



第40期（2020年6月期）

# 第3四半期連結業績説明資料

2020年 5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](mailto:ir@ppi-hd.co.jp)

## 1 2020年6月期3Q 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

マスク着用



アビタ・ピアゴの  
新公式キャラクター  
「アビタン」

- ※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)」、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。
- ※4. 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	111.33	110.91	81.75	80.92	3.41	3.41	14.37	14.16
当 期	108.95	109.55	79.59	81.06	3.54	3.63	13.91	14.07

# ひと目でわかる3Q

3Q最高益を更新する増収増益決算！！

連結増収率

37.7%増

生活インフラとしての  
使命を追求

営業利益

604億円

3Q累計期間の  
最高益更新

ROE

15.0%

自己資本利益率は  
4四半期連続15.0%超

安定の国内販売

0.5%増

インバウンド除く  
国内販売は好調  
(主要5社既存店)

経営環境激変

二極化

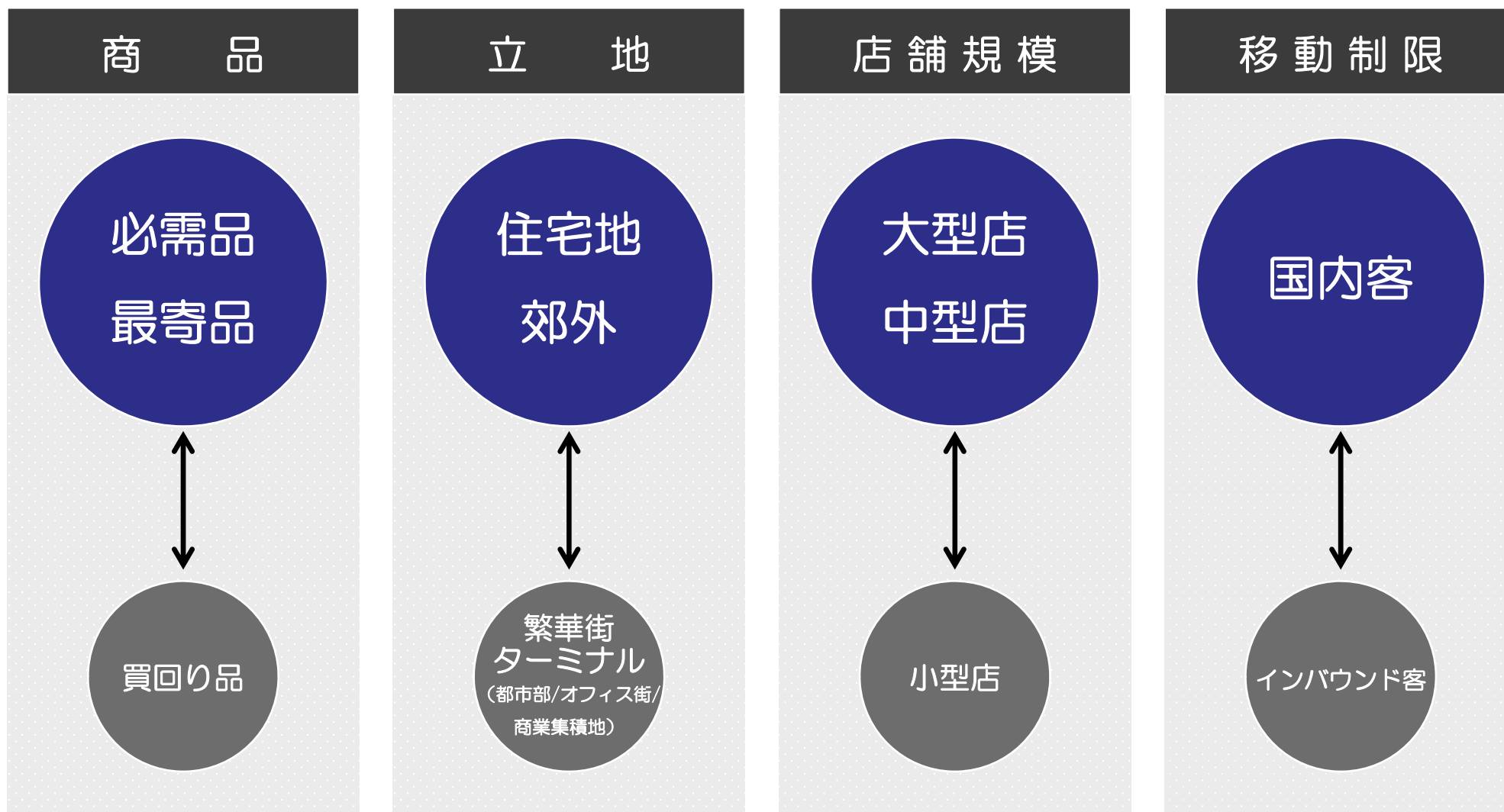
必需品好調・  
インバウンド消費蒸発

通期業績予想

見直し

31期連続  
増収営業増益目指す

# Covid-19が及ぼした二極化現象



「顧客最優先主義」を徹底して、地域の生活ラインを維持します！

# 3Q累計連結決算業績サマリー



【期間：2019年7月1日～2020年3月31日】

(単位：百万円)

	前3Q累計実績 <sup>※1</sup>		当3Q累計実績					通期業績予想 <sup>※2</sup>	
	金額	百分比	金額	百分比	増減額	前期比	進捗率 <sup>※3</sup>	金額	百分比
売上高	918,990	100.0%	1,265,759	100.0%	346,769	137.7%	75.8%	1,670,000	100.0%
売上総利益	252,117	27.4%	364,643	28.8%	112,526	144.6%	76.3%	478,000	28.6%
販管費	205,705	22.4%	304,224	24.0%	98,519	147.9%	74.9%	406,000	24.3%
営業利益	46,412	5.1%	60,419	4.8%	14,006	130.2%	83.9%	72,000	4.3%
経常利益	51,838	5.6%	59,918	4.7%	8,079	115.6%	83.2%	72,000	4.3%
当期純利益	38,029	4.1%	38,368	3.0%	339	100.9%	83.4%	46,000	2.8%
1株利益 <sup>※4</sup>	60.09円	—	60.56円	—	0.47円	100.8%	83.4%	72.59円	—

※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. 通期業績予想は、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、純利益450億円）を、2019年11月6日及び2020年2月5日に、それぞれ上方修正したものであります。

※3. 進捗率は通期業績予想に対する進行割合を表しております。

※4. 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. 3Q累計連結業績概況

競合他社との差別化要因である現場主義・個店主義に立脚した強みを遺憾なく発揮しながら、「顧客最優先主義」を徹底した事業活動を推進！！

- ▶ 消費環境は大激変。必需品需要は堅調な状況で推移するが、様々な場面で二極化現象が出現。迅速な対応を施しながら、付加価値を高めたディスカウント力の強化により、商圈内シェア拡大を進める。
- ▶ ユニー店の業態転換は18店実施（累計34店）。業績改善率は高水準で推移し、商圈内シェアは確実に上昇。一方で、個店ごとの課題解決を進めながら、エリア収益最大化のため、転換スケジュールを見直し中。
- ▶ インバウンド消費は、Covid-19の感染爆発に伴う渡航・移動制限の影響を受けて、2月以降急失速。当該店舗については、店頭レイアウトや商品構成を切り替え、シフト調整するなど営業体制を大幅に見直して運営。
- ▶ 多様な業態、店舗ロケーションや店舗規模など、PPIH独自の事業ポートフォリオ経営が奏功。各々の事業基盤をベースに、調達ルートはもとより、商品構成を機動的に増減、または改廃し、マイナス影響を限定抑制。
- ▶ これらのことから、3Q累計連結業績は、売上高1兆2,658億円（前期比37.7%増：進捗率75.8%）、営業利益604億円（同30.2%増：同83.9%）、経常利益599億円（同15.6%増：同83.2%）及び親会社株主に帰属する四半期純利益384億円（同0.9%増：同83.4%）と過去最高実績を更新！！

## 2. 通期業績見通し

業績予想は前回予想を一部見直すか、「31期連続増収営業増益」を見込む！

- ▶ 通期業績予想については、Covid-19による消費環境の激変を考慮して、前回予想（2020年2月5日公表）のうち、売上高を1兆6,500億円（前期比24.2%増、前回予想1兆6,700億円）、営業利益710億円（同12.5%増、同720億円）及び経常利益710億円（同4.0%増、同720億円）にそれぞれ見直す。親会社株主に帰属する当期純利益460億円（同2.3%減）は据え置く。

# 3Q累計連結損益業績概況



【期間：2019年7月1日～2020年3月31日】

(単位：百万円)

	前3Q (累計) ※1		当3Q (累計)		
	金額	百分比	金額	百分比	前期比
売上高	918,990	100.0%	1,265,759	100.0%	137.7%
売上総利益	252,117	27.4%	364,643	28.8%	144.6%
販管費	205,705	22.4%	304,224	24.0%	147.9%
給与手当	75,506	8.2%	108,160	8.5%	143.2%
地代家賃	28,596	3.1%	40,500	3.2%	141.6%
支払手数料	28,344	3.1%	45,805	3.6%	161.6%
減価償却費	13,802	1.5%	17,889	1.4%	129.6%
その他	59,457	6.5%	91,870	7.3%	154.5%
営業利益	46,412	5.1%	60,419	4.8%	130.2%
経常利益	51,838	5.6%	59,918	4.7%	115.6%
当期純利益	38,029	4.1%	38,368	3.0%	100.9%
1株当たり純利益 ※2	60.09円	—	60.56円	—	100.8%

※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. 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。

# 3Q累計連結損益業績概況コメント



## 連結売上高：1兆2,658億円（前期比37.7%増）

消費者マインドが低迷していた環境下で、異常気象の発生、消費税率引き上げに続き、外部環境を激変させたCovid-19が発生。  
必需品需要拡大に係る諸施策は支持基盤を強固に、かつ拡大させるが、インバウンドによる免税販売は一気に蒸発。

## 当3Q末店舗数：692店（前3Q末695店、前期末693店）

新規出店国内11店（DQ8店、New MEGA1店、専門店1店、小型店1店）、同海外5店（SG3店、HK2店）、当3Qより新規連結1店（ボンベルタ橋）。業態転換18店（UNY⇒MEGA UNY）。  
一方で閉店3店、事業承継による除外（ドイツ）15店。

## 連結売上総利益：3,646億円（前期比44.6%増）、総利益率：28.8%（同1.4pt改善）

必需品需要については、価格優位性を発揮すると同時に、取り扱い商品を機動的に改廃して、総利益率1.4pt改善。

## 連結販管費：3,042億円（同47.9%増）、販管費率：24.0%（同1.6pt低下）

事業規模拡大に伴い、人件費、支払手数料などが増加するが、PMI効果が出現して、コストコントロールが進む。

## 営業外収支戻：5億円のマイナス

受取利息・配当金5億円、持分法投資利益2億円 / 支払利息39億円など。

## 特別損益収支戻：36億円のマイナス

固定資産売却益7億円、事業譲渡益5億円 / 減損損失15億円、固定資産除却損29億円、店舗閉鎖損失11億円など。



# 3Q累計連結事業別業績概況



【期間：2019年7月1日～2020年3月31日】

(単位：百万円)

	前3Q (累計)		当3Q (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 <sup>※1</sup>	756,449	82.3%	831,684	65.7%	109.9%
家電製品	61,886	6.7%	64,208	5.1%	103.8%
日用雑貨品	172,163	18.7%	181,996	14.4%	105.7%
食品	257,625	28.0%	308,024	24.3%	119.6%
時計・ファッション用品	121,893	13.3%	120,555	9.5%	98.9%
スポーツ・レジャー用品	42,570	4.6%	43,757	3.5%	102.8%
DIY用品 <sup>※2</sup>	11,542	1.3%	8,632	0.7%	74.8%
海外	72,268	7.9%	81,449	6.4%	112.7%
その他	16,502	1.8%	23,063	1.8%	139.8%
総合スーパー事業 <sup>※1</sup>	133,953	14.6%	378,266	29.9%	282.4%
衣料品	17,445	1.9%	48,658	3.8%	278.9%
住居関連品	19,370	2.1%	57,961	4.6%	299.2%
食品	92,500	10.1%	258,033	20.4%	279.0%
その他	4,638	0.5%	13,614	1.1%	293.5%
テナント賃貸事業 <sup>※1</sup>	24,156	2.6%	44,530	3.5%	184.3%
その他事業 <sup>※3</sup>	4,432	0.5%	11,279	0.9%	254.5%
合計	918,990	100.0%	1,265,759	100.0%	137.7%

