

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

専務執行役員 CFO 高橋 光夫

ユニークな業態を創造し、事業活動に基づいたファクトはもとより、そのポテンシャルについて、数多のステークホルダーとの対話を続けてきた私たちにとって、念願のディスクロージャー優良企業の選定となりました。

ご支援・ご評価いただいたすべての皆さまに深く御礼と感謝を申し上げます。

当社は 2019 年に大きな節目を迎えました。

一つ目は 1989 年にディスカунストア「ドン・キホーテ」1 号店を開店して 30 年が経過したことです。デフレ経済が続き、失われた 30 年と言われる激動の時代に「30 期連続増収営業増益」と破竹の成長を果たすことが出来ました。上場直前（1996 年 6 月期）と直近期（2019 年 6 月期）の業績を比較すると、売上高は 117 倍、営業利益は 122 倍になりました。

二つ目は 2019 年 1 月に総合スーパー業界大手のユニー(株)がグループに加わりました。これにより売上高は 1 兆円を超えて、小売業界トップ 5 にランクアップしました。

三つ目は同年 2 月に社名を「(株)ドンキホーテホールディングス」から「(株)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」に変更しました。国内における規模拡大に注力することに加えて、中長期的に海外展開を重要な成長戦略と位置付けています。

当社は東証 1 部に指定された 2001 年 6 月期から、四半期ごとに決算発表と同日に決算説明会を開催して、株式市場に対するアピールや地道な対話を続けてきました。

時間の経過とともに、投資家やステークホル

ダーから期待される内容が多岐にわたる中で、IR 活動もその幅を広げていきました。

現在の主な IR イベントは、四半期決算説明会に加えて、事業部門のリーダーが行う個別説明会（Investor Day）、年間約 500 回の IR 取材、マネジメントスモールミーティング、国内外における店舗見学会などです。活動の実践に対してどのような効果があったのか測定しづらい IR 活動ですが、私たちはディスクロージャー優良企業の受賞を KPI の一つと位置付けながら、努力を続けてきました。

最近では ESG 項目を投資判断に組み入れる投資家が増えていることから、取材における質問内容は大きく変化しています。地域に根差した小売企業として、雇用の創出や納税、非常時の迅速な商品提供など「社会インフラ」として機能しながら、将来に向けて持続可能な「環境配慮型の店舗づくり」や「ガバナンス体制の強化」を推進しています。

私たちは小売業でありながら「変化対応業」とであると自負しています。前例にとらわれることなく、自由な発想で目の前で起きている事象に対してスピーディーに対応することを大切にしています。

IR 活動も同様です。一方的な情報発信だけでなく、ステークホルダーと双方向のコミュニケーションを行うことで、ニーズの変化に迅速に対応した IR を行うことができると考えます。

当社の「ワクワク・ドキドキ」や企業価値向上を皆さまに伝え続ける私たちの IR 活動は道半ばです。