

2024年6月期 第3四半期決算業績説明資料

2024年5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 2024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「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	136.85	132.70	137.58	133.54	98.61	98.76	3.82	3.82	17.46	17.02	4.50	4.33
当期	143.79	141.82	147.21	151.40	106.91	107.47	4.10	4.13	18.37	18.14	4.59	4.62

※為替レートについて

P/Lは決算対象期間（Gelson's 2023年7月～2024年3月、Gelson's以外は2023年4月～12月）の平均為替を使用、B/SはGelson'sは2024年3月末、Gelson's以外は2023年12月末の為替を使用しています。

2024年6月期 第3四半期決算概況について

24年6月期 第3四半期決算数値報告

- 3Q単体、累計共に過去最高の売上高と営業利益を達成。
- 3Q累計営業利益1,103億円と、前期12ヶ月の営業利益1,053億円を9ヶ月で上回る。
- 引き続き、免税、PB/OEM戦略などが奏功した国内リテールが全体を牽引。

【期間：2023年7月1日～2024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)	増減額	前期比	金額 (売上構成比)	金額 (売上構成比)	増減額	前期比
売上高	4,788	5,198	+410	+8.6%	14,572	15,674	+1,102	+7.6%
売上総利益	1,481 (30.9%)	1,627 (31.3%)	+146	+9.9%	4,505 (30.9%)	4,937 (31.5%)	+432	+9.6%
販管費	1,238 (25.9%)	1,279 (24.6%)	+41	+3.3%	3,688 (25.3%)	3,834 (24.5%)	+147	+4.0%
営業利益	243 (5.1%)	348 (6.7%)	+105	+43.3%	817 (5.6%)	1,103 (7.0%)	+286	+34.9%
経常利益	235 (4.9%)	400 (7.7%)	+165	+70.4%	807 (5.5%)	1,136 (7.2%)	+329	+40.8%
当期純利益	147 (3.1%)	239 (4.6%)	+92	+62.2%	515 (3.5%)	721 (4.6%)	+206	+40.0%
1株当たり純利益	24.66円	39.99円	+15.33円	+62.2%	86.33円	120.80円	+34.47円	+39.9%

通期業績予想について

- 通期業績予想の営業利益を1,350億円（+50億円）へ上方修正。
 - ✓ 3Qの業績好調を通期業績予想に反映。
 - ✓ 営業利益の見直しに加えて為替状況なども加味し、経常利益及び当期純利益も上方修正。

(単位：億円)

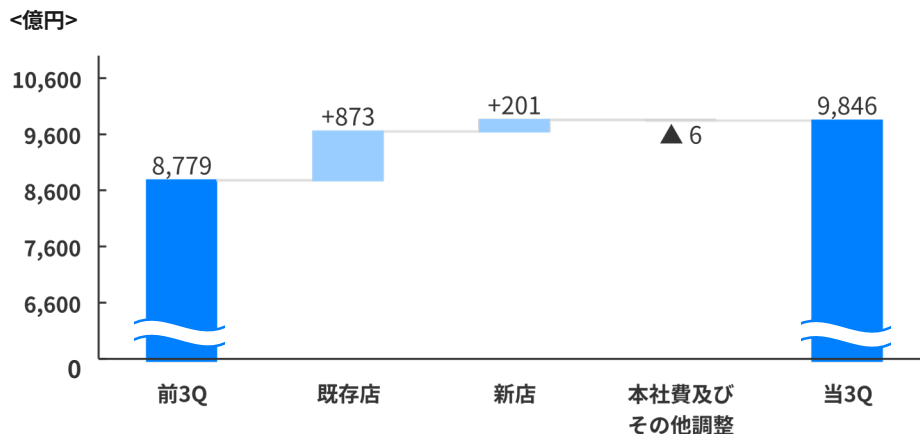
	前期	通期業績予想 (2Q公表)	
	金額 (売上構成比)	金額 (売上構成比)	増減率 (前年比)
売上高	19,368	20,700	+6.9%
売上総利益	6,004 (31.0%)	6,530 (31.5%)	+8.8%
販管費	4,951 (25.6%)	5,230 (25.3%)	+5.6%
営業利益	1,053 (5.4%)	1,300 (6.3%)	+23.5%
経常利益	1,110 (5.7%)	1,260 (6.1%)	+13.5%
当期純利益	662 (3.4%)	765 (3.7%)	+15.6%
1株当たり利益	110.94円	128.19円	+15.5%

通期業績予想(今回修正)			
金額 (売上構成比)	増減額	増減率 (前年比)	増減率 (予算比)
20,860	+160	+7.7%	+0.8%
6,580 (31.5%)	+50	+9.6%	+0.8%
5,230 (25.1%)	-	+5.6%	-
1,350 (6.5%)	+50	+28.2%	+3.8%
1,390 (6.7%)	+130	+25.2%	+10.3%
800 (3.8%)	+35	+20.9%	+4.6%
134.06円	+5.87円	+20.8%	+4.6%

