

2020年3月期 2Q決算補足資料

2019年11月14日(木)

株式会社HAPINS

代表取締役社長 柘植 圭介

(東京証券取引所JASDAQ 証券コード7577)

1. 2020年3月期 2Q決算概要

- ◆ 第2四半期 営業利益前年比181.1%
- ◆ 構造改革による収益性向上
 - 既存店の構造改革による利益の最大化

2. 重点施策

- 人気PB商品の開発強化
- アニマル展開の打ち出し強化

1. 決算概要

全ての利益で前年を上回る

(百万円)

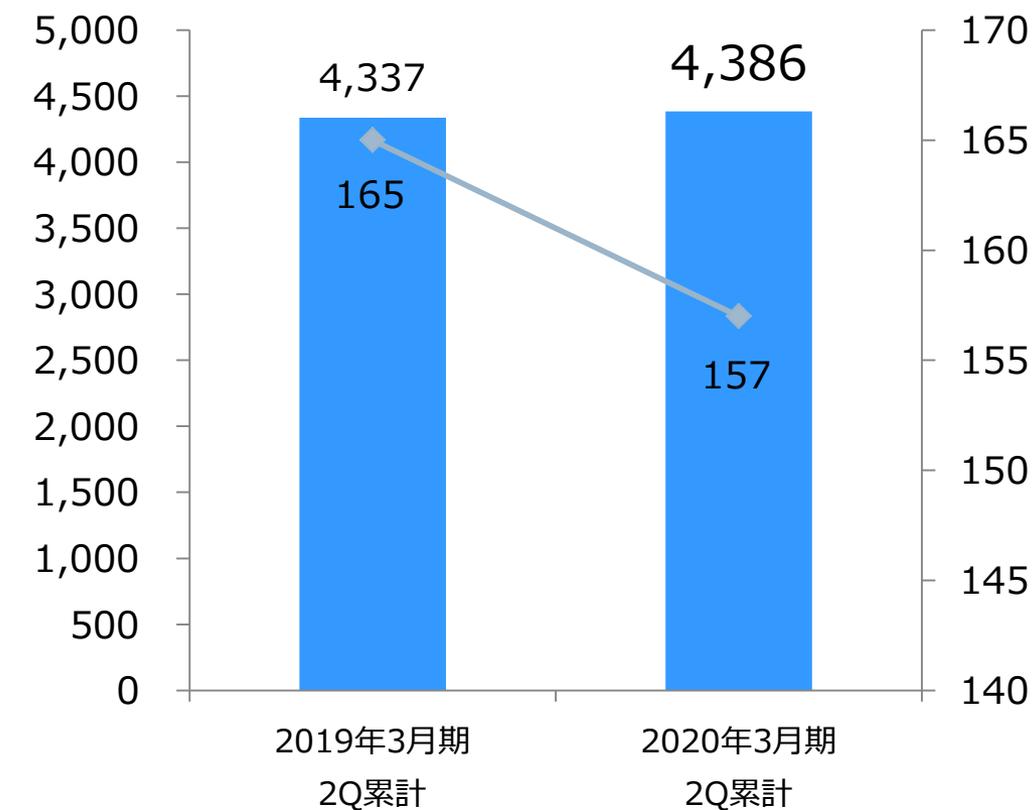
	2019年3月期 2Q累計実績	2020年3月期 2Q累計実績	前年増減差	前年同期比
売上高	4,469	4,469	▲0	100.0%
売上原価	1,968	1,926	▲41	97.9%
販管費	2,440	2,432	▲8	99.7%
営業利益	61	110	+49	181.1%
経常利益	17	92	+75	524.0%
当期純利益	▲47	15	+63	—
店舗数	179	170	▲9	95.0%

構造改革により収益性を改善

直営店売上と直営店舗数の推移

■ 直営店売上高 ◆ 直営店舗数

(単位：百万円)



