

HAPPINESS

2024年8月期 決算説明会
(2023年9月～2024年8月)

株式会社ハピネス・アンド・ディ

2024年10月31日
(東証スタンダード 3174)

HAPPINESS

34期 決算総括

株式会社ハピネス・アンド・ディ

序章：環境認識

第一部：ハピネスアンドディ

第二部：AbHeri

第三部：No.

第四部：グループ 中期経営計画

目次

1	序章：環境認識	24	第3部：No./ナンバードット
2	外部環境	25	34期 決算ハイライト【単体】
3	グループ関連図	26	2024年8月期 決算総括
		27	No.ジュエリー 11月14日ローンチ
4	第1部：ハピネス・アンド・デイ	28	ブランド商品イメージ
5	34期 決算ハイライト【単体】	29	ポジションと顧客イメージ
6	ハピネス・アンド・デイを取り巻く環境	30	今後の活動
7	既存店売上高 前比 月次推移推移	31	社会貢献（計画）
8	既存店粗利/粗利額前年比の推移	32	新中期経営計画
9	商品別 売上高：3カテゴリー		
10	商品の販売動向：地金ジュエリー	33	第4部：グループ中期経営計画
11	2024年8月期 決算概況	34	優先課題【連結】
12	35期計画 宝飾強化1	35	新中期経営計画（3カ年計画初年度実績比較）
13	35期計画 宝飾強化2		
14	35期計画 販売力強化	36	社会的責任と取り組み
15	店舗スタッフの処遇改善への取り組み	37	ハピネスこれまでの取り組み
16	コスト削減	38	企業グループ/5つのSDGs マテリアリティ
17	新中期経営計画（3カ年計画初年度実績比較）	39	6つ目のマテリアリティ～人財戦略～
18	第2部：Abheri		
19	34期 決算ハイライト【単体】	40	配当
20	2024年8月期 決算総括	41	配当性向 / 配当予想
21	海外市場への対応		
22	大阪店オープン		
23	新中期経営計画（3カ年計画初年度実績比較）		

HAPPINESS

34期 決算総括
(2024年8月期)

代表取締役社長

田 篤史

序章：環境認識

第一部：ハピネスアンドディ

第二部：AbHeri

第三部：No.

第四部：グループ 中期経営

序章：外部環境

新型コロナウイルス感染症の収束により観光需要に回復が見られ、株式市場も堅調に推移し、インバウンドによる好影響を受ける

ロシア・ウクライナ情勢の長期化、イスラエル・パレスチナの対立激化、円安基調の継続などによる原材料・諸物価の高騰により景気の先行き不透明さが継続、消費マインドの落ち込み影響を受ける

金相場の継続的上昇により、金商品の販売に好影響

過去5年間の金価格推移 米ドル (1グラムあたり)

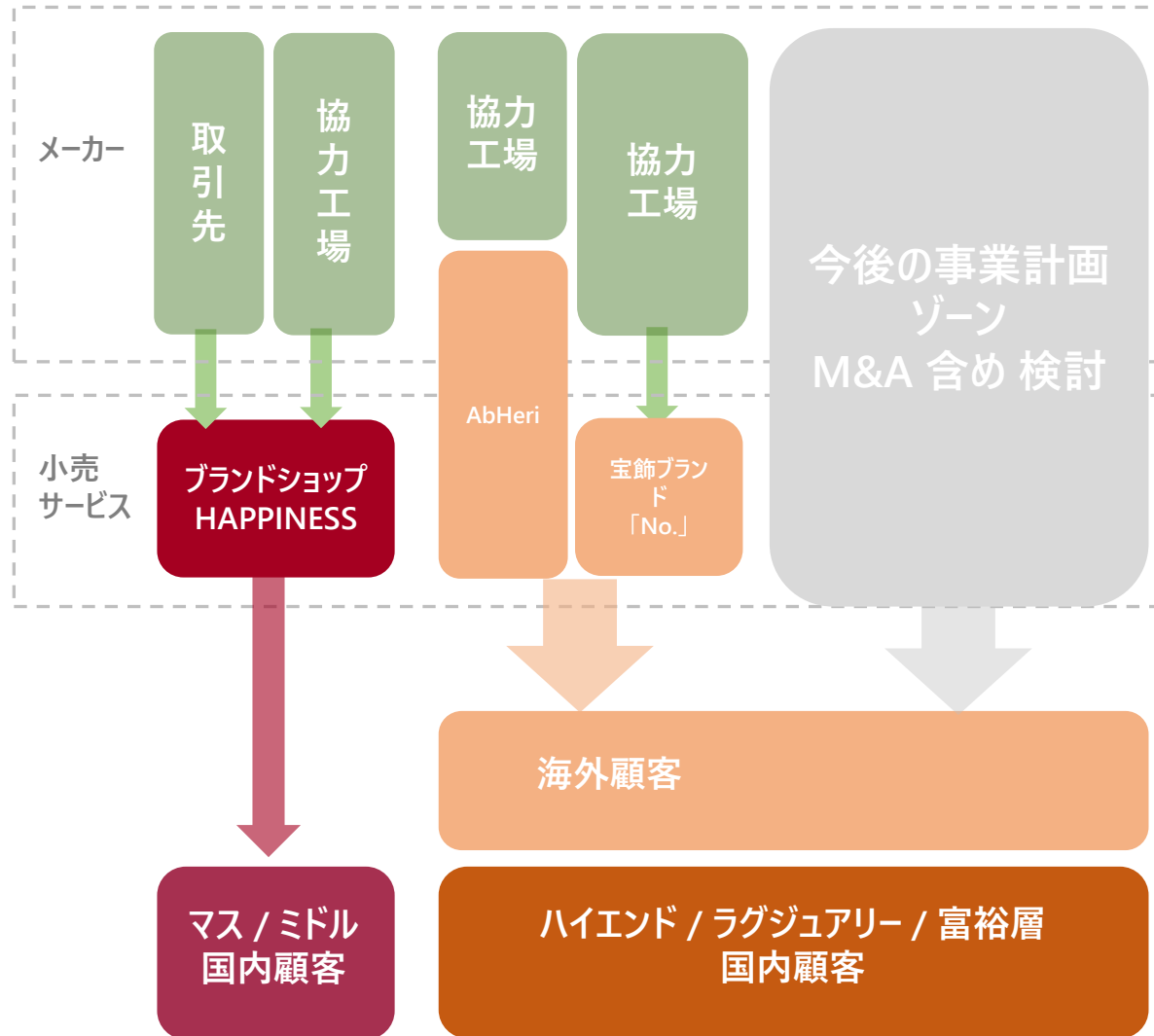


人件費の上昇傾向、影響を受ける

● 東京都の最低賃金の推移 (過去10年グラフ)



グループ相関図



都市型モデル
 ユニセックスジュエリー
 都市に働くキャリア女性をイメージ
 「私に生まれてよかった」
 「最強の自分になる」



都市型モデル
 細部まで手の込んだジュエリー
 宝飾が好きな女性をイメージ
 「過去を継承し、新しい挑戦を経て
 未来を創造する」



郊外型モデル
 宝飾・時計・雑貨のセレクトショップ
 郊外に住むファミリー層をイメージ
 贈り物を選ぶ「Anniversary Gift Shop」

HAPPINESS

34期 決算総括
(2024年8月期)

代表取締役社長

田 篤史

序章：環境認識

第一部：ハピネスアンドディ

第二部：AbHeri

第三部：No.

