



株式会社ハピネス・アンド・ディ

**2024年8月期第2四半期 決算説明会  
(2023年9月～2024年2月)**

2024年4月25日  
(東証スタンダード 3174)



# 目次

第1部. 2024年8月期第2四半期 決算説明		第2部中期経営計画の進捗	
1. 2Q 決算ハイライト	P. 1	2024年8月期上期の概要	P. 7
2. 既存店前年比の推移	P. 2	(補足)為替・金相場 影響	P. 8
3. 商品区分別売上高の推移	P. 3	ハピネスグループを取り巻く環境	P. 9
4. 2Q 決算概況(連結)	P. 4	グループ戦略全体像	P. 10
5. 通期業績予想	P. 5	中期経営計画と2024年上期実績比較(ハピネス&ディ単体)	P. 11
6. 配当方針、配当予想	P. 6	ハピネス&ディ	P. 12
		ハピネス&ディ 施策① PBジュエリーの開発	P. 13
		ハピネス&ディ 施策② 地金ジュエリー強化	P. 14
		ハピネス&ディ 施策③ 宝飾中心の売場変更	P. 15
		ハピネス&ディ コスト構造	P. 16
		ハピネス&ディ 在庫効率化	P. 17
		ハピネス&ディ 人材投資	P. 18
		中期経営計画と2024年上期実績比較(AbHeri単体)	P. 19
		AbHeri	P. 20
		中期経営計画と2024年上期実績比較(No.単体)	P. 21
		中期経営計画と2024年上期実績比較(3社連結.)	P. 22



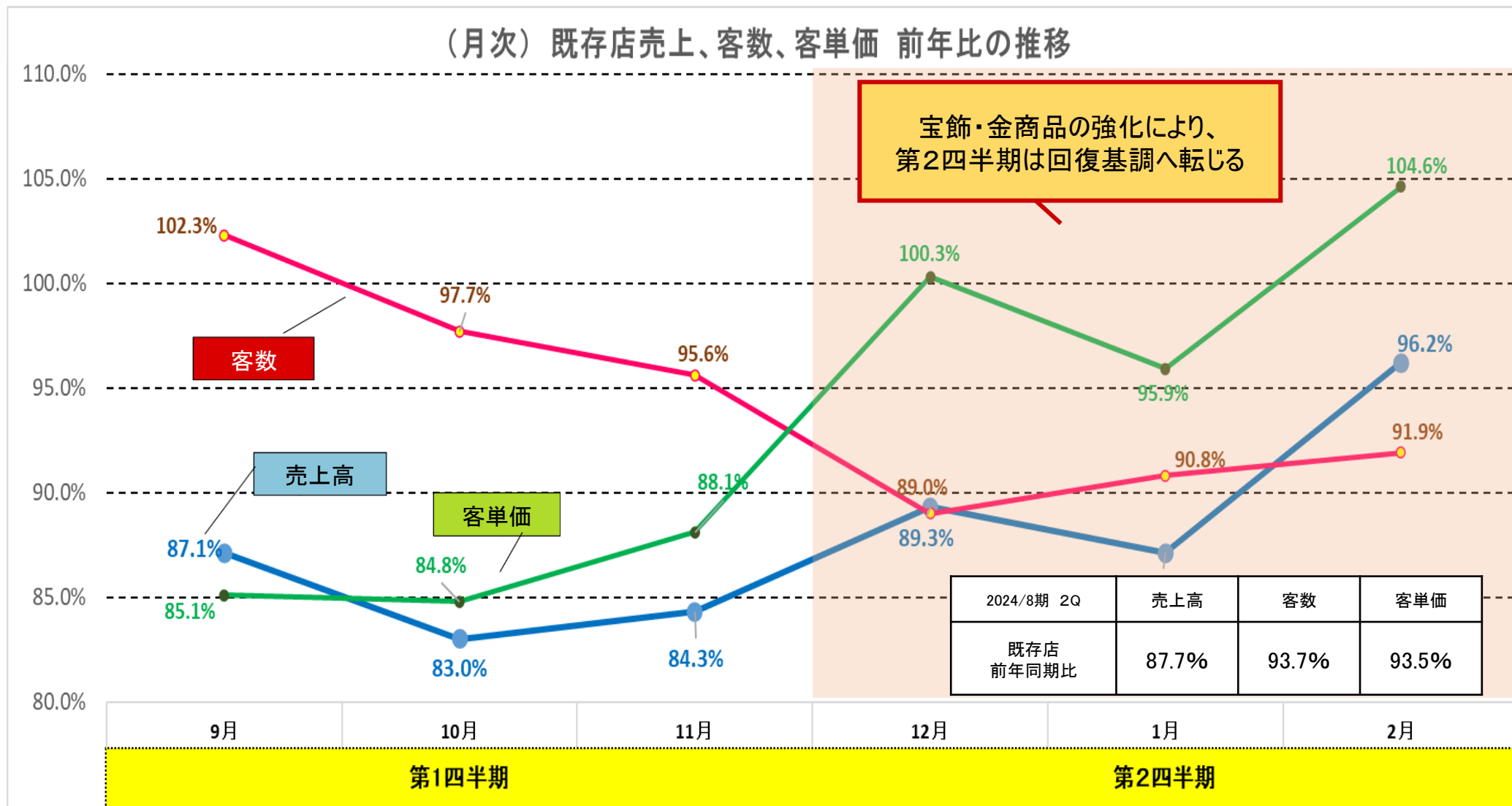
# 第1部 2024年8月期第2四半期 決算説明 (2023年9月～2024年2月)

代表取締役社長 営業本部長 田 篤史

# 1. 2024年8月期第2四半期 連結決算ハイライト

- ◆ 中期経営計画初年度として、ハピネス・アンド・ディの構造改革を着実に実行  
輸入ブランド雑貨・時計を縮小し、宝飾品・プライベートブランドを拡充
- ◆ 店舗網の整理統廃合として、不採算店舗11店を順次閉店し、収支改善へ  
向けた改革を推進
- ◆ 海外ブランドの価格高騰もあり、購買意欲減退の影響続くが、宝飾の強化と  
AbHeriが期初より連結に寄与したことで、営業利益は前年同期比で増益となる  
※AbHeriは2022年12月に子会社となり、前年同期比で連結期間に差異があります

