

2020年2月期 決算補足説明資料

(2019年3月1日～2020年2月29日)

Do Create Mystyle

くらしの夢をカタチに

2020年4月10日

DCMホールディングス株式会社

2020年2月期 決算ハイライト

DCMホールディングス株式会社

売上高 4,300億円 ~ 前期比98.0%、計画比97.3%

- ・既存店売上高 2.9%
- ・冷夏、暖冬、前年の災害需要の反動減により、季節商品や建築資材が低調

売上総利益 1,413億円 ~ 前期比98.0%、計画比96.3%

- ・売上総利益率 + 0.1% (商品供給を含めたP L上の利益率は 0.0%)
- ・DCMブランド売上高構成比 +2.5%、値入率 +0.8%

営業利益 208億円 ~ 前期比99.1%、計画比90.6%

- ・共通会員サービス「マイボ」開始に伴うポイント値引きの増加 (+ 891百万円) を除くと、営業利益は 710百万円の増益 (前期比103.4%)
- ・販管費前年比98.1% (チラシ効率化による広告費 88.0%、業務効率化による人件費 98.1%)

経常利益 201億円 ~ 前期比101.0%、計画比89.0%

- ・過去最高益を更新 (2期連続増益)
- ・持分法投資利益 + 300百万円

親会社株主に帰属する

当期純利益 137億円 ~ 前期比112.5%、計画比98.5%

- ・過去最高益を更新 (2期連続増益)
- ・固定資産売却益 + 2,440百万円

2020年2月期 通期業績

DCMホールディングス株式会社

天候不順・前年の災害需要の反動減・消費税増税により減収となるも、コスト削減・持分法投資利益改善により、**経常増益を確保**

(単位：百万円、%)

	2019年2月期		2020年2月期		前期比	当期計画		達成率
	金額	売上比	金額	売上比		金額	売上比	
売上高	438,683	100.0	430,000	100.0	98.0	442,000	100.0	97.3
売上総利益	144,257	32.9	141,350	32.9	98.0	146,800	33.2	96.3
営業収入	7,075	1.6	7,371	1.7	104.2	7,500	1.7	98.3
営業総利益	151,332	34.5	148,721	34.6	98.3	154,300	34.9	96.4
販管費	130,319	29.7	127,889	29.7	98.1	131,300	29.7	97.4
営業利益	21,013	4.8	20,832	4.8	99.1	23,000	5.2	90.6
経常利益	19,905	4.5	20,107	4.7	101.0	22,600	5.1	89.0
親会社株主に帰属する当期純利益	12,246	2.8	13,783	3.2	112.5	14,000	3.2	98.5

連結損益計算書（会計期間）

荒利改善によりQ1は最高益を更新、
冷夏・災害需要の反動減・消費税増税によりQ2・Q3は減収減益
Q4は冬物商品苦戦するもコスト削減により減収増益

（単位：百万円、％）

	Q1（3～5月）		Q2（6～8月）		Q3（9～11月）		Q4（12～2月）	
	当期	前期比	当期	前期比	当期	前期比	当期	前期比
売上高	114,079	98.3	110,133	98.0	107,444	98.2	98,342	97.6
売上総利益	37,674	98.9	35,895	96.3	35,024	98.3	32,756	98.4
営業収入	1,775	101.1	1,878	105.4	1,900	106.6	1,816	103.6
営業総利益	39,449	99.0	37,774	96.7	36,924	98.7	34,572	98.7
販管費	32,636	97.1	31,908	98.7	31,716	99.3	31,626	97.4
営業利益	6,812	109.5	5,865	87.2	5,208	95.0	2,946	114.0
経常利益	6,675	111.8	5,779	90.8	4,936	96.4	2,715	110.7
親会社株主に帰属する四半期純利益	4,656	114.7	3,829	93.7	3,196	97.2	2,100	259.7

ホームックは減収ながらも増益確保、くろがねやは増収増益基調を継続、カーマ・ダイキは災害需要の反動減をカバーできず減益

(単位：百万円、%)

	営業収益				営業利益			
	前期	当期	前年差	前年比	前期	当期	前年差	前年比
DCMカーマ	128,844	124,902	3,942	96.9	7,225	6,518	706	90.2
DCMダイキ	89,163	83,945	5,217	94.1	4,118	3,682	436	89.4
DCMホームック	180,491	178,452	2,039	98.9	8,205	9,191	+ 986	112.0
DCMサンワ	21,538	20,952	585	97.3	327	302	25	92.3
DCMくろがねや	14,420	15,350	+ 930	106.4	738	1,166	+ 427	157.9
連 結	445,758	437,371	8,386	98.1	21,013	20,832	181	99.1

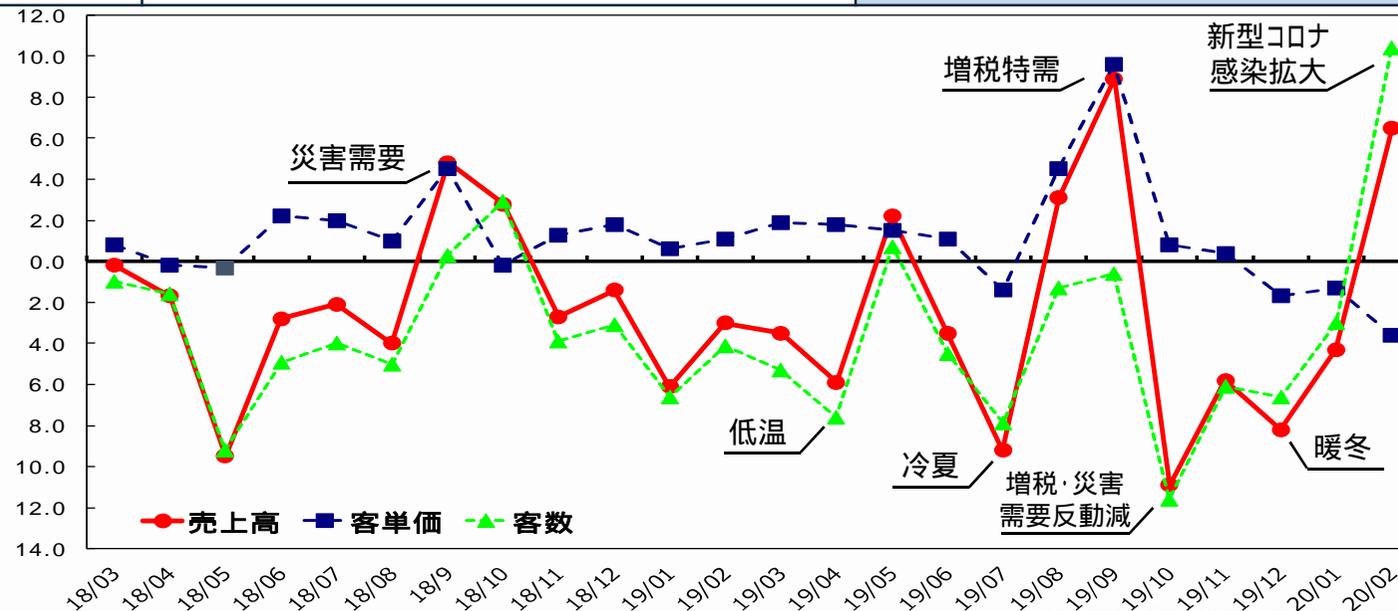
天候不順により園芸・ホームファニッシング苦戦、災害需要の反動減によりホームインプループメント・ホームエレクトロニクス低調

(単位：百万円、%)

	前期		当期		
	金額	構成比	金額	構成比	前年比
園 芸	61,626	14.0	58,797	13.7	95.4
ホームインプループメント	90,097	20.5	87,764	20.4	97.4
ホームレシヤ・ハット	64,775	14.8	63,781	14.8	98.5
ハウスキーヒソク	106,935	24.3	104,790	24.4	98.0
ホームファニシソク	26,677	6.1	25,496	5.9	95.6
ホームエレクトロニクス	46,835	10.7	45,325	10.5	96.8
その他の	32,698	7.5	33,008	7.7	100.9
ホームセンター事業計	429,645	97.9	418,964	97.4	97.5
商品供給高	9,037	2.1	11,036	2.6	122.1
合計	438,683	100.0	430,000	100.0	98.0

