

株式会社ハニーズホールディングス
2022年5月期第2四半期決算補足資料

Honeys Holdings

2022年1月6日(木)

➤ 売上高	: 228億円 (前期比96.7%) (計画比98.8%)
➤ 売上総利益	: 136億円 (前期比97.8%) (計画比100.8%)
売上総利益率	: 59.6% (前期比+0.6%p)
➤ 販管費	: 116億円 (前期比100.7%) (計画比102.2%)
販管比率	: 51.0% (前期比+2.0%p)
・ 人件費	: 21.5% (同+0.5%p) (前期差▲52百万円)
・ 店舗費	: 21.2% (同+0.9%p) (前期差+36百万円)
・ 減価償却費	: 2.1% (同+0.2%p) (前期差+26百万円)
・ その他	: 6.2% (同+0.4%p) (前期差+68百万円)
➤ 営業利益	: 19.6億円 (前期比83.3%) (計画比93.5%)
➤ 経常利益	: 20.6億円 (前期比86.1%) (計画比98.4%)
➤ 当期純利益	: 13.6億円 (前期差▲2.4億円) (計画比104.1%)
・ 特別利益として助成金収入108百万円を計上	
・ 特別損失として固定資産除却損37百万円、減損損失14百万円、 新型コロナによる損失24百万円等、計76百万円を計上	

<2022年5月期 第2四半期(累計)決算概要(連結)>

アセアン生産による仕入原価の低減や為替予約による変動リスクのヘッジ効果もあり、売上総利益率は59.6%と高い水準を確保しましたが、デルタ株を中心とする新型コロナの全国的な拡大・収束、秋口の高気温など、不安定な展開が続いたことで売上高は伸び悩み、減収減益となりましたが、概ね期首計画に近い水準で着地しました。

2022年5月期第2四半期の連結売上高は、228億円(前期比96.7%)となりましたが、わずかに計画未達(計画比98.8%)となりました。

売上総利益率は、値引き販売の抑制や商品の適時投入による販売チャンスロスの低減等にも努めた結果、59.6%と前期59.0%から0.6%p上昇して高い水準を確保しました。

販管比率は51.0%(前期比+2.0%p)、販管費は116億円(前期比100.7%)となりました。

以上の結果、

営業利益は19億円(前期比83.3%、計画比93.5%)、営業利益率8.6%(前期比▲1.4%p)となり、経常利益は20億円(前期比86.1%、計画比98.4%)、経常利益率9.0%(前期比▲1.2%p)となりました。親会社に帰属する当期四半期純利益は13億円と計画水準で着地しました。

8月、9月の新型コロナの影響と天候要因がなければ、売上計画をクリアできる状況でありました。

連結損益計算書

Honeys

(単位:百万円)

	20/11		21/11			
		前期比		前期比	期首計画	計画比
売上高	23,599	97.6%	22,826	96.7%	23,100	98.8%
売上総利益	13,925	98.2%	13,613	97.8%	13,500	100.8%
販管費	11,569	98.4%	11,649	100.7%	11,400	102.2%
うち人件費	4,967	101.2%	4,915	99.0%	-	-
うち店舗使用料	2,857	95.5%	2,900	101.5%	-	-
営業利益	2,356	97.5%	1,963	83.3%	2,100	93.5%
営業外損益	42	-%	101	241.0%	-	-
うち為替差損益	▲16	-%	39	-%	-	-
経常利益	2,398	100.5%	2,065	86.1%	2,100	98.4%
特別損益	90	-%	32	35.8%	-	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,611	82.9%	1,363	84.6%	1,310	104.1%

(注1)特別利益として、助成金収入108百万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37百万円・減損損失14百万円・新型コロナによる損失24百万円等、計76百万円を計上しております。

2

<連結損益計算書>

例年より早い梅雨明けや気温の上昇もあり好調にスタートを切りましたが、新型コロナデルタ株など感染者数が全国拡大した8月及び9月の収益が大きく影響し、売上高及び営業・経常利益はわずかに計画未達での着地となりました。

販管費は、主にEC事業の伸長に伴う商品発送費用や手数料等が増加しました。

また、店舗賃料等の減免交渉や店舗照明のLED化等を継続して削減に努めましたが、前期第1四半期のコロナ休業による店舗経費等減額分の戻りもあり、わずかに増加しました。

営業外損益は、為替差益、大規模商業施設等(時短)協力金を含む1億円を計上しました。

特別利益は、雇用調整助成金、大規模商業施設(休業)協力金を含む1億8百万円を計上しました。

特別損失は、店舗改装や退店等に伴う固定資産除却損を37百万円、減損損失として14百万円、新型コロナによる休業等の損失として店舗使用料、減価償却費等の一部経費24百万円を計上しました。

以上の結果、親会社に帰属する当期四半期純利益は13億円(前期比84.6%)となり、計画水準で着地しました。

(単位:百万円)

	20/11		21/11	
		前期比		前期比
売上高	23,599	97.6%	22,826	96.7%
売上総利益	13,930	98.5%	13,533	97.2%
販管費	11,536	98.5%	11,615	100.7%
うち人件費	4,946	101.3%	4,895	99.0%
うち店舗使用料	2,857	95.5%	2,900	101.5%
営業利益	2,393	98.8%	1,918	80.1%
営業外損益	42	74.5%	29	68.4%
うち為替差損益	▲15	-%	▲29	-%
経常利益	2,436	98.3%	1,947	79.9%
特別損益	87	1,848.4%	46	53.6%
当期純利益	1,648	101.4%	1,294	78.5%

(注1) 特別利益として、助成金収入108百万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16百万円・減損損失14百万円・新型コロナによる損失9百万円等、計61百万円を計上しております。

