

2023年6月期 第1四半期決算説明資料

2022年11月8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

**2023年6月期
第1四半期決算概況について**

2

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」、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）。
5. 2021年4月21日に行われたGRCY Holdings, inc. との企業統合について前第1四半期連結会計度において暫定的な会計処理を行ってりましたが、前第2四半期連結会計期間に確定しております。この暫定的な会計処理の確定に伴い、前年同期比較については、遡及適用後の数値を用いて比較分析を行っております。

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	109.80	110.61	110.46	111.95	82.46	82.24	3.48	3.45	14.14	14.25
当 期	131.26	136.69	139.37	144.81	94.97	98.08	3.79	3.87	16.73	17.42

2023年6月期 第1四半期決算概況

第1四半期決算数値報告

- ✓ 売上高は前1Q比+282億円、営業利益は同+78億円（前々1Q比+7億円）と増収増益、かつ1Qとしては過去最高業績を達成。通期業績目標達成に向けてまずは順調に進捗。

(単位：億円)

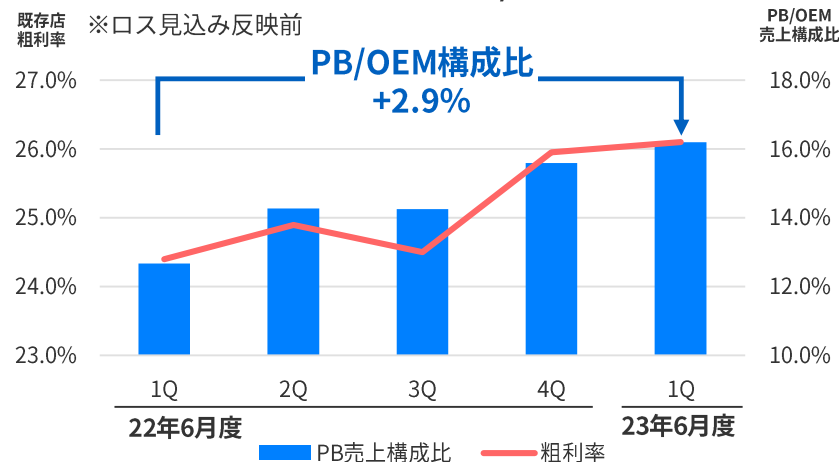
	第1四半期実績				23年6月期 上期業績予想	
	前期	当期			当期	
	金額 (売上構成比)	金額 (売上構成比)	前期差	前期比	金額 (売上構成比)	進捗率
売上高	4,455	4,737	+282	+6.3%	9,583	49.4%
売上総利益	1,275 (28.6%)	1,443 (30.5%)	+168	+13.2%	2,949 (30.8%)	48.9%
販管費	1,114 (25.0%)	1,204 (25.4%)	+90	+8.1%	2,412 (25.2%)	49.9%
営業利益	161 (3.6%)	239 (5.0%)	+78	+48.4%	537 (5.6%)	44.5%
経常利益	165 (3.7%)	287 (6.1%)	+122	+74.2%	478 (5.0%)	60.0%
当期純利益	124 (2.8%)	184 (3.9%)	+61	+48.8%	330 (3.4%)	55.9%
1株当たり純利益	19.84円	30.94円	11.1円	+55.9%	55.34円	55.9%

- 国内リテールは、前1Q比で売上高が+136億円、営業利益が+80億円と大幅な増収増益を達成。
 - ✓ 売上は、既存店売上は前1Q比+1.7%とDS中心に伸長すると共に、新店や業態転換も貢献。
 - ✓ 調達コスト、販管費（水光熱費等）共に上昇する局面ながら、中計の重点施策であるPB/OEM強化などが成果を継続し売上総利益率を前1Q比+1.8%と大きく改善させると共に、販管費も生産性の改善などでコントロールし、大幅な営業増益に繋げる。
 - ✓ 2Q以降も引き続き粗利率を中心とした収益性改善を図ると共に、DS事業とGMS事業の更なる共同化により業態を超えて横展開を進める。
- アジア事業は、引き続き外食代替需要の反動減や自社競合影響はあるも、積極的な出店（小売1店舗、物販飲食2店舗）や粗利改善に取り組み、為替影響除いても売上は約+31億円、営業利益約+2.5億円と増収増益を確保。既存店も引き続き10%以上の営業利益率を維持。
 - ✓ 2Q以降も多店舗展開、新業態創造に取り組みながら、間接部門の統合などにも取り組む。
- 北米事業は、高インフレや各種コスト増といった外部環境の急激な変化はあるも、売上総利益率の改善（前1Q比+0.2%）などにより予算通りの進捗。今後もPB強化や各種機能統合（帳合、物流、間接部門）によるコストコントロールに取り組み、利益率向上を図る。
- 2Q以降もインフレやコスト増の外部環境は継続する前提で、中期的な成長に取り組みながら通期業績達成を目指す。

