



Hamee株式会社

2025年4月期1Q 決算概要

- 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

I . エグゼクティブサマリ

エグゼクティブサマリ

01

グループ全体で 前年同期比 38.1%の大幅増収、28.3%の大幅増益を達成。
概ね計画通りに1Qは着地。

02

コマースセグメントはコスメティクス事業とゲーミングアクセサリー事業の大躍進により、
前年同期比 44.9%大幅増収。2Qに向けたマーケティング施策の先行実施や、
グローバル事業への投資拡大により前年同期比減益となっているが、2Q以降、
需要増加期を迎え、利益面も堅調に推移する見込み。

03

プラットフォームセグメントは EC市場への消費回帰を背景に利用単価の高いユーザーの
受注処理件数が増加したことに伴いネクストエンジン事業が売上の伸びを牽引、
セグメント全体で 15.2%の大幅増収。

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3Q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4Q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

- 2Q(新商品販売需要)
 - 新型 iPhone向け商材の卸販売が拡大
 - コスメティクス事業における新商品発表
- 3Q(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
- 4Q(年度末、年度初めに伴う需要期及び新商品需要)
 - 入学・就職などの新生活に伴う当社プロダクトの需要増
 - コスメティクス事業における新商品発表

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3Q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4Q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。

プラットフォーム フォーム セグメント

- 2Q(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
- 3Q(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
- 4Q(年度末、年度初めに伴う需要期)
 - 入学・就職などの新生活需要により消費行動が一時的に活性化
 - これに伴い EC事業者の受注処理件数が増加し、ネクストエンジン事業の ARPUにわずかながら好影響が生じる傾向

25年4月期1Q 連結概況

- 両セグメントの売上が堅調に推移したことにより前年比で**38.1%**と大幅増収
- **各段階利益**においても前年比**大幅上昇**

(百万円)

連結業績概況	2024/04 1Q実績	2025/04 1Q実績	増減額	前年比
売上高	3,316	4,578	1,262	38.1%
売上総利益	2,037	2,737	699	34.4%
営業利益	174	223	49	28.3%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	△132	101	233	—

25年4月期1Q セグメント別概況

- コマースセグメントは減益となるが、売上は前年比 **44.9%** となり、**好調を維持**
- プラットフォームセグメントは**増収増益**となり、**連結では38.1%増収、28.3%増益と上昇**

(百万円)

連結セグメント概況

連結セグメント概況		2024/04 1Q実績	対通期計画 達成率	2025/04 1Q実績	増減額	前年比	対通期計画 達成率
コマース	売上高	2,537	19.5%	3,678	1,140	44.9%	23.4%
	セグメント利益	156	9.4%	134	△21	△ 14.1%	6.8%
	利益率	6.1%	—	3.6%	△ 2.5%	—	—
プラットフォーム	売上高	781	20.7%	900	119	15.2%	22.5%
	セグメント利益	349	22.1%	482	133	38.2%	24.1%
	利益率	44.7%	—	53.6%	8.9%	—	—
連結	売上高	3,316	19.7%	4,578	1,262	38.1%	23.2%
	セグメント利益	505	15.6%	616	111	22.1%	15.5%
	調整額※	△331	—	△393	△ 62	—	—
	営業利益	174	8.3%	223	49	28.3%	10.7%
	利益率	5.3%	—	4.9%	△ 0.4%	—	—

※ 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。なお、各事業セグメントの業績をより適切に評価するため、一般管理費のうち本社管理費等を調整額に含めるよう配分方法を変更しております。

25年4月期1Q コマースセグメント概況(売上高)

- 新規事業を除く事業は **前年比増収** を達成
- **モバイルライフ事業** は卸販売にて苦戦するも、前期比**1.6%**増収となり健闘。2Q以降更なる上昇に期待
- **ゲーミングアクセサリ事業** 及び **コスメティクス事業** が大幅に増収
中核事業から主力事業へのステップを引き続き目指す

(百万円)

コマースセグメント	2024/04 1Q実績	2025/04 1Q実績	増減額	前年比
売上高	2,537	3,678	1,140	44.9%
モバイルライフ事業	1,613	1,638	25	1.6%
コスメティクス事業	317	908	591	186.5%
ゲーミングアクセサリ事業	180	693	512	284.5%
新規事業投資	29	28	0	△0.6%
グローバル事業	397	408	10	2.7%

25年4月期1Q コマースセグメント概況(営業利益)

- **モバイルライフ事業**は配賦基準変更や2Q以降の需要増を見込んだマーケティングコストの増加により、**前年比29.2%の減益**となる
- **コスメティクス事業**は前4Q会計期間に続き、**黒字化を達成**。**ゲーミングアクセサリー事業**も**黒字化**
- **グローバル事業**は韓国内コスメティクス事業及び米国内オタマトーンの売上拡大に伴う販売コストの増加やグループ間取引の大幅増加により、未実現利益の控除額が増加となったため減益

(百万円) コマースセグメント	2024/04 1Q実績	2025/04 1Q実績	増減額	前年比
営業利益	156	134	△21	△ 14.1%
モバイルライフ事業	324	229	△95	△ 29.2%
コスメティクス事業	△68	69	138	—
ゲーミングアクセサリー事業	△4	39	43	—
新規事業投資	△62	△47	15	—
機能部署	△83	△58	24	—
グローバル事業	49	△98	△148	—
営業利益率	6.1%	3.6%	△ 2.5%	—

25年4月期1Q プラットフォームセグメント概況

- EC市場への消費回帰を背景に利用単価の高いユーザーの受注処理件数が増加したこと及びサービス価格の改定の効果もありARPUが向上し、**ネクストエンジン事業** は**大幅な増収・増益** を達成
- ロカルコ事業は新規契約自治体の増加や契約自治体内で仕入先を開拓する等の地道な活動により前年比増収
- **コンサルティング事業** は減収となるも採算管理と稼働率向上施策により、**営業利益は前年を上回る**

(百万円)

プラットフォームセグメント	2024/04 1Q実績	2025/04 1Q実績	増減額	前年比
売上高	781	900	119	15.2 %
ネクストエンジン事業	628	745	116	18.6 %
ロカルコ事業	52	67	15	28.6 %
コンサルティング事業	100	87	△12	△12.8%
営業利益	349	482	133	38.2 %
営業利益率	44.7%	53.6%	8.9%	—

