

株式会社ハピネス・アンド・ディ

2022年8月期 第2四半期 決算説明会 (2021年9月～2022年2月)

2022年4月28日
(東証スタンダード 3174)

I . 2022年8月期 第2四半期 決算説明	
1. 2021年8月期 第2四半期 決算ハイライト	P. 1
2. 既存店前年比の推移	P. 2
3. 粗利率の改善	P. 3
4. 2022年8月期 第2四半期 決算概況	P. 4
5. 商品部門別売上高の推移	P. 5
6. 販売費及び一般管理費の主な内訳	P. 6
7. 2022年8月期 第2四半期 新規出店等の状況	P. 7
8. 店舗展開について	P. 8
9. 通期業績予想	P. 9
10. 配当方針、配当予想	P. 10

II . 中期経営計画の進捗	
2022年～2024年 中期経営計画（再掲）	P. 12
DX投資 ABCシステムの概要（再掲）	P. 13
人財投資 販売組織の再構築（再掲）	P. 14
商品開発 開発パイプラインシステム（再掲）	P. 15
2022年8月期～2024年8月期 中期経営計画数値（再掲）	P. 16
2022年中期経営計画 進捗	P. 17
【DX投資】カスタマージャーニーマップ	P. 18
【DX投資】オフラインからOMO店舗へ	P. 19
商品開発（開発パイプラインシステム）	P. 20
商品開発（開発パイプラインシステム）の進捗	P. 21
中期経営計画の進捗 総括	P. 22
HAPPINESSが目指す社会	P. 23
ハピネスの社会的責任	P. 24

I . 2022年8月期 第2四半期 決算説明

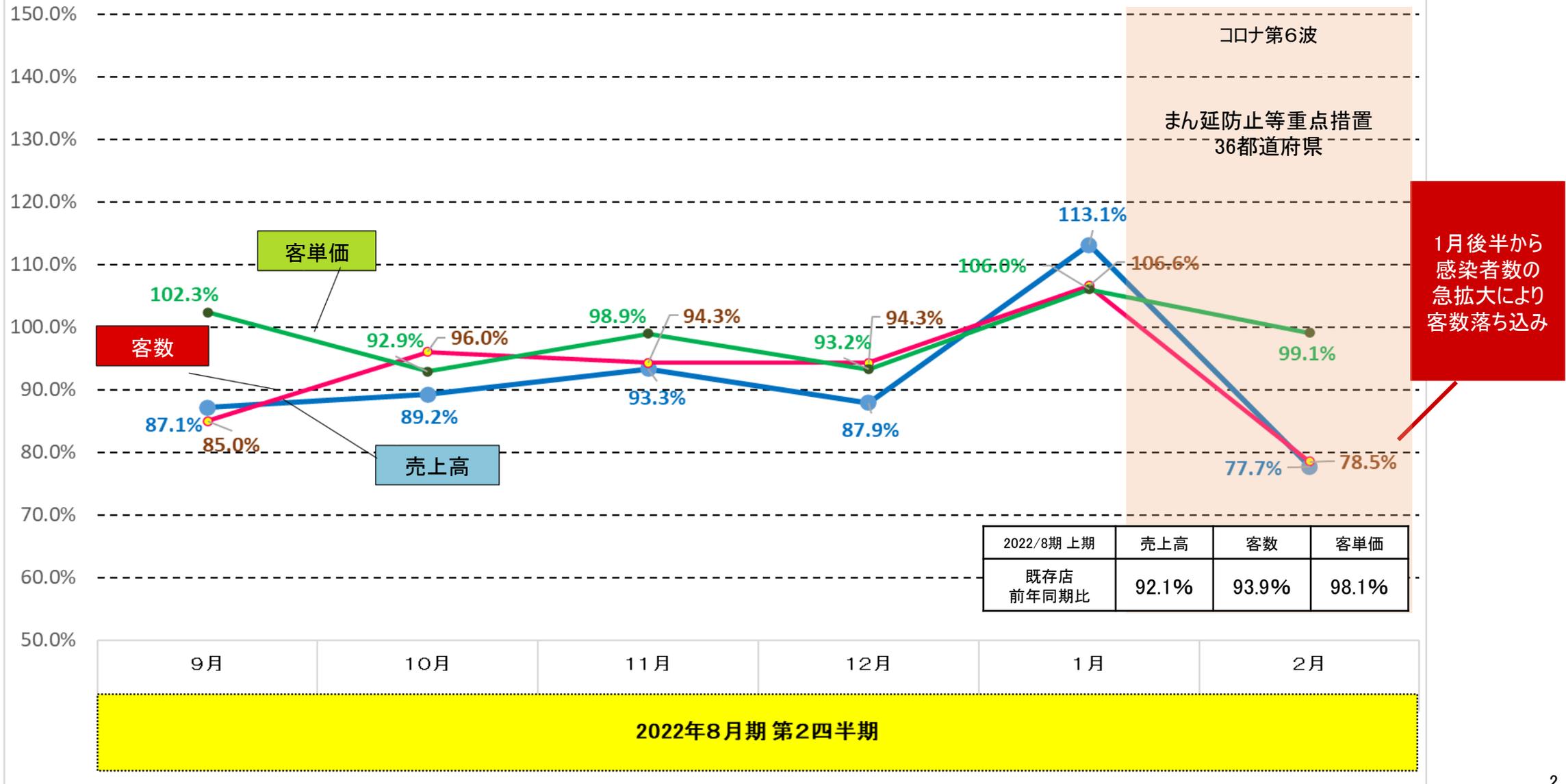
◆ 前半、コロナの影響は弱まるものの、第6波(1月後半・2月)により来店客数に大きな影響を受ける

