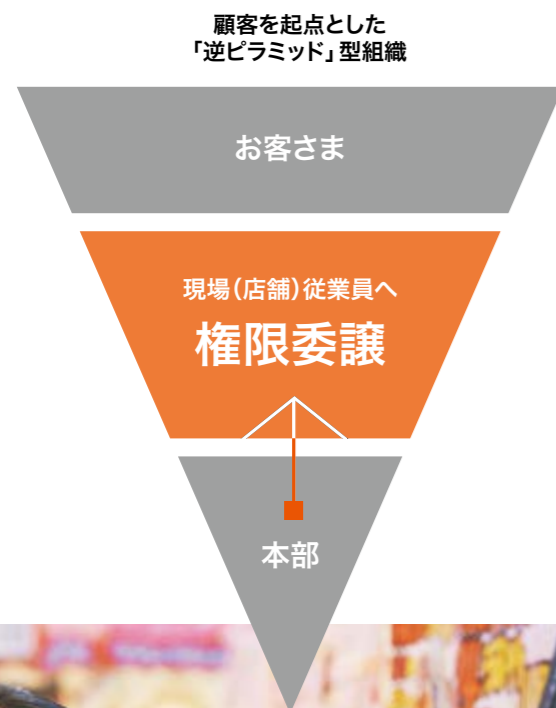


Section 1 ドン・キホーテグループとは

➤ 成長を支える強みの構造

ドン・キホーテグループは、「顧客最優先主義」という企業原理のもと、現場(店舗)の従業員が商品仕入、価格設定、陳列及び販売に至るまで、あらゆる自由裁量権を有しています。「権限委譲」は創業時から受け継がれる当社グループのDNAであり、本質的な強みとなっています。



権限委譲

表裏一体の本質的な強み

変化対応



各商圏の状況に合わせた「個店経営」を徹底することで、お客さまのニーズやライバル店の動向に対して迅速かつ柔軟な価格設定及び商品構成を行っています。スピーディーな「変化対応力」は、当社グループの競争力であり、お客さまニーズや外部環境の変化に応じた価値創造につながっています。



顧客最優先主義



ドン・キホーテグループのビジネスモデル

当社グループ店舗におけるコンセプトは、「便利さ」「驚きの安さ」「楽しさ」。
「権限委譲」や「変化対応力」などの模倣困難な強みを基盤に、
3つのコンセプトに基づいた店舗づくりを行うことで、
小売業界内において「オンリーワン・リテラー」として存在しています。



便利さ Convenience

当社グループ店舗は、お客さまの利便性を高めるために**長時間営業**を特徴としています。都心において24時間営業を行っている店舗があることから、深夜時間帯のインバウンド需要の拡大にも寄与しています。さらに、食品や日用消耗品などの低単価商品から家電製品や輸入ブランド商品などの高単価商品まで**幅広い品揃え**を特徴としています。



驚きの安さ Discount

当社グループ店舗は、価格面において競争優位性が高い商品を数多く提供しています。買い替え頻度が高い商品を中心に、EDLP (Everyday Low Price) を基本としながら、お客さまが思わず笑顔になる**「驚きの価格」**を実現することで、地域内シェアを拡大する営業施策を講じています。



楽しさ Amusement

当社グループ店舗は、多種多様な商品を独自の方法で陳列しています。バラエティあふれるたくさんの商品が一度にお客さまの視界に入ること、お買い物の「ワクワク・ドキドキ感」を醸成しています。標準化・単純化された小売他店と異なり、立体的かつユニークな店舗演出を行うことで、**非日常感あふれる空間でお買い物の楽しさを提供**しています。

模倣困難な組織体制の仕組み

年功序列制を基本とする多くの日本企業にとって、「権限委譲」というシステムを徹底することは困難であるといえます。当社グループは、企業原理である「顧客最優先主義」を追求するため、一般的にはなじみのないシステムの導入で独特な組織風土を構築し、それが当社グループ独自の強みとなっています。模倣困難な組織体制を基盤として、お客さまや社会の変化に応じた価値を創造することで、当社グループの持続的な成長につなげています。

地域密着を実現する**「個店主義」**

お客さまの立場が理解できる従業員の**「顧客親和性」**

「主権在現」による現場主導の買い場づくり

「権限委譲」の徹底による現場での素早い意思決定

成果を適正に報いてモチベーションを向上させる**「半俸制」**

年功序列などを排した**「完全実力制」**

すべての人材*が活躍する**「適材適所」**

* 当社グループは、従業員はすべて会社の財産と捉え、「人材」と称しています。

