

第35期 (2015年6月期)

第1四半期連結業績説明資料

2014年 11月

ドン.キホーテ HLDGS

専務取締役 兼 CFO 高橋 光夫

〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10

TEL 03-5725-7588 FAX 03-5725-7024

<http://www.donki-hd.co.jp/>

e-mail : ir@donki.co.jp

ドンキホーテHD 順調にシェア拡大

14年7月～9月期

ドンキホーテHDが5日に発表した2014年7～9月期の連結決算は、コンセンサス予想をも上回る順調な滑り出しを見せた。

消費税増税後の夏商戦は、消費支出がますます縮小し価格感度が高くなる一方で、天候不順の影響で夏が短くなったことから、販売面では厳しい局面が続いたはずだが、同社はこの逆風を追い風に切り換えたかのように、業績を拡大した。

個店毎の顧客対応やライバル店対応をきめ細かく実施しながら、まずは価格訴求で客数増を図り、次いで固定客化を進めて、客単価増に導く成果を上げた。

好調な既存店に加えてインバウンド需要もきちんと取り込んで、売上高は11%増の1,639億円、営業利益は3%増の105億円、経常利益は3%増の108億円となった。店舗数は3店舗純増の286店だった。

消費税増税は、普段使いする小売企業をいっそう選別する機会になったかの様相を見せ始めているが、同社は好調な販売動向を踏まえて、7～12月期の業績予想を上方修正した。

商況の進捗状況や顧客心理の変化により、機動的にギアを入れ替えることが出来る同社の底力に期待が高まる。乗り遅れてはいけないと改めて確信した。



2015年6月期1Q 決算概況

- ✓決算業績概況
- ✓事業別業績概況
- ✓主な資産、負債、純資産の状況
- ✓セグメント情報
- ✓キャッシュフロー、設備投資の状況
- ✓出店状況&ハイライト情報
- ✓月次販売の状況
- ✓1Q決算レビュー

ドン・キホーテグループトピックス

- ✓PB「情熱価格」コレクション
- ✓インバウンドの状況
- ✓消費税増税商戦レビュー
- ✓新免税制度スタート

2015期6月期 2Q業績予想

- ・本資料における記載金額は、単位未満を四捨五入して表示しております。
- ・本資料中、ドンキホーテHD(7532)は「DQHD」、ドン・キホーテ、または同店舗は「DQ」、アクリーティブ(8423)は「ACR」、日本アセットマーケティング(8922)は「JAM」と表示している箇所があります。

1. 1Q業績概況

消費税増税後の顧客支持アップを堅固なものに！天候不順をものともせず客数&客単価アップに成功！！

- ▶ 消費税増税後、不透明感を増した消費マインドに対して、顧客心理を現場で掴み、機動的な販売体制と価格戦略を可能とする権限委譲を機軸とした当社の強みが、ますますその威力を発揮。「大変な時代※」に“先手必勝”し、シェア拡大を実現。
- ▶ 消費税増税後の営業施策として第一段階の価格訴求が奏効し、客数増加に成功。第二段階は「松竹梅」作戦を実施し、新規顧客を囲い込むために品揃えの魅力とバランス良い価格をアピールし、客単価アップにも成功。加工食品の機動的な価格訴求と日配食品の品揃え強化策が、従来顧客層だけでなく、価格敏感な主婦・ファミリー層の支持を獲得し、好調な既存店販売高を達成。
- ▶ 「MEGA」「New MEGA」店は、生活必需品を中心に商圈内のシェア奪取が進んでおり、ファミリー層を中心とした客層拡大に成功しながら収益力も上昇。
- ▶ 出店加速に係るイニシャルコストや、将来の出店に備えた人材確保などで販管費が増加。成長のための先行投資を計画的に進める中で、次期以降の収益向上につなげる投資を優先。
- ▶ これらのことから、1Q連結業績は、売上高1,639億円（前期比11.8%増）、営業利益105億円（同3.1%増）経常利益108億円（同3.7%増）、純利益61億円（同4.3%減）といずれも予想を上回って好発進

2. 業績見通し

1Q決算の進捗状況を踏まえて2Q業績予想を上方修正！

- ▶ 2Q累計期間の連結業績見通しは、売上高3,310億円（前期比9.1%増、従来予想は3,230億円）営業利益207億円（同1.0%増、同198億円）、経常利益212億円（同0.3%増、同202億円）及び純利益125億円（同4.0%減、同124億円）にそれぞれ修正。
- ▶ 通期業績予想は、2Q業績を考慮した上で2Q決算発表時（15年2月5日を予定）に修正予定。

3. 2Q以降の営業施策

- ▶ 「MD改善」「PB強化」「インバウンド獲得」の3本柱で粗利の向上を目指し、収益拡大を実現へ。

※「大変な時代」=消費税増税などで大競争時代が到来し、小売業を取り巻く環境が“大きく変わる”時代

1Q決算業績サマリー

【期間：2014年7月1日～2014年9月30日】

(単位：百万円)

連結実績	当1Q実績				前1Q実績		2Q累計 公表予想 ^{※1}	
	金額	百分比	前期比	進捗率 ^{※2}	金額	百分比	金額	百分比
売上高	163,861	100.0%	111.8%	50.7%	146,514	100.0%	323,000	100.0%
売上総利益	44,235	27.0%	110.9%	51.9%	39,880	27.2%	85,300	26.4%
販管費	33,779	20.6%	113.6%	51.6%	29,740	20.3%	65,500	20.3%
営業利益	10,456	6.4%	103.1%	52.8%	10,140	6.9%	19,800	6.1%
経常利益	10,822	6.6%	103.7%	53.6%	10,433	7.1%	20,200	6.3%
当期純利益	6,141	3.7%	95.7%	49.5%	6,416	4.4%	12,400	3.8%
1株利益	78.29円		95.1%	49.5%	82.33円		158.18円	

※1. 業績予想は2014年8月18日に公表したものであります。

※2. 進捗率は2Q累計期間に係る業績予想に対する進行割合を表しております。

1Q連結業績概況コメント

▶ 連結売上高：1,639億円（前期比11.8%増）

消費税増税後におけるきめ細やかな価格施策が、顧客支持を高めて客数ならびに買い上げ点数が増加。当1Qは来店されたお客さまのドンキファン化による客単価アップを図るべく、「松竹梅」作戦を実施。価格訴求商品「梅」だけでなく、ちょっといい商品「竹」、高単価商品「松」への展開を図るべく、魅力的な商品の品揃えと売り場作りを実施。

加工食品や日配商品などの食品や日用雑貨などの生活必需品が牽引する中、高単価商品の一部に回復の兆しがみられた結果、主力のDQ既存店は2.8%増、食品比率が高いMEGA中心の長崎屋は4.0%増と好調に推移。

▶ 当1Q末総店舗数：286店（前期末283店）

新規出店6店（DQ3、New MEGA2、驚安堂1）、改築のための一時休業を含む閉鎖3店（DQ）。

▶ 連結売上総利益：442億円、同率：27.0%（前期比10.9%増、同0.2pt低下）

「松竹梅」作戦が奏効。円安などのコストアップ要因による同業他社の価格競争力が低下及び駆け込み需要の反動縮小などにより、単品の粗利率低下は底打ちし、セールスマックスも改善へ。

前1Qの発射台が高かった（27.2%）こともあり、売上総利益率は前年同期比0.2pt低下したものの、（事前の想定通り）増収効果で総利益額は予想を上回る。

▶ 連結販管費：338億円（同13.6%増）、販管費率：20.6%（同0.3pt上昇）

新規出店に係る人件費、減価償却費、備品消耗品費など、イニシャルコストや諸費用の先行負担が生じたことに加えて、セールスマックス変化に伴う作業工数増やMARUKAI連結も影響して、販管費率は若干上昇。