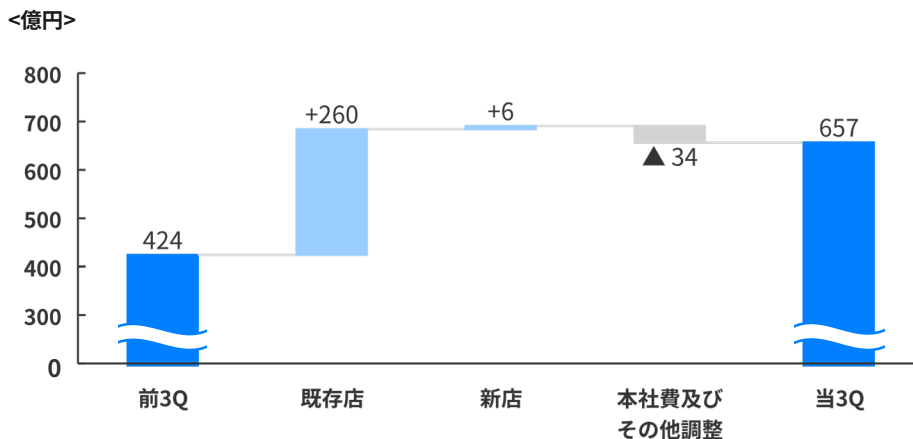
<為替レート的前提> ※USDは期初発表時の138.09円から153.00円に変更

1USD=153.00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

2024年6月期3Q累計 売上高増減



2024年6月期3Q累計 営業利益増減



売上高9,846億円(前3Q累計比+1,067億円)、営業利益は657億円(同+233億円)と更なる成長を続けている既存店が牽引。

✓ 既存店売上は前3Q累計比110.5%で着地。

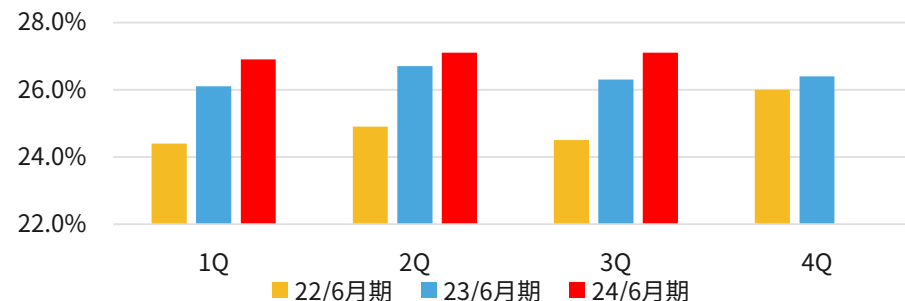
- 免税売上の伸長（既存店押し上げ効果+7.0%）に加え、非免税（同+3.5%）も好調を継続。
- majica会員は1,410万人を突破。3Qにおけるmajica会員売上は109.4%と伸長。“マジ価格”等の会員施策によりmajicaアプリサービスの利用者が増加（会員売上比率42.8%→45.0%）、既存店会員客数106.4%とmajicaサービス支持率向上。会員獲得が営業数値に貢献。

✓ 粗利率は27.2%(同+0.8%)と改善。

- PB/OEMは売上構成比18.8%(同+1.9%)と売上が拡大したことに加え、外出需要品やキャラクター商品などの非食品カテゴリー伸長が粗利率改善に寄与。

✓ 新店や人財に対する成長投資は継続して実施も、予算内でコントロール。販管費率は売上の伸長や水光熱費の減少などにより、前3Q累計比▲1.0%で着地。

▶ DS事業 22年～24年6月期既存店粗利率推移※ロス見込み反映前



- 外見はMEGAドンキだが中身が大幅にアップデートされた「ほぼシン(ほぼ新業態)」を新店のMEGAドン・キホーテ成増店にて創造。
- ✓ DS事業の生鮮は、GMS事業とのMD統合効果やUDリテールで培った経験により進化。高鮮度、高品質でありながら、競合他社より価格優位性があることで顧客の集客装置になるまで成長。
- ✓ フロア別に顧客ターゲットを設定し、集客装置の生鮮を2階に配置したことで、1階から2階の同線を確認し、3階、4階への誘致を実現。非食品構成比や粗利率はMEGA店舗の中でも高水準で推移。若年層からシニア層まで、顧客層の拡大に成功。
- ✓ レールサイドに「多層階でも幅広い年齢層が楽しめる」新たな出店フォーマットを樹立し、出店戦略の強化につなげる。

	MEGAドン・キホーテ (主にロードサイドへの出店)	“ほぼシン”の取り組み (レールサイドの大型多層階店への出店)
顧客ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客層は主婦層、ニューファミリー層が中心。 	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客ターゲットを主婦層、ニューファミリー層だけでなく駅を利用する、学生、会社帰りの会社員などに拡大。
フロア構成	<ul style="list-style-type: none"> ・ロードサイド出店（基本は2フロア、低層階）に最適化した構成 ・商品構成メインの生鮮品、食品が1階または地下に配置。 	<ul style="list-style-type: none"> ・フロアごとにコンセプトを設定し、幅広い年代ニーズを網羅。 ・1階にドラッグ、菓子、酒、消耗品を展開。 ・2階に生鮮を展開することで、1階から2階への動線の確保に加え、上層階への顧客誘導に寄与。 ・3階は繁華街要素を取り入れたZ世代向けトレンド品を強化。 ・4階は家電や玩具などを強化、ニューファミリー層向けの商品を強化。