◆ 上期を通じて粗利率改善とアプリ会員獲得に注力

◆ 中期経営計画における、DX投資、人材投資、PB商品開発等の重点課題への取り組みを推進

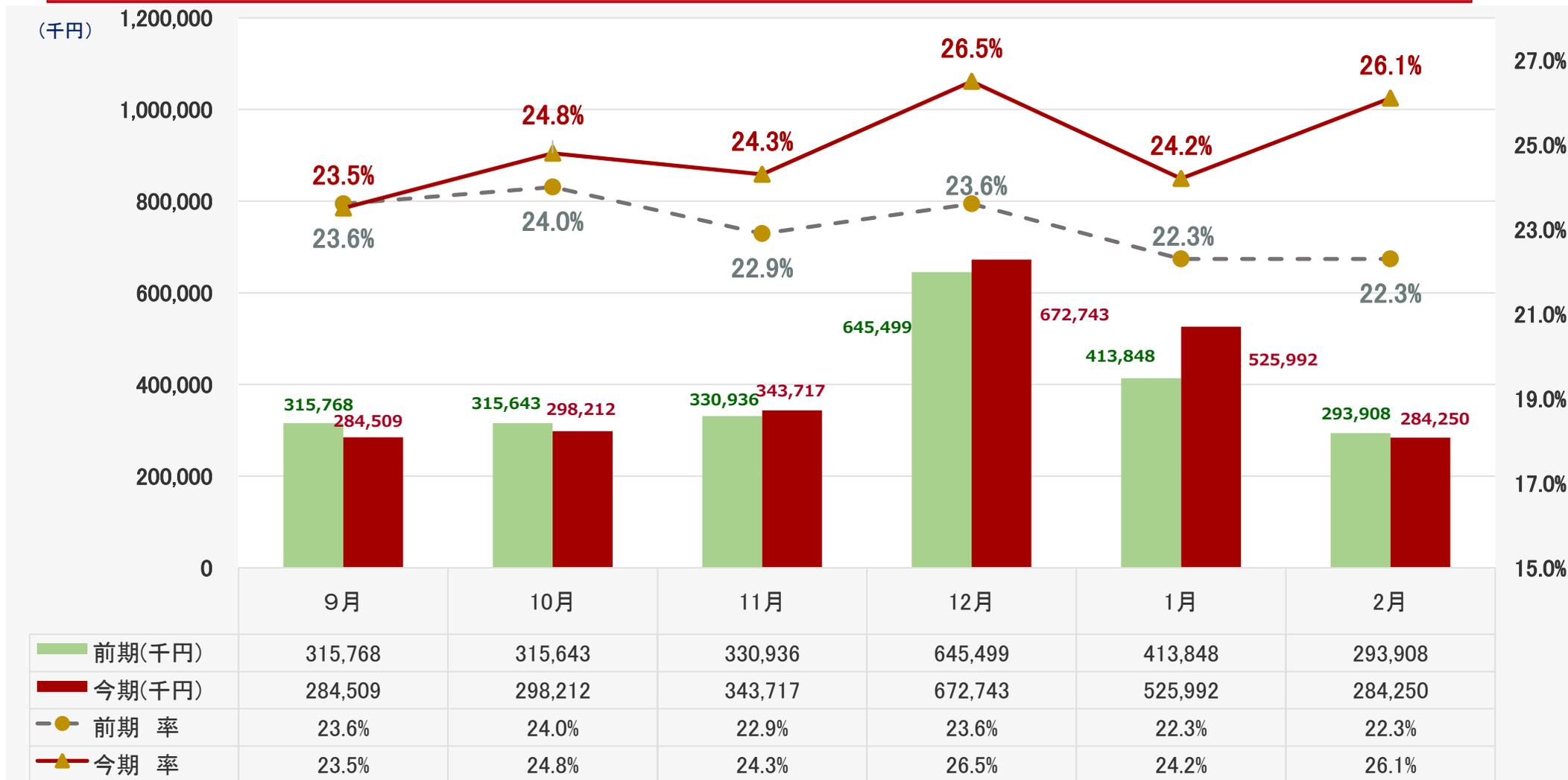
2. 既存店前年比の推移(総額売上高ベース)

(月次) 既存店売上、客数、客単価 前年比の推移



3. 粗利率の改善

商品部門ごとの売価設定をきめ細かく見直し、粗利率向上を図る



4. 2022年8月期 第2四半期 決算概況

	前年同四半期		2022/8月期 第2四半期 実績			
	(千円)	構成比	(千円)	構成比	前年同期比	同増減額
総額売上高	9,996,717	100.0%	9,610,025	100.0%	96.1%	▲386,692
純額売上高	—	—	7,508,259	—	—	—
売上総利益	2,315,605	23.1%	2,396,033	24.9%	103.4%	+ 80,428
販管費	2,140,168	21.4%	2,187,462	22.7%	102.2%	+ 47,294
営業利益	175,436	1.7%	208,570	2.1%	118.8%	+ 33,134
経常利益	172,364	1.7%	218,601	2.2%	126.8%	+ 46,237
特別利益	—	—	7,441	0.08%	—	+ 7,411
特別損失	4,025	0.04%	5,525	0.06%	137.2%	+ 1,500
四半期純利益	119,968	1.2%	124,773	1.3%	104.0%	+ 4,805
店舗数	82		85			
粗利率 (総額売上高比)	23.1%		24.9%		+ 1.8p	

売上高

コロナ禍の中、外出の抑制が常態化し客数減少、前年同期比96.1%となった(総額売上高ベース)