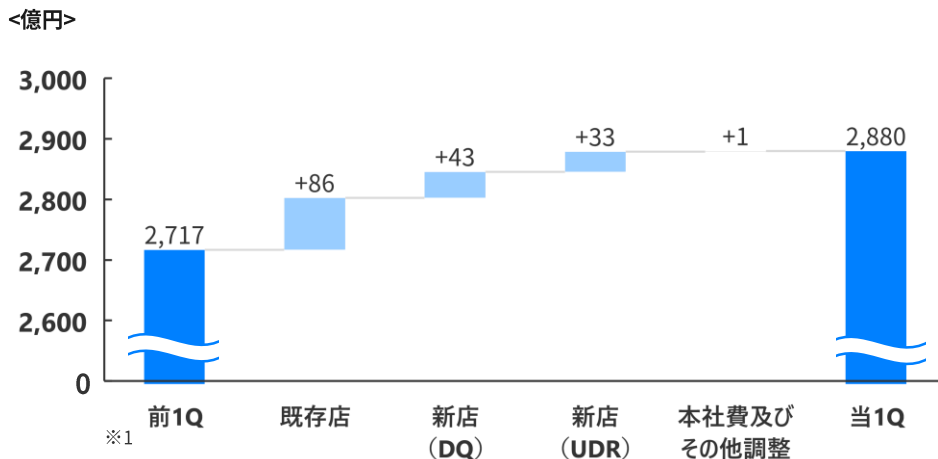
既存店売上の伸長や粗利率改善が奏功し、売上+163億円、営業利益+69億円と大幅な増収増益を達成。

- ✓ 既存店売上は前年比103.3%で着地。アウトドアやレジャー用品が伸長し、加えて駅前・夜間の人流回復も寄与（駅前：112.4%/夜間帯：116.2%）。
- ✓ 粗利率は、中計における戦略施策であるPB/OEMが拡大（1Q構成比16.2%、前1Q比+2.9%）したことに加え、外出需要カテゴリーやSNS商材の伸長もあり、既存店粗利率は+1.6%に。
- ✓ PB/OEM強化や粗利向上に取り組む中でも滞留在庫削減は引き続き進捗（既存店在庫は前1Q比▲238億円）。
- ✓ 販管費は、水光熱費の高騰が続くものの、売上伸長や販管費全体のコントロールにより、前1Q比で販管費率は0.5%改善、及び金額ベースでも予算内で推移。
- ✓ 新店1店舗、業態転換1店舗と計画通りに進捗。

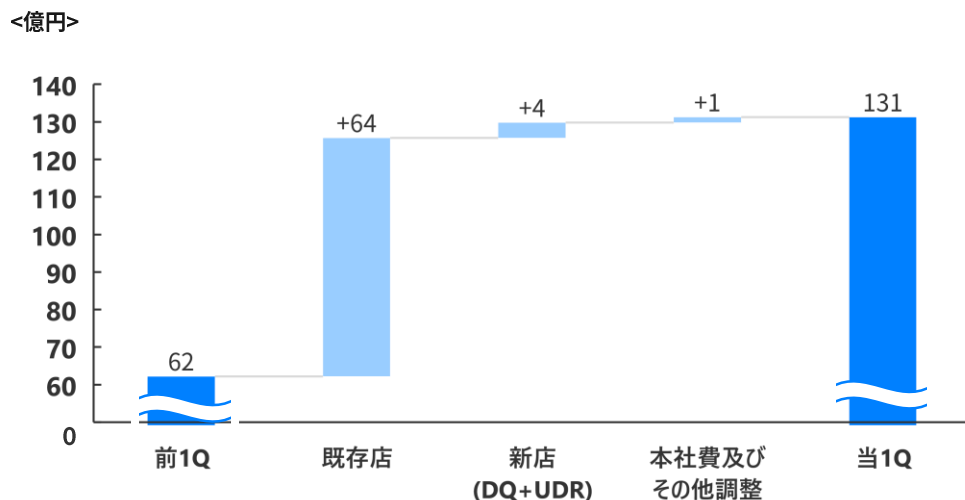
国内DS事業既存店の粗利率及びPB/OEM構成比推移



2023年6月期1Q 売上高増減



2023年6月期1Q 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ます。

DS事業：収益性向上に向けた取り組みの進捗

- ✓ 重要施策であるPB/OEM強化に向け「開発⇒販売⇒顧客評価」のサイクル作りも進む。
- ✓ 1Qの売上構成比は16.2%（前1Q比+2.9%）と順調な進捗。

