

# Information

情熱  
価格

## イチオシ! ドン・キホーテの「情熱価格」

システムメモリを倍増し、情報処理のスピードもUP!  
「ジブン専用PC & タブレット3」発売開始

2016年11月に第1弾を発売し、「第4回ジェネリック家電製品大賞」を受賞した「ジブン専用PC & タブレット」は、市場最安値水準の価格優位性と利便性により発売当初から根強い人気を博しており、2018年6月には、第3弾の発売を開始。お客さまからのご要望を受け、システムメモリを倍増し情報処理のスピードアップを実現するとともに、タッチパネルの感度も向上させ、より利便性の高い商品へと進化しています。

### ● IRサイトの充実度などが評価されました!

ウェブサイトの使いやすさや情報の充実度などを評価する、モーニングスター社の「Gomez IRサイトランキング2017」において、当社IRサイトが「銀賞」を獲得。業種別(小売業)では第1位となりました。また、日興アイ・アール社の「2017年度全上場企業ホームページ充実度ランキング調査」でも、優秀サイトとして選定されました。今後も、分かりやすく充実した情報発信に努めていきます。



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二丁目19番10号  
TEL. 03-5725-7532 FAX. 03-5725-7322  
<http://www.donki-hd.co.jp>

JPX-NIKKEI 400  
2013 - 2018 年度選定

当社は  
「JPX日経インデックス400」  
採用銘柄です。



プライベートブランド



19,800円(税抜)  
※ 価格は店舗によって異なることがあります。



### アンケートご協力をお願い

当社では、ステークホルダー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。当社及び当社IR活動について、皆さまの忌憚のないご意見をぜひお聞かせください。

スマートフォンからも  
アクセスできます。



アンケートホームページ

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

アクセスナンバー

753218

アンケート実施期間：2018年12月31日(月)まで  
アンケートに関するお問い合わせ：IR部 ([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。



当社公式ホームページ「株主・投資家情報」  
内のバナーからもアクセスできます。  
<http://www.donki-hd.co.jp/ir/>

ドンキホーテ HLDGS

証券コード：7532



# DONKI REPORT

通期

## 第38期 報告書

(2017年7月1日～2018年6月30日)

### CONTENTS

#### はじめに

- 1：ステークホルダーの皆さまへ
- 3：ドン・キホーテグループの未来永劫変わらないDNA
- 4 Section1 ドン・キホーテグループのめざす姿
- 5：「変化対応」の積み重ねによる連続成長の歴史
- 7：新規出店の最前線!
- 9：ドンキだからできること①  
ドンキらしさを発揮した都心部の店舗開発
- 11：ドンキだからできること②  
独自のポストGMS業態の確立に向けて
- 12：ドンキだからできること③  
訪日外国人のお客さま視点の戦略

#### 13 Section2 持続的な成長の実現に向けて

- 14：ステークホルダーエンゲージメント
- 17：お客さまと従業員に対するダイバーシティ推進
- 19：本業に係る環境負荷の低減
- 21：コーポレート・ガバナンス

#### データ編

- 23：財務・非財務ハイライト
- 25：会社・株式情報



## ステークホルダーの皆さまへ

# 未来創造からの逆算による 「大原流経営」で、2020年の その先の未来を切り拓きます

代表取締役社長 兼 CEO  
大原 孝治



### ● 激動の時代で成長を続けられる理由

ドン・キホーテグループは、「顧客最優先主義」という企業原理のもと、2018年6月期も既存事業の基盤強化や業界常識を覆す新規事業に果敢に挑戦し、一定の成果と手応えを得た1年となりました。このような「攻めの経営」が奏功し、29期連続増収増益を達成。これもひとえにステークホルダーの皆さまのご支援・ご愛顧の賜物と、心より感謝申し上げます。

当社グループを取り巻く環境は刻々と変化しており、まさに激動の時代であるといえるでしょう。小売業界におきましても、市場における類似業態店舗の過剰感、e-コマースの台頭などにより、シェア縮小と大手企業の店舗閉鎖が加速しています。このような厳しい市場環境のなかでも当社グループが成長できる理由は、「権限委譲」という独自のシステムと、それによって可能となるスピーディーな「変化対応」によって、いつの時代もお客さまのニーズを捉えた価値を創造することができるからです。

### ● 2018年6月期の振り返りと展望

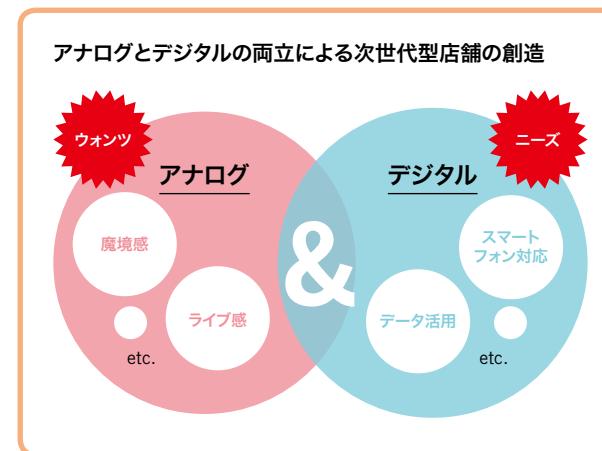
国内事業においては、ユニー・ファミリーマートホールディングス株式会社との協業でオープンした業態転換店舗6店が、売上高1.9倍、客数1.7倍、粗利高1.6倍（業態転換前比較）と、いずれも絶好調な滑り出しとなり、また、2018年6月に「NEXTコンビニ」として当社グループがプロデュースしたファミリーマート実験店舗も十二分な手応えを感じるスタートを切りました。新たな挑戦と検証を繰り返すことで、さらなるシナジーを発揮していきます。

海外事業においては、2017年にシンガポールにオープンした「DON DON DONKI」1号店が1ヵ月で5億円強を売り上げるといふ、想定を遥かに上回る好スタートを切り、これに続いたシンガポール2号店も順調に推移し、今後はタイでも1号店をオープンする予定です。これを機にさらなる海外展開を加速させ、日本と世界に重点を置く両輪戦略を進めていきます。

### ● 新しい次世代型店舗の創造

私たちはこれまで、圧縮陳列や曲線を用いた店内レイアウト、おびたしい数の手書きPOPなど、その場でしか味わうことのできない魔境感やライブ感が体感できる売り場を作り込む、いわば非合理的で「アナログ」の極致である部分に対して、組織を挙げて大真面目に取り組んできました。これは他の小売チェーンには真似できない、当社グループ店舗の最大の武器であり、お客さまが求める「ウォンツ」であると考えます。

一方で、近年お客さまの生活に強く根付いているスマートフォンへの対応などによる「デジタル」開発は時代の要請であり、お客さまの「ニーズ」なのです。そこで私たちは、スマートフォンを活用し、「アナログ」と「デジタル」を掛け合わせたスーパーハイブリッド店舗の創造を計画しています。2018年内に関東圏に実験店舗をオープンする予定ですので、新しい次世代型の店舗にぜひご期待ください。



### ● 2020年のその先へ——私たちのめざす姿

中期経営計画「ビジョン2020」が射程圏内となってきた今、重要なはその先の未来です。2020年以降も持続的な成長を達成していくには、ステークホルダーの皆さまとの信頼関係を深めていくとともに、近年注目されているESGという考え方で経営を推進していくことが重要です。当社グループの既存事業基盤を活かし、本業を通じて社会と環境の課題を解決し、経営の透明性を高めるためにもガバナンスの強化に努めていく所存です。そして、私たちの本業を通じたESGの取り組みは、国連の「持続可能な開発目標」とも重なると考えています。2020年のその先も持続的な成長を実現するために、内に揺るぎない自信を持ちながら、未来創造からの逆算による「大原流経営」で未来を切り拓いていきます。

ビジョン2020

売上高 **1兆円** 店舗数 **500**店舗 ROE **15.0%**

持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals)