客数増を販売高増に結びつけるべく、majica関連販促などを強化し、人材確保も先行的に行うことで、2Q以降の積極出店の準備を実施。

▶ これらのことから、営業利益105億円（同3.1%増）、経常利益108億円（同3.7%増）及び当期純利益は61億円（同4.3%減）といずれも予想を大幅に上回って着地。

1Q連結業績概況

ドンキホーテ HLDGS

(単位：百万円)

	当1Q		前1Q		前期比
	金額	百分比	金額	百分比	
売上高	163,861	100.0%	146,514	100.0%	111.8%
売上総利益	44,235	27.0%	39,880	27.2%	110.9%
販管費	33,779	20.6%	29,740	20.3%	113.6%
給与手当	11,980	7.3%	10,242	7.0%	117.0%
地代家賃	4,544	2.8%	4,287	2.9%	106.0%
支払手数料	3,661	2.2%	3,444	2.4%	106.3%
減価償却費	2,608	1.6%	2,212	1.5%	117.9%
その他	10,986	6.7%	9,555	6.5%	115.0%
営業利益	10,456	6.4%	10,140	6.9%	103.1%
経常利益	10,822	6.6%	10,433	7.1%	103.7%
当期純利益	6,141	3.7%	6,416	4.4%	95.7%
1株当たり純利益	78.29円		82.33円		95.1%

1Q事業別業績概況コメント

- **リテール事業1,580億円（前期比12.0%増）**
降雨や低気温などの天候不順が「外出率」や「旬の季節商品販売」にマイナス影響を及ぼす局面があったものの、生活必需品を中心に商品構成や価格設定が奏功し、お客さま支持率が高まる。月を追うごとに成長率は加速！
- * **「家電製品」129億円（同0.5%増）**
話題の新機種発売の後押しを受けてスマートフォンアクセサリーが大きく伸長し、低気温による夏物季節家電の不振をカバー。シェーバーやヘアドライヤーなどの「理美容家電」が好調に推移。IH調理器やコーヒーメーカーなどの「調理家電」が貢献。
- * **「日用雑貨品」360億円（同9.6%増）**
シャンプーなどのヘアケア用品や歯磨き粉などのオーラルケア用品に代表される「日用消耗品」が力強く牽引。化粧品や医薬品はインバウンド需要を取り込んで人気拡大。報道を受けて蚊よけスプレーなど防蚊用品や虫除けのための芳香剤や殺虫剤が伸長。
- * **「食品」488億円（同19.0%増）**
菓子類や麺類などの加工食品、卵や豆腐などの日配品及び飲料などが、軒並み高い伸びを示して、3ヵ月連続二桁増の成長。消費税増税後獲得した新規顧客の需要を武器にさらなるシェア拡大を実現。カップ麺やパスタ及びコーヒーなどは、メーカー値上げ報道を受けて駆け込み需要が見られ伸長。MEGA店は精肉を中心とした生鮮食品及び惣菜の強化策が成果を現す。
- * **「時計・ファッション用品」341億円（同4.5%増）**
高級腕時計や宝飾品の需要が底打ち感を見せて、徐々に実績を積み上げる。軟調なカジュアル衣料をビジネスシャツなどの実用衣料がカバー。キャリーケースなどのカバン類が順調に推移。
- * **「スポーツ・レジャー用品」112億円（同4.9%増）**
天候不順というマイナス影響を受けて花火やマリンスポーツ用品が軟調となった一方、ブルーシートや保冷剤などのアウトドア用品は伸長。美脚エクササイズ機器などの「フィットネス・ダイエット用品」は好調に推移。
- * **「DIY用品」46億円（同4.2%減）**
電気工具や塗料などのプロ向け商品やリフォーム及び園芸用品は、消費税増税前の駆け込み需要の反動を受け苦戦。着圧インナーや作業着などのワークウェアが安定的な伸びを継続。
- * **「海外（アメリカ）」79億円（同100.2%増）**
生鮮、惣菜及び日本製の加工食品を中心としたオリエンタルグロサリーが根強い人気を獲得。価値と価格の両方を訴求した商品提案が、菓子類や雑貨類を中心としたお土産品需要を喚起。既存3店はUSドルベースで8.1%増。（ご参考：当1Q 1USD=101.9円、前1Q 1USD=100.0円）
- **テナント賃貸事業44億円（同8.9%増）**
商業施設事業は堅実に進捗し、JAM事業が本格稼動。



1Q事業別業績概況

ドンキホーテ HLDGS

(単位：百万円)

	当1Q		前1Q		前期比
	金額	構成比	金額	構成比	
リテール事業	157,999	96.4%	141,100	96.3%	112.0%
家電製品	12,884	7.9%	12,816	8.7%	100.5%
日用雑貨品	36,011	22.0%	32,872	22.4%	109.6%
食品	48,773	29.8%	40,998	28.0%	119.0%
時計・ファッション用品	34,099	20.8%	32,632	22.3%	104.5%
スポーツ・レジャー用品	11,208	6.8%	10,685	7.3%	104.9%
DIY用品	4,626	2.8%	4,828	3.3%	95.8%
海外	7,861	4.8%	3,927	2.7%	200.2%
その他商品	2,537	1.5%	2,342	1.6%	108.3%
テナント賃貸事業	4,448	2.7%	4,086	2.8%	108.9%
その他事業	1,414	0.9%	1,328	0.9%	106.5%
合計	163,861	100.0%	146,514	100.0%	111.8%

※「報告セグメント」については、「セグメント情報等の開示に関する会計基準」及び「同 運用指針」を適用し、「リテール事業」と「テナント賃貸事業」としております。

主な資産の状況

(単位：百万円)

	14年9月	14年6月	増減額
流動資産	151,211	158,834	▲7,623
現預金	31,115	42,690	▲11,575
商品	91,884	89,105	2,779
固定資産	282,694	273,301	9,393
建物等	81,384	77,078	4,306
土地	124,230	119,680	4,550
敷金保証金	30,890	30,963	▲73
資産合計	433,905	432,135	1,770

主な資産の状況

- ▶ **総資産：4,339億円**（前期末比18億円増）
主な増減は、新規出店に伴う商品28億円及び有形固定資産79億円、投資有価証券16億円などが増加する一方で、現預金116億円減少。
- ▶ **現預金：311億円**（同116億円減）
店舗ネットワーク拡大のための投資をする一方で、債権流動化による調達以外の調達を抑制したため。
- ▶ **商品：919億円**（同28億円増）
新規出店6店に加えて、インバウンド向け商品を先行して確保。厳しい小売環境下で過剰な流通在庫も機動的に調達。
- ▶ **固定資産：2,827億円**（同94億円増）
当期中及び次期以降の新規出店に係る資産の獲得により、建物・土地などの有形固定資産79億円増加

主な負債・純資産の状況

(単位：百万円)

	14年9月	14年6月	増減額
流動負債	109,399	114,444	▲5,045
買掛金	54,716	55,118	▲402
短期負債 ^{※1}	22,506	19,944	2,562
固定負債	126,671	124,527	2,144
社債	43,410	44,300	▲890
長期借入金	27,766	30,030	▲2,264
債権流動化に伴う 長期支払債務	39,312	34,345	4,967
負債合計	236,070	238,971	▲2,901
純資産合計	197,835	193,164	4,671
負債・純資産合計	433,905	432,135	1,770

主な負債・純資産の状況

- ▶ 負債合計：2,361億円（同29億円減）
 主な増減は、債権流動化に伴う支払債務60億円増の一方で、有利子負債6億円減（短期性負債26億円増、長期性負債32億円減）、その他流動負債45億円減及び未払法人税等39億円減少。
- ▶ 有利子負債：937億円
 （同6億円減、依存率21.6%、うちACR144億円、JAM20億円）
- ▶ 純負債：626億円（同110億円増）
- ▶ 債権流動化に伴う支払債務：463億円
 （同60億円増、ABLにより調達）
- ▶ D/Eレシオ：0.47倍
 （同0.01倍改善）
- ▶ インタレスト・カバレッジ・レシオ：49.5倍
- ▶ 純資産：1,978億円
 （同47億円増、自己資本比率44.2%）

