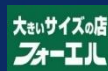


2024年3月期 第2四半期 決算説明会資料

2023年12月15日



証券コード

7416

株式会社はるやまホールディングス

2024年3月期第2四半期 業績概要

- 第2四半期の売上高は、前年同期比で3.3%減収となった。退店を進める一方で広告宣伝費をはじめとする販売管理費の効率化で、経常赤字は前年同期比2億23百万円の圧縮
- システム開発の中断による固定資産除却損4億59百万円を特別損失で計上し、当期純損失は△14億43百万円となり、前年同期比で2億34百万円悪化

2024年3月期通期 業績見通し

- 売上高は375億円 1.6%の増収、営業利益と経常利益はそれぞれ期初の業績見通しから、2億円上方修正し、営業利益6億円と経常利益9億円。当期純利益は2億円下方修正し50百万円とした
- 不採算店舗退店による地代家賃、人件費の減少が進み経常利益を押し上げたが、特別損失計上が当期純利益を押し下げた

経営戦略

- Vision「地域に必要とされる店に」を実現するため、引続き営業基盤の整備と強化を進めて、中長期的な成長基盤を固める
- シン・HARUYAMA・・・4つのシン（信頼、自信、進化、新規）で企業文化の変革に取り組む
お客様とお取引先から信頼され、従業員が誇りと自信を持って働ける会社になるために、既存事業の再生と進化を進めるとともに、既存事業とシナジーの高い新規事業を創造する

1. 会社概要・事業概要
 2. 業績概要 2024年3月期 第2四半期
 3. 資本コストや株価を意識した経営の
実現に向けた対応
 4. 業績予想 2024年3月期
 5. 経営戦略
- Appendix



会社概要・事業概要

会社概要

会社名	株式会社はるやまホールディングス (Haruyama Holdings Inc.)
設立	1974年11月6日
事業内容	メンズ・レディース服飾関連商品販売
代表取締役社長	中村 宏明
資本金	39億9136万円
本社所在地	岡山県岡山市北区表町1丁目2番3号
グループ売上高	368.9億円（連結/2023年3月期）
グループ店舗数	376店舗（2023年9月）
グループ従業員数	1,250名（2023年9月） ※嘱託社員含むパートタイマー・アルバイト除く
主な関連会社	はるやま商事株式会社 株式会社ミック 株式会社モリワン 株式会社マンチェス 田原コンサート株式会社

ブランド・概要



当社メインブランドのスーツショップ
西日本を中心に展開
「健康」をキーワードにした高付加価値商品で差別化
レディーススーツ、礼服、ビジネスカジュアル、靴・鞆等を展開



都市部中心に展開
20～30代ターゲットのスーツショップ。
Perfect Suit JOY 等の派生ブランドも誕生



ビッグサイズのメンズ・レディース向けショップ
カジュアルからスーツまで、2Lサイズ以上の商品を展開



TRANS CONTINENTS

30代をメインターゲットとしたファッションセレクトショップ
仕事でも着ることができる、都会派の新しいドレス
カジュアルを提案



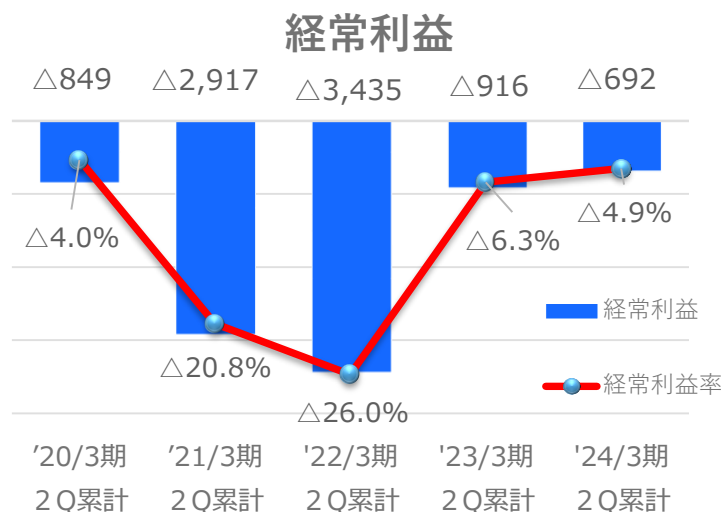
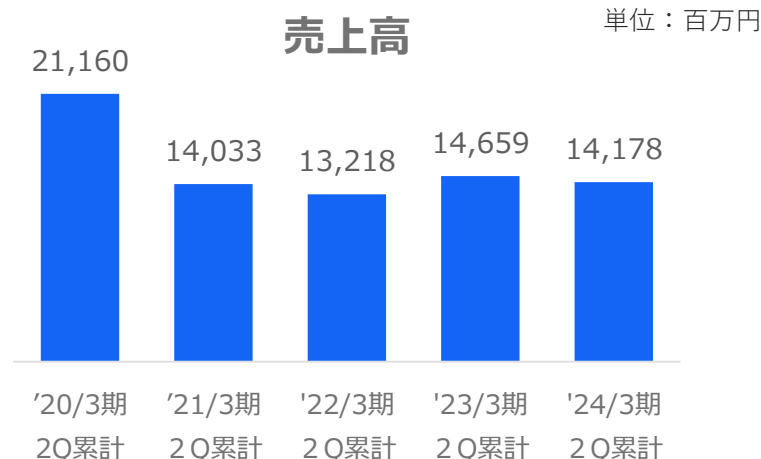
北陸地方を中心に展開
有名ブランドを数多く取り扱う紳士服中心の専門店



