

株式会社ハニーズホールディングス
2023年5月期第2四半期決算説明会

Honeys Holdings

2023年1月6日(金)

2023年5月期第2四半期(6月～11月)決算のポイントHoneys

■連結

- ⇒ 売上高260億円(前期比114.2%、計画比104.7%)
- ⇒ 売上総利益率59.6%(前期同率)、アセアン生産比率の維持。
- ⇒ 新型コロナの影響が緩和し、外出需要も回復基調で増収増益。
- ⇒ 仕入原価は上昇傾向、商品価格の一部見直しも、客数・買上点数への影響は軽微。

■EC事業

- ⇒ 売上高25億円(前期比128.0%、計画比107.7%)。
- ⇒ EC化率は前期8.9%から10.0%(+1.1%)に拡大。
- ⇒ 自社ECサイトのユーザビリティ向上やWEB広告、SNS等を活用した集客を実施するなど積極的な販促活動に注力。

■ミャンマー事業

- ⇒ 前期比及び計画比で増収増益を確保。
- ⇒ 引き続き生産効率の向上に努め、安定的な商品供給体制を維持。
- ⇒ 現地通貨安の影響で燃料価格が高騰。原材料や資材を集約し、閑散期の活用など計画的な生産を維持。
- ⇒ 複数のフォワーダー利用で輸送遅延のリスク分散を継続。
海上輸送コストは値下がり傾向。

1

<2023年5月期第2四半期決算のポイント>

第45期、第2四半期決算まで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。

新型コロナウイルス感染症第7波の拡大や、天候要因も一部ありましたが、新型コロナの影響も従前より緩和して外出需要も回復し、気温の推移とともにプロパー消化が好調となって、連結売上高は前期比114.2%の260億円と増収となりました。また、計画比も104.7%とクリアしました。

今期は、原材料価格の上昇や円安進展などもあり、仕入原価が上昇傾向となったことで、商品価格の一部見直しを行いました。値上げ幅が小さいことで、客数や買上点数への影響は軽微となりました。

売上総利益率は、59.6%と前期同率となり、高い水準を維持しました。

要因としては、お客様の需要に合わせ、商品を適時投入し、プロパー消化の促進と販売チャンスロス の低減に加え、セール期の値引き抑制や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向上による収益が、連結売上総利益率を0.5%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、売上高は、前期比128.0%の25億円となりました。

EC化率は、前期8.9%から1.1%上昇し10.0%となりました。

自社ECサイトも伸長し、「店舗受取機能」の利用状況も順調な推移となっております。

自社ECサイトの売上高は、EC売上高の約6割程度と、事業の成長を引き続き牽引しております。

ミャンマー事業につきましては、現地情勢や新型コロナによる工場操業への大きな影響はないものの、

現地通貨安の影響で燃料価格が高騰しており、電力不足もあって自家発電用オイルの使用量が増加して、製造原価に影響しております。一方、海上輸送コストは値下がり傾向となっております。

商品供給体制については、引き続き生産効率の向上に取り組み、安定的な商品供給を行うため、原材料や資材を集約し、閑散期の活用など計画的な生産を維持しております。

また、ミャンマーからの仕入構成比率も、48.0%と前期比で11.3%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25.7%となっており、前期から5.9%上昇しております。

損益計算書(連結)

Honeys

(単位:百万円)

	21/11			22/11				
		売上比	前期比		売上比	前期比	期首計画	計画比
売上高	22,826	100.0%	96.7%	26,067	100.0%	114.2%	24,900	104.7%
売上総利益	13,613	59.6%	97.8%	15,535	59.6%	114.1%	14,600	106.4%
販管費	11,649	51.0%	100.7%	12,450	47.8%	106.9%	12,100	102.9%
うち人件費	4,915	21.5%	99.0%	5,178	19.9%	105.4%	-	-
うち店舗使用料	2,900	12.7%	101.5%	3,072	11.8%	106.0%	-	-
営業利益	1,963	8.6%	83.3%	3,085	11.8%	157.1%	2,500	123.4%
営業外損益	101	0.4%	241.0%	210	0.8%	207.3%	-	-
うち為替差損益	39	0.2%	-%	125	0.5%	315.5%	-	-
経常利益	2,065	9.0%	86.1%	3,296	12.6%	159.6%	2,500	131.8%
特別損益	32	0.1%	35.8%	▲53	▲0.2%	-%	-	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,363	6.0%	84.6%	2,173	8.3%	159.5%	1,620	134.2%

(注) 特別損失として、減損損失30百万円・固定資産除却損22百万円等、計53百万円を計上しております。

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、主に売上増加に伴う店舗経費のほか、
新規出店、改装にかかる設備費用や
給与ベースアップに加え、「顧客満足度調査」4年連続No.1の評価、
インフレ手当を含む好調な業績に伴う手当の増額などで人件費が計画を超過したことで、
前期比106.9%の124億円となりました。
販管比率は、前期51.0%から3.2%減少し、47.8%となりました。

営業利益、経常利益、親会社に帰属する四半期純利益につきましては、
いずれも前期を上回り、増益となりました。

損益計算書(日本セクター)

