



Hamee株式会社

2023年4月期3Q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 . 通期業績予想

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

プラットフォームセグメントの利益率が 40.5%から45.2%へ向上
(第3四半期累計期間)

02

モバイルライフ事業のトップラインの落ち込みを新規事業と
グローバル事業がカバー

03

新規事業分野への先行投資が続いているため減益トレンドが続くも
グローバル事業は第2四半期会計期間に比して収益性が改善

II. 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 ロカルコ (旧ふるさと納税) 変更 RUKAMO	-

※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

23年4月期3Q 連結概況

・第2四半期会計期間と同様のトレンドが続くも累計期間対前年比でトップラインが伸長

(百万円)	会計期間				累計期間			
	2022/04 3Q実績	2023/04 3Q実績	増減額	前年比	2022/04 1Q~3Q実績	2023/04 1Q~3Q実績	増減額	前年比
連結業績概況								
売上高	4,030	3,908	△122	△3.0%	9,979	10,542	562	5.6%
売上総利益	2,509	2,498	△10	△0.4%	6,411	6,496	85	1.3%
営業利益	739	595	△144	△19.5%	1,874	1,169	△705	△37.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	504	315	△189	△37.6%	1,448	814	△634	△43.7%

23年4月期3Q セグメント別概況

・プラットフォームセグメントの利益率が向上

(百万円)		会計期間				累計期間			
		2022/04 3Q実績	2023/04 3Q実績	増減額	前年比	2022/04 1Q~3Q実績	2023/04 1Q~3Q実績	増減額	前年比
連結セグメント概況									
コマース	売上高	3,078	2,860	△217	△7.1%	7,613	7,902	289	3.8%
	セグメント利益	542	291	△251	△46.3%	1,582	668	△913	△57.7%
	利益率	17.6%	10.2%	△7.4%	—	20.8%	8.5%	△12.3%	—
プラットフォーム	売上高	952	1,045	97	9.8%	2,365	2,639	273	11.6%
	セグメント利益	430	538	133	25.1%	958	1,194	235	24.6%
	利益率	45.2%	51.5%	8.5%	—	40.5%	45.2%	4.7%	—
連結	売上高	4,030	3,908	△122	△3.0%	9,979	10,542	562	5.6%
	セグメント利益	973	829	△143	△14.7%	2,541	1,862	△678	△26.7%
	調整額※1	△ 233	△ 234	△ 1	—	△666	△693	△26	—
	営業利益	739	595	△144	△19.5%	1,874	1,169	△704	△37.6%
	利益率	18.4%	15.2%	△3.1%	—	18.8%	11.1%	△7.7%	—

※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。

23年4月期3Q コマースセグメント概況(売上高)

- ・モバイルライフ事業の減収をその他事業の伸びがカバーする構図が顕著に(累計期間)
- ・3Q会計期間については前年同期のモバイルライフ事業が好調だった分落ち込みをカバーしきれず

(百万円)	会計期間				累計期間			
	2022/04 3Q実績	2023/04 3Q実績	増減額	前年比	2022/04 1Q~3Q実績	2023/04 1Q~3Q実績	増減額	前年比
コマースセグメント								
売上高	3,078	2,860	△218	△7.1%	7,613	7,902	289	3.8%
モバイルライフ事業	2,167	1,736	△431	△19.9%	6,058	5,318	△740	△12.2%
ゲーミングアクセサリ事業	163	230	67	41.6%	218	578	360	165.1%
コスメティクス事業	11	72	61	614.9%	11	143	132	1200.0%
新規事業投資	14	25	11	78.5%	34	62	28	82.4%
グローバル事業	721	796	75	10.3%	1,289	1,798	509	39.5%

23年4月期3Q コマースセグメント概況(営業利益)

- ・新規事業分野への先行投資が続いているため減益トレンドが続く
- ・グローバル事業(主にUS)は第2四半期会計期間に比して収益性が改善

(百万円)	会計期間				累計期間			
	2022/04 3Q実績	2023/04 3Q実績	増減額	前年比	2022/04 1Q~3Q実績	2023/04 1Q~3Q実績	増減額	前年比
コマースセグメント								
営業利益	542	291	△251	△46.3%	1,582	668	△914	△57.8%
モバイルライフ事業	425	324	△101	△23.7%	1,247	1,049	△198	△15.9%
ゲーミングアクセサリ事業	△4	0	4	—	△6	9	16	—
コスメティクス事業	△73	△136	△63	—	△98	△385	△287	—
新規事業投資	△56	△51	5	—	△186	△162	24	—
機能部署	△17	△17	0	—	△63	△69	△6	—
グローバル事業	270	171	△99	△36.8%	689	227	△462	△67.1%
利益率	17.6%	10.2%	△7.4%	—	20.8%	8.5%	△12.3%	—

23年4月期3Q プラットフォームセグメント概況

- ・ロカルコ事業の売上増加がEC市場のトラフィック減少をヘッジ
- ・限界利益率の高さを背景にセグメント利益率が大きく向上

(百万円)	会計期間			
	2022/04 3Q実績	2023/04 3Q実績	増減額	前年比
プラットフォームセグメント				
売上高	952	1,045	93	9.8%
ネクストエンジン事業	583	618	35	6.1%
コンサルティング事業	126	103	△23	△18.3%
ロカルコ事業	242	323	81	33.5%
営業利益	430	538	108	25.1%
営業利益率	45.2%	51.5%	5.9%	—

累計期間			
2022/04 1Q~3Q実績	2023/04 1Q~3Q実績	増減額	前年比
2,365	2,639	273	11.6%
1,661	1,797	135	8.2%
344	372	27	8.1%
359	469	110	30.7%
958	1,194	235	24.6%
40.5%	45.2%	4.7%	—

23年4月期3Q 連結概況 一売上高増減分析

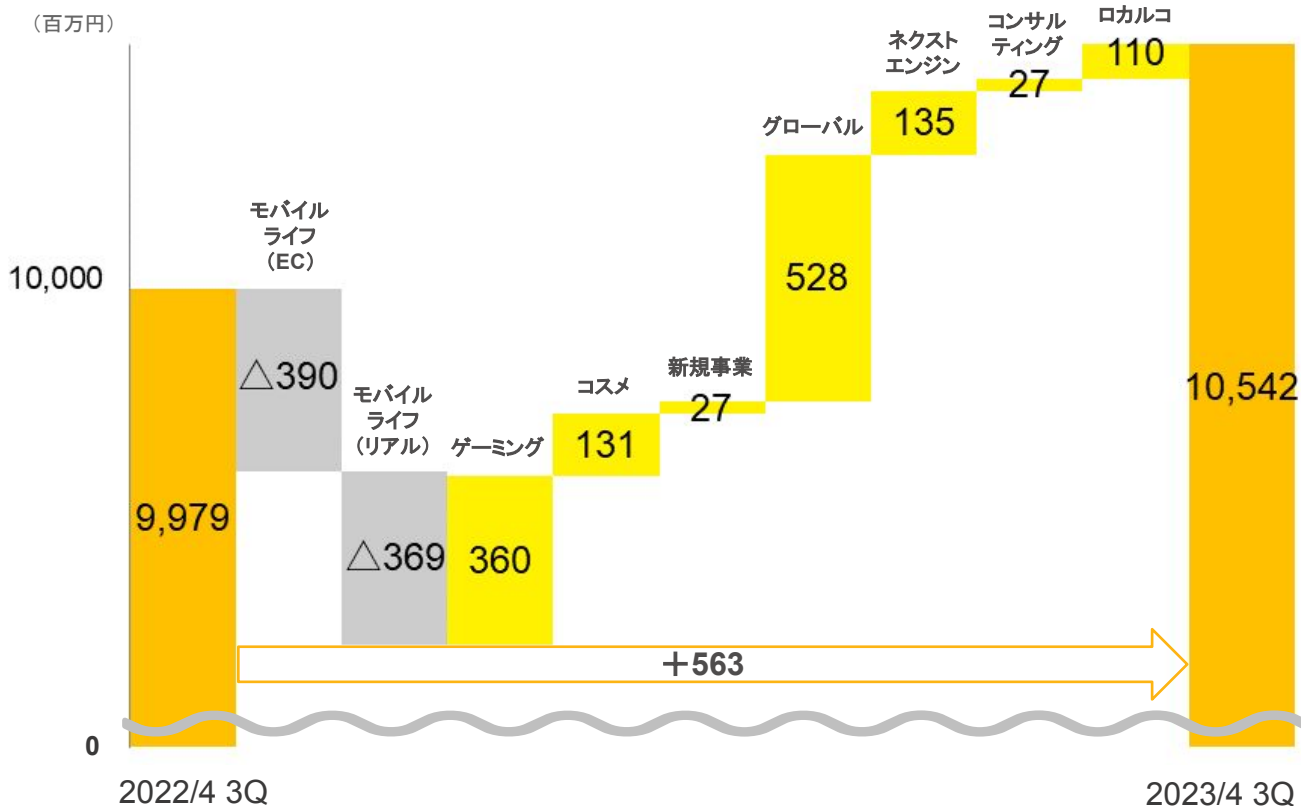
<コマース>

- ・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の市場認知が拡大し大幅増収。
- ・コスメティクスはスキンケアライン投入後売上が拡大。
- ・グローバル事業(主に米国)において積極化した拡販施策により大幅増収。

