

2025年3月期 決算説明会資料

株式会社ヤマダホールディングス

2025年5月8日





- 1. 2025年3月期 通期業績**..... **P 3**
- 2. 2026年3月期 事業計画**..... **P 27**



2025年3月期 通期業績



連結業績は増収・増益

売上高	1兆6,290 億円	前期比	102.3%
-----	------------	-----	--------

売上総利益	4,573 億円	前期比	100.7%
-------	----------	-----	--------

営業利益	428 億円	前期比	103.2%
------	--------	-----	--------

経常利益	480 億円	前期比	102.1%
------	--------	-----	--------

親会社株主に帰属する 当期純利益	269 億円	前期比	111.9%
---------------------	--------	-----	--------



上期	住建	【ヒノキヤグループ】北海道初 全館空調「Z空調」搭載展示場 オープン（4月）
	ホールディングス	オンラインギフトプラットフォーム「Giftmall」を運営する(株)ギフトモールとの資本業務提携に関する基本合意書を締結（4月）
	ホールディングス	AI ロボティクスサービス創出に向けてavatarin(株)と業務提携に合意（5月）
	デンキ	【ヤマダデンキ】「Tecc LIFE SELECT 福山店」オープン（5月）
	環境	山口県山口市と「企業進出に関する協定」を締結_家電リユース工場を新設により地域産業の活性化に貢献（7月）
	住建	【ヤマダホームズ】20年初期保証付きカスタマイズ型注文住宅「RASIO（ラシオ）」発売（8月）
下期	デンキ	【ヤマダデンキ】「Tecc LIFE SELECT 湘南平塚店」オープン（10月）
	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（10月）
	住建	【ヒノキヤグループ】桧家住宅、最高峰モデル「The Elite One（エリート・ワン）」販売開始（11月）
	ホールディングス	中期経営計画(2026/3～2030/3) 公表 （11月）
	住建	【ヤマダホームズ】セミオーダー型規格住宅「Y Limited(ワイリミテッド)」販売開始（11月）
	デンキ	【ヤマダデンキ】「YAMADA web.com つくば倉庫店」稼働 EC向け商品ラインナップ・出荷機能を大幅増強（11月）
	デンキ	【ヤマダデンキ】「Tecc LIFE SELECT 高岡店」オープン（11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（12月）
	住建	【家守り】残価設定型住宅ローン取り扱い工務店の募集開始（3月）
	ホールディングス	健康経営優良法人（大規模法人部門）に初認定（3月）
	デンキ	【ヤマダデンキ】「Tecc LIFE SELECT イオンタウン大垣店」オープン（3月）



グループシナジーを最大化する成長戦略の実行と経費コントロールにより増収・増益

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	1,629,069	100.0	1,592,009	100.0	102.3
売上総利益	457,360	28.1	454,217	28.5	100.7
人件費	182,403	11.2	182,417	11.5	100.0
広告宣伝費	21,494	1.3	22,438	1.4	95.8
地代家賃	75,622	4.6	75,428	4.7	100.3
減価償却費	20,161	1.2	19,648	1.2	102.6
リース料及びリース減価償却費	1,617	0.1	1,761	0.1	91.8
その他	113,239	7.0	111,032	7.0	102.0
販売費及び一般管理費	414,539	25.4	412,727	25.9	100.4
営業利益	42,821	2.6	41,489	2.6	103.2
営業外収益	10,336	0.6	9,856	0.6	104.9
営業外費用	5,112	0.3	4,309	0.3	118.6
経常利益	48,045	2.9	47,037	3.0	102.1
特別利益	3,203	0.2	3,275	0.2	97.8
特別損失	8,382	0.5	11,078	0.7	75.7
法人税等合計	15,427	0.9	14,456	0.9	106.7
非支配株主に帰属する当期純利益	526	0.0	722	0.0	72.8
親会社株主に帰属する当期純利益	26,912	1.7	24,055	1.5	111.9

※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



猛暑により期初からエアコン需要が大きく伸長し、前年を上回る売上を達成

(単位：百万円・%)	第1四半期 [4-6月]						第2四半期 [7-9月]					
	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期差額	前期比	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期差額	前期比
売上高	379,103	100.0	363,709	100.0	15,394	104.2	416,897	100.0	411,493	100.0	5,404	101.3
売上総利益	114,744	30.3	111,212	30.6	3,532	103.2	114,096	27.4	114,357	27.8	△ 261	99.8
人件費	44,307	11.7	44,401	12.2	△ 94	99.8	46,851	11.2	46,594	11.3	257	100.6
広告宣伝費	5,145	1.4	5,497	1.5	△ 352	93.6	5,466	1.3	5,154	1.3	311	106.0
地代家賃	18,754	4.9	18,670	5.1	83	100.4	19,041	4.6	19,026	4.6	14	100.1
減価償却費	4,977	1.3	4,857	1.3	120	102.5	5,058	1.2	5,062	1.2	△ 4	99.9
リース料及びリース減価償却費	382	0.1	460	0.1	△ 77	83.0	406	0.1	484	0.1	△ 78	83.8
その他	26,831	7.1	26,252	7.2	578	102.2	28,391	6.8	28,741	7.0	△ 348	98.8
販売費及び一般管理費	100,397	26.5	100,139	27.5	258	100.3	105,216	25.2	105,065	25.5	150	100.1
営業利益	14,346	3.8	11,072	3.0	3,273	129.6	8,880	2.1	9,292	2.3	△ 412	95.6
営業外収益	2,932	0.8	2,894	0.8	37	101.3	2,268	0.5	2,492	0.6	△ 223	91.0
営業外費用	1,168	0.3	955	0.3	213	122.4	2,427	0.6	1,157	0.3	1,270	209.7
経常利益	16,110	4.2	13,011	3.6	3,098	123.8	8,721	2.1	10,627	2.6	△ 1,905	82.1
特別利益	226	0.1	3,124	0.9	△ 2,897	7.3	0	0.0	40	0.0	△ 40	-
特別損失	406	0.1	100	0.0	305	404.4	2,983	0.7	3,817	0.9	△ 834	78.1
法人税等合計	6,179	1.6	5,345	1.5	833	115.6	2,624	0.6	3,876	0.9	△ 1,251	67.7
非支配株主に帰属する四半期純利益	135	0.0	198	0.1	△ 63	68.1	△ 42	0.0	216	0.1	△ 259	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	9,616	2.5	10,491	2.9	△ 874	91.7	3,155	0.8	2,757	0.7	398	114.4