第四部：グループ 中期

34期 決算ハイライト【単体】

◆ 構造改革を推進

輸入ブランド雑貨・時計を縮小、宝飾品・プライベートブランドを拡充
地金ジュエリーの販売が好調に推移、宝飾中心の強化店を拡充

◆ 店舗網の整理統廃合

不採算店舗17店を順次閉店
ハピネス直営店71店舗体制となる
固定費削減の取組みとして、本社スペース縮小が期末に完了

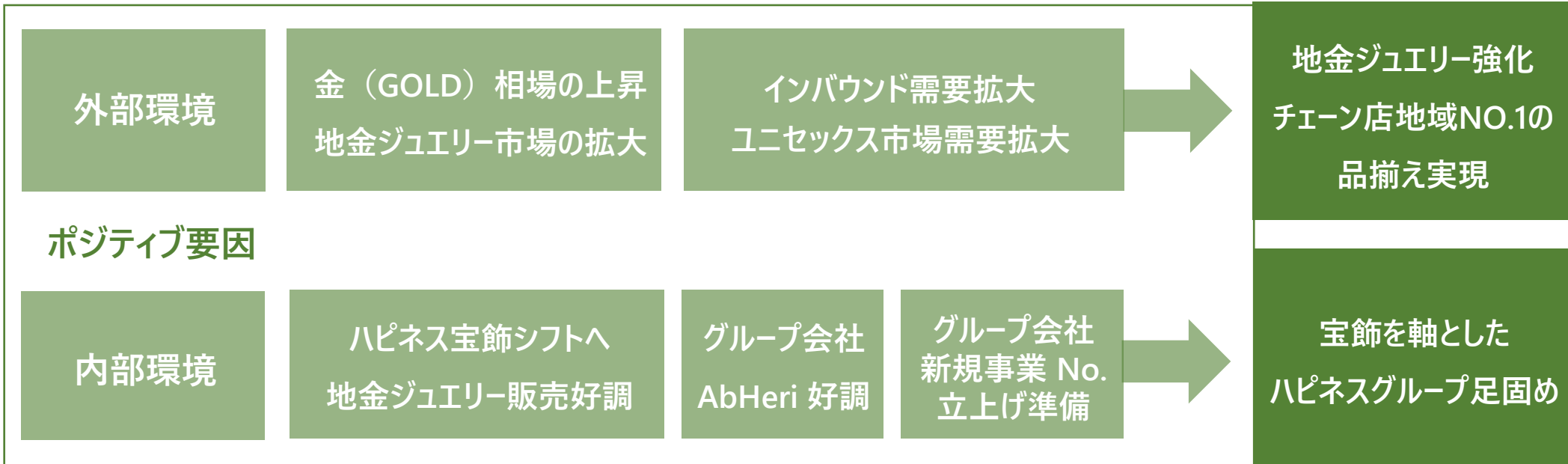
◆ 粗利率向上

営業赤字も縮小するものの、店舗の回収可能性を精査
減損損失251百万円を計上

ハピネスアンドディ

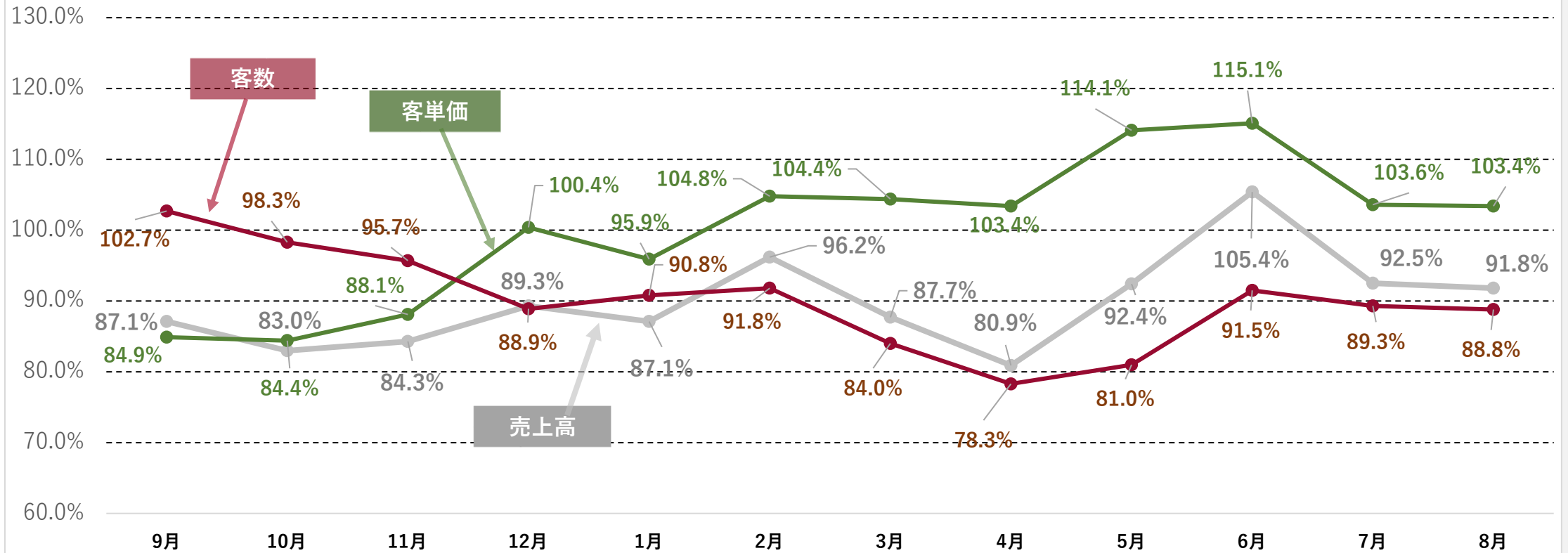


ハピネスアンドデイを取り巻く環境



既存店売上高 前年比 月次推移【単体】

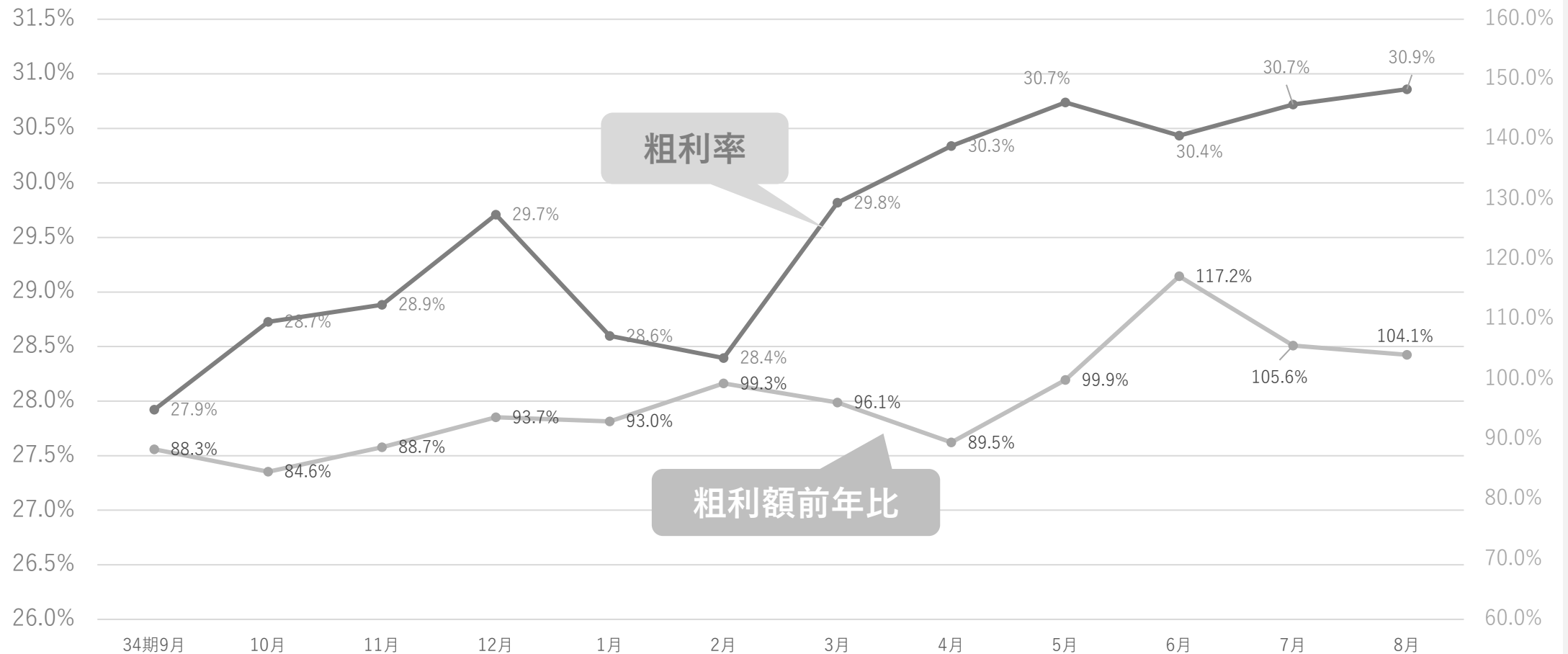
宝飾中心へのMD改革を進め、客単価が上がり、インポートブランド値ごろ感が薄れ客数減で推移



