



2025年2月期
決算説明資料
(2024年3月1日～2025年2月28日)

2025年4月10日

業績概要



創業50周年セールなどの販売促進や新店出店効果などにより増収増益を達成
売上高、売上総利益の伸長、経費コントロールにより黒字転換

全社業績

(百万円、%)

	当期実績	前年実績	前年比増減率	前年比増減差
売上高	36,552	36,353	100.5	198
営業総利益	10,275	8,798	116.8	1,476
販管費	9,736	10,267	94.8	▲531
営業利益	538	▲1,468	-	2,007
経常利益	476	▲1,515	-	1,992
当期純利益	518	▲5,219	-	5,737

- ▶ 売上高：ホームセンター、専門店事業で増収
- ▶ 営業総利益：売価変更の抑制などにより売上総利益率が改善
- ▶ 販管費：各費目の見直しによりコスト抑制
- ▶ 営業利益・経常利益：黒字転換、適時開示業績予想を達成
- ▶ 当期純利益：政策保有株式を売却。適時開示業績予想を達成

セグメント別業績



営業収益：ホームセンター事業、専門店事業が増収
営業利益：ホームセンター事業、WILD-1事業、専門店事業が増益

セグメント別 営業収益・営業利益

(百万円、%)

		当期実績	前年実績	前年比増減率	前年比増減差
ホームセンター事業	営業収益	15,965	15,838	100.8	127
	営業利益	409	407	100.7	2
WILD-1事業	営業収益	9,260	9,889	93.6	▲628
	営業利益	24	▲1,863	-	1,888
専門店事業	営業収益	11,479	10,777	106.5	701
	営業利益	931	806	115.6	125
店舗開発事業	営業収益	353	361	97.8	▲8
	営業利益	134	142	94.6	▲7

