

2021年2月期 決算補足説明資料

(2020年3月1日～2021年2月28日)

Do Create Mystyle

くらしの夢をカタチに

2021年4月9日

DCMホールディングス株式会社

2021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 4,642億円 ~ 前期比 108.0% (+342億円)

- ・既存店売上高 + 8.8%
- ・外出自粛や在宅勤務など生活スタイルの変化に対応し売上が拡大

売上総利益 1,546億円 ~ 前期比 109.4% (+133億円)

- ・売上総利益率 + 0.4% (ケ-ヨーへの商品供給を含む)
- ・DCMブランド売上高構成比 +1.0%、値入率 +1.0%

営業利益 302億円 ~ 前期比 145.2% (+94億円)

- ・販管費前期比 102.8%、前年差 +3,534百万円
- ・販促活動の自粛により広告宣伝費 89.1%、業績連動賞与増加などにより人件費 105.5%

経常利益 295億円 ~ 前期比 147.0% (+94億円)

- ・営業外収益 + 289百万円 (持分法投資利益 + 327百万円)

親会社株主に帰属する

当期純利益 185億円 ~ 前期比 134.9% (+48億円)

- ・売上高、段階利益とも過去最高を更新

2021年2月期 通期業績

DCMホールディングス株式会社

**生活様式の変化に伴う需要拡大に機動的に対応し、増収増益
荒利益率・持分法利益も改善し、過去最高益を更新**

(単位：百万円、%)

	2020年2月期		2021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	430,000	100.0	464,212	100.0	108.0	455,000	100.0	102.0
売上総利益	141,350	32.9	154,697	33.3	109.4	152,700	33.6	101.3
営業収入	7,371	1.7	6,980	1.5	94.7	7,000	1.5	99.7
営業総利益	148,721	34.6	161,678	34.8	108.7	159,700	35.1	101.2
販管費	127,889	29.7	131,423	28.3	102.8	129,600	28.5	101.4
営業利益	20,832	4.8	30,254	6.5	145.2	30,100	6.6	100.5
経常利益	20,107	4.7	29,550	6.4	147.0	29,500	6.5	100.2
親会社株主に帰属する四半期純利益	13,783	3.2	18,594	4.0	134.9	19,500	4.3	95.4

**生活様式の変化に加え季節品の売上高も好調に推移
第4四半期は店舗改装、店舗修繕など前倒しで実施**

（単位：百万円、％）

	Q1（3～5月）		Q2（6～8月）		Q3（9～11月）		Q4（11～2月）	
	当期	前期比	当期	前期比	当期	前期比	当期	前期比
売上高	124,077	108.8	125,460	113.9	109,641	102.0	105,032	106.8
売上総利益	42,074	111.7	41,797	116.4	36,231	103.4	34,593	105.6
営業収入	1,738	98.0	1,742	92.8	1,749	92.0	1,748	96.3
営業総利益	43,813	111.1	43,540	115.3	37,981	102.9	36,342	105.1
販管費	32,206	98.7	32,846	102.9	32,061	101.1	34,308	108.5
営業利益	11,606	170.4	10,693	182.3	5,919	113.7	2,034	69.1
経常利益	11,672	174.9	10,564	182.8	5,619	113.8	1,693	62.4
親会社株主に帰属する四半期純利益	8,149	175.0	6,986	182.4	3,925	122.8	467	-

食品事業などの譲渡を行ったDCMサンワを除き、増収増益

(単位：百万円、%)

	営業収益				営業利益			
	前期	当期	前年差	前期比	前期	当期	前年差	前期比
DCMカーマ	124,902	136,827	+ 11,924	109.5	6,518	9,683	+ 3,165	148.6
DCMダイキ	83,945	91,318	+ 7,372	108.8	3,681	5,152	+ 1,471	140.0
DCMホームック	178,452	194,014	+ 15,561	108.7	9,191	13,323	+ 4,131	144.9
DCMサンワ	20,952	17,868	3,084	85.3	302	65	236	-
DCMくろがねや	15,350	17,481	+ 2,131	113.9	1,166	1,875	+ 709	160.9
連 結	437,371	471,192	+ 33,820	107.7	20,832	30,254	+ 9,421	145.2

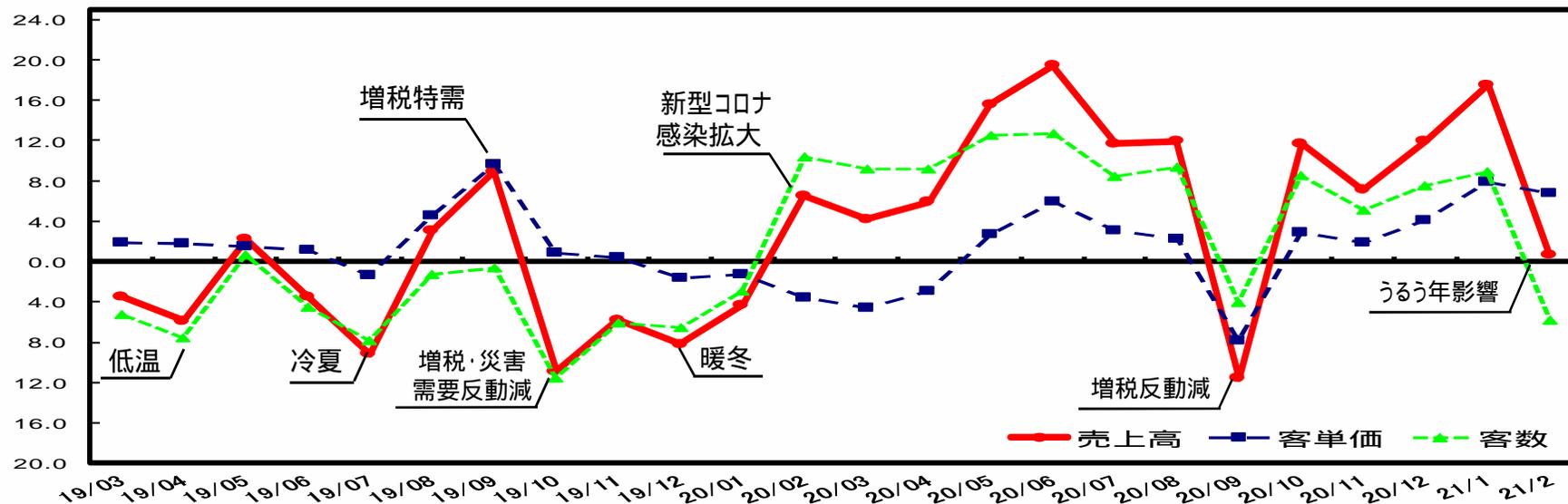
マスクやアルコール除菌などコロナウィルス関連商品が好調
生活様式の変化に伴う、園芸やDIY需要などの拡大に対応

