

株式会社ハニーズホールディングス
2021年5月期第2四半期決算補足資料

Honeys Holdings

2021年1月6日(水)

2021年5月期第2四半期(累計)決算のポイント **Honeys**

①連結:新型コロナの影響等により大変厳しい営業環境下、粗利確保と収益性の高いEC売上の拡大、販売管理費削減で前年同期並みの利益を確保

- ⇒ 新型コロナが拡大した時期に来店客数が減少し売上に影響
全店売上高:前年比97.6% 既存店売上高:同96.6%
- ⇒ 6月及び10月のプロパー販売時期の売上が好調で売上総利益率は59.0%と前年同期58.6%を上回る。収益性の高いEC売上の拡大と販売管理費削減の結果、前年同期並みの営業利益23億円を確保
- ⇒ ブランド別売上では、コルザの復調、定番のシネマクラブが堅調、通勤着などのグラシアはマイナス
- ⇒ 雑貨はマスクやコラボ商品の取り扱いで大きく売上を伸ばす

②EC事業:売上高は47%増加。EC化率は前年同期の5.3%から8.0%に拡大

- ⇒ ECの中でも収益性が高い自社サイトを中心に売上を伸ばす
- ⇒ 自社サイト売上は、EC売上の6割を占める

③ミャンマー:新型コロナが工場稼働に影響も商品供給体制への影響は回避

- ⇒ 同感染症の影響で、一時工場操業停止となり、前倒しでの在庫輸出、他国・工場への振替発注等により対応

1

<2021年5月期第2四半期(累計)決算のポイント>

新型コロナの流行拡大が、売上に影響を与えました。

流行が拡大した7月～9月中旬及び11月の客数減少により売上を落とす結果となり、既存店売上高につきましては、上期96.6%となりました。

売上総利益率は、6月及び10月のプロパー販売時期が好調で、前期末の増加した在庫を適正在庫に減らしながら、59.0%を確保し、前年同期58.6%を上回ることができました。

販売管理費は、店舗費やその他販売管理費の削減に努め、前年同期比減となりました。

その結果、連結の売上高は前年同期比2.4%減の235億円、営業利益は同2.5%減の23億円となりました。大変厳しい環境下でしたが、前年同期並みの利益を確保することができました。

EC売上高は前年同期比47%増加し、EC化率も8%に拡大しました。

特に収益性の高い自社ECサイトの売上は、新しい生活様式に対応した商品提案やマスク、コラボ商品の取り扱い等で、前期末のEC全体売上の5割から6割に上昇し、EC事業の成長を牽引しました。

ミャンマーの自社工場も新型コロナの影響を受け、4月下旬と9月下旬～10月中旬にかけて、当局から休業要請がありました。合計4週間程度操業を休止しましたが、他サプライヤーへの振替発注等により、商品供給体制に問題は発生しませんでした。なお、現在は正常操業体制に戻っていますが、従業員への感染回避のため、細心の注意を払って対応をしています。

2021年5月期第2四半期決算概要(連結)

Honeys

(単位: 百万円)

	19/11		20/11			
		構成比		構成比	前年同期比	期初計画
売上高	24,169	100.0%	23,599	100.0%	97.6%	24,200
売上総利益	14,173	58.6%	13,925	59.0%	98.2%	13,900
販売管理費	11,757	48.6%	11,569	49.0%	98.4%	12,000
うち人件費	4,906	20.3%	4,967	21.0%	101.2%	—
うち店舗使用料	2,992	12.4%	2,857	12.1%	95.5%	—
営業利益	2,416	10.0%	2,356	10.0%	97.5%	1,900
営業外損益	▲30	▲0.1%	42	0.2%	—%	—
うち為替差損益	▲122	▲0.5%	▲16	▲0.1%	—%	—
経常利益	2,385	9.9%	2,398	10.2%	100.5%	1,900
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,944	8.0%	1,611	6.8%	82.9%	1,150

(注1) 特別利益として、助成金収入151百万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52百万円・減損損失6百万円等、計61百万円を計上しております。

