

## 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います。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。

アンケートホームページ

<http://www.donkigroup.jp/k11/>

アクセスナンバー

753211

※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 ヶ月間（2011 年 12 月 22 日まで）です。



なお、アンケートは携帯電話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「IR 情報」内のバナーからもアクセスできます。

第31期株主通信  
アンケート

## 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	<a href="http://www.donki.com/b/ir/">http://www.donki.com/b/ir/</a>

## ご注意

- 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お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。
- 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いますので、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次ぎいたします。
- 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 情報をホームページにて開示しています。ぜひご利用ください。

IR 情報ホームページ

<http://www.donkigroup.jp/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.donkigroup.jp/>

# 第31期 株主通信

2010年7月1日～2011年6月30日

株主・投資家の皆さまへ

株式会社

ドン・キホーテ



# すべては お客さまのために

私たちドン・キホーテグループの決意です



ご挨拶

## 株主・投資家の皆さまへ

株主の皆様には、平素から格別のご支援を賜り厚くお礼申し上げます。このたびの東日本大震災により被災された皆様には、心よりお見舞い申し上げますとともに、被災地の一日も早い復興をお祈り申し上げます。ここに株主の皆様へのご挨拶と、第31期(2010年7月1日～2011年6月30日)の業績に関するご報告をいたします。



代表取締役会長 兼  
最高経営責任者 (CEO)  
安田 隆夫

代表取締役社長 兼  
最高執行責任者 (COO)  
成沢 潤治

当期における日本経済は、新興国を中心とした外需の牽引や、経済政策効果などを背景に、緩やかな回復基調を描いていました。しかしながら、2011年3月11日に発生した東日本大震災を境に一変し、日本経済は大きな試練に直面しました。流通小売業界においても、震災によってサプライチェーン(供給連鎖管理)システムが寸断されたことにより、大きな影響を受けました。また、急速に進んだ円高も、わが国経済に影を落とすつつあります。

こうした状況の中、ドン・キホーテグループは、「顧客最優先主義」の企業原理に基づき、迅速で柔軟な変化対応力を遺憾なく発揮したことで、当期も堅実な成長を継続することができました。これもひとえに株主の皆様のご支援のおかげと、心より御礼申し上げます。

株主の皆様におかれましては、引き続き変わらぬご支援とご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

売上高	5,077億円	総資産	3,413億円
営業利益	253億円	純資産	1,252億円
当期純利益	127億円	1株当たり当期純利益	167.82円

**Q** 2011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** 当初予想を大幅に上回る“過去最高益”を達成することができました。

グループ中核の株式会社ドン・キホーテは、お客さま層の拡大やニーズの変化を先取りした魅力ある店舗づくりを進めながら、同時にコストコントロールの充実を図りました。グループ企業の株式会社長崎屋は、立地特性に応じた業態転換や店舗改装を推進し、ファミリー向け総合ディスカウントストア「MEGAドン・キホーテ」の店舗競争力を高めたことで、黒字化を達成しています。また、DIY商品を扱うドイツ株式会社は、事業再生に一定の成果が現われ、収益力が大幅に改善したことから、新規出店を積極的に推し進めてまいりました。

これらの結果、当期の連結業績は、売上高5,077億円(前期比4.1%増)、営業利益253億円(同20.3%増)、経

常利益251億円(同19.1%増)及び当期純利益127億円(同23.7%増)となり、「ドン・キホーテ」1号店を開店した1989年の事業開始以来、21通期連続で増収・営業増益を達成し、当初予想を大幅に上回る“過去最高益”を更新することができました。

また、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3円の増配を実施し、1株当たり年間28円とさせていただきます。これにより、2004年6月期から8期連続の増配となりました。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、株主の皆様への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。

