



HAPPINESS

2025年8月期 決算説明会
(2024年9月～2025年8月)

株式会社ハピネス・アンド・ディ

2025年10月30日
(東証スタンダード 3174)

HAPPINESS

35 期（2025年8月期） 決算総括

株式会社ハピネス・アンド・ディ

代表取締役社長

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：連結業績予想

目次

1	序章：環境認識	
2	外部環境	
3	グループ相関図	
4	第1部：ハピネス・アンド・ディ	
5	35期 決算ハイライト【単体】	
6	ハピネス・アンド・ディを取り巻く環境	
7	既存店売上高 前年比 月次推移単体	
8	既存店粗利/粗利額前年比の推移単体	
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	
11	商品の販売動向：ヴィンテージ（リユース）商品	
12	2025年8月期 決算概況 連結	
13	36期計画 ヴィンテージ商品の展開拡大	
14	36期計画 地金商品・ヴィンテージの粗利・在庫	
15	36期計画 業績予想 単体	
21	第3部：No./ナンバードット	
22	35期 決算ハイライト【単体】	
23	2025年8月期 決算総括	
24	ブランド商品イメージ	
25	ポジションと顧客イメージ	
26	今後の活動	
27	第4部：連結業績予想	
28	2026年8月期 連結業績予想	
16	第2部：Abheri	
17	35期 決算ハイライト【単体】	
18	2025年8月期 決算総括	
19	海外市場への対応	
20	香港ジュエリーショーに出展	

