



HAPPINESS

2025年8月期 第2四半期 決算説明会

( 2024年9月～2025年2月 )

株式会社ハピネス・アンド・ディ

2025年4月24日  
(東証スタンダード 3174)

# HAPPINESS

2025/8月期第2四半期 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.

# 目次

1	<b>序章：環境認識</b>		
2	外部環境		
3	グループ相関図		
4	<b>第1部：ハピネス・アンド・デイ</b>		
5	2025年8月期第2四半期決算ハイライト【単体】		
6	既存店売上高 前年比 月次推移【単体】		
7	既存店粗利率/粗利額前年比の推移【単体】		
8	商品別 売上高：3カテゴリー【単体】		
9	商品の販売動向：地金ジュエリー		
10	2025年8月期中間期 決算概況【連結】		
11	下期方針 雑貨部門の新たな取り組み① ヴィンテージ商品の取扱い開始		
12	下期方針 雑貨部門の新たな取り組み② カジュアル商品の強化		
13	下期方針 宝飾催事の強化		
14	下期方針 コスト削減		
15	2025年8月期 業績予想【連結】		
16	<b>第2部：Abheri</b>		
17	2025年8月期第2四半期決算ハイライト【単体】		
18	決算総括【単体】		
19	海外市場への対応		
20	大阪店オープン		
21	<b>第3部：No./ナンバードット</b>		
22	2025年8月期 第2四半期決算ハイライト【単体】		
23	決算総括【単体】		
24	No.ジュエリー 11月14日ローンチ		
25	マーケティング戦略、ポップアップストア		
26	ブランド商品イメージ		
27	ポジションと顧客イメージ		
28	今後の活動		
			<b>ご参考資料</b>
29	<b>社会的責任と取り組み</b>		
30	ハピネスこれまでの取り組み		
31	企業グループ/5つのSDGs マテリアリティ		
32	6つ目のマテリアリティ～人財戦略～		

HAPPINESS

2025年8月期第2四半期 決算総括

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

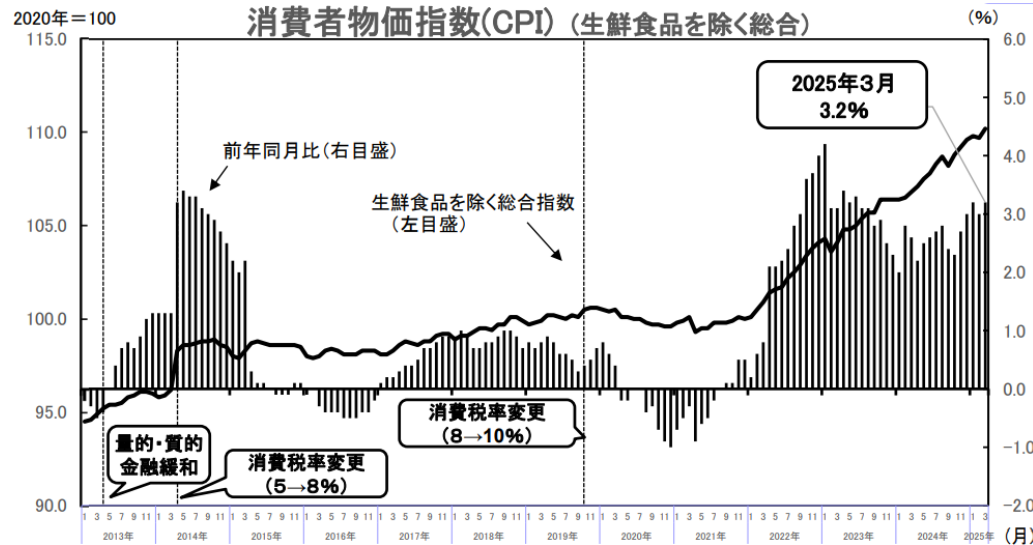
第三部：No.

# 序章：外部環境

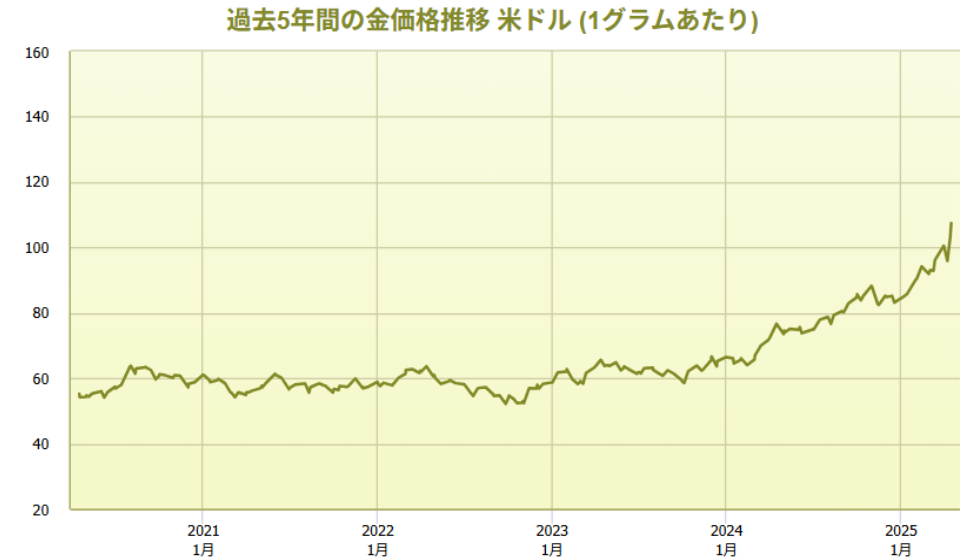
ロシア・ウクライナ情勢の長期化、イスラエル・パレスチナの対立激化、円安基調も継続  
食料品をはじめとする諸物価の高騰が続いており、消費マインドの低迷続く