25年4月期1Q 連結概況 —売上高増減分析

<コマース>

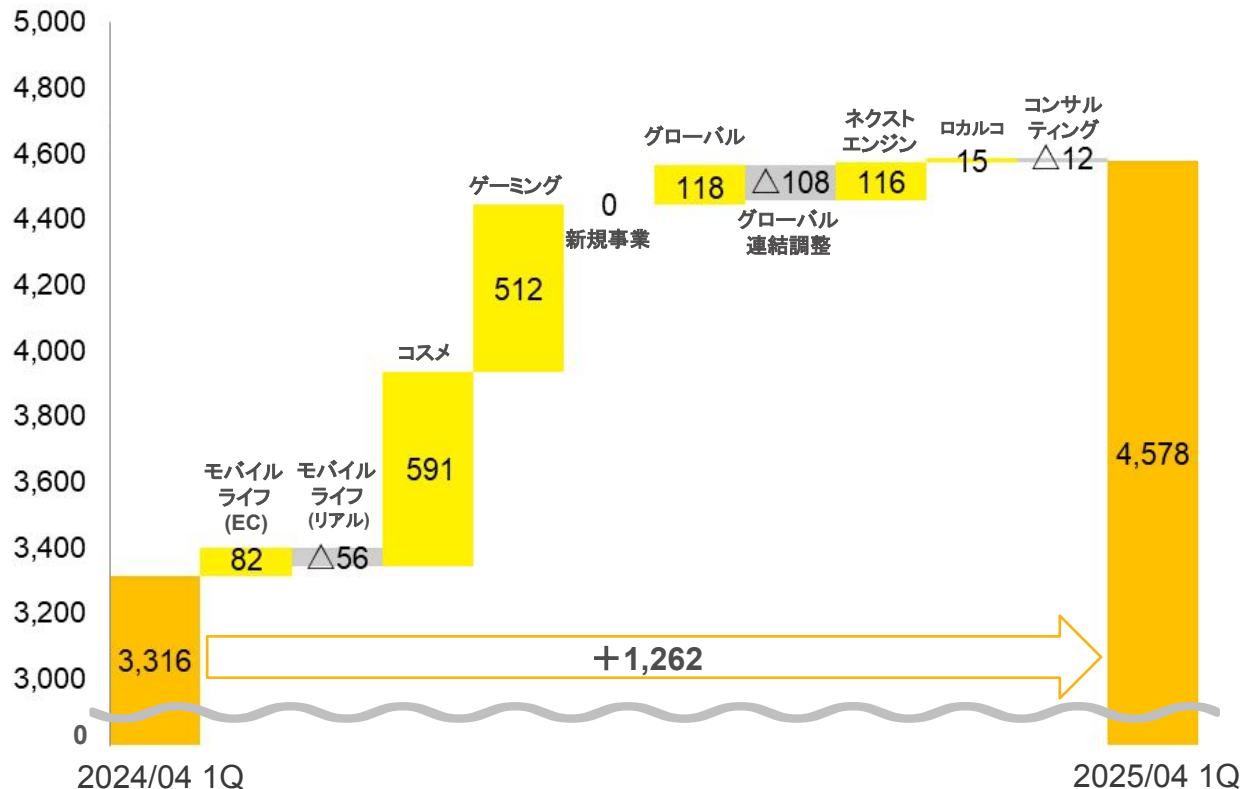
- モバイルライフ:卸販売は苦戦するが、ECの回復により増収
- コスメティクス:売上増収基調は継続となり、EC及び卸販売共に好調を維持。季節性新商品も売上向上に貢献
- ゲーミングアクセサリ:ホワイトカラー、パステルカラーのモニターや周辺機器などが牽引し大幅売上伸長
- グローバル:米国での販売が引き続き好調

<プラットフォーム>

- EC市場の回復と昨年実施したサービス価格の改定を背景にARPUが向上し大幅な増収を達成

売上高(累計期間)

(百万円)



25年4月期1Q 連結概況 —営業利益増減分析

<コマース>

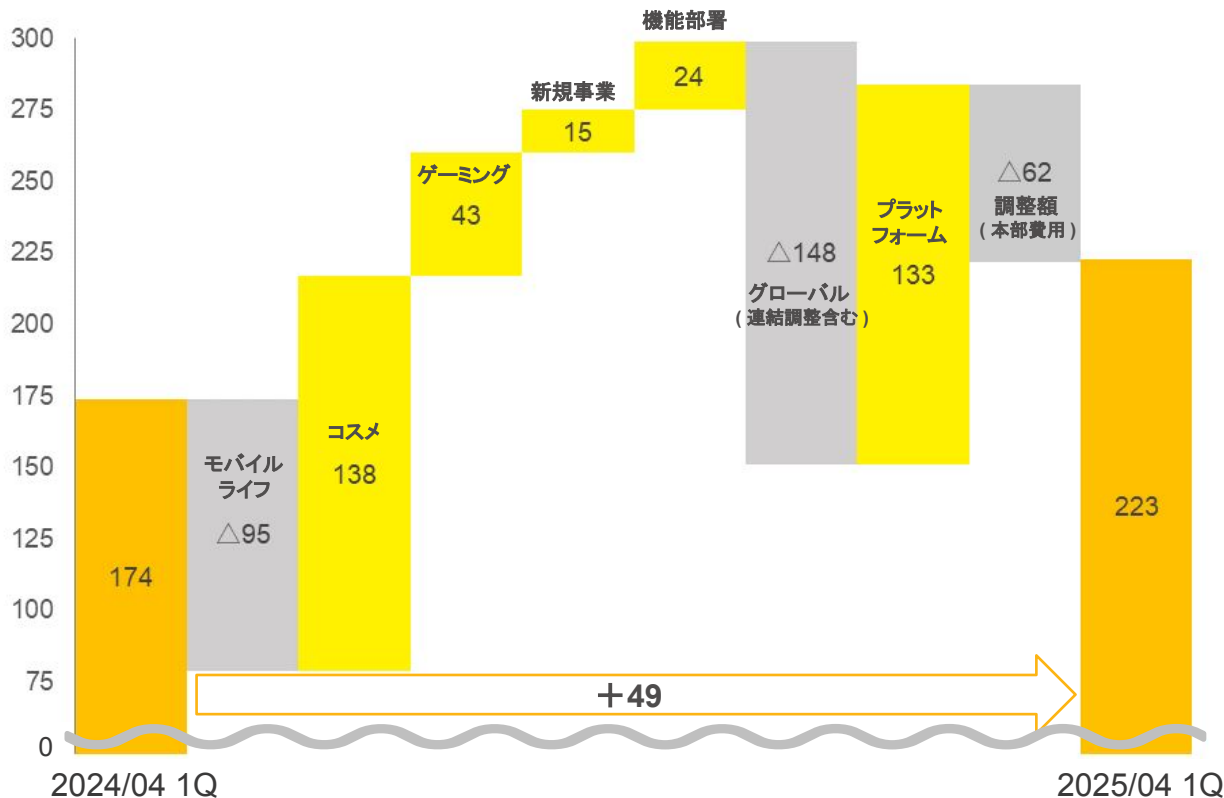
- モバイルライフ: 配賦基準の変更及びマーケティングコストの増加により減益
- コスメティクス: 大幅な増収効果と原価改善によって採算改善。販促効果を見極めた広告投資へのシフトや原価低減施策を継続し、通期黒字転換を狙う
- ゲーミングアクセサリー: 前年1Qは損失となったが、大幅な増収効果もあり、黒字化及び利益貢献。通期増益を目指す
- 機能部署: 配賦基準の見直しにより費用減
- グローバル: グループ間取引の増加に伴う未実現利益が増加し、減益

