

株式会社ハニーズホールディングス
2026年5月期(第48期)決算説明会

Honeys Holdings

2026年7月7日(火)

■ 連結

- ⇒ 売上高561億82百万円(前期比97.4%)
商品価格の見直しで買上点数は改善も、客数の回復には至らず
夏の長期化、春・秋の短期化など需要予測に苦戦
春物は在庫調整、トレンド感のある目新しい商品の品揃えが不足
- ⇒ 売上総利益330億73百万円(前期比96.8%)
売上総利益率58.9%(前期比▲0.3%p)
仕入原価の上昇、積極的な在庫調整が粗利率を下押し
- ⇒ 販管費284億53百万円(前期比100.7%)
主に人件費(給与)、店舗費(広告宣伝費)、その他(販売手数料、
システム運営費、減価償却費)が増加も進捗は計画どおり
- ⇒ 営業利益46億19百万円(前期比78.2%)
- ⇒ 経常利益48億57百万円(前期比81.1%)
- ⇒ 親会社株主に帰属する当期純利益28億45百万円(前期比76.2%)

<2026年5月期(第48期)決算のポイント>

2026年5月期決算のポイントについてご説明申し上げます。

連結売上高は、前期比97.4%の561億82百万円となりました。

上代を値ごろな価格へ見直したことで、買上点数は改善した一方、

消費環境は依然として節約志向が強く、客数が伸び悩みました。

また、長期化する夏や、短期化する春と秋に向けた商品面、特に春物での対応が不足したことも要因となりました。

売上総利益率は、前期比0.3ポイント減の58.9%となりました。

商品価格の見直しに加え、円安の影響を受けた仕入原価上昇のほか、

特に春物の在庫調整を積極的に進めたことが要因となりました。

販管費は、284億53百万円と前期比微増も、ほぼ計画どおりの進捗となりました。

以上の結果、

営業利益は、前期比78.2%の46億19百万円、

経常利益は、前期比81.1%の48億57百万円、

親会社株主に帰属する当期純利益は、前期比76.2%の28億45百万円となりました。

■EC事業

- ⇒ 売上高70億90百万円(前期比101.2%)
EC化率は12.6%(前年比+0.5%p)
自社ECサイトのユーザビリティ向上に注力
MAツール、WEB広告、SNS等を活用し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、安定供給に注力
為替(円安)影響で原価は上昇、コンテナ集約や閑散期の活用でコスト抑制
輸出入状況は比較的安定、現地物価高(特にボイラ向け燃料代)は継続
- ⇒ 給与見直しで人件費は増加も人員の流動化が懸念、採用状況は順調に推移
- ⇒ 中東情勢の影響
海上運賃(中国発)は高止まり
原材料・染色等の加工費は上昇も現時点での影響は限定的

<2026年5月期(第48期)決算のポイント>

続いてEC事業です。

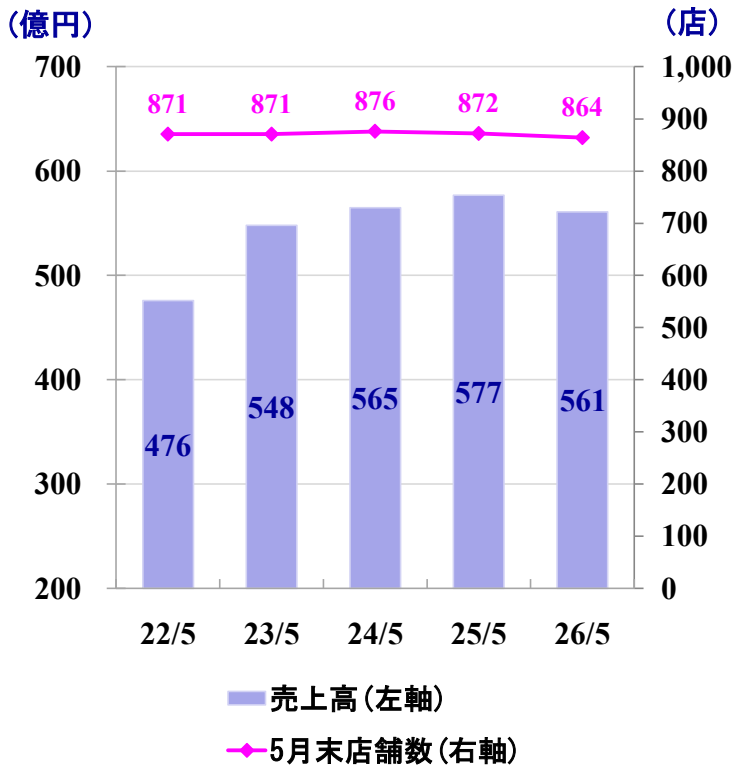
EC売上高は、前期比101.2%の70億90百万円と伸長しました。

EC化率は、前期12.1%から0.5ポイント上昇して12.6%となりました。

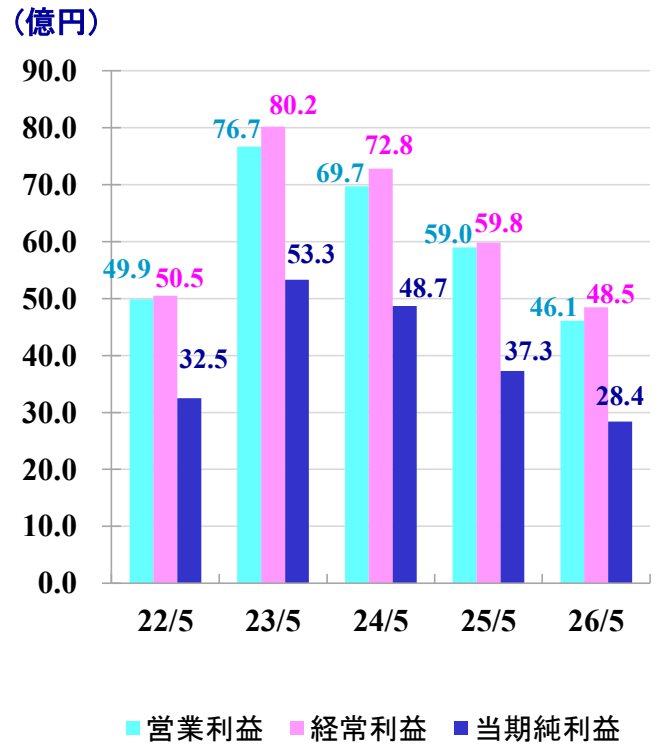
ミャンマー事業につきましては、

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)