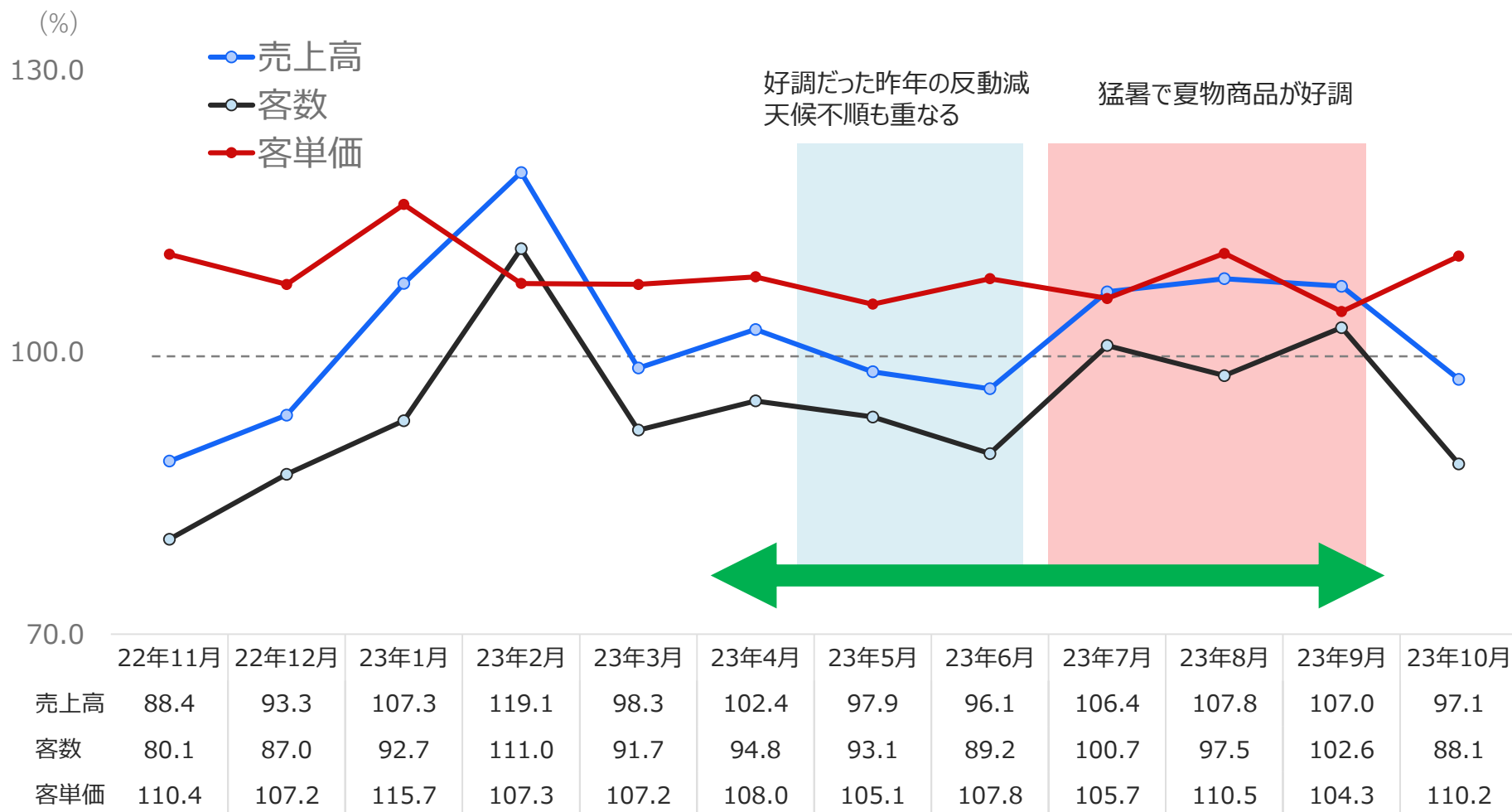
2024年3月期 第2四半期 業績概要

- － 昨年度まで取り組んだ店舗退店（昨年9月末比△20店舗）で売上高は3.3%減収
- － 前年同期比と比べて、既存店の売上は回復し、販売管理費の削減も進んだことで、経常損失額は、2億23百万円の改善

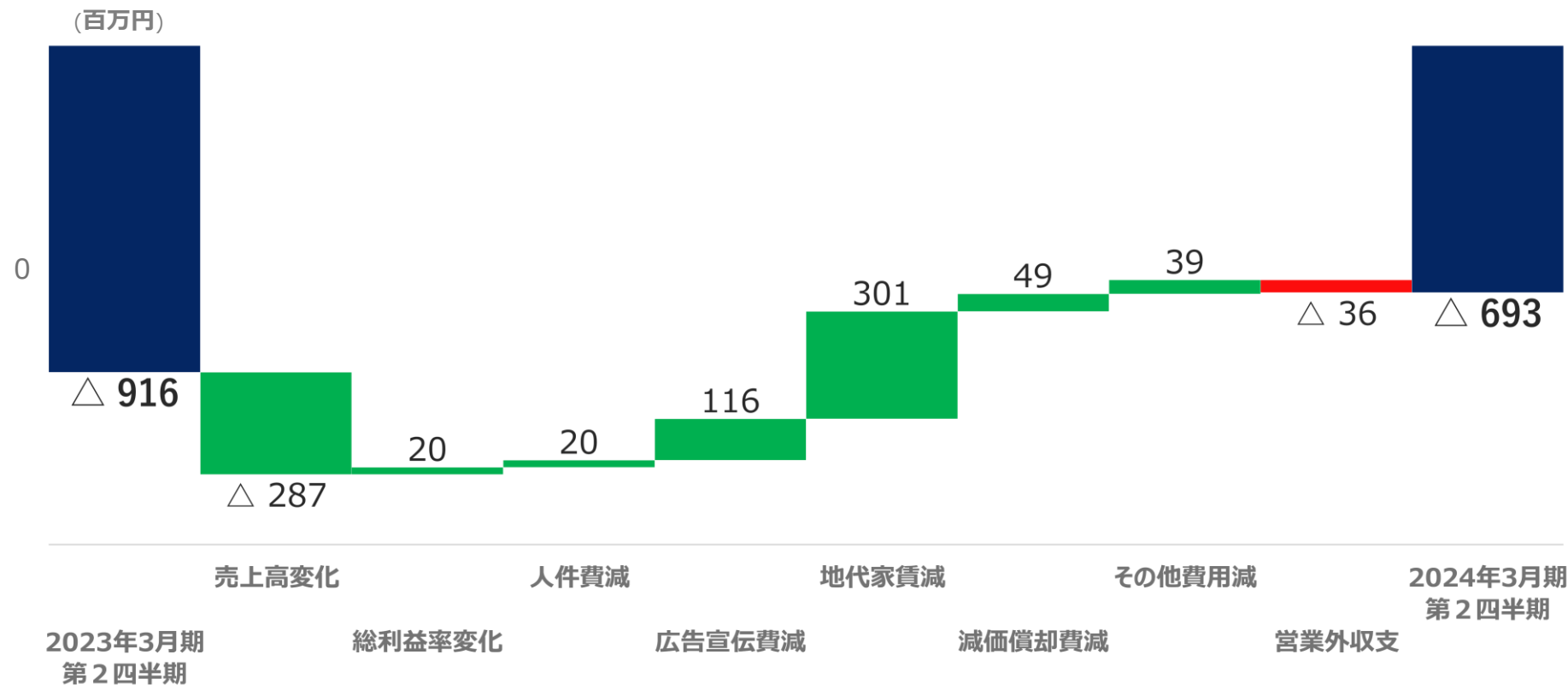
(単位：百万円)	2023年3月期 第2四半期実績	2024年3月期 第2四半期実績 (前期比増減額、率)
売上高	14,659	14,178 (△481 △3.3%)
売上総利益 (売上総利益率)	8,730 (59.6%)	8,464 (△266 △3.1%) (59.7%)
販管費及び 一般管理費	9,848	9,323 (△525 △5.3%)
営業利益	△1,117	△859 (+258)
経常利益	△916	△692 (+223)
親会社株主に帰属 する当期純利益	△1,209	△1,443 (△234)



