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	9月中
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	三菱UFJ信託銀行株式会社
同事務取扱所	〒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　証券代行部
郵便物送付先	〒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)
同取次所	三菱UFJ信託銀行株式会社　全国各支店 野村證券株式会社　全国本支店
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、日本経済新聞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/

IR情報ホームページ

http://www.donki.com/b/ir/

株式会社 ドン・キホーテ
東京都新宿区西新宿2-6-1（〒163-0235）
新宿住友ビル35F
TEL.03-5381-7532 FAX.03-5381-7606
http://www.donki.com

（お知らせ）
住所変更、単元未満株式買取・買増請求、名義書換請求及び配当金振込指定に必要な各用紙ご請求は、株主名簿管理人のフリーダイヤル0120-244-479で24時間受付しております。

PRINTED WITH SOY INK
この印刷物は環境に優しい「植物性大豆油インキ」を使用しています。

第28期 中間株主通信

2007年7月1日～2007年12月31日

株 主 ・ 投 資 家 の 皆 さ ま へ

DON QUIJOTE REPORT 2008

株式会社 ドン・キホーテ

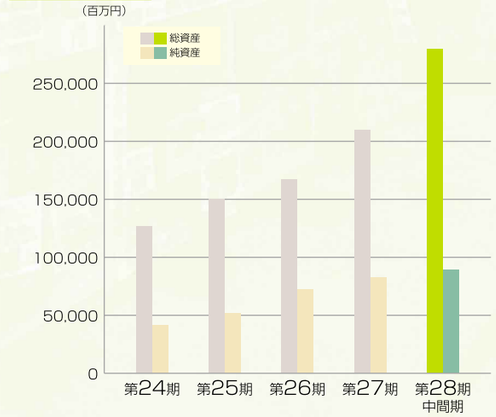
連結財務ハイライト

売上高

経常利益

当期純利益

総資産・純資産



株主・投資家の皆さまへ

お客さま本位の総合小売グループとして、新たな拡充のステージへ

当中間期における小売業界は、前期に引き続き、業界再編や価格競争などによる企業間競争激化に加え、天候不順、原材料の高騰などを受け、依然厳しい経営環境が続いています。こうした環境のもと、ドン・キホーテグループは、企業原理である「お客さま第一主義」を徹底し、高品質なサービスとアミューズメントにより、すべてのお客さまにお買い物本来の楽しみを発見していただく店舗づくりに取り組んできました。また、「小売ビジネスそのもので、収益力のさらなる向上」を実現していくための事業改革を進めると同時に、現場力を一層強化するための体質改善を大胆に実行してきました。

また10月には、株式会社長崎屋の株式取得により、当社グループの連結子会社として、新たに総合スーパー業態が加わることになりました。

この結果、当中間期の連結業績は、売上高1,855億円（前年同期比23.3%増）、営業利益94億円（同23.2%増）、経常利益100億円（同16.3%増）及び中間純利益67億円（同3.6%増）と、引き続き大幅な増収増益を達成、中間期における最高実績を更新することができました。なお、中間配当に関しては、前期と同様に1株当たり10円の配当を実施しました。今後も株主の皆さまに柔軟かつ機動的な利益還元を行っていきます。

当中間期は、「お客さま本位の総合小売グループ」として、店舗ネットワークの拡充、ドイト再生プログラムの推進及び長崎屋の子会社化など、独自の店舗戦力を拡充し、新たなステージへ飛翔するための、礎となる期であったといえます。

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

収益力の強化と適正在庫の実現を戦略的に実施

店舗運営面では、「商品構成を改変させながら、売上総利益率拡大+在庫精度向上」を最大のテーマとして取り組みました。

利益率の高い商品ラインの増加、スケールメリットを活かした定番商品仕入れ、直接輸入比率拡大など、前年度より取り組んでいる粗利率向上策は好循環軌道に乗り、当中間期の連結売上総利益率は26.2%(前年同期比1.9ポイント増)を達成しました。一方で、商品在庫についても低回転商品を積極的に販売促進しながら、既存商品の活性化策ならびに削減策を進めてきました。

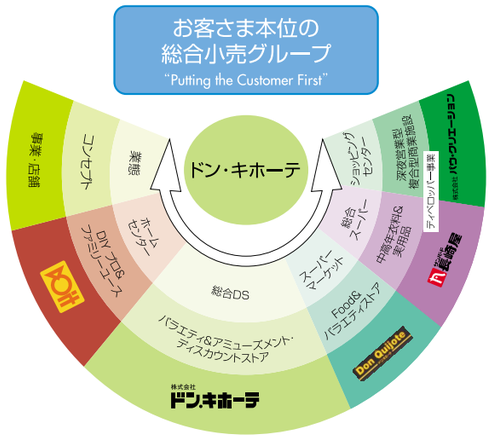
また、人事生産性を高めるための人員効率改善に注力し、広告宣伝費を削減するなど、販管費抑制に一定の成果が現れました。

