

変化⁺ 対応

RESPONSIVENESS
TO CHANGE

ドンキホーテホールディングス会社案内

ドンキホーテ HLDGS



変化対応力を発揮して、
激動の時代をさらに駆け上がる

少子高齢化で先細りする市場と、ネット通販の普及の影響も相まって、小売業界はドラスティックな変革期にあります。今後さらに業界内での優勝劣敗も進むでしょう。そんな中において、ドンキホーテホールディングスは2017年6月期まで28期連続増収営業増益を果たしました。これもひとえに当社グループに関わる皆さまのご支援・ご指導の賜物と心より感謝しております。

当社グループは企業原理「顧客最優先主義」を掲げ、お客さまに喜ばれる商品・サービスを提供するため、店舗への権限委譲による地域に根ざした個店主義を愚直に推し進めてきました。ここまでお客さまに支持されたのは、現場の従業員がお客さまの小さな変化も見逃さず、スピーディにお応えしてきたからに他なりません。現場をよりサポートするために、2017年6月期は「組織開発」「人材開発」「商品開発」の改革を立ち止まることなく推し進めてきました。この不断の変化対応力こそが、売上高8,288億円、営業利益462億円、グループ総店舗数368店舗の企業にまで成長できた理由です。変化対応はわれわれの企業マインドであり強みでもあります。

決して先行きの明るい世の中とは言えませんが、どんな時代になろうとも、企業原理である「顧客最優先主義」の忠実な実践者として、真の「変化対応業」としての強さと魅力、楽しさを、国内外に広く発信していく所存です。

代表取締役社長 兼 CEO 大原孝治



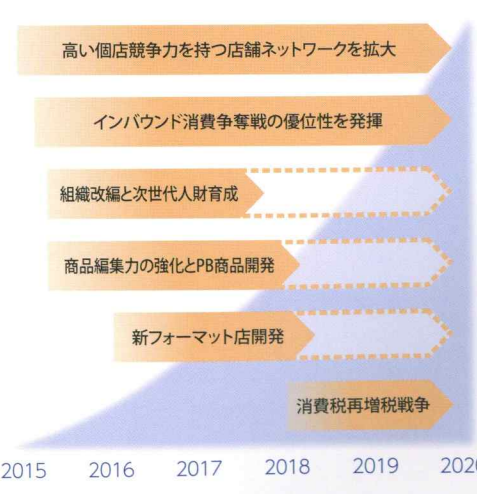
ドン・キホーテグループの

未来

ビジョン
2020

東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年を達成年度として、「ビジョン2020」を策定。売上高1兆円、店舗数500店、ROE(株主資本当期純利益率)15%を中期の経営目標としています。

目標達成に向けて、全従業員が一丸となって企業原理である「顧客最優先主義」を実践し、お客さまご利用数の増加と継続的な収益性の向上を実現します。ドン・キホーテグループはこれからもお客さま満足を追及し、本業を通じた社会への貢献を実現していきます。



「顧客最優先主義」

—創業時から受け継がれる

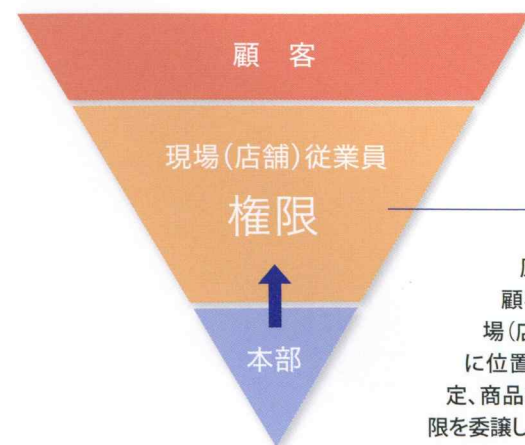
ドン・キホーテの

DNA

企業原理

「顧客最優先主義」。これはドン・キホーテグループのあらゆる行動や判断の基盤となる企業原理です。私たちは、企業経営から店舗運営に至るすべてにおいて、「顧客最優先主義」に基づいて行動しています。

顧客を起点とした“逆ピラミッド”型組織



権限委譲

ドン・キホーテグループは、企業原理「顧客最優先主義」のもと、顧客と最も接する機会の多い現場(店舗)従業員を社内の最上位に位置づけ、仕入れから価格決定、商品構成、陳列まで多くの権限を委譲しています。



ワクワク・ドキドキ をビジネスモデルに

時代と社会は常に変化しています。お客さまの心理もまた同様です。当社は成功体験に甘んじることなく、その時代のお客さまがいつも「ワクワク・ドキドキ」できる商空間を提案してきました。お客さまにお買い物を通じて、便利さ(CV:コンビニエンス)、安さ(D:ディスカウント)、楽しさ(A:アミューズメント)を提供するという独自の店舗コンセプト「CV+D+A」に基づいた店舗運営と商品施策により、「必要な物を、必要な時に買う」だけでなく、ワクワク・ドキドキしながらお買い物自体を楽しめる「時間消費型店舗」というビジネスモデルを築き上げてきたのです。

CV Convenience
営業時間・営業日数・品揃え・店舗立地

日用品や食料品から家電製品、高級ブランド品に至るまで、多種多様なアイテムを取り揃え、利便性の高い店舗づくりに取り組んでいます。

D Discount
割安感・安心感・期待感

お客さまに、いつでも「驚安*価格」でお買い物を楽しんでいただけるよう、地域最安値をお約束するための努力を継続しています。
※お客さまに「驚き」と「感激」を提供する、「激安」を超えた安さのこと

商品のジャングルの中で、ユーモアあふれる手書きPOPを目印に宝物を発見するという「時間消費型」のショッピングモデルを提案し、お買い物の「楽しさ」を追求しています。

A Amusement
新発見・意外性・話題性



変化+ 対応
RESPONSIVENESS TO CHANGE

目を引く手書きPOP(商品紹介カード)や量感たっぷりの圧縮陳列、地域色を反映した内装や目を引く装飾など、変幻自在な店舗演出はドン・キホーテグループの真骨頂です。ショッピングの楽しさを感じずにはられないこれらの演出は、一般的なディスカウントストアや大手総合スーパーと一線を画すものであり、当社グループの強みであるアミューズメント感あふれる売場づくりを支えています。

エンターテインメント性あふれる 店舗演出



圧縮陳列

「見やすく、買いやすく」という小売業の常識を覆し、膨大な種類・数量の商品を圧倒的なボリューム感で陳列する当社独自の陳列手法。



手書きPOP

店内の至る所にある、カラフルでエンターテインメント性あふれる、POPライターによる手書きの商品紹介カード。商品の魅力をお客さまに楽しくわかりやすく伝えている。



スポット商品

流通市場の余剰商品や季節性の高い商品、驚安かつ珍しい商品などの総称。お客さまに「サムシング・ニュー(目新しさ)」をお届けするための重要な切り札のひとつ。



現場への 権限 委譲

常にお客さまと接する現場スタッフに、商品の仕入れから値付け、陳列に至るまで大胆に業務を任せる「権限委譲」は、ドン・キホーテグループが顧客最優先主義を実現するのに欠くことのできない経営理念です。

