

# 2022年2月期 第1四半期 決算補足説明資料

(2021年3月1日～2021年5月31日)

2021年6月29日

**DCM**ホールディングス株式会社

**Do Create Mystyle**  
くらしの夢をカタチに

# 2022年2月期 第1四半期ハイライト

DCMホールディングス株式会社

**売上高** 1,175億円 ~ 前期比 94.7% ( 65億円)

- ・既存店売上高 前年同期比 3.3%
- ・前期の反動減はみられるものの、引き続きガーデニング需要は堅調

**売上総利益** 399億円 ~ 前期比 95.0% ( 21億円)

- ・売上総利益率 前年同期比 +0.1% (ケヨーへの商品供給を含む)
- ・DCMブランド売上高構成比 同 +1.7%、値入率 +0.8%

**営業利益** 103億円 ~ 前期比 89.4% ( 12億円)

- ・販管費前年同期比 97.4%、前年差 830百万円
- ・前期販促活動の自粛により広告宣伝費 150.9%、業績連動賞与減少などにより人件費 96.4%

**経常利益** 103億円 ~ 前期比 88.7% ( 13億円)

- ・営業外収益 前年差 110百万円 (持分法投資利益 同 95百万円)

親会社株主に帰属する

**当期純利益** 75億円 ~ 前期比 93.0% ( 5億円)

- ・前年同期比 93.0%、前年差 570百万円

# 2022年2月期 第1四半期業績

DCMホールディングス株式会社

天候不順や前期コロナ対策商品の反動減はあったものの、  
在宅勤務や外出自粛など生活スタイルの変化に対応

(単位：百万円、%)

	2020年5月期		2021年5月期		前年比	備考
	金額	売上比	金額	売上比		
売上高	124,077	100.0	117,548	100.0	94.7	既存店前年比 3.3% 売上総利益率 + 0.1%
売上総利益	42,074	33.9	39,969	34.0	95.0	
営業収入	1,738	1.4	1,787	1.5	102.8	販管費前年差 830百万円
営業総利益	43,813	35.3	41,756	35.5	95.3	・広告宣伝費 + 428百万円
販管費	32,206	26.0	31,376	26.7	97.4	・人件費 513百万円
営業利益	11,606	9.4	10,380	8.8	89.4	・消耗品費 117百万円
経常利益	11,672	9.4	10,351	8.8	88.7	・水道光熱費 110百万円
親会社株主に帰属する四半期純利益	8,149	6.6	7,579	6.4	93.0	・賃借料 121百万円

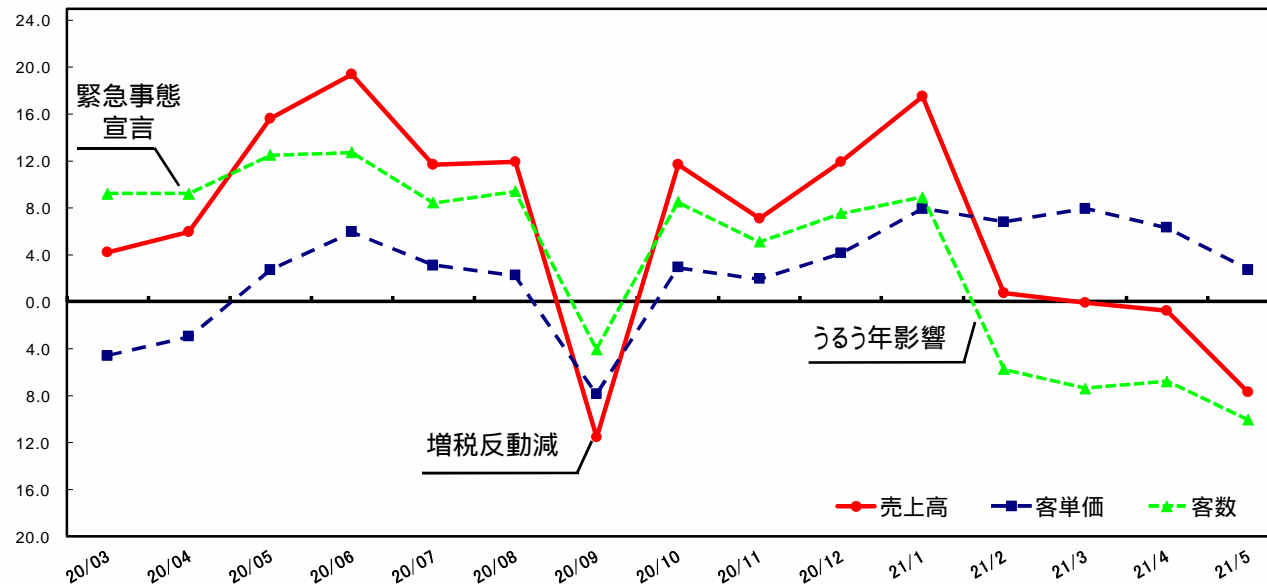
**前期の反動減を受けるも、園芸は好調を維持  
ホームエレクトロニクス部門ではリフォーム関連が好調**

(単位：百万円、%)

	前期		当期		
	金額	構成比	金額	構成比	前期比
園 芸	23,638	19.1	23,860	20.3	100.9
ホームインプローブメント	25,643	20.7	25,081	21.3	97.8
ホームレジャー・ペット	17,760	14.3	17,155	14.6	96.6
ハウスキーピング	29,040	23.3	25,692	22.0	88.5
ホームファニッシング	7,304	5.9	6,635	5.6	90.8
ホームエレクトロニクス	9,543	7.7	9,563	8.1	100.2
その他	8,268	6.7	6,166	5.2	74.6
ホームセンター事業計	121,199	97.7	114,155	97.1	94.2
商品供給高	2,878	2.3	3,392	2.9	117.9
合 計	124,077	100.0	117,548	100.0	94.7