- －【既存店ベースの客数】は、天候不順や猛暑の影響を受けて大きく変動した
- －お客様の買い上げ単価は、割引プランや販売価格の見直しで高水準を維持した



- 売上高は前年同期比3.3%減収となるが、主要因は9月末対比で20店舗の退店による
- 広告宣伝費や地代家賃等の販管費削減で、経常赤字は2.2億円の改善



－店舗退店、広告宣伝費の見直しを進め販売管理費は△5.25億円の削減

(単位：百万円)	2023年3月期 第2四半期実績	2024年3月期 第2四半期実績	前期比 増減額	主な増減要因
人件費	3,300	3,280	△20	・ 店舗数減少
広告宣伝費	522	406	△116	・ 広告宣伝費の効果見直し
地代家賃	2,978	2,677	△301	・ 店舗数減少
水道光熱費	449	429	△20	・ 同上
減価償却費	290	240	△49	・ 同上
その他経費	2,306	2,288	△18	・ のれん償却の減少など
販管費合計	9,848	9,323	△525	

－総資産は、売上債権、商品在庫、店舗退店等の【ダウンサイジング】により圧縮

(単位：百万円)	2023/3期 第2四半期実績	2024/3期 第2四半期実績	前期比 増減額	主な増減要因
現金及び預金	10,496	9,423	△ 1,073	・ 借入の圧縮を指向
商品	10,755	10,373	△ 382	・ 在庫の圧縮は一段落
その他	2,622	2,365	△ 257	
流動資産	23,873	22,161	△ 1,712	
有形固定資産	13,038	12,703	△ 335	
その他	8,811	7,850	△ 961	・ 店舗退店で敷金減少
固定資産	21,849	20,553	△ 1,296	
資産合計	45,722	42,714	△ 3,008	
支払手形・買掛金	3,559	4,225	+ 666	・ 昨年度の仕入抑制の反動で増加
短期借入金	600	600	±0	
長期借入金(含む1年以内)	12,729	9,864	△ 2,865	・ 約定返済により借入圧縮
その他	6,534	5,930	△ 604	有利子負債依存度 29.2%⇒24.5%
負債合計	23,422	20,619	△ 2,803	
純資産合計	22,300	22,095	△ 205	自己資本比率 48.8%⇒51.7%
負債・純資産合計	45,722	42,714	△ 3,008	

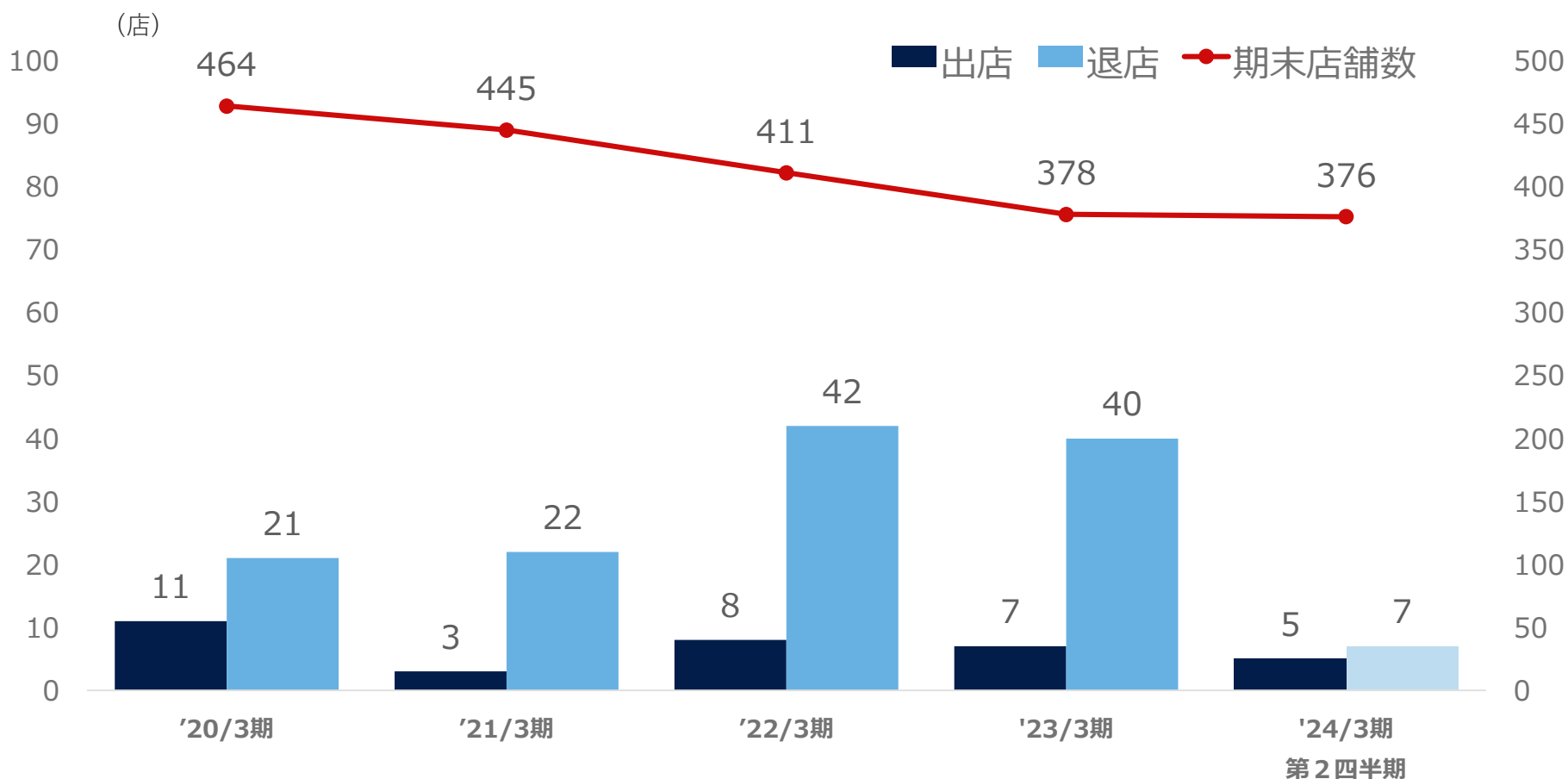
－ 営業CFは前年同期と比較し、14億円減少、前期と比べて期間中の在庫増加幅が大きいことなどが要因