	25/5			26/5				
		売上比	前期比		売上比	前期比	見通し(1/7発表)	
							計画比	
売上高	57,701	100.0%	102.0%	56,182	100.0%	97.4%	57,500	97.7%
売上総利益	34,150	59.2%	100.2%	33,073	58.9%	96.8%	34,100	97.0%
販管費	28,244	49.0%	104.1%	28,453	50.7%	100.7%	28,500	99.8%
うち人件費	11,705	20.3%	102.0%	11,784	21.0%	100.7%	-	-
うち店舗費	11,237	19.5%	103.5%	11,282	20.1%	100.4%	-	-
営業利益	5,906	10.2%	84.7%	4,619	8.2%	78.2%	5,600	82.5%
営業外損益	83	0.2%	26.8%	238	0.4%	286.7%	-	-
うち為替差損益	6	0.0%	4.5%	▲56	▲0.1%	-%	-	-
経常利益	5,989	10.4%	82.3%	4,857	8.6%	81.1%	5,600	86.7%
特別損益	▲326	▲0.6%	-%	▲514	▲0.9%	-%	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,732	6.5%	76.5%	2,845	5.1%	76.2%	3,600	79.0%

(注) 特別損失として、固定資産除却損61百万円・減損損失452百万円等、計515百万円を計上しております。

※ 2026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。

4

<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)

	25/5			26/5		
		売上比	前期比		売上比	前期比
売上高	57,701	100.0%	102.0%	56,182	100.0%	97.4%
売上総利益	34,189	59.3%	100.0%	32,855	58.5%	96.1%
販管費	28,151	48.8%	104.2%	28,345	50.5%	100.7%
うち人件費	11,645	20.2%	102.0%	11,717	20.9%	100.6%
うち店舗費	11,236	19.5%	103.5%	11,279	20.1%	100.4%
営業利益	6,037	10.5%	84.3%	4,510	8.0%	74.7%
営業外損益	39	0.0%	2714.8%	267	0.5%	671.1%
うち為替差損益	▲7	▲0.0%	-%	9	0.0%	-%
経常利益	6,077	10.5%	84.8%	4,778	8.5%	78.6%
特別損益	▲328	▲0.5%	-%	▲514	▲0.9%	-%
当期純利益	3,825	6.6%	82.3%	2,784	5.0%	72.8%

(注) 特別損失として、固定資産除却損61百万円・減損損失452百万円等、計515百万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: %)

	22/5	23/5	24/5	25/5	26/5
人件費	20.7	19.6	20.3	20.3	21.0
店舗費	20.7	19.3	19.2	19.5	20.1
減価償却費	2.0	1.9	1.8	2.1	2.2
その他	6.4	6.1	6.7	7.1	7.4
販管費計	49.8	46.9	48.0	49.0	50.7

(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、

売上高が計画未達となったことで、前期49.0%から1.7ポイント増加し、50.7%となりました。

人件費につきましては、

前期比100.7%の117億84百万円と、前期から微増となりました。

主に給与手当が増加しましたが、人員の適正配置に取り組みました。

店舗費につきましては、

前期比100.4%の112億82百万円と、前期から微増となりました。

EC関連の広告宣伝費が増加したほか、

店舗使用料は相対的に微増となりました。

減価償却費につきましては、

物流センター関連や、店舗関連の費用が増加したほか、

資産除去債務の見積変更に伴う追加費用を計上したことによるものです。

その他につきましては、

前期比101.0%の41億23百万円となりました。

主にキャッシュレス決済等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。

(単位:百万円)

	25/5			26/5				
		影響額	影響除く		影響額	影響除く	前期差	前期比
売上高	57,701	▲45	57,746	56,182	▲221	56,403	▲1,343	97.7%
売上総利益	34,150	▲45	34,195	33,073	▲221	33,294	▲901	97.4%
売上総利益率	59.2%	-	59.2%	58.9%	-	59.0%	▲0.2p	-
販管費	28,244	▲215	28,459	28,453	▲209	28,663	203	100.7%
営業利益	5,906	170	5,735	4,619	▲11	4,631	▲1,104	80.7%
経常利益	5,989	170	5,819	4,857	▲11	4,869	▲949	83.7%

<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。
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。

売上高及び売上総利益への影響としましては、
前期は45百万円の減収要因、今期は2億21百万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2億15百万円の減少要因、今期は2億9百万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1億70百万円の増益要因、今期は11百万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、
2026年5月末時点で1億36百万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)	3Q (12~2月)	4Q (3~5月)	通期
売上高	13,899	15,006	11,402	15,873	56,182
(前年比)	(97.1%)	(98.9%)	(95.2%)	(97.8%)	(97.4%)
(年間売上構成比)	(24.7%)	(26.7%)	(20.3%)	(28.3%)	(100.0%)
売上総利益	8,283	8,712	6,352	9,725	33,073
(前年比)	(101.3%)	(95.0%)	(93.8%)	(97.0%)	(96.8%)
(売上総利益率)	(59.6%)	(58.1%)	(55.7%)	(61.3%)	(58.9%)
営業利益	1,205	1,528	▲505	2,390	4,619
(前年比)	(97.8%)	(74.1%)	(-)	(88.4%)	(78.2%)
(営業利益率)	(8.7%)	(10.2%)	(▲4.4%)	(15.1%)	(8.2%)

<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)

(単位:百万円)

	25/5		26/5		
		構成比		構成比	前期比
流動資産	30,789	58.1%	36,030	62.5%	117.0%
現金及び預金	13,355	25.2%	15,113	26.2%	113.2%
棚卸資産	10,849	20.5%	10,156	17.6%	93.6%
固定資産	22,208	41.9%	21,577	37.5%	97.2%
有形固定資産	13,175	24.8%	12,747	22.2%	96.8%
無形固定資産	245	0.5%	188	0.3%	76.7%
投資その他の資産	8,787	16.6%	8,641	15.0%	98.3%
総資産	52,997	100.0%	57,607	100.0%	108.7%
流動負債	5,218	9.8%	4,791	8.3%	91.8%
固定負債	3,072	5.8%	3,728	6.5%	121.4%
純資産	44,706	84.4%	49,087	85.2%	109.8%
株主資本	45,980	86.8%	47,297	82.1%	102.9%
その他の包括利益累計額	▲1,274	▲2.4%	1,789	3.1%	-%

