



2024年2月期 第2四半期 決算補足説明資料

(2023年3月1日～2023年8月31日)

2023年9月29日

DCMホールディングス株式会社

2024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 **2,436 億円** ~前期比 103.5% (計画比 95.9%)

・既存店売上高 前年同期比 Δ 3.9%、エキスパイス連結により増収

売上総利益 **807 億円** ~前期比 100.8% (計画比 95.7%)

・売上総利益率 前年同期比 Δ 0.9%、ホームセンター事業+0.2%

営業利益 **178 億円** ~前期比 93.9% (計画比 91.8%)

・販管費前年同期比 +2.7%、ホームセンター事業 Δ 1.3%

経常利益 **174 億円** ~前期比 90.8% (計画比 88.8%)

・持分法投資利益 Δ 242百万円、支払利息+187百万円

親会社株主に帰属する

四半期純利益 **107 億円** ~前期比 88.5% (計画比 87.3%)

・前年差 Δ 1,391百万円

2024年2月期 第2四半期業績

DCMホールディングス株式会社

エキスパイス連結効果により売上高増収 荒利益率改善、経費削減も既存店客数減少によって減益

(単位：百万円、%)

	2022年8月期		2023年8月期			エキスパイス除き				
	金額	売上比	金額	売上比	前期比	前期	売上比	当期	売上比	前期比
売上高	235,272	100.0	243,621	100.0	103.5	220,003	100.0	212,579	100.0	96.6
売上総利益	80,139	34.1	80,791	33.2	100.8	77,780	35.4	75,668	35.6	97.3
営業収入	3,560	1.5	3,475	1.4	97.6	3,560	1.6	3,475	1.6	97.6
営業総利益	83,699	35.6	84,266	34.6	100.7	81,340	37.0	79,144	37.2	97.3
販管費	64,730	27.5	66,448	27.3	102.7	61,980	28.2	61,157	28.8	98.7
営業利益	18,969	8.1	17,818	7.3	93.9	19,360	8.8	17,987	8.5	92.9
経常利益	19,165	8.1	17,409	7.1	90.8	19,563	8.9	17,558	8.3	89.8
親会社株主に帰属する 四半期純利益	12,124	5.2	10,732	4.4	88.5	12,484	5.7	10,993	5.2	88.1

連結損益計算書（四半期会計期間）



前第2四半期よりエクспライス株式会社を連結

(単位：百万円、%)

	Q1 (3月~5月)				Q2 (6月~8月)			
	前期	当期	売上比	前期比	前期	当期	売上比	前期比
売上高	112,254	122,156	100.0	108.8	123,017	121,464	100.0	98.7
売上総利益	39,651	41,269	33.8	104.1	40,488	39,521	32.5	97.6
営業収入	1,769	1,722	1.4	97.3	1,790	1,753	1.4	97.9
営業総利益	41,420	42,992	35.2	103.8	42,279	41,274	34.0	97.6
販管費	31,586	33,766	27.6	106.9	33,144	32,682	26.9	98.6
営業利益	9,834	9,225	7.6	93.8	9,134	8,592	7.1	94.1
経常利益	10,148	9,104	7.5	89.7	9,017	8,304	6.8	92.1
親会社株主に帰属する 四半期純利益	6,506	5,665	4.6	87.1	5,618	5,066	4.2	90.2

※ 前第2四半期よりエクспライス株式会社を連結した数値となっております。

連結損益計算書（四半期会計期間 ※エクスプライス除き）



Q1は天候不順の影響を受け、園芸を中心に季節用品が伸び悩む
Q2は夏物用品は好調に推移したが、客数減少をカバーできず減益

（単位：百万円、%）

	Q1（3月～5月）				Q2（6月～8月）			
	前期	当期	売上比	前期比	前期	当期	売上比	前期比
売上高	112,254	107,935	100.0	96.2	107,748	104,643	100.0	97.1
売上総利益	39,651	38,897	36.0	98.1	38,129	36,771	35.1	96.4
営業収入	1,769	1,722	1.6	97.3	1,790	1,753	1.7	97.9
営業総利益	41,420	40,619	37.6	98.1	39,919	38,524	36.8	96.5
販管費	31,586	31,235	28.9	98.9	30,394	29,921	28.6	98.4
営業利益	9,834	9,384	8.7	95.4	9,525	8,602	8.2	90.3
経常利益	10,148	9,252	8.6	91.2	9,414	8,305	7.9	88.2
親会社株主に帰属する 四半期純利益	6,506	5,849	5.4	89.9	5,977	5,144	4.9	86.1

ホームレジャー・ペット部門や省エネ対策用品は好調を維持 プロ向け商材は堅調に推移したがDIY需要は苦戦

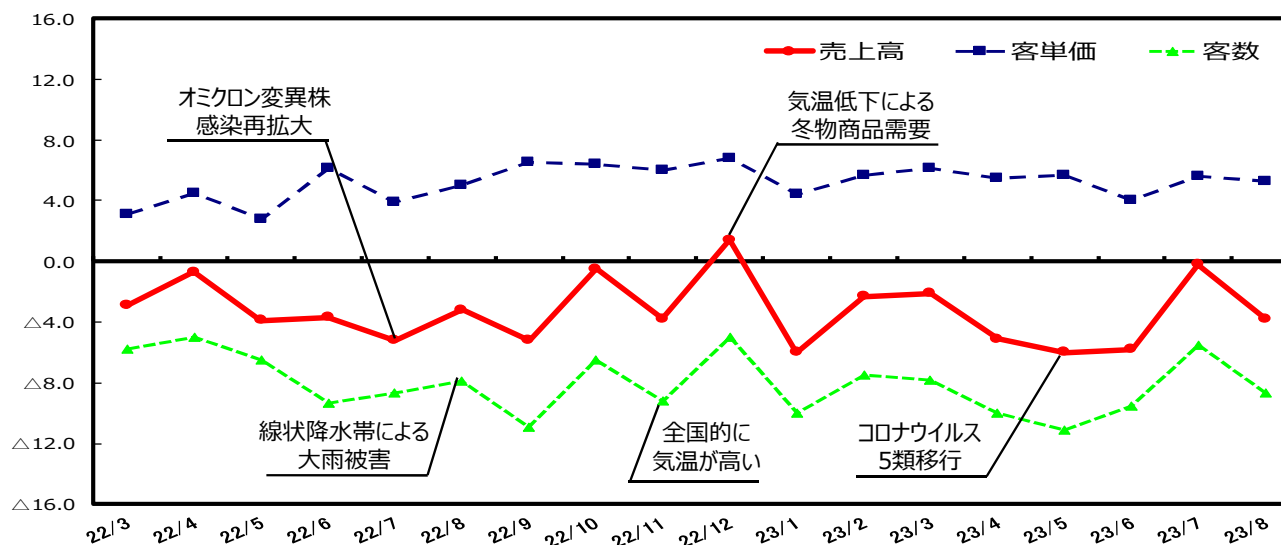
(単位：百万円、%)

