

ホームページが新しくなりました！

当社のホームページをグループホームページとして全面リニューアルいたしました。ぜひご覧ください。



トップページ

お買物情報サイト

ドン・キホーテグループの商品・サービスに関する情報をタイムリーにお伝えしています。

新着情報

ドン・キホーテグループに関する最新のニュースリリースを閲覧できます。



IR情報

財務資料

決算短信や株主通信などを閲覧することができます。

月次売上高速報

月次の売上高推移を掲載しています。

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

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

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。
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取次ぎいたします。
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.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 中間株主通信 2010年7月1日~2010年12月31日

株主・投資家の皆さまへ

DON QUIJOTE REPORT 2011

特集 進化を支えるチェンジメーカーたち

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」への挑戦

株式会社 **ドン・キホーテ**

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



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。ここに株主の皆さまへのご挨拶と、2011年6月期第2四半期累計期間の業績に関するご報告をいたします。

ご挨拶

当第2四半期累計期間における日本経済は、企業収益や設備投資の回復が進む一方で、雇用情勢の悪化懸念や円高の進行などを背景に、引き続き緩やかなデフレ状況で推移しました。小売業界におきましては、各種の政策効果により持ち直し傾向が見られたものの、依然として厳しい価格競争が残る状況となりました。

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」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やサービス、価格を追求。機動的かつ効率的な出店や、プライベートブランド (PB) 「情熱価格」

の販売強化などを推し進め、収益基盤の強化と安定を図ってまいりました。

この結果、当第2四半期累計期間の連結業績は予想を大幅に上回る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。

今後も内部管理体制のさらなる強化を図りつつ、継続的な成長に向け邁進してまいります。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とご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

売上高	2,555 億円	総資産	3,330 億円
営業利益	142 億円	純資産	1,210 億円
四半期純利益	75 億円	1株当たり四半期純利益	102 円



当第2四半期累計期間における取り組みと業績についてお聞かせください。



厳しい事業環境ながらも予想を大幅に上回る増収増益を達成しました。

株式会社ドン・キホーテは、景況感の改善傾向を先取りした商品ポートフォリオの組み替えが奏功し、お客さまの高い支持率を維持することができました。また、PB商品が人気を集めたことに加え、比較的利益幅の大きい商品や中価格帯商品の販売シェアを高めたことから、既存店売上高は前年同期比 2.7%の増収となりました。

グループ企業の株式会社長崎屋は、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」への業態転換及びお客さまニーズに合わせた機動性の高い店舗運営や商品構成の成果が現れ、期間損益を黒字化させることに成功しました。また、DIY 商品を扱うドイツ株式会社は、天候不順の影響を受けながらも堅調な販売状況を残すことができ、その収益性に安定感が増してまい

りました。

これらの結果、当第2四半期累計期間の連結業績は売上高 2,555 億円 (前年同期比 1.9%増)、営業利益 142 億円 (同 27.9%増)、経常利益 140 億円 (同 29.5%増) 及び四半期純利益 75 億円 (同 23.8%増) と予想を大幅に上回る増収増益を達成するとともに、通期の業績予想についても上方修正し、過去最高益の更新を見込んでおります。

なお、中間配当につきましては 1株当たり 10円といたしました。今後も財務体質の強化や店舗拡大・改装のための投資に配慮しつつ、株主の皆さまに対する積極的な利益還元を努めてまいります。

Q プライベートブランド「情熱価格」の取り組みについてお聞かせください。

A ラインアップの充実を図り、積極的な商品開発を進めました。

当社グループのプライベートブランド「情熱価格」は2009年10月に誕生しました。以来、食品や日用品から衣料品、そして家電製品まで幅広い商品を取り揃え、最も身近で、最も愛されるプライベートブランドを目指した商品展開を行っております。

