



2024年2月期 第1四半期 決算補足説明資料

(2023年3月1日～2023年5月31日)

2023年6月30日

DCMホールディングス株式会社

2024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 **1,221 億円** ~前期比 108.8% (計画比 95.1%)

・既存店売上高 前年同期比 Δ 4.5%、エクスプライス連結により増収

売上総利益 **412 億円** ~前期比 104.1% (計画比 96.3%)

・売上総利益率 前年同期比 Δ 1.5%、ホームセンター事業 +0.7%

営業利益 **92 億円** ~前期比 93.8% (計画比 92.3%)

・販管費前年同期比 +6.9%、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 **91 億円** ~前期比 89.7% (計画比 88.4%)

・持分法投資利益 Δ 173百万円、支払利息+137百万円

親会社株主に帰属する

四半期純利益 **56 億円** ~前期比 87.1% (計画比 87.2%)

・前年差 Δ 840百万円

2024年2月期 第1四半期業績

DCMホールディングス株式会社

天候不順による季節用品の伸び悩みによって減益 荒利益率改善、経費削減は計画的に進捗

(単位：百万円、%)

	2022年5月期		2023年5月期			エクスプライス除き		
	金額	売上比	金額	売上比	前期比	金額	売上比	前期比
売上高	112,254	100.0	122,156	100.0	108.8	107,935	100.0	96.2
売上総利益	39,651	35.3	41,269	33.8	104.1	38,897	36.0	98.1
営業収入	1,769	1.6	1,722	1.4	97.3	1,722	1.6	97.3
営業総利益	41,420	36.9	42,992	35.2	103.8	40,619	37.6	98.1
販管費	31,586	28.1	33,766	27.6	106.9	31,235	28.9	98.9
営業利益	9,834	8.8	9,225	7.6	93.8	9,384	8.7	95.4
経常利益	10,148	9.0	9,104	7.5	89.7	9,252	8.6	91.2
親会社株主に帰属する 四半期純利益	6,506	5.8	5,665	4.6	87.1	5,849	5.4	89.9

園芸部門など天候不順の影響を受けたが、
ホームレジャー・ペット部門、省エネ対策用品や防犯用品は好調

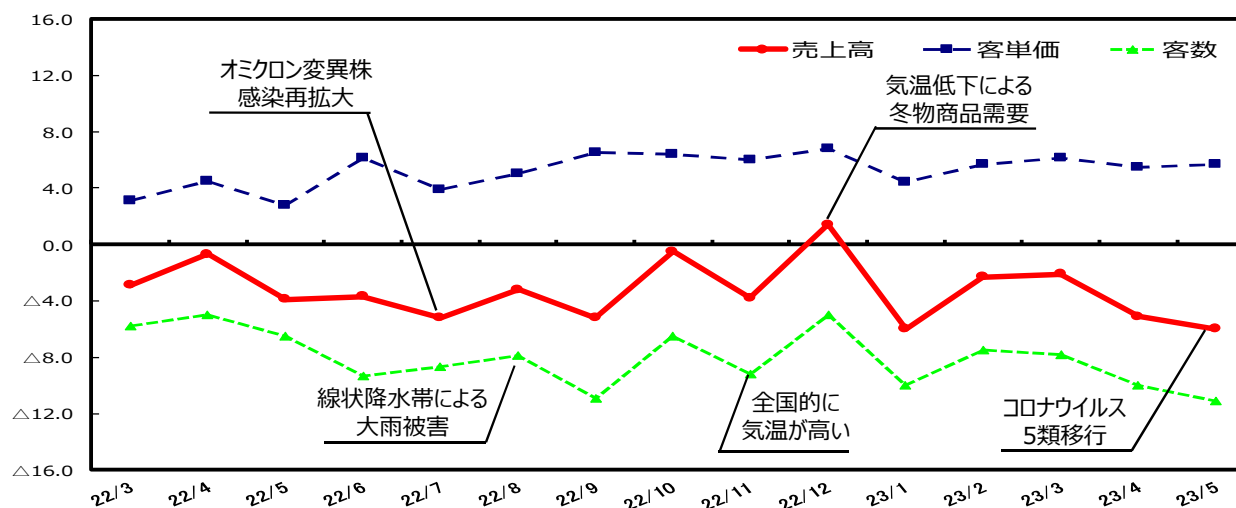
(単位：百万円、%)

	前期		当期		
	金額	構成比	金額	※ 構成比	前期比
園 芸	23,859	21.3	22,977	18.8 (21.3)	96.3
ホームインプルーブメント	24,709	21.9	23,719	19.4 (22.0)	96.0
ホームレジャー・ペット	16,851	15.0	17,251	14.1 (16.0)	102.4
ハウスキューピング	24,436	21.8	23,132	19.0 (21.3)	94.7
ホームファニッシング	6,132	5.5	5,486	4.5 (5.1)	89.5
ホームエレクトロニクス	9,323	8.3	8,570	7.0 (7.9)	91.9
その他	3,521	3.1	3,307	2.7 (3.1)	93.9
商品供給高他	3,334	3.0	3,433	2.8 (3.2)	103.0
ホームセンター事業計	112,168	99.9	107,879	88.3 (99.9)	96.2
エクспライズ事業	-	-	14,193	11.6 (-)	-
その他の事業	86	0.1	84	0.1 (0.1)	98.2
合 計	112,254	100.0	122,156	100.0 (100.0)	108.8

※ () 内はエクспライズ事業を除いた売上高構成比率であります。

天候不順や行動制限解除などにより客数が減少
 原材料高や円安へ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～5月累計	△2.5%	△5.8%	+3.5%	△4.5%	△9.8%	+5.8%
3月	△2.9%	△5.8%	+3.1%	△2.1%	△7.8%	+6.1%
4月	△0.7%	△5.0%	+4.5%	△5.1%	△10.0%	+5.5%
5月	△3.9%	△6.5%	+2.8%	△6.0%	△11.1%	+5.7%