※1 短期負債＝短期借入金、1年内返済予定の長期借入金、1年内償還予定の社債

1Qセグメント情報

主力の「リテール事業」のセグメント利益は65億円、
「テナント賃貸事業」は29億円、「その他の事業」は12億円！！

当1Qセグメント概要 ※1

(単位：百万円)

	リテール事業	テナント賃貸事業	その他事業	計	調整	連結
外部売上高	157,999	4,448	1,414	163,861	—	163,861
内部取引等	—	3,587	1,329	4,916	▲4,916	—
計	157,999	8,035	2,743	168,777	▲4,916	163,861
セグメント利益	6,486	2,853	1,190	10,529	▲73	10,456

前1Qセグメント概要 ※1

(単位：百万円)

	リテール事業	テナント賃貸事業	その他事業	計	調整	連結
外部売上高	141,100	4,086	1,328	146,514	—	146,514
内部取引等	—	731	694	1,425	▲1,425	—
計	141,100	4,817	2,022	147,939	▲1,425	146,514
セグメント利益	8,291	1,236 ※2	582 ※2	10,109	31	10,140

※1 「報告セグメント」については、「セグメント情報等の開示に関する会計基準」及び「同 運用指針」を適用し、「リテール事業」と「テナント賃貸事業」としております。

※2 前年度4Qに連結子会社の一部の事業上の位置づけを変更したことに伴い、「テナント賃貸事業」と「その他事業」に係る前1Qセグメント情報を現行基準に変更して記載しております。

キャッシュフロー&設備投資の状況

ドンキホーテ HLDGS

(単位：百万円)

1. キャッシュフローの状況

	当1Q	前1Q	増減額
期首残高	44,105	36,132	7,973
営業活動CF	1,324	7,160	▲5,836
投資活動CF	▲16,609	▲11,176	▲5,433
財務活動CF	2,976	1,182	1,794
期中増減等	▲12,291	▲2,661	▲9,630
期末残高	31,814	33,471	▲1,657
営業活動CF+投資活動CF	▲15,285	▲4,016	▲11,269

キャッシュフロー

<営業CF>

➤ 税金等調整前純利益107億円及び減価償却費29億円などが増加要因となる一方で、たな卸資産の増加28億円及び法人税等支払額88億円が減少要因となり、13億円がキャッシュイン

<投資CF>

➤ 出店に伴う有形固定資産の取得143億円などで、166億円がキャッシュアウト

<財務CF>

➤ 資金調達の多様化を目的に実施した債権流動化による収入75億円が増加（純増額は58億円）する一方で、社債純減額12億円及び配当金支払20億円などで、30億円がキャッシュイン

2. 設備投資の状況

設備投資額	14,787	8,692	6,095
キャッシュフロー [※]	6,819	6,986	▲167
差引	▲7,968	▲1,706	▲6,262

設備投資

➤ 設備投資は148億円（DQ34億円、日本商業施設12億円、JAM104億円など。うち連結消去12億円：敷金保証金回収などを考慮した純増加額は144億円）、キャッシュフローは68億円獲得したが、フリーキャッシュフローは▲80億円。

※キャッシュフロー＝純利益＋減価償却費＋特別損失－配当金

当期出店状況

フォーマット別店舗数

	2013年 6月期	2014年 6月期	2015年 6月期1Q
ドン・キホーテ	*1 165	174	172
ピカソ	*2 14	15	17
M E G A	*3 *4 35	37	37
New M E G A	*4 21	28	31
海外(アメリカ)	3	14	14
ドイト	13	12	12
長崎屋	4	3	3

法人別店舗数

ドン・キホーテ	200	217	220
長崎屋	39	40	40
ドイト	13	12	12
国内合計	252	269	272
D Q U S A	3	3	3
M A R U K A I	-	11	11
海外合計	3	14	14
合計	255	283	286

- ※1. 「ドン・キホーテ」には、「ドン・キホーテ」及び「パウ」が含まれております。
- ※2. 「ピカソ」には、「ピカソ」「エッセンス」及び「驚安堂」が含まれております。
- ※3. 株式会社長崎屋が運営する業態転換店は、すべて「MEGA」に含まれております。
- ※4. 前期までMEGAに含まれていた店舗のうち、DQ法人が運営する4店(旧ドイト)を営業実態に合わせてNew MEGAに移動し、過年度分についても遡及変更しております。
- ※5. 事業活動の見直しによりDQ4店のうち、2店を驚安堂(1店)及びNew MEGA(1店)に業態変更し、2店を閉鎖しております。
- ※6. 上記の他に、3店が移転または改築のため休業しております。
- ※7. *は、ソリューション出店であります。



9月 驚安堂 目白店



8月 ドン・キホーテ 後楽園店



7月 MEGAドン・キホーテ 茨木店



8月 驚安堂 大宮南銀店



7月 ドン・キホーテ SING橋本駅前店



7月 MEGAドン・キホーテ 新横浜店



7月 ドン・キホーテ 旭店



当期ハイライト情報

顧客最優先主義を徹底して消費税増税商戦に挑み、
積極果敢に攻めて企業価値を高めながら事業展開を拡大！
通期の新規出店は25~30店を予定。

	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q
D Q	*橋本駅前 後楽園 目白 旭 茨木 新横浜 大宮南銀 新安城	梅島駅前 名古屋栄 伊勢佐木町 日ノ出町		
長崎屋				
ドイト		新横浜		

