



株式会社 ハピネス・アンド・ディ



2020年8月期 第2四半期 決算説明会

2020年4月15日
(東証JASDAQ 3174)

Happy Candle 2020春夏 リュック
¥8,800(税抜)

I. 2020年8月期 第2四半期 決算説明	P. 1
1. 新規出店の状況	P. 2
2. 店舗改装の状況	P. 3
3. 店舗展開	P. 4
4. 2020年8月期 上期 決算概況	P. 5
5. 商品部門別売上高の推移	P. 6
6. 既存店前年同月比の推移	P. 7
7. 販売費及び一般管理費の主な内訳	P. 8
8. 売上の増減要因	P. 9
9. 営業利益の主な増減要因	P. 10
10. Eコマースの状況	P. 11
II. 2020年8月期 下期について	P. 12

I. 2020年8月期 第2四半期 決算説明

1. 新規出店の状況

上期の新店は、多様な商業施設へ5店舗を出店。
 (ハピネス業態4店舗、新業態ル・ボヌールパルフェ1店舗)

年月	店舗名	坪数	出店SC
2019年 9月	ハピネス木曽川店 (愛知県)	66.8	イオンモール木曽川2階
2019年 9月	Le Bonheur Parfait 津田沼パルコ店 (千葉県)	33.0	津田沼パルコA館3階
2019年 10月	ハピネス北谷店 (沖縄県)	59.2	イオン北谷1階
2019年 10月	Ginza Happiness 富山ファボーレ店 (富山県)	112.4	フューチャーシティファボーレ2階
2019年 12月	Ginza Happiness 昭島モリタウン店 (東京都)	55.6	モリタウン1階

ハピネス木曽川店 (イオンモール木曽川内)



Ginza Happiness 昭島モリタウン店 (モリタウン内)



2. 店舗改装の状況

**上期は新規出店等の集中により、通常改装は2店舗にとどまる。
 スクラップ&ビルドとして茨木店を3月新店の堺北花田店へ移転。
 10月の台風被害で一時閉店となった東松山店の復旧工事を実施。
 下期は大型店中心に小規模改装を含めて5~10店舗を実施予定。**

上期改装店舗		上期閉店（移転）、復旧改装店舗	
店舗名	出店S C	店舗名	出店S C
ハピネス高岡店 (富山県)	イオンモール高岡	ハピネス茨木店 (大阪府)	2020年3月オープンの 堺北花田店へ移転のため、 2月をもって閉店
ハピネス津南店 (三重県)	イオンモール津南	ハピネス東松山店 (埼玉県)	2019年10月の台風19号に よる水害の影響で、約3カ月間 臨時閉店。 復旧工事により2020年2月 新装オープン。

3. 店舗展開

上期出店5店舗により2月末の店舗数は84店舗。3月に2店舗出店により4月現在86店舗



4. 2020年8月期 上期 決算概況

	前年同期		2020/8月期上期 実績			
	(千円)	構成比	(千円)	構成比	前年同期比	同増減額
売上高	11,162,574	—	10,730,085	—	96.1%	▲432,489
売上総利益	2,605,151	23.3%	2,517,815	23.4%	96.6%	▲87,336
販管費	2,162,141	19.3%	2,257,739	21.0%	104.4%	+95,598
営業利益	443,009	3.9%	260,275	2.4%	58.7%	▲182,934
経常利益	431,806	3.8%	250,050	2.3%	57.9%	▲181,756
特別損失	54,677	0.4%	37,383	0.3%	68.3%	▲17,294
四半期純利益	242,951	2.1%	139,729	1.3%	57.5%	▲103,222
店舗数	78		84			
粗利率	23.3%		23.4%			

