

株式会社ハニーズホールディングス
2026年5月期第2四半期(中間)決算説明会

Honeys Holdings

2026年1月7日(水)

■ 連結

- ⇒ 売上高289億5百万円(前期比98.0%)
値ごろな価格へ見直しで一人当たりの買上点数は改善、客数は前年並み
- ⇒ 売上総利益169億95百万円(前期比98.0%)
売上総利益率58.8%、円安影響で仕入原価が上昇
- ⇒ 販管費142億61百万円(前期比101.5%)
主に店舗費(広告宣伝費)、その他経費(配送費、販売手数料、システム費、諸手数料、減価償却費)で増加
- ⇒ 営業利益27億33百万円(前期比83.0%)
- ⇒ 経常利益27億85百万円(前期比83.7%)
- ⇒ 親会社株主に帰属する中間純利益17億69百万円(前期比85.1%)

<2026年5月期中間決算のポイント>

2026年5月期・中間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。

売上高は、前期比98.0%の289億5百万円となりました。

商品は値ごろな価格へ見直したことで、一人当たりの買上点数は改善しましたが、客数は前期比99.7%と前年並みとなりました。

長期化する夏に対し、接触冷感などの機能性素材を使用した売れ筋商品はあったものの、後半、色目や素材の変化をつけられず、商品に新鮮さが欠けたことで、セール販売が増えました。また、残暑が長引いたことで、秋物のプロパー販売期間が短くなったことも、減収の要因となりました。

売上総利益率は、58.8%と前年並みとなりました。

値ごろな商品価格へ見直したことや、円安の影響を受け、仕入原価率が上昇したことにより、当初計画を下回ったことが要因です。

販管費は、前期比101.5%の142億61百万円と増加しましたが、計画どおりに進捗しました。

以上の結果、営業利益は、前期比83.0%の27億33百万円、
経常利益は、前期比83.7%の27億85百万円、
親会社株主に帰属する中間純利益は、前期比85.1%の17億69百万円となりました。

■EC事業

- ⇒ 売上高37億4百万円(前期比105.5%)
EC化率は12.8%(前期比+0.9%p)
自社ECサイトのパフォーマンス、ユーザビリティの向上に注力
MAツール、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
円安による原価への影響も、原材料の集約、
閑散期の活用でコスト上昇を抑制
輸出入状況は安定、現地物価高は継続、給与見直しで人件費も増加
- ⇒ 採用・育成状況は順調

<2026年5月期中間決算のポイント>

続いてEC事業です。

売上高は前期比105.5%の37億4百万円となりました。

EC化率は前期11.9%から0.9ポイント上昇して12.8%となりました。

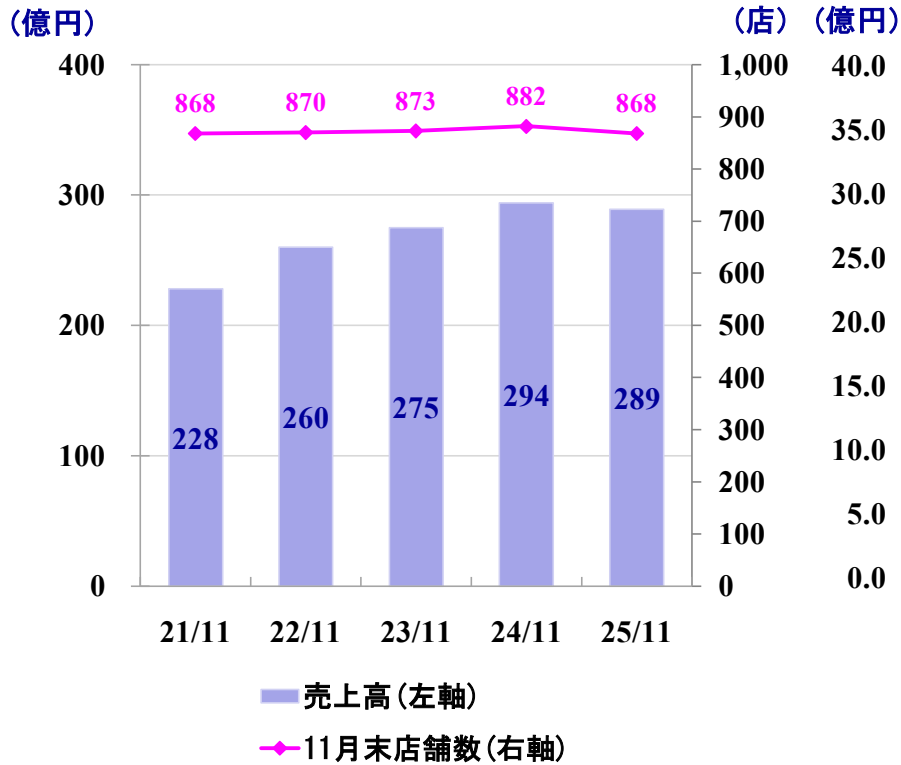
自社ECサイトは、EC売上高の約6割を占め、引き続きEC事業を牽引しております。