金相場は引き続き上昇基調、トランプ関税政策により為替・株式市況の乱高下が続き、  
景気への影響含め不透明感が拡大

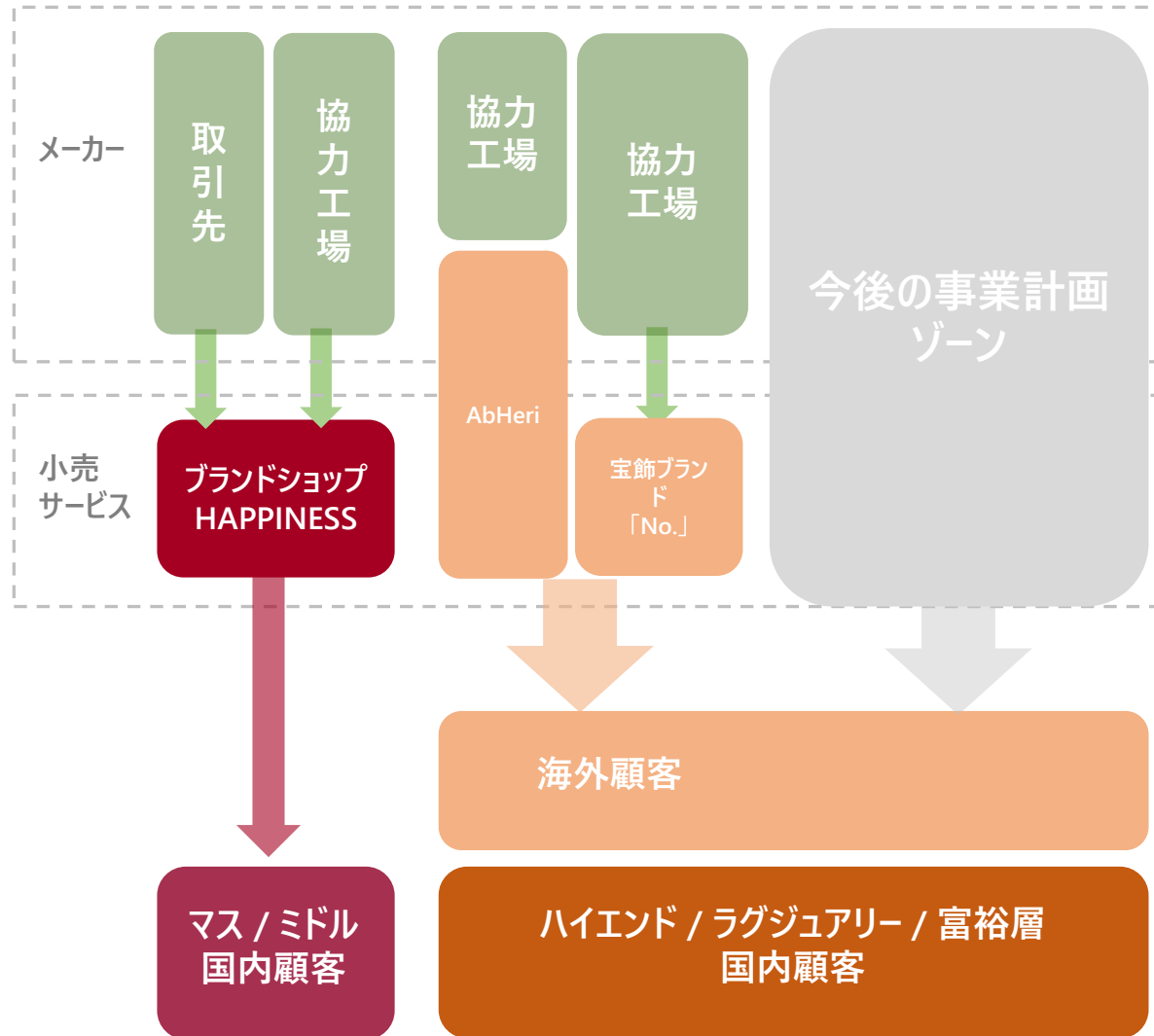
物価高騰を背景に購買意欲低下



金相場の継続的上昇により、金商品の販売が好調



# 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」

2025年8月期第2四半期 決算総括

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.

