



2023年2月期 決算補足説明資料

(2022年3月1日～2023年2月28日)

2023年4月11日

DCMホールディングス株式会社

2023年2月期 決算ハイライト

DCMホールディングス株式会社

2023年2月期 決算ハイライト



売上高 **4,697 億円** ~前期比 110.4% (計画比 96.3%)

・既存店売上高 前年同期比 Δ 2.9%、エクスプライス連結により増収

売上総利益 **1,562 億円** ~前期比 106.0% (計画比 98.1%)

・売上総利益率 前年同期比 Δ 1.3%、ホームセンター事業+0.9%

営業利益 **300 億円** ~前期比 98.1% (計画比 97.0%)

・販管費前年同期比 +7.7%、エクスプライス連結および水道光熱費の高騰により増加

経常利益 **295 億円** ~前期比 97.5% (計画比 96.3%)

・持分法投資利益 +26百万円、支払利息+193百万円

親会社株主に帰属する

当期純利益 **181 億円** ~前期比 96.4% (計画比 95.5%)

・前年差 Δ 673百万円

※当期より「収益認識に関する会計基準」を適用しているため、前期に同会計基準を適用したものと前期比較をしております。
第2四半期よりエクスプライス株式会社を連結した数値となっております。(エクスプライス株式会社 2022年4月~2023年1月分)

2023年2月期 通期業績

DCMホールディングス株式会社

エキスパライス株式会社連結による増収 円安、原材料価格などのコスト高騰に対応

(単位：百万円、%)

	2022年2月期		2023年2月期			エキスパライス除き		
	金額	売上比	金額	売上比	前期比	金額	売上比	前期比
売上高	※ 425,536	100.0	469,782	100.0	110.4	418,368	100.0	98.3
売上総利益	147,386	34.6	156,279	33.3	106.0	148,309	35.5	100.6
営業収入	7,028	1.7	7,039	1.5	100.2	7,039	1.7	100.2
営業総利益	154,414	36.3	163,318	34.8	105.8	155,348	37.1	100.6
販管費	123,765	29.1	133,250	28.4	107.7	124,267	29.7	100.4
営業利益	30,649	7.2	30,068	6.4	98.1	31,081	7.4	101.4
経常利益	30,317	7.1	29,555	6.3	97.5	30,572	7.3	100.8
親会社株主に帰属する 四半期純利益	18,809	4.4	18,135	3.9	96.4	19,072	4.6	101.4

※ 当期より「収益認識に関する会計基準」を適用しているため、前期に同会計基準を適用したもものとして金額を算出しております。

第2四半期よりエキスパライス株式会社を連結した数値となっております。

連結損益計算書（四半期会計期間）



**営業利益は四半期毎に改善し、第4四半期は増益を確保
第2四半期よりエクспライス株式会社を連結**

（単位：百万円、%）

	Q1（3月～5月）		Q2（6月～8月）		Q3（9月～11月）		Q4（12月～2月）	
	当期	前期比	当期	前期比	当期	前期比	当期	前期比
売上高	112,254	98.2	123,017	110.9	116,472	113.9	118,037	120.4
売上総利益	39,651	99.2	40,488	106.1	37,801	107.7	38,338	112.3
営業収入	1,769	99.0	1,790	102.1	1,759	100.8	1,719	98.7
営業総利益	41,420	99.2	42,279	105.9	39,560	107.4	40,058	111.6
販管費	31,586	100.7	33,144	108.5	33,420	109.0	35,098	112.5
営業利益	9,834	94.7	9,134	97.3	6,139	99.1	4,959	105.9
経常利益	10,148	98.0	9,017	95.8	6,017	97.2	4,372	100.2
親会社株主に帰属する 四半期純利益	6,506	85.8	5,618	95.0	3,499	88.2	2,512	186.4

※ 当期より「収益認識に関する会計基準」を適用しているため、前期に同会計基準を適用したものと前期比を算出しております。

第2四半期よりエクспライス株式会社を連結した数値となっております。

連結損益計算書（四半期会計期間※エクスパライスを除き）

売上高は減収も、荒利改善や経費コントロールにより
第2四半期以降の営業利益は増益

(単位：百万円、%)

	Q1 (3月~5月)		Q2 (6月~8月)		Q3 (9月~11月)		Q4 (12月~2月)	
	当期	前期比	当期	前期比	当期	前期比	当期	前期比
売上高	112,254	98.2	107,748	97.1	100,686	98.4	97,678	99.6
売上総利益	39,651	99.2	38,129	99.9	35,375	100.8	35,153	103.0
営業収入	1,769	99.0	1,790	102.1	1,759	100.8	1,719	98.7
営業総利益	41,420	99.2	39,919	100.0	37,134	100.8	36,873	102.8
販管費	31,586	100.7	30,394	99.5	30,659	100.0	31,627	101.4
営業利益	9,834	94.7	9,525	101.5	6,475	104.5	5,245	112.0
経常利益	10,148	98.0	9,414	100.0	6,353	102.7	4,655	106.6
親会社株主に帰属する 四半期純利益	6,506	85.8	5,977	101.1	3,809	96.0	2,778	206.2

※ 当期より「収益認識に関する会計基準」を適用しているため、前期に同会計基準を適用したものととして前期比を算出しております。

前期需要の反動を受けるが、ガーデニング需要は堅調
プロ向け商材やレジャー用品、省エネ対策用品も好調

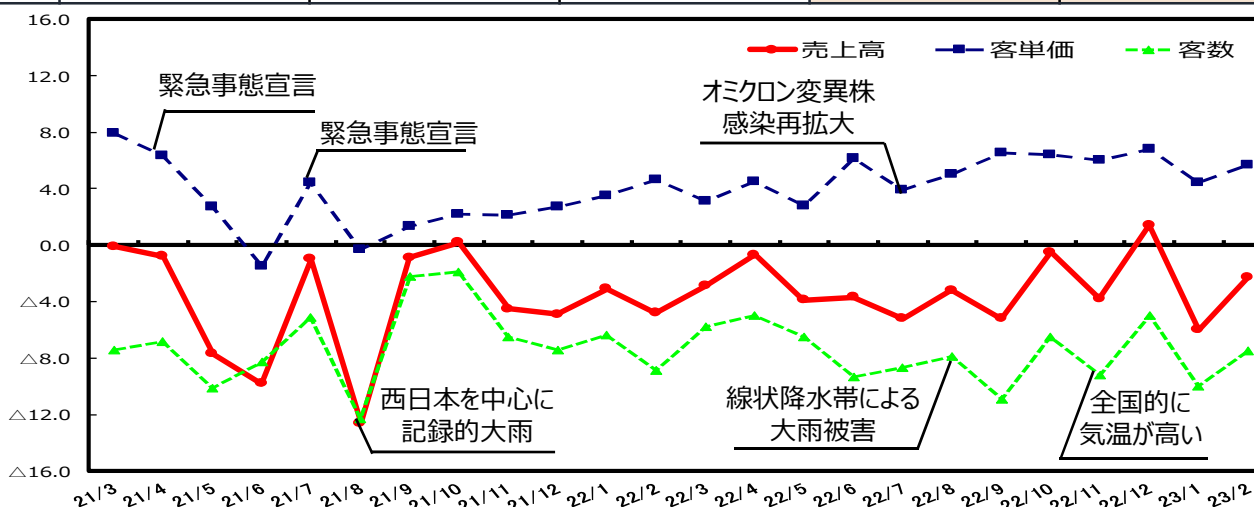
(単位：百万円、%)