2024年 8月期。

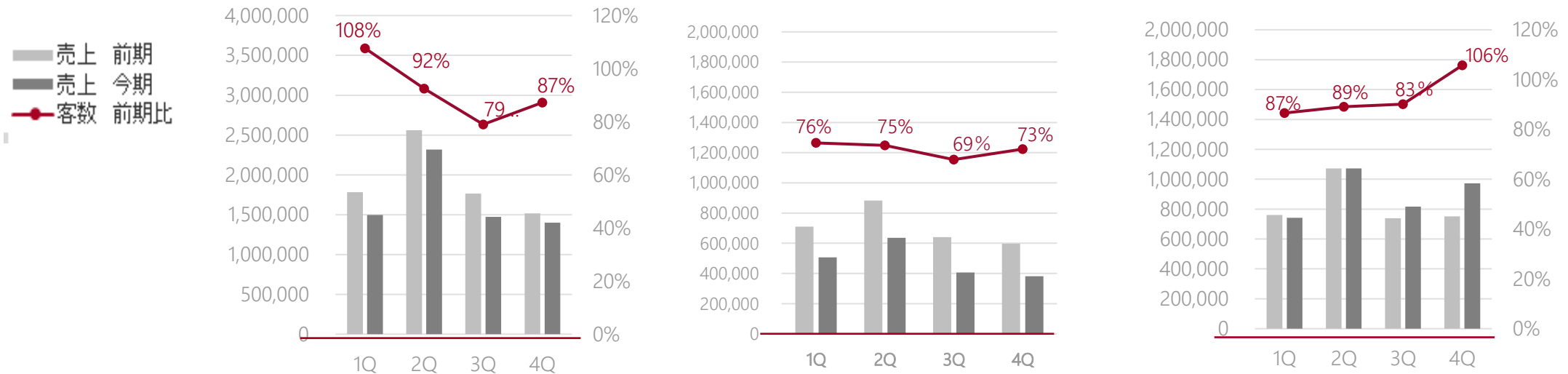
既存店 粗利率/粗利額前年比の推移【単体】

宝飾の強化を推進し、粗利率・粗利額ともに向上（総額売上ベース）



商品区分別売上高：3カテゴリー【単体】

インポートブランド価格上昇・時計の需要縮小により売上減少
17店の順次閉店がある中、宝飾品は拡大



バッグ・小物

PB商品は好調に推移
円安等の影響により主力海外ブランドの価格上昇で購買意欲減退
単体ベース前期比は 19.0%減

時計

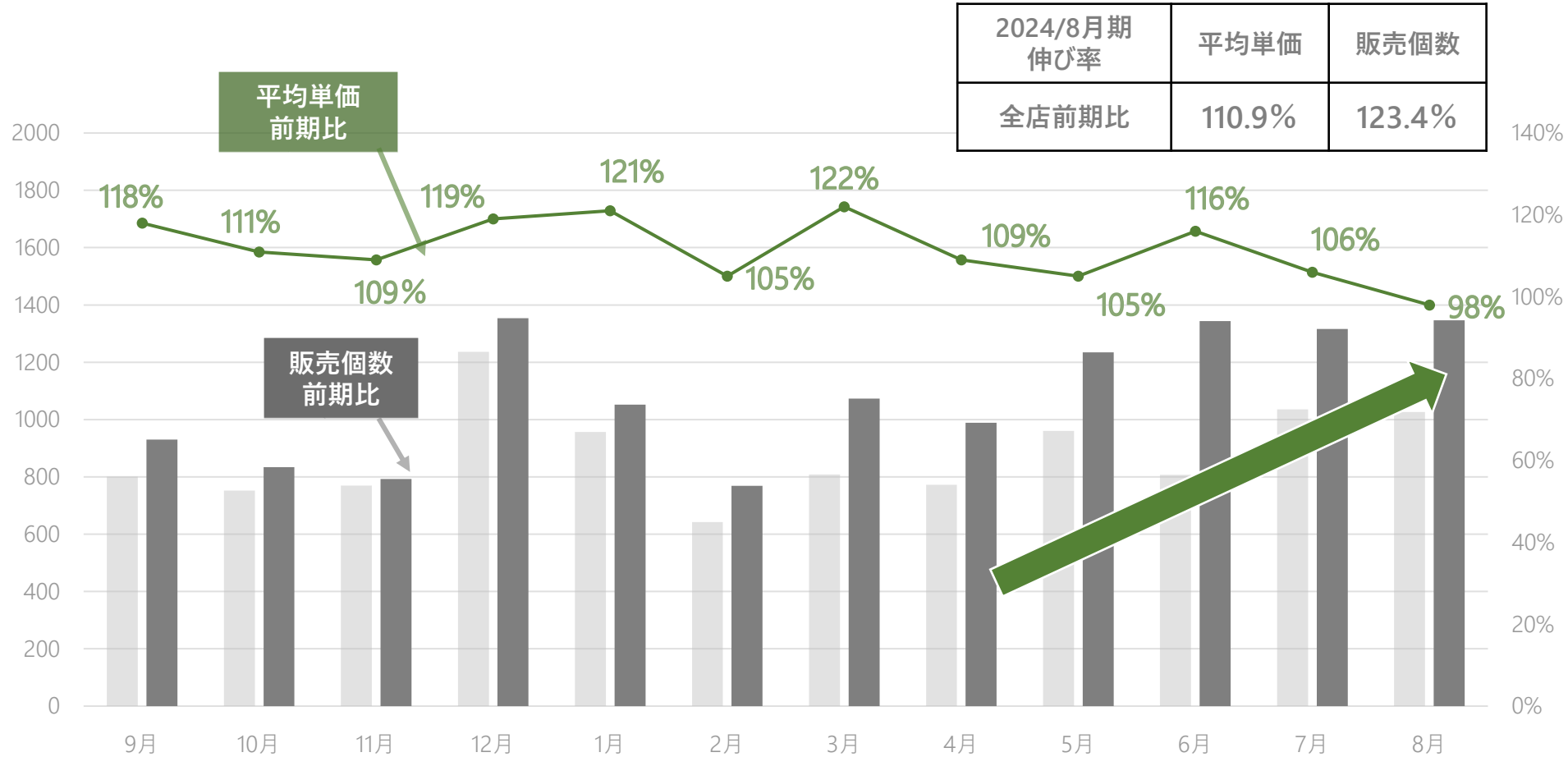
価格上昇による海外ブランドの落ち込みと時計市場の縮小もあり、商品展開を絞った結果、同32.5%減