開発

- 開発体制の強化によりトレンド対応力や開発スピード向上。
- SNS映えや若い世代のニーズを捉えたOEM商品が好調な売上を記録すると共に、チューナーレスTVのように前期好調だった差別性の高い商品の拡充も迅速に進む。

▼1Q売上好調のOEM商品一例

フルティグミ



売上1.5億円

携帯ショルダー チューナーレスTV



売上1.1億円



売上1.5億円

販売

- 店頭での積極的な展開に加え、メディア露出の強化により認知度やブランディングが向上したことが売上向上に貢献。
- 様々な商品が値上げされる、PBへのスイッチを生むには最適なタイミングであり積極的な拡販を図る。

▼店頭でのPB強化例（DQ盛岡上堂店） ▼22年度グッドデザイン賞受賞

館全体のレイアウトを見直し、PB/OEMの拡販を徹底。1Q累計で売上構成比22.3%まで伸長。



顧客評価

- “ダメ出しの殿堂”により開発へのフィードバックが進む。商品リニューアル後に売上が大幅増となる事例も。
- 顧客評価は新たな”店外“での顧客接点に。自身の声が商品開発に届くことでファン化も促進。

▼“ダメ出しの殿堂”によるリニューアル商品例

【ド情熱】ヤバ盛りパスタ

Before



ダメ出し件数
408件

After



リニューアル後 売上 225.7%（'21年12月～'22年9月対比）

ドン・キホーテ 宗像店（福岡県） ('22年6月25日 オープン)

ニューファミリー層と若年層をターゲットに、複合商業施設内に出店（1Q予算比は112.0%で推移）。

- ・ニューファミリー層の多い商圈につき、菓子/駄菓子/キャラクター商材を強化。SNSで話題のアジアンコスメやグミといった「バズり商品」を集約し、近隣に学生が多いエリアなので若年層へのアプローチも注力。
- ・エリアでの滞留在庫を集約したアウトレットコーナーとして常設。自店在庫も含め、滞留在庫を生まないスキーム作りに取り組む。



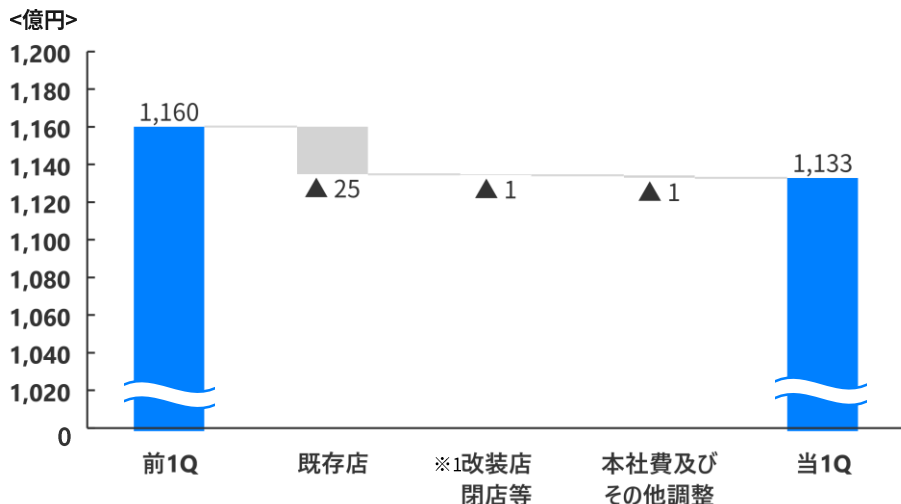
ドン・キホーテ アピタ新潟亀田店（新潟県） ('22年8月10日 オープン)

