



CONTENTS

# PPIH Report

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

第44期 報告書 2023年7月1日～2024年6月30日

- 01 株主の皆さまへ
- 02 今期の実績
- 03 中期経営計画「Visionary2030」の  
営業利益2,000億円への実行ステージへ
- 04 国内事業（ディスカウント事業）  
インバウンドと新規出店
- 05 PB/OEM「情熱価格」とmajicaアプリ
- 06 国内事業（GMS事業）

- 07 海外事業
- 08 PPIHグループのサステナビリティ
- 09 PPIH TOPICS
- 10 株主還元の様状
- 11 PPIHグループの店舗ネットワーク
- 12 財務・非財務ハイライト



## 35期連続の増収・営業増益、売上高は国内小売業5社目となる2兆円を突破いたしました。 中期経営計画「Visionary 2025」を1年前倒しで達成、2030年に向けてさらなる成長戦略を描きます。

株主の皆さまには、平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

コロナ禍からのリオープン、インフレの継続、不安定な世界情勢、歴史的な円安進行など、小売業の置かれる環境が目まぐるしく変化する中において、当社は過去最高の決算を迎えることができました。

2024年6月期の連結決算は、売上高2兆951億円（前期比8.2%増）、営業利益1,402億円（同33.2%増）、親会社株主に帰属する当期純利益887億円（同34.1%増）と、35期連続の増収・営業増益の記録を更新し、さらに、中期経営計画「Visionary 2025」で掲げた売上高2兆円、営業利益1,200億円の目標については、1年前倒しで達成することができました。ステークホルダーの皆さまのご理解に感謝を申し上げますとともに、従業員の日々の努力があってこそこの成果だと実感しています。

### 「変化対応力」×「稼ぐ力」継続による成長の継続

営業利益率は6.7%と大きく伸長し、この5年間で営業利益を2倍以上にすることができました。その間、色々なことが様変わりしました。

社名をPIIHに変更、GMS事業の仲間入り、社内の数値評価を「昨対絶対主義」から「予算制度」へと移行、PB開発やマーケティングの在り方の変化、「生産性」という概念の浸

透、在庫に対する意識の変化。そして、数々の成長エンジンの源泉でもある人財への投資。このような数々の大きな変化を経験し、「Visionary 2025」を経たPIIHを、次のようにまとめてみました。

①すでに「身」に付いている変化対応力や稼ぐ力は、これからもその成長に自信を持っており、引き続き2025年6月期の成長エンジンとなります。

②「見」えてきたものとしては、国内出店やPB拡大の余地、マーケティングなどがあり、2025年6月期からの業績に貢献できるものと考えています。

③「未」達のものとは今後の成長機会と捉え、金融の稼ぎ方やGMS事業の非食品の方向性など、2027年6月期に新たな稼ぎ頭としての利益貢献を見込んでいます。

すでにスタートしている2025年6月期は、売上高2兆2,200億円、営業利益1,500億円、営業利益率6.8%と、36期連続の増収・営業増益をめざしています。また、当期で達成した営業利益1,402億円を発射台として、「Visionary 2030」で掲げた2030年の営業利益2,000億円に向けては、実行ステージに移行したと考えています。

これからも、社業の成長、次世代リーダーの育成に努め、ステークホルダーの皆さまのご支援に報いたいと決意しております。今後も変わらぬご支援・ご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。

### POINT

⇒ **Click!** 詳細な業績に関しては「ひと目でわかる決算」をご覧ください。 <https://ppih.co.jp/ir/highlight/hitomedewakaru/>

#### ディスカウント事業

- ▶ 売上高1兆3,186億円（前期比+1,411億円）、営業利益860億円（同+304億円）と連結業績を牽引。
- ▶ 既存店売上は前期比+10.1%と2桁成長を実現。免税売上が通期累計1,173億円を達成、免税以外の売上も伸長。
- ▶ 総利益率は27.3%と前期26.4%から改善。継続したPB/OEMの拡大と在庫の適正化により収益性が向上。
- ▶ 新規出店や人的投資などの成長投資を進めながら、販管費率は売上高の伸長、水道光熱費の減少などにより低下。

#### GMS事業

- ▶ 売上高4,624億円（前期比+5億円）、営業利益342億円（同+62億円）、営業利益率7.4%（同+1.3%）と高収益体質を維持。
- ▶ 既存店売上は価格総選挙などの各種販促戦略の強化が奏功したことで、前期比+1.0%と伸長。
- ▶ 総利益率は34.8%と前期34.4%から改善。新商品の導入や展開を強化したPB/OEMが伸長し、収益性向上に貢献。

#### 海外事業

- ▶ 北米事業はデリカや寿司の強化戦略が奏功し増収。新規出店やセントラルキッチンなどの成長投資による販管費増の影響で減益。
- ▶ アジア事業は新規出店などにより増収、本社間接費などのコスト改善、閉店を含めた体質改善を実施も、新規出店の販管費増により減益。

