

株主さま向けアンケートご協力をお願い

当社では、株主の皆さまとのコミュニケーション強化を目的に、アンケート調査を実施しております。お手数ではございますが、右記ホームページにアクセスしていただき、アクセスナンバー入力後に表示されるアンケートへのご協力をお願いいたします。

■アンケートに関するお問い合わせ先：ir@donki.co.jp
※ご回答内容は、統計資料としてのみ使用いたします。



なお、アンケートは携帯からもアクセスできます。QRコード読み取り機能のついた携帯電話をお使いの方は、右のQRコードからもアクセスできます。



パソコンでは、当社ホームページ・ドンキ王国「IR情報」内のバナーからもアクセスできます。

第30期株主通信
アンケート

アンケートホームページ

<http://www.donki.com/k10/>

アクセスナンバー

753210

※アンケート実施期間は、本株主通信がお手元に到着してから約3ヵ月間（2010年12月24日まで）です。

株主メモ

事業年度	毎年7月1日から翌年6月30日まで
定時株主総会	毎年9月
定時株主総会基準日	6月30日 ※その他必要があるときは、あらかじめ公告して定めます。
剰余金の配当の基準日	6月30日 及び中間配当金の支払を行う場合は12月31日といたします。
株主名簿管理人/ 特別口座の口座管理機関	〒100-8212 東京都千代田区丸の内1-4-5 三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	〒137-8081 東京都江東区東砂7-10-11 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-232-711 (フリーダイヤル)
公告方法	電子公告により行います。ただし、電子公告を行うことができない事故その他のやむをえない事由が生じたときは、官報に掲載する方法により行います。
公告掲載 URL	http://www.donki.com/b/ir/

ご注意

1. 株券電子化に伴い、株主さまの住所変更、買取請求その他各種手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関（証券会社等）で受け付けています。口座を開設されている証券会社等にお問い合わせください。
2. 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関（三菱UFJ信託銀行）にお問い合わせください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店でもお取扱いいたします。
3. 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。

当社ではIR情報をウェブサイトにて開示しております。ぜひご利用ください。

IR情報ホームページ

<http://www.donki.com/b/ir/>



株式会社

ドンキホーテ

〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10
TEL.03-5725-7532 FAX.03-5725-7322
<http://www.donki.com>



株式会社
ドンキホーテ

特集
進化を支える
チェンジメーカーたち

第30期 株主通信

2009年7月1日～2010年6月30日

株主・投資家の皆さまへ

DON QUIJOTE REPORT 2010

株主・投資家の皆さまへ

株主の皆さまにおかれましては、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。また、日ごろより、ドン・キホーテグループをご支援いただき、誠にありがとうございます。

2010年6月期(2009年7月1日～2010年6月30日)の株主通信をお届けするにあたり、株主の皆さまにご挨拶及びご報告をさせていただきます。

ご挨拶

当期における日本経済は、世界的な金融市場の混乱を背景とする景気後退局面にありながら、一部では政策効果や在庫調整の進展などにより、緩やかな回復期にありました。お客様の間では“節約疲れ”をキーワードに、付加価値商品に対する需要が高まりつつありました。

ドン・キホーテグループは、こうした消費行動の変化に迅速に対応するため、主力業態であるアミューズメント型ディスカウントストア「ドン・キホーテ」と、ファミリー型ディスカウントストア「MEGAドン・キホーテ」という二軸の店舗業態を打ち出し、収益の安定確保に努めてまいりました。

この結果、当期も堅実な成長を果たすことができました。これもひとえに株主の皆さまのご支援のおかげと、心より御礼申し上げます。株主の皆さまにおかれましては、引き続き変わらぬご支援、ご鞭撻を賜りますよう、お願い申し上げます。

代表取締役社長 兼
最高執行責任者 (COO)
成沢 潤治

代表取締役会長 兼
最高経営責任者 (CEO)
安田 隆夫



お客さまに“楽しさと発見”をお届けし続けるため。そして、小売業界の頂点を目指して。ドン・キホーテグループは「今」この瞬間も、挑戦を続けています。

Q 2010年6月期のドン・キホーテグループの業績と、配当についてお聞かせください。

A 厳しい事業環境ながらも、20期連続で増収・営業増益を達成しました。

ドン・キホーテグループは「お客さま第一主義」の企業原理のもと、当期もグループ一丸となって収益拡大に努めてまいりました。主力のドン・キホーテ業態は首都圏での店舗網拡大を、ファミリー向けのMEGAドン・キホーテ業態はビジネスモデルの精度向上を、それぞれ推進しました。また、DIY用品を取り扱うホームセンターのドイトでは収益基盤の強化に注力しました。

