行店舗の成功事例として家電製品やキッチン雑貨が売上に貢献。新MDの導入が成功。
- 客数は前年比100.9%と価格戦略を強化し改善基調に。さらに改善をするため、中・小型店については「人気」をキーワードにした抜本的な改革[※]を行っていく。

✓ 既存店粗利率は26.9% (前期比▲0.2pt) も想定内。

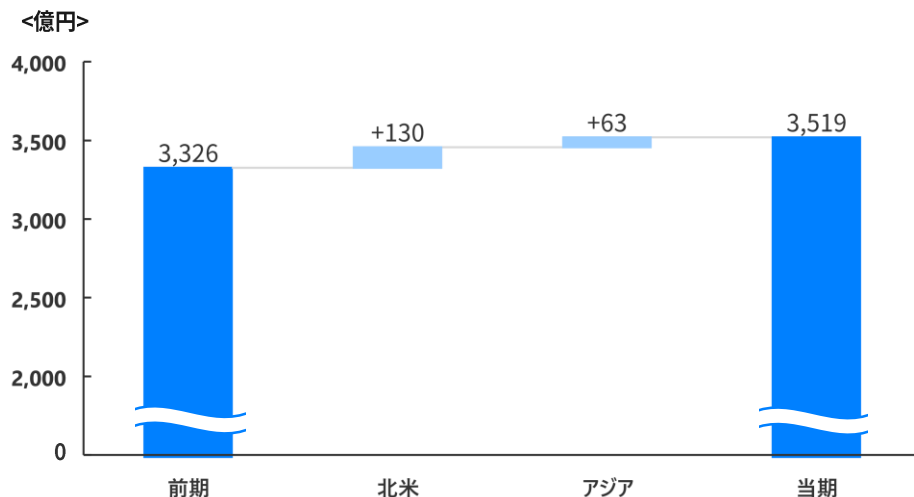
- PB/OEM売上は1,207億円(前期比109.8%)と伸長したことや、キャラクターグッズや季節家電などの非食品の売上拡大が粗利率に寄与。

✓ 販管費は前期比99.6%とコストコントロールに成功

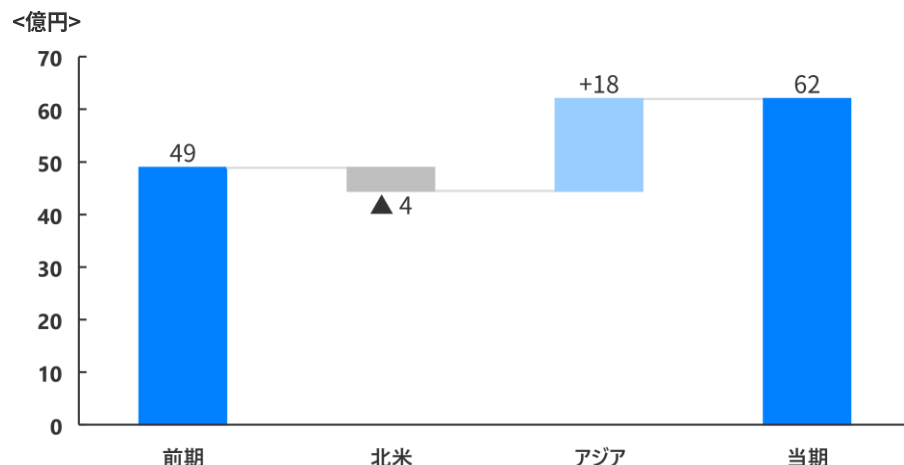
- 権限委譲を受けたミリオンスター支社長による生産性改善や、グループ会社間での人員配置の適正化が進んだことが奏功。

※長期経営計画20,21 ページで詳細を説明

2025年6月期 売上高増減



2025年6月期 営業利益増減



海外事業は営業利益率1.8%と低迷。コロナ禍における事業判断の遅れやその後の戦略方針転換の苦戦に伴い、減損損失を計上。進行期はコンセプトの再定義の構築とオペレーションの安定化を推進し、今後の成長への一步を踏み出す。

✓ アジア事業：営業利益の計画を達成。

- 営業利益は21億円（前期差+18億円）と増益。アジア全体で人員の適正化や業務内製化など、生産性改善を進めたことにより、販管費率が前期比▲2.7ptと大きく下回る。
- 売上は下期以降に改善傾向となり、タイ・香港・マカオが数値牽引。現地企業との商談によるスポット商品の仕入れや驚安施策の推進で一定の効果も、継続的伸長が課題。
- シンガポールや台湾は遅れが取り戻せず、計画未達成となったが、他エリアの成功事例を導入し、改善を図る。

✓ 北米事業：中間決算で下方修正した計画を上回って着地。

- MarukaiCAは前期からの季節に合わせたMD戦略、催事イベントに加え、営業時間の延長、EBTの取扱い開始など様々な営業戦略の奏功により、客数前年比+8.6%と人気伸張が継続したことで計画を上回る。
- Gelson'sは火災による店舗焼失後にロイヤル顧客が周辺店舗に来店したことによる売上高伸長、期初からのロス改善と人件費管理が継続したことで期初計画を上回る。
- Hawaii、Guamはインフラの改善などによるオペレーション安定化とローカルニーズに対応したMD構築が課題。

※.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～2025年3月、Gelson'sは2024年7月～2025年6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～2025年3月の累計。