売上総利益

前期はクーポン値引き施策で粗利に影響を受けたものの、今期は利益重視の展開を図った結果、粗利率が1.8ポイント向上し、同103.4%となった

営業利益

販管費が人材投資、DX関連投資を積極化した結果として同102.2%となったが、売上総利益の増益が寄与し、同118.8%の増益となった

特別損失

店舗改装に伴う固定資産廃棄損を5百万円計上

当期純利益

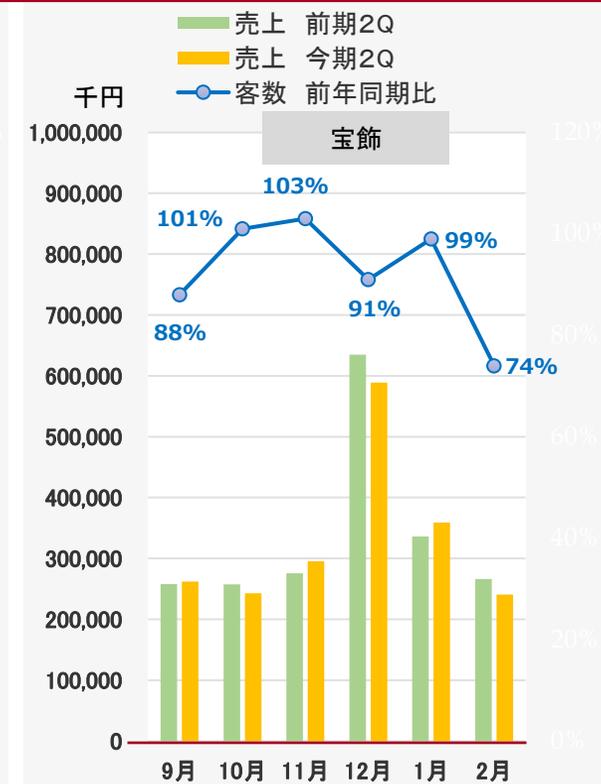
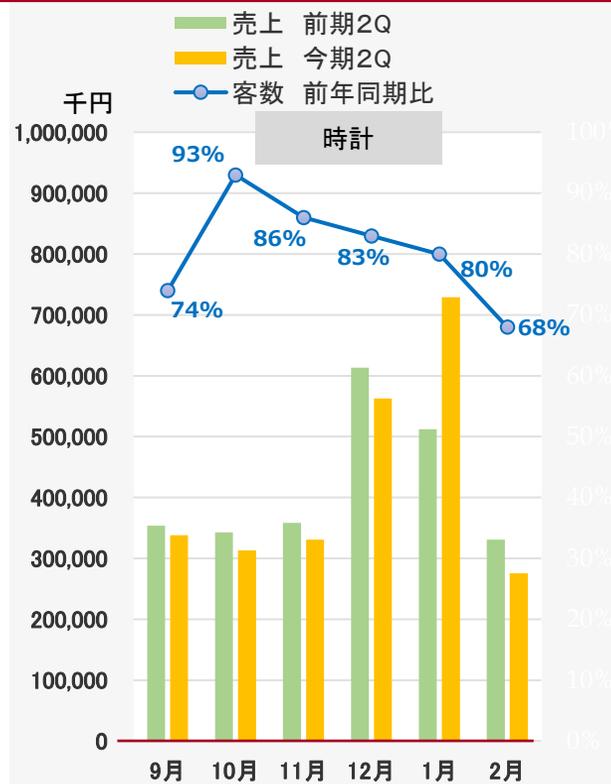
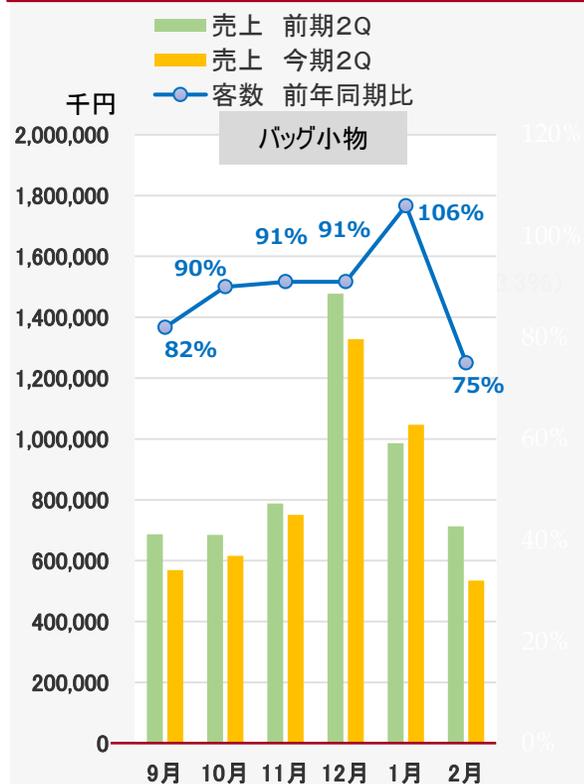
同104.0%となった

※ 2022年8月期より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)を適用しております。期間比較のためこれまでの計上方法の売上高である総額売上高もあわせて表記しております。

5. 商品部門別売上高の推移(総額売上高ベース)

千円	2020/8月期 2Q		2021/8月期 2Q		2022/8月期 2Q	
	()は構成比	前同比(%)	()は構成比	前同比(%)	()は構成比	前同比(%)
売上高(総額)	10,730 (-)	▲3.1	9,996 (-)	▲6.8	9,610 (-)	▲3.8
バッグ小物	5,854 (54.5%)	▲1.7	5,363 (53.6%)	▲8.3	4,952 (51.5%)	▲7.6
時計	2,971 (27.6%)	▲11.0	2,606 (26.0%)	▲12.2	2,644 (27.5%)	+1.4
宝飾	1,904 (17.7%)	+2.0	2,026 (20.0%)	+6.4	2,013 (20.9%)	▲0.6

バッグの落ち込みがあったものの、繁忙期の高額品時計が好調



※ 全店ベース、EC売上・修理売上を除く。

バッグ・小物
 外出や旅行需要の減退により、バッグの販売が落ち込み、前年同期比7.6%減となった

時計
 重点ブランドに絞った販売を強化、繁忙期の高額品が好調となり、同1.4%増となった

宝飾
 高額品を中心に販売を強化し、構成比はアップしたが、同0.6%減となった

6. 販売費及び一般管理費の主な内訳

(千円)

		前年同四半期	2022/8月期 第2四半期 実績	前年 同四半期比	増減額
販売費及び一般管理費		2,140,168	2,187,462	102.2%	47,294
主要費目	人件費	950,762	1,000,155	105.2%	49,393
	広告宣伝費	86,945	54,725	62.9%	▲32,220
	販売手数料	172,147	184,765	107.3%	12,618
	地代家賃	532,485	532,802	100.0%	317
	雑費	62,870	77,954	123.9%	15,084
	減価償却費	82,956	99,059	119.4%	16,103
販管费率		21.4%	22.7%		

人件費

営業エリアの再編成、幹部人材の登用、キャリア採用の積極化を進めた結果、前年同期比105.2%となった

広告宣伝費

スマートフォンアプリ導入により、アプリでの販促にシフトした結果、同62.9%となった

地代家賃

前年同期以降、店舗のスクラップ&ビルドを進めた結果、同100%の同水準となった

雑費

人事管理・アプリ利用料等のDX投資の増加により、同123.9%となった

減価償却費

前期下期以降7店舗の出店により、同119.4%となった

販管费率

人材投資・DX投資の拡大により、販管费率は1.3ポイント増の22.7%となった

7. 2022年8月期 第2四半期 新規出店の状況

新規出店は、11月に3店舗を出店（北海道1店舗、山陰2店舗）
鳥取県には初出店

2022年8月期 2Q 新規出店

年月	店舗名	坪数	出店SC
2021年 11月	ハピネス札幌苗穂店 (北海道)	57.2	イオンモール札幌苗穂1階
2021年 11月	ハピネス鳥取北店 (鳥取県)	64.1	イオンモール鳥取北1階
2021年 11月	ハピネス日吉津店 (鳥取県)	77.6	イオンモール日吉津西館2階

2022年8月期 2Q 改装(増床・移転)