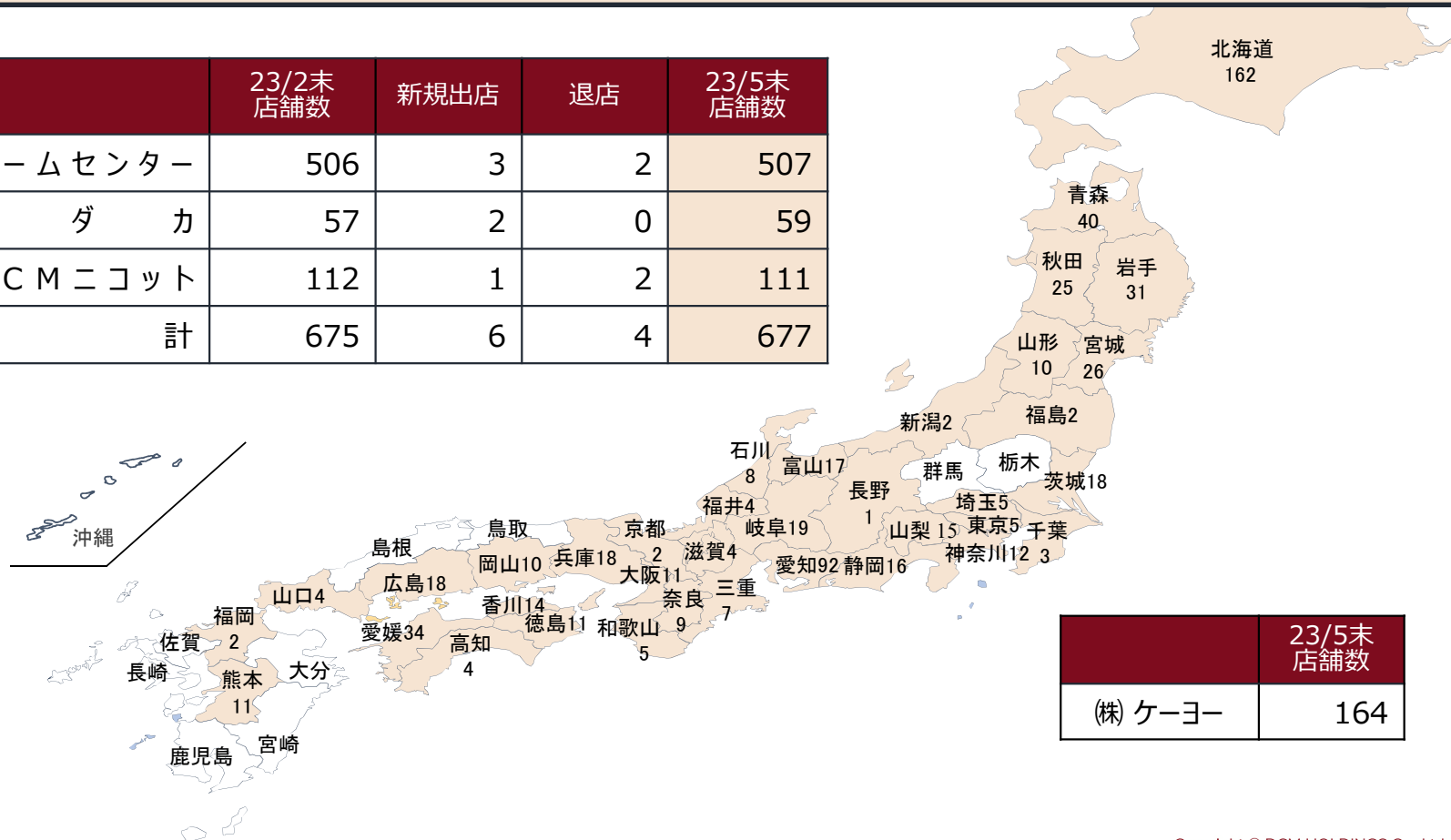


都道府県別出店状況



ケーヨーを含め、全国に841店舗展開

	23/2末 店舗数	新規出店	退店	23/5末 店舗数
ホームセンター	506	3	2	507
ホダカ	57	2	0	59
DCMニコット	112	1	2	111
合計	675	6	4	677

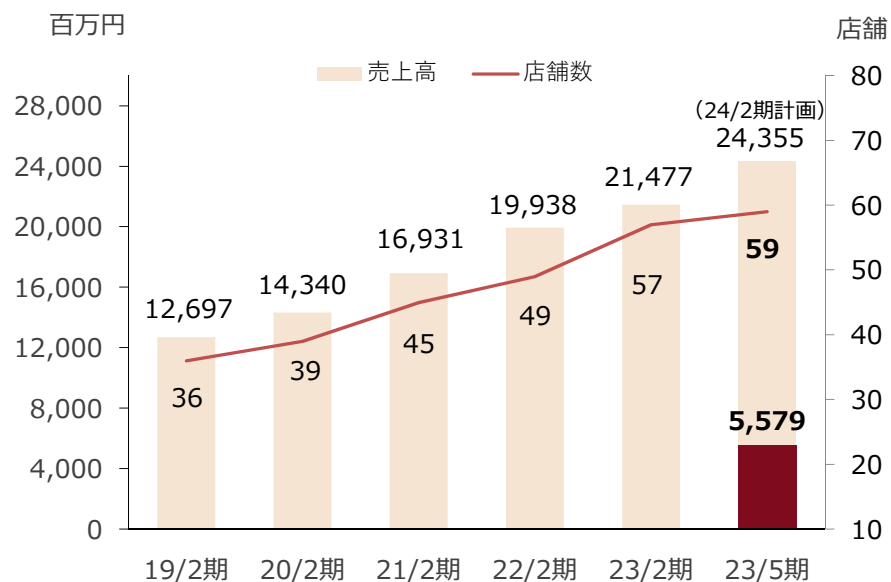


プロユースに特化した専門店として 店舗の認知度向上とともに売上高が順調に増加

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 + 0.3%



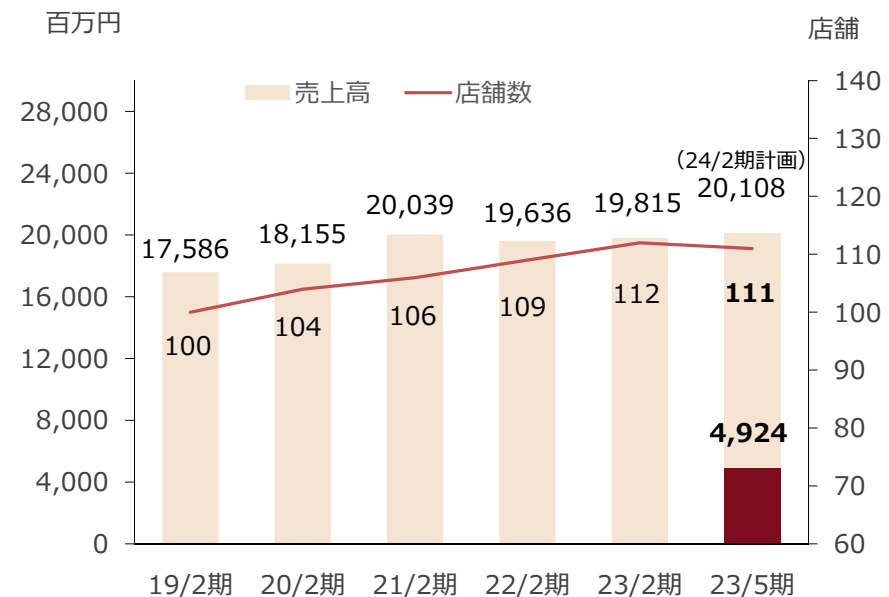
2023年5月期 59店舗（東海23、北海道7、関東7、北陸6、近畿5、東北5、四国4、中国2）
全店売上高 5,579百万円（前期比 + 8.4%） 営業利益 前期比 + 13.0%