<プラットフォーム>

- 限界利益率の高さと適切なコストコントロールにより増収幅を超える増益を達成

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(1Q) 900 百万円 (前年比 15.2%増)	営業利益率(1Q) 53.6% (前年比 8.9%増)
	総契約社数(1Q) 6,329 社 (前年比 412社増)	GMV(1Q)※1 2,736 億円 (前年比 2.2%減)
ネクストエンジン事業	ARPU(1Q)※2 39,450 円 (前年比 11.5%増)	月次解約率(1Q)※3 0.75% (前年比 0.19%減)

※1 GMV・・・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。
26期2Q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。

※2 ARPU・・・Average Revenue Per Userの略でネクストエンジン利用社 1社当たりの月次売上の平均として記載しております。

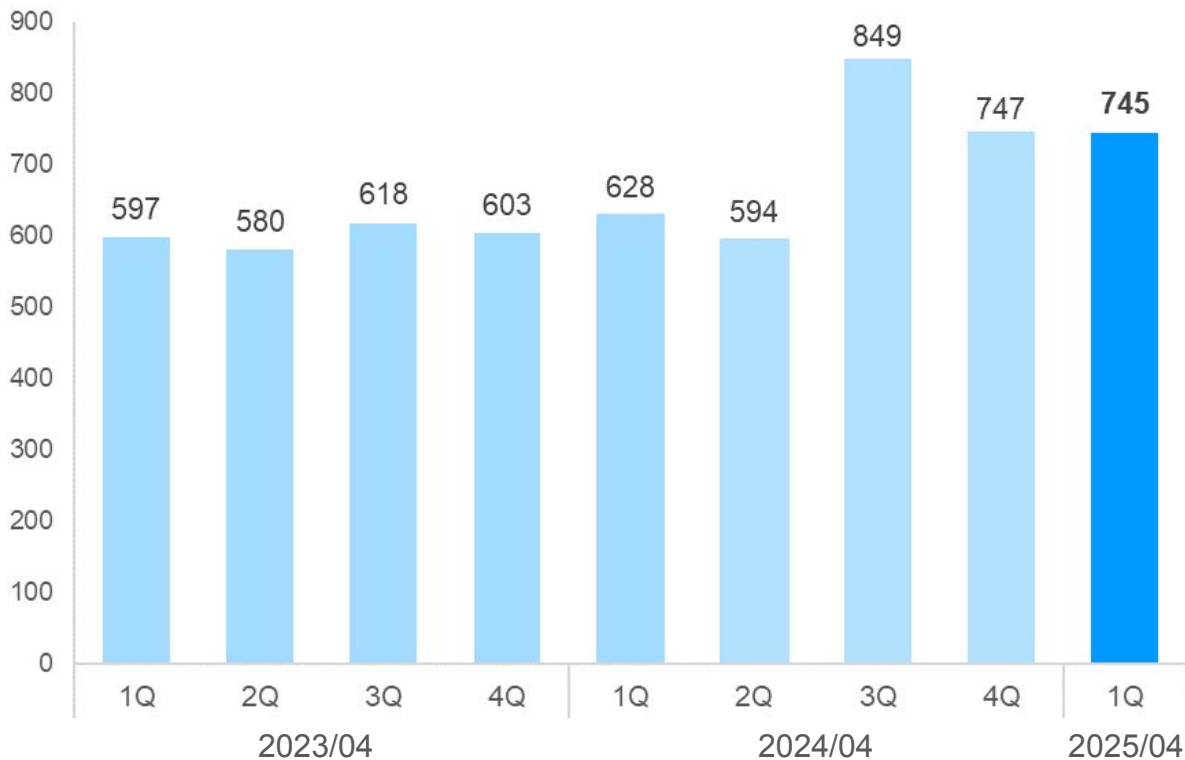
※3 月次解約率・・・四半期期間における解約数の平均から四半期末時点の総契約社数を除算した数値を記載しております。

ネクストエンジン事業 —25年4月期1Q 売上高

- コロナ禍の反動に伴うコト消費へシフトした消費行動の変容も落ち着きが見られ、EC市場への消費回帰の兆しが見られた
- これを背景に利用単価の高いユーザーの受注処理件数が増加したことと、2023年11月から新サービス価格を既存ユーザーに適用したことにより、ARPUの向上傾向が続いており前年同期比 18.6%増の二桁成長となる

売上高(会計期間)

(百万円)