## 2. 既存店前年比の推移(単体)



※ 閉店店舗は閉店月の翌月から除いております。

# 3.商品区分別売上高の推移(連結 収益認識基準 純額売上高)

百万円	2023/8月期2Q 連結(全店ベース)		2024/8月期2Q 連結(全店ベース)	
	( )は構成比	連結決算開始期にて未記載	( )は構成比	前年同期比(%)
売上高(総額)	6,786 ( - )	-	5,974 ( - )	▲11.9
バッグ小物	4,042 (59.6%)	-	3,386 (56.7%)	▲16.2
時計	1,319 (19.4%)	-	1,005 (16.8%)	▲23.8
宝飾	1,424 (21.0%)	-	1,583 (26.5%)	+11.1

## <連結ベース>

### バッグ・小物

PB商品が目標を上回り、品揃え見直しにより一部海外ブランドは好調となったが、円安等の影響で主力海外ブランドが価格上昇。前年同期比は16.2%減となった

### 時計

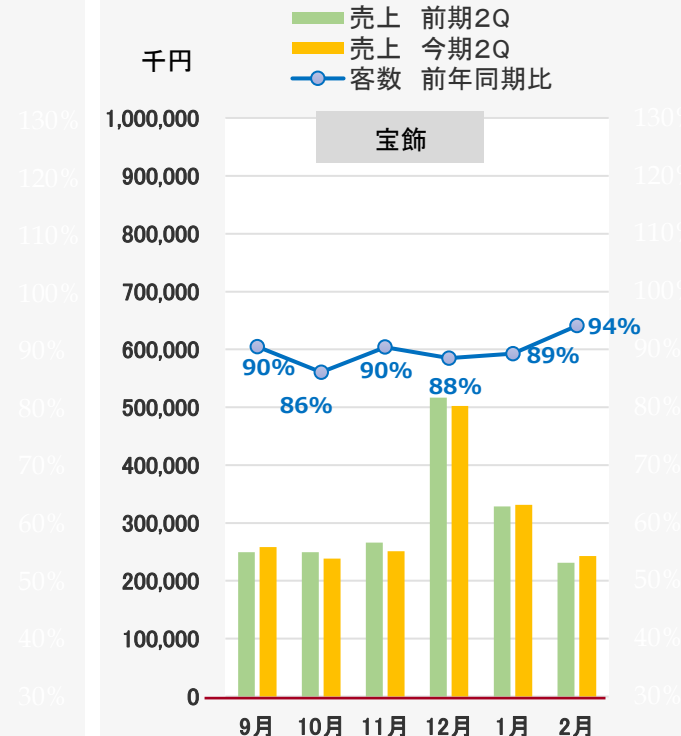
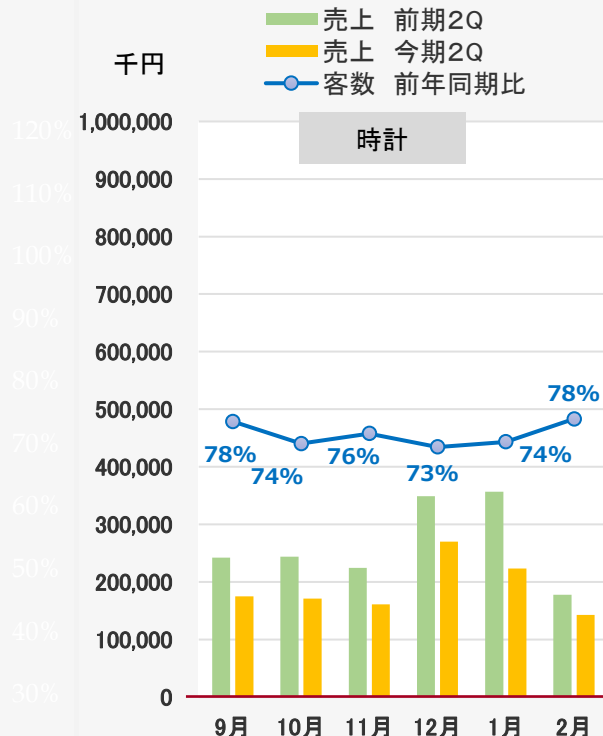
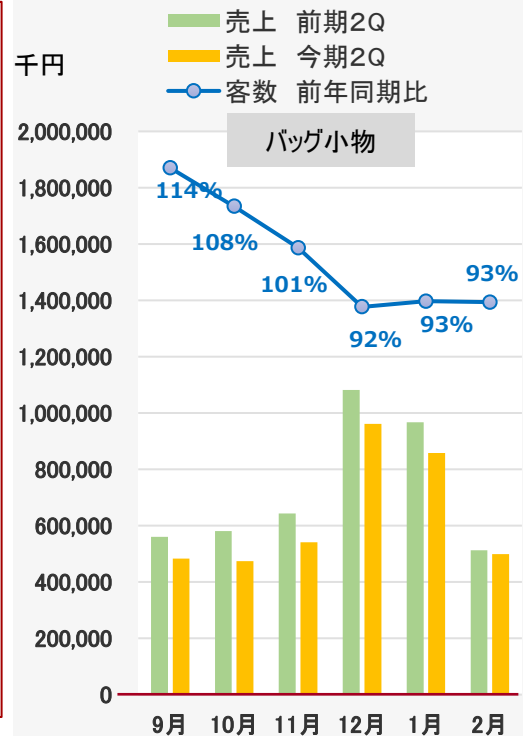
海外ブランド時計の価格高騰と時計市場縮小に伴い、商品展開を絞った結果、同23.8%減となった

### 宝飾

PBジュエリー等の新規商品が好調。金価格の高騰により金商品の販売が大きく伸長。AbHeriを2022年12月に連結子会社化した影響と合わせて、同11.1%増となった

