

株式会社ハピネス・アンド・ディ

2023年8月期 第2四半期決算説明会 (2022年9月～2023年2月)

2023年4月27日
(東証スタンダード 3174)

目 次

I . 2023年8月期 第2四半期 決算説明	
1. 2023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. 商品区分別売上高の推移	P. 4
5. 2023年8月期 第2四半期 決算概況(連結)	P. 5
6. 2023年8月期 第2四半期 新規出店等の状況	P. 6
7. 店舗展開について	P. 7
8. 通期業績予想	P. 8
9. 配当方針、配当予想	P. 9

II . 中期経営計画の進捗及び投資の見直し	
中期経営計画第2フェーズ 小括	P. 11
投資計画の見直し	P. 12
販売部門の人員数不足	P. 13
採用から教育までの体制再構築	P. 14
時計部門の縮小	P. 15
PB商品の進捗	P. 16
商品開発 パイプラインシステム	P. 17
既存店の改装・活性化	P. 18
子会社AbHeri	P. 19,20
子会社AbHeri 成長戦略	P. 21
DX投資	P. 22
SDGs	P. 23

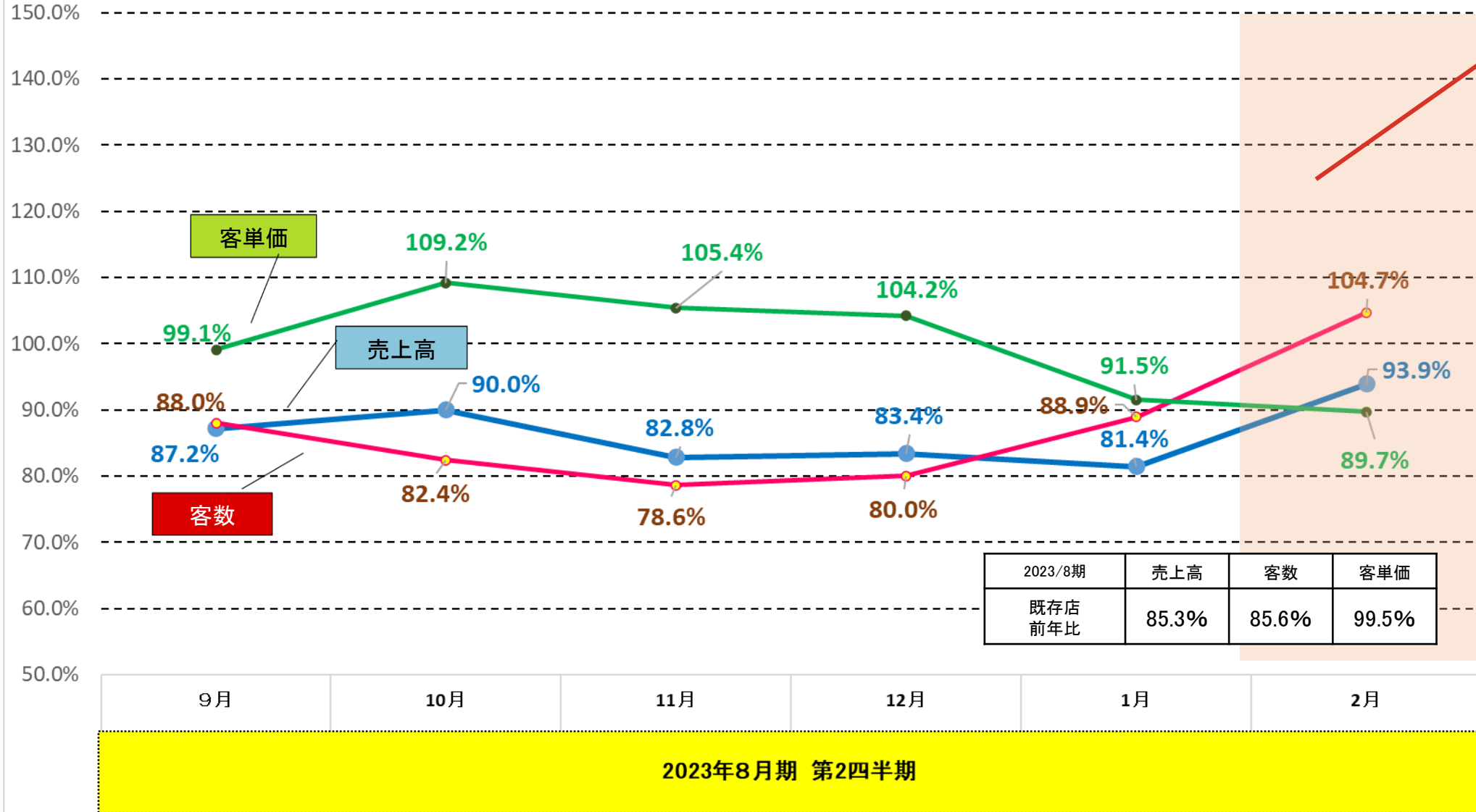
I . 2023年8月期 第2四半期 決算説明

1. 2023年8月期 第2四半期 決算ハイライト

- ◆ 繁忙期の年末年始商戦を中心に諸物価の高騰が重なり、消費マインド落込む
インポートブランド品の価格上昇もあり、買い上げ客数に影響を受ける
- ◆ DX投資、人財投資は着実に前進し、ABCシステムがハピネス全店で稼働
- ◆ 2023年12月にジュエリー製造販売の(株)AbHeri(アベリ)を100%子会社化
AbHeriの業績は順調に推移

2. 既存店前年比の推移(ハピネス・アンド・ディ単体)

