



2023年4月11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 C O O 石黒靖規  
(コード番号 3050 東証プライム)  
問合せ先 取締役執行役員 経営戦略・広報管掌 中川 真行  
(TEL 03-5764-5216)

## 中期経営計画(2023～2025 年度)策定のお知らせ

当社は、本日開催の取締役会において、2023 年度～2025 年度までの第3次中期経営計画を策定いたしましたのでお知らせいたします。

### 記

#### 1. 基本方針

当社グループは、経営理念「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』を掲げております。

本中期経営計画では、既存店改革を中心とした店舗戦略、ローコストオペレーションの更なる追求、独自の“BOPIS”スタイルの構築、プライベートブランド商品開発体制の深化、M&Aの推進による事業領域の拡大を事業戦略とし、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. 業績目標

	2022 年度 (2023 年 2 月期) 実績	2025 年度 (2026 年 2 月期) 計画
売 上 高	469,782 百万円	550,000 百万円
営 業 利 益	30,068 百万円	38,000 百万円
営 業 利 益 率	6.4%	6.9%
経 常 利 益	29,555 百万円	37,500 百万円
当 期 純 利 益	18,135 百万円	22,800 百万円
R O E	7.5%	8.5%

#### 3. その他

詳細につきましては、添付資料「DCMホールディングス第3次中期経営計画(2023-2025年度)」をご参照ください。

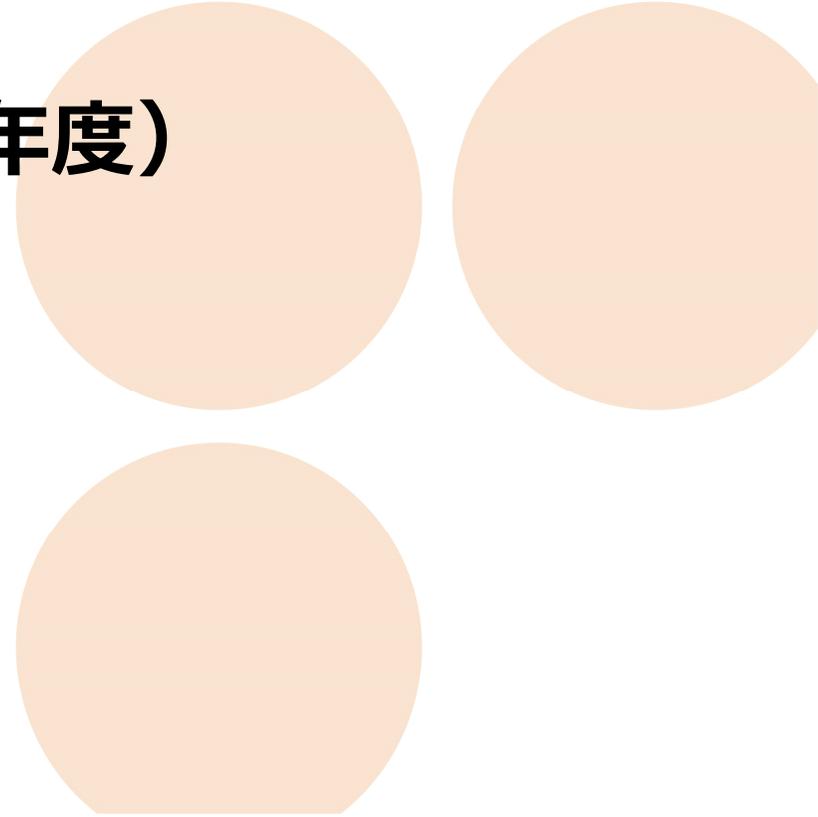
なお、本資料は、現在入手可能な情報に基づき作成したものであります。計画した各種戦略や実際の業績などは、今後様々な要因によって、異なる結果となる可能性があります。

以 上

# DCMホールディングス 第3次中期経営計画（2023-2025年度）

2023年4月11日

DCMホールディングス株式会社



- 1. 第2次中期経営計画の振り返り**
- 2. ホームセンター市場の変化と当社の対応**
- 3. 第3次中期経営計画**
- 4. 数値計画**

## 1. 第2次中期経営計画の振り返り

## 2. ホームセンター市場の変化と当社の対応

## 3. 第3次中期経営計画

## 4. 数値計画

## 2030年目指す姿 『生活快適化総合企業』 への変革

### 「第2次中期経営計画のトピックス」

未曾有のコスト高や変化の激しい環境下でも、経費コントロールスキルを高め増益を達成

#### 5社統合とCIの統一

- ブランディングの一本化
- 組織最適化・本社本部経費削減
- 新業態「DCM DIY place」  
恵比寿にオープン

#### HI・DIY強化 大型店改革

- ホダカ分社化(39⇒57店舗)
- DIYリフォーム 28店舗
- クイックパーツ43店舗
- 大型店の専門性導入改装
- 店舗改装の内製化  
(改装チームを自社編成)

