

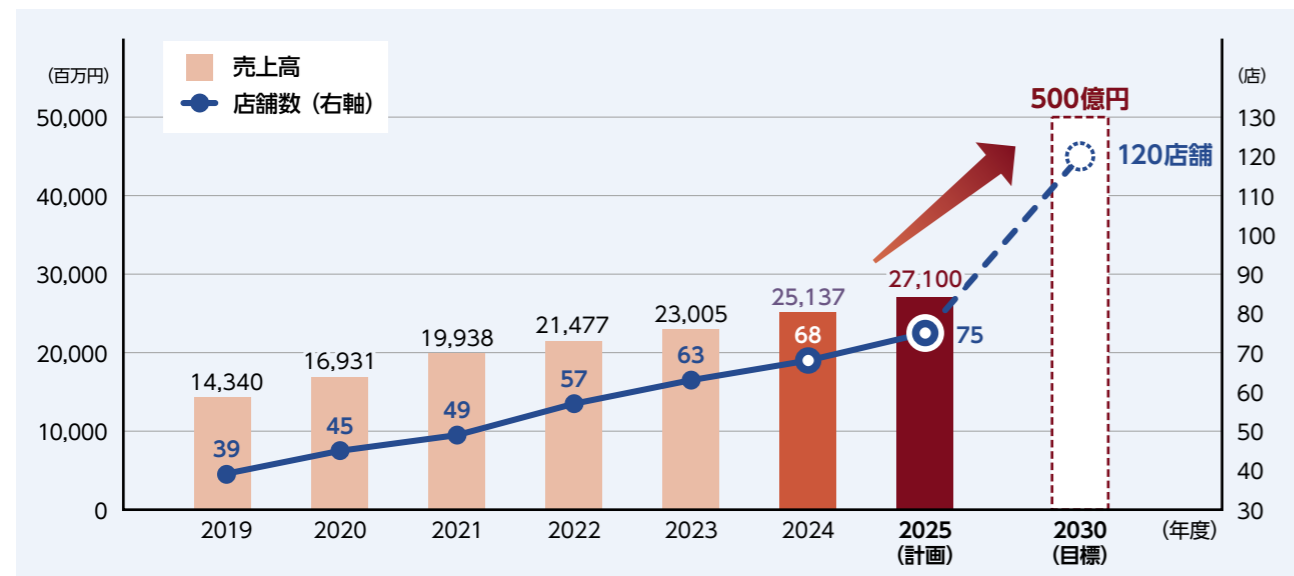
グループ会社の取り組み



ホダカつくば店 (茨城県つくば市)

プロユースに特化した専門店として、積極的に店舗展開

ホダカ株式会社の売上高と店舗数推移



ホダカ株式会社 (以下、ホダカ) は2008年、プロの職人さんをターゲットに、リアル店舗にこだわった事業をスタートしました。日本の匠文化の発展と、日本人特有の繊細な職人技術の継承に貢献することが、私たちの事業目的です。

それぞれの分野で強いこだわりを持つ職人さんに「一流の仕事」をしていただくために、当社では、豊富な知識を備えた「一流の従業員」が接客し、丈夫で長く使え見た目にも美しい「一流の商品」を揃えています。さらに、分かりやすく買いやすい、在庫も十分に備えた「一流の売場」で、実際に手に取ってお選びいただける環境を提供しています。常に職人さんの立場に立ち、共に考え、問題の解決に取り組んできました。

2024年3月に、ホダカはDCM株式会社の連結子会社から、DCMホールディングス株式会社の連結子会社へ移行しました。これにより、自社で独自の人事制度を有し「一流の従業員」を確保しています。チェーンストアでありながらも、各地域にお住まいの職人さんに合わせて品揃えを大胆に変更しながら、職人さんがもっと輝けるよう、これからも前進し続けます。



DCMホールディングス株式会社
取締役執行役員
ホダカ事業管掌

ホダカ株式会社
代表取締役社長
本田 桂三

ホダカは、丈夫で長持ちする美しい「一流の商品」を豊富に揃え、見やすく・分かりやすく・買いやすいと誰もが感じる「一流の売場」で、豊富な商品知識・業務知識を身につけた「一流の従業員」が応対し、職人さんが現場で「一流の仕事」をして輝くためのプロ向け専門店です。

