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 特別口座の口座管理機関	〒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
同連絡先	〒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)
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、官報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/

ご注意

1.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お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)で受け付けています。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。

2.特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっていますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問い合わせください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店でもお取次ぎいたします。

3.未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。

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

■「IR情報」ホームページのご案内

当社ホームページの「IR情報」にて、適時開示情報や決算情報、月次売上高の状況、株式情報をはじめ、各種IR資料を掲載しています。

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

ミックス品
FSC認証林及び管理された森林からの製品グループです
www.fsc.org Cert no. SGS-COC-004700
© 1996 Forest Stewardship Council

PRINTED WITH SOY INK
地球環境に配慮した大豆油インキを使用しています。

第29期中間株主通信

2008年7月1日～2008年12月31日

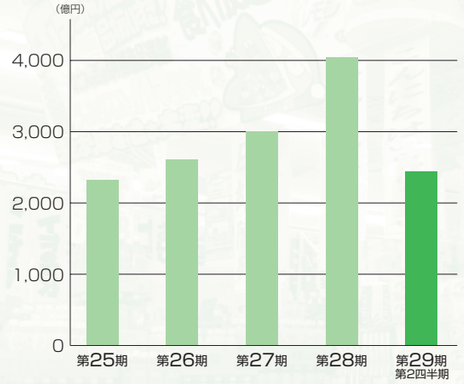
株主・投資家の皆さまへ

DON QUIJOTE REPORT 2009

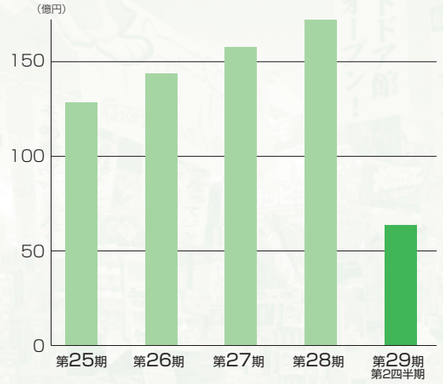
連結財務ハイライト …… 1
ご挨拶 …… 2
グループ戦略 …… 3
トピックス …… 6
ビジネスレポート …… 7
店舗展開 …… 9
突撃取材 …… 11
連結財務データ …… 12
会社・株式データ …… 14

株式会社 ドン.キホーテ

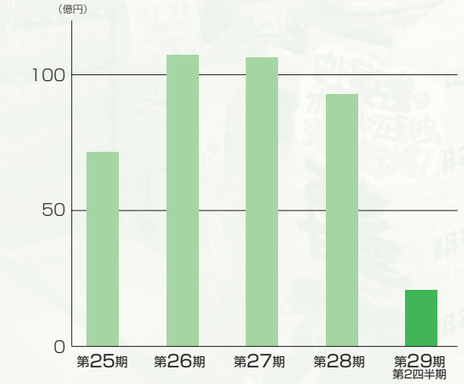
売上高



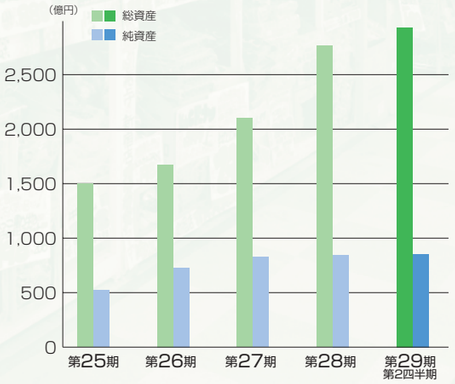
経常利益



当期純利益



総資産・純資産



株主・投資家の皆さまへ

時流対応型営業を徹底強化
総合小売グループとして、さらなる発展へ

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

当第２四半期累計期間における小売業界は、一昨年来の原材料価格高騰に伴うインフレ懸念から一転、金融危機が招いた経済活動の混乱や景気の後退などにより、消費マインドが急速に低迷するといった厳しい経営環境が続いています。