※.3 Gelson'sの営業利益は、のれん償却費（当期累計37億円、前期累計37億円）を控除後の数値で算出。

アジア事業：“驚安商品”で人気回復・“トレンド商品”で若年層の顧客獲得

- 顧客の心をつかむプライシング戦略の遅れや変化が少ない商品構成をギャップと捉え、現地企業からのスポット仕入れをマンスリーで実施し、絶対的な安さ“驚安商品”の展開を強化。さらには、トレンド商品戦略も来店動機につなげ、未来に向けた基盤づくりを進める。▶ 価格戦略展開例

- ✓ 既存店の客数前期比はタイ111.5%、香港101.2%と現地メーカーや問屋との商談強化が客数改善に寄与。
 - タイ・香港は1,000SKU前後のスポット商品を展開したことで、サムシングニューを実現。効果に手応えあり。
 - アジア全体の取り組みとして、驚安商品の展開を継続することで来店動機を促し、人気回復をはかるため、継続的な現地企業との取り組み強化を図る。



- 26年6月期からは驚安による価格戦略に加え、事業コンセプト確立に向けて、最新の“トレンド商品”が揃う【トレンドストア】として進化し、さらなる新規顧客を取りにいく。

- ✓ 人気キャラクターグッズや日本＆韓国ブランドコスメなどトレンド商材の品揃えを強化したことや訪日外客の人気商品を戦略的な価格で展開したことが差別化となり売上に貢献。
 - 変化し続ける顧客ニーズに対応するため、顧客が求めるトレンド品を迅速に導入するMDサイクルの構築を図る。
- ✓ 現地顧客に向けたマーケティング調査を実施。顧客がDonDonDonkiに求めている「最新トレンド商品が揃う店」の構築に向けて、“Japan Trend”の品揃えを強化。
 - “JAPAN TREND INDEX”として日本の販売実績データを強みにランキングや導入経緯を可視化。
 - 常に日本の最先端トレンド商品が集まる店舗を構築。

▶ ランキング店頭展開例



主な資産・負債・純資産の状況

(単位：億円)

	24年6月	25年6月	
	金額	金額	増減額
流動資産	5,134	5,280	146
現金	1,727	1,720	▲ 8
割賦売掛金	573	577	4
商品	1,990	2,249	259
固定資産	9,850	9,830	▲ 19
建物等	3,087	2,957	▲ 130
土地	3,567	3,542	▲ 24
無形固定資産	946	1,036	89
敷金保証金	687	682	▲ 5
資産合計	14,984	15,110	126

(単位：億円)

	24年6月	25年6月	
	金額	金額	増減額
流動負債	4,192	4,416	224
買掛金	1,972	1,949	▲ 23
※1 短期有利子負債	493	770	278
固定負債	5,322	4,454	▲ 868
社債	1,911	1,704	▲ 207
長期借入金	2,247	1,569	▲ 677
負債合計	9,514	8,870	▲ 644
純資産合計	5,470	6,240	770
負債・純資産合計	14,984	15,110	126

※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：7,180億円 (175億円減)
 - ・ 出店などに関する投資：438億円
 - ・ 減価償却費：385億円

<負債の状況>

- ▶ 有利子負債：4,044億円 (606億円減)

<純資産の状況>

- ▶ 自己資本：6,058億円 (前期末比+693億円)
- ▶ 自己資本比率：40.1% (前期末比+4.3pt)

<その他>

- ▶ ネットD/Eレシオ：0.38倍
(前期末比▲0.16倍)
- ▶ ROE：15.8%(年換算/前期末比▲2.1pt)

✓ 長期借入金の返済により有利子負債が減少、自己資本比率やネットD/Eレシオなど、財務健全性の指標は向上

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)

	24年6月	25年6月	
	金 額	金 額	増減額
期 首 残 高	2,462	1,872	▲590
営 業 活 動 C F	1,506	1,320	▲186
投 資 活 動 C F	▲947	▲611	337
財 務 活 動 C F	▲1,299	▲759	540
期 中 増 減 等	▲590	▲114	476
期 末 残 高	1,872	1,758	▲114
フリーキャッシュフロー ^{※1}	558	709	151

※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	959	532	▲427
-----------	-----	-----	------

✓ 設備投資額は国内出店の計画遅れ、国内外IT投資の遅れにより、計画未達成

< 営業CF : +1,320億円 >

▶ 税金等調整前純利益1,369億円、減価償却費等479億円などが増加要因になる一方、棚卸資産の増減額269億円、法人税等の支払額481億円などが減少要因となる。

< 投資CF : ▲611億円 >

▶ 有形固定資産の取得が387億円、無形固定資産の取得135億円などが減少要因となる。

< 財務CF : ▲759億円 >

▶ 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993億円、配当金の支払い203億円などが減少要因となる。