	前期		当期		
	金額	※ 構成比	金額	※ 構成比	前期比
園芸	41,132	17.5 (18.7)	39,581	16.2 (18.6)	96.2
ホームインプローブメント	48,461	20.6 (22.0)	46,927	19.3 (22.1)	96.8
ホームレジャー・ペット	34,183	14.5 (15.5)	34,918	14.3 (16.4)	102.1
ハウスキーピング	49,714	21.1 (22.7)	47,776	19.7 (22.5)	96.1
ホームファニッシング	11,967	5.1 (5.4)	10,778	4.4 (5.1)	90.1
ホームエレクトロニクス	20,669	8.8 (9.4)	19,198	7.9 (9.0)	92.9
その他の	7,087	3.0 (3.2)	6,588	2.7 (3.1)	93.0
商品供給高他	6,620	2.8 (3.0)	6,639	2.7 (3.1)	100.3
ホームセンター事業計	219,836	93.4 (99.9)	212,408	87.2 (99.9)	96.6
エクспライズ事業	15,269	6.5 (-)	31,042	12.7 (-)	203.3
その他の事業	166	0.1 (0.1)	170	0.1 (0.1)	102.5
合計	235,272	100.0 (100.0)	243,621	100.0 (100.0)	103.5

※ () 内はエクспライズ事業を除いた売上高構成比率であります。

天候不順や行動制限解除などにより客数が減少
 原材料高や円安への対応によって客単価は上昇

	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	△3.3%	△7.2%	+4.2%	△3.9%	△8.9%	+5.5%
3月～5月	△2.5%	△5.8%	+3.5%	△4.5%	△9.8%	+5.8%
6月～8月	△4.1%	△8.6%	+5.0%	△3.2%	△7.9%	+5.1%

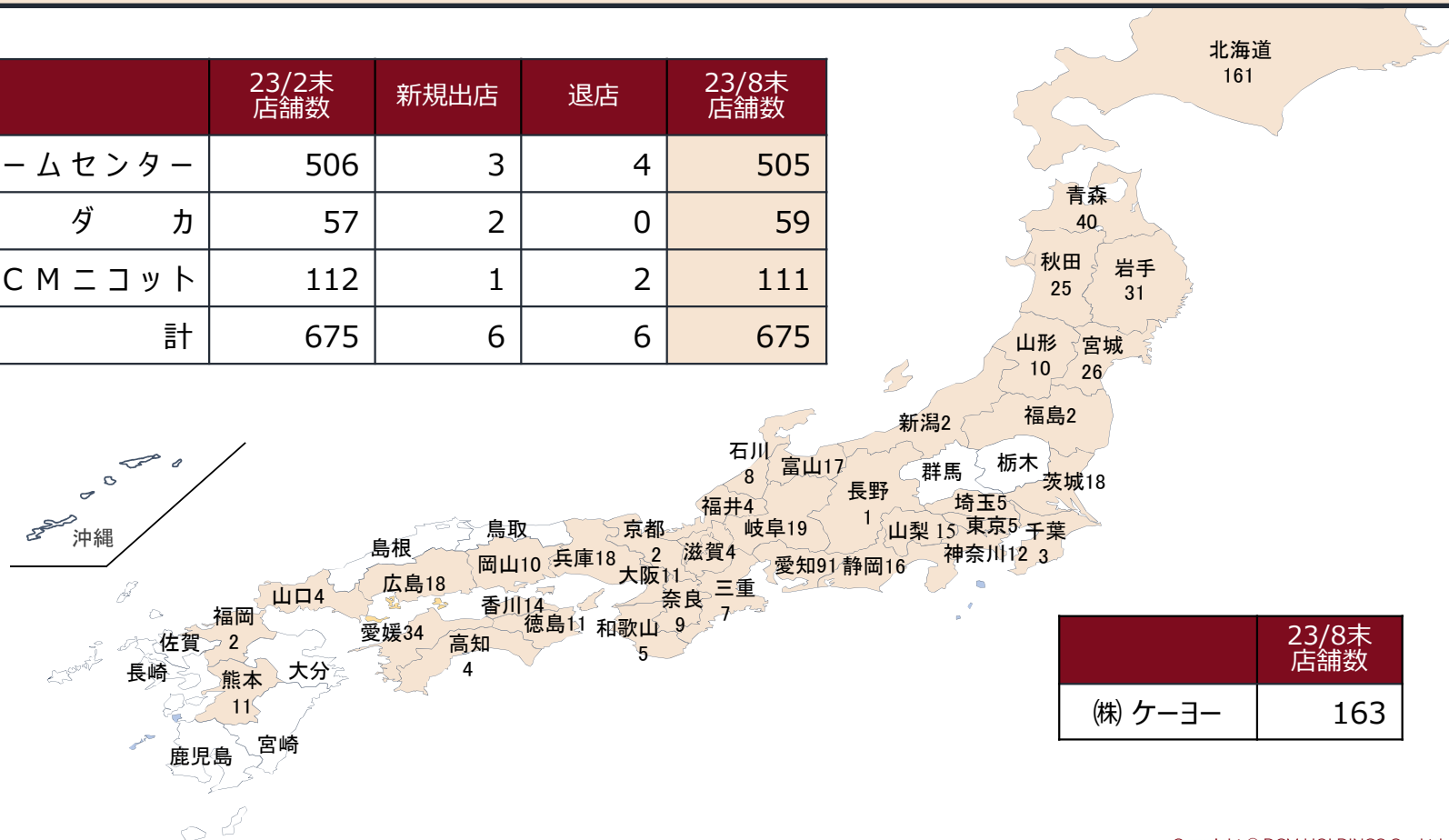


都道府県別出店状況



ケーヨーを含め、全国に838店舗展開

	23/2末 店舗数	新規出店	退店	23/8末 店舗数
ホームセンター	506	3	4	505
ホダカ	57	2	0	59
DCMニコット	112	1	2	111
合計	675	6	6	675