<プラットフォーム>

- ・各事業とも増収基調を維持。
- ・コンサルティング事業はリソース確保の課題が残る。

売上高(累計期間)



23年4月期3Q 連結概況 —営業利益増減分析

<コマース>

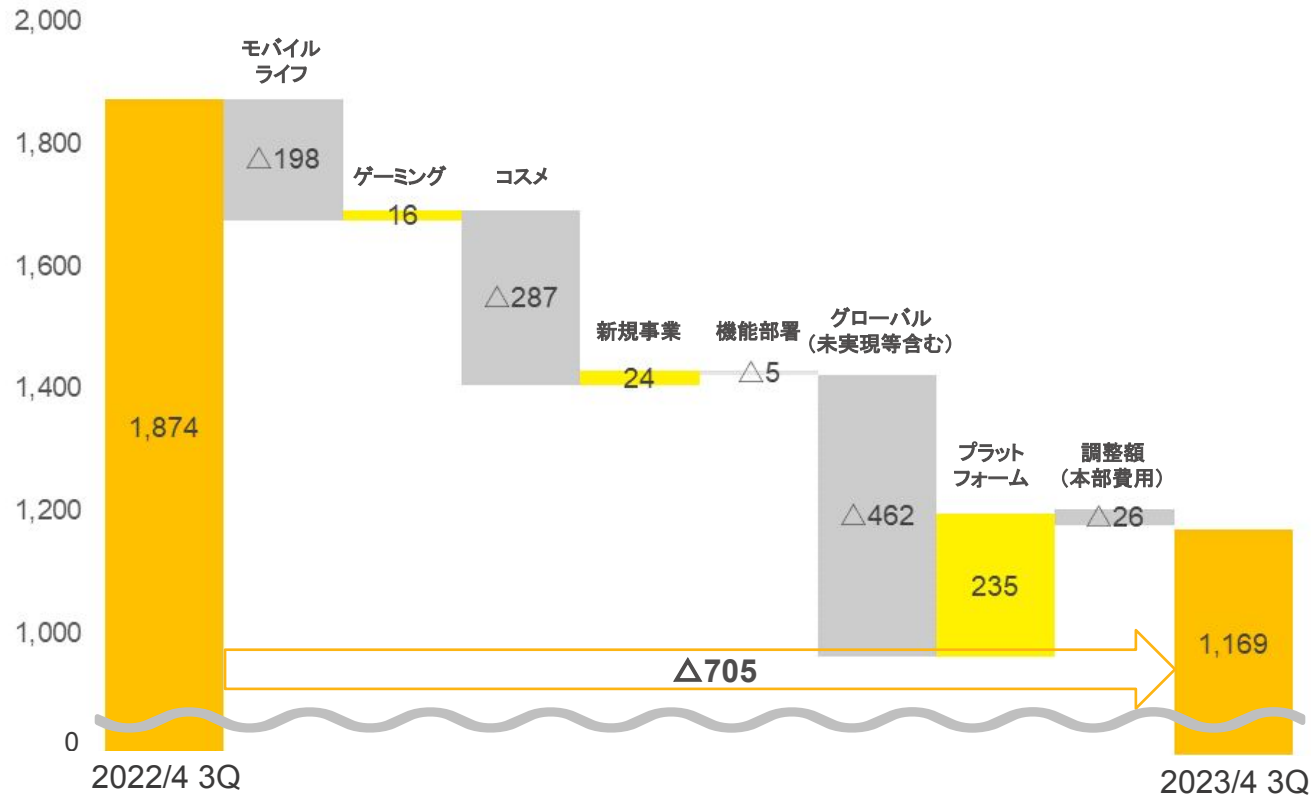
- ・モバイルライフ事業：減収の影響が大きく減益。
- ・コスメティクス事業：第3四半期以降は売上に紐づく広告宣伝投資に比重を置くも、当面は投資が先行するため営業損失を計上。
- ・グローバル事業：米国にて拡販施策を実施したことにより大幅な減益となるも、第3四半期以降は採算性改善。

<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(累計期間)

(百万円)



通期業績予想(修正後) に対する進捗状況

・コマースセグメント、プラットフォームセグメントともにコスト(固定費)管理の徹底によって利益率は業績予想値を上回る。

・結果、修正計画に対して営業利益の進捗状況はプラスで推移。

・調整額(本部費用)も進捗状況は低位で推移。

(百万円)		2023/4期 累計期間			
		修正予想	2023/04 1Q-3Q実績	乖離額	達成率
連結セグメント	売上高	10,717	7,902	△2,815	73.7%
	セグメント利益	694	668	△26	96.3%
	利益率	6.5%	8.5%	2.0%	130.0%
コマース	売上高	3,383	2,639	△744	78.0%
	セグメント利益	1,337	1,194	△143	89.3%
	利益率	39.5%	45.2%	5.7%	114.4%
プラットフォーム	売上高	14,098	10,542	△3,556	74.8%
	セグメント利益	2,032	1,862	△170	91.6%
	調整額※1	△1,017	△693	324	68.1%
連結	営業利益	1,014	1,169	155	115.3%
	利益率	7.2%	11.1%	3.9%	154.2%

※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。

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(3Q)

1,045百万円

(前年比 9.8%増)

営業利益率(3Q)

51.1%

(前年比6.3%増)

ネクストエンジン事業

総契約社数(3Q)

5,651社

(前年比 415社増)

GMV(3Q)※1

3,300億円

(前年比 7.3%増)

ARPU(3Q)※2

36,854円

(前年比 0.6%減)

月次解約率(3Q)※3

0.95%

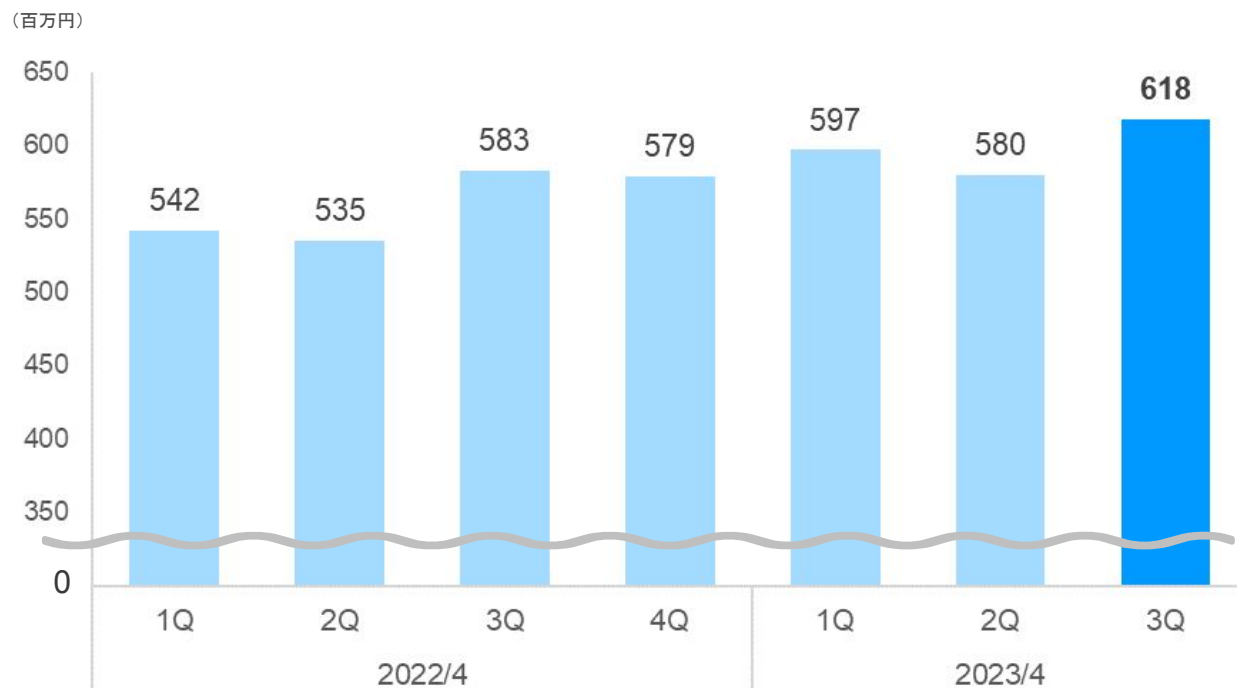
(前年比 0.01%減)