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS  
世界を変えるための17の目標

1 貧困をなくそう  
2 飢餓をゼロに  
3 すべての人に健康と福祉を  
4 質の高い教育をみんなに  
5 ジェンダー平等を実現しよう  
6 安全な水とトイレを世界中に  
7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに  
8 働きがいも経済成長も  
9 産業と技術革新の基盤をつくろう  
10 人や国の不平等をなくそう  
11 住み続けられるまちづくりを  
12 つくる責任  
13 気候変動に具体的な対策を  
14 海の豊かさを守ろう  
15 陸の豊かさも守ろう  
16 平和と公正をすべての人に  
17 パートナーシップで目標を達成しよう

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS  
2030年に向けて世界が達成しよう  
「持続可能な開発目標」です

## ドン・キホーテグループの未来永劫変わらないDNA

当社グループは、企業原理である「顧客最優先主義」のもと、常にお客さまと接している店舗スタッフへ大幅な権限委譲をしています。この「権限委譲」こそ、創業時から受け継がれる当社グループのDNAであり、本質的な強みとなっています。そして、この権限委譲の徹底により、お客さまのニーズに合わせたスピーディーな「変化対応」が可能となっています。また、「顧客最優先主義」を追求するため、「便利さ」「驚きの安さ」「楽しさ」という3つの要素を重視する独自のストアコンセプトを掲げ、お買い物自体を楽しむ「時間消費型店舗」を提供しています。

### 顧客最優先主義

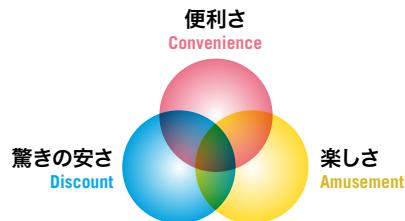
**「権限委譲」**こそ、  
当社グループの本質的な強み

常にお客さまと接している  
店舗スタッフに、商品の仕入れから  
価格設定、商品構成、陳列に至るまで、  
多くの権限を委譲しています。

「権限委譲」によって  
可能となるスピーディーな  
**「変化対応力」**

各店舗に権限を委譲し  
「個店経営」を徹底することで、  
お客さまの声やライバル店の動向に応じて  
素早い価格変更や品揃えの調整が  
可能となっています。

#### ストアコンセプト



#### DONKI REPORTについて

従来の「株主通信」と「社会・環境活動報告書」を統合し、新しく「DONKI REPORT」として生まれ変わりました。今号では、当社グループがめざす未来と、その実現に向けて取り組んでいる事業活動を中心に説明しています。ステークホルダーの皆さまとの対話を深め、さらなる革新へとつなげたい——その想いで、決意を新たに本レポートを作成いたしました。

## Section

# 1 ドン・キホーテグループのめざす姿

私たちがめざすのは、  
時代やお客さまニーズの変化に  
スピーディーに対応し続けることで、  
いつの時代も喜ばれ、  
選ばれる店舗となることです。

これは、創業時から受け継がれる当社グループ独自のDNAがあるからこそ実現できると考えています。2018年6月期におきましても、都心の駅前立地へ積極的な新規出店、ポストGMS戦略による独自業態確立に向けた改革、インバウンド需要のさらなる取り込みなど、時代やお客さまニーズの変化に対し、スピーディーな対応を積み重ね、着々と進化を遂げてきました。

Section1 ドン・キホーテグループのめざす姿

「変化対応」の積み重ねによる連続成長の歴史

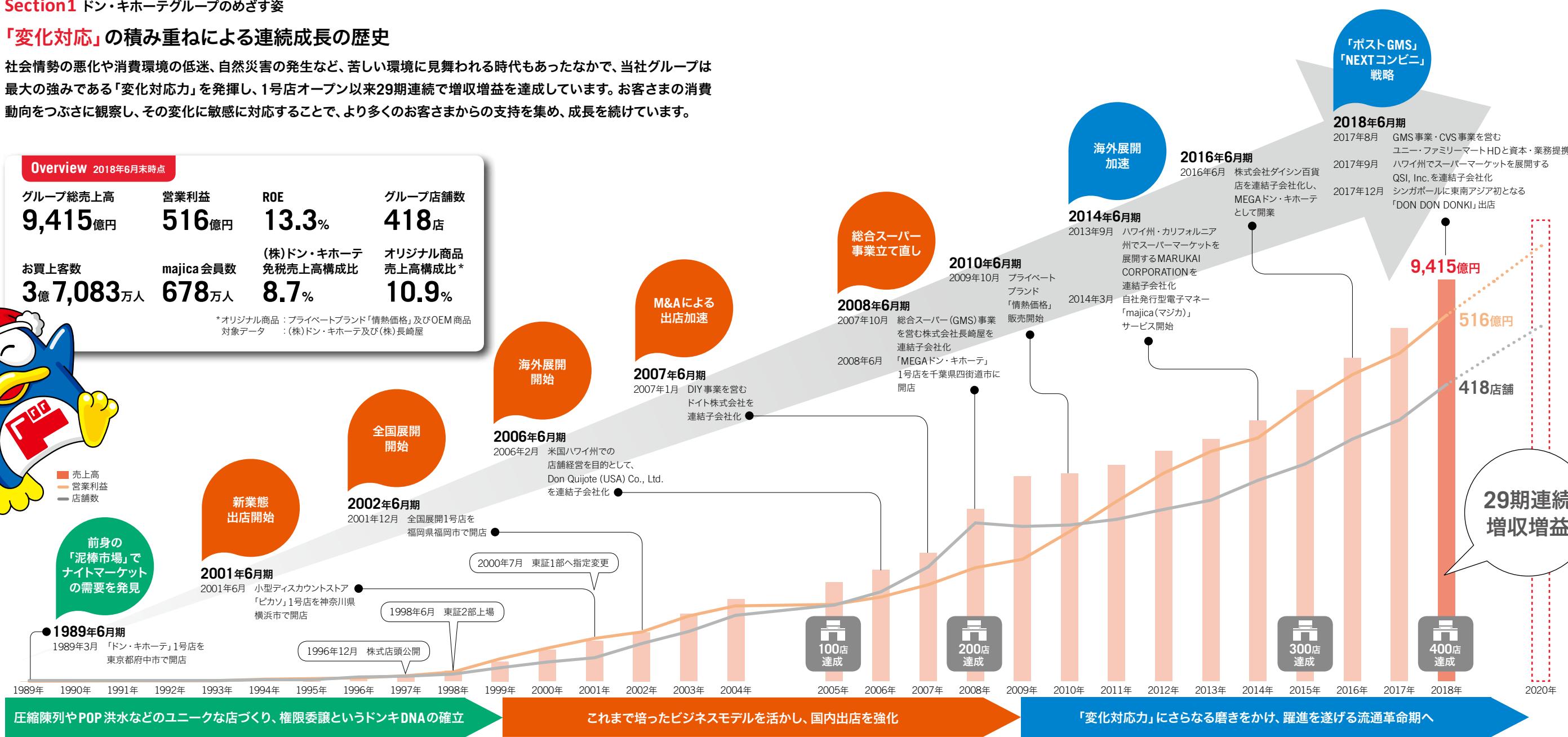
社会情勢の悪化や消費環境の低迷、自然災害の発生など、苦しい環境に見舞われる時代もあったなかで、当社グループは最大の強みである「変化対応力」を発揮し、1号店オープン以来29期連続で増収増益を達成しています。お客さまの消費動向をつぶさに観察し、その変化に敏感に対応することで、より多くのお客さまからの支持を集め、成長を続けています。



Overview 2018年6月末時点

グループ総売上高	営業利益	ROE	グループ店舗数
9,415億円	516億円	13.3%	418店
お買上客数	majica会員数	(株)ドン・キホーテ 免税売上高構成比	オリジナル商品 売上高構成比*
3億7,083万人	678万人	8.7%	10.9%

\*オリジナル商品：プライベートブランド「情熱価格」及びOEM商品  
対象データ：(株)ドン・キホーテ及び(株)長崎屋



圧縮陳列やPOP洪水などのユニークな店づくり、権限委譲というドンキDNAの確立

これまで培ったビジネスモデルを活かし、国内出店を強化

「変化対応力」にさらなる磨きをかけ、躍進を遂げる流通革命期へ

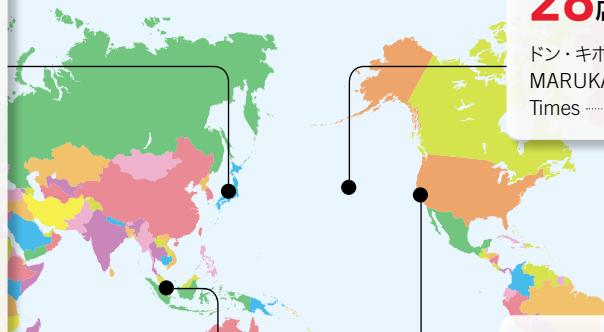
# 新規出店の最前線!