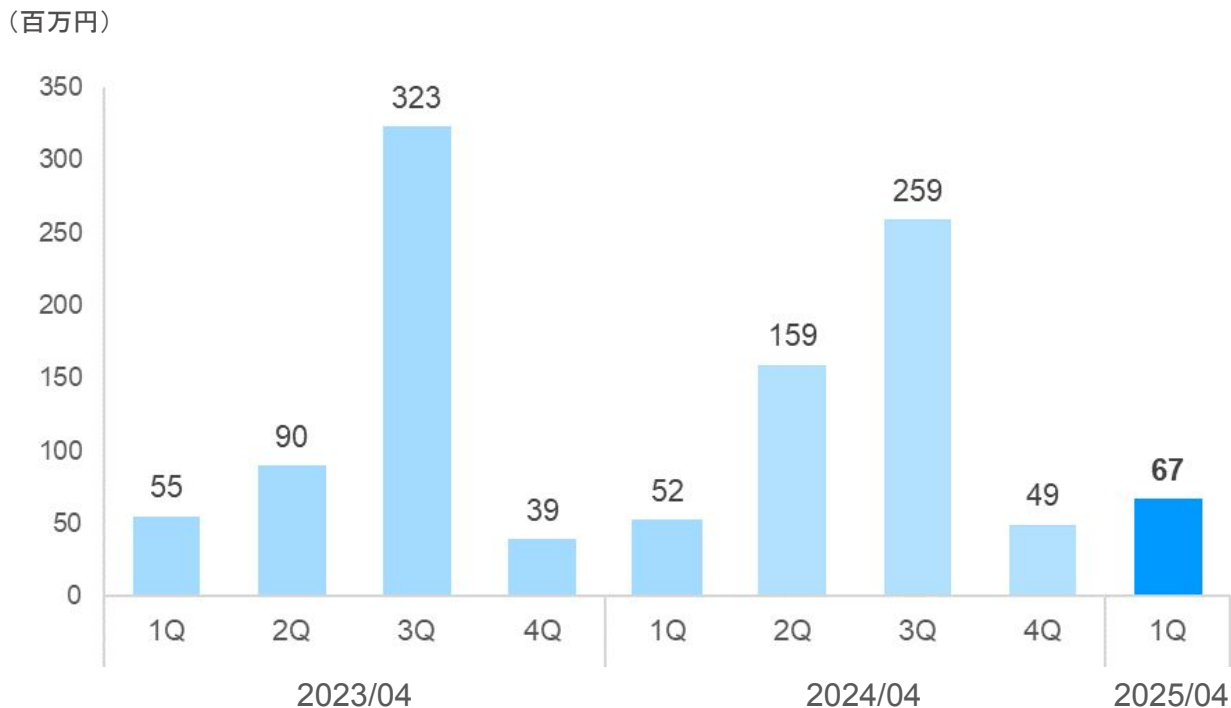


プラットフォーム

ロカルコ事業 —25年4月期1Q 売上高

- 前期に新規契約した自治体の貢献および契約自治体の寄附額が向上する取り組み等の付加価値向上施策により、前年実績を超えて推移し、前年同期比28.6%の増収を達成
- 本年4月に事業譲受にて取得した伝統工芸品のEC販売事業については、新規商品の開拓、在庫の安定供給への取り組み等、事業基盤を整備中
- 前期2Qは制度変更に伴う駆け込み需要により、売上高が一部前倒しで生じたものの、今期は特殊要因を見込まず

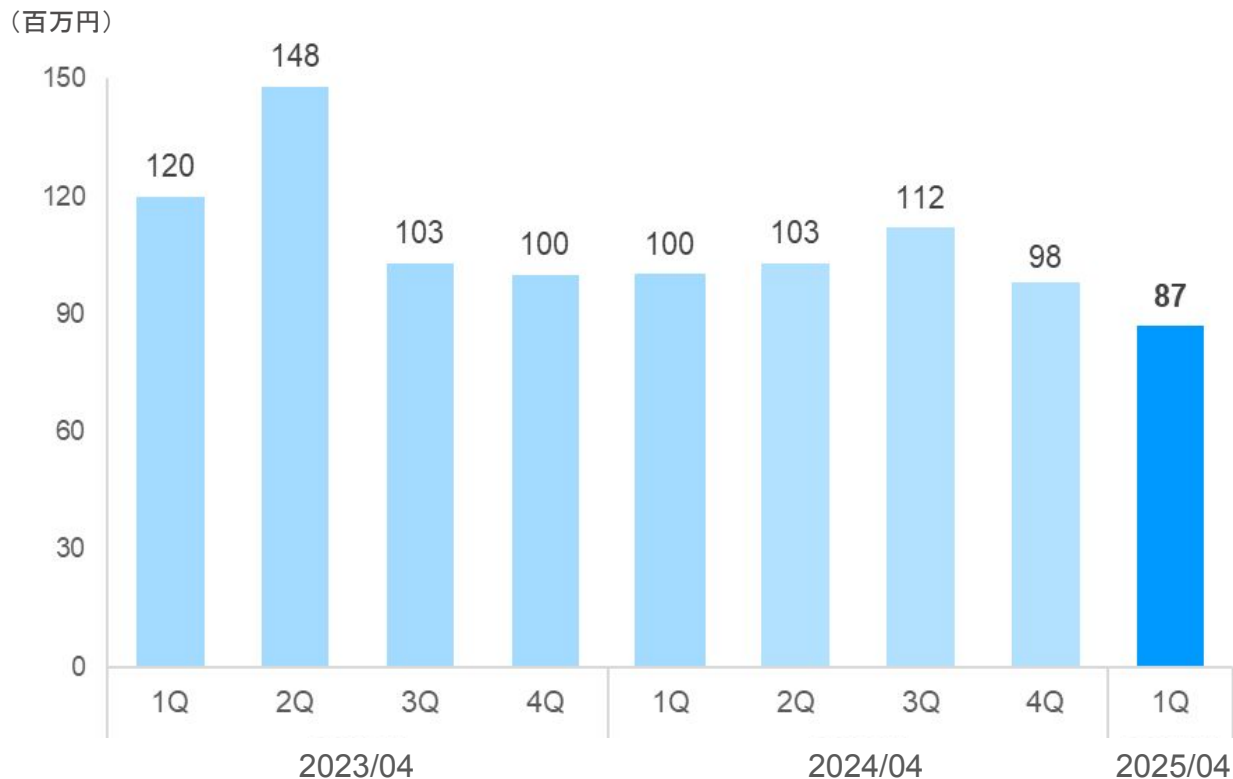
売上高(会計期間)



コンサルティング事業 —25年4月期1Q 売上高

- 売上は前期比 12.8%の減収となるが、期初計画を上回って推移
- 引き続きコンサルタントのリソース確保(採用と定着率の向上)という経営課題があることから、採算管理の徹底を意識した活動を継続
- 案件ごとの採算管理、コンサルタントの稼働率向上、コスト見直し等、収益性を重視した取り組みに注力した結果、営業利益の実績は前年を大きく上回る

売上高(会計期間)

