

ホームページのご案内

当社のホームページでは店舗・商品情報などをわかりやすく掲載しています。
また、IR情報では決算資料や株主通信などを掲載しています。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

- 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、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.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/>



この冊子はFSC® 認証紙を使用しています。



地球環境に配慮した植物油インキを使用しています。

Printed in Japan



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

株主・投資家の皆さまへ

第32期中間株主通信

2011年7月1日~2011年12月31日

株式会社

ドン・キホーテ

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お礼申し上げます。
ここに株主の皆さまへのご挨拶と、2012年6月期第2四半期累計期間(2011年7月1日～12月31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

ご挨拶

当第2四半期累計期間における日本経済は、東日本大震災の影響が依然として残る中で、生産体制の復旧が進み、国内経済は回復基調にあるものの、先行きに対する不透明な状況が続きました。小売業界においても、雇用情勢や所得環境が依然として厳しいことに加え、株価低迷の長期化なども消費マインドを冷え込ませる一因となっています。

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」を実践する業態創造企業として、お客さまのニーズの移り変わりに柔軟に対応する変化対応力と商品編集力を遺憾なく発揮し、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。

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。

第2四半期決算ハイライト

売上高	2,769 億円	総資産	3,801 億円
営業利益	172 億円	純資産	1,372 億円
四半期純利益	119 億円	1株当たり四半期純利益	154.90 円

Q 当第2四半期累計期間の
取り組みと業績、配当について教えてください。

A 柔軟な変化対応力と巧みな商品編集力により、多様化するお客さまの
ニーズに機敏に対応し、増収増益を達成しました。

ドン・キホーテグループは、「顧客最優先主義」の企業原理のもと、当第2四半期も収益の拡大に努めてまいりました。グループ中核の株式会社ドン・キホーテは時流や消費マインドの変化を的確に捉えた商品構成の提案と価格施策により、お客さまの支持拡大に努めた結果、既存店伸長率は前年同期比 1.5%増収を達成することができました。

グループ企業の株式会社長崎屋は、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」への転換が一段落し、各商圏における競争力が向上しました。この結果、収益性・効率性が大幅に改善し、既存店は前年同期比 13.2%増収と高い成長を遂げることができました。また、DIY 商品を扱うドイツ株式会社は、変化し続け

るお客さまの「ご要望」にお応えするホームセンターづくりに、引き続き注力しました。

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 2,769 億円 (前年同期比 8.4%増)、営業利益 172 億円 (同 21.3%増)、経常利益 165 億円 (同 17.2%増) 及び四半期純利益 119 億円 (同 58.1%増) と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。

なお、中間配当は 1 株当たり 10 円とさせていただきます。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 来店されるお客さま層について教えてください。

A 日々変化するお客さまのニーズを追求した結果、女性客や中高年齢層の方など、新たなお客さま層が拡大しています。

ドン・キホーテグループは創業以来、品揃えの拡充と、立地や商圈に応じた商品構成の組み換えを通じて、お客さまのニーズに沿った店舗づくりに注力してきました。こうした「変化対応型オペレーション」を実践する日々の積み重ねが、新たなお客さま層の開拓につながっています。例えば、郊外型店舗においては、食料品や生活必需品などの商品構成比率を高めることで、女性客や中高年齢層を中心としたお客さまの来店頻度が高まってきました。

このように、幅広い層のお客さまから支持される店舗づくりを継続していくことは、総合型小売業である当社グループにとって、今後の成長を支える重要な要素であると捉えています。引き続き、試行錯誤を繰り返しながらも、お客さまのニーズに迅速な行動で対応できる店舗づくりを徹底的に追求することで、お客さま層のさらなる拡大に努めてまいります。



理美容品に至るまで幅広い商品を展開する「情熱価格」は、商品を日々改良し、完成度を着実に高め続けることで、お客さまから高い人気を集めています。

Q プライベートブランド「情熱価格」の取り組みについて教えてください。

A 発売開始から2年が経過し、アイテム数は2,000を超えるまでに拡大しています。

「情熱価格」は、お客さまの「あったらイイな」を実現するために2009年に誕生したドン・キホーテグループのプライベートブランド(PB)です。食料品、衣料品から家電、

