

# 2023年6月期 第3四半期決算説明資料

2023年5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

## 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」、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とおりであります（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	
	P/L	B/S	P/L	B/S	P/L	B/S	P/L	B/S	P/L	B/S
前 期	111.47	115.02	114.15	112.41	82.80	85.18	3.41	3.43	14.33	14.75
当 期	136.85	132.70	137.58	133.54	98.61	98.76	3.82	3.82	17.46	17.02

**1**

**2023年6月期  
第3四半期決算概況について**

**2**

**第4四半期及び将来の成長に向けた取り組みについて**

**3**

**Appendix**

# 2023年6月期

## 第3 四半期決算概況

# 第3四半期 決算数値報告

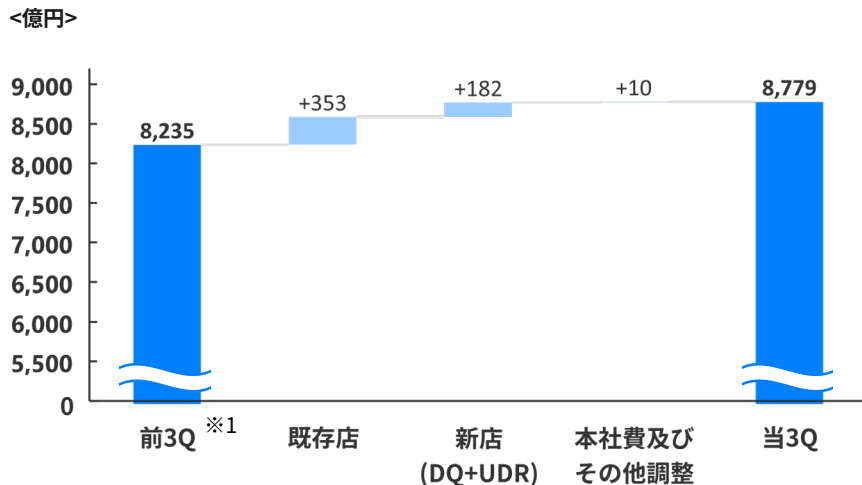
- 3Q業績は前3Q比で売上+260億円、営業利益+48億円と大幅な増収増益で着地。  
3Q単独、3Q累計とも過去最高の売上及び営業利益を継続。

【期間：2022年7月1日～2023年3月31日】

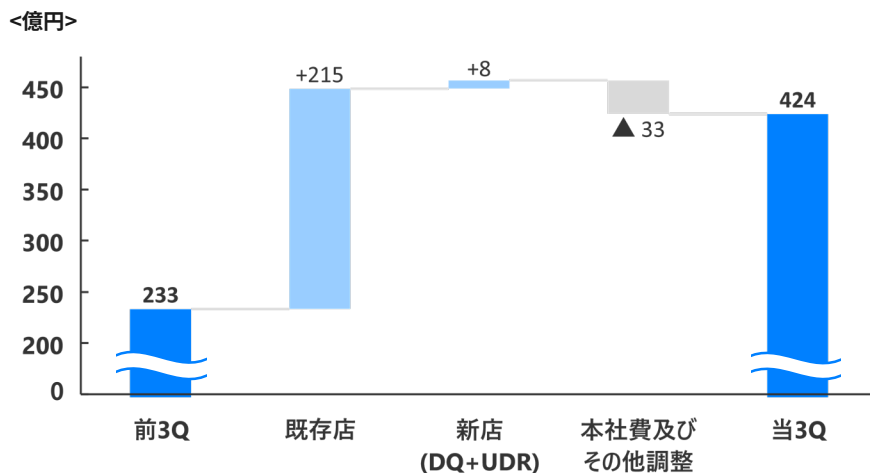
(単位：億円)

	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)	前期差	増減率	金額 (売上構成比)	金額 (売上構成比)	前期差	増減率
売上高	4,528	4,788	+260	+5.7%	13,705	14,572	+867	+6.3%
売上総利益	1,325 (29.3%)	1,481 (30.9%)	+156	+11.8%	4,003 (29.2%)	4,505 (30.9%)	+502	+12.5%
販管費	1,130 (25.0%)	1,238 (25.9%)	+108	+9.6%	3,372 (24.6%)	3,688 (25.3%)	+315	+9.4%
営業利益	194 (4.3%)	243 (5.1%)	+48	+24.8%	631 (4.6%)	817 (5.6%)	+186	+29.5%
経常利益	232 (5.1%)	235 (4.9%)	+3	+1.2%	677 (4.9%)	807 (5.5%)	+130	+19.2%
当期純利益	158 (3.5%)	147 (3.1%)	▲11	▲7.1%	460 (3.4%)	515 (3.5%)	+55	+12.0%
1株当たり純利益	26.56円	24.66円	▲1.90円	▲7.2%	75.92円	86.33円	10.41円	+13.7%