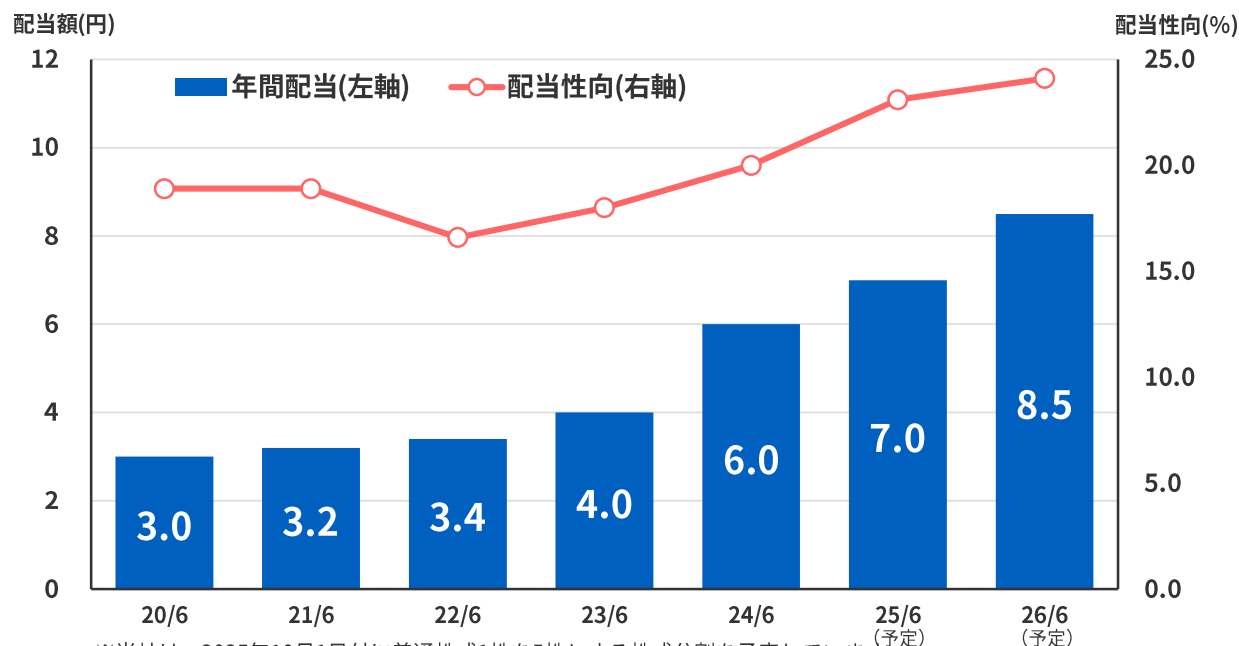
< 当期設備投資の内訳 >

▶ 国内DS事業約166億円、UNY事業約64億円、海外事業約90億円、金融事業約36億円、IT投資約137億円、その他約39億円。

株主還元について（配当政策①）

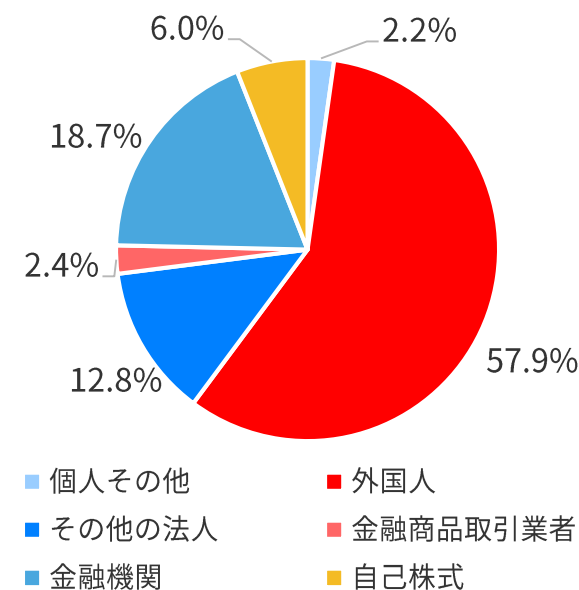
- 22期連続の増配となる25年6月期は、業績好調を受けて、期末配当を期初予想の25円から26円へ増額を行い、通期配当は35円を予定。
- 株式流動性の向上と投資家層の拡大を図るため、普通株式1株を5株とする株式分割を実施。
- 26年6月期の通期配当は23期連続増配を予定。株式分割後で通期配当を8.5円（前期差+1.5円）への増配を見込む。
- 引き続き“累進的配当政策”を基本に、配当性向25%を意識しつつ、長期的には配当性向の引き上げを視野に入れ、成長投資と株主還元の両立に努める。

■年間配当、配当性向推移（株式分割後）



※当社は、2025年10月1日付に普通株式1株を5株とする株式分割を予定しています。
※26/6期の配当性向は、25/6期末の発行済株式数（自己株除く）を使用し算出しています。
※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。

■所有者別持株構成比推移（25年6月期）



株主還元について（配当政策②）

- 株式流動性の向上と個人投資家をはじめとする投資家層の拡大を図り、株価変動のボラティリティ抑制による資本コストの低減を図る。
- 株式分割と併せて、個人株主の比率向上に向けた取り組みを強化していく。
- 株主優待制度のメニューを拡充。従来のmajicaポイント進呈に加え、当社のブランド価値や商品・サービスに直接触れていただける体験型のメニューを新設（詳細メニューは11月頃に開示予定）し、BtoC企業として“ファン株主”の増加を目指す。

✓ 株式分割

- ・ 分割の割合 ： 基準日における最終の株主名簿に記載された株主の所有普通株式**1株を5株に分割**
- ・ 基準日 ： 2025年9月30日
- ・ 効力発生日 ： 2025年10月1日

✓ 株主優待制度のメニューを拡充

優待内容	100株以上 300株未満保有	300株以上 500株未満保有	500株保有 (分割前100株)
majica ポイント進呈 ※appを通じ進呈	300pt	1,000pt	2,000pt
体験型優待 (新設)	100株以上からご応募・ご利用可能 (詳細メニューは11月頃に開示予定)		