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



既存店前期比△3.8%

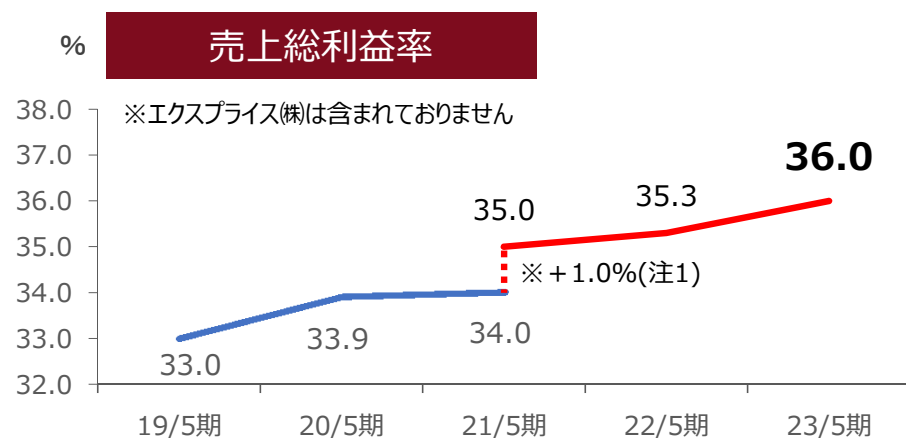


2023年5月期 111店舗（北海道69、東北36、関東6）
 全店売上高 4,924百万円（前期比△2.4%） 営業利益 前期比△8.6%

売上総利益率の推移

円安、原材料高などが続く中、売変率は悪化するも
値入率の改善により売上総利益率は着実に改善

(単位：%)



- ① 値入率 0.6ポイント 改善
- ② 売変率 0.3ポイント 悪化
- ・ポイント値引による悪化 +0.0ポイント

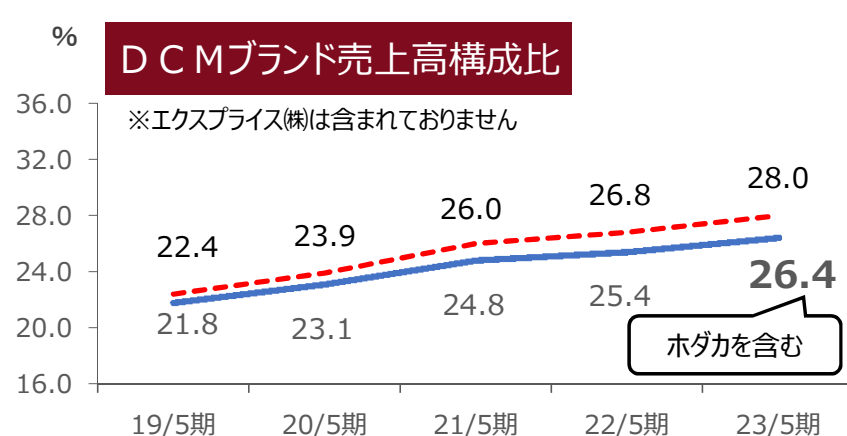
	部門別売上総利益率	
	前期 22/5期	当期 23/5期
園芸	36.5	37.0
ホームインプルーブメント	38.5	39.1
ホームレジャー・ペット	36.1	36.3
ハウスキーピング	31.5	32.5
ホームファニッシング	41.9	41.6
ホームエレクトロニクス	35.0	36.1
その他	33.6	35.1
合計	35.3	36.0

※(注) 1. 34.0%から35.0%への+1.0%については、23/2期より「収益認識に関する会計基準」等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売上総利益率を算出したためであります。

DCMブランド売上高構成比の推移



環境に配慮した商品開発、節約商品の新規展開、
販促の強化によって売上高構成比は上昇



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 25,121百万円
(前期比 99.7%)
- ・DCMブランドアイテム数 31,600 S K U
(前年差 +2,300 S K U)

(単位：%)

	DCMブランド売上高構成比		
	前々期 21/5期	前期 22/5期	当期 23/5期
園芸	26.4	26.8	27.7
ホームインプロブメント	18.2	19.4	21.0
ホームレジャー・ペット	28.8	29.1	29.1
ハウスキーピング	24.0	25.3	26.8
ホームファニッシング	64.9	65.7	67.1
ホームエレクトロニクス	5.3	5.3	5.7
合計	24.8	25.4	26.4