また、年齢・性別・国籍・入社年次に関係なく、個人の実績を公正に評価する実力主義の人事評価制度を実施しているため、現場スタッフは、失敗を恐れず何度でも挑戦し続けることができます。この企業風土の中で徹底される「権限委譲」によって、現場スタッフは高いモチベーションを維持しながら積極的に挑戦を重ね成長しています。

「顧客親和性」の高い店舗づくりを 可能にする個店経営

当社は、企業原理「顧客最優先主義」のもと、ターゲットとするお客さま層に近い年代・ライフスタイル・感性を持った顧客親和性の高いスタッフに、店舗づくりにおける多くの権限を委ねています。彼らは、日々変化するお客さまのニーズを的確に捉えつつも、迅速かつ柔軟な品揃えを実現できる「変化対応力」を発揮しながら、お客さまの視点に立った売場づくりを行っています。こうした顧客親和性の高いスタッフによるお客さま目線の店舗づくりは、現場への「権限委譲」を徹底する個店経営という考え方が全社的に浸透しているからこそ成り立っており、当社グループの最大の強みとなっています。



インバウンドや 海外進出で加速する 国際化

2020年の東京オリンピック・パラリンピックを控え、ますます増加する訪日外国人。ドン・キホーテグループはそのお買い物ニーズにいち早く応え、多言語での店舗案内や、ドン・キホーテ・MEGAドン・キホーテ全店舗の免税店化を図るなど、インバウンドでも俊敏な変化対応力を発揮してきました。

当社グループの国際化の勢いはインバウンドにとどまらず、米国、ASEANへの出店へと広がりを見せています。PB商品の生産拠点の新規開拓、外国人従業員の積極的な雇用、海外の大学との交流など、活動領域も多彩。日本の小売業の風雲児たるドン・キホーテが国境を越え、新しい挑戦を始めています。



満を持した世界戦略が本格始動

ドン・キホーテグループは、2008年からアジア・ASEAN地域における認知度向上に向け、海外旅行博への積極的な出展や、自治体・旅行代理店・ホテル等と協力し、さまざまな誘客活動を行ってきました。これらの活動の結果、アジア・ASEAN地域から当社グループ店舗に来店される訪日客は年々増え続け、SNSや口コミ等の効果で当該エリアにおける当社グループの認知度は近年さらに高まっています。そこで、満を持して世界戦略に舵を取り、当社グループがこれまで培ってきたノウハウを集結し、海外においてもオンリーワン業態を創造しながらグループの成長戦略を実現する新たな開発拠点としてASEANをはじめ広く世界に進出していきます。





機動的な出店を 可能にする多彩な 店舗形態

ドン・キホーテグループは、「ドン・キホーテ」「MEGAドン・キホーテ」「New MEGAドン・キホーテ」「ピカソ」「ドイト」など、売場面積300㎡から10,000㎡まで、多彩な店舗フォーマットを全国に展開してきました。

今後も、これまで培ってきた店づくりのノウハウを活かし、店舗規模や店舗構造にとらわれないこと、立地や商圈に最も適した店舗フォーマットで全国各地に出店していきます。

迅速かつローコストな出店形態 「ソリューション出店」

「ソリューション出店」とは、ショッピングセンターなどの複合商業施設から要請を受け、テナント出店する出店形態で、当社グループの店舗開発における選択肢のひとつとして位置づけています。ソリューション出店は居抜き出店*であることから、設備投資が新築より少額で済むというメリットがある上に、施設側からの要請で出店するため、賃借料などの条件も優遇され、従来以上に迅速かつローコストな店舗開設が可能です。もちろん、施設側にとっては、ブランド認知度が高い当社グループ店舗が出店することで、集客アップが見込め、ショッピングセンター全体の活性化にもつながります。

*同業種や他業種などが撤退した店舗跡地への出店



MEGAドン・キホーテ

ドン・キホーテグループの総力を結集し、「豊富な品揃え」と「驚きの安さ」をコンセプトに開発した、日本初の「ファミリー型総合ディスカウントストア」。売場面積は平均約9,000㎡、取り扱いアイテム数は6～10万点で、幅広い世代のお客さまにご支持をいただいています。



New MEGAドン・キホーテ

売場面積は平均約4,000㎡、取り扱いアイテムは4～8万点と、MEGAドン・キホーテよりも規模が小さい業態。MEGAに比べて、生鮮食品の割合を減らし、日用消耗品や加工食品に注力するなど、より収益性・効率性を重視した業態です。



ドン・キホーテ

「コンビニエンス+ディスカウント+アミューズメント」の三位一体を店舗コンセプトとする総合ディスカウントストアで、ドン・キホーテグループの中核業態。食品、日用品をはじめ、雑貨、衣料品、家電製品、ブランド品、バラエティグッズまで、約4～6万点のアイテムを取り揃えています。



スモールフォーマット

ピカソ/エッセンス/驚安堂/エキドンキ/ソラドンキ

ドン・キホーテ店舗のスタイルをさらに凝縮させ、品揃えを絞り込んだ、都心小商圏に対応する小型業態。ドラッグストア、コンビニエンスストア、ミニスーパーを掛け合わせたような店舗業態で、より地域に密着し、日常生活で利用しやすい店舗づくりを目指しています。



ドイト

「ハートでおこたえます!」をキャッチフレーズに、職人向けプロユース商品から日曜大工まで、お客さまの幅広いニーズに応える本格的ホームセンター。リフォーム事業にも注力しています。また、体験型DIYリフォームショールームの開設なども行っています。

店舗タイプ	売場面積	アイテム数	商品構成の特徴	主要対象顧客
MEGA ドン・キホーテ	8,000㎡～10,000㎡	60,000～100,000	衣食住用実用品 食料品&日用品中心	主婦・ファミリー層
New MEGA ドン・キホーテ	3,000㎡～5,000㎡	40,000～80,000	衣=実用衣料を中心 食=生鮮食品を抑制	
ドン・キホーテ	1,000㎡～3,000㎡	40,000～60,000	アミューズメント & バラエティショップ	若者・カップル層
スモールフォーマット ピカソ/エッセンス 驚安堂/ エキドンキ/ソラドンキ	300㎡～1,000㎡	10,000～20,000	特定商品に特化 (ドラッグ&コンビニ &ミニスーパー)	
ドイト	2,000㎡～7,000㎡	40,000～80,000	DIY関連 & 家庭用品	クラフトマン ファミリー層