代表取締役社長CEO  
吉田 直樹



# 今期の実績

## 「変化対応力」×「稼ぐ力」の継続による成長の継続



- ▶ 売上高2兆951億円 (前期比+1,583億円 / +8.2%) と国内小売業5社目の売上高2兆円を突破
- ▶ 営業利益1,402億円 (同+349億円 / +33.2%) と35期連続の増収・営業増益を達成
- ▶ 当期純利益887億円 (同+225億円 / +34.1%)。当期純利益が初めて800億円を超えて伸長
- ▶ 中期経営計画「Visionary 2025」で掲げた売上高2兆円、営業利益1,200億円を、1年前倒しで達成

売上高

\ 初の2兆円超え /

**2兆951億円**

前期比  
1,583億円増  
(8.2%増)

営業利益

\ 前期比33.2%増 /

**1,402億円**

前期比  
349億円増  
(33.2%増)

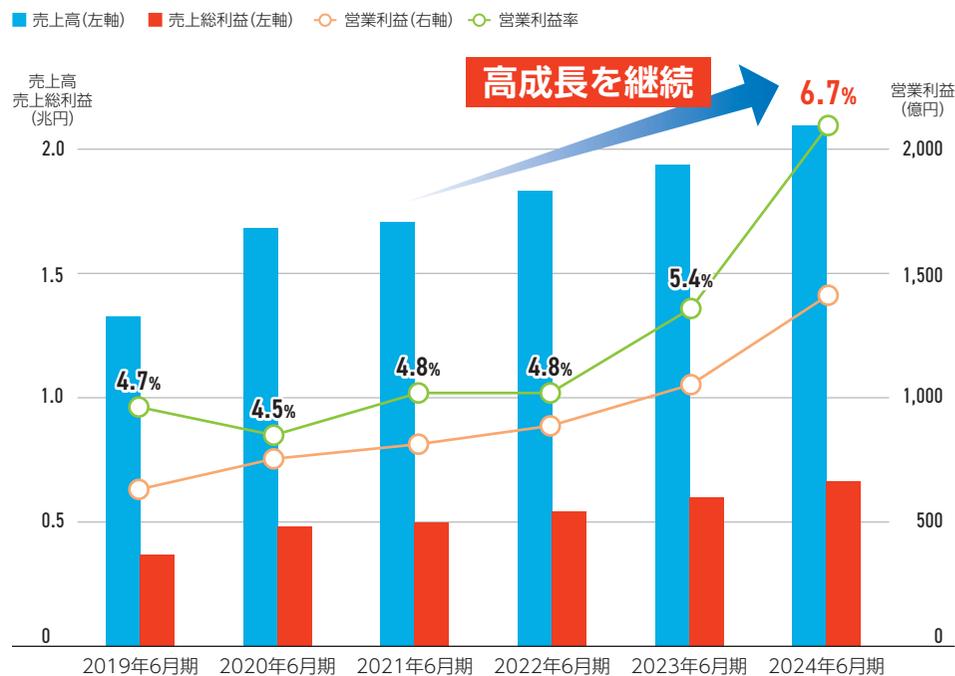
営業利益率

\ 初の6%超え /

**6.7%**

前期比  
+1.3%

2019年6月期からの業績推移



# 中期経営計画「Visionary 2030」の営業利益2,000億円への実行ステージへ

▶ 「Visionary 2030」の達成目標について、従来の「営業利益2,000億円が見えてきた」から「**営業利益2,000億円への実行ステージ**」にスタンスを変更

▶ 2024年6月期の営業利益1,402億円が発射台となり、**6年で600億円の積み上げ**をめざす

▶ 「Visionary 2025」を経たPPIHの「**三つのミ**」による、**短期的～中期的な溢れ出る成長戦略**



## 6年で営業利益**600億円**の積み上げ

### ディスカウント事業

**+270億円**

PB/OEM、インバウンド、顧客獲得、新規出店などの重点戦略による成長

### GMS事業

**+100億円**

非食品カテゴリーの強化による新規顧客層の獲得による成長

### 北米事業

**+120億円**

新規出店による事業規模の拡大で成長

### アジア事業

**+50億円**

安定した収益店舗を複数創出、不採算店舗の方向性も固まる

### その他事業

**+60億円**

金融事業の再構築による成長など

**+600億円の達成を実現する**

## 「Visionary 2025」を経た「**三つのミ**」

**「身」に付いたもの**  
= **これからも成長に自信**

#### 変化対応力

- インフレにも強いビジネスモデル
- 新規業態創造への挑戦
- リアル店舗の魅力を全面に(ECにはない魅力)

#### 稼ぐ力

- PB/OEM
- 当社ならではのMD(〇〇ならドンキ)
- 在庫管理、回転率向上
- インバウンド
- 生産性の向上

**「見」えてきたもの**  
= **2025年6月期から成長に貢献**

#### 国内の出店余地

#### PBの拡大余地

#### PPIH流デジタルの方向性

#### 海外事業の立て直し

#### マーケティング

- アプリ会員の活用
- 新規顧客開拓
- LTV\*の向上

**「未」達のもの**  
= **これからの成長機会**

#### 金融の稼ぎ方

#### 海外事業のネクストレベルの成長

#### GMS非食品の方向性

#### 飲食物販(寿司事業)という新しいチャンス

#### リテールと融合をめざすPPIH流広告事業

\*Life Time Value : 顧客生涯価値



# 国内事業

## ディスカウント事業

# 売上高1兆3,186億円、 営業利益860億円と連結業績を牽引 各種戦略が奏功し、売上高や総利益率に寄与

ディスカウント事業は免税売上、PB/OEMが伸長し、売上高1兆3,186億円（前期比+1,411億円）、営業利益860億円（同+304億円）と業績を大きく牽引しました。総利益率は27.3%（同+0.9pt）と、収益性が向上しています。

