

2021年3月期 第2四半期 決算補足資料

2020年11月12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. 2021年3月期 第2四半期 決算概要

- コロナ禍において減収するも、収益構造の改革により全ての利益において前年を上回る

2. 重点施策報告と今後の計画

- “おうちの中の癒し”をテーマにしたMDの強化
- SNSを中心としたキャラクターマーケティングの強化
- EC売上の最大化

3. グループ機能統合プロジェクト

(One RIZAP) による取り組み

1. 2021年3月期 第2四半期 決算概要

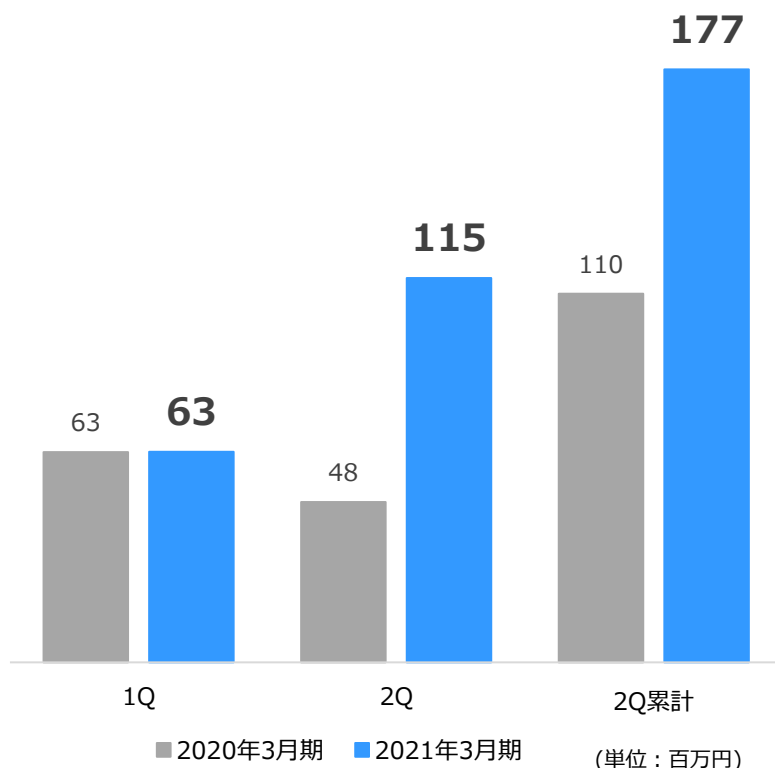
売上減少するも、全ての利益で前年を上回る

(百万円)

| | 2020年3月期 2Q累計実績 | 2021年3月期 2Q累計実績 | 前年増減差 | 前年同期比 |
|--------|--------------------|--------------------|--------|--------|
| 売上高 | 4,469 | 3,216 | ▲1,252 | 72.0% |
| 売上原価 | 1,926 | 1,274 | ▲651 | 66.2% |
| 売上総利益 | 2,543 | 1,941 | ▲601 | 76.4% |
| 売上総利益率 | 56.9% | 60.4% | +3.5% | - |
| 販管費 | 2,432 | 1,764 | ▲668 | 72.5% |
| 営業利益 | 110 | 177 | +66 | 160.4% |
| 経常利益 | 92 | 157 | +65 | 170.0% |
| 当期純利益 | 15 | 18 | +2 | 114.5% |
| 店舗数 | 172 | 150 | ▲22 | 87.2% |

収益構造の変化でコロナ禍でも増益

営業利益の四半期推移
(今期/前期)



