

2024年2月期 決算説明資料 アレンザホールディングス

<本資料に関する注意事項>

予想数値は、当社および連結子会社が現時点において入手可能な情報に基づいて作成したものであり、
実際の業績は今後の様々な要因によって記載の数値と異なる結果となる可能性があります。

1. 2024年2月期 連結決算の概要 P. 3
2. 2025年2月期 業績見通し P. 13

常務取締役経営戦略室長 三瓶 善明

3. 2025年2月期 経営方針と長期ビジョン P. 18

代表取締役社長 和賀登 盛作

2024年2月期 連結決算の概要

2024年2月期の実績

- ➡既存店ベースの売上高が前年比97.9%と低迷したものの、新店の開店等（注1）により、営業収益は前年比100.4%と微増
- ➡主要事業会社全てが減益となり、営業利益以下の段階利益は減益
- ➡特別損失として、固定資産の減損損失を883百万円計上したため、親会社に帰属する当期純利益は前年対比でマイナス

（注1） 新店舗12店舗、閉鎖店舗3店舗、2023年11月1付の経営統合による5店舗

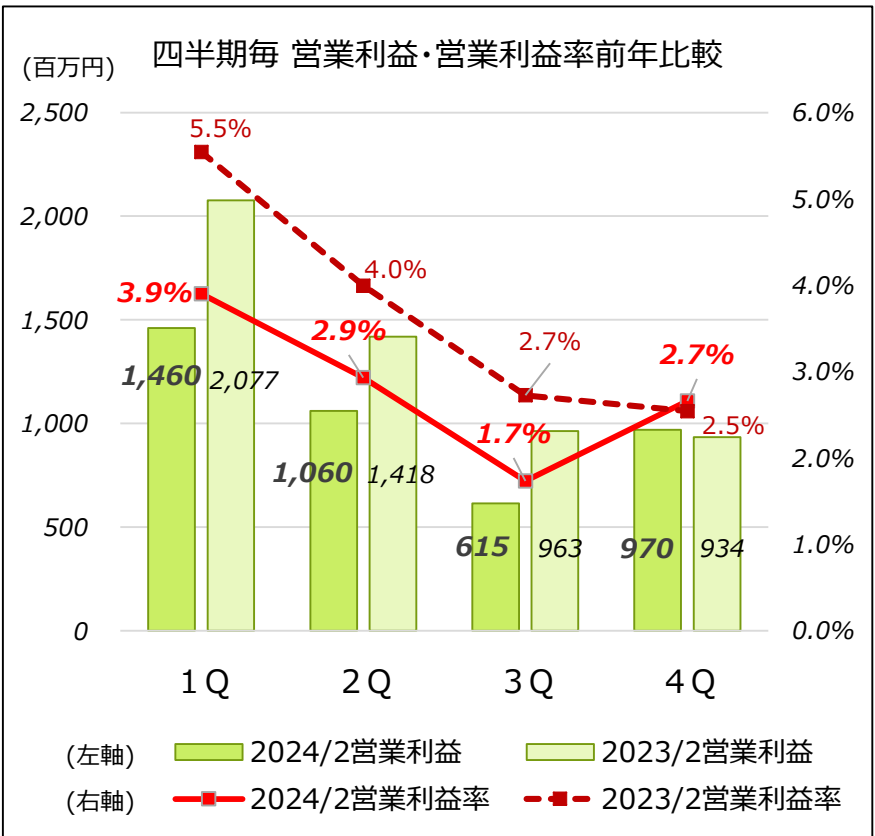
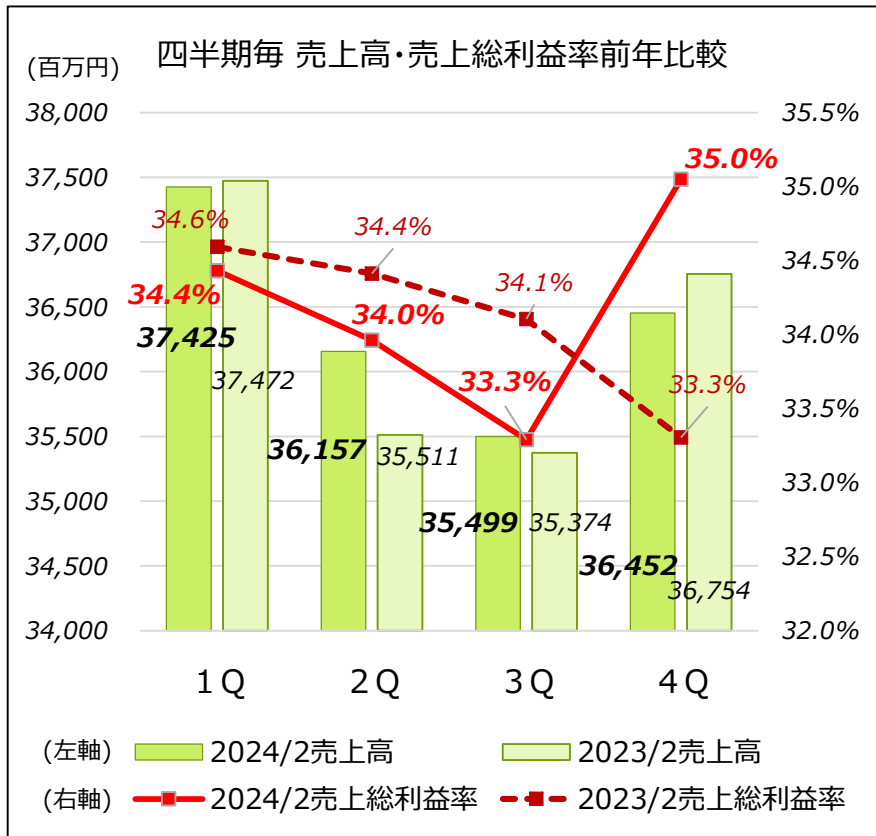
（金額単位：百万円、%）

	2023/2		2024/2		
	実績	営業収益比	実績	営業収益比	前年比
営業収益	149,191	100.0	149,715	100.0	100.4
営業利益	5,393	3.6	4,106	2.7	76.1
経常利益	5,917	4.0	4,614	3.1	78.0
親会社株主に帰属する当期純利益	2,707	1.8	2,372	1.6	87.6

