

# 『国内市場の将来展望と輸出の役割』について

2022年11月2日（水）

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

## 定量

'19/6期 売上1.3兆円・営業利益631億円 (Passion2030前)

'22/6期 売上1.8兆円・営業利益887億円

## 定性

### 国内事業

- ✓ DS事業の継続成長
  - ・継続出店+UDRを含む業態創造
  - ・PB比率の拡大
- ✓ GMS事業の収益改善
  - ・'19/6期比で営業利益は約140億増
  - ・個店経営への移行改革も進捗
- ✓ デジタル戦略推進
  - ・アプリ登録者1千万人突破('22/7)
  - ・機能強化も準備が進む
- ✓ 金融事業の強化
  - ・'26/6期営業利益100億円へと推進

### 海外事業

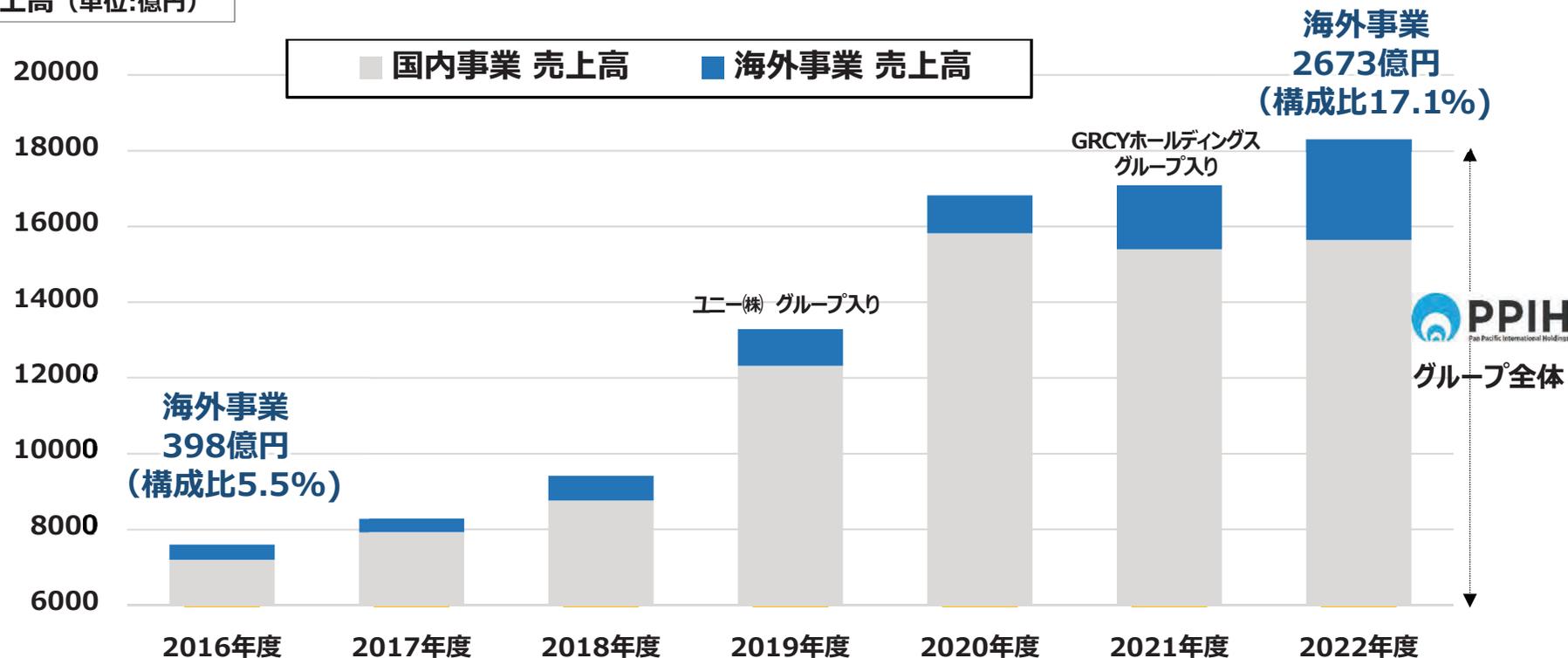
- ✓ ジャパンブランド・スペシャリティストアの構築と拡大
  - ・アジア事業は30店舗、売上690億円/営業利益17億円へ成長
  - ・新規業態として寿司などの物販飲食業も始動
- ✓ 北米もゲルソonz買収もあり売上1,982億円/営業利益104億円へ拡大
- ✓ 食のSPA化推進
  - ・PPICの活動加速、PB売上構成比も6.5%へ