## 2023年6月期3Q累計 売上高増減



## 2023年6月期3Q累計 営業利益増減

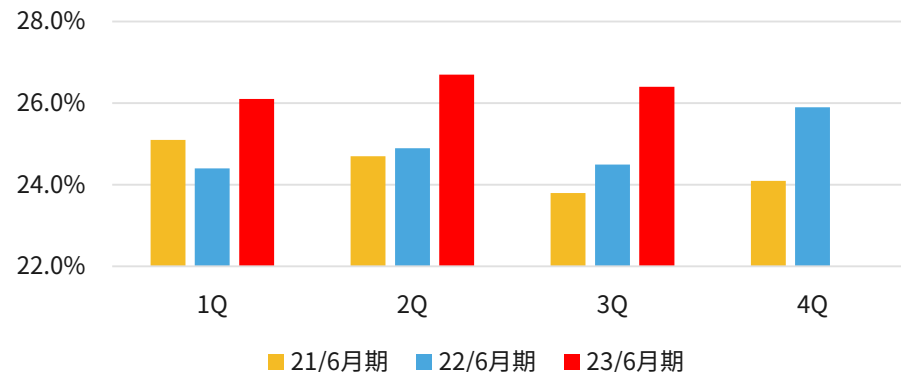


※1. 23年6月期より、DS事業内に株式会社 橘百貨店を含めて集計しています。

**前3Q累計比で売上+544億円、営業利益+190億円と増収増益。外出需要増やインバウンド回復により好調継続。**

- ✓ 既存店売上は、外出需要の拡大や都市部の人流増、また免税売上の回復継続により前3Q比105.6%、前3Q累計比104.5%(免税抜き101.9%)と好調を維持。今後は客数増に向けて集客商材の強化等にも取り組む。
  - 免税売上は、旧正月期間の好調や急速な航空便の増加により3Q累計で約210億円まで伸長。
- ✓ 既存店粗利率は25.9%（前3Q累計比+1.8%）で着地。外出需要増加や新生活に伴う非食品カテゴリーの伸長や、メディア露出効果によるPB比率の向上が貢献。
- ✓ 販管費は予算内でコントロール。水光熱費の上昇（約140%）があるも、売上好調に伴う人件費率などの改善により、販管費率は前年比で同水準を維持。

### 国内DS事業既存店の粗利率推移 ※ロス見込み反映前



## PB/OEM強化について

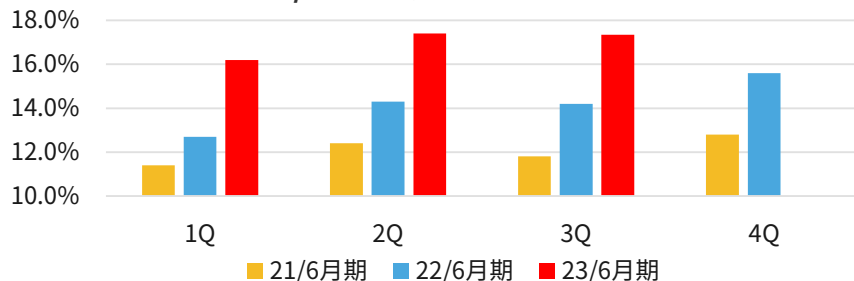
PB/OEMは、メディア露出強化により認知度も拡大した結果、売上構成比は3Q累計17.0%（前年同期比+2.9%）と引き続き伸長。0.3%強の粗利改善効果をもたらす。

- ✓ カテゴリー別では3Qは食品、その中でも粗利率の高い菓子や珍味商材が伸長。また寝具やキッチン用品などコロナ特需以降は不振のカテゴリーでもメーカーとのコラボ商品を中心に実績が伸びる。



