

## Information

### ● ホームページの充実度などが評価されました！

ウェブサイトの使いやすさや情報の充実度などを評価する「Gomez IRサイトランキング2018」において、当社IRサイトが「銀賞」を獲得しました。業種別では、小売業部門で第1位となりました。さらに、日興アイ・アール社の「2018年度全上場企業ホームページ充実度ランキング調査」でも優秀サイトに選定され、当社ホームページは4年連続で高評価をいただき

ました。今後も、ステークホルダーの皆さまとの活発なコミュニケーションに努めます。



### 情熱価格

#### 情熱を込めてお届けするオリジナル商品

お客さまの「あったらいいな」をカタチにしたいという想いから、プライベートブランド「情熱価格」の販売や、お取引先さまとの共同開発によるオリジナル商品を販売しています。開発には、店舗の現場スタッフが「お客さまの声」を吸い上げ、商品開発に反映させています。

「職人の逸品」とは、全国各地の定番お菓子をメーカーさまと共同開発した、自慢の商品です！



職人の逸品 愛知県 しるこサンド 198円(税抜) 職人の逸品 青森県 南部せんべい 248円(税抜) 職人の逸品 京都府 ビーナツバター 198円(税抜)

※ 価格は店舗によって異なることがあります。

#### 記念配当のお知らせ

当社グループの1号店である「ドン・キホーテ府中店」が2019年3月をもって開店30周年となりました。これもひとえに、株主をはじめとするステークホルダーの皆さまのご支援、ご愛顧の賜物です。つきましては、心からの感謝の意を表すため、2019年6月期の中間配当金において、1株当たり5円の記念配当を実施します。

2019年6月期 中間配当10円 = 普通配当5円 + 記念配当5円

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

〒153-0042 東京都目黒区青葉台二丁目19番10号

TEL. 03-5725-7532 FAX. 03-5725-7322

<https://ppi-hd.co.jp>



当社は「JPX日経インデックス400」採用銘柄です。



株式会社ドンキホーテホールディングスは、  
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に  
社名変更しました。



PPIH  
Pan Pacific International Holdings

PPIH Report

中間

第39期 報告書

(2018年7月1日～2018年12月31日)

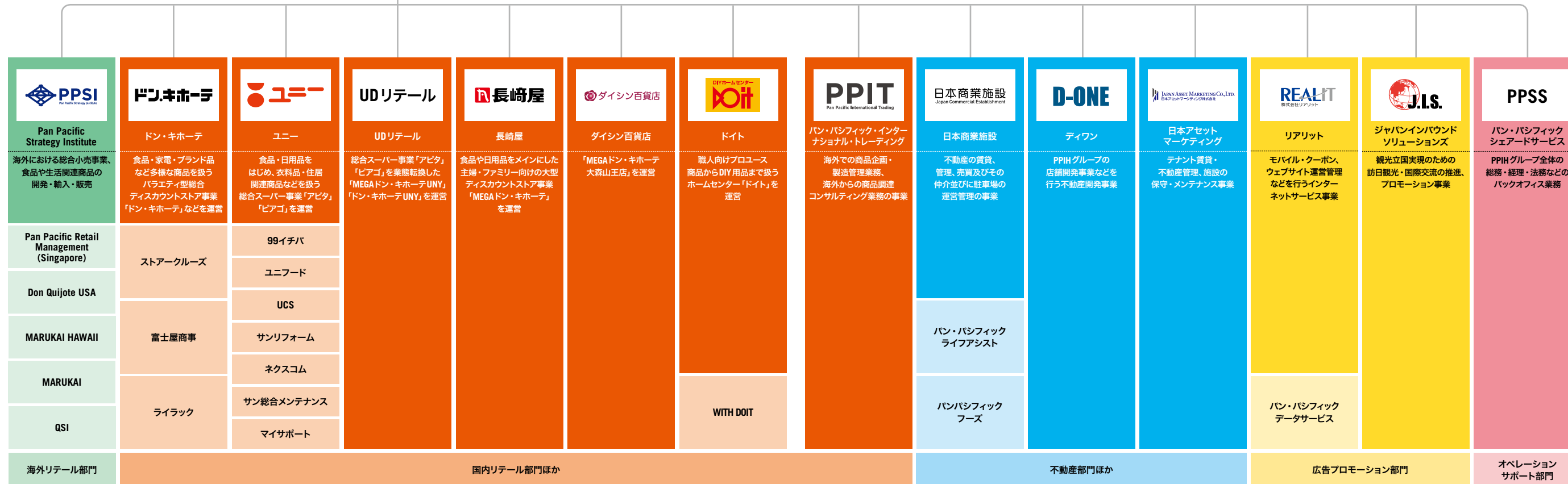
証券コード：7532

# 私たちは巨大流通グループとして生まれ変わり、国際競争力を持った新たな流通を創造していきます。

2019年2月1日、株式会社ドンキホーテホールディングスは、「株式会社バン・パシフィック・インターナショナルホールディングス(PPIH)」に社名変更しました。これまで私たちは、業界常識を覆す発想や組織風土により、「オンリーワン・リテラー」として進化し続けてきました。そして、今後いかなる時代であってもお客さまから選ばれる存在となるためには、さらなる挑戦と革新が必要です。その決意を込めて、私たちは新たな未来への第一歩を踏み出します。

**新ロゴマークについて**  
 お買い物の楽しさを見現化し、お客さまの「モノ消費」と「コト消費」のニーズを同時に満たす当社グループ独自のビジネスモデルが、米国を含む環太平洋エリアに波及していくさまを表現しています。今後も国内外のお客さまに選ばれ続ける企業をめざします。