サステナビリティ経営①

- 環境・社会課題の解決と事業成長の両立を図り、PPIHの持続可能な事業運営を実現する。
- ESG評価機関の客観的な評価を活用することで、高評価の獲得と指数採用を通じた企業価値の向上を図る。

中期目標

中期目標に対する進捗(25年6月期)

E

- ・ CO₂排出量を50%削減(30年まで/国内店舗・拠点)
- ・ 顧客サービスのプラスチック使用量を70%削減(30年まで)

- ・ CO₂排出量：32.7%削減(2013年度比) ※速報値
- ・ プラスチック使用量：約67%削減(2019年度比)

S

- ・ Scope3の各カテゴリー排出量の把握と削減目標の設定
- ・ 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
- ・ メイトのMDプランナーを毎年新規で200名輩出(30年6月期まで)

- ・ Scope3：サプライチェーン全体の排出削減の必要性及び排出量算定支援に関するパートナー説明会を実施
- ・ 人権・労働に関する重篤なリスク回答を確認した結果、重大リスク・インシデントにあたる工場はないことを確認
- ・ メイトのMDプランナー：127名輩出
(25年6月期は234名を対象にメイトのMDプランナー輩出に向けた研修(年2回)を行ったが、実施時期の関係で後期研修後に登用されるメイトのMDプランナーは次会計年度で集計)

G

- ・ 女性店長を100名に拡大(30年6月期まで)
- ・ 女性社員の離職率を5%まで低減(30年6月期まで)
- ・ 次世代幹部育成プログラムの推進
- ・ 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

- ・ 女性店長：合計46名(21年6月期より33名増加)
- ・ 女性社員の離職率：7.3%(21年6月期より4.3pt改善)
- ・ 次世代幹部育成：幹部及び幹部候補者81名が受講
- ・ 指名・報酬委員会：9回開催
- ・ IT分野や海外事業の自然災害リスクに備えたBCP策定に着手

主な外部評価

2025年6月期に「FTSE Blossom Japan Index」構成銘柄へ選定。これにより、GPIFが採用するESG指数全ての構成銘柄に採用。

NEW



FTSE Blossom
Japan Index



FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index

2025 CONSTITUENT MSCI日本株
ESGセレクト・リーダーズ指数

2025 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数(WIN)

Morningstar Japan ex-REIT
Gender Diversity Tilt Index



25年6月期の主な取り組み

メイト活躍

メイトのMDプランナー輩出だけでなく、「個店経営」を支えるメイト一人ひとりが、当社グループで働くことが楽しいと感じる環境や制度を構築するための取り組みを推進。

- ✓ メイトのMDプランナー輩出に向け、キャリアサポーターを配置し、必要な知識やスキルを学ぶための約半年にわたる研修を実施
- ✓ 店舗の営業成果に対し、雇用形態や労働時間に応じて半期に1度報酬を支給する「フォア・ザ・チーム賞」の導入
- ✓ 全社で行なうPPIHアワードにて「ベストメイト賞」の授与



人権・環境に配慮したサプライチェーンの構築

サプライチェーン上の人権・環境リスク低減に向け、主にPB/OEM製造取引先に対して取り組みを推進。

- ✓ PB/OEM商品におけるリスクアセスメントのため、第三者CSR監査(合計39工場)とセルフチェックアンケート(合計159工場)を実施
 - ・ 第三者CSR監査において課題が発見された工場に対して、26年6月期に再監査を実施し、改善等を確認予定
- ✓ パートナー企業を対象に、外部の講師を招いたフォローアップ研修の実施



気候変動への対応

再生可能エネルギーの活用によるCO₂排出削減だけでなく、サプライチェーンやPB/OEM商品における取り組みも実施し、事業活動に伴う環境負荷低減を目指す。

- ✓ 新たに5店舗で再生可能エネルギーを導入(累計27店舗・1拠点で活用)※国内
- ✓ Scope3への対応として、仕入れ商品に関わるGHG排出量の一次データ収集に向けた、パートナー説明会の実施
- ✓ PB/OEM商品において、包材や容器に環境に配慮した素材や技術を活用

