

2021年6月期

第2四半期連結業績説明資料

2021年2月10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 2021年6月期 第2四半期 決算概況

取締役 兼 専務執行役員 CSO 兼 CFO

新谷 省二

2 2021年6月期 通期の見通しについて

取締役 兼 常務執行役員

森屋 秀樹

3 今後の施策及び戦略

代表取締役社長 CEO

吉田 直樹

4 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」、日本アセットマーケティング (8922)は「JAM」、グループは「GP」と表示している箇所があります。
3. 当社は、「企業結合に関する会計基準」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. 2021年6月期より、棚卸資産の評価方法について、「売価還元法」から「移動平均法」へ変更を行っているため、2020年6月期に係る各数値については遡及適用後の数値を記載しております。
5. 海外事業における為替レートは以下のとおりであります。

(単位：円)	USD アメリカドル		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
前 期	108.76	107.96	79.17	78.12	3.50	3.53	13.87	13.77
当 期	106.33	105.81	76.69	77.34	3.37	3.34	13.72	13.65

2021年6月期 第2四半期

決算概況

第2四半期累計 決算業績サマリー

【期間：2020年7月1日～2020年12月31日】

(単位：百万円)

	前2Q累計実績 ^{※1}		当2Q累計業績予想 ^{※2}		当2Q累計実績					
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	対前2Q累計実績		対2Q累計業績予想	
							増減額	前年同期比	増減額	予想達成率
売上高	858,789	100.0%	846,000	100.0%	852,861	100.0%	▲ 5,928	99.3%	6,861	100.8%
売上総利益	246,989	28.8%	245,500	29.0%	251,194	29.5%	4,205	101.7%	5,694	102.3%
販管費	202,680	23.6%	205,500	24.3%	201,865	23.7%	▲ 815	99.6%	▲ 3,635	98.2%
営業利益	44,309	5.2%	40,000	4.7%	49,329	5.8%	5,020	111.3%	9,329	123.3%
経常利益	44,751	5.2%	39,500	4.7%	48,192	5.7%	3,441	107.7%	8,692	122.0%
当期純利益	28,363	3.3%	26,500	3.1%	32,638	3.8%	4,275	115.1%	6,138	123.2%
1株利益	44.77円	—	41.80円	—	51.48円	—	6.71円	115.0%	9.68円	123.2%
1株配当	3.00円	—	3.00円	—	3.00円	—	±0円	—	±0円	—

※1. 当期から、在庫の評価方法を「売価還元法」から「移動平均法」へ変更したため、前期に係る各数値については遡及修正後の数値を記載。

※2. 当2Q累計業績予想は、2020年8月12日に公表済。

当第2四半期累計期間の売上高は8,529億円(前期比0.7%減)。免税売上高蒸発と連結子会社2社除外の影響は▲458億円と大きいですが、好調な郊外大型店及び海外事業がカバー。帳合統合やコストコントロールの成果が現れて営業利益は493億円(同11.3%増)、純利益は326億円(同23.2%増)と当期間過去最高益を達成。

ディスカウント事業

※詳細はP20

コロナ禍の中で、郊外店は巣ごもり対応商品や季節商品、食品などの最寄品を中心に好調に推移。厳しい環境が続く駅前店舗については、新常态に対応した商品構成を施し、販管費コントロールで対応。

GMS事業

※詳細はP21

商品構成や在庫の充実が既存顧客の満足度やリピート率を上げるだけでなく、新規顧客の獲得も進む。郊外大型店を中心に代替需要を確実に取り込んで食品人気が高まる。New GMSは4店舗展開し好調なスタートを切る。

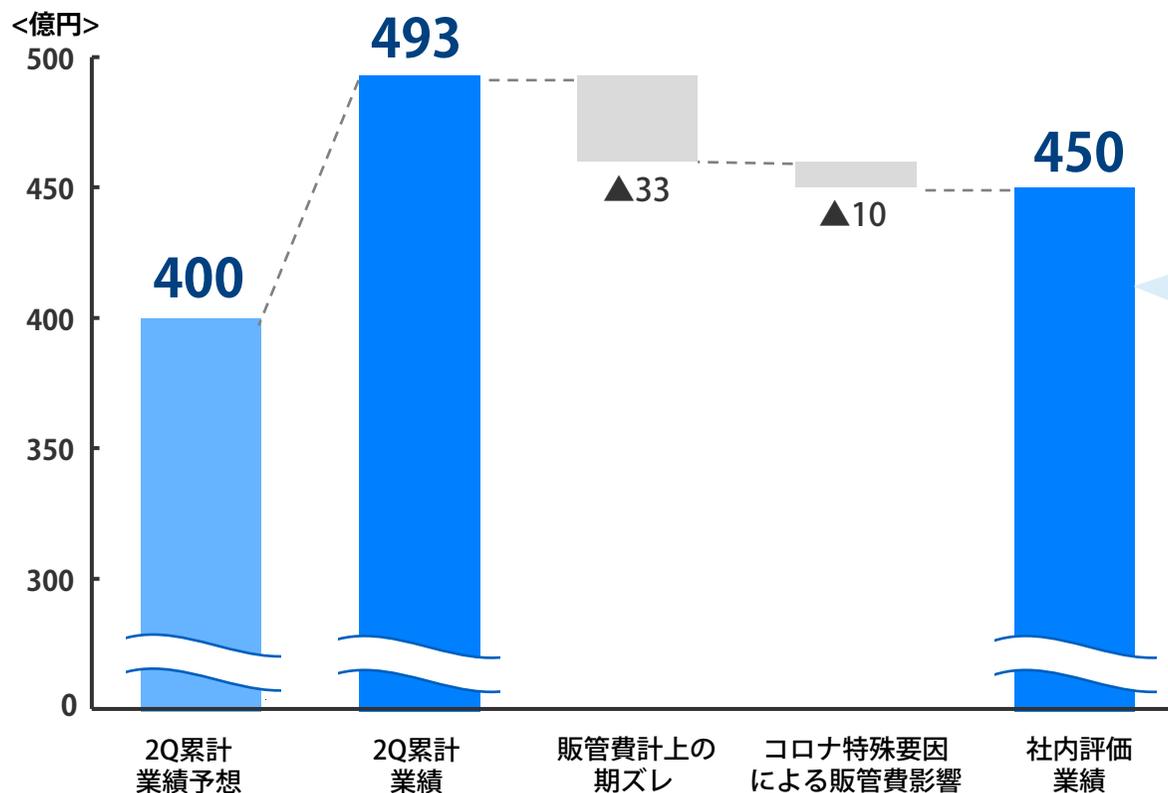
海外事業

※詳細はP22

北米は食品や衛生用品などを中心にコロナ禍の巣ごもり需要を取り込み、好調に推移。アジアは日本農産品の高い支持により好調に推移。非食品は衛生用品やスキンケアが好調。日本品質の安心・安全に加え、玩具はIP商品が好調。インバウンドの代替としてアウトバウンド需要を獲得。

第2四半期累計 連結業績(営業利益)について

当第2四半期累計期間の営業利益493億円のうち、特殊要因(販管費計上の期ズレ、及びコロナ特殊要因による販管費減)を差し引いた450億円を、当期間における本来の営業利益として評価。

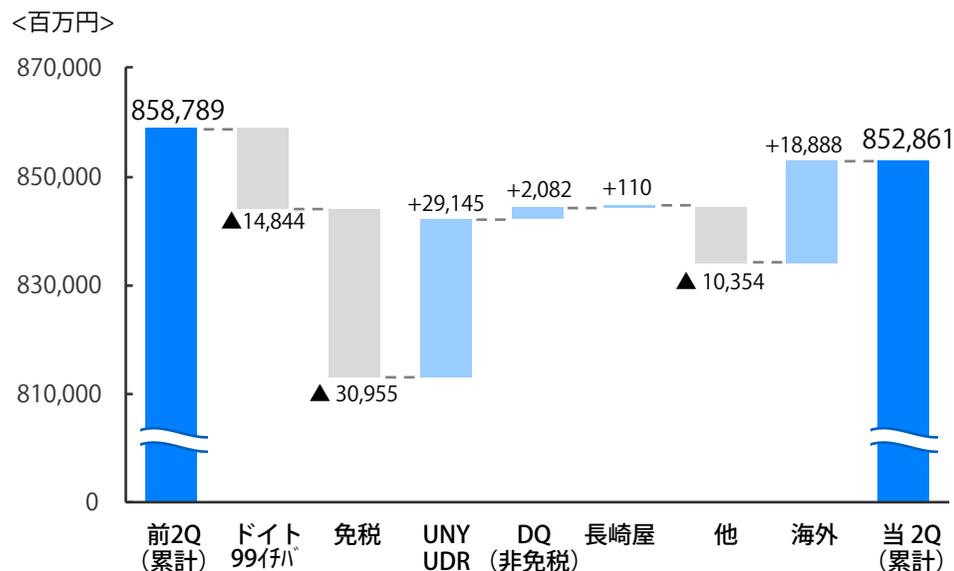


対業績予想における
営業利益+50億円の要因

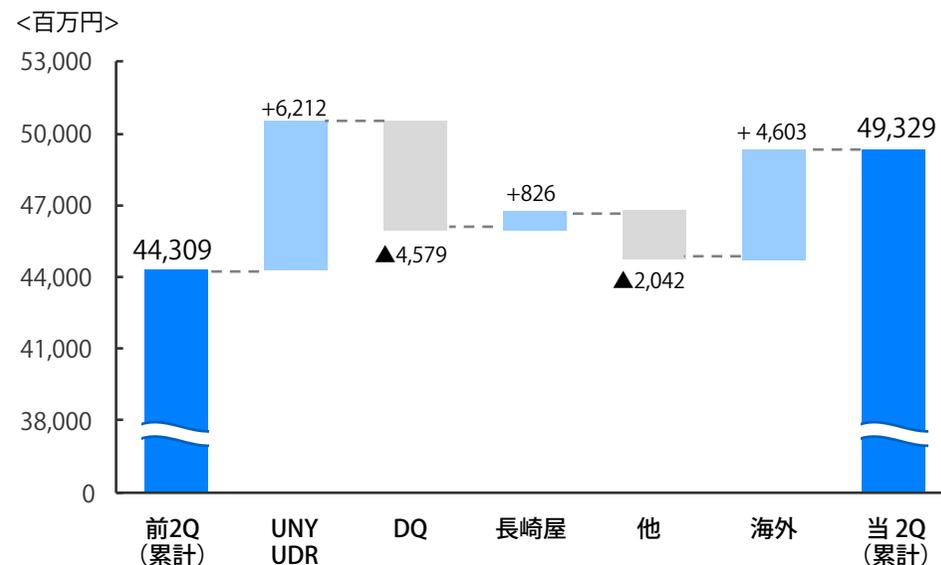
- ・売上増加に伴う粗利改善
+20億円
- ・総利益率の変動
+37億円
- ・売上増加に伴う販管費の増加
▲7億円

第2四半期累計 リテール別前年同期比較

売上高増減



営業利益増減



- ・売上高は事業譲渡及びインバウンド蒸発の影響が大きく、前期実績を若干未達(業績予想に対する達成率は100.8%)。
- ・ユニー、UDリテール、海外事業が大幅に伸長した他、ドン・キホーテの非免税売上高は昨年実績を上回り着地。
- ・営業利益はユニー、UDリテール、海外事業が大幅に伸長し、全体を牽引。

- ・売上高、営業利益の数値は法人各社を単純合計して記載。連結業績との差額は「他」で調整。
- ・DQは2020年7月に(株)ライラックを合併。当2Qは合併後の数値を記載。
- ・ユニーは2020年7月に(株)ユニフード、2020年10月に(株)ネクコムを合併しており、当2Qは合併後の数値を記載。
- ・海外はDQ USA、MARUKAI、QSI、PPRM(SG)、PPRM(HK)、DONKI Thailandの各社を単純合計して記載。海外の実績については2020年4月～9月の累計。