ホダカは全国26都道府県に68店舗を運営し、売上高は250億円を超えています(2025年2月末時点)。将来的には47都道府県への出店を考える中で、2030年度に120店舗、売上高500億円という目標を設定していますが、店舗数や売上高が必須の数値目標とは考えていません。接客面など従業員の成長に応じた規模の拡大こそが重要であると考えています。

また、建設・設備業界では職人不足が深刻化しており、一流の職人さんたちは、その高い技術を求められて全国の現場を飛び回ります。ひとつの店舗をきっかけに職人さんと信頼関係を構築し、その職人さんが活躍するエリアに出店し、サポートを続けることで店舗数と売上を拡大させてきたこの好循環を継続させます。

一流の職人さんたちは、仕事道具にこだわりを持ち、高くても自分が望むものを購入します。だからこそホダカは、ニーズに応える商品ラインナップや商品知識を深めた接客を徹底し、今後も一流の職人さんたちに信頼される存在であり続けます。



ホダカ鈴鹿店 (三重県鈴鹿市)



ホダカ弥富店 (愛知県弥富市)

小商圏型ホームコンビニ

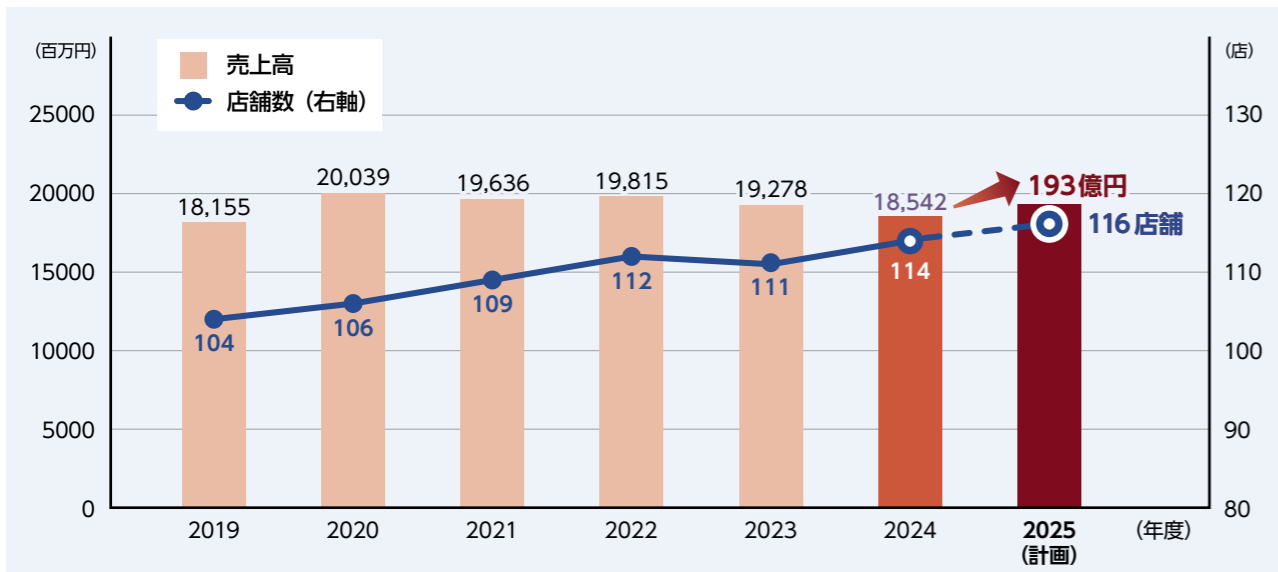
DCMニコット株式会社



DCMニコット美深店 (北海道中川郡)

地域の特性を考慮した品揃えで お客さまの利便性を追求

DCMニコット株式会社の売上高と店舗数推移



DCMニコット株式会社は、前身の「つるや金物店」として函館に創業し、2025年に76周年を迎えました。日頃よりご支援いただいているステークホルダーの皆さまのおかげであり、感謝申し上げます。