－ 現預金は前年同期と比べ10.73億円減少

(単位：百万円)	2023年3月期 第2四半期実績	2024年3月期 第2四半期実績	前期比 増減額	今期CFの増減要因
営業CF	△1,356	△2,756	△1,400	
税引前当期純利益	△769	△1,183	△413	・ 特別損失490百万円の計上
減価償却	298	250	△47	
減損損失	33	15	△17	
店舗閉鎖損失	△71	△1	+69	
売上債権	2,959	1,612	△1,347	・ 前年同期と比べて売掛金の減少が少ない
棚卸資産	206	△1,265	△1,472	・ 前期末と比べて在庫は増加
仕入債務	△2,224	△778	+1,446	・ 前年同期と比べて仕入債務の減少が少ない
その他	△1,788	△1,406	+382	
投資CF	△339	△268	+71	
有形固定資産取得/売却	△135	△387	△170	・ 店舗修繕投資や店舗用不動産の購入
無形固定資産取得	△321	△165	+156	
保証金差入/回収	218	190	△28	
財務CF	△164	△2,168	△2,003	
長期借入金増減	12	△1,758	△1,770	・ 長期借入金の約定返済
期末現預金	10,496	9,423	△1,073	・ 前期末に比べ現預金は減少

－新規出店5店、退店7店による376店(前期末比△2店)