宝飾

閉店の影響を受けたが、新規PBジュエリーが好調、金相場の持続的上昇を受け、金商品が大きく伸長
同カテゴリー-9.0%増

商品の販売動向：地金ジュエリー

地金ジュエリーの強化により、販売個数は期末には繁忙期の12月と同水準にまで向上、平均単価も前年を上回って推移



2024年8月期 決算概況【連結】



	2023/8月期 (千円)	構成比	2024/8月期 (千円)	構成比	増減率	増減額
売上高	12,742,594	100%	10,780,967	100%	△15.4%	△1,961,626
売上総利益	4,464,658	35.0%	4,114,185	38.2%	△7.8%	△350,473
販管費	4,681,458	36.7%	4,272,404	39.6%	△8.7%	△409,053
営業利益	△216,799	-	△158,219	-	-	58,579
経常利益	△243,762	-	△186,916	-	-	56,846
特別利益	1,961	0.0%	156	0.0%	△92.0%	△1,805
特別損失合計	211,221	1.7%	287,530	2.7%	36.1%	76,309
税金等調整前 当期純損失	△453,021	-	△474,289	-	-	△21,267
法人税等合計	215,030	1.7%	△15,227	-	△107.1%	△230,257
親会社株主に 帰属する 当期純損失	△668,051	-	△459,062	-	-	208,989

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、前期比 15.4%減となった。

売上総利益

輸入ブランド雑貨・時計を縮小、利益率の高い宝飾品・プライベートブランドの拡充を進めた結果、粗利率は38.2%へのアップとなった。

営業利益

AbHeri の営業利益、通年寄与、閉店効果による人件費・店舗運営費が減少した結果、営業赤字が前期比58百万円改善となった。

特別損失

17店舗の閉店実施により、店舗閉鎖損失・減損損失等287百万円を計上。

当期純損失

459百万円の純損失。

宝飾強化 1

事例：ブランドショップハピネス久御山店

宝飾強化店を拡大

フル改装・レイアウト変更を含め、宝飾強化店舗が現在 17店
粗利額は、前期比同月 112%と伸張、今期においても継続実施



地金ジュエリー強化による粗利率の持続的改善

好調な地金ジュエリーの販売推進を継続強化
粗利額は、前期比同月166%と伸張し、計画値以上でスタート



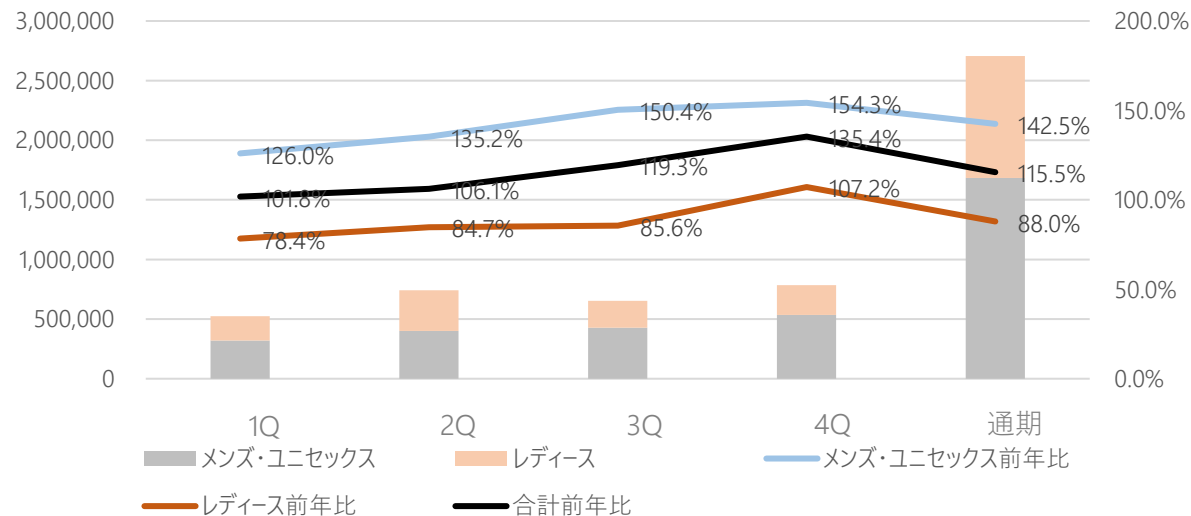
宝飾強化2

ユニセックスジュエリーの拡大

顧客のすそ野を拡大、集客強化、ユニセックスジュエリーは大きく伸長（2024年8月期）

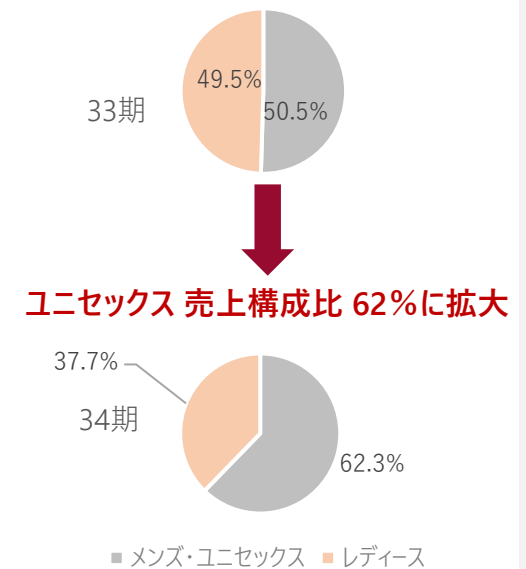
ユニセックスジュエリーをチェーン店として本格展開。女性向けジュエリーチェーンとの差別化