こうした取り組みの結果、ドン・キホーテグループの2010年6月期の連結業績は、売上高4,876億円(前期比1.4%増)、営業利益211億円(同22.7%増)、経常利益211億円(同32.0%増)及び当期純利益102億

円(同19.7%増)となり、1989年にドン・キホーテ1号店を開店して以来、20期連続で増収・営業増益を達成することができました。

当期の配当金につきましては、株主還元を重視する施策のもと、前期から2円の増配を実施し、1株当たり年間25円とさせていただきました。

今後も、財務体質の強化や店舗拡大のための投資を考慮しつつ、株主の皆さまへ安定した利益還元を図るという基本方針のもと、増配基調の維持に努めてまいります。どうぞ、ご期待ください。

売上高 **4,876 億円**

当期純利益 **102 億円**

営業利益 **211 億円**

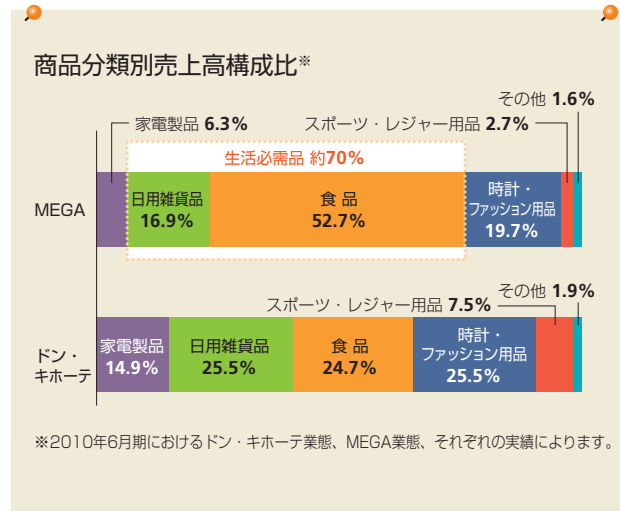
1株当たり年間配当金 **25.00円**

Q 「MEGAドン・キホーテ」とは、どんなお店ですか？

A 激安を超える「**驚安**」^{きょうやす}価格で、お客さまの日常生活をサポートする“ファミリー向けの生活防衛型ディスカウントストア”です。

MEGAドン・キホーテは、近隣の主婦の方やファミリーで来店されるお客さまを主な対象としており、品揃えにおいてはドン・キホーテ業態と比べて、食品や日用雑貨品、実用衣料品など生活必需品の比重が高くなっています。また、日常生活を応援する商品を、驚きの低価格と大量の品揃えで提供することにより、お客さま支持率を高めています。MEGAドン・キホーテは、不況下においても収益を確保できる店舗業態を着実に構築しつつあります。

今後もグループのノウハウを結集して、営業力や商品調達力を駆使し、さらなる品揃えの充実を図るとともに、販売する商品の質及び量を一層向上させ、よりお買い得感を感じていただける店舗の確立に取り組んでまいります。



Q プライベートブランド (PB) の「情熱価格」について教えてください。

A 「情熱価格」は、価値と価格を両立した、今までにないPBです。

2009年10月、お客さまの声をもとに誕生した当社のPB、それが「情熱価格」です。食品や日用品から衣料品、家電、カー用品まで、幅広い商品を取り揃え、最も身近で、最も愛される、みんなの“ウチ流”ブランドを目指しています。

お客さまのご要望を出発点に「あったらいいな」を具現化した「情熱価格」は、単なる低価格競争を繰り広げる他

のPBとは一線を画します。圧倒的な安さはもちろんのこと、商品に楽しさや発見という当社ならではの付加価値を注入することで、よりお客さまに必要とされ、愛される商品が誕生しています。