**Q 2011年6月期における店舗展開についてお聞かせください。**

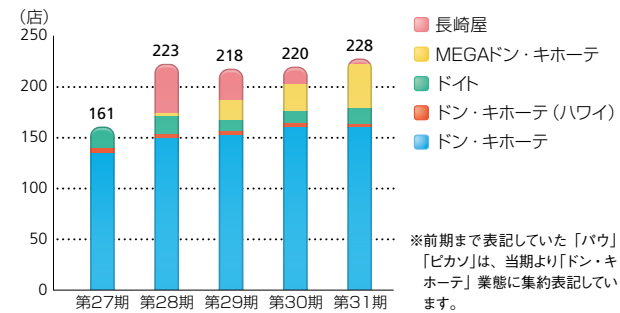
**A グループ全体の店舗数は228店舗（前期末比8店舗増）となりました。**

株式会社ドン・キホーテは、「池袋東口駅前店」を皮切りに首都圏に5店舗、「梅田店」など近畿圏に4店舗と、大都市圏のドミナント戦略を推進しました。さらに、岐阜県内における基幹店となる「柳ヶ瀬店」を加えた、年間10店舗の新規出店を行う一方で、2店舗を閉鎖したことなどから、6月末店舗数は169店舗となりました。

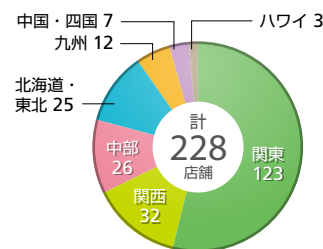
株式会社長崎屋は、「苫小牧店」「蓮田店」「岸和田店」など、9店舗をMEGAドン・キホーテに業態転換した一方で、3店舗を閉鎖したことなどから、6月末店舗数は40店舗となりました。ドイツ株式会社は攻めの新規出店を推進し、東北地方及び首都圏に2店舗ずつ、合計4店舗をオープンしたことから、6月末店舗数は16店舗となりました。また、ドン・キホーテUSAについては、「カイルア店」を閉鎖したことから、6月末店舗数は、3店舗となりました。

これらの結果、2011年6月末時点におけるグループ全体の店舗数は、国内38都道府県に225店舗、米国ハワイ州の3店舗を含め、合計228店舗となりました。

**業態別店舗数推移**



**エリア別店舗数**



ドン・キホーテ梅田店



MEGAドン・キホーテ蓮田店



ドイツ恋ヶ窪店

**Q ドン・キホーテグループの強みについてお聞かせください。**

**A 当社グループの強みは、「顧客最優先主義」に基づくお客さま目線の買い場\*づくりです。**

当社グループの特長として、当社独自の現場への徹底的な「権限委譲」が挙げられます。お客さまとの距離が最も近い店舗スタッフに、仕入れ・値付け・陳列手法などの幅広い権限を委譲することにより、ニーズや流行を機敏にとらえた商品施策が可能となります。こうした、現場が主役となつてつくり上げられた「お客さま目線の買い場」は、アミューズメント性が高く、常に新しい発見があることから、お客さまからも高く評価されています。

2番目の特長として、「人財育成」が挙げられます。ドン・キホーテグループでは、“失敗を恐れず、果敢に挑戦する企

業風土”が、従業員一人ひとりに、DNAとしてしっかりと刻み込まれています。このため、従業員のモチベーションが高く、お客さまへのより良いサービス提供を目指して、一人ひとりが成長できる環境が整えられています。

これらの考えの根底にあるのが、当社グループの企業原理である「顧客最優先主義」です。全従業員がお客さまの立場に立ち、お客さまの目線で考える。この普遍の原理を、愚直なまでに繰り返すことが、当社グループの強みであり、成長の源泉となっています。

\*当社グループでは、売場をお客さまの視点に立って“買い場”と呼んでいます。

**Q 目指すべき企業像についてお聞かせください。**

**A お客さまの暮らしになくてはならない店舗づくりに取り組んでまいります。**

当社グループは、「顧客最優先主義」という絶対の企業原理のもと、ショッピングの喜び、働く社員全員の幸せの創造、安全・安心な商品とサービスの提供、そして、各パートナー企業との共栄を通して、さらなる「企業価値の向上」と、「株主価値の拡大」を目指してまいりました。私たちが徹底してきた「顧客最優先主義」は、このたびの震災発生の際にも、その直後から、被災地店舗においてもいち早く生活物資や防災用品の店頭販売を再開したという取り組みにも