- 流動比率 :25/5期 590.0% ⇒ 26/5期 751.9%
- 自己資本比率 :25/5期 84.4% ⇒ 26/5期 85.2%

<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46億10百万円増加して576億7百万円となりました。

これは主に、現金及び預金が17億57百万円、売掛金が1億53百万円、

為替予約が38億38百万円それぞれ増加し、

棚卸資産が6億93百万円、有形固定資産が4億28百万円、繰延税金資産が6億31百万円

それぞれ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2億29百万円増加して85億20百万円となりました。

これは主に、繰延税金負債が6億28百万円、資産除去債務が1億54百万円それぞれ増加し、

買掛金が2億37百万円、未払法人税等が2億99百万円それぞれ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43億80百万円増加して490億87百万円となりました。

これは主に、繰延ヘッジ損益が26億29百万円、

利益剰余金が13億12百万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)

	25/5	26/5	
			増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,918	4,659	▲259
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲2,264	▲1,419	845
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲1,532	▲1,533	▲0
現金及び現金同等物の増減額	492	1,757	1,264
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期末残高	13,355	15,113	1,757

▶営業活動：税金等調整前当期純利益の減少、棚卸資産の減少等

▶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、前期比5.3%減の46億59百万円となりました。これは、主に税金等調整前当期純利益が43億43百万円、減価償却費が13億84百万円、棚卸資産の減少が6億94百万円生じた一方、法人税等の支払額19億62百万円を支出し、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37.3%減の14億19百万円となりました。これは、主に新規出店および改装のほか、物流センター遮熱材設置工事等に伴う有形固定資産の取得として11億17百万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、前期並みの15億33百万円となりました。これは、主に配当金15億33百万円の支出によるものです。

(単位:百万円)

	25/5		26/5		
	売上高	構成比	売上高	構成比	前期比
グ ラ シ ア	18,249	31.6%	17,893	31.7%	98.1%
シネマクラブ	16,588	28.7%	15,999	28.4%	96.4%
コ ル ザ	14,013	24.3%	13,421	23.8%	95.8%
雑 貨	7,383	12.8%	7,476	13.3%	101.3%
そ の 他	1,494	2.6%	1,594	2.8%	106.7%
合 計	57,729	100.0%	56,385	100.0%	97.7%

(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。

25/5期：1,184百万円 26/5期：1,352百万円

<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。

洋服は、二季化が顕著となったことで、秋物・春物のプロパー販売期間が短くなったことに加え、全体的にトレンド商品を含む目新しい商品の品揃えが不足したことで、節約志向が強い環境の中、魅力ある商品を十分に打ち出せなかったことが主な要因となり、前年を割る結果となりました。

雑貨は、年間を通して機能性素材を使用したアイテムが好調に推移し、これまでとは異なる新しい品質訴求が売上を牽引しました。従来に加え、品質面での新鮮さや差別化が、お客様の支持獲得につながりました。一方、これまで伸長していたバッグ・シューズ・下着・ソックスにおいては、売上が厳しい月もあるなど、業績が頭打ちとなりつつある状況も見られました。

		(前期比%)			
		23/5	24/5	25/5	26/5
直 営 店	売 上	113.9	103.5	102.6	97.8
	客 数	102.6	97.8	96.4	99.2
	客 単 価	111.0	105.8	106.4	98.6
	I 単 価	112.6	107.4	107.6	97.1
	一人あたり買上点数	98.6	98.5	98.9	101.5
既 存 店	売 上	113.1	102.8	101.5	98.1
	客 数	102.0	97.2	95.4	99.7
	客 単 価	110.8	105.8	106.3	98.4
	I 単 価	112.3	107.2	107.3	96.9
	一人あたり買上点数	98.7	98.7	99.1	101.6

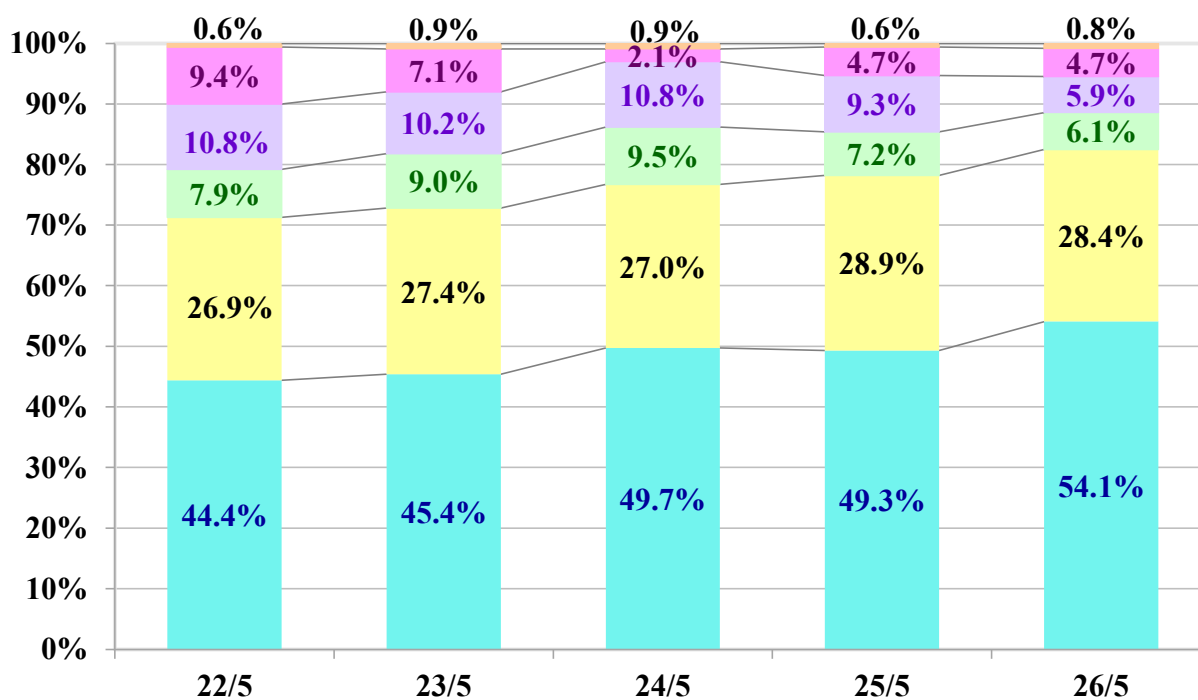
<客数・客単価>

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98.1%となりました。

戦略的に値ごろな価格へ見直したことで、I単価は前期比96.9%となり、一人当たりの買上点数は前期比101.6%と改善しましたが、客単価は前期比98.4%にとどまりました。

