



2026年2月期 第3四半期 決算補足説明資料

(2025年3月1日～2025年11月30日)

2025年12月26日
DCMホールディングス株式会社

2026年2月期 第3四半期ハイライト

DCMホールディングス株式会社

売上高 **3,985 億円** ~前期比 97.1% (計画比 95.3%)

・既存店売上高 前年同期比 Δ 4.1%

売上総利益 **1,377 億円** ~前期比 98.4% (計画比 95.4%)

・売上総利益率 前年同期比 +0.5%、HC事業売上総利益率36.8% (前年同期比 +0.5%)

営業利益 **267 億円** ~前期比 96.1% (計画比 91.0%)

・販管費 前年同期比 Δ 0.8%、計画比 Δ 3.3%、1人あたりの賃金が上昇するも業務効率化を推進

経常利益 **254 億円** ~前期比 98.4% (計画比 89.9%)

・支払利息、支払手数料 Δ 739百万円

親会社株主に帰属する

四半期純利益 **153 億円** ~前期比 100.0% (計画比 91.9%)

2026年2月期 第3四半期業績

DCMホールディングス株式会社

売上総利益率改善、経費削減は計画的に進捗 売上高の減少をカバーできずに減益

(単位：百万円、%)

	2024年11月期		2025年11月期			
	金額	売上比	金額	売上比	増減	前期比
売上高	410,606	100.0	398,552	100.0	△12,053	97.1
売上総利益	139,964	34.1	137,724	34.6	△2,239	98.4
営業収入	6,316	1.5	6,481	1.6	+165	102.6
営業総利益	146,280	35.6	144,205	36.2	△2,074	98.6
販管費	118,424	28.8	117,444	29.5	△979	99.2
営業利益	27,855	6.8	26,760	6.7	△1,094	96.1
経常利益	25,844	6.3	25,436	6.4	△408	98.4
親会社株主に帰属する 四半期純利益	15,346	3.7	15,341	3.8	△5	100.0

第2四半期は各種対策により増益を達成
第3四半期は荒利率改善するも売上減少により減益

（単位：百万円、％）

	Q1（3月～5月）			Q2（6月～8月）			Q3（9月～11月）		
	当期	売上比	前期比	当期	売上比	前期比	当期	売上比	前期比
売上高	136,161	100.0	97.7	139,846	100.0	97.0	122,543	100.0	96.5
売上総利益	47,372	34.8	98.6	48,158	34.4	98.6	42,193	34.4	98.0
営業収入	2,165	1.6	104.4	2,155	1.5	101.7	2,160	1.8	101.7
営業総利益	49,538	36.4	98.8	50,315	36.0	98.7	44,353	36.2	98.2
販管費	39,852	29.3	99.9	39,155	28.0	97.6	38,436	31.4	100.1
営業利益	9,685	7.1	94.6	11,158	8.0	102.9	5,917	4.8	87.3
経常利益	9,155	6.7	98.4	10,773	7.7	104.7	5,506	4.5	88.2
親会社株主に帰属する 四半期純利益	5,881	4.3	103.4	6,254	4.5	103.9	3,205	2.6	88.1

空調服など猛暑対策用品は好調に推移 冬物商品は動きが鈍く、防災関連は需要の反動を受ける

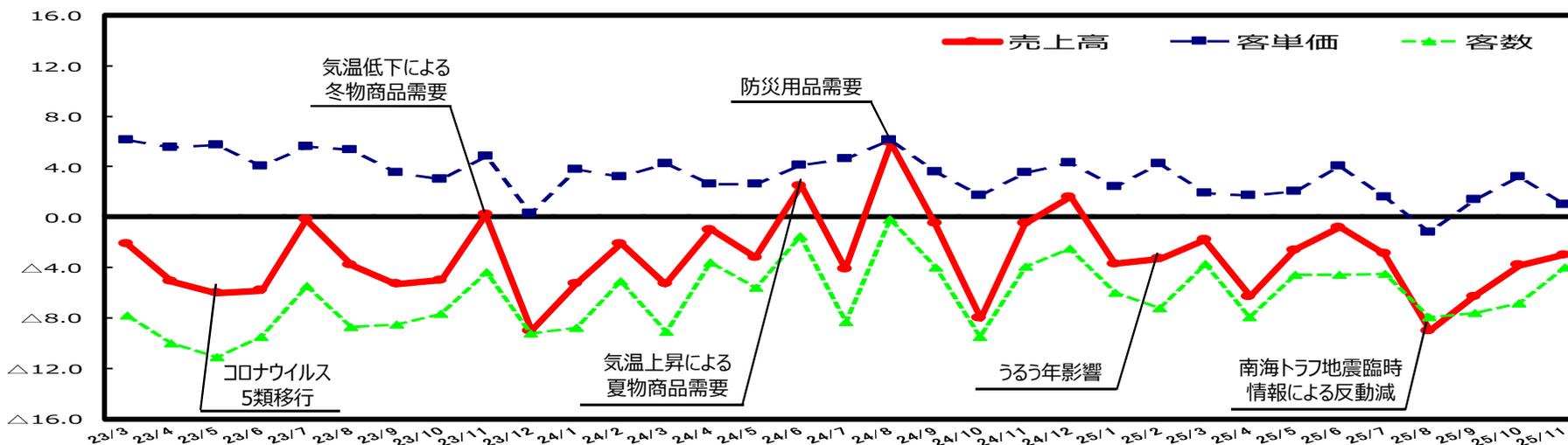
(単位：百万円、%)

	前期		当期			
	金額	構成比	金額	構成比	増減	前期比
園芸	64,969	15.8	62,520	15.7	△2,448	96.2
ホームインプルーブメント	81,516	19.9	79,623	20.0	△1,892	97.7
ホームレジャー・ペット	59,062	14.4	56,235	14.1	△2,827	95.2
ハウスキーピング	61,394	14.9	60,148	15.1	△1,246	98.0
ホームファニシング	45,106	11.0	42,843	10.8	△2,262	95.0
ホームエレクトロニクス	38,598	9.4	35,895	9.0	△2,702	93.0
その他	11,548	2.8	11,671	2.9	+123	101.1
商品供給高他	1,069	0.3	939	0.2	△130	87.8
ホームセンター事業計	363,265	88.5	349,878	87.8	△13,387	96.3
エクспライズ事業	47,150	11.5	48,478	12.2	+1,327	102.8
その他の事業	189	0.0	195	0.0	+6	103.2
合計	410,606	100.0	398,552	100.0	△12,053	97.1

※ 部門変更により、前期の金額を組み替えて表示しております。
(ダイニング・キッチン、バス・トイレタリーをハウスキーピングからホームファニシングへ部門変更)

原材料高や円安への対応によって客単価は上昇
 防災用品に加えて、防犯用品も需要の反動を受ける

	前期			当期		
	売上高	客数	客単価	売上高	客数	客単価
3月～11月累計	△1.6%	△5.1%	+3.6%	△4.1%	△5.7%	+1.7%
3月～5月	△3.0%	△5.9%	+3.0%	△3.7%	△5.5%	+1.9%
6月～8月	+1.2%	△3.4%	+4.8%	△4.3%	△5.6%	+1.5%
9月～11月	△3.1%	△5.9%	+3.0%	△4.3%	△6.1%	+1.9%