地域密着型総合スーパー「長崎屋」のグループ参画で事業領域が拡大

2007年10月、株式会社長崎屋株式86%(同年12月末現在では関連当事者含み99%)を取得し、連結子会社化しました。長崎屋は中高年層をメインターゲットに、地域密着型戦略を重視して、全国18都道府県に総合スーパーを55店舗展開しています。当社グループに長崎屋が加わったことにより、店舗ネットワークが拡大し、新しい顧客層が獲得されました。今後は、両社共同仕入れによる原価率引き下げなど、グループ全体のシナジー効果を最大限に発揮することが可能となります。また、同社が持つインフラや特色を活かしつつ、店舗毎の商圏・立地などにあわせて、ドン・キホーテ店への業態転換、既存業態の強化、ドン・キホーテのノウハウを活かした新フォーマットへのリニューアルなど、さまざまな可能性を視野に入れ、部分最適を追求した上で全体最適達成のために、グループ総合力を結集して臨む所存です。

一方、前期に当社グループに参画した、ホームセンターを運営するドイト株式会社の事業再生プログラムは粛々と進行しています。前期から当中間期末までに、ドン・キホーテ店への業態転換が2店、ドン・キホーテ店+ドイト店併設型店舗への転換が3店、その他各店で小規模なリニューアルを積極的に実施。改装直後から好発進し、下期業績への貢献が期待できます。今後も、ドイト新フォーマット店へのリニューアルを進める一方で、ドン・キホーテのノウハウを活かした商品戦略や効率的な店舗運営により、さらなる営業力・収益力の向上を目指します。

■総合小売グループへの変貌



■長崎屋のプロフィール

会社名	株式会社長崎屋
設立年月日	昭和23年1月31日
主な事業内容	総合スーパー(総合衣料品、生活関連用品、食品等)
従業員数	1,215名
主な事業所	本社／千葉県　店舗／全国18都道府県、55店舗
売上高	139,983百万円
経常利益	967百万円

*従業員数は2007年12月末現在。
売上高及び経常利益は2007年2月期(2006年3月～2007年2月)の数値です。

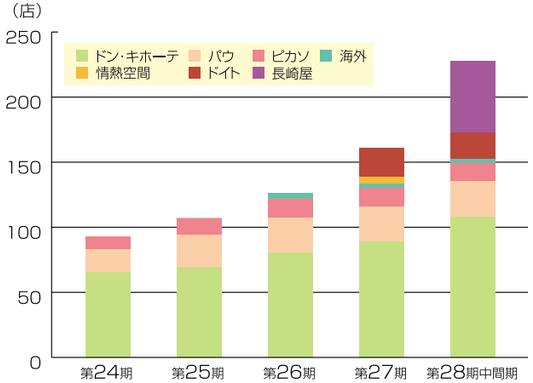
グループ全体の店舗ネットワークは224店舗に拡大

当中間期も、既出店エリアの店舗網拡充を推進すると同時に、より多くのお客さまにご利用機会を提供できるよう、未出店エリアへ積極的な出店を推進してきました。

当中間期は、富山県、山口県及び青森県に初出店を果たしました。また、ドイト店舗の大幅リニューアルにあわせて関東地方随一の広さとアイテム数の「ドン・キホーテ春日部店」をオープンするなど、既存エリアのドミナント化をさらに推し進めた結果、新規出店数は16店舗となりました。一方で、事業の効率性を高めるため、8店舗を閉鎖しています。

ドン・キホーテ春日部店

■店舗数推移(連結)



この結果、当中間期末のグループ全体の総店舗数は、国内31都道府県に、ドン・キホーテ145店舗*、ドイト20店舗及び長崎屋55店舗と220店舗を数え、米国・ハワイ州の4店舗を加えると合計224店舗となりました(前中間期末130店舗、前期末161店舗)。

*株式会社ドン・キホーテが運営するドン・キホーテ店、パウ店、ピカソ店を含みます。

80万㎡の売場面積を擁して、独自の店舗戦力でアピール

ドイト・長崎屋がグループに加わったことにより、グループ全体の売場面積合計は前中間期末の16万㎡から80万㎡超になりました。今後は、高効率のドン・キホーテのノウハウをドイト・長崎屋にも応用し、さらに販売高の増加によるスケールメリットを最大限に発揮、間接部門も集約することで、グループ全体の収益力を最大化させます。そのために現在は、将来の利益創造を実現させるための基盤づくりに、グループ全体のエネルギーを注力しています。

今後も、企業価値の向上・株主価値の最大化へ向けて、「お客さま第一主義の総合小売グループ」としてさらなる躍進を続けるドン・キホーテグループに、どうぞご期待ください。

シリーズ ドン・キホーテ躍進の秘訣!!