売上高

前期と今期の新店が寄与したものの、消費増税・台風・新型コロナウイルス感染拡大による落ち込みで、前年同期比96.1%となった。

売上総利益

高額インポートブランドのウエイトが下がったことで、粗利率0.1ポイントアップ。

営業利益

売上減と新規出店が上期に集中したことによる販管費の増加により、前年同期比58.7%となった。

経常利益

同様に、前期比57.9%となった。

特別損失

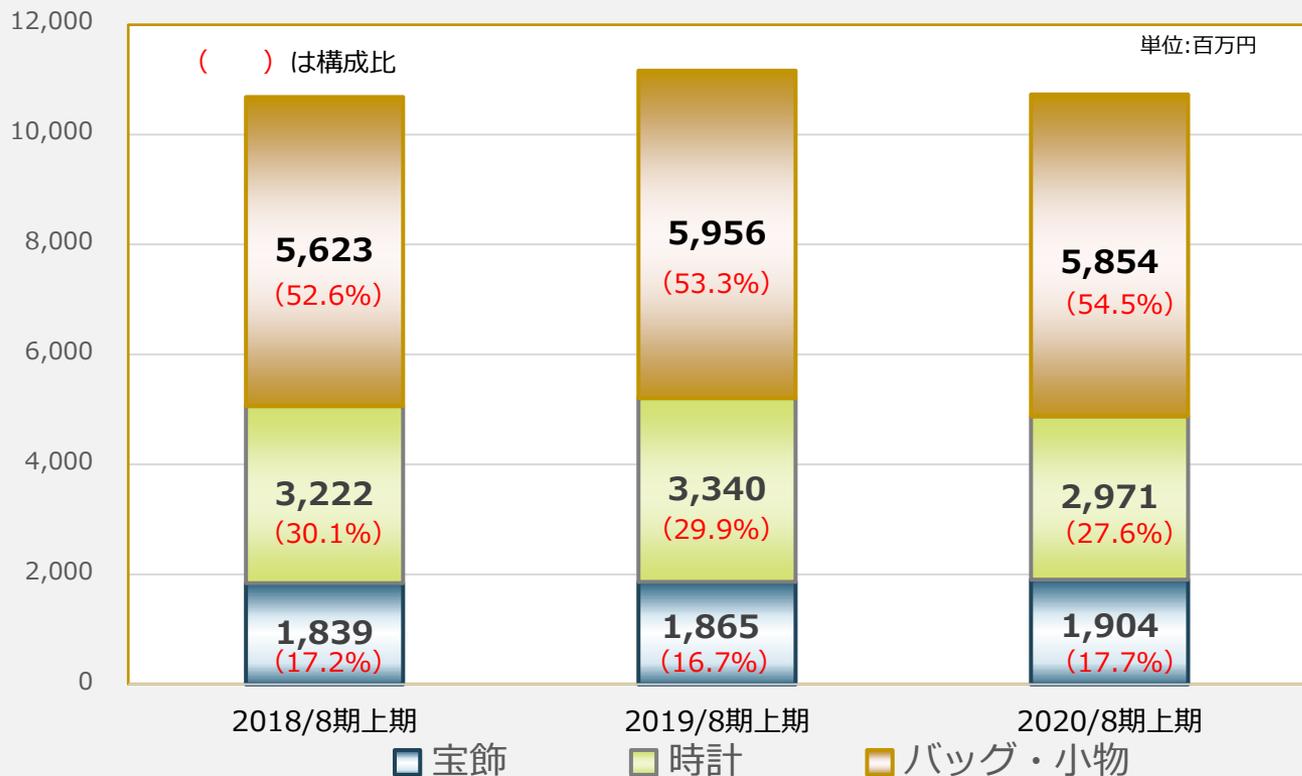
不振店2店舗の減損損失(37,324千円)を計上。

四半期純利益

前期比57.5%となった。

5. 商品部門別売上高の推移

	2018/8月期 上期		2019/8月期 上期		2020/8月期 上期	
		前同比 (%)		前同比 (%)		前同比 (%)
売上高	10,685	+5.7	11,162	+4.4	10,730	▲3.8
バッグ小物	5,623	+1.7	5,956	+5.9	5,854	▲1.7
時計	3,222	+13.3	3,340	+3.6	2,971	▲11.0
宝飾	1,839	+6.3	1,865	+1.4	1,904	+2.0