季節商品苦戦、増税・災害需要の反動減により減収

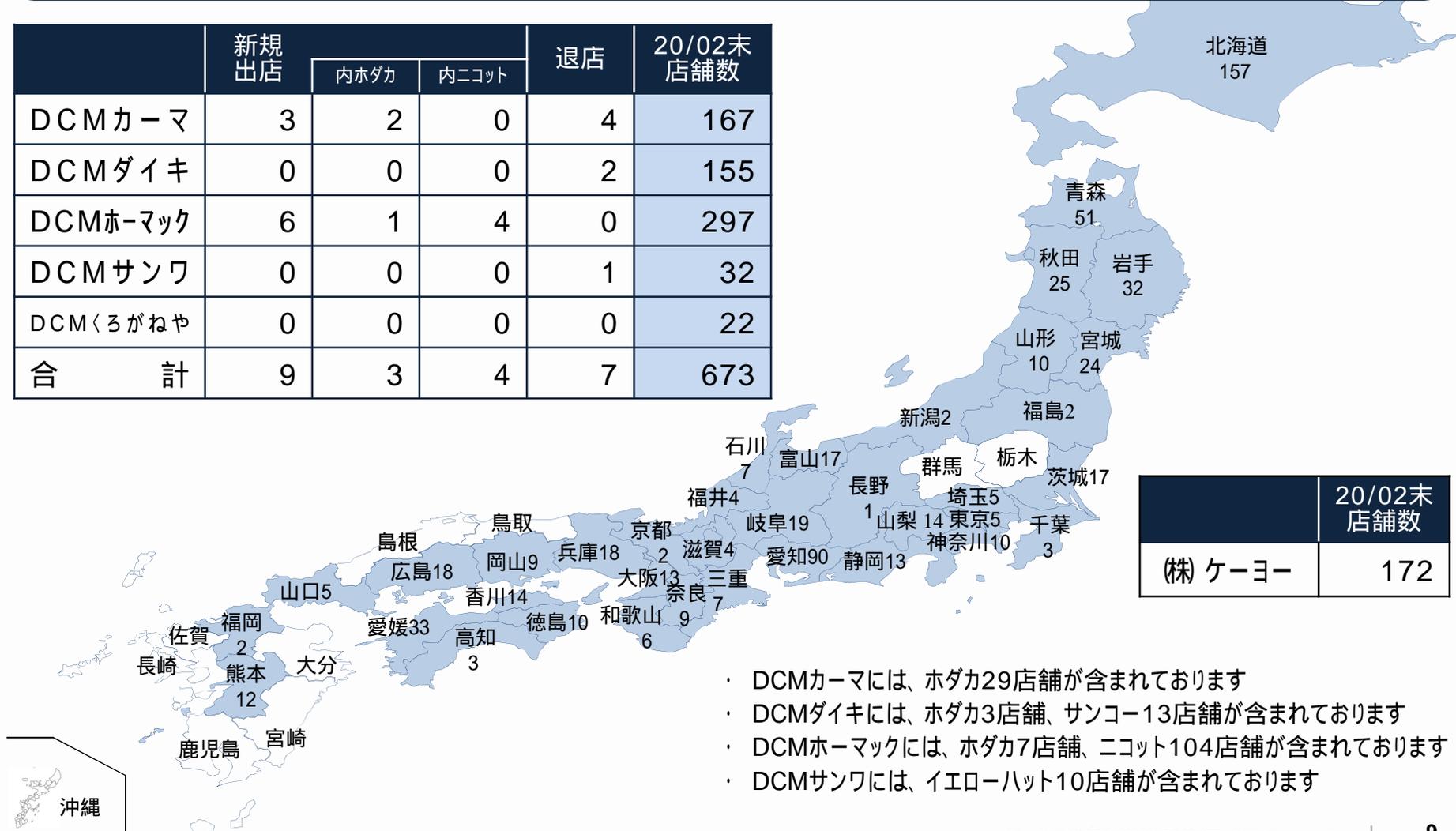
	前期			当期		
	売上高	客数	客単価	売上高	客数	客単価
3月～2月累計	2.3%	3.5%	+1.2%	2.9%	4.0%	+1.1%
3月～5月	4.2%	4.3%	+0.2%	2.3%	3.9%	+1.6%
6月～8月	2.9%	4.6%	+1.7%	3.4%	4.6%	+1.3%
9月～11月	+1.5%	0.3%	+1.8%	2.7%	6.1%	+3.7%
12月～2月	3.2%	4.5%	+1.3%	3.3%	0.8%	2.5%



都道府県別出店状況

**各社本拠地にて圧倒的な店舗網を構築、
関東圏もケーヨーがグループ入りし販売網拡大**

	新規出店	内ホダカ		内ニコット	退店	20/02末店舗数
		内ホダカ	内ニコット			
DCMカーマ	3	2	0	4	167	
DCMダイキ	0	0	0	2	155	
DCMホームック	6	1	4	0	297	
DCMサンワ	0	0	0	1	32	
DCMくろがねや	0	0	0	0	22	
合計	9	3	4	7	673	