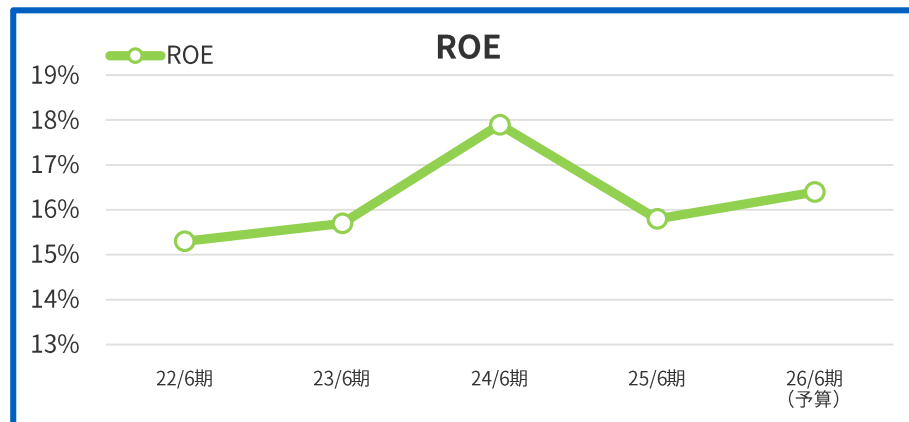


長期経営計画「Double Impact2035」に向けて

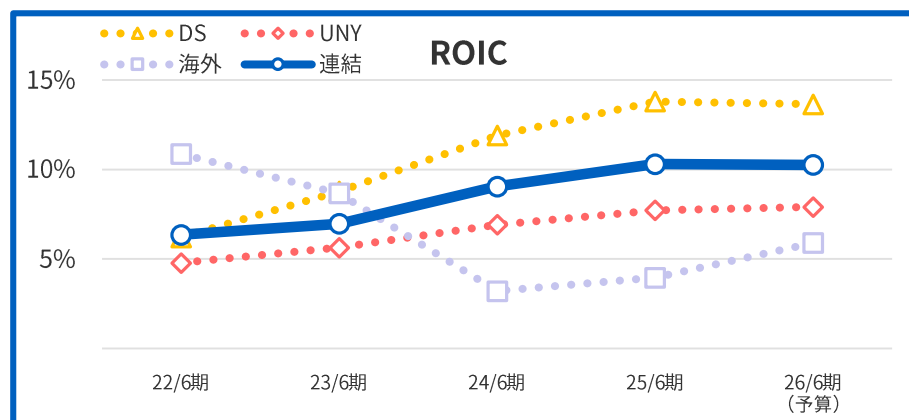
- ❑ マテリアリティ各領域における取り組みの深化を図り、サステナビリティ経営を通じて社会および事業の持続可能性を高める。
- ❑ 当社の強みを最大限に発揮できる分野や、事業上欠かせない領域への取り組みを強化し、持続的な価値創出に向けドライブする。

各種経営指標の推移

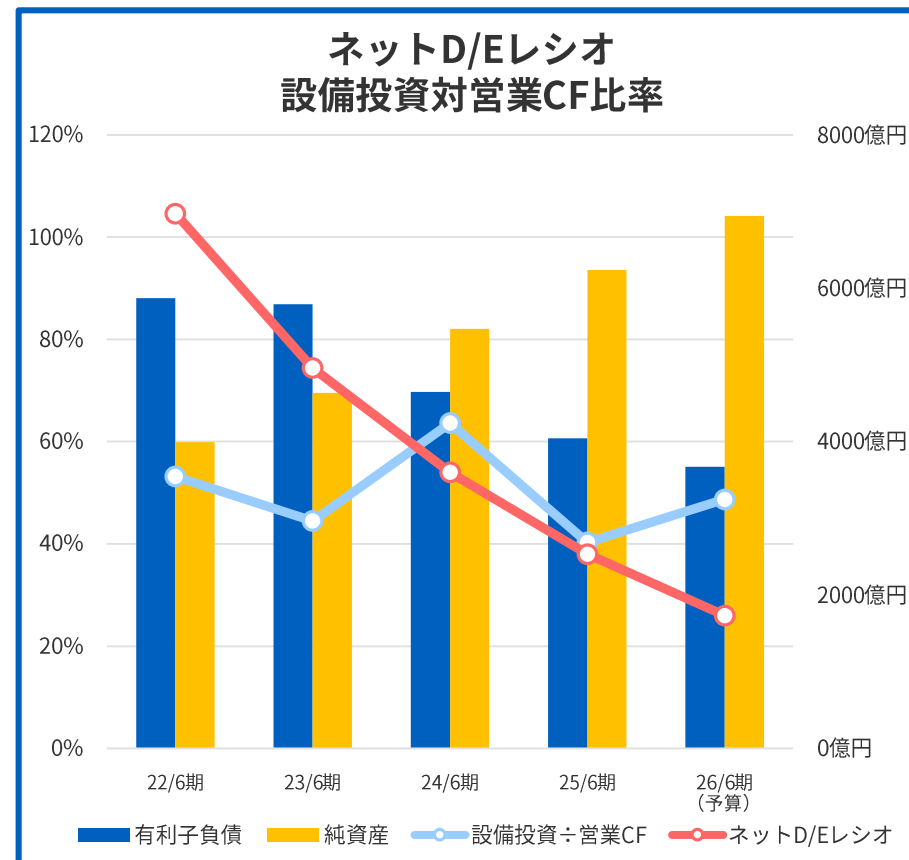
- 「Double Impact2035」の達成に向けて、積極的な成長投資を継続する一方で、資本効率の高い経営を追求し、ROE・ROICの安定や改善を実現することで、持続的な企業価値の向上につなげてまいります。



- 25/6期は前年の為替差益影響で低下も、26/6期は収益性の向上により改善の見込み。安定的に15~16%前後を維持。



- 25/6期は連結、各事業ともに収益性が向上し、前期比で改善。26/6期については、海外事業が増益を計画し、さらに改善の見込み。



- 25/6期は純資産が着実に積み上がる。有利子負債は一部返済により減少。ネットD/Eレシオは改善し、財務健全性は向上。
- 25/6期は出店計画やIT投資の遅れにより設備投資対営業CF比率は減少。長期経営計画の目標達成に向けて、成長投資を強める方針。

2026年6月期 業績目標について

26年6月期 通期連結業績予想

- 26年6月期業績目標は、売上高2兆3,270億円、営業利益1,700億円、営業利益率 7.3%を目指す。
当期純利益は1,055億円と16.5%の成長を目指す。

(単位：億円)