その2 オンリーワンのストアコンセプトで築いたドン・キホーテのブランド力

「激安の殿堂」のキャッチフレーズを冠するドン・キホーテは、ナイトマーケットを中心にその存在感を高め、1989年の1号店出店から飛躍的に店舗数を増やし、2007年12月末には145店舗を展開するまでに成長しました。ここでは、このドン・キホーテ躍進の秘訣を、株主・投資家の皆さまにシリーズでお届けします。第2回となる今回は、ドン・キホーテのブランド力の秘密に迫りました。

企業名想起率 第15位にランクイン

2007年10月、日経BPコンサルティングは、企業が掲げるメッセージが、どこまで消費者に届いているかを調べた「コーポレート・メッセージ調査2007」*を発表しました。この調査のうち、企業メッセージからどれくらい企業名を想起できるかという「企業名想起率」調査で、テレビCMや新聞・雑誌広告を大々的に展開しているような大手有名企業を相手に、ドン・キホーテのキャッチフレーズ「激安の殿堂」は堂々15位(2006年度同調査では11位)にランクインしました。「激安の殿堂といえばドン・キホーテ」と、そのメッセージと企業名は世間一般に深く浸透したものとなっています。

また、この調査の上位企業は、テレビ・雑誌・新聞などへ頻繁に広告を行い、費用投下を行っている企業がほとんど。その中で、ドン・キホーテはマスメディア広告を行っていないにも関わらず、好順位を獲得しています。

*日経BPコンサルティングが235社を対象に企業名想起率、認知度、理解度、好感度などを調査。

この調査の10～14位の企業の直近の広告宣伝費平均(有価証券報告書ベース)は約200億円。対して、ドン・キホーテの2007年6月期広告宣伝費は約17億円。大きな広告宣伝費を投下していないにも関わらず、ドン・キホーテが世間一般から高い認知度を得ることができた大きな要因は、ドン・キホーテの独自性にあります。

話題性が その名を全国区に

ドン・キホーテは創業当初から、深夜営業・幅広い取扱商品・圧縮陳列など、他の小売店にはない特長で「面白い店がある」と顧客の評判を呼び、その存在は口コミを中心に広まってきました。そして、その評判に着目した、一般消費者に強い影響力を持つ各メディアにも頻繁に取り上げられるようになり、同時に全国各地への出店を推進することで、さらに認知度は全国区へ広がることになりました。

「激安の殿堂」の 大きな看板

また、店舗外装に目を向けてみると、「激安の殿堂」を始めとしたインパクトのあるロゴタイプの看板は、配色も黒、黄、赤と、視覚的にもっとも注意を引くものとなっています。また、観覧車「えびすタワー」を併設した道頓堀店を代表とした、非常にユニークな外観の店舗が多いのも、ドン・キホーテならでは。Webサイトやチラシ上でも、共通のデザインコンセプトを貫き通してきたことも、高い認知度をもたらしています。

ストアイメージを歌う 「ミラクル・ショッピング」

聴覚面でドン・キホーテの名を浸透させる一翼を担っているのが、テーマソング「ミラクルショッピング」です。

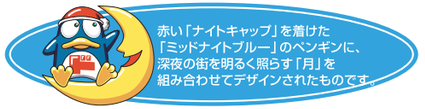
ドン・キホーテの店内に一歩足を踏み入れると、一度聴いたらなかなか忘れることができない、印象的な歌詞と軽快なリズムの曲が聴こえてきます。

このテーマソングが流れていることで、店内の雰囲気が明るく賑やかになるということはもちろん、激安感・品揃え・深夜営業など、歌詞にある店舗の特長が顧客の深層心理に定着しているのかもしれません。

マスコット・キャラクター 「ドンペン」の活躍

さらに、店舗の看板・店内装飾からチラシ・インターネット上まで、店舗内外で大きな活躍を見せているのが、マスコット・キャラクターの「ドンペン」。例えば店舗に行くと、その親しみやすい姿で、顧客を店舗に誘い入れたり、店内を案内したり、商品を勧めたりと、さまざまなポーズを取る、バリエーション豊かなドンペンに出会うことができます。もちろん、この冊子にも色々な姿で登場しています。