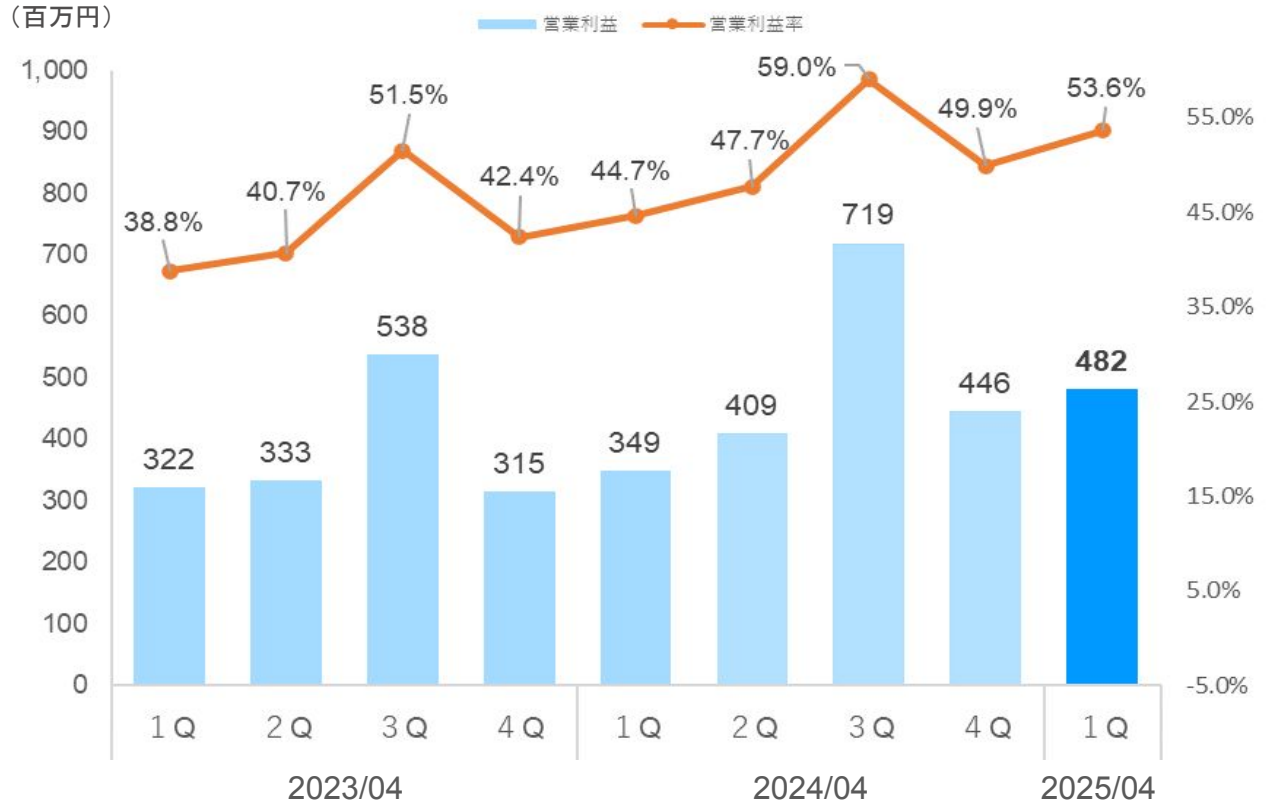


25年4月期1Q 営業利益

- ネクストエンジン事業の限界利益率の高さにより、サービス価格改定による増収効果がダイレクトに利益へインパクト。営業利益は前年同期比 38.2%増と大幅に伸長
- コンサルティング事業の増益も寄与したほか、ロカルコ事業も計画を上回って推移しており、営業利益率は44.7%から53.6%に向上

営業利益(会計期間)

プラットフォーム



ネクストエンジン事業 —総契約社数推移

- 基本利用料の引き下げに伴い顧客ターゲットが広がったことから、従来とは異なるマーケティング手法が求められているため、1Qにおいてリード獲得の効率が低下するなど、契約社数の伸びについては課題を残す結果に
- 無料契約から正式契約への転換率向上と、解約率の低位維持に注力することで、総契約社数は6,329社(前連結会計年度末比73社増)で着地

総契約社数

プラットフォーム



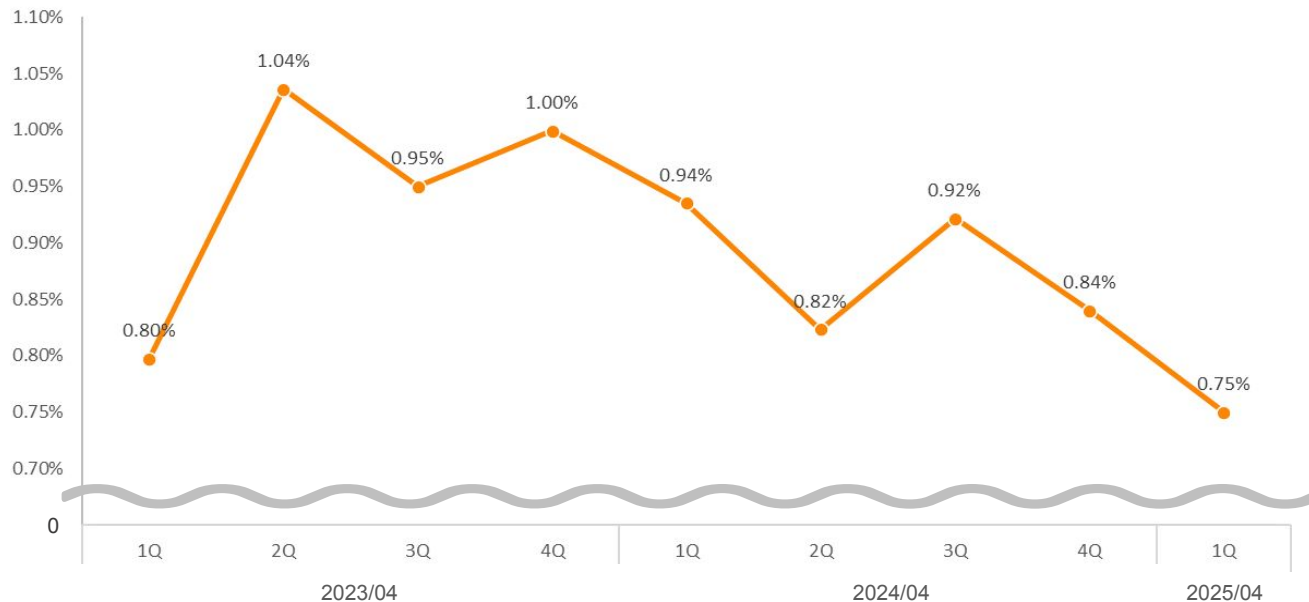
ネクストエンジン事業 —解約率推移

- ECから撤退する事業者は一定数認められるものの、解約率はコロナ禍の反動が認められた2023年4月期をピークに低下傾向
- 年平均の月次解約率は1.00%以下を維持し引き続き低位で推移

解約率

プラットフォーム

2023/04 年平均月次解約率※ <u>0.95%</u>	2024/04 年平均月次解約率※ <u>0.88%</u>	2025/04 年平均月次解約率※ <u>0.75%</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

- EC市場への消費回帰を背景に、利用単価の高いユーザーの受注処理件数が増加したことと、2023年11月から新サービス価格を既存ユーザーに適用したことにより、ARPUの向上傾向が続く
- なお、2024年4月期3Qには株式会社メルカリの運営する「メルカリShops」とネクストエンジンのシステム連携及び営業連携の効果が多分に含まれているためARPUが突出している