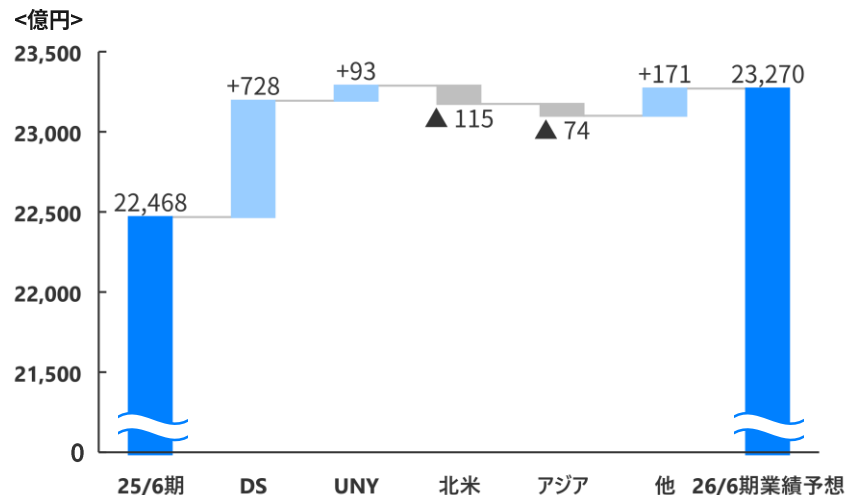
	25年6月期実績		2Q累計業績予想			通期業績予想		
	金 額	百分比	金 額	百分比	前年 同期比	金 額	百分比	前期比
売 上 高	22,468	100.0%	11,705	100.0%	+3.7%	23,270	100.0%	+3.6%
売上総利益	7,167	31.9%	3,772	32.2%	+3.7%	7,515	32.3%	+4.9%
販 管 費	5,544	24.7%	2,875	24.6%	+4.9%	5,815	25.0%	+4.9%
営 業 利 益	1,623	7.2%	898	7.7%	+0.1%	1,700	7.3%	+4.7%
経 常 利 益	1,585	7.1%	886	7.6%	+2.0%	1,671	7.2%	+5.4%
当期純利益	905	4.0%	577	4.9%	+6.9%	1,055	4.5%	+16.5%
1株当たり 純 利 益	151.59円	-	96.70円	-	+6.9%	176.74円	-	+16.5%
E B I T D A	2,105	9.4%	1,150	9.8%	+1.0%	2,190	9.4%	+4.0%
設 備 投 資	532	-				750+α	-	-

※想定為替レート：1USD=140.00円、1HKD=17.37円、1SGD=105.45円、1THB=4.17円、1MYR=32.89円、1TWD=4.27円、1MOP=16.94円

※事業ごとの設備投資：DS事業約332億円、UNY事業約89億円、海外事業約56億円、IT約200億円、その他約72億円

26年6月期 業績予想の前提について

26年6月期 売上高事業別増減



			売上高	
(単位：億円)			金額	前年同期比
D	S	事業	15,180	+5.0%
U	N	事業	4,795	+2.0%
北	米	事業	2,489	▲4.4%
ア	ジ	事業	841	▲8.1%
そ	の	他	▲36	-
合	計		23,270	+3.6%

<事業別詳細>

DS事業

- ✓ 新規出店：25店舗+α（新規業態含まず）
- ✓ 既存店前提：前年比 103.0%
 - 免税売上：1,900億円（前期比109.1%/+158億円）
 - majicaを中心としたウォレットシェア向上に向けた取り組みや、デリカや好調カテゴリー強化など新たに来店動機となる商品戦略を強化。

UNY事業

- ✓ 既存店前提：前年比 102.0%
 - 価格戦略の取り組みをさらに強化し、来店頻度の向上や新たな顧客獲得につなげる。
 - グループの強みを活かした非食品の強化が多店舗に波及。

北米事業

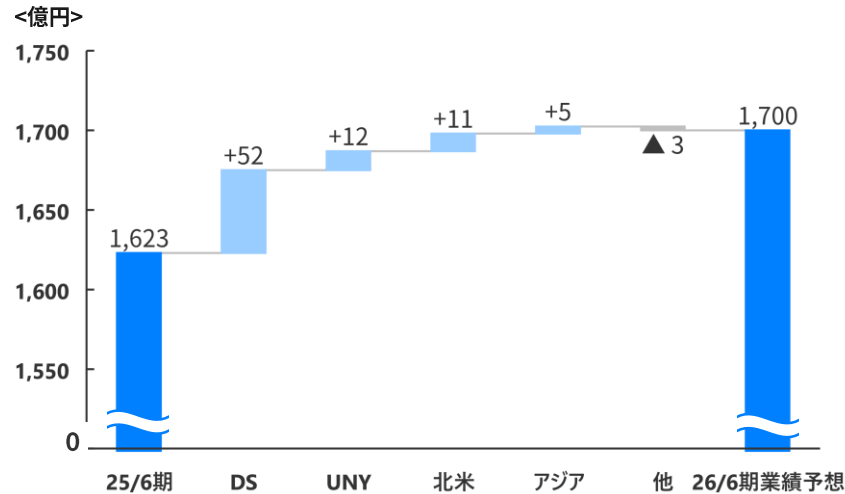
- ✓ 新規出店：4店舗
 - 為替影響を除くと増収。MarukaiCAの新規出店やMikuni連結化によるシェア拡大が寄与。
 - 関税の影響は価格への転嫁などの施策と相まって軽微。

アジア事業

- ✓ 新規出店：1店舗
 - 閉店店舗の減収および為替影響を除くと増収。
 - 現地メーカーとの商談を強化し、驚安品を中心に価格訴求をすることで既存店の売上高は伸長。

