# 株式会社ハニーズホールディングス 2020年5月期決算補足資料

# **Honeys** Holdings

2020年7月7日(火)

### 2020年5月期決算のポイント

Honeys

#### 連結:新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、減収減益

- ⇒ 第3四半期までは、消費増税や記録的暖冬の影響等厳しい環境下、堅調に推移
- → 最も業績が上がる第4四半期に外出自粛、店舗休業・営業時間短縮等により、 前年比売上61億円の減収。通期の連結売上高は14.4%減の425億円、 営業利益は46.8%減の24億円
- ⇒ 売上高は客数増加を背景に第3四半期までは全店売上高100.4%(既存店売上高100.2%)と前年をクリアーしたが、第4四半期(全店57.8%、既存店56.9%)の影響で年度では87.6%に低下(既存店87.1%)
- ⇒ 粗利益率は前年57.7%から58.3%へと0.6ポイント上昇。消費増税分を飲み 込んだにもかかわらず、値下げ販売の減少、アセアンシフト等が功を奏し、高い 粗利益率を確保

#### EC事業:売上高は63.5%増加し29億円へ。EC化率は3.7%から7.0%へ拡大

→ 構成比の高い自社ECサイトの利便性を高め、着実に売上を拡大。新規顧客開拓の ためショップリストに出店

#### ミャンマー子会社:ほぼ予算通りの実績

- □ 縫製自動機器の導入を進め、更なる生産効率化を進捗
- ⇒ 新型コロナウイルス感染症拡大に細心の注意を払い、工場の正常操業維持に注力

1

#### <2020年5月期決算のポイント>

第3四半期までは、消費増税や暖冬を乗り切り、ほぼ計画線で推移しました。

第4四半期、従来、最も売上や収益の取れるクオーターですが、新型コロナウイルスの直撃を受け、 前年比較でおよそ60億円の売上が消滅しました。

連結の売上高は14.4%減の425億円、営業利益は46.8%減の24億円となりました。

既存店売上高についても、第3四半期まではほぼ100%をキープしていましたが、

第4四半期に大きく落ち込み、トータルでは87.1%となりました。

一方、粗利益は57.7%から58.3%へ0.6ポイント改善しました。

消費増税分2%を飲み込みましたが、値下げ販売の抑制やアセアンシフトの拡大が功を奏して、 高い水準を確保しました。

Eコマースの売上高は63.5%増加し、29億円となりました。EC売上比率も7%に拡大しました。 特に、約5割を占める自社ECサイトの利便性向上に力を入れ、EC全体をけん引することができました。 また、新規顧客獲得のため、ショップリストにも出店しました。

ミャンマーの自社工場は比較的順調に生産を続けましたが、やはり新型コロナウイルスの影響を受けています。 水掛祭りとその後の休業要請があって、約半月程度操業を休止しました。

現在は生産を再開し、ほぼ巡航速度に近い水準まで戻っています。

### 2020年5月期決算概要(連結)

### Honeys

(単位:百万円)

						19/5	-			20/5	-	
						構成比	前期比		構成比	前期比	見通し(1	/7発表) 計画比
売		L		高	49,728	100.0%	94.8%	42,560	100.0%	85.6%	49,500	86.0%
売	上:	総	利	益	28,690	57.7%	95.8%	24,820	58.3%	86.5%	29,000	85.6%
販	- 1	管		費	24,164	48.6%	88.4%	22,413	52.7%	92.8%	24,000	93.4%
	うち	Y	件	費	10,006	20.1%	89.0%	9,380	22.0%	93.7%	-	-%
	うち店	舗	使丿	用料	6,409	12.9%	86.5%	5,548	13.0%	86.6%	-	-%
営	業	#	ij	益	4,525	9.1%	174.0%	2,407	5.7%	53.2%	5,000	48.1%
営	業	外	損	益	135	0.3%	54.5%	90	0.2%	67.0%	_	-%
	うち為	替	差	員 益	▲94	▲ 0.2%	-%	▲57	▲ 0.1%	-%	-	-%
経	常	7	ij	益	4,661	9.4%	163.6%	2,497	5.9%	53.6%	5,100	49.0%
特	別	ŧ	Ę.	益	▲202	▲0.4%	-%	246	0.6%	-%	-	-%
親名	会社株主 期	Eに! 純	帰属 利	する 益	3,179	6.4%	1629.1%	2,515	5.9%	79.1%	4,200	59.9%