「店舗受取」の利用も順調に推移しております。

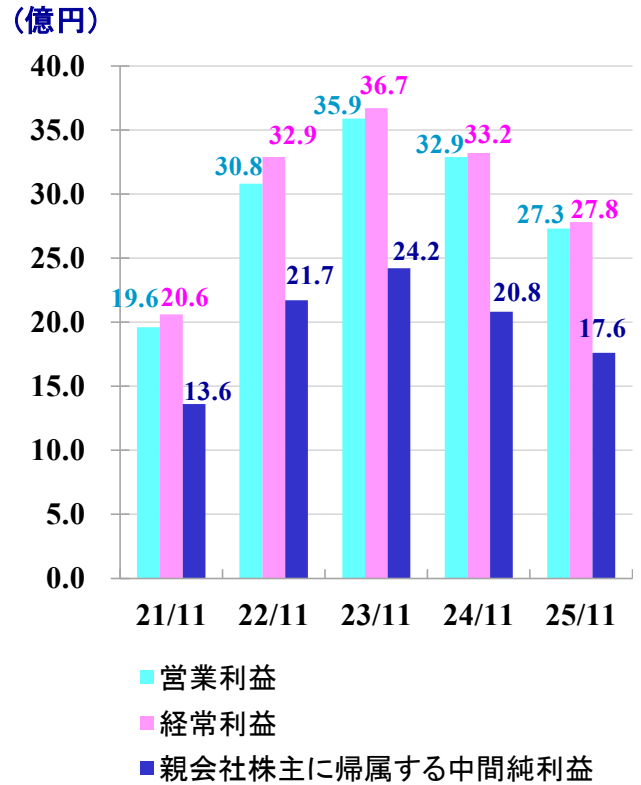
ミャンマー事業につきましては、

引き続き安定的な生産と商品供給を行いました。

売上高・店舗数の推移



利益の推移



<2026年5月期中間決算概要(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。

損益計算書(連結)

Honeys

(単位:百万円)

	24/11			25/11				
		売上比	前期比		売上比	前期比	期首計画	
							計画比	
売上高	29,488	100.0%	107.0%	28,905	100.0%	98.0%	29,600	97.7%
売上総利益	17,349	58.8%	102.5%	16,995	58.8%	98.0%	17,600	96.6%
販管費	14,053	47.6%	105.4%	14,261	49.3%	101.5%	14,400	99.0%
うち人件費	5,854	19.9%	103.4%	5,853	20.3%	100.0%	-	-
うち店舗費	5,614	19.0%	104.7%	5,671	19.6%	101.0%	-	-
営業利益	3,295	11.2%	91.6%	2,733	9.5%	83.0%	3,200	85.4%
営業外損益	31	0.1%	42.4%	51	0.2%	161.5%	-	-
うち為替差損益	▲23	▲0.1%	-%	▲95	▲0.3%	-%	-	-
経常利益	3,327	11.3%	90.6%	2,785	9.6%	83.7%	3,200	87.0%
特別損益	▲116	▲0.4%	-%	▲105	▲0.4%	-%	-	-
親会社株主に帰属する 中間純利益	2,080	7.1%	85.7%	1,769	6.1%	85.1%	2,100	84.3%

(注) 特別損失として、固定資産除却損35百万円・減損損失69百万円等、計106百万円を計上しております。

<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、売上総利益、および各利益の状況については、
1ページの決算のポイントでご説明したとおりです。

損益計算書(日本セクター)

Honeys

(単位:百万円)

	24/11			25/11		
		売上比	前期比		売上比	前期比
売上高	29,488	100.0%	107.0%	28,905	100.0%	98.0%
売上総利益	17,384	59.0%	102.9%	16,914	58.5%	97.3%
販管費	14,009	47.6%	105.5%	14,216	49.2%	101.5%
うち人件費	5,826	19.8%	103.4%	5,821	20.1%	99.9%
うち店舗費	5,614	19.0%	104.7%	5,670	19.6%	101.0%
営業利益	3,374	11.4%	93.4%	2,698	9.3%	80.0%
営業外損益	26	0.1%	6824.6%	84	0.3%	313.6%
うち為替差損益	▲12	▲0.0%	-%	▲47	▲0.2%	-%
経常利益	3,401	11.5%	94.2%	2,782	9.6%	81.8%
特別損益	▲117	▲0.4%	-%	▲105	▲0.4%	-%
中間純利益	2,154	7.3%	92.9%	1,756	6.1%	81.5%

