

Information



● ホームページリニューアル

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を実現するため、2019年7月1日より当社ホームページを全面リニューアルいたしました。新たに加わったグループ会社の紹介や、PPIHグループとしての使命や事業内容を分かりやすくまとめています。引き続き、皆さまからのご意見をいただきながら、充実したウェブサイトの構築をめざしてまいります。

株主・投資家情報 <https://ppi-hd.co.jp/ir/>

● 社外からの評価・表彰

世界の機関投資家・アナリストの投票をもとに、優れたIR活動を行う日本の上場企業を選出する「The 2019 All-Japan Executive Team Rankings」のRetailing(小売業)セクターで最も栄誉ある「Most Honored Company」に2年連続で選ばれました。



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、国内小売業界では唯一当社が選定されました。



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。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ました。



その他評価・表彰についてはホームページにてご覧いただけます。
<https://ppi-hd.co.jp/corp/evaluation/>

アンケートご協力をお願い

スマートフォンからもアクセスできます。



アンケートホームページ

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

アクセスナンバー

753219

アンケート実施期間：2019年12月31日(火)まで
アンケートに関するお問い合わせ：IR部 (ir@ppi-hd.co.jp)
※ご回答内容は、統計資料としてのみ使用いたします。

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。



PPIH Report

通期 第39期 報告書
(2018年7月1日～2019年6月30日)
証券コード：7532

CONTENTS

Section 1

PPIHグループの存在意義

- 1：PPIHグループの存在意義
- 3：ステークホルダーの皆さまへ

Section 2

PPIHグループのビジネス

- 7：PPIHグループの今
- 9：国内事業
- 13：海外事業

Section 3

持続的な成長の実現に向けて

- 15：ESGマネジメント
- 17：本業に係る環境負荷の低減
- 19：ステークホルダーエンゲージメント
- 21：コーポレート・ガバナンス

データ編

- 23：財務・非財務ハイライト
- 25：会社・株式情報



PPIHグループの存在意義

すべてはお客さまの笑顔のために

PPIHグループの使命は、「顧客最優先主義」を貫き、
いつまでもお客さまのために存在し続けることです。

2019年1月にユニーグループが新たに当社グループに加わり、また、同年2月には、
「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、
国際競争力を持った巨大流通グループとして生まれ変わりました。

当社グループは、「顧客最優先主義」という
不変の企業原理を胸に刻み込み、
「すべてはお客さまの笑顔のために」存在し続けることを使命とします。

PPIHグループの変わらない「企業価値」

私たちが誇れる独自の強みは、「権限委譲×変化対応」です。
権限委譲によって発揮される変化対応力こそが、他社には模倣できない
当社グループの企業価値となっています。



店舗コンセプトは3つ

PPIHグループすべての店舗に共通するコンセプトは、「便利さ(CV)」「驚きの安さ(D)」「楽しさ(A)」です。この3つのコンセプトをすべての店舗
が持つ基盤としながら、それぞれの地域に根ざした店づくりを行っています。

● 便利さ Convenience

日用品や食品、家電製品から高級ブランド
品まで多種多様な商品を取り揃え、幅広い
世代のニーズにお応えしています。また、繁
華街からロードサイドに至る多様な立地での
店舗展開や長時間営業により、利便性が高い
地域密着の店舗づくりに取り組んでいます。

● 驚きの安さ Discount

買い替え頻度が高い商品を中心に、近隣他
店に対して競争優位性が高い価格設定を
行っています。EDLP(Everyday Low Price)
を基本に、お客さまが思わず笑顔になる
「驚きの価格」を実現することで、地域一番店
をめざします。

● 楽しさ Amusement

圧縮陳列や手書きPOPなど、五感が刺激さ
れるような商品や空間演出で、リアル店舗な
らでは「ライブ感」を創造し、「ワクワク・ド
キドキ感」を醸成。非日常感あふれる「時間
消費型店舗」によってお買い物の楽しさを提
供しています。

究極の権限委譲によって、 「源流経営」を 実践していきます。



ステークホルダーの皆さまにおかれましては、平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。2019年9月25日付で、代表取締役社長CEOに就任いたしました吉田直樹でございます。前社長の大原の後を引き継ぎ、PPIHグループのCEOに就任するにあたり、厳粛な気持ちを抱くとともに、重責に身が引き締まる思いです。新任のCEOとして、皆さまに一言ご挨拶申し上げます。

代表取締役社長 CEO
吉田 直樹

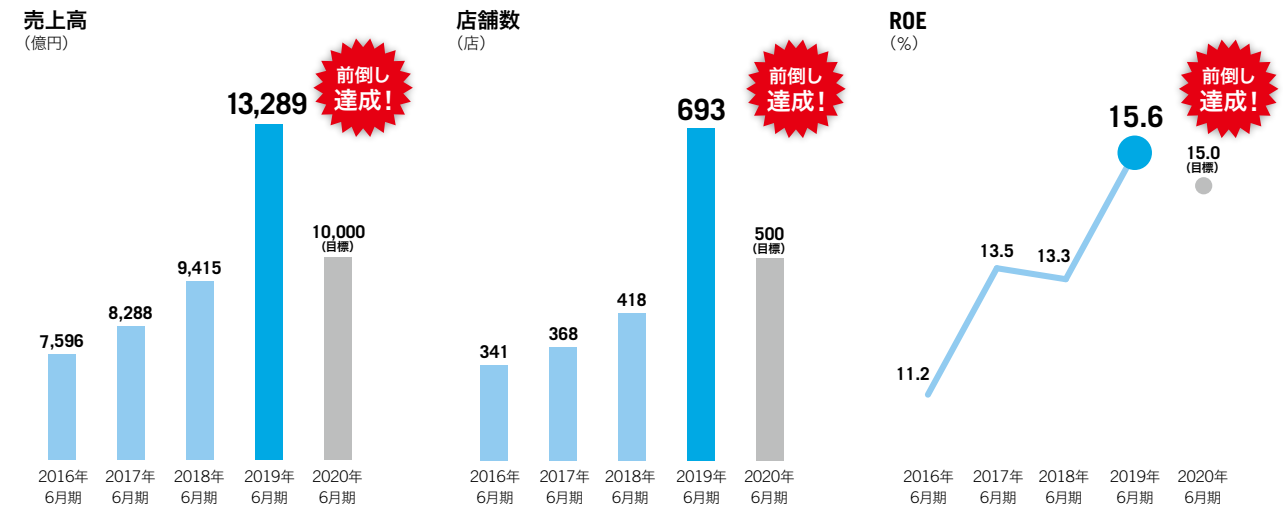
中期経営計画は1年前倒しで完全達成

はじめに、「売上高1兆円」「店舗数500店」「ROE15%」を2020年6月期までに達成することを目標とした中期経営計画「ビジョン2020」は、2019年6月期において売上高は1兆3,289億円、店舗数は693店、ROEは15.6%と、いずれも1年前倒しで完全達成を果たすことができました。また、ドン・キホーテ1号店開店から30期連続で増収営業増益となりました。さらに、2019年1月にユニー株式会社を連結子会社化し