第2四半期累計 リテール情報

(単位：百万円)

国内リテール	ドン・キホーテ			長崎屋			UDリテール			ユニー		
	前2Q実績 (累計)	当2Q実績 (累計)	前年 同期差									
売上高※1	366,878	338,005	▲28,873	97,628	97,738	110	43,090	88,683	45,593	272,952	256,505	▲16,447
売上総利益	90,324	84,204	▲6,120	23,770	24,011	241	10,064	22,820	12,756	89,410	86,705	▲2,705
売上総利益率	24.6%	24.9%	0.3pt	24.3%	24.6%	0.3pt	23.4%	25.7%	2.3pt	32.8%	33.8%	1.0pt
販管費	75,469	73,928	▲1,541	20,726	20,141	▲585	12,940	22,091	9,151	74,291	68,979	▲5,312
営業利益	14,855	10,276	▲4,579	3,044	3,870	826	▲2,876	729	3,605	15,119	17,726	2,607
営業利益率	4.0%	3.0%	▲1.0pt	3.1%	4.0%	0.9pt	▲6.7%	0.8%	7.5pt	5.5%	6.9%	1.4pt
総資産	300,971	330,581	29,610	88,810	93,020	4,210	42,304	65,609	23,305	412,255	408,817	▲3,438
純資産	144,145	173,123	28,978	54,558	57,941	3,383	1,673	494	▲1,179	76,089	109,210	33,121

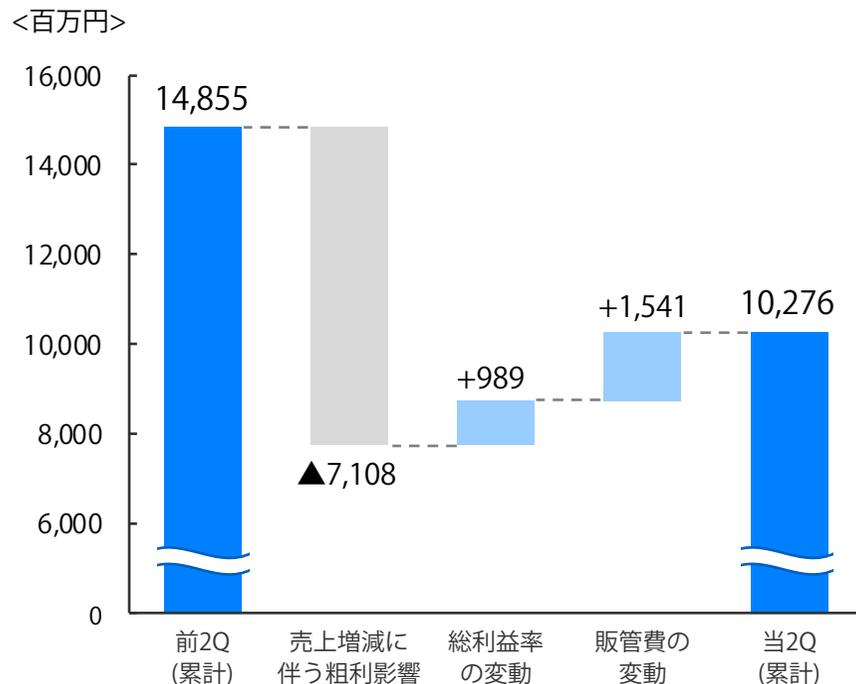
海外リテール	北米※2			アジア※3		
	前2Q実績 (累計)	当2Q実績 (累計)	前年 同期差	前2Q実績 (累計)	当2Q実績 (累計)	前年 同期差
売上高	44,687	50,194	5,507	7,595	20,977	13,382
売上総利益※1	13,999	16,149	2,150	2,296	7,239	4,943
売上総利益率	31.3%	32.2%	0.9pt	30.2%	34.5%	4.3pt
販管費	12,737	12,672	▲65	2,592	5,147	2,555
営業利益	1,262	3,477	2,215	▲296	2,092	2,388
営業利益率	2.8%	6.9%	4.1pt	▲3.9%	10.0%	13.9pt
総資産	32,028	37,114	5,086	24,726	27,567	2,841
純資産	24,123	27,542	3,419	4,618	7,822	3,204

※1. 当期から、在庫の評価方法を「売価還元法」から「移動平均法」へ変更したため、前期に係る各数値については遡及修正後の数値を記載。

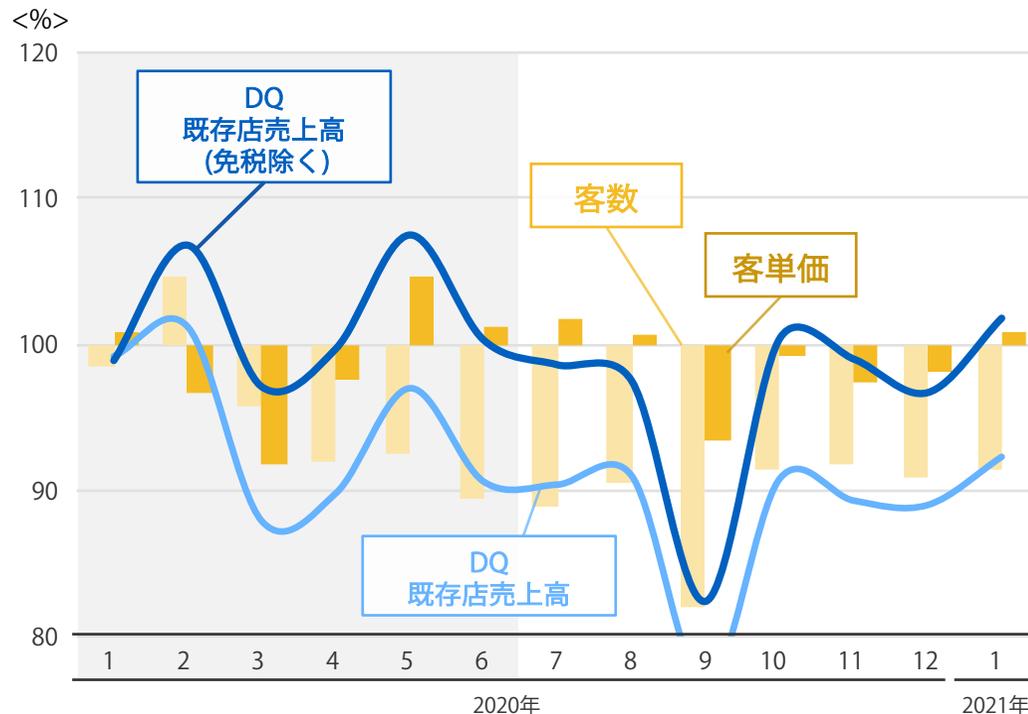
※2. 北米はDQ USA, MARUKAI, QSIの各社を単純合計して記載。実績については2020年4月～9月の累計。

※3. アジアはPPRM (SG)、PPRM (HK)、DONKI Thailandの各社を単純合計して記載。実績については2020年4月～9月の累計。

営業利益増減



既存店売上高推移

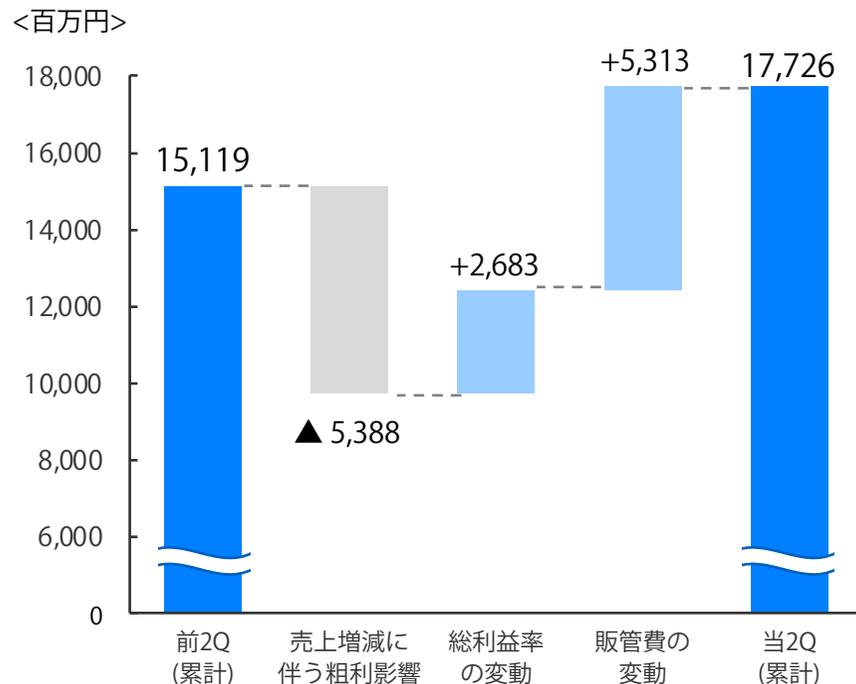


- ・免税売上高蒸発に加えて駅前店の苦戦が続いたが、帳合統合効果などで売上総利益率が0.3pt改善した一方で、販管費もきめ細やかな抑制施策を進めたが、減収影響が大きなダメージとなって、営業利益は103億円(前期比69.2%)。
- ・インバウンド蒸発に加え、消費税特需の反動月(9月)及び2020年11月以降はコロナウイルス感染拡大を受けて売上は苦戦したものの、12月下旬から徐々に回復傾向。

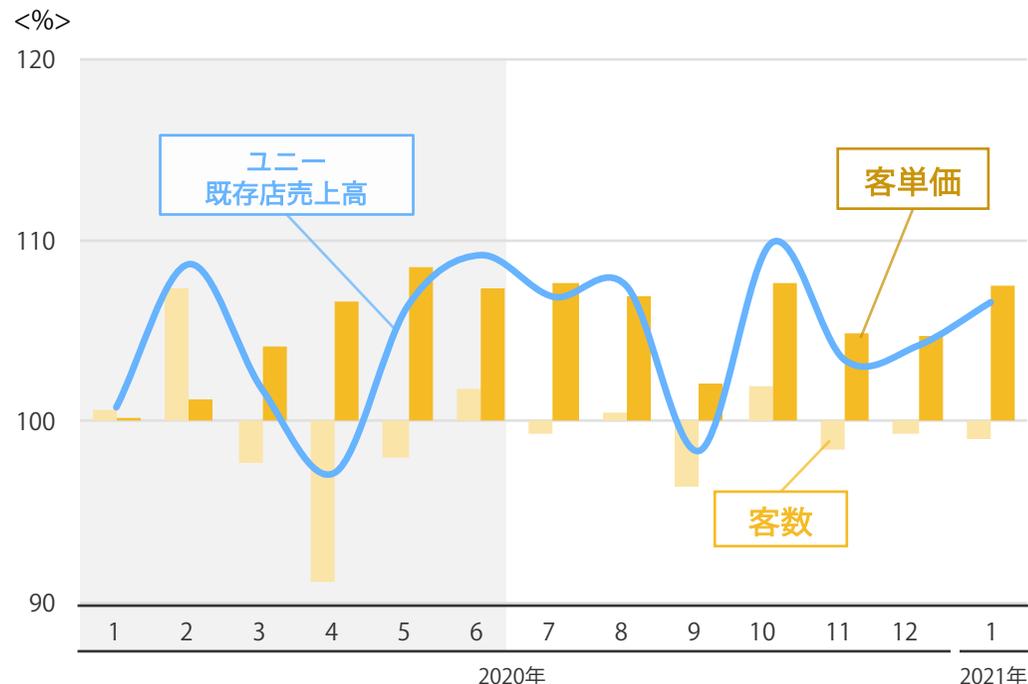
・DQは2020年7月に(株)ライラックを合併。当2Qの数字は合併後の数値を記載。

