



2020年4月10日

各位

会社名 DCMホールディングス株式会社
代表者名 代表取締役社長兼COO 石黒 靖規
(コード番号: 3050 東証1部)
問合せ先 取締役執行役員経営企画室長 熊谷 寿人
(TEL 03-5764-5214)

中期経営計画（2020～2022年度）策定のお知らせ

当社は、2020年度～2022年度までの中期経営計画を策定致しましたのでお知らせ致します。

記

1. 中期経営計画の基本方針

当社グループは、経営方針「Demand Chain Management お客さま視点からの流通改革」、コーポレートスローガン「Do Create Mystyle 暮らしの夢をカタチに」に基づき、長期事業構想～生活快適化総合企業への変革～を掲げました。

本中期経営計画は、長期事業構想実現に向けた第一歩として、来るべき未来に備えた店舗づくり、新たな事業の構築をおこなうとともに、既存事業の効率化・収益力強化を図り、豊かなくらしを総合的に提供する企業、社会に不可欠な存在となることを目指すものです。

2. 取組施策

施策	主な取組内容
(1) 暮らしの利便性向上	地域のニーズに合わせた店舗づくり
(2) 住まい空間の快適化支援	DIY文化の醸成とプロ需要への対応
(3) デジタル社会への対応	EC事業の強化、業務効率化
(4) 商品改革	購買データに基づく開発・販売、仕入コスト低減
(5) 既存店改革	売場面積の適正化、新品種導入、テナント誘致
(6) コスト改革	本社組織の効率化、定型業務のデジタル化

3. 数値計画

	2019年度 (2020年2月期) 実績	2022年度 (2023年2月期) 計画
売上高	430,000 百万円	433,000 百万円
営業利益	20,832 百万円	25,000 百万円
営業利益率	4.8%	5.8%
経常利益	20,107 百万円	24,400 百万円
当期純利益	13,783 百万円	16,400 百万円
ROE	7.1%	7.5%

4. 株主還元

配当性向 30%を目安に安定配当を目指してまいります。

5. 別添資料

DCMホールディングス中期経営計画 (2020~2022 年度)

以上

DCMホールディングス 中期経営計画 (2020～2022年度)

2020年4月10日

DCMホールディングス株式会社

目次

1. 前回中期経営計画の成果	・・・ 2
2. 基本方針	・・・ 4
3. 取組施策	・・・ 5
4. 数値計画	・・・ 7
5. 株主還元	・・・ 8

	計画	実績	達成状況
売上高	4,600 億円	4,300 億円	93.5 %
営業利益	230 億円	208 億円	90.6 %
営業利益率	5.0 %	4.8 %	△ 0.2 %
経常利益	226 億円	201 億円	89.0 %
親会社に帰属する 当期純利益	140 億円	137 億円	98.5 %
R O E	7.0 %	7.1 %	+ 0.1 %

売上高が計画を下回り、営業利益、経常利益、当期純利益は未達。

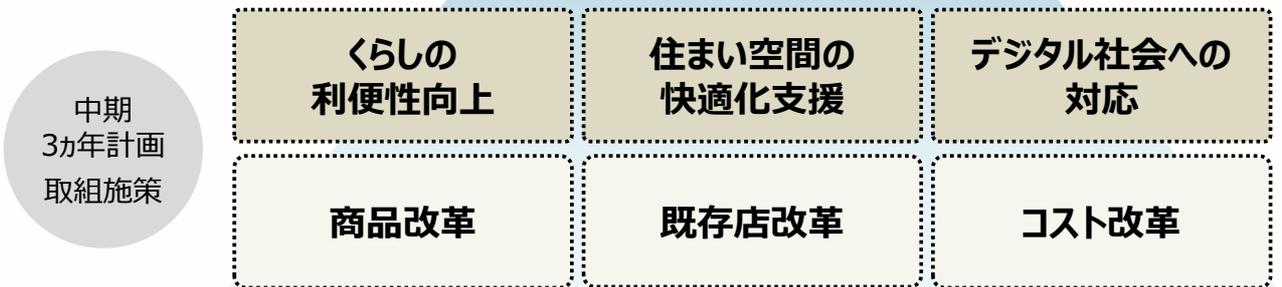
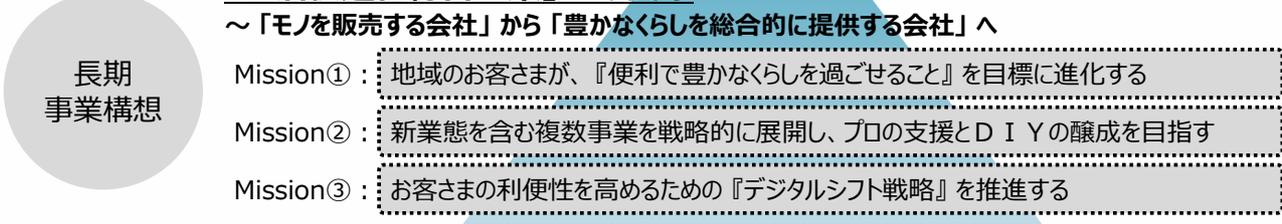
前回中期経営計画の成果