営業利益 + 66百万
前期比 160.4%

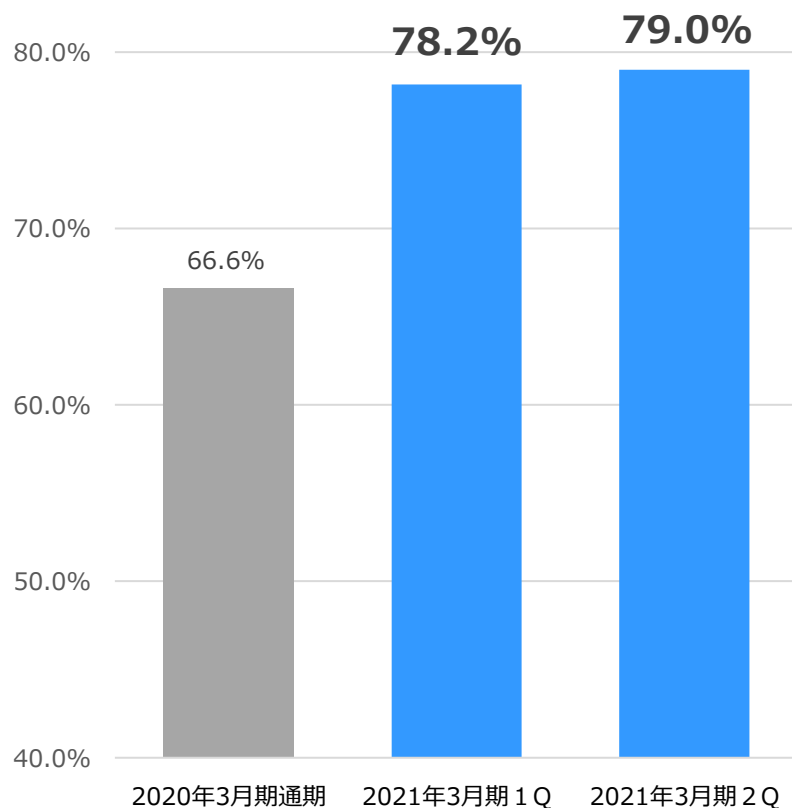
(前期2Q累計と比較)



大幅な
利益改善を達成

戦略商品のPB化をさらに促進

PB売上高比率の四半期推移



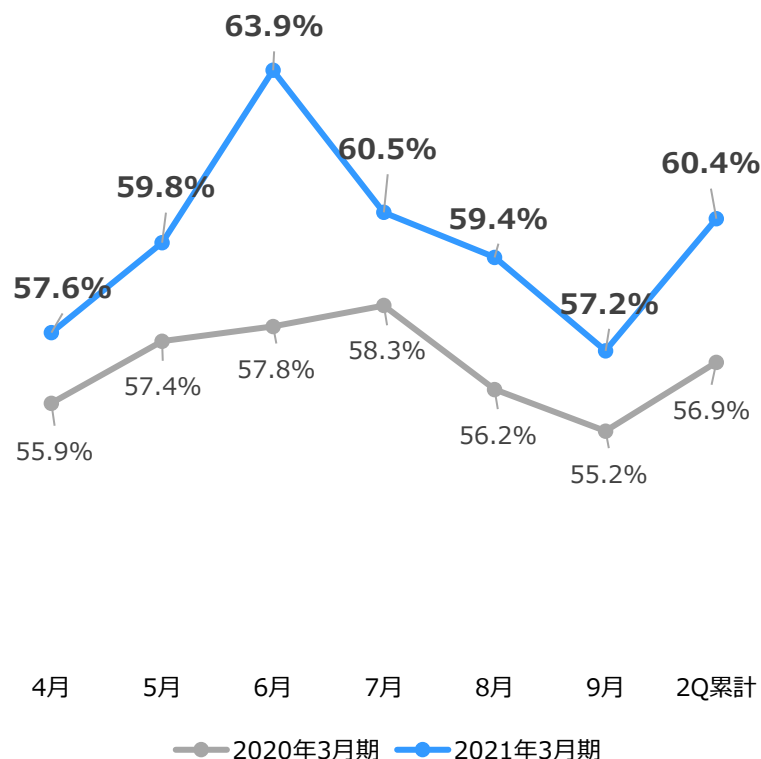
前期通期と比較して今期2Qは
PB比率12.4% アップ



**売上総利益率
の改善へ**

構造改革により売上総利益率が改善

売上総利益の月別推移
(今期/前期)