ドン・キホーテグループの店舗展開は、2020年に500店体制をめざしています。2018年6月期は、国内だけでなく海外でも地域に密着した店舗業態を開発し、418店舗となりました。今後も多様な店舗業態で店舗網を拡大していきます。

日本

**379**店

<b>北海道エリア</b> 15店	<b>中部エリア</b> 54店
ドン・キホーテ ..... 6	ドン・キホーテ ..... 32
MEGAドン・キホーテ ..... 7	MEGAドン・キホーテ ..... 22
長崎屋 ..... 2	
<b>東北エリア</b> 18店	<b>関西エリア</b> 66店
ドン・キホーテ ..... 10	ドン・キホーテ ..... 41
MEGAドン・キホーテ ..... 7	MEGAドン・キホーテ ..... 24
ドイト ..... 1	エキドンキ ..... 1
<b>関東エリア</b> 175店	<b>中国・四国エリア</b> 15店
ドン・キホーテ ..... 86	ドン・キホーテ ..... 12
MEGAドン・キホーテ ..... 46	MEGAドン・キホーテ ..... 3
ピカソ ..... 21	<b>九州・沖縄エリア</b> 36店
驚安堂 ..... 4	ドン・キホーテ ..... 22
ソラドンキ ..... 1	MEGAドン・キホーテ ..... 14
ドイト ..... 17	



ハワイ

**28**店

ドン・キホーテ ..... 3
MARUKAI ..... 1
Times ..... 24

シンガポール

**2**店

DON DON DONKI ..... 2
-----------------------

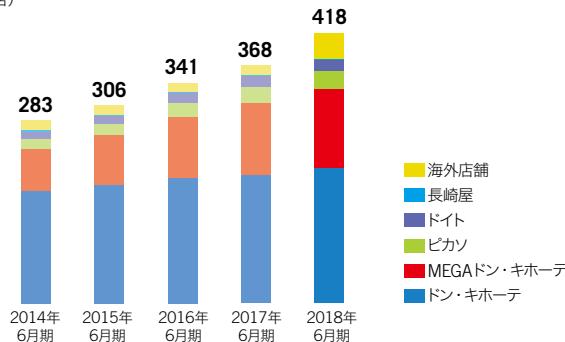
カリフォルニア

**9**店

MARUKAI ..... 5
TOKYO CENTRAL ..... 4

2018年6月期の新規出店状況について、国内ではドン・キホーテ14店舗、MEGAドン・キホーテ3店舗、New MEGAドン・キホーテ8店舗、ドイト1店舗、小型業態3店舗の合計29店舗を新たにオープン。また、海外ではシンガポールで「DON DON DONKI」を2店舗オープンしたほか、M&Aによりハワイ州でQSI, Inc.が運営する24店舗も加わりました。一方で、土地区画整理事業などのために5店舗を閉鎖したことから、当社グループの店舗ネットワークは国内379店舗、海外39店舗となり、合計418店舗体制となっています。

業態別店舗数推移 (店)



※「New MEGAドン・キホーテ」は「MEGAドン・キホーテ」業態に、「エッセンス」「驚安堂」「エキドンキ」「ソラドンキ」「情熱職人」は「ピカソ」業態に、「Big Save」などQSI, Inc. 運営店舗は「Times」業態に含まれます。

## 「攻めの経営」で新規出店を積極化

当社グループはお客さまからの支持基盤を背景に、「攻めの経営」による積極的な出店を進めています。他社が撤退した後の物件に出店する「居抜き出店」というスタイルをメインに店舗網を拡大しており、国内市場環境の低迷で他社の店舗閉鎖が増加していることが出店の追い風になっています。当社グループは駅前繁華街立地からロードサイドまで、あらゆるロケーションや店舗面積に対応できるよう、コンセプトやターゲットの異なる店舗フォーマットを展開しているため、機動的な出店が可能となっているのです。



## 海外での地域密着型店舗 開発の裏側

2018年6月にシンガポール2号店となる「DON DON DONKI 100AM店」をオープンしました。1号店の「オーチャードセントラル店」オープンから半年ほどかけてお客さまのニーズが掴めてきたので、2号店ではその経験を活かし、品揃えの絞り込みを行いました。生鮮食品コーナーを拡大するとともに、シンガポールのお客さまは日本食への要望が強いと感じたので、お買い物しながら日本のグルメを楽しむ「ジャパンモバイルフーズコーナー」を設置しました。また、需要の高い化粧品や健康食品なども充実させています。高品質な日本商品を低価格で購入できる点が魅力だというお客さまの声にお応えし、今後も「価格破壊」戦略で他店を圧倒しつつ、お客さまに喜ばれる店舗づくりに努めていきます。



バン・パシフィック・インターナショナルホールディングス 取締役営業統括本部長 アジア担当  
**町田 悟史**



「DON DON DONKI」は店内ほぼすべて日本市場向けの商品で構成する「ジャパンブランド・スペシャリティストア」がコンセプト



「ジャパンモバイルフーズコーナー」では、1号店で人気の焼きいもに加え、焼きもちやわたあめが人気

## 主な店舗業態



**MEGAドン・キホーテ**

生鮮を含む食品や日用品をメインにした主婦・ファミリー向けの大型ディスカウントストア



**New MEGAドン・キホーテ**

MEGAドン・キホーテより規模が小さく、加工食品・日用品をメインにしたファミリー向け業態



**ドン・キホーテ**

食品・家電製品・ブランド品など多様な商品を扱うバラエティ型総合ディスカウントストア



**スモールフォーマット(ピカソなど)**

都心小商圏に対応するため、地域に合わせた品揃えに特化した小型店舗業態

ドン・キホーテ池袋駅北口店



ドン・キホーテ新大久保駅前店



ピカソ大塚北口駅前店



ドンキだから  
できること

1

## ドンキらしさを発揮した都心部の店舗開発

近年、娯楽の多様化や法規制の強化などによってパチンコ市場が縮小傾向にあることから、利便性が高い都心の駅前立地において、パチンコ店撤退跡地にドン・キホーテ業態やピカソ業態による居抜き出店が進んでいます。

また、繁華街立地であっても他の小売店などが扱いづらい、狭小で縦長・多層階の「ペンシルビル型」の店舗についてもドン・キホーテ業態による出店を進めました。

多層階の店舗は、「お客さまに1階だけでなく2階以上にも足を運んでいただく」必要があり、多くの小売店が苦手とするところですが、当社グループは、得意とするアミューズメント性の発揮によってお客さまに上下階の回遊を楽しんでいただける売り場づくりのノウハウを持っているため、このような店舗も変幻自在に開発できるのです。

さらに、ペンシルビル型店舗はエスカレーターを設置するスペースがないことが多く、階段による上下回遊に重点を置き、お客さまが「次の階には何があるのだろうか」と、五感を刺激され、思わず引き込まれてしまうような、ワクワク・ドキドキ感があふれるフロア演出を徹底しています。