26年6月期 業績予想の前提について

26年6月期 営業利益事業別増減



			営業利益	
(単位：億円)			金額	前年同期比
D	S	事業	1,090	+5.0%
U	N	事業	365	+3.4%
北	米	事業	53	+26.5%
ア	ジ	事業	25	+22.0%
そ	の	他	167	▲1.8%
合	計		1,700	+4.7%

<事業別詳細>

DS事業

- ✓ 総利益率：28.1% (+0.2%)
 - PB/OEM売上：4,000億円（前期比126.2%/+830億円）
- ✓ 販管費率：20.9% (+0.2%)
 - 新店費用や継続した人件費投資、政府補助金の減少想定の水道光熱費・戦略投資のmajica関連費用が増加。

UNY事業

- ✓ 総利益率：34.4% (±0.0%)
 - さらなる価格戦略の強化も非食品で粗利率を担保。
- ✓ 販管費率：26.8% (▲0.1%)
 - 改装費用や水道光熱費、majica関連経費など増加も売上高の伸長と生産性改善の継続により販管費率は改善。

北米事業

- ✓ 総利益率：39.5% (+2.4%)
- ✓ 販管費率：36.0% (+0.5%)
 - Mikuni連結化により収益構造が変化。
 - HawaiiやGuamのオペレーション改善による収益改善。

アジア事業

- ✓ 総利益率：36.3% (±0.0%)
- ✓ 販管費率：33.3% (▲0.8%)
 - 現地製造PBの開発強化やロス改善による収益改善。
 - 継続して労働分配率管理による生産性改善が進む。

※想定為替レート：1USD=140.00円、1HKD=17.37円、1SGD=105.45円、1THB=4.17円、1MYR=32.89円、1TWD=4.27円、1MOP=16.94円

※のれん償却費予算（約35億円）の控除後数値で算出。

Appendix

第4四半期 決算数値報告



【期間：2025年4月1日～2025年6月30日】

(単位：億円)

	前 4 Q(四半期)実績		当 4 Q(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	5,277	100.0%	5,586	100.0%	308	+5.8%
売 上 総 利 益	1,692	32.1%	1,780	31.9%	88	+5.2%
販 管 費	1,393	26.4%	1,444	25.9%	51	+3.7%
営 業 利 益	299	5.7%	336	6.0%	37	+12.3%
経 常 利 益	351	6.7%	329	5.9%	▲ 22	▲6.4%
当 期 純 利 益	166	3.1%	146	2.6%	▲ 20	▲11.9%

※経常利益以下の減益は前年の為替差益によるもの

第4四半期 事業別情報

【期間：2025年4月1日～2025年6月30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	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	前4Q実績	当4Q実績	前年同期差
売上高	3,339	3,649	309	1,122	1,135	14	236	243	8	625	622	▲3	▲45	▲64	▲19
売上総利益	925	1,015	90	395	396	1	86	85	▲0	236	223	▲13	50	61	11
売上総利益率	27.7%	27.8%	0.1%	35.2%	34.8%	▲0.4%	36.4%	35.1%	▲1.3%	37.8%	35.8%	▲2.0%	-	-	-
販管費	722	800	79	324	320	▲4	86	77	▲9	234	228	▲6	27	19	▲7
営業利益	204	215	12	71	75	5	▲1	9	9	2	▲5	▲7	24	42	18
営業利益率	6.1%	5.9%	▲0.2%	6.3%	6.6%	0.3%	▲0.2%	3.5%	3.7%	0.3%	▲0.8%	▲1.1%	-	-	-
EBITDA	237	252	15	93	98	6	8	14	6	27	19	▲8	57	77	20
EBITDAマージン	7.1%	6.9%	▲0.2%	8.3%	8.7%	0.4%	3.6%	5.9%	2.3%	4.3%	3.0%	▲1.3%	-	-	-

【期間：2024年7月1日～2025年6月30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4Q実績(累計)	当4Q実績(累計)	前年同期差	前4Q実績(累計)	当4Q実績(累計)	前年同期差	前4Q実績(累計)	当4Q実績(累計)	前年同期差	前4Q実績(累計)	当4Q実績(累計)	前年同期差	前4Q実績(累計)	当4Q実績(累計)	前年同期差
売上高	13,186	14,453	1,268	4,624	4,702	77	852	915	63	2,474	2,604	130	▲185	▲207	▲22
売上総利益	3,602	4,026	424	1,610	1,616	6	316	333	16	925	967	42	175	226	51
売上総利益率	27.3%	27.9%	0.6%	34.8%	34.4%	▲0.4%	37.1%	36.3%	▲0.8%	37.4%	37.1%	▲0.3%	-	-	-
販管費	2,742	2,988	246	1,268	1,263	▲5	313	312	▲1	879	925	46	25	56	31
営業利益	860	1,038	178	342	353	11	3	21	18	46	41	▲4	150	170	20
営業利益率	6.5%	7.2%	0.7%	7.4%	7.5%	0.1%	0.4%	2.2%	1.8%	1.9%	1.6%	▲0.3%	-	-	-
EBITDA	982	1,171	189	429	445	16	40	47	7	141	137	▲4	275	307	32
EBITDAマージン	7.4%	8.1%	0.7%	9.3%	9.5%	0.2%	4.6%	5.1%	0.5%	5.7%	5.3%	▲0.4%	-	-	-