**PPIHグループの  
 主な関連会社と事業領域**  
 (2019年2月末現在)



## ステークホルダーの皆さまへ

### 第二創業期に突入した私たちは、 一層勢いを増して進化し続けていきます。

代表取締役社長 兼 CEO

#### 大原 孝治

2019年2月1日に、当社は株式会社ドンキホーテホールディングスから、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(PPIH)に社名変更しました。これは、同年1月にユニー株式会社を連結子会社化したことにより、国内小売業界において売上高第4位という規模に拡大したこと、そして、今後は国内だけでなく環太平洋エリアをはじめとした海外においても、新しい流通を創造していくための決意の表れです。さらに3月には、ドン・キホーテ1号店(府中店)の開店から30周年という節目を迎えました。このような節目の年にグループの規模拡大と社名変更という大きな革新を起こし、当社グループは「第二創業期」に突入しました。

5月には新元号の施行、10月には消費増税が予定されるなど、2019年はお客さまや私たちにとって激動の1年となるでしょう。しかし、当社グループの強みである「変化対応力」を發揮し、変化をチャンスと捉え成長してきた当社グループにとっては、2019年はまさに千載一遇の「チャンスイヤー」であるといえます。当社グループは、社名も新たに一層勢いを増して進化し続けていく所存です。



#### 当第2四半期の振り返り

当第2四半期は集中豪雨、記録的な猛暑、巨大台風の襲来や地震発生など、たび重なる天災地変に加えて、節約志向が続く消費環境に悩まされながらも顧客最優先主義を徹底し、過去最高となる増収増益を達成しました。厳しい消費環境のもとで、国内消費は食品や日用消耗品などの生活必需品が牽引し、インバウンド消費は医薬品、化粧品を中心に好調に推移するなど、国内外のお客さまからの支持獲得が進み、既存店売上高は0.6%成長しました。

お客さまに選ばれ続けるためには、自ら考え行動する従業員たちが店舗を運営していかななくてはなりません。現場への「権限委譲」を深化させるため、2019年2月1日に組織改編とさらなる現場力向上に向けた構造改革を行いました。これにより、次世代経営者育成の見直しと精度アップを図りながら、「権限委譲」による個店経営を一層強化していきます。

#### PPIHグループのさらなる成長に向けて

グループの規模が一気に拡大したことで、今後はさらに従業員が一丸となって同じ方向に向かっていかなければなりません。2019年は、約20店舗のユニー既存店を業態転換します。さらに今後5年以内に、約100店舗の業態転換を実施する予定です。これにより大幅な業績改善が見込まれますが、

成功のカギを握るのは、ひとえにドン・キホーテ社員とユニー社員の相互理解と目的意識の共有、互いに切磋琢磨する姿勢と現場のモチベーションアップにほかなりません。

あるべき組織づくりに向け、2018年末からユニーの若手従業員を対象に、濃密なコミュニケーションの場を設け、これまでのべ100人の従業員と本音でディスカッションをしました。ドン・キホーテとユニーは企業カルチャーが大きく異なりますが、「お客さまの喜ぶ顔が見たい」という想いは何ら変わることはなく、ユニー従業員の現場意識の高さ、問題意識の強さが直に伝わってきたのです。あるべき組織体制の構築を進めていくことで、当社グループは想いをひとつに、ともに明るい未来へと進んでいけると確信しています。

#### 2019年6月期 連結業績予想

売上高	<b>1兆3,700億円</b> (前期比45.5%増)
営業利益	<b>630億円</b> (前期比22.2%増)
親会社株主に 帰属する当期純利益	<b>480億円</b> (前期比31.9%増)

PPIHグループの新体制ネットワーク (2019年2月末現在)

日本

**656** 店舗

ドン・キホーテ	213	長崎屋	2
MEGAドン・キホーテ*1	129	ピカソ*1	30
MEGAドン・キホーテUNY*1	9	miniピアゴ	75
アビタ、ピアゴ	183	ドイト	15

\*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、「エッセンス」「驚安堂」「エキドンキ」「ソラドンキ」「情熱職人」は「ピカソ」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

**10** 店舗

MARUKAI	5
TOKYO CENTRAL	5



シンガポール

**3** 店舗

DON DON DONKI	3
---------------	---



タイ

**1** 店舗

DON DON DONKI	1
---------------	---



グループ総店舗数

**698** 店舗

ユニー株式会社の連結子会社化により、ユニーが運営する「アビタ」「ピアゴ」店舗など267店舗が新たに加わりました。

また、国内だけにとどまらず、海外でも着実にネットワークを構築しており、PPIHグループの総店舗数は全世界に698店舗となりました。

## 徹底解剖！ユニー株式会社はどんな会社？

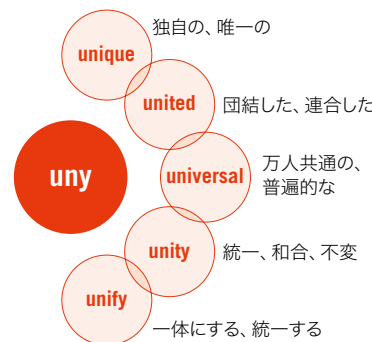
ユニー株式会社は、履物店と呉服店を祖業とする2社が合併して誕生しました。衣・食・住・余暇にわたる総合小売業として、東海エリアを中心として関東・北陸・近畿エリアにも店舗を展開するチェーンストアです。グループ会社では首都圏を中心に「miniピアゴ」を運営する都市型ミニスーパー事業や、UCSカードなどのクレジットカードを提供する金融サービス事業なども展開し、地域のお客さまのライフスタイルを多面的にカバーできるよう、さまざまなタイプの店づくりに取り組んでいます。