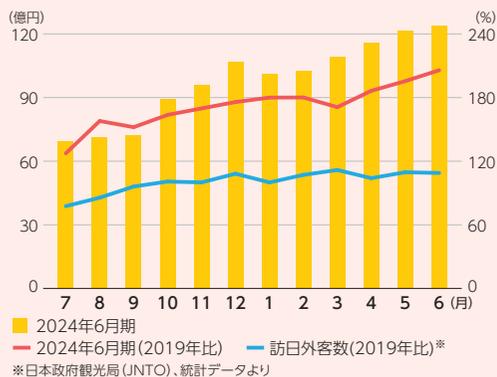
## 多様な国や地域のトレンドに合わせた店づくりを実現 日本で立ち寄るべき場所No.1へ



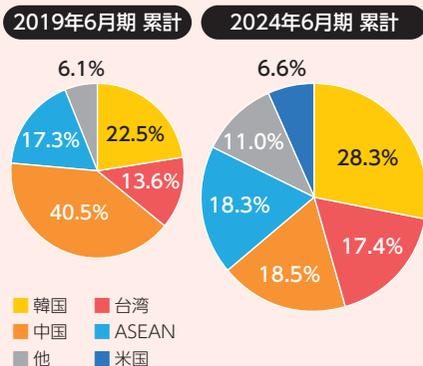
圧縮陳列やPOPの洪水、店舗ごとの演出といった他の小売店にはない珍しさ、日本の四季の変化に合わせた桜の陳列など、インバウンド顧客を飽きさせません。

免税売上は1,173億円となり、前期やコロナ禍前の実績を上回り、過去最高の売上高を達成しました。当社の強みである、価格優位性、ワンストップでお買い物ができる圧倒的な品揃え、ナイトマーケット、楽しさを感じられる演出空間に加え、「旅マエ」の販促や「旅ナカ」の体験、「旅アト」での口コミなどの戦略により、多様な国や地域のトレンドに合わせた店づくりを実現。ここでしかできないお買い物体験を提供したことで、シェアを拡大しました。さらなる戦略の強化にて、「ドンキ＝日本で立ち寄るべき場所No.1」をめざしていきます。

### 国内ディスカウント事業の免税実績推移



### 国籍別免税売上高構成比



## 多彩な出店フォーマットで、 1年間に24店舗新規出店！

従来からある「ピュア（ドンキ）型」進化した「生鮮MEGA型」「レールサイド型」など多彩な出店フォーマットにより、2024年6月期は1年間で24店舗の新規出店を行いました。さまざまなバリエーションによる業態開発で、今後もさらなる出店を加速していきます。



MEGAドン・キホーテ成増店（写真）は2024年3月にオープン。2階に生鮮、3階にZ世代向けの売場を展開するなど、多層階で幅広い年齢層が楽しめる新たな出店フォーマットに。他のMEGAドン・キホーテの店舗にも、新たにチャレンジして成功した内容など、店づくりのノウハウを横伝播。

2023年11月オープンのドン・キホーテ京急蒲田店（写真）は、京急蒲田駅に直結。インバウンドに頼らない駅前型店舗で、通勤・通学などの日常的な駅利用者から「コンビニ感覚」で利用できる「毎日立ち寄りたくなるような」品揃えとなっています。



主に10～20代のα～Z世代へ向けた“バズリ”商品を取り扱う「キラキラドンキ」が2024年4月に渋谷道玄坂通ドードー店、6月に博多マルイ店（写真）をオープンし、全国6店舗に。最新トレンド商品を豊富に揃えたトレンドの発信拠点として、若年層の顧客を獲得します。

PB「情熱価格」



# お客さまの心を掴む新たな商品開発やメディア露出／SNS戦略が奏功 売上は前期比482億円増の2,461億円(売上構成比19.3%)と伸長

ディスカウント事業のPB「情熱価格」は、おもしろい付加価値のある商品・「ド」が特徴的な目を惹くパッケージ・お買い得感を感じられる商品という明確なコンセプトで商品開発を行っています。また、お客さまの声を活かした商品開発や商品改善など、さまざまなカテゴリーにおいて進化を続けています。