<損益計算書(日本セクター)>

全店売上高は前期比96.6%、既存店売上高は前期比96.7%となりました。

EC事業の売上高は、前期比107.0%の20億円、EC化率も前期比0.9%p増加して8.9%となりました。EC自社サイトの売上高は、EC売上高の約6割を維持し、EC事業の成長を牽引しています。

また、自社サイトの利便性や機能性の向上に注力し、7月には自社アプリのリニューアル、10月には商品詳細画面の刷新や適切なサイズを選択いただけるような機能などを追加しました。

日本セクターの営業利益は19億円(前期比80.1%)、営業利益率8.4%(前期比▲1.7%p)、経常利益は19億円(前期比79.9%)、経常利益率8.5%(前期比▲1.8%)となりました。

新型コロナの影響を受けた8月、9月を除き計画超で推移していましたが、カバーしきれず計画未達となりました。

特別利益、特別損失については、資料記載のとおりです。

以上の結果、当四半期純利益は12億円(前期比78.5%)となりました。

- **新型コロナの再拡大があるも、商品供給体制は問題なく維持**
 7月の新型コロナ再拡大で自社工場は一時操業停止期間(9日間)あり。
 商品供給体制は影響がなく、感染対策のうえ現在も稼働率100%で操業中。
- **原材料や輸送コストの値上がり、海上輸送の遅延**
 新型コロナの影響で綿花などの原材料が値上がり傾向。
 また、燃料・輸送費の値上がりで海上運賃も高騰しているほか、コンテナ船の
 停滞や乗継港の混雑の常態化もあり海上輸送に影響。
 入荷遅れ等による販売チャンスロス回避のため、適宜生産や輸出対応を実施。
- **ミャンマー事業は前期比増収増益を確保**

<ミャンマー>

現金調達に問題はありません。

管理相場(1ドル=1,780チャット)で推移しており、今後も継続の様子となっています。

(参考)為替:1ドル=1,617.90チャット(1Q)、1,927.10チャット(2Q)

人員の確保に問題はありません。

●人員確保の状況

	6月	7月	8月	9月	10月	11月
計画数:人	3,700	3,700	3,700	3,700	3,700	3,700
実績数:人	3,869	3,768	3,801	3,788	3,802	3,792
前期比:%	111.1	102.4	98.8	99.3	104.3	104.0

新型コロナの感染状況を踏まえ、前倒しでの商品輸出対応や他国・他工場への生産委託の振替等を適宜実施しています。

今後も現地動向を注視してまいります。

(単位: 百万円)

	22/5		
	1Q (6~8月)	2Q (9~11月)	上期
売上高	10,505	12,320	22,826
売上総利益 (売上総利益率)	6,159 (58.6%)	7,454 (60.5%)	13,613 (59.6%)
営業利益 (営業利益率)	459 (4.4%)	1,504 (12.2%)	1,963 (8.6%)

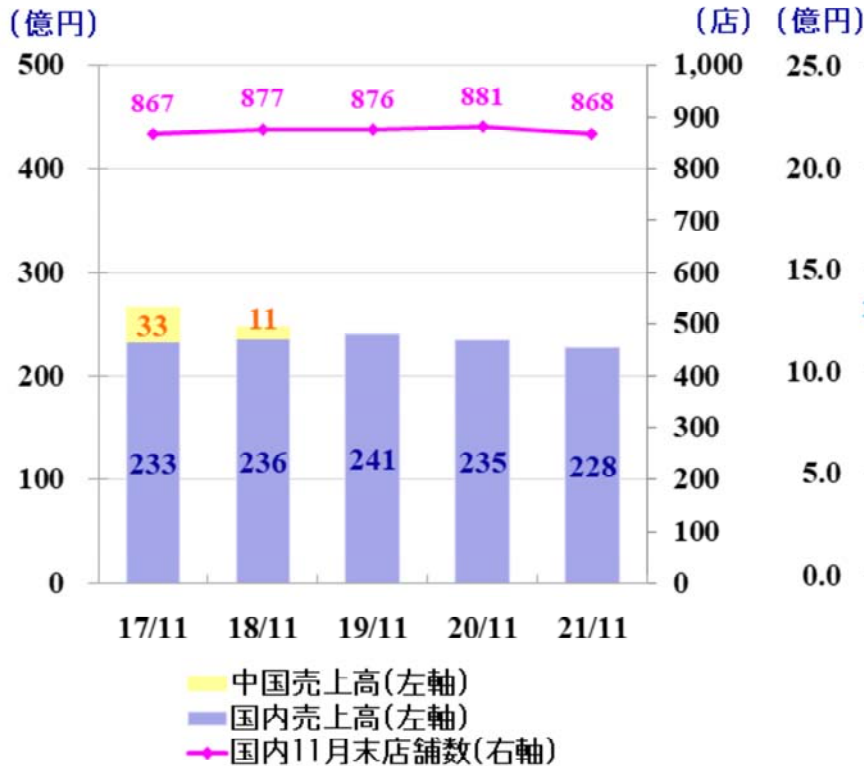
<四半期決算の推移(連結)>

第1四半期は、一部地域での緊急事態宣言等のなか、例年より早い梅雨明けや気温上昇もあり好調にスタートしましたが、一転、8月以降新型コロナウイルスの全国的なまん延が人流を抑制したことが客数に大きく影響したほか、中旬の気温低下と天候不順も影響して売上計画を下回る結果となりました。