## 2025年8月期第2四半期 決算ハイライト【単体】

### ◆ 構造改革を推進

前期に引き続き、宝飾品・プライベートブランドの拡充を推進

地金ジュエリーの販売が好調に推移、催事も強化し宝飾部門は大きく伸長

### ◆ 雑貨（バッグ・小物）部門が想定以上の落ち込み

インポートブランドの価格高騰続く

諸物価高騰による高額商品の購買意欲減退も影響

### ◆ 粗利率向上は継続するものの、売上落ち込みにより営業赤字

移転改装店舗の廃棄損、下期の追加閉店3店舗の店舗閉鎖損・減損損失を特別損失に計上（単体38百万円）

繰延税金資産の一部取崩しによる法人税等調整額61百万円を計上

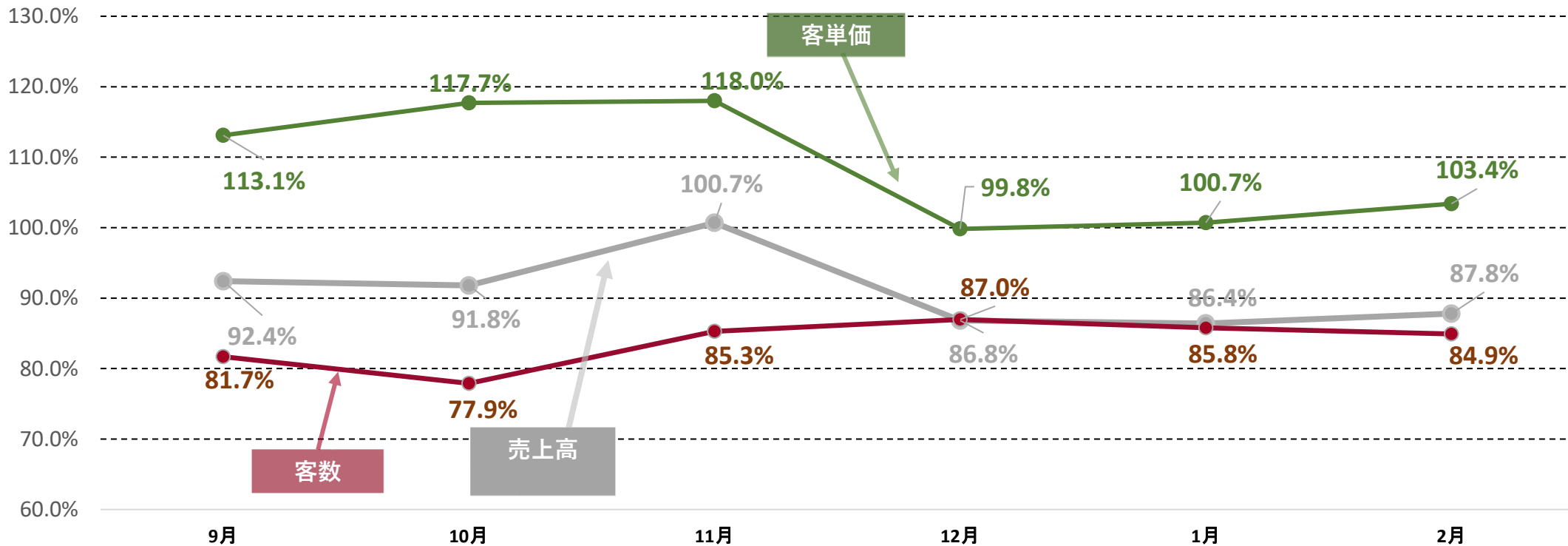
ハピネスアンドディ





# 既存店売上高 前年比 月次推移【単体】

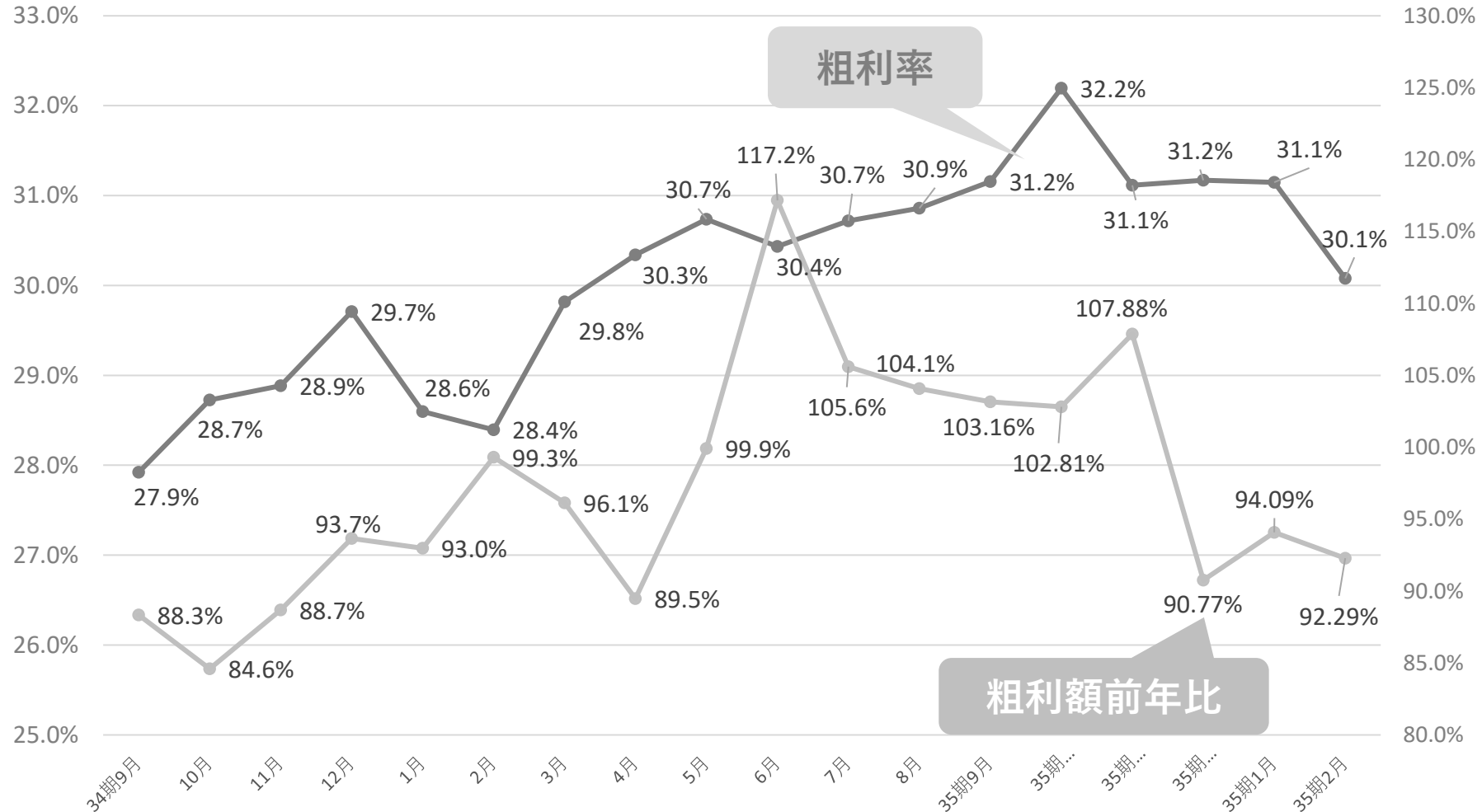
宝飾中心へのMD改革を進めつつも、雑貨部門の落ち込みが影響し客数・売上減で推移



2025年 8月期 第2四半期

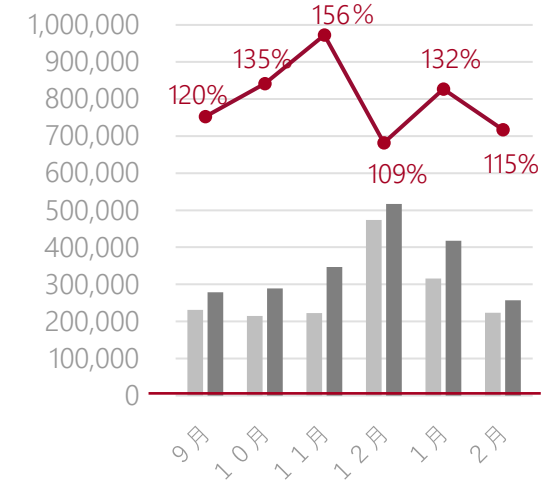
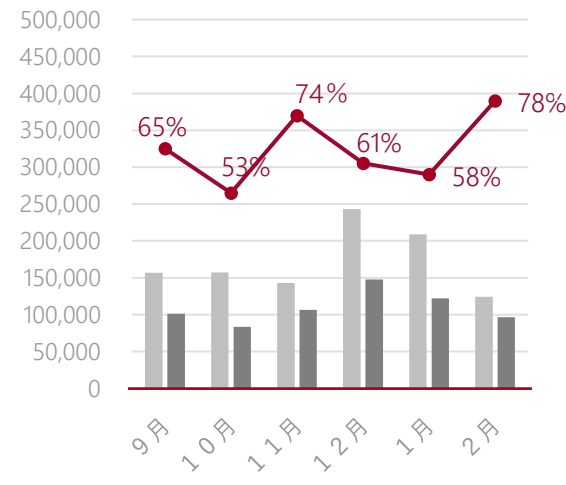
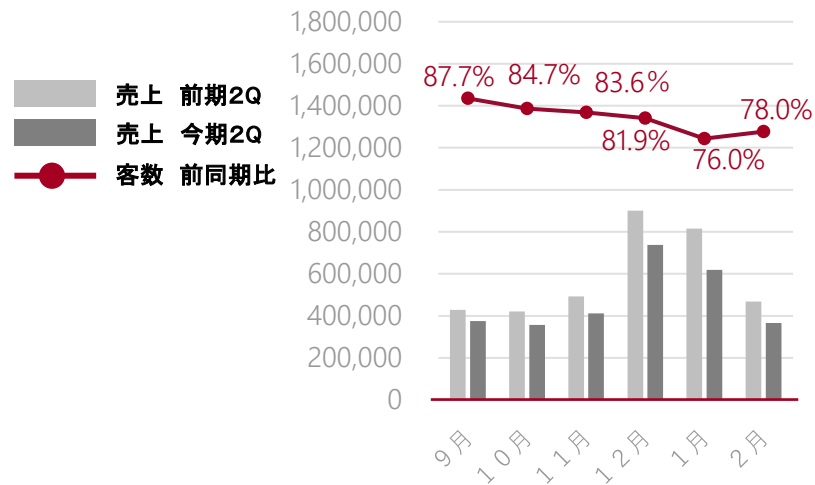
# 既存店 粗利率/粗利額前年比の推移【単体】