2

<2021年5月期第2四半期決算概要(連結)>

2021年5月期第2四半期は、大変厳しい環境下でしたが、減収にもかかわらず前年同期並みの利益を確保しました。

6月は緊急事態宣言解除後の経済活動再開や特別定額給付金の給付などによるリベンジ消費等から好調でしたが、新型コロナ第2波により、7月～9月中旬にかけて、客数減少による影響を受けました。9月のシルバーウィーク(9月19日～22日)前後から、GoToトラベルなどの経済対策により消費マインドが回復し、気温が下がった10月の売上は好調でした。

しかし、11月に入ると同感染症第3波が売上に影響を与えました。

天候面でみると、「令和2年7月豪雨」、長雨や低温、8月の猛暑、11月の暖かさ等のマイナス要因がありました。

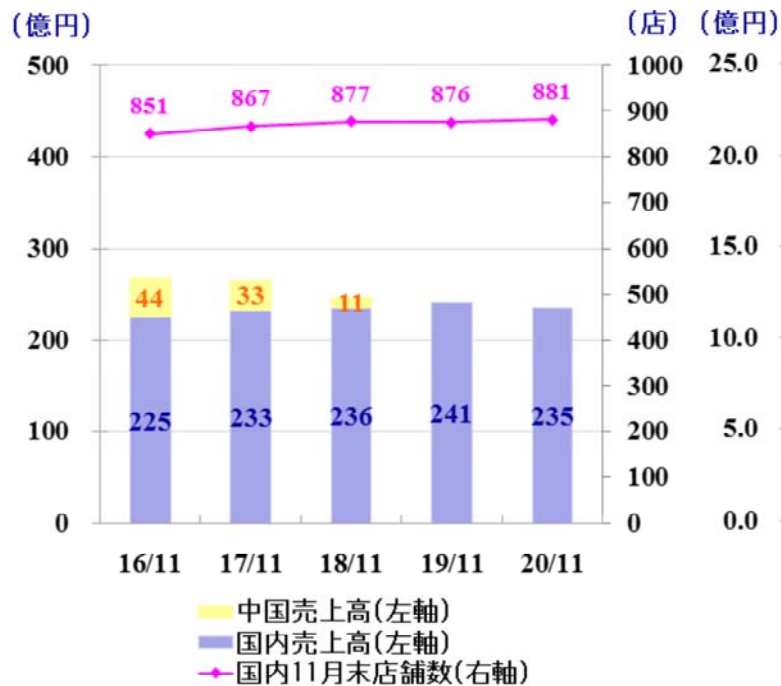
売上総利益率につきましては、6月及び10月のプロパー販売時期に売上が好調(6月既存店売上107.1%、同10月110.5%)だったこと等から、59.0%と前年同期58.6%を上回ることができました。

販売管理費につきましては、店舗増等に伴う人件費やEC関連費用などが増加しましたが、店舗賃借料等の減免交渉、店舗照明のLEDへの切替を継続して行い、店舗費削減に努めました。また、WEB会議による旅費交通費削減等により、その他販売管理費についても削減することができました。特別利益、損失につきましては、資料記載のとおりです。

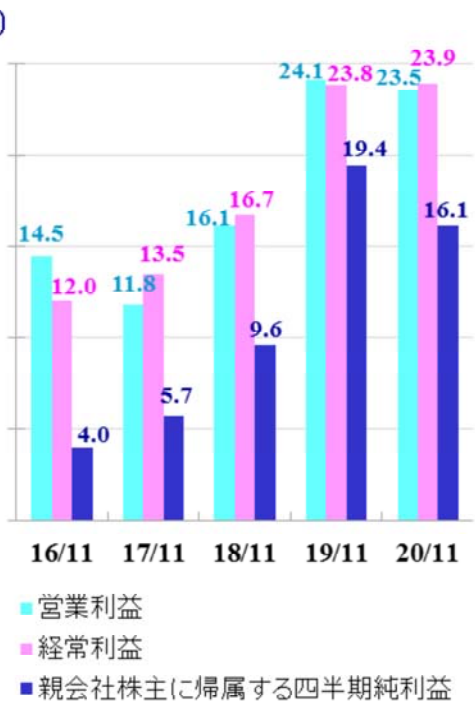
以上の結果、当第2四半期連結累計期間におきましては、売上高235億99百万円(前年同期比2.4%減)、営業利益23億56百万円(同2.5%減)、経常利益23億98百万円(同0.5%増)、親会社株主に帰属する四半期純利益16億11百万円(同17.1%減)となりました。

