

2022年2月期 第2四半期 決算補足説明資料

(2021年3月1日～2021年8月31日)

2021年9月29日

DCMホールディングス株式会社

Do Create Mystyle
くらしの夢をカタチに

2022年2月期 第2四半期ハイライト

DCMホールディングス株式会社

売上高 2,314億円 ~ 前期比 92.8% (前々期比 103.2%)

- ・既存店売上高 前年同期比 5.6% (計画 4.9%)
- ・前期の反動減はみられるものの、引き続きガーデニング需要は堅調

売上総利益 781億円 ~ 前期比 93.2% (前々期比 106.2%)

- ・売上総利益率 前年同期比 +0.2% (ケ-ヨーへの商品供給を含む)
- ・DCMブランド売上高構成比 24.7% (前年同期比 +1.5%)、値入率 +0.4%

営業利益 197億円 ~ 前期比 88.7% (前々期比 155.9%)

- ・販管費前年同期比 95.2%、前年差 3,143百万円
- ・販促活動の正常化により広告宣伝費 127.1%、業績連動賞与減少などにより人件費 92.8%

経常利益 197億円 ~ 前期比 88.9% (前々期比 158.7%)

- ・持分法投資利益 前年差 46百万円

親会社株主に帰属する

当期純利益 134億円 ~ 前期比 89.2% (前々期比 159.0%)

- ・計画比 108.8%

2022年2月期 第2四半期業績

DCMホールディングス株式会社

**前期コロナ対策関連商品の反動減はあったものの、
在宅勤務や外出自粛など生活スタイルの変化に対応**

(単位：百万円、%)

	2020年8月期		2021年8月期		前期比	当期計画		(参考) 前々期比
	金額	売上比	金額	売上比		金額	達成率	
売上高	249,538	100.0	231,497	100.0	92.8	236,900	97.7	103.2
売上総利益	83,872	33.6	78,139	33.8	93.2	81,700	95.6	106.2
営業収入	3,481	1.4	3,541	1.5	101.7	3,400	104.2	96.9
営業総利益	87,354	35.0	81,680	35.3	93.5	85,100	96.0	105.8
販管費	65,053	26.1	61,910	26.7	95.2	65,100	95.1	95.9
営業利益	22,300	8.9	19,769	8.5	88.7	20,000	98.8	155.9
経常利益	22,237	8.9	19,762	8.5	88.9	19,700	100.3	158.7
親会社株主に帰属 する四半期純利益	15,136	6.1	13,494	5.8	89.2	12,400	108.8	159.0

天候不順の影響や前期需要の反動減を受けるが
Q1、Q2ともに前々期比では増収増益

（単位：百万円、％）

	Q1（3月～5月）				Q2（6月～8月）			
	前期	当期	前期比	前々期比	前期	当期	前期比	前々期比
売上高	124,077	117,548	94.7	103.0	125,460	113,949	90.8	103.5
売上総利益	42,074	39,969	95.0	106.1	41,797	38,169	91.3	106.3
営業収入	1,738	1,787	102.8	100.7	1,742	1,754	100.6	93.4
営業総利益	43,813	41,756	95.3	105.8	43,540	39,923	91.7	105.7
販管費	32,206	31,376	97.4	96.1	32,846	30,534	93.0	95.7
営業利益	11,606	10,380	89.4	152.4	10,693	9,389	87.8	160.1
経常利益	11,672	10,351	88.7	155.1	10,564	9,411	89.1	162.8
親会社株主に帰属する四半期純利益	8,149	7,579	93.0	162.8	6,986	5,915	84.7	154.5

**ガーデニング用品、レジャー用品の需要は継続
ホームエレクトロニクス部門に含むリフォーム関連が好調**

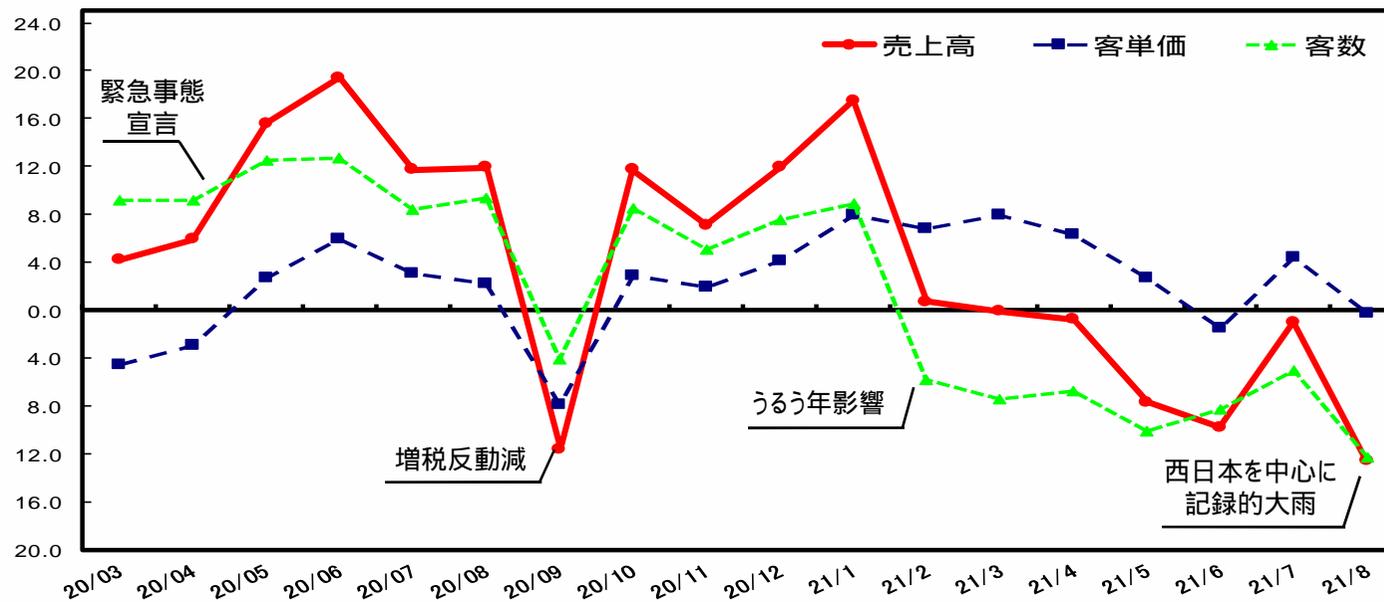
(単位：百万円、%)