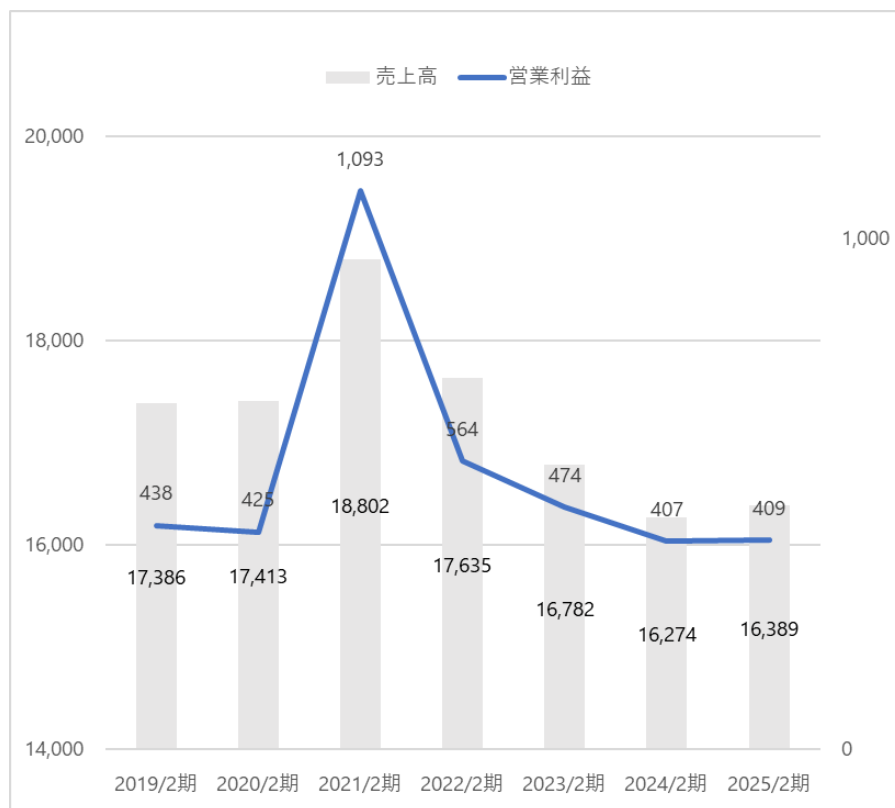
ホームセンター事業



創業50周年感謝セール等を実施し売上高は増加
 販促企画、部門構成の変化による利益率低下を経費コントロールで吸収し、営業利益を維持

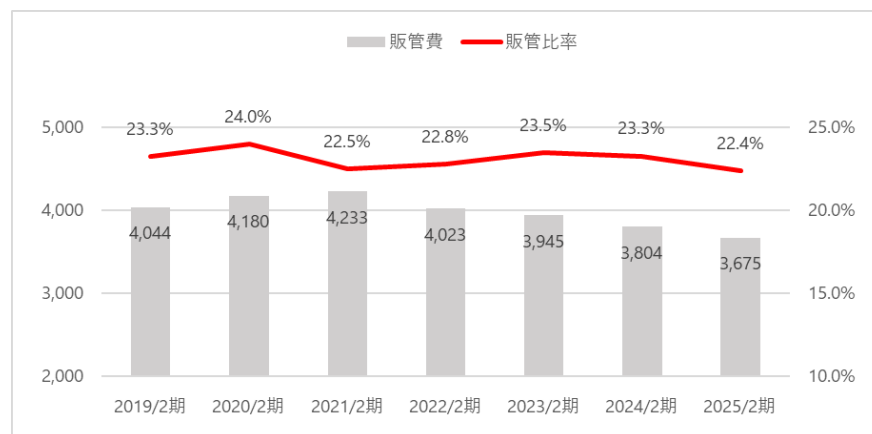
(百万円、%)

売上高・営業利益



※売上高は収益認識基準変更前の旧基準で記載しております

販管費・販管比率



部門別売上高

	部門別売上高構成比	
	当期	前期
DIY・電気	15.9%	16.4%
家庭用品・インテリア	19.8%	19.1%
園芸・エクステリア	18.4%	18.8%
ペット	17.1%	17.4%
カー・レジャー・ホビー	10.1%	10.6%
その他	18.7%	17.7%

