

PPIH Report

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

第43期 中間報告書

2022年7月1日～2022年12月31日

CONTENTS

- 01 株主の皆さまへ
- 02 特集1 majicaアプリ リニューアル
- 03 特集2 PB商品「情熱価格」
- 04 特集3 国内事業
- 05 PPIH TOPICS



いかなる環境変化にも対応し、グループ全体での成長をめざします。

株主の皆さまには平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

当第2四半期累計期間では、売上高9,784億円、営業利益575億円、親会社株主に帰属する四半期純利益は368億円となり、増収増益を達成。第2四半期としては過去最高の売上・営業利益を達成することができました。

増収増益で着地した国内事業では、ディスカウント事業が外出機会の増加やイベント需要の戻りといった、ポストコロナに移行したお客さまの行動変化に加え、予測を上回るインバウンド需要の回復が業績に寄与しましたが、何よりもインフレへの対応が奏功しました。

重点施策であるPB/OEMの強化は、インフレ下においてもお客さまの需要に応える結果として上期で16.8%とさらに向上しました。「情熱価格」のリブランディング以降で初となるTVCMを放映するなどメディア露出効果もあり、12月には過去最高売上を記録しました。また前期より取り組んできたプライシング精度の向上により、時々刻々と進む物価高騰の中でも適切な価格設定が可能となったことも粗利率向上に寄与しています。販管費については水光熱費をはじめとする各種コストの上昇局面においても、コストコントロールを継続し、売上伸長と相まって販管費率は前上期と同水準で着地をしています。こうした店舗現場での取り組みが成果を見せ始め、インフレが進む中でも当社グループの施策が功を奏したと言えます。

GMS事業は粗利率の改善に加えコストコントロールが奏功し、営業利益は当初計画通りの進捗となりました。10月にはMD組織をディスカウント事業と統合し、今後に向けて商品強化を推進するとともに管理業務についても効率化を進めました。

一方、海外事業では依然として新型コロナウイルスの影響を色濃く受け増収減益で着地しました。

アジア事業は新規出店もあり増収増益で着地しましたが、香港、マカオといった都市繁華街店舗を擁する国では人流回復が想定より進まず売上が下振れ、また粗利率・販管費率についても課題が明らかになりました。今後は利益にフォーカスし、各地域のベストプラクティスの共有により、コストの効率化ときめ細やかなMD施策を行ってまいります。

また、北米事業では、Gelson'sは外食代替需要が反動減する中で堅調に推移したものの、ハワイでは店舗・商品関連のシステム及びオペレーションの統合をさらに推進してきた中で課題が見えたことから、今後オペレーションの改善を行ってまいります。

激動の経営環境の中でも、経営陣のコミットメントは、全体として中期収益目標を確実に実行できるようにしていくことです。株主の皆さまにおかれましては、今後も変わらぬご支援・ご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。

2023年6月期第2四半期累計期間

■ 事業活動のポイント

Click!

詳細な業績に関しては「ひと目でわかる決算」をご覧ください

<https://ppih.co.jp/ir/highlight/hitomedewakaru/>

ディスカウント事業

- 外出機会の増加やイベント需要の戻り、第2四半期以降はインバウンド回復により既存店前年比は104.0%と好調。免税売上は上期累計で81億円、また12月単月では2019年比で60%超まで回復。
- 継続的なPB/OEM強化と滞留在庫削減により、既存店粗利率は26%（前上期比+1.8%）に改善。
- 水光熱費の上昇が続くも、コントロール強化と売上伸長により販管費率は前上期の水準に着地。

GMS事業

- 第1四半期に続き粗利率を改善し、営業利益は前上期比+22億円の増益を達成。
- 第2四半期からはディスカウント事業と同様のプライシング精度向上の仕組みを各店に順次導入。またMD組織をディスカウント事業とGMS事業で統合し、仕入れ及び管理業務の効率化にも取り組む。

海外事業

- アジア事業では販管費率が前期比+1.9%となるも、粗利率を+1.8%に改善。タイでは販管費率を改善、台湾は上期で黒字化を達成。今後は各地域のベストプラクティスをアジア全体で横伝播し、さらなる売上向上、利益成長を図る。
- 北米事業では、ハワイで店舗・商品のシステム及びオペレーション統合を推進したことで、在庫管理やプライスコントロールの課題から粗利率が悪化。今後改善に取り組む。Gelson'sやマルカイCAは概ね予算通りの営業利益で進捗。