## ハンドソープやアルコール除菌関連商品など コロナウイルス対策商品の需要の反動減で減収

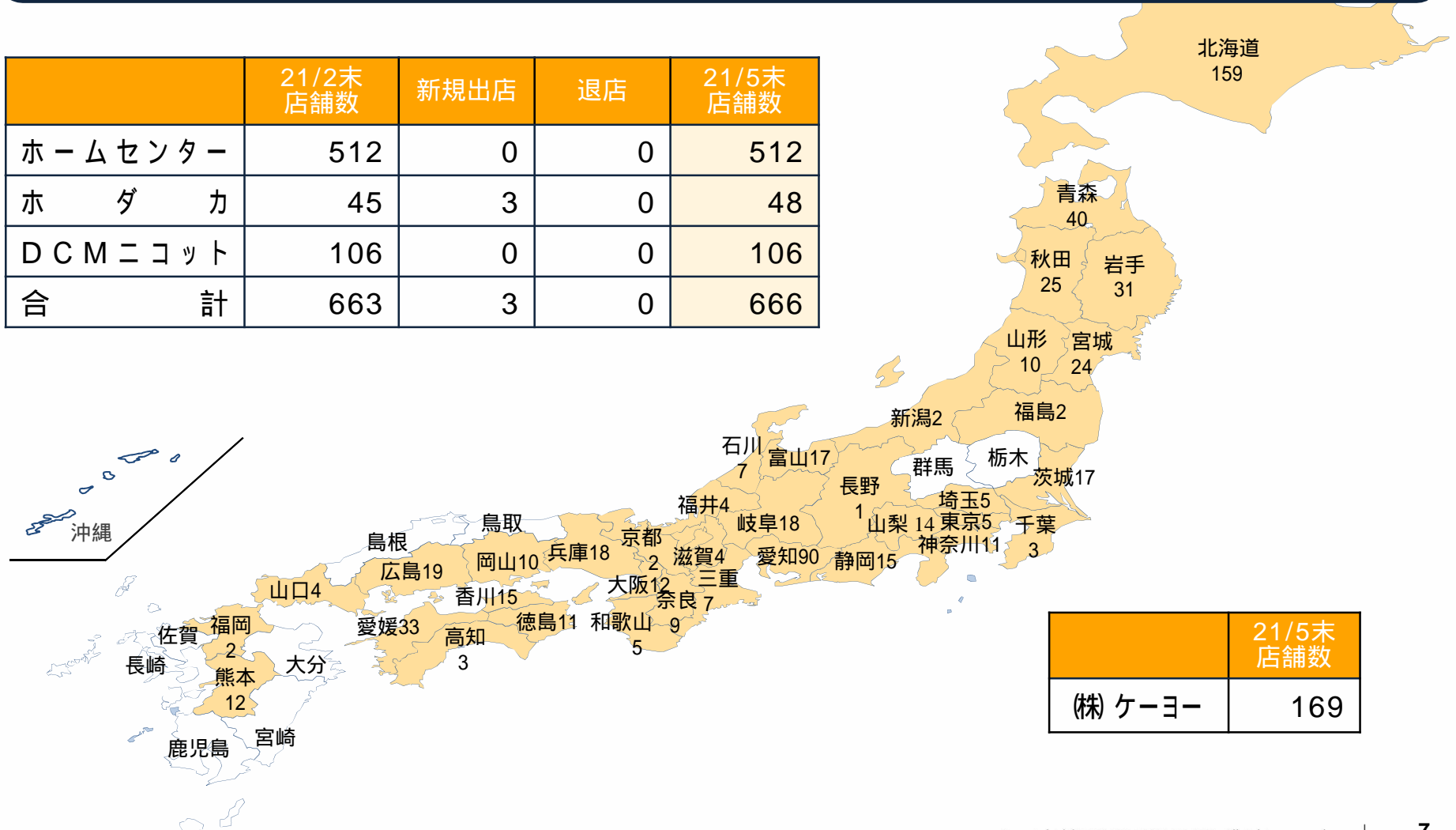
	前期			当期		
	売上高	客数	客単価	売上高	客数	客単価
3月～5月累計	+ 9.0%	+ 10.5%	1.4%	3.3%	8.3%	+ 5.4%
3月	+ 4.2%	+ 9.2%	4.6%	0.1%	7.4%	+ 7.9%
4月	+ 5.9%	+ 9.2%	3.0%	0.8%	6.8%	+ 6.3%
5月	+ 15.6%	+ 12.5%	+ 2.7%	7.7%	10.1%	+ 2.7%



# 都道府県別出店状況

**ケーヨーを含め、全国に835店舗展開**

	21/2末 店舗数	新規出店	退店	21/5末 店舗数
ホームセンター	512	0	0	512
ホダカ	45	3	0	48
DCMニコット	106	0	0	106
合計	663	3	0	666



	21/5末 店舗数
(株)ケーヨー	169

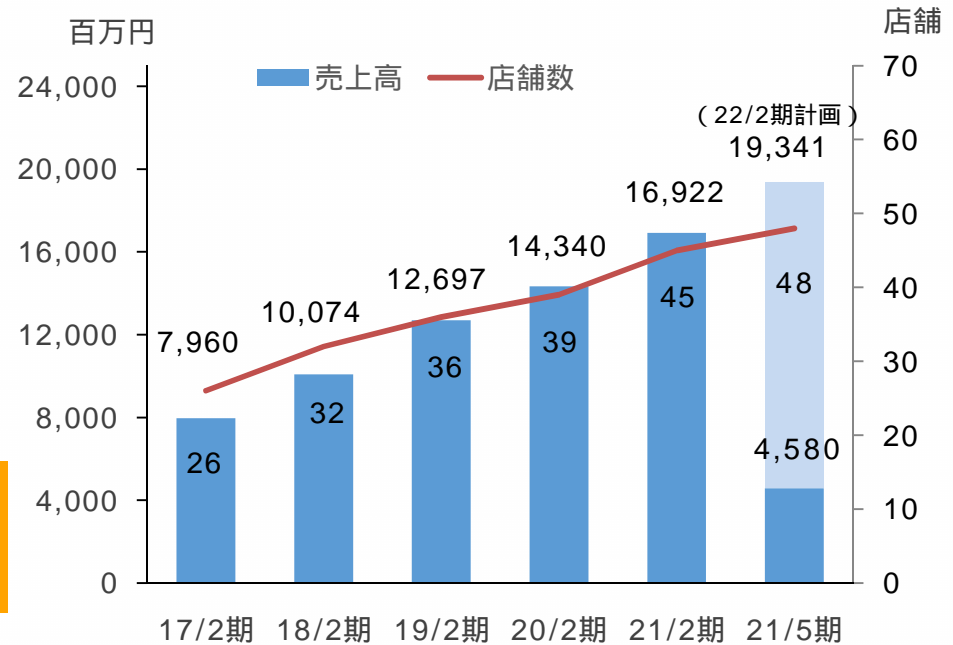


**プロユースに特化した専門店として好調に推移  
店舗の認知度向上とともに売上高が順調に増加**

**ホダカ（プロショップ） 工具・金物・作業用品の専門店**



**既存店前期比 + 9.1%**



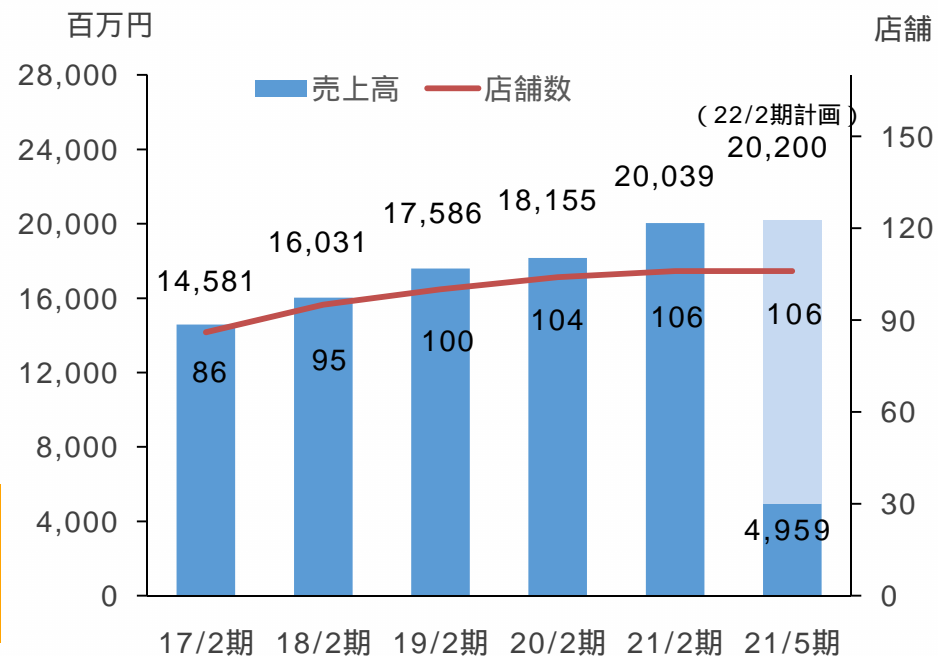
2021年5月期 48店舗（東海22、北陸5、関東5、東北4、近畿4、北海道4、中国2、四国2）  
全店売上高 4,580百万円（前期比 + 20.0%）