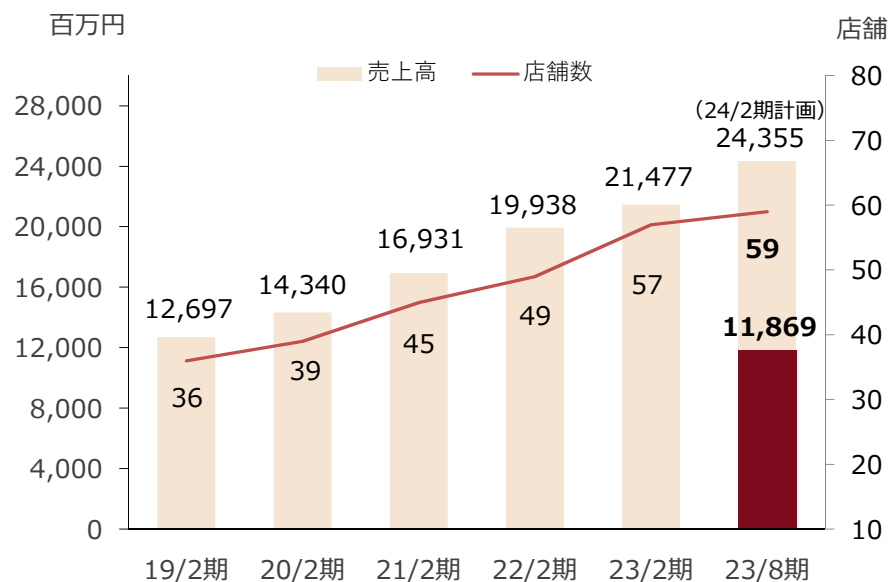


プロユースに特化した専門店として、積極的に店舗展開

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△0.3%



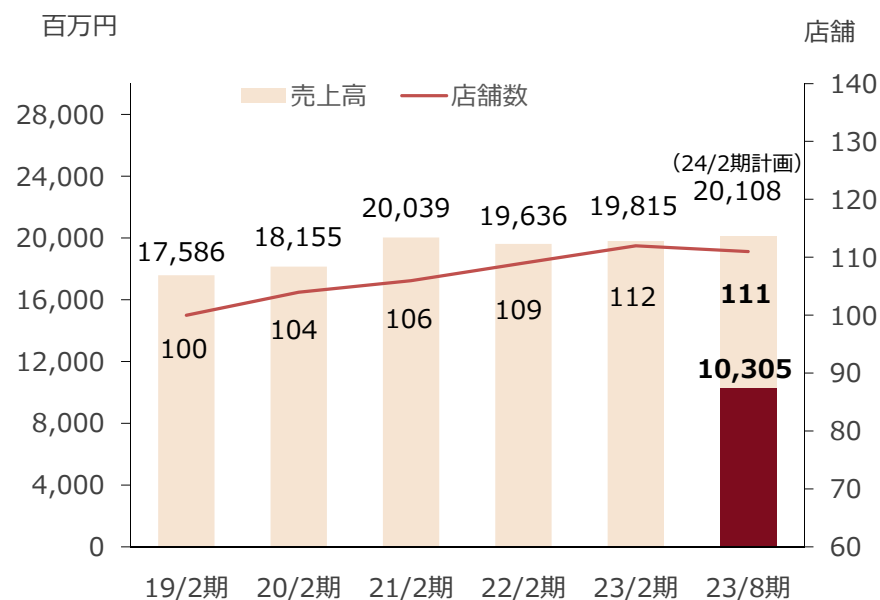
2023年8月期 59店舗（東海23、北海道7、関東7、北陸6、近畿5、東北5、四国4、中国2）
 全店売上高 11,869百万円（前期比+8.2%） 営業利益 前期比+5.0%

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



既存店前期比△2.6%



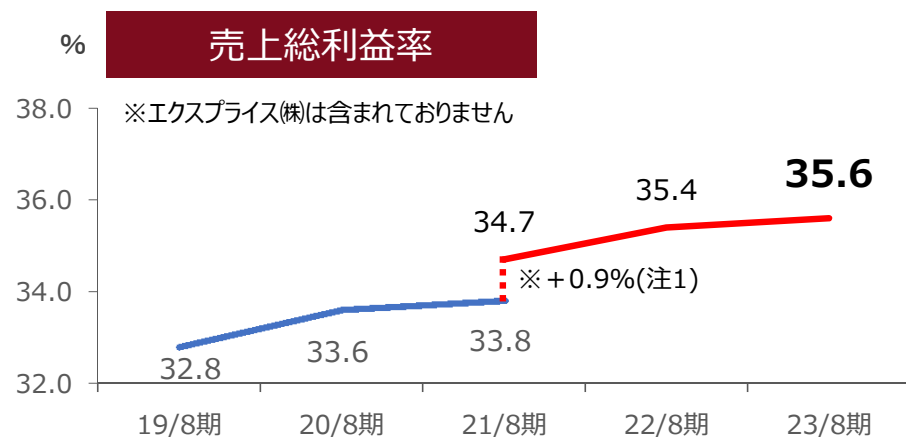
2023年8月期 111店舗 (北海道69、東北36、関東6)

全店売上高 10,305百万円 (前期比△1.4%) 営業利益 前期比△0.3%

売上総利益率の推移

**円安、原材料高などが続く中、売上総利益率は改善するも計画を下回る
売変率の悪化は、前年の値上げ対応の影響**

(単位：%)



- ① 値入率 0.5ポイント 改善
- ② 売変率 1.5ポイント 悪化
- ・ポイント値引による悪化 +0.0ポイント

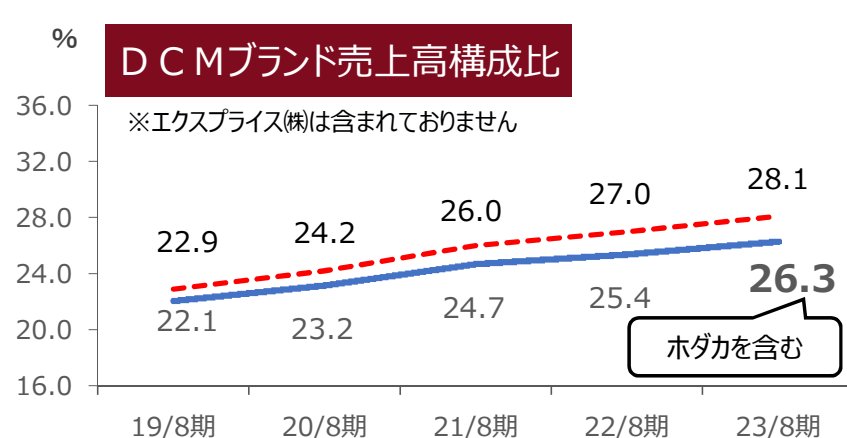
	部門別売上総利益率	
	前期 22/8期	当期 23/8期
園 芸	36.3	36.2
ホームインプルーブメント	38.5	38.8
ホームレジャー・ペット	36.5	36.2
ハウスキーピング	31.9	32.4
ホームファニシング	42.5	42.0
ホームエレクトロニクス	34.5	35.1
そ の 他	32.9	34.5
合 計	35.4	35.6

※ (注) 1. 33.8%から34.7%への+0.9%については、23/2期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しているため前年に同会計基準を適用したものととして売上総利益率を算出したためであります。

DCMブランド売上高構成比の推移



環境に配慮した商品開発、節約商品の新規展開、
販促の強化によって売上高構成比は上昇



DCMブランドの売上高構成比アップ
(前年差+0.9ポイント)

- ・DCMブランド売上高 49,360百万円
(前期比 100.3%)
- ・DCMブランドアイテム数 31,800 S K U
(前年差 +2,100 S K U)

(単位：%)

