



2022年2月期 決算補足説明資料

(2021年3月1日～2022年2月28日)

2022年4月12日

DCMホールディングス株式会社

2022年2月期 決算ハイライト

DCMホールディングス株式会社

2022年2月期 決算ハイライト



売上高 4,377億円 ～前期比 94.3% (前々期比 101.8%)

- ・既存店売上高 前年同期比 Δ 4.4% (計画 Δ 2.8%)
- ・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 1,473億円 ～前期比 95.3% (前々期比 104.3%)

- ・売上総利益率 前年同期比 +0.4%
- ・DCMブランド売上高構成比 23.6% (前年同期比 +1.2%)、値入率 +0.1%

営業利益 306億円 ～前期比 101.3% (前々期比 147.1%)

- ・販管費前年同期比 94.2%、前年差 Δ 7,658百万円
- ・販促活動の正常化により広告宣伝費 (106.7%) は増加したものの、全体的に販管費削減

経常利益 303億円 ～前期比 102.6% (前々期比 150.8%)

- ・支払利息 前年差 Δ 165百万円

親会社株主に帰属する

当期純利益 188億円 ～前期比 101.2% (前々期比 136.5%)

- ・計画比 99.0%

2022年2月期 通期業績

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、
営業利益以下、過去最高益を更新**

(単位：百万円、%)

	2021年2月期		2022年2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	464,212	100.0	437,722	100.0	94.3	451,000	97.1	101.8
売上総利益	154,697	33.3	147,386	33.7	95.3	153,800	95.8	104.3
営業収入	6,980	1.5	7,028	1.6	100.7	6,900	101.9	95.3
営業総利益	161,678	34.8	154,414	35.3	95.5	160,700	96.1	103.8
販管費	131,423	28.3	123,765	28.3	94.2	129,200	95.8	96.8
営業利益	30,254	6.5	30,649	7.0	101.3	31,500	97.3	147.1
経常利益	29,550	6.4	30,317	6.9	102.6	30,700	98.8	150.8
親会社株主に帰属 する四半期純利益	18,594	4.0	18,809	4.3	101.2	19,000	99.0	136.5

連結損益計算書（四半期会計期間①）



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

連結損益計算書（四半期会計期間②）



前期需要の反動により減収とはなったが、
営業利益はQ3、Q4ともに前期比で増益を確保

(単位：百万円、%)

	Q3 (9月~11月)				Q4 (12月~2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	109,641	105,320	96.1	98.0	105,032	100,904	96.1	102.6
売上総利益	36,231	35,104	96.9	100.2	34,593	34,142	98.7	104.2
営業収入	1,749	1,744	99.7	91.8	1,748	1,741	99.6	95.9
営業総利益	37,981	36,849	97.0	99.8	36,342	35,884	98.7	103.8
販管費	32,061	30,652	95.6	96.6	34,308	31,202	90.9	98.7
営業利益	5,919	6,197	104.7	119.0	2,034	4,681	230.1	158.9
経常利益	5,619	6,189	110.1	125.4	1,693	4,365	257.8	160.8
親会社株主に帰属する四半期純利益	3,925	3,967	101.1	124.1	△467	1,347	-	64.1

D I Y 関連やリフォーム関連は好調に推移 ガーデニング用品、キャンプ用品の需要も継続

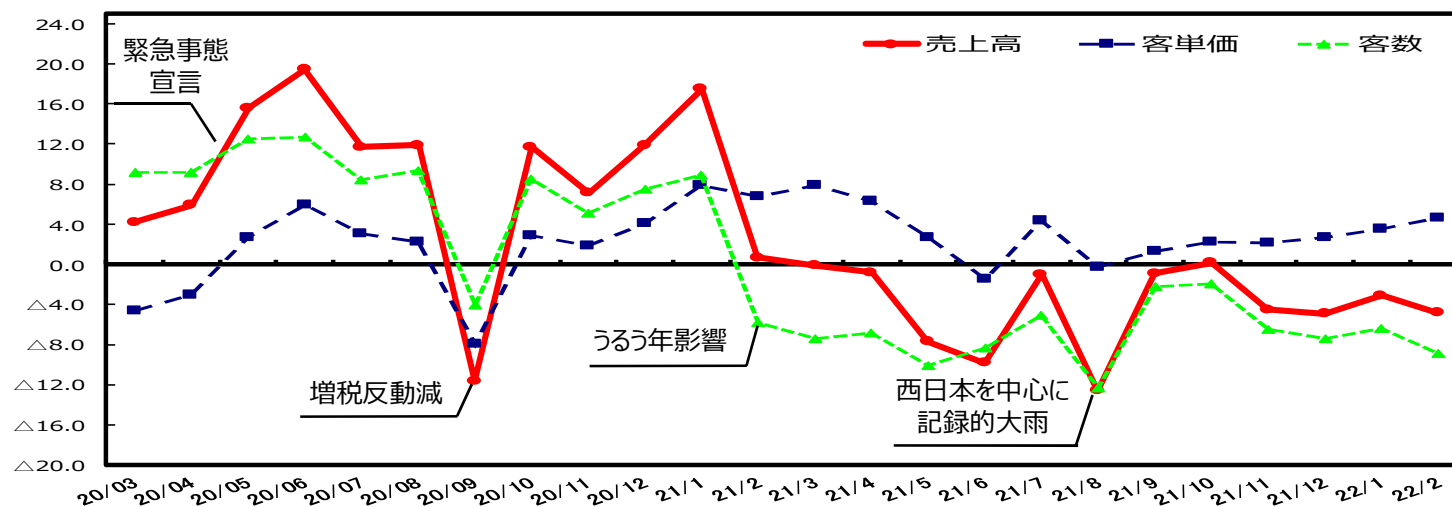
(単位：百万円、%)

	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	67,068	14.4	66,661	15.2	99.4	113.4
ホームインプルーブメント	98,523	21.2	96,614	22.1	98.1	110.1
ホームレジャー・ペット	67,078	14.4	63,779	14.6	95.1	100.0
ハウスキーピング	110,090	23.8	101,047	23.0	91.8	96.4
ホームファニッシング	27,762	6.0	24,830	5.7	89.4	97.4
ホームエレクトロニクス	51,241	11.0	47,121	10.8	92.0	104.0
その他	31,442	6.8	25,769	5.9	82.0	78.1
ホームセンター事業計	453,207	97.6	425,825	97.3	94.0	101.6
商品供給高	11,005	2.4	11,897	2.7	108.1	107.8
合計	464,212	100.0	437,722	100.0	94.3	101.8

※ 前期の「その他」には、食品事業売上6,669百万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～2月累計	+8.8%	+7.1%	+1.6%	△4.4%	△7.1%	+2.9%
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%
9月～11月	+1.7%	+3.0%	△1.2%	△1.8%	△3.6%	+1.8%
12月～2月	+10.3%	+3.8%	+6.2%	△4.3%	△7.5%	+3.5%