※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

(単位：百万円・%)	第3四半期 [10-12月]						第4四半期 [1-3月]					
	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期差額	前期比	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期差額	前期比
売上高	397,652	100.0	395,858	100.0	1,794	100.5	435,415	100.0	420,948	100.0	14,467	103.4
売上総利益	116,069	29.2	119,520	30.2	△ 3,450	97.1	112,449	25.8	109,126	25.9	3,322	103.0
人件費	43,703	11.0	44,782	11.3	△ 1,079	97.6	47,541	10.9	46,638	11.1	902	101.9
広告宣伝費	5,351	1.3	5,401	1.4	△ 50	99.1	5,532	1.3	6,384	1.5	△ 852	86.7
地代家賃	18,919	4.8	18,791	4.7	127	100.7	18,907	4.3	18,939	4.5	△ 32	99.8
減価償却費	5,092	1.3	5,029	1.3	63	101.3	5,032	1.2	4,699	1.1	333	107.1
リース料及びリース減価償却費	401	0.1	428	0.1	△ 27	93.7	427	0.1	388	0.1	38	110.0
その他	26,497	6.7	26,701	6.7	△ 204	99.2	31,519	7.2	29,337	7.0	2,182	107.4
販売費及び一般管理費	99,965	25.1	101,135	25.5	△ 1,169	98.8	108,959	25.0	106,388	25.3	2,571	102.4
営業利益	16,104	4.0	18,385	4.6	△ 2,281	87.6	3,489	0.8	2,738	0.7	750	127.4
営業外収益	2,237	0.6	2,164	0.5	73	103.4	2,897	0.7	2,306	0.5	591	125.7
営業外費用	104	0.0	1,562	0.4	△ 1,458	6.7	1,411	0.3	633	0.2	777	222.7
経常利益	18,237	4.6	18,987	4.8	△ 749	96.1	4,976	1.1	4,411	1.0	565	112.8
特別利益	2,564	0.6	0	0.0	2,564	-	412	0.1	111	0.0	301	371.5
特別損失	742	0.2	570	0.1	171	130.0	4,251	1.0	6,590	1.6	△ 2,338	64.5
法人税等合計	7,308	1.8	4,713	1.2	2,594	155.1	△ 684	△ 0.2	520	0.1	△ 1,205	-
非支配株主に帰属する四半期純利益	125	0.0	99	0.0	25	125.7	308	0.1	207	0.0	100	148.3
親会社株主に帰属する四半期純利益	12,626	3.2	13,603	3.4	△ 976	92.8	1,514	0.3	△ 2,796	△ 0.7	4,310	-

※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



HLDGS.

2025年3月期 通期

セグメント別業績 サマリー

YAMADA HLDGS.

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	1,308,929	1,291,194	17,736	101.4	29,694	32,619	△ 2,925	91.0
住建セグメント	297,240	279,530	17,710	106.3	9,372	5,630	3,742	166.5
金融セグメント	4,492	4,299	193	104.5	1,307	968	339	135.0
環境セグメント	36,111	32,726	3,385	110.3	1,634	1,449	184	112.7
その他セグメント	24,684	25,262	△ 578	97.7	673	676	△ 3	99.5
連結合計	1,629,069	1,592,009	37,060	102.3	42,821	41,489	1,331	103.2

※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



携帯電話や季節需要によるエアコンが大きく伸長 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	88,928	5.5	93.1	95,474	6.0	△ 0.5
	冷蔵庫	113,908	7.0	93.0	122,494	7.7	△ 0.7
	洗濯機	114,158	7.0	95.9	119,091	7.5	△ 0.5
	調理家電	63,089	3.9	97.4	64,756	4.1	△ 0.2
	エアコン	121,030	7.4	105.4	114,803	7.2	0.2
	その他の冷暖房器具	24,527	1.5	107.6	22,801	1.4	0.1
	工事	66,528	4.1	106.4	62,501	3.9	0.2
	その他 ※1	266,261	16.3	104.4	254,971	16.0	0.3
	小計	858,432	52.7	100.2	856,895	53.8	△ 1.1
情報家電	パソコン	95,536	5.9	98.6	96,913	6.1	△ 0.2
	パソコン周辺機器	40,738	2.5	97.4	41,817	2.6	△ 0.1
	携帯電話	144,367	8.9	114.4	126,150	7.9	0.9
	その他 ※2	48,807	3.0	94.2	51,790	3.3	△ 0.3
	小計	329,449	20.2	104.0	316,671	19.9	0.3
住宅関連 ※3		329,766	20.2	109.4	301,475	18.9	1.3
家具・インテリア (大塚家具含む)		42,468	2.6	97.1	43,744	2.7	△ 0.1
AVソフト・GMS他		68,953	4.2	94.2	73,222	4.6	△ 0.4
全体売上高		1,629,069	100.0	102.3	1,592,009	100.0	0.0

集計区分について

※1
【家電 その他】
ビデオ・DVD
オーディオ
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】
デジカメ
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

※「家具・インテリア (大塚家具含む)」の減収は、大塚家具店舗における大型案件が昨年あった反動です ※事業会社によって連結対象月は異なります



黒モノ家電・白モノ家電

テレビ

巣ごもり需要の反動減からの市場縮小の動きが一服。
ミニLED・量子ドット液晶テレビをはじめとする大型・高画質モデルが好調に推移し、市場を下支えた。

冷蔵庫

買い替えサイクルの長期化から販売台数は低迷するも、電気代高騰で省エネ性能の優れた高付加価値商品の需要は堅調に推移。また、スマート機能搭載モデルが注目を集めた。

洗濯機

洗剤自動投入機能付きモデルや大容量タイプかつヒートポンプ式乾燥機能が充実するドラム式の高付加価値製品が好調に推移した。
その他、コンパクトモデルのドラム式洗濯乾燥機も多く登場し、多様な家庭ニーズに応える製品が支持を広げる。

クリーナー

ロボット掃除機が注目を集め、時短・利便性を重視する層に支持される。
また、スティッククリーナーも堅調に推移し、軽量化・吸引力強化の他、ごみ収集ドック付きモデルなど、多様な生活ニーズに応える商品が注目を集める。

調理家電

自動調理器や食洗器が共働き層以外も含め、広く支持を広げた。
また、冷凍食品の調理に合わせたオープンレンジについても、多機能モデルが好調に推移。

理美容

外出機会の増加に伴い、身だしなみ理美容家電の需要が増加。
美意識・健康志向の高まりも背景に、ドライヤー・シェーバー等が好調に推移。
特に、高付加価値商品も広く支持され、平均単価が上昇。

季節家電

エアコン

期初より夏日も見られ、一年を通して好調に推移。販売台数は前年を上回った。
電気代高騰・環境意識の高まりの中、省エネ性能の優れた高付加価値モデルが引き続き注目を集める。

デジタル家電

デジタルカメラ

低価格モデルを中心にコンパクトカメラが好調に推移し、販売台数が大きく伸長。
その他、ミラーレス一眼カメラが高機能モデルを中心に市場をけん引。

パソコン

GIGAスクールや法人オフィス向けなど、リプレイス需要が堅調に推移。その他、Windows10サポート終了に向けた買い替え需要の高まりが見られ始めた。

携帯電話

携帯キャリアによる買い替え販促の強化及び端末の高機能・高単価化により、販売台数及び売上高ともに大きく伸長した。
SIMフリー端末もiPhoneシリーズを中心に好調に推移。