(2017年6月30日現在)

連続増収営業増益
(2017年6月30日現在)

1989年の1号店開店以来、当社は28期もの間、連続増収営業増益を達成。3,500社を超える国内上場企業の中で、第2位に位置しています。当社がこうした偉業を達成できたのは、お客さまのご支持の賜物であり、「顧客最優先主義」に基づくスタッフの日々の努力の結果であるといえます。当社グループは、これからもお客さま満足の最大化を追求し、たゆまぬ努力を続けることで安定的かつ継続的な成長を目指します。



持続可能な成長を実現



業態確立 「圧縮陳列」をはじめとした独自の店舗ノウハウと、ユニークな品揃え・割安感・高付加価値を追求した商品施策により、「必要な物を、必要な時に買う」だけでなく、「お買い物自体を楽しむ=時間消費型」店舗という斬新なビジネスモデルを築き上げました。

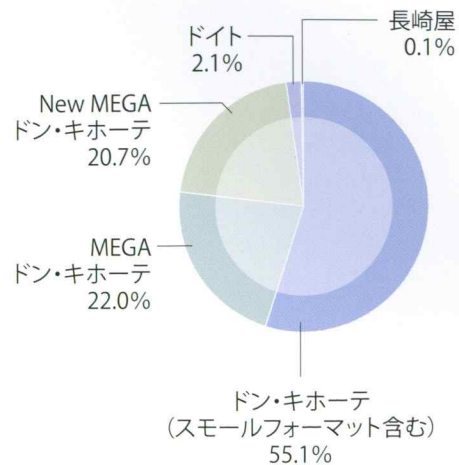
首都圏多店舗化 1997年に都心エリアの東京・新宿に出店。その後、ナイトマーケット需要が期待できる首都圏において、物流効率や認知度向上などの面でメリットの多いドミナント展開を進めました。

全国展開 2001年より全国規模で出店エリアの拡大を開始し、首都圏で確立したノウハウを活用し、政令指定都市などへ積極的に出店しました。

M&Aによる拡大 2006年の米国ハワイ州における店舗取得を皮切りに、DIY用品販売の老舗「ドイト」や総合スーパー「長崎屋」、中京地区のディスカウントストア「ビッグワン」をグループ傘下に収め、総合小売グループへ大きな変貌を遂げました。

New Stageへ 純粋持株会社体制への移行により、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ました。今後もお客さま満足の最大化を追求しながら、継続的な成長と安定を目指します。

業態別売上高構成比
(2017年6月期)



業態別商品構成 (2017年6月期)

	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	その他
ドン・キホーテ (スモールフォーマット含む) 223店	10.8	27.4	29.1	23.7	7.8	
MEGA ドン・キホーテ 40店	7.1	17.0	54.6	14.8	4.6	
New MEGA ドン・キホーテ 72店	10.5	23.7	35.7	20.7	8.0	
長崎屋 2店	5.0	21.5	2.7	67.8	2.1	
合計	9.9	24.3	36.2	21.1	7.1	

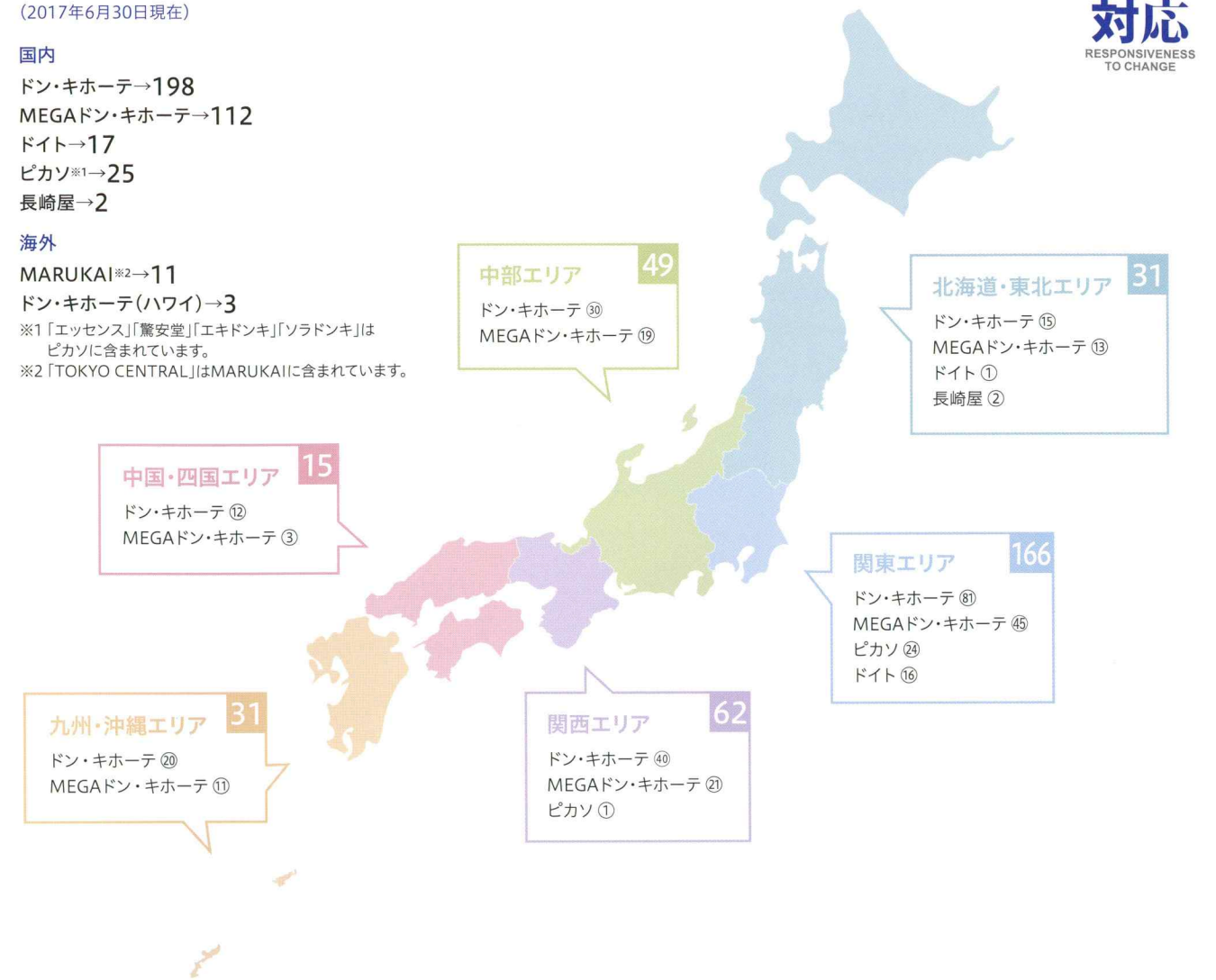
※ドイトは除く

業態別店舗数合計 (計368店舗)
(2017年6月30日現在)

