

# 2025年3月期 第3四半期 決算補足資料

株式会社ヤマダホールディングス  
2025年2月6日





売上高	1兆1,936 億円	前期比	101.9%
-----	------------	-----	--------

売上総利益	3,449 億円	前期比	99.9%
-------	----------	-----	-------

営業利益	393 億円	前期比	101.5%
------	--------	-----	--------

経常利益	430 億円	前期比	101.0%
------	--------	-----	--------

親会社株主に帰属する 四半期純利益	253 億円	前期比	94.6%
----------------------	--------	-----	-------



- 
- |     |     |   |
|-----|-----|---|
| 10月 | デンキ | 【ヤマダデンキ】 YAMADA×TOTOコラボ企画<br>プレミアムフルオートトイレ「レギヤビネットⅡ」販売開始      |
|     | デンキ | 【ヤマダデンキ】 ヤマダオリジナル冷蔵庫「REFAGE（リファージュ）」シリーズに<br>新色追加・ブラックカラー販売開始 |
|     | 住建  | 【家守り】 「空き家相談サービス」開始_空き家の管理・点検、その他サービスを提供                      |
|     | デンキ | 【ヤマダデンキ】 「Tecc LIFE SELECT 湘南平塚店」オープン                         |
|     | デンキ | 【ヤマダデンキ】 家電量販店初 テスラ蓄電池「Powerwall」販売開始                         |
- 
- |     |          |  |
|-----|----------|--|
| 11月 | 住建       | 【ヒノキヤグループ】 桧家住宅、最高峰モデル<br>「The Elite One（エリート・ワン）」販売開始       |
|     | ホールディングス | 中期経営計画(2026/3～2030/3) 公表                                     |
|     | 住建       | 【ヤマダホームズ】 セミオーダー型規格住宅<br>「Y Limited(ワイリミテッド)」販売開始            |
|     | デンキ      | 【ヤマダデンキ】 「YAMADA web.com つくば倉庫店」稼働<br>EC向け商品ラインナップ・出荷機能を大幅増強 |
|     | デンキ      | 【ヤマダデンキ】 「Tecc LIFE SELECT 高岡店」オープン                          |
- 
- |     |    |                                  |
|-----|----|----------------------------------|
| 12月 | 住建 | 【ヒノキヤグループ】 全館空調「Z空調」受注30,000棟を突破 |
|-----|----|----------------------------------|



## 出店及び各種販促の強化により増収 一方、前期に一過性の法人税軽減があった影響で減益

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	1,193,654	100.0	1,171,061	100.0	101.9
売上総利益	344,911	28.9	345,091	29.5	99.9
人件費	134,862	11.3	135,778	11.6	99.3
広告宣伝費	15,962	1.3	16,054	1.4	99.4
地代家賃	56,715	4.8	56,489	4.8	100.4
減価償却費	15,128	1.3	14,948	1.3	101.2
リース料及びリース減価償却費	1,190	0.1	1,373	0.1	86.6
その他	81,720	6.8	81,695	7.0	100.0
販売費及び一般管理費	305,579	25.6	306,339	26.2	99.8
営業利益	39,331	3.3	38,751	3.3	101.5
営業外収益	7,438	0.6	7,550	0.6	98.5
営業外費用	3,700	0.3	3,675	0.3	100.7
経常利益	43,069	3.6	42,626	3.6	101.0
特別利益	2,791	0.2	3,164	0.3	88.2
特別損失	4,131	0.3	4,488	0.4	92.0
法人税等合計	16,112	1.3	13,935	1.2	115.6
非支配株主に帰属する四半期純利益	218	0.0	514	0.0	42.4
親会社株主に帰属する四半期純利益	25,398	2.1	26,851	2.3	94.6

