

株主・投資家の皆さまへ

# 第33期 株主通信

2012年7月1日～2013年6月30日



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



アンケートホームページ

<https://www.donkigroup.com/k13/>

アクセスナンバー

753213

※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  
(2013年12月27日まで)です。

## 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](mailto: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、アンケートは携帯電話からもアクセスできます。QRコード読み取り機能の付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。



## 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おりますので、左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.donki.com/group/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/group/>



# 株主・投資家の皆さまへ

株主の皆さまには、平素より格別のご支援を賜り厚く御礼申し上げます。  
ここに株主の皆さまへのご挨拶と、2013年6月期（2012年7月1日～2013年6月30日）の業績に関するご報告をいたします。



## ご挨拶

当期における日本経済は、昨年来の政府による各種施策の効果による株式市場の活発化に伴い企業収益が改善し、景気回復へ向かうことが期待される一方で、海外景気の下振れリスクも存在し依然として先行き不透明な状況が続いています。小売業界においては、雇用情勢の改善などを受けて、生活必需品を中心に根深く残る価格競争に一服感が出るなど、消費マインドが改善傾向にあり、多様化する顧客ニーズに対して、従来以上に迅速で柔軟に対応する体制が重要になってきました。

こうした中、ドン・キホーテグループは「顧客最優先主義」を実践する業態創造企業として、高品質のアミューズメントとサービス及び価格を常に進化させながら、お客さまに「感激」していただける店舗運営の実現に努めてまいりました。その結果、当期も増収増益を達成することができました。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、今後も引き続き変わらぬご支援をお願い申し上げます。

代表取締役会長 兼 社長 兼 CEO

**安田 隆夫**

## 決算ハイライト

売上高	5,684億円	総資産	3,866億円
営業利益	324億円	純資産	1,702億円
当期純利益	211億円	1株当たり当期純利益	273.47円

**Q** 当期の取り組みと業績、配当について教えてください。

**A** 変化対応力を遺憾なく発揮し、24期連続増収営業増益と、10期連続増配を達成しました。

ドン・キホーテグループは、当期もお客さまと直接コミュニケーションをとりながら「最適なセールスマックス」と「売上総利益の増大」を追求してきました。グループ中核の株式会社ドン・キホーテは、価格競争が根深く残る環境下においても、お客さまのニーズを的確に捉えた巧みな商品ポートフォリオを展開し、粗利益率が0.7ポイント（連結は0.6ポイント）改善しました。グループ企業の株式会社長崎屋は、顧客リピート率を着実に上昇させており、ドイト株式会社、Don Quijote (USA) Co., Ltd.とともに、堅実な成長を遂げています。

こうした取り組みの結果、当期の連結業績は、売上高

5,684億円（前期比5.2%増）、営業利益324億円（同10.4%増）、経常利益332億円（同13.4%増）、当期純利益211億円（同6.5%増）となり、24期連続増収営業増益を達成しました。

なお、当期の配当につきましては、前期から2円増配し、1株当たり年間33円とさせていただきます。これにより、2004年6月期から10期連続の増配となりました。今後も経営基盤の強化、さらに事業改革及び財務体質の強化を図ることにより、株主の皆さまに対する安定的な利益還元を努めてまいります。

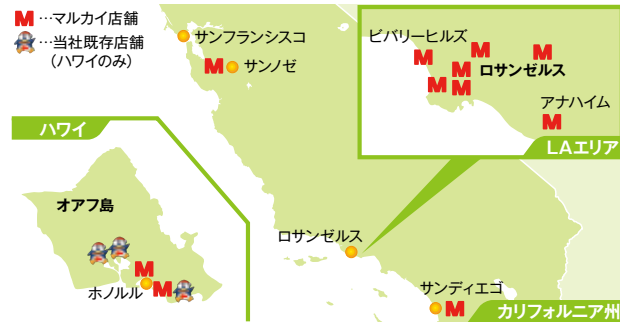
## Q ドン・キョーテグループの海外展開についてお聞かせください。

### A 北米及びアジアにおいて、本格的なグローバル展開の第一歩を踏み出しました。

ドン・キョーテグループは2006年に米国ハワイ州に進出して以来、さらなる海外進出の可能性を探るべく、今日までさまざまな調査を行ってまいりました。その中で、事業を本格的に展開するためには、当社グループの海外拠点を設立し、機動的に経営にあたる必要があると考え、2013年7月、アジアのハブともいべきシンガポール共和国に、海外事業持株会社としてPan Pacific International Holdings Pte. Ltd.を設立しました。また、すでに進出している米国内での成長を加速させるため、9月には、米国ハワイ州及びカリフォルニア州でスーパーマーケット11店舗を展開するMARUKAI CORPORATIONを連結子会社化する予定です。