## 地域密着型の小型店として 地域与件に対応した品ぞろえで地域に貢献

### DCMニコット 小商圈型ホームコンビニ店



**既存店前期比 6.4%**



2021年5月期 106店舗（北海道67、東北34、関東5）  
全店売上高 4,959百万円（前期比 5.2%）

## 値入率の改善、DCMブランド商品の売上高構成比は着実にアップ

値入率 +0.8ポイント

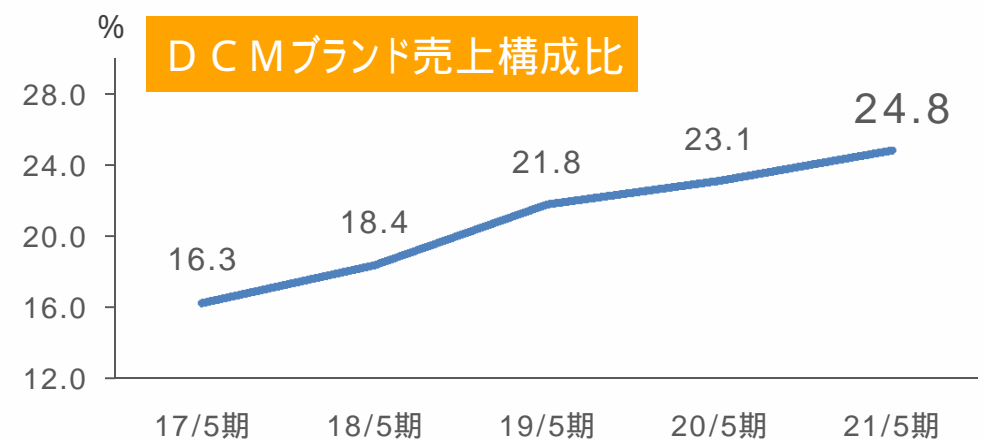
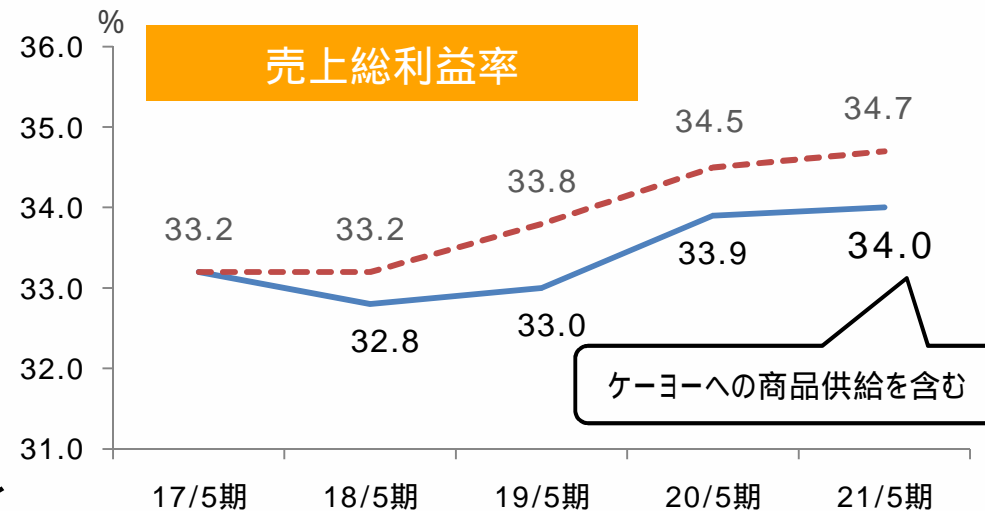
ポイント売変率 +0.1ポイント