生鮮強化の取り組み

- 精肉
 - ・GMSの精肉センターを共同利用し、鶏や豚などの頻度品の安定調達を実現。
 - ・店舗での加工を強化し、高付加価値品の和牛焼肉セットや豊富な種類の肉惣菜を提供。
- 青果
 - ・GMSとの共同仕入れ、生産者からの直接仕入を増やし、高鮮度の商品を提供。
- 惣菜
 - ・惣菜、弁当を製造する「カネ美食品」をテナントイン、彩り豊かな惣菜などをお値頃価格で提供。

高鮮度
高品質
価格優位性
『集客装置へ』

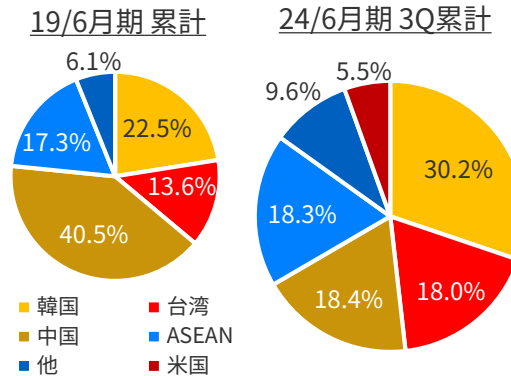
DS事業：インバウンド“No.1”宣言

□ 免税売上は3Q累計813億円(前3Q比+603億円)、コロナ前の年間免税売上684億円を上回る。

✓ コロナ前と比べ来店国籍に変化があるも、多種多様な国・地域の方のニーズに合わせた店作りを進める「**変化対応力**」を発揮したことで、シェア率を拡大。

- 中国の構成比が減少も、SNS販促強化やインフラ対応などを進めたことで韓国・台湾・米国など、多くの国と地域からの来店顧客が増加、免税売上が伸長。
- ワンストップで商品が揃う品揃えの強みに加え、人気のある商品や国ごとのトレンドなど様々な情報をキャッチアップし、即反映することで顧客ニーズに沿った店づくりを実現。

▶ 国籍別免税売上高構成比



□ 「ドンキ＝日本で立ち寄るべき場所No.1」を目指し、円高などの外部環境の変化があっても成長できる店舗を作る。

- ✓ 「**旅マエ戦略**」マーケティング戦略を強化し来店動機に繋げる。
 - 免税顧客の70%以上は訪日前にSNSを通じて、当社を知り、来店している状況。インフルエンサーや旅行会社と連携し、プロモーションを強化。
- ✓ 「**旅ナカ戦略**」当社でしか購入できないオリジナル商品にて差別化を図る。
 - 従来の価格訴求力に加え、国籍別のトレンドに合わせた商品開発をすることで、免税顧客のニーズを捉えたPB/OEMを生み出し、他社との優位性を高める。また、季節性のある期間限定商品や海外での人気キャラクターグッズの導入など、次回訪日時にも再来店したくなる環境を作る。
- ✓ 「**旅アト戦略**」当社を利用した顧客が帰国後に、友人や知人へ日本で行った方が良い場所として当社への来店を促すキャンペーンを計画。