たことなどにより、PPIHグループの事業規模は、「売上高」「総資産」「時価総額」がそれぞれ1兆円を超えるまでに成長しました。この規模に到達した企業は、小売業界で4社目になります。

現在、「ビジョン2020」に次ぐ新・中期経営計画を2020年2月の公表に向けて策定中です。この新・中期経営計画の達成と次世代経営者の育成が、私に課せられた最大のミッションであると考えています。

中期経営計画「ビジョン2020」の進捗及び達成状況



今まで以上に、時代の変化に果敢に挑戦し続ける

国内市場においては、消費そのものの成熟化と人口構造的な面からも厳しい状況が続いていますが、ユニーとのダブルネーム業態である「MEGAドン・キホーテUNY」が、想定を上回る勢いで伸長しています。新規出店とともに、既存店の利益構造をさらに向上させる施策を講じていきます。

海外事業は、2019年2月にタイ1号店、7月に香港1号店を出店するなど、ASEAN諸国の開拓が進んでいます。高品質な日本産の青果や加工食品、コスメ雑貨などをリーズナブルな価格で提供していることから、連日多くのお客さまにご来店いただいております。おかげさまで大盛況となっております。従来の業態とは全く異なる「DON DON DONKI(ドン ドン ドンキ)」という新しい業態の創造により、それぞれの国のお客さまの

ハートを掴んだことによる結果だと自負しています。

国内・海外ともに成長のポテンシャルは高いと見ていますが、今後は、PPIHグループの独自業態をお客さまにより深く浸透させること(ライフタイムバリュー(生涯利益)などの長期視点の時間概念を取り入れた新たな収益モデルの追加)と、新しい業態を創造し続けるという伝統を顕示し、「変化対応業」を社業とするPPIHグループとして、新たな挑戦をまいります。つまり、時代とともに私たちはどんどん新しいことに挑戦しなければなりません。これは当社の企業理念集である「源流」に、「成功体験をゼロベースにした創造的破壊が求められる」と創業者が著したとおりであり、私たちが日々心掛けていることであります。

小売業ほど素晴らしい事業はないと確信

私が、PPIHグループの創業者である安田隆夫創業会長 兼 最高顧問の知己を得たのは約20年前で、最初は外部の立場からサポートし、その後、2007年にハワイのドン・キホーテUSAの社長に就任いたしました。それから丸12年、海外事業本部長、法務部長、会長室長、取締役、専務取締役 兼 CCO、代表取締役専務 兼 CAOなどを歴任してまいりました。2015年からはM&A戦略、財務戦略などにおいて外部の企業や金融機関、総合商社などとの関係を深めてきました。

この12年間は、それまでの経歴とは全く畑の違う小売業で

の業務に邁進してまいりましたが、小売業ほど素晴らしい事業はないと確信し続けた12年でした。それは、お客さまと接する機会のあまりない私が、現場で活躍する従業員から12年間にわたって教わったことです。従業員は、私たちの最大の財産であり、彼らと一緒に働く機会を得た私にできる社長としての唯一の恩返しは、当社の企業理念集である「源流」に基づき、私自身が「顧客最優先主義」を貫き、その顧客に最も近い場所で奮闘している従業員を信頼し、権限委譲を徹底することにあると考えています。

これからの経営体制は「チーム経営」へ

これらのことから、私は、営業部門に関してはしかるべき人材に権限を完全に委譲します。言い換えれば、当社には、誇るべき最強の営業チームがすでにあり、権限を委譲できる体制がすでに整っているということです。今回、新設した常務執行役員をはじめとする執行役員は、いずれも、さまざまな部門において、しかるべき実績を残してきた人材であります。さらにその下に構える、部長やマネージャー(30代で活躍している人材も多数います)を中心とする当社の中核メンバーも確実にその実力をつけてきています。

営業部門については、新たに選任した4名の常務執行役員を中心に、全執行役員がそれぞれの得意分野で役割と責任を担っていきます。もちろん、私自身も営業部門と常に密な連携を図っていきます。

一方で、社会の大きな変化に対応するために、従来よりも一層、営業・非営業、また新たなビジネス・パートナーの皆さまと一体で経営をすることが今求められています。幹部社員全員が、社内での闊達な議論を通じて、スピード感を持ち、果敢な挑戦をたくさんしていく新しいステージにワクワクしています。一方、私の役割は、現在の営業チームを死力を尽くしてバックアップしきることに尽きます。私たちの企業原理である「顧客最優先主義」を貫く最も大切なことは、経営陣が、顧客に一番近い現場を第一に考えて経営に取り組むことであると考えています。

これら経営陣が一丸となった「チーム経営」により、新たな成長ステージにおけるPPIHグループの輝かしい未来に向かって進んでいきます。

2019年9月

1株を4株に分割する大幅な株式分割を実施しました。

投資家の皆さまがより一層投資しやすい環境を整え、新たな投資家層の拡大と株式の流動性を高めることを目的として、2019年9月1日付で、普通株式1株を4株に分割いたしました。

分割の割合	普通株式1株を4株
基準日	2019年8月31日
効力発生日	2019年9月1日

PPIHグループの今

日本

652 店舗

ドン・キホーテ	212	長崎屋	2
MEGAドン・キホーテ*1	132	ピカソ*1	26
MEGAドン・キホーテUNY*1	20	miniピアゴ	73
アピタ、ピアゴ	172	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。



香港

1 店舗

DON DON DONKI 1



タイ

1 店舗

DON DON DONKI 1



シンガポール

5 店舗

DON DON DONKI 5



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



PPIHグループは、2019年1月にユニー株式会社を連結子会社化、同年2月には社名を変更して、新しいスタートを切りました。国内だけにとどまらず海外においても着実に店舗網を拡大し、グループ総店舗数は環太平洋エリアに697店舗となりました。

また、ドン・キホーテ1号店オープン以来、30期連続増収営業増益を達成しました。PPIHグループは、お客さまに選ばれる店舗づくりを通じて、今後も中長期的に持続可能な成長を実現していきます。

Overview (2019年6月期)

グループ総売上高	営業利益	ROE
1兆3,289 億円	631 億円	15.6%
グループ店舗数*3	お買上客数	お買上商品点数
697 店舗	5億2,889 万人	41億866 万点
majica会員数	連結従業員数	
816 万人	13,546 名	

*3 2019年8月31日現在

国内事業

国内事業は、消費環境が厳しい状況にありながらも、ユニーとのダブルネーム業態転換店や、ドン・キホーテなどの既存業態も好調です。ユニーが加わったことによるシナジーと、既存事業における新たな動きや戦略による好循環が生まれています。



「MEGAドン・キホーテ福岡福重店」

2019年6月、大手GMS(総合スーパー)の撤退跡の物件に「MEGAドン・キホーテ福岡福重店」がオープンしました。同店は(株)長崎屋が運営する九州最大規模の売場面積を誇る店舗であり、店内は食品や生鮮四品(青果・鮮魚・精肉・惣菜)をはじめ、家電製品、衣料品や医薬品など、商品はフルラインナップで構成しています。