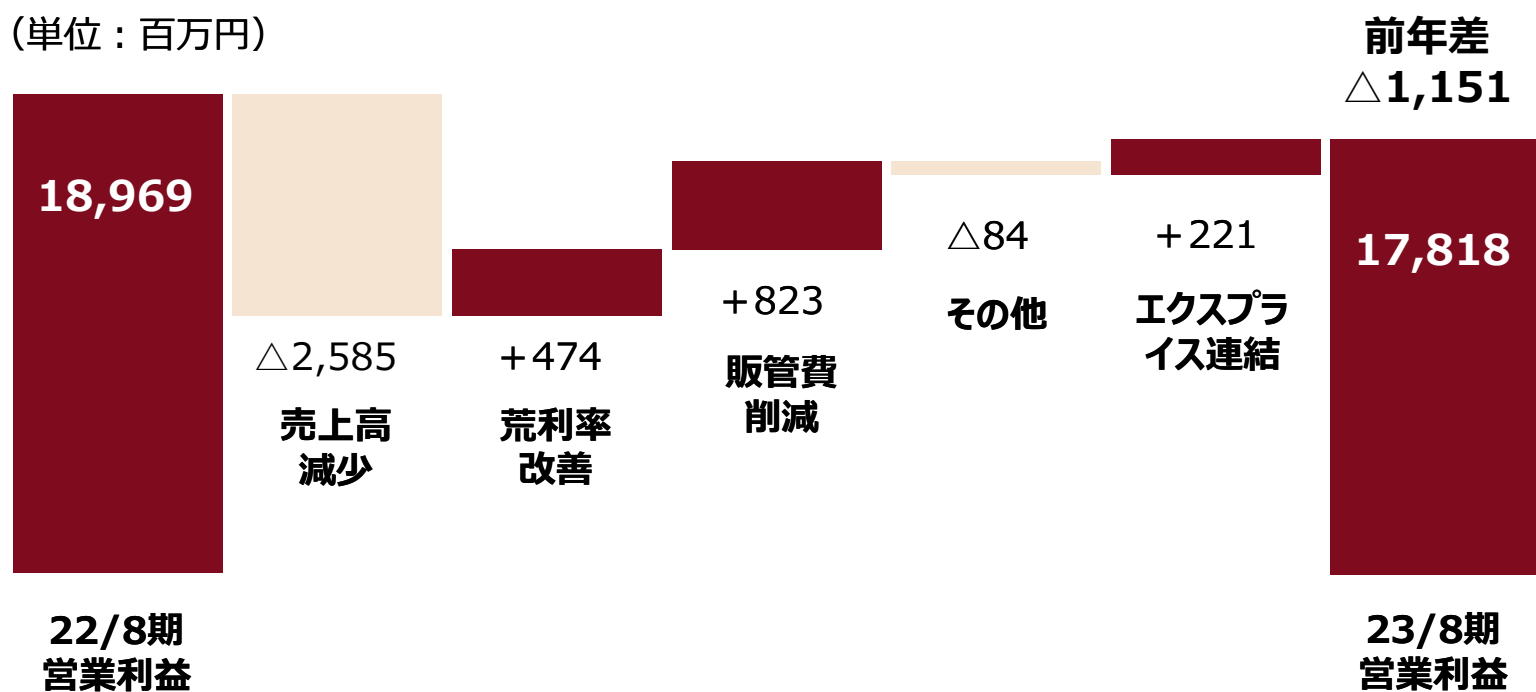
	DCMブランド売上高構成比		
	前々期 21/8期	前期 22/8期	当期 23/8期
園 芸	28.0	28.3	28.9
ホームインプルーブメント	18.4	19.7	21.0
ホームレジャー・ペット	29.0	29.4	29.6
ハウスキーピング	23.2	24.8	26.0
ホームファニッシング	65.8	66.5	68.2
ホームエレクトロニクス	4.7	5.1	5.8
合 計	24.7	25.4	26.3

※ 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

売上高減少を荒利益率改善、経費削減でカバーできず減益
エクспライスについては、着実な回復傾向へ

(単位：百万円)



連結貸借対照表



(単位：百万円)

	2023年2月期	2023年8月期	増減	増減要因
流動資産	214,390	256,297	+41,906	現預金+44,140百万円
売掛金	18,109	22,608	+4,498	季節的要因による増加
商品	121,941	122,527	+585	季節的要因および商品原価高騰による増加
固定資産	301,564	300,554	△1,009	
有形固定資産	195,687	196,878	+1,191	
無形固定資産	33,650	32,668	△981	
投資その他の資産	72,226	71,007	△1,219	
資産合計	515,955	556,851	+40,896	
流動負債	102,828	90,667	△12,160	
支払手形及び買掛金	47,391	51,514	+4,123	季節的要因による増加
短期借入金	10,000	—	△10,000	
1年内返済長期借入金	16,474	13,619	△2,855	
固定負債	169,773	221,813	+52,040	
長期借入金	137,104	187,565	+50,460	新規借入 54,000百万円
リース債務	12,953	14,223	+1,269	
負債合計	272,601	312,481	+39,880	
純資産合計	243,353	244,370	+1,016	
負債純資産合計	515,955	556,851	+40,896	

設備投資及び減価償却費

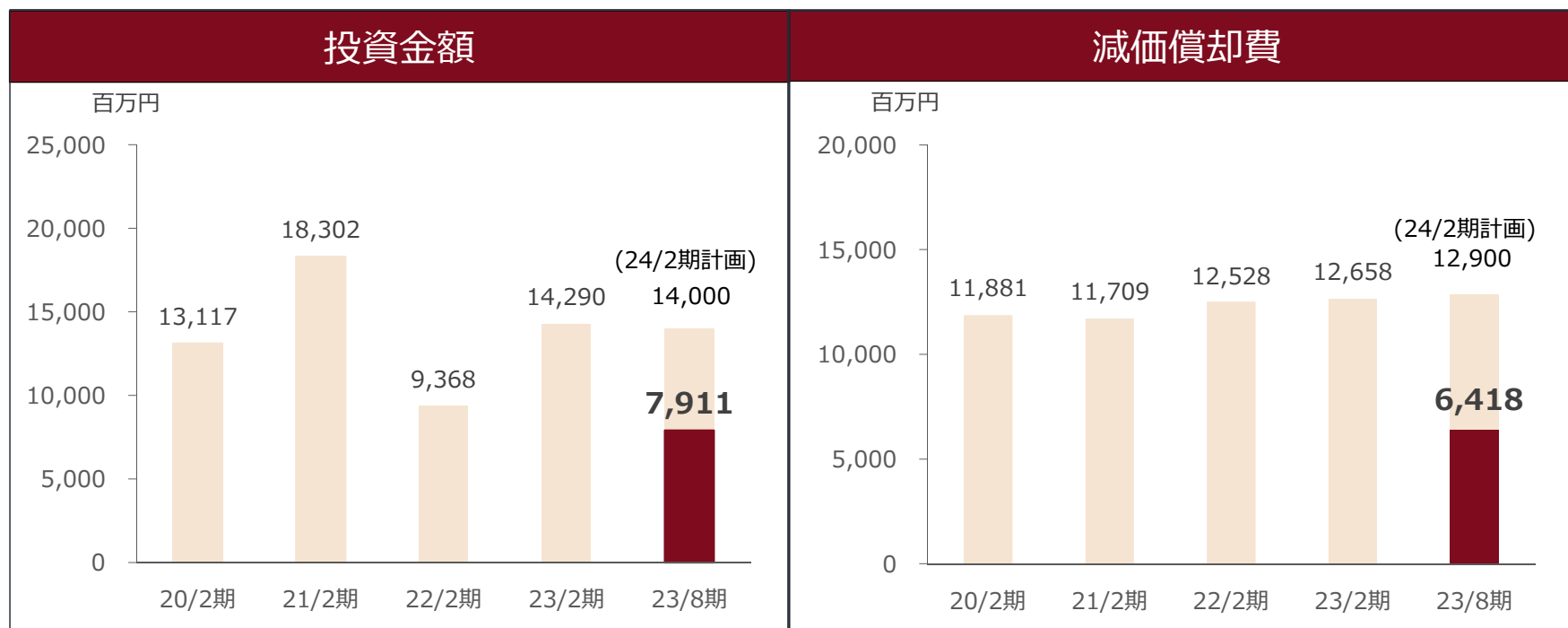


2023年3月1日～2023年8月31日

(単位：百万円)