・当期から、在庫の評価方法を「売価還元法」から「移動平均法」へ変更したため、前期に係る各数値については遡及修正後の数値を記載。

営業利益増減



既存店売上高推移

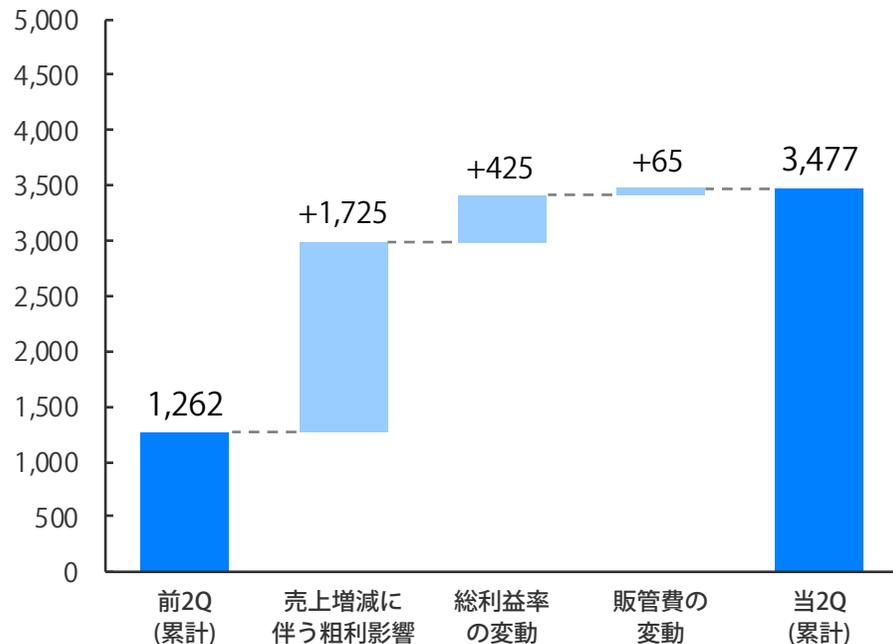


- ・ UDRへの業態転換は6店実施し総店舗数は減少するものの、既存店は新規顧客の獲得も進み好調に推移。
- ・ 帳合統合と非食品部門の粗利が寄与するなど売上総利益率は1.0pt改善、生産性は着実に上昇し、PMI効果の継続も相まって営業利益は177億円(前期比117.2%)。
- ・ 既存店売上高は、消費税特需の反動月(9月)を除き、最寄品を中心に引き続き好調に推移。

・ ユニーは2020年7月に(株)ユニフード、2020年10月に(株)ネクスコムを合併しており、当2Qは合併後の数値を記載。

営業利益増減 (北米)

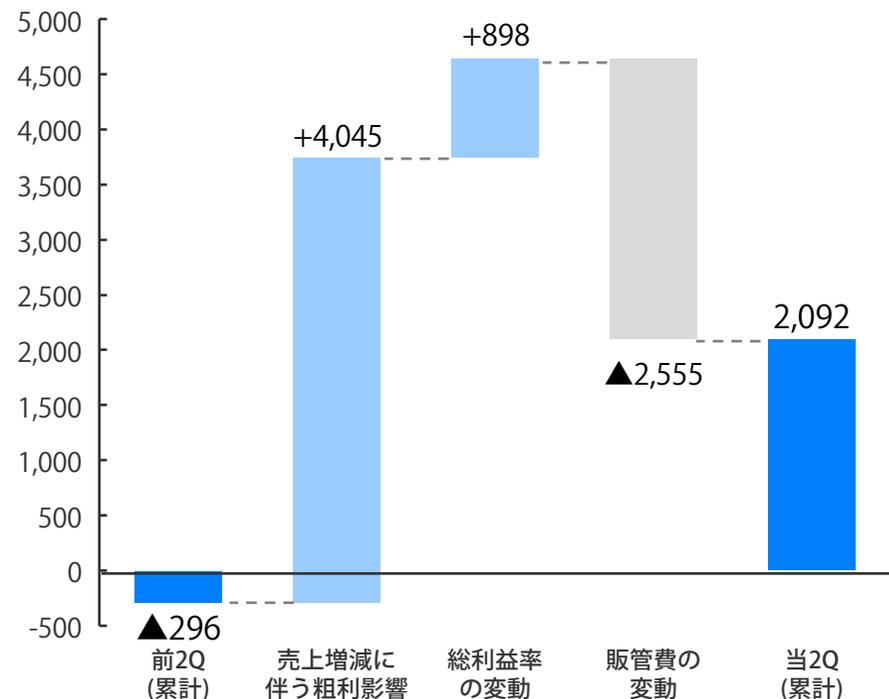
<百万円>



既存店は二桁増に伸長。エッセンシャルストアとしての地歩を固めてトップラインを拡大しただけでなく、売上総利益率は0.6pt改善したことなどから、営業利益は34億円(前期比275.5%)と大幅増益。

営業利益増減 (アジア)

<百万円>



好調に推移する既存店に加えて、香港に1店出店。ジャパンブランド・スペシャリティストアとしての知名度と存在感が高まり、営業利益は21億円(前年差+24億)と大幅増益。

- ・北米はDQ USA、MARUKAI、QSIの各社を単純合計して記載。実績については2020年4月～9月の実績。
- ・アジアはPPRM (SG)、PPRM (HK)、DONKI Thailandの各社を単純合計して記載。実績については2020年4月～9月の累計。

第2四半期累計セグメント情報(法人別)

▶ 前2Q(累計) 法人別セグメント概要 【期間：2019年7月1日～2019年12月31日】

(単位：百万円)

	ドン・キホーテ ※1	長崎屋 ※1	UDリテール ※1	ユニー ※2	海外 ※1 ※3	JAM ※1 ※4	UCS ※5	連結
売上高	366,878	97,628	43,090	272,952	52,282	11,291	10,452	858,789
営業利益	14,855	3,044	▲2,876	15,119	966	4,289	1,356	44,309
総資産	300,971	88,810	42,304	412,255	56,754	178,139	118,741	1,326,305
純資産	144,145	54,558	1,673	76,089	28,741	115,740	9,815	373,411

▶ 当2Q(累計) 法人別セグメント概要 【期間：2020年7月1日～2020年12月31日】

(単位：百万円)

	ドン・キホーテ ※1	長崎屋 ※1	UDリテール ※1	ユニー ※2	海外 ※1 ※3	JAM ※1 ※4	UCS ※5	連結
売上高	338,005	97,738	88,683	256,505	71,171	11,070	9,411	852,861
営業利益	10,276	3,870	729	17,726	5,569	4,051	776	49,329
総資産	330,581	93,020	65,609	408,817	64,681	162,768	183,256	1,362,035
純資産	173,123	57,941	494	109,210	35,364	113,622	9,899	415,678

※1. 主たる事業は、ディスカウントストア事業及び同事業の付帯事業。

※2. 主たる事業は、総合スーパー事業及びテナント賃貸事業。

※3. 海外はDQ USA、MARUKAI、QSI、PPRM(SG)、PPRM(HK)、DONKI Thailandの各社を単純合計して記載。海外の実績については2020年4月～9月の累計。

※4. JAMに係るPL項目は2020年7月1日から同年12月31日までの業績、BS項目は同年12月31日時点の数値。

※5. 主たる事業は、カード事業。

第2四半期累計セグメント情報(事業別)

▶ 前2Q(累計) 事業別セグメント概要 【期間：2019年7月1日～2019年12月31日】 ※1 ※2

(単位：百万円)

	ディスカウントストア	総合スーパー	テナント賃貸	その他 ※3	合計	調整	連結
外部売上高	560,953	260,564	29,705	7,567	858,789	—	858,789
内部取引高	2,847	2,179	2,037	3,373	10,436	▲ 10,436	—
計	563,800	262,743	31,742	10,940	869,225	▲ 10,436	858,789
セグメント利益	27,306	10,005	6,741	43	44,095	214	44,309

▶ 当2Q(累計) 事業別セグメント概要 【期間：2020年7月1日～2020年12月31日】 ※1

(単位：百万円)

	ディスカウントストア	総合スーパー	テナント賃貸	その他 ※3	合計	調整	連結
外部売上高	579,345	234,539	31,834	7,142	852,861	—	852,861
内部取引高	3,825	4,207	563	2,282	10,877	▲ 10,877	—
計	583,170	238,746	32,398	9,425	863,738	▲ 10,877	852,861
セグメント利益	32,254	11,317	7,489	▲ 1,875	49,185	144	49,329

※1.「報告セグメント」は、サービスの提供形態別に「ディスカウントストア事業」、「総合スーパー事業」及び「テナント賃貸事業」で構成。

※2. 当期から、在庫の評価方法を「売価還元法」から「移動平均法」へ変更したため、前期に係る各数値については遡及修正後の数値を記載。

※3. 「その他事業」は「持株会社運営」、「カード事業」など。

主な資産の状況

(単位：百万円)

	20年6月	20年12月	
	金額	金額	増減額
※1			
流動資産	494,138	565,174	71,036
現預金	179,785	206,979	27,194
割賦売掛金	68,293	74,791	6,498
商品	187,775	204,477	16,702
固定資産	803,093	796,861	▲ 6,232
建物等	264,035	263,169	▲ 866
土地	325,499	323,146	▲ 2,353
無形固定資産	36,883	36,888	5
敷金保証金	78,624	75,246	▲ 3,378
資産合計	1,297,231	1,362,035	64,804

主な資産の状況

▶ 総資産：1兆3,620億円 (648億円増)

12月末は小売り業界の繁忙期のため、6月末に比して現預金、商品などが増加する傾向

<流動資産>

▶ 現預金：2,070億円 (272億円増)

▶ 割賦売掛金：748億円 (65億円増)

▶ 商品：2,045億円 (167億円増)

<固定資産>

▶ 有形固定資産：6,211億円 (17億円減)

主な増減要因は、減価償却費132億円増、出店等に関する投資188億円増

※1. 当期から、在庫の評価方法を「売価還元法」から「移動平均法」へ変更したため、前期に係る各数値については遡及修正後の数値を記載。

主な負債・純資産の状況

(単位：百万円)

	20年6月	20年12月	
	金額	金額	増減額
※1 流動負債	312,227	364,046	51,819
買掛金	148,226	194,923	46,697
※2 短期負債	25,117	32,091	6,974
固定負債	596,005	582,311	▲13,694
社債	226,542	224,714	▲1,828
長期借入金	276,191	264,517	▲11,674
債権流動化に伴う 長期支払債務	191	—	▲191
負債合計	908,232	946,357	38,125
純資産合計	388,999	415,678	26,679
負債・純資産合計	1,297,231	1,362,035	64,804

主な負債・純資産の状況

- ▶ 有利子負債：5,213億円 (65億円減)
- ▶ ネットD/Eレシオ：0.79倍
- ▶ インタレスト・カバレッジ・レシオ：19.8倍※3
- ▶ ROE：17.0% (年換算)

<流動負債>

- ▶ 買掛金：1,949億円 (492億円増)
- ▶ 短期負債：321億円 (70億円増)

<固定負債>

- ▶ 長期負債：4,892億円 (135億円減)
- ▶ 純資産：4,157億円 (267億円増)
- ▶ 自己資本：3,966億円 (248億円増)
(自己資本比率：29.1%)