ドン・キホーテのマスコット「ドンペン」



このドンペンは、視覚の面でドン・キホーテの楽しい世界を構成するだけでなく、店舗の特長の一つである「深夜営業」を体現するマスコットとして、ドン・キホーテに無くてはならないキャラクターとなっています。

なお、ミラクルショッピングとドンペンは、どちらもドン・キホーテ従業員の考案により作られたもの。現場で顧客と常に接しているスタッフが考案することで消費者の心を掴むテーマソングやキャラクターが生まれました。

ストアコンセプト CV+D+Aに立脚したブランド力

インパクトある店舗外観・ロゴタイプ、印象的なテーマソング、マスコット・キャラクター。これらはいずれも、ドン・キホーテのストアコンセプトである「CV(コンビニエンス)+D(ディスカウント)+A(アミューズメント)」のうち、特にA、アミューズメント性に基づいて作られています。

このように、独自のストアコンセプトに基づいて、ぶれることなく一貫した店舗運営が行われているため、イメージ醸成効果が最大化し、ドン・キホーテのブランドイメージの確立につながっています。

当中間期の出店概況

長崎屋が新たに加わり、グループ全体で224店舗に

ドン・キホーテは、経営効率を高める都市部近郊におけるドミナント展開と、出店エリアの拡大による全国展開の両輪で出店戦略を進めています。当中間期も、首都圏を中心に、既出店エリア内の店舗網拡充を図りながら、効率的な店舗運営と認知度向上を実現させています。また、新規エリアとして富山県、山口県及び青森県に初出店。さらに前期にグループに加わったドイトからの業態転換店舗（ドイト→ドン・キホーテ+ドイト）とあわせて、新規出店数は16店舗となりました。一方で、事業の効率性を高めるため、6店舗を閉鎖したことから、当中間期末店舗数は145店舗となりました。

ドイトは再生プログラムに基づいて、4店舗の大規模リニューアルと2店舗の閉鎖を実施したことから、当中間期末店舗数は20店舗となっています。

また、2007年10月に、東日本を中心に総合スーパー長崎屋55店舗を運営する株式会社長崎屋を連結子会社化。当中間期から当社グループ店舗網に加えています。

これらの結果、当中間期末のドン・キホーテグループの総店舗数は、国内31都道府県に220店舗、米国・ハワイ州の4店舗をあわせて224店舗体制となり、店舗ネットワークはますます強固なものとなりました。