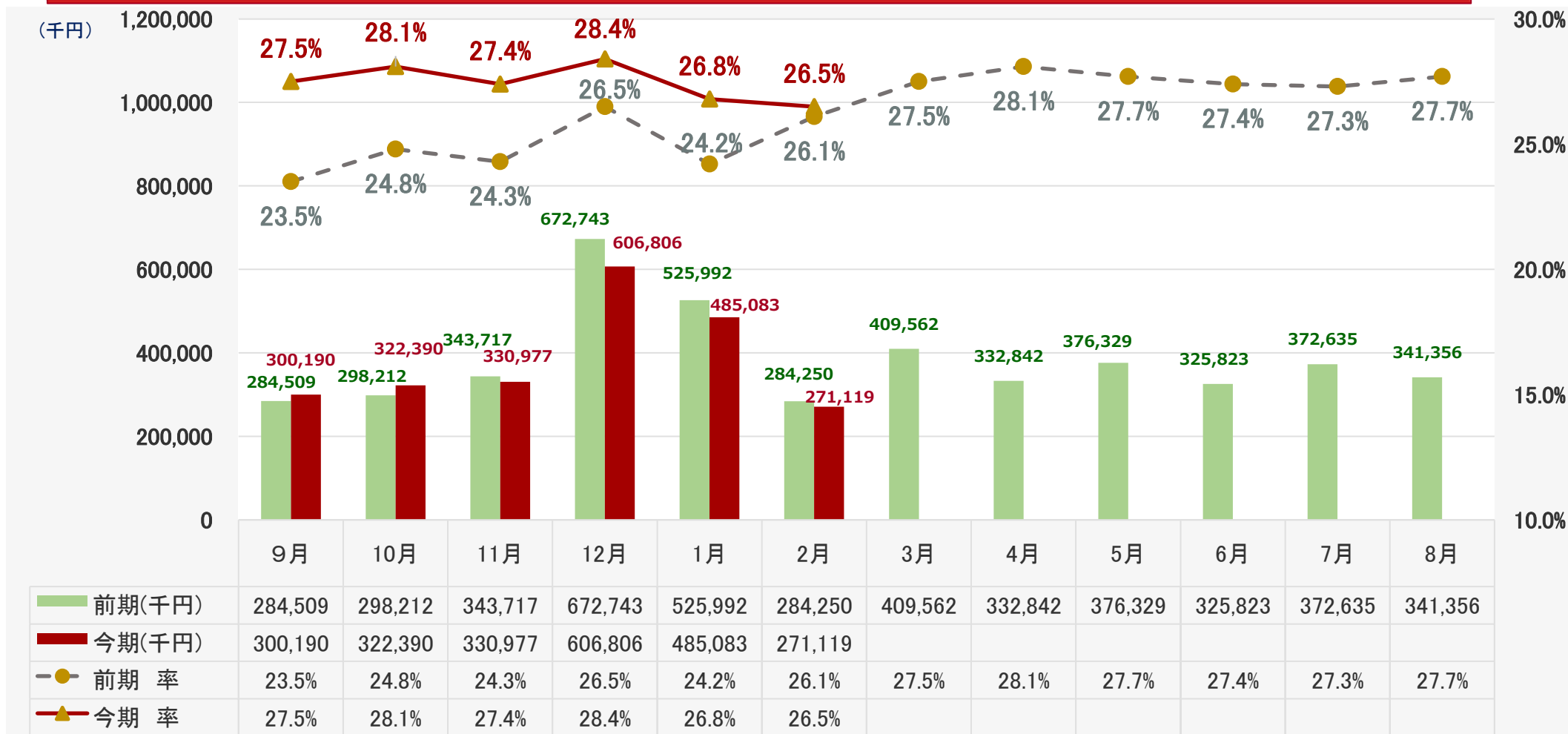
(月次) 既存店売上、客数、客単価 前年比の推移



2月は客数対策を強化し、売上も回復基調へ

3. 粗利率の改善（ハピネス単体 総額売上ベース 月次の推移）

前期からの粗利率アップの取組みが一巡し、27.5%水準が定着（移動12ヵ月平均）



※ 前期（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が、。これまでの計上方法の売上高である総額売上高に対する粗利率で表記しております。

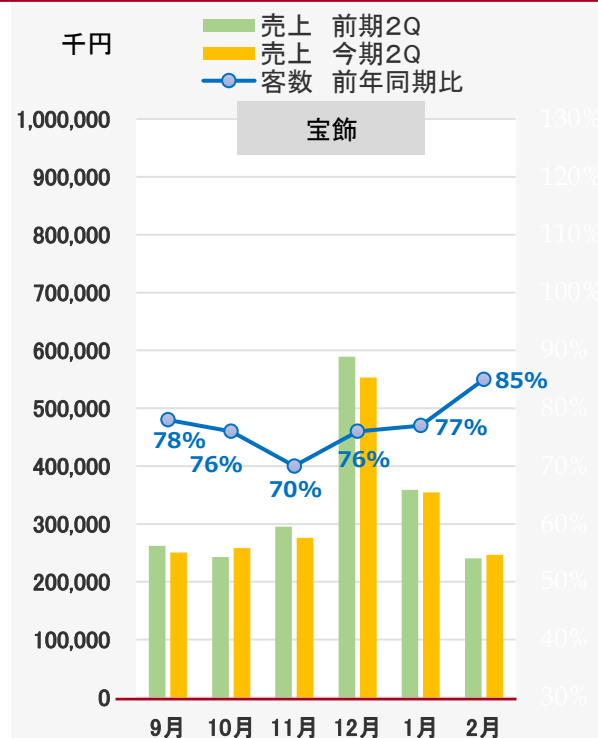
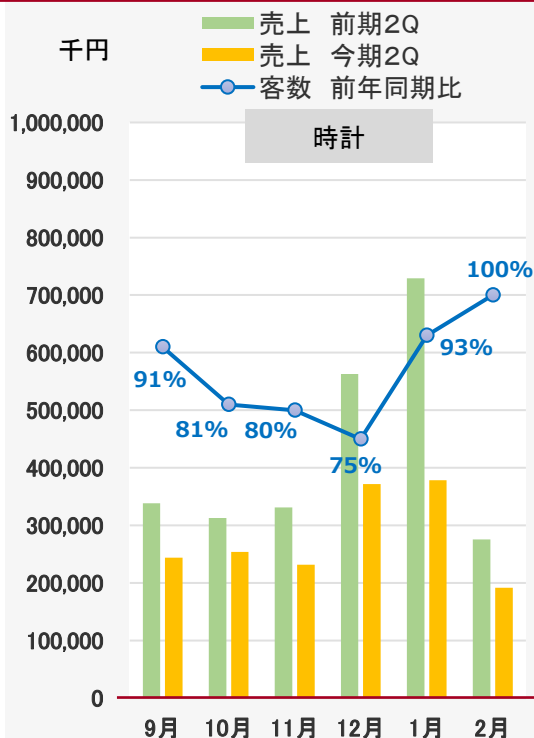
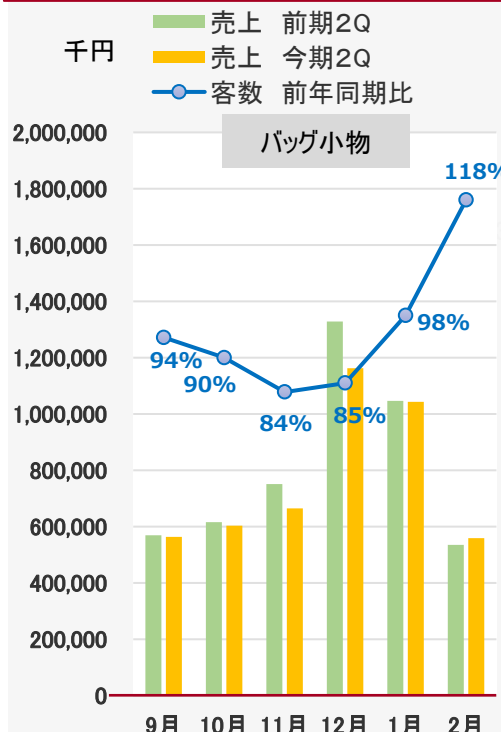
4. 商品区分別売上高の推移(単体・連結 収益認識基準純額売上高ベース)