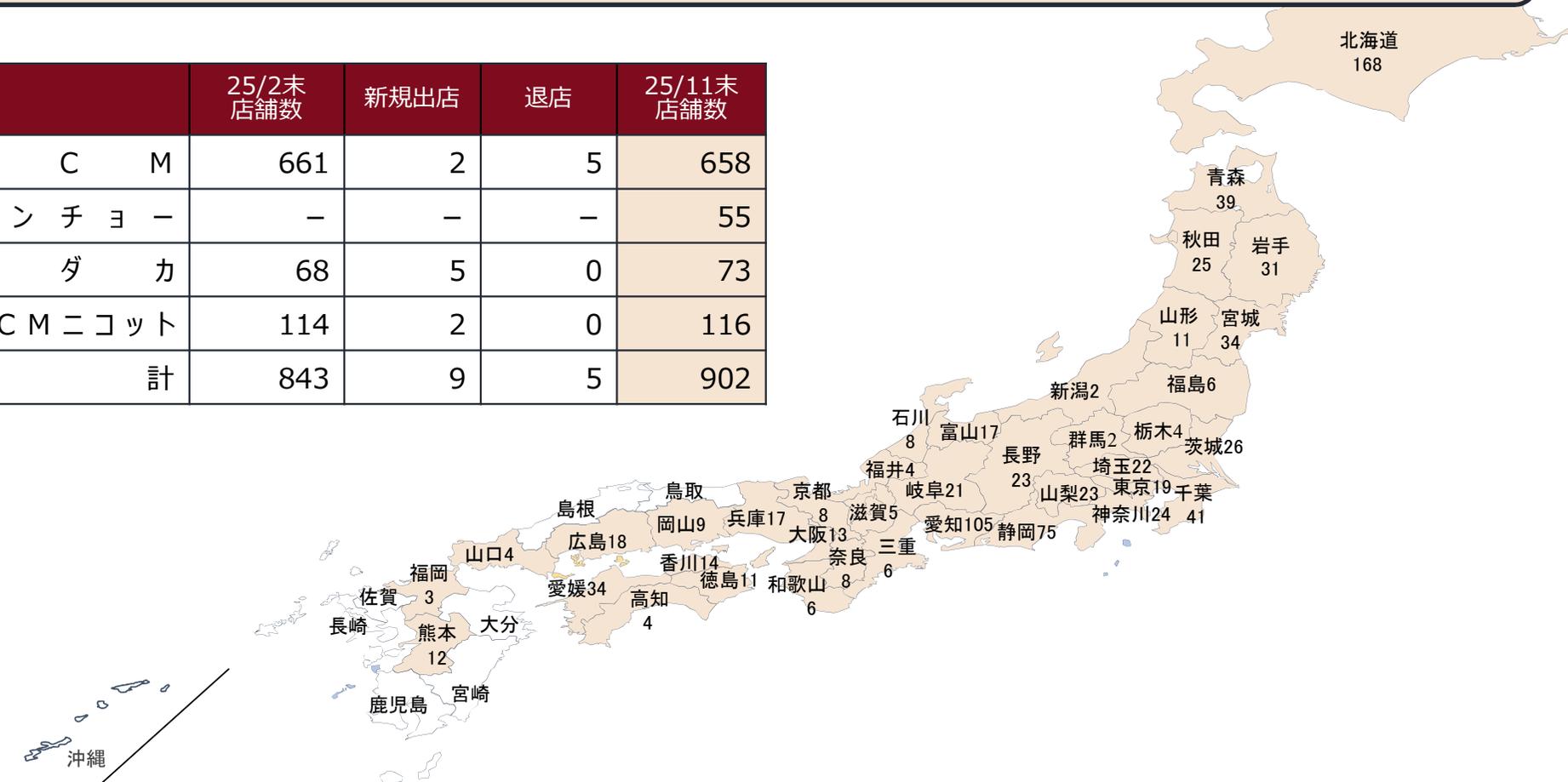


都道府県別出店状況



全国に902店舗展開
9月1日付にて(株)エンチャョーがDCMグループの仲間入り

			25/2末 店舗数	新規出店	退店	25/11末 店舗数
D	C	M	661	2	5	658
エンチャョー			-	-	-	55
ホダカ			68	5	0	73
DCMニコット			114	2	0	116
合計			843	9	5	902