35 期（2025年8月期）決算総括

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：連結業績予想

序章：外部環境

為替安が定着化

→ 円安基調が継続し、インポートブランド品の価格高騰も一過性とはならず、外部環境として定着

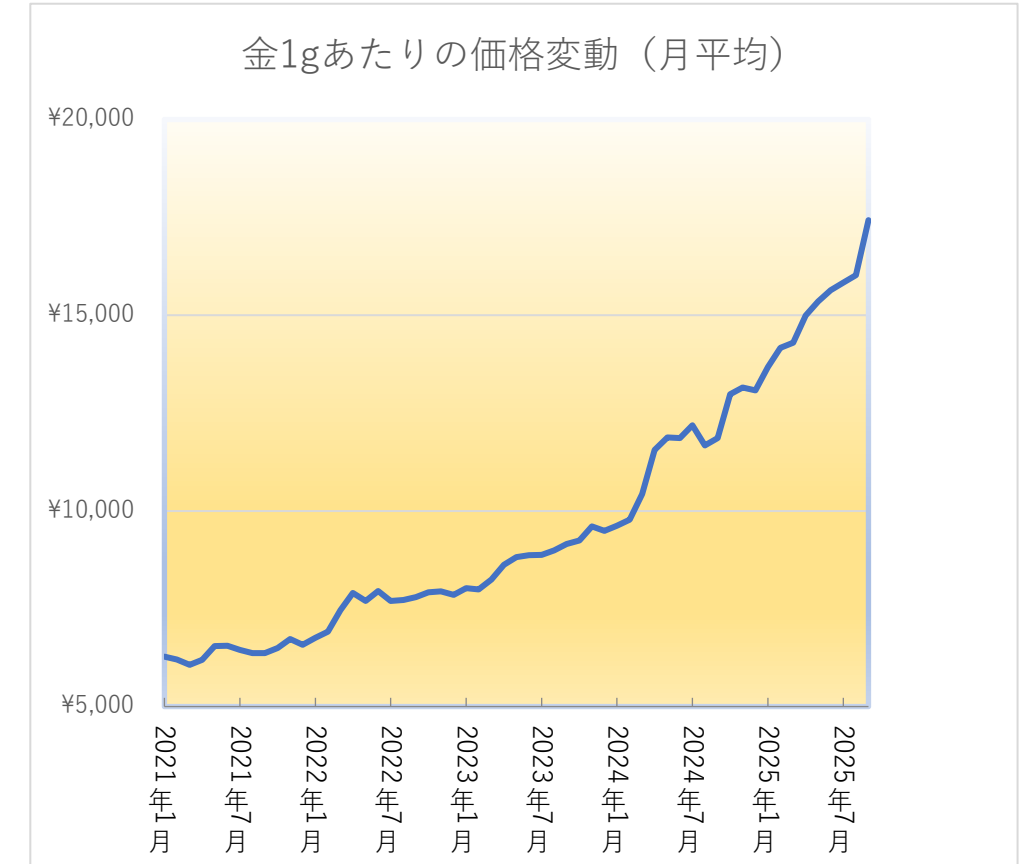
物価高の定着

→ 物価高による消費意欲減退が続いており、節約志向の回復見込めず

地金相場の高騰

→ 金価格は国際的に高騰が続き、地金商品への関心が一層高まる

< 金相場の継続的上昇により、金商品の販売に好影響 >



グループ相関図

事業提携先



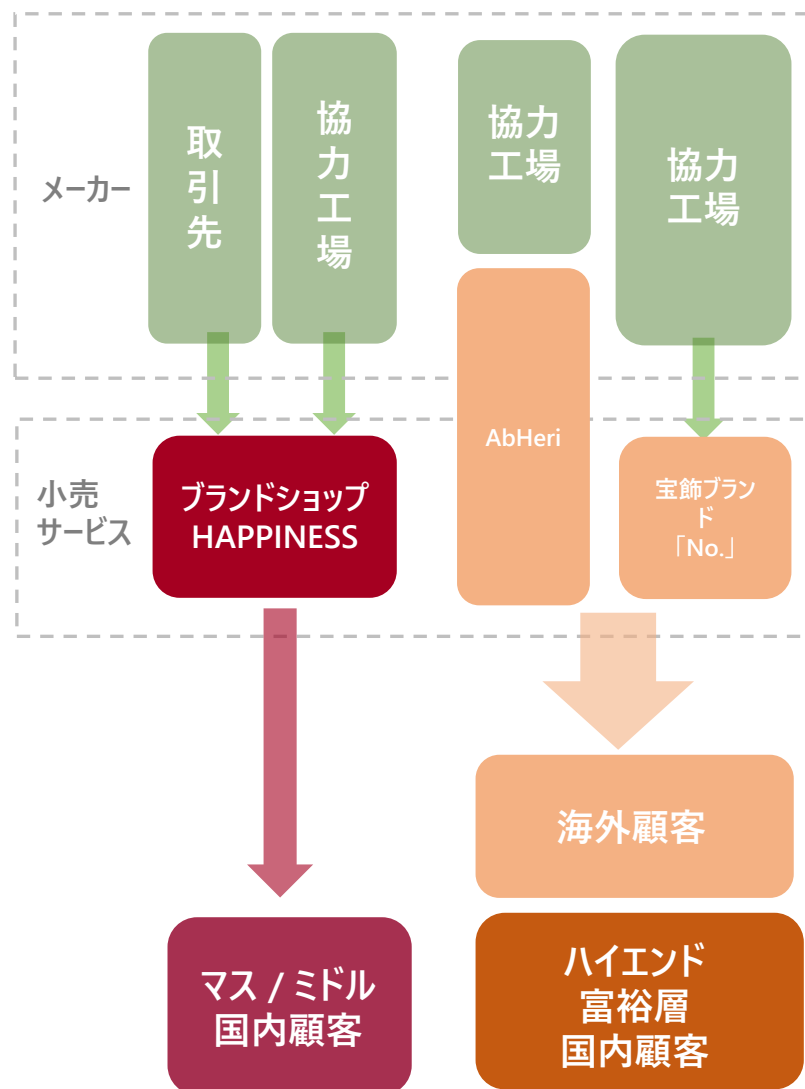
RAIN

純金製品 支援
純金製品JUNGOLDシリーズをハピネスに提供
地金強化の側面支援
(2024年4月より)



Gold Plaza

買取事業 サポート
リユース品買取事業のナレッジ・ノウハウの提供
買取事業の支援
(2025年10月より)



No.

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」

AbHeri

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

35 期 決算総括
(2025年8月期)