売上1兆5640億円

売上2670億円

# 国内・海外事業の売上・店舗数推移

売上高 (単位:億円)



(億円)		2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
国内事業	売上高	7,198	7,929	8,760	12,319	15,819	15,396	15,640
	昨対	-	110%	110%	141%	128%	97%	102%
	店舗数	327	354	379	651	580	583	604
海外事業	売上高	407	359	655	970	1,000	1,690	2,673
	昨対	-	88%	182%	148%	103%	169%	158%
	店舗数	14	14	39	42	49	84	95
合計売上高		7,605	8,288	9,415	13,289	16,819	17,086	18,313
昨対		-	109%	114%	141%	127%	102%	107%

**22年度 (16年対比) 海外売上・店舗数共に約7倍伸長**

# 当社海外事業のあゆみ

## ■ 海外進出の振り返り

DON DON DONKI



2006年	2月	米国ハワイ州での店舗運営を目的としてDon Quijote (USA) Co., Ltd.がグループ入り
2013年	9月	北米及びハワイ州での店舗運営を目的として、MARUKAIがグループ入り
2015年	1月	「TOKYO CENTRAL」1号店を米国カリフォルニア州に開設
2017年	9月	米国ハワイ州において24店舗のスーパーマーケットを展開する、QSI, Inc.がグループ入り
	12月	シンガポール1号店「DON DON DONKI オーチャードセントラル店」オープン
2019年	2月	タイ1号店「DON DON DONKI トンロー店」オープン
	7月	香港1号店「DON DON DONKI ミラプレイス2店」オープン
2021年	1月	台湾1号店「DON DON DONKI 西門店」オープン
	3月	マレーシア1号店「JONETZ by DON DON DONKI Lot10店」オープン
	4月	GRCYホールディングス100%株式取得
	9月	マカオ1号店「DON DON DONKI」オープン

Don Quijote



MARUKAI



TOKYO CENTRAL



times SUPERMARKETS



Gelson's



# 海外ストアコンセプト



## ■ 国内事業と海外事業の違い（特徴）

**海外店舗の業態は**  
**ジャパンブランド・スペシャリティストア**  
**日本専門店**  
『MADE IN JAPAN』 『MADE BY JAPAN』 『PRODUCED BY JAPAN』 のみの商品で店づくり  
※アジア事業、マルカイ事業

	日本	海外
ストア コンセプト	<b>CV + D + A</b> (convenience + discount + amusement)	<b>美味・健康・環境</b>
業態	ディスカウントストア	JAPAN BRAND SPECIALITY STORE