当社グループは、これらを契機に本格的なグローバル成長

戦略の第一歩を踏み出しました。今後も国内事業の拡大に注力する一方で海外展開の可能性を追求しながら、グループ全体のさらなる事業価値向上の実現を目指してまいります。



## Q 2014年6月期の取り組みと業績予想についてお聞かせください。

### A 引き続き、お客さま満足の最大化を追求しながら継続的な成長を目指します。

ドン・キョーテグループを取り巻く今後の環境は、消費マインドが持ち直しの動きをみせており、徐々に明るさを取り戻しつつあります。一方、2014年4月に予定されている消

費増税については、消費者心理に大きな影響を与える可能性が高く、変化対応力の巧拙が、ますます重要になってくる事が予想されます。このような状況の中、当社グループは、

引き続きお客さまのニーズに応える商品編集力とサービスレベルの向上により、商圏内の競争力を高めてブランド力の底上げを図ってまいります。2014年6月期の連結業績は、売

上高 5,963 億円(前期比 4.9% 増)、営業利益 335 億円(同 3.5% 増)、経常利益 340 億円(同 2.4% 増)、当期純利益 215 億円(同 1.7% 増)を予想しています。

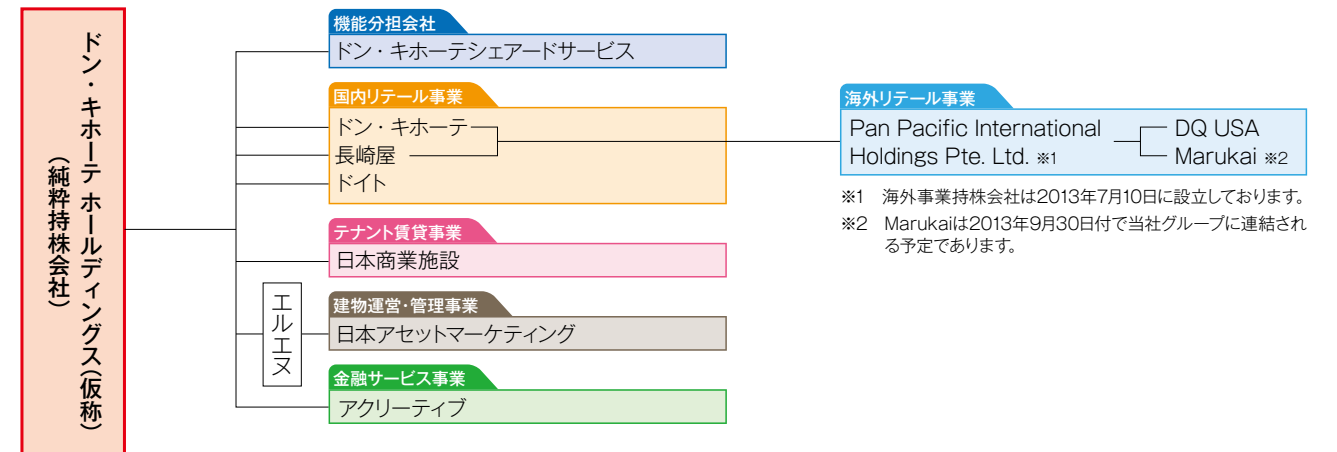
## Q 2013年12月に予定されている純粋持株会社体制への移行について教えてください。

### A 新体制により、グループ一丸となってさらなる企業価値の拡大を目指してまいります。

ドン・キョーテグループは2013年12月2日を目処に、純粋持株会社体制に移行することを決定しました。これにより、各事業会社の権限及び責任体制の明確化を図るとともに、機動的かつ柔軟な経営判断を可能にするグループ運営体制を構築していく所存です。新体制への移行後も、「顧客最優先主義」に基づいた柔軟な戦略策定、経営資源の最

適配分、子会社における業務執行状況チェックなどの機能を持株会社が担い、戦略的かつ明確な経営組織を整備することにより、引き続きグループとしての企業価値の最大化を目指してまいります。