当期2QのAbHeriについては、12月～1月の2か月間を連結対象としております。前年同期比較は単体ベースで記載しております。

千円	2022/8月期 2Q 単体		2023/8月期 2Q 単体		2023/8月期 2Q 連結	
	()は構成比	前同期は総額売上のため未記載	()は構成比	前同比(%)	()は構成比	当期から連結決算のため未記載
売上高(総額)	7,508 (-)	—	6,707 (-)	▲10.6	6,786 (-)	—
バッグ小物	4,108 (54.7%)	—	4,042 (60.2%)	▲1.6	4,042 (59.5%)	—
時計	1,987 (26.4%)	—	1,319 (19.6%)	▲33.6	1,319 (19.4%)	—
宝飾	1,412 (18.8%)	—	1,345 (20.0%)	▲4.7	1,424 (20.9%)	—

海外ブランド時計が価格上昇の影響を受け大きく落ち込む。年始以降、客数対策により回復基調へ。

月次グラフは単体総額売上ベース



※ 単体全店ベース、EC売上・修理売上を除く。

＜単体ベース＞

バッグ・小物
PBブランドH&Dは堅調に推移、海外ブランドは価格高騰の影響を受け、単体ベースの前年同期比は1.6%減となった

時計
海外ブランド時計が価格上昇の影響で大きく落ち込み、同33.6%減となった

宝飾
高額品は比較的堅調であったが、コストーム商品含め中低価格帯がダウン。同4.7%減となった

5. 2023年8月期 第2四半期 決算概況(連結)

	(参考:単体ベース) 前年同四半期			2023/8月期 第2四半期 実績 (連結)			
	(千円)	構成比		(千円)	構成比	前期比	同増減額
売上高	7,508,259	100.0%	売上高	6,786,576	100.0%	—	—
売上総利益	2,396,033	31.9%	売上総利益	2,367,003	34.8%	—	—
販管費	2,187,462	29.1%	販管費	2,338,250	34.4%	—	—
営業利益	208,570	2.7%	営業利益	28,753	0.4%	—	—
経常利益	218,601	2.9%	経常利益	16,518	0.2%	—	—
特別利益	7,441	0.1%	特別利益	1,284	0.01%	—	—
特別損失	5,552	0.1%	特別損失	42,049	0.6%	—	—
四半期純利益	124,773	1.6%	親会社株主に帰属する 四半期純利益	▲ 48,764	—	—	—
店舗数	85		店舗数 ()内は単体ベース	89(86)			
粗利率	31.9%		粗利率	34.8%			

売上高

諸物価高騰による消費意欲の減退が影響した。連結子会社となった AbHeri社は好調に推移した(2022年12月子会社化)。

売上総利益

昨年度からの販売価格の見直し、高粗利商材の強化等の展開が定着し、粗利率は34.8%となった。

営業利益

人材投資・DX投資の積極化や店舗光熱費が想定を上回ったこと、M&A費用、のれんの償却の発生等により販管費が増加し、営業利益は28,753千円となった。

特別損失

改装に伴う固定資産廃棄損及び4店舗の減損損失により、42,049千円を計上。

親会社株主に帰属する四半期純利益

48,764千円の四半期純損失となった。

※ 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。
当第2四半期より連結決算に移行しているため、前年同四半期比較は記載しておりません。
なお、連結対象としている業績の期間は2022年12月1日～2023年1月までとなります。

6. 2023年8月期 第2四半期 新規出店の状況

新規出店は、10月土岐店1店舗を出店
岐阜県へは初出店

2023年8月期 2Q 新規出店

年月	店舗名	坪数	出店SC
2022年 10月	ハピネス土岐店 (岐阜県)	113.0	イオンモール土岐1階

2023年8月期 2Q 改装(移転)

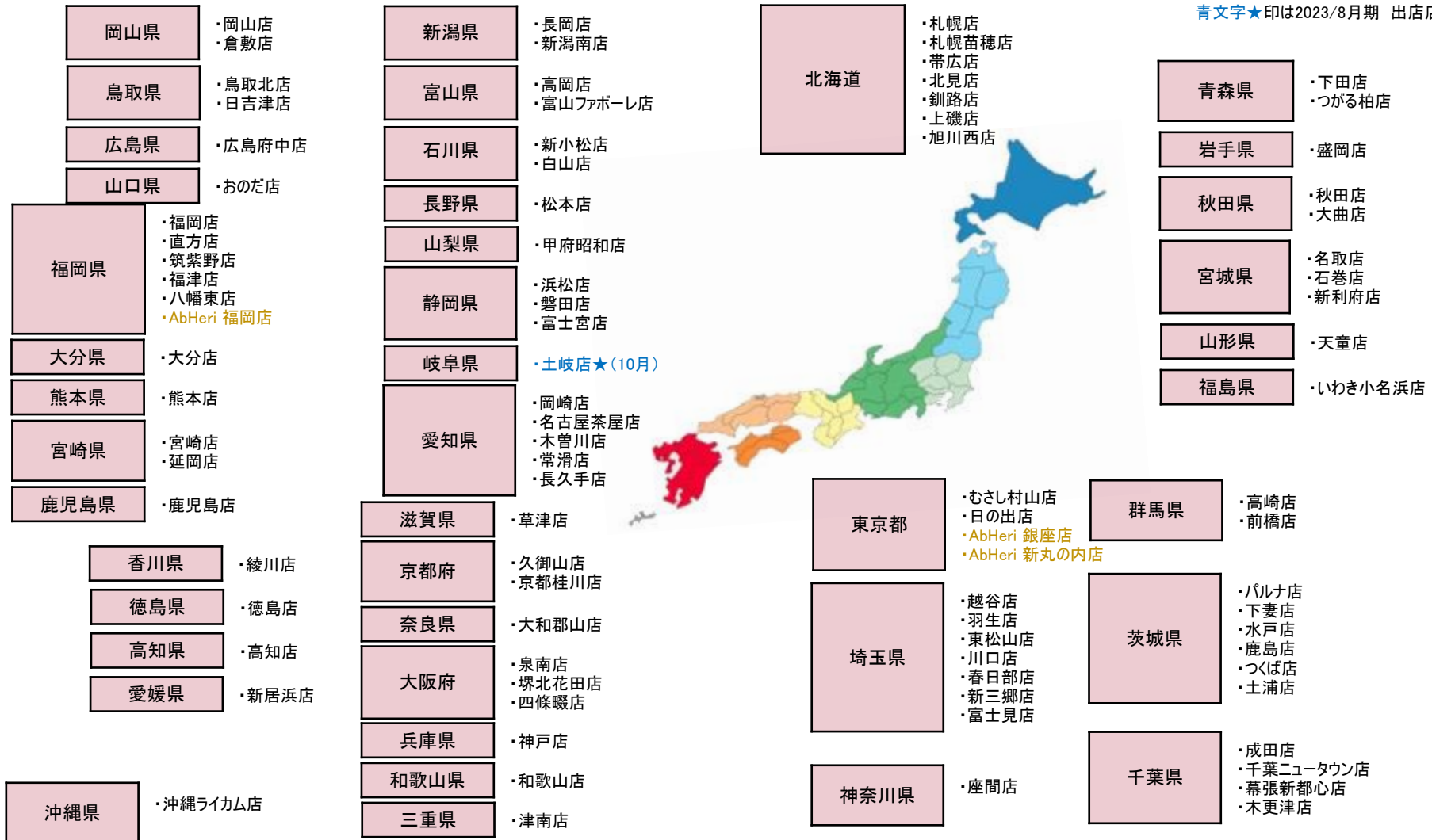
年月	店舗名	坪数	出店SC
2022年 10月	ハピネス北見店 (北海道)	2Fから 1Fへ移 転 80.3	イオンモール北見1階 2階から1階へ区画移転