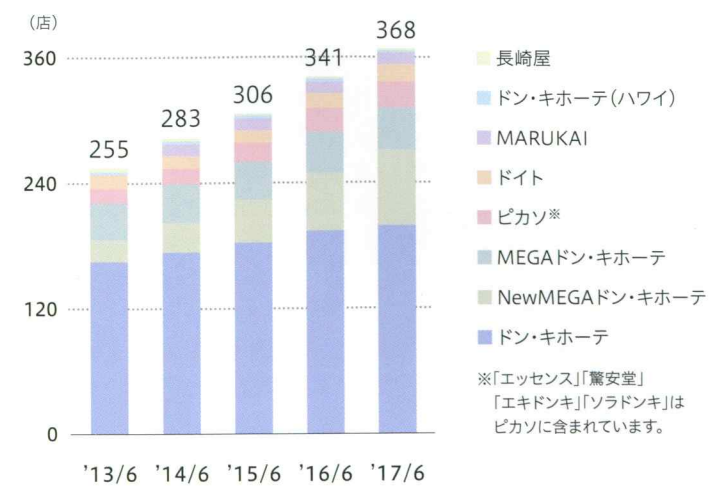
国内
 ドン・キホーテ→198
 MEGAドン・キホーテ→112
 ドイト→17
 ピカソ※1→25
 長崎屋→2

海外
 MARUKAI※2→11
 ドン・キホーテ(ハワイ)→3

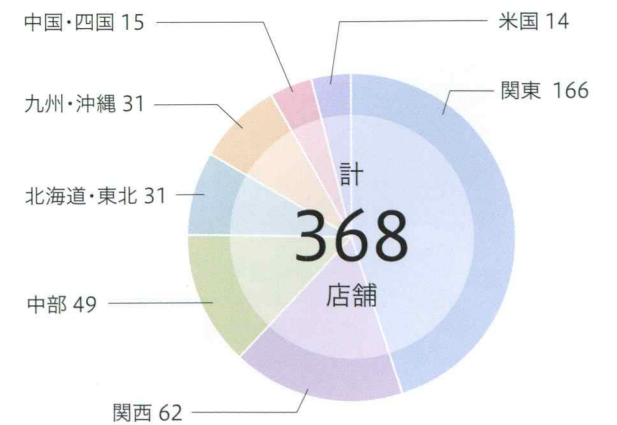
※1「エッセンス」「驚安堂」「エキドンキ」「ソラドンキ」はピカソに含まれています。
 ※2「TOKYO CENTRAL」はMARUKAIに含まれています。



業態別店舗数推移 (2017年6月30日現在)



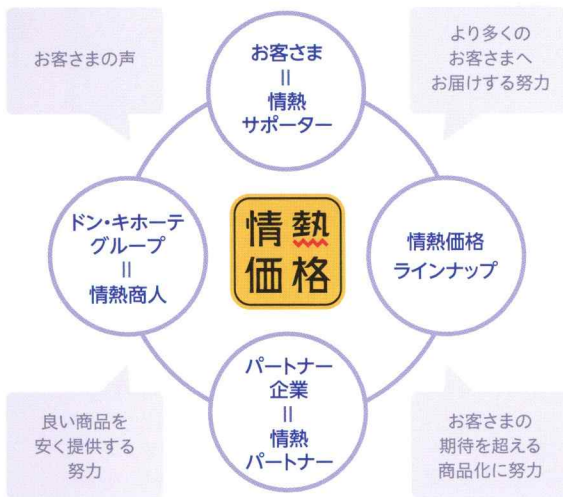
エリア別店舗数 (2017年6月30日現在)



お客様の「ワクワク・ドキドキ」をカタチに

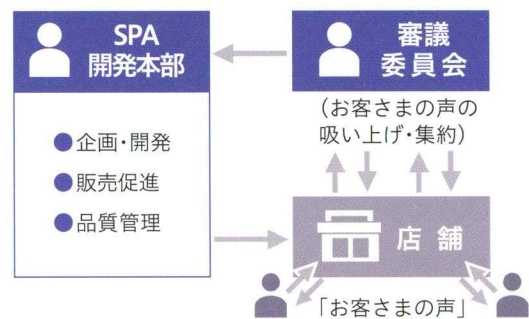
情熱価格

2009年10月に誕生したプライベートブランド「情熱価格」は、単なる低価格一辺倒のPBとは一線を画した品質の良さと、ドン・キホーテならではの楽しさや発見といった要素が魅力です。これまでに食品、日用品、衣料品、家電製品など、さまざまなカテゴリーの商品をパートナー企業さまとともに開発・商品化し、お客さまからも高い評価をいただいています。

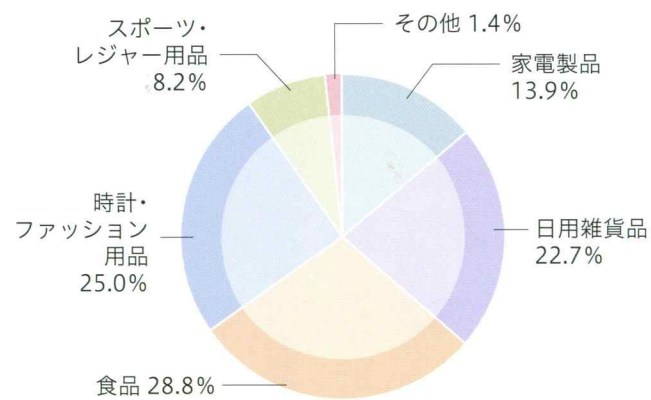


開発体制

オリジナル商品の開発は、商品カテゴリーの専任担当者で構成されたSPA開発本部が担当。プライベートブランドとOEM(ドン・キホーテ限定販売商品)を合わせたオリジナル商品の売上拡大を目指し、商品開発を行っています。ドン・キホーテグループでは、現場スタッフが「お客さまの声」を吸い上げ、いわばマーケットターとして商品開発に反映させるというボトムアップ型の組織体制を敷いており、SPA開発本部は商品企画に徹し、ドン・キホーテらしい独自のマーチャンダイジングに注力しています。



オリジナル商品部門別売上構成比 (2017年6月期)



商品の詳細はホームページをご覧ください

ドン・キホーテ PB商品 検索

<http://www.donki.com/j-kakaku/>

2016年2月に「情熱価格」ブランドをリニューアルし、価格訴求の「情熱価格」、付加価値訴求の「情熱価格+PLUS(プラス)」、オンリーワン訴求の「情熱価格PREMIUM(プレミアム)」の3つのラインに細分化しました。