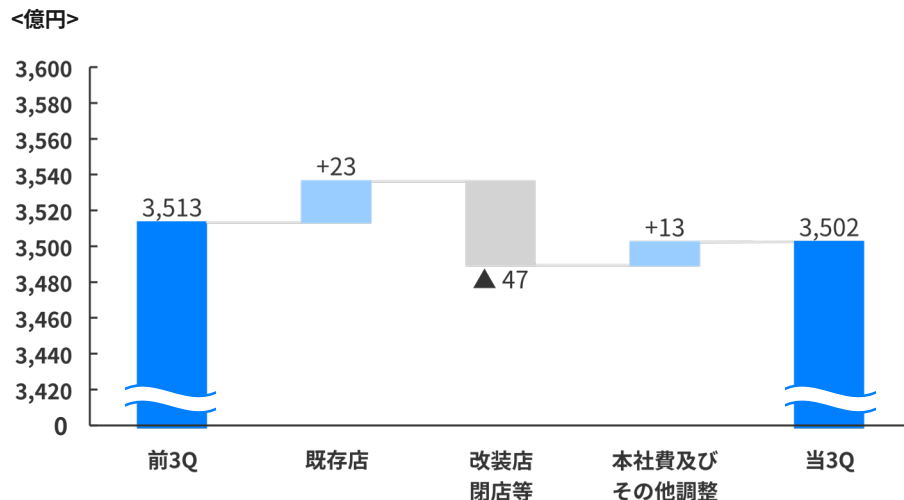


▶ PB/OEMにおける免税実績No.1商品「バイク クリーミーチーズ」

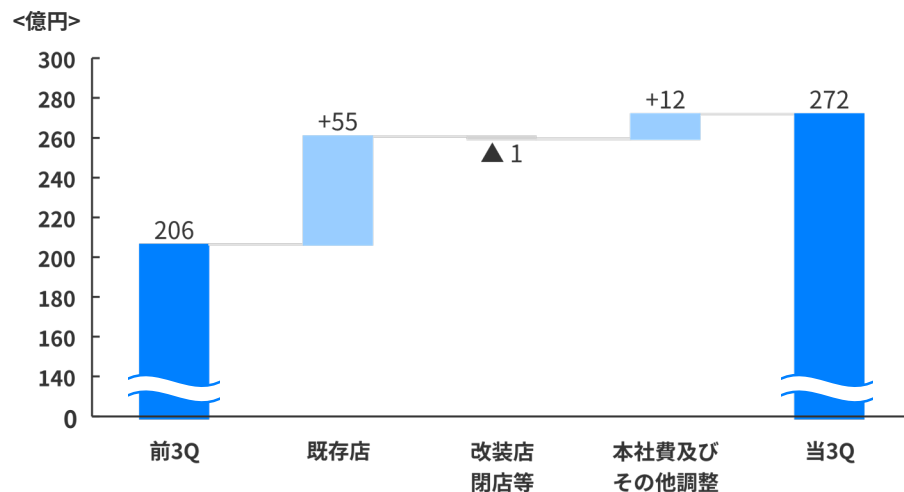
- ✓ 実績No.1は「抹茶」や「桜」を抑えて、意外にも「バイク」。
- ✓ 「暑い国でも溶けにくい、食感が新しい、チーズが濃厚」とSNSの口コミで認知が広がり、タイや台湾、韓国で人気商品に。
- ✓ 需要を捉えた、当社オリジナル商品の開発強化を進め、他社との差別化を図る。

※ 当社実施アンケートより n=1,450

2024年6月期3Q累計 売上高増減



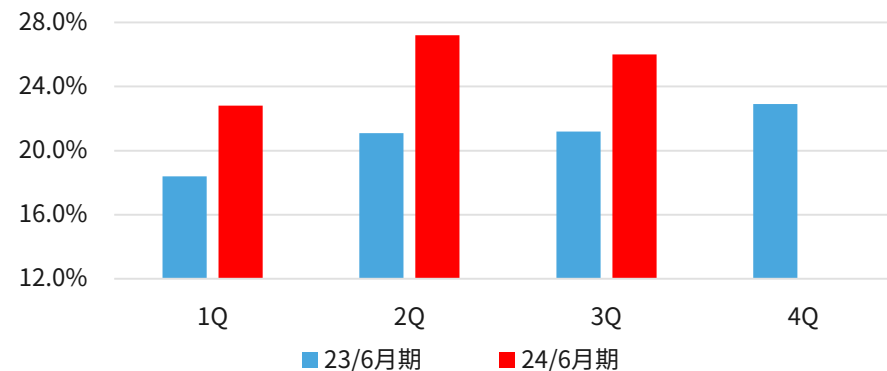
2024年6月期3Q累計 営業利益増減



営業利益272億円(前3Q累計比+66億円)と過去最高を達成、
営業利益率7.8%(同+1.9%)と他GMSと比べ高収益率を誇る。

- ✓ 既存店売上は前3Q累計比100.7%と伸長。
 - 4月から実施の“価格総選挙”前哨戦である日配品価格訴求や各種販促施策が奏功し、既存店客数は前3Q単体比100.9%と改善。
- ✓ 既存店粗利率は27.1%(前3Q累計比+0.5%)で着地。
 - PB/OEMは売上構成比は25.4%(前3Q累計比+5.2%)と伸長し粗利改善に寄与。
 - 冬物季節品に対し、DS事業の手法を取り入れた在庫戦略を実施。前3Q単体比▲0.3%悪化と一時的要因が発生するも、この影響を除くと前年を上回る。
- ✓ 販管費は前3Q累計比▲48億円(販管费率▲1.3%)と大きく減少。政府補助金による水光熱費の削減、人財の適正配置といった販管費コントロールを継続。

▶ GMS事業 PB/OEM構成比推移



□ 「稼ぐ力」はついた。課題は客数。

- ✓ 本社統合と個店経営へのシフトが進み、直近3Q累計の営業利益率は7.8%と収益体質を改善。
 - 本部機能の統合や生産性の改善により販管費をコントロールし、従来型GMS業態の高コスト構造を改善。
 - DS商流によるシナジーと、PB/OEM強化により総利益は向上。
- ✓ 物価高の中、過度な値下げを控えたことで収益性が改善した一方、離反顧客対策は遅れ、客数は24年1月まで苦戦が続いた。
 - 『品質・鮮度』に加え『価格優位性』を周知するため、従来の販促企画に加え、「価格総選挙」を実施し、競合対抗を徹底。
 - PB/OEMの展開強化を継続し、構成比を伸長させることで収益性を維持したまま売上拡大を図る。