円安等の影響続き、主力海外ブランド品の価格高騰によりバッグ小物が苦戦。宝飾はPB・金商品が好調で販売拡大。

月次グラフは単体総額売上・既存店



※ 閉店店舗の翌月以降及び前期新店をのぞいた既存店のみで比較(単体ベース)、EC売上・修理売上を除く。

## 4. 2024年8月期第2四半期 決算概況(連結)

	(参考) 2023/8月期 第2四半期			2024/8月期 第2四半期			
	(千円)	構成比		(千円)	構成比	前同比	同増減額
売上高	6,786,576	100.0%	売上高	5,974,911	100.0%	▲11.9%	▲811,665
売上総利益	2,367,003	34.8%	売上総利益	2,213,179	37.0%	▲6.4%	▲153,824
販管費	2,338,250	34.4%	販管費	2,168,924	36.3%	▲7.2%	▲169,326
営業利益	28,753	0.4%	営業利益	44,255	0.7%	+53.9%	+15,502
経常利益	16,518	0.2%	経常利益	30,954	0.5%	+87.3%	+14,436
特別利益	1,284	0.01%	特別利益	0	—	—	▲1,284
特別損失	42,049	0.6%	特別損失	14,986	0.2%	▲64.3%	▲27,063
税金等調整前 四半期純損失	△24,246	—	税金等調整前 四半期純利益	15,968	0.2%	—	—
法人税等合計	24,517	0.3%	法人税等合計	35,836	0.5%	+46.1%	+11,319
親会社株主に帰属する 四半期純損失	△48,764	—	親会社株主に帰属する 四半期純損失	△19,868	—	—	—
店舗数 ( )内は単体	89(86)		店舗数 ( )内は単体	80(77)			
粗利率	34.8%		粗利率	37.0%			

### 売上高

PB商品、宝飾・金商品は好調であったが、海外ブランドの価格高騰の影響が続き、前年同期比11.9%減となった。

### 売上総利益

売上減少により同6.4%減となったが、宝飾部門強化等の施策により、粗利率は37.0%へのアップとなった。

### 営業利益

販管費は閉店費用等の発生があったものの、人件費・店舗変動費等が減少いたしました。AbHeriが期初より連結に寄与したこともあり、営業利益は53.9%増となった。

### 特別損失

11店舗の閉店実施により、店舗閉鎖損失・減損損失等14百万円を計上。

### 親会社株主に帰属する四半期純損失

19百万円の純損失。

## 5. 通期業績予想

2024年8月期 通期 連結業績見通しは、

売上高 109億6,900万円、営業利益 △ 2億 300万円、

経常利益 △ 2億3,900万円、親会社株主に帰属する当期純利益 △ 3億1,600万円

第2四半期累計期間の業績を踏まえ、下期においては引き続き好調なジュエリー・金商品の展開を拡大し、翌期へ向けての販管費削減にも努め、予想を上回る業績をあげられるよう鋭意取り組んでまいります

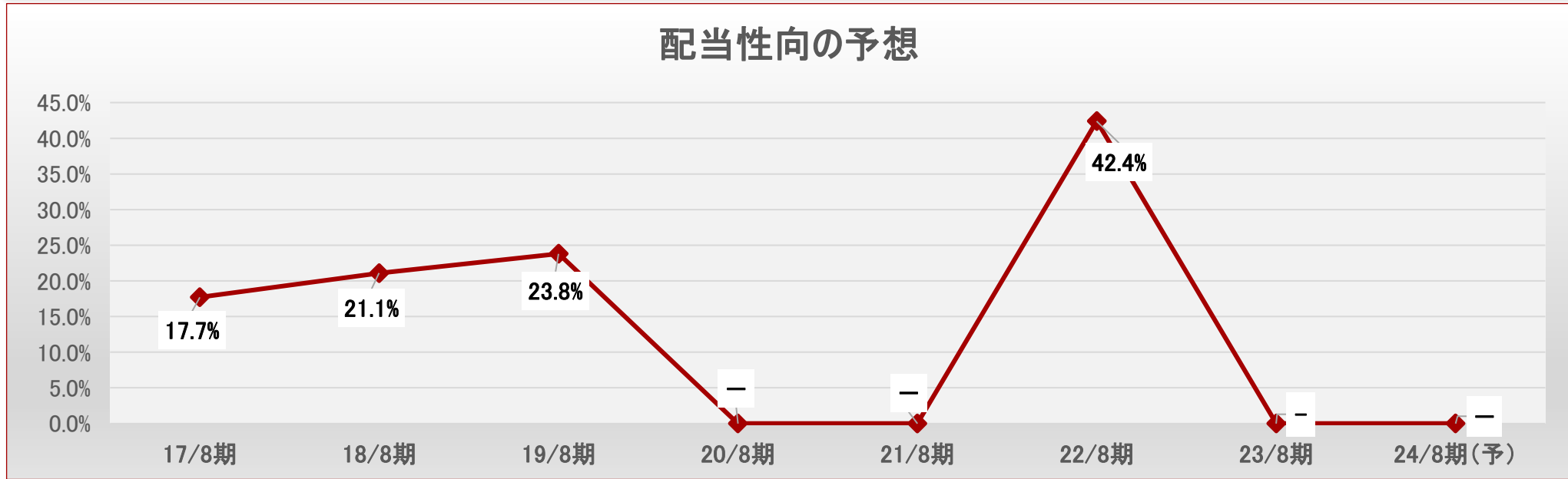
	2024/8月期 通期 業績予想				前期	
	(百万円)	前期対比	前期増減額	構成比 (純額売上比)	(百万円)	構成比 (純額売上比)
売上高 (純額)	10,969	86.0%	△ 1,773	—	12,742	—
営業利益	△ 203	—	+ 13	—	△ 216	—
経常利益	△ 239	—	+ 4	—	△ 243	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	△ 316	—	+ 352	—	△ 668	—

※ 2022年8月期より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)を適用しており、売上高は純額ベースとなります。



## 6. 配当方針、配当予想

### ◆ 配当方針



### ◆ 配当予想

2024年8月期は中間配当7円50銭、期末配当7円50銭の年間15円を予想しております。

	中間配当金	期末配当金	年間
2023/8月期 配当金	7円 50銭	7円 50銭	15円 00銭
2024/8月期 配当金 (当期予想)	7円 50銭(実)	7円 50銭(予)	15円 00銭(予)