	前期		当期			(参考) 前々期比
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	
園芸	42,293	16.9	41,698	18.0	98.6	112.5
ホームインプロブメント	51,603	20.7	49,437	21.4	95.8	110.6
ホームレジャー・ペット	37,168	14.9	35,275	15.2	94.9	101.7
ハウスキーピング	58,842	23.6	52,678	22.7	89.5	99.5
ホームファニッシング	14,994	6.0	12,868	5.6	85.8	97.8
ホームエレクトロニクス	22,622	9.1	21,197	9.2	93.7	105.8
その他	16,156	6.5	12,029	5.2	74.5	75.4
ホームセンター事業計	243,682	97.7	225,185	97.3	92.4	103.0
商品供給高	5,856	2.3	6,312	2.7	107.8	111.4
合計	249,538	100.0	231,497	100.0	92.8	103.2

前期の「その他」には、食品事業売上4,313百万円が含まれておりますが、食品事業は2020年12月付にて譲渡いたしました。

ハンドソープやアルコール除菌関連商品など コロナウイルス対策商品需要の反動減で減収

	前期			当期		
	売上高	客数	客単価	売上高	客数	客単価
3月～8月累計	+11.6%	+10.4%	+1.1%	5.6%	8.4%	+3.1%
3月～5月	+9.0%	+10.5%	1.4%	3.3%	8.3%	+5.4%
6月～8月	+14.3%	+10.2%	+3.7%	7.9%	8.6%	+0.8%

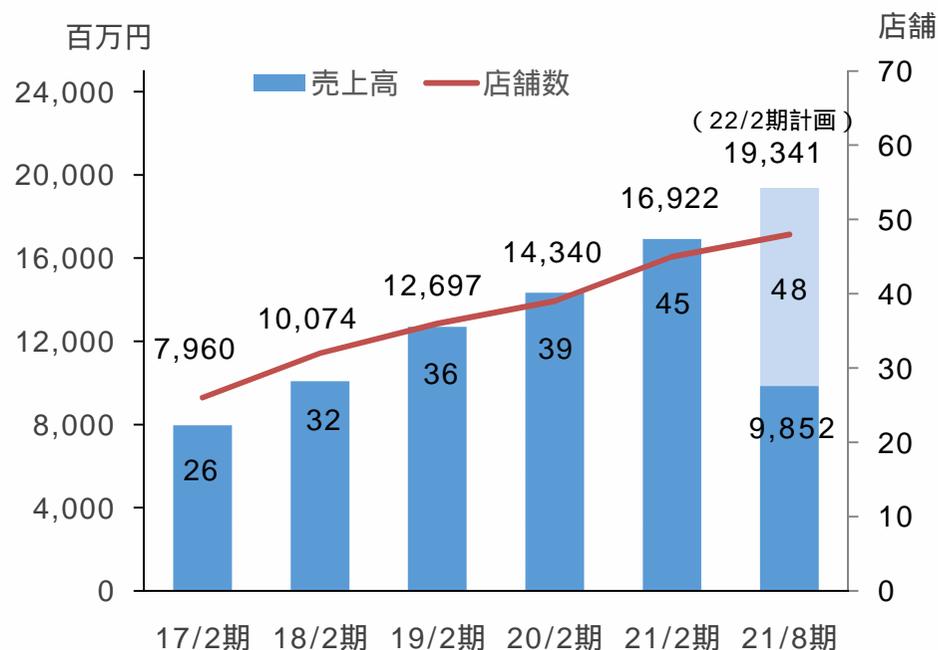


**プロユースに特化した専門店として好調に推移
店舗の認知度向上とともに売上高が順調に増加**

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 + 5.3%



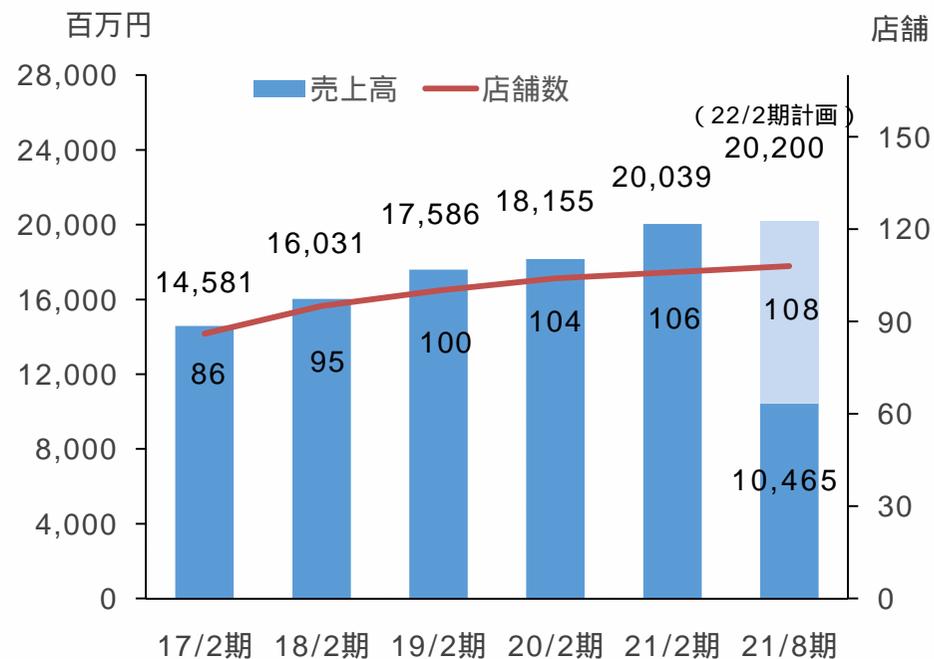
2021年8月期 48店舗（東海22、北陸5、関東5、東北4、近畿4、北海道4、中国2、四国2）
全店売上高 9,852百万円（前期比 + 15.5%）