※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。

ネクストエンジン事業 —23年4月期3Q 売上高

- ・デジタルシフトの反動が認められるものの、ストックビジネスの強みを活かし引き続き増収基調を維持。

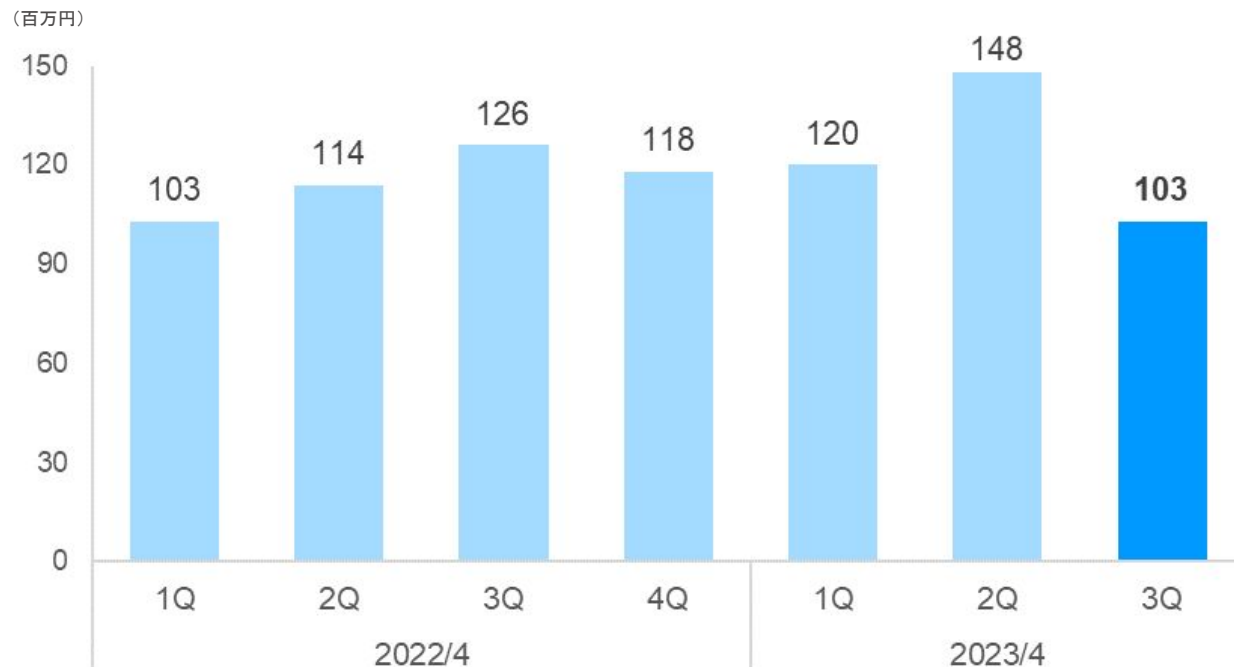
売上高(会計期間)



コンサルティング事業 —23年4月期3Q 売上高

- ・コンサルタントの確保という経営課題に継続的に取り組んではいるものの、新たに採用したコンサルタントが戦力化するまでは十分な稼働が得られないため売上の苦戦。
- ・サイト構築等のスポット案件の獲得で売上高を底支え。

売上高(会計期間)

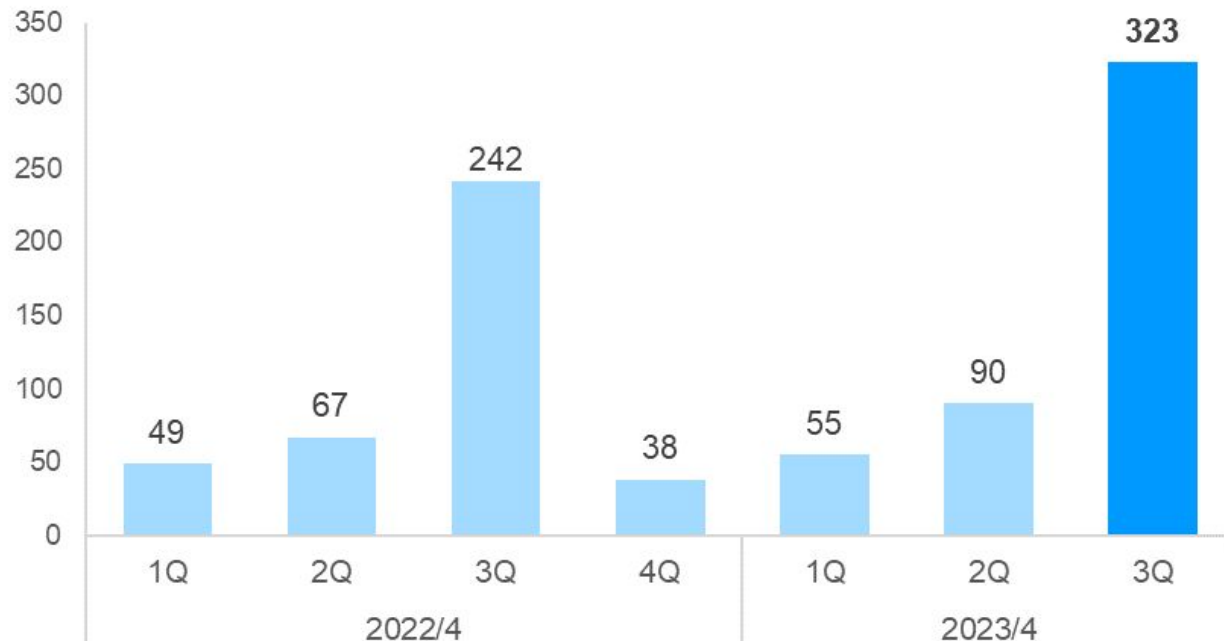


ロカルコ事業 —23年4月期3Q 売上高

- ・ふるさと納税の取扱い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)

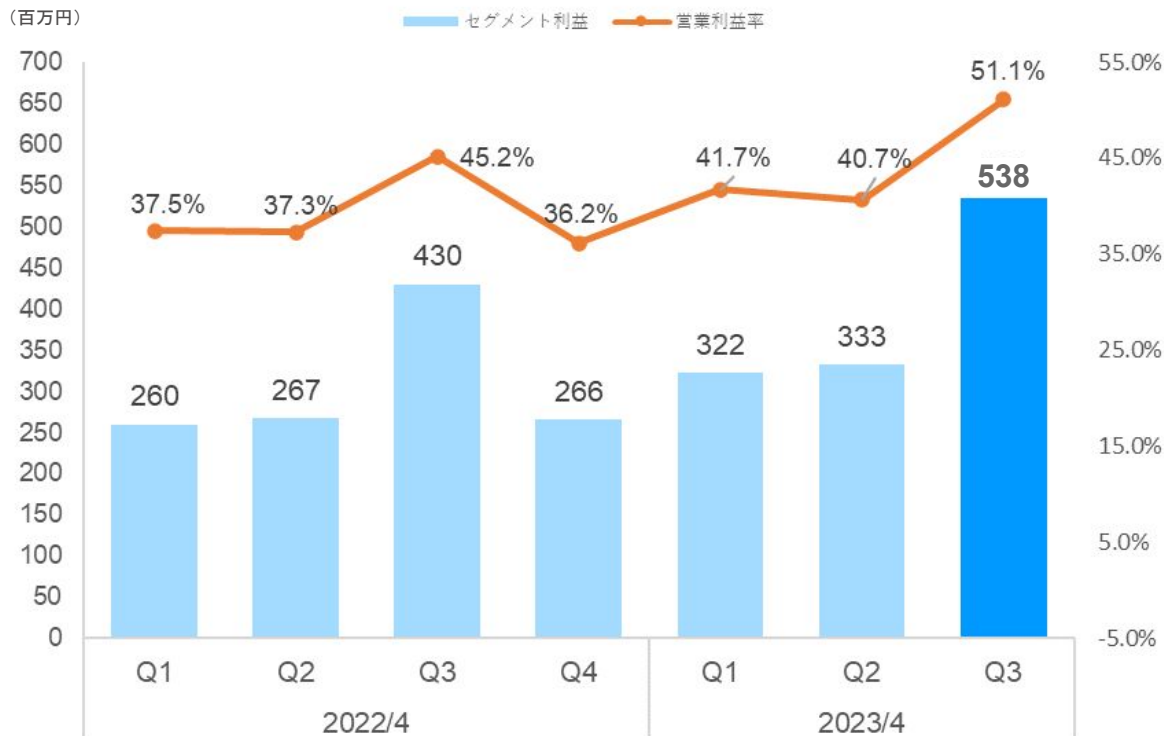
(百万円)



23年4月期3Q 営業利益

営業利益(会計期間)