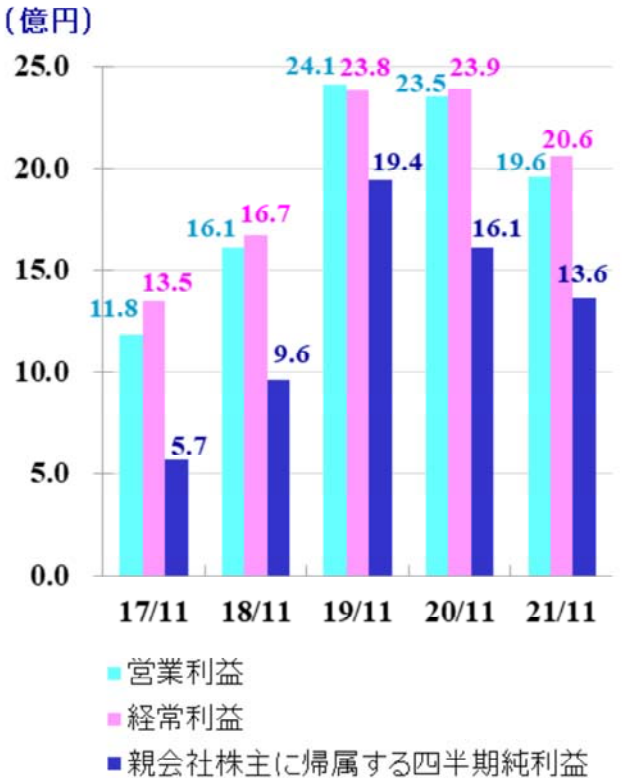
第2四半期は、緊急事態宣言等による行動制限の影響や中旬以降の高気温を受けた9月が秋物商品の動きに影響しました。新型コロナウイルス感染者数の減少と行動制限の緩和、また気温低下に伴って、10月以降は秋・冬物商品が好調に推移しましたが売上計画をわずかに下回る結果となりました。

上期においては、主に8月及び9月の新型コロナウイルスの影響が計画を押し下げる状況となりましたが、概ね期首計画水準での着地となりました。

売上高・店舗数の推移



利益の推移



<2022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&ビルドの結果、868店舗と前期末比で5店舗減少となりました。

新型コロナウイルスの影響に伴う新規SCの減少や、出店先SC閉鎖もあり、退店数が増加しました。

売上高及び利益は、主に新型コロナウイルス感染拡大による客数減少の影響を受けたものの、高い水準での売上総利益率維持のほか、EC事業の拡大により概ね計画水準で着地しました。

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、EC事業の強化等の施策を図ってまいります。

売上高228億円

- 全店売上高は前年比96.6%、既存店は96.7%
既存店売上高前年比
1Q:95.4% 2Q:97.8% 上期:96.7%
- アセアンシフトやミャンマー自社工場の強みを活かし低価格で
高品質な商品を生供給
- EC事業は計画通り伸長

【店舗数と出退店の状況】

期首873店舗、出店4店舗、退店9店舗、第2四半期末868店舗

7

<売上高の状況>

前年6月、10月の売上ハードルは高かったものの、本年は新型コロナの影響を受けた8月、9月を除く月次は、前年同水準(前期比:全店100.2%、既存店100.3%)で推移していました。

2022年5月期上期は、出店4店舗、退店9店舗となり、2021年11月末時点で868店舗となりました。新規SCの減少や、新型コロナの影響に伴う出店先SCの閉鎖もあり、退店数が増加しました。

	出店	退店	期末時点	前期末差
期首計画	25	20	878	+5
上期実績	4	9	868	▲5
下期修正計画	25	25	873	±0

2022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店舗に修正いたします。

(前年同期比%)

		18/11	19/11	20/11	21/11
全店 (直営店)	売上	101.8	102.1	97.6	96.6
	客数	102.8	101.4	98.3	93.2
	客単価	99.0	100.7	99.3	103.6
	I単価	97.9	103.7	93.5	101.3
	一人あたり買上点数	101.1	97.2	106.2	102.3
既存店	売上	101.1	102.0	96.6	96.7
	客数	102.2	101.2	97.1	93.4
	客単価	99.0	100.7	99.5	103.5
	I単価	97.5	103.4	93.5	101.1
	一人あたり買上点数	101.4	97.4	106.5	102.4

<客数・客単価>

客数・客単価等の状況は、上記のとおりです。

前年はマスク販売やキャラクター・コラボ商品の販売で、比較的単価の安い商品の投入がありましたが、本年は低単価商品の影響もなく、プロパー販売が好調に推移してI単価(1点当たりの単価)も回復しました。

また、店舗やEC販売では、随時イベント・キャンペーン(PayPay、自社ECサイト13周年など)を開催し、まとめ買い効果もあって買上点数も上昇したことから、客単価も増加しました。

(単位:百万円)

	20/11		21/11		
	売上高	構成比	売上高	構成比	前年同期比
シネマクラブ	6,712	28.4%	7,159	31.4%	106.7%
コ ル ザ	6,863	29.1%	6,313	27.7%	92.0%
グ ラ シ ア	7,239	30.7%	6,780	29.7%	93.7%
そ の 他	35	0.2%	29	0.2%	84.1%
雑 貨	2,744	11.6%	2,510	11.0%	91.5%
合 計	23,595	100.0%	22,793	100.0%	96.6%

<ブランド別売上高>

ブランド別の売上高・構成比は、上記のとおりです。

ベーシックな商品を展開するシネマクラブは、どのアイテムも好調で商品回転もよく、特にTシャツやスウェット、ニット商品を中心に売上を伸ばしました。

大人カジュアルのグラシアも全体的に商品回転がよく、ニット、ジャケット、ブラウスを中心に商品が動きました。特にブラウスは好調で、一部投入が間に合わず在庫不足による売り逃しもありました。