株主の皆さまには、これからも当社グループを末永くご支援いただきますよう心よりお願い申し上げます。



## 地方都市への展開を強化し、16店舗新規出店。 国内店舗ネットワークは、43都道府県にまで拡大しました。

ドン・キホーテグループは、小型店を含むドン・キホーテ業態8店舗、New MEGAドン・キホーテ業態8店舗、合計16店舗の新規出店を果たし、地方都市を中心にバランスよく展開しました。

売場面積650㎡の小型店としてオープンした「驚安堂桜上水店（東京都）」は、独身者層をメインターゲットとして、お弁当・お惣菜のほか今すぐ必要な商品を24時間提供することで、小回りの利いた「ビッグ・コンビニ」としてご好評いただいています。

また、「ソリューション出店」として、愛媛県のショッピングセンターの1階に「MEGAドン・キホーテ西条玉津店」を、兵庫県の若者を中心に集客力の高いアミューズメント施設「メガパレス」の1階に「ドン・キホーテ神戸西店」をオープンしました。

これらの取り組みの結果、2013年6月末時点における当社グループの店舗ネットワークは、255店舗（2012年6月末時点：242店舗）となりました。

今後も当社グループは、「顧客最優先主義」の企業原理のもと、お客さまのニーズを先読みした全国規模での店舗展開を進め、地元のパートナーさまからの供給商品を積極的に販売することで、地域経済活性化への一助となるよう努めてまいります。