(注) 特別損失として、固定資産除却損35百万円・減損損失69百万円等、計105百万円を計上しております。

5

<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。

(単位: %)

	21/11	22/11	23/11	24/11	25/11
人 件 費	21.5	19.9	20.6	19.9	20.3
店 舗 費	21.2	19.7	19.5	19.0	19.6
減 価 償 却 費	2.1	1.9	1.8	1.8	2.0
そ の 他	6.2	6.3	6.5	6.9	7.4
販 管 費 計	51.0	47.8	48.4	47.6	49.3

(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。

販管費率につきましては、49.3%で、
前期47.6%から1.7ポイント増加しました。

人件費につきましては、
前期比100.0%の58億53百万円と、前期並みとなりました。

店舗費につきましては、
前期比101.0%の56億71百万円となりました。
主に自社WEBサイトなどのEC関連の広告宣伝費が増加しました。

その他につきましては、
前期比105.1%の21億50百万円となりました。
主にEC発送費用や物流費用、
キャッシュレス決済にかかる販売手数料のほか、システム運営費などが増加しました。

減価償却費につきましては、
物流センターEC棟関連や、店舗関連費用で増加しました。

(単位:百万円)

	24/11			25/11				
		影響額	影響除く		影響額	影響除く	前期差	前期比
売上高	29,488	33	29,455	28,905	▲115	29,021	▲434	98.5%
売上総利益	17,349	33	17,315	16,995	▲115	17,111	▲204	98.8%
売上総利益率	58.8%	-	58.8%	58.8%	-	59.0%	+0.2p	-
販管費	14,053	▲103	14,157	14,261	▲105	14,367	209	101.5%
営業利益	3,295	137	3,158	2,733	▲9	2,743	▲414	86.9%
経常利益	3,327	137	3,190	2,785	▲9	2,795	▲394	87.6%

<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への影響としましては、
前期は33百万円の増収要因、今期は1億15百万円の減収要因となりました。

販管費(広告宣伝費)への影響としましては、
前期は1億3百万円の減少要因、今期は1億5百万円の減少要因となりました。

営業利益及び経常利益への影響額としましては、
前期は1億37百万円の増益要因、今期は9百万円の減益要因となりました。

当社が販売時に付与する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)1億28百万円計上しており、
2025年11月末時点で1億34百万円となっております。

四半期決算の推移(連結)

(単位:百万円)

	26/5		
	1Q (6～8月)	2Q (9～11月)	上期 (6～11月)
売上高	13,899	15,006	28,905
(前年比)	(97.1%)	(98.9%)	(98.0%)
(売上構成比)	(48.1%)	(51.9%)	(100.0%)
売上総利益	8,283	8,712	16,995
(前年比)	(101.3%)	(95.0%)	(98.0%)
(売上総利益率)	(59.6%)	(58.1%)	(58.8%)
営業利益	1,205	1,528	2,733
(前年比)	(97.8%)	(74.1%)	(83.0%)
(営業利益率)	(8.7%)	(10.2%)	(9.5%)

<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。

貸借対照表(連結)

Honeys

(単位:百万円)

	24/11		25/5		25/11			
		構成比		構成比		構成比	24/11 増減	25/5 増減
流 動 資 産	31,185	58.8%	30,789	58.1%	35,344	62.0%	4,158	4,554
現金及び預金	13,118	24.7%	13,355	25.2%	13,724	24.1%	605	368
棚卸資産	10,142	19.1%	10,849	20.5%	11,243	19.7%	1,100	393
固 定 資 産	21,850	41.2%	22,208	41.9%	21,671	38.0%	▲179	▲537
有形固定資産	13,084	24.7%	13,175	24.8%	12,895	22.6%	▲189	▲280
無形固定資産	237	0.4%	245	0.5%	185	0.3%	▲51	▲59
投資その他の資産	8,529	16.1%	8,787	16.6%	8,590	15.1%	60	▲197
総 資 産	53,036	100.0%	52,997	100.0%	57,015	100.0%	3,978	4,017
流 動 負 債	5,462	10.3%	5,218	9.8%	5,001	8.8%	▲461	▲217
固 定 負 債	2,939	5.5%	3,072	5.8%	3,738	6.5%	798	666
純 資 産	44,633	84.2%	44,706	84.4%	48,275	84.7%	3,641	3,568
株主資本	45,025	84.9%	45,980	86.8%	46,918	82.3%	1,893	937
その他の包括利益累計額	▲391	▲0.7%	▲1,274	▲2.4%	1,356	2.4%	1,748	2,630

- **流 動 比 率** : 24/11期 570.9% ⇒ 25/11期 706.7%
- **自己資本比率** : 24/11期 84.2% ⇒ 25/11期 84.7%