今後もこの「情熱価格」の品質と品揃えを一層充実させることで、お客さまの生活に元気と情熱をお届けする当社の主力商品として育ててまいります。

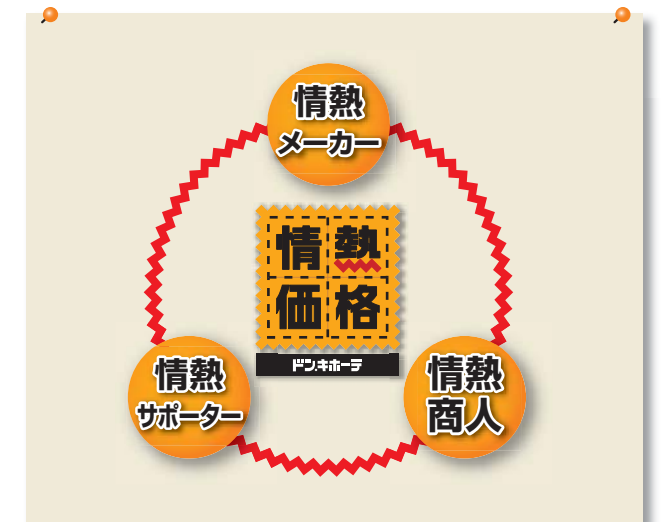


Q ドン・キホーテグループが描く、今後の成長戦略についてお聞かせください。

A 多様な店舗モデルを持つ総合力を最大限に発揮し、景気動向が不透明な中でも堅実な成長を目指します。

さらなる成長を確保するためには、国内店舗ネットワークの整備が欠かせません。ドン・キホーテ、MEGAドン・キホーテを中心に新店を進め、グループ各社・各店舗間の協力体制の強化を図ってまいります。

また、ドン・キホーテは、店舗ごとに異なる商環境に対応するため、お客さま支持率を高める店舗施策を強化し、既存店の収益拡大を目指してまいります。MEGAドン・



キホーテにおいても、これまでの運営を通じて改善ポイントが明確になったことから、さらなる収益基盤として確立していく方針です。

今後もグループ総合力を活かし、店舗業態の改善・開発や時代のニーズを反映した付加価値型のPB商品開発を強力に推進することで、足腰の強い経営母体の確立と、さらなる成長の実現に注力してまいります。

数字で見るドン・キホーテ

当コーナーでは、ドン・キホーテグループの特徴や独自の取り組みを、数字を通じてわかりやすくご紹介します。

7期連続増配

ドン・キホーテグループは、不況下においても、7期連続の実質増配を達成しました。今後も株主の皆さまのご期待にお応えできるよう、安定的な利益還元に取り組んでまいります。

2億430万人

2010年6月期の総来店客数（レジ通過数、日本国内運営店のみ）は、約2億430万人。なんと、日本の総人口の約1.5倍ものお客さまがご来店されたことを意味します。独自のアミューズメント性及び高品質のサービスを兼ね備えた店舗づくりは、お客さまの再来店動機を着実に高めています。



10万点

MEGAドン・キホーテが取り扱うアイテム数は、なんと10万点以上。食品や日用雑貨品などの生活に密着したアイテムを激安価格で多数取り揃え、お客さまの日常生活を徹底的にサポートし、高い支持を得ています。



600点



当社が展開するプライベートブランド「情熱価格」のアイテム数が、600点を突破しました（2010年6月現在）。お客さまに、より身近なアイテムとしてご愛用いただけるよう、今後も一層、品揃えと品質の向上を図ります。

店舗展開

(2010年6月30日現在)

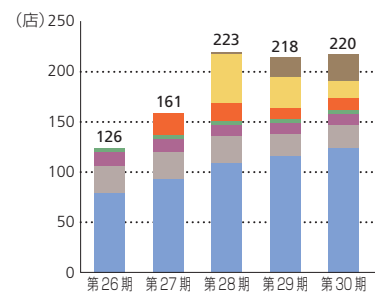
2010年6月期は、出店エリアの拡大と、既存ネットワークとのシナジー効果をもつ首都圏への出店という両輪で、店舗展開を実施しました。一方で、店舗の効果的なリニューアル & スクラップを実施し、期末店舗数は、グループ全体で220店舗（前期比2店舗増）となりました。