家具・インテリア

原材料価格が高騰する中、近年の睡眠環境改善の高まりから、高単価寝具など高付加価値商品が堅調に推移した。

リフォーム

物価高の影響を受けつつも、政府の補助金制度が追い風となり、省エネリフォームを中心に需要が底堅く推移。全自動トイレ等の高付加価値モデルも人気となった。



LIFE SELECTを中核とした店舗開発の積極的推進により増収 店舗再編に伴う人員配置の最適化及び広告のデジタル転換で経費上昇を抑制

(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	1,308,929	100.0	1,291,194	100.0	101.4
売上総利益	383,563	29.3	385,041	29.8	99.6
人件費	145,081	11.1	145,766	11.3	99.5
広告宣伝費	17,136	1.3	18,624	1.4	92.0
地代家賃	70,590	5.4	70,225	5.4	100.5
減価償却費	18,580	1.4	17,971	1.4	103.4
リース料及びリース減価償却費	1,239	0.1	1,379	0.1	89.8
その他	101,241	7.7	98,453	7.6	102.8
販売費及び一般管理費	353,869	27.0	352,421	27.3	100.4
営業利益	29,694	2.3	32,619	2.5	91.0
営業外収益	9,615	0.7	8,836	0.7	108.8
営業外費用	4,618	0.4	3,781	0.3	122.1
経常利益	34,691	2.7	37,674	2.9	92.1

《ご参考》

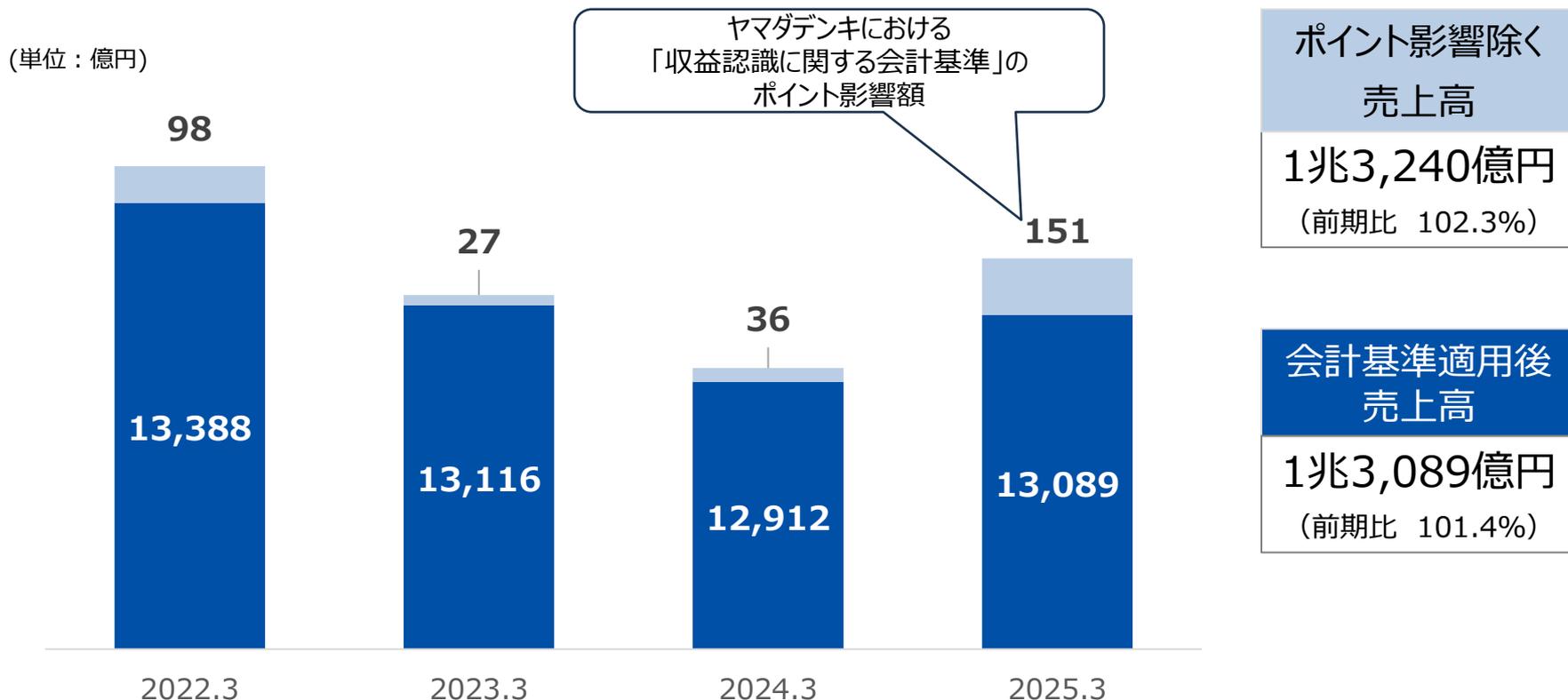
ヤマダデンキにおける「収益認識に関する会計基準」の
ポイント影響額を除いた場合の実績

(単位：百万円 / %)	当期実績	前期比
売上高	1,324,052	102.3

※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

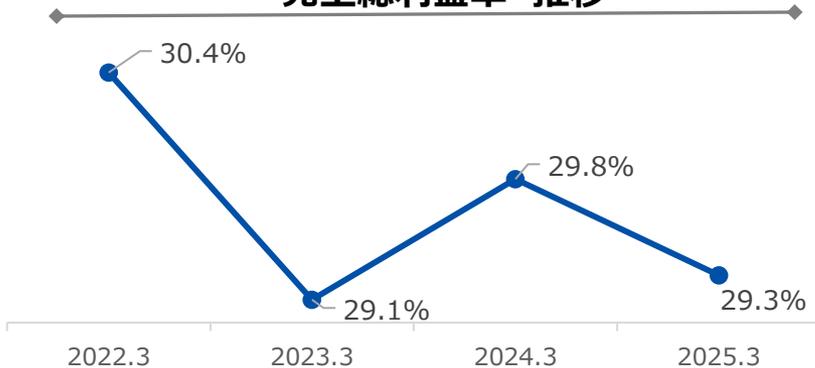


ポイント販促の実施等により「収益認識に関する会計基準」の適用による影響が増加するも、本施策による固定客の創出・集客拡大で今後の売上・利益の伸長を見込む



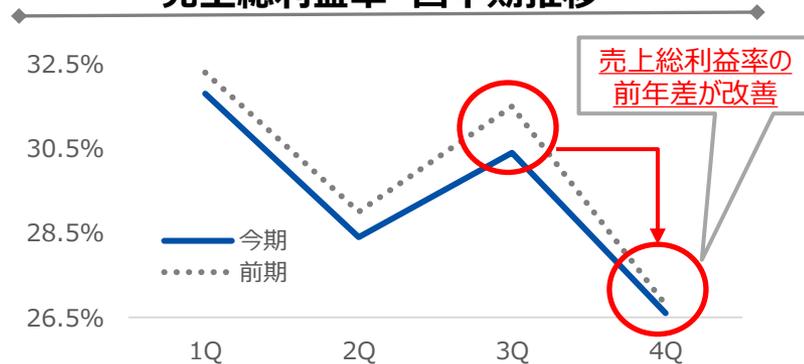


セルアウトリポートへの転換により、持続的な利益成長の体制構築は着実に推進

2022年3月期～2025年3月期
売上総利益率 推移

売上総利益率

2025年3月期	当期実績	前期実績	前期差
通期	29.3%	29.8%	△0.5p
1Q	31.8%	32.3%	△0.4p
2Q	28.4%	29.0%	△0.5p
3Q	30.4%	31.5%	△1.1p
4Q	26.6%	26.8%	△0.2p