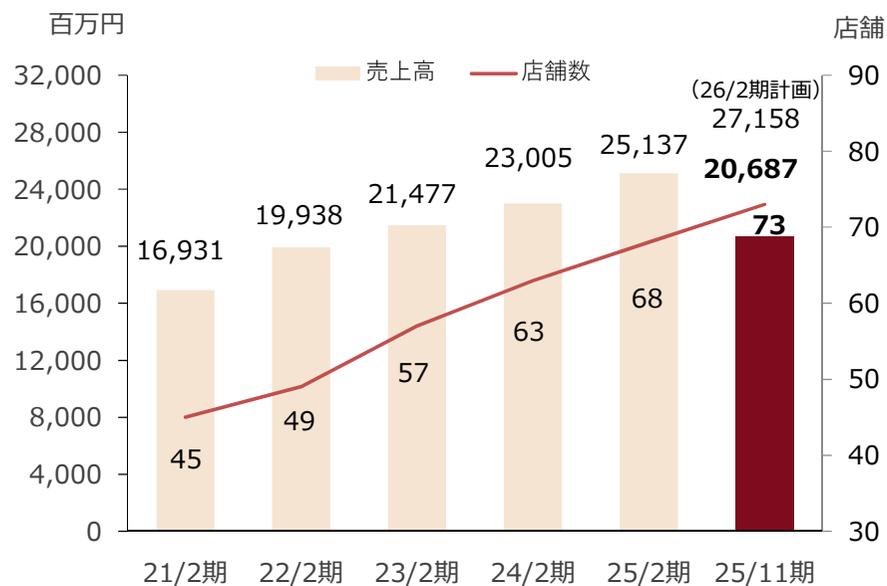


プロユースに特化した専門店として、積極的に店舗展開

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+2.8%



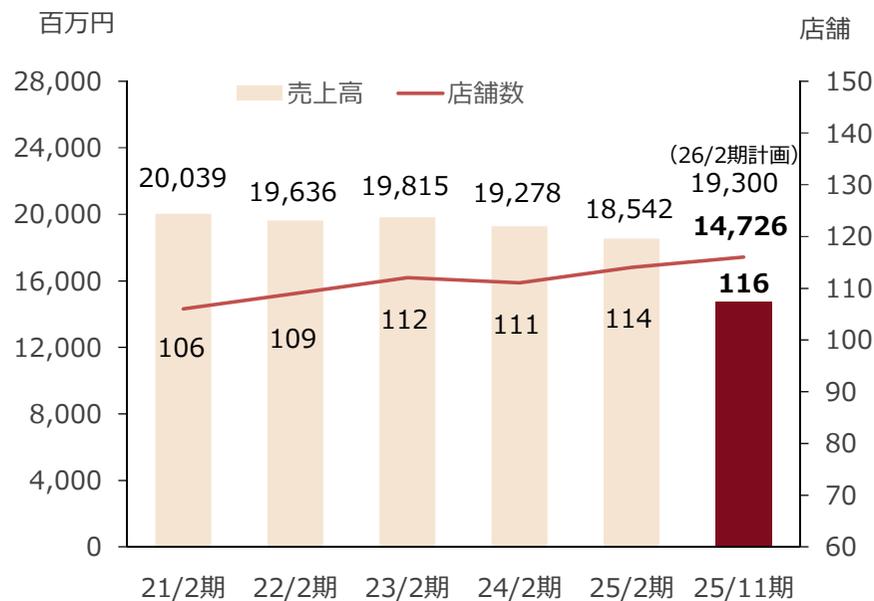
2025年11月期 73店舗（東海27、関東12、北海道10、北陸6、近畿5、東北5、四国4、中国2、九州2）
 全店売上高 20,687百万円（前期比+7.5%） 営業利益 前期比+2.5%

地域密着型の小型店として、
DCMのリソースを活用した店舗改装により、収益力強化を図る

DCMニコット 小商圈型ホームコンビニ



既存店前期比+0.6%

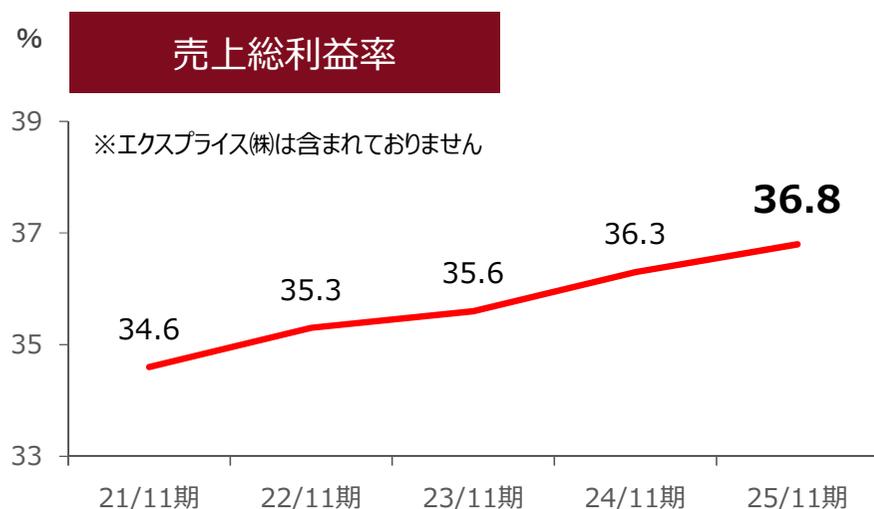


2025年11月期 116店舗（北海道73、東北39、関東4）
全店売上高 14,726百万円（前期比+2.0%） 営業利益 前期比+35.1%

売上総利益率の推移

**円安、原材料高、物流費高騰が続く中、
プライベートブランド販売強化により売上総利益率改善**

(単位：%)



値入率 +1.3ポイント 改善

	部門別売上総利益率	
	前期 24/11期	当期 25/11期
園芸	36.4	37.6
ホームインプルーブメント	39.3	39.4
ホームレジャー・ペット	36.3	36.9
ハウスキーピング	26.7	26.9
ホームファニシング	44.5	45.9
ホームエレクトロニクス	36.3	36.7
その他	33.2	35.3
合計	36.3	36.8

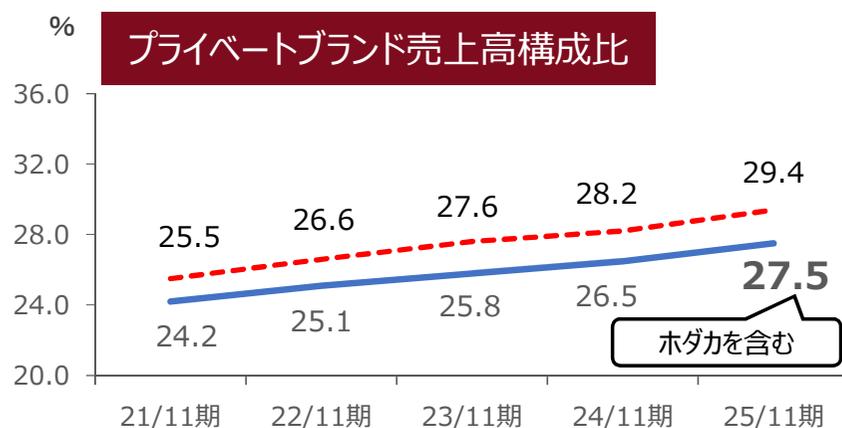
※ 部門変更により、前期の数値を組み替えて表示しております。(ダイニング・キッチン、バス・トイレタリーをハウスキーピングからホームファニシングへ部門変更)

プライベート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 エクスプライスPB商品（MAXZEN）の販売強化

(単位：%)



プライベートブランドの売上高構成比
(前年差+1.0ポイント)

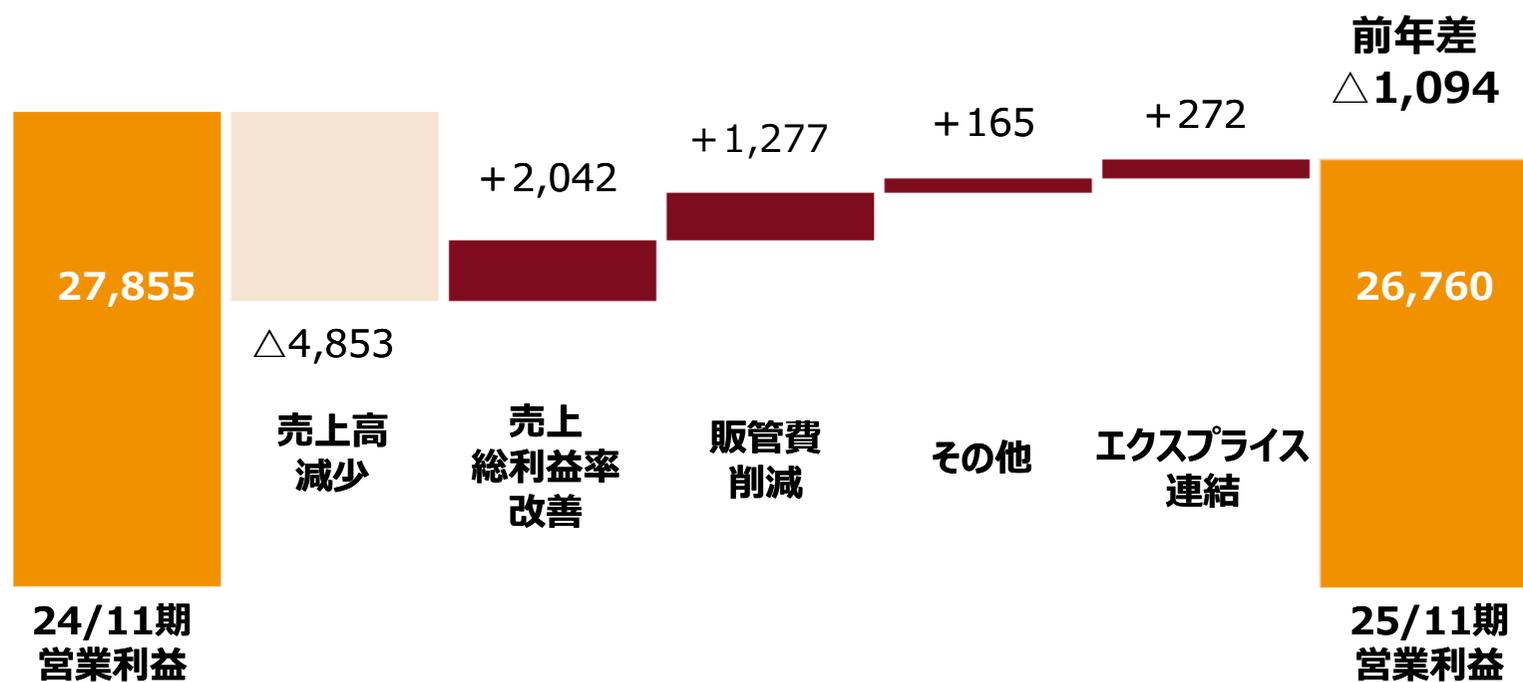
	プライベートブランド売上高構成比	
	前期 24/11期	当期 25/11期
園芸	29.4	31.5
ホームインプルーブメント	22.7	22.7
ホームレジャー・ペット	28.7	29.9
ハウスキーピング	15.9	16.2
ホームファニッシング	55.2	55.5
ホームエレクトロニクス	8.4	11.5
合計	26.5	27.5

