



株式会社カンセキ

2024年4月11日

株式会社カンセキ 第50期決算説明資料 (2023年3月1日～2024年2月29日)



基本方針

当社は、「住まいと暮らしを豊かにするための商品とサービスを提供し、地域の皆様の生活文化の向上に貢献する」を経営理念に掲げ、ホームセンター事業、アウトドア専門店のWILD-1事業およびオフハウスや業務スーパーなどのフランチャイズ事業を展開しております。各事業の「着実な成長」と営業活動を通してつなげる「お客様・地域社会・ともに働く仲間のスマイル創造」を実現することで、企業価値を高めていくことを基本方針としています。

代表取締役社長 大田垣 一郎



主な事業内容



住まいと暮らしを快適にするために

私たちは、地域社会の皆様から必要とされる存在であり続け、そして地域の生活インフラとしての役割を果たすために、お客様のニーズにお応えできる品揃えとサービスの充実に努めて参りました。これからも、地域の皆様の「より楽しく、より快適な生活」のお手伝いをさせていただけるよう励んで参ります。



サイクルライフを トータルサポートする専門店

「エンジョイ・ユア・サイクルシーン」をコンセプトに皆様の楽しいサイクルライフをお手伝いして参ります。幅広く自転車用品を取り揃えることはもちろんのこと、専門の技術、知識を持ったスタッフによる修理・補修、小さなお子様が初めて自転車に乗られる際のご相談なども承ります。



お客様のご自宅にお伺いして、住まいや暮らしに関わるサービスを提供しております。ドアノブの交換から、水回りのトラブル、屋根や外壁の補修、造園工事や除草・殺虫処理など、住まいの身近なニーズにお応えしていきます。



何度も足を運びたいくなる エンターテインメント型ペット専門店

犬、猫をはじめ、小鳥やその他の小動物、金魚、熱帯魚および飼育関連用品を豊富に取り揃える総合ペットストアです。ペットを愛し、またペットとの暮らしを楽しんでいらっしゃる皆様が、より便利で快適にお過ごしいただけるよう、さまざまな商品とサービスをご用意しております。



市場等で直接仕入れた新鮮な切花を自社で加工、販売しています。気軽に飾れる癒しの切り花で、花のある暮らしをご提案します。

主な事業内容

WILD-1
OUTDOOR LIFE STORE



豊かなアウトドア ライフの実現のために

私たちは自然が与えてくれるたくさんの感動や喜びを、より多くの人に感じて欲しいと願っています。人間も自然に息づくもののひとつとして、自然との関わり方、自然の尊さなどをお客様とともに考えながら、「アウトドアライフ」を商品やお客様とのコミュニケーションを通じてお伝えしたいと思っています。

プロの品質とプロの価格
業務スーパー



安心して豊かな 食卓にするために

業務スーパーは、これまで業務用として流通していた食材を一般のお客様にも提供する、新しい業態の食品スーパーです。冷凍食品を中心として、調味料・缶詰・飲料・畜産加工品・雑貨など約2,000品目を取り揃えています。

OFF House



美しい環境を未来へ 引き継ぐために

オフハウスは、お客様がご不用になられた家具・家電・インテリア・ギフト・生活雑貨・衣料・スポーツ用品などを買取りし、点検・修理・クリーニングを行い店頭で販売するリユースショップです。



楽しい食事空間を 演出するために



ワイルドバーンはハンバーグ＆パスタの飲食店です。開店以来変わらぬにめソースのハンバーグ、パスタは茹で上げの美味しさを追求。リーズナブルな価格で若者からシルバーエイジまで、ファミリーでも気軽に楽しめるお店作りを目指しています。