設立： 2012年2月16日  
 事業内容： 衣・食・住・余暇にわたる総合小売業  
 売上高： 6,706億円(2018年2月期)  
 従業員数： 22,507名\*1(2018年2月期)  
 店舗数： 183店舗(2019年2月末現在)

\*1 臨時雇用者数を含む

社名の「ユニー (UNY)」は、「マーケティングとマーチャンダイジングの接点となるユニークな流通企業」をコンセプトに、5つの英語から命名されました。ロゴマークは、太陽の暖かさ、昇る太陽の力強い動きを表現し、社会のニーズに積極的に対応していこうとする、柔軟でダイナミックなユニーのこれからの動きとエネルギーを象徴しています。



### ユニーグループの主な店舗フォーマット

生鮮食品や日用品など、普段の生活に欠かせないものを中心にした商品構成で、主婦やファミリー、シニア層などをメインターゲットとした店舗を運営しています。地域に根ざした運営とこだわり抜いた商品の提供により、東海エリアを中心に地域社会からなくてはならない存在として親しまれてきました。



**アピタ**  
 お客さまにより豊かな生活を提案する広域商圏対応型の総合スーパー。食品、日用品をはじめ、衣料品、住居関連商品など、約5万~8万点のアイテムを取り揃えています。



**ピアゴ**  
 「日常生活便利店」として、ファッションから食品まで地域密着型の品揃えとサービスが特徴の総合スーパー。約4万~6万点のアイテムを取り揃えています。



**miniピアゴ**  
 首都圏を中心に展開している、身近で手軽に利用できる都市型ミニスーパー。新鮮で安全・安心な生鮮食品、日々の暮らしに欠かせない生活用品を取り揃え、良いものを常に安く提供しています。

## アピタ・ピアゴのオリジナルブランド

お客さまの毎日に、もっと「イイこと」をプラスしたいという想いで、ユニーグループのノウハウを集結して開発したオリジナルブランド商品を展開しています。

### ● 安全・安心。こだわりのオリジナルブランド「プライムワン」

産地や素材、製法にこだわり、味と品質が圧倒的に優れています。安全で質が高いだけではなく、毎日の生活を豊かに楽しく過ごしていただけるよう、お客さまの手の届くリーズナブルな価格設定で提供しています。特にブランド豚とブランド鶏は、ユニー・飼料会社・生産者の3者が協力し、美味しさと安全に自信を持ってお届けする商品です。



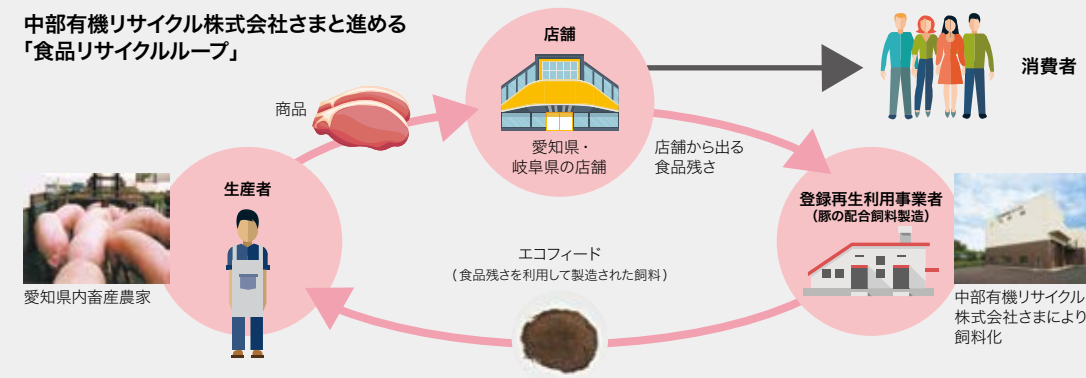
飼料開発から生産環境まで、すべて自分たちの目で管理している「悠健豚(ゆうけんとうん)」。美味しさを追求したハーブとアマニの独自開発の飼料を使って特定指定農家のみで飼育し、肉の味・質・色の目標値を設定しています。



環境の徹底管理と丁寧な飼育により、ストレスの少ない環境下で肉本来の旨みを引き出した「悠然鶏(ゆうぜんどり)」。衛生・健康管理の行き届いた生産環境で、定期的な水質検査によって保たれる良質な水とこだわりの飼料で飼育しています。

### ● 食品リサイクルループの構築

店舗を運営している各地域で食品リサイクルループの構築を進めています。店舗から出た食品残さ(野菜クズや魚アラ)のリサイクルだけではなく、生産者と消費者を結ぶ地産地消の推進を重視し、地域循環型農業の確立に貢献しています。



# 徹底解剖！ユニー株式会社はどんな会社？

## グループ規模は大幅に拡大

ユニー株式会社が運営する「アピタ」「ピアゴ」は、生鮮食品や衣料品を主力とし、愛知県を中心とする東海エリアで高いシェアを誇ります。ユニーグループの267店舗が当社グループに加わったことにより、国内店舗ネットワークは656店舗となり、小売業界における売上高ランキングで第4位に浮上しました。

