

株式会社ハニーズホールディングス  
2024年5月期(第46期)決算説明会

**Honeys Holdings**

2024年7月9日(火)

## ■ 連結

- ⇒ 売上高565億71百万円(前期比103.1%)  
EC事業の伸長、客単価の上昇で増収
- ⇒ 売上総利益340億90百万円(前期比102.0%)  
売上総利益率60.3%(前期比▲0.6%p)  
下期は円安要因が仕入コスト増加に影響し粗利益減少
- ⇒ 販管費271億19百万円(前期比105.3%)  
人件費が主な増加要因
- ⇒ 営業利益69億70百万円(前期比90.9%)  
経常利益72億81百万円(前期比90.8%)  
親会社株主に帰属する当期純利益48億76百万円(前期比91.4%)

1

## &lt;2024年5月期(第46期)決算のポイント&gt;

第46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。

引き続きEC事業の伸長や、外出需要の回復、客単価の上昇もあって、前期比103.1%の565億71百万円と増収となりました。

売上総利益は、前期比102.0%の340億90百万円と増益となったものの、下期以降の円安水準が、仕入コストの増加に影響したことで、下期の売上総利益が減少した主な要因となりました。

売上総利益率は、前期比0.6ポイントマイナスの60.3%となりましたが、円安水準が継続するなか、引き続き高い水準を維持することができました。

販管費は、人件費が主な増加要因となり、前期比105.3%の271億19百万円となりました。

以上の結果、

営業利益は、前期比90.9%の69億70百万円、

経常利益は、前期比90.8%の72億81百万円、

親会社株主に帰属する当期純利益は、前期比91.4%の48億76百万円となりました。

## ■EC事業

- ⇒ 売上高61億33百万円(前期比111.4%)  
EC化率は10.8%(前年比+0.8%p)  
自社ECサイトのパフォーマンス改善、ユーザビリティ向上に注力  
WEB広告、SNS等を活用、積極的に販促活動を展開

## ■ミャンマー事業

- ⇒ 商品の安定生産、安定供給  
生地・副資材など原材料の集約、工場閑散期の活用でコスト上昇を抑制
- ⇒ 第3工場稼働開始  
2024年秋頃からの本稼働に向けて準備中

### <2024年5月期(第46期)決算のポイント>

続いてEC事業です。

売上高は前期比111.4%の61億33百万円と伸長し、

EC化率は前期10.0%から0.8ポイント上昇して10.8%となりました。

自社ECサイトも、EC売上高の約6割を占め、事業の成長を引き続き牽引しており、「店舗受取」の利用も順調に推移しております。

ミャンマー事業につきましては、

引き続き安定的な生産と商品供給を行いました。

第3工場も完成し、本稼働へ向けて準備を整えております。

# 損益計算書(連結)

Honeys

(単位:百万円)

	23/5			24/5				
	売上高	売上比	前期比	売上高	売上比	前期比	見通し(1/10発表)	
							計画比	計画比
売上高	54,888	100.0%	115.1%	56,571	100.0%	103.1%	57,000	99.2%
売上総利益	33,432	60.9%	116.3%	34,090	60.3%	102.0%	34,300	99.4%
販管費	25,761	46.9%	108.5%	27,119	48.0%	105.3%	27,000	100.4%
うち人件費	10,745	19.6%	108.6%	11,481	20.3%	106.8%	-	-%
うち店舗費	10,590	19.3%	107.4%	10,860	19.2%	102.5%	-	-%
営業利益	7,670	14.0%	153.6%	6,970	12.3%	90.9%	7,300	95.5%
営業外損益	350	0.6%	546.1%	310	0.6%	88.7%	-	-%
うち為替差損益	201	0.4%	-%	143	0.3%	71.1%	-	-%
経常利益	8,021	14.6%	158.6%	7,281	12.9%	90.8%	7,500	97.1%
特別損益	▲231	▲0.4%	-%	▲155	▲0.3%	-%	-	-%
親会社株主に帰属する当期純利益	5,336	9.7%	164.0%	4,876	8.6%	91.4%	4,800	101.6%

(注) 特別損失として、固定資産除却損93百万円・減損損失55百万円等、計155百万円を計上しております。

※ 2024年5月期年間配当につきましては、1株当たり55円【中間配当25円、期末配当30円(予定)】となっております。

3

## <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。

売上高は、9月の残暑や3月の低温など気温の影響があったことで計画比99.2%と計画は未達となりました。

円安水準の継続が仕入コストに影響し、原価上昇の要因となったことで、売上総利益率は、前期比0.6ポイントマイナスとなりましたが、適切な価格の見直し、プロパー消化の促進や値引きの抑制の継続のほか、ミャンマー自社工場生産やアセアン生産を活かしたコスト抑制に努めたことで、計画60.2%から0.1ポイント改善することができました。

販管費については、後ほどご説明いたします。

営業利益、経常利益は、仕入コスト上昇による粗利額の減少や人件費の増加によりいずれも前期比で減益となりましたが、親会社株主に帰属する当期純利益は、減損損失の減少や賃上げ促進税制の適用もあり、48億76百万円と計画どおりの着地となりました。

# 損益計算書(日本セクター)

Honeys

(単位:百万円)

	23/5			24/5		
		売上比	前期比		売上比	前期比
売上高	54,888	100.0%	115.1%	56,571	100.0%	103.1%
売上総利益	33,190	60.5%	117.0%	34,182	60.4%	103.0%
販管費	25,679	46.8%	108.4%	27,019	47.7%	105.2%
うち人件費	10,696	19.5%	108.5%	11,420	20.2%	106.8%
うち店舗費	10,589	19.3%	107.4%	10,858	19.2%	102.5%
営業利益	7,510	13.7%	160.6%	7,162	12.7%	95.4%
営業外損益	34	0.1%	52.4%	1	0.0%	4.2%
うち為替差損益	▲75	▲0.1%	-%	▲127	▲0.2%	-%
経常利益	7,545	13.7%	159.0%	7,163	12.7%	94.9%
特別損益	▲231	▲0.4%	-%	▲155	▲0.3%	-%
当期純利益	4,955	9.0%	163.0%	4,650	8.2%	93.8%

(注) 特別損失として、固定資産除却損93百万円・減損損失55百万円等、計155百万円を計上しております。

4

## <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。

日本セクターの売上高は、前期比103.1%、  
既存店売上高は、前期比102.8%となりました。

(単位:百万円)