約150アイテムから始まった「情熱価格」は、発売から1年で約1,500アイテムにまでそのラインアップを拡大いたしました。平均的な店舗で5万点を超すアイテムを

扱う当社グループにおいて、PB商品が占める構成割合はまだ低く、拡充の余地は大いに残されております。加えてナショナルブランドに比べて利益への貢献度も高いことから、当第2四半期も積極的に「情熱価格」の商品開発を行ってまいりました。今後も引き続きお客様の声に耳を傾け、魅力ある価格と高い品質を両立させたPB商品の開発に注力してまいります。

Q ドン・キホーテグループの成長の源泉についてお聞かせください。

A すべてのお客様に買い物を通じて喜びと満足を提供する“買い場”^{*}を創造し続ける。「顧客最優先主義」こそが、私たちの成長の源泉です。

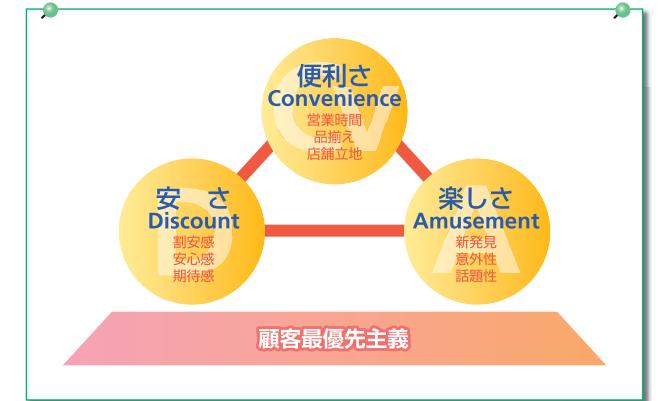
*当社グループは、売場をお客さまの視点に立って“買い場”と呼んでおります。

昨今の厳しい事業環境にもかかわらず、当社グループの力強い成長が可能となった背景には、当社ならではの“失敗を恐れずに果敢に挑戦する企業風土”があります。それゆえに私たちはこれまで、積極的に店舗運営などに

係る修正及び調整に取り組んでまいりました。現状に満足せず、ためらわず積極的に挑戦する、という断固たる姿勢が当社グループの成長を支えております。

また、こうした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。各スタッフ一人ひとりがお客さまの立場に立ち、お客さまの目線で考える——この考え方が浸透しているからこそ、当社グループの買い場は磨かれ、アミューズメント性や品揃え、価格競争力がますます高まっていくのです。そして、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、お客さまのニーズや流行を機敏に察知することが可能となり、いつの時代においてもアミューズメント性あふれる買い場の実現が可能となります。



Q 今後の出店戦略や取り組みについて教えてください。

A 事業効率のさらなる改善を進め、お客さま支持率の高い店舗運営に注力します。

今後の取り組みとして、営業面ではより多くのお客さまにご来店・ご支持いただけるよう、各店舗の商圈対応力の向上を図るとともに、既存店の収益力強化を進めてまいります。加えてMEGAドン・キホーテ業態のさらなる収益基盤の確立も、店舗ネットワークの完備を果たす上において重要な課題と考えております。

商品戦略においては、定番商品の徹底したEDLP（＝エブリデイ・ロー・プライス）を一層推し進めるとともに、PB商品のラインアップをますます拡充してまいります。

出店戦略としては、出店候補地に応じた積極的、かつ

柔軟な新規出店や業態転換を実施し、店舗ネットワークの強化を図ってまいります。

当社グループは、これからも「顧客最優先主義」という普遍的企業原理のもと、買い物の喜び、働く社員全員の幸せの創造、安全・安心な商品及びサービスの提供、各パートナー企業さまとの共栄を通して、さらなる「企業価値の向上」と、「株主価値の拡大」を実現すべく、力の限り挑戦し続けてまいります。

当社グループは、都市部における効率的なドミナント展開と、出店エリアの拡大による全国展開の両輪からなる出店戦略に基づき、国内店舗ネットワークの拡大に取り組んでいます。