既存店構造改革

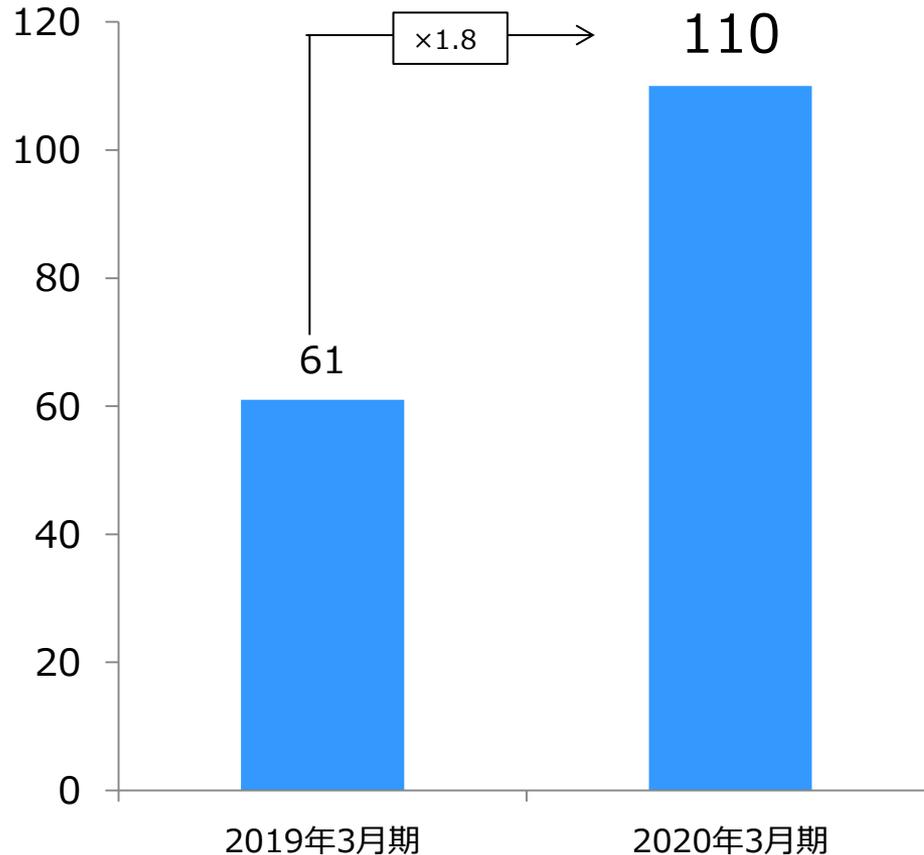


1店舗当たりの
収益性の改善

営業利益が着実に改善

(単位：百万円)

