



第40期（2020年6月期）

第2四半期連結業績説明資料

2020年 2月

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

専務執行役員CFO 高橋 光夫

〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10

TEL 03-5725-7588 FAX 03-5725-7024

<https://ppi-hd.co.jp> e-mail : ir@ppi-hd.co.jp

1 2020年6月期2Q 決算概況

2 PPIHグループトピックス

3 2020年6月期 通期業績予想

- 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。
- 本資料中、パン・パシフィック・インターナショナルHD(7532：旧商号「DQHD」)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)」、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。
- 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などの一部については、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。
- 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		SGD		THB		HKD	
	P/L	B/S	P/L	B/S	P/L	B/S	P/L	B/S
前 期	110.71	113.60	81.92	83.03	—	—	—	—
当 期	108.76	107.96	79.17	78.12	3.50	3.53	13.87	13.77

IRサイト&ダイバーシティが評価されました



Gomez
IRサイトランキング2019

日興アイ・アール
ホームページ充実度ランキング2019

ブルームバーグ
2020年男女平等指数 (GEI)

総合

金賞
(第10位)
(全上場企業中)



総合

最優秀サイト
(全上場企業中)



GEI 構成銘柄に
国内小売業界で唯一2年連続で選定

小売業

第1位



小売業

最優秀サイト
(第1位)



感謝

投資家向け広報サイトの「分かりやすさ」「使いやすさ」「情報の充実度」などについて
複数の機関から高い評価をいただきました
ダイバーシティを実践してきた私たちの企業姿勢を評価いただきました

IRコミュニケーションが評価されました



The 2019 All-Japan Executive Team Rankings
(ベストIR企業ランキング)

**Institutional
Investor**
2019 ALL-JAPAN EXECUTIVE TEAM
MOST HONORED COMPANY
Pan Pacific International

Retailing セクターにおいて
Most Honored Companyに2年連続で選定

Best CFO 第1位 (6年連続)

Best IR Company 第1位

Best IR Professional 第3位

第25回 ディスクロージャー優良企業

「証券アナリストによる
ディスクロージャー優良企業選定」
において小売業部門第1位に選定

ディスクロージャー
2019年度 優良企業



精進

私たちの今があるのは皆さまのおかげです
心から感謝するとともに、これからも迅速・正確・公正な情報開示、対話、
そして資本市場との良好な関係構築を大切にしていきます

ひと目でわかる2Q

2Q最高益を更新する増収増益決算！！

連結増収率

67.3%増

踏ん張った既存店
ユニーGPも順調

営業利益

451億円

5四半期連続最高益更新
通期予想の66%達成

ROE

17.6%

自己資本利益率は
15.0%超（年換算）

GP店舗数

700店

国内655店
海外45店

年足チャート

11連陽

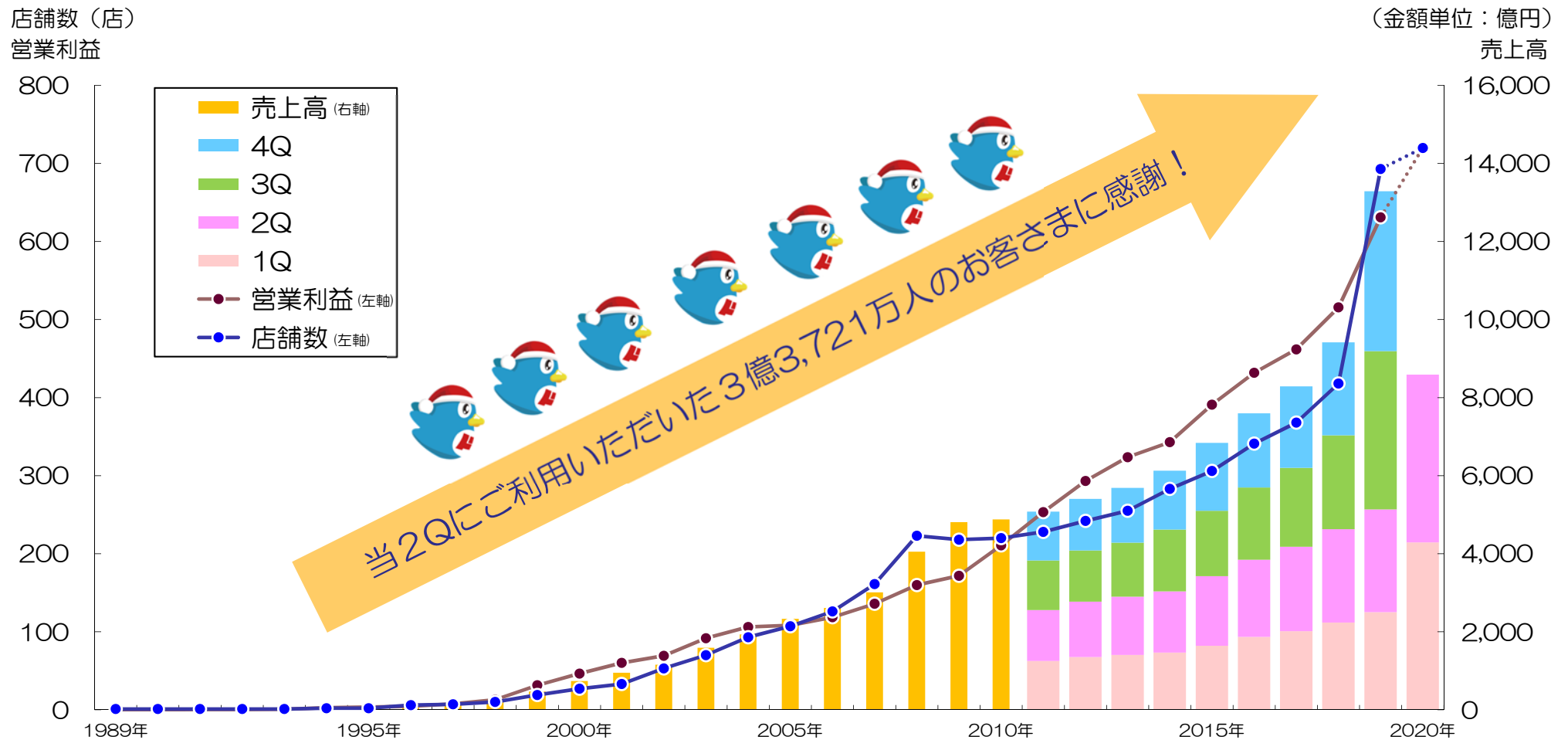
2009年から
年足は11連陽

業績予想

上方修正

通期予想を上方修正

年間業績推移



31期連続増収営業増益へ!

(注) PPIHは、DQ1号店を創業開店(1989年3月)して迎えた最初の決算期(1989年6月期)から、直近期(2019年6月期)まで、30期連続増収営業増益を継続しております。なお、連結決算は96年6月期から開始しているため、連結ベースは23期連続となります。

2Q累計連結決算業績サマリー



【期間：2019年7月1日～2019年12月31日】

(単位：百万円)

	前2Q累計実績		当2Q累計実績					公表予想 ^{※1}	
	金額	百分比	金額	百分比	増減額	前期比	予想比	金額	百分比
売上高	513,416	100.0%	858,789	100.0%	345,373	167.3%	102.2%	840,000	100.0%
売上総利益	135,611	26.4%	247,793	28.9%	112,182	182.7%	104.1%	238,000	28.3%
販管費	105,594	20.6%	202,680	23.6%	97,086	191.9%	100.3%	202,000	24.0%
営業利益	30,017	5.8%	45,113	5.3%	15,096	150.3%	125.3%	36,000	4.3%
経常利益	35,330	6.9%	45,555	5.3%	10,225	128.9%	126.5%	36,000	4.3%
当期純利益	23,616	4.6%	28,890	3.4%	5,274	122.3%	132.5%	21,800	2.6%
1株利益 ^{※2}	37.32円	—	45.61円	—	8.29円	122.2%	132.5%	34.41円	—
1株配当 ^{※2}	2.50円	—	3.00円	—	0.5円	120.0%	120.0%	2.50円	—

※1. 公表予想は、2019年8月13日に公表した当初予想（売上高8,300億円、営業利益340億円、経常利益340億円、当期純利益210億円）を、同年11月6日に上方修正したものであります。

※2. 2019年9月1日付で実施した株式分割（1：4）が、前期の期首に行われたと仮定して算定しております。

1. 2Q累計連結業績概況

繰り返された異常気象と景気低迷下の消費税率引き上げによる影響を最小限に食い止めて大幅増収増益！
ショックイベントが続く厳しい環境下こそ、シェア拡大・収益拡大の大チャンス到来！！

- ▶ モンスター級異常気象が連続して襲いかかり、消費税増税がダメを押した消費環境。ニーズやウォンツの変化に、価格と商品構成で応えた先に、お客さまの笑顔満開。
- ▶ ユニーの業態転換促進と収益力拡大に経営資源を集中投資。既存事業については堅実経営を推し進めて、全体最適と事業効率改善を目指す。
- ▶ インバウンド消費は足踏み状態が続くが徐々に反転。台湾・ASEAN及び欧米など189カ国・地域を網羅し、中韓以外のシェア拡大を意識。
- ▶ グループ内の経営資源の選択と集中を行うなど「攻めの改革」に着手。資源の最適配分により、長期的に持続可能な企業価値向上に努める。
- ▶ これらのことから、2Q連結累計業績は、売上高8,588億円（前期比67.3%増）、営業利益451億円（同50.3%増）、経常利益456億円（同28.9%増）及び親会社株主に帰属する四半期純利益289億円（同22.3%増）といずれも会社予想を上回る大幅な増収増益を達成し、2Q累計最高実績も更新。

2. 業績見通し

- ▶ 2Q累計連結業績の進捗状況や国際情勢の先行き不透明感などを踏まえて、通期業績予想を見直し。売上高1兆6,700億円（前期比25.7%増、前回予想1兆6,600億円）、営業利益720億円（同14.1%増、同680億円）、経常利益720億円（同5.5%増、同680億円）及び親会社株主に帰属する当期純利益460億円（同2.3%減、同450億円）に、いずれも上方修正。

2Q累計連結損益業績概況



【期間：2019年7月1日～2019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	前期比
売上高	513,416	100.0%	858,789	100.0%	167.3%
売上総利益	135,611	26.4%	247,793	28.9%	182.7%
販管費	105,594	20.6%	202,680	23.6%	191.9%
給与手当	39,605	7.7%	71,759	8.4%	181.2%
地代家賃	15,142	2.9%	26,956	3.1%	178.0%
支払手数料	12,779	2.5%	30,858	3.6%	241.5%
減価償却費	7,609	1.5%	11,964	1.4%	157.2%
その他	30,458	5.9%	61,143	7.1%	200.7%
営業利益	30,017	5.8%	45,113	5.3%	150.3%
経常利益	35,330	6.9%	45,555	5.3%	128.9%
当期純利益	23,616	4.6%	28,890	3.4%	122.3%
1株当たり純利益 ^{※1}	37.32円	—	45.61円	—	122.2%

※1. 2019年9月1日付で実施した株式分割（1：4）が、前期の期首に行われたと仮定して算定しております。

2Q累計連結損益業績概況コメント



連結売上高：8,588億円（前期比67.3%増）

頻繁に発生した異常気象と消費税率引き上げの悪影響が、商況を翻弄し続けたなかで、既存事業は踏ん張りを見せて、さらにユニーGPのフル連結が寄与。季節商品は好不調差が大きく、訪日韓国人の急減速の影響も大きかったが、生活必需品については、競争力を強化したことにより他社シェアを奪取。

当2Q末店舗数：700店（前2Q末429店、前期末693店）

新規出店国内6店（DQ3店、New MEGA1店、専門店1店、小型店1店）、同海外3店（SG2店、HK1店）、閉鎖2店、業態転換13店（UNY ⇒ MEGA UNY）

連結売上総利益：2,478億円、同総利益率：28.9%（前期比82.7%増、同2.5pt改善）

節約志向が強まる消費者マインドに適應し、きめ細やかなプライシングを施す。生活必需品のシェア拡大と回転率重視策を採りながら、総利益の最大化を実現。ユニーGPの連結効果などで、総利益率2.5pt改善。

連結販管費：2,027億円、同販管费率：23.6%（同91.9%増、同3.0pt低下）

PMIプログラムを進めている過程で、“業務統合”に係るシナジー効果が早くも出現。

営業外収支戻：4億円のプラス

受取利息・配当金3億円、持分法投資利益2億円/支払利息25億円など。

特別損益収支戻：36億円のマイナス

固定資産売却益1億円/減損損失15億円、固定資産除却損24億円、店舗閉鎖損失3億円など。

2Q累計連結事業別業績概況

【期間：2019年7月1日～2019年12月31日】

(単位：百万円)

	前2Q (累計)		当2Q (累計)		
	金額	構成比	金額	構成比	前期比
ディスカウントストア事業 ^{※1}	503,343	98.0%	560,953	65.3%	111.4%
家電製品	41,290	8.0%	43,612	5.1%	105.6%
日用雑貨品	114,961	22.4%	123,807	14.4%	107.7%
食品	167,943	32.7%	202,219	23.5%	120.4%
時計・ファッション用品	83,906	16.3%	85,267	9.9%	101.6%
スポーツ・レジャー用品	30,870	6.0%	31,290	3.6%	101.4%
D I Y 用品	7,896	1.5%	7,696	0.9%	97.5%
海外	45,255	8.8%	51,788	6.0%	114.4%
その他	11,222	2.2%	15,273	1.8%	136.1%
総合スーパー事業 ^{※1}	—	—	260,563	30.3%	—
衣料品	—	—	34,981	4.1%	—
住居関連品	—	—	40,965	4.8%	—
食品	—	—	175,082	20.4%	—
その他	—	—	9,535	1.1%	—
テナント賃貸事業 ^{※1}	9,393	1.8%	29,705	3.5%	316.2%
その他事業 ^{※2}	680	0.1%	7,568	0.9%	1112.9%
合計	513,416	100.0%	858,789	100.0%	167.3%

※1. 「報告セグメント」については、サービスの提供形態別に構成されており、「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」としております。
 なお、前3Qに事業セグメントの追加及び見直しを行ったことから、前期実績は変更後の区分方法により作成しております。

※2. 「その他事業」は「持株会社運営」及び「カード事業」などであります。

2Q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 5,610億円（前期比11.5%増）

季節外れの気温が季節商品の販売に水を差す。一方、食品など生活必需品に対する支持率が高まる。

家電製品
436億円（同5.6%増）

スマートフォンアクセサリやPOSAカードなどが稼ぎ頭となる。乾電池や懐中電灯が伸長。

日用雑貨品
1,238億円（同7.7%増）

洗剤やオーラルケア用品などの日用消耗品が伸長。カセットコンロなどの台所用品が貢献。

食品
2,022億円（同20.4%増）

菓子類や保存食品などの加工食品が根強い人気を誇り、牽引。MEGA店は精肉や総菜が好調。

時計・ファッション用品
853億円（同1.6%増）

雨具やカバン類が貢献。舶来時計や宝飾品などの高額品は増税前後でアップダウン。

スポーツ・レジャー用品
313億円（同1.4%増）

プロテインなどのスポーツ用品やアウトドア用品が、カー用品や玩具の不振をカバー。

DIY用品
77億円（同2.5%減）

天候不順や自然災害によって園芸用品は苦戦した反面、土のうなどの防災用品が好調となる。

海外
518億円（同14.4%増）

青果や精肉などの生鮮食品が牽引。すぐに食べられる総菜の人気が根強い。生活雑貨が貢献。

総合スーパー事業^{※1} 2,606億円（-）

トレンドを捉えた衣料品の強さが際立つ。家電や雑貨などアイテム数を増やした住居関連品が伸長。

衣料品
350億円（-）

レディスアウターやホームウェアが高い成長率を記録。ソックスや雨具など小物が貢献。

住居関連品
410億円（-）

乾電池やDIY用品など防災用品が寄与。加湿器などの季節家電やバス用品など日用消耗品が好調。

食品
1,751億円（-）

生鮮食品は野菜が相場安の影響を受けた反面、加工食品や日配品が好調。カットフルーツが人気。

テナント賃貸事業 297億円（前期比216.3%増）

ユニー連結効果が大きく寄与し、商業施設事業は着実に成長。

※1. 消化仕入取引に係る収益認識を純額表示としておりますが、これによる影響額は446億円であります。

主な資産の状況

(単位：百万円)