当第2四半期において、株式会社ドン・キホーテは、引き続き営業力の向上を目指し「MEGA ドン・キホーテ」1店舗を含む5店舗の新規出店を関東エリアで実施しました。

また株式会社長崎屋は、収益力と店舗競争力のさらなる強化を図るため、GMS業態から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」への業態転換を6店舗で実施し、ビジネスモデルの精度向上に取り組みました。ドイツ株式会社は、首都圏以外で初となる東北地方に2店舗及び神奈川県1店舗の新規出店を果たしました。

これらの結果、2010年12月末時点における当社グループの店舗網は、株式会社ドン・キホーテ164店舗、株式会社長崎屋42店舗、ドイツ株式会社15店舗、会員制ホールセールクラブを営業する株式会社ダブルアール1店舗（2011年1月4日付で閉鎖）となり、米国ハワイ州の4店舗とあわせて226店舗（2010年6月末時点：220店舗）となりました。なお、「MEGA ドン・キホーテ」は、グループ全体で39店舗に拡大し、各地域における競争優位性を高めています。

今後も機動的な新規出店、革新性のある業態転換及び効率を重視したリニューアルを積極的に推進し、グループ全体としての営業力・収益力の向上を図ってまいります。

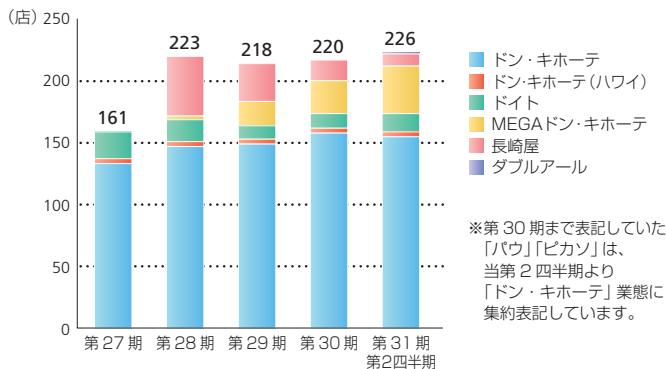


ドン・キホーテ荻窪駅前店

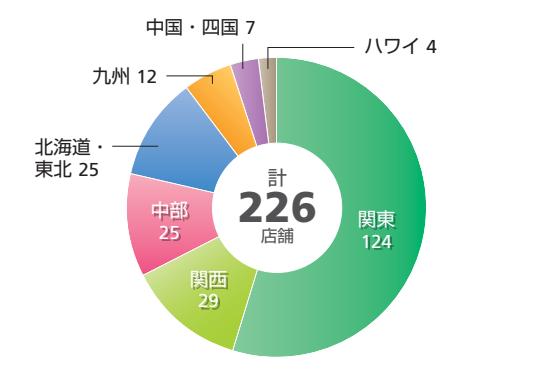


MEGA ドン・キホーテ連田店

業態別店舗数推移



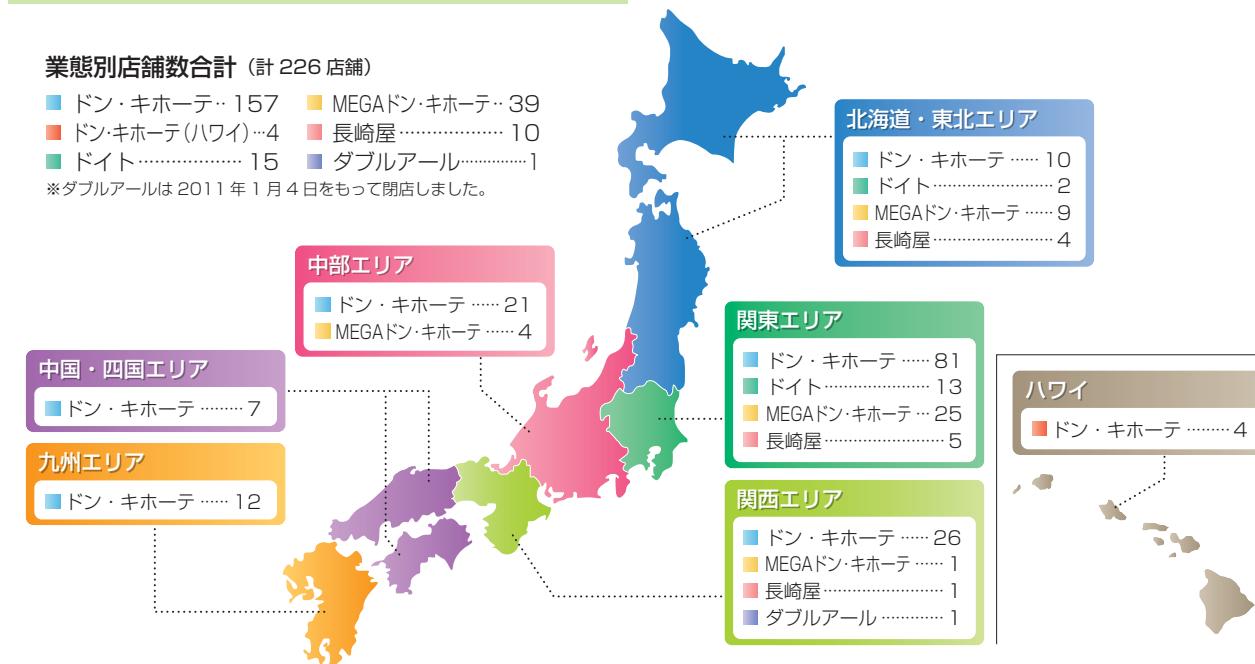
エリア別店舗数



グループ店舗ネットワーク (2010年12月31日現在)

業態別店舗数合計 (計226店舗)

- ドン・キホーテ…157
 - ドン・キホーテ(ハワイ)…4
 - ドイツ…15
 - MEGAドン・キホーテ…39
 - 長崎屋…10
 - ダブルアール…1
- ※ダブルアールは2011年1月4日をもって閉店しました。



店舗へのアクセス、営業時間等の詳細は下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」