宝飾・地金_商品ジェンダー別売上推移



2024/8月期 実績
 ユニセックスジュエリーは通期で142.5%へ伸長
 ジュエリー販売牽引

ジェンダー別売上構成比

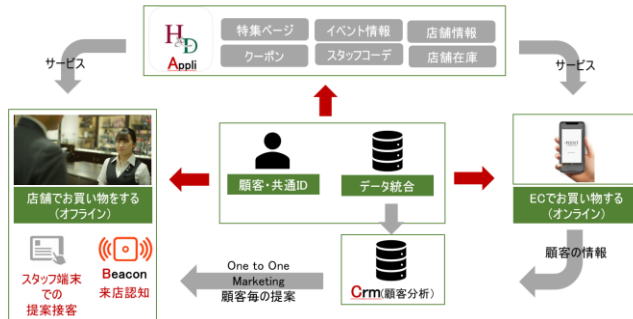


ユニセックス売上構成比 62%に拡大

ハピネスアンドデイ【単体】：35期計画

販売力強化 CRMによる顧客管理とAIロールプレイングによる接客力の強化

ABCシステム（Appli Beacon Crm）による顧客管理と集客への取組みを強化



2022年11月に導入したABCシステム

顧客データの蓄積も整い、データを集約・活用したマーケティング強化へ完全運用を推進

宝飾顧客の拡大に寄与

AIを使ったロールプレイングを通じて、スタッフの接客力・販売力を引き上げ

株式会社Sapeetと共同開発した教育システム『AIロープレ』を活用した接客トレーニングを全店に展開



優秀な販売スタッフの接客技術を現場全体に浸透させ、全販売スタッフの接客力向上を図る

社内教育補完

店舗スタッフの処遇改善への取組み

機会ロス対策を強化

店舗欠員解消へ向けて、正社員中心の店舗スタッフ採用方針から、多様な雇用形態へシフト

賃金改革、現場スタッフの処遇改善

厳しい環境下、人材確保・処遇改善へ向け賃金改革を実施

2025年8月期において、店舗スタッフの賃金アップ（昇給率 1～2割）を実施



店舗スタッフ増強策

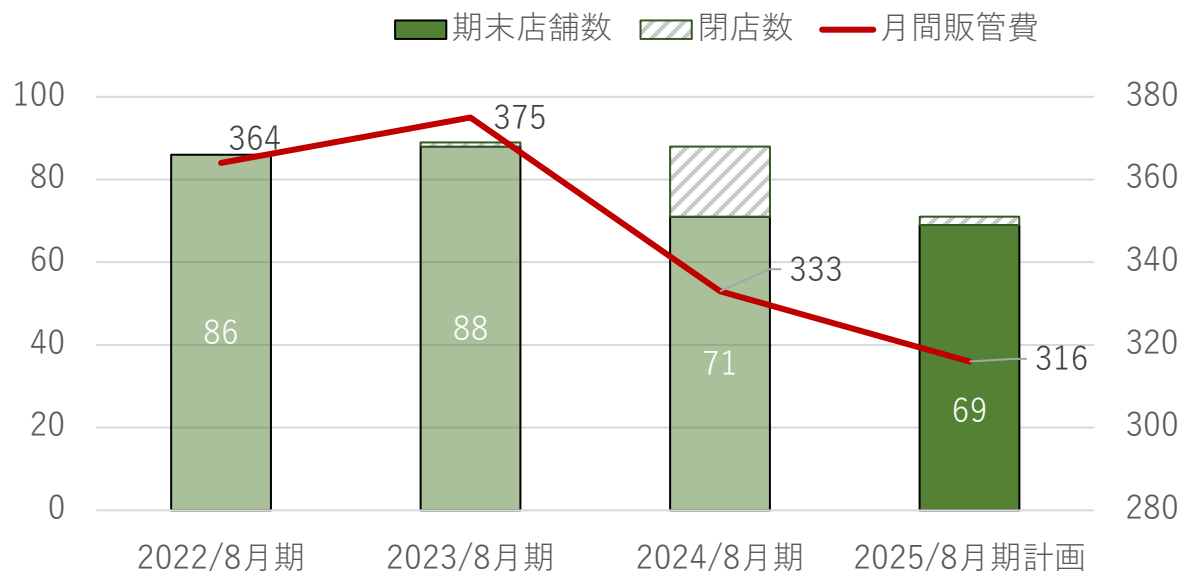
コスト削減

店舗の収益力を継続的に見極め、一層のコスト削減・追加閉店も検討

2024/8月期は閉店により大幅なコスト削減を実施
 本社オフィスを縮小し、2025/8月期のコスト削減に向けて取り組む

店舗数と販管費の推移

	2022/8月期	2023/8月期	2024/8月期	2025/8月期 (計画)
期初店舗数	82	86	88	71
出店数	4	3	0	0
閉店数	0	1	17	2
期末店舗数	86	88	71	69
月間販管費 (平均)	364百万	375百万円	333百万円	316百万円



【単体】新中期経営計画（3カ年計画初年度実績比較）

ハピネスアンドデイ

2024年8月期は、売上未達、粗利率ほぼ計画通りの着地
売上計画、粗利率の向上施策、店舗数等の見通しを更新し、2025年、2026年の計画数値を見直し

(百万円)	中期経営計画 数値見直し（'24/10/29発表）				
	2024年8月期	2024年8月期	計画比	2025年8月期	2026年8月期
	(当初計画)	(実績)		(計画)	(計画)
総額売上高	13,666	12,836	-830	11,552	11,700
売上総利益	4,008	3,762	-246	3,909	4,095
売上総利益率	29.4%	29.3%	-0.1p	33.8%	35.0%
一般管販費	4,214	4,003	-211	3,796	3,930
営業利益	▲206	▲240	▲34	112	165
店舗数	74	71	-	69	69

※中期経営計画においては、収益認識基準適用前・総額売上ベースで策定しております。

HAPPINESS

34期 決算総括
(2024年8月期)

専務取締役

前原 聡

序章：環境認識

第一部：ハピネスアンドディ

第二部：AbHeri

第三部：No.

第四部：グループ 中期

34期 決算ハイライト【単体】

◆ M&A後の組織体制固め

国内4店舗体制、海外進出を前提とした体制づくり
製造・販売部門の組織強化、グループからの人材受け入れ

◆ 海外インバウンド対応

継続的なインバウンド需要に対応するため、
語学対応できるスタッフを配置
中国市場への進出を前提に市場調査を継続

AbHeri
(グループ会社 1)

AbHeri

【単体】2024年8月期 決算総括

AbHeri

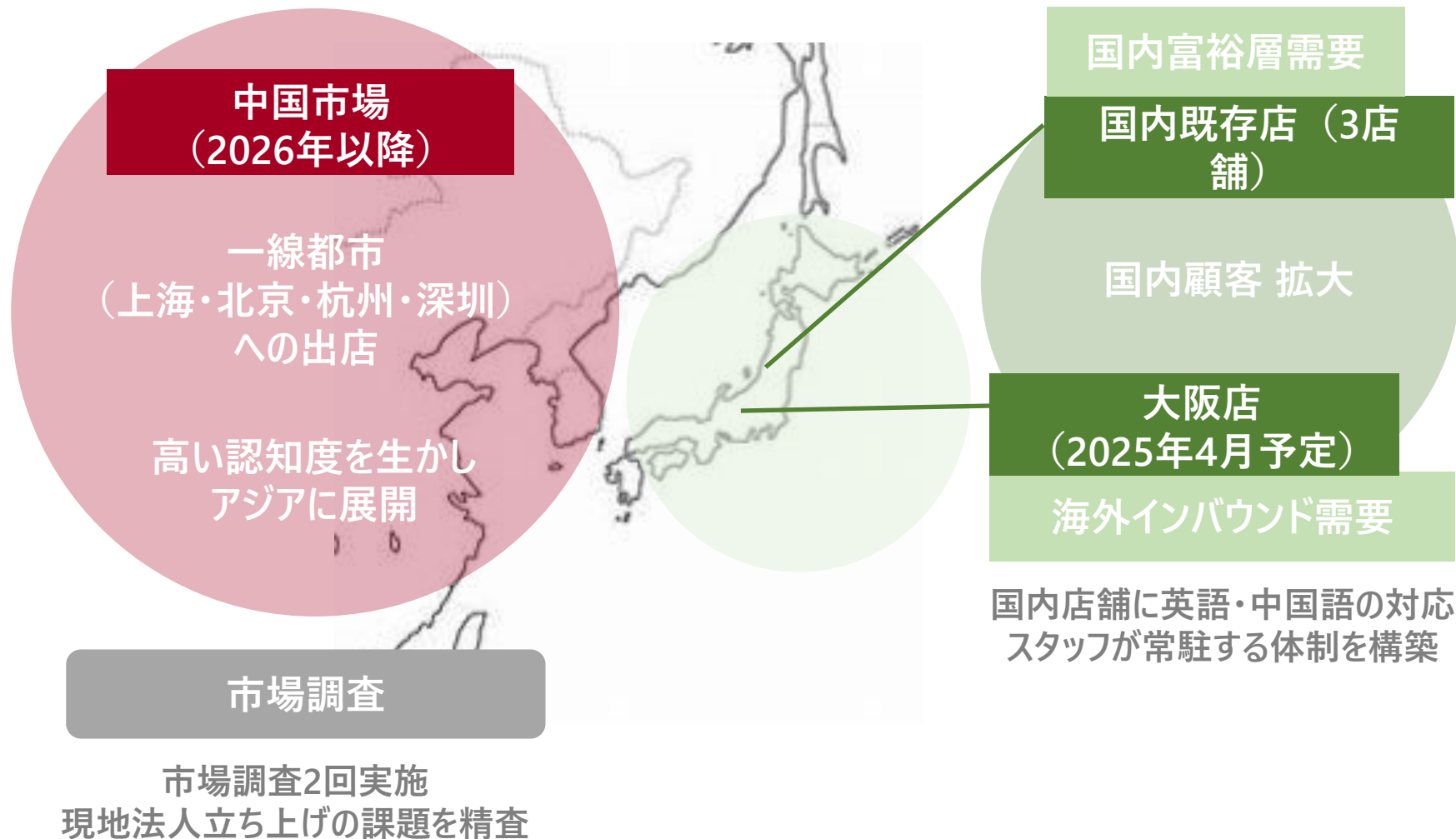
予算対比増収、第1Q~3Qまでの海外需要の恩恵を受けた
 原材料費、人件費高の影響を受け、価格改定を行ったが、粗利率をカバーできず