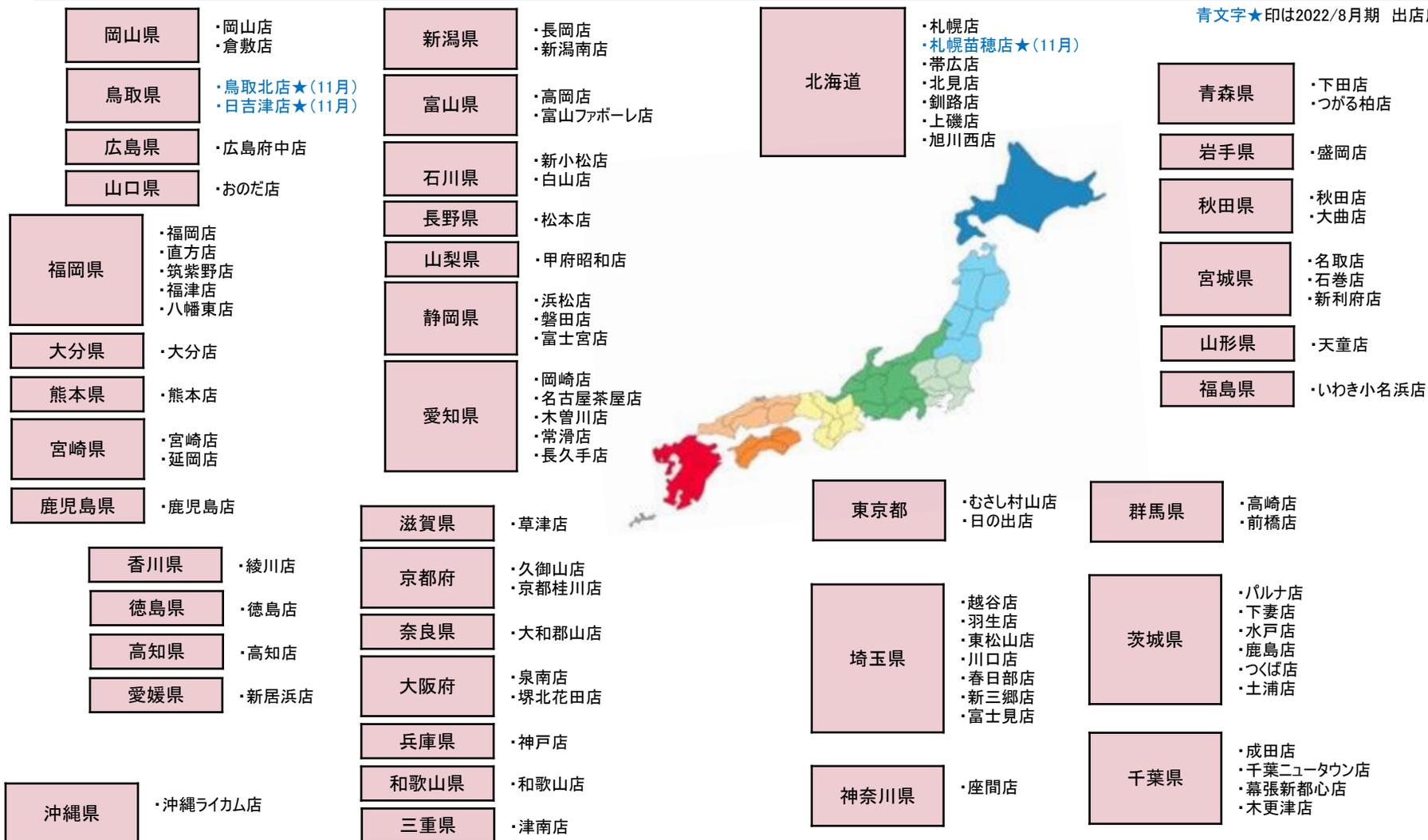
年月	店舗名	坪数	出店SC
2021年 10月	ハピネス名取店 (宮城県)	51.3 から 71.6 へ増床	イオンモール名取1階 増床リニューアル
2021年 10月	ハピネス天童店 (山形県)	46.3 から 57.8 へ移転	イオンモール天童1階 2階から1階へ区画移転

閉店について

閉店店舗はございません

当期の新店3店舗により、2022年2月末現在85店舗

青文字★印は2022/8月期 出店店舗



9. 通期業績予想

2022年8月期 通期業績見通しは、

売上高 132億1,300万円、 営業利益 1億7,100万円、

経常利益 1億4,900万円、 当期純利益 7,100万円

※本決算期より「収益認識に関する会計基準」を適用

コロナの影響は、前期並みの影響度となる想定に変更はありません
 中期経営計画の実現へ向けて将来への投資を行いつつ、粗利率のアップ・人材育成等の施策を通じて、予想を上回る業績をあげられるよう、全社一丸となって、取り組んでまいります

	2022/8月期 通期 業績予想				前期	
	(百万円)	前期対比	前期増減額	構成比	(百万円)	構成比
総額売上高 (これまでの売上計上方法)	19,150	104.5%	+ 839	—	18,311	—
純額売上高	13,213	—	—	—	—	—
営業利益	171	- %	+ 242	1.2%	▲71	- %
経常利益	149	- %	+ 227	1.1%	▲78	- %
当期純利益	71	- %	+ 195	0.5%	▲124	- %

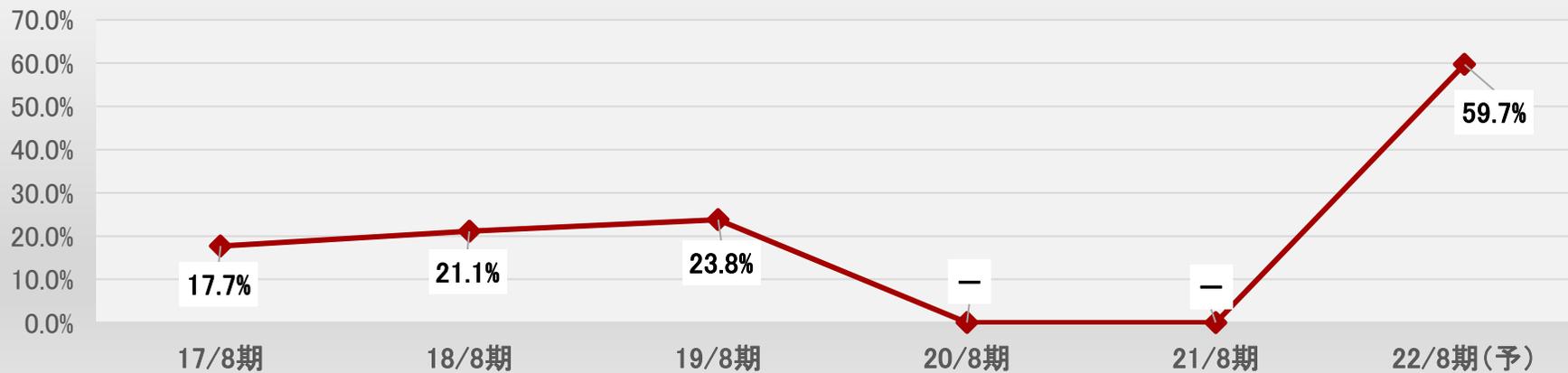
(注)2022年8月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)を適用するため、上記の業績予想は当該会計基準等を適用した後の金額となっております。
 なお、総額売上高(これまでの計上方法の売上高)は、通期において19,150百万円(4.5%増)を予想しております