※.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～2025年3月、Gelson'sは2024年7月～2025年6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～2025年3月の累計。
※.3 Gelson'sの営業利益は、のれん償却費(当4Q 9億円、前4Q 10億円、当期累計37億円、前期累計37億円)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4四半期 連結事業別業績概況

【期間：2024年7月1日～2025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	12,751	60.9%	13,961	62.1%	+9.5%
家電製品	902	4.3%	924	4.1%	+2.5%
日用雑貨品	3,454	16.5%	3,935	17.5%	+13.9%
食品	5,691	27.2%	6,137	27.3%	+7.8%
時計・ファッション用品	1,684	8.0%	1,822	8.1%	+8.2%
スポーツ・レジャー用品	811	3.9%	923	4.1%	+13.8%
その他	209	1.0%	220	1.0%	+5.2%
国内U N Y事業	4,112	19.6%	4,262	19.0%	+3.6%
衣料品	445	2.1%	438	1.9%	▲1.5%
住居関連品	651	3.1%	676	3.0%	+3.7%
食品	3,014	14.4%	3,138	14.0%	+4.1%
その他	2	0.0%	10	0.0%	+400.5%
海外事業	3,296	15.7%	3,481	15.5%	+5.6%
北米事業	2,447	11.7%	2,571	11.4%	+5.1%
アジア事業	850	4.1%	910	4.1%	+7.1%
その他事業 ※1	792	3.8%	764	3.4%	▲3.5%
合 計	20,951	100.0%	22,468	100.0%	+7.2%

※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：2025年4月1日～2025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	1,393	26.4%	1,444	25.9%	+3.7%
給 与 手 当	496	9.4%	510	9.1%	+3.0%
地 代 家 賃	159	3.0%	158	2.8%	▲0.7%
支 払 手 数 料	179	3.4%	195	3.5%	+8.8%
減 価 償 却 費	101	1.9%	103	1.8%	+2.6%
水 道 光 熱 費	72	1.4%	79	1.4%	+8.4%
そ の 他	386	7.3%	399	7.1%	+3.5%

【期間：2024年7月1日～2025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	5,227	24.9%	5,544	24.7%	+6.1%
給 与 手 当	1,944	9.3%	2,030	9.0%	+4.4%
地 代 家 賃	623	3.0%	632	2.8%	+1.5%
支 払 手 数 料	646	3.1%	716	3.2%	+10.8%
減 価 償 却 費	378	1.8%	396	1.8%	+4.7%
水 道 光 熱 費	291	1.4%	346	1.5%	+18.9%
そ の 他	1,346	6.4%	1,425	6.3%	+5.9%

25年6月期出店状況

事業	業態	1Q			2Q			3Q			4Q			通期着地	
		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)		浜松 志都呂 (静岡)	太秦 天神川 (京都)	牧の原 モア (千葉)	京都 伏見 (京都)	新規出店：25店
						田無駅前 (東京)		高知 (高知)		北上 (岩手)			千歳 (北海道)	石岡 (茨城)	
									館山 (千葉)				堺 東駅前 (大阪)	りんくう (大阪)	
													大橋 駅前 (福岡)	常盤平 (千葉)	
													守谷 (茨城)	西友 行徳 (千葉)	
													新宿 東南口別館 (東京)	国際通り くもじ (沖縄)	
	小型											高崎 西口 (群馬)	トナリエ 宇都宮 (栃木)		
海外 ※1	アジア			旺角MPM (香港)			桃園統領 (台湾)								新規出店：8店 ※2
							アークハート ジャズ (シンガポール)								
	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)		MIKUNI El Dorado Hills (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	3Q	4Q
ディスカウント事業	486	501	503	505	508	525
ドン・キホーテ	250	262	264	267	270	285
MEGAドン・キホーテ ※1	140	143	143	143	143	143
(MEGA)ドン・キホーテUNY	63	62	62	62	62	62
小型業態 ※2	33	34	34	33	33	35
UNY事業 ※3	131	131	131	131	130	130
国内合計	617	632	634	636	638	655

ドン・キホーテ 新宿東南口店
(東京都)



ドン・キホーテ 京都伏見店
(京都府)



海外店舗数

	2023年 6月期	2024年 6月期	2025年 6月期			
			1Q	2Q	3Q	4Q
北米事業	65	65	66	66	66	76
カリフォルニア ※5	37	37	37	37	37	46
ハワイ	28	28	28	28	28	29
グアム			1	1	1	1
アジア事業	36	45	46	46	48	48
シンガポール	15	16	16	16	17	17
香港	9	10	10	11	11	11
タイ	6	8	8	8	8	8
台湾	2	5	5	5	6	6
マレーシア	3	4	5	4	4	4
マカオ	1	2	2	2	2	2
海外合計 ※4	101	110	112	112	114	124

合計	718	742	746	748	752	779
----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

※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」「キラキラドンキ」及び「長崎屋」等を含む。

※3.「UNY事業」には、「アビタ/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. Mikuni Restaurantの9店舗をカリフォルニアに追加。

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46期(2026年6月期) 第1四半期 決算発表(予定)
決算発表日：2025年11月12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。

【お知らせ】ESG説明会について

2025年7月に、PPIH初となるESG説明会を実施いたしました。当社企業理念集「源流」をベースに、当社のサステナビリティにおける取り組みを5つのテーマ(ESG経営、人的資本、ダイバーシティ、サプライチェーン、環境)別に紹介しております。

【資料URL】

https://ppih.co.jp/sustainability/pdf/esg_250703.pdf

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



〒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
<https://ppih.co.jp/>