ライジングクルー
(60歳以上のパート)
採用開始

代表取締役への
職務委嘱の変更

majica会員
150万人突破

「YOKOSO! JAPAN PASS」
「ウェルカムデスク」運用開始

□ = DQ

□ = MEGA

□ = ドイト

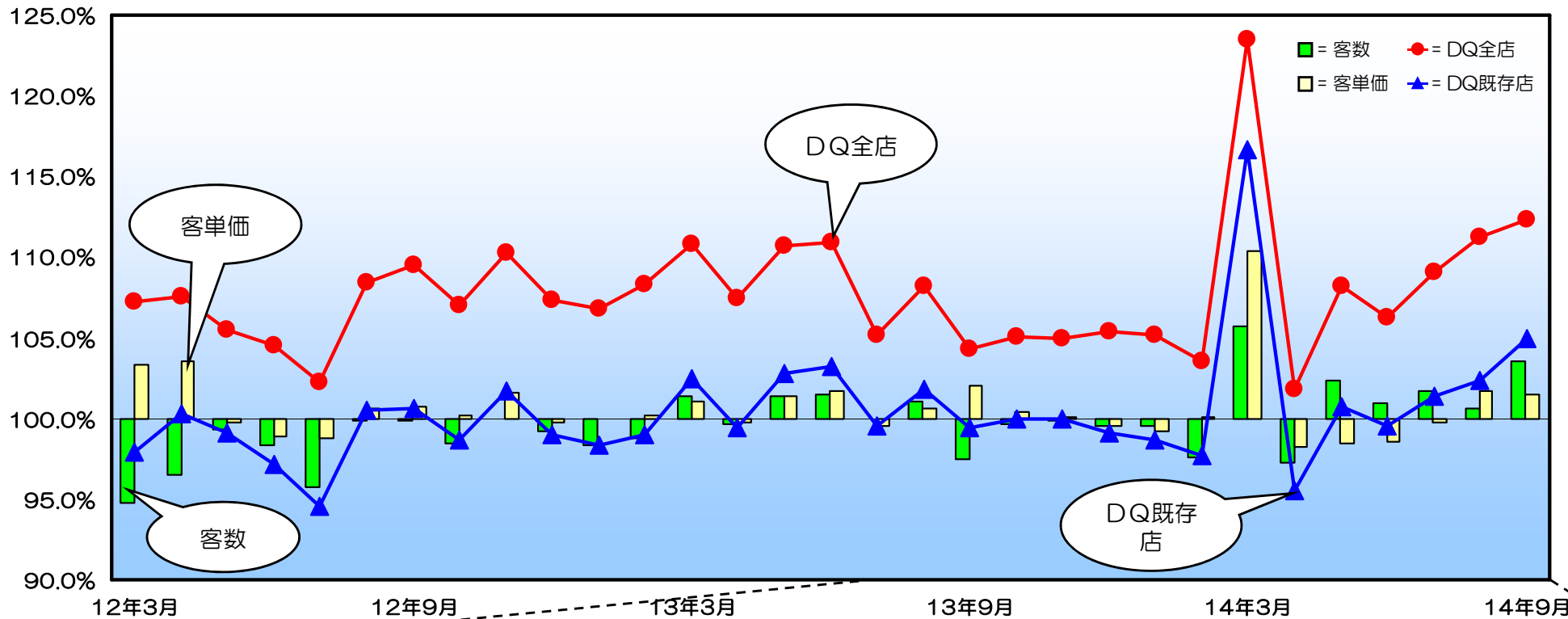
□ = ピカソ
驚安堂

□ = 業態転換

* = ソリューション出店

✓ = (スクラップ) & ビルド店

DQ 月次販売高の状況



既存店	13年7月	8月	9月	10月	11月	12月	14年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
売上高	99.5%	101.8%	99.4%	100.0%	100.0%	99.1%	98.7%	97.7%	116.7%	95.5%	100.7%	99.5%	101.4%	102.3%	105.0%
・客数	100.0%	101.1%	97.5%	99.6%	99.9%	99.5%	99.5%	97.6%	105.7%	97.3%	102.4%	100.9%	101.7%	100.6%	103.5%
・客単価	99.5%	100.6%	102.0%	100.4%	100.1%	99.5%	99.2%	100.1%	110.4%	98.2%	98.4%	98.6%	99.8%	101.7%	101.5%
対象店舗数	184店	185店	185店	186店	187店	189店	192店	191店	193店	195店	195店	194店	196店	196店	196店

消費税増税以降も低迷する厳しい消費環境に追い打ちをかけた天候不順。
 顧客心理の“今”をとらえた“巧みな商品構成と価格訴求”が顧客支持率をいっそう高めて、
 DQ既存店伸長率は2.8%増（客数1.9%増、客単価0.9%増）。

1Q決算レビュー

<梅雨明けが遅かった 7月>

既存店売上高：1.4%増 客数：1.7%増 客単価：0.2%減

- 前年より2週間遅い梅雨明け
- 大型台風の襲来
- 生活必需品の価格戦略が奏功

<大雨と低気温続きの 8月>

既存店売上高：2.3%増 客数：0.6%増 客単価：1.7%増

- 記録的な大雨が外出率に影響及ぼす
- 異例の低気温で夏物商品が苦戦
- 生活必需品の需要が一層高まる

<増税後 最も成長した 9月>

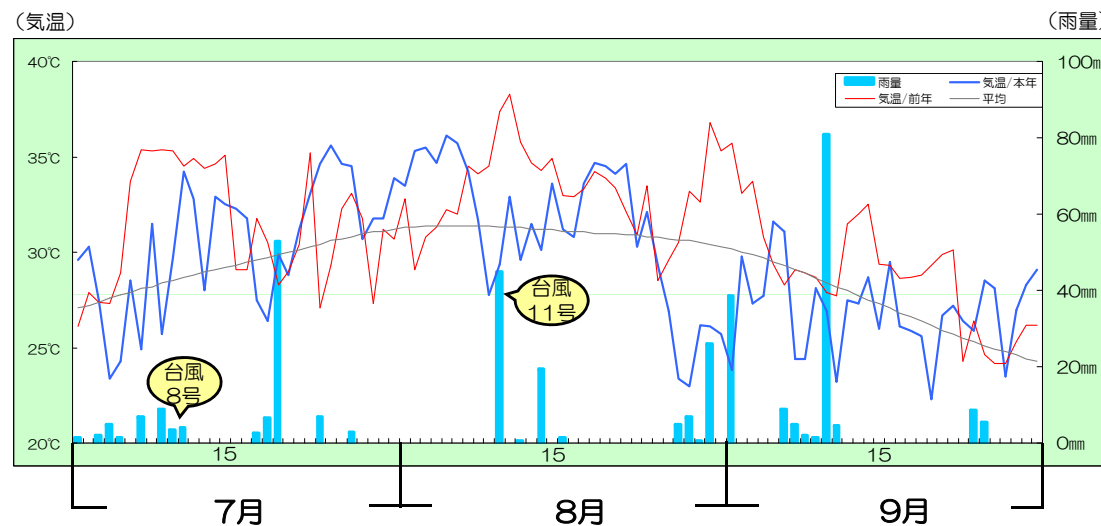
既存店売上高：5.0%増 客数：3.5%増 客単価：1.5%増

- 日曜日が1日少ない営業日
- 秋晴れでレジャー消費好調
- 増税後、売上伸長額が最大に

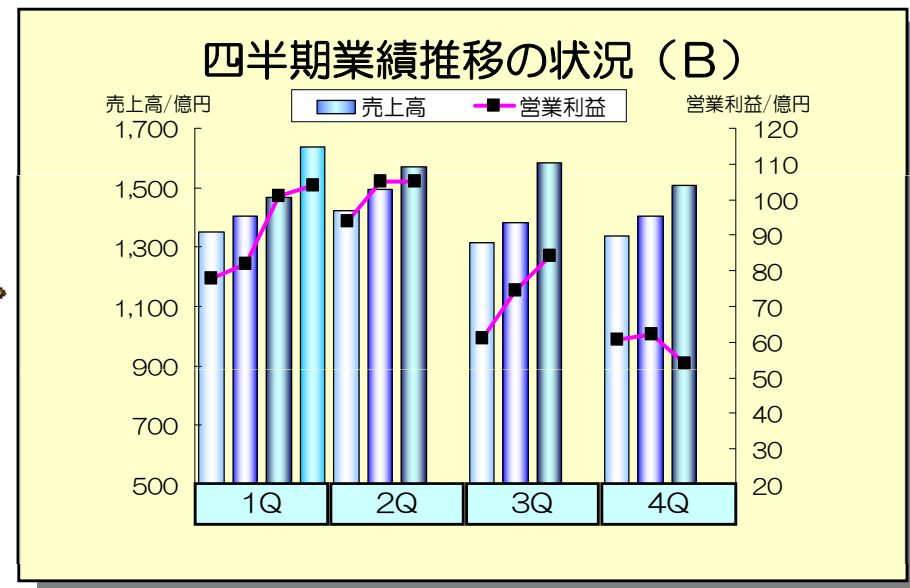
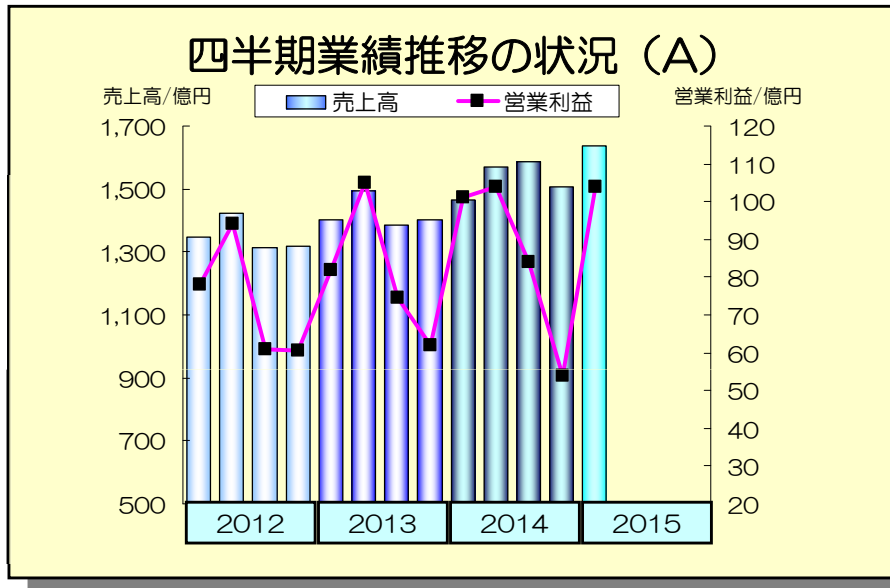
商品カテゴリー別 お天気情報