宝飾の強化による粗利率の向上が継続（総額売上ベース）



# 商品区分別売上高：3カテゴリー【単体】

バッグ・小物の落ち込み、時計の縮小による売上の減少  
 宝飾品は客数増を伴って順調に拡大  
 （単体、既存店、総額売上ベース）



## バッグ・小物

PBバッグは好調に推移するも  
 主力海外ブランドの価格上昇が続き  
 購買意欲減退  
**既存店前期2Q比は18.7%減**

## 時計

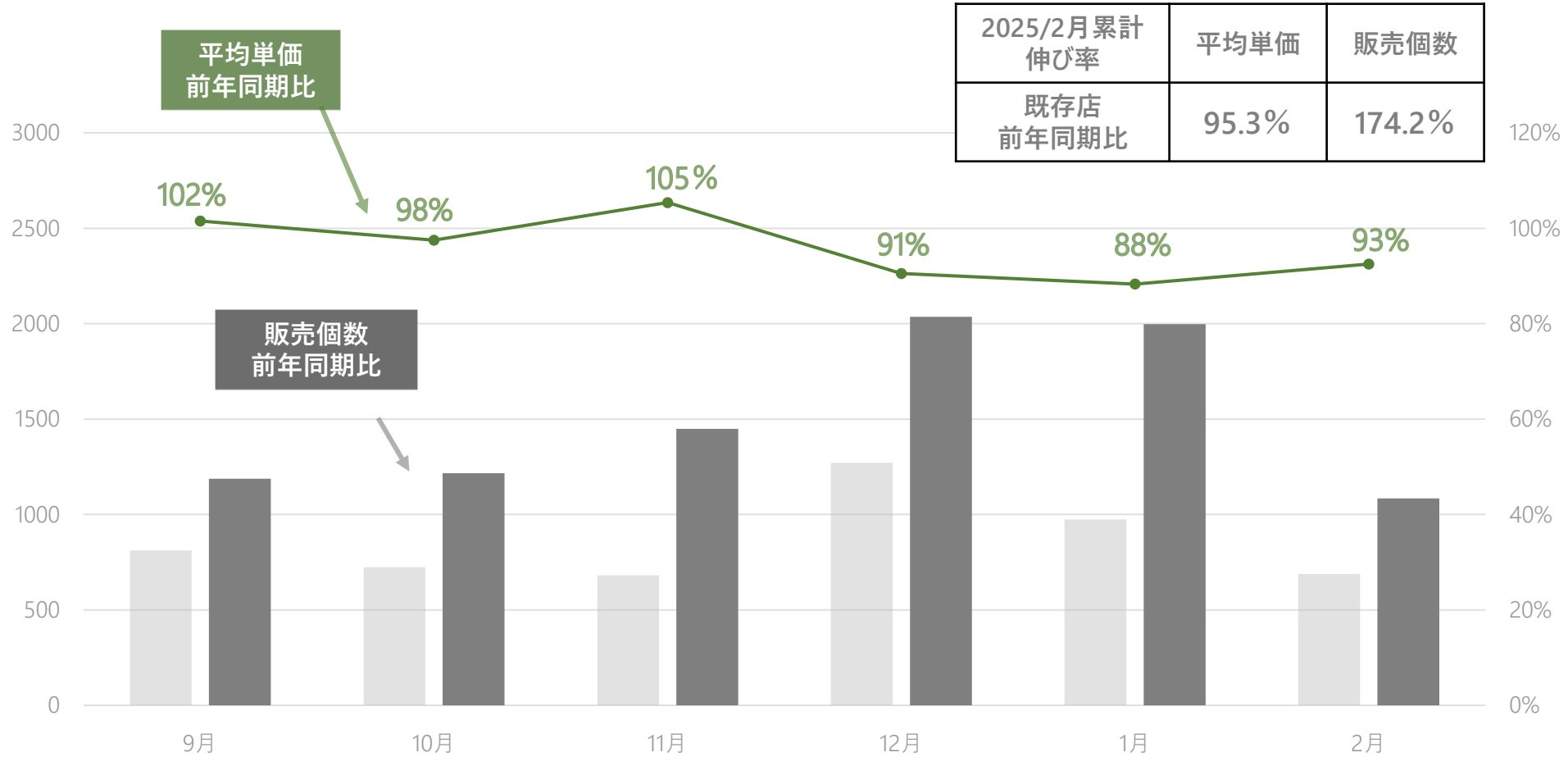
価格上昇による海外ブランドの落ち  
 込みと時計市場の縮小もあり、商品  
 展開を引き続き絞った結果、  
**同36.5%減**

## 宝飾

地金ジュエリー・PBジュエリーが引き続  
 き好調、金相場の持続的上昇を受け、  
 金商品が大きく伸長  
**同25.2%増**

# 商品の販売動向：地金ジュエリー

地金ジュエリーの重点強化により、販売個数は前年同期比174.2%、平均単価は品ぞろえ拡充により同95.3%



# 2025年8月期 第2四半期（中間期）決算概況【連結】

収益認識基準適用



	2024/8月期 中間期 (千円)	構成比	2025/8月期 中間期 (千円)	構成比	増減率	増減額
売上高	5,974,911	100%	4,726,275	100%	△20.9%	△1,248,636
売上総利益	2,213,179	37.0%	1,891,700	40.0%	△14.5%	△321,479
販管費	2,168,924	36.3%	1,973,618	41.7%	△9.0%	△195,306
営業利益	44,255	0.7%	△81,918	-	-	△126,173
経常利益	30,954	0.5%	△97,528	-	-	△128,482
特別利益	0	0.0%	0	0.0%	-	0
特別損失	14,986	0.2%	40,815	0.8%	272.3%	25,829
税金等調整前 中間純利益又は税金等 調整前中間純損失	15,968	0.2%	△138,344	-	-	△154,312
法人税等合計	35,836	0.5%	66,926	1.4%	186.8%	31,090
親会社株主に 帰属する 中間純損失	△19,868	-	△205,270	-	-	△185,402

## 売上高

PB商品・宝飾・金商品は好調であったが、バッグ・小物等が価格高騰の影響により落ち込み、前年同期比 20.9%減となった。

## 売上総利益

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ており、粗利率は40.0%へのアップとなった。

## 営業利益

前期17店舗の閉店効果や人件費を中心とした販管費の削減に努めたものの、売上の落ち込みを吸収できず、営業損失81百万円となった。

## 特別損失

店舗閉鎖損失・減損損失等40百万円を計上。

## 法人税等

繰延税金資産の一部取崩しにより、法人税等調整額61百万円を計上。

## 中間純損失

205百万円の中間純損失。

## 雑貨部門の新たな取り組み① ヴィンテージ商品の取扱い開始

並行輸入品の価格高騰への対応としてヴィンテージ商品の取り扱いを順次開始

先行導入事例：ブランドショップハピネス成田店

バッグ・小物を中心にハピネスの顧客層にあったハイブランドのヴィンテージ商品を展開  
＜エルメス・ルイヴィトン・グッチ・シャネル・プラダ等のバッグ・財布・アクセサリ＞