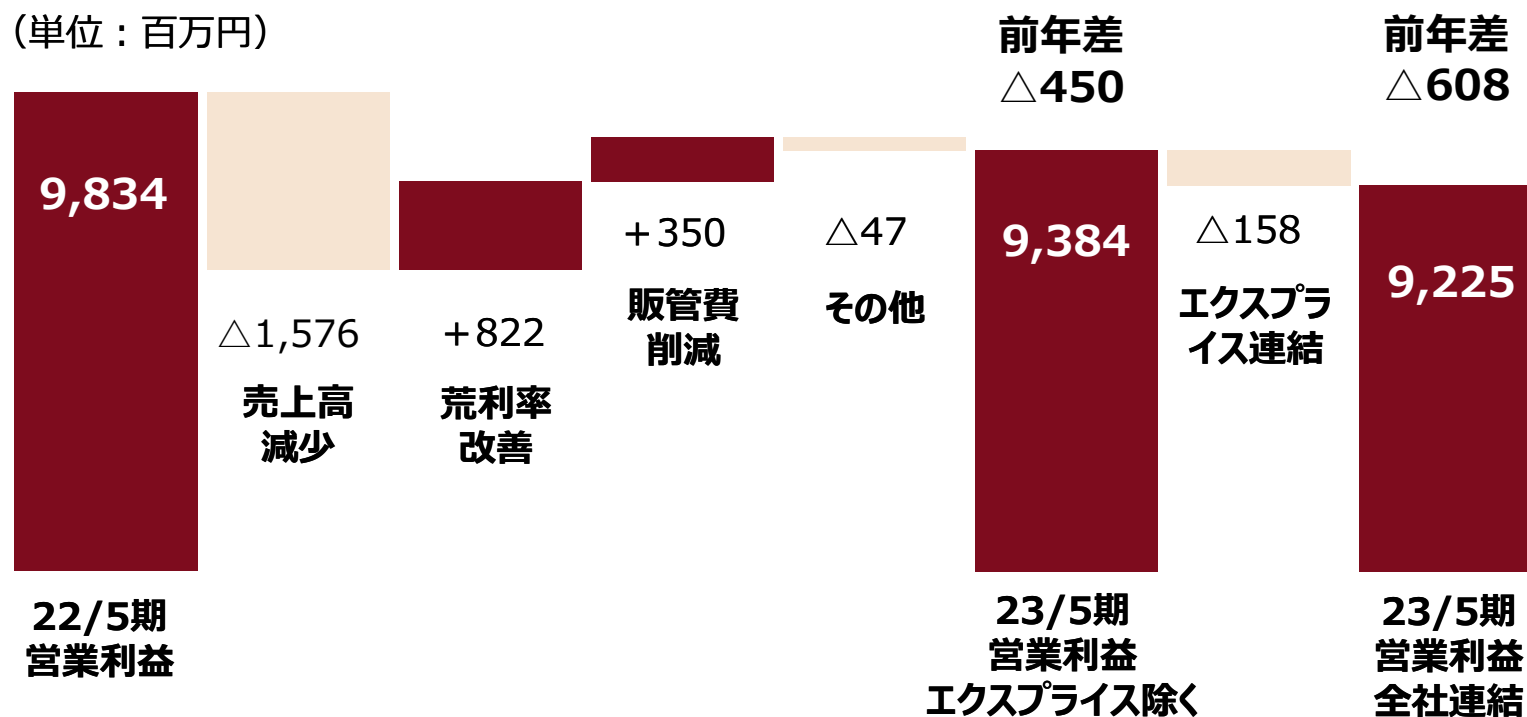
※ DCMブランド売上高構成比 ホダカ含む。

営業利益の増減内訳



荒利率は着実に改善するも、売上高減少により減益
エネルギー価格高騰の中、販管費全体でコントロール

(単位：百万円)



連結貸借対照表



(単位：百万円)

	2023年2月期	2023年5月期	増減	増減要因
流動資産	214,390	264,240	+ 49,849	現預金 + 32,591百万円
売掛金	18,109	24,919	+ 6,809	季節的要因による増加
商品	121,941	128,303	+ 6,361	季節的要因および商品原価高騰による増加
固定資産	301,564	300,251	△1,312	
有形固定資産	195,687	197,370	+ 1,682	
無形固定資産	33,650	33,194	△456	
投資その他の資産	72,226	69,687	△2,538	
資産合計	515,955	564,492	+ 48,537	
流動負債	102,828	102,578	△249	
支払手形及び買掛金	47,391	58,923	+ 11,531	季節的要因による増加
短期借入金	10,000	–	△10,000	
1年内返済長期借入金	16,474	17,260	+ 786	
固定負債	169,773	223,941	+ 54,168	
長期借入金	137,104	189,520	+ 52,415	新規借入 54,000百万円
リース債務	12,953	14,440	+ 1,486	
負債合計	272,601	326,519	+ 53,918	
純資産合計	243,353	237,972	△5,381	
負債純資産合計	515,955	564,492	+ 48,537	

設備投資及び減価償却費

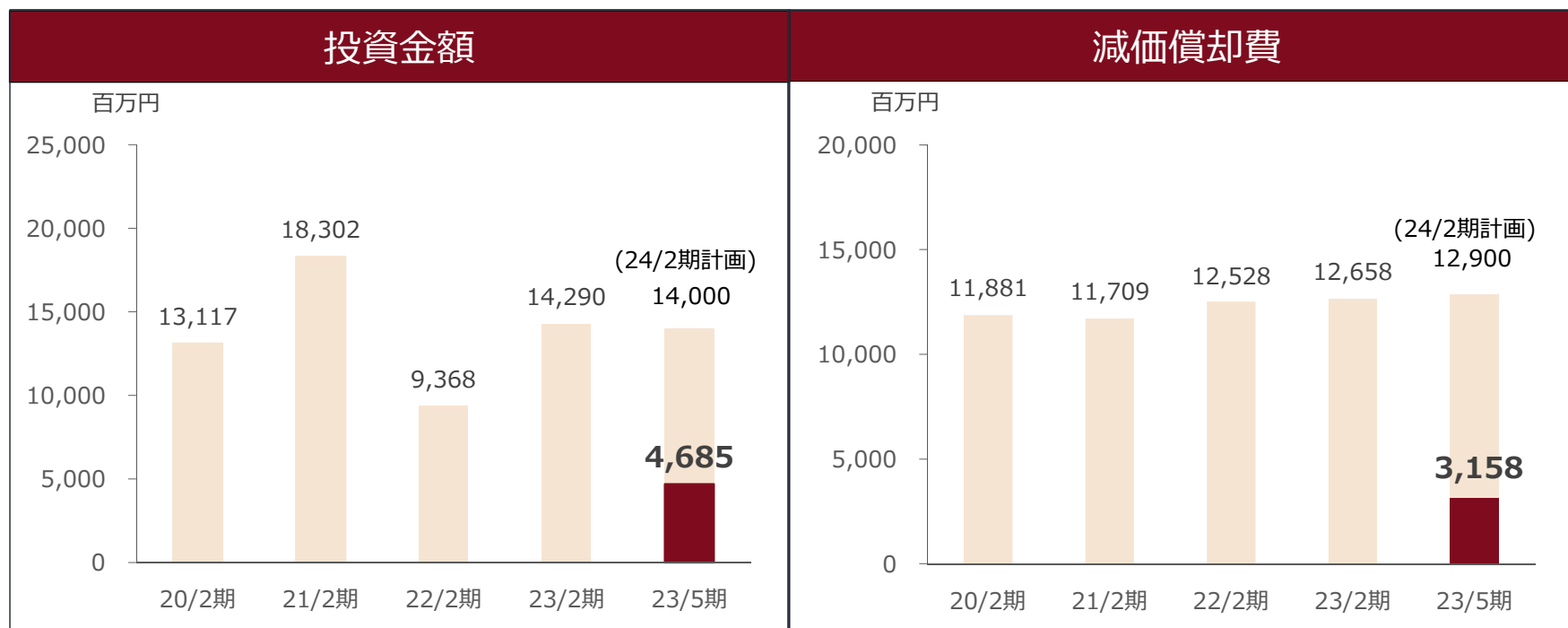


2023年3月1日～2023年5月31日

(単位：百万円)