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：連結業績予想

35期（2025年8月期） 決算ハイライト【単体】

◆ 構造改革を推進

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

下期より順次ヴィンテージ商品の導入を推進

◆ 店舗網の整理統廃合

不採算店舗は前期17店舗、当期14店舗を閉店（過去2期間で31店）

ハピネス直営店 57店舗 体制となる

減損損失等が発生したものの、整理統廃合が一巡し収益基盤確立へ

◆ 粗利率向上

粗利率改善への取組みは着実に成果を上げ持続的に向上

前期29.5% → 当期31.7%へアップ（総額売上高、既存店57店舗）

ハピネスアンドディ

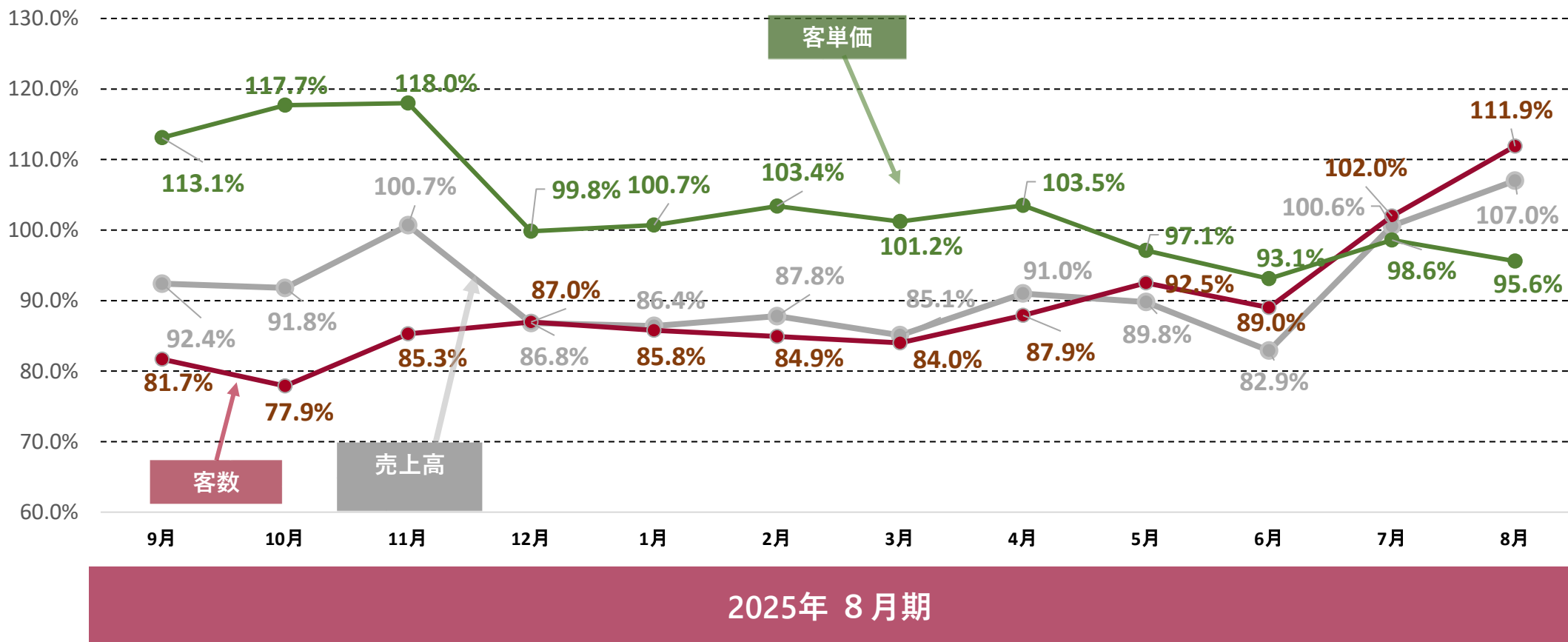


ハピネスアンドデイを取り巻く環境



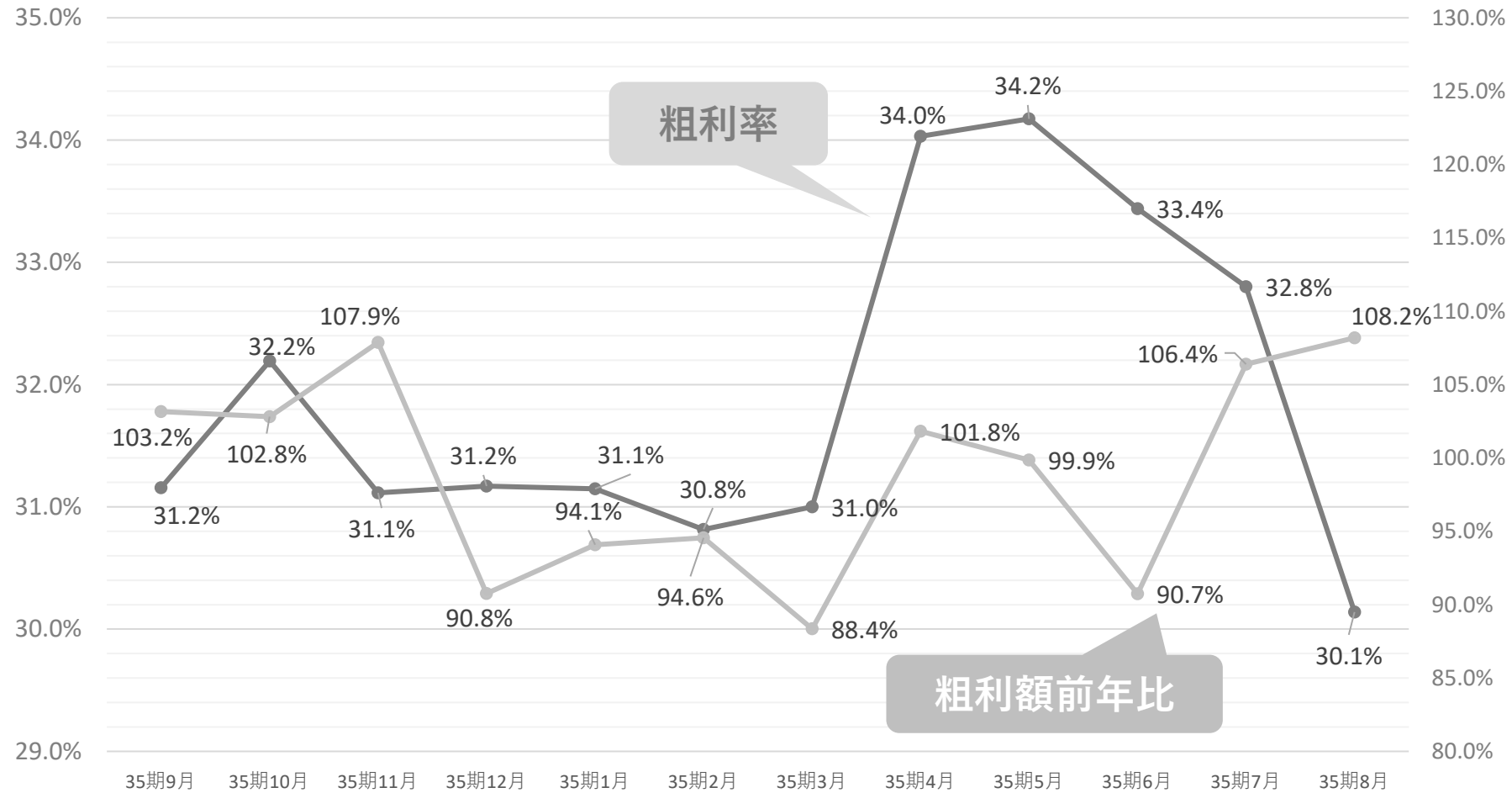