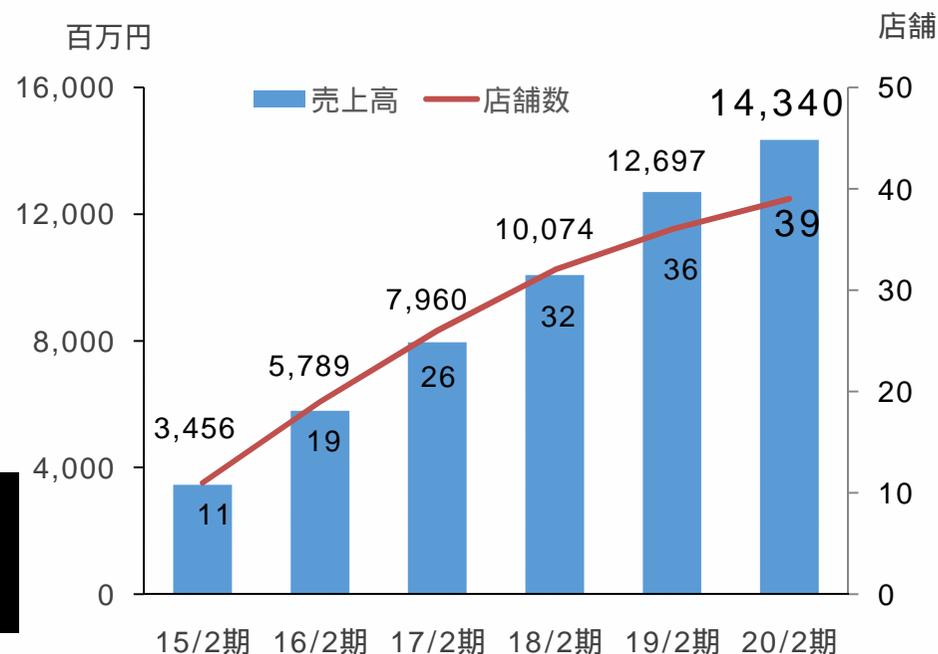


プロユースに特化した専門店として好調に推移、
店舗の認知度向上とともに売上高が順調に増加

ホダカ（プロショップ） 工具・金物・作業用品の専門店



既存店前年比 + 6.5%



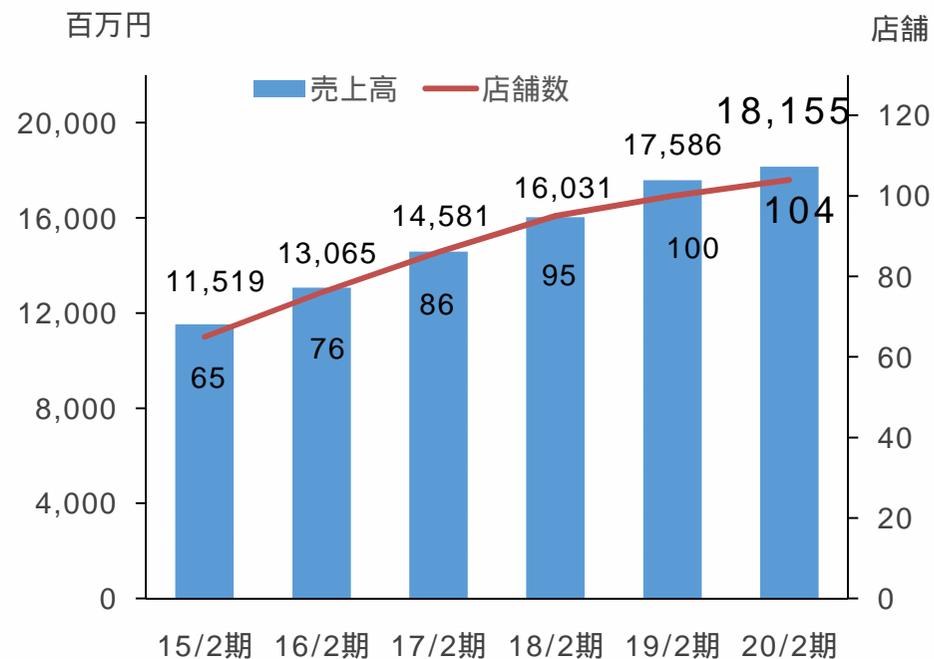
2020年2月期 39店舗（東海18、関東7、東北4、近畿3、北陸4、北海道2、中国地方1）
全店売上高 14,340百万円（前年比 + 12.9%、計画比 1.8%）

地域密着型の小型店として堅調に推移、
地域与件に対応した品ぞろえで店舗数を拡大

ホームックニコット 小商圈型ホームコンビニ店



既存店前年比 0.1%



2020年2月期 104店舗 (北海道66、東北33、関東5)
全店売上高 18,155百万円 (前年比 + 3.2%、計画比 2.4%)

売上総利益率の推移

園芸用品・災害対策商品の売上構成比は低下、
日用消耗品の構成比が上昇し、売上総利益率は横ばい

値入率 + 0.3ポイント

売変率 0.0ポイント

・売変コントロールによる改善 + 0.2ポイント

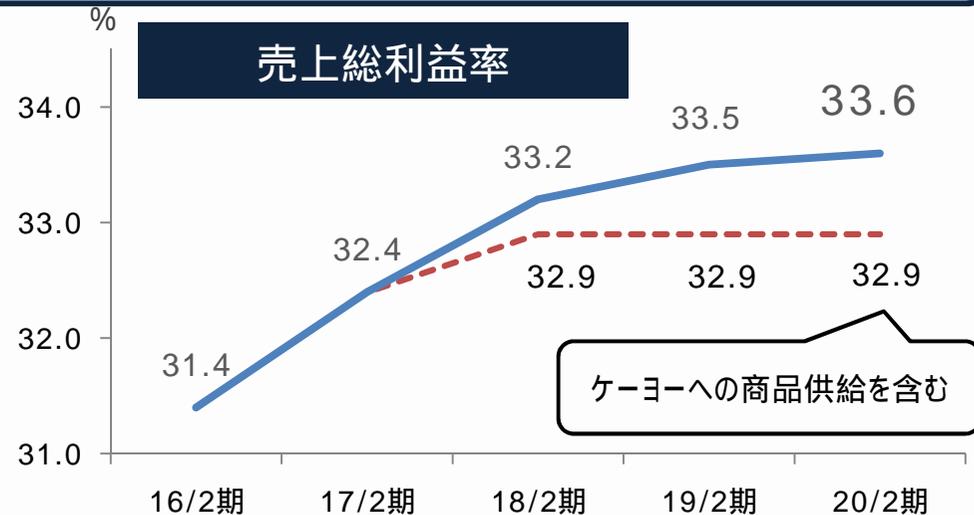
・ポイント値引きによる悪化 0.2ポイント

DCMブランド商品の構成比

アップ（前年差+2.5ポイント）

・DCMブランド売上高 77,849百万円
（前年比 109.4%）

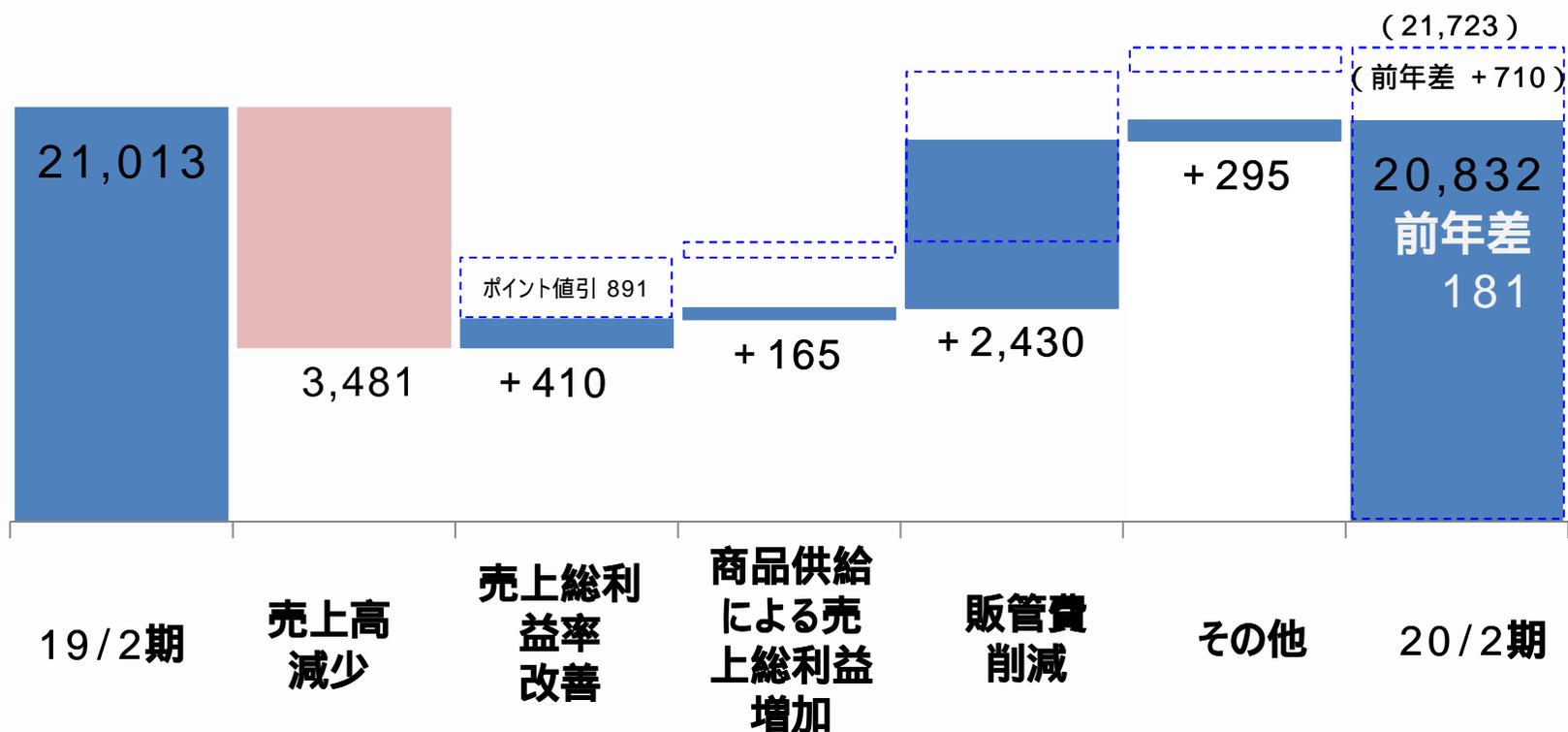
・DCMブランドアイテム数 22,000 S K U
（前年差 +4,000 S K U）