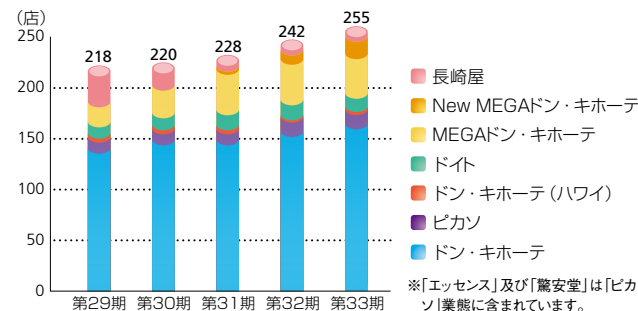


驚安堂桜上水店

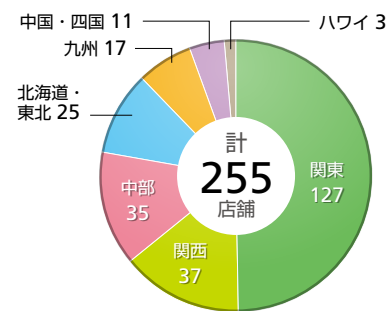


MEGAドン・キホーテ西条玉津店

### 業態別店舗数推移

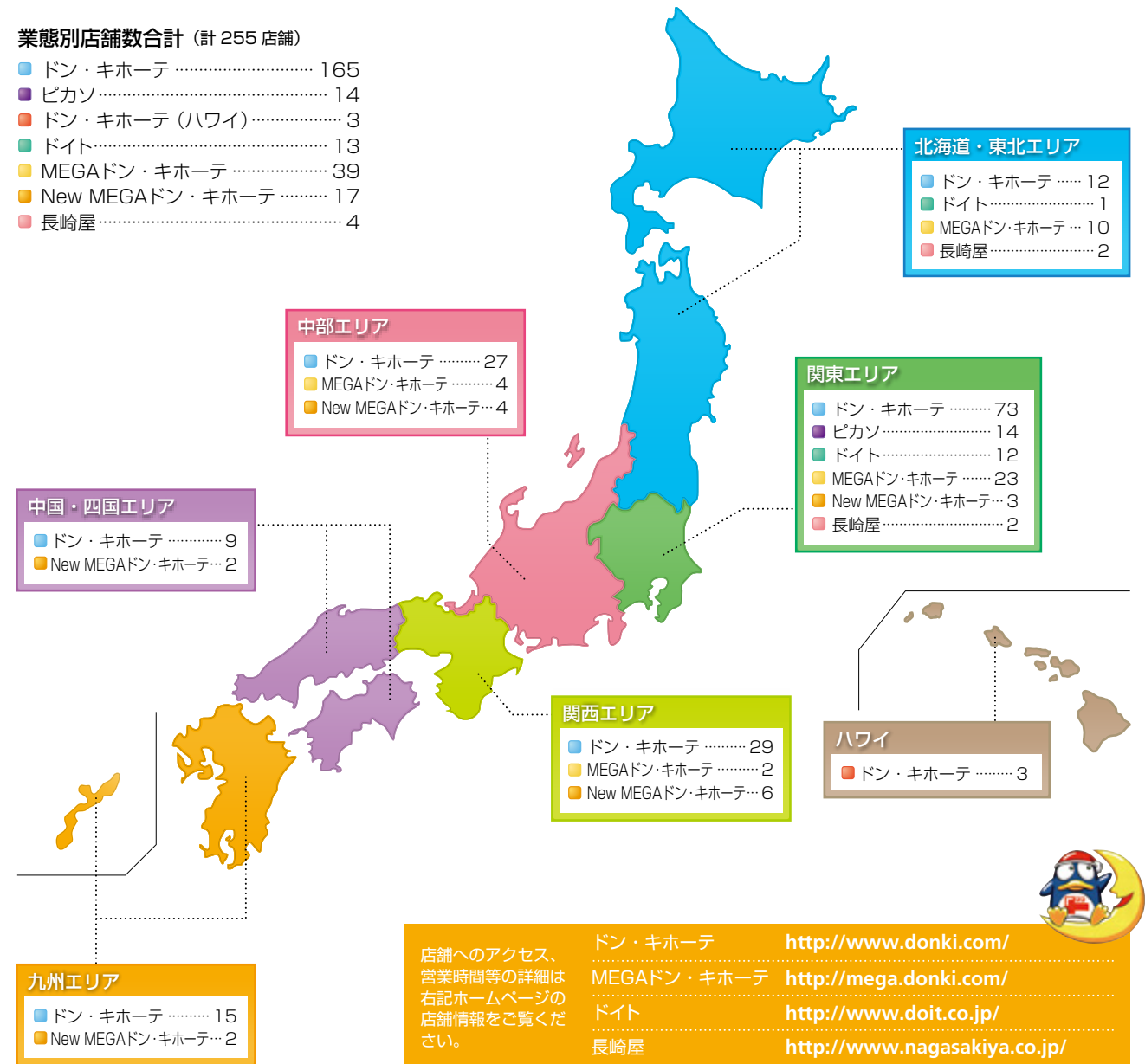


### エリア別店舗数



### 業態別店舗数合計 (計 255 店舗)

ドン・キホーテ	165
ピカソ	14
ドン・キホーテ(ハワイ)	3
ドイツ	13
MEGAドン・キホーテ	39
New MEGAドン・キホーテ	17
長崎屋	4



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の店舗情報をご覧ください。

ドン・キホーテ	<a href="http://www.donki.com/">http://www.donki.com/</a>
MEGAドン・キホーテ	<a href="http://mega.donki.com/">http://mega.donki.com/</a>
ドイツ	<a href="http://www.doit.co.jp/">http://www.doit.co.jp/</a>
長崎屋	<a href="http://www.nagasakiya.co.jp/">http://www.nagasakiya.co.jp/</a>

特集：ドン・キホーテの強さのヒミツを徹底解剖！

TAKUMI

# 匠が支える店舗づくり

24期連続増収営業増益を達成するドン・キホーテグループ。今回はその力強い成長を支える現場スタッフにスポットをあて、店舗づくりへのこだわりをご紹介します。



## 今回の匠

株式会社長崎屋  
店舗企画部マネージャー  
三浦 勇亮

今回は私が  
店舗づくりの裏側を  
お伝えします！

## 過去の成功事例にこだわらず、絶えず変化対応を続ける

かつてのドン・キホーテは、若者や独身者を顧客ターゲットにしており、圧縮陳列型で導線を迷路のようにつくり宝探しのような感覚を生み出すことで、お客さまの購買意欲を刺激していました。現在、当時のドン・キホーテを好んで来店いただいたお客さまたちは30代、40代となり、ご家族を連れて店舗にいらっやっています。そんな方々に「ずっとドン・キホーテを好きでいてもらいたい」、また

「もっと幅広い層のお客さまにドン・キホーテを利用してもらいたい」——そんな想いから、特に最近の郊外型店舗では、「お子さまを連れて、ご家族全員が一緒に買い物をしやすいお店づくり」を考え方の軸にしています。

家族連れがカートを押してすれ違うことのできるゆとりとした通路

迷路とジャングルのごちゃごちゃ感により宝探しを演出していた頃の店内



BEFORE...

AFTER!!!