既存店売上高 前年比 月次推移【単体】

宝飾中心へのMD改革を進めた成果として、7月以降実績数値が改善し前期を上回る水準に



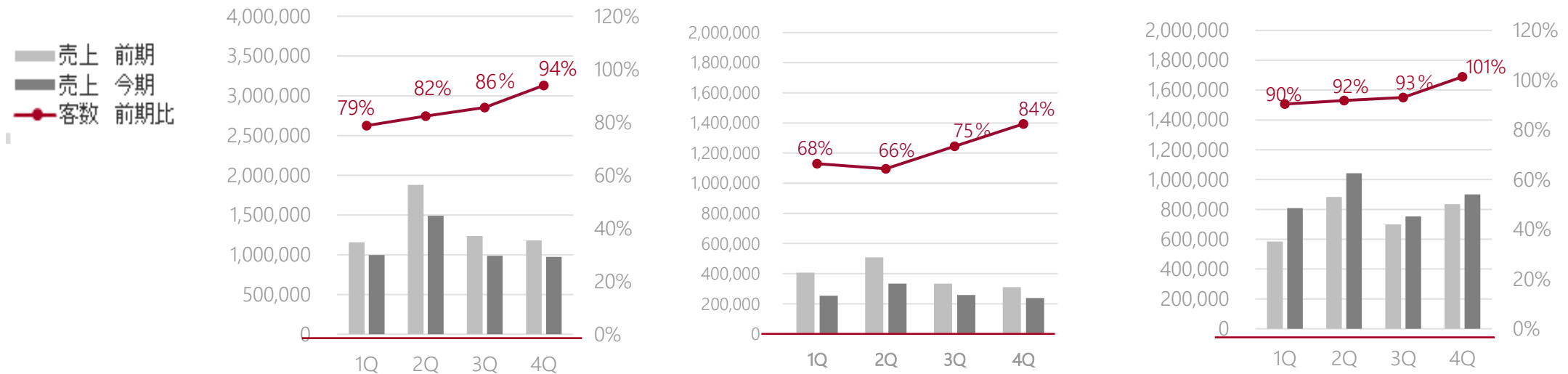
既存店 粗利率/粗利額前年比の推移【単体】

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】 リユース商品除く

バッグ・小物の落ち込み、時計の縮小による売上の減少
宝飾品は地金商品が引続き順調に伸長
(単体、既存店、総額売上ベース)



バッグ・小物

MD見直しにより手ごろな価格帯の商品やP Bバッグが好調に推移したが、海外ブランドの価格上昇の影響続く
単体ベース売上前期比は 18.4%減

時 計

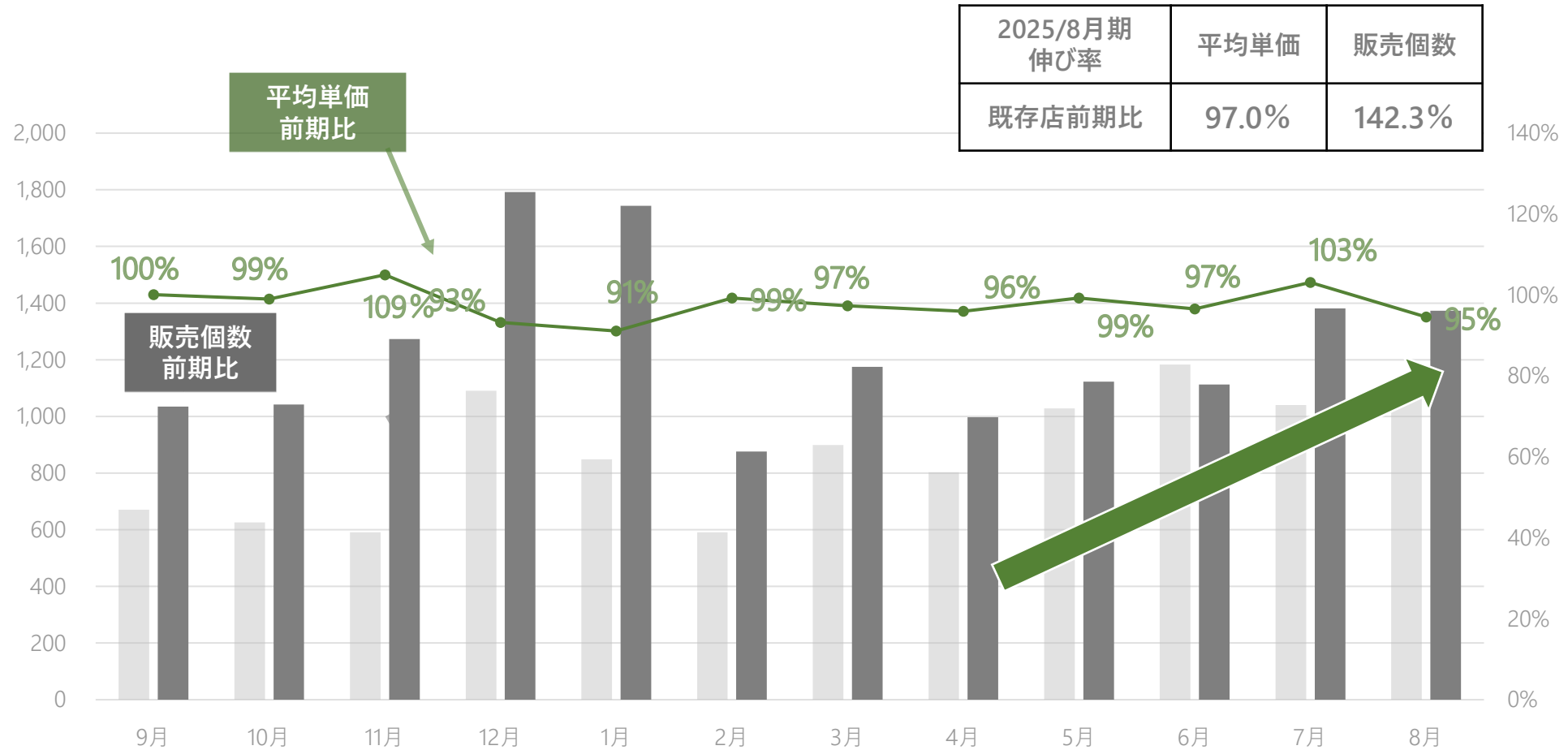
価格上昇による海外ブランドの落ち込みと時計市場の縮小もあり、商品展開を絞った結果、同30.5%減