2021年5月期第2四半期決算概要(連結業績推移) Honeys

売上高・店舗数の推移



利益の推移



<2021年5月期第2四半期決算概要(連結業績推移)>

売上高・店舗数の推移、利益の推移は記載のとおりです。

店舗数はスクラップ＆ビルトの結果、881店舗と前期末と同店舗数でした。

売上高・利益については、主に新型コロナ流行拡大の影響を受けた状況です。

引き続き、消費者の行動変容に対応した商品企画、売場リフレッシュ等、施策を打ってまいります。

売上高235億円（前年同期比97.6%）

- 国内 新規出店9店舗（前年同期18店舗）
退店9店舗（前年同期7店舗）
20/11期末 881店舗（19/11期末 876店舗）
- 国内 既存店売上高前年比

1Q	94.5%	2Q	98.4%
上期	96.6%		

<2021年5月期第2四半期(累計)売上高と出退店の状況>

2021年5月期第2四半期は、出店9店舗、退店9店舗で、2020年11月末時点で、881店舗となりました。
2021年5月期は、当初出店25店舗、退店20店舗を予定していましたが、SC閉鎖なども見込まれることから、出店25店舗、退店25店舗を計画しています。

客数・客単価

Honeys

		(前年同期比%)			
		17/11	18/11	19/11	20/11
全店 (直営店)	売上	103.5	101.8	102.1	97.6
	客数	102.1	102.8	101.4	98.3
	客単価	101.4	99.0	100.7	99.3
	I単価	98.1	97.9	103.7	93.5
	一人あたり買上点数	103.3	101.1	97.2	106.2
既存店	売上	101.7	101.1	102.0	96.6
	客数	100.3	102.2	101.2	97.1
	客単価	101.4	99.0	100.7	99.5
	I単価	97.7	97.5	103.4	93.5
	一人あたり買上点数	103.7	101.4	97.4	106.5

5

<客数・客単価>

客数・客単価等につきましては、上記の通りです。

マスクやコラボ商品(鬼滅の刃)のハンドタオル等、単価が安い商品の投入もあり、I単価(1件単価)は下がりましたが、複数購入頂くことで買上率が上昇し、客単価は前年同期並みとなりました。減収の主な要因は、新型コロナ拡大の影響等による客数の減少に起因しています。

ブランド別売上高

Honeys

(単位:百万円)

	19/11		20/11		
	売上高	構成比	売上高	構成比	前年同期比
シネマクラブ	6,907	28.6%	6,712	28.4%	97.2%
コ ル ザ	6,524	27.0%	6,863	29.1%	105.2%
グ ラ シ ア	8,100	33.5%	7,239	30.7%	89.4%
そ の 他	104	0.4%	35	0.2%	34.1%
雑 貨	2,536	10.5%	2,744	11.6%	108.2%
合 計	24,173	100.0%	23,595	100.0%	97.6%

＜ブランド別売上高＞

ブランド別売上高構成比は、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科尔ザが堅調で、特に、復調した科尔ザは厳しい環境下、前年同期を上回ることができました。

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、雑貨はマスクやコラボ商品（鬼滅の刃）等に取り組んだこともあり、前年同期比で売上を伸ばすことができました。

さらに、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

	(売上比%)				
	16/11	17/11	18/11	19/11	20/11
人 件 費	20.4	21.6	20.8	20.3	21.0
店 舗 費	23.2	22.7	21.9	20.8	20.3
減価償却費	2.1	2.3	1.7	1.8	1.9
そ の 他	7.1	6.1	5.6	5.7	5.8
販 管 費 計	52.8	52.7	50.0	48.6	49.0