→来期以降の更なる伸長に向けて、商品開発や販促、システムなどのインフラ整備を進める。

### 国内DS事業のPB/OEM構成比



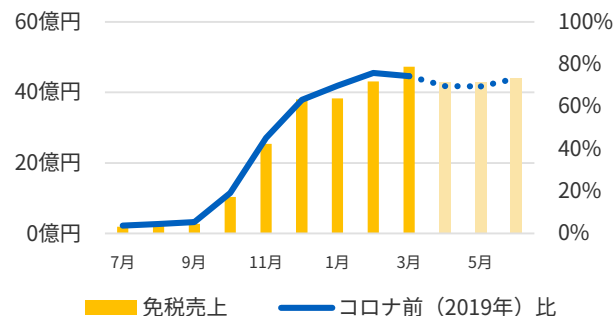
## 免税売上について

免税売上は旧正月期間や急速な航空便の増加により想定以上に好調に推移。

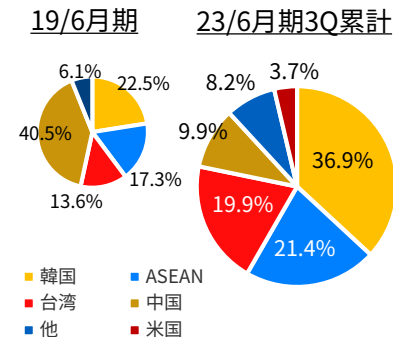
- ✓ 3Qでは売上約130億円とコロナ前比73.5%まで回復。通期見通しは中間決算時の240億円を更に超えて、350億円を上回るペースを見込む。
- ✓ 国籍別では「韓国」が2Qから継続して36.9%でトップ。春節により訪日が増加した「台湾」も拡大。
- ✓ 商品別では、コロナ前から引き続き医薬品や化粧品が高い傾向。菓子類や韓国訪日客から需要の高い酒類の売上も好調。

→中国からの訪日客回復に向けて、更なるレジ増設（レイアウト変更含む）人員・商品確保を進める。

### 免税実績推移と今後の見通し



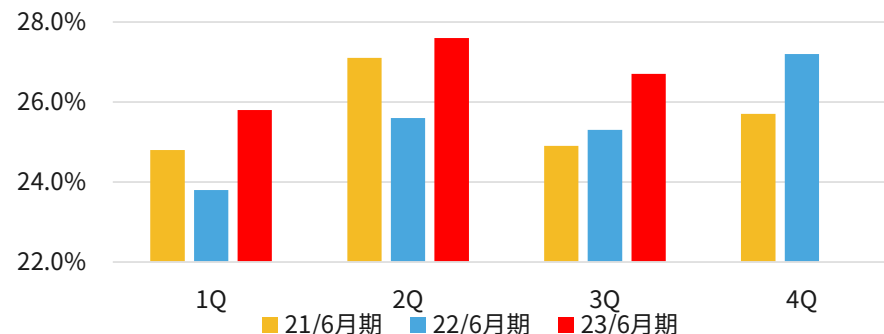
### 国籍別免税売上高構成比



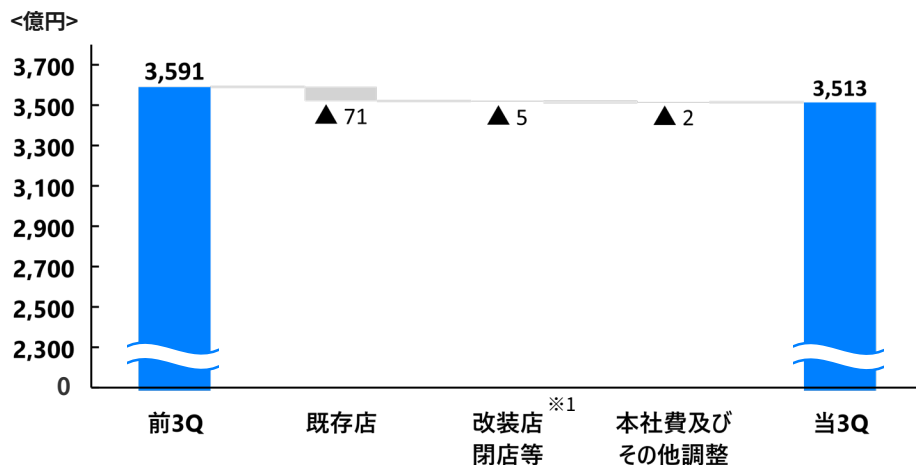
粗利率向上と販管費コントロールの継続により、営業利益は2Qに続き予算通りに進捗。

- ✓ 既存店売上は物価高に伴う買い控え影響もあり前3Q比97.1%で着地（コロナ前比では100.5%）。
  - 3Qよりプライシング精度向上の施策を全店展開。MD強化も合わせて来期以降の客数獲得・客層拡大に向けて注力。
- ✓ 既存店粗利率は3Q累計26.6%(前期比+1.5%)で着地。3Qでは春物や外出需要に伴う衣料品が伸長したことに加え、PB/OEM比率も徐々に伸長したことが粗利率の改善に貢献。
  - PB/OEM比率は3Q累計で20.2%(前期比+2.4%)と食品を中心に伸長。
- ✓ 販管費はDS事業同様に予算内でコントロール。水光熱費の上昇はあるも、人財配置の適正化による人件費の改善などによりコントロールし、販管費率は前年比でほぼ同水準となる。