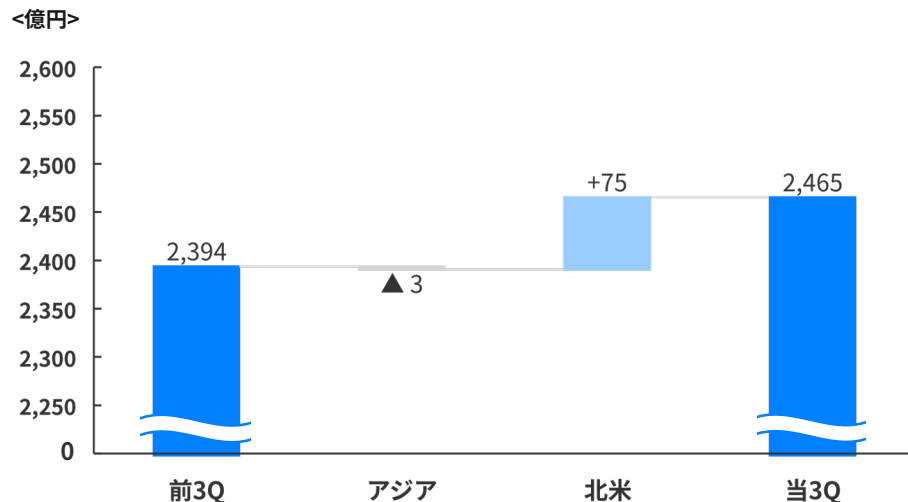
	19年2月期 (通期累計)	24年6月期 (3Q累計)	増減差
営業利益	217億円	272億円	+55億円
営業利益率	3.3%	7.8%	+4.5%
店舗数	183店	131店	▲52店

□ 「価格総選挙」：品質・鮮度だけでなく、価格面でもお客様のニーズに応える。

- ✓ 地域のお客様でもあるメイト(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。商圈ごとに対象商品を「みんなの声で価格が変わる」ユニークなユニークな値下げを宣言。
- ✓ 価格感度の高い商品を最大300品目、地域最安値を目指し展開。
 - 個店毎に商圈の競合状況や人気商品が反映されるため、それぞれの地域において「お客さまにとって最も都合の良い店」を創造。
- ✓ 投票は3カ月に1回実施、伸長率が低い商品は毎月入れ替えを行い、常に顧客に寄り添った価格を提供する。



2024年6月期3Q累計 売上高増減

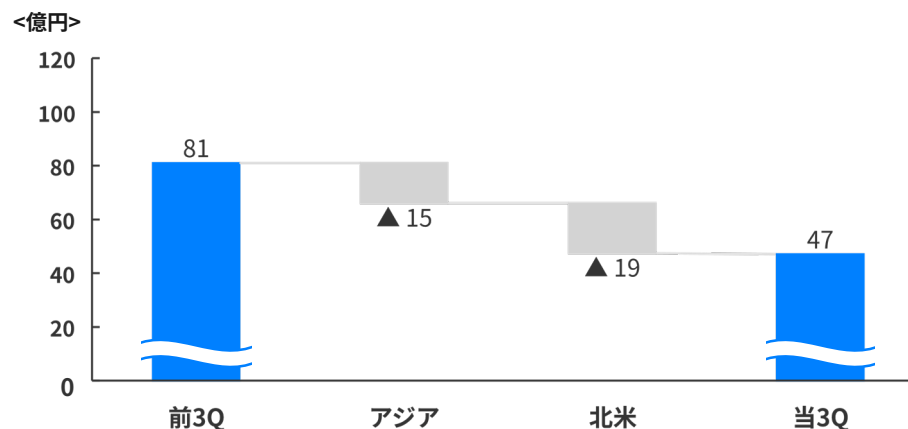


海外事業は、上期から大きな傾向変化はないものの、北米、アジアともに改善の兆しが見え始めている

■アジア事業

- ✓ アジア事業は2Qで修正した通期業績見込みと比較し営業利益が上向き。
- ✓ 粗利率は37.4%(前3Q累計比+0.5%)と、PB/OEMや直貿易の売上構成比が上昇したことで改善傾向。
- ✓ 既存店の人件費調整や本社費の機能統合により、コントロールしているものの、新店9店舗の投資コストが影響し、販管費率は36.8%(同+2.9%)で着地。

2024年6月期3Q累計 営業利益増減



■北米事業

- ✓ 強化カテゴリーのデリカや寿司、精肉の好調が継続。独自商品の開発や定期的な商品入れ替えによる、他社との差別化が顧客支持を広げる。
- ✓ 粗利率は37.3%(前3Q累計比+0.3%)と、デリカや寿司といった高粗利率商品の伸長が寄与。
- ✓ 店舗人件費は適切に管理し、前年を下回るも、新店コストやセントラルキッチンなど成長投資が増加したことで、販管費率は34.9%(同+1.5%)で着地。

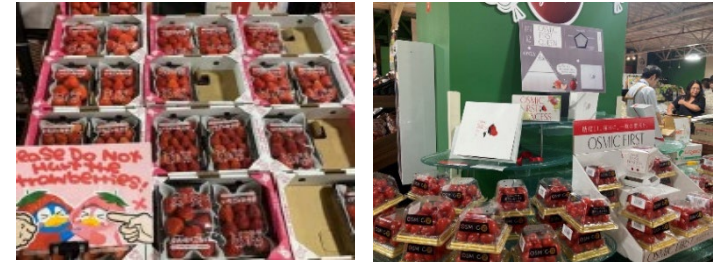
※.1 北米はDQ USA、MARUKAI、QSI、Gelson'sの各社を単純合計して記載。実績についてはGelson's以外は2023年4月～12月、Gelson'sは2023年7月～2024年3月の実績。
 ※.2 アジアはPPRM (SG)、PPRM (HK)、DONKI Thailand、PPRM(TW)、PPRM(MY)、Macau PPRM(MO)の各社を単純合計して記載。実績については2023年4月～12月の累計。
 ※.3 Gelson'sの営業利益は、のれん償却費（当期27億円、前期26億円）を控除後の数値で算出。