2025年3月期
売上総利益率 四半期推移

売上総利益額

(単位：百万円)	当期実績	前期実績	前期差
通期	383,563	385,041	△0.3%
1Q	99,468	97,942	+1.5%
2Q	98,441	98,775	△0.3%
3Q	97,433	101,500	△4.0%
4Q	88,219	86,821	+1.6%

【概況】

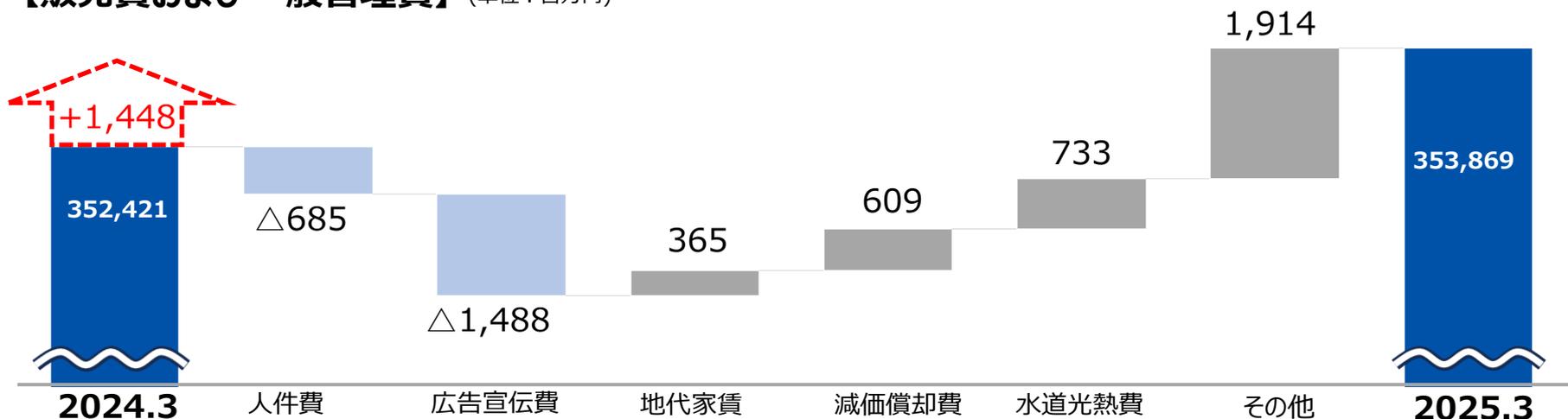
- ✓ 粗利の低い携帯電話売上の構成比が大きく伸長したことに伴う、全体の粗利率の低下
- ✓ 第3四半期からのポイント販促強化に伴う、「収益認識に関する会計基準」の影響額増加に起因する、先行的・一時的な売上総利益率の低下
- ✓ 但し、セルアウト移行の推進により売上・利益の連動性は高まっており、また、第4四半期からの商品・価格戦略の見直しにより、粗利額は改善

⇒ ポイント販促の継続実施による固定客の創出・リピートの増大及びPB・SPA家電などの付加価値商品の提案強化で更なる売上・利益を見込む



経費抑制の取り組みは継続 一方で、EC売上や電気代高騰に伴う関連費用が増加

【販売費および一般管理費】 (単位：百万円)



第4四半期累計 増減要因

(ヤマダデンキにおいて)

人件費	前年比：99.3%（従業員数：約99.7%、残業時間：約75.7%） 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（+2.8億円） / 紙チラシ見直しによる削減（△15.9億円）
地代家賃	新規出店による増加（+23.1億円） / 店舗統廃合による地代削減（△20.0億円）
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
水道光熱費	電気代値上げ、補助金終了等による水道光熱費の増加
その他	EC売上伸長による販売手数料の増加、他社モール売上伸長による経費増

LIFE SELECTの出店は順調 異業種との共同出店・コラボレーションも積極的に推進

■ヤマダデンキ 業態別店舗数

LABI	13
LIFE SELECT	36
(LABI LIFE SELECT)	(6)
(Tecc LIFE SELECT)	(30)
YAMADA web.com	28
Tecc.Land	547
家電住まいる館	12
アウトレット・リユース専門店	45
インショップ型店舗	25
Tecc Land (小商圈)	73
地域密着型	147
PC専門店	7
家具専門店	15
ドラッグ専門店	1
合計	949

(2025年3月末時点)

■LIFE SELECT 推移

(単位: 店・%)	2022.3	2023.3	2024.3	2025.3
売上構成比* ¹	3.9	13.2	16.3	17.3
リフォーム・インテリア 売上構成比* ²	8.8	10.0	10.6	11.5
粗利構成比* ²	20.2	23.0	23.6	24.3

*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

■今後のモデル店舗 Tecc LIFE SELECT

※ 売場面積3,000坪以上を目安とする。また、異業種との共同店舗開発も積極的に推進



▲ 共同出店事例「Tecc LIFE SELECT 野々市御経塚店」イメージ
(※ 生活提案型ショッピングスクエア「アークスクエア御経塚」内)



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

(単位：店・%)			新規出店* 1 (LIFE SELECT)	出店による 増床面積 (㎡)	退店数	退店による 減床面積 (㎡)	増床率* 2 ※退店影響除く	増床率* 2 ※退店影響含む	期末店舗数
2024年3月期	実績	通期	23 (4)	115,016	46	77,507	4.5	1.6	975
2025年3月期	実績	通期	21 (4)	97,543	45	75,798	3.5	0.9	949

* 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 通期 : 19店舗)

* 2 : 前期末の売場面積対比

■ 出店店舗一覧

《第4四半期》

店名	都道府県	出店日
ロルフベントウ東京	東京都	2月1日
テックランド矢巾店	岩手県	2月21日
テックランドNew恵庭店	北海道	2月28日
テックランド東神楽店	北海道	3月14日
テックランド京都ファミリー店	京都府	3月20日
Tecc LIFE SELECT 伊わたの大垣店	岐阜県	3月28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
- 商品在庫を大型の新規店舗へ集約
- 旧店はリーシングビジネスへの転換及び売却で収益改善



《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**
- **追加採用の人件費抑制・地代抑制**
- **在庫効率の向上**



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

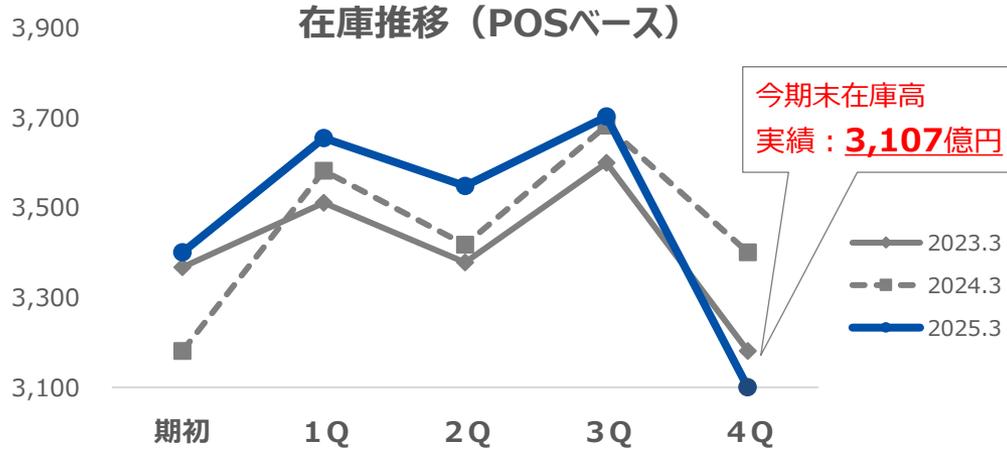
YAMADA HLDGS.

