

激動の時代を駆け抜けた29年。 いかなる時代もお客さまに愛される店舗をこれからも。

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月期は、既存事業の基盤強化や新規事業に果敢に挑戦して成果を得たと同時に、将来に向けた種まきを行った1年となりました。「攻めの経営」が奏功したことから、1号店を開店した1989年から**29期連続増収増益を達成**することができました。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。



国内事業について

国内事業は、品揃えや価格提案などにおいて近隣他店に対して高い競争力を発揮したことで、ファミリー層のお客さまを中心に顧客支持率の上昇を実現しました。

さらに、インバウンド消費はSNSなどを通じて新たな顧客の獲得及びリピート化が進んだことから、日本への入国者数の伸び率を大幅に上回る客数成長率を記録しました。その結果、2018年6月期における免税売上高は、前期比56%増となり寄与度が高まりました。

2017年8月から開始したユニー・ファミリーマートホールディングス株式会社との資本・業務提携において、**ユニー店舗の業態転換やファミリーマート店舗の共同実験をスピーディーに実施**して、いずれも計画を上回る高い売上高成長を果たし、好調なスタートを切りました。今後も果敢な挑戦と検証を繰り返しながら、さらなるシナジーを発揮してまいります。

海外事業について

2018年6月期は海外事業において、米国市場及びアジア市場で新たな挑戦を行った1年となりました。2017年9月に**ハワイ州においてスーパーマーケット24店舗を展開するQSI, Inc.をグループ化**したことで、同州におけるシェア拡大を実現しました。

さらに、**2017年12月にシンガポールに「DON DON DONKI」という業態名で1号店をオープンし、東南アジアに初進出**を果たしました。リーズナブルな価格で日本製品を中心に提供する「ジャパンプランド・スペシャリティストア」として人気を博し、2018年6月に2号店をオープン。2019年にはタイにも1号店をオープンする予定です。

当面は国内市場における成長をドライバーとしながらも、海外における実験店をオープンし、仮説と検証を繰り返すことで将来の店舗ネットワーク拡大に向けた準備を行っています。

中期経営計画について

当社グループは、2020年6月期を達成年度とした中期経営計画「ビジョン2020(売上高1兆円、店舗数500店、ROE15%)」を掲げております。売上高及び店舗数については、2019年6月期に前倒しで達成できる見込みです。

小売業界を取り巻く環境は刻々と変化しており、記録的な天候不順の発生や、小売店舗間の優勝劣敗が加速しています。このような厳しい環境下においても、当社グループが力強い成長を遂げることができる理由は、「**権限委譲**」とスピーディーな「**変化対応力**」を実践しているからです。

いかなる時代もお客さまのニーズに沿った店舗づくりを心がけ、各店舗が地域一番店となるための営業施策を講じてきた結果、長年にわたる連続成長記録を更新し続けています。

ESGについて

持続的な成長を継続するためには、ステークホルダーの皆さまと信頼関係を深めながら、**ESG(環境・社会・企業統治)を重視した経営活動が重要**となります。既存事業の基盤を最大限に活かしながら、本業を通じて環境面及び社会における課題を解決すると同時に、経営の透明性を高めるためのガバナンス強化に努めてまいります。

また、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(SDGs:Sustainable Development Goals)」に重なると考えています。「平成」が産声を上げた年に1号店を開店してから29年、外部環境の厳しい荒波に幾度となく直面しながらも激動の時代で大躍進を遂げてまいりました。

いかなる時代もお客さまに愛される店舗づくりに注力することで、未来を創造しながら、持続的な成長を実現してまいります。

大原 存治