- ドイツ [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

海外からの旅行者の皆さまを対象に「Visit Donki! 2011」を開始

当社は、国際的人気キャラクター「ハローキティ」と、当社のマスコット「ドンペン」を国際親善大使に起用し、訪日外国人客誘致キャンペーン「Visit Donki! 2011」を開始しました。海外からの旅行者の皆さまにもドン・キホーテでの買い物をより一層楽しんでいただけるよう、割引券「ようこそ！カード」を配布するほか、専用のシートに印刷された会話文に触れると、各言語の音声流れる「音声ペン」（英語・中国語・韓国語に対応）を主要店舗で導入しました。

「ようこそ！カード」© 1976, 2010 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO.G511096



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」への挑戦

ファミリー向け総合ディスカウント業態を切り拓く「唯一無二のチェンジメイキング術」とは？



夕方——連日、夕食の材料を買い求める主婦たちで賑わう店がある。生鮮食料品をはじめとする日用品を扱う、その店の名は「MEGA ドン・キホーテ」。他の総合スーパー（以下、GMS）を凌駕する驚きの価格と、ドン・キホーテから受け継ぐアミューズメント性あふれる販売手法で、力強い成長を続ける MEGA ドン・キホーテだが、必ずしも初めから順風満帆だったわけではない。

ドン・キホーテにおける常識が通用しない新しい挑戦

MEGA ドン・キホーテの業態開発という重責を担う関口は、取り組みを始めてからの3年間を振り返り「ようやく形になってきましたが、山で例えるとまだ5合目を越えたにすぎません。」と語る。

関口が就任した当時、株式会社長崎屋は多くの赤字店舗を抱える苦しい状況にあった。そのうえ、300～500坪の買い場*面積が主戦場のドン・キホーテに比べて、長崎屋の2,000坪を超える広大な買い場面積は未知の領域。単にドン・キホーテ流の店舗づくりの手法を移植するだけではうまく機能しない、と関口はすぐに気がつく。「非常に悩みました。ナイトマーケットを主戦場としてきたドン・キホーテとは異なる難しさがありました。」