表れています。

“本当に必要とされている商品を、確実にお客さまのもとに届ける”という流通小売業者としての責務を果たすこと。それは「顧客最優先主義」の基本であり、有事であっても揺るぎない原理なのです。

当社グループは、今後も地域のお客さまにとって、なくてはならない“地域一番店”を展開する企業を目指し、挑戦してまいります。

## 地域社会に生かされているお店として

2011年3月11日に発生した東日本大震災によって被災された皆さまに対し、心よりお見舞い申し上げますとともに、一日も早い復旧をお祈りいたします。ドン・キホーテグループにおいても、被災により営業休止を余儀なくされた店舗もありましたが、今日も復興支援に取り組んでいますので、その一部をご紹介します。

グループの中でも大きな被害を受けた宮城県内の店舗では、余震が続き、ライフラインが復旧しない状況の中でも、お客さまの生活インフラを支えるべく、震災直後から店頭において臨時営業を開始。飲料水やカップ麺など今すぐ必要な生活必需品をいち早く提供したことで、地域になくてはならないお店としての役割を果たしました。店舗を訪れたお客さまからは「店が開いていて良かった」「品揃えが豊富で助かった」という感謝の言葉をたくさんいただいています。



### 流通小売業としての使命

未曾有の困難を前に、私たち流通小売業が果たすべき最大の復興支援策とは、「被災地で生まれた商品を全国に届け、また被災地に必要な品を全国から集める」ことと考えました。これを実現するため、6月24日、ドン・キホーテグループは、東日本大震災復興支援のフラッグシップショップとして、「ドイト恋ヶ窪店（東京都国分寺市）」をオープンしました。

同店は、被災地域のパートナーさまの事業継続支援と、被災地域の従業員の雇用支援を目的に掲げ、被災地域の取引先、従業員、そしてお客さまと一体となった復興支援を行っています。



### 東日本大震災義援金の募金活動と「マッチングギフト」を実施

ドン・キホーテグループは、東日本大震災復興支援のため、東北地方を除くグループ各店の店頭に募金箱を設置。4月末日までに、総額11,393,120円をお預かりしました。これにドン・キホーテグループからの「マッチングギフト」として同額を加えた合計22,786,240円を、日本赤十字社を通じ、義援金として被災地に寄付しました。



## 人々の絆がつながるお店、ドイト恋ヶ窪店をオープン

### 被災した仙台若林店から、恋ヶ窪店へ「絆」を引き継ぐ

「ドイト仙台若林店（宮城県仙台市若林区）」は、リニューアルオープンしたわずか一週間後に震災に見舞われました。甚大な被害により同店が閉鎖を余儀なくされたことは、復興に立ち上がろうとするパートナーさま約150社をはじめ、働く従業員にとって、大きな痛手となりました。

ドン・キホーテグループは、一刻も早く被災地復興のために行動を起こしたいという強い思いから、仙台若林店の「人・モノ・お取引先さま」を継承し、恋ヶ窪店としてオープンするプロジェクトをスタートしました。

### 合言葉は“人と街に恋して恋ヶ窪”

恋ヶ窪店は、東北と東京の「人と商品」をつなぐ店舗であることから、人々の絆をつなげたいという思いを込めて、“人と街に恋して恋ヶ窪”を合言葉としました。

同店では仙台若林店から移送してきた約20万点（10tトラック50台分）の商品や、被災地のお取引先さまから仕入れた家具・インテリア・木材などの販売を行っています。また、「大東北市」と題した復興支援コーナーを設置し、風評被害を被っている地域の農産物、特産品などの産直品販売にも取り組みました。