代表取締役社長CEO

吉田 直樹



金融事業を新たな収益の柱として強化すべく、2021年にPPIF（株式会社パン・パシフィック・インターナショナルフィナンシャルサービス）を設立し、傘下にクレジットカード事業などの運営会社/株式会社UCSを移管。今後、PPIFでは、majicaアプリの決済機能を大幅に進化させ、当社グループ外でもご利用できるようにする他、クレジットカードの即時発行や場所を選ばずアプリでチャージできるようにするなど、お客さまにとって利便性の高い魅力的なサービスを展開していきます。2022年6月からは新規事業として加盟店管理事業もスタートしており、決済手数料の内製化などを通じたコスト削減効果を創出しています。

majica 「お得、便利、楽しい！」 1,100万アプリ会員突破

majicaアプリがより使いやすくさらに便利になりました。タイムライン機能でよく利用する店舗のお得情報が一覧に。対象商品の評価や口コミを閲覧・投稿することも可能です。クーポンは探しやすい見やすくなり、決済画面のバーコードも読み取りやすくなりました。国内ドン・キホーテやアピタ、ピアゴなどを含むmajica加盟店でのお買い物を、便利にお得にサポートする電子マネー「majica」の公式アプリをぜひダウンロードしてください。



サービスの詳細は以下のサイトをご覧ください。



majica公式サイト
https://www.majica-net.com/

※majicaアプリのダウンロード及び会員登録が必要となります。

主な機能

majicaのサービス

アプリでmajicaのサービスがご利用可能に。レジで会員証バーコード画面を提示するだけで、お会計からチャージまでできます。

チャージする

お支払い

ポイントを貯める

クーポンを使う

株主優待は半期ごとに2,000円分のmajicaポイントを贈呈

9月末、3月下旬に発送予定の配当金関係書類に同封のクーポンコードをmajicaアプリにご入力いただくと、2,000円分のmajicaポイントが株主優待として付与されます。

対象となる株主さま

毎年6月末日（当社期末）または毎年12月末日（第2四半期末）時点の株主名簿にそれぞれ記載・記録された、100株（1単元）以上保有する株主さまを対象とします。

保有株式数	100株以上
優待内容	2,000円分のmajicaポイントを贈呈

チャージ

- お店のレジで
- クレジットカードで (majica donpen card、UCSカード)
- 専用チャージ機で

お支払い

- アプリのバーコードを提示
- majicaマネーでお支払い
※チャージした残高がmajicaマネーです。
- majicaポイント
お支払いの際にポイント利用を伝え、アプリのバーコードを提示

ポイント

国内ドン・キホーテやアピタ、ピアゴなどを含むmajica加盟店でのお買い物の際、majicaマネーでお支払いいただくとポイントが貯まります。貯まったポイントは、お会計時に1ポイント＝1円としてご利用いただけます。
※majicaアプリ未登録会員さまはポイント付与対象外です。

デジタルクーポン

majicaアプリで保有しているクーポンは、お会計時にアプリの会員証画面やクーポン詳細画面を提示することで利用できます。



口コミ



商品に対するお客さまの評価や口コミを投稿することができます。他のお客さまの評価の他、商品情報も確認できます。

タイムライン



ご登録いただいたフォロー店舗からのお得情報やキャンペーン情報をタイムラインでお届けします。

その他多様な機能

- ✓ 電子レシート
- ✓ チラシ



あっと驚く「やりすぎ!」な商品多数!

『情熱価格』

ドン・キホーテのオリジナル商品ブランド「情熱価格」が進化し続けています。



2009年10月に誕生したドン・キホーテのオリジナル商品ブランド

2021年2月に「ピープルブランド」と定義して、リニューアル

PBIはPBでも、自社完結で開発するブランド、つまり自社の所有物としての「プライベートブランド」ではなく、お客さまと一緒に商品を創り上げる「ピープルブランド」に。

「ダメ出しの殿堂」を開設 <https://jonetz.com/>

お客さまからダメ出しを投稿いただき、商品開発を行うためのコミュニティサイト

商品は合計4,000点以上

食品・日用品・家電・衣料品など多岐にわたるカテゴリで展開。

「情熱価格」は2022年度グッドデザイン賞を受賞。“これまでのブランドデザインの枠を打ち破ったことで、独自の存在感を生み出した”ことが高く評価されました。

受賞日：2022年10月7日



新キャラクター 「ド情ちゃん」誕生!