※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。

※2. 「DIY用品」を扱うドイツは、吸収分割により2020年2月1日付で事業承継しております。

※3. 「その他事業」は「持株会社運営」及び「カード事業」などです。

# 3Q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**  
8,317億円 (前期比9.9%増)

生活必需品に対するニーズが強い！異例の気温が季節商品に影響を及ぼす。インバウンド消費失速。

**家電製品**  
642億円 (同3.8%増)

POSAカードが伸長して牽引役に。電池や電球などの小物類や空気清浄機などの生活家電が下支え。

**日用雑貨品**  
1,820億円 (同5.7%増)

洗剤やインバス用品などの普段使いの日用消耗品が好調。紙製品や衛生用品に対するニーズが急増。

**食品**  
3,080億円 (同19.6%増)

カップ麺やパックライスなどの加工食品、米類、ドリンク類が急伸。ヨーグルトなどの日配品好調。

**時計・ファッション用品**  
1,206億円 (同1.1%減)

季節外れの気温推移が衣料品に影響を及ぼす。雨具が堅調の一方で、皮革製品や時計宝飾品は苦戦。

**スポーツ・レジャー用品**  
438億円 (同2.8%増)

カー用品は低調となった反面、ヨガマットなどのスポーツ用品やボードゲームなどの玩具が高成長。

**DIY用品<sup>※1</sup>**  
86億円 (同25.2%減)

天候不順がエクステリア用品にマイナス影響を及ぼす。自然災害発生時は防災用品のニーズが高い。

**海外**  
814億円 (同12.7%増)

インスタント食品や調味料などの加工食品が順調。冷凍食品や総菜類及び紙製品などの雑貨が伸長。

**総合スーパー事業**  
3,783億円 (前期比182.4%増)

家電や化粧品などラインナップを拡充した住居関連品が好調。食品のニーズが高まり支持率が上昇。

**衣料品**  
487億円 (同178.9%増)

季節衣料は天候不順に翻弄される場面があったが、実用衣料やカジュアル衣料などは安定的に推移。

**住居関連品**  
580億円 (同199.2%増)

加湿器や空気清浄機などの季節家電やインバス用品や衛生用品などの日用消耗品のニーズが高まる。

**食品**  
2,580億円 (同179.0%増)

缶詰や冷凍食品などの保存性加工食品や米類や麺類が好調。牛乳やパンなどの日配品の人気が高い。

**テナント賃貸事業**  
445億円 (前期比84.3%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. 「DIY用品」を扱うドイトは、吸収分割により2020年2月1日付で事業承継しております。

# 主な資産の状況



(単位：百万円)

	19年6月 <sup>※1</sup>	20年3月	
	金額	金額	増減額
流動資産	496,405	464,871	▲31,534
現預金	172,673	149,895	▲22,778
割賦売掛金	67,417	67,350	▲67
商品	188,510	190,305	1,795
固定資産	785,695	788,006	2,311
建物等	262,955	263,277	322
土地	318,580	323,912	5,332
無形固定資産	37,602	36,334	▲1,268
敷金保証金	80,443	78,498	▲1,945
資産合計	1,282,100	1,252,877	▲29,223

## 主な資産の状況

- ▶ **総資産：1兆2,529億円**  
(前期末比292億円減、ユニーGP：4,821億円)  
主な増減要因は、受取手形及び売掛金18億円増、商品18億円増、固定資産23億円増などの一方で、現預金228億円減など。
- ▶ **現預金：1,499億円**  
(同228億円減、ユニーGP：214億円)  
新規出店及び業態転換に係る設備資金以外は、有利子負債返済資金に充当。
- ▶ **割賦売掛金：674億円**  
(ユニーGP：674億円)  
カード事業（UCS）に係るもの。
- ▶ **商品：1,903億円**  
(同18億円増、ユニーGP：445億円)  
顧客ニーズに応えた商品在庫を確保すると同時に特需に備えたため。
- ▶ **固定資産：7,880億円**  
(同23億円増、ユニーGP：3,183億円)  
新規出店16店と業態転換18店に係る有形固定資産55億円増の一方で、投資その他の資産20億円減など。ドイツ事業承継に係る資産減少は56億円。

※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 <sup>※1</sup>	20年3月	
	金額	金額	増減額
流動負債	341,774	311,406	▲30,368
買掛金	159,064	147,228	▲11,836
短期負債 <sup>※2</sup>	42,660	24,453	▲18,207
固定負債	588,026	564,739	▲23,287
社債	238,458	226,617	▲11,841
長期借入金	256,777	247,691	▲9,086
債権流動化に伴う 長期支払債務	4,703	632	▲4,071
負債合計	929,800	876,145	▲53,655
純資産合計	352,300	376,732	24,432
負債・純資産合計	1,282,100	1,252,877	▲29,223

## 主な負債・純資産の状況

- ▶ **負債合計：8,761億円**  
(同537億円減、ユニ-GP：3,960億円)  
主な減少要因は、買掛金118億円減、未払費用32億円減、預り金32億円減、有利子負債391億円減（短期性負債182億円減、長期性負債209億円減）、債権流動化に伴う支払債務55億円減など。
- ▶ **有利子負債：4,988億円**  
(同391億円減、依存率39.8%、ユニ-GP：1,870億円)
- ▶ **純負債：3,489億円** (同164億円減)
- ▶ **債権流動化に伴う支払債務：65億円**  
(同55億円減)  
ABL (Asset backed loan) による調達残高
- ▶ **ネットD/Eレシオ：0.97倍** (格付規準0.72倍)
- ▶ **インタレスト・カバレッジ・レシオ：15.8倍**
- ▶ **ROE：15.0%** (年換算)
- ▶ **純資産：3,767億円**  
(同244億円増、ユニ-GP：861億円)
- ▶ **自己資本：3,616億円**  
(自己資本比率28.9%、格付規準38.4%)

※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

# 3Q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369億円、  
「総合スーパー事業」は131億円、「テナント賃貸事業」は105億円！！

## 前3Q（累計）事業別セグメント概要【期間：2018年7月1日～2019年3月31日】<sup>※1</sup><sub>※2</sub>

（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 <sup>※3</sup>	合計	調整	連結
外部売上高	756,449	133,953	24,156	4,432	918,990	—	918,990
内部取引高	2,304	214	1,086	1,337	4,941	▲4,941	—
計	758,753	134,167	25,242	5,769	923,931	▲4,941	918,990
セグメント利益	39,355	3,221	4,495	▲768	46,303	109	46,412

## 当3Q（累計）事業別セグメント概要【期間：2019年7月1日～2020年3月31日】<sup>※2</sup>

（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 <sup>※3</sup>	合計	調整	連結
外部売上高	831,684	378,266	44,530	11,279	1,265,759	—	1,265,759
内部取引高	3,926	4,240	2,543	4,803	15,512	▲15,512	—
計	835,610	382,506	47,073	16,082	1,281,271	▲15,512	1,265,759
セグメント利益	36,890	13,123	10,506	▲811	59,708	711	60,419

※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. 「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。

※3. 「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。

# 3Q累計セグメント情報（法人別）



外部要因に翻弄された環境下であっても、  
顧客支持は確実に高まっており、商圈内シェアは拡大！！

## 前3Q（累計） 主要法人別セグメント概要【期間：2018年7月1日～2019年3月31日】

（単位：百万円）

	ドン・キホーテ <sup>※1</sup>	長崎屋 <sup>※1</sup>	UDリテール <sup>※1</sup>	ユニー <sup>※2</sup>	海外 <sup>※1</sup> <sup>※3</sup>	JAM <sup>※1</sup> <sup>※4</sup>	UCS <sup>※5</sup>	連結
売上高	528,363	140,028	7,566	139,405	72,305	16,493	4,853	918,990
営業利益	18,612	4,349	▲157	5,512	2,079	6,642	639	46,412
総資産	288,326	80,929	18,211	401,976	81,808	179,583	108,062	1,289,591
純資産	136,593	53,122	4,389	60,813	53,088	109,974	8,468	339,204

## 当3Q（累計） 主要法人別セグメント概要【期間：2019年7月1日～2020年3月31日】

（単位：百万円）

	ドン・キホーテ <sup>※1</sup>	長崎屋 <sup>※1</sup>	UDリテール <sup>※1</sup>	ユニー <sup>※2</sup>	海外 <sup>※1</sup> <sup>※3</sup>	JAM <sup>※1</sup> <sup>※4</sup>	UCS <sup>※5</sup>	連結
売上高	534,866	144,060	71,169	397,652	82,211	17,001	15,359	1,265,759
営業利益	20,567	4,185	▲4,367	21,432	1,550	6,437	1,633	60,419
総資産	288,340	84,708	48,403	381,975	62,003	169,406	104,234	1,252,877
純資産	148,599	55,528	901	82,113	30,711	109,158	9,948	376,732

※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2020年3月31日までの業績、BS項目は同年3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3Q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	785,511	100.0%	102.7%	490,496	100.0%	316.3%	1,265,759	100.0%	137.7%
売上総利益	207,168	26.4%	104.0%	161,604	32.9%	304.3%	364,643	28.8%	144.6%
販管費	166,493	21.2%	104.6%	142,089	29.0%	302.7%	304,224	24.0%	147.9%
営業利益	40,675	5.2%	101.3%	19,514	4.0%	316.2%	60,419	4.8%	130.2%
営業外収益	4,359	0.6%	39.8%	1,172	0.2%	218.9%	4,035	0.3%	36.8%
営業外費用	4,044	0.5%	73.7%	1,740	0.4%	297.9%	4,536	0.4%	82.1%
経常利益	40,990	5.2%	89.8%	18,947	3.9%	309.5%	59,918	4.7%	115.6%
特別利益	1,156	0.1%	249.8%	1,162	0.2%	1,271.2%	2,318	0.2%	22.9%
特別損失	4,476	0.6%	38.3%	1,480	0.3%	691.2%	5,957	0.5%	46.6%
税調整前利益	37,670	4.8%	109.5%	18,628	3.8%	310.5%	56,279	4.4%	114.5%
当期純利益	23,959	3.1%	109.3%	14,411	2.9%	267.7%	38,368	3.0%	100.9%

# 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3Q (累計)	当3Q (累計)	
	金額	金額	増減額
期首残高	75,883	185,136	109,253
営業活動CF	93,087	51,361	▲41,726
投資活動CF	▲35,992	▲23,207	12,785
財務活動CF	56,476	▲61,366	▲117,842
期中増減等	114,086	▲31,929	▲146,015
期末残高	189,969	153,207	▲36,762
営業活動CF+投資活動CF	57,095	28,154	▲28,941

## キャッシュフロー

### <営業CF>

▶税金等調整前純利益563億円、減価償却費215億円などが増加要因となる一方で、引当金の減少52億円、棚卸資産の増加48億円、仕入債務の減少121億円及び法人税等支払額151億円が減少要因となり、514億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235億円及び無形固定資産の取得25億円などの一方で、事業譲渡収入60億円などで、232億円がキャッシュアウト

### <財務CF>

▶長期借入金返済198億円、社債償還229億円、債権流動化の返済56億円、配当金支払67億円などで614億円がキャッシュアウト

## 設備投資の状況

設備投資額	37,200	28,370	▲8,830
キャッシュフロー <sup>※1</sup>	58,760 <sup>※2</sup>	56,359	▲2,401
差引	21,560	27,989	6,429

## 設備投資

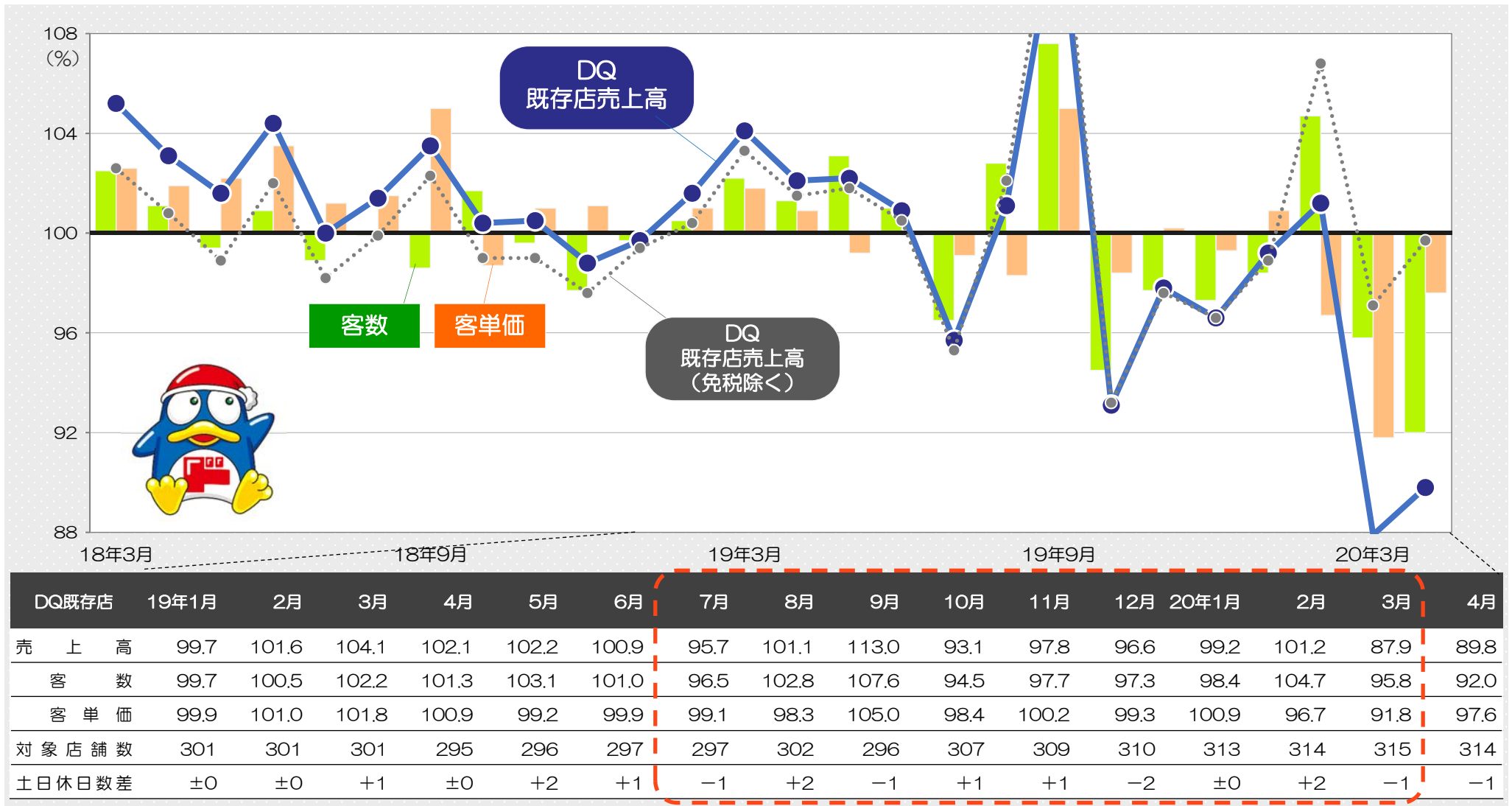
▶設備投資は284億円（DQ 86億円、長崎屋28億円、UDR 74億円、UNY 23億円、JAM12億円、HD31億円など。敷金保証金回収などを考慮した純増加額は248億円）、キャッシュフロー<sup>※1</sup>は564億円獲得したことにより、フリーキャッシュフローは280億円。

