



Financial Results Presentation Materials

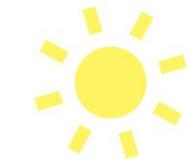
2026年4月期2Q 決算概要

証券コード: 3134



目次

- I . NE株式会社スピンオフ・上場
- II . 新Hameeについて
- III . 決算概要
- IV . 通期業績予想値の修正



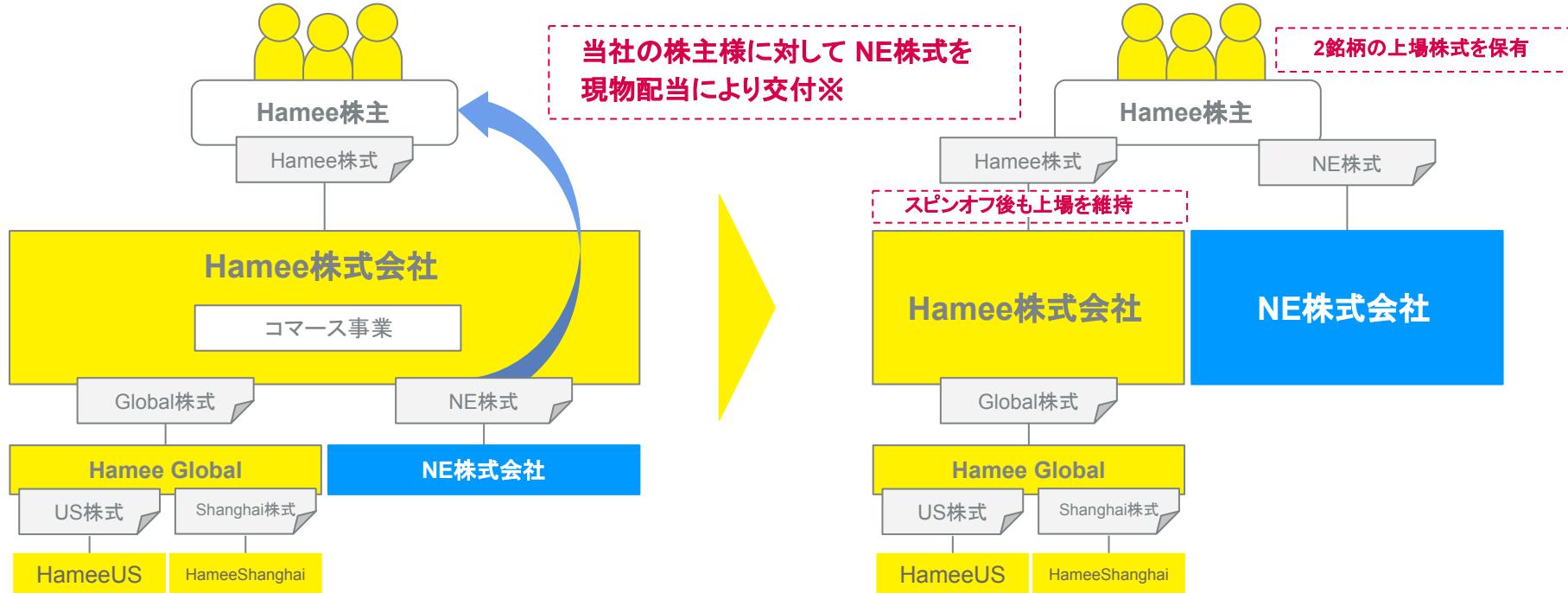


I . NE株式会社 スピンドル・上場



NE株式会社の株式分配型スピンオフ・上場の概要

NE株式会社の株式分配型スピンオフ・上場(2025年11月4日)



株式分配型スピンオフの実施

NE株は当社の連結範囲を離れ独立上場企業となりました。当社はコマース領域へ経営資源を集中し、高い成長性と株主価値向上を実現してまいります。

2025
5/1

上半期

2025
10/31

2025
11/4

2026
4/30

下半期





II. 新Hameeについて



NE(株)スピンオフ後の Hameeグループについて

Our Identity

Purpose / Passion パーパス・パッション

クリエイティブ魂に火をつける

子どもの頃、夢中で遊んだ時の、あのワクワク。
理屈なんて抜きに「これだ！」と胸が高鳴った、まっすぐな気持ち。
私たちは、これを「**クリエイティブ魂**」と呼んでいます。
一人ひとりが持つ「クリエイティブ魂」の輝きこそが、その人の「らしさ」の源泉です。

私たちは、その純粋な情熱が、豊かな地球の「らしさ」と調和する未来こそ、最高に面白く、価値ある世界だと信じています。

Vision ビジョン

人と地球の“らしさ”カンパニー

人が、もっと自分らしく。
地球が、その豊かさのまま、ずっと地球らしく。
Hameeが目指すのは、どちらも輝ける未来です。
私たちは、そんな新しい日常をつくります。