Honeys

(単位:百万円)

	21/11			22/11		
		売上比	前期比		売上比	前期比
売上高	22,826	100.0%	96.7%	26,067	100.0%	114.2%
売上総利益	13,533	59.3%	97.2%	15,399	59.1%	113.8%
販管費	11,615	50.9%	100.7%	12,409	47.6%	106.8%
うち人件費	4,895	21.4%	99.0%	5,153	19.8%	105.3%
うち店舗使用料	2,900	12.7%	101.5%	3,072	11.8%	106.0%
営業利益	1,918	8.4%	80.1%	2,990	11.5%	155.9%
営業外損益	29	0.1%	68.4%	34	0.1%	119.1%
うち為替差損益	▲29	▲0.1%	-%	▲37	▲0.1%	-%
経常利益	1,947	8.5%	79.9%	3,025	11.6%	155.4%
特別損益	46	0.2%	53.6%	▲53	▲0.2%	-%
四半期純利益	1,294	5.7%	78.5%	1,945	7.5%	150.3%

(注) 特別損失として、減損損失30百万円・固定資産除却損22百万円、計53百万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。

日本セクターの売上高は、前期比114.2%、

既存店売上高は、計画106.9%に対し5.6%増の前期比112.5%となりました。

営業利益、経常利益、四半期純利益につきましては、

いずれも前期を上回り、増益となりました。

(単位:百万円)

	21/11			22/11				
		影響額	影響除く		影響額	影響除く	前期差	前期比
売上高	22,826	19	22,806	26,067	199	25,867	3,060	113.4%
売上総利益	13,613	19	13,593	15,535	199	15,335	1,742	112.8%
売上総利益率	59.6%	-	59.6%	59.6%	-	59.3%	▲0.3%	-
販管費	11,649	▲88	11,737	12,450	▲96	12,547	809	106.9%
営業利益	1,963	108	1,855	3,085	296	2,788	933	150.3%
経常利益	2,065	108	1,957	3,296	296	2,999	1,042	153.2%

<収益認識影響額>

前期より、収益認識に関する会計基準等の適用をしておりますが、その影響額は、ご覧のとおりです。

売上高及び売上総利益に1億99百万円の増収効果、
また、販管費に96百万円の減少効果が含まれており、

営業利益及び経常利益への影響額として2億96百万円の増益効果が含まれております。

なお、当社店頭で発行していたメンバーズカードへの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が、繰り延べた収益は、当期期首に、貸借対照表の契約負債に15億円計上しており、2022年11月末時点では12億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。

■増収増益を確保

- ⇒ 売上高前期比153.3%、計画比113.5%
- ⇒ ミャンマー生産割合の増加、船の遅延解消。

■商品の生産・供給体制は問題なく維持

- ⇒ 生産効率の向上に努め、商品を安定供給。

■製造原価への影響

- ⇒ 原材料は一時より落ち着いた状況。輸送コストは値下がり傾向。
- ⇒ 現地物価高で燃料価格が高騰し、自家発電用オイルの使用量が増加。

＜ミャンマー事業＞

ミャンマー事業につきましては、引き続き生産効率の向上に取り組み、ミャンマー生産割合が増加したほか、船の遅延解消もあり、安定的な商品供給を行ったことで、前期比及び計画比ともに、増収増益を確保しました。

ミャンマー子会社の収益が、連結収益に寄与しております。

綿花などの原材料は一時高騰していたものの、直近では落ち着いている状況となっており、輸送コストについても値下がり傾向となっております。

原材料については、早期確保に努め、集約するなど適宜対応し、また、輸出対応も、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）を複数使用することでリスク回避に努めております。

現金調達、採用状況に問題はございません。

そのほか、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。引き続き、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)

	23/5		
	1Q (6~8月)	2Q (9~11月)	上期
売上高	11,806	14,260	26,067
売上総利益 (売上総利益率)	6,963 (59.0%)	8,572 (60.1%)	15,535 (59.6%)
営業利益 (営業利益率)	967 (8.2%)	2,117 (14.8%)	3,085 (11.8%)