－出退店のうち、3店舗は移転によるもので、純粋な新規出店は2店、退店は4店



- コロナ禍の行動制限緩和で一時横ばい傾向で推移してきた
- SNS活用・店舗と双方向の連携を展開し、新たな成長が展望できる

店舗連動

- ◆ スタッフによるコーディネート発信
- ◆ SNS配信
- ◆ 店舗受け取りの強化
- ◆ 店舗でのECサイトを活用した接客



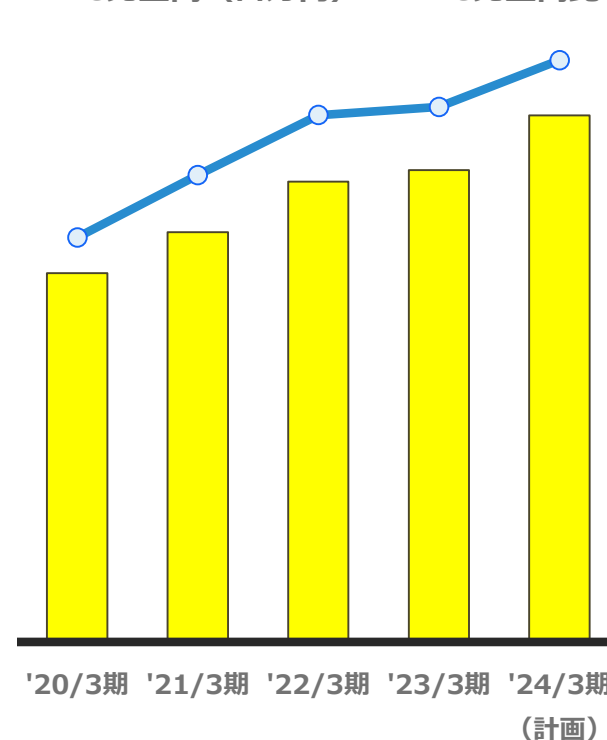
利益体質への改革

- ◆ 主に製作費コストダウン
⇒ 内製化、人材採用によりページ魅力アップ
- ◆ ネット限定商品



EC売上高推移

■ EC売上高 (百万円) ● EC売上高比率





資本コストや株価を意識した経営の 実現に向けた対応

現状評価

PBR

株価純資産倍率

2023/11月 | 0.36倍

1倍割れ
継続

ROE

自己資本利益率

2023/3月 | 1.0%

株主資本コスト
(5.2%)
下回る

ROIC

投下資本利益率

2023/3月 | 1.4%

WACC
加重平均資本
コスト
(2.3%)
下回る

過去分析

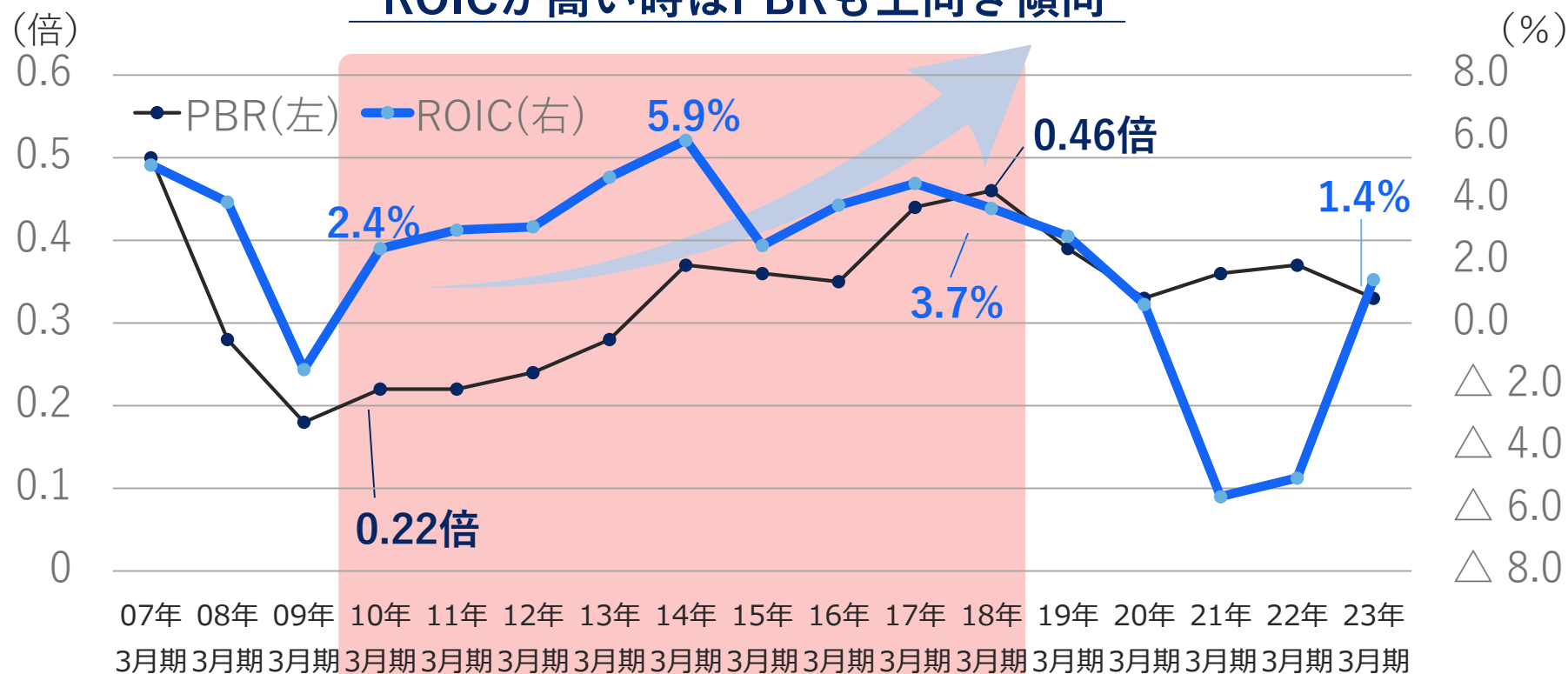
ROIC

2010年3月期2.4%から
2018年3月期3.7%で推移

PBR

2010年3月期0.22倍から
2018年3月期0.46倍がピーク

ROICが高い時はPBRも上向き傾向



過去分析

有形固定資
産残高

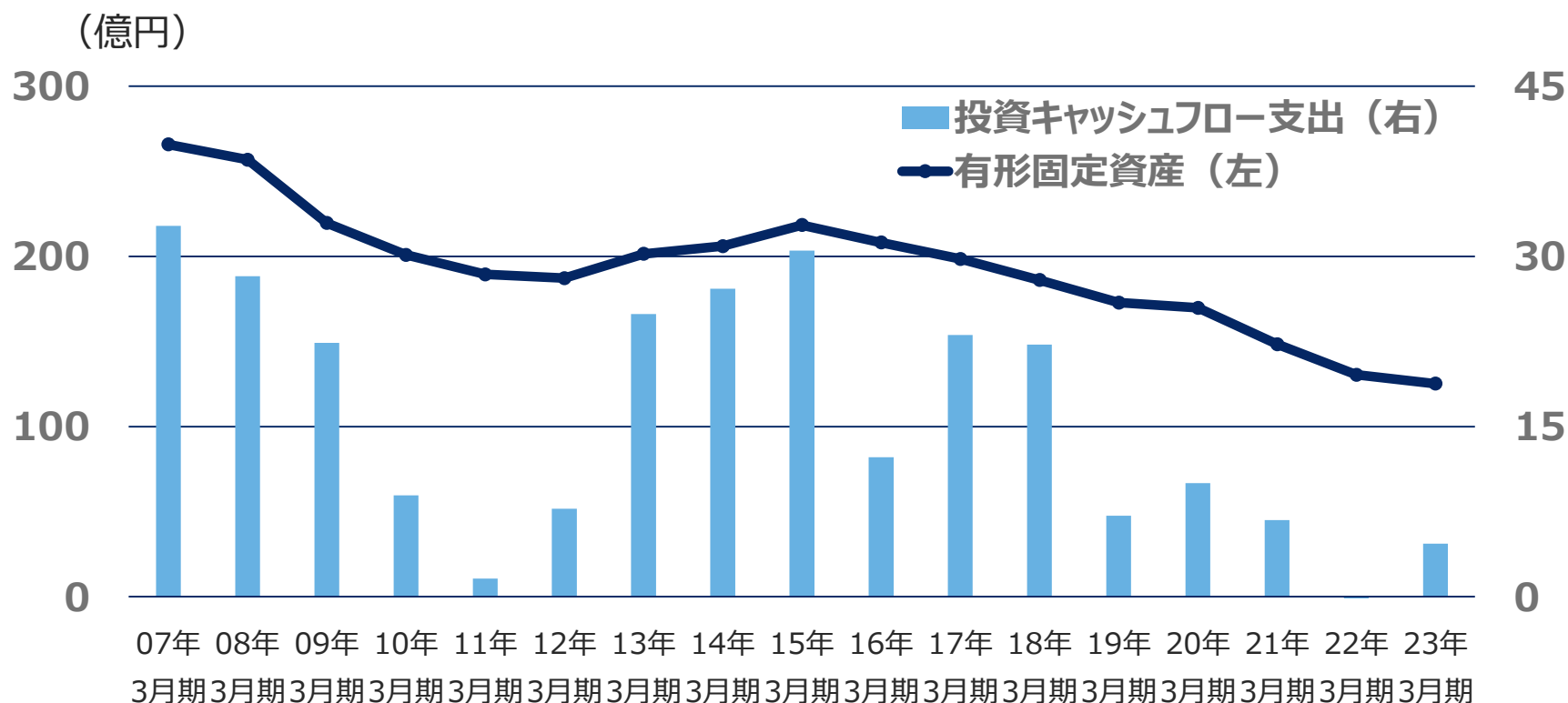
2015年3月期26,539百万円をピークに
2023年3月期は12,523百万円まで減少