	前期		当期		
	※ 金額	構成比	金額	構成比	前期比
園芸	66,123	15.5	66,112	14.1	100.0
ホームインプルーブメント	96,214	22.6	94,798	20.2	98.5
ホームレジャー・ペット	63,478	14.9	63,346	13.5	99.8
ハウスキーピング	100,084	23.6	96,082	20.5	96.0
ホームファニッシング	24,747	5.8	23,058	4.9	93.2
ホームエレクトロニクス	46,813	11.0	46,257	9.8	98.8
その他	16,176	3.8	15,473	3.3	95.7
商品供給高他	11,635	2.7	12,903	2.7	110.9
ホームセンター事業計	425,274	99.9	418,034	89.0	98.3
エクспライス事業	-	-	51,423	10.9	-
その他の事業	262	0.1	324	0.1	123.9
合計	425,536	100.0	469,782	100.0	110.4

※ 当期より「収益認識に関する会計基準」を適用しているため、前期に同会計基準を適用したもものとして金額を算出しております。
第2四半期よりエクспライス株式会社を連結した数値となっております。

行動制限解除やコロナ需要の反動などにより客数が減少
 原材料高や円安の対応によって客単価は上昇

	前期			当期		
	売上高	客数	客単価	売上高	客数	客単価
3月～2月累計	△4.4%	△7.1%	+2.9%	△2.9%	△7.6%	+5.1%
3月～5月	△3.3%	△8.3%	+5.4%	△2.5%	△5.8%	+3.5%
6月～8月	△7.9%	△8.6%	+0.8%	△4.1%	△8.6%	+5.0%
9月～11月	△1.8%	△3.6%	+1.8%	△3.1%	△8.9%	+6.3%
12月～2月	△4.3%	△7.5%	+3.5%	△1.8%	△7.2%	+5.9%



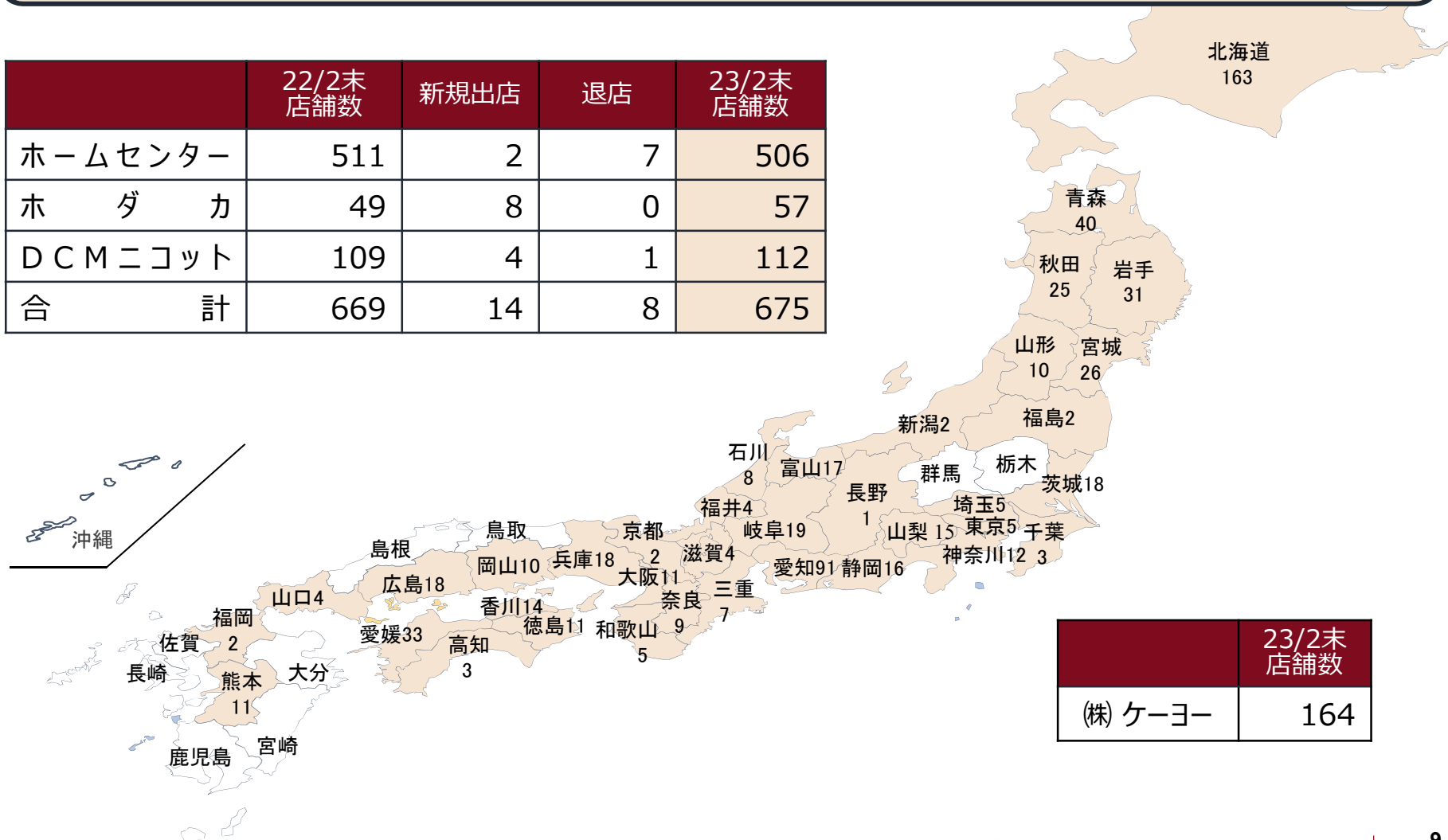
※ 当期より「収益認識に関する会計基準」を適用しているため、前期に同会計基準を適用したものととして伸び率を算出しております。

都道府県別出店状況



ケーヨーを含め、全国に839店舗展開

	22/2末 店舗数	新規出店	退店	23/2末 店舗数
ホームセンター	511	2	7	506
ホダカ	49	8	0	57
DCMニコット	109	4	1	112
合計	669	14	8	675