	19年6月 ^{※1}	19年12月	
	金額	金額	増減額
流動資産	496,405	542,507	46,102
現預金	172,673	188,768	16,095
割賦売掛金	67,417	79,282	11,865
商品	188,510	200,778	12,268
固定資産	785,695	785,665	▲30
建物等	262,955	260,669	▲2,286
土地	318,580	317,989	▲591
無形固定資産	37,602	36,421	▲1,181
敷金保証金	80,443	80,540	97
資産合計	1,282,100	1,328,172	46,072

主な資産の状況

12月末は小売業界の繁忙期のため、6月末に比して、現預金・商品などは増加する傾向があります。

▶ 総資産：1兆3,282億円

(前期末比461億円増、ユニーGP：5,056億円)
 主な増減要因は、現預金161億円増、受取手形及び売掛金63億円増、割賦売掛金119億円増、商品123億円増など。

▶ 現預金：1,888億円

(同161億円増、ユニーGP：229億円)
 業態転換店以外の設備投資を抑制し、有利子負債返済資金に充当。

▶ 割賦売掛金：793億円

(同119億円増、ユニーGP：793億円)
 UCSが連結されたため。

▶ 商品：2,008億円

(同123億円増、ユニーGP：462億円)
 繁忙期に備えた商品在庫体制。
 引き続き在庫コントロールも継続。

▶ 固定資産：7,857億円

(同0.3億円減、ユニーGP：3,176億円)
 海外含む新規出店9店と業態転換13店に係る有形固定資産6億円増、投資その他の資産5億円増など。

※1. 2019年1月4日に行われたユニーとの企業結合について、前期に行っていた暫定的な会計処理が当2Qに確定したことから、前期に係る各数値は確定の内容を反映させております。

主な負債・純資産の状況



(単位：百万円)

	19年6月 ^{※1}	19年12月	
	金額	金額	増減額
流動負債	341,774	373,190	31,416
買掛金	159,064	187,715	28,651
短期負債 ^{※2}	42,660	34,809	▲7,851
固定負債	588,026	579,704	▲8,322
社債	238,458	237,250	▲1,208
長期借入金	256,777	251,080	▲5,697
債権流動化に伴う 長期支払債務	4,703	1,378	▲3,325
負債合計	929,800	952,894	23,094
純資産合計	352,300	375,278	22,978
負債・純資産合計	1,282,100	1,328,172	46,072

主な負債・純資産の状況

12月末は小売業界の繁忙期のため、6月末に比して買掛金などは増加する傾向があります。

- ▶ **負債合計：9,529億円**
(同231億円増、ユニ-GP：4,240億円)
主な増減要因は、買掛金287億円増、未払金56億円増、預り金53億円増などの一方で、未払費用50億円増、有利子負債148億円減（短期性負債79億円減、長期性負債69億円減）、債権流動化に伴う支払債務36億円減など。
- ▶ **有利子負債：5,231億円**
(同148億円減、依存率39.4%、ユニ-GP：1,823億円)
- ▶ **純負債：3,344億円** (同309億円減)
- ▶ **債権流動化に伴う支払債務：84億円**
(同36億円減)
ABL (Asset backed loan) による調達残高
- ▶ **ネットD/Eレシオ：0.95倍** (格付規準0.71倍)
- ▶ **インタレスト・カバレッジ・レシオ：17.9倍**
- ▶ **ROE：17.6%** (年換算)
- ▶ **純資産：3,753億円**
(同230億円増、ユニ-GP：815億円)
- ▶ **自己資本：3,516億円**
(自己資本比率26.5%、格付規準35.6%)

※1. 2019年1月4日に行われたユニーとの企業結合について、前期に行っていた暫定的な会計処理が当2Qに確定したことから、前期に係る各数値は確定の内容を反映させております。

※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

2Q累計セグメント情報（事業別）



「ディスカウントストア事業」におけるセグメント利益は281億円！
「総合スーパー事業」は100億円！！「テナント賃貸事業」は67億円！！

前2Q（累計）事業別セグメント概要【期間：2018年7月1日～2018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 ※2	合計	調整	連結
外部売上高	503,343	—	9,393	680	513,416	—	513,416
内部取引高	1,461	—	949	—	2,410	▲2,410	—
計	504,804	—	10,342	680	515,826	▲2,410	513,416
セグメント利益	29,494	—	1,375	▲870	29,999	18	30,017

当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

（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 ※2	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	28,110	10,005	6,741	43	44,899	214	45,113

※1. 「報告セグメント」については、サービスの提供形態別に構成されており、「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」としております。

なお、前3Qに事業セグメントの追加及び見直しを行ったことから、前期実績は変更後の区分方法により作成しております。

※2. 「その他事業」は「持株会社運営」及び「カード事業」などであります。

2Q累計セグメント情報（法人別）



異常気象と消費税率引き上げの悪影響の下で踏ん張ってシェア拡大！

前2Q（累計） 主要法人別セグメント概要【期間：2018年7月1日～2018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	356,470	95,168	—	—	46,171	10,915	—	513,416
営業利益	15,447	3,354	—	—	1,342	4,368	—	30,017
総資産	303,910	88,073	—	—	79,367	180,948	—	1,039,902
純資産	137,946	52,255	—	—	53,254	107,453	—	326,798

当2Q（累計） 主要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	52,283	11,291	10,452	858,789
営業利益	15,526	3,064	▲2,762	15,119	966	4,289	1,356	45,113
総資産	302,509	88,982	42,460	412,255	56,754	178,139	118,741	1,328,172
純資産	145,684	54,730	1,829	76,089	28,741	115,740	9,815	375,278

※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であります。

※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であります。

※3. 海外は、DQ USA、Marukai、QSI及びPPRMの各社を単純合計して記載しております。

※4. JAMに係るPL項目は2019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日現在としております。

※5. 主たる事業は、カード事業であります。

GP別業績概況

当2Q累計期間において、DQグループとユニーグループ、それぞれについて簡易的に試算した業績概況をご参照下さい。
 なお、本試算は会計監査の適用外であり、当社が任意に計算したものであることをご承知願います。
PPIH連結業績との金額差異は連結消去仕訳等によるものであります。

(単位：百万円)	DQグループ			ユニーグループ			PPIH連結		
	金額	百分比	前期比	金額	百分比	前期比	金額	百分比	前期比
売上高	535,031	100.0%	104.2%	331,036	100.0%	—	858,789	100.0%	167.3%
売上総利益	141,456	26.4%	104.3%	109,485	33.1%	—	247,793	28.9%	182.7%
販管費	110,772	20.7%	104.9%	95,209	28.8%	—	202,680	23.6%	191.9%
営業利益	30,684	5.7%	102.2%	14,275	4.3%	—	45,113	5.3%	150.3%
営業外収益	3,488	0.7%	115.4%	788	0.2%	—	3,203	0.4%	37.0%
営業外費用	2,595	0.5%	80.4%	1,020	0.3%	—	2,761	0.3%	82.5%
経常利益	31,577	5.9%	105.9%	14,043	4.2%	—	45,555	5.3%	128.9%
特別利益	419	0.1%	90.1%	593	0.2%	—	1,012	0.1%	217.7%
特別損失	3,653	0.7%	432.6%	939	0.3%	—	4,592	0.5%	543.8%
税調整前利益	28,343	5.3%	96.3%	13,697	4.1%	—	41,975	4.9%	120.1%
当期純利益	18,347	3.4%	101.4%	10,601	3.2%	—	28,890	3.4%	122.3%

キャッシュフロー&設備投資の状況



(単位：百万円)

キャッシュフローの状況	前2Q	当2Q	
	金額	金額	増減額
期首残高	75,883	185,136	109,253
営業活動CF	33,238	58,970	25,732
投資活動CF	▲24,481	▲19,182	5,299
財務活動CF	185,067	▲23,071	▲208,138
期中増減等	194,692	18,193	▲176,499
期末残高	270,575	203,329	▲67,246
営業活動CF+投資活動CF	19,528	39,788	20,260

キャッシュフロー

<営業CF>

▶税金等調整前純利益420億円、減価償却費141億円及び仕入債務の増加286億円などが増加要因となる一方で、売上債権の増加64億円、棚卸資産の増加123億円、割賦売掛金の増加119億円及び法人税等支払額92億円が減少要因となり、590億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153億円及び無形固定資産の取得20億円などで192億円がキャッシュアウト

<財務CF>

▶長期借入金返済129億円、社債償還17億円、債権流動化の返済37億円、配当金支払48億円などで、231億円がキャッシュアウト

設備投資の状況			
設備投資額	28,757	19,151	▲9,606
キャッシュフロー※1	27,798	40,697	12,899
差引	▲959	21,546	22,505

設備投資

▶設備投資は192億円（DQ 62億円、長崎屋23億円、UDR 48億円、UNY 14億円、JAM9億円、HD17億円など。敷金保証金回収などを考慮した純投資額は179億円）、キャッシュフロー(※1)は407億円獲得したことにより、フリーキャッシュフローは215億円。

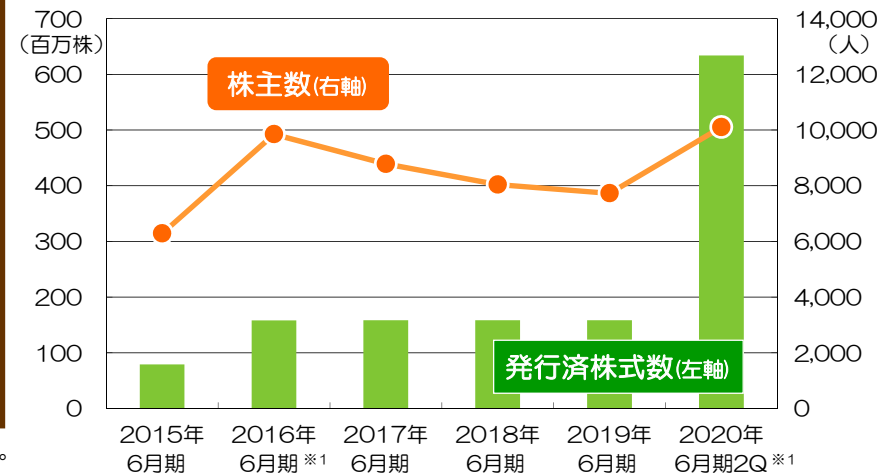
※1. キャッシュフロー＝純利益＋減価償却費＋特別損失－配当金

株式の状況



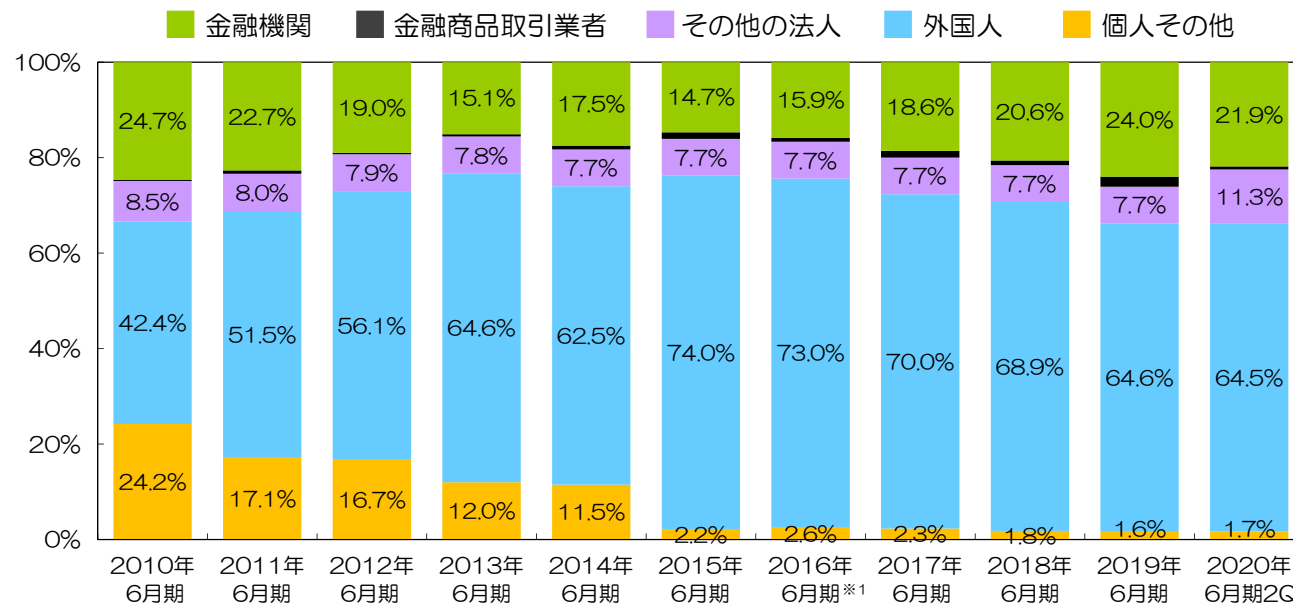
所有者別構成比推移

(千株)		前々期末		前期末		当2Q ^{*1}	
期末株主数		8,040人		7,728人		10,105人	
発行済株式数合計		158,193	100.0%	158,321	100.0%	633,721	100.0%
所有者別	金融機関	32,608	20.6%	37,947	24.0%	138,491	21.9%
	金融商品取引業者	1,575	1.0%	3,263	2.1%	3,986	0.6%
	その他の法人	12,159	7.7%	12,276	7.7%	71,470	11.3%
	外国人	108,918	68.9%	102,321	64.6%	408,885	64.5%
	個人その他	2,933	1.8%	2,514	1.6%	10,889	1.7%



- (注) 1. 当2Q株主数は、10,105人(前期末比2,377人増、前2Q期末比3,129人増)となっております。
 2. 外国人持株比率は64.5%となっております。
 3. 自己株式(18,924株)は、個人その他に含んでおります。

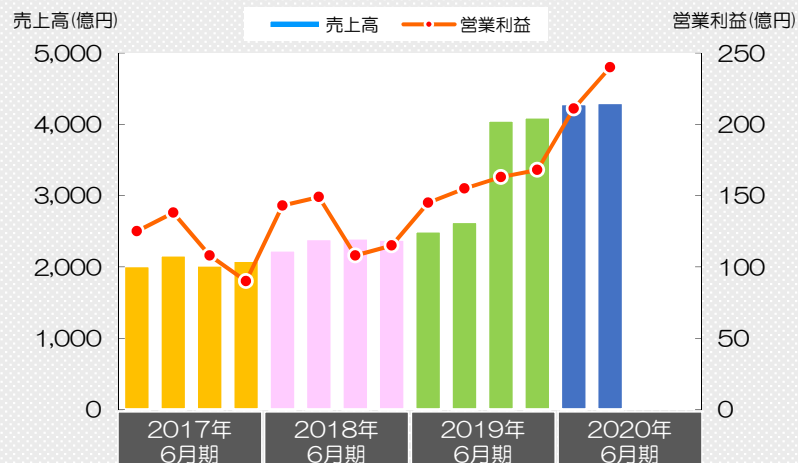
所有者別持株構成比推移



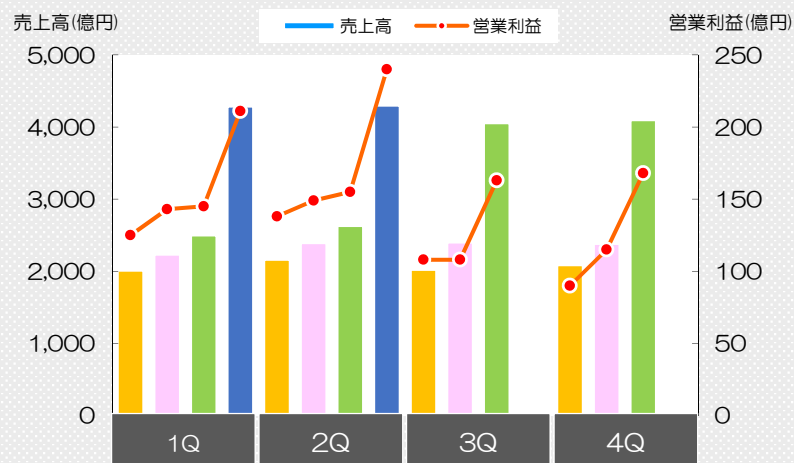
※1. 2015年7月1日付で1株を2株に、2019年9月1日付で1株を4株に分割する株式分割を行っております。