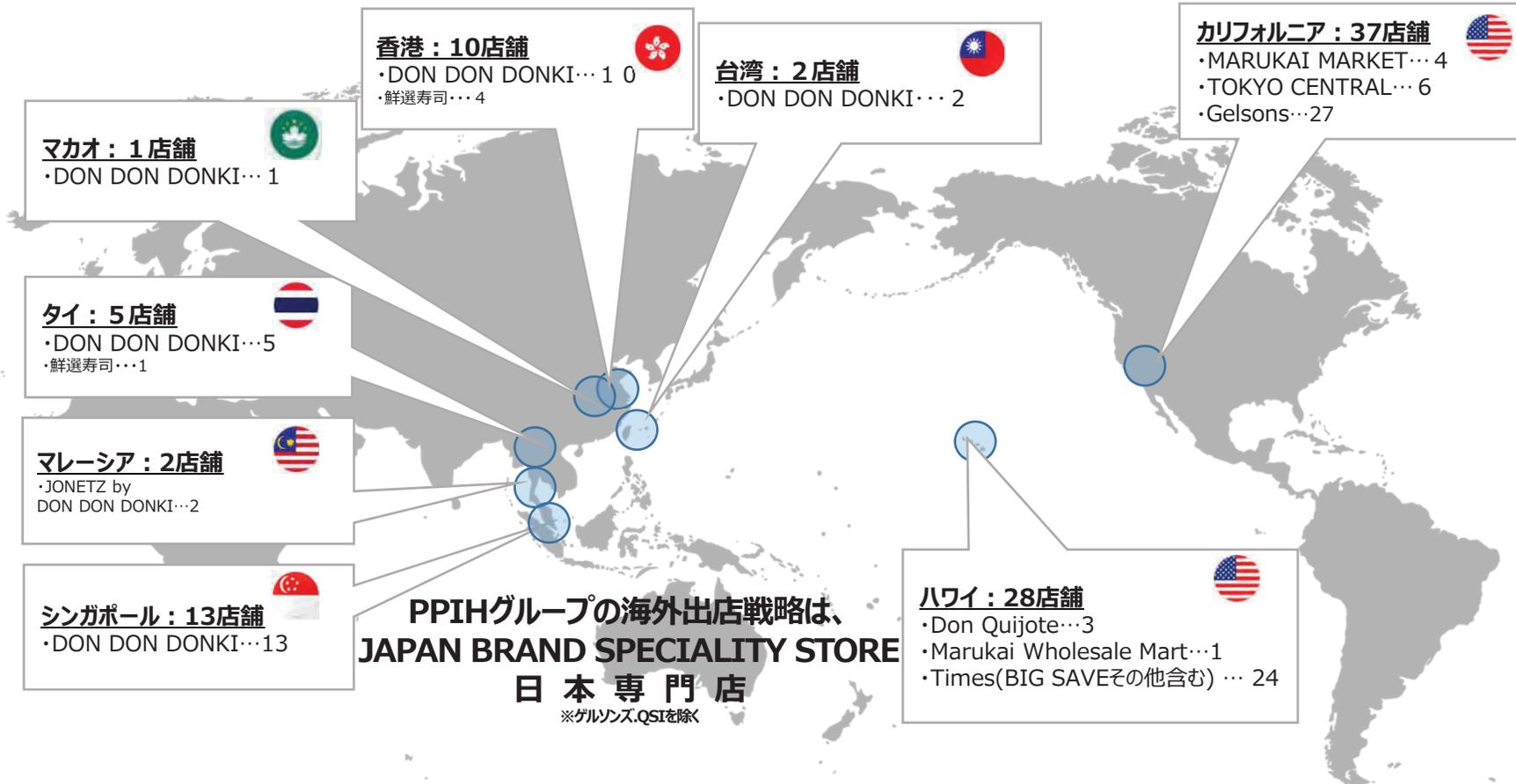
**生鮮食品・加工食品など店内食品売上構成比85%**

# 日本国内外の店舗ネットワーク



## ■ 当社出店状況

(※2022年10月31日現在)