- (注1)特別利益として、関係会社清算益955百万円等、計1,028百万円を計上しております。
- (注2)特別損失として、固定資産除却損93百万円・減損損失250百万円・新型コロナウイルス感染症による損失423百万円等、計781百万円を計上しております。
- ※ 2020年5月期年間配当につきましては、1株当たり40円【中間配当20円、期末配当20円(予定)】となっております。 2

#### <2020年5月期決算概要(連結)>

売上高は425億円、新型コロナウイルスの感染拡大により、

店舗の休業や営業時間短縮が相次ぎ、大きく売上を落としました。

4月は434店舗、5月は480店舗が休業となり、

開いている店舗もほとんどが営業時間の短縮を余儀なくされました。

一方、売上総利益率は58.3%と前期比で0.6ポイント改善しました。

値下げ販売の抑制やアセアンシフトの寄与も大ですが、

有利なレートの為替予約に助けられた面もあります。

販管費は7.2%減の224億円となりました。店舗休業等に際して賃借料の減免等を交渉したほか、

雇用調整助成金の申請も行いました。なお、この間、従業員の雇用はすべて守ることができました。

その結果、営業利益は24億円となりました。

経費削減に努めましたが、

第4四半期に約60億円の売上が消滅してしまいましたから、やむを得ない結果だと受け止めています。 特別利益、特別損失につきましては、資料記載の通りです。

年間配当金は、1株当たり40円となる予定です。

安定配当を基本方針とし、期末配当は1株当たり20円となる予定です。

### 四半期決算の推移(連結)

Honeys

(単位:百万円)

			20/5		
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
	(6~8月)	(9~11月)	(12~2月)	(3~5月)	四利
売 上 高	11,463	12,706	9,932	8,457	42,560
(年間売上構成比)	(26.9%)	(29.9%)	(23.3%)	(19.9%)	(100.0%)
売上総利益	6,586	7,587	5,423	5,222	24,820
(売上総利益率)	(57.5%)	(59.7%)	(54.6%)	(61.8%)	(58.3%)
営業利益	788	1,627	▲340	331	2,407
(営業利益率)	(6.9%)	(12.8%)	(▲3.4%)	(3.9%)	(5.7%)

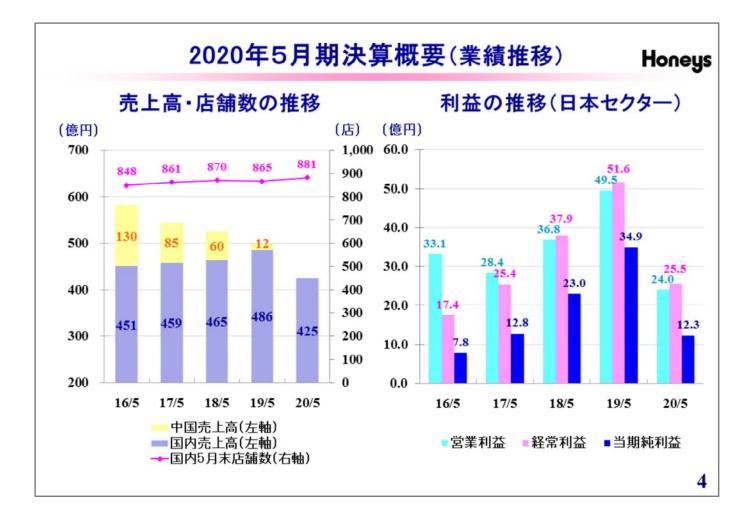
3

#### <四半期決算の推移(連結)>

第1四半期・第2四半期は堅調、

第3四半期は消費増税や暖冬に伴う消費マインド低下等で前期比若干マイナス、 第4四半期は新型コロナウイルスの影響で大打撃といった状況でした。

当社は、第4四半期に大きく業績を伸ばすビジネスモデルであり、 年度業績に大きな影響を与えました。



#### <2020年5月期決算概要(業績推移)>

売上高・店舗数の推移、利益の推移(日本セクター)は記載のとおりです。

店舗数は881店舗まで増加しましたが、 売上高・利益は、第4四半期の影響を受けた状況です。

既存店売上ベースで、前々期(2019年5月期)の水準に戻すべく、 EC事業の拡大・強化や売場リフレッシュ等、各種施策を打ってまいります。

### 売上高の状況

Honeys

### 売上高425億円

(第4四半期の新型コロナウイルス感染症の影響等により前期比85.6%)

