



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43期 報告書 2022年7月1日～2023年6月30日

CONTENTS

- | | |
|--------------------|----------------------|
| 01 株主の皆さまへ | 07 PPIHグループのサステナビリティ |
| 02 今期の実績 | 08 PPIH TOPICS |
| 03 国内事業(ディスカウント事業) | 09 株主還元の状況 |
| 04 進化を続けるPB「情熱価格」 | 10 PPIHグループの店舗ネットワーク |
| 05 国内事業(GMS事業) | 11 財務・非財務ハイライト |
| 06 海外事業 | |



34期連続の増収営業増益、営業利益は初の1,000億円超を達成しました。 「デフレに強い」だけでなく、「インフレにも強い“稼げる小売企業”」として成長を続けていきます。

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。

当社は2023年6月期連結決算において、売上高1兆9,368億円、営業利益1,053億円、親会社株主に帰属する当期純利益は662億円となり、34期連続の増収営業増益を達成しました。当社の営業利益が1,000億円を超えるのは初のことです。

新型コロナウイルスとそれに伴う社会の大きな変化の中、従業員は現場主義・個店主義に立脚した強みを遺憾なく発揮し、一丸となって変化に向き合い、高い目標、難しい指示に、よく応えてくれました。その結果、当期は営業利益が初めて1,000億円を超えることができました。

特にこの2年間で大きく変化したことは、「稼ぐ力」がしっかりしてきた、ということです。

昨今のインフレによるコスト高により、従来の当社の収益構造の黄金比率と言うべき、「粗利率を25%以上稼ぎ、販管費率を20%に抑え、結果、営業利益を5%以上達成する」という公式は成り立たなくなりました。販管費には光熱費や一人当たりの人件費など、コントロールできないものも多数含まれます。そんな中、数年かけて取り組んできた収益体質の改革が成果を挙げ、売上以上の利益成長による「稼ぐ力」を強化したことで、営業利益率を5期ぶりとなる5%台に到達させることができました。

今後も、中期経営計画「Visionary 2025」（2025年6月期）の営業利益1,200億円という目標に向けて、「デフレに強い」だけでなく、「インフレにも強い“稼げる小売企業”」として成長を続けていきます。あと150億円の営業利益の積み増しは、意外に高い山となるでしょうが、2年で結果を出すという気概が社内にあふれており、その次の2,000億円のステージに立つために必達と考えています。

「Visionary 2025」2年目となる2024年6月期は、初の売上高2兆円達成を視野に入れています。業績目標は、売上高2兆621億円、営業利益1,110億円とし、営業利益率5%超を継続するとともに、35期連続増収営業増益をめざします。

私の社長就任から5年目を迎えることになりました。この間の変化を数字で申し上げますと、当期は2019年対比では6,079億円の売上増加。また、営業利益は、この4年間で、631億円から1,053億円と422億円の増益をすることができ、コロナ禍という大きな環境変化に対して、一定の成果を挙げ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、従業員の日々の努力あつての成果であると感謝申し上げます。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。引き続き皆さまのご支援、ご指導をよろしくお願い申し上げます。

POINT

ディスカウント事業

- 既存店売上は前期比+5.2%と好調に推移、粗利率は26.0%と前期比+1.5%で着地。
- 外出需要の拡大や免税売上の回復継続、季節品伸長。免税売上は通期383億円まで急回復。
- PB/OEMはブランド認知向上や需要を捉えた商品の開発/販売により、売上構成比は通期17.3%（前期比+3.1%）と、期初目標を約0.5%超過達成。

GMS事業

- 物価高に伴う買い控えはあるも、過剰な値下げを控える販促手法で、年間通じて粗利は確保。
- 既存店販管費は水光熱費上昇も、人員配置見直し、個別別でのコントロール継続により前年を下回り営業増益に貢献。

海外事業

- アジア事業は年初から新マネジメント体制により各種改善に着手。発注&在庫管理の仕組みの横展開などを着実に推進。
- 北米事業は在庫管理などの対策も進み、総利益率は改善傾向。
Gelson'sは2024年6月期の新店オープンや将来成長に向けて準備を進める。

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/>

代表取締役社長CEO
吉田 直樹



今期の実績



売上高

1兆9,368億円 前期比 **5.8%増**

営業利益

初の**1,000億円**超え

1,053億円 前期比 **18.7%増**

営業利益率

5.4% 2018年6月期以来
となる**5%超**

各種コスト増の外部環境でも、粗利率向上と生産性改善や販管費コントロールにより新たな構成比で営業利益率5%超えを達成。(=収益体質の改革を実現)