※1. キャッシュフロー = 純利益 + 減価償却費 + 特別損失 - 配当金

※2. 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。



# DQ 月次販売高の状況

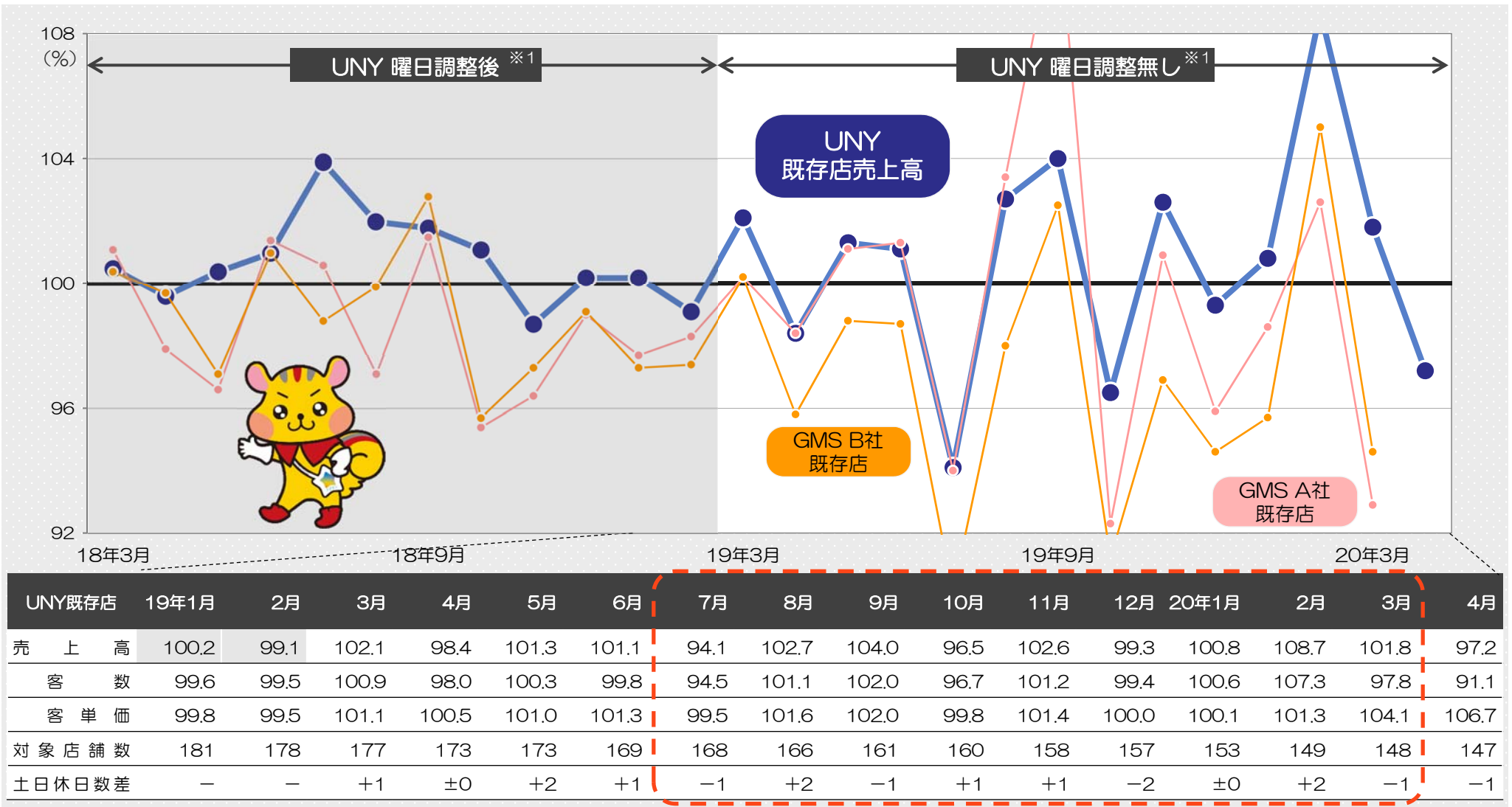


異常気象・消費増税・Covid-19の連鎖により激変した消費環境。

免税販売高除く国内消費は、プラス圏で推移。

DQ既存店は1.4%減（客数0.7%減、客単価0.7%減：真水0.4pt増、免税1.8pt減）

# UNY 月次販売高の状況



※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。

UNY本来の力を発揮した店舗運営力。食品部門は安定の支持層に訴求強化、非食品部門も着実にシェア拡大。  
UNY 既存店は0.9%増（客数0.1%減、客単価1.0%増）

# 3Q連結損益業績概況



【期間：2020年1月1日～3月31日】

(単位：百万円)

	前3Q <sup>※1</sup>		当3Q		
	金額	百分比	金額	百分比	前期比
売上高	405,575	100.0%	406,970	100.0%	100.3%
売上総利益	116,506	28.7%	116,850	28.7%	100.3%
販管費	100,111	24.7%	101,544	25.0%	101.4%
給与手当	35,901	8.9%	36,401	8.9%	101.4%
地代家賃	13,453	3.3%	13,545	3.3%	100.7%
支払手数料	15,565	3.8%	14,947	3.7%	96.0%
減価償却費	6,193	1.5%	5,925	1.5%	95.7%
その他	28,999	7.2%	30,727	7.6%	106.0%
営業利益	16,396	4.0%	15,307	3.8%	93.4%
経常利益	16,508	4.1%	14,363	3.5%	87.0%
当期純利益	14,413	3.6%	9,478	2.3%	65.8%
1株当たり純利益 <sup>※2</sup>	22.77円	—	14.95円	—	65.7%

※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. 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。

# 3Q連結事業別業績概況



【期間：2020年1月1日～3月31日】

(単位：百万円)

	前3Q		当3Q		
	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 <sup>※1</sup>	258,299	63.7%	270,732	66.5%	104.8%
家電製品	20,597	5.1%	20,597	5.1%	100.0%
日用雑貨品	57,201	14.1%	58,188	14.3%	101.7%
食品	89,682	22.1%	105,806	26.0%	118.0%
時計・ファッション用品	37,987	9.4%	35,288	8.7%	92.9%
スポーツ・レジャー用品	11,700	2.9%	12,466	3.1%	106.5%
DIY用品 <sup>※2</sup>	3,646	0.9%	936	0.2%	25.7%
海外	27,013	6.7%	29,662	7.3%	109.8%
その他	10,473	2.6%	7,790	1.9%	74.4%
総合スーパー事業 <sup>※1</sup>	133,953	33.0%	117,702	28.9%	87.9%
衣料品	17,445	4.3%	13,677	3.4%	78.4%
住居関連品	19,370	4.8%	16,996	4.2%	87.7%
食品	92,500	22.8%	82,950	20.4%	89.7%
その他	4,638	1.1%	4,079	1.0%	87.9%
テナント賃貸事業 <sup>※1</sup>	12,799	3.2%	14,824	3.6%	115.8%
その他事業 <sup>※3</sup>	524	0.1%	3,712	0.9%	708.4%
合計	405,575	100.0%	406,970	100.0%	100.3%

※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。

※2. 「DIY用品」を扱うドイツは、吸収分割により2020年2月1日付で事業承継しております。

※3. 「その他事業」は「持株会社運営」及び「カード事業」などです。

# 3Q決算レビュー

増税の反動減から回復の兆しが見えた矢先、Covid-19の影響で事態は一変。  
食品や紙製品などの「ウチナカ消費」やマスク・除菌グッズなどの衛生用品のニーズが一気に拡大。