10. 配当方針、配当予想

◆ 配当方針

配当性向の予想

配当方針は、継続的な安定配当を基本方針とし、事業展開、業績見通し等を総合的に勘案しながら、配当性向を30%まで引き上げることとしておりましたが、コロナ禍以降、年間15円の安定配当を実施しております。



◆ 配当予想

2022年8月期は中間配当を含めて年間 15円を予想しております。

	中間配当金	期末配当金	年間
2021/8月期 配当金	8円 50銭	6円 50銭	15円 00銭
2022/8月期 配当金 (当期予想)	7円 50銭	7円 50銭(予)	15円00銭(予)

Ⅱ.中期経営計画の進捗

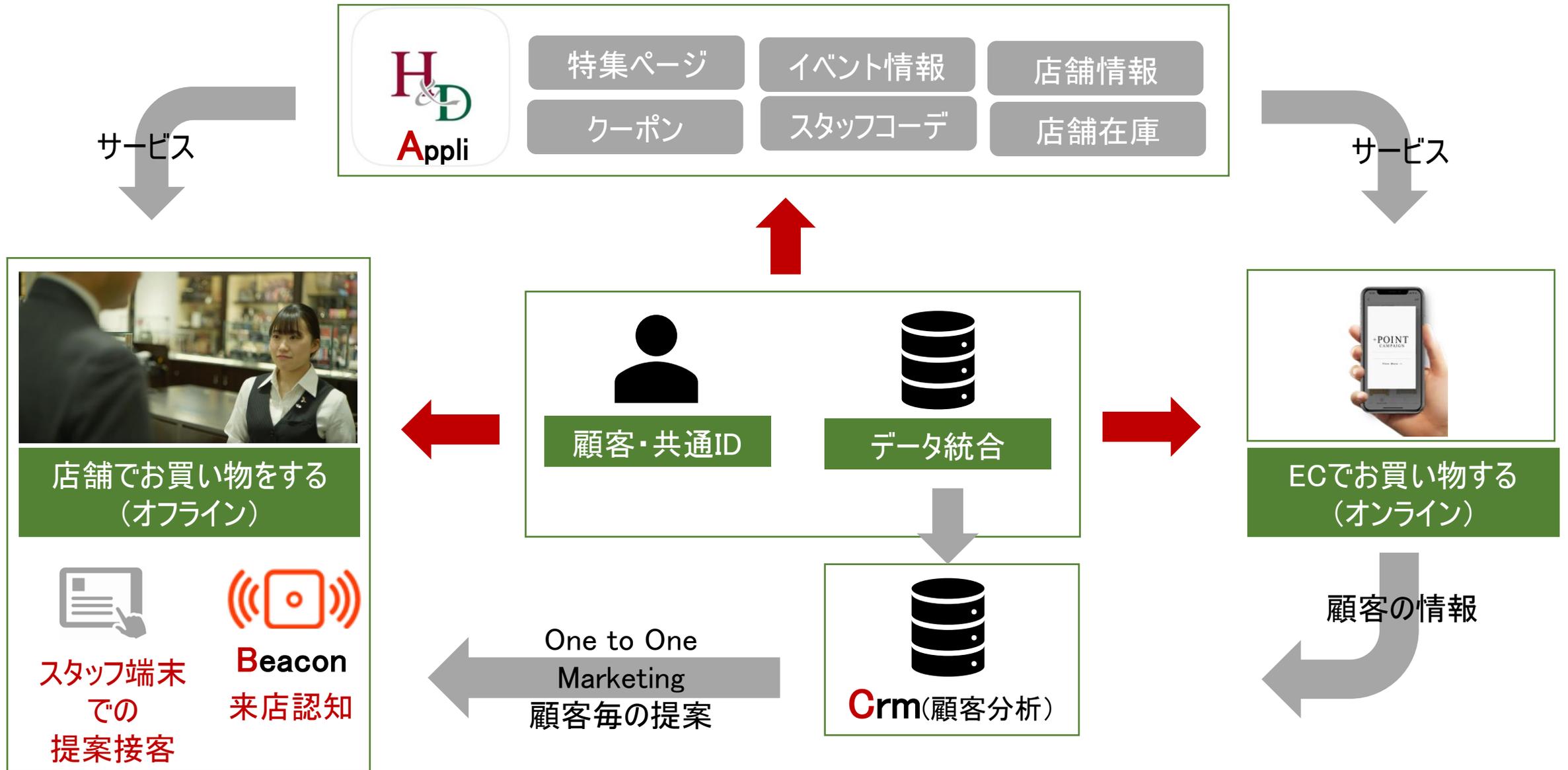
2022年～2024年中期経営計画(再掲)

	第1フェーズ 2022年8月期	第2フェーズ 2023年8月期	第3フェーズ 2024年8月期
DX投資	アプリ会員 期末20万人 ビーコン全店設置 CRM導入にて顧客情報の オンライン・オフライン統合	ABCシステム稼働(※1) ABCシステム関連売上高(※2) 25%超	ABCシステム関連売上高 40%超
人財投資	外訪型フィールドサービス (外商)実験 管理職研修PGM	地域旗艦店の外商実装 OMO型店舗用のインサイドセールス センター実験	OMO型店舗用のインサイドセールス センター稼働
商品開発	PB商品パイプライン(雑貨) 売上高総利益率 24.6%	PB商品パイプライン追加(宝飾) 売上高総利益率 25%	PB商品パイプライン追加 売上高総利益率 25.5%
出店投資	従来型店舗 4店舗出店	OMO型店舗(※3)の実験2店舗 従来型店舗 2店舗出店	OMO型店舗の出店 4店舗 (接客員+インサイドセールスセンター)

