

株式会社ハニーズホールディングス
2022年5月期(第44期)決算説明会

Honeys Holdings

2022年7月5日(火)

■連結

- ⇒ 売上高476億円(前期比105.1%、計画比101.5%)
- ⇒ 売上総利益率60.3%(前期比+1.2%p)、アセアン生産比率の維持。
- ⇒ 新型コロナ全国拡大(デルタ株、オミクロン株)が収益に影響も、3月以降第4四半期は、制限緩和もあって人流も回復。増収増益で着地。

■EC事業

- ⇒ 売上高45億円(前期比121.9%、計画比108.0%)
- ⇒ 自社ECサイトも伸長(前期比112.6%)し、収益に貢献。
- ⇒ 4月より店舗受取機能の導入を開始。順調な推移で今後も機能向上に注力。

■ミャンマー事業

- ⇒ 新型コロナの影響があるも、商品の生産・供給体制は問題なく維持。
- ⇒ 生産効率の向上に取り組み、安定的な商品供給と仕入原価低減に貢献。増収増益を確保。

<2022年5月期(第44期)決算のポイント>

第44期決算のポイントについてご説明申し上げます。

まず、連結売上高の状況です。

第3四半期までは、8月・9月のデルタ株、1月・2月のオミクロン株と、新型コロナの全国的な拡大による店舗集客への影響もあって苦戦を強いられましたが、

3月以降は、制限緩和もあって人流が回復し、春先のオケージョン需要や通勤需要、コロナ禍においては初めての行動制限のないゴールデンウィークとなるなど、お出かけ需要もあったことで、

連結売上高は、前期比105.1%の476億円と増収となりました。

また、計画比でも101.5%とクリアしました。

売上総利益率は、前期59.1%から1.2%p上昇し、60.3%と高い水準となりました。

要因としては、商品の適時投入によるプロパー消化の促進と販売チャンスロスの低減に加え、値引き販売の抑制やEC事業の伸長があげられます。また、ミャンマー子会社の生産効率の向上による収益改善が、0.8%p押し上げております。

そのほか、為替予約による為替変動リスク低減効果もプラスに影響しております。

EC事業につきましては、自社サイトも伸長し、売上高は、前期比121.9%の45億円となりました。

EC化率は、前期8.2%から1.3%p上昇し9.5%となりました。

4月より、自社ECサイトへの店舗受取機能の導入も開始し、利用状況も順調に推移しております。

EC自社サイトの売上高は、EC売上高の約6割程度となり、EC事業の成長を牽引しております。

ミャンマー事業につきましては、現地情勢における工場操業への大きな影響はないものの、新型コロナの影響を受けて一時操業を停止した期間(9日間)はありましたが、生産効率の向上に取り組んだことで、安定的な商品供給を行い、増収増益となりました。

ミャンマーからの仕入構成比率も、44.4%と前期比で6.2%p上昇し、仕入原価の低減に貢献しました。なお、ミャンマー子会社からは、24.0%となっており、前期から3.3%p上昇しております。

損益計算書(連結)

Honeys

(単位:百万円)

	21/5			22/5				
		売上比	前期比		売上比	前期比	見通し(1/6発表)	
								計画比
売上高	45,368	100.0%	106.6%	47,695	100.0%	105.1%	47,000	101.5%
売上総利益	26,831	59.1%	108.1%	28,741	60.3%	107.1%	27,800	103.4%
販管費	23,064	50.8%	102.9%	23,748	49.8%	103.0%	23,300	101.9%
うち人件費	9,815	21.6%	104.6%	9,896	20.7%	100.8%	-	-%
うち店舗使用料	5,751	12.7%	103.7%	5,937	12.4%	103.2%	-	-%
営業利益	3,767	8.3%	156.5%	4,993	10.5%	132.5%	4,500	111.0%
営業外損益	204	0.5%	225.7%	64	0.1%	31.4%	-	-%
うち為替差損益	25	0.1%	-%	▲72	▲0.2%	-%	-	-%
経常利益	3,971	8.8%	159.0%	5,057	10.6%	127.3%	4,500	112.4%
特別損益	▲251	▲0.6%	-%	▲118	▲0.2%	-%	-	-%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,403	5.3%	95.6%	3,255	6.8%	135.4%	2,900	112.2%

(注1) 特別利益として、助成金収入等計122百万円を計上しております。

(注2) 特別損失として、減損損失143百万円・固定資産除却損69百万円・新型コロナによる損失24百万円等、計240百万円を計上しております。

※ 2022年5月期年間配当につきましては、1株当たり35円【中間配当15円、期末配当20円(予定)】となっております。 2

<損益計算書(連結)>

連結損益計算書の概要は、ご覧のとおりです。

前期比で増収増益となり、計画も達成いたしました。

販管費につきましては、売上増加により、前期比103.0%の237億円となりました。

販管比率は、前期50.8%から1.0%p減少し、49.8%となりました。

営業利益、経常利益、親会社に帰属する当期純利益につきましては、

上期は新型コロナの影響を受けたことで計画並の着地となり、

下期は、1月、2月と影響を受け苦戦しましたが、3月以降、第4四半期は売上が回復したことで、

通期では、いずれも前期を上回り増益となりました。

年間配当金につきましては、連結配当性向30.0%を目標に、

1株当たり35円となる予定です。

安定配当を基本とし、期末配当金につきましては、1株当たり20円となる予定です。

損益計算書(日本セクター)

Honeys

(単位:百万円)