当第2四半期累計期間も、価格面はもちろんのこと、新たな付加価値を追求してお客さま満足度を高めるべく、商品開発に注力し、売上も好調に推移しました。また、10月のハロウィンや11月の「ボジョレー・ヌーヴォー」の解禁、12月のクリスマスなど、各季節のイベントを華やかに彩る商品も、好評を博しました。

当初、150アイテムから始まった「情熱価格」の商品ラインナップも、2,000アイテムを超えるまでに成長し、業績の貢献度も徐々に高まりつつあります。今後も引き続き、お客さまの声に耳を傾け、お客さまの元気を応援できるPB商品づくりに情熱を注いでまいります。

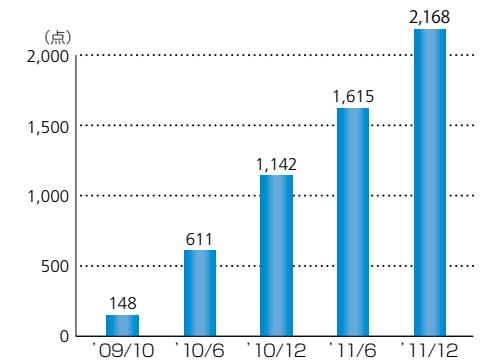


インテリアに合わせて選べるカラーツリー



11月に発売されたボジョレー・ヌーヴォー

「情熱価格」アイテム数の推移



Q 今後の取り組みについて教えてください。

A 「顧客最優先主義」のもと、さらなる「企業価値向上」と「株主価値の拡大」に向けて挑戦し続けます。

ドン・キホーテグループは、「業態創造と変化対応」を柱に、さらなる収益拡大を図り、継続的な成長と安定を目指します。

そのために、既存店の活性化策を推進し、商圈内競争力の強化を図るとともに、引き続き出店地域の拡大にも努め、収益力の向上を進めてまいります。また、従来のお客さま層に加え、新たなお客さま層にもご来店、ご支持いただけるよう、引き続きサービスレベルの改善と向上に取り組んでまいります。

商品施策においては、商品編集力を磨き上げ、お客さまのニーズを先取りした品揃え・サービスの提供を行います。また、収益力の高いPB商品のラインナップの一層の充実に取り組みます。

当社グループは、これからも「顧客最優先主義」という企業原理のもと、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ます。

ドン・キホーテグループは、「業態創造と変化対応」をキーワードに、国内店舗ネットワークの拡充に取り組みました。

ドン・キホーテグループは、都市部における効率的なドミナント展開を目指し、新業態「essence (エッセンス)」1号店を含む3店舗を首都圏に出店したほか、中部地方に3店舗、中国地方に1店舗、九州地方に1店舗と、合計8店舗の新規出店を実施しました。

その中でも、福岡県福岡市の「中洲店」では、国内有数の歓楽街という立地と働く女性を意識し、輸入ブランド品や化粧品、ドレスなどの品揃えを強化したことに加え、24時間医薬品が購入できるといった利便性の高さが、お客さまにご好評をいただいています。

また、広島県広島市にオープンした「MEGAドン・キホーテ宇品店」は、3,000㎡級の売場面積に、生鮮食料品以外の商品をフルカテゴリーでラインナップしています。さらに、新興マンション群が多く存在する地域性を鑑みて、快適で洗練された空間演出を施した店内では、家庭雑貨やペット用品、幼児玩具などの品揃えに力を入れるとともに、輸入食品やビジネス用品も幅広く取り入れています。