※前期実績：ヒノキヤグループの7社合併に伴う繰延税金資産の会社分類変更等の影響により、法人税等合計が一過性として約15億円軽減されています

※事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります



## LIFE SELECTを中心とした積極的店舗開発及び住宅事業の伸長により増収

	第1四半期 [ 4-6月 ]						第2四半期 [ 7-9月 ]						第3四半期 [ 10-12月 ]					
	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期差	前期比	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期差	前期比	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期差	前期比
(単位：百万円・%)																		
<b>売上高</b>	<b>379,103</b>	<b>100.0</b>	363,709	100.0	15,394	104.2	<b>416,897</b>	<b>100.0</b>	411,493	100.0	5,404	101.3	<b>397,652</b>	<b>100.0</b>	395,858	100.0	1,794	100.5
<b>売上総利益</b>	<b>114,744</b>	<b>30.3</b>	111,212	30.6	3,532	103.2	<b>114,096</b>	<b>27.4</b>	114,357	27.8	△ 261	99.8	<b>116,069</b>	<b>29.2</b>	119,520	30.2	△ 3,450	97.1
人件費	<b>44,307</b>	<b>11.7</b>	44,401	12.2	△ 94	99.8	<b>46,851</b>	<b>11.2</b>	46,594	11.3	257	100.6	<b>43,703</b>	<b>11.0</b>	44,782	11.3	△ 1,079	97.6
広告宣伝費	<b>5,145</b>	<b>1.4</b>	5,497	1.5	△ 352	93.6	<b>5,466</b>	<b>1.3</b>	5,154	1.3	311	106.0	<b>5,351</b>	<b>1.3</b>	5,401	1.4	△ 50	99.1
地代家賃	<b>18,754</b>	<b>4.9</b>	18,670	5.1	83	100.4	<b>19,041</b>	<b>4.6</b>	19,026	4.6	14	100.1	<b>18,919</b>	<b>4.8</b>	18,791	4.7	127	100.7
減価償却費	<b>4,977</b>	<b>1.3</b>	4,857	1.3	120	102.5	<b>5,058</b>	<b>1.2</b>	5,062	1.2	△ 4	99.9	<b>5,092</b>	<b>1.3</b>	5,029	1.3	63	101.3
リース料及びリース減価償却費	<b>382</b>	<b>0.1</b>	460	0.1	△ 77	83.0	<b>406</b>	<b>0.1</b>	484	0.1	△ 78	83.8	<b>401</b>	<b>0.1</b>	428	0.1	△ 27	93.7
その他	<b>26,831</b>	<b>7.1</b>	26,252	7.2	578	102.2	<b>28,391</b>	<b>6.8</b>	28,741	7.0	△ 348	98.8	<b>26,497</b>	<b>6.7</b>	26,701	6.7	△ 203	99.2
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>100,397</b>	<b>26.5</b>	100,139	27.5	258	100.3	<b>105,216</b>	<b>25.2</b>	105,065	25.5	150	100.1	<b>99,965</b>	<b>25.1</b>	101,135	25.5	△ 1,169	98.8
<b>営業利益</b>	<b>14,346</b>	<b>3.8</b>	11,072	3.0	3,273	129.6	<b>8,880</b>	<b>2.1</b>	9,292	2.3	△ 412	95.6	<b>16,104</b>	<b>4.0</b>	18,385	4.6	△ 2,281	87.6
営業外収益	<b>2,932</b>	<b>0.8</b>	2,894	0.8	37	101.3	<b>2,268</b>	<b>0.5</b>	2,492	0.6	△ 223	91.0	<b>2,237</b>	<b>0.6</b>	2,164	0.5	73	103.4
営業外費用	<b>1,168</b>	<b>0.3</b>	955	0.3	213	122.4	<b>2,427</b>	<b>0.6</b>	1,157	0.3	1,269	209.7	<b>104</b>	<b>0.0</b>	1,562	0.4	△ 1,458	6.7
<b>経常利益</b>	<b>16,110</b>	<b>4.2</b>	13,011	3.6	3,098	123.8	<b>8,721</b>	<b>2.1</b>	10,627	2.6	△ 1,905	82.1	<b>18,237</b>	<b>4.6</b>	18,987	4.8	△ 749	96.1
特別利益	<b>226</b>	<b>0.1</b>	3,124	0.9	△ 2,897	7.3	<b>0</b>	<b>0.0</b>	40	0.0	△ 40	-	<b>2,564</b>	<b>0.6</b>	0	0.0	2,564	-
特別損失	<b>406</b>	<b>0.1</b>	100	0.0	305	404.4	<b>2,983</b>	<b>0.7</b>	3,817	0.9	△ 834	78.1	<b>742</b>	<b>0.2</b>	570	0.1	171	130.0
法人税等合計	<b>6,179</b>	<b>1.6</b>	5,345	1.5	833	115.6	<b>2,624</b>	<b>0.6</b>	3,876	0.9	△ 1,251	67.7	<b>7,308</b>	<b>1.8</b>	4,713	1.2	2,594	155.1
非支配株主に帰属する四半期純利益	<b>135</b>	<b>0.0</b>	198	0.1	△ 63	68.1	<b>△ 42</b>	<b>0.0</b>	216	0.1	△ 259	-	<b>125</b>	<b>0.0</b>	99	0.0	25	125.7
<b>親会社株主に帰属する四半期純利益</b>	<b>9,616</b>	<b>2.5</b>	10,491	2.9	△ 874	91.7	<b>3,155</b>	<b>0.8</b>	2,757	0.7	398	114.4	<b>12,626</b>	<b>3.2</b>	13,603	3.4	△ 976	92.8

※事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります



## デンキは増収・減益 住建・金融・環境の3セグメントが増収・増益

(単位：百万円・%)	売上高				営業利益			
	当期実績	前期実績	前期差	前期比	当期実績	前期実績	前期差	前期比
デンキセグメント	<b>978,940</b>	967,220	11,720	101.2	<b>34,362</b>	35,700	△ 1,338	96.3
住建セグメント	<b>199,317</b>	188,461	10,856	105.8	<b>2,118</b>	783	1,335	270.3
金融セグメント	<b>3,468</b>	2,783	685	124.6	<b>1,003</b>	424	579	236.2
環境セグメント	<b>25,350</b>	23,964	1,386	105.8	<b>1,195</b>	1,002	193	119.2
その他セグメント	<b>18,757</b>	19,265	△ 508	97.4	<b>541</b>	724	△ 183	74.7
連結合計	<b>1,193,654</b>	1,171,061	22,593	101.9	<b>39,331</b>	38,751	580	101.5