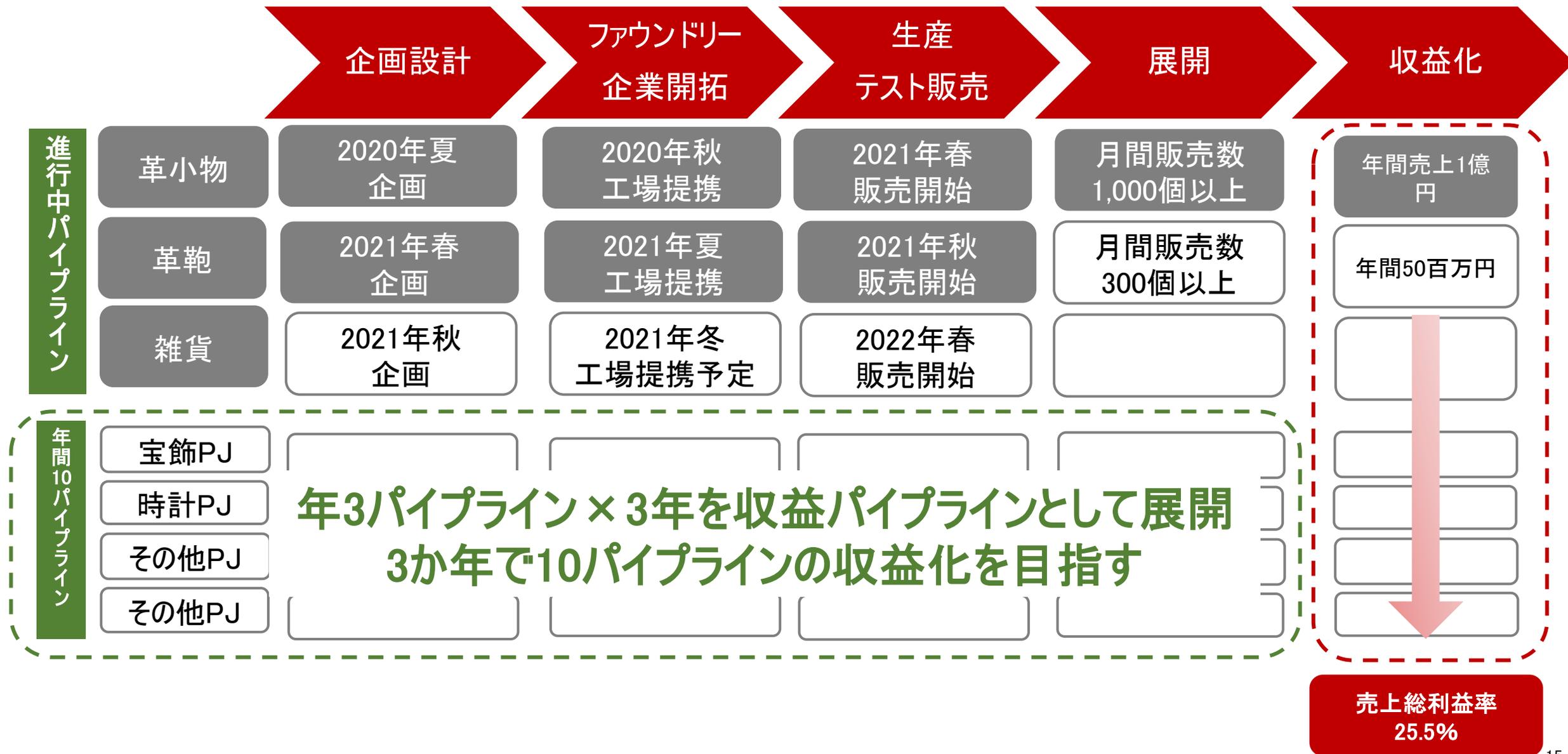
※1 ABCシステム Appli+Beacon+CRM の連携システムの社内プロジェクト名称

※2 ABCシステム関連売上 アプリ会員の関連売上高(店舗売上高+EC売上高+外商売上高)

※3 OMO型店舗 SNS+コールセンター+アバター接客+取り寄せサービスなどのオンラインサービスを店舗に実装







(単位:百万円)

	2021年8月期 (実績)	2022年8月期	2023年8月期	2024年8月期
総額売上高(※)	18,311	19,150	21,500	23,000
売上総利益高	4,167	4,715	5,375	5,865
(売上総利益率)	22.75%	24.62%	25.00%	25.50%
販売費及び一般管理費	4,239	4,544	4,725	4,865
営業利益	△72	171	650	1,000
新店数	5	4	4	4
店舗数(期末)	82	86	90	94
外部環境	コロナ禍影響大	コロナ禍影響 前期並みを想定	コロナ禍沈静化	

※ 総額売上高:2022年8月期より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)を適用しますが、期間比較のためこれまでの計上方法の売上高である総額売上高にて表記しております

2023年8月期:2019年8月期(コロナ前)比 103.6% (2019年8月期既存店 総売上高対比 92.4%)

2024年8月期:2019年8月期(コロナ前)比 111.1% (2019年8月期既存店 総売上高対比 96.0%)

第1フェーズ

2022年8月期 計画

2022年8月期 上期実績

2022年8月期 下期計画

DX投資

アプリ会員 期末20万人
ビーコン全店設置
CRM導入にて顧客情報の
オンライン・オフライン統合

アプリ会員 7万人獲得
ビーコン 85店中60店設置
CRM 11月稼働にて
準備中

アプリ会員 通期にて13万人
ビーコン 全店設置完了
CRM 2022年11月
稼働予定

人財投資

外訪型フィールドサービス
(外商)実験

管理職研修PGM

実験4エリアにてプラチナ顧客
に外訪サービスをスタート
粗利高8百万円 計上

対象エリアを5エリアに拡大
法人取引先に開拓
SDGS研修・マネジメント研修
を全対象社員に開始

商品開発

PB商品パイプライン(雑貨)
売上高総利益率 24.6%

PB商品パイプライン(雑貨)
粗利31百万円
売上高総利益率 24.9%

PB商品パイプライン(雑貨)
粗利45百万円
売上高総利益率 27%

出店投資

従来型店舗 4店舗出店

従来型店舗 3店舗出店

従来型店舗 1店舗出店

※1 ABCシステム **A**pli+**B**eacon+**C**RM の連携システムの社内プロジェクト名称

※2 ABCシステム関連売上 アプリ会員の関連売上高(店舗売上高+EC売上高+外商売上高)