日本国内店舗数  
**607店舗**

海外**98**店舗を展開

## 海外事業：アジアにおける事業規模拡大に向けた取り組み

### 小売事業の積極的な規模拡大 (新規出店、既存店)

コロナ禍においても11店舗の新規出店を実現（マカオへの新規進出含む）。既存店も一部でコロナや自社競合のマイナス影響はあるも営業利益率10%以上を継続。

出店国	21/6	22/6	出店数	事業概況
シンガポール	8	12	+4	4店舗出店によるカニバリ影響はあるが、コロナ禍で外食の代替需要も獲得。今後はリオープンに伴う反動減を見込む。
香港	7	9	+2	当初想定通りだが出店拡大に伴い一部でカニバリ影響あり。物販飲食業は好調。観光客回復は時間を要する見込み。
タイ	2	4	+2	上期は外食の代替需要を獲得し売上伸長。今後はその反動減を見込むが、夜間売上の確保や物販飲食の拡大をめざす。
台湾	1	2	+1	オープン特需の鎮静化やコロナ規制の影響を受けるも徐々に回復。物販飲食の拡大も見込む。
マレーシア	1	2	+1	'21/10までは厳格な都市封鎖の影響で低調に推移。4月から規制緩和され徐々に回復する見込み。
マカオ	0	1	+1	入国規制により現地人財のみで新店を立ち上げたがコロナ規制の影響を受ける。現在も規制の緩和～強化が繰り返される。

### 新業態（物販飲食業等）による 事業機会創出

#### ■ 鮮選寿司

- ✓ '21/10 オープンの1号店は営業利益率10%以上を継続し、リテールの営業利益率を約1.5%押し上げるなど好調に推移。
- ✓ '22/4 には2号店「Peak Galleria店」(HK)をリテール併設ではない単独店として出店。5月には3号店「Island Resort Mall店」(HK)をオープンさせるなど出店を加速。
- ✓ 翌期以降もリテールに次ぐ成長業態として積極出店に取り組む。

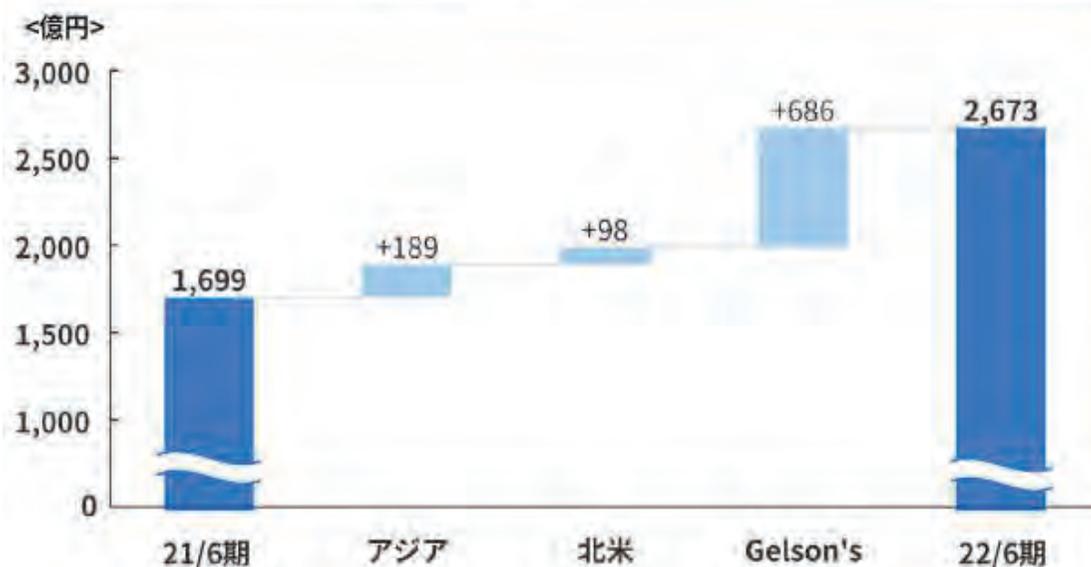
#### ■ その他業態

- ✓ 精米/おにぎりは'21/11 オープンの1号店(SG)が営業利益率10%以上を継続。6月に香港、7月に台湾と順次拡大中。
- ✓ 新業態として日本和牛が手軽に味わえる即食コンセプトの「和牛串」を台湾で着手。小規模店舗ながらも10%以上の営業利益率を実現し、既にマレーシア・シンガポールへの横展開も果たす。

