



Hamee株式会社

2023年4月期2Q決算
決算説明資料

- I . 決算概要
- II . ビジネス概況
- III . 通期業績予想

Appendix

- ・会社概要
- ・ビジネス概要
- ・参考情報

I. 決算概要

報告セグメントの変更

新しい経営体制に則り、今期より報告セグメントの変更を行っています。

主な変更点は以下のとおりです。

これ以降のページの過去数値は全て変更後のセグメントの実績値となっています。

	コマース	プラットフォーム	その他
前期	スマートフォンアクセサリー (iFace, salisty等) Pixio ByUR グローバル事業	ネクストエンジン Hameeコンサルティング NE코리아	Hamic ロカルコ (旧ふるさと納税) RUKAMO
↓			
今期	スマートフォンアクセサリー (iFace, Salisty等) Pixio ByUR グローバル事業 変更 Hamic 変更 NE코리아※	ネクストエンジン コンサルティング (旧Hameeコンサルティング) 変更 <u>ロカルコ (旧ふるさと納税)</u> 変更 <u>RUKAMO</u>	-

※NE코리아は今後、韓国EC市場に適したサービスをHamee Globalの元で独自に開発・発展しながら、新たなサービス形態を模索するため、コマースセグメントにて集計・開示

業績ハイライト

プラットフォーム

＜ネクストエンジン＞

・足元の経営環境の変化（EC市場の構造変化、コロナ禍で進んだ消費行動の反動など）を背景に契約社数は伸び悩むも、強固な顧客基盤により前年同期に対し9.3%の増収、同21.8%の増益を確保。

＜コンサルティング＞

・リソース確保という経営課題に継続的に取り組んだため採算性は落ちたものの引き合いは好調を維持。

＜ロカルコ＞

・契約自治体も順調に増加し増収傾向を維持。

コマース

＜モバイルライフ＞

・iPhone14シリーズ向け商品の需要が想定より伸び悩んだ影響を受け、国内販売については卸販売、小売ともに苦戦を強いられた。

＜ゲーミングアクセサリ＞

・Pixio（ピクシオ）が、Amazon.co.jp 販売事業者アワード2022においてカテゴリー賞を受賞するなど認知度向上し大幅増収。

＜コスメティクス＞

・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を9月にリリース。
・各種のアワードを23冠受賞するなどローンチ後の認知度の広がりは想定以上。
・販売チャネルの拡大も進め今後エクспанションフェーズへ。

＜グローバル＞

・拡販施策により増収となるも採算性に課題。今後収益性の改善を目指す。

23年4月期2Q 連結概況

<売上高>

・国内モバイルライフ事業の苦戦をゲーミングアクセサリ事業、グローバル事業、プラットフォームセグメント各事業がカバーし増収。

<売上総利益>

・グローバル事業のうち米国における拡販施策及び在庫評価損計上の影響により利益率が低下。

<営業利益>

・コスメティクス事業及び米国の広告宣伝投資の影響が大きく減益。

(百万円)	2022/4	2023/4			【ご参考】2023/4	
	2Q実績	2Q実績	増減額	前年比	2Q累計実績	前年比
連結業績概況						
売上高	3,331	3,527	196	5.9%	6,633	11.5%
売上総利益	2,237	2,099	△137	△6.1%	3,997	2.5%
営業利益	806	326	△480	△59.6%	574	△49.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	689	288	△401	△58.2%	495	△47.5%

23年4月期2Q 連結概況 一売上高増減分析

<コマース>

- ・iPhone14シリーズ向け商品の需要が想定より伸びずEC・リアル(卸)ともに減収。
- ・ゲーミングモニターPixioがAmazon販売事業者アワードを受賞するなど認知が拡大。
- ・コスメティクスは市場投入が遅れていた戦略商材を9月にローンチ。
- ・グローバル事業のうち米国において拡販施策を積極化したことにより増収。

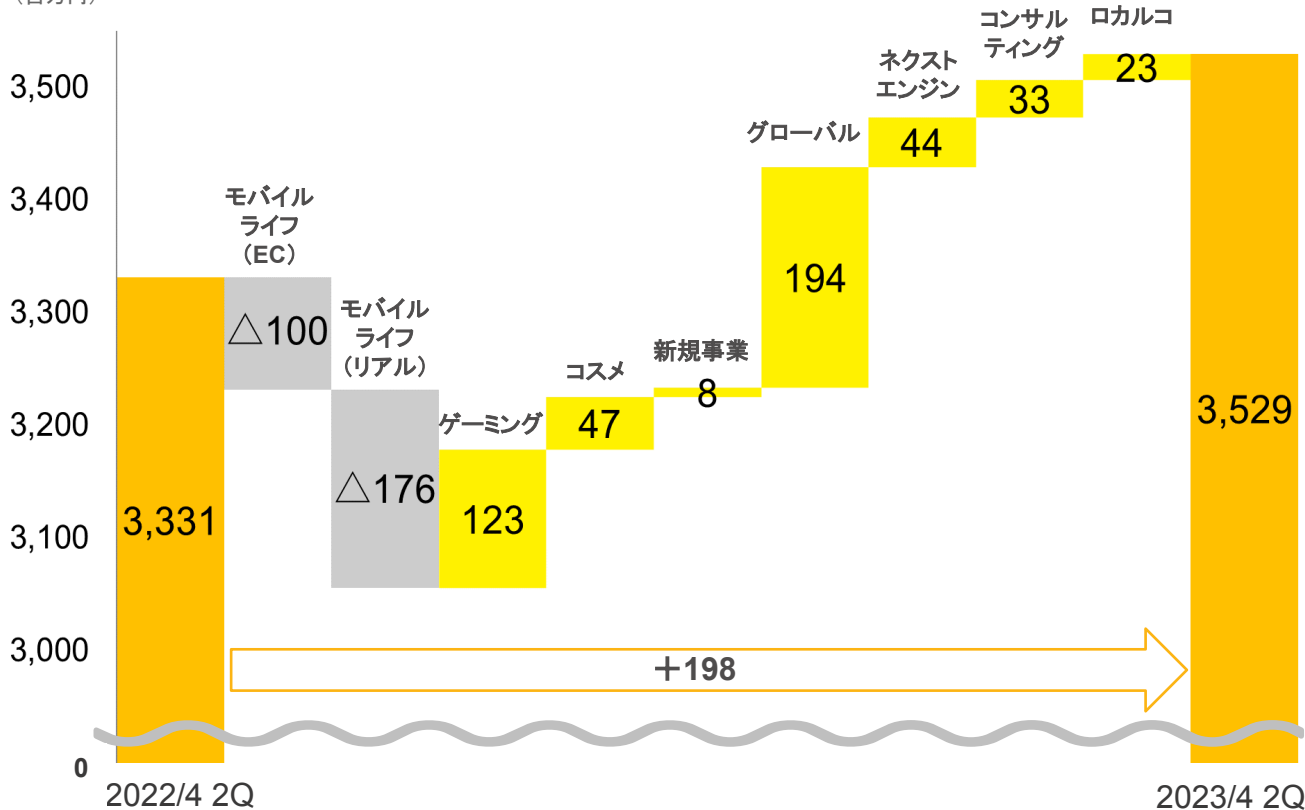
<プラットフォーム>

- ・各事業とも増収基調を維持。

連結

売上高(会計期間)

(百万円)



23年4月期2Q 連結概況 一営業利益増減分析

<コマース>

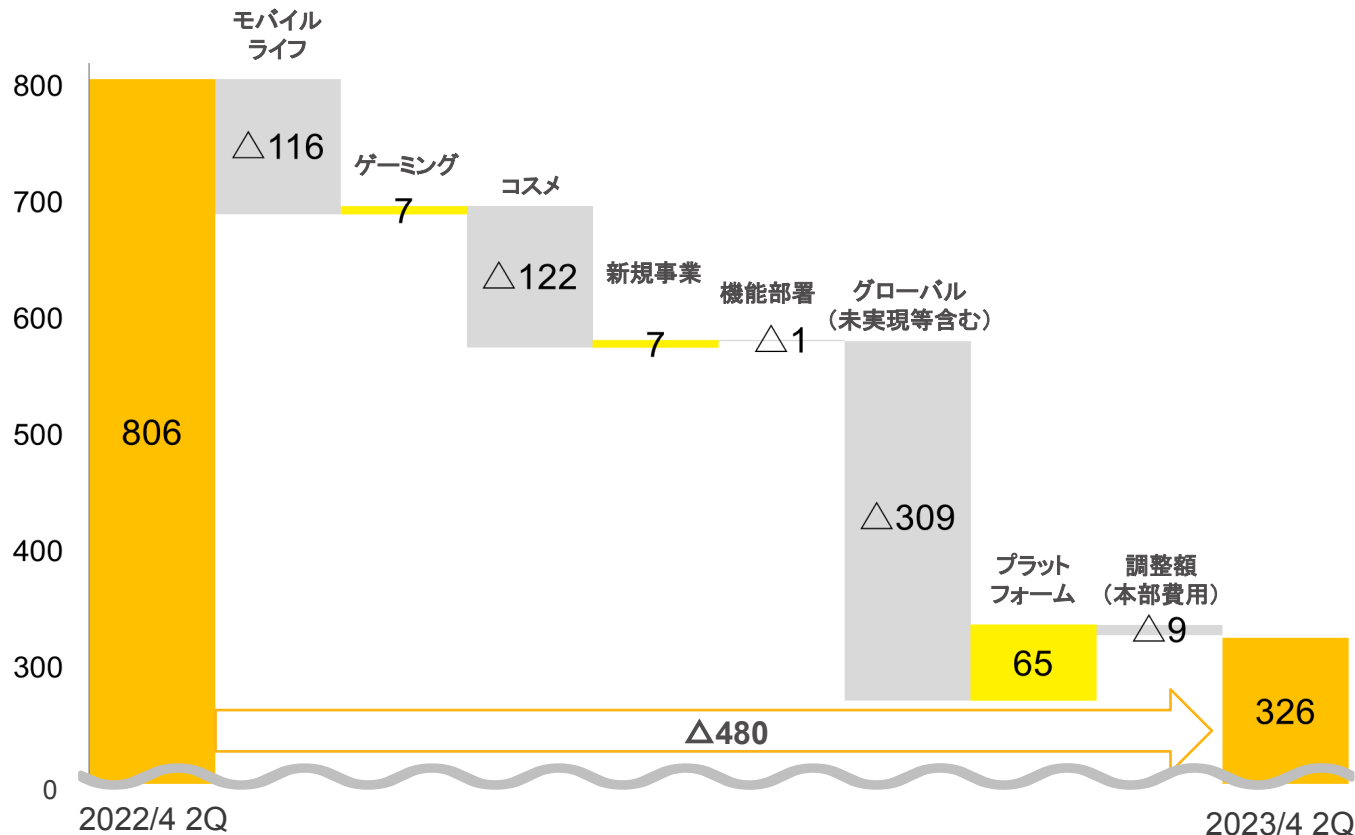
- ・モバイルライフ事業：減収の影響が大きく減益。
- ・コスメティクス事業：広告宣伝投資を継続し営業損失138百万円となるも、今後エクспанションフェーズへ。
- ・グローバル事業：米国にて拡販施策（ディスカウント施策及び広告宣伝投資の拡大）を実施したことにより大幅な減益。

<プラットフォーム>

- ・各事業の増収に伴い引き続き増益基調を維持。

営業利益(会計期間)

(百万円)



23年4月期2Q 連結概況

＜コマース＞

- 国内モバイルライフ事業の減収分をゲーミングアクセサリ事業及びコスメティクス事業、並びにグローバル事業でカバーしたものの、コスメティクス事業とグローバル事業（うち米国）の広告宣伝投資等の影響により採算性低下。
- コスメティクス事業については開発と製造が遅れていた戦略商材（スキンケア商材）のローンチにより着実に売上実績が向上。
- グローバル事業は第3四半期以降販売価格を見直し収益性を改善。

＜プラットフォーム＞

- 引き続き増収増益基調を維持。

(百万円)		2022/4	2023/4			【ご参考】2023/4	
		2Q実績	2Q実績	増減	前年比	2Q累計実績	前年比
連結セグメント概況							
コマース	売上高	2,613	2,709	96	3.7%	5,041	11.2%
	セグメント利益	753	217	△536	△71.2%	377	△63.7%
	利益率	28.8%	8.0%	△20.8%	—	7.5%	
プラットフォーム	売上高	717	819	101	14.2%	1,593	12.7%
	セグメント利益	267	333	65	24.4%	656	24.1%
	利益率	37.3%	40.7%	3.3%	—	41.2%	
連結	売上高	3,331	3,529	198	6.0%	6,633	11.5%
	セグメント利益	1,021	550	△471	△46.1%	1,033	△34.1%
	調整額※1	△ 215	△ 224	△ 9	—	△458	—
	営業利益	806	326	△480	△59.6%	574	△49.4%
	利益率	24.2%	9.2%	△15.0%	—	8.7%	—

※1 調整額：全社的な本部費用を「調整額」として記載しております。

Ⅱ. ビジネス概況

プラットフォーム



NEXT ENGINE

ハイライト(会計期間)

プラットフォーム

P
F

売上高(2Q)

819百万円

(前年比 14.2%増)

営業利益率(2Q)