四半期業績推移 & 時価総額情報

四半期業績推移の状況 (A)



四半期業績推移の状況 (B)



小売業時価総額ランキング

2020年1月31日終値
(単位: 億円)

順位	名称	時価総額
1	ファーストリテイリング	62,944
2	セブン&アイ・ホールディングス	37,381
3	イオン	19,649
4	ニトリホールディングス	19,438
5	ファミリーマート	12,205
6	パン・パシフィック・インターナショナルHD	11,198
7	ワークマン	7,284
8	ツルハホールディングス	6,615
9	ローソン	6,359
10	ウエルシアホールディングス	6,320
11	エービーシー・マート	5,811
12	丸井グループ	5,688
13	ヤマダ電機	5,325
14	良品計画	5,172
15	マツモトキヨシホールディングス	4,813
16	コスモス薬品	4,804
17	サンドラッグ	4,451
18	J,フロント リテイリング	3,599
19	スギホールディングス	3,477
20	三越伊勢丹ホールディングス	3,409

株価の推移



店舗ネットワーク

フォーマット別店舗数

	2018年	2019年	2020年6月期	
	6月期	6月期	1Q	2Q
ドン・キホーテ	209	212	213	215
M E G A ^{※1}	43	44	44	44
New M E G A	80	88	89	89
MEGA ^{※1} ・林・JUNY	-	16 ^{※2}	22	29
アピタ/ピアゴ ^{※3}	-	176 ^{※2}	169	162
ピカソ ^{※3}	23	21	22	22
驚安堂	4	4	4	4
miniピアゴ	-	73 ^{※2}	73	73
ドイト	18	15	15	15
長崎屋	2	2	2	2
海外 ^{※4}	39	42	43	45

法人別店舗数

ドン・キホーテ	313	322	325	327
長崎屋	43	44	44	44
UDリテール	-	16 ^{※2}	22	29
ユニー	-	176 ^{※2}	169	162
ライラック	4	4	4	4
99イチバ	-	73 ^{※2}	73	73
ドイト	18	15	15	15
ダイシン百貨店	1	1	1	1
国内合計	379	651	653	655
D Q U S A ^{※5}	4	4	4	4
M A R U K A I ^{※5}	9	10	10	10
Q S I ^{※2}	24	24	24	24
PPRM (SG) ^{※2}	2	3	4	5
PPRM (HK)	-	-	-	1 ^{※2}
DONKI Thonglor	-	1 ^{※2}	1	1
海外合計	39	42	43	45
合計	418	693	696	700

※1. (株)長崎屋が運営する業態転換店は、すべて「MEGA」に含まれております。

※2. 新たに連結されております。

※3. 「ピカソ」には、「ピカソ」「エッセンス」「エキドンキ」「ソラドンキ」及び「情熱職人」が含まれております。

※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合わせております。

※5. MARUKAIハワイ2店をDQUSAの子会社に改組し、うち1店は閉鎖しております。

※6. 当期中に2店閉鎖しております。 ※7. *は、ソリューション出店であります。

アジア

12月

DON DON DONKI
OPモール本店^{※4}



▲イチゴ、リンゴなどの日本のフルーツが1号店に続き大反響！

香港



シンガポール

11月

DON DON DONKI *
J Cube店^{※4}



12月

ドン・キホーテ
大田原店



▲激辛コーナーの人気ぶりは、唐辛子生産量日本一の地域ならではの！

10月

APITA CLOTHING
美濃加茂店



MEGA^{※1}・林・JUNY
美濃加茂店内に出店

▲ユニーが展開する衣料品専門店
APITA CLOTHING 2号店！

12月

ドン・キホーテ
十三店



求む！
店舗物件



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21店、海外7店、ダブルネーム業態転換店25店の見込み！

法人	業態	1 Q			2 Q			3 Q			4 Q		
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
DQ	DQ		新千歳空港 (北海道)	栃木平柳 (栃木)			十三 (大阪) 大田原 (栃木)	群馬吉岡 (群馬)	湯上 (秋田)	那覇壺川 (沖縄)			
	MEGA			徳島 (徳島)									
	小型店 (ピカソ等)				APITA CLOTHING 美濃加茂(岐阜)								
ユニー		ピアゴ3店 業態転換	ピアゴ1店 業態転換	アピタ1店 ピアゴ1店 業態転換	アピタ1店 ピアゴ1店 業態転換	アピタ2店 業態転換	アピタ3店 業態転換	アピタ1店 業態転換	アピタ3店 ピアゴ1店 業態転換	アピタ2店 業態転換	アピタ1店 ピアゴ3店 業態転換	アピタ1店 業態転換	
UDR		・勝幡(愛知) ・藤岡(群馬) ・太田川(愛知)	・浜松泉町 (静岡)	・名張(三重) ・武豊(愛知)	・大桑(埼玉) ・美濃加茂(岐阜)	・桃花台(愛知) ・西大和(奈良)	・佐原東(茨城) ・福井(福井) ・稲沢東(愛知)	・小牧(愛知)	・岐阜(岐阜) ・市原(千葉) ・大口(愛知) ・納屋橋(愛知)	・富士吉原(静岡) ・魚津(富山)	・本庄(埼玉) ・豊明(愛知) ・恵那(岐阜) ・万葉(愛知)	・砺波(富山)	
国内 (その他)								ポソバル橋 (宮崎)					
海外		ミラプレイス2 (香港)*	クレークセントラル (シンガポール)*			J Cube (シンガポール)*	OPモール本店 (香港)	JEM (シンガポール)*					

「PPIH ホールディング」リニューアル

「熱中症 予防声かけプロジェクト」実施

香港 1号店 オープン

株式分割 (1:4) 効力 発生日

新経営 体制 スタート

徳島県 初出店

ユニー全店・全事務所 「ISO14001」 認証取得

「ディスプレイヤー 優良企業 (小売部門)」 を初受賞

「マジュロ 構想」 始動

「男女平等指数 (GEI)」 構成銘柄に 2年連続選定

「ソニック 家電大賞」で 7年連続 部門賞受賞

ドトール事業を 吸収分割し 承継

橋HDを 子会社化

「アピタ」 誕生

MEGAドン・キホーテUNY

百貨店

業態転換

2Q連結損益業績概況



【期間：2019年10月1日～2019年12月31日】

(単位：百万円)

	前2Q		当2Q		
	金額	百分比	金額	百分比	前期比
売上高	263,336	100.0%	430,053	100.0%	163.3%
売上総利益	68,879	26.2%	125,173	29.1%	181.7%
販管費	53,365	20.3%	101,193	23.5%	189.6%
給与手当	20,180	7.7%	36,260	8.4%	179.7%
地代家賃	7,689	2.9%	13,545	3.1%	176.2%
支払手数料	6,746	2.6%	15,840	3.7%	234.8%
減価償却費	3,940	1.5%	6,134	1.4%	155.7%
その他	14,810	5.6%	29,413	6.8%	198.6%
営業利益	15,514	5.9%	23,981	5.6%	154.6%
経常利益	17,413	6.6%	25,106	5.8%	144.2%
当期純利益	11,970	4.5%	16,286	3.8%	136.1%
1株当たり純利益 ^{※1}	18.92円	—	25.70円	—	135.8%

※1. 2019年9月1日付で実施した株式分割（1：4）が、前期の期首に行われたと仮定して算定しております。

2Q連結事業別業績概況

【期間：2019年10月1日～2019年12月31日】

(単位：百万円)

	前2Q		当2Q		
	金額	構成比	金額	構成比	前期比
ディスカウントストア事業 ^{※1}	258,297	98.1%	279,354	65.0%	108.2%
家電製品	21,885	8.3%	21,916	5.1%	100.1%
日用雑貨品	57,729	21.9%	58,682	13.6%	101.7%
食品	86,800	33.0%	103,466	24.1%	119.2%
時計・ファッション用品	42,415	16.1%	42,304	9.8%	99.7%
スポーツ・レジャー用品	15,050	5.7%	15,091	3.5%	100.3%
D I Y 用品	4,175	1.6%	3,664	0.9%	87.8%
海外	24,298	9.2%	26,065	6.1%	107.3%
その他	5,945	2.3%	8,166	1.9%	137.4%
総合スーパー事業 ^{※1}	—	—	132,409	30.8%	—
衣料品	—	—	18,130	4.2%	—
住居関連品	—	—	21,201	4.9%	—
食品	—	—	88,303	20.5%	—
その他	—	—	4,775	1.1%	—
テナント賃貸事業 ^{※1}	4,662	1.8%	14,534	3.4%	311.8%
その他事業 ^{※2}	377	0.1%	3,755	0.9%	996.0%
合計	263,336	100.0%	430,053	100.0%	163.3%

※1. 「報告セグメント」については、サービスの提供形態別に構成されており、「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」としております。
 なお、前3Qに事業セグメントの追加及び見直しを行ったことから、前期実績は変更後の区分方法により作成しております。

※2. 「その他事業」は「持株会社運営」及び「カード事業」などであります。

2Q決算レビュー

「駆け込み需要の反動減」「高気温」「休日が少ないカレンダー」などマイナス要因の影響を受けた3ヵ月。
インバウンドは韓国減少続いた一方、国内消費の生活必需品は底堅く、支持基盤を拡大。