(単位：百万円、%)

	前期		当期		
	金額	構成比	金額	構成比	前期比
園 芸	58,797	13.7	67,068	14.4	114.1
ホームインテリ-メント	87,764	20.4	98,523	21.2	112.3
ホームレシ-ャ-ハ-ット	63,781	14.8	67,078	14.4	105.2
ハウスキ-ビ-ソク-	104,790	24.4	110,090	23.8	105.1
ホームファニシソク-	25,496	5.9	27,762	6.0	108.9
ホームエレクトロニクス	45,325	10.5	51,241	11.0	113.1
そ の 他	33,008	7.7	31,442	6.8	95.3
ホームセンター事業計	418,964	97.4	453,207	97.6	108.2
商品供給高	11,036	2.6	11,005	2.4	99.7
合 計	430,000	100.0	464,212	100.0	108.0

外出自粛や在宅勤務の推進など、生活スタイルが変化
家庭内需要の拡大に的確に対応して増収

	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	2.9%	4.0%	+ 1.1%	+ 8.8%	+ 7.1%	+ 1.6%
3月～5月	2.3%	3.9%	+ 1.6%	+ 9.0%	+ 10.5%	1.4%
6月～8月	3.4%	4.6%	+ 1.3%	+ 14.3%	+ 10.2%	+ 3.7%
9月～11月	2.7%	6.1%	+ 3.7%	+ 1.7%	+ 3.0%	1.2%
12月～2月	3.3%	0.8%	2.5%	+ 10.3%	+ 3.8%	+ 6.2%

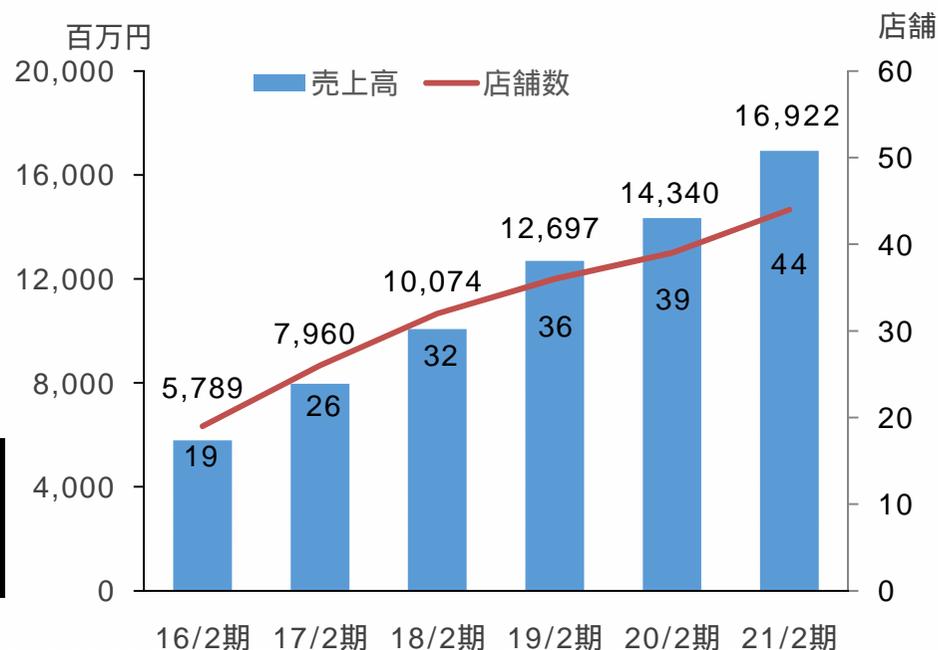


プロユースに特化した専門店として好調に推移
店舗の認知度向上とともに売上高が順調に増加

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 + 11.9%



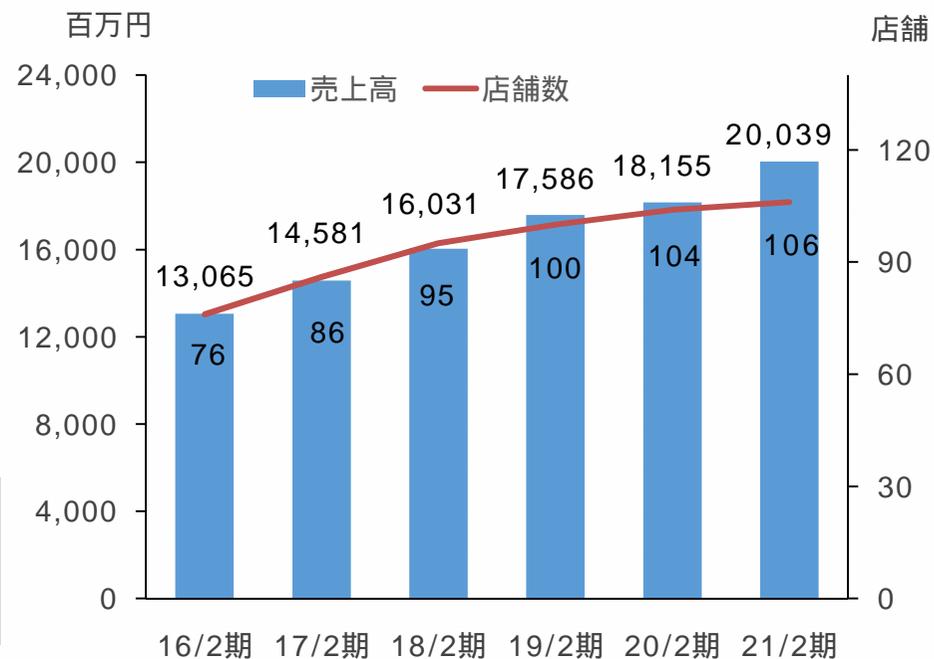
2021年2月期 44店舗（東海22、北陸5、関東4、東北4、近畿4、北海道3、中国1、四国1）
全店売上高 16,922百万円（前期比 + 18.0%）