- PB比率の向上
- セール期の売変抑制



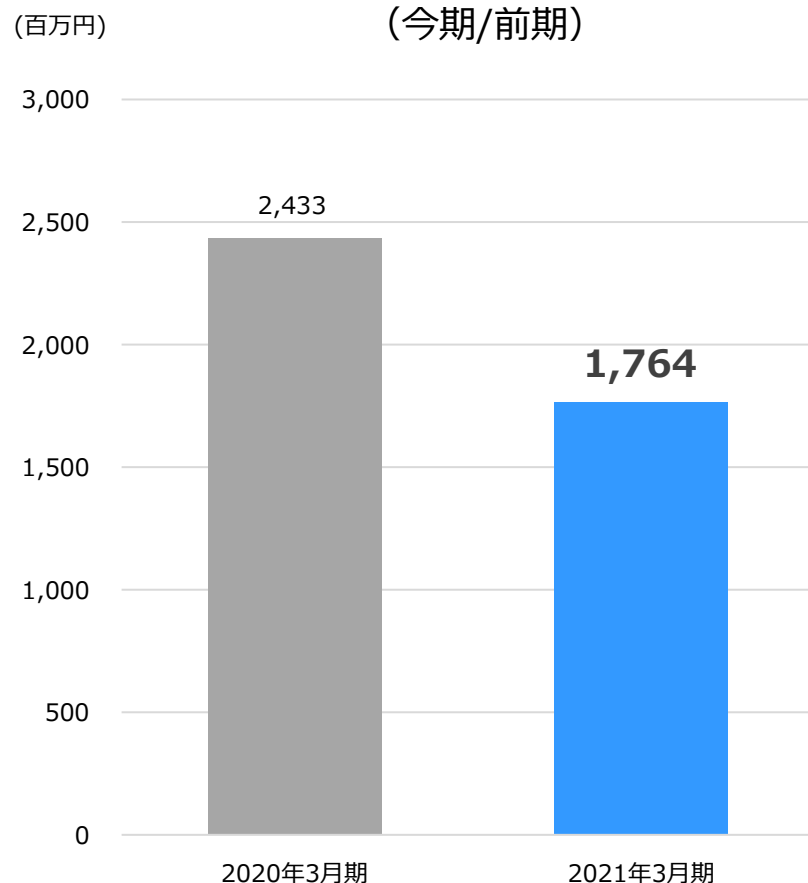
売上総利益率 3.5%改善

(前期2Q累計と比較)

大幅なコストダウンを実現

販売管理費の2Q累計実績

(今期/前期)