今後も、従来の出店戦略を継続しながら、グループ内での業態転換なども効果的に実施し、さらなる営業力強化を図っていきます。

新規エリア出店店舗

富山店（富山県）

青森観光通り店（青森県）

宇部店（山口県）

ドイト店 → ドン・キホーテ+ドイト併設型店舗

ドン・キホーテ与野店

＋

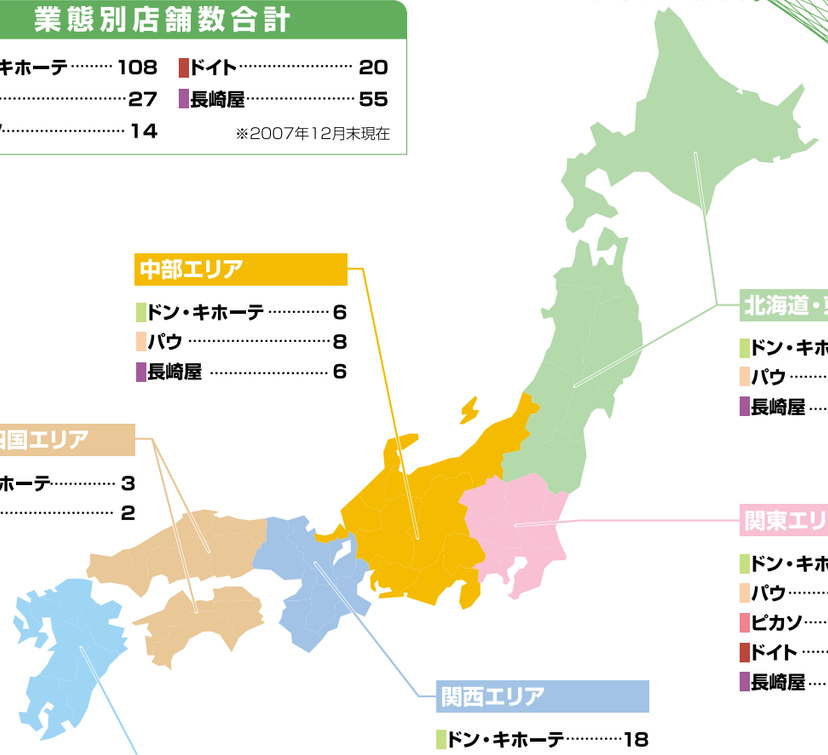
(旧)ドイト与野店

ドイト与野店

業態別店舗数合計

ドン・キホーテ	108	ドイト	20
パウ	27	長崎屋	55
ピカソ	14		

※2007年12月末現在



中部エリア

ドン・キホーテ	6
パウ	8
長崎屋	6

北海道・東北エリア

ドン・キホーテ	10
パウ	2
長崎屋	15

中国・四国エリア

ドン・キホーテ	3
パウ	2

関東エリア

ドン・キホーテ	60
パウ	8
ピカソ	14
ドイト	20
長崎屋	29

関西エリア

ドン・キホーテ	18
パウ	5
長崎屋	5

九州エリア

ドン・キホーテ	7
パウ	2

ハワイ

ドン・キホーテ	4

店舗へのアクセス、営業時間等の詳細は、下記ホームページをご覧ください。

ドン・キホーテ、パウ、ピカソ
PC http://www.donki.com/shop/
モバイル http://www.donki.com/ ➡「店舗アクセス」を選択
ドイト PC http://www.doit.co.jp/shop/
長崎屋 PC http://www.nagasakiya.co.jp/tenpo/

カンタン手続きで、ワクワク値引き

「モバイルクーポンサービス」本格稼働

「Club Donpen」ホームページ　http://www.donpen.com/

ドン・キホーテ及びピカソでは、2007年6月、携帯電話を利用した店舗内発券機によるクーポンサービスをスタート。当中間期は、このモバイル会員向けサービスを全店において本格稼働しました。

会員制無料携帯サイト「Club（クラブ） Donpen（ドンペン）モバイル」で登録をしていただいたお客さまを対象に、店舗設置の発券機からクーポンが発券され、通常のディスカウント価格よりさらに値引きされるという仕組み。対象商品が毎週入れ替わり、毎回選べる目新しさがある、アミューズメント性も高いサービスです。また、Club Donpen モバイルのメールマガジンでタイムリーなセール情報をお届けしています。

今後も引き続き、各種プレゼント企画や、異業種とのタイアップなども盛り込み、お客さまに驚きと喜びをお届けする仕掛けを発信していきます。

ドン・キホーテのプライベートブランド

「bis」デビュー

「bis」ホームページ　http://www.bis-life.com/

bisはコンセプトの異なる3つのラインで展開!

Prebis	【Prebis】プレビス=プレミアム+ビス 主に音響・映像製品で展開され、デザインや機能性を強化した付加価値の高いライン
Simbis	【Simbis】シンビス=シンプル+ビス 価格・機能・シンプルデザインを意識して、カジュアルに楽しむ気軽さが特徴のライン
Conbis	【Conbis】コンビス=コンビニエンス+ビス あると役立つ"便利さ"をキーワードとした「快適な生活シーン」を提案するライン

ドン・キホーテでは当中間期に、家電や家具・インテリアを中心としたプライベートブランド「bis（ビス）」シリーズの販売を開始しました。プライベートブランドを導入することで、お客さまの生の声を反映させた良質な商品を、より安い価格で提供することが可能となり、競合店舗との差別化が図れます。

「bis」というブランド名は「best(ベスト)」「interior(インテリア)」「satisfaction(満足)」の頭文字を組み合わせて命名。まるでネジ穴に「ビス」がきちんとはまるように、さまざまなお客さまのニーズにフィットしていきたいという想いを込めています。「カジュアルに買う。カジュアルに使う。」をキーワードに、機能性を重視したラインから、暮らしの豊かさをサポートするラインまで、お客さまの自由なライフスタイルを応援します。

「bis」シリーズは、国内外の専門メーカーとの協力で製造され、確固たる技術と経験で、品質・機能・デザインも吟味されています。また、他の商品との差別化のため「メーカー1年保証に、さらにもう1年間追加保証」、「初期不良90日間新品交換」、「付属品紛失・破損時の30日間無償提供」という3つの保証を提供しています。

2007年12月より、第一弾としてオーディオ機器、薄型テレビなど家電約50品目の販売をスタート。2008年3月からは家具・インテリアも導入、その後も順次アイテム数を増加させていく予定です。

特派員 香子の

ドン・キホーテ 突撃取材!!