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。

総資産につきましては、

前期末から40億17百万円増加して570億15百万円となりました。

これは主に、現金及び預金が3億68百万円、

棚卸資産が3億93百万円、その他流動資産が36億70百万円それぞれ増加し、

有形固定資産が2億80百万円減少したこと等によるものです。

負債につきましては、

前期末から4億49百万円増加して87億39百万円となりました。

これは主に、未払法人税等が1億68百万円、その他固定負債が6億36百万円それぞれ増加し、

買掛金が3億56百万円減少したこと等によるものです。

純資産につきましては、

前期末から35億68百万円増加して482億75百万円となりました。

これは主に、利益剰余金が9億33百万円、

繰延ヘッジ損益が25億54百万円それぞれ増加したこと等によるものです。

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)

	24/11	25/11	
			増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,198	1,635	▲1,563
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲1,438	▲426	1,012
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲836	▲836	0
現金及び現金同等物の増減額	255	368	113
現金及び現金同等物の期首残高	12,863	13,355	492
現金及び現金同等物の中間期末残高	13,118	13,724	605

▶営業活動：税金等調整前中間純利益の減少、棚卸資産の増加、仕入債務の減少等

▶投資活動：有形固定資産の取得等

10

＜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、16億35百万円となりました。

これは、主に税金等調整前中間純利益が26億80百万円、

減価償却費が6億33百万円生じた一方で、

棚卸資産が4億4百万円へ増加したほか、

法人税等の支払額が8億99百万円、

仕入債務が3億55百万円の減少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、4億26百万円となりました。

これは、新規出店や改装等に伴う有形固定資産の取得として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、8億36百万円となりました。

これは、主に配当金8億36百万円の支出によるものです。

以上の結果、当中間連結会計期間における現金及び現金同等物は、

期首残高から3億68百万円増加し、

中間期末残高は137億24百万円となりました。

(単位:百万円)

	24/11		25/11		
	売上高	構成比	売上高	構成比	前期比
グ ラ シ ア	9,223	31.3%	8,974	30.9%	97.3%
シネマクラブ	8,411	28.6%	8,393	28.9%	99.8%
コ ル ザ	7,404	25.1%	7,098	24.5%	95.9%
雑 貨	3,671	12.5%	3,775	13.0%	102.8%
そ の 他	735	2.5%	770	2.7%	104.7%
合 計	29,446	100.0%	29,012	100.0%	98.5%

(注)「その他」には「グラシアルツ」の売上高が含まれております。

24/11期：545百万円 、 25/11期：638百万円

＜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。

夏商材、秋冬商材いずれも気候の影響を受け、各ブランドで伸び悩みました。

また、物価高を受けた節約志向もあり、

機能性素材を使用したアイテムなどの実用性に加え、お得感を求める傾向も見られました。

洋服は、夏商材は接触冷感や吸水速乾といった機能アイテムが好調でした。

秋商材は、プロパー販売期間が短かったことで、売上に影響しました。

冬商材は、裏地起毛などの暖かい素材のアイテムが、いずれのブランドでも好調でした。

ニットアイテムはお手頃な価格へ見直したことや、

ジャケットアイテムもライトアウターを取りそろえたことで売上に貢献しました。

雑貨については、比較的気温の影響を受けることなく、継続して伸長しました。

グラシアルツは、前期比117.1%と順調に推移しております。

		(前期比%)			
		22/11	23/11	24/11	25/11
直 営 店	売 上	112.9	106.2	107.0	98.7
	客 数	102.9	99.4	98.5	99.7
	客 単 価	109.8	106.9	108.6	99.1
	I 単 価	110.8	108.5	110.4	96.9
	一人当たり買上点数	99.1	98.6	98.4	102.2
既 存 店	売 上	112.5	105.4	105.8	98.6
	客 数	102.7	98.7	97.4	99.7
	客 単 価	109.6	106.8	108.6	98.9
	I 単 価	110.5	108.2	110.2	96.7
	一人当たり買上点数	99.2	98.7	98.6	102.3

