

社外取締役メッセージ



取締役
株式会社山梨中央銀行社外取締役

増川 道夫

新たな経営体制のもと、より強固な事業基盤の構築に注力

今年度からCEO職が久田会長から石黒社長へと世代交代となりました。新たな経営体制のもと、次代のステージでのさらなる成長を心から期待しています。

一方、DCMグループの従業員に目を向けると、皆さん様に真面目で、仕事へのひたむきな姿勢が際立っています。変化のスピードが速く、予測不可能な時代の中で、従業員が真面目であるがゆえに、大企業病に陥るリスクにも心配りする必要があります。そこで当社の経営陣や管理職に提言したいのは、部下に重要な仕事を任せて裁量を与え、報告の義務だけは履行してもらうという、思い切りの良い組織運営です。このサイクルの中で、人は育っていくと考えています。また、最近の経営環境を踏まえると、進化の著しいAIと法務リスクへの対応にますます注力する必要があります。社内外の知見・リソースをフル活用し、より盤石な事業推進基盤を構築し、競争力の創出に結び付けていって欲しいと思います。

当社は金利上昇局面を前に、将来を見据えて低金利で資金調達を行い、資本コストの抑制に努めています。そしてコア事業では、プライベートブランド (PB) 商品である「DCMブランド」の比率が着実に増えて利益率が上がり、ROEの水準も徐々に高まっています。引き続き、お客さまにとって便利でお得感のある商品開発を推し進め、集客力と収益力のさらなる強化に期待しています。



取締役
西村あさひ法律事務所・
外国法共同事業パートナー
インフロニア・ホールディングス株式会社
社外取締役

小口 光

次代の経営を担える人財が、グループで着実に育つ

私はビジネス法務の専門家として、適用される法令の複雑化に対する体制整備、ひいては様々な日本国外の動向なども含め、多角的な視点から助言してきました。2024年度は、経営統合、新規事業価値創造のほか、人材育成と世代交代についても、エネルギーを注いで取り組んでまいりました。人材育成についての各種取り組みにより、既存の事業の延長でなく、ゼロベースで新たな視点から将来思考でものを考え、発展的变化を絶えず模索する精神が着実に育っていると感じます。

最近のDCMグループは、経営統合を経て、データ基盤や人材育成体系などのプラットフォームが整備されてきたと評価しています。その結果、単なる足し算とコストカットではなく、新しい人材を取り込み、新しい発想で新機軸を生み出していき動きも始まっています。ホダカはプロユースの戦略が奏功し、業績成長を遂げました。エクспライスは黒字転換を果たし、DCMとの連携によるシナジー効果も出ています。

2025年度は、次期中期経営計画の策定と同時に、流通小売業にとらわれない新たな挑戦を、スピード感を持って実行すべき一年です。近い将来、デジタル技術の巧みな活用や、お客さまとの共創によって、DCMにしかできない大きな変革と価値創造を成し遂げるはずで、ぜひご期待ください。



取締役
株式会社テラスカイ社外取締役

宇野 直樹

第4次中期経営計画を策定しつつ、次の布石を打つ

DCMホールディングス株式会社では、DCM株式会社 (以下、DCM) が首都圏を中心とした店舗網を持つ株式会社ケーヨーとの統合を完了し、売上高増・コスト改善の両面でグループ全体に大きく寄与しています。DCMグループは、トップラインが伸びなくてもボトムラインを上げられる効率的な経営体質を築き上げており、ホームセンター市場全体が縮小傾向の中でも強みを発揮できています。統合を円滑に進められるノウハウを使ってドミナントな地域を拡充し、売上高増・コスト改善の好循環を高めていくことは大いに期待できると思います。また、職人・プロのお客さまのニーズにお応えするホダカ株式会社 (以下、ホダカ) も店舗網を拡充し、売上を拡大しています。DCMでは自転車販売などで大きく成果を上げている「BOPIS」の仕組み、ホダカではフォロワーを大いに伸ばしているインスタグラムなどSNSをはじめ、ITを活用した取り組みも着実に進んでいます。エクспライズ株式会社 (以下、エクспライズ) もDCM店舗でのプライベートブランド (PB) 家電製品「MAXZEN」の販売で成果を上げています。

今年度は、第3次中期経営計画の最終年度としてこれまでの取り組みを結実させるとともに、第4次中期経営計画の策定の中で次への布石を確実に打って行かれることを期待しています。



取締役
株式会社IBAカンパニー
代表取締役社長
株式会社Gunosy
社外取締役

射場 瞬

テクノロジーの波をうまく捉えて、さらに進化する

2024年度の当社は、第3次中期経営計画に沿ってさらに前進した一年でした。社内の仕組みづくりや経営基盤の整備が、経営統合の枠組みの中でしっかりと進展しており、コア事業がシナジーを伴って強化されたと言えるでしょう。特に「BOPIS」スタイルの構築、DCMアドバンスド・テクノロジー株式会社 (以下、DCM-AT) が担うシステム開発の進捗、プライベートブランド (PB) 商品の比率が高まった点を評価しています。

私は海外の技術革新、特にリテールテクノロジーについて強い興味を持っており、DCMの経営の参考になる点も多く、継続的に情報を追っています。例えば、海外でも日本でも、AIの実装が各社で本格化し、小売業界にはAIとデジタル化の加速により、顧客の買い物行動を含めて急激な変化が起きています。当社においても、顧客データを中心としたデータの活用とAIの実用に、本気で取り組むべきタイミングになっていると感じています。その推進にあたっては、DCMグループのデジタル技術にも経験豊富なエンジニア集団であるDCM-ATの存在が、大きな強みになると思います。

現在、経営会議にもオブザーバーとして参加していますが、DCMには「お客さまとの体験向上を大切に」という考え方が徹底していると感じます。プライベートブランド (PB) 商品である「DCMブランド」に関して、お客さまのニーズをベースとした商品開発への向き合い方と開発体制が年々レベルアップしています。お客さまの必要としているものと買い物行動をきちんと意識して基盤を作り上げてきたDCMグループのビジネスは、テクノロジーの波をうまく捉えてさらに進化していくはずで、ぜひご期待ください。