季節商品苦戦、災害需要・増税反動減により減収 コスト削減などに取り組んだものの営業減益

(単位：百万円)

共通ポイント開始に伴うポイント値引きの増加（891百万円）
を除くと、営業利益前年差は +710百万円



連結貸借対照表

DCMホールディングス



	2019年2月期	2020年2月期	増減	増減要因
流動資産	136,882	161,618	+ 24,735	
受取手形及び売掛金	13,500	14,883	+ 1,382	
商品	97,199	99,606	+ 2,406	
固定資産	278,801	273,114	5,686	
有形固定資産	196,699	195,932	766	
無形固定資産	13,233	12,725	508	
投資その他の資産	68,868	64,456	4,411	敷金・保証金の回収等による減少
資産合計	415,684	434,733	+ 19,048	
流動負債	105,476	119,743	+ 14,267	
支払手形及び買掛金	47,882	62,137	+ 14,255	期末日が金融機関休日による未決済の増加
短期借入金	27,550	12,400	15,150	
1年内償還転換社債	-	16,121	+16,121	
1年内返済長期借入金	8,823	6,379	2,444	長期借入金返済 8,809
固定負債	121,803	114,776	7,026	
社債・転換社債	29,884	10,000	19,884	
長期借入金	63,689	78,324	+14,635	新規借入+21,000
負債合計	227,279	234,519	+ 7,240	有利子負債残高123,224 (前期末増減 6,722)
純資産合計	188,404	200,213	+ 11,808	
負債純資産合計	415,684	434,733	+ 19,048	

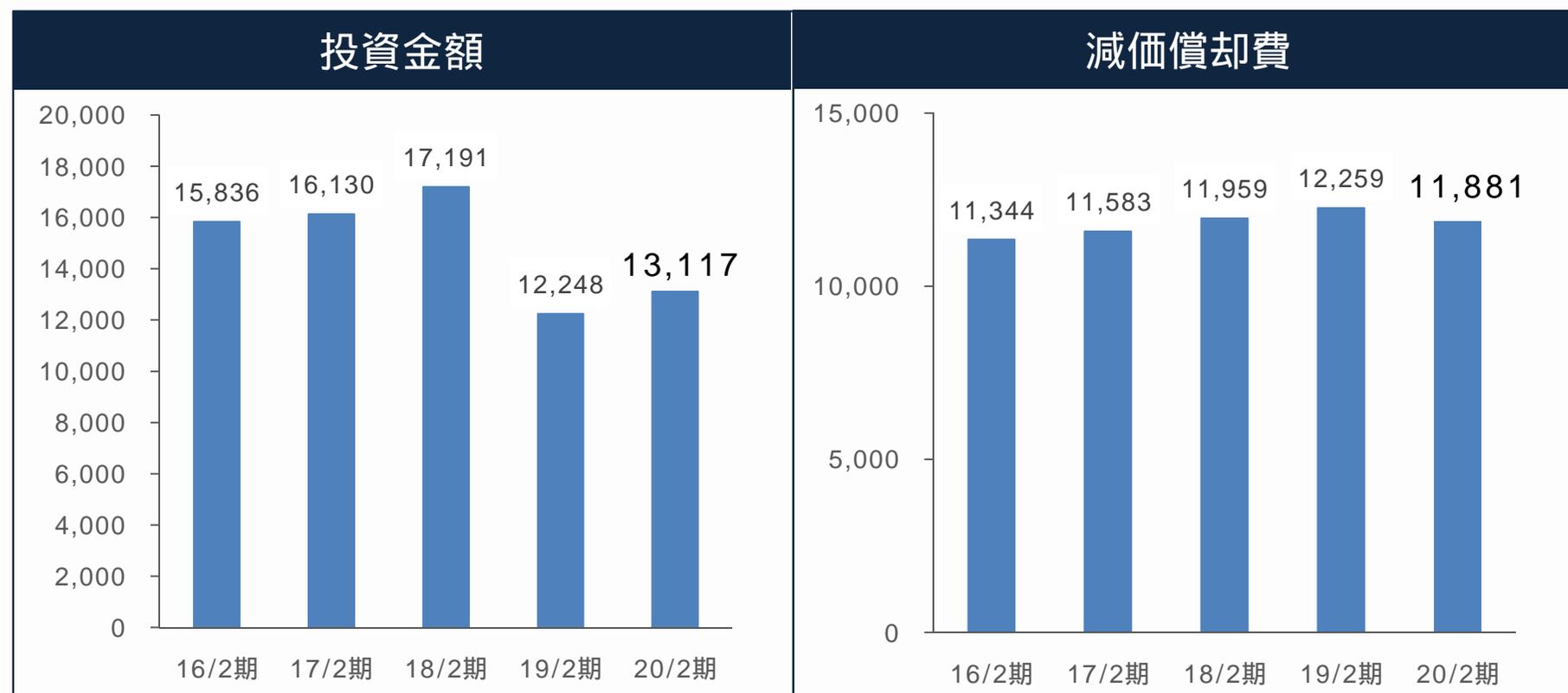
設備投資及び減価償却費

2019年3月1日～2020年2月29日

(単位：百万円)

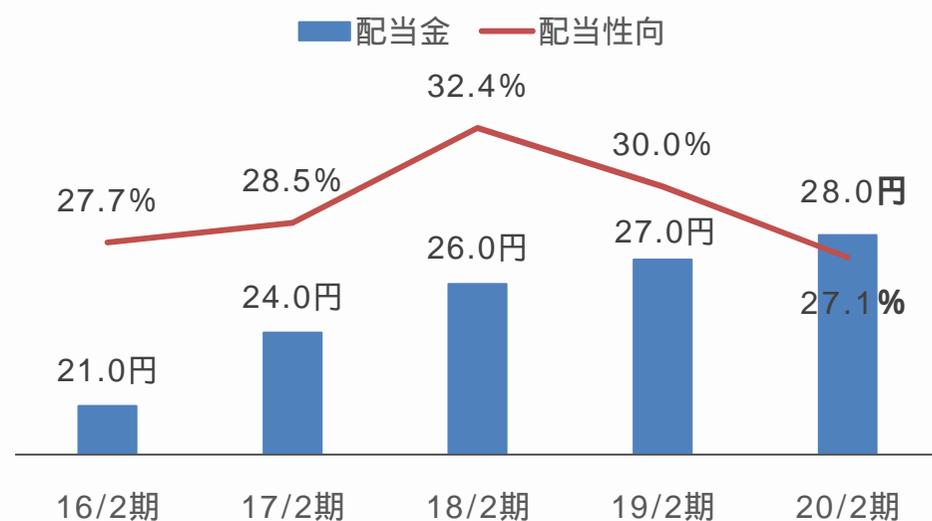
投資金額	減価償却費
13,117 (計画比 116.1%)	11,881 (計画比 99.0%)

投資金額は有形固定資産、ソフトウェア、敷金及び保証金
 投資金額計画差の主な要因は、既存店におけるリース資産の購入によるものであります
 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
- 配当性向は30%を意識
- 20/2期の固定資産売却益を除く配当性向は30.9%



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
- 20/2月期は 1,379千株取得
(自己株式取得を含めた総還元性向は38.1%)



2021年2月期 業績予想

(2020年3月1日～2021年2月28日)

DCMホールディングス株式会社

2021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
D C M カーマ	1 (1)	0	1 (1)	0	2 (2)	0
D C M ダイキ	2 (2)	1	1	0	3 (2)	1
D C M ホーマック	2 (1)	0	4 (3)	1	6 (4)	1
D C M サンワ	0	0	0	0	0	0
DCMくろがねや	0	0	0	0	0	0
計	5 (4)	1	6 (4)	1	11 (8)	2