	23/5			24/5				
		影響額	影響除く		影響額	影響除く	前期差	前期比
売上高	54,888	478	54,410	56,571	312	56,258	1,848	103.4%
売上総利益	33,432	478	32,954	34,090	312	33,777	823	102.5%
売上総利益率	60.9%	-	60.6%	60.3%	-	60.0%	▲0.6%p	-
販管費	25,761	▲200	25,961	27,119	▲202	27,321	1,360	105.2%
営業利益	7,670	678	6,992	6,970	514	6,455	▲536	92.3%
経常利益	8,021	678	7,343	7,281	514	6,766	▲576	92.2%

## <収益認識影響額>

収益認識に関する会計基準等の適用にかかる影響額は、ご覧のとおりです。

売上高及び売上総利益に3億12百万円(前期4億78百万円)の増収効果、  
販管費(広告宣伝費)に2億2百万円(前期2億円)の減少効果、

営業利益及び経常利益への影響額として  
5億14百万円(前期6億78百万円)の増益効果が含まれております。

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。

繰り延べた収益は、  
貸借対照表の契約負債に(当期期首)8億78百万円計上しており、  
2024年5月末時点で3億46百万円となっております。

(単位:百万円)

	24/5				
	1Q (6~8月)	2Q (9~11月)	3Q (12~2月)	4Q (3~5月)	通期
売上高	13,017	14,552	12,177	16,824	56,571
(年間売上構成比)	(23.0%)	(25.7%)	(21.5%)	(29.8%)	(100.0%)
売上総利益	8,129	8,794	6,931	10,236	34,090
(売上総利益率)	(62.4%)	(60.4%)	(56.9%)	(60.8%)	(60.3%)
営業利益	1,607	1,987	325	3,049	6,970
(営業利益率)	(12.4%)	(13.7%)	(2.7%)	(18.1%)	(12.3%)

## <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。

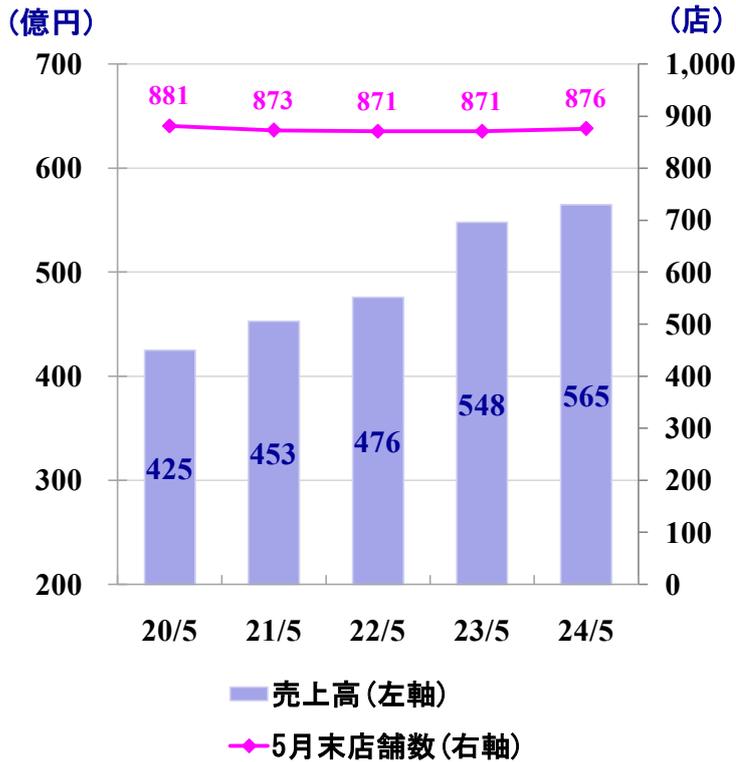
第1四半期は、外出需要の増加や高気温が続き、プロパー消化やセール販売も好調となったことで夏物・晩夏物の消化が進みました。

第2四半期は、残暑の影響もあり、秋物の立ち上がりに遅れはあったものの、気温の低下とともにジャケットやニットなどが順調な推移となりました。

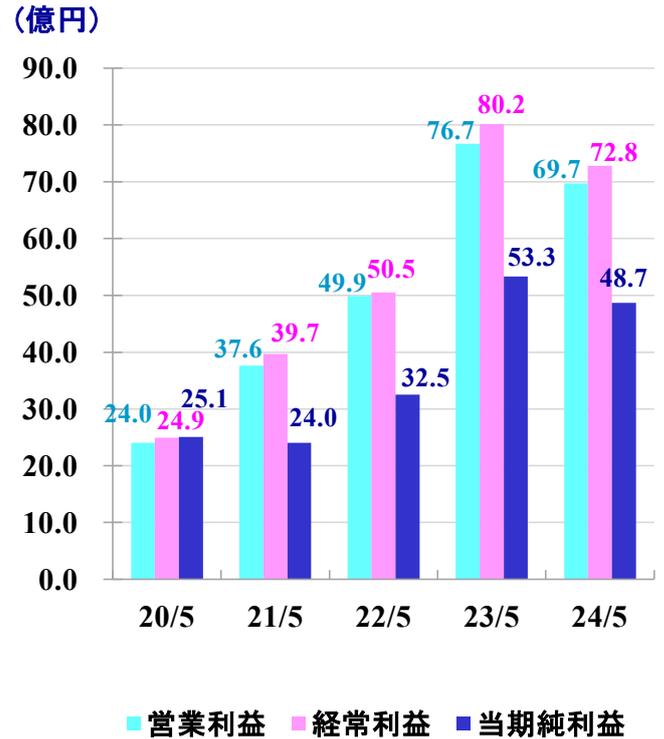
第3四半期は、暖冬傾向による寒暖差はありましたが、冬物も好調に消化が進んだほか、セレモニー関連商品など春物の立ち上がりも順調な動きとなりました。

第4四半期は、気温が上がらず春物の出だしは低調となりましたが、気温の上昇とともに春物、夏物が順調に推移しました。  
円安水準が継続し、為替要因による仕入コスト上昇が、原価上昇の主な要因となりました。

## 売上高・店舗数の推移



## 利益の推移



### <2024年5月期 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。

		24/5						
		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	3	7	10	1	14	15	25
退	店	7	1	8	7	5	12	20
改	装	6	8	14	6	8	14	28