こうして、新業態「MEGA ドン・キホーテ」を生み出す試行錯誤が始まった。

*当社グループは、売場をお客さまの視点に立って“買い場”と呼んでおります。

自分たちにこそできる戦い方を、とことん貫き通す

それでも関口にはひそかな確信があった。ディスカウントとアミューズメント性を徹底させた「顧客最優先主義」の買い場づくり。そして、スタッフが顧客ニ-

MEGA ドン・キホーテ四街道店



株式会社長崎屋
代表取締役副社長 関口憲司

1997年、株式会社ドン・キホーテ入社。統括店長、新規事業推進室室長などを経て2007年11月、ドン・キホーテグループに加わった株式会社長崎屋の副社長に就任。以来、長崎屋業態からMEGAドン・キホーテ業態への店舗転換を進め、ファミリー向け総合ディスカウント業態の確立に取り組むドン・キホーテグループの「チェンジメイキング」の中核を担う。



ズをとらえた商品を揃えて提案する「権限委譲」。ドン・キホーテのDNAともいえるこの2つの考え方は、どんな業態においても通用するという思いが揺らぐことはなかった。「お客さまに喜んで買い物をしていただければ、『顧客最優先主義』と『権限委譲』のほかは、すべて変えられますし、すべてを変える覚悟でした。もちろん、今も同じ思いです。」

この言葉が示すとおり、買い場づくりには正解がない。顧客の反応をすばやく察知し、それに対応する。大規模な改装直後の店舗であっても、問題点を見つければ、即座に改良を加え続けた。こうした地道な取り組みは、やがて徐々に実を結び始める。

“行かない理由がない” 地域の一番店をつくりたい

ドン・キホーテの主な顧客層である若者や独身者も、年齢を重ねライフスタイルが変化していくに伴い、GMSや食品スーパーにも足を向ける機会が増えていく。だが、既存のGMSや食品スーパーの無機質な売場に満足しているのだろうか。「私自身も日用品を買う際に『絶対にここ!』と思うお店がなかったんですよ。」といった実体験からも顧客の気持ちを分析した関口は、日用品や食品などを買う際にも驚きと感動が得られるような『ファミリー向け総合ディスカウントストア』を築き上げる決心をした。

「良いものが安く手に入ると同時に、買い物そのものを楽しめる。MEGA ドン・キホーテをそんな、『行かない理由がない』お店にするんです。地域のお客さまにとっての『一番店』を目指し、これからも進化し続ける私たちの挑戦に、どうぞ期待ください。」そう語る関口の笑顔が、とても印象的だった。

現場の声

現場と一体で進むチェンジメイキング

関口が仕掛けるチェンジメイキングを、現場はどう受け止めているのだろうか？

MEGA ドン・キホーテ四街道店の店長、豊浩一は次のように語る。

「お客さまのニーズはどんどん変化していくため、日々改良の連続です。売上や売れ筋商品の分析を緻密に行い、商品の配置や構成を常に改善する努力をしてきました。」

「買い場づくりで大事なものは、当然のことながら、お客さまのニーズをくみ取り、すぐに実行に移すことです。それは、対象となるお客さまがファミリー層というだけで、ドン・キホーテと同じ考え方。私たちの取り組みの成果を、ご来店のお客さま、そして株主の皆さまにもぜひ、ご覧いただきたいです。」

新業態の完成を目指す経営陣と、権限を委譲されて実行する現場スタッフ。こうして、MEGA ドン・キホーテのチェンジメイキングはさらなる進化を遂げていく。

MEGA ドン・キホーテ四街道店 店長 豊浩一



暮らしを彩るアイテムがいっぱい!! 「情熱価格」の1,500アイテム

「情熱価格」は、お客さまの声から誕生したプライベートブランドです。食品や日用雑貨から、アパレル、インテリア、家電、カー用品まで、お客さまの日常生活を豊かにする、暮らしを彩るアイテムを展開。お客さまに、最も身近で愛される商品を目指しています。



あなたの「あったらいいな」を実現します!