※ エクスプライスのPB商品、MAXZEN（マクスゼン）の売上も含む

※ 部門変更により、前期の数値を組み替えて表示しております。(ダイニング・キッチン、バス・トイレタリーをハウスキーピングからホームファニッシングへ部門変更)

売上総利益率改善、販管費削減、
 エクспライズ収益改善も、売上高減少により減益

(単位：百万円)



連結貸借対照表



(単位：百万円)

	2025年2月期	2025年11月期	増減	増減要因
流動資産	292,374	291,845	△528	現預金△22,236百万円
売掛金	10,455	16,800	+6,344	季節的要因による増加
商品	153,416	168,694	+15,278	エンチョー連結と季節的要因による増加
固定資産	355,562	412,640	+57,078	
有形固定資産	221,239	237,927	+16,687	
無形固定資産	55,103	57,468	+2,364	エンチョーのれん 3,463百万円
投資その他の資産	79,219	117,244	+38,025	
資産合計	647,936	704,486	+56,549	エンチョー連結による増加 25,844百万円
流動負債	127,710	126,099	△1,610	
支払手形及び買掛金	44,214	68,026	+23,812	エンチョー連結と月末日が金融機関休日による未決済分の増加
短期借入金	—	7,805	+7,805	エンチョー連結による増加
1年内返済長期借入金	52,444	18,574	△33,870	長期借入金返済
固定負債	255,927	269,656	+13,729	
社債	35,000	35,000	—	
長期借入金	188,796	190,079	+1,283	
負債合計	383,637	395,756	+12,118	
純資産合計	264,299	308,729	+44,430	
負債純資産合計	647,936	704,486	+56,549	エンチョー連結による増加 25,844百万円

※ 25/11期より、(株)エンチョーの貸借対照表を連結の範囲に含めております。

設備投資及び減価償却費

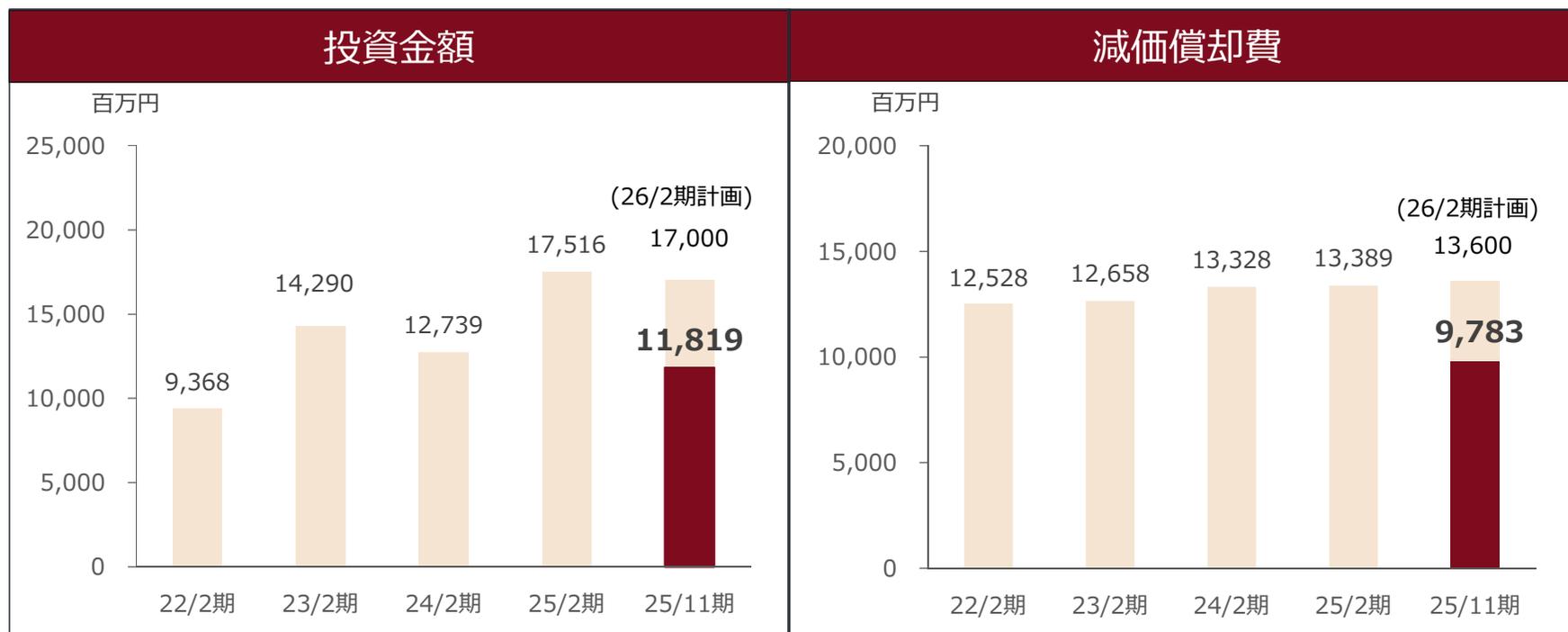


2025年3月1日～2025年11月30日

(単位：百万円)