※事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります



季節需要で暖房器具やエアコンなどが伸長 住宅・リフォーム等も好調に推移

		(単位：百万円・%)	当期実績	構成比	前期比	前期実績	構成比	構成比増減
家電	カラーテレビ		69,338	5.8	97.7	71,005	6.1	△ 0.3
	ビデオ・DVD		13,613	1.1	89.8	15,165	1.3	△ 0.2
	オーディオ		15,049	1.3	106.6	14,115	1.2	0.1
	冷蔵庫		88,624	7.4	95.1	93,188	8.0	△ 0.5
	洗濯機		85,389	7.2	98.8	86,438	7.4	△ 0.2
	調理家電		46,380	3.9	101.1	45,861	3.9	△ 0.0
	エアコン		102,396	8.6	107.9	94,909	8.1	0.5
	その他の冷暖房器具		18,438	1.5	103.7	17,778	1.5	0.0
	工事		54,123	4.5	110.0	49,211	4.2	0.3
	その他 ※1		166,586	14.0	105.4	158,085	13.5	0.5
	小計		659,941	55.3	102.2	645,761	55.1	0.1
情報家電	パソコン		63,778	5.3	95.4	66,866	5.7	△ 0.4
	デジカメ		10,662	0.9	99.4	10,729	0.9	△ 0.0
	パソコン周辺機器		30,126	2.5	97.1	31,040	2.7	△ 0.1
	携帯電話		96,185	8.1	106.6	90,208	7.7	0.4
	その他 ※2		26,097	2.2	92.1	28,336	2.4	△ 0.2
	小計		226,849	19.0	99.9	227,181	19.4	△ 0.4
住宅関連 ※3		221,746	18.6	105.2	210,708	18.0	0.6	
家具・インテリア		33,845	2.8	98.0	34,526	2.9	△ 0.1	
AVソフト・GMS他		51,271	4.3	97.0	52,884	4.5	△ 0.2	
全体売上高		1,193,654	100.0	101.9	1,171,061	100.0	0.0	

集計区分について

※1  
【家電 その他】  
健康関連商品  
理美容商品  
クリーナー  
サービス関連売上等

※2  
【情報家電 その他】  
パソコンサプライ  
パソコンソフト  
電話機・FAX  
DOS/V等

※3  
【住宅関連】  
住宅・リフォーム関連等

※事業会社によって連結対象月は異なります



## 徹底した経費コントロールを行うも 売上総利益率の低下が影響し 増収・減益

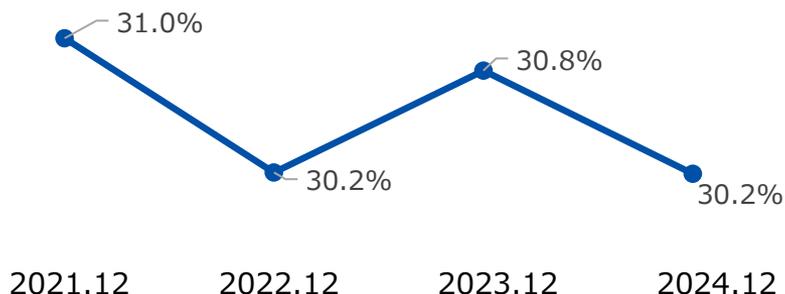
(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
<b>売上高</b>	<b>978,940</b>	<b>100.0</b>	<b>967,220</b>	<b>100.0</b>	<b>101.2</b>
<b>売上総利益</b>	<b>295,344</b>	<b>30.2</b>	<b>298,219</b>	<b>30.8</b>	<b>99.0</b>
人件費	107,720	11.0	108,992	11.3	98.8
広告宣伝費	12,515	1.3	13,321	1.4	93.9
地代家賃	52,938	5.4	52,574	5.4	100.7
減価償却費	13,968	1.4	13,676	1.4	102.1
リース料及びリース減価償却費	915	0.1	1,082	0.1	84.6
その他	72,924	7.4	72,870	7.5	100.1
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>260,981</b>	<b>26.7</b>	<b>262,518</b>	<b>27.1</b>	<b>99.4</b>
<b>営業利益</b>	<b>34,362</b>	<b>3.5</b>	<b>35,700</b>	<b>3.7</b>	<b>96.3</b>
営業外収益	6,847	0.7	6,872	0.7	99.6
営業外費用	3,347	0.3	3,478	0.4	96.2
<b>経常利益</b>	<b>37,862</b>	<b>3.9</b>	<b>39,094</b>	<b>4.0</b>	<b>96.8</b>