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店



既存店前期比 3.9%



2021年8月期 108店舗（北海道67、東北35、関東6）
全店売上高 10,465百万円（前期比 2.3%）

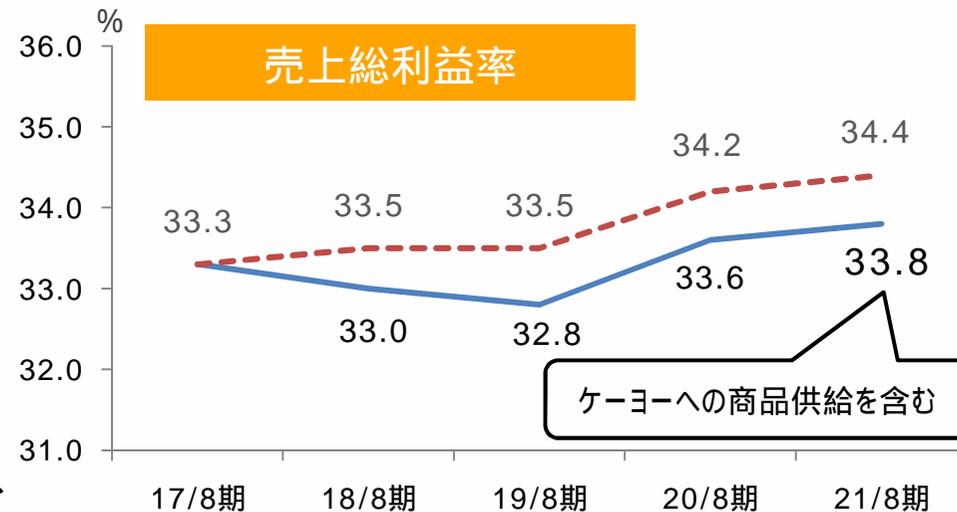
値入率の改善、DCMブランド商品の売上高構成比が着実にアップ

値入率 +0.4ポイント

ポイント売変率 +0.2ポイント
 会員数の伸びに伴うポイント値引の増加

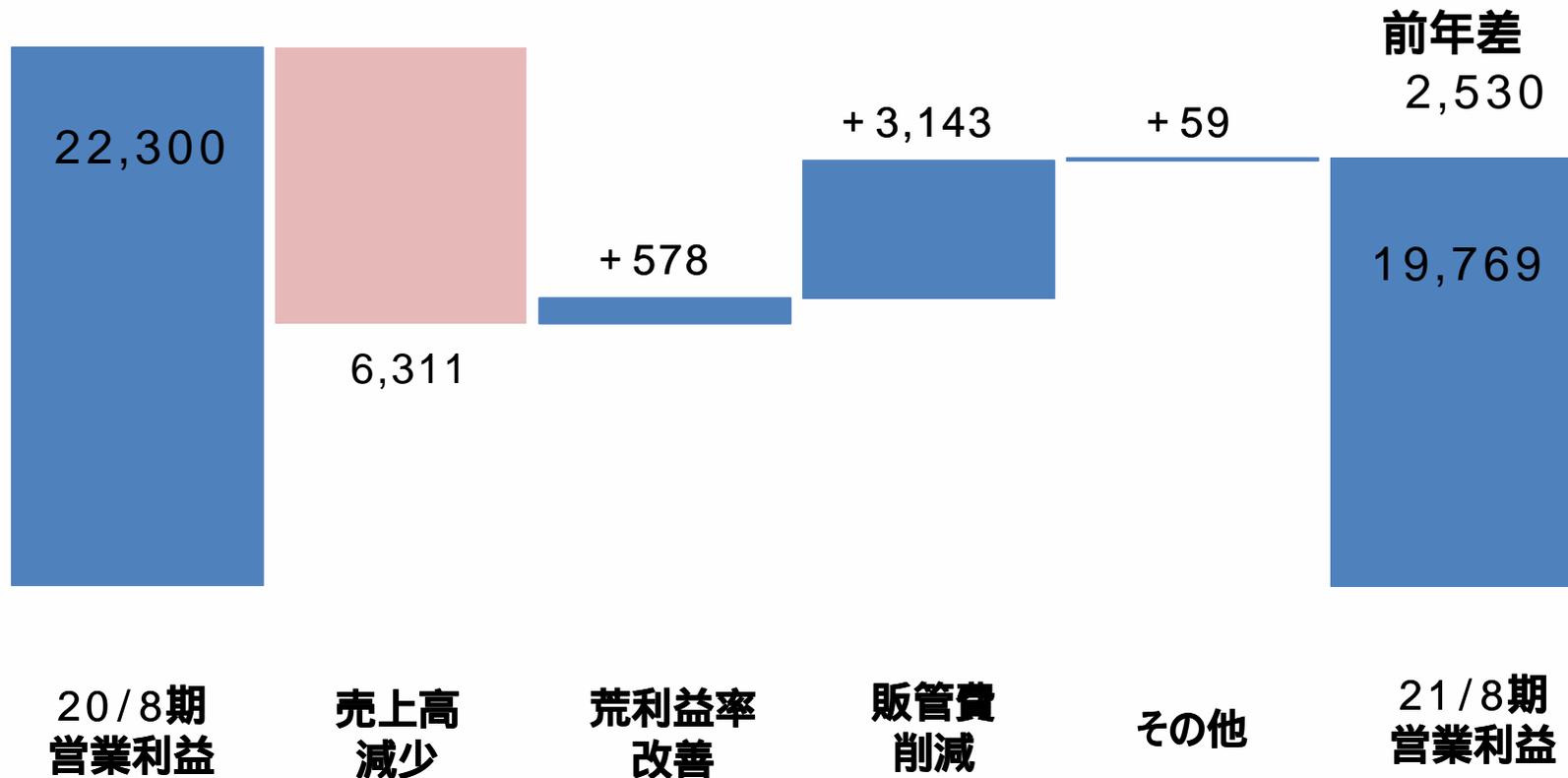
DCMブランド商品の売上高構成比
 アップ（前年差+1.5ポイント）

- ・DCMブランド売上高 49,415百万円
 （前期比 97.7%）
- ・DCMブランドアイテム数 27,000 S K U
 （前年差 +2,900 S K U）



販管費削減するも、前期の反動減による
売上高減少の影響を吸収できず減益

(単位：百万円)



連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2021年2月期	2021年8月期	増減	増減要因
流動資産	207,183	180,746	26,436	現預金 28,368