近年、コロナ禍の影響により都市部への人口集中が見直され、「地方の可能性」が注目されています。当社は、経営方針「小さなまちに大きな便利を届けます。」のもと、お買い物が困難な地方のまちへ積極的に出店しています。ホームコンビニ（ホームセンターとコンビニを組み合わせた造語）として普段の暮らしに必要なものを提供できるように、生活必需品に加えて、よく使う道具や資材、季節の商品、衣料、食料品、家具、家電製品も揃う便利な店を目指しています。また、これまで以上に各地方団体との連携を強化し、お客さまに支持される店づくりや積極的な出店を通じて地方活性化を進めていきます。

また、2025年度は第3次中期経営計画（2023～2025年度）『挑戦』の3年目となります。ヒト・モノ・コト全てに挑戦し、更なる長期的な企業価値向上に努めます。



DCMニコット株式会社
代表取締役社長

和泉 修

2024年度の売上高は前期比96%の185億円と、厳しい結果となりました。天候不順に伴い季節商品の販売に苦戦したことが主な要因でした。季節商品の適正な在庫対策と自動発注の精度向上によるステープル（定番商品）の機会ロス防止に努めます。また、売上高と収益性の改善を目的にDCMブランド商品の構成を高めるとともに、「まとめ買いがお得」、「期間限定お買得」などのDCMの販売施策やDCMが注力している“BOPIS”などとも連携し、2025年度の計画達成を目指します。

さらに当社は、地域社会との新たな取り組みも強化しています。2024年度は、当社として初めて北海道の清里町と包

括連携協定を結び、DCMニコット清里店（北海道斜里郡）を出店しました。同店での取り組みを通じて、地元のお役に立てることが多いことを再認識しました。また、DCMニコット新十津川店（北海道樺戸郡）は、近くの都市に大きな商業施設がありますが、町内にはホームセンターの商材を買える店がない商圏でした。そのため、普段のお買い物に困っているお客さまの需要を踏まえて、実験的に都市部に近い商圏に出店しました。既に出店している地域も含め、各地の行政との連携を今まで以上に深め、地域社会に貢献しながら当社も成長してまいります。



DCMニコット清里店 (北海道斜里郡)



DCMニコット新十津川店 (北海道樺戸郡)

家電中心のECサイトを運営

エクスプライス株式会社

DCMグループ参画から3年が経過し、DCM株式会社（以下、DCM）とエクスプライス株式会社（以下、エクスプライス）双方にシナジー効果が表れています。エクスプライスのプライベートブランド（PB）家電製品「MAXZEN（マクスゼン）」のDCM店舗での販売、両ECサイトでの拡販により、着実に収益が改善しています。これらを今後も加速させ、さらに取り扱い品種を拡大するとともに、資産（IT・人材・プラットフォーム等）の共有・活用を進め、EC事業の拡大と効率化を実現します。また、ECサイトで家電の取り付け、設置サービスの提供等、新たな取り組みを進め、DCMグループのEC事業として成長します。



DCMホールディングス株式会社
取締役執行役員
エクスプライス事業管掌

エクスプライス株式会社
代表取締役社長

清水 敏光

エクスプライスは2004年の創業期からECに特化して家電を販売している日本最大級のEC専門ショップです。事業は「小売」と「卸売」とで構成されます。「小売」では自社ECサイト「XPRICE」を中心に、楽天市場など複数のECモールでも店舗を運営しており、「卸売」ではDCMや一般法人向けの商品供給を行っています。エクスプライスが出品しているECモールからは高い評価を得て毎年数多くの賞をいただいております。全国各地をカバーする大型家電の配送・設置サービス、家電リサイクルへの取り組み、自社のコールセンターによるお客さま対応など、実店舗に劣らぬきめ細やかな対応も強みです。

グループ会社のマクスゼン株式会社（以下、マクスゼン）では、プライベートブランド（PB）家電製品「MAXZEN」の企画・開発を行っています。商品開発コンセプトは不要な機能をそぎ落