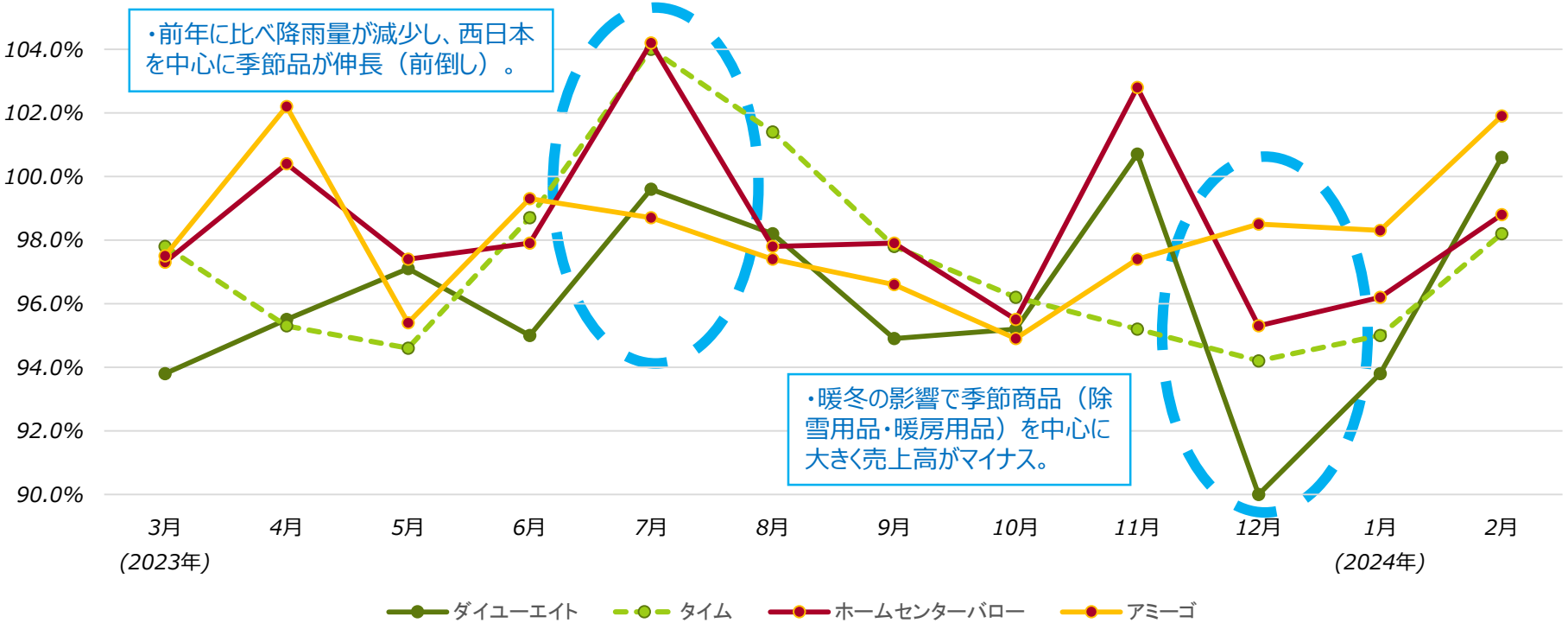
四半期別業績



➡前年発生した福島県沖地震の反動減によりダイユーエイト社の売上高が減少し、第1四半期において大きく営業利益が減少、続く第2四半期以降も売上総利益がコスト増加分を上回れず、営業利益が減少
 ➡PB売上構成比は増加で推移したが、日用消耗品等の売上構成比が増加し、荒利益率は通期で微増



既存店売上高前年比の推移



既存店	累計前年比	売上高	客数	客単価
ダイユーエイト		96.0%	94.9%	101.2%
タイム		97.2%	94.3%	103.1%
ホームセンターバロー		98.4%	94.4%	104.2%
アミーゴ		98.1%	94.5%	103.9%

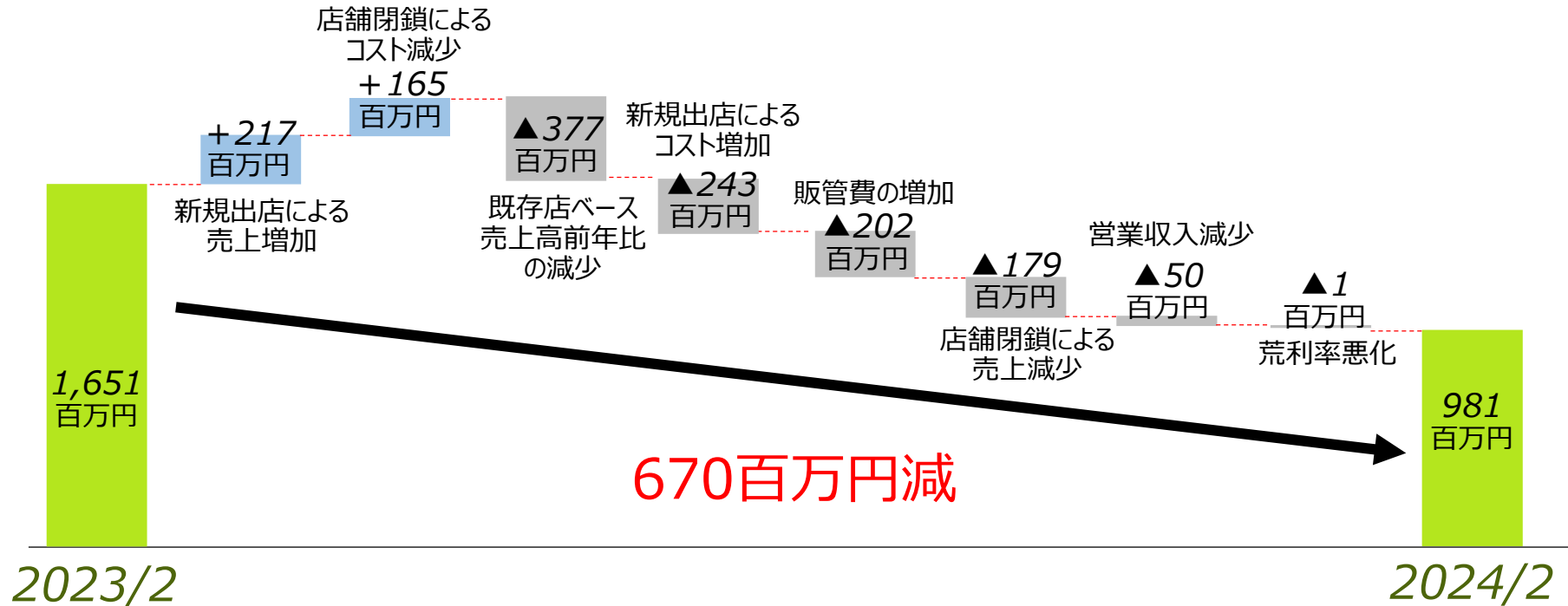
セグメント別経営成績

- ➡ダイユーエイトは前年発生した福島県沖地震の特需の影響で大幅な減収減益、タイム・ホームセンターバローも減収減益
- ➡アミーゴは既存店ベースの売上高は前年比98.1%であったが、新規出店6店舗により増収減益