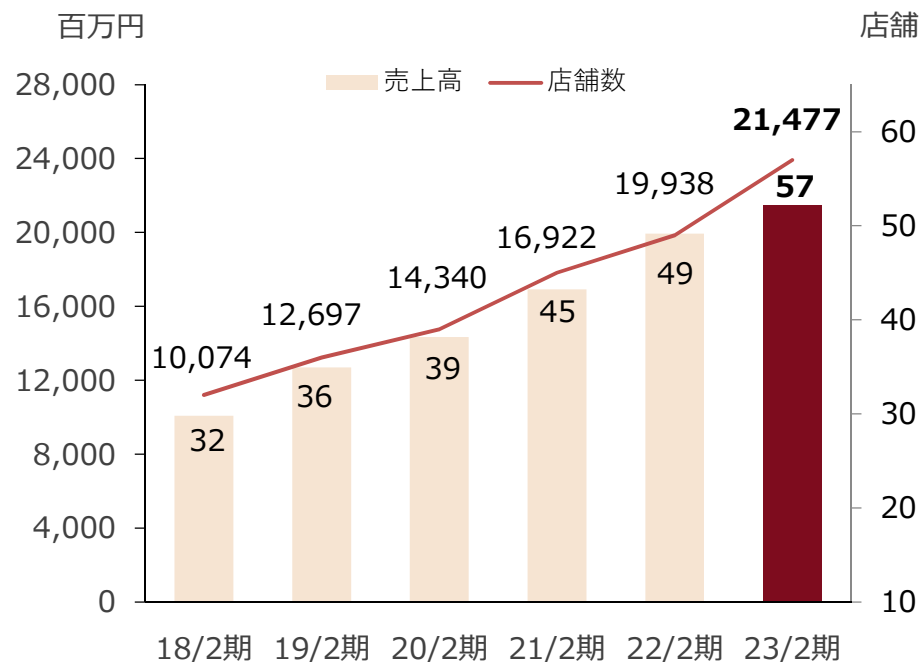


プロユースに特化した専門店として好調に推移
店舗の認知度向上とともに売上高が順調に増加

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 + 2.6%



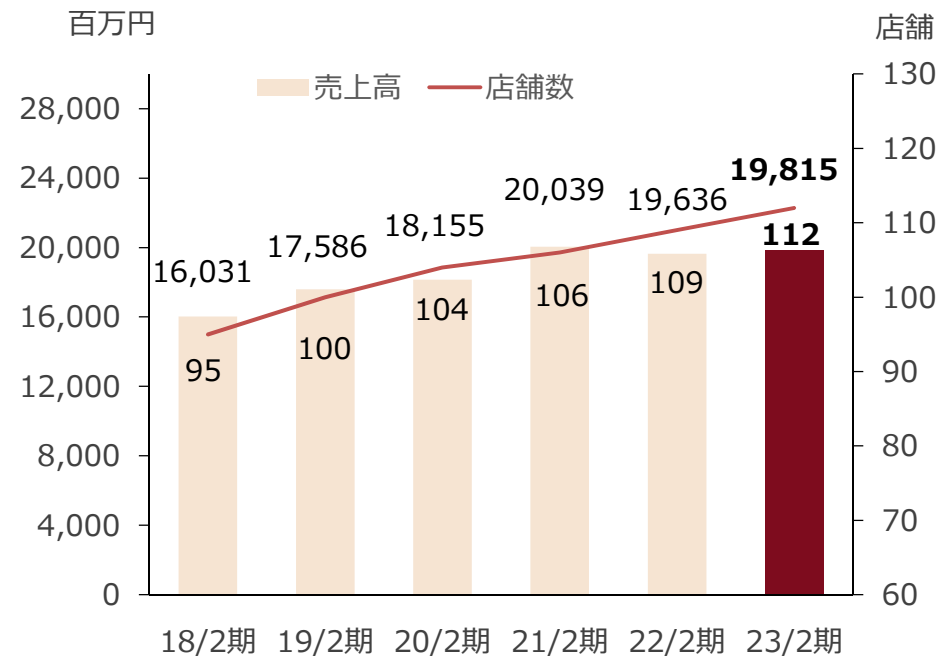
2023年2月期 57店舗（東海23、北海道7、関東7、北陸6、近畿5、東北5、中国2、四国2）
全店売上高 21,477百万円（前期比+7.7%） 営業利益 前期比△17.3%

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



既存店前期比 \triangle 1.6%



2023年2月期 112店舗 (北海道69、東北37、関東6)

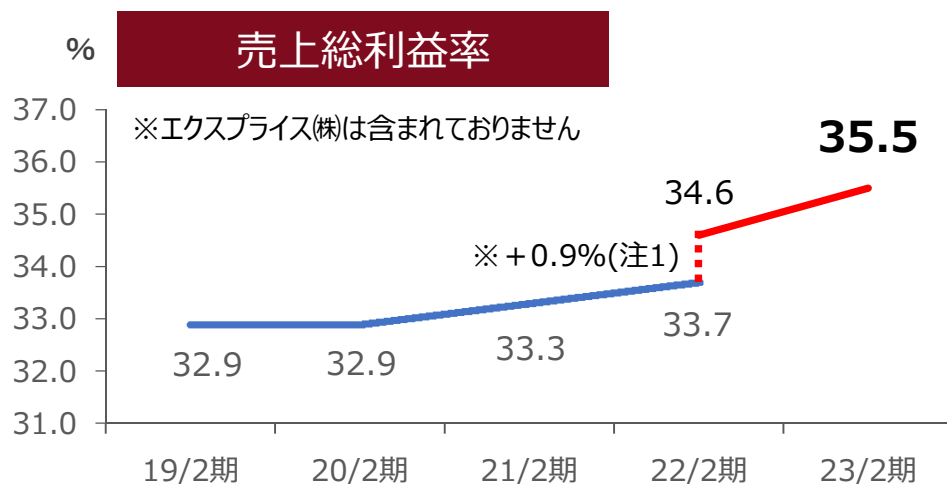
全店売上高 19,815百万円 (前期比+0.9%) 営業利益 前期比+0.1%

売上総利益率の推移



円安、原材料高などが続く中、値入率は悪化するも
 売変率のコントロールにより売上総利益率は着実に改善

(単位：%)



- ① 値入率 $\Delta 0.7$ ポイント
- ② 売変率 $\Delta 2.6$ ポイント
 - ・売変コントロールにより改善 $\Delta 2.6$ ポイント
 - ・ポイント値引による悪化 +0.0ポイント

	部門別売上総利益率	
	前期 22/2期 ※(注2)	当期 23/2期
園芸	35.4 (35.1)	36.3
ホームインプルーブメント	38.1 (38.3)	38.9
ホームレジャー・ペット	36.0 (35.8)	36.4
ハウスキーピング	31.5 (31.2)	32.4
ホームファニシング	41.7 (41.6)	42.2
ホームエレクトロニクス	34.0 (33.7)	35.3
その他	30.6 (19.2)	31.2
合計	34.6 (33.7)	35.5

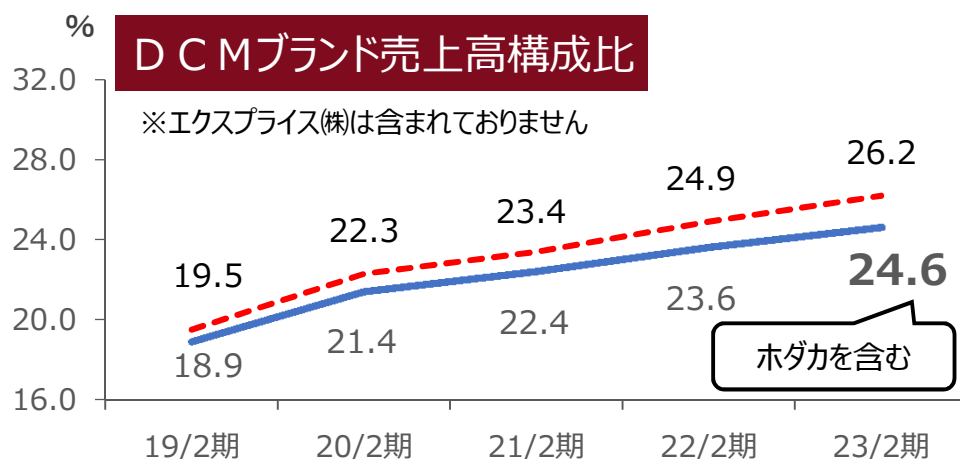
※(注) 1. 33.7%から34.6%への+0.9%については、当期より「収益認識に関する会計基準」を適用しているため前期に同会計基準を適用したものと
 売上総利益率を算出したためであります。
 2. ()内は「収益認識に関する会計基準」適用前の売上総利益率であります。

DCMブランド売上高構成比の推移



商品開発の強化、販促の強化により
 全部門で売上高構成比は上昇

(単位：%)



DCMブランドの売上高構成比アップ
 (前年差+1.0ポイント)

