



Hamee株式会社

2024年4月期2Q決算
決算説明資料

- I . エグゼクティブサマリ
- II . 決算概要
- III . ビジネスハイライト
- IV . 組織再編
- V . 中期経営計画

Appendix

- ・会社概要
- ・ビジネス概要
- ・参考情報

I . エグゼクティブサマリ

01

第1四半期から引き続き、売上高および営業利益について両セグメントともに期初計画を上回って推移。

02

モバイルライフ事業の売上回復に加え、コスメティクス事業の売上が前年同期比11.0倍と好調を維持したことで、コマースセグメントは大幅な回復基調。

03

9月の駆け込み需要に伴い、ふるさと納税支援サービスであるロカルコ事業が業績を牽引。逆風が強まる環境下にあるも、強固な顧客基盤によりプラットフォームセグメントは引き続き増収増益。

II. 決算概要

当社グループにおける季節要因に関するご説明

- 下記の各要因により、当社グループは第3四半期に売上高及び各段階利益が最も大きくなる傾向が強
く、加えて第4四半期も一定の需要期であるため、業績は下期偏重になる特性があります。
- そのため利益計画についても下期偏重を前提として策定しています。

コマース セグメント

- 第3四半期(売上高及び利益の最盛期)
 - 年末商戦(グローバル事業においてはクリスマス商戦)による販売拡大
 - 新型iPhone向け商材を中心とするモバイルライフ事業の販売拡大
- 第4四半期(年度末、年度初めに伴う需要期)
 - 入学・就職などの新生活に伴う当社プロダクトの需要増

プラッ フォーム セグメント

- 第2四半期(ARPU低迷期)
 - 夏季レジャー等「コト消費」へ消費行動が変化するため EC事業者の受注処理件数が
低下、結果としてネクストエンジン事業の ARPU低下(売上減少)傾向
- 第3四半期(売上高及び利益の最盛期)
 - 年末商戦に伴い EC事業者の受注処理件数が増加、結果としてネクストエンジン事業の
ARPU上昇(売上増加)傾向
 - 一方で EC事業者繁忙期につき契約獲得は鈍化傾向
 - ロカルコ事業はふるさと納税のピークである12月が業績の最盛期

24年4月期2Q 連結概況

- コマースセグメントの主要事業であるモバイルライフ事業の回復とコスメティクス事業の躍進によってグループ全体でトップラインは前年比15.0%成長(累計期間)
- 1Qに発生した税金費用の影響により親会社株主に帰属する四半期純利益は2Q累計期間で前年比マイナスとなるも、会計期間においては前年比16.1%の成長

(百万円)	会計期間				累計期間			
	2023/04 2Q実績	2024/04 2Q実績	増減額	前年比	2023/04 1Q~2Q実績	2024/04 1Q~2Q実績	増減額	前年比
連結業績概況								
売上高	3,527	4,314	787	22.3%	6,633	7,631	997	15.0%
売上総利益	2,099	2,683	583	27.8%	3,997	4,721	723	18.1%
営業利益	326	459	133	40.9%	574	633	59	10.3%
親会社株主に帰属する四半期純利益	288	334	46	16.1%	495	201	△ 293	△59.2%

24年4月期2Q セグメント別概況

- コマースは2Qの大幅増収により1Qでのセグメント利益のビハインドを払拭し前年比4.2%増益(累計期間)
- プラットフォームはセグメント利益が前年比15.6%成長、利益率も41.2%から46.3%へ向上(累計期間)

(百万円)

連結セグメント概況		会計期間				累計期間			
		2023/04 2Q実績	2024/04 2Q実績	増減額	前年比	2023/04 1Q~2Q実績	2024/04 1Q~2Q実績	増減額	前年比
コマース	売上高	2,709	3,453	743	27.5%	5,041	5,991	949	18.8%
	セグメント利益	217	306	88	40.7%	377	393	15	4.2%
	利益率	8.0%	8.9%	0.8%	—	7.5%	6.6%	△0.9%	—
プラットフォーム	売上高	819	858	38	4.7%	1,593	1,639	46	2.9%
	セグメント利益	333	409	76	22.8%	656	758	102	15.6%
	利益率	40.7%	47.7%	7.0%	—	41.2%	46.3%	5.1%	—
連結	売上高	3,527	4,314	787	22.3%	6,633	7,631	997	15.0%
	セグメント利益	550	715	164	29.9%	1,033	1,151	118	11.4%
	調整額※1	△ 224	△ 255	△ 31	—	△ 458	△ 517	△ 58	—
	営業利益	326	459	133	40.9%	574	633	59	10.3%
	利益率	9.2%	10.6%	1.4%	—	8.7%	8.3%	△0.4%	—

24年4月期2Q コマースセグメント概況(売上高)

- 継続的な新商品の投入と新規卸先の獲得、新型iPhone商戦の出足が想定どおりだったことなどによりモバイルライフ事業は卸販売を中心に売上が回復
- TV番組による紹介を起点として認知が急拡大したコスメティクス事業は売上高が前年比11.0倍と好調を維持

(百万円)	会計期間				累計期間			
	2023/04 2Q実績	2024/04 2Q実績	増減額	前年比	2023/04 1Q~2Q実績	2024/04 1Q~2Q実績	増減額	前年比
コマースセグメント								
売上高	2,709	3,453	743	27.5%	5,041	5,991	949	18.8%
モバイルライフ事業	2,025	2,161	135	6.7%	3,582	3,774	191	5.3%
ゲーミングアクセサリ事業	159	151	△7	△4.7%	347	332	△15	△4.6%
コスメティクス事業	47	468	420	884.7%	71	785	714	1,001.3%
新規事業投資	18	71	52	280.1%	37	100	62	167.8%
グローバル事業	458	601	142	31.1%	1,002	999	△2	△0.3%

24年4月期2Q コマースセグメント概況(営業利益)

- 米国での販売が好調なグローバル事業がセグメント利益の伸びを牽引。会計期間で前年比639.8%、累計期間で142.6%の大幅な増益
- 間接部門(機能部署)への費用配賦方針の見直しによりモバイルライフ事業も増益となる

(百万円)	会計期間				累計期間			
	2023/04 2Q実績	2024/04 2Q実績	増減額	前年比	2023/04 1Q~2Q実績	2024/04 1Q~2Q実績	増減額	前年比
コマースセグメント								
営業利益	217	306	88	40.7%	377	393	15	4.2%
モバイルライフ事業	410	454	43	10.6%	724	779	55	7.6%
ゲーミングアクセサリ事業	7	△11	△18	—	9	△15	△24	—
コスメティクス事業	△138	△161	△23	—	△249	△230	19	—
新規事業投資	△57	△53	3	—	△111	△116	△4	—
機能部署	△26	△78	△52	—	△52	△162	△109	—
グローバル事業	21	157	135	639.8%	56	137	80	142.6%
利益率	8.0%	8.9%	0.8%	—	7.5%	6.6%	△0.9%	—

24年4月期2Q プラットフォームセグメント概況

- EC市場の低迷に伴ってARPU低下が見られるも契約社数増加により **ネクストエンジン事業** は増収を維持
- **コンサルティング事業** は 前年の吸収合併の際に7か月分の業績を取り込んだことから前年比減収の外観を呈するも **利益率は改善**
- 9月に制度変更に伴う駆け込み需要が発生し **ロカルコ事業** が **大幅増収**

(百万円)

プラットフォームセグメント	会計期間			
	2023/04 2Q実績	2024/04 2Q実績	増減額	前年比
売上高	819	858	38	4.7%
ネクストエンジン事業	580	594	14	2.4%
コンサルティング事業	148	103	△44	△30.1%
ロカルコ事業	90	159	69	76.5%
営業利益	333	409	76	22.8%
営業利益率	40.7%	47.7%	7.0%	—

累計期間			
2023/04 1Q~2Q実績	2024/04 1Q~2Q実績	増減額	前年比
1,593	1,639	46	2.9%
1,178	1,223	44	3.8%
268	204	△64	△24.0%
146	212	66	45.2%
656	758	102	15.6%
41.2%	46.3%	5.1%	—

24年4月期2Q 連結概況 一売上高増減分析

<コマース>

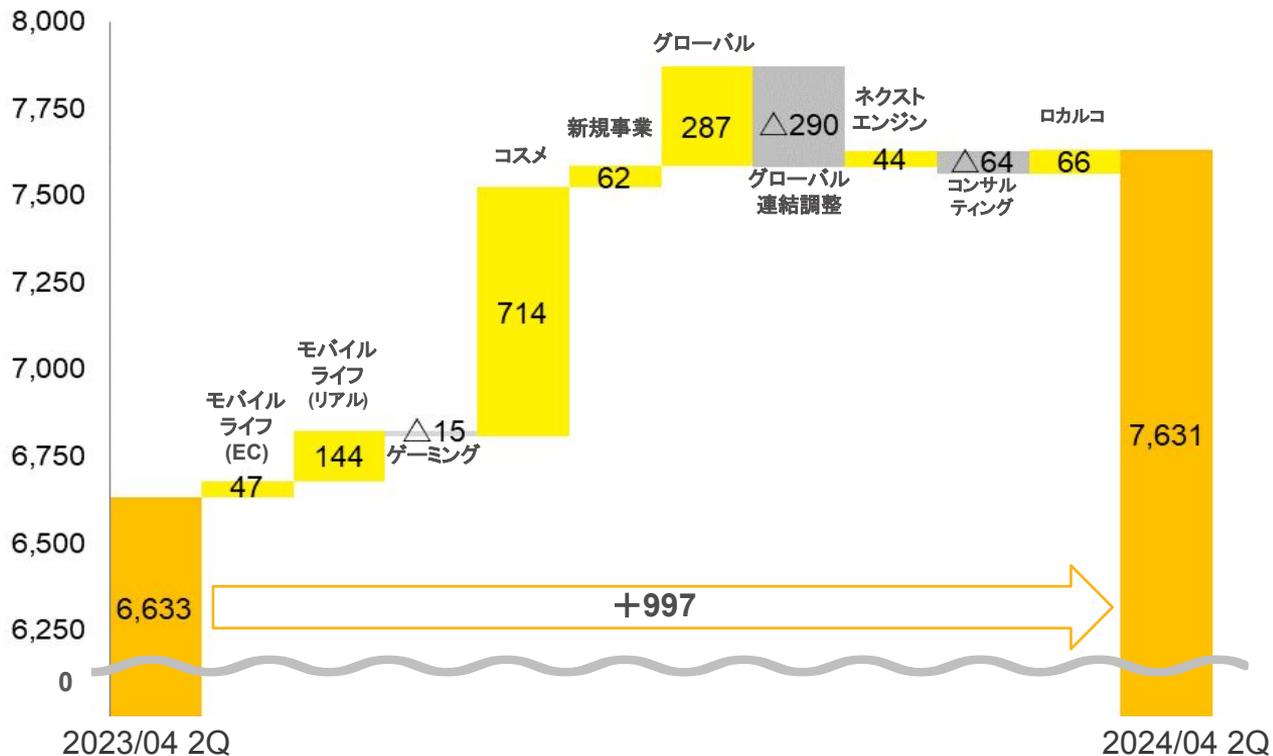
- モバイルライフ: 新商品展開、新型iPhone商戦でリアル(卸販売)の回復が顕著に。
- コスメティクス: 引き続き好調を維持し大躍進。今後採算性の改善に期待。
- グローバル: 米国での販売が増加するも、連結消去すべき内部取引の増加により連結ベースでは若干の減収。