ヤングカジュアルのコルザは、前年好評となった鬼滅の刃関連商品の反動がありましたが、ニット、ジャケット、パンツを中心に商品が動きました。また、キャラクター商品ではサンリオ、スヌーピーが好調でした。

雑貨は、前年のマスク販売の代用として強化したルームウェアや定番の下着、ソックスの在庫を充実しました。強化商品のほか、帽子やブーツなども好調となりました。

引き続き、それぞれ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に努めるほか、素材のこだわり、環境に配慮した素材の採用への取組み等、低価格で価値のある「高感度・高品質・リーズナブルプライス」を基盤とした魅力ある商品を提供してまいります。

●サステナブル素材への取組み

	43期・上期	44期・上期
商品型数	126型	139型
洋服全体に対する割合	18.9%	22.9%

(売上比%)

	18/11	19/11	20/11	21/11
人件費	20.8	20.3	21.0	21.5
店舗費	21.9	20.8	20.3	21.2
減価償却費	1.7	1.8	1.9	2.1
その他	5.6	5.7	5.8	6.2
販管費計	50.0	48.6	49.0	51.0

(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。

<販管費対売上高構成比(連結)>

販管費は、116億49百万円(前期比100.7%)、販管費率は51.0%(前期比+2.0%p)となりました。販管費率は売上高の減少で増加しました。

人件費は、前年同水準で推移し、金額ベースで前期比99.0%となりました。

店舗費は、前期第1四半期の新型コロナに伴う休業等で、出店先より一部減額・免除を受けた店舗使用料や共益費等の戻りがあったことから増加しましたが、第2四半期は前期比マイナスで推移した結果、金額ベースで前期比100.8%となりました。

減価償却費は、新規出店ほか、物流センターの増改築の完了に伴い前期比106.0%と増加しました。

その他(変動経費+その他販管費、※減価償却費は除く)は、主にEC事業の伸長に伴う商品発送にかかる荷造運搬費や容器包装費、またEC販売にかかる諸手数料等で増加したことから、金額ベースで前期比105.0%となりました。

連結貸借対照表

(単位:百万円)

	20/11		21/5		21/11			
		構成比		構成比		構成比	20/11 増減	21/5 増減
流動資産	22,860	55.5%	25,280	58.6%	25,154	57.8%	2,294	▲ 125
現金及び預金	12,489	30.3%	13,669	31.7%	12,189	28.0%	▲ 299	▲ 1,480
棚卸資産	7,060	17.2%	6,792	15.7%	7,219	16.6%	159	427
固定資産	18,294	44.5%	17,887	41.4%	18,371	42.2%	76	483
有形固定資産	10,128	24.6%	10,280	23.8%	10,188	23.4%	60	▲ 91
無形固定資産	305	0.8%	298	0.7%	266	0.6%	▲ 39	▲ 32
投資その他の資産	7,861	19.1%	7,308	16.9%	7,915	18.2%	54	607
総資産	41,155	100.0%	43,167	100.0%	43,526	100.0%	2,370	358
流動負債	4,097	10.0%	4,792	11.1%	5,650	13.0%	1,552	857
固定負債	2,632	6.4%	2,661	6.2%	2,688	6.2%	56	27
純資産	34,425	83.6%	35,714	82.7%	35,186	80.8%	761	▲ 527
株主資本	34,665	84.2%	35,038	81.2%	34,728	79.8%	63	▲ 309
その他の包括利益累計額	▲240	▲0.6%	675	1.5%	458	1.0%	698	▲ 217

➤ 流動比率 :20/11期 557.9% ⇒ 21/11期 445.2%

➤ 自己資本比率 :20/11期 83.6% ⇒ 21/11期 80.8%

<連結貸借対照表>

現金及び預金は、前期末比14億円減少し、121億円となりました。

手元資金は十分であり、当面の資金調達の予定はありません。

また、従来より銀行との当座貸越契約等を締結しており、資金調達面の手当は対応済みです。

棚卸資産は、前期末比4億円増加し、72億円と適正な水準を維持しております。

流動負債は、前期末比8億円増加して56億円となりました。

これは、収益認識に関する会計基準の適用により契約負債が18億円増加したことなどによるものです。

純資産は、前期末比5億円減少して351億円となりました。

これは、収益認識に関する会計基準の適用により、期首利益剰余金が12億円減少し、当期の利益剰余金が9億円増加、為替換算調整勘定などその他の包括利益が減少したことによるものです。

自己資本比率は、80.8%と、引き続き財務の健全性を維持しています。

流動比率は445.2%と、運転資金等の資金流動性は十分に確保しています。

※収益認識会計基準の適用により、今期期首において過年度分の調整を行っております。

(ご参考)	43期・2Q	43期・期末	44期・期首	44期・2Q
自己資本比率	83.6%	82.7%	78.6%	80.8%
流動比率	557.9%	527.5%	377.3%	445.2%

(単位:百万円)

	20/11	21/11	
			増減額
営業活動によるキャッシュフロー	5,107	▲183	▲5,291
投資活動によるキャッシュフロー	▲923	▲717	205
財務活動によるキャッシュフロー	▲559	▲418	140
現金及び現金同等物の増減額	3,643	▲1,480	▲5,124
現金及び現金同等物の期首残高	8,845	13,669	4,824
現金及び現金同等物の期末残高	12,489	12,189	▲299

▶ 営業活動：未払法人税等の支払、未払消費税等の減少、棚卸資産の増加等

▶ 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14億80百万円減少し、121億89百万円となりました。