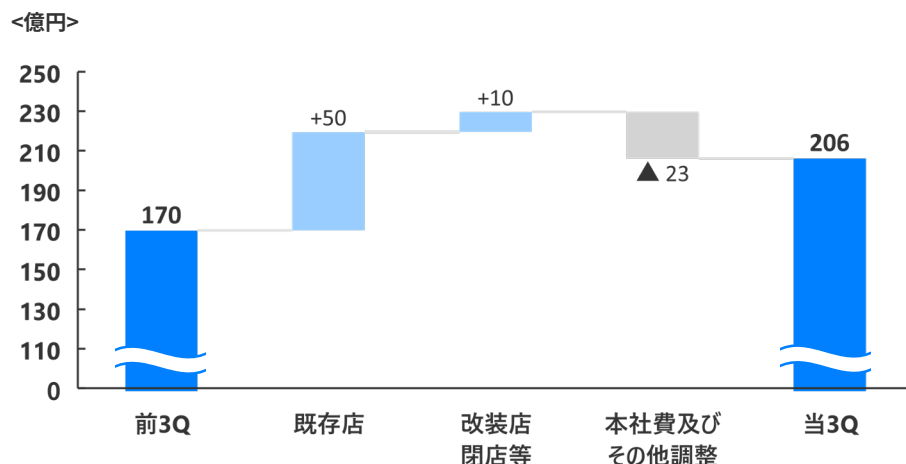
### ▶ 21年～23年6月期の既存店粗利率推移



### 2023年6月期3Q累計 売上高増減



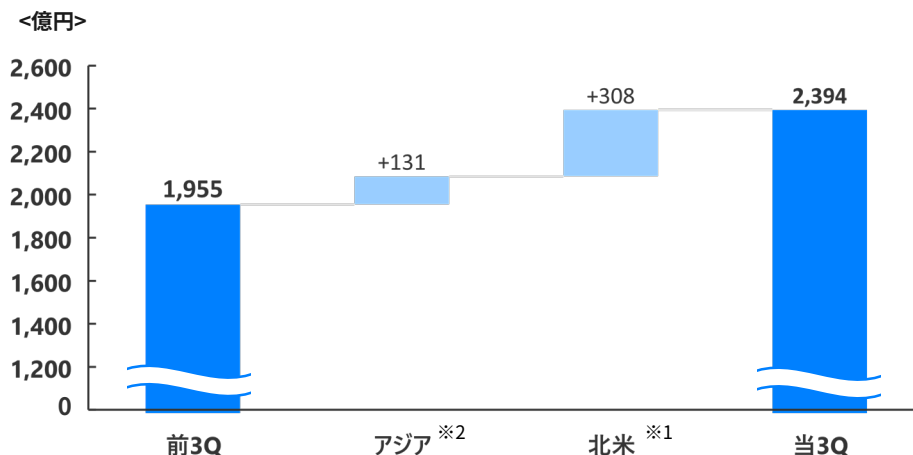
### 2023年6月期3Q累計 営業利益増減



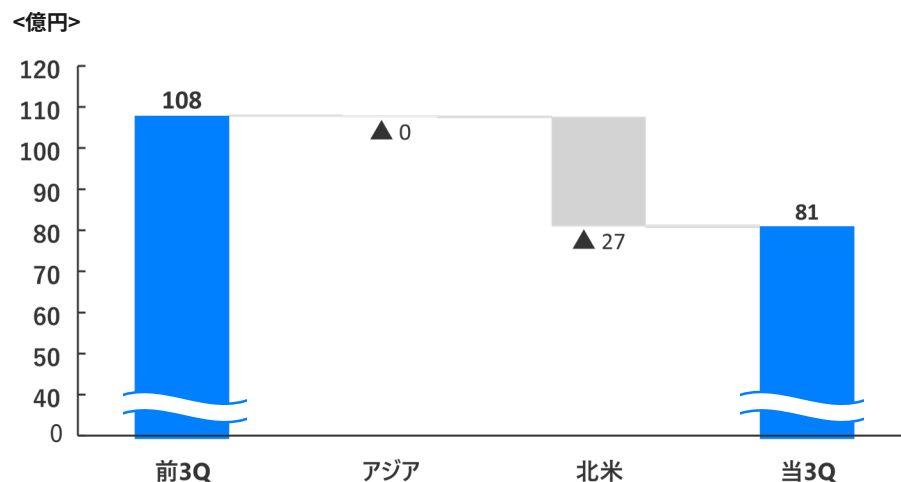
※1. 「改装店閉店等」は、当期及び前期間において、UDRへの業態転換による閉店と改装等により既存店から除外された店舗。