2Q累計の営業利益推移

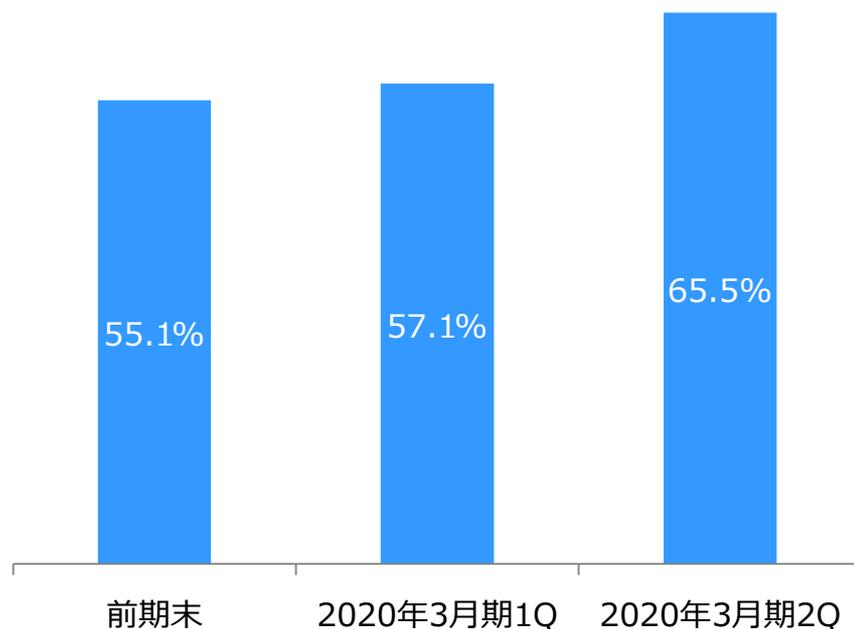


PB比率の向上
と
仕入原価率の改善

※販管費についても、当初方針である慎重な
出店政策を進めた結果、前年より若干の減少

戦略商品の拡販によるPB比率の向上

直営店の売上金額におけるPB比率



前期末と比較して
PB比率が10.4%向上

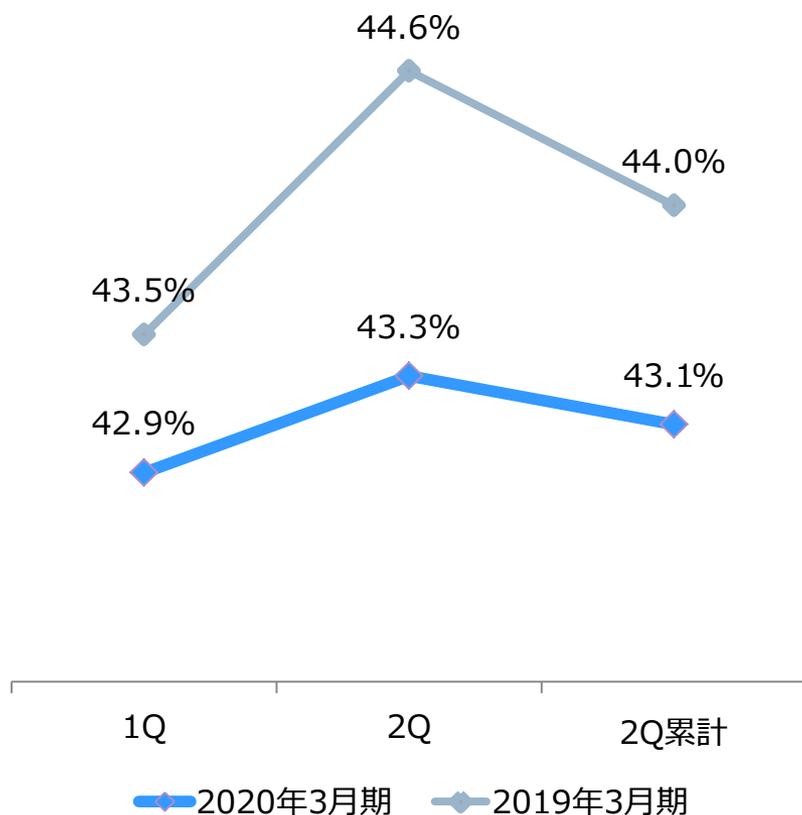


粗利益率の改善

- ・取扱い商品数の絞り込みを既存店122店舗に実施することで、戦略商品の拡大販売を強化。

仕入原価率改善に注力

売上原価率の四半期推移（今期/前期）



2Q累計で
約1%改善

- ・戦略商品の仕入原価改善が主要因
- ・SALE期である7月、8月もプロパー販売を優先、強化することにより更に改善。

2. 重点施策

構造改革による高収益事業へ

◆ 構造改革の実現

1. 『価値の追求へ』

商品価値向上と価値訴求の強化

2. 『選択と集中』

取扱商品数の絞り込み