## 増税反動の緩和と暖冬 1月

既存店売上高：DQ ▲0.8% UNY +0.8%

記録的な高気温が冬物商品に水差す

増税駆込みの反動減が緩やかに回復

春節効果でインバウンド消費が伸長

## 状況が大きく変わった 2月

既存店売上高：DQ +1.2% UNY +8.7%

月後半は巣ごもり消費が活況を呈す

下旬は免税と高額品が突然ブレーキ

必需品需要のけん引とうるう年効果

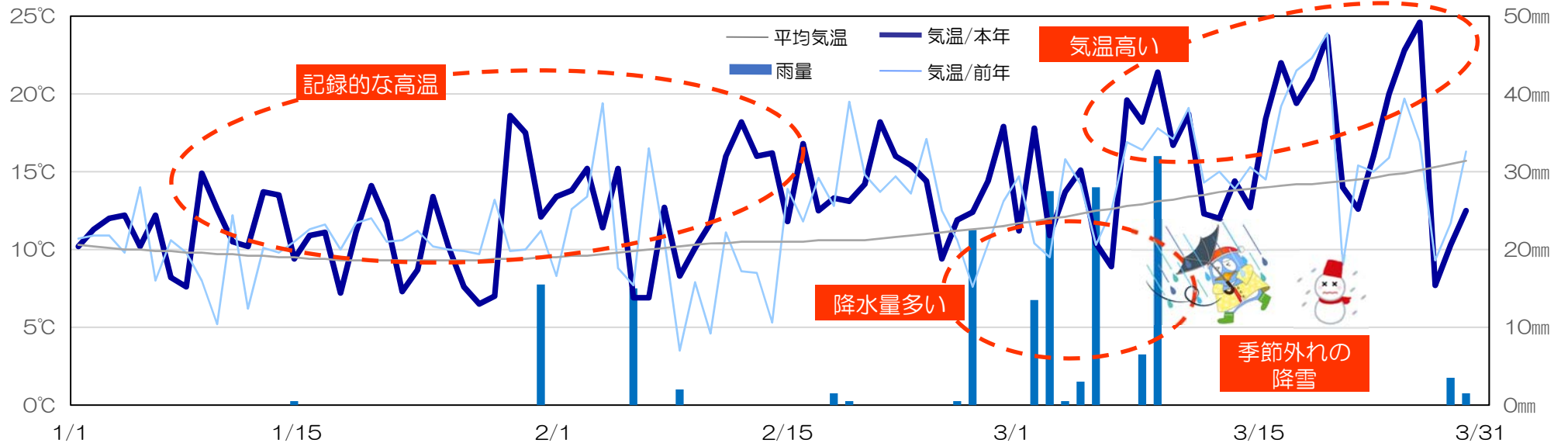
## コロナ影響が増大した 3月

既存店売上高：DQ ▲12.1% UNY +1.8%

免税が異例の急減速で都心店は苦戦

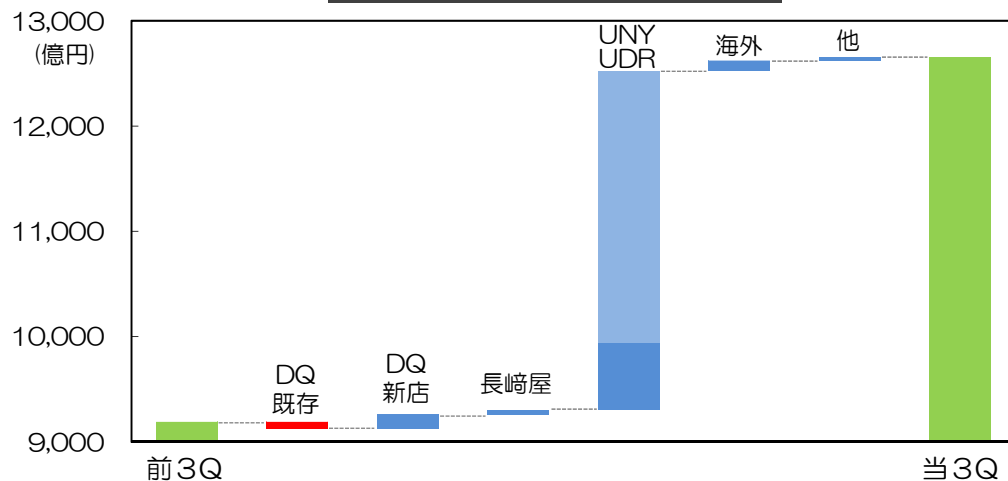
休日1日減と新生活需要減の影響大

国内は強い生活必需品ニーズで堅調

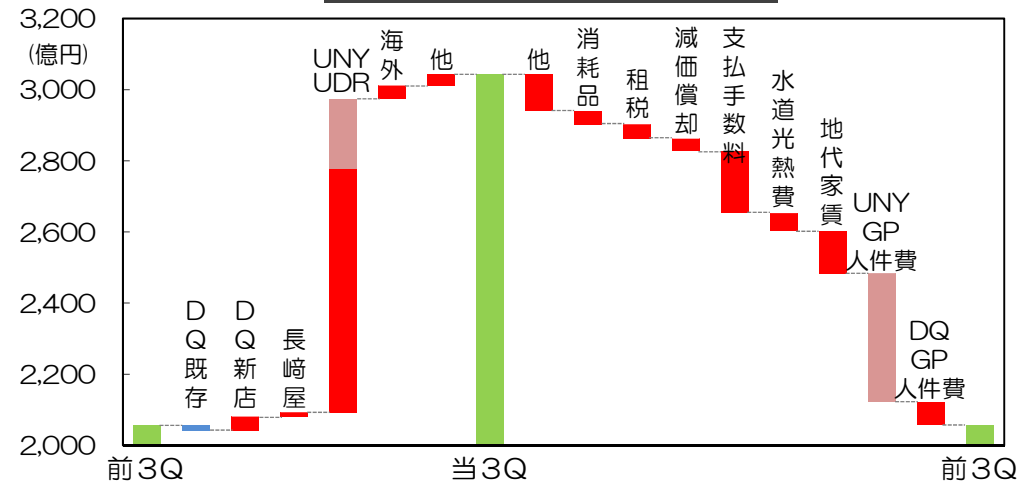


# グラフで振り返る3Q累計

## 売上高増減要因分析

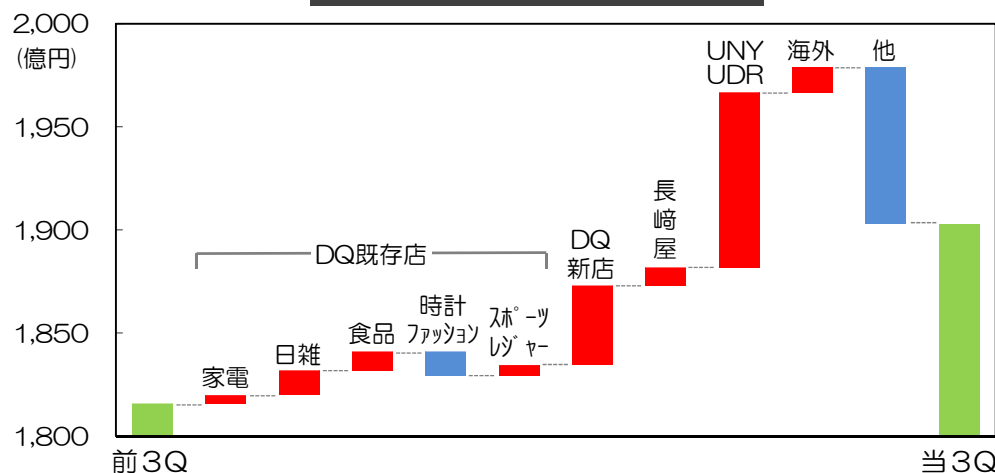


## 販管費増減要因分析

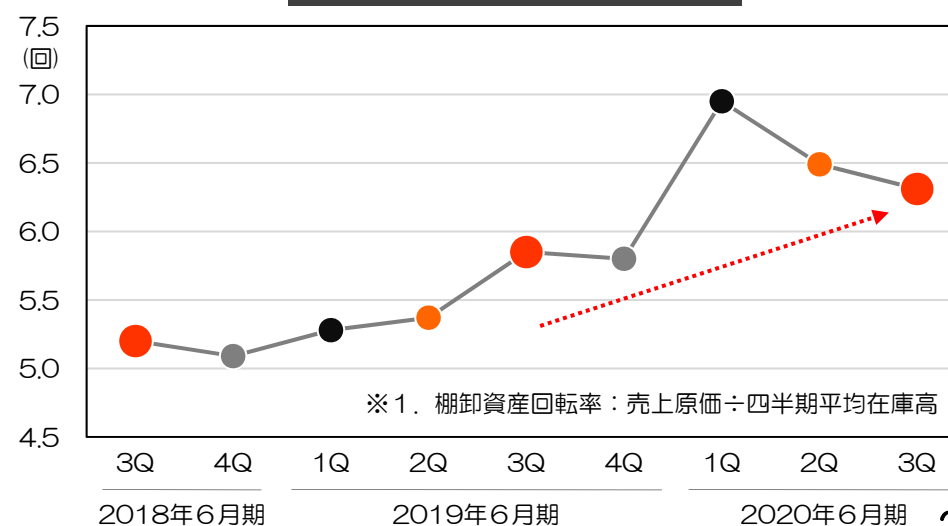


▶ ユニーGPの連結により事業規模は大幅に拡大  
▶ 激変した消費環境下で変化対応力を存分に発揮

## 商品在庫増減要因分析

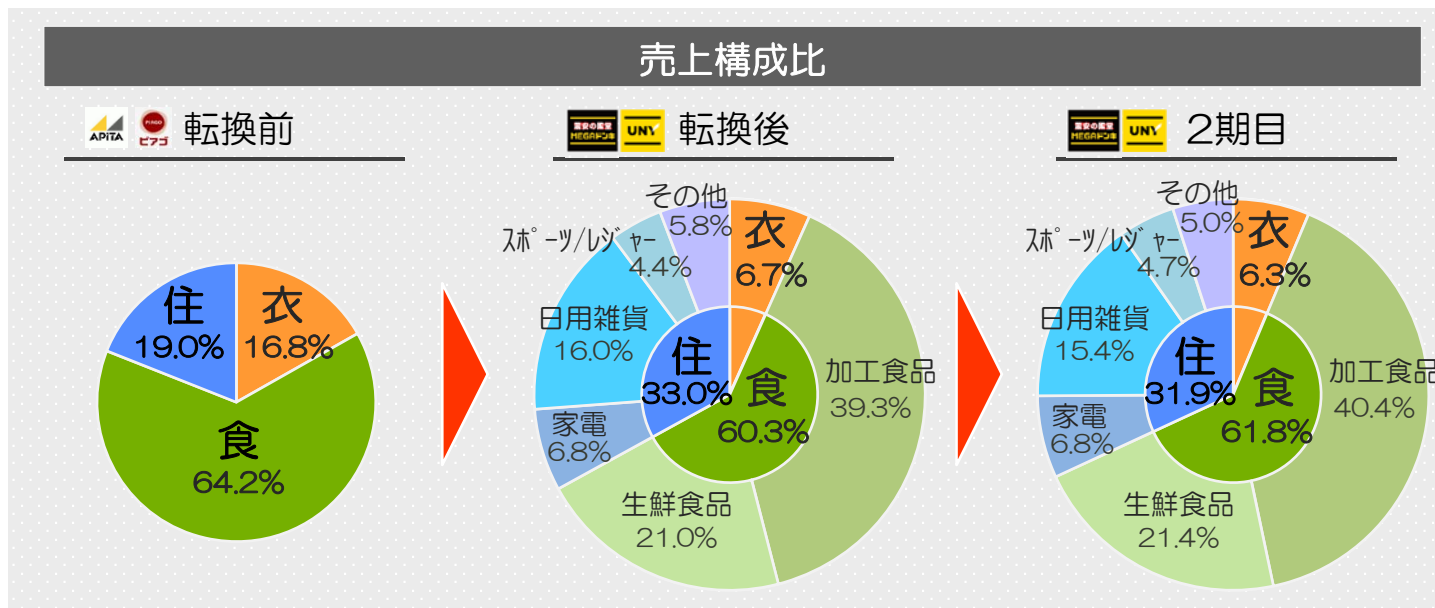
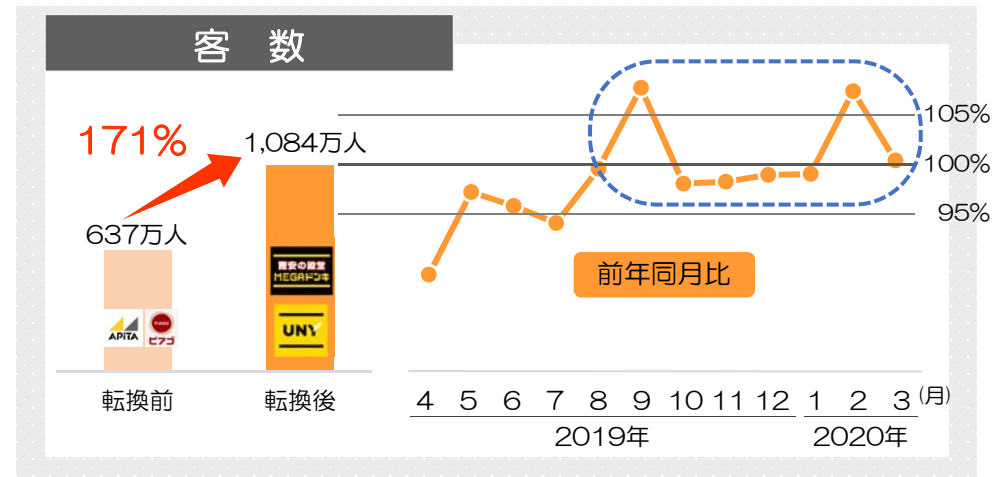
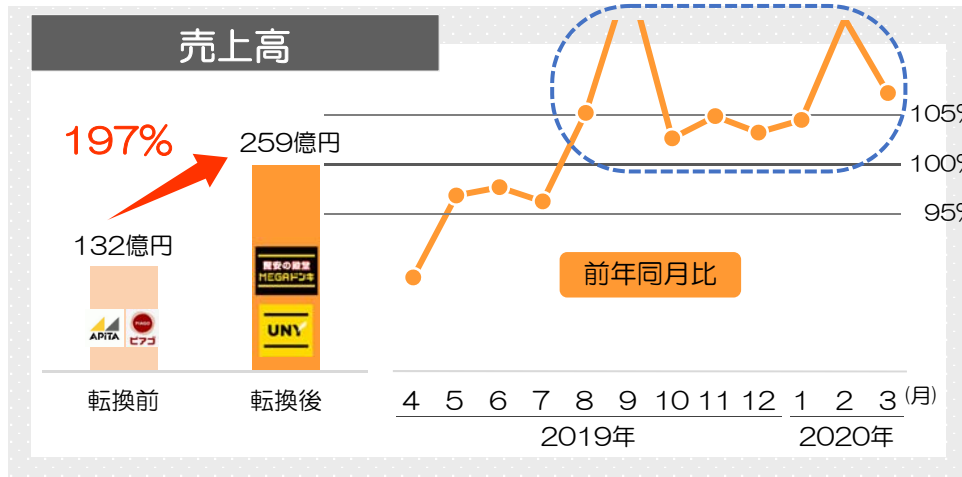


## 棚卸資産回転率 ※1



# 業態転換店の進捗（稼動1年超店舗）

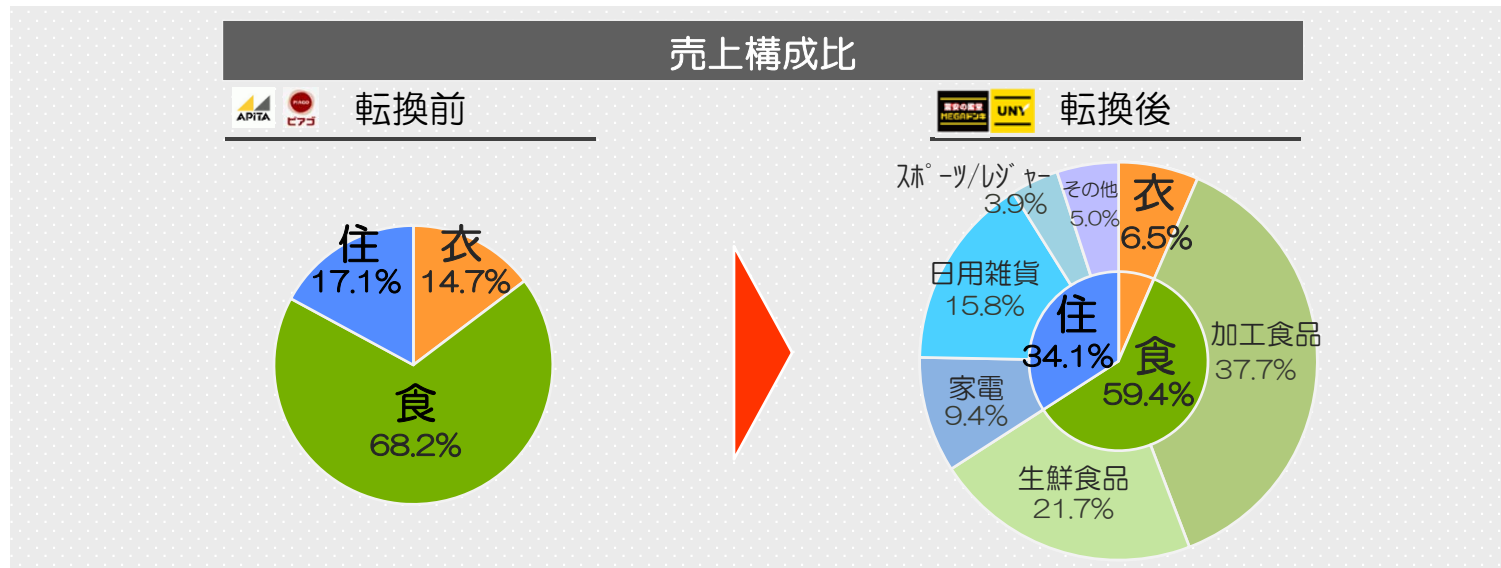
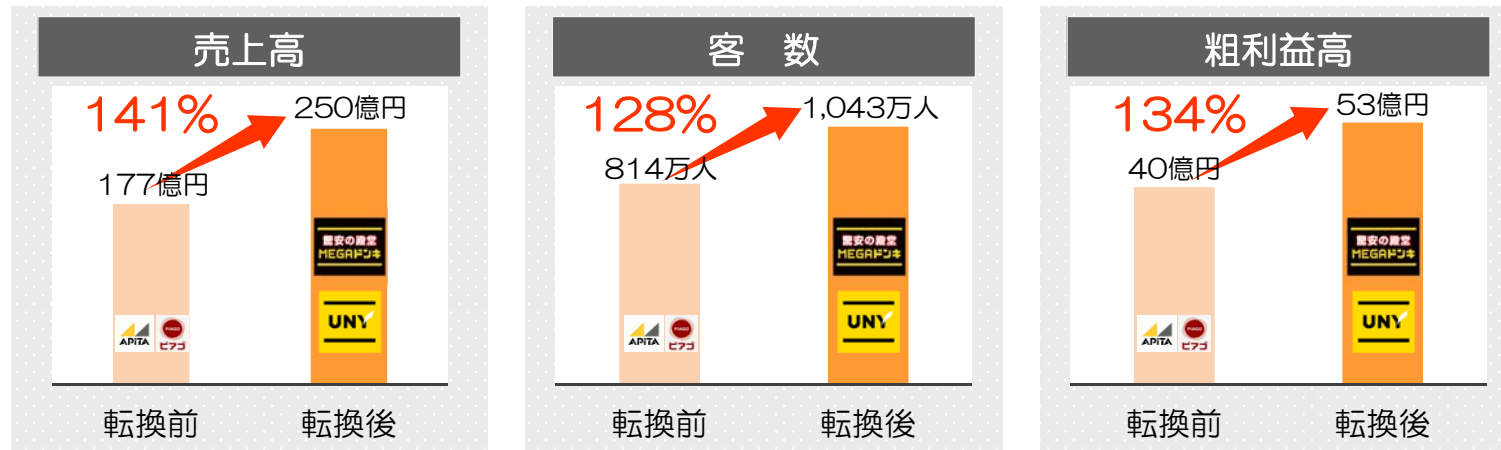
[2018年転換] ダブルネーム業態転換6店舗 ※1