客数は前期比99.7%と、わずかながら前年を割り込みました。



■ ミャンマー ■ バングラデシュ ■ ベトナム ■ カンボジア ■ 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に努めながら、
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54.1%となりました。

その他、バングラデシュ28.4%、ベトナム6.1%、カンボジア5.9%、中国4.7%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：%

通期	ミャンマー	HGIのみ	バングラデシュ	ベトナム	カンボジア	中国	その他
48期	54.1	30.2	28.4	6.1	5.9	4.7	0.8
47期	49.3	23.6	28.9	7.2	9.3	4.7	0.6
増減	+4.8	+6.6	▲0.5	▲1.1	▲3.4	0.0	+0.2

※ 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)	3Q (12~2月)	4Q (3~5月)	下期 (12~5月)	通期
出 店	2	7	9	4	9	13	22
退 店	10	3	13	9	8	17	30
改 装	7	11	18	2	7	9	27

2026年5月末店舗数	864
-------------	-----

<店舗数と出退店の状況>

2026年5月期の状況はご覧のとおりです。

出店計画20店舗に対して22店舗、
退店計画30店舗に対して30店舗となり、
期首872店舗から8店舗純減して、期末時点で864店舗となりました。

既存店の改装もすすめ、引き続き好立地への移転や増床を積極的に実施し、
売上の底上げを図りました。

2027年5月期方針と業績見通し

■方針

1. 商品戦略
気候変動や消費者ニーズの変化に対応し、「高感度・高品質・リーズナブルプライス」のもと商品MDの見直しを実施して、トレンドを捉えた魅力ある商品構成の拡充を図り、商品力を高める。
2. 価格戦略
足元の経済環境や原価上昇を踏まえ、価格を維持する商品と戦略的に見直す商品の最適バランスを図り、売上と粗利の両立を目指す。
3. 店舗戦略
接客・売場・販促を強化し、お客様に支持される店舗づくりと新規・休眠顧客の来店促進、リピーター拡大を図る。
また、厳選した新規出店と、好条件な立地への移転・増床を継続する。
4. EC事業戦略
集客強化、自社サイト改装、レコメンド機能強化、EC限定商品の拡充により、接客力向上と売上拡大を図る。
5. 事業基盤整備
基幹システム更新、AI活用による在庫最適化、物流・業務効率化、人材育成を進め、持続的成長を支える基盤を強化する。

<2027年5月期の方針>

2027年5月期の方針はご覧のとおりです。

今期は、経営理念である「高感度・高品質・リーズナブルプライス」のもと、特に「高感度」の強化を商品戦略の中核に据え、従来の商品MDを見直すとともに、新鮮で目新しい商品企画、トレンド商品の迅速な提案、全商品の感度・感性の底上げ、新鮮な素材・色・柄の積極採用を通じて、商品力の向上に注力します。

また、お客様に選ばれる、トレンドを捉えたデザイン性の高い商品の構成比率を高めることで、売場全体の鮮度と魅力を向上させ、客数や購買率の向上とプロパー販売の強化につなげてまいります。

さらに、気候変動による需要変化や消費者ニーズの多様化にも対応するため、商品投入の柔軟性と機動性を高め、在庫効率と収益性の両立を図ってまいります。

■業績見通しの前提

- ⇒ 国内景気は、雇用環境の底堅さや賃上げ継続を背景に緩やかな回復基調を見込む一方、物価動向、円相場や資源・エネルギー価格等を受けて先行き不透明感が残る見通し。個人消費は、所得環境の改善を背景に緩やかな持ち直しが期待されるものの、生活必需品を中心とした物価上昇の影響から節約志向が当面強まり、消費面での二極化が続く見込み。
- ⇒ 出退店計画
新規出店20店舗、退店30店舗、改装30店舗

<2027年5月期の方針>

今期業績見通しの前提につきましては、ご覧のとおりです。

個人消費は、当面節約志向が強まり、選択的な消費による二極化が続く前提としております。

今期出退店の計画につきましては、
出店20店舗、退店30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30店舗程度を見込み、
引き続き好立地への移転や、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。

■売上高

- ⇒ 565億円(前期比100.6%)
既存店売上高 前期比100.0%(上期99.1% 下期100.9%)
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102.4%)、EC化率12.8%(前期比+0.2%p)

■売上総利益

- ⇒ 329億円(前期比99.5%)
売上総利益率58.2%(前期比▲0.7%p)
仕入コスト上昇(円安、原材料高等)に伴う原価率上昇で売上総利益率は低下
為替予約で一定程度を安定化

<2027年5月期 業績見通し>

今期業績の見通しです。

売上高につきましては、前期比100.6%の565億円を見込みます。
また、EC売上高につきましては、前期比102.4%の売上高72億円を見込み、
EC化率は、前期12.6%から0.2ポイント増の12.8%を目指してまいります。

既存店売上高は、前期比100.0%を見込みます。

売上総利益につきましては、
前期比99.5%の329億円を見込みます。

売上総利益率につきましては、
為替予約で安定化を図るものの、円安環境や原材料・物流コストなどを含め、
仕入コストの上昇を織り込み、通期58.2%を見込みます。

なお、年間想定レートは1米ドル当たり158-162円を想定しております。

■ 販管費

- ⇒ 289億円(前期比101.6%)
主に人件費(給与)、店舗費(店舗使用料、広告宣伝費)
その他経費(荷造運搬費、システム運営費、販売手数料)の増加を見込む

■ 利益

- ⇒ 営業利益40億円(前期比86.6%)
- ⇒ 経常利益40億円(前期比82.3%)
- ⇒ 親会社株主に帰属する当期純利益25億円(前期比87.8%)
売上総利益率の低下、人件費ほか各コスト上昇に伴う販管費の増加で
各利益とも前期比減益を予想

<2027年5月期 業績見通し>

販管費につきましては、
前期比101.6%の289億円を見込み、
人件費の増加や売上増加に伴う店舗使用料のほか、
広告宣伝費、販売手数料などの増加を見込んでおります。

