

## ドン・キホーテHD「平成27年6月期決算」

～26期連続増収営業増益、  
ファミリー層獲得とインバウンドが追い風～

### 【連結経営成績】

(%表示は対前期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
27年6月期	683,981	11.7	39,103	14.0	40,160	13.2	23,148	7.8
26年6月期	612,424	7.7	34,292	5.9	35,487	6.9	21,471	1.6

(注) 包括利益 27年6月期 29,892百万円 (23.1%) 26年6月期 24,650百万円 (0.3%)

### 【平成28年6月期の連結業績予想】

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する 当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
第2四半期	368,000	7.5	23,500	0.4	24,100	0.2	13,700	0.0
(累計)通期	730,000	6.7	39,800	1.8	40,800	1.6	23,300	0.7

(注) 同社は平成27年7月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割を実施。連結業績予想の「1株当たり当期純利益」については、当該株式分割を考慮し算定。

ドン・キホーテHDは平成27年6月期の決算を発表。売上高は前期比11.7%増の6,840億円、営業利益は14.0%増の391億円、経常利益は13.2%増の402億円、純利益は7.8%増の231億円となった。昨年10月からの消費税増税商戦を千載一遇の好機と捉え、26期連続で増収営業増益を達成、純利益は6期連続最高益となる。

好調要因は、主力のドン・キホーテ地方店舗が好調に推移したことに加え、都心店舗のインバウンド効果が大きく貢献し、売上高前期比は4.6%増。また、グループ企業の長崎屋が展開するMEGAドン・キホーテ店舗では、食品フォーマットにシフトしたことでの支持率アップやファミリー層の囲い込みで4.5%伸長。その他、PB商品の選別やゾーニングの改革を実施しMDを進化させた。

新規出店に関しては、首都圏や近畿圏などを中心に地方都市も含め33店舗を出店、10店舗の閉店により計306店舗となった。積極的な店舗展開により設備投資は521億円。

同社 大原孝治社長は「消費税増税商戦は、広告宣伝効果やブームに踊らされることがない実需を獲得できたと言え、“真水”の勝利である」とする。

平成28年6月期の新規出店は、ドン・キホーテとMEGAドン・キホーテを中心に35店舗を計画。エリアやロケーション、フロア構成などを問わず、同社の顧客親和性の高い個店経営を強みに出店していく方針。

食品MDに関しては、前期に引き続き食品で戦える店舗フォーマットの構築と非食品の販売強化、それに付随するMD展開を実施する。これに合わせ、これまでの“単品ばらまき型”のPBを縮小し、小分類MDの企画を前提とした商品開発でSPAを促進。「食品を制する者は集客を制する！非食品を制する者が食品を制する」(大原社長)とし、食品を売るために非食品の販売力強化を打ち出す。

非食品PBでは、M(Middle)商品の強化を図る。主に衣料などのM商品開発に注力し、今秋から投入予定。(続きは正規版をご覧ください。)