東京・パウきたいけぶくろ店編　http://www.donki.com → 店舗情報 → パウきたいけぶくろ店

パウは、いつでもお祭り気分!

「激安の殿堂」の文字がひときわ目を引く、山手通りと川越街道の交差点、北池袋ランプ近くの5階建ての建物がパウきたいけぶくろ。「パウ」とは、お買い物からお食事・サービスまで、大人から子供までが楽しめる、深夜営業対応型のショッピングモールだそうです。入口前には、たこ焼きやクレープなどの移動販売ワゴン（「パウモ」というそうです）が並んでいて、まるで縁日の屋台みたい。

やさしい店員さんのおかげで、お買い得品をゲット

まずは、なにはなくともドン・キホーテへ。心そそる商品に目移りしながら、お目当てのアイテム探し。品揃えのあまりの多さに探しだせなかったので、店員さんに尋ねると、笑顔で親切に案内してくれました。その上、お買い得情報まで教えてもらって大満足。

PAW
Purchase Amusement Wonderland

パウ(PAW)は、お買い物の利便性に加えて各種飲食やサービスを楽しむことのできる、驚きと発見の場所にしたいという願いを込めて命名されました。

Purchase+Amusement=Wonderland
お買い物　楽しさ、娯楽　驚きと発見の国

路面店感覚のフードコートで、お腹もいっぱいに

ドン・キホーテでお買い得品を探し回っていたら、ちょっとお腹が空いてきたので、地下1階のフードコートへ。ここはクレープ屋さんやジュースバーなどが賑やかさを醸し出す異国情緒漂う空間。旅行で行ったタイのバザールにちょっと雰囲気が似てるかも。ゲームショップもあってここもお祭り気分が満載です。1階にもハンバーガーショップや、ラーメン屋さんなどがあって、軽食からしっかり食べたい人まで満足できちゃうし、友達とドン・キホーテでお買い物した後に、ゆっくりとおしゃべりに花を咲かせられそう。

深夜まで遊んで、キレイになれちゃう

今回の最大のお目当ては、2階・ビューティー&リラックスフロア。ネイルサロンやヘアサロン、リラクゼーションマッサージ、日焼けサロン、さらには歯医者さんも!パウきたいけぶくろに来るだけで全身キレイになれちゃいますね。どのお店も夜遅くまで開いているから、仕事帰りに気軽に寄れて、とても便利ですね。

取材を終えて…

お買い物やサロン巡りを楽しんでいると、ついつい時間が経つのを忘れちゃいますね。お買い物もできて全身キレイになれちゃう、女性にとってはとても嬉しいお店でした。ビルの上が駐車場になっているので、車で行って帰りが深夜になっても安心ですね!

中間連結財務諸表（要約）

中期連結貸借対照表

（単位:百万円）

資産の部

	当中間連結会計期間末 平成19年12月31日現在	前中間連結会計期間末 平成18年12月31日現在	前連結会計年度末 平成19年6月30日現在
流動資産	118,929	109,633	97,151
現金及び預金	39,849	50,501	38,164
受取手形及び売掛金	5,829	3,614	3,296
たな卸資産 Point 1	66,249	50,646	50,962
その他	7,002	4,872	4,729
固定資産	160,639	89,140	112,714
有形固定資産	105,125	56,703	74,738
無形固定資産	3,488	2,476	2,514
投資その他の資産	52,026	29,961	35,462
資産合計	279,568	198,773	209,865

負債の部

	当中間連結会計期間末 平成19年12月31日現在	前中間連結会計期間末 平成18年12月31日現在	前連結会計年度末 平成19年6月30日現在
流動負債	110,745	58,395	73,133
買掛金	50,192	34,082	28,684
短期借入金（1年内返済予定長期借入金含む）	8,756	3,976	5,131
コマーシャルペーパー	14,967	—	—
1年内償還予定社債	18,412	8,601	24,128
その他	18,418	11,736	15,190
固定負債	79,301	62,363	54,262
社債	12,198	20,410	6,300
転換社債	32,030	32,143	32,139
長期借入金	12,394	6,467	8,029
その他	22,679	3,343	7,794
負債合計	190,046	120,758	127,395

純資産の部

	当中間連結会計期間末 平成19年12月31日現在	前中間連結会計期間末 平成18年12月31日現在	前連結会計年度末 平成19年6月30日現在
株主資本	88,012	77,660	81,717
資本金	14,971	14,515	14,819
資本剰余金	16,282	15,827	16,130
利益剰余金	56,903	47,461	50,911
自己株式	△144	△143	△143
評価・換算差額等	64	282	534
少数株主持分	1,446	73	219
純資産合計	89,522	78,015	82,470
負債及び純資産合計	279,568	198,773	209,865