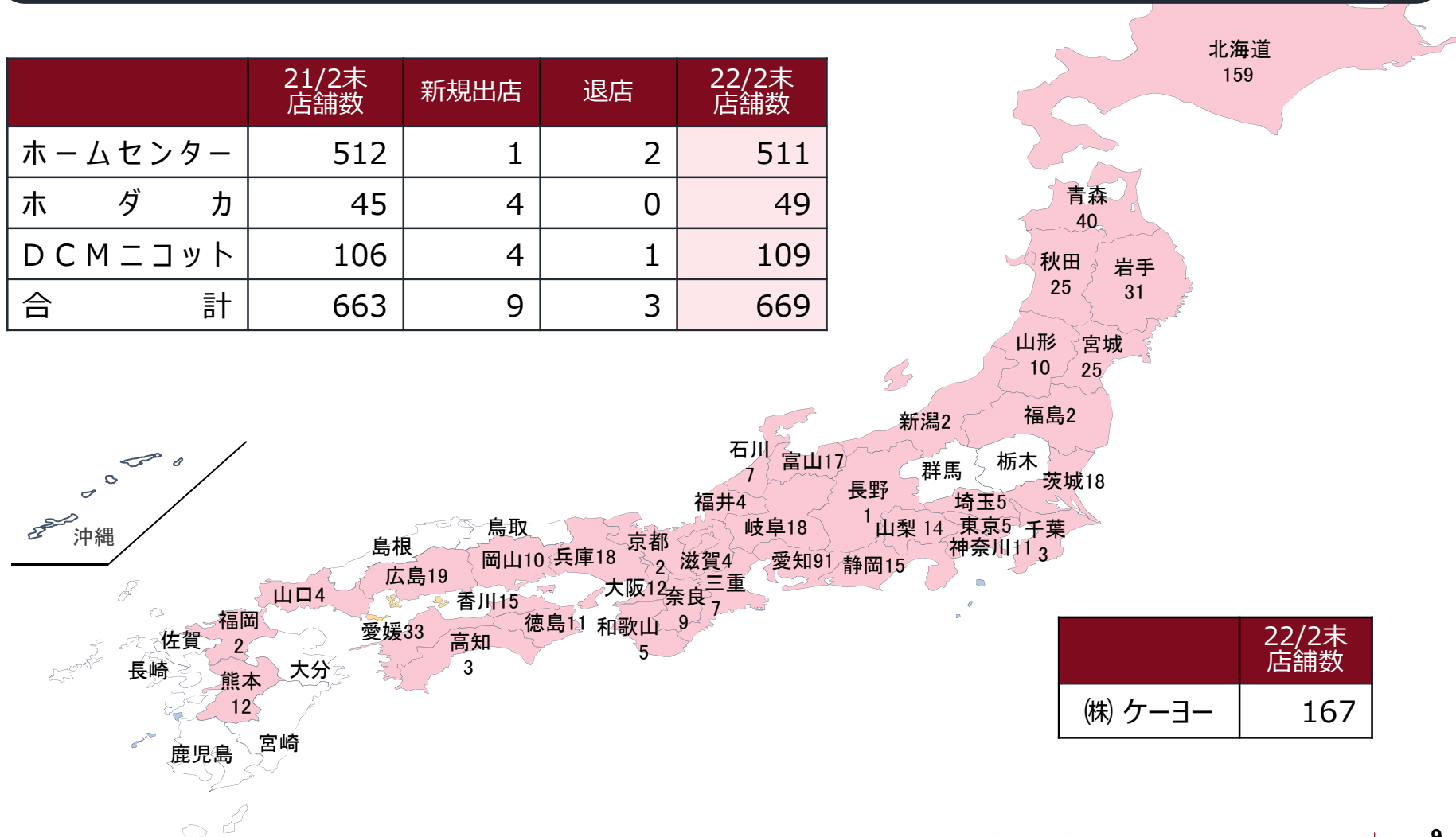


都道府県別出店状況



ケーヨーを含め、全国に836店舗展開

	21/2末 店舗数	新規出店	退店	22/2末 店舗数
ホームセンター	512	1	2	511
ホダカ	45	4	0	49
DCMニコット	106	4	1	109
合計	663	9	3	669

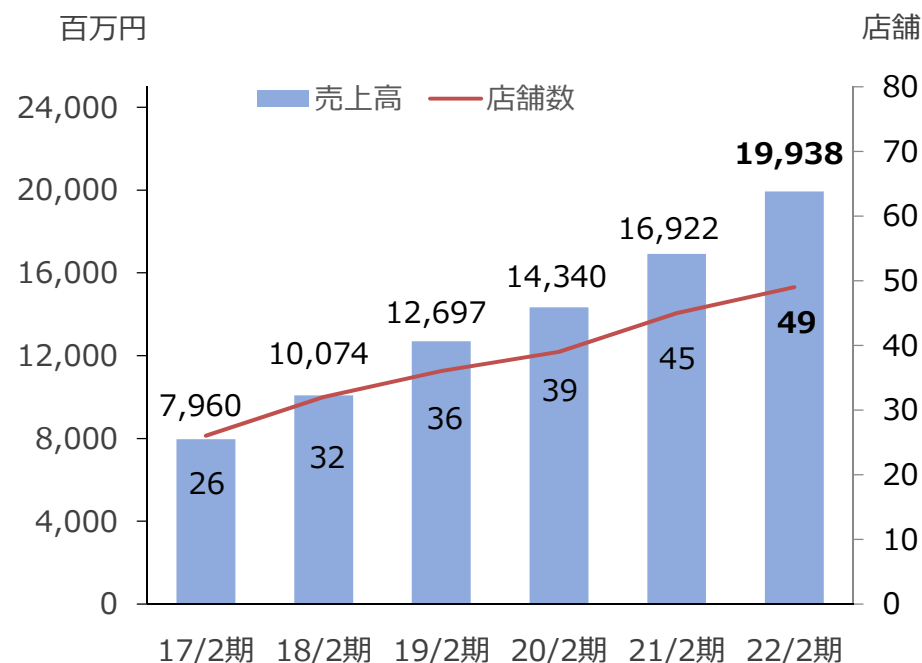


プロユースに特化した専門店として好調に推移
店舗の認知度向上とともに売上高が順調に増加

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+7.7%



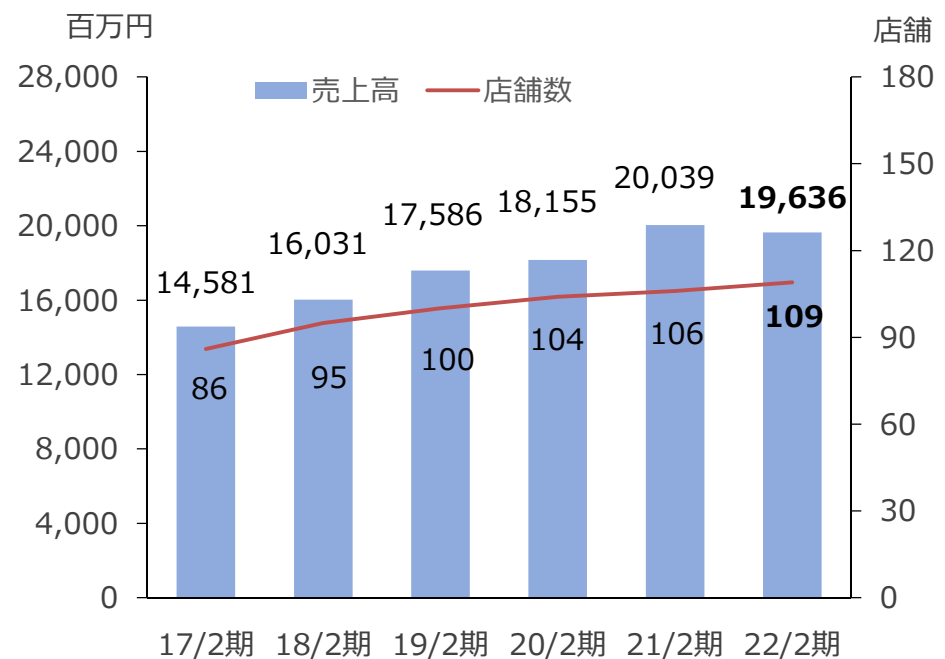
2022年2月期 49店舗（東海22、北陸5、関東5、近畿5、北海道4、東北4、中国2、四国2）
全店売上高 19,938百万円（前期比+17.8%） 営業利益 前期比+38.6%

