



2026 年 8 月 18 日

各 位

会社名 株式会社ハピネス・アンド・ディ
(東証スタンダード・コード 3 1 7 4)
代表者名 代表取締役社長 前原 聡
問合せ先 取締役管理部長 丸山 誠
電話番号 0 3 - 3 5 6 2 - 7 5 2 5

中期経営方針の策定に関するお知らせ

当社は、本日開催の取締役会において、中期経営方針を新たに策定いたしましたので、添付の通りお知らせいたします。

以 上



HAPPINESS

中期経営方針(中期経営ビジョン)

(2026年8月策定)

株式会社ハピネス・アンド・ディ

2026年8月18日
(東証スタンダード 3174)

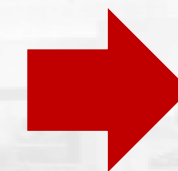
2024年8月期中期経営計画発表以降の取り組み

◆ 2024年8月期中計発表時の具体策 ①

- ✓ 不採算店舗の整理・統廃合（88店舗→54店舗）
- ✓ 宝飾品、地金商品の強化（宝飾粗利構成比36%→48%）
- ✓ インポートブランドの縮小、時計部門の圧縮（時計在庫7億→3億円）
- ✓ グループ戦略による製造小売業への転換（3つのジュエリーブランドを傘下）

◆ その後に追加された具体策 ②

- ✓ ヴィンテージ（リユース）商品の導入（ビンテージ粗利構成比0%→11%）
- ✓ 理念経営の導入（人財投資・顧客との関係性重視）
- ✓ 買取事業の展開強化（ビンテージBUY & SELL店舗 30店舗に拡大）



中期経営方針
2026
へ

中期経営方針(中期経営ビジョン)

【経営理念】

人生の豊かさの創造

～ 関係するすべての人の人生の豊かさの創造 ～

【経営基盤について】

理念経営 × 人財経営 × 生涯顧客

何のために、誰のために私たちの事業はあるのか

- ✓ 行動・判断を経営理念に照らして考える企業文化の創造

理念の言語化

人の成長こそが、私たちの事業の成長

- ✓ 経営チームの創造
経営陣全員が成長する会社へ

営業部主幹者制度の創設

ロールプレイングコンテスト

アドバイザー認定制度

管理職ライセンス更新制度

お客様との関係性は、長く深いものを目指す

- ✓ 販売・補修・買取・情報提供までの一気通貫ビジネスを通じて、お客様のラグジュアリー資産の一生に寄り添う事業へ

新品とヴィンテージ（NEW & VINTAGE）

販売だけから、販売と買取の関係へ

接客から接遇への進化

B to F 戦略の展開（お客様をファンに）

【ビジョン】

ラグジュアリー・ジュエリーの ファミリーレストラン

～ ラグジュアリーをもっと身近に楽しめる文化を作る～

- ◆ハピネスはラグジュアリーをもっと身近に楽しめる文化を作る会社へ
- ◆年齢も性別も様々なお客様が、気軽に入店し、ご自身の予算の中で、ラグジュアリーを楽しみ、自分らしい装いを見つけ、自信や誇りを高める場所
- ◆理念である「人生の豊かさの創造」のもと、一人でも多くの方にラグジュアリーを楽しんでいただく機会を提供することが目指す姿

【競争戦略】

1	小型店舗戦略 (マルチフォーマットへの挑戦)	2	NEW&VINTAGE 戦略	3	循環型戦略 (買取・リユース)	4	B to F 戦略
■ 背景：人口減少を背景に、これまでの郊外型ショッピングセンターだけでなく、都市部・商業集積地・駅前等の多様なエリアへの出店・移転をすすめるため小型店のフォーマットを開発 ■ 課題：店舗の大小にかかわらず、お客様に価値を提供できる力の醸成＝アドバイザーによる接客・接遇とお客様との関係性の構築、非効率業務の継続的改善 ■ 小型店の取組み：限られた面積を活かしすべてのご来店客との関係づくり、再来店と店内滞留時間の向上 ■ 店舗業務の効率化：お客様との接客・接遇・向き合う時間に専念できる体制の構築、システム操作や事務負担など非効率業務の改善を図り、効率化を実現 ■ 小型店の目指す姿：お客様との関係性の深化、高いオペレーション力、少人数運営を可能とする良好な人間関係、高い顧客化率による収益力の向上、これらすべてを「人間力を高め、システム力を高める戦略」と位置づけ		■ 商品政策の転換：宝飾・時計・雑貨・ギフトなどのカテゴリによる商品政策から、NEW（新品）& VINTAGE（リユース品）の価値軸に基づいたうえで、各カテゴリ毎の展開戦略を構築 ■ 商品調達：新品はこれまで通りの計画的仕入、ヴィンテージ品は店頭での買取が中心となることで、お得意先様、地域顧客の嗜好に即した品揃えへ商品調達の態様を転換 ■ アドバイザーの育成：アドバイザー（店舗スタッフ）による買取を通じて、売りたいお客様と買いたいお客様の関心に即した仲介機能を構築		■ 巡るプロジェクト：販売・修理・買取・再販を一つの循環として構築、業界内でも販売と買取の併設店舗は少なく。競争優位性を確立する ■ 買取事業の完全内製化：査定等を含めた買取業務の完全内製化をすすめる、商品カテゴリごとに順次完全内製化を拡大し収益力の向上を図る		■ LINKプラス：お客様からお客様へのご紹介に繋がる活動（LINKプラス）を強化 既存顧客との信頼関係構築を重視する組織風土 その中から新規顧客が創造される ■ 顧客化の推進：アプリ・LINE会員の構成比は2024年24%→2026年31%まで伸長 循環型戦略も併せて関係性を構築	

【目指す成果と成長の循環】

競争戦略の遂行



競争原理としての
差別化・区分化・専門化



成果としての
お客様満足・社員の成長・企業価値向上・持続的な利益

ハピネスが信じる成長の循環

理念が人を育て、成長した人が、お客様に選ばれる商品・サービスを創る
優れた商品・サービスが、生涯にわたるお客様との信頼を築く
生涯顧客が会社の持続的な利益と企業価値を生み出し
その利益を再び人と未来への投資に回すことで、さらに成長していく
この成長の循環を回し続けることが、「理念と利益の両立」を実現する道



ハピネス公式アプリ
今すぐダウンロード！



AbHeri公式HP

(株)ハピネスアンドディ (東証スタンダード 3174)

〒104-0061 東京都中央区銀座1丁目16-1 東貨ビル4F
TEL：03-3562-7521

お問い合わせ先：ハピネス・アンド・ディ / 社長室

TEL 03 - 3562 - 7525
FAX 03 - 3562 - 7531
E-mail information@happiness-d.co.jp
URL <https://www.happiness-d.co.jp>

X



社長 前原 聡

X



ハピネス・アンド・ディ

note



・本資料は、投資家の皆様の投資の参考となる情報提供のみを目的としており、特定の商品についての募集・勧誘・営業等を目的としたものではありません

・本資料に記載の業績見通し及び将来予測は、現在入手可能な情報に基づき、計画のもとになる前提、予想を含んだ内容を記載しております
実際の業績等は、今後の事業領域を取巻く経済状況、市場の動向により、これらの業績見通しとは異なる場合がございます