### 企業規模の変化



### 小売売上高ランキング

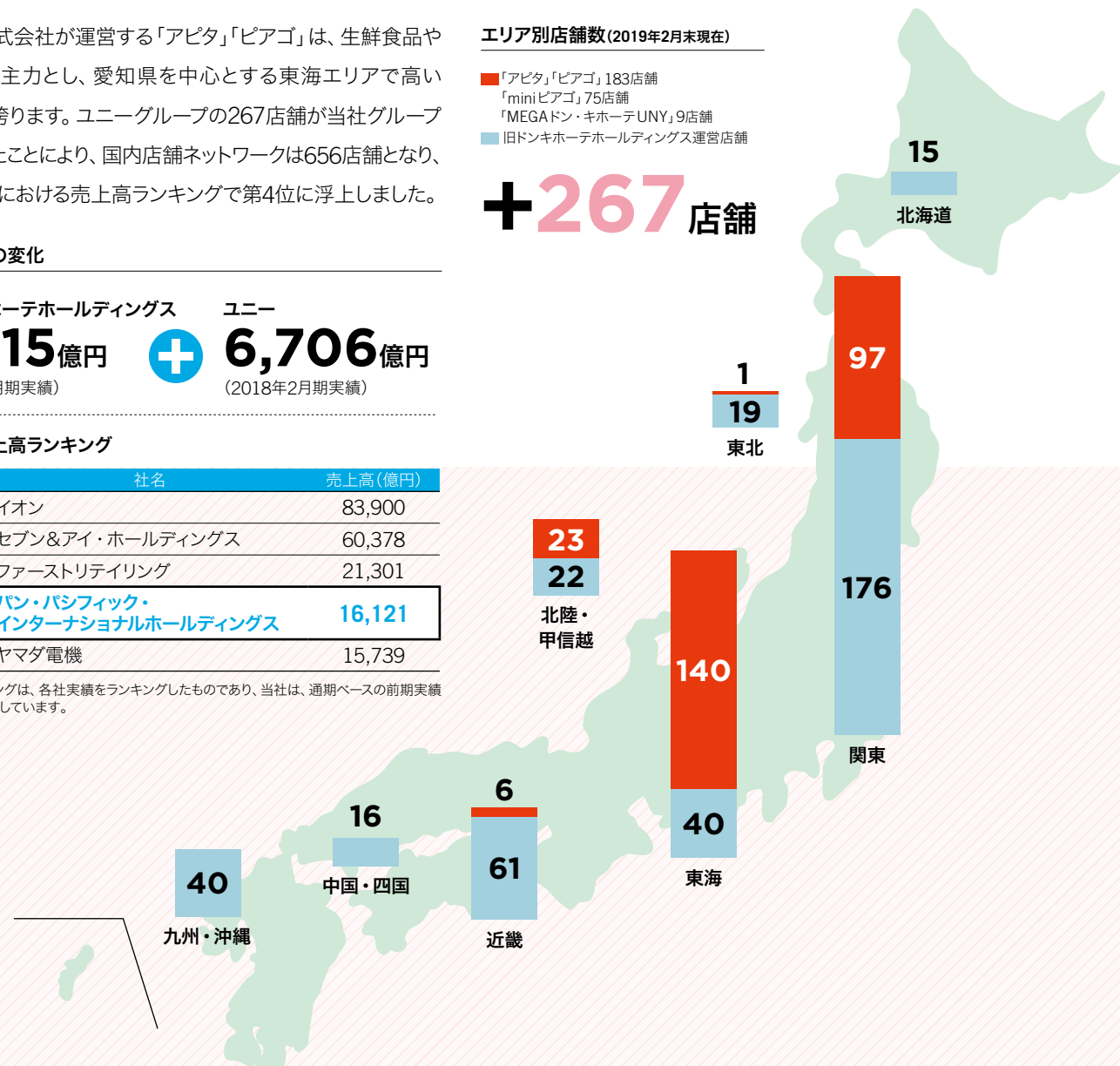
順位	社名	売上高(億円)
1	イオン	83,900
2	セブン&アイ・ホールディングス	60,378
3	ファーストリテイリング	21,301
4	<b>パン・パシフィック・国際・ホールディングス</b>	<b>16,121</b>
5	ヤマダ電機	15,739

※ このランキングは、各社実績をランキングしたものであり、当社は、同期ベースの前期末実績を単純合算しています。

エリア別店舗数(2019年2月末現在)