40.7%

(前年比3.3%増)

ネクストエンジン事業

総契約社数(2Q)

5,598社

(前年比 505社増)

GMV(2Q)※1

2,707億円

(前年比 3.4%増)

ARPU(2Q)※2

34,434円

(前年比 2.0%減)

月次解約率(2Q)※3

1.04%

(前年比 0.09%増)

※1 GMV…Gross Merchandise Valueの略でネクストエンジンを通じて行われる取引の受注処理金額として記載しております。
※2 ARPU…Average Revenue Per Userの略でネクストエンジン利用者 1社当たりの月次売上の平均として記載しております。
※3 月次解約率…四半期期間における解約数の平均から四半期末時点の総契約社数を除算した数値を記載しております。

23年4月期2Q 実績

〈ネクストエンジン事業〉

- ・EC市場の構造変化により契約社数は伸び悩むも、強固な顧客基盤により増収基調を維持。
- ・サーバー費用等コスト管理の徹底により売上の伸びを超える利益成長。

〈コンサルティング事業〉

- ・ECコンサルティング、設計・構築ともに引き合いは好調。

〈ロカルコ事業〉

- ・新規自治体の契約獲得もあり引き続き増収基調。

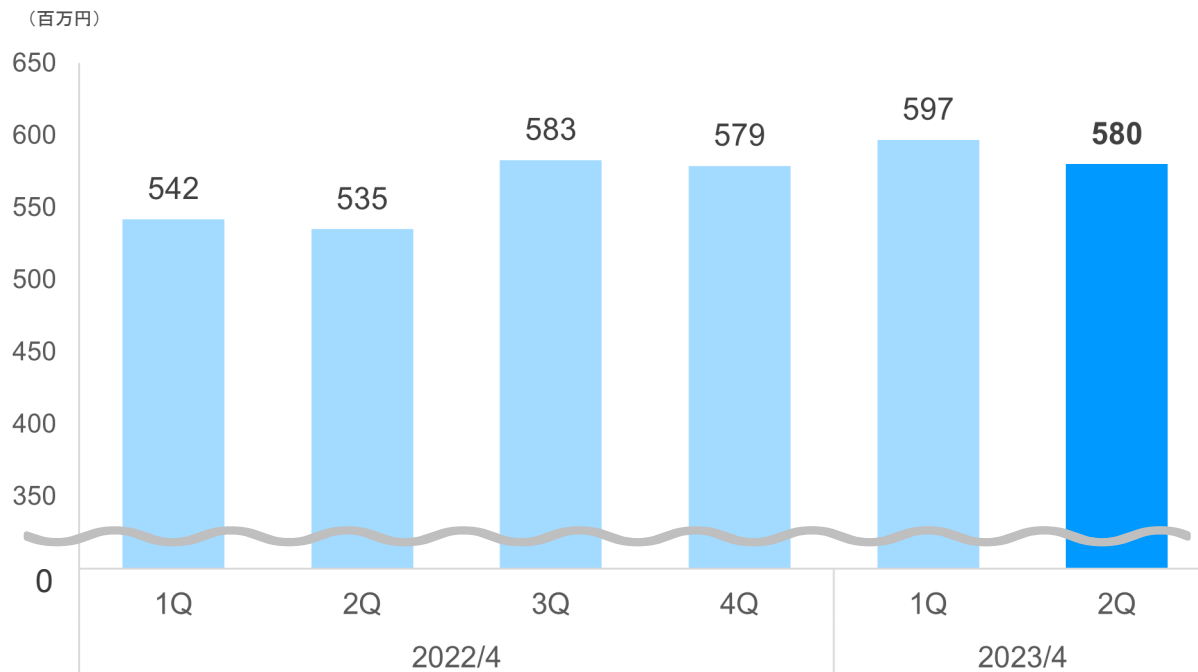
(百万円)	2022/4	2023/4			【ご参考】2023/4	
	2Q実績	2Q実績	増減	前年比	2Q累計実績	前年比
プラットフォームセグメント						
売上高	717	819	101	14.2%	1,593	12.7%
ネクストエンジン事業	535	580	44	8.4%	1,178	9.3%
コンサルティング事業	114	148	33	29.5%	268	23.5%
ロカルコ事業	67	90	23	34.4%	146	24.7%
営業利益	267	333	65	24.4%	656	24.1%
営業利益率	37.3%	40.7%	3.3%	—	41.2%	—

ネクストエンジン事業 —23年4月期2Q 売上高

・2020年以降、コロナ禍に伴う消費行動のデジタルシフトが進むも、自粛期間を経てモノ消費からコト消費(旅行やイベントなど)にシフトする傾向が強まったこと等、デジタルシフトの反動が認められるものの、引き続き増収基調を維持。

プラットフォーム

売上高(会計期間)

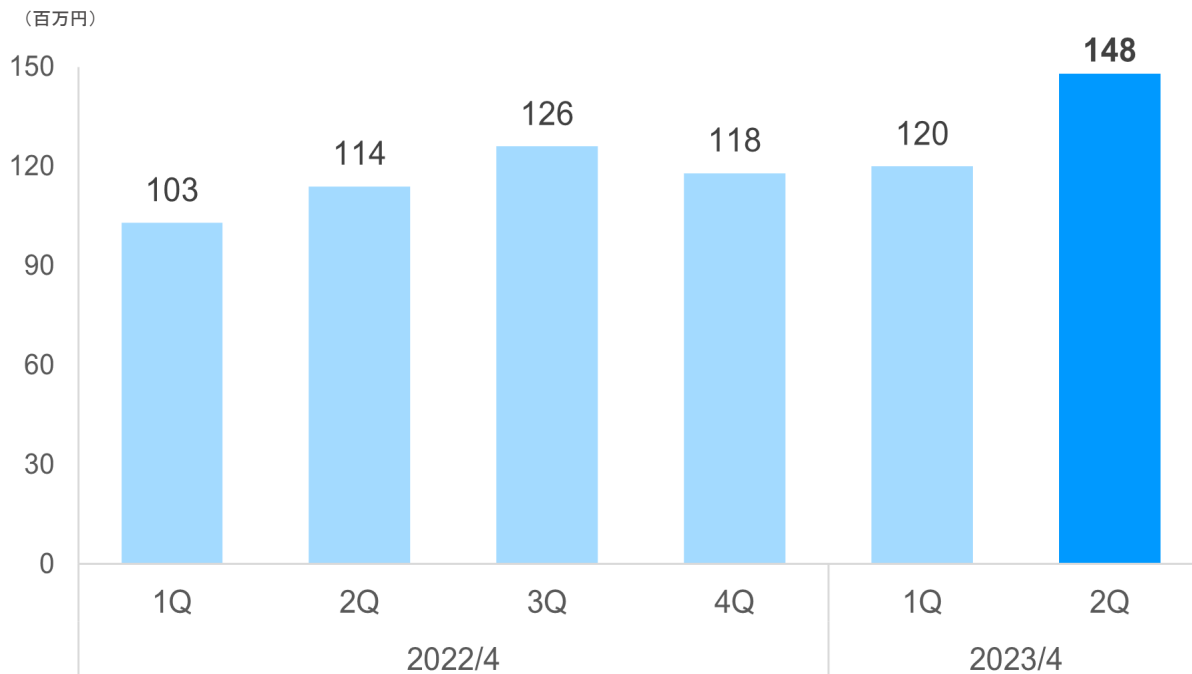


コンサルティング事業 —23年4月期2Q 売上高

- ・コンサルタントのリソース確保という経営課題に継続的に取り組みながら増収基調を堅持。

プラットフォーム

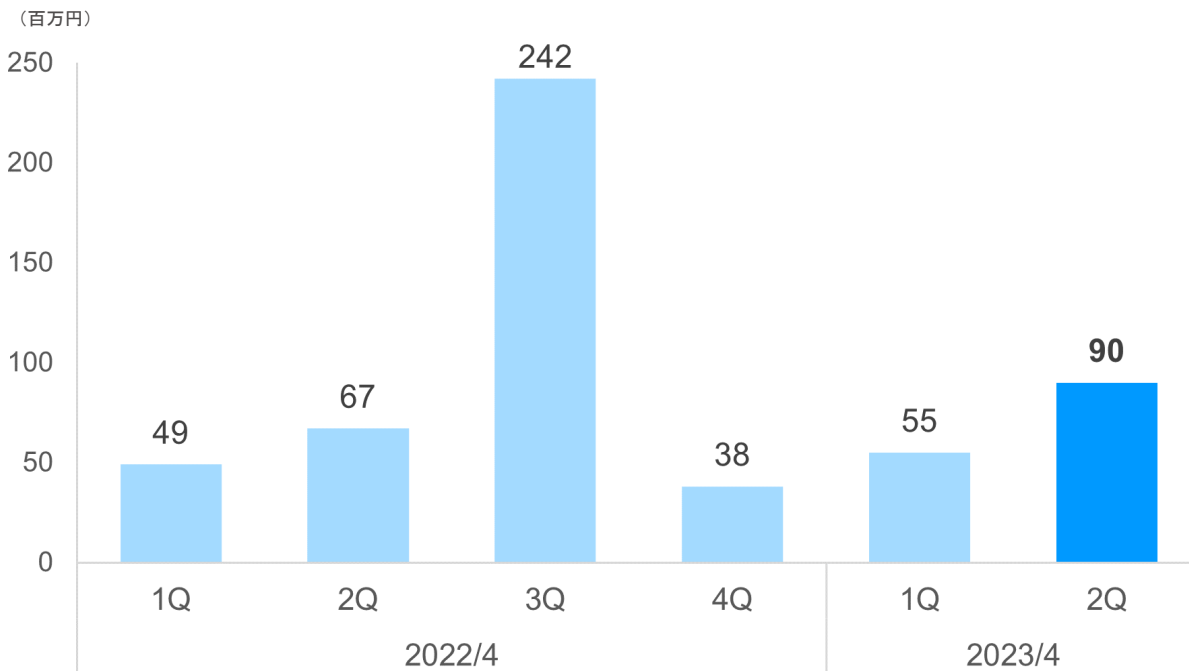
売上高(会計期間)



ロカルコ事業 —23年4月期2Q 売上高

- ・契約自治体の増加を背景に前年同四半期対比で増収傾向を維持。
- ・なお当事業は、ふるさと納税市場全体の動きと相関性が高いため、四半期ごとの売上高の変動が大きくなる。
- ・例年、納税期限である12月に取扱いが最も大きくなるため第3四半期に売上高のピークが発生する。

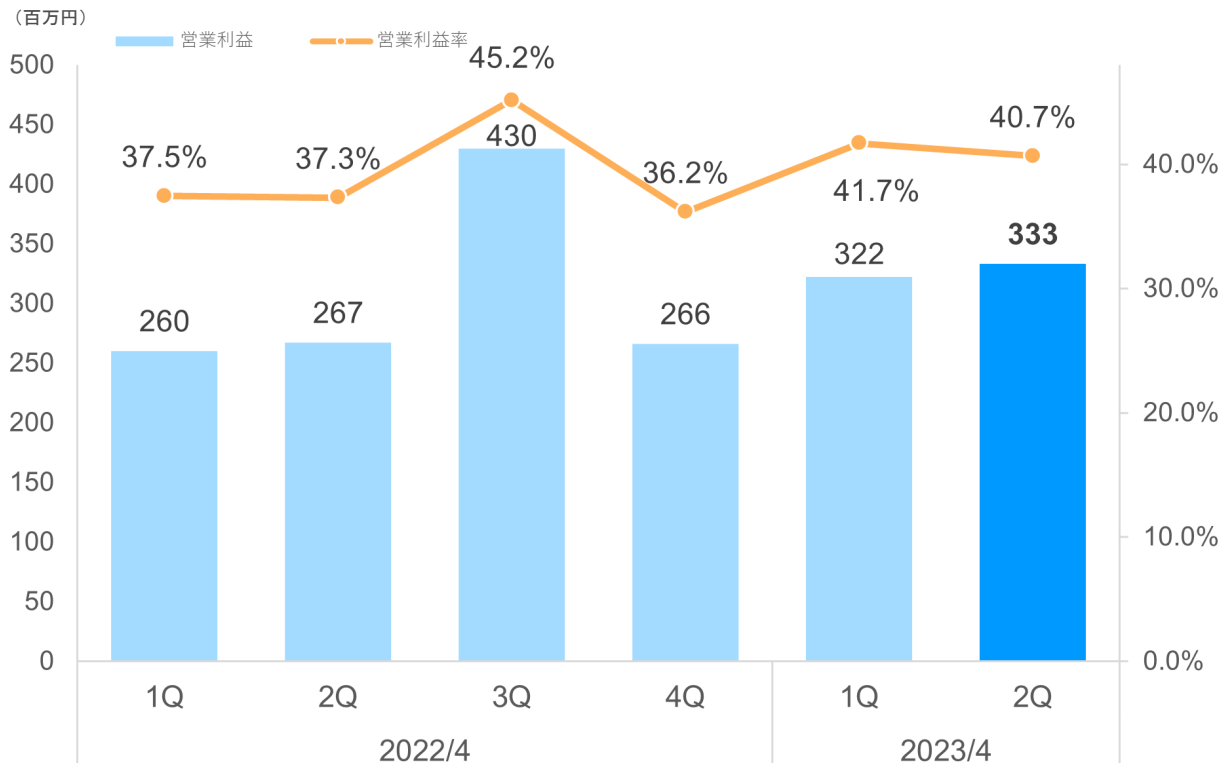
売上高(会計期間)