このように、当社グループは、立地条件や商圈に合わせた店舗フォーマット、商品構成を的確に選択し、お客さま満足度を最大化することに注力しています。

これらの取り組みの結果、2011年12月末時点における当社グループの店舗網は、235店舗(2011年6月末時点:228店舗)となっています。

今後も当社グループは、お客さま層のさらなる拡大を目指し、多様化するお客さまのニーズにかなった機動的な新規出店と、既存店の活性化に注力してまいります。



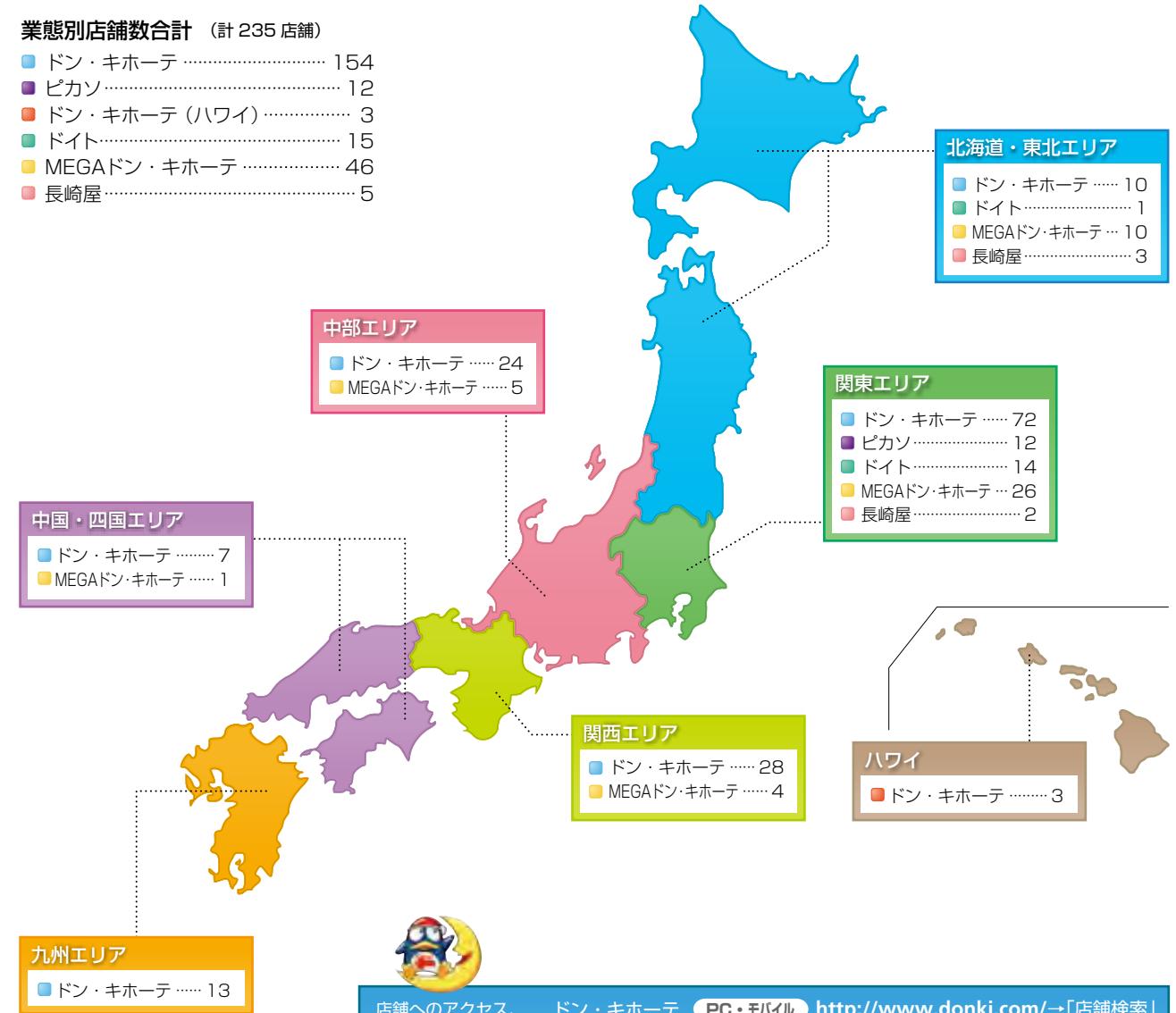
essence (エッセンス) 川口駅前店



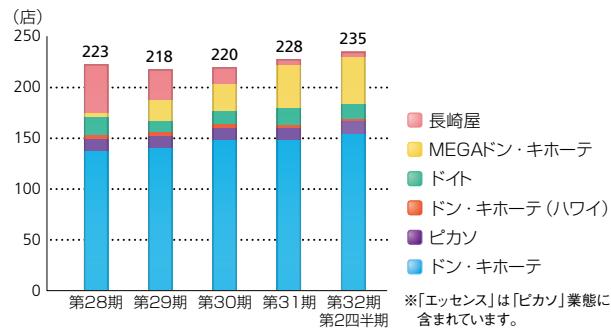
MEGAドン・キホーテ宇品店

業態別店舗数合計 (計 235 店舗)