2024年6月期「情熱価格」ヒット商品

季節商品

3Dスイング  
DCターボサーキュレーター

猛暑フツ飛ぶド風量シリーズ！市場では30畳が多い中、最高44畳カバー可能。より省エネで、より細かな風量調整ができるDCモーターを搭載！



冷えとろインナー

なめらかでスベスベの生地は身に着けた瞬間冷たい効果を発揮。



食品・日用雑貨品

体への負担を30%軽減するリュック  
ベーシックタイプ

歩く振動リズムで上下に弾むサスペンション機能を搭載し、肩・腰をサポート。はじめての一步から違いを体感し、通勤通学も楽々に。

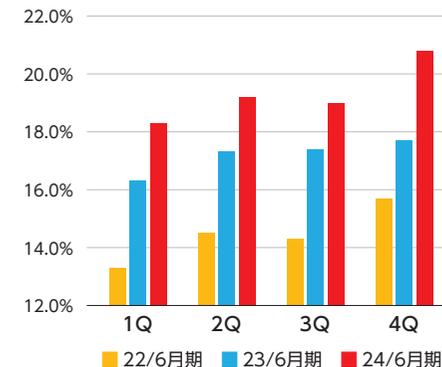


最後まで美味しい青紫蘇せん  
濃い味

「もっと濃い味が食べたい」の声にお応えて派生商品を開発。味と香りを150%濃くしました。ヒット商品にいただいた声をもとに発売した商品です。



ディスカウント事業のPB/OEM構成比



majicaアプリで  
お買い物が  
より便利でお得に

1,500万  
会員突破!

majica会員限定価格戦略や売上高2兆円突破記念によるキャンペーン実施など、販促戦略を進めてきたことで、majicaアプリ会員は1,500万人を突破。さらなる顧客獲得をめざし、新たな戦略を推進しています。



「マジ」で「得」する4大サービス

マジ得サイクル

majica会員向けの4大サービス「マジ得サイクル」で、よりお得に、安心してお買い物ができる環境を整えています。商品開発や人気／集客に繋げることで、顧客の購買体験をより良いものにする好循環のサイクルを実現しました。

電子マネー majica / マジカ [公式サイト]

<https://www.majica-net.com/>





## GMS事業

# 総利益率の改善や販管費コントロールが寄与、営業利益率7.4%と高収益体質を維持

GMS事業は、売上高4,624億円(前期比+5億円)、営業利益342億円(同+62億円)となりました。

数年にわたる総利益率の改善と販管費コントロールにより収益性を改善しましたが、下期からは客数向上に向けた戦略にシフトし、価格総選挙などの販売促進戦略を強化。

PB/OEMの伸長などにより、総利益率は前期比+0.4ptの34.8%、営業利益率は同+1.3ptの7.4%と、高収益を実現しています。

## 2019年の「UNY・UDR中期計画」営業利益+200億円を達成

2019年に総合スーパーUNY(ユニー)がPPIHにグループ入り。当初、ユニーとUDリテール\*で営業利益+200億円の中期計画を掲げました。その達成に向け、ユニーの店舗をディスカウントに業態転換すること、GMS事業としての経営改革という2つの戦略を推進していきました。ディスカウントへの業態転換はこれまでに63店舗で実施し、ユニーの強みとディスカウントの強みを融合した新規業態として、売上と利益を大きく伸長させました。また、GMS事業としての経営改革については、PB/OEMの構成比向上、組織統合によるMD戦略の進化、システム統合効果などにより総利益率が伸長し、販管費については、人財の適正配置やバックオフィスの統合効果により、販管費率の減少も寄与したことで、高収益率を実現することができました。両軸での成長によって、旧UNYグループ合計で2024年6月期の営業利益は448億円となり、結果として営業利益+231億円を着地しました。特に、営業利益率については、+2.9ptの6.4%と劇的な進化を遂げ、業界でトップクラスの営業利益率となっています。

\*UDリテール：UNYとドン・キホーテのダブルネーム業態転換店舗

## ユニーとUDリテールの業績

	2019年2月期 (通期累計)	2024年6月期 (通期累計)	増減差
売上高	6,127億円	7,029億円	+902億円
総利益 (総利益率)	1,969億円 (32.1%)	2,247億円 (32.0%)	+278億円 (▲0.1pt)
販管費 (販管費率)	1,752億円 (28.6%)	1,799億円 (25.6%)	+47億円 (▲3.0pt)
営業利益	217億円	448億円	+231億円
営業利益率	3.5%	6.4%	+2.9pt

### ONE POINT

#### MEGAドン・キホーテUNY / ドン・キホーテUNYとは

ドン・キホーテ × ユニー

総合スーパー「アピタ」及び「ピアゴ」の店舗を、ユニーの強みである生鮮食品に、ドン・キホーテの強みである菓子や非食品などを融合させてディスカウント事業に業態転換した、ダブルネーム店舗です。



MEGAドン・キホーテUNY嬉野店は食品売り場を1.3倍に拡大

## 「みんなの声で価格が変わる」 ユニーらしいユニークな値下げを宣言

下期にはさまざまな販売促進戦略に取り組みました。お客さまが本当に欲しい商品を厳選し、majica会員限定で破格プライスをご提供する「マジ価格」、食料品や日用品などいつもの商品が毎月お買い得になる「得トクセール」を開催。特に地域のお客さまでもあるメイト(パート・アルバイトスタッフ)が「本当に値下げしてほしい」商品と価格を投票し、商圏ごとに「みんなの声で価格が変わる」ユニークな「価格総選挙」は話題を呼び、お客さまに寄り添った価格で客数の回復に繋がりました。