## 店内で専門店の集合体を実現

もっと多くの方にドン・キホーテに来ていただくにはどうしたらよいか。試行錯誤の末にたどりついたひとつの答えが、ショッピングモールでした。家族連れのお客さまが、週末に集まるショッピングモールは、専門店の集合体としての集客力が魅力。それならば、「ドン・キホーテの店舗内に同じような空間をつくってみよう！」と考えました。

例えば、一般的なショッピングモールでは文房具コーナーの広さは100～130㎡、玩具コーナーでは130～160㎡程度ですが、ドン・キホーテでは160～180㎡の文房具・玩具コーナーをつくることができます。品揃えがどこよりも豊富でおかつ安いとなれば、お客さまにとって魅力的ですね。

## 買い物の楽しさを演出する店内レイアウト

私たちは、お客さまがワクワク・ドキドキしながら買い物を楽しんでもらえるよう、それに合わせた店舗の「顔」づくりを行っています。建物の壁や天井には、赤や黄色といった賑やかな色を使って明るい印象になるよう工夫したり、カラフルな手書きPOPで宝探しのワクワク感や魔境感を演出しています。さらに化粧品コーナーでは、女性向けに商品を手に取りやすい高さに配置するなど、お客さまの買い物のしやすさにもこだわっています。



大手量販店にも負けない品揃えを充実させたスマートフォンコーナー

店内には、お買い物を楽しんでいただくための仕掛けがたくさん施されているんです！



赤と黄色の配色により買い物の“高揚感”を醸成するエントランス

人気のご当地フードだけをまとめてディスプレイした陳列棚



女性向けに商品を手に取りやすい高さにした化粧品コーナー



## 匠に直撃！ あなたにとって店舗づくりとは？



一言で言うと、「自分が行きたいお店を創る」ということです。こんなお店が近くにあったら良いとか、こういうお店だったら家族で行きたいとか、孫を連れていきたい、と思えるお店をカタチにしていきたいと思っています。これからも、より多くのお客さまに愛される店舗を目指して挑戦を続けます。

特集：匠が支える店舗づくり

DON QUIJOTE REPORT 2013

# ドン・キホーテ福井大和田店

## 地域経済の活性化を 力強く応援する



県内消費量が全国一の「油揚げ」などの大豆加工食品に加え、女性就業率の高い地域特性に合わせて、冷凍食品などの働く主婦の味方となる商品を幅広く取り揃えています。

### 福井県に初出店

2013年6月、福井市内を南北に走る国道8号線沿いの、ロードサイド型の商業集積エリアに、福井県初出店となる「ドン・キホーテ福井大和田店」をオープンしました。

広く県内からの集客が見込まれる同店は、ワンフロア約3,200㎡の売場に約7万アイテムの驚安商品と、ゆったりと幅広い通路や、お客さまの目線に合わせた見やすい陳列・レイアウトなど、ご家族でお買い物をお楽しみいただける、当社ならではのアミューズメント空間をご提供しています。

### 地域の皆さまに愛される店舗づくり

同店は、現在のドン・キホーテグループの最先端の売場づくりが活かされています。アパレル用品や人気のスマートフォン関連商品などは、コーナーの区切りを明確にし、独立したテナントのような構えで、品揃えも豊富です。

また、地元のパートナー企業さまから供給される、地域の特性に合った商品を積極的に展開することで、地域経済活性化への一助となるよう努めるとともに、末永く地域の皆さまにご愛顧いただけるよう、お客さまのニーズに合わせた店舗づくりに取り組んでまいります。



立地特性や商圏規模にあわせて最適な店舗フォーマットを選択。

### IT 統制のさらなる充実を目指し、「ISO/IEC 20000」認証を取得

株式会社ドン・キホーテは、2013年5月にITサービスマネジメントの国際規格「ISO/IEC 20000」の認証を取得しました。小売業である当社が、ITサービスマネジメントの国際規格認定を取得した理由は、ITをはじめとする内部統制の充実を図ることで、取引先などのパートナー企業や、お客さまとのビジネスの品質をより高めることができると考えたからです。

今後も、企業原理として掲げる「顧客最優先主義」を実践するために、国際規格に準拠した情報システムの運用を通じて、経営品質のさらなる向上に努めてまいります。

### 株式会社ドン・キホーテ全国 200 店舗を達成 !!

株式会社ドン・キホーテは、6月28日にオープンした「MEGAドン・キホーテ西条玉津店」「驚安堂桜上水店」をもって、「ドン・キホーテ法人」として、全国200店舗を達成しました。

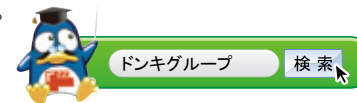
1989年3月に、1号店「ドン・キホーテ府中店」をオープンして以来、「ビッグコンビニエンス&ディスカウントストア」を事業コンセプトとする、時間消費&アミューズメント型小売業として、お客さまからの多大なご支持を得ながら、成長と拡大を続けてまいりました。今後も新規出店や業態創造を重ね、「顧客最優先主義」のもと、さらなる飛躍を目指します。

200店舗達成!