**地域密着型の小型店として好調に推移
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 + 8.3%



2021年2月期 106店舗（北海道67、東北34、関東5）
全店売上高 20,039百万円（前期比 + 10.4%）

売上総利益率の推移

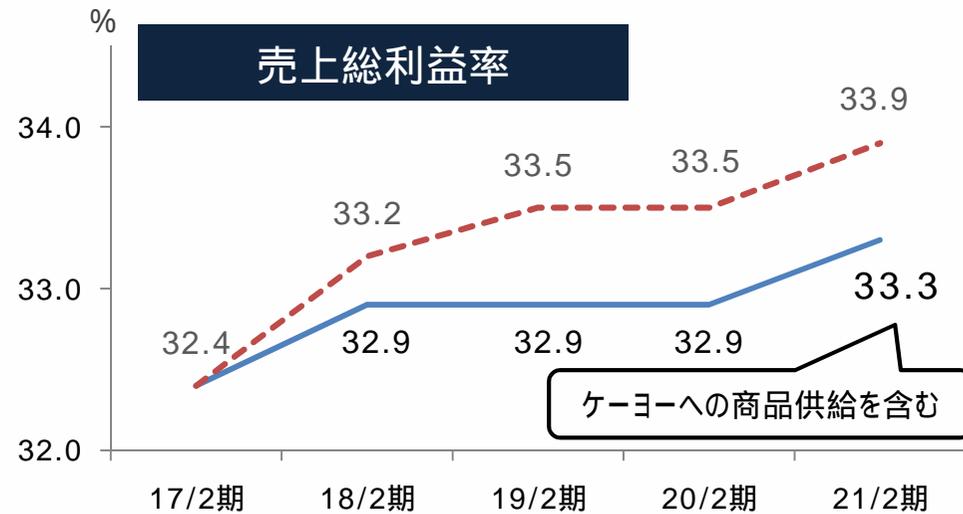
値入率の改善、商品開発の強化、DCMブランド商品の売上高構成比アップにより売上総利益率上昇