アピタ新潟亀田店の改装に合わせてテナントイン型で出店（オープン～9月予算比は139.6%で推移）。

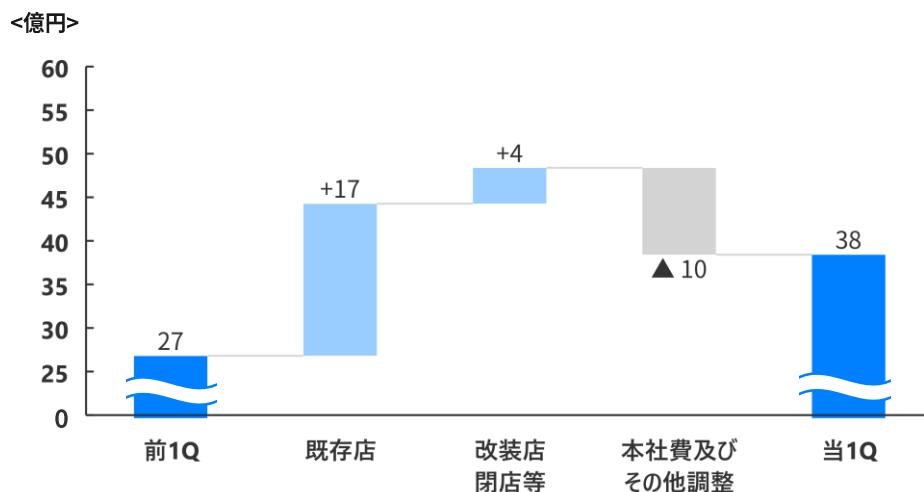
- ・従来のアピタの顧客層に加え、新たに若年・単身者層の集客を図るべく、テナントイン型として出店。トレンド性高い商品が館として加わったことにより、トレンドスポットとして広域からの集客に繋がる
- ・アピタMDと差別化出来るPB/OEM中心のレイアウトを実験的に導入した結果、売上構成比はオープン後から約22%と高水準で推移。



2023年6月期1Q 売上高増減



2023年6月期1Q 営業利益増減

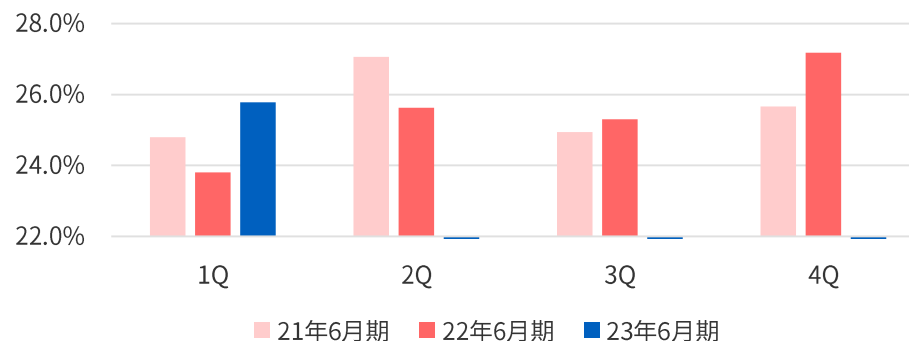


※1.「改装店閉店等」は、当1Q及び前1Q期間において、UDRへの業態転換による閉店と改装等により既存店から除外された店舗。

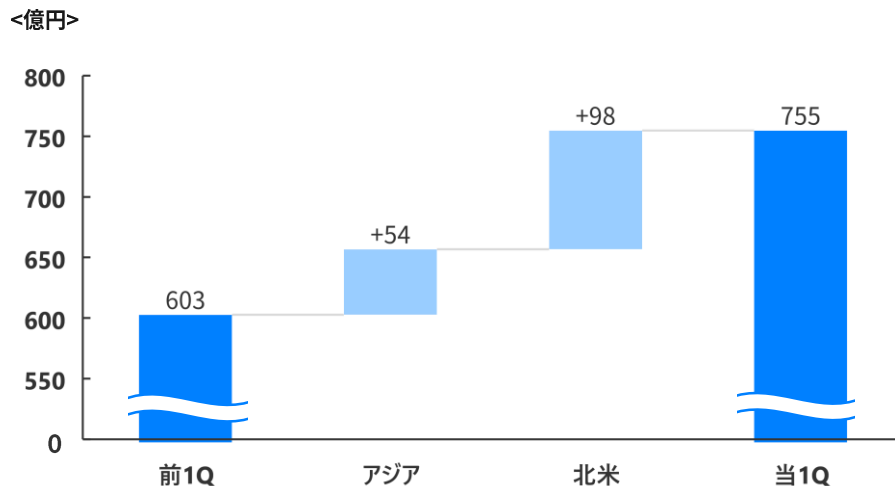
個店経営強化における課題も見え、当該四半期は粗利向上に注力。粗利率の改善により営業利益は+12億円の増益。