以上の結果、営業利益は40億円、経常利益は40億円、
親会社株主に帰属する当期純利益は25億円を見込んでおります。

2027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			
	26/5	27/5	前期比	26/5	27/5	前期比	26/5	27/5	増減	前期比
売上高	28,905	28,700	99.3%	27,276	27,800	101.9%	56,182	56,500	317	100.6%
売上総利益	16,995	16,650	98.0%	16,077	16,250	101.1%	33,073	32,900	▲173	99.5%
販管費	14,261	14,450	101.3%	14,191	14,450	101.8%	28,453	28,900	446	101.6%
営業利益	2,733	2,200	80.5%	1,885	1,800	95.5%	4,619	4,000	▲619	86.6%
経常利益	2,785	2,200	79.0%	2,072	1,800	86.9%	4,857	4,000	▲857	82.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,769	1,400	79.1%	1,076	1,100	102.2%	2,845	2,500	▲345	87.8%

※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63百万円、減損損失200百万円等、計265百万円を見込んでおります。

20

<2027年5月期 業績予想(連結)>

2027年5月期の業績予想につきましては、ご覧のとおりです。

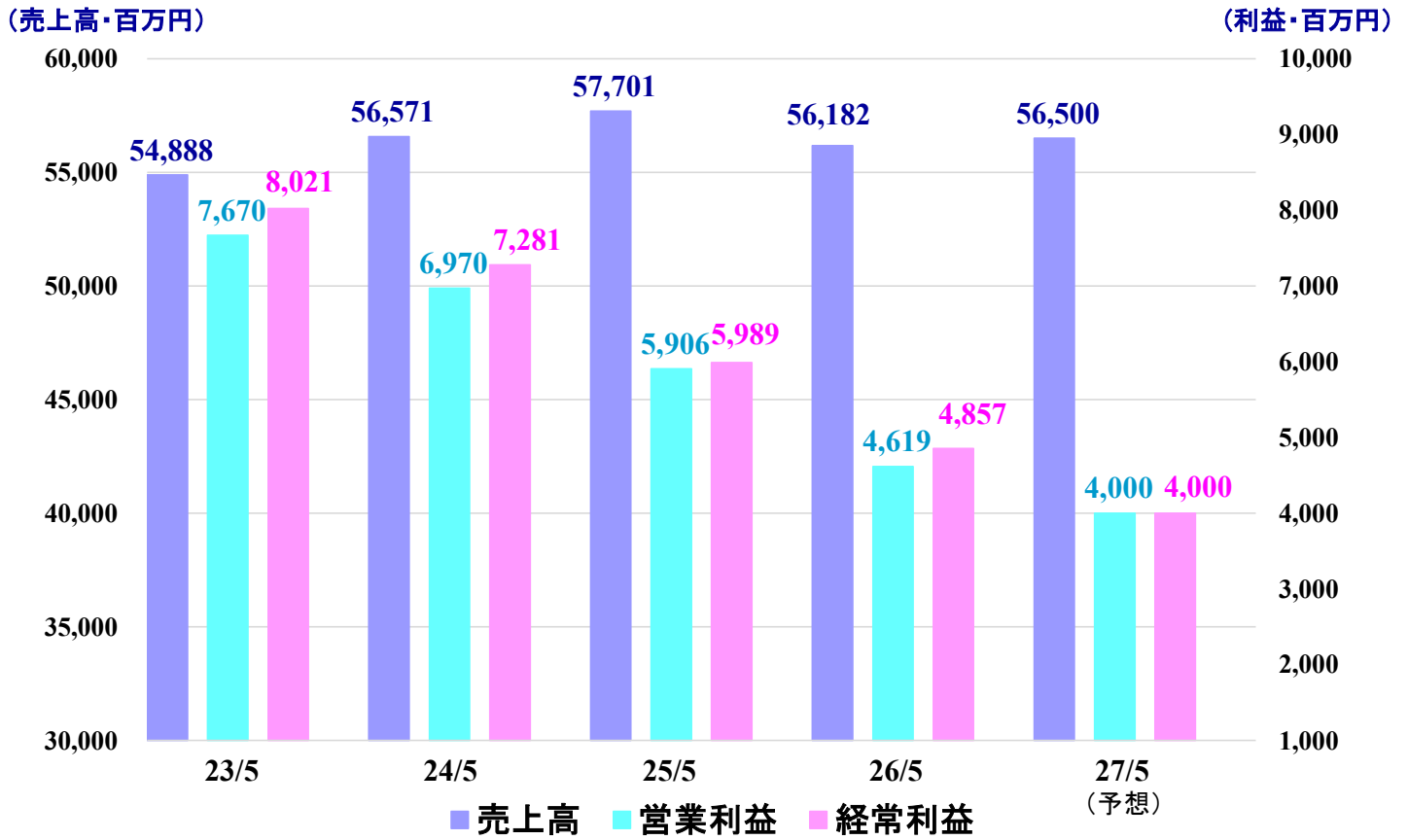
主な見通し要因につきましては、先程ご説明のとおりです。

続いて、株主還元です。

2027年5月期の配当については、

中間配当は25円、期末配当は30円の年間配当55円を予定いたします。

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(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)

	26/5		27/5(予想)		
		構成比		構成比	前期比
日本セクター	1,262	90.7%	1,870	93.5%	148.2%
ミャンマー子会社	129	9.3%	130	6.5%	100.5%
合計	1,391	100.0%	2,000	100.0%	143.7%

減価償却費	1,384	—	1,450	—	104.7%
-------	-------	---	-------	---	--------

<2027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、
新規出店20店舗、改装30店舗にかかるもののほか、

基幹システムの更新に向けた投資や、
在庫コントロールの精度向上へ向けた倉庫管理システムへの投資などを行う計画です。
今期はそれらによる設備投資額として20億円程度を見込みます。



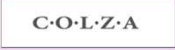
業績予想の適切な利用に関する説明

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。

ブランド	コンセプト・年代
<p>グラシア(GL)</p> <p>大人系(37.3%)</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>大人カジュアルから、きれいめ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(33.9%)</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(28.8%)</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="177 248 373 322">グラシアルツソ (Glu)</p> <div data-bbox="204 338 352 394" style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center;"><small>GLACIER</small> l u s s o</div>	<p data-bbox="443 248 1331 282">■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="443 327 1342 423">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