値入率 + 1.0ポイント

ポイント売変率 + 0.3ポイント
会員数の伸びに伴うポイント値引の増加

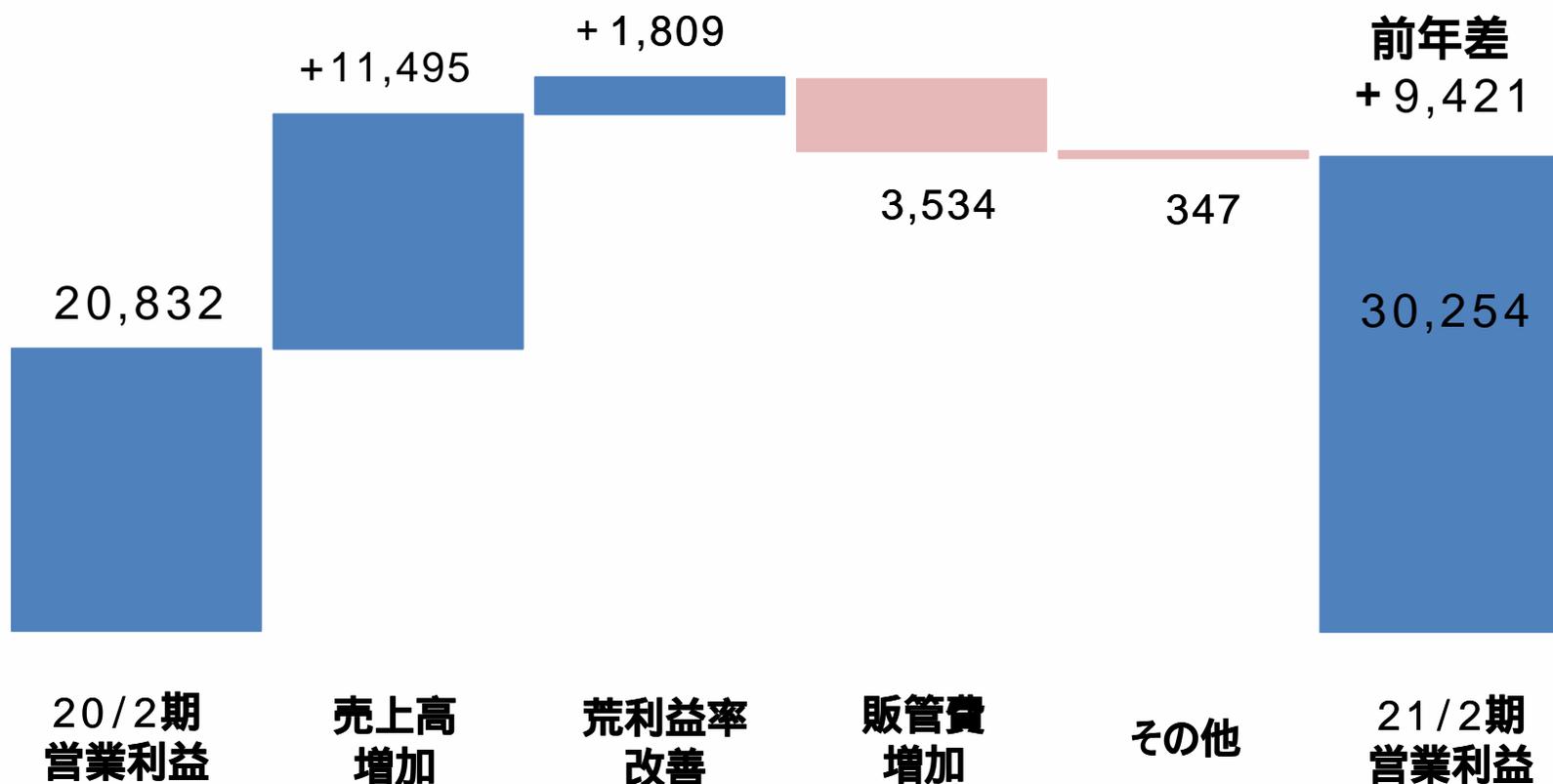
DCMブランド商品の売上高構成比アップ（前年差+1.0ポイント）

- ・DCMブランド売上高 88,459百万円（前期比 113.6%）
- ・DCMブランドアイテム数 25,500 SKU（前年差 +3,500 SKU）



売上高が大きく伸長、加えて売上総利益率が改善
販管費（業績連動賞与）増加も最高益を更新

（単位：百万円）



連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2020年2月期	2021年2月期	増減	増減要因
流動資産	161,618	207,183	+ 45,565	現預金 + 41,650
受取手形及び売掛金	14,883	14,946	+ 63	
商品	99,606	99,431	174	
固定資産	273,114	283,666	+ 10,551	
有形固定資産	195,932	202,169	+ 6,237	山梨新物流センター稼働
無形固定資産	12,725	12,326	399	
投資その他の資産	64,456	69,170	+ 4,713	