※1. 当期から、在庫の評価方法を「売価還元法」から「移動平均法」へ変更したため、前期に係る各数値については遡及修正後の数値を記載。

※2. 短期負債＝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。

※3. インタレスト・カバレッジ・レシオ＝(営業利益+受取利息配当金)÷支払利息。

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 ※1

(単位：百万円)

	前2Q	当2Q	
	金額	金額	増減額
期首残高	185,136	183,602	▲ 1,534
営業活動CF	58,970	73,635	14,665
投資活動CF	▲ 19,182	▲ 17,153	2,029
フリーキャッシュフロー ※2	39,788	56,482	16,694
財務活動CF	▲ 23,071	▲ 16,165	6,906
期中増減等	18,193	38,133	19,940
期末残高	203,329	221,734	18,405

※1. 当期から、在庫の評価方法を「売価還元法」から「移動平均法」へ変更したため、前期に係る各数値については遡及修正後の数値を記載。

※2. 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	19,151	20,800	1,649
-------	--------	--------	-------

キャッシュフロー

<営業CF>

▶ 税金等調整前純利益485億円、減価償却149億円及び仕入債務の増加469億円などが増加要因になる一方で、売上債権の増加87億円、棚卸資産の増加169億円、割賦売掛金の増加65億円及び法人税等支払額127億円が減少要因となり737億円がキャッシュイン

<投資CF>

▶ 出店に伴う有形固定資産の取得が188億円及び無形固定資産の取得16億円などで172億円がキャッシュアウト

<財務CF>

▶ 長期借入返済金63億円、社債償還11億円、債権流動化の返済34億円、配当金支払76億円などで162億円がキャッシュアウト

設備投資

▶ 設備投資は208億円
(DQ 33億円、長崎屋12億円、UDR 33億円、
UNY 33億円、JAM 7億円、PPIH 29億円など)

▶ ガバナンス強化への取り組みについて

(1) 指名・報酬委員会 (2021年1月19日設置)

取締役会の任意の諮問機関として、指名・報酬委員会を設置。
取締役等の指名や報酬等に関する評価・決定プロセスにおける公平性、客観性、透明性の強化を図り、コーポレートガバナンス体制をより一層充実・強化させることを目的とする。

(2) ダイバーシティ・ マネジメント委員会 (2020年11月10日設置)

「多様性を認める企業文化」を実現するため、今後女性が活躍できる環境作りを強く推進していくとともに、LGBTQの支援、シニア・外国人の活躍推進、障害者雇用の促進など、幅広くダイバーシティ推進に積極的に取り組むため、「ダイバーシティ・マネジメント委員会」を設置。

- ・当社女性第一号の執行役員として就任した二宮仁美が管掌役員及び委員長として始動。
- ・各種セミナーや施策の実施、制度運用による女性活躍支援、LGBTQ支援等を図る。

女性管理職比率の向上を図る。

平均勤続年数に関して男女間で同程度を目指す。

LGBTQフレンドリーな職場づくりにより、当事者の働きやすさの向上を図る。

(3) 研修・教育体制

- ・役員対象のコンプライアンス研修を実施済み(2020年12月16日)。
- ・従業員に継続的なeラーニングを実施。

2021年6月期 通期の見通しについて

- 通期連結業績予想
- 営業のトピックス

通期連結業績予想

通期連結業績予想は、売上据え置き、営業利益800億(+30億)、経常利益790億(+30億)、当期純利益530億(+20億)に上方修正。

(単位：百万円)

	前期実績 <small>※1</small>		通期予想修正			※前回予想		
	金額	百分比	金額	百分比	前年同期比	金額	百分比	前年同期比
売上高	1,681,947	100.0%	1,700,000	100.0%	101.1%	1,700,000	100.0%	101.1%
売上総利益	481,116	28.6%	498,000	29.3%	103.5%	492,000	28.9%	102.3%
販管費	405,692	24.1%	418,000	24.6%	103.0%	415,000	24.4%	102.3%
営業利益	75,424	4.5%	80,000	4.7%	106.1%	77,000	4.5%	102.1%
経常利益	74,600	4.4%	79,000	4.6%	105.9%	76,000	4.5%	101.9%
当期純利益	49,927	3.0%	53,000	3.1%	106.2%	51,000	3.0%	102.1%
1株当たり純利益	78.79円	-	83.58円	-	106.1%	80.45円	-	102.1%
1株当たり配当金	15.00円	-	16.00円	-	106.7%	16.00円	-	106.7%
減価償却費	22,841	1.4%	26,500	1.6%	116.0%	26,500	1.6%	116.0%

※1. 当期から、在庫の評価方法を「売価還元法」から「移動平均法」へ変更したため、前期に係る各数値については遡及修正後の数値を記載。

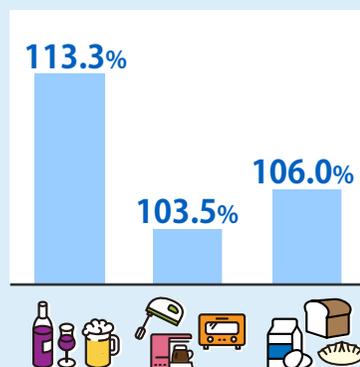
▶ ディスカウント事業

第2四半期はハロウィン、クリスマスといった外出を伴うイベント需要が大きく減少する一方で、コロナウィルス流行の長期化により迎えたニューノーマルに対応した商品群が伸長。下期はこれらのカテゴリーをさらに拡大、強化し対応していく。

(1) 外出自粛 × 内食

酒類、台所・調理用品、
日配品、冷食、ワールド食材

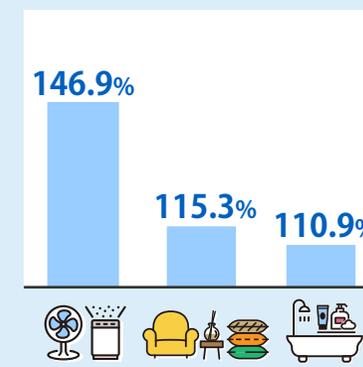
- ・新鮮品がないDQ約50店舗に500尺分の冷ケースを新規導入し、日配品、冷食を拡大
- ・“プチ贅沢志向”をテーマに調理用品、酒類、ワールド食材等の品揃え強化



(2) 在宅 × リラックス

生活家電、インテリア、ファブリック
インバス

- ・インテリア、生活家電、DIY系商品等の生活空間を快適にする“いえ充”アイテムの拡大
- ・リラクゼーション、ストレス軽減を目的としたアロマ、インバス、ファブリック商材の品揃え強化



(3) 感染予防 × オシャレ

携帯衛生用品、ファッションマスク
ワンマイルウェア、コスメ・化粧品

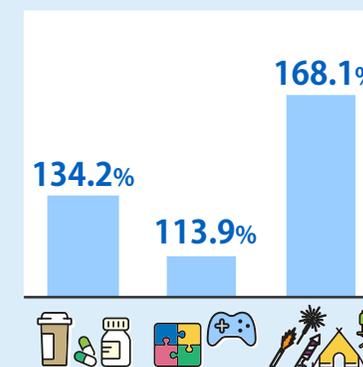
- ・コロナ禍で変化した身支度品需要に対応した、ファッションマスク、化粧品、携帯衛生用品の拡充
- ・リモート会議・飲み会、デリバリーの増加で高まった“家中での身だしなみ”を意識したワンマイルファッション、コスメ類の拡販



(4) 巣籠り × アクティブ

プロテイン、健康器具
ゲーム・玩具、アウトドア

- ・通勤時間の削減によるコロナ太り対策商品の打ち出し強化
- ・増加した家族時間を充実させるためのアウトドア、ゲーム・玩具等の娯楽系アイテムの拡充



※%表記は21年6月期2Q(四半期)前年同期比

販促の強化

- ・500万人のマジカアプリ会員に向けた販促強化。
→500万人達成キャンペーン(2020年12月末)、お年玉キャンペーン実施(2021年1月)
- ・PS5の予約販売、PCR検査キットの販売等、アプリを通じた新たな販売手法を確立。

営業のトピックス (国内事業)

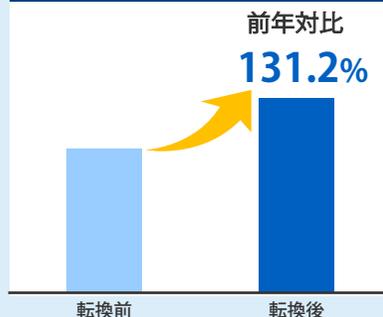
▶ GMS事業(ユニー)

第2四半期で3店舗のNew GMSへの転換が好調に推移。下半期は8店舗程度の転換を実施予定。

11月27日OPEN：アピタプラス岩倉店

- ・4つの特定カテゴリーの専門店
- ・カテゴリー集積型GMSとしてリニューアル

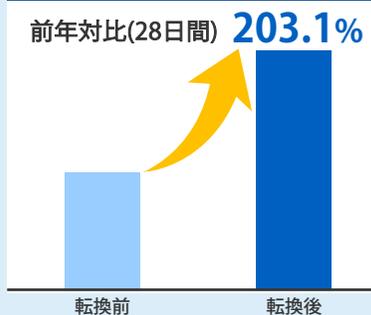
売上高※20年12月実績



12月4日OPEN：食の殿堂ユースタア萱場

- ・11年振りにユースタアが復活。食料品以外は一切置かないというコンセプト
- ・生鮮4品とグロサリーをディスカウント価格で提供する食料品専門店

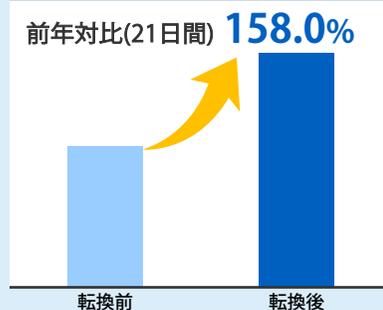
売上高※20年12月4日-31日実績



12月11日OPEN：ラスパ御嵩店

- ・直営ゾーンとテナントゾーンの世界観が融合した「次世代型ミニモール」
- ・「良品質」商品を、「廉価良品」に基づいた価格戦略で提供

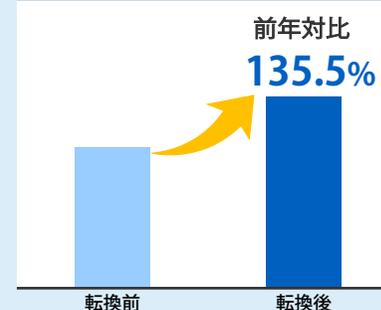
売上高※20年12月11日-31日実績



ピアゴプラス妙興寺 ※OPEN後6ヶ月

- ・新戦略「Newアピタ・ピアゴ構想」の1号店
- ・食品スーパー「ピアゴ」をベースとしながら、個店経営を導入

売上高※20年7~12月実績



PMIプロジェクト推進

- ・当初見込んでいたPMI効果の100億円は達成。
- ・ディスカウント事業とMD統合を実施し、両社の強みとスケールメリットを活かせる仕入体制を構築(2021年1月～)。
- ・PPIH本部組織との統合方針を決定し、2021年6月までにシステムを統合し国内は統一。

営業のトピックス (海外事業)

▶ アジア

顧客支持を受けてアジア事業は好調に推移。
 下半期は2つの新規地域を含む7店舗を出店予定。2021年3月末で5つの国と地域に19店舗まで拡大。

アジア 国別店舗数推移

	2020年			2021年
	6月	9月	12月	3月
シンガポール	7	7	8	8
香港	2	3	6	7
タイ	2	2	2	2
台湾	0	0	0	1
マレーシア	0	0	0	1
合計	11	12	16	19

※店舗数

直近売上高

モンレー
プレース(香港)

約5億9,181万円
※20年12月実績

西門店(台湾)