このような逆風下において、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貫き、急速に強まってきた「生活防衛」「節約志向」といった顧客ニーズに積極的に向き合い、低価格路線強化策に踏み込みました。

また、グループ企業の株式会社長崎屋及びドイト株式会社は、収益力拡大に向けたさまざまな施策を粛々と推進してきました。特に新業態として開発した生活防衛型ディープディスカウントストア「MEGAドン・キホーテ」へのリニューアルは、お客さまの高い支持を得ながら、好スタートを切りました。さらに、2008年10月には愛知県及び岐阜県にディスカウントストアを運営するビッグワン株式会社を連結子会社化し、同地区の店舗ネットワークを強化することができました。

これらの結果、当第２四半期累計期間の連結業績は、売上高2,442億円（前年同期比31.6%増）、営業利益83億円（同11.5%減）、経常利益64億円（同36.4%減）及び四半期純利益21億円（同69.2%減）となりました。売上高、営業利益は予想を上振れて着地したものの、金融商品評価損などにより減益決算となっています。なお、中間配当は１株当たり10円とさせていただきました。

今後もドン・キホーテグループは、機動力と柔軟性をあわせ持ったグループ総合力を発揮して、企業価値の向上、株主価値の最大化を追求し続ける所存であります。

時代の潮流に積極的に向き合い 革新的「総合小売グループ」へと成長を続ける

ドン・キホーテグループは、お客さま本位の視点から独自のコンセプトを掲げ、着実な成長を遂げてきました。当第2四半期は、新業態として開発を促進している、生活防衛型ディープディスカウントストア「MEGAドン・キホーテ」を展開する一方で、名岐地区においてディスカウントストアを運営するビッグワン株式会社を新たに連結子会社化しました。時代の潮流を見据えた革新的「総合小売グループ」として、新たな成長が始まっています。

地域No.1店舗として好発進「MEGAドン・キホーテ」

顧客の消費意欲が減退し、小売市場そのものが収縮する中、当社グループは、他社に先駆けて、生活防衛をコンセプトにしたディープディスカウントストアを「驚安(きょうやす)の殿堂　MEGAドン・キホーテ」として創出しました。

「MEGAドン・キホーテ」は、ドン・キホーテの日用消耗品や輸入雑貨・バラエティ系商品、長崎屋の生鮮食料品や衣料品、ドイトの園芸・ペット用品といった、グループ各社の得意分野を活かし、生鮮品を含めた食料品及び日用雑貨品などの生活必需品を中心に、MEGA級の豊富な品揃えと、地域最安値を目指した圧倒的な驚安(きょうやす)価格を実現しています。また、ディスプレイや陳列方法などを簡素化しながら、商圏ごとに異なるお客さまのニーズや季節感を考慮した商品選定など、きめ細かなマーチャンダイジングにより、各店舗の個性を活かして、ドン・キホーテグループならではの楽しく便利な店舗づくりを行っています。

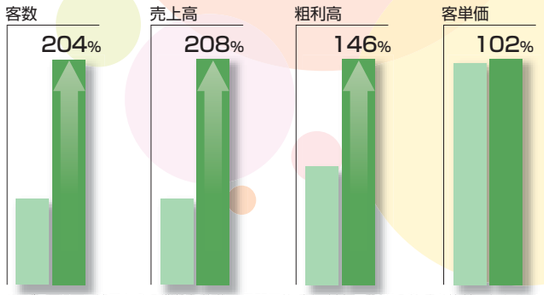
■MEGAドン・キホーテ業態転換数推移

	第28期	第29期第2四半期	計
ドン・キホーテ	0	1	11
ドイト	1	1	
長崎屋	2	6	

「MEGAドン・キホーテ」は、主婦・中高年・ファミリー層を主要なターゲットとしていますが、2008年4月の第1号店オープン以降、長崎屋及びドイトを中心に効果的にリニューアルし、当第2四半期末までに11店舗がオープンしました。