宝 飾

金相場の持続的上昇を受け、地金商品が大きく伸長、PBジュエリーも好調となった結果、同 16.7%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大幅にアップの142.3%、平均単価は商品構成の多様化で97.0%となる



商品の販売動向：ヴィンテージ（リユース）商品

ヴィンテージ商品の販売数は下期以降大幅に増加し949.0%、平均単価は今期より雑貨を導入したことで82.6%となる



2025年8月期 決算概況【連結】

	2024/8月期 (千円)	構成比	2025/8月期 (千円)	構成比	増減率	増減額
売上高	10,780,967	100%	8,841,449	100%	△18.0%	△1,939,518
売上総利益	4,114,185	38.2%	3,586,685	40.6%	△12.8%	△527,500
販管費	4,272,404	39.6%	3,990,897	45.1%	△6.6%	△281,507
営業利益	△158,219	-	△404,212	-	-	△245,933
経常利益	△186,916	-	△435,620	-	-	△248,704
特別利益	156	0.0%	-	-	-	△156
特別損失合計	287,530	2.7%	282,201	3.2%	△1.9%	△5,329
税金等調整前 当期純損失	△474,289	-	△717,822	-	-	△243,533
法人税等合計	△15,227	-	90,792	-	-	106,019
親会社株主に 帰属する 当期純損失	△459,062	-	△808,614	-	-	△349,552

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、店舗数も減少もあり、前期比 18.0%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40.6%へのアップとなった。

営業利益

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404百万円となった。

特別損失

店舗改装に伴う固定資産廃棄損23百万円、減損損失218百万円、店舗閉鎖損失引当金繰入37百万円、リース解約損 2 百万円を計上。

法人税等合計

繰延税金資産取崩しにより法人税等調整額74百万円

当期純損失

808百万円の純損失。

ヴィンテージ商品（リユース商品）の展開拡大

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扱店舗を拡大

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・アクセサリー＞

導入事例：ブランドショップハピネス成田店

買取り事業の強化

店舗において下取りを目的としていた買取りから、ヴィンテージ商品の確保を目的として買取り業務を拡大

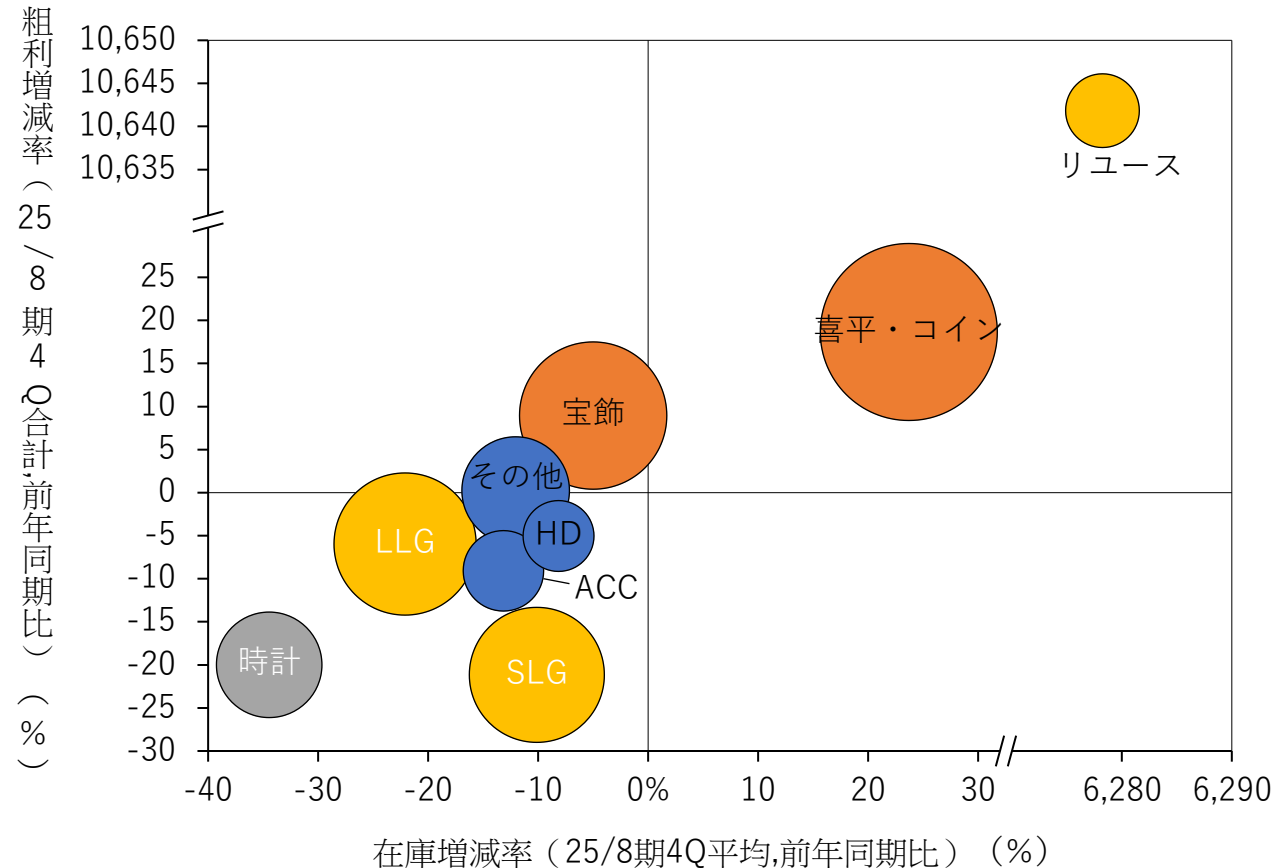
株Clarisse（「ゴールドプラザ」運営）と業務提携。ブランド品買取ノウハウを取り入れ、店舗での買取事業を強化し、ヴィンテージ収益を拡大