		
家電製品	スマホアクセサリ POSAカード 調理家電	AV家電 夏物季節家電
日用雑貨品	日用消耗品 (洗剤・シャンプーなど) 紙製品・化粧品・医薬品 文具類・玩具類	寝具 インテリア雑貨 ファブリック (ラグなど)
食品	菓子類 酒類 口配品 (卵・豆腐など)	なし
時計 ファッション	高額腕時計 宝飾品 カバン類	カジュアル衣料 輸入ブランド
スポーツ レジャー	ダイエット・フィットネス用品 レジャーシート・行楽用品	花火 マリンスポーツ用品

夏はドコへ!? 7月-9月気温と降水量の推移



「雨が多く、日照時間が少なく、気温が低い」夏となりました。



PBコレクション

ドン・キホーテ HLDGS

ACTIVEGEAR ブルートゥーススピーカー
情報価格

スマートフォン用 マルチAC充電器
情報価格

ダブルステンレスランチジャー「エコランチ」
情報価格

スープ&フードマグ 320ml
情報価格

サムライウーマン ボディローション
情報価格

グリーン豆 テトラパック
情報価格

賞沢マンゴー酒
情報価格

ドライカルパス
情報価格

部屋で履けるあったかブーツ「ルームトン」
情報価格

センサーコントロール加湿器「ダイアドロップ」
情報価格

カンタンPad
情報価格

大盛り フブリタン
情報価格

日清食品 味の殿堂 ミーゴレン インドネシア風甘辛焼そば
情報価格

大盛り ナポリタン
情報価格

サムライウーマンハンドクリーム
情報価格

ハリス・ツイードニットキャップ
情報価格

トナカイ
情報価格

熊つゆ
情報価格

6足組ロングソックス
情報価格

紳士遠赤加工綿混 フライスタイツ
情報価格

LONG LIGHTS
情報価格

クリスマスツリーセット180cm
情報価格

エキストラバージンオリーブオイル
情報価格

外部ポケットではなく、スーツケースの内部に直結したポケットなので、本体を広げることなく荷物の出し入れができます。

外部ポケットではなく、スーツケースの内部に直結したポケットなので、本体を広げることなく荷物の出し入れができます。

即！直！ポケットキャリーケース



PLAYBOY 60th ANNIVERSARY

アメリカの人気男性誌「PLAYBOY」の雑誌創刊60周年を記念して、PLAYBOYとドン・キホーテのコラボレーショングッズが続々と誕生しています！

人気モデルコラボ商品第一弾！セルフネイルグッズ

人気ブロガーコラボ商品第一弾！iPhone5ケース

ねもよさん

ゆんころさん

PLAYBOY ハーフケット (100X140cm)

PLAYBOY ブーツキーパー

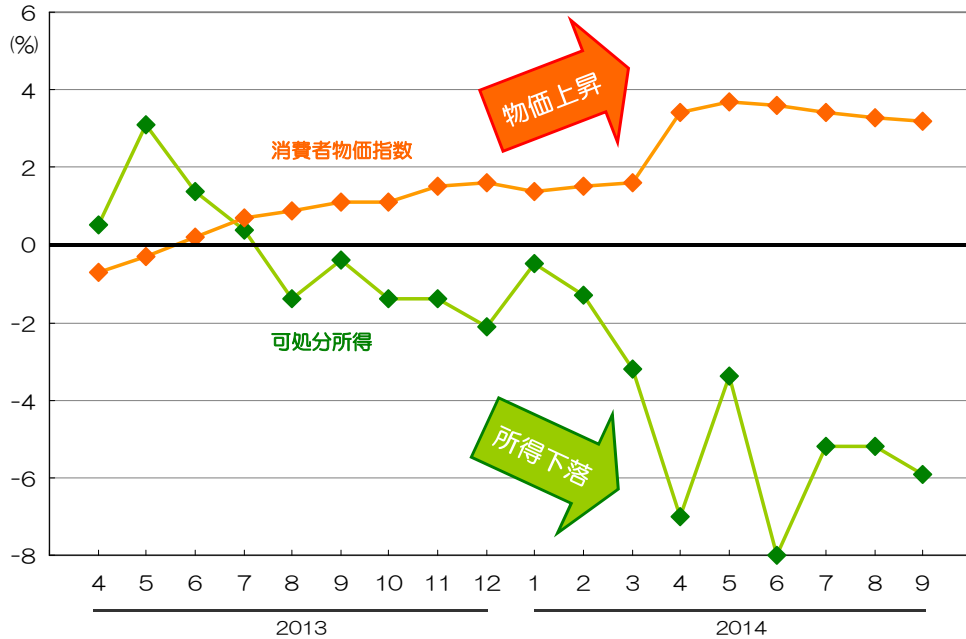
PLAYBOY Lovely Flare Sunna Christmas Collection