※3 OMO型店舗 SNS+コールセンター+アバター接客+取り寄せサービスなどのオンラインサービスを店舗に実装

【DX投資】カスタマージャーニーマップ

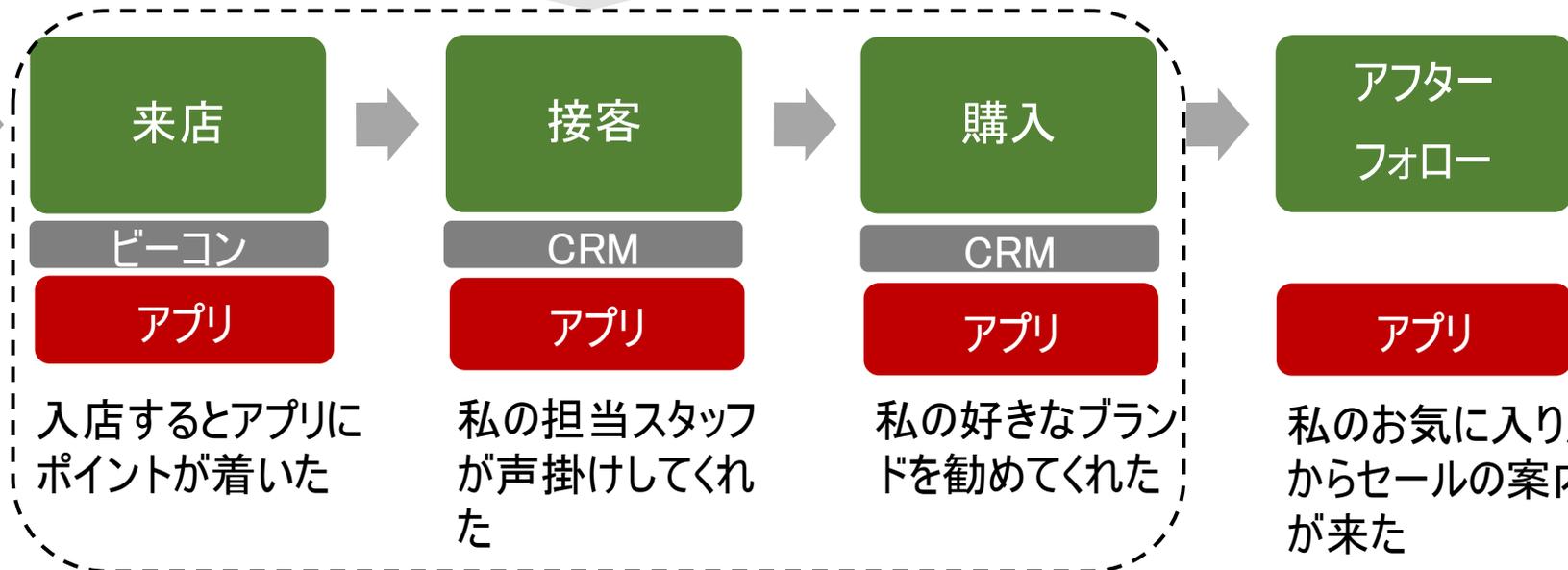


従来の店舗接客モデル



アプリ

家にいる時もアプリをチェック



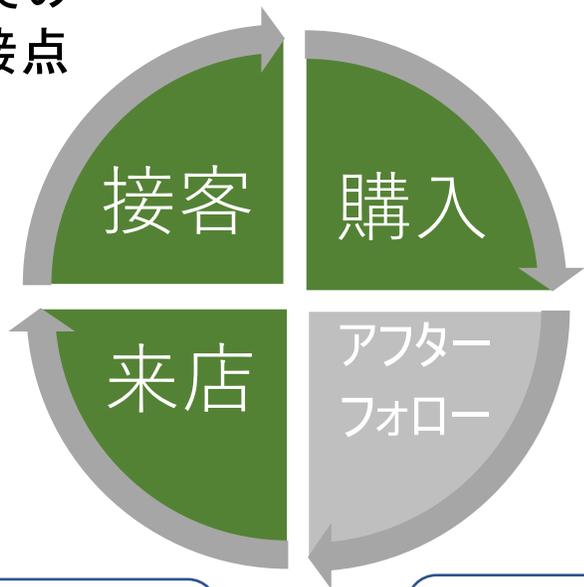
OMO店舗モデル



アプリ

アプリ内のライブコマースで買い物ができる

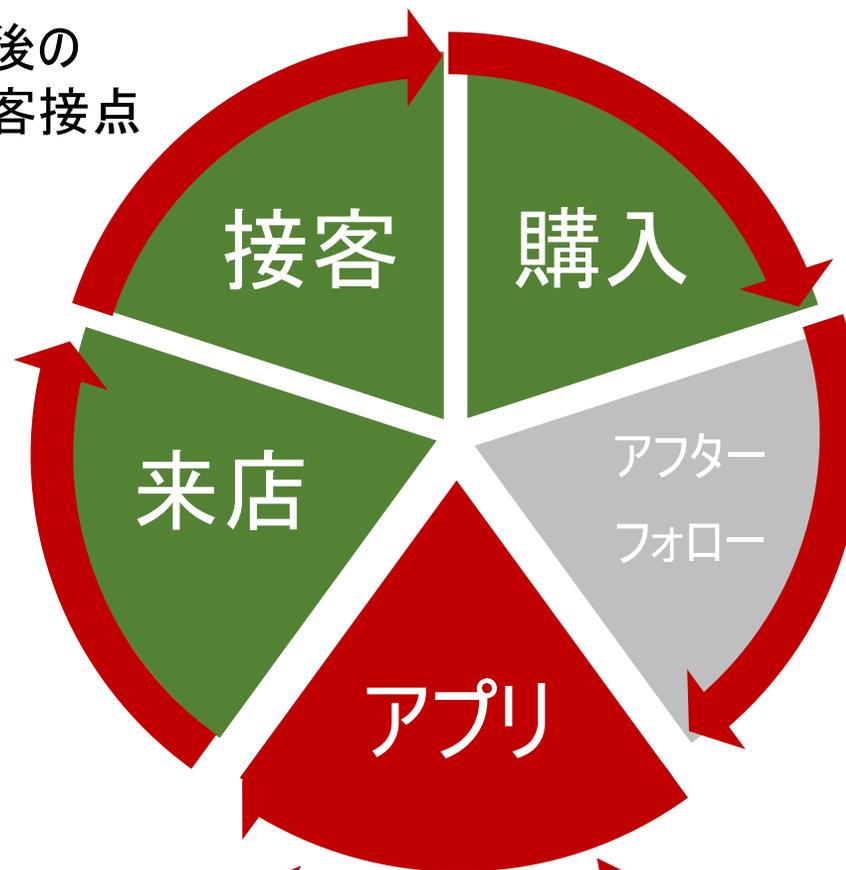
これまでの顧客接点



月間来店数
概算120万人

月間購入客
概算7万人

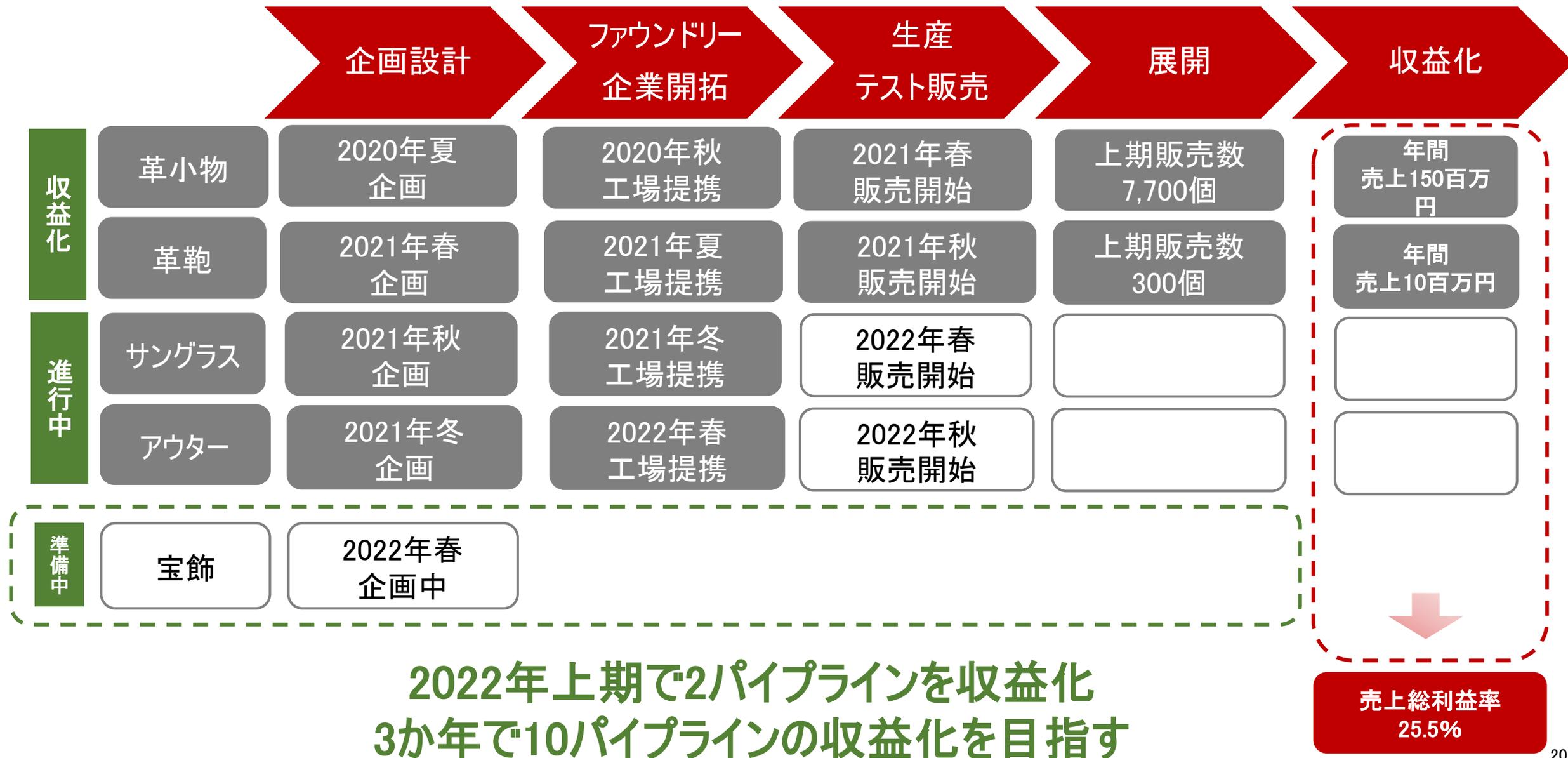
今後の顧客接点



累計登録7万人
(月間1万人登録)

月間実稼働3万人
月間ライブコマース
視聴者5千人

店舗での接点からハピネスアプリを基軸にした接点へ転換



1. 商品開発パイプライン1号・2号 皮革商品

値頃感・品質・シンプルなデザイン・社会課題の解決
 ……ハピネスのPBコンセプトを体現した皮革製品



2022年上期 H&D皮革商材 実績



2022年上期で売れ数8,000件を超す定番商品に成長

2. 商品開発パイプライン3号 サングラス

海洋プラスチックゴミを再生し、サングラスにしました
 ……2022年6月から販売開始



3. 商品開発パイプライン4号 ダウンコート

環境素材を活用したダウンコートが今秋にデビュー予定
 回収にも責任を負います



売上総利益率の改善が進む

- 売価の見直し、宝飾の売上構成比改善、PB商品の拡充が進捗
- 計画以上に売上高総利益率の改善が進む

投資計画はほぼ計画通りに進捗

- ABCシステムのCRM開発が計画より約3か月遅れている
- その他のDX、人財、商品開発、出店はほぼ計画通りに進捗