Mission / Strategy ミッション・ストラテジー

ZカルチャーSPAと脱炭素の両立

Z世代を中心とする次世代の消費者ニーズを的確に捉え、企画から販売まで一貫した体制で彼らのライフスタイルに寄り添ったプロダクトを生み出し続けていくこと。

作り手としての責任を全うし、環境負荷をゼロへと近づけること。そして誰もが「自分らしさ」を楽しみ続けることができる世の中を作ること。

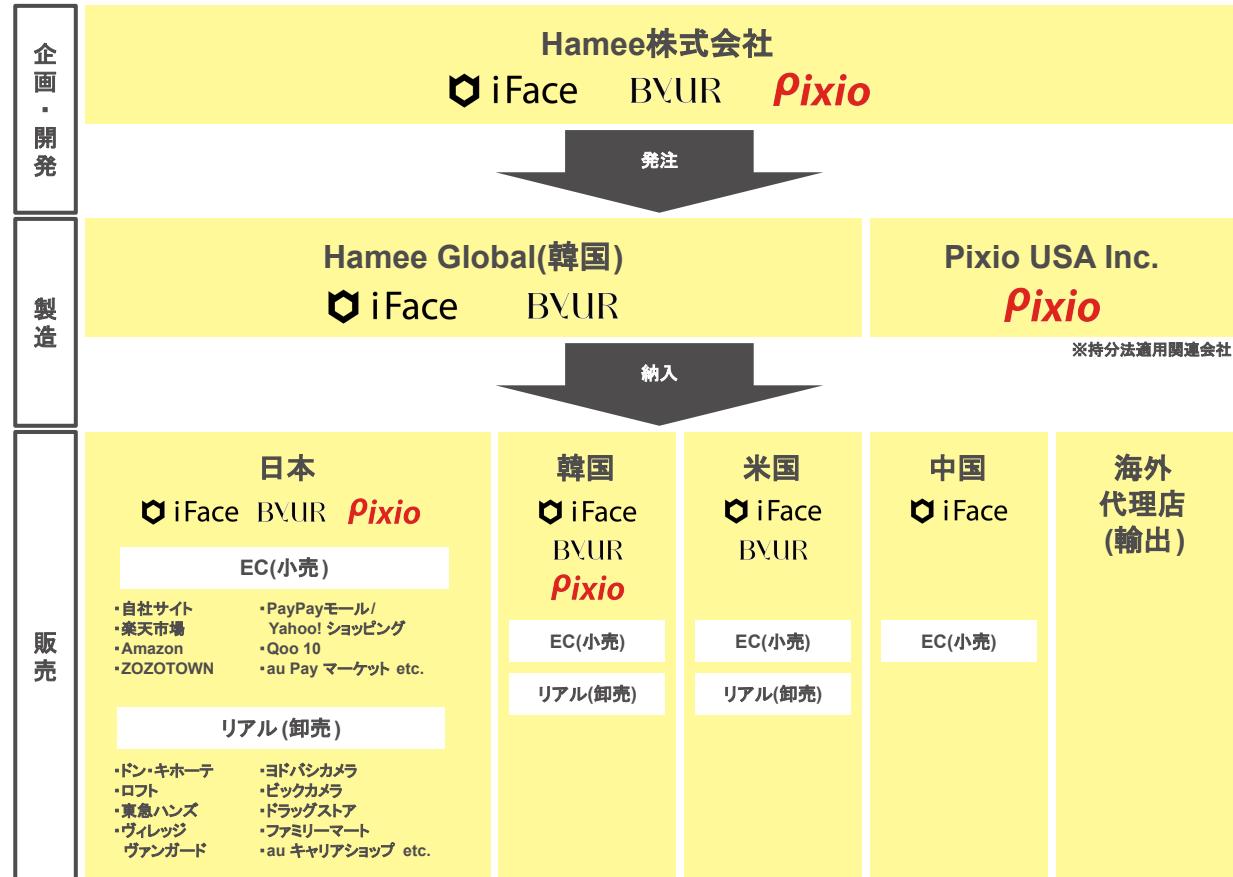
私たちのビジョンを実現するために、「ものづくり」を通じて、ふたつの挑戦に本気で取り組みます。

NE(株)スピンオフ後の Hameeグループについて



SPAモデル

- 主力商品である「iFace」や「ByUR」においては、グループ全体で企画・製造・販売(EC含む)を完結できる体制(SPAモデル)を構築
- 「Pixio」は現状SPAモデルではないものの、今後は自社企画・開発比率を高めてサプライチェーン全体を一體管理し、企画・生産・販売を通じたSPA型ビジネスへのシフトを進める方針



事業内容

モバイルライフ事業



スマートフォンが“生活のハブ”となったZ世代に向け、自社ブランド「iFace」を軸にケース・フィルム・充電アクセサリーなどをワンストップで提供しています。機能性とトレンド感のあるデザインを両立し、若年層の認知率はトップクラスです。