23年4月期2Q 営業利益

- ・NE株式会社として共通基盤による展開を行うため、営業利益はプラットフォームセグメント全体(コンサル事業含む)で開示。
- ・ネクストエンジン事業及びロカルコ事業については12月を含む第3四半期に売上高がピークとなるためセグメントとして第3四半期の営業利益が一番高くなる傾向がある。
- ・利益率は対前年同四半期対比で着実に改善。

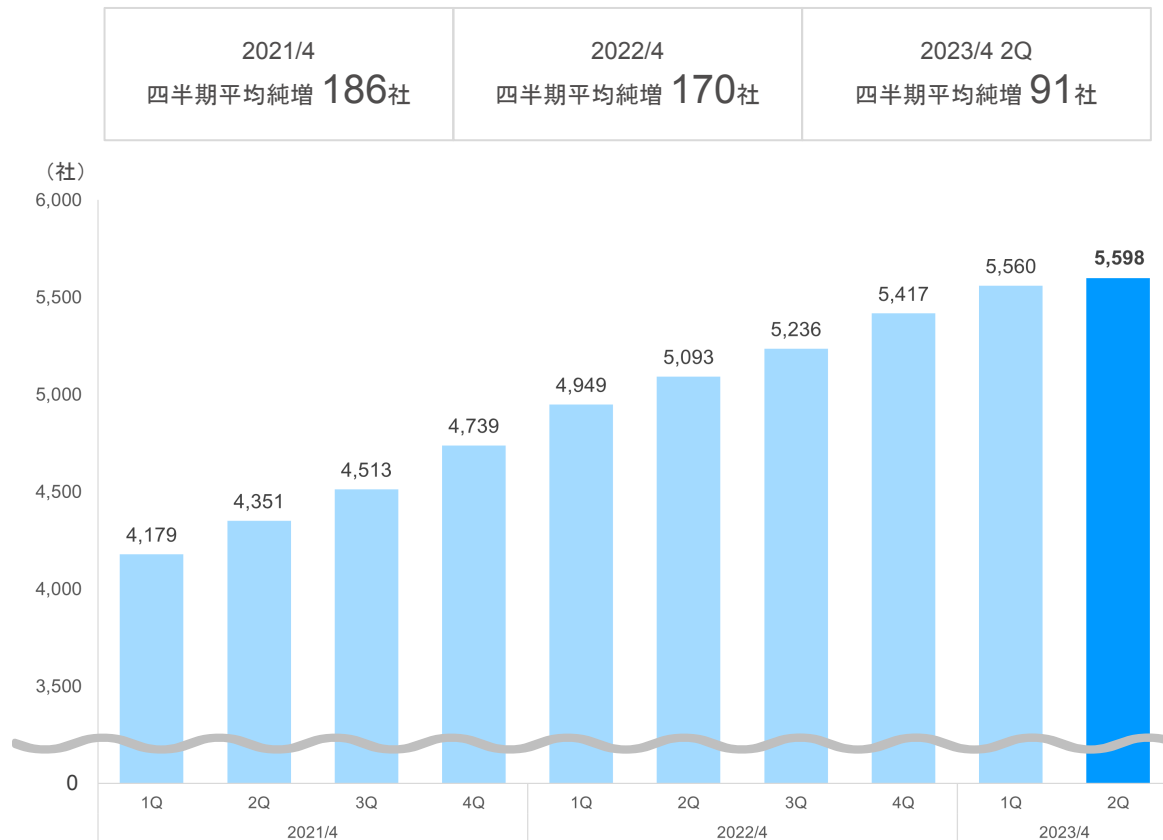
営業利益(会計期間)



ネクストエンジン事業 —総契約社数推移

- ・EC事業者における優先課題が業務効率化から売上極大化及び利益の確保へシフト。
- ・各種の業務効率化サービスの導入意欲が一時的に減退していると考えられる。
- ・これらを背景として無料契約が伸び悩む状況が生じ転換率は一定を維持するものの契約社数の伸びが鈍化。
- ・カスタマーサクセスの原点に立ち返り、無理に契約を追うのではなく当面はユーザーの成長支援に重点を置いた活動を展開する。

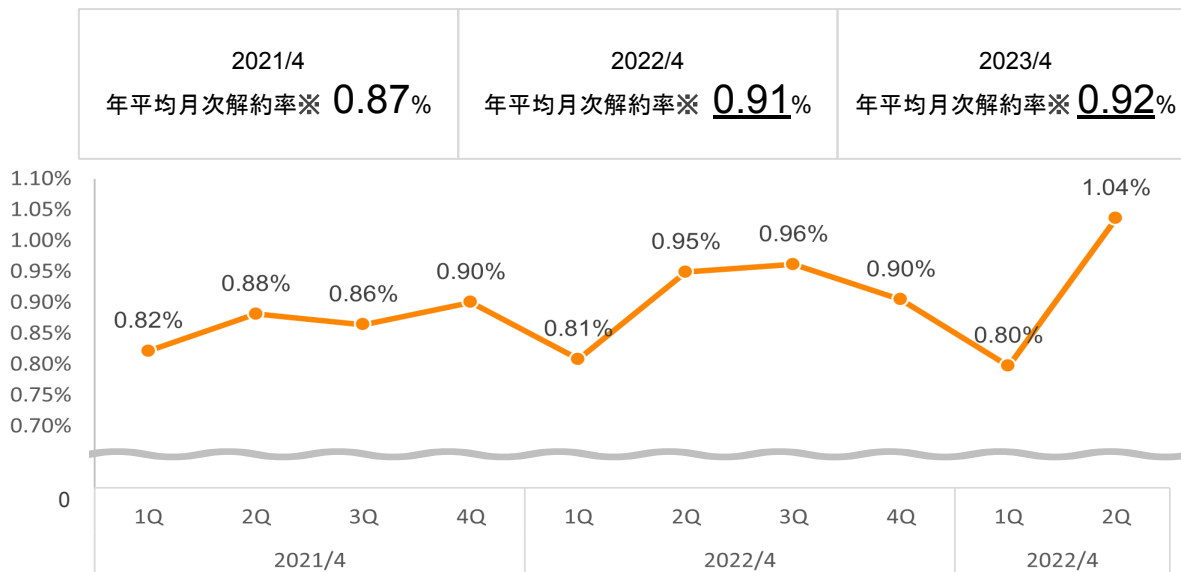
総契約社数



ネクストエンジン事業 一解約率推移

- ・ECから撤退する事業者も増加傾向にあり、第1四半期に対して解約率は若干悪化するも引き続き低位で推移。

解約率



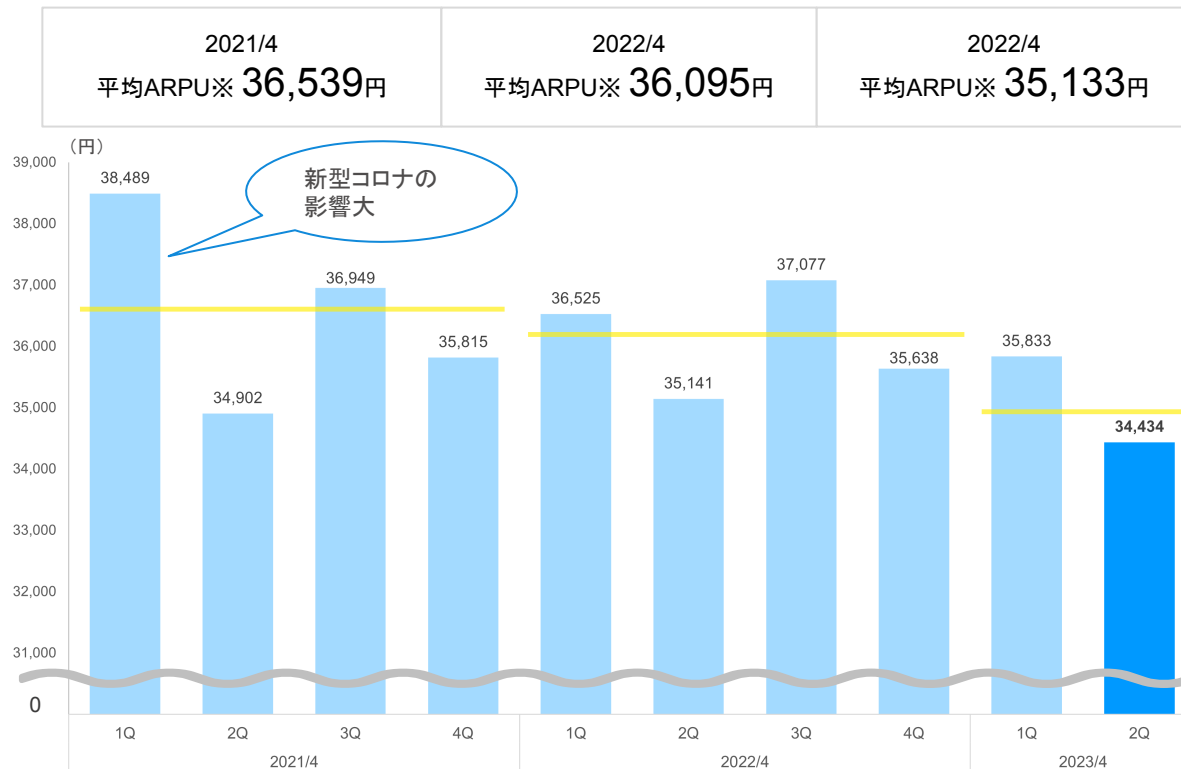
※ 年平均月次解約率・・・各四半期期間における解約数の平均から四半期末時点の契約社数を除算した数値を単純平均しております。

ネクストエンジン事業 —ARPU推移

- ・EC市場においてデジタルシフトの反動が認められることに起因して、ユーザーの受注処理件数が低迷。
- ・受注処理件数に対する従量課金であるためARPUも前年同四半期対比で伸び悩む。

プラットフォーム

ARPU



※ 年平均ARPU・・・各四半期期間において算出した ARPUを単純平均しております。

コマース



23年4月期2Q 実績

〈モバイルライフ事業〉

- ・iPhone14シリーズ向け商品の需要が低迷し苦戦。

〈ゲーミングアクセサリ事業〉

- ・市場での存在感が増し増収。

〈コスメティクス事業〉

- ・スキンケア商材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ものの、リリース後は売上伸長。
- ・23冠ものベストコスメアワードを受賞するなど市場認知が広がるも収益性は依然課題と認識。

〈グローバル事業〉

- ・米国にて拡販施策(ディスカウント施策及び広告宣伝投資の拡大)を実施したことにより大幅な減益。

(百万円)	2022/4	2023/4		
	2Q実績	2Q実績	増減	前年比
売上高	2,613	2,709	96	3.7%
モバイルライフ事業	2,302	2,025	△276	△12.0%
ゲーミングアクセサリ事業	35	159	123	346.9%
コスメティクス事業	—	47	47	—
新規事業投資	10	18	8	76.6%
グローバル事業	264	458	194	73.3%
営業利益	753	217	△536	△71.2%
モバイルライフ事業	527	410	△116	△22.1%
ゲーミングアクセサリ事業	△0	7	7	—
コスメティクス事業	△16	△138	△122	—
新規事業投資	△64	△57	7	—
機能部署	△24	△26	△1	—
グローバル事業(未実現等含む)	330	21	△309	△93.6%
利益率	28.8%	8.0%	△20.8%	—

コマース

【ご参考】2023/4	
2Q累計実績	前年比
5,041	11.2%
3,582	△7.9%
347	532.6%
71	—
37	79.3%
1,002	76.5%
377	△63.7%
724	△11.9%
9	—
△249	—
△111	—
△52	—
56	△86.5%
7.5%	—

iFace 商品展開

- ・中期経営戦略の1つである商品戦略に基づくスマホケースに留まらない商品展開としてタブレットケースをリリース。
- ・今後もモバイル周辺領域の商品展開を進めて行く。

主力商品

・First Class



・Reflection



コマーンス

商品開発

・Look in Clear



ユーザーの声から開発したフルクリアース

・タブレットケース

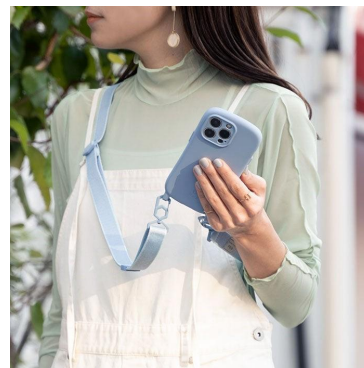


iFace 新シリーズ

Hang and(ハングアンド)

・「Keep on moving！もっと軽やかに、アクティブに遊ぼう！」をコンセプトにした、便利で機能的なiFace新シリーズとして開発。

・12月より先行予約受付開始
2023年2月発売予定



iFace 10周年

- ・機能性はもとより、カラーバリエーションなどのデザイン性や各種シリーズ展開などが、たくさんのお客様に支持され続け、10周年となりました。



10TH ANNIVERSARY

iFaceがおかげさまで10周年！

ゲーミングアクセサリ事業

- ・自社EC(本店)とAmazonの2店舗で販売スタート。
- ・今期に入りPayPayモール、楽天市場、ヤフオク!の3店舗へ出店し5店舗での販売機会の極大化を目指す。
- ・Amazon.co.jp販売事業者AWARD2022カテゴリ賞を10月に受賞。市場での認知は着実に拡大。