<四半期決算の推移(連結)>

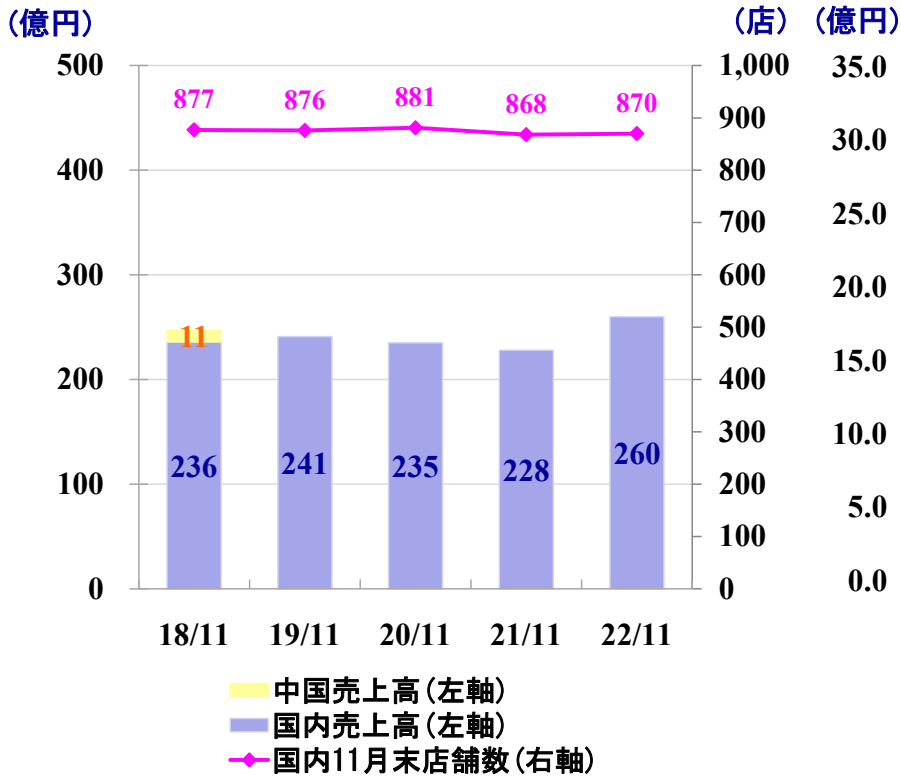
四半期決算の推移につきましては、資料記載のとおりです。

第1四半期は、新型コロナ第7波の拡大や、大雨などの天候要因もあり、客数の伸び悩みも見られましたが、行動制限の無いお盆期間となるなど外出需要は継続し、気温の推移にあわせて夏物、晩夏初秋・秋物商品が活発に動きました。

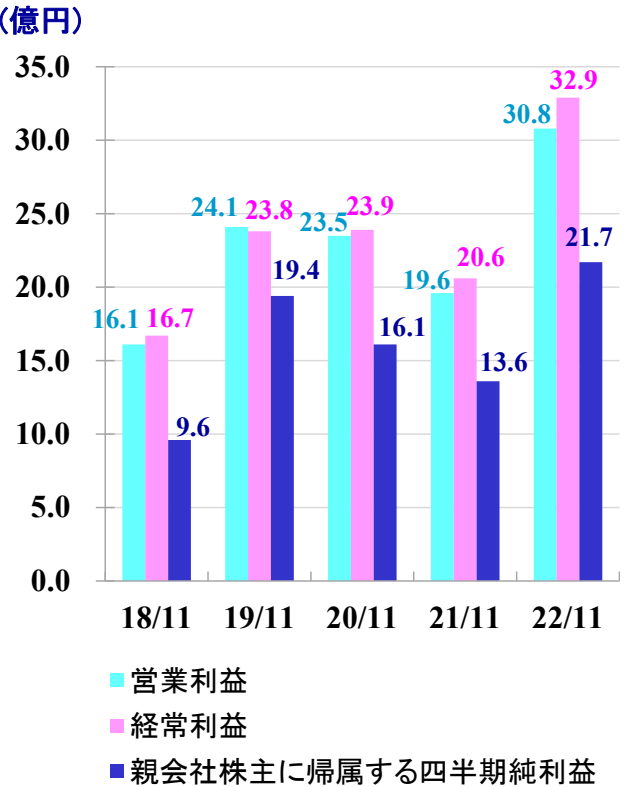
第2四半期は、台風の影響などありましたが、新型コロナの影響も縮小し、外出需要が回復したことで夏物消化や気温低下とともに秋物商品が好調に動きました。

2023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



<2023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、ご覧のとおりです。
売上高、各利益ともに、コロナ前の2019年実績を上回りました。

		23/5		
		1Q (6~8月)	2Q (9~11月)	上期 (6~11月)
出	店	2	12	14
退	店	7	8	15
改	装	8	9	17
2022年11月末店舗数				870

<店舗数と出退店の状況>

第45期上期は、
出店計画9店舗に対しまして14店舗、
退店計画12店舗に対しまして15店舗となり、
期首871店舗から1店舗純減して11月末時点で870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17店舗のうち、15件が増床案件となっており、
増床改装後の店舗売上は、前期比で平均157%と今期の売上に寄与しております。

		(前期比%)			
		19/11	20/11	21/11	22/11
直 営 店	売 上	102.1	97.6	96.6	112.9
	客 数	101.4	98.3	93.2	102.9
	客 単 価	100.7	99.3	103.6	109.8
	I 単 価	103.7	93.5	101.3	110.8
	一人あたり買上点数	97.2	106.2	102.3	99.1
既 存 店	売 上	102.0	96.6	96.7	112.5
	客 数	101.2	97.1	93.4	102.7
	客 単 価	100.7	99.5	103.5	109.6
	I 単 価	103.4	93.5	101.1	110.5
	一人あたり買上点数	97.4	106.5	102.4	99.2

<客数・客単価>

直営店、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、

I単価が、前期比110.5%となりましたが、

買上点数は前年並みの99.2%、

客数は102.7%と前期から伸長したことで

既存店売上高も前期比112.5%と伸長しました。

(単位:百万円)