階段の壁一面にも商品を陳列し、上下回遊を楽しむ仕掛けづくりを行い、階段を上った(下りた)先には驚安商品の陳列やPOP洪水などでお客さまを引き込む演出

このように都心の駅前に出店を進めることで、地域住民の方はもちろん、通勤や出張、通学などで駅を利用するビジネスパーソンや若者など、幅広いお客さまの生活拠点として選ばれる店舗づくりに努めてきました。

今後もさまざまなロケーションや面積に出店できる多様な店舗フォーマットを活かし、駅前立地から郊外ロードサイドまで幅広く出店を進め、地域社会に喜ばれる店舗づくりに努めます。



2018年6月期は東京都心部に5店舗を新規オープン。そのなかの1店舗である池袋駅北口店の妖しさと迫力のある店内演出は圧巻

## 時代の流れに応じた戦略で顧客最優先主義を追求

2014年から提供を開始した独自の電子マネーサービス「majica」は、2018年6月末時点で678万人まで会員数を伸ばし、リピーターの増加につながっています。また、電子レシートシステムなどが利用できるスマートフォン向けのmajica公式アプリを提供するなど、スマートフォン時代におけるお客さまの利便性向上に努めています。



お得なクーポンも  
アプリからダウンロード可能

majica 公式アプリでお買い物を賢く、楽しく！



カードレスサービス  
アプリのバーコード画面で、  
お会計やチャージが可能



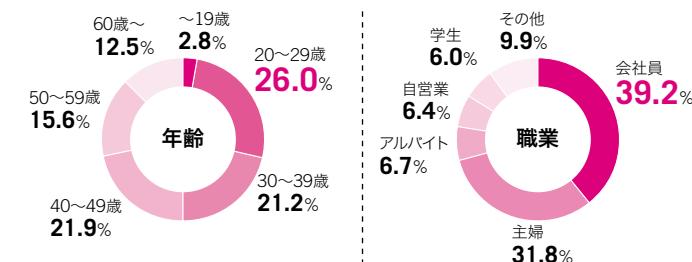
電子レシートシステム  
majicaでの買い物履歴を  
アプリで確認可能

## majica データを活かしたデジタル戦略

majica会員は、お客さま一人当たりの単価も高く、売上高に占める割合は30.1%\*1にものぼっています。また、女性のお客さまが会員数の70%\*2を占めています。

2018年内をめどにIT技術とmajica公式アプリを融合させ、お気に入り商品の位置をアプリ上の店内マップで確認できるなど、次世代型の実験店舗をオープンする予定です。majica会員数が着々と増加することで顧客情報や購買履歴などのビッグデータを蓄積でき、今後のデジタル戦略においてmajicaは重要な役割を担っていきます。

「majica」会員構成\*2



\*1 2018年6月期第4四半期(3ヵ月)  
\*2 2018年6月末時点



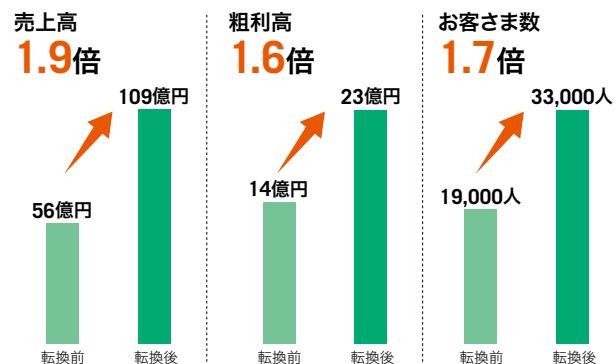
## 独自のポストGMS業態の確立に向けて

当社グループは、2017年8月にユニー・ファミリーマートホールディングス株式会社と小売事業における協働などを目的に資本・業務提携に関する契約を締結しました。

その後2018年2月から3月にかけて、当社グループが40%の株式を保有するユニー株式会社運営の「アピタ」「ピアゴ」6店を「MEGAドン・キホーテUNY」に業態転換し、リニューアルオープン。転換前は食品の売上高構成比が7割を占めていましたが、転換後は日用雑貨品や家電製品といった非食品の割合を増やしたバラエティ豊かな品揃えと、他店を圧倒する低価格戦略で、旧「アピタ」「ピアゴ」の主要なお客さまであるシニア層に加え、若いファミリー層のお客さまからも多くのご支持をいただいています。

今後も、現在オープンしている6店舗の業績を見極めながら、GMS業態（総合スーパー）の改革に注力し、独自のポストGMS業態の確立を進めていきます。

業態転換店舗6店 2018年3~7月実績(転換前比較)



### 投資家の皆さまとの対話

2018年6月21日に、「MEGAドン・キホーテUNY東海通店」「同 星川店」「アピタ名古屋南店」において、機関投資家向け店舗見学会を実施しました。各売り場の担当スタッフや責任者が、売り場のコンセプトや商品構成の戦略などを説明しながら、自由に見学していただきました。今後も投資家の皆さまと積極的に対話をし、経営に活かしていきます。



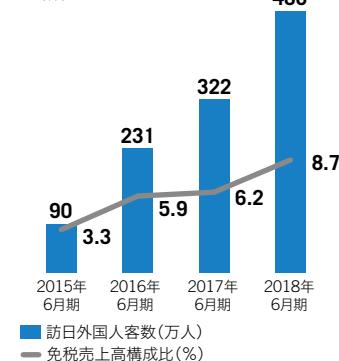
## 訪日外国人のお客さま視点の戦略

当社グループのインバウンド事業は、訪日外国人の増加に対する、当社グループのお客さま視点の戦略が功を奏し、引き続き好調に推移しています。2018年6月期においてドン・キホーテでお買い上げいただいた訪日外国人のお客さま数は前期比で50.8%増加、免税売上高構成比も前期の6.2%から8.7%に拡大しています。

観光で訪れやすい繁華街立地に店舗があり、かつ長時間営業でいつでも利用できる安心感、驚安価格でのインバウンド

### 訪日外国人客数の推移/ 免税売上高構成比

※(株)ドン・キホーテ



人気商品の提供などが支持され、多くの訪日外国人のお客さまが来店し続けています。また、SNS上の拡散・口コミで知名度が上がっていき、来店客数が増える好循環が続いています。

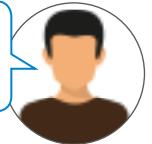
今後もストアコンセプトである「便利さ」「驚きの安さ」「楽しさ」の徹底と、訪日外国人のお客さまニーズの変化にスピーディーかつ柔軟に対応することによって支持を拡大し、さらなるインバウンド消費の需要創造をめざしていきます。



### お客さまの声



1つのお店で欲しいものを全部買えるなんて素晴らしい!  
(タイ・女性・渋谷本店)



ドンキは夜でも開いているし、母国語で接客してくれて安心!  
(中国・男性・渋谷本店)

# Section

ドン・キホーテグループは、ESGの視点を踏まえながら長期的な成長に向けて取り組みを進めています。

環境

E

Environment

社会

S

Social

ガバナンス

G

Governance

## 2 持続的な成長の実現に向けて

いつの時代においても、お客さまに喜ばれ、選ばれる店舗であり続けるためESGの取り組みを推進し、持続的な成長に努めます。

持続的な成長、中長期的な企業価値の向上に向けて、ステークホルダーの皆さまとこれまで以上に対話を重ねていきます。本業である総合小売業の事業活動を通じて環境・社会の課題解決に取り組み、また、経営の効率性や透明性を高めるため、ガバナンス強化にも積極的に取り組んでいきます。

私たちの本業によるESGの取り組みは、国連の「持続可能な開発目標」(SDGs)にも重なりと考えています。

SDGsとは、2015年9月に国連総会が「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」を採択し、人間、地球及び繁栄のための行動計画として策定した、17の目標と169のターゲットからなる「持続可能な開発目標」です。