(金額単位：百万円)

	売上高（営業収入含む）					セグメント利益				
	2023/2		2024/2			2023/2		2024/2		
	実績	構成比	実績	構成比	前年比	実績	構成比	実績	構成比	前年比
ダイユーエイト	46,551	31.2	45,441	30.3	97.6	1,651	30.6	981	23.9	59.4
タイム	16,298	10.9	16,292	10.9	100.0	▲15	▲0.3	▲53	▲1.3	—
ホームセンターバロー	57,519	38.6	57,464	38.4	99.9	2,154	39.9	1,923	46.8	89.3
アミーゴ	20,578	13.8	21,400	14.3	104.0	1,519	28.2	1,244	30.3	81.9
その他	16,827	11.3	17,393	11.6	103.4	2,236	41.5	1,799	43.8	80.5
相殺・全社費用	▲8,584	▲5.8	▲8,276	▲5.5	—	▲2,152	▲39.9	▲1,789	▲43.5	—
計	149,191	100.0	149,715	100.0	100.4	5,393	100.0	4,106	100.0	76.1

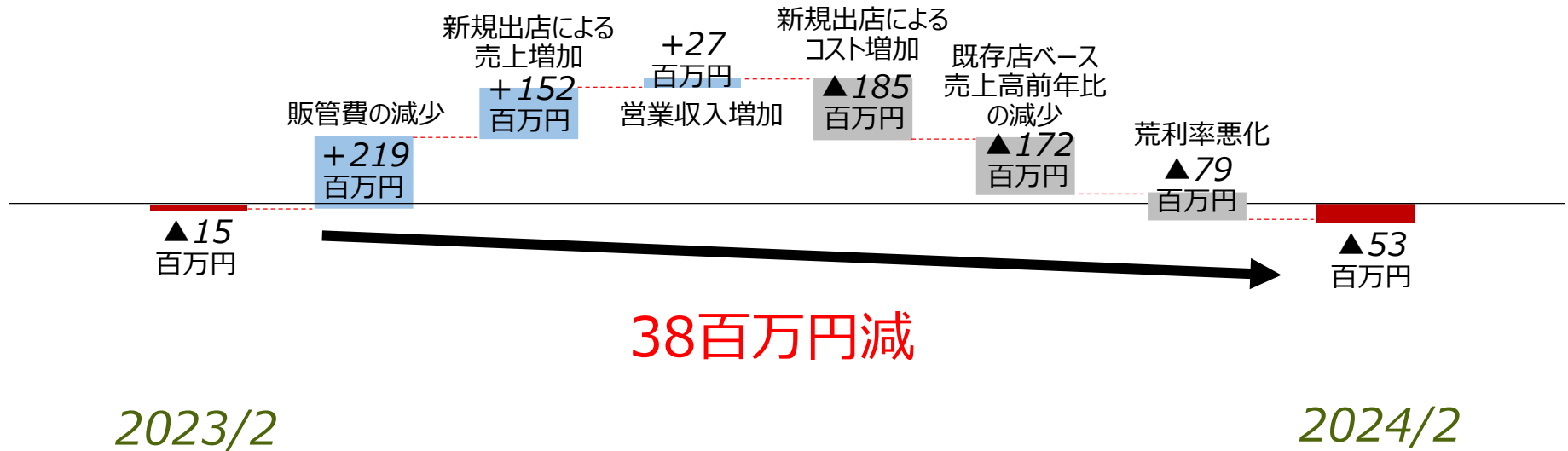
セグメント利益増減要因(ダイユーエイト)



【主な増減要因】

- ➡前年の福島県沖地震による特需の反動減や、夏場の猛暑・冬場の暖冬の影響による補修資材・季節商品・園芸・植物・農業資材関連の不振により売上高は減少。
- ➡P B商品の取扱高は増加したが、日用品等の売上構成比が増加したこともあり荒利益率は横ばい。
- ➡既存店改装や新店による一時費用の増加、及びキャッシュレス決済手数料等の増加により販管費は増加。

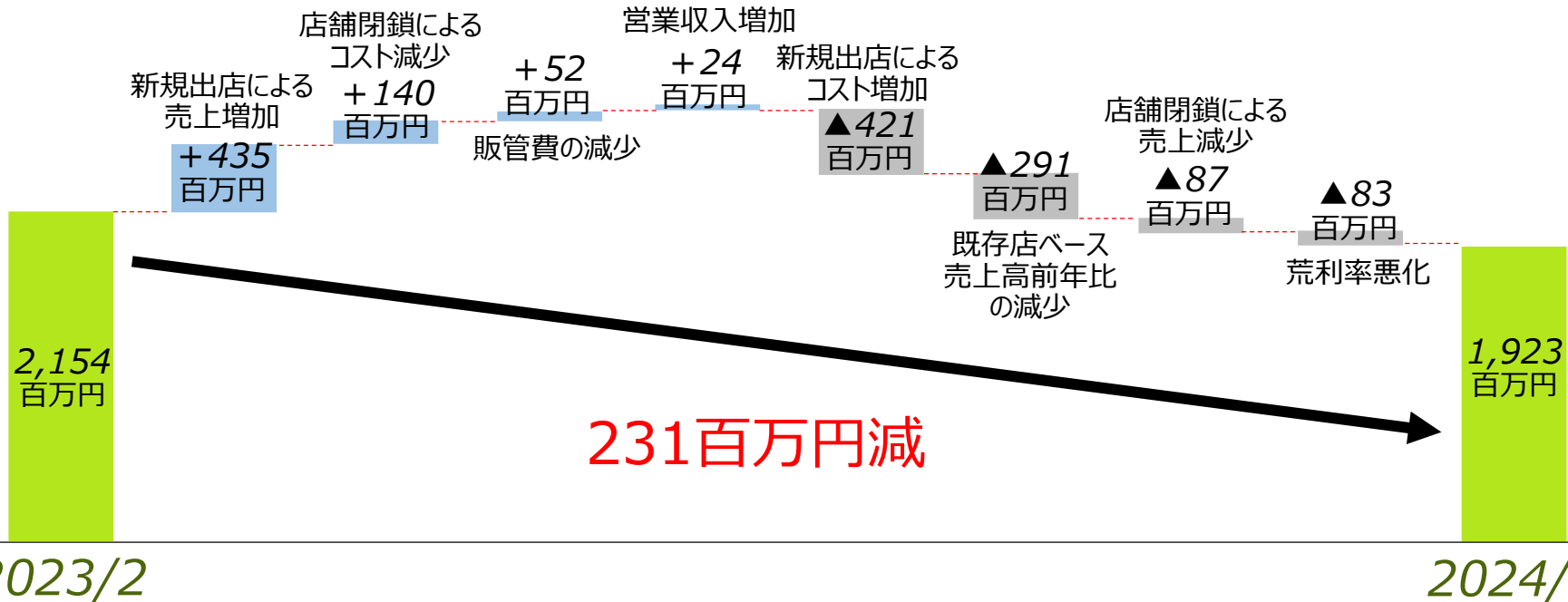
セグメント利益増減要因(タイム)