今後も、ポストGMSとして、「MEGAドン・キホーテ」の業態確立を進めながら、お客さま満足度をより高めることに注力していきます。

■MEGAドン・キホーテ転換前後業績比較　長崎屋　MEGAドン・キホーテ



※ グラフは、長崎屋からの業態転換後の月間平均値と、前年同期間の数値を比較したものです。

MEGA古渕店

「驚きの価格」「感激の品揃え」で毎日の生活を徹底サポート

大型カートもすれ違える幅広い通路で、ゆっくりとお買い物を楽しめる

生鮮品・惣菜などの食品は主婦層に絶大な人気

他店圧倒価格で家計を応援

長崎屋の特徴を活かしたアパレルコーナーも、豊富な品揃え

ドイトの商品編集力を活かした工具コーナー

ドン・キホーテ得意のブランド品も充実

遊び心溢れる演出の雑貨コーナー

ドン・キホーテを核に子会社を含めた総力を結集「総合小売グループ」としての一貫した戦略を追求

ドン・キホーテグループは、総合ディスカウントストア「ドン・キホーテ」を核に、ホームセンター「ドイト」、総合スーパー「長崎屋」、そして生活防衛型ディスカウントストア「MEGAドン・キホーテ」などの多彩な店舗フォーマットで、「売上高5,000億円規模の総合小売グループ」として、その存在感をますます大きなものとしています。

当社グループは、生活防衛意識が高まってきた昨今の消費動向を見据え、食品・日用雑貨品などのコモディティ系商品の低価格路線を強化し、来店客数の増加及び商圏内シェア拡大を指向してきました。さらに、グループ全体の事業規模を最大限に活かした仕入力と販売力、綿密な在庫管理から店舗管理まで、基本となる営業活動を徹底的に見直しながら、景気後退局面においても収益力を高めていくことができる事業活動を積極的に展開しています。

また、商圏特性や店舗ロケーションにあわせて、機動的かつ効率的な出退店と改装を行い、高品質のアミューズメントとサービスを進化させながら、独自の店舗づくりを推進してきました。中でも「MEGAドン・キホーテ」は、ファミリー～シニア層のお客さまから絶大な支持をいただいており、「ドン・キホーテ」のコア客層である20～30歳代とあわせて、あらゆる年齢層のお客さまが当社グループの顧客基盤となりました。

さらに、グループ企業全社における間接部門の集約と業務プロセスの改善や改革を推進すると同時に、コーポレートガバナンスを強化し、さらなる効率化と収益力の向上を目指しています。

売上高5,000億円規模の総合小売グループを形成

当社グループはこれからも、「お客さま第一主義」の企業原理のもと、お客さまに買い物の喜びを感じていただける店舗づくりを追求していきます。同時に、消費環境や経営環境が激変する時代においても、グループ各社の総力を結集するとともに、柔軟な営業施策に基づいた事業活動を推進し、絶え間なく挑戦を続けていきます。

ドン・キホーテグループ共通ギフトカード誕生！

今まで、ドン・キホーテ、長崎屋それぞれで発行されていたギフトカードが、2008年11月、ドン・キホーテグループ共通ギフトカードに生まれ変わりました。デザインも一新、国内のドン・キホーテグループ全店舗で使えるギフトカードは、これから新生活を始める方への贈り物にも最適です。

※ご購入は、各店舗またはホームページ（http://www.donki.com/c/giftcard/）へ。

日本発の総合格闘技を世界のスポーツ・エンターテインメントへ 格闘技イベント「戦極～SENGOKU～」を全面支援

バルセロナオリンピック柔道金メダリストの吉田秀彦選手を筆頭に、有名選手が多数出場する総合格闘技イベント「戦極～SENGOKU～」。不況や小売業界の常識と日夜戦い続けるドン・キホーテは、世界最強の座を目指し、選手たちが真剣勝負を繰り広げる「戦極」を、2007年11月の立ち上げよりスポンサーとしてサポートしています。また、毎週日曜日深夜24:35～25:00にテレビ東京で放送中の「最強格闘技・戦極G（ゴールド）！」のスポンサーも務め、番組内では吉田選手出演の当社CMもオンエア中です。