投資金額	減価償却費
11,819	9,783

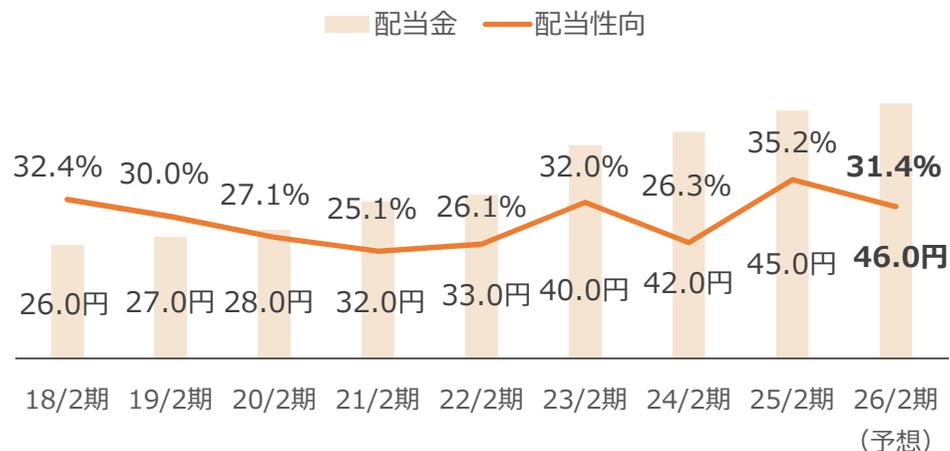
- ※ 投資金額は有形固定資産、ソフトウェア、敷金及び保証金
- ※ 減価償却費にはソフトウェア等の無形固定資産、長期前払費用等の償却費を含む



配当政策

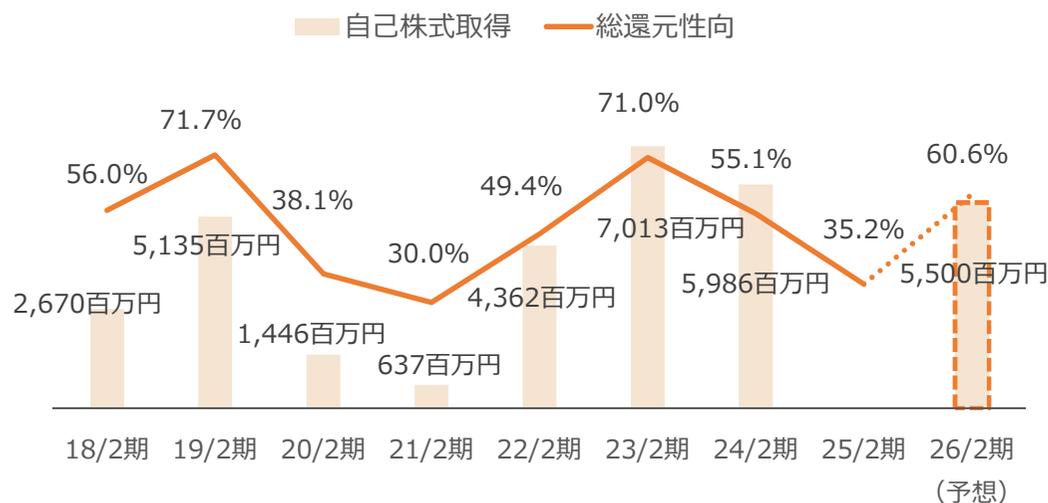
- 利益成長にあわせた配当
- 25/2期 期末配当1円増配
- **26/2期（予想）年間配当46円**

※ BIP・ESOPを除いた配当性向
25/2期 36.4%、26/2期（予想）32.6%



自己株式取得

- 継続的に取得を検討
- 発行済株式総数の5%程度を目安として保有、超過分は消却
- **2025年12月29日～
5,500百万円取得開始予定**



2026年2月期 業績予想

(2025年3月1日～2026年2月28日)

(当初公表の業績予想からの修正の有無：無)

※(株)エンチャーを株式交換により完全子会社化したことによる2026年2月期連結業績への影響については、軽微なものとなる見込みです。
今後、連結業績予想の修正が必要となった場合は、速やかに開示いたします。

DCMホールディングス株式会社

2026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	2	5	0	2	2	7
ホダカ	4	0	1	0	5	0
DCMニコット	1	0	1	0	2	0
計	7	5	2	2	9	7

※ 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
△4.0%	+0.4%	△1.8%

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
17,000	13,600

※ 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等の無形固定資産、長期前払費用等の償却費を含む

2026年2月期 連結業績予想（通期）



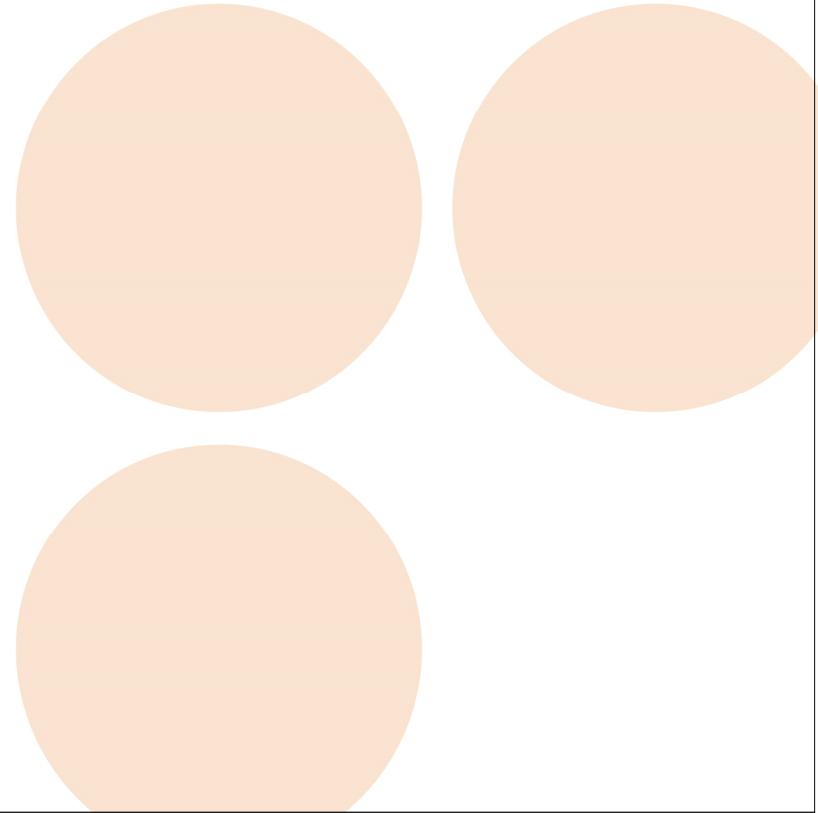
2025年3月1日～2026年2月28日

(単位：百万円、%)