コロナ禍において
全社運営体制
の見直しを実施

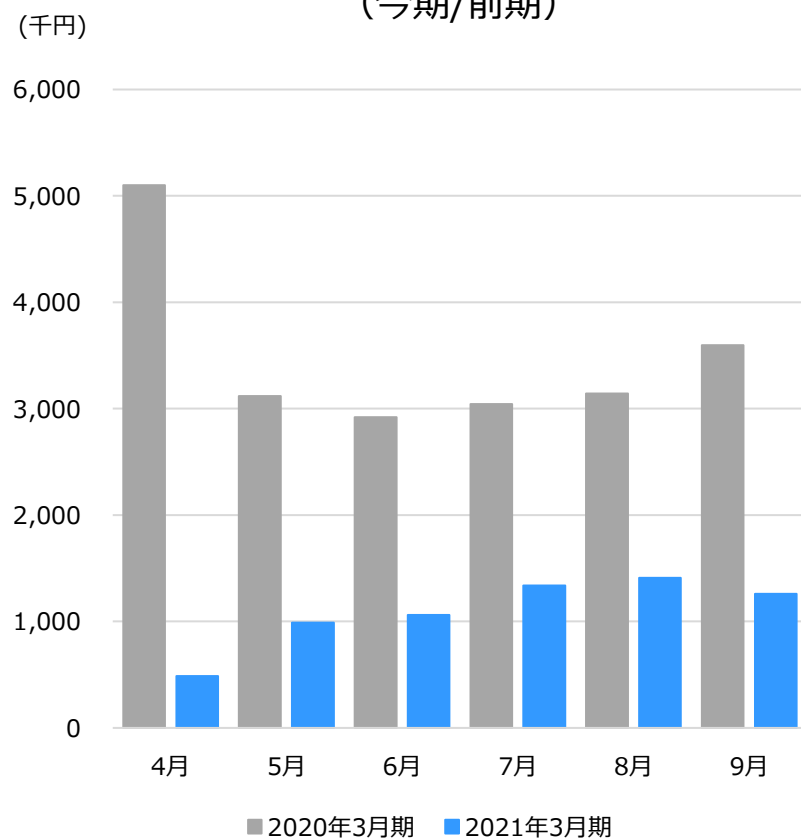


販売管理費全体で
18.5% 改善
668百万円の削減

(前期2Q累計と比較)

働き方改革による経費削減

旅費交通費の月別推移
(今期/前期)



- テレワークの導入
- WEB会議の推進



旅費交通費
68.7%(14百万)削減

(前期2Q累計と比較)

2. 重点施策報告と今後の計画

- ① “おうちの中の癒し”をテーマにしたMDの強化
- ② SNSを中心としたキャラクターマーケティング (Fuku Fuku Nyanko)の強化
- ③ EC売上の最大化

コンセプト

“くつろぎライフスタイル”

生活シーン別に詳細なMD展開を実施





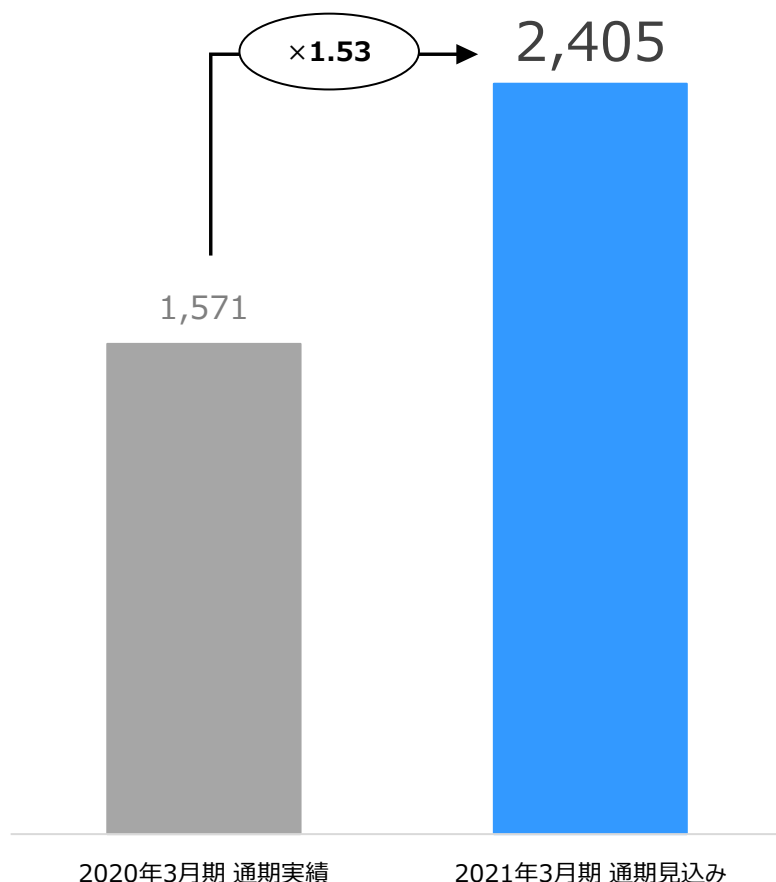
巣ごもり需要にマッチした カテゴリの売上が好調



- 抱き枕 145.2%
- バスタオル 125.7%
- 座椅子 120.6%
- パジャマ 108.6%

(前期2Q累計売上高と比較)

Fuku Fuku Nyanko売上高推移
(単位：百万円)