閉店について

2023年1月 ハピネス長久手店を閉店

当期の新店1店舗により、2023年2月末現在89店舗（連結ベース）

青文字★印は2023/8月期 出店店舗



8. 通期業績予想

2023年8月期 通期 連結業績見通しは、

売上高 133億7,400万円、営業利益 800万円、

経常利益 ▲ 1,800万円、親会社株主に帰属する当期純利益 ▲ 9,400万円

※「収益認識に関する会計基準」適用

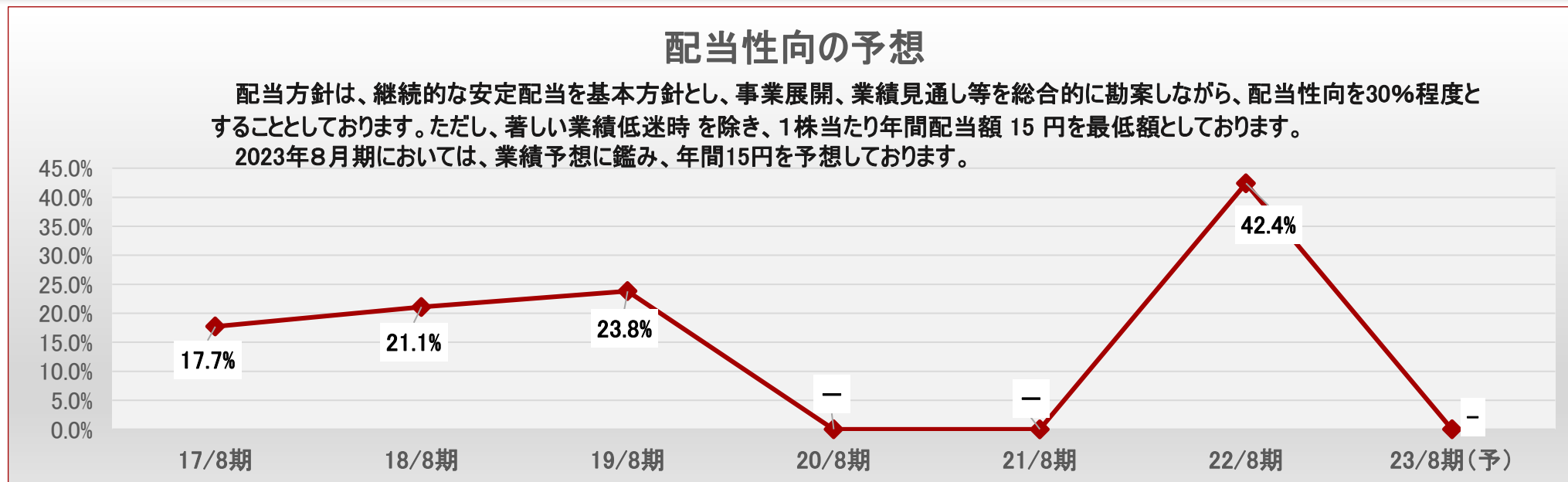
第2四半期累計期間の業績を踏まえ、下期においては商品構成及びプライシングの適正化を図り、接客対応と買上げ件数対策を強化し、予想を上回る業績をあげられるよう、鋭意取り組んでまいります

	2023/8月期 通期 連結業績予想		(ご参考)						
			2023/8月期 通期 個別業績予想				前期		
	(百万円)	構成比	(百万円)	前期対比	前期増減額	構成比	(百万円)	構成比	
売上高	13,374	—	13,027	▲4.2%	▲581	—	13,608	—	
営業利益	8	0.05%	▲31	—	▲221	—	190	1.3%	
経常利益	▲18	—	▲54	—	▲245	—	191	1.4%	
親会社株主に帰属する 当期純利益 (個別：当期純利益)	▲94	—	▲104	—	▲193	—	89	0.6%	

※ 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、売上高は純額ベースとなります。
当期より連結決算に移行しているため、連結ベースの前年同期比較は記載しておりません。

9. 配当方針、配当予想

◆ 配当方針



◆ 配当予想

2023年8月期は中間配当7円50銭、期末配当7円50銭の年間 15円を予想しております。

	中間配当金	期末配当金	年間
2022/8月期 配当金	7円 50銭	7円 50銭	15円 00銭
2023/8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及び 投資の見直しについて

売上・客数が大幅減少

- 売上高は前期比85%、客数は前期比86%と大きく前年実績を割り込みました(既存店ベース)
- 時計部門の減少が顕著であり、宝飾部門へのシフトを長期的に進めます

投資計画を大幅に見直し

- OMO店舗投資を一時凍結し、リアル店舗の販売力回復(改装、人財)に経営資源を絞ります
- 商品開発は今後の収益改善策の柱であることから引き続き従前計画を継続します

AbHeriのグループ会社化により顧客層は拡大

- 単体ビジネスモデルから複数ビジネスモデルへ進化
- 富裕層、海外顧客層の取り込みが今後の成長戦略に加えられるようになった

足元の業績悪化にあわせて投資計画を見直し

ネガティブ要因

出店や中途採用市場の競争激化により販売部門の人員数不足し、希薄化
 コロナ禍の中で停滞した販売スタッフの接客スキルを磨きなおす必要がでてきた
 スマートウォッチの台頭により腕時計市場の縮小が顕著になってきた

ポジティブ要因（外部環境）

コロナ禍は小康状態になり、主力SC企業の全体客数は2019年コロナ前対比92%まで改善
 訪日外国人数が146万人（2023年2月）を超え、インバウンド需要の復活が顕著になった