当社における
事業セグメント

ホームセンター
DIY用品、園芸用品、ペット用品、
家庭用品、カー・レジャー用品、文具等

WILD-1
アウトドア用品等

専門店
オフハウス（リユース商品）
業務スーパー（業務用食材）
飲食店等

店舗開発
不動産賃貸、
アミューズメント施設等

店舗展開

宮城県

●WILD-1仙台泉店 ●WILD-1仙台東インター店

福島県

●カンセキ会津若松店 ●カンセキ白河店 ●WILD-1郡山店 ●オフハウス新白河店

茨城県

●カンセキ高萩店 ●カンセキ那珂店 ●カンセキ龍ヶ崎店
●WILD-1水戸店 ●WILD-1イオンモールつくば店 ●オフハウス下館店

栃木県

●カンセキ黒磯店 ●カンセキ大田原南店 ●カンセキ氏家店
●カンセキ小川店 ●カンセキ高根沢店 ●カンセキ烏山店 ●カンセキ今市店
●カンセキ新鹿沼店 ●カンセキ駅東店 ●カンセキ若草店 ●カンセキ雀宮店
●カンセキ西川田店 ●カンセキ市貝店 ●カンセキ真岡店 ●カンセキ茂木店
●カンセキ小金井店 ●カンセキ栃木店 ●カンセキ栃木そのべ店 ●カンセキ佐野店

●WILD-1西那須野店 ●WILD-1宇都宮駅東店 ●WILD-1宇都宮西川田店
●WILD-1小山店

●オフハウス黒磯店 ●オフハウスさくら氏家店 ●オフハウス宇都宮西川田店
●オフハウス鹿沼店 ●オフハウス佐野店 ●オフハウス足利店

●業務スーパー黒磯店 ●業務スーパー西那須野店 ●業務スーパー今市店
●業務スーパー氏家店 ●業務スーパー宇都宮築瀬店 ●業務スーパー雀宮店
●業務スーパー鶴田店 ●業務スーパー戸祭店 ●業務スーパー鹿沼店 ●業務スーパー栃木店
●業務スーパー小山店 ●業務スーパー小山ひととのや店 ●業務スーパー真岡店
●業務スーパー東光寺店 ●業務スーパー佐野店 ●業務スーパー八幡店
●業務スーパー足利東山店 ●楽々市駅東店

●Wild Barn宇都宮駅東店 ●Wild Barn真岡店 ●Wild Barn小山店

群馬県

●カンセキ館林店
●WILD-1伊勢崎店 ●WILD-1高崎店
●WILD-1前橋みなみモール店
●オフハウス館林店

埼玉県

●WILD-1入間店 ●WILD-1越谷レイクタウン店
●WILD-1ふじみ野店

東京都

●WILD-1デックス東京ビーチ店
●WILD-1多摩ニュータウン店

神奈川県

●WILD-1厚木店

千葉県

●WILD-1印西ビッグホップ店
●WILD-1幕張店
●WILD-1市川コルトンプラザ店

愛知県

●WILD-1名古屋守山店

京都府

●WILD-1京都宝ヶ池店

福岡県

●WILD-1ランチ博多店



TOPIX（新店舗オープン）



WILD-1
OUTDOOR LIFE STORE

WILD-1宇都宮西川田店

オープン： 2023年3月

所在地： 栃木県宇都宮市西川田本町3-4-5

営業時間： 平日 11:00～20:00

土日祝 10:00～20:00



アウトドアシーンを演出するエリアをエントランス付近に設置し、お客様が入店された際にアウトドアの世界をイメージできるように工夫いたしました。また、人気ブランドのスノーピークストアを併設しており、最新のアウトドアギアや装備を幅広く取り揃えています。

アウトドアの知識と技術を持つスタッフを配した専門店として、「人間と自然」のあり方をテーマに豊かなアウトドアライフの実現に貢献するために、お客様とのコミュニケーションを通じて、より豊かなアウトドアライフの実現に向けたサポートを目指しています。

TOPIX (新店舗オープン)



WILD-1
OUTDOOR LIFE STORE

WILD-1市川コルトンプラザ店

オープン： 2023年4月

所在地： 千葉県市川市鬼高1-1-1

ニッケコルトンプラザ イーストモール3F

営業時間： 平日 10:00～20:00

土日祝 10:00～21:00

千葉県市川市の大型商業施設「ニッケコルトンプラザ」内への出店で、千葉県内では、印西ビッグホップ店、幕張店に次ぐ3店舗目、市川コルトンプラザ店を含めワイルドワンは24店舗となりました。