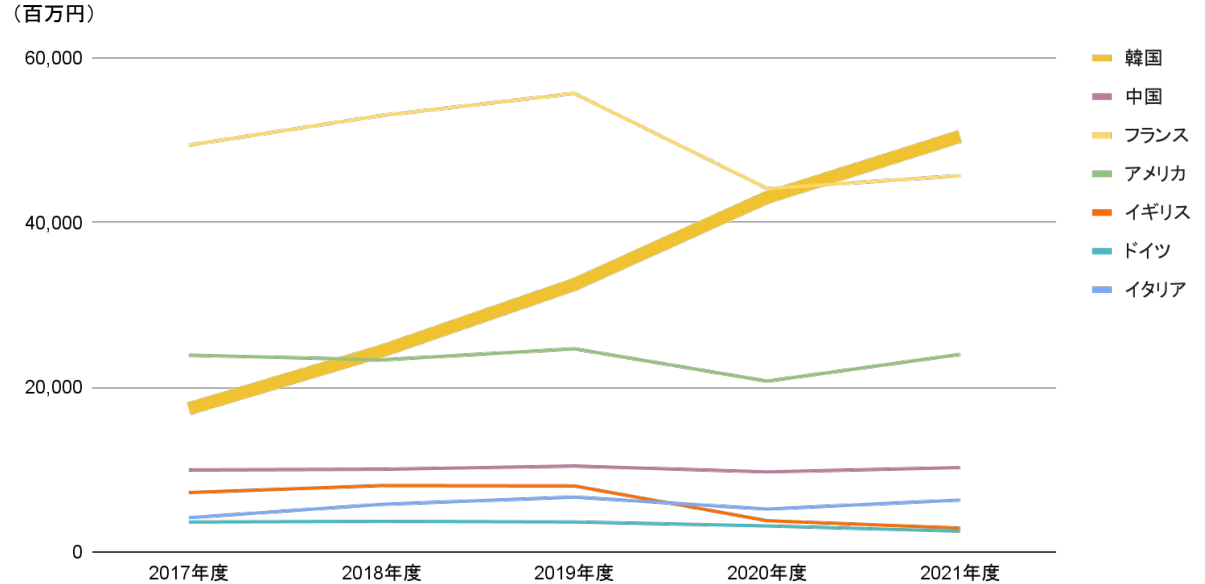
コスメティクス事業 一国内化粧品市場の動向

<市場トレンド>

- 国内化粧品市場は成熟しており大手企業を中心にシェアの獲得競争が激しい業界であるものの韓国コスメ(K-beauty)市場は大手参入が少なくコロナ禍で急速に市場成長している領域。
- 日本国内市場の流通金額に換算した場合、2021年度時点で約1,300億円※の市場規模があると推計でき、今後も成長が期待できる市場である。

※2021年度対韓国国内輸入額に対して、化粧品各社の原価率をベースに保守的に算定。

化粧品国内輸入金額の推移



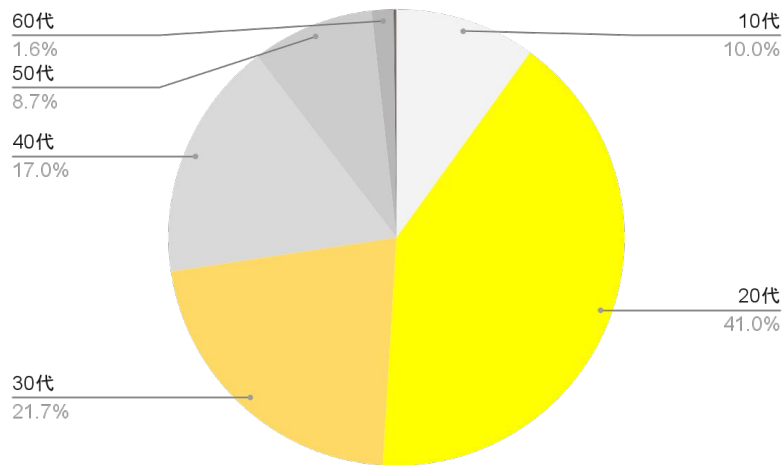
財務省貿易統計より当社作成
<https://www.customs.go.jp/toukei/info/index.htm>

コスメティクス事業 —ByURの市場ターゲット

＜若年層へのアプローチ＞

- ・短期的な流行に左右されにくく高い収益性の確保が可能な「スキンケア」及び「ベースメイク」カテゴリを中心とした商品展開で若年層にアプローチ。
- ・Hameeの主要顧客層でもある20～30代を中心とした顧客へのリーチに成功。

ByUR会員登録ユーザーの年代別分布



＜各種アワードを受賞＞

- ・注目コスメとしてメディア等で各種アワードを23冠受賞。事業初期での高い認知を獲得。



他多数

コスメティクス事業— 2Q現在までの販売状況

＜新商品の展開力を再度確認＞

- ・スキンケアラインの市場投入の遅れがあったものの、リリース商品の顧客反応は良好であり、プロダクトとしての強みは十分に確立できている。

＜スキンケア商品投入により初速の遅れをカバー＞

- ・7～9月でのスキンケアラインの投入により、売上高のベースラインは着実に上昇。

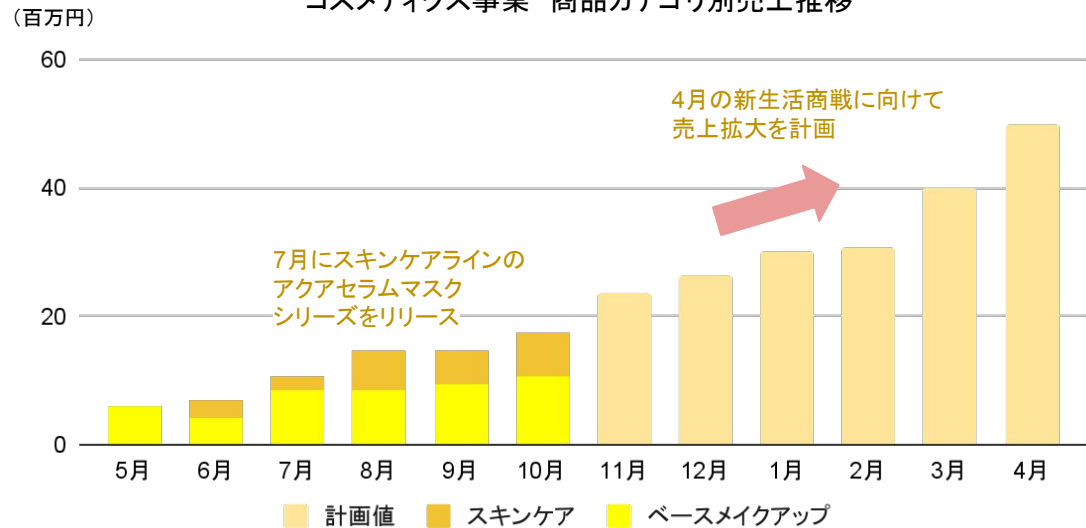


【2022年7月発売】
アクアセラムマスク
(シートマスク)

【2022年9月発売】
プランプハニー、スージンググリーンシリーズ
(トナーパッド、美容液、クリーム)



コスメティクス事業 商品カテゴリ別売上推移



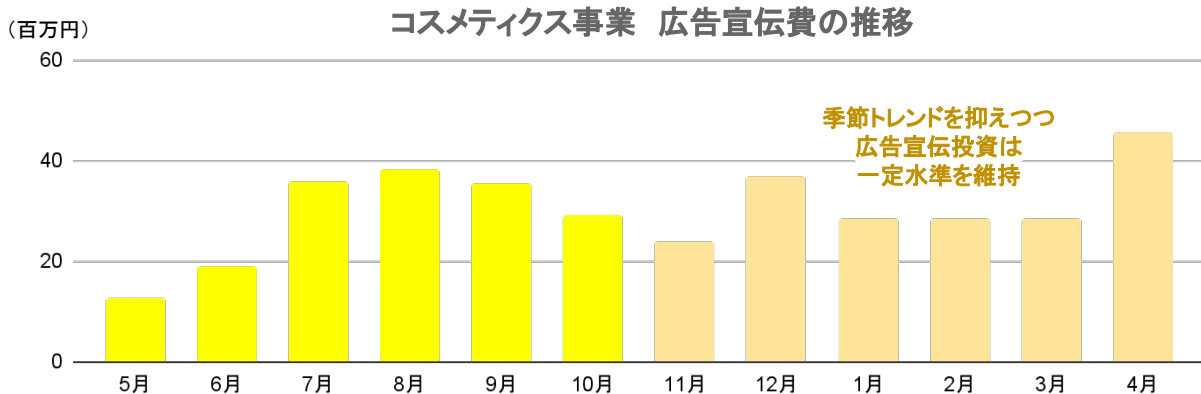
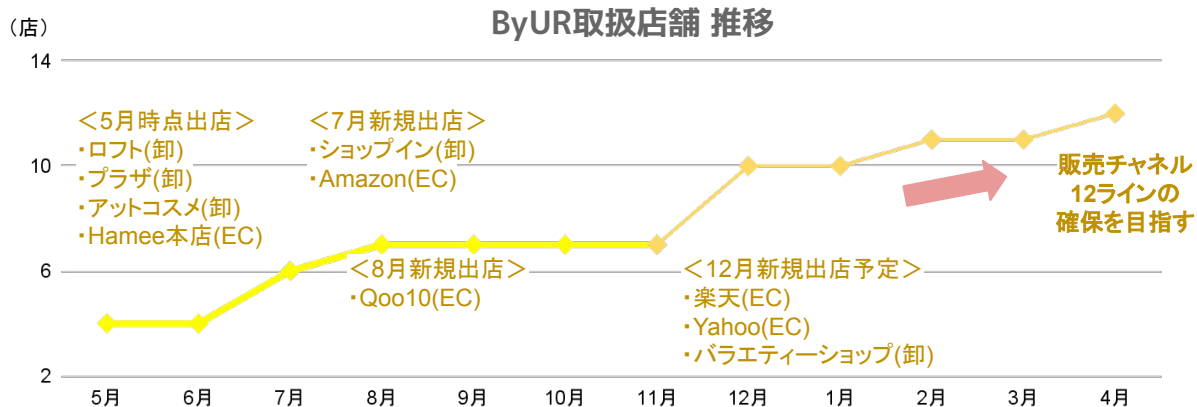
コスメティクス事業 今後の投資方針

<販売チャネル拡大による販売力強化>

- ・ByURブランドリリース後の初期認知は良好であるため、25期下期は広告宣伝等の先行投資を継続しつつ、取扱い店舗の拡大及びECモール出展を加速。

<ROAS改善による収益力強化>

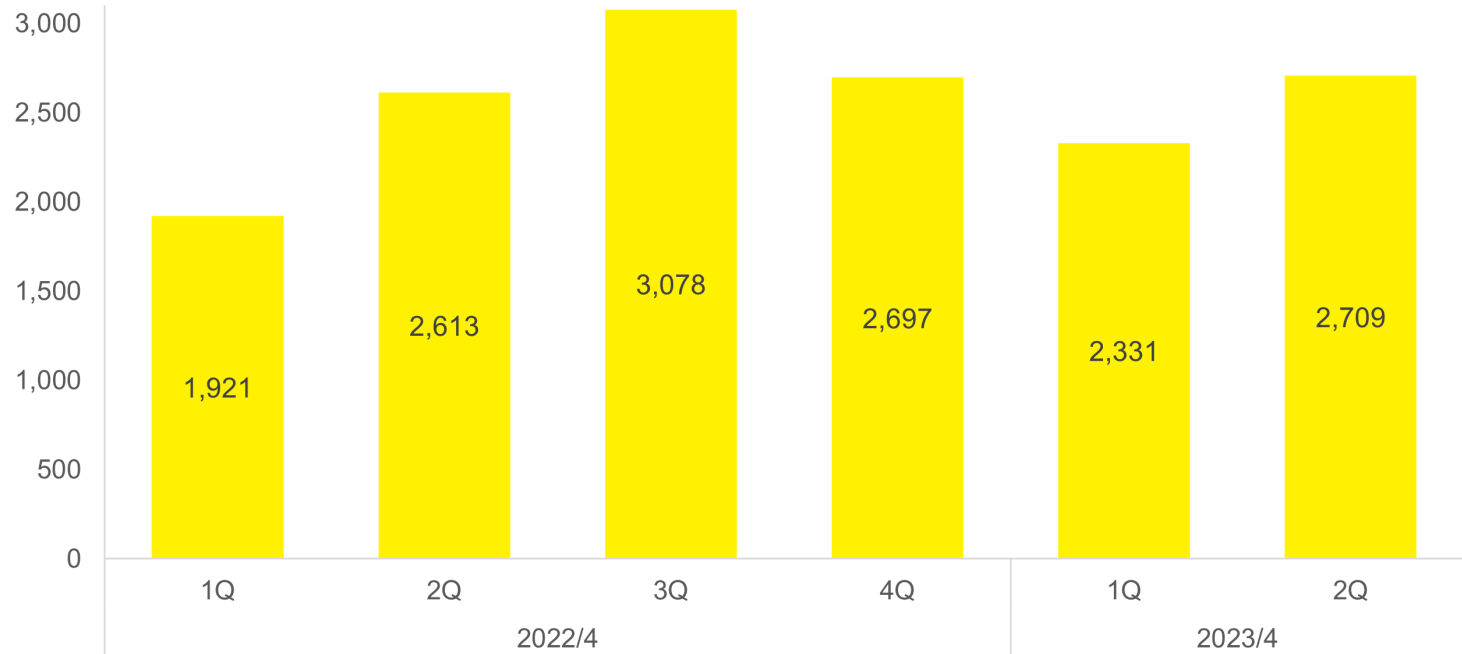
- ・販売チャネルの増加に対して、広告宣伝投資を一定水準に維持することでROASを改善。収益力を有する事業基盤の構築を図る。