	21/5			22/5		
		売上比	前期比		売上比	前期比
売上高	45,368	100.0%	106.6%	47,695	100.0%	105.1%
売上総利益	26,819	59.1%	108.4%	28,358	59.5%	105.7%
販管費	22,994	50.7%	103.0%	23,680	49.7%	103.0%
うち人件費	9,773	21.5%	104.7%	9,856	20.7%	100.8%
うち店舗使用料	5,751	12.7%	103.7%	5,937	12.4%	103.2%
営業利益	3,825	8.4%	159.3%	4,677	9.8%	122.3%
営業外損益	185	0.4%	121.1%	66	0.1%	36.1%
うち為替差損益	24	0.1%	112.5%	▲62	▲0.1%	-%
経常利益	4,010	8.8%	157.0%	4,744	9.9%	118.3%
特別損益	▲254	▲0.6%	-%	▲75	▲0.2%	-%
当期純利益	2,437	5.4%	196.6%	3,040	6.4%	124.8%

(注1) 特別利益として、助成金収入121百万円を計上しております。

(注2) 特別損失として、減損損失114百万円・固定資産除却損69百万円・新型コロナによる損失9百万円等、計197百万円を計上しております。

3

<損益計算書(日本セクター)>

日本セクターの損益計算書の概要は、ご覧のとおりです。

前期比で増収増益となりました。

全店売上高は、前期比104.7%、既存店売上高は、前期比105.0%となりました。

営業利益、経常利益、親会社に帰属する当期純利益につきましては、いずれも第4四半期の売上回復が寄与し、増益となりました。

なお、第44期の期首より、収益認識に関する会計基準等の適用をしております。

当社が店頭で発行するメンバーズカードへ販売時に付与するポイントやEC販売における付与ポイントを収益認識し、その収益の計上を繰り延べております。

第44期にかかるその影響額は、資料記載の売上高、売上総利益への影響として1億63百万円の増加、販管費への影響として1億83百万円の減少、営業利益及び経常利益への影響として3億47百万円の増加が含まれております。

繰り延べた収益は、第44期の期首に(B/S)契約負債として19億円計上しており、第44期期末においては15億円となっております。

収益認識に関する影響を除いた場合においても、前期比で増収増益を確保しております。

- **ミャンマー事業は前期比で増収増益を確保**
 売上高前期比148.1%(上期:前期比117.8%、下期:前期比174.5%)
- **新型コロナの影響があるも、商品生産・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は値上がり、海上輸送の遅延は改善傾向**
 新型コロナの影響で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。
 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>

ミャンマー事業につきましては、新型コロナの影響のなか、生産効率の向上に取り組んだことで、安定的な商品供給を行い、増収増益となりました。

ミャンマー子会社の収益改善が、連結収益に寄与しております。

原材料や輸送コストなどの値上がりは継続しておりますが、
 原材料については、早期の確保に努め、集約するなど適宜対応しております。
 また、輸出対応としましては、複数のフォワーダー(荷主と運送業者をつなぐ役割を果たす事業者)を使用することでリスクを回避しております。

そのほか、現金調達、採用状況に問題はございません。

その他委託先の生産国や協力工場の稼働、生産体制にも問題ございません。
 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。

(単位:百万円)

	22/5				
	1Q (6~8月)	2Q (9~11月)	3Q (12~2月)	4Q (3~5月)	通期
売上高 (年間売上構成比)	10,505 (22.0%)	12,320 (25.8%)	9,561 (20.1%)	15,307 (32.1%)	47,695 (100.0%)
売上総利益 (売上総利益率)	6,159 (58.6%)	7,454 (60.5%)	5,499 (57.5%)	9,629 (62.9%)	28,741 (60.3%)
営業利益 (営業利益率)	459 (4.4%)	1,504 (12.2%)	▲260 (▲2.7%)	3,289 (21.5%)	4,993 (10.5%)