客数の戻りは鈍く、引き続き環境は厳しい

- コロナ禍の中での外出機会の抑制が常態化している
- 店舗の客数は戻らないことを前提にオンライン顧客への接点をさらに強化していく

ロシアによるウクライナ侵攻にあたり、当社プライベートブランドH&Dの売上1%を寄付します



 *Happiness*

長期経営方針として全ての
ステークホルダー（お客様、取引先、
従業員、社会）に愛される会社を
目指しています

H & D

プライベートブランドH&Dは
開発ポリシーに「社会課題の
解決」を包含しています

1% Donation for Ukraine



事業の成長とサステナビリティを融合させていきます

実行時期	事業の成長	サステナビリティ	関連するSDGs
2011年～		オレンジリボン運動支援	全ての人に健康と福祉を (NO3)
2020年～	人材投資	婚礼業界ワタベウェディング から出向社員受入継続	働きがいも経済成長も (NO8)
2021年～	PB商品開発	世界最貧国バングラディシュでの 皮革製品製造開始	貧困を救おう (NO1)
	ショッピングバック削減	ショッピングバック有料化 従前より7割の資源削減	つくる責任つかう責任 (NO12)
2022年～	PB商品開発	海洋ゴミを再生したサングラスの 製造販売	海の豊かさを守ろう (NO14)
	PB商品開発	環境素材を活用したダウンコート 回収にも責任	つくる責任つかう責任 (NO12)
		H&D売上金の一部をウクライナ 支援に	全ての人に健康と福祉を (NO3)

ハピネスは毎年着実に事業活動とサステナビリティの融合案件を積み上げていきます



ハピネス公式アプリ
今すぐダウンロード！



お問い合わせ先

株式会社 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>

- ・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