資産合計	434,733	490,849	+ 56,116	
流動負債	119,743	117,255	2,487	
支払手形及び買掛金	62,137	67,644	+ 5,506	
短期借入金	12,400	-	12,400	短期借入金返済
1年内償還転換社債	16,121	-	16,121	普通株式へ転換
1年内返済長期借入金	6,379	13,089	+ 6,710	
固定負債	114,776	139,385	+ 24,609	
長期借入金	78,324	102,749	+ 24,424	新規借入 + 37,500 返済 6,364
負債合計	234,519	256,641	+ 22,121	
純資産合計	200,213	234,208	+ 33,994	
負債純資産合計	434,733	490,849	+ 56,116	

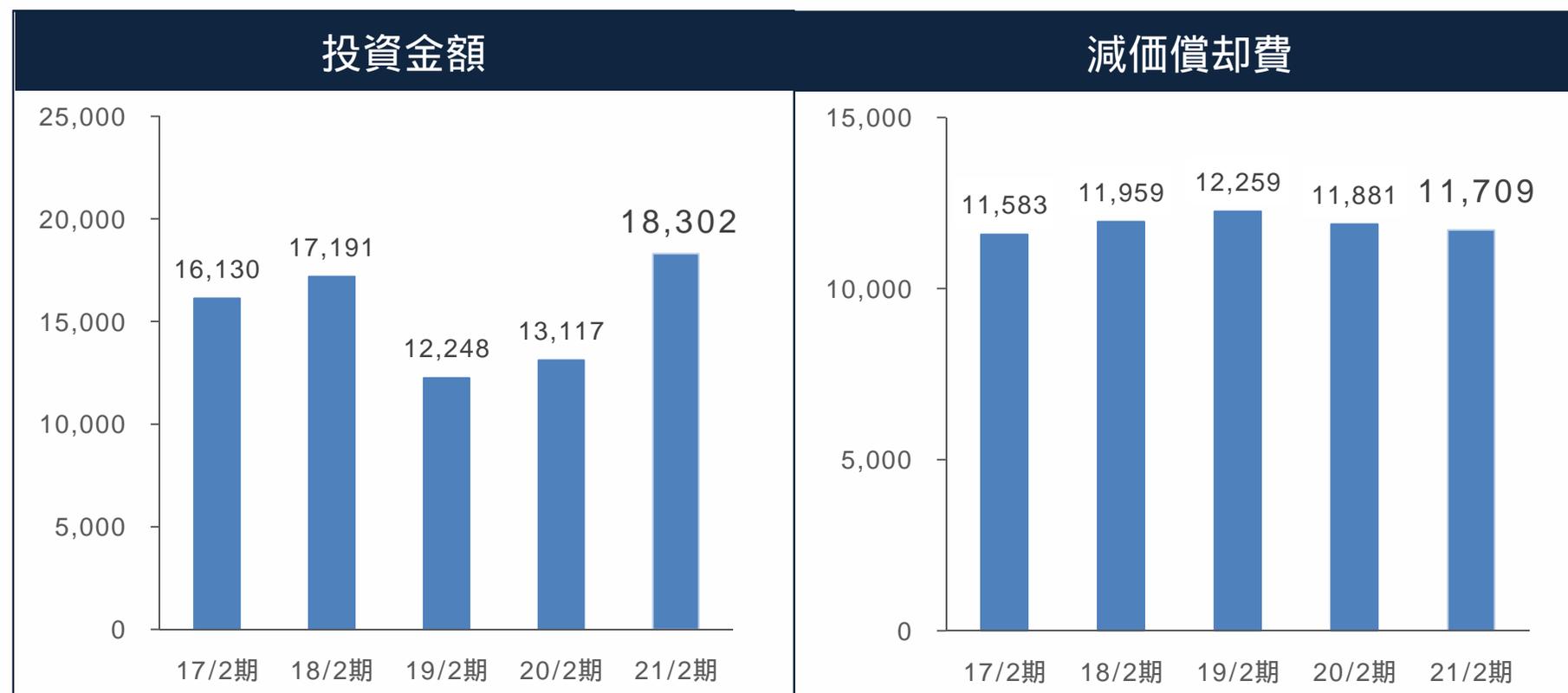
設備投資及び減価償却費

2020年3月1日～2021年2月28日

(単位：百万円)

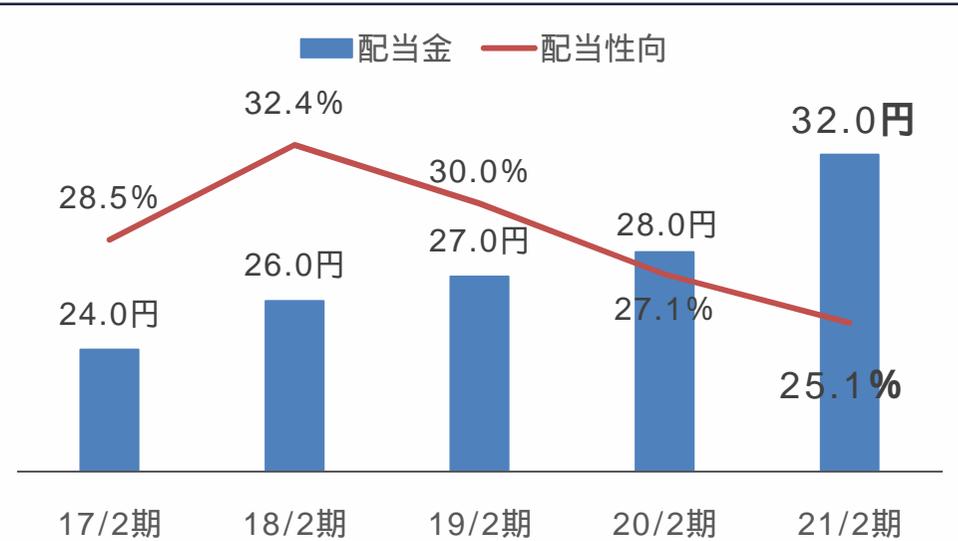
投資金額	減価償却費
18,302 (計画比 114.4%)	11,709 (計画比97.6%)