下期から来期にかけて順次取扱店舗を拡大予定

3月に試験導入した成田店の実績は好調に推移  
顧客の反応も良好



# ハピネスアンドデイ【単体】： 35期下期方針

## 雑貨部門の新たな取り組み② カジュアル商品の強化

### 手ごろな価格帯のカジュアル商品を拡充

価格高騰により手が届きにくくなったインポートブランド商品

手ごろな価格帯のカジュアル商品を拡充し、雑貨部門の回復に取り組む

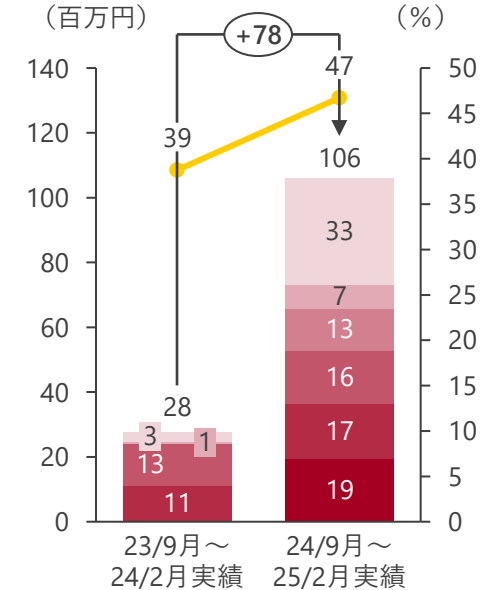
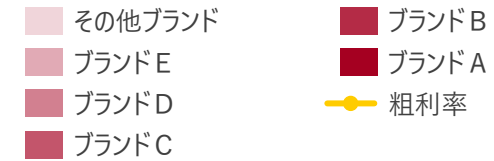
### 上期の拡充実績をベースに下期はさらに取り扱いを拡充

2025年上半期は前年同期比 78百万円増の売上実績

粗利率も39%から47%へ向上

下期はさらに取り扱いブランドを拡充予定

ブランド別売上実績



# ハピネスアンドデイ【単体】： 35期下期方針

## 宝飾催事の強化

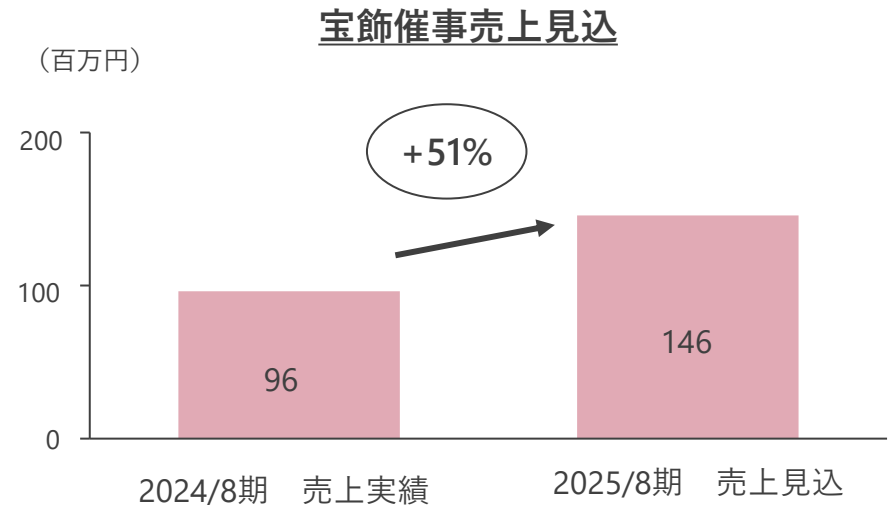
### 好調な宝飾部門については、販売促進としての催事開催を強化

2025/8月期上期の取り組み状況

催事売上は、各店舗年2回を目標に掲げた成果により、前年比+51%成長見込み  
効果的に開催できると大きな収益源となるが、現在個店間で集客ノウハウ、スキルに  
格差あり

### 催事開催の体制を強化し、集客ノウハウ・スキルの向上に取り組む

下期においては、来期以降も見据えて、支援体制の強化・店舗間格差の是正、  
開催数・目標売上の拡大に取り組み、高粗利商材の販売拡大を図る





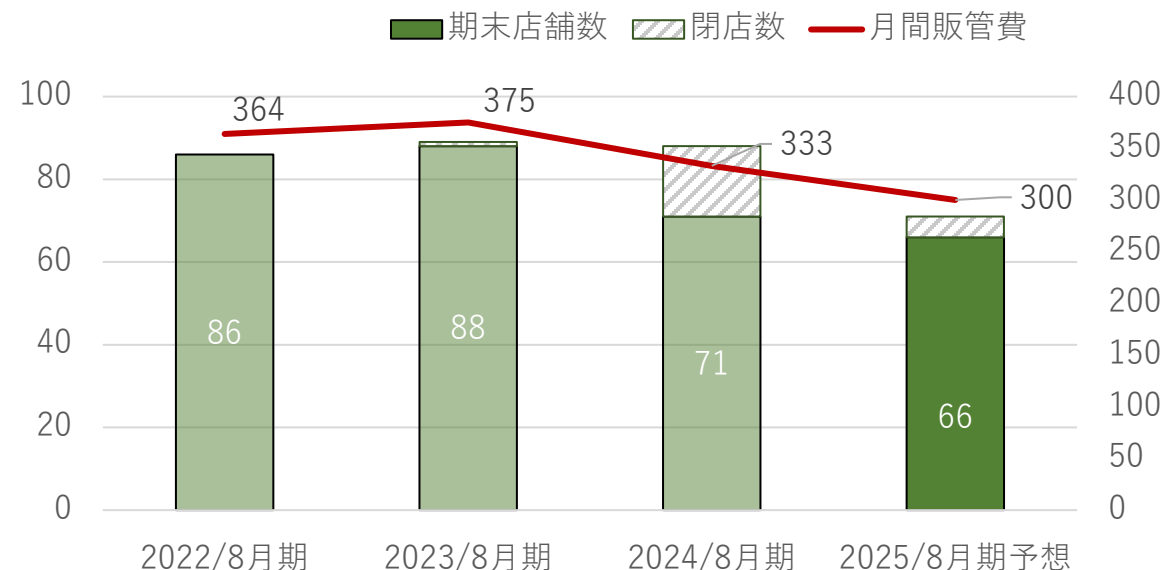
## コスト削減

### 収益改善へ向けて追加閉店 3 店舗を決定、さらにコスト削減を追求

2025/8月期は予定されていた 2 店舗の閉店に加え、追加閉店 3 店舗の合計 5 店舗閉店を決定済（閉鎖損失等は中間期に計上済）  
 本社人員の縮小、システム等の間接コストの見直し等も進めており、収益改善へ向けてさらなる削減策も検討中

### 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 (予想)
期初店舗数	82	86	88	71
出店数	4	3	0	0
閉店数	0	1	17	5
期末店舗数	86	88	71	66
月間販管費 (平均)	364百万	375百万円	333百万円	300百万円



## 【単体】2025年8月期 業績予想<連結>

ハピネスアンドデイ

2025年8月期は、中間期の実績を受けて、通期予想を修正いたしました（2025年4月14日開示）  
 大変厳しい業績予想となりましたが、中期的な業績回復へ向けて諸施策の確実な実行を進めてまいります  
 なお、2026年8月期を最終年度とする中期経営計画の数値計画につきましては、取り下げとさせていただきます（2025年4月14日開示）

(百万円)	2024年8月期	2025年8月期	前期比	中期経営計画 数値計画取下げ（2025/4/14発表）
	(前期実績)	(予想)		2026年8月期 (計画)
純額売上高	10,780	8,703	-2,077	—
売上総利益	4,114	3,593	-521	—
売上総利益率	38.1%	41.2%	+3.1p	
販管費	4,272	3,939	-333	—
営業利益	▲158	▲346	-188	—
店舗数	単体71、連結74	単体66、連結70	-	—