情熱価格にオフィシャルキャラクター「ド情ちゃん」が誕生。2022年12月16日より新TVCMに登場しています。ド情ちゃんはみんなを驚かせたり、楽しませたりするのが好き。常人には「ド」としか聞こえない独自の言語で、一生懸命に情熱価格をアピールしようとしています。実は普通にしゃべれるという噂も。

ド情ちゃん

- 誕生日：2021年2月24日
- 好きなカタカナ：「ド」
- チャームポイント：内側に書かれた“JONETZ”の文字
- 特技：みんなを驚かせること
- 性格：やりすぎがち
- 尊敬する人：ドンペン先輩
- 座右の銘：ドンドン驚キ

俳優の
永山瑛太さんと
共演のCMは
特設サイトから



<https://www.ppihgroup.com/j-kakaku/tvcm/>

2022年メディアで話題に

『AndroidTV™ 機能搭載 チューナーレス スマート TV』

あえてチューナーを外して動画視聴に特化したTVが、小学館DIMEトレンド大賞 家電部門金賞に輝きました。2021年12月に発売すると、わずか1カ月で初回生産分6,000台がほぼ完売。累計販売台数は20,000台を突破！2022年8月には4Kモデルが発売に。現在、シリーズで4タイプ（4K対応 43V型／50V型、フルHD 24V型／32V型）を発売中。



小学館 DIME
トレンド大賞 家電部門 金賞
日経トレンディ
2022年ヒット商品 22位



日経トレンディ
2022年ヒット商品 27位

しいたけスナック

2021年11月発売。ジャンクな味つけのスナックなのに、しいたけをそのまま揚げることで、素材系スナックとして罪悪感が軽減されると話題を呼び、当初想定10倍以上である年間64万個を販売。

「ダメ出し」から生まれた新商品

なぜか軽く感じる 魔法のトートバッグ (横型)

お客さまから寄せられた「縦型より横型がいい!」というご意見から横型タイプを追加。また、「肩にかけたい」「持ち手が短い」「持ち手の金具が重い」というご意見から、持ち手が長く、肩がけもできて軽く感じるトートバッグに改良しました。



その他「やりすぎ!」な商品の数々

3時間速乾 ジャンボバスタオル 2枚組



夜干しても
翌朝使える!

ジャンボサイズなのに3時間で乾く。ふんわりやわらかで吸水性バツグン、全身まるごと包み込むジャンボバスタオルです。

ギガ盛り弁当箱 1300ml



超大容量×
超時短!

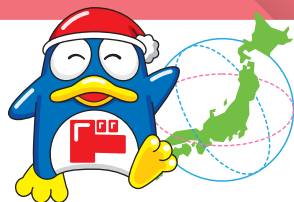
お茶碗約6杯分のご飯とおかずが入る超大容量1300ml! 作り置き用おかず入れや箸&箸箱付きで、丸い角だから洗いやすくお手入れもラクに。

酸素系漂白剤 オキシシャイニー1.8kg



たっぷり使える
1.8kg!

衣類の洗濯から台所まわり、食器、タイルなどの漂白にも使用できる、界面活性剤入りの酸素系漂白剤をたっぷりサイズでご提供!



インバウンド回復、ポストコロナへ

2022年10月に訪日外国人観光客への水際対策が緩和されたことで、2023年6月期第2四半期のディスカウント事業では、インバウンド需要が期初の予想を上回る勢いで回復しています。需要の大きな旗艦店を中心に、さらなる販売体制の強化を行ってまいります。

免税売上の回復状況

- ✓ 2022年10月の水際対策緩和以降、売上が回復。
- ✓ 国籍別では韓国が約35%でトップ。
- ✓ 2019年比で客単価は約1.2倍に、円安を追い風に消費が伸長。
- ✓ 商品カテゴリー別の売れ行きは2019年から大きな変動なし。
円安の影響もあり高額商品が少し伸びる。積極強化してきた化粧品が好調。