WEB販促強化が奏功し、EC売上は計画達成 家具・インテリアは、LIFE SELECT店舗を中心に着実に伸長

	(単位：億円・%)	当期実績	前期実績	前期差	前期比
EC (ネット・TVショッピング)		1,019	857	162	118.8
リフォーム		660	607	53	108.7
家具・インテリア (大塚家具含む)		380	384	△ 4	98.9
(ヤマダデンキ：大塚家具事業部実績を除く)		152	144	8	105.8
(大塚家具事業部実績)		228	241	△ 13※	94.8
法人		616	596	20	103.4
SPA・ヤマダオリジナル商品		777	740	37	105.0
海外		384	306	79	125.7
創業50周年記念モデル アイテム数 (個)		132	-	-	-
" 売上高		448	-	-	-
SPA・ヤマダオリジナル商品 売上構成比		5.9	5.8	+0.1P	101.7
" 粗利構成比		12.4	12.1	+0.3P	102.5
デジタル会員数 (万人)		2,769	2,499	270	110.8

※「家具・インテリア (大塚家具含む)」の減収は、大塚家具店舗における大型案件が昨年あった反動です

在庫体制の構造改革は着実に推進



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	106	100	<ul style="list-style-type: none"> • 売れ筋以外の商品定数カット • 売上規模・売場面積別の在庫適正化
不動在庫の削減	107	100	<ul style="list-style-type: none"> • 長期滞留在庫の処分売価見直し、早期消化の促進 • 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
配送商品在庫のメーカー連携	81	100	<ul style="list-style-type: none"> • 当社及びメーカー間の在庫連携・適正化 ※在庫データ連携に時間を要し、削減目標に対し未達



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
売上高	297,240	100.0	279,530	100.0	106.3
売上総利益	70,898	23.9	65,807	23.5	107.7
人件費	34,850	11.7	33,650	12.0	103.6
広告宣伝費	4,191	1.4	3,667	1.3	114.3
地代家賃	4,688	1.6	4,874	1.7	96.2
減価償却費	1,545	0.5	1,682	0.6	91.8
リース料及びリース減価償却費	283	0.1	293	0.1	96.8
その他	15,966	5.4	16,009	5.7	99.7
販売費及び一般管理費	61,526	20.7	60,177	21.5	102.2
営業利益	9,372	3.2	5,630	2.0	166.5
営業外収益	874	0.3	1,035	0.4	84.4
営業外費用	822	0.3	708	0.3	116.0
経常利益	9,424	3.2	5,957	2.1	158.2

※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



ヤマダデンキ店舗への住宅相談窓口展開をはじめとするグループシナジーの発揮で増収・増益

ヤマダホームズ

(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	91,712	100.0	80,400	100.0	114.1
売上総利益	18,780	20.5	15,601	19.4	120.4
販売費及び一般管理費	18,257	19.9	18,429	22.9	99.1
営業利益	523	0.6	△ 2,827	△ 3.5	-
経常利益	433	0.5	△ 2,777	△ 3.5	-

ヒノキヤグループ

(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	144,885	100.0	142,123	100.0	101.9
売上総利益	30,541	21.1	29,513	20.8	103.5
販売費及び一般管理費	23,216	16.0	22,031	15.5	105.4
営業利益	7,325	5.1	7,481	5.3	97.9
経常利益	7,291	5.0	7,506	5.3	97.1

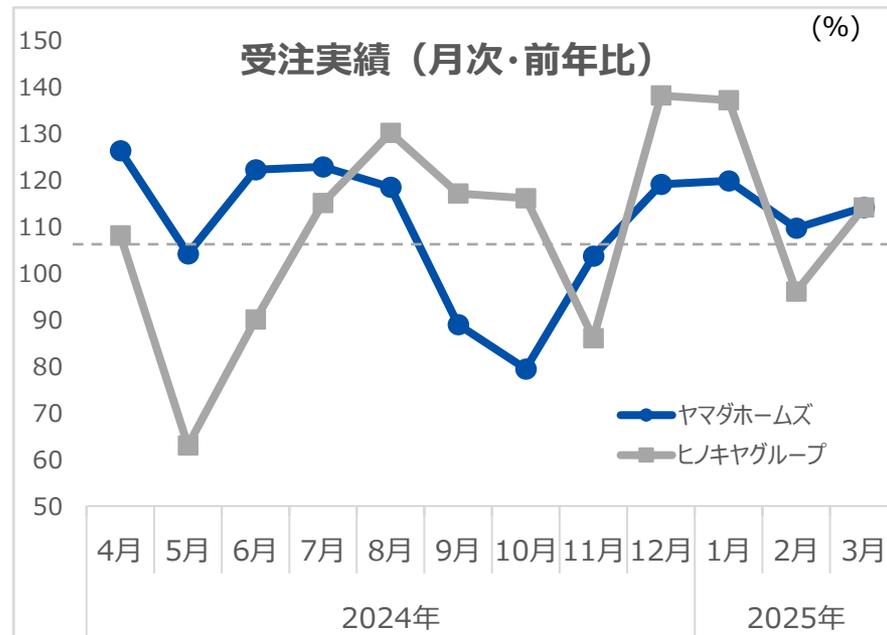
※事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります



規格住宅・分譲住宅が好調に推移 / 着工・完工管理の徹底で安定的な収益実現を図る

■ 受注実績 (2025年3月期 通期累計)

(単位: 百万円・%)	今期実績	前期実績	前期差	前期比
ヤマダホームズ	84,703	76,054	8,649	111.4
注文住宅	52,832	48,791	4,041	108.3
(受注残高)	(45,526)	(45,481)	(45)	(100.1)
分譲住宅	19,776	15,695	4,081	126.0
リフォーム	6,577	7,169	△ 592	91.7
中古再販	5,518	4,399	1,119	125.4
ヒノキヤグループ	101,849	94,006	7,843	108.3
注文住宅	80,887	76,818	4,069	105.3
(受注残高)	(54,528)	(51,945)	(2,583)	(105.0)
分譲住宅	18,336	13,463	4,873	136.2
リフォーム	2,626	3,725	△ 1,099	70.5