## 2023年6月期3Q累計 売上高増減



## 2023年6月期3Q累計 営業利益増減



**3Q (10~12月) は2Q同様に増収減益で着地。引き続き課題解決に取り組み、来期以降の利益成長へと繋げる。**

### ■アジア事業

- ✓ 3Q累計では売上高が前3Q累計比+131億円、営業利益は同水準で着地。
- ✓ 既存店の営業利益率は引き続き10%超を実現。また3Q期間(10~12月)では新規出店をSG3店舗、MY1店舗の計4店舗実施(3Q累計では7店舗)し、事業規模拡大を推進(来期以降、開店コストを吸収し、利益増へ貢献)。
- ✓ 来期以降の利益成長に向け、新しいマネジメント体制により香港・マカオの課題改善、その他各国での事業規模拡大/利益率改善にも着手(詳細後述)。

### ■北米事業

- ✓ 3Q累計では売上高が前3Q累計比+308億円(予算比+193億円)、営業利益が▲27億円(同▲30億円)と2Q同様に増収減益で着地。
- ✓ 3Qでは営業利益▲10億円(同▲15億円)だが、課題改善中のQSIが▲6.0億円(同▲12.6億円)と主要因となる(施策詳細は後述)。
- 他ではゲルソンズが前期比▲4.3億円も予算比ではプラスの進捗。時給増を生産性改善などで一部吸収するなどが奏功。

※.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2022年4月~12月、Gelson'sは2022年7月~2023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2022年4月~12月の累計。

※.3 Gelson'sの営業利益は、のれん償却代(当期25.5億円、前期21.1億円)を控除後で算出。

## JONETZ by DON DON DONKI Sunway Pyramid店 (マレーシア) (’22年11月1日 オープン)

約40万㎡の小売面積を誇る巨大な複合商業施設「Sunway Pyramid」内にオープン。大ブームの和牛串や、日本の食品を豊富に販売。

- マレーシア初出店の鮮選寿司と富田精米も同時オープン。
- ハラル認証（※）を取得した品質の高い和牛を使った「和牛串」を販売。日本のあらゆる果物、菓子、精肉、デザート、和菓子などをそろえ、試食も用意。選ぶ楽しみを提供する。

※ハラル認証マークのある製品は、豚やアルコールなどの禁止されている成分が一切含まれていないことを保証するだけでなく、その製品が製造環境・品質・プロセスを含む全てがイスラム法に則り基準をクリアしているという意味。



## DON DON DONKI Jewel Changi Airport店 (SG) (’22年12月20日 オープン)

シンガポールの玄関口であるチャンギ国際空港内にある大型商業施設Jewel内にオープン。菓子などの土産物やPB/OEMを中心としたコスメにも注力。

- 空港隣接の立地から即食の需要を見込み自社フードコートオープン。選楽食堂、揚げだこ、和牛串、富田精米の4業態で展開。
- シンガポール初となるムスリムの顧客に向けたハラルコーナーを展開。空港職員にはムスリムが多いことや各国の多様な顧客が集う立地を活かし、最大売上を目指す。



- 営業利益は、通期予想を977億円へと上方修正する。
  - 上期時点の予算超過額 +37億円を引継ぐ（下期は予算と同水準を想定）
- 経常利益以下も、営業利益の見直しに加えて為替状況なども加味して上方修正。

	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)	増減率	金額 (売上構成比)	増減額	増減率 (期初予想比)	増減率 (前年)
売上高	18,900	+3.2%	19,200	+300	+1.6%	+4.8%
営業利益	940 (5.0%)	+6.0%	977 (5.1%)	+37	+3.9%	+10.2%
経常利益	825 (4.4%)	▲17.9%	940 (4.9%)	+115	+13.9%	▲6.4%
当期純利益	569 (3.0%)	▲8.1%	620 (3.2%)	+51	+9.0%	+0.1%
1株当たり純利益	95.42円	▲7.0%	103.93円	-	+8.9%	+1.3%

# 主な資産・負債・純資産の状況

(単位：億円)

	22年6月	23年3月	
	金額	金額	増減額
<b>流動資産</b>	<b>4,865</b>	<b>5,160</b>	<b>294</b>
現預金	1,768	2,081	313
割賦売掛金	521	544	23
商品	2,059	1,924	▲135
<b>固定資産</b>	<b>8,971</b>	<b>9,212</b>	<b>240</b>
建物等	2,684	2,884	201
土地	3,147	3,190	43
無形固定資産	862	867	5
敷金保証金	732	726	▲6
<b>資産合計</b>	<b>13,837</b>	<b>14,371</b>	<b>535</b>

(単位：億円)

	22年6月	23年3月	
	金額	金額	増減額
<b>流動負債</b>	<b>3,264</b>	<b>3,449</b>	<b>185</b>
買掛金	1,529	1,615	86
短期有利子負債	383	448	65
<b>固定負債</b>	<b>6,581</b>	<b>6,478</b>	<b>▲103</b>
社債	2,726	2,616	▲109
長期有利子負債	2,762	2,732	▲30
<b>負債合計</b>	<b>9,844</b>	<b>9,927</b>	<b>83</b>
<b>純資産合計</b>	<b>3,992</b>	<b>4,444</b>	<b>452</b>
<b>負債・純資産合計</b>	<b>13,837</b>	<b>14,371</b>	<b>535</b>