(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。

<販管費対売上構成比(連結)>

人件費につきましては、店舗数増加等に伴い、49億67百万円(前年同期比1.2%増)と増加しました。

店舗費につきましては家賃減免交渉、店舗照明のLEDへの切り替えを継続して行い、47億92百万円(同4.7%減)と対売上比、金額ともに減少しました。

減価償却費につきましては、店舗数増加等もあり、4億44百万円(同1.4%増)と増加しました。

その他販売管理費につきましては、WEB会議による旅費交通費の削減等で、13億64百万円(同1.5%減)と減少しました。

貸借対照表(連結)

Honeys

(単位:百万円)

	19/11		20/11		
		構成比		構成比	前年同期比
総 資 産	40,717	100.0%	41,155	100.0%	101.1%
流 動 資 産	23,480	57.7%	22,860	55.5%	97.4%
固 定 資 産	17,236	42.3%	18,294	44.5%	106.1%
流 動 負 債	3,739	9.2%	4,097	10.0%	109.6%
固 定 負 債	2,553	6.3%	2,632	6.4%	103.1%
純 資 産	34,424	84.5%	34,425	83.6%	100.0%

・流 動 比 率 : 19/11期 627.9% ⇒ 20/11期 557.9%

・自己資本比率: 19/11期 84.5% ⇒ 20/11期 83.6%

<貸借対照表(連結)>

自己資本比率は、83.6%と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557.9%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)

	19/11	20/11	
			増減額
営業活動によるキャッシュフロー	1,698	5,107	3,409
投資活動によるキャッシュフロー	▲885	▲923	▲38
財務活動によるキャッシュフロー	▲560	▲559	1
現金及び現金同等物の増減額	224	3,643	3,419
現金及び現金同等物の期首残高	11,398	8,845	▲2,553
現金及び現金同等物の期末残高	11,622	12,489	866

▶ 営業活動：たな卸資産の減少、売上債権の減少等

▶ 投資活動：有形固定資産の取得等

＜キャッシュフロー計算書(連結)＞

当第2四半期連結累計期間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、前第2四半期連結累計期間に比べて8億66百万円増加し、124億89百万円となりました。

当第2四半期累計期間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51億7百万円(前年同期比200.7%増)となりました。

これらは、税金等調整前四半期純利益が24億88百万円(同7.5%増)、減価償却費が4億99百万円生じた他、未払消費税等4億77百万円の増加、たな卸資産13億84百万円の減少により資金が増加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9億23百万円(同4.3%増)となりました。