受取手形及び売掛金	14,946	18,479	+ 3,532	ケ-ヨ-への商品供給 10,314百万円含む
商品	99,431	101,951	+ 2,519	季節的要因による増加
固定資産	283,666	278,482	5,183	
有形固定資産	202,169	200,167	2,002	
無形固定資産	12,326	12,460	+ 133	
投資その他の資産	69,170	65,854	3,315	
資産合計	490,849	459,228	31,620	
流動負債	117,255	108,858	8,397	
支払手形及び買掛金	67,644	52,881	14,763	金融機関休日による前期末決済分減少
1年内返済長期借入金	13,089	31,735	+ 18,645	
固定負債	139,385	110,662	28,723	
長期借入金	102,749	75,050	27,699	長期借入金返済(9,053百万円)
リース債務	15,678	15,658	19	
負債合計	256,641	219,520	37,120	
純資産合計	234,208	239,708	+ 5,500	
負債純資産合計	490,849	459,228	31,620	

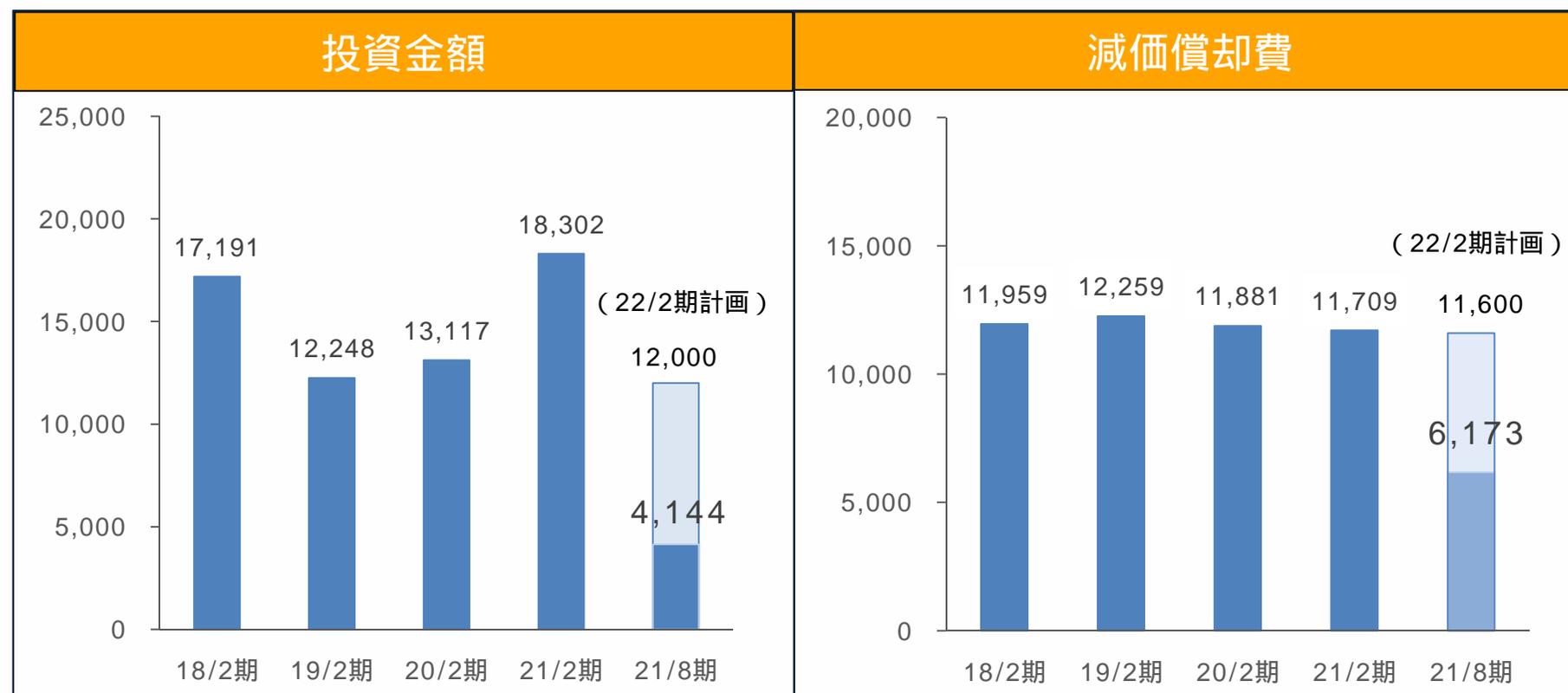
設備投資及び減価償却費

2021年3月1日～2021年8月31日

(単位：百万円)