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△4.0%



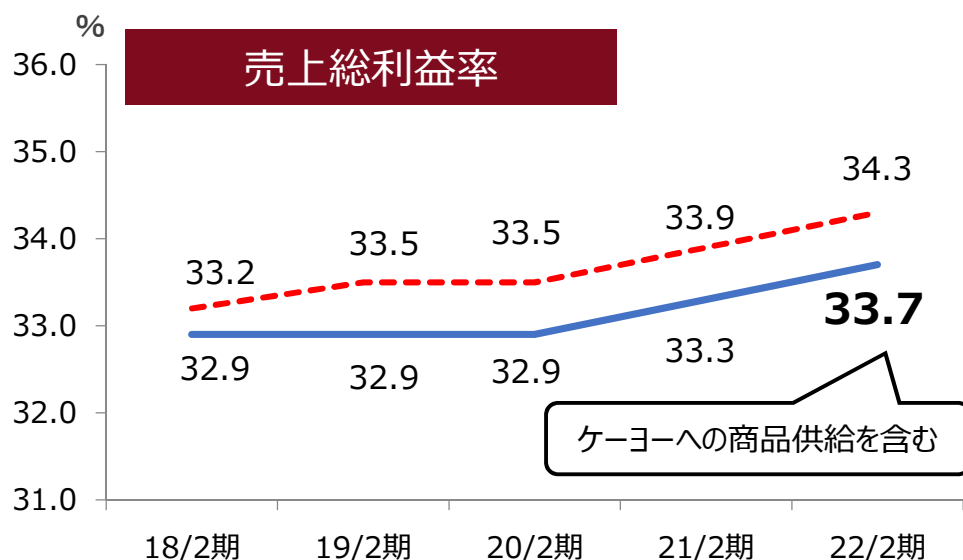
2022年2月期 109店舗（北海道68、東北35、関東6）
 全店売上高 19,636百万円（前期比△2.0%） 営業利益 前期比+3.0%

売上総利益率の推移



値入率の改善、売変率のコントロールにより
部門別の売上総利益率も着実にアップ

(単位：%)



- ① 値入率 +0.1ポイント
- ② 売変率 △1.0ポイント
 - ・売変コントロールにより改善 △1.1ポイント
 - ・ポイント値引による悪化 +0.1ポイント

	部門別売上総利益率		
	前々期	前期	当期
園芸	34.4	35.1	35.1
H I	38.3	38.1	38.3
H L	35.5	35.6	35.8
H K	30.4	30.7	31.2
H F	40.7	40.8	41.6
H E	33.6	33.2	33.7
合計	32.9	33.3	33.7

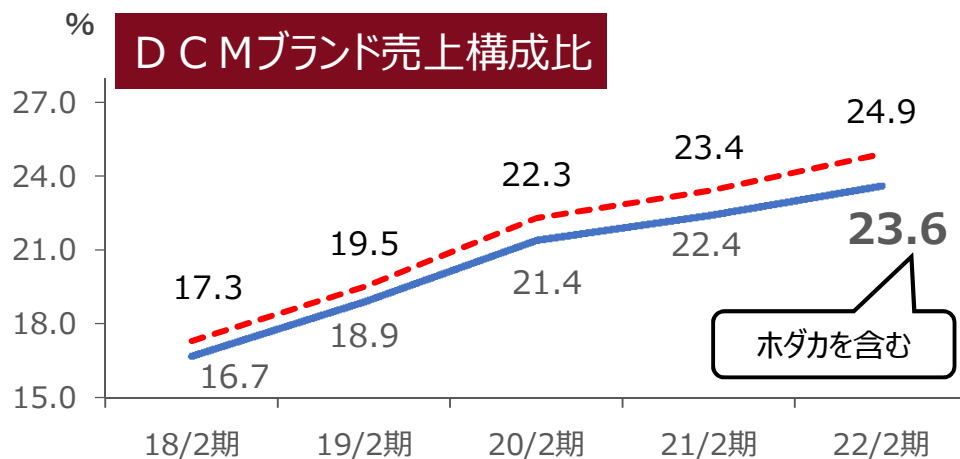
※ ケーヨーへの商品供給を含む。

DCMブランド売上高構成比の推移



商品開発の強化、販促の強化により
 全部門で売上高構成比が上昇

(単位：%)



DCMブランドの売上高構成比アップ
 (前年差+1.2ポイント)

- ・DCMブランド売上高 88,529百万円
 (前期比 98.7%)
- ・DCMブランドアイテム数 28,500 S K U
 (前年差 +3,000 S K U)

	DCMブランド売上構成比		
	前々期	前期	当期
園芸	23.3	24.9	26.0
H I	15.7	17.5	19.0
H L	26.2	25.8	26.5
H K	21.3	21.8	23.4
H F	58.7	61.5	65.6
H E	4.2	4.4	4.4
合計	21.4	22.4	23.6