23年4月期2Q 売上高

売上高(会計期間)

(百万円)



売上高増減分析 (対前年同期比)

〈モバイルライフ事業〉

- ・iPhone14シリーズ向け商品の需要が想定より伸びずEC・リアル(卸)ともに減収。

〈ゲーミングアクセサリ事業〉

- ・ゲーミングモニターPixioがAmazon販売事業者アワードを受賞するなど認知が拡大。

〈コスメティクス事業〉

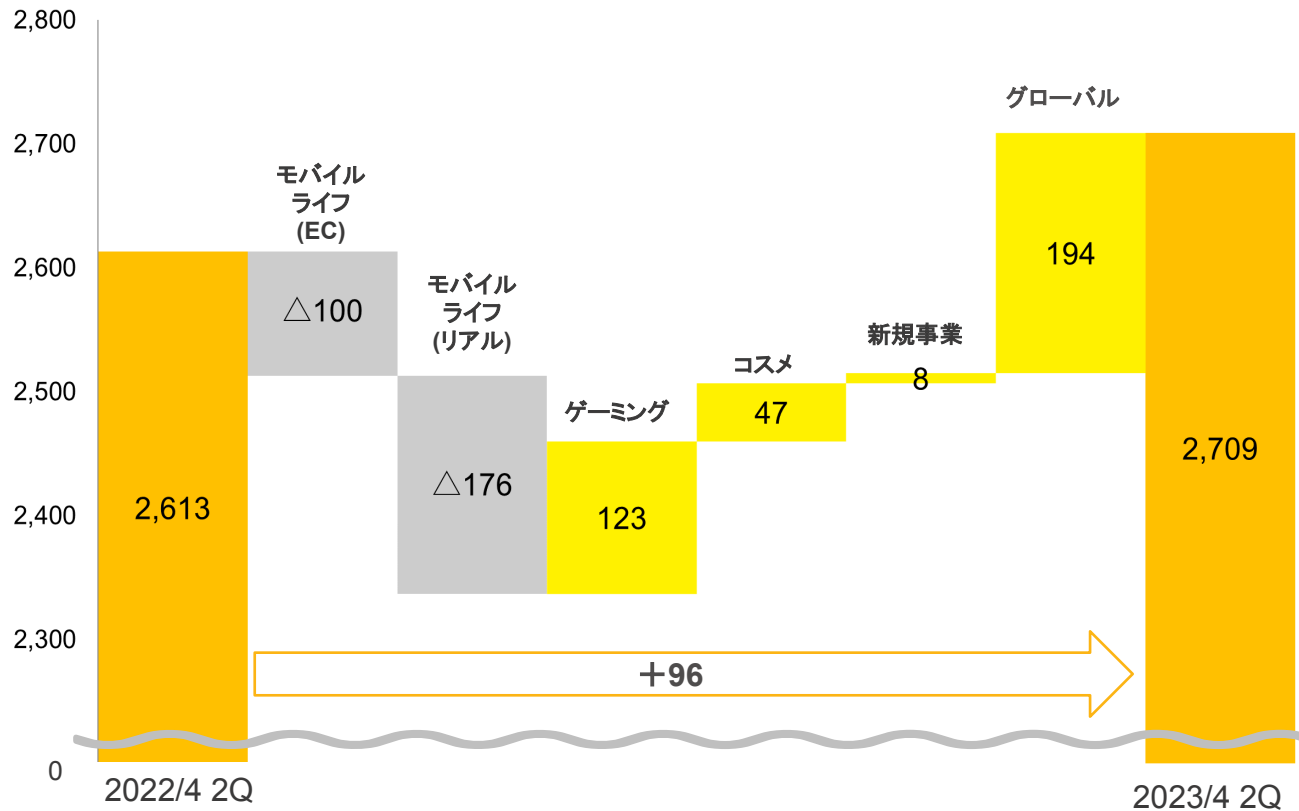
- ・コスメティクスは市場投入が遅れていた戦略商材を9月にローンチ。

〈グローバル事業〉

- ・グローバル事業のうち米国において拡販施策を積極化したことにより増収。

売上高(会計期間)

(百万円)



コマース

営業利益増減分析 (対前年同期比)

<モバイルライフ事業>

・減収の影響が大きく減益。

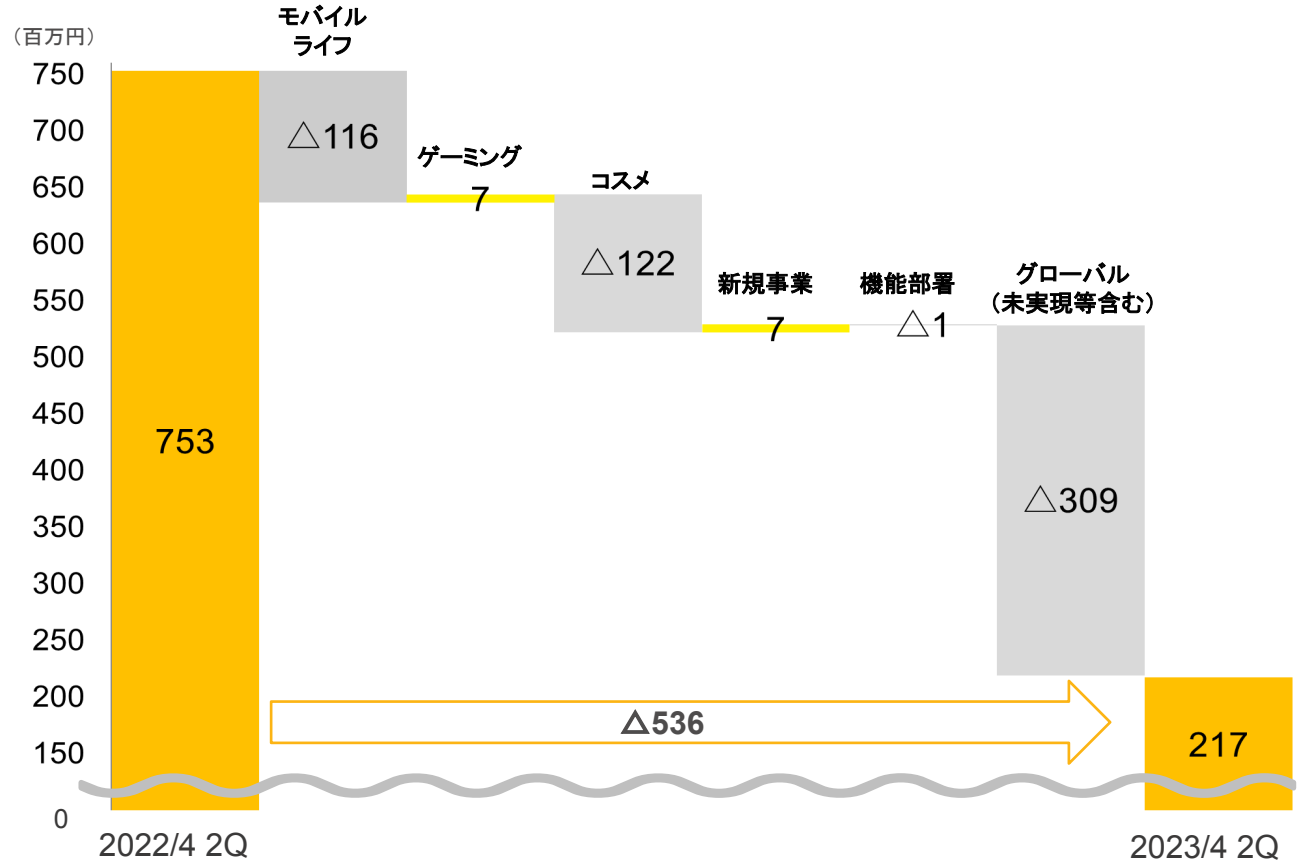
<コスメティクス事業>

・広告宣伝投資を継続し、営業損失138百万円となるも、今後エクспанションフェーズへ。

<グローバル事業>

・米国にて拡販施策(ディスカウント施策及び広告宣伝投資の拡大)を実施したことにより大幅な減益。

営業利益増減(会計期間)



Ⅲ. 通期業績予想

23年4月期 通期業績予想修正

詳細につきましては2022年12月14日公表の「通期業績予想の修正に関するお知らせ」をご参照ください。

(百万円)		2022/4	2023/4				
		①通期実績	②期初予想	前期増減額 (②—①)	③修正予想	予想増減額 (③—②)	前期増減額 (③—①)
通期業績予想修正							
コマース	売上高	10,311	12,311	2,000	10,717	△1,593	406
	セグメント利益	1,870	2,026	156	694	△1,331	△1,175
	利益率	18.1%	16.5%	△1.6%	6.5%	△10.0%	△11.6%
プラットフォーム	売上高	3,102	3,620	518	3,383	△236	281
	セグメント利益	1,225	1,407	182	1,337	△69	112
	利益率	39.5%	38.9%	△0.6%	39.5%	0.6%	0.0%
連結	売上高	13,413	15,932	2,519	14,098	△1,833	685
	セグメント利益	3,095	3,432	333	2,032	△1,399	△1,062
	調整額※1	△893	△1,139	△246	△1,017	121	△124
	営業利益	2,202	2,293	91	1,014	△1,278	△1,187
	利益率	16.4%	14.4%	△2.0%	7.2%	△7.2%	△9.2%

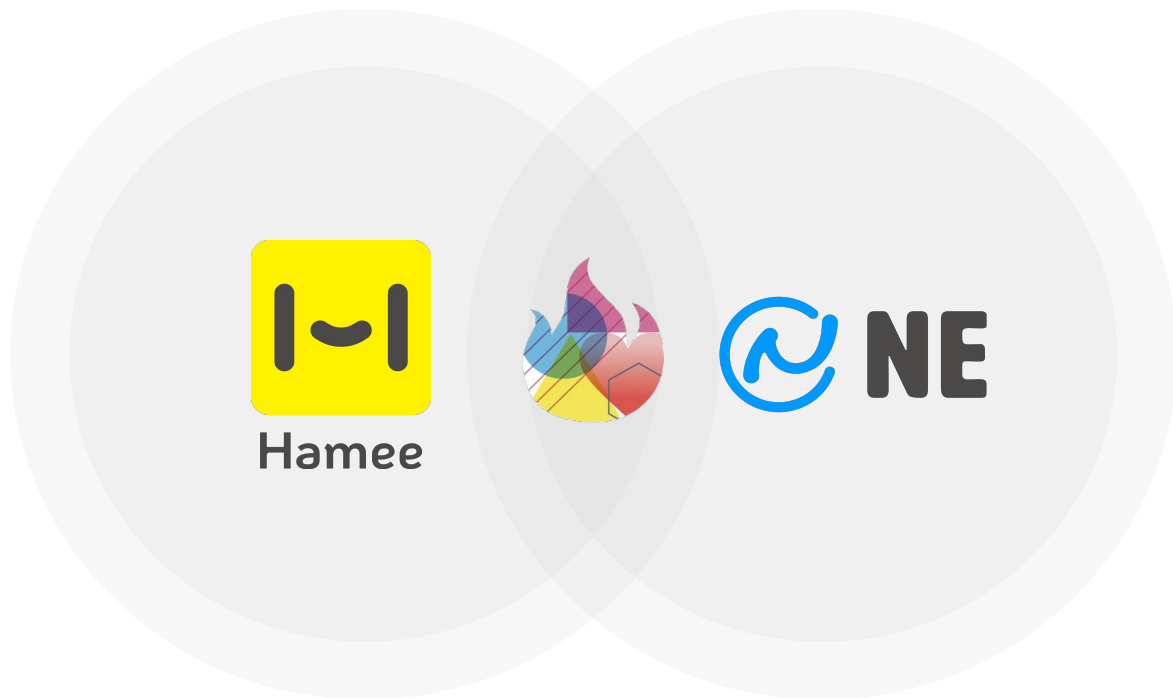
※1 調整額：管理部門に関わる費用を「調整額」として記載しております。

APPENDIX ご参考

会社概要

分社化

「クリエイティブ魂に火をつける」をMissionとして掲げ、超長期的にMissionを維持、実現していくため、プラットフォーム事業をNE株式会社として分社化し、両社にて成長していく。