# 2022年度 海外地域（業態）別数値結果



## 2022年6月期累計 売上高増減



※.1 北米はDQ USA, MARUKAI, QSIの各社を単純合計して記載。実績については2021年4月～2022年3月、Gelson'sは2021年7月～2022年6月の実績。  
 ※.2 アジアはPPRM (SG), PPRM (HK), DONKI Thailand, PPRM(TW), PPRM(MY), Macau PPRM(MO)の各社を単純合計して記載。実績については2021年4月～2022年3月の累計。  
 ※.3 Gelson'sの営業利益増減はのれん償却費(21/6期約7億円、22/6期約30億円)を控除後の数値で算出

コロナ禍においてもアジア事業での新規出店や、PPICを軸にした粗利率改善が奏功し増収増益を継続。

### ■アジア事業

- ✓ コロナ禍においても6カ国/11店舗の新規出店を進め、大幅な増収を達成（売上は21/6期 501億円→22/6期 690億円へ+189億円/+37.7%の増加）
- ✓ PPICの取り組み拡大に加え、PB商品の強化、コストインフレに対応したプライシング見直しも進み、既存店粗利率は前期比+1.2%と向上。
- ✓ 既存店の営業利益率は引き続き10%超を継続すると共に、収益機会創出のための物販飲食業も更に拡大（寿司、精米に続き和牛串などにも新たに着手）。

### ■北米事業

- ✓ 既存事業は、期初想定よりコロナ影響が長期化したことでカリフォルニア店舗は外食代替需要を継続取込みできた一方で、ハワイ店舗では観光需要回復の遅れでマイナス影響を受けた。
  - その他ハワイ法人のシステム統合による一過性コストも発生し営業利益は前期比▲4億円を着地。
- ✓ Gelson'sは新規連結により増収増益に大きく貢献。4Q単独では外食代替需要の反動減で前4Q比で微増益の着地（為替影響除くとほぼ同程度）。