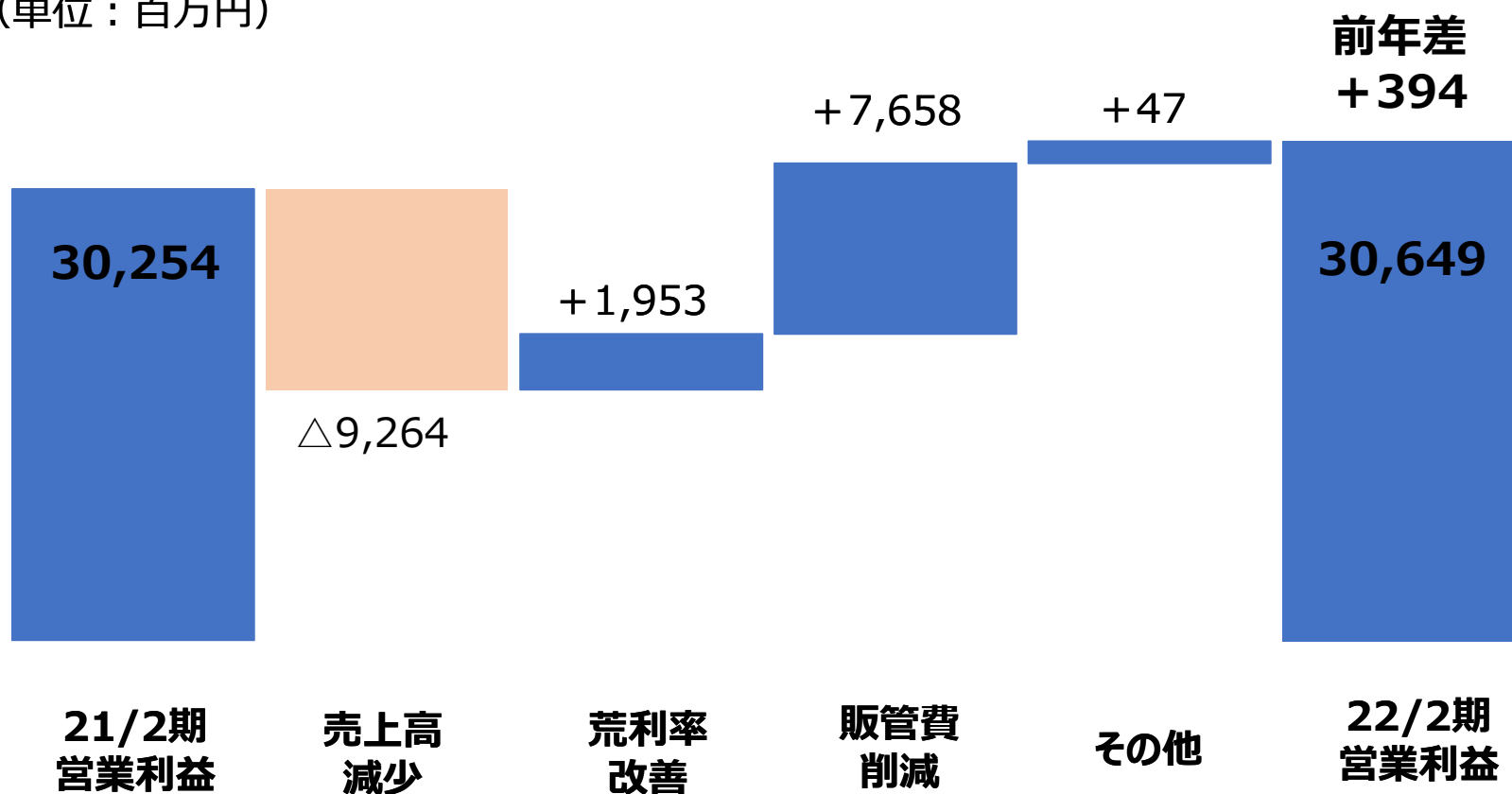
※ DCMブランド売上高構成比 ホダカ含む。

営業利益の増減内訳



前期の反動により売上高が減少するも、
販管費削減、荒利率改善により最高益を更新

(単位：百万円)



連結貸借対照表



(単位：百万円)

	2021年2月期	2022年2月期	増減	増減要因
流動資産	207,183	175,057	△32,125	現預金△35,830
受取手形及び売掛金	14,946	14,211	△735	ケ-ヨー-への商品供給 8,165百万円含む
商品	99,431	106,001	+6,569	
固定資産	283,666	274,093	△9,572	
有形固定資産	202,169	196,243	△5,925	
無形固定資産	12,326	13,306	+980	
投資その他の資産	69,170	64,542	△4,627	
資産合計	490,849	449,151	△41,698	
流動負債	117,255	100,109	△17,146	
支払手形及び買掛金	67,644	48,204	△19,440	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	30,111	+17,021	
固定負債	139,385	108,306	△31,079	
長期借入金	102,749	73,767	△28,981	長期借入金返済（13,089百万円）
リース債務	15,678	14,753	△924	
負債合計	256,641	208,416	△48,225	
純資産合計	234,208	240,735	+6,527	
負債純資産合計	490,849	449,151	△41,698	

設備投資及び減価償却費



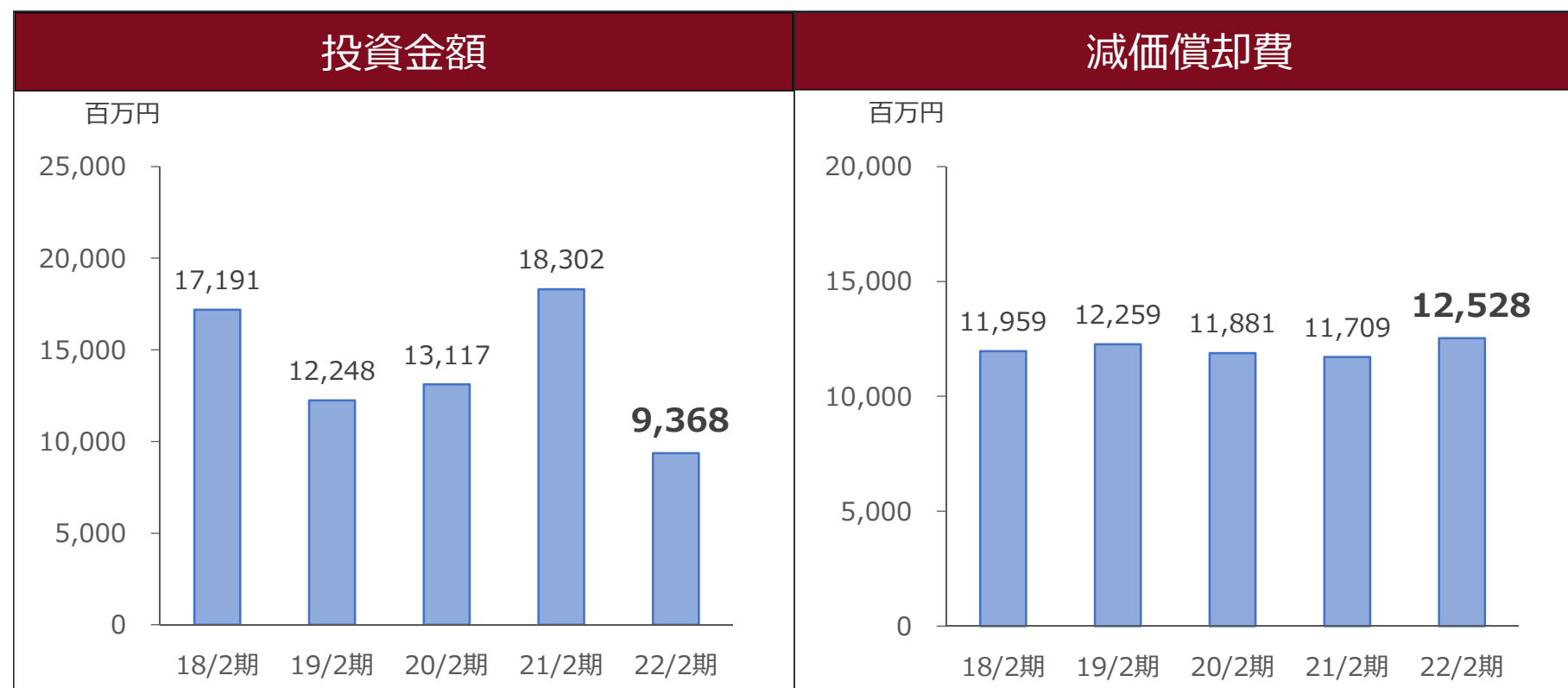
2021年3月1日～2022年2月28日

(単位：百万円)