今後も、効率を重視しながら国内店舗ネットワークの完成を目指します。また、立地特性に応じた業態転換や店舗改装を推進し、グループ全体で営業力、収益力の向上を図っていきます。

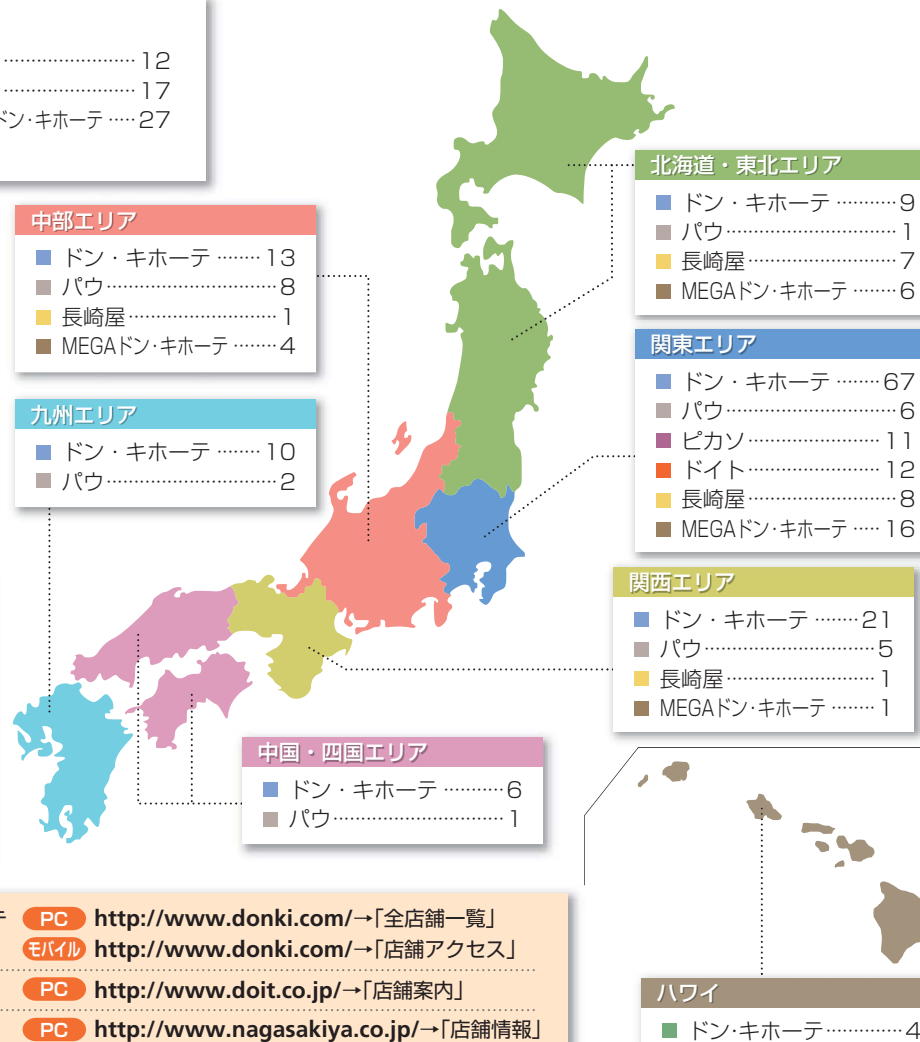
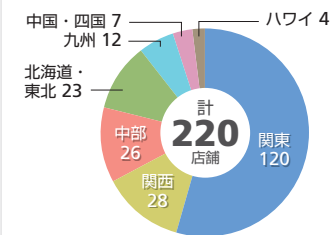
業態別店舗数合計（計220店舗）

■ ドン・キホーテ	126	■ ドイト	12
■ パウ	23	■ 長崎屋	17
■ ピカソ	11	■ MEGAドン・キホーテ	27
■ ドン・キホーテ(ハワイ)	4		