### ドン・キホーテのコーポレートサイトがリニューアルオープンしました!

2013年7月に、コーポレートサイトをリニューアルしました。グループ企業紹介やIR情報など、当社グループの最新情報をわかりやすくお伝えしています。今後も引き続き掲載情報の充実と操作性の向上に取り組んでまいります。



画面の表示幅を拡大



メニューやボタンサイズを大きく見やすく

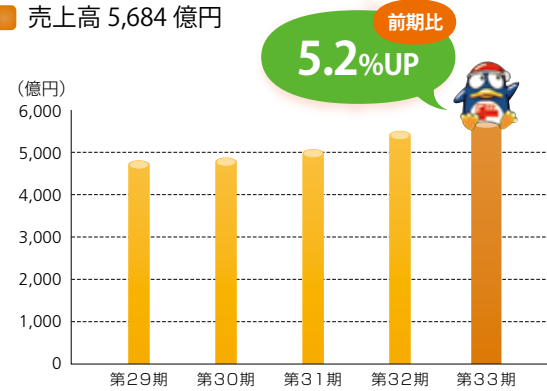
コンテンツを新設



## 連結財務ハイライト

### 売上高

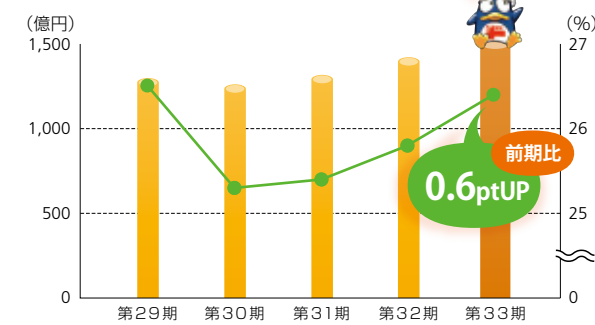
売上高 5,684 億円



生活必需品を中心に価格競争が激化した中で、絶妙なセールミックスで競争優位性を保ちながら顧客リピート率を高めた結果、売上高は5,684億円(前期比5.2%増)となりました。

### 売上総利益／売上総利益率

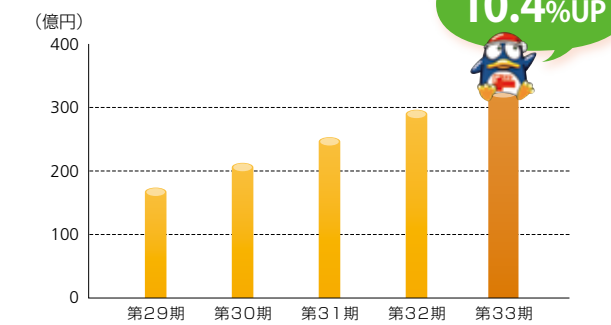
売上総利益 1,498億円 (左軸)  
売上総利益率 26.4% (右軸)



単品商品力の強化を図りながら商品の改廃を積極的に進めた結果、売上総利益は1,498億円(前期比7.4%増)となりました。売上総利益率は、前期比0.6ポイント増加し、26.4%となりました。