より多様化するお客さまのニーズにお応えし、お客さま自身も意識していない「潜在的なウォンツ」もカバーする商品開発に取り組んでいます。



情熱価格

お客さまの「安く」という声にお応えする、驚きの安さを提供するブランド



情熱価格+PLUS

情熱価格のワンランク上を目指し、プチ便利・プチハッピーを提供するブランド



情熱価格PREMIUM

価格、品質、機能、デザインにおいて最上級の付加価値を提供するブランド

商品カテゴリー

食品

冷凍食品、加工食品、乾物、調味料、麺類、飲料、菓子、酒など



家庭雑貨品

掃除用品、洗濯用品、バス・トイレ用品、衛生用品、文房具など



キッチン雑貨品

鍋、まな板、ケトル、マグボトル、キッチン洗剤など



美容・健康用品

スキンケア、ヘアケア用品、美容グッズ、健康器具など



かばん・シューズ

スーツケース、ビジネスバッグ、など



衣料品

メンズ衣料、レディース衣料など



インテリア・家具・寝具

ソファ、クッション、マットレス、枕、キャビネットなど



スポーツ・アウトドア

ヨガ・フィットネス用品、筋トレ用品、キャンプ・BBQ用品、球技用品など



家電製品

加湿器、掃除機、テレビ、AV機器、調理機器、ヘアアイロンなど



ペット用品

ドッグフード、キャットフード、お手入れ用品、トイレ用品など



バラエティグッズ

ゲーム、マジック用品、ダーツボード、パーティ用品など



カー用品・自転車

洗車用品、車用クッション、自転車など



クオリティの高さで注目を集めるドンキのオリジナル商品

業界内外にインパクトを与えたヒット商品「情熱価格プラス4K対応50V型液晶テレビ(2017年6月15日発売、54,800円税別)。市場最安値に挑戦した低価格と高い品質が話題となり、初回生産台数の3,000台および追加生産した1,400台が即完売。54,800円(税別)という従来の常識を覆す低価格ながら、サプライズな高品質・高機能でブレイクしたPB家電。



画面はハメコミ合成です

RESTORATION(レストレーション)は「上質感」と「ほどよいトレンド感」をキーワードに、カジュアルからビジネスシーンまで幅広くアイテムを展開するブランド。

ACTIVEGEAR(アクティブギア)は「かっこよさ」と「機能性」を備えたスポーツファッションと雑貨のブランド。トレッキング、トレーニング、エクストリームスポーツ等で商品を展開中。



変化対応力を発揮し、お客さまからより愛される店舗へ

お客さまから愛される地域密着型店舗を目指して

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、お客さまからの多大な支持を得ながら成長と拡大を続け、2017年6月30日現在、国内外に368店舗体制を構築しています。出店にあたっては、綿密な商圈分析に基づいて各地域の特性に最適な店舗業態を選択しています。

2017年5月に旧渋谷店から移転オープンした「MEGAドン・キホーテ渋谷本店」は地域密着をモットーに、繁華街の中心にあって、周辺の商業施設や近隣住民にとって利用しやすい店舗づくりを心がけています。旧渋谷店で人気の高かったコスメ、トレンド品、パーティグッズなどをさらに強化。かねてより地元から要望の多かった生鮮食品やできたて惣菜も新たに提供しています。また渋谷区の推進するダイバーシティな街づくりに賛同し、さまざまなお客さまをお迎えすべく、多種多様な品揃え、サービス展開を行っています。また、渋谷エリアに人を呼び込むための集客装置となるような店舗を目指し、国内外の観光客向けに地域と共同で開発した渋谷土産の販売や、渋谷本店の新しいシンボル「手招きハチ」像の設置など、さまざまな取り組みにより、渋谷の魅力を発信していきます。

このように、エリアごとに最適な業態・規模で出店した店舗は、オープン後も日々変化のお客さまのニーズに合わせて、商品構成や店舗レイアウトを細かく調整し、ひとりでも多くのお客さまに満足していただけるよう、改良を続けています。



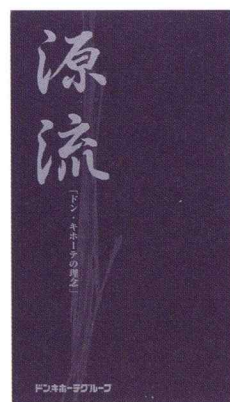
MEGAドン・キホーテ渋谷本店

次世代から未来へ、グループの強さを伝承できる組織であるために

創業会長である安田隆夫の強いイニシアチブにより編纂された企業理念集『源流』（2011年刊行）。ここでは企業原理「顧客最優先主義」に始まり、権限委譲や変化対応、創造的破壊など、ドン・キホーテグループの全従業員・役員が遵守すべき経営理念が記されています。

また、従業員のモラルや組織マネジメント、パートナー企業さまとのあるべき関係性、安全・安心な店づくりについても言及されています。いつの時代にあっても揺るがない指針、絶対的なルールブックとして位置づけ、全員が精神的な「上司」と仰いで業務にあたっています。

「カリスマ経営者」に依存しない、明確なビジョンに基づいた自立自走型集団経営体制を目指す当社グループの普遍的な理念が明文化されています。



企業理念集『源流』



源流研修や源流セミナーを通じて、企業理念の教育と浸透に取り組み、品格のある企業風土の醸成に努めています

驚安商品の発掘

いつ来店しても新鮮で目新しい買い場を構成するための重要アイテムである「スポット商品」[※]。このスポット商品はエリアごとの商品担当者が商談し、スケールメリットを活かして大量に安く仕入れる場合と、店舗の仕入担当者が個別に小ロットで仕入れる場合があります。店舗の仕入担当者は、パートナー企業さまとWEB商談システムを介して直接商談し、自店に合った商品を日々仕入れています。短時間で効率よく商談を行える当システムの活用により、移りゆく顧客の商品需要に柔軟に対応しています。^{※P.5参照}



WEB商談システムを介して「スポット商品」の商談を実施

ドン・キホーテ創業の始祖「泥棒市場」

創業者が1978年に全財産を投じて開業したわずか18坪の雑貨店「泥棒市場」。閉店後の深夜に明かりをつけて陳列作業をしていたところ、営業中と間違えて店舗を訪れるお客さまがいたことが、ナイトマーケットの需要に着目するきっかけとなりました。コンビニエンスストアがまだ午後11時までの営業だった当時、深夜12時まで営業する小さな雑貨店は評判となり、たちまち年商2億円を売り上げる繁盛店となったのです。

深夜営業をはじめ、日用雑貨品から高級ブランド品までが揃う幅広い品揃え、そして商品を探し出し、掘り出し物に出合う喜びを提供する陳列手法—これらの独自の店舗コンセプトは、創業当時に生まれ、そして現在にも脈々と受け継がれるドン・キホーテグループのDNAとなっています。