業態別店舗数推移



エリア別店舗数



店舗へのアクセス、営業時間等の詳細は右記ホームページをご覧ください。



ドン・キホーテ	PC	http://www.donki.com/ →「全店舗一覧」
	モバイル	http://www.donki.com/ →「店舗アクセス」
ドイト	PC	http://www.doit.co.jp/ →「店舗案内」
長崎屋	PC	http://www.nagasakiya.co.jp/ →「店舗情報」

ハワイ	■ ドン・キホーテ	4
-----	-----------	---

進化を支える チェンジメーカーたち

シリーズ特集
Vol. 1

陳列のプロに聞く「陳列とは、舞台を演出すること。」

ドン・キホーテの店舗では、お客さまに「探す」「発見する」「選ぶ」というアミューズメント性をお届けするため、ユニークかつ豊富な品揃えはもちろんのこと、圧縮陳列や個性的なPOPといった独自の演出力を徹底的に強化しています。今回はドン・キホーテの躍進における大きな原動力の一つである圧縮陳列について、ご紹介いたします。

店舗をアミューズメントパークに！

初めてドン・キホーテにご来店されたお客さまが大変驚くのは、床から天井までの空間に余すところなく、商品が立体的に陳列された「圧縮陳列」です。4万~6万アイテムという圧倒的なボリュームの商品が詰め込まれた買場（当社では「売場」のことを、お客さまの立場から「買場」と呼んでいます）は、まさに商品のジャングル。お客さまに、迷路のような店内において宝探しをする感覚でショッピングを楽しんでいただけるよう、アミューズメント性の高い買場づくりを常に心がけています。

責任の重さこそ、やりがい

圧縮陳列は、ショッピングをアミューズメントに変える演出手法であり、単なる雑多な商品の山積みとは明確に異なります。ところが言葉では理解できなくても、圧縮陳列を実践してみようとする、なかなか一筋縄ではいきません。スタッフは皆、悩みながら、お客さまに喜んでいただける店舗作りのため、日々試行錯誤を繰り返しているのです。

陳列における創意工夫は、売上はもちろんのこと、店舗の人気を大きく左右するだけに毎日が真剣勝負です。店舗演出の根幹である陳列という責任ある仕事に携われることに、スタッフは、誇りとやりがいを感じています。

陳列は、お客さまへのラブレター

例えば、食品コーナーにお米を陳列する場合、その横にふりかけや海苔が陳列されていれば、お客さまは「ご飯」に関連する多数の商品を同時に見ることができます。陳列は常にお客さま目線で行われるものであり、お客さまに対するメッセージを込めた、いわばラブレターでもあるのです。

挑戦する企業風土の中、陳列技術は磨かれていく

当社には、失敗を恐れずに挑戦する企業風土が根付いています。その背景には、現場への権限委譲はもちろんのこと、失敗しても再チャレンジの場を自力でつかみ取ることができる、そして結果を正当に評価する人事制度が存在しています。その企業風土が、現場スタッフの陳列技術向上やモチベーションアップにつながり、買場の活性化や収益力・集客力の向上をもたらすという好循環を生み出しています。

必要な物を、必要な時に買うだけでなく、買い物自体を楽しむ＝時間消費型店舗というビジネスモデルを支えるため、私たちはこれからも陳列技術の向上に取り組み続けていきます。

ぜひ、お近くの店舗に足をお運びいただき、私たちの陳列技術を体感していただければ、大変光栄に思います。



みんなの“ウチ流”ブランド 「情熱価格」

お客様の声（情熱サポーター）と、その要望に真摯に応えようとするメーカー各社さま（情熱メーカー）、お客さまに優れた商品をお届けしたいと願うドン・キホーテ（情熱商人）、三者の情熱の結びつきによって誕生した最先端のプライベートブランド（PB）、それが「情熱価格」です。

ドン・キホーテのこだわり

企画

多くのPBが“売り手都合”で開発される中、ドン・キホーテでは“お客さま目線”の発想を起点に商品企画に取り組んでいます。お客さまの「あったらいいな」を実現することこそが、当社が目指すモノづくりです。

生産管理

お客さまに安心かつ安全な商品をお届けするために、「情熱価格」は厳格な品質管理の自主規格に基づき、提携先の工場で生産を行っています。

販売

「情熱価格」は、優れた商品を驚きの価格でお客さまにご提供しています。すべてのお客さまの心を熱くし、喜び、驚き、そして感動をお届けできるよう、これからも徹底したお客さま目線での商品開発を行っていきます。

情熱価格

ドンキホーテ

2010年6月
600アイテム
まで拡大!