- ・DCMブランド売上高 90,050百万円
 (前期比 101.7%)
- ・DCMブランドアイテム数 31,000 S K U
 (前年差 +2,500 S K U)

	DCMブランド売上高構成比		
	前々期 21/2期	前期 22/2期	当期 23/2期
園芸	24.9	26.0	26.7
ホームインブルースメント	17.5	19.0	20.6
ホームレジャー・ペット	25.8	26.5	27.5
ハウスキーピング	21.8	23.4	25.3
ホームファニッシング	61.5	65.6	66.5
ホームエレクトロニクス	4.4	4.4	4.5
合計	22.4	23.6	24.6

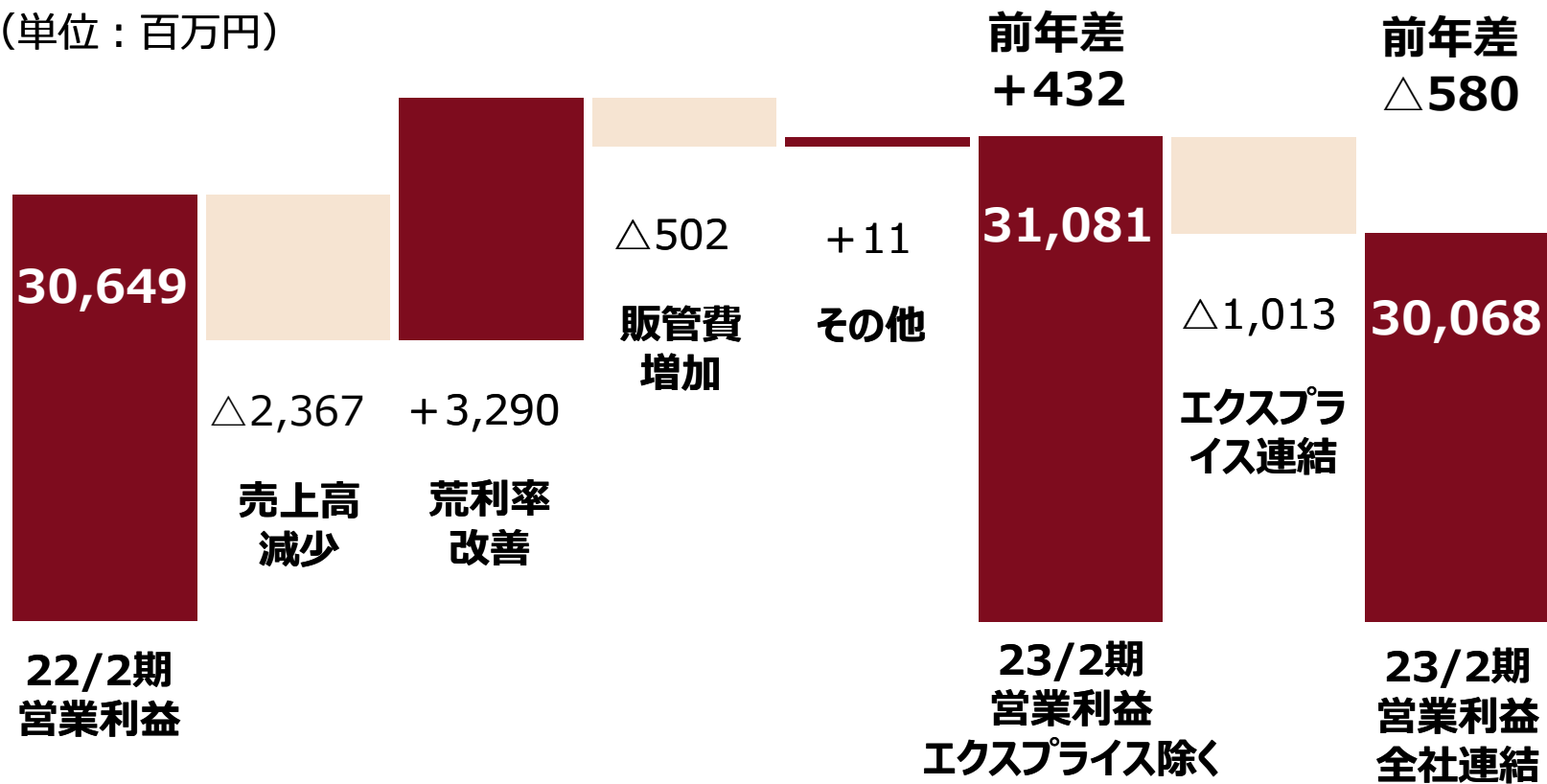
※ DCMブランド売上高構成比 ホダカ含む。

営業利益の増減内訳



売上高の減少を荒利率の改善によってカバー
水道光熱費等の増加を販管費全体でコントロール

(単位：百万円)



※当期より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用しております。
影響は売上高のみですが、前期に同会計基準を適用したものと概算した金額を記載しております。

連結貸借対照表



(単位：百万円)

	2022年2月期	2023年2月期	増減	増減要因
流動資産	175,057	214,390	+ 39,333	現預金 + 11,539百万円
受取手形及び売掛金	14,211	18,109	+ 3,898	エクспライズ連結による増加
商品	106,001	121,941	+ 15,940	商品原単価高騰とエクспライズ連結による増加
固定資産	274,093	301,564	+ 27,470	
有形固定資産	196,243	195,687	△556	
無形固定資産	13,306	33,650	+ 20,343	エクспライズ関連のれんの増加 20,082百万円
投資その他の資産	64,542	72,226	+ 7,683	
資産合計	449,151	515,955	+ 66,803	エクспライズ連結により 32,950百万円増加
流動負債	100,109	102,828	+ 2,719	
支払手形及び買掛金	48,204	47,391	△813	
短期借入金	—	10,000	+ 10,000	エクспライズ関連
1年内返済長期借入金	30,111	16,474	△13,637	
固定負債	108,306	169,773	+ 61,466	
長期借入金	73,767	137,104	+ 63,337	新規借入 81,000百万円
リース債務	14,753	12,953	△1,800	
負債合計	208,416	272,601	+ 64,185	
純資産合計	240,735	243,353	+ 2,618	
負債純資産合計	449,151	515,955	+ 66,803	