とし、お客さまから本当に必要とされる機能を備えたシンプル家電であり、自社ECサイトのほか、DCM店舗でも積極的に販売していく計画です。

EC市場の拡大という外部環境の中、「MAXZEN」の商品ラインナップの拡充、在庫管理やサービス品質の向上に取り組み続けた結果、コロナ禍の反動で業績が一時低迷したものの、2023年度には黒字化を果たしました。今後も各事業を成長させることで、2025年度に7億円、2030年度には23億円の営業利益を目指します。

「生活快適化総合企業への変革」を掲げるDCMグループにおいて、エクスプライスはEC事業およびプライベートブランド（PB）家電製品の企画・開発の強みを活かして、中長期の事業成長に貢献していきます。



お客さま満足度
98%
※2024年度平均。
価格.comショップ評価。



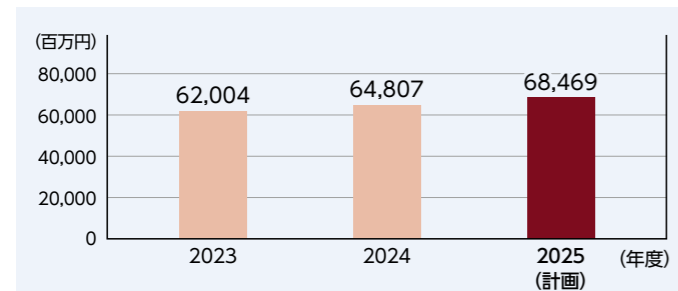
受賞歴
45回
楽天市場・
Yahoo!ショッピングなど
※2024年実績。



楽天市場総合ランキング
2位
約55,000店
※2021年実績。



エクスプライス株式会社の売上高推移（連結）



コラム

MAXZENのご紹介

マクスゼンは、プライベートブランド（PB）家電製品「MAXZEN（マクスゼン）」の企画・開発・輸入・販売を手掛けています。

今後も手頃な価格で必要十分な機能、安心安全な商品を提供し続けることで、「MAXZEN」の存在感を高めていきたいと考えています。当ブランドへの信頼感を高め、業績の拡大に繋げていきます。

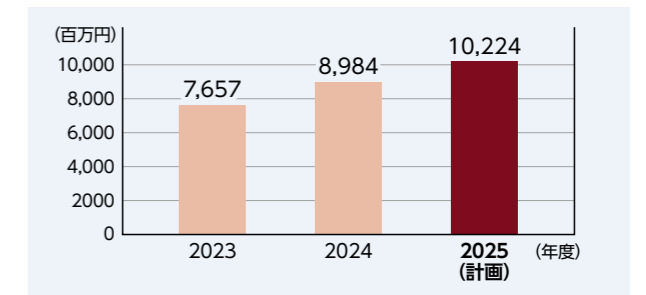
MAXZEN



マクスゼンの業績

「MAXZEN」は2025年1月末現在260SKUの商品ラインナップを展開し、おかげさまで累計販売台数は254万台を突破しました。売上高は年々拡大を続け、2024年度は89億円に達し、2025年度は102億円を目指す計画です。今後も消費者の需要を見極め、スピード感を持って商品を開発していきます。

「MAXZEN」売上高推移



マクスゼンの取り組み

2025年度は、引き続き「MAXZEN」の販売強化に努めます。新規商品の導入、既存商品のリニューアルといった商品ラインナップの充実に加えて、販売チャネルとして全国に約660あるDCM店舗での販売を強化します。

DCMではグループ参画2年目の2023年度から扇風機などの季節家電の販売を始め、2025年度はスポットエアコン（移動式クーラー）の新規展開や、大型店への生活家電の導入を進め、商品供給を拡大していきます。

DCMは幅広い部門でプライベートブランド（PB）「DCMブランド」を展開し、お客さまへ新たな価値を提供し続けています。家電部門においては、今後「MAXZEN」の商品供給を一層強化し、DCMホールディングス株式会社を取り組むプライベートブランド（PB）商品の拡大に貢献していきます。



DCM大井競馬場前店（東京都品川区）