(注) I 単価 : 商品一品当たりの平均単価

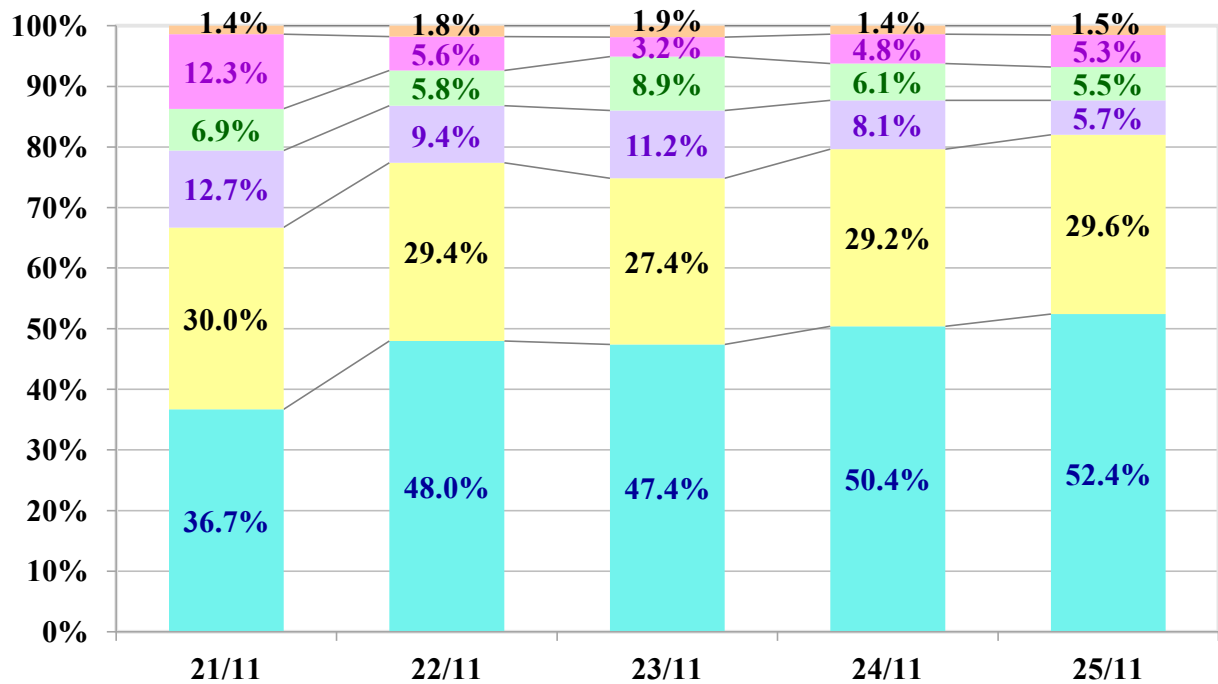
<客数・客単価>

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。

既存店売上高は、前期比98.6%となりました。

I 単価は値ごろな価格へ見直したことにより前期比96.7%、
一人当たりの買上点数が前期比102.3%となり、
客単価は前期比98.9%となりました。

客数は、前期比99.7%と、前期並みとなりました。



■ 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、
自社工場を含むミャンマー全体からの仕入構成比は52.4%となりました。

その他、バングラデシュ29.6%、カンボジア5.7%、ベトナム5.5%、中国5.3%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: %

6-11月	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
25/11	52.4	27.0	29.6	5.7	5.5	5.3	1.5
24/11	50.4	26.1	29.2	8.1	6.1	4.8	1.4
増減	+2.0	+0.9	+0.4	▲2.4	▲0.6	+0.5	+0.1

※ 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)

26/5			
	1Q (6～8月)	2Q (9～11月)	上期 (6～11月)
出 店	2	7	9
退 店	10	3	13
改 装	7	11	18
2025年11月末店舗数			868

＜店舗数と出退店の状況＞

2026年5月期・上期の状況は、
出店計画11店舗に対しまして9店舗、
退店計画12店舗に対しまして13店舗となり、
期首872店舗から4店舗純減して、11月末時点で868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。

2026年5月期方針と業績見通し

■方針

1. 商品価格の据え置き(一部商品については値下げ)、客数増加を図る
2. ミャンマー自社工場の安定稼働
3. 出退店計画
 - ⇒ 新規出店20店舗、改装30店舗
 - ⇒ 退店30店舗に修正(期首計画から+10店舗)

＜2026年5月期の方針＞

2026年5月期の方針につきましては、ご覧のとおりです。

商品価格の見直しについては、計画どおりに進捗しており、
戦略的に価格を抑えた商品も展開して客数の増加を目指してまいります。

ミャンマー自社工場については、
引き続き、人材の採用と育成に努め、
商品の安定的な生産と供給を図ってまいります。

今期の出退店計画については、新規出店20店舗に変更はありません。

退店計画については、期首計画から10店舗増加の30店舗に修正いたします。
商業施設の閉鎖によるもののほか、不採算店舗の閉鎖を進める予定です。
これにより、今期末時点では、前期末872店舗から純減10店舗の862店舗を見込みます。

改装は30店舗程度を見込み修正はありません。

引き続き、スクラップ＆ビルドを継続し、
また、好立地への移動、増床など積極的に実施して売上の底上げを図ってまいります。

■業績見通しの前提

- ⇒ 雇用・所得環境の改善等により景気は緩やかな回復が続くと期待されるものの、継続的な物価上昇による消費者の節約志向の高まりが個人消費を下押しする影響
- ⇒ 商品価格は据え置き(一部商品については値下げ)、客数の拡大・買上点数の改善
- ⇒ 年間想定レートを1米ドル当たり155-160円に修正(期首想定は145-150円)