## 第2部 中期経営計画の進捗

専務取締役 グループ戦略担当 前原 聡

## 2024年8月期上期の概要

### 不採算店舗の整理を進める

- ブランドショップ「HAPPINESS」は上期11店舗を整理 77店舗に縮小
- 下期は最大6店舗の整理統合を検討中 期末での店舗数は71店舗を見込む

### インポートブランド品の縮小と宝飾品の拡大

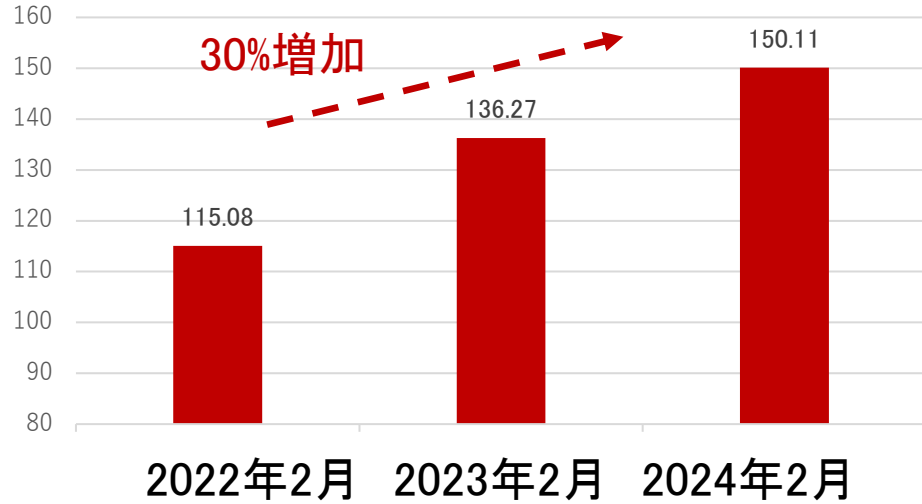
- インポートブランド(時計・雑貨)を縮小し、宝飾を拡大する方向で粗利率の改善を継続
- 宝飾は地金ジュエリーの他、PBジュエリーが収益を底上げ

### グループ会社が引き続き収益貢献

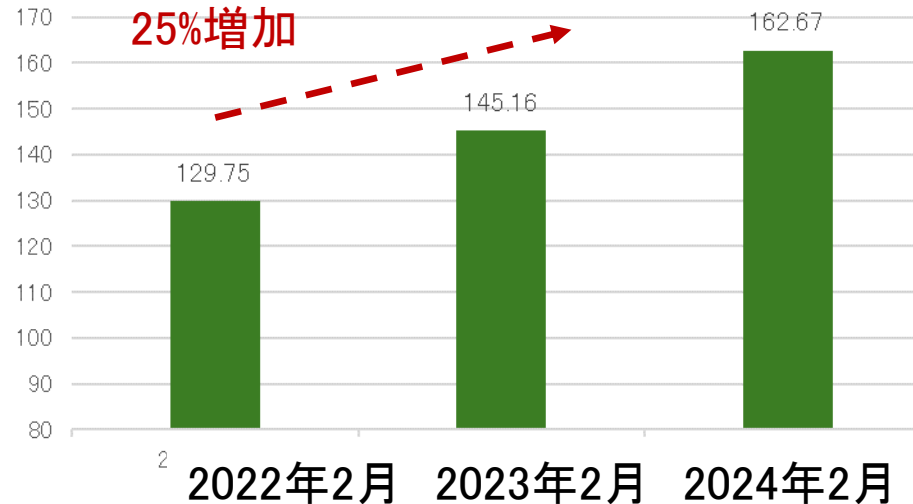


# (補足) 為替・金相場 影響

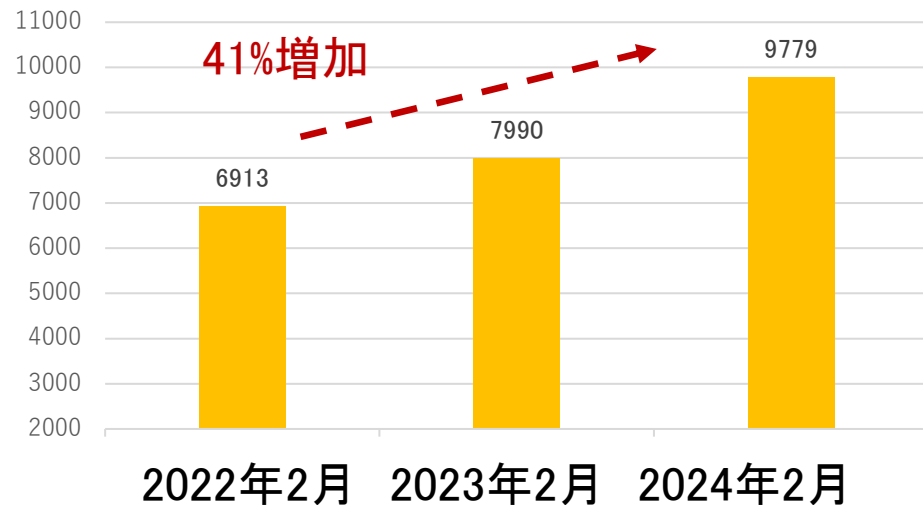
ドル円



ユーロ円



金(グラム)



時計雑貨  
インポートブランド品は  
値頃感薄れる

時計  
(2022年上期比)  
△47%

地金ジュエリー  
(2022年上期比)  
+134%

金  
運用としても人気  
地金ジュエリーに  
人気が高まる

過去2年間の間で大きく品揃えが変化  
インポート縮小 宝飾拡大



# ハピネスグループを取り巻く環境

## ネガティブ要因

円安環境は継続しており、引き続きインポートブランドは値頃感に乏しい  
国内の買回り品の消費動向は引き続き厳しい状況が続く(実質賃金がマイナス)  
店舗人員は引き続き雇用難が続く