反動減は想定範囲内 10月

既存店売上高：DQ -6.9% UNY -3.5%

- ☹️ 3連休に台風が上陸し被害もたらす
- ☹️ 高単価品を中心に反動減の影響あり
- 😊 水食料備蓄ニーズにこたえて地域貢献

消費全体のオフタイム 11月

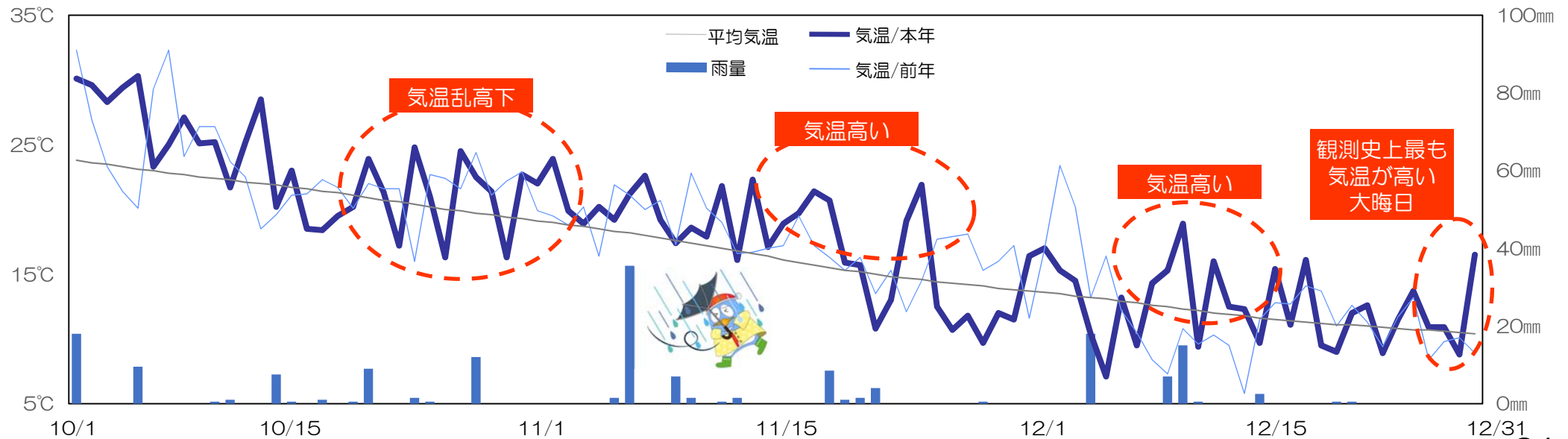
既存店売上高：DQ -2.2% UNY +2.6%

- 😊 生活必需品の再購入が徐々に始まる
- 😊 ユニーがGMSとして驚異的に好調
- 😊 免税売上高は4ヵ月ぶりに前年超え

休日減も年末商戦健闘 12月

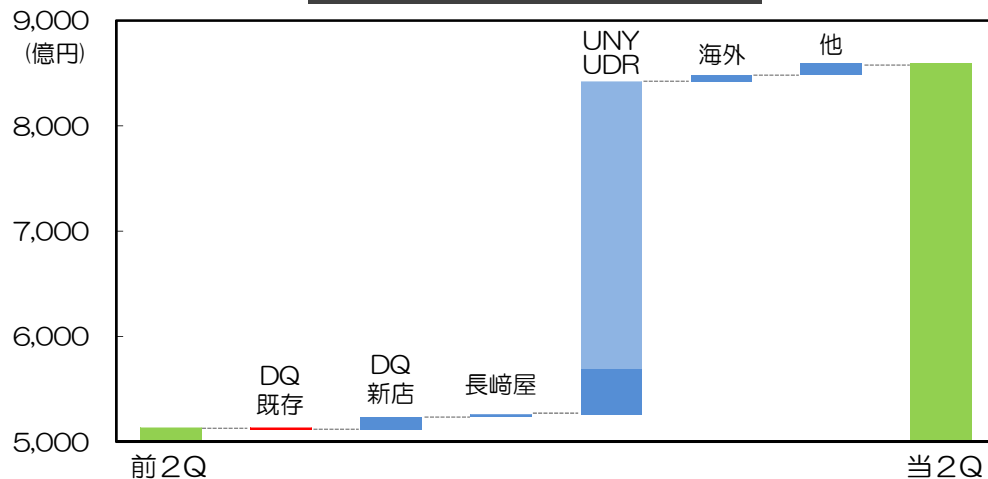
既存店売上高：DQ -3.4% UNY -0.7%

- ☹️ 休日2日減のカレンダー影響大きい
- ☹️ 高気温が冬物季節商品の動き鈍らす
- 😊 年末商戦は月末3日間で挽回し健闘

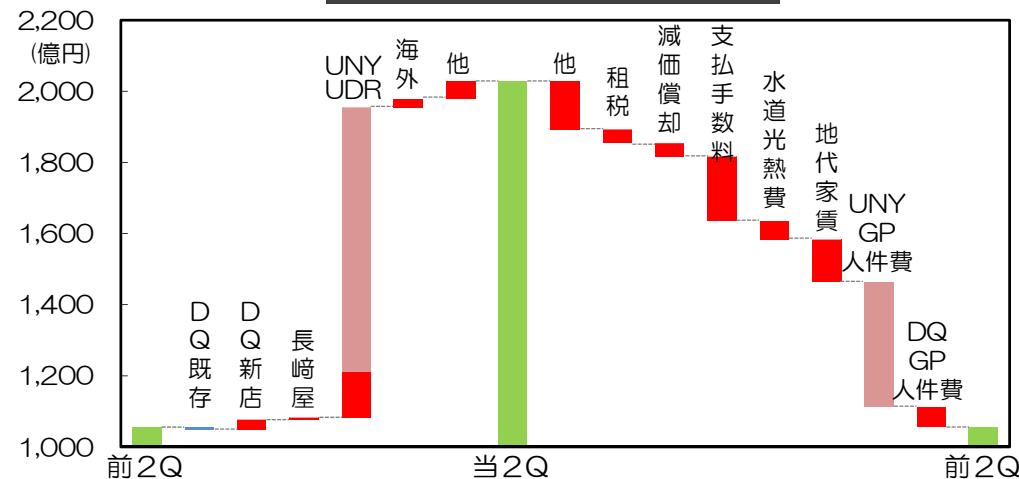


グラフで振り返る2Q累計

売上高増減要因分析

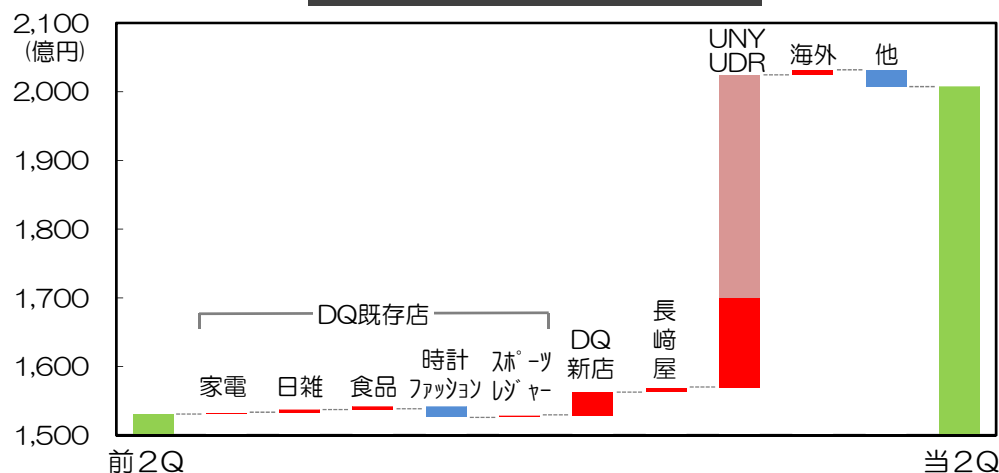


販管費増減要因分析

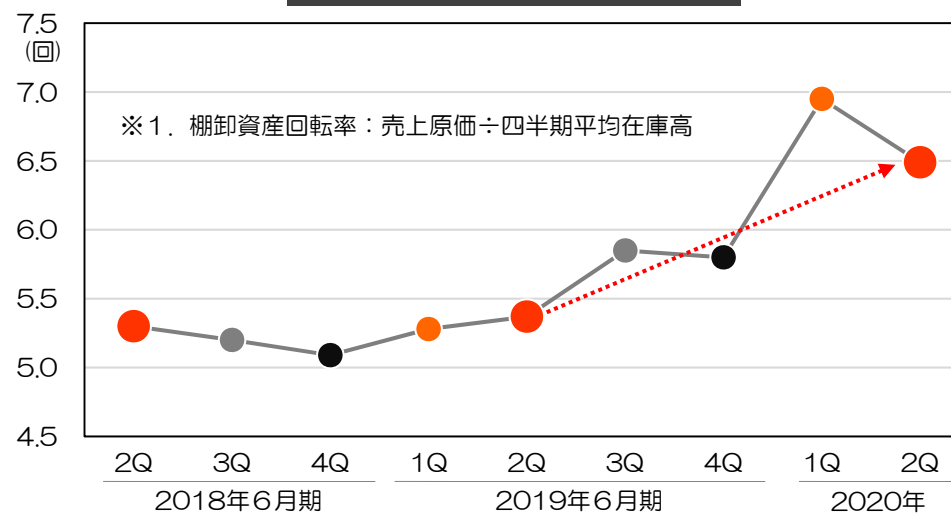


- ▶ ユニーGPの連結により事業規模は大幅に拡大
- ▶ 販売刺激策と連動した在庫コントロールを推進

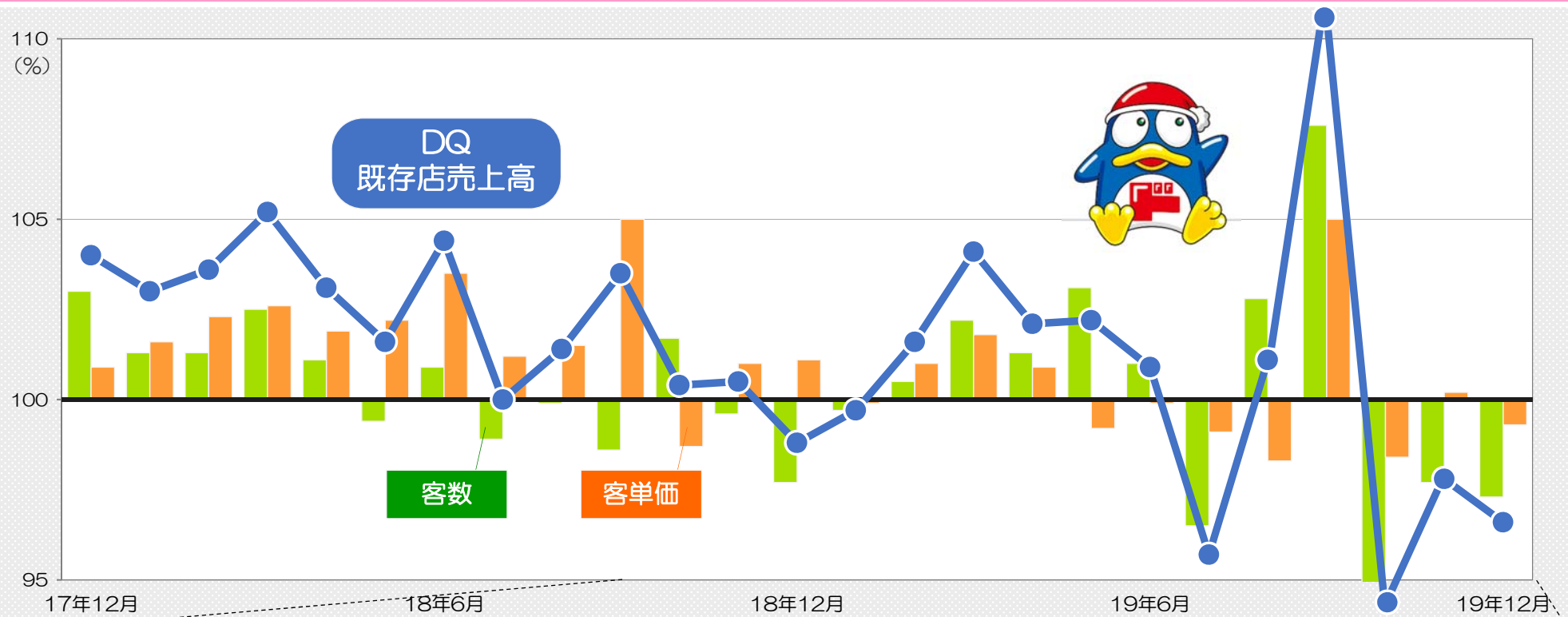
商品在庫増減要因分析



棚卸資産回転率※1



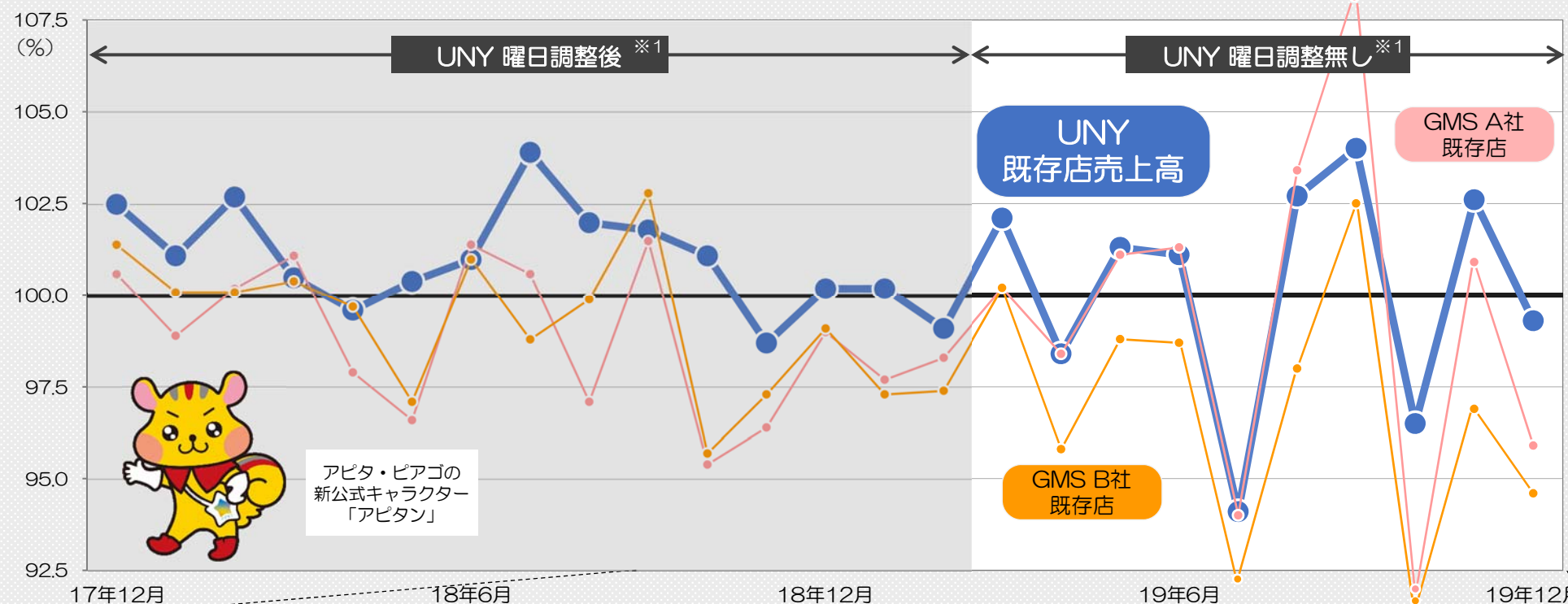
DQ 月次販売高の状況



DQ既存店	18年10月	11月	12月	19年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
売上高	100.4	100.5	98.8	99.7	101.6	104.1	102.1	102.2	100.9	95.7	101.1	113.0	93.1	97.8	96.6
客数	101.7	99.6	97.7	99.7	100.5	102.2	101.3	103.1	101.0	96.5	102.8	107.6	94.5	97.7	97.3
客単価	98.7	101.0	101.1	99.9	101.0	101.8	100.9	99.2	99.9	99.1	98.3	105.0	98.4	100.2	99.3
対象店舗数	291	294	299	301	301	301	295	296	297	297	302	296	307	309	310
土日休日数差	-1	-1	+1	±0	±0	+1	±0	+2	+1	-1	+2	-1	+1	+1	-2

消費増税で停滞する消費者マインドに天災地変も重なり国内消費は足踏み。
 インバウンド消費は韓国急減速を中国・ASEANがカバー。
 DQ既存店は0.7%減（客数0.7%減、客単価±0.0%：真水0.3pt減、免税0.4pt減）

UNY 月次販売高の状況



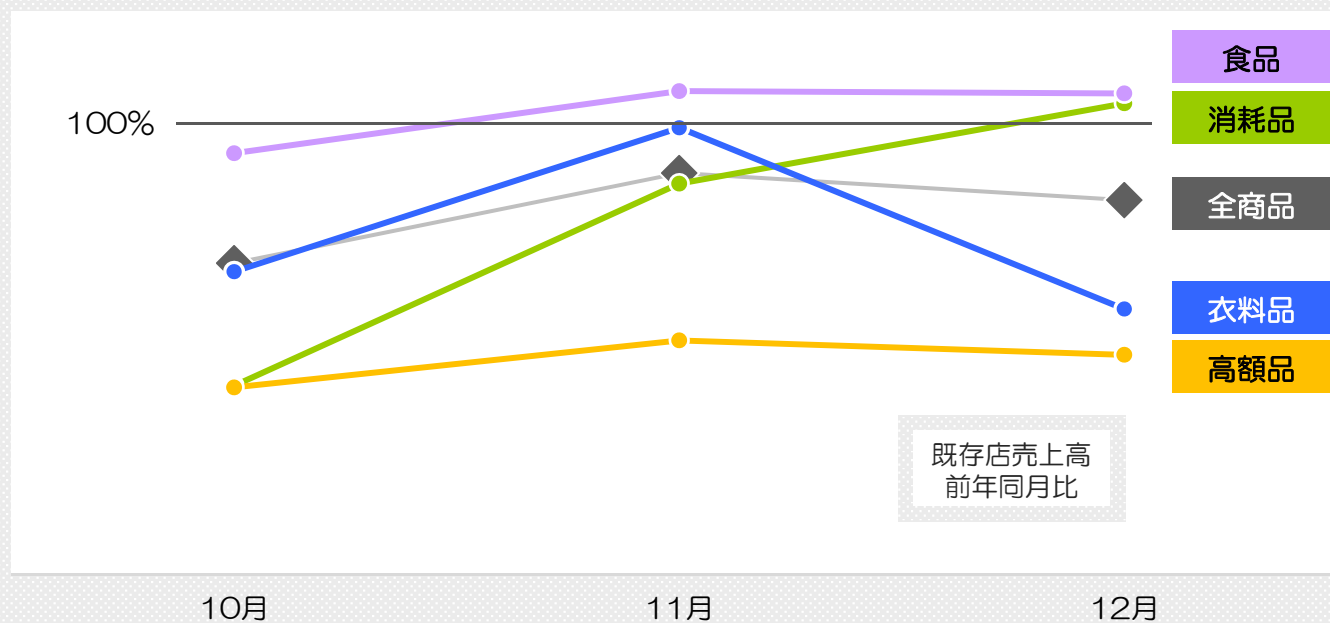
UNY既存店	18年10月	11月	12月	19年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
売上高	101.1	98.7	100.2	100.2	99.1	102.1	98.4	101.3	101.1	94.1	102.7	104.0	96.5	102.6	99.3
客数	100.6	98.9	99.6	99.6	99.5	100.9	98.0	100.3	99.8	94.5	101.1	102.0	96.7	101.2	99.4
客単価	102.4	99.3	100.6	99.8	99.5	101.1	100.5	101.0	101.3	99.5	101.6	102.0	99.8	101.4	100.0
対象店舗数	188	186	187	181	178	177	173	173	169	168	166	161	161	159	158
土日休日数差	-	-	-	-	-	+1	±0	+2	+1	-1	+2	-1	+1	+1	-2

※1. UNY既存店売上高は、2019年2月度までは「曜日調整後」、2019年3月度以降は「曜日調整無し」の実績となり、客数・客単価は、すべての月で「曜日調整無し」の実績となります。また、2018年11月度までは、21日始まりの翌月20日締め、同年12月度以降は、1日始まり・月末締めの実績となります。

食品は異常気象に伴う客数減の中でも堅実に伸長。非食品は成長余地大きい。
UNY既存店は0.2%減（客数0.9%減、客単価0.7%増）

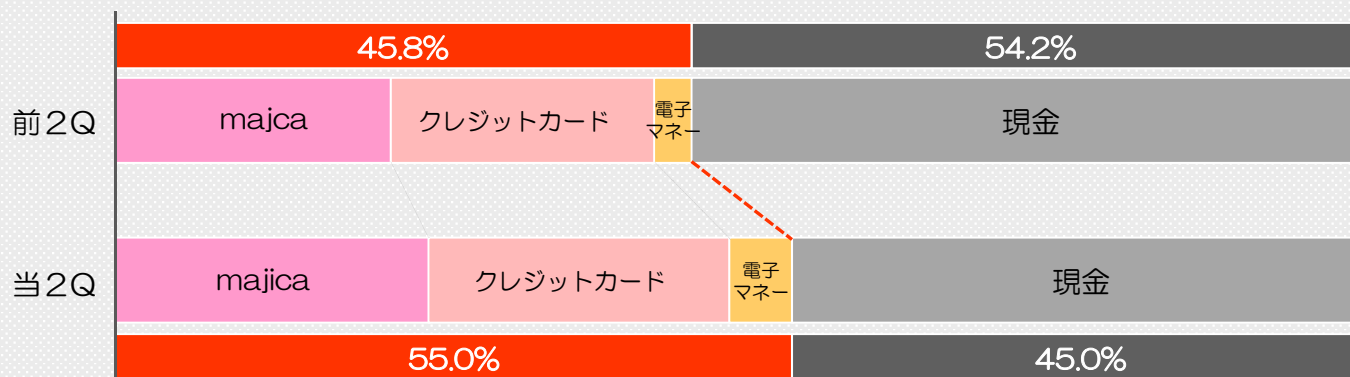
消費増税後の商況レビュー

消費増税後の販売動向（好調商品 v s 不調商品）



- ▶ 軽減税率適用の食品や消費頻度が高い日用消耗品は順調な推移
- ▶ 耐久消費財や高額商品などの税率引き上げ対象商品は苦戦続き
- ▶ 気温に影響された衣料品や季節商品はジェットコースター状態