アウトドアフィールドをイメージさせる迫力ある木組みエントランスを配置し、様々なキャンプスタイルの提案を試みております。豊富な品揃えとお客様とのコミュニケーションを通じて豊かなアウトドアライフの実現に貢献してまいります。

TOPIX（新店舗オープン）



プロの品質とプロの価格
業務スーパー

業務スーパー東光寺店

オープン： 2023年4月

所在地： 栃木県真岡市東光寺1-25-1

営業時間： 9:00～20:00



栃木県真岡市内では、真岡店に次ぐ2店舗目を出店いたしました。業務用冷凍食品を中心とした調味料、缶詰、飲料、畜産加工品、日用品など約2,000品目を取り扱い、業務用食品の利点である高品質と低価格を維持しつつ、パック量や包装を改良し、店内デザインや商品陳列にも工夫を加えることで、一般のお客様にも気軽にご購入いただける商品構成と店舗づくりを心がけました。広い駐車スペースがあり、週末を中心に幅広い客層の集客があり、比較的若い世代の方々からの利用が多く、話題性のある商品に高い関心を寄せられる店舗となっています。

TOPIX（サステナビリティへの取り組み）

■サステナビリティ方針



当社は、地域社会に貢献できる企業となることを社是に掲げており、地域課題への理解と取り組みを通じて、持続可能な地域社会の実現と企業価値の向上に努めてまいります。

■重点課題と取り組み

◆エシカル消費の推進

商品・サービス

人や社会・地域・地球環境のためになる商品の取り扱いとエシカル消費推進活動を強化します。

＜具体的な取り組み＞

- ・エコマーク商品や省エネ関連商品等、環境負荷低減につながる商品の取り扱い強化
- ・障がい者の作った農作物や商品の仕入れを通じ、雇用の拡大に貢献



2030年に向けた指標

エシカル商品3,000アイテムを取扱う

◆地域社会貢献

社会貢献・地域貢献

高齢者世帯や子ども達への支援サービスを充実します。

＜具体的な取り組み＞

- ・高齢者世帯向けの買い物支援・住まいの困りごと解決・配達サービスの充実
- ・未来を担う地域の子どもたちに学び・体験の場を提供
- ・地域活性化に向けた地産地消強化



スマイル便のサービス

- カンセキスタッフがご自宅へお届け！

カンセキスタッフがご自宅まで丁寧にお届けいたします。



- 組立宅配いたします

こちらのマークのある商品はお客様による組立品となります。組立をご希望の際はご注文時にお伝えください。（組立費別途有料）



- 不用品引取り

こちらのマークのある商品はお買い上げ1点につき、同等品1点をお引き取りいたします。ご注文時にお伝えください。



- 梱包資材引取り

配達時にご不要になった梱包資材（段ボール・ビニール）をお引き取りいたします。お気軽にお申し付けください。



2030年に向けた指標

栃木県内の高齢者世帯2万世帯をカバーする

◆WILD-1クリーンプロジェクト

環境

アウトドアフィールドの自然環境保全活動を強化します。

＜具体的な取り組み＞

- ・100か所のフィールドで清掃活動の実施
- ・栃木県の森づくり推進事業への参画



2030年に向けた指標

アウトドアフィールド100か所の環境美化活動を行う

サステナビリティへの取り組み

■エシカル消費の推進

人や社会・地域・地球環境のためになる商品の取り扱いと、エシカル消費推進活動を強化します。

ホームセンター・WILD-1の店舗では、2030年までに環境配慮型の商品を3000品目取り扱うことを目標にし、店頭でSDGs関連商品を紹介しエシカル消費を推進しております。

エシカル商品取扱品目数（2024年2月現在） 1149品目





<ホームセンター>
ホームセンター店舗ではプライスカード等にアイコンとなるマークを表示し、環境配慮型商品のPRを行っています。



<WILD-1>
一部のWILD-1店舗では売場にSDGsコーナーを設置し、対象商品の背景や得られる環境への貢献度などを伝える啓蒙活動を行っています。



<WILD-1>
店頭ボックスを設置し不要となったアウトドアウェアを回収。専門のメーカーに送付することで新たな衣類に生まれ変わる、リサイクル活動に貢献しています。