ハンディファン累計販売台数合計24万台

風を持ち歩こう。

家でも、オフィスでも、レジャーでも。
場所を選ばず心地よい涼しさを。



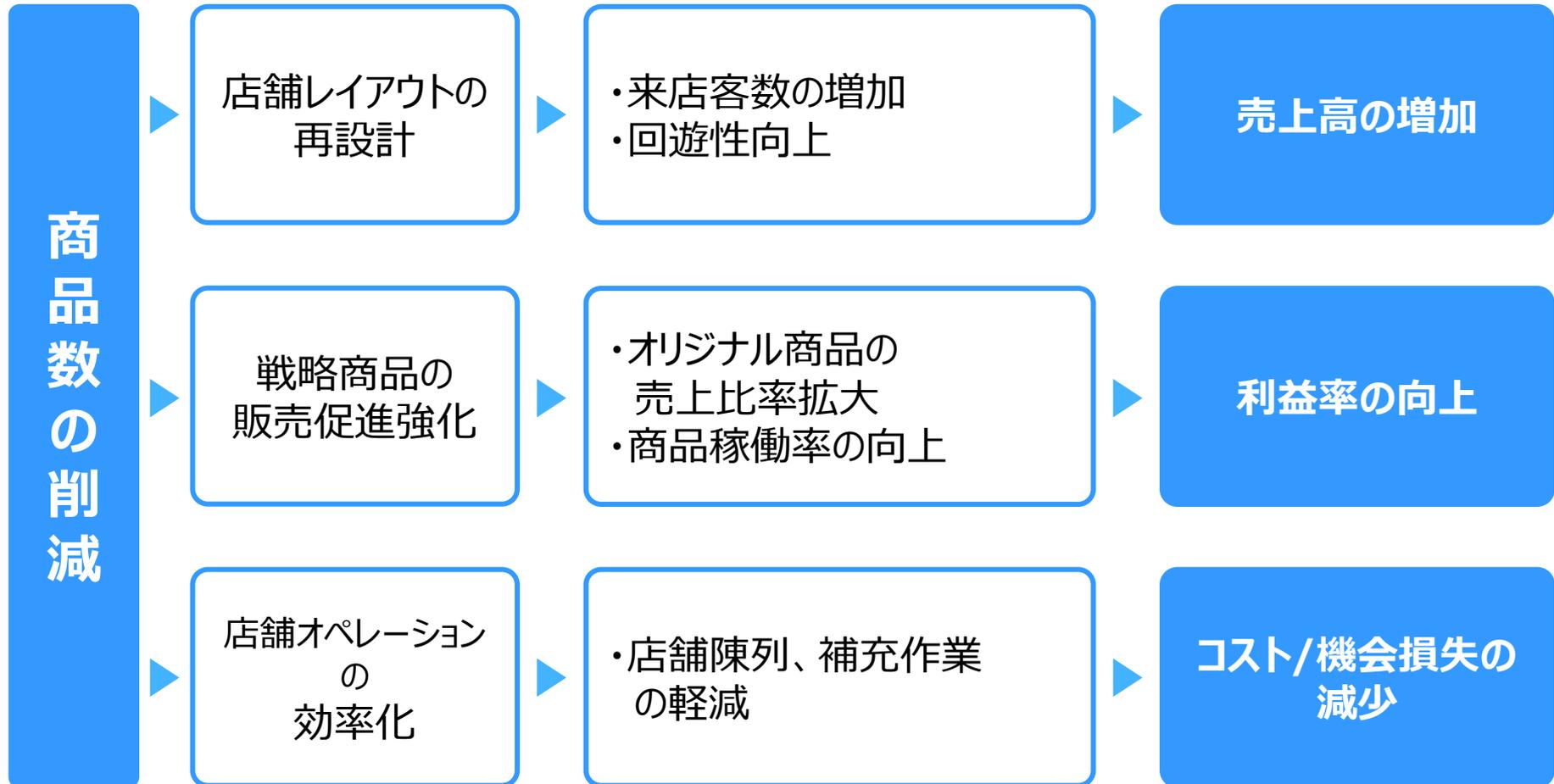
価値ある商品に集中し
売場展開を大きくとり
販売促進を強化



売上の最大化



取扱い商品数の絞り込み実施による効果



取扱い商品数の絞り込み実施の状況



2019年9月14日OPEN
サクラマチ熊本店

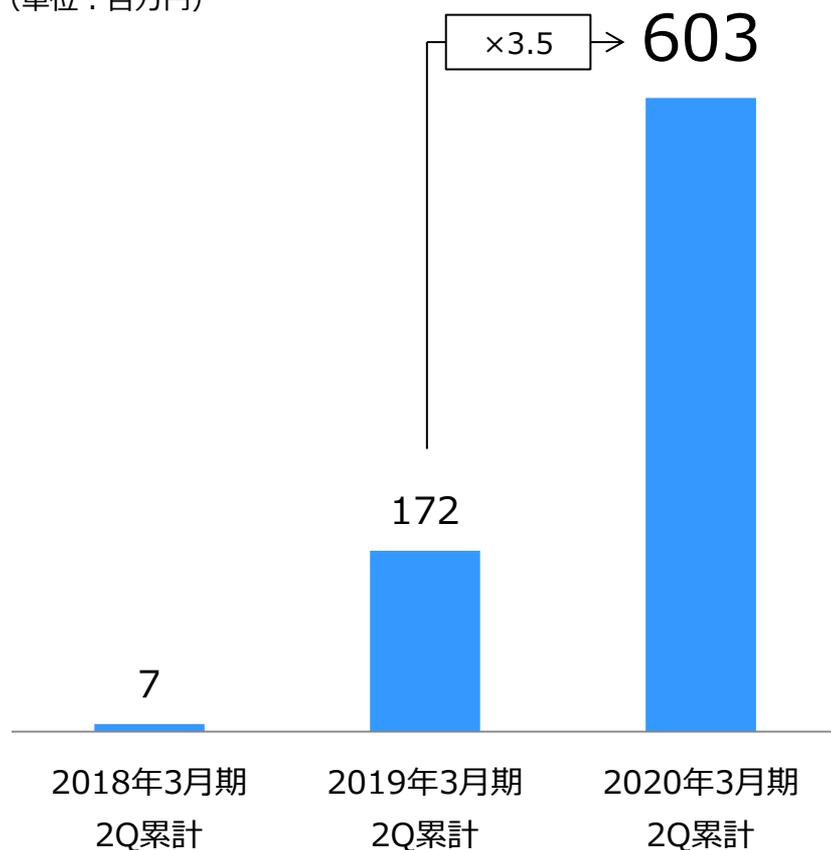


2019年11月1日OPEN
荻窪タウンセブン店

PB商品の更なる売上拡大を狙う

Fuku Fuku Nyanko売上推移

(単位：百万円)



人気オリジナル
ライセンスキャラクター

Fuku Fuku Nyanko®
の展開を拡大



Fuku Fuku Nyankoの認知度・ファン層の拡大を図る

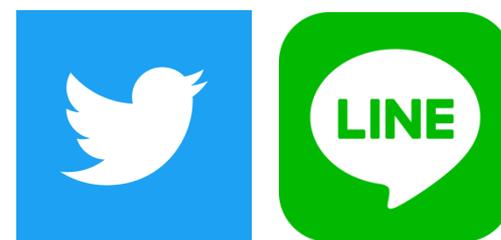
➤ コンテンツの拡充



キグルミ
店舗イベントにより認知度アップ



販促品
限定シールやポストカードで認知度アップ



ファンサイト ※イメージ

WEB・SNSの活性化
ファン層の拡大を図る

アニマル展開の打ち出しで他社との差別化を促進

◆【アニマル】を切り口とした商品開発に徹底し各カテゴリで展開強化



売上高同等も、取扱商品数の絞り込み等による収益力向上で、大幅増益を目指す

(単位：百万円)

	2019年 3月期実績	2020年 3月期計画	対前年 増減額
売上高	9,706	9,760	+54
営業利益	133	310	+177
経常利益	64	240	+176
当期純利益	▲57	10	+67

免責事項

本資料は、当社の企業説明に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。

本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性・完全性を保証または約束するものではなく、今後、予告なしに変更されることがありますので予めご了承ください。