

2022年8月期 第2四半期 決算説明資料

2022年3月29日

株式会社ヒマラヤ

(証券コード：7514)

HIMARAYA

①2022年8月期第2四半期決算実績

—Results of Operations Sep.2021-Feb.2022 (2Q) —

1. 連結業績 Consolidated Results of Operations

売上高

-実績- -予想-
28,238 / 59,000
進捗47.9%

営業利益

-実績- -予想-
1,144 / 2,150
進捗53.2%

経常利益

-実績- -予想-
1,341 / 2,400
進捗55.9%

当期純利益

-実績- -予想-
803 / 1,550
進捗51.8%

黒字… 2022年8月期通期の業績予想（2022年3月14日公表の修正予想）

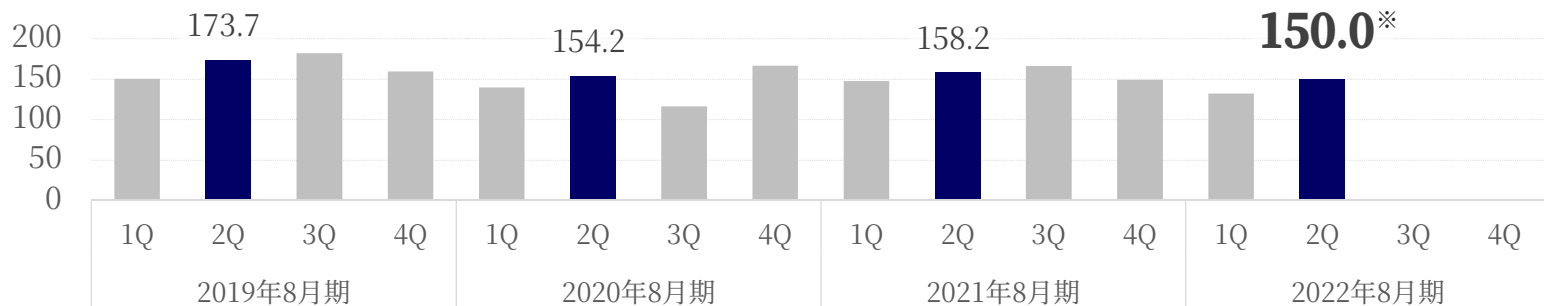
赤字… 2022年8月期第2四半期の実績

進捗… 通期の業績予想に対する当第2四半期時点の進捗率

1. 連結業績 Consolidated Results of Operations

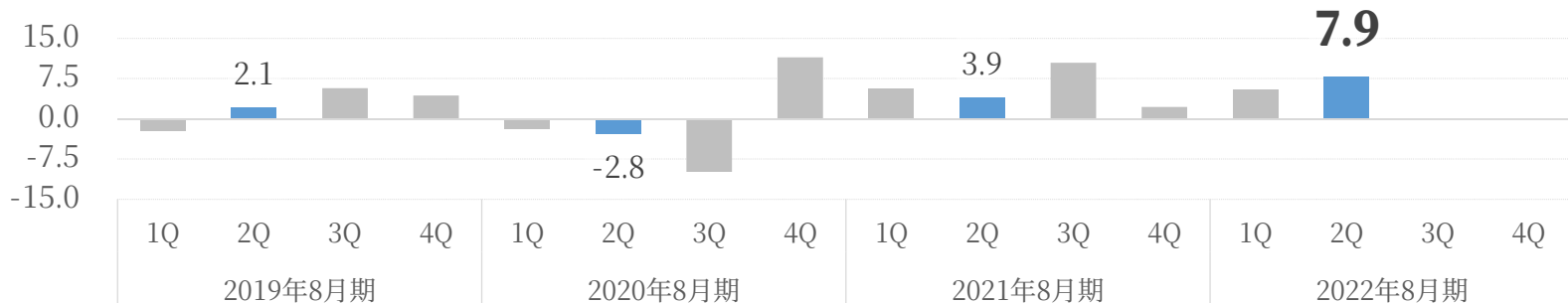
【売上】

単位：億円



※ 2022年8月期より収益認識基準を適用しております。2021年8月期以前の数値は本基準適用前の数値となります。

【経常利益】



1. 連結業績 Consolidated Results of Operations

(単位：百万円 / Millions of Yen)