地金商品・ヴィンテージ商品の粗利・在庫状況

（ご参考）

粗利増減率と在庫増減率の関係（円の大きさ＝25/8期4Q粗利額）



時計を縮小し、喜平・コインの地金商品を強化
平均単価は下がり、売上・在庫高は減少しつつ、
粗利額は確保

下期よりヴィンテージ展開を推進し在庫増加。
これに伴い粗利も増加し、新たな収益の柱として
雑貨等（LLG・SLG）の減収を補填

注：「HD」は、HDジュエリー、HDバック、HD財布、HDギフト

【単体】2026年8月期 業績予想

ハピネスアンドデイ

2026年8月期は、前期比で店舗数減もあり、売上減少
粗利率の向上施策に引き続き取り組み、営業損失33百万円にまでの収支改善を図る

(百万円)	2025年8月期	2026年8月期	実績比
	(実績)	(計画)	
売上高	8,408	7,864	-544
売上総利益	3,308	3,244	-64
売上総利益率	39.3%	41.3%	+ 2.0p
一般管販費	3,652	3,277	-375
営業利益	▲344	▲33	+ 311
店舗数	57	57	-

HAPPINESS

35 期 決算総括
(2025年8月期)

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：連結業績予想

35期（2025年8月期） 決算ハイライト【単体】

◆ 国内戦略

大阪店を2025年3月にオープン

新丸の内店を2025年8月に銀座店に統合

国内は東京・大阪・福岡の3拠点体制で固める

値上げの影響もあり、国内需要は低迷

◆ 海外戦略

インバウンド需要は底堅く、国内需要をカバーしている

国内3拠点のインバウンド比率は非課税売上ベース約40%（2025年8月期）

中国進出は提携先との交渉進捗は芳しくないものの、

香港ジュエリーショーを機にアジア市場への卸売り先は拡大を志向

AbHeri
(グループ会社 1)