また、同店では新しい試みとして、店舗で販売している精肉を店内で調理加工して焼きたてステーキを提供する「グローサラント」(グローサリー+レストラン)の取り組みを行っています。若年層からファミリー層、シニア層まで、幅広い年代のお客さまに1日中お楽しみいただける店舗となっています。



入り口近くに設置したフードコートは連日賑わい、高い集客力に貢献



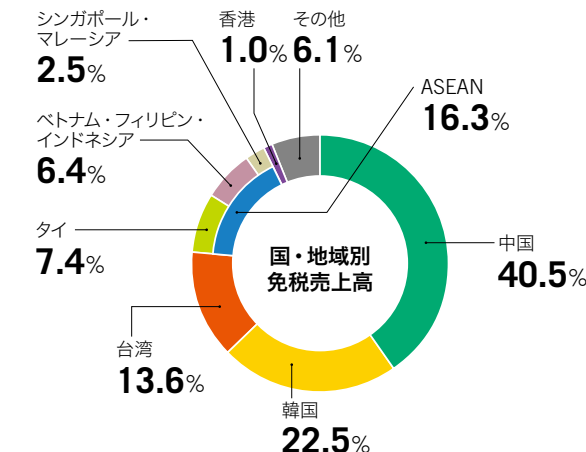
品質や量、価格面において地域一番店をめざした精肉コーナー

インバウンド消費はASEANからの人気上昇

2019年6月期、(株)ドン・キホーテにおける免税売上高は、前期比18.2%増となりました。中国・韓国からのお客さまだけでなく、タイなどASEAN諸国からのお客さま支持率が高まっており、免税売上高シェアは、中国・韓国に次ぐ水準にまで上昇しました。ASEAN諸国の経済成長のポテンシャル



が高いことや、中国の人口規模を考慮すると、インバウンド市場は中長期的にはさらに拡大余地があると考えています。



「ソラドンキ」が新千歳空港にオープン

2019年8月30日、新千歳空港国際線ターミナル3階に「ソラドンキ新千歳空港店」がオープンしました。日本国内の空港内店舗としては、2016年にオープンした羽田空港店に続き2店舗目となります。近年、訪日外国人が増加している北海道の玄関口でインバウンドニーズにお応えしています。



羽田空港店の3倍の面積を有する広い店内で、お買い物の利便性が向上

約340m²の売場は、食品や化粧品など、あらゆるカテゴリで訪日外国人客から人気が高い「日本土産」を取り揃えています。国際線の出発口に位置しており、日本から出国する訪日外国人に最後のお買い物の場を提供するだけでなく、海外に出発するお客さまにとっても便利な店舗となっています。



多言語で展開するPOPやドンキ流の店内演出で、日本限定商品などをアピール

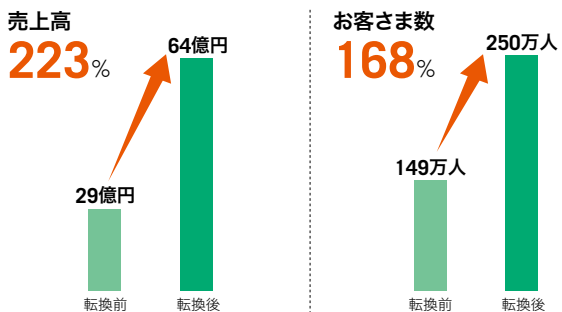
「ドン・キホーテとユニーのシナジーを發揮

ユニーが運営する既存店「アビタ」「ピアゴ」は、計画に基づき順次業態転換を進めて「MEGAドン・キホーテUNY」に生まれ変わっています。2019年に新たにオープンした10店の業態転換店舗は、破竹の勢いで売上高・お客さま数が増加しています。

「MEGAドン・キホーテUNY」は、ドン・キホーテが得意とするバラエティグッズや日用雑貨品などと、ユニーが得意とする食品など、両社の強みを發揮することで、商品構成が多様化しました。その結果、幅広いお客さま層に支持される店舗へと生まれ変わっています。

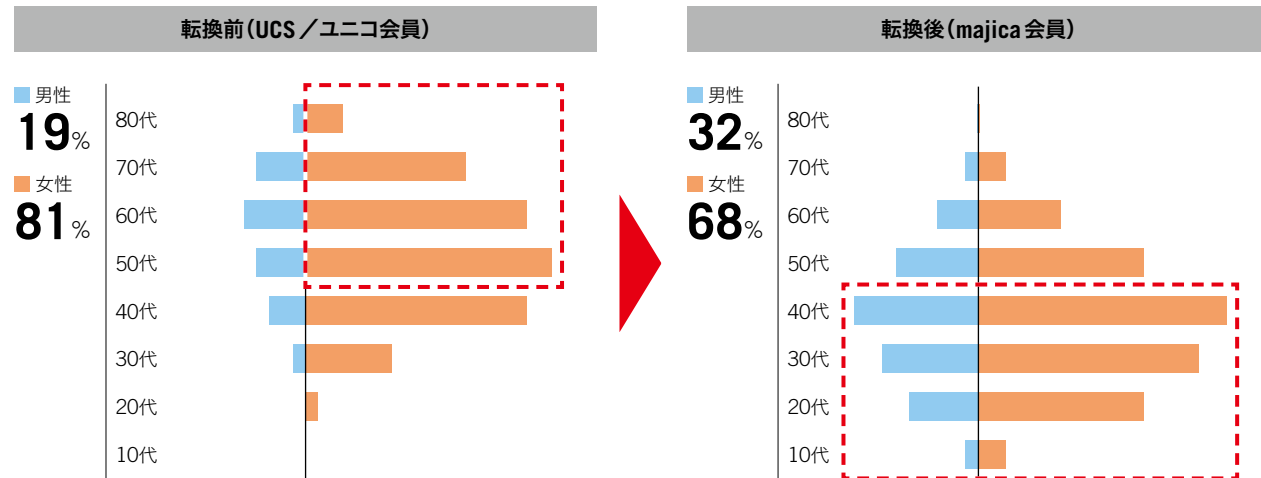


2019年オープンの業態転換10店舗の変化



対象データ：2019年2月～6月(各店の転換日～6月)
 コンセプト直営部門実績(可見店/近江八幡店/中里店/伝法寺店/
 東近江店/富士中央店/気噴店/大和店/鈴鹿店/伊勢崎東店)

会員年代別構成比の変化



対象データ：ダブルネーム業態転換6店舗(大口店/東海通店/座間店/星川店/豊田元町店/国府店)
 【転換前】2017年2月21日から2018年2月20日に1度でも対象店舗を利用した会員 【転換後】2019年3月16日時点の会員