# HAPPINESS

2025年8月期 第2四半期（中間期） 決算総括

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

## ◆ 大阪新店に向けた組織づくり

2025年3月の大阪新店に向けた組織づくり

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】2025年8月期第2四半期（中間期） 決算総括

AbHeri

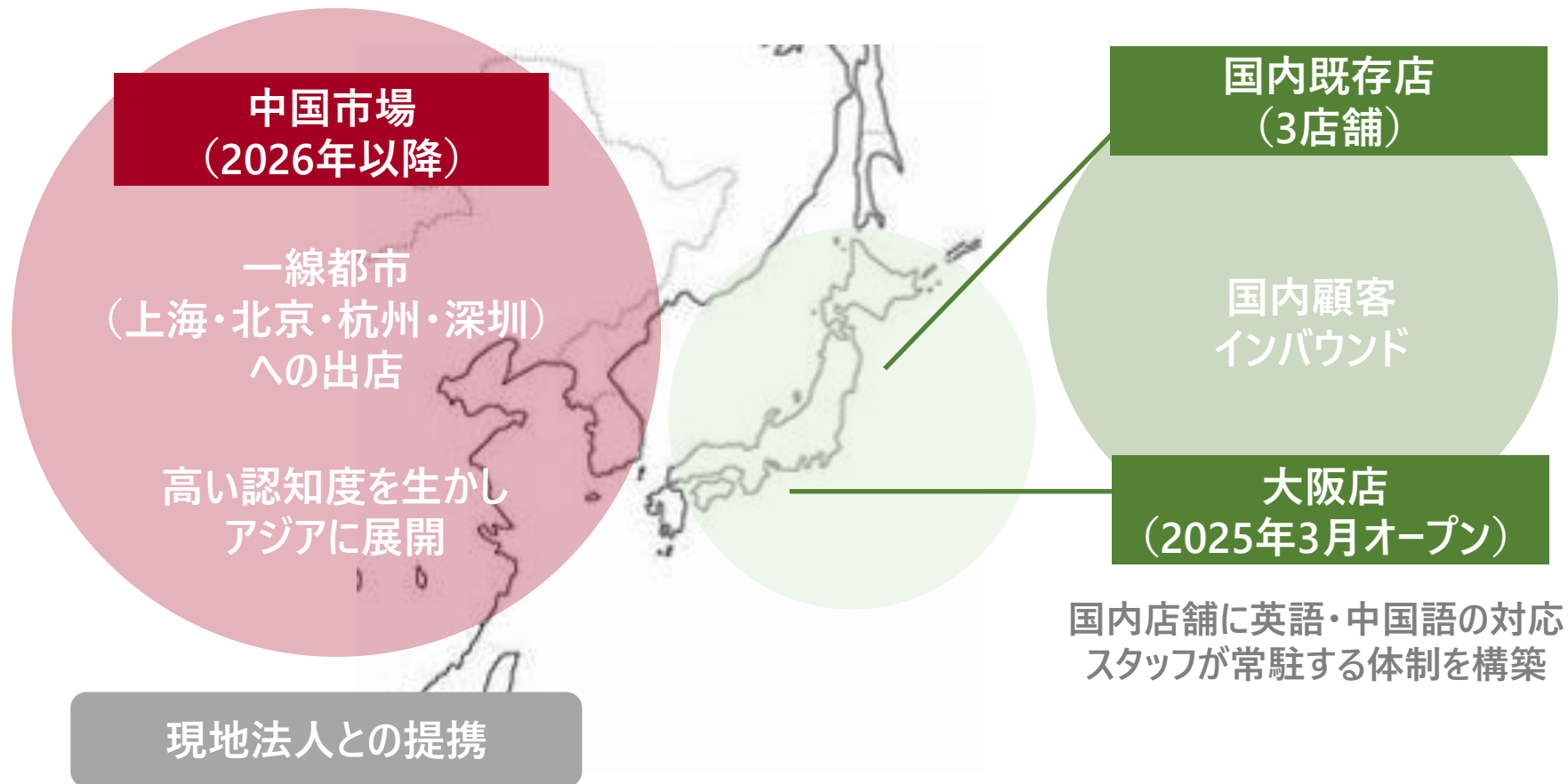
前年対比減収減益

前年対比で海外インバウンド客が増加したものの海外大口バイヤー客の減少が響いた  
大阪新店はオープン前の採用研修費が先行するも全体としては予算内に収まる

百万円	2024年8月期	2025年8月期	2025年8月期
	（上期実績）	（上期実績）	（予算）
総額売上高	266	183	425
売上原価	94	66	148
売上総利益	172	117	278
売上総利益率	64.70%	63.99%	65.25%
販管費	116	116	277
営業利益	56	1	1
店舗数	3	3	4

# 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



中国国内で富裕層向けビジネスを  
展開している3社と協議中



# AbHeri 大阪店 オープン

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  
銀座店同様にツーリスト市場顧客も視野



2025年8月期 第2四半期（中間期） 決算総括

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



◆ ブランド・ローンチ

11月14日ポップアップストアにて、ブランドをお披露目  
初日で売上高6百万円、販売点数44点を計上

◆ マーケティング戦略

ブランドサイト、SNS等の初動メディア構築  
主要ファッション媒体などに掲載  
インフルエンサーとの提携も進みブランド認知度を上げた

◆ ポップアップストア

催事を上期に計2回実施、下期に6回実施予定  
来期の出店を見据えて  
ファッションビルや百貨店での催事も計画

No. ナンバードット  
(グループ会社2)



No.

## 2025年8月期第2四半期（中間期） 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

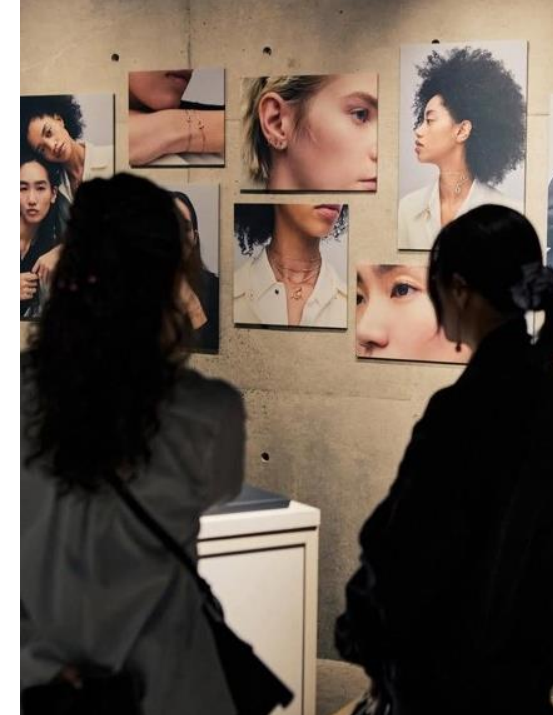
百万円	2024年8月期	2025年8月期	2025年8月期
	（通期実績）	（上期実績）	（予算）
総額売上高	0	8	34
売上原価	0	4	14
売上総利益	0	4	21
売上総利益率		47.12%	61.57%
販管費	22	41	55
営業利益	△22	△37	△43