約2億5,197万円
※21年1月19日～31日実績

2020年11月11日 OPEN モンレープレース (香港)



まぐろ
 月間売上：2,634万円
 ※20年12月～21年1月実績



2021年1月19日 OPEN 西門店 (台湾初出店)



いちご
 期間売上：1,228万円
 ※21年1月19日～31日実績



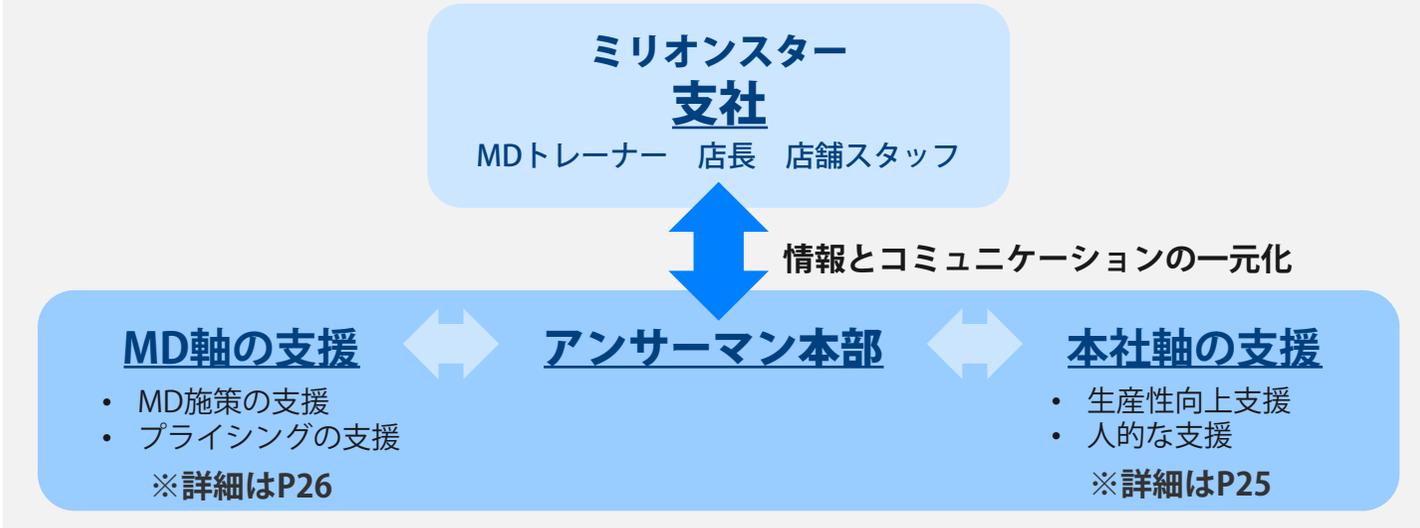
みかん
 期間売上：308万円
 ※21年1月19日～31日実績



今後の施策及び戦略

- ディスカウント事業
- 生産性の向上
- MD・PB強化施策
- 海外事業
- デジタル戦略

ミリオンスター制度を中心に据えた営業体制の構築

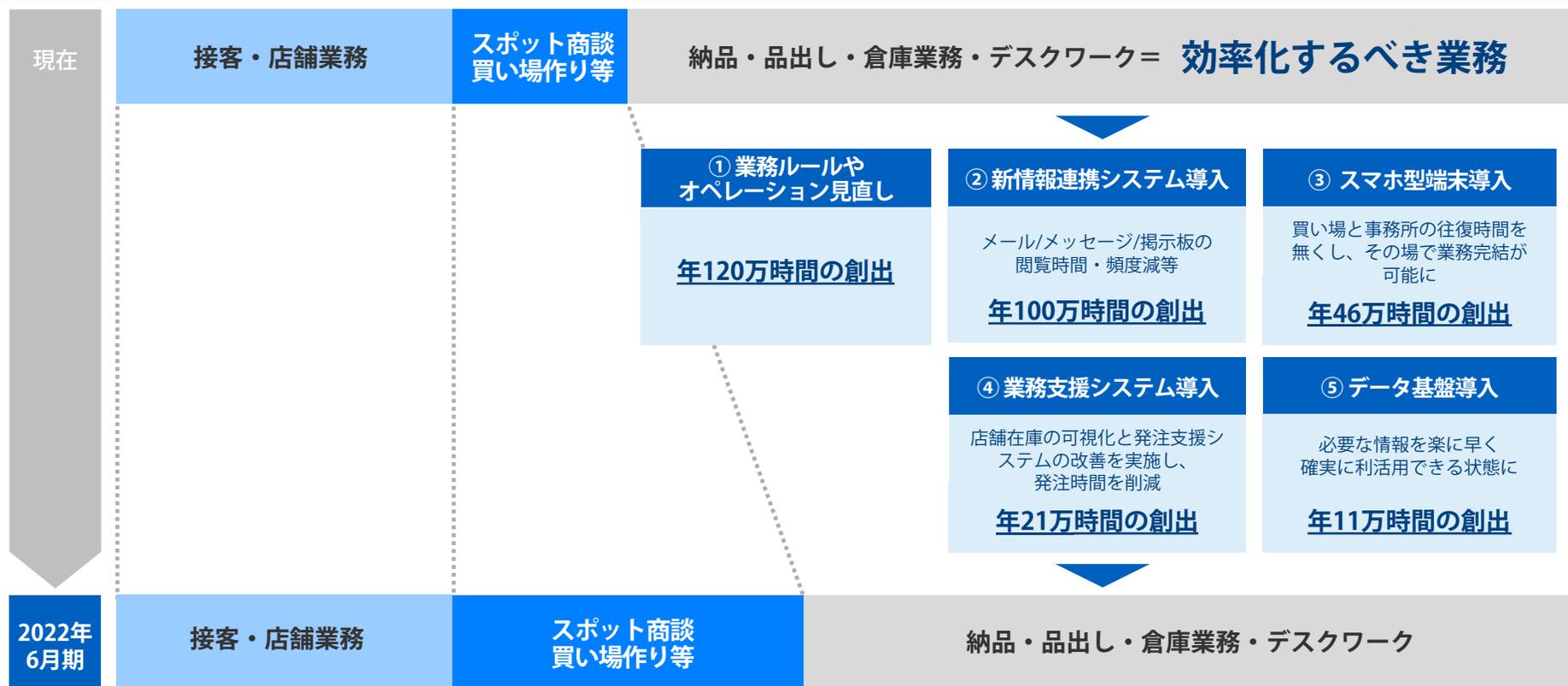


顧客の消費行動の変化に合わせた新しいディスカウント事業のコアバリュー

CV+D+Aの再定義	これまで	再定義するもの(例示)
CV (コンビニエンス)	<ul style="list-style-type: none"> 何でもある(=SKUが多い) いつでも開いている(=深夜営業) 	<ul style="list-style-type: none"> 値段や在庫が事前にチェックできる(=アプリで提供)
D (ディスカウント)	<ul style="list-style-type: none"> 安い(=近隣競合に比べて) 安く感じる(=陳列、演出で) 	<ul style="list-style-type: none"> 圧倒的な驚安価格(=PB) 安いことがわかる
A (アミューズメント)	<ul style="list-style-type: none"> 面白い発見がある(=スポット) 商品を探す探検感覚(=魔境感) 	<ul style="list-style-type: none"> 独自性の高いとんがった商品(=PB) 店外でもワクワク・ドキドキを感じる

※第1四半期連結業績説明資料の再掲

- ・5つの施策を中心に店舗における業務を効率化し、スポット商談、競合調査、プライシング、買い場づくりなどに充てる時間を増やす。
- ・2021年6月期に100万時間、2022年6月期に300万時間の創出を目指す(社員1人1日1時間創出)。



収益につながる業務を300万時間増やす

- MD構成を「CV+D+A」の再定義に基づき変更し、PBを中核に据えた買場を構築する
- PBについては、ストアイメージにリンクしたブランド再構築と認知向上を図り、2022年6月期で売上3,000億達成を目指す

新しい「CV+D+A」

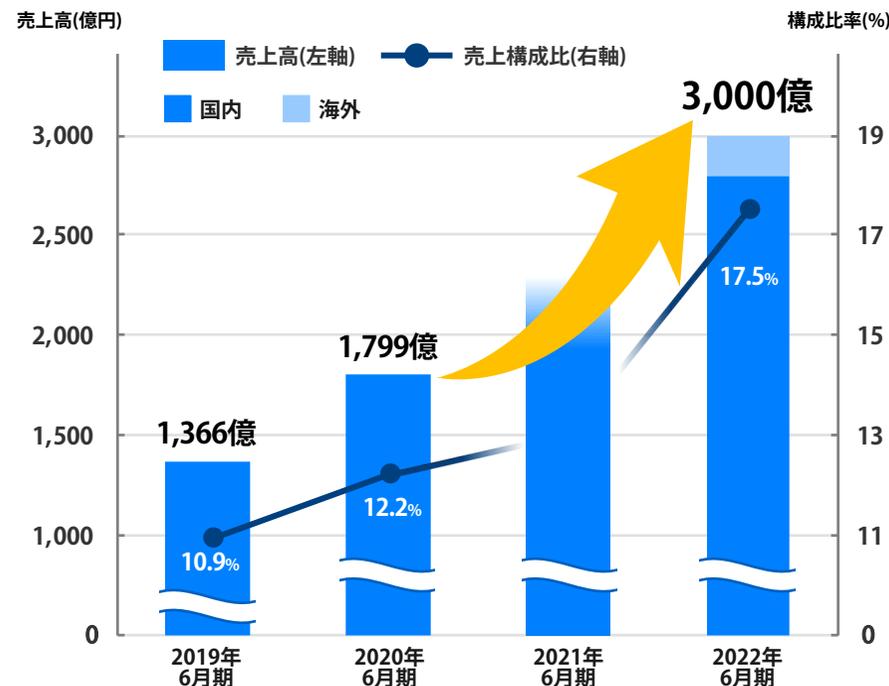
定番	「CV」+「D」 (便利) (安さ)	SKUを30%絞り込み、AIベースプライシングを実装した新モデル定番棚割を導入
	PB	食品、雑貨、アパレルを中心に大幅拡大 カテゴリによっては最大80%をPB/OEM化 売上900億、粗利280億の上積み
スポット		「CV」+「A」 (便利) (ワクワク)
		企画、開発アプローチを変更し、とんがった商品を開発 1アイテムについて売上1億円を目標に 売上300億、粗利120億の上積み

PBの中期目標

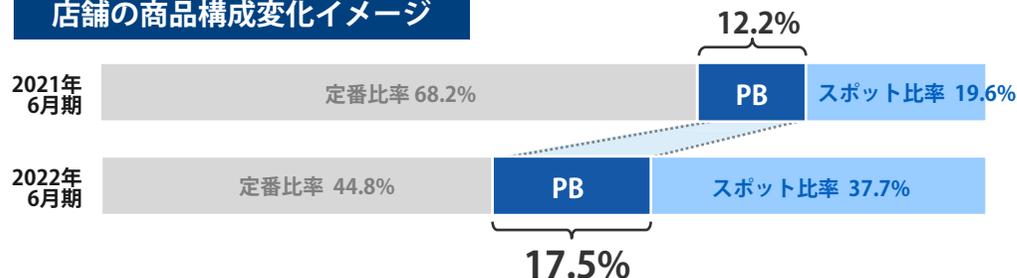
ブランドコンセプトの刷新と認知向上



2月24日
発表会開催



店舗の商品構成変化イメージ



- 2024年6月期に、「126店舗体制、売上高3,000億円、営業利益率8%」を目指す3か年計画を策定。
- PPICの参加企業拡大、輸出入体制の強化によるバリューチェーン改革（疑似SPA化）を加速推進させ、海外事業の粗利益率を国内比+10%を目指す。