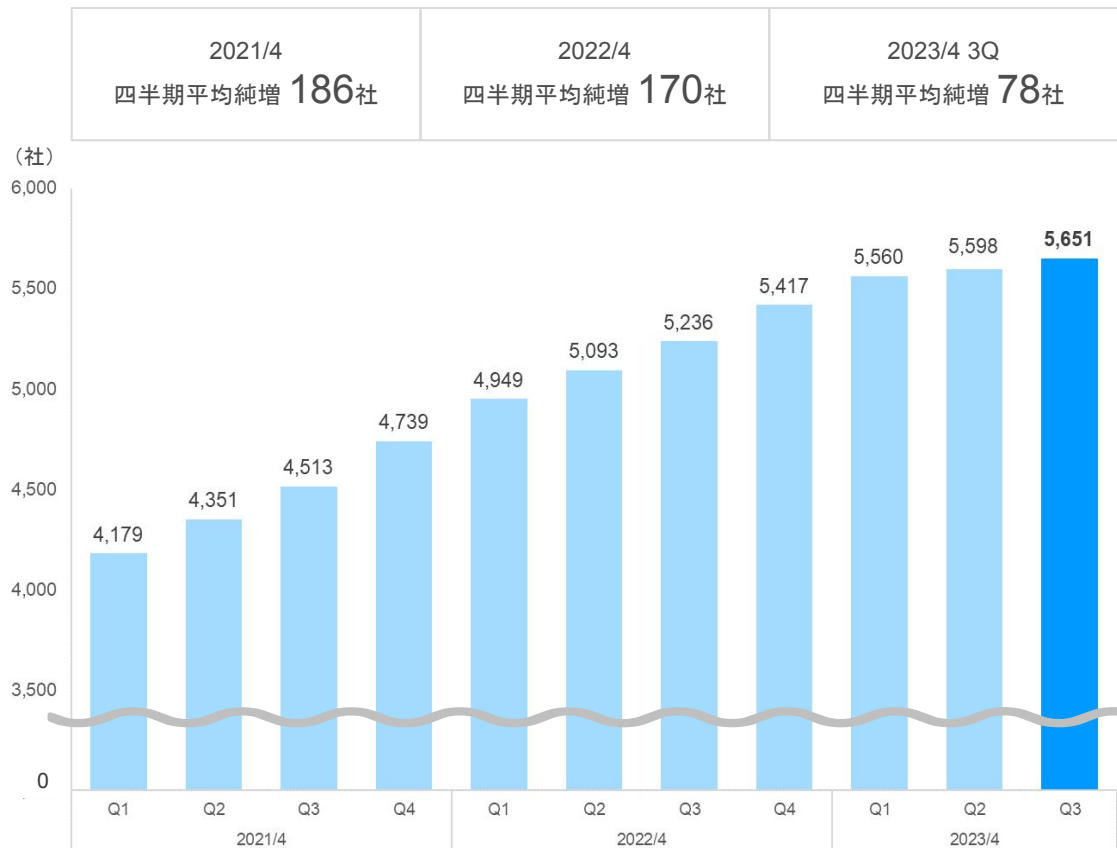
- ・ネクストエンジン事業及びロカルコ事業については12月を含む第3四半期に売上高がピークとなるためセグメントとして第3四半期の営業利益が一番高くなる傾向がある。
- ・ネクストエンジンの限界利益率の高さが牽引し両事業とも増収幅を超える増益を達成。
- ・利益率は対前年同四半期対比で着実に改善。



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つつも、第3四半期は契約獲得にも注力。
- ・純増数は第2四半期の38社から53社へ改善。

総契約社数

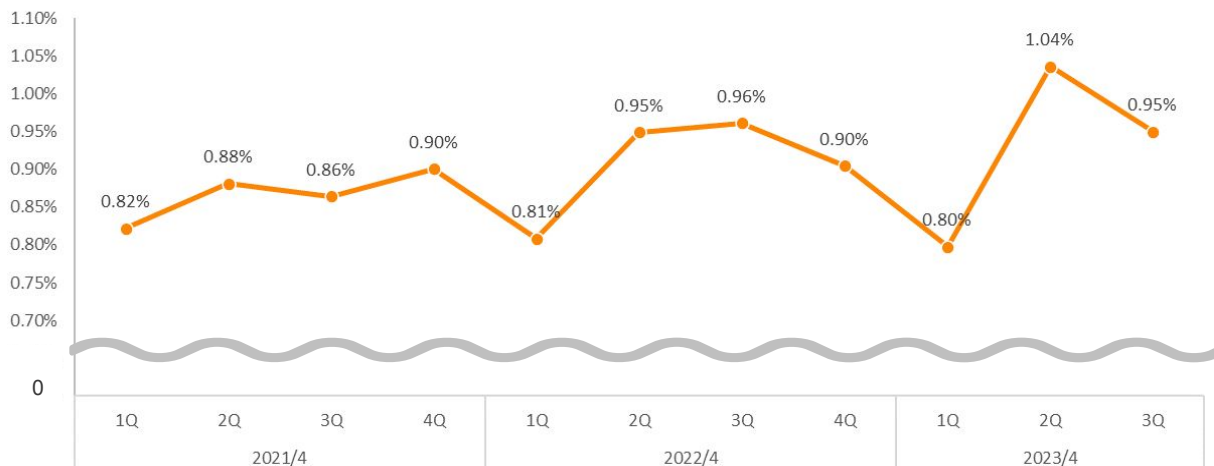


ネクストエンジン事業 —解約率推移

- ・ECから撤退する事業者の増加傾向が続くも解約率は引き続き低位で推移。
- ・第2四半期に対して解約率は若干改善。

解約率

2021/4	2022/4	2023/4
年平均月次解約率※ 0.87%	年平均月次解約率※ 0.91%	年平均月次解約率※ 0.92%



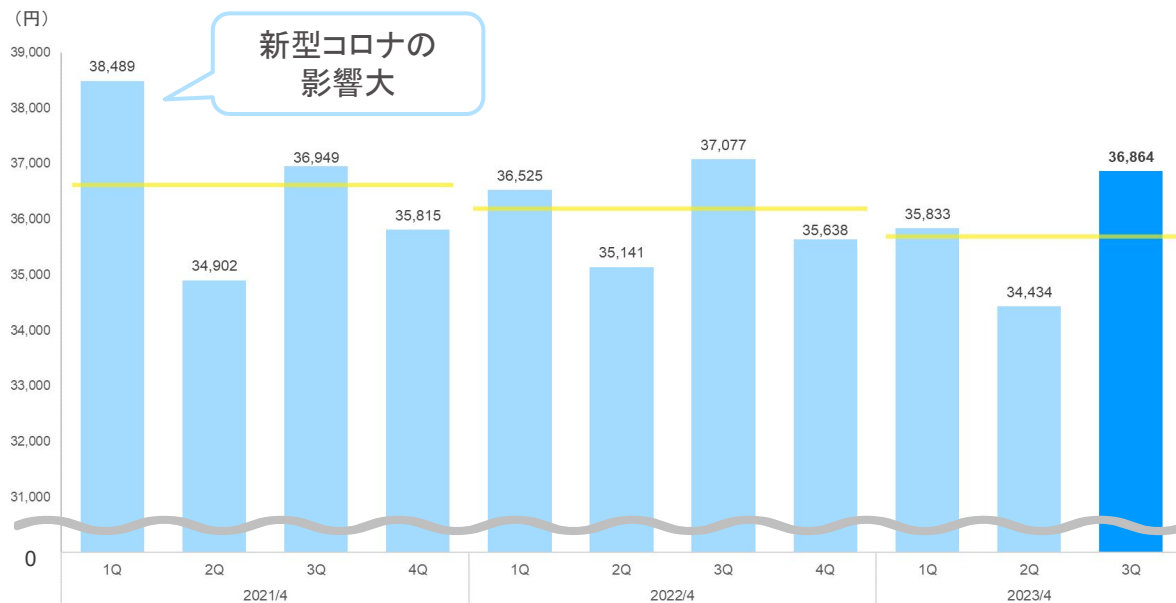
※ 年平均月次解約率・・・各四半期期間における解約数の平均から四半期末時点の契約社数を除算した数値を単純平均しております。