■売上高

- ⇒ 通期575億円(前期比99.7%)、前期比減収予想
(通期)既存店売上高 前期比100.3%予想
- ⇒ 下期285億円(前期比101.4%)、期首計画294億円から▲8億円修正
(下期)既存店売上高 前期比102.0%予想

<2026年5月期 業績見通し>

今期業績の見通しの前提につきましては、
年間想定レートを1米ドル当たり155-160円想定に修正いたしました。

売上高の通期業績予想につきましては、前期比99.7%の575億円に修正いたします。
下期計画につきましても、前期比101.4%の285億円に修正いたします。

修正の理由としましては、
物価高が継続するなか、消費者の節約志向に伴う販売環境の悪化に加え、
気候の変化で四季から二季となり、売上の高い秋と春の販売期間が短くなるなど、
当初計画から下振れる見通しとなったため、修正をいたしました。

また、値ごろな商品価格に見直したことに加え、
円安による仕入原価の上昇も考慮しております。

2026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
		25/5	26/5	前年同期比	25/5	26/5	増減	前期比	
売上高	28,905	28,212	28,594	101.4%	57,701	57,500	▲201	99.7%	59,000
売上総利益	16,995	16,801	17,104	101.8%	34,150	34,100	▲50	99.9%	35,100
販管費	14,261	14,190	14,238	100.3%	28,244	28,500	255	100.9%	28,900
営業利益	2,733	2,610	2,866	109.8%	5,906	5,600	▲306	94.8%	6,200
経常利益	2,785	2,662	2,814	105.7%	5,989	5,600	▲389	93.5%	6,200
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,769	1,652	1,830	110.8%	3,732	3,600	▲132	96.4%	4,000

※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85百万円・減損損失169百万円等、計258百万円を見込んでおります。

18

<2026年5月期 業績予想(連結)>

2026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、下期および通期の業績予想を修正いたしました。

売上高の業績予想につきましては、前述のとおりです。

売上総利益につきましては、前期比99.9%の341億円を見込みます。

下期の売上総利益率は59.8%と、期首計画から0.3ポイントの改善を見込んでおります。

日本セクターが期首計画比0.2ポイントの悪化を見込むものの、ミャンマー現地法人の収益改善により、

下期連結では0.3ポイント改善する見込みです。

売上総利益率につきましては、

下期計画は前期比0.2ポイント程度改善を見込み、

通期では59.3%となる見込みです。

販管費につきましては、前期比100.9%の285億円を見込みます。

営業利益および経常利益につきましては、

下期は、前期から2億円程度の改善を見込みます。

通期の業績としましては、営業・経常利益56億円を見込みます。

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35%、DOE3%程度を目安としております。

2026年5月期の配当については、

中間配当は予定どおり25円、期末配当は30円の年間配当55円を予想いたします。

(単位:百万円)

	25/5		26/5(予想)		
		構成比		構成比	前期比
日本セクター	2,190	80.0%	1,550	93.9%	70.8%
ミャンマー子会社	548	20.0%	100	6.1%	18.2%
合 計	2,738	100.0%	1,650	100.0%	60.2%
減価償却費	1,336	—	1,400	—	104.7%

＜2026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。

日本セクターにつきましては、
期首計画13億50百万円から2億円程度増加し、
15億50百万円に修正いたしました。

熱中症対策の一つとして、
物流センター既存建物への遮熱屋根材工事を進めておりますが、
一定の効果があるため、追加工事費用を計上したほか、

基幹システムの更新や、
在庫コントロールの精度向上へ向けたシステム投資費用を増額したことから、
今期は16億円程度を見込みます。

【単位】売上高・営業利益額：億円

	2025年5月期	2026年5月期	2026年5月期	2028年5月期 (新中期経営計画最終年度)
	実績	期首計画	下期修正計画	計画
売上高	577	590	575	630
EC売上高 (EC売上高比率※)	70 (12.1%)	78 (13.2%)	75 (13.0%)	100 (15.9%)
営業利益 (営業利益率)	59 (10.2%)	62 (10.5%)	56 (9.7%)	70 (11.1%)
ROE	8.3%	8.7%	7.9%	8.8%

※売上高に占めるEC経由売上高比率

<中期経営計画 経営数値目標(連結)>

中期経営計画における経営数値目標につきましてはご覧のとおりです。

今期計画につきましては、前述のとおり修正いたしました。

2028年5月期の計画につきましては、修正ございません。

以上、2026年5月期中間決算の説明を終了いたします。

2026年5月期 トピックス

21

＜2026年5月期 トピックス＞

2026年5月期における主なトピックスです。



おかげさまで **Honeys** は
7年連続「顧客満足度」
No.1
を獲得しました!!