キャッシュレスの状況

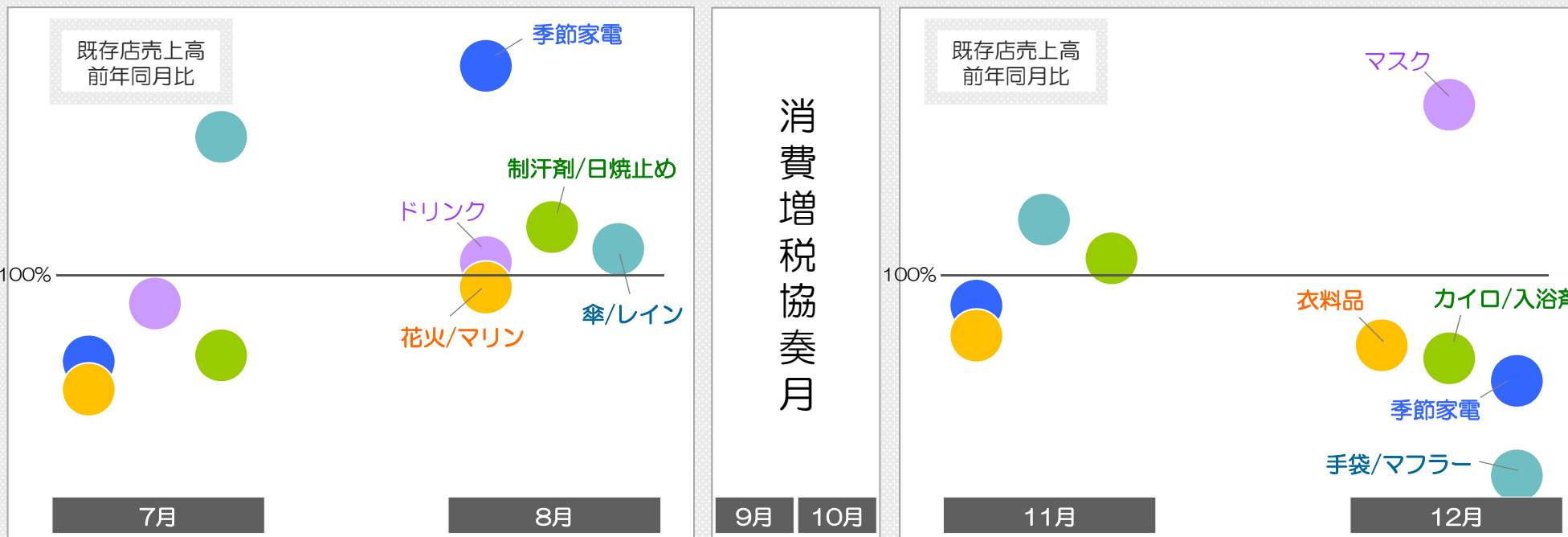
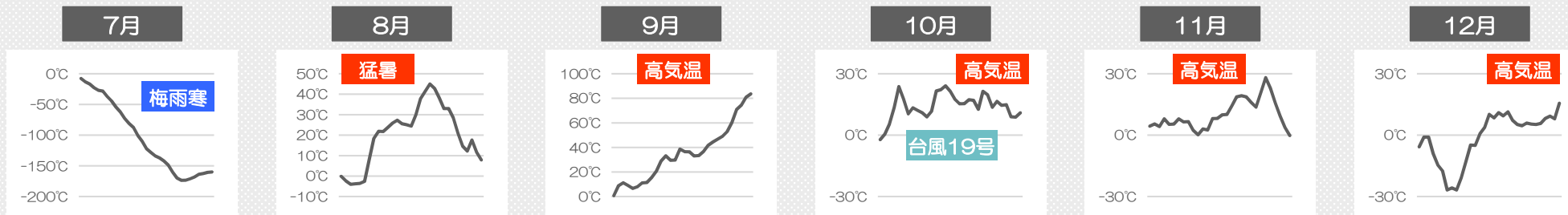


- ▶ DQはキャッシュレス化先端企業
- ▶ 2Q期間のキャッシュレス比率は55.0%

消費増税後の商況レビュー

天候不順（台風・高気温）の影響分析

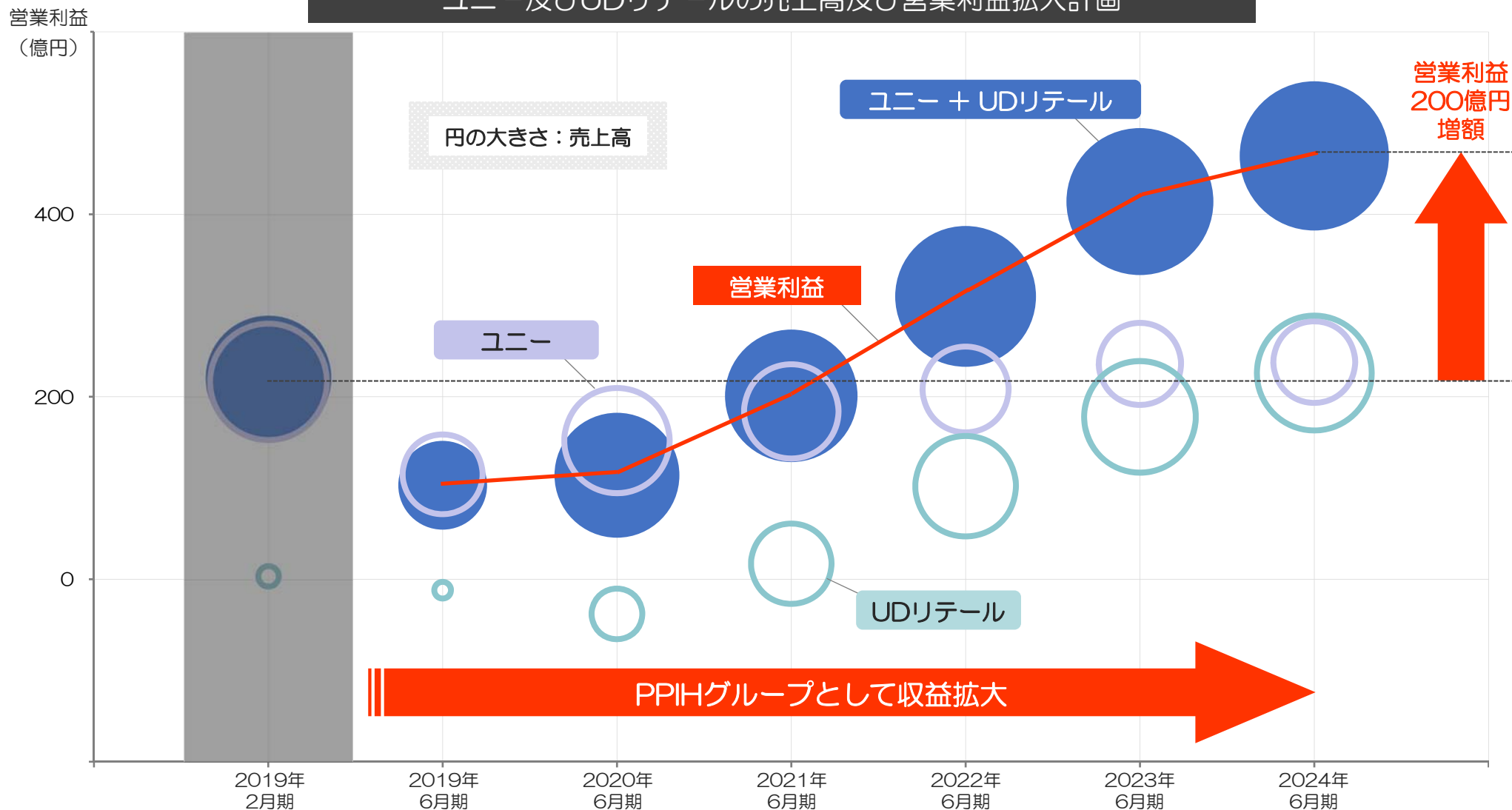
気温前年差累計推移



天気・景気・ドンキ・活気・元気

ユニーGP 成長ストーリー

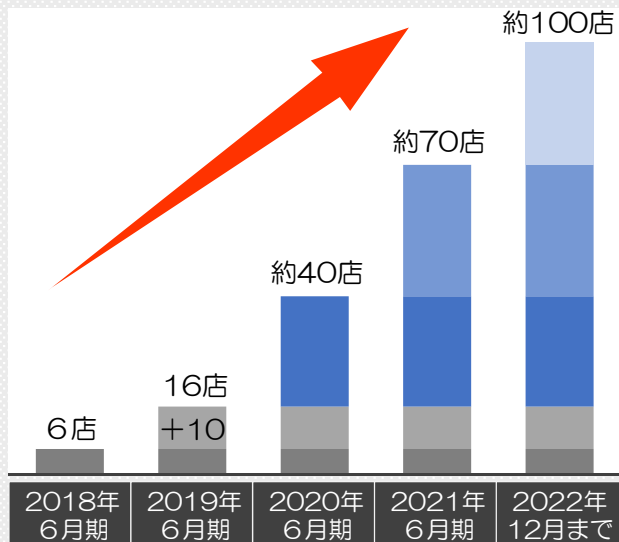
ユニー及びUDリテールの売上高及び営業利益拡大計画



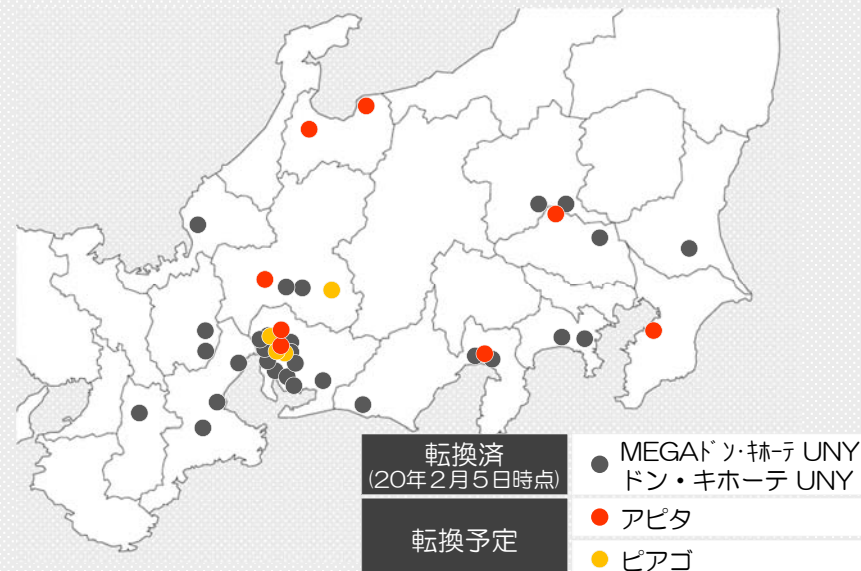
2022年までに100店の業態転換を進めて、営業力・収益力を強化！
同時に消費税増税戦争を勝ち抜いて、営業利益200億円を上積み！

業態転換店ロードマップ

業態転換スケジュール



2020年6月期 業態転換店 (20年2月時点における確定店のみ掲載)



2020年6月期 業態転換スケジュール (20年2月時点における確定店のみ店舗名を掲載)

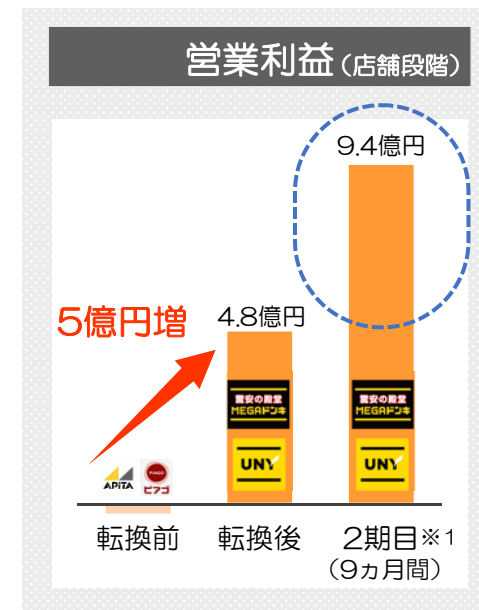
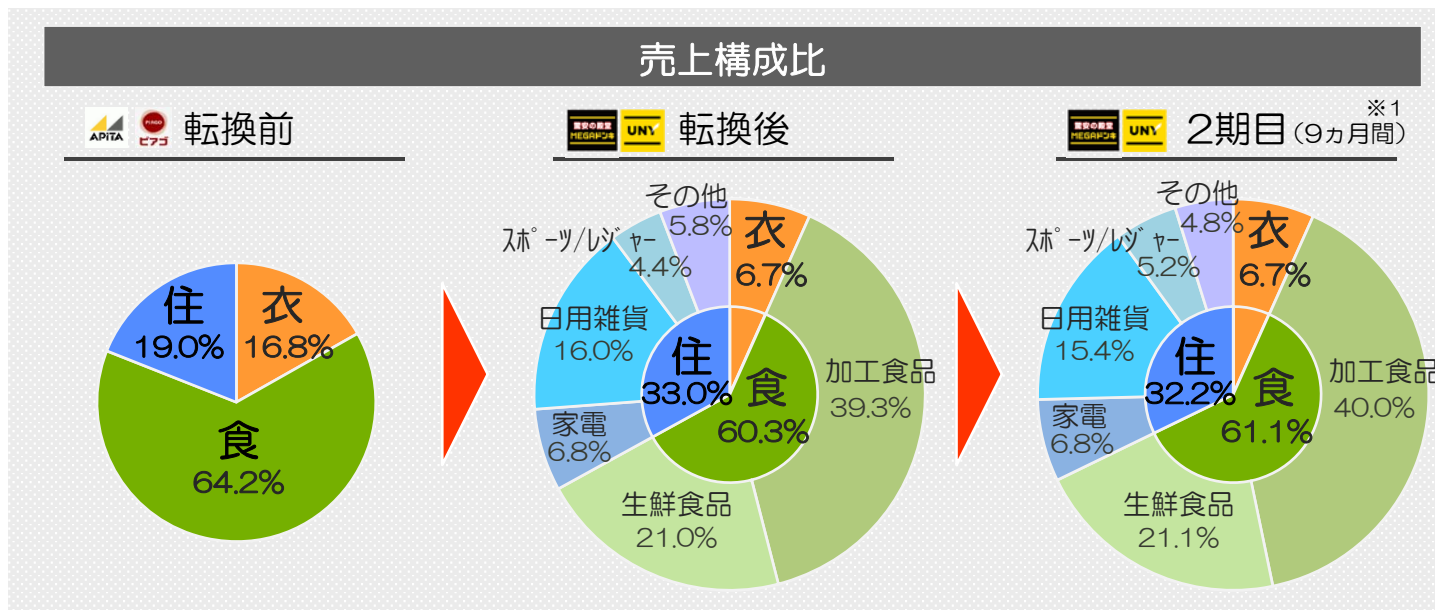
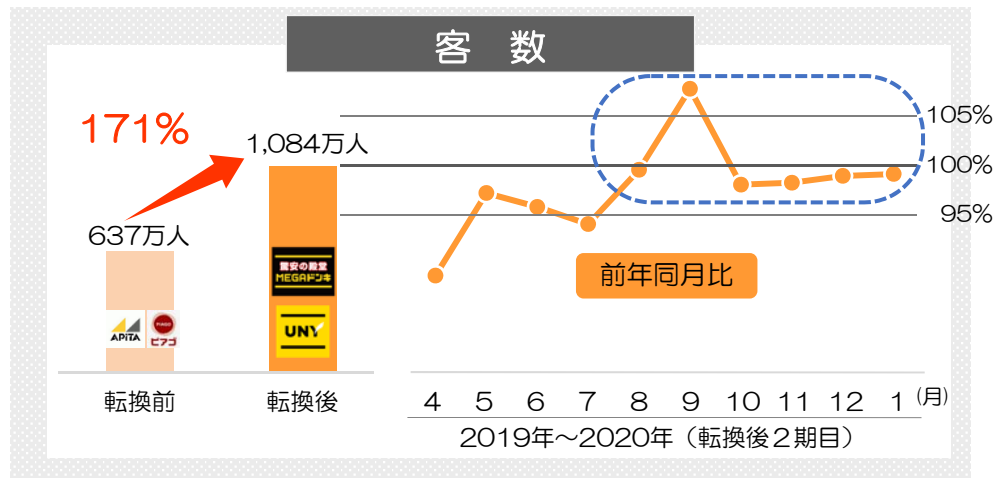
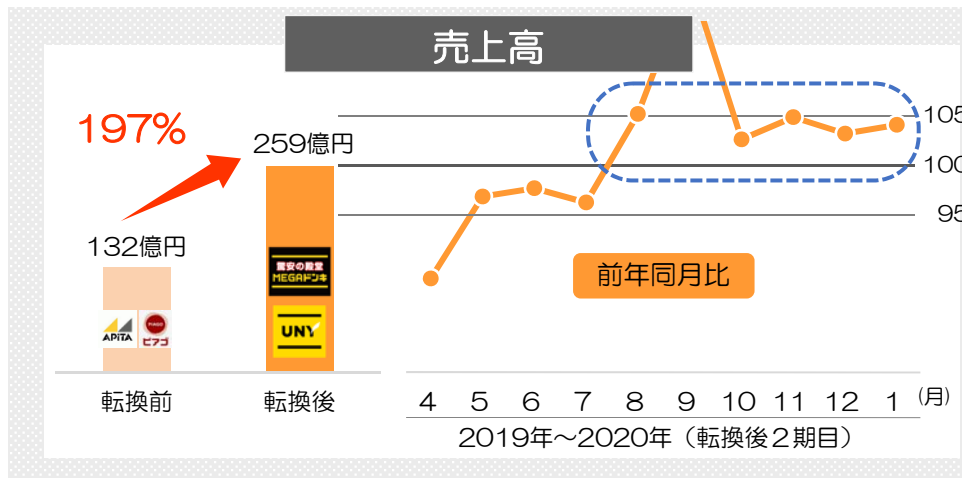
1 Q			2 Q			3 Q			4 Q		
7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
勝幡 (愛知県)	浜松泉町 (静岡県)	名張 (三重県)	大桑 (埼玉県)	桃花台 (愛知県)	佐原東 (茨城県)		小牧 (愛知県)	岐阜 (岐阜県)	富士吉原 (静岡県)	豊明 (愛知県)	砺波 (富山県)
藤岡 (群馬県)		武豊 (愛知県)	美濃加茂 (岐阜県)	西大和 (奈良県)	福井 (福井県)			市原 (千葉県)	魚津 (富山県)	恵那 (岐阜県)	
太田川 (愛知県)					稲沢東 (愛知県)			大口 (愛知県)		アラタマ (愛知県)	
								納屋橋 (愛知県)		本庄 (埼玉県)	