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



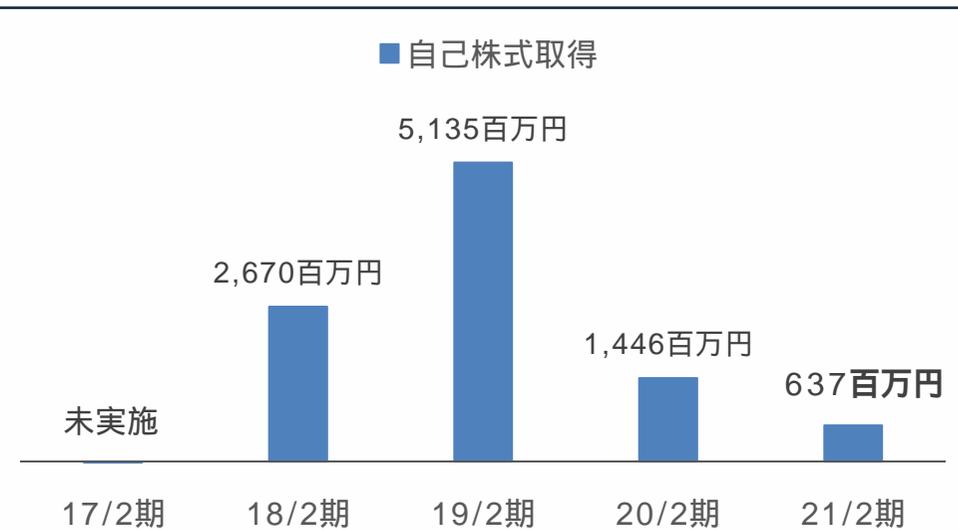
配当政策

- 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
- 21/2月期は 566千株取得
(2021年4月30日まで総額50億円実施中)
(自己株式取得を含めた総還元性向は29.6%)



2022年2月期 業績予想

(2021年3月1日～2022年2月28日)

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

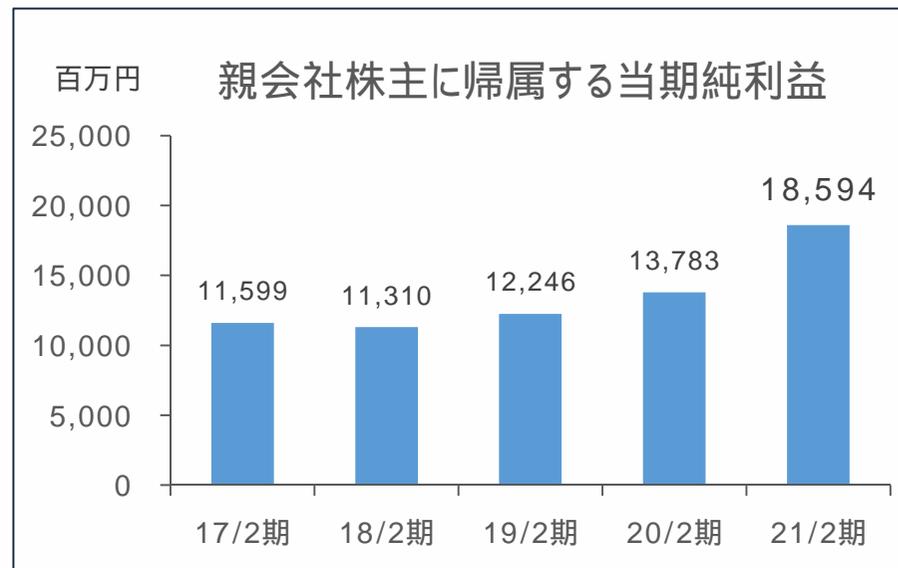
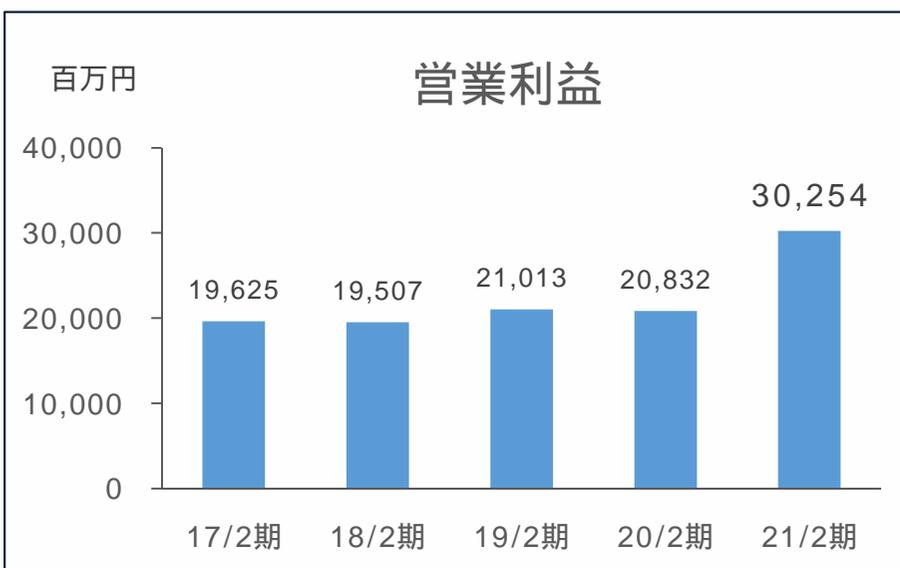
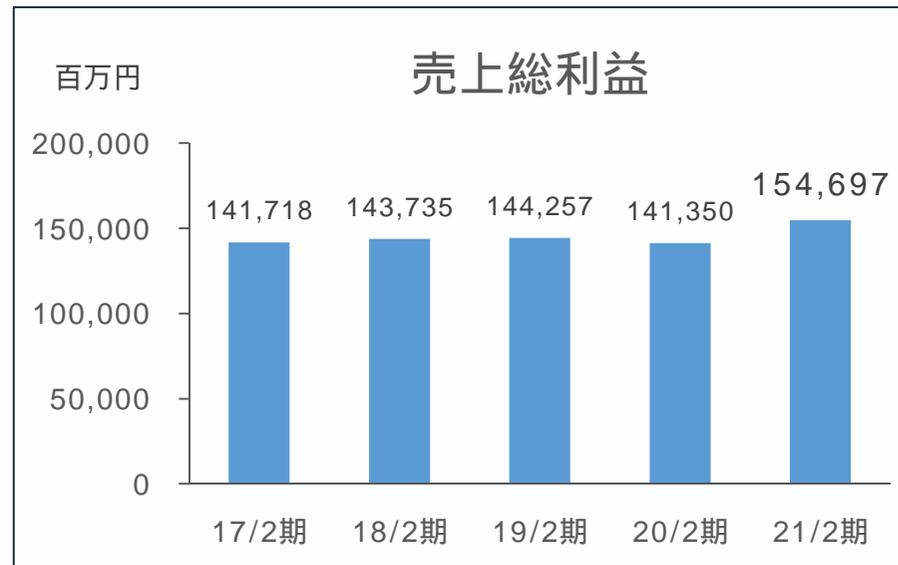
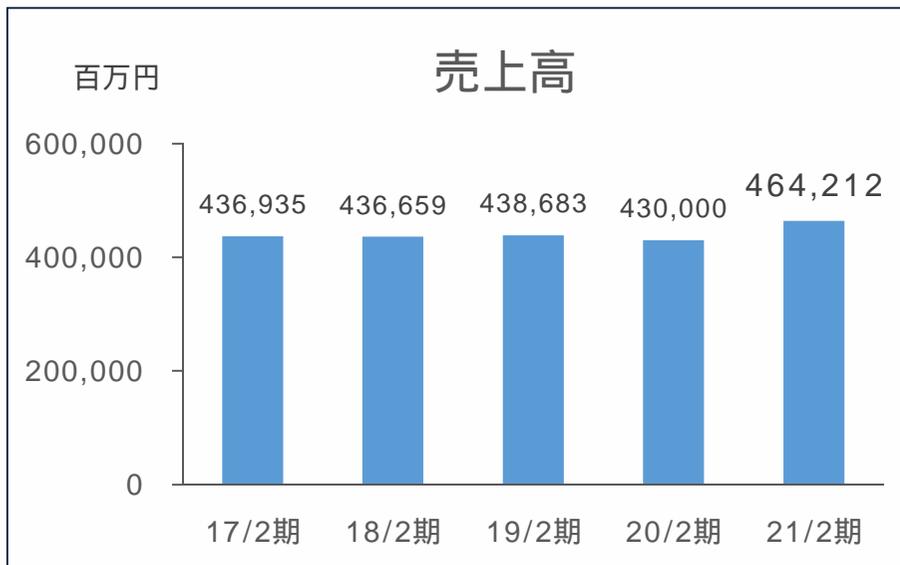
（単位：百万円、％）