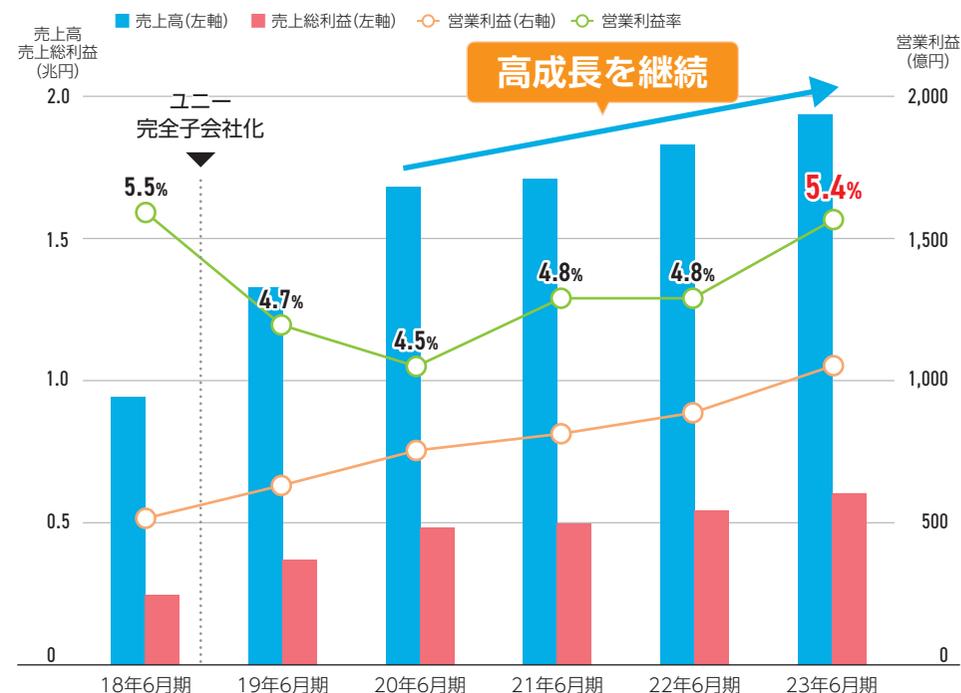
	2018年6月期	2023年6月期
売上総利益率	25.9%	31.0%
販管費率	20.4%	25.6%
営業利益率	5.5%	5.4%

2023年6月期のPOINT

経営改革により“稼げる小売企業”へと進化

2023年6月期の業績は、売上高1兆9,368億円(前期比+1,055億円/+5.8%)、営業利益1,053億円(同+166億円/+18.7%)、当期純利益662億円(同+42億円/+6.8%)と、増収増益を達成しました。1989年のドン・キホーテ1号店出店以来、34期連続増収増益の記録を更新中です。特にこの2年は、売上以上の利益成長により“稼ぐ力”を強化しています。業績推移の通り、過去数年間で売上・利益は高成長を継続するとともに、価格高騰の環境下でも収益体質の改革を実現し、5期ぶりに営業利益率5%超えを達成しました。

2018年6月期からの業績推移





国内事業

ディスカウント事業

売上高1兆1,775億円(前期比+767億円)、営業利益は556億円(同+193億円)と大幅な増収増益により連結業績を牽引

ディスカウント事業は、外出需要の拡大や都市部の人流増に加え、免税売上の回復で好調に推移しており、大幅な増収増益で業績を牽引しました。

免税売上は通期383億円まで急回復!

入国規制が緩和された直後からインバウンド需要の取り込み施策を積極的に展開。レジ台数の増設や人員配置の強化等にも取り組んだ結果、免税売上は期初の想定を上回り、通期383億円まで急回復しました。訪日外客の回復率は70%強である中でも、2023年6月には新型コロナウイルス感染拡大前を超える水準を達成しています。

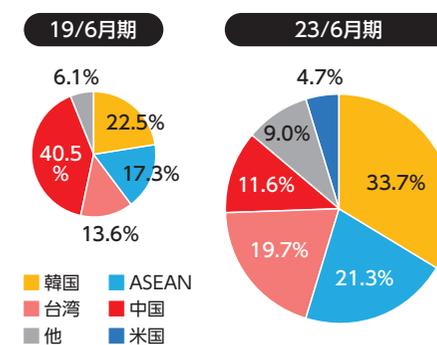


レジ台数の増設や人員配置の強化で、多くの訪日外客に対応。

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



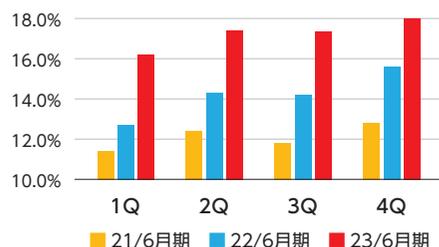
PB/OEMの売上構成比が拡大



俳優の永山瑛太さんを起用し、PBでは初のTVCMを放映。メディア露出やSNS発信を大幅に増強。

「情熱価格」ブランドの認知向上に取り組み、メディア露出などを大幅に増強。独創的かつ魅力的な商品で人気を獲得し、国内事業の売上に貢献しています。PB/OEMの売上構成比率は通期17.3%(前期比+3.1%)へと拡大しました。

ディスカウント事業のPB/OEM構成比



続々と新店舗オープン!

