

株式会社ハバ研究所

2024年3月期 決算説明会

2024年5月23日



連結PL増減分析 売上～経常利益

(百万円未満切捨て)

	2023年3月期 連結会計年度		2024年3月期 連結会計年度		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	12,038	100.0%	12,324	100.0%	286	2.4%
売上総利益	8,168	67.9%	8,403	68.2%	235	2.9%
販売費及び 一般管理費	8,778	72.9%	8,591	69.7%	△186	△2.1%
営業利益	△609	—	△187	—	421	—
経常利益	△582	—	△191	—	391	—

販売ルート別売上

(百万円未満切捨て)

	2023年3月期 連結会計年度		2024年3月期 連結会計年度		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 (EC含む)	7,132	59.2%	7,333	59.5%	200	2.8%
百貨店向卸売	1,005	8.4%	1,523	12.4%	517	51.5%
その他卸売	3,318	27.6%	2,798	22.7%	△520	△15.7%
直営店	580	4.8%	668	5.4%	88	15.2%
合計	12,037	100.0%	12,324	100.0%	286	2.4%

2024年3月末時点 (前期比) ※ 百貨店店舗 47店舗 (-1) 直営店舗15店舗 (-3)

(注) 上記の合計表は、「品目別売上」の「その他」を除いた「化粧品・健康食品等 小計」売上に対して記載しています。

品目別売上

(百万円未満切捨て)

		2023年3月期 連結会計年度		2024年3月期 連結会計年度		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	7,810	64.9%	7,570	61.4%	△240	△3.1%
	メイクアップ	866	7.2%	953	7.8%	86	10.0%
	トイレットリー	594	4.9%	667	5.4%	73	12.3%
	その他(注1)	542	4.5%	557	4.5%	15	2.8%
	小計	9,814	81.5%	9,749	79.1%	△65	△0.7%
健康食品・雑貨等		2,223	18.5%	2,575	20.9%	351	15.8%
その他(注2)		0	0.0%	0	0.0%	0	—
合計		12,038	100.0%	12,324	100.0%	286	2.4%

(注1) 期間を限定して提供するキャンペーンセット品等が主なものです。

(注2) カルチャーセンター等の売上が主なものです。

	2023年3月期	2024年3月期	前期比	
	人数	人数	増減数	増減率
新規客 ^(注1)	131,415人	135,372人	3,957人	3.0%
稼働客 ^(注2)	306,717人	301,501人	△5,216人	△1.7%

(注1) 新規客数は、直近12カ月（2023年4月～2024年3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12カ月（2023年4月～2024年3月）に購入された新規客を除いた顧客数です。

クラブハーバー会員動向

		2023年3月期		2024年3月期		前期比	
		人数	構成比	人数	構成比	増減数	増減率
ポイントステージ	ダイヤモンド	7,988	1.8%	8,541	2.0%	553	6.9%
	プラチナ	14,501	3.3%	15,379	3.5%	878	6.1%
	ゴールド	37,589	8.6%	38,249	8.8%	660	1.8%
	サファイア	73,857	16.9%	71,929	16.5%	△ 1,928	△ 2.6%
	フレンド	70,200	16.0%	66,504	15.2%	△ 3,696	△ 5.3%
	スタンダード	233,997	53.4%	236,271	54.1%	2,274	1.0%
会員合計		438,132	100.0%	436,873	100.0%	△ 1,259	△ 0.3%

(注) 直近12カ月（2023年4月～2024年3月）に通信販売および店舗販売で購入された方の人数です。

企業戦略

- ・ Health Aid Beauty Aid 実現のため、創業以来当社が貫き続けた「無添加主義®」のもと、安全・安心な製品をお客さまへ提供

事業戦略

1. 収益構造の改善

- (1) 店舗販売事業に於ける各店舗優劣の見極め（不採算店舗の閉店）
- (2) 広告宣伝費の見直し

2. E Cチャネルに対する経営資源の選択と集中

- (1) 販売システムの拡充
- (2) 顧客数の最大化（新規獲得・継続率）

3. スキンケアを基軸としたクロスセルの拡充

- (1) メイクアップ分野：2024年1月リニューアル発売 ➡ 今年度も拡販促進
- (2) 食品分野：健康食品で国内外需要を取り込む

2025年3月期の見通し

(百万円未満切捨て)

	2024年3月期 連結会計年度		2025年3月期見込 連結会計年度		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	12,324	100.0%	12,650	100.0%	326	2.6%
営業利益	△187	—	410	3.2%	597	—
経常利益	△191	—	400	3.1%	591	—

本資料に記載されている業績予想及び将来の事象に関する記載は、現時点での見通しであり経済・事業環境の変化など様々な要因により変動することがございますのでご了承ください。

無添加主義®

HABA

HEALTH AID BEAUTY AID