<プラットフォーム>

- コンサルティングの減収は前期の吸収合併時に7か月分の業績を取り込んだ影響が大きい。

売上高(累計期間)

(百万円)



24年4月期2Q 連結概況 —営業利益増減分析

<コマース>

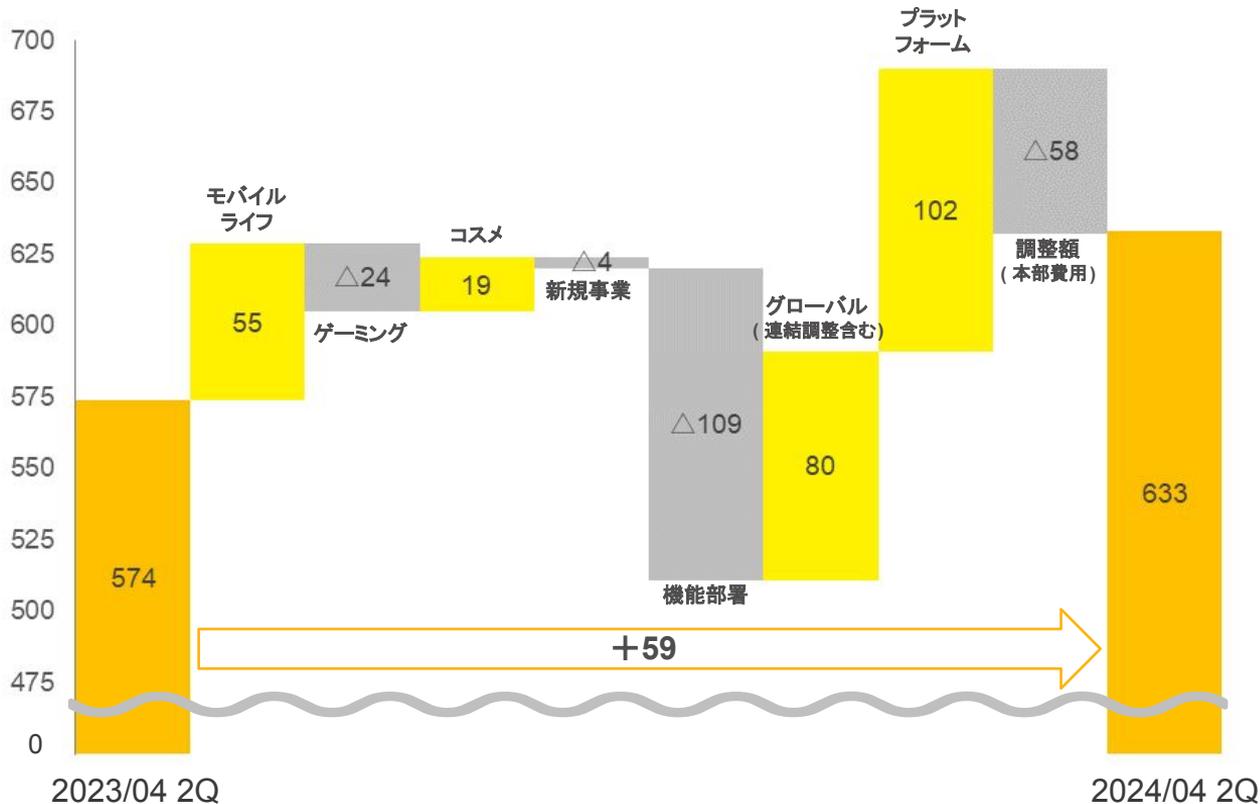
- モバイルライフ:リアル(卸販売)の増収と間接費の配賦方針変更に伴い大幅増益。
- コスメティクス:大幅な増収効果によって増益を達成。下期以降増益幅の拡大に期待。
- グローバル:米国での好調な販売を背景に大幅な増益。
- 間接費の一部をモバイルライフ事業から機能部署に配賦したため費用増。

<プラットフォーム>

- 強固な顧客基盤に支えられ限界利益率も高いことから増益基調を維持。

営業利益(累計期間)

(百万円)



Ⅲ. ビジネスハイライト

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)

858百万円

(前年比 4.7%増)

営業利益率(2Q)

47.7%

(前年比7.0%増)

ネクストエンジン事業

総契約社数(2Q)

6,033社

(前年比 435社増)

GMV(2Q)※1

2,623億円

(前年比 7.9%増)

ARPU(2Q)※2

32,863円

(前年比 4.6%減)

月次解約率(2Q)※3

0.82%

(前年比 0.2%減)

※1GMV・・・Gross Merchandise Valueの略でネクストエンジンを通じて行われるEC取引の総額として記載しております。
当第2四半期よりキャンセル処理分をGMVから除外した値となっております。

※2ARPU・・・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。

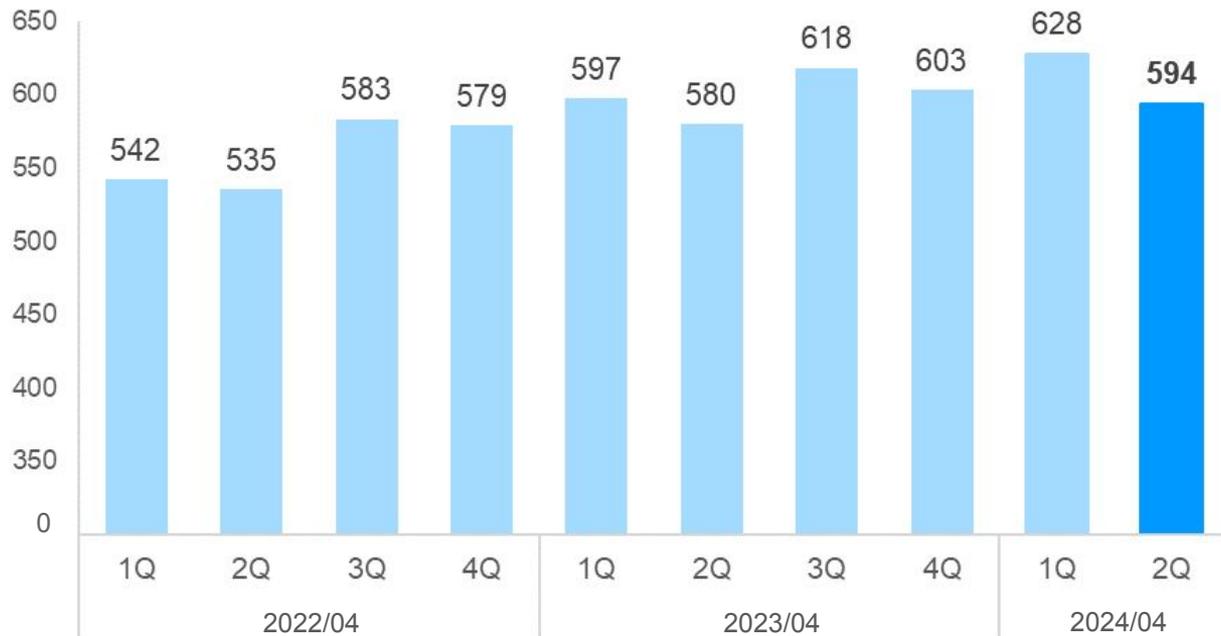
※3月次解約率・・・四半期間における解約数の平均から四半期末時点の総契約社数を除算した数値を記載しております。

ネクストエンジン事業 —24年4月期2Q 売上高

- 2Qは夏季休暇に伴うレジャー等「コト消費」へ消費行動がシフトするため、季節要因としてユーザーであるEC事業者の受注処理件数減少に伴うARPU低下が起こりやすく、売上が伸び悩むタイミングとなる。
- ネガティブな季節要因はあるものの、顧客基盤は着実に築けており、前年同四半期に対し2.4%の増収。

売上高(会計期間)

(百万円)

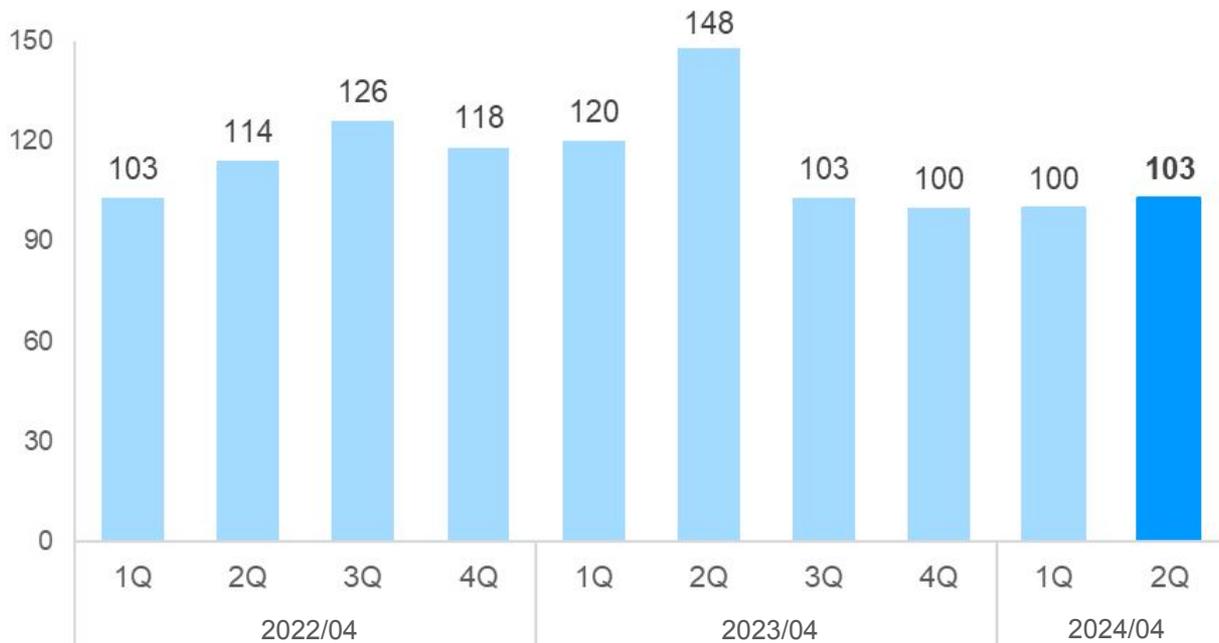


コンサルティング事業 —24年4月期2Q 売上高

- 前期2Qは吸収合併処理に伴い2022年4月～10月の7か月分の売上を計上。
- 経営課題に対処するため、今期は売上高の増加に主眼を置くのではなく、リソース確保と基盤整備を優先課題として取り組む。
- 利益率は好調を維持しており、基盤強化後は攻めに転じる。

売上高(会計期間)

(百万円)