<四半期決算の推移(連結)>

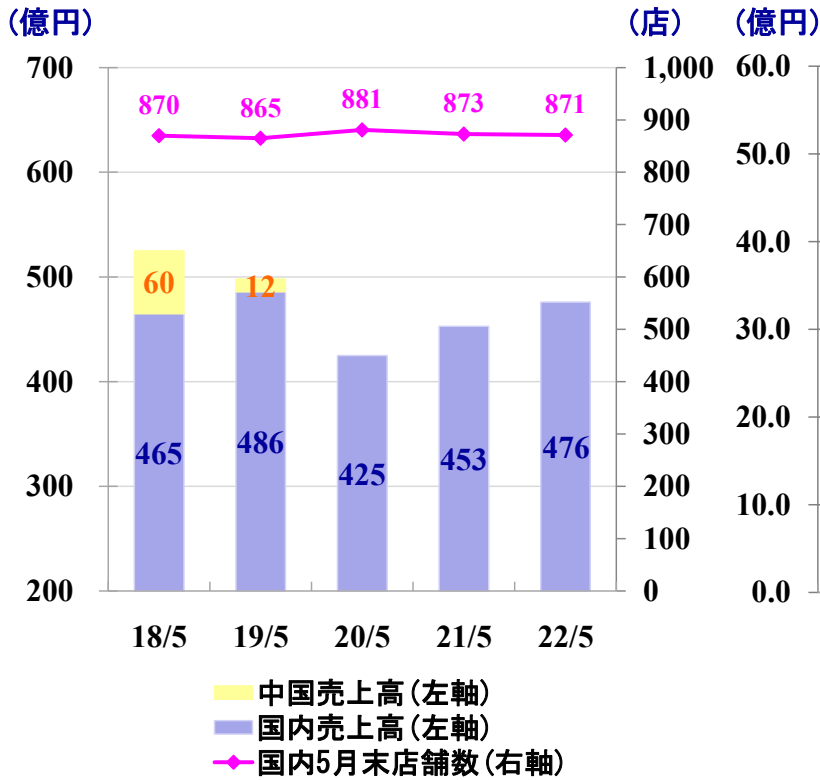
四半期決算の推移につきましては、資料記載のとおりです。

上期につきましては、8月、9月の新型コロナ(デルタ株)の全国的なまん延が店舗集客に影響したことで苦戦しました。

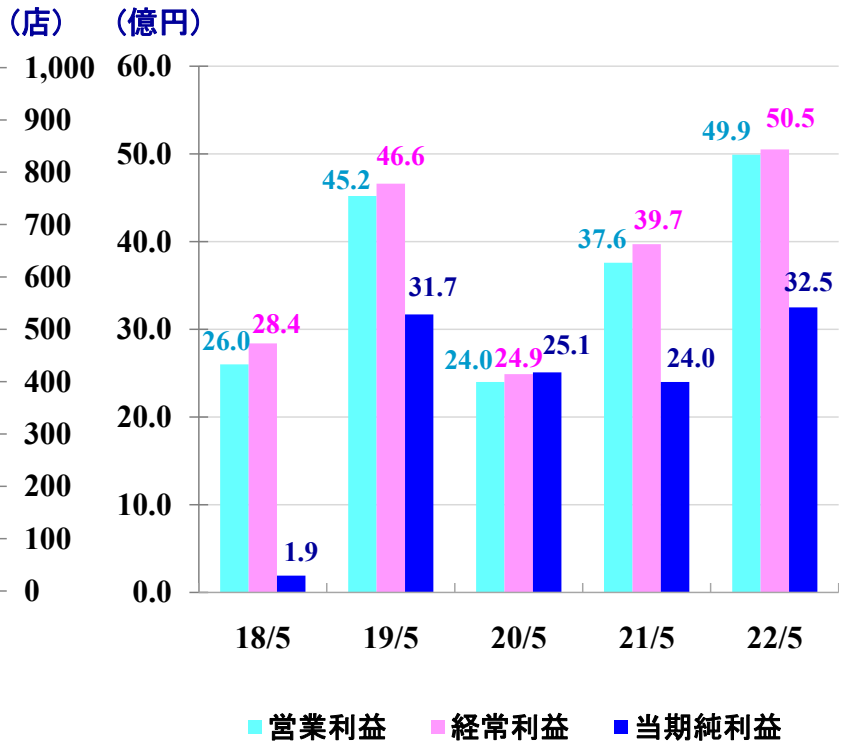
下期につきましては、1月、2月の新型コロナ(オミクロン株)の急拡大の影響をうけ苦戦したものの、3月以降の第4四半期に売上が回復しました。

通期におきましては、コロナ前(2019年5月期)以上の需要回復となった第4四半期が、収益に大きく寄与いたしました。

売上高・店舗数の推移



利益の推移



<2022年5月期 決算概要(業績推移)>

売上高・店舗数の推移、利益の推移は、ご覧のとおりです。

		22/5						
		1Q (6~8月)	2Q (9~11月)	上期 (6~11月)	3Q (12~2月)	4Q (3~5月)	下期 (12~5月)	通期
出	店	1	3	4	5	13	18	22
退	店	6	3	9	12	3	15	24
改	装	9	9	18	11	16	27	45

2022年5月末店舗数	871
-------------	-----

<店舗数と出退店の状況>

第44期は、
出店計画25店舗に対しまして22店舗、
退店計画25店舗に対しまして24店舗となり、
期首873店舗から2店舗純減して期末時点で871店舗となりました。

既存店は、好立地への移動や、増床を積極的に実施し、売上の底上げを図ってまいりました。
なお、改装実績のうち31件が増床案件となっており、今期の売上に寄与します。

			(前期比%)			
			19/5	20/5	21/5	22/5
全店 (直営店)	売上		104.9	87.6	106.6	104.7
	客数		106.1	87.8	107.1	98.6
	客単価		98.8	99.7	99.5	106.2
	I単価		98.3	99.9	94.1	105.1
	一人あたり買上点数		100.5	99.8	105.7	101.1
既存店	売上		104.4	87.1	105.8	105.0
	客数		105.6	87.3	106.2	99.0
	客単価		98.8	99.8	99.6	106.1
	I単価		98.0	99.7	94.0	104.9
	一人あたり買上点数		100.8	100.1	105.9	101.2

<客数・客単価>

全店、既存店における客数、客単価等の推移につきましては、ご覧のとおりです。

既存店におきましては、
客数が前期比99.0%となりましたが、
客単価が106.1%となったことで
既存店売上高も前期比105.0%と伸長しました。

(単位:百万円)

	21/5		22/5		
	売上高	構成比	売上高	構成比	前期比
グ ラ シ ア	14,280	31.5%	15,089	31.8%	105.7%
シネマクラブ	13,028	28.7%	14,439	30.4%	110.8%
コ ル ザ	12,673	27.9%	12,679	26.7%	100.0%
雑 貨	5,301	11.7%	5,221	11.0%	98.5%
そ の 他	82	0.2%	75	0.1%	91.7%
合 計	45,365	100.0%	47,506	100.0%	104.7%

<ブランド別売上高>

グラシアにつきましては、全体的に商品回転がよく、強化商品のジャケット、ブラウスを中心に売上高が伸長し、下期は、オケーション需要、通勤需要やお出掛け需要の回復もあって好調に推移しました。

シネマクラブにつきましても、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高が伸長し、通期を通して好調に推移しました。

コルザにつきましては、前期好評となった(鬼滅の刃)関連商品の反動があったものの、ニット、ジャケット、パンツを中心に売上が伸長し、キャラクター商品ではサンリオ、スヌーピーが好調となりました。

雑貨につきましては、前期好調となったマスク販売の反動があったものの、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たほか、下期にはオケーション需要やお出掛け需要の回復もありました。