設備投資及び減価償却費



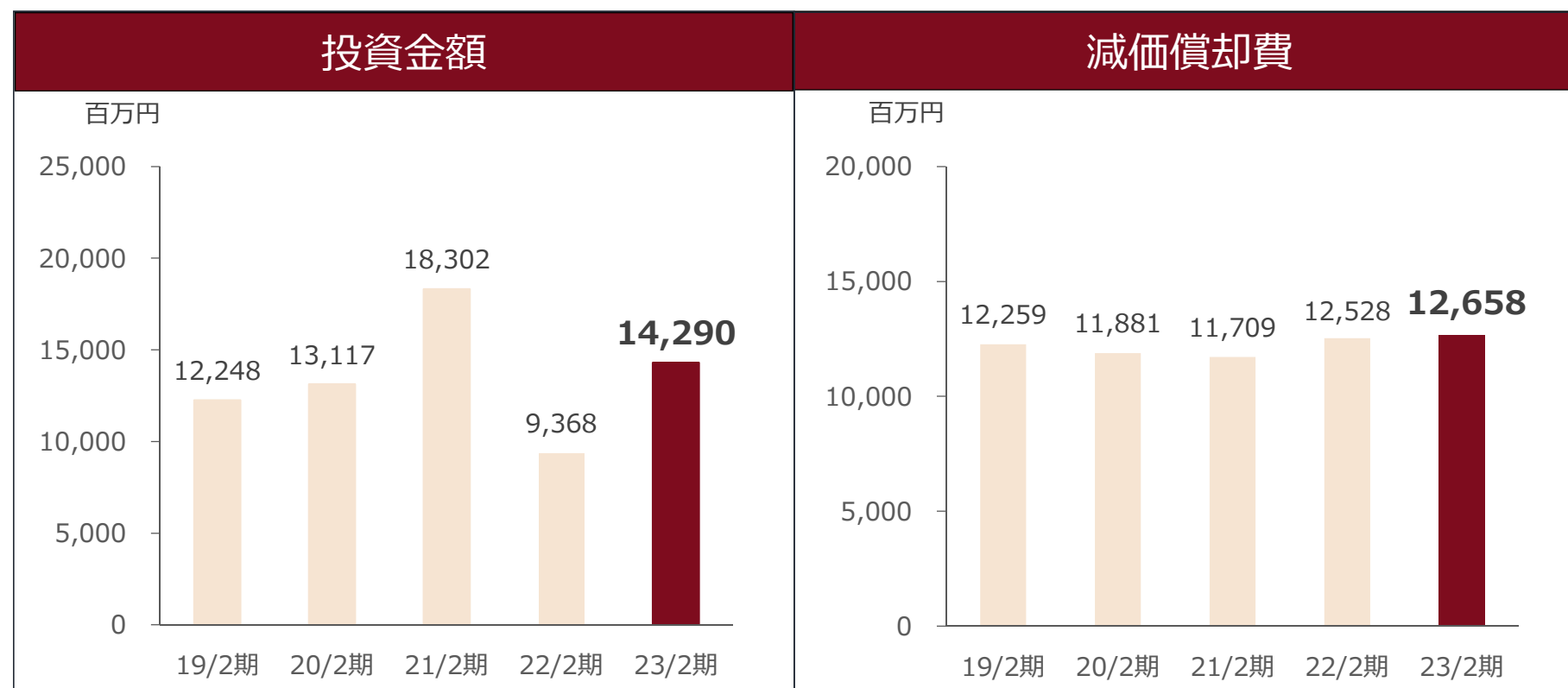
2022年3月1日～2023年2月28日

(単位：百万円)

投資金額	減価償却費
14,290 (計画比 114.3%)	12,658 (計画比 99.7%)

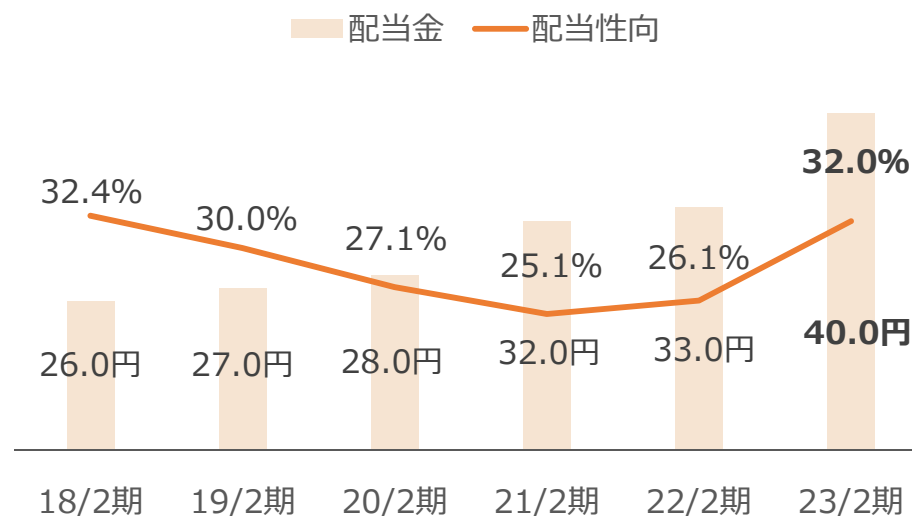
※ 投資金額は有形固定資産、ソフトウェア、敷金及び保証金

※ 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



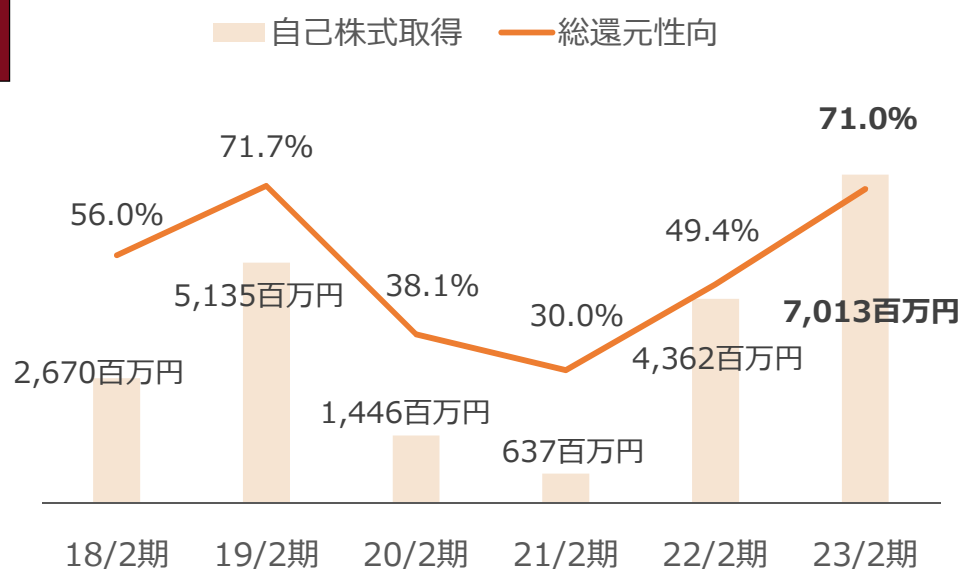
配当政策

- 利益成長にあわせた配当
- 22/2期は期末配当 1 円増配
- 23/2期は中間配当 4 円増配
期末配当 3 円増配



自己株式取得

- 継続的に取得を検討
- 2022年9月30日～
8,000百万円取得開始
2月末現在 7,013百万円取得
- 2023年4月12日～8月31日
5,000百万円取得予定



2024年2月期 業績予想

(2023年3月1日～2024年2月29日)

DCMホールディングス株式会社

2024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	4	4	0	0	4	4
ホダカ	2	0	6	0	8	0
DCMニコット	1	2	1	0	2	2
計	7	6	7	0	14	6

※ 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
△1.7%	△1.7%	△1.7%

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
14,000	12,900

※ 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

2024年2月期 連結業績予想（通期）



2023年3月1日～2024年2月29日

(単位：百万円、%)

	2023年2月期 実績		2024年2月期 予想		前期比
	金額	売上比	金額	売上比	
売上高	469,782	100.0	487,000	100.0	103.7
売上総利益	156,279	33.3	160,800	33.0	102.9
営業収入	7,039	1.5	7,000	1.4	99.4
営業総利益	163,318	34.8	167,800	34.5	102.7
販管費	133,250	28.4	136,800	28.1	102.7
営業利益	30,068	6.4	31,000	6.4	103.1
経常利益	29,555	6.3	30,600	6.3	103.5
親会社株主に帰属する当期純利益	18,135	3.9	18,700	3.8	103.1

- 1株当たり当期純利益 133円58銭
- 1株当たり配当予想 40円（中間20円、期末20円）
- エクスプライズ(株)については、2023年2月期は10カ月決算、2024年2月期は12カ月決算

