

# 革新 6 海外展開の本格始動

ドン・キホーテグループは、日本国内を主なターゲット市場としつつも、将来の本格的な海外展開に向けて着々と基盤を整えています。海外における日本ブランドに対する高評価やニーズの高まりも追い風となり、高品質な日本製品や安全でおいしい日本食をリーズナブルな価格で提供することで、海外においても他店に対して優位性を発揮できると考えています。日本の「ドン・キホーテ」をそのまま海外に持ち出す形ではなく、それぞれの国や地域に合わせた店舗運営及び展開を行い、将来の本格展開に向けて準備を進めています。

海外における事業規模(2018年6月期)



QSI, Inc. が運営するスーパーマーケット「Times」

## ハワイ州を基軸とした米国におけるグローバル事業戦略

2017年9月、ハワイ州において24店舗を展開するスーパーマーケットチェーンQSI, Inc. をグループ化しました。長年、地元のお客さまに愛されている老舗ブランド店舗であり、オアフ島に16店舗、カウアイ島に6店舗、マウイ島に2店舗を展開しています。

ハワイにおける当社グループの既存店舗とシナジーを発揮して、効率化を図りながら、お客さまの支持基盤の拡大をめざします。



量り売りの海鮮惣菜コーナーは、地元のお客さまに大人気。



地場産の新鮮な野菜をリーズナブルな価格で提供。

Hawaii

## 東南アジアの新業態「DON DON DONKI」

2017年12月、シンガポール共和国の繁華街オーチャードエリアにある商業施設に、「DON DON DONKI オーチャードセントラル店」をオープンしました。同店は、店内を日本製品や日本市場向けの商品で構成する「ジャパブランド・スペシャリティストア」をコンセプトとした新業態店舗です。

2018年6月には、ビジネス街に位置するショッピングモール内に2号店となる「DON DON DONKI 100AM店」がオープン。日本食や日本製品に対する人気は高く、大盛況となっています。24時間営業で、新鮮で安全な生鮮食品などの生活必需品をリーズナブルな価格で販売していることから、想定を大幅に上回る数のお客さまにご来店いただいています。

2019年には、タイ王国・バンコクの商業施設内に同業態をオープンして、タイ初進出を果たす予定です。引き続き、東南アジアにおける将来の多店舗展開に向けた実験と検証を繰り返していきます。



Singapore



日本のグルメを手軽に楽しめる「ジャパンモバイルフーズコーナー」では、連日行列ができるほど焼き手が大人気。



新鮮な野菜や旬の果物などを豊富に取り揃えて、地域のお客さまに貢献。