「MEGAドン・キホーテUNY 鈴鹿店」

2019年6月に「アビタ」をリニューアルオープンした「MEGAドン・キホーテUNY 鈴鹿店」は、地産地消をめざして近隣や地場で生産された青果や鮮魚を多く取り揃えるなど、ユニーの強みを活かした食品売り場を実現しています。さらに、玩具などのバラエティグッズや子どもが遊べるキッズスペースを設置するなど、地域のお客さまのあらゆるニーズにお応えし、地域一番店をめざしています。



衣料品専門店「APITA CLOTHING」

鈴鹿店は、「MEGAドン・キホーテUNY」への業態転換初の取り組みとして、ユニー直営の衣料品テナント「APITA CLOTHING(アピタクロージング)」を展開。ユニーにおける衣料品部門のプロ担当者が厳選したアイテムを揃えています。長年当店にご来店いただいているミセスアダルト層に加えて、業態転換後に新たににご来店いただいているヤングファミリー層のお客さまにもご支持いただいています。3世代コーディネートが叶う、トレンドショップとしてスタートしました。



海外事業

海外事業は、ローカルのお客さまから根強い人気を誇る米国事業と、「ジャパンブランド・スペシャリティストア」をコンセプトとした「DON DON DONKI」を展開するアジア事業があります。今回は、アジア事業の取り組みについてご紹介します。



シンガポールで新店が続々オープン

2019年5月、シンガポールにおいて「DON DON DONKI Sweet potato factory チャンギ国際空港ターミナル3店」がオープンしました。これまでの「DON DON DONKI」業態で人気を博した焼き芋などのモバイルフードに特化したスピノフ業態として、約30m²の店舗面積で展開しています。日本産の紅はるかを使用した焼き芋や大学いも、さつまいもミルクシェイクなど、空港内で気軽に食せる商品を販売しています。

さらに、シンガポールの商業施設内にオープンした「DON DON DONKI スクウェア2店」は、日々の生活導線の一部として足を運んでいただけるよう、スーパーマーケットとしての要素を強めています。旬の野菜や鮮魚はもちろん、ライブ感のあるインスタキッチンで調理した惣菜も豊富に用意し、お寿司などの日本食を手軽に楽しめる生活密着型の店舗となっています。



店舗のコンセプトは、「片手に焼き芋、片手にパスポートで旅を楽しんでもらう！」



毎日の食事に欠かせない新鮮な魚やお寿司なども多く取り揃える

香港1号店は、大盛況の行列店！

2019年7月、香港初出店となる「DON DON DONKI ミラブレイス2店」が香港随一の繁華街、尖沙咀(チムサーチョイ)エリアにオープンしました。生鮮四品をはじめ、お菓子などの加工食品のほか、シンガポールやタイでも人気のある焼き芋や日本食を豊富に取り揃えています。旬の青果や日本製の化粧品なども強化した24時間営業店舗であることから、地元のお客さまの多様なニーズにお応えしています。



店内で販売する青果は、日本産にこだわる



東南アジアにおける「DON DON DONKI」業態の売上は、8割以上が生鮮四品を含む食品が占めています。PPIHグループの海外戦略における最大の武器は「日本の品質や食文化」であるといえます。お客さまから、安全で高品質な日本の食品をどこよりも低価格で購入できる点と、店内調理を含む惣菜の「即食」が楽しめるイートインスペース(フードコート)がご好評いただいております。季節ごとに変わる日本の味覚や食文化を楽しんでいただけます。



「焼き芋」や「大学いも」は、甘い匂いでお客さまの食欲を刺激



和牛を使用した惣菜などで、即食マーケットの拡大を狙う



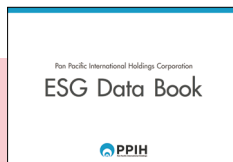
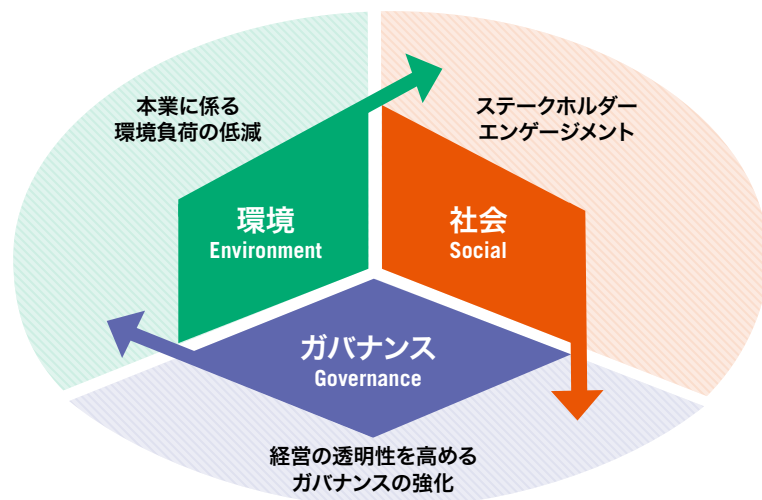
惣菜コーナーに併設したイートインスペースは、連日大盛況

ESG マネジメント

PPIHグループは、いつの時代においてもお客さまに喜ばれ、選ばれる店舗であり続けるために、ESGの取り組みを推進し持続的な成長をめざしています。持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を実現するには、ステークホルダーの皆さまとこれまで以上に対話を重ねていくことが重要です。そして本業である総合小売業としての事業活動を通じて環境・社会の課題解決に取り組み、また、経営の効率性や透明性を高めるため、ガバナンス強化にも積極的に取り組んでいきます。

PPIHグループのESG方針

当社グループは、「本業に係る環境負荷の低減」「ステークホルダーエンゲージメント」「経営の透明性を高めるガバナンスの強化」に重点的に取り組みます。これら3つの分野の取り組みは互いに重なり合いながら循環し、当社グループの持続的な成長の実現につながります。



当社のESG方針や実績データをまとめたESGデータブックをホームページに掲載しています。

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

私たちの本業によるESGの取り組みは、国連の「持続可能な開発目標」(SDGs)にも重なると考えています。

SDGsとは、2015年9月に国連総会が「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030年アジェンダ」を採択し、人間、地球及び繁栄のための行動計画として策定した、17の目標と169のターゲットからなる「持続可能な開発目標」です。



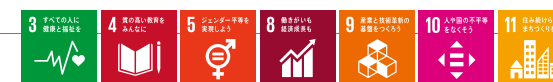
E 環境方針



気候変動、海洋汚染をはじめ、地球規模で環境問題が深刻化している今日、低炭素社会・循環型社会・自然共生社会を実現させた持続可能な社会を構築するために、当社グループは企業活動を通じて貢献します。

- 環境負荷の少ない安全・安心な商品・サービスの提供と店舗開発の推進に努めます。
- 全従業員がそれぞれの立場で環境問題について考え、自分の役割を自覚して行動するよう努めます。
- 循環型社会の実現のために、廃棄物削減・リサイクル推進に努めます。
- 自主企画商品における環境負荷を低減します。
- この環境方針を実行・維持し、お客さまと一緒に地球環境保全活動を推進します。