投資キャッ
シュフロー

2015年3月期△3,051百万円をピークに
2023年3月期は△469百万円まで減少

2015年3月期をピークに投資キャッシュフローは減少傾向

これは、コロナ禍を挟み店舗展開を始めとする投資を抑制してきたことが主因



具体的施策

1. シン・HARUYAMA

4つのシンを取り戻すための投資に取り組む

利益創出

- ・ 心地よい買い物空間の創出のための設備修繕・改装投資
- ・ 商品・サービスの価値向上のための組織力の強化
- ・ 従業員が誇りと自信を取り戻すための人的資本の価値向上に取り組み
- ・ DX改革とマーケティングを中心としたバリューチェーン構築への投資

成長戦略

- ・ DX投資の拡充による生産性の向上、省人化
- ・ 新規事業の立ち上げ投資（社内起業、M&A）
- ・ チャレンジャーを称賛する組織風土への改革

2. 株主還元への安定的取組み

株主還元

- ・ 財務体質の強化と積極的な事業展開のために必要な内部留保の充実を確保しつつ、安定的な配当を維持する

3. 株主への情報開示と対話を充実する

IR・SR 強化

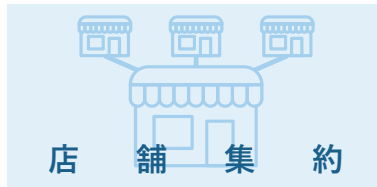
- ・ 株主・投資家への適時適切なわかりやすい情報開示
- ・ 情報の非対称性を軽減、評価と株価のボラティリティの低減を目指す

 はるやまホールディングス

2024年3月期 業績予想

- － 前期からの取組みが奏功し、第2四半期までの営業利益率は1.5Pの改善
- － 今期から、新たな取組課題を設定し、事業の再生と改革を推進する

前期からの
取組み



取組の成果

販管費比率の低下
(対売上高で△1.4P低下)

売上総利益率の改善
(原価アップもあったが+0.1P改善)

今後の
取組課題

地域のお客様とお取引先に
信頼されるお店に

価格以上の価値を追求した
商品とサービス

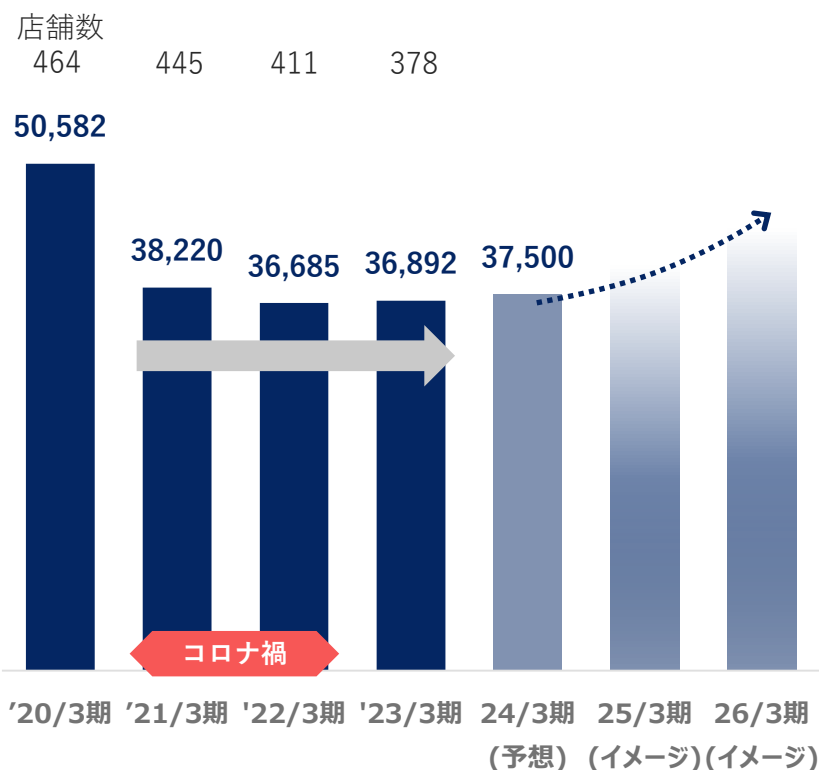
従業員が誇りと自信をもって
働ける会社に

DX改革とマーケティングを中心
としたバリューチェーン構築

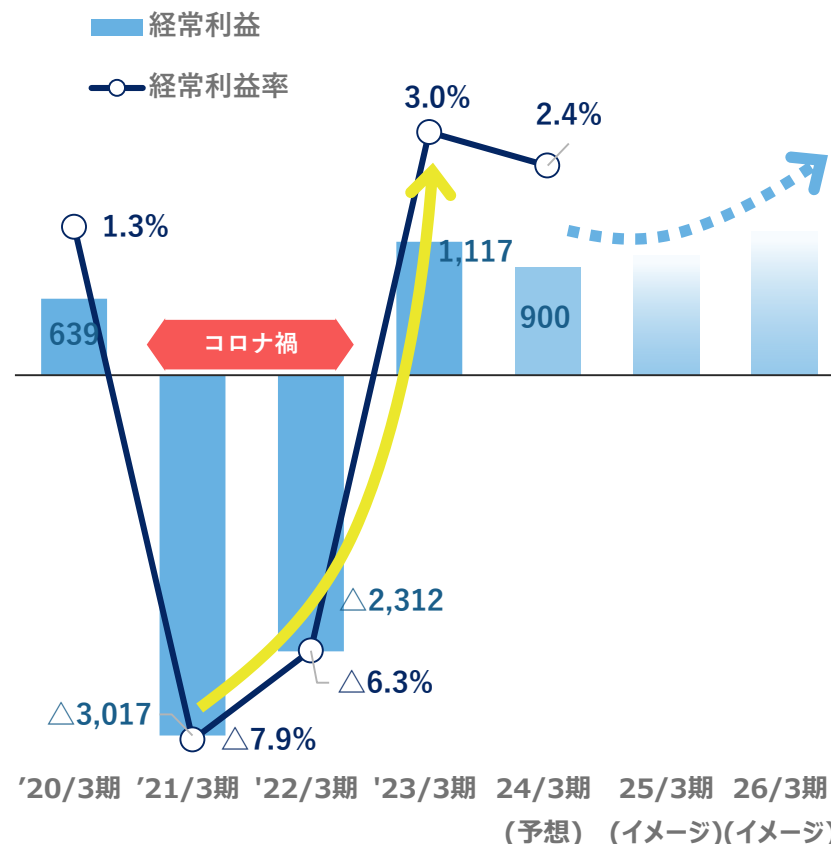
- 事業の再生と改革に取組み、（販売力強化＝1店舗当たりの売上高の改善）を目指す
- 2024年3月期は経営基盤の再生・整備や、成長への先行投資でいったんは減益予想

