



特集1

国内消費の獲得

デフレ心理が強い消費環境を、「変化対応力」で駆け抜け、
28期連続増収営業増益を達成。

商圈やロケーションに合わせた、多様な店舗フォーマットで出店を加速

他社撤退後の物件に出店する「居抜き出店」をメインスタイルとしながら、当社グループは、収益力を伴った出店並びにシェア拡大を加速しています。

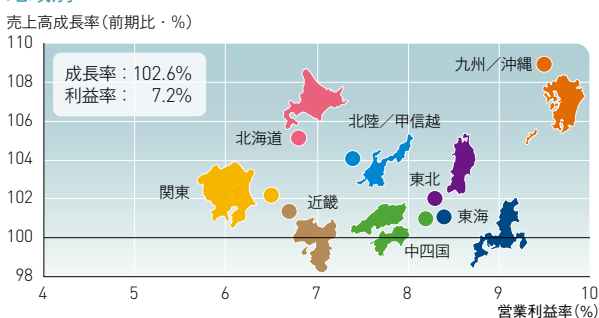
当社グループは、大都市や地方都市などさまざまな商圈やロケーションにおいて、500㎡程度の小型店から10,000㎡を超える大型店まで運営できる多様なビジネス

フォーマット及びノウハウを有しています。これにより、商圈特性やお客さまニーズに合わせた積極的な新規出店を進めています。

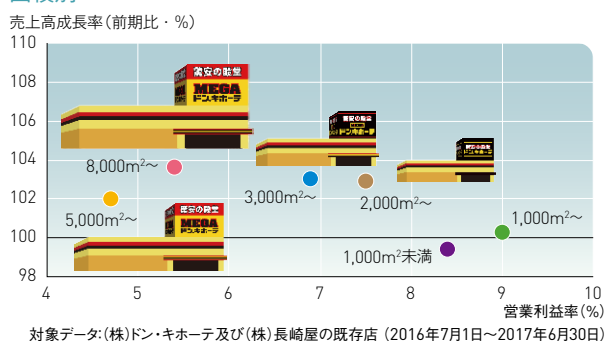
2017年6月期における新規出店数は32店舗、同期末グループ店舗数は368店となりました。

■ 既存店売上高成長率／営業利益率

地域別



面積別



独自の提案力と個店営業力の強化で、順調に国内シェアを拡大

家計消費支出の低迷が続く、節約志向の傾向が強まる中、当社グループは、他社にない商品編集力と価格訴求力に加え、権限委譲により個店営業力を高めることで、目の前の商戦を勝ち抜いてきました。

食品、日用消耗品などの生活必需品を強化しながら、EDLP(Everyday Low Price)を徹底して、地域のプライスリーダーとしてのポジションを、より盤石なものとしています。

また、ポストGMSを意識したビジネスモデルとして開発した「MEGAドン・キホーテ」業態は、ドン・キホーテが持つ楽しさ、利便性に加え、食品や日用雑貨品などの品揃えを充実させています。主婦やファミリー層を中心としたお客さまにご満足いただけるお買い物空間を創造しています。

MEGA店は、郊外におけるロードサイドロケーションへ出店を進めており、国内における総合スーパー市場のシェアを拡大しています。

渋谷の魅力を発信する進化型旗艦店舗が誕生

MEGAドン・キホーテ渋谷本店

18年間ご愛顧いただいた「ドン・キホーテ渋谷店」向かいのロケーションに、2017年5月「MEGAドン・キホーテ渋谷本店」がオープンしました。

都心エリア最大級となる売り場に、生鮮食品と惣菜・弁当などを新たに導入したことに加えて、化粧品や家電製品などの非食品にも力を入れています。

ファミリー層や地域の飲食店の方々など、多様なお客さま層のニーズに24時間お応えしています。また、インバウンド需要も高く、渋谷区観光協会推奨のお土産を豊富に品揃えするなど、渋谷の魅力を存分に発信し、地域活性化にも貢献しています。

関西初のホテル一体型店舗、エリア新スポットとしてオープン

ドン・キホーテあべの天王寺駅前店

2017年4月、大阪市における南の玄関口である天王寺駅に近く、住宅地の隣接地に、関西初のホテル一体型店舗「ドン・キホーテあべの天王寺駅前店」をオープンしました。

地域最安値を目指した生活必需品の他、バラエティ豊富な品揃えで、時間消費型ショッピング空間を提供するとともに、訪日外国人に対応した各種サービス及び人気商品を取り揃えました。天王寺エリアの賑わいと活気をさらに盛り上げる新スポットを目指しています。

長野南信エリアへ初出店。地域密着型店舗

ドン・キホーテ茅野店

2017年6月、南信（諏訪・上伊那・飯伊）エリア初出店となる店舗を長野県茅野市にオープンしました。近隣に諏訪大社があり、地域のお客さまの他、国内外の観光客の来店も見込んでいます。カジュアルファッションにおけるプライベートブランド「レストレーション」をはじめ、トレンドを取り入れたアイテムのラインナップも充実させています。

ファミリー層をメインターゲットとしながら、多様なお客さまニーズにお応えしています。



渋谷エリアにさらに人を呼び込むための集客装置となるような店舗を目指し、国内外のお客さまに渋谷の魅力を発信



大阪府において2店舗目となる店頭水槽の設置や季節によって変化する外壁の巨大LEDパネル



茅野市と上田市を結ぶ国道152号線沿い