	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

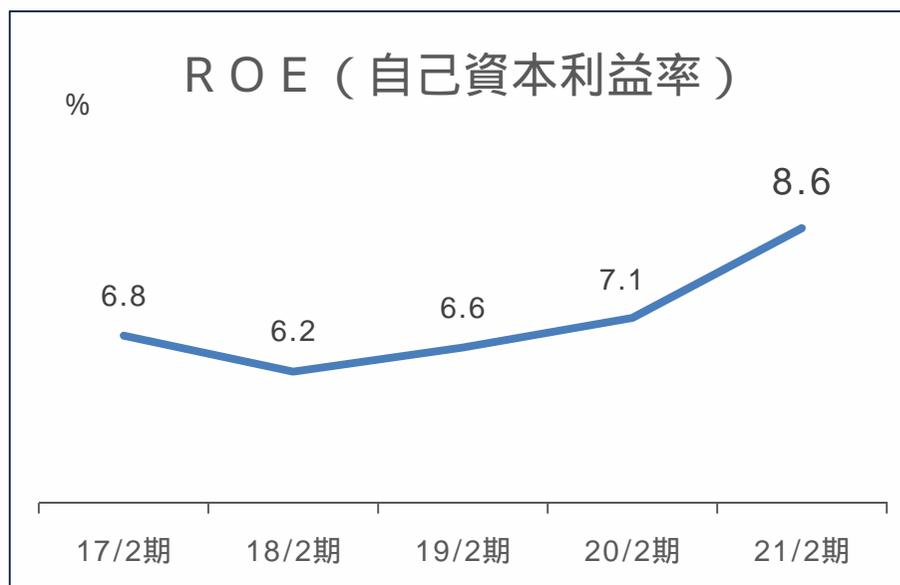
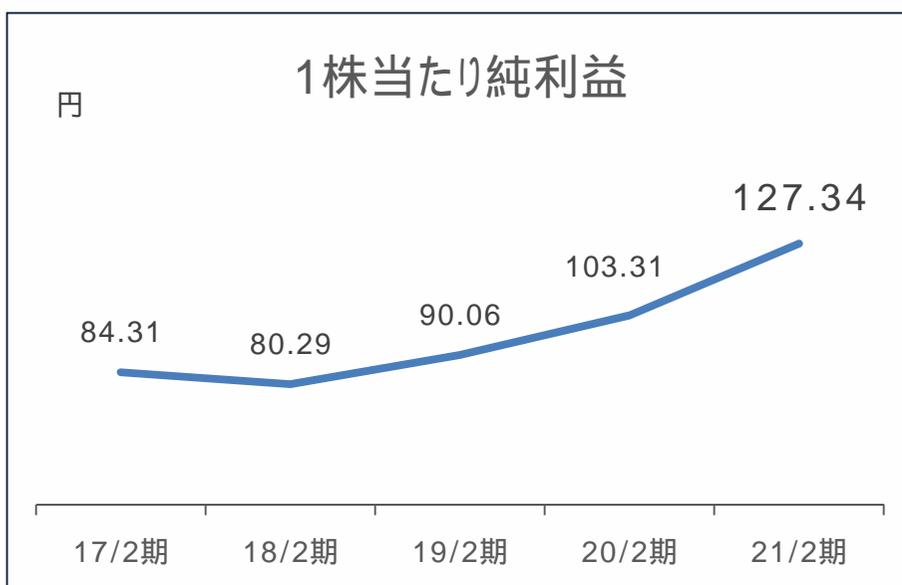
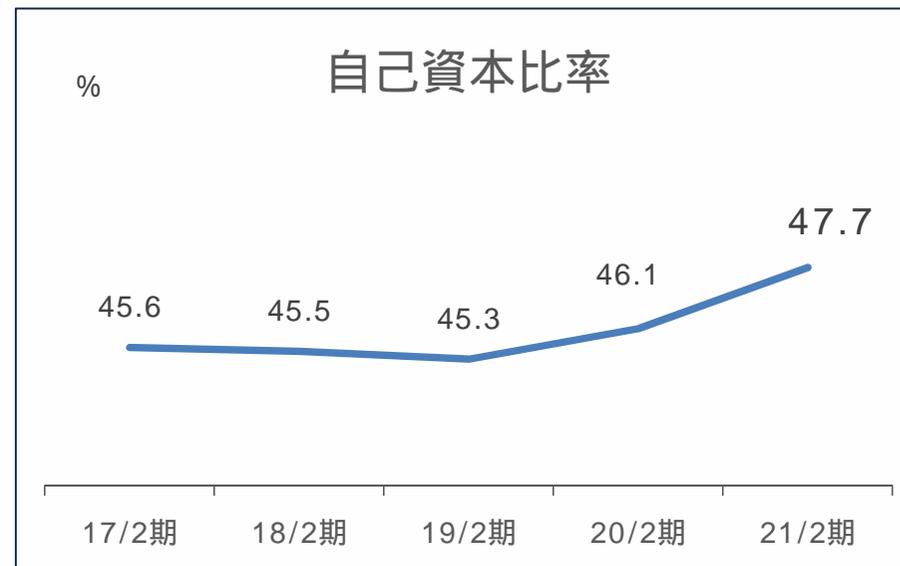
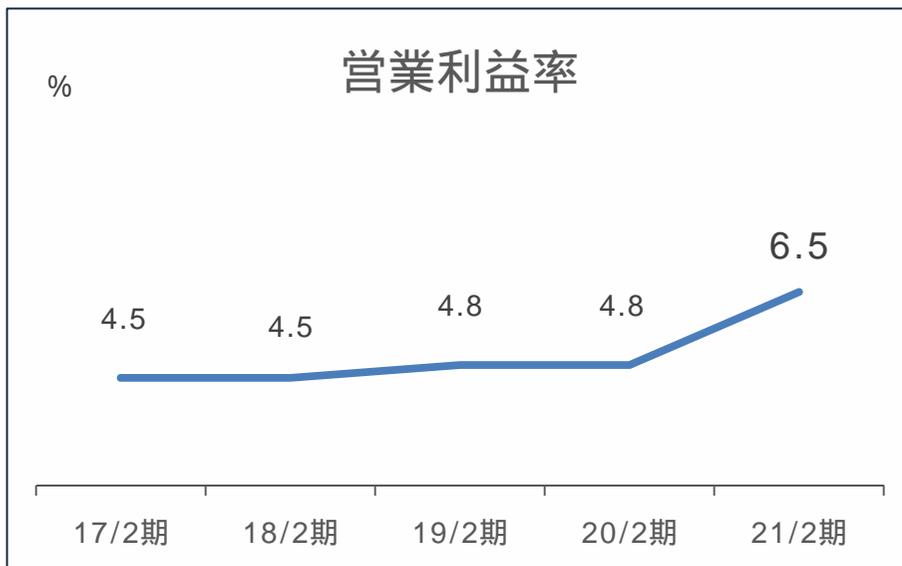
参考資料