コスメティクス事業



コスメティクスブランド
「ByUR(バイユア)」は、韓国発の「毛穴管理」をコンセプトとしたナチュラルコスメブランドで、ベースメイクやスキンケア市場を中心に、自社で企画から携わったアイテムを多数展開しています。リリースから3年間、ブランド・シリーズ累計でベストコスメを 224 冠受賞しました。
2025年11月にはインナービューティーブランド「ByGLOW」をリリース。

ゲーミングアクセサリー事業



ゲーミングアクセサリーブランド「Pixio」は、手に取りやすい価格と高いクオリティを実現したゲーミングモニターおよびその周辺機器を展開しています。特にホワイトやパステルといった他社にないモニターのカラー展開により、“推し活”等と相まって、若年層を中心にブランド認知度がアップしています。

グローバル事業



北米市場を中心に、音楽雑貨「オタマトーン」や、人気キャラクターとのコラボをしている低反発トイ「スクイーズ」等を開発しています。人気キャラクターとのコラボ商品を、自社で企画、開発を行い、北米市場だけでなく、中国、韓国、東南アジア、EU圏への展開も進んでいます。



III. 決算概要



エグゼクティブサマリ

01

2Q会計期間は、コマースセグメント各事業において、需要増加を見込んでの売上、利益を期初に計画していたが、需要環境の変動により、売上・利益は当初計画を下回る。需要構造の変化に合わせ、チャネル戦略の見直し等、収益性改善に向けた取り組みを前倒しし、下期以降の回復基盤を強化。
売上高は好調であった前期 2Qを超える水準を維持しており、成長基盤は揺らいでいない。

02

2Q会計期間において、戦略的なチャネル強化と新商品の寄与により、懸案であったコスメティクス事業が黒字達成、収益化に明確な進展。今後連結業績に貢献していくことが期待。

03

下半期においては、各事業が着実に成長基盤を固め、中長期的な収益成長に向けた改善施策の実行フェーズに入る。市場動向を踏まえつつ、計画の精度を高めたうえで事業モデルの強化に集中しており、これら取り組みを反映して通期予想を修正、アップデート。
売上高については過去最高を計上した前期を超える水準を目指す。

2Q連結業績と業績予想との差異

- ・売上高および営業利益については次ページ以降にて詳細をご説明いたします。
- ・経常利益については2025年1月にPixio USA Inc.を持分法適用会社としたことに伴い、同社から仕入れているゲーミングアクセサリー関連商品の未実現利益が増加し、持分法損益にマイナス影響が生じたこと等により減益
- ・中間純利益については、営業利益および経常利益が計画を下回ったことの影響等により減益

(百万円)	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 中間純利益	1株当たり 中間純利益
前回発表予想(A)	11,940	1,196	1,139	771	円 銭 47.34
2Q連結 実績値(B)	11,232	705	547	299	18.78
増減額(B-A)	△ 708	△ 491	△ 592	△ 472	—
増減率(%)	△ 5.9%	△ 41.1%	△ 52.0%	△ 61.2%	—