バッグ・小物

海外ブランドの新規商品導入や値ごろ感のある価格帯の商品強化を図ったものの、高額ブランド品が低調で前年同期比1.7%減となった。

時計

高額主力商品の落ち込みが大きかったことで、前年同期比11.0%減となった。

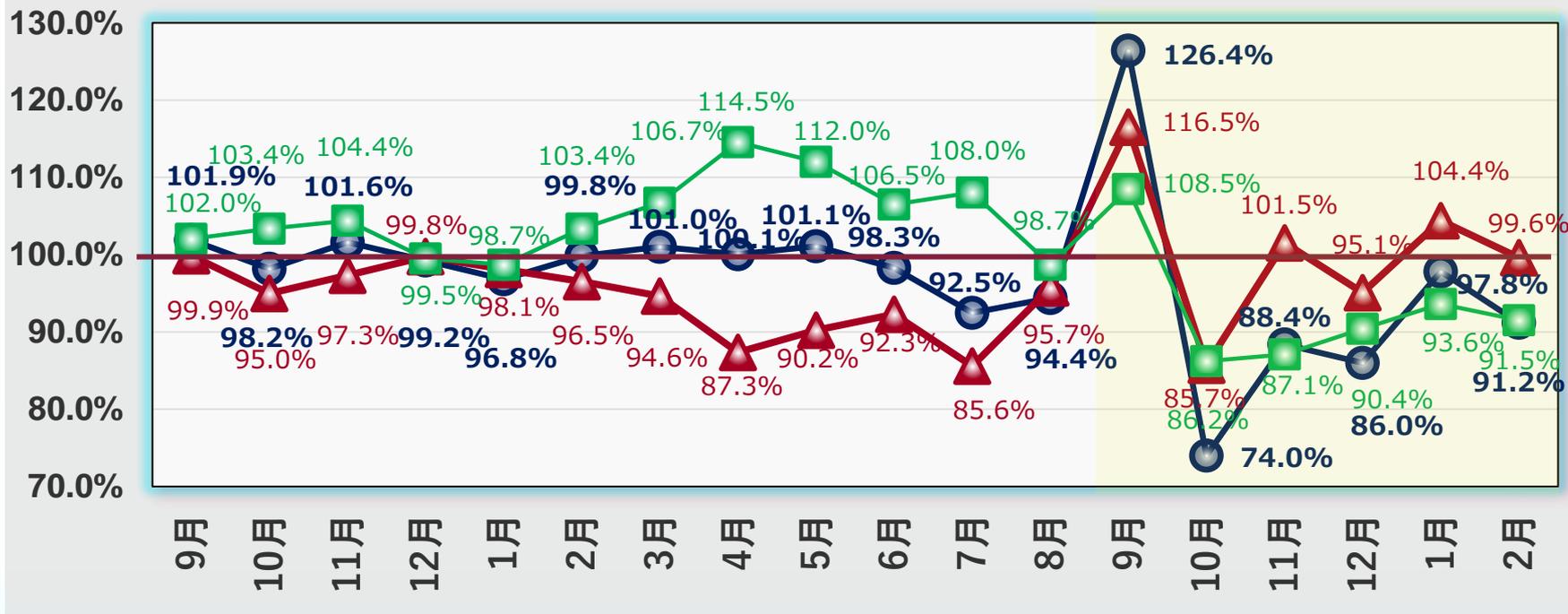
宝飾

人気商品の店頭演出やスタッフへの販売インセンティブ強化により、前年同期比2.0%増となった。

6. 既存店前年同月比の推移

上期の既存店売上前年同期比は 93.3%となった。増税後は74.0%に落ち込んだものの、11月は88.4%、12月は86.0%、1月は97.8%と回復トレンドに入り、客数でも1月は前年を上回る104.4%となったものの、2月に入っての売上・客数は自粛影響により落ち込んだ。

●売上高 ▲客数 ■客単価



	2019/8月期												2020/8月期 上期					
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
既存店 売上前年比	101.9%	98.2%	101.6%	99.2%	96.8%	99.8%	101.0%	100.1%	101.1%	98.3%	92.5%	94.4%	126.4%	74.0%	88.4%	86.0%	97.8%	91.2%
既存店 客数前年比	99.9%	95.0%	97.3%	99.8%	98.1%	96.5%	94.6%	87.3%	90.2%	92.3%	85.6%	95.7%	116.5%	85.7%	101.5%	95.1%	104.4%	99.6%
既存店 客単価前年比	102.0%	103.4%	104.4%	99.5%	98.7%	103.4%	106.7%	114.5%	112.0%	106.5%	108.0%	98.7%	108.5%	86.2%	87.1%	90.4%	93.6%	91.5%