PLAYBOY コンパクトミラー

PLAYBOY ガーリーエンジェルサンタ

PLAYBOY Limited Design For ドン・キホーテ

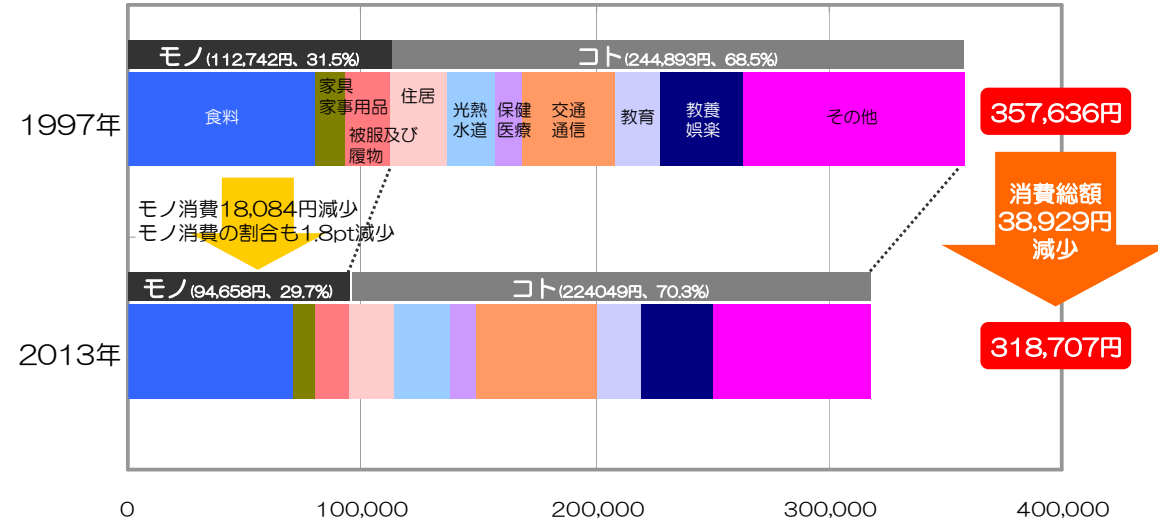
◆ 消費者物価指数と可処分所得の推移 ※前年同月比



※ 出典：消費者物価指数は総務省統計局「消費者物価指数」、可処分所得は総務省統計局「家計調査」

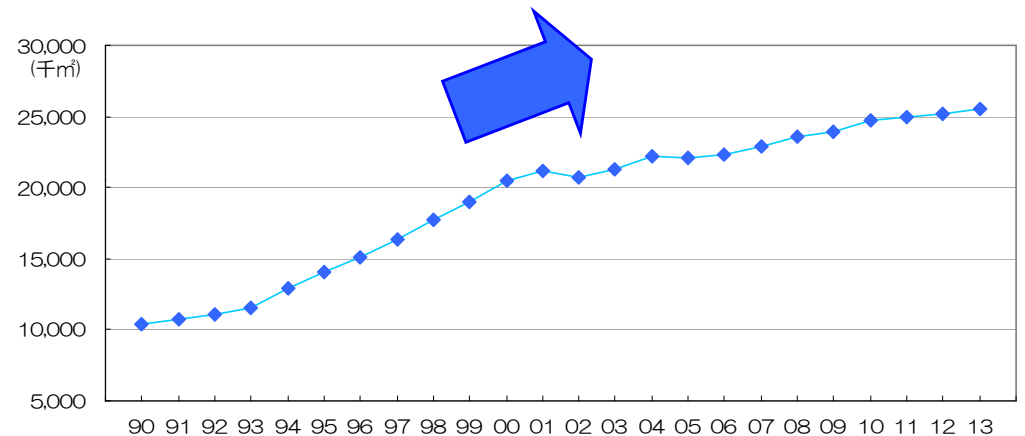
- 物価指数上昇は健全なインフレか(？)
- 所得水準下落は生活防衛消費を促進。
- モノ消費の縮小はコスパ消費を加速。

◆ 消費支出の変化



※ 出典：総務省統計局「家計調査」
1世帯当たり年平均1か月間の収入と支出-二人以上の世帯うち勤労者世帯(農林漁家世帯を除く結果)