DCMホールディングス株式会社

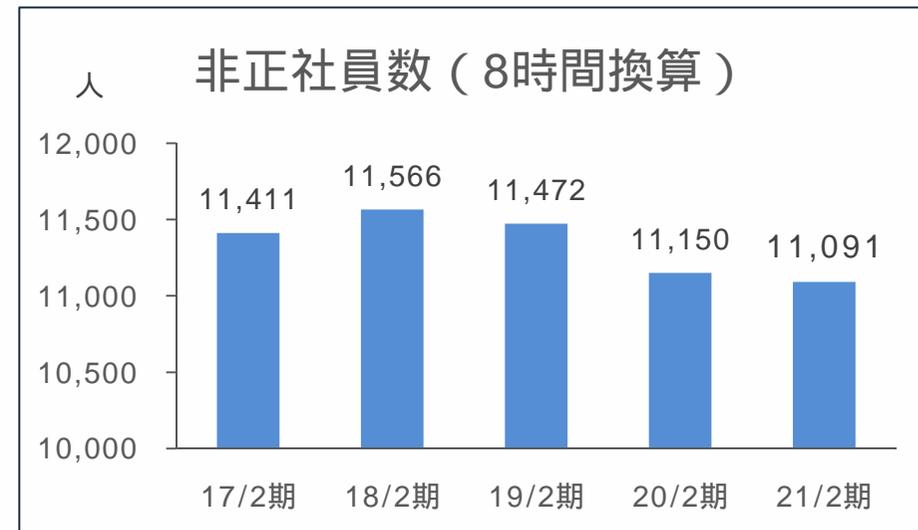
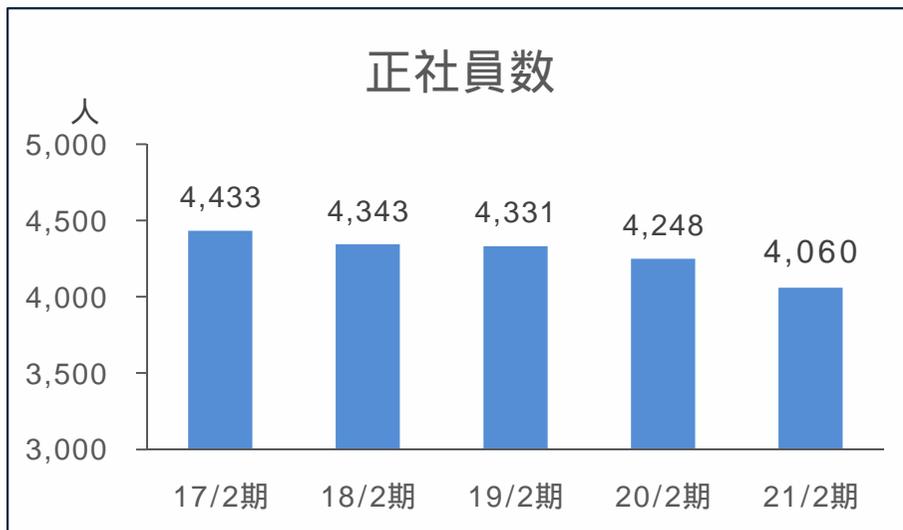
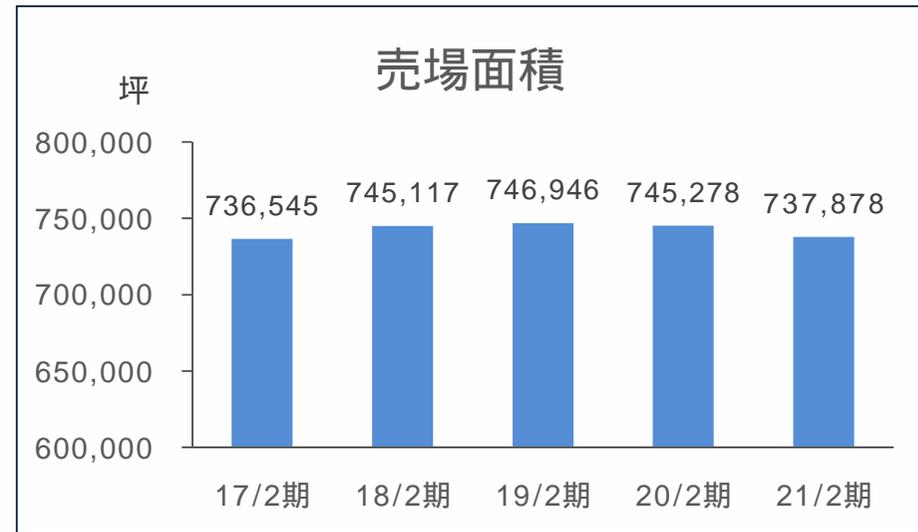
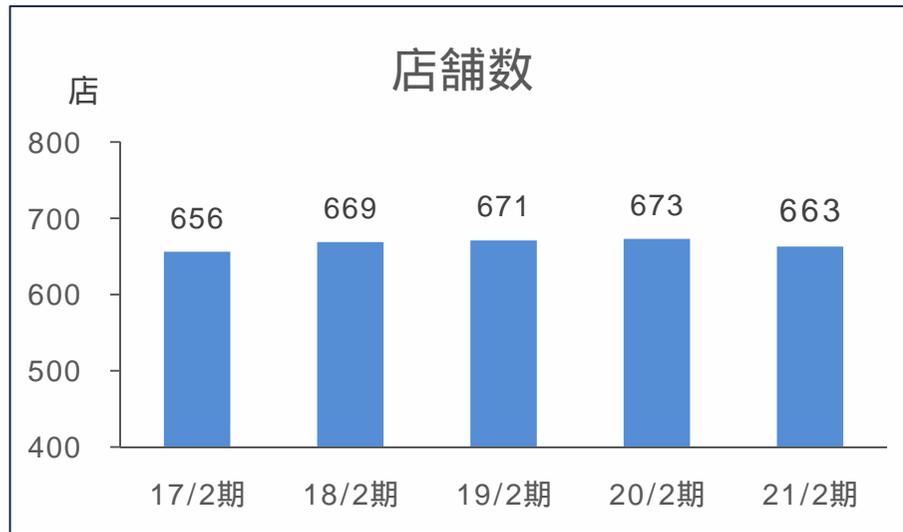
業績推移



経営指標



営業数値



■ 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
DCMカーマ	2	ホダカ静岡SBS通り店	静岡県	2020年4月	272	
		ホダカ焼津店	静岡県	2021年1月	288	
DCMダイキ	3	ホダカ高松店	香川県	2020年6月	300	業態転換
		ホダカ堺東店	大阪府	2020年7月	512	
		尾道店	広島県	2020年9月	1,234	
DCMホームック	6	桑園店	北海道	2020年4月	1,367	業態転換
		ニコット倉石新郷店	青森県	2020年7月	250	
		ニコット津別店	北海道	2020年8月	250	
		鳥取大通店	北海道	2020年11月	1,877	
		ホダカ旭川永山店	北海道	2020年12月	447	
		ホダカ江別店	北海道	2021年2月	286	
合計	11				7,083	

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
DCMカーマ	1	大垣鶴見店	岐阜県	2021年2月	1,048	S&B(2022年度予定)
DCMダイキ	4	堺東店	大阪府	2020年3月	512	業態転換
		堺インター店	大阪府	2020年9月	1,715	
		紀の川井阪店	和歌山県	2020年11月	1,420	
		萩店	山口県	2021年2月	1,089	
DCMホームック	3	釜石鶴住居店	岩手県	2020年5月	295	業態転換
		江別店	北海道	2020年12月	447	
		岩木店	青森県	2020年12月	302	
DCMサンワ	3	札幌新道店	北海道	2020年11月	1,453	
		函館本通店	北海道	2020年11月	391	
		青森南店	青森県	2020年11月	425	
合計	11				9,097	

上記のほか、カー用品店10店舗の譲渡にともない、売場面積が1,647坪減少しております。

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2月期		2021年2月期		前期比	備考
	金額	売上比	金額	売上比		
売上高	419,038	100.0	453,315	100.0	108.2	ケーヨー取引による営業利益へのインパクト 2020年2月期 2021年2月期 売上高 + 10,961 + 10,896 売上総利益 + 822 + 865 営業利益 + 238 + 245
売上総利益	140,528	33.5	153,832	33.9	109.5	
営業収入	7,371	1.8	6,980	1.5	94.7	
営業総利益	147,899	35.3	160,812	35.5	108.7	
販管費	127,304	30.4	130,803	28.9	102.7	
営業利益	20,594	4.9	30,008	6.6	145.7	
経常利益	19,566	4.7	28,674	6.3	146.6	
親会社株主に帰属する当期純利益	13,417	3.2	17,817	3.9	132.8	

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