※事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります



冷蔵庫等の売上不振及びポイント施策の転換により実粗利が低下

【売上総利益率の推移】



今期・来期以降の方針

- ✓ SPAの原価見直しと新商品開発を実施し粗利の向上を図る
- ✓ リフォーム・家具インテリアの拡販強化でMIXでの粗利率伸長を推進

売上総利益率 減少要因

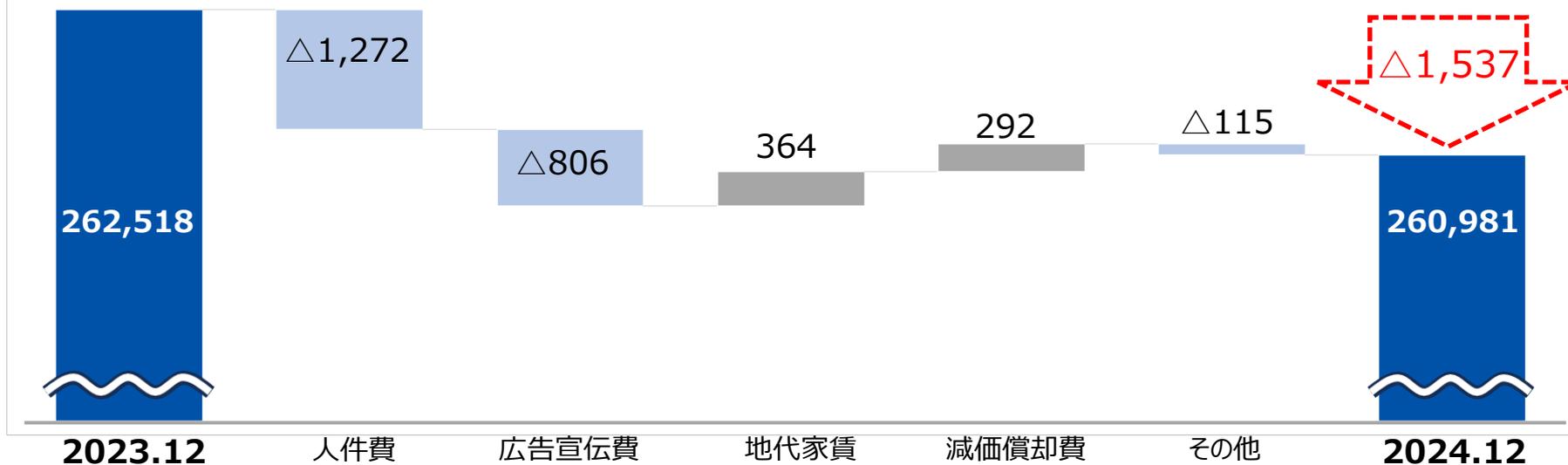
商品構成比の変化	収益性の高い冷蔵庫の売上高減少（95.1%）に伴う粗利率低下
その他、会計処理	<p>売上・実粗利額の向上を目的としたポイント販促強化に際し、ポイント発行が先行して増大することに伴う、収益認識会計基準適用による実粗利率低下</p> <p>⇒ 今後のポイント利用売上の伸長及び、粗利額・粗利率向上を見込む</p>



## LIFE SELECT を中核とする店舗統廃合を実施 デジタル販促への転換と合わせ経費抑制

## 【販売費および一般管理費】

(単位：百万円)



## 第3四半期累計 増減要因

(ヤマダデンキにおいて)

人件費	前年比：98.6%（従業員数：約96%、残業時間：約76%） 従業員数の減少は店舗統廃合、人員の配置改善で補完 営業時間の見直し・縮小や業務分散・精査によるシフトの最適化で残業時間を削減
広告宣伝費	デジタル広告への転換（+1.2億円） / 紙チラシ見直しによる削減（△9.0億円）
地代家賃	新規出店による増加（+16.8億円） / 店舗統廃合による地代削減（△13.6億円）
減価償却費	新規出店及び改装（LIFE SELECTへの業態変更）による増加



## LIFE SELECTの出店は順調 「くらしまるごと」戦略の更なる展開を図る

## ■ヤマダデンキ 業態別店舗数

LABI	15
LIFE SELECT	35
(LABI LIFE SELECT)	(6)
(Tecc LIFE SELECT)	(29)
YAMADA web.com	29
Tecc.Land	546
家電住まいる館	12
アウトレット・リユース専門店	48
インショップ型店舗	26
Tecc Land (小商圈)	74
地域密着型	151
PC専門店	7
家具専門店	14
ドラッグ専門店	1
合計	958

(2024年12月末時点)

## ■LIFE SELECT 推移

	(単位: 店・%)	2022.3	2023.3	2024.3	2024.12
売上構成比* <sup>1</sup>		3.9	13.2	16.3	<b>17.1</b>
リフォーム・インテリア 売上構成比* <sup>2</sup>		8.8	10.0	10.6	<b>11.7</b>
粗利構成比* <sup>2</sup>		20.2	23.0	23.6	<b>25.3</b>

\* 1 : 国内直営店舗総売上に対する割合

\* 2 : LIFE SELECT全店舗総売上・粗利に対する割合



▲ Tecc LIFE SELECT 高岡店 (2024年11月29日 オープン)



## LIFE SELECTをコアとした店舗開発を継続 エリア毎の売上シェアの確保と収益性向上を推進

## ■ 出店実績および計画

		(単位：店・%)	新規出店* 1 (LIFE SELECT)	増床率* 2 ※退店影響除く	増床率* 2 ※退店影響含む	退店数	期末店舗数
2024年3月期	実績	通期	23 (4)	4.5	1.6	46	975
2025年3月期	計画	通期	20 (4)	3.5	—	—	—
	実績	第3四半期累計	<b>15 (3)</b>	<b>2.6</b>	<b>1.2</b>	<b>30</b>	<b>958</b>

\* 1 : 増床を伴う改装オープン店舗を含む

※ 「期末店舗数」の増減に関わる新規出店 (2024年3月期 通期 : 22店舗 / 2025年3月期 第3四半期累計 : 13店舗)

\* 2 : 前期末の売場面積対比

## ■ 出店店舗一覧

《第3四半期》

店名	都道府県	出店日
Tecc LIFE SELECT 湘南平塚店	神奈川県	10月25日
テックランドNew網走店	北海道	10月25日
ツクモLABI 1 なんば店	大阪府	11月16日
Tecc LIFE SELECT 高岡店	富山県	11月29日

## 《施策》

- 2024年3月期より、店舗の統廃合を推進
- 退店店舗の人員を、新店等へ配置転換
- 旧店はリーシングビジネスに転換、転貸収益化



## 《施策による効果》

- **配置転換先での生産性  
及びパーヘッド向上**
- **追加採用の人員費抑制・地代抑制**



HLDGS.