今期新店 16店 / 業態転換 3店

MEGAドン・キホーテ UNY伊那店

2023年6月6日 OPEN

業態転換

62店舗目となる業態転換店舗
商品や店舗コンセプトが商圈ニーズに合致

- 平日は食品&日用品を求めるディスカウント型スーパー、週末はアミューズメント&体験型ショッピング。さまざまな体験で幅広い客層を捉える。
- 生鮮品や家電コーナー、ペット用品やキッズ衣料コーナーに注力。特に家電コーナーではPBや驚安品を多数展開。「ありきたりな家電屋」とは一味違う仕掛けにより好調に推移。



ドン・キホーテ 赤羽東口店

2023年6月30日 OPEN

新店

駅前狭小物件における
高収益モデルの店づくり

- 顧客に合った店づくりを実現すべく、最も顧客に近いメイト*主体で運営。新店立ち上げから任せることで主体性を持たせた運営を実現。
- 飲み屋が多い商圈に合わせ、サプリメントや滋養強壮剤など親和性の高い商品を展開。
- 商店街の雰囲気を融合させたお酒コーナーで地元のニーズを捉える。



*メイト=当社グループにおけるアルバイトスタッフの呼称



進化を続けるPB「情熱価格」

お客さまの求める価格を実現すると同時に、PB「情熱価格」では世の中にまだないユニークな商品を生み出し続けています。

23年6月期「情熱価格」ヒット商品

夏季季節品

強冷感低反発ごろ寝 ジェルクッション

枕、背もたれ、フットレスト。どう使っても「気分涼幸」の快適グッズ。



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。



生活雑貨品

3時間速乾 ジャンボバスタオル

ネーミング通りジャンボサイズなのに3時間で乾く、お客さまの気持ちをそのまま形にした人気商品。



移動式クーラー

設置工事不要で買ったその日に使える利便性と壁掛けエアコン6畳用と遜色のない冷房能力が特長の移動式クーラー。夏物家電の主力商品に成長。



菓子

オリーブオイル ケトルチップス

本場アメリカで見つけたケトル製法のカリカリ食感のポテチ！オリーブオイルで揚げているから油っぽさもなく、最後まで止まらない美味しさ。



ジャックフルーツ

日本人が知らないかもしれない。そんな美味しいフルーツをスナックにしたイチ押しの商品。



「ダメ出しの殿堂」で商品改良

機能性にこだわった高価格帯の歯ブラシにダメ出しを募集したところ、「機能がわからない」等のパッケージに関するダメ出しが多数。そのためパッケージと商品名を一新しました！

特設サイト「ダメ出しの殿堂」

<https://jonetz.com/>



歯ブラシの神様



この商品にしかない特徴が目に入れば(歯茎に優しいなど)

パッケージのインパクトが全然ない



Before

性能が全く伝わらない

After



0.1mmのウルトラソフト極細毛を、当社従来品の歯ブラシの6.8倍となる6,580本使用。歯列にフィットし、歯垢を逃しません。

「情熱価格」選りすぐり商品が並ぶ新業態

驚きだらけの買い物を楽しめる「ドミセ」

「驚きのニュース」がない商品は発売しない。そんな志を掲げ、数々の商品をお届けしてきた「情熱価格」。その中でも選りすぐりの商品がズラリと並ぶ、驚きが詰まった新業態「ドミセ」が誕生しました。

「ドミセ」1号店は2023年8月24日、東京都渋谷区道玄坂の複合施設「道玄坂通 dogenzaka-dori」※にオープン。同年9月8日には、アリオ八尾店(大阪府)に2号店を出店しました。店内は、ダメ出しにこたえて生まれ変わった商品を紹介する「ドこたえ」コーナーや、商品は悪くないもののちょっとすべった「ドすべり」コーナー、ナッツやドライフルーツ・珈琲など自分好みの量や種類を選んで買うことができる「ド試し」コーナーなど、テーマごとに区切った独自のコーナーで、楽しいお買い物体験を提供します。