## ポジティブ要因(外部環境)

金価格が高騰したことにより、地金ジュエリー市場は2100億円(2023年)まで拡大  
訪日外国人数は2,500万人(2023年)を突破し、インバウンド需要が拡大

## ポジティブ要因(内部環境)

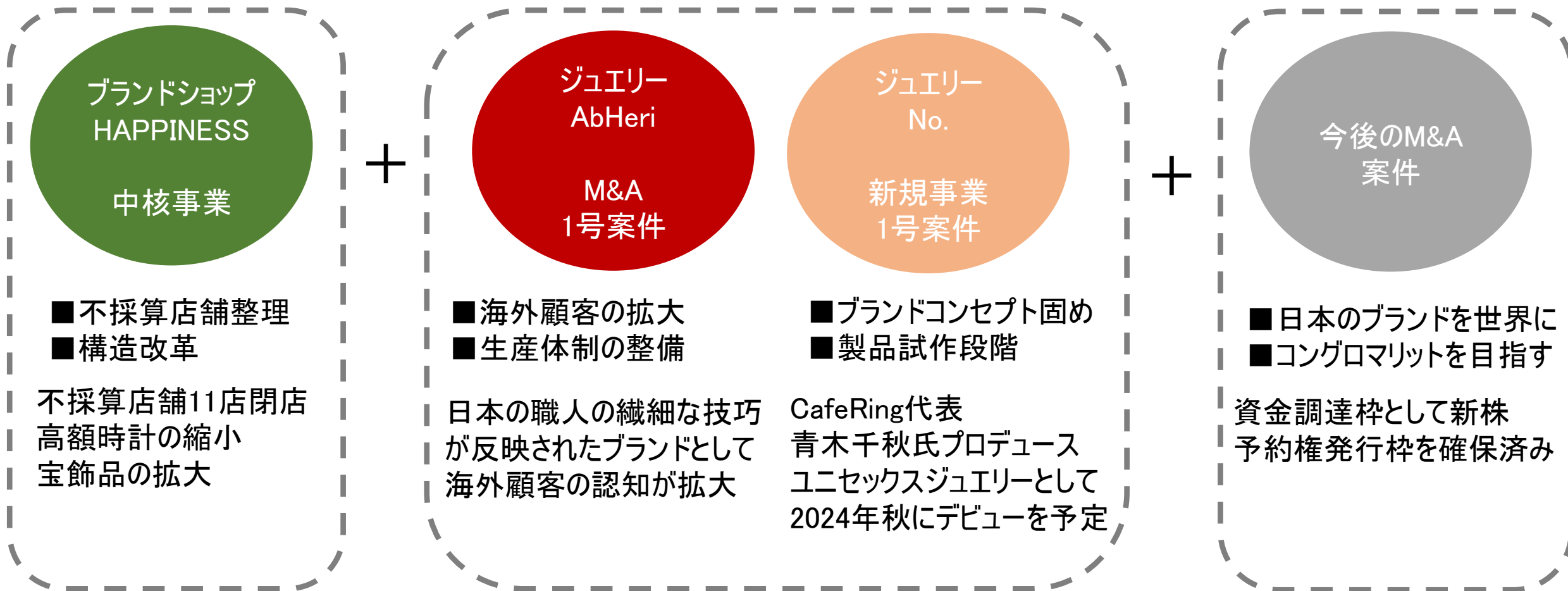
PBブランドh&d(宝飾)が2023年11月より販売開始 宝飾への収益シフトが続く  
インバウンド需要の追い風を受け、子会社AbHeriの業績が順調に推移

在庫投資  
インポートブランド品の  
圧縮を継続

地金ジュエリー  
地域No1の品揃えを  
実現

PBブランドジュエリー  
宝飾販売個数No1に  
躍進

# グループ戦略 全体像



3つの動き  
「製造小売業への脱皮」



## 中期経営計画と2024年上期実績比較(ハピネス&ディ 単体)

2024年8月期上期にて不採算店11店舗の閉店が完了

(単位:百万円)

	2024年8月期 上期(実績)	2024年8月期 (予算)	2025年8月期 (予算)	2026年8月期 (予算)
総額売上高	7,134	13,035	13,068	12,805
売上総利益	2,045	3,781	4,076	4,089
売上総利益率	28.67%	29.00%	31.20%	32.00%
一般管販費	2,045	4,087	4,019	3,929
(人件費)	971	1,979	1,976	1,960
(経費)	1,072	2,108	2,043	1,969
営業利益	0	△305	56	160
店舗数	77	71	71	70

※総額売上高ベース

現在店舗の契約については鋭意交渉中の段階であり、今後交渉が確定次第で開示します



# ハピネス&ディ

## 施策① PBジュエリーの開発



自社開発商品主体の品揃え  
今後現行のコレクションラインを拡大

## 施策② 地金ジュエリー強化



地域No1の地金ジュエリーの品揃え  
男性が買いやすいショップを志向

## 施策③ 宝飾中心の売場変更



インポートブランドを軸とした  
店舗レイアウトを宝飾を軸に  
見直す



# ハピネス&ディ 施策① PBジュエリーの開発



	企画設計	ファウンダー 企業開拓	生産 テスト販売	展開	収益化	
定番化	皮革製品	2020年夏 企画	2020年秋 工場提携	2021年春 販売開始	月間販売数 2,900個以上	年間売上 2億円規模
	シルバー 宝飾	2023年春 企画	2023年春 工場提携	2023年秋 販売開始	月販販売数 500個以上	年間売上 1億円規模
進行中	10K 宝飾	2023年冬 企画	2024年春 工場提携	2024年秋 販売開始	月販販売 200個以上	年間売上 0.7億円規模
	24K 宝飾	2024年春 企画	2024年春 ※業務提携	2024年夏 販売開始	月販販売 100個以上	年間売上 0.6億円規模