投資金額	減価償却費
9,368 (計画比 78.1%)	12,528 (計画比 101.0%)

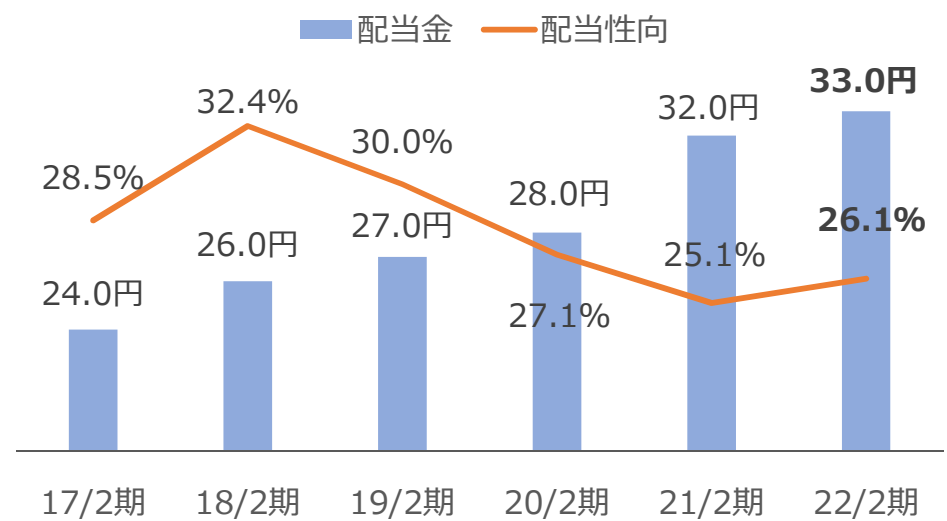
※ 投資金額は有形固定資産、ソフトウェア、敷金及び保証金

※ 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



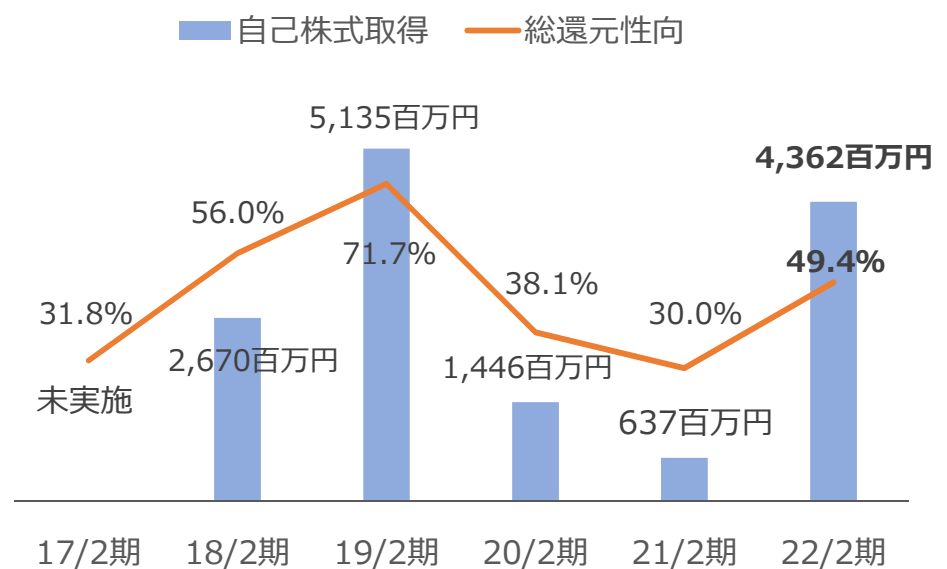
配当政策

- 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
- 22/2期は期末配当1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



2023年2月期 業績予想

(2022年3月1日～2023年2月28日)

DCMホールディングス株式会社

2023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	1	2	1	4	2	6
ホダカ	2	0	5	0	7	0
DCMニコット	2	0	1	0	3	0
計	5	2	7	4	12	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
△3.1% (△0.7%)	△3.6% (△1.2%)	△3.3% (△0.9%)

※ () 内は前期「収益認識に関する会計基準」を適用したものととして伸び率を算出

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
12,500	12,700

※ 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

2023年2月期 連結業績予想（通期）



2022年3月1日～2023年2月28日

(単位：百万円、%)

	2022年2月期 実績		2023年2月期 予想		前期比
	金額	売上比	金額	売上比	
売上高	437,722	100.0	488,000	100.0	111.5
売上総利益	147,386	33.7	159,250	32.6	108.0
営業収入	7,028	1.6	7,100	1.5	101.0
営業総利益	154,414	35.3	166,350	34.1	107.7
販管費	123,765	28.3	135,350	27.7	109.4
営業利益	30,649	7.0	31,000	6.4	101.1
経常利益	30,317	6.9	30,700	6.3	101.3
親会社株主に帰属する当期純利益	18,809	4.3	19,000	3.9	101.0

- 1株当たり当期純利益 128円19銭
- 1株当たり配当予想 34円（中間17円、期末17円）
- エクスパイリス株を含んだ連結業績予想となっております。

2023年2月期 連結業績予想（半期）



2022年3月1日～2023年2月28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	243,000	100.0	105.0	245,000	100.0	118.8
売上総利益	81,550	33.6	104.4	77,700	31.7	112.2
営業収入	3,500	1.4	98.8	3,600	1.5	103.3
営業総利益	85,050	35.0	104.1	81,300	33.2	111.8
販管費	65,150	26.8	105.2	70,200	28.7	113.5
営業利益	19,900	8.2	100.7	11,100	4.5	102.0
経常利益	19,800	8.1	100.2	10,900	4.4	103.3
親会社株主に帰属 する当期純利益	12,600	5.2	93.4	6,400	2.6	120.4

2023年2月期 連結業績予想（参考）



※エクスプライズ(株)を含まない業績予想

2022年3月1日～2023年2月28日

(単位：百万円、%)