マスク販売の影響を除いた場合では、前期比111.6%と伸長しております。

(単位:%)

	18/5	19/5	20/5	21/5	22/5
人件費	21.4	20.1	22.0	21.6	20.7
店舗費	22.7	21.3	22.1	21.3	20.7
減価償却費	2.2	1.7	2.1	1.9	2.0
その他	5.8	5.5	6.5	6.0	6.4
販管費計	52.1	48.6	52.7	50.8	49.8

(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)>

販管費の売上高に対する構成比は、ご覧のとおりです。

販管比率につきましては、売上高の回復に伴い、前期50.8%から1.0%p減少し、49.8%となりました。

人件費につきましては、前期比100.8%の98億円となり、前期同水準で推移いたしました。

店舗費につきましては、前期比102.3%の98億円となり、主に第4四半期の売上高の回復による店舗使用料等で増加いたしました。

減価償却費につきましては、新規出店にかかるもののほか、物流センターの増改築の完了に伴い、前期比113.5%の9億円となりました。

その他(変動経費+その他販管費、減価償却費除く)につきましては、前期比109.8%の30億円となりました。

主にEC事業の売上伸長に伴う発送費用や販売手数料、またクレジット決済や電子決済などの決済手段の多様化による手数料が増加いたしました。

貸借対照表(連結)

(単位:百万円)

	21/5		22/5		
		構成比		構成比	前期比
流動資産	25,280	58.6%	27,814	59.7%	110.0%
現金及び預金	13,669	31.7%	12,537	26.9%	91.7%
棚卸資産	6,792	15.7%	7,511	16.1%	110.6%
固定資産	17,887	41.4%	18,764	40.3%	104.9%
有形固定資産	10,280	23.8%	10,424	22.4%	101.4%
無形固定資産	298	0.7%	272	0.6%	91.4%
投資その他の資産	7,308	16.9%	8,067	17.3%	110.4%
総資産	43,167	100.0%	46,579	100.0%	107.9%
流動負債	4,792	11.1%	5,925	12.7%	123.6%
固定負債	2,661	6.2%	2,899	6.2%	109.0%
純資産	35,714	82.7%	37,754	81.1%	105.7%
株主資本	35,038	81.1%	36,202	77.8%	103.3%
その他の包括利益累計額	675	1.6%	1,552	3.3%	229.7%

- 流動比率 :21/5期 527.5% ⇒ 22/5期 469.4%
- 自己資本比率 :21/5期 82.7% ⇒ 22/5期 81.1%

<貸借対照表(連結)>

連結貸借対照表の概要につきましては、ご覧のとおりです。

2022年5月期末時点におきましては、現金及び預金が、前期末から11億32百万円減少し、125億37百万円となりました。

棚卸資産は、前期末から7億19百万円増加して、75億11百万円となりました。

店頭へのタイムリーな投入と納期遅れ回避のため、前もっての十分な在庫を確保しており、適正な水準を維持しております。

流動負債につきましては、収益認識に関する会計基準等を期首より適用したことに伴い、契約負債が前期末から15億79百万円増加しております。

純資産につきましては、収益認識に関する会計基準等を期首より適用したことに伴い、期首利益剰余金が12億53百万円減少し、当期の利益剰余金が24億18百万円増加したこと等により、前期末から20億40百万円増加し、377億54百万円となりました。

自己資本比率、流動比率につきましては、資料記載のとおり引き続き財務の健全性を維持し、運転資金等の資金流動性は十分に確保しております。

キャッシュ・フロー計算書(連結)

Honeys

(単位:百万円)

	21/5	22/5	
			増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,707	2,213	▲5,493
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲1,880	▲2,472	▲591
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲978	▲837	141
現金及び現金同等物の増減額	4,824	▲1,132	▲5,957
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	13,669	12,537	▲1,132

▶営業活動：税金等調整前当期純利益の増加、棚卸資産の増加、未払消費税等の減少等

▶投資活動：有形固定資産の取得等

12

<キャッシュ・フロー計算書(連結)>

各キャッシュ・フローの概況です。

営業活動の結果、得られた資金は、前期比71.3%減の22億13百万円となりました。

営業キャッシュ・フローが、前期比で約55億円減少した主な要因としては、第43期の棚卸資産が、新型コロナの影響を踏まえて在庫調整等を実施した結果、16億50百万円のキャッシュ・インとなったことに対し、