今後予定  
 その他PJ  
 その他PJ  
**前中計から引き続きPBパイプラインの拡充を目指す**

売上総利益率 33%

# ハピネス&ディ 施策② 地金ジュエリー強化

## 株式会社RAINとの業務提携

同社は純金・24K（金の純度が99%以上）の商品の企画・開発・製造に強みがあり、純金のギフト・置物・インバウンド商品など幅広く展開

ハピネス・アンド・ディの企画商品をRAINが製造し、ブランドショップHAPPINESSの全店での取り扱いを予定



18Kの品揃え 強化

+



純金(24K)のジュエリー導入

+



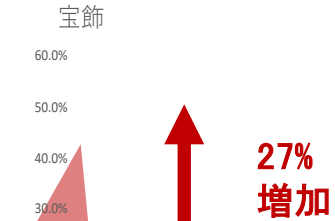
純金(24K)のギフト商品導入

# ハピネス&ディ 施策③ 宝飾中心の売場変更

宝飾強化型レイアウトの水平展開

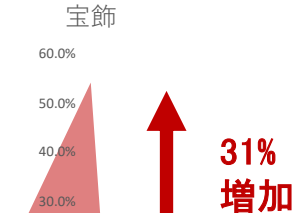
品揃えをインポートブランド軸から宝飾軸に 全店舗を2024年下期に改編

売上高構成比



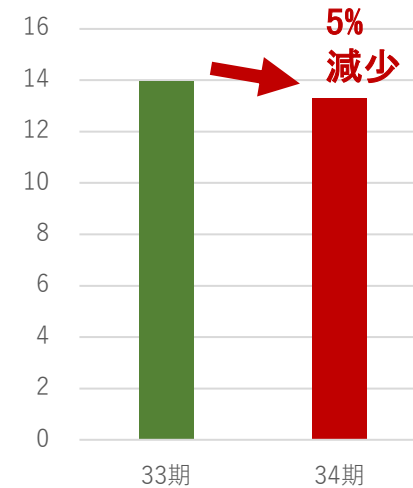
27%  
増加

粗利高構成比



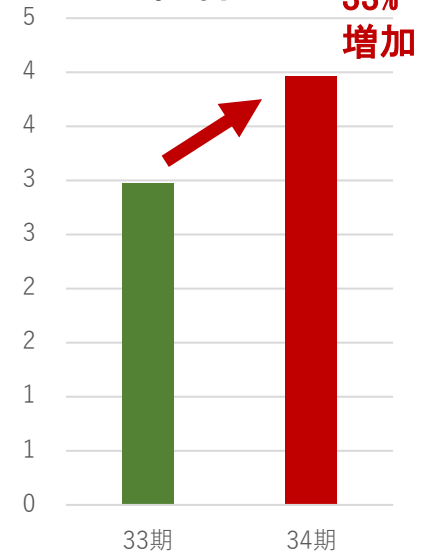
31%  
増加

売上高



5%  
減少

粗利益



33%  
増加

標準型店舗から宝飾強化型にレイアウト転換した店舗の実証結果

- ①宝飾構成比が売上高43%(前期16%)、粗利高54%(前期23%)へ変化
- ②売上高は微減(前期比95%)、粗利高は増加(前期比133%)と収益改善

# ハピネス&ディ

2024年8月期にて収益構造改革の仕上げを行う(コスト構造見直し)