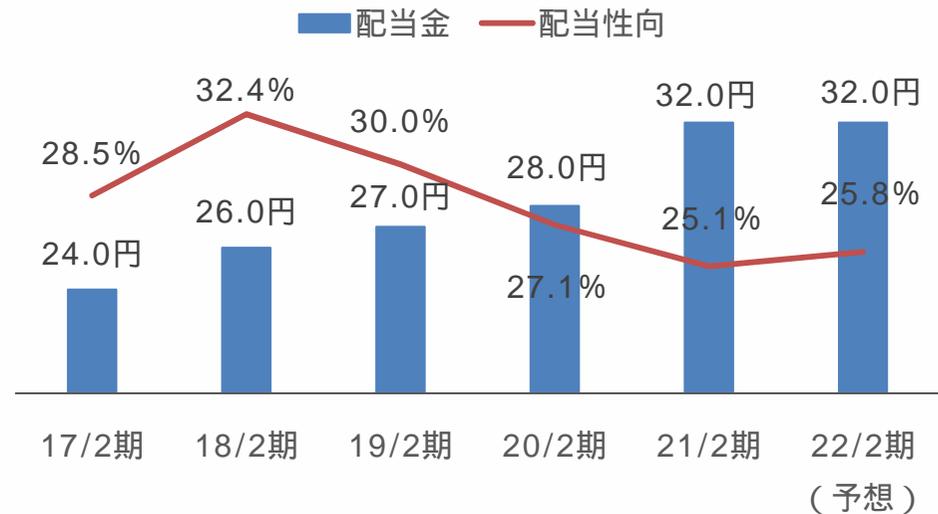
投資金額	減価償却費
4,144	6,173

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



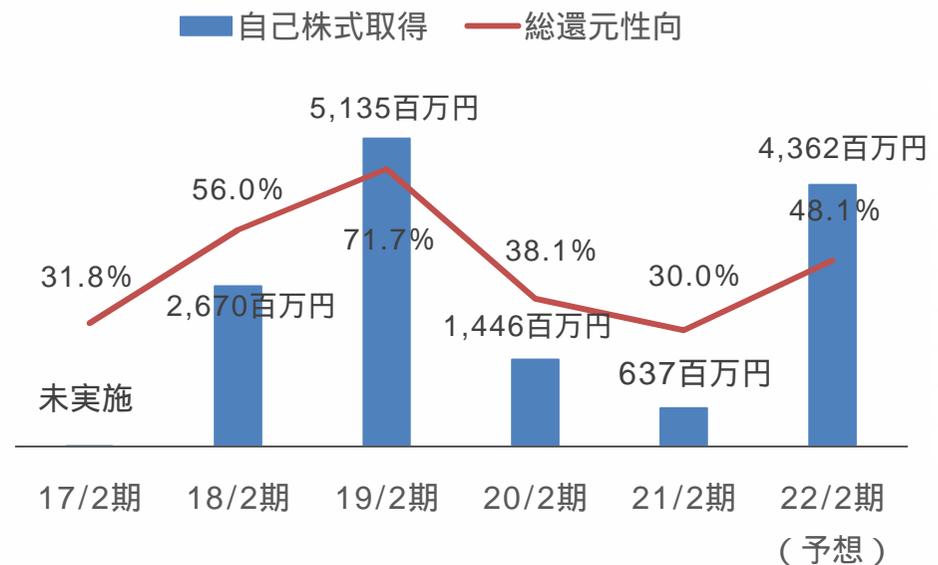
配当政策

- 安定配当
- 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
- 22/2月期は 3,842千株取得



2022年2月期 業績予想

(2021年3月1日～2022年2月28日)

(当初公表の業績予想からの修正の有無：無)

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	1	2	1	2
ホダカ	3	0	2	0	5	0
DCMニコット	3	0	1	0	4	0
計	6	0	4	2	10	2