第44期は、売上の回復を見込み仕入を強化したことで、7億38百万円のキャッシュ・アウトとなったため、23億円の差額が出ました。

また売上債権も、第43期は39百万円の増加に対し、第44期は7億31百万円の増加となりました。

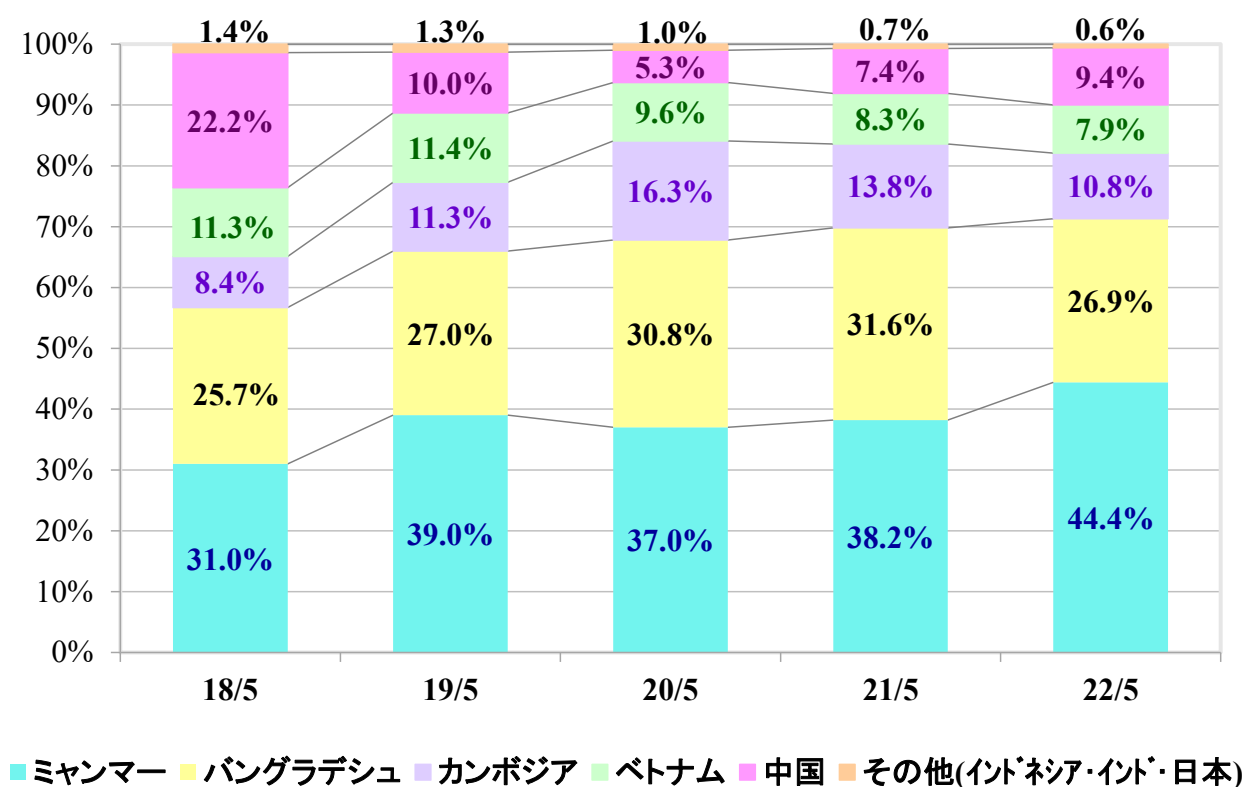
そのほか、法人税等の支払が、第43期は4百万円であったことに対し、第44期は16億88百万円となったことなどによるものです。

投資活動の結果、使用した資金は、前期比31.5%増の24億72百万円となりました。

これは、主に差入保証金の回収により2億26百万円資金が増加した一方、新規出店や改装のほか、物流センターの増築工事等に伴う有形固定資産の取得として13億49百万円支出したことによるものです。

財務活動の結果、使用した資金は、前期比14.4%減の8億37百万円となりました。

これは、主に配当金8億36百万円の支出によるものです。



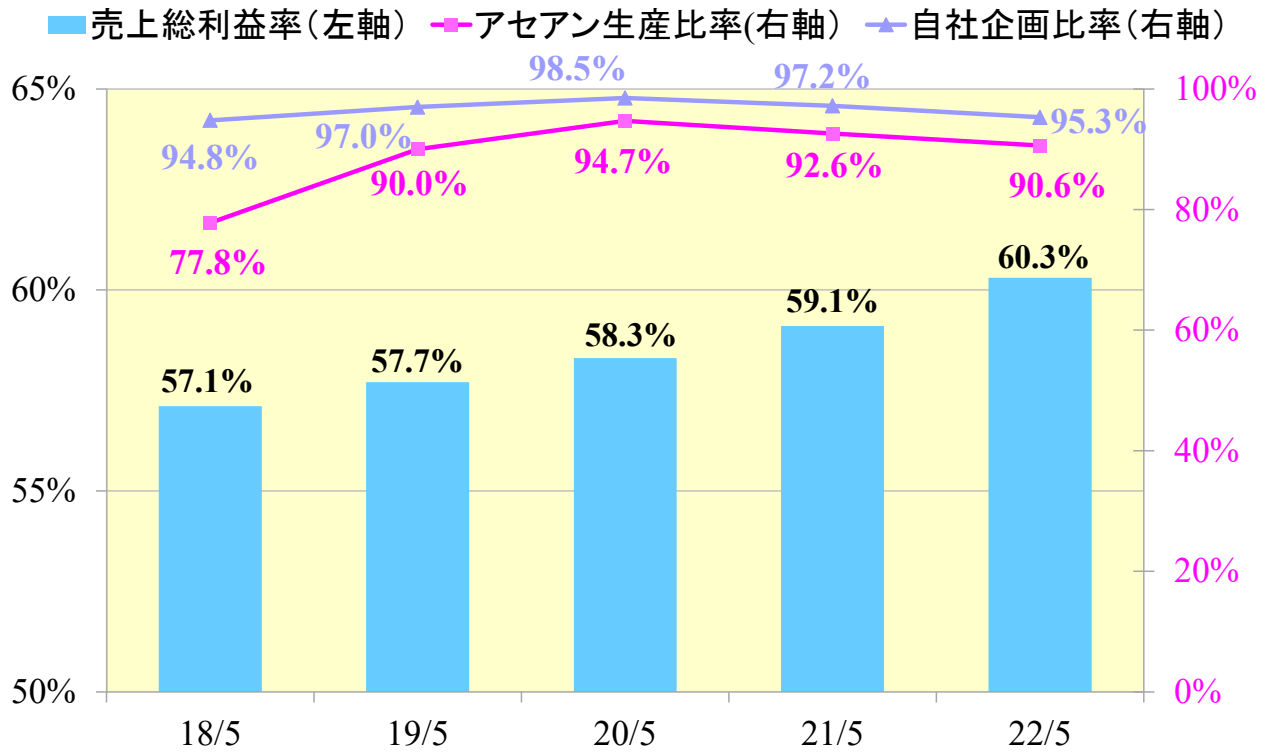
<生産国別仕入状況(洋服のみ)>

生産国別の仕入状況は、ご覧のとおりです。

新型コロナの影響により、若干のシェアの変動はあるものの、引き続き高いアセアン生産比率を維持しており、入荷遅れ等による販売チャンスロス回避のため、適時・適切な生産国・サプライヤーに発注を行っております。