※ 低額ピアスの売上・客数を除いております。

7. 販売費及び一般管理費の主な内訳

	前年同期	2020/8月期 上期 実績	前年 同期比	増減額
販売費及び一般管理費	2,162,141	2,257,739	104.4%	+95,598
人件費	937,734	972,118	103.6%	+34,384
広告宣伝費	74,857	86,385	115.4%	+11,528
販売手数料	174,231	183,248	105.1%	+9,017
地代家賃	530,564	528,216	99.5%	▲2,348
雑費	67,651	69,041	102.0%	+1,390
減価償却費	103,300	108,399	104.9%	+5,099
販管费率	19.3%	21.0%		

人件費

前期の下期新店3店舗及び
今期新店5店舗による人件費
増加で、前年同期比103.6%
となった。

広告宣伝費

広告宣伝費の低減に努めた
ものの、新店オープンが集中
したことにより、同115.4%
となった。

販売手数料

キャッシュレス決済増加に
ともなって、同105.1%と
なった。

地代家賃

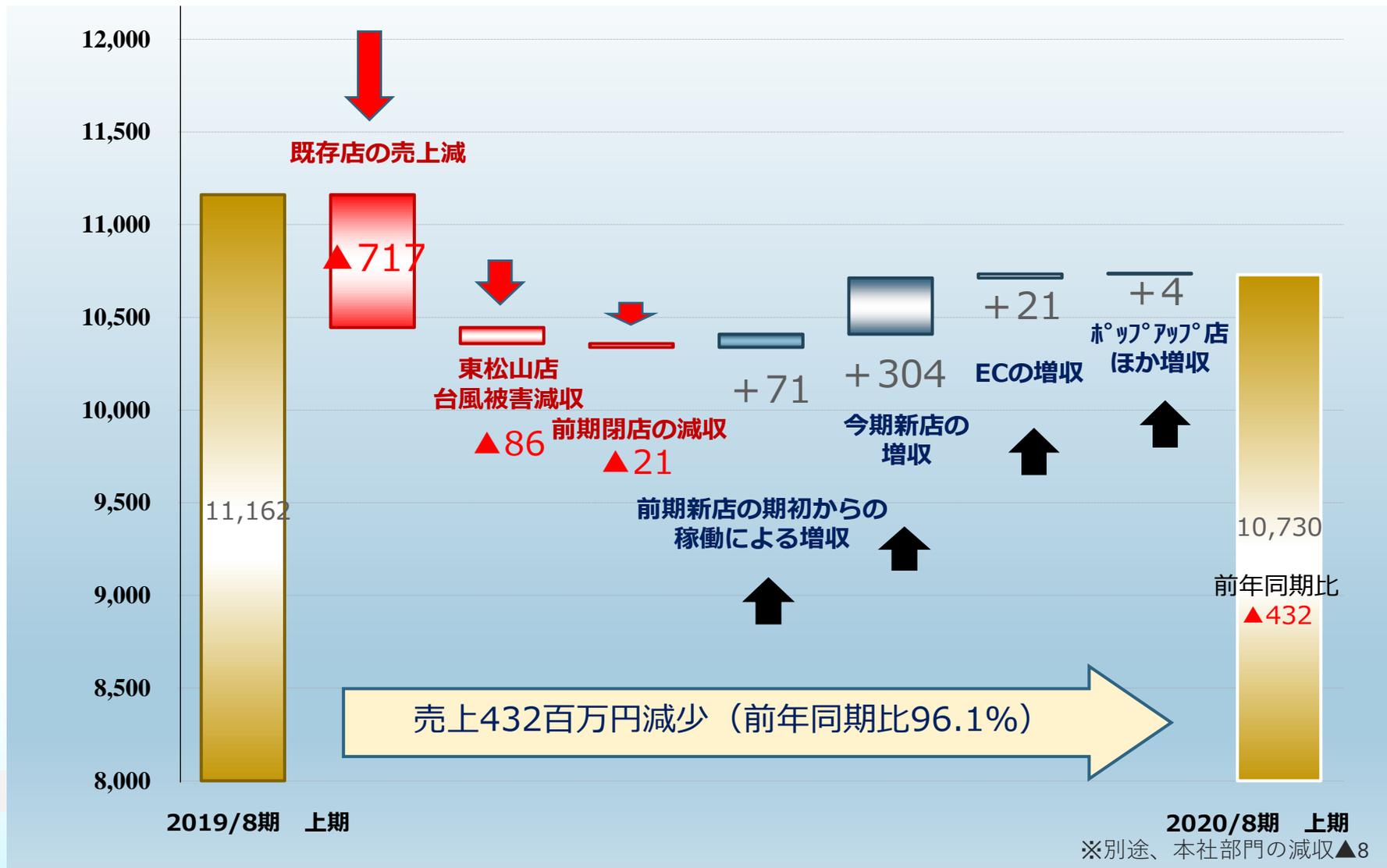
閉店店舗及び台風被害によ
る一時閉鎖店舗の賃料減で、
同99.5%となった。

販管费率

売上高が96.1%に減少と
なった中で、出店集中により
販管費が104.4%となったこ
とで、販管费率は+1.7ポイ
ントの21.0%となった。

8. 売上の増減要因

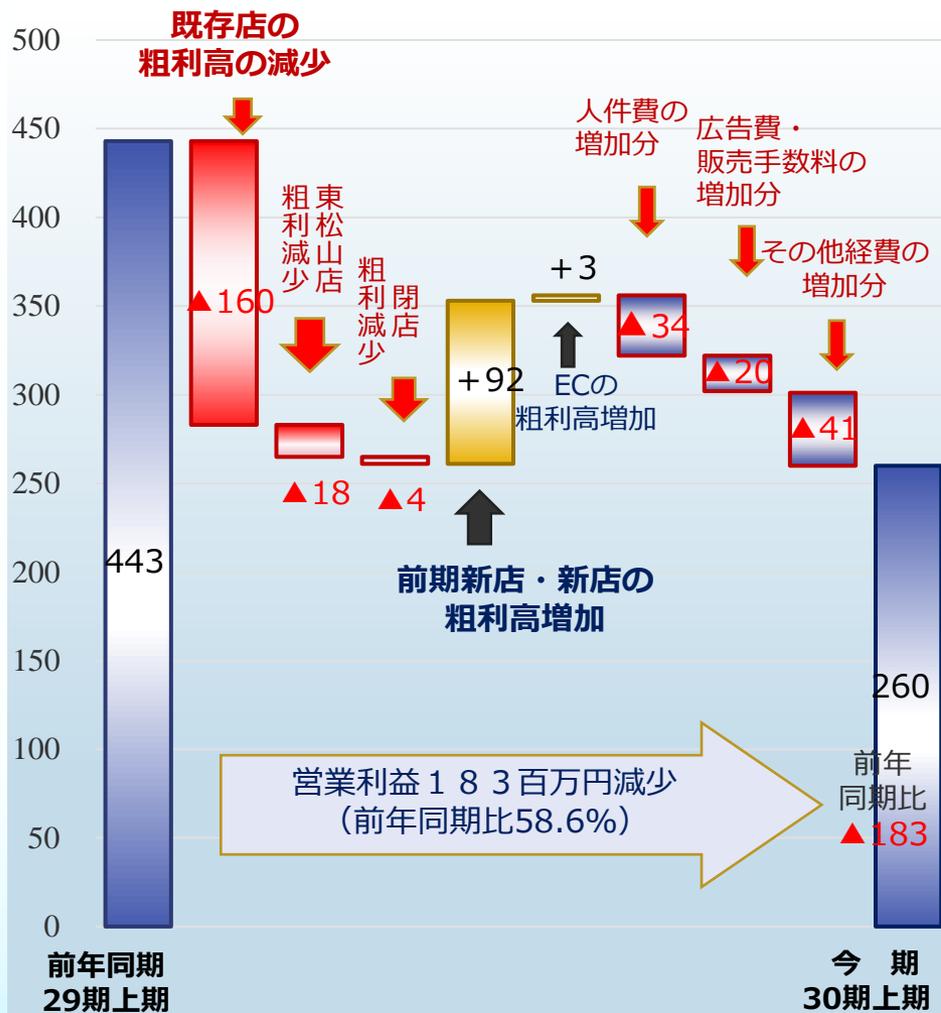
(単位：百万円)