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

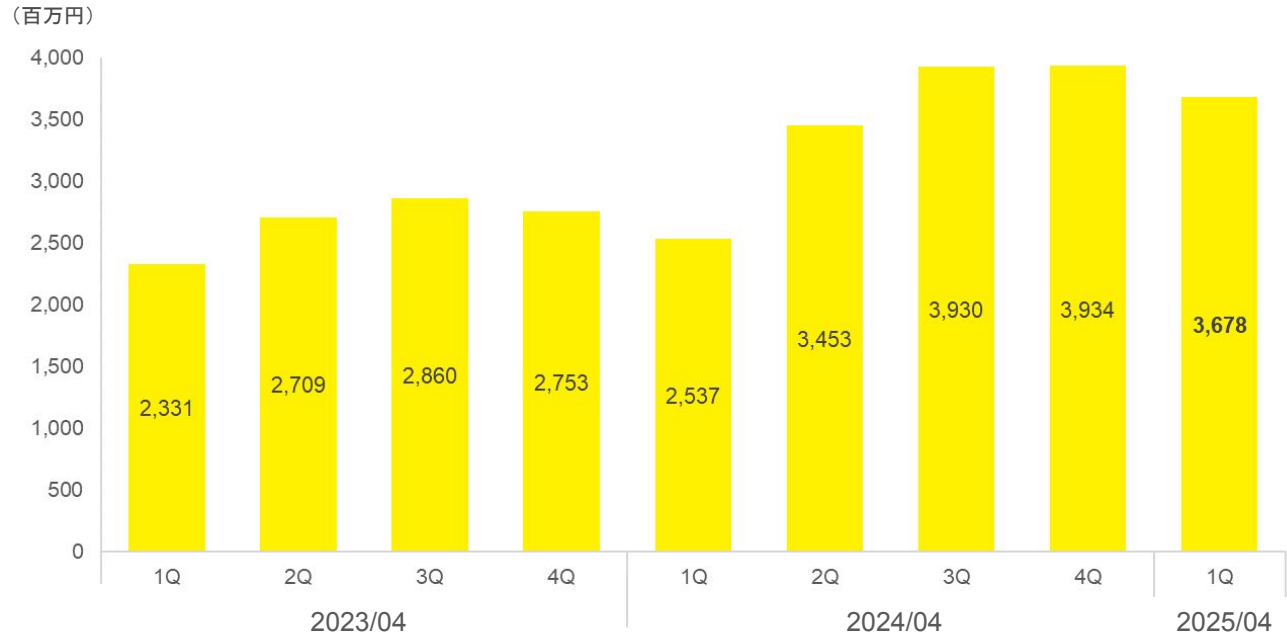
コマース



25年4月期1Q 一売上高四半期推移

- コスメティクス事業及びゲーミングアクセサリ事業の大幅増収により前年比で売上は伸長
- 単一事業依存からの脱却、事業ポートフォリオの形成も進み、前年比44.9%の売上成長
- 1Qは2Q～4Qと比較して需要増加のイベントが少ない期間であるものの、前期2Qを超える売上で着地

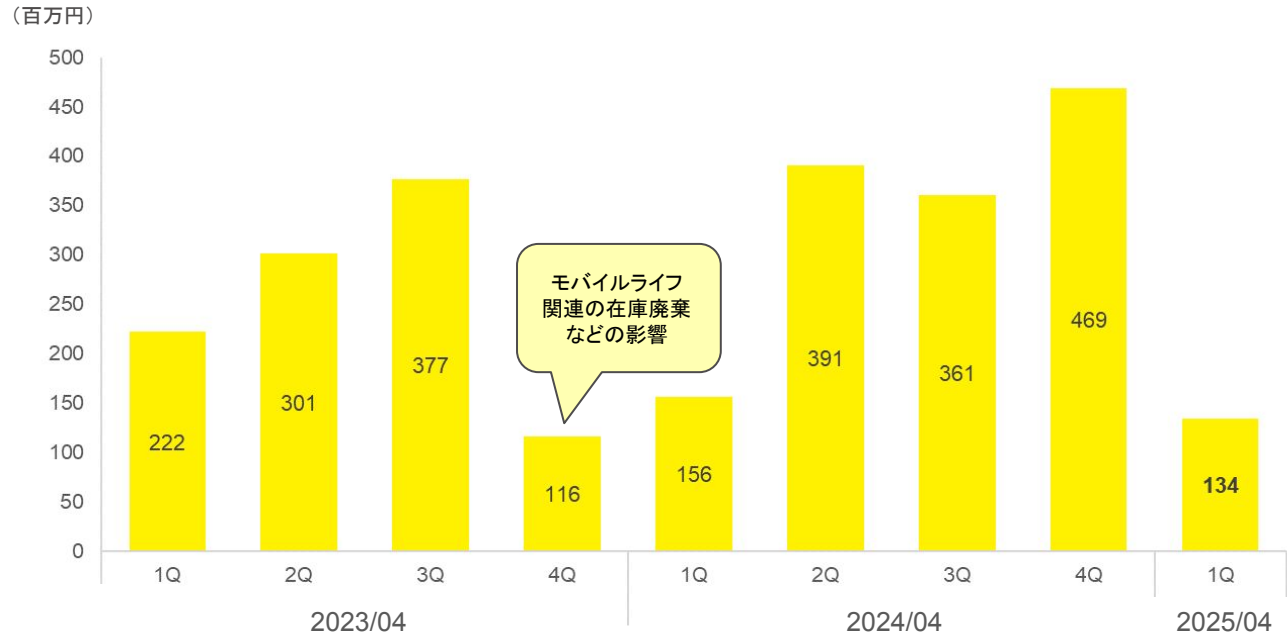
売上高(会計期間)



25年4月期1Q -セグメント利益四半期推移

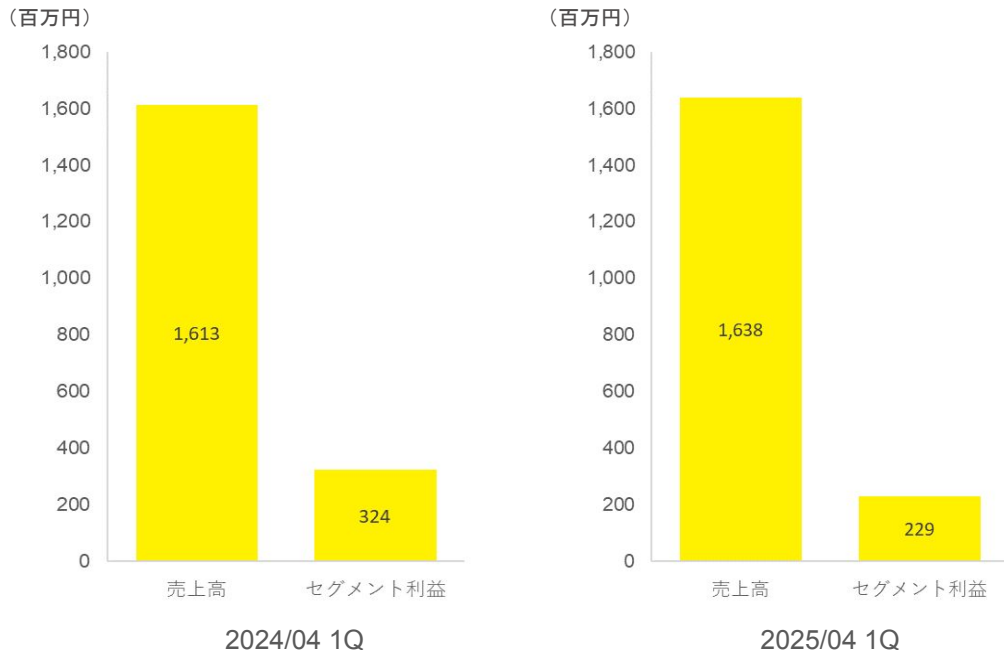
- 2Qに向けたマーケティング施策の先行実施や、グローバル事業への投資拡大により前年同期比減益となっている
- 2Q以降に新型iPhone発売、各種モールセール、年末商戦、新生活需要等による増収効果もあり利益上昇トレンド傾向
- 2Qの新型iPhone商戦やコスメ新商品発表等の需要増加イベントに備え、マーケティング施策を先行して実施していくため、1Qの利益率は低く推移する傾向にある。