会員数の伸びに伴うポイント値引の増加

DCMブランド商品の売上高構成比  
アップ（前年差+1.7ポイント）

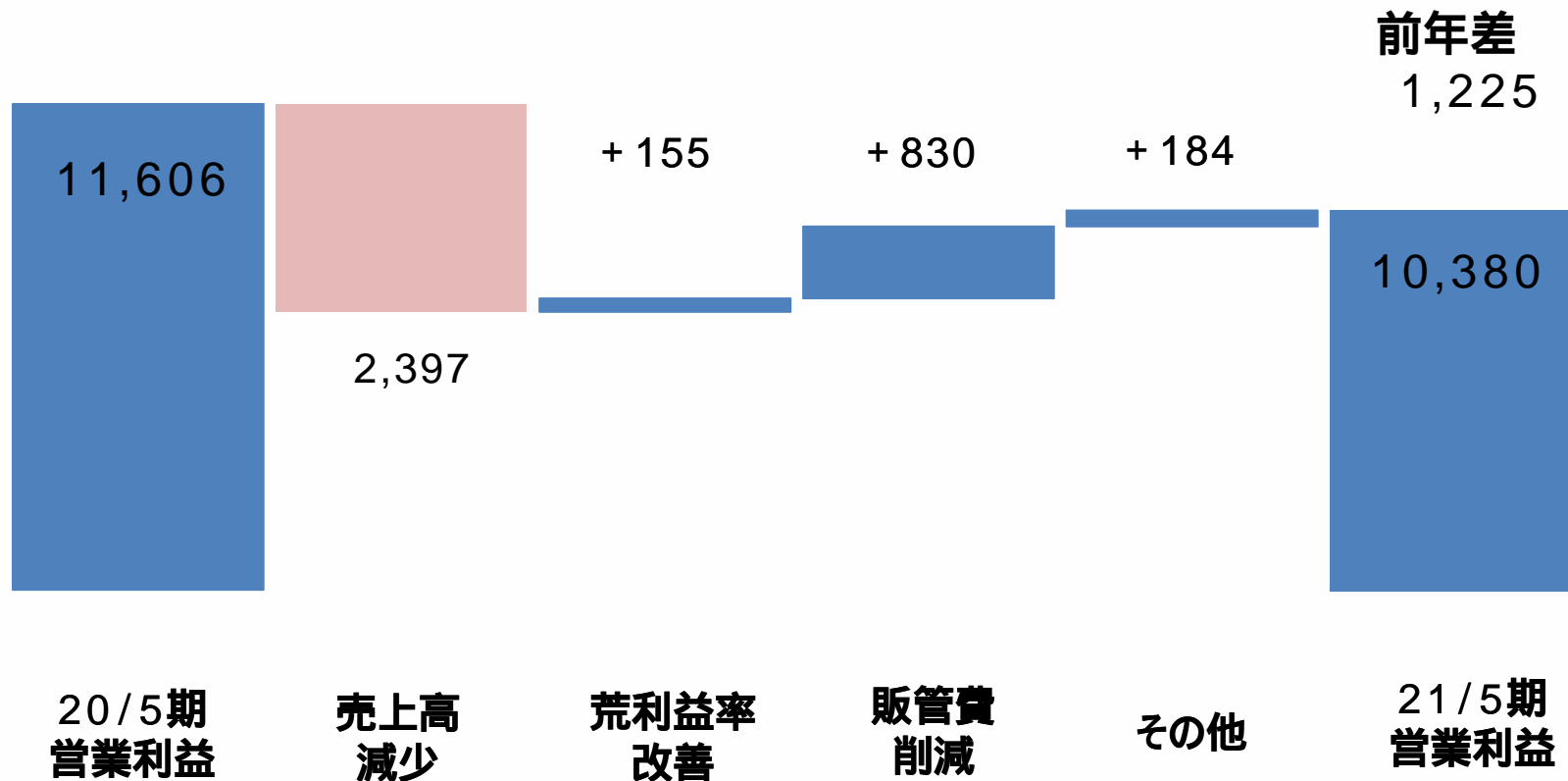
・DCMブランド売上高 25,149百万円  
（前期比 100.3%）

・DCMブランドアイテム数 26,500SKU  
（前年差 +3,200SKU）



**販管費削減するも、前期の反動減による  
売上高減少の影響を吸収できず減益**

(単位：百万円)



# 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2021年2月期	2021年5月期	増減	増減要因
流動資産	207,183	188,128	19,054	現預金 32,215
受取手形及び売掛金	14,946	22,535	+ 7,588	季節的要因による増加
商品	99,431	105,572	+ 6,140	季節的要因による増加
固定資産	283,666	279,251	4,415	
有形固定資産	202,169	201,544	625	
無形固定資産	12,326	12,388	+ 62	
投資その他の資産	69,170	65,318	3,851	
資産合計	490,849	467,379	23,469	
流動負債	117,255	96,380	20,874	
支払手形及び買掛金	67,644	60,426	7,218	金融機関休日による前期末決済分減少
1年内返済長期借入金	13,089	13,072	17	
固定負債	139,385	137,300	2,085	
長期借入金	102,749	101,730	1,018	長期借入金返済
リース債務	15,678	15,599	79	
負債合計	256,641	233,681	22,960	
純資産合計	234,208	233,698	509	
負債純資産合計	490,849	467,379	23,469	

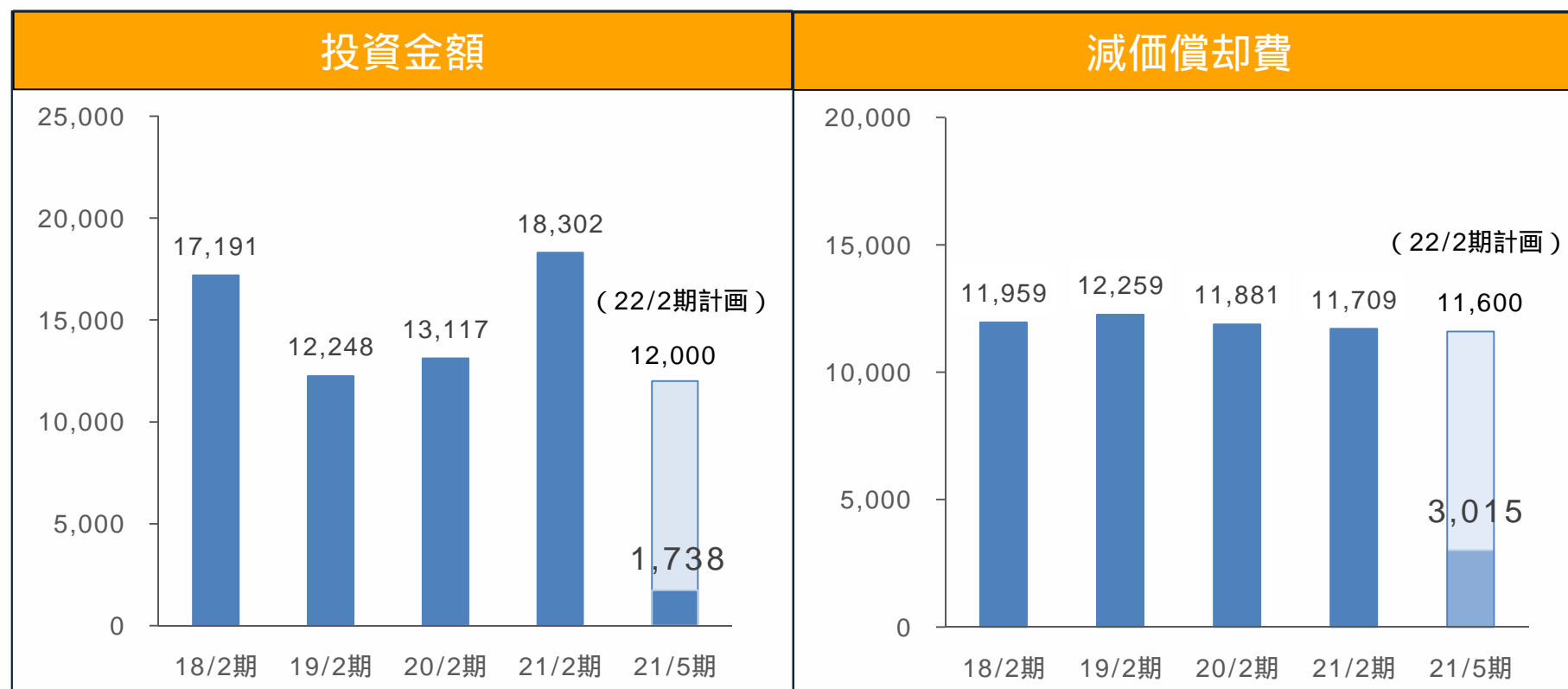
# 設備投資及び減価償却費

2021年3月1日～2021年5月31日

(単位：百万円)