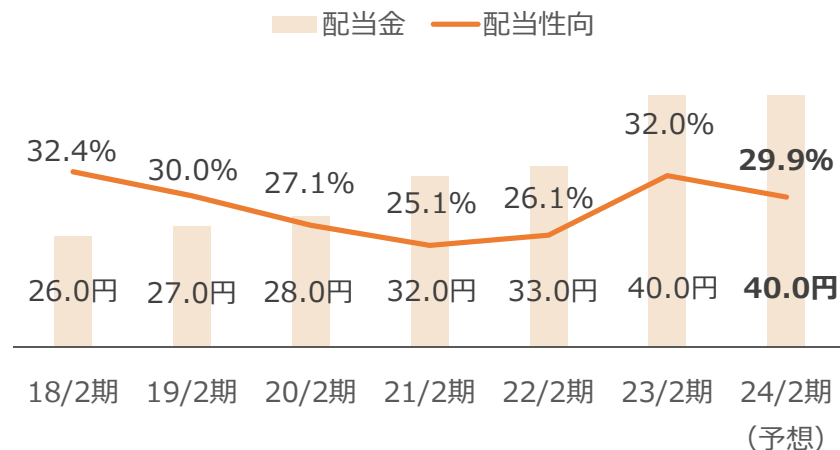
投資金額	減価償却費
4,685	3,158

- ※ 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

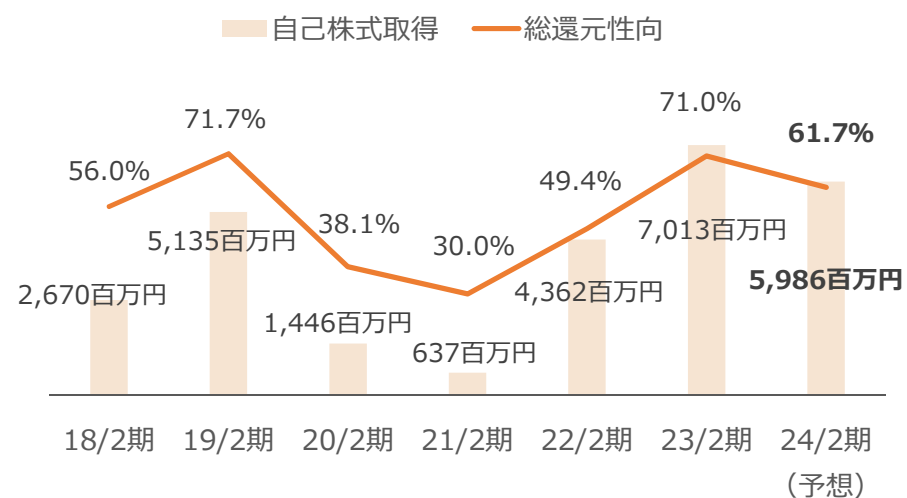
- 利益成長にあわせた配当
- 22/2期は期末配当 1 円増配
- 23/2期は中間配当 4 円増配
期末配当 3 円増配



自己株式取得

- 継続的に取得を検討
- 24/2月期は4,530千株
5,986百万円取得

※ 24/2期（予想）については、2023年5月までの取得を記載しております。



2024年2月期 業績予想

(2023年3月1日～2024年2月29日)

(当初公表の業績予想からの修正の有無：無)

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сп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）