2024年5月末店舗数	876
-------------	-----

## <店舗数と出退店の状況>

第46期は、  
 出店計画25店舗に対しまして25店舗、  
 退店計画20店舗に対しまして20店舗となり、  
 期首871店舗から5店舗増加して、期末時点で876店舗となりました。

既存店は、引き続き好立地への移動や、増床を積極的に実施し、  
 売上の底上げを図りました。

			(前期比%)			
			21/5	22/5	23/5	24/5
直 営 店	売 上		106.6	104.7	113.9	103.5
	客 数		107.1	98.6	102.6	97.8
	客 単 価		99.5	106.2	111.0	105.8
	I 単 価		94.1	105.1	112.6	107.4
	一人あたり買上点数		105.7	101.1	98.6	98.5
既 存 店	売 上		105.8	105.0	113.1	102.8
	客 数		106.2	99.0	102.0	97.2
	客 単 価		99.6	106.1	110.8	105.8
	I 単 価		94.0	104.9	112.3	107.2
	一人あたり買上点数		105.9	101.2	98.7	98.7

## <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、

客数は前期比97.2%となり、

I単価が前期比107.2%、一人当たりの買上点数が前期比98.7%となったことで、

既存店売上高は、前期比102.8%となりました。

(単位:百万円)

	23/5		24/5		
	売上高	構成比	売上高	構成比	前期比
グ ラ シ ア	17,623	32.4%	17,985	32.0%	102.1%
シネマクラブ	15,881	29.2%	16,728	29.7%	105.3%
コ ル ザ	14,381	26.4%	14,371	25.6%	99.9%
雑 貨	6,174	11.4%	6,717	11.9%	108.8%
そ の 他	326	0.6%	436	0.8%	133.6%
合 計	54,386	100.0%	56,239	100.0%	103.4%

## <ブランド別売上高>

ブランド別の売上高の状況は、ご覧のとおりです。

グラシアにつきましては、

ブラウスやテーラージャケットなどの通勤向け商品が、年間を通じて安定した販売となり、売上に貢献しました。

また、シワになりにくい素材など、素材価値も高めて品質の向上も図りました。

シネマクラブにつきましては、

カットソーやシャツ、ブラウスなど定番商品をより充実し、

年間を通じて売上を確保することができました。

コルザにつきましては、

暖冬や春先の寒暖差の影響もあり、冬物・春物ジャケット、春物ニットが苦戦しましたが、キャラクター関連のTシャツやトレーナー、シアーシャツ、カーゴパンツやミニスカートなどトレンド感ある商品は好調な販売となりました。

雑貨につきましては、

生活必需品を年間通じて充実し、

買い替え需要や気温に左右されない商品展開が出来たことで

全アイテムが好調に推移しました。

また、パンプス、A4トートバッグなど、通勤向け商品が年間通じて売上に貢献しました。

(単位:%)

	20/5	21/5	22/5	23/5	24/5
人件費	22.0	21.6	20.7	19.6	20.3
店舗費	22.1	21.3	20.7	19.3	19.2
減価償却費	2.1	1.9	2.0	1.9	1.8
その他	6.5	6.0	6.4	6.1	6.7
販管費計	52.7	50.8	49.8	46.9	48.0

(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)>

販管費の売上高に対する構成比は、ご覧のとおりです。

販管费率につきましては、主に人件費の増加により  
前期46.9%から1.1ポイント増加し、48.0%となりました。

人件費につきましては、主に給与のベースアップ等により  
前期比106.8%の114億81百万円となりました。

店舗費につきましては、前期比102.5%の108億60百万円となり、  
主に売上増加に伴う店舗使用料や  
販促活動に伴うWEB広告費用などの広告宣伝費が増加しました。

減価償却費につきましては、主に新規出店・改装など、  
前期比101.2%の10億42百万円となりました。

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110.0%の37億35百万円となりました。  
主に売上伸長に伴うEC商品の発送費用や  
キャッシュレス決済の利用増加による販売手数料などの手数料等で増加したほか、  
物価上昇による包装やダンボールなど資材の値上げの影響もありました。

# 貸借対照表(連結)

(単位:百万円)

	23/5		24/5		
		構成比		構成比	前期比
<b>流動資産</b>	<b>30,794</b>	<b>61.4%</b>	<b>30,659</b>	<b>58.0%</b>	<b>99.6%</b>
現金及び預金	16,359	32.6%	12,863	24.3%	78.6%
棚卸資産	8,135	16.2%	10,745	20.3%	132.1%
<b>固定資産</b>	<b>19,349</b>	<b>38.6%</b>	<b>22,179</b>	<b>42.0%</b>	<b>114.6%</b>
有形固定資産	10,694	21.3%	13,575	25.7%	126.9%
無形固定資産	246	0.5%	273	0.5%	111.1%
投資その他の資産	8,408	16.8%	8,329	15.8%	99.1%
<b>総資産</b>	<b>50,144</b>	<b>100.0%</b>	<b>52,839</b>	<b>100.0%</b>	<b>105.4%</b>
<b>流動負債</b>	<b>6,575</b>	<b>13.1%</b>	<b>5,137</b>	<b>9.7%</b>	<b>78.1%</b>
<b>固定負債</b>	<b>2,813</b>	<b>5.6%</b>	<b>2,901</b>	<b>5.5%</b>	<b>103.1%</b>
<b>純資産</b>	<b>40,754</b>	<b>81.3%</b>	<b>44,799</b>	<b>84.8%</b>	<b>109.9%</b>
株主資本	40,421	80.6%	43,765	82.8%	108.3%
その他の包括利益累計額	333	0.7%	1,034	2.0%	310.2%

- 流動比率 :23/5期 468.3% ⇒ 24/5期 596.7%
- 自己資本比率 :23/5期 81.3% ⇒ 24/5期 84.8%

## <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。

2024年5月末時点におきましては、現金及び預金が、前期末から34億96百万円減少し、128億63百万円となりました。これは主に、棚卸資産が増加したほか、ミャンマー第3工場建設等にかかる有形固定資産が増加したことなどによるものです。

棚卸資産につきましては、前期末から26億10百万円増加し、107億45百万円となりました。主に、商品単価の上昇や、オールシーズン対応商品の店頭在庫を充実させていることで増加しております。