	21/11		22/11		
	売上高	構成比	売上高	構成比	前期比
グ ラ シ ア	6,780	29.7%	8,074	31.2%	119.1%
シネマクラブ	7,159	31.4%	7,739	29.9%	108.1%
コ ル ザ	6,313	27.7%	6,958	26.9%	110.2%
雑 貨	2,510	11.0%	2,939	11.4%	117.1%
そ の 他	29	0.2%	142	0.6%	476.4%
合 計	22,793	100.0%	25,855	100.0%	113.4%

<ブランド別売上高>

グラシアにつきましては、カットソー、スカート、ブラウスなどの通勤向けアイテムや、外出機会が増えたことで、上期を通してお出かけ需要商品が好調に推移しました。秋口からはブラウスの「裏地あったかシリーズ」を強化したほか、気温低下とともにニット、ジャケット商品も好調に推移しました。

シネマクラブにつきましては、カットソー、スカート、ニット、ブラウスを強化し、気温低下とともに「裏地あったかシリーズ」が秋口から好調に推移しました。

コルザにつきましては、ニットベストを強化してシーズンにあわせた商品展開を実施したほか、在庫を充実したショートパンツや、気温低下とともにスカート、ニット、ワンピースなどが売れ筋となりました。

雑貨につきましては、外出機会が増えたことで、上期を通してお出かけ需要商品が好調に推移しました。

バック、シューズの売上が大きく伸長したほか、下着やソックスなどの生活必需品も継続して好調となりました。

その他につきましては、

今期8月より、スクロール社との卸売り販売を開始したことで、

その卸売上113百万円が含まれております。

(単位:%)

	18/11	19/11	20/11	21/11	22/11
人件費	20.8	20.3	21.0	21.5	19.9
店舗費	21.9	20.8	20.3	21.2	19.7
減価償却費	1.7	1.8	1.9	2.1	1.9
その他	5.6	5.7	5.8	6.2	6.3
販管費計	50.0	48.6	49.0	51.0	47.8

(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、売上高が好調となったことで、前期51.0%から3.2%減少し、47.8%となりました。

人件費につきましては、前期比105.4%の51億円となり、給与ベースアップのほか、業績好調に伴う手当の支給などで増加しました。

店舗費につきましては、前期比106.5%の51億円となり、主に売上増加に伴う店舗経費やEC販売にかかる費用などで増加しました。

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、前期物流センター増改築の完了に伴い、前期比105.5%の4億円となりました。

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113.7%の16億円となりました。

主にEC販売の伸長に伴う発送費用や販売手数料、またクレジット決済などのキャッシュレス化に伴う手数料が増加いたしました。

貸借対照表(連結)

(単位:百万円)

	21/11		22/5		22/11			
		構成比		構成比		構成比	21/11 増減	22/5 増減
流動資産	25,154	57.8%	27,814	59.7%	28,898	60.3%	3,743	1,083
現金及び預金	12,189	28.0%	12,537	26.9%	13,609	28.4%	1,420	1,072
棚卸資産	7,219	16.6%	7,511	16.1%	8,018	16.7%	798	506
固定資産	18,371	42.2%	18,764	40.3%	18,993	39.7%	622	228
有形固定資産	10,188	23.4%	10,424	22.4%	10,455	21.8%	266	31
無形固定資産	266	0.6%	272	0.6%	264	0.6%	▲2	▲8
投資その他の資産	7,915	18.2%	8,067	17.3%	8,273	17.3%	357	206
総資産	43,526	100.0%	46,579	100.0%	47,891	100.0%	4,365	1,312
流動負債	5,650	13.0%	5,925	12.7%	5,678	11.9%	28	▲246
固定負債	2,688	6.2%	2,899	6.2%	2,990	6.2%	302	91
純資産	35,186	80.8%	37,754	81.1%	39,222	81.9%	4,035	1,467
株主資本	34,728	79.8%	36,202	77.8%	37,817	79.0%	3,088	1,614
その他の包括利益累計額	458	1.0%	1,552	3.3%	1,404	2.9%	946	▲147

- 流動比率 :21/11期 445.2% ⇒ 22/11期 508.9%
- 自己資本比率 :21/11期 80.8% ⇒ 22/11期 81.9%

<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11月末時点におきましては、

現金及び預金が、前期末から10億72百万円増加し、136億9百万円となりました。

棚卸資産は、前期末から5億6百万円増加して、80億18百万円となりました。

新型コロナウイルスの影響が縮小し、お出かけ需要が回復していることから

店頭へのタイムリーな投入と納期遅れを回避するため、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、

前期末から2億46百万円減少し、56億78百万円となりました。

契約負債が前期末から3億8百万円減少したことなどによるものです。

純資産につきましては、

前期末から14億67百万円増加し、392億22百万円となりました。

利益剰余金が前期末から16億16百万円増加したことなどによるものです。

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。

(単位:百万円)

	21/11	22/11	
			増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	▲183	2,319	2,502
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲717	▲691	26
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲418	▲558	▲139
現金及び現金同等物の増減額	▲1,480	1,072	2,552
現金及び現金同等物の期首残高	13,669	12,537	▲1,132
現金及び現金同等物の期末残高	12,189	13,609	1,420