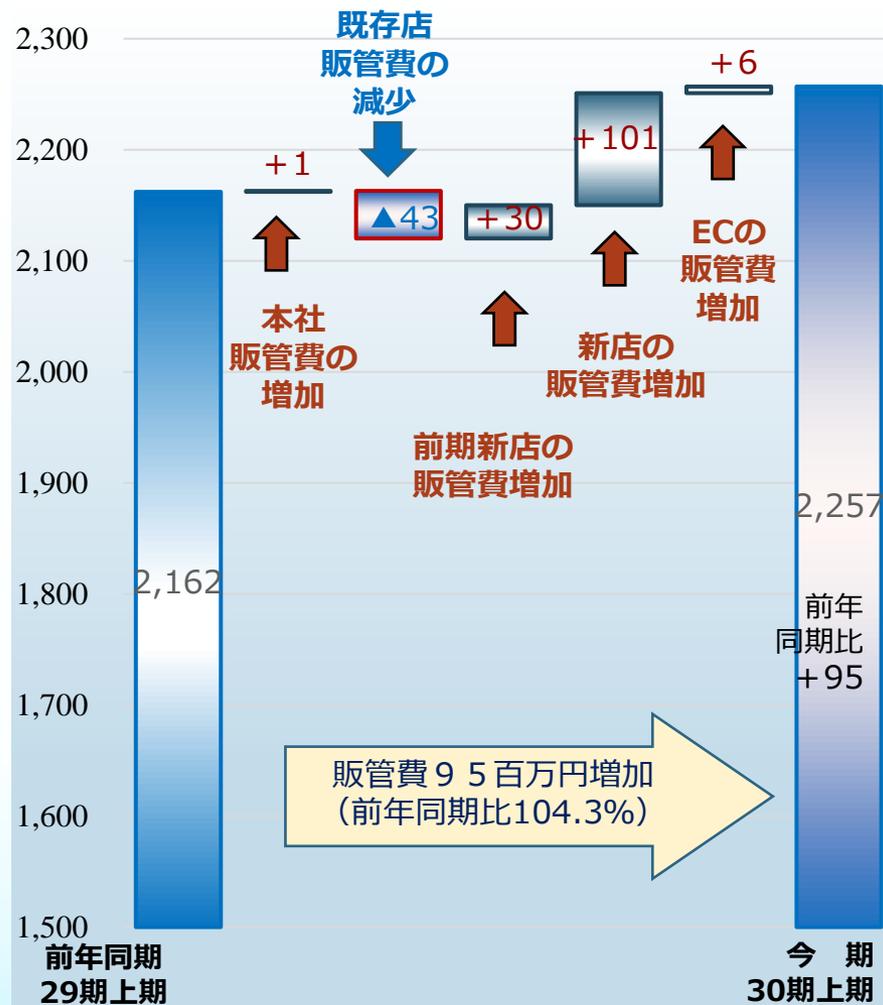
9. 営業利益の主な増減要因

(単位：百万円)