#### 商品改革

- 仕入れコストの低減
- DCMブランド(PB)の販売強化
- 季節商材改革・商社機能の構築

#### M&A・提携

- エキスパイアのグループイン
- (株)テーオーリテイリング  
(株)カンセキへの商品供給



## 第2次中期経営計画：業績目標の達成状況

	2019年度 実績 <small>(第1次中計最終年度)</small>	2022年度 目標	2022年度 実績	評価
売上高	430,000	433,000	469,782	2022年度エクспライズ 参画でグループ売上が伸長
売上総利益率	32.9%	33.6%	33.3%	エクспライズ除き35.5% 値入改善・PB強化で伸長
営業利益	20,832	25,000	30,068	営業利益水準が300億円台 へ強靱な利益体質に改善
営業利益率	4.8%	5.8%	6.4%	当中計期間に6.0%水準を 大幅に達成
経常利益	20,107	24,400	29,555	経常利益率 4.6%→6.3%
当期純利益	13,783	16,400	18,135	当期純利益率3.2%→3.9%
ROE	7.1%	7.5%	7.5%	2030年10%達成に向けて KPIに掲げ改善を継続

1. 第2次中期経営計画の振り返り

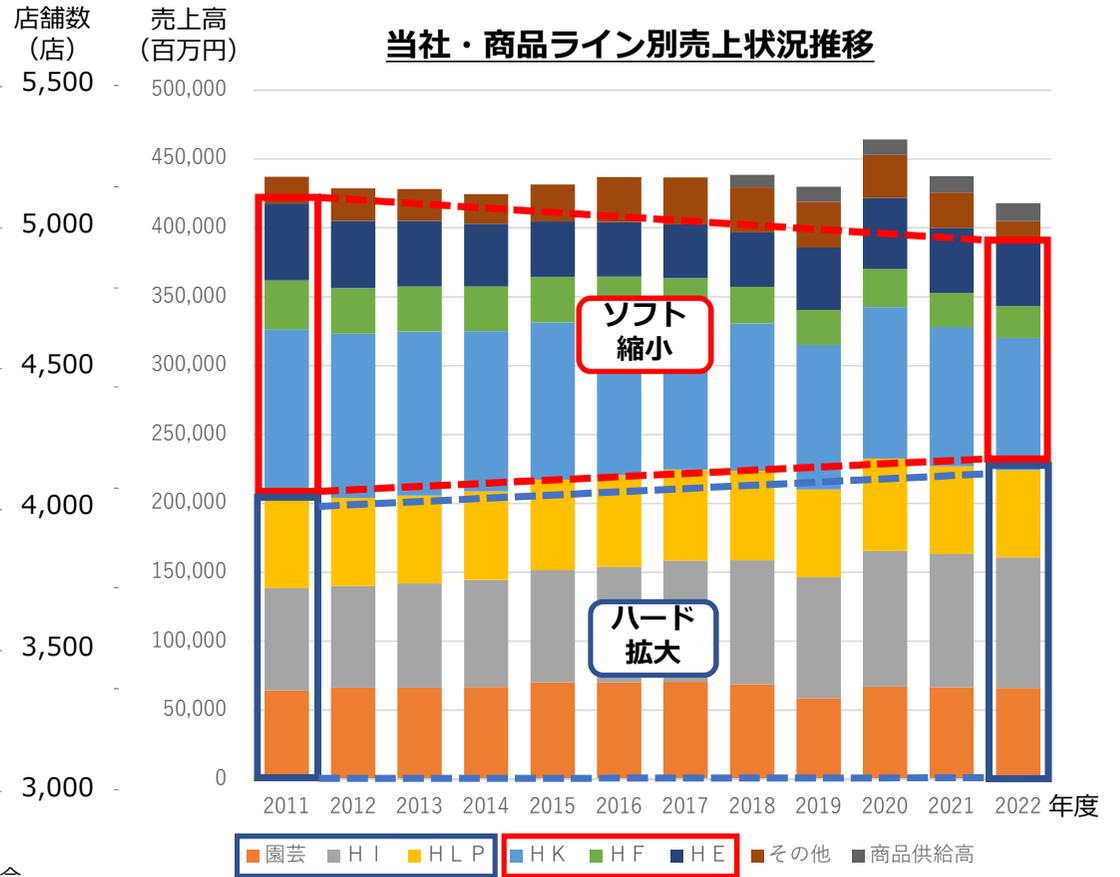
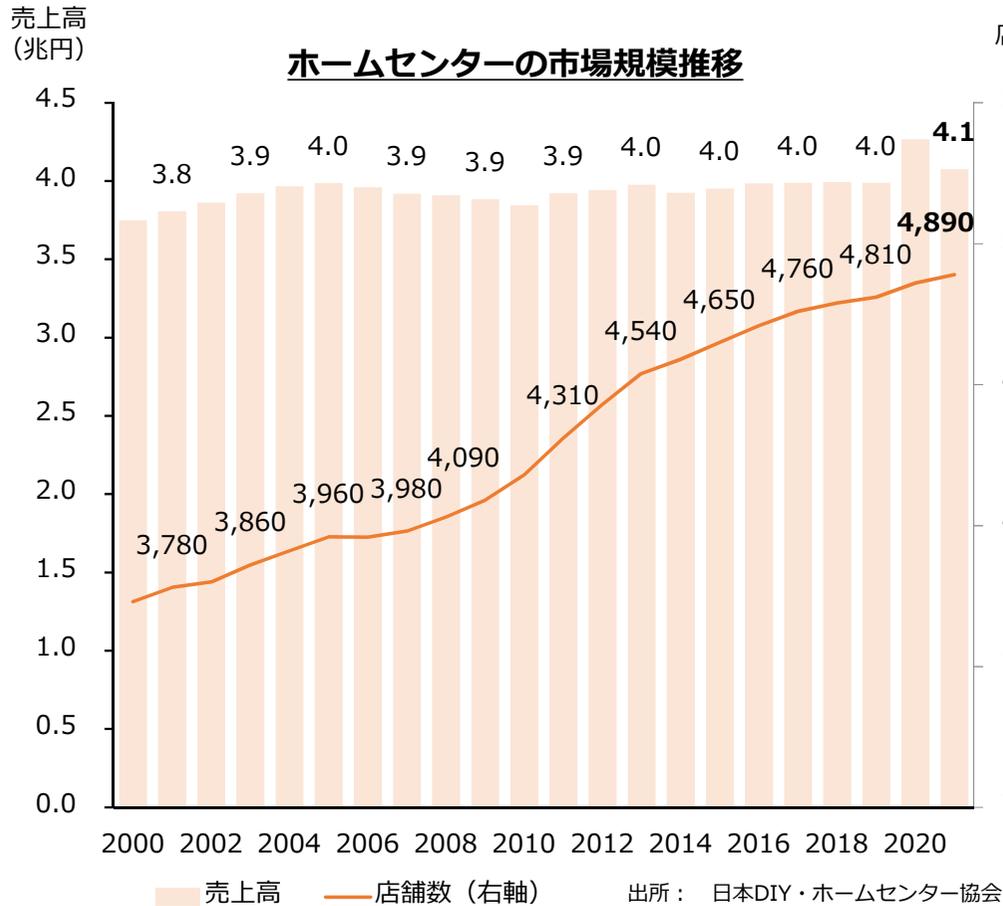
**2. ホームセンター市場の変化と当社の対応**