当第2四半期連結連結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

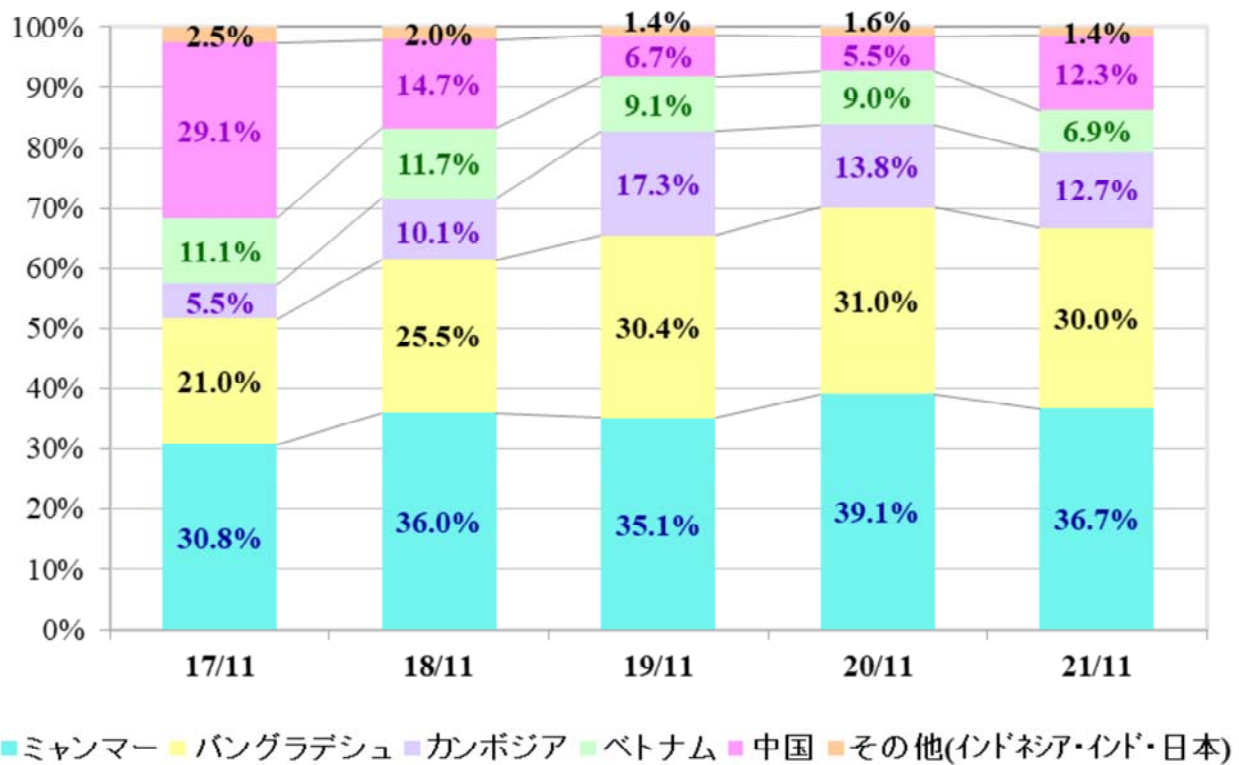
税金等調整前四半期純利益が20億97百万円(同15.7%減)、減価償却費が5億24百万円生じた一方で、未払法人税等の支払額10億44百万円、未払消費税等5億57百万円の減少、棚卸資産4億60百万円の増加により資金が減少したことが主な要因です。

●投資活動によるキャッシュフロー

新規出店及び改装のほか、物流センター増築工事等に伴う有形固定資産の取得として6億90百万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

配当金4億18百万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)>

実績は次のとおり。

	ミャンマー	バングラデシュ	カンボジア	ベトナム	中国	その他
今期	36.7	30.0	12.7	6.9	12.3	1.4
前期	39.1	31.0	13.8	9.0	5.5	1.6
増減	▲2.4	▲1.0	▲1.1	▲2.1	6.8	▲0.2

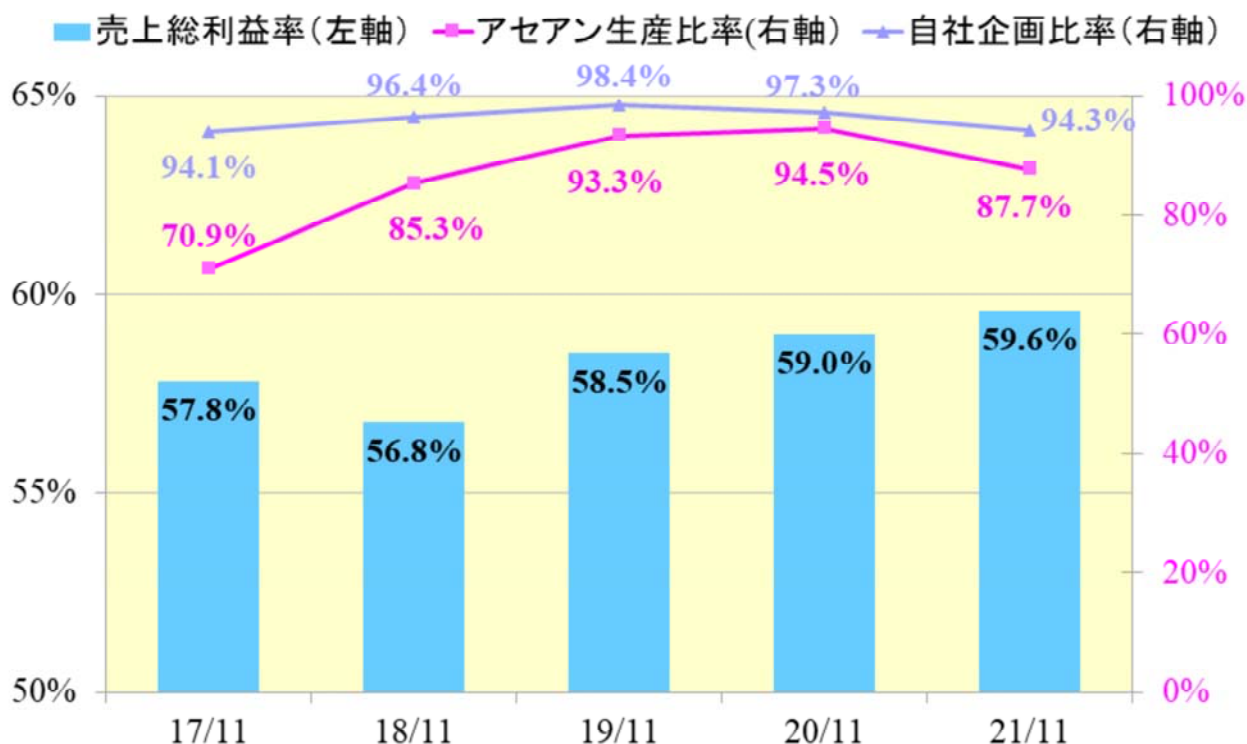
新型コロナの影響により、若干シェアの変動はあるものの、基本的にはアセアンシフトを維持しています。