北米事業：グアム初出店

- 北米事業に大きなバリュー（新店10店舗と同規模）をもたらす1店舗として、北米初のDON DON DONKI業態「VILLAGE OF DONKI (グアム)」オープン。
- 当社独自の商品供給網により、ハイクオリティ&プライスリーダーとなる店舗を構築。

✓ グアムにおける新たなバリューチェーンを構築。

- 日本からの調達網を構築。輸送時間が短いことや、関税がかからない商品が多いことから、仕入価格の低減や鮮度向上を実現。
- アメリカ本土からの仕入商品は、カリフォルニアの自社倉庫から直送により中間マージンを圧縮し原価低減を実現。
- 北米事業のスケールメリットを活かし、仕入原価を低減できたことで、競合他社よりも価格優位性がありながら、高い利益率を確保。



日本からの仕入商品は鮮度面で有利に。高品質でありながら、競合他社との価格優位性を担保。

✓ 独自商品による他社との差別化が高粗利率を実現。成功事例を横伝播。

- 日本の化粧品やキャラクターグッズといった粗利率が高く、他社に取り扱いが少ないノンフード商材が粗利率を牽引。グアムの高実績商品を地域の嗜好性やトレンドを考慮し、他地域にも波及。
- 生鮮食品は現地にない提供方法や日本式の加工方法を用いた商品が、それまでになかった美味しさ、商品価値が人気と高い利益率を獲得。
 - ・ ポキは冷たい具材と温かいライスを分けて提供する方法を採用し、美味しさが格段に向上し大ヒット。ポキ本場のハワイに逆輸入。
 - ・ 和牛は他社にない加工方法「ジャパンスタイルカット」のしゃぶしゃぶ、焼肉を展開し、価格競争となる現地商材と差別化。
- 成功事例の横伝播や、今後のDON DON DONKIの北米出店への足掛かりとなる店舗として、今後も様々なチャレンジを行っていく。



アメリカ本土からの仕入商品はスケールメリットを活かした仕入で価格優位性と高い利益率を両立。



人気の化粧品やキャラクターグッズやポキの新しい提供方法で差別化。成功事例を横伝播。

主な資産・負債・純資産の状況

(単位：億円)

	23年6月	24年3月	
	金額	金額	増減額
流動資産	5,518	4,972	▲546
現預金	2,421	1,659	▲762
割賦売掛金	554	587	33
商品	1,945	1,921	▲24
固定資産	9,292	9,569	277
建物等	2,880	2,927	47
土地	3,187	3,344	157
無形固定資産	885	905	19
敷金保証金	718	700	▲19
資産合計	14,811	14,542	▲269

(単位：億円)

	23年6月	24年3月	
	金額	金額	増減額
流動負債	3,684	3,644	▲41
買掛金	1,687	1,945	259
※1 短期有利子負債	453	191	▲262
固定負債	6,491	5,620	▲871
社債	2,616	1,911	▲706
長期借入金	2,725	2,558	▲167
負債合計	10,175	9,264	▲911
純資産合計	4,635	5,278	642
負債・純資産合計	14,811	14,542	▲269

※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：7,178億円 (286億円増)
 - ・ 出店などに関する投資：548億円
 - ・ 減価償却費：274億円

<負債の状況>

- ▶ 有利子負債：4,660億円 (1,134億円減)

<純資産の状況>

- ▶ 自己資本：5,165億円 (前期末比+632億円)
- ▶ 自己資本比率：35.5% (前期末比+4.9%)

<その他>

- ▶ ネットD/Eレシオ：0.58倍 (前期末比▲0.16倍)
- ▶ ROE：19.8%(年換算/前期末比+4.1%)

✓ 財務健全性の向上により劣後債1,400億円を全額期限前償還（無担保社債700億円の発行と現預金により充当）。

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	1,804	2,462	658
営業活動CF	1,039	1,136	97
投資活動CF	▲510	▲594	▲84
財務活動CF	▲209	▲1,277	▲1,068
期中増減等	314	▲665	▲979
期末残高	2,118	1,797	▲322
フリーキャッシュフロー ^{※1}	529	542	13

※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	482	609	127
-------	-----	-----	-----

<営業CF：+1,136億円>

▶ 税金等調整前純利益1,102億円、減価償却338億円、仕入れ債務の増加額248億円などが増加要因になる一方、法人税等の支払額443億円などが減少要因に。

<投資CF：▲594億円>

▶ 出店等に伴う有形固定資産の取得が543億円、無形固定資産の取得56億円などが減少要因に。

<財務CF：▲1,277億円>

▶ 社債の発行による収入698億円、長期借入れによる収入500億円などが増加要因になる一方、社債の償還による支出1,509億円、長期借入金の返済830億円、配当金の支払い125億円などが減少要因に。