社会

S

ステークホルダーエンゲージメント



当社グループがめざす未来を実現するためには、ステークホルダーの皆さまとの対話が重要となります。私たちは、徹底した個店経営により、社会の課題やニーズをいち早くキャッチしています。ステークホルダーの皆さまとの対話を通じて、お客さまのニーズを捉えたサービスへと進化させ、お客さまに喜ばれ、選ばれる店づくりに努めています。

### お客さまと

当社グループはお客さまのさまざまなご要望を「リクエスト」と呼びポジティブに捉え、「お客さまがしてほしいことは何なのか」を理解し、改善に努めています。コールセンターやホームページのお問い合わせフォームなどに寄せられたリクエストなどに迅速にお応えするため、

お客さまの声を一元管理するWEBシステム「STARS(スターズ)」を活用しています。これにより、現場スタッフから経営層まで、お客さまの声を全員で共有することができ、素早いサービス改善ができる組織体制の構築をめざしています。



スマホアプリからお客さまの声を収集しています。

### 地域社会の皆さまと

当社グループの地域社会に寄り添った活動の多くは、各店舗が主体となって、町内会や商店街、警察署や消防署などと協力し、店舗ごとに取り組んでいます。

例えば、ハロウィン時期の公道へのごみの散乱が大きな問題となっています。その対策のために、毎年本社従業員も加わった清掃チームを結成し、最も人出の多い渋谷駅周辺を中心に、清掃活動を行っています。2017年も、ハロウィン前後の期間に延べ約200名の従業員が参加しました。

また、高齢化や過疎化などにより地域コミュニティの活力低下が叫ばれるなか、地域活性化の一助となるよう、店舗ごとに地域のお祭りやバザーなどに協力しています。本社を構える東京・中目黒の社屋では、2010年から毎年恒例となっている「目黒川お花見会」を開催。2018年3月下旬から4月上旬の15日間で、地域の高齢者施設や町内会の皆さま、パートナー(お取引先)さまなど、約4,500名をお迎えし、栈敷席で桜をご堪能いただきました。





## 未来を担う子どもたち

子どもたちの職業観の育成に少しでも寄与できればと考え、商売を通じて働くことの楽しさや責任感を体感してもらう学習の機会を「商育®」と名づけ、全国の当社グループ店舗で実施しています。2017年は小中学生を中心に延べ162校、1,630名の皆さんに体験していただきました。また、地域の学校からの要請を受け、店長が学校へ出向き、自ら考えて行動することの大切さや、商売の楽しさ、やりがいを学生の皆さんにお話しする職業講話も行いました。



インドネシア・スマトラ島で、現地のNGO「Komunitas Jendela Lampung」の防災教育担当者から子どもたちにぬいぐるみが届けられました。



## 海外の皆さま

海外では、災害被災者の支援や、支援が必要な子どもたちへの寄付活動などを積極的に行っています。

2016年12月に発生したインドネシア大地震をきっかけに、国際交流基金アジアセンターに協力し、子どもたちの心のケアと防災教育に役立ててもらうため、ぬいぐるみ1,000個を寄贈しました。また、米国・カリフォルニア州のMARUKAI、TOKYO CENTRALの店舗では、おにぎりの売上の一部を、支援が必要な子どもたちの給食に寄付するなど、地域社会の課題解決に力を注いでいます。

## お取引先さまと

変化し続けるお客さまのニーズに柔軟に対応するためには、パートナー(お取引先)さまとの協力が不可欠です。パートナーさまと強固な協力関係を築くことが、厳しい市場環境を勝ち抜く競争力になるとの考えから、双方が対等な立場で共存共栄をめざした会員組織「共栄会」を結成。2018年7月で5年目を迎えました。パートナーさまと健全な関係を保つための相談窓口の設置や、当社グループの経営戦略をご理解いただき、より強固な信頼関係を築くことを目的としたパートナー総会の定期開催など、パートナーさまと安定的で継続的な関係の構築に努めています。

### 「共栄会」概念図



2018年7月にパシフィコ横浜(国立大ホール)にて開催したパートナー総会。約1,200社、2,200名のパートナーの皆さまにご参加いただきました。



## 株主・投資家の皆さまと

当社グループは、さまざまなステークホルダーの皆さまに、当社グループの事業活動をご理解いただくため、経営方針や事業戦略、財務・業績情報などのIR情報を、ウェブサイトに定期的に

掲載しています。株主・投資家の皆さまに対するコミュニケーション活動においても、年間約450回のミーティングの場を設け、積極的に対話を行っています。



お客さまと従業員に対するダイバーシティ推進



当社グループは、人々の多様な個性を尊重し、お客さまがお買い物しやすい店舗、そして従業員が働きやすい職場環境をめざすため、ダイバーシティを推進しています。従業員はすべて会社の財産(=「人財」と捉え、個性やポテンシャルを引き出す採用や育成に注力するとともに、障がい者雇用や定年者の再雇用、多様な国籍の人財活用にも積極的に取り組んでいます。従業員一人ひとりの仕事に対する満足度を向上させることで、お客さまに喜んでいただける店舗づくりにつなげています。

ドンキ流働き方改革

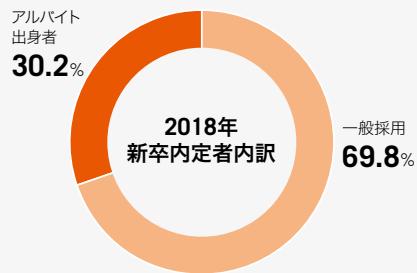
小売業界の人手不足の問題は深刻化しつつあります。その問題を打開するため、当社グループは、働く時間帯や時間数に制限があるパート・アルバイトさんに向けた短時間勤務シフトの導入や、女性の働き方を支援する社内プロジェクトの発足など、時代の変化に対応するためのさまざまな取り組みを推進しています。

特に、2015年頃から強化した「ドンキ流働き方改革」の一環として、アルバイト出身者から正社員への登用(新卒・中途)を積極化しています。社風を理解し、高いモチベーションを持った人財を採用することで、入社した従業員が即戦力として働くことができ、生産性の向上と離職率の低下を実現しています。

育児・介護休職取得者数(人)

	2016年 6月期	2017年 6月期	2018年 6月期
産休・育休取得	350	376	578
育児短時間勤務	21	24	41
介護休職	18	15	19

※ パート・アルバイトを含む



LGBTダイバーシティの推進

当社グループは、性的マイノリティに対する従業員の理解浸透を図るため、2016年6月にLGBTプロジェクトを発足しました。店舗における研修などにより従業員の意識を高め、性的指向や性自認のいかんにかかわらず、すべてのお客さまに喜んでいただける店舗づくりにつなげています。また、2017年から日本最大のLGBTフェス「東京レインボープライド」に出店。2018年7月からは、結婚祝い金などの福利厚生を、地方自治体の同性パートナーシップ制度を利用する従業員にも適用するなど、ダイバーシティ社会の実現に向けた取り組みを積極的に行っています。



LGBT研修の様子



東京レインボープライド2018  
ブース出店



ドン・キホーテ店舗内保育園「ドンキッズ」を開設

日本では、働き方の多様化や女性の社会進出により、保育園への入園希望者が増えていますが、希望者に対する保育園の数が足りて

おらず、待機児童の問題が発生しています。この問題を解決するため、従業員向け店舗内保育園「ドンキッズ」の設置を推進し、MEGAドン・キホーテ5店舗に開設しています。今後も待機児童問題の解消と、地域、保育園、店舗が一体となった子育て環境づくりに挑戦していきます。



本業に係る環境負荷の低減

日本では年間約4億トンの産業廃棄物が排出されているといわれ、廃棄されたごみの処理にかかるエネルギーや温室効果ガスの排出量も多く、分別によるさらなるごみの削減と新しい資源の確保などが社会課題となっています。当社グループは持続可能な社会の実現のため、環境に配慮した自社PB商品の開発、納品用ダンボールの100%リサイクル、店舗運営時に使用するエネルギー使用量の削減など、本業に係る環境負荷の低減に積極的に取り組んでいます。