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も前年同四半期に対して若干下回る。

ARPU

2021/4	2022/4	2023/4
平均ARPU※ 36,539円	平均ARPU※ 36,095円	平均ARPU※ 35,710円



※ 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

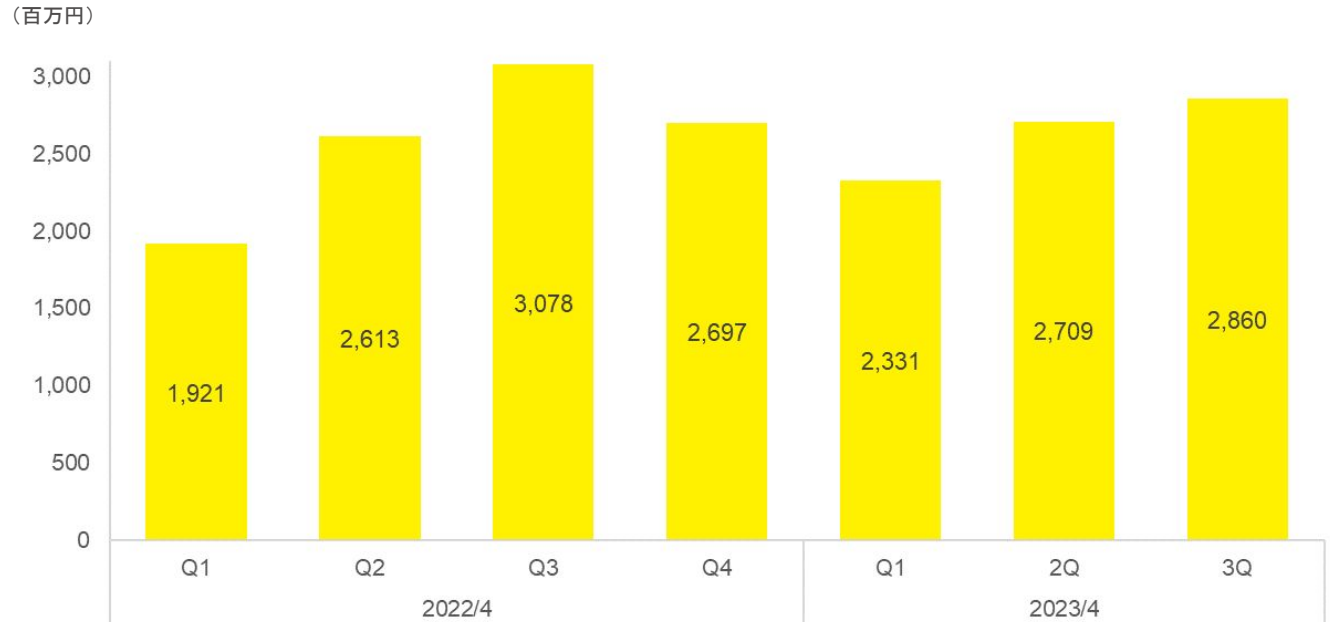
コマース



23年4月期 一売上高四半期推移

- ・モバイルライフ事業の減収を
 その他事業でカバーする
 構図が顕著に。
- ・第3四半期については前年
 同期のモバイルライフ事業
 が好調だった分落ち込みを
 カバーしきれず。

売上高(会計期間)



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ケース

・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。

・2023年2月販売開始。



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！

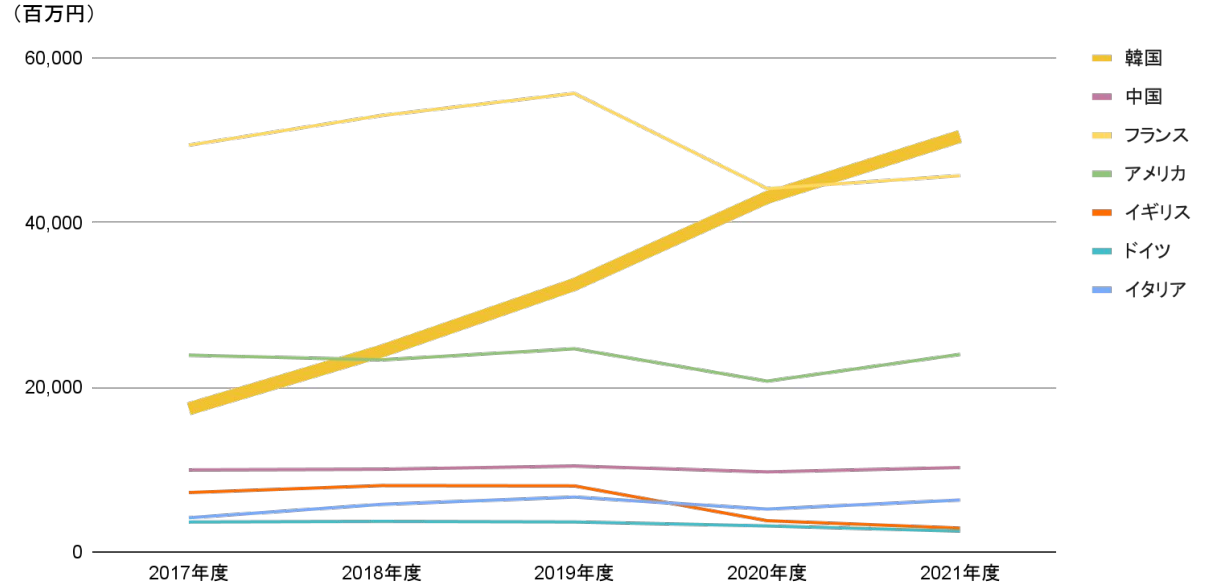
コスメティクス事業 —国内化粧品市場の動向

＜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＞

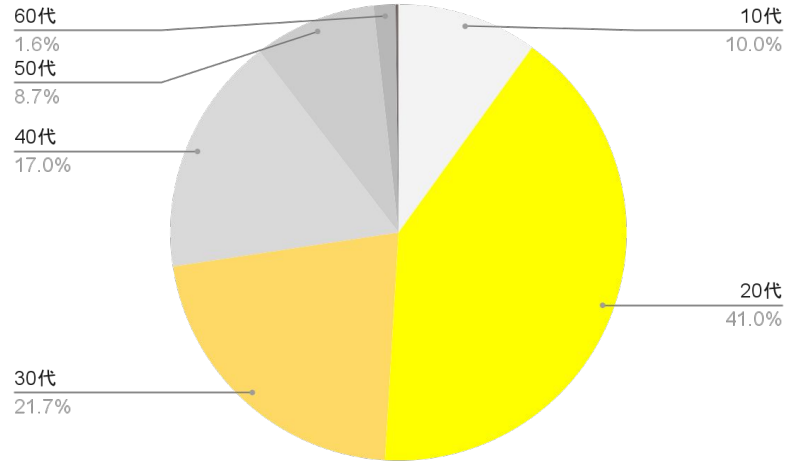
- ・短期的な流行に左右されにくく高い収益性の確保が可能な「スキンケア」及び「ベースメイク」カテゴリを中心とした商品展開で若年層にアプローチ。
- ・Hameeの主要顧客層でもある20～30代を中心とした顧客へのリーチに成功。

＜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**24冠**※受賞。高い認知を獲得。

※2023年1月31日現在

ByUR会員登録ユーザーの年代別分布



他多数

コスメティクス事業 —3Q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。

＜11月に月商ギネスを達成＞

- ・Amazonブラックフライデーをきっかけに11月において過去最高月商を記録。



【2022年9月発売】
ブランブハニー、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

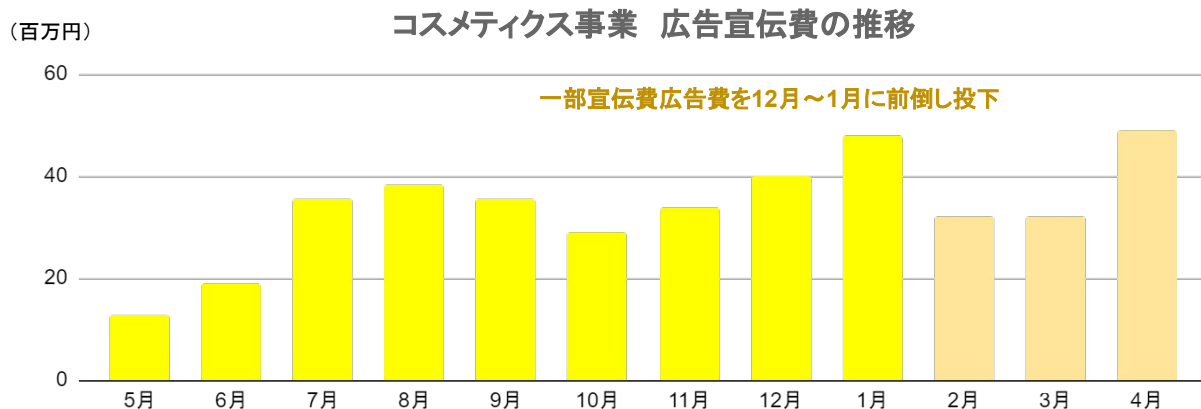
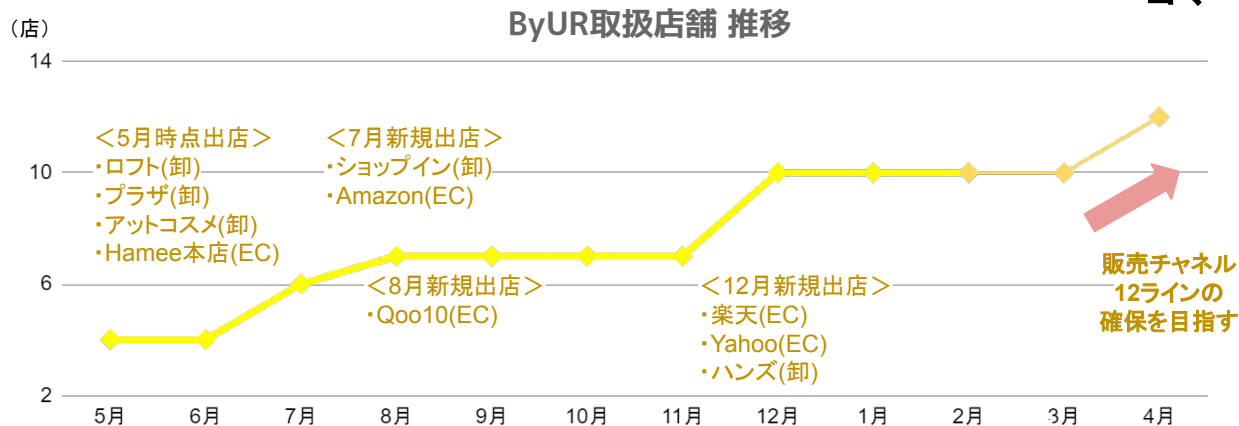
<販売チャネル拡大による販売力強化>