- ▶ 全店売上高は前期比87.6%、既存店は前期比87.1% 第3四半期までは、客数増加を背景に全店売上高100.4%、 既存店売上高100.2%
- ▶ 客数は全店87.8%、既存店87.3% 第3四半期までは、全店100.8%、既存店100.6%
- ▶ 第3四半期までは、価格と品質のバランス、幅広い年齢層をターゲットとした商品供給で堅調に推移
- > ミャンマー自社工場の強みを活かし、低価格で高品質な商品を供給

#### 【店舗数と出退店の状況】 期初865店舗、出店35店舗、退店19店舗、期末881店舗

5

#### <売上高の状況>

#### ●店舗数と出退店の状況

2020年5月期は、出店35店舗、退店19店舗、純増16店舗で、 期末(2020年5月31日)時点で、881店舗となりました。

当初出店25店舗を予定しましたが、上期業績が堅調であったことで、 出店依頼の要請も多く、厳選して出店を行いました。

### 客数•客単価

### Honeys

(前期比%)

				17/5	18/5	19/5	20/5
	売		Ł	101.7	100.9	104.9	87.6
	客		数	107.8	98.0	106.1	87.8
全店(直営店)	客	単	価	94.3	102.9	98.8	99.7
(ELIA)	I	単	価	91.3	102.0	98.3	99.9
	一人	あたり買上	点数	103.3	100.9	100.5	99.8
	売		上	101.5	99.0	104.4	87.1
	客		数	107.6	96.2	105.6	87.3
既存店	客	単	価	94.3	102.9	98.8	99.8
	I	単	価	91.1	101.5	98.0	99.7
	一人	あたり買上	点数	103.5	101.3	100.8	100.1

6

#### <客数·客単価>

第3四半期までの客数・客単価と 第4四半期の客数・客単価は以下のとおりです。 第4四半期が年度業績に大きな影響を与えることとなりました。

#### ●第3四半期まで(2019年6月~2020年2月)前期比

単位:%

売上高		客数		客単価		I単価		一人あたり買上点数	
直営店	既存店	直営店	既存店	直営店	既存店	直営店	既存店	直営店	既存店
100.4	100.2	100.8	100.6	99.6	99.6	101.8	101.5	97.9	98.2

#### ●第4四半期(2020年3月~2020年5月)前期比

単位:%

売上高		客数		客単価		I単価		一人あたり買上点数	
直営店	既存店	直営店	既存店	直営店	既存店	直営店	既存店	直営店	既存店
57.8	56.9	55.1	54.2	104.8	105.1	95.4	95.3	109.9	110.3

### ブランド別売上高

Honeys

(単位:百万円)

	19	/5	20/5			
	売上高	構成比	売上高	構成比	前期比	
シネマクラブ	13,211	27.2%	12,066	28.3%	91.3%	
コ ル ザ	12,917	26.6%	11,488	27.0%	88.9%	
グラシア	16,483	33.9%	14,214	33.4%	86.2%	
その他	425	0.8%	168	0.4%	39.6%	
雑 貨	5,570	11.5%	4,635	10.9%	83.2%	
슴 計	48,609	100.0%	42,573	100.0%	87.6%	

(注)ブランドコンセプトの見直しにより、遡及修正しております(概算ベース)。

7

#### <ブランド別売上高>

ブランド別売上高構成比は、ほぼ前期と同じ構成比となりましたが、 ノンエイジブランドのシネマクラブとヤングカジュアルブランドのコルザが構成比を高めている状況です。 理由としましては、