テーラードジレ 3,980円
ドレープトップス 1,780円

CINEMA CLUB



様々な用途にお応えするノンエイジブランド

7分袖ゆるシャツ 2,980円
こだわり綿コンパクトT 980円
マクラメートバッグ 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

フード付シャツ 2,280円
フリル使いタンク 1,280円
接触冷感カーブパンツ 2,680円

GLACIER Iusso



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

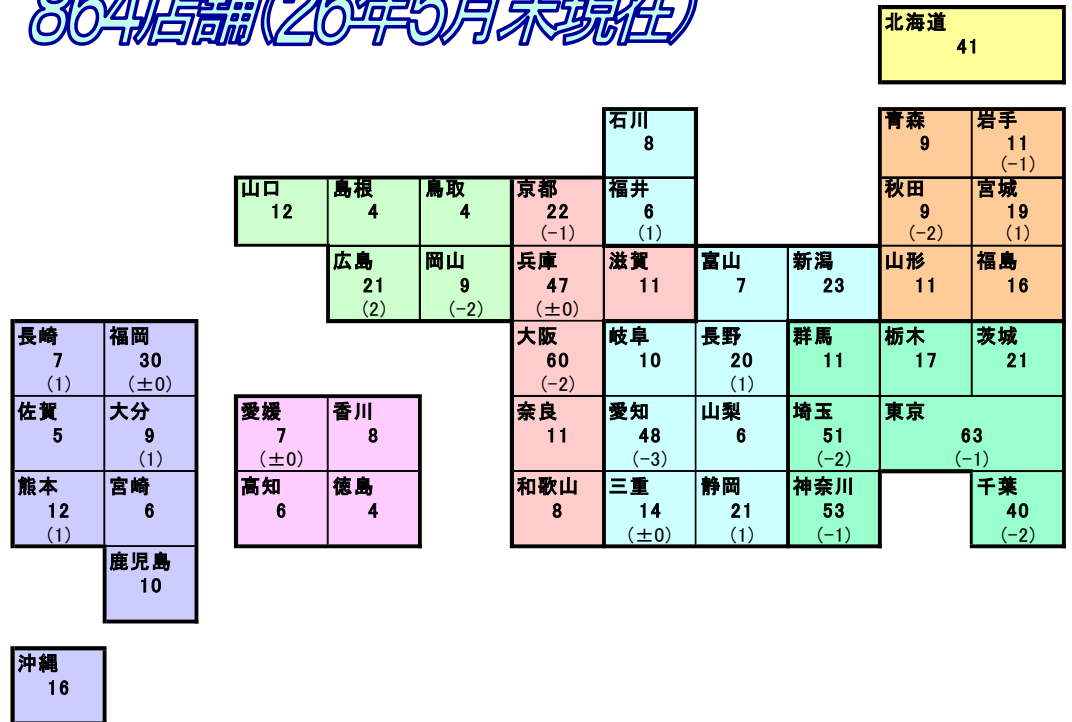
シアーフレア袖ニット.....3,980円
ナロースカート.....4,980円

ピンタックブラウス.....4,980円
イージーテーパードパンツ...3,980円
ベルト使いハンドバッグ.....4,680円

864店舗(26年5月末現在)

地域	店舗数
北海道	41 (-)
東北	75 (-2)
関東	256 (-6)
北陸・中部	163 (±0)
近畿	159 (-3)
中国	50 (±0)
四国	25 (±0)
九州	95 (+3)
計	864 (-8)

26年5月末現在



(注) 括弧内は25年5月末からの増減数
22店舗出店、30店舗退店 「純減8店舗」



ハニーズ マルイファミリー志木店(埼玉県)



ハニーズ イオンセントラルスクエア静岡店(静岡県)



ハニーズ 茨木ロサヴィア店(大阪府)



ハニーズ 木の葉モール橋本店(福岡県)

Honeys

中期経営計画（見直し）

2026/5－2028/5



【東証プライム 2792】
株式会社ハニーズホールディングス

2026年7月7日

目次

1 中期経営計画の見直し －2026年5月期～2028年5月期－

- － 当社グループを取り巻く環境変化
- － 円安進行に伴う、コスト上昇の影響
- － 経営数値目標（連結・見直し）
- － 中期経営計画の骨子

2 中期経営計画の骨子の進捗状況と今後の取り組み －2026年5月期～2028年5月期－

- － 骨子Ⅰ.店舗売上の拡大
- － 骨子Ⅱ. EC事業の拡大・強化
- － 骨子Ⅲ.新たな取り組みの深化
- － 骨子Ⅳ.事業基盤の整備

3 資本戦略

- － キャッシュアロケーション

1. 中期経営計画の見直し

－2026年5月期～2028年5月期－



当社グループを取り巻く環境変化（直近1年の状況と今後の当社への影響）

- 為替レートが想定より大幅に円安で推移。今後も円安傾向を見込む。仕入コストに大きく影響。また、人件費や物流費などのコスト上昇圧力も強まる。
- 商品戦略の見直しに取り組んだものの、店舗ならびにEC販売が計画未達に。
- 販売価格を抑えたが、価格競争の激化もあって、来店客数の増加が想定を下回って推移。

マクロ動向

人口減少
(少子化)

コスト
上昇
(原材料費・
人件費など)

AI
(人工知能)
の台頭

サステナビ
リティ
の進展

アパレル市場の動向

- 国内衣料品の市場規模は縮小傾向
- 衣料品を含むEC販売の市場は拡大傾向 → **想定を下回る伸びにとどまる**
- SNSなどの活用により、新規顧客の獲得機会が拡大
- 低価格ブランドの台頭により、価格競争が加速する可能性
→ **選択的消費の二極化が顕著に**

- 円安進行による仕入れ価格の高騰
（当初）想定レート 145円-150円
➡ （変更後）想定レート 158円-162円

今後も円安傾向は続くと想定

- 物価上昇による衣料品消費マインドへの影響 + 個人消費の節約志向の強まり
→ 選択的な消費による二極化が続く
- 特に地方都市における影響が大きい

最終年度である2028年5月期の経営数値目標

【単位】売上高・営業利益額：億円

	2026年5月期	2027年5月期	2028年5月期 (修正後)	2028年5月期 (修正前)
	実績	今期計画	最終年度計画	最終年度計画
売上高	561	565	580	630
EC売上高 (EC売上高 比率※)	70 (12.6%)	72 (12.8%)	76 (13.1%)	100 (15.9%)
営業利益 (営業利益率)	46 (8.2%)	40 (7.1%)	46 (7.9%)	70 (11.1%)
ROE	6.1%	5.0%	5.7%	8.8%