## EC 効率化



Instagram  
PB商品(宝飾・皮革)  
が中心の運営にシフト

現行ECサイトは縮小

既存システム利用料他  
コストが大幅に削減

2024年下期より順次移行

## 本社 効率化

フリーデスク、リモートワークを  
前提に2024年8月より  
本社スペースを縮小

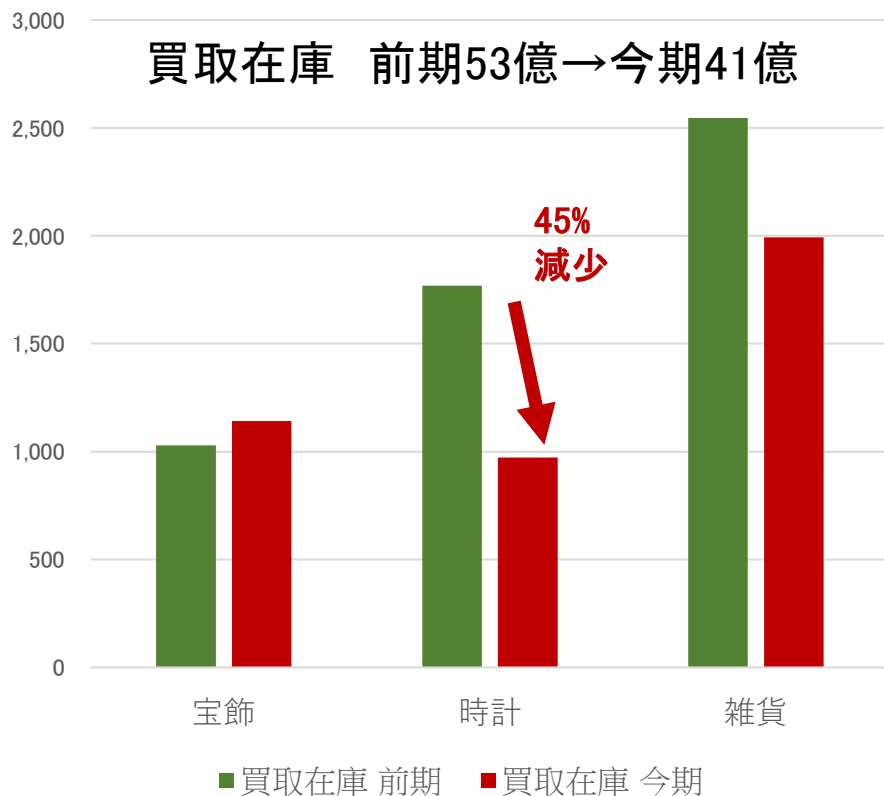


本社関係コストで年間50百万円を削減

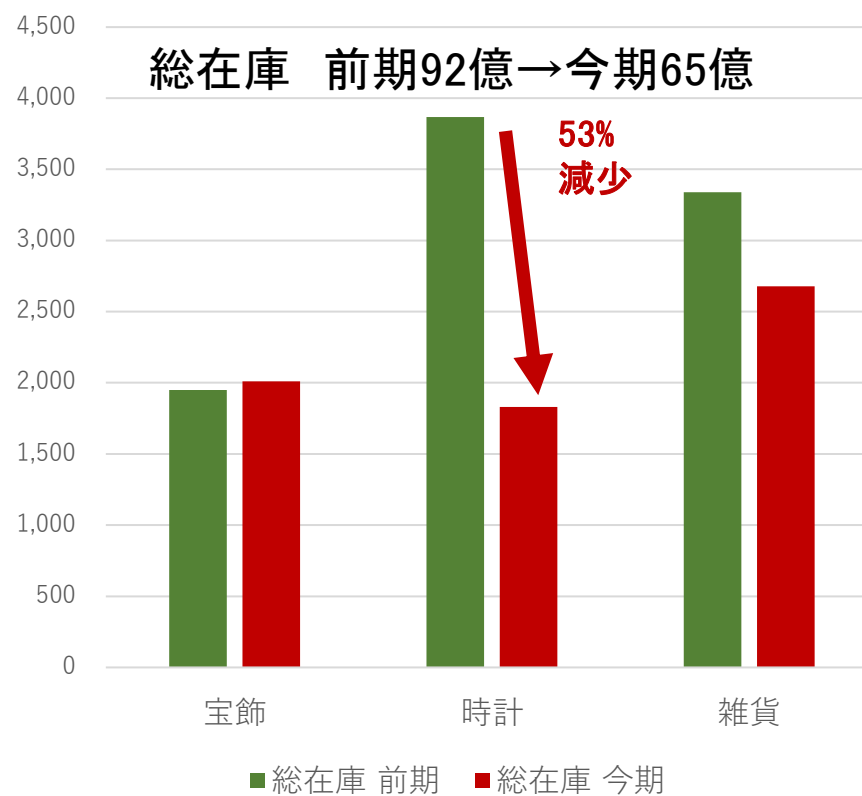
# ハピネス&ディ

2024年8月期にて収益構造改革の仕上げを行う(在庫効率化)