## <資産の状況>

### ・固定資産

- ▶ 有形固定資産：6,858億円 (208億円増)
  - ・ 出店などに関する投資 449億円
  - ・ 減価償却費 250億円

## <負債の状況>

- ▶ 有利子負債：5,796億円 (75億円減)

## <純資産の状況>

- ▶ 自己資本：4,386億円 (前期末比+464億円)
- ▶ 自己資本比率：30.5% (前期末比+2.2%)

## <その他>

- ▶ ネットD/Eレシオ：0.85倍  
(前期末比▲0.20倍)
- ▶ ROE：16.5% (年換算/前期末比+1.2%)

※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

# 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	1,609	1,804	195
営業活動CF	646	1,039	393
投資活動CF	▲322	▲510	▲188
財務活動CF	▲520	▲209	311
期中増減等	▲96	314	411
期末残高	1,513	2,118	606
フリーキャッシュフロー <sup>※1</sup>	324	529	204

※1. フリーキャッシュフロー = 営業活動CF + 投資活動CF。

### <営業CF：+1,039億円>

▶ 税金等調整前純利益791億円、減価償却312億円、棚卸資産の増加146億円などが増加要因になる一方、法人税等の支払額284億円などが減少要因に。

### <投資CF：▲510億円>

▶ 出店等に伴う有形固定資産の取得が405億円、無形固定資産の取得66億円、関係会社株式の取得34億円などが減少要因に。

### <財務CF：▲209億円>

▶ 長期借入金の返済256億円、社債の償還による支出114億円、配当金の支払額107億円、連結の範囲の変更を伴わない子会社株式の取得による支出22億円などが減少要因に。

## ▶ 設備投資の状況

設備投資額	378	482	104
-------	-----	-----	-----

### <当3Qの内訳>

▶ 国内DS事業約145億円、GMS事業約63億円、海外事業約109億円、IT関連約31億円、その他約134億円。

# 第4四半期及び 将来の成長に向けた取り組み

□ 国内リテールは春休み、ゴールデンウィークなどの長期休暇や週末を中心とした外出需要が追い風となり、既存店前年比は105.3%と好調を継続。

## ▶ 売上前年比(既存店)推移

単位：%	1Q	2Q	1月	2月	3月	3Q	4月
<b>国内計</b>	101.7	102.8	102.7	104.4	102.5	103.1	105.3
<b>DS</b>	103.3	104.7	104.2	107.6	105.2	105.6	107.9
<b>GMS</b>	97.5	98.6	99.0	96.4	95.8	97.1	98.8

## ▶ PB/OEMの取り組み（4月）

高まる行楽需要に対応するため、オリジナルアウトドアブランド「greenstage(グリーンステージ)」の新商品を発表。



## ■ DS事業

- ✓ 外出需要の高まりを捉え、旅行用品はバック・鞆などを中心に好調。化粧品はアイメイク、リップの他、キャラクターものの化粧小物が伸長。加えてカー用品やスポーツ用品、UV対策品などの売上が拡大。
- ✓ 本年は前年と比べ、更にイベント規制も緩和されるなどが追い風となりパーティ用品やイベント関連、酒類、BBQ関連などの売上也伸長。

## ■ GMS事業

- ✓ 上旬は入学式や入社式など各種イベントや新生活需要により、衣料品は靴、鞆、ハンカチなどの服飾雑貨、住居関連は文具などが伸長。
- ✓ 食品・生鮮食品は、日配品や冷凍食品、鮮魚寿司などが売上を牽引し前年並みの水準まで改善。

## アジア事業

- ①新店（今期8店舗）の開店関連コスト吸収による利益貢献
  - ✓ 立上げ初期は赤字となる新店（今期はSG3店舗、TH3店舗、HK1店舗、MY1店舗）が翌期以降で利益貢献することによる利益増（10億円強）
- ②カテゴリー拡縮による売上・粗利向上
  - ✓ コロナ禍での外食代替需要に傾斜した買い場から、外出機会の増加や観光需要に対応したカテゴリーの拡縮（非食品や菓子の拡大など）を進め、売上・利益増を図る。
- ③粗利率の更なる改善（3Q累計の粗利率は前期比+2.1% ⇒ 来期も継続上昇へ）
  - ✓ SGで奏功した粗利施策を6月を目途にアジア全体へ横展開（SGの粗利率は約40%）。
  - ✓ 直買及びPB/OEMの更なる拡大にも取り組む。
- ④販管費のコントロール・改善
  - ✓ 店舗の人員配置の見直しによる人件費率改善、間接組織のスリム化等で販管費率も改善。