ヤマダホールディングスの成長戦略

デンキセグメント 事業セグメント進捗

YAMADA HLDGS.

## 催事・ニーズに合わせたWEB販促強化が奏功し、EC売上が大幅伸長

### 主な成長戦略事業 (2025年3月期 第3四半期累計)

	(単位：百万円・%)	当期実績	前期実績	前期比	通期計画	進捗率
ネット・TVショッピング		<b>73,145</b>	63,204	115.7	100,000	73.1
リフォーム / 家具・インテリア (大塚家具含む)		<b>79,471</b>	75,523	105.2	114,000	69.7
法人		<b>42,653</b>	41,443	102.9	65,000	65.6
合計		<b>195,270</b>	180,169	108.4	279,000	70.0

### 《成長戦略》 具体的取り組み・継続内容

#### ネット事業 ・ TVショッピング事業

- ・YAMADA web.comつくば店の倉庫店舗化により、出荷能力上昇・取扱商品効率化  
関西へ倉庫店舗を展開し、さらなるEC体制の増強を図る
- ・オウンドメディア (ヤマダ家電情報サイト) の充実化 / ECサイトへの導線を向上
- ・メディアミックスの有効活用 / リフォームや家具、住宅の映像によるPRショッピングやグループ一貫の「くらしまるごと」テレビショッピングを展開

#### リフォーム事業 家具・インテリア事業

- ・メーカー共同開発のオリジナル商品と独占販売商品での拡販 (蓄電池・高機能トイレ等)
- ・訪問不要の現調DXシステム「RACSEL・RAPIS」の活用による営業効率アップ
- ・LIFE SELECTにおける家具・インテリアのプライスライン / 品揃えの最適化
- ・LIFE SELECTへの人員の投下(数・質)によるリフォーム+家具で各店売上年間20億円体制の構築

#### 法人

- ・「ヤマダビジネスレンタル」の品揃えとサービスを強化
- ・年度末につき、調達旺盛な法人業種への営業を積極的に展開



「くらしまるごと」戦略 ヤマダの強みを発揮する商品開発で売上・シェアアップを図る

家具・インテリア領域においても、SPA商品に加え、製品メーカーと協同でPB商品を投入

従来の製品に比べてクオリティの高い商品を価格戦略、ポイント戦略を工夫のうえ提供

取り扱いアイテムの拡大によりさらなる売上・利益の最大化を図る

創業50周年記念モデル

	実績	通期計画比(%)
アイテム数	132	110.0
売上高(百万円)	34,545	86.3



**YAMADA × HITACHI**  
過熱水蒸気オーブンレンジ  
あたためや解凍もオートで簡単  
過熱水蒸気を庫内に充満させ焼き上げ  
ふっくらに仕上げる



**YAMADA × パロマ**  
ビルトインコンロ「WITHNA」  
感震停止機能やコンロタイマーなど  
使いやすい機能はそのままに、  
より高級感あふれるステンレス仕様

SPA・当社オリジナル商品

	今期実績	前期実績*
売上構成比(%)	5.9	5.8
粗利構成比(%)	12.2	12.1

\* 前年の通期売上実績における割合



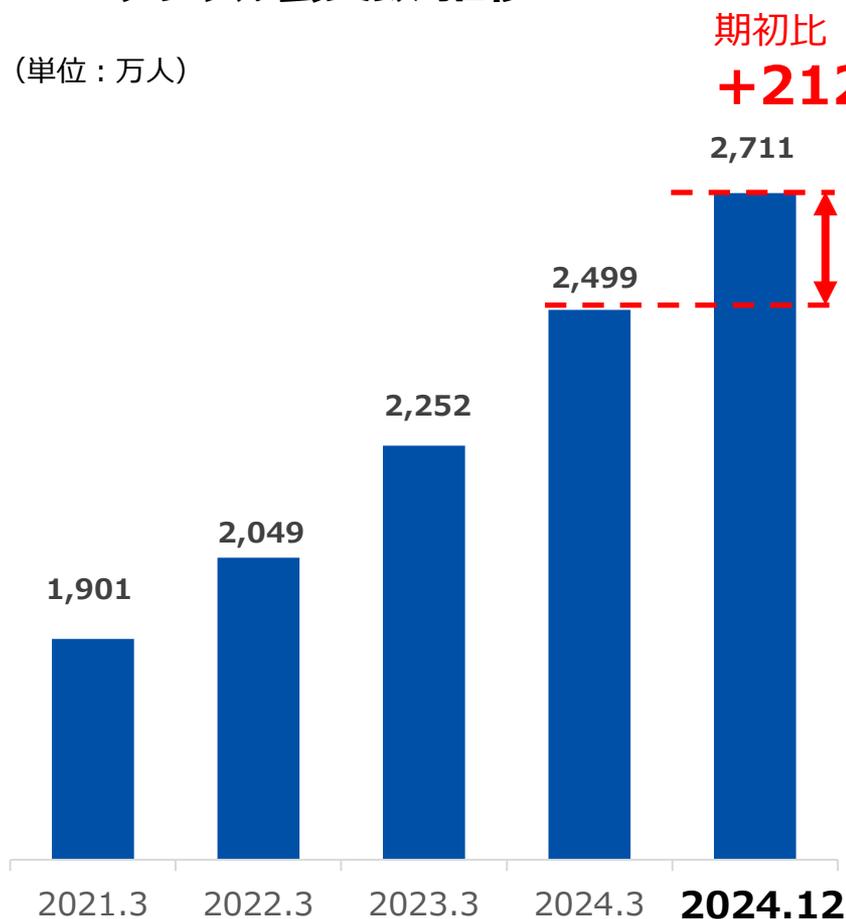
**新生活スタートパック!**  
新生活Aセット ミだわり3点  
新生活に必要な機能と  
リーズナブルな価格設定で  
ヤマダオリジナル商品をセット提供  
  