▶営業活動：税金等調整前当期純利益の増加、未払消費税等の増加、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)>

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、23億19百万円となりました。

これは、主に税金等調整前四半期純利益が32億42百万円、減価償却費が5億47百万円生じた他、未収消費税等2億36百万円の減少により資金が増加した一方、未払法人税等の支払額8億51百万円、棚卸資産が5億2百万円増加したことにより資金が減少し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3.7%減の6億91百万円となりました。

これは、主に新規出店や改装等に伴う有形固定資産の取得に伴い6億28百万円支出したことなどによるものです。

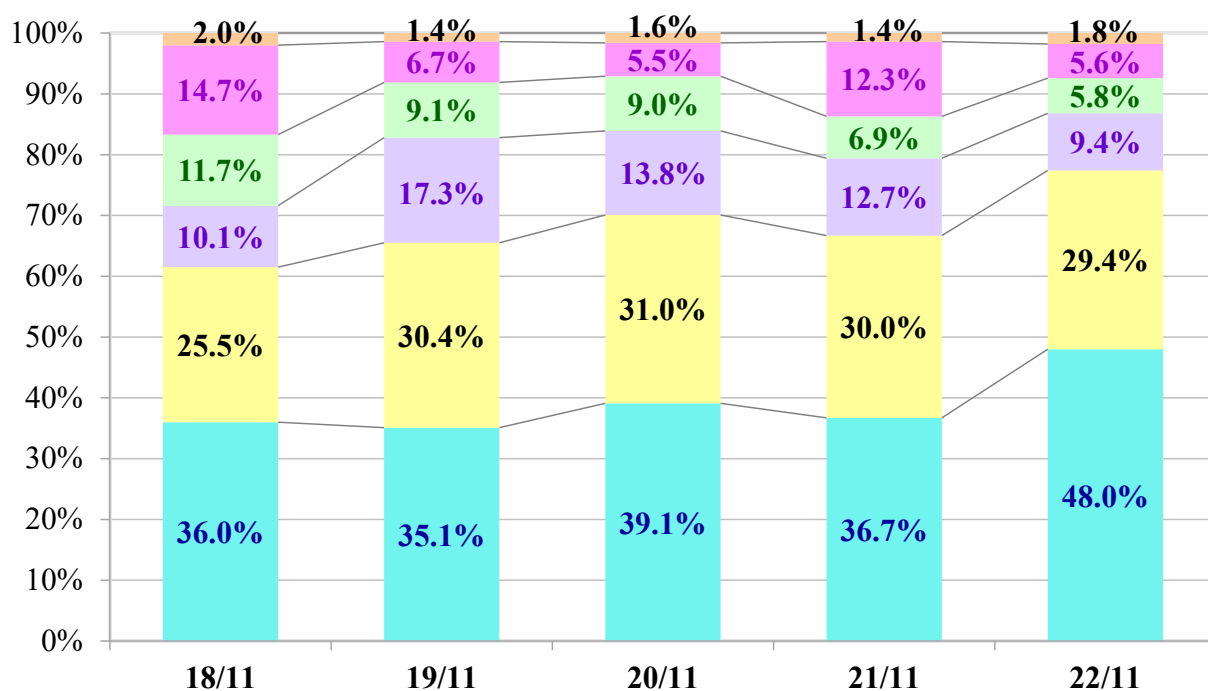
財務活動の結果、使用した資金は、前期比33.4%増の5億58百万円となりました。

これは、主に配当金5億57百万円の支出によるものです。

以上の結果、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は、

期首残高から10億72百万円増加し、

期末残高は136億9百万円となりました。



■ 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(インドネシア・インド・日本)

<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。

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48.0%と前期から11.3%増加しました。
ミャンマー子会社は25.7%と前期から5.9%増加しております。