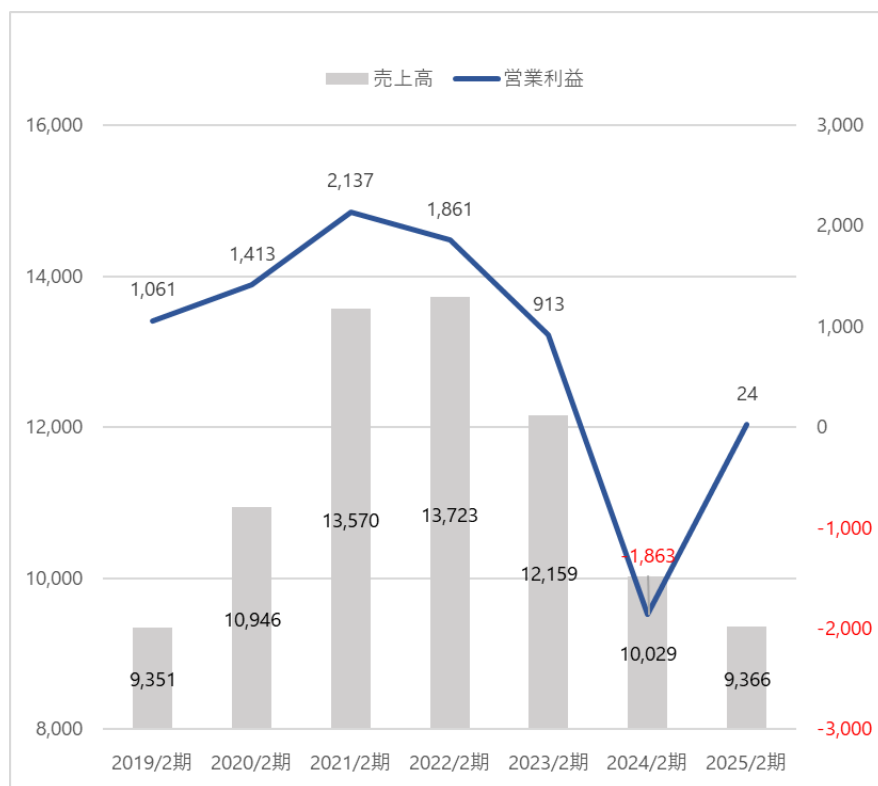
WILD-1事業



キャンプ部門の落ち込みを他部門で補い切れず、売上高は減少
 キャンプ関連用品の値下げが一段落。売上総利益率の改善と経費抑制効果により営業利益を黒字化

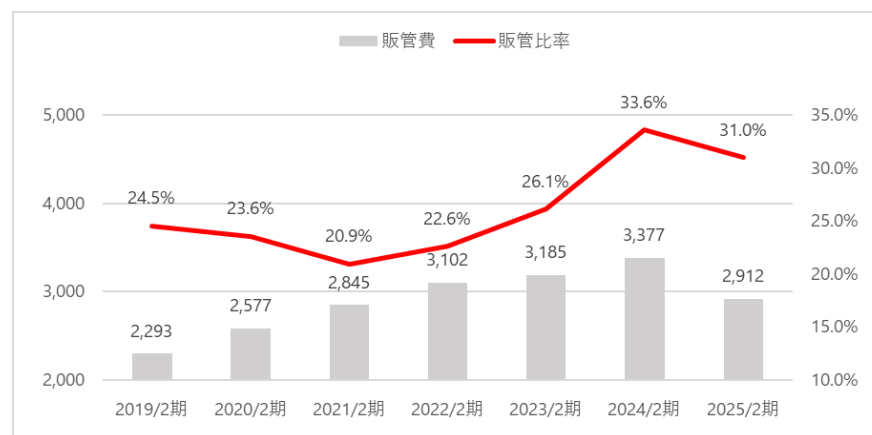
(百万円、%)

売上高・営業利益



※売上高は収益認識基準変更前の旧基準で記載しております

販管費・販管比率



部門別売上高

	部門別売上高構成比	
	当期	前期
キャンプ	40.8%	44.8%
クロージング・フィッシング	46.2%	42.6%
フィッシング	10.8%	10.1%
その他	2.2%	2.5%