重点施策		成果
施策 1	商品改革	目標達成 ✓ DCMブランド売上高構成比：2016年度比+6.4% ✓ パーティカルマーチャンダイジング、品質管理の強化
施策 2	既存店改革	継続課題 ✓ 売上に応じた売場面積適正化、積極的なテナント誘致 × 坪あたり売上高が減少、次期中計で改善を目指す！
施策 3	新規事業・新業態開発	継続課題 ✓ 新共通ポイントサービス「マイボ」運用開始 × 複数事業の実験開始、収益力強化が課題！
施策 4	カスタマーリレーション インフラ構築	継続課題 ✓ デジタルチラシ配信、DIY教室、防災イベントを実施 × DIYの需要拡大、客数増加が課題！
施策 5	物流・システム改革	継続課題 ✓ 輸入業務内製化推進、新国内物流センターの稼働準備 × 大きな数値改善には至らず、仕入コスト低減を目指す！
施策 6	ストアオペレーション 改 革	目標達成 ✓ 店舗業務システムのリリース完了、 ✓ 販売部組織、店舗オペレーション、各種サービスの統一
施策 7	人事制度改革	目標達成 ✓ 育児、介護支援制度の拡充 ✓ 自己申告を踏まえた人員配置の適正化
施策 8	間接コスト改革	目標達成 ✓ 約40億円の間接コスト削減



『生活快適化総合企業』への変革

～「モノを販売する会社」から「豊かなくらしを総合的に提供する会社」へ



取組施策①

くらしの利便性向上

- データ分析に基づく商品開発、防災拠点やコミュニティ空間として地域に欠かせない店舗への変革
- 住みいるヘルパーのサービスメニュー拡大、認知度の向上
- 地域のニーズに応じた新たな事業の導入

住まい空間の快適化支援

- 建築や補修に必要な工具・金物の専門店「プロショップホダカ」の積極展開
- ホームインプラメントに特化した新業態の検討

デジタル社会への対応

- E C事業の強化、E Cと店舗の融合、相互送客の実現
- デジタル技術を駆使した業務の効率化

商品改革

- 特徴と競争力を兼ね備えたDCMブランド商品の開発、購買データに基づく販売戦略
- 新国内物流センターの稼働、4拠点目となる海外XD(クロスドッキング)センターの稼働による仕入コスト低減

既存店改革

- 販売力に応じた、売場面積の適正化
- 積極的な新品种・新業態導入、テナント誘致



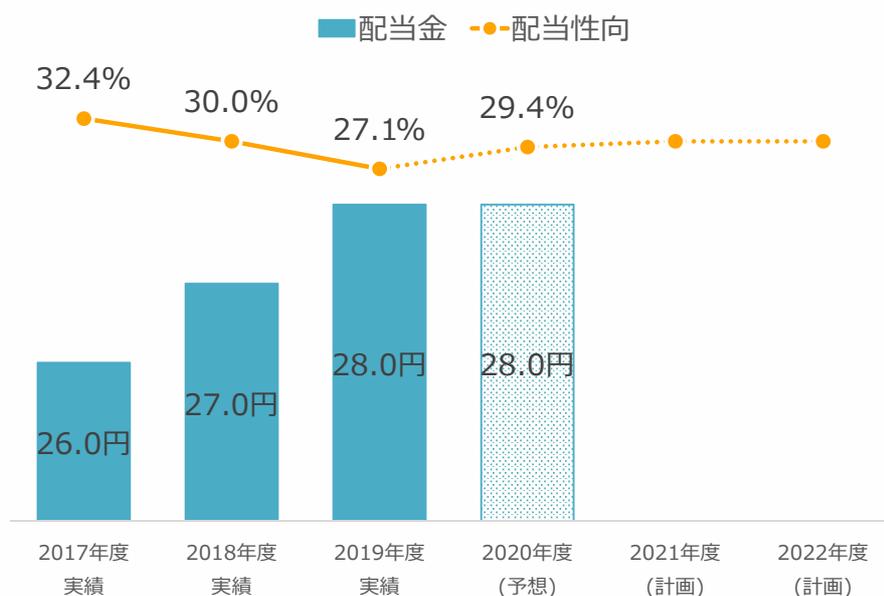
新業態事例：DCMホームマック元町店 アウトドア・レジャー館

コスト改革

- (本社業務)
- 定型業務、反復性の高い業務のRPA化
 - 事業会社統合による、組織・業務の効率化
- (店舗業務)
- 発注、検品、伝票入力業務の自動化
 - 補充・改廃業務の削減

数値計画

	2019年度 実績	2022年度 計画
売上高	4,300 億円	4,330 億円
営業利益	208 億円	250 億円
営業利益率	4.8 %	5.8 %
経常利益	201 億円	244 億円
親会社に帰属する 当期純利益	137 億円	164 億円
ROE	7.1 %	7.5 %



配当性向30%を目安に安定配当を目指してまいります。



Do Create Mystyle
くらしの夢をカタチに