新型コロナウイルスによる緊急事態宣言等により、テレワークが増えた影響が考えられます。

ブランド別の役割を明確にし、

「高感度、高品質、リーズナブルプライス」を追求し、

素材にこだわり、低価格で価値のある商品企画・提供に努めました。

また、国連が定めるSDGS(持続可能な開発目標)の一環として、

オーガニックコットン等の環境に配慮したサステナブル素材も積極的に取り入れました。

### 販管費対売上高構成比(連結)

Honeys

(単位:%)

			16/5	17/5	18/5	19/5	20/5
人	件	費	19.9	20.5	21.4	20.1	22.0
店	舗	費	24.0	23.0	22.7	21.3	22.1
減	価償却	費	2.3	2.5	2.2	1.7	2.1
そ	Ø	他	6.8	7.2	5.8	5.5	6.5
販	管 費	計	53.0	53.2	52.1	48.6	52.7

(注)店舗費は広告宣伝費や水道光熱費等も含めた管理上の数値を記載しております。

8

#### <販管費対売上高構成比(連結)>

第4四半期に急速に売上が落ち込んだ結果、販管費率は上昇しました。

人件費につきましては、

対売上比で増加しましたが、93億80百万円(前期比6.3%減)と金額では減少しました。

店舗費につきましても対売上比で増加しましたが、

家賃減免交渉を行った結果等から、94億4百万円(同11.3%減)と金額では減少しました。

減価償却費につきましては、店舗数増加等もあり、8億88百万円(同4.8%増)と増加しました。

その他につきましては、

EC事業の伸長による販売手数料の増加等で、27億40百万円(同1.3%増)と増加しました。

### 貸借対照表(連結)

Honeys

(単位:百万円)

	19	/5	į	20/5	
		構成比		構成比	前期比
総 資 産	39,312	100.0%	39,559	100.0%	100.6%
流動資産	22,456	57.1%	21,942	55.5%	97.7%
固定資産	16,856	42.9%	17,616	44.5%	104.5%
流動負債	4,057	10.3%	3,001	7.6%	74.0%
固定負債	2,503	6.4%	2,598	6.6%	103.8%
純 資 産	32,750	83.3%	33,959	85.8%	103.7%

流動比率:19/5期553.4% ⇒ 20/5期731.0%▶自己資本比率:19/5期83.3% ⇒ 20/5期85.8%

9

#### く貸借対照表(連結)>

自己資本比率は、85.8%と前年より2.5ポイント上昇し、引き続き財務の健全性を維持しております。

また、流動比率も731.0%で、運転資金等、資金の流動性は十分に確保しています。

当面、資金調達の予定はありませんが、

銀行との当座貸越契約等を従前から締結しており、資金調達面での手当ては対応済です。

### キャッシュフロー計算書(連結)

Honeys

(単位:百万円)

	19/5	20	/5
			増減額
営業活動によるキャッシュフロー	5,117	189	▲4,927
投資活動によるキャッシュフロー	<b>▲</b> 1,109	▲1,658	▲549
財務活動によるキャッシュフロー	▲806	▲1,121	▲315
現金及び現金同等物の増減額	3,163	▲2,553	▲5,716
現金及び現金同等物の期首残高	8,235	11,398	3,163
現金及び現金同等物の期末残高	11,398	8,845	▲2,553

▶営業活動:税金等調整前当期純利益の減少、たな卸資産の増加等

▶投資活動: 有形固定資産の取得等

10

#### <キャッシュフロー計算書(連結)>

当連結会計年度末における連結ベースの現金及び現金同等物(以下「資金」という。)は、 前連結会計年度末に比べて25億53百万円減少し、88億45百万円となりました。 当連結会計年度末における各キャッシュフローの状況は、次のとおりです。