- LushVenus VIVESHOCKマスカラ**
 電動マスカラでまつ毛、劇的ボリュームアップ
- 情熱価格×京都西川 発泡ビーズふわふわ枕**
 マシュマロのような柔らかさで、頭を優しく包みこむ
- 26インチ デジタル液晶テレビ**
 高画質フルハイビジョン&優れた省エネ性能
- IH対応ブルーダイヤモンドコート クックウェア5点セット**
 オープン調理OK。取っ手が外せて、収納もらくらく!
- 大きめ野菜の美味しいカレーができました。**
 こだわり国産素材と独自製法が奏でる、深みとコクのハーモニー
- ピオリカ 美容液シリーズ**
 さまざまなバリエーションが選べる。美容液のままでも、化粧水に混ぜても使える!
- シリコン ツールセット**
 お鍋やフライパンが傷つかない安全安心のシリコン製調理ツール
- 20型折畳自転車 ecomot<エコモット>**
 オシャレで、カワイイ“多機能自転車”。女性に優しい気配りが満載

オススメ商品ピックアップ



汗のニオイをカットしてさわやかな着心地を

「情熱価格×グンゼ」
メンズ加齢臭消臭半袖Vネックシャツ、メンズボクサーブリーフ

ニオイの元となる菌の増殖を抑制し、ニオイをカットする消臭加工が特徴の肌着です。一日の長い時間を共に過ごす肌着だからこそ、心地よい装着感を大切にしたいもの。蒸れにくく、さわやかな着心地を「情熱価格」ならではの驚きの価格でお届けします。

※消臭効果は、体質などにより個人差があります。

お菓子や朝食づくりを楽しくする、1台3役の優れもの

おやつメーカー

ワンタッチで交換・丸洗いが可能な3種類のプレート（ワッフル・たい焼き・ドーナツ）が付いた電熱調理器「おやつメーカー」。ひと手間加えてレタスやチーズを挟めば、ベーグル風ドーナツの出来上がり。これ1台で、忙しい朝の食卓や、ホームパーティを華やかに彩ります。

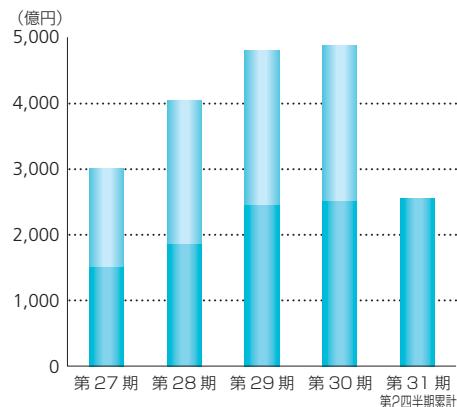
美味しいうえに、美しくなれるサプリメント

ヒアルロン酸入り
コラーゲン 5000

女性にうれしい美容成分をバランスよく配合した、ヨーグルト風味のコラーゲンドリンク。携帯に便利なパックドリンクタイプなので、いつでもどこでも、手軽にコラーゲンを補給できます。「コラーゲン 5000」は、忙しいあなたにピッタリなサプリメントです。

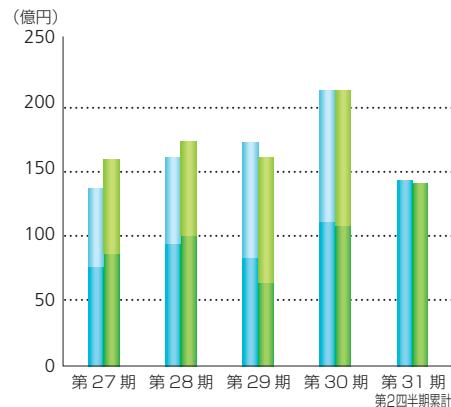
売上高

■ 売上高 2,555 億円 (前年同期比 1.9%増)