【主な増減要因】

- ➡通期でペット関連は好調に推移したが、春先の天候不順、猛暑、暖冬の影響で園芸・植物・農場資材関連・季節商品の不振、消費者の節約志向もあり売上高は減少。
- ➡PB商品の取扱高は増加したが、日用品等の売上構成比が増加したこともあり荒利益率は減少。
- ➡コスト圧縮に継続的に取り組み、既存店改装や新店による一時費用の増加もあったが販管費は減少。

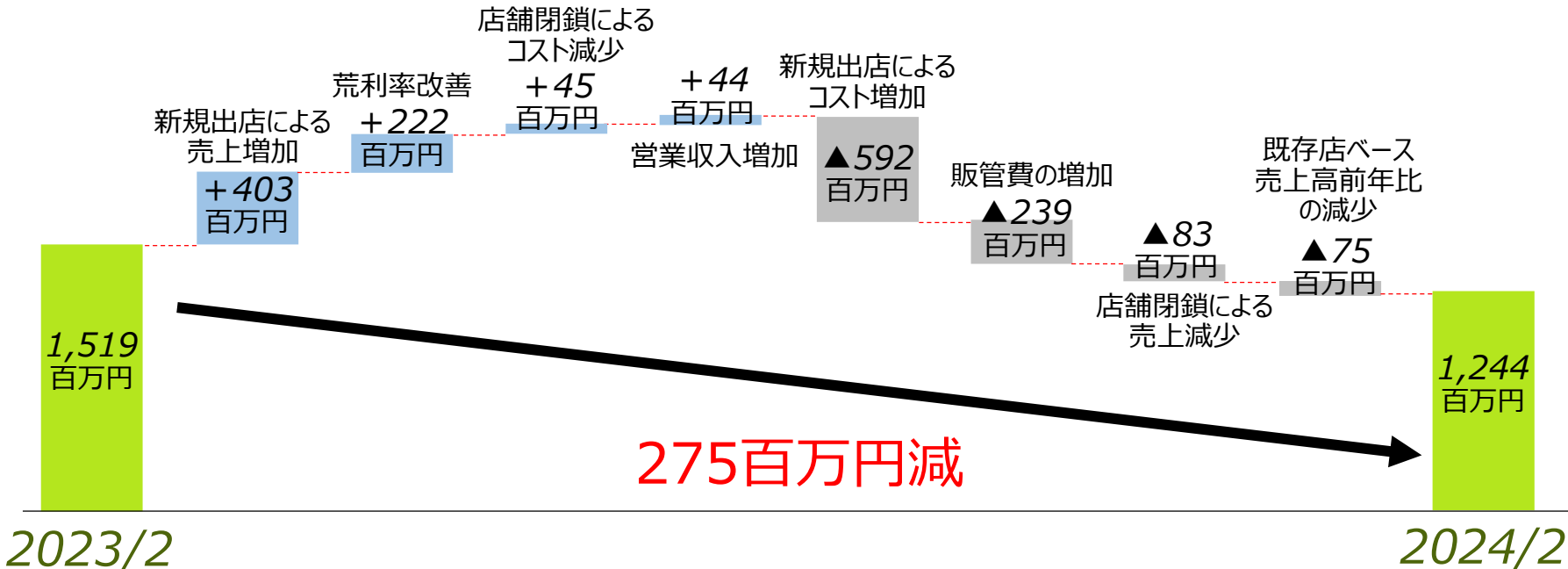
セグメント利益増減要因(ホームセンターバロー)



【主な増減要因】

- ➡プロサイトは認知度が高まったことで売上が増加したが、春先の天候不順、猛暑、暖冬の影響もあり、園芸・植物・季節商品の売上が低調に推移したことで売上高は減少。
- ➡PB商品の販売強化を推進し取扱高は増加したが、日用消耗品等の売上構成比の増加により荒利益率は減少。
- ➡キャッシュレス決済手数料負担の増加、改装及び新店の一時費用のコスト増加もあり、販管費は増加。

セグメント利益増減要因(アミーゴ)



【主な増減要因】

- ➡ 生体の販売数の減少が顕著であり、関連用品の販売も減少したが、プレミアムフードやペットシート等の消耗品関連が堅調に推移、また新規出店もあり、売上高は増加。
- ➡ プレミアムフードや、トリミング・ドッグトレーニングといったサービス部門が支持され荒利益率は増加。
- ➡ キャッシュレス決済手数料負担の増加、改装及び新店の一時費用のコスト増加もあり、販管費は増加。

- ➡ 売上の伸び、荒利率の改善以上に販管費が増加し、収益性の営業収益経常利益率が悪化。
- ➡ 商品在庫の増加や新規出店により、資産効率性の総資産回転率、たな卸資産回転率が大きく悪化。
- ➡ 収益性の悪化、資産効率性の悪化により、総合力であるROE、ROAが悪化。

		2022/2	2023/2	2024/2
		通期実績	通期実績	通期実績
【総合力】	ROE：自己資本当期純利益率 (%)	16.1	9.8	8.1
	ROA：総資産経常利益率 (%)	8.7	7.4	5.4
【収益性】	営業収益経常利益率 (%)	4.4	4.0	3.1
	売上総利益率 (%)	32.3	34.1	34.2
	労働分配率 (%)	42.8	43.9	45.4
【資産効率性】	総資産回転率 (回)	2.0	1.9	1.8
	たな卸資産回転率 (回)	4.5	3.8	3.5
【安全性】	自己資本比率 (%)	34.7	34.5	33.7
	有利子負債比率 (%)	27.5	28.3	31.3
【成長性】	営業収益成長率 (%)	▲0.3	—	0.4

2025年2月期 業績見通し

2025年2月期業績見通し

(金額単位：百万円、%)