事業ヒストリー

創業時の思い

創業者の樋口は当時大学生。Windows95が発売されインターネットは今後の社会基盤になると考える。インターネットによる流通革命を意識し、インターネットスーパー事業を検討するが生鮮品の取り扱いが難しかった。そこで、旅行先で目にした天然石に着目し、天然石を使ったストラップやプレスレットの販売を検討し、会社を設立。

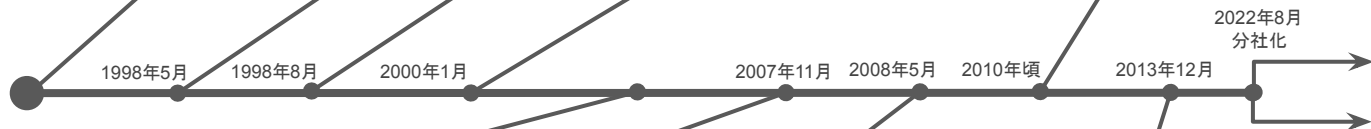
神奈川県小田原市にてモバイル周辺アクセサリーの企画・販売・ECを目的にマクロウィル有限会社を設立。天然石を使ったストラップなどを販売。これが現在のコマース事業の祖業である。

自社サイト「携帯アクセ市場」でのモバイル周辺アクセサリーのECを開始

「楽天市場」へ出店

従来のフィーチャーフォンからスマートフォンへのシフトチェンジの流れを的確にとらえたことにより、携帯ストラップ中心の販売からスマートフォンケース中心の販売にスムーズへ転換。

連結



ネクストエンジン開発背景

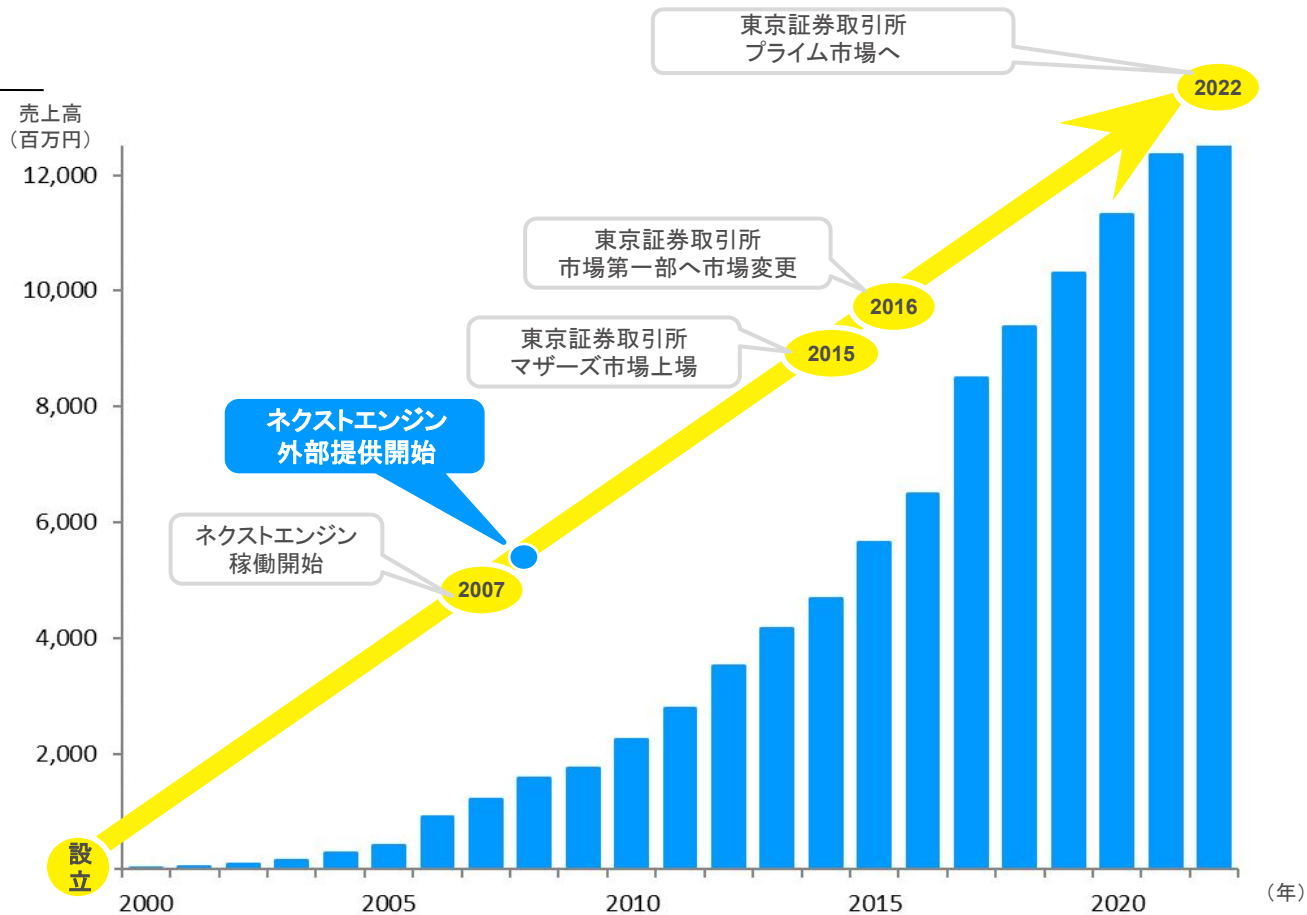
コマース事業で順調に規模を拡大していたが、規模拡大に伴い、人の手により対応していた商品の発送業務にまつわるメール連絡やお問い合わせ対応等の頻度も増加し、社員の業務負担が増加。業務負担を削減すべく、外部の受注管理システムを導入するも運用に合わなかった。そこで、自社でシステム開発を行う。

「ネクストエンジン」稼働開始

「ネクストエンジン」の外部向けサービス開始

SaaS型システムであったため、初期投資無しで利用可能であったことや、月額1万円～の価格設定は市場に大きな衝撃を与えた。これが現在のプラットフォーム事業の原点である。

「ネクストエンジン」のAPIを公開しプラットフォームとして提供開始



ビジネス概要

プラットフォーム

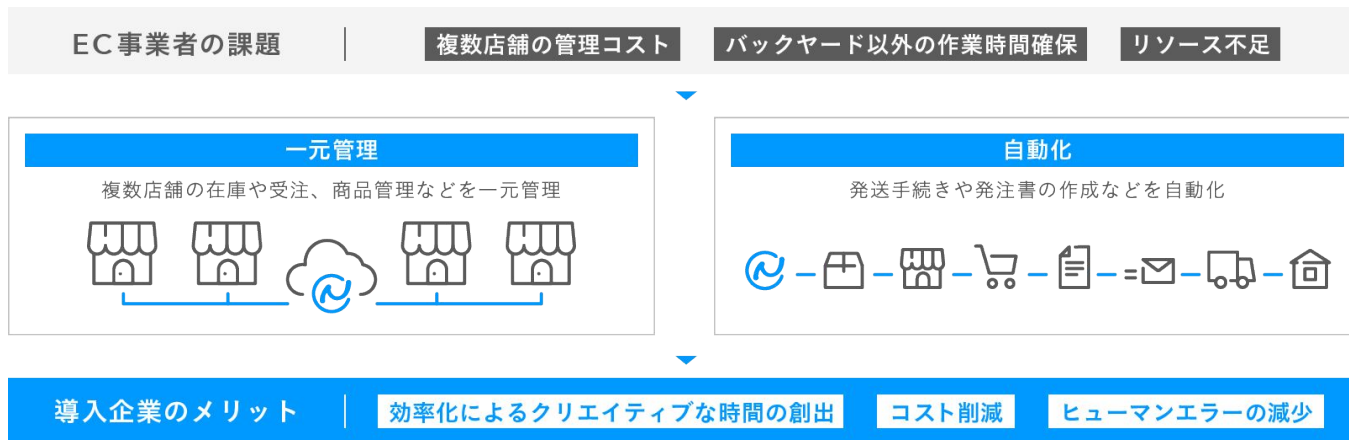


NEXT ENGINE

ネクストエンジン —主な機能

プラットフォーム

- ・ECサイト運営業務の自動化・効率化を支援するSaaS型EC Attractions。



基本料金 (受注件数400件まで)							
月額 10,000円~	+	従量課金区分	401件~	1,001件~	3,001件~	5,001件~	7,001件~
		従量課金単価	25円	20円	15円	10円	5円

- ・ネクストエンジンは
様々なジャンルのお客様
様をサポート。



※一部掲載

ネクストエンジン —代表的な導入企業

プラットフォーム



※一部掲載



株式会社ネバーセイネバー

<https://neversaynever.jp/>

商材：女性ファッション・アパレル



メイド・イン・アース

<https://madeinearth-store.jp/>

商材：オーガニックコットン製品、
石けん、家具



株式会社インターナショナルスワングループ

<https://swan-group.net/>

商材：衣類、ファッション小物等



ザボディショップジャパン株式会社

<http://www.the-body-shop.co.jp/shop/>

商材：自然派化粧品



合同会社わらいみらい

<http://waraimirai.com/>

商材：スイーツ、フルーツ、ギフト



NEXT ENGINE

ECの現場から
生まれた
サービス

当社がECを運営する中で、「もっと業務を楽しくしたい」という現場の声から生まれたサービス

業界No1の
契約社数※

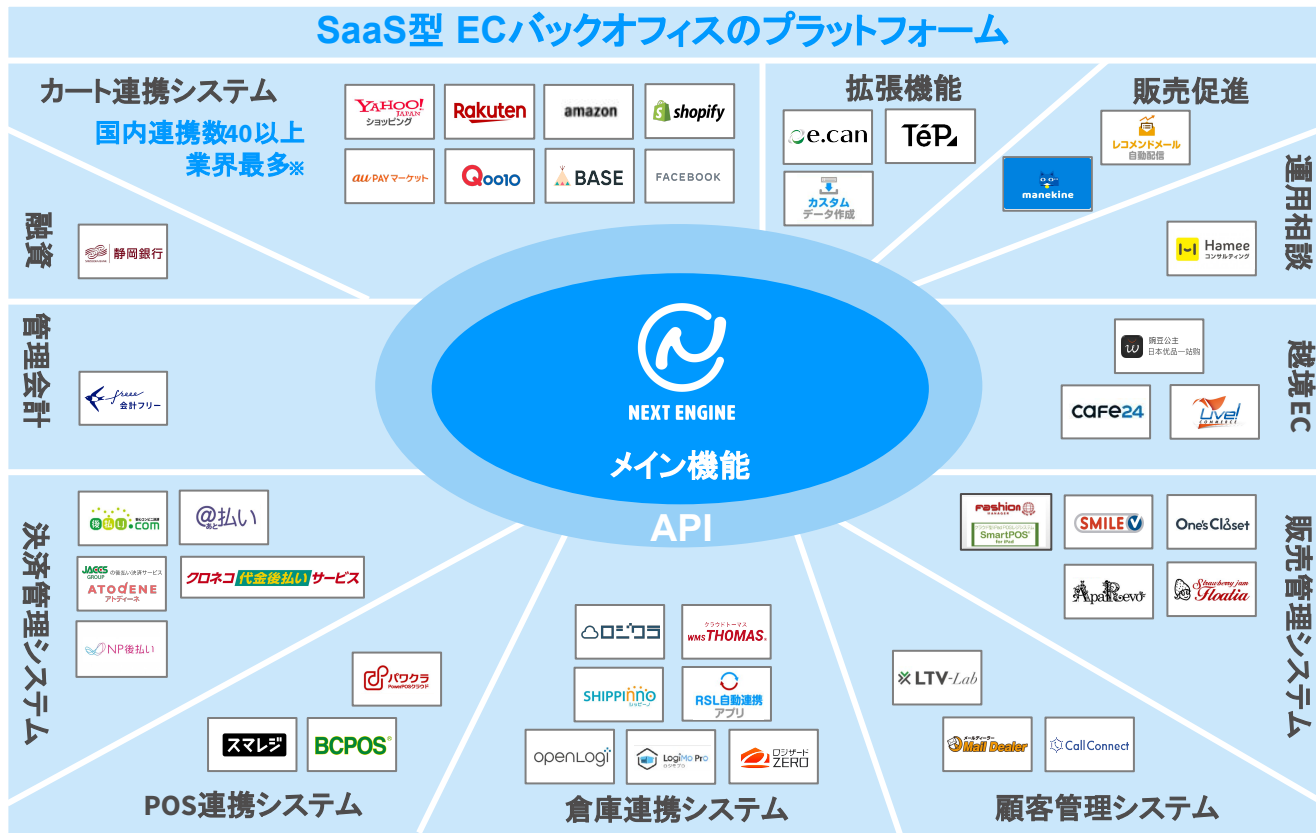
EC事業者様からの支持を獲得し続けたことによる業界No.1に裏付けられた高い信頼