これらは、新規出店及び改装に伴う有形固定資産の取得に伴い8億56百万円を支出したことにより資金が減少したことが主な要因です。

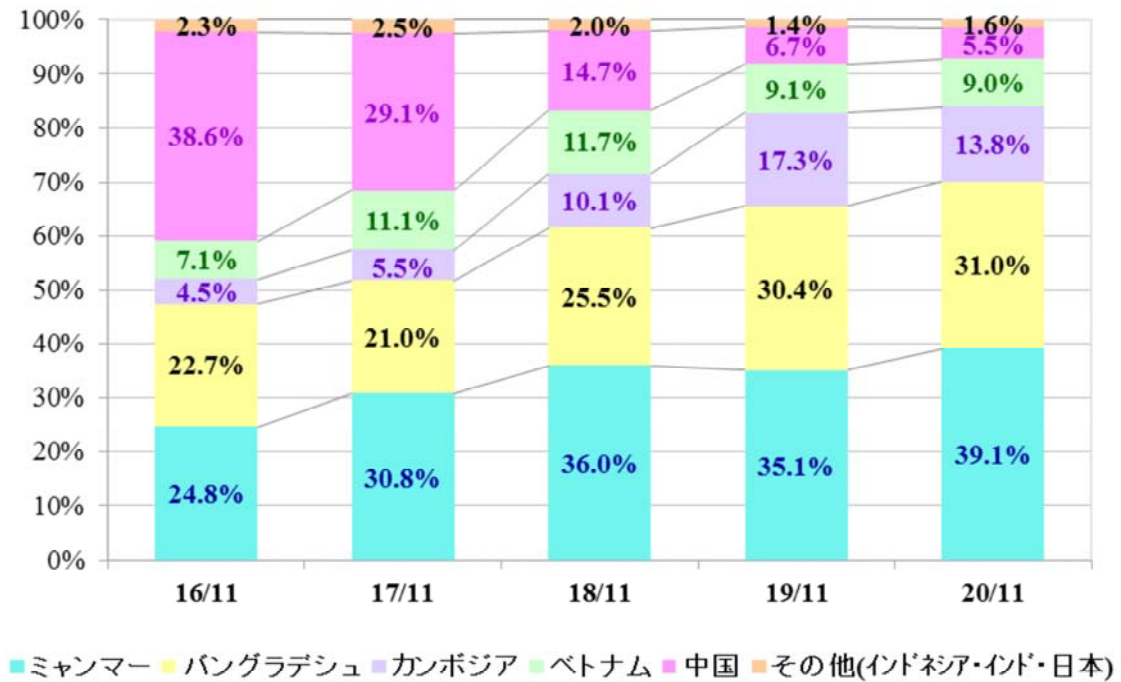
●財務活動によるキャッシュフロー

財務活動の結果使用した資金は5億59百万円(同0.3%減)となりました。

これらは、配当金5億57百万円の支出により資金が減少したことが主な要因です。

生産国別仕入状況(洋服のみ)

Honeys



10

<生産国別仕入状況(洋服のみ)>

ミャンマー39.1%、バングラデシュ31.0%、カンボジア13.8%等、アセアン合計94.5%、中国5.5%の実績でした。

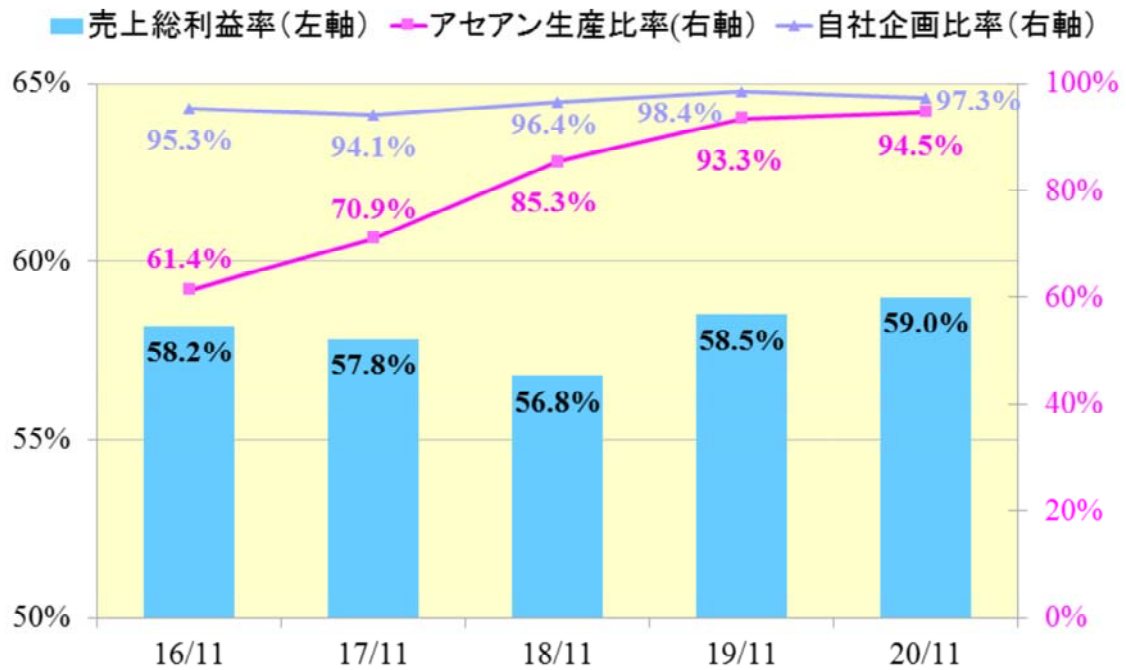
最も仕入れ量が多いミャンマーにおいて、新型コロナの影響で、工場操業停止の事態が発生しました。