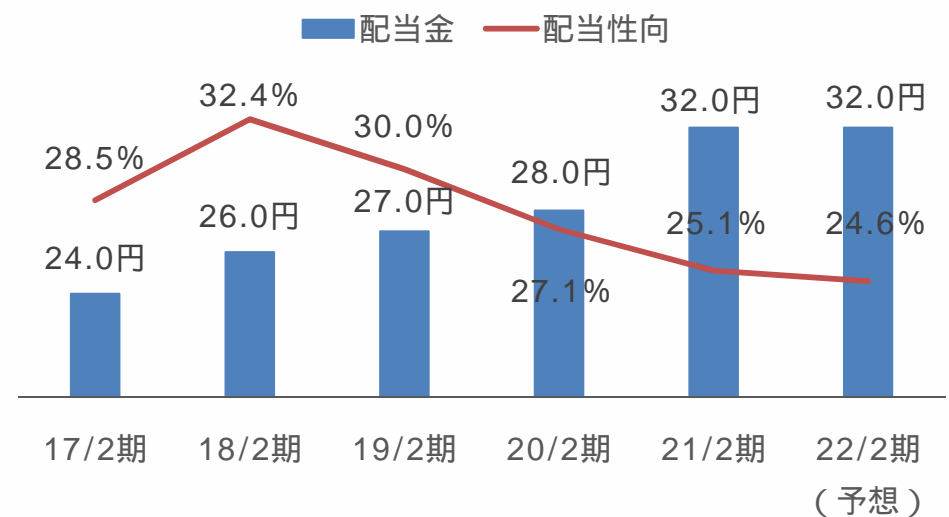
投資金額	減価償却費
1,738	3,015

投資金額は有形固定資産、ソフトウェア、敷金及び保証金（計画外の土地取得あり）  
減価償却費にはソフトウェア、無形固定資産、長期前払費用等の償却費を含む



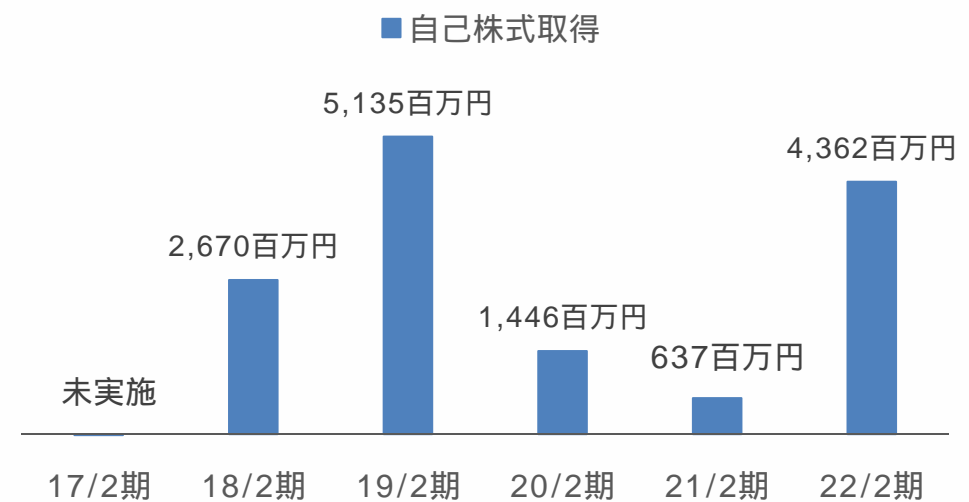
## 配当政策

- 安定配当
- 20/2期の固定資産売却益を除く配当性向は 30.9%
- 21/2期は中間配当2円増配、期末配当で記念配当2円増配



## 自己株式取得

- 継続的に取得を検討
- 17/2月期は、ケーヨー第三者割当増資引き受けのため未実施
- 22/2月期は 3,842千株取得



# 2022年2月期 業績予想

(2021年3月1日～2022年2月28日)

**(当初公表の業績予想からの修正の有無：無)**

DCMホールディングス株式会社



# 2022年2月期 業績予想の前提

## 新規出店及び退店

	上期		下期		通期	
	新店	退店	新店	退店	新店	退店
ホームセンター	0	0	0	1	0	1
ホダカ	3	0	4	0	7	0
DCMニコット	3	0	1	0	4	0
計	6	0	5	1	11	1

ホダカはプロ業態、DCMニコットは小型HC

## 既存店売上高伸び率

上期	下期	通期
4.9%	0.4%	2.8%

## 設備投資及び減価償却費

(単位：百万円)

設備投資	減価償却費
12,000	11,600

設備投資は有形固定資産、ソフトウェア、敷金及び保証金  
減価償却費にはソフトウェア、無形固定資産、長期前払費用等の償却費を含む

# 2022年2月期 連結業績予想（通期）

2021年3月1日～2022年2月28日

（単位：百万円、％）

	2021年2月期 実績		2022年2月期 予想		前期比
	金額	売上比	金額	売上比	
売上高	464,212	100.0	451,000	100.0	97.2
売上総利益	154,697	33.3	153,800	34.1	99.4
営業収入	6,980	1.5	6,900	1.5	98.8
営業総利益	161,678	34.8	160,700	35.6	99.4
販管費	131,423	28.3	129,200	28.6	98.3
営業利益	30,254	6.5	31,500	7.0	104.1
経常利益	29,550	6.4	30,700	6.8	103.9
親会社株主に帰属する当期純利益	18,594	4.0	19,000	4.2	102.2