※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～2020年3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）

## ダブルネーム業態転換18店舗 ※1

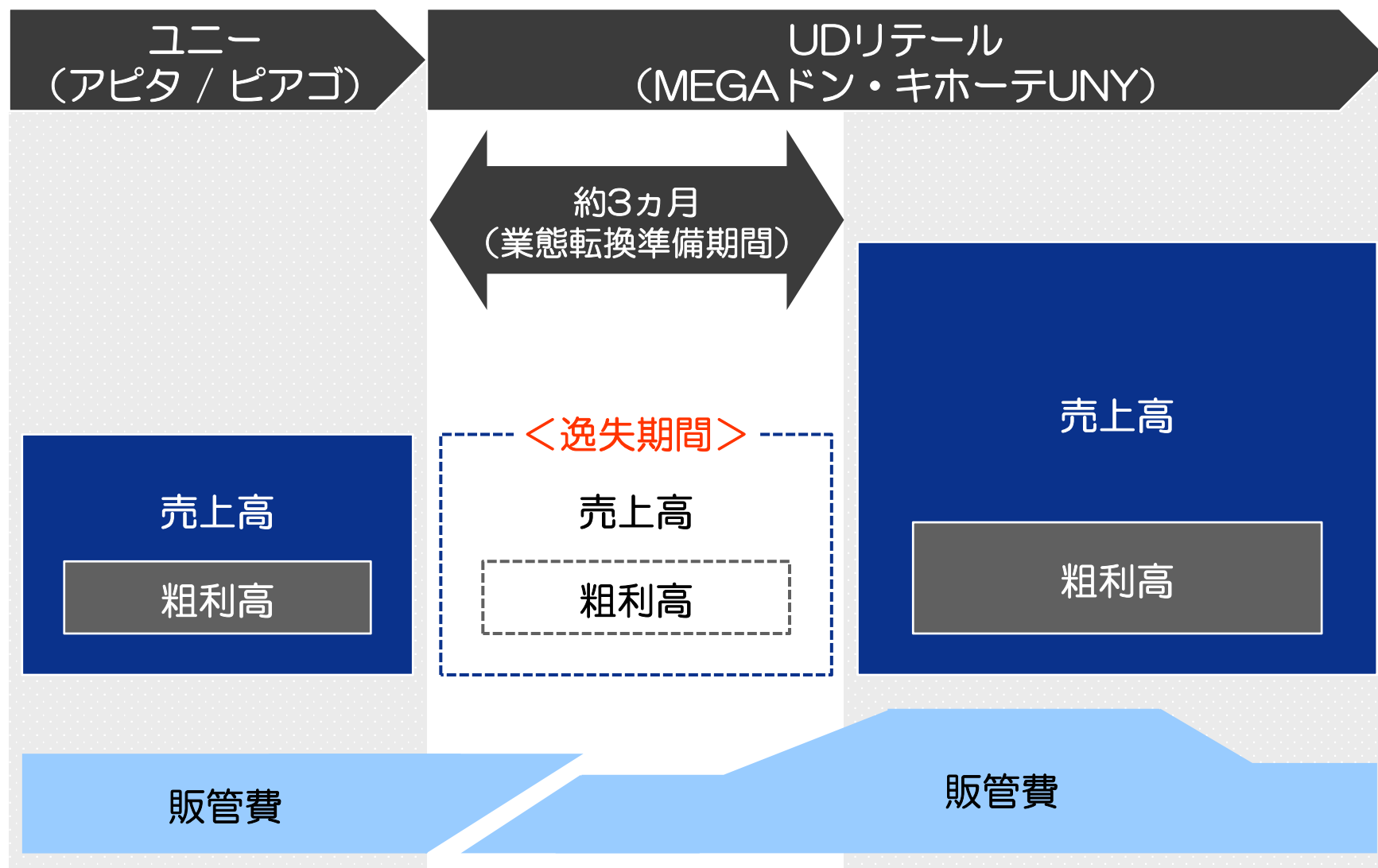


※1. 転換前：2018年7月～2019年3月、転換後：2019年7月～2020年3月（各店の転換日～3月）、コンセ除く直営部門実績

当期における業態転換18店中、Covid-19の影響が大きくなった当3Q期間におけるリニューアルオープンは5店。悪影響が及ぶ中で、従業員の安全に留意した就業環境を維持したうえで、お客さまが安心してお買い物できる環境づくりに注力。



# 業態転換に係る損益計上タイミング



UDリテールは、業績急成長を実現して、業態転換準備期間（約3カ月）に係る「逸失利益」やリニューアルオープン時の「一過性費用」を回収中。

# Newアピタ・ピアゴ構想始動



## アピタ

### GMSとの競争に打ち勝つ！

商圈内シェアを最大化し、広域商圈内のニーズを充足させて、高頻度来店を促進  
ドン・キホーテと異なるアプローチで臨む

成長軌道へ舵を切るための

## Drive

ポジション構築

- ① 1階は圧倒的に稼ぐ「食と健康」の世界観を醸成  
価格・ニーズ対応
- ② 2階は「来店動機」となる世界観を醸成  
メガカテゴリー、新規取り扱い商品で集客



## ピアゴ

### SM、専門店との競争に打ち勝つ！

働く女性・シニアの生活課題を解決し、  
食生活に特化した価格対応を強化する  
新規顧客獲得+超高頻度来店を促進

変化対応を継続するための

## Engine

PL構造改革

- ① 人時生産性の向上によって利益を生み出す個店経営  
メイト中心の店舗運営、店舗利益の見える化推進
- ② 新たな買い物体験の提供  
新たな販促、空間創造

Newアピタ構想始動

Newピアゴ構想始動

# 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	3Q
ドン・キホーテ	209	212	213	215	219
M E G A <sup>※1</sup>	43	44	44	44	44
New MEGA	80	88	89	89	89
MEGA <sup>※1</sup> ・林・TUNY	-	16 <sup>※2</sup>	22	29	34
アビタ/ピアゴ	-	176 <sup>※2</sup>	169	162	157
ピカソ <sup>※3</sup>	23	21	22	22	22
驚安堂	4	4	4	4	4
miniピアゴ	-	73 <sup>※2</sup>	73	73	73
ドイト	18	15	15	15	0 <sup>※6</sup>
長崎屋/百貨店	2	2	2	2	3
海外 <sup>※4</sup>	39	42	43	45	47

## 法人別店舗数

ドン・キホーテ	313	322	325	327	331
長崎屋	43	44	44	44	44
UDリテール	-	16 <sup>※2</sup>	22	29	34
ユニー	-	176 <sup>※2</sup>	169	162	157
ライラック	4	4	4	4	4
99イチバ	-	73 <sup>※2</sup>	73	73	73
ドイト	18	15	15	15	0 <sup>※6</sup>
ダイシン/橋百貨店	1	1	1	1	2 <sup>※2</sup>
<b>国内合計</b>	<b>379</b>	<b>651</b>	<b>653</b>	<b>655</b>	<b>645</b>
D Q U S A <sup>※5</sup>	4	4	4	4	4
M A R U K A I <sup>※5</sup>	9	10	10	10	10
Q S I <sup>※2</sup>	24	24	24	24	24
PPRM (SG) <sup>※2</sup>	2	3	4	5	6
PPRM (HK)	-	-	-	1 <sup>※2</sup>	2
DONKI Thonglor <sup>※4</sup>	-	1 <sup>※2</sup>	1	1	1
<b>海外合計</b> <sup>※4</sup>	<b>39</b>	<b>42</b>	<b>43</b>	<b>45</b>	<b>47</b>
<b>合計</b>	<b>418</b>	<b>693</b>	<b>696</b>	<b>700</b>	<b>692</b>

※1. 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. 事業譲渡により2020年2月1日付で15店減少しております。  
 ※7. \*は、ソリューション出店であります。  
 ※8. 当期中に1店閉鎖しております。

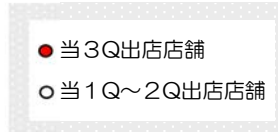
## アジア

3月 DON DON DONKI \*  
The Market本店<sup>※4</sup>



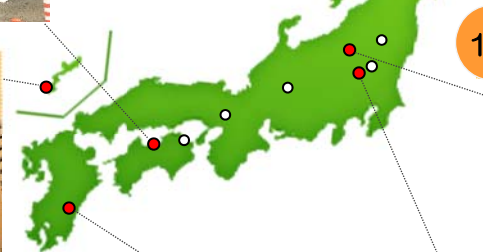
1月 DON DON DONKI \*  
JEM店<sup>※4</sup>

3月 ドン・キホーテ  
四国中央店



2月 ドン・キホーテ  
湯上店

3月 ドン・キホーテ  
那覇壺川店

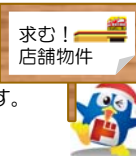


1月 ドン・キホーテ  
群馬吉岡店

2月 百貨店  
ボンベルタ橋

2020年2月1日、  
M&Aにより取得

2月 ドン・キホーテ  
行田持田インター店



# 当期出店状況

新規出店は3Q累計期間で16店。  
 通期の新規出店は国内19店、海外7店。ダブルネーム転換25店を予定。

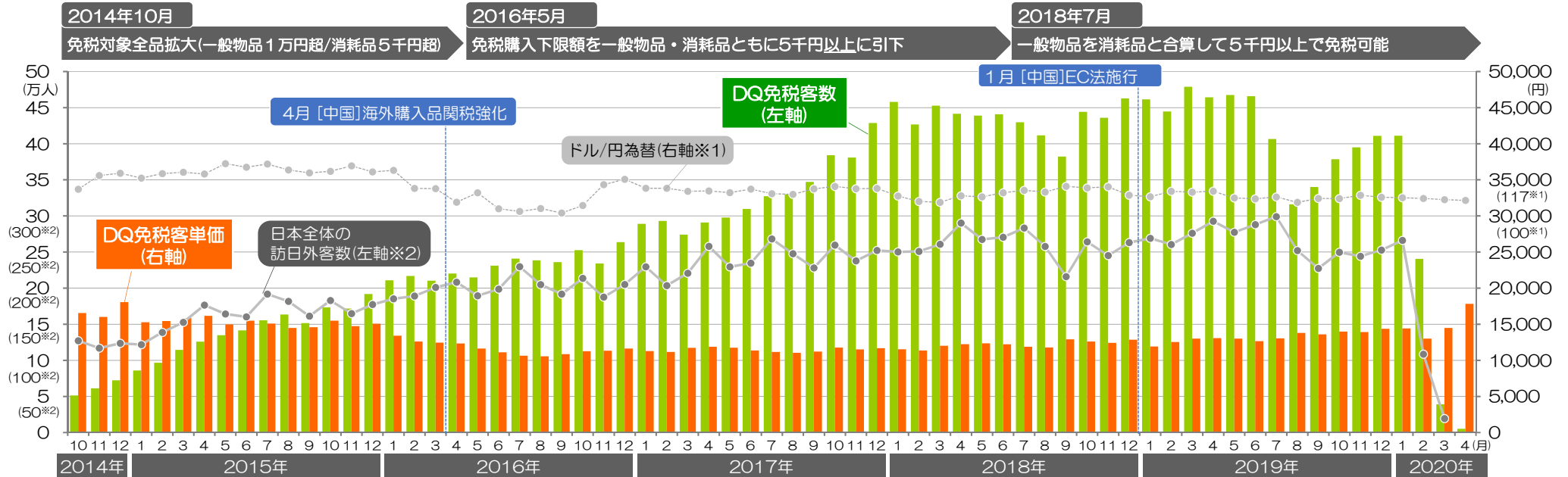
法人	業態	1 Q			2 Q			3 Q			4 Q		
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
DQ	DQ		新千歳空港 (北海道)	栃木平柳 (栃木)			十三 (大阪) 大田原 (栃木)	群馬吉岡 (群馬)	湯上 (秋田) 行田持田1ヶ (埼玉)	那覇壺川 (沖縄) 四国中央 (愛媛)	福島 (福島) 福岡鞍手 (福岡)		
	MEGA			徳島 (徳島)							鹿屋 (鹿児島)		
	小型店 (ピカソ等)				APITA CLOTHING 美濃加茂(岐阜)								
ユニー		ピアゴ3店 業態転換	ピアゴ1店 業態転換	アビタ1店 ピアゴ1店 業態転換	アビタ1店 ピアゴ1店 業態転換	アビタ2店 業態転換	アビタ3店 業態転換	アビタ1店 業態転換	アビタ3店 ピアゴ1店 業態転換	アビタ2店 業態転換	アビタ1店 ピアゴ3店 業態転換	アビタ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)	・恵那(岐阜) ・豊明(愛知) ・本庄(埼玉) ・アヲ(愛知)	・砺波(富山)	
国内 (その他)								ポソハル橋 (宮崎)					
海外		ミアプレイス2 (香港)*	クークセトル (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)*		The Market本店 (タイ)*			