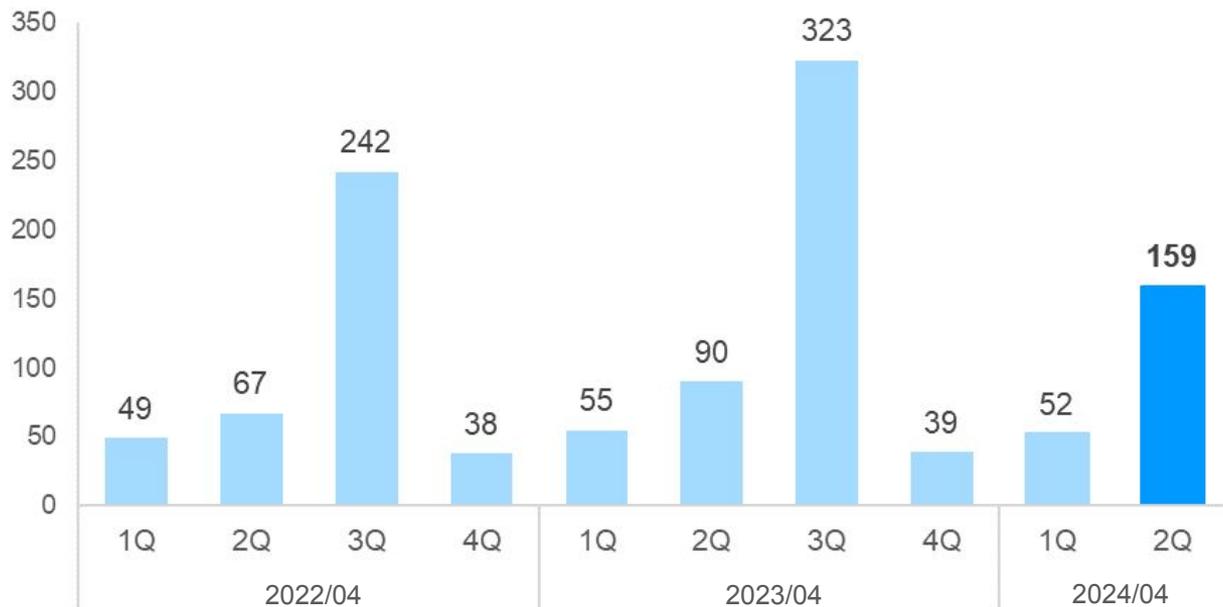


ロカルコ事業 —24年4月期2Q 売上高

- 10月の制度変更に伴う駆け込み需要が9月に発生し2Q売上高としてはギネスを記録するも、10月以降の反動減懸念は拭えず。
- 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、納税期限である12月に取扱いが最も大きくなり3Qに売上高のピークが発生する。これに伴い4Qに反動減が著しくなる傾向が強い。

売上高(会計期間)

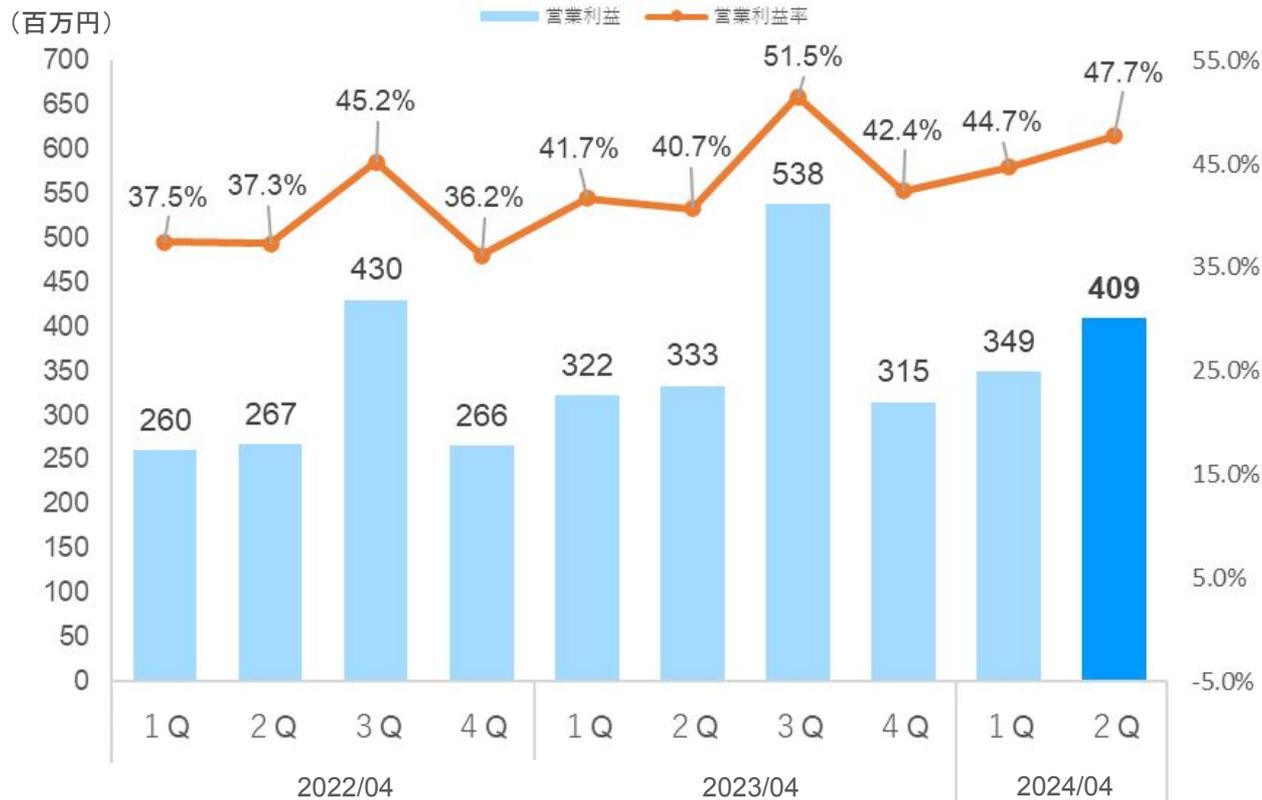
(百万円)



営業利益(会計期間)

24年4月期2Q 営業利益

- ロカルコ事業の大幅増収が牽引。また、ネクストエンジンの限界利益率の高さもあり2Qの営業利益は大幅に伸長。
- 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3Qに売上高がピークとなるためセグメントとして3Qの営業利益が一番高くなる傾向がある。



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し、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た状況に改善の兆しが見えはじめた。
- 1Qの契約純増数 **145社**に対し2Qの契約純増数は**116社**で着地。夏季休業等、EC事業者の営業日数が少なくなりシステム導入検討意欲が一次的に減退したものの、粘り強く営業活動を展開し、前年平均純増社数を超える契約獲得水準を達成。

総契約社数

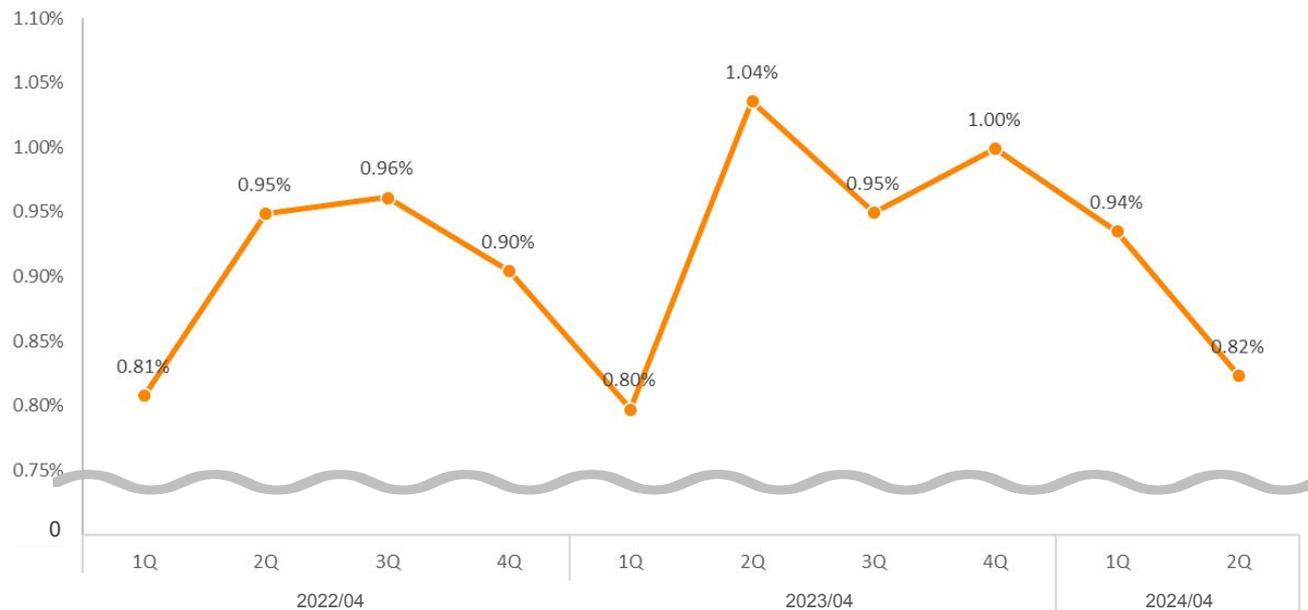


ネクストエンジン事業 —解約率推移

- ECから撤退する事業者は一定数認められるものの、年平均月次解約率は1.00%以下を維持し引き続き低位で推移。

解約率

2022/04 年平均月次解約率※	2023/04 年平均月次解約率※	2024/04 年平均月次解約率※
<u>0.91%</u>	<u>0.95%</u>	<u>0.88%</u>