(百万円)	2024年8月期	2024年8月期	予算実績
	(予算)	(実績)	差異
総額売上高	524	551	27
売上原価	176	193	17
売上総利益	348	358	10
売上総利益率	66.3%	64.9%	△1.44%
販管費	222	250	28
営業利益	126	108	△18
店舗数	3	3	0

※中期経営計画においては、収益認識基準適用前・総額売上ベースで策定しております。

AbHeri 海外市場への対応

2024年8月期の業績は外国人の旺盛な購買需要に支えられた
特に、中華圏でのAbHeri ブランドの認知が浸透



AbHeri 大阪店 オープン

国内4店舗目の大阪店2025年3月21日オープン

場所 グラングリーン大阪
ショップ&レストラン2F

AbHeri店舗では最大級を売場面積
銀座店同様に観光市場顧客も視野



【単体】新中期経営計画（3カ年計画初年度実績比較）

AbHeri

2024年4月の価格改定の影響を鑑み、2025年8月期は減収予算に改定
2025年3月から国内4店舗体制に

(百万円)	2024年	2025年	2026年
	8月期	8月期	8月期
	(実績)	(予算)	(予算)
総額売上高	551	547	591
売上原価	193	193	206
売上総利益	358	354	385
売上総利益率	64.9%	65.3%	65.0%
販管費	250	296	299
営業利益	108	58	86
店舗数	3	4	4

※中期経営計画においては、収益認識基準適用前・総額売上ベースで策定しております。

HAPPINESS

34期 決算総括
(2024年8月期)

専務取締役

前原 聡

序章：環境認識

第一部：ハピネスアンドディ

第二部：AbHeri

第三部：No.

第四部：グループ 中期経営計画

34期 決算ハイライト【単体】

◆ ブランド・ローンチ

事業計画から、商品企画、プロモーション計画を完了
11月14日ポップアップストアにて、ブランドお披露目を完成させる

◆ メディア戦略

ブランドサイト、SNSを含む、初動メディア構築
主要ファッション媒体などに掲載

◆ ポップアップストア：出店計画

百貨店を皮切りに、ミドル～ハイエンドファッションビルで、
ポップアップストアを全国でラウンド

No. ナンバードット
(グループ会社 2)



No.

決算総括【単体】 No. (ナンバードット)

当初計画より商品開発は4か月遅れ、売上計画は2024年11月から計上

商品開発に伴う経費は、ほぼ計画通りに消化

(百万円)	2024年8月期	2024年 8月期	予算実績
	(予算)	(実績)	差異
総額売上高	18	0	△18
売上原価	5.4	0	△5.4
売上総利益	12.6	0	△12.6
販管費	22	22	△1
営業利益	△9.4	△22	△11.6

※中期経営計画においては、収益認識基準適用前・総額売上ベースで策定しております。



「No.ジュエリー」11月14日にローンチ

事業コンセプト

「HAPPY TO BE ME/ 私に生まれてよかった」

No. (数字) という永遠のアイコンを通じて
全ての人を後押しする



商品コンセプト

「世界で愛されるブランドをつくりたい」

ラッキーナンバーを身に着けることで自分を後押しする



No. ナンバードット / ブランド商品 イメージ



グローバル共有できる数字「No.」を永遠のアイコンとし商品デザインに使用
年齢・性別・国籍などを越えたブランドを目指す

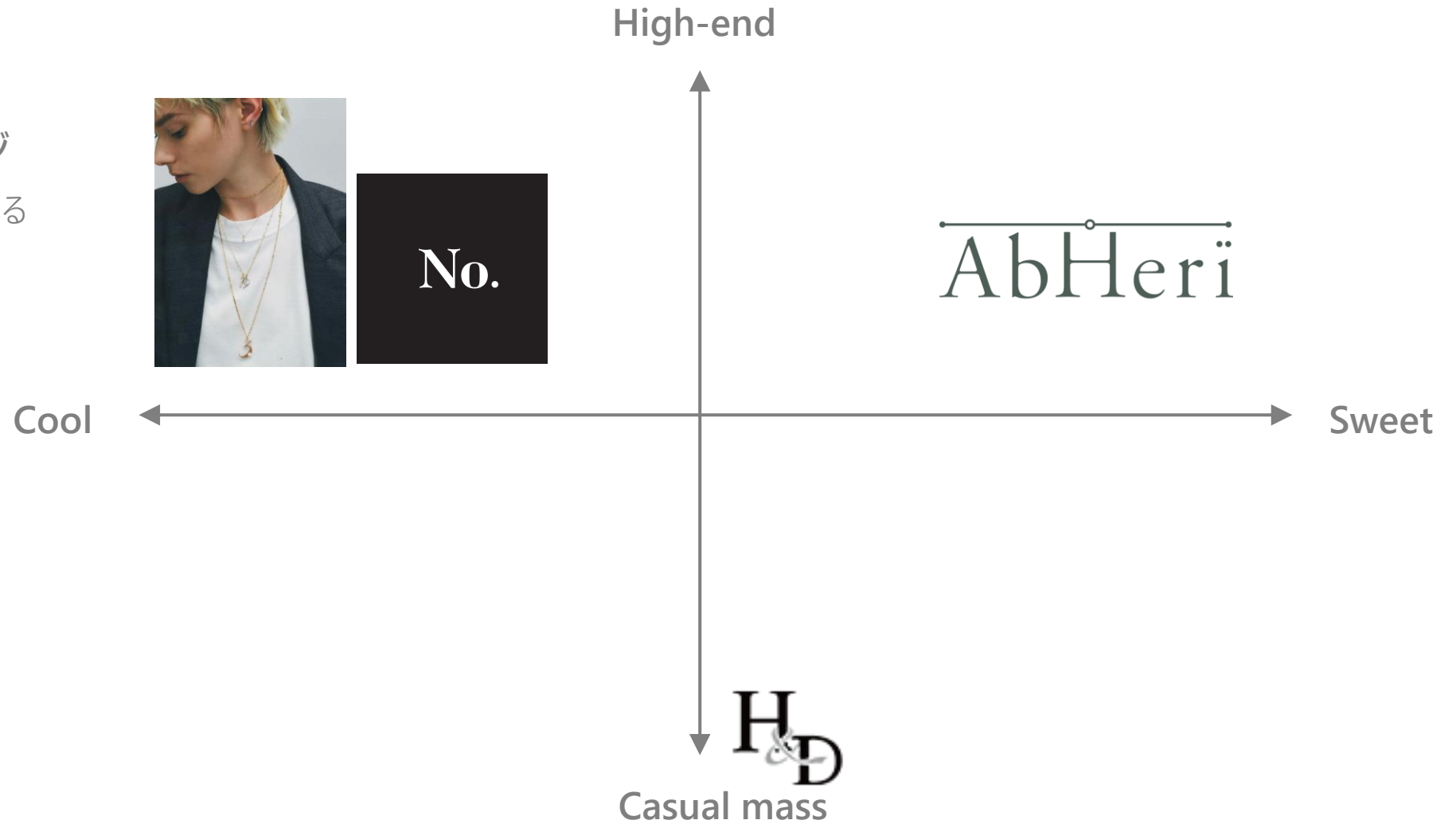
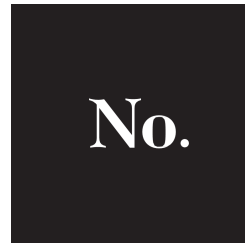