営業利益の勘定科目別の増減



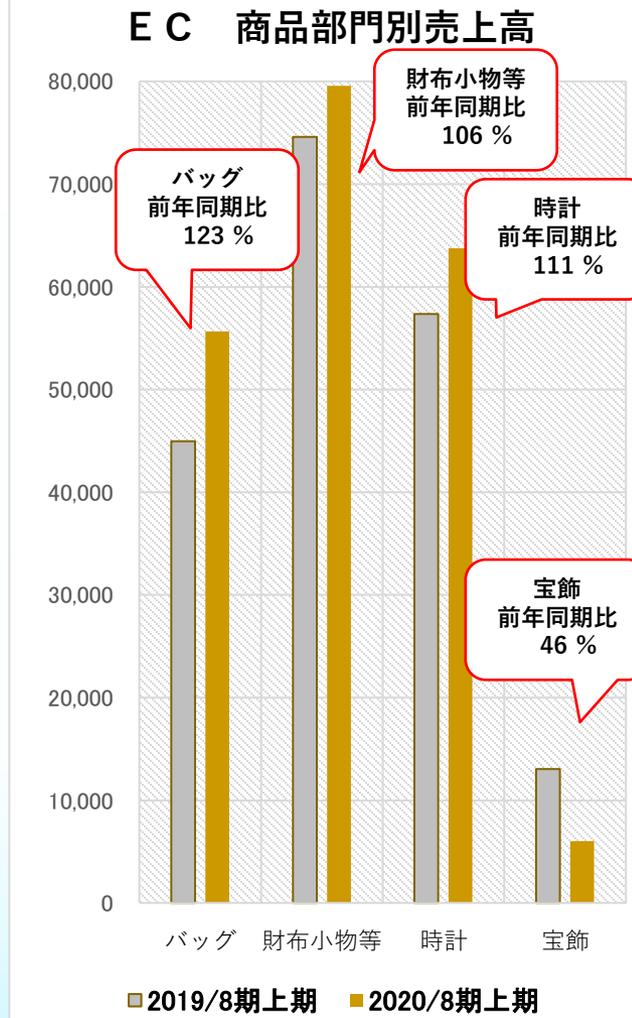
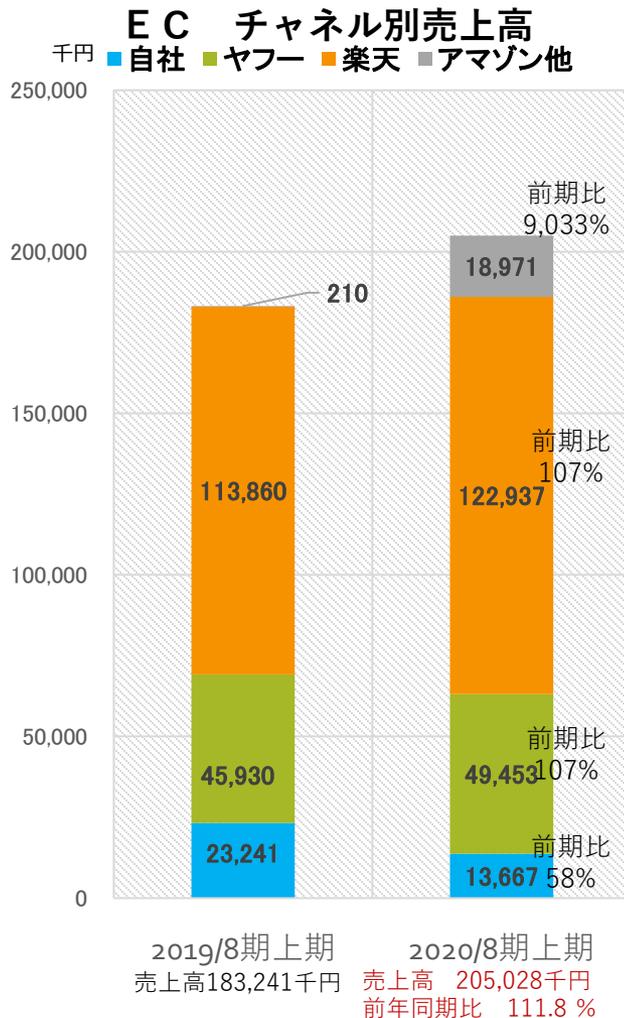
販管費の会計単位別の増減



10. Eコマースの状況

EC部門の売上高は前年同期比 111.8%へ増加。チャネル別では、ヤフー・楽天・Amazonのいずれもが増加。商品部門別では、バッグ・財布小物・時計が伸長した。

自社ECサイト画面



新型コロナウイルス感染症拡大に伴う、緊急事態宣言発出を受けて、当社におきましては、対象地域内の27店舗が営業を休止するなど影響が拡大しており、下期の予測が困難な状況となっております。

このため、当初策定しておりました下期方針の掲載を見合わせることにいたしました。誠に申し訳ございませんが、何卒、ご理解のほどお願い申し上げます。

＜緊急事態に向けた当社の対応＞

資金面では、手許資金を潤沢に確保するため銀行借入の大幅な増額を実施済みであり、さらに当座貸越・コミットメントラインの枠を確保し、来期を見越した十分な資金を確保しております。

運営面では、各店舗のお客様及び従業員への一層の安全対策を図るとともに、本社従業員出社のシフト見直し、テレワークの推進、遠隔会議システム導入等の緊急事態対応をとっております。

また、商品仕入計画を見直し、在庫回転率の一層の向上に努めるとともに、営業休止店舗の在庫移動による活用にも取り組んでおります。

当社はこの緊急事態をチャンスととらえ、新社長のもとで新生ハピネスへ向けて改革を進めてまいります。