セグメント利益(会計期間)



25年4月期1Q モバイルライフ事業

- 売上については、2Q以降の新型iPhone商戦や各種モールのセールに期待
- セグメント利益は配賦基準の変更及び2Q以降の需要増を見込んだマーケティングコスト増加により減益となるが、新機種・売れ筋機種向け新商品の市場投入により2Q以降に上昇していく見込み



売上高

1,638百万円
(前年比 1.6%増)

セグメント利益

229百万円
(前年比 29.2%減)

iFace 商品展開

- iFaceの定番商品である「Reflection」シリーズが700万個、「Look in Clear」も100万個を突破。さらに主力商品である「First Class」シリーズやIPコラボ商品も幅広く展開中
- 各種IPとのコラボ展開などの施策を通して、継続的にブランドマーケティングに注力
- GalaxyやPixelなど、iPhone以外の対応も強化。iPhone依存を緩和
- iPhoneのMagsafeの機能を活用した、「MagSynq」シリーズなど、ケース以外の周辺アクセサリ開発も強化

人気商品

・Reflection



・Look in Clear



アクセサリ

・MagSynq メタルリングステッカー

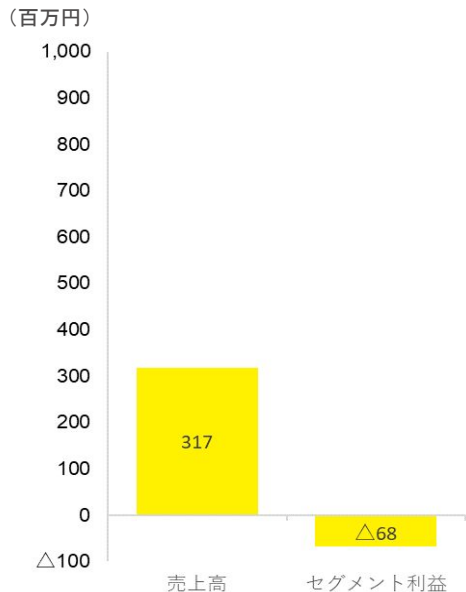


・Air podsケース

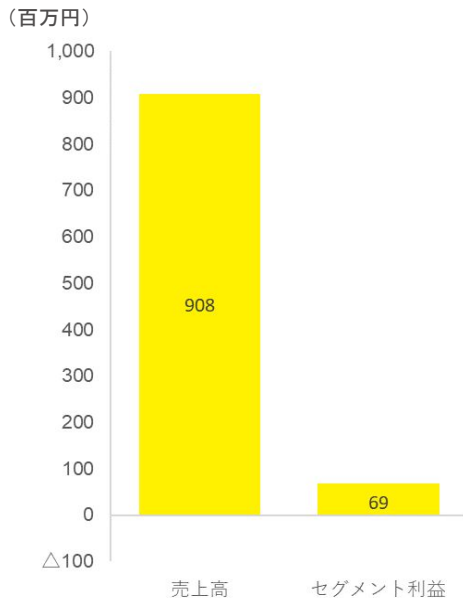


25年4月期1Q コスメティクス事業

- 販売が順調な売れ筋商品と季節に合った新商品展開、ECモールのセールを通して大幅に売上が伸長
- 卸売販売店舗数は約5,500店舗となり、計画を上回って売上・利益が着地



2024/04 1Q



2025/04 1Q

売上高

908百万円

(前年比 186.5%増)

セグメント利益

69百万円

(前年比 ー)

コスメティクス事業

- ブランド累計 137冠のベストコスメアワードを受賞
- ドラッグストアを含む卸販売先の導入店舗数が 5,500店舗以上となり、売上高は前年比 2.8 倍に増加
- さらなるブランド拡大を目指すため、エイジングケアなどの商品開発並びに販売先の拡大に注力。モバイルライフ事業に次ぐ収益の柱を目指す
- コストを抑えるべく、広告宣伝費のコントロールや物流アウトソーシング費用の見直しなどを実施中

主力商品

・ベースメイク商品



・スキンケア商品



商品開発・イベント

・エイジングケアシリーズ

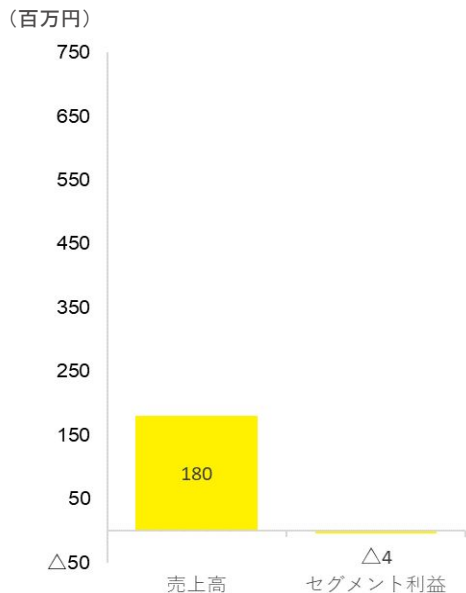


・展示会

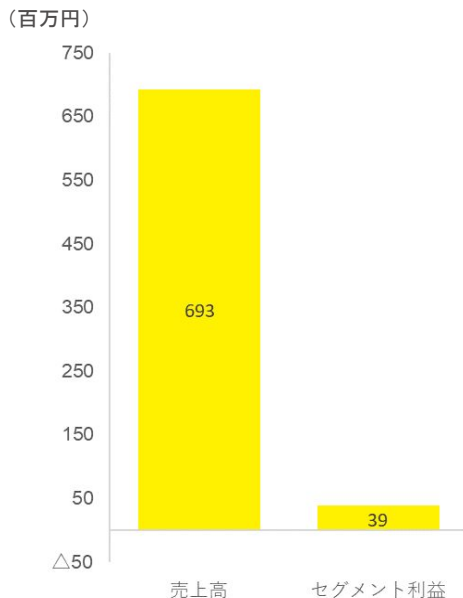


25年4月期1Q ゲーミングアクセサリー事業

- 売上・利益共に計画を大幅に上回る。卸販売も徐々に拡大しており、更なる拡大に期待
- ホワイトカラー・パステルカラーモデルのモニターと周辺機器が圧倒的な人気を誇る