ポジションと顧客イメージ

価格と商品テイストにわけたMapではNo.はCoolテイストのポジション
グループ会社AbHeriとは反対に位置する

---- No. 顧客イメージ

ファッションに興味がある
30~50代
海外から訪れる人々



No. ナンバードット / 今後の活動

	2024年8月期	2025年8月期	2026年8月期
	商品販売の前提整備	ブランド認知度向上	利益貢献期
商品計画	事業/商品コンセプト 顧客イメージ 商品/パッケージ 商品生産体制整備	商品、ブランド ローンチ 販売スタート	リアル店舗でのブランド拡散
出店計画	EC、ポップアップ店舗準備	EC/ポップアップ店を主体に販売	EC/ポップアップ店体制は継続
		2026年8月期のリアル店準備	東京都下に出店
集客計画	プロモーション戦略 EC・Instagram	メディア活用による認知度向上 雑誌・SNS・TV	集客導線の多様化 アナログ + デジタル

No. ナンバードット / 社会貢献（計画）



※ 商品販売前につき、下記は寄付予定となります

パンジ財団：コンゴ女性支援

NGO：アメリカ合衆国/ワシントンDC

売上の一部を、2018年にノーベル平和賞を受賞されたデニ・ムクヴェゲ氏が立ち上げた、
コンゴ民主共和国のパンジ病院、パンジ財団に寄付



※ 商品販売前につき、下記は寄付予定となります

ノーベル平和賞受賞者世界サミット

一般社団法人：日本

歴代のノーベル平和賞受賞者が集い、世界的課題や人権の擁護、暴力のない世界の構築について討論する
会議。次世代リーダーの育成サポートを目的とした寄付

【単体】新中期経営計画

No. ナンバードット

2025年11月からEC・ポップアップをスタート
2026年8月期に常設店舗の出店を視野に入れる

(百万円)	2024年8月期	2025年8月期 (予算)	2026年8月期
	(実績)		(予算)
総額売上高	0	70	100
売上原価	0	18	25
売上総利益	0	52	75
販管費	22	40	55
営業利益	△22	12	20

※中期経営計画においては、収益認識基準適用前・総額売上ベースで策定しております。



HAPPINESS

34期 決算総括
(2024年8月期)

代表取締役社長

田 篤史

序章：環境認識

第一部：ハピネスアンドディ

第二部：AbHeri

第三部：No.

第四部：グループ 中期経営計画

新中期経営計画 優先課題【連結】

◆ ハピネス単体黒字化

宝飾強化施策の継続

雑貨はインポート主体から大幅に品揃えを改編

◆ Abheri 大阪 出店

国内4番目の店舗として2025年3月に大阪出店

銀座店に続く旗艦店として国内外顧客を取り込み

◆ No.立ち上げ

2024年11月にブランドローンチ

EC/ポップアップ店舗を主体に、ブランド認知を拡大していく

【連結】新中期経営計画（3カ年計画初年度実績比較）

グループ全体

売上見通し、粗利率、店舗数等を更新し、2025年、2026年の計画数値を見直しております
2025年8月期は宝飾・地金ジュエリーの拡大、AbHeri関西進出、NO.の立ち上げに最大限注力

	中期経営計画 数値見直し ('24/10/29発表)				
	2024年8月期	2024年8月期	計画比	2025年8月期	2026年8月期
	(当初計画)	(実績)		(計画)	(計画)
(百万円)					
総額売上高	14,207	13,387	-820	12,169	12,391
売上総利益	4,368	4,114	-254	4,315	4,555
売上総利益率	30.7%	30.7%	±0	35.5%	36.8%
一般管販費	4,464	4,272	-192	4,124	4,277
営業利益	▲96	▲158	▲62	178	266

※中期経営計画においては、収益認識基準適用前・総額売上ベースで策定しております。

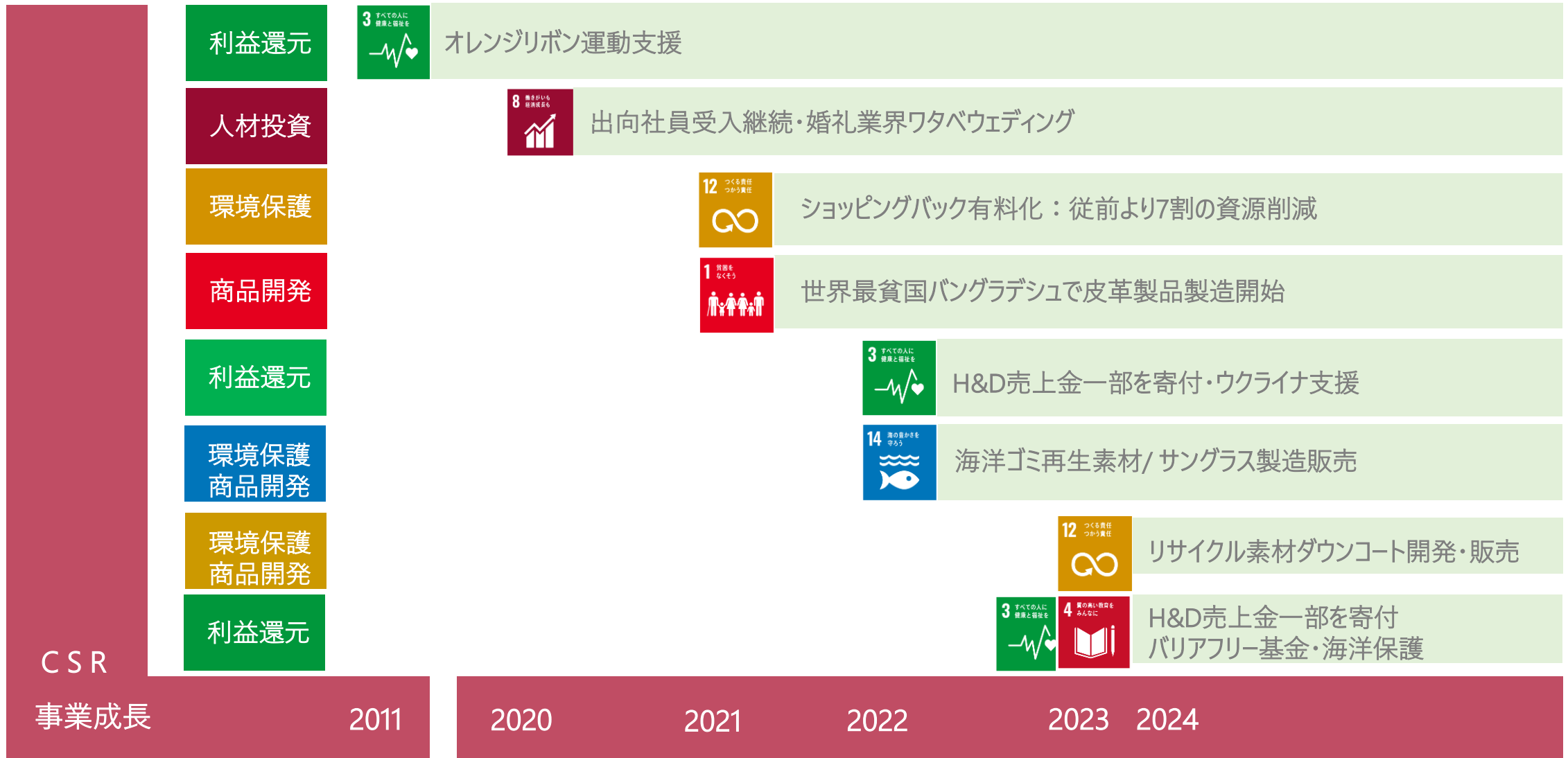


HAPPINESS

34期 決算総括
(2024年8月期)