実績としましては、ミャンマーが44.4%と前期から6.2%p増加しました。
ミャンマー子会社は24.0%と前期から3.3%p増加しております。

その他、バングラデシュ26.9%、カンボジア10.8%、ベトナム7.9%、中国9.4%となりました。



(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>

売上総利益率と自社企画比率の推移につきましては、ご覧のとおりです。

高いアセアン生産比率と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るほか、ミャンマー子会社の生産効率の向上も高い水準の要因となりました。

2023年5月期方針と業績見通し

■日本セクター

- ⇒ 商品企画力の強化と適正価格の追求
新たな顧客・年代層を獲得するため、サイズ展開の拡充を図る。
商品原価の上昇を見込み、適正価格を追求していく。
- ⇒ 売場リフレッシュの継続
「居心地がよい店舗」を目指し、不振店舗の改善や売場の最適化、
商品陳列の高度化を図る。
- ⇒ EC事業の強化
OMOによるサービスとお客様の利便性向上を目指す。
- ⇒ サステナブル課題への取り組み
従業員満足度の向上を図っていくほか、引き続き環境配慮型商品の取り扱い
を促進する。

<2023年5月期の方針>

■日本セクター

2023年5月期の方針につきましては、ご覧のとおりです。

商品企画力の強化と適正価格の追求につきましては、

SSサイズやLLサイズ、3Lサイズなど幅広いお客様の需要に応えていくなど、お客様視点での商品企画を行うことで販売チャンスロスを防ぎ、新たな客層や年代層の獲得を図ってまいります。また、商品原価の上昇を見込み、適正な価格を追求していくことに加え、機能性素材などの付加価値を探究して魅力ある商品をお客様へ訴求してまいります。

売場リフレッシュの継続につきましては、

全国にある店舗網はお客様との接点を深める役割があることから、思わず入りたくなるような魅力ある店舗づくりを行い、継続して不振店舗の改善を図って「居心地のよい店舗」を目指してまいります。

EC事業の強化につきましては、

決済手段の拡充を図っていくほか、店舗との連携をさらに強化して顧客体験価値の向上を図ってまいります。今年4月には店舗受取機能の導入を開始いたしましたが、今期もOMOを推進し、店舗との相互送客の拡大やパーソナライズしたマーケティングを強化するなど、積極的な投資を行ってまいります。

サステナブル課題への取り組みにつきましては、

引き続き環境に配慮した素材を用いた商品の取り扱いを促進していくほか、ワークライフバランスの実現に向けたES(従業員満足度)の向上にも取り組み、労働環境の整備や働きがいなど各自のモチベーションの向上を図ることで、生産性の向上や人材の定着を図ってまいります。

■ミャンマー事業

- ⇒ 魅力ある価格実現のため、積極的な自動化設備の導入で省人化と生産の合理化を図る。
- ⇒ 原材料の集約により、原価低減と安定した商品の供給を維持する。
- ⇒ 第3工場の建設に向けた準備を開始。

<2023年5月期の方針>

■ミャンマー事業

ミャンマー事業につきましては、

設備の自動化等を検討し、商品生産力・供給力の安定化と効率化を進め、品質の確保やコスト削減を追求してまいります。

また、今期は第2工場敷地内への第3工場の建設と、生産設備の取得を行う準備を再開し、あわせて、従業員の福利厚生のための、食堂の移設新築等も検討しております。

ミャンマー国内における雇用や従業員の生活の安定化に加え、労働環境の整備、福利厚生の充実にも引き続き努めてまいります。

なお、現在は第3工場の建設をMIC(ミャンマー投資委員会)へ申請中であり、正式な承認と許可が下り次第、着工する予定です。

現時点の見通しでは、8月頃着工し、稼働は来期を見込んでおります。

■業績見通しの前提

- ⇒ 新型コロナの影響については、緩やかに平常化へ向かうことを前提として想定。
- ⇒ 既存店売上高 前期比103.4%(上期106.9% 下期100.2%)
- ⇒ 客単価は、今期秋・冬物商品から10~13%上昇の見込み。
(※一部の定番商品については、価格を据え置く見込み。)

■出退店計画

- ⇒ 新規出店20店舗、退店20店舗、改装30店舗

<2023年5月期業績見通し>

今期業績の見通しの前提です。

新型コロナの影響につきましては、感染対策や規制緩和の進展を背景とし、緩やかに平常化へ向かうことを前提として想定しております。

業績予想につきましては、

既存店売上高が前期比で103.4%(上期106.9%、下期100.2%)を見込みます。

前期、新型コロナの影響があった8月・9月、1月・2月の売上回復と、

各種イベントの開催、旅行、行楽シーズンのお出かけ需要などを見込んでおります。

また、今期は原材料等の高騰による商品価格の上昇を見込み、

客単価で、今期秋・冬物商品から10~13%程度の上昇を見込んでおります。

ただ、定番商品などの一部商品については、価格を据え置く見込みです。

今期出退店の状況につきましては、

出店20店舗、退店20店舗を見込み、スクラップ&ビルドを継続して実施していくほか、

改装30店舗程度を見込み、好立地への移動や、増床を積極的に実施してまいります。

2023年5月期 業績予想(連結)

Honeys

(単位:百万円)