公式キャラクター「ドンペン」

ドン・キホーテのマスコットキャラクターといえば「ドンペン」。頭にかぶっているのはナイトキャップ、体の色はミッドナイトブルー。月に乗って、暗い夜の街を明るく照らします。



沿革 (1980~2017)

- 1980. 9 卸売販売および小売販売を目的とした株式会社ジャスト(ドンキホーテHDの前身)設立
- 1989. 3 東京都府中市に「ドン・キホーテ」1号店となる府中店を開設
- 1996.12 株式会社公開
- 1998. 6 東京証券取引所市場第2部に上場
- 2000. 7 東京証券取引所市場第1部銘柄へ指定変更
- 2001. 6 小型店舗「ピカソ」1号店を神奈川県横浜市に開設
- 2001.12 全国展開1号店を福岡県福岡市に開設
- 2006. 2 米国ハワイ州で店舗運営を行うDon Quijote (USA) Co., Ltd.を連結子会社化
- 2007. 1 DIY事業を営むドイツ株式会社を連結子会社化
- 2007.10 総合スーパー事業を営む株式会社長崎屋を連結子会社化
- 2008. 6 「MEGAドン・キホーテ」1号店を千葉県四街道市に開設
- 2009.10 プライベートブランド「情熱価格」の販売を開始
- 2011. 1 金融サービスおよびアウトソーシングサービスを営む株式会社フィデック(現・アクリーティブ株式会社)を連結子会社化
- 2011. 7 小型店舗「エッセンス」1号店を埼玉県川口市に開設
- 2013. 4 ソーシャルコンテンツプロバイダの株式会社ジアース(現・日本アセットマーケティング株式会社)を連結子会社化
- 2013. 6 「驚安堂」1号店を東京都杉並区に開設
- 2013. 7 海外事業持株会社として、シンガポール共和国にPan Pacific International Holdings Pte. Ltd.(現・連結子会社)を設立
- 2013. 9 北米およびハワイ州でスーパーマーケットを営むMARUKAI CORPORATIONを連結子会社化
- 2013.12 商号を株式会社ドンキホーテホールディングスに変更し、純粋持株会社体制に移行
- 2014. 3 自社発行型電子マネー「majica(マジカ)」サービス開始
- 2015. 1 「TOKYO CENTRAL(トウキョウ セントラル)」1号店を米国カリフォルニア州に開設
- 2015. 2 国内初「外貨によるレジ精算サービス」開始
- 2015. 3 株式会社ダイシン百貨店と業務提携
- 2015. 5 ドン・キホーテグループ店舗300店達成
- 2015.10 「エキドンキ」1号店をJR大阪駅構内の商業施設に開設
- 2015.12 体験型DIYリフォームショールーム「ドイツウィズ リ・ホーム」1号店を東京都新宿区に開設
- 2016. 2 「情熱価格ブランド」をリニューアル
- 2016. 6 「ソラドンキ」1号店を羽田空港国際線ターミナル内に開設
- 2017. 1 アクリーティブ株式会社を持分法適用関連会社化
- 2017. 8 ユニー・ファミリーマートホールディングス株式会社との資本・業務提携を締結
- 2017. 9 ハワイ州でスーパーマーケットを展開するQSI,Inc.を連結子会社化

The background of the entire page is a complex, low-poly geometric pattern. It consists of numerous irregular polygons in various shades of gray, ranging from light to dark, creating a textured, crystalline effect. The pattern is dense and covers the entire area.

株式会社ドンキホーテホールディングス

〒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-hd.co.jp/>

株式会社
ドン・キホーテ HLDGS

商号 株式会社ドンキホーテホールディングス(英文名 Don Quijote Holdings Co., Ltd.)
 代表者 代表取締役社長兼 CEO 大原孝治
 事業内容 グループ会社株式保有によるグループ経営企画・管理、子会社の管理業務受託、不動産管理等
 事業所 本社 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10
 TEL：03-5725-7532 FAX：03-5725-7322
 設立年月日 1980年9月5日
 資本金 224億25百万円(2017年6月30日現在)
 決算日 6月30日(年1回)
 役員 代表取締役社長兼 CEO 大原孝治
 専務取締役兼 CFO 高橋光夫
 専務取締役兼 CCO 吉田直樹
 取締役 阿部博史
 取締役 石井祐司
 取締役 大橋展晴
 取締役 鈴木康介
 取締役 西井 剛
 取締役 芳賀 剛
 取締役 丸山哲治
 取締役(常勤監査等委員) 和田尚二
 社外取締役(監査等委員) 井上幸彦
 社外取締役(監査等委員) 吉村泰典
 社外取締役(監査等委員) 福田富昭
 社外取締役(監査等委員) 西谷順平
 (2017年9月27日現在)
 創業者 創業会長兼最高顧問 安田隆夫
 従業員数 6,708名(連結)(2017年6月30日現在)
 主な取引銀行 みずほ銀行／三井住友銀行／リソナ銀行
 U R L <http://www.donki-hd.co.jp/>
 主な関連会社 株式会社ドン・キホーテ／株式会社長崎屋／ドイツ株式会社／株式会社ライラック
 ／株式会社ダイシン百貨店／株式会社ジャストネオ／株式会社富士屋商事／日本
 商業施設株式会社／パンパシフィックフーズ株式会社／株式会社ディワン／株式
 会社ドン・キホーテライフアシスト／株式会社リアリット／株式会社ジャパンインバ
 ウンドソリューションズ／株式会社ドン・キホーテシェアードサービス／ストアーク
 ルーズ株式会社／MARUKAI CORPORATION／Don Quijote (USA) Co., Ltd.／QSI, Inc.
 ／日本アセットマーケティング株式会社

ドン・キホーテグループの
事業領域(2017年9月30日現在)