20年2月時点の
転換予定店舗数

- アビタ : 15
- ピアゴ : 10
- 合計 : 25

業態転換店の進捗（稼動1年超店舗）

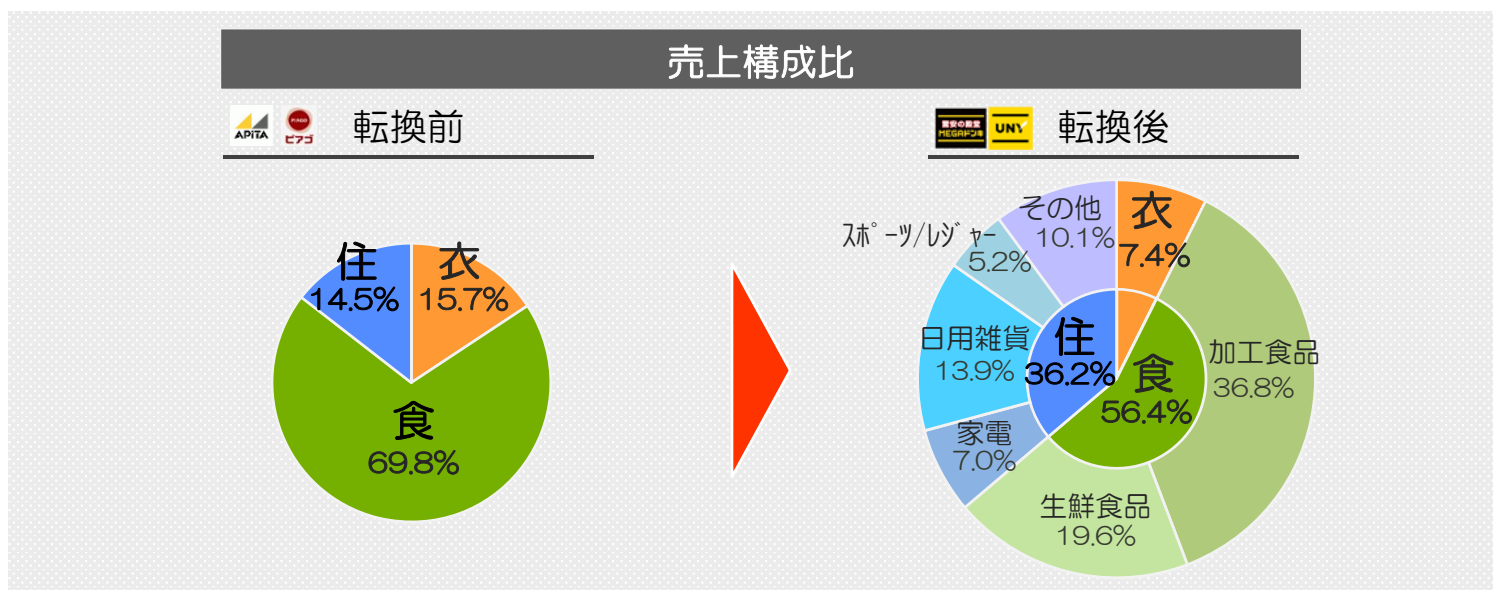
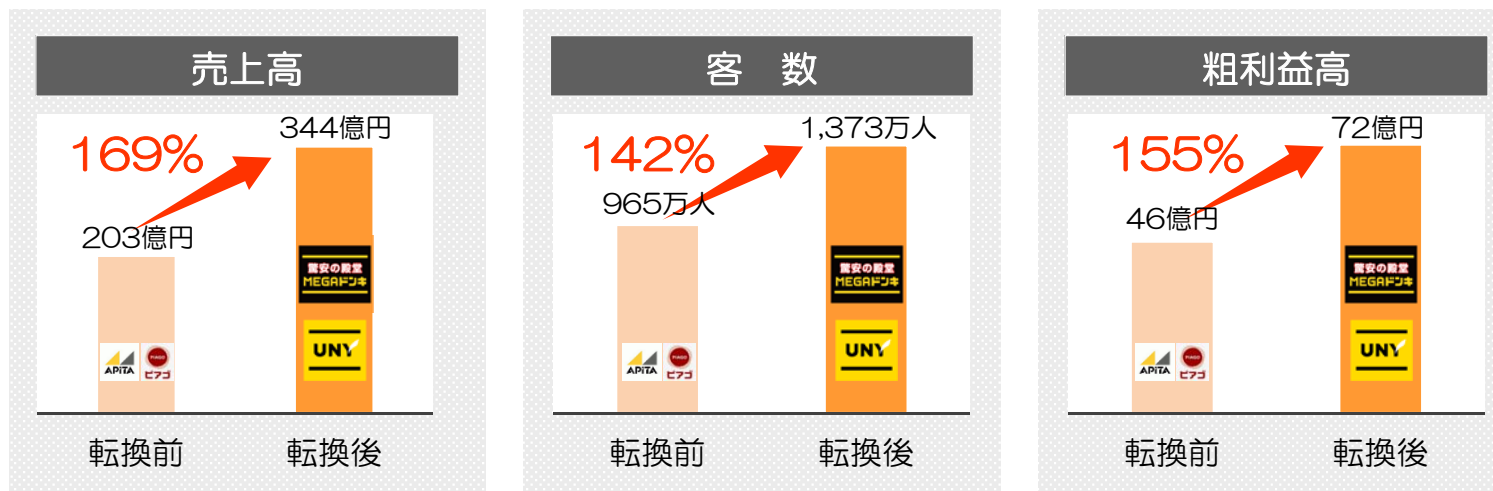
[2018年転換] ダブルネーム業態転換6店舗



※1. 転換前：2017年3月～2018年2月、転換後：2018年3月～2019年2月、2期目：2019年4月～同年12月
コンセ除く直営部門実績（横浜大口店/東海通店/座間店/星川店/豊田元町店/国府店）

業態転換店の進捗（稼動1年未満店舗）

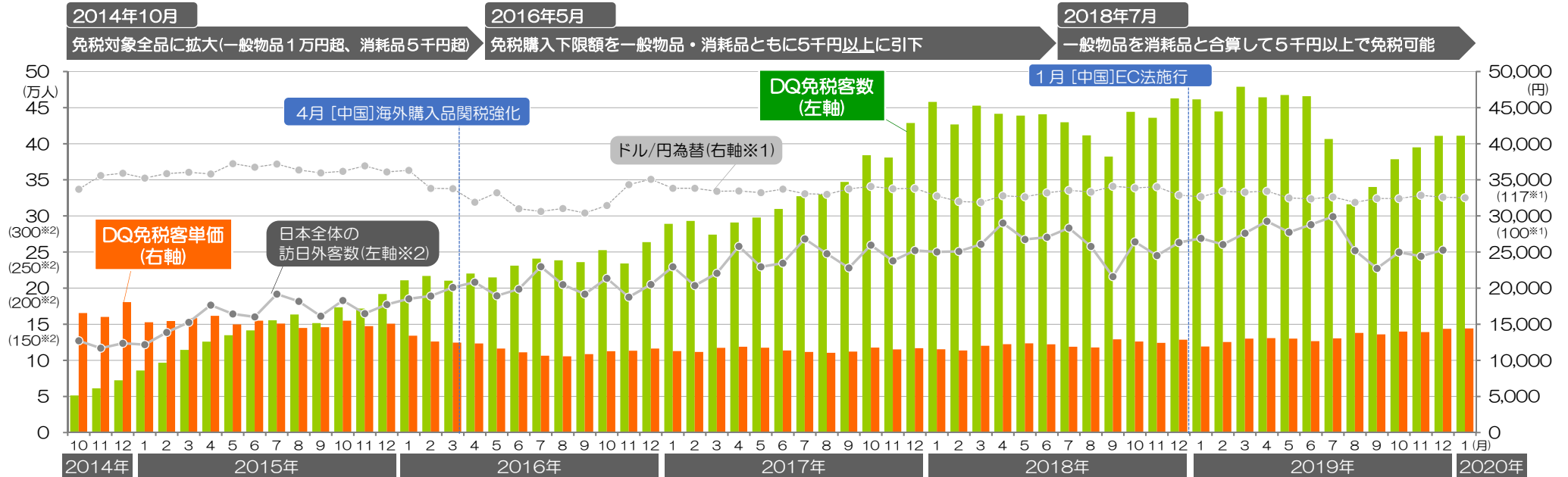
[2019年転換] ダブルネーム業態転換23店舗 ※1



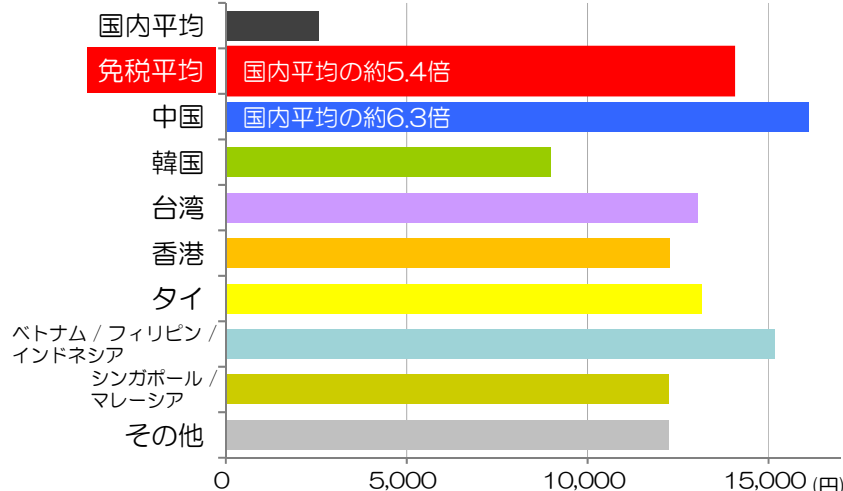
※1. 転換前：2018年2月～同年12月、転換後：2019年2月～同年12月（各店の転換日～12月）、コンセ除く直営部門実績

インバウンドの状況

DQ免税客単価と客数の推移



DQ免税客単価



DQ免税売上高構成比 上位10店 ※3

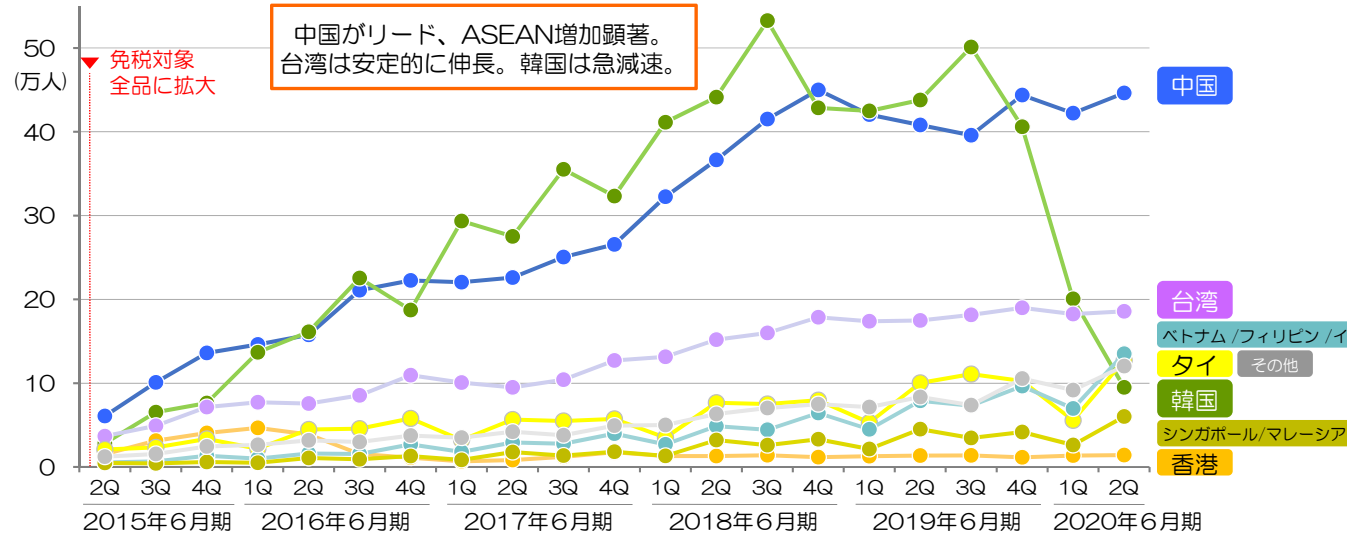
順位	店舗名	免税売上高構成比 (%)
1	道頓堀北館 (大阪)	82.6
2	道頓堀店 (大阪)	68.3
3	道頓堀御堂筋店 (大阪)	62.5
4	国際通り店 (沖縄)	54.8
5	銀座本館 (東京)	54.7
6	なんば千日前店 (大阪)	48.8
7	福岡天神本店 (福岡)	47.7
8	京都アバンティ店 (京都)	47.2
9	名古屋栄店 (愛知)	45.9
10	新宿歌舞伎町店 (東京)	43.1
全店		8.8