※21年6月期2Qの実績より

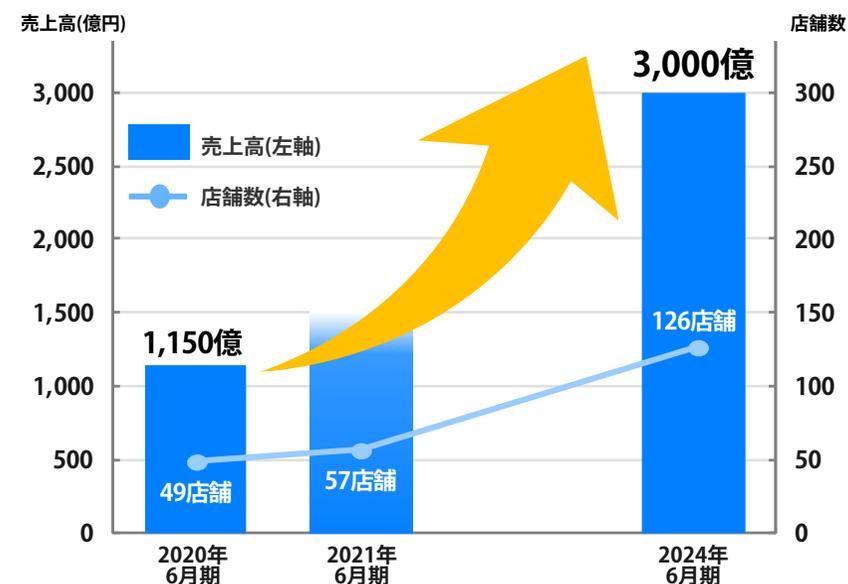
国内と海外フォーマットの違いについて

	商品構成		収益性		
	食品構成比	非食品構成比	売上総利益率	販管費	営業利益率
国内(DQ)	30-50%	50-70%	25.0%	22.0%	3.0%
海外(DON DON DONKI)	85%	15%	33.0%	25.0%	8.0%

今後の出店イメージ

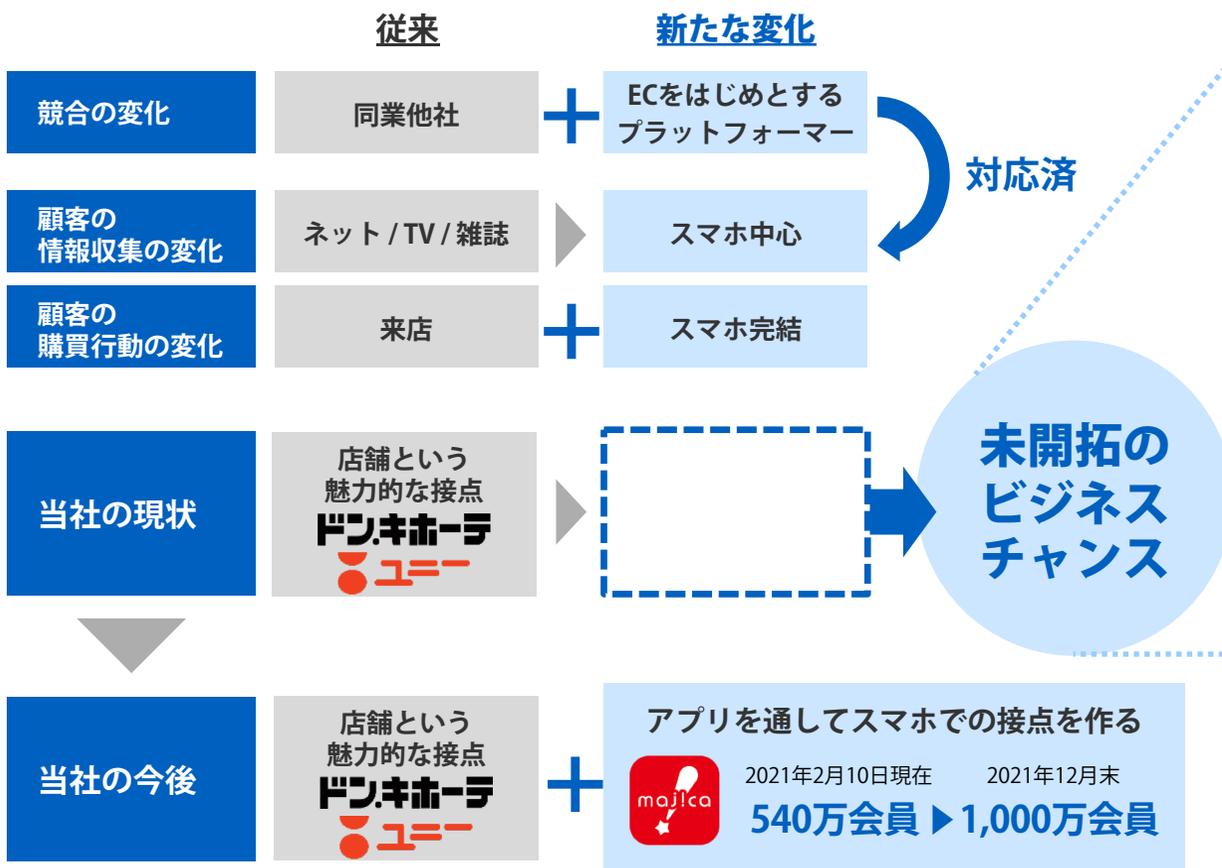
	2021年1月末時点 店舗数	2024年6月期 店舗予定数
アジア事業	17店	76店舗程度
シンガポール	8店	23店舗程度
タイ	2店	10店舗程度
香港	6店	24店舗程度
台湾	1店	6店舗程度
マレーシア	0店	11店舗程度
マカオ	0店	2店舗程度
アメリカ事業	38店	50店舗程度
北米	10店	19店舗程度
ハワイ州	28店	31店舗程度

売上・出店イメージ

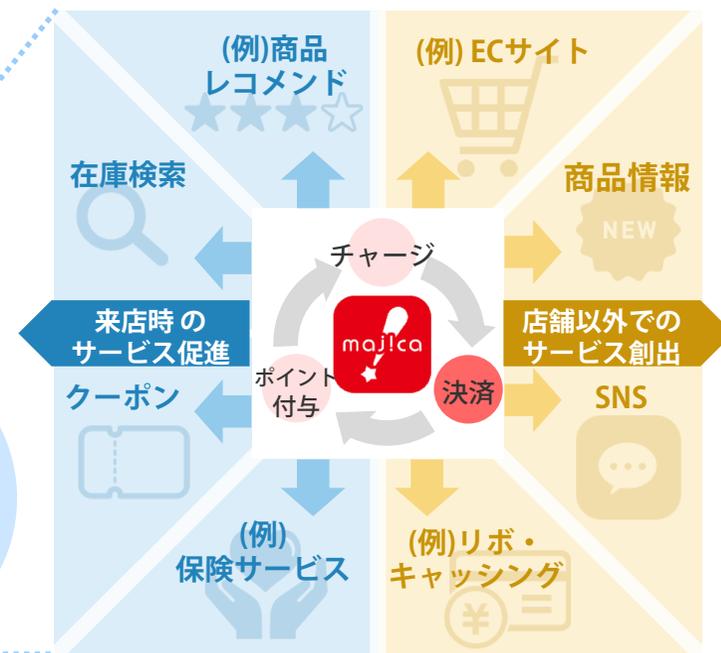


消費行動の変化に対応するためにmajica アプリ会員を獲得し、新たなサービスを提供する。

競争・顧客の変化と当社の戦略



アプリで拡大する顧客接点・サービス



アプリでの決済を核に多様なサービスを提供する

- 例1) 買い物を促進するリボ・キャッシング
- 例2) 新しいライフスタイルに対応したサービス(保険・ローン)

新たなサービスを提供するためにアプリを進化させる(2021年6月期中に詳細を発表)。



	既存サービス	新規想定サービス
決済	majica	
ポイント	majicaポイント	
チャージ	現金 majica donpen Card	+ 銀行口座振替
クレジットカード	申し込み	+ 即時発行 + 外部決済(バーチャルカード)
金融	なし	+ 保険 + 証券 + 後払
店舗情報	キャンペーン クーポン	+ 商品情報(商品検索) + 在庫情報 + 店舗在庫
EC	なし	+ ECへの導入・決済

収益機会
<p>① 決済・ポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> majica決済を軸に顧客へのポイント還元と自社への還流 クレジットカードの会員増加・外部加盟店利用拡大。それらによるポイント還元と自社への還流
<p>② 金融</p> <ul style="list-style-type: none"> クレジットカードを軸に、個人に対して新しい金融サービスを提供
<p>③ 広告・販促</p> <ul style="list-style-type: none"> 商品情報の提供やクーポン情報の告知による顧客のお得感の醸成と新たな広告の形を確立 店頭での商品検索の利便性を上げることによる売上の向上
<p>④ 自社ECサイト</p>

Appendix

第2四半期会計期間 決算業績サマリー

【期間：2020年10月1日～2020年12月31日】

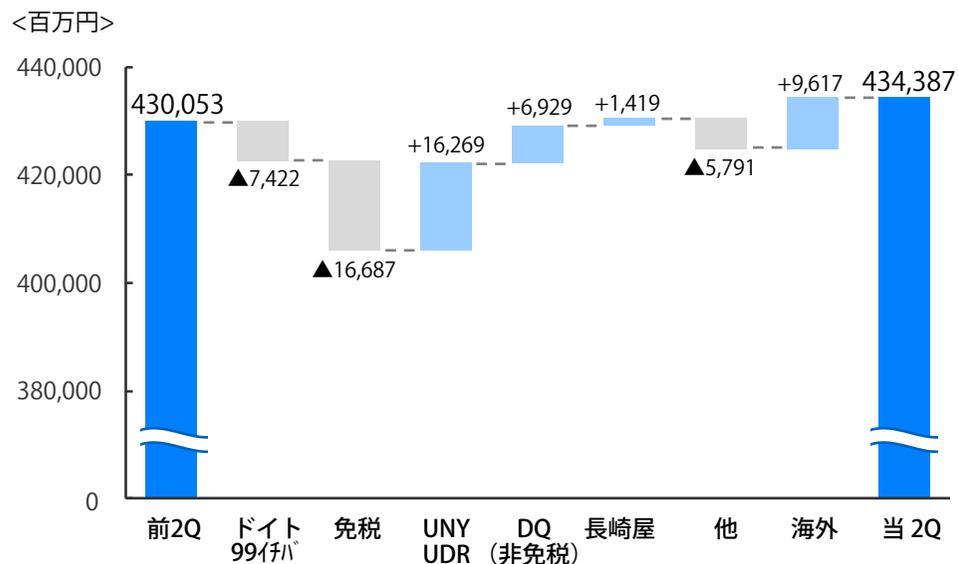
(単位：百万円)

	前2Q(四半期)実績 ※1		当2Q(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	430,053	100.0%	434,387	100.0%	4,334	101.0%
売上総利益	124,460	28.9%	127,739	29.4%	3,279	102.6%
販管費	101,192	23.5%	101,614	23.4%	422	100.4%
営業利益	23,267	5.4%	26,125	6.0%	2,858	112.3%
経常利益	24,393	5.7%	25,386	5.8%	993	104.1%
当期純利益	15,819	3.7%	16,168	3.7%	349	102.2%