また、コンテナ船の停滞や乗継港の混雑など、新型コロナの影響で遅延が発生するケースが増加しています。入荷遅れ等による販売チャンスロス回避のため、適宜生産や輸出対応を実施しています。

自社ミャンマー工場、その他委託先の生産国・協力工場は、稼働・生産体制に問題はありません。引き続き新型コロナの影響を注視し、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。

●生産国の状況 ※2021年11月末時点

生産国	ロックダウン期間(休業)	再稼働日	生産率
ミャンマー	7/17～ (9日間)	7/26～	90～95%
バングラデシュ	7/23～ (10日間)	8/2～	90～95%
ベトナム	7/18～ (2.5ヶ月間)	10/4～	90～95%
カンボジア	—	—	90～95%



(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。

<売上総利益率と自社企画比率の推移>

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

前年同期比で、アセアン生産比率、自社企画比率の減少は、キャラクター・コラボ商品の取扱いによるものです。

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。

2022年5月期業績見通しと方針

連結売上高	470億円	(前期比103.6%)
売上総利益	278億円	(売上総利益率59.1%)
営業利益	45億円	(前期比119.5%)
経常利益	45億円	(前期比113.3%)

- 高いアセアン生産比率による低価格で価値のある商品投入と「新しい生活様式」に対応した事業基盤の構築
- 伸びしろの大きいEC事業にはシステム投資等、積極的に投資
- 人材育成と人員確保

業績見通しの前提・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算出
- 既存店売上高 下期前期比111.5% (通期:103.8%)
- 新規出店25店舗、退店25店舗、改装40店舗 期末873店舗
(期首計画:新規出店25店舗、退店20店舗、改装30店舗)

<2022年5月期業績見通し>

コロナ禍における経営環境の持続とアフターコロナ時代に向けての事業基盤の構築が課題です。2022年5月期の業績見通し(売上高、営業利益、経常利益、当期純利益)に修正はありません。

	期首計画	前期比	下期修正計画	前期比
売上高	470億円	103.6%	470億円	103.6%
売上総利益率	58.5%	▲0.6p	59.1%	±0.0p
販売費及び一般管理費	230億円	99.7%	233億円	101.0%
営業利益	45億円	119.5%	45億円	119.5%
経常利益	45億円	113.3%	45億円	113.3%
当期純利益	29億円	120.6%	29億円	120.6%

EC事業においても修正はなく、売上高42億円(前期比112.9%)、EC化率8.9%(前期比+0.7%p)を目指します。

下期は、お客様の利便性をさらに向上するため、店頭受取機能の導入を目指します。

既存店業績予想については、以下のとおり見込みます。

(修正)売上高 前期比103.8%(上期実績96.7%、下期修正111.5%)

(期首)売上高 前期比103.2%(上期予想97.6%、下期予想109.2%)

下期見通しの前提に変更はありません。ワクチン普及等によって外出や旅行等の再開を見込み、人流が多少活発化すると予想します。

出退店計画は、スクラップ&ビルドを基本方針とし、前期末873店舗から増減なしの着地を見込みます。また、既存店舗売上の底上げを図るため、好立地条件への移転や、70~80坪程度への増床による拡大も適宜検討します。

①日本: 3つのブランドの役割を明確に、幅広い年代のお客様に支持される商品企画・投入と不振店舗の改善を継続 EC事業へ積極的に経営資源を投資し業績に結びつける

- 品質向上
素材へのこだわりをさらに高めるほか、サステナブル素材への取組みを強化
- ファッションポイント別振分の精度向上
ブランドコンセプトに沿った偏りのない商品構成と店舗の特徴に沿った商品振分
- 「売場リフレッシュ」の継続
不振店舗の改善、レイアウト変更等の実施
- EC事業の強化
自社ECサイト商品の店頭受取を可能にする

②ミャンマー: 生産性向上と安定した商品供給体制を維持する

- QCD(品質・コスト・納期)の精度向上により、お客様に魅力ある商品を提供
- 自動縫製機器等を積極的に導入し、品質安定、生産性向上に注力

<2022年5月期の方針>

●品質向上

環境に配慮した素材の採用に取り組み、サステナブル(持続可能)な社会の実現にも貢献してまいります。サステナブル商品の洋服割合は35%を目指します。

主な製品	主な取り組み
綿Tシャツ、綿ボトム	土壌管理や水管理、労働環境管理がなされた原料を使用したUSAコットン、オーガニックコットン
ブラウス、ファイバーダウンジャケット	回収ペットボトルを使用した再生ポリエステル製品
デニム	薬品を使用せずレーザー加工し、水の使用量を大幅カット