2024年2月期 連結業績予想（半期）



2023年3月1日～2024年2月29日

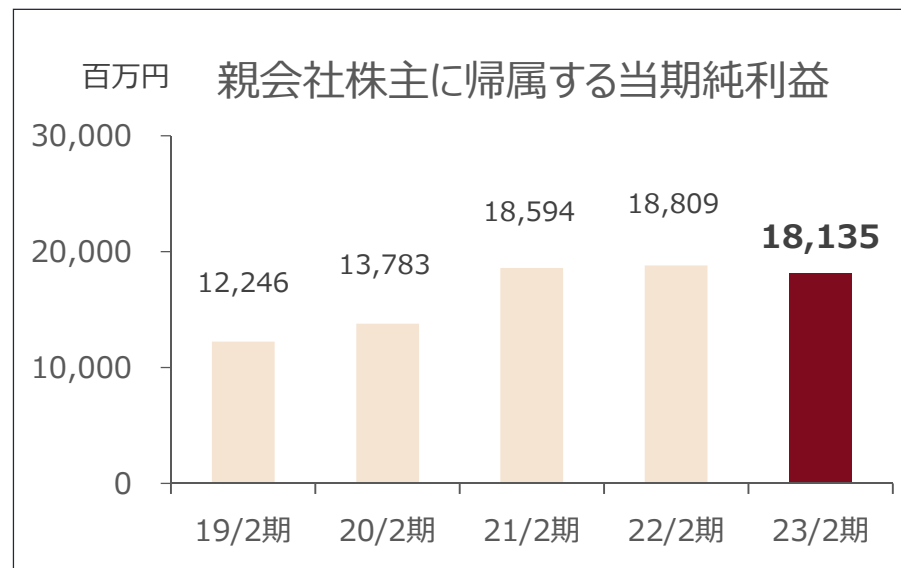
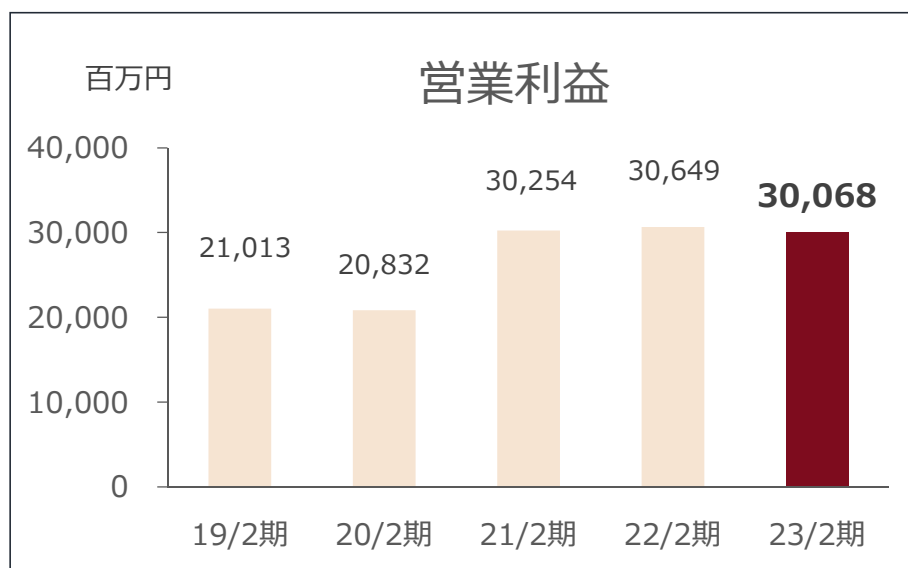
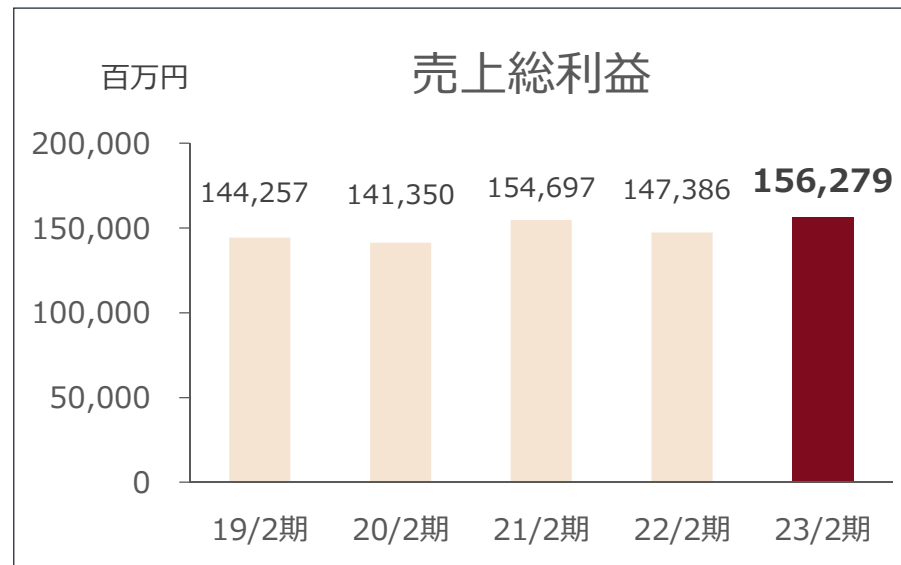
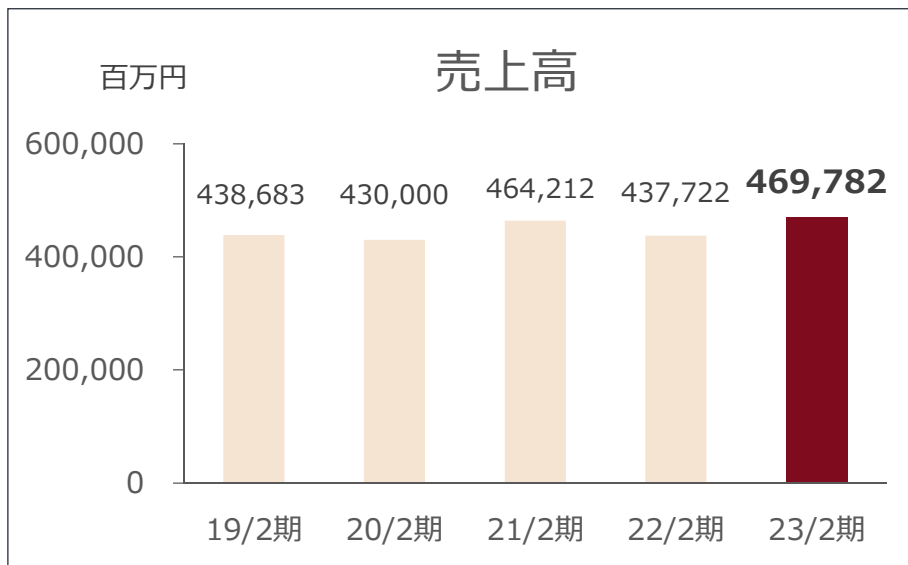
(単位：百万円、%)

	上期予想			下期予想		
	金額	売上比	前期比	金額	売上比	前期比
売上高	254,000	100.0	108.0	233,000	100.0	99.4
売上総利益	84,450	33.2	105.4	76,350	32.8	100.3
営業収入	3,500	1.4	98.3	3,500	1.5	100.6
営業総利益	87,950	34.6	105.1	79,850	34.3	100.3
販管費	68,550	27.0	105.9	68,250	29.3	99.6
営業利益	19,400	7.6	102.3	11,600	5.0	104.5
経常利益	19,600	7.7	102.3	11,000	4.7	105.9
親会社株主に帰属する当期純利益	12,300	4.8	101.4	6,400	2.7	106.5