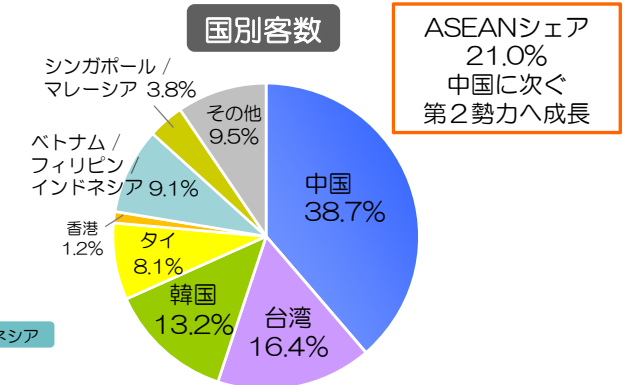
対象データ：(株)ドン・キホーテ
(2019年7月1日～同年12月31日)

インバウンドの状況

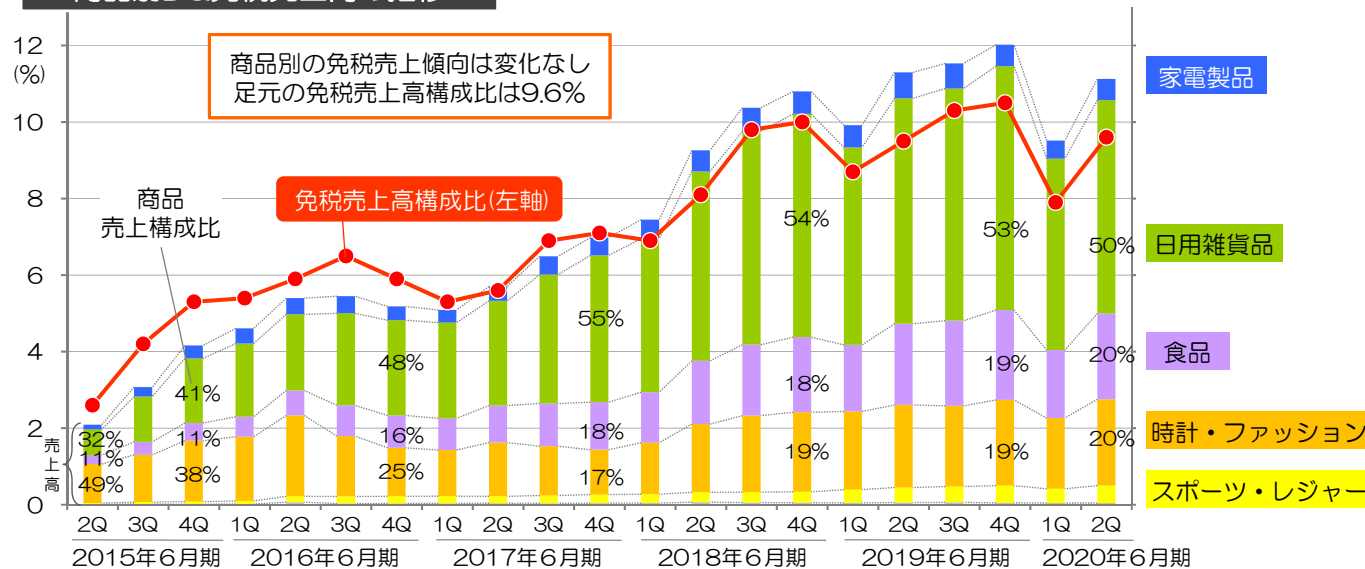
国別DQ免税客数の推移



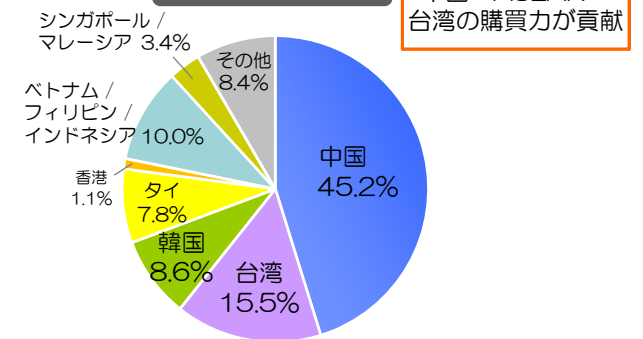
DQ免税内訳



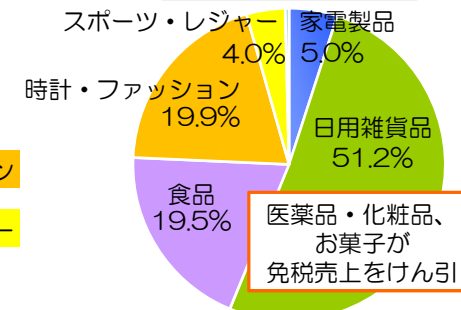
商品別DQ免税売上高の推移



国別免税売上高

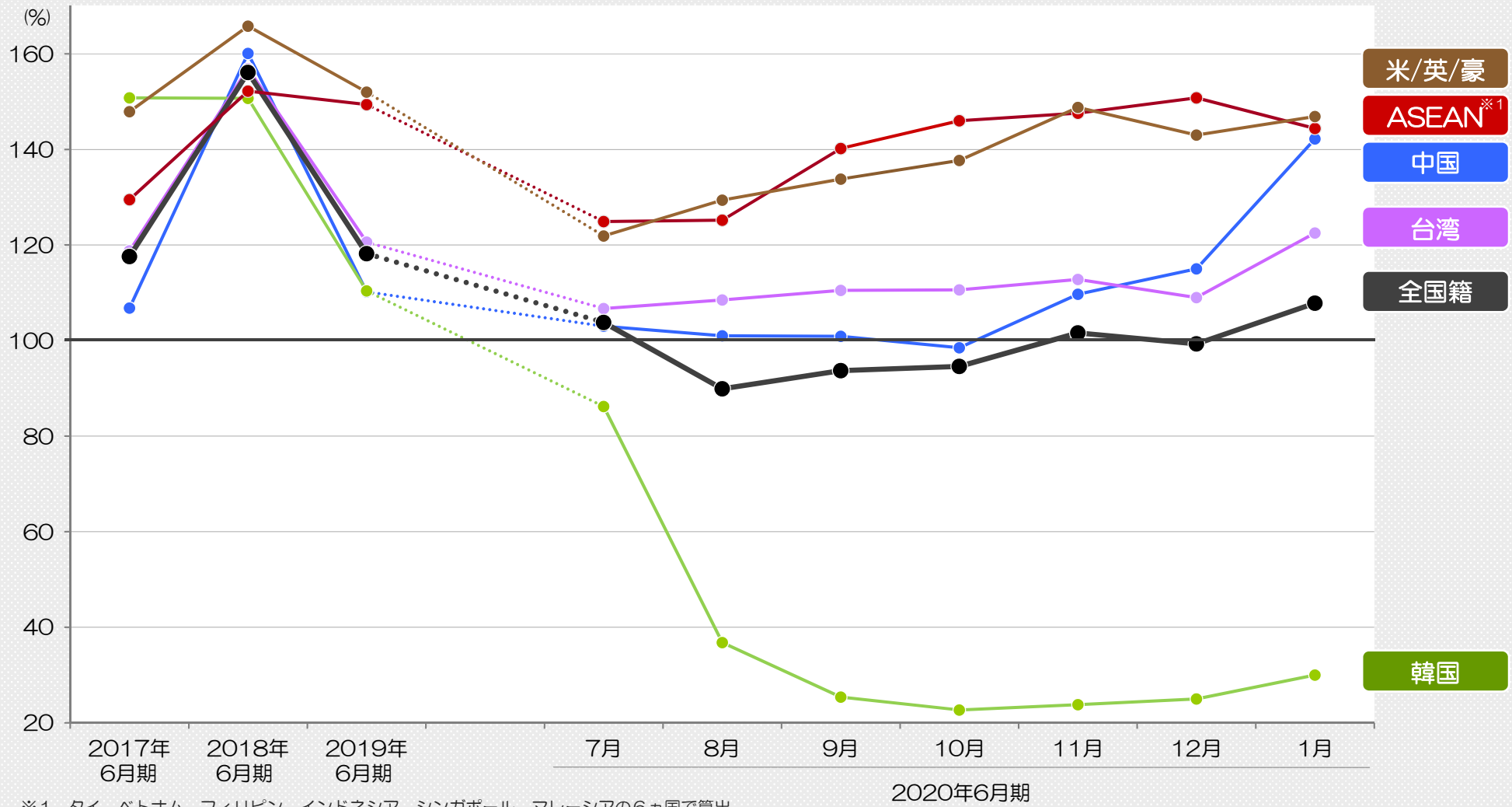


商品別免税売上高



インバウンド主要国別の状況

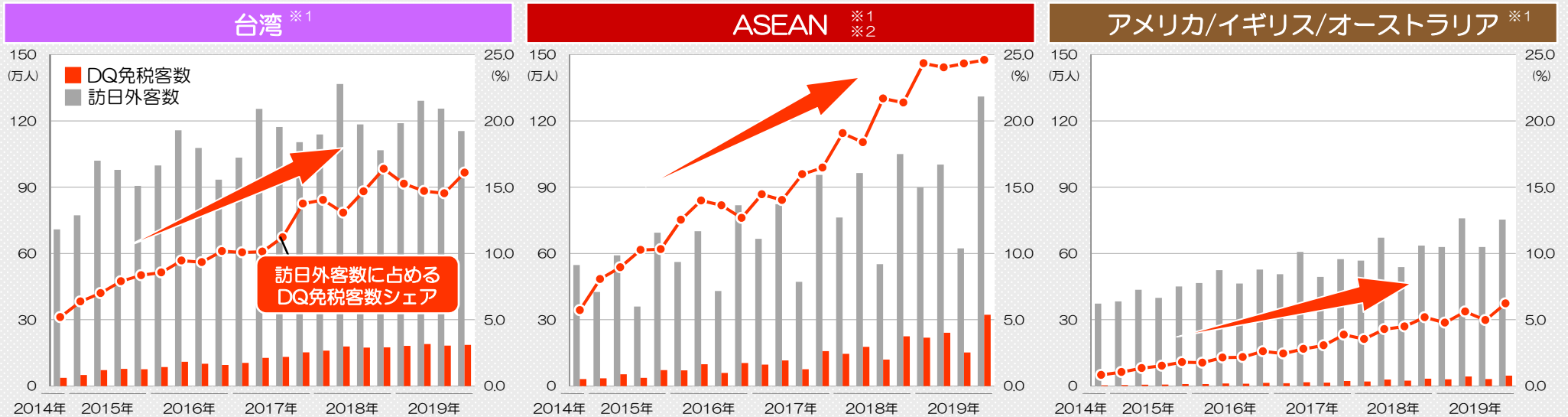
DQ免税売上高成長率推移



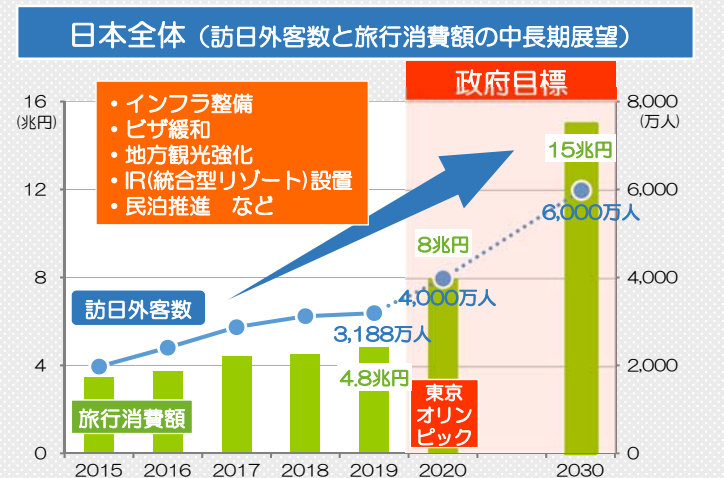
韓国が急減速するも、中国は回復基調にあり、ASEANなどその他の国も堅実に成長

インバウンド アナリシス

訪日外客数（日本全体） vs ドン・キホーテ免税客数



2019年 暦年 (1月~12月)	日本全体			(株)ドン・キホーテ		
	人口 ※3	訪日外客数	訪日外客数÷人口	DQ免税客数	DQ免税客数÷訪日外客数	DQ免税客単価
全国籍	75億5,026万人	3,188万人	0.4%	503万人	15.8%	13,200円
中国	14億952万人	959万人	0.7%	171万人	17.8%	16,300円
韓国	5,098万人	558万人	10.9%	120万人	21.5%	8,700円
台湾	2,363万人	489万人	20.7%	74万人	15.1%	13,000円
ASEAN ※2	5億7,082万人	383万人	0.7%	93万人	24.3%	13,800円
米/英/豪	4億1,509万人	277万人	0.7%	15万人	5.4%	12,600円



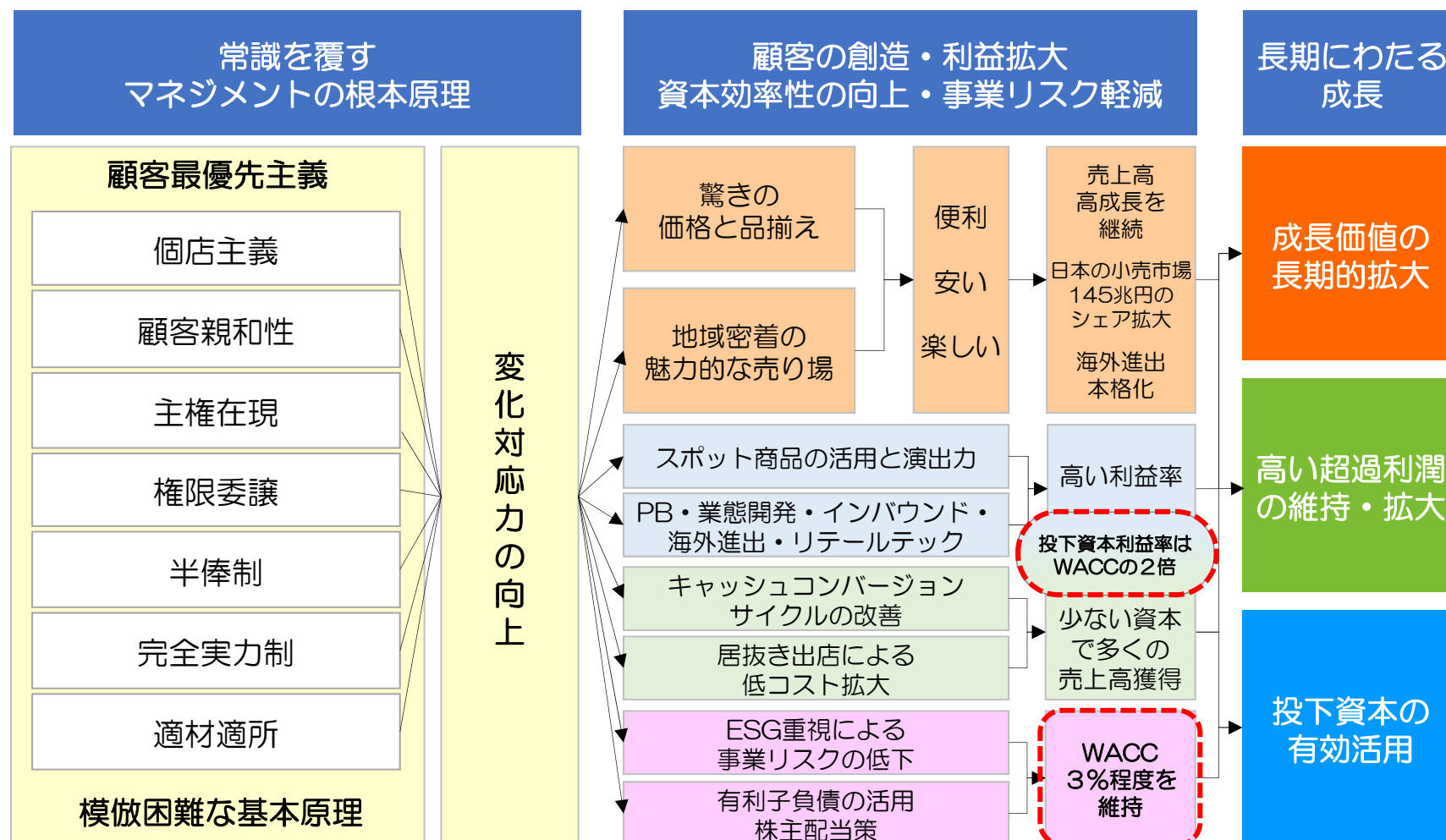
※1. 「2014年10月~12月」から「2019年10月~12月」までの四半期データ

