

株式会社ハーパー研究所

令和3年3月期決算の概要



令和3年5月27日



連結PL増減分析 売上～経常利益

(百万円未満切捨て)

	令和2年3月期		令和3年3月期		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	18,369	100.0%	14,307	100.0%	▲4,061	▲22.1%
売上総利益	13,664	74.4%	10,199	71.3%	▲3,464	▲25.4%
販売費及び一般管理費	11,666	63.5%	9,972	69.7%	▲1,693	▲14.5%
営業利益	1,997	10.9%	226	1.6%	▲1,770	▲88.6%
経常利益	1,975	10.8%	250	1.7%	▲1,725	▲87.3%

販売ルート別売上

(百万円未満切捨て)

	令和2年3月期		令和3年3月期		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	8,610	46.9%	8,501	59.4%	▲108	▲1.3%
百貨店卸売	3,723	20.3%	1,232	8.6%	▲2,490	▲66.9%
その他卸売	4,585	24.9%	3,950	27.6%	▲634	▲13.8%
直営店	1,449	7.9%	622	4.4%	▲826	▲57.0%
合計	18,368	100.0%	14,307	100.0%	▲4,061	▲22.1%

令和3年3月末現在 (前期末比)

※ 百貨店店舗**49**店舗 (±0) 直営店舗**21**店舗 (▲2)

品目別売上

(百万円未満切捨て)

		令和2年3月期		令和3年3月期		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	11,946	65.0%	9,385	65.6%	▲2,560	▲21.4%
	メイクアップ	1,308	7.1%	972	6.8%	▲336	▲25.7%
	トイレットリー	615	3.4%	644	4.5%	28	4.7%
	その他(注1)	492	2.7%	654	4.6%	161	32.9%
	小計	14,363	78.2%	11,657	81.5%	▲2,705	▲18.8%
栄養補助食品・雑貨等		4,005	21.8%	2,649	18.5%	▲1,355	▲33.8%
その他(注2)		1	0.0%	0	0.0%	▲865	▲85.1%
合計		18,369	100.0%	14,307	100.0%	▲4,061	▲22.1%

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。

	令和2年3月期	令和3年3月期	前期比	
	人数	人数	増減数	増減率
新規客 ^(注1)	211,038人	186,319人	▲24,719人	▲11.7%
稼働客 ^(注2)	399,064人	372,328人	▲26,736人	▲6.7%

注1) 新規客数は、初回に有料購入された顧客数です。

注2) 稼働客数は、初回購入者を除く直近12カ月（令和2年4月～令和3年3月）に購入された顧客数です。

注3) 百貨店の稼働客を含みます。

クラブハーバー会員動向

	令和2年3月期		令和3年3月期	
	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)	7,468人	1.4%	7,231人	1.4%
プラチナ会員 (年間購入金額10万円以上)	14,829人	2.8%	14,356人	2.8%
ゴールド会員 (年間購入金額6万円以上)	37,325人	7.0%	36,388人	7.2%
サファイア会員 (年間購入金額3万円以上)	68,852人	12.8%	69,519人	13.8%
フレンド会員 (年間購入金額1万5千円以上)	65,623人	12.2%	65,860人	13.1%
スタンダード会員 (年間購入金額1万5千円未満)	342,240人	63.8%	311,145人	61.7%
会員合計 (直近6カ月の本製品購入者)	536,337人	100.0%	504,499人	100.0%

※直近12カ月（令和2年4月～令和3年3月）の購入人数です。
 ※システム変更により、百貨店稼働客がスタンダード会員に含まれます。

1. ハーバーの社会貢献活動（2021年3月末現在）

障害のある人の
メイク講座
累計135回1,801名

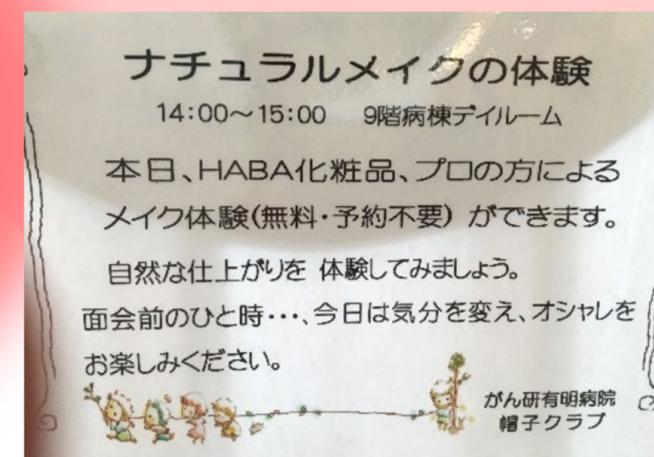


2010年04月～

社会貢献活動
累計716回
約10,153名

- 5つの無添加
- ハーバーメソッド

病院の患者向け
メイクサービス
累計199回1,409名



老人ホームの
メイクサービス
累計308回
3,186名



企業・学校向け
セミナー
累計74回
3,757名

■ 2021年3月末現在

- 1. 主要エリアにおけるブランディング、広告展開を最適化をする事により、新規顧客獲得及び休眠顧客の掘り起こし**
- 2. 販売チャネルの連携を強化し、当社に対する親密度アップ及び更なる顧客満足度の向上によりLTV（顧客生涯価値）の最大化を図る**
- 3. 市場や顧客ニーズに合う化粧品及び健康食品を開発し、商品ラインナップの充実を図る**
- 4. 商品特性を生かした需要の拡大を目指し、新たなターゲット層の開拓**
- 5. 海外事業におけるアジア市場の更なる深耕を図る**