- ✓ 既存店売上は、外食代替需要の減少等で前1Q比97.5%で着地も、コロナ前の2019年比では同水準を維持。惣菜や冷食の強化により食品もインフレ時に選ばれる店を目指す。
- ✓ 粗利率は1Qで25.6%(前1Q比+2.0%)と大きく改善。DSを踏まえて強化したコスメや玩具の伸長や、季節衣料品の値下げ抑制などが奏功。
- ✓ 販管費は人件費のスリム化も徐々に進捗し、前年並/予算内の水準で着地（既存店販管費率+0.2%）。
- ✓ 個店経営強化の中、MDの課題が明らかに。9月からはDS同様にプライシング精度向上の取り組みを推進すると共に、10月からはDSとのMD統合を決定。2Q以降も引き続き利益向上に繋げる。

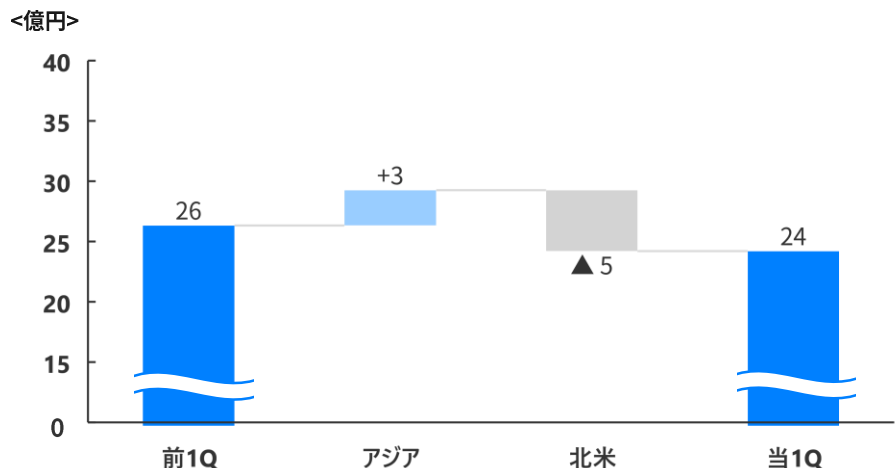
▶ 21年～23年6月期の既存店粗利率推移



2023年6月期1Q 売上高増減



2023年6月期1Q 営業利益増減



インフレや各種コスト増となる厳しい外部環境下でも概ね予算通りの進捗（増収、営業利益も前1Q並みを維持）。

■アジア事業

- ✓ 売上は店舗拡大により約+31億円（為替影響除く）。
 - 1Qは小売1店舗、鮮選寿司2店舗がオープン。2Qからは物販飲食業の多国展開も進む。
- ✓ 既存店粗利率はPB/OEM拡充に加え、円安効果が調達価格や物流費の増加を吸収し、3.3%改善。その結果、営業利益は+2.5億円（為替影響除く）で着地。

■北米事業

- ✓ 外部環境の急激な変化（高インフレ及び各種コストの上昇）により売上利益とも伸長しづらい局面ながら1Qは概ね予算通りの進捗。
 - 粗利率は前1Q比+0.2%改善し販管費の増加を一部吸収。結果、前1Q比の営業利益は既存事業が同水準、Gelson'sは外食代替需要の減少により2019年比では改善も▲5億円で着地。
 - 厳しい外部環境は一定期間続くと見込まれるため、2Q以降はPB強化や各種機能統合（帳合、物流、間接部門）によるコストコントロールに取り組み、利益率向上を図る（詳細は中間決算にて発表）。
- ✓ 一定規模となった海外事業で横断的な効率化も図る。

※.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～6月、Gelson'sは2022年7月～2022年9月の実績。

Gelson'sの営業利益は、のれん償却費（当期8.6億円、前期6.8億円）を含む数値で算出。

※.2 アジアはPPRM (SG)、PPRM (HK)、DONKI Thailand、PPRM(TW)、PPRM(MY)、Macau PRRM(MO)の各社を単純合計して記載。実績については2022年4月～6月の累計。

主な資産・負債・純資産の状況

(単位：億円)

	22年6月	22年9月	
	金額	金額	増減額
流動資産	4,865	4,677	▲ 189
現預金	1,768	1,568	▲ 200
割賦売掛金	521	541	20
商品	2,059	1,999	▲ 60
固定資産	8,971	9,203	231
建物等	2,684	2,700	16
土地	3,147	3,191	44
無形固定資産	862	908	46
敷金保証金	732	734	2
資産合計	13,837	13,879	42

(単位：億円)

	22年6月	22年9月	
	金額	金額	増減額
流動負債	3,264	3,283	19
買掛金	1,529	1,578	50
短期負債	383	441	57
固定負債	6,581	6,465	▲ 116
社債	2,726	2,721	▲ 5
長期借入金	2,762	2,609	▲ 153
負債合計	9,844	9,748	▲ 97
純資産合計	3,992	4,132	139
負債・純資産合計	13,837	13,879	42