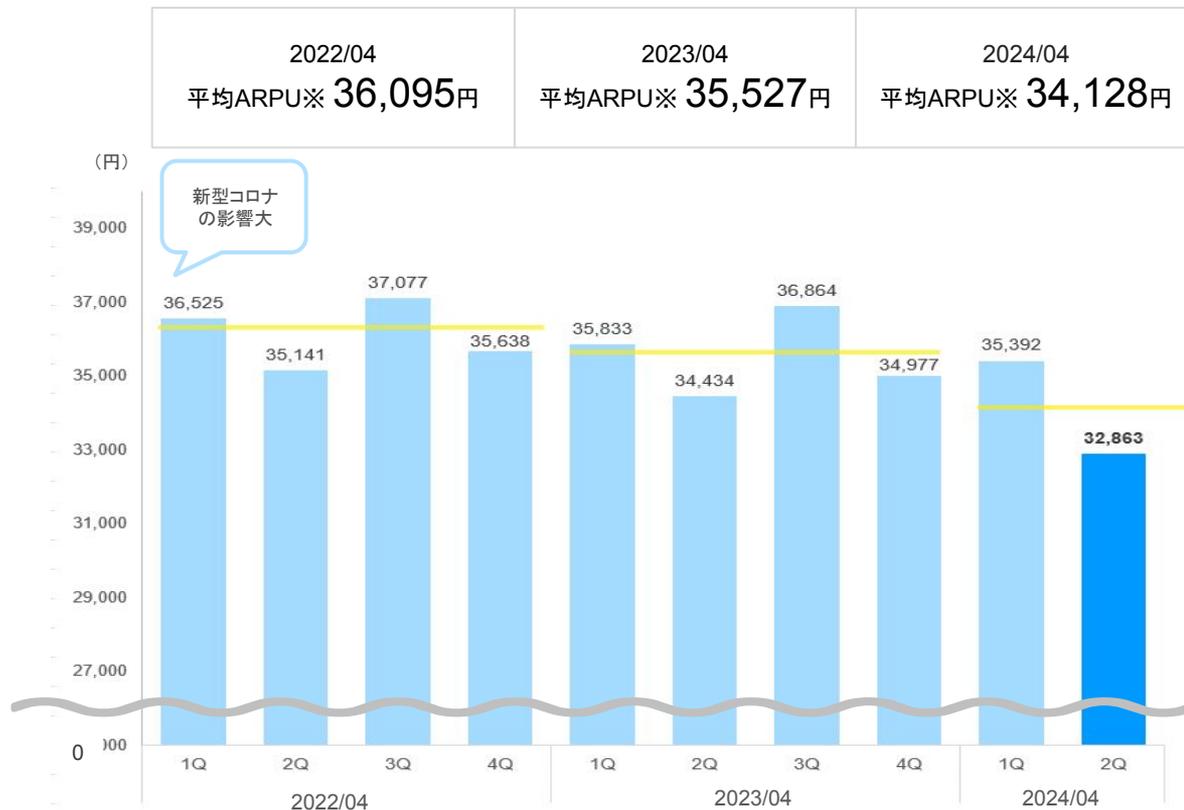
※ 年平均月次解約率…各四半期期間における解約数の平均から四半期末時点の契約社数を除算した数値を単純平均しております。

ネクストエンジン事業 —ARPU推移

- 引き続きEC市場の低迷が認められること、2Qは夏季休暇に伴うレジャー等「コト消費」へ消費行動がシフトしやすいこと等に起因して、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も前年同四半期を下回る。
- 3Q以降は料金改定の効果によりARPUの向上が見込まれる。

ARPU

プラットフォーム



※ 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。

Ⅲ. ビジネスハイライト

コマース

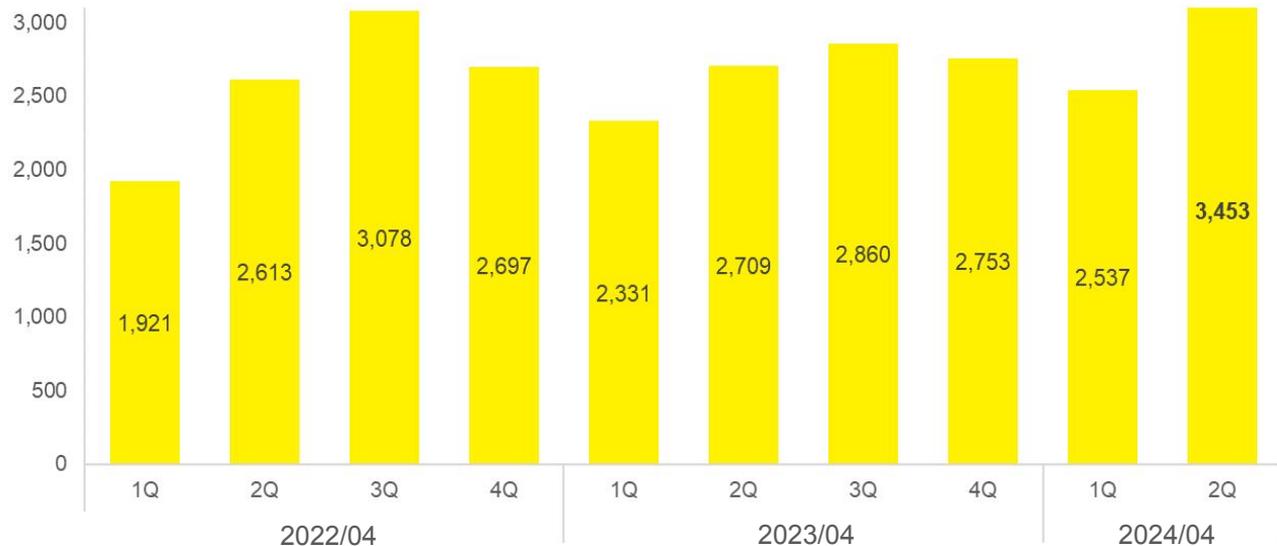


24年4月期2Q 一売上高四半期推移

- 新型iPhone商戦を背景にしたモバイルライフ事業の回復並びにコスメティクス事業の大躍進により1Qに引き続き対前年比で売上は伸長。
- 事業ポートフォリオの形成も進み、会計期間で前年比27.5%、累計期間で同18.8%の売上成長。
- 3Qの年末商戦に向けて各事業とも拡販に注力していく。

売上高(会計期間)

(百万円)



iFace 商品展開

- 圧倒的な認知度を誇るiFaceシリーズについて、継続的に新作をリリースすることで需要喚起を促すという期初計画のとおり、Reflectionシリーズの新カラー「Neo」やMagsafe対応の「Magnetic」をリリース。
- iFaceのブランドコンセプトである“By Your Side”に基き、ユーザーのみなさまに寄り添い、スタイリッシュなモバイルライフを提供することを目指す。

主力商品

・Reflection



・Look in Clear



商品開発

・iPhone15シリーズ



・Reflectionシリーズ (Neo、Magnetic等)



iFace Lab

- コンセプトストアとなる『iFace Lab(アイフェイスラボ)』を8月4日(金)に東京・原宿キャットストリート沿いにオープン。
- 「ユーザーひとりひとりの自分らしさを追求する実験的なスペース」という意味を込めて命名。
- モバイルアクセサリーのトレンドを常に生み出し、ユニークな企画を実施するための実験的なスペースとして活用。



ゲーミング アクセサリ事業

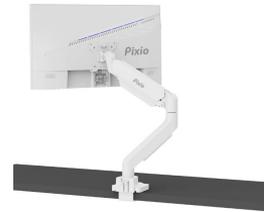
- 他社製品との差別化のため、ホワイトカラーの高性能新型モニターおよびオリジナルモニターアーム等の周辺アクセサリを展開するなど、商品ラインナップを拡充中。
- 新サービスとして、ふるさと納税返礼品およびサブスクリプションを1Qより開始。顧客のニーズにあったサービス展開によりブランド認知向上を目指す。

商品開発

・PX259 Advanced White



・PS2SW(ホワイト・シングルモニターアーム)



新サービス

・ふるさと納税返礼品



・サブスクリプションサービス



コスメティクス事業

- TV番組での紹介により認知が各段と向上。前期4Qより売上が飛躍的に伸びはじめ、事業ポートフォリオの形成を実現。
- 導入店舗数が1,000店舗以上となり、売上も11.0倍に増加。
- 新商品のスキンケア商品であるアクアセラムマスクが楽天デイリー総合ランキング1位獲得。また、クレンジングバーム2位、グロークッション8位と上位獲得の安定化。

展開商品

・ベースメイク商品



・スキンケア商品



商品開発

・デイリーアクアセラムマスク



・クリーンリセットシリーズ



コスメティクス事業

- ブランド誕生から1年半で計64冠のベストコスメアワードを受賞。
- さらなる販売拡大を目指すため、商品ラインナップの拡充と広告宣伝投資を継続。合わせて原価低減施策を具現化させ、モバイルライフ事業に次ぐ収益の柱を目指す。
- また、スキンケアカテゴリへの注力と、ドラッグストアを含む卸販売先の拡大も目指す。

主力商品

・ベースメイク商品



・スキンケア商品



新作発表会

・ディスプレイ会場

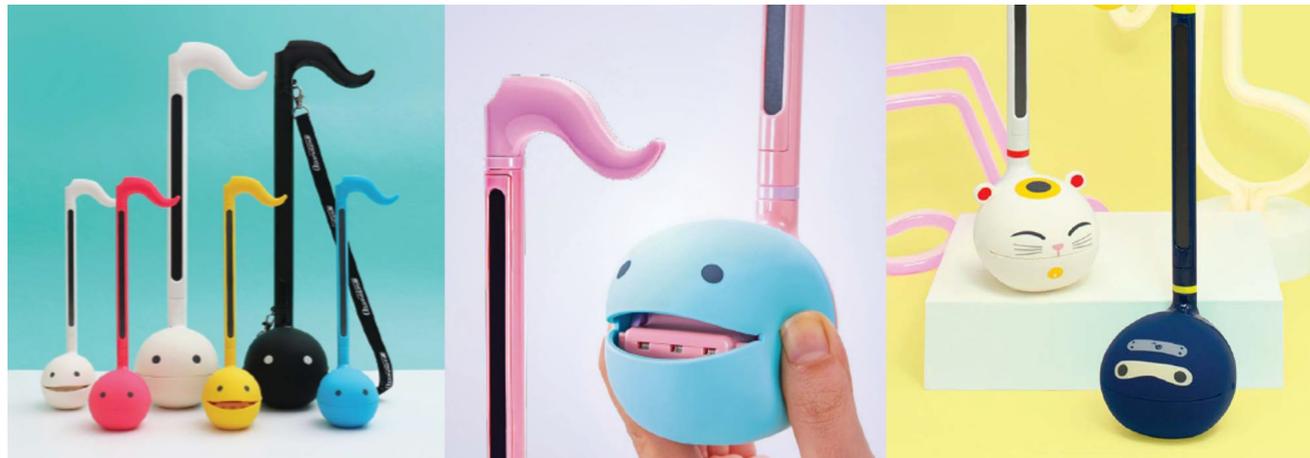


・展示品



グローバル事業

- 2023年1月にHamee USで販売が好調なおタマトーンの海外販売事業を事業譲受。
- 販売地域の拡大、製品の安定供給によるトップラインの上昇を実現。
- 今後は製造・仕入供給ラインの再構築による原価率の低減に着手。