負債につきましては、前期末から13億50百万円減少し、80億39百万円となりました。主に未払法人税等などが減少したほか、契約負債が前期末8億78百万円から5億32百万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40億44百万円増加し、447億99百万円となりました。これは主に、利益剰余金が33億44百万円、その他有価証券評価差額金が1億73百万円、繰延ヘッジ損益が1億96百万円、為替換算調整勘定が3億12百万円それぞれ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)

	23/5	24/5	
			増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	6,805	2,133	▲4,671
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲1,783	▲4,203	▲2,420
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲1,117	▲1,533	▲415
現金及び現金同等物の増減額	3,822	▲3,496	▲7,318
現金及び現金同等物の期首残高	12,537	16,359	3,822
現金及び現金同等物の期末残高	16,359	12,863	▲3,496

▶営業活動：税金等調整前当期純利益の増加等

▶投資活動：有形固定資産の取得等

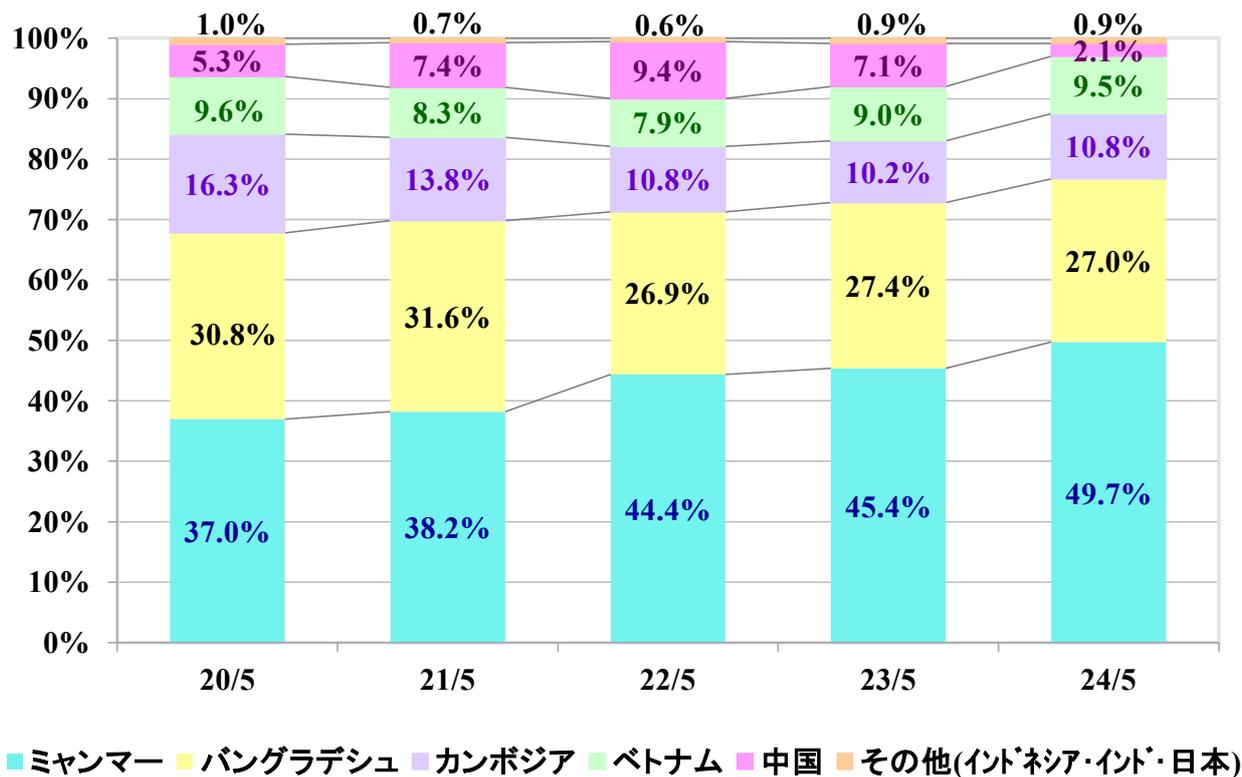
## <キャッシュ・フロー計算書(連結)>

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68.6%減の21億33百万円となりました。  
これは、主に税金等調整前当期純利益が71億26百万円、  
減価償却費が11億70百万円生じた一方、  
法人税等の支払額が27億27百万円、  
棚卸資産の増加が25億94百万円、  
契約負債の減少が5億32百万円となるなど、  
資金が減少したことによるものです。

投資活動の結果、使用した資金は、  
前期比135.7%増の42億3百万円となりました。  
これは、主に新規出店や改装、物流センター増築工事、  
ミャンマー第3工場建設等に伴う有形固定資産の取得として  
40億33百万円を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37.2%増の15億33百万円となりました。  
これは、主に配当金15億32百万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。

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、  
ミャンマーからの仕入構成比は49.7%となりました。