### 継続的な支援を展開

ドン・キホーテグループは、市民生活を支える重要なインフラである流通小売業を担う企業としての自覚と使命感を持ち、全国のお客さまの「東北を応援しよう」という想いと、被災地の皆さまとをつなげるお店づくりに努めることで、一日も早い被災地の復興にお役に立てるよう、今後も継続的な支援を進めてまいります。





ドイト株式会社とは

1972年12月、日本初のDIY専門店「ドイト」を開店。2007年1月、株式会社ドン・キホーテの連結子会社となる。「顧客最優先主義」を具現化する買い場づくりと、確かな商品知識を持ったスタッフが特長で、一般顧客に加え、工務店などで働くプロからの信頼も厚い。

# プロユースから日常生活まで、幅広い顧客ニーズに対応する「ドイト」進化の軌跡

## ホームセンター業界に旋風を巻き起こすドイトの「チェンジメイキング」に迫る

DIY用品を扱うホームセンターの老舗、「ドイト」。そこを訪れる顧客層は、実にさまざま。早朝、開店と同時に、近隣の建築現場などに向かう職人たちが、足早に材料や道具を買い求めていくかと思えば、午後には主婦たちが園芸用品や日用雑貨などを求めてやって来る。「顧客最優先主義」に基づく店舗改革を押し進めてきたことにより、ドイトに対する顧客の評判・信頼度は上々だ。

### 試行錯誤の繰り返し

現在ではドン・キホーテグループの主力業態の一つとして注目されるドイトだが、M&Aによりドン・キホーテグループの一員となってからの再生までは、改革の繰り返しだった。ドイト株式会社代表取締役社長の宮田信明は、「ドイトの改革は、決して平たんな道のりではなかった。そしてその改革は、まだまだ今後も続きます。」と語る。

「ドイトのお客さまは一般のDIYユーザーに加え、工務店

などで働くプロの割合も高い。プロのお客さまは、事前に何を買うかを決めてから来店されることも多く、ドン・キホーテが元来得意とする、新たな発見を楽しむアミューズメント性あふれる買い場づくりだけでは、ドイトのお客さまのニーズを満たすことにつながりませんでした。ドイトの改革には、過去の成功体験に縛られることなく、新たな可能性を切り拓いていく「チェンジメイキング」が、求められていたのだ。

### 顧客最優先主義を具現化するため、権限を現場に委譲

ドイト株式会社がドン・キホーテグループに加わった後、まず着手したのは組織づくりだった。以前からのドイトの強みであった、DIY用品に関する経験と商品知識が豊富なスタッフ

を最適に機能させるため、中央集権的な体制を改め、現場への明確な権限委譲が図られた。権限委譲を受けた現場スタッフたちは、そのやりがいと責任を理解した上で、水を得た

魚のように、お客さまがドイトに求めている売場について自ら考えるようになったという。顧客を一番よく知る現場スタッフが中心となって顧客目線の売場をつくる。それは、ドン・キホーテグループのDNAである「顧客最優先主義」が、ドイトに根付き始めた瞬間だった。

また、商品面では、ドン・キホーテが得意とする家庭日用雑貨品をはじめとして、長崎屋が得意とする実用衣料なども、売場に絶妙な配分で導入。ドン・キホーテグループ各社の強みを活かして、より幅広い顧客層に受け入れられる売場づくりを実現している。

一方で、他のホームセンターではあまり扱っていないような、プロの顧客層向けの工具やパーツも品揃えを強化。「ドイトに

行けば、今日仕事で使う工具や材料がきっとある」という安心感のある品揃えと、的確な商品提案が受けられることで、ドイトへの信頼はますます高まっていった。



### 唯一無二の存在を目指し、ドイトの挑戦は続く

今後の成長戦略について宮田は次のように語る。「当面は、地域のニーズに合わせたきめ細かい品揃えで、お客さま満足度のさらなる向上に取り組めます。中長期的には、お客さまの予想を良い意味で裏切る店舗を創り上げたいですね。ドイトを、「ホームセンター」という枠ではひとくりにできないような、唯一無二のホームセンターに育てたいんです。」現状に満足せず常に革新を求め続けるこうした姿勢は、ドン・キホーテの創成期を実体験し、いかなるときも挑戦を続けるドン・キホーテグループのDNAが染みついた、宮田ならではの挑戦なのかもしれない。