- 1株当たり当期純利益 124円26銭
- 1株当たり配当予想 32円（中間16円、期末16円）

# 2022年2月期 連結業績予想（上期）

2021年3月1日～2021年8月31日

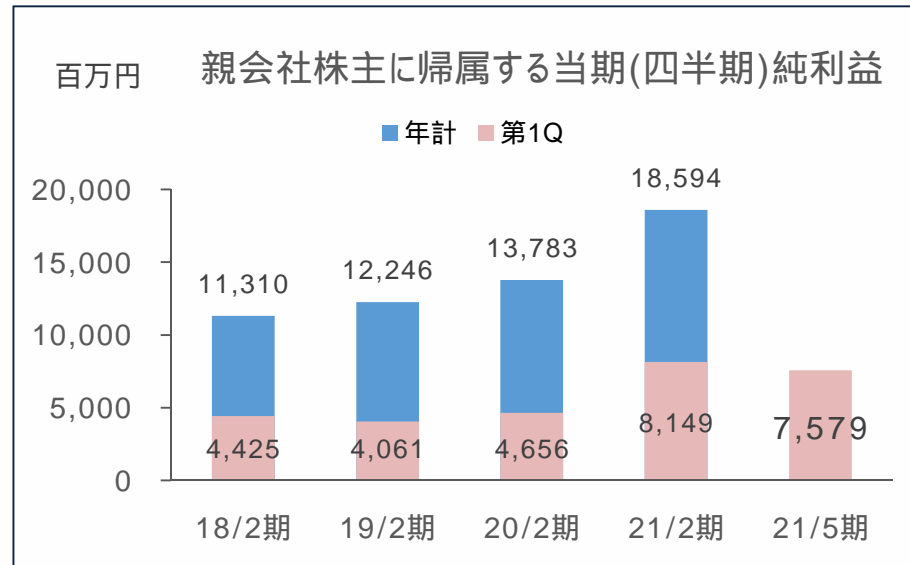
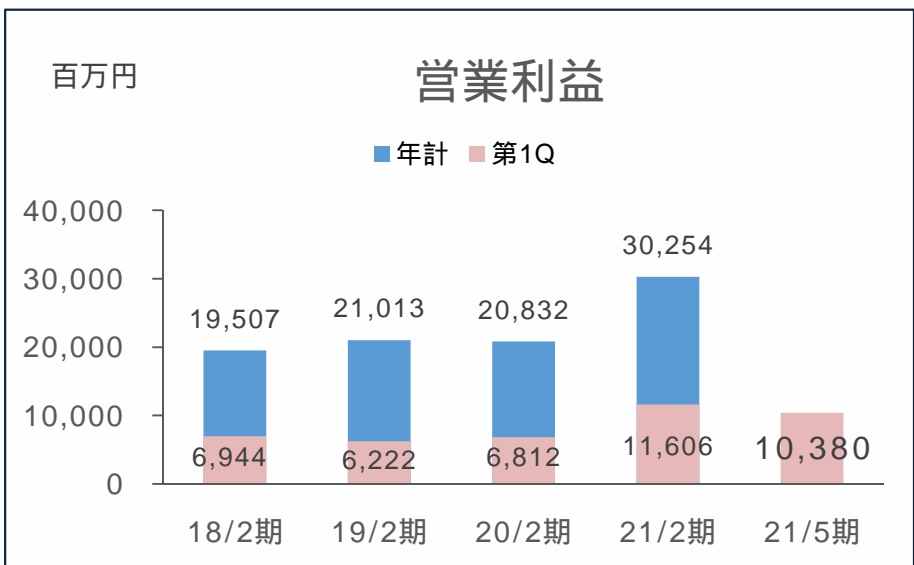
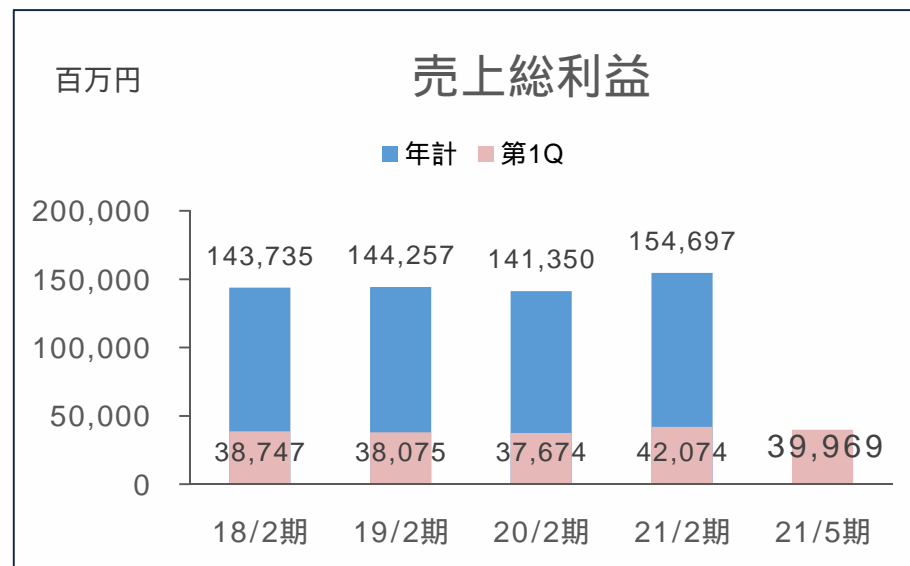
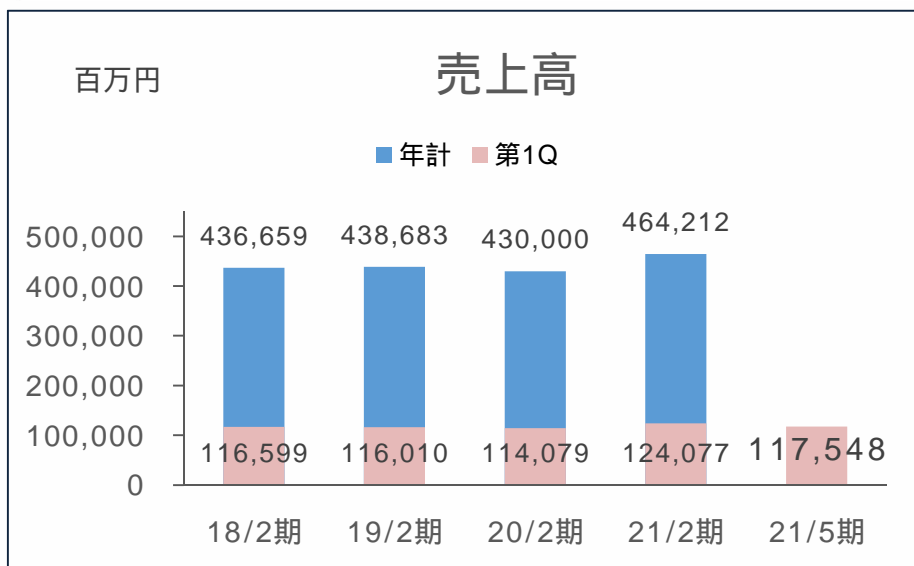
（単位：百万円、％）

	2020年8月期 実績		2021年8月期 予想		前期比
	金額	売上比	金額	売上比	
売上高	249,538	100.0	236,900	100.0	94.9
売上総利益	83,872	33.6	81,700	34.5	97.4
営業収入	3,481	1.4	3,400	1.4	97.7
営業総利益	87,354	35.0	85,100	35.9	97.4
販管費	65,053	26.1	65,100	27.5	100.1
営業利益	22,300	8.9	20,000	8.4	89.7
経常利益	22,237	8.9	19,700	8.3	88.6
親会社株主に帰属する四半期純利益	15,136	6.1	12,400	5.2	81.9