●ファッションポイント別振分の精度向上

3ブランドの各コンセプトに沿った偏りのない商品構成に努め、店舗の特徴に沿った商品投入により売上アップにつなげるほか、適正在庫の維持や作業効率化とコスト削減にも努めます。

●「売場リフレッシュ」の継続

前年比低迷店舗、不振店舗の改善を図り、レイアウトや店頭打ち出しを一から見直すなど、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」を継続して、お客様が思わず入りたくなるような店舗づくりに努めます。

●EC事業の強化

市場全体の動向を見据え、自社サイトのユーザビリティの改善を行うほか、SNS等での適時適切な情報発信による新規ユーザー獲得と既存会員の深耕を図ります。また、実店舗との連携強化とオムニチャネル化を進めます。

●ミャンマー

魅力ある価格の実現と、高品質な商品を安定して供給できる体制づくりに努め、自動化の促進を図ります。

2022年5月期連結業績予想

Honeys

(単位: 百万円)

	上期実績	下期予想			通期予想				期首計画
		21/5	22/5	前年同期比	21/5	22/5	増減	前期比	
売上高	22,826	21,768	24,173	111.0%	45,368	47,000	1,631	103.6%	47,000
売上総利益	13,613	12,905	14,186	109.9%	26,831	27,800	968	103.6%	27,500
販管費	11,649	11,495	11,650	101.4%	23,064	23,300	235	101.0%	23,000
営業利益	1,963	1,410	2,536	179.8%	3,767	4,500	732	119.5%	4,500
経常利益	2,065	1,573	2,434	154.7%	3,971	4,500	528	113.3%	4,500
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,363	792	1,536	194.0%	2,403	2,900	496	120.6%	2,900

※年間配当は1株当たり35円(中間配当15円、期末配当20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80百万円、減損損失74百万円等、計187百万円を見込んでおります。

18

<2022年5月期連結業績予想>

今期は中期経営計画(2020年5月期-2022年5月期)3カ年の最終年度となりますが、新型コロナウイルスの影響からの回復にはまだ一定期間要するものと判断し、最終年度の当初目標(売上高530億円、営業利益53億円、EC売上高53億円、EC化率10.0%)を見直ししています。

来期(第45期)以降の計画については、新型コロナウイルスの収束時期等を含め、今後改めて検討します。

今期の業績見通しは、上記のとおりとなります。概要は次のとおりです。

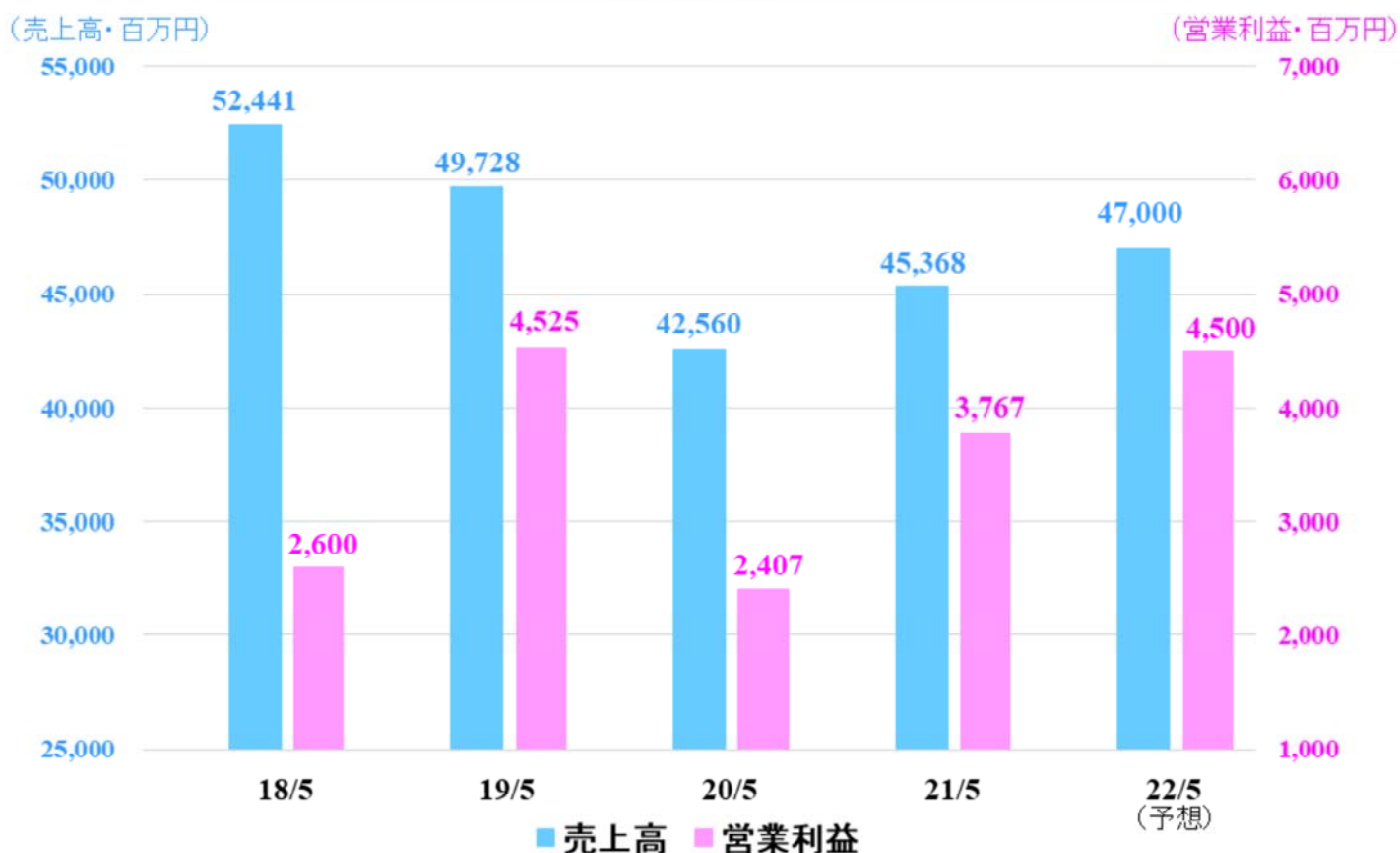
	〔期首〕上期計画	上期実績	〔期首〕下期計画	〔修正〕下期計画
売上高	231億円	228.3億円	239億円	241.7億円
売上総利益	135億円	136.1億円	140億円	141.9億円
(売上総利益率)	(58.4%)	(59.6%)	(58.6%)	(58.7%)
販売費及び一般管理費	114億円	116.5億円	116億円	116.5億円
営業利益	21億円	19.6億円	24億円	25.4億円
経常利益	21億円	20.7億円	24億円	24.3億円
当期純利益	13.1億円	13.6億円	15.9億円	15.4億円