# 海外事業

## 成長投資が始まり、北米・アジアともに改善の兆し

北米事業では、デリカや寿司といった即食の強化戦略が奏功し、売上高は前期比+140億円と増収しました。アジア事業も新規出店などによって同+28億円となり、海外事業全体で売上高3,326億円となりました。成長投資による販管費増で営業利益は減益となった一方、アジア事業は安定した収益店舗が複数出てきたことで不採算店の方向性及び収益化へのめどが付き、北米とともに改善の兆しが見え始めています。

### 北米初のDON DON DONKI業態がグアムにオープン



「DON DON DONKI VILLAGE OF DONKI」が2024年4月、グアムにオープンしました。PPIHグループとして世界最大級となる大型ショッピングモール「VILLAGE OF DONKI」内で営業する、北米初のDON DON DONKI業態となります。グアムは日本からの輸送時間が短く、関税のかからない商品が多いため、仕入れ価格の低減や鮮度向上を実現。日本の化粧品やキャラクターグッズなど他社の取り扱いが少ない商品で粗利率を牽引しています。こうした成功事例を横伝播し、今後もさまざまなチャレンジを行っていきます。



グアムに新規オープンした直営の寿司レストラン「わか桜」。ローカルのニーズを捉えたメニューが非常に好評で、北米の収益機会が見えてきました。

### アジア事業は350坪前後の中型店舗が高利益率 今後の成長に期待

アジア事業ではシンガポールへの進出以来、多彩な出店フォーマットで試行錯誤を行った結果、高収益である繁華街型の店舗以外にも、350坪前後の中小型店において、効率がよく高い利益率である店舗を創出することができます。生鮮品を主体とした高い粗利が取れる店舗設計で、最大効率での生鮮+フード商品の展開が可能となりました。また、都心や駅近隣の立地の地下や2階へ出店を行うことで、家賃比率を抑制するなど、販管費においてもオペレーションコストの管理ができています。



### PPIC

### 8県1市と連携協定を締結

PPIC (Pan Pacific International Club) は、日本の農畜水産物の輸出拡大を目的に、生産者さまや輸出に携わる事業者さま・関係団体さまとPPIHで構成するパートナーシップ組織です。PPIHグループの海外店舗へ安定的に日本産品を輸出するにあたり、PPICを通して自治体と連携した取り組みを推進しています。その一環として、現在8県1市の自治体と連携協定を締結しています。各自治体の特産品における海外での販路拡大及び販売促進を図り、生産者さまとのマッチングの機会を増やすとともに、官民一体で生産者さまの輸出事業をフォローできる体制を整えてまいります。



2023年12月、宮城県との協定式



2024年2月、福島県との協定式

### 連携協定を締結した自治体 ※締結順

- 愛媛県 ● 鹿児島県 ● 熊本県 ● 和歌山県 ● 沖縄県 ● 札幌市
- 香川県 ● 宮城県 ● 福島県



海外の店舗では日本の果物が大人気。PPICを通じ、福島の桃や宮城のイチゴなども販売しています。

PPICの活動内容の詳細は、ホームページをご覧ください。  
<https://www.ppihgroup.com/ppic/index.php>

# PPIHグループのサステナビリティ

PPIHグループは、企業原理「顧客最優先主義」のもと、お客さまの暮らしを支え、お買い物の楽しみを提供することを第一に、本業である総合小売業の事業活動を通じて環境・社会における重要課題の解決に取り組み、持続可能な社会の実現と中長期的な企業価値の向上の両立をめざします。

2024年6月期は、プラスチック使用量削減に向けて、お持ち帰り用スプーン類・ストローの素材をプラスチック製から紙や木製へ変更したほか、再生可能エネルギーの導入の推進、サプライチェーン上の人権・環境リスク低減に向けた対応など、さまざまなサステナブルな取り組みを実施しました。

## 再生可能エネルギーの導入

CO<sub>2</sub>排出量削減の目標達成に向け、2024年6月期は新たに6店舗・1拠点で再生可能エネルギーの利用を開始しました（累計22店舗・1拠点で活用）。事業所の敷地外に設置された発電設備から再エネ電力を供給する「オフサイトPPA」を推進しており、2024年6月から順次、茨城県内の4地点で太陽光発電所が稼働しました。内1地点では太陽光パネルの下で農作物を育てる予定です。



## 女性活躍推進

### 女性店長の拡大

目標：女性店長100名輩出

→ 女性店長：39名（2021年6月期より26名増）

### 女性社員の定着率向上

目標：離職率を5%に低減

→ 女性離職率：7.6%（2021年6月期より4%改善）

※目標：2030年6月期までの数値 実績：2024年6月期の数値



## サプライチェーンマネジメント

サプライチェーン全体における人権・環境のリスク特定と改善に向け、「PPIHグループ サプライチェーン行動規範」を改訂したほか、第三者監査を開始しました。PB/OEM商品の製造委託先に行動規範の遵守に関するセルフチェックアンケートを実施した結果、人権、労働及び安全衛生に関する重篤なリスクは無いことを確認しました。