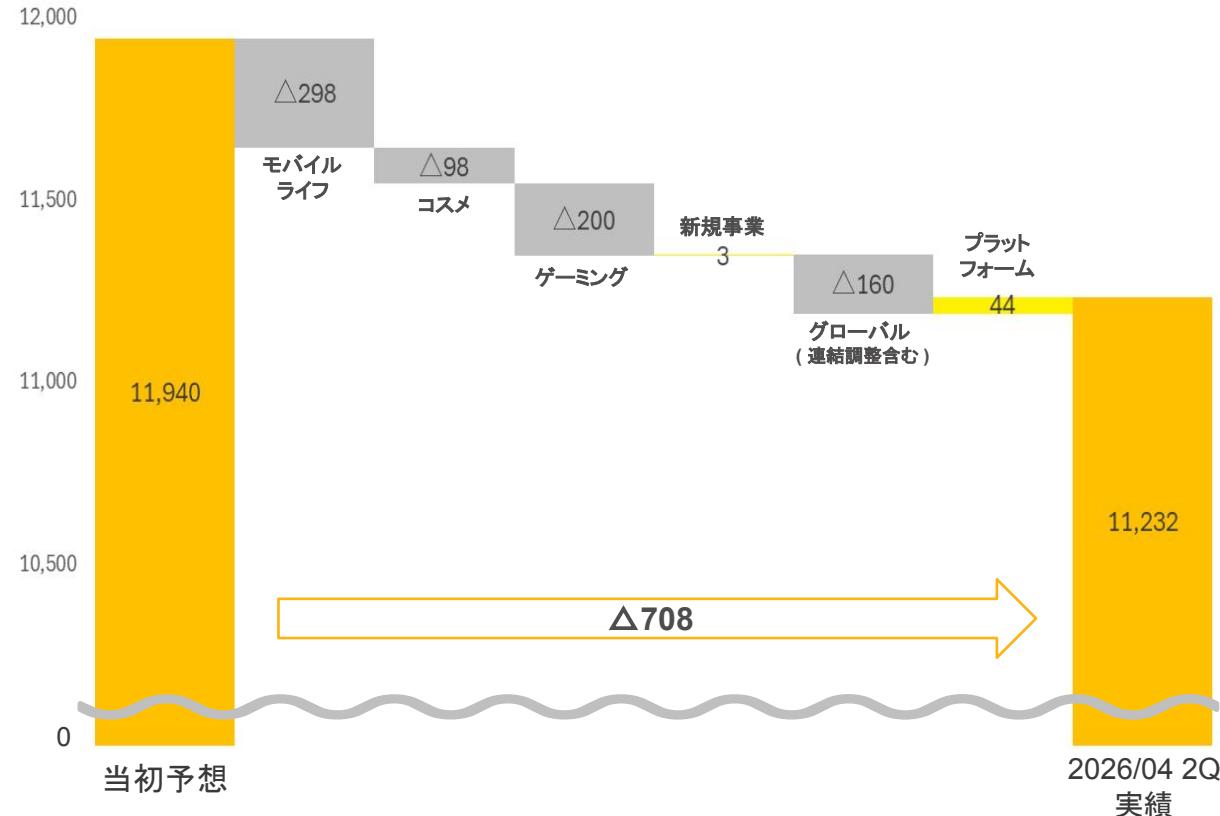
2Q業績予想との差異 一売上高増減分析

【コマースセグメント】

- モバイルライフ事業は、新型iPhone17シリーズ関連商品の販売が当初見込みを下回ったことに加え、店舗における新型iPhoneの取り扱い姿勢のトーンダウン等を背景に卸販売が伸び悩む
- コスメティクス事業は、1Qに行った卸先再編による販売活動の一時停滞による影響により未達
- ゲーミングアクセサリー事業は、市場全体の供給過多による低価格帯製品の投入が続き、価格競争が発生
- グローバル事業は、米国関税政策の影響が長引き、積極的な販売施策が打てなかつたことによる見込みからの下振れが発生

売上高(累計期間)

(百万円)



2Q業績予想との差異 一 営業利益高増減分析

【コマースセグメント】

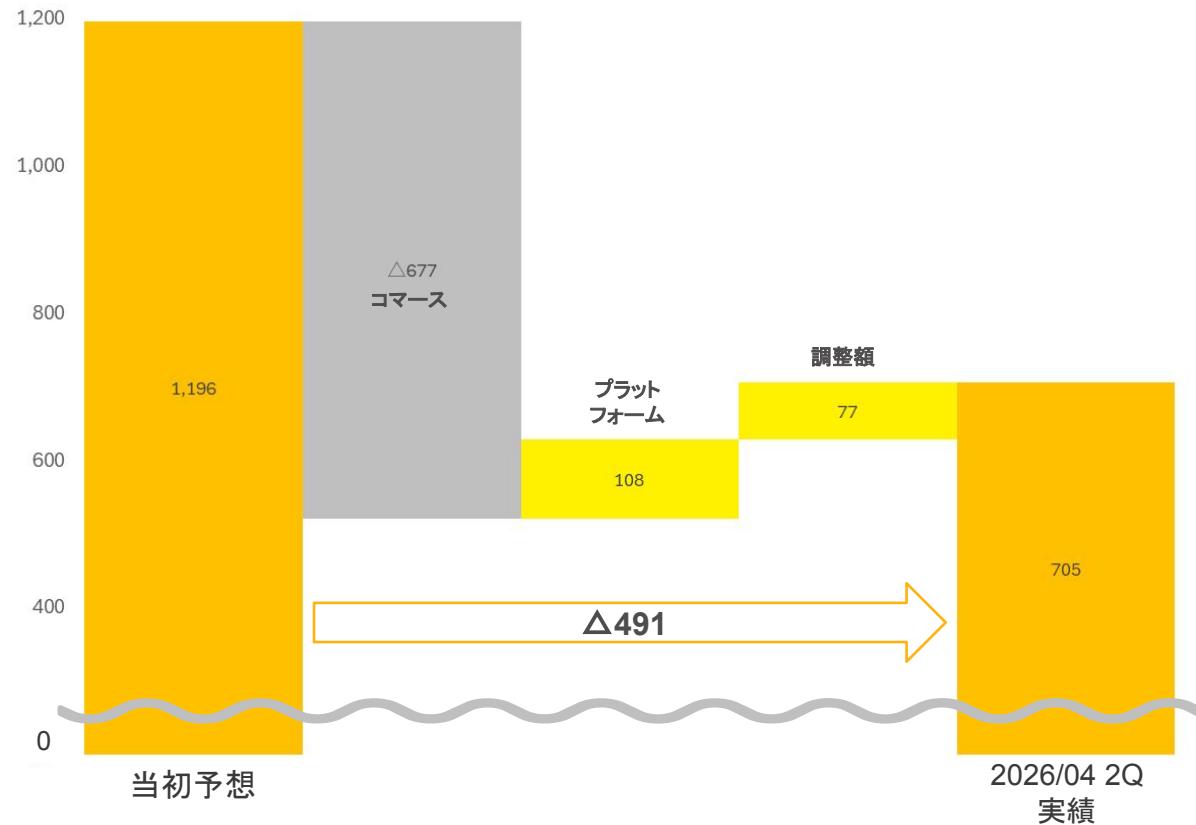
- 各事業の売上計画未達による減収に加え、コスメティクス事業の販促費、物流費増加、およびグローバル事業の関税負担、人件費、物流費増加等の一時的な要因が重なり、営業利益は当初計画を下回る