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、％）

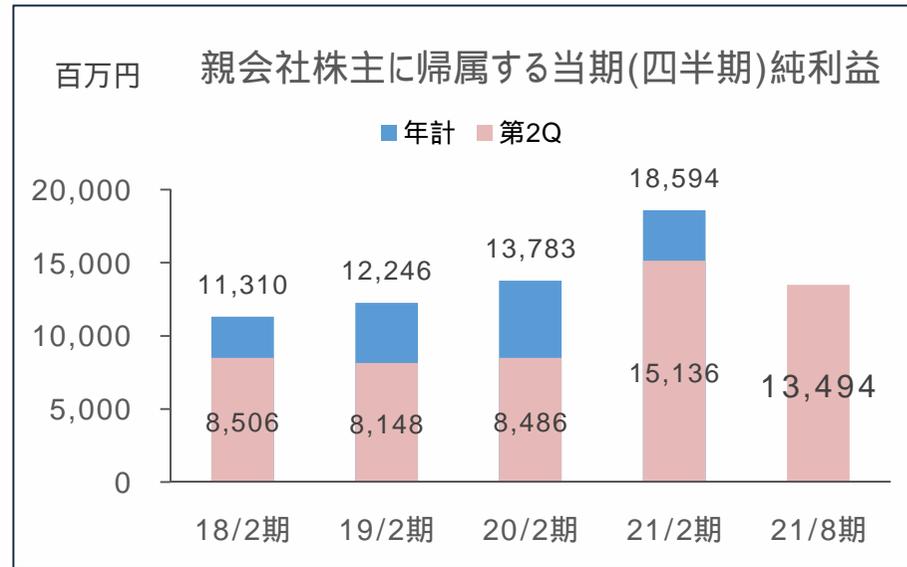
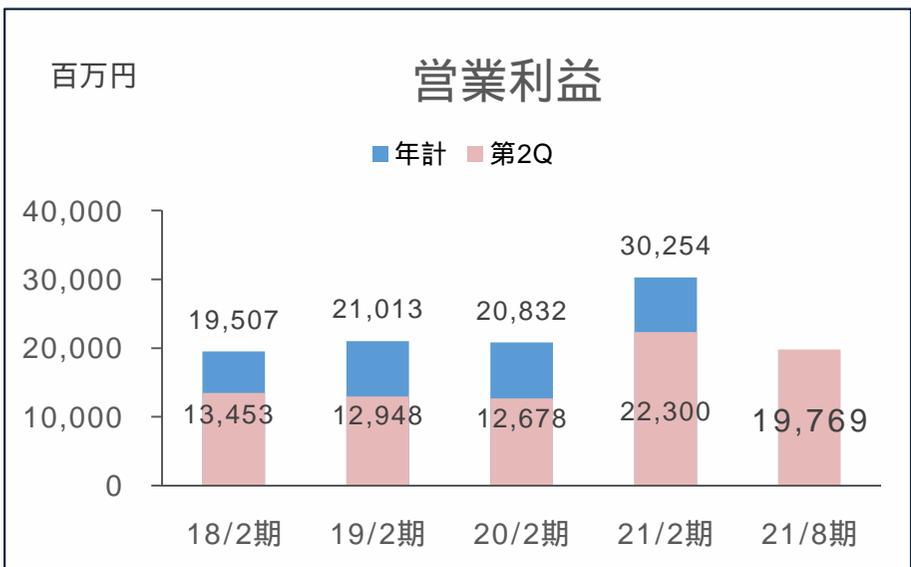
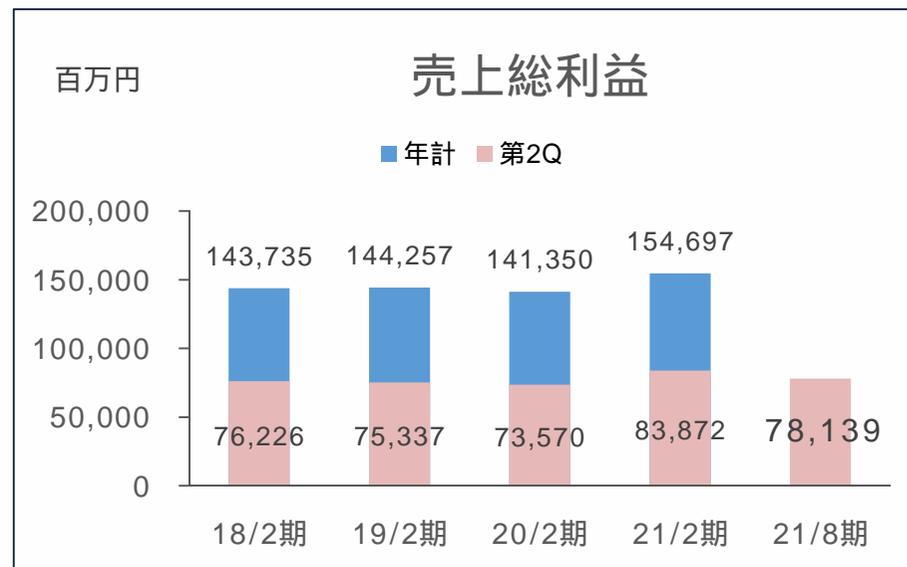
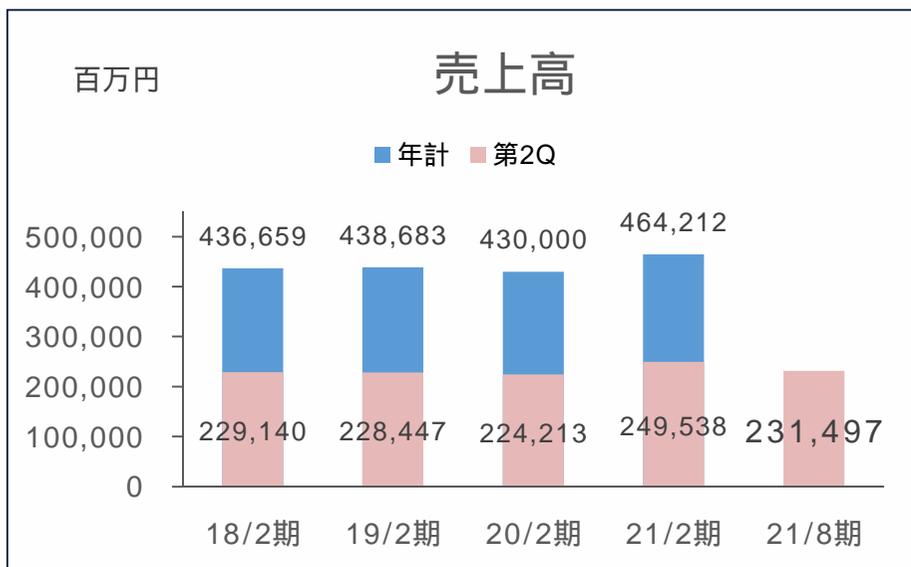
	2021年2月期 実績		2022年2月期 予想		前期比
	金額	売上比	金額	売上比	
売上高	464,212	100.0	451,000	100.0	97.2
売上総利益	154,697	33.3	153,800	34.1	99.4
営業収入	6,980	1.5	6,900	1.5	98.8
営業総利益	161,678	34.8	160,700	35.6	99.4
販管費	131,423	28.3	129,200	28.6	98.3
営業利益	30,254	6.5	31,500	7.0	104.1
経常利益	29,550	6.4	30,700	6.8	103.9
親会社株主に帰属する当期純利益	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）