ポジティブ要因（内部環境）

PBブランドH&Dの売上が伸長し、今後は宝飾部門の商品開発をすすめる
 インバウンド需要の追い風を受け、子会社AbHeriの業績が順調に推移している

店舗DX（縮小）
 投資済みABCシステムの
 定着化を優先

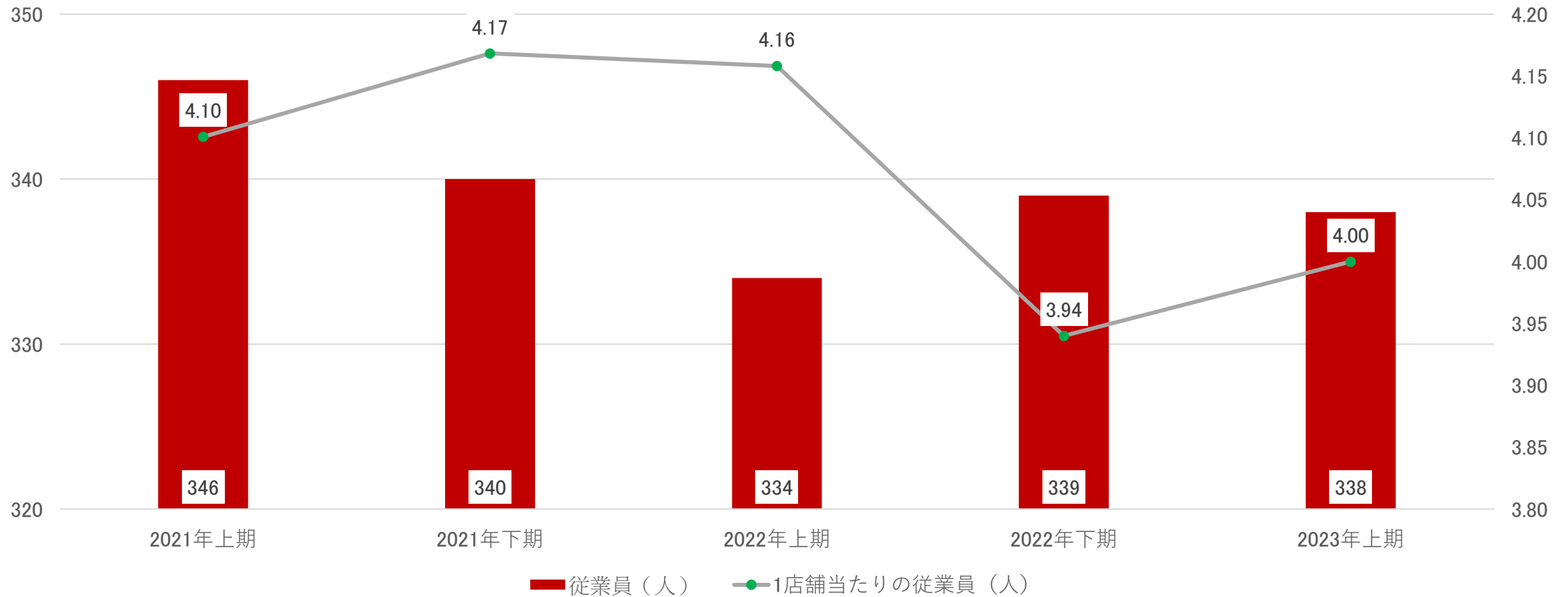
人財投資（維持）
 既存社員の活性化と
 新卒への取り組み強化

商品開発（維持）
 既存パイプラインの拡充と
 PB宝飾の展開

店舗開発（縮小）
 既存店の改装と再配置

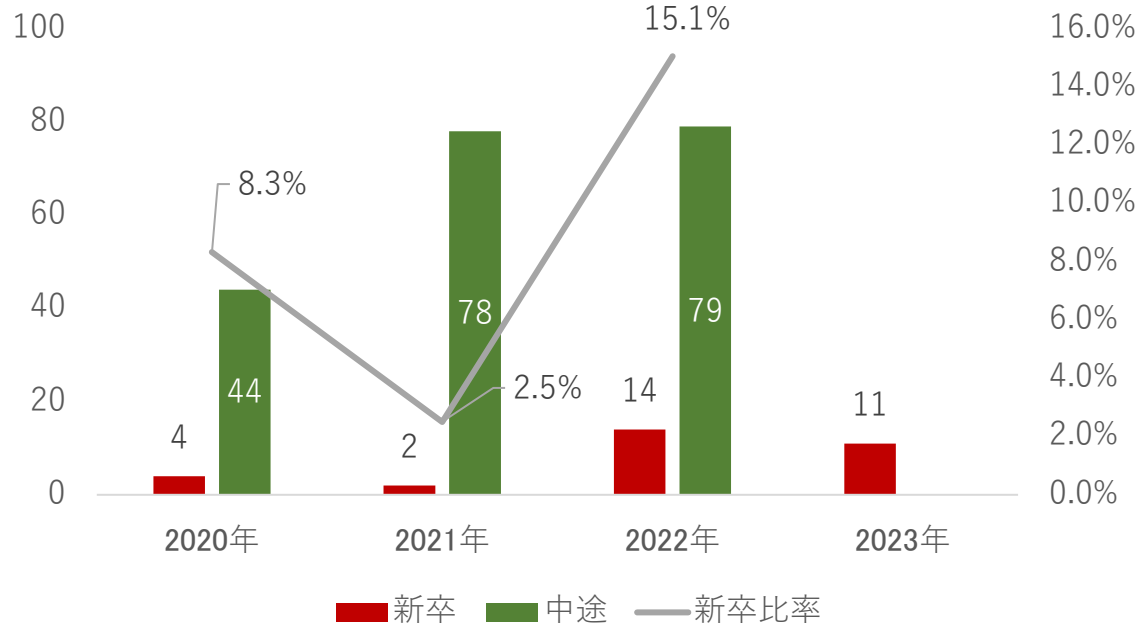
AbHeri（追加）
 関西エリアへの出店

従業員数と1店舗当たりの販売員数（管理職を除く正社員・準社員）

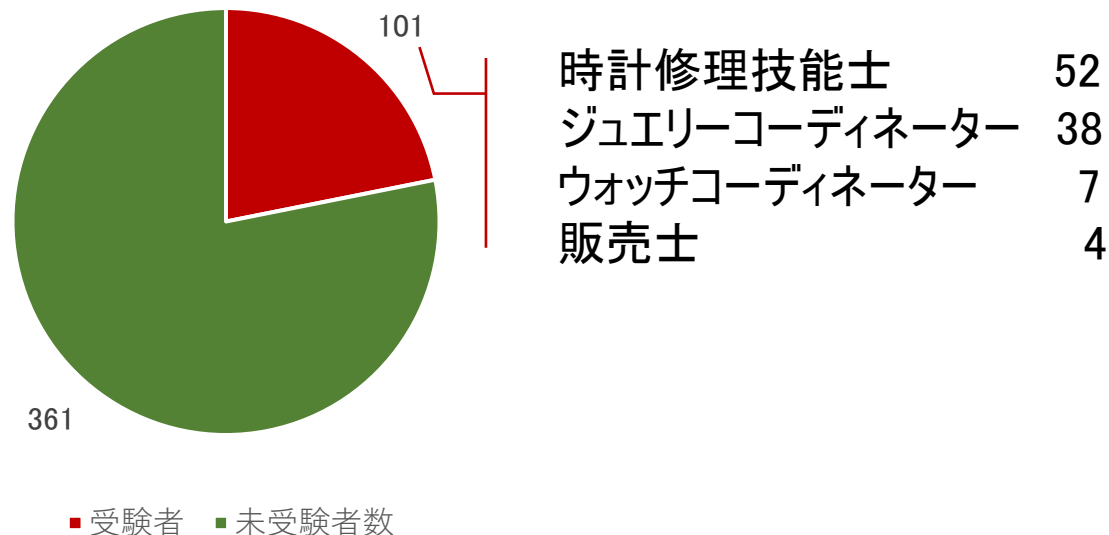


店舗人員は2021年上期から2022年下期にかけ減少が進み、2022年新卒を加えてからは338名の小康状態
 2021年下期から2022年下期までに4店舗増加し、1店舗あたりの販売員数が希薄化し、現在は平均4名となっています