S 社会貢献方針



当社グループは、お客さまに買い物の楽しさ・便利さ・驚きの安さを提供する店づくりを使命とし、事業活動を通じて社会の発展に寄与し、持続可能な社会を実現します。ステークホルダーとの対話によりニーズを捉え、いち早く対応することで社会課題の解決をめざします。また、すべてのステークホルダーの基本的な人権を尊重し、高い倫理観と良識を持った企業として、ともに社会の発展をめざします。

- 人権の尊重
- 労働環境の整備
- 地域社会への貢献

G コーポレート・ガバナンス方針



当社グループは、高い倫理観に則った事業活動こそが、企業存続の前提条件であるとの理念に立ち、企業統治体制とその運営の適法性を確保しています。とりわけコンプライアンスについては、これまで以上に組織体制を強化するとともに、法令遵守意識の向上、経理部門及び内部監査部門、検査・調査部門の強化などの取り組みの徹底と充実を図りながら、企業活動を推進します。

全文は当社ホームページをご覧ください。 <https://ppi-hd.co.jp/csr/sustainability/>

E 本業に係る環境負荷の低減



日本では年間4億トンの産業廃棄物が排出されているといわれています。廃棄されたごみの処理にかかるエネルギーや温室効果ガスの排出量も多く、分別によるさらなるごみの削減や資源の枯渇などが社会課題となっています。PPIHグループは持続可能な社会の実現のため、環境に配慮した自社PB商品の開発、植物由来の素材を使用したレジ袋の使用など、私たちの本業を通じて環境負荷の低減に積極的に取り組んでいます。

環境配慮型商品「eco!on(エコオン)」

私たちの普段の生活を省エネ・省資源といったエコライフスタイルに変えることで、持続可能な社会構築に貢献できると考えています。当社グループのユニーが企画・開発する環境配慮型PB商品「eco!on」は、原料・製造・容器包装・販売・使用時・使用後といった、生産者から販売者・購入するお客さま・再生

利用事業者などのつながりの中で、環境負荷を低減させた商品です。お買い物の際、「環境にやさしい」という視点で商品を選んでいただくことで、お客さまと一緒に地球環境の保全に貢献し、持続可能な社会の構築をめざしていきます。



シリコンおかず入れ

牛乳パックイレットペーパー

3R

リデュース・リユース・リサイクル

- ・容器包装が少ない
- ・何度も使える(リユース)
- ・リサイクル素材でできている

あげ油リサイクルハンドソープ

バイオマスつめかえ容器

低炭素社会をめざす CO₂排出量削減

- ・省エネ(LED電球、省エネ家電、クールビズ衣料)
- ・FSC(森林保全商品)
- ・バイオマス資源(植物を原料にした燃料やプラスチックはカーボンニュートラル)

FSCノート

地球を汚さない

- ・排水を汚さない(廃油リサイクル品・無洗米)
- ・土壌を汚さない(減農薬・化学肥料農作物、オーガニックコットン)

オーガニックコットンTシャツ・インナー

培養土

中部有機リサイクル株式会社と進める「食品リサイクルループ」

限りある資源の有効活用

ユニーは、「容器包装をできるだけ使わない販売」「使った後の容器包装を廃棄物にしない」「地球環境にやさしい植物由来の原料を使った容器包装を使用する」など、お客さまと一緒に環境負荷低減に取り組んでいます。店頭では、家庭ごみの削減と再資源化を図るために使用済み容器包装を回収しています。現在店舗では、食品トレイ、牛乳パック、アルミ缶、ペットボトル、ペットボトルキャップを回収し、資源としてリサイクルしています。店頭回収量は年々増加しており、容器包装を資源としてリサイクルすることで資源の有効活用とCO₂排出量削減にもつながります。今後もお客さまと一緒に容器包装の削減と再資源化に取り組んでいきます。



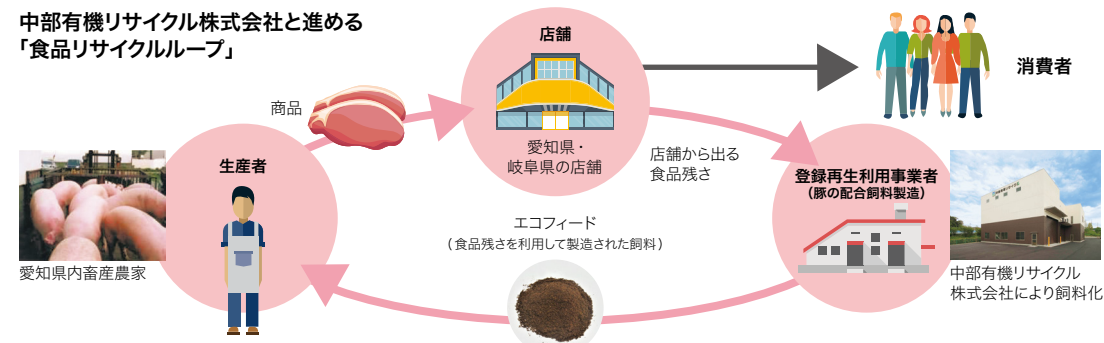
店頭で回収した使用済み容器はリサイクルセンターに送られ、製品の原料などにリサイクル処理。そこで精製された原料をもとに、環境配慮型PB商品を生産しています。

食品ロス削減・食品リサイクル

日本ではまだ食べられる食品ロスが全国で643万トン*1に及ぶなど、世界中で食品廃棄が問題視されています。そこで、食品残さ(野菜クズや魚アラ)を排出する店舗と、堆肥や飼料を製造する再生利用事業者、それを使って農畜産物を生産する農業生産者とのパートナーシップを各地で構築し、食品リサイクルループによる地域循環型農業で食品ロス削減

に努めています。食品リサイクル率は85.1%(2018年度)と小売業界の目標である55%を大きく上回っており、今後も発生抑制(リデュース)となる食品ロス削減と、食品リサイクルに継続して取り組んでいきます。

*1 出典：農林水産省「食品廃棄物等の発生量(平成28年度推計) (2019年4月12日時点)」



S ステークホルダーエンゲージメント



PPIHグループは、すべてのステークホルダーの皆さまとの対話を重ねながら、お客さまのニーズをいち早くキャッチし、本業を通じて社会の課題を解決していきます。お客さまだけでなく、グループ従業員も会社の財産(=人財)であると捉え、個性やポテンシャルを引き出す採用や育成に注力。従業員一人ひとりの仕事に対する満足度を向上させることで、お客さまに喜んでいただける店舗づくりにつなげています。

LGBTダイバーシティの推進

人々の多様な個性を尊重し、お客さまがお買い物しやすい店舗、そして従業員が働きやすい職場環境をめざし、ダイバーシティを推進しています。性的マイノリティに対する従業員の理解浸透を図るため、2016年6月にLGBTプロジェクトを立ち上げました。店舗における研修などにより従業員の意識を高め、すべてのお客さまに喜んでいただける店舗づくりにつなげています。2017年7月からは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にも適用しています。