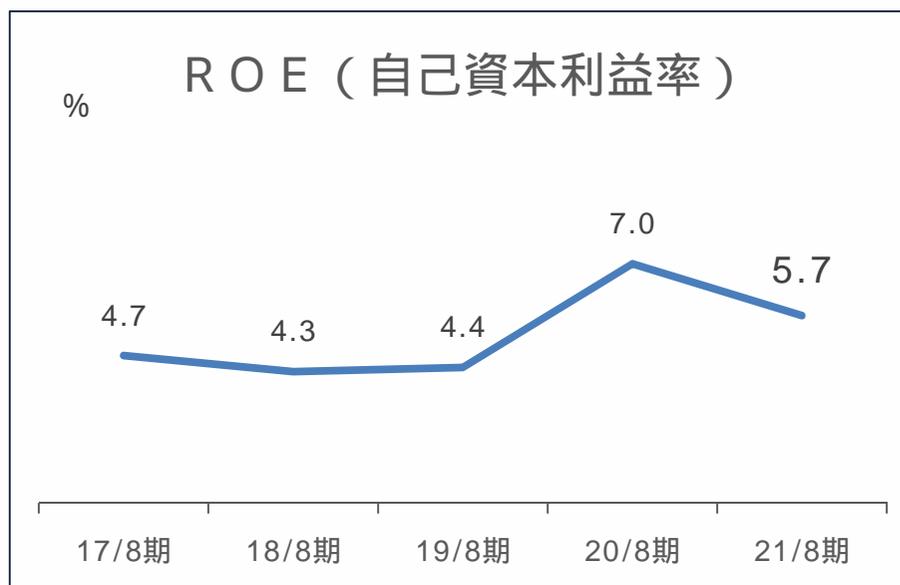
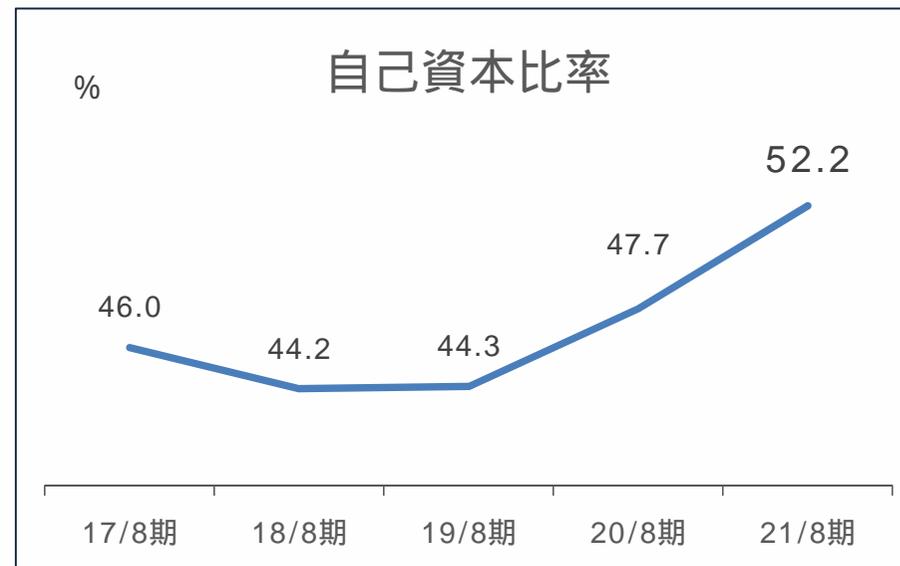
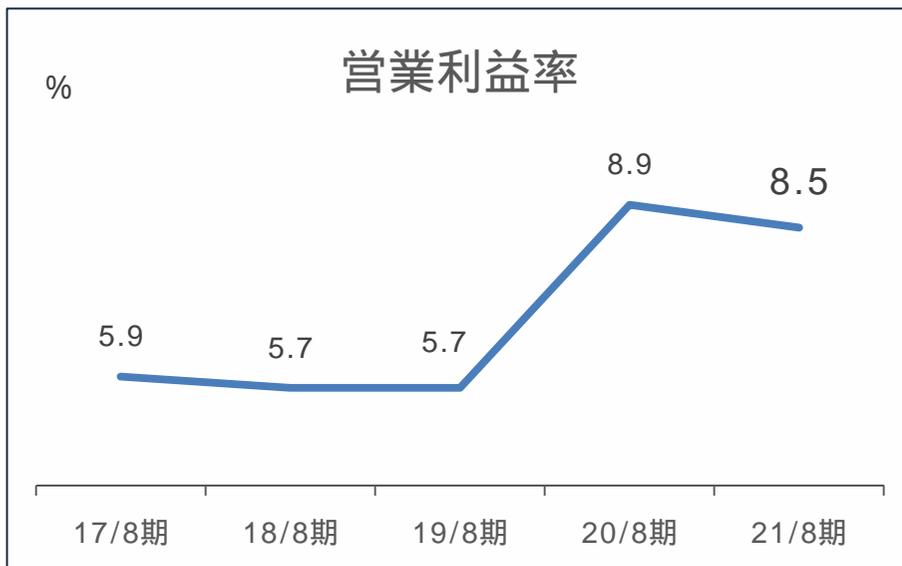
参考資料