捨てられてしまう製品を根本から減らすPB商品の開発

日本における衣料品の年間廃棄量は約100万トンといわれており、そのうちの7割が焼却処分され、リユース(再使用)やリサイクル(再資源化)につながっていないのが現状です(中小企業基盤整備機構調査より)。当社グループはこの問題に着目し、独自のPB商品を開発しました。

2017年3月から、ドン・キホーテプライベートブランド「情熱価格PREMIUM」にて、「スライドソールチェンジ」の発売を開始。これは、工具不要でヒール交換がワンタッチでできる特許

申請技術を備えたビジネスシューズで、お客さまに1つのシューズを長く使っていただくことで、シューズの廃棄量や焼却時に排出されるCO<sub>2</sub>を根本から減らす取り組みを進めています。



4ヵ月間のテスト歩行と、第三者検査機関の耐荷重テストを10万回クリアし、安全性と耐久性を実証しています。

店舗で進める資源のリサイクル

当社グループは、店舗運営時に発生する廃棄物や、資源の正しい分別によるリサイクルの取り組みを、お客さまにもご協力いただきながら進めています。

商品を店舗に納品する際に使うダンボールは、100%リサイクルして使用するよう努めて

おり、2017年7月から2018年6月までの納品用ダンボールのリサイクル量は、44,360,497kgになりました。また、店頭に資源回収BOXの設置を進め、ペットボトルや缶など、限りある資源のリサイクルにも取り組んでいます。

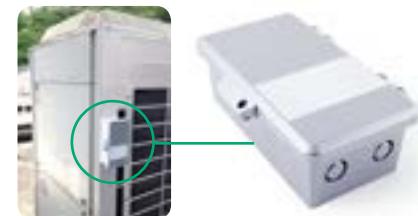


店舗運営時に使用する電力などの削減

当社グループ店舗は、店舗に負担をかけずに電力を削減できる施策として、店内照明などにLEDの導入や、厨房・トイレに節水器の設置を進めています。また、空調設備を効率よく運転できる「最新省エネ機器」を導入し、電力使用量の削減に努めています。2017年7月から2018年6月までの期間に26店舗に追加導入し、合計1,310,237kW(13.5%)の電力を削減しました。

2017年7月～2018年6月の省エネ機器による電力削減実績

店舗	合計削減量 (kW)	削減率	店舗	合計削減量 (kW)	削減率
宮古島店	337,254	18.9%	横須賀中央店	11,678	14.4%
北鴻巣店	61,043	3.0%	刈谷店	7,643	3.2%
四日市店	60,420	10.2%	八千代店	43,865	26.8%
浜町店	9,316	14.0%	下館店	16,653	14.6%
佐世保店	29,239	20.1%	那珂川店	42,998	19.2%
厚木店	14,651	8.7%	磐田店	16,811	16.1%
十三店	33,326	22.7%	沼津店	34,102	17.6%
勝田店	196,968	36.8%	河口湖インター店	12,141	3.3%
伊東店	94,896	14.8%	藤沢駅前店	90,651	16.1%
大和店	6,461	7.7%	名護店	67,630	11.2%
大分光吉インター店	24,304	13.1%	東名横浜インター店	2,543	10.6%
仙台台原店	25,599	5.8%	幕張店	1,624	12.7%
荻窪駅前店	65,676	45.8%	南行徳駅前店	2,745	11.1%



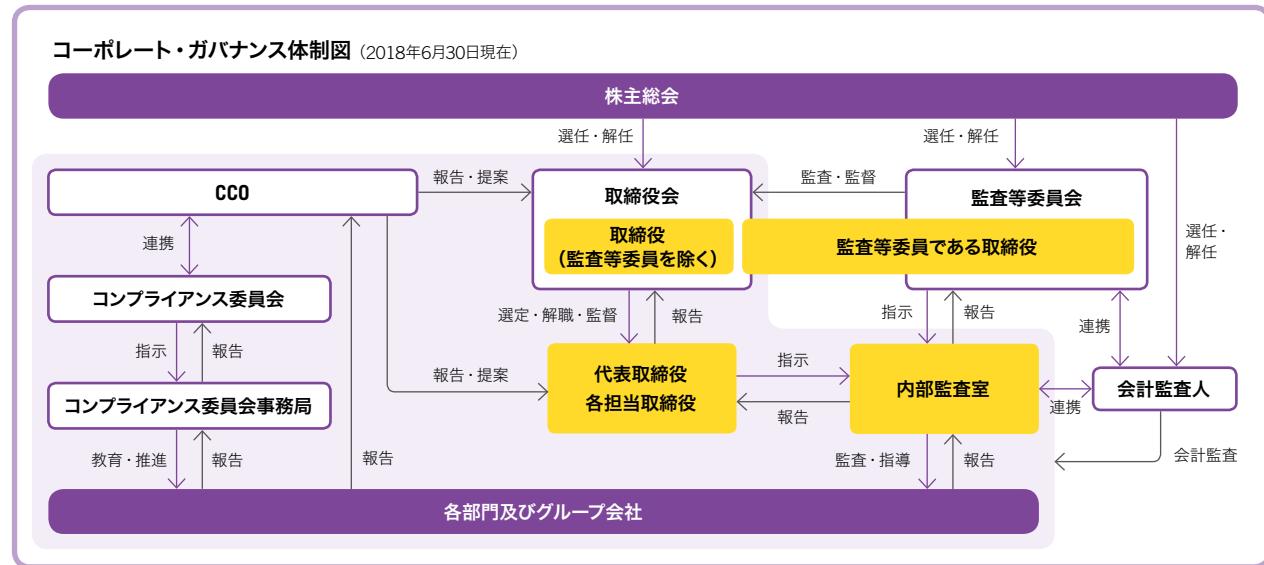
オリジナルエコバッグの導入によるレジ袋削減

日本で多く利用されているレジ袋は、リサイクルされず、そのままごみとして捨てられてしまうことがほとんどです。当社グループは、ごみになるものを削減することが商品を提供する私たちの責任であると考え、お客さまとともに包装資材の使用量削減に取り組んでいます。2018年7月

から全国の当社グループ店舗(一部店舗を除く)で「ドン・キホーテオリジナルエコバッグ持参でmajicaポイント2ポイント付与」のサービスを開始。レジ袋の削減により、廃棄物の減量や環境保全にも貢献しています。



当社グループは、企業原理である「顧客最優先主義」を徹底するため、お客さまに最も近い存在である現場従業員に大幅な権限を委譲するという独自の組織体制を構築してきました。中長期的な企業価値向上につなげるには、従業員一人ひとりが高いモラルと意識を持ち続けられる環境を整えることが大切だと考えています。そうしたなかで、コーポレート・ガバナンスとコンプライアンスの強化が重要な経営課題であると位置づけ、効率的で透明性のある経営をめざしています。



約100項目の基準を設けた評価表と工場内部の画像報告書を作成し管理。

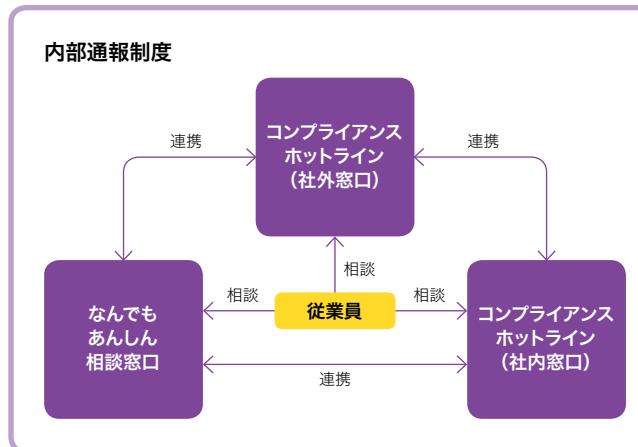
### 海外工場における労務・品質管理

オリジナル商品の企画製造プロセスにおいては、私たちがサプライチェーンの責任者としての自覚を持ち、生産を委託する海外工場に対して、労働基準や職場環境、各工程における安全管