### 主な調査項目

- 人権/労働：児童労働、差別、ハラスメントなどの防止
- 環境：環境法令の遵守、温室効果ガスの排出削減
- 安全衛生：有害な化学物質などに対する適切な対策

## ESG評価

### 「MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数」に新規採用

2024 CONSTITUENT MSCI日本株 ESGセレクト・リーダーズ指数

日本株上場銘柄のうち、各業種の中から包括的にESGに関するリスクを捉え、相対的に優れたESG評価の銘柄を対象に構築された「MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数」に、新規採用されました。

※年金積立金管理運用独立行政法人(GPIF)がESG投資で採用するESG指数のうちの1つ

## 社外からの認証・評価

### 「PRIDE指標2023」最高評価を6年連続受賞



当社グループのドン・キホーテは、職場での性的マイノリティに関する取り組みの評価指標「PRIDE指標2023」において、最高位の「ゴールド」を6年連続で受賞しました。

### 「健康経営優良法人 2024」に認定



当社グループのユニーは、経済産業省と日本健康会議が、特に優れた健康経営を実践している法人を顕彰する制度において、「健康経営優良法人2024（大規模法人部門）」の認定を取得しました。

PPIHグループのサステナビリティに関する詳細や最新情報はこちらをご覧ください。

<https://ppih.co.jp/sustainability/>



# PPIH TOPICS



## ◎ 店舗レジにイスを試験導入

2024年4月、ドン・キホーテの一部店舗において、試験的にレジにイスを導入しました。この取り組みは、株式会社マイナビが運営するアルバイト情報サイト「マイナビバイト」が、勤務中の「立ちっぱなし」問題の解決をめざして立ち上げた「座ってイイスPROJECT」に賛同したもので、快適な労働環境を整備することを目的として実施しました。



## ドン・キホーテ



## ◎ 「ボトルtoボトル」水平リサイクルの実施



PPIHでは、環境負荷の低減を目的に、サントリー食品インターナショナル株式会社と協働し、使用済みのペットボトルを資源として循環することで新たなペットボトルへ再生する取り組みを行っています。この取り組みには現在、当社グループのアピタ、ピアゴの約90店舗が参加し、地域の皆さまとともに資源の有効活用を推進しています。



## ◎ 不要な衣料品と引き換えでお買い物券進呈

ユニーでは、2019年まで開催していた衣料品回収企画を5年ぶりに復活させました。ご家庭でご不要になった衣料品をお客さまにお持ち込みいただき、点数に応じて「エコ得お買い物券」を進呈しました。お預かりした衣料品は、パートナーさまと協働し、状態や素材に応じて分別した後にリユースまたはリサイクルされます。



## ◎ ベルマーク運動の推進



2024年5月、キリンビバレッジ株式会社と協力し、アピタ、ピアゴ、ドン・キホーテなど317店舗で集めたベルマーク約177万点をベルマーク教育助成財団へ寄贈しました。この取り組みは東日本大震災以降、被災地の子どもたちなどに対する支援活動の一環として実施しており、これまでの寄贈点数は、累計で1,500万点以上となりました。



## ◎ 店頭募金活動の実施

PPIHグループは、震災により甚大な被害が生じている状況に対し被災地域への救援が必要と考え、PPIHグループ店舗（一部を除く）で店頭募金活動を実施しました。

実施内容

令和6年 能登半島地震支援募金

期 間：2024年1月4日(木)～1月31日(水)

寄託金額：国内法人 102,006,781円

海外法人 22,647.48ドル

2024年 台湾東部沖地震 救援金募金

期 間：2024年4月5日(金)～4月30日(火)

寄託金額：24,778,630円

皆さまからお寄せいただいた募金は、日本赤十字社に寄託させていただきました。温かいご支援をいただき、誠にありがとうございました。

## ◎ 国立成育医療センターへの寄付に対して紺綬褒章を受賞

2023年11月、PPIHは国立研究開発法人国立成育医療センター(以後、国立成育医療センター)への寄付に対し、紺綬褒章に係る褒状を受賞しました。難病の子どもは全国で12万人以上\*とされており、さらなる医学研究の進歩により、より多くの子どもたちが健康に暮らせる社会の実現を願い、国立成育医療センターへ寄付を続けております。当社グループでは、難病と闘う子どもたち及びその家族の笑顔のため、今後も医療機関への支援活動を行ってまいります。

\*2022年3月「小児慢性特定疾病児童とその家族の支援ニーズの把握のための実態把握調査の手引き書」の小児慢性特定疾病医療受給者証数より



## 株主還元の様況

# 21期連続増配！ 配当性向は初の20%超え、成長投資と株主還元を両立

### ▶ 配当金：記念配当9円を加え、30円へ上方修正

2024年6月期の年間配当は、期初予想の21円から、グループ総売上高2兆円突破を記念した9円の記念配当を実施し、**30円への上方修正**を行いました。これにより**21期連続増配**を達成するとともに、2025年6月期においても**22期連続増配となる34円**への増配を見込んでいます。配当性向は初めて20%を超え、累進的配当政策を基本に、今後は**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てまいります。