AbHeri

【単体】2025年8月期 決算総括

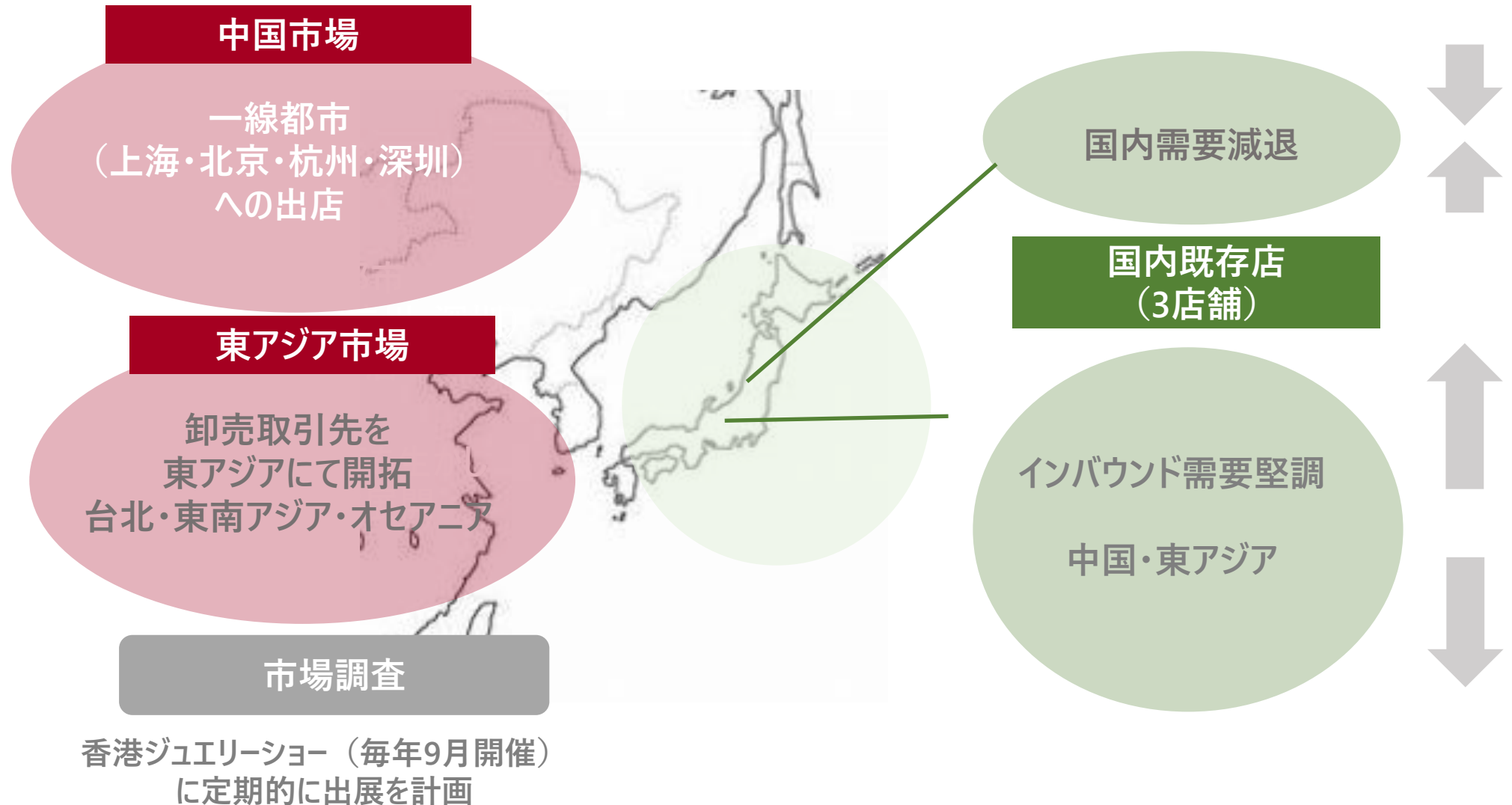
AbHeri

予算対比減収減益、原材料費・人件費高騰に伴い価格改定後に国内需要は低迷
インバウンド需要は底堅く業績を下支えするも国内需要減をカバーするに至らず

(百万円)	2025年8月期	2025年8月期	予算実績
	(予算)	(実績)	差異
総額売上高	547	404	△143
売上原価	192	145	△47
売上総利益	355	259	△96
売上総利益率	65.9%	64.1%	△1.8%
販管費	296	254	△42
営業利益	59	5	△54
店舗数	3	3	0

AbHeri 海外市場への対応

2025年8月期の業績は原材料や人件費の高騰により国内需要は減退するも、インバウンド需要が引き続き底堅く推移した



AbHeri 香港ジュエリーショーに出展

2025年9月にJETROと日本ジュエリー協会で共催した
ジャパンブランドパビリオンに出展しました

開催期間中は多くの海外の卸売希望先と商談が
すすみ、今後の海外取引先開拓の契機となりました



HAPPINESS

35 期 決算総括
(2025年8月期)

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：連結業績予想

35期 決算ハイライト【単体】

◆ブランディング戦略

各種メディア、媒体にとり上げられたこともあり認知度は向上
ナンバージュエリーとして検索ランク1位が定着化

◆営業戦略（ポップアップ・催事）

催事企画は全8回開催 全10回を予定していたが未達
1開催当たり3百万円の売上は計画どおり
ブランド単独催事のみでは営業力が不足であり、卸売チャネルの
開拓が課題となった

No. ナンバードット
(グループ会社2)

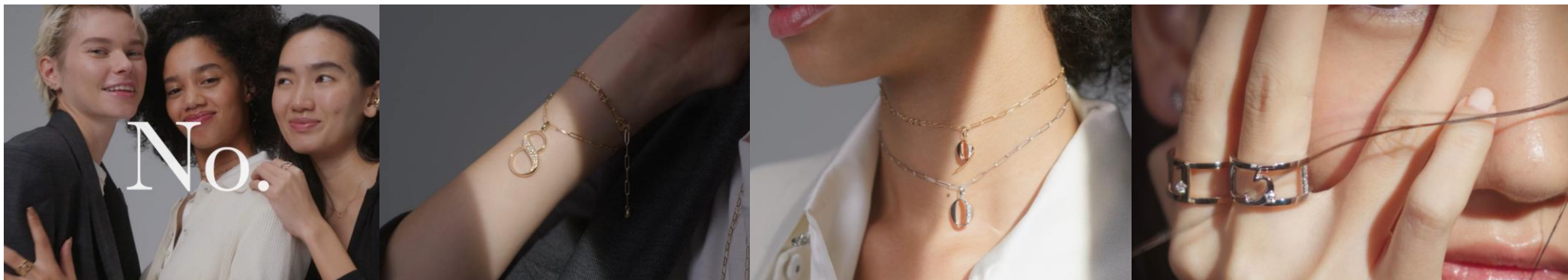
No.