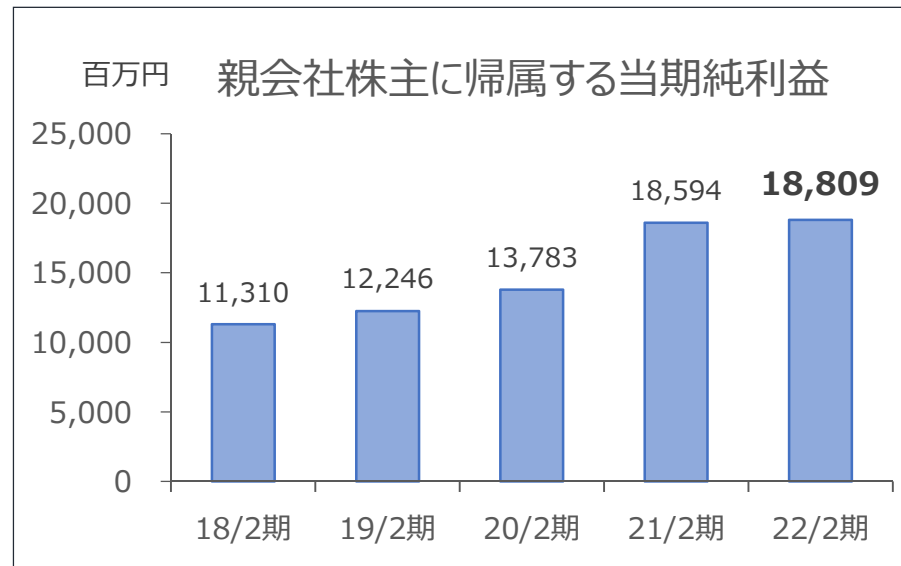
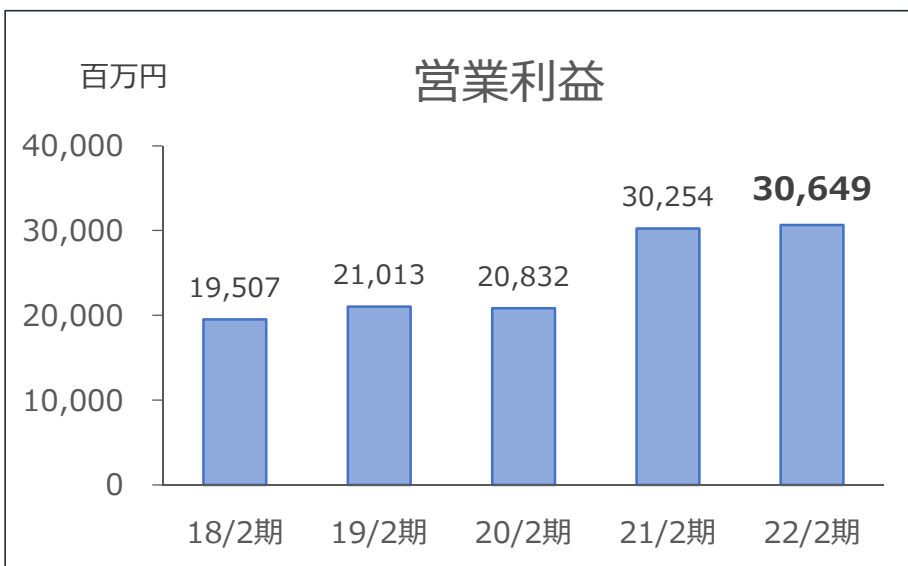
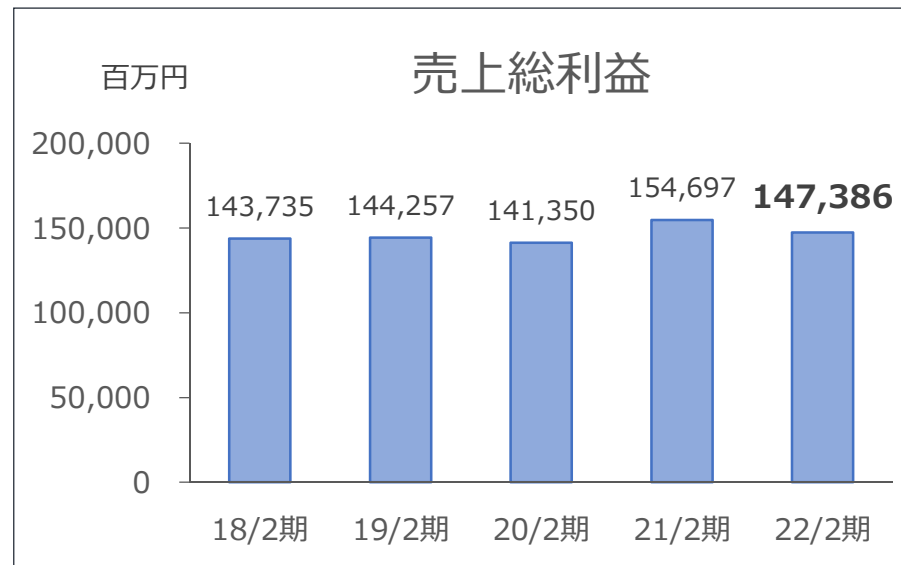
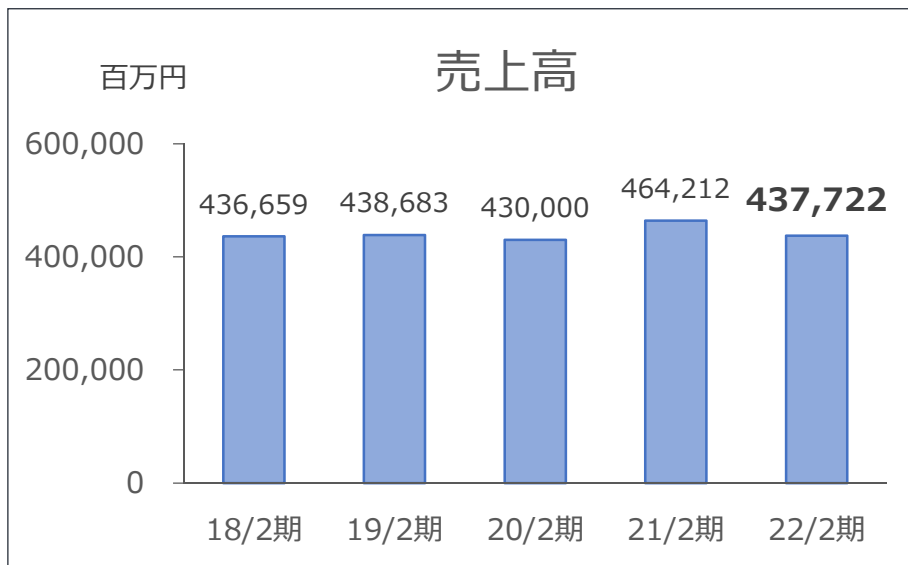
	通期予想			上期予想		下期 予想	
	金額	売上比	前期比	金額	前期比	金額	前期比
売上高	427,000	100.0	97.6	225,900	97.6	201,100	97.5
売上総利益	149,200	34.9	101.2	78,700	100.7	70,500	101.8
営業収入	7,100	1.7	101.0	3,500	98.8	3,600	103.3
営業総利益	156,300	36.6	101.2	82,200	100.6	74,100	101.9
販管費	125,300	29.3	101.2	62,200	100.5	63,100	102.0
営業利益	31,000	7.3	101.1	20,000	101.2	11,000	101.1
経常利益	30,700	7.2	101.3	19,900	100.7	10,800	102.3
親会社株主に帰属する当期純利益	19,350	4.5	102.9	12,800	94.9	6,550	123.2