その他、バングラディシュ29.4%、カンボジア9.4%、ベトナム5.8%、中国5.6%となりました。

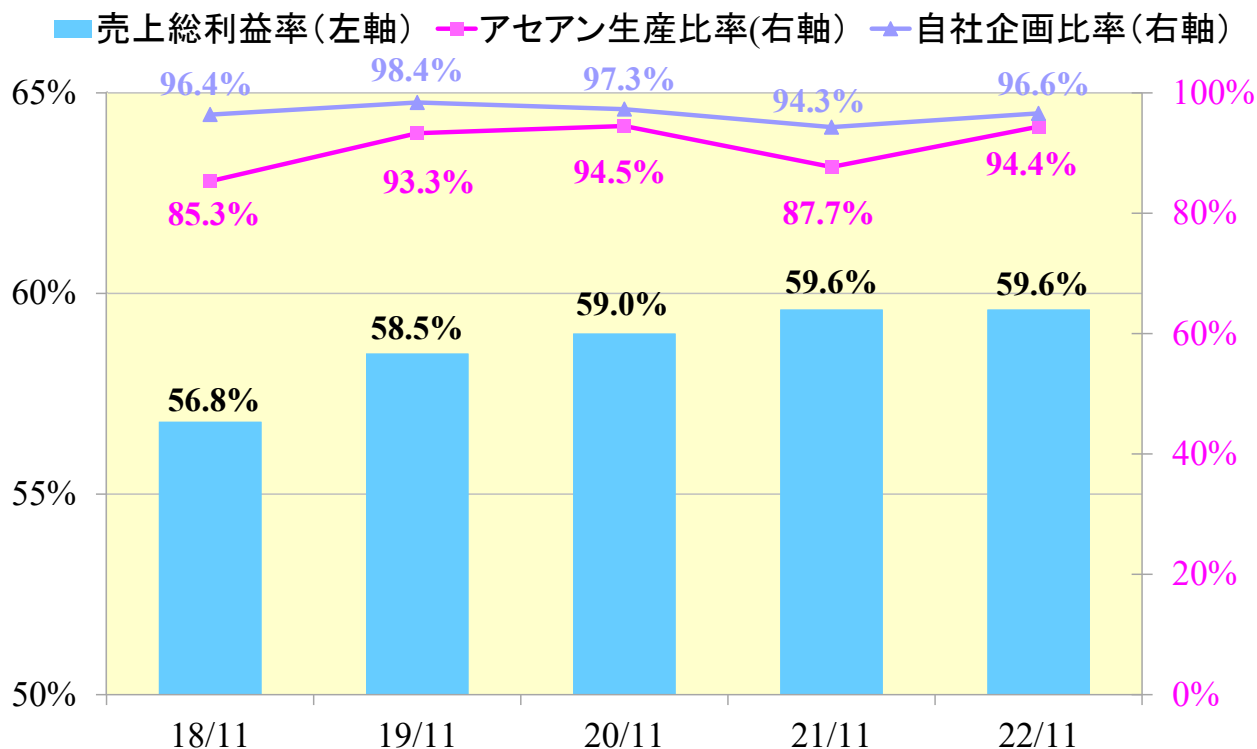
■仕入構成比(洋服)

単位：%

	ミャンマー	HGI	バングラデシュ	カンボジア	ベトナム	中国	その他
22/11	48.0	25.7	29.4	9.4	5.8	5.6	1.8
21/11	36.7	19.8	30.0	12.7	6.9	12.3	1.4
増減	11.3	5.9	▲0.6	▲3.3	▲1.1	▲6.7	0.4

※ ミャンマーはHGIが含まれております。

※ HGI:ミャンマー子会社(Honeys Garment Industry)



(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。

商品企画力と適正価格の追求につきましては、

新たな客層・年代層獲得のため、LLサイズやEC限定3Lサイズの展開など実施してご好評いただいております。また、一部商品の価格見直しを実施しましたが、客数・買上点数への影響も軽微であったことから、お客様より一定の理解をいただいているものと考えております。

引き続き、適宜対応してまいります。

売場リフレッシュの継続につきましては、

引き続き、出店先施設内競合との月次比較等を実施し、改善を要する店舗のピックアップを行って商品陳列方法の修正など売場改善を適宜実施しております。

EC事業の強化につきましては、

店舗受取機能の拡充により、通常4,000円以上で送料無料となる場所、1点購入から無料となるため、買上件数の約3割程度のお客様にご利用いただいております。好調な推移となっております。

また、店頭でのついで買い効果も見られることから、引き続きお客様の利便性向上に努めてまいります。

サステナブル課題への取り組みにつきましては、

従業員満足度向上のため、給与ベースアップのほか、インフレ手当など増額したほか、ミャンマーにおいても最低賃金の引き上げや繁忙期手当など充実いたしました。

商品においては、引き続きサステナブル素材の採用に努め、35%を目指しております。

■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、2023年秋頃稼働予定

<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、

生地・副資材など原材料の集約を行うほか、工場閑散期を活用した計画的な生産に努め、原価低減と安定した商品供給を継続しており、高い売上総利益率の維持に貢献しております。

また、第3工場の建設を11月より着工いたしました。

2023年秋頃の稼働を予定しており、あわせて自動化設備等の導入を実施していく予定です。

■業績見通しの前提

- ⇒ 新型コロナの影響については、概ね正常化していることを前提として想定。
- ⇒ 既存店売上高 下期前期比102.2%(通期前期比:107.1%)
- ⇒ 客単価は、秋・冬物商品に続き、春・夏物商品も10%程度上昇の見込み。
(※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25店舗、退店25店舗、改装30店舗
(期首計画: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、概ね正常化していることを前提として想定しております。

既存店業績予想につきましては、上期実績(112.5%、期首計画+5.6%)を踏まえ、
(下期)既存店売上高を前期比102.2%(期首計画+2.0%)
(通期)既存店売上高を前期比107.1%(期首計画+3.7%)を見込みます。

外出機会の増加や、各種イベントの開催、旅行などのお出かけ需要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、
客単価は、秋・冬物商品に続き、春・夏物商品も10%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25店舗、退店25店舗の期末871店舗を見込みます。
引き続きスクラップ&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)