- ・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。

<一部広告宣伝投資を前倒し>

- ・出店店舗の増加、売上の増加等足元の状況を鑑み、12月～1月にかけて一部広告宣伝投資を前倒し。
- ・投資総額は通年計画値に納める予定。

コマース



グローバル事業

<オタマトーン事業譲受>

- ・Hamee USで販売が好調なオタマトーンの海外販売事業を事業譲受。
- ・これにより米国などにおける製造権と販売権を取得。
- ・製品の安定供給と原価率の低減によりグローバル事業の更なる成長を目指す。



IV. 通期業績予想

23年4月期 通期業績予想

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%

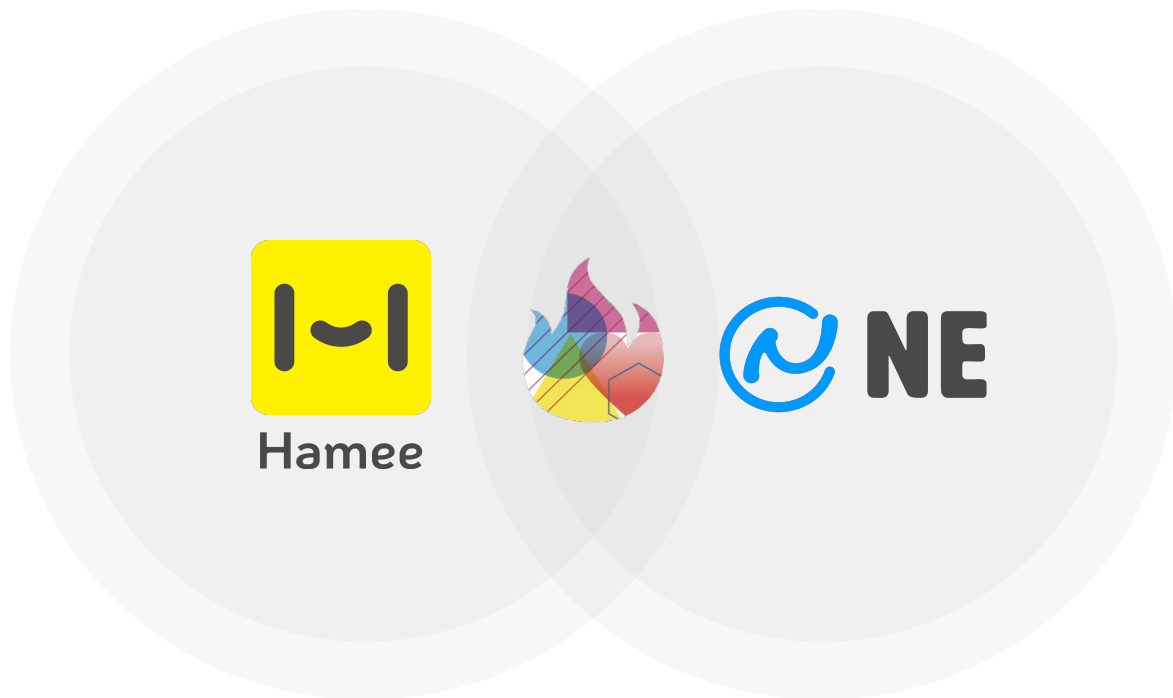
※1 調整額：管理部門に関わる費用を「調整額」として記載しております。

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。

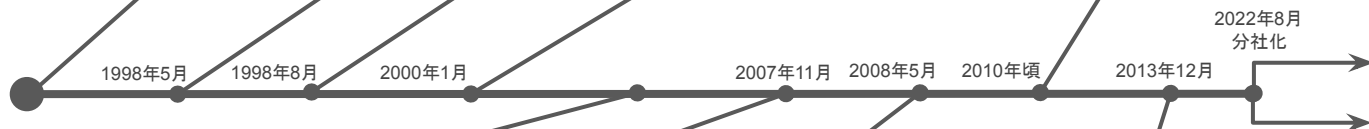
神奈川県小田原市にてモバイル周辺アクセサリーの企画・販売・ECを目的にマクロウィル有限会社を設立。天然石を使ったストラップなどを販売。これが現在のコマース事業の祖業である。

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。

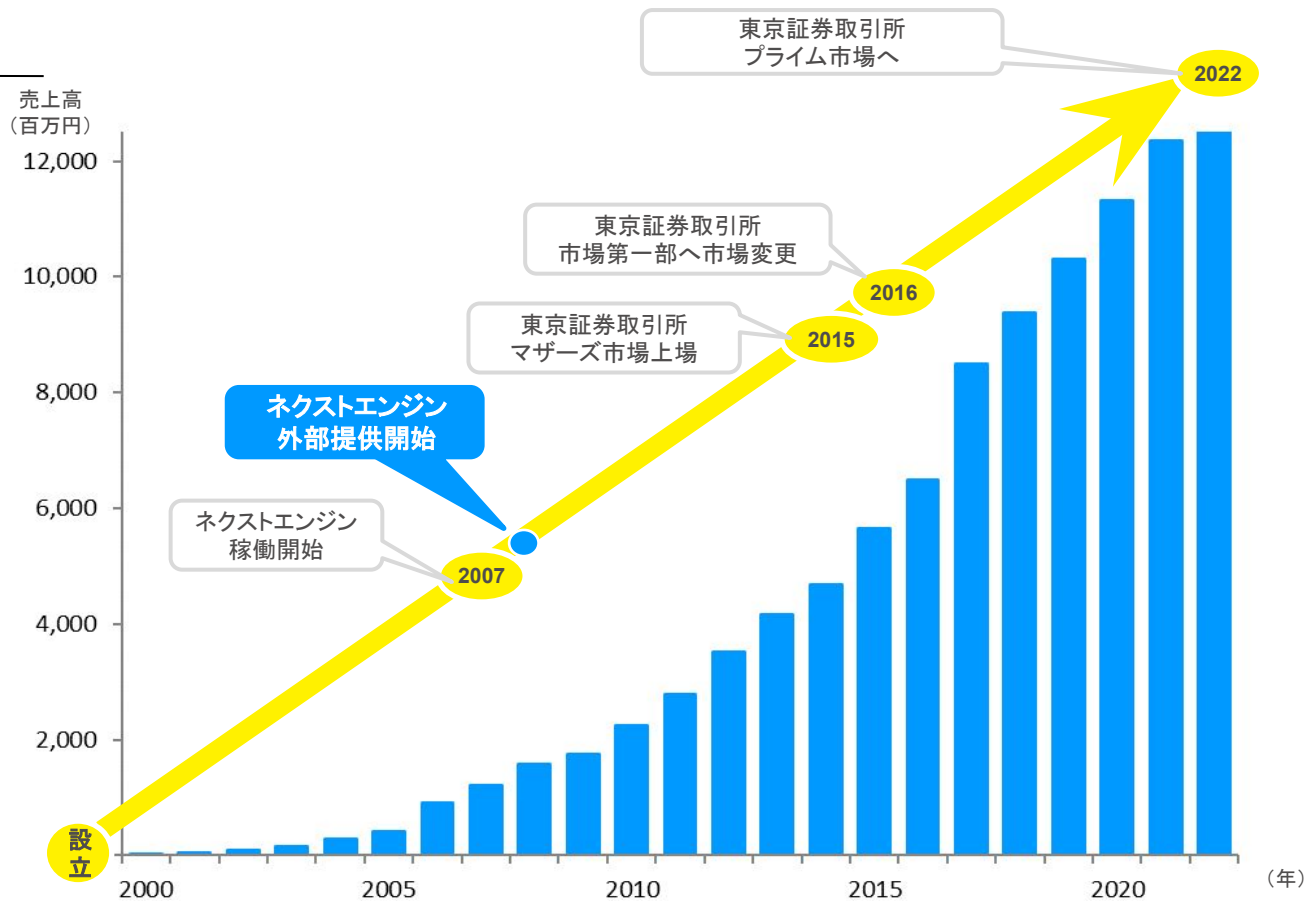
「ネクストエンジン」稼働開始

「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

沿革(成長の軌跡)