売上高

(百万円)



経常利益



- 2023年9月20日に、特別損失の計上と連結業績予想の修正を開示
- 基幹システムの開発の中断に伴い、資産性が認められないソフトウェア資産を除却し、特別損失459百万円を計上
- 同時に当該資産に係る減価償却費の減少や、広告宣伝費やその他固定費などの削減により、営業利益と経常利益を上方修正

	2023年3月期 実績	2024年3月期期初の予想 (‘23.5.15開示)	業績予想の修正 (‘23.9.20開示)	前期比 増減率
(単位：百万円)				
売上高	36,892	37,500	37,500	同-
営業利益	739	400	600	△18.8%
経常利益	1,117	700	900	△19.4%
親会社株主に帰属 する当期純利益	247	250	50	△79.8%
年間配当	15.5円	15.5円	15.5円	同-

－業績黒字化の見通しを踏まえ、安定配当方針を継続

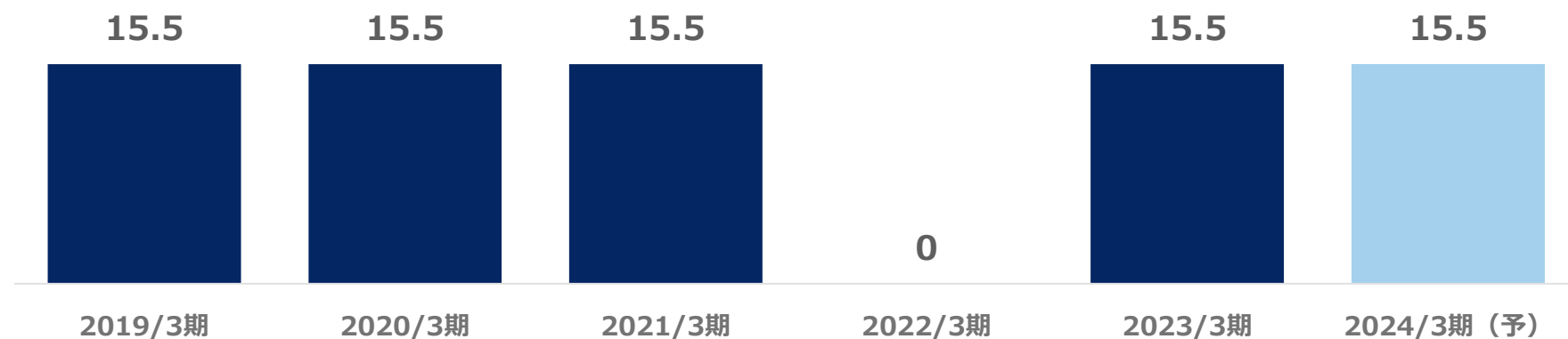
－2024年3月期は引き続き15.5円を想定

－当社の【剰余金の配当に関する方針】

当社は株主のみなさまへの利益還元を経営上の最重要課題のひとつとして位置付けたうえで、財務体質の強化と積極的な事業展開のために必要な内部留保の充実を確保しつつ、安定的な配当の維持、継続を基本方針としております。