サステナビリティへの取り組み

■ 地域社会貢献

高齢者世帯やこども達への支援サービスを充実します。

ホームセンター事業において、栃木県内の2万世帯を目標に高齢者世帯向けの買い物支援、住まいの困りごと解決、配達サービスの充実を図るとともに、未来を担う地域の子供たちに学び、体験の場を提供して参ります。

高齢者世帯支援実施状況（2024年2月現在） 8920世帯



< 高齢者支援 >

スマイル便はお電話一本で、カタログに掲載されている商品や店頭の商品をご自宅までお届けします。住マイル応援隊では、お客様のご自宅にお伺いして住まいや暮らしに関わる困りごとを解決することで、高齢者世帯を支援しております。



< 学生支援 >

特別支援学校の生徒の皆さんが、店舗の一角を使用して手作りのパンや花の寄せ植えを定期的に販売しています。社会経験の場を提供することで支援につなげております。



< 盲導犬育成支援 >

店頭で募金箱を設置しているほか、育成支援対象商品の売上金の一部やペットイベント出店時の売上金を東日本盲導犬協会へ寄付しております。

サステナビリティへの取り組み

■ WILD-1クリーンプロジェクト

アウトドアフィールドの自然環境保全活動を強化します。



2030年までに100ヶ所のアウトドアフィールドで清掃活動を実施するとともに、栃木県の森づくり推進事業へ参画します。

清掃活動実施状況（2024年2月現在） 73ヶ所



<アウトドアフィールド清掃活動>

店舗スタッフが店休日を利用して、近隣のアウトドアフィールドを清掃しております。本社のスタッフや店舗のお客様もボランティアで参加するなど、活動の輪が広がり始めております。



<活動報告>

清掃活動時は腕章を着用するほか、SNSやホームページ等を使用し積極的な活動報告をしております。今後はゴミを捨てない、フィールドを汚さないアウトドアの楽しみ方について、啓蒙活動を進めることも視野に入れて活動して参ります。



<森づくり推進事業への参画>

栃木県益子町で「カンセキの森」づくり活動を進めております。雑草や枯れ木の伐採を行い、植樹を行うことで健全な森を育み、自然環境の保全に貢献することを目指して参ります。

業績概要

(単位：百万円)

	2022年2月期		2023年2月期		2024年2月期		
	実績	売上比	実績	売上比	実績	売上比	前年比
売上高	40,831	—	38,069	—	36,353	—	95.5%
売上総利益	11,855	29.0%	10,897	28.6%	※1 8,280	22.8%	76.0%
営業収入	778	1.9%	557	1.5%	518	1.4%	93.1%
営業総利益	12,634	30.9%	11,454	30.1%	8,798	24.2%	76.8%
販管費及び 一般管理費	10,270	25.2%	10,156	26.7%	10,267	28.2%	101.1%
営業利益 又は営業損失 (△)	2,363	5.8%	1,297	3.4%	△1,468	—	—
経常利益 又は経常損失 (△)	2,355	5.8%	1,267	3.3%	△1,515	—	—
当期純利益 又は当期純損 (△)	△187	—	694	1.8%	※2 △5,219	—	—