### ▶ 株主優待について

## 半期ごとに2,000円分のmajicaポイントを贈呈

9月末、3月下旬に発送予定の配当金関係書類に同封のクーポンコードをmajicaアプリにご入力いただくと、2,000円分のmajicaポイントが付与されます。

※スマートフォンでmajicaアプリをインストールする必要があります。

### 対象となる株主さま

毎年6月末日（当社期末）または毎年12月末日（第2四半期末）時点の株主名簿にそれぞれ記載・記録された、100株（1単元）以上保有する株主さまを対象とします。

保有株式数	100株以上
優待内容	2,000円分のmajicaポイントを贈呈

### お受け取り方法

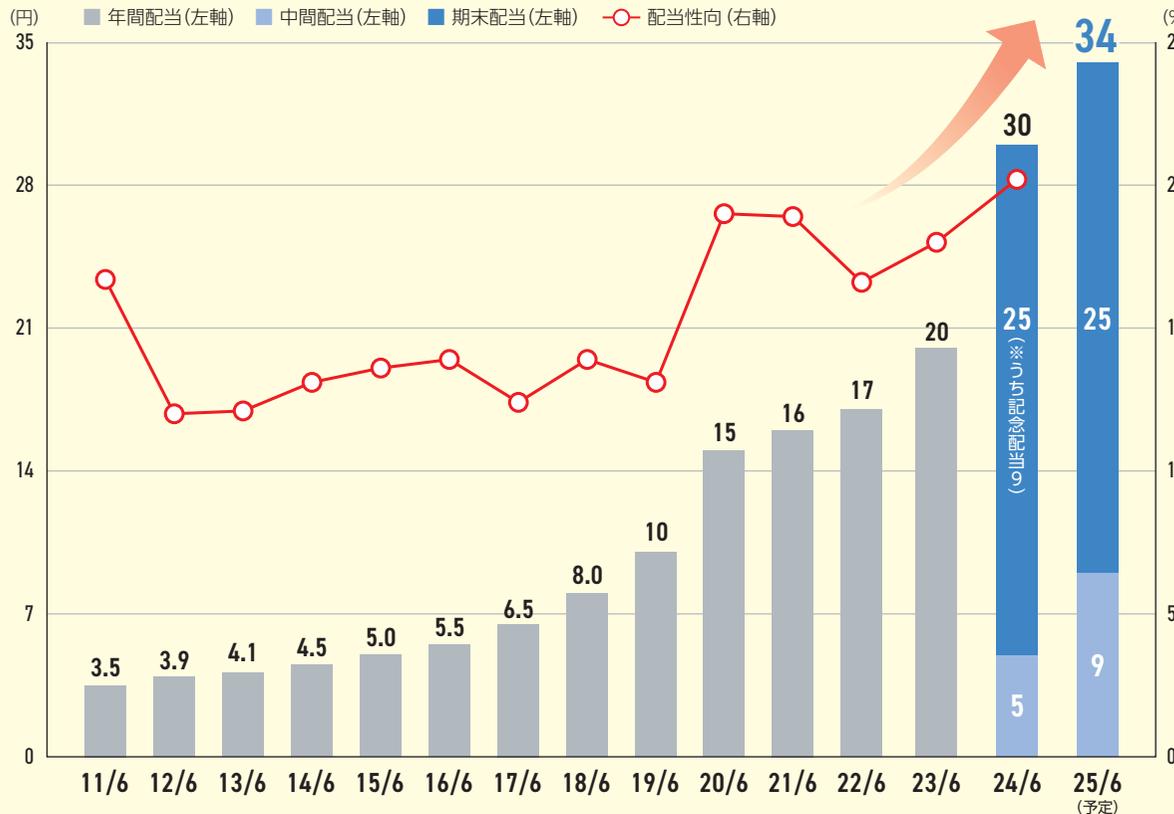


**majicaアプリをダウンロードして会員登録し、クーポンコードを入力**

majicaアプリは、国内のドン・キホーテ、アピタ、ピアゴなど当社グループ店舗を含むmajica加盟店でのお買い物を便利に、お得にサポートする電子マネーです。お手持ちのスマートフォンでmajicaアプリをインストールの上、会員登録を行ってください。

サービスの詳細は以下のサイトをご覧ください。

**majica公式サイト** <https://www.majica-net.com>



※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。



# 財務・非財務ハイライト



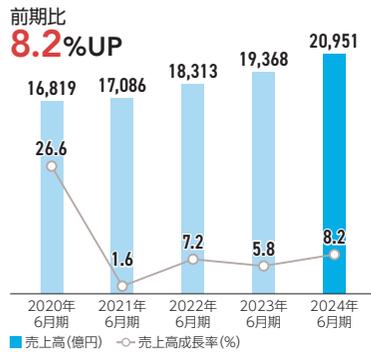
各数値の要因をご覧ください。

**Click!** 「ひと目でわかる決算」

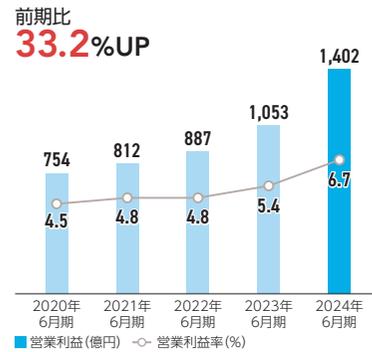
<https://ppih.co.jp/ir/highlight/hitomedewakaru/>