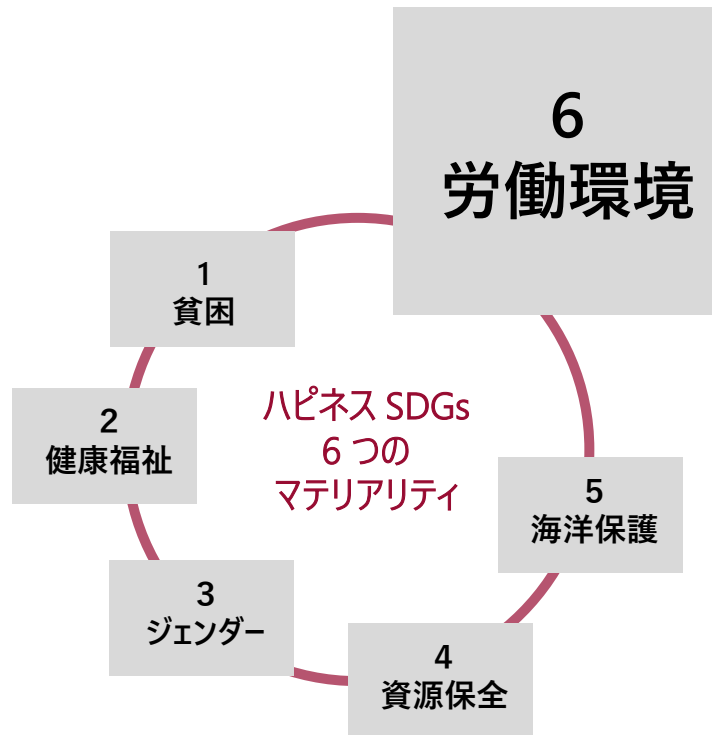
社会的責任と取り組み

社会的責任 ハピネス～これまでの取り組み～



社会的責任 企業グループ / 5 つの SDGs マテリアリティ（人財戦略を除く）

マテリアリティ	SDGs	当社の取り組み
<p>1 貧困</p>	<p>1 貧困をなくそう</p> <p>10 人や国の不平等をなくそう</p>	<p>【お買い物を通じて社会問題への解決を図る商品開発】をテーマに、世界最貧国バングラデシュでのPB皮革製品製造</p>
<p>2 健康福祉</p>	<p>3 すべての人に健康と福祉を</p>	<p>子ども虐待防止を呼び掛ける「オレンジリボン運動」への参加・支援</p> <p>バリアフリー基金に寄付：2023年 8 月期実績 706,065円</p>
<p>3 ジェンダー</p>	<p>5 ジェンダー平等を実現しよう</p>	<p>モデル店舗を設定し、女性の雇用制度と研修内容の見直しの実施</p>
<p>4 資源保全</p>	<p>12 つくる責任 つかう責任</p>	<p>ショッピングバッグ有料化により資源消費量削減</p> <p>リサイクル素材を活用したPBダウンコートの開発・販売</p>
<p>5 海洋保護</p>	<p>14 海の豊かさを守ろう</p>	<p>「海への関心や好奇心の喚起、海の問題解決に向けたアクションの輪を広げる」という考えに賛同し、海と日本プロジェクト推進基金に寄付をしております</p>



8 働きがいも
経済成長も



人材育成方針

自律的なキャリア形成支援

社内公募制度/正社員登用制度/資格取得の奨励

AIを用いた研修制度の導入

AI開発を強みとする株式会社Sapeetと共同で開発したAIロールプレイングシステムを導入
販売員のスキルアップを支援

社内環境整備方針

多様な働き方に応じた労働環境の整備

フレキシブルで効率的な就業環境：テレワーク・シフト制の活用・雇用形態変更

働きやすい労働環境への取り組み

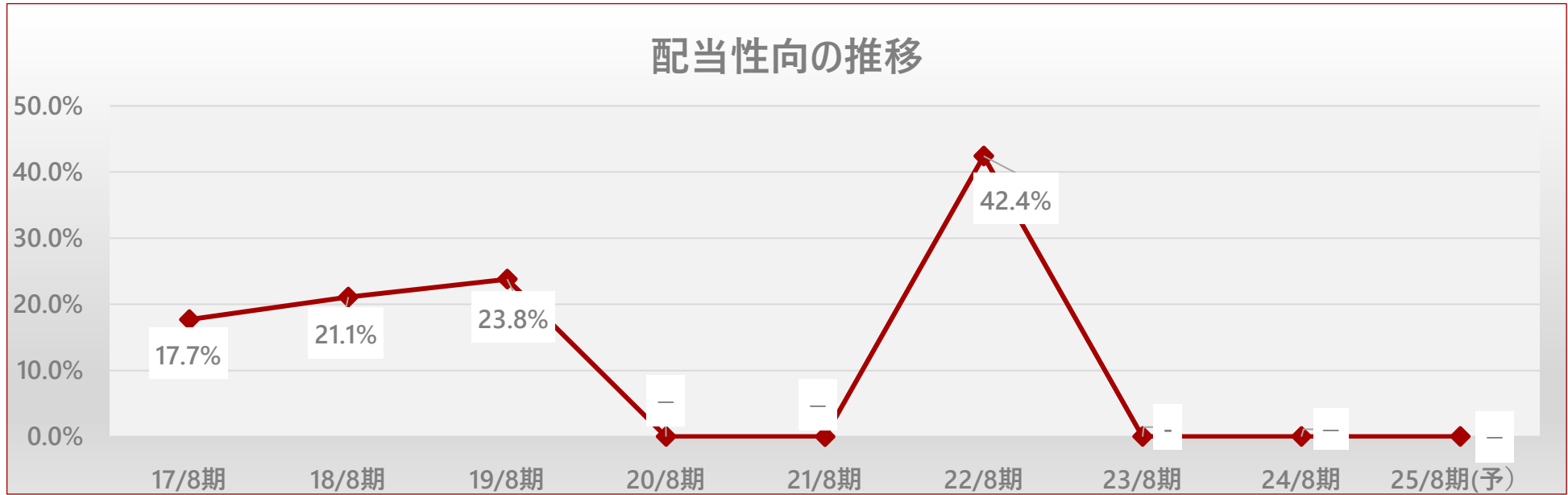
育児休業等取得後の処遇上の差を取り戻すことが可能となる評価制度の構築への取り組み
年次有給休暇取得促進：取得計画期間の設定

HAPPINESS

34期 決算総括
(2024年8月期)

配当

配当性向



2025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。

配当予想

	中間配当金	期末配当金	年間
2024/8月期 配当金	7円 50銭	7円 50銭	15円 00銭
2025/8月期 配当金 (当期予想)	7円 50銭 (予)	7円 50銭 (予)	15円 00銭 (予)



ハピネス公式アプリ
今すぐダウンロード!



AbHeri公式HP

(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

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

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

・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