販売体制の強化、売上最大化へ

インバウンド需要の回復に伴い、旗艦店を中心に店舗レイアウトや人員配置を見直し、売上のさらなる伸長と最大化へ。



旅行需要の高まりにより、国内外で需要が増えたキャリーケース。新商品のマカロンカラーキャリーが好調。



訪日外国人客向けの免税カウンター。

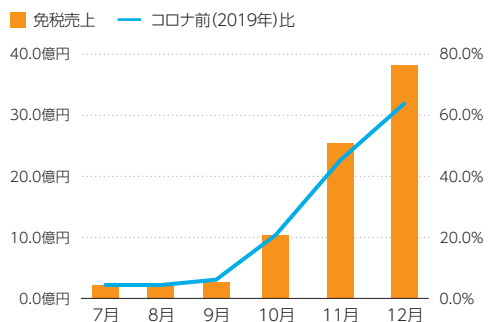


カップラーメンや医薬品など訪日外国人客に人気の商品が並ぶ。

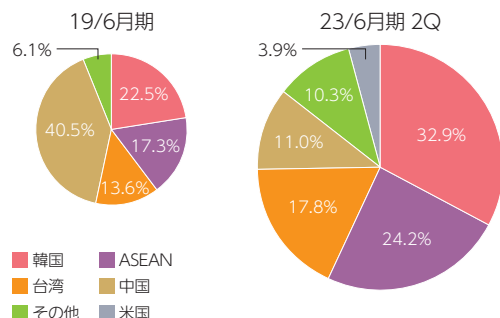


海外では主流のタッチ決済システム導入により、訪日外国人のお客さまの利便性向上。

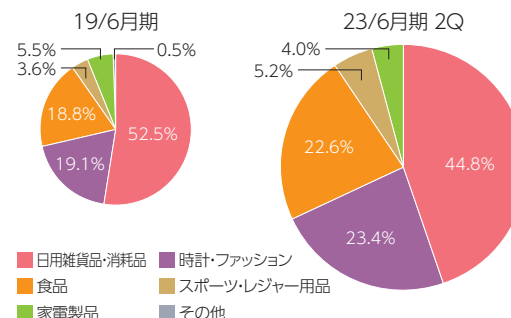
免税実績推移



国籍別免税売上高構成比



商品別免税売上高構成比



2023年6月期上期（2022年7月～12月）の月間免税売上は、10月以降に約2倍のペースで伸長し、12月には2019年実績の60%超の水準にまで回復しました。商品カテゴリー別の売上高構成比に大きな変動はありませんが、国籍別の購買層では韓国観光客の比率が拡大しています。



PPIH TOPICS

ウクライナへカイロなどの防寒物資 約21,000点を支援

当社グループは、厳しい冬を迎えるウクライナの方々へ向け、カイロや防寒インナー、モバイルバッテリーなど約21,000点の支援物資を調達し、2023年1月に現地にお届けしました。また、日本のウクライナ避難民のうち、当社グループが支援する167名の方々へ、手袋やひざ掛けなどの防寒具、お菓子などのクリスマスギフトをお渡ししました。

■PPIHのこれまでのウクライナ支援活動はこちらから
<https://www.ppihgroup.com/oshirase/ukraine/report.php>



ドン・キホーテ「PRIDE指標2022」 最高評価を5年連続受賞

ドンキホーテ

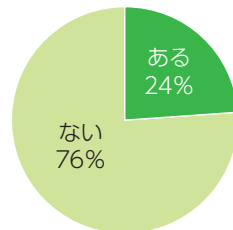


当社グループは「ダイバーシティ・マネジメント委員会」を中心に、LGBTQ+の活躍支援や女性活躍推進などに積極的に取り組んでいます。そうした活動が評価され、ドン・キホーテとして「work with Pride」が策定するLGBTQ+への取り組み評価指標「PRIDE指標2022」において最高評価「ゴールド」を5年連続で受賞しました。

新たな福利厚生「低用量ピル服用費補助制度」がスタート!

2023年3月1日よりmederi株式会社が提供するオンラインピル処方サービス「mederi for biz (メデリフォービズ)」を福利厚生として導入しました。国内グループ会社の女性社員及び社員のパートナーを対象に、低用量ピル服用にかかる費用を補助します。当社女性社員への調査では約1/4が月経痛により仕事を休んだ経験があると答え、なかでも2~3カ月一度以上休むという回答は30%に上りました。低用量ピルは月経に伴う不調の改善に効果が期待できます。福利厚生として導入することで服用のハードルを下げ、女性従業員の心身の健康維持をサポートし、男性社員の理解を促進、さらに能力を発揮しやすい職場にしていきます。

月経痛により
仕事を休んだことがある



PPIHグループ【第一回】女性活躍意識調査

ユニーを含む国内グループ会社の 店舗・オフィスで 服装ルールを緩和



2022年3月に実施したドン・キホーテなどの店舗における服装ルール緩和に対し、従業員からの「自分らしく働けてモチベーションが上がった」という声をはじめ、社外からも多くのポジティブな意見が寄せられました。続いて、同年11月にはユニーの店舗及び管理部門、そして2023年2月には国内グループ会社の管理部門でも服装ルールの一部を緩和し、自由な髪色で働けるようになりました。



女性のための新ブランド『me&do』が誕生

ドン・キホーテでは、「女性が本当に欲しいと思う商品がない」という現場の意見をもとに、女性社員による女性のための商品開発プロジェクトを立ち上げ、2022年10月より新ブランド「me&do (ミーアンドドゥ)」の販売を開始しました。素材や成分、パッケージに至るまで女性の意見を反映し、女性の悩みやニーズに寄り添った商品を展開します。