その他、バングラデシュ27.0%、カンボジア10.8%、ベトナム9.5%、中国2.1%となりました。

委託先の生産国や協力工場の稼働、生産体制に問題はなく、  
引き続き、適時適切な生産国・サプライヤーへ発注していく方針です。

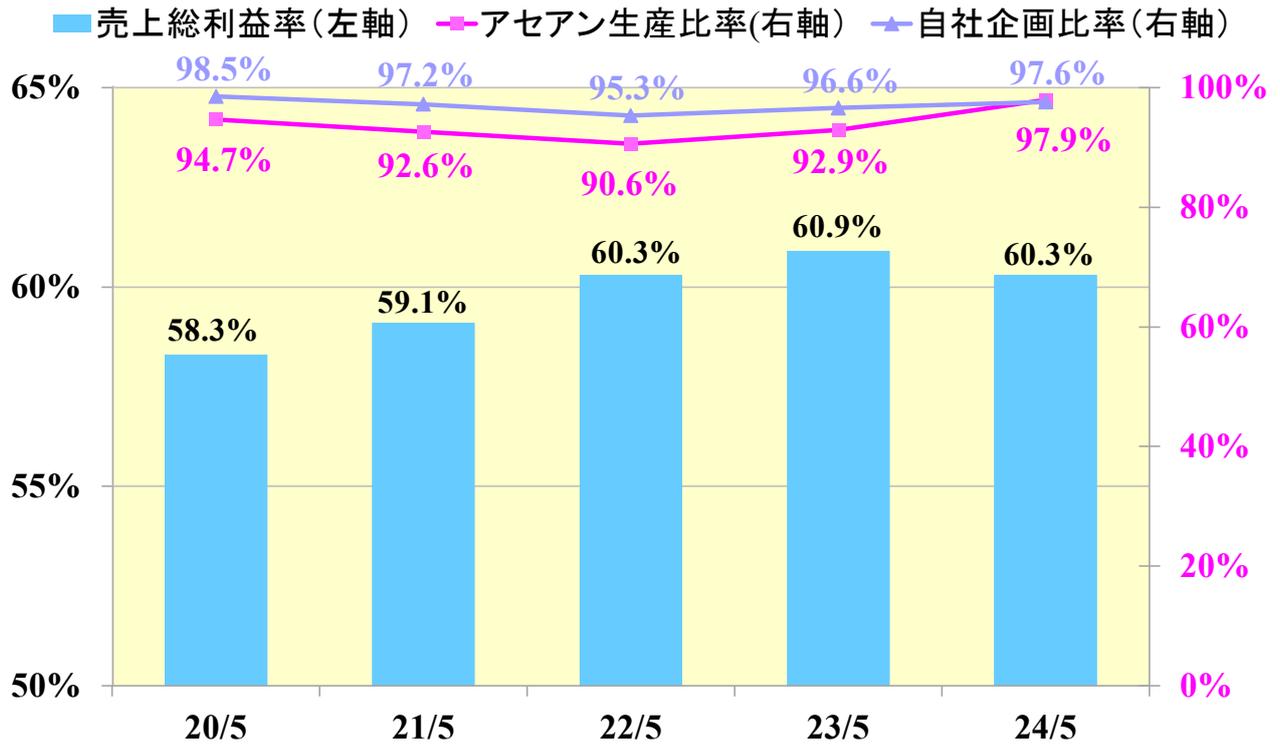
### ■仕入構成比(洋服)

単位：%

	ミャンマー	HGIのみ	バングラデシュ	カンボジア	ベトナム	中国	その他
46期	49.7	23.6	27.0	10.8	9.5	2.1	0.9
45期	45.4	23.9	27.4	10.2	9.0	7.1	0.9
増減	+4.3	▲0.3	▲0.4	+0.6	+0.5	▲5.0	±0.0

※ 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。

2025年5月期方針と業績見通し

## ■方針

- ⇒ **商品企画力の強化と適正価格の追求**  
顧客満足度の向上、客層の拡大と深耕、商品品質と価格のバランスの追求。
- ⇒ **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継続。
- ⇒ **EC事業の強化**  
OMO(リアルとデジタルの融合)実現に向け、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、人や環境に配慮した循環型ファッションの提供促進
- ⇒ **ミャンマー工場を活用した商品の安定生産と供給の維持**  
商品の生産・供給の安定化と効率化を図り、品質の確保やコスト削減を推進

### <2025年5月期の方針>

2025年5月期の方針につきましては、ご覧のとおりです。  
中期経営計画の最終年度として、取り組んでまいります。

まず、商品戦略ですが、全国各地よりいただくお客様の声を有効に活用し、  
お客様視点での商品企画に努め、顧客満足度の更なる向上を目指してまいります。

また、サイズ展開の拡充商品やユニセックス商品については、これまでの実績を踏まえた改善を行い、  
各ブランドの認知度向上と新規顧客の獲得を目指して、積極的な販促を展開してまいります。

商品価格については、生産や出荷効率の向上によりコスト低減を図っていくとともに、「品質と価格のバ  
ランス」や付加価値を重視しながら柔軟に、また適正に設定し、魅力ある商品を訴求してまいります。

次に店舗戦略ですが、全国展開の店舗網はお客様との接点を深める役割があることから、引き続き売  
場リフレッシュを継続し、「居心地のよい店舗」を目指してまいります。

また、業務改善や作業の効率化を図っていく予定です。

続いてEC事業につきましては、SNSやWEB広告を有効活用した顧客拡大や、店舗との相互利用、相互  
送客の拡大を推進してまいります。また、マーケティングツールの導入など積極的な投資を行い、サイト  
回遊率や購入への転換率の向上を図ってまいります。

サステナブル課題への取り組みにつきましては、

引き続き人や環境に配慮した循環型ファッションを促進してまいります。

また、従業員待遇や労働環境の整備、働きがいなど従業員のモチベーション向上を図り、生産性の向  
上や人材の定着を図ってまいります。

## ■ 業績見通しの前提

- ⇒ 雇用・所得環境の改善が見込まれる下で、景気は緩やかな回復が続くと期待される一方、原材料やエネルギー資源など物価上昇によるコスト上昇は継続
- ⇒ 円安水準の継続で仕入コストに影響、適正な価格設定を柔軟に実施

## ■ 出退店計画

- ⇒ 新規出店30店舗(内、グラシアルツ5店舗予定)、退店20店舗、改装25店舗

### <2025年5月期業績見通し>

今期業績見通しの前提は、ご覧のとおりです。

円安要因による仕入コストへの影響が継続する前提となりますが、お客様に納得いただける商品づくりと、「品質と価格のバランス」を重視し、ミャンマー自社工場を始め、アセアン生産を活用した「価格優位性」を維持しながら商品の品質や価値の向上を目指してまいります。

今期出退店の計画につきましては、出店30店舗、退店20店舗を見込み、引き続きスクラップ&ビルドを継続してまいります。

改装は25店舗程度を見込み、引き続き好立地への移動や、増床などを積極的に実施して売上の底上げを図ってまいります。

## ■売上高

- ⇒ 590億円(前期比104.3%)  
客単価上昇で増収も、物価推移や消費者動向を注視  
既存店売上高 前期比103.2%(上期103.6% 下期102.9%)  
新規出店、既存店改装による底上げ継続
- ⇒ EC売上高72億円(前期比117.4%)、EC化率12.2%(前期比+1.4%p)

## ■売上総利益

- ⇒ 355億円(前期比104.1%)  
売上総利益率60.2%(前期比▲0.1%p)  
上期59.7%(前期比▲1.7%p)、円安要因による仕入コスト高でマイナス影響  
下期60.6%(前期比+1.4%p)、為替予約契約による仕入コスト上昇抑制

## &lt;2025年5月期 業績見通し&gt;

今期業績の見通しです。

売上高につきましては、前期比104.3%の590億円と増収を見込みます。  
また、EC売上高につきましては、前期比117.4%の売上高72億円を見込み、  
EC化率は、前期10.8%から1.4ポイント増の12.2%を目指してまいります。  
既存店売上高につきましては、前期比で103.2%を見込みます。