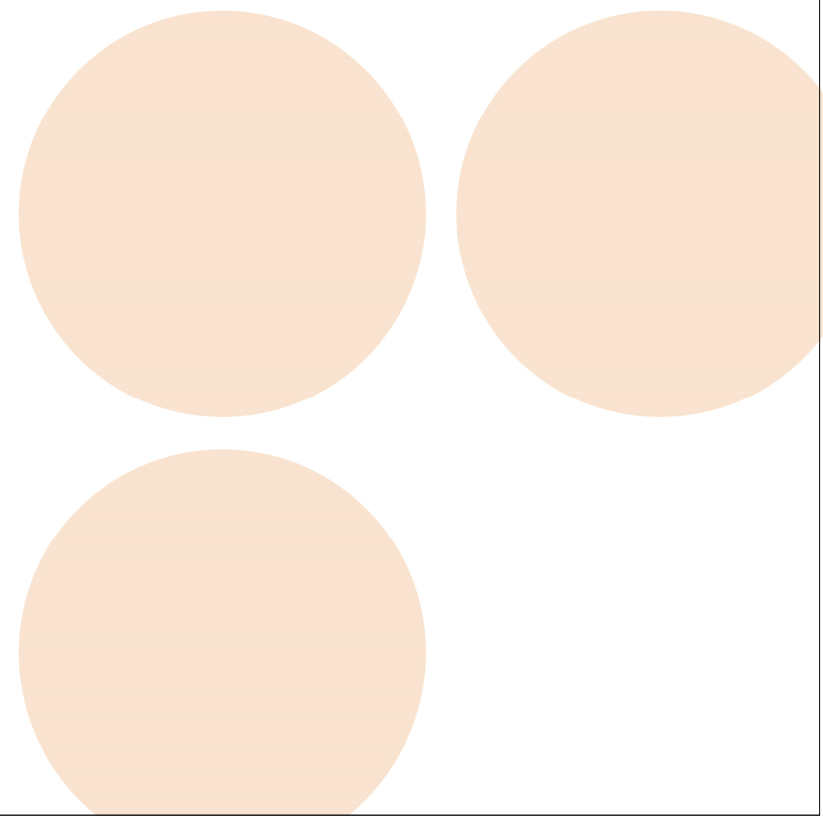


2023年3月1日～2024年2月29日

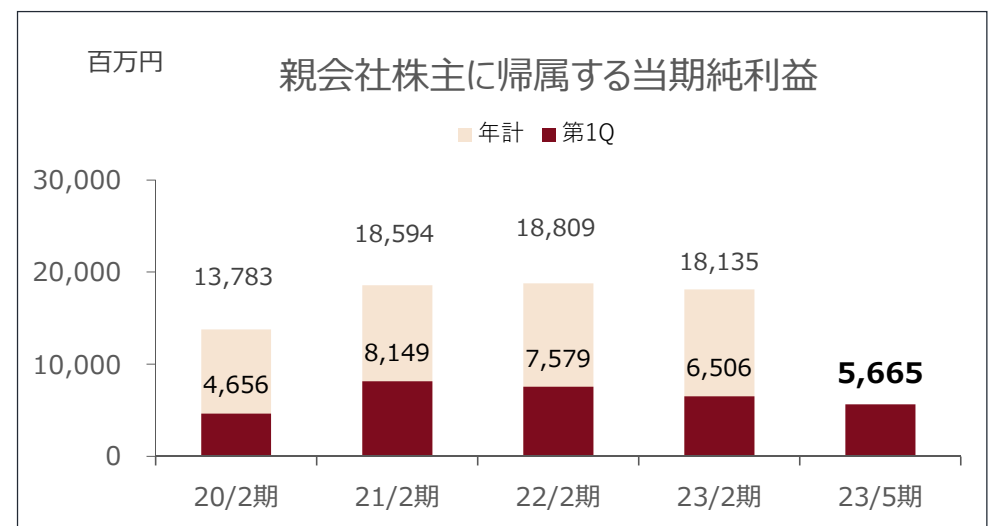
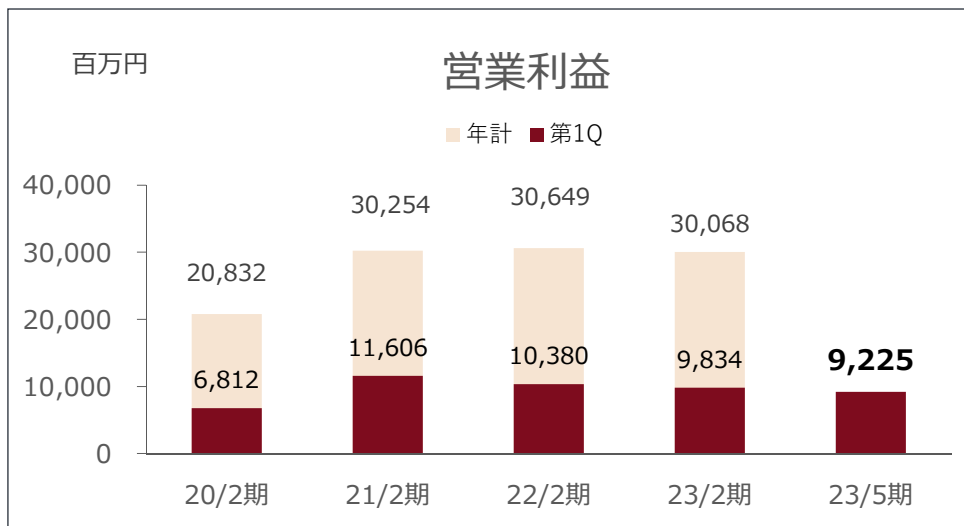
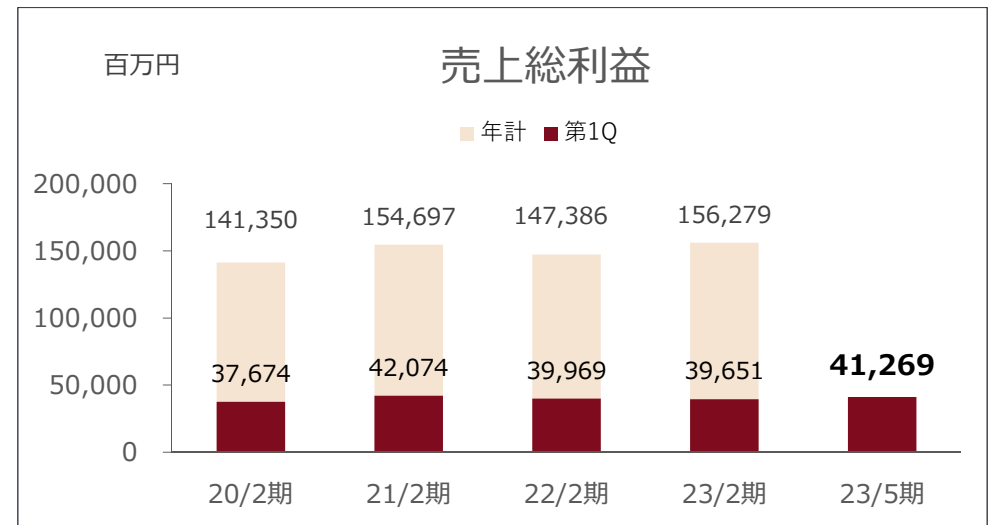
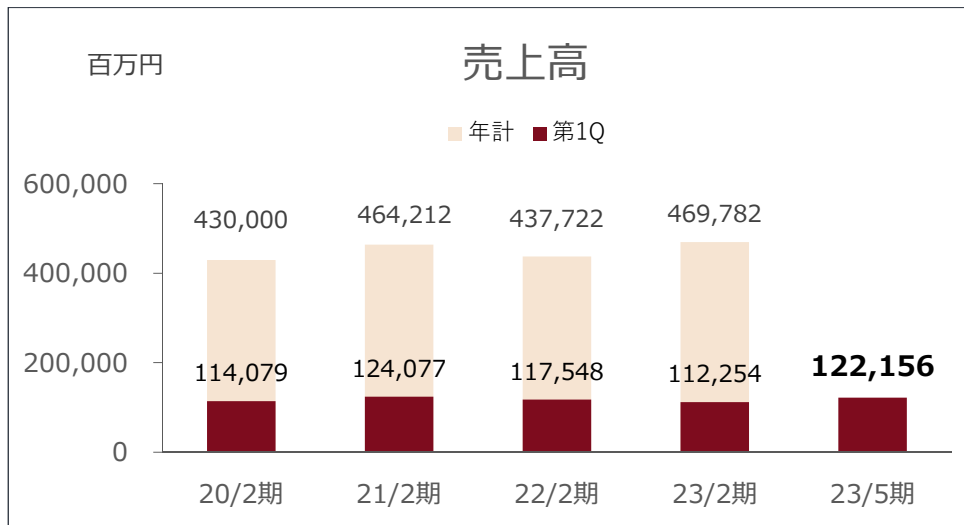
(単位：百万円、%)