	上期実績	下期予想			通期予想				期首計画
		22/5	23/5	前年同期比	22/5	23/5	増減	前期比	
売上高	26,067	24,869	25,932	104.3%	47,695	52,000	4,304	109.0%	50,500
売上総利益	15,535	15,128	15,464	102.2%	28,741	31,000	2,258	107.9%	29,900
販管費	12,450	12,099	12,549	103.7%	23,748	25,000	1,251	105.3%	24,400
営業利益	3,085	3,029	2,914	96.2%	4,993	6,000	1,006	120.2%	5,500
経常利益	3,296	2,991	2,803	93.7%	5,057	6,100	1,042	120.6%	5,500
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,173	1,891	1,726	91.2%	3,255	3,900	644	119.8%	3,500

※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、減損損失100百万円、固定資産除却損60百万円等、計164百万円を見込んでおります。

20

<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。

上期実績を踏まえ、下期及び通期の業績見通しを修正いたしました。

通期売上高は、前期比109.0%、期首計画比103.0%の520億円(期首計画+15億円)、

EC事業につきましては、前期比119.0%、期首計画比103.8%の売上高54億円(期首計画+2億円)、EC化率は、前期9.5%から0.9%増の10.4%を目指します。

売上総利益率は、下期の商品原価上昇や、仕入における為替の状況を見込み、

通期においては前期60.3%から0.7%減少の59.6%を見込みます。

販管費は、前期比105.3%の250億円(期首計画+6億円)を見込みます。

上期実績を踏まえ、人件費の上昇や、下期売上増加に伴うコストのほか、物価上昇によるコスト増加などを見込んでおります。

以上から、

営業利益は60億円(期首計画+5億円)、経常利益は61億円(期首計画+6億円)、

親会社に帰属する当期純利益は、39億円(期首計画+4億円)を見込みます。

2023年5月期の配当は、

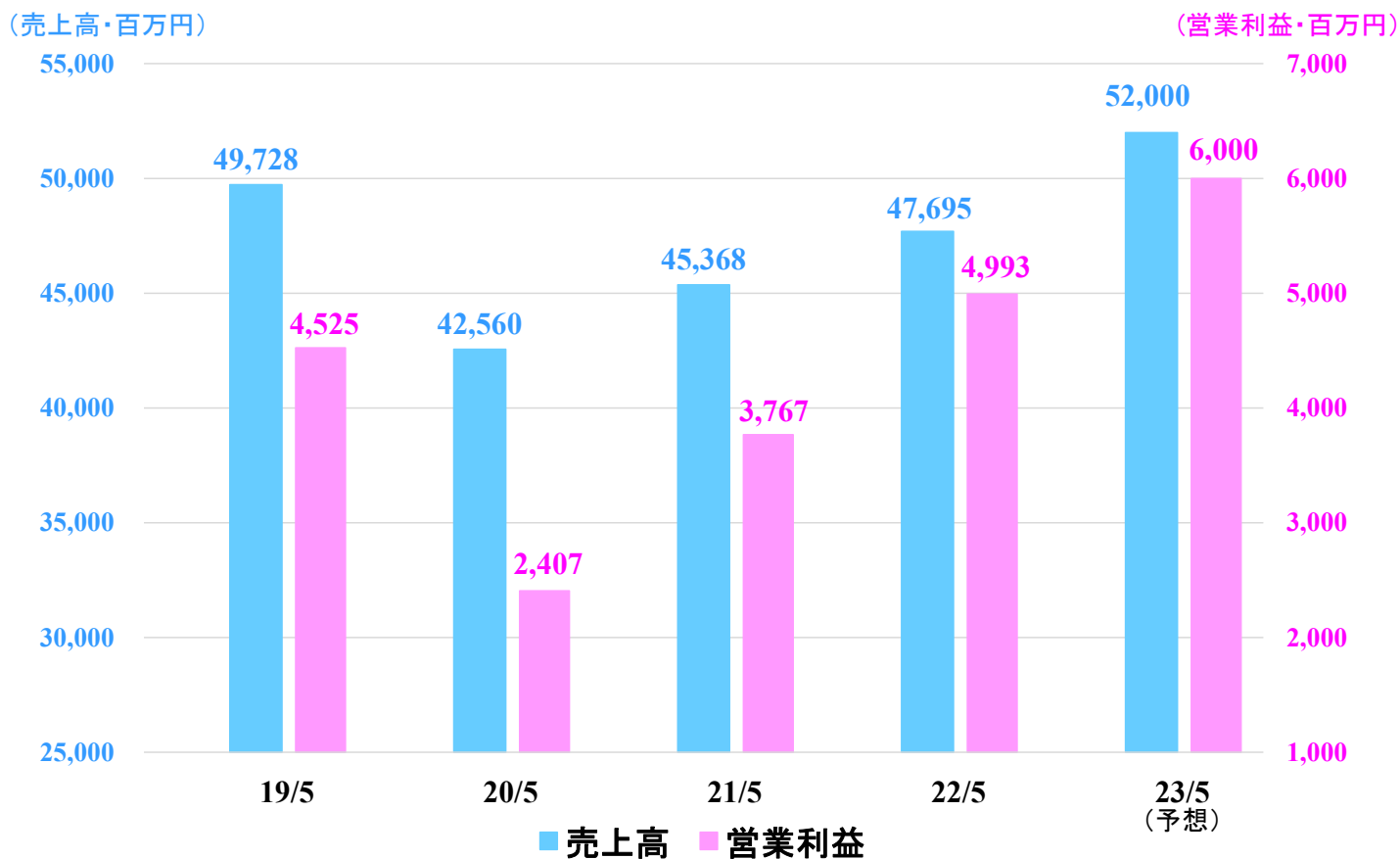
中間配当は予定どおり20円、期末配当は20円の年間40円を予想いたします。

■修正通期概要

単位:百万円

	期首上期計画	上期実績	計画差	期首下期計画	修正下期計画	計画差
売上高	24,900	26,067	1,167	25,600	25,932	332