売上総利益につきましては、  
前期比104.1%の355億円を見込みます。

原材料など物価上昇による影響のほか、  
主に円安要因による仕入コスト高を想定しておりますが、  
売上総利益率につきましては、  
通期60.2%と前期並みを見込みます。

上期は、円安要因による為替影響が前期比で大きくなる見込みから、  
前期比で1.7ポイント程度のマイナス影響を、  
下期は、11月以降の仕入から、為替予約契約を締結したことで、  
前期比で1.4ポイント程度の改善を想定しております。

なお、年間想定レートは1米ドルあたり155-160円を想定しております。

## ■ 販管費

- ⇒ 281億円(前期比103.6%)  
人件費は、給与手当等 前期比約3%程度の増加見込み  
その他、広告宣伝費、販売手数料、配送費、減価償却費等の増加見込み

## ■ 利益

- ⇒ 営業利益74億円(前期比106.2%)  
上期33億円(前期比91.8%)、下期41億円(前期比121.5%)  
円安要因による仕入コスト高、上期の粗利益にマイナス影響
- ⇒ 経常利益75億円(前期比103.0%)  
上期33億円(前期比89.9%)、下期42億円(前期比116.3%)
- ⇒ 親会社株主に帰属する当期純利益49億円(前期比100.5%)

## &lt;2025年5月期 業績見通し&gt;

販管費につきましては、  
前期比103.6%の281億円を見込み、  
人件費や売上増加に伴う店舗費のほか、  
広告宣伝費、販売手数料などの増加を見込んでおります。

営業利益、経常利益につきましては、  
円安要因により、特に上期の売上総利益にマイナス影響を見込むため、  
上期は減益となりますが、下期は増益となる見込みであり、  
通期で前期比増益を見込んでおります。

以上の結果、親会社株主に帰属する当期純利益は  
前期比で増益を見込んでおります。

# 2025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			
	24/5	25/5	前期比	24/5	25/5	前期比	24/5	25/5	増減	前期比
売上高	27,569	28,800	104.5%	29,001	30,200	104.1%	56,571	59,000	2,428	104.3%
売上総利益	16,923	17,200	101.6%	17,167	18,300	106.6%	34,090	35,500	1,409	104.1%
販管費	13,327	13,900	104.3%	13,792	14,200	103.0%	27,119	28,100	980	103.6%
営業利益	3,595	3,300	91.8%	3,375	4,100	121.5%	6,970	7,400	429	106.2%
経常利益	3,670	3,300	89.9%	3,610	4,200	116.3%	7,281	7,500	218	103.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,427	2,100	86.5%	2,449	2,800	114.3%	4,876	4,900	23	100.5%

※年間配当は1株当たり55円(中間配当25円、期末配当30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55円となっております。

(注)特別損失として、固定資産除却損83百万円、減損損失72百万円等、計157百万円を見込んでおります。

21

## <2025年5月期 業績予想(連結)>

2025年5月期の業績予想につきましては、ご覧のとおりです。

主な見通し要因につきましては、前述ご説明のとおりとなりますが、ここで、営業利益と経常利益の差についてご説明を加えます。

2022年8月以降、

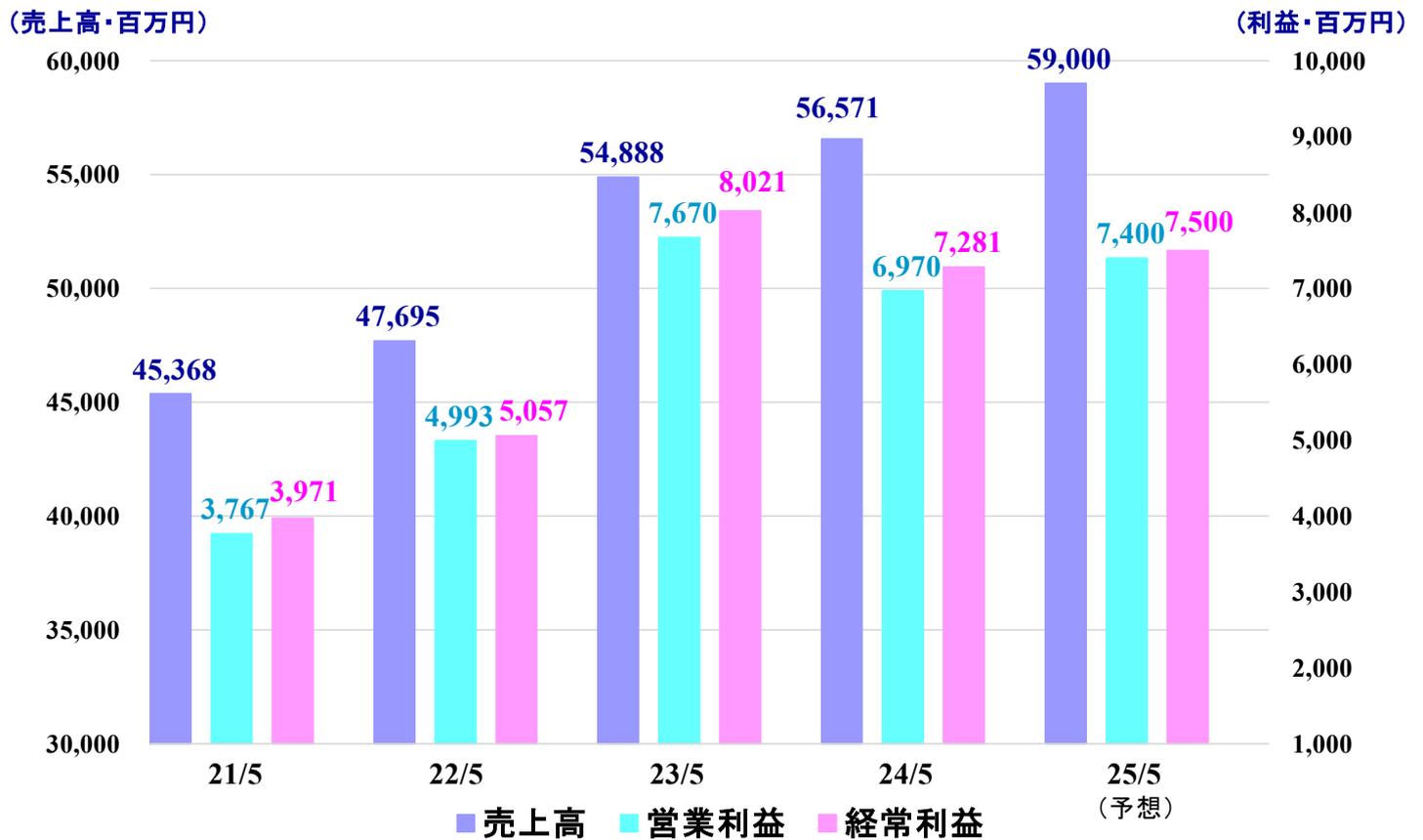
これまで、ミャンマー子会社の取引における為替差損益につきましては、公定レートと市中レートがあることから、そのレート差について、営業外収益または費用に計上しておりました。