今後も、中長期的な視点にたって経営資源を投入することにより、持続的な成長と企業価値の向上並びに株主価値の増大に努めてまいります。

配当金の予想（単位 円）



 はるやまホールディングス

2024年3月期 経営戦略

- －創業理念「より良いものをより安く」の実現を追求
- －経営理念は「お客様第一主義」

経営理念

お客様第一主義

Vision

我々は将来どうなりたいのか？

地域に必要とされる店に

Mission

我々は何のために存在しているのか？

私たちは、お客様へおしゃれで健康な生活を提供し、
地域の人々を笑顔にするファッション・インフラ企業

Value

我々が大事に思うもの

誠意・知識と専門性・説明責任・チームワーク

シン・HARUYAMA... 4つのシンで企業文化の変革に取り組む

お客様に ^{シン}信頼 され続ける店
お取引先様に ^{シン}信頼 されるWin & Winの関係構築

従業員が誇りを持ち、^{シン}自信 をもって働ける会社に

既存事業の再生と ^{シン}進化

既存事業とのシナジーの高い ^{シン}新規 事業の創造

地域に必要とされる店になるために

お客様が満足できる店舗の提供 店舗改装の加速

改装前

- 店舗、看板が劣化している
- 入りにくい外観

5月改装
福知山店



11月改装
豊岡店



改装後

- 清潔感がある看板
- 視認性の高い外観に一新



今後

順次120店舗
(概ね3か年)
改装予定

②お客様に信頼され続ける店

【心地良い買い物空間、サービス品質の強化】 はるやま事業部

お客様が気軽に来店できる場所(ほっとひと息ステーション)の展開拡大

息抜き・リカバリー・ワークスペース

◇Relaxation

リフレッシュカプセル
フットマッサージ

◇Break

珈琲
本

◇Work & Study

フリーWi-Fi
電源完備

期待できる効果

来店頻度の向上

定額の会費収入

売場の有用化

③お客様に信頼され続ける店、既存事業の再生と進化 【商品力、サービス品質の強化】 はるやま事業部

－商品やサービスを通じて、地域の人々を笑顔にするファッション・インフラ企業

オンリーワン商品の拡販

- ・ アイシャツ ※業界唯一 完全ノーアイロン
- ・ アイスーツ ※360度ストレッチスーツ
- ・ 脚長スーツ



レディースの拡大

- ・ オフィスカジュアル商品の開発の強化
- ・ 働く女性が快適に仕事ができる商品開発
- ・ ブライダル関連の強化



メンズカジュアルの再構築

- ・ 地域に合わせた品揃えの見直し
- ・ VMDの確立



④お客様に信頼され続ける店、既存事業の再生と進化

【商品力、デジタル販促、サービス向上】 P.S.FA事業部

－自分のワークスタイルに合った、リーズナブルだけどトレンドを感じる お洒落な洋服を提案

商品力の向上

- ・ レディス専任チーム組成とオフィスカジュアル拡大
- ・ ブライダル関連・オーダースーツの強化
- ・ 品質管理の強化



デジタル販促の強化

- ・ ECサイト限定商品の拡充
- ・ OMO推進 店舗受取サービス強化
- ・ アプリコンテンツのパーソナライズ化



接客サービスの向上

- ・ おもてなし接客の強化
- ・ お客様の声を収集し、接客レベル向上に活用
- ・ 教育研修の充実



⑤お客様に信頼され続ける店、既存事業の再生と進化

【商品力、サービス品質、心地良い買い物空間】 フォーエル事業部

一体の大きなお客様のための専門店としての強みを活用

差別化商品の開発

- お客様の要望を実現（サイズ、機能、デザイン）
- 定番商品のブラッシュアップ
- お客様のお悩みを解決する差別化商品の開発



ECサイトの強化

- 専任チームの組成
- OMO推進 店舗試着・受取サービス強化
- ECオリジナル商品の展開



視覚に訴える売り場づくり

- 地域のニーズに合わせた品揃え
- 商品特性・付加価値が伝わる商品陳列
- 回遊しやすい店舗



－従業員の成長と活躍が実現できる基盤を整備する

持続可能な企業価値向上を目指す

人材育成・強化

タレントマネジメント体制の構築

- 次世代リーダーの育成プログラムの策定と実行

自律的・能動的に動ける社員の育成

- 階層別リーダーシップ研修の実施
- パートナー社員の教育、マネージャーの管理スキル向上

中途社員の積極採用

- マーケティング、商品企画、品質管理のエキスパートの採用
- 適正な配置、採用後の教育やガイダンスを充実

エンゲージメントの向上

多様性を活かすための企業文化の醸成

- 社内コミュニケーションの活性化
- 多用性のある人事制度の整備（シニア・育休）

ワークライフバランスの充実

- 育児短時間勤務制度への支援
- 働き方の多様化への対応

社員のチャレンジへのサポート

- 社内公募制度
⇒従業員の提案がストレッチ事業へと発展

－サステナブルなサプライチェーン構築を推進

- 多くの製品に再生ポリエステルを使用
- シャツ包装用プラスチックを削減



- 『着なくなった服の新しい未来活動』に参加

着なくなった服の、新しい未来。



プロジェクトのWEBは、
WEAR TO FASHION の
WEB サイトをご覧ください

あなたの家で、眠らせている服を回収しています。
誰かにもう一度届ける「リユース」、
素材に戻してまた服を作る「リサイクル」。
また誰かが、ファッションとして服を楽しめる
未来へ。

RECYCLE

REUSE

WEAR FASHION

服の循環で、ファッションと地球の未来を作るプロジェクト



田原コンサート

◆国内屈指の縫製、磨き抜かれた職人技

世界的に有名なコレクションブランドのOEM生産で培った高い技術力をもった国内縫製工場
国内屈指の技術力を生かし、こだわりを持ったお客様のオーダースーツを手掛ける
「一針一心」の精神を持った職人集団が心を込めて縫い上げたスーツは、お客さまを虜にする



モリワン

◆北陸（石川・富山）に展開している百貨店

様々なブランド商品を取り扱っている「地元の百貨店」。
地域に根差した『あなたのドレッシングルーム』というコンセプトで数多くのファッションアイテムを展開している。



マンチェス

◆大きいサイズのメンズ専門メーカー

『世界中の大きなサイズのお客様を笑顔にする』 大きいサイズのリーディングカンパニー
JIS規格にない独自サイズスペックのナショナルブランドを取り扱い、直販ECサイトも展開
小売店へカタログ通販、貸出、在庫連携といった在庫負担のない仕組みを提供している



 はるやまホールディングス

appendix

取り組み

◆限りある資源の有効活用

- ・着なくなった服の、新しい未来。
- ・商品を通じた環境負担低減。

「スーツ下取り」「洋服のリフォーム」「0秒アイロン」「サスビズ」など



社外評価

ECO i-Shirt (エコアイシャツ) が『GOOD DESIGN』受賞

受賞の評価ポイント



- ・ 日常使用頻度の高い白シャツに着目
- ・ 外装も含めリサイクル&リデュースへの真摯な取り組み
- ・ 生地をニットにし着心地を改善
- ・ ノーアイロン機能を盛り込み単なるサステナビリティ製品にとどまらないモノの価値に昇華した点
⇒業界へのインパクトも強く、新たなスタンダードな形を想起させた

12 つくる責任
つかう責任



13 気候変動に
具体的な対策を



14 海の豊かさ
を守ろう



15 陸の豊かさ
を守ろう



社内取り組み

◆働きやすい職場環境

- ・「職場環境改善プロジェクト」
- ・「グランドキャリア制度」
- ・「社内公募制度」の導入
- ・「ノー残業手当」の継続
- ・「総合職の地方限定コース」の導入（本人指定に4都道府県）



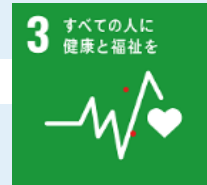
社外評価

- ・経済産業省「新ダイバーシティ経営企業100選」認定

社外評価

◆誰もがイキイキと働ける会社

- ・厚生労働省「女性活躍推進法に基づく『えるぼし』」認定
- ・岡山市「女性が輝く男女共同参画推進事業所」認定



活動・実績

◆社会貢献活動

- ・「公益財団法人 はるやま財団」設立
スポーツの普及・振興に関する事業を実施
障害者助成事業
- ・男性育児休業または育児休暇制度の奨励 取得率 77.8%
育児休業取得可能期間 2歳6ヶ月迄
育児短時間勤務 9歳に達する日の前日の属する年度3月31日迄
- ・「セーブザチルドレン」募金活動



- － 本資料は株式会社はるやまホールディングスに関する情報提供を目的とし、投資家の皆様にご理解いただくために作成したものであり、当社が発行する有価証券に対する投資を勧誘することを目的としたものではありません。
- － 本資料を作成するにあたっては、正確性を期すために慎重に行っておりますが、内容の正確性、完全性を保証するものではありません。
- － 本資料中の情報によって生じた損害については、当社は一切責任を負いません。
- － 本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断したものであり、その情報の正確性、完全性を保証し、また確約するものではありません。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは異なる結果となることがあり、また予告なしに変更されることがある点を認識された上でご利用ください。

IRお問い合わせ先

株式会社はるやまホールディングス 増田

TEL：086-226-7101 ／ FAX：086-225-2709

E-mail：yoshifumi_masuda@haruyama.biz