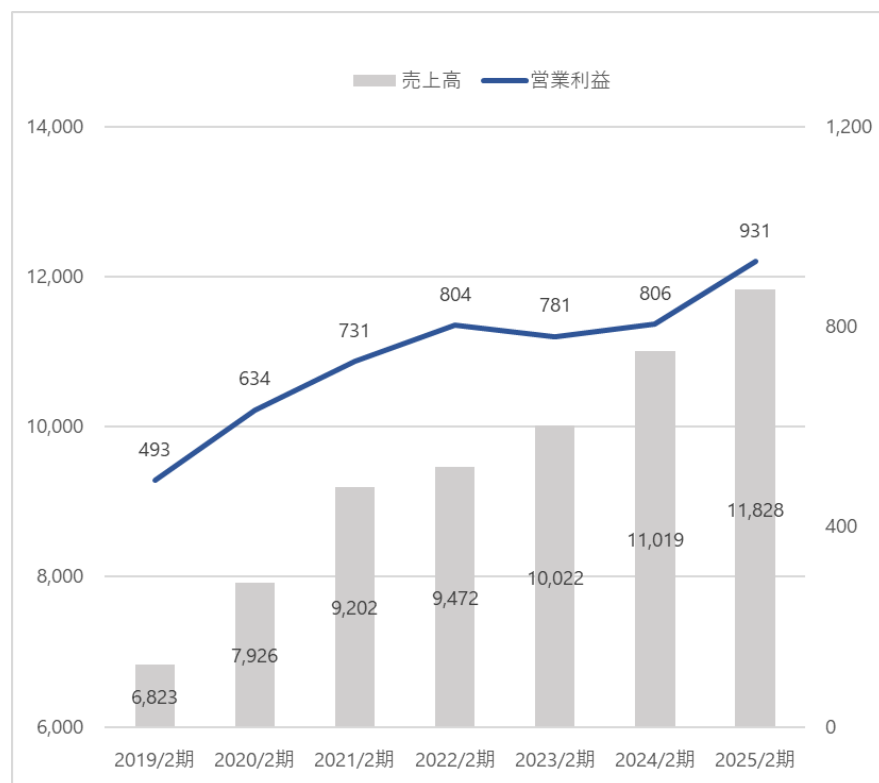
専門店事業



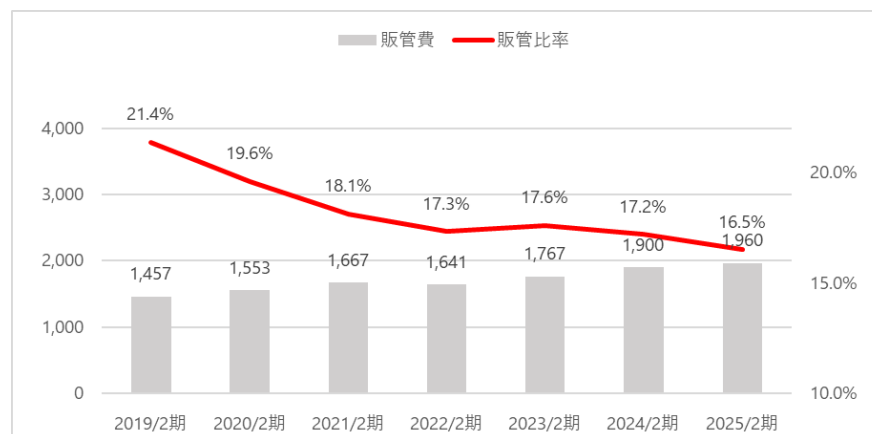
業務スーパー2店舗、ハードオフ1店舗を出店。業務スーパーは既存店売上高が伸長を続けており着実な成長を継続
経費コントロールを徹底し増益。営業利益率は0.6ポイント改善

(百万円、%)

売上高・営業利益



販管費・販管比率



業務スーパー既存店/全店売上高前年比

	21/2期	22/2期	23/2期	24/2期	25/2期
既存店売上高前年比(%)	118.1	100.3	106.3	106.6	106.3
全店売上高前年比(%)	122.2	102.1	105.4	111.3	107.8
店舗数	16	16	17	18	19

※売上高は収益認識基準変更前の旧基準で記載しております

2024年度の取り組み

ホームセンター事業の取り組み



「カンセキアプリ」スタート

2024年6月より「カンセキアプリ」をスタートし、会員は6万人を突破。ストアロイヤリティを高める新たな施策として推進していく



便利でお得な機能！
ポイント付与
クーポン配信
チラシ配信
など

「花屋敷」強化

花屋敷西川田店をオープン。お客様に「花のある暮らし」をご提案し、日常生活に彩りをお届けするとともに、地域一番店を目指し商品力を高めていく



フラワー工房「花屋敷」は、市場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

-取り扱い店舗-
真岡店/新鹿沼店/小金井店
館林店/西川田店

DCM商品拡大

DCM商品の取り扱いを拡大。価格訴求型の品揃えを強化し、お客様のニーズに幅広くお応えする



DCM商品売上高
前年比 **194%**

業務スーパーとの複合店の取り組み

ホームセンターカンセキ栃木そのべ店内に業務スーパーを出店。ワンストップショッピングの利便性で既存店を強化する



WILD-1事業の取り組み



ゆめが丘ソラトス店オープン

2024年7月横浜市泉区に開業した相鉄いずみ野線ゆめが丘駅直結の商業施設「YUMEGAOKA SORATOS」に「WILD-1ゆめが丘ソラトス店」をオープン



イベント強化

顧客接点の強化によりエントリー層へのアプローチ、様々なアウトドアカテゴリーへの興味喚起を促進。WILD-1ファンづくりを進めていく



EC販売の強化

WILD-1オンラインストア、Amazon、楽天などEC販売を強化。WILD-1の店舗がないエリアのお客様にもテンマクデザインを中心としたPB商品をお届けする

EC売上高
前年比 **110%**

大人気!
40周年コラボアイテム



フランチャイズ事業に着手

フランチャイズ事業への試行的な取り組みとして、(株)バツセルとフランチャイズ契約を締結。2024年10月に「WILD-1福知山店（京都府）」をオープン



専門店事業の取り組み



業務スーパー2店舗オープン

2024年5月に「栃木そのべ店(栃木市)」、9月に「岡本店(宇都宮市)」をオープン。計画を上回る業績で推移



19店舗目
岡本店(宇都宮市)
オープン

精肉取り扱い強化

「生鮮野菜」に続き「精肉」の取り扱い店舗を拡大。品揃えを拡充しお客様の利便性を高める



-取り扱い店舗-
八幡店
黒磯店
東光寺店
栃木そのべ店
岡本店
雀宮店
戸祭店

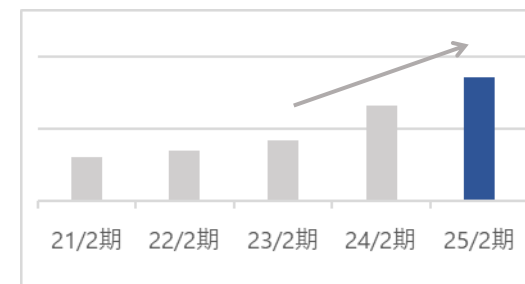
ハードオフさくら氏家店オープン

2024年3月にハードオフ業態初出店となる「ハードオフさくら氏家店」をオープン。既存店との相乗効果により営業力強化を図る



レストランWild-Barnの取り組み

創業50周年記念メニューなどで売上高伸長。コロナ禍の厳しい時期を乗り越えて黒字化を達成



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

2030年にむけた数値目標

① 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活動の強化
- 数値目標：エシカル商品3000アイテムを取り扱う