<当3Qの内訳>

▶ 国内DS事業約324億円、GMS事業約89億円、海外事業約106億円、金融事業約19億円、その他約71億円。

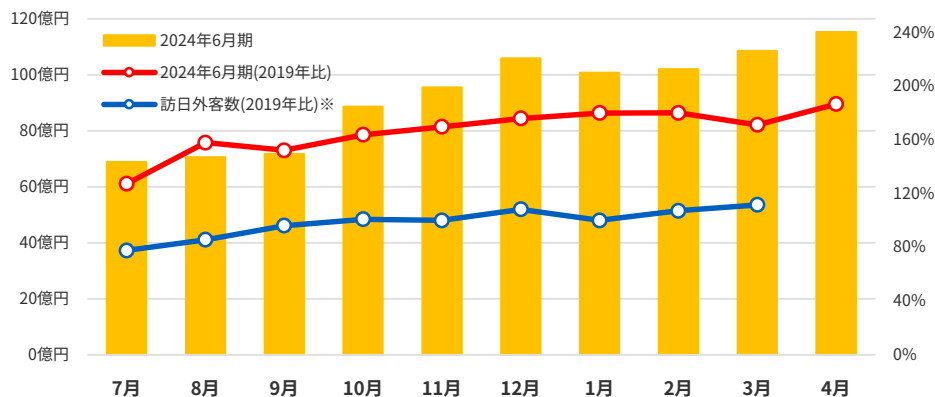
国内リテールは、ディスカウント事業とGMS事業ともに全ての商品カテゴリーで前年を上回り、好調に推移。また、客数も休日影響を除くと好調に推移。

▶ 売上前年比(既存店)推移

単位：%	1Q	2Q	3Q				4Q
	累計	累計	1月	2月	3月	累計	4月
国内計	108.0	106.8	105.5	109.3	111.0	108.6	105.0
DS	110.9	110.0	107.9	111.0	112.8	110.5	106.5
GMS	100.3	98.8	99.3	104.6	106.3	103.3	100.9

▶ 国内DS事業の免税実績推移

4月は単月過去最高の免税実績を更新し、また4ヶ月連続で100億円を達成。



※日本政府観光局(JNTO)、統計データより

■ DS事業

- ✓ 春休みや大型連休など外出機会の増加から、アウトドアやレジャー、服飾小物、化粧小物などが好調。
- ✓ 屋内の娯楽としてアナログのゲームやホビー関連、パズルなどが売上に貢献。
- ✓ 季節を先取りした陽気が続いたことから、季節家電や寝具、食品は涼味やアイスなどが伸長。

■ GMS事業

- ✓ 住居関連は消耗品（紙製品や洗剤、インバス）や台所用品などの日常使いの日用品が伸長。
- ✓ 食品は旬の玉ねぎやキャベツ、ニンジンといった青果を中心に多くの食材が前年を上回る。また、グロサリーや日配品なども好調。

Appendix

第3四半期 事業別情報

【期間：2024年1月1日～2024年3月31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3Q実績	当3Q実績	前年同期差	前3Q実績	当3Q実績	前年同期差	前3Q実績	当3Q実績	前年同期差	前3Q実績	当3Q実績	前年同期差	前3Q実績	当3Q実績	前年同期差
売上高	2,882	3,241	359	1,119	1,141	22	217	216	▲1	604	638	34	▲35	▲38	▲4
売上総利益	754	875	121	386	389	3	81	80	▲2	222	236	14	37	47	10
売上総利益率	26.2%	27.0%	0.8%	34.5%	34.1%	▲0.4%	37.5%	36.9%	▲0.6%	36.7%	37.0%	0.3%	-	-	-
販管費	633	666	33	322	310	▲12	75	79	4	199	223	24	9	2	▲7
営業利益	121	209	88	64	80	16	7	1	▲6	23	13	▲10	28	45	17
営業利益率	4.2%	6.4%	2.2%	5.7%	7.0%	1.3%	3.0%	0.3%	▲2.7%	3.8%	2.1%	▲1.7%	-	-	-

【期間：2023年7月1日～2024年3月31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	前3Q実績(累計)	当3Q実績(累計)	前年同期差
売上高	8,779	9,846	1,067	3,513	3,502	▲11	620	617	▲3	1,774	1,849	75	▲114	▲140	▲26
売上総利益	2,313	2,677	364	1,198	1,216	17	229	231	2	655	689	34	109	125	15
売上総利益率	26.3%	27.2%	0.9%	34.1%	34.7%	0.6%	36.9%	37.4%	0.5%	36.9%	37.3%	0.3%	-	-	-
販管費	1,889	2,020	131	992	944	▲48	210	227	17	593	645	52	3	▲2	▲5
営業利益	424	657	233	206	272	66	19	4	▲15	62	44	▲19	106	127	21
営業利益率	4.8%	6.7%	1.9%	5.9%	7.8%	1.9%	3.0%	0.6%	▲2.4%	3.5%	2.4%	▲1.2%	-	-	-