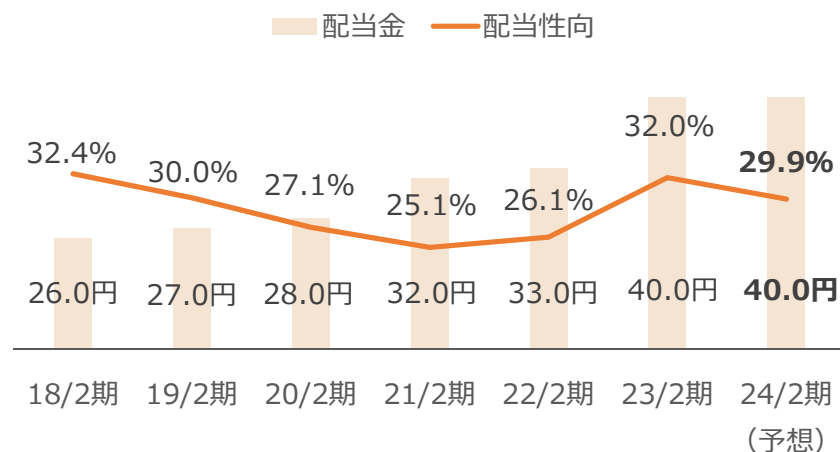
投資金額	減価償却費
7,911	6,418

- ※ 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

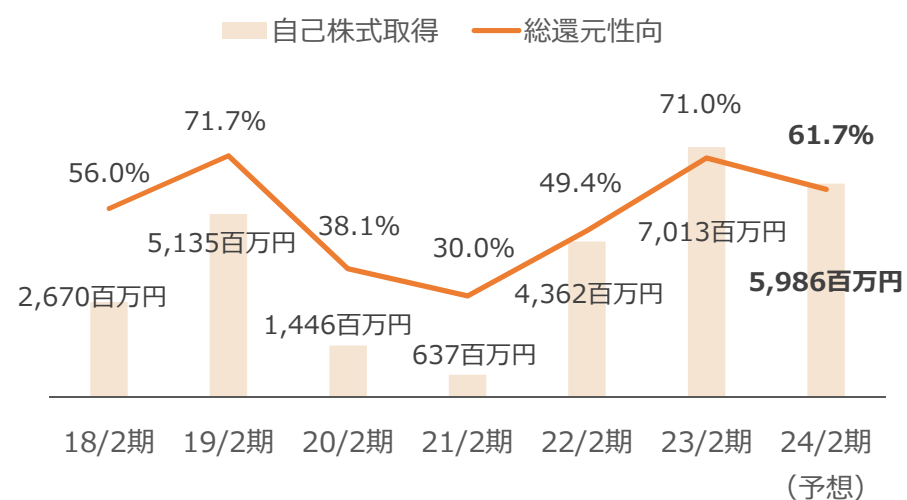
- 利益成長にあわせた配当
- 22/2期は期末配当 1 円増配
- 23/2期は中間配当 4 円増配
期末配当 3 円増配



自己株式取得

- 継続的に取得を検討
- 24/2月期は4,530千株
5,986百万円取得

※ 24/2期（予想）については、2023年8月までの取得を記載しております。



2024年2月期 業績予想

(2023年3月1日～2024年2月29日)

(当初公表の業績予想からの修正の有無：無)

2024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	4	4	0	0	4	4
ホダカ	2	0	6	0	8	0
DCMニコット	1	2	1	0	2	2
計	7	6	7	0	14	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
△1.7%	△1.7%	△1.7%

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
14,000	12,900

※ 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

2024年2月期 連結業績予想（通期）



2023年3月1日～2024年2月29日

（単位：百万円、％）

	2023年2月期 実績		2024年2月期 予想		前期比
	金額	売上比	金額	売上比	
売上高	469,782	100.0	487,000	100.0	103.7
売上総利益	156,279	33.3	160,800	33.0	102.9
営業収入	7,039	1.5	7,000	1.4	99.4
営業総利益	163,318	34.8	167,800	34.5	102.7
販管費	133,250	28.4	136,800	28.1	102.7
営業利益	30,068	6.4	31,000	6.4	103.1
経常利益	29,555	6.3	30,600	6.3	103.5
親会社株主に帰属する当期純利益	18,135	3.9	18,700	3.8	103.1

- 1株当たり当期純利益 133円58銭
- 1株当たり配当予想 40円（中間20円、期末20円）
- エクспライズ(株)については、2023年2月期は10カ月決算、2024年2月期は12カ月決算