※1 商品評価損を計上

※2 所有する固定資産（土地建物等）

事業種類別セグメント営業収益（要約）

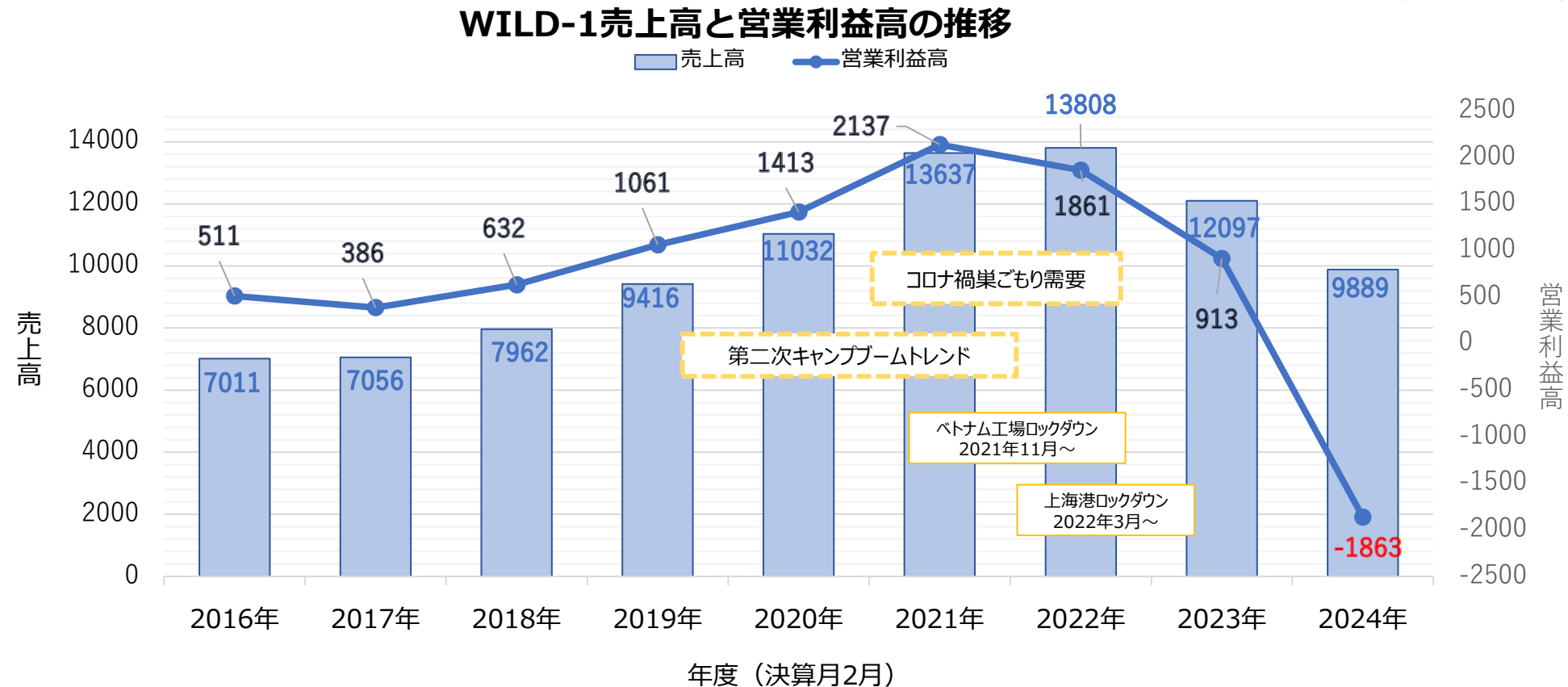
（単位：百万円）

		2022年2月期		2023年2月期		2024年2月期	
		実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比
ホームセンター事業	売上高	17,941	43.1%	16,307	42.2%	15,838	43.0%
	営業利益	564	16.6%	474	20.4%	407	—
WILD-1事業	売上高	13,808	33.2%	12,097	31.3%	9,889	26.8%
	営業利益	1,861	54.7%	913	39.3%	△1,863	—
専門店事業	売上高	9,481	22.8%	9,836	25.5%	10,777	29.2%
	営業利益	804	23.6%	781	33.7%	806	—
店舗開発事業	売上高	358	0.8%	378	1.0%	361	1.0%
	営業利益	152	4.5%	146	6.3%	142	—

営業損失の要因

- ・WILD-1事業において、コロナ禍によるキャンプ用品需要の急速な拡大に伴いPB商品の増産を行うも、生産・流通過程における大幅な遅延による機会ロスと市場の急速なトレンドダウンが発生しました。
- ・新型コロナ収束により外出機会が増加し衣料等の売上が好調に推移しましたが、キャンプ用品の過剰在庫の大幅な値下げを行ったことや商品評価損を計上したことにより営業損失となりました。

