

Section 2

ドン・キホーテグループのめざす姿

ドン・キホーテグループの価値創造ストーリー

ドン・キホーテグループは、店舗において「便利さ」「驚きの安さ」「楽しさ」という3つのコンセプトを掲げています。模倣困難な独自のビジネスモデルによって、お客さまの消費動向や時代の変化に合わせて変化対応を繰り返しながら、新たな価値を創造してきました。品揃えや価格はもちろんのこと、お買い物を楽しんでいただく空間を提供する「時間消費型小売業」として価値創造を続けることで、いかなる時代もお客さまに選ばれる存在になることをめざしています。

お客さま・社会の変化



小売業界の常識を覆す独自のビジネスモデル

顧客最優先主義



3つの不変コンセプトの追求

- 便利さ Convenience**
 - 深夜営業
 - 日用品からブランド品まで多種多様な品揃え
 - 最適な店舗立地
- 驚きの安さ Discount**
 - 独自の商品調達力
 - 地域最安値
- 楽しさ Amusement**
 - 圧縮陳列
 - POP 洪水
 - ジャングルのような宝探し空間

社会に創出する価値

多彩な業態の店舗



Mission

いかなる時代も
お客さまに選ばれる存在になる

グループ総売上高
9,415億円

年間お買上お客さま数
3億7,083万人

グループ店舗数
418店

オリジナル商品売上高構成比
10.9%

会員組織「共栄会」
パートナー社数
1,700社超

電子マネー
「majica」会員数
675万人