3. 第3次中期経営計画

4. 数値計画

# ホームセンター市場の変化と当社の対応

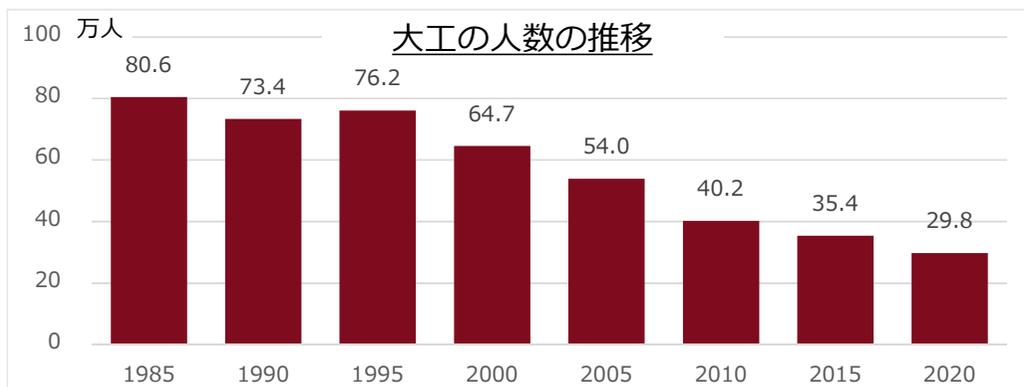
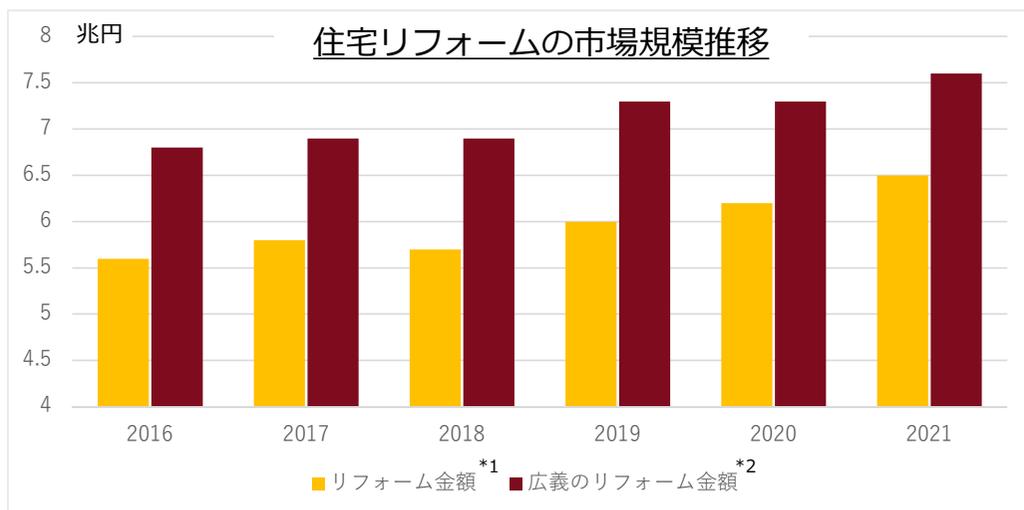
市場は4兆円前後で推移する中、当社は10年かけてHI、園芸、ペット・レジャーを核部門に成長させてきた。今後も中長期で政策的にハード中心の商品構成に変え、専門性を磨き新市場を創造する



# 当社の狙うターゲット市場（1）

## リフォーム市場

市場規模  
約6~8兆円



\*1: 増築・改築工事費及び設備等の修繕維持費の合計

\*2: 住宅着工統計上「新設住宅」に計上される増築・改築工事と、エアコンや家具等のリフォームに関連する耐久消費財、インテリア商品等の購入費を含めた金額

出所: Statista、総務省「国勢調査」、公益財団法人 住宅リフォーム・紛争処理支援センター

## DIY関連市場

市場規模  
約7~8千億円



- リフォーム市場は、新築着工件数が減少し、**中古住宅流通が増加したことで伸長**
- 大工数は20年間で半減。**人材難による施工能力不足が解消できれば、更なる潜在需要を開拓可能**
- DIY市場は、コロナ禍だけでなく、**長期的に市場は堅調に推移。引き続き市場拡大が見込まれる**