Point 1「たな卸資産」

新規出店・子会社取得による店舗数増加、年末年始の物流対策などの季節的要因から、商品在庫が増大していますが、ドン・キホーテ既存店122店舗の商品在庫高は、前中間期末比7.7%減の434億円と、在庫抑制効果が現れています。

Point 2「売上高」

当中間連結決算期に反映される長崎屋の損益は、11月の1ヵ月分のみとなり、総合スーパー事業売上高は112億円。ドイトについては、期初から寄与し、DIY用品売上高は144億円となっています。

Point 3「売上総利益」

高粗利商品販売の拡大、スケールメリットを活かした商品原価抑制などを戦略的に実施し、売上総利益率は26.2%、前中間期比＋1.9ポイントと大幅に改善しました。

Point 4「中間純利益」

前中間期における固定資産売却益25億円などの影響から、特別損益の貢献額は減少しましたが、着実な利益成長でカバーし、中間最高益を更新しています。

中間連結損益計算書

（単位:百万円）

	当中間連結会計期間 自 平成19年 7月 1日 至 平成19年12月31日	前中間連結会計期間 自 平成18年 7月 1日 至 平成18年12月31日	前連結会計年度 自 平成18年7月 1日 至 平成19年6月30日
売上高 Point 2	185,515	150,422	300,660
売上原価	136,963	113,929	227,537
売上総利益 Point 3	48,552	36,493	73,123
販売費及び一般管理費	39,182	28,885	59,537
営業利益	9,370	7,608	13,586
営業外収益	1,236	1,415	2,861
営業外費用	579	398	673
経常利益	10,027	8,625	15,774
特別利益	2,182	3,015	3,471
特別損失	1,125	291	428
税金等調整前中間（当期）純利益	11,084	11,349	18,817
法人税、住民税及び事業税	3,605	5,130	8,720
法人税等調整額	621	△162	△572
少数株主損益	148	△94	31
中間（当期）純利益 Point 4	6,710	6,475	10,638

中間連結キャッシュ・フロー計算書

（単位:百万円）

	当中間連結会計期間 自 平成19年 7月 1日 至 平成19年12月31日	前中間連結会計期間 自 平成18年 7月 1日 至 平成18年12月31日	前連結会計年度 自 平成18年7月 1日 至 平成19年6月30日
営業活動によるキャッシュ・フロー	9,480	9,441	15,811
投資活動によるキャッシュ・フロー	△31,144	△2,157	△24,924
財務活動によるキャッシュ・フロー	22,669	15,462	19,487
現金及び現金同等物に係る換算差額	△26	△37	△2
現金及び現金同等物の増加額	979	22,709	10,372
現金及び現金同等物期首残高	38,164	27,792	27,792
連結除外に伴う現金及び現金同等物の減少額	△39	—	—
現金及び現金同等物中間期末（期末）残高	39,104	50,501	38,164

中間連結株主資本等変動計算書

当中間連結会計期間（自 平成19年7月1日　至 平成19年12月31日）

（単位:百万円）

	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
平成19年6月30日残高	14,819	16,130	50,911	△143	81,717
中間連結会計期間中の変動額					
新株の発行	152	152	—	—	304
剰余金の配当	—	—	△718	—	△718
中間純利益	—	—	6,710	—	6,710
自己株式の取得	—	—	—	△1	△1
株主資本以外の項目の中間連結会計期間中の変動額（純額）	—	—	—	—	—
中間連結会計期間中の変動額合計	152	152	5,992	△1	6,295
平成19年12月31日残高	14,971	16,282	56,903	△144	88,012

	評価・換算差額等			少数株主持分	純資産合計
	その他有価証券評価差額金	為替換算調整勘定	評価・換算差額等合計		
平成19年6月30日残高	229	305	534	219	82,470
中間連結会計期間中の変動額					
新株の発行	—	—	—	—	304
剰余金の配当	—	—	—	—	△718
中間純利益	—	—	—	—	6,710
自己株式の取得	—	—	—	—	△1
株主資本以外の項目の中間連結会計期間中の変動額（純額）	△352	△118	△470	1,227	757
中間連結会計期間中の変動額合計	△352	△118	△470	1,227	7,052
平成19年12月31日残高	△123	187	64	1,446	89,522