※事業会社によって連結対象月は異なります



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
売上高	4,492	100.0	4,299	100.0	104.5
売上総利益	4,041	90.0	3,940	91.6	102.6
人件費	1,167	26.0	1,325	30.8	88.1
広告宣伝費	66	1.5	57	1.3	114.7
地代家賃	94	2.1	97	2.3	96.6
減価償却費	32	0.7	6	0.1	546.6
リース料及びリース減価償却費	4	0.1	0	0.0	547.5
その他	1,368	30.5	1,484	34.5	92.2
販売費及び一般管理費	2,733	60.9	2,971	69.1	92.0
営業利益	1,307	29.1	968	22.5	135.0
営業外収益	70	1.6	49	1.2	142.1
営業外費用	147	3.3	61	1.4	240.5
経常利益	1,230	27.4	957	22.3	128.6

※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製造事業も好調に推移し増収・増益

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	36,111	100.0	32,726	100.0	110.3
売上総利益	5,606	15.5	5,104	15.6	109.8
人件費	1,813	5.0	1,681	5.1	107.8
広告宣伝費	32	0.1	15	0.0	203.9
地代家賃	458	1.3	438	1.3	104.5
減価償却費	78	0.2	75	0.2	104.9
リース料及びリース減価償却費	76	0.2	78	0.2	97.8
その他	1,513	4.2	1,365	4.2	110.8
販売費及び一般管理費	3,972	11.0	3,654	11.2	108.7
営業利益	1,634	4.5	1,449	4.4	112.7
営業外収益	615	1.7	601	1.8	102.3
営業外費用	66	0.2	37	0.1	178.9
経常利益	2,183	6.0	2,014	6.2	108.4

※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



	24年3月期	25年3月期	前年比・増減
(単位：億円 / %)			
売上高	15,920	16,291	+2.3%
売上総利益	4,542	4,574	+0.7%
売上総利益率	28.5	28.1	△0.5P
経常利益	470	480	+2.1%
経常利益率	3.0	2.9	△0.1P
当期純利益	241	269	+11.9%
EBITDA	675	694	+2.8%
自己資本比率	47.8	48.1	+ 0.3P
有利子負債	3,158	3,256	+ 97億円
ROE	3.9	4.3	+ 0.4P
ROIC	2.9	2.9	0P
商品在庫※	3,400	3,107	△293億円
在庫回転日数※	100	90	△10日

※商品在庫：ヤマダデンキPOSベース実績

※在庫回転日数：通期売上高 ÷ 期末在庫高 ×365、で簡易的に算出



(空白)



2026年3月期 事業計画



売上高	1兆6,975 億円	前期比	104.2%
-----	------------	-----	--------

売上総利益	4,867 億円	前期比	106.4%
-------	----------	-----	--------

営業利益	489 億円	前期比	114.2%
------	--------	-----	--------

経常利益	515 億円	前期比	107.2%
------	--------	-----	--------

親会社株主に帰属する 当期純利益	273 億円	前期比	101.4%
---------------------	--------	-----	--------



「売上高2.2兆円 経常利益1,000億円」新中期経営5カ年計画スタートの年

(単位：百万円・%)	計画	売上比	前期実績	売上比	前期差額	前期比
売上高	1,697,500	100.0	1,629,069	100.0	68,430	104.2
売上総利益	486,700	28.7	457,360	28.1	29,339	106.4
人件費	191,264	11.3	182,403	11.2	8,861	104.9
広告宣伝費	22,627	1.3	21,494	1.3	1,132	105.3
地代家賃	78,015	4.6	75,622	4.6	2,393	103.2
減価償却費	22,377	1.3	20,161	1.2	2,216	111.0
リース料及びリース減価償却費	1,823	0.1	1,617	0.1	206	112.8
その他	121,690	7.2	113,239	7.0	8,451	107.5
販売費及び一般管理費	437,800	25.8	414,539	25.4	23,260	105.6
営業利益	48,900	2.9	42,821	2.6	6,078	114.2
営業外収益	9,750	0.6	10,336	0.6	△ 586	94.3
営業外費用	7,150	0.4	5,112	0.3	2,037	139.9
経常利益	51,500	3.0	48,045	2.9	3,454	107.2
特別利益	0	0.0	3,203	0.2	△ 3,203	0.0
特別損失	6,000	0.4	8,382	0.5	△ 2,382	71.6
法人税等合計	17,300	1.0	15,427	0.9	1,872	112.1
非支配株主に帰属する当期純利益	900	0.1	526	0.0	373	171.0
親会社株主に帰属する当期純利益	27,300	1.6	26,912	1.7	387	101.4

※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



(単位：百万円・%)	上期						下期					
	計画	売上比	前期実績	売上比	前期差額	前期比	計画	売上比	前期実績	売上比	前期差額	前期比
売上高	818,700	100.0	796,001	100.0	22,698	102.9	878,800	100.0	833,068	100.0	45,731	105.5
売上総利益	238,900	29.2	228,841	28.7	10,058	104.4	247,800	28.2	228,519	27.4	19,280	108.4
人件費	94,857	11.6	91,159	11.5	3,698	104.1	96,406	11.0	91,244	11.0	5,162	105.7
広告宣伝費	11,057	1.4	10,611	1.3	445	104.2	11,569	1.3	10,883	1.3	686	106.3
地代家賃	38,948	4.8	37,795	4.7	1,152	103.0	39,067	4.4	37,826	4.5	1,240	103.3
減価償却費	11,056	1.4	10,035	1.3	1,021	110.2	11,320	1.3	10,125	1.2	1,195	111.8
リース料及びリース減価償却費	879	0.1	788	0.1	90	111.5	944	0.1	828	0.1	115	113.9
その他	58,600	7.2	55,223	6.9	3,377	106.1	63,090	7.2	58,016	7.0	5,075	108.7
販売費及び一般管理費	215,400	26.3	205,613	25.8	9,786	104.8	222,400	25.3	208,925	25.1	13,474	106.4
営業利益	23,500	2.9	23,227	2.9	272	101.2	25,400	2.9	19,593	2.4	5,806	129.6
営業外収益	5,080	0.6	5,200	0.7	△ 120	97.7	4,670	0.5	5,135	0.6	△ 465	90.9
営業外費用	3,580	0.4	3,596	0.5	△ 16	99.5	3,570	0.4	1,515	0.2	2,054	235.6
経常利益	25,000	3.1	24,831	3.1	168	100.7	26,500	3.0	23,214	2.8	3,285	114.2
特別利益	0	0.0	226	0.0	△ 226	0.0	0	0.0	2,977	0.4	△ 2,977	0.0
特別損失	3,000	0.4	3,389	0.4	△ 389	88.5	3,000	0.3	4,993	0.6	△ 1,993	60.1
法人税等合計	8,700	1.1	8,804	1.1	△ 104	98.8	8,600	1.0	6,623	0.8	1,976	129.8
非支配株主に帰属する当期純利益	300	0.0	92	0.0	207	323.3	600	0.1	433	0.1	166	138.4
親会社株主に帰属する当期純利益	13,000	1.6	12,772	1.6	227	101.8	14,300	1.6	14,140	1.7	159	101.1