#### ●営業活動によるキャッシュフロー

営業活動の結果得られた資金は、

1億89百万円(前連結会計年度比96.3%減)となりました。

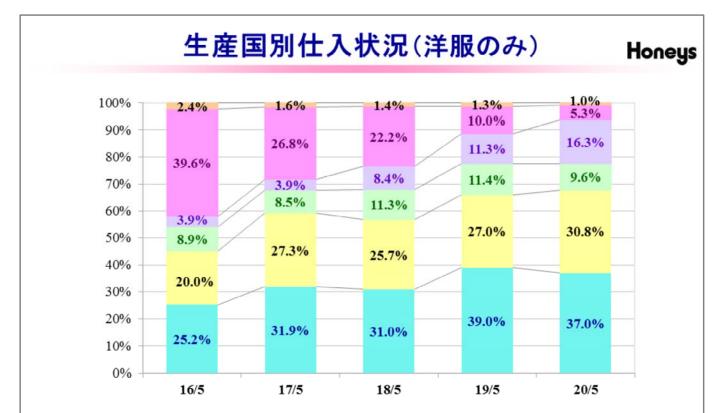
昨年比で49億円減少しましたが、これは税金等調整前当期純利益が27億44百万円(同38.4%減)となり、 たな卸資産が13億30百万円増加したほか、法人税等11億7百万円の支払いにより 資金が減少したことが主な要因です。

#### ●投資活動によるキャッシュフロー

投資活動の結果使用した資金は、16億58百万円(同49.6%増)となりました。 これらは、差入保証金の回収により1億95百万円資金が増加したのに対し、 新規出店及び改装に伴う有形固定資産の取得15億19百万円を支出した結果、 資金が減少したことが主な要因です。

#### ●財務活動によるキャッシュフロー

財務活動の結果使用した資金は、11億21百万円(同39.1%増)となりました。 これらは、配当金11億14百万円の支出により資金が増加したことが主な要因です。



■ミャンマー Mングラデシュ Mベトナム Dンボジア 中国 Aの他(インドネシア・インド・日本)

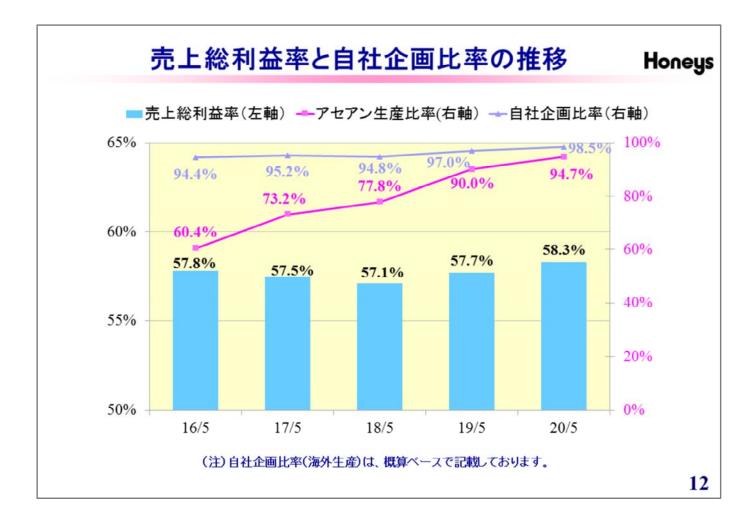
11

#### <生産国別仕入状況(洋服のみ)>

今般、新型コロナウイルスの影響による生産国側の混乱でシェアが若干変わっていますが、 基本的には中国からアセアンへのシフトが進んでいます。

実績としましては、ミャンマー37.0%、バングラデシュ30.8%、カンボジア16.3%、ベトナム9.6%等、アセアン合計94.7%、中国5.3%となりました。

引き続き、新型コロナウイルスの影響を注視しつつ、 適時適切な生産国・サプライヤーに発注していく方針です。



#### <売上総利益率と自社企画比率の推移>

アセアン生産比率、自社企画比率の上昇が、売上総利益率確保に大きく寄与しています。

今後も商品の自社企画を維持し、より最適な生産国・サプライヤーに発注を行っていく方針です。

### Honeys

# 2021年5月期業績見通しと方針

### 2021年5月期業績見通し

Honeys

# アセアンシフト効果による低価格で価値ある商品投入とニューノーマル(新常態)に対応し、ECにさらに注力

- ⇒ 新型コロナウイルスからの売り上げ回復が最優先課題
- ⇒ 売上高485億円、EC事業は128%を目指す
- ⇒ EC事業は足下も新しい生活様式の浸透などにより順調に伸びており、今期の 売上高は28%増の38億円、EC化率7.8%を目指す。 2年後のEC売上高50億円、EC化率10%を展望
- ⇒ 伸びしろの大きいEC事業には、物流センター増築、システム投資等、 積極的に投資
- ⇒ 採用難の地域での人員確保に努める