定番カラーのホワイトモデルと  
シックな雰囲気ブラックモデルを  
展開



# デジタル会員数は着実に伸長 チラシに代わる“楽しい”デジタル販促の展開で来店を活性化

## デジタル会員数 推移

(単位：万人)



デジタル会員向け施策の積極実施による売上貢献効果

- 一人当たり年間購入回数  
ポイントカード会員比 : 約1.2倍
- 一人当たり年間購入金額  
ポイントカード会員比 : 約1.7倍

《デジタル会員向け アプリ販促》





## YAMADA web.com店の出荷機能を増強 全国店舗網の最大活用でEC強化を図る

### 【YAMADA web.com 倉庫店 事業コンセプト】

- **多彩なEC在庫・SKUを実現**  
売場を縮小し、保管在庫増強  
倉庫店舗の全在庫とEC在庫の連動
- **EC物流網の効率的運用**  
既存のYAMADA web.com店とEC出荷を分担  
ラストワンマイルの軽量化とニッチ商品の広域配送を両立



▲▶YAMADA web.com 神戸北店



### 倉庫店への転換による成果

(2024年12月：YAMADA web.com つくば倉庫店の場合)

#### SKU

2.5万SKU → 3.0万SKU (120%)

#### 出荷数

2,000個/日 → 3,500個/日 (175%)

#### 在庫回転率 (12月度 月間)

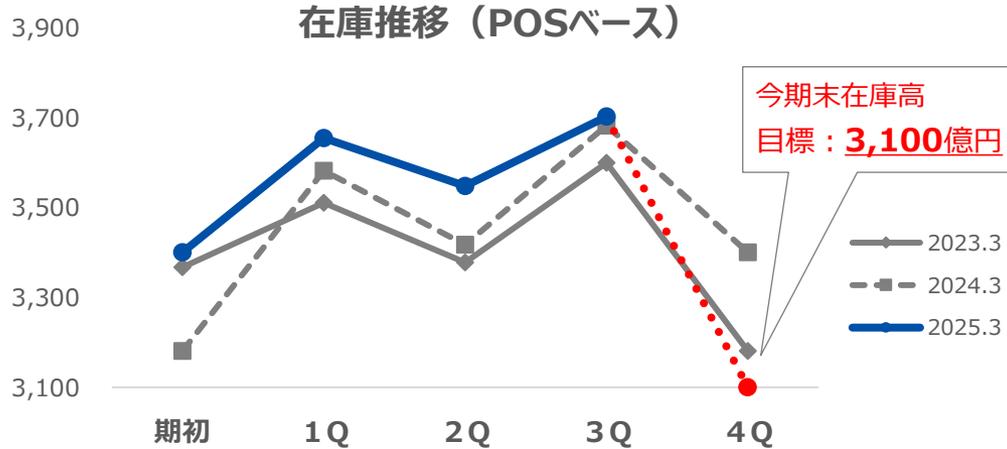
前期 0.5 回転 → 今期 0.6 回転



### 波及効果

- **商品ラインナップ・充実度向上**
  - **顧客満足度向上**
  - **売上・利益向上**
  - **人員効率・出荷体制向上**
- 
- **EC在庫の管理の効率化**
  - **ヤマダデンキ全体の在庫削減**

## 通期目標300億削減の達成を図る



### 取り組み方針

- 定番・定数の見直し
- 不動在庫の削減
- 配送商品在庫のメーカー連携

### 今期 在庫削減の取り組み

(2024年10月以降の取り組み実績)

(単位：億円)	削減実績	通期計画	具体的取り組み内容
定番・定数の見直し	49	100	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 売れ筋以外の商品定数カット</li> <li>・ 売上規模・売場面積別の在庫適正化</li> </ul>
不動在庫の削減	34	100	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 長期滞留在庫の処分売価見直し、早期消化の促進</li> <li>・ 季節家電や家具・インテリアなど廃番品の店頭・WEB訴求強化</li> </ul>
配送商品在庫のメーカー連携	—	100	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 当社倉庫・メーカー倉庫間の在庫連携・適正化</li> <li>※第4四半期から取り組み実施</li> </ul>