レート差の乖離は、現在安定しているものの、その差は大きく乖離し、影響が大きくなっていることから、今期計画より、加重平均レートを用いた算出に変更し、科目ごとの調整を行っております。

これにより、営業利益と経常利益の差は概ね改善し、実態に即した予想となっております。

続いて、株主還元につきましては、中長期的な株式保有促進を目的とする株主優待制度のほか、安定的な配当の継続を基本方針とし、配当につきましては、連結配当性向30%を目安としております。

2025年5月期の配当については、中間配当25円、期末配当30円の年間配当55円を予想いたします。



## <売上高・営業利益・経常利益の推移(連結)>

売上高、営業利益・経常利益の推移は、ご覧のとおりです。

(単位:百万円)

	24/5		25/5(予想)		
		構成比		構成比	前期比
日本セクター	2,732	58.1%	2,350	74.6%	86.0%
ミャンマー子会社	1,971	41.9%	800	25.4%	40.6%
合計	4,704	100.0%	3,150	100.0%	67.0%

減価償却費	1,170	—	1,400	—	134.3%
-------	-------	---	-------	---	--------

### <2025年5月期設備投資計画>

設備投資計画については、ご覧のとおりです。

日本セクターは、  
新規出店30店舗、改装25店舗にかかるもののほか、  
物流センターEC棟増築への投資など、  
23億円程度を見込みます。

ミャンマー事業は、  
第3工場への設備導入、太陽光発電設備、既存設備の改修など、  
8億円程度を見込みます。

**資本コストや株価を意識した経営の  
実現に向けた対応**

## ■現状評価

- ⇒ 資本収益性(ROE)は資本コストを上回る水準と認識
- ⇒ 株価純資産倍率(PBR)は概ね1倍程度の水準で推移も、市場からの評価は十分ではないと認識

連結	単位	2019/5	2020/5	2021/5	2022/5	2023/5	2024/5
売上高	百万円	49,728	42,560	45,368	47,695	54,888	56,571
営業利益	百万円	4,525	2,407	3,767	4,993	7,670	6,970
営業利益率	%	9.1	5.7	8.3	10.5	14.0	12.3
当期純利益	百万円	3,179	2,515	2,403	3,255	5,336	4,876
純資産	百万円	32,750	33,959	35,714	37,754	40,754	44,799
ROE	%	10.1	7.5	6.9	8.9	13.6	11.4
PER	倍	8.6	13.7	11.6	9.1	7.6	9.5
PBR	倍	0.8	1.0	0.8	0.8	1.0	1.0
BPS	円	1,175.44	1,218.43	1,281.51	1,354.78	1,462.57	1,607.74
期末株価	円	976	1,238	1,000	1,061	1,462	1,654

### <現状評価>

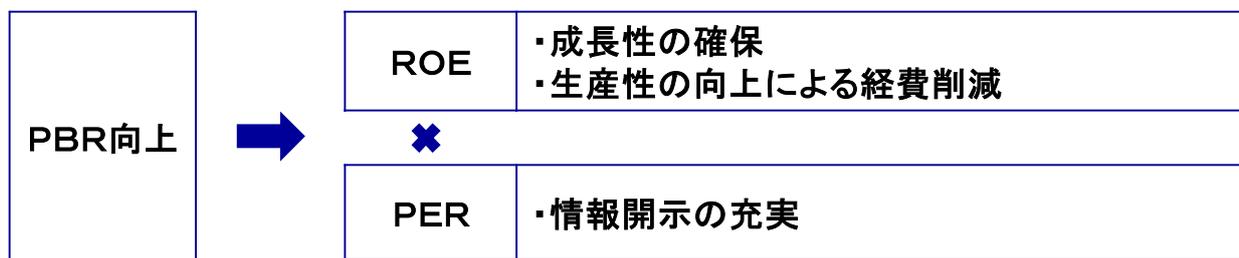
ここからは、東京証券取引所から開示を要請されております、資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた、当社グループの現状認識や方針について、ご説明いたします。

まず、現状評価ですが、前期の自己資本利益率(ROE)は、11.4%であり、当社グループが算出する資本コストを超過しているものと認識しております。

株価純資産倍率(PBR)につきましては、概ね1倍程度の水準で推移しており、こちらは市場からの評価は十分ではないものと認識しております。

## ■現状課題

- ⇒ PBR1倍以上の維持
- ⇒ 目標ROE達成に向け、収益拡大と安定的な利益の確保
- ⇒ 財務基盤は安定も、資本効率向上が課題



期末時点	単位	2019/5	2020/5	2021/5	2022/5	2023/5	2024/5
ROE	%	10.1	7.5	6.9	8.9	13.6	11.4
当期純利益率	%	6.4	5.9	5.3	6.8	9.7	8.6
総資産回転率	回転	1.3	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
財務レバレッジ	倍	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2
PER	倍	8.6	13.7	11.6	9.1	7.6	9.5

### <現状課題>

続いて、現状課題ですが、  
ROEについては、将来に向けた売上高の拡大とともに、  
安定的な利益の確保が課題であると考えております。

また、投資家の皆様に対し、  
当社グループの将来性などについて、  
情報開示の充実を図っていくことが課題であると考えております。

## ■方針・対応

	方針	対応
ROE	10%程度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 安定した利益を生み出す企業体質を強固にするため、                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 収益拡大による利益の確保と利益率の維持、向上</li> <li>② 事業規模、成長性の拡大に向け、新規事業やM&amp;A、人材確保も視野に検討</li> <li>③ 業務改善や効率化による経費削減と生産性向上に取り組む</li> </ol> </li> <li>・ 販売力の向上と価格競争力を維持していく</li> </ul>
株主還元	連結配当性向30%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 成長投資と株主還元のバランスを考慮し、中長期的に安定した利益還元を継続していく</li> <li>・ 財務体質の安定と将来の事業展開に備えて内部留保金を充実するとともに、中長期的な視野で投資にも充当していく</li> </ul>