	2024/2		2025/2		
	実績	営業収益比	計画	営業収益比	前期比
営業収益	149,715	100.0	157,900	100.0	105.5
営業利益	4,106	2.7	4,700	3.0	114.5
経常利益	4,614	3.1	5,200	3.3	112.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,372	1.6	3,000	1.9	126.4

既存店売上	前期比
ダイユーエイト (HC)	102.6%
タイム (HC)	98.9%
ホームセンターバロー (HC)	101.2%
ホームセンターバロー (ペット)	101.5%
アミーゴ (ペット)	100.4%
連結ベース	101.2%

新規出店数
ホームセンター 1 店舗、プロショップ 2 店舗
—
プロショップ 1 店舗
ペットショップ 3 店舗
ペットショップ 5 店舗

2025年2月期業績見通し

(金額単位：百万円、%)

	2024/2	2025/2			主な要因
	実績	予想	伸び率	差異	
営業収益	149,715	157,900	+5.5	+8,184	
売上高	145,534	153,480	+5.5	+7,945	ホームセンター・アント社分増加、店舗数前年同月+13店舗
売上総利益	49,760	53,120	+6.8	+3,359	
(売上総利益率)	(34.2)	(34.6)	—	(+0.4)	PB売上高比率増加(20%目標)、HD一括仕入による原価低減
営業収入	4,181	4,420	+5.7	+238	
営業総利益	53,941	57,540	+6.7	+3,598	
販売費	7,250	7,770	+7.2	+519	キャッシュレス決済手数料の増加、EC拡大によるロイヤリティ増加
人件費	22,574	23,840	+5.6	+1,265	賃金昇給率4.0%~6.0%程度
施設費	16,754	17,600	+5.0	+845	店舗数の増加(新店及びホームセンターアント)
その他管理費	3,255	3,630	+11.5	+374	M&A推進による手数料見込
販管費合計	49,834	52,840	+6.0	+3,005	
営業利益	4,106	4,700	+14.5	+593	
経常利益	4,614	5,200	+12.7	+585	
当期純利益	2,372	3,000	+26.4	+627	2024年2月期、減損損失として特別損失に883百万円計上

- ・中間配当 19円、期末配当 19円予想。
- ・株主還元は、将来の事業展開と経営基盤の一層の充実強化を図り、業績の進展状況、基準配当性向30%等に基づき決定

	2024/2	2025/2
	実績	予想
中間配当	19円	19円
期末配当	19円	19円
年間合計	38円	38円
配当性向	48.3%	38.2%

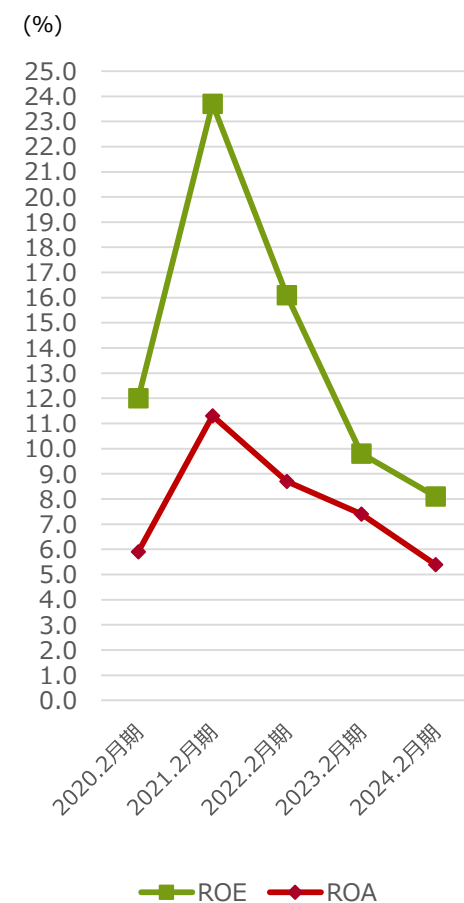
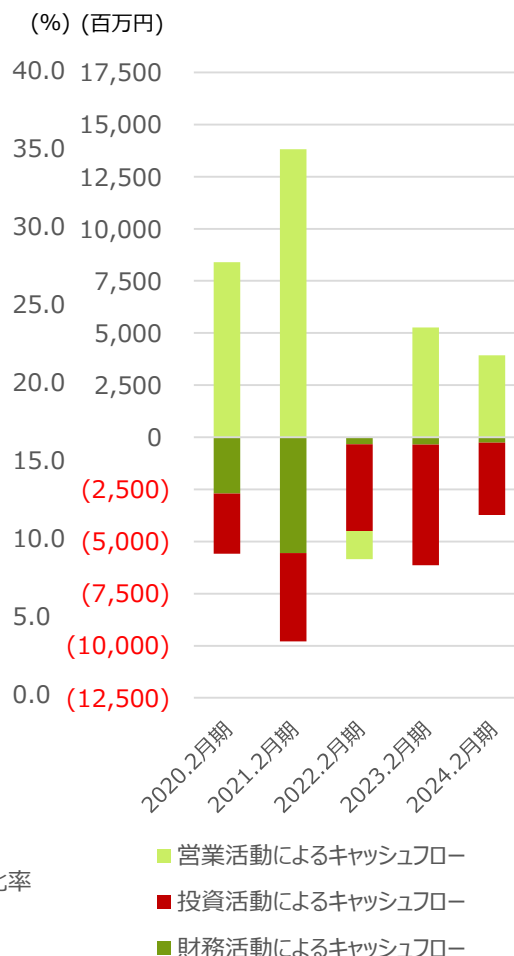
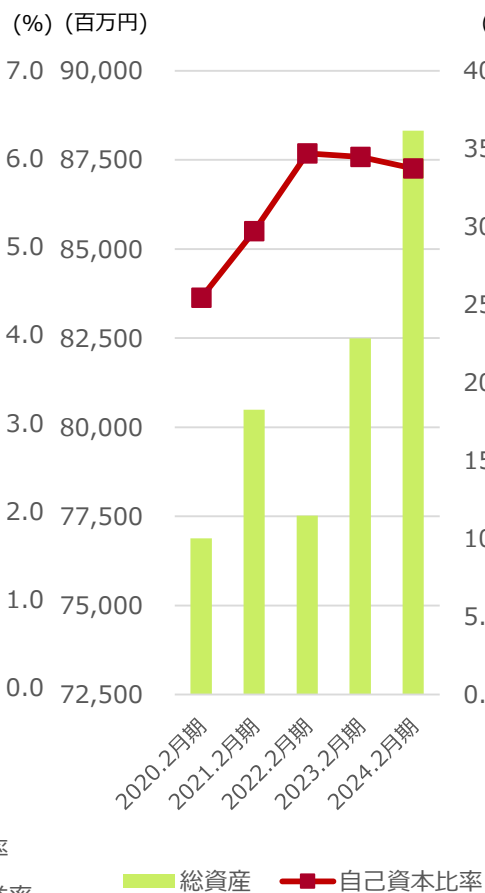
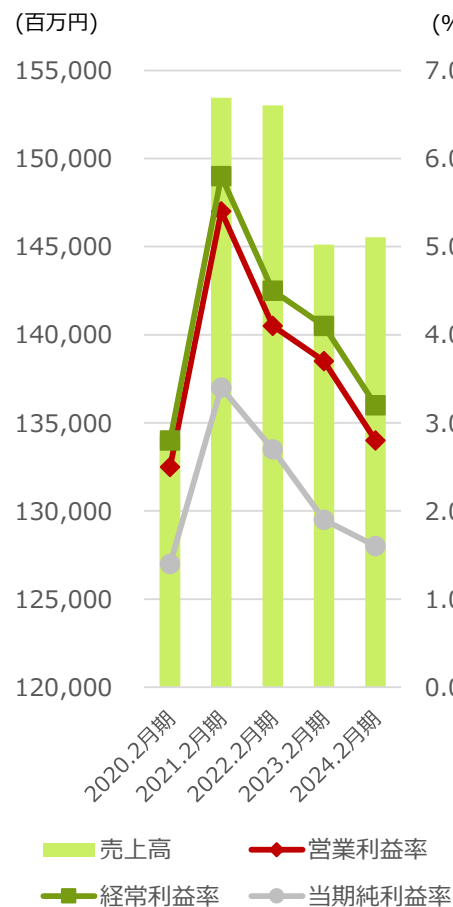
<参考資料>