【調整額】

- 積極的なコスト管理の徹底により、減益幅を縮小

営業利益(累計期間)

(百万円)



26年4月期2Q セグメント別概況

- コマースセグメントは、好調だった前期2Qに対して苦戦する事業があった一方で、コスメティクス事業の二桁成長に支えられ、売上高は前年同期比 4.3%増
- プラットフォームセグメントは会計・累計期間ともに前年比増収増益
- 連結では両セグメント増収となる一方でコマースセグメントの一時的な要因により減益

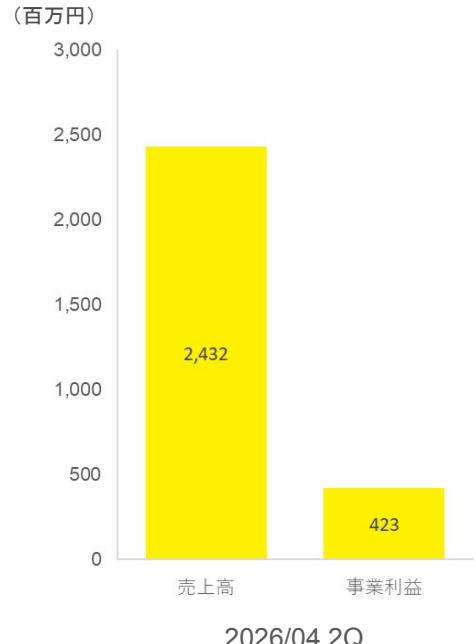
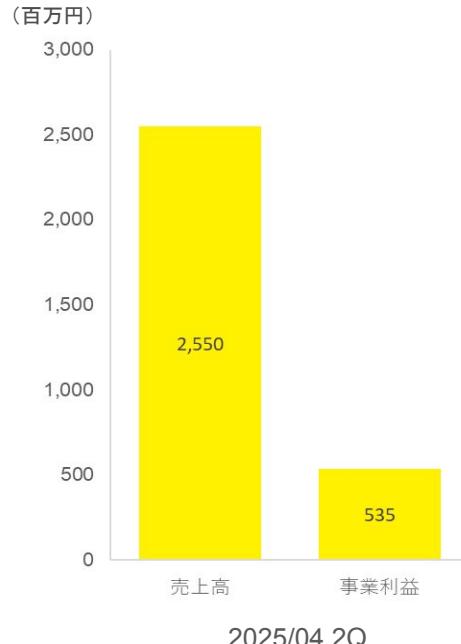
(百万円)		会計期間			累計期間						
連結セグメント概況		2025/04 2Q実績	2026/04 2Q実績	増減額	前年比	2025/04 1Q~2Q実績	対通期計画達成率	2026/04 1Q~2Q実績	増減額	前年比	対通期計画達成率※
コマース	売上高	5,196	4,952	△244	△ 4.7%	8,874	56.3%	9,254	379	4.3%	47.0%
	セグメント利益	700	451	△249	△ 35.6%	834	42.2%	549	△284	△34.1%	47.5%
	利益率	13.5%	9.1%	△ 4.4%	—	9.4%	—	5.9%	△3.5%	—	—
プラットフォーム	売上高	901	989	87	9.7%	1,802	45.1%	1,978	175	9.8%	—
	セグメント利益	467	519	51	11.1%	950	47.6%	1,013	63	6.7%	—
	利益率	51.9%	52.5%	0.6%	—	52.7%	—	51.2%	△ 1.5%	—	—
連結	売上高	6,098	5,942	△156	△ 2.6%	10,677	54.1%	11,232	555	5.2%	51.8%
	セグメント利益	1,168	970	△197	△ 16.9%	1,784	44.9%	1,563	△221	△12.4%	72.1%
	調整額※	△370	△436	△ 65	—	△763	—	△858	△94	—	—
	営業利益	797	534	△263	△ 33.0%	1,021	49.0%	705	△315	△30.9%	97.5%
	利益率	13.1%	9.0%	△ 4.1%	—	9.6%	—	6.3%	△3.3%	—	—