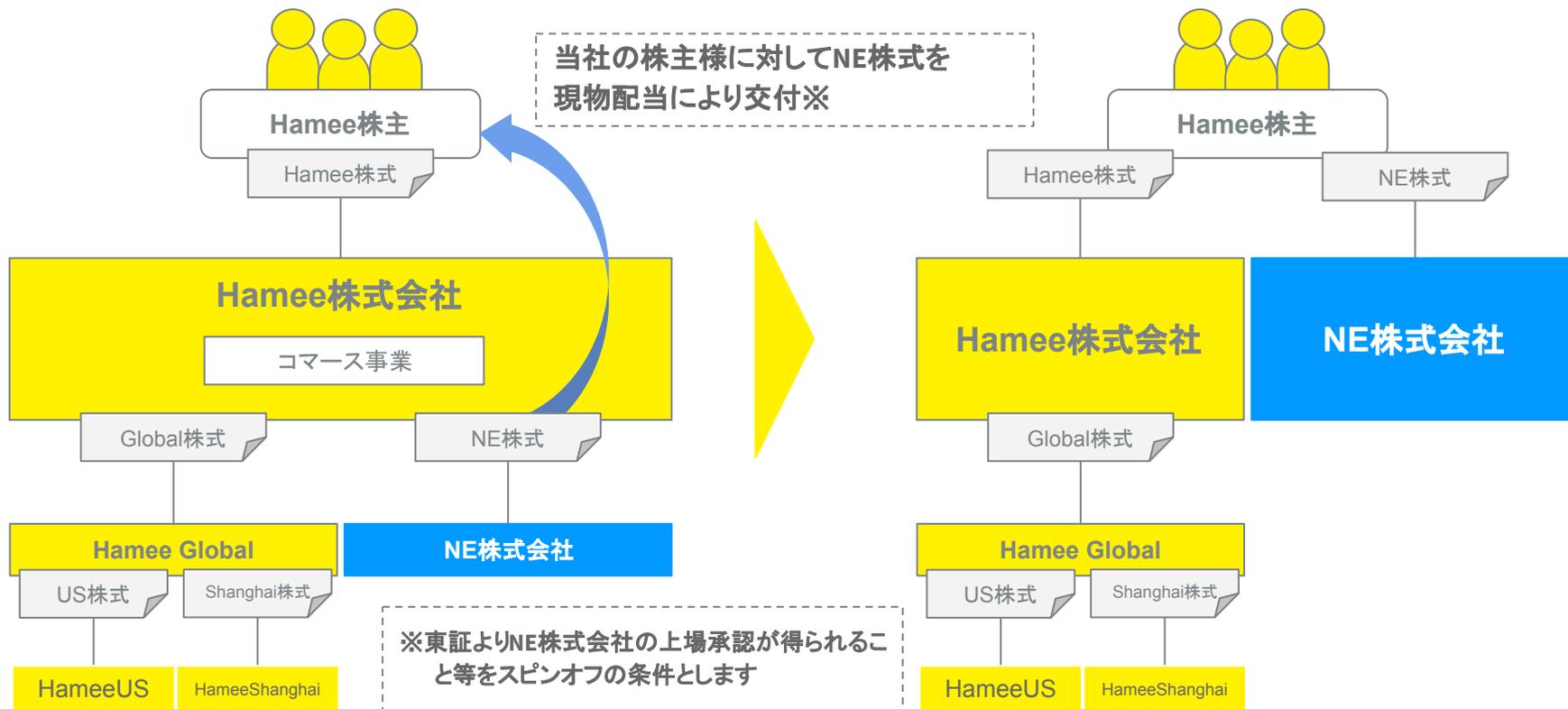


IV. 組織再編

- NE株式会社の株式分配型スピノフ
 - 2017年度税制改正により、株式分配を実施する法人の譲渡損益や分配を受ける株主への配当に対する非課税措置並びに株主の譲渡損益課税の繰り延べ措置が創設された株式分配型のスピノフを利用することで、当社の株主に対して**NE株式を現物配当により交付**いたします。
- NE株式会社のスピノフIPO(株式上場)
 - 株主の皆様の売買機会を確保する観点から、NE株式の株式会社東京証券取引所(以下「東証」といいます。)への上場を前提としております。そのため、スピノフ実施前に東証に新規上場申請を行う予定であり、東証の上場承認を得られること等を本スピノフの条件といたします。
 - 当社株式の東証における上場につきましては、スピノフ後も維持されます。従いまして、当社の株主の皆様は、**スピノフの結果、当社株式とNE株式という2銘柄の上場株式を保有することになります。**

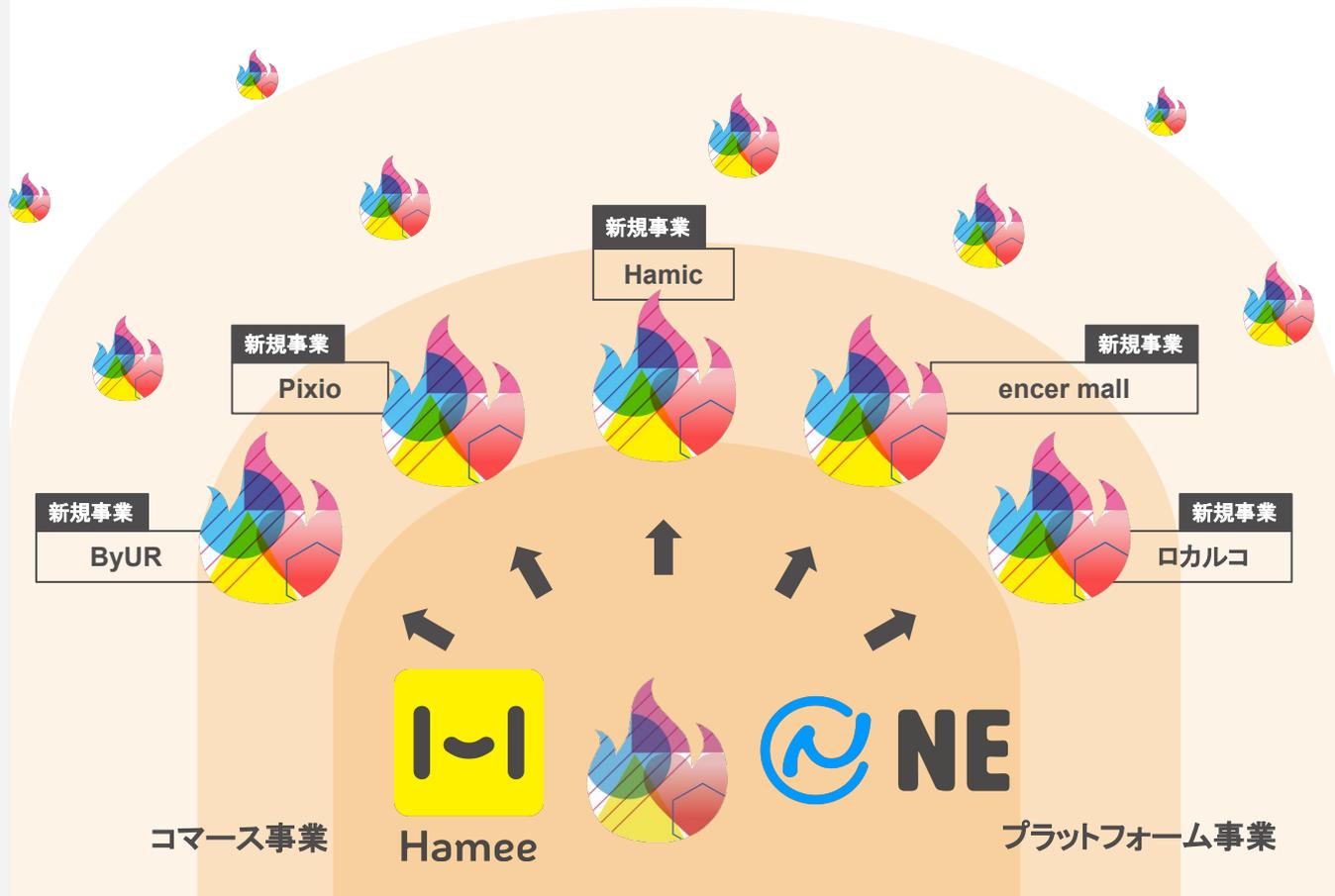
- 株主価値の最大化
 - 当社とNE株式会社それぞれ最適な経営環境のもとで課題解決に取り組み、事業の進化・成長を加速させ、中長期的な企業価値の一層の向上を目指します。
 - 成長戦略の自由度を担保したうえで業務提携やサービス展開の最善手を選択する機会を創出し、結果として2社の企業価値の総和が組織再編前の企業価値を超えることで、株主価値の最大化を実現します。
- ガバナンスの明確化
 - 当社とNE株式会社がそれぞれ上場企業として市場と対話することでガバナンスの明確化を図ります。
 - 2社の経営陣が直接的に資本市場からのガバナンスを意識することで経営の健全性を担保します。
- 意思決定の迅速化
 - 事業を跨る全体最適を意識する必要性がなくなることで、各事業に特化したマネジメント層がそれぞれの領域における意思決定を迅速に行います。

NE株式会社の株式分配型スピノフ(2025年中の上場申請目標)



クリエイティブ魂に火をつける。

当社グループの DNAであるこの言葉には、「自らのクリエイティブ魂に火をつけ、主要2事業の継続的進化・成長を実現すると同時に、周辺分野でイノベーティブな新規事業を創出し、顧客のクリエイティブ魂にも火をつけるようなビジネスと経営者を継続的に輩出する。」という想いが込められています。本事業再編はこれを体現するものです。



V. 中期経営計画

中期経営計画(24/04期～26/04期)連結概要

(百万円)		実績			中期経営計画					
		2022/04	2023/04	前期比	2024/04	前期比	2025/04	前期比	2026/04	前期比
連結セグメント	売上高	10,311	10,655	3.3%	13,032	22.3%	14,897	14.3%	17,128	15.0%
	セグメント利益	1,870	696	△62.8%	1,665	139.3%	1,898	14.0%	2,364	24.5%
	利益率	18.1%	6.5%		12.8%		12.7%		13.8%	
プラットフォーム	売上高	3,102	3,383	9.1%	3,780	11.7%	4,511	19.3%	5,387	19.4%
	セグメント利益	1,225	1,509	23.2%	1,577	4.5%	2,201	39.5%	2,438	10.8%
	利益率	39.5%	44.6%		41.7%		48.8%		45.3%	
連結	売上高	13,413	14,038	4.7%	16,813	19.8%	19,408	15.4%	22,515	16.0%
	セグメント利益	3,095	2,205	△28.7%	3,243	47.0%	4,100	26.4%	4,802	17.1%
	調整額※	△893	△934	4.7%	△1,157	23.8%	△1,346	16.3%	△1,479	9.9%
	営業利益	2,202	1,271	△42.3%	2,086	64.1%	2,754	32.0%	3,323	20.7%
	利益率	16.4%	9.1%		12.4%		14.2%		14.8%	

※ 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。

中期経営計画(24/04期～26/04期)コマース概要

(百万円)	実績	中期経営計画					
		2023/04	2024/04	前期比	2025/04	前期比	2026/04
コマースセグメント							
売上高	10,655	13,032	22.3%	14,897	14.3%	17,128	15.0%
モバイルライフ事業	7,157	8,130	13.6%	8,515	4.7%	8,951	5.1%
ゲーミングアクセサリ事業	769	996	29.5%	1,100	10.4%	1,300	18.2%
コスメティクス事業	294	924	213.5%	1,706	84.5%	2,625	53.8%
その他	101	234	130.9%	234	0.0%	234	0.0%
グローバル事業	2,332	2,747	17.8%	3,341	21.6%	4,016	20.2%
セグメント利益	696	1,665	139.3%	1,898	14.0%	2,364	24.5%