※CMは当社ホームページ（http://www.donki.com/c/tv/other）でご覧いただけます。

ホームページ「ドンキ王国」をグループ・ポータルへリニューアル

当社ホームページ「ドンキ王国」のトップページのデザインを一新するとともに、ドン・キホーテグループ各サイトへのポータル機能を付加しました。ドン・キホーテのトピックスはもちろん、グループ各店舗のニュース、イベント、お買い得情報など、旬な情報を随時発信しています。これにより「ドンキ王国」を訪れる閲覧者は、前年対比110%と増加し、活気ある情報発信基地となっています。

http://www.donki.com

その4 新しい「驚き」と「発見」で、店舗に命を吹き込むドン・キホーテの商品群

「より便利に、より安く、より楽しく」という独自のストアコンセプトを掲げ、オンリーワン業態を築きあげてきたドン・キホーテ。景気と消費マインドが低迷し、厳しい消費環境が続く中でもその規模を拡大し、躍進を続けています。今回のビジネスレポートでは、この躍進を支える、独自の商品戦略に迫りました。

あらゆる購買ニーズに応える圧倒的な品揃えとボリューム

ドン・キホーテのストアコンセプト「CV＋D＋A」は、お客さまに「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）」を提供しようというものです。食品、日用品から家電製品、高級ブランド品に至るまで、バラエティに富んだドン・キホーテの品揃えは、深夜営業とともに「便利さ」を形作る重要な要素です。店内には約４万点、大型店では５～６万点ものアイテムが陳列され、圧倒的ボリュームであらゆる購買ニーズに応えています。

しかも価格面では、「激安の殿堂」として「エブリデイロープライス」に挑戦。他店より高い商品があれば、その差額を返金する「ドンキ・ロープライス保証」などのサービスも提供し、価格への信頼感を生みだしています。

価格への信頼感、ドンキ・ロープライス保証
※対象商品や価格などは、店舗により異なります。

少量多品種の品揃えが、視線に飛び込んでくる陳列方法

新鮮な店舗を作り出す「サムシング・ニュー」の演出

「ドン・キホーテへ行くと、つい予定外のものも買ってしまう」という声が聞かれますが、その理由は、いつも新しい驚きに出会える「サムシング・ニュー」、すなわち、毎回店舗に行くたびに何かが変化しているという、常に高い鮮度を保つための演出にあります。

探している商品が何でも揃うという安心感を提供しながら新しい発見を可能にしているのが「定番商品60%、スポット商品40%」という商品政策。この40%を占めるスポット商品群こそが、買い物に「発見」という楽しさをもたらしているのです。

さらにドン・キホーテでは、商品構成だけでなく、レイアウト、商品の陳列場所、陳列方法も機動的に変化させ、さらに高いレベルで鮮度を保てるよう、その手法を磨き上げています。

一口メモ

スポット商品・・・知名度が低くても、機能・品質ともに有名ナショナルブランド品にひけをとらず、激安価格を実現できる商品、また期間・数量限定の商品

～仕入の権限は現場が持つ～ドン・キホーテの仕入システム

顧客ニーズに応える幅広い品揃え、激安価格、そして「サムシング・ニュー」の商品構成。このドン・キホーテ躍進の推進力ともいえる商品戦略は、地域の顧客ニーズを理解している現場の担当者に商品仕入や価格設定などの権限を委ねる、権限委譲制度によって成り立っています。これにより、本部からの配荷で起こりがちな地域性の違いによる商品の陳腐化を避け、他店との差別化を図りながら、それぞれの店舗の顧客が求める商品を競争力ある価格で提供することができるのです。また、スポット商品については、数量が限定されていることも多く、大手チェーン店では仕入を敬遠するような小ロットの商品でも、ドン・キホーテでは権限を委譲された各店舗で仕入を行うことができるため、有効に活用することが可能となります。