「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 選定  
 「ソニリック 家電大賞」で 7年連続 部門賞受賞  
 ドト事業を 吸収分割し 承継  
 橋HDを 子会社化  
 「アビタ」 誕生  
 991ヶ 株式譲渡  
 「majica」 会員数 1,000万人 突破

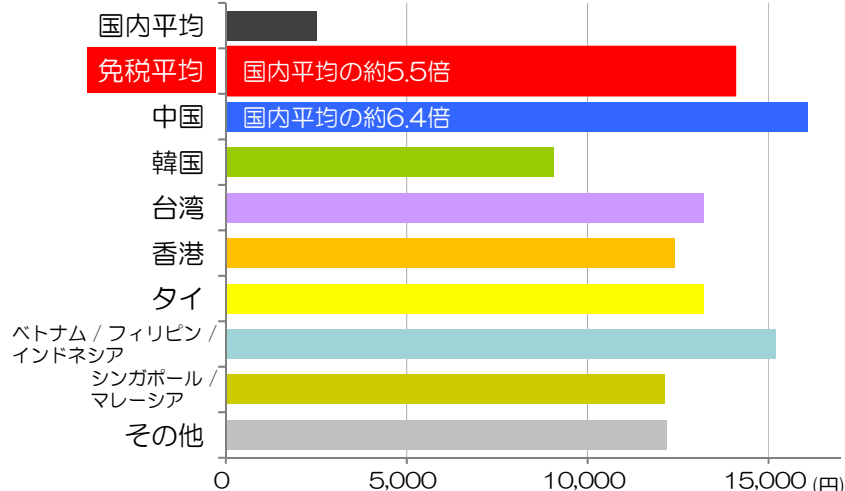
= DQ   
  = MEGA   
  = ピカソ   
  = 海外   
  = アビタ/ピアゴ   
  = MEGAドット林テユニー   
  = 百貨店   
  = 業態転換  
 \* = ソリューション出店   
 ✓ = (スクラップ) & ビルド店

# 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

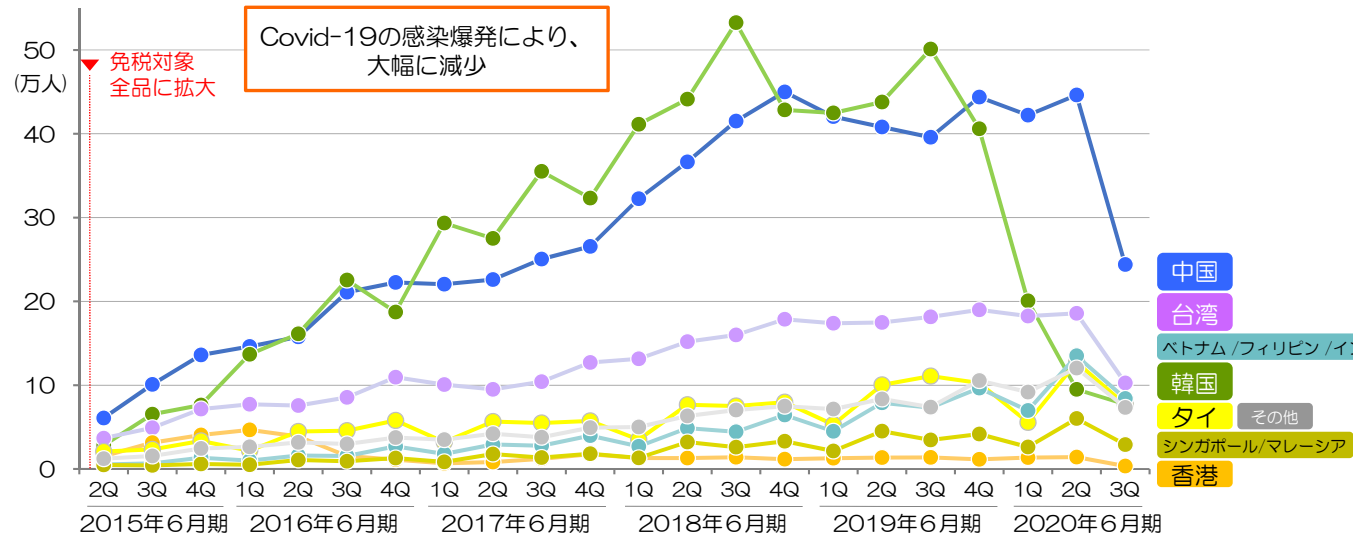
順位	店舗名	免税売上高構成比 (%)
1	道頓堀北館 (大阪)	80.7
2	道頓堀店 (大阪)	65.6
3	道頓堀御堂筋店 (大阪)	59.7
4	銀座本館 (東京)	52.6
5	国際通り店 (沖縄)	51.9
6	なんば千日前店 (大阪)	46.5
7	名古屋栄店 (愛知)	44.8
8	福岡天神本店 (福岡)	44.6
9	京都アバンティ店 (京都)	43.7
10	新宿歌舞伎町店 (東京)	41.6
<b>全店</b>		<b>7.9</b>



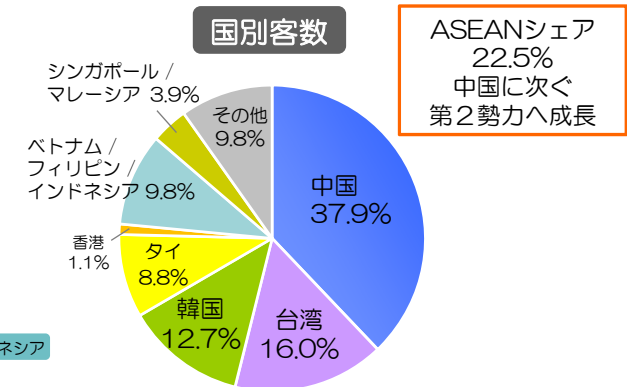
対象データ：(株)ドン・キホーテ (2019年7月1日～2020年3月31日)

