



2022年12月14日

各位

会社名 H a m e e 株式会社
代表者名 代表取締役社長 水島 育大
(コード番号：3134 東証プライム)
問合せ先 執行役員 富山 幸弘
(TEL. 0465-42-9181)

通期業績予想の修正に関するお知らせ

最近の業績動向を踏まえ、2022年6月13日に公表した2023年4月期の連結業績予想を下記の通り修正いたしましたのでお知らせいたします。

1. 修正の内容

2023年4月期通期連結業績予想数値の修正 (2022年5月1日～2023年4月30日)

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想 (A)	15,932	2,293	2,295	1,575	99.10
今回修正予想 (B)	14,098	1,014	1,145	764	48.10
増減額 (B - A)	△1,833	△1,278	△1,149	△810	
増減率 (%)	△11.5%	△55.7%	△50.1%	△51.5%	
(ご参考) 前期連結実績 (2022年4月期)	13,413	2,202	2,329	1,743	109.72

2. 修正の理由

第2四半期連結結果計期間における実績を勘案して通期の連結業績予想を修正するものであります。なお、業績予想にあたりセグメントごとに勘案した事項は下記のとおりであります。

(1) コマース事業

国内コマース事業のうちモバイルライフ事業について、2022年9月発売のiPhone14シリーズの需要が想定より伸び悩んだ影響を受け、新型iPhone向け商品が振るわなかったこと、新型iPhone商戦に向けて商品開発リソース、営業リソース等の人的資源を集中投下したため新型iPhone以外の機種向け商品の製造や、市場トレンドを取り入れた新商品の開発が計画より遅れたこと等の影響により国内販売については卸販売、小売ともに当初計画との乖離が生じました。

コスメティクス事業においては、主力商品群と位置付けて開発を進めていたスキンケア商材(トナーパッド、美容液、クリーム等)のリリースが、当初予定していた4月から9月へと大幅に遅れたことに伴って通期計画に対して大幅なビハインドとなりました。

また、グローバル事業のうち米国子会社において、音楽雑貨のオタマトーン、低反発雑貨のスクイーズ等の売上は大きく伸長したものの、販売拡大施策の一環として実施したディスカウント販売や、在庫評価損を計上したことなどによる売上総利益率の低下、宣伝広告費の拡大など営業に関わる費用が増加したことによって利益ベースで当初計画から乖離が生じました。

これらの状況を踏まえ、保守的に業績予想を見積もった結果、売上高は10,717百万円(前回予想比15.5%減)、セグメント利益は694百万円(同71.2%減)となる見込みであります。

なお、モバイルライフ事業における課題については商品開発と市場投入スピードを向上させることを目的とした組織変更を既に実施済みであり、第3四半期以降のリカバリーに全社で取り組んでまいります。また、コスメティクス事業についてはスキンケア商材のリリース以降着実に受注は増加しているほか、メディア主催の各種アワードを受賞するなど市場認知も進んでいることから、引き続き広告宣伝投資を継続しつつ収益性の向上も図ってまいります。グローバル事業につきましては、第3四半期以降、販売価格の改定や販促施策の見直しを実施し、利益率の改善に取り組んでまいります。

(2) プラットフォーム事業

EC市場における構造変化、コロナ禍で進んだ消費行動（デジタルシフト）の反動、EC事業者の喫緊の経営課題のシフト等の経営環境の変化と足元の状況を踏まえ、契約社数の伸び及びARPUの推移について保守的に見直し直しました。強固な顧客基盤に基づくストック収益と、引き続きコスト管理を徹底して高い収益性を維持する方針に変わりはありませんが、上記の見積もりの結果、売上高は3,383百万円（同7.6%減）、セグメント利益は1,337百万円（同5.6%減）となる見込みであります。

(3) 調整額（管理部門費用）

コスト管理を徹底することで121百万円費用削減の△1,017百万円（同13.6%増）となる見込みであります。

(注) 上記業績予想につきましては、発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は、今後様々な要因によって予想数値と異なる可能性があります。

以上