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	2025年8月期	2025年8月期	予算実績
	予算	実績	差異
総額売上高	34	25	△9
売上原価	14	13	△1
売上総利益	21	12	△9
売上総利益率	61.57%	48.23%	△13.34%
販管費	55	71	16
営業利益	△43	△59	△16

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

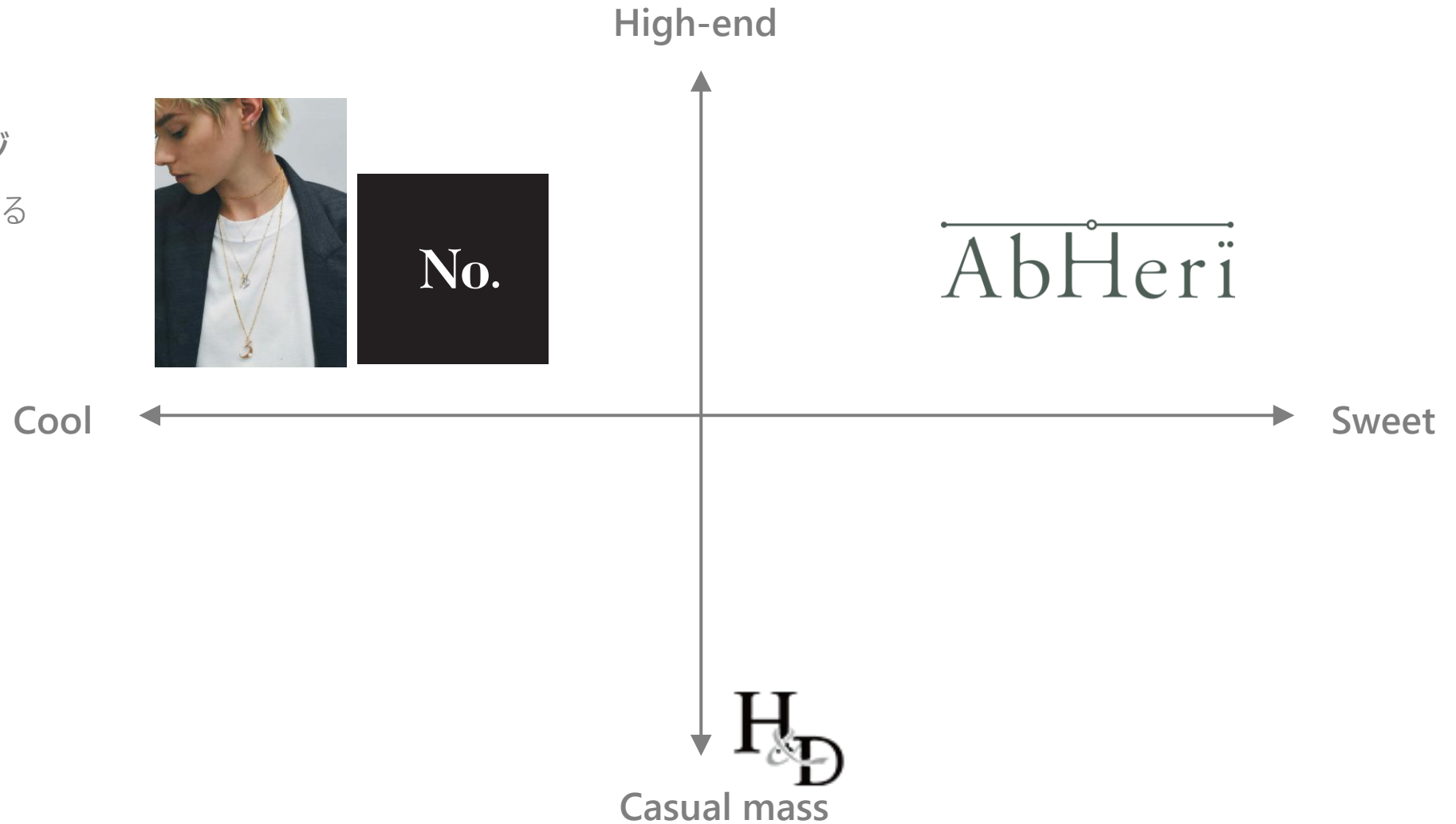
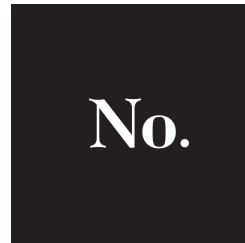


ポジションと顧客イメージ

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 商品計画は計画どおり	百貨店・ポップアップ店での 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 全8回開催するも 単独催事開催の営業力が不足	EC/ポップアップ店体制は継続 卸売先のチャネル開拓
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 認知度は計画通り改善	集客導線の多様化 アナログ + デジタル



HAPPINESS

35 期 決算総括
(2025年8月期)

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：連結業績予想

【連結】2026年8月期 業績予想

ハピネスアンドデイ
連 結

2026年8月期連結は、前期比で店舗数減もあり、売上減少
粗利率の向上施策に引き続き取り組み、子会社収益も寄与し営業利益30百万円を計画

(百万円)	2025年8月期	2026年8月期	実績比
	(実績)	(計画)	
売上高	8,841	8,481	-360
売上総利益	3,586	3,650	64
売上総利益率	40.6%	43.0%	+ 2.4p
一般管販費	3,990	3,607	-383
営業利益	▲404	30	+ 434
店舗数	60	60	-



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>

X



社長 前原 聡

X



ハピネス・アンド・ディ

note



・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