※PPI HD: Pan Pacific International Holdings DRM: ドンキホーテホールディングス・リテール・マネジメント

ドン・キホーテ

株式会社ドン・キホーテ

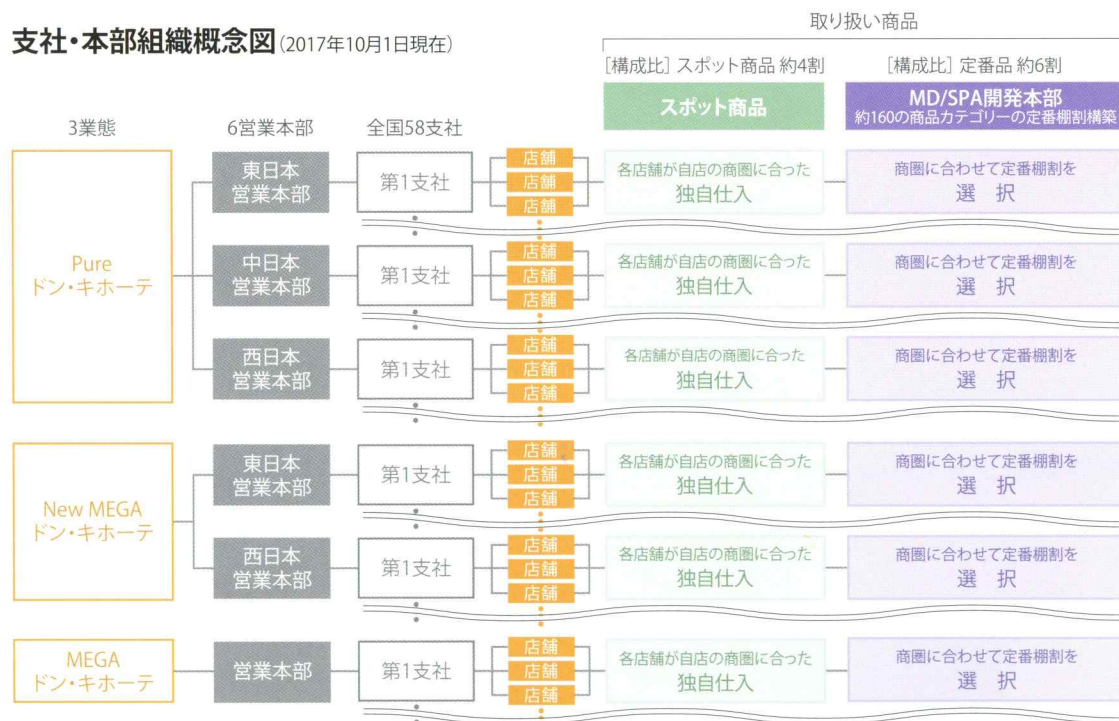
商号 株式会社ドン・キホーテ(英文名 Don Quijote Co., Ltd.)
 代表者 代表取締役社長 大原孝治
 事業内容 家電用品、日用雑貨品、食品、時計・ファッション用品及びスポーツ・レジャー用品等の販売を行うビッグコンビニエンス&ディスカウントストア
 事業所 本社 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10
 TEL：03-5725-7532 FAX：03-5725-7322
 店舗 詳細はホームページの店舗情報ページをご覧ください。
<http://www.donki.com/>
 設立年月日 2013年8月14日(旧ドン・キホーテ設立1980年9月5日)
 資本金 1億円(2017年6月30日現在)
 決算日 6月30日(年1回)
 営業品目 ・家電製品：オーディオ機器、ビジュアル機器、一般家電製品、季節家電製品、通信機器等
 ・日用雑貨品：家庭雑貨品、紙綿製品、文具、大工用品、医薬品、園芸用品、インテリア用品等
 ・食品：加工食品、飲料、菓子、麺類、パン、乳製品、冷凍食品、酒類等
 ・時計・ファッション用品：時計、宝飾、靴、喫煙用具、衣料、ブランド品、サングラス等
 ・スポーツ・レジャー用品：スポーツ用品、自転車、カー用品、バラエティ商品等
 ・その他：ペット用品等
 主な仕入先 国分首都圏株式会社/株式会社あらた/株式会社山星屋/日本酒類販売株式会社/花王カスタマーマーケティング株式会社/株式会社PALTAC/株式会社大木/株式会社ジャストネオ/三陽物産株式会社/三菱食品株式会社
 子会社 株式会社ライラック/株式会社富士屋商事/ストアークルーズ株式会社

長崎屋

株式会社長崎屋

商号 株式会社長崎屋(英文名 Nagasakiya Co., Ltd.)
 代表者 代表取締役社長 関口憲司
 事業内容 総合小売業
 事業所 本社 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10
 TEL：03-5725-7532 FAX：03-5725-7322
 店舗 詳細はホームページの店舗情報ページをご覧ください。
<http://www.nagasakiya.co.jp/>
 設立年月日 1948(昭和23)年1月31日
 資本金 1億円(2017年6月30日現在)
 決算日 6月30日(年1回)
 沿革 1948年 神奈川県平塚市に株式会社長崎屋蒲田店を設立
 1952年 商号を株式会社長崎屋に変更
 2007年 株式会社ドン・キホーテ(現・株式会社ドンキホーテHD)の連結子会社となる
 営業品目 ・衣料品：紳士・婦人・子供衣料、肌着・靴下、寝具、服飾雑貨等
 ・食品：生鮮食品、加工食品、グロスアリー、飲料、酒類等
 ・住居関連用品：家電製品、インテリア、家庭用品、玩具、レジャー用品等
 事業概要 株式会社長崎屋は、食品や衣料品を主力とした総合スーパーを展開する、日本流通業界でも有数の老舗企業です。2007年にドン・キホーテグループ入りし、ドン・キホーテとともに「顧客最優先主義」を追求し、共同仕入れやPB(自社開発商品)開発などを通じて、グループシナジーを最大限に発揮。主に、ファミリー向けの総合ディスカウントストア「MEGAドン・キホーテ」や、ショッピングセンター「ラパーク」を運営し、地域のお客さまに愛される店づくりを継続していきます。

支社・本部組織概念図(2017年10月1日現在)



「店舗網拡大」と「個店経営」という「トレードオフ」を両立させたマトリックス経営

商品は約160のカテゴリに分かれており、店舗担当者は地域・個店戦略に合わせた仕入れや店づくりを行っています。「店舗網拡大」の観点からは、スケールメリットを活かした仕入れで商品を販売・拡大することが命題ですが、一方、「個店経営」という観点では、その店の商圏にあった品揃えが必要です。店舗担当者は独自の仕入れを行い、店長以下、他の担当者と連携をとりながらその地域のニーズを満たす店舗づくりを行います。こうしてスケールメリットを追求する「店舗網拡大」と、スモールメリットを実現する「個店経営」という相反する要素を両立させた、独自のマトリックス経営で、日々お客さまのご要望にお応えしています。