コロナ禍でも Fuku Fuku Nyankoは 拡大成長

今期 売上高見込み 24.0億円





Fuku Fuku Nyankoに特化した施策を実行

- Fuku Fuku Nyanko Twitterアカウント開設
(2020年6月開設) フォロワー数：58,871
(11月4日現在)
- Fuku Fuku Nyanko Instagramアカウント開設
(2020年7月開設) フォロワー数：3,417
(11月4日現在)
- Fuku Fuku Nyanko HP開設
(2020年7月開設)
- Instagramライブ オンライン集会 (9・10月実施)

雑誌媒体への露出強化

Fuku Fuku Nyankoの認知度向上・ファン層拡大のため、今後も継続実施



anan 10月21日発売号に掲載



kodomoe 11月6日発売号に掲載



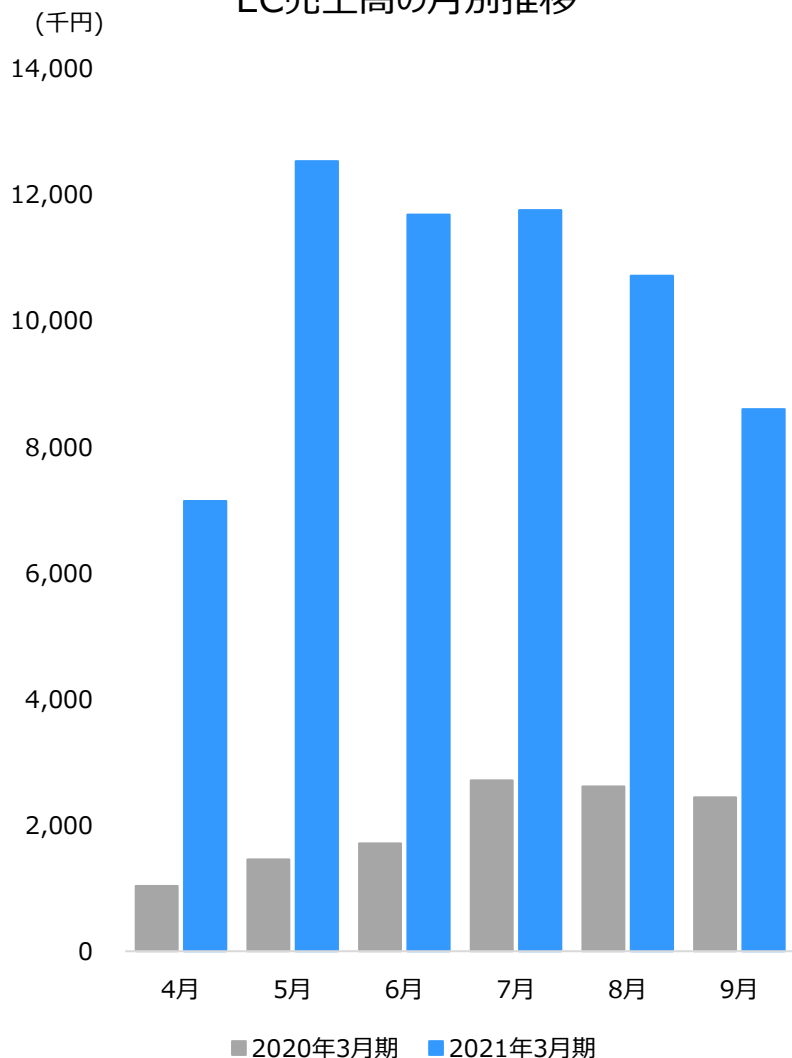
特需商品もオリジナルで 早期開発と販売強化

コロナ特需を追い風に売上にも大きく貢献

- 洗えるマスク 8.4万枚
86百万円
- 除菌ジェル 1.3万個
10百万円

(2Q累計売上実績)

EC売上高の月別推移



コロナ禍で非対面での
買い物機会が増加
EC売上が大幅に拡大



EC売上高
前期比 **522.1%**
(+50百万円)