新卒採用数と中途採用数と比率



2023年上期 外部資格試験受験者



営業店での中途採用は競争激化により、採用計画は難航しました

2022年からは本社人事部主導による新卒採用の体制を強化するとともに、新卒採用者の研修フォローを再構築

2023年11名を採用し、2024年には20名以上の採用を狙います

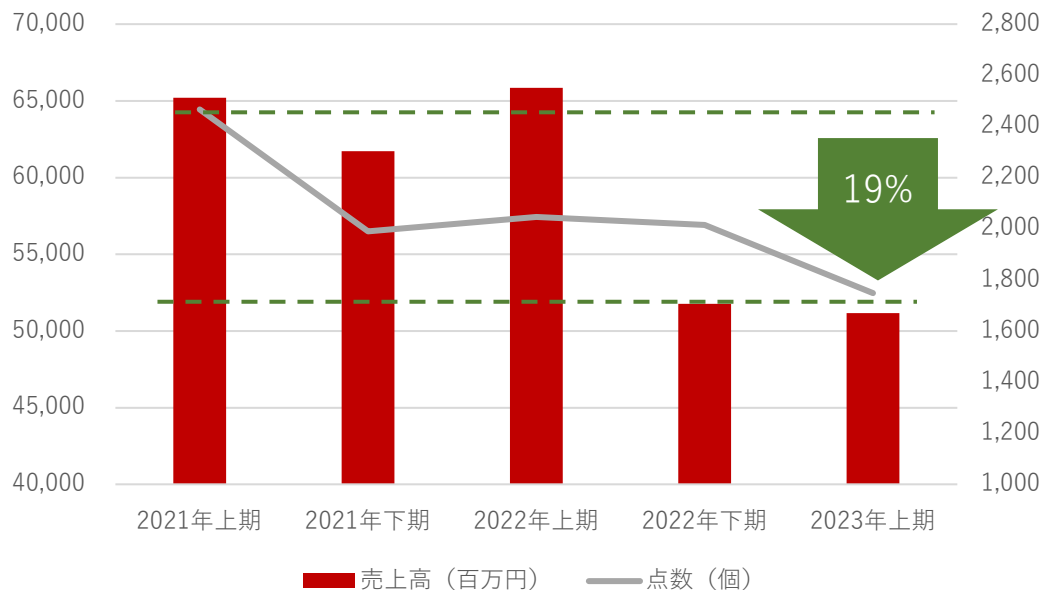
既存販売員のリスキング(学びなおし)支援が2023年上期からスタート

100名以上の従業員が資格取得にチャレンジ

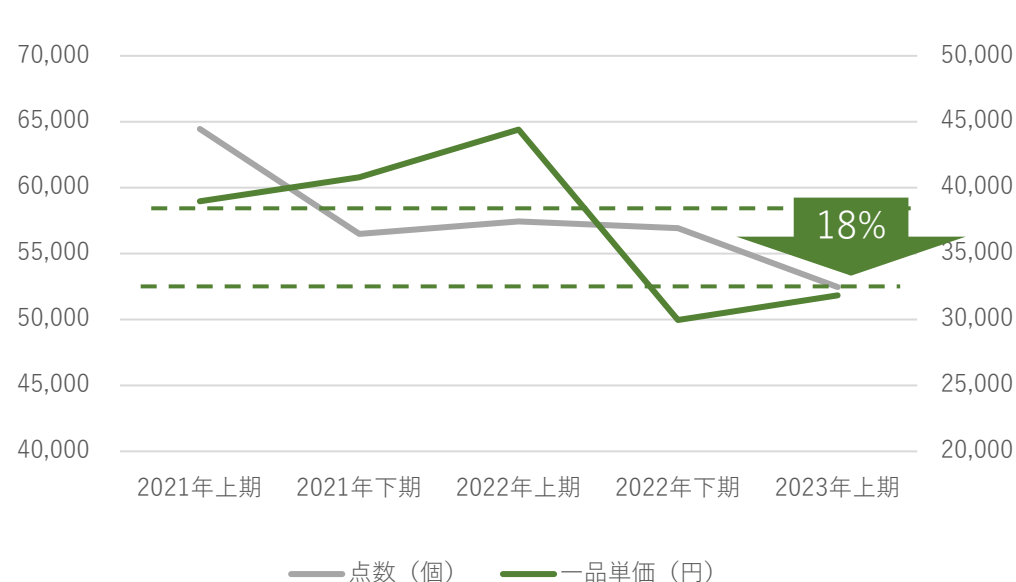
採用環境は厳しいものの、既存社員のリスキングも含めた販売員のスキル磨き直しも含め採用から教育まで一貫通貫したマネジメントを人事部主体で構築していきます

スマートウォッチの台頭により、既存時計市場の長期縮小がより鮮明に

時計部門点数・売上高推移



時計部門点数・一品単価推移



販売点数は継続して減少している
2021年上期から2023年上期の2年間にて約19%の数量の減少

一品単価は2022年上期にて一時上昇するも2022年下期に大幅減少し現在に至る
2021年上期から2023年上期の2年間で約18%減少

数量・単価ともに約20%の減少の結果、時計部門の売上高は2021年上期から2023年上期の2年間で約34%減少した
中長期的に同部門のウェイトは減少傾向が見込まれる

収益力強化策としてすすめているプライベートブランドH&Dが継続してシェアを拡大している



H&Dブランド
 上期85百万円
 (前上期比+190%)
 年間では140百万円が
 狙えるPBブランドに
 成長

収益力の高い商材として
 直近の粗利率改善にも
 貢献



進行中パイプライン

	企画設計	ファウンダリー 企業開拓	生産 テスト販売	展開	収益化
革小物	2020年夏 企画	2020年秋 工場提携	2021年春 販売開始	月間販売数 1,300個以上	達成 年間売上 1億円規模
革靴	2021年春 企画	2021年夏 工場提携	2021年秋 販売開始	月間販売数 130個以上	達成 年間売上 20百万円規模
サングラス	2021年秋 企画	2021年冬 工場提携	2022年春 販売開始	シーズン販売数 実績150本/目標 300本	実績2倍以上 が必要
アウター	2021年冬 企画	2022年春 工場提携	2022年秋 販売開始	シーズン販売数 実績800着/目標 1200着	実績の1.5倍以 上が必要