2010年2月
新生活をテーマに
300アイテム
投入!

2009年10月
148アイテム
からスタート

企画

情熱価格

ドンキホーテ

生産管理

販売

「情熱価格」の商品紹介

今話題の
食べるラー油!



具だくさん ちょい辛ラー油

フライドガーリック、フライドオニオン、焙煎白ごまなどの具材がたっぷり入った、サクサクとした食感をご堪能いただけるラー油です。化学調味料無添加で安心・安全の品質にもこだわりました。ほどよい辛さと塩味がどんな料理にも合わせやすく、温かいご飯はもちろん、中華料理や冷たいうどん、冷奴などの“ちょい足し調味料”としてもお楽しみいただけます。

手ごろな価格で
しっかりはける!



メンズ・レディース デニム

砂を高速で吹き付け、あえてダメージ感を与えることで、自然なヴィンテージデニムの風合いを演出。開発担当者が試行錯誤を繰り返し、ついに商品化しました。「価格が安くても、お客さまのジーンズに対するこだわりは絶対に組み入れたい!」との信念で商品企画を進めた、こだわりのアイテムです。

変速付きで
ラックラク!



20型折畳自転車 6段変速リアサスペンション

手にジャストフィットするハンドル、凸凹道の走行を快適にするリアサスペンション、さらに坂道や長距離走行でも快適な走行をアシストする6段変速ギアを装備した折畳自転車です。また、お客さまのご要望にお応えして、6種類のカラータイヤバリエーションをご用意しました。(カラー:ブルー、ピンク、レッド、ブラック、ホワイト、オレンジ)

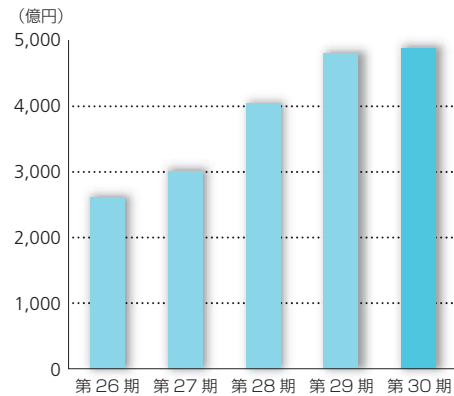
16インチ地上波デジタル液晶テレビ

高画質な地上波デジタル映像が楽しめるハイビジョンパネルを採用した液晶テレビです。どんな部屋にも合う、シンプルなデザインのテレビが欲しいというお客さまのご要望にお応えしました。低価格に加え、優れた省エネ性能を実現したことで家電エコポイント7,000点の対象商品にもなっています(家電エコポイント発行対象期間は、2011年3月31日ご購入分まで)。

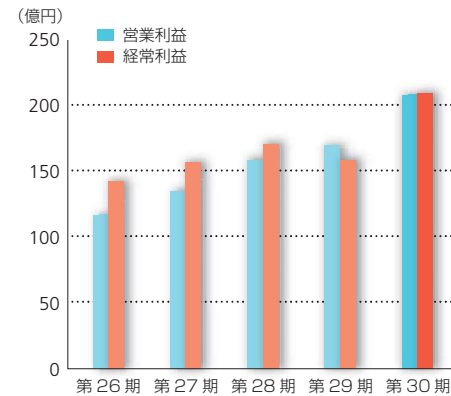


画像が鮮明!
デザインにも
こだわりました!