ビジネス概要

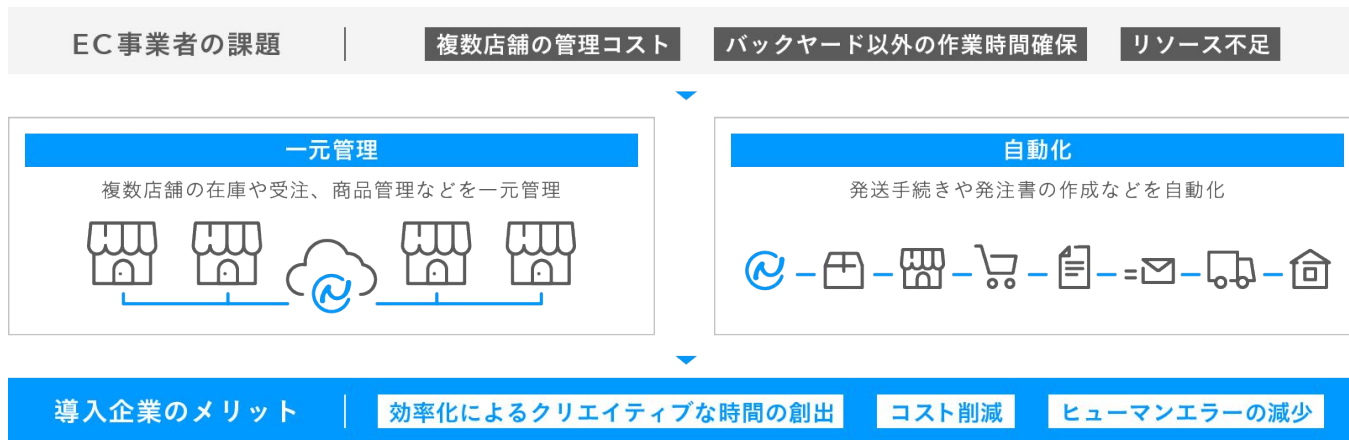
プラットフォーム



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。



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



※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※

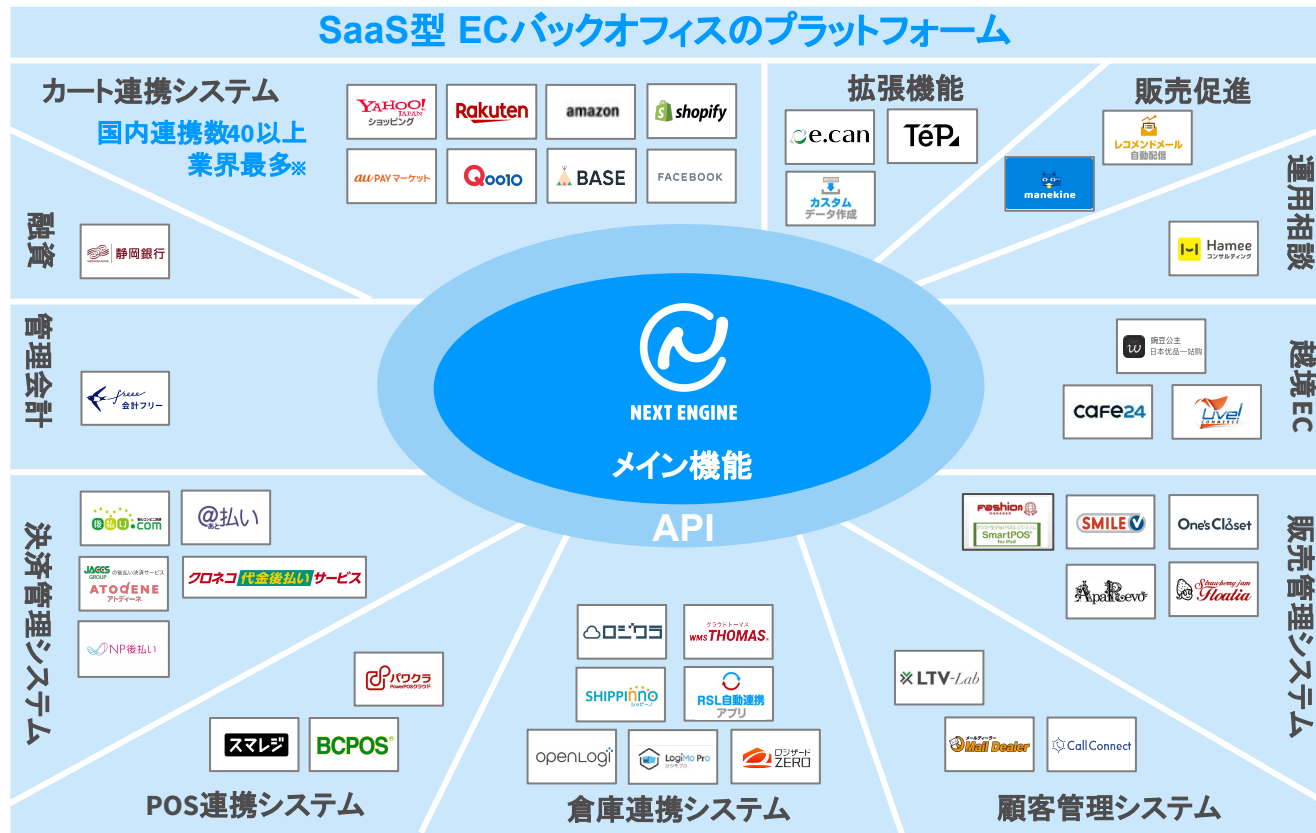
EC事業者様からの支持を獲得し続けたことによる業界No.1に裏付けられた高い信頼

※当社調べ

変化に強い
カスタマイズ性

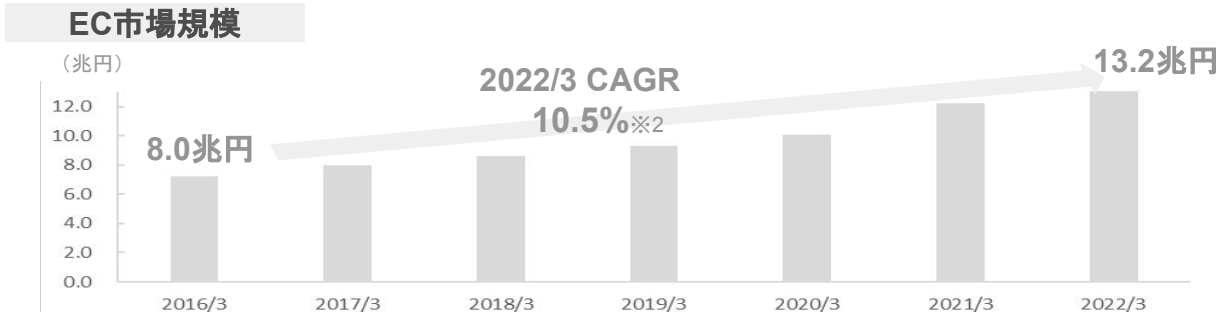
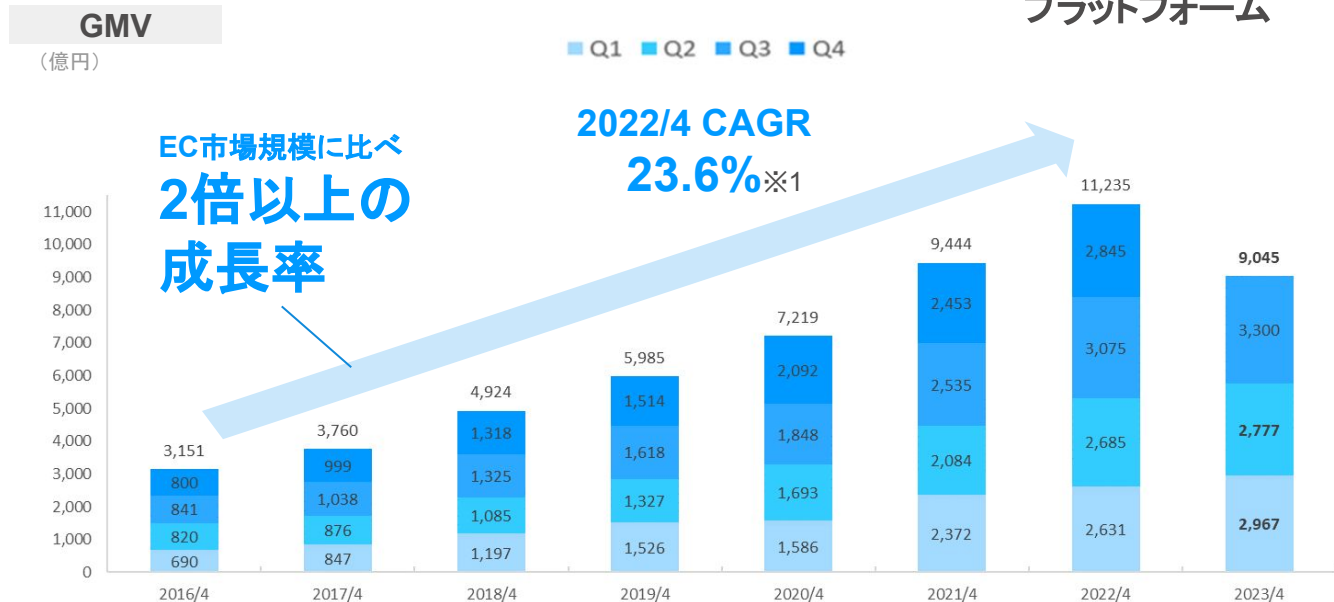
「アプリ」で機能をカスタマイズ・追加可能。事業規模や社会環境が変化しても変わらずずっと利用可能