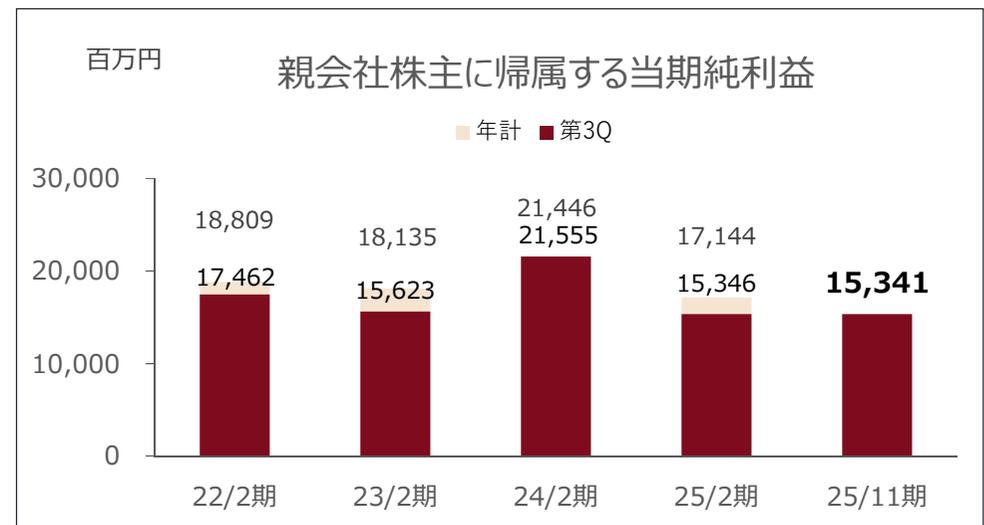
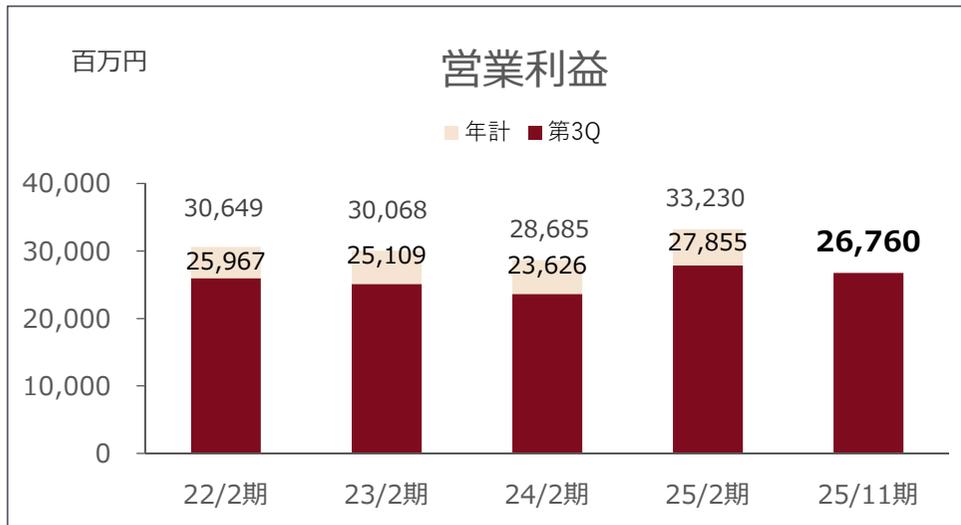
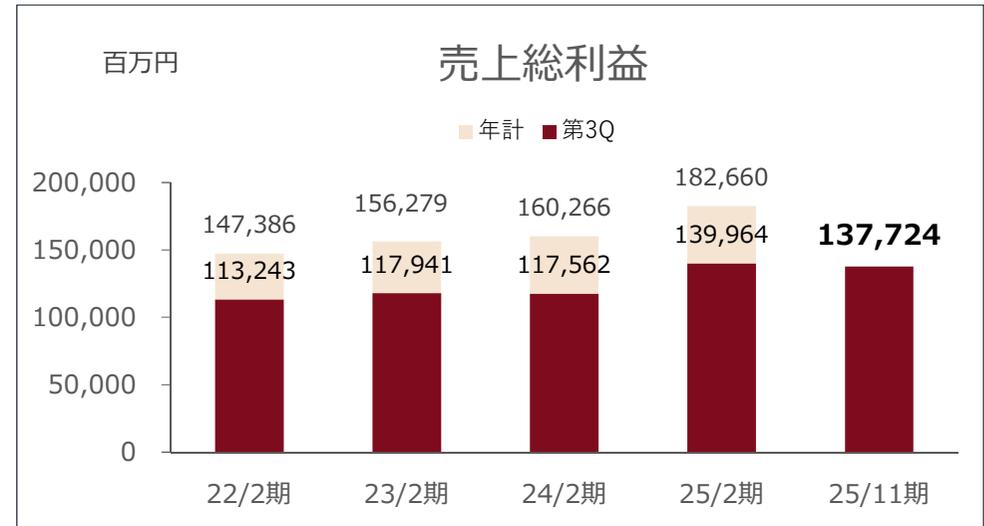
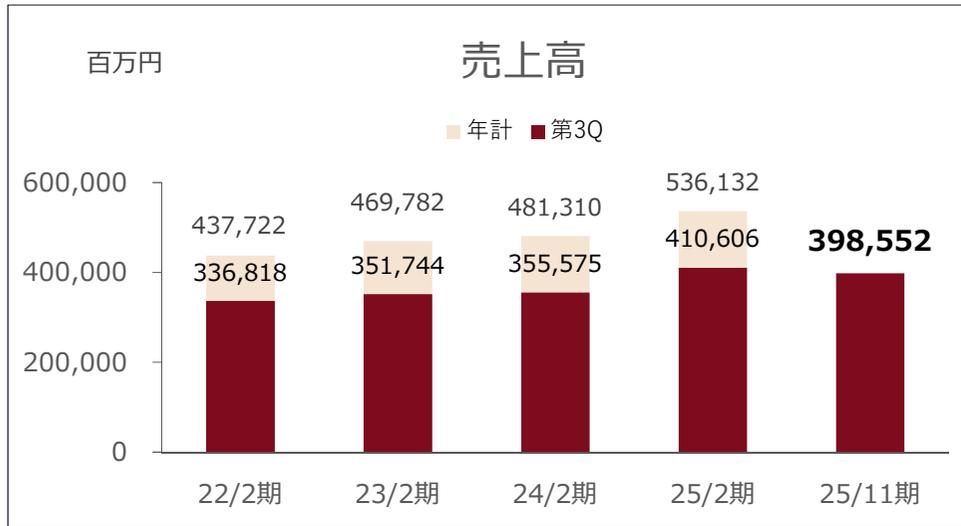
	2025年2月期 実績		2026年2月期 予想		前期比
	金額	売上比	金額	売上比	
売上高	536,132	100.0	545,000	100.0	101.7
売上総利益	182,660	34.1	188,000	34.5	102.9
営業収入	8,470	1.6	8,600	1.6	101.5
営業総利益	191,130	35.6	196,600	36.1	102.9
販管費	157,899	29.5	161,600	29.7	102.3
営業利益	33,230	6.2	35,000	6.4	105.3
経常利益	30,997	5.8	33,600	6.2	108.4
親会社株主に帰属する当期純利益	17,144	3.2	19,600	3.6	114.3