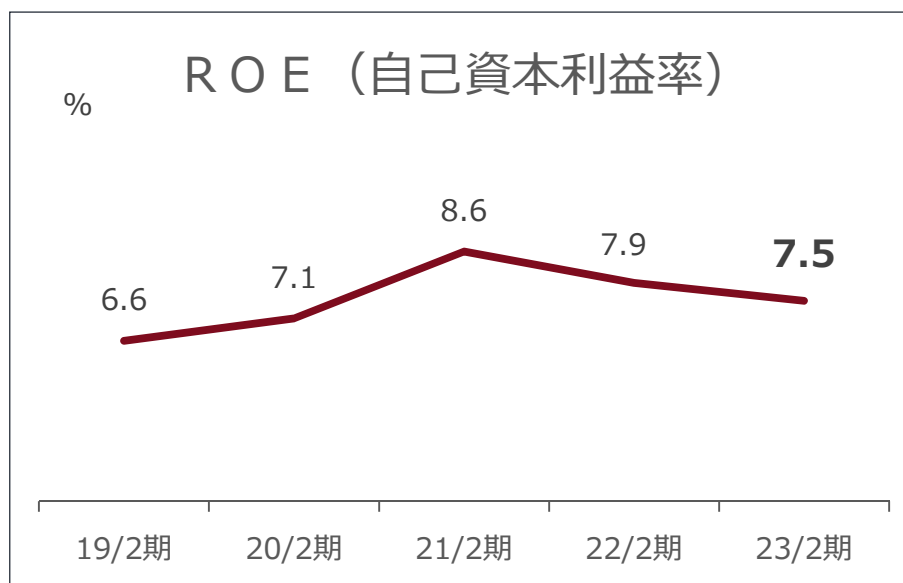
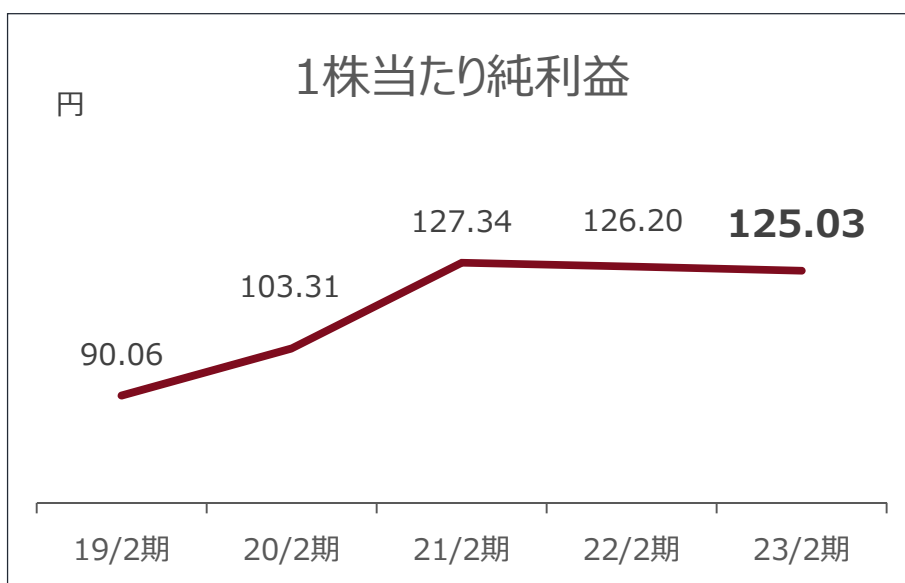
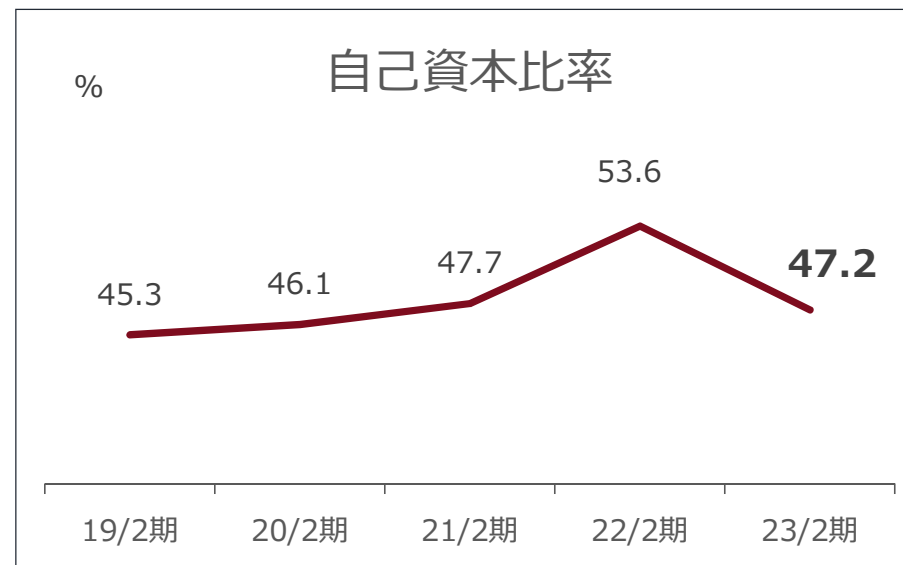
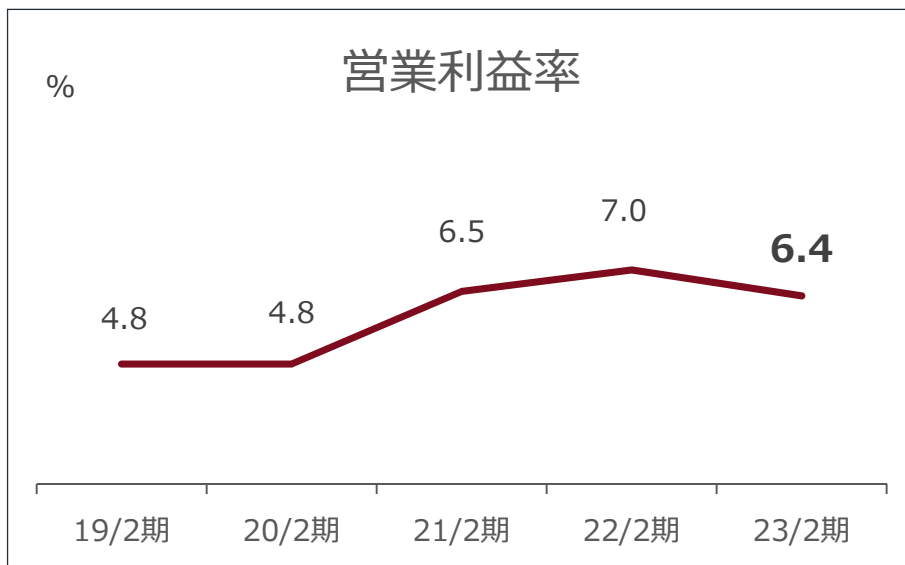
参考資料