(一部掲載)



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。

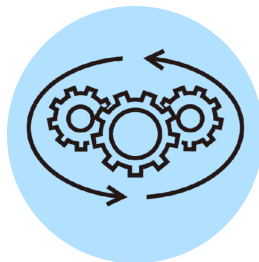
※2 2016/3(2015年度)を初年度とみなし、経済産業省が実施している「電子商取引実態調査」の「物販系分野のBtoC-ECの市場規模」のデータより当社が算出。

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。



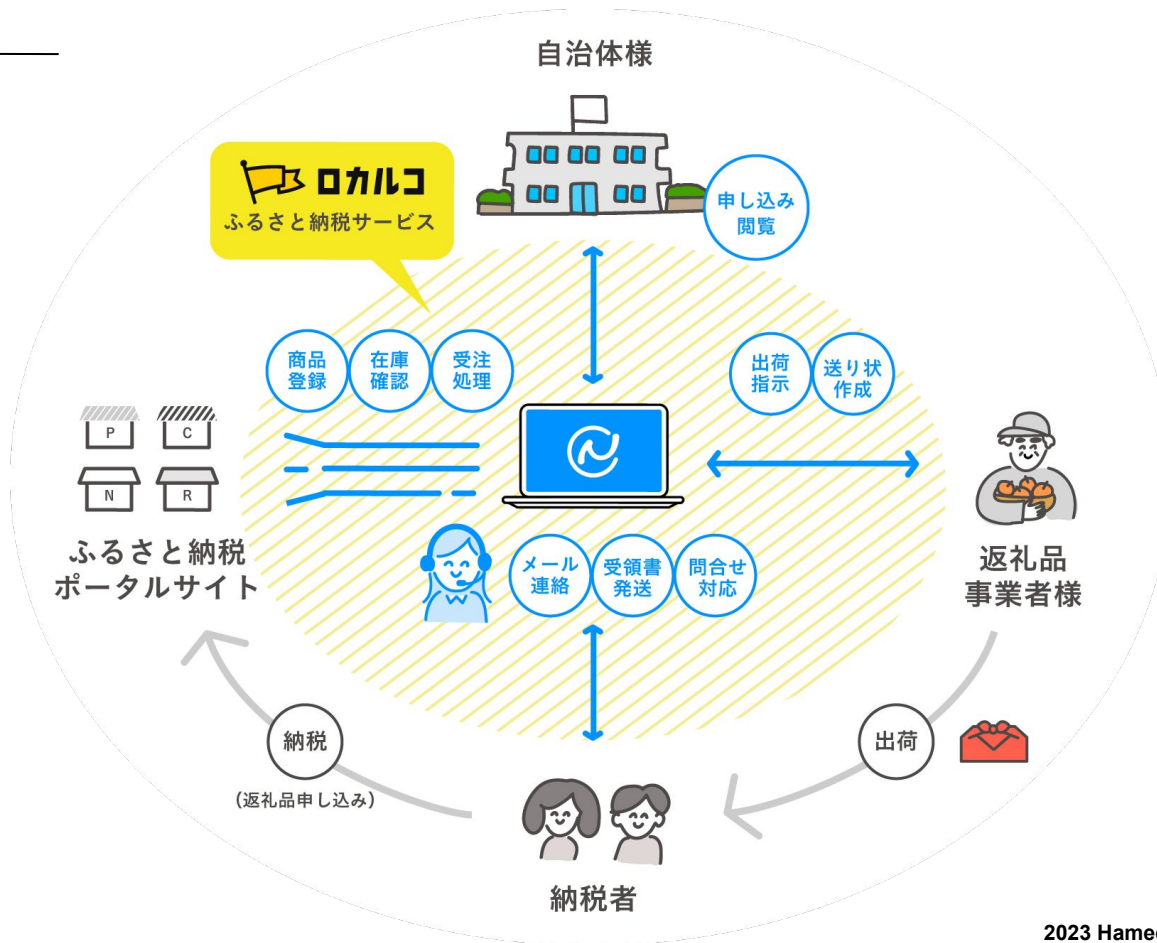
運営代行

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。

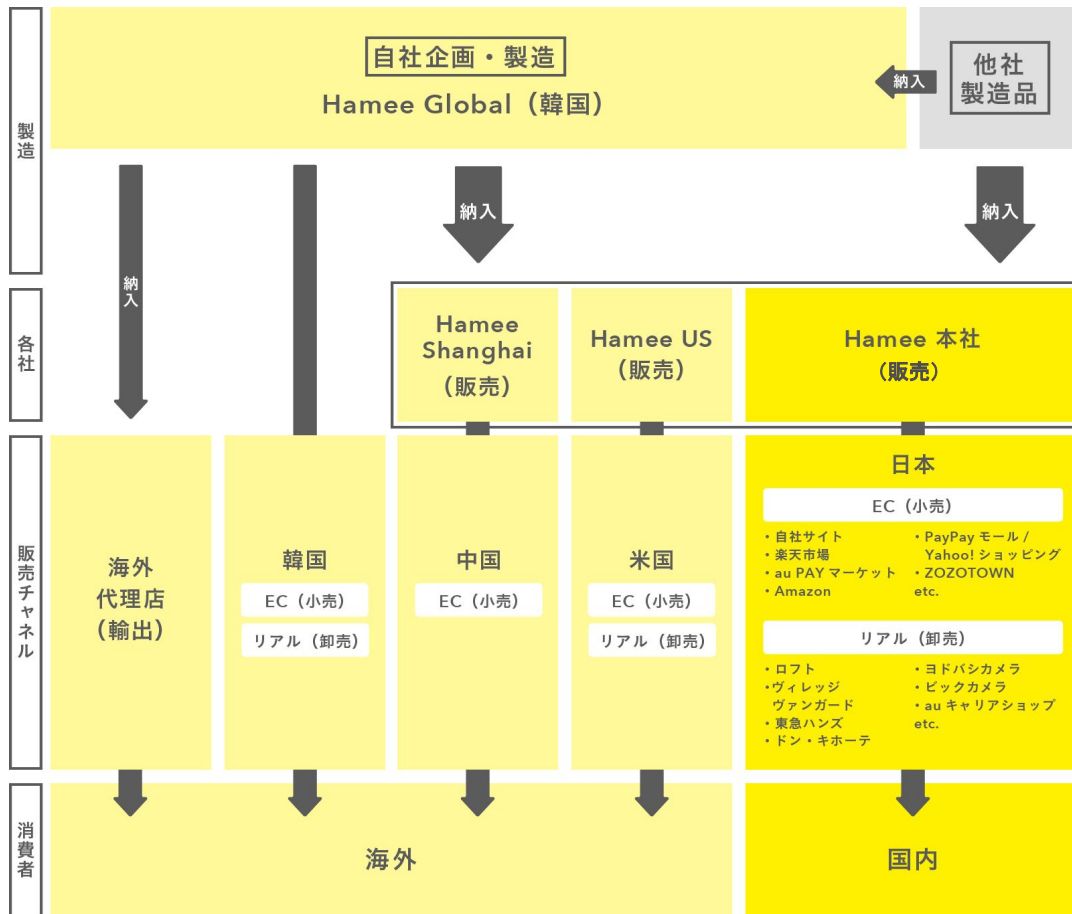


コマース



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。

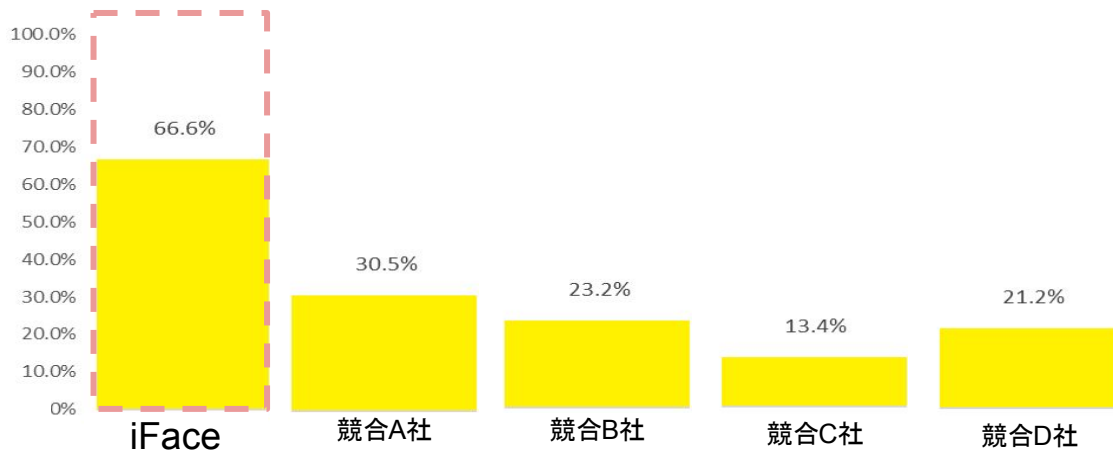
※20~24歳の女性を中心とした層として記載しています(2021年12月当社調べ)

iFace — 認知度