※ 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。

※ 2026/04の対通期計画達成率は連結業績予想の修正数値で算出しております。詳細はP45「IV. 通期業績予想の修正」をご確認ください。

26年4月期2Q モバイルライフ事業

- 新型 iPhone17 シリーズの販売が市場全体で弱含んだことに加え、卸先店舗での新型 iPhoneの扱い姿勢のトーンダウン等を背景とした卸販売の伸び悩みが影響
- 上記理由に加え、EC強化に伴うマーケティング費用負担等の影響により前年比減益



売上高

2,432 百万円

(前年比 △117百万円 / △4.6%)



事業利益

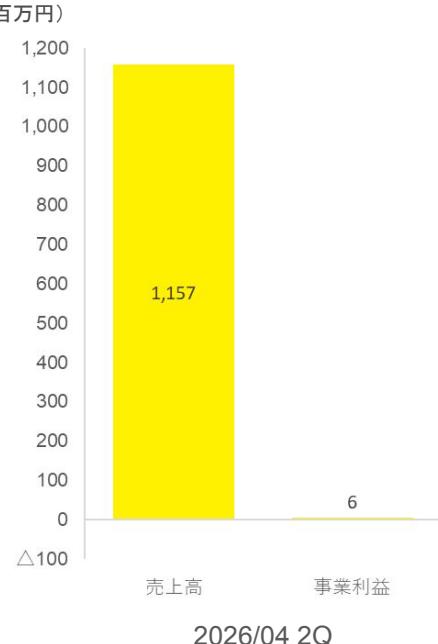
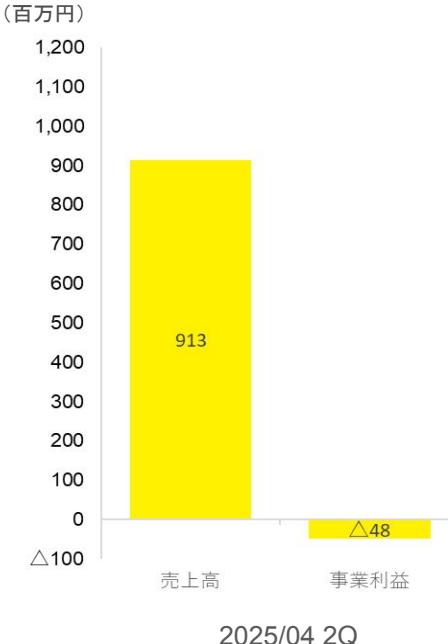
423 百万円

(前年比 △111百万円 / △20.9%)



26年4月期2Q コスメティクス事業

- 秋の新商品およびベースメイク商品のドラッグストア等への卸販売拡大が進み、2Qの売上は前年同期比で大幅な増収を達成
- 上記や新規取引先導入に伴い、什器・サンプルを含む販促費および物流費・出荷関連コストが増加したものの、黒字達成



売上高

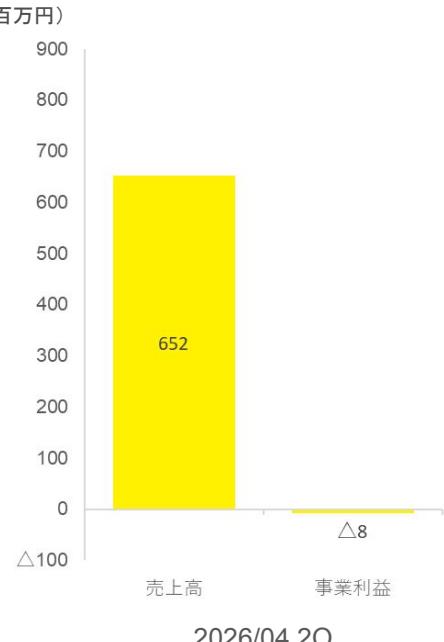
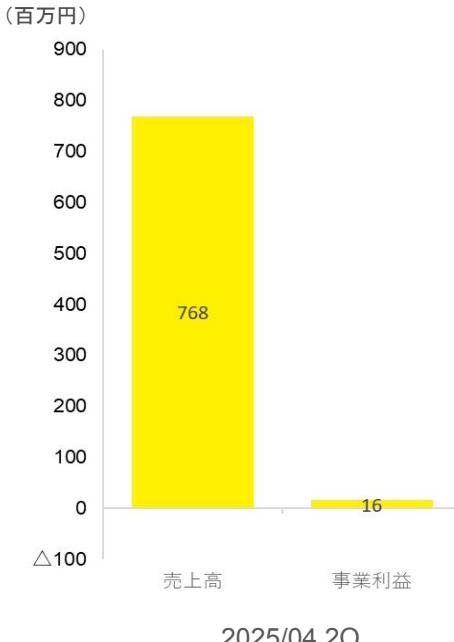
1,157 百万円
(前年比 +243百万円 / +26.6%)

事業利益

6 百万円
(前年比 +54百万円)

26年4月期2Q ゲーミングアクセサリー事業

- モニター市場の供給過多による価格競争が発生し、好調であった前年同期と比較して減収
- 広告宣伝費や倉庫移転に伴う一時的な物流関連費用の増加負担がありながらも、概ね前年同期並み水準での横ばい推移
- Pixioブランドの高い認知度は維持しており、カテゴリーシェアは引き続き No.1を獲得 ※Amazon社