ドン・キホーテでは、この仕入の権限を現場の担当者に委ねることで、高い利益率と、魅力的な商品を発見する楽しみのある店舗づくりを実現しているのです。

時代の潮流に機敏に対応する戦略

より魅力的な店舗を作り上げるため、時代性を捉えた新たな試みも開始しています。2007年12月には、「カジュアルに買う、カジュアルに使う」をキーワードに、家電・インテリア・家庭雑貨を中心としたプライベートブランド「bis（ビス）」が誕生。国内外の専門メーカーとの協力で製造された、価格・機能・デザインともに吟味された商品群で、取り扱いアイテムは100種を超えています。

ドン・キホーテのプライベートブランド「bis」

さらに品揃えと価格のパワーアップを目指し、グループ全体の営業力を駆使することで、商品の調達力と品揃えの編集力を飛躍的に向上させています。ドン・キホーテの成長過程で培ったノウハウを発揮することはもちろん、長崎屋やドイトなどのグループ化によるスケールメリットが新しい品揃えの充実をもたらしました。

また、仕入原価の抑制効果を享受するため、輸入品を効果的に取り入れ、その比率を増やすなど、顧客に価値ある商品をより安く提供する努力を続けています。

グループ店舗網の状況

業態転換を果敢に推進し、既存店の効率を強化 グループ全体で220店舗に

当社グループは、都市部における効率的なドミナント展開と、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が、当第２四半期累計期間における新規出店は、長崎県への初出店を含む２店舗に抑制しながらも、既存店の強化及び改装、業態転換などを通じて、収益力や営業力の向上、さらに事業効率の見直しに注力しました。また、商圏環境や立地特性に応じて、長崎屋、ドイトの一部店舗については「MEGAドン・キホーテ」または「ドン・キホーテ」への業態転換を推進し、競争力を高めています。さらに、ビッグワン株式会社を連結子会社化したことにより名岐地区に７店舗が増えました。

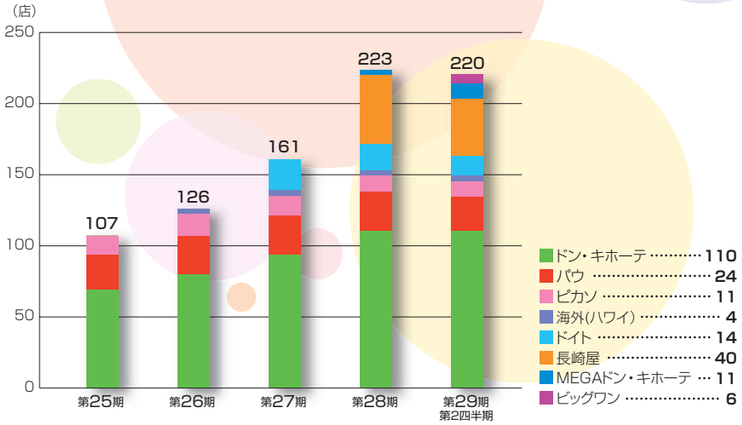
ドン・キホーテ佐世保店（長崎県初出店）

一方で、事業の効率性を高めるために８店舗を閉鎖するなど、リニューアル&スクラップを推進しました。

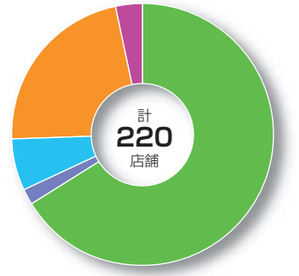
これらの結果、2008年12月末時点における当社グループの店舗網は、株式会社ドン・キホーテ146店舗、ドイト株式会社14店舗、株式会社長崎屋49店舗、ビッグワン株式会社７店舗と、国内35都道府県に216店舗となり、米国・ハワイ州の４店舗をあわせると220店舗のネットワークとなっています。