2024年2月期 連結業績予想（半期）

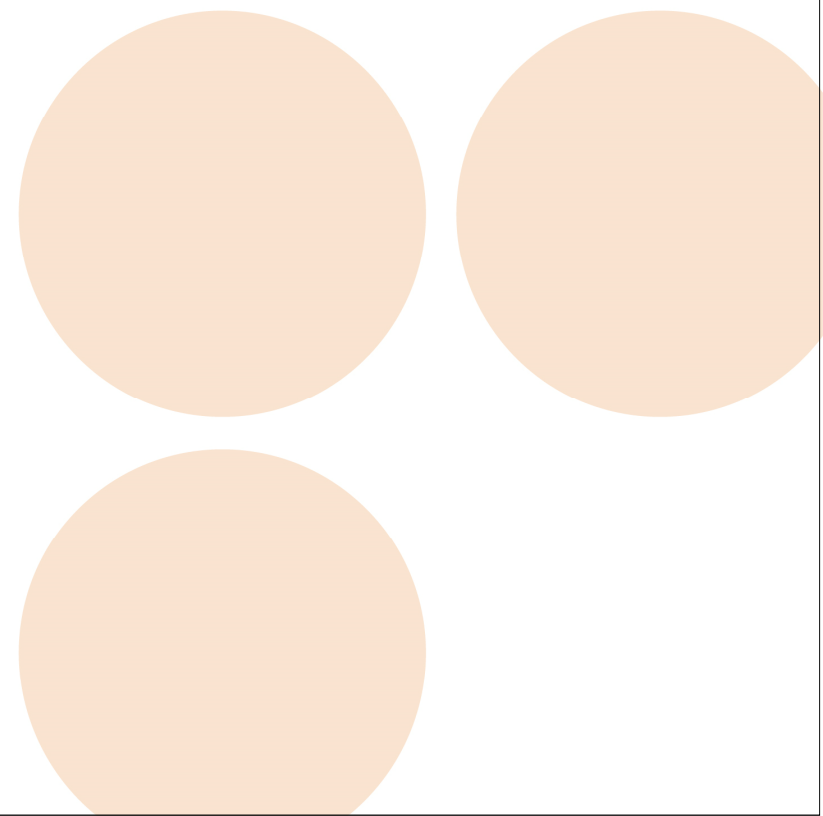


2023年3月1日～2024年2月29日

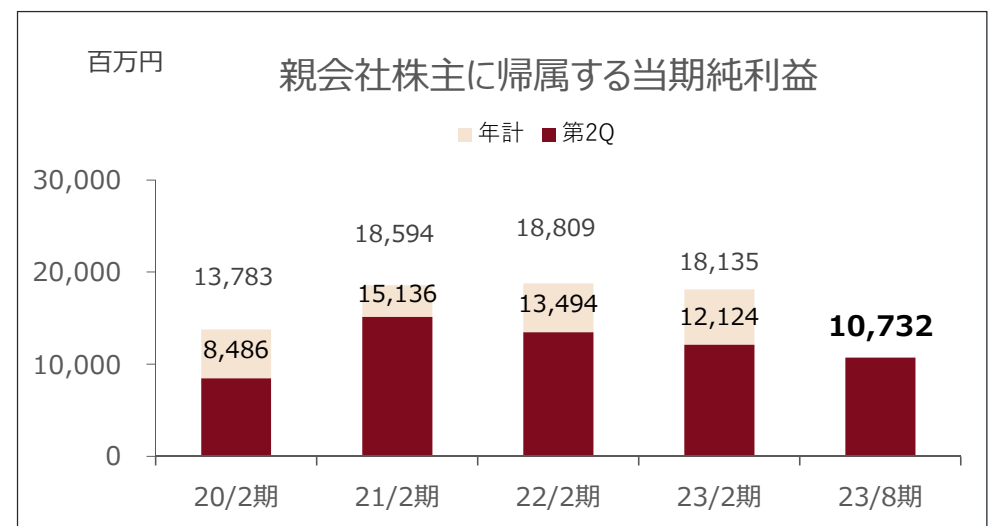
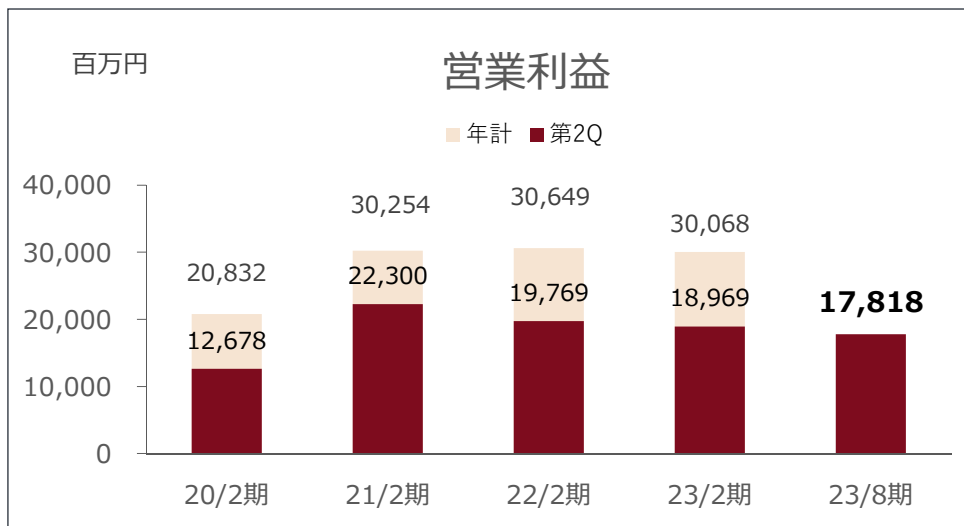
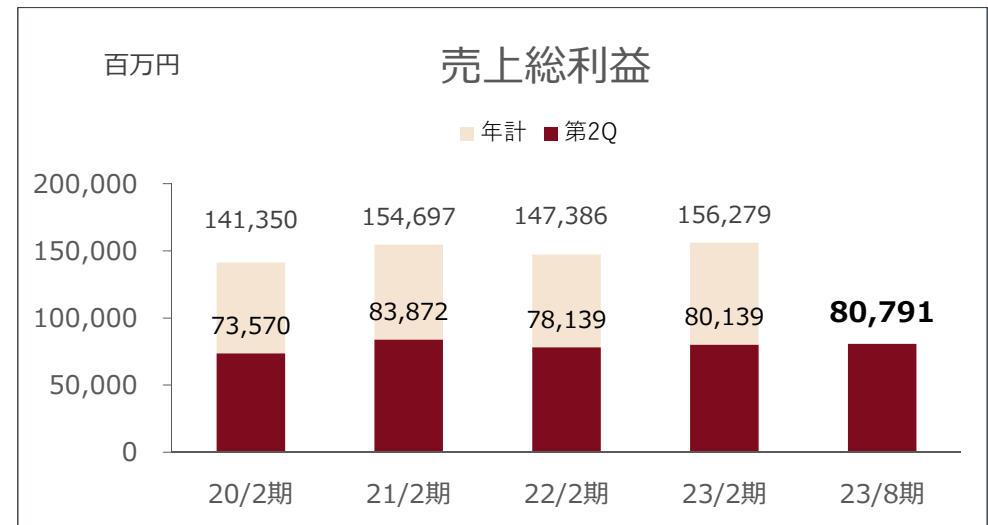
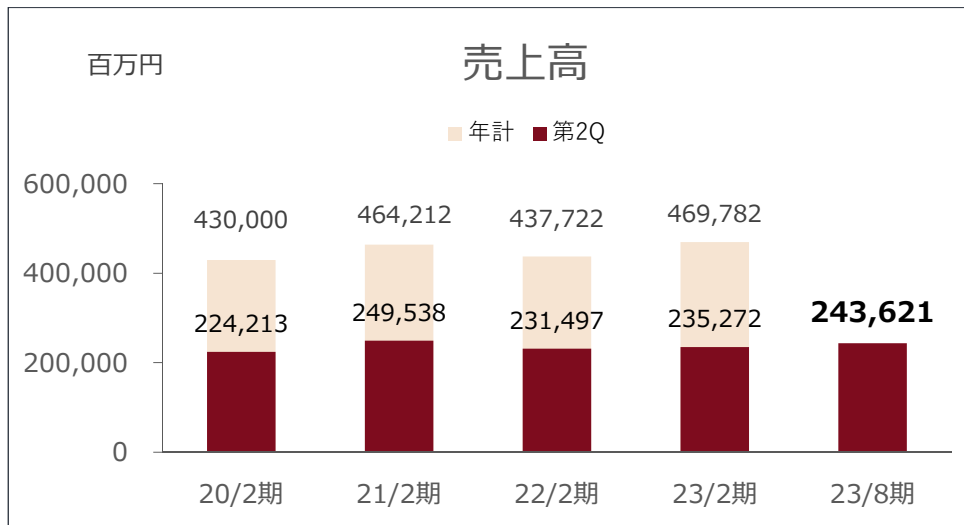
(単位：百万円、%)