- 1株当たり当期純利益 146円 29銭
- 1株当たり配当予想 46円（中間23円、期末23円）

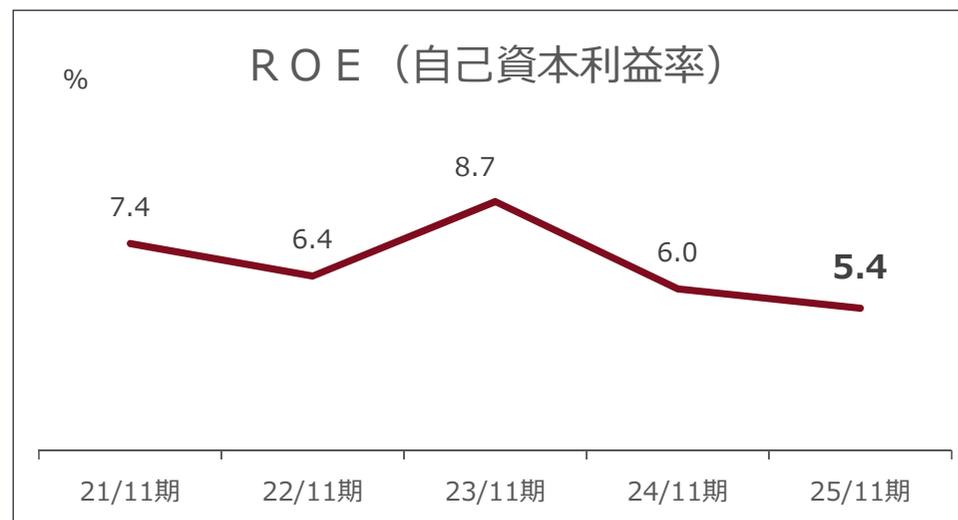
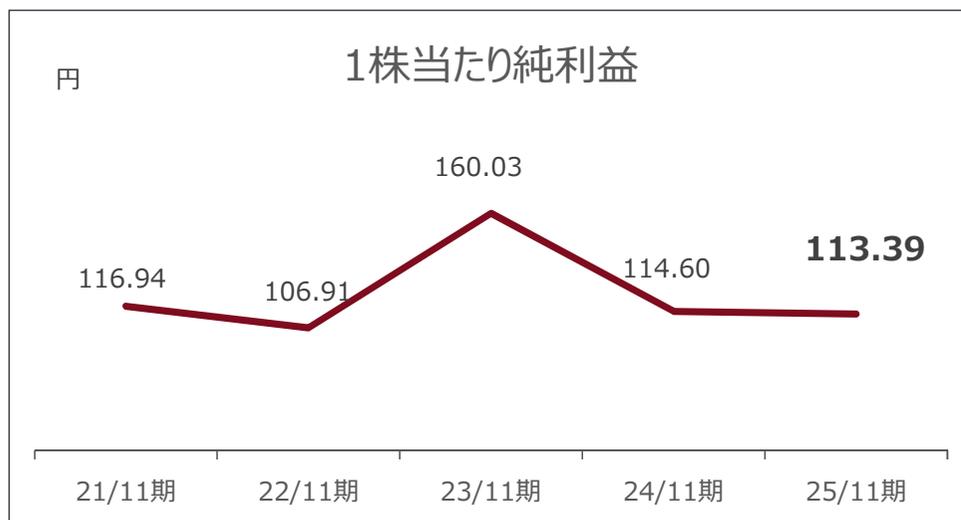
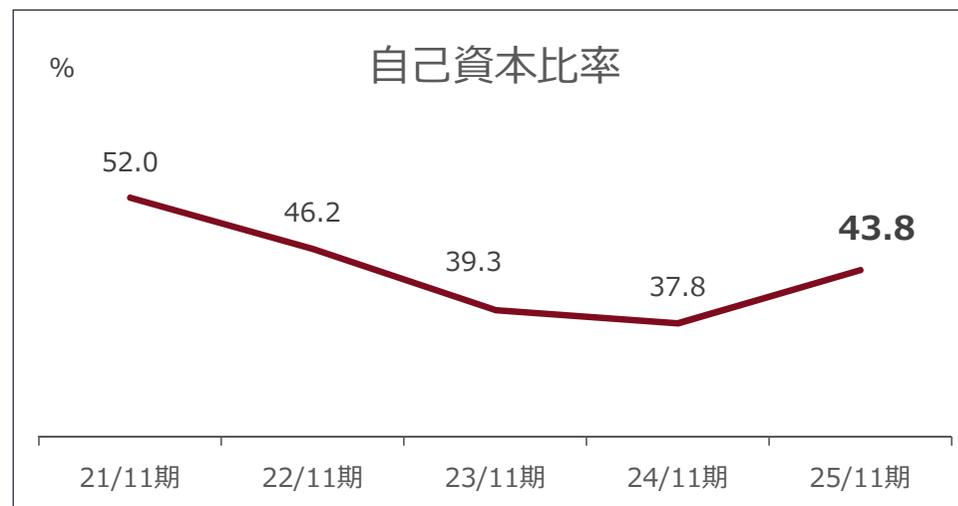
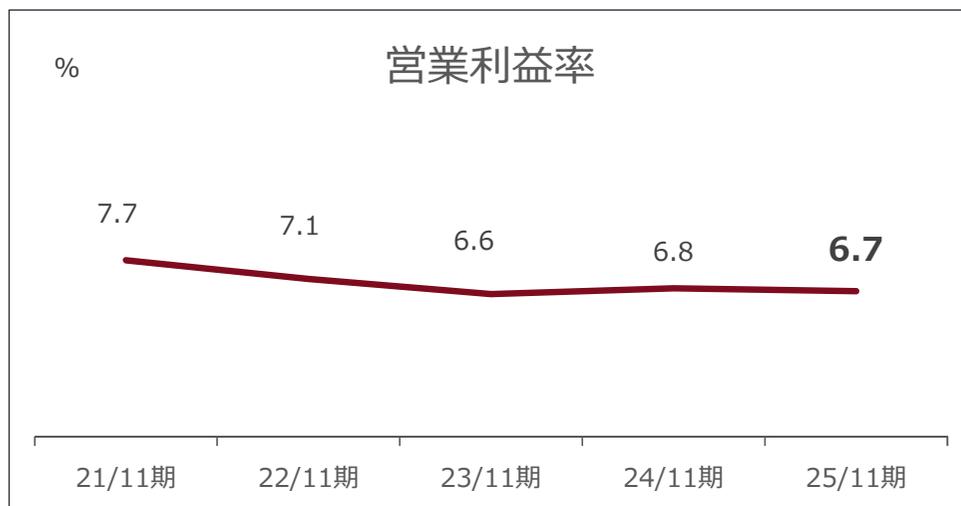
参考資料