2019年度から7年連続の獲得となります。
2025年度JCSI(日本版顧客満足度指数)第5回調査結果(衣料品店業種)
公益財団法人日本生産性本部 サービス産業生産性協議会



■ 7年連続第1位を獲得

- ・ サービス産業生産性協議会(公益財団法人日本生産性本部)が実施する日本最大級の顧客満足度調査「2025年度 JCSI(日本版顧客満足度指数)第5回調査」の衣料品店業種において、顧客満足第1位の評価を獲得(7年連続)

また、『顧客満足』のほか、
『知覚品質』『知覚価値』『失望指標』
の合計4指標で第1位の評価

<顧客満足度調査No.1獲得>

2025年12月16日に発表されました、
2025年度「JCSI(日本版顧客満足度指数)」の衣料品店業種において、
第1位の評価をいただき、7年連続で第1位を獲得することができました。

また、『顧客満足』のほか『知覚品質』『知覚価値』『失望指標』の
合計4指標(※)で第1位の評価をいただきました。

日頃よりご愛顧いただいているお客様に深く感謝申し上げるとともに、
今後もお客様のご期待にお応えすべく、「高感度・高品質・リーズナブルプライス」をコンセプトに、
高品質な商品の提供と丁寧な接客、居心地の良い店舗の実現に向けて
引き続きハニーズグループ一丸で取り組んでまいります。

※指標について

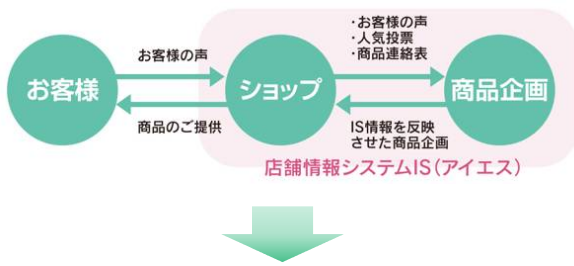
顧客満足: 利用して感じた満足の度合い

知覚品質: 実際にサービスを利用した際に感じる、品質への評価

知覚価値: 受けたサービスの品質と価格とを対比して、利用者が感じる納得感、コストパフォーマンス

失望指標: 該当企業・ブランドを利用した際に幻滅やがっかりするような経験をどの程度したか

(※ 失望指標はスコアが小さいほど上位にランキングされる)



売れ筋商品把握



確保した生地でクイック生産

■ 生地確保によるクイック生産

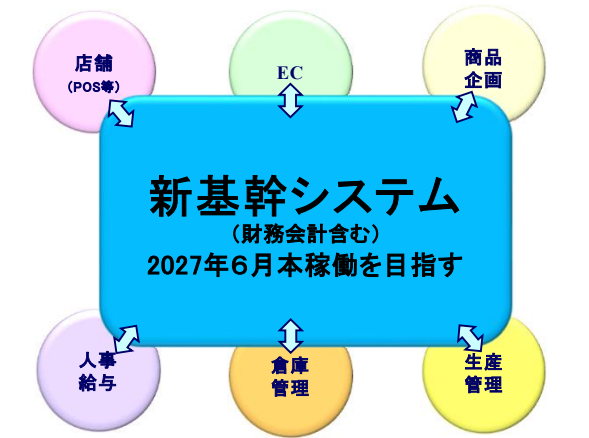
ミャンマー自社工場や海外協力工場にて生地を一定数確保し、従来より早く追加生産が可能な、クイック生産体制を構築

<クイック生産体制構築>

生地確保による売れ筋商品のクイック生産体制がスタートしました。

従来は企画ごとに生地を選び、生産した生地はすべて裁断して商品を完成させ、売れた商品を追加するためにはまた生地から生産するため時間がかかっておりました。

今回の取り組みは複数の企画で共通の生地を使い、それをすべて裁断してしまうのではなく、追加分をミャンマー自社工場や海外協力工場で生地状態で確保しておき、売れて追加する商品にその生地を使用することで従来より早く追加生産が可能になりました。



■ 新基幹システム更新に向けた準備

- ・ データ管理や分析力を向上させ、売上拡大や業務効率化を図る
- ・ セキュリティ対策強化
- ・ 2025年9月キックオフ。2027年6月稼働に向けプロジェクトスタート



■ 物流 (在庫) 効率化への取り組み

- ・ AI技術を活用し、物流・在庫効率化ならびに業務効率化への取り組み開始
- ・ 30店舗でテスト運用完了
- ・ 2026年1月下旬から全店舗での運用開始

<DX推進>

昨年7月に公表した中期経営計画の「事業基盤の整備」におけるDX推進についてです。

まず新基幹システムの更新に向けた取り組みがスタートしました。

データ管理や分析力を向上させ、リアルタイムな経営分析や戦略立案を実現し、売上拡大や業務効率化を図ります。
またセキュリティ対策強化にも同時に取り組みます。

次に物流効率化・在庫効率化への取り組みについてです。
物流センターにある追加補充用の在庫を今までは各店舗の売上実績をもとにディストリビューターが手作業で出荷指示を行っておりました。