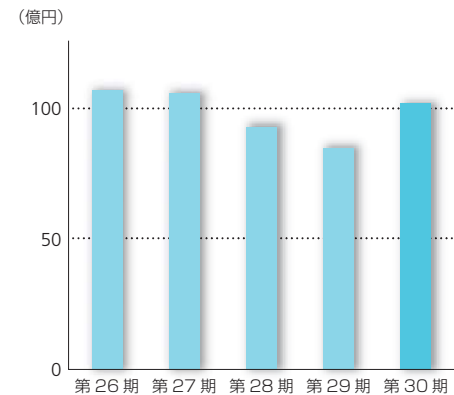
売上高 4,876 億円 (前期比 1.4%増)



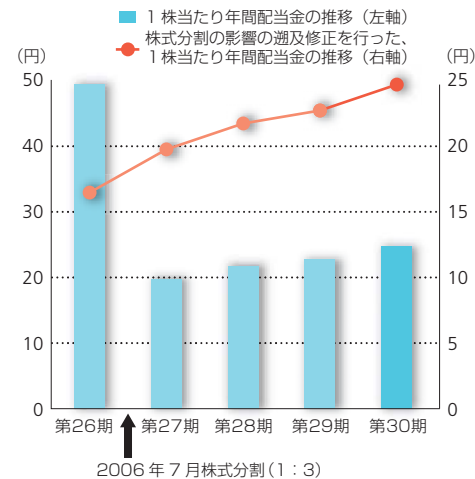
営業利益/経常利益 211 億円 (前期比 22.7%増) / 211 億円 (前期比 32.0%増)



当期純利益 102 億円 (前期比 19.7%増)



1株当たり年間配当金 25 円 (前期比 2 円増)



連結損益計算書 (要旨)

(単位: 百万円)

	前期 (2008.7.1~2009.6.30)	当期 (2009.7.1~2010.6.30)	増減率
売上高	480,856	487,571	1.4%
売上総利益	127,240	123,506	▲2.9%
販売費及び一般管理費	110,068	102,439	▲6.9%
営業利益	17,172	21,067	22.7%
経常利益	15,989	21,109	32.0%
当期純利益	8,554	10,238	19.7%

厳しい消費環境の中でもお客さま支持の増加に努めたとともに、グループ経営の効率化及びローコストオペレーションの進化による販管費抑制、営業外収支戻りが改善したことにより、大幅増益の着地となりました。

連結貸借対照表 (要旨)

(単位: 百万円)

	前期末 (2009.6.30)	当期末 (2010.6.30)	増減額
流動資産	123,802	128,198	4,396
固定資産	173,725	173,831	106
資産合計	297,527	302,029	4,502
流動負債	110,883	122,005	11,122
固定負債	96,672	73,264	▲23,408
負債合計	207,555	195,269	▲12,286
純資産合計	89,972	106,760	16,788

棚卸資産や有形固定資産が増加した一方で、投資有価証券などが減少したことから、資産合計は 45 億円の増加となりました。

負債合計は、有利子負債の削減に努めた結果、123 億円減少しました。また、純資産合計については利益剰余金の増加及び自己株式処分により、168 億円増加しています。

連結キャッシュ・フロー計算書 (要旨)

(単位: 百万円)

	前期 (2008.7.1~2009.6.30)	当期 (2009.7.1~2010.6.30)
営業活動によるキャッシュ・フロー	19,513	18,885
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲29,855	▲16,497
財務活動によるキャッシュ・フロー	14,316	▲5,475
現金及び現金同等物の期末残高	42,040	38,911

営業活動による CF は、純利益及び減価償却費の計上といった増加要因があったものの、棚卸資産の増加といった減少要因により 189 億円の収入となりました。投資活動による CF は、有形固定資産の取得などで 165 億円の支出となりました。財務活動による CF は、社債及び転換社債などの償還などがあったことから、55 億円の支出となりました。



詳細は当社ホームページをご覧ください。

ドンキ IR

検索

CSRへの取り組み

明日も、社会に恩返しのできる企業であり続けるために――。

私たちドン・キホーテグループは、より良い社会の実現に寄与するため、青少年の育成や地域の活性化、スポーツ支援などの社会貢献活動に取り組んでいます。

商育プロジェクト

当社では、小・中・高校生を対象に、「商育プロジェクト」として、店舗における職場見学と職場体験の機会を提供しています。今年も参加者の皆さまから“将来の進路を決定する上で参考になった”と、大変好評をいただくことができました。今後も、青少年の皆さまに働く喜びを実感していただける機会を継続的に提供してまいります。