	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	254,000	100.0	108.0	233,000	100.0	99.4
売上総利益	84,450	33.2	105.4	76,350	32.8	100.3
営業収入	3,500	1.4	98.3	3,500	1.5	100.6
営業総利益	87,950	34.6	105.1	79,850	34.3	100.3
販管費	68,550	27.0	105.9	68,250	29.3	99.6
営業利益	19,400	7.6	102.3	11,600	5.0	104.5
経常利益	19,600	7.7	102.3	11,000	4.7	105.9
親会社株主に帰属する当期純利益	12,300	4.8	101.4	6,400	2.7	106.5

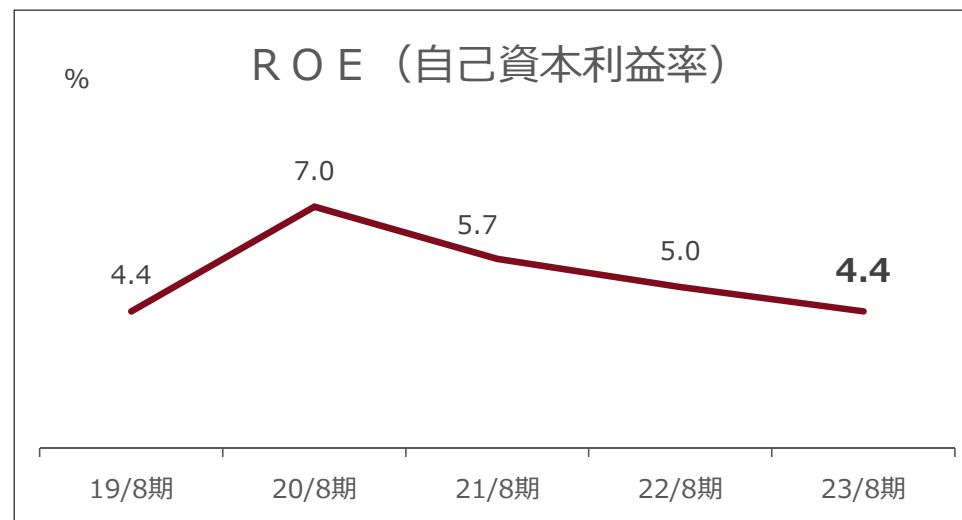
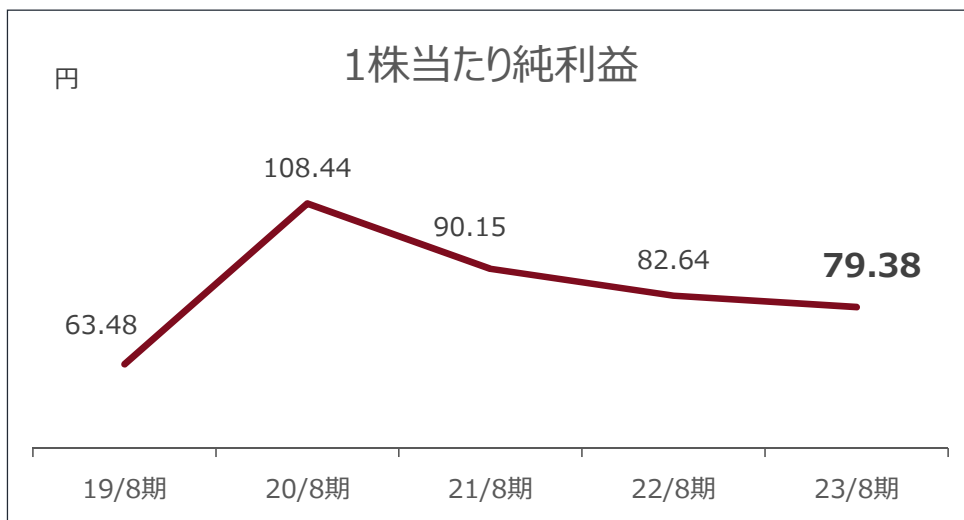
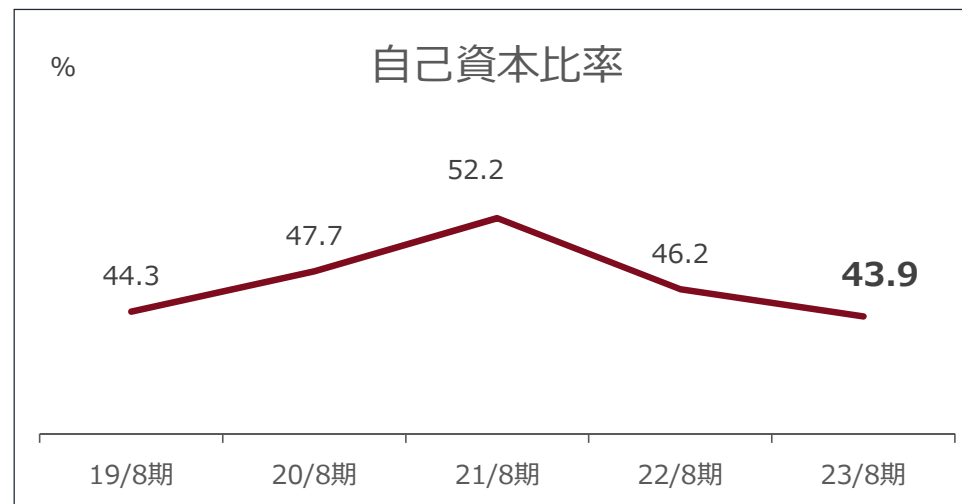
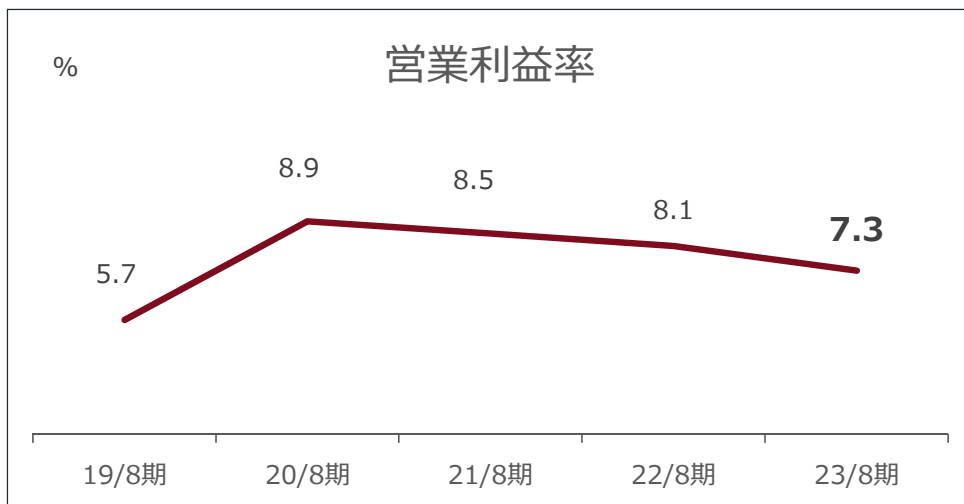
参考資料