	2021/8 第2四半期 2Q		2022/8 第2四半期 2Q		前年同期比 Year-on-year	
	実績 Result	構成比 %	実績 Result	構成比 %	増減額 Difference	増減率 Change
売上高 Net Sales	30,602	100.0%	※ 28,238	100.0%	—	—
売上総利益 Gross Profit	10,809	35.3%	※ 10,527	37.3%	—	—
販管費 S,G&A Expenses	9,957	32.5%	※ 9,382	33.2%	—	—
営業利益 Operating Profit	852	2.8%	1,144	4.1%	291	34.2%
経常利益 Ordinary Profit	953	3.1%	1,341	4.7%	387	40.6%
特別損益 Extraordinary Income and Loss (Net)	-36	-0.1%	-94	-0.3%	-58	—
当期純利益 Net Profit	578	1.9%	803	2.8%	224	38.9%

※ 2022年8月期より収益認識基準を適用しております。2021年8月期の数値は本基準適用前の数値となります。

2. TOPIC

TOPIC1

(業績の状況)

- 当2Q累計期間の**売上高**は、**当初計画比100.9%の282.38億円**
- 利益面においては、粗利率の前期比1pt改善**（社内管理数値ベース）が貢献
- 営業利益11.44億円（前期比134.2%）、経常利益13.41億円（同140.6%）、四半期純利益8.03億円（同138.9%）と大幅に改善**
- EC売上高**も、**前期比106.9%**（社内管理数値ベース）と計画どおりの順調な推移

TOPIC2

(IRの強化等)

- プライム市場に関する適合計画書の提出（2021年12月28日公表）
- 株主アンケートと記念優待による株主との対話と還元への取り組みの拡充（同上）
- 配当予想の修正（増配）（2022年3月14日公表）
- IRサイト（<https://www.hmry.jp/ir>）のリニューアル（2022年3月22日リリース）

TOPIC3

(ガバナンス強化)

- 社外取締役として女性役員を登用
- 取締役、次世代経営層の従業員を対象に譲渡制限付株式報酬制度を導入
- サステナビリティ委員会において、TCFDの取り組みに向けての検討開始

3. 中期経営計画の進捗状況 Progress of Mid-Term Business Plan

【店舗関連】

店舗環境戦略
出店戦略

- 2022年3月18日に大型店業態の相模原古淵店オープン
- 春日井店、筑紫野店、木場店の大規模リニューアルを実施
- 2021年11月26日に名古屋市大須地区に新業態を出店
- その他、新規事業開発関連の取り組みは継続進行中

【販売 (商品)】

MD戦略

- オペレーション等の強化により粗利率が前期比1ptの改善
- 自社開発PBや新規取扱商品のブランディング
- 専門業態開発に向けた新規MDを開発中
- デジタルマーケティングとMD施策が連動した企画の実行

【販売 (EC)】

DIGITAL/EC戦略

- EC売上高は前期比106.9%（社内管理数値ベース）と順調に推移
- メンバーシップアプリのプログラムへの投資を実行
- SNS等へのデジタルマーケティング活動の開始

4. 連結商品別売上高実績 Consolidated Sales Segmented by Product Mix

(単位：百万円 / Millions of Yen)

	2021/8 第2四半期 2Q		2022/8 第2四半期 2Q		前期比 Year-on-year	
	実績 Result	構成比 %	実績 Result	構成比 %	増減額 Difference	増減率 Change
スキー・ スノーボード Ski & Snowboard	2,405	7.9%	※ 2,705	9.6%	—	—
ゴルフ Golf	4,786	15.6%	※ 4,993	17.7%	—	—
アウトドア Outdoor	6,046	19.8%	※ 4,929	17.5%	—	—
一般 スポーツ General Sports	17,364	56.7%	※ 15,609	55.2%	—	—
合 計 Total	30,602	100.0%	※ 28,238	100.0%	—	—

※ 2022年8月期より収益認識基準を適用しております。2021年8月期の数値は本基準適用前の数値となります。

- スキー・スノーボードは、降雪等の気候に恵まれたことから好調に推移しました。
- ゴルフは、初心者層の参入による活況な市場環境が継続しています。
- アウトドアは、引き続きキャンプ需要が高く、前期比106.0%（社内管理数値ベース）と好調を維持しました。
- 一般スポーツは、様々なスポーツ活動の抑制により、低調な推移となりました。

5. 販売費及び一般管理費（連結）

Consolidated S,G&A Expenses

（単位：百万円 / Millions of Yen）

	2021/8 第2四半期 2Q		2022/8 第2四半期 2Q		前期比 Year-on-year	
	実績 Result	構成比 %	実績 Result	構成比 %	増減額 Difference	増減率 Change
販促費 Sales promotion cost	1,250	4.1%	※ 1,059	3.8%	—	—
人件費 Personal cost	3,910	12.8%	3,820	13.5%	-89	-2.3%
設備費 Equipment cost	3,396	11.1%	3,207	11.4%	-188	-5.6%
その他管理費 Other	1,400	4.5%	※ 1,295	4.6%	—	—
合 計 Total	9,957	32.5%	※ 9,382	33.2%	—	—