- 「アピタ」「ピアゴ」183店舗
- 「miniピアゴ」75店舗
- 「MEGAドン・キホーテUNY」9店舗
- 旧ドンキホーテホールディングス運営店舗

**+267** 店舗



## ユニーとの業態転換店の強さ

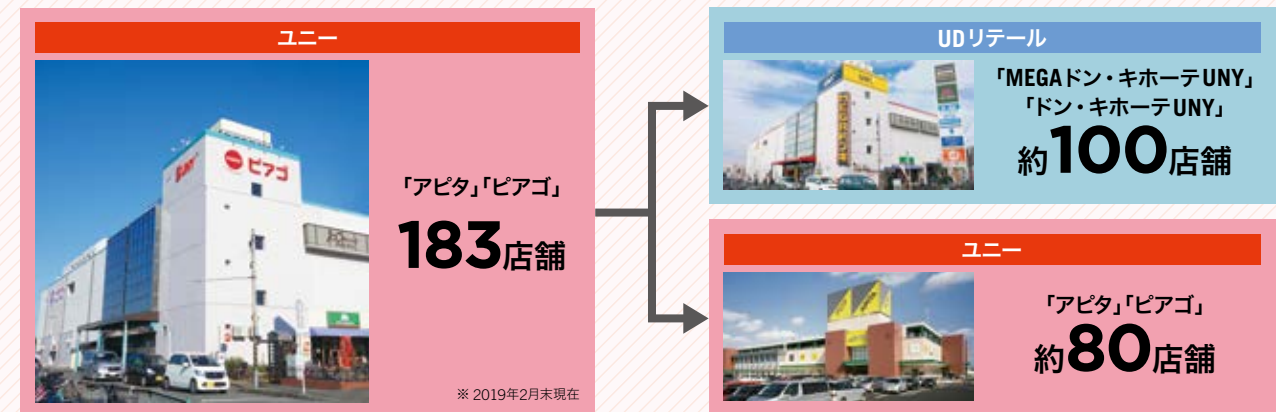
2017年8月、当社グループはユニー・ファミリーマートホールディングス株式会社と資本・業務提携を開始しました。翌年2月から3月にかけて、ユニーが運営する「アピタ」「ピアゴ」の6店舗を、「MEGAドン・キホーテUNY」に業態転換し、リニューアルオープンしました。転換前は、売上高の約7割をユニーが得意とする食品が占めていましたが、転換後は日用雑貨品や家電製品などドン・キホーテが得意とする非食品の売上高が大幅に上昇。両社の強みを活かしたバラエティ豊かな品揃えは、幅広い年齢層のお客さまニーズに対応し、多くのご支持をいただいています。



また、この業態転換店を運営するUDリテール株式会社は、ユニーとドン・キホーテ双方の従業員で構成されており、強みを掛け合わせることで、さらなるシナジー効果が発揮されています。

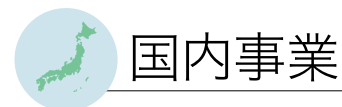
### 業態転換ロードマップ

2019年は「アピタ」「ピアゴ」の約20店舗を、また、今後5年以内に約100店舗を「MEGAドン・キホーテUNY」「ドン・キホーテUNY」に業態転換を行います。



## 環太平洋エリアで新たな展開開始

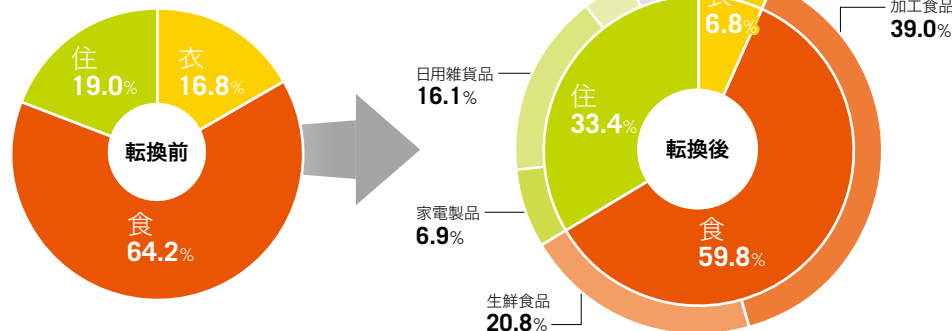
国内事業においては、既存店の継続成長と業態転換による業績改善に注力し、さらに海外事業においては、長期視点でグループ総売上高の3分の1を占める規模に拡大を進め、米国を含む環太平洋エリアにおける成長戦略を開始していきます。



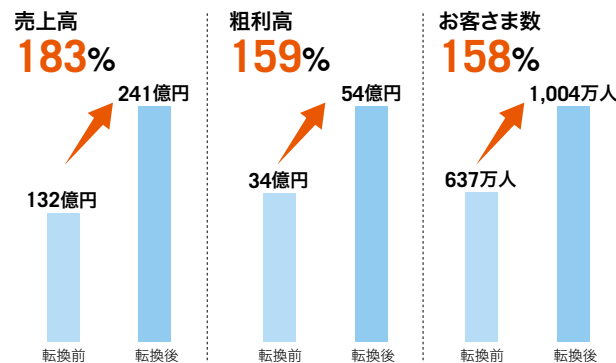
### 業態転換6店舗は 高水準をキープし続け絶好調

2018年2月より開始した「MEGAドン・キホーテUNY」への業態転換店の業績は、引き続き絶好調です。転換後の6店舗の売上高は83%増、粗利高は59%増という高水準をキープしています。業績好調の要因は、地域最安値をめざした圧倒的な低価格設定、品質・鮮度にこだわった生鮮食品の強化、ドン・キホーテならではのバラエティグッズや店舗演出がバランス良く融合し、当社グループの独自性あふれる店舗業態が確立しつつあるからだと考えます。お客さま数も58%増と、旧「アピタ」「ピアゴ」の主要なお客さまであるシニア層に加え、シングル層や子ども連れの若いファミリー層など、幅広い年齢層のお客さまがご利用しやすい店舗へと生まれ変わっています。

売上高構成比



業態転換6店舗の変化 (2018年3月～2019年1月実績)



### お買い物の楽しさを進化させる「デジタル戦略」

お買い物とIT技術を融合させる「デジタル戦略」の一環として、2018年11月に開業した「MEGAドン・キホーテ港山下総本店」に、「デジタルレーン」と「デジタルパーキング」を試験導入しました。majicaアプリに車両情報を登録することで駐車券を使わず入出庫できる「デジタルパーキング」では、すでに約2,000台がナンバー登録されており、有効なツールとして機能しています。今後は、majicaポイントを使ったゲームや、レジ接客をお客さま自身がバーチャルに育成した店舗スタッフが行うなど、お客さまにより楽しんでいただけるデジタルコンテンツを複数開発し、2019年の夏頃をめどに順次投入する予定です。