※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



グループシナジーの拡大で各セグメント増収・増益を実現する

(単位：百万円・%)	売上高				営業利益			
	計画	前期実績	前期差	前期比	計画	前期実績	前期差	前期比
デンキセグメント	1,374,800	1,308,929	65,871	105.0	35,300	29,694	5,606	118.9
住建セグメント	313,000	297,240	15,760	105.3	11,100	9,372	1,728	118.4
金融セグメント	4,760	4,492	268	106.0	1,320	1,307	13	101.0
環境セグメント	37,000	36,111	889	102.5	1,700	1,634	66	104.0
連結合計	1,697,500	1,629,069	68,431	104.2	48,900	42,821	6,079	114.2

※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

**PB+SPAの拡販及びLIFE SELECT・「くらしまるごと」戦略の推進で収益性向上を図る**

(単位：百万円・%)	計画	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	1,374,800	100.0	1,308,929	100.0	105.0
売上総利益	409,800	29.8	383,563	29.3	106.8
人件費	152,726	11.1	145,081	11.1	105.3
広告宣伝費	17,392	1.3	17,136	1.3	101.5
地代家賃	72,424	5.3	70,590	5.4	102.6
減価償却費	20,824	1.5	18,580	1.4	112.1
リース料及びリース減価償却費	1,410	0.1	1,239	0.1	113.8
その他	109,724	8.0	101,241	7.7	108.4
販売費及び一般管理費	374,500	27.2	353,869	27.0	105.8
営業利益	35,300	2.6	29,694	2.3	118.9
営業外収益	8,940	0.7	9,615	0.7	93.0
営業外費用	5,740	0.4	4,618	0.4	124.3
経常利益	38,500	2.8	34,691	2.7	111.0

※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



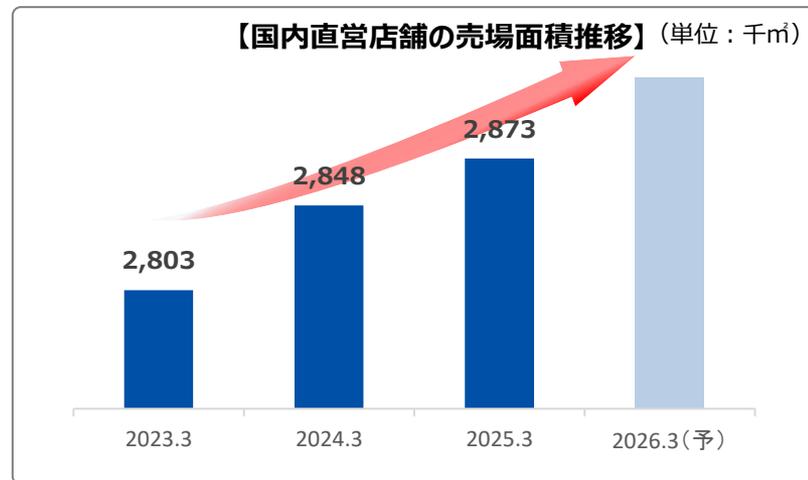
売場面積拡大（エリア別店舗開発の推進） = デンキセグメント成長

◎ 2025年度 20店舗出店予定（S&B含む）

事業計画達成へ向け、積極的店舗開発とエリア内店舗効率の最適化・最大化を推進する

特に、LIFE SELECT店舗を中核としたエリア店舗開発の推進で、地域全体でのシェア向上および業績伸長を実現する

LIFE SELECT店舗は、異業種との共同開発により集客力が相乗効果により高く、さらなる業績伸長を見込む



LIFE SELECT店舗の特徴・効果

1. 客数UP

特に女性・ファミリー層

2. 一人当たりの購入点数UP

ワンストップで何でも揃う

3. 客数単価UP

4. くらしまるごとの商品・サービスで粗利（率）UP

- ✓ 店舗・人的生産性向上による店舗収益増
- ✓ 広域から集客
50万人商圏人口で十分な売上・利益を確保可能
- ✓ エリア商圏シェア大幅向上
- ✓ リフォーム・家具インテリア売上、粗利大幅増加



(単位：億円・%)	計画	前期実績	前期差	前期比
EC（ネット・TVショッピング）	1,170	1,019	151	114.8
リフォーム	750	660	90	113.6
家具・インテリア	435	380	55	114.4
PB+SPA	845	777	68	108.8
海外	450	384	66	117.2

《主要施策》

ネット
・
TVショッピング

- ・ ECサイト利便性向上・集客強化
- ・ 商品ラインナップ拡大
- ・ ヤマダオリジナル商品の展開



リフォーム

- ・ オリジナル商品 + 金融サービスでリフォーム商品力強化
- ・ リフォーム提案のDX
- ・ LIFE SELECT出店拡大



家具・インテリア

- ・ 売場改装・品揃え強化
- ・ 売場訴求・広告露出の強化
- ・ LIFE SELECT出店拡大



PB+SPA

- ・ ナショナルブランドのPB商品開発
- ・ 海外SPA商品の強化
- ・ 「くらしまるごと」の商品展開



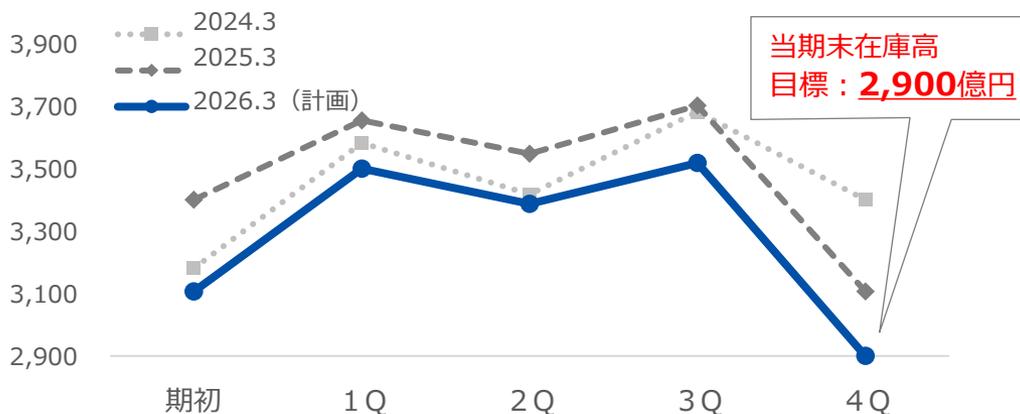
海外

- ・ 店舗開発
- ・ EC・法人市場の開拓
- ・ 会員数の拡大



当期在庫目標：2,900億円

【在庫推移（POSベース）】



取り組み方針

- 定番・定数の見直し
- 不動在庫の削減
- 商品在庫のメーカー連携

在庫削減の取り組み

(単位：億円)	通期計画	具体的取り組み内容
定番・定数の見直し	50	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新定番ランク基準策定による在庫効率化 ・ 低回転商品から高回転商品への組み換え：セルアウトの拡大
不動在庫の削減	100	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新たな長期不動在庫の解消 ・ 廃番商品の店頭・チラシ・WEB訴求の強化
商品在庫のメーカー連携	50	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当社及びメーカー間の在庫連携・適正化 ・ 在庫データのシステム連携 推進