※ 2022年8月期より収益認識基準を適用しております。2021年8月期の数値は本基準適用前の数値となります。

- 既存店の改修工事や人材採用等の成長投資は、計画どおり進捗しています。
- 販売費及び一般管理費の総額は、以下の減少要因があるものの、前年同期と同水準で推移しています。
 - 人件費の減少は、主として前期に従業員に対して特別賞与を支給したことによる影響です。
 - 設備費の減少は、主として前期の不採算店等の退店により当期の賃料等が減少したことによる影響です。

6. 連結貸借対照表（連結） Balance Sheets (Consolidated)

（単位：百万円 / Millions of Yen）

	2021/8		2022/2		増減額 Difference
	実績 Result	構成比 %	実績 Result	構成比 %	
流動資産 Current Assets	29,410	73.4%	29,126	73.4%	-283
（うち商品） Inventories	13,348	33.3%	14,391	36.3%	1,043
固定資産 Fixed Assets	10,638	26.6%	10,561	26.6%	-77
負債 Liabilities	24,928	62.2%	24,048	60.6%	-880
（うち支払手形・買掛金） Notes and accounts payable trade	9,335	23.3%	10,866	27.4%	1,530
（うち有利子負債） Interest bearing liability	11,548	28.8%	9,765	24.6%	-1,782
純資産 Total net assets	15,119	37.8%	15,639	39.4%	519
総資産 Total assets	40,048	100.0%	39,687	100.0%	-360

7. 月次売上高前年比推移 および 出退店実績

◆月次売上高前年比推移 Year-on-year Monthly Store Sales Trends

	9月	10月	11月	1Q累計	12月	1月	2月	上期累計
全店	82.2%	99.2%	103.7%	95.6%	101.5%	109.3%	89.0%	98.4%
既存店	77.6%	100.0%	103.2%	94.3%	104.8%	109.8%	90.0%	98.7%

	3月	4月	5月	3Q累計	6月	7月	8月	年間累計
全店	—	—	—	—	—	—	—	—
既存店	—	—	—	—	—	—	—	—

※2022年8月期より「収益認識に関する会計基準」を適用しておりますが、月次の売上速報につきましては当該基準適用前の取扱高による「社内管理数値ベース」で開示しております

◆出退店実績 Opened & Closed Stores Sep.2021-Feb.2022

	2021年8月末	出店	退店等	2022年2月末
店舗数	98	1	2	97

8. 新規出店 Opened Stores

大型店業態であるヒマラヤスポーツ相模原古淵店を2022年3月18日にオープンしました。

- ▶ アウトドア、アパレル、野球・サッカー・テニス等の競技用スポーツ用品を取り扱う総合スポーツ店
- ▶ サステナビリティを意識し、リサイクル材やCO₂削減効果のある資材等を採用



9. ブランディング Branding

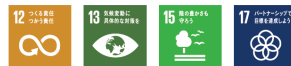
ららぽーとTOKYO-BAYに、2022年11月までの期間限定アウトドア専門店をオープンしました。



昨今のアウトドア人気を踏まえ、新しいアウトドアブランド[SETOUT]や多種多様な嗜好が広がるアウトドアの世界に、ヒマラヤ独自の提案をする店舗[OUTDOOR by H.M.R.Y.]です。

10. サステナビリティ Sustainability

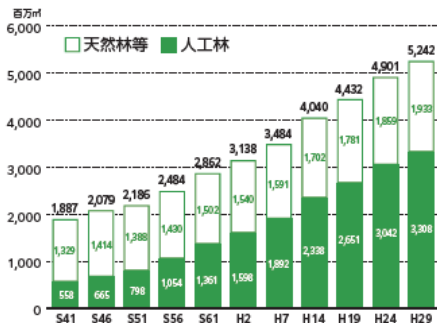
薪を通して健全な森林を受け継いでいく取り組み



近年、キャンプの醍醐味として注目されている焚き火。当社でも、従来より焚火に使用する薪を販売していますが社内でSDGsの取り組みが広がる中、企業として薪を販売することの意義、お客様がこの薪を使うことの意味について考えることにしました。