2019年夏頃にはお好みのアバターが接客をする!?  
ベルトコンベアに商品を載せて自動計算する「デジタルレーン」



低年齢向けのゲームコンテンツを  
内蔵した「スマートキッズカート」  
も試験導入し、子供連れのファミ  
リ層に大人気

### Interview グループの成長に向けて、「源流」経営を突き詰める

「源流」とは、PPIHグループの全従業員、役員が遵守すべき企業原理と経営理念を定め明文化したもので、行動規範やパートナー（お取引先）さまとのあるべき関係の構築など、創業当時から息づくドンキイズムとDNAが余すところなく記されており、私たちは日々「源流」に則って業務にあたっています。

2019年2月の組織改編により、新たに「源流推進本部」が発足しました。「源流推進本部」が主体となり源流経営のさらなる強化を推進し、当社独自のDNAをより深く定着させていくことが目的です。

当社グループの最重要かつ喫緊の課題は、企業文化が大きく異なるドン・キホーテとユニー間で相互理解を深めることです。

互いを理解し合って融和するのは、簡単なことではありません。その距離を縮めてくれる強力なツールとなり、かつ共通言語となり得るのが源流です。流通業に愛着を持ち、やりがいと誠意を持って仕事に携わる人なら、源流が説く中身を否定することはないからです。源流を真に理解してもらうことが、グループの成長に向けて最大の弾みになると信じています。



取締役  
源流推進本部長  
**西井 剛**



## 環太平洋エリアで新たな展開開始

### 海外事業

#### 日本品質と「食」の楽しさが海外でも大人気

海外事業は順調に推移・拡大し、2019年2月末時点の店舗数は42店舗となりました。高品質というイメージが強い日本製品や、日本の食文化を気軽に体感できるフードコーナー

などは海外でも大人気で、「ジャパブランド」をテーマにした独自性あふれる店舗は、今後の海外戦略において重要な役割を担っていきます。

#### ●「食」のエンターテインメント 米国・カリフォルニア「TOKYO CENTRALヨーバリンダ店」

2018年10月に、米国カリフォルニア州ロサンゼルス郊外に、グループ初の米国新規出店として、「TOKYO CENTRALヨーバリンダ店」をオープンしました。

外食文化が根強い現地の方に向けた「食」のエンターテインメント店舗として、東京の今を体験できる空間を提供しています。青果・精肉・鮮魚はもちろん、お得で美味しいバラエティ豊かなお惣菜、人気のお寿司や日本人シェフが監修した本格派ラーメン、現地では手に入りづらい地酒や焼酎も充実。混雑が続くイトインスペースは、日本のお座敷をイメージさせる空間が大きなインパクトを与え、郊外からも多くのお客さまにご来店いただき、日本の食文化の浸透がさらに期待できるほど大変な人気となっています。

当社グループはこの業態を主体にした、米国内100店舗構想を描き、これまでの実績やノウハウを最大限に活用することで、オンリーワン業態を創造し、新しい市場へ挑戦します。



日本のお菓子をドン・キホーテ流の演出で賑やかに陳列



日本のお座敷をイメージさせるイトインスペース



マグロの解体ショーやオークションは連日大賑わい



現地では手に入りづらい日本地酒や焼酎も充実

#### ●シンガポール3号店は、五感で楽しむライブ型店舗

シンガポール共和国においては、2017年12月に東南アジア向けの「DON DON DONKI」という新業態で初出店したのを皮切りに人気を博し、2019年1月には3号店となる「DON DON DONKI シティスクウェアモール店」がオープンしました。高品質の日本製品を全面的に取り扱うというコンセプトを継続しつつ、3号店ではお惣菜コーナーの強化を図りました。音や匂いといった五感を刺激する空間を創出し、お買い物がより楽しくなるライブ型店舗となっています。



日本の定番食が常にご堪能いただけるお惣菜コーナーは、調理の音や匂いが漂い、「お祭り」のような賑やかさ



日本の食テナントが並ぶフードコートは行列ができるほどの人気ぶり

#### ●タイ・バンコクに「DONKI MALL THONGLOR」を初出店

2019年2月、シンガポールに続き東南アジア2カ国目となるタイ王国バンコクに、新業態「DON DON DONKI」を中核テナントとする商業施設「DONKI MALL THONGLOR (ドンキモール トンロー)」を初出店しました。バンコク中心部にあたるトンロー地区は、日本人駐在員の居住地に隣接し、感度の高いビジネスマンや若者が集まるエリアであり、多くのお客さまにご利用いただいています。



青果・お惣菜をはじめとした食品や日用消耗品を豊富に取り揃え、購入した精肉や鮮魚は、お客さまの好みに合わせて、その場で店内調理が可能に



## 変革を起こし続けるための組織体制の構築

グループ規模の拡大と今後の本格的な海外展開を見据えると、グループ全体の組織体制の構築はPPIHグループの最重要課題です。当社グループは、さまざまな価値観や個性を持った従業員に多くの権限を委譲し、自ら考え行動する従業員を育成することが、変革を起こし続ける組織風土の醸成につながると考えています。また、従業員の多様な個性を尊重しダイバーシティを進めるとともに、すべての従業員がいきいきと働ける職場環境づくりに努めていきます。