()は小型店 ホダカ、ホーマックニコット

既存店売上高伸び率

上期	下期	通期
0.0%	1.4%	0.7%

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
16,000	12,000

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

2021年2月期 連結業績予想（通期）

2020年3月1日～2021年2月28日

（単位：百万円、％）

	2020年2月期 実績		2021年2月期 予想		前期増減率
	金額	売上比	金額	売上比	
売上高	430,000	100.0	431,000	100.0	+0.2
売上総利益	141,350	32.9	143,200	33.2	+1.3
営業収入	7,371	1.7	7,100	1.6	3.7
営業総利益	148,721	34.6	150,300	34.9	+1.1
販管費	127,889	29.7	129,300	30.0	+1.1
営業利益	20,832	4.8	21,000	4.9	+0.8
経常利益	20,107	4.7	20,200	4.7	+0.5
親会社株主に帰属する当期純利益	13,783	3.2	13,000	3.0	5.7

- 1株当たり当期純利益 95円27銭
- 1株当たり配当予想 28円（中間14円、期末14円）

2020年2月期 連結業績予想（上期）

2020年3月1日～2020年8月31日

（単位：百万円、％）

	2019年8月期 実績		2020年8月期 予想		前期増減率
	金額	売上比	金額	売上比	
売上高	224,213	100.0	225,500	100.0	+ 0.6
売上総利益	73,570	32.8	74,400	33.0	+ 1.1
営業収入	3,653	1.6	3,500	1.6	4.2
営業総利益	77,224	34.4	77,900	34.5	+ 0.9
販管費	64,545	28.8	64,700	28.7	+ 0.2
営業利益	12,678	5.7	13,200	5.9	+ 4.1
経常利益	12,455	5.6	12,900	5.7	+ 3.6
親会社株主に帰属する四半期純利益	8,486	3.8	8,600	3.8	+ 1.3

ホームセンター事業会社5社の統合について

DCMホールディングス株式会社

単純作業はデジタル化！
人は人でしかできない仕事に
特化する時代！

デジタル技術の加速

「モノ」から「コト」消費へ
次の時代は「エモ」消費か？！

消費トレンドの変化

「高齢化」、「人口減少」を
迎えた時代の働き方

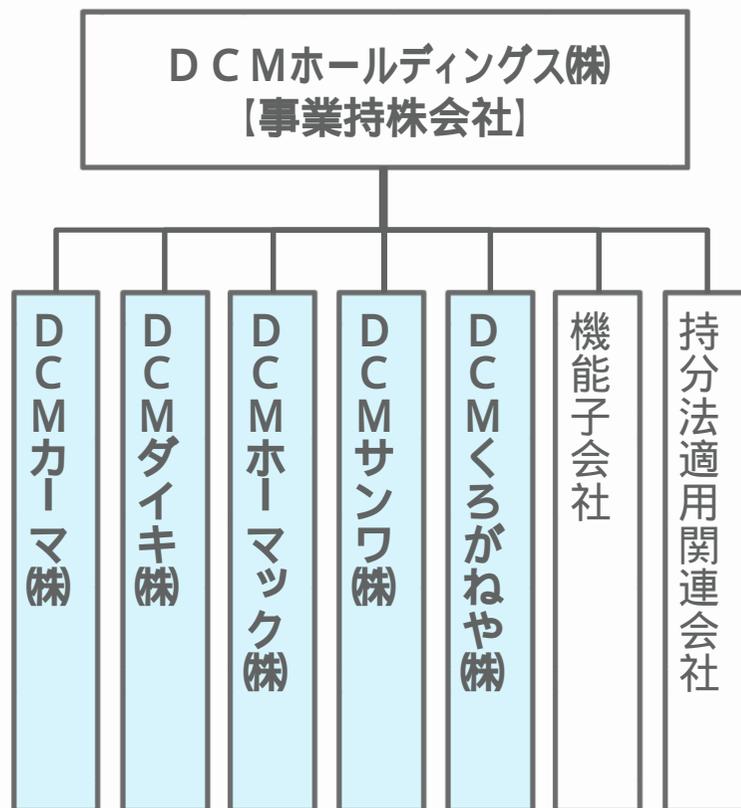
働き方の変化

環境はこれまで以上に『急速』に変わっていく！

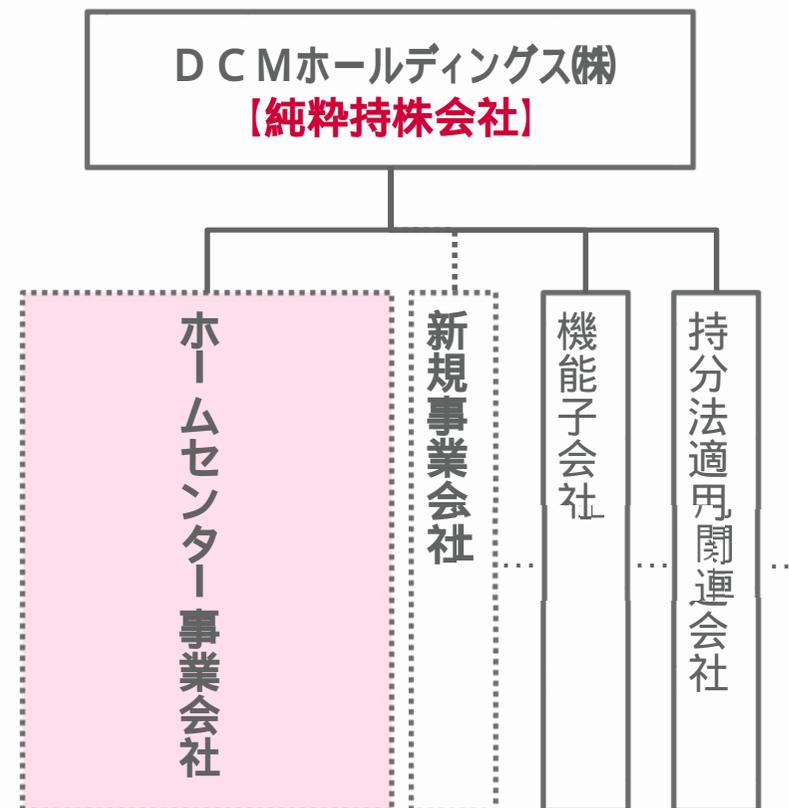
1つの事業体となって、環境変化へ迅速に対応していく！

DIYを核とした商品・サービスの開発に取り組み、
「生活快適化総合企業」として、お客さまの快適な暮らしを総合的に支えていく！

現在



統合後



来るべき未来に備え、スピード感を持って変化対応できる組織へと変革。
お客様の生活面でのハブ/プラットフォームとして、2つのDCMを実現する！

2020年4月10日の取締役会において、当社事業の吸収分割によるDCM分割準備会社への承継に関する契約を締結することを決議いたしました。詳細については、同日付のニュースリリースをご参照ください