今後も機動的かつ効率的な出店戦略を推し進め、業態転換やリニューアルを果敢に実施し、グループ全体としての営業力及び収益力の向上を図っていきます。

■業態別店舗数推移



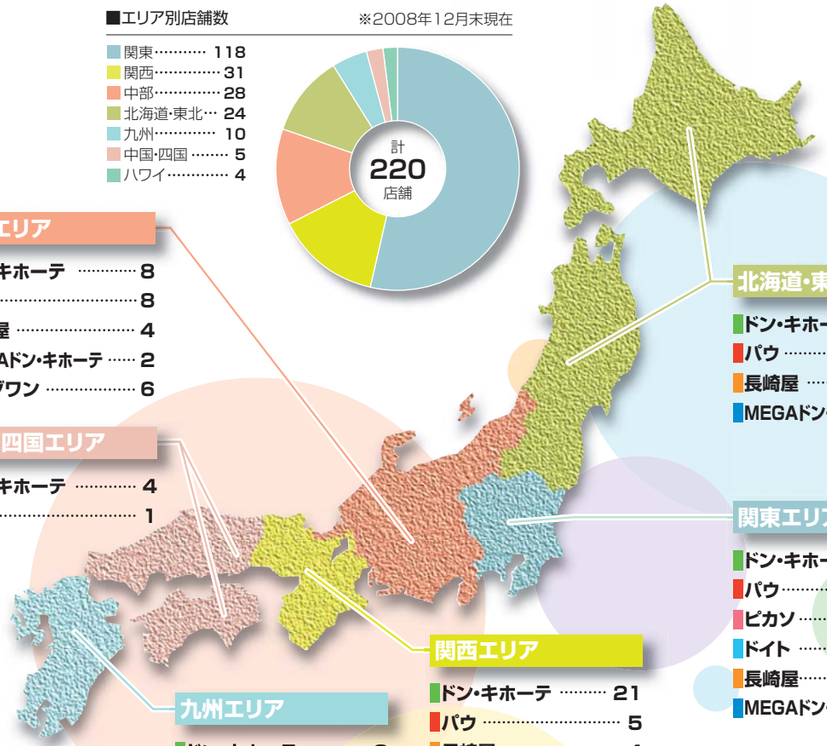
■グループ企業別店舗数



- 株式会社ドン・キホーテ 146
- Don Quijote(USA)Co., Ltd. 4
- ドイト株式会社 14
- 株式会社長崎屋 49
- ビッグワン株式会社 7

■エリア別店舗数　※2008年12月末現在

- 関東 118
- 関西 31
- 中部 28
- 北海道・東北 24
- 九州 10
- 中国・四国 5
- ハワイ 4



中部エリア
- ドン・キホーテ 8
- パウ 8
- 長崎屋 4
- MEGAドン・キホーテ 2
- ビッグワン 6

中国・四国エリア
- ドン・キホーテ 4
- パウ 1

北海道・東北エリア
- ドン・キホーテ 9
- パウ 1
- 長崎屋 12
- MEGAドン・キホーテ 2

関東エリア
- ドン・キホーテ 60
- パウ 7
- ピカソ 11
- ドイト 14
- 長崎屋 20
- MEGAドン・キホーテ 6

関西エリア
- ドン・キホーテ 21
- パウ 5
- 長崎屋 4
- MEGAドン・キホーテ 1

九州エリア
- ドン・キホーテ 8
- 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
- P C http://www.donki.com/➡「全店舗一覧」
- モバイル http://www.donki.com/➡「店舗アクセス」

ドイト
- PC http://www.doit.co.jp/➡「店舗案内」

長崎屋
- PC http://www.nagasakiya.co.jp/➡「店舗情報」

ビッグワン
- PC http://www.donki.com/bigone/

特派員 香子の

ドン・キホーテ 突撃取材!!