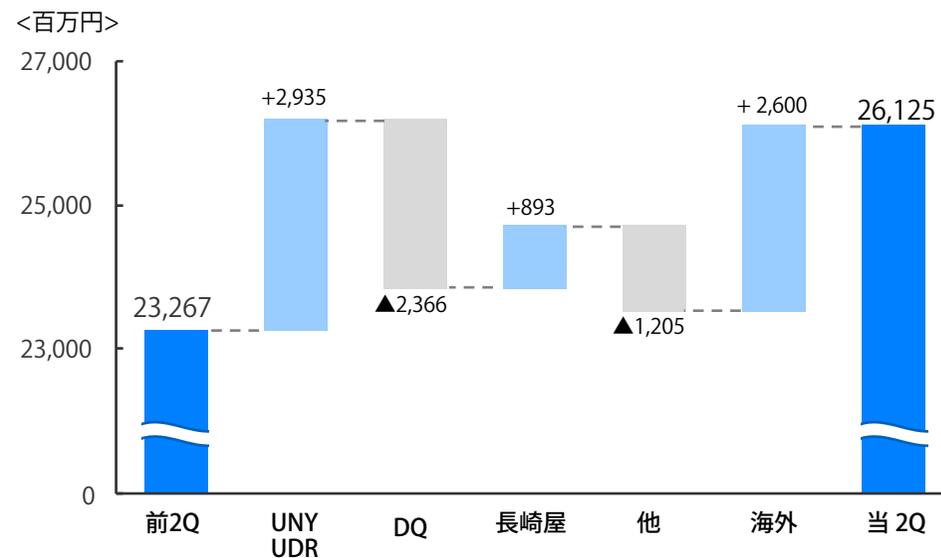
※1. 当期から、在庫の評価方法を「売価還元法」から「移動平均法」へ変更したため、前期に係る各数値については遡及修正後の数値を記載。

第2四半期会計期間リテール別前年同期比較

売上高比較



営業利益比較



- ・売上高、営業利益の数値は法人各社を単純合計して記載。連結業績との差額は「他」で調整。
- ・DQは2020年7月に(株)ライラックを合併。当2Qは合併後の数値を記載。
- ・ユニーは2020年7月に(株)ユニフード、2020年10月に(株)ネクコムを合併しており、当2Qは合併後の数値を記載。
- ・海外はDQ USA、MARUKAI、QSI、PPRM(SG)、PPRM(HK)、DONKI Thailandの各社を単純合計して記載。
海外の実績については2020年7月～9月の累計。

第2四半期会計期間 リテール情報

国内リテール

	ドン・キホーテ			長崎屋			UDリテール			ユニー		
	前2Q実績 (四半期)	当2Q実績 (四半期)	前年 同期差									
売上高 ^{※1}	180,288	170,531	▲9,757	48,140	49,559	1,419	24,054	46,277	22,223	138,619	132,665	▲5,954
売上総利益	44,330	41,171	▲3,159	11,823	12,153	330	5,848	11,799	5,951	45,806	45,723	▲83
売上総利益率	24.6%	24.1%	▲0.5pt	24.6%	24.5%	▲0.1pt	24.3%	25.5%	1.2pt	33.0%	34.5%	1.5pt
販管費	38,150	37,356	▲794	10,370	9,807	▲563	7,385	11,071	3,686	35,616	34,862	▲754
営業利益	6,180	3,814	▲2,366	1,453	2,346	893	▲1,537	728	2,265	10,190	10,860	670
営業利益率	3.4%	2.2%	▲1.2pt	3.0%	4.7%	1.7pt	▲6.4%	1.6%	8.0pt	7.4%	8.2%	0.8pt

海外リテール

	北米 ^{※2}			アジア ^{※3}		
	前2Q実績 (四半期)	当2Q実績 (四半期)	前年 同期差	前2Q実績 (四半期)	当2Q実績 (四半期)	前年 同期差
売上高 ^{※1}	22,378	24,756	2,378	4,566	11,805	7,239
売上総利益	7,015	7,891	876	1,303	4,133	2,830
売上総利益率	31.3%	31.9%	0.6pt	28.5%	35.0%	6.5pt
販管費	6,428	6,321	▲107	1,603	2,815	1,212
営業利益	587	1,570	983	▲299	1,318	1,617
営業利益率	2.6%	6.3%	3.7pt	▲6.5%	11.2%	17.7pt

※1. 当期から、在庫の評価方法を「売価還元法」から「移動平均法」へ変更したため、前期に係る各数値については遡及修正後の数値を記載。

※2. 北米はDQ USA、MARUKAI、QSIの各社を単純合計して記載。実績については2020年7月～9月の累計。

※3. アジアはPPRM (SG)、PPRM (HK)、DONKI Thailandの各社を単純合計して記載。実績については2020年7月～9月の累計。

第2四半期累計 連結事業別業績概況

【期間：2020年7月1日～2020年12月31日】

(単位：百万円)

	前2Q(累計)		当2Q(累計)		
	金額	百分比	金額	百分比	前年同期比
ディスカウントストア事業※1	560,953	65.3%	579,345	67.9%	103.3%
家電製品	43,612	5.1%	45,305	5.3%	103.9%
日用雑貨品	123,807	14.4%	112,031	13.1%	90.5%
食品	202,219	23.5%	226,243	26.5%	111.9%
時計・ファッション用品	85,267	9.9%	76,883	9.0%	90.2%
スポーツ・レジャー用品	31,290	3.6%	33,513	3.9%	107.1%
D I Y 用品	7,696	0.9%	—	—	—
海外	51,788	6.0%	71,347	8.4%	137.8%
その他	15,273	1.8%	14,022	1.6%	91.8%
総合スーパー事業※1	260,564	30.3%	234,539	27.5%	90.0%
衣料品	34,981	4.1%	29,012	3.4%	82.9%
住居関連品	40,965	4.8%	37,554	4.4%	91.7%
食品	175,082	20.4%	165,744	19.4%	94.7%
その他	9,535	1.1%	2,228	0.3%	23.4%
テナント事業※1	29,705	3.5%	31,834	3.7%	107.2%
その他事業※2	7,567	0.9%	7,142	0.8%	94.4%
合計	858,789	100.0%	852,861	100.0%	99.3%

※1.「報告セグメント」については、サービスの提供形態別に「ディスカウントストア事業」、「総合スーパー事業」及び「テナント賃貸事業」で構成。

※2.「その他事業」は「持株会社運営」、「カード事業」など。

第2四半期累計 連結事業別業績概況コメント

ディスカウントストア事業：5,793億円
(前年同期比3.3%増)

インバウンドの蒸発を、食品、衛生用品が穴埋め。コロナの第3波で、再び巣ごもりの需要が拡大。冬の季節商品は、加湿器、暖房器具、入浴剤などが堅調。

▶ **家電製品：453億円**
(同3.9%増)

冬のコロナ感染対策として、加湿器が伸長。また、厳しい寒さが続いた事で暖房器具が伸長。

▶ **日用雑貨品：1,120億円**
(同9.5%減)

衛生用品の需要は、コロナの第3波の影響で更に拡大。また、調理器具や台所小物の売上が伸長。

▶ **食品 2,262億円**
(同11.9%増)

内食の拡大に伴い、中国、韓国などワールド食材の売上が拡大。更に、調味料や香辛料を含むグロサリーの売上が伸長。宅飲み需要の継続が酒類の売上増に寄与。

▶ **時計・ファッション用品：768億円**
(同9.8%減)

高額品、衣料品の苦戦は継続。タバコは、10月からの増税の影響はあったものの、11月から増税前の水準に回復。ファッションマスク（ウレタン、布マスク）の売上が拡大。

▶ **スポーツ・レジャー用品：335億円**
(同7.1%増)

家トレ需要の拡大に伴い、プロテインの好調は継続。また、ダンベルや運動チューブなどトレーニング用品の売上が伸長。

▶ **海外：713億円**
(同37.8%増)

北米は、コロナ禍の需要が継続。アジアは、日本製品の人気に加えて、消耗品、雑貨品、玩具の売上が好調。

総合スーパー事業：2,345億円
(前年同期比10.0%減)

安心、安全の日常使いに加えて、外食の代替として加工食品、生鮮食品の売上は堅調。

▶ **衣料品：290億円**
(同17.1%減)

コロナ禍の外出自粛の影響により、コートなど外着は苦戦。低気温の影響によりインナーの売上が伸長。ワンマイルウェア、ナイトウェアは、引き続き好調。

▶ **住居関連品：375億円**
(同8.3%減)

コロナの第3波を背景に、衛生用品は、堅調。また、巣ごもり需要が再び拡大し、家電、玩具、清掃用品の売上が好調。

▶ **食品：1,657億円**
(同5.3%減)

コロナ禍の外食自粛の代替需要として、日配品、生鮮食品の売上は堅調。特に歳時との親和性が高まる。菓子類、加工食品、酒類の売上が好調。

テナント賃貸事業：318億円
(前年同期比7.2%増)

コロナ禍の苦しい商況ながら売上は伸長。

主な販管費の内訳

【期間：2020年10月1日～2020年12月31日】 会計期間

(単位：百万円)

	前2Q (四半期) ※1		当2Q (四半期)		
	金額	構成比	金額	構成比	前年同期比
販 管 費	101,192	23.5%	101,614	23.4%	100.4%
給 与 手 当	36,260	8.4%	37,790	8.7%	104.2%
地 代 家 賃	13,545	3.1%	13,301	3.1%	98.2%
支 払 手 数 料	15,840	3.7%	14,737	3.4%	93.0%
減 価 償 却 費	6,134	1.4%	6,470	1.5%	105.5%
そ の 他	29,413	6.8%	29,316	6.7%	99.7%

【期間：2020年7月1日～2020年12月31日】 累計期間

(単位：百万円)

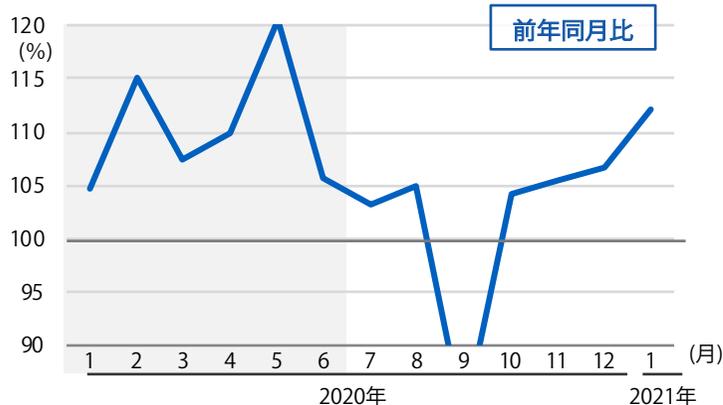
	前2Q (累計) ※1		当2Q (累計)		
	金額	構成比	金額	構成比	前年同期比
販 管 費	202,680	23.6%	201,865	23.7%	99.6%
給 与 手 当	71,759	8.4%	75,336	8.8%	105.0%
地 代 家 賃	26,956	3.1%	26,289	3.1%	97.5%
支 払 手 数 料	30,858	3.6%	29,204	3.4%	94.6%
減 価 償 却 費	11,964	1.4%	12,689	1.5%	106.1%
そ の 他	61,143	7.1%	58,347	6.8%	95.4%

※1. 当期から、在庫の評価方法を「売価還元法」から「移動平均法」へ変更したため、前期に係る各数値については遡及修正後の数値を記載。

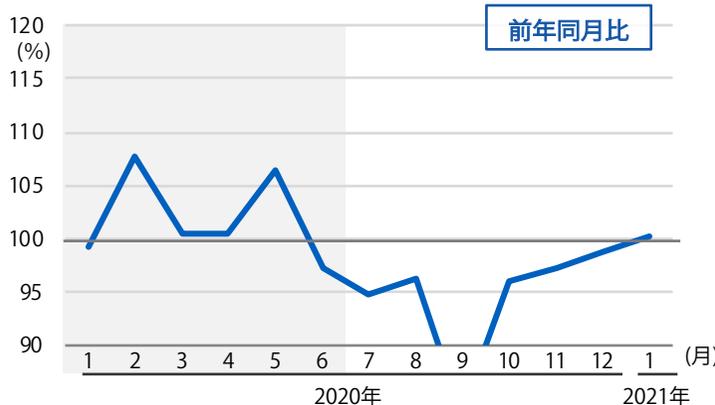
法人別業績概要 (UDリテール)