※「道玄坂通 dogenzaka-dori」の詳細はP8のPPIH TOPICSをご覧ください。

おどろき専門店



<https://www.ppihgroup.com/domise/>





GMS事業

外部環境も踏まえて利益重視の施策を推進。営業利益は前期比+25億円と大幅増を達成

GMS事業は、個店経営を進めるべく、本部主導から支社・店舗での意思決定が浸透。またMD統合によって仕入れを強化し、商品開発でも効果を発揮し始めています。

ユニ初のインショップ型コスメ雑貨ショップ 2023年6月16日、アピタ港店にオープン



アピタ港店2階の専門店区画に、インショップ型として初のコスメ雑貨ショップ「変身共和国」を、2023年6月16日よりオープン。「変身共和国」は、“なりたい自分になれる”をコンセプトに、人気の定番ブランドからトレンドコスメ、菓子・雑貨を展開する新感覚コスメ雑貨ショップです。

～Z世代をはじめ若年層を取り込む～



POINT

- 人気の定番ブランドコスメからトレンドコスメ、菓子、雑貨をまとめて展開。スタッフの生の声を反映した手書きポップで、使用感やおすすめポイントをチェックしながら商品を選べる。
- 入社2年目の女性店長を配置し、ターゲットである若年層への親和性の担保を図る。

競合店との差別化を狙い「惣菜」の見直し&強化 ～365 DELICA KITCHEN稼働～

直営の鮮魚専門店「魚優」と肉惣菜ブランド「肉悠」が手掛けるオリジナル弁当と、カネ美食品の惣菜などをネットで予約受付し、アピタ・ピアゴ・ユースタアの店頭でお渡しする「365 DELICA KITCHEN(さんろくご デリカキッチン)」を、2023年3月21日より本格稼働。弁当からオードブルまで魅力ある惣菜を提供し、競合店との差別化を狙います。



地域に根付いた店づくりを推進

● 小規模改装など成功例を横伝播し波及

権限を与えられている現場責任者が店内一部エリアの小規模改装を継続的に実施しています。トライアンドエラーの中で成功したものを他店舗へ共有していくことで「地域に根付いた店づくり」を推進しています。



ピアゴ西春店

半田店にて食品主体の売り場へ衣料品を配置したところ、売上が改善。同様の小規模改装を行ったことで、西春店の売上が改善しました。



ヒルズウォーク徳重ガーデンズ

テナントゾーンに「クラデントイズ」コーナーをスピンアウトさせて導入。空床の解消と館の魅力が上がり、集客力がアップしました。

アピタ戸塚店

改装を機に、服飾雑貨を中心とした高品質な品揃えを強化。対象商品は前年比で売上が伸長し、新たな顧客層の取り込みに奏功しました。





調達力を武器に事業拡大へ

海外事業は、「DON DON DONKI」、「TOKYO CENTRAL」等、各地域に合わせた店舗を展開しています。23年6月期は4つのエリアで8店舗の新規出店を実施し、事業規模を拡大しています。

北米・アジアでPB販売を強化

日本産品の魅力を伝えるため、今期は海外のお客さまに向けたPBの開発・販売を強化。さらには国内6県1市との連携協定の取り組みから、オリジナル商品の開発も進んでいます。



▲日本名産仕様のインバス商品
北海道産ラベンダー等使用



▲北海道ジェラート
札幌市連携協定の対象商品



▲青森りんごチョコレート
訪日外客に人気の青森県産りんご使用



▲鰹沢カニかま
各国輸入対応、60gの鰹沢な大きさ

新店情報

DON DON DONKI Northpoint City

シンガポール

2022年10月6日、シンガポール北部最大のショッピングセンター「Northpoint City」にオープン。食品オンリーの品ぞろえで、毎日通っても飽きない種類豊富な本格惣菜などを展開。PBも強化し、利益率の向上をめざします。



DON DON DONKI Thaniya Plaza

タイ

2023年1月23日、昼はオフィス街、夜は繁華街として栄えるシーロムの商業施設「Thaniya Plaza」にオープン。DON DON DONKI 初のラーメン屋台など即食コーナーのほか、コスメやキャラクターグッズを強化し、昼夜両方の需要に応えます。



PPIC

海外販路拡大へ。6県1市と連携協定を締結

当社グループは日本産品の開拓強化にあたり、自治体との取り組みを積極的に推進しています。その一環に各自治体との連携協定があります。

2020年9月の愛媛県から始まり、同年10月に鹿児島県と熊本県、2021年3月に和歌山県、2022年3月に沖縄県、同年10月に札幌市、そして2023年7月に和歌山県が加わり、連携協定は現在6県1市となりました。各自治体の特産品の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。



2022年10月21日 札幌市との協定式



2023年7月27日 香川県との協定式

2020年9月
愛媛県と
包括連携協定を
締結

2020年10月
鹿児島県と
連携協定を
締結

2020年10月
熊本県と
包括連携協定を
締結

2021年3月
和歌山県と
連携協定を
締結

2022年3月
沖縄県と
連携協定を
締結

2022年10月
札幌市と
連携協定を
締結

2023年7月
香川県と
連携協定を
締結

PPICとは… (Pan Pacific International Club)