※売上高に占めるEC経由売上高比率

基本方針①既存事業の強化

Honeys

I. 店舗売上の拡大

- ✓ 商品力の強化
- ✓ 販売力の強化
- ✓ 出店・改装

II. EC事業の拡大・強化

- ✓ 商品力の強化
- ✓ 販売力の強化
- ✓ 利便性の向上

基本方針②新たな取り組みの深化

GLACIER lusso + a

III. 新たな取り組みの深化

- ✓ GLACIER lussoの拡大
- ✓ 新業態の開発

基本方針③事業基盤の整備

IV. 事業基盤の整備

- ✓ DX推進
- ✓ 人材の活躍に向けた取り組み
- ✓ サステナビリティ推進
- ✓ ミャンマー事業

2. 中期経営計画の骨子の進捗状況と今後の取り組み －2026年5月期～2028年5月期－



骨子Ⅰ.店舗売上の拡大

骨子Ⅱ. EC事業の拡大・強化

骨子Ⅲ. 新たな取り組みの深化

骨子Ⅳ. 事業基盤の整備

骨子 I .店舗売上の拡大（実施）

① サイズ展開・店舗スタッフコラボ企画の拡充

- お客様の声をお応えした「選べる股下シリーズ」の展開
- 店舗スタッフとのコラボ企画商品の売上が好調。今期は、コラボ商品の企画を拡充へ。

\ 低身長さんから高身長さんまで /

選べる股下シリーズ

サイズ・デザインも豊富にラインナップ！

CHECK

股下60cm	股下63cm	股下66cm
股下69cm	股下72cm	股下75cm



📷 STAFF
STYLING
COLLABORATION

毎日がちょっと楽しくなる
大人可愛いアイテムに
仕上げました！ by さくら

② 出店・改装

- 売上向上が可能な店舗への厳選した出店
- 好立地への移転や増床等により、顧客獲得につながる改装（リニューアル）の実施



ハニーズ 茨木ロサヴィア店(大阪府)



ハニーズ 木の葉モール橋本店(福岡県)

① 商品ラインナップの見直し・価格戦略

- 商品MDの見直しを実施し、トレンドを捉えた魅力のある商品構成の拡充を図り、商品力を高める
- 原価上昇を踏まえ、適正粗利を確保する商品と戦略的に価格を見直す商品の最適バランスを図る

② 機能性素材の充実ならびに販促強化

- 機能性素材等魅力のある商品の打ち出しを強化
- 販促を強化し、お客様への価格訴求を強化



骨子Ⅰ.店舗売上の拡大

骨子Ⅱ. EC事業の拡大・強化

骨子Ⅲ.新たな取り組みの深化

骨子Ⅳ.事業基盤の整備

① サイズ展開の強化

- 店頭の商品を補完するEC限定サイズの取り扱いを拡充



② EC限定商品の拡大

- 店頭では取り扱っていないEC限定の商品ラインアップの拡充
ブラックフォーマル等、今まで取扱いのない商品の展開



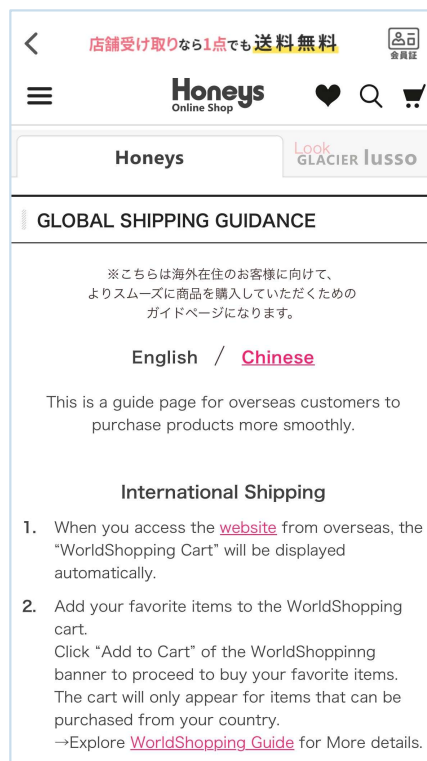
① 利便性の向上

- 自社ECサイト・アプリの仕様や機能等におけるUI（ユーザインターフェイス）の改善
- 越境ECの強化



② SNS等の活用・MAツールの推進

- 顧客獲得につながるSNS等での発信の強化やECサイトでの連携強化
- 顧客の購入や閲覧状況等を踏まえた、商品のパーソナライズ提案の充実



骨子Ⅰ.店舗売上の拡大

骨子Ⅱ. EC事業の拡大・強化

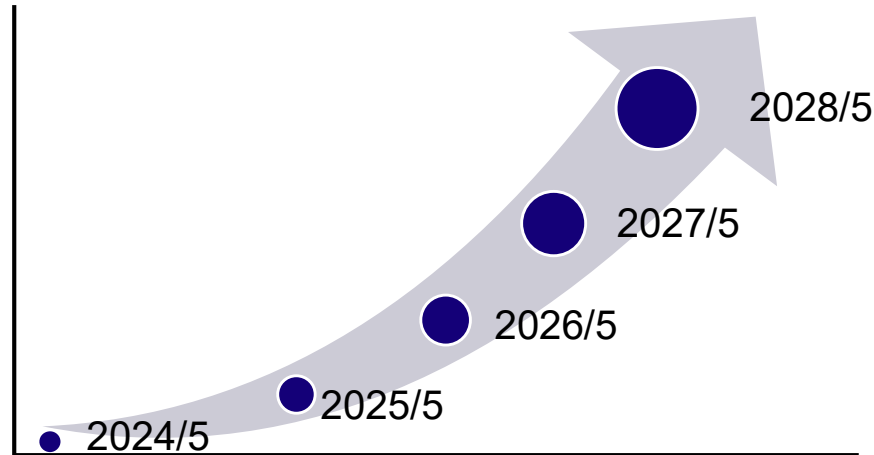
骨子Ⅲ.新たな取り組みの深化

骨子Ⅳ.事業基盤の整備

骨子Ⅲ.新たな取り組みの深化

・「GLACIER lusso」ブランドの拡大

単独出店・既存ブランドとの併設型出店（今期予定）により売上拡大を目指す



骨子Ⅲ.新たな取り組みの深化

• 新業態の開発

① 「ハニーズキッズ」の展開（16店舗+EC）

- 2026年11月～「ハニーズキッズ」を展開
- 既存のハニーズブランドと同じデザインも用意
親子コーデも可能に

② 大型店舗の開発

- 既存ブランド+「GLACIER lusso」、雑貨・「ハニーズキッズ」等、既存店舗より広範な展開が可能
- 2026年11月に「福島県内 新規商業施設」に出店予定

Honeys Kids

新たにレディスキッズを展開します!