東京・府中店編 http://www.donki.com → 全店舗一覧 → 府中店

府中店はドン・キホーテの原点

オープン当初の府中店

ドン・キホーテ第１号店の「府中店」。何でも揃う商品ジャングルの中で宝探しをするような気分にさせてくれるお店「ドン・キホーテ」は、1989年３月に、ここ府中店からスタートしたそうです。

当時の写真を見せてもらいましたが、さすがに20年前を感じさせるたたずまいでした。その後府中店は、2006年６月にリニューアルし、今の姿に。外壁には、小説「ドン・キホーテ」さながら、騎士の姿でロバにまたがるドンペン君が。ドン・キホーテの原点であるチャレンジ精神を象徴するかのようですね。今回は、ドン・キホーテの歴史がつまった、この府中店に突撃しちゃいます。

豊富な品揃えと激安価格で生活を応援

店内に入ると、まずは食品コーナー。加工食品やお菓子、飲み物などの他にも、おいしそうなお弁当やお惣菜もあって目移りしちゃいました。１階は食品や日用品などが、ドン・キホーテならではの何でも揃う豊富な品揃えと安さでずらりと並んでいます。また、メイン通路は広めなので、カートでのお買い物もできて、お米やペットボトル、洗剤などのまとめ買いもできちゃいます。地元の方の生活をしっかり応援してくれていますよね。お店にうかがった夕方ごろは、生活必需品をお買い求めの主婦の方々で店内がいっぱいでした。

また、お買い得品を探して歩き回っていると、他のドン・キホーテではあまり見たことがない雑誌・コミックコーナーを発見！わざわざコンビニに寄らなくても、他のお買い物と一緒に、いつもチェックしている雑誌も買えて、とても便利ですよね。

円高還元セールにワクワク

２階は、家電製品やアパレル、ドン・キホーテらしいバラエティグッズが所狭しと並んでいます。やっぱり、掘り出し物を求めて商品のジャングルをさまよい歩く、この感じがドン・キホーテの魅力です。この時、ブランド品コーナーでは、輸入ブランド品の円高還元セールを開催していました。いつものディスカウント価格がさらにお手頃価格になってお得感倍増！憧れのブランド品でも手が出る価格とあって、ついつい時間も忘れて見入っちゃいました。

取材を終えて…

開店20周年を迎えたドン・キホーテの原点である府中店は、若い方から年配の方まで幅広く愛され、「これぞドン・キホーテ！」と感じる活気あるお店でした。「こんなお店が家の近くにあったらいいのになぁ」と、ますますドンキファンになった私でした。

連結財務データ

四半期連結貸借対照表（要約）

（単位:百万円）

	当第2四半期連結会計期間末（平成20年12月31日）	前連結会計年度末に係る要約連結貸借対照表（平成20年6月30日）
資産の部		
流動資産	126,675	116,580
現金及び預金	42,227	38,381
受取手形及び売掛金	5,211	4,397
商品 Point 1	73,307	67,411
その他	5,930	6,391
固定資産 Point 2	166,510	159,708
有形固定資産	105,784	102,551
無形固定資産	3,071	3,284
投資その他の資産	57,655	53,873
資産合計	293,185	276,288

	当第2四半期連結会計期間末（平成20年12月31日）	前連結会計年度末に係る要約連結貸借対照表（平成20年6月30日）
負債の部		
流動負債	91,975	72,975
買掛金	48,447	39,172
短期借入金（1年内返済予定の長期借入金含む）	18,041	9,684
1年内償還予定の社債	7,795	6,508
その他	17,692	17,611
固定負債	115,936	118,688
社債	50,635	49,583
転換社債	29,859	32,026
長期借入金	11,408	15,153
その他	24,034	21,926
負債合計	207,911	191,663
純資産の部		
株主資本	86,302	84,899
資本金	14,977	14,977
資本剰余金	16,289	16,289
利益剰余金	60,012	58,777
自己株式	△4,976	△5,144
評価・換算差額等	△2,149	△1,965
新株予約権	3	3
少数株主持分	1,118	1,688
純資産合計 Point 3	85,274	84,625
負債純資産合計	293,185	276,288

※百万円未満につきましては四捨五入しています。

Point 1 「商品」

MEGAドン・キホーテへの業態転換による商品構成の変化及びビッグワン株式会社の子会社化により、前期末比59億円増の733億円となりました。

Point 2 「固定資産」

新規出店及び業態転換に伴い、敷金保証金などの資産が増加したことから、前期末比68億円増の1,665億円となりました。

Point 3 「純資産合計」

純資産合計は853億円となりました。なお、自己資本比率は28.7%となっています。

四半期報告制度の導入に伴い、当第2四半期累計期間と前年同期に係る財務情報で適用される会計基準や用語などが異なりますが、本株主通信では利便性を考慮し、前年同期に係る数値を参考として掲載しています。