中期経営計画(24/04期～26/04期)プラットフォーム概要

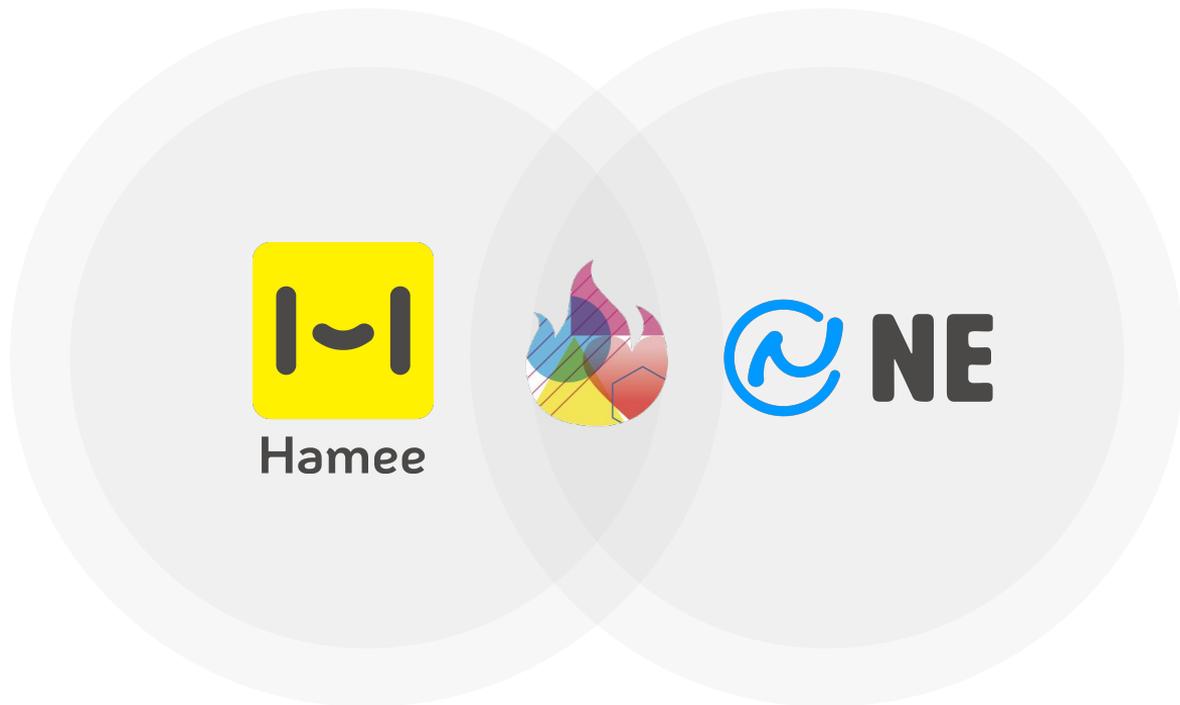
(百万円)	実績	中期経営計画					
	2023/04	2024/04	前期比	2025/04	前期比	2026/04	前期比
プラットフォームセグメント							
売上高	3,383	3,780	11.7%	4,511	19.3%	5,387	19.4%
ネクストエンジン事業	2,400	2,664	11.0%	3,151	18.3%	3,576	13.5%
ロカルコ事業	509	641	25.9%	801	25.0%	1,023	27.7%
コンサルティング事業	472	474	0.3%	558	17.7%	787	41.1%
セグメント利益	1,509	1,577	4.5%	2,201	39.5%	2,438	10.8%

APPENDIX ご参考

会社概要

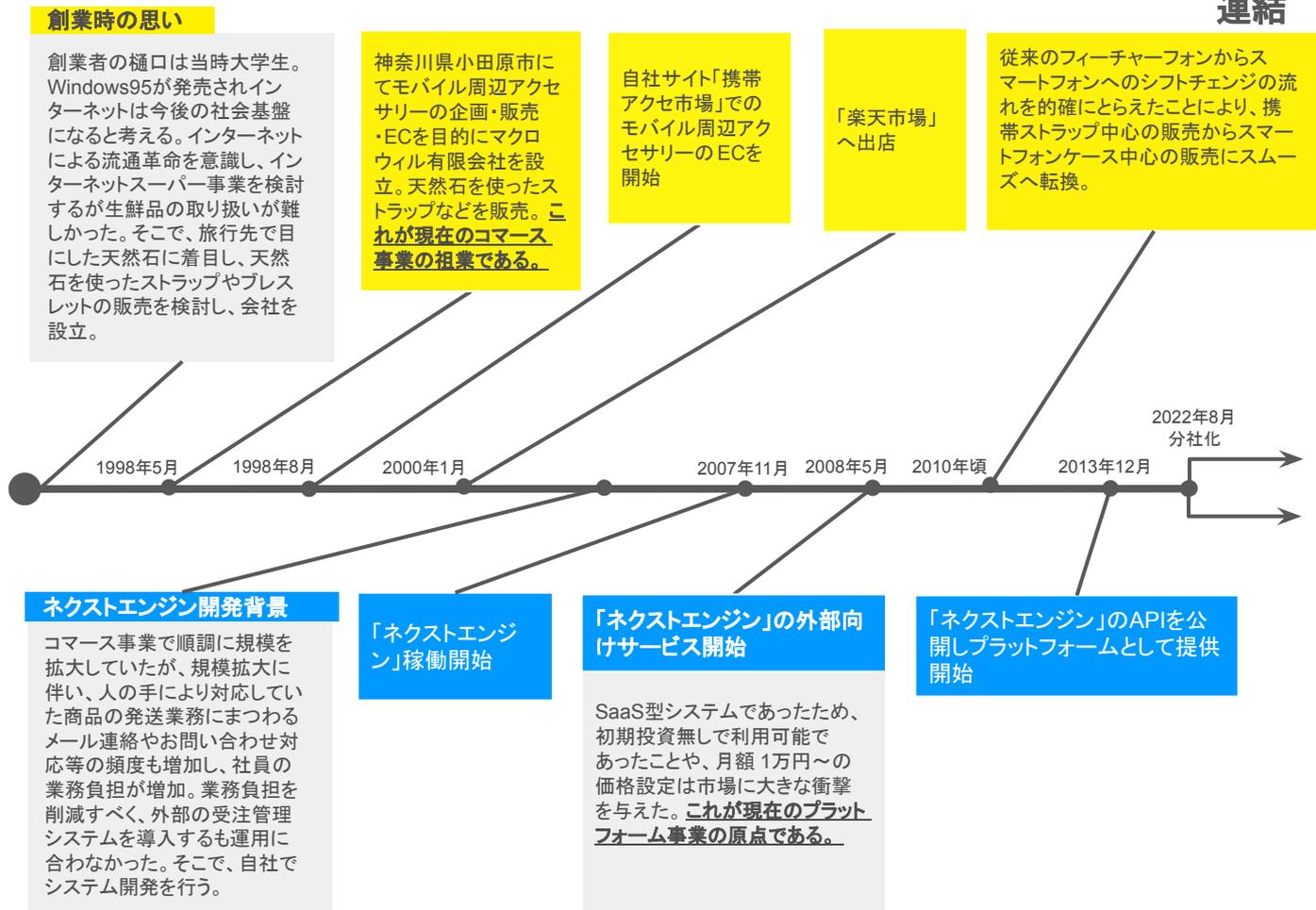
分社化

「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。

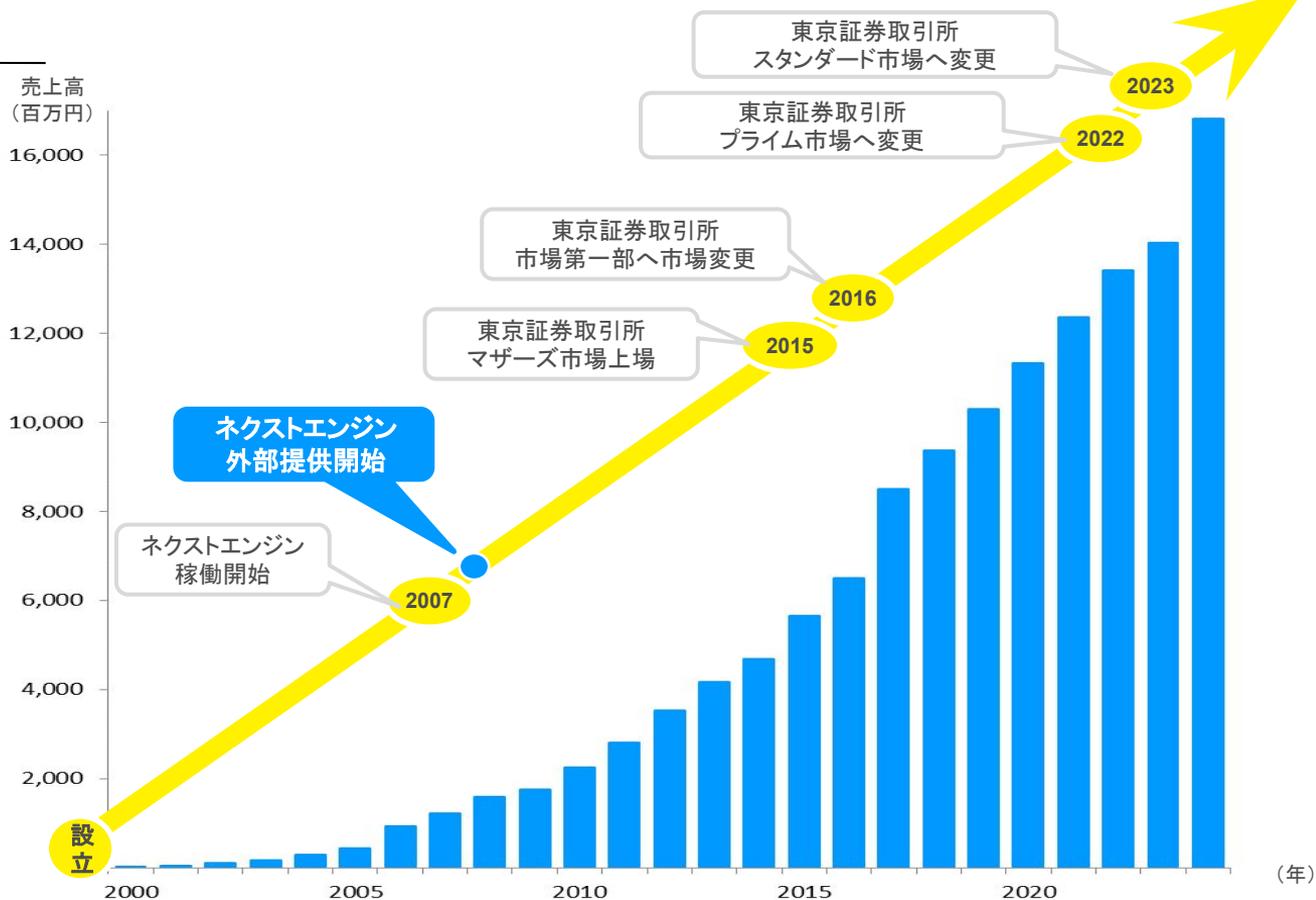


事業ヒストリー

連結



沿革(成長の軌跡)