	上期予想			下期予想			通期予想			
	22/5	23/5	前期比	22/5	23/5	前期比	22/5	23/5	増減	前期比
売上高	22,826	24,900	109.1%	24,869	25,600	102.9%	47,695	50,500	2,804	105.9%
売上総利益	13,613	14,600	107.2%	15,128	15,300	101.1%	28,741	29,900	1,158	104.0%
販管費	11,649	12,100	103.9%	12,099	12,300	101.7%	23,748	24,400	651	102.7%
営業利益	1,963	2,500	127.3%	3,029	3,000	99.0%	4,993	5,500	506	110.2%
経常利益	2,065	2,500	121.0%	2,991	3,000	100.3%	5,057	5,500	442	108.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,363	1,620	118.9%	1,891	1,880	99.4%	3,255	3,500	244	107.5%

※年間配当は1株当たり40円(中間配当20円、期末配当20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35円となっております。

(注)特別損失として、固定資産除却損88百万円、減損損失120百万円等、計220百万円を見込んでおります。

19

<2023年5月期 業績予想(連結)>

2023年5月期の業績予想につきましては、ご覧のとおりです。

売上高は、前期比105.9%の505億円、
また、EC事業につきましては、前期比114.6%の売上高52億円、
EC化率は、前期9.5%から0.8%p増の10.3%を目指します。

売上総利益率は、商品原価の上昇を見込んでおり、
前期60.3%から1.1%p減少の59.2%を見込みます。

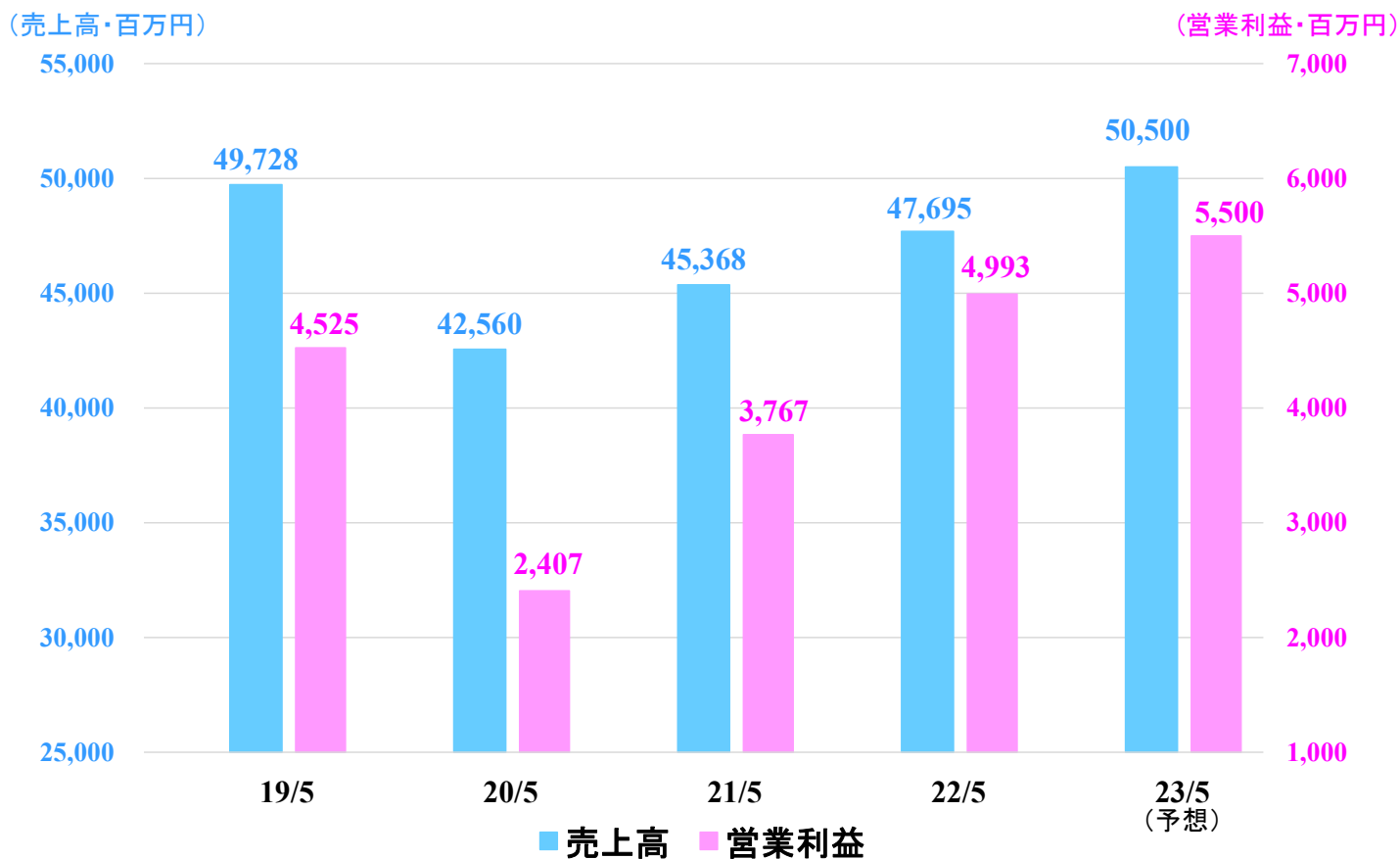
販管費は、前期比102.7%の244億円を見込み、
営業利益、経常利益は55億円、親会社に帰属する当期純利益は、35億円を見込みます。

配当については、連結配当性向30%を目標とし、
2023年5月期の配当は、中間配当20円、期末配当20円の年間40円を予想いたします。

なお、第45期にかかる収益認識に関する会計基準等の影響額は、
売上高、売上総利益への影響として5億円の増加、
販管費への影響として1億44百万円の減少、
営業利益及び経常利益への影響として6億44百万円の増加の影響が含まれております。