※2. タイ、ベトナム、フィリピン、インドネシア、シンガポール、マレーシアの6カ国で算出

※3. 出典：総務省統計局「世界の統計2019」第2章 人口 将来推計人口2017

訪日外客数に占めるDQ免税客数シェアは拡大傾向。特に、客単価が高いASEANの客数シェア上昇が顕著。

ユニークなビジネスモデルと長期的展望



企業価値の向上を加速するために社員もワクワク・ドキドキしながら
現状に満足せず常に仮説検証の繰り返しで進化

ROICはWACCの2倍、WACCは3%程度を維持

資本政策と株主還元

1. 事業投資

内部留保金は、事業ポートフォリオ最適化のための再投資資金として活用し、企業価値の一層の向上と経営体質の強化充実を図ることが、株主還元の最大の目的と認識しております。

2. 配当政策

配当政策は、企業体質の充実と将来の事業展開を勘案した内部留保の充実に努めるとともに、持続的な成長に合わせて増配を継続する「**累進的配当政策**」を基本方針としております。

3. 自社株買い

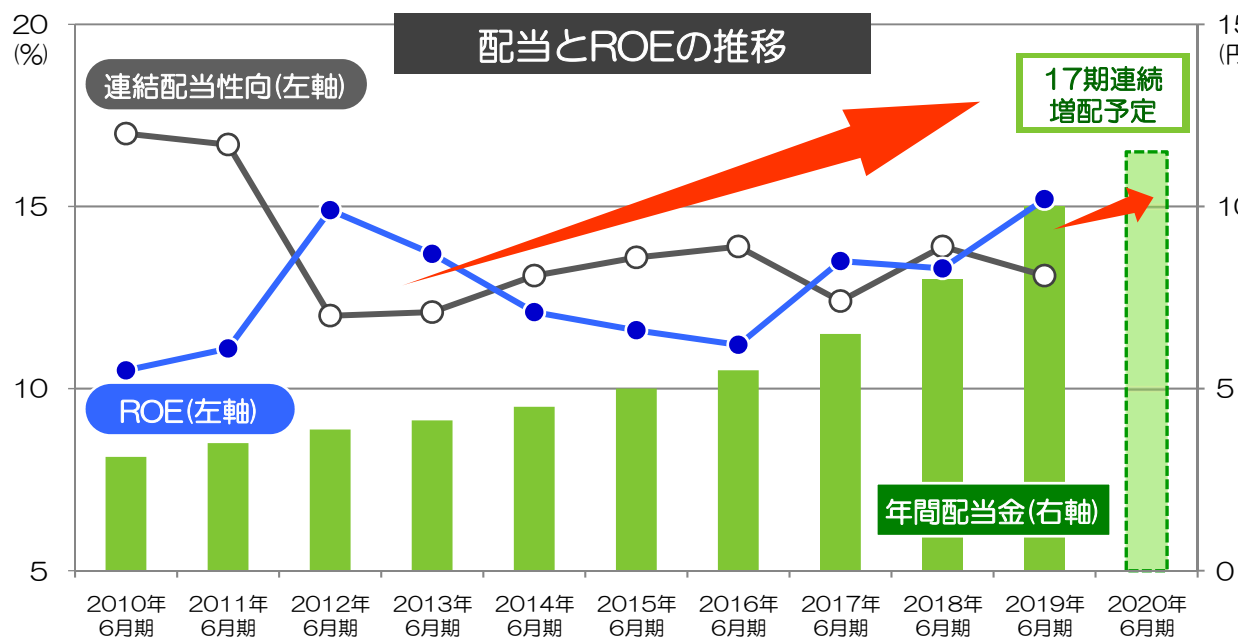
自社株買いについては、利益成長機会とのバランスや資本効率の改善効果を踏まえて、株価純資産倍率（PBR）が1.0倍を下回る局面を目処に機動的に実施することとし、中長期的な株主還元の強化を目指すことを基本方針としております。

4. 資本政策

外部環境の変化や消費動向を見極めつつ、適時適切な資本政策の推進により、企業価値の向上を図ってまいります。

5. 資金調達

事業成長に資する資金調達は、金融機関からの借入、コマーシャルペーパー及び社債発行などの負債調達（デットファイナンス）を採用し、株式発行などの資本調達（エクイティファイナンス）は当面の間、実施する予定はありません。
資金調達については、事業活動の成長ステージと外部環境を鑑みて、多様な選択肢の中から、柔軟かつ最適な調達手段を講じてまいります。



高ROI出店による持続的成長 → 高いROE水準

「高リターンの本業投資」と「累進的配当（増配）」で還元。
連結配当性向は中期的に20%以上、長期的に30%程度を目指します。

— 2020年6月期施策（抜粋） —

お客さま満足の最大化を追求しながら、継続的な成長と安定を目指す！

1. 営業方針

- 消費増税大戦争を勝ち抜き、客数増による圧倒的なシェアを獲得する
- 素早く柔軟な体制強化のため、いっそう狭くて深い権限委譲を徹底

2. 商品戦略

- 付加価値の高いディスカウント体制の一層の強化
- 生活必需品の品揃え強化と徹底したEDLPの推進

3. 店舗戦略

- 設備投資額400億円
- 新規出店：国内20店、海外7店
ダブルネーム業態転換店25店
- 既存店売上高予想：DQ=1.8%減、ユニー=0.0%増

4. 人事戦略

- 多様性を認める企業文化を堅持
- 多様な雇用形態の創出

5. 財務戦略

- 成長戦略と両立する財務戦略の推進
- 年間配当金予想=11円50銭
(株式分割(1:4)を考慮し17期連続増配予定！)

通期連結業績予想

(単位：百万円)

	通期修正予想			前回予想 ^{※1}		前期実績	
	金額	百分比	前期比	金額	百分比	金額	百分比
売上高	1,670,000	100.0%	125.7%	1,660,000	100.0%	1,328,874	100.0%
売上総利益	478,000	28.6%	129.0%	470,000	28.3%	370,527	27.9%
販管費	406,000	24.3%	132.1%	402,000	24.2%	307,417	23.1%
営業利益	72,000	4.3%	114.1%	68,000	4.1%	63,110	4.7%
経常利益	72,000	4.3%	105.5%	68,000	4.1%	68,240	5.1%
当期純利益	46,000	2.8%	97.7%	45,000	2.7%	47,066	3.5%
1株当たり純利益 ^{※2}	72.59円	—	97.6%	71.03円	—	74.36円	—
1株当たり配当金 ^{※2}	11.50円	—	115.0%	11.00円	—	10.00円	—
設備投資額	40,000	—	80.1%	40,000	—	49,908	—
減価償却費	24,000	1.4%	119.9%	25,000	1.5%	20,012	1.5%

※1. 前回予想は、2019年8月13日に公表した当初予想（売上高1兆6,500億円、営業利益660億円、経常利益660億円）を同年11月6日に上方修正したものであります。

※2. 2019年9月1日付で実施した株式分割（1：4）が、前期の期首に行われたと仮定して算定しております。

「顧客最優先主義」と「企業価値の拡大」を追求し、
引き続き、増収増益決算を目指します。

上場子会社決算業績概況



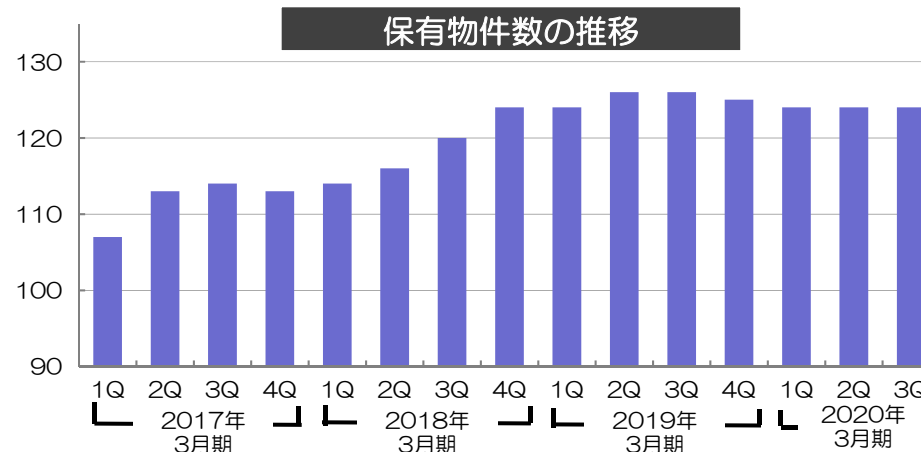
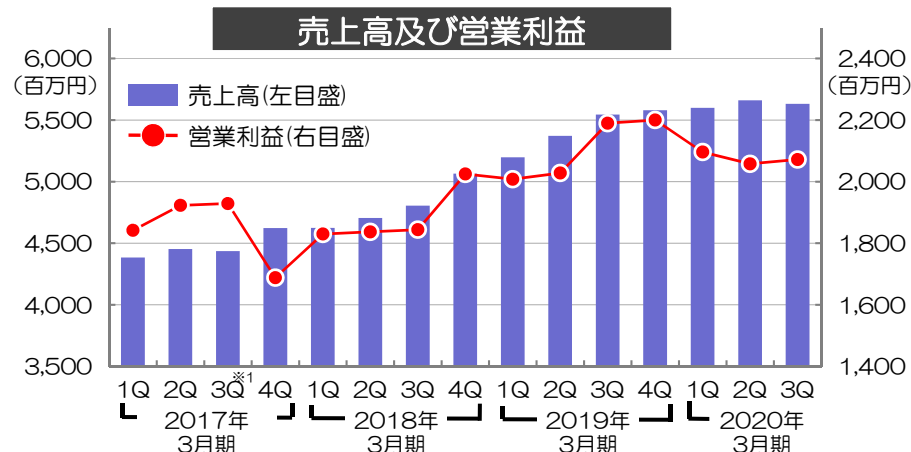
日本アセット
マーケティング
(8922)

(単位：百万円)

PL概況	前3Q (18年4月1日~12月31日)		当3Q (19年4月1日~12月31日)		
	金額	百分比	金額	百分比	前期比
売上高	16,112	100.0%	16,890	100.0%	104.8%
売上総利益	6,982	43.3%	6,983	41.3%	100.0%
販管費	756	4.7%	756	4.5%	100.0%
営業利益	6,226	38.6%	6,226	36.9%	100.0%
経常利益	6,142	38.1%	6,188	36.6%	100.7%
当期純利益	4,310	26.8%	5,544	32.8%	128.6%

(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	17,850	19,651	1,801
固定資産	163,947	160,038	▲3,909
資産合計	181,798	179,690	▲2,108
流動負債	14,965	15,222	257
固定負債	56,829	48,919	▲7,910
負債合計	71,794	64,141	▲7,653
純資産合計	110,003	115,548	5,545



※1. 2017年3月期3Qより連結決算となっております。

グループ総合力を発揮して堅実に成長！

IRインフォメーション



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@ppi-hd.co.jp

IRカレンダー

第40期（2020年6月期）第3四半期決算発表（予定）

決算発表日：2020年5月8日（金）

説明会会場：ステーションコンファレンス東京（東京都千代田区丸の内1-7-12 サピアタワー）

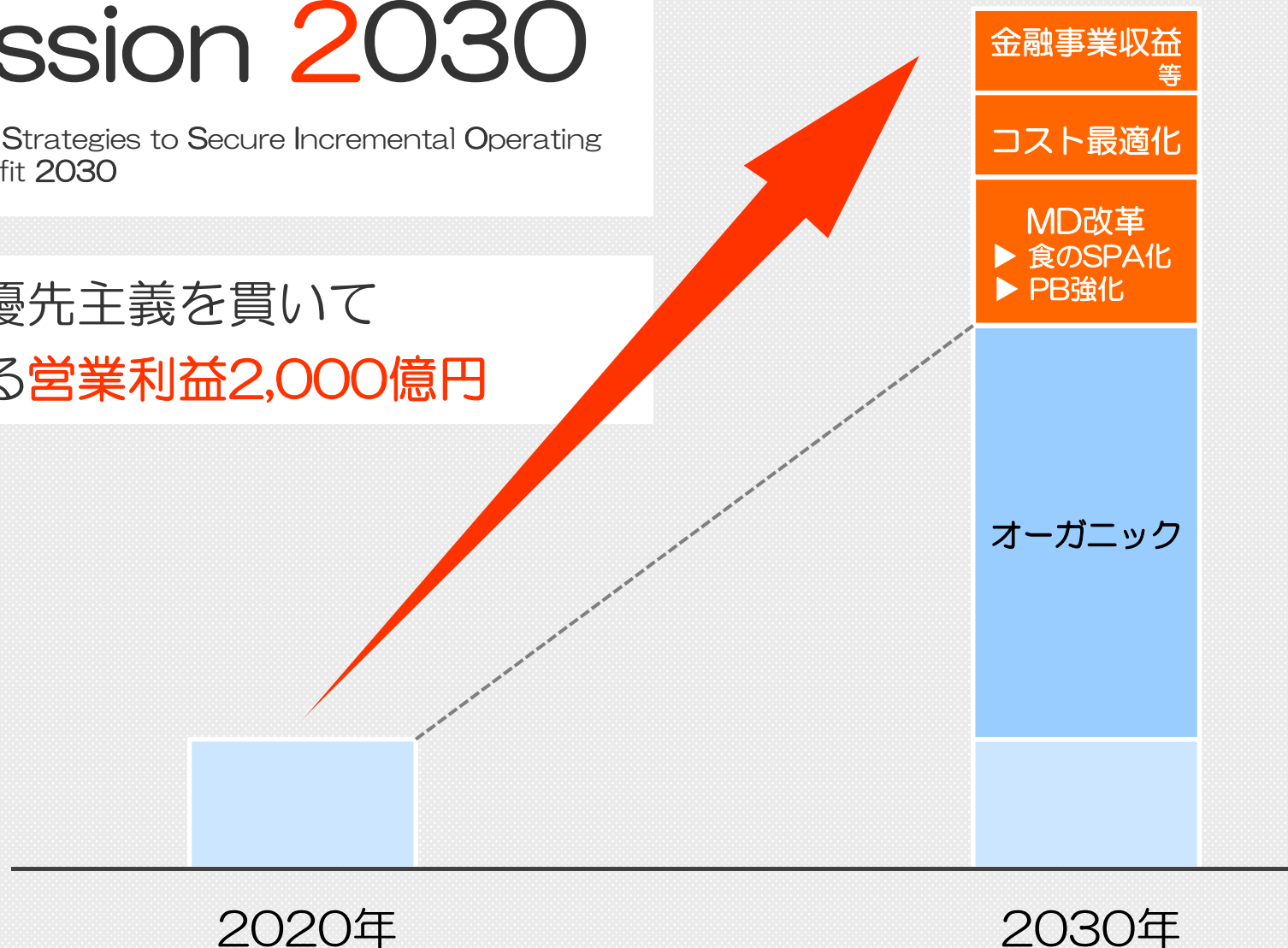
将来見通しに関する注意事項

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、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。

Passion 2030

PPIH Active Strategies to Secure Incremental Operating and Net profit 2030

顧客最優先主義を貫いて
獲得する**営業利益2,000億円**



Passion 2030

PPIH Active Strategies for Success that Increase Original Network 2030

12億人のお客さまとともに
築き上げる売上高3兆円