② 地域貢献

- 高齢者世帯や子どもたちへの支援サービスの充実
- 数値目標：栃木県内の高齢者2万世帯へのサービス提供

③ 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の強化
- 数値目標：アウトドアフィールド100か所の環境美化活動を行う



とちぎSDGs推進企業に登録



とちぎSDGs推進企業 登録マーク

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

エシカル商品の取り扱い

●ホームセンター事業
2025年2月末時点で
584品目を達成！
※累計品目数



包装テープ バリピタエコ



美土里たい肥



対馬オーシャンプラスチックパーツケース

●WILD-1事業
2025年2月末時点で
1019品目を達成！
※年間の導入品目数



-対馬市の海洋プラスチックごみ削減への貢献
対馬オーシャンプラスチックバスケット

エシカル消費関連の取り組み

「とちぎの元気な森づくり基金」へ花王SDGs対象商品売上金の一部を寄付

衣料回収キャンペーン

SDGsフォトコンテスト

サステナビリティへの取り組み



地域社会貢献 -高齢者世帯や子どもたちへの支援サービスを進めています

盲導犬育成支援



店頭募金活動
チャリティーイベントの開催
支援商品の販売

子どもたちの食育活動

創業50周年記念イベントとして、春の「田植え」、秋の「稲刈り」体験を実施。



関東全域から32人の子どもたちと保護者のみなさんが参加

子どもの居場所提供

栃木県内のNPO法人と連携し、不登校など外出機会の少ない子どもたちの居場所としてWild-Barn真岡店を提供



特別支援学校との取り組み

特別支援学校の生徒さんがつくったパンの販売会をホームセンターカンセキ駅東店で定期開催



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推進します

アウトドアフィールドのクリーン活動

2025年2月末時点で**90か所**を達成！

2022年からのゴミの回収量は約14,840ℓ (軽トラ6台分)



ごみ拾い促進プラットフォームピリカに参加

「カンセキの森」整備活動

栃木県の「企業等による森づくり推進事業」に参画し、栃木県益子町にある「益子の森」の一部を「カンセキの森」として森林整備活動（植栽、下刈り、間伐、林床整備等）を実施。2024年5月には植樹会を開催



貸借対照表



(百万円、%)

	2025年 2月期	2024年 2月期	対前年比 増減差		2025年 2月期	2024年 2月期	対前年比 増減差
現金及び預金	812	748	63	買掛金・電子記録債務	3,806	3,662	144
売掛金	858	692	166	有利子負債	11,719	12,923	▲ 1,203
たな卸資産	6,478	7,316	▲ 837	負債その他	2,586	2,762	▲ 176
流動資産その他	809	614	195	負債合計	18,113	19,348	▲ 1,235
有形固定資産	10,484	10,582	▲ 97	株主資本	5,039	4,595	443
無形固定資産	411	440	▲ 28	評価・換算差額等	1,057	1,496	▲ 438
投資その他の資産	4,414	5,089	▲ 674	新株予約権	66	54	12
繰延資産	5	10	▲ 4	純資産合計	6,163	6,146	17
資産合計	24,276	25,495	▲ 1,218	負債純資産合計	24,276	25,495	▲ 1,218

キャッシュ・フロー計算書



(百万円、%)

	2025年2月期	2024年2月期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,204	▲ 316	2,520
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 709	▲ 700	▲ 8
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 1,431	649	▲ 2,080
期首残高	746	1,114	▲ 367
期末残高	810	746	63

2026年2月期 業績予想



(百万円、%)

	2025年2月期 通期実績		2026年2月期 通期予想	前年比
売上高	36,552	▶	37,000	101.2
営業利益	538		550	102.1
経常利益	476		250	52.4
当期純利益	518		150	28.9

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

株式会社カンセキ

経営企画部

TEL 028-658-8123 FAX 028-659-3621