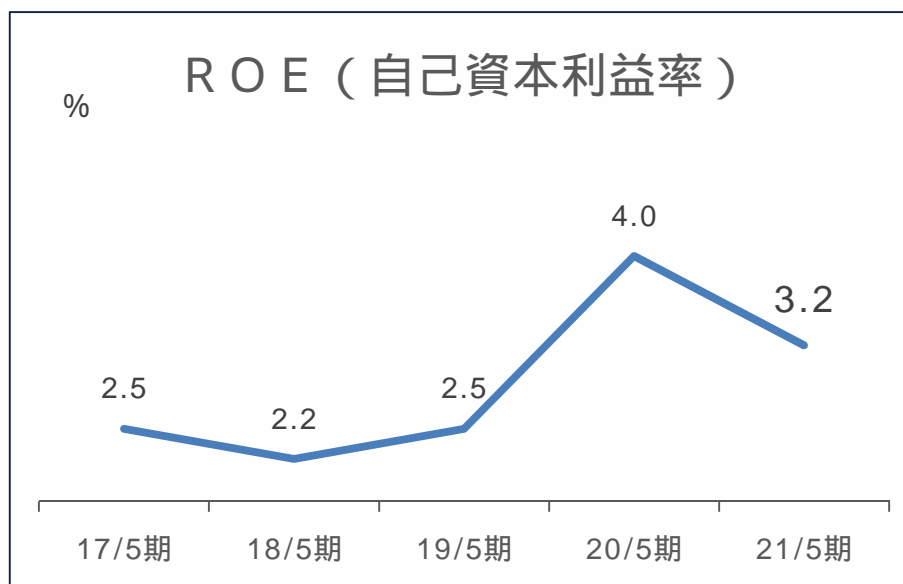
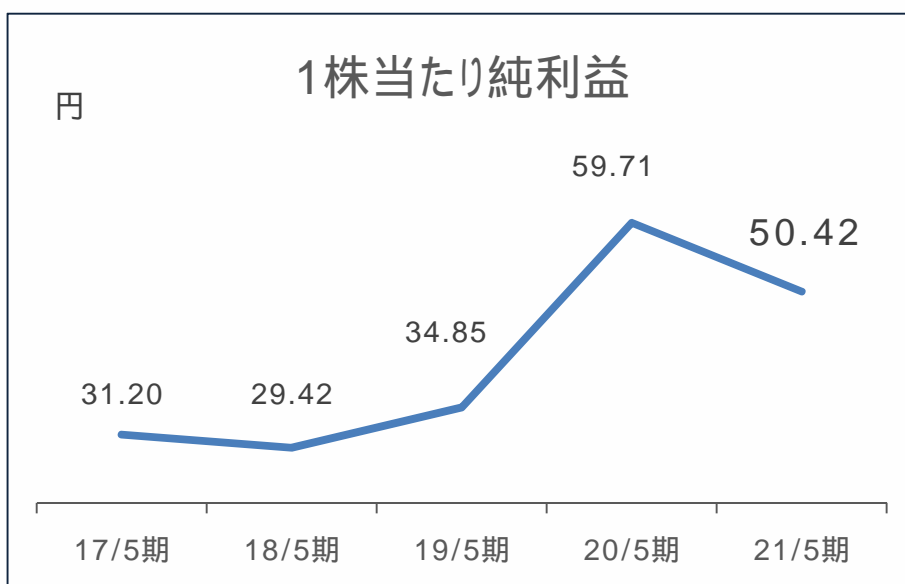
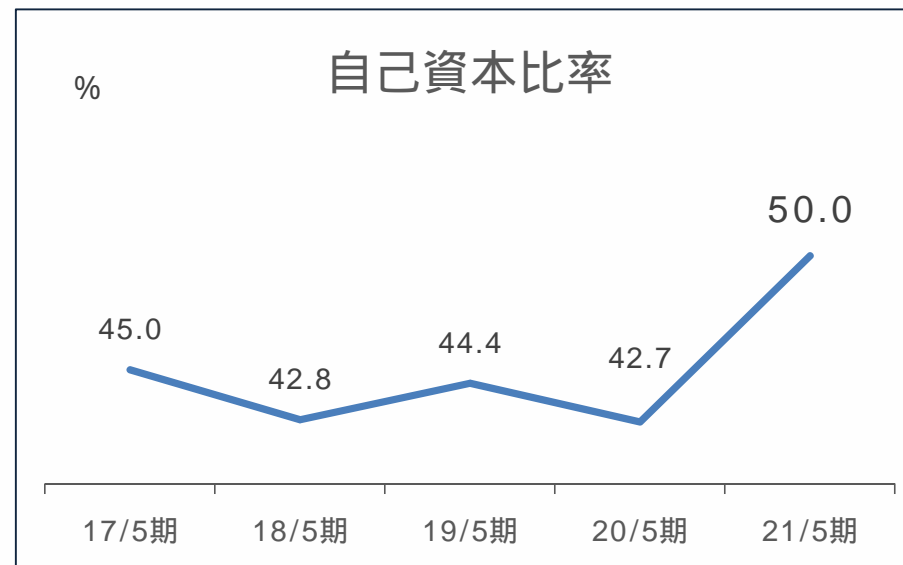
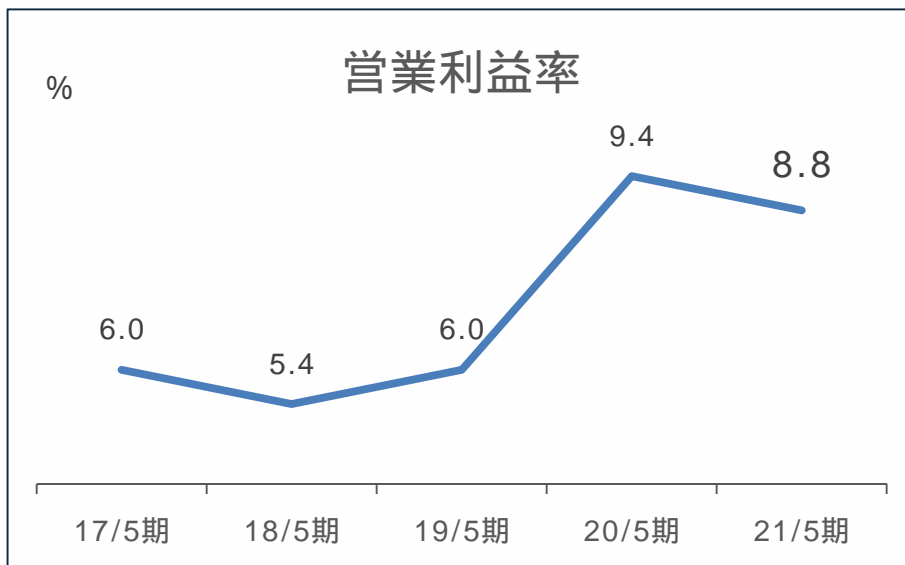
# 参考資料