2017年からは日本最大のLGBTフェス「東京レインボープライド」にも参加しています。

work with Pride Gold 2018

企業の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。

未来を担う子どもたちに「商育」の場を提供



グループの強みを活かしたオリジナルプログラムで次世代育成に貢献しています。

子どもたちの職業観の育成に少しでも寄与できればと考え、商売を通じて働くことの楽しさや責任感を体感してもらう学習の機会を「商育®️」と名づけ、全国の当社グループ店舗で実施しています。2019年は小中学生を中心に延べ230校、1,937名に体験していただきました。

また、子どもたちがSDGsや環境問題を身近な問題として捉えることができるように、楽しく体験しながら学べるオリジナルの出張授業を開催しています。

すべての従業員がいきいきと働ける職場環境の構築

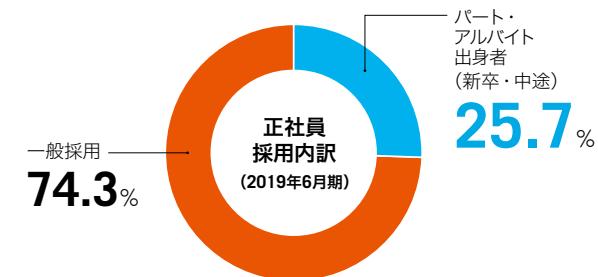
すべての従業員が高いモチベーションを持って働けるよう、職場環境の整備に努めています。やりがいを感じながら働ける環境を構築するため、パート・アルバイトにも商品の仕入れや価格設定、商品陳列の演出を任せるなど、多くの権限を委譲しています。さらに、働く時間帯や時間数に制限がある女性やシニアなどの従業員に向けた短時間勤務シフトを導入し、



従業員一人ひとりに合った多様な働き方を実現しています。

また、パート・アルバイト出身者から正社員への登用

を積極化しています。社風を理解した人財を採用することで、入社した従業員が即戦力として働くことができ、生産性の向上と離職率の低下を実現しています。



※ 対象データ：国内主要法人

パートナーさまとの共存共栄・取引拡大をめざして

パートナー(お取引先)さまと強固な関係を築くことは、競争が激しい流通業界を勝ち抜くための生命線という考えから、双方が対等な立場で切磋琢磨しながらともに成長することを目的とした会員制組織「共栄会」を2013年に結成しました。共栄会主催のセミナーやイベントを通じて信頼関係を構築し、パートナーさまと当社グループ従業員が一体となり、取り組みの活性化をめざしています。6年目を迎える現在の会員社数は1,900社を超え、継続的に活動を行っています。

また、2019年5月30日に開催した「PPIHグループ 2019年度パートナー決起総会」では、総勢約3,000名にご参加いただき、当社グループの経営戦略と事業展望をご報告しました。かつてない規模で、より一層の協力と発展を誓い合いました。

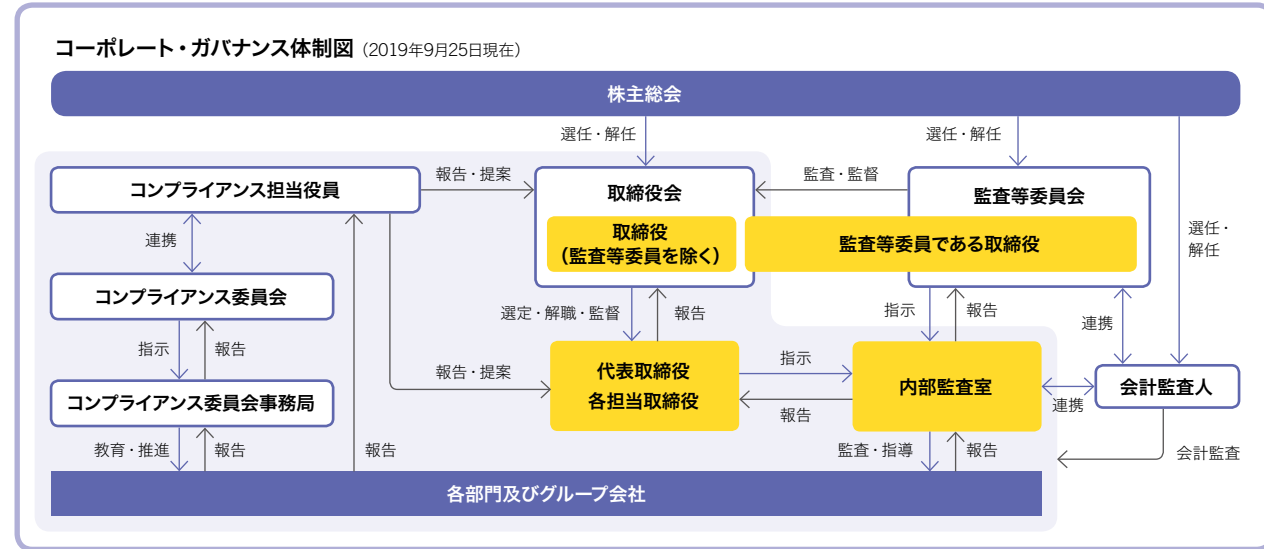
「共栄会」概念図



G 経営の透明性を高めるガバナンスの強化



コーポレート・ガバナンスとコンプライアンスの強化を図るとともに、積極的なディスクロージャーを行い、社会と共生するPPIHグループへの理解を深めていただくことが、企業価値増大のための重要な経営課題であると位置づけています。高い倫理観に則った事業活動こそが企業存続の前提条件であるとの理念に立ち、企業統治体制とその運営の適法性を確保していきます。



コンプライアンスへの取り組み強化

すべてのステークホルダーから信認を得て社会的責任を全うすることが、真のコンプライアンスであると考えます。そこで、法令違反などの通報窓口として「コンプライアンスホットライン」を、また、従業員とその家族の心とからだ、暮らしに関する悩みの解決を図るため、「なんでもあんしん相談窓口」を設置しています。これらは社内規程に基づいて運用し、公正な取引と安全で安心な商品・サービスの提供につなげています。



環境マネジメントへの取り組み

当社グループのユニーは、ISO14001環境マネジメントシステムを用い、店舗や事業所の環境影響を調べて改善することに努めています。2004年1月にユニー本社事務所がISO14001を取得し、2019年7月に全店認証取得を完了。廃棄物削減・リサイクル推進・省エネ活動で成果をあげており、それが商品の販売とともに企業の存在価値につながっていると、審査機関から評価されました。また、環境方針・環境目標などの理解を深め環境活動を実践していくために、従業員への教育も行

い、環境マネジメントの内部監査員認証取得者は418名(2019年2月期時点)になりました。



環境マネジメントの内部監査員養成合宿の様子

グループ一体化に向けた「源流」の浸透

「源流」とは、当社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て明文化したもので、グループ従業員の行動規範や、パートナーさまとの在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があまるところなく記されています。当社グループの喫緊の課題は、新たにグループに加わったユニー社員と一体になり、同じ使命に向けて