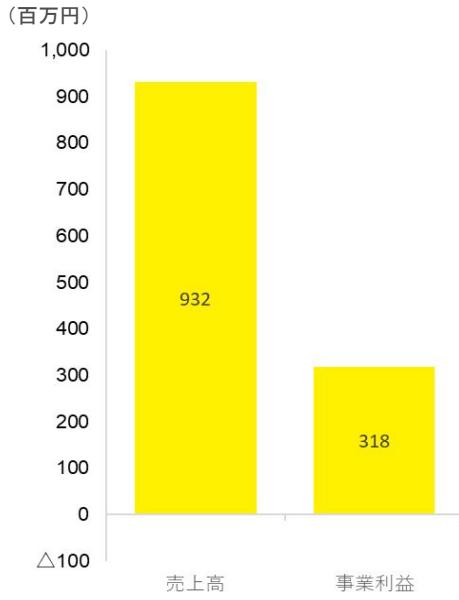
売上高
652 百万円
(前年比 △115百万円 / △15.1%)

事業利益
△8 百万円
(前年比 △25百万円)

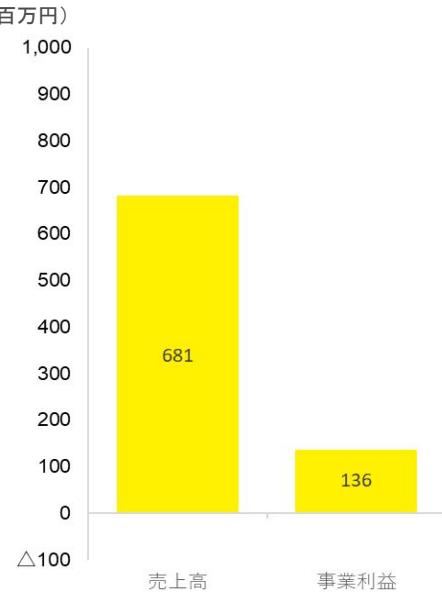


26年4月期2Q グローバル事業

- 一部地域(米国など)での減速が響き、2Qでは落ち込んだ局面
- 在庫増加に伴う未実現利益の増加や米国関税負担、海外子会社の人事費・物流費増加の影響により前年比減益



2025/04 2Q



2026/04 2Q

売上高

681 百万円
(前年比 △251百万円 / △27.0%)

事業利益

136 百万円
(前年比 △182百万円 / △57.2%)





IV. 通期業績予想値の修正



26年4月期 通期業績予想修正

- 上期での予想値と業績値との差異に加え、下期についても競争環境を含む市場環境の変化が見込まれる
- 通期業績予想の修正は、それら直近の市場環境の動向を注視する中で、下半期においても上半期の業績下振れ圧力が継続することが見込まれるため、上半期予想との差異を含めて下半期予想を修正

(百万円)	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
前回発表予想(A)	23,285	2,073	1,990	1,417	円 銭 86.99
今回修正予想(B)	21,673	723	479	152	9.33
増減額(B-A)	△ 1,612	△ 1,350	△ 1,511	△ 1,265	—
増減率(%)	△ 6.9%	△ 65.1%	△ 75.9%	△ 89.3%	—

26年4月期 通期業績予想修正 _半期 /セグメント別

(百万円)		1Q~2Q(2025/5/1~2025/10/31)				3Q~4Q(2025/11/1~2026/4/30)			
連結セグメント概況		当初予想	連結実績値	増減額	増減率	当初予想	修正予想	増減額	増減率
コマース	売上高	10,006	9,254	△752	△ 7.5%	11,344	10,441	△903	△8.0%
	セグメント利益	1,226	549	△677	△ 55.2%	1,489	606	△883	△59.3%
	利益率	12.3%	5.9%	△ 6.4%	—	13.1%	5.8%	△7.3%	—
プラットフォーム	売上高	1,934	1,978	44	2.3%	—	—	—	—
	セグメント利益	905	1,013	108	11.9%	—	—	—	—
	利益率	46.8%	51.2%	4.4%	—	—	—	—	—
連結	売上高	11,940	11,232	△708	△ 5.9%	11,344	10,441	△903	△8.0%
	セグメント利益	2,131	1,563	△568	△ 26.7%	1,489	606	△883	△59.3%
	調整額※	△935	△858	77	—	△612	△588	24	—
	営業利益	1,196	705	△491	△ 41.1%	877	17	△860	△98.1%
	利益率	10.0%	6.3%	△ 3.7%	—	7.7%	0.2%	△ 7.5%	—