売上総利益	14,600	15,535	935	15,300	15,464	164
率	58.6%	59.6%	1.0%	59.8%	59.6%	▲0.2%
販管費	12,100	12,450	350	12,300	12,549	249
営業利益	2,500	3,085	585	3,000	2,914	▲85
経常利益	2,500	3,296	796	3,000	2,803	▲196
当期純利益	1,620	2,173	553	1,880	1,726	▲153

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。

今期は、売上高、営業利益ともに、コロナ前の2019年5月期の実績を上回る見込みです。

(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25

<2023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。

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)ブランド紹介

GLACIER



大人の女性のためのおしゃれ着ブランド

- ダブル釦テラードコート……5,980円
- 抗菌リブハイネックニット……2,280円
- 裏起毛テーパーパードパンツ……5,980円
- 金具使いハンドBag……2,980円
- メタルヒールブーツ……3,280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

- ボアクルーネックブルゾン……2,480円
- あったかり編みタートル……1,980円
- デニムセミアフレア64丈……2,480円

COLZA



流行に遊び心を加えた、ヤングカジュアルブランド

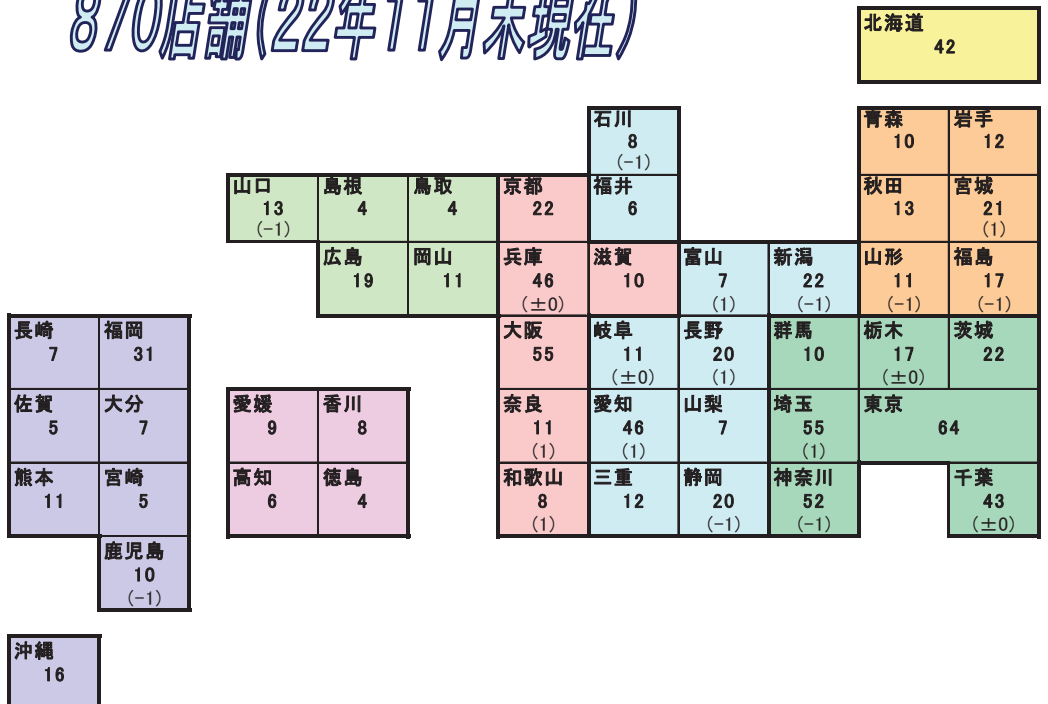
- ステンカラーコート……4,980円
- 柄ニットワンピース……2,980円
- フラップハンドBag……2,480円
- ヒールロングブーツ……4,480円

(ご参考)店舗網(国内)

870店舗(22年11月末現在)

地域	店舗数
北海道	42 (-)
東北	84 (-1)
関東	263 (±0)
北陸・中部	159 (±0)
近畿	152 (+2)
中国	51 (-1)
四国	27 (-)
九州	92 (-1)
計	870 (-1)

22年11月末現在



(注)括弧内は22年5月末からの増減数
14店舗出店、15店舗退店「純減1店舗」

(ご参考)最近の店舗紹介

Honeys



ハニーズ イオンモール高岡店(富山県)



ハニーズ イオンモール土岐店(岐阜県)

26

(ご参考)最近の店舗紹介

Honeys



ハニーズ コクーンシティ店(埼玉県)



ハニーズ ラスカ平塚店(神奈川県)

27