DCMホールディングス株式会社

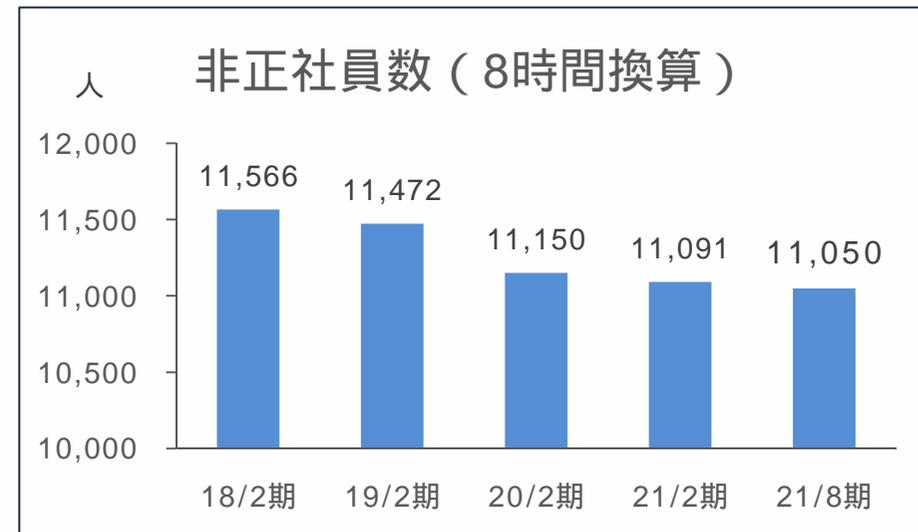
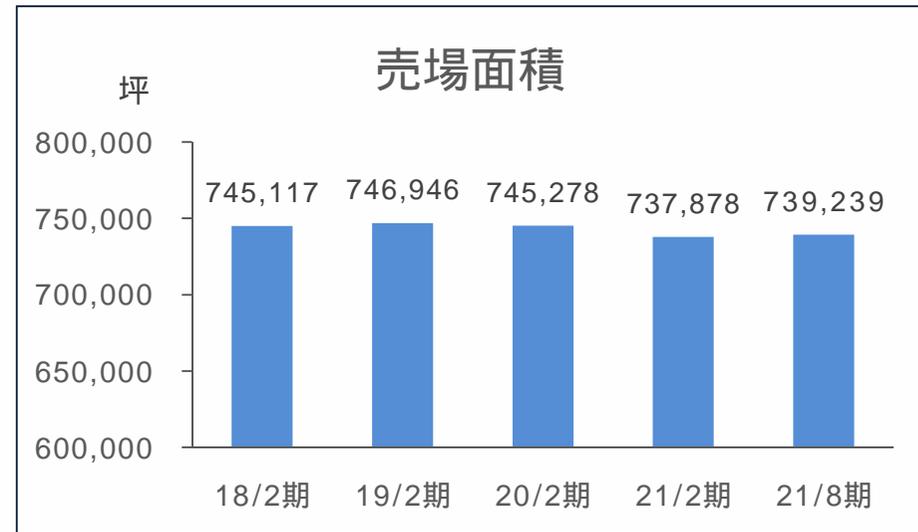
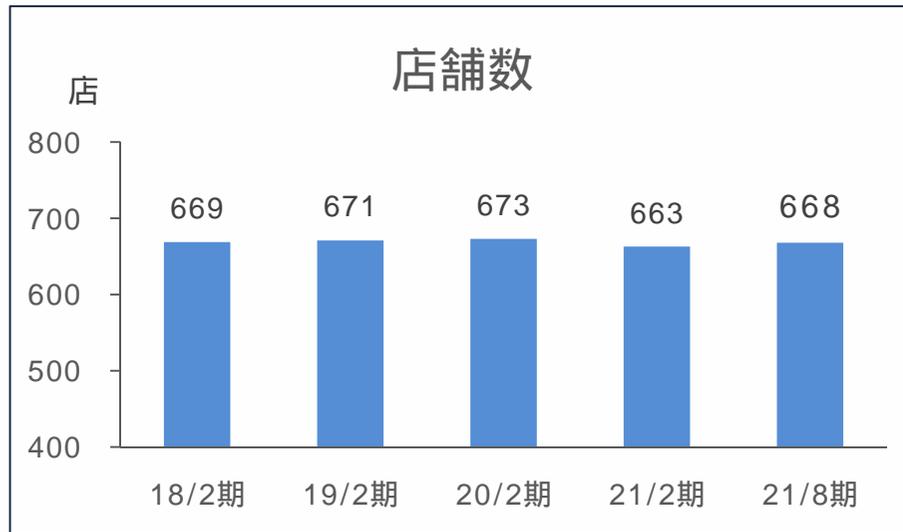
業績推移



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・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
ホダカ	3	ホダカ川崎梶ヶ谷店	神奈川県	2021年3月	252	
		ホダカ徳島川内店	徳島県	2021年4月	300	
		ホダカ倉敷笹沖店	岡山県	2021年5月	299	
DCMニコット	3	ニコット唐桑店	宮城県	2021年7月	257	
		ニコット常陸緒川店	茨城県	2021年7月	257	
		ニコット増毛店	北海道	2021年8月	296	
合計	6				1,661	

退店	店舗数	店舗名	地域	閉店月	売場面積（坪）	備考
DCMニコット	1	ニコット木古内店	北海道	2021年8月	300	
合計	1				300	

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8月期		2021年8月期		前期比	備考
	金額	売上比	金額	売上比		
売上高	243,715	100.0	225,271	100.0	92.4	ケーヨー取引による営業利益へのインパクト 2020年8月期 2021年8月期 売上高 + 5,822 + 6,226 売上総利益 + 467 + 685 営業利益 + 130 + 236
売上総利益	83,404	34.2	77,453	34.4	92.9	
営業収入	3,481	1.4	3,541	1.6	101.7	
営業総利益	86,886	35.7	80,995	36.0	93.2	
販管費	64,716	26.6	61,461	27.3	95.0	
営業利益	22,170	9.1	19,533	8.7	88.1	
経常利益	21,587	8.9	19,053	8.5	88.3	
親会社株主に帰属する当期純利益	14,774	6.1	13,001	5.8	88.0	

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