▶ [稼動1年超店舗] ダブルネーム業態転換26店舗 ※1

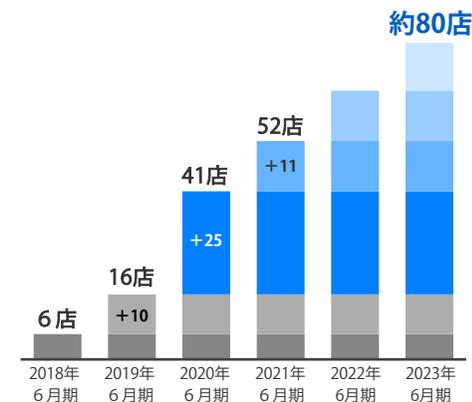
売上高



客数



業態転換スケジュール



▶ [稼動1年未満店舗] ダブルネーム業態転換15店舗 ※2

売上高

123.5% 337億円

272億円



転換前

転換後

客数

112.9% 1,338万人

1,185万人



転換前

転換後

粗利益高

112.6% 76億円

68億円



転換前

転換後

※1. コンセ除く直営部門実績

※2. 転換前：2019年7月～2019年12月、転換後：2020年7月～2020年12月、コンセ除く直営部門実績

当期出店状況

新規出店は2Q累計期間で9店
通期の新規出店は国内13店、海外8～10店、ダブルネーム業態転換店11店を予定

法人	業態	1Q			2Q			3Q			4Q		
		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		川越東口 (埼玉)	新発田 (新潟)	松山大街道 (愛媛)	セブン・カフェ (千葉)	信州中野 (長野)		栄3丁目(仮) (愛知)				
						五所川原 (青森)							
	MEGA					京都山科 (京都)							
						宮崎橋通 (宮崎)							
	UDR	香久山 (愛知)	掛川 (静岡)			吉良 (愛知)	精華台 (京都)				江南 (愛知)	敦賀 (福井)	石和 (山梨)
		DQアピタ 宇都宮(栃木)				高森 (長野)						十四山 (愛知)	
						会津若松 (福島)							
GMS	ユニー					岩倉 (愛知)	御嵩 (岐阜)			アピタ1店	アピタ2店 ピアゴ1店		
							萱場 (愛知)						
海外※1		パ・ルティ (香港)			100QRC (香港)	モンレーブレイス (香港)	情熱笑店 ピク・キャレリア (香港)		西門 (台湾)	アイランドリゾート (香港)			
					HarbourFront (シンガポール)								

※1. 海外法人は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。

= 業態転換、NewGMS

フォーマット別店舗数

	2019年 6月期	2020年 6月期	2021年6月期	
			1Q	2Q
ドン・キホーテ	212	225	225	228
MEGA ※1	44	44	44	45
New MEGA	88	91	91	92
MEGAドン・キホーテUNY	16	41	44	48
アピタ/ピアゴ ※2	176	150	147	143
ピカソ ※3	25	26	25	25
miniピアゴ	73	0 ※5	0	0
ドイト	15	0 ※6	0	0
長崎屋/百貨店	2	3	3	2
海外 ※4	42	49	49	50



- ※1. (株)長崎屋が運営する業態転換店は、すべて「MEGA」に含む。
- ※2. 「アピタ/ピアゴ」には、「ユーストア」を含む。
- ※3. 「ピカソ」には、「ピカソ」「エッセンス」「驚安堂」「エキドンキ」「ソラドンキ」及び「情熱職人」を含む。
- ※4. 海外法人は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。

法人別店舗数

	2019年 6月期	2020年 6月期	2021年6月期	
			1Q	2Q
ドン・キホーテ	322	339	342	346
長崎屋	44	44	44	44
UDリテール	16	41	44	48
ユニー	176	150	147	143
ライラック	4	4	0 ※7	0
99イチバ	73	0 ※5	0	0
ドイト	15	0 ※6	0	0
ダイシン/橘百貨店	1	2	2	2
国内合計	651	580	579	583
DQUSA	4	4	4	4
MARUKAI	10	10	10	10
QSI	24	24	24	24
PPRM (SG)	3	7	7	7
PPRM (HK)	-	2	2	3
DONKI Thailand	1	2	2	2
海外合計 ※4	42	49	49	50
合計	693	629	628	633

- ※5. 株式譲渡により2020年4月1日付で73店減少。
- ※6. 事業譲渡により2020年2月1日付で15店減少。
- ※7. (株)ドン・キホーテへの吸収合併により2020年7月1日付で4店減少。

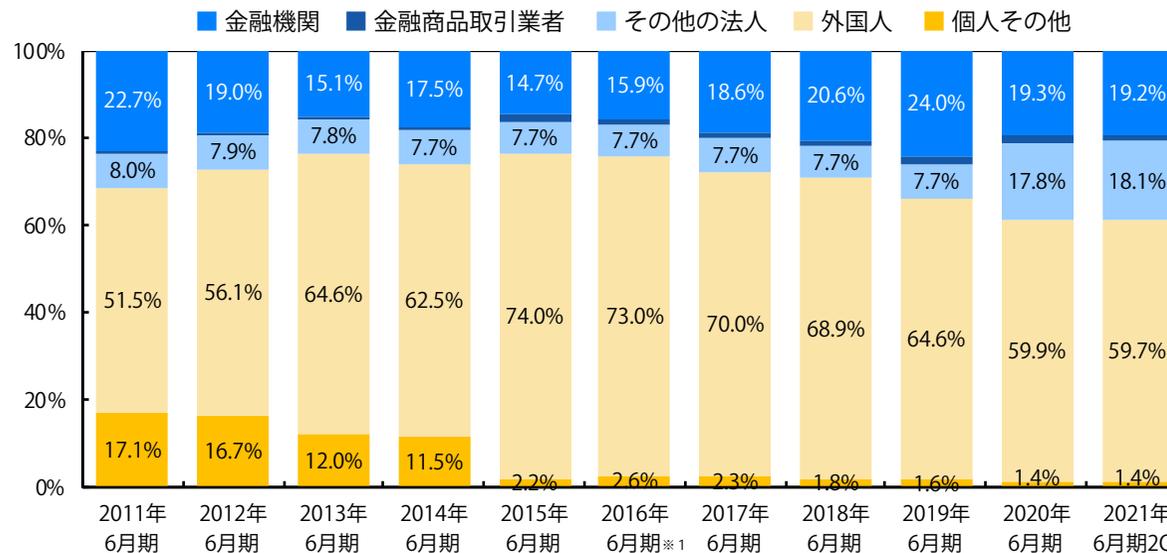
所有者別構成比推移

(千株)		前々期末		前期末 ※1		当2Q	
期末株主数		7,728人		9,946人		12,048人	
発行済株式数合計		158,321	100.0%	633,929	100.0%	634,105	100.0%
所有者別	金融機関	37,947	24.0%	122,268	19.3%	122,030	19.2%
	金融商品取引業者	3,263	2.1%	10,410	1.6%	9,872	1.6%
	その他の法人	12,276	7.7%	112,717	17.8%	114,587	18.1%
	外国人	102,321	64.6%	379,592	59.9%	378,438	59.7%
個人その他		2,514	1.6%	8,942	1.4%	9,178	1.4%

(注) ・当2Q株主数は、12,048人（前期末比2,102人増、前2Q期末比1,943人増）。
 ・外国人持株比率は59.7%。
 ・自己株式（18,924株）は、個人その他に含む。



所有者別持株構成比推移



※1. 2015年7月1日付（1：2）及び2019年9月1日付（1：4）にて株式分割を実施。

上場子会社決算業績概況

▶ 日本アセットマーケティング (8922)

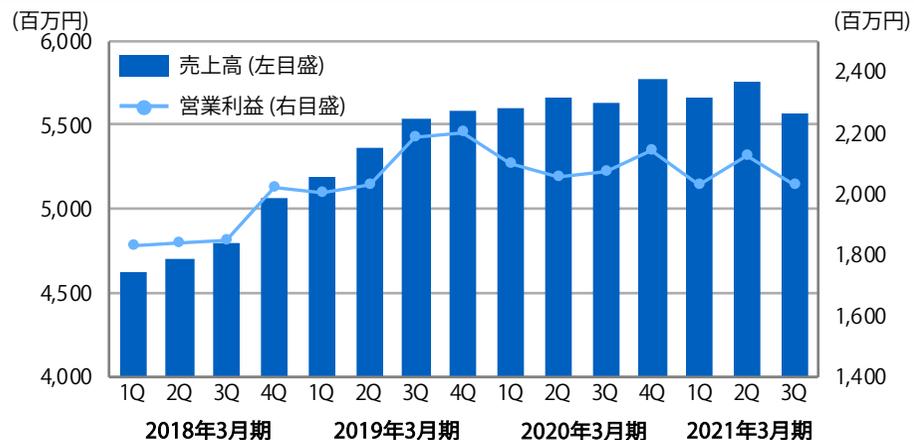
(単位：百万円)

PL概況	前3Q 2019年4月1日～12月31日		当3Q 2020年4月1日～12月31日		
	金額	百分比	金額	百分比	前年同期比
売上高	16,890	100.0%	16,993	100.0%	100.6%
売上総利益	6,983	41.3%	6,903	40.6%	98.9%
販管費	756	4.5%	721	4.2%	95.4%
営業利益	6,226	36.9%	6,181	36.4%	99.3%
経常利益	6,188	36.6%	6,208	36.5%	100.3%
当期純利益	5,544	32.8%	4,239	24.9%	76.5%

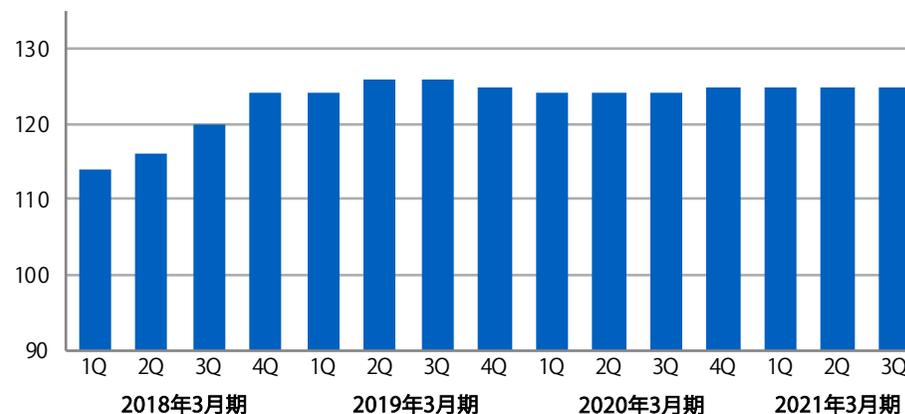
(単位：百万円)

BS概況	前期末	当3Q末	
	金額	金額	増減額
流動資産	11,362	9,234	▲2,128
固定資産	158,539	155,126	▲3,413
資産合計	169,902	164,361	▲5,541
流動負債	14,817	7,152	▲7,665
固定負債	47,022	44,906	▲2,116
負債合計	61,839	52,059	▲9,780
純資産合計	108,062	112,302	4,240

売上高及び営業利益



保有物件数の推移



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41期(2021年6月期)第3四半期決算発表(予定)

決算発表日 : 2021年5月11日(火)

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、お客さま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/>