PPIHグループの海外店舗へ輸出を希望する生産者さま等で構成する会員組織です。生産者の皆さまには海外の日本産品の需要をつかむ機会となり、当社グループは商品を安定確保し、コスト構造を改善できます。

札幌市フェアが好評

連携協定からの取り組み第1弾として、2022年10月から2023年2月まで、シンガポール、香港を主としたアジア6エリアで札幌市フェアを展開しました。活ホタテ、活北寄貝のほか冷凍品も含め数々の日本産の海産品が好評をいただき、総便数76便、計18tの輸送となりました。

期間

2022年10月～2023年2月

内容

活貝、活魚、他冷凍商品



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、地域の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、本業の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（マテリアリティ）の解決に取り組んでいます。ステークホルダーと対話を重ねながら、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。

2023年6月期の主な取り組み

女性活躍推進

目標：2030年6月期までに
女性店長100名輩出

→ 2023年6月期 女性店長が31名に
(2021年6月期より18名増加)



サプライチェーンの人権課題対応を強化

PB/OEM製造委託先の約2,200工場を対象に、人権・労働・安全衛生等のセルフチェックアンケートを実施しました。重大リスク・インシデントは2023年6月末時点で確認されていません。今後、評価結果の分析やフォローアップを進めていきます。

紙パッケージへの切り替え商品を拡大

PB「情熱価格」では環境に配慮した商品の開発にも力を入れています。2022年12月、「情熱価格」のひとくち焼きいもとむき甘栗の包材の一部をプラスチックから紙に変更し、プラスチック使用量削減に貢献しています。



サステナビリティサイトがリニューアル



PPIHのサステナビリティサイトがリニューアルいたしました。最新の情報を更新・ご紹介しておりますので、ぜひご覧ください。

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



ESG評価機関からの評価

MSCI ESGレーティングでリーダーグループにあたる「AA」を獲得

2023年8月、ESG投資の世界的な評価指標「MSCI ESGレーティング」において、これまでの「BBB」から2ランクアップし、ESGリスクと機会の管理で業界を牽引するリーダーグループである「AA」を獲得しました。



女性活躍指数「MSCI 日本株女性活躍指数」に選定!

2023年6月、性別多様性に優れた企業を対象とする「MSCI 日本株女性活躍指数」の構成銘柄に初めて選定されました。

2023 CONSTITUENT MSCI日本株女性活躍指数 (WIN)

その他外部評価



女性活躍推進企業として「えるぼし認定」を取得

女性の活躍促進に関する状況などが優良な企業を認定する制度で、厚生労働省より「えるぼし認定」の2つ星に認定されました。



「PRIDE指標2022」 最高評価を5年連続受賞

性的マイノリティの方が働きやすい職場づくりの実現をめざす「PRIDE指標2022」評価で、ドン・キホーテが最高評価の「ゴールド」を5年連続で受賞しました。

ドン・キホーテ





PPIH TOPICS



2023年8月24日にオープン /

「道玄坂通 dogenzaka-dori」



8月24日、東京都渋谷区道玄坂にオープンした複合施設。渋谷文化村通りの新たなライフスタイルの拠点として発展していくことを願い、飲食店やホテルなどさまざまなジャンルの注目ショップやオフィスを誘致しています。上質な日常と刺激的な非日常が交差する場所として、渋谷を訪れるあらゆるお客さまへ驚きの体験を提供します。

▶ <https://dogenzaka-dori.com/>



ホテルについて

この度当社は「ホテルインディゴ」を運営するIHG ホテル&リゾートと運営受託契約を締結しました。国内4軒目となる「ホテルインディゴ」は、その街の個性とその土地ならではの歴史やカルチャーを、ホテルのデザインやアートの他、ストーリーテラーなサービスなど、ホテル体験を通して土地にある「ネイバーフッドストーリー」をゲストにお届けするライフスタイルブティックホテルブランドです。



ショップフロアについて

1~2階の商業施設にはドン・キホーテの新業態店「ドミセ」をはじめ、日本初進出となる米シアトル発のバーガー店「Lil Woody's (リル・ウッドィーズ)」、スペシャルティコーヒー店「猿田彦珈琲 (コーヒー)」、米ベーカリー「THE CITY BAKERY」など12店舗が出店しています。



グループ初! CO₂フリー電力で運営

「道玄坂通 dogenzaka-dori」では、ショップ・オフィス・ホテルの3つの要素で構成される施設全体の使用電力をすべて「CO₂フリー電力」でまかっています。これはグループ初の試みとなります。CO₂フリーの電力を使用することで、気候変動への対策にも貢献します。