今後予定

高級 革靴	2022年冬 企画	2023年春 工場提携	2023年秋 販売開始
宝飾	2023年春 企画	2023年夏 工場提携	2023年冬 販売開始

目標
3か年で10パイプラインの収益化

実績
1.5か年にて4パイプラインの展開
2パイプラインの収益化

店名	改装・活性化	改装・活性化時期	狙い
北見店	移転改装	2022年10月	2Fから1Fへのフロア移転
新居浜店	改装	2023年3月	宝飾・PB強化と入口拡大
羽生店	改装	2023年3月	アパレルとレディース強化
秋田	改装	2023年4月	宝飾と高額雑貨強化
泉南	活性化	2023年3月	顧客動線の改善
新小松	活性化	2023年3月	顧客動線の改善
大和郡山	活性化	2023年4月	顧客動線の改善

2023年上期にフロア移転に伴う全面改装、2023年下期に改装案件3件、活性化案件3件を実行予定

既存店についてはオープンから10年以上超過した店舗は商品のゾーニングレイアウトの変更に伴う品揃えの刷新を今後も断続的に図っていきます

2022年12月1日 全株式の譲渡を受け、完全子会社となる 取得価格は252百万円

直近3事業年度の財産及び損益の状況

(単位:千円)

	2021年3月期 (7ヵ月決算)	2022年1月期 (10ヵ月決算)	2023年1月期 (12ヵ月決算)
売上高	136,373	243,724	398,520
営業利益	▲5,485	5,117	63,754
経常利益	▲5,485	7,764	65,591
当期純利益	37,766	646	43,750
純資産	127,766	128,412	172,164
総資産	328,417	293,472	362,051

※2021年3月期、2022年1月期決算は、決算期変更を実施したことにより7ヵ月決算、10ヵ月決算となっております。詳細は2022年11月28日開示の「株式会社AbHeri（アベリ）の株式の取得（子会社化）に関するお知らせ」をご覧ください。

※当2Q連結決算の親会社株主に帰属する当期純利益に含まれる当期純利益は、連結開始日である2022年12月1日～2023年1月31日までにおける10,644千円となります。

AbHeri
都市型ファッションビルを軸にパワーガール
層やインバウンド顧客をターゲット

日本の職人が手作りで一つ一つ作品の
ように仕上げていくジュエリー



AbHeri銀座店(G-SIX4F)



代表的なアイコンAbHeri チェーンリング

AbHeriはハピネスでリーチ
できなかった顧客層をカバー



ブランドショップハピネス
郊外型SCの来館者をターゲット

世界のメゾンブランドからオリジナルブランド
まで幅広い商材をカバー

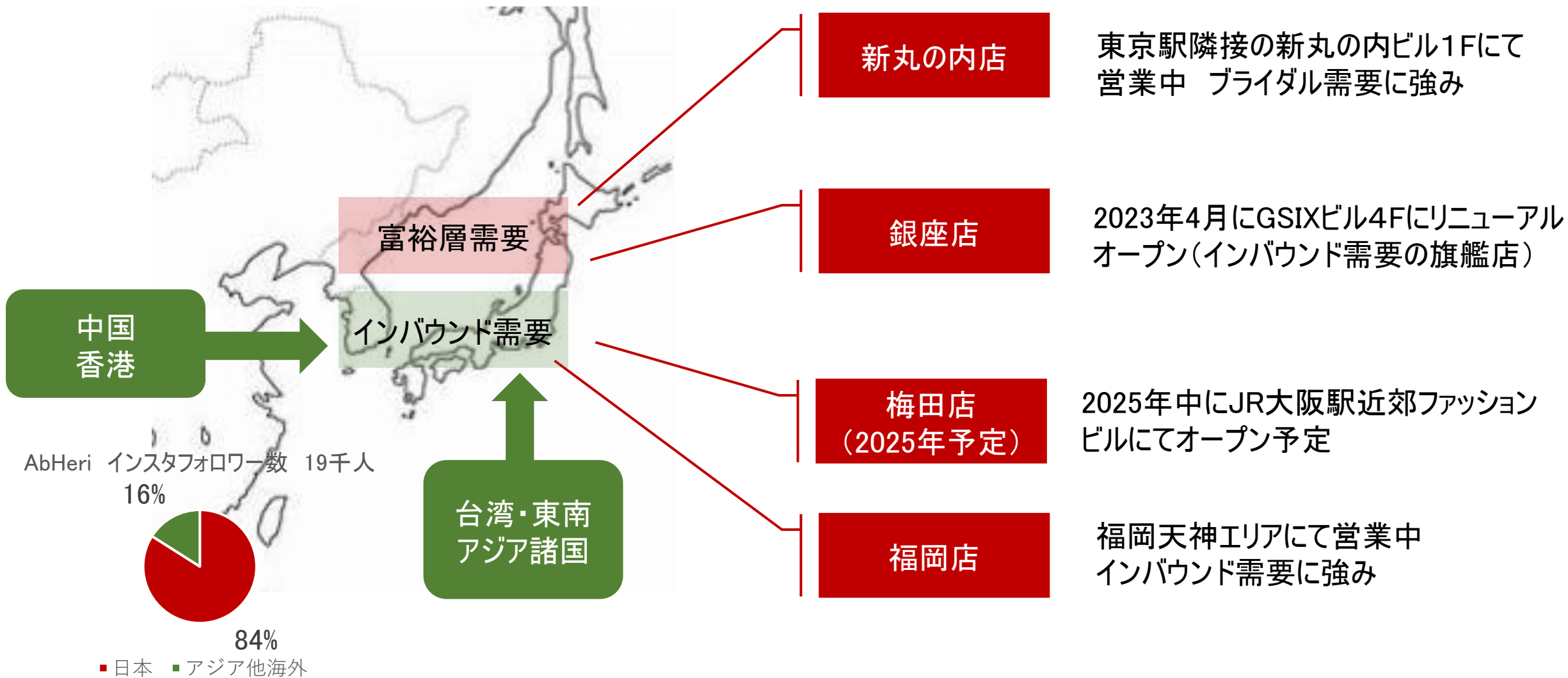
プレゼント選びや自分へのごほうびに
ご愛顧いただいております



HAPPINESS川口店(イオンモール川口1F)