今後はAI技術を活用し、追加補充すべき店舗と枚数を自動で指示することが可能になったため、在庫回転率の向上と業務効率化の両立を目指します。

こちらは既に30店舗でのテスト運用を完了し、今月下旬より全店舗での運用を開始する予定です。



■モーダルシフト

物流センター保管分の一部商品を陸送から海上輸送へ

- ・ 2024年問題への対応
ドライバー不足による輸送力低下対策
- ・ 環境への配慮
CO2排出量の削減

太陽光システム(ミャンマー自社工場)



■ミャンマー工場太陽光システム稼働

ミャンマー自社工場に設置した太陽光システムが本格的に稼働

- ・ 自家発電用オイル使用量の削減によりCO2排出量・コスト面において削減効果あり

<サステナビリティ推進>

同じく「事業基盤の整備」におけるサステナビリティ推進の温室効果ガス(GHG)排出量削減に関連するCO2排出量削減の取り組みについて2つお話しいたします。

1つはモーダルシフトです。

以前は物流センター分として納品される商品全てが、東京港や横浜港より、福島県いわき市まで陸送していました。

現在では、一部商品を茨城県ひたちなか港(ひたちなか市)や福島県小名浜港(いわき市)へ海上輸送することにより

- ・ 2024年問題といわれている、ドライバーの残業時間や距離制限等による、輸送力の低下に対応
- ・ 輸送方法の一部を陸送から海上輸送に変更することによる、CO2排出量の削減
- ・ 輸送コストの削減

などがモーダルシフトによって実現できています。

2つ目はミャンマー自社工場の太陽光システムの本格的な稼働についてです。

昨年10月より本格的に稼働しました。

ミャンマーは水力発電が主要な発電源で雨季は比較的安定しているものの、

乾季になると停電が多く発生し自家発電用オイルの使用量が増加します。

太陽光システムが本格的に稼働することで、主に乾季の自家発電用オイルの使用量が減少し、それに伴いCO2排出量の削減とコスト削減が両立できます。

ハニーズグループは人と環境が調和した持続可能な社会の実現にむけて、

環境負荷の低減を意識した経営に取り組んでまいります。

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。

GLACIER



大人の女性のためのおしゃれ着ブランド

衿付ブルゾン ……4,980円
 ケーブル編パール付ニット ……3,480円
 バルーンスカート ……3,480円
 ファーショルダーバッグ ……2,280円
 スクエアショートブーツ ……3,980円

CINEMA CLUB



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

裏ボアジップパーカー ……3,480円
 あったかりブ編ハイネック ……2,480円
 あったかなローズカート ……2,680円
 ファーショルダーバッグ ……2,280円

COLZA



流行に遊び心を加えた
ヤングカジュアルブランド

モンスターブルゾン ……5,980円
 衿付ニット ……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

ファー切替ブルゾン	・・・7,900円
グラデーションニット	・・・4,980円
ウォームテーパーードパンツ	・・・3,980円
ボストンバッグ	・・・4,480円
3wayブーツ	・・・4,980円

868店舗(25年11月末現在)

(店)	
地域	店舗数
北海道	41 (－)
東北	76 (－1)
関東	260 (－2)
北陸・中部	164 (+1)
近畿	159 (－3)
中国	50 (±0)
四国	25 (－)
九州	93 (+1)
計	868 (－4)

25年11月末現在

長崎 7 (1)	福岡 30
佐賀 5	大分 8
熊本 11	宮崎 6
鹿児島 10	

沖縄 16

山口 12	島根 4
	広島 20 (1)

愛媛 7	香川 8
高知 6	徳島 4

石川 8	青森 9		岩手 11 (－1)	
福井 5	秋田 10 (－1)		宮城 19 (1)	
滋賀 11	富山 7	新潟 23	山形 11	福島 16
大阪 60 (－2)	岐阜 10	長野 20 (1)	群馬 11	栃木 17
奈良 11	愛知 50 (－1)	山梨 6	埼玉 52 (－1)	東京 64 (±0)
和歌山 8	三重 15 (1)	静岡 20	神奈川 54	千葉 41 (－1)

北海道 41

(注)括弧内は25年5月末からの増減数
9店舗出店、13店舗退店「純減4店舗」



ハニーズ マークイズ葛飾かなまち店(東京都)



ハニーズ 柏モディア店(千葉県)



ハニーズ イオンモール須坂店(長野県)



ハニーズ 奈良登美ヶ丘店(奈良県)