※ 「収益認識に関する会計基準」適用により、10,000百万円程度の売上高減少を見込んでおります。

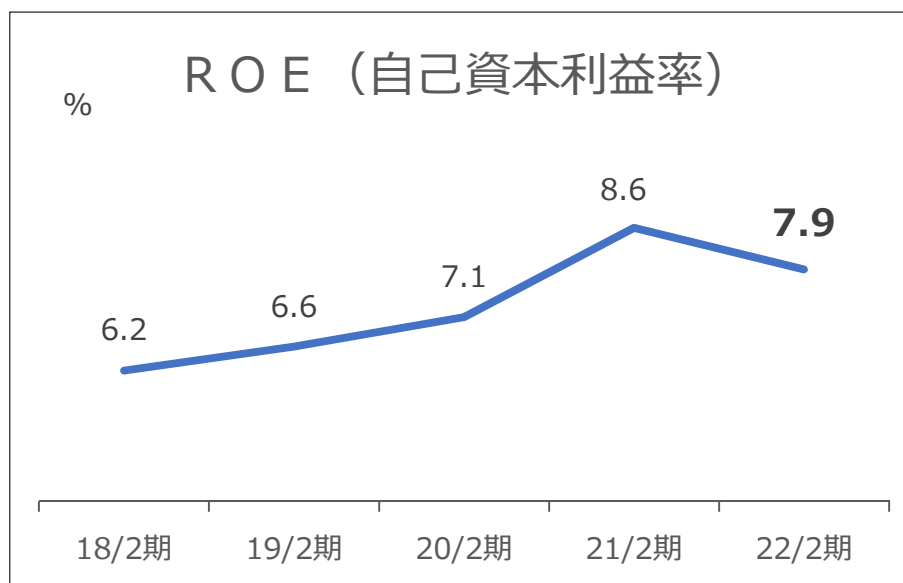
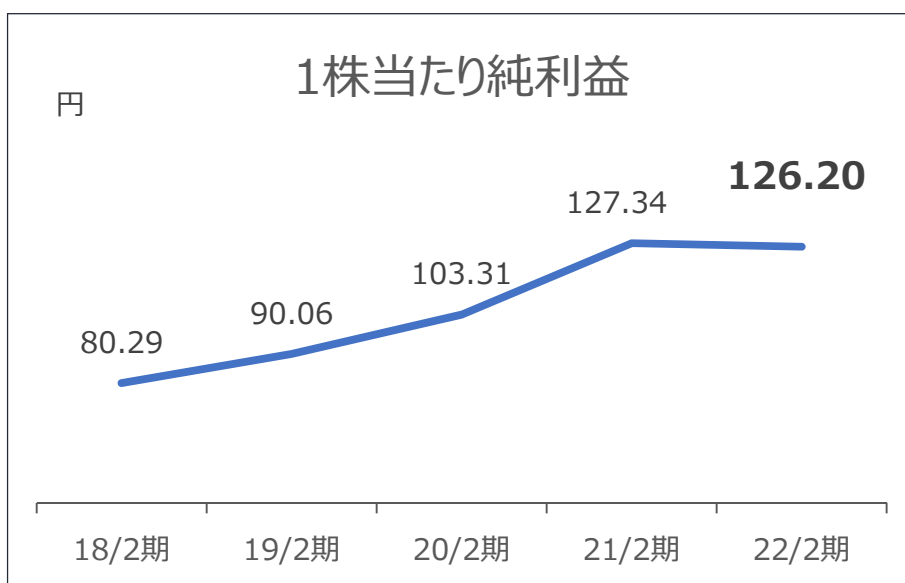
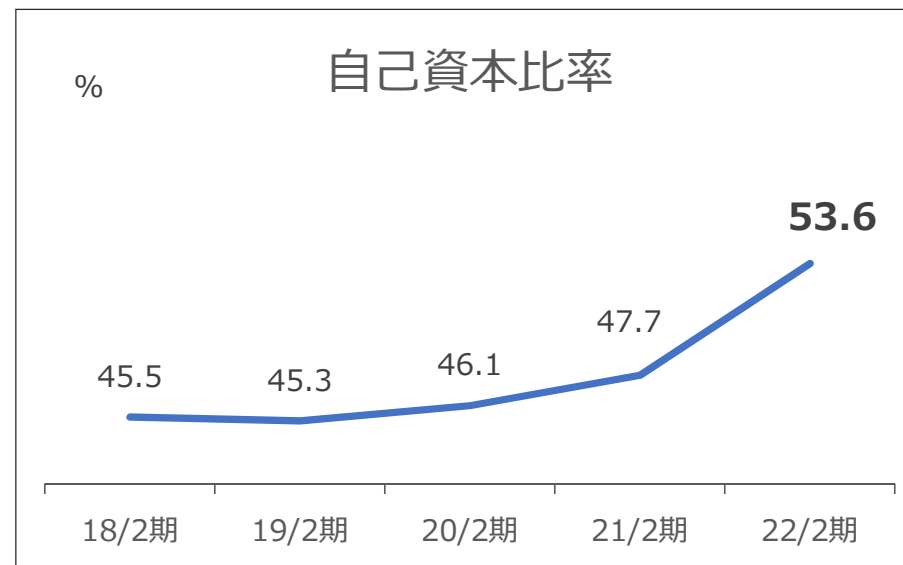
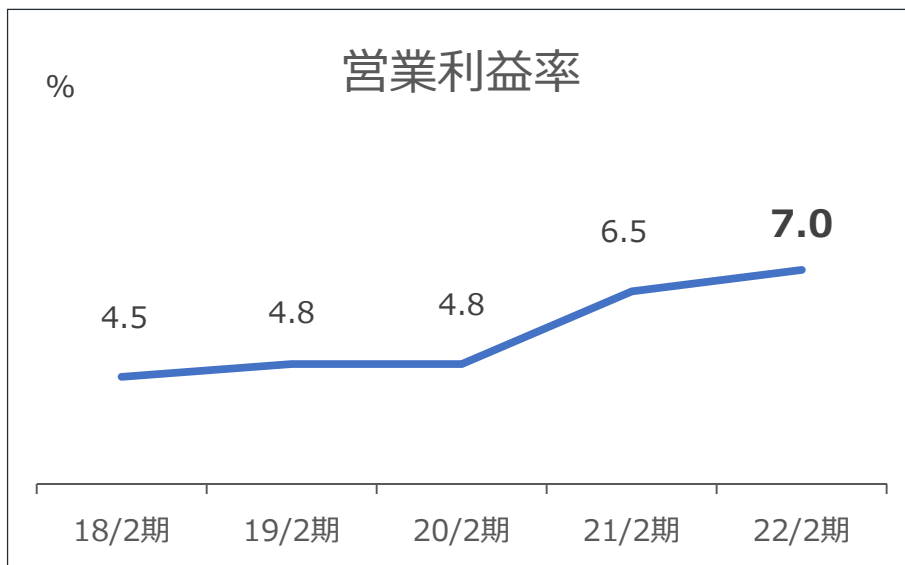
参考資料