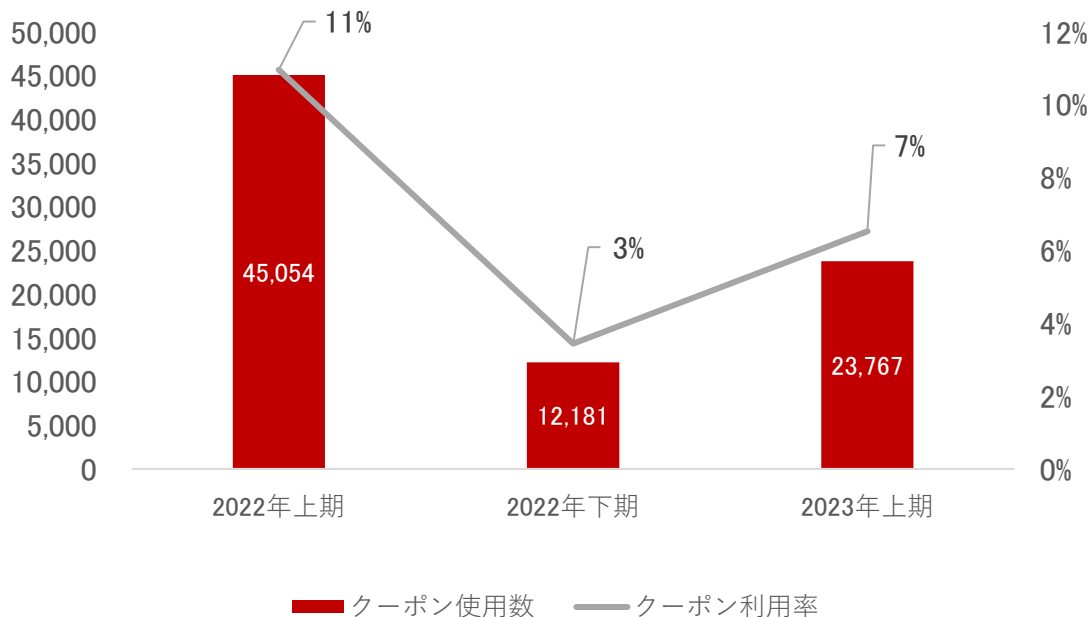


PBブランドH&D 革小物



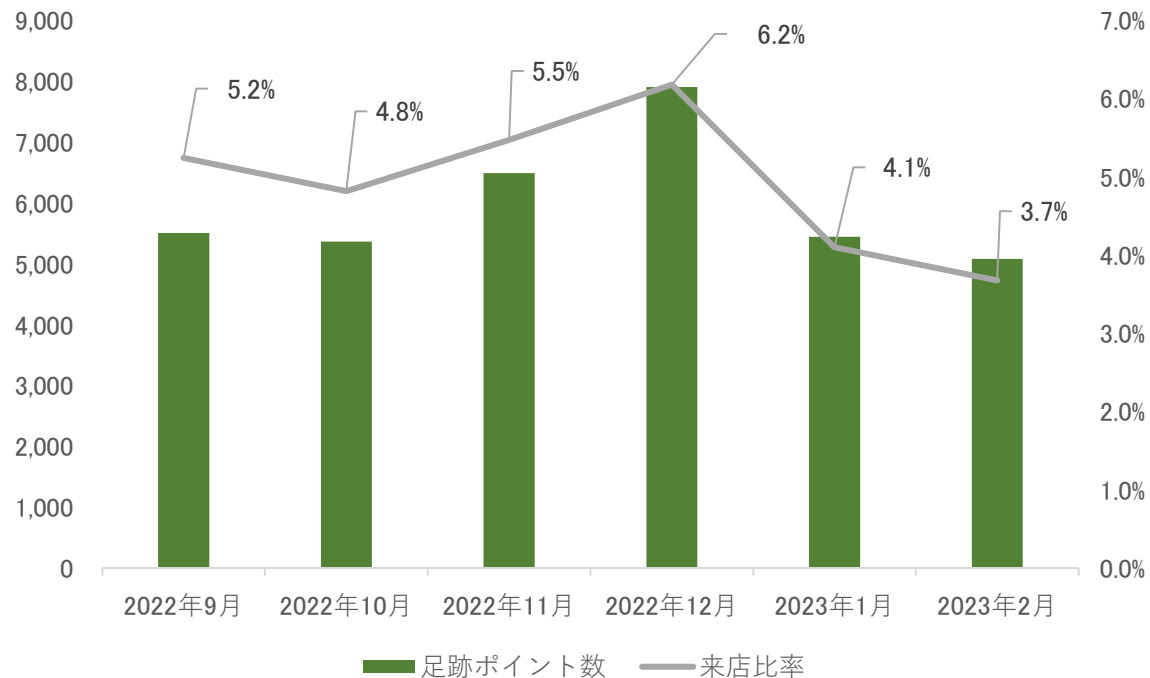
ブランドショップハピネスとは市場が被らない富裕層需要、インバウンド需要を今後も取り込む
 万博、IRなど様々なインバウンド需要が見込まれる大阪エリアには2025年に新店予定

アプリクーポン使用数と利用率



アプリクーポンの使用数は販売施策上、上期に偏る
 2022年上期はアプリ導入初期でありアプリクーポンを積極的に活用
 その後アプリクーポンは適宜適切なコストをかける運用に移行し、現在は客数全体の7%がアプリクーポンを利用している

ビーコン足跡数と再来店率



毎月アプリ会員の5%が再度来店して来店スタンプを獲得

今後來店スタンプを獲得しているお客様の購買データをCRMにて分析し、優良顧客向けのサービス展開を図る



※ABCシステム(アプリ・ビーコン・CRM)の運用定着化を優先し、OMO店舗の開発は一時凍結としました

企業研究ガイドブック

こんな会社で働きたい



サステナブルな社会実現のために

SDGs編③

クロスメディアHR総合研究所

クロスメディアHR総合研究所発刊
「こんな会社で働きたいSDGs編③」
にハピネス・アンド・ディが取り上げられました

弊社PB商品のH&Dの売上金1%は
日本財団への寄付金として2022年
上期は1,114千円計上しています

サステナブルファッションで「リサイクル」「クリーン」「労働者の人権尊重」を目指す

上質な牛皮革を使用した革小物

ビーチクリーン活動を行っています

一つひとつ丁寧に仕上げます

こだわりのサングラスはアップサイクルして製造

SDGsブランドで、 Bangladesh の雇用を促進

H&DはSDGsブランドです。でも「SDGs」を売り文句にはしないのがこだわりです

田村知子さん
H&Dブランド担当

平住明子さん
H&Dブランド担当

和田恵さん
H&Dブランド担当

SDGsブランドプロジェクト

Bangladesh の製造工場と連携して作った財布や小物入れなどの革製品、ペットボトルをアップサイクルしたサングラス、エシカルなダウンコートなど、オリジナルのSDGsブランドを展開しています。

私たちは店舗やオンラインサイトで、「SDGsなアイテムなので買ってください」という説明はしていません。あくまでも「ハイクオリティでデザイン性も高いアイテムを買ってみたらSDGsにもつながっていた」ということにこだわっています。

例えば、革小物やバッグで使われている Bangladesh シュ・レザーは、ヨーロッパの高級ブランドにも提供している優れた技術者が仕上げた高品質の革を使用しています。お客様が毎日使うお気に入りの中にもSDGsをお届けできるようこれからも挑戦していきます。



ハピネス公式アプリ
今すぐダウンロード！



AbHeri公式HP

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