ともに成長していくことです。2019年2月に新たに「源流推進本部」を設置し、「源流」のさらなる理解浸透を目的とした研修を継続的に実施。「源流」を真に理解してもらうことで、同じグループ社員としての意識と団結力を高めています。



ユニー社員を対象とした源流研修の様子

源流研修参加者の声

源流伝道士*1の方が「源流」について話してくれたのですが、「ユニーのメンバーに源流のことをしっかり伝えたい!」という熱量を感じました。ドン・キホーテの方は、仕事に対するスピード感がユニーとは違うと感じています。ドン・キホーテは、ダメならすぐに次を決断し、実行に移す力もある。源流を読んで気づいた、PDCAを回すスピード感や判断力・決断力は、現在の仕事にも活かせると思います。私たちが考える以上に「源流」の存在は大きいです。ユニーの社員も、変わっていかなくてはいけないと思います。

*1 厳しい認定試験に合格し、自ら源流を実践・伝道していく役割を持った従業員

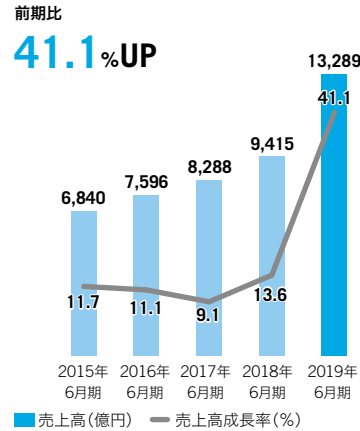


UDリテール株式会社
(ユニーより出向)
MEGAドン・キホーテUNY
伝法寺店

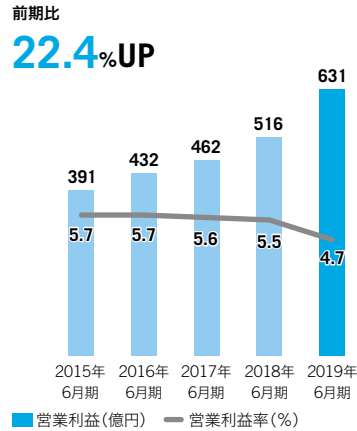
原 芳樹

財務・非財務ハイライト

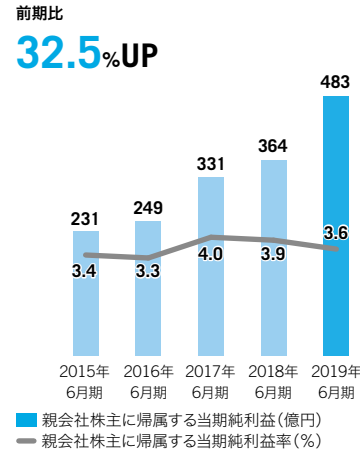
売上高／売上高成長率



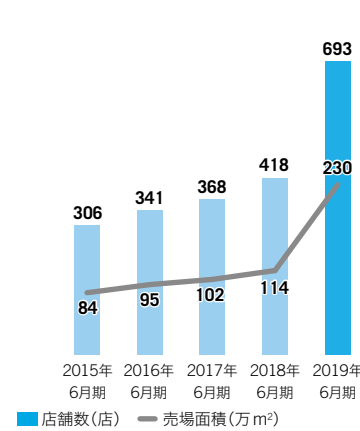
営業利益／営業利益率



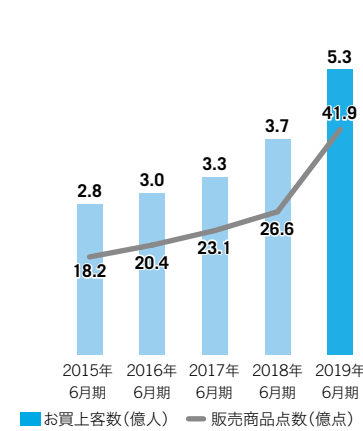
親会社株主に帰属する当期純利益／親会社株主に帰属する当期純利益率



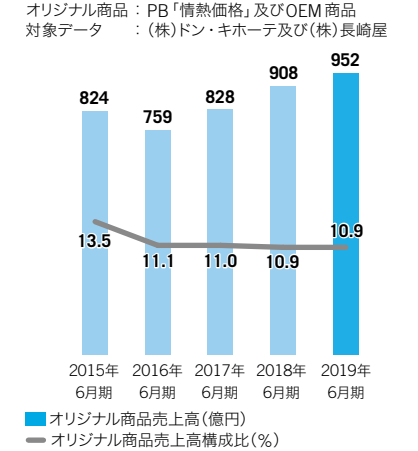
店舗数／売場面積



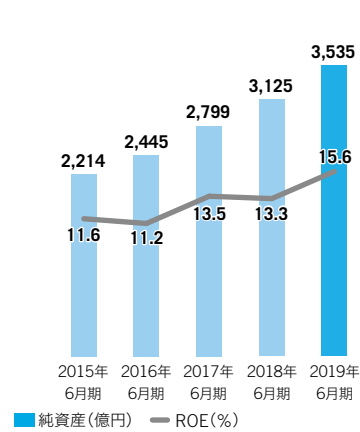
お買上客数／販売商品点数



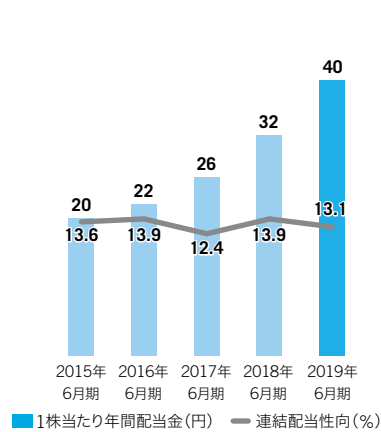
オリジナル商品売上高／オリジナル商品売上高構成比



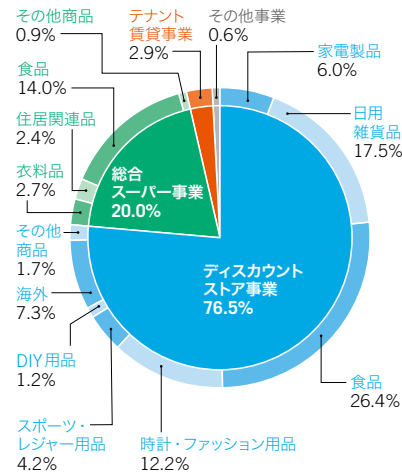
純資産／ROE



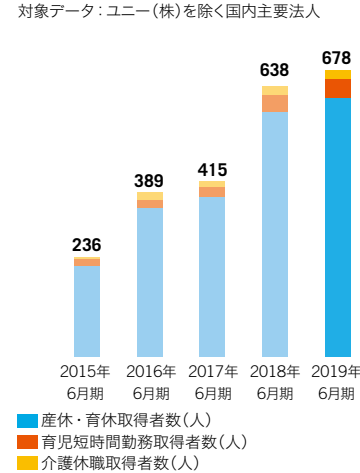
1株当たり年間配当金／連結配当性向



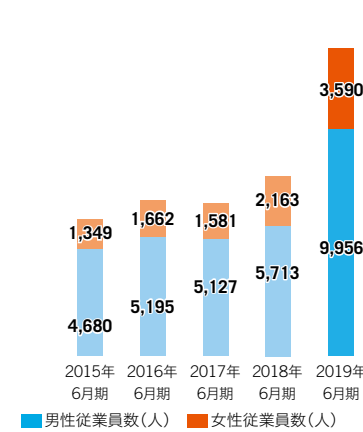
商品分類別売上高構成比



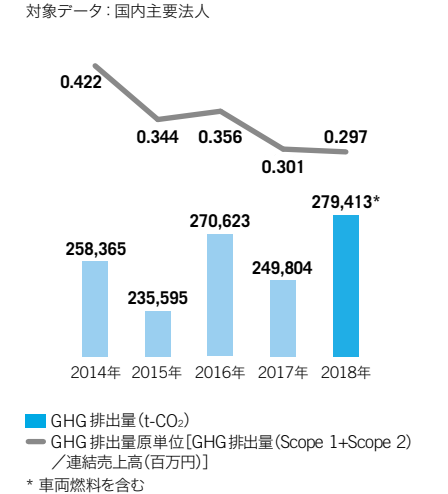
産休・育休／育児短時間勤務／介護休職取得者数(パート・アルバイトを含む)



従業員(社員)男女内訳



GHG排出量／GHG排出量原単位



会社・株式情報

(2019年9月25日現在)



海外リテール部門	PPSI	Pan Pacific Strategy Institute 海外における総合小売事業、食品や生活関連商品の開発・輸入・販売	PPRM (Asia)	PPRM (Singapore)
				DONKI Thonglor
国内リテール部門ほか	ドン・キホーテ	ドン・キホーテ 多様な商品を扱うバラエティ型総合ディスカウトストア事業「ドン・キホーテ」などを運営	PPRM (USA)	PPRM (Hong Kong)
				Don Quijote USA
	ユニー	ユニー 食品・日用品をはじめ、衣料品・住居関連商品などを扱う総合スーパー事業「アピタ」「ピアゴ」を運営		MARUKAI HAWAII
				QSI
	UDリテール	UDリテール 総合スーパー事業「アピタ」「ピアゴ」を業態転換した「MEGAドン・キホーテUNY」「ドン・キホーテUNY」を運営		MARUKAI CORPORATION
	長崎屋	長崎屋 食品や日用品をメインにした主婦・ファミリー向けの大型ディスカウトストア事業「MEGAドン・キホーテ」を運営		ストアーグループ
				富士屋商事
	ダイシン百貨店	ダイシン百貨店 「MEGAドン・キホーテ大森山王店」を運営		ライラック
				99イチバ
ドイト	ドイト 職人向けプロユース商品からDIY用品まで扱うホームセンター「ドイト」を運営		ユニファード	
			UCS	
PPIT	PPIT 海外での商品企画・製造管理業務、海外からの商品調達コンサルティング業務の事業		サンリフォーム	
			ネクスコム	
			サン総合メンテナンス	
			マイサポート	
不動産部門ほか	日本商業施設	日本商業施設 不動産の賃貸、管理、売買及びその仲介並びに駐車場の運営管理の事業		WITH DOIT
D-ONE	D-ONE ティワン PPIHグループの店舗開発事業などを行う不動産開発事業			