<資産の状況>

・固定資産

- ▶ 有形固定資産：6,809億円 (158億円増)
 - ・ 出店などに関する投資 195億円
 - ・ 減価償却費 81億円

<負債の状況>

- ▶ 有利子負債：5,770億円 (101億円減)

<純資産の状況>

- ▶ 自己資本：4,080億円 (前期末比+158億円)
- ▶ 自己資本比率：29.4% (前期末比+1.1%)

<その他>

- ▶ ネットD/Eレシオ：1.03倍
(前期末比▲0.2倍)
- ▶ ROE：18.4% (年換算/前期比+4.6%)

※1. 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

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1Q	当1Q	
	金額	金額	増減額
期首残高	1,609	1,804	195
営業活動CF	▲37	197	234
投資活動CF	▲113	▲253	▲140
財務活動CF	▲379	▲223	157
期中増減等	▲529	▲202	327
期末残高	1,080	1,602	523
フリーキャッシュフロー ^{※1}	▲150	▲56	94

※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 : +197億円 >

▶ 税金等調整前純利益285億円、減価償却102億円、棚卸資産の増加80億円などが増加要因になる一方、為替差益56億円、法人税等支払額120億円などが減少要因に。

< 投資CF : ▲253億円 >

▶ 出店等に伴う有形固定資産の取得が189億円、無形固定資産の取得24億円、関係会社株式の取得34億円などが減少要因に。

< 財務CF : ▲223億円 >

▶ 長期借入金の返済115億円、配当期の支払い83億円、社債の償還による支出8億円などが減少要因に。

▶ 設備投資の状況

設備投資額	116	218	102
-------	-----	-----	-----

< 当1Qの内訳 >

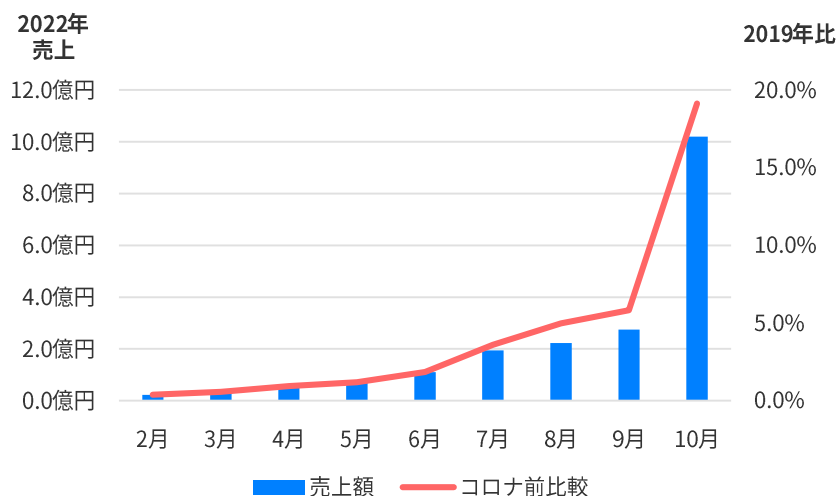
▶ 国内DS事業約95億円、GMS事業約26億円、海外事業約31億円、IT関連約3億円、その他約62億円。

**10月の既存店前年比は1Qトレンドを継続し102.4%で着地。
季節商品やイベント需要商品といった非食品カテゴリーがDS/GMS共に伸長。**

▶ 売上前年比(既存店)推移

単位：%	1Q				2Q
	7月	8月	9月		10月
国内計	102.3	100.1	102.8	101.7	102.4
DS	103.6	101.5	105.0	103.3	103.9
GMS	99.0	96.3	97.2	97.5	98.6

▶ 免税実績コロナ前比較月別推移 ※DS事業全店2019年比較



■ DS事業

- ✓ 1Qから引き続き、駅前や夜間帯の売上が伸長し、全ての業態・エリアで前年を上回る。
- ✓ 行楽需要の増加やイベント需要の押し上げもあり、非食品の構成が拡大
 - ハロウィン関連商品は、コロナ前（2019年）の実績を上回る。
- ✓ 10月12日からの入国者の上限撤廃/個人旅行解禁に伴い、免税実績が上昇。

■ GMS事業

- ✓ 日配品や生鮮食品、米類といった食品が前年割れにより、GMS事業は98.6%で着地。
- ✓ 衣料品は、女性ものを中心に秋冬の季節商品の需要が高まり、前年越えで着地。
- ✓ 家中から外出への需要変化を捉え、トラベル関連も伸長。