※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

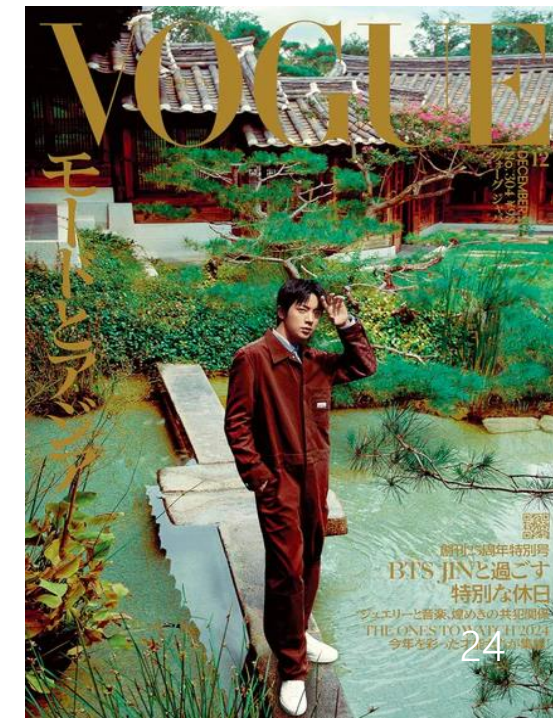
11月14日ポップアップストアにて、ブランドをお披露目  
初日で売上高6百万円、販売点数44点を計上



## マーケティング戦略

ブランドサイト、SNS等の初動メディア構築

主要ファッション媒体などに掲載



## マーケティング戦略

ブランド認知度を向上

フォロワー数100万人から7万人クラスのインフルエンサー  
と提携しSNSでの拡散でブランド認知を高めた

着用画像や動画をSNSで拡散していただく  
催事でインフルエンサーとのコラボイベントを開催

## ポップアップストア

催事を上期に計2回実施、下期に6回実施予定

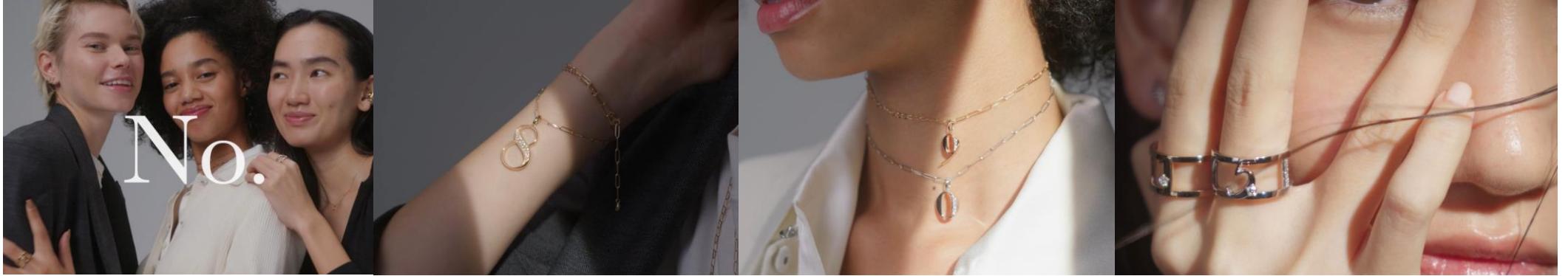
来期の出店を見据えて

ファッションビルや百貨店での催事も計画





# 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・国籍などを超えたブランドを目指す

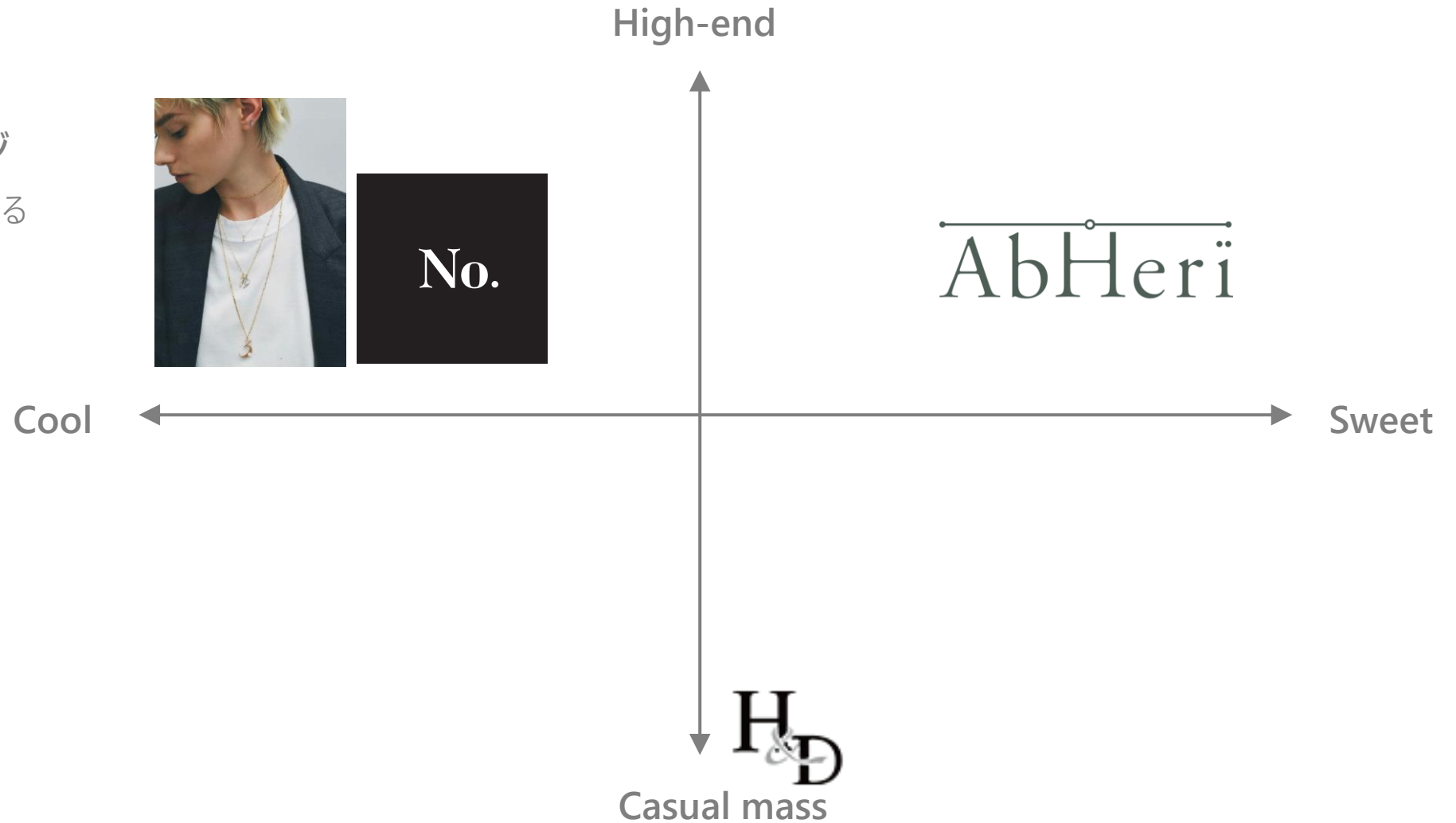
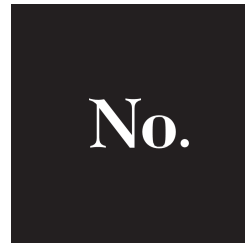