売上高・利益率の推移

総資産・株主資本比率の推移

キャッシュフローの推移

ROE・ROAの推移

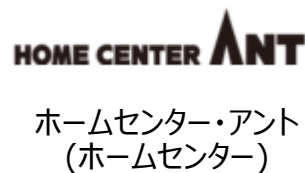


2025年2月期 経営方針と長期ビジョン



Alleanza Holdings

アレンザホールディングス

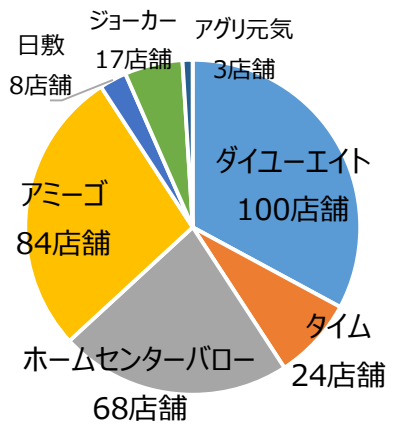


※3月1日付で吸収合併

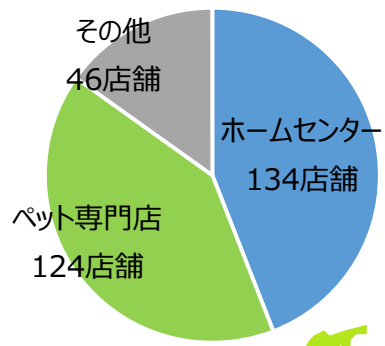


全国304店舗展開

会社別

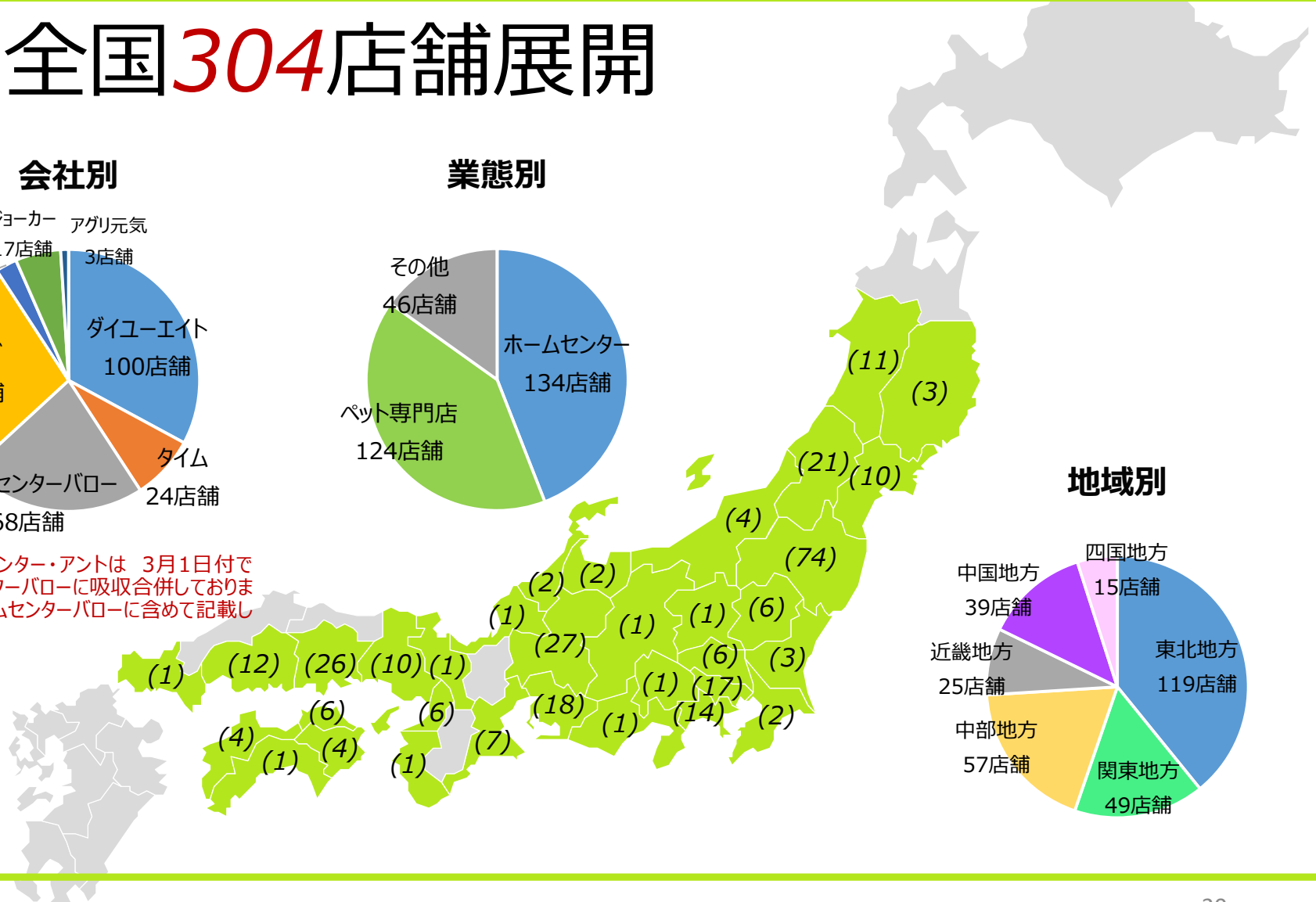
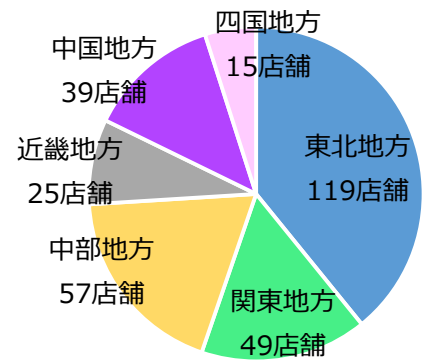