Appendix

第1四半期累計 連結事業別業績概況

【期間：2022年7月1日～2022年9月30日】

(単位：億円)

	前1Q		当1Q		
	金額	百分比	金額	百分比	前年同期比
国内ディスカウント事業	2,618	58.8%	2,779	58.7%	106.2%
家電製品	210	4.7%	209	4.4%	99.6%
日用雑貨品	641	14.4%	707	14.9%	110.2%
食品	1,198	26.9%	1,260	26.6%	105.2%
時計・ファッション用品	343	7.7%	365	7.7%	106.4%
スポーツ・レジャー用品	182	4.1%	191	4.0%	105.1%
その他	45	1.0%	48	1.0%	106.3%
国内GMS事業	1,053	23.6%	1,027	21.7%	97.6%
衣料品	109	2.4%	106	2.2%	98.1%
住居関連品	154	3.5%	154	3.3%	99.8%
食品	785	17.6%	761	16.1%	96.9%
その他	5	0.1%	6	0.1%	117.5%
海外事業	603	13.5%	748	15.8%	124.7%
北米事業	459	10.3%	552	11.7%	120.2%
アジア事業	144	3.2%	197	4.2%	136.6%
その他事業^{※1}	181	4.1%	182	3.8%	100.5%
合計	4,455	100.0%	4,737	100.0%	106.3%

※1. 「その他事業」は「テナント事業」、「カード事業」など。

第1四半期累計 セグメント情報

▶ 前期 セグメント情報 【期間：2021年7月1日～2021年9月30日】

※1
※2

(単位：億円)

	国内事業	北米事業	アジア事業	合計	調整	連結
外部売上高	3,847	463	145	4,455	—	4,455
内部取引高	30	—	—	30	▲30	—
計	3,877	463	145	4,485	▲30	4,455
セグメント利益	139	21	1	161	—	161

▶ 当期 セグメント情報 【期間：2022年7月1日～2022年9月30日】

※1
※2

(単位：億円)

	国内事業	北米事業	アジア事業	合計	調整	連結
外部売上高	3,983	557	197	4,737	—	4,737
内部取引高	24	—	0	24	▲24	—
計	4,007	557	198	4,761	▲24	4,737
セグメント利益	216	17	6	239	—	239

※1. 当第1四半期連結会計期間より、報告セグメントを従来の「ディスカウント」、「総合スーパー」及び「テナント賃貸」の3区分から、「国内事業」、「北米事業」及び「アジア事業」の3区分に変更しております。

※2. 前第1四半期連結累計期間のセグメント情報は、当第1四半期連結累計期間の報告セグメントの区分に基づき作成したものを開示しております。

主な販管費の内訳

【期間：2022年7月1日～2022年9月30日】

(単位：億円)

	前1Q(四半期)		当1Q(四半期)		
	金額	構成比	金額	構成比	前年同期比
販 管 費	1,114	25.0%	1,204	25.4%	108.1%
給 与 手 当	431	9.7%	459	9.7%	106.5%
地 代 家 賃	135	3.0%	144	3.0%	106.7%
支 払 手 数 料	144	3.2%	144	3.0%	100.0%
減 価 償 却 費	72	1.6%	82	1.7%	113.7%
そ の 他	331	7.4%	374	7.9%	113.0%

ESG活動① ESG Databook 主要データ

	単位	対象範囲	2020年6月期	2021年6月期	2022年6月期
環 境					
GHG排出量 Scope 1 & 2 合計			567,357	534,349	522,868
Scope 1	t-CO2	国内主要法人	69,012	67,266	70,174
Scope 2 ※1 ※2			498,345	467,083	452,694
Scope 1 & 2 CO ₂ 排出量原単位 (売上高百万円当たり)	t-CO ₂ / 百万円	国内主要法人	0.361	0.347	0.336
Scope 3 Category 1 ※3 購入した製品・サービス	t-CO2	PPIH連結	4,496,356	4,604,147	4,929,048
Scope 3 Category 4 ※4 輸送、配送 (上流)	t-CO2	国内主要法人	31,388	37,221	45,066
社 会					
女性店長人数	人	国内主要法人	-	13	26
女性離職率	%	国内主要法人	14.1%	11.6%	8.8%
ガ バ ナ ン ス					
取締役の人数 ※5	人	PPIH単体	17	15	12
女性取締役の割合	%		0.0%	6.7%	8.3%
独立社外取締役の割合	%		29.4%	33.3%	33.3%
取締役の平均年齢	歳		57.4	57.9	54.4