#### 業績予想の前提・出退店計画について

- ⇒ 上期に事業活動が徐々に回復し、下期には正常化する仮定のもとに算出
- ⇒ 既存店売上高 前期比112.9% (上期: 98.4% 、下期: 131.8%)
  (※緊急事態宣言の再発出や、SC等の休業については見込んでおりません)
- ⇒ 新規出店25店舗、退店20店舗、改装30店舗

14

#### <2021年5月期業績見通し>

2021年5月期は、新型コロナウイルスからの売り上げ回復が最優先課題となります。

伸びしろの大きいEC事業には力を注いでまいります。 また、採用が難しい地域での人員確保も積極的に行ってまいります。

#### 業績予想につきましては、

既存店売上高前期比112.9%(上期98.4%、下期131.8%)を見込みます。

※上期に事業活動が徐々に回復し、下期には正常化する仮定のもとに算出しております。

#### また、出退店計画は

新規出店は25店舗、退店20店舗、改装30店舗を見込み、

純増5店舗の886店舗の着地計画で進めてまいります。

### 2021年5月期の方針

Honeys

#### ①3つのブランドの役割を明確にし、幅広い年代のお客様に支持される商品投入と 不振店舗の改善を継続。ECは積極的に経営資源を投入し、業績に結びつける

- ⇒ 品質の向上 素材への拘りをさらに高める
- ⇒ ファッションポイント別振分の精度向上 店舗の特徴に沿った商品振り分けを強化
- 「売場リフレッシュ」の継続
   不振店舗の商品整理、レイアウト変更等を実施
- ⇒ EC事業の拡大 自社サイトのユーザビリティを改善、SNSや広告媒体を効果的に活用

# ②ミャンマー自社工場の生産効率向上により、高品質で低価格な商品供給体制に さらにみがきをかける

⇒ QCD(品質・コスト・納期)の精度を上げ、お客様に魅力ある商品を提供

15

#### <2021年5月期の方針>

①3つのブランドの役割を明確にし、幅広い年代のお客様に支持される商品投入と不振店舗の改善を継続してまいります。ECについては積極的に経営資源を投入し、業績に結びつけてまいります。

#### ●品質の向上

素材への拘りをさらに高め、高品質・リーズナブルプライスで価値のあるハニーズの強みを活かした 商品づくりを目指します。

●ファッションポイント別振分の精度向上 店舗の特徴に沿った商品振り分けを強化し、各店舗の売上アップに繋げます。 また、適正在庫の維持に注力し、作業効率化とコスト削減に繋げます。

●「売場リフレッシュ」の継続

レイアウトや店頭打ち出しを一から見直し、商品整理、レイアウト変更等を実施する「売場リフレッシュ」を継続し、前年比低迷店舗、不振店舗の改善を図ります。

● EC事業の拡大

伸びしろの大きいEコマースについては、市場全体の動向を見据え、自社サイトのユーザビリティを 改善します。

SNSや広告媒体を効果的に活用し、新規ユーザーを獲得するとともに既存会員との深耕を図ります。 また、業容拡大に対応するため、物流・システム投資により、効率化を進めます。

②ミャンマー自社工場の生産効率向上により、

高品質で低価格な商品供給体制にさらにみがきをかけてまいります。

### 2021年5月期業績見通し(連結)

Honeys

(単位:百万円)

		上期予想			下期予想			通期予	想	
	20/5	21/5	前期比(%)	20/5	21/5	前期比(%)	20/5	21/5	増減	前期比(%)
売 上 高	24,169	24,200	100.1%	18,390	24,300	132.1%	42,560	48,500	5,939	114.0%
売上総利益	14,173	13,900	98.1%	10,646	14,300	134.3%	24,820	28,200	3,379	113.6%
販 管 費	11,757	12,000	102.1%	10,655	12,000	112.6%	22,413	24,000	1,586	107.1%
営業利益	2,416	1,900	78.6%	<b>▲</b> 9	2,300	-%	2,407	4,200	1,792	174.5%
経常利益	2,385	1,900	79.6%	111	2,300	2054.7%	2,497	4,200	1,702	168.2%
親会社株主に帰属する 当 期 純 利 益	1,944	1,150	59.2%	571	1,450	253.7%	2,515	2,600	84	103.4%