新型コロナウイルスによる影響について、下期見通しの前提として正常化する仮定のもと算出しておりますが、営業環境の変化等によっては業績の見通しを修正する可能性があります。

配当につきましては、株主の皆さまへの利益還元と、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%を目標とする旨基本方針としています。

2022年5月期の配当につきましては、中間配当は予定通り15円とし、期末配当については20円の年間35円の予想とします。

売上高・営業利益の推移(連結)



<売上高・営業利益の推移(連結)>

2022年5月期は、売上回復とともに、コロナ禍における経営環境の持続とアフターコロナ時代に向けての事業基盤の構築が課題です。

当社グループの強みである「高感度、高品質、リーズナブルプライス」な魅力ある商品を適時適切に店舗投入していくほか、EC事業の拡大・強化や店舗の「売場リフレッシュ」等の各種施策を通して、業績回復に努めます。

(単位:百万円)

	21/5		22/5(予想)		
		構成比		構成比	前期比
日 本	1,981	99.1%	1,900	95.0%	95.9%
ミャンマー子会社	17	0.9%	100	5.0%	570.9%
合 計	1,999	100.0%	2,000	100.0%	100.0%

減価償却費	854	—	1,200	—	140.4%
-------	-----	---	-------	---	--------

▶出店計画：国内新規出店25

<2022年5月期設備投資計画>

設備投資計画については、当初見込みからの修正はありません。

2022年5月期は、期首計画として出店25店舗、退店20店舗、改装30店舗を予定していましたが、新型コロナウイルスの影響に伴って新規SCの減少や、出店先SCの閉鎖も見込まれることから、出店25店舗に変更はありませんが、退店25店舗、改装40店舗に修正します。

また、コロナ禍における新規出店については経済条件等を厳しく見極めながら進めていきます。

改装については、既存店舗の増床を中心に検討し、売上の底上げを図っていきます。

物流センター関連投資は、2021年8月に増築工事等が完了し稼動をしております。十分な在庫の確保により各店舗への自動追加作業の効率化が実現しているほか、EC事業の作業効率化にも貢献しています。

ミャンマーは、安定的な品質の維持・向上、生産効率アップのため、慎重に検討のうえ自動縫製機器等の導入を行っていきます。

決算補足資料

GLACIER



大人の女性のためのおしゃれブランド

リバーシブルコート …… 4,980円
 裾レイヤード風パーカー …… 1,980円
 スリムデニムスキニー …… 1,980円
 ファーBag …… 1,980円

CINEMA CLUB



普段着からお出掛けまで、
 様々な用途にお応えするムンエイジブランド

ボアフーデッドジャケット …… 2,980円
 あったかハイネック …… 1,980円

COLZA



流行に遊び心を加えた
 ヤングカジュアルブランド

ファイバーダウンブルゾン …… 3,980円
 ベスト付トップス …… 2,480円
 コーデュロイ台形スカート …… 1,980円
 ヒールロングブーツ …… 3,980円
 ファーBag …… 1,980円

868店舗(21年11月末現在)

(店)	
地域	店舗数
北海道	43(-)
東北	85(+1)
関東	259(-1)
北陸・中部	159(±0)
近畿	149(-2)
中国	54(-)
四国	28(-1)
九州	91(-2)
計	868(-5)

21年11月末現在

長崎 7	福岡 31 (-2)
佐賀 5	大分 7
熊本 11	宮崎 5
	鹿児島 9

沖縄 16

				石川 10 (1)					青森 10	岩手 12
山口 14	島根 4	鳥取 5	京都 22	福井 6					秋田 13 (+1)	宮城 20
	広島 19	岡山 12	兵庫 46 (-1)	滋賀 10	富山 6	新潟 24		山形 12	福島 18	
			大阪 54 (-1)	岐阜 11	長野 19	群馬 11	栃木 16	茨城 23		
	愛媛 9 (-1)	香川 9		奈良 10	愛知 44 (±0)	山梨 7	埼玉 53	東京 62 (-1)		
	高知 6	徳島 4		和歌山 7	三重 13	静岡 19 (-1)	神奈川 52			千葉 42

(注) 括弧内は21年5月末からの増減数
4店舗出店、9店舗退店「純減5店舗」



ハニーズ イーアス高尾店(東京都)



ハニーズ イオンモール白山店(石川県)



ハニーズ イオンモール熱田店(愛知県)



ハニーズ セブンパーク天美店(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。