※.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2023年4月～12月、Gelson'sは2023年7月～2024年3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2023年4月～12月の累計。

※.3 Gelson'sの営業利益は、のれん償却費（当3Q 9億円、前3Q 8億円、当期累計 27億円、前期累計 26億円）を控除後の数値で算出。

第3四半期累計 連結事業別業績概況

【期間：2023年7月1日～2024年3月31日】

(単位：億円)

	前3Q(累計)		当3Q(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	8,448	58.0%	9,521	60.7%	112.7%
家電製品	633	4.3%	691	4.4%	109.2%
日用雑貨品	2,244	15.4%	2,555	16.3%	113.9%
食品	3,881	26.6%	4,267	27.2%	110.0%
時計・ファッション用品	1,116	7.7%	1,243	7.9%	111.4%
スポーツ・レジャー用品	454	3.1%	610	3.9%	134.4%
その他	121	0.8%	155	1.0%	128.3%
国内GMS事業	3,192	21.9%	3,116	19.9%	97.6%
衣料品	360	2.5%	327	2.1%	90.9%
住居関連品	563	3.9%	497	3.2%	88.2%
食品	2,248	15.4%	2,290	14.6%	101.9%
その他	20	0.1%	2	0.0%	9.6%
海外事業	2,376	16.3%	2,449	15.6%	103.1%
北米事業	1,760	12.1%	1,834	11.7%	104.2%
アジア事業	616	4.2%	615	3.9%	99.8%
その他事業^{※1}	555	3.8%	587	3.7%	105.7%
合計	14,572	100.0%	15,674	100.0%	107.6%

※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1月1日～2024年3月31日】

(単位：億円)

	前3Q(四半期)		当3Q(四半期)		
	金額	構成比	金額	構成比	前年同期比
販 管 費	1,238	25.9%	1,279	24.6%	103.3%
給 与 手 当	461	9.6%	486	9.3%	105.4%
地 代 家 賃	151	3.1%	155	3.0%	103.0%
支 払 手 数 料	164	3.4%	155	3.0%	94.9%
減 価 償 却 費	87	1.8%	95	1.8%	108.6%
水 道 光 熱 費	80	1.7%	64	1.2%	80.4%
そ の 他	296	6.2%	324	6.2%	109.6%

【期間：2023年7月1日～2024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	3,688	25.3%	3,834	24.5%	104.0%
給 与 手 当	1,384	9.5%	1,449	9.2%	104.7%
地 代 家 賃	443	3.0%	463	3.0%	104.5%
支 払 手 数 料	470	3.2%	467	3.0%	99.3%
減 価 償 却 費	254	1.7%	277	1.8%	109.0%
水 道 光 熱 費	258	1.8%	218	1.4%	84.7%
そ の 他	879	6.0%	960	6.1%	109.3%

24年6月期出店状況

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		高松丸亀町 (香川)			鶴ヶ島 (埼玉)	射水店 (富山)				成増店 (東京)	貝塚店 (大阪)	上野芝店 (大阪)	5店舗	新規出店：24店
	小型		ドミセ渋谷 道玄坂通 (東京)	ドミセ アリオ八尾 (大阪)			キキト TM 狸小路 (北海道)					キキト TM 横浜 ワールド TM タークス (神奈川)	2店舗		
海外 ※1	アジア		CITY LINK南港 (台湾)		ファッションアイランド TM (タイ)	台中タイ TM シティ (台湾)	ティオンバル TM ラザ (シンガポール)	ミッドパ TM レー マ TM モール (マレーシア)	スタジ TM オシティ (マカオ)					1店舗	新規出店：12店 ※2
	北米					ザ TM ・モール ライフストア TM ンカピ TM (タイ)	高雄大立 (台湾)						ビレッジオブ ドンキ (グアム)	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2023年4月～2024年3月、Gelson'sは2023年7月～2024年6月の期間

国内リテール店舗数					
	2022年 6月期	2023年 6月期	2024年 6月期		
			1Q	2Q	3Q
ディスカウント事業	468	486	485	488	488
ドン・キホーテ	237	250	250	253	252
MEGAドン・キホーテ ※1	140	140	140	140	142
(MEGA)ドン・キホーテUNY	59	63	63	63	62
小型業態 ※2	32	33	32	32	32
GMS事業 ※3	136	131	131	131	131
国内合計	604	617	616	619	619

海外店舗数					
	2022年 6月期	2023年 6月期	2024年 6月期		
			1Q	2Q	3Q
北米事業	65	65	65	66	65
カリフォルニア	37	37	37	38	37
ハワイ	28	28	28	28	28
アジア事業	30	36	38	38	43
シンガポール	12	15	16	15	16
香港	9	9	10	10	10
タイ	4	6	6	6	8
台湾	2	2	2	3	5
マレーシア	2	3	3	3	3
マカオ	1	1	1	1	1
海外合計 ※4	95	101	103	104	108
合計 ※5	699	718	719	723	727



※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」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. 今期よりタイ、香港の「鮮選寿司」はカウントから除外。

※5. 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44期 (2024年6月期) 第4四半期 決算発表 (予定)

決算発表日 : 2024年8月16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。



〒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/>