実際に店舗で職場体験をする参加者たち

ピンクリボン運動を支援

当社は、乳がんの撲滅と検診の早期受診を啓蒙・推進する「ピンクリボン運動」の活動趣旨に賛同し、2010年5月よりプライベートブランド「情熱価格」の売上の一部を財団法人「日本対がん協会」へ寄付する活動を開始しました。今後も対象商品の拡大に努めることで、人々が健康に暮らせる社会の実現に寄与してまいります。



ビーチレスリング大会をサポート

当社は「真剣に闘う人を応援する」という考えのもと、全日本ビーチレスリング選手権大会のメインスポンサーとして大会をサポートしています。今年で5回目となった本大会には、オリンピックメダリストがゲスト参加するとともに、参加選手による白熱した試合が繰り広げられました。今後も、青少年の健康増進や地域活性化に寄与すべく、スポーツ支援に取り組んでまいります。



2010年8月、茨城県 大洗サンビーチにて開催された、ドン・キホーテ杯 第5回全日本ビーチレスリング選手権の様子

会社・株式データ

会社の概況

商号	株式会社ドン・キホーテ (英文名: Don Quijote Co., Ltd.)
事業内容	家電製品、日用雑貨品、食品、時計・ファッション用品、スポーツ・レジャー用品及びDIY用品等の販売を行うビッグコンビニエンス & ディスカウントストア
本店所在地	東京都目黒区青葉台二丁目19番10号 (〒153-0042) TEL. 03-5725-7532 FAX. 03-5725-7322
設立年月日	1980年9月5日
資本金	150億4,904万円
従業員数	2,452名

役員

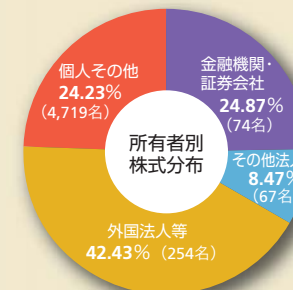
代表取締役会長 兼 CEO	安田 隆夫
代表取締役社長 兼 COO	成沢 潤治
専務取締役 兼 CFO	高橋 光夫
常務取締役 兼 CCO	稲村 角雄
取締役 兼 CIO	大原 孝治
監査役	福田 富昭
監査役	岩出 誠
監査役	本郷 孔洋
監査役	井上 幸彦

(注) 監査役4氏は、会社法第2条第16号及び第335条第3項に定める社外監査役です。

株式の状況

発行可能株式総数	234,000,000株
発行済株式の総数	72,095,109株
自己株式の総数	473株
株主総数	5,114名

(注) 株主総数は前期末と比較して1,190名減少しています。

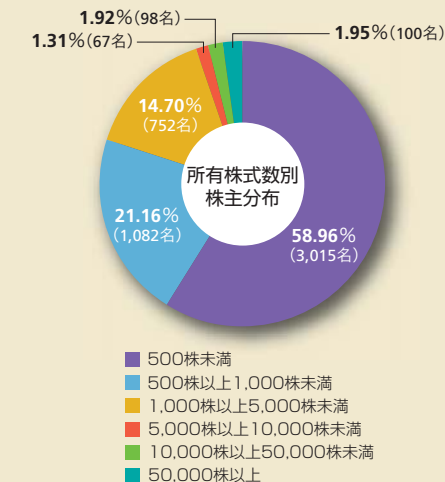


(注) 自己株式(473株)は、個人その他に含んでいます。

大株主

株主名	持株数(株)	出資比率(%)
安田 隆夫	14,712,000	20.41
ラマンチャ	9,000,000	12.48
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)*	4,929,400	6.84
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)*	4,559,000	6.32
株式会社安隆商事	4,140,000	5.74
ビービーエイチフォーフィデリティーロープライスストックファンド	2,905,374	4.03
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)*	2,892,500	4.01
財団法人安田奨学財団	1,800,000	2.50
ゴールドマン・サックス・アンド・カンパニーレギュラーアカウント	1,310,206	1.82
ザチェスマンハッタンバンクエヌアイロンドンエスエルオムニバスアカウント	1,137,208	1.58

(注) 出資比率は自己株式(473株)を控除して計算しています。*の持株数には、信託業務に係る株式数が含まれています。当社が実質所有株式数を確認できる株主については、その実質所有株式数を上記大株主の状況に反映させています。



(2010年6月30日現在 ※役員につきましては、2010年9月28日現在のデータです。)