DCMホールディングス株式会社

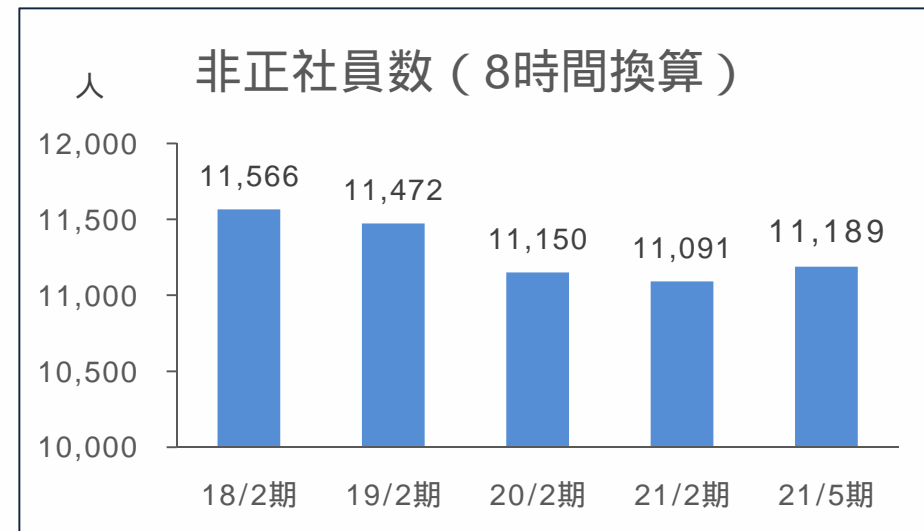
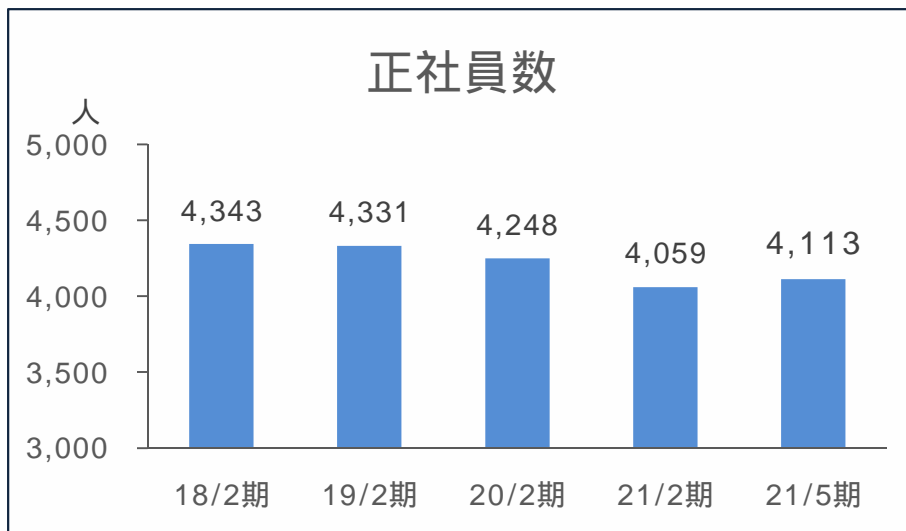
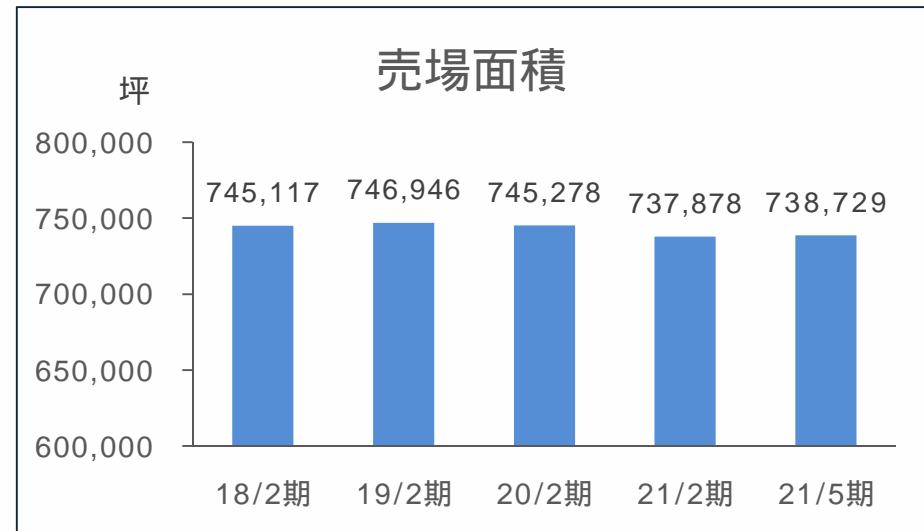
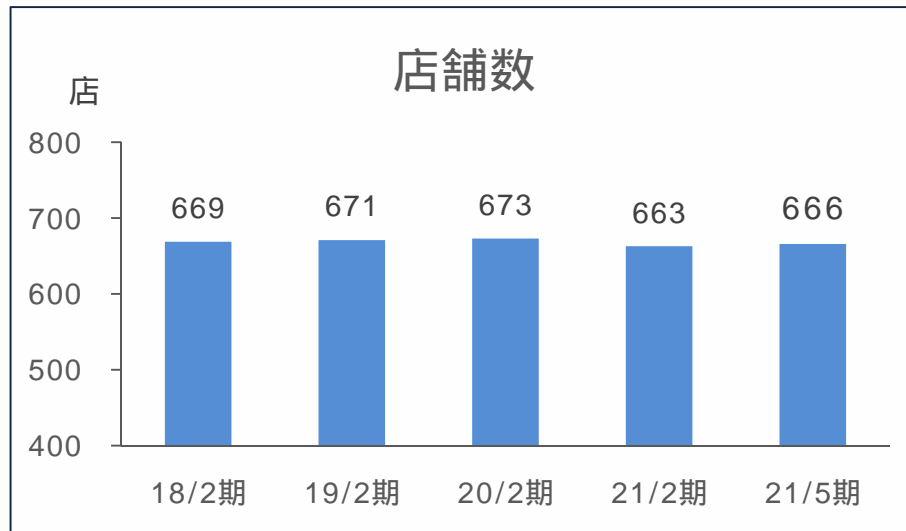
# 業績推移



# 経営指標



# 営業数値



■ 21/2期 2020年12月1日付にて、食品事業などを譲渡したことから、店舗数、売場面積、正社員数が減少しております。

# 新規出店の状況

新規出店	店舗数	店舗名	地域	開店月	売場面積（坪）	備考
ホダカ	3	ホダカ川崎梶ヶ谷店	神奈川県	2021年3月	252	
		ホダカ徳島川内店	徳島県	2021年4月	300	
		ホダカ倉敷笹沖店	岡山県	2021年5月	299	
合計	3				851	



# 連結損益計算書（参考）

## ケーヨーとの取引を除く P L

（単位：百万円、％）

	2020年5月期		2021年5月期		前期比	備考
	金額	売上比	金額	売上比		
売上高	121,199	100.0	114,258	100.0	94.3	ケーヨー取引による営業利益へのインパクト 2020年5月期      2021年5月期 売上高            + 2,878      + 3,289 売上総利益        + 222        + 359 営業利益            + 66        + 129
売上総利益	41,851	34.5	39,610	34.6	94.6	
営業収入	1,738	1.4	1,787	1.6	102.8	
営業総利益	43,590	36.0	41,397	36.2	95.0	
販管費	32,050	26.4	31,146	27.3	97.2	
営業利益	11,540	9.5	10,251	9.0	88.8	
経常利益	11,225	9.3	9,936	8.7	88.5	
親会社株主に帰属する当期純利益	7,808	6.4	7,308	6.4	93.6	

2020年8月期より数値の算出方法を一部変更したため、前年実績については変更後に組み替えて表示しております。

社是

奉仕 創造 団結

経営理念

**Do Create Mystyle**  
くらしの夢をカタチに

お客さまのために、新しい商品・サービスを創造し、  
変化に柔軟に対応しながら、地域と団結し、社会に奉仕する  
なくてはならない企業のカタチを実現します。

## 行動理念

すべてをお客さま視点からの発想で

# Demand Chain Management for Customer

お客さまの満足と流通の進化を両立させる企業を実現します。

## 行動指針

お客さま第一

私たちは お客さまに寄り添って“よく”考えます。

誠実な対応

私たちは お客さまを“笑顔にできる”商品・サービスを提供します。

地域社会との協同

私たちは お客さまと“ともに”豊かな暮らしを創造します。

チームワーク

私たちは 自らの役割を果たし 仲間を尊重し 協力しあいます。



**Do Create Mystyle**

**くらしの夢をカタチに**