### 営業利益

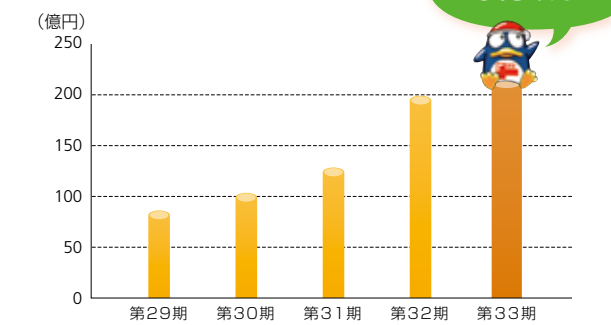
営業利益 324 億円



景況感が足踏む状態の中で商品在庫を抑制しながら、PB商品の拡充などによる利益率改善に取り組んだ結果、営業利益は324億円(前期比10.4%増)となりました。

### 当期純利益

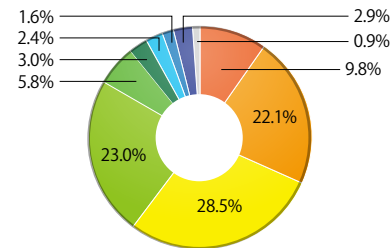
当期純利益 211 億円



当期純利益は211億円(前期比6.5%増)となり、営業利益・経常利益とともに当初予想を上回る過去最高益を更新しました。

### 商品分類別売上高構成比

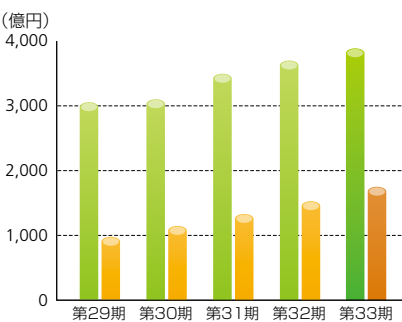
- 家電製品
- DIY用品
- 日用雑貨品
- 海外
- 食品
- その他
- 時計・ファッション用品
- テナント賃貸事業
- スポーツ・レジャー用品
- その他事業



消費マインドや地域特性を重視した柔軟な品揃えと価格施策を講じた「食品」「日用雑貨品」「時計・ファッション用品」が高い伸び率を見せ、全体をけん引しました。

### 総資産／純資産

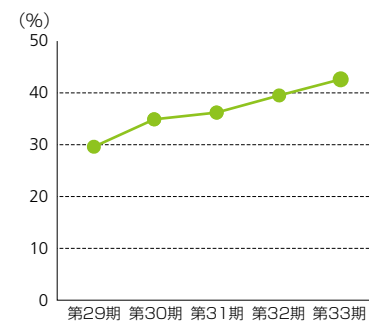
総資産 3,866億円  
純資産 1,702億円



総資産は有形固定資産が168億円増加したことなどにより、前期末比240億円増の3,866億円、純資産は前期末比245億円増の1,702億円となりました。

### 自己資本比率

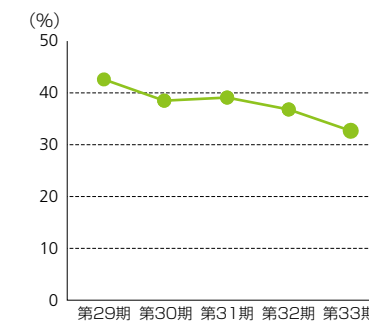
自己資本比率 43.0%



前期末比3.5ポイント改善の43.0%となり、財務的な安定性や健全性は着実に向上しています。

### 有利子負債依存率

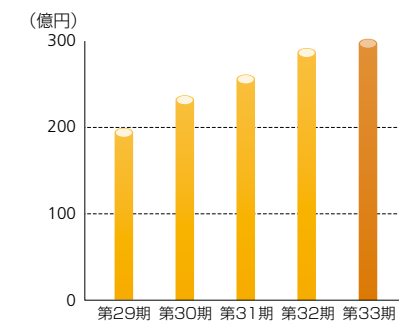
有利子負債依存率 32.7%



有利子負債依存率は前期末比4.1ポイント低下し、32.7%となりました。

### キャッシュ・フロー

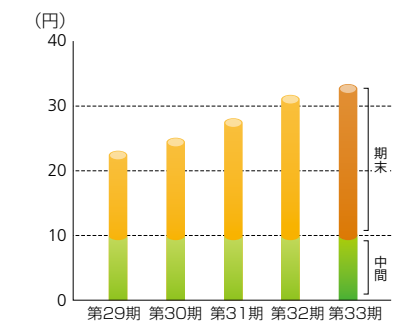
キャッシュ・フロー 299 億円



純利益及び減価償却費の増加が主な増加要因となり、当期のCFは299億円となりました。  
※キャッシュ・フロー＝純利益＋減価償却費＋特別損失－配当金

### 1株当たり年間配当金

1株当たり年間配当金 33円



当期の中間配当金は1株当たり10円、期末配当金は前期の1株当たり21円から23円に増配し、年間33円の配当とさせていただきます。

## 連結財務諸表・その他データ

### 連結損益計算書 (要旨)

(単位: 百万円)