ドイト株式会社

商号 ドイト株式会社(英文名 Doit Co., Ltd.)
 代表者 代表取締役社長 大原孝治
 事業内容 ホームセンター「ドイト」の運営、ガーデニング専門店「Hananoki」の運営、リフォーム事業
 事業所 本社 〒338-0006 埼玉県さいたま市中央区八王子1-6-18
 TEL：048-853-9700 FAX：048-854-1854
 店舗 詳細はホームページの店舗情報ページをご覧ください。
<http://www.doit.co.jp/>
 設立年月日 2007年1月31日(ドイト創業1972年12月1日)
 資本金 1億円(2017年6月30日現在)
 決算日 6月30日(年1回)
 沿革 1972年 日本初のDIY店「ドイト」1号店を埼玉県与野市(現・さいたま市)に開店
 1978年 「HOME CENTER OF THE YEAR(米国)」賞を3年連続して受賞
 2007年 株式会社ドン・キホーテ(現・株式会社ドンキホーテHD)の連結子会社となる
 営業品目 ・DIY用品：木材、建材、工具、金物、塗料、住宅設備、インテリア、家庭用品、カー用品、ペット用品等
 ・園芸用品：ガーデニング用草花、花木、肥料、園芸用品、園芸資材、エクステリア資材等
 ・その他：リフォーム相談・施工、工作加工、工具及び運搬用トラックのレンタル、アドバイザー相談派遣等
 事業概要 ドイト株式会社は、日本で最初の本格的なDIY店として、1972年に誕生し、2007年に新生ドイトとして株式会社ドン・キホーテ(現・株式会社ドンキホーテHD)の連結子会社になりました。「自らの手で、生活をクリエイト」をテーマに、プロ・アマを問わず、自分自身の手で快適な住まいをつくり、創意工夫しようとするお客さまのお役に立つ素材や道具、用品を豊富に取り揃えています。主に大型ホームセンターの「ドイト」や、駅前立地の小型ホームセンター「タウン・ドイト」などを運営しています。
 子会社 WITH DOIT株式会社

会社概要

4

グループ会社情報

(2017年9月30日現在)

ダイシン百貨店

商号 株式会社ダイシン百貨店
代表者 代表取締役社長 大橋展晴
事業内容 総合小売事業
事業所 本社 〒143-0023 東京都大田区山王3-6-3
資本金 5,690万円(2017年6月30日現在)

JUST NEO 株式会社ジャストネオ

商号 株式会社ジャストネオ
代表者 代表取締役社長 馬場哲郎
事業内容 海外での商品開発・調達・製造管理等
事業所 本社 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10
資本金 1,000万円(2017年6月30日現在)

日本商業施設 Japan Commercial Establishment

商号 日本商業施設株式会社
代表者 代表取締役社長 芳賀 剛
事業内容 商業施設の建設・管理・運営、テナント賃貸事業
事業所 本社 〒134-0081 東京都江戸川区北葛西4-14-1
資本金 16億円(2017年6月30日現在)
主要子会社 パンパシフィックフーズ株式会社

D-ONE

商号 株式会社ディワン
代表者 代表取締役社長 白濱満明
事業内容 不動産開発業
事業所 本社 〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10
資本金 4,800万円(2017年6月30日現在)

株式会社 **ドン・キホーテ** **ライフアシスト**

商号 株式会社ドン・キホーテライフアシスト
代表者 代表取締役社長 長岡 淳
事業内容 損害保険の代理店業務、生命保険の募集に関する業務
事業所 本社 〒134-0081 東京都江戸川区北葛西4-14-1
資本金 2,000万円(2017年6月30日現在)

REALIT 株式会社リアリット

商号 株式会社リアリット
代表者 代表取締役社長 阿部博史
事業内容 インターネットサービス業
事業所 本社 〒134-0081 東京都江戸川区北葛西4-14-1
資本金 1億円(2017年6月30日現在)

J.I.S.

商号 株式会社ジャパンインバウンドソリューションズ
代表者 代表取締役社長 中村好明
事業内容 国際交流・翻訳などの多言語サービス及びグローバル人材派遣事業
事業所 本社 〒103-0023 東京都中央区日本橋本町3-4-5
PMO日本橋三越前10F
資本金 1,000万円(2017年6月30日現在)

●● Marukai

商号 MARUKAI CORPORATION
代表者 代表取締役社長 服部将允
事業内容 米国におけるスーパーマーケット(食品及び生活関連商品販売)の営業
事業所 本社 1740 West Artesia Blvd., Gardena, CA 90248
資本金 318,930USドル(2017年3月31日現在)

Don Quijote

商号 Don Quijote (USA) Co., Ltd.
代表者 代表取締役社長 Edwin Sawai
事業内容 米国ハワイ州における総合ディスカウントストア事業
事業所 本社 801 Kaheka St., Honolulu, HI 96814
資本金 92百万USドル(2017年3月31日現在)
主要子会社 MARUKAI HAWAII CO. LTD.

QSI, Inc.

商号 QSI, Inc.
代表者 代表取締役社長 岡田英樹
事業内容 小売業(米国ハワイ州におけるスーパーマーケットの運営)
事業所 本社 3375 Koapaka Street, Honolulu, HI 96819
資本金 800,000USドル(2017年6月30日現在)

JAPAN ASSET MARKETING Co., LTD. 日本アセットマーケティング株式会社

商号 日本アセットマーケティング株式会社
代表者 代表取締役社長 越塚孝之
事業内容 不動産賃貸・不動産管理、施設の保守・メンテナンス
事業所 本社 〒134-0081 東京都江戸川区北葛西4-14-1
資本金 21,621百万円(2017年3月31日現在)

主な国内拠点(事業本部・営業本部)

(2017年9月30日現在)

中目黒本社	〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10
堀之内事業本部	〒192-0362 東京都八王子市松木34-11
小金井事業本部	〒184-0004 東京都小金井市本町5-11-2
葛西社屋	〒134-0081 東京都江戸川区北葛西4-14-1
亀戸社屋	〒136-0071 東京都江東区亀戸1-40-2
立川社屋	〒190-0012 東京都立川市曙町2-18-18
本八幡社屋	〒272-0023 千葉県市川市南八幡4-9-1
渋谷社屋	〒150-0042 東京都渋谷区宇田川町28-6
Pure東日本営業本部	〒153-0042 東京都目黒区青葉台2-19-10
Pure中日本営業本部	〒184-0004 東京都小金井市本町5-11-2
Pure西日本営業本部	〒810-0801 福岡県福岡市博多区中洲3-7-24
NewMEGA東日本営業本部	〒184-0004 東京都小金井市本町5-11-2
NewMEGA西日本営業本部	〒543-0037 大阪府大阪市天王寺区上之宮町1-24
長崎屋MEGA営業本部	〒184-0004 東京都小金井市本町5-11-2
ドイト与野営業本部	〒338-0006 埼玉県さいたま市中央区八王子1-6-18

主な海外拠点

(2017年9月30日現在)

堂吉進出口貿易(上海)有限公司 Don Quijote Imp. & Exp. (Shanghai) Co., Ltd.

事業内容 海外輸出入、商品検査、品質管理、製造管理、商品企画情報発信

上海総公司
Shanghai Head Office 200040 上海市静安区武定路555号
快易名商630室
TEL: 021-5879-3241 FAX: 021-5879-4109

広州分公司
Guangzhou Branch 510310 広州市海珠区新港中路
芸影街11号1906室
TEL: 020-3880-6617 FAX: 020-3881-5476

義烏分公司
Yiwu Branch 322000 浙江省義烏市稠州北路800号
金福源大廈A座1115室
TEL: 0579-8565-8005 FAX: 0579-8564-5635