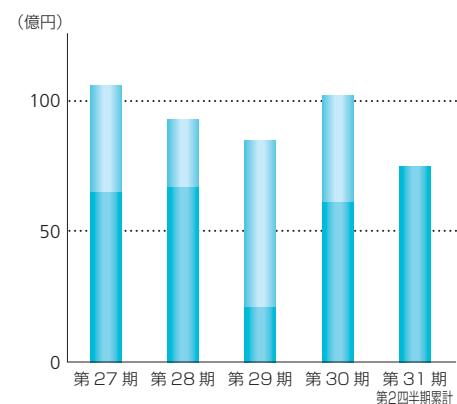
営業利益/経常利益

■ 営業利益 142 億円 (前年同期比 27.9%増)
■ 経常利益 140 億円 (前年同期比 29.5%増)



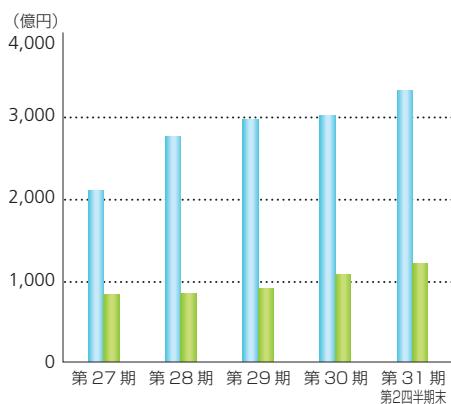
当期純利益

■ 当期純利益 75 億円 (前年同期比 23.8%増)



総資産/純資産

■ 総資産 3,330 億円 (前期末比 310 億円増)
■ 純資産 1,210 億円 (前期末比 142 億円増)



四半期連結損益計算書 (要旨)

(単位: 百万円)

	前第2四半期連結累計期間 (2009.7.1~2009.12.31)	当第2四半期連結累計期間 (2010.7.1~2010.12.31)	増減率
売上高	250,698	255,481	1.9%
売上総利益	62,805	65,874	4.9%
販売費及び一般管理費	51,704	51,681	0.0%
営業利益	11,101	14,193	27.9%
経常利益	10,833	14,031	29.5%
四半期純利益	6,100	7,549	23.8%

損益計算書

コストマネジメントの取り組みが安定感を増す中で、生活必需品については価格訴求を意識した対応に加え、プライベートブランド商品や比較的利益率の高い商品を充実させる販売促進策に努めたことにより、中間期最高益を更新する大幅増益となりました。

四半期連結貸借対照表 (要旨)

(単位: 百万円)

	前期末 (2010.6.30)	当第2四半期連結会計期末 (2010.12.31)	増減額
流動資産	128,198	147,703	19,505
固定資産	173,831	185,253	11,422
資産合計	302,029	332,956	30,927
流動負債	122,005	134,342	12,337
固定負債	73,264	77,622	4,358
負債合計	195,269	211,964	16,695
純資産合計	106,760	120,992	14,232

貸借対照表

MEGA ドン・キホーテへの業態転換及び販売好調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 309 億円の増加となりました。

一方で有利子負債が減少したものの、買掛金が増加したことなどにより、負債合計は同 167 億円増加しました。純資産合計は転換社債の株式転換及び利益剰余金の増加により、同 142 億円増加しました。

四半期連結キャッシュ・フロー計算書 (要旨)

(単位: 百万円)

	前第2四半期連結累計期間 (2009.7.1~2009.12.31)	当第2四半期連結累計期間 (2010.7.1~2010.12.31)
営業活動によるキャッシュ・フロー	23,469	16,390
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲17,450	▲13,293
財務活動によるキャッシュ・フロー	20,785	7,345
現金及び現金同等物の四半期末残高	68,752	48,782

キャッシュ・フロー計算書

営業活動による CF は、税金等調整前当期純利益などが増加した一方で、販売好調を背景に棚卸資産の増加といった減少要因により、164 億円の収入となりました。投資活動による CF は、出店に伴う有形固定資産の取得などで 133 億円の支出、財務活動による CF は、銀行からの借り入れ及び社債発行などで 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