※年間配当は1株当たり30円(中間配当15円、期末配当15円)を予定しております。

なお、前回の年間配当は1株当たり40円となっております。

(注)特別損失として、固定資産除却損46百万円、減損損失200百万円等、計290百万円を見込んでおります。

16

#### <2021年5月期業績見通し>

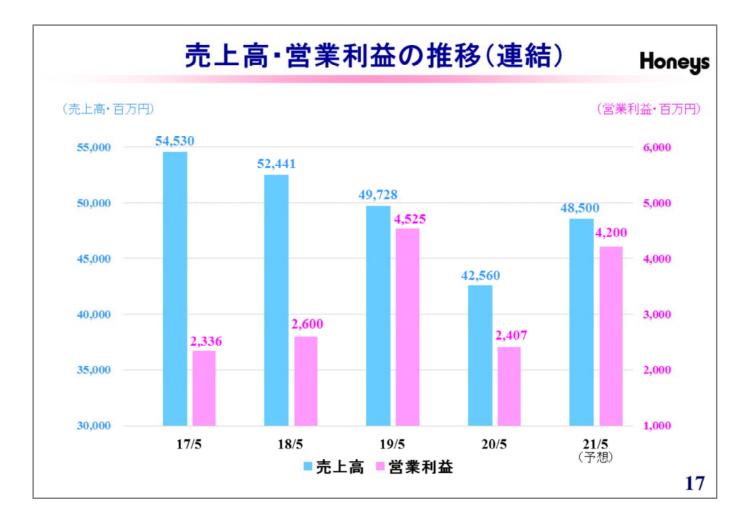
今期計画は、売上高は前期比14%増の485億円、売上総利益率58.1%、 販売管理費240億円、営業利益42億円、経常利益42億円、 親会社株主に帰属する当期純利益26億円を見込みます。

また、ECにつきましては、前期比28%増の売上38億円、 EC化率7.8%を目指すとともに、2年後に売上50億円、EC化率10%を達成すべく、 集中的に経営資源を投入し、物流やシステムへの投資を積極的に行っていく方針です。

なお、今期計画につきましては、上期に事業活動が徐々に回復し、 下期には正常化する仮定のもとに算出していますが、 新型コロナウイルスの第2波流行拡大による営業環境の変化等によっては、 業績見通しを変更する可能性があります。

#### 配当につきましては、

株主の皆様への利益還元と、新たな事業展開に向けた内部留保を勘案し、 連結配当性向30%を目標とすることを当社の基本方針としております。 2021年5月期配当につきましては、中間15円、期末15円の年間30円の予想といたします。



#### <売上高・営業利益の推移(連結)>

堅実に収益性を高めてまいりましたが、2020年5月期はブレーキがかかりました。 2021年5月期は売上回復が最優先課題です。 いかに早い時期に新型コロナウイルスの影響から正常な業績に回復できるかがポイントとなります。

高品質でリーズナブルプライスの商品を適時適切に店舗に投入し、 EC事業の拡大・強化や「売場リフレッシュ」等の各種施策を通じて、業績回復に努めてまいります。

### 2021年5月期設備投資計画

Honeys

(単位:百万円)

	20	)/5	2	21/5(予想)			
		構成比	1	構成比	前期比		
日本セクター	1,857	95.1%	2,700	96.4%	145.3%		
ミャンマー子会社	96	4.9%	100	3.6%	103.7%		
슴 計	1,954	100.0%	2,800	100.0%	143.3%		