# インバウンドの状況

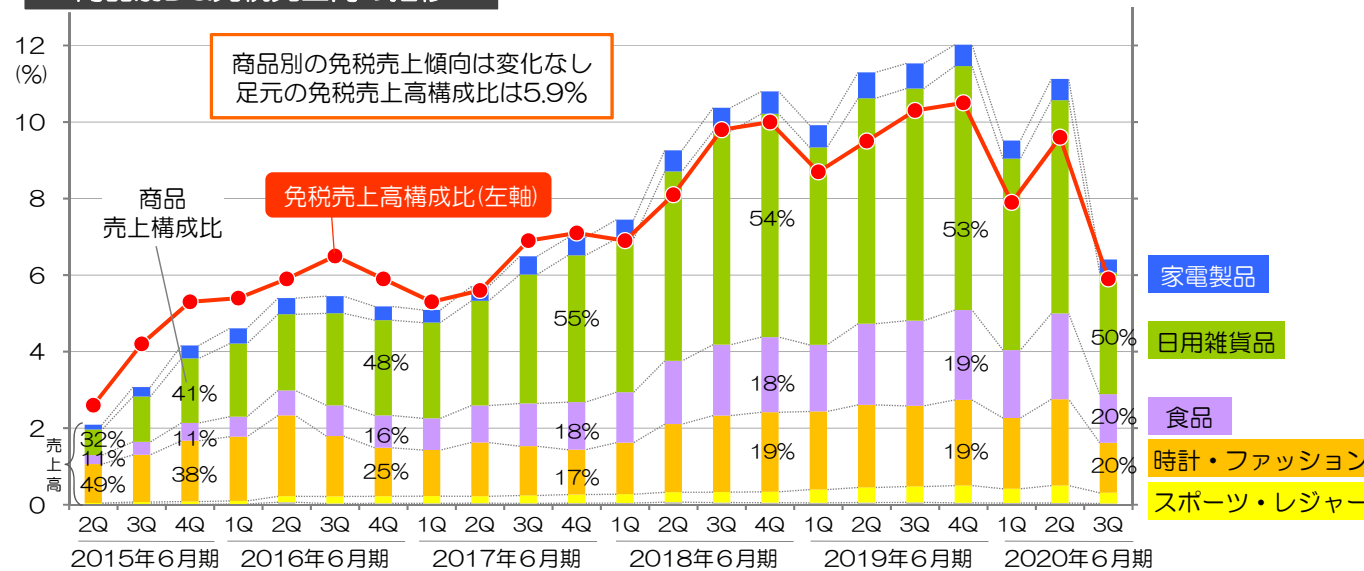
## 国別DQ免税客数の推移



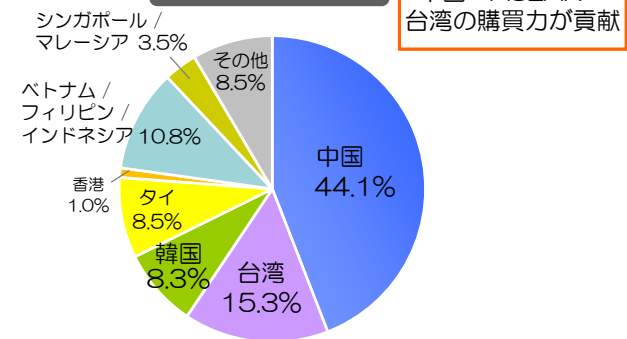
## DQ免税内訳



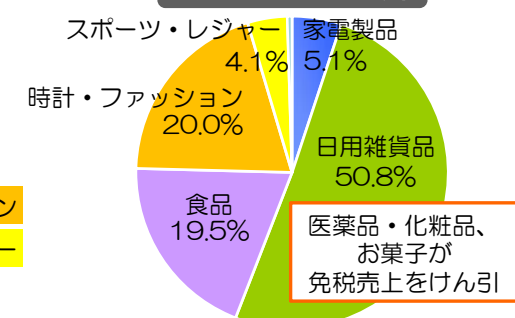
## 商品別DQ免税売上高の推移



## 国別免税売上高

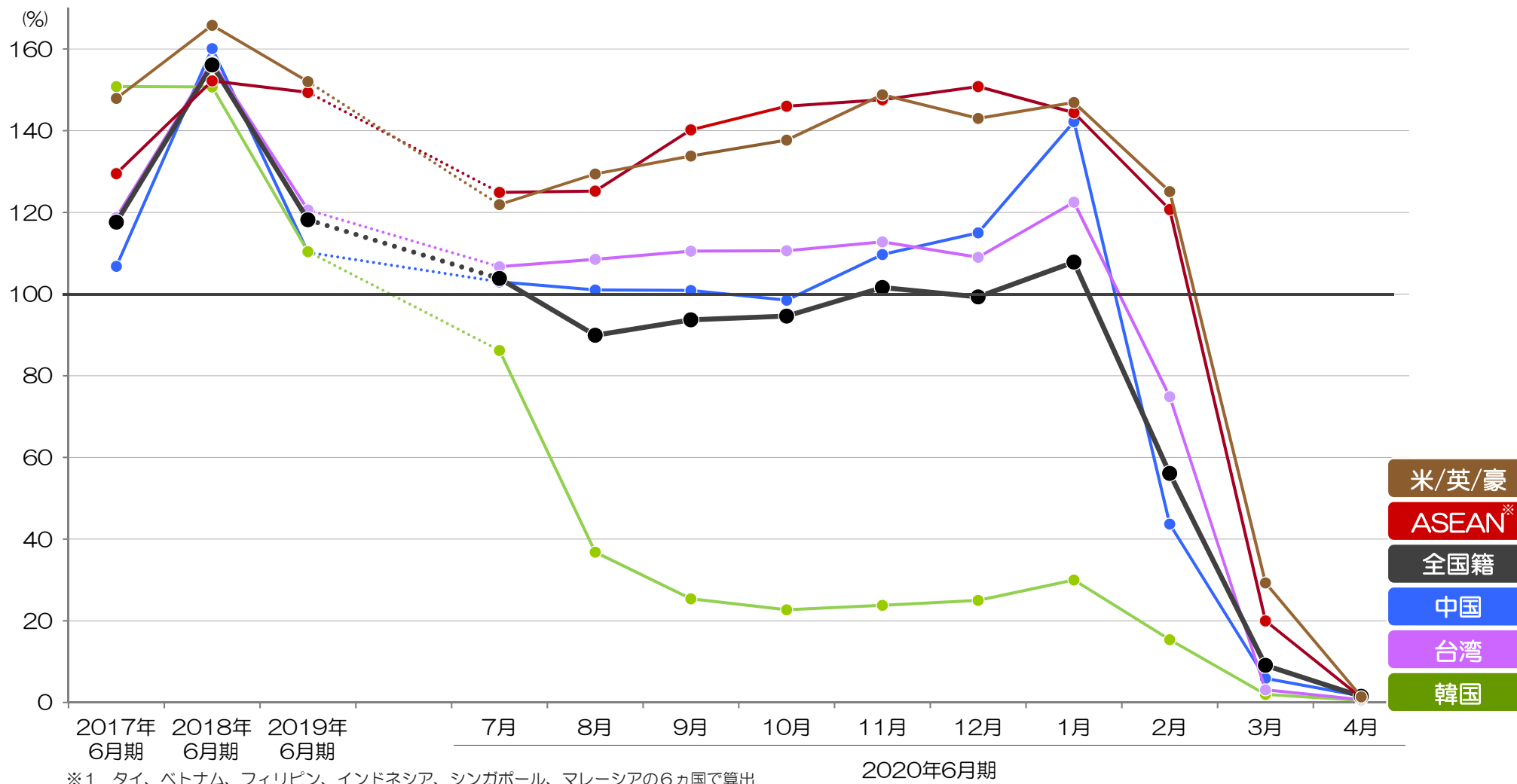


## 商品別免税売上高



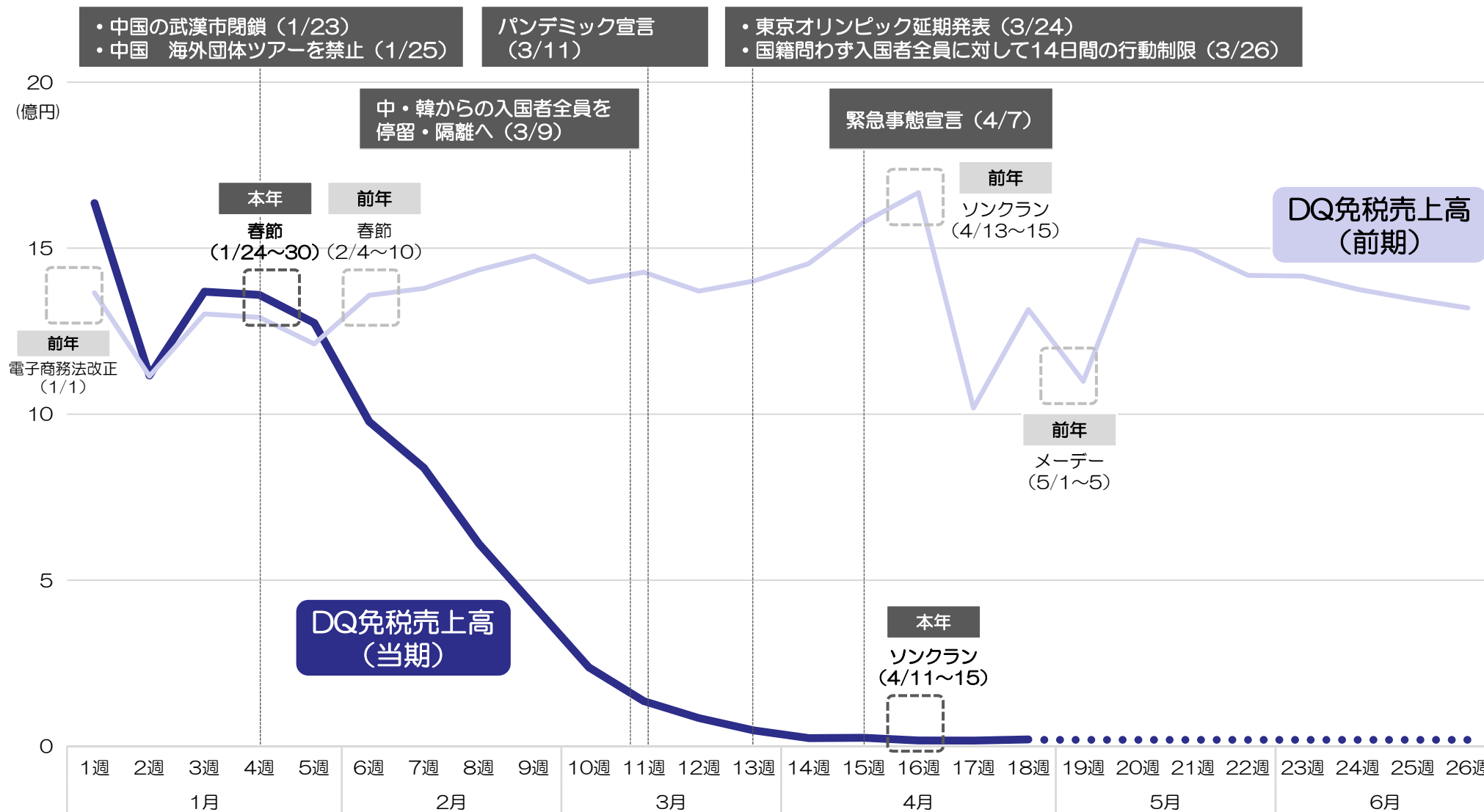
# インバウンド主要国別の状況

DQ免税売上高成長率推移



Covid-19の感染爆発に伴う移動制限の影響を受けて、2月以降急失速。  
 該当立地の店舗は、店頭レイアウトや商品構成を切り替えるなど、営業体制を大幅に見直し。

# 急失速・蒸発したインバウンド消費額



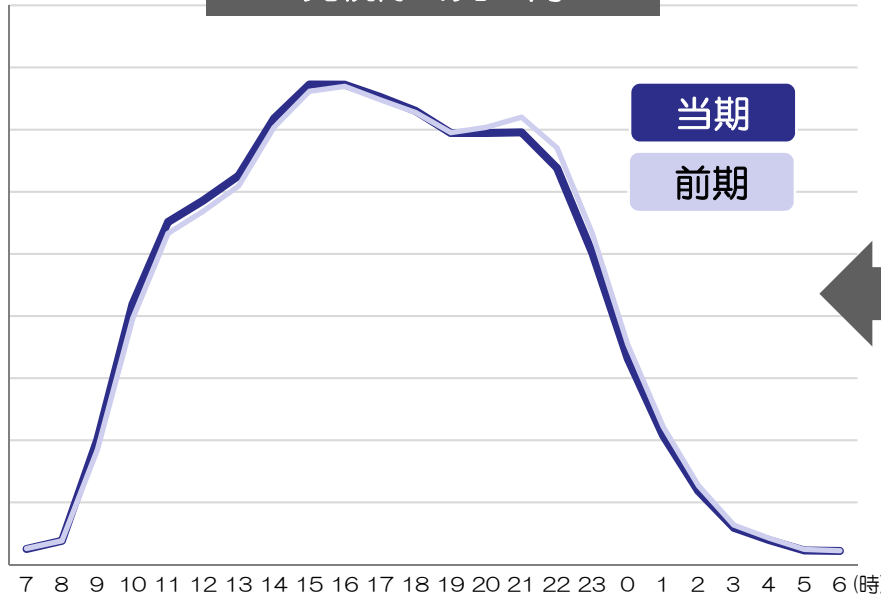
諸外国間で国際移動制限が実施、または拡大される都度、免税売上高は減少。



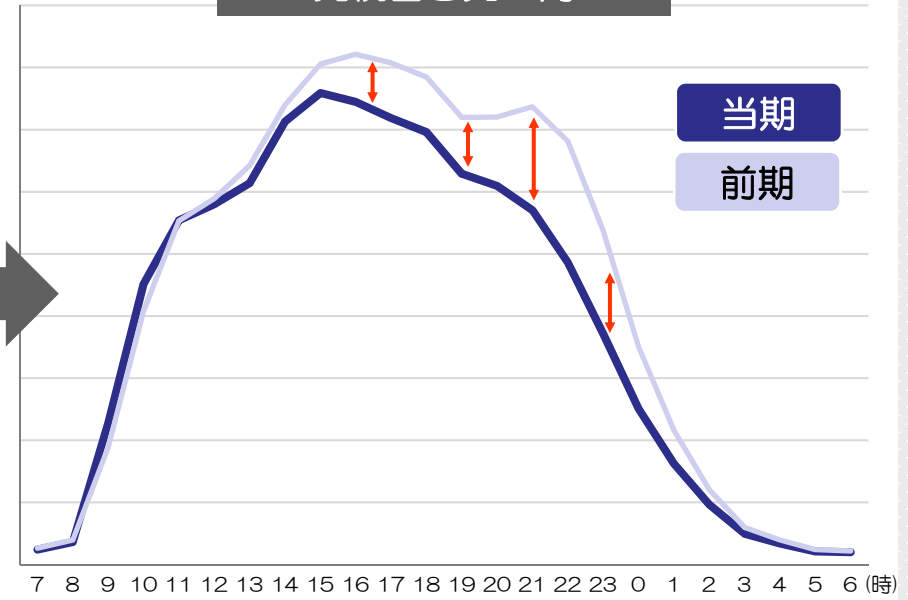
# COVID-19による影響

## 時間帯別売上高推移 ※1

免税除く売上高



免税含む売上高

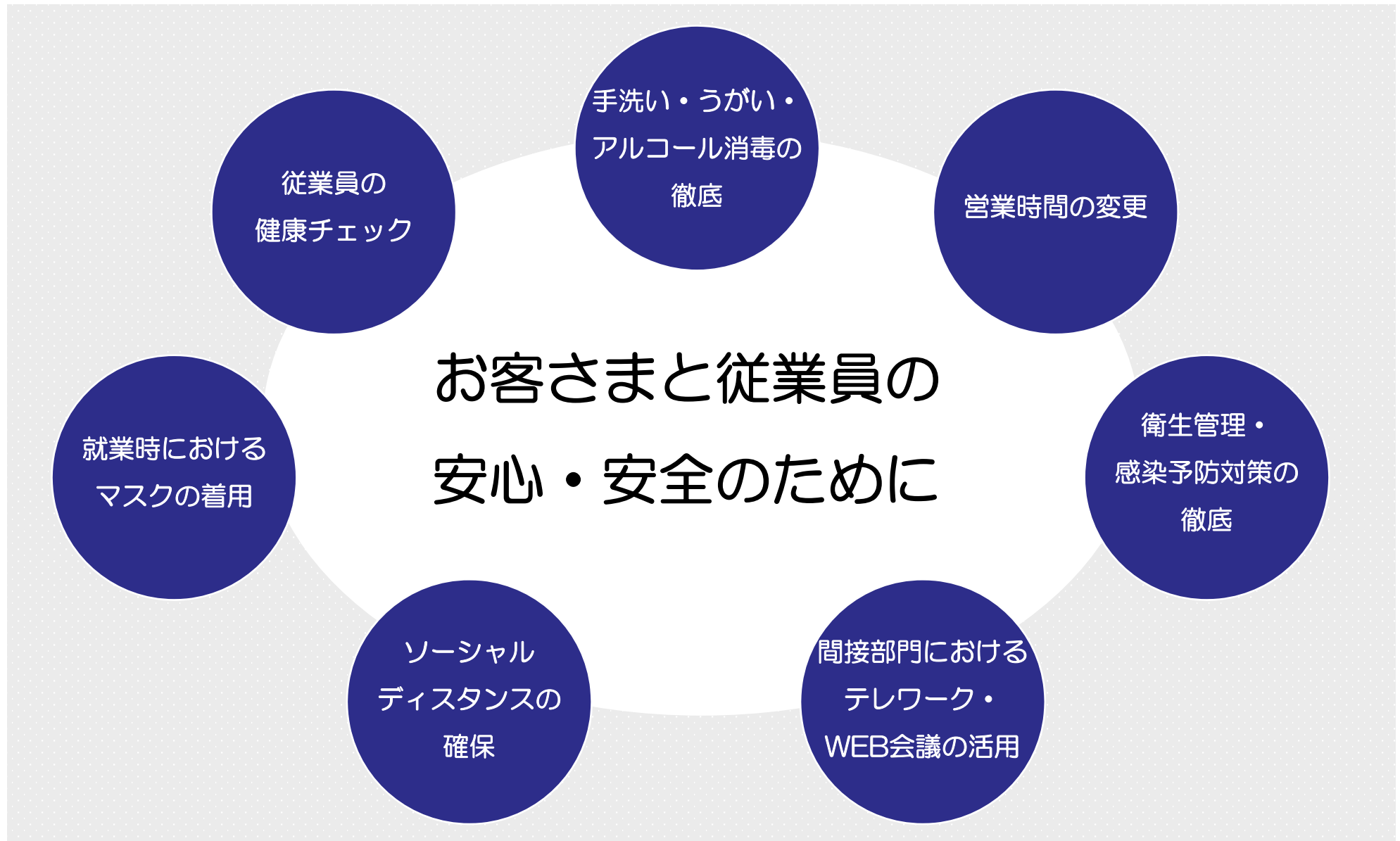


※1. (株)ドン・キホーテ 3月度 時間帯別売上高イメージ

		3月末時点	4月末時点
DQ	営業時間短縮店	25店	75店
	営業時間短縮による 営業逸失時間 (単月)	972時間	4,600時間
	臨時休業店	3店	3店
UNY	営業時間短縮店	0店	128店