**アジア事業 売上+189億円**  
**北米事業 売上+98億円**

※期中グループ化したゲルソンス除く

# 当社 海外中期経営計画：定量目標



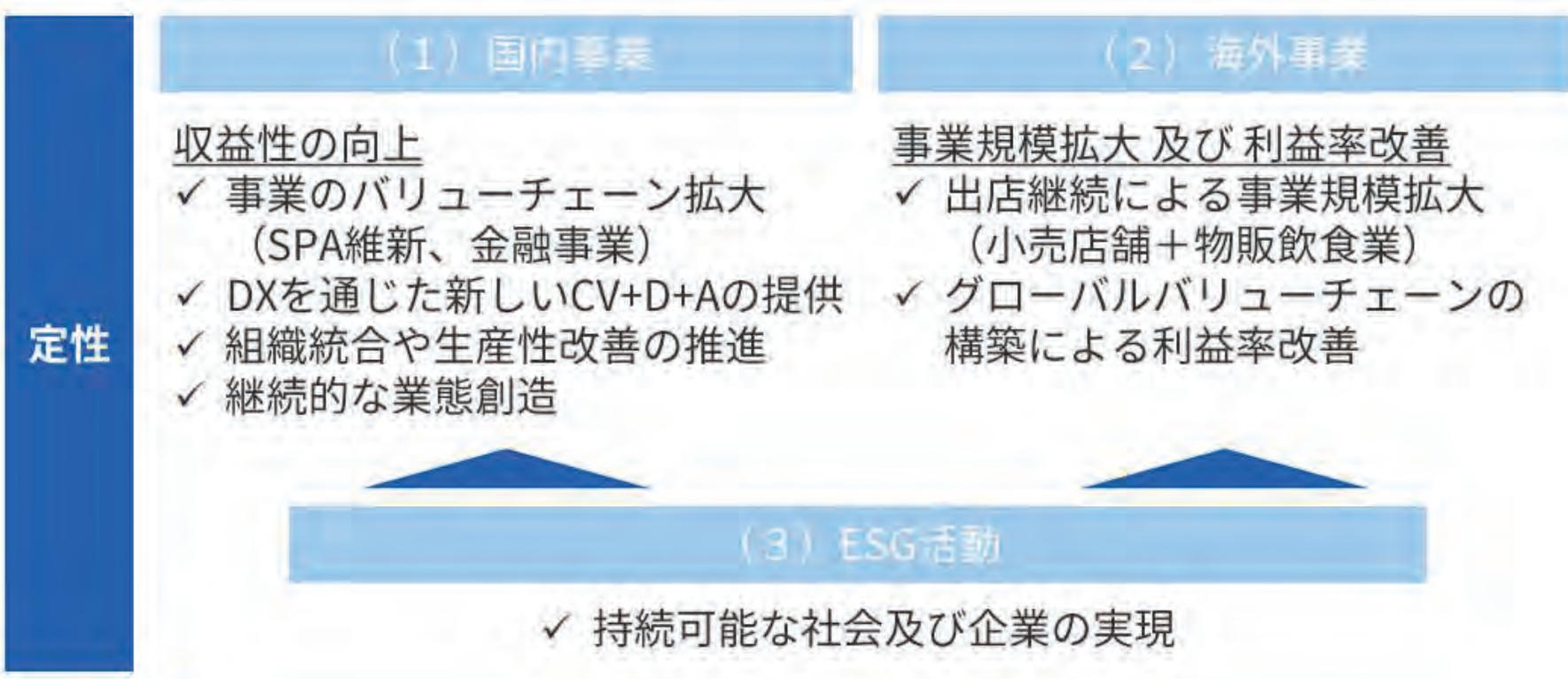
## Visionary 2025 の定量目標

- ✓ 25/6期にグループ全体で営業利益+313億円 / 営業利益率+1.2%の成長
- ✓ 国内事業は収益性向上を図り+164億円 / 営業利益率+0.8%、  
海外事業は規模拡大と利益率改善により+149億円 / 営業利益率+2.8%を目指す  
(営業利益における海外事業構成比は22.5%へ拡大)

		22/6月期		25/6月期		
		金額	構成比	金額	成長率	構成比
連結	売上高	18,312億円	-	20,000億円	+9.2%	-
	営業利益	887億円	-	1,200億円	+35.2% (+313億円)	-
	営業利益率	4.8%	-	6.0%	(+1.2)	-
国内	売上高	15,639億円	85.4%	16,300億円	+4.2%	81.5%
	営業利益	766億円	86.3%	930億円	+21.4% (+164億円)	77.5%
	営業利益率	4.9%	-	5.7%	(+0.8)	-
海外	売上高	2,673億円	14.6%	3,700億円	+38.4%	18.5%
	営業利益	121億円	13.7%	270億円	+123.1% (+149億円)	22.5%
	営業利益率	4.5%	-	7.3%	(+2.8)	-

(注)想定為替レート：1USD=122.41円、1HKD=15.64円、1SGD=90.47円、1THB=3.68円、1MYR=29.14円、1TWD=4.29円、1MOP=15.18円