業態別



※ホームセンター・アントは 3月1日付でホームセンターバローに吸収合併しておりますのでホームセンターバローに含めて記載しております。

地域別



事業戦略

1. 商品力の向上
2. 店舗力の向上
3. 新規出店
4. 人財育成
5. D X 推進
6. S D G s 推進
7. M & A 戦略

財務戦略

1. 投資採算を重視した成長投資
2. 資本効率を重視した経営

持続性戦略

1. 収益拡大
2. 当期純利益率向上
3. 自己資本の適正化
4. 有利子負債削減

2030年「快適で豊かな暮らしを創造する企業」への躍進

*Challenge*3000

経営基盤の改革 & 強化

※ 改革：前年踏襲からの脱却、聖域なき断行

シナジー創出 5改革 + 2開発

1.	MD改革
2.	DX改革
3.	業務改革
4.	物流改革
5.	マーケティング改革
6.	人財開発
7.	業態開発

1. MD改革

➔ PB商品売上構成比20%へ

新たなモデル構築（プロトタイプづくり）

●PB商品売上構成比 20%の実現

- ① メーカーが作れないものを補う、使う立場から新しい需要に応える（トレードオフ+コーディネート不足を補う）
- ② ベーシックアイテムにホットな要素を加えてひと味変えたもの
- ③ マス化できるもの、ローカルブランド品のマス化

●棚割改革（在庫削減、地域特性創出）

- ・ 売れ筋商品のフェイス拡大 ⇒ 補充作業削減、売上・荒利拡大

●地域一番商品（品種）育成

- ・ リージョナルチェーンとして、ナショナルチェーンにはできない圧倒的な売場

※2024年2月期のPB商品売上構成比：15.4%（2023年2月期 13.7%）
（ダイユーエイト、タイム、ホームセンターバロー計）



 GOOD DESIGN
AWARD 2022

グッドデザイン賞



 GOOD DESIGN
AWARD 2023

2. DX改革

➔ 在庫削減

在庫削減10%以上、自動発注率80%以上

● AI活用による「在庫削減」

欠品と長期滞留商品をシステムで抑制

- ① 自動発注の仕組みづくり
- ② 取引先様との連携で適正在庫化
- ③ 商品改廃のスピードアップ

● データ分析システム構築

- ① 棚割、顧客データの活用
- ② 取引先様とのID-POSデータ有効活用による共創マーケティング



3. 業務改革

➔ 人時生産性

人時生産性 5,000円目標

● IT活用の進化と人時生産性向上

デジタル化とIT機器活用

- ① 仕組みづくりと運用
- ② 伝票レス化

● 本部業務の改革

- ① ペーパーレス化
- ② 業務フローのデジタル化（センター業務、店舗業務の削減）

● 店舗改善活動の推進

- ・ グループでの好事例の水平展開



4. 物流改革

→ 2024年物流課題

物流業務の効率化・合理化

- 全国配送のロジスティクス構築
- 輸入商品業務改革

流通の再編で5%以上の利益改善

- ① 多様なパターン構築
 - ② 海外園区構想の構築
- 共配システム構築
 - ① メーカー、問屋との取組み拡大
 - ② 異形物流の取組み拡大



5. マーケティング改革

➡ デジタルマーケティング

広告宣伝費の圧縮

● デジタルマーケティングの拡大

- ① SNS販促
- ② 従来の紙媒体でのチラシ削減

● 顧客との接点拡大と活用

- ① ルビットクレカの最大活用
- ② ポイント会員施策

● POP改革

- ・ QRコードを活用したPOPによる商品説明（接客の削減、お客様の不便解消）



6. 人財開発

➔ 次世代リーダー

戦略立案できる人財育成

●次世代リーダー（次期経営人財）育成

- ・ 事業会社間での人事交流

●スペシャリスト育成

- ・ ホームセンター、ペットショップに係るサービス向上のための取り組み

●多様な人財が活躍できる風土づくり

- ① 女性管理職比率
- ② 男女賃金差の是正



7. 業態開発

➔ 儲かる仕組み

収益モデル作り（儲かる仕組み） 荒利率35%以上

● 地域密着型ホームセンター構築（フォーマット再編）

- ・ リージナルチェーンとして、ナショナルチェーンには出来ない地域商材の取扱い

● 専門業態拡大

- ・ 職人の店、サイクル、農家の店、リフォーム等

● ローコスト運営店舗構築

- ① 売れなくても儲かる店になる仕組みを作る ⇒ 損益分岐点70%台の店を目指す
- ② 低投資、ローコストオペレーション

● EC販売拡大 ⇒ 3年後グループ計売上高100億円へ

- ・ 物流、システムの再構築、店舗ごとの強さを打ち出す



新規出店

事業会社名	新店	内訳	2025年2月末
ダイユーエイト	3 店舗	ホームセンター プロショップ 1 店舗 2 店舗	1 0 1 店舗
タイム	—	—	2 4 店舗
ホームセンターバロー	4 店舗	ペットショップ プロショップ 3 店舗 1 店舗	6 9 店舗
アミーゴ	5 店舗	ペットショップ 5 店舗	8 8 店舗
その他子会社	1 店舗	ジョーカー 1 店舗	2 8 店舗
アレンザHD計	1 3 店舗	—	3 1 0 店舗



事業会社名		改装店舗数	改装のポイント
ダイユーエイト	ホームセンター	5店舗	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな部門の導入 ・資材強化
タイム	ホームセンター	3店舗	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな品群、サービスの導入
ホームセンター バロー	ホームセンター	4店舗	<ul style="list-style-type: none"> ・客層を拡大する商品展開 ・定番棚割パターンの見直し (SKU削減)
	ペットショップ	1店舗	<ul style="list-style-type: none"> ・商品構成の変更
アミーゴ	ペットショップ	5店舗	<ul style="list-style-type: none"> ・アクア、犬猫用品等一部什器の新設、入替