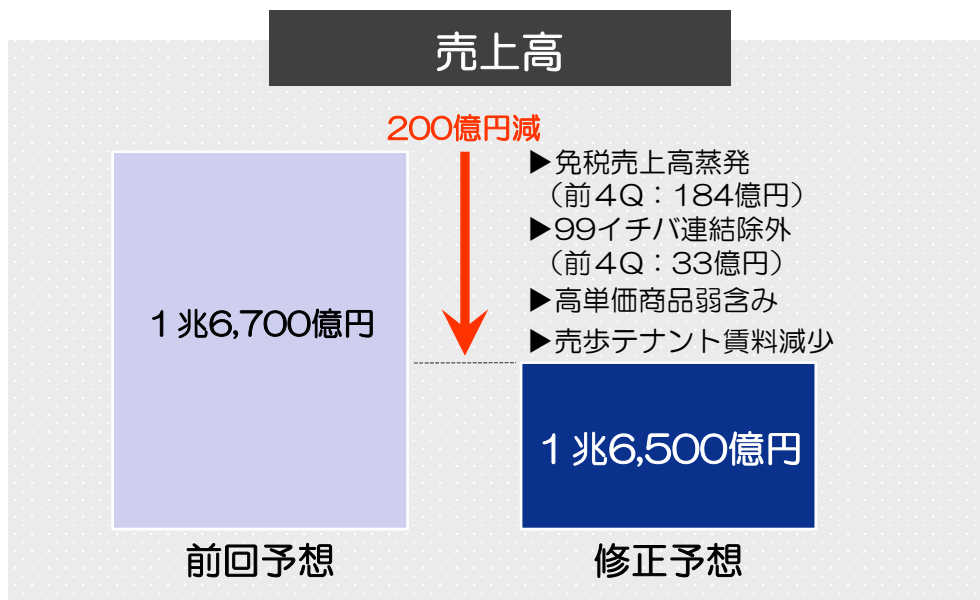
時間帯別売上高状況は、国内消費については大きな変動は見られないが、10%超を占めるインバウンド消費分が蒸発。

# COVID-19に対する取り組み



# 業績予想の見直しについて

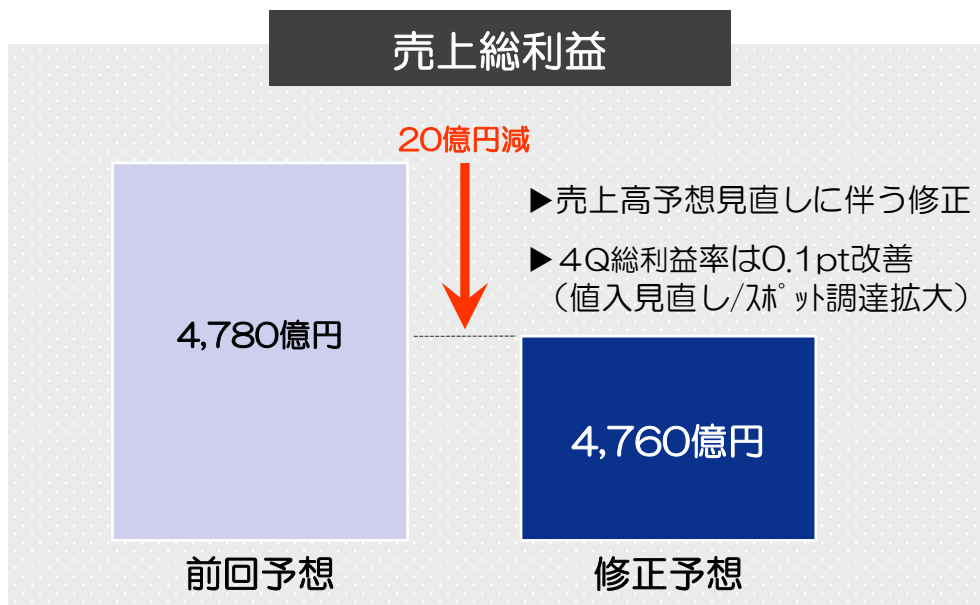
## 売上高



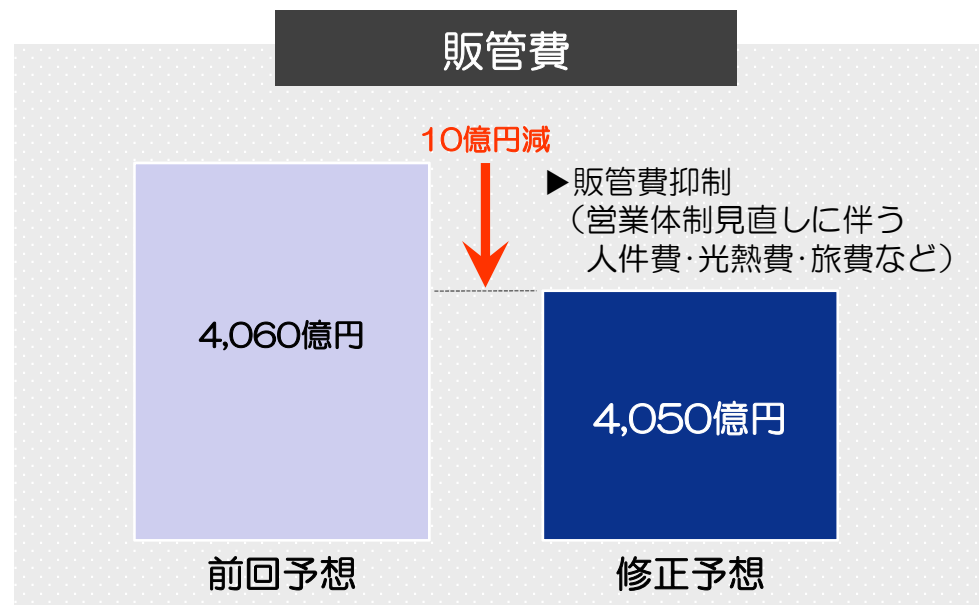
## 店舗戦略 (予想)

- ▶ 設備投資額: 400億円
- ▶ 新規出店: 国内19店、海外7店
- ▶ ダブルネーム業態転換店: 25店
- ▶ 既存店売上高: DQ = 3.6%減  
UNY = 0.0%増

## 売上総利益



## 販管費



# 通期連結業績予想



(単位：百万円)

前回予想を 一部見直します！	通期修正予想			前回予想 <sup>※1</sup>		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	1,650,000	100.0%	124.2%	1,670,000	100.0%	1,328,874	100.0%
売上総利益	476,000	28.8%	128.5%	478,000	28.6%	370,527	27.9%
販管費	405,000	24.5%	131.7%	406,000	24.3%	307,417	23.1%
営業利益	71,000	4.3%	112.5%	72,000	4.3%	63,110	4.7%
経常利益	71,000	4.3%	104.0%	72,000	4.3%	68,240	5.1%
当期純利益	46,000	2.8%	97.7%	46,000	2.8%	47,066	3.5%
1株当たり純利益 <sup>※2</sup>	72.58円	—	97.6%	72.59円	—	74.36円	—
1株当たり配当金 <sup>※2</sup>	11.50円	—	115.0%	11.50円	—	10.00円	—
設備投資額	40,000	—	80.1%	40,000	—	49,908	—
減価償却費	24,000	1.5%	119.9%	24,000	1.4%	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、純利益450億円）を、2019年11月6日に上方修正（売上高1兆6,600億円、営業利益680億円、経常利益680億円、純利益450億円）し、さらに2020年2月5日に再度上方修正（売上高1兆6,700億円、営業利益720億円、経常利益720億円、純利益460億円）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、  
ディスカウント体制の一層の強化を進めながら、「31期連続増収増益決算」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)

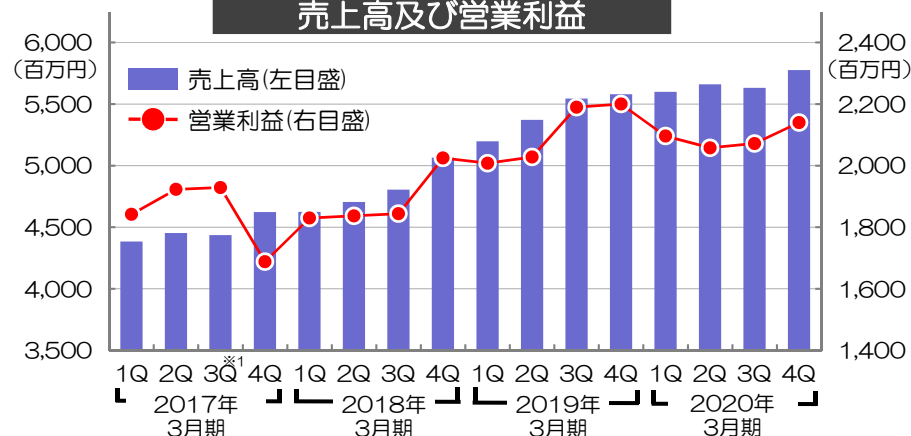
(単位：百万円)

PL概況	2019年3月期		2020年3月期		
	金額	百分比	金額	百分比	前期比
売上高	21,691	100.0%	22,665	100.0%	104.5%
売上総利益	9,438	43.5%	9,365	41.3%	99.2%
販管費	1,012	4.7%	998	4.4%	98.6%
営業利益	8,426	38.8%	8,366	36.9%	99.3%
経常利益	8,279	38.2%	8,167	36.0%	98.6%
当期純利益	6,756	31.1%	6,108	26.9%	90.4%

(単位：百万円)

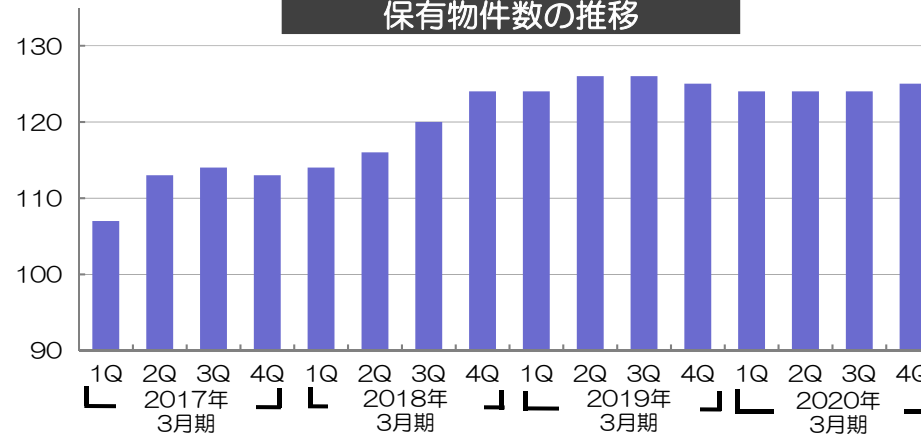
BS概況	前期末	当期末	
	金額	金額	増減額
流動資産	17,850	11,362	▲6,488
固定資産	163,947	158,539	▲5,408
資産合計	181,798	169,902	▲11,896
流動負債	14,965	14,817	▲148
固定負債	56,829	47,022	▲9,807
負債合計	71,794	61,839	▲9,955
純資産合計	110,003	108,062	▲1,941

売上高及び営業利益



※1. 2017年3月期3Qより連結決算となっております。

保有物件数の推移



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）決算発表（予定）

決算発表日：2020年8月12日（水）

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

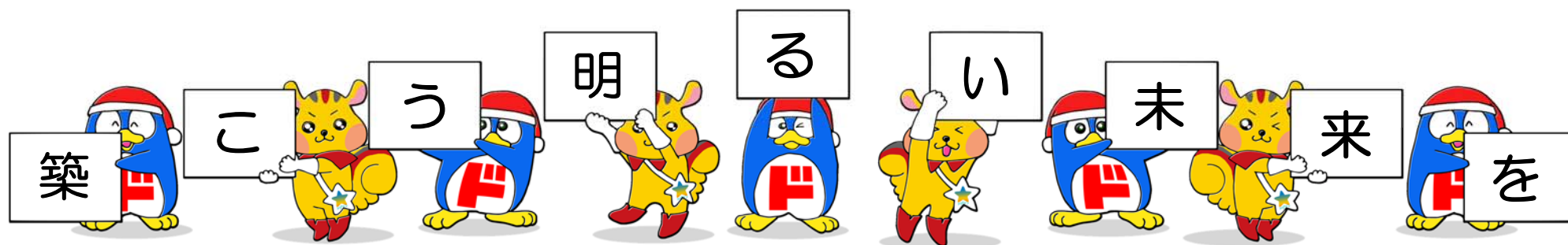
本資料におきましては、投資家の皆さまへの情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、安全性を保証するものではありません。本資料は、投資家の皆さまがいかなる目的にご利用される場合においても、お客さまご自身の判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。

# PPIHグループは顧客最優先主義を貫きます

— 従業員の安心・安全を確保しながら、社会のインフラとして店舗営業を継続 —

食品や安全を守るための商品、日常生活を営むために必要な商品を提供する当社は、  
 お客さまに安心・安全な店舗を確保し、商品を安定的に提供することによって、  
 この事態に貢献することをお約束いたします。

閉塞感のある時代ですが、お客さまに安心と少しでも楽しい時間を提供できるように、  
 全従業員一所懸命努力する所存であります。





“Vision 2020” to “Passion 2030”