## 北米事業

- ①ハワイはオペレーション改善や粗利率向上に着手
  - ✓ 単品管理システムの稼働によるプライシング精度向上及び在庫管理の効率化（在庫ロス約3.5億円減）、店内キッチン拡張によるデリカ・寿司の強化（来期以降の売上及び粗利率向上）、など。
- ②コストインフレへの対応強化
  - ✓ 直買拡大(ハワイ)やPB強化による他社との差別性強化や利益率向上。
  - ✓ 継続して高騰する人件費対策としてカリフォルニアでセントラルキッチンを稼働させ生産性向上を強化。その他店舗業務の効率化やセルフレジによる省人化も進める。
- ③新規出店による事業規模拡大への準備
  - ✓ 将来の事業規模拡大に向けて、来期以降の新規出店（グアム、ハワイ、ゲルソンス）の準備に着手  
（立上げ時はPL悪化も2年目以降で利益増へ）



# Appendix

# 第3四半期事業別情報

【期間：2023年1月1日～2023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	2,687	2,882	195	1,150	1,119	▲31	186	217	31	509	604	95	▲4	▲35	▲30
売上総利益	656	754	98	380	386	7	65	81	16	192	222	30	33	37	5
売上総利益率	24.4%	26.2%	1.8%	33.0%	34.5%	1.5%	34.8%	37.5%	2.7%	37.6%	36.7%	▲0.9%	-	-	-
販管費	594	633	40	330	322	▲8	55	75	19	159	199	40	▲7	9	16
営業利益	62	121	59	50	64	14	10	6	▲3	33	23	▲10	40	28	▲12
営業利益率	2.3%	4.2%	1.9%	4.3%	5.7%	1.4%	5.1%	3.0%	▲2.1%	6.5%	3.8%	▲2.7%	-	-	-

【期間：2022年7月1日～2023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	8,235	8,779	544	3,591	3,513	▲77	489	620	131	1,466	1,774	308	▲75	▲114	▲39
売上総利益	2,008	2,313	305	1,176	1,198	22	170	229	59	554	655	102	95	109	15
売上総利益率	24.4%	26.3%	1.9%	32.8%	34.1%	1.3%	34.8%	36.9%	2.1%	37.8%	36.9%	▲0.9%	-	-	-
販管費	1,775	1,889	114	1,007	992	▲15	151	210	59	465	593	128	▲25	3	28
営業利益	233	424	190	170	206	37	19	19	▲0	89	62	▲27	120	106	▲14
営業利益率	2.8%	4.8%	2.0%	4.7%	5.9%	1.2%	3.8%	3.0%	▲0.8%	6.1%	3.5%	▲2.6%	-	-	-

※.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2022年4月～12月、Gelson'sは2022年7月～2023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2022年4月～12月の累計。  
 ※.3 Gelson'sの営業利益は、のれん償却代(当3Q8.3億円、前3Q7.2億円、当期累計25.5億円、前期累計21.1億円)を控除後で算出。

# 第3四半期累計 連結事業別業績概況

【期間：2022年7月1日～2023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
<b>国内ディスカウント事業</b>	<b>7,930</b>	<b>57.9%</b>	<b>8,448</b>	<b>58.0%</b>	<b>106.5%</b>
家電製品	654	4.8%	633	4.3%	96.8%
日用雑貨品	1,948	14.2%	2,244	15.4%	115.2%
食品	3,653	26.7%	3,881	26.6%	106.2%
時計・ファッション用品	1,048	7.7%	1,116	7.7%	106.5%
スポーツ・レジャー用品	490	3.6%	454	3.1%	92.6%
その他	137	1.0%	121	0.8%	88.0%
<b>国内GMS事業</b>	<b>3,267</b>	<b>23.8%</b>	<b>3,192</b>	<b>21.9%</b>	<b>97.7%</b>
衣料品	367	2.7%	360	2.5%	98.2%
住居関連品	506	3.7%	563	3.9%	111.4%
食品	2,376	17.3%	2,248	15.4%	94.6%
その他	18	0.1%	20	0.1%	110.9%
<b>海外事業</b>	<b>1,954</b>	<b>14.3%</b>	<b>2,376</b>	<b>16.3%</b>	<b>121.6%</b>
北米事業	1,466	10.7%	1,760	12.1%	120.0%
アジア事業	488	3.6%	616	4.2%	126.2%
<b>その他事業<sup>※1</sup></b>	<b>553</b>	<b>4.0%</b>	<b>555</b>	<b>3.8%</b>	<b>100.4%</b>
<b>合計</b>	<b>13,705</b>	<b>100.0%</b>	<b>14,572</b>	<b>100.0%</b>	<b>106.3%</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：2023年1月1日～2023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
<b>販 管 費</b>	1,130	25.0%	1,238	25.9%	109.6%
給 与 手 当	439	9.7%	461	9.6%	105.1%
地 代 家 賃	137	3.0%	151	3.1%	109.6%
支 払 手 数 料	141	3.1%	164	3.4%	115.8%
減 価 償 却 費	78	1.7%	87	1.8%	112.7%
そ の 他	335	7.4%	375	7.8%	112.0%