ドン・キホーテ	154
ピカソ	12
ドン・キホーテ (ハワイ)	3
ドイト	15
MEGAドン・キホーテ	46
長崎屋	5



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・モバイル** <http://www.donki.com/> →「店舗検索」

ドイト **PC** <http://www.doit.co.jp/> →「店舗案内」

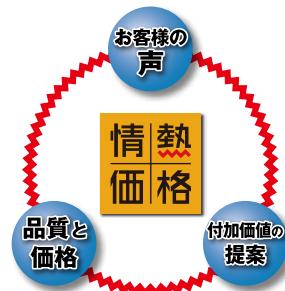
長崎屋 **PC** <http://www.nagasakiya.co.jp/> →「店舗情報」

情熱
価格

暮らしを豊かにするドン・キホーテのPB「情熱価格」

その人気の裏側に迫る

「お客さまの声をカタチに」をコンセプトに、幅広い商品を取り揃えるドン・キホーテのプライベートブランド(PB)「情熱価格」。2009年10月の誕生以来、開発された商品は2,000アイテムを突破し、ヒット商品も続々登場している。圧倒的な支持を受ける要因はどこにあるのか。商品開発の現場に迫る。



小沼 稔
C.O.P.事業本部 PB事業推進室
ゼネラルマネージャー
食品・酒類等の商品開発を担当



麻生 智子
C.O.P.事業本部 PB事業推進室
ゼネラルチーフ：日用品・化粧品等の
商品開発を担当



秋山 太一
デザイン戦略事業開発室
マネージャー：商品パッケージ等の
デザイン開発を担当

作り手の論理ではなく、徹底した
お客さま目線で商品の良さを追求する

一般的にPB商品は、購入頻度が高い汎用品を中心に開発し、小売店自身のブランド名をつけ、価格面でナショナルブランド*と差別化した商品というイメージが強い。しかし、「情熱価格」はそうではない。「お客さまの声を形にすることは、顕在化しているニーズにお応えするのはもちろん、お客さまも意識的には気づいていないかもしれない潜在的なウォンツを具現化し、生活におけるさまざまなフラストレーションが改善されるような商品を開発するということです。」

と「情熱価格」を統括する中尾は語る。

商品を購入する際、「もう少しこうだったらいいけど、いいか」と妥協したこと、あるいは購入後に物足りなさや損をした気分を味わった経験は誰にでもあるだろう。「その原因は価格だけでなく、容量、形状、質感、デザイン、商品寿命かもしれません。今、市場に出回っている商品の既存概念に縛られず、お客さまが本当に求めているものを、その形で提供する、それが「情熱価格」なのです。」

*全国的な知名度を持つ銘柄・商標の商品群。

多彩な商品を扱う総合小売業だからこそ、
お客さまから寄せられる期待も大きい

ドン・キホーテは、お客さまの声を店頭やコールセンターで直接聞くだけでなく、定期的にフォーカスインタビュー*も開催している。「開発中の商品を実際に試していただいて、直接ご意見を伺い、微調整してから商品化を進めています。一度、店頭に並んだ商品でも、新たなニーズが聞こえたら、改めて検討を行います。」と話すのは、コールセンターの運営、お客さまのニーズの取りまとめなども担当する戸城だ。



中尾 宗孝
C.O.P.事業本部 PB事業推進室
ディレクター



戸城 史子
C.O.P.事業本部 PB事業推進室
サブマネージャー

食品メーカーは食品の開発だけをするが、総合小売業であるドン・キホーテは多岐にわたる商品群を開発する。「例えば、食品に関していただいたリクエストは、もしかしたらキッチン用品に対する要望につながっている可能性もある。寄せられた声をどういう形で表現していくか、反映できる商品は一つとは限りません。」

*商品や品揃えに対するさまざまな意見、感想、希望を徹底的にヒアリングする取材のこと。

スピード開発と総合的な完成度を追求。
新発想の提案で“共感される”ブランドへ

時として市場には流行が生まれる。流行の波があるうちに新商品を出すことができるドン・キホーテの開発はスピーディーだ。しかし「お客さまのニーズの変化の方がもっと早い。」と食品開発担当の小沼は言う。「食に対する価値観も多岐にわたり、安心・安全、健康志向といったテーマはもちろん、今は即食簡便(調理時間が短くすぐ食べられる)傾向が強く、そこから生まれるニーズやウォンツを反映できるスピード感のある商品開発が必要です。」また、日用品や化粧品などの開発を担当する麻生は「化粧品は内容成分を気にする方が多いのです