PPIH Report

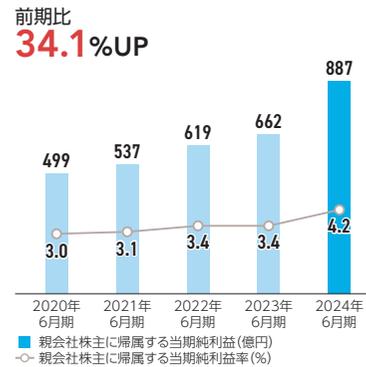
## 売上高/売上高成長率



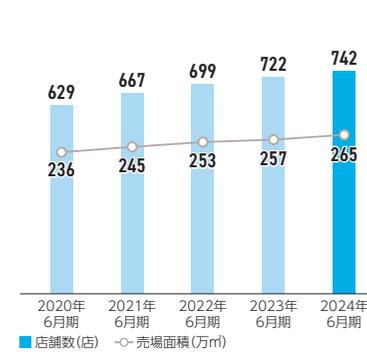
## 営業利益/営業利益率



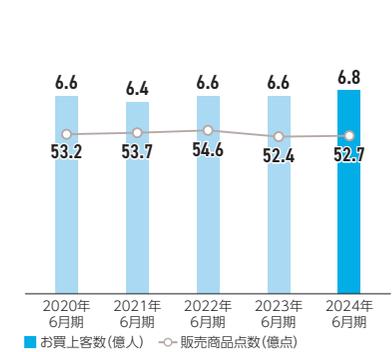
## 親会社株主に帰属する当期純利益/親会社株主に帰属する当期純利益率



## 店舗数/売場面積

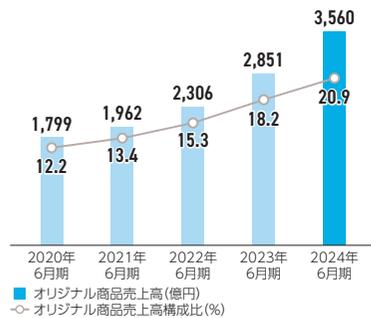


## お買上客数/販売商品点数



## オリジナル商品売上高/オリジナル商品売上高構成比

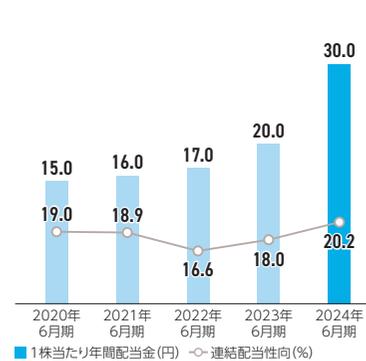
オリジナル商品:PB及びOEM商品  
対象データ:国内ディスカウント事業及び国内GMS事業



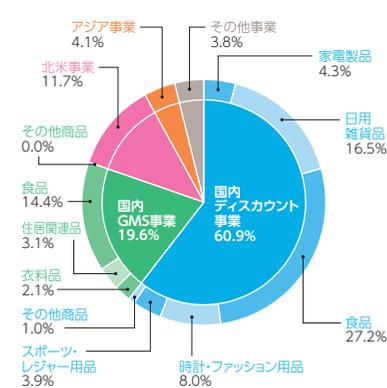
## 純資産/ROE



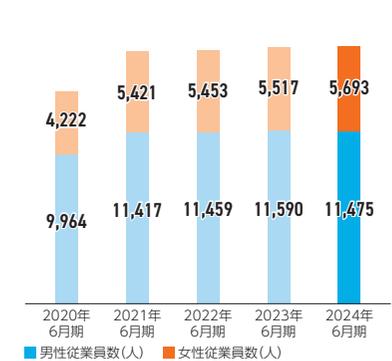
## 1株当たり年間配当金/連結配当性向



## 商品分類別売上高構成比



## 従業員(社員)男女内訳



### とってもお得! 「majica一体型のクレジットカード」会員募集中!



年会費  
**無料**

PPIHグループ各店舗(一部店舗を除く)でのお買い物を便利にお得にサポートする電子マネーmajicaにクレジット機能が備わった「majica donpen card」UCSCARDmajicaの会員を募集中です。

カードのお申込み・詳細はこちらから  
<https://www.ucscard.co.jp/donpen/>

- majica一体型だからマジで得する「マジ得サイクル」も対象!
- majica公式アプリとの連携で、PPIHグループ各店舗のポイント最大1.5%還元!
- クレジットのご利用で、どこで使ってもmajicaポイントが貯まる!
- 貯まったポイントはPPIHグループ各店舗で使える!
- majicaクラブオフの登録で、全国の宿泊施設や娯楽施設が会員特別価格で利用可能!

当社は「JPX 日経インデックス400」  
「JPX プライム150指数」の  
採用・選定銘柄です。

**JPX-NIKKEI 400**  
2013 - 2024年度選定