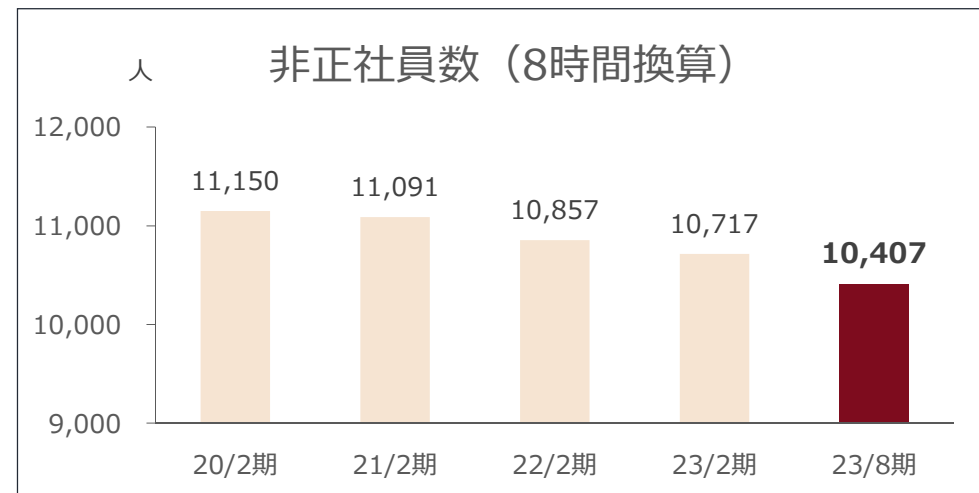
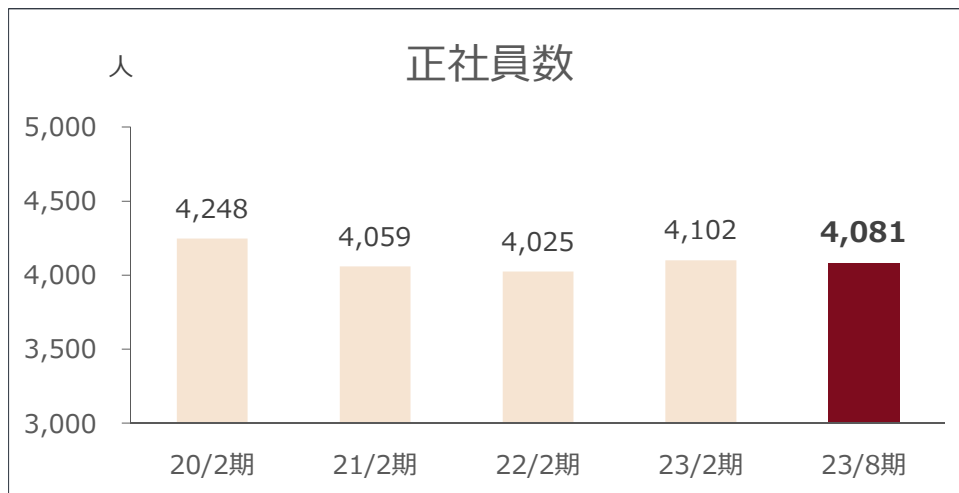
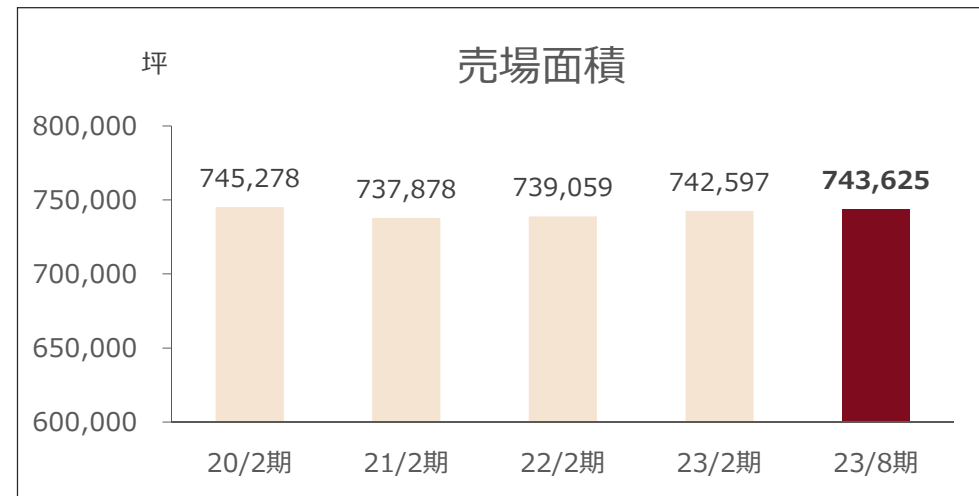
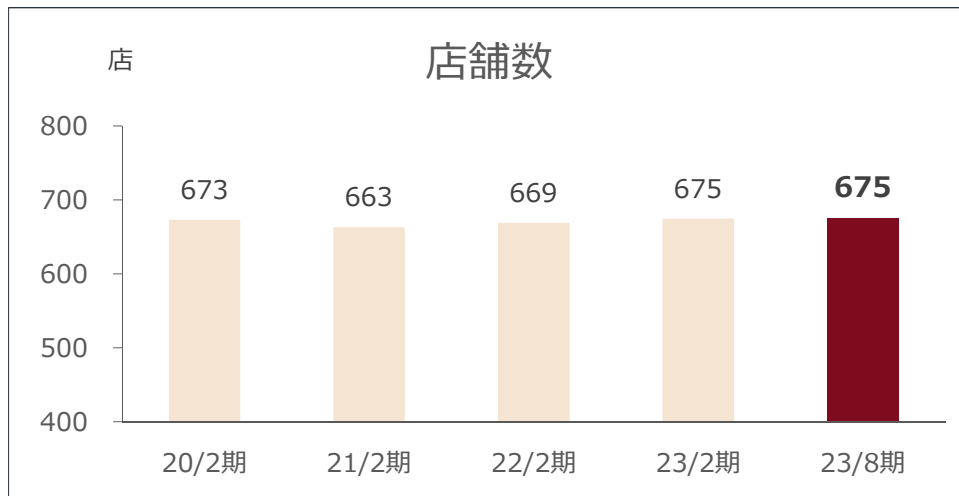
業績推移



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。
- 23/2期 エクスプライズを連結したことにより、正社員数が増加しております。

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	3	春日井高森台店	愛知県	2023年3月	1,147	
		宮古店	岩手県	2023年4月	712	
		寿店	北海道	2023年5月	2,154	
ホダカ	2	高知店	高知県	2023年4月	255	
		松山天山店	愛媛県	2023年5月	296	
DCMニコット	1	豊富店	北海道	2023年4月	296	
合計	6				4,860	

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	4	砂川北店	北海道	2023年4月	749	
		弥生店	北海道	2023年5月	1,150	
		アットホーム安城東栄店	愛知県	2023年7月	302	
		静内店	北海道	2023年8月	1,068	
DCMニコット	2	豊富店	北海道	2023年3月	302	
		久慈山形店	岩手県	2023年5月	262	
合計	6				3,832	

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