PPIHグループが福利厚生推進法人に認証！ 「ハタラクエール2023」を受賞

2023年、PPIHとドン・キホーテ、ユニーは、福利厚生の充実・活用に力を入れる企業・団体・自治体を表彰・認証する「ハタラクエール」において、福利厚生推進法人の認証を取得しました。当社グループでは、今後も従業員が自分らしく安心して働けるよう、ライフプランに合わせてさまざまな福利厚生を充実させてまいります。



聴覚障がいがある方のお買い物をサポートする 「コミュニケーションボード」を国内全店で導入！



当社グループでは、障がいがある方でも利用しやすい店づくりを進めています。2023年7月23日にはドン・キホーテ、アピタ、ピアゴなどの国内グループ全店舗において、聴覚や言語に障がいがあるお客さまと従業員との会話をサポートする「コミュニケーションボード」を導入しました。お客さまが店舗のレジなどに設置している「耳マーク※」カードを従業員に提示いただくと、従業員がコミュニケーションボードを使って接客を行います。これにより、お客さまとのコミュニケーションを強化し、必要とされるサービスや商品の購入をサポートしています。当社グループは、今後もお客さまに寄り添いながら、安心してお買い物いただける店づくりに取り組んでまいります。



コミュニケーションボード(左)のご用意を案内する「耳マーク」カード(右)をレジなどに設置(店舗によって内容は異なります)

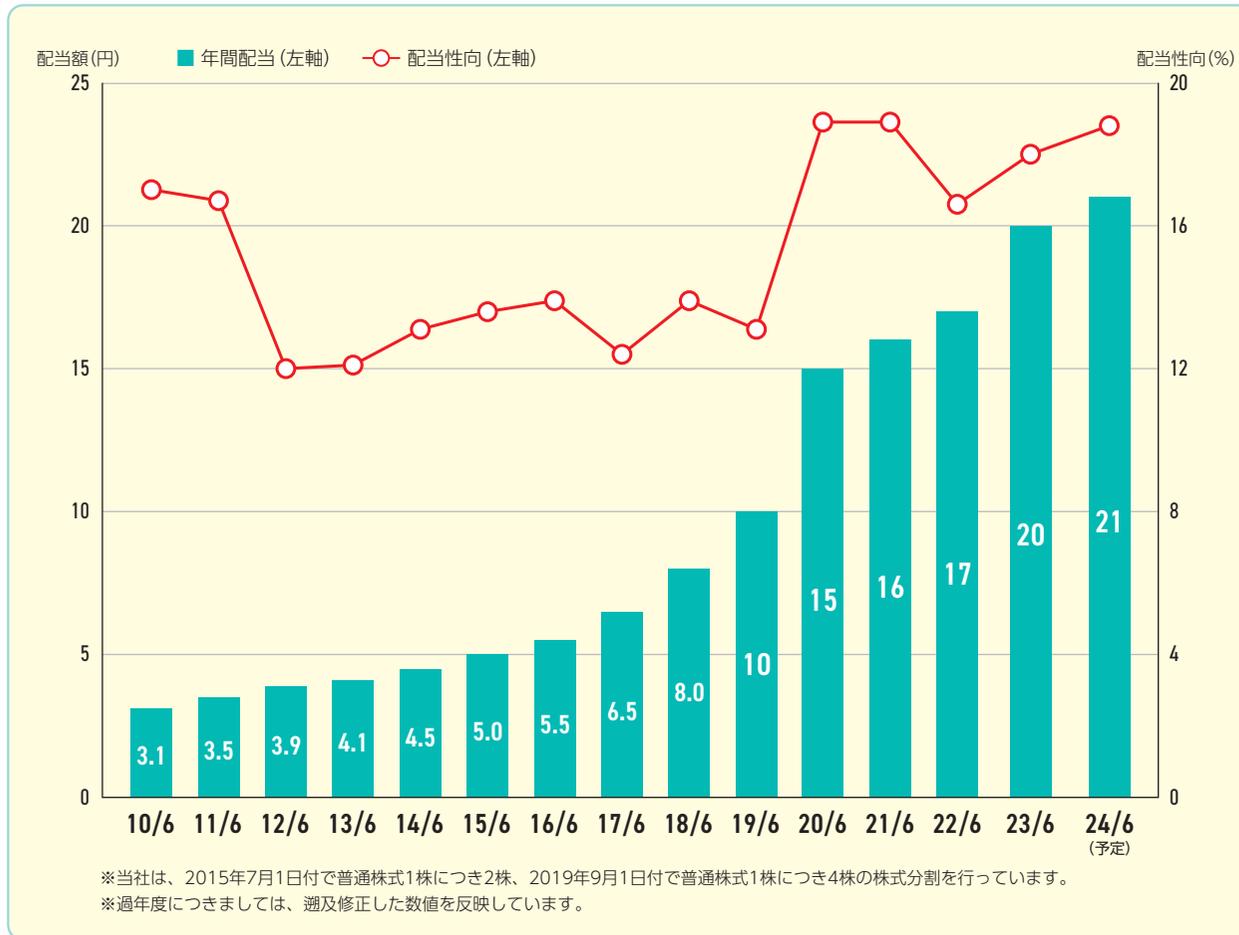
※耳マークは、一般社団法人 全日本難聴者・中途失聴者団体連合会により管理された聴覚障害のためのシンボルマークで、聞こえが不自由なことを表すと同時に、聞こえない人・聞こえにくい人への配慮を表すマークです。