### すべての従業員がいきいきと働ける職場環境づくり

働く時間帯や時間数に制限がある従業員に向けた短時間勤務シフトの導入や、女性の働き方を支援する社内プロジェクトの発足など、従業員一人ひとりに合った多様な働き方を実現する取り組みを推進しています。また、パート・アルバイトにも商品の仕入れや価格設定、商品陳列の演出を任せるなど、徹底的に現場従業員に権限を委譲しています。さらに、定年退職者の再雇用や60歳以上のアルバイト採用も積極的に行っており、豊富な経験を積んだ従業員は他の従業員の模範的存在として活躍しています。すべての従業員が高いモチベーションを持って働けるよう、職場環境の整備に努めています。



商品の仕入れから陳列、大迫力のPOP演出まで、パート・アルバイトが自ら行っています。



短時間勤務で無理なく働きながらも、スピーディーな業務で店舗運営に貢献しています。

(単位：人)

	2016年6月期	2017年6月期	2018年6月期
男性従業員数	5,195	5,127	5,713
女性従業員数	1,662	1,581	2,163
産休・育休取得者数*1	350	376	578
育児短時間勤務取得者数	21	24	41
介護休職取得者数*1	18	15	19
定年再雇用者数	79	99	119

\*1 パート・アルバイトを含む

### ダイバーシティ推進による組織風土の活性化

性別や年齢、国籍や障がいの有無、性的指向や性自認などにかかわらず、すべての従業員の個性や価値観を掛け合わせることで、変革を起こし続ける組織風土の醸成をめざし、専門部署を設けてダイバーシティを推進しています。なかでも、今後の海外展開やインバウンド需要の拡大を見据えて、外国籍従業員の育成に注力しています。外国籍従業員にも「源流」の浸透を図り、創業当時から息づくドンキイズムとDNAの理解浸透に努めています。



国籍に関係なく、すべての従業員が平等に大きな裁量権を持って働き、互いに切磋琢磨しながら活躍しています。

### 女性の多様な働き方を支援

当社グループで働く女性従業員が、安心して長く働き続けられる環境づくりを推進する社内プロジェクト「cocoroプロジェクト」が2015年に発足して以降、妊娠・出産後に職場復帰する女性が増加傾向にあります。各拠点に働き方に関する相談窓口を設け、ライフイベントの多い女性が仕事と家庭の両方で自己実現できるよう、サポート体制を整えています。



企業の男女平等に対する取り組みや、情報開示の姿勢や実績を評価する、ブルームバーグの「2019年男女平等指数(Gender-Equality Index)構成銘柄」に初めて選定。世界36か国のグローバル企業230社が選定され、国内小売業界では唯一当社が選定されました。

### LGBTダイバーシティの取り組み

性的指向や性自認のいかににかかわらず、すべてのお客さまに喜んでいただける店舗づくりをめざし、LGBT\*2ダイバーシティに取り組んでいます。社内にLGBTプロジェクトを立ち上げ、日本最大のLGBTフェス「東京レインボープライド」への参加や、従業員の性的マイノリティに対する理解浸透を図るLGBT研修、社内ポータルサイトでの情報発信などを行っています。

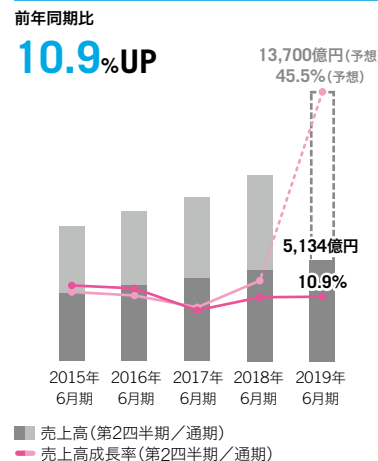
\*2 LGBT：レスビアン、ゲイ、バイセクシャル、トランスジェンダーの英語の頭文字をとったもので、セクシャルマイノリティ(性的少数者)の総称のひとつ。



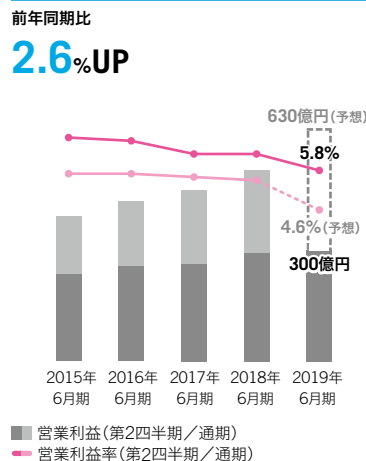
企業などのLGBTに関する取り組みを評価する「PRIDE指標」において、2017年の「シルバー」受賞に続き、2018年は最高評価の「ゴールド」を受賞しました。2018年7月から結婚祝い金などの福利厚生を、地方自治体の同性パートナーシップ制度を利用する従業員へも適用したことが評価されました。