※当社調べ

変化に強いカ
スタマイズ性

「アプリ」で機能をカスタマイズ・追加可能。事業規模や社会環境が変化しても変わらずずっと利用可能

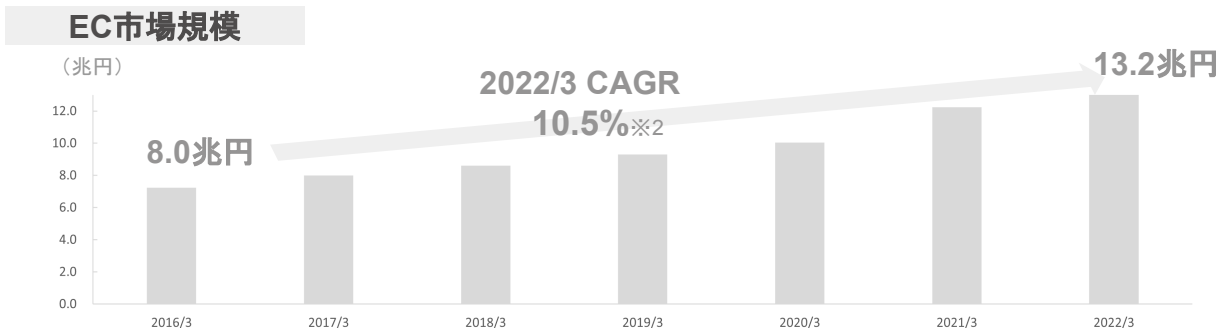
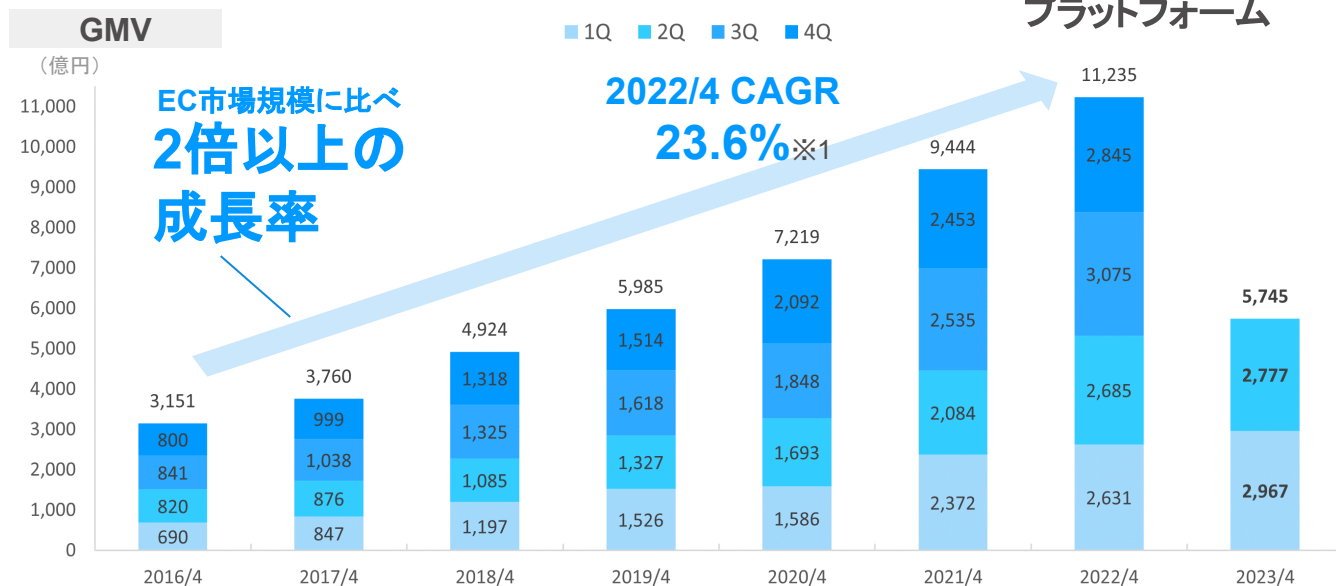
(一部掲載)



※当社調べ、2022年10月末時点

ネクストエンジン —GMV推移

- ・ネクストエンジンは国内EC市場より2倍以上の成長率。



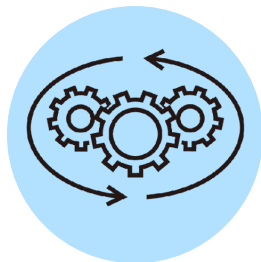
※1「年平均成長率」のこと。2016/4期を初年度とみなして算出。

※2 2016/3(2015年度)を初年度とみなし、経済産業省が実施している「電子商取引実態調査」の「物販系分野のBtoC-ECの市場規模」のデータより当社が算出。



ECコンサル

担当コンサルタントが戦略策定、SEOや広告などの集客改善、レポートや客単価向上など、様々な角度からサポート。



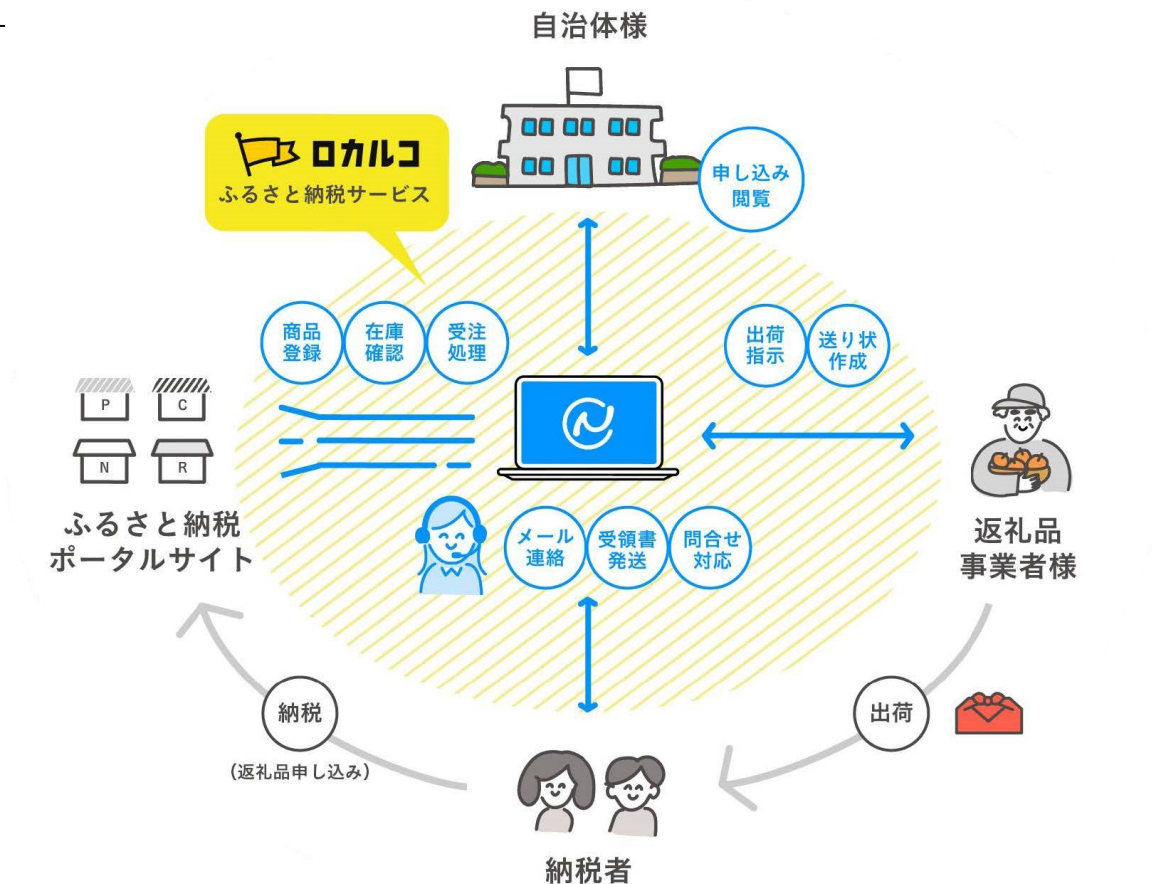
運営代行

煩雑な業務が発生するECサイト運営を上流から下流まで、顧客の要望に応じて代行。



EC出店・構築コンサル

EC新規出店を検討する事業者へ、モール選定やサイト・ページの設計を含むコンサルティングと、実際のサイト制作までを一気通貫で引受。

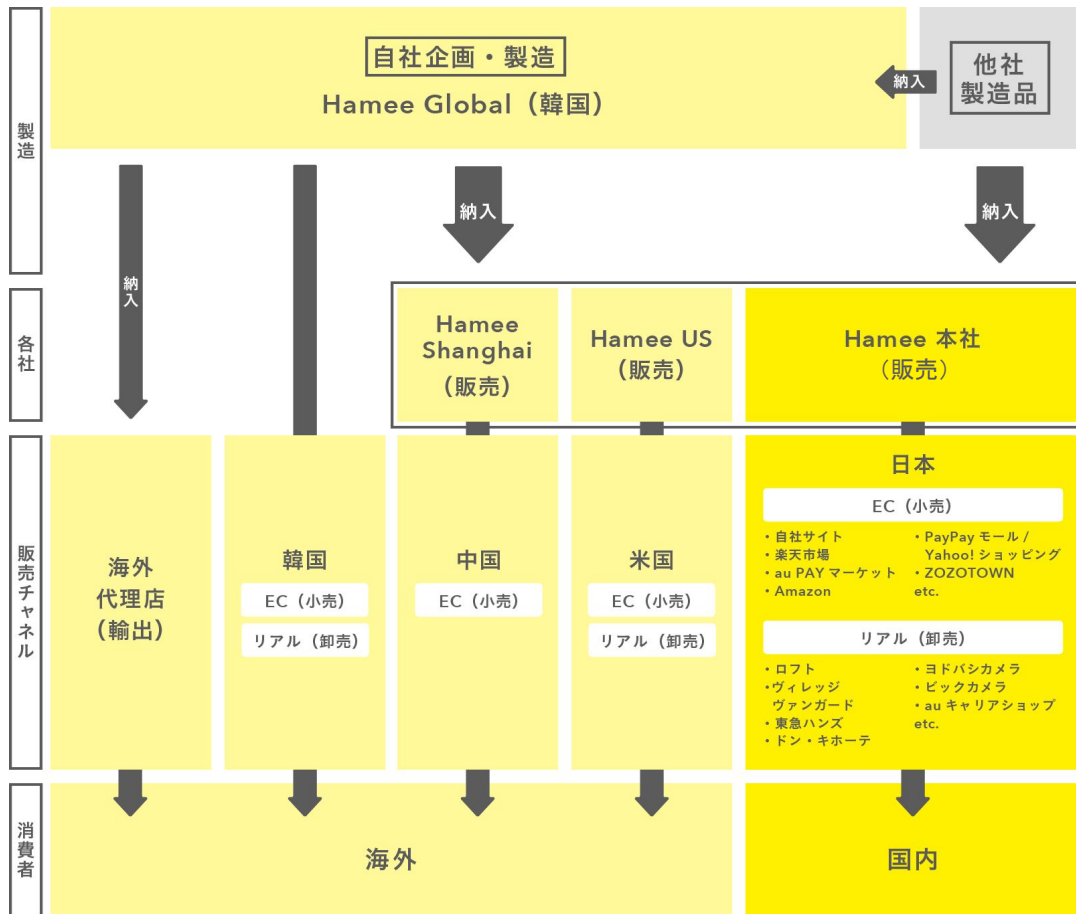


コマース



コマース事業 サプライチェーン

・主力商品である「iFace」においては、自社で企画・製造・販売(EC含む)を完結できる体制を構築。



コマース



特徴的な デザイン

耐衝撃性といった機能性のもとより、「くびれ」による独特な曲線美や豊富なカラーバリエーションなど個性を表現することも考慮したデザイン。

モバイルアクセサリー 専門ブランドとしての 高い認知

製品の丈夫さや使用性から信頼度も高く、ブランド認知度は20代前半の男女では64%の高さを誇る。

※当社調べ
調査期間:2021年12月
調査人数1,291人
調査手法:インターネット調査
対象:20~24歳の男女(スマートフォン利用者)

若年層顧客からの 強い支持

若年層※のスマートフォン使用者のなかで、iFace使用者(経験含む)が40%以上であり、高いロイヤルティを得ており、多様な販売先の確保も可能にしている。

※20~24歳の女性を中心とした層として記載しています(2021年12月当社調べ)