※ 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。

※ NE株式会社のスピンオフIPOに伴い、3Q以降プラットフォーム事業の業績値は連結に含まれておりません。

26年4月期 通期業績予想修正 _コマースセグメント事業別

(百万円)	①2025/04 実績	②2026/04 当初予想	③2026/04 修正予想	対前年実績 増減額 (③-①)	対前年実績 増減率 (③÷①-1)	対当初予想 増減額(③-②)	対当初予想 増減率 (③÷②-1)
売上高	18,986	21,350	19,695	709	3.7%	△ 1,655	△ 7.8%
モバイルライフ事業	8,359	8,724	8,366	7	0.1%	△ 358	△ 4.1%
コスメティクス事業	3,424	4,520	4,168	744	21.7%	△ 352	△ 7.8%
ゲーミングアクセサリー事業	3,706	3,970	3,376	△ 330	△ 8.9%	△ 594	△ 15.0%
新規事業投資	140	117	108	△ 32	△ 22.9%	△ 9	△ 7.7%
グローバル事業	3,356	4,018	3,675	319	9.5%	△ 343	△ 8.5%
セグメント利益	2,158	2,716	1,156	△ 1,002	△ 46.4%	△ 1,560	△ 57.4%

下期および来期以降の取り組み

モバイルライフ事業

下期

卸売環境の変化を踏まえつつ、下期は上期のビハインドを挽回し、ECチャネルを中心に成長の回復を図ります。既存商品の強化に加え、新商品の投入を前倒しすることで、通期では過去最高売上を達成した前年並みの水準を確保する計画です。
一方で、ECチャネル強化や新商品投入に伴う広告宣伝費等の増加も見込んでおります。

来期
以降

iFaceブランドを基盤にカラー・機種バリエーションや通電系アクセサリーを拡充し、海外メーカーとの価格競争にはデザイン性・耐久性・IPコラボ等で差別化しつつ、国内EC・卸で安定的に売上・利益を積み上げる体制を目指します。また、新型iPhone需要に依存しない商品ラインナップの拡充を目指し、カテゴリー拡張を実施いたします。

コスメティクス事業

下期

下期はチャネル別の成長ポテンシャルを精査し、EC売上の計画を引き下げる一方、ドラッグストア等における卸売チャネルを中心に拡大を加速させます。特にByURのベースメイクは導入店舗の増加が順調に進んでおり、カテゴリー拡大が引き続き成長を牽引します。利益面では、インナービューティーブランド「ByGLOW」への投資時期が3Qおよび4Qに集中することや、原価改善計画および販売促進費の見通しを改めて織り込んだ結果、現在の延長水準を見込んでおります。

来期
以降

「ByUR」をコアブランドとし、ベースメイク強化とドラッグストア等への卸拡大でマスチャネルでの存在感を高めるとともに、「ByGLOW」を育成し美容の内外をカバーするポートフォリオを構築します。原価率見直しや什器・テスター等の販促効率化を通じて、売上成長と収益性向上の両立を図ります。

下期および来期以降の取り組み

ゲーミングアクセサリー事業

下期

下期以降も価格競争が継続するものと想定し、売上計画を保守的な水準へ見直しております。今後はPixio ブランドの独自性を高めるため、アクセサリーラインの強化や新シリーズ開発を重点的に進めます。特に“スペック × デザイン”の領域では差別化余地が大きく、モニターだけに依存しない収益構造への転換を加速させます。

来期
以降

汎用モニターへの過度な依存を避け、カラーモニターや高リフレッシュレート機などスペック×デザインに特徴を持つラインアップへシフトいたします。モニターム・デスク・チェア等の周辺アクセサリーを拡充し「ゲーミング環境トータル提案」を強化しつつ、コラボ企画やイベント露出でファンベースを広げ、アクセサリー比率の引き上げによって安定した収益基盤を構築し、ブランド価値向上を図ります。

グローバル事業

下期

関税政策の影響が下期以降も継続し、サプライチェーンの混乱や調達・物流コストの上昇が想定されますが、販売価格の最適化やチャネル戦略の見直しにより、徐々に収益性の改善が進む見通しです。

来期
以降

ECと卸を最適配分しながら成長を追求してまいります。米国関税や物流費など構造的コストについては、調達・在庫・物流オペレーションの見直しで中長期的な改善を図り、地域ニーズに応じた商品・ブランド展開を通じて、グローバル全体で分散・安定した収益ポートフォリオの確立を目指します。

まとめ

01

短期的な市場変動により通期予想を見直しましたが、事業基盤の強化は着実に進んでおり、Hamee の成長性はむしろ明確になっています。SPA モデルとブランド力を軸に、中長期では持続的な成長が十分に実現可能と判断しています。

02

市場環境を見極めながら各事業で重点施策を実行し、収益性の回復を図るとともに、ブランド強化・カテゴリー拡張・オペレーション改善を通じて、来期以降の中長期の成長基盤を再構築します。

03

来期以降の中長期の計画については、2026年6月の本決算発表と合わせて、発表させて頂く予定です。



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

Hamee株式会社 経営企画部
TEL: 0465-25-0260
ホームページ: <https://hamee.co.jp>