	前期 (2011.7.1~2012.6.30)	当期 (2012.7.1~2013.6.30)	増減率
売上高	540,255	568,377	5.2%
売上総利益	139,543	149,807	7.4%
販売費及び一般管理費	110,223	117,438	6.5%
営業利益	29,320	32,369	10.4%
経常利益	29,283	33,201	13.4%
当期純利益	19,845	21,141	6.5%

### 連結貸借対照表 (要旨)

(単位: 百万円)

	前期末 (2012.6.30)	当期末 (2013.6.30)	増減額
流動資産	138,816	143,391	4,575
固定資産	223,835	243,231	19,396
資産合計	362,651	386,622	23,971
流動負債	120,243	121,170	927
固定負債	96,673	95,274	▲1,399
負債合計	216,916	216,444	▲472
純資産合計	145,735	170,178	24,443

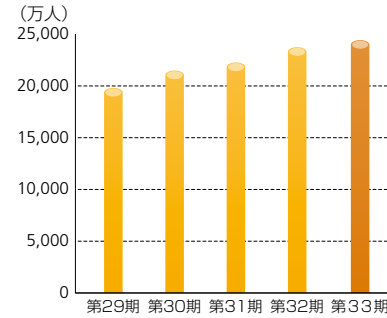
### 連結キャッシュ・フロー計算書 (要旨)

(単位: 百万円)

	前期 (2011.7.1~2012.6.30)	当期 (2012.7.1~2013.6.30)
営業活動によるキャッシュ・フロー	33,962	38,270
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲29,794	▲23,293
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲4,637	▲9,510
現金及び現金同等物の期末残高	29,973	36,132

### お買い上げ客数

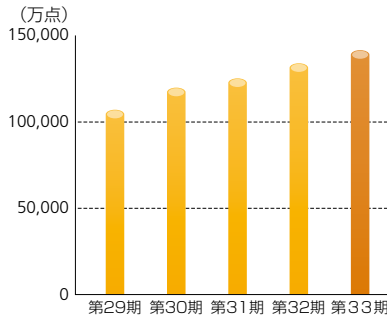
■ お買い上げ客数 2億4,466万人



当社グループ店において、2013年6月期にご利用いただいた総客数は2億4,466万人を数えました。

### 販売商品点数 (国内)

■ 販売商品点数 13億8,830万点



当社グループが2013年6月期にお客さまにお届けした商品点数は13億8,830万点となりました。

## 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	206億13百万円
従業員数	2,760名

### 役員

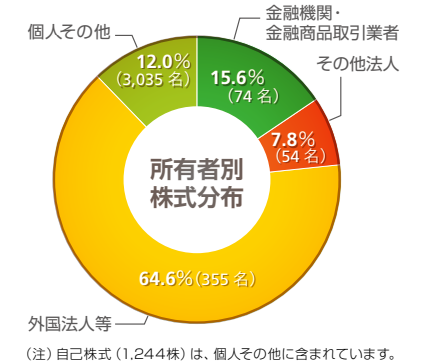
代表取締役会長 兼 社長 兼 CEO	安田 隆夫
取締役副社長 兼 COO	大原 孝治
専務取締役 兼 CFO	高橋 光夫
取締役	吉田 直樹
常勤監査役	大年 康一
常勤監査役	井上 幸彦
監査役	福田 富昭
監査役	本郷 孔洋

(注) 常勤監査役の大年康一氏を除く監査役の3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	77,863,880 株
自己株式の総数	1,244 株
株主総数	3,518 名

(注) 株主総数は前期末と比較して446名減少しています。



### 大株主

株主名	持株数 (株)	出資比率 (%)
ラマンチャ	9,000,000	11.56
安田 隆夫	7,746,000	9.95
株式会社安隆商事	4,140,000	5.32
ザ チェース マンハッタン バンク 385036	3,512,200	4.51
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)*	3,101,600	3.98
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー 505225	2,964,646	3.81
ビー・イー・エイチ フォー フィデリティ ロー プライズ ストック ファンド (プリンシパル オール セクター サポートフォリオ)	2,534,000	3.25
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)*	2,460,500	3.16
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	2,232,738	2.87
ノーザン トラスト カンパニー エイブイエフシー リ フィデリティ ファンズ	1,822,700	2.34

(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。



詳細は当社ホームページをご覧ください。

ドンキ IR

検索

(2013年6月30日現在 ※役員につきましては、2013年9月26日現在のデータです。)