※百万円未満につきましては四捨五入しております。

個別財務諸表（要約）

中間貸借対照表

（単位:百万円）

資産の部

	当中間会計期間末 平成19年12月31日現在	前中間会計期間末 平成18年12月31日現在	前事業年度末 平成19年6月30日現在
流動資産	**86,524**	105,556	85,192
現金及び預金	**22,696**	44,425	29,178
売掛金	**5,283**	4,917	3,929
たな卸資産	**51,791**	49,295	45,086
その他	**6,754**	6,919	6,999
固定資産	**144,617**	87,231	109,726
有形固定資産	**63,717**	50,326	56,176
無形固定資産	**2,020**	2,297	2,180
投資その他の資産	**78,880**	34,608	51,370
資産合計	**231,141**	192,787	194,918

負債の部

	当中間会計期間末 平成19年12月31日現在	前中間会計期間末 平成18年12月31日現在	前事業年度末 平成19年6月30日現在
流動負債	**88,390**	56,098	67,173
買掛金	**35,476**	33,174	25,367
短期借入金（1年内返済予定長期借入金含む）	**8,696**	3,916	5,071
コマーシャルペーパー	**14,967**	―	―
1年内償還予定社債	**18,412**	8,601	24,128
その他	**10,839**	10,407	12,607
固定負債	**57,515**	59,700	47,097
社債	**12,198**	20,410	6,300
転換社債	**32,030**	32,143	32,139
長期借入金	**11,964**	5,977	7,569
その他	**1,323**	1,170	1,089
負債合計	**145,905**	115,798	114,270

純資産の部

	当中間会計期間末 平成19年12月31日現在	前中間会計期間末 平成18年12月31日現在	前事業年度末 平成19年6月30日現在
株主資本	**85,347**	76,659	80,442
資本金	**14,971**	14,515	14,819
資本剰余金	**16,282**	15,827	16,130
利益剰余金	**54,238**	46,460	49,636
自己株式	**△144**	△143	△143
評価・換算差額等	**△111**	330	206
純資産合計	**85,236**	76,989	80,648
負債及び純資産合計	**231,141**	192,787	194,918

※百万円未満につきましては四捨五入しております。

中間損益計算書

（単位:百万円）

	当中間会計期間 自 平成19年 7月 1日 至 平成19年12月31日	前中間会計期間 自 平成18年 7月 1日 至 平成18年12月31日	前事業年度 自 平成18年7月 1日 至 平成19年6月30日
売上高	**147,148**	139,615	272,915
売上原価	**109,572**	105,017	205,553
売上総利益	**37,576**	34,598	67,362
販売費及び一般管理費	**28,668**	27,324	54,251
営業利益	**8,908**	7,274	13,111
営業外収益	**557**	1,345	2,421
営業外費用	**447**	370	622
経常利益	**9,018**	8,249	14,910
特別利益	**1,177**	3,015	3,426
特別損失	**873**	235	348
税引前中間(当期)純利益	**9,322**	11,029	17,988
法人税、住民税及び事業税	**3,414**	4,941	8,363
法人税等調整額	**588**	△261	△614
中間(当期)純利益	**5,320**	6,349	10,239

会社・株式データ

（2007年12月31日現在）

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	東京都新宿区西新宿二丁目6番1号（〒163-0235） TEL.03-5381-7532 FAX.03-5381-7606
設立年月日	1980年9月5日
資本金	149億7,062万円
従業員数	2,142名

役　員

代表取締役会長兼CEO	安田　隆夫	常勤監査役	田淵　順三
代表取締役社長兼COO	成沢　潤治	監査役	上野　勝
専務取締役兼CFO	髙橋　光夫	監査役	岩出　誠
常務取締役兼CCO	稲村　角雄	監査役	本郷　孔洋

（注）監査役の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	72,014,409株
自己株式の総数	77,223株
株主総数	5,732名

（注）株主総数は前期末に比較して735名減少しています。
2006年7月1日付で、1株を3株に分割する株式分割を実施しました。

大株主

株主名	持株数（株）	出資比率（%）
安田　隆夫	12,432,000	17.28
ラマンチャ	9,000,000	12.51
株式会社安隆商事	4,140,000	5.76
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)※	3,614,700	5.02
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)※	3,475,000	4.83
ユービーエスエージーホンコン	2,390,000	3.32
財団法人安田奨学財団	1,800,000	2.50
メロンバンクトリーティークライアンツオムニバス	1,702,953	2.37
バンクオブニューヨークジーシーエムクライアントアカウンツイーアイエスジー	1,394,300	1.94
サジヤツプ	1,377,300	1.91

（注）出資比率は自己株式（77,223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。
安田隆夫及び株式会社安隆商事には、上記以外に株券消費貸借により貸出している株式があります。