## グループシナジーを最大化する構造改革及び営業力強化の取り組みにより増収・増益

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
<b>売上高</b>	<b>199,317</b>	<b>100.0</b>	<b>188,461</b>	<b>100.0</b>	<b>105.8</b>
<b>売上総利益</b>	<b>47,558</b>	<b>23.9</b>	<b>44,928</b>	<b>23.8</b>	<b>105.9</b>
人件費	25,301	12.7	24,600	13.1	102.8
広告宣伝費	3,324	1.7	2,622	1.4	126.8
地代家賃	3,522	1.8	3,671	1.9	95.9
減価償却費	1,133	0.6	1,254	0.7	90.4
リース料及びリース減価償却費	203	0.1	221	0.1	91.9
その他	11,954	6.0	11,774	6.2	101.5
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>45,439</b>	<b>22.8</b>	<b>44,144</b>	<b>23.4</b>	<b>102.9</b>
<b>営業利益</b>	<b>2,118</b>	<b>1.1</b>	<b>783</b>	<b>0.4</b>	<b>270.3</b>
営業外収益	698	0.4	823	0.4	84.8
営業外費用	614	0.3	535	0.3	114.6
<b>経常利益</b>	<b>2,203</b>	<b>1.1</b>	<b>1,071</b>	<b>0.6</b>	<b>205.6</b>

※事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります



## ヤマダホームズが大きく伸長し、ヒノキヤグループの一時的減益をカバー

(単位：百万円・%)	売上高				営業利益			
	今期実績	前期実績	前期差	前期比	今期実績	前期実績	前期差	前期比
<b>ヤマダホームズ</b>	<b>66,209</b>	56,416	9,793	117.4	<b>△ 308</b>	△ 2,382	2,074	-
住宅事業	<b>49,207</b>	42,769	6,438	115.1	<b>△ 1,592</b>	△ 3,109	1,517	-
中古再販事業	<b>13,027</b>	9,211	3,816	141.4	<b>752</b>	242	510	310.7
<b>ヒノキヤグループ</b>	<b>87,699</b>	90,097	△ 2,398	97.3	<b>1,092</b>	2,391	△ 1,299	45.7
住宅事業	<b>59,299</b>	61,674	△ 2,375	96.1	<b>△ 1,473</b>	△ 798	△ 675	-
断熱材事業	<b>20,817</b>	20,165	652	103.2	<b>1,521</b>	2,199	△ 678	69.2
不動産投資事業	<b>5,664</b>	6,089	△ 425	93.0	<b>866</b>	649	217	133.4

※ 各社主要事業のみ抜粋しています。各項目の合計値は、各社実績の数値と異なります

※ 中古再販事業について、事業部としての実績を記載しております  
そのため、後頁の「中古再販」の受注実績とは対象範囲が異なります

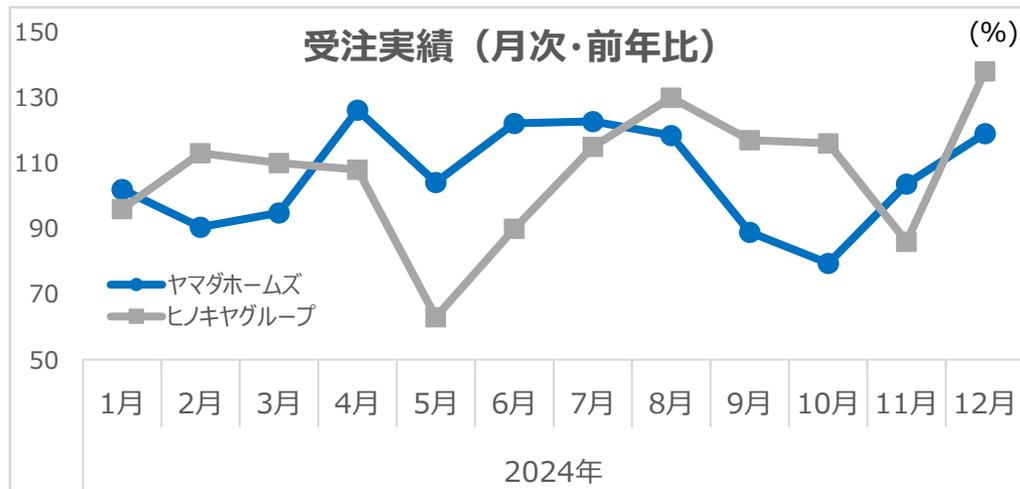


## 規格住宅・分譲住宅が好調に推移 / 着工・完工管理の徹底で通期決算は前期達成の見込

## ■受注実績 (2025年3月期 第3四半期累計)

(単位: 百万円・%)	今期実績	前期実績	前期差	前期比
<b>ヤマダホームズ</b>	<b>63,394</b>	57,618	5,776	110.0
注文住宅	<b>38,842</b>	37,420	1,422	103.8
(受注残高)	(54,690)	(54,736)	(△46)	(99.9)
分譲住宅	<b>14,923</b>	11,422	3,501	130.7
リフォーム	<b>5,249</b>	5,522	△273	95.1
中古再販	<b>4,380</b>	3,254	1,126	134.6
<b>ヒノキヤグループ</b>	<b>72,879</b>	68,953	3,926	105.7
注文住宅	<b>61,442</b>	59,378	2,064	103.5
(受注残高)	(67,833)	(65,883)	(1,950)	(103.0)
分譲住宅	<b>9,581</b>	6,906	2,675	138.7
リフォーム	<b>1,856</b>	2,669	△813	69.5