理や品質管理などに関する現地調査を行い、適切な労働環境や品質の維持管理に努めています。

### コンプライアンスの取り組み強化

当社グループは、すべてのステークホルダーから信認を得て社会的責任を全うすることが、真のコンプライアンスであると考えます。そこで、法令違反などの通報窓口として「コンプライアンスホットライン」を、また、従業員とその家族の心から、くらしに関する悩みの解決を図るため、「なんでもあんしん相談窓口」を設置しています。これらは社内規程に基づいて運用し、公正な取引と安全で安心な商品・サービスの提供につなげています。



### さまざまなリスクを未然に防ぐマネジメント体制

店舗が遵守すべき法令を「ストアコンプライアンス」としてリスクランクを設定し、店長や店舗従業員を対象としたe-ラーニングや、店舗セルフチェックシートの運用により、コンプライアンス体制の増強を図っています。また、法令違反検

査を担当するグループ会社による月次単位の「チェック体制」と店舗の法令遵守徹底に向けた「改善フォロー体制」を構築。店舗を管轄する支社長や店長、管掌部署が連携し、法令遵守を維持・継続する体制を強化しています。



検査と改善フォロー体制でリスクを未然に防ぐ



### 「源流」浸透による当社グループのDNA継承

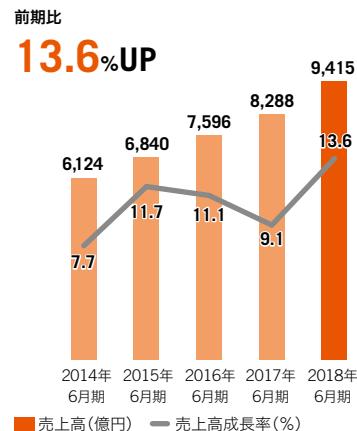
「源流」とは、当社グループの全従業員、役員が遵守すべき企業原理と経営理念を定め明文化したもので、グループ従業員の行動規範や、パートナーさまとの在るべき関係の構築など、創業当時から息づくドンキイズムとDNAがあますところ

なく記されています。すべての従業員は日々「源流」に則って業務にあたるともに、「源流」のさらなる理解浸透を目的とした研修を継続的に実施し、未来永劫変わらないDNAの継承に努めています。

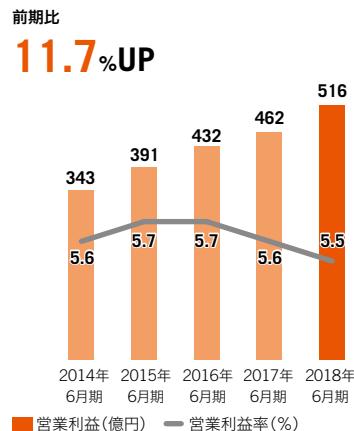
## 財務・非財務ハイライト

今号から財務情報だけでなく、非財務情報の開示を強化していきます。近年、財務情報に加えて、ESGなどの非財務情報も企業の持続的な成長の評価指標として重要視されています。ステークホルダーの皆さまにとって有益となる情報開示をめざし、今後も改善に努めていきます。