✓ 水光熱費は3Q 80億円（前期比134.7%）

【期間：2022年7月1日～2023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
<b>販 管 費</b>	3,372	24.6%	3,688	25.3%	109.4%
給 与 手 当	1,306	9.5%	1,384	9.5%	106.0%
地 代 家 賃	408	3.0%	443	3.0%	108.6%
支 払 手 数 料	437	3.2%	470	3.2%	107.6%
減 価 償 却 費	225	1.6%	254	1.7%	112.9%
そ の 他	996	7.3%	1,136	7.8%	114.1%

✓ 水光熱費は3Q累計 258億円（前期比145.3%）

# 今期出店/改装状況

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			荒尾 (熊本)	米沢 (山形)	京橋 (大阪)	別府 (大分)				サンサイトモール 小倉 (福岡)		3店舗	新規出店：14店 業態転換：4店
	※1 UDR		新潟亀田 (新潟)			京都烏丸七条 (京都)	吉祥寺 (東京)					博多駅南 (福岡)	厚別 (北海道)	
GMS	ユニー (改装)	新潟亀田 (新潟)	各務原 (岐阜)				東刈谷 (愛知)							
海外	アジア		Whampoa Garden (香港)	J-Park Sriracha (タイ)	North Point (シンガポール)	Jurong Point (シンガポール)	Jewel Changi Airport (シンガポール)	Thaniya Plaza (タイ)				IOI City Mall (マレーシア)	2店舗	新規出店：8店 ※3
	※2 北米					Sunway Pyramid (マレーシア)						1店舗		

※1. UDRの実線枠はテナントイン型の業態転換店舗 ※2. 海外法人については出店月で表記。  
 ※3. Gelson's以外は2022年4月～2023年3月、Gelson'sは2022年7月～2023年6月の期間

 = 業態転換

## 国内リテール店舗数

	2021年 6月期	2022年 6月期	2023年 6月期		
			1Q	2Q	3Q
<b>ディスカウント事業</b>	<b>444</b>	<b>468</b>	<b>470</b>	<b>476</b>	<b>475</b>
ドン・キホーテ ※7	226	237	238	244	243
MEGAドン・キホーテ ※1	139	140	140	140	140
(MEGA)ドン・キホーテUNY	52	59	60	60	60
ピカソ 等 ※2	27	32	32	32	32
<b>GMS事業 ※3</b>	<b>139</b>	<b>136</b>	<b>134</b>	<b>134</b>	<b>134</b>
<b>国内合計</b>	<b>583</b>	<b>604</b>	<b>604</b>	<b>610</b>	<b>609</b>

## 海外店舗数

	2021年 6月期	2022年 6月期	2023年 6月期		
			1Q	2Q	3Q
<b>北米事業</b>	<b>65</b>	<b>65</b>	<b>65</b>	<b>65</b>	<b>65</b>
カリフォルニア	37	37	37	37	37
ハワイ	28	28	28	28	28
<b>アジア事業</b>	<b>19</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>33</b>	<b>38</b>
シンガポール	8	12	12	12	15
香港 ※5	7	9	9	10	10
タイ ※6	2	4	5	6	7
台湾	1	2	2	2	2
マレーシア	1	2	2	2	3
マカオ	-	1	1	1	1
<b>海外合計</b>	<b>84</b>	<b>95</b>	<b>96</b>	<b>98</b>	<b>103</b>
<b>合計 ※4</b>	<b>667</b>	<b>699</b>	<b>700</b>	<b>708</b>	<b>712</b>



※1. 「MEGAドン・キホーテ」には、「NEW MEGA」等を含む。

※2. 「ピカソ 等」には、「ピカソ」「エッセンス」「驚安堂」「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. 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。

※7. 「ディスカウント事業」は、ドン・キホーテ福岡空港南店からドン・キホーテ博多駅南店へのリプレイスに伴う減少(23年4月下旬オープン)

※5. 香港「PeakGalleria店」は22年4月にリテールから鮮選寿司にリニューアルのため計上。

※6. タイは、鮮選寿司(J-PARK Sriracha店、DONKI Mall Thonglor店)を含む。

## 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43期 (2023年6月期) 第4四半期 決算発表 (予定)

決算発表日 : 2023年8月16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。



〒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](mailto:ir@ppih.co.jp)  
<https://ppih.co.jp/>