が、実際は中身が良いだけでは足りない。容器の形やデザイン、使いやすさなど、気遣うポイントは山ほどあります。」と語る。

さらに、「買い場で快適に買い物をしていただくための要素も、商品開発なのです。」と語るのはデザインを担当する秋山だ。商品の陳列は店舗に権限委譲されているため、どのように陳列されても訴求ポイントが見えるパッケージデザインが必要なのである。また、ブランドの認知度向上もさることながら、あくまで商品の良さが伝わるのが最優先だ。「『この商品、いいなと思ったらPBだった。情熱価格 やるね』と言ってもらえるデザインを目指しています。」

今後の展開については、「顧客最優先主義」の企業原理のもと、お客さまのニーズに応え続けるとともに、さらに一歩進んで、「これだよ、これ!」「こんなのが欲しかったんだ」と共感していただけるような商品を提案していきたい。」と中尾は語る。ニーズへの回答から、新たな楽しさ、新たな発見の創造へ。「情熱価格」のさらなる発展に期待したい。



情報
価格

イチオシ商品

ロングセラーアイテムや便利グッズなど おすすめアイテムをご紹介します!!



大人のさつま芋チップス
鹿児島産の「黄金千貫」と「アヤマラサキ」の2種類のさつま芋を使用。じっくり丁寧に揚げ、甘さ控えめな味わいに仕上げました。

PRICE
¥298



モバイルエチケット
人気商品の1つであった「鼻毛カッター」に、機能性とデザイン性を付加した「モバイルビューティ」アイテム。小型化や水洗い仕様などの改良を加え、ヒット商品となりました。

PRICE
¥970



スマートフォン対応充電器
携帯・スマートフォンを2台所有するお客さまが増えた現状を踏まえ、AU(CDMA)、Docomo(FOMA)、iPhone/iPod用のコネクタを付属させた、持ち歩きにも便利な携帯充電器。

PRICE
¥998

60cmキャリーケース

ジッパー仕様による軽量化を施し、360度回転の4輪キャスター付きで、スムーズな移動が可能。耐衝撃性、耐熱性、難燃性に優れた素材を使用し、アメリカ運輸保安庁認定のTSAロック完備で、旅行や出張にも安心。



PRICE
¥6,990



色で遊べる!クラッカー

飛び出すテープの色が6色に分けられているから、チーム分けやくじ引きもできます。もちろん散らからないタイプなので、後片付けもラクチンです!

PRICE
¥970



多機能三面鏡 (マルチアングルミラー)

広げると最大45cmになる三面鏡です。左右360度の回転機能に加えて、上下の角度調節や2倍拡大鏡、ちょっとした小物を収納できるトレー付きがポイント! アイメイクに最適です。

PRICE
¥1,980



20型折畳自転車 Xride (クロスライド)

スマートなデザインとスポーティな性能を実現し、アウトドアに大活躍する1台です。人気の折畳自転車シリーズ第5弾。

PRICE
¥16,800



低反発枕

低反発ウレタンフォームが頭圧を吸収・分散し、肩や首の負担を和らげる枕。カバーは洗濯機洗いも可能で、厚地のニット素材を使用したソフトな肌触り。

PRICE
¥998



LYT-D701 7インチモニター付DVDコンボ

本体にモニターを搭載し、これ1台でDVDの映像を楽しめるコンボ。タッチパネル操作で、オシャレなイルミネーション機能付き。デジタル放送を記録したCPRMなどのコピー制御ディスクの再生も可能。

PRICE
¥12,500

情報
価格

新生活応援商品

新生活を充実させるアイテムを ラインナップしました!!