(前期2Q累計売上高と比較)

Fuku Fuku Nyankoへの広告投資とブランディング

SNS

1. Fuku Fuku Nyanko独自アカウントを作成
2. 拡散性の高いTwに広告投資&キャンペーン展開

Twitterを皮切りに、インスタを運用し情報拡散

キャラ
サイト

1. イラストや動画などコンテンツを充実したサイトを構築
2. SNS連携。着ぐるみ等の実店舗イベント情報配信

ファン育成、さらなる情報拡散

EC流入数を増加による売上の最大化



自社サイトのリニューアル
LP製作を含めて
ユーザビリティを改善



買上率の向上を図り
広告から集客した
売上を最大化





EC限定商品の販売や 先行販売を強化

数量限定

全4種

はんなり豆腐Bigクッション

価格：¥20,000 + 税 ※送料込

サイズがなんと
高さ48cm×幅80cm×奥行70cm
の特大サイズ!

Bigクッション

← Lサイズクッション



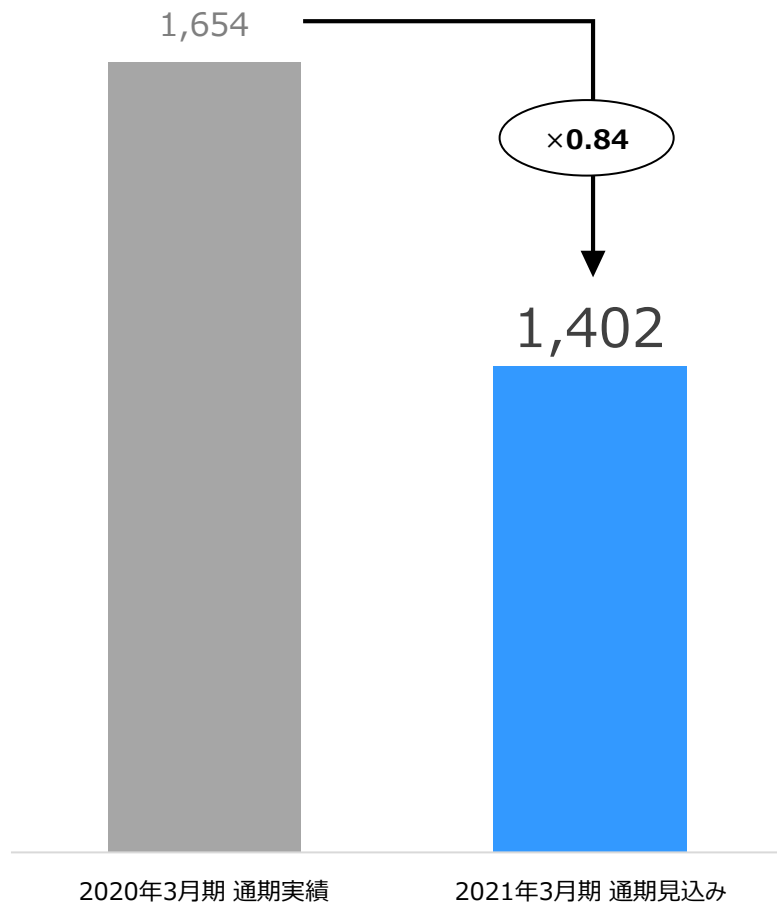
EC専用のMDを確立 戦略品として販売強化

3. グループ機能統合プロジェクト (One RIZAP) による取り組み

① 店舗家賃低減に向けた取り組み

② 実店舗のサービス向上に向けた取り組み

店舗家賃 推移 (単位：百万円)



グループ内各社と情報共有し
家賃比率低減・店舗稼働率
の改善を図る



今期累計で店舗家賃
15.2%削減見込み
(▲252百万円)

(前期 通期累計と比較)



お客様アンケートを 基にした指標の導入

企業（製品/サービス/ブランド）を
友人や同僚に薦める可能性を数値化



業界平均を大幅に上回る
数値を記録

継続実施で
さらなる店舗サービスの向上へ

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。