グループシナジーの発揮で、さらなる経営基盤の強化を図る

(単位：百万円・%)	計画	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	313,000	100.0	297,240	100.0	105.3
売上総利益	75,600	24.2	70,898	23.9	106.6
人件費	35,356	11.3	34,850	11.7	101.5
広告宣伝費	5,098	1.6	4,191	1.4	121.6
地代家賃	4,882	1.6	4,688	1.6	104.1
減価償却費	1,895	0.6	1,545	0.5	122.7
リース料及びリース減価償却費	308	0.1	283	0.1	108.8
その他	16,961	5.4	15,966	5.4	106.2
販売費及び一般管理費	64,500	20.6	61,526	20.7	104.8
営業利益	11,100	3.5	9,372	3.2	118.4
営業外収益	380	0.1	874	0.3	43.5
営業外費用	1,040	0.3	822	0.3	126.5
経常利益	10,440	3.3	9,424	3.2	110.8

《主要施策》

- ① 建売分譲の拡大
- ② ブランディングの強化
- ③ タッチポイントの拡充
- ④ 家づくり・商品力の強化
- ⑤ 営業チャネルの多角化
- ⑥ 事業内容の多角化

※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、セグメント別計画・実績を合算した数値と連結計画・実績は異なります
 なお、同様の理由で、住建セグメント計画・実績は住建3社を合算した数値と異なります



建売分譲の販売強化及び着工促進による工事平準化で、収益構造の安定化を図る

ヤマダホームズ

(単位：百万円・%)	計画	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	95,000	100.0	91,712	100.0	103.6
売上総利益	21,200	22.3	18,780	20.5	112.9
販売費及び一般管理費	19,200	20.2	18,257	19.9	105.2
営業利益	2,000	2.1	523	0.6	382.4
経常利益	1,490	1.6	433	0.5	344.1

ヒノキヤグループ

(単位：百万円・%)	計画	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	155,000	100.0	144,885	100.0	107.0
売上総利益	32,700	21.1	30,541	21.1	107.1
販売費及び一般管理費	24,600	15.9	23,216	16.0	106.0
営業利益	8,100	5.2	7,325	5.1	110.6
経常利益	8,000	5.2	7,291	5.0	109.7

※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、セグメント別計画・実績を合算した数値と連結計画・実績は異なります
 なお、同様の理由で、住建セグメント計画・実績は住建3社を合算した数値と異なります



新たな金融商品の開発で、金融面から「くらしまるごと」戦略をサポート

(単位：百万円・%)	計画	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	4,760	100.0	4,492	100.0	106.0
売上総利益	4,070	85.5	4,041	90.0	100.7
人件費	1,195	25.1	1,167	26.0	102.4
広告宣伝費	46	1.0	66	1.5	69.7
地代家賃	90	1.9	94	2.1	95.7
減価償却費	5	0.1	32	0.7	15.6
リース料及びリース減価償却費	2	0.0	4	0.1	50.0
その他	1,412	29.7	1,368	30.5	103.2
販売費及び一般管理費	2,750	57.8	2,733	60.8	100.6
営業利益	1,320	27.7	1,307	29.1	101.0
営業外収益	160	3.4	70	1.6	228.6
営業外費用	160	3.4	147	3.3	108.8
経常利益	1,320	27.7	1,230	27.4	107.3

※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



新リユース工場操業開始で、さらなる資源循環システムの拡大・推進

(単位：百万円・%)	計画	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	37,000	100.0	36,111	100.0	102.5
売上総利益	6,200	16.8	5,606	15.5	110.6
人件費	2,121	5.7	1,813	5.0	117.0
広告宣伝費	26	0.1	32	0.1	81.3
地代家賃	609	1.6	458	1.3	133.0
減価償却費	127	0.3	78	0.2	162.8
リース料及びリース減価償却費	86	0.2	76	0.2	113.2
その他	1,531	4.1	1,513	4.2	101.2
販売費及び一般管理費	4,500	12.2	3,972	11.0	113.3
営業利益	1,700	4.6	1,634	4.5	104.0
営業外収益	630	1.7	615	1.7	102.4
営業外費用	80	0.2	66	0.2	121.2
経常利益	2,250	6.1	2,183	6.0	103.1

※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



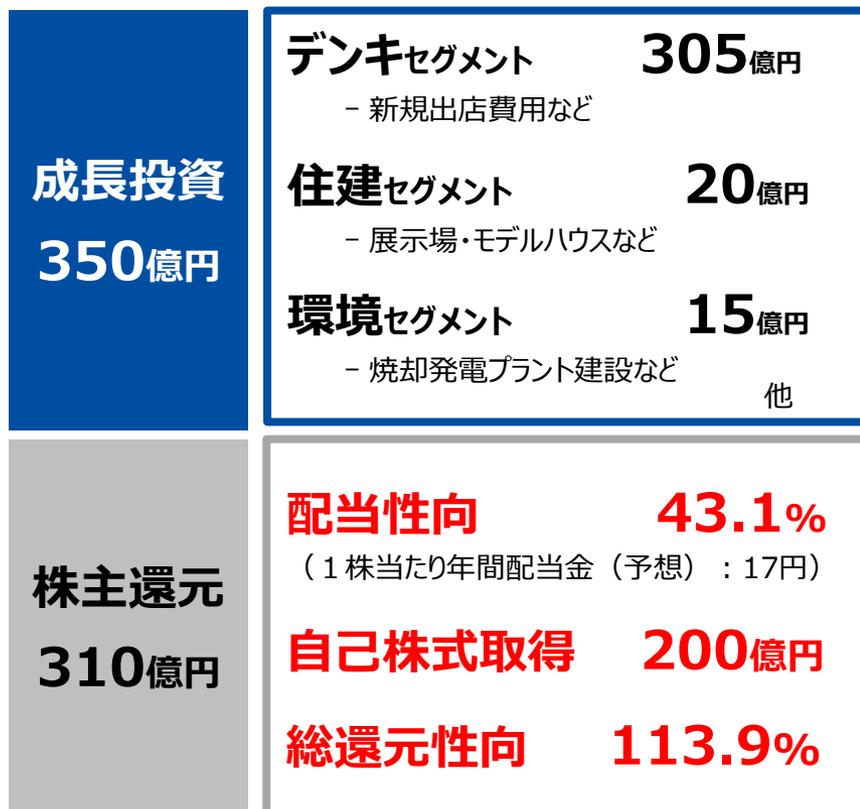
今期 配当性向 40%以上 自己株式取得 200億円

《26年3月期計画》

キャッシュイン



キャッシュアウト



* 営業CF: 「当期純利益+減価償却費等+在庫削減高」で簡易的に算出



(単位：億円 / %)

	25年3月期	26年3月期	前年比・増減
売上高	16,291	16,975	+4.2%
売上総利益	4,574	4,867	+6.4%
売上総利益率	28.1	28.7	+0.6P
経常利益	480	515	+7.2%
経常利益率	2.9	3.0	+0.1P
当期純利益	269	273	+1.4%
EBITDA	694	773	+11.4%
ROE	4.3	4.3	-
ROIC	2.9	3.2	+ 0.3P
商品在庫※	3,107	2,900	△207億円
在庫回転日数※	90	83	△7日

※商品在庫：ヤマダデンキPOSベース実績

※在庫回転日数：通期売上高 ÷ 期末在庫高 ×365、で簡易的に算出

【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。