DCMホールディングス株式会社

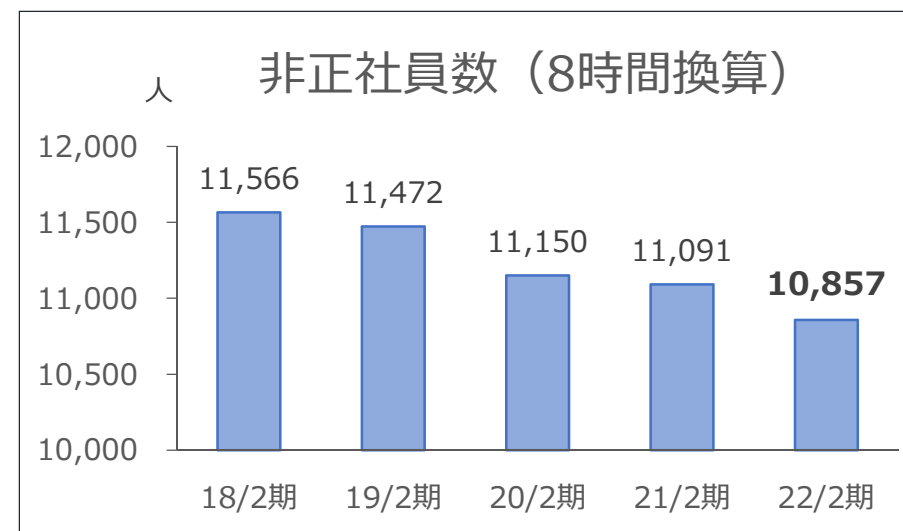
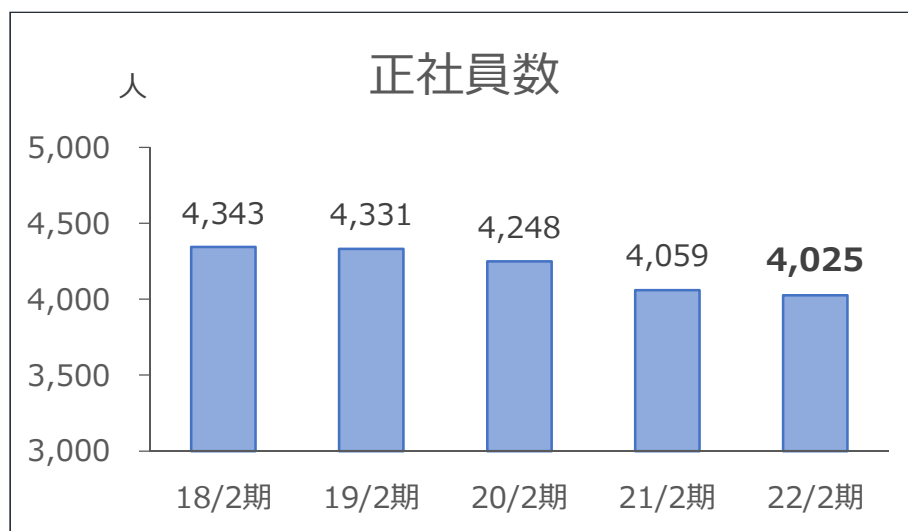
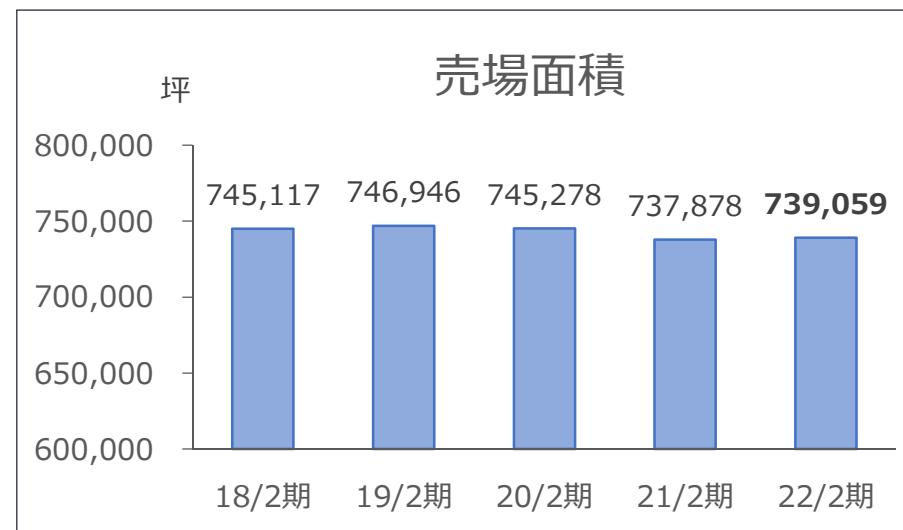
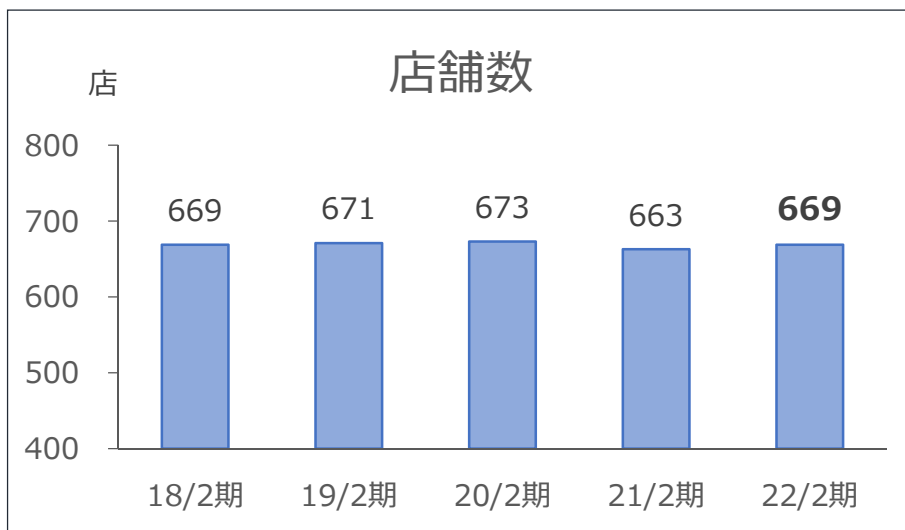
業績推移



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。

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	1	名古屋高間店	愛知県	2021年11月	827	
ホダカ	4	川崎梶ヶ谷店	神奈川県	2021年3月	252	
		徳島川内店	徳島県	2021年4月	300	
		倉敷笹沖店	岡山県	2021年5月	299	
		姫路店	兵庫県	2021年10月	301	
DCMニコット	4	唐桑店	宮城県	2021年7月	257	
		常陸緒川店	茨城県	2021年7月	257	
		増毛店	北海道	2021年8月	296	
		上ノ国店	北海道	2021年12月	193	
合計	9				2,982	

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	三田店	兵庫県	2021年9月	1,094	
		北広島店	北海道	2022年2月	407	
DCMニコット	1	木古内店	北海道	2021年8月	300	
合計	3				1,801	

※ ホダカはプロ業態、DCMニコットは小型HC

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、％）

	2021年2月期		2022年2月期		前期比	備考
	金額	売上比	金額	売上比		
売上高	453,315	100.0	426,013	100.0	94.0	ケーヨー取引による営業利益へのインパクト 2021年2月期 2022年2月期 売上高 +10,896 +11,708 売上総利益 +865 +1,314 営業利益 +245 +443
売上総利益	153,832	33.9	146,071	34.3	95.0	
営業収入	6,980	1.5	7,028	1.7	100.7	
営業総利益	160,812	35.5	153,099	35.9	95.2	
販管費	130,803	28.9	122,893	28.8	94.0	
営業利益	30,008	6.6	30,205	7.1	100.7	
経常利益	28,674	6.3	29,302	6.9	102.2	
親会社株主に帰属する当期純利益	17,817	3.9	18,121	4.3	101.7	

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