収益認識に関する影響を除いた場合においても、前期比で増収増益となる見込みです。

売上高・営業利益の推移(連結)



<売上高・営業利益の推移(連結)>

売上高、営業利益の推移は、ご覧のとおりです。

(単位:百万円)

	22/5		23/5(予想)		
		構成比		構成比	前期比
日本セクター	1,719	99.2%	1,400	70.0%	81.4%
ミャンマー子会社	14	0.8%	600	30.0%	4261.4%
合計	1,733	100.0%	2,000	100.0%	115.4%

減価償却費	970	—	1,200	—	123.7%
-------	-----	---	-------	---	--------

➤出店計画：国内新規出店20

<2023年5月期設備投資計画>

日本セクターの設備投資計画は、
新規出店20店舗、改装30店舗にかかるもののほか、EC事業へ投資など、
14億円程度を見込みます。

ミャンマー事業は、
設備の自動化等を進めるほか、第3工場の建設に向けた準備など、
6億円程度を見込んでおります。

経営数値目標(連結)

	2025年5月期
売上高	550億円
営業利益	60億円
営業利益率	10.9%
ROE	9.0%
EC売上比率	14.5%

<経営数値目標(連結)>

2023年5月期から2025年5月期の3カ年において、
当社グループは、新しい「経営ビジョン」のもと、新たな中期経営計画を策定いたしました。

2025年5月期には、
売上高550億円、営業利益60億円、営業利益率10.9%、ROE9.0%、EC売上比率14.5%を目指します。

なお、経営方針や中期経営計画の骨子等の内容については、
当社ホームページに掲載しております。

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。

(ご参考)ブランドコンセプト

ブランド	コンセプト・年代
グラシア(GL) 大人系(36%) 	<p>■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></p> <p>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。</p>
シネマクラブ(CC) ベーシック(33%) 	<p>■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</p> <p>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ー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。</p>
コルザ(CZ) ヤング系(31%) 	<p>■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></p> <p>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。</p>

(ご参考)ブランド紹介



GLACIER

大人の女性のためのおしゃれ着ブランド

ボリューム袖ブラウス …… 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ノンエイジブランド

マオカラーチュニック …… 2,280円
針抜きテレコタンクトップ …… 780円
デニムストレートパンツ …… 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

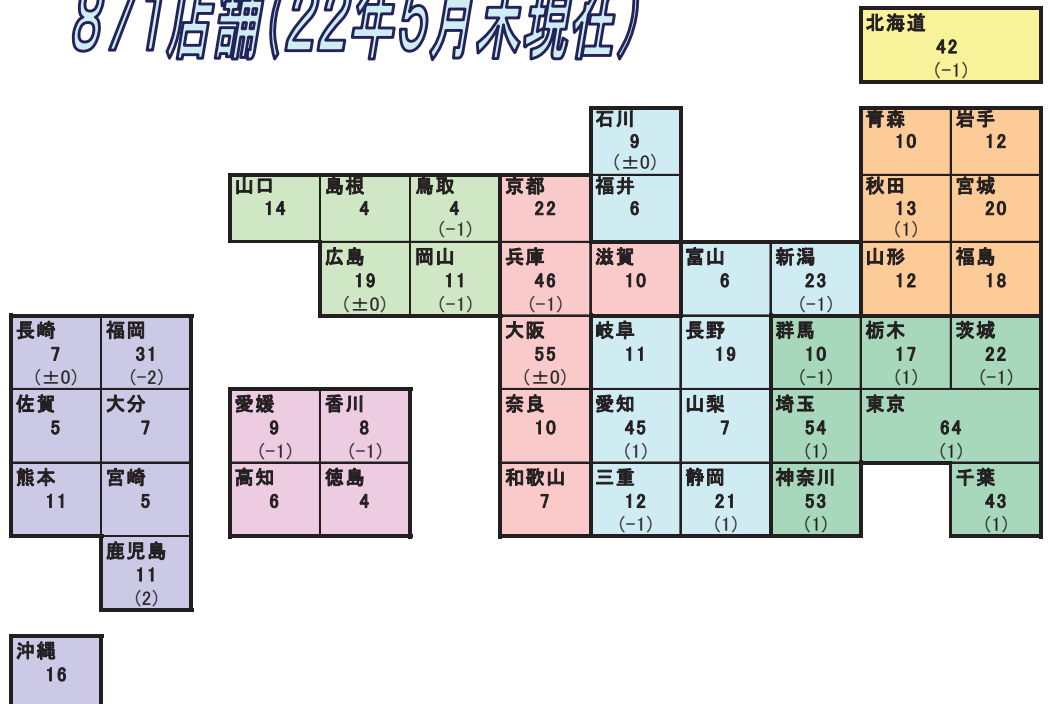
ドロストブラウス …… 1,980円
ダメージスキニー …… 2,480円

(ご参考)店舗網(国内)

871店舗(22年5月末現在)

地域	店舗数
北海道	42 (-1)
東北	85 (+1)
関東	263 (+3)
北陸・中部	159 (±0)
近畿	150 (-1)
中国	52 (-2)
四国	27 (-2)
九州	93 (±0)
計	871 (-2)

22年5月末現在



(注)括弧内は21年5月末からの増減数
22店舗出店、24店舗退店「純減2店舗」

(ご参考)最近の店舗紹介

Honeys



ハニーズ 大宮ステラタウン店(埼玉県)



ハニーズ アルカキット 錦糸町店(東京都)

27

(ご参考)最近の店舗紹介

Honeys



ハニーズ イオンスタイル品川シーサイド店(東京都)



ハニーズ ゆめタウン廿日市店(広島県)

28