日本の森林問題に向き合う

薪の流通は、各地の林業従事者が森林から木を切り出すことから始まります。日本は国土の3分の2を森林が占めており、大きく人工林と天然林に分けられます。人工林とは、第二次世界大戦後の復興で必要となった建築資材を確保するために先人たちがスギやヒノキの苗木を植えて育ててきた、いわば「木の畑」です。日本の森林資源量の目安である森林蓄積の推移を見ると、人工林の森林蓄積が大幅に増加していることがわかります。これは戦後に植林された人工林が成長し収穫期を迎えているにも関わらず、使われていないことから起きている現象です。これは安価で大量に入手できる輸入材の利用が増えたことが大きな要因で、国内の木材自給率は35%にとどまっています。日本の森林資源が使われずに置き去りになってしまい、林業の担い手不足や高齢化もあって、森林の荒廃につながってしまったのです。



森林資源の現況(平成29年3月31日現在) 農林水産省
<https://www.rinya.maff.go.jp/j/keikaku/genkyou/h29/2.html>をもとに作成

持続可能な森林づくりへ

次は流通をさかのぼり、産地を訪ねました。当社で販売する薪の原材料は、石川県白山麓で伐採された間伐材。この地域も、同じような課題を抱えていたのです。森林の木々が適度な間隔を保ち、太陽光が地面に届くよう一部の木を間引きをする作業の間伐といい、森林の木々の健全な成長に欠かせない手入れの中で伐採された木を材料にしています。しかし、間伐材は利用されなければ廃棄され、林業者の収入になりません。現地を訪ね、林業に携わる方々のお話を伺い、間伐材の有効利用が健全で持続可能な森林づくりに役立ち、地域の林業の活性化にも貢献できることがわかったことから、改めて薪のPB商品の企画を見直すことにしました。目指したのは、「森林と林業の背景を知った上で購入し、使っていただけの薪」です。

さらに、この商品の売上の一部は産地の林業者の方々の収益となり、白山麓の森林の維持管理や、植林の資金に還元されます。わずかな支援かもしれませんが、それでも一歩を踏み出すことが大切だと考えました。



石川県白山麓の林業者の皆さんと

お客様と一緒に解決していく

この薪を購入し利用することで、白山地域の森の再生に貢献することが可能です。商品を作ることに携わる人たちの経済的な支援や資金となるだけでなく、植林により新たな森林づくりへとつながる循環の過程の中にもあります。森林の再生サイクルにつながることは、子供や孫の世代に健全な森林を受け継ぐこと。このお話を商品の中に詰め込むことはなかなか難しいですが、少しでも伝えていく努力は必要だと考え、パッケージのデザインも工夫しています。



白山麓の林業者の皆さんとともに開発したPB商品の薪。伐採した間伐材を6～8か月かけて十分に乾燥させたものを薪に加工し、箱に詰めました。2022年4月下旬より、火のつきが良く、火力の強い「杉の薪」と、火持ちが良く、火力の調整がしやすい「広葉樹の薪」の2種類を販売予定です。

②2022年8月期業績予想

— Forecast for the Year Ending August 31, 2022 —

連結業績予想

Consolidated Forecast for the Year Ending August 31, 2022

(単位：百万円 / Millions of Yen)

	2021/8 通期 Full year		2022/8 通期 Full year		前期比 Year-on-year	
	実績 Result	構成比 %	予想 Forecast	構成比 %	増減額 Difference	増減率 Change
売上高 Net Sales	62,133	100.0%	59,000	100.0%	-	-
営業利益 Operating Profit	2,024	3.3%	2,150	3.6%	125	6.2%
経常利益 Ordinary Profit	2,215	3.6%	2,400	4.1%	184	8.3%
当期純利益 Net Profit	1,412	2.3%	1,550	2.6%	137	9.7%

※2022年8月期の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用するため、上記の連結業績予想は当該会計基準等を適用した後の金額となっており、対前期の増減率等は記載していません。

配当予想 Forecast of Annual Dividend for the Year Ending August 31, 2022

◆利益配分に関する基本方針

当社は、業績の伸長に合わせ、配当性向、経営基盤強化のための内部留保等を総合的に勘案しながら、長期的な視点に立ち、安定的配当かつ継続的な利益還元を行うことを基本方針としております。

	年間配当金（円）		
	中間	期末	合計
2022年8月期 予想（※1）	10円	15円（※2）	25円（※2）
2021年8月期 実績	10円	15円	25円
2020年8月期 実績	10円	5円	15円

※1 業績や資金需要に大きな変動が生じた場合、配当金を変更することがあります。

※2 2022年3月14日公表の修正値（修正前は期末配当10円）、期末配当(15円)の内訳：普通配当 13円 記念配当 2円

注意事項 Cautionary Statements

本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は今後様々な要因によって大きく異なる結果となる可能性があります。

また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大など、市場環境に影響を与える可能性がある事象についてはその動向を注視しております。今後、業績予想を修正する必要が生じた場合には、速やかに開示いたします。