株主還元の状況 20期連続の増配を達成。21期連続増配を見込む

配当金について

2023年6月期の期末配当金は、業績好調を受けて期初予想の18円から**20円へ上方修正**。これにより**20期連続の増配**を達成するとともに、2024年6月期においても**21期連続増配となる21円**への増配を見込んでいます。

今後も継続的な利益成長をベースに、**累進的配当政策**を採用しながら、**中期的に配当性向20%以上**とすることを意識し、成長投資とのバランスを取りながら株主還元を努めてまいります。



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ポイントが株主優待として付与されます。

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アプリをダウンロードの上、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)

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



PPIHグループの店舗ネットワーク

日本

617 店舗

ドン・キホーテ	250	アピタ、ピアゴ※1	131
MEGAドン・キホーテ※1	140	ピカソ等※1	33
MEGAドン・キホーテUNY※1	63		

※1 「New MEGAドン・キホーテ」は「MEGAドン・キホーテ」業態に、「ドン・キホーテUNY」は「MEGAドン・キホーテUNY」業態に、「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」等は「ピカソ等」に、「ユースストア」「ピアゴパワー」「パワースーパーピアゴ」等は「アピタ、ピアゴ」業態に含まれます。

ハワイ

28 店舗

Don Quijote	3
MARUKAI	1
TIMES※2	24

※2 「BIG SAVE」などQSI, Inc.運営店舗は「TIMES」業態に含まれます。

カリフォルニア

37 店舗

MARUKAI	4
TOKYO CENTRAL	6
Gelson's	27

香港

10 店舗

DON DON DONKI 10

台湾

2 店舗

DON DON DONKI 2

タイ

9 店舗

DON DON DONKI 9

マカオ

1 店舗

DON DON DONKI 1

マレーシア

3 店舗

DON DON DONKI 3

シンガポール

15 店舗

DON DON DONKI 15

グループ総店舗数 722 店舗

2023年6月期は行動制限が緩和されてコロナ禍からの回復が伺えます。国内ではディスカウント事業で16店舗の新規出店、GMS事業では効率化を進め、既存店のリニューアルを実施しました。海外ではタイ5店舗を含むアジア各国で10店舗の新規出店を実施。2023年6月期末におけるPPIHグループの総店舗数は722店舗（うち海外事業105店舗）に拡大しています。

財務・非財務ハイライト



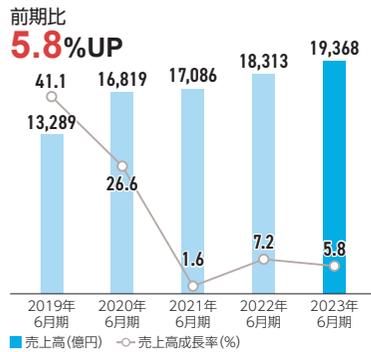
各数値の要因をご覧ください。

Click! 「ひと目でわかる決算」

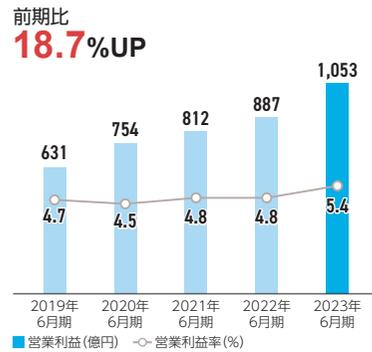
<https://ppih.co.jp/ir/highlight/hitomedewakaru/>