## 国内売上+4.2%増、海外売上+38.4%増を計画

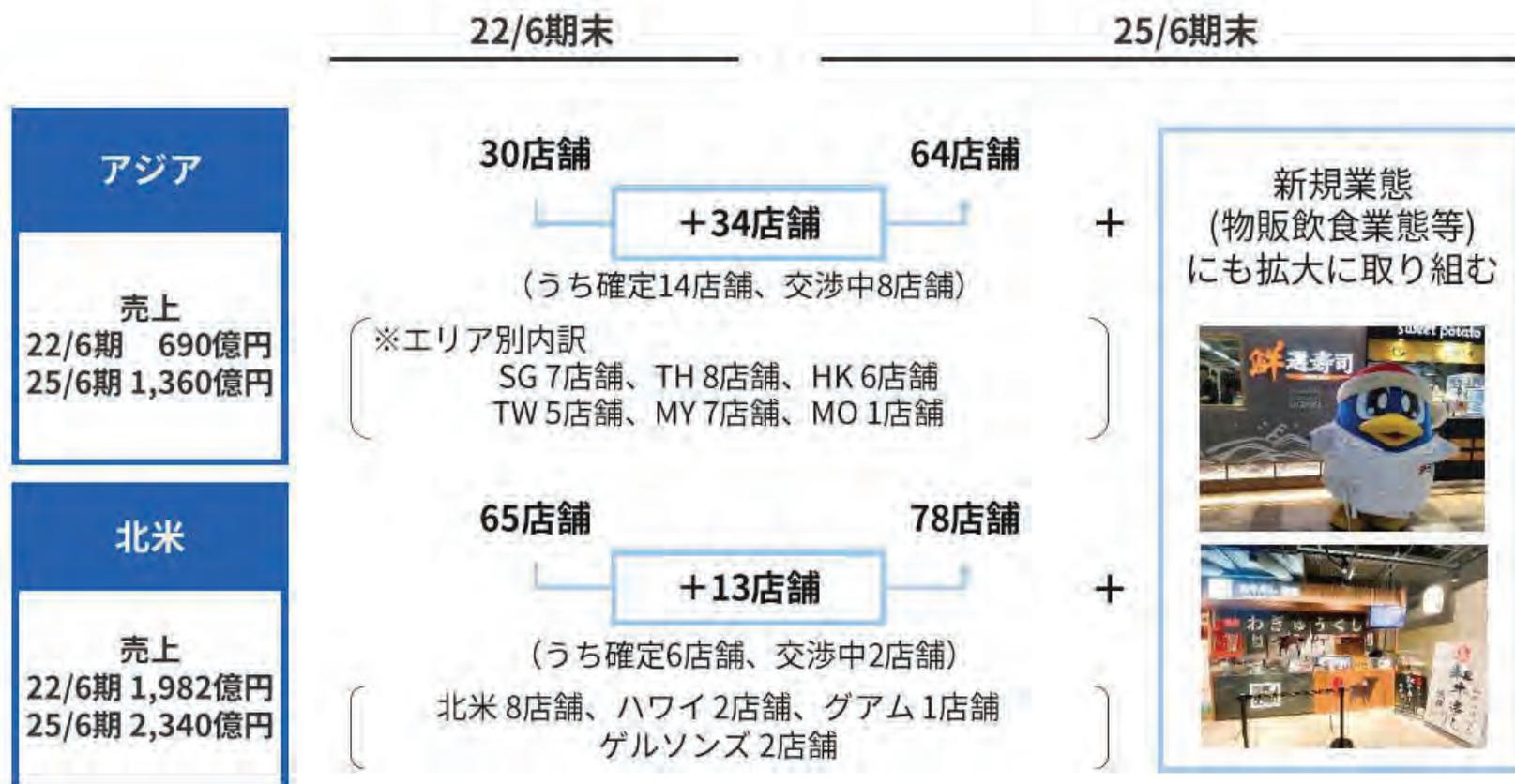


**国内は収益性の向上**  
**海外は事業規模拡大**

# 当社 海外中期経営計画：出店計画

## ①出店継続による事業規模拡大

- ✓ 小売業態はアジア、北米とも出店拡大。特に北米でもジャパンプランド・スハンヤリアイストアで出店に取り組み、事業ポテンシャル拡大を図る。
- ✓ 新業態（物販飲食業態等）も「鮮選寿司」を中心にアジア、北米での拡大に取り組む



# 25/6期末までに+47店舗の出店を計画