「顧客最優先主義」が根付いた売場づくり。そして、スタッフへの「権限委譲」。ドン・キホーテグループのベースとなる企業原理を確実に継承しながら、独自の商品施策・売場構成をさらに深化させていくドイトの挑戦は、まだ始まったばかりだ。



ドイト株式会社

代表取締役社長 宮田信明

1997年株式会社ドン・キホーテ入社。同社東海北陸支社長兼神奈川支社長、株式会社長崎屋専務取締役営業本部長などを経て2009年5月、ドイト株式会社代表取締役社長に就任。ドン・キホーテグループ独自の「顧客最優先主義」を徹底しながら、DIY用品販売店・ドイトの「チェンジメイキング」を押し進める。



### 「DIY」とは？

「Do It Yourself」の略。自分たちが暮らす生活空間を、自分たちの手で、より快適な暮らしと住まいにするために工事・修繕しようとする概念のこと。

# 新商品が続々登場! 「情熱価格」のおすすめアイテム

**情熱価格**  
ドンキホーテ

## レディース吸湿発熱9分袖 ワイドネックTシャツ

肌触りがソフトで、保湿加工を施した吸湿発熱インナーです。抗菌防臭加工・静電気防止加工も備えています。



## 20型折畳自転車Xride (クロスライド)

個性的なオリジナルの「Xタイプフレーム」を採用した20インチサイズの外装6段ギア折りたたみ自転車です。パーツ細部までカラーコーディネートされたデザインにより圧倒的な存在感と高級感を体感できます。

## ハロウィン ウィッチケープセット



マントは女性にも使いやすいケープ丈で、帽子もセットにして4色展開。「ちょっとハロウィン」を味わいたい方にぜひ!



## やわらか姿勢クッション

坂傾斜により座るだけで背筋が伸びるクッションを作りました。丸穴が骨盤をサポートし、座りやすいことも特長です。

## 野菜が美味しい 和風ドレッシング 500ml

こだわりの醤油をベースに、玉ねぎ、リンゴ、オリーブ、鰹、ポークの旨味を加え、マイルドな風味に仕上げました。また健康に配慮し、油分を抑えています。



## デザインハイブリッド式加湿器

デザイン性の高いハイブリッド式加湿器。12時間タイマー機能や360度回転吹き出しノズルなど、機能面でも驚きの充実度。



## 内ももシェイパー

大型ダイエット器具を使うのは準備が大変で場所も取るし、集合住宅等では音が気になる。そんな悩みを解消できる「ながら」ダイエット器具。



Nature is lovely. つけまつげ  
スタイリスト、メイクアップアーティスト御用達。自然な仕上がりで、どんなメイクシーンにも対応できる、優れもの!



人気沸騰中!