	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

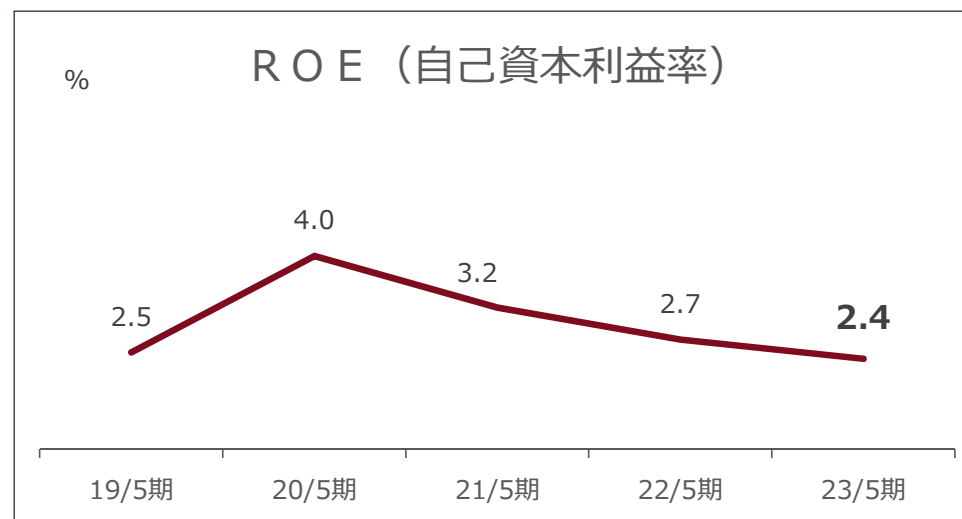
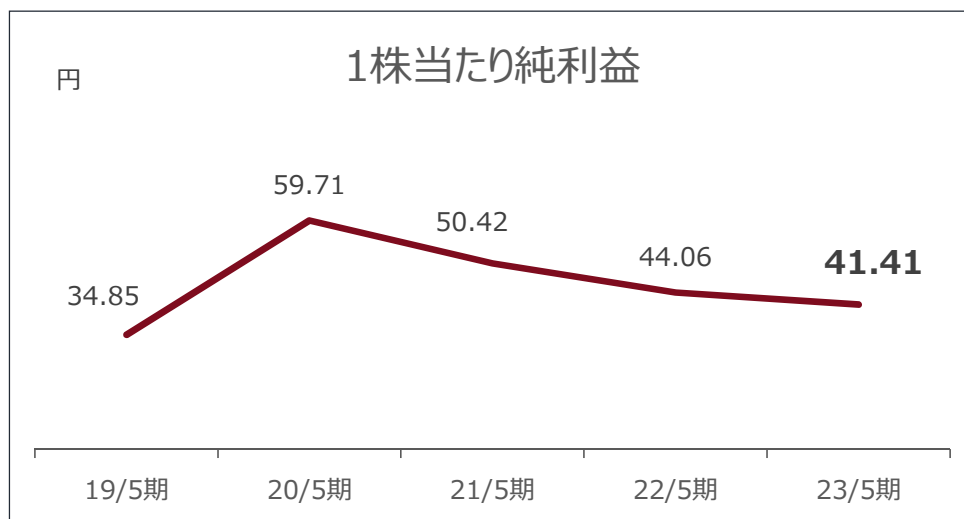
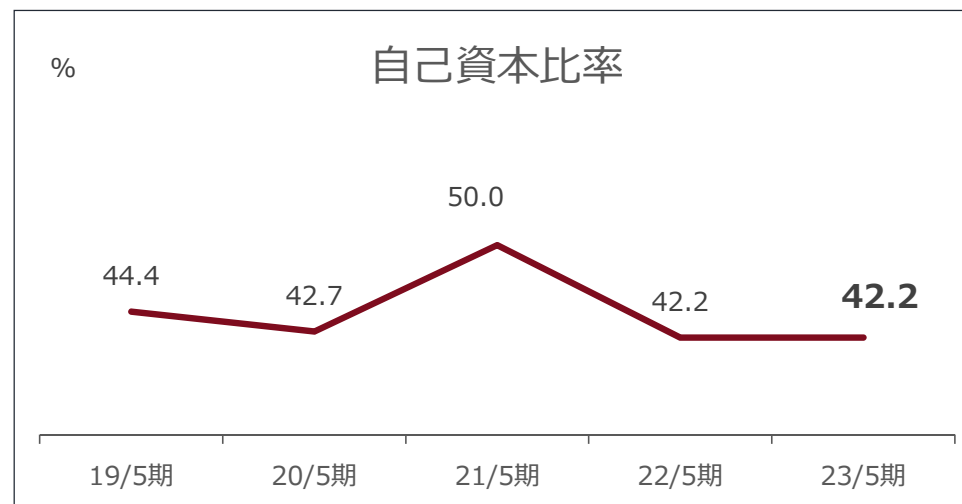
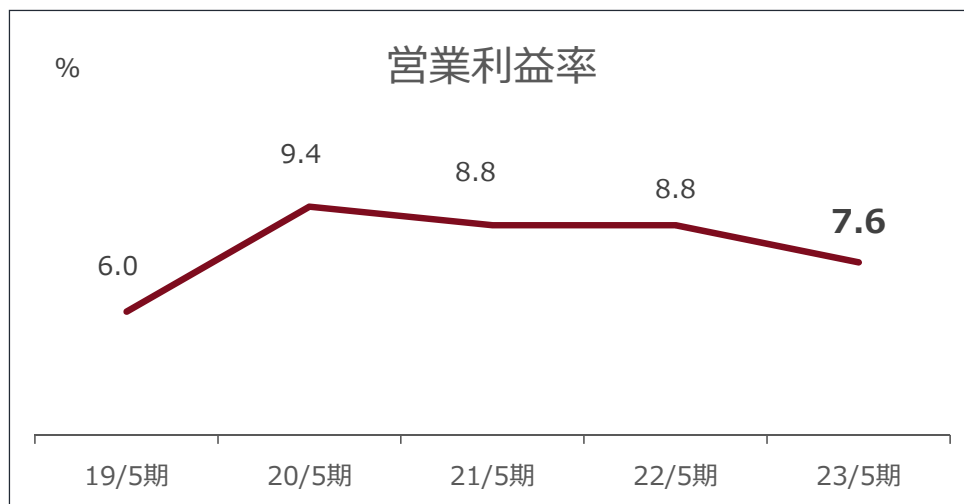
参考資料