コマース 競争力の源泉

ECノウハウ最大化

- ・ネクストエンジンを徹底活用した効率的なオペレーション
- ・店舗運営
- ・CS対応
- ・倉庫連携等

多様な販売チャネル

- ・商品販売の最大化
- ・自社企画商品による利益率の向上
- ・コロナ禍においても成長継続

サプライチェーン
マネジメント

- ・消費者の声をスピーディーに商品企画へ
- ・商品カテゴリー拡張
- ・自社生産による生産益の取込

iFaceブランドを
活用した成長

- ・First Class
- ・Reflection
- ・新シリーズ
- ・周辺アクセサリー
- ・色、キャラクター展開



iFaceの成長過程で得た
ブランドマネジメントを活用し
新ブランド立ち上げ

- ・salisty、Andmesh



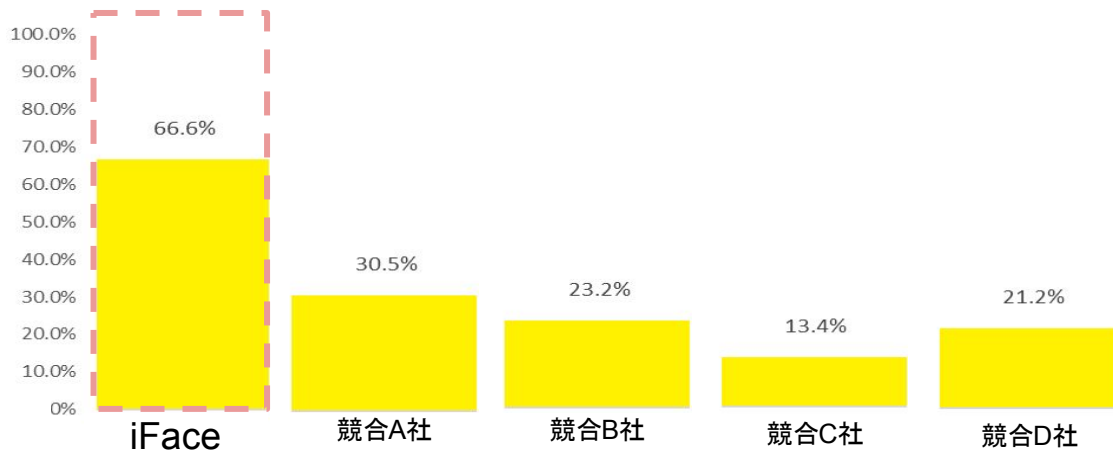
過去20年にわたり、国内コマース事業は増収トレンドを維持。

iFace —認知度

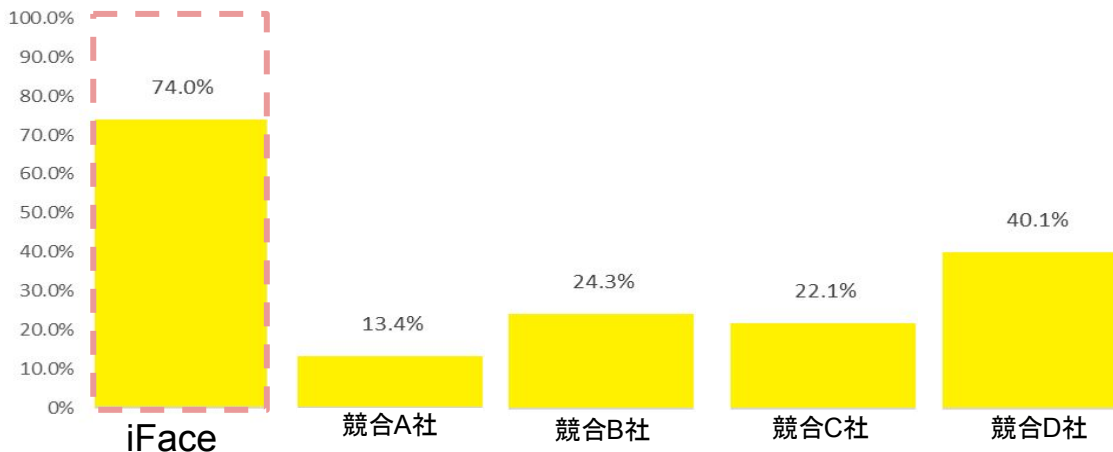
・他社ブランドに比べて、
10代後半、20代前半の
女性にて圧倒的な認知度

※当社調べ
調査期間:2021年12月
調査人数:10代女性 599人/20代前半
女性 638人
調査手法:インターネット調査
対象:15~24歳の女性(スマートフォン
利用者)

ブランド認知度(10代後半 女性)



ブランド認知度(20代前半 女性)



iFace —シリーズ展開

iFaceユーザーの声を次々と商品化。

・Look in Clear

WEBアンケート調査にて、「iFaceで使ってみたいアイテム」として、一番強い要望であった”フルクリアケース”を商品化。

・タブレットケース

中期経営戦略の1つである商品戦略に基づくスマホケースに留まらない商品展開。

・Hang and

トレンドを押さえたショルダーストラップ付属の新商品を2月に発売予定。

高いデザイン性+シリーズ拡張+周辺アクセサリ展開

・First Class



主力商品

・Reflection



・Look in Clear



商品開発

・タブレットケース



周辺アクセサリ展開

・Hang and



商品開発

・Finger Ring Holder



・Compact Wallet



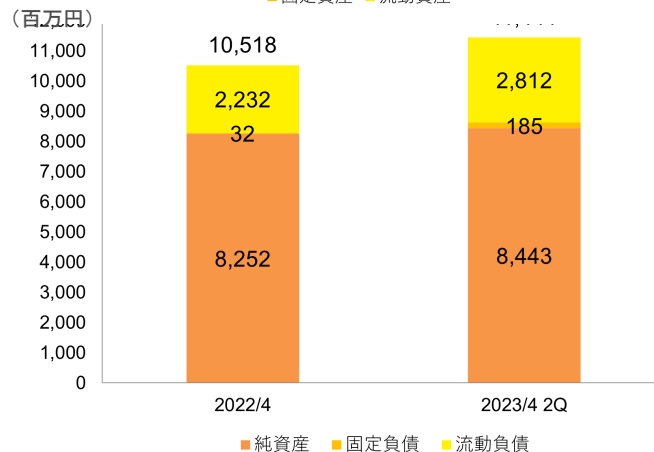
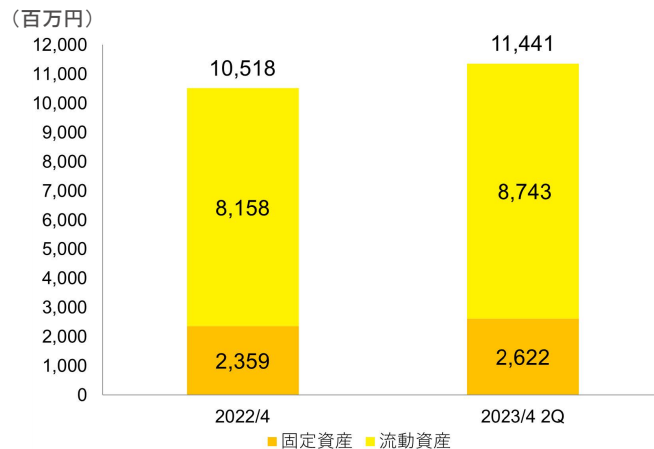
・Grip On Silicone Case



参考情報

23年4月期2Q 連結貸対照表

コマース



単位: 百万円

流動資産	8,743	(+585)
■ 現金及び預金	3,468	(△557)
■ 受取手形及び売掛金	1,846	(+179)
■ 商品	1,770	(+341)
■ その他	1,235	(+734)

固定資産	2,697	(+337)
■ 有形固定資産	1,605	(+392)
■ 無形固定資産	355	(△101)
■ 投資その他	736	(+46)

流動負債	2,812	(+580)
■ 短期借入金	1,000	(+500)
■ その他	204	(+135)

固定負債	185	(+152)
■ その他	174	(+171)

純資産	8,443	(+190)
■ 利益剰余金	7,384	(+186)

年度	2021/4				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
契約社数(社)	4,179	4,351	4,513	4,739	4,739
導入店舗数(店)	31,771	33,114	34,461	36,004	36,004
GMV(億円)	2,372	2,084	2,535	2,453	9,444
ARPU(円)	38,489	34,902	36,949	35,815	36,539
月次解約率	0.82%	0.88%	0.86%	0.90%	0.87%
受注処理件数(万件)	3,394	2,876	3,364	3,321	12,955
LTV(Lifetime Value)(円)	4,684,866	3,961,527	4,275,717	3,978,015	4,225,031

年度	2022/4					2023/4	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
契約社数(社)	4,949	5,093	5,236	5,417	5,417	5,560	5,598
導入店舗数(店)	37,765	39,134	40,192	41,595	41,595	43,049	44,221
GMV(億円)	2,631	2,685	3,075	2,845	11,236	2,967	2,777
ARPU(円)	36,525	35,141	37,077	35,638	36,095	35,833	34,434
月次解約率	0.81%	0.95%	0.96%	0.90%	0.91%	0.80%	1.04%
受注処理件数(万件)	3,543	3,335	3,909	3,738	14,525	3,924	3,587
LTV(Lifetime Value)(円)	4,519,089	3,702,895	3,857,032	3,939,768	4,004,696	4,493,902	3,323,480

※GMV及び受注処理件数は各四半期末における合計値、月次解約率は四半期期間における解約数の平均から四半期末時点の契約社数を除算した数値を記載しております。

各事業数値 一売上高

連結

(単位:百万円)

事業数値サマリー(会計期間)

			2022/4				2023/4	
			1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高		モバイルライフ事業	1,588	2,302	2,167	2,240	1,557	2,025
		ゲーミングアクセサリ事業	19	35	163	177	188	159
		コスメティクス事業	-	-	11	18	23	47
		新規事業投資	10	10	14	21	18	18
		国内コマース合計	1,626	2,356	2,364	2,465	1,798	2,257
		グローバル事業	302	264	721	240	543	458
		コマースセグメント合計	1,921	2,613	3,078	2,697	2,331	2,709
		ネクストエンジン事業	542	535	583	579	597	580
		コンサルティング事業	103	114	126	118	120	148
		ロカルコ事業	49	67	242	38	55	90
		プラットフォームセグメント合計	695	717	952	736	774	819
		売上高合計	2,617	3,331	4,030	3,434	3,106	3,527

各事業数値

一営業利益

(単位:百万円)

事業数値サマリー(会計期間)

			2022/4				2023/4	
			1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
セグメント 利益		モバイルライフ事業	285	527	425	469	313	410
		ゲーミングアクセサリ事業	△2	0	△4	6	2	7
		コスメティクス事業	△8	△16	△73	△99	△110	△138
		新規事業投資	△65	△64	△56	△114	△54	△57
		機能部署	△21	△24	△17	△18	△26	△26
		国内コマース合計	196	438	280	251	134	202
		グローバル事業(未実現利益等含む)	88	330	270	44	35	15
		コマースセグメント合計	285	753	542	288	159	217
		プラットフォームセグメント合計	260	267	430	266	322	333
		セグメント利益合計	546	1,021	973	554	482	550
調整額			△218	△215	△233	△226	△234	△224
営業利益			327	806	739	327	248	326

株主還元— 1株当たり配当

① 業績連動

利益成長に応じて株主様へ利益還元をしていきます。

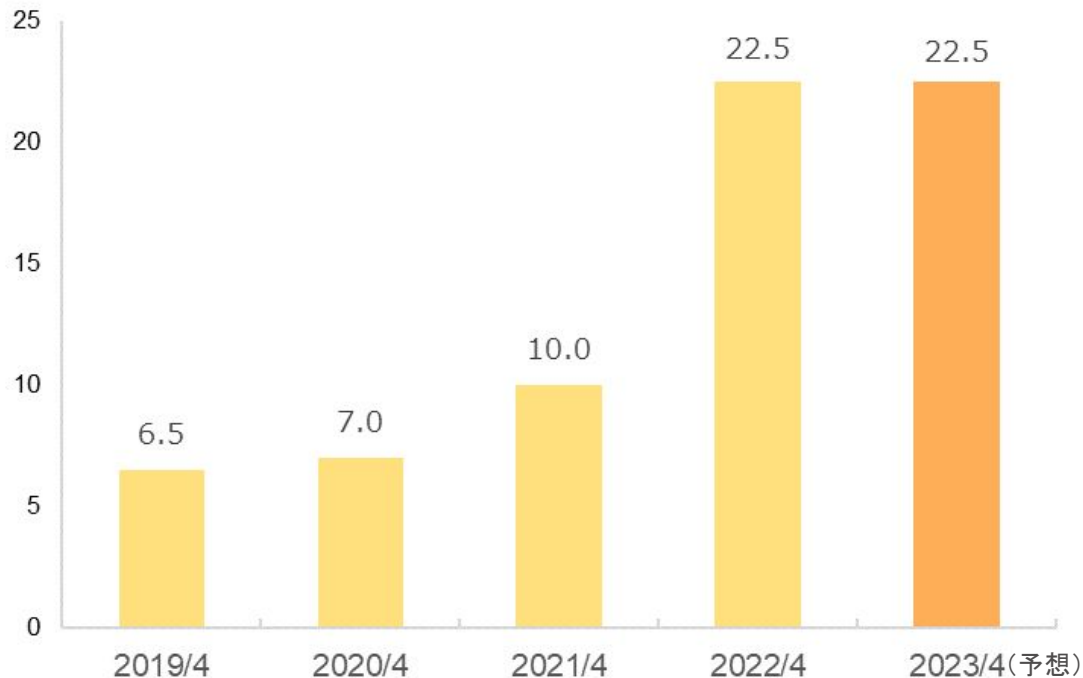
配当性向20%以上を維持

② 安定配当

大きな損益や外部環境の変化が無い限り、原則DPSを維持もしくは向上させます。

配当金額

(円)



本資料の取扱いについて

- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘（以下「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。
- 他社登録商標・商標をはじめ、本資料に記載されている会社名、システム名、製品名は一般に各社の登録商標または商標です。なお、本文および図表中では、「™」「®」は明記しておりません。



本資料ならびにIR関係のお問い合わせにつきましては、
下記までお願いいたします。

Hamee株式会社 経営企画部
TEL: 0465-42-9181
ホームページ: <https://hamee.co.jp>