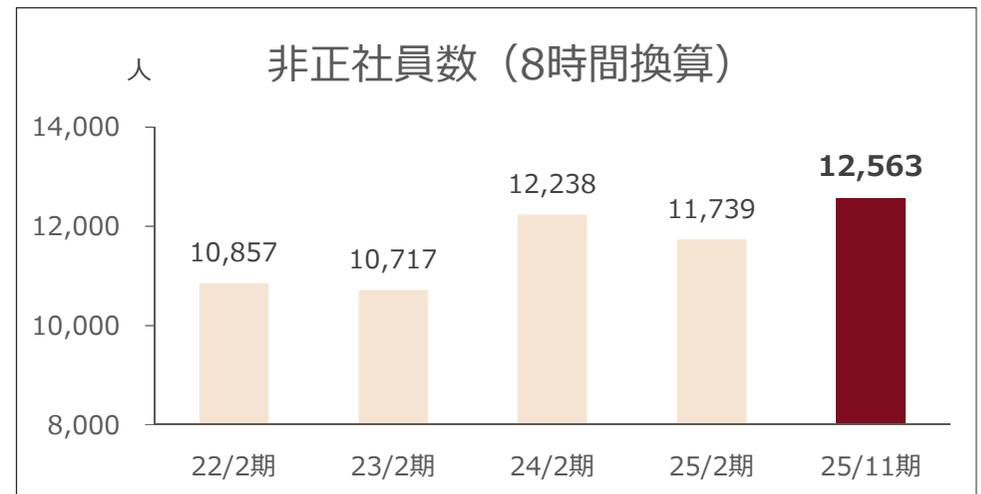
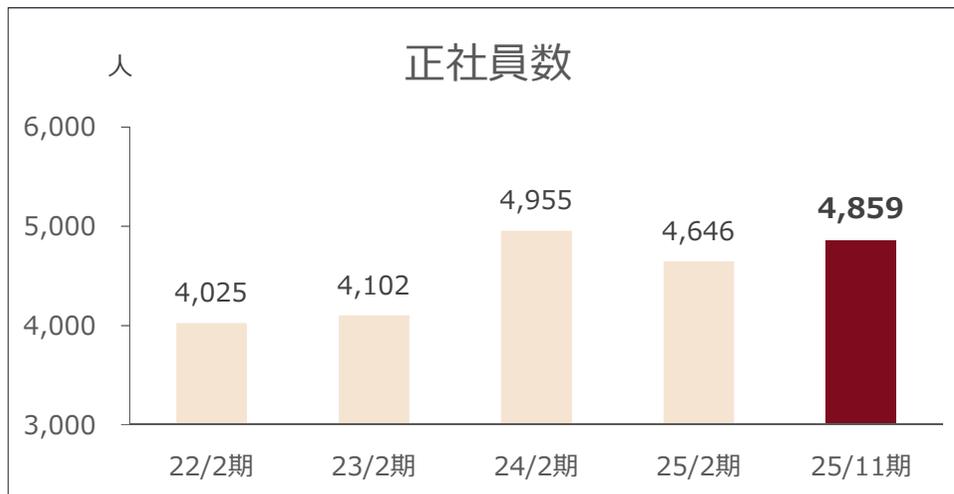
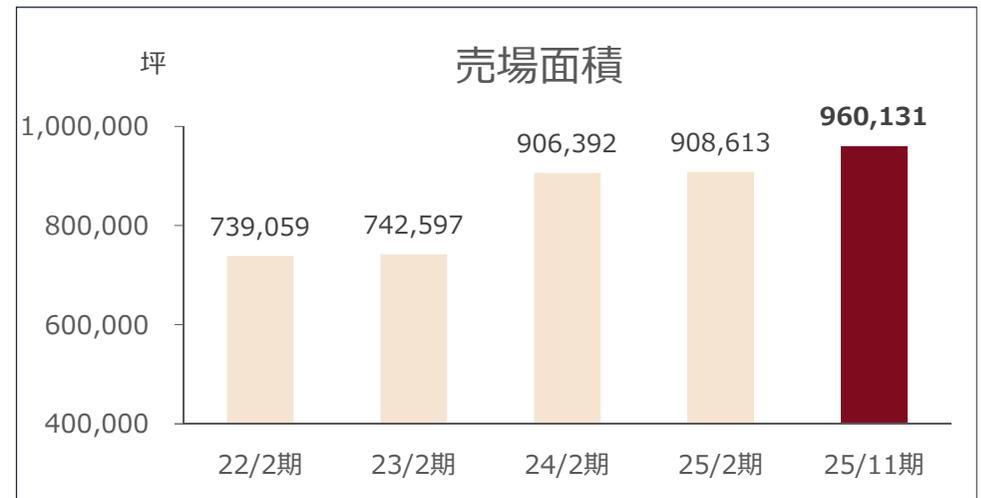
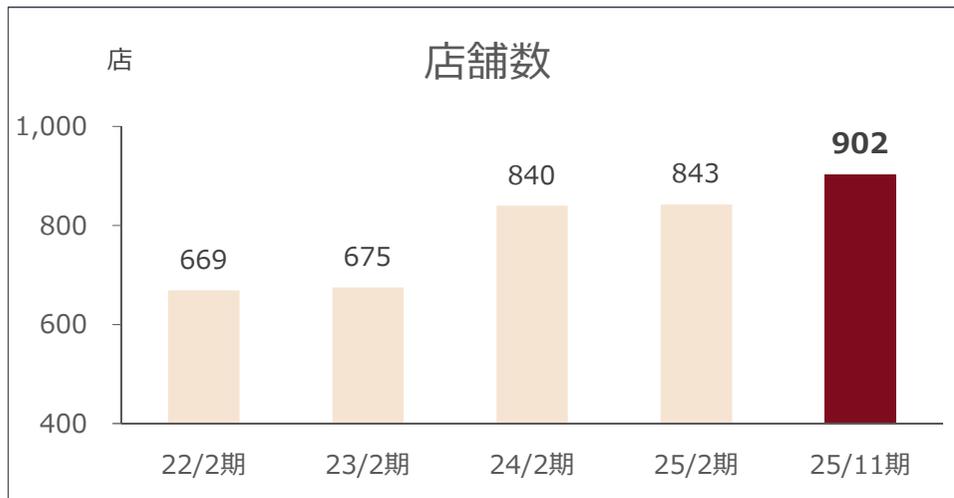
業績推移



経営指標



営業数値



- 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。
- 24/2期 ケーヨーを連結したことにより、店舗数、売場面積、正社員数、非正社員数が増加しております。
- 25/11期 インチョーを連結したことにより、店舗数、売場面積、正社員数、非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
D C M	2	水島店	岡山県	2025年3月	1,638	
		豊橋曙店	愛知県	2025年4月	1,538	
ホダカ	5	熊本菊陽店	熊本県	2025年3月	260	
		伊勢崎店	群馬県	2025年5月	236	
		豊明店	愛知県	2025年7月	271	
		平塚店	神奈川県	2025年8月	259	
		札幌川沿店	北海道	2025年11月	298	
DCMニコット	2	栗駒店	宮城県	2025年7月	289	
		めむろ店	北海道	2025年10月	250	
合計	9				5,039	

退店	店舗数	店舗名	地域	閉店月	売場面積 (坪)	備考
D C M	5	水島店	岡山県	2025年3月	771	
		豊橋山田店	愛知県	2025年4月	948	
		四日市泊店	三重県	2025年5月	1,648	
		東員店	三重県	2025年5月	1,082	
		高砂店	兵庫県	2025年7月	1,058	
合計	5				5,507	

※ ホダカはプロ業態、DCMニコットは小型HC

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