買取在庫高



総在庫高

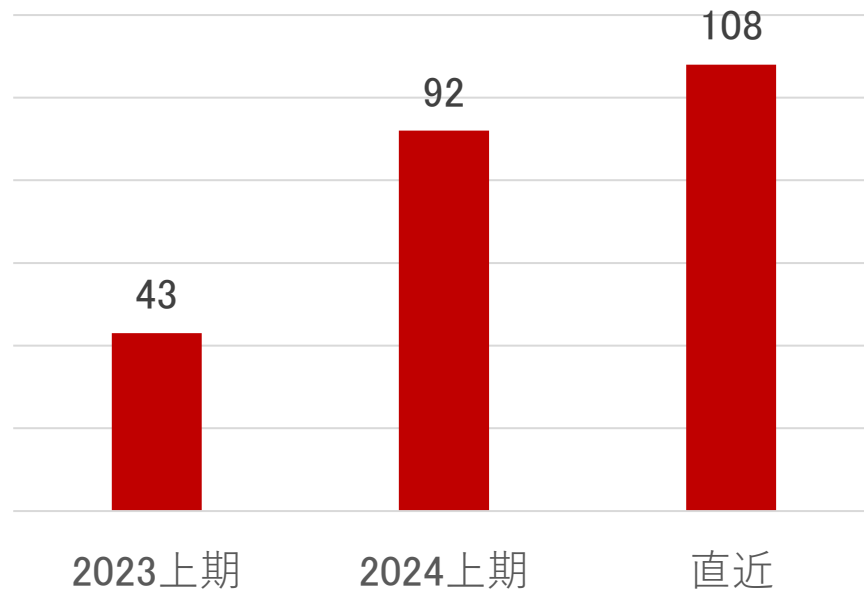


2024年上期にて総在庫金額は前期比27億円圧縮  
インポートブランドの圧縮は時計雑貨中心に継続

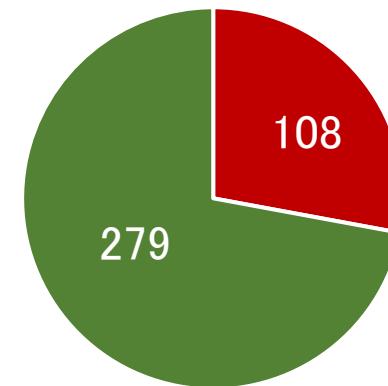
# ハピネス&ディ

## 2024年8月期にて収益構造改革の仕上げを行う(人財投資)

ジュエリーコーディネーター合格者 推移



ジュエリーコーディネーター構成比率



■ ジュエリーコーディネーター合格者 ■ 未取得者

※ジュエリーコーディネーター 一般社団法人日本ジュエリー協会が主催する民間検定合格者を指します

2023年上期43名だったジュエリーコーディネーター合格者が108名まで拡大  
商品開発・売場拡大と並ぶ宝飾強化策の一環として継続

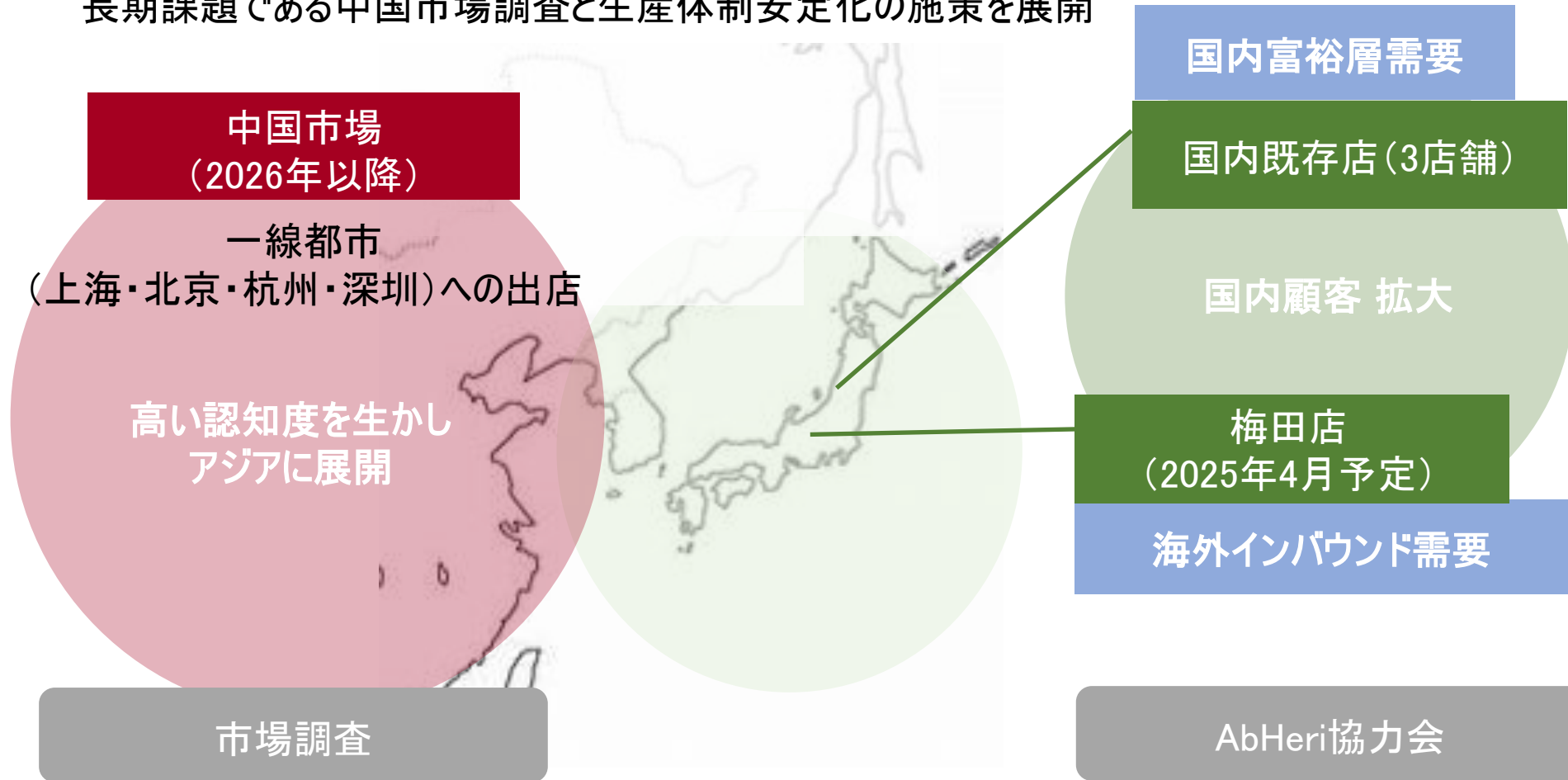
# 中期経営計画と2024年上期実績比較 (AbHeri 単体)

(単位: 百万円)

PL予算	2024年8月期 (上期)	2024年8月期 (予算)	2025年8月期 (予算)	2026年8月期 (予算)
総額売上高	266	524	537	623
売上原価	94	176	190	216
売上総利益	172	348	347	407
(売上総利益率)	64.7%	66.3%	65.3%	65.3%
販管費	116	222	248	281
(人件費)	48	100	116	130
(経費)	68	122	132	151
営業利益	56	126	99	126
店舗数	3	3	4	4

# AbHeri

2024年上期の業績は好調に推移中  
長期課題である中国市場調査と生産体制安定化の施策を展開



経営幹部が中国市場調査を開始  
進出に際して必要な課題整理を進めた  
今後も定期的に現地調査を進めていく

生産体制の安定化と制作技術の継承を主眼に  
親密協力先3社と共にAbHeri協力会を立ち上げ  
生産計画の共有化を進める



# 中期経営計画と2024年上期実績比較(No.単体)

(単位:百万円)

PL予算	2024年8月期 (上期)	2024年 8月期	2025年 8月期	2026年 8月期
総額売上高	0	18	84	未定 (前期と同額を仮設定)
売上原価	0	5.4	25.2	
売上総利益	0	12.6	58.8	
販管費	△9	22	46	
営業利益	△9	△9.4	12.8	

現在は立ち上げ準備としてブランドコンセプト固めと製品試作の段階  
 期初予定のスケジュールより2か月遅れて2024年秋より販売開始

# 中期経営計画と2024年上期実績比較(ハピネス+AbHeri+No.)

(単位:百万円)

PL予算	2024年8月期 (上期)	2024年8月期	2025年8月期	2026年8月期
総額売上高	7,400	13,577	13,689	13,512
売上原価	5,183	6,837	9,207	8,957
売上総利益	2,217	4,137	4,481	4,555
(売上総利益率)	29.9%	30.4%	32.7%	33.7%
販管費	2,172	4,341	4,319	4,262
営業利益	44	△203	162	293

2024年8月期は3社合計でも営業損失203百万円を計上見込

2025年8月期はハピネスの営業利益黒字化とAbHeri新店オープン効果もあり、増収増益を見込む

※総額売上高ベース

お問い合わせ先

ハピネス・アンド・ディ 社長室

TEL 03-3562-7525

FAX 03-3562-7531

E-mail [information@happiness-d.co.jp](mailto:information@happiness-d.co.jp)

URL <https://www.happiness-d.co.jp>



(株)ハピネスアンドディ (東証スタンダード 3174)

〒104-0061 東京都中央区銀座1丁目16-1 東貨ビル4F

TEL:03-3562-7526



ハピネス公式アプリ  
今すぐダウンロード!



AbHeri公式HP

・本資料は、投資家の皆様の投資の参考となる情報提供のみを目的としており、特定の商品についての募集・勧誘・営業等を目的としたものではありません

・本資料に記載の業績見通し及び将来予測は、現在入手可能な情報に基づき、計画のもとになる前提、予想を含んだ内容を記載しております  
実際の業績等は、今後の事業領域を取巻く経済状況、市場の動向)により、これらの業績見通しとは異なる場合がございます