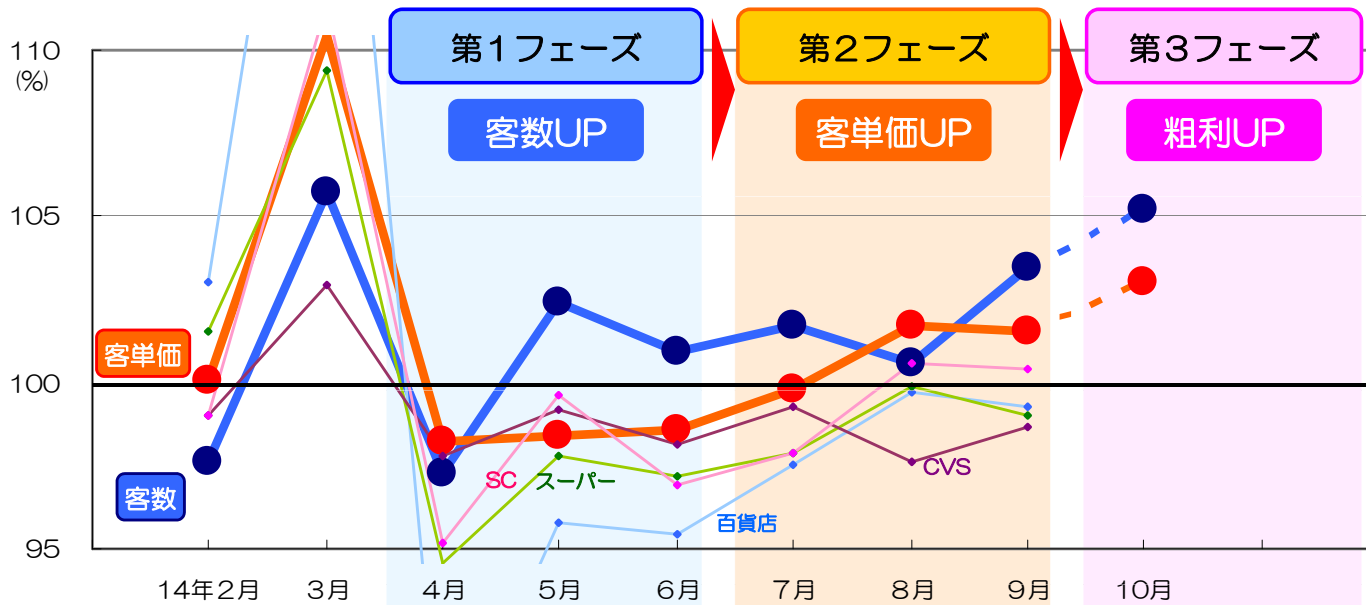
◆ 大型小売店の売場面積の推移



※ 出典：経済産業省「商業統計」スーパーの売場面積
スーパー：売場面積の50%以上でセルフサービス方式を採用し、売場面積が1,500㎡以上の事業所

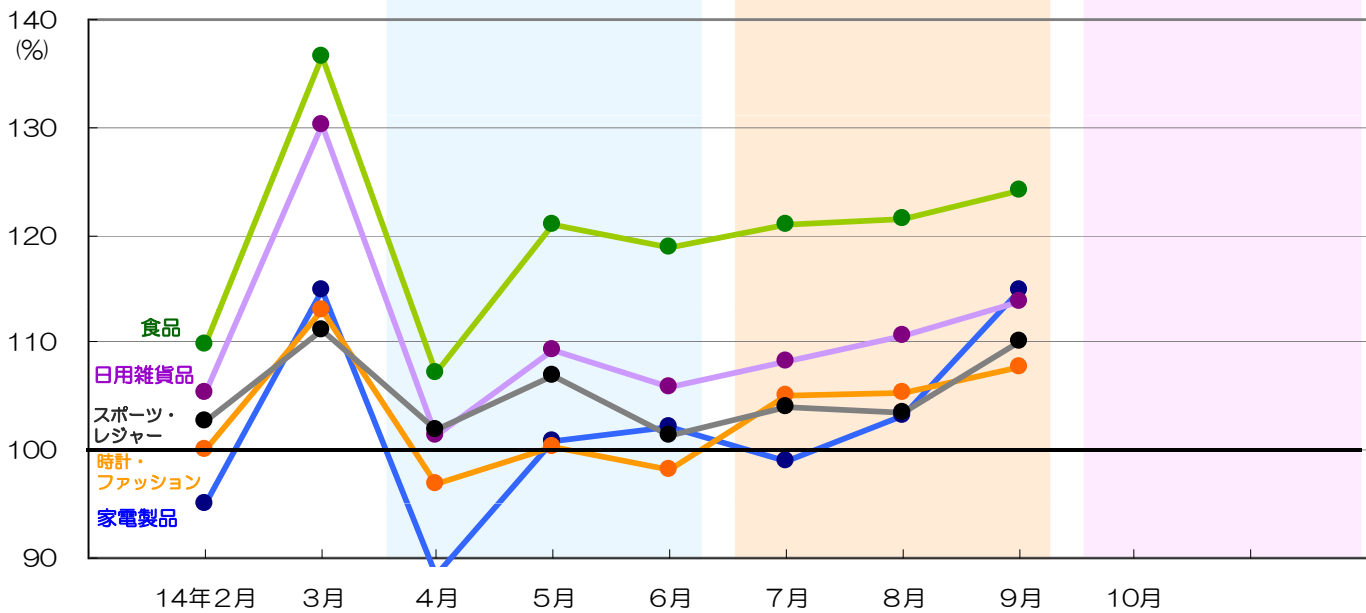
消費税増税商戦 (三段戦法) レビュー

客数及び客単価(前年同月比) DQ既存店



※ 百貨店は日本百貨店協会、スーパーは日本チェーンストア協会、CVSは日本フランチャイズチェーン協会、SCは日本SC協会調べによる既存店売上高前年同月比

商品構成別売上高(前年同月比) DQ全店



＜施策と成果＞

第1フェーズ **HOP**

生活必需品を中心に、個店の商圈ごとにきめ細やかな価格訴求を実施。

他店からシェアを奪うため、粗利益率をトレードオフして、客数・買い上げ点数の増加に成功。

第2フェーズ **STEP**

来店されたお客さまをドンキファン化するべく、「松竹梅」作戦を実施。

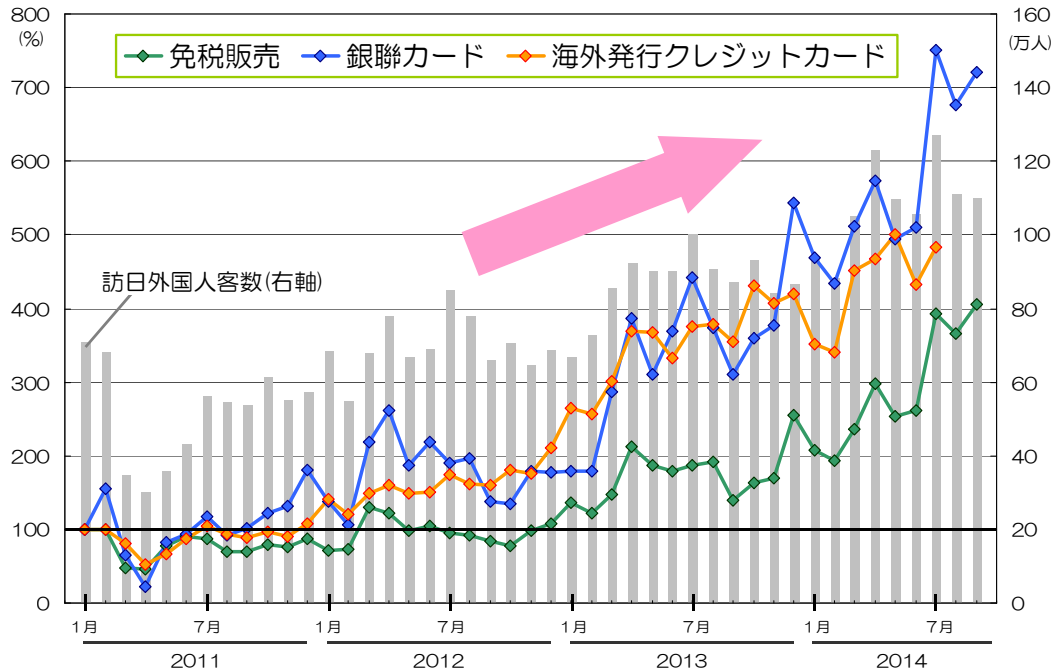
低価格だけでなく、竹＝「ちょっといいもの」の品揃えを強化し、お客さまの定着＝客単価アップに成功。

第3フェーズ **& JUMP**

10月からは、①収益性の高い秋冬ものの投入による商品ポートフォリオの強化、②PB・オリジナル商品の強化、③インバウンド需要の獲得などの施策により粗利を向上させ、さらなる収益拡大を目指す！！

インバウンドと取り組み

◆ 訪日外国人に係る販売のトレンド ※2011年1月の実績を100%としたときの推移



インバウンド＝ドンキ

好立地 多様な品揃え 深夜営業

国内店舗の95%以上が免税免許取得店

2008年からインバウンド事業取り組みのノウハウ蓄積

全商品へ免税対象品目拡大

以前

・家電
・装飾品
・衣類
・靴
・かばん等

2014年10月から

・家電
・装飾品
・衣類
・靴
・かばん等

・食品類
・たばこ
・化粧品類
・飲料類
・薬品類

◆ 訪日外国人対応強化策

● YOKOSO! JAPAN PASS

訪日外国人客限定の
ポイント付与機能付特典カード

10月1日 新宿地区からスタート!



DQや提携飲食店等でお買い物



購入額に応じてポイントゲット!



DQ店内設置の「ようこそ! ATM」で現金または商品券と交換!

● ウェルカムカウンターとウェルカムクルー

インバウンド強化店に設置

- ・ウェルカムカウンター
訪日観光客対応専用の免税カウンター
- ・ウェルカムクルー
各店専任の訪日観光客対応スタッフ

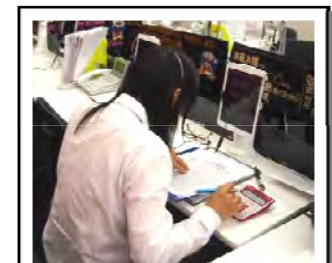


ウェルカムカウンター(免税カウンター)

● ウェルカムデスク

24時間・4カ国語対応のコールセンター

- ・英語・中国語・韓国語・タイ語に対応
- ・タブレット端末を使用したTV電話による通訳



TV電話で全店とつながる!

新免税販売制度スタート

速報

ドンキホーテ HLDGS

◆ 免税販売高構成比 上位10店

順位	店舗名	免税構成比
1	沖縄 国際通り店	28.7%
2	道頓堀店	26.3%
3	銀座本館	22.6%
4	新宿東口本店	18.1%
5	札幌店	13.0%
6	福岡 中洲店	11.2%
7	池袋東口駅前店	9.2%
8	梅田本店	9.2%
9	上野店	8.8%
10	浅草店	7.9%

※ 2014年10月1日～10月31日

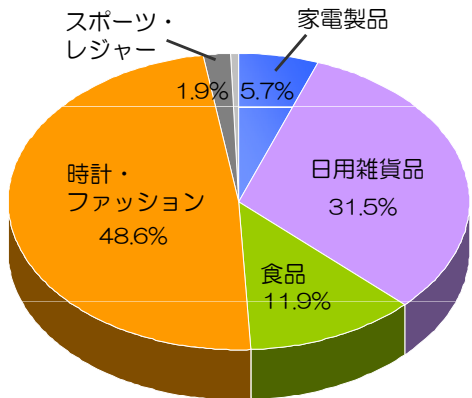


◆ 人気商品ピックアップ!

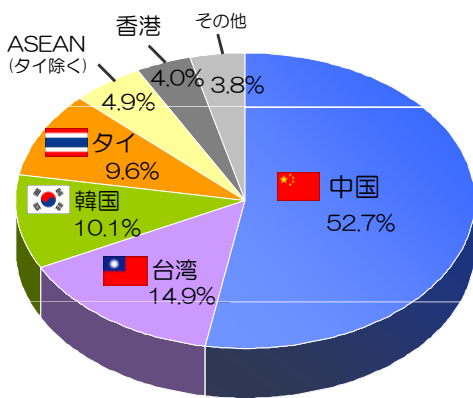
- 消せるボールペン
- 抹茶チョコレート
- 美容小物家電
- セラミック調理器具
- 薬品類
- カメラ
- ストッキング/タイツ
- 真空タンブラー/水筒
- キャリーケース

◆ 免税販売高構成比 ※ 2014年10月1日～10月31日

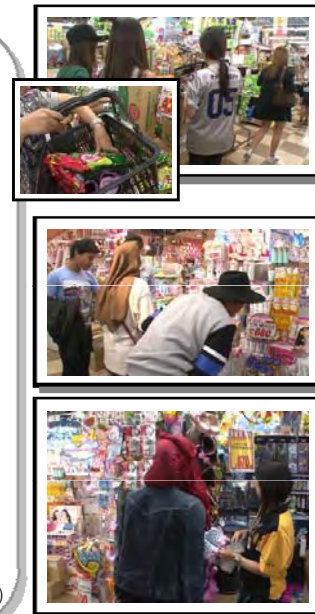
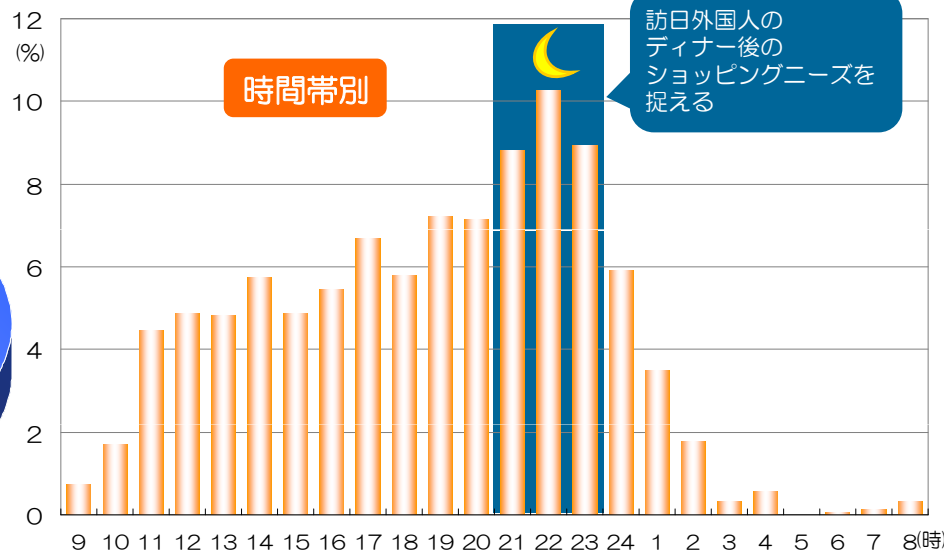
セグメント別