データ算出期間：Scope1・2は行政年度（前年4月～当年3月）で算出。左記以外はPPIH事業年度（前年7月～当年6月）で算出

※1. 排出係数：2022年6月期より各電気事業者ごとの基礎排出係数から調整後排出係数に変更。2021年6月期及び2020年6月期も遡って同係数で算出

※2. 2022年6月期より、データ集計範囲を店舗以外の拠点及び直営テナントも含めて算出

※3. 排出係数：2022年6月期より係数を生産者価格ベースから購入者価格ベースに変更。2021年6月期及び2020年6月期も遡って同係数で算出

※4. 2022年6月期より、データ集計範囲を拡大し、チルド以外の9割以上を算出。2022年6月期は概算値であり、2022年6月期ESGデータブック発行までに精査

※5. 2022年9月末、2021年9月末、2022年9月末時点の人数

情報開示

統合報告書



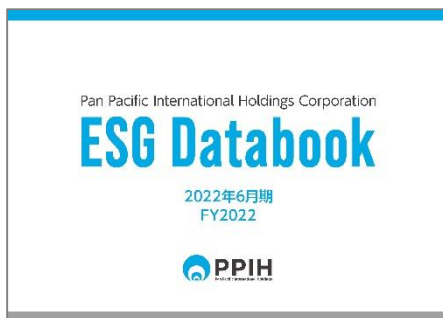
【統合報告書 公開日】

Web版

日本語版 11月末～12月初旬

英語版 12月中旬～下旬

ESG Databook



【ESG Databook 公開日】

Web版 11月中旬

その他の活動強化内容

- 脱炭素社会の実現・CO₂排出量削減の取り組み
 - ✓ サプライチェーン排出量の削減に向け、
今期よりScope3データ収集・算定体制の構築
 - ✓ 経済産業省「GXリーグ基本構想」へ賛同



- 人権・環境に配慮したサプライチェーンの構築
 - ✓ PB製造サプライヤー向け自己評価アンケート
(SAQ)を開始し、リスクアセスメントに着手

- 多様性を認め合うダイバーシティ型組織の確立
 - ✓ 女性の健康問題への知識を深め、働きやすい会社・組織づくりにつながることを目的とした
「女性の健康セミナー」を役員、管理職、女性社員向けに全6回実施。

今期出店/改装状況

事業	業態	1Q			2Q			3Q			4Q			通期目標
		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)	1店舗				1店舗		1店舗	新規出店：9店+α 業態転換：4店
	UDR ※1		新潟亀田 (新潟)		京都烏丸七条 (京都)	吉祥寺 (東京)						1店舗	2店舗	
GMS	ユニー (改装)	東海荒尾 (愛知)	東松山 (埼玉)	西春 (愛知)			1店舗	1店舗		1店舗	2店舗	1店舗		
		新庄 (愛知)		半田 (愛知)										
海外 ※2	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)	1店舗	1店舗				1店舗	【小売業態】 新規出店：12店	
	北米		鮮選寿司 Whampoa Garden (香港)	鮮選寿司 J-Park Sriracha (タイ)		Sunway Pyramid (マレーシア)	鮮選寿司 1店舗	鮮選寿司 1店舗				1店舗		
						鮮選寿司 Pearl City (香港)								
						鮮選寿司 Sunway Pyramid (マレーシア)								

※1. UDRの実線枠はテナントイン型の業態転換店舗 ※2. 海外法人についても出店月で表記。

= 業態転換、NewGMS、鮮選寿司

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
ディスカウント事業	444	468	470
ドン・キホーテ	226	237	238
MEGAドン・キホーテ ※1	139	140	140
(MEGA)ドン・キホーテUNY	52	59	60
ピカソ 等 ※2	27	32	32
GMS事業 ※3	139	136	134
国内合計	583	604	604

海外店舗数

	2021年 6月期	2022年 6月期	2023年 6月期
			1Q
北米事業	65	65	65
カリフォルニア	37	37	37
ハワイ	28	28	28
アジア事業	19	30	31
シンガポール	8	12	12
香港 ※5	7	9	9
タイ	2	4	5
台湾	1	2	2
マレーシア	1	2	2
マカオ	-	1	1
海外合計	84	95	96



合計 ※4	667	699	700
--------------	------------	------------	------------

※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

※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。

【参考】海外鮮選寿司店舗数

	2021年 6月期	2022年 6月期	2023年 6月期
			1Q
鮮選寿司合計	0	1	3
香港	0	1	3

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2四半期 決算発表(予定)
決算発表日：2023年2月8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
<https://ppih.co.jp/>