

株式会社ハバ研究所

令和2年3月期

第2四半期決算説明会



令和元年11月27日



証券コード：4925

HABA LABORATORIES, INC.

連結PL増減分析 売上～経常利益

(百万円未満切捨て)

	平成31年3月期 第2四半期		令和2年3月期 第2四半期		前期比	
	金額 (百万円)	構成比	金額 (百万円)	構成比	増減額 (百万円)	増減率
売上高	8,863	100.0%	9,532	100.0%	668	7.5%
売上総利益	6,759	76.3%	7,203	75.6%	443	6.6%
販売費及び 一般管理費	5,740	64.8%	5,723	60.0%	▲17	▲0.3%
営業利益	1,019	11.5%	1,480	15.5%	461	45.2%
経常利益	1,022	11.5%	1,480	15.5%	457	44.8%

販売ルート別売上

(百万円未満切捨て)

	平成31年3月期 第2四半期		令和2年3月期 第2四半期		前期比	
	金額 (百万円)	構成比	金額 (百万円)	構成比	増減額 (百万円)	増減率
通信販売	4,076	46.0%	4,210	44.2%	133	3.3%
百貨店向卸売	1,709	19.3%	2,151	22.6%	441	25.8%
その他卸売	2,341	26.4%	2,397	25.1%	55	2.4%
直営店	733	8.3%	772	8.1%	39	5.3%
合計	8,861	100.0%	9,531	100.0%	670	7.6%

令和元年9月末現在 (平成31年3月末比)

※ 百貨店店舗 50店舗 (±0) 直営店舗 25店舗 (+1)

品目別売上

(百万円未満切捨て)

		平成31年3月期 第2四半期		令和2年3月期 第2四半期		前期比	
		金額 (百万円)	構成比	金額 (百万円)	構成比	増減額 (百万円)	増減率
化粧品	基礎化粧品	6,537	73.8%	6,355	66.7%	▲182	▲2.8%
	メイクアップ	629	7.1%	695	7.3%	66	10.5%
	トイレットリー	268	3.0%	343	3.6%	75	28.0%
	その他(注1)	1	0.0%	26	0.3%	25	1,593.3%
	小計	7,436	83.9%	7,420	77.9%	▲16	▲0.2%
栄養補助食品 ・ 雑貨等		1,424	16.1%	2,111	22.1%	686	48.2%
その他(注2)		2	0.0%	0	0.0%	▲1	▲76.9%
合計		8,863	100.0%	9,532	100.0%	668	7.5%

注1) 期間を限定して提供するキャンペーンセット等が主なものです。

注2) カルチャーセンター等の売上が主なものです。

顧客動向

	平成31年3月期 第2四半期	令和2年3月期 第2四半期	前期比	
	人数	人数	増減数	増減率
新規客 ^(注1)	124,259人	100,518人	▲23,741人	▲19.1%
稼働客 ^(注2)	313,068人	299,562人	▲13,506人	▲4.3%

注1) 新規客数は、直近6カ月（平成31年4月～令和元年9月）に初回有料購入された顧客数です。

注2) 稼働客数は、直近6カ月（平成31年4月～令和元年9月）に購入された顧客数です。

クラブハーバー会員動向

	平成31年3月期 第2四半期		令和2年3月期 第2四半期	
	人数	構成比	人数	構成比
ダイヤモンド会員 (年間購入金額15万円以上)	6,190人	1.6%	6,504人	1.7%
プラチナ会員 (年間購入金額10万円以上)	11,561人	2.9%	12,769人	3.4%
ゴールド会員 (年間購入金額6万円以上)	28,892人	7.3%	31,796人	8.5%
サファイア会員 (年間購入金額3万円以上)	54,619人	13.9%	57,614人	15.3%
フレンド会員 (年間購入金額1万5千円以上)	51,477人	13.1%	51,546人	13.7%
スタンダード会員 (年間購入金額1万5千円未満)	241,200人	61.2%	216,276人	57.4%
会員合計 (直近6カ月の本製品購入者)	393,939人	100.0%	376,505人	100.0%

※直近6カ月（平成31年4月～令和元年9月）の購入人数です。

社会貢献活動 (2010年4月~2019年10月)

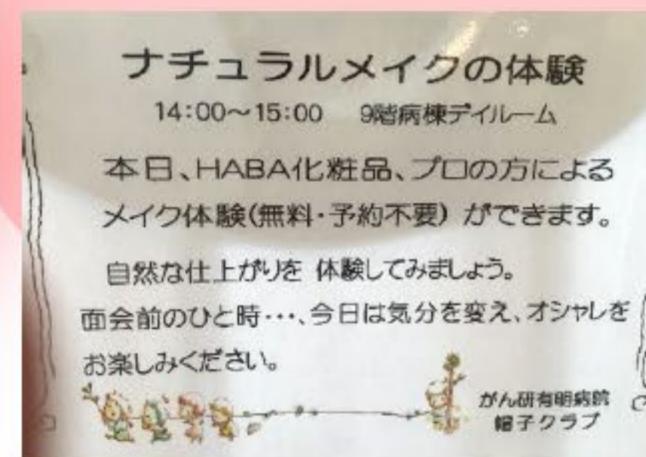
障害のある人の
メイク講座
累計129回1,774名



2010年04月~

社会貢献活動
累計698回
約9,865名

病院の患者向け
メイクサービス
累計195回1,390名



- 5つの無添加
- ハーバーメソッド

老人ホームの
メイクサービス
累計306回
3,160名



企業・学校向け
セミナー
累計68回
3,541名



■ 2019年10月末現在

今後の施策

- 1. 主要地域エリアでの販売チャネルに応じた広告戦略の最適化**
- 2. 主要地域エリアでの販売チャネル間の相乗効果の更なる向上**
- 3. SNSを活用した新規顧客の獲得**
- 4. 海外事業においてはアジア市場の更なる深耕を図る**
- 5. 消費者ニーズに対応した新しい技術や素材による高機能商品の開発**