国別



時間帯別



—中長期重点戦略—

1. 30期連続増収増益を目指す
2. PB強化による利益率アップ
3. ソリューション出店という新たな店舗開発

—2015年6月期施策—

お客さま満足の最大化を追求しながら、継続的な成長と安定を目指す！

1. グループ：組織・事業再編を通じて、経営構造の変革に柔軟に対応
2. 営業方針：消費環境の変化に機敏、かつ柔軟な対応力を発揮
商圏内競争力をいっそう高めて、ブランド力の底上げを図る
インバウンド需要を積極的に取り込む
3. 商品戦略：消費マインドの変化に適応する商品ポートフォリオの改廃と進化の繰り返し
生活必需品の品揃え強化と徹底したEDLPの推進
付加価値の高いディスカウント体制の一層の強化
4. 店舗戦略：設備投資額350億円
新規出店25店+ α 、都市型店の開発強化、MEGA店の収益力強化、小商圏店の実験
DQ既存店売上高の予想：上半期=+1.0%、下半期=▲1.1%、通期=±0.0%
5. 財務戦略：資金効率及び収益力を高めてバランスシートを改善
デットによる資金調達を優先し、エクイティ調達は予定無し
年間配当金予想=36円00銭（前期まで11期連続増配継続中！）

2Q連結業績予想

ドンキホーテ HLDGS

(単位：百万円)



	当2Q修正予想			当初予想		前2Q実績	
	金額	百分比	前期比	金額	百分比	金額	百分比
売上高	331,000	100.0%	109.1%	323,000	100.0%	303,322	100.0%
売上総利益	88,500	26.7%	109.2%	85,300	26.4%	81,075	26.7%
販管費	67,800	20.5%	111.9%	65,500	20.3%	60,571	20.0%
営業利益	20,700	6.3%	101.0%	19,800	6.1%	20,504	6.8%
経常利益	21,200	6.4%	100.3%	20,200	6.3%	21,135	7.0%
当期純利益	12,500	3.8%	96.0%	12,400	3.8%	13,024	4.3%
1株当たり純利益	159.45円		95.5%	158.18円	—	166.94円	—
減価償却費	5,300	1.6%	116.5%	5,100	1.6%	4,551	1.5%

「顧客最優先主義」と「企業価値の拡大」を追求し、
ディスカウント体制の一層の強化を進めながら、
引き続き増収増益決算を目指します。

上場子会社決算業績

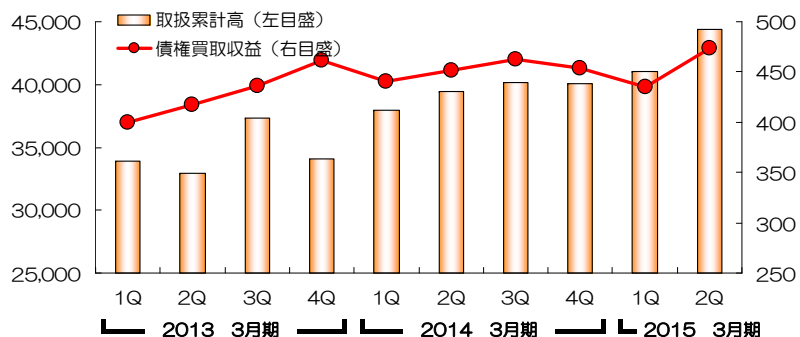
<アクリーティブ：8423>

(単位：百万円)

【PL概況】	当2Q (14年4月1日～9月30日)			前2Q (13年4月1日～9月30日)		
	金額	百分比	前期比	金額	百分比	
取扱累計高	85,401	—	110.3%	77,454	—	
営業収益	1,547	100.0%	108.1%	1,432	100.0%	
債権買取収益	909	58.7%	101.8%	893	62.3%	
業務受託収益	543	35.1%	111.7%	486	34.0%	
その他収益	95	6.2%	181.3%	53	3.7%	
金融費用	84	5.4%	79.9%	105	7.4%	
販売管理費	787	50.9%	105.2%	748	52.2%	
営業利益	676	43.7%	116.9%	579	40.4%	
経常利益	710	45.9%	116.4%	610	42.6%	
当期純利益	638	41.3%	103.2%	619	43.2%	

【取扱累計高及び債権買取収益】

(百万円)



【BS概況】	当2Q末		前期末
	金額	増減	金額
総資産	20,079	435	19,644
負債	15,474	▲207	15,681
純資産	4,604	641	3,963

<日本アセットマーケティング：8922>

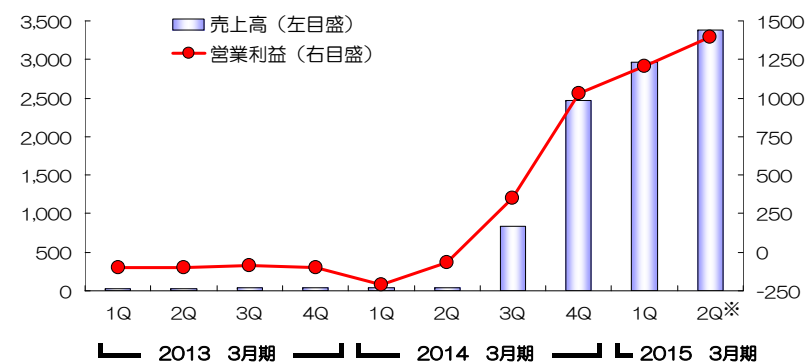
(単位：百万円)

【PL概況】	当2Q* (14年4月1日～9月30日)			前2Q (13年4月1日～9月30日)		
	金額	百分比	前期比	金額	百分比	
売上高	6,343	100.0%	—	—	—	
売上総利益	2,734	43.1%	—	—	—	
販売管理費	132	2.1%	—	—	—	
営業利益	2,601	41.0%	—	—	—	
経常利益	2,133	33.6%	—	—	—	
当期純利益	1,813	28.6%	—	—	—	

※ 当2Qより非連結となっております。

【売上高及び営業利益】

(百万円)



【BS概況】	当2Q末		前期末
	金額	増減	金額
総資産	82,685	23,925	58,760
負債	77,135	22,111	55,024
純資産	5,549	1,813	3,736

グループ総合力で収益力はますます上昇！

本日はありがとうございました。

ドンキホーテ HLDGS

IRに関するお問い合わせ先

株式会社ドンキホーテホールディングス IR部

〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10

TEL：03-5725-7588 FAX：03-5725-7024

e-mail：ir@donki.co.jp

IRカレンダー

第35期（2015年6月期）第2四半期決算発表（予定）

決算発表日：2015年2月5日（木）

説明会会場：東京証券取引所内 東証ホール（東京都中央区日本橋兜町2番1号）

将来見通しに関する注意事項

本資料におきましては、投資家の皆さまへの情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、安全性を保証するものではありません。本資料は、投資家の皆さまがいかなる目的にご利用される場合においても、お客さまご自身の判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。

ドン.キホーテ HLDGS