DCMホールディングス株式会社

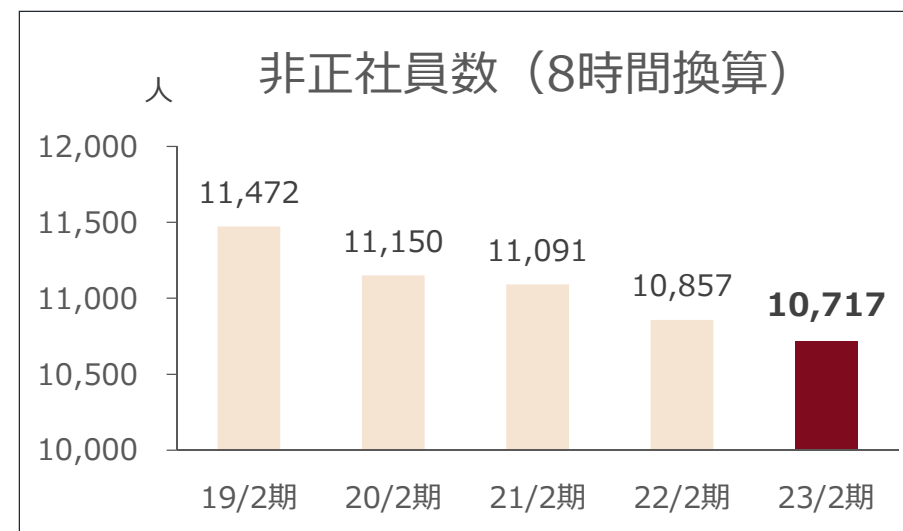
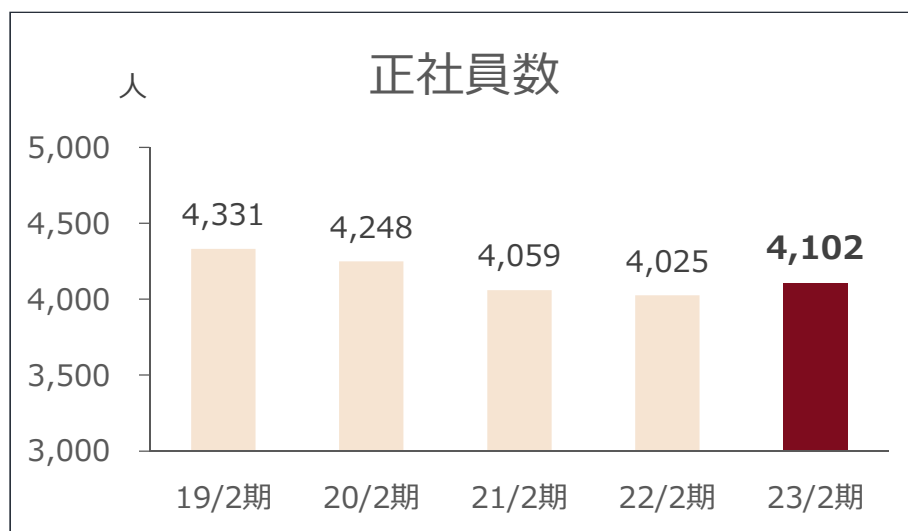
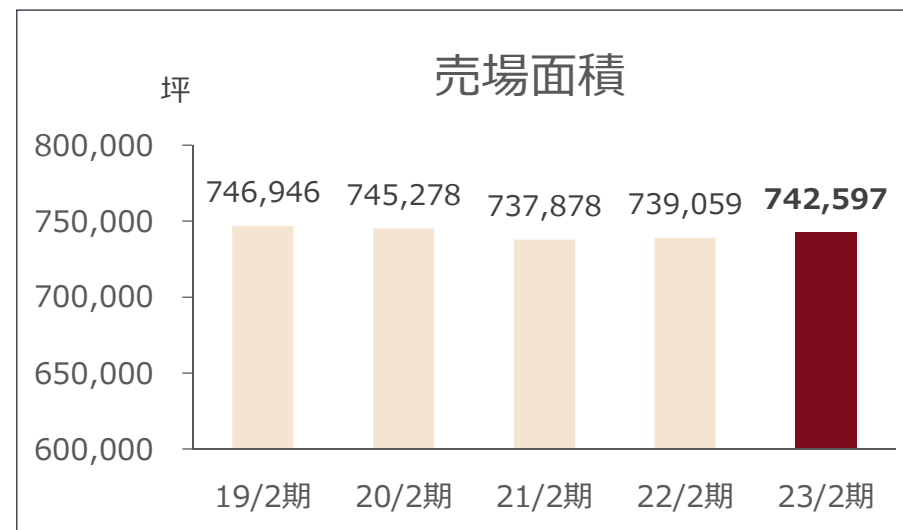
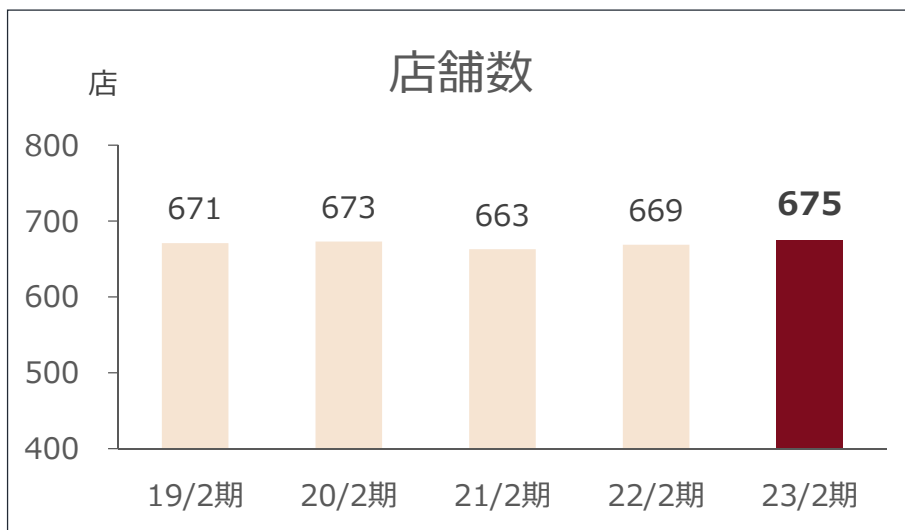
業績推移



経営指標



営業数値



- 21/2期 2020年12月1日付にて、食品事業を譲渡したことなどから、店舗数、売場面積、正社員数が減少しております。
23/2期 エクスプライスを連結したことにより、正社員数が増加しております。

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
ホームセンター	2	大垣鶴見店	岐阜県	2022年3月	1,499	
		岡崎南店	愛知県	2022年11月	2,584	
ホダカ	8	仙台高砂店	宮城県	2022年3月	343	
		苫小牧新明店	北海道	2022年9月	289	
		白山店	石川県	2022年10月	261	
		北野通店	北海道	2022年10月	315	
		函館石川店	北海道	2022年11月	289	
		浜松萩丘店	静岡県	2022年11月	281	
		甲府和戸店	山梨県	2022年12月	263	
		小田原店	神奈川県	2023年2月	283	
DCMニコット	4	下川店	北海道	2022年4月	200	
		浄法寺店	岩手県	2022年8月	289	
		綾里店	岩手県	2022年9月	289	
		羅臼店	北海道	2023年1月	357	
合計	14				7,541	

※ ホダカはプロ業態、DCMニコットは小型HC

退店の状況



退店	店舗数	店舗名	地域	閉店月	売場面積 (坪)	備考
ホームセンター	7	宮古店	岩手県	2022年5月	260	
		湯前店	熊本県	2022年5月	117	
		高田店	岩手県	2022年11月	293	
		岡崎上和田店	愛知県	2022年11月	665	
		豊中店	大阪府	2022年12月	647	
		楽々園店	広島県	2022年12月	945	
		白鳥店	香川県	2023年2月	682	
DCMニコット	1	羅白店	北海道	2022年12月	394	
合計	8				4,003	

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