当社ミャンマー工場においても4月下旬と9月下旬～10月中旬にかけて合計4週間程度、工場操業休止となりましたが、前倒での在庫輸出、他国・工場への振替発注等の対応により、商品供給体制への影響は回避することができました。なお、他国においては、サプライヤー工場の操業停止の問題は発生していません。

今後も新型コロナ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

Honeys



(注) 自社企画比率(海外生産)は、概算ベースで記載しております。

11

<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。

2021年5月期業績見通しと方針

2021年5月期業績見通し

Honeys

①連結業績見通しは、新型コロナ感染拡大の影響を踏まえ修正

⇒ 売上高	465億円（485億円）
営業利益	40億円（42億円）
経常利益	40億円（42億円）
純利益	26億円（26億円）

カッコ内は当初業績見通し

②新型コロナの影響を回避し、いかに下期売上を確保できるかがポイント

- ⇒ 行動変容に対応した商品の企画・投入、EC販売強化等により、客数確保に注力
- ⇒ 前期に新型コロナの影響で大きく売上を落とした第4四半期の業績回復
- ⇒ 例年業績が厳しい第3四半期における適時値下げと適正在庫の維持

③業績見通しの前提について

- ⇒ 国内 既存店売上高:下期前期比 124.4%（通期同 108.6%）
※出退店計画 国内: 出店 25店舗、退店 25店舗、期末 881店舗
（当初計画は出店25店舗、退店20店舗。出店増減なし、退店5店舗増）

13

<2021年5月期業績見通し>

新型コロナの感染拡大に歯止めがかからず、2021年5月期業績見通しを修正いたしました。

下期は、前期に緊急事態宣言に伴う店舗休業により大きく売上を落とした第4四半期の業績回復、および例年業績が厳しい第3四半期の販売と適正在庫維持に注力してまいります。

行動変容にも対応した、伸びしろが大きく、収益性が高いEC事業には、積極的に設備投資を行いながら、業容を拡大すべく取り組んでまいります。

また、商品企画につきましても新しい生活様式の浸透も念頭に進めてまいります。

業績予想につきましては、既存店売上前期比108.6%（上期96.6%、下期124.4%）を見込みます。

なお、緊急事態宣言再発出等による売上減少は2月上旬まで見込んでおり、下期の業績予想を下方修正いたしました。

また、出退店計画は、新規出店は25店舗、退店25店舗、改装30店舗の期末881店舗を見込みます。

※当初計画：新規出店25店舗、退店20店舗

①日本: 品質と価格にこだわった商品等投入、行動変容に対応したEC販売強化と商品企画により、前期落とした売上の回復を目指す

- ⇒ 定番のシネマクラブ、復調傾向のコルザに加え、グラシアの3ブランド展開により、品質と価格のバランスに一層磨きをかけ、幅広い年代からの支持を目指す。また、行動変容に対応した商品企画にも取り組む
- ⇒ EC上期売上実績は、計画を上回る。35%増の今期40億円を目指す
- ⇒ バーゲン時期の適切な値下げおよび適正在庫の維持を図る
- ⇒ 売場リフレッシュ活動展開による不振店舗でのこ入れを継続して実施

②ミャンマー: 生産性向上と安定供給体制を堅持する

- ⇒ 縫製自動機器の導入や不良品削減に取り組み、更なる生産性向上を目指す
- ⇒ 新型コロナの影響を回避し安定供給体制を堅持する

<2021年5月期下期の戦略>

①日本

3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企画・投入を心掛けてまいります。またEC事業につきましては、成長ドライバーとして位置づけ、積極的に経営資源を投入し、業績に結び付けてまいります。

さらに、売場リフレッシュ活動展開による不振店舗でこ入れを継続して実施してまいります。

なお、物流センターの増築に関しましては、2021年7月に完成予定です。EC売上増に対応した効率化を進めてまいります。

②ミャンマー

ミャンマー自社工場の生産性向上は、原価低減につながるようになります。

高品質で低価格な魅力ある商品を 安定して供給できる体制づくりに努めてまいります。

また今後も新型コロナ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する等、機動的に対応いたします。

2021年5月期業績見通し(連結)

Honeys

(単位: 百万円)