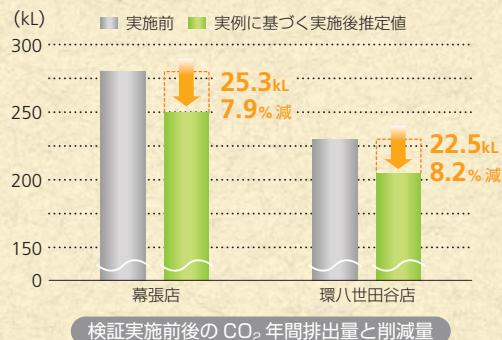
検索

CSRへの取り組み

環境への取り組み

全国に多数の店舗を展開するドン・キホーテグループは、地球温暖化問題にいち早く対応し、店舗でのCO₂排出量削減の取り組みを行っています。

独立行政法人「新エネルギー・産業技術総合開発機構」(略称 NEDO) と連携して進めている「店舗エネルギー管理の省エネ検証」では、右図の数値が表すとおり着実に効果を上げ、地球温暖化対策の実証モデル評価事業として、高い評価を得ています。



ドン・キホーテ幕張店



ドン・キホーテ環八世田谷店

地域社会への貢献

生物多様性保護活動の一環として東武動物公園へ寄付

2010年12月、当社マスコットキャラクター「ドンペン」が、ペンギンをモチーフにしていることにちなみ、生物多様性保護活動に寄与することを目的として、「東武動物公園」(埼玉県)で飼育されているペンギンたちの餌代を寄付しました。寄付活動に際しては、ドン・キホーテPB「情熱価格」より発売した「クリスマスブーツ2010」の商品売上代金の一部を寄付金に充当しました。



各地の防犯キャンペーンに参加

お客さまに安心してお買い物を楽しんでいただけるよう、また、地域住民の皆さまが安心して生活できるよう、各都道府県警や防犯協会が主催する各種防犯キャンペーンに全店舗を挙げて積極的に参加しました。



職業体験「商育プロジェクト」を実施

小・中・高校生を対象に、店舗における職場見学、職場体験の機会を提供しています。「顧客最優先主義」や「権限委譲」など、ドン・キホーテ流の商いの一端を学ぶことで、働く楽しさとともに仕事に対する責任感や使命感を体験していただきました。



地域の行事への参加

各地域の小中学校や地元町内会、自治体などの行政機関と協調した活動に積極的に参加。「地域になくてはならないお店」として、今後も地域社会との共栄に貢献してまいります。



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	193億85百万円
従業員数	2,376名

役員

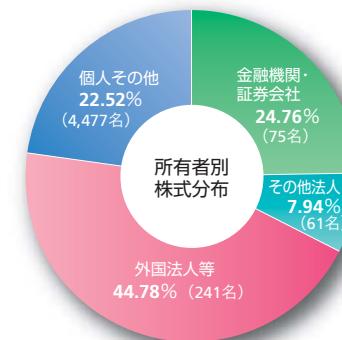
代表取締役会長 兼 CEO	安田 隆夫
代表取締役社長 兼 COO	成沢 潤治
専務取締役 兼 CFO 兼 CCO	高橋 光夫
取締役 兼 CIO	大原 孝治
常勤監査役	福田 富昭
監査役	岩出 誠
監査役	本郷 孔洋
監査役	井上 幸彦

(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	76,851,680株
自己株式の総数	1,244株
株主総数	4,854名

(注) 株主総数は前期末に比較して260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	14,712,000	19.14
ランマンチャ	9,000,000	11.71
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)*	5,094,300	6.63
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)*	4,779,200	6.22
株式会社安隆商事	4,140,000	5.39
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	4.03
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)*	3,069,000	3.99
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	1,573,133	2.05
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	1,367,200	1.78

(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。

(2010年12月31日現在)