ビジネス概要

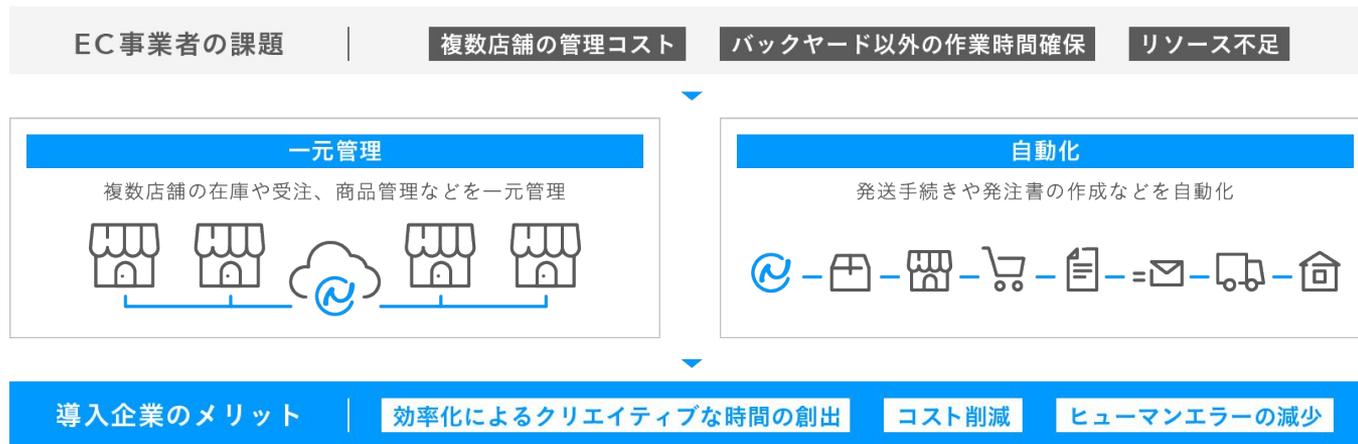
プラットフォーム



NEXT ENGINE

ネクストエンジン — 主な機能

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



<p>基本料金 (受注件数200件まで)</p>	+	<p>従量課金区分 (月間受注件数)</p>	<p>201件 } 400件</p>	<p>401件 } 1,000件</p>	<p>1,001件 } 3,000件</p>	<p>3,001件 } 5,000件</p>	<p>5,001件 } 7,000件</p>	<p>7,001件 } 10,000件</p>	<p>10,000件 }</p>
<p>月額3,000円~</p>		<p>従量課金単価</p>	<p>35円</p>	<p>30円</p>	<p>25円</p>	<p>20円</p>	<p>15円</p>	<p>10円</p>	<p>5円</p>

- ・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—



※一部掲載

プラットフォーム



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※

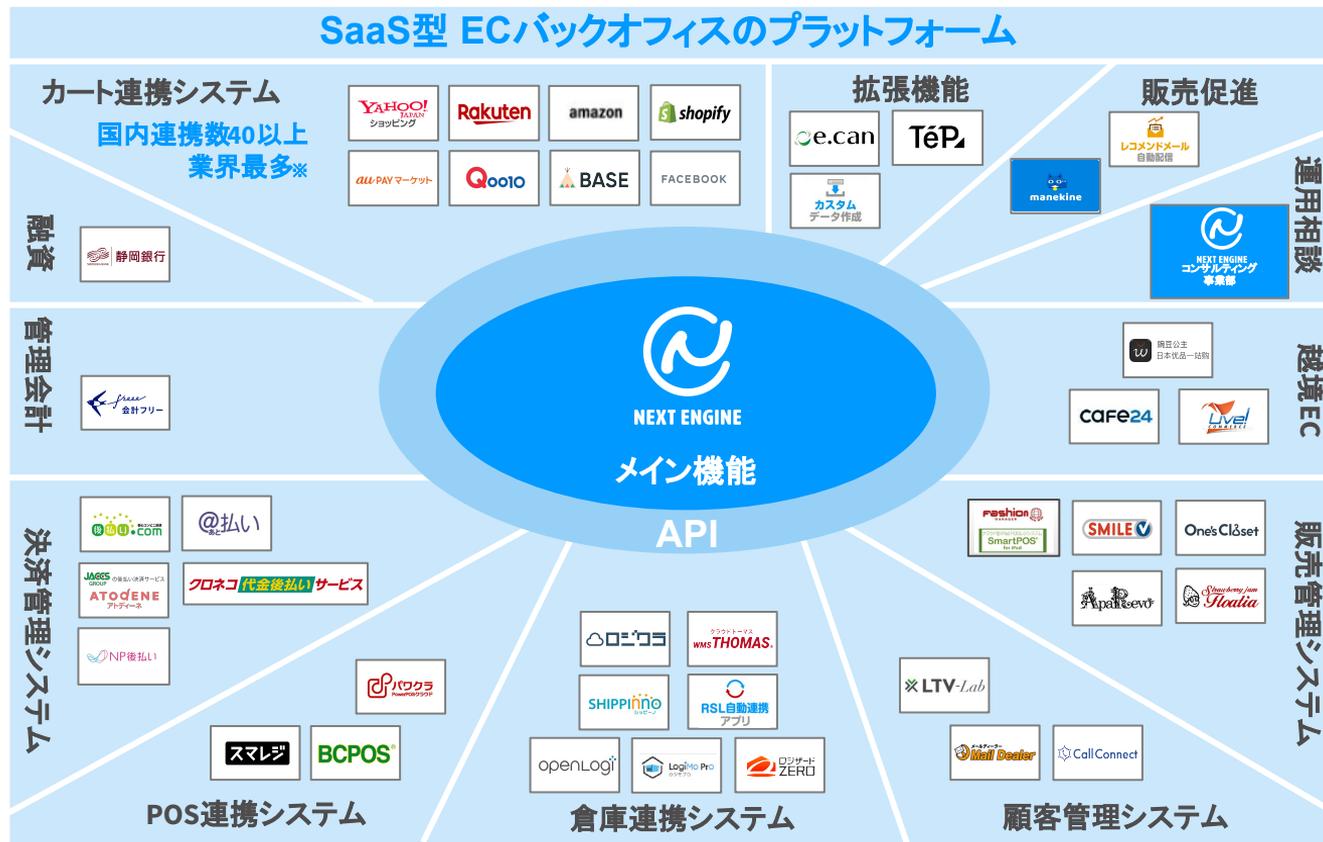
EC事業者様からの支持を獲得し続けたことによる業界No.1に裏付けられた高い信頼

※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)



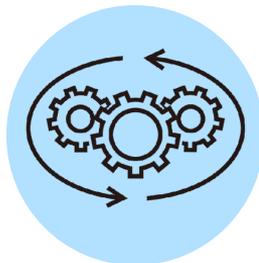
※当社調べ、2022年10月末時点

コンサルティング事業 一事業内容



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

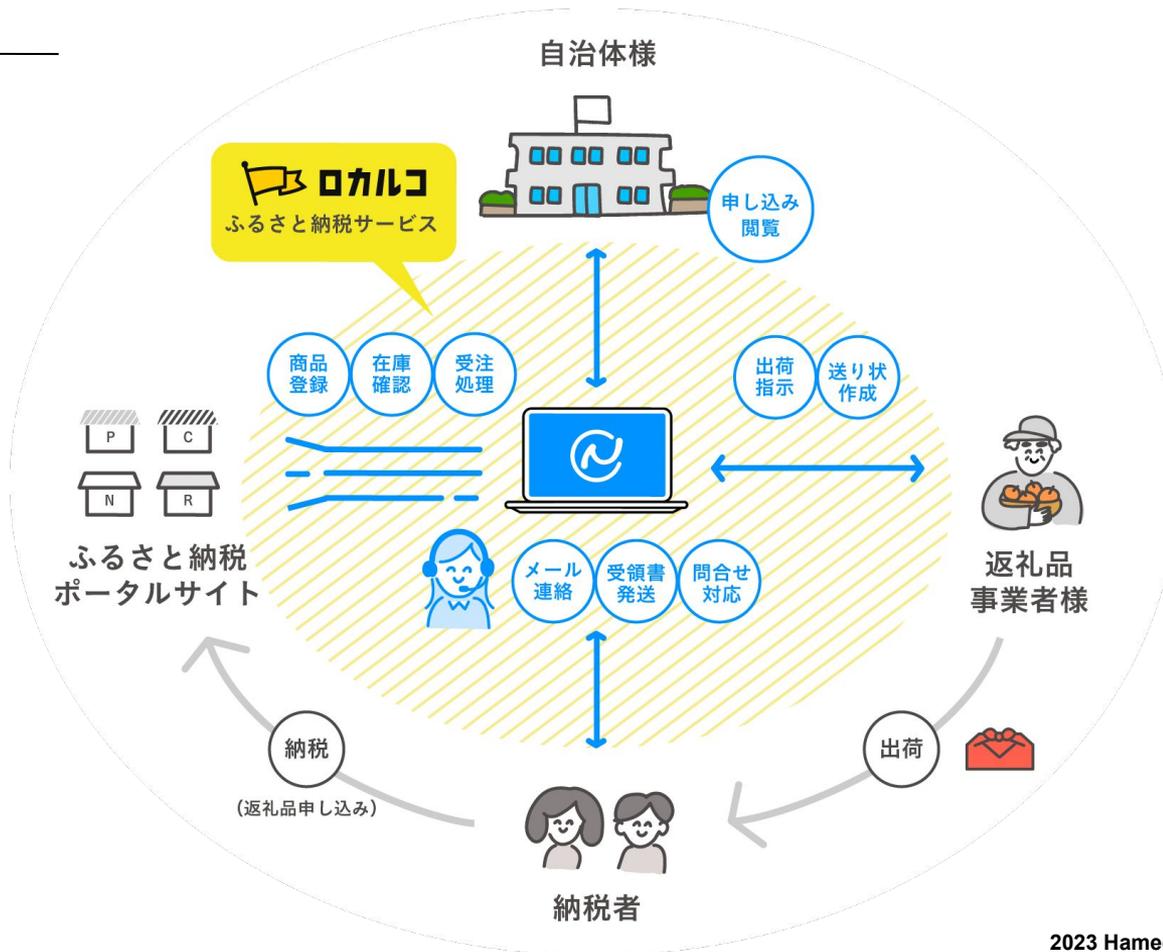
煩雑な業務が発生するECサイト運営を上流から下流まで、顧客の要望に応じて代行。



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・ページ的设计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。