2024/04 1Q



2025/04 1Q

売上高

693百万円

(前年比 284.5%増)

セグメント利益

39百万円

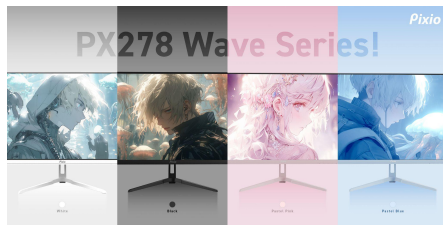
(前年比 ー)

ゲーミング アクセサリ事業

- ホワイトカラーやパステルカラーの高性能新型モニター及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。今後も新商品を多数市場投入予定
- 更なるブランド認知向上のため、VTuberや人気ゲーム配信者とのコラボやeスポーツの大会・イベントに協賛するなどの施策を実施中

商品開発

・PX278 Wave Series



・周辺アクセサリ

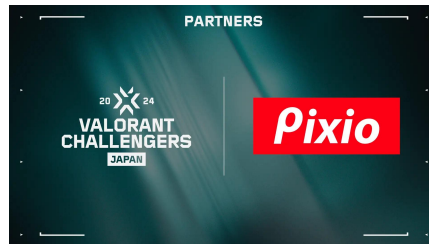


サービス

・人気動画配信者とのコラボ

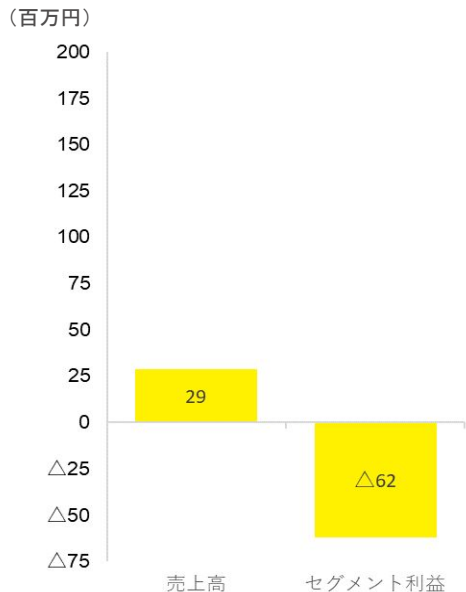


・eスポーツ大会やイベントへ協賛

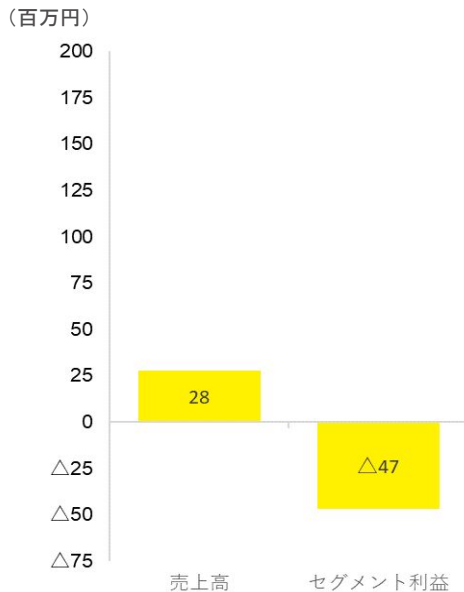


25年4月期1Q 新規事業

- 売上は概ね計画通り。前年比にて損失額が縮小となる
- コスメティクス事業やゲーミングアクセサリ事業に次ぐ新たな事業創出のため、引き続き投資



2024/04 1Q



2025/04 1Q

売上高

28

百万円
(前年比 0.6%減)

セグメント利益

△47

百万円
(前年比 ー)

新規事業投資

- さらなるブランド価値向上を目的に、環境課題解決に取り組むべく、プラスチック製品の不良品や余剰在庫から新たなプロダクトをつくるリサイクルサービス「Parallel Plastics」を展開
- イラストや写真を使って商品を自由にカスタマイズできるサービス「CustoMee」を開発・リリース
- 見守り機能が付いた子ども向けファーストスマホ「Hamic」を展開中

リサイクルサービス

Parallel Plastics



100%リサイクルトレイ



その他新規事業

CustoMee

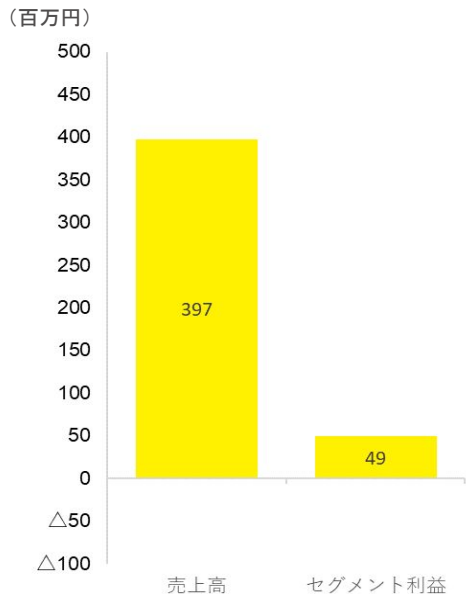


Hamic

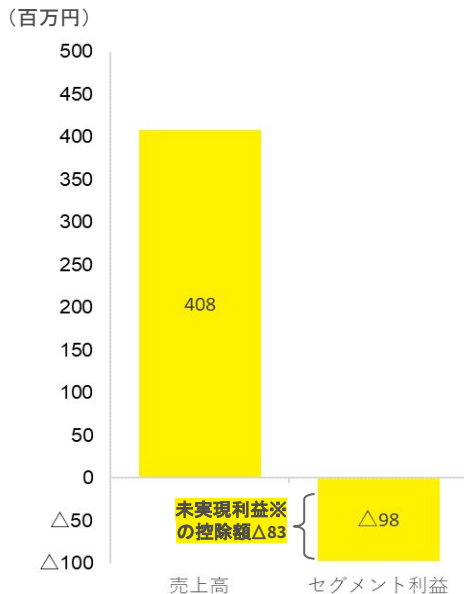


25年4月期1Q グローバル事業

- コスメティクス事業(韓国)や、オタマトーン(米国)などの売上拡大に伴う広告宣伝費及び販促費、物流費などの増加により、海外市場における営業損失は15百万円
- 未実現利益※の控除額の増加(△83百万円)はモバイルライフ及びコスメティクス事業の新商品に係る在庫増加などが要因



2024/04 1Q



2025/04 1Q



グローバル事業

- オタマトーンやスクイーズ(低反発玩具)のキャラクター IPコラボ商品等により米国大手量販店での取引を拡大中
- 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計画
- 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並びに韓国やEU諸国において販売地域の拡大を狙う

・オタマトーン ユニコーン



・オタマトーン ジャパン



・オタマトーン スタンド



・オタマトーン メロディー





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>