※事業会社によって連結対象月は異なります



## ■売上高・通期計画進捗率 (2025年3月期 第3四半期累計)

(単位: 百万円)	売上高	進捗率	今後の取り組み・対策
<b>ヤマダホームズ</b>	<b>66,209</b>	<b>63.0%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>販売用土地の積極取得による建売、注文住宅販売の強化</li> <li>着工促進 (契約～着工の工期短縮) の取り組み強化</li> <li>セミオーダー型規格住宅「Y Limited (ワイリミテッド)」の拡販</li> <li>保証更新時のリフォーム強化 (アフターメンテナンス連携)</li> </ul>
<b>ヒノキヤグループ</b>	<b>87,699</b>	<b>58.4%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>今期は注文住宅の完工が例年以上に第4四半期に集中する計画</li> <li>着工から完工迄の工事工程管理の徹底及び原価コントロールで粗利率改善を図る</li> <li>注文住宅の外構工事提案を強化し単価向上・売上拡大を図る</li> <li>防水施工や気密測定等の提案するクロスセルと断熱上位等級需要の高まりを取り込む</li> </ul>

## ■通期着地見込み

(単位: 百万円・%)	売上高				営業利益			
	今期見込み	前期実績	前期差	前期比	今期見込み	前期実績	前期差	前期比
<b>ヤマダホームズ</b>	<b>91,500</b>	<b>80,400</b>	<b>11,100</b>	<b>113.8%</b>	<b>250</b>	<b>△2,827</b>	<b>3,077</b>	<b>-</b>
<b>ヒノキヤグループ</b>	<b>144,800</b>	<b>142,123</b>	<b>2,677</b>	<b>101.9%</b>	<b>7,290</b>	<b>7,481</b>	<b>△191</b>	<b>97.4%</b>

ヒノキヤグループは前回見込み値から微減



## 当社グループの住宅・リフォーム事業と連携したローン実績が伸長し増収・増益

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
<b>売上高</b>	<b>3,468</b>	<b>100.0</b>	<b>2,783</b>	<b>100.0</b>	<b>124.6</b>
<b>売上総利益</b>	<b>3,119</b>	<b>89.9</b>	<b>2,530</b>	<b>90.9</b>	<b>123.3</b>
人件費	914	26.4	949	34.1	96.3
広告宣伝費	54	1.6	42	1.5	126.2
地代家賃	73	2.1	70	2.5	103.5
減価償却費	29	0.8	28	1.0	103.1
リース料及びリース減価償却費	3	0.1	3	0.1	117.5
その他	1,040	30.0	1,010	36.3	103.0
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>2,115</b>	<b>61.0</b>	<b>2,105</b>	<b>75.6</b>	<b>100.5</b>
<b>営業利益</b>	<b>1,003</b>	<b>28.9</b>	<b>424</b>	<b>15.3</b>	<b>236.2</b>
営業外収益	52	1.5	72	2.6	72.5
営業外費用	99	2.9	46	1.7	214.0
<b>経常利益</b>	<b>957</b>	<b>27.6</b>	<b>451</b>	<b>16.2</b>	<b>212.1</b>

※事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります



## 家電リユースは堅調に拡大 PC製造事業も伸長し増収・増益

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
<b>売上高</b>	<b>25,350</b>	<b>100.0</b>	<b>23,964</b>	<b>100.0</b>	<b>105.8</b>
<b>売上総利益</b>	<b>4,098</b>	<b>16.2</b>	<b>3,718</b>	<b>15.5</b>	<b>110.2</b>
人件費	1,344	5.3	1,266	5.3	106.1
広告宣伝費	19	0.1	10	0.0	177.6
地代家賃	337	1.3	327	1.4	103.0
減価償却費	58	0.2	54	0.2	107.7
リース料及びリース減価償却費	57	0.2	58	0.2	97.4
その他	1,086	4.3	998	4.2	108.9
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>2,903</b>	<b>11.5</b>	<b>2,716</b>	<b>11.3</b>	<b>106.9</b>
<b>営業利益</b>	<b>1,195</b>	<b>4.7</b>	<b>1,002</b>	<b>4.2</b>	<b>119.2</b>
営業外収益	592	2.3	579	2.4	102.1
営業外費用	47	0.2	28	0.1	167.9
<b>経常利益</b>	<b>1,740</b>	<b>6.9</b>	<b>1,554</b>	<b>6.5</b>	<b>112.0</b>

※事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります

### 【免責事項】

本資料に記載されている情報のうち過去の歴史的事実以外のものは、当社が判断した種々の前提及び仮定に基づいたものであり、その性質上、将来その通りに実現するという保証はなく、実際の結果と大きく乖離する可能性や客観的には不正確である可能性があり、そのような事態の原因となりうる不確実性やリスクの要因は多数あります。

また、記載された将来の計画や予想、目標数値、施策等の実行を確約または保証するものではありません。

実際の業績は、今後の事業環境の変化等様々な不確定要因により、計画数値と異なる可能性があります。

本資料の内容は、情報の提供を目的としたもので、投資勧誘を目的としたものではありません。

株式会社ヤマダホールディングス及びそのグループ各社の役員または従業員は、本資料の使用、その内容から生じる直接的、間接的または派生的な損害または損失に対して理由の如何を問わず一切責任を負うものではありません。

※本資料の無断使用・譲渡・複製・転載を禁じます。