## 財務ハイライト

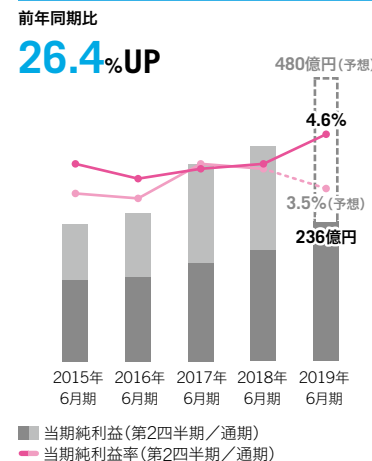
### 売上高/売上高成長率



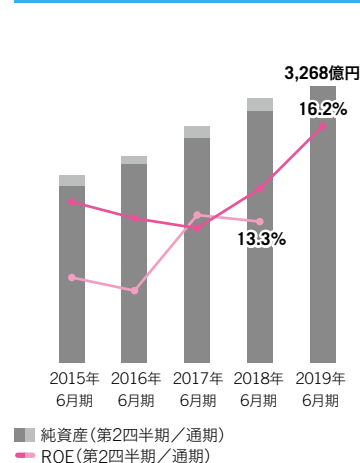
### 営業利益/営業利益率



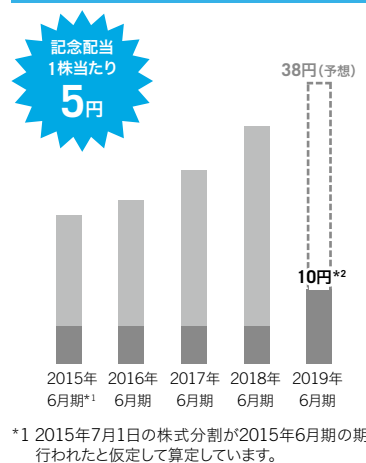
### 親会社株主に帰属する当期純利益/ 親会社株主に帰属する当期純利益率



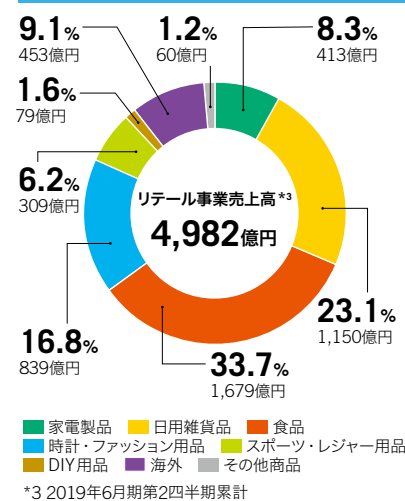
### 純資産/ROE



### 1株当たり年間配当金



### リテール事業別売上高構成比



## 会社・株式情報 (2019年2月1日現在)

### ● 会社の概況

**商号** 株式会社バン・パシフィック・インターナショナルホールディングス  
(英文名: Pan Pacific International Holdings Corporation)

**事業内容** グループ会社株式保有によるグループ経営企画・管理、子会社の管理業務受託、不動産管理など

**本店所在地** 東京都目黒区青葉台二丁目19番10号 (〒153-0042)  
TEL. 03-5725-7532  
FAX. 03-5725-7322

**設立年月日** 1980年9月5日

**資本金** 225億60百万円 (2018年12月31日現在)

**決算期** 6月末日

**従業員数** 84名(連結: 8,064名) (2018年12月31日現在)

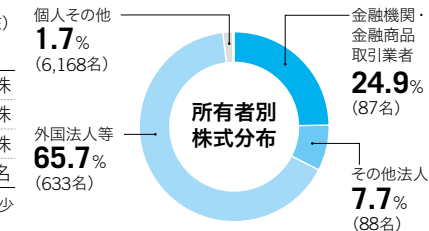
### ● 役員

代表取締役社長 兼 CEO	大原 孝治
代表取締役専務 兼 CAO	吉田 直樹
専務取締役 兼 CFO	高橋 光夫
取締役	阿部 博史
取締役	石井 祐司
取締役	西井 剛
取締役	芳賀 剛
取締役	丸山 哲治
取締役(非常勤)	安田 隆夫
取締役(常勤監査等委員)	和田 尚二
社外取締役(監査等委員)	井上 幸彦
社外取締役(監査等委員)	吉村 泰典
社外取締役(監査等委員)	福田 富昭
社外取締役(監査等委員)	西谷 順平

### ● 株式の状況 (2018年12月31日現在)

発行可能株式総数	468,000,000株
発行済株式の総数	158,259,560株
自己株式の総数	4,633株
株主総数	6,976名

※ 株主総数は前期末と比較して1,064名減少しています。



### ● 大株主 (2018年12月31日現在)

株主名	持株数(株)	出資比率(%)
CREDIT SUISSE AG HONG KONG TRUST A/C CLIENTS FOR DQ WINDMOLEN B. V.	31,307,000	19.78
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	10,057,000	6.35
株式会社安隆商事	8,280,000	5.23
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	7,875,600	4.98
株式会社ゆうちょ銀行	3,790,000	2.39
公益財団法人安田奨学財団	3,600,000	2.27
GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL	2,585,374	1.63
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	2,531,109	1.60
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口5)	2,505,500	1.58
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	2,498,948	1.58

※ 出資比率は自己株式(4,633株)を控除して計算しています。各信託口の持株数には、信託業務に係る株式数が含まれています。当社が実質所有株式数を確認できる株主については、その実質所有株式数を上記大株主の状況に反映させています。

### ● 株主メモ

<b>事業年度</b>	毎年7月1日から翌年6月30日まで
<b>定時株主総会</b>	毎年9月
<b>定時株主総会基準日</b>	6月30日
※ その他必要があるときは、あらかじめ公告して定めます。	
<b>剰余金の配当の基準日</b>	6月30日(中間配当を実施する場合の基準日は12月31日)
<b>単元株式数</b>	100株
<b>公告の方法</b>	電子公告により行います。(https://ppi-hd.co.jp/b/ir/)ただし、事故その他やむを得ない事由によって、電子公告による公告をすることができないときは、官報に掲載して行います。
<b>上場証券取引所</b>	東京証券取引所(市場第一部)
<b>株主名簿管理人</b>	東京都中央区八重洲一丁目2番1号
<b>特別口座の口座管理機関</b>	みずほ信託銀行株式会社
<b>同連絡先</b>	〒168-8507 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 みずほ信託銀行株式会社 証券代行部 ☎ 0120-288-324