## 当社の狙うターゲット市場（2）

### ペット市場

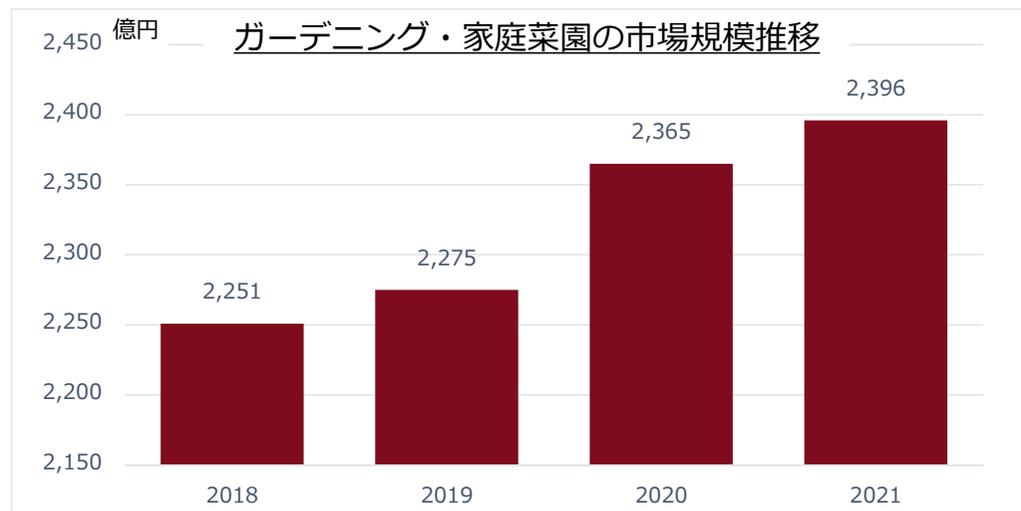
市場規模  
約1.7兆円



- コロナ禍の外出自粛や、生活様式の変化により、**新規でのペット飼育者が増加し、市場拡大**
- プレミアム志向が普及しペット用品の単価上昇

### 園芸市場

市場規模  
約2千億円



- コロナ禍で**若年層ユーザーの取り込みに成功し**
- **市場拡大**
- コロナ以前から堅調に推移しており、需要は継続する見込み

**当社の捉えるDIYの領域を広範に捉え  
「潜在市場」で更なるマーケット伸長を狙う**

1. 第2次中期経営計画の振り返り
2. ホームセンター市場の変化と当社の対応
- 3. 第3次中期経営計画**
4. 数値計画

第3次中期経営計画：グループ全体方針

# 新世代ホームセンター創造への挑戦

～店舗の“再”活性化+事業領域の拡大～



2030年  
目指す姿

## 『生活快適化総合企業』 への変革

### 「新世代ホームセンター創造への挑戦」

- ① 店舗戦略
- ② ローコストオペレーションの更なる追求
- ③ 独自の“BOPIS”スタイルの構築
- ④ プライベートブランド商品開発体制の深化
- ⑤ M&A推進による事業領域の拡大

事業戦略

### サステナブルな事業価値、株主価値の創出に向けて

- 投資採算を重視した成長投資
- 資本効率を意識した経営
- 機動的な自己株式取得の検討

財務戦略

- 人的資本経営
- サステナビリティ

非財務戦略

# 第3次中期経営計画：推進組織「36ヶ月プロジェクト」



確実にPDCAを回すための、執行役員をタスクリーダーとする部署横断の課題を解決する組織

<h2>新業態開発・既存店改革</h2> <p>生活館型ホームセンター構築 超ローコスト店舗構築 専門店、既存店改革</p>	<h2>人材戦略</h2> <p>多様な人材が活躍し、 個人の価値観を尊重できる風土 自律的に学び、 成長と自己実現ができる環境</p>	<h2>企業価値向上</h2> <p>IR（投資家との対話）強化 サステナビリティへの対応 TCFD対応とGHG削減への取り組み ROEやPBRなど指標の改善</p>
<h2>次世代 ロジスティクス構築</h2> <p>2024年問題への対応 異形物物流網構築・輸入発注業務改革</p>	<h2>長期事業構想 の実現</h2>	<h2>DX推進</h2> <p>店舗・本部業務改革： 店舗作業人時削減、システム開発内製化 EC・OMO改革： 使いやすさ改善、店出荷拡大等</p>
<h2>HI総合業態と サービス体系構築</h2> <p>DIY専門店・HI総合業態・ 住みいるヘルパーの進化系モデル と新サービス体系ビジネス</p>	<h2>商品改革</h2> <p>PB構成比率の向上 PB開発体制構築 SDGs重点課題の取り組み</p>	<h2>顧客接点拡大</h2> <p>CRM（顧客関係性管理システム）構築 デジタルマーケティングの取り組み カード戦略・会員戦略 マーケティング組織の整備</p>

1. 第2次中期経営計画の振り返り
2. ホームセンター市場の変化と当社の対応
3. 第3次中期経営計画
- 4. 数値計画**

## 第3次中期経営計画（2023～25年度）の業績目標



単位：百万円

	2022年度 実績	2025年度 目標	期間伸長率
売上高	469,782	550,000	+5.4%/年
売上総利益率	33.3%	35.0%	+1.7pt
営業利益	30,068	38,000	+8.1%/年
営業利益率	6.4%	6.9%	+0.5pt
経常利益	29,555	37,500	+8.3%/年
当期純利益	18,135	22,800	+7.9%/年
ROE	7.5%	8.5%	+1.0pt

## (ご参考) 2030年度：業績イメージ

	2022年度 実績	2030年度 目標	期間中の成長
売上高	469,782	900,000	+8.5%/年
売上総利益率	33.3%	38.0%	+4.7pt
営業利益	30,068	63,000	+9.7%/年
営業利益率	6.4%	7.0%	+0.6pt
経常利益	29,555	63,000	+9.9%/年
当期純利益	18,135	40,000	+10.4%/年
ROE	7.5%	継続的に10.0%以上	—

※ M&A等による売上規模の拡大を見込む。



Do Create Mystyle  
くらしの夢をカタチに