## 情熱価格 理・美容グッズ 特集



## Nature is lovely. ボディミスト

朝の身支度前や就寝前にワンプッシュ!アロマテラピー効果の高い植物の香りやエレガントを演出する香りを揃えた、ボディ用のフレグランスミストです。



## Natural Organic ディープクレンジングオイル

メイクと素早くなじみ、ウォーターブルータイプのメイクもしっかり落とします。自然の恵みの天然植物原料を使用した防腐剤無添加のクレンジングオイルです。

## お肌にも、環境にもやさしい、自然派家庭用品ブランド 「seventh GENERATION」の販売開始

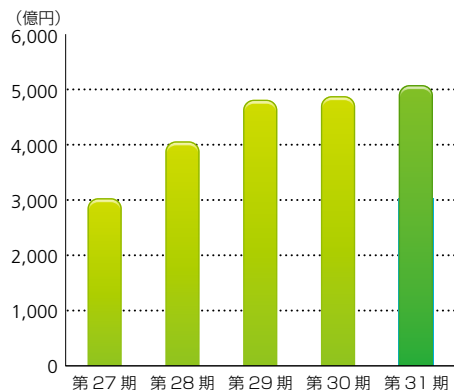
seventh GENERATIONは、アメリカ先住民に伝わる「全ての事は7世代先のことを考えて決めなくてはならない」という教えから誕生した、全米で高い知名度を誇る人気の自然派家庭用品ブランド。人工香料、着色料などを使用せず、健康や環境への配慮に加え、優れた洗浄力も備えたアイテムです。



※9~10ページの掲載商品は、店舗によって取り扱いがない場合もあります。あらかじめご了承ください。

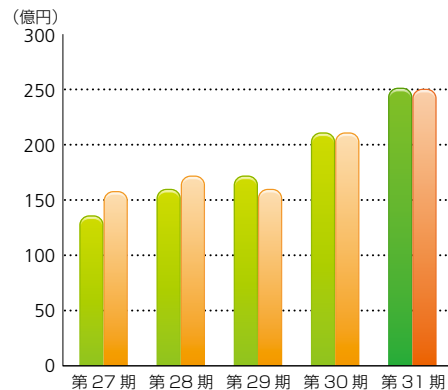
売上高

■ 売上高 5,077 億円 (前期比 4.1%増)



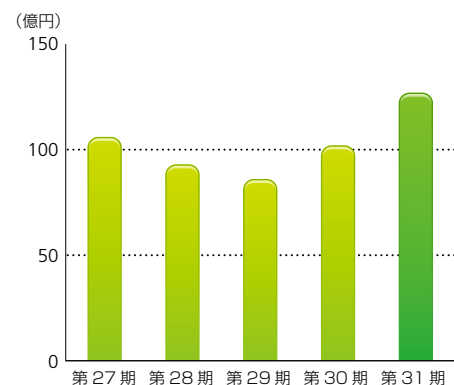
営業利益 / 経常利益

■ 営業利益 253 億円 (前期比 20.3%増)  
 ■ 経常利益 251 億円 (前期比 19.1%増)



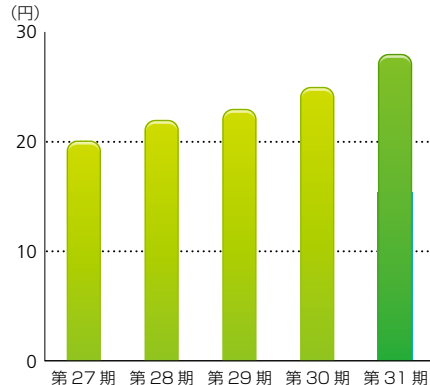
当期純利益

■ 当期純利益 127 億円 (前期比 23.7%増)



1株当たり年間配当金

■ 1株当たり年間配当金 28円 (前期比3円増)



連結損益計算書 (要旨)

(単位: 百万円)

	前期 (2009.7.1~2010.6.30)	当期 (2010.7.1~2011.6.30)	増減率
売上高	487,571	507,661	4.1%
売上総利益	123,506	129,074	4.5%
販売費及び一般管理費	102,439	103,738	1.3%
営業利益	21,067	25,336	20.3%
経常利益	21,109	25,138	19.1%
当期純利益	10,238	12,663	23.7%

**ポイント**  
 固定客の支持率が安定している中で、日用雑貨品を中心にタイムリーにバランスよく提案する販売促進策を進めた結果、客層が拡大したことなどにより、過去最高益を更新する大幅増益となりました。

連結貸借対照表 (要旨)

(単位: 百万円)

	前期末 (2010.6.30)	当期末 (2011.6.30)	増減額
流動資産	128,198	134,515	6,317
固定資産	173,831	206,785	32,954
資産合計	302,029	341,300	39,271
流動負債	122,005	106,071	▲15,934
固定負債	73,264	109,987	36,723
負債合計	195,269	216,058	20,789
純資産合計	106,760	125,242	18,482