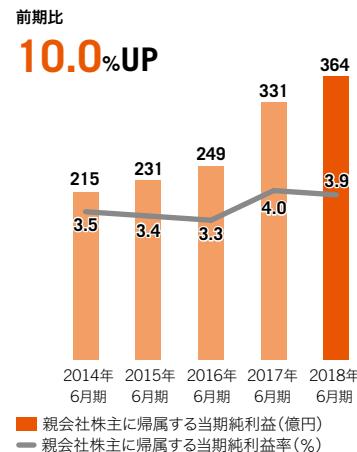
### 売上高/売上高成長率



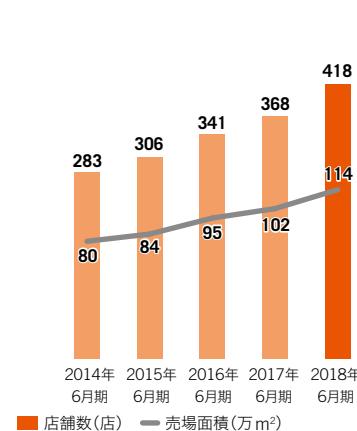
### 営業利益/営業利益率



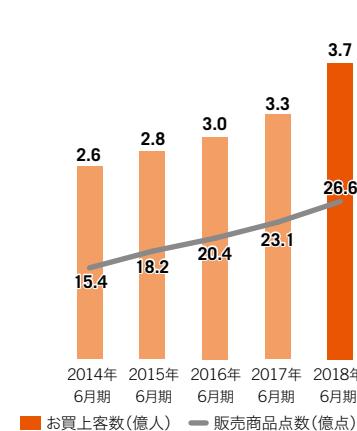
### 親会社株主に帰属する当期純利益/親会社株主に帰属する当期純利益率



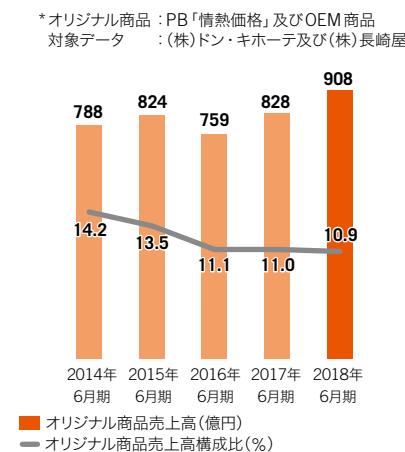
### 店舗数/売場面積



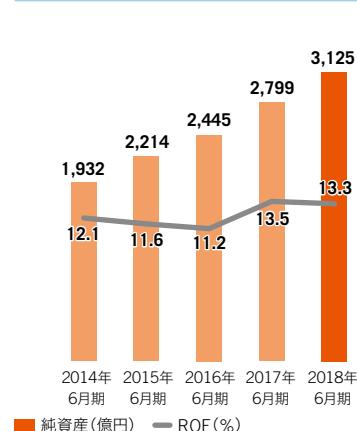
### お買上客数/販売商品点数



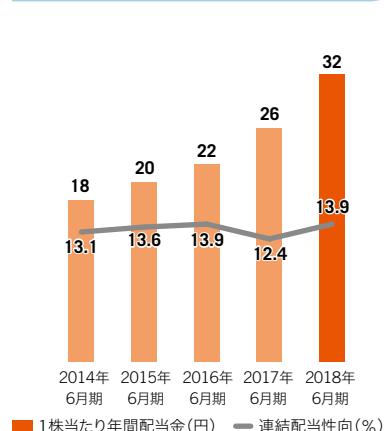
### オリジナル商品売上高/オリジナル商品売上高構成比\*



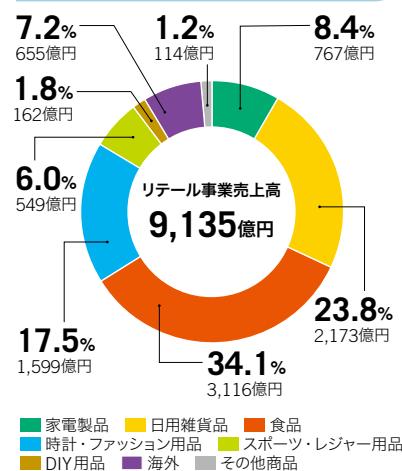
### 純資産/ROE



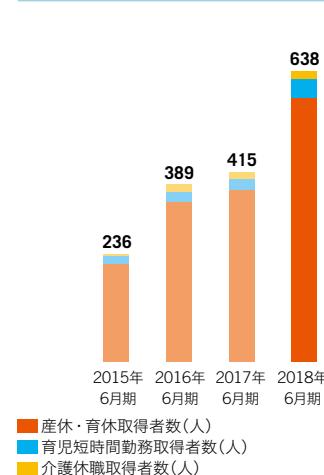
### 1株当たり年間配当金/連結配当性向



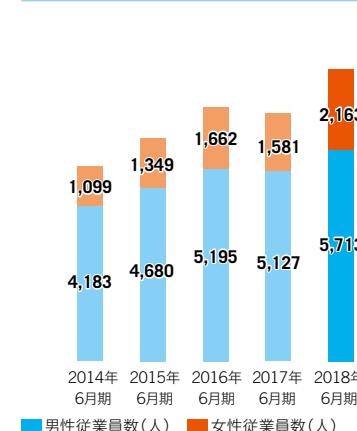
### リテール事業分類別売上高構成比



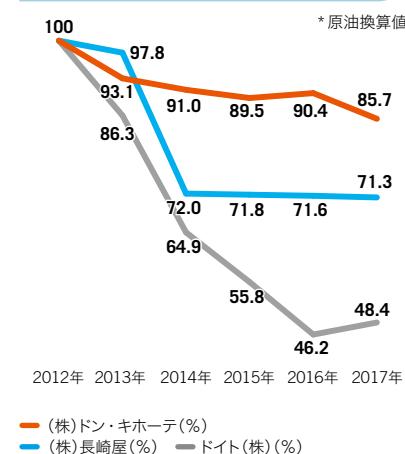
### 産休・育休/育児短時間勤務/介護休職取得者数(パート・アルバイトを含む)



### 従業員(社員)男女内訳



### 店舗1,000m²当たりで1時間に使用するエネルギー量\*の2012年対比



## 会社・株式情報 (2018年6月30日現在)

### > 会社の概況

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.)
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、不動産管理など
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	224億36百万円
決算期	6月末日
従業員数	70名(連結: 7,876名)

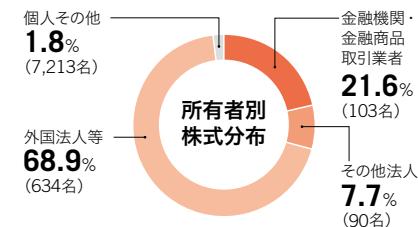
### > 役員 (2018年9月26日現在)

代表取締役社長 兼 CEO	大原 孝治
代表取締役専務 兼 CAO	吉田 直樹
専務取締役 兼 CFO	高橋 光夫
取締役	阿部 博史
取締役	石井 祐司
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

### > 株式の状況

発行可能株式総数	468,000,000株
発行済株式の総数	158,193,160株
自己株式の総数	4,633株
株主総数	8,040名

※ 株主総数は前期末と比較して741名減少しています。



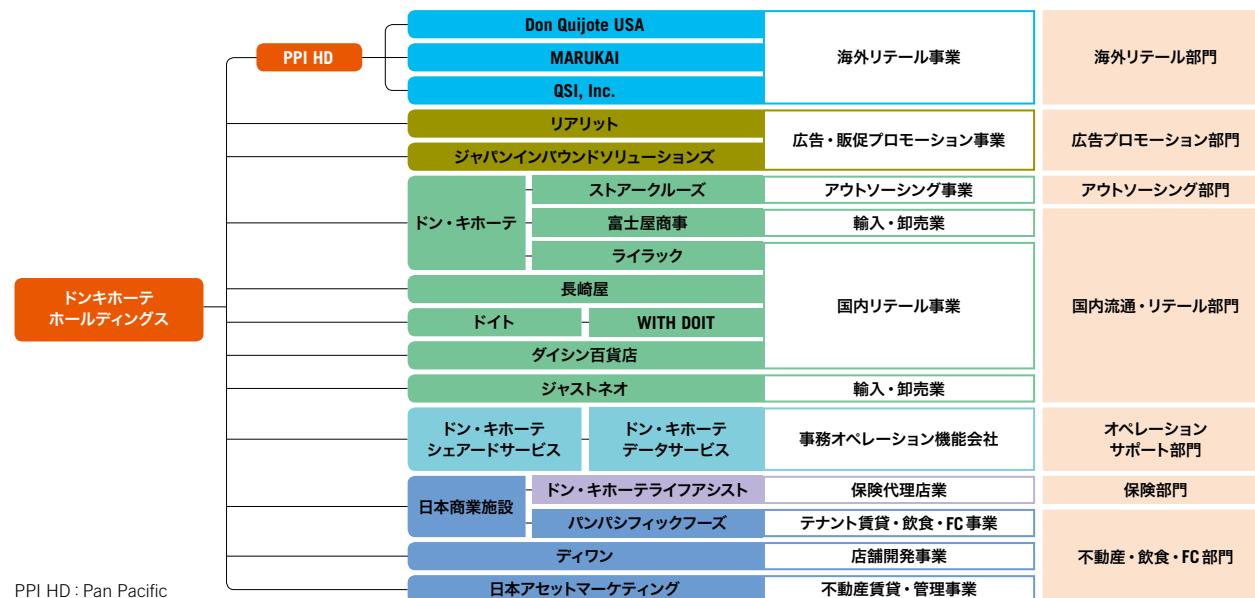
※ 自己株式(4,633株)は、個人その他に含まれています。

### > 大株主

株主名	持株数(株)	出資比率(%)
CREDIT SUISSE AG HONG KONG TRUST A/C CLIENTS FOR DQ WINDMOLEN B. V.	23,407,000	14.80
LA MANCHA HOLDINGS PTE LTD	10,100,000	6.38
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	8,676,100	5.48
株式会社安隆商事	8,280,000	5.23
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	6,269,200	3.96
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	5,950,871	3.76
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	3,759,152	2.38
公益財団法人安田奨学財団	3,600,000	2.28
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505225	3,233,303	2.04
株式会社ゆうちょ銀行	2,705,000	1.71

※ 出資比率は自己株式(4,633株)を控除して計算しています。各信託口の持株数には、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。

### ドン・キホーテグループの事業領域



PPI HD: Pan Pacific International Holdings

### > 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(中間配当を実施する場合の基準日は12月31日)
単元株式数	100株
公告の方法	電子公告により行います。(http://www.donki.com/b/ir/)ただし、事故その他やむを得ない事由によって、電子公告による公告をすることができないときは、官報に掲載して行います。
上場証券取引所	東京証券取引所(市場第一部)
株主名簿管理人	東京都中央区八重洲一丁目2番1号
特別口座の口座管理機関	みずほ信託銀行株式会社
同連絡先	〒168-8507 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 みずほ信託銀行株式会社 証券代行部 ☎ 0120-288-324

#### 第38期定時株主総会決議について

株主総会における決議内容について、当社ホームページでお知らせしています。  
<http://www.donki-hd.co.jp/ir/meeting/>

#### 株式事務に関するご案内

- 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)で受け付けております。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手続きにつきましては、みずほ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、左記株主名簿管理人/特別口座の口座管理機関(みずほ信託銀行)にお問い合わせください。なお、みずほ信託銀行及びみずほ証券の本店及び全国各支店及びプラネットブース(みずほ銀行内の店舗)でもお取扱いたします。みずほ信託銀行のトラストラウンジではお取扱できません。
- 未受領の配当金につきましては、みずほ信託銀行及びみずほ銀行の本店及び全国各支店にお問い合わせください。みずほ証券ではお取次ぎのみとなります。
- 証券会社等に口座をお持ちでない場合(特別口座の場合)では、単元未満株式の買取・買増以外の株式売買はできません。証券会社等に口座を開設し、株式の振替手続きを行っていただく必要があります。
- 証券会社等に口座をお持ちの場合、支払い明細発行については、左記株主名簿管理人/特別口座の口座管理機関(みずほ信託銀行)にお問い合わせください。