連結財務データ

四半期連結損益計算書（要約）

（単位:百万円）

	当第2四半期連結累計期間 自 平成20年 7月 1日 至 平成20年12月31日	前中間連結会計期間 自 平成19年 7月 1日 至 平成19年12月31日
売上高 Point 4	244,195	185,515
売上原価	179,075	136,963
売上総利益	65,120	48,552
販売費及び一般管理費 Point 5	56,824	39,182
営業利益	8,296	9,370
営業外収益	1,046	1,236
営業外費用	2,960	579
経常利益	6,382	10,027
特別利益	371	2,182
特別損失	2,815	1,125
税金等調整前四半期(中間)純利益	3,938	11,084
法人税、住民税及び事業税	2,926	3,605
法人税等調整額	△1,259	621
少数株主利益	203	148
四半期(中間)純利益	2,068	6,710

四半期連結キャッシュ・フロー計算書（要約）

（単位:百万円）

	当第2四半期連結累計期間 自 平成20年 7月 1日 至 平成20年12月31日	前中間連結会計期間 自 平成19年 7月 1日 至 平成19年12月31日
営業活動によるキャッシュ・フロー	12,423	9,480
投資活動によるキャッシュ・フロー	△14,700	△31,144
財務活動によるキャッシュ・フロー	6,035	22,669
現金及び現金同等物に係る換算差額	93	△26
現金及び現金同等物の増加額	3,851	979
現金及び現金同等物の期首残高	38,086	38,164
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の四半期(中間期)末残高	41,937	39,104

事業の種類別セグメント情報

当第2四半期連結累計期間（自 平成20年7月1日 至 平成20年12月31日）

（単位:百万円）

	ディスカウントストア	総合スーパー	テナント賃貸	その他	計	消去または全社	連結
売上高							
(1)外部顧客に対する売上高	187,446	47,991	7,473	1,285	244,195	–	244,195
(2)セグメント間の内部売上高または振替高	251	178	1,133	871	2,433	(2,433)	–
計	187,697	48,169	8,606	2,156	246,628	(2,433)	244,195
営業利益または営業損失(△)	7,811	△1,955	2,116	291	8,263	33	8,296

(注)ディスカウントストアに業態転換をした株式会社長崎屋の店舗については、事業の種類別セグメント情報においてディスカウントストア事業に含めて記載しています。

Point 4 「売上高」

ドン・キホーテ既存店の1.1%増収、フル寄与の株式会社長崎屋を含む子会社の販売促進効果から、売上高は前年同期比31.6%増の2,442億円と、過去最高実績を達成しました。

Point 5 「販売費及び一般管理費」

前年同期比45.0%増の568億円となりました。これは、事業規模拡大に伴う人件費・地代家賃の増加、収益力向上のための店舗改装に伴う諸費用によるものです。

※百万円未満につきましては四捨五入しています。

会社・株式データ

（2008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	149億7,724万円
従業員数	2,371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	72,022,209株
自己株式の総数	2,840,899株
株主総数	6,346名

(注)株主総数は前期末に比較して357名増加しています。

大株主

株主名	持株数(株)	出資比率(%)
安田 隆夫	14,712,000	21.27
ラマンチャ	9,000,000	13.01
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)※	5,175,300	7.48
株式会社安隆商事	4,140,000	5.98
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)※	3,763,600	5.44
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口4G)※	3,274,700	4.73
株式会社ドン・キホーテ	2,840,899	–
ビービーエイチフォーフィデリティーロープライスストックファンド	2,598,300	3.76
財団法人安田奨学財団	1,800,000	2.60
資産管理サービス信託銀行株式会社(信託Y口)※	1,527,400	2.21

(注)出資比率は自己株式(2,840,899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。
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。