**ポイント**  
 資産につきましては、株式会社フィデックの連結に伴う買取債権、販売好調及びMEGA店への業態転換に伴う棚卸資産の増加、出店に伴う有形固定資産の増加などにより、資産合計は前期末比393億円の増加となりました。  
 負債につきましては、銀行借入金及び社債などの有利子負債の増加により、負債合計は同208億円増加しました。  
 純資産合計につきましては、利益の増加を反映して同185億円増加しました。

連結キャッシュ・フロー計算書 (要旨)

(単位: 百万円)

	前期 (2009.7.1~2010.6.30)	当期 (2010.7.1~2011.6.30)
営業活動によるキャッシュ・フロー	18,885	26,029
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲16,497	▲44,789
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲5,475	7,274
現金及び現金同等物の期末残高	38,911	26,875

**ポイント**  
 営業活動によるCFは、純利益の計上などの増加要因があった一方、新規出店や業態転換に伴う棚卸資産の増加といった減少要因により、260億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による支出などで448億円の支出、財務活動によるCFは、社債の発行による収入などで73億円の収入となりました。



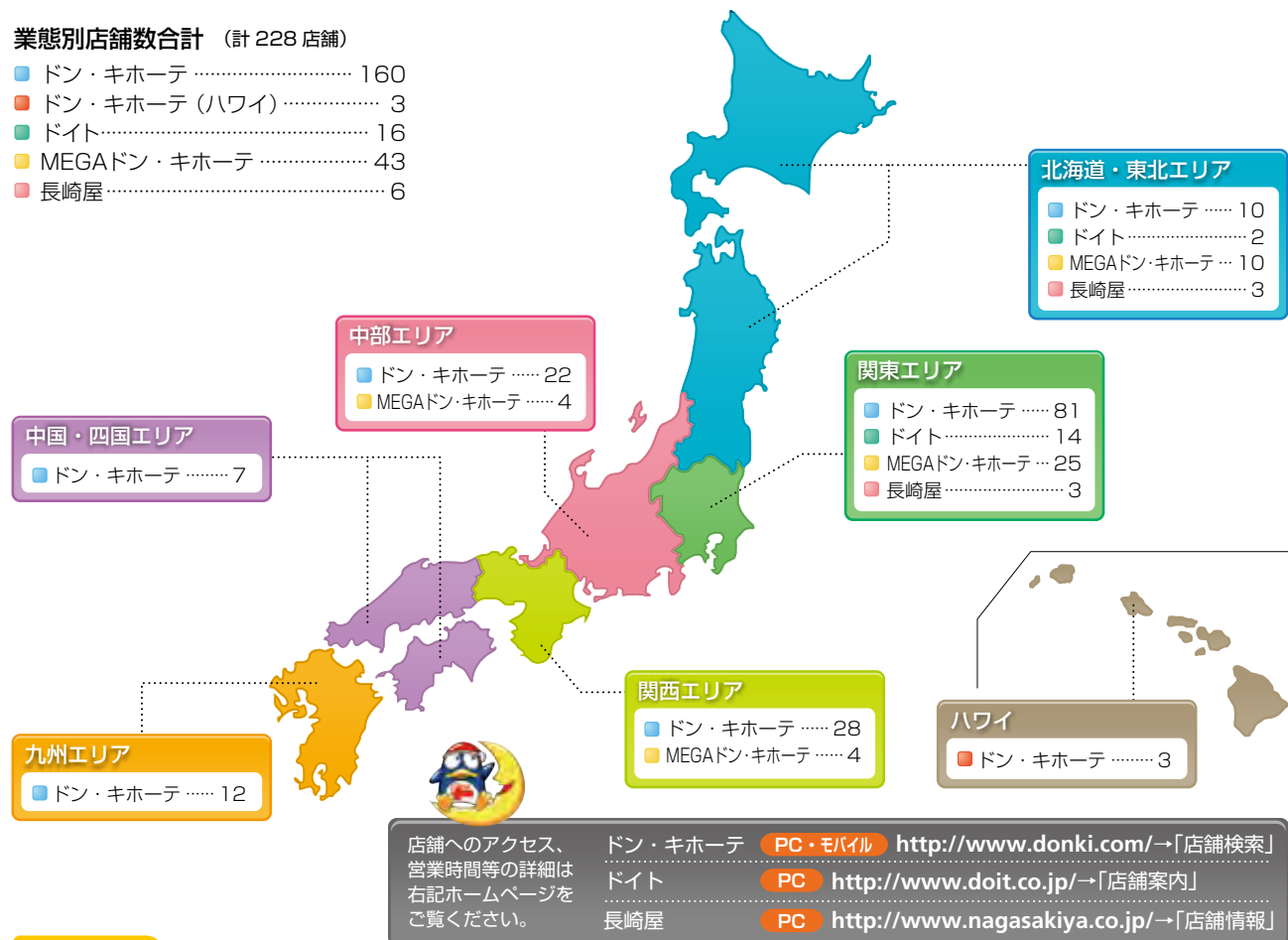
詳細は当社ホームページをご覧ください。

ドンキ IR

検索

業態別店舗数合計 (計 228 店舗)

- ドン・キホーテ ..... 160
- ドン・キホーテ (ハワイ) ..... 3
- ドイト ..... 16
- MEGAドン・キホーテ ..... 43
- 長崎屋 ..... 6



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・モバイル http://www.donki.com/](http://www.donki.com/) → 「店舗検索」
- ドイト [PC http://www.doit.co.jp/](http://www.doit.co.jp/) → 「店舗案内」
- 長崎屋 [PC http://www.nagasakiya.co.jp/](http://www.nagasakiya.co.jp/) → 「店舗情報」

トピックス

地域活性のモデル店舗として「柳ヶ瀬店」をオープン