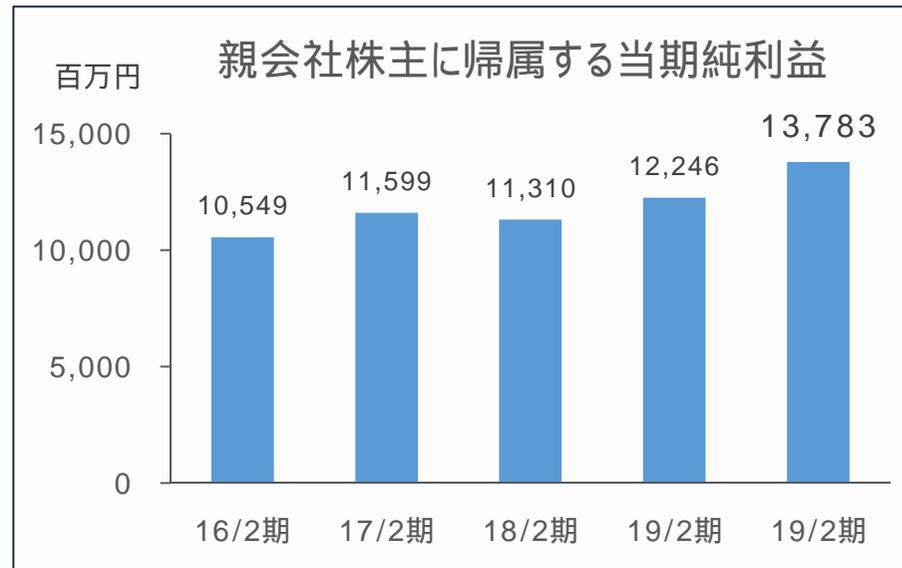
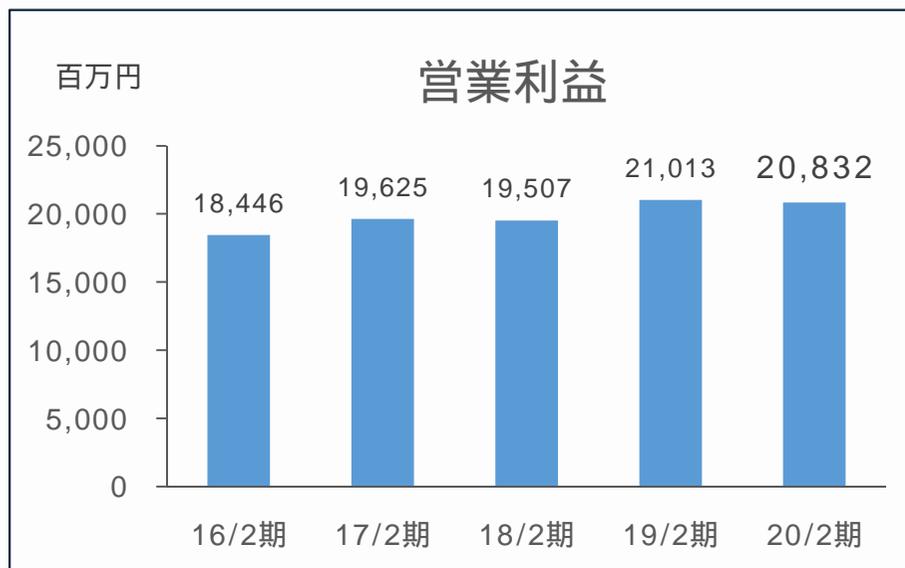
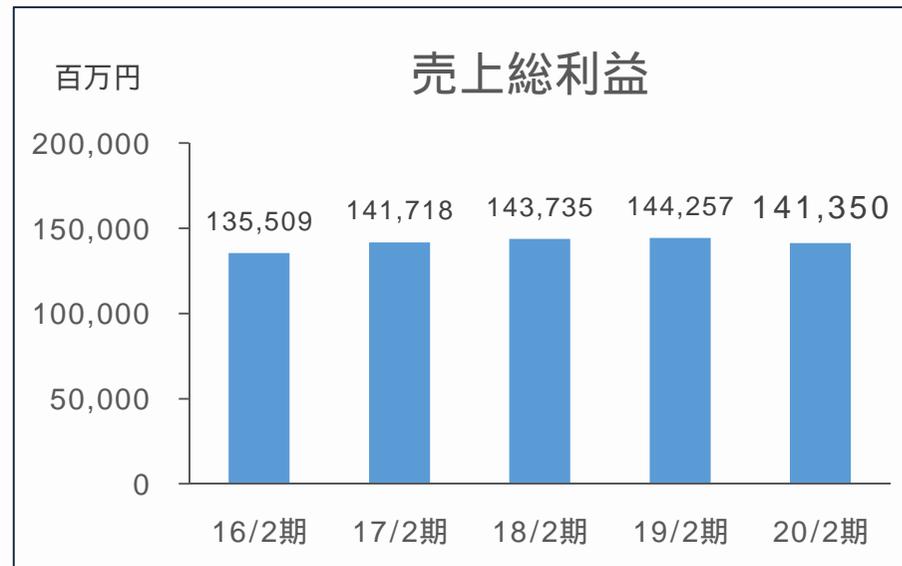
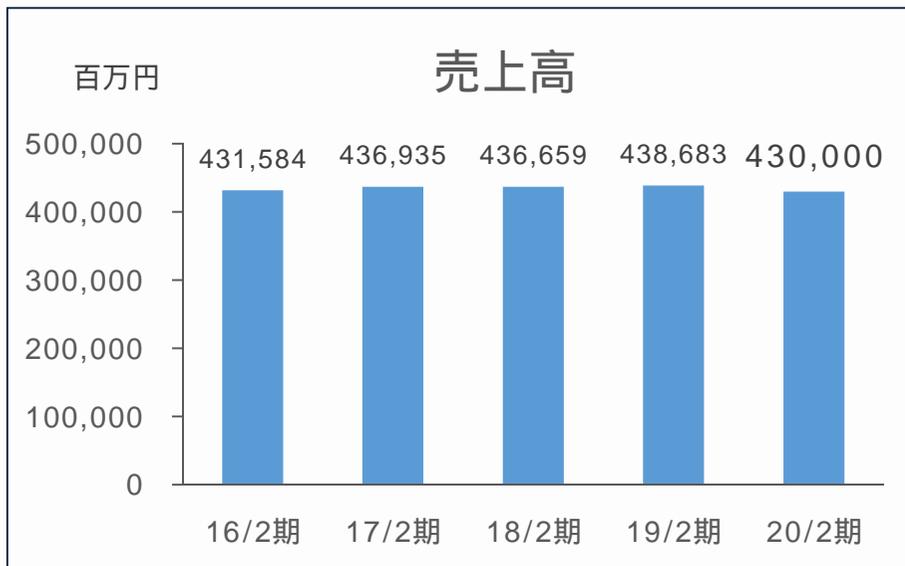
**1on1 個別取材につきましては、
下記URLにて受付けております。**