## ポジションと顧客イメージ

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



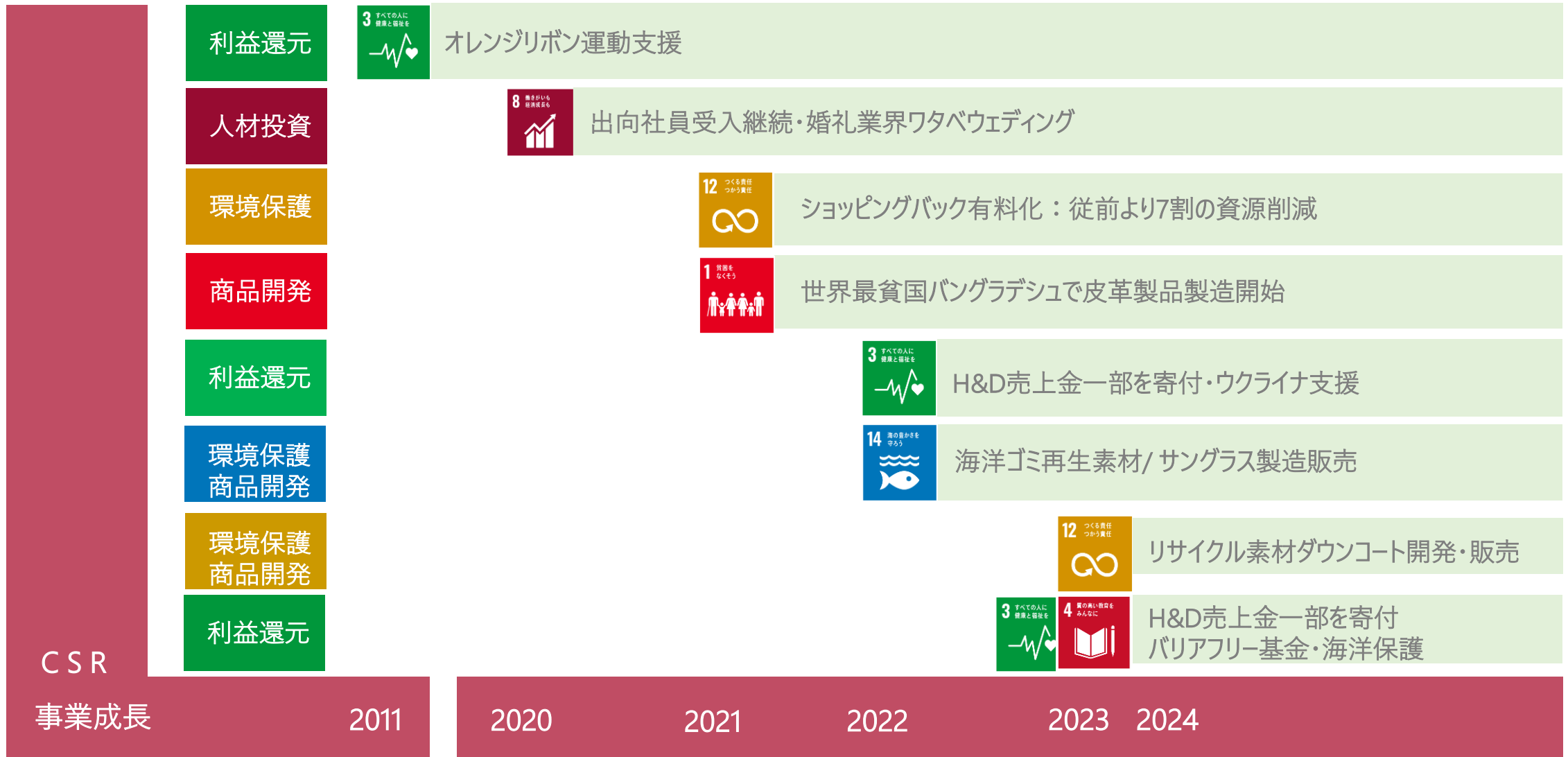
# No. ナンバードット / 今後の活動

	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 2026年8月期のリアル店準備	EC/ポップアップ店体制は継続 東京に出店
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

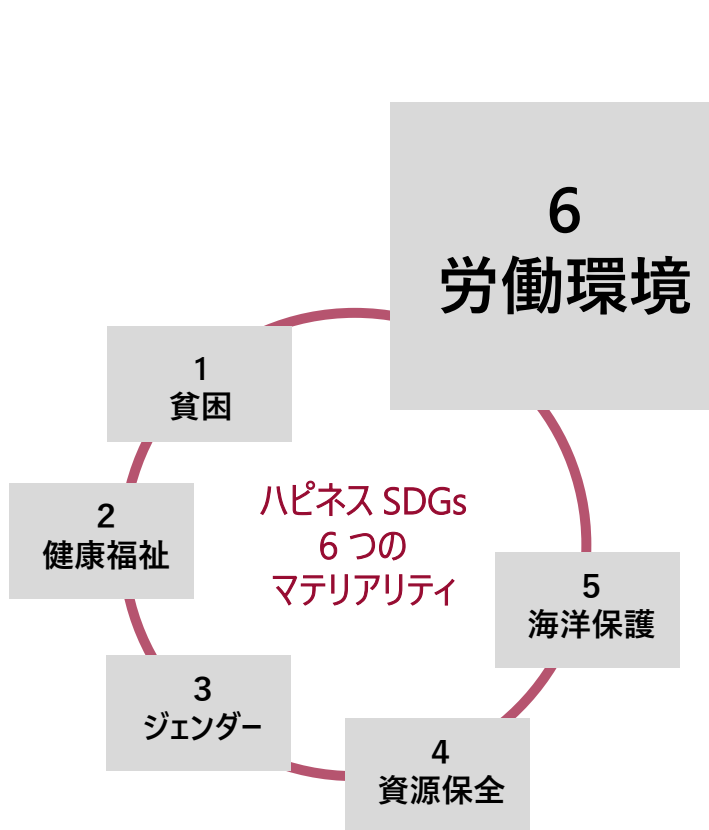
HAPPINESS

ハピネスグループの  
社会的責任と取り組み





マテリアリティ	SDGs		当社の取り組み
1 貧困		貧困をなくそう	【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
		人や国の不平等をなくそう	
2 健康福祉		すべての人に健康と福祉を	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 バリアフリー基金に寄付：2023年 8 月期実績 706,065円
3 ジェンダー		ジェンダー平等を実現しよう	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
4 資源保全		つくる責任つかう責任	ショッピングバッグ有料化により資源消費量削減 リサイクル素材を活用したPBダウンコートの開発・販売
5 海洋保護		海の豊かさを守ろう	「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



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



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 : 03-3562-7521

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>

・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