(単位：百万円)



貸借対照表

(単位：百万円)

	資産の部			負債・純資産の部			
	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期		2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期
現金および預入金	2,176	1,116	748	買掛金	2,822	2,604	2,541
売掛金	674	580	692	短期借入金	1,500	3,900	3,930
商品	6,326	7,980	7,300	流動負債	9,239	11,257	10,473
その他	415	928	630	長期借入金	6,390	5,741	6,810
流動資産	9,592	10,606	9,371	固定負債	8,534	7,169	8,874
有形固定資産	13,588	13,737	10,582	負債合計	17,774	18,427	19,348
無形固定資産	548	509	440	株主資本	8,498	9,904	4,595
投資その他の資産	3,742	4,725	5,089	有価証券評価差額	1,177	1,209	1,496
固定資産	17,878	18,971	16,112	純資産合計	9,707	11,155	6,146
資産合計	27,481	29,582	25,495	負債純資産合計	27,481	29,582	25,495

キャッシュ・フローの状況

(単位：百万円)

単位：百万円	2023年2月期	2024年2月期	増減	主な概要	
営業活動による キャッシュ・フロー	△1,375	△316	1,059	税引前当期純利益 減損損失 法人税等の支払い	△4,892 3,375 △331
投資活動による キャッシュ・フロー	△1,491	△700	790	有形固定資産の取得 無形固定資産の取得	△583 △128
財務活動による キャッシュ・フロー	1,636	649	△987	短期・長期借入等による収入 短期・長期借入金等の返済 配当金の支払い	2,990 △1,941 △89
現金及び現金同等物 期首残高	2,174	1,114	△1,060		
現金及び現金同等品 期末残高	1,114	746	△367		

2025年2月期 業績予想

(単位：百万円)

	第二四半期	対前年同四半期増減率	通期	対前年増減率
売上高	18,400	2.5%	37,000	1.8%
営業利益	250	－%	450	－%
経常利益	233	－%	420	－%
当期純利益	219	－%	390	－%

※上記の数値は2024年4月11日現在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、今後様々な要因によって予想数値と異なる可能性があります。

中期経営計画に基づく取組み

50期の主な取組施策

部門/区分	取組施策	取 組 状 況
HC	DCMブランドの導入	・ 50期については季節品を中心に導入
	IT化による人時の削減	・ EDI導入や勤務シフト管理ツールの活用による作業効率向上
	事業領域の強化	・ 配送業務や修繕業務等の再構築に着手
	デジタルサービスの検討	・ デジタル会員と新たな販促手法開発に着手
W-1	DXの推進	・ LINEミニアプリを活用したデジタル会員導入や輸出入取引管理ツールの導入
	オンラインストアの魅力向上	・ 自社ECサイトのリニューアルや新たなチャンネルの活用
	アジア圏での販路拡大	・ 中国向けの販売強化（越境ECや販売店開拓）
専門店	精肉・青果の取扱開始	・ 3店舗で取扱開始
	「ハードオフ」の出店検討	・ オフハウスとの併設で1店舗3月にオープンすることを決定
出店	計画的な新規出店	・ WILD-1で2店舗、業務スーパーで1店舗を新たにオープン

中期経営計画に基づく取組み

51期の主な取組施策（計画）

- ① 創業50周年事業の販促イベントを活用した来店客数の増強
- ② デジタル会員導入に伴う会員増強とサービス拡充
- ③ 過剰在庫や不稼働在庫の撲滅と仕入枠管理の徹底
- ④ ホームセンター事業におけるDCMブランド商品の販売強化
- ⑤ 2業態併設店舗の拡充
- ⑥ 新たなビジネス展開の検討
- ⑦ サステナビリティへの取組活動の継続
- ⑧ 新たに導入した人事制度の定着と人材育成

ご注意

**本資料は投資勧誘を目的に作成されたものではありません。
投資を行う際には、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。**

本資料に関するお問い合わせ



株式会社カンセイ

総務人事部 TEL 028-658-8123 FAX 028-659-3621