	上期実績	下期予想			通期予想				期初計画
		20/5	21/5	前年同期比	20/5	21/5	増減	前期比	
売上高	23,599	18,390	22,900	124.5%	42,560	46,500	3,939	109.3%	48,500
売上総利益	13,925	10,646	13,374	125.6%	24,820	27,300	2,479	110.0%	28,200
販管費	11,569	10,655	11,730	110.1%	22,413	23,300	886	104.0%	24,000
営業利益	2,356	▲9	1,643	—%	2,407	4,000	1,592	166.2%	4,200
経常利益	2,398	111	1,601	1430.7%	2,497	4,000	1,502	160.1%	4,200
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,611	571	988	173.0%	2,515	2,600	84	103.4%	2,600

※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。

(注1)特別損失として、固定資産除却損90百万円、減損損失107百万円等、計208百万円を見込んでおります。

15

<2021年5月期業績見通し(連結)>

今期の業績見通しは、売上高は前期比9.3%増の465億円、売上総利益率58.7%、販売管理費233億円、営業利益40億円、経常利益40億円、親会社株主に帰属する当期純利益26億円といたします。

また、EC事業につきましては、前期比35%増の売上40億円、EC化率8%とし、2022年5月期に売上50億円、EC化率10%を達成すべく、積極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。

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、中間配当は予定の通り15円とし、期末配当については15円、年間では30円の予想といたします。

2021年5月期設備投資計画

Honeys

(単位:百万円)

	20/5		21/5(予想)		
		構成比		構成比	前期比
日 本	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%
合 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

<2021年5月期設備投資計画>

2021年5月期は、当初出店25店舗、退店20店舗を計画していましたが、SC閉鎖等も見込まれることから、出店25店舗、退店25店舗を計画しています。なお、改装は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約10億円投資予定ですが、既に増築及びシステム導入に着手しており、今後の業容拡大への対応準備を進めています。

ミャンマーにつきましては、自動縫製機器等の導入を予定しています。

決算補足資料

GLACIER 大人系



カラーレスコート …… 4,980円
リボン使いブルオーバー …… 2,280円
チェックテーパードパンツ …… 2,680円
ワンハンドルBag …… 2,280円
ストレッチブーツ …… 2,980円

CINEMA CLUB ベージュ系



ボアノーカラージャケット …… 2,980円
あったかリブ編タートル …… 1,780円
カットストレートパンツ …… 2,280円
なめらかチェックストール …… 1,280円
シンプル2WayBag …… 2,480円

COLZA ヤング系



ファイバーダウンブルゾン …… 3,980円
ハイネックブルオーバー …… 1,980円
フレアパンツ …… 2,480円
ストレッチブーツ …… 2,980円

店舗網(国内)

Honeys

881店舗(20年11月末現在)

(店)	
地域	店舗数
北海道	43(±0)
東北	85(±0)
関東	258(+3)
北陸・中部	160(±0)
近畿	159(-1)
中国	55(-1)
四国	28(-1)
九州	93(±0)
計	881(±0)

20年11月末現在

北海道 43		石川 10		青森 10		岩手 12	
山口 14		島根 5		鳥取 5		京都 22 (1)	
福井 7		滋賀 13		富山 6		新潟 24	
秋田 12		山形 12		福島 18		宮城 21	
長崎 7		福岡 34		大阪 59 (-1)		岐阜 10 (±0)	
佐賀 5		大分 7		奈良 10		愛知 43	
熊本 11		宮崎 5 (-1)		山梨 7		群馬 11	
鹿児島 9		徳島 4		神奈川 52 (±0)		栃木 17	
愛媛 9 (-1)		香川 9		和歌山 7 (-1)		三重 14	
高知 6		徳島 4		静岡 20		千葉 42 (1)	
沖縄 15 (1)						東京 61 (2)	

(注) 括弧内は20年5月末からの増減数
9店舗出店、9店舗退店「増減なし」



ハニーズ SOCOLA 武蔵小金井店(東京都)



ハニーズ IY 大和鶴間店(神奈川県)



ハニーズ イオンモール木更津店(千葉県)



ハニーズ アリオ鳳店(大阪府)

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ます。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。