- ♡ 11月末～展開スタート
- ♡ サイズ展開は120・130・140・150
- ♡ 洋服にくわえ、靴下も展開します

＼対象16店舗 + ECのみ展開／



骨子Ⅰ.店舗売上の拡大

骨子Ⅱ. EC事業の拡大・強化

骨子Ⅲ.新たな取り組みの深化

骨子Ⅳ.事業基盤の整備

骨子Ⅳ.事業基盤の整備（進捗状況）

① 基幹システム他の更新

- 2027年6月からの本格稼働に向け順調に準備が進捗
- 倉庫管理システムの刷新に着手

② 物流センター効率化や働きやすさへの取り組み

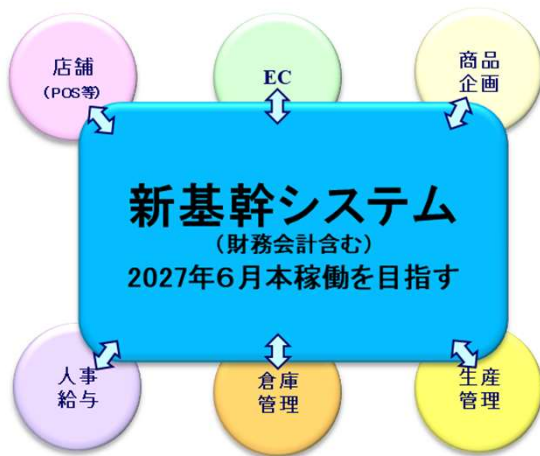
- AI技術を活用し、在庫管理の効率化を目指す
- 屋根遮熱材の設置工事完了（構内環境の改善）

③ ミャンマー自社工場

- 中東情勢の影響を多少受けるが、引き続き、商品の安定生産、安定供給を実現

④ サプライチェーン人権労働環境検査

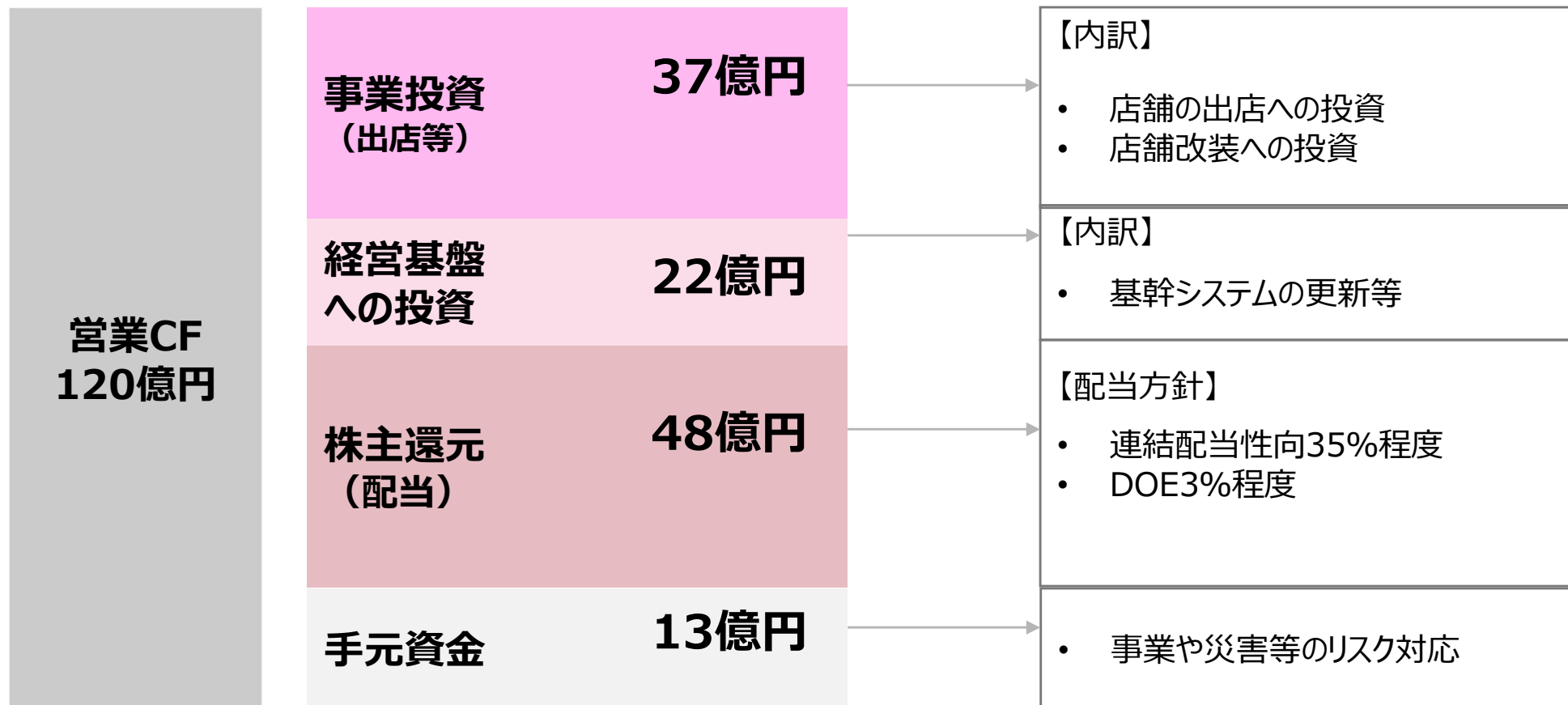
- 合計65工場（うち、当社往査46件を含む）について実施し、うち、53工場において第三者監査機関を受検済である旨を確認



5. 資本戦略



キャッシュアロケーション（見直し）



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及び予測につきましては、資料作成時点における当社の判断によるものであり、環境変化に伴う潜在的なリスクや不確実性を含んでおります。

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。

その他留意事項

資料内数値は一億円未満を切り捨て表示し、百分率は元データから算出しております。