減価償却費	888 —	1,100 -	123.8%
-------	-------	---------	--------

▶出店計画: 国内新規出店25

18

#### <2021年5月期設備投資計画>

2021年5月期は、出店25店舗、退店20店舗、改装30店舗を予定しています。

また、ECに関連した物流センター増築等に10億円投資予定です。

ミャンマーにつきましては、

工場内商品移動設備や自動縫製機器等の導入を予定しています。

# ブランドコンセプト

Honeys

ブランド	コンセプト・年代
グラシア(GL) 大人系(40%) GLACIER	■大人の女性のためのおしゃれ着ブランド <25歳~45歳をターゲット> きれいめ大人カジュアルから、かっちり系まで、大人の女性に向けた着まわしやすさと 質感を重視して提供します。
シネマクラブ(CC) ベーシック(30%) QNEMAQUB	■普段着からお出掛け着まで、様々な用途にお応えするノンエイジブランド <10代~50代をターゲット> シーズンを通して定番的に着ることができるコーディネイトに必須のベーシック商品を、 クオリティにこだわった安心感ある素材で、幅広い年代向けに提供します。
コルザ(CZ) ヤング系(30%) C-O-L-Z-A	■流行に遊び心を加えたヤングカジュアルブランド <15歳~35歳をターゲット> ファッショントレンドを大事にする女性のためのブランド。 流行に敏感な女性にも対応できる商品を取り揃えます。

19



胸ボケット 付ブラウス ……… 1,980円 フォトブリントTシャツ ……… 980円 ギャザーロングスカート …… 2,680円 雑材2Way Bag………… 2,480円 オーブントゥバンブス……… 1,980円



7分袖Vカーディガン…… 1,780円 ポケット付クルーTシャツ… 980円 ギャザーロングスカート…… 1,980円 雑材ランド Bag(小) …… 2,480円 オーブントゥバンブス…… 1,980円



ガウンワンピース ……… 2,980円 釦付タンク ……… …… 1,480円 ストレートパンツ ……… 2,480円 チェーンショルダーBag … 2,280円 厚底サンダル……… 1,980円

### 店舗網(国内)

### Honeys

		881		204	IS A	岩綱	宏)
	(店)	001/		50%		心地	
地域	店舗数						石川
北海道	43(±0)			10.40			10 (1)
東北	85 (3)		山口 14	島根 5	鳥取 5	京都 21 (1)	福井 7
関東	255(±0)			広島 20	岡山 12	兵庫 48	<b>滋賀</b>
北陸·中部	160 (2)	長崎 福岡		(1)		(±0)	岐阜
近畿	160 (5)	7 34				60	10
中国	56 (1)	佐賀 大分 7	愛媛 10	香川 9	]	奈良 10	愛知 43
四国	29 (1)	(1) 熊本 宮崎	高知	(1)	1	和歌山	(1) 三重
九州	93 (4)	11 (±0)	6	4		8	14 (1)
計	881 (16)	鹿児島 9				51	
20年5	月末現在	(2)					

ШП	島根	鳥取	10.8	石川 10 (1) 福井	]		青森 10 (1) 秋田	岩手 12 宮城
14	5	5	京都 21 (1)	7			12	<b>21</b> (1)
	広島 20 (1)	岡山 12	兵庫 48 (±0)	滋賀 13	高山 6 (-1)	新潟 24 (1)	山形 12	福島 18 (1)
			大阪 60 (4)	岐阜 10 (-1)	長野 19	群馬 11 (-1)	栃木	茨城 23 (1)
<b>愛媛</b> 10	香川 9 (1)		奈良 10	愛知 43 (1)	山梨 7	埼玉 52 (-1)	東京 59 (1)	
高知 6	<b>徳島</b>		和歌山	三重 14	静岡 20	神奈川 52 (3)		千葉 41 (-3)

(注)括弧内は19年5月末からの増減数 35店舗出店、19店舗退店「純増16店舗」

沖縄 14

21

# 最近の店舗紹介

### Honeys





ハニーズ ディーストア 栄メルサ本店店(愛知県)

**22** 

# 最近の店舗紹介

### Honeys





### 本資料についてのご注意

**Honeys** 

### 業績予想の適切な利用に関する説明

本資料に記載されている株式会社ハニーズホールディングスの将来に関する見通しは、過去の事実ではないために不確定になるリスク要因を含んでおります。

従って、実際の結果は様々な要因によって見通しと大きく異なる可能性がありうるということをご了承ください。

### その他留意事項

資料内数値は百万円未満切捨て表示し、百分率は元データから算出しております。