<https://app.msetsu.com/interviews/Yqc4BGKz>

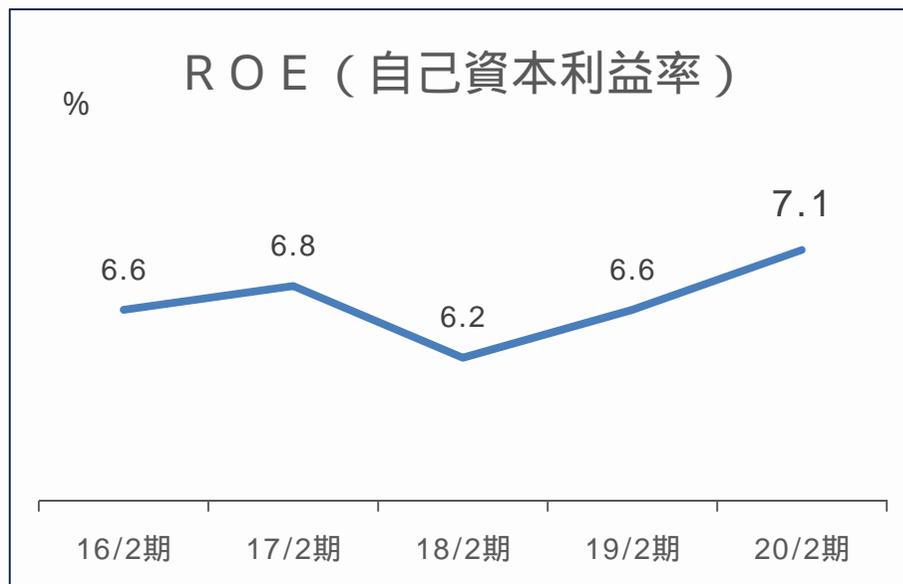
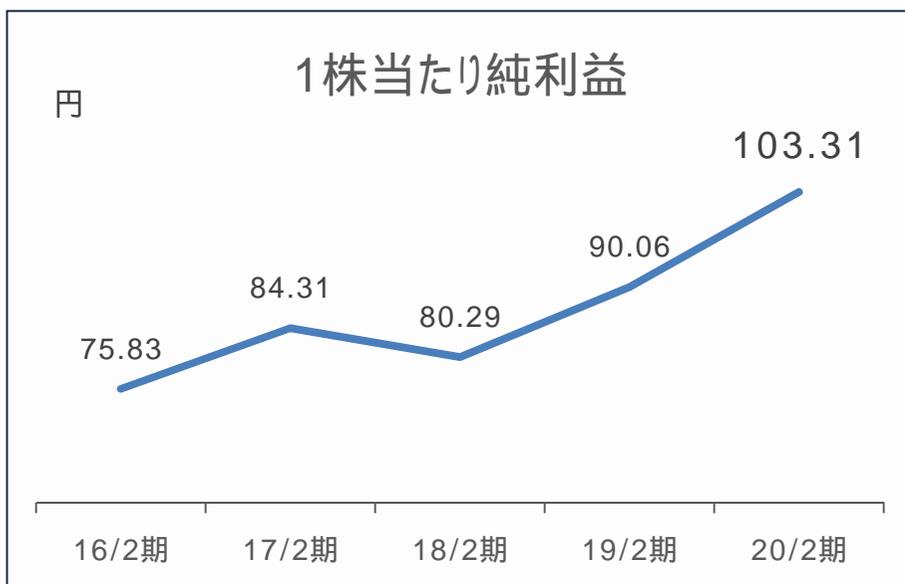
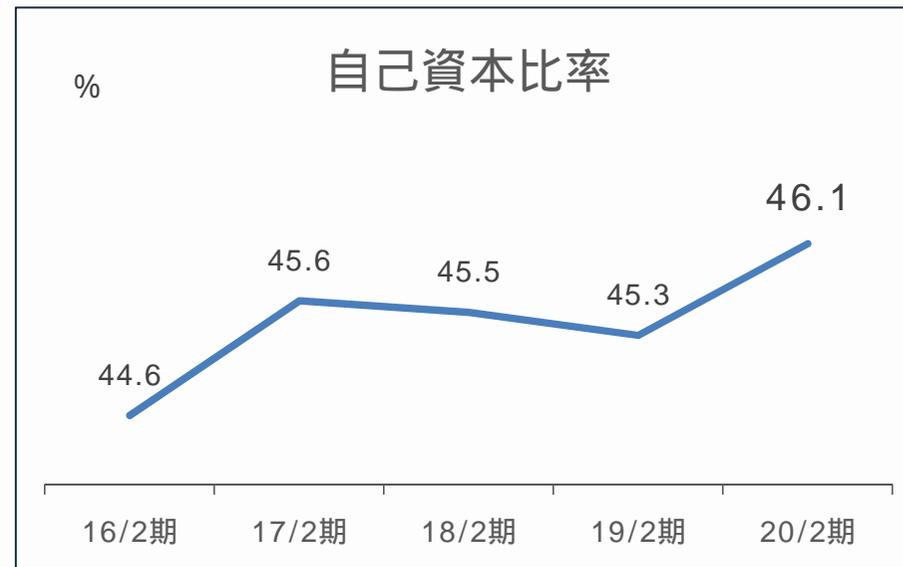
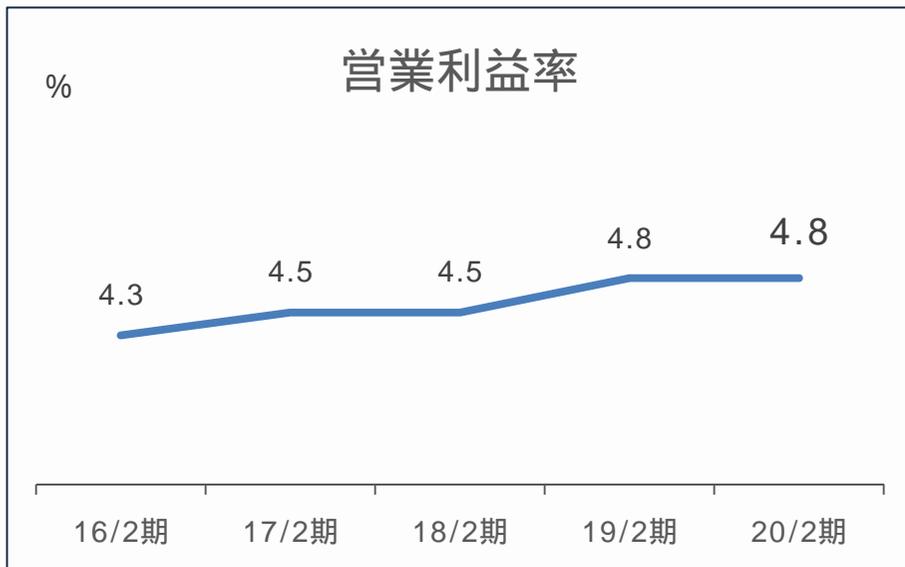
参考資料