ロカルコ事業 一事業内容

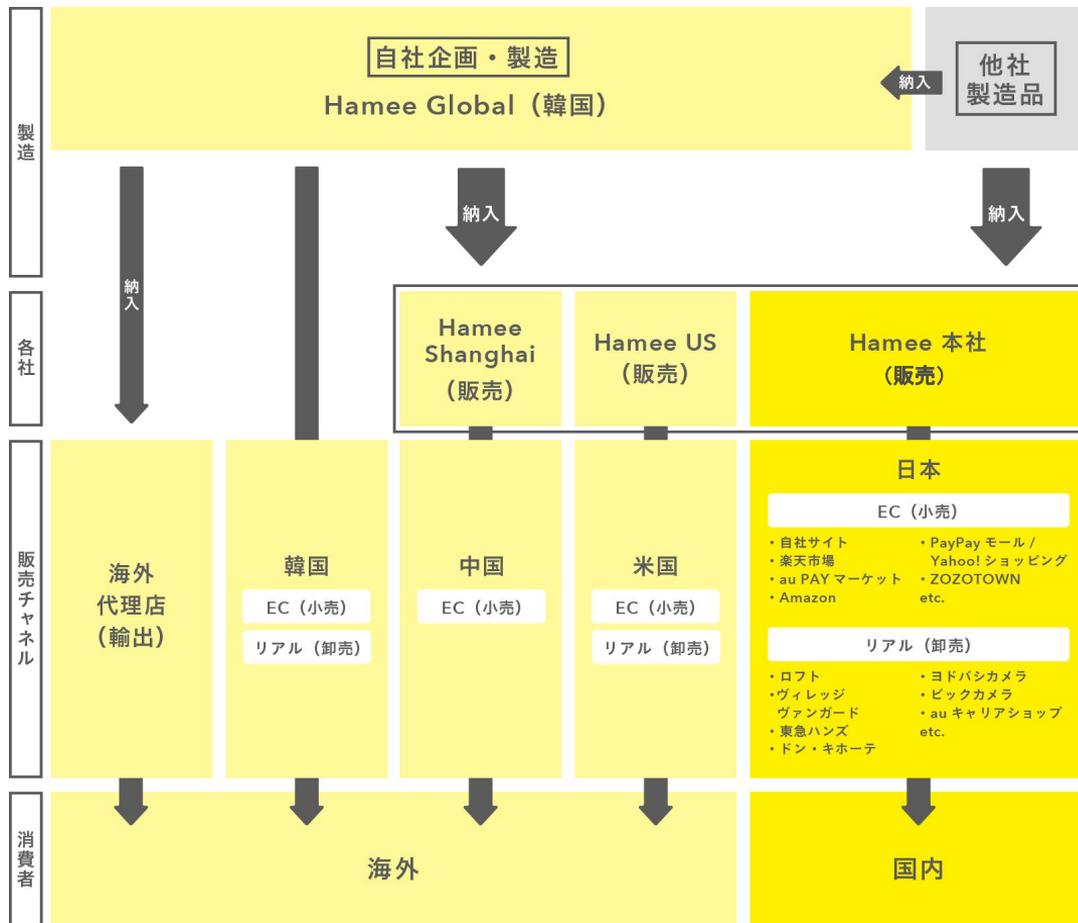


コマース



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、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

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。



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 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。

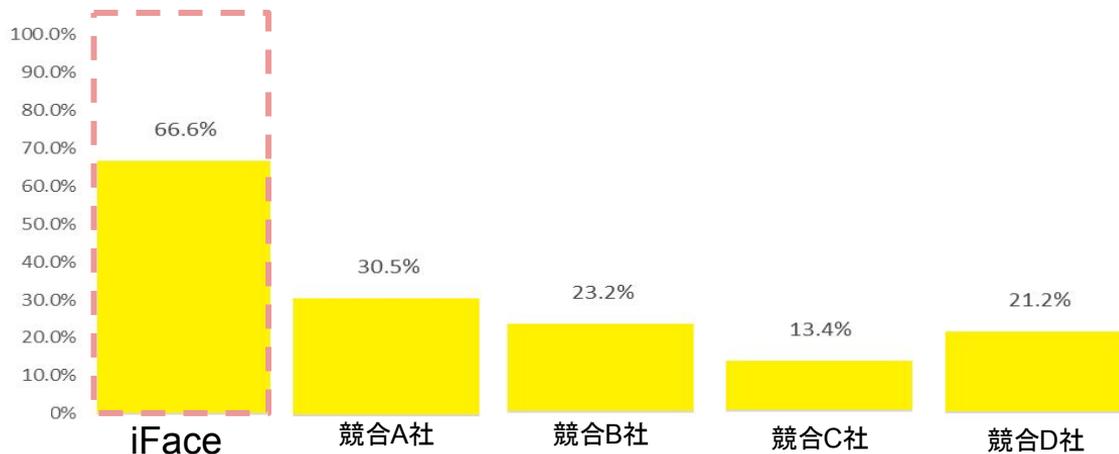
※20~24歳の女性を中心とした層として記載しています(2021年12月当社調べ)

iFace —認知度

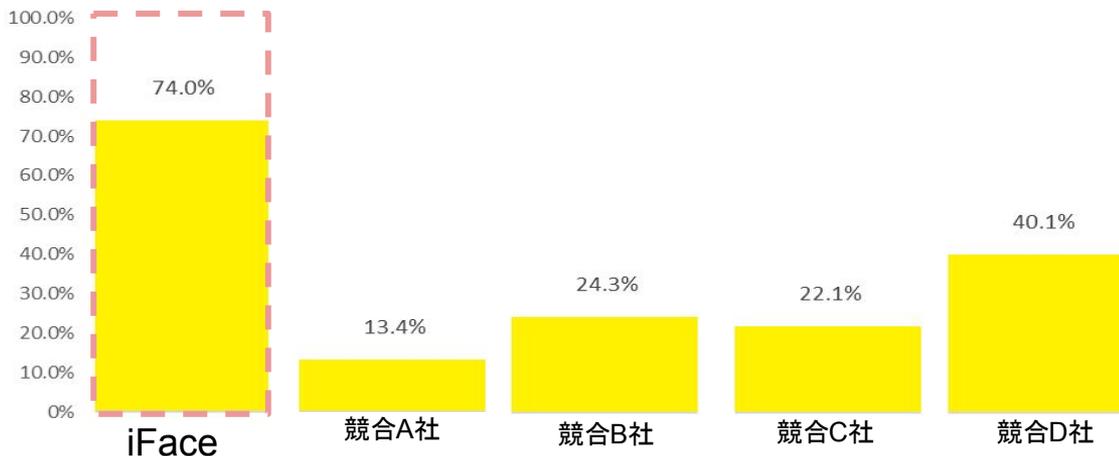
・他社ブランドに比べて、
10代後半、20代前半の
女性にて圧倒的な認知度

※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 ーシリーズ展開

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月に発売開始。

高いデザイン性+シリーズ拡張+周辺アクセサリ展開

主力商品

・First Class



・Reflection



・Look in Clear



・タブレットケース



商品開発

・Hang and



周辺アクセサリ展開

・Finger Ring Holder



・Compact Wallet



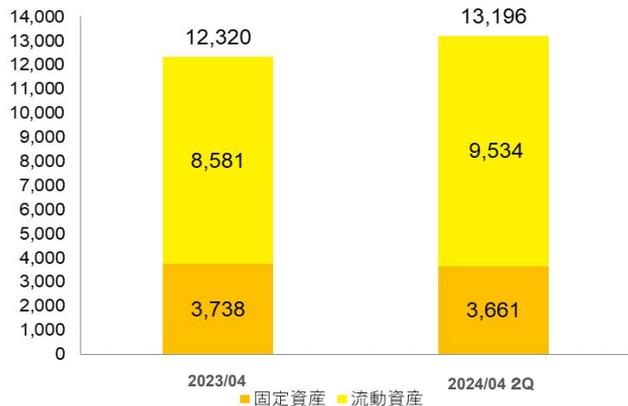
・Grip On Silicone Case



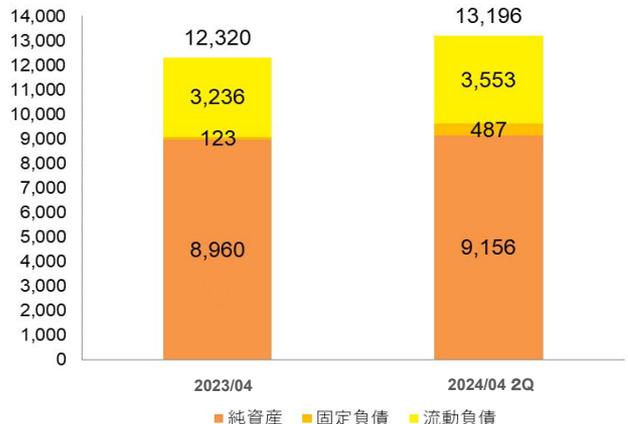
参考情報

24年4月期 2Q 連結貸借対照表

(百万円)



(百万円)



単位:百万円

流動資産	2023/04	2024/04 2Q
■現金及び預金	2,982	△ 553
■受取手形及び売掛金	2,149	352
■商品	2,499	856
■その他	1,818	221

固定資産	2023/04	2024/04 2Q
■有形固定資産	1,583	75
■無形固定資産	802	△ 22
■投資その他	1,275	△ 129

流動負債	2023/04	2024/04 2Q
■短期借入金	1,200	△ 100
■その他	219	21

固定負債	2023/04	2024/04 2Q
■その他	92	△20

純資産	2023/04	2024/04 2Q
■利益剰余金	7,672	△ 162

ネクストエンジン —各種指標データ

年度	2023/4					2024/4	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
契約社数(社)	5,560	5,598	5,651	5,772	5,772	5,917	6,033
導入店舗数(店)	43,049	44,221	45,116	45,937	45,937	46,865	47,728
GMV(億円)	2,551	2,430	2,870	2,759	10,610	2,797	2,623
ARPU(円)	35,833	34,434	36,864	34,977	35,527	35,392	32,863
月次解約率	0.80%	1.04%	0.95%	1.00%	0.95%	0.94%	0.82%
受注処理件数(万件)	3,452	3,185	3,714	3,429	13,781	3,702	3,314
LTV(Lifetime Value)(円)	4,493,902	3,323,480	3,881,696	3,500,899	3,799,994	3,784,611	3,991,849

*GMV及び受注処理件数はキャンセル処理分を除外した各四半期末における合計値、月次解約率は四半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

(単位:百万円)

事業数値サマリー(会計期間)

				2023/4				2024/4	
				1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高			モバイルライフ事業	1,557	2,025	1,736	1,838	1,613	2,161
			ゲーミングアクセサリ事業	188	159	230	190	180	151
			コスメティクス事業	23	47	72	151	317	468
			新規事業投資	18	18	25	38	29	71
			国内コマース合計	1,798	2,257	2,064	2,218	2,139	2,852
			グローバル事業	543	458	796	534	397	601
			コマースセグメント合計	2,331	2,709	2,860	2,753	2,537	3,453
			ネクストエンジン事業	597	580	618	603	628	594
			コンサルティング事業	120	148	103	100	100	103
			ロカルコ事業	55	90	323	39	52	159
			プラットフォームセグメント合計	774	819	1,045	743	781	858
			売上高合計	3,106	3,527	3,908	3,496	3,316	4,314

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)

				2023/4				2024/4	
				1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
セグメント 利益			モバイルライフ事業	313	410	324	174	324	454
			ゲーミングアクセサリ事業	2	7	0	△7	△4	△11
			コスメティクス事業	△110	△138	△136	△104	△68	△161
			新規事業投資	△54	△57	△51	△96	△62	△53
			機能部署	△26	△26	△17	△35	△83	△78
		国内コマース合計	134	202	120	△69	106	148	
		グローバル事業(未実現利益等含む)	35	21	171	97	△19	157	
		コマースセグメント合計	159	217	291	27	87	306	
		プラットフォームセグメント合計	322	333	538	315	349	409	
		セグメント利益合計	482	550	829	342	436	715	
調整額				△234	△224	△234	△241	△261	△255
営業利益				248	326	595	101	174	459

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%以上を維持する方針です。

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。

配当金額と配当性向





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: 0465-25-0260
ホームページ: <https://hamee.co.jp>