ドン・キホーテグループは、2011年4月22日、岐阜県岐阜市にドン・キホーテ「柳ヶ瀬店」をオープンしました。このたびの出店は、岐阜市をはじめ、地元の商店街の方々からの積極的な誘致活動に応える形で決定したものです。地方における地域活性化の起爆剤として、各方面から大きな期待が寄せられています。



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 195億61百万円  
 従業員数 2,455名

役員

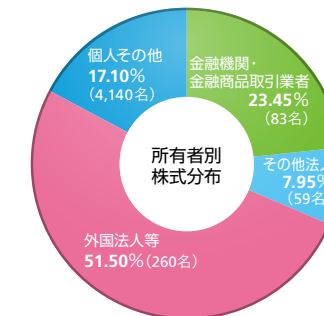
代表取締役会長 兼 CEO	安田 隆夫
代表取締役社長 兼 COO	成沢 潤治
専務取締役 兼 CFO 兼 CCO	高橋 光夫
取締役 兼 CIO	大原 孝治
常勤監査役	福田 富昭
監査役	岩出 誠
監査役	本郷 孔洋
監査役	井上 幸彦

(注) 監査役の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	77,030,780 株
自己株式の総数	1,244 株
株主総数	4,542 名

(注) 株主総数は前期末に比較して572名減少しています。



(注) 自己株式(1,244株)は、個人その他に含まれています。

大株主

株主名	持株数(株)	出資比率(%)
安田 隆夫	10,872,000	14.11
ランマンチャ	9,000,000	11.68
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)*	4,451,200	5.78
株式会社安隆商事	4,140,000	5.37
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)**	3,991,600	5.18
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	3,100,000	4.02
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口9)**	2,295,300	2.98
財団法人安田奨学財団	1,800,000	2.34
メロン バンク エヌイー アズ エージェント フォー イッツ クライアント メロン オムニバス ユーエス ペンション	1,764,739	2.29
メロン バンク エービーエヌ アムロ グローバル カストディ エヌブイ	1,531,200	1.99

(注) 出資比率は自己株式(1,244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。