PPIH Report

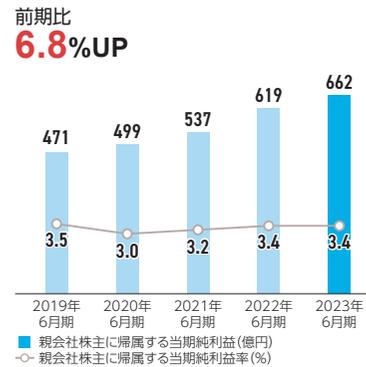
売上高/売上高成長率



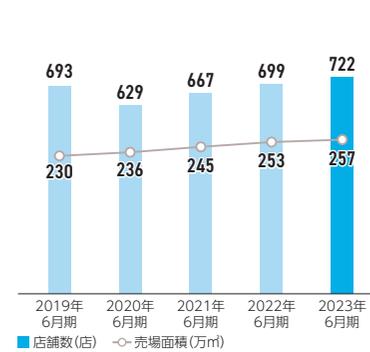
営業利益/営業利益率



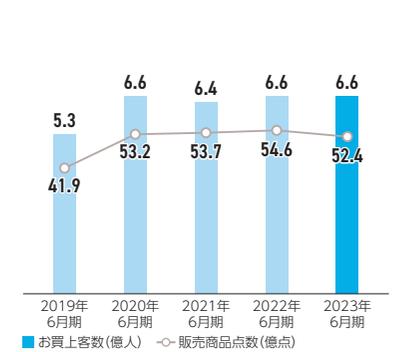
親会社株主に帰属する当期純利益/親会社株主に帰属する当期純利益率



店舗数/売場面積

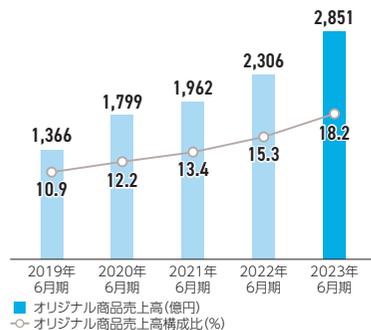


お買上客数/販売商品点数



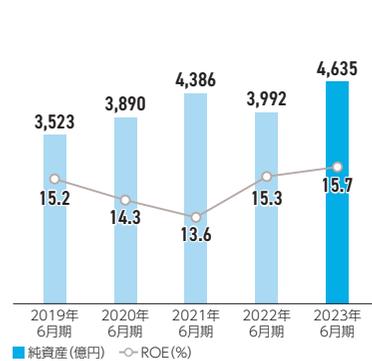
オリジナル商品売上高/オリジナル商品売上高構成比

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

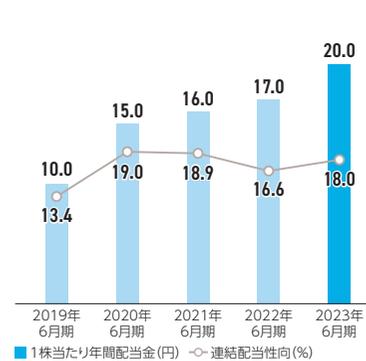


※ユニエ(株)の連結により、2019年6月期第3四半期以降ユニエ(株)の実績を反映しています。

純資産/ROE

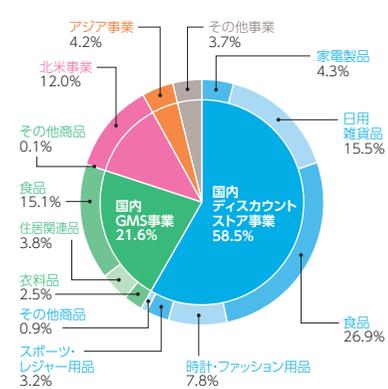


1株当たり年間配当金/連結配当性向

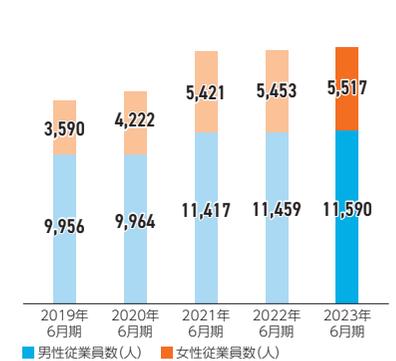


※2019年9月1日付で実施した株式分割(1:4)が、2019年6月期の期首に行われたと仮定して算出しています。

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 donpen card」会員募集中!

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にクレジットカード機能が備わった「majica donpen card」の会員を募集中です!

年会費 **無料**

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



どこでも使っても
majica
ポイントが
貯まる!

majica会員限定のお得なサービスが盛りだくさん

- 1,001円(税込)以上のお買い上げで、1の位の端数を割り引する「円満快計」
 - お得に買える「会員価格」 ● 買うほどお得なランク特典サービス
- ※ アピタ、ピアゴ、ユースタア各店では「円満快計」「会員価格」サービスを実施していません。

majica公式アプリとの連携で、普段のお買い物がもっとお得に!

さらにクレジットカードご利用でポイント還元率1.5%

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。



2013 - 2023年度選定