### <方針・対応>

最後に、当社グループの方針となりますが、  
 中期経営計画における取り組みを踏まえ、  
 今後も新規事業の開発や必要に応じた投資など実施し、  
 事業規模の拡大を目指していくとともに、  
 業務改善や効率化による経費削減とあわせ、  
 収益の拡大や、安定した利益を生み出す企業体質を強固にしていく方針です。

また、株主還元につきましては、  
 中長期的な視点での成長投資や財務体質の安定化を踏まえ、  
 安定した利益還元を継続的に今後も実施していく方針です。

## 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。

ブランド	コンセプト・年代
<p>グラシア(GL)</p> <p>大人系(36.5%)</p> <p>GLACIER</p>	<p>■大人の女性のためのおしゃれ着ブランド ＜メインターゲット 25歳～45歳＞</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>
<p>シネマクラブ(CC)</p> <p>ベーシック(33.5%)</p> <p>CINEMA CLUB</p>	<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>
<p>コルザ(CZ)</p> <p>ヤング系(30.0%)</p> <p>C・O・L・Z・A</p>	<p>■流行に遊び心を加えたヤングカジュアルブランド ＜メインターゲット 15歳～30歳＞</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>

ブランド	コンセプト・年代
<p data-bbox="172 248 373 322">グラシアルツソ (Glu)</p> <div data-bbox="199 338 347 392" style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center;"><p data-bbox="236 342 311 360">GLACIER</p><p data-bbox="220 360 327 387">l u s s o</p></div>	<p data-bbox="437 248 1326 286">■いつでも、いつまでもオシャレを楽しめるハニーズの大人ブランド</p> <p data-bbox="437 324 1337 421">働く女性に訪れる様々なライフシーン。どんなときでもこち良く過ごせるようなこだわりの商品を提供。お仕事や子育てなど、日々多忙な暮らしの中から出る悩みを解消し【こんな服が欲しかった】を叶えます。</p>



## GLACIER



大人の女性のためのおしゃれ着ブランド

8分袖シアールズン..... 3,480円  
ノースリーブワンピース..... 4,480円

## CINEMA CLUB



様々な用途にお応えするノンエイジブランド

袖タックTシャツ..... 1,280円  
麻混ストレートパンツ..... 2,980円

## COLZA



流行に遊び心を加えた  
ヤングカジュアルブランド

ショート丈シアールズン..... 1,980円  
カップ付裾ロゴタンク..... 1,780円  
トラックパンツ..... 2,980円

GLACIER lusso



いつでも、いつまでもオシャレを楽しめるハニーズの大人ブランド

8分袖Aラインワンピース……4,980円

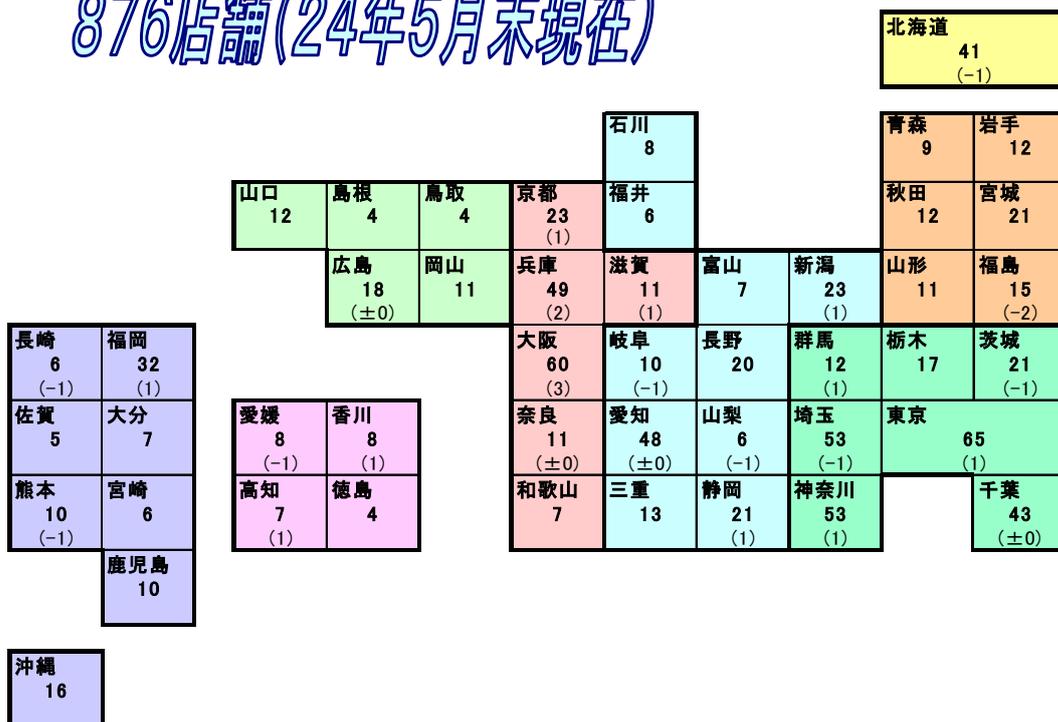
8分袖細リボンブラウス……3,980円  
総柄イージーパンツ……3,980円

フレアスリーブブラウス……2,980円  
タックロングスカート……3,980円

## 876店舗(24年5月末現在)

地域	店舗数
北海道	41 (-1)
東北	80 (-2)
関東	264 (+1)
北陸・中部	162 (±0)
近畿	161 (+7)
中国	49 (±0)
四国	27 (+1)
九州	92 (-1)
計	876 (+5)

24年5月末現在



(注)括弧内は23年5月末からの増減数  
25店舗出店、20店舗退店「純増5店舗」



ハニーズ ららぽーと甲子園店(兵庫県)



ハニーズ ココロ新潟店(新潟県)



ハニーズ イオンモール太田店(群馬県)



ハニーズ イオンモール鶴見緑地店(大阪府)