➡「アミーゴ」「ペットフォレスト」「ジョーカー」の店舗屋号はそのままに、またそれぞれのブランド力は重視しながらも、PET事業のさらなるシナジー効果創出を目的として、PET事業を統合。

株式会社アミーゴを存続企業とする。



ペットショップ業界NO1へ

- 2024年9月 ペット事業統合
- **売上高NO1** ➤ 新規出店強化
 - ・商圏人口15～20万人エリアでドミナント出店
 - ・広い商圏に対応可能フォーマットで業界トップへ



✓ 中核都市(全国)
✓ 250坪



✓ 首都圏近郊
✓ 200坪

JOKER ✓ 首都圏
✓ 100坪

ペット業界のリーディングカンパニーへ

➤ 品質NO1

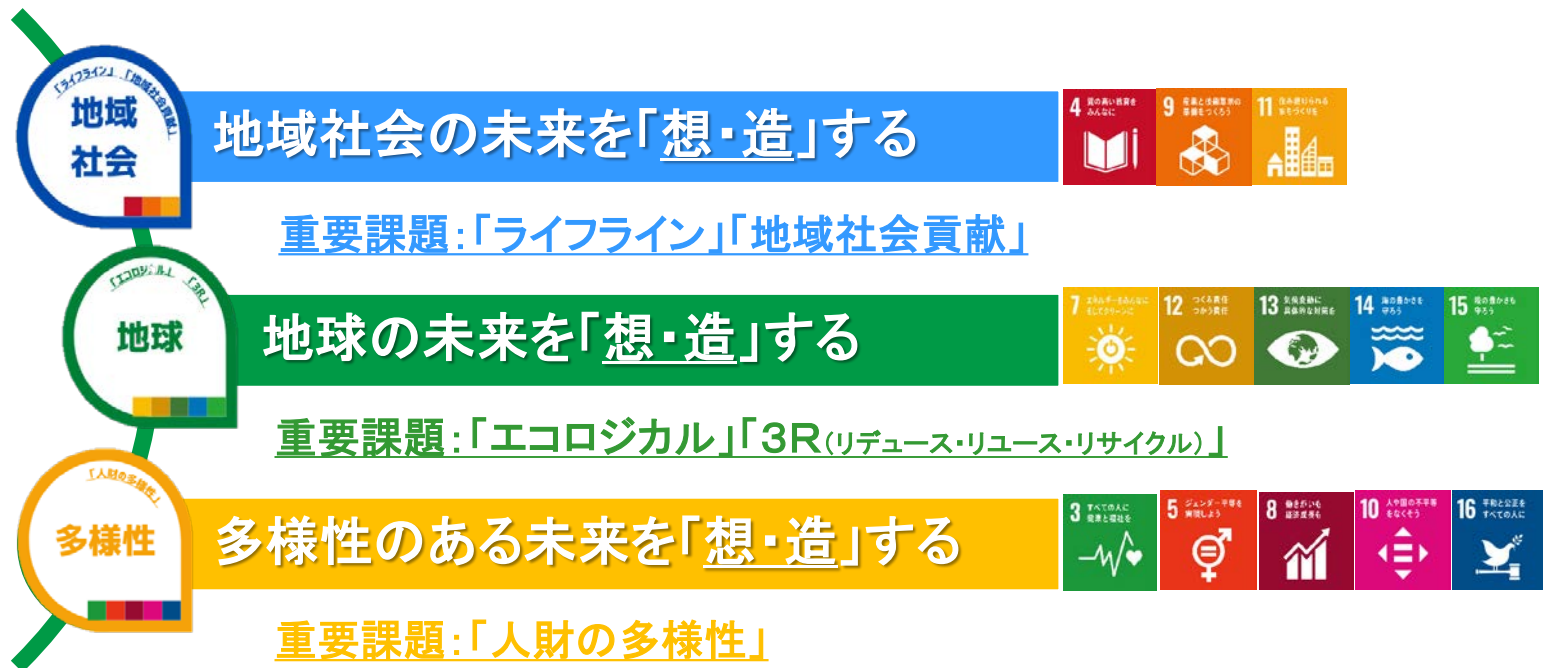
- ・トリミングサービス、医療サービス
- ・良質なCA提供
- ・接客サービス（技術、知識）

➤ モラルの高い企業風土NO1

- ・動物愛護から動物福祉の社会の創造
- ・コンプライアンスの厳守



アレンザグループは、持続可能な社会の実現に向け、
一人ひとりが未来を「想像」し、快適で豊かな暮らしを「創造」します。





重要課題：「ライフライン」「地域社会貢献」



【地域教育施設への寄付】



【教育施設での公演】



【農業体験会の実施】



【防災イベント出店】



【キッズトレーナー育成】



【ペットイベントの実施】

- ➡現時点では、**資本コストを上回る資本収益性を達成**できている。
- ➡資本収益性の分析・評価にあたっては、株主資本コストとの比較でROEを、WACCとの比較でROICを利用しています。

		2022/2	2023/2	2024/2
	単位	実績	実績	実績
ROE	%	16.1	9.8	8.1
ROIC	%	9.1	7.3	5.0

当社グループでは、資本コストや株価を意識した経営の実現に向けて、取締役会において定期的に現状分析として、自社の資本コストや資本収益性の把握、改善に向けた方針等を議論しております。

⇒ **引き続き、ROE、ROICの更なる向上に努めてまいります。**

プライム市場上場維持基準対応

		流通株式数 (単位)	流通株式 時価総額 (億円)	流通株式比率 (%)	1日平均 売買代金 (億円)
当社の適合状況及び その推移	2023年2月末時点	104,648	105	34.66	0.4
	2024年2月末時点	110,546	119	36.61	0.4
	前年差	+5,898	+14	+1.95	▲0.01
上場維持基準		20,000	100	35.0	0.2
2024年2月末時点適合状況（当社試算）		適合	適合	適合	適合

(注) 当社の適合状況は、東証が基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況等をもとに算出を行ったものです。

⇒ 引き続き流通株式比率、流通株式時価総額の改善に努めてまいります。

Challenge3000

アレンザグループは
2030年 売上高3000億円の
企業グループを目指します

「Alleanza」とは、イタリア語で『同盟・連合』を意味します。
当社グループ会社の関係をより強固なものにし、
さらなるグループの拡大を目指してまいります。

快適で豊かな暮らしの創造



Alleanza Holdings
アレンザホールディングス