PRICE
¥1,980

スウィートフロアチェア

コンパクトサイズながら、長く座っても疲れにくい座椅子。カラーバリエーションも豊富で、お部屋のインテリアに合わせてお選びいただけます。



PRICE
¥1,490

ナローネクタイ

油汚れや雨に強いナノテックス加工を施したシルク100%のネクタイです。スタイリッシュな細身のタイプをご用意しました。



PRICE
¥1,280

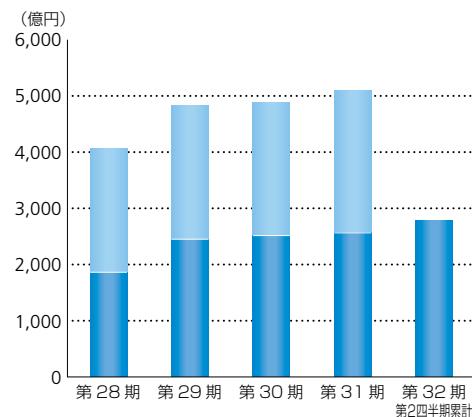
節電ウォールコンセント

ごちゃごちゃするテレビ周りの電源コードも、これでスッキリ片付きます。個別スイッチ付きの節電タップです。

※ 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。
※ 商品価格は、税込価格です。また、価格は時期・販売店舗によって異なる場合があります。あらかじめご了承ください。

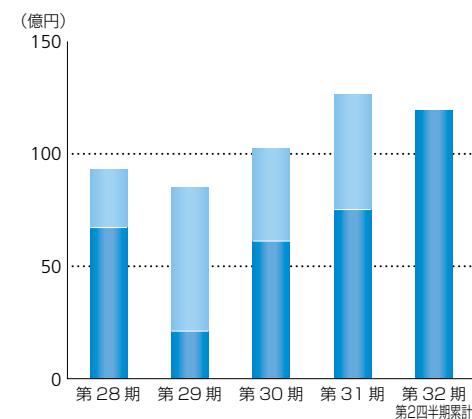
売上高

■ 売上高 2,769 億円 (前年同期比 8.4%増)



当期純利益

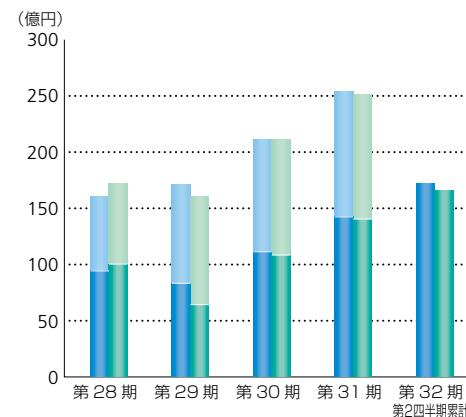
■ 当期純利益 119 億円 (前年同期比 58.1%増)



営業利益 / 経常利益

■ 営業利益 172 億円 (前年同期比 21.3%増)

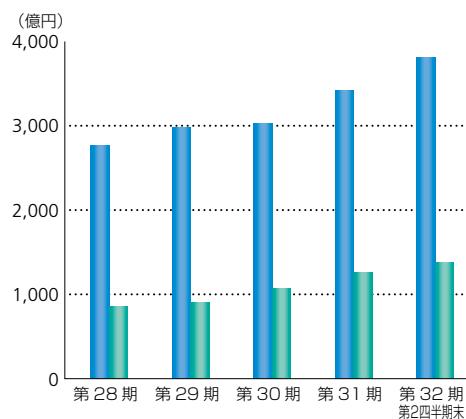
■ 経常利益 165 億円 (前年同期比 17.2%増)



総資産 / 純資産

■ 総資産 3,801 億円 (前期末比 388 億円増)

■ 純資産 1,372 億円 (前期末比 119 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 (2010.7.1~2010.12.31)	当第2四半期連結累計期間 (2011.7.1~2011.12.31)	増加率
売上高	255,481	276,939	8.4%
売上総利益	65,874	71,810	9.0%
販売費及び一般管理費	51,681	54,592	5.6%
営業利益	14,193	17,218	21.3%
経常利益	14,031	16,451	17.2%
四半期純利益	7,549	11,935	58.1%

損益計算書

東日本大震災発生以降、激変した消費行動を的確に捉え、タイムリーな商品構成と価格設定などで、お客さま支持率を高めてきました。その結果、第2四半期最高実績を更新する大幅な増収増益となりました。

四半期連結貸借対照表 (要旨)

(単位: 百万円)

	前期末 (2011.6.30)	当第2四半期連結会計期末 (2011.12.31)	増減額
流動資産	134,515	163,594	29,079
固定資産	206,785	216,545	9,760
資産合計	341,300	380,139	38,839
流動負債	106,071	137,742	31,671
固定負債	109,987	105,219	▲4,768
負債合計	216,058	242,961	26,903
純資産合計	125,242	137,178	11,936