DCMホールディングス株式会社

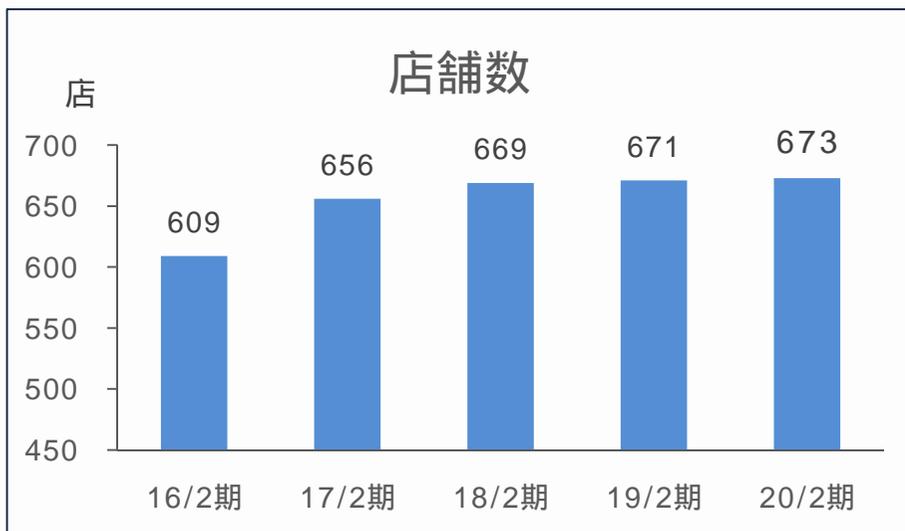
業績推移



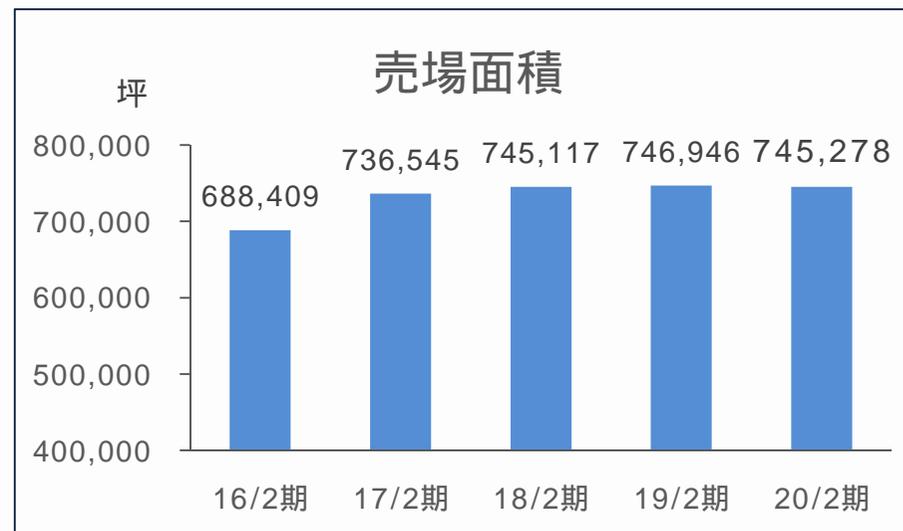
経営指標



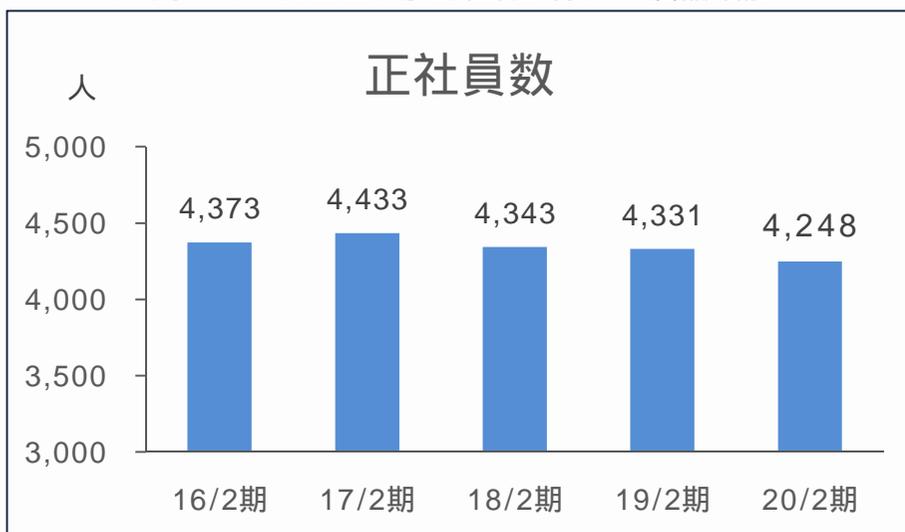
営業数値



16/2期 DCMサンワ子会社化に伴い34店舗増加
 17/2期 DCMくろがねや子会社化に伴い21店舗増加



16/2期 DCMサンワ子会社化に伴い32,220坪増加
 17/2期 DCMくろがねや子会社化に伴い26,019坪増加



16/2期 DCMサンワ子会社化に伴い237人増加
 17/2期 DCMくろがねや子会社化に伴い115人増加



16/2期 DCMサンワ子会社化に伴い777人増加
 17/2期 DCMくろがねや子会社化に伴い244人増加

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
DCMカーマ	3	ホダカ各務原店	岐阜県	2019年5月	260	スクラップ&リプレイス
		ホダカ高岡店	富山県	2019年9月	289	
		21恵那店	岐阜県	2019年9月	2,725	
DCMホームック	6	ホダカ山形店	山形県	2019年3月	299	スクラップ&ビルド
		ニコット常陸里見店	茨城県	2019年4月	289	
		菊水元町店	北海道	2019年6月	791	
		ニコット久慈山形店	岩手県	2019年6月	250	
		ニコット更別店	北海道	2019年8月	162	
		ニコット白鳥台店	北海道	2019年9月	264	
合計	9				5,329	

退店	店舗数	店舗名	地域	閉店月	売場面積（坪）	備考
DCMカーマ	4	養老店	岐阜県	2019年7月	896	スクラップ&リプレイス
		上野店	三重県	2019年8月	1,513	
		恵那店	岐阜県	2019年9月	956	
		守山吉根店	愛知県	2019年12月	1,418	
DCMダイキ	2	洲本大野店	兵庫県	2019年5月	294	
		三島店	愛媛県	2019年9月	1,044	
DCMサンワ	1	浪岡店	青森県	2019年8月	248	
合計	7				6,369	

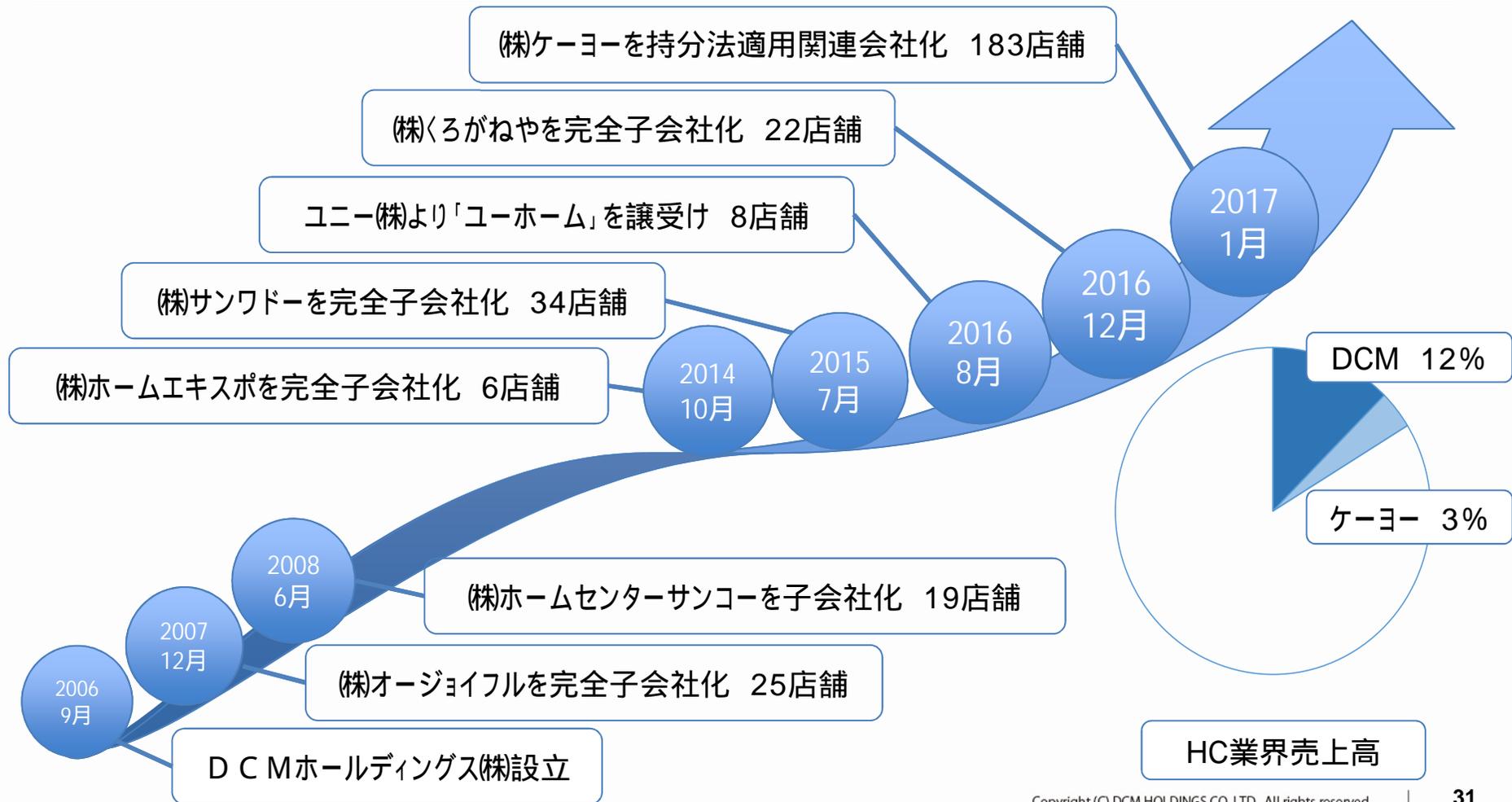
連結損益計算書（参考）

ケ－ヨーとの取引を除く P L

（単位：百万円、％）

	2019年2月期		2020年2月期		前年比	備考
	金額	売上比	金額	売上比		
売上高	429,645	100.0	419,245	100.0	97.6	ケ－ヨー取引による営業利益へのインパクト 2019年 2020年 2月期 2月期 売上高 + 9,037 + 10,755 売上総利益 + 449 + 614 営業利益 + 215 + 238
売上総利益	143,808	33.5	140,735	33.6	97.9	
営業収入	7,075	1.6	7,371	1.8	104.2	
営業総利益	150,883	35.1	148,106	35.3	98.2	
販管費	130,084	30.3	127,512	30.4	98.0	
営業利益	20,798	4.8	20,594	4.9	99.0	
経常利益	19,686	4.6	19,566	4.7	99.4	
親会社株主に帰属する当期純利益	12,101	2.8	13,461	3.2	11.2	

規模拡大による商品力の強化・収益性向上





Do Create Mystyle

くらしの夢をカタチに