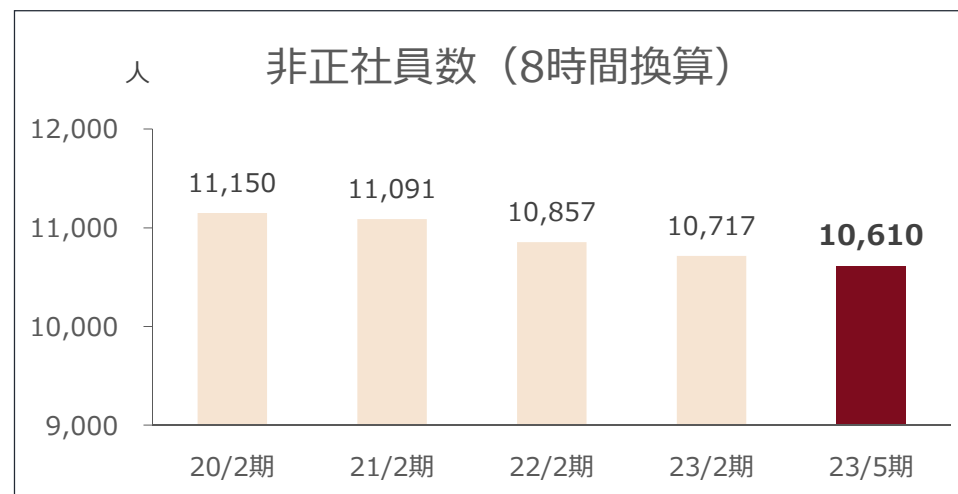
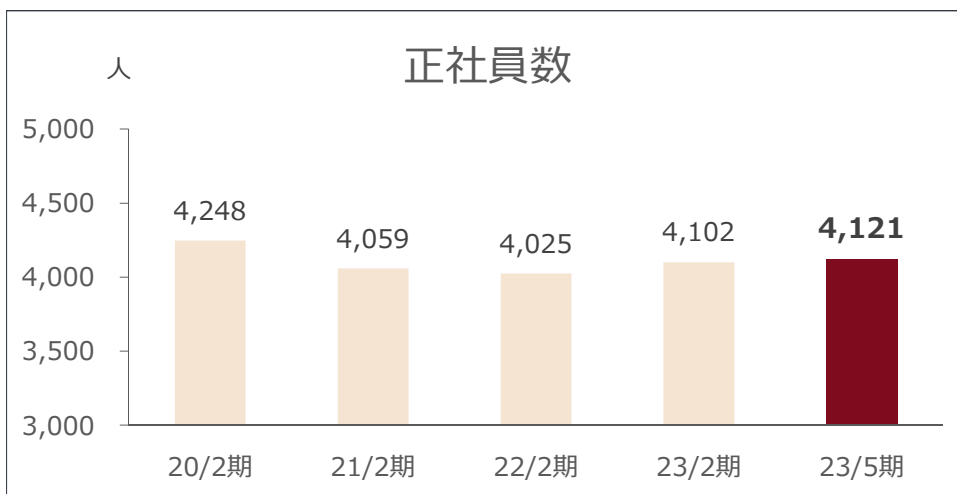
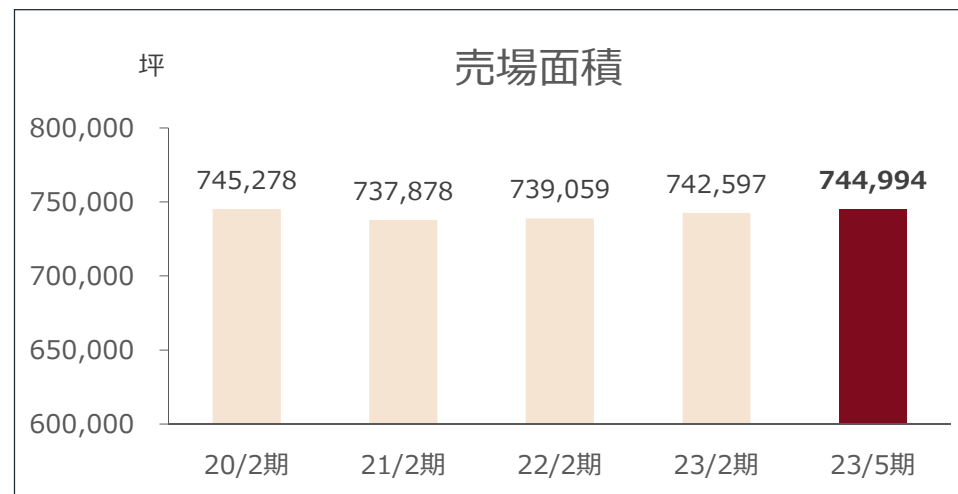
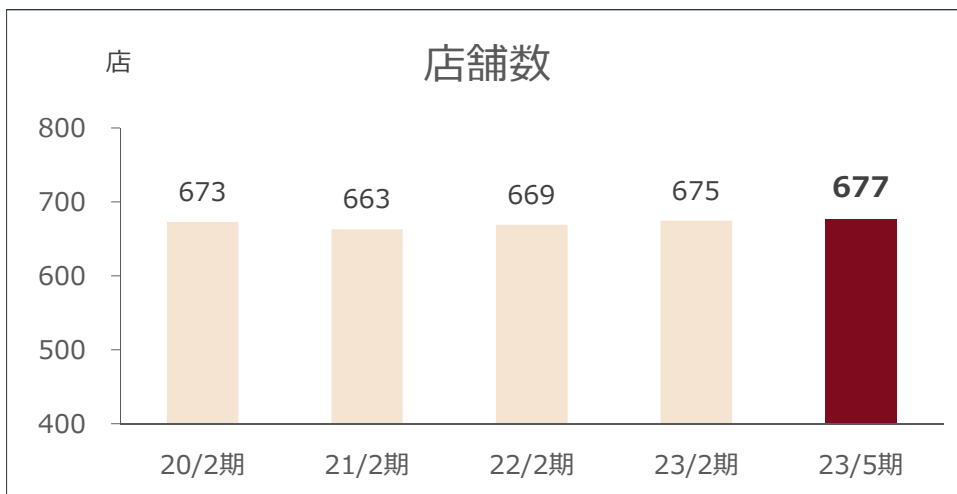
業績推移



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 エクスプライズ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・退店の状況

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	3	春日井高森台店	愛知県	2023年3月	1,147	
		宮古店	岩手県	2023年4月	712	
		寿店	北海道	2023年5月	2,154	
ホダカ	2	高知店	高知県	2023年4月	255	
		松山天山店	愛媛県	2023年5月	296	
DCMニコット	1	豊富店	北海道	2023年4月	296	
合計	6				4,860	

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	2	砂川北店	北海道	2023年4月	749	
		弥生店	北海道	2023年5月	1,150	
DCMニコット	2	豊富店	北海道	2023年3月	302	
		久慈山形店	岩手県	2023年5月	262	
合計	4				2,463	

※ ホダカはプロ業態、DCMニコットは小型HC

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