貸借対照表

資産につきましては、現金及び預金や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 388 億円の増加となりました。

負債につきましては、買掛金、短期借入金などの有利子負債の増加により、負債合計は同 269 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 119 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 (2010.7.1~2010.12.31)	当第2四半期連結累計期間 (2011.7.1~2011.12.31)
営業活動によるキャッシュ・フロー	16,390	18,365
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲13,293	▲30,216
財務活動によるキャッシュ・フロー	7,345	13,451
現金及び現金同等物の四半期末残高	48,782	31,814

キャッシュ・フロー (CF) 計算書

営業活動による CF は純利益の計上、減価償却費及び仕入債務が増加要因となる一方、棚卸資産や売上債権の増加が減少要因となり、184 億円の収入となりました。

投資活動による CF は定期預金の預入、有形固定資産の取得などで 302 億円の支出、財務活動による CF は銀行調達及び社債発行による収入などで 135 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

省エネルギー、LED 照明への切り替え促進

ドン・キホーテグループでは、環境負荷の少ない、持続可能な企業活動を目指した改善に取り組んでいます。産学一体となってシステム構築した「店舗エネルギー統合管理システム」は、「一般社団法人環境共創イニシアチブ」(資源エネルギー庁指定団体)による審査の結果、「BEMS 導入支援事業^{*1}」に認定され、首都圏の計 19 店舗で導入、実施し、CO₂年間排出量の約 8%削減^{*2}を実現しています。

また、店舗での蛍光灯や棚下灯、スポットライトなどを、省エネ効果の高い LED 照明に切り替え、節電に努めています。

^{*1} BEMS (Building Energy Management System) ビル全体のエネルギー消費量の削減を図るために、管理者が室内環境・エネルギー使用状況を把握し、快適で機能的な室内環境を維持・管理していくためのシステム。

^{*2} 当社実施実験に基づく推定計算値。

目黒川お花見の会

地域貢献活動の一環として、東京都目黒区の本社にて、「目黒川お花見の会」を開催。社会福祉法人「愛隣会」「三交会さくら苑」、財団法人「こども教育支援財団」などの老人・児童福祉施設利用者の皆さまをはじめ、地元町内会の皆さま、抽選でご招待した顧客の皆さまなど、総勢約 2,000 名をお招きしています。



就業体験「商育プロジェクト」の実施

小・中・高校生を対象に、「商育プロジェクト」として、全国のドン・キホーテ店舗で見学や体験入店を受け入れています。日本の将来を担う子供たちに、働く楽しさと責任感・使命感を体験してもらい、店舗に対する意見や要望を店舗運営に反映しています。



ピンクリボン運動

特定の商品の売上の一部を、(財)日本対がん協会へ、「ピンクリボン運動」のために寄付しています。ピンクリボン運動とは、乳がんの撲滅、検診の早期受診を啓蒙・推進するために行われている世界規模のキャンペーンです。



CSR への取り組みについての詳細は、下記のホームページをご覧ください。

<http://www.donkigroup.jp/→「CSR」>

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 196 億 8 百万円
 従業員数 2,591 名

役員

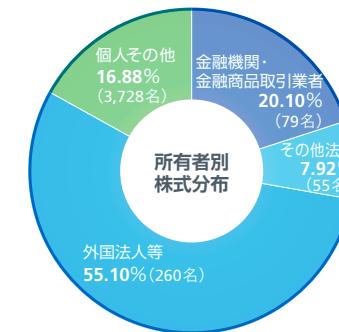
代表取締役会長 兼 CEO	安田 隆夫
代表取締役社長 兼 COO	成沢 潤治
専務取締役 兼 CFO 兼 CCO	高橋 光夫
取締役 兼 CIO	大原 孝治
常勤監査役	福田 富昭
監査役	岩出 誠
監査役	本郷 孔洋
監査役	井上 幸彦

(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	77,077,880 株
自己株式の総数	1,244 株
株主総数	4,122 名

(注) 株主総数は前期末と比較して 420 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
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) [*]	3,926,800	5.09
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口) [*]	3,244,700	4.21
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
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	2,280,210	2.96
ザ チェース マンハッタン バンク 385036	2,213,100	2.87
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口 9) [*]	2,193,400	2.85
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー	1,918,500	2.49

(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。