日本アセットマーケティング	日本アセットマーケティング テナント賃貸・不動産管理、施設の保守・メンテナンス事業			
リアリット	リアリット モバイル・クーポン、ウェブサイト運営管理などを行うインターネットサービス事業		パン・パシフィック データサービス	
J.L.S.	J.L.S. ジャパンインバウンドソリューションズ 観光立国実現のための訪日観光・国際交流の推進、プロモーション事業			
PPRS	PPRS パン・パシフィックリテールサポート PPIHグループ全体の営業サポート業務			
PPSS	PPSS パン・パシフィックシェアードサービス PPIHグループ全体の総務・経理・法務などのバックオフィス業務		オペレーションシェアードサービス	

PPRM: Pan Pacific Retail Management

● 会社の概況

商号 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
(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 226億75百万円

決算期 6月末日

従業員数 69名(連結: 13,546名)

● 役員 (2019年9月25日現在)

代表取締役社長 CEO	吉田 直樹
取締役 兼 常務執行役員 CMO (Global) *1	松元 和博
取締役 兼 常務執行役員共同 COO *2	西井 剛
取締役 兼 常務執行役員共同 COO *2	榊原 健
取締役 兼 常務執行役員	関口 憲司
取締役 兼 執行役員	丸山 哲治
取締役 兼 執行役員	石井 祐司
取締役 兼 執行役員	阿部 博史
取締役 (非常勤)	安田 隆夫
取締役 (社外)	井上 幸彦
取締役 (社外)	吉村 泰典
取締役 (社外)	福田 富昭
取締役 (社外)	西谷 順平
取締役 (社外)	吉野 正己

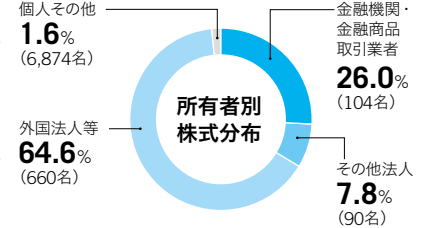
*1 Chief Merchandising Officer

*2 Chief Operating Officer

● 株式の状況

発行可能株式総数	468,000,000株
発行済株式の総数	158,321,760株
自己株式の総数	4,680株
株主総数	7,728名

※ 株主総数は前期末と比較して312名減少しています。
※ 当社は2019年9月1日付で1株につき4株の株式分割を実施していますが、本ページの株式情報につきましては、2019年6月期末現在における分割前の情報を記載しています。



※ 自己株式(4,680株)は、個人その他に含まれています。

● 大株主

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	19.77
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	8,634,000	5.45
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)	7,888,100	4.98
みずほ信託銀行株式会社(0700121信託口)	4,495,800	2.84
公益財団法人安田奨学財団	3,600,000	2.27
株式会社ゆうちょ銀行	2,692,100	1.70
GIC PRIVATE LIMITED - C	2,588,700	1.64
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口5)	2,313,400	1.46
CREDIT SUISSE AG HONG KONG TR A/C CL FOR: LA MANCHA HOLDINGS PTE LTD.	2,200,000	1.39

※ 出資比率は自己株式(4,680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

事業年度	毎年7月1日から翌年6月30日まで
定時株主総会	毎年9月
定時株主総会基準日	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。
剰余金の配当の基準日	6月30日(中間配当を実施する場合の基準日は12月31日)
単元株式数	100株
公告の方法	電子公告により行います。(https://ppi-hd.co.jp) 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。
上場証券取引所	東京証券取引所(市場第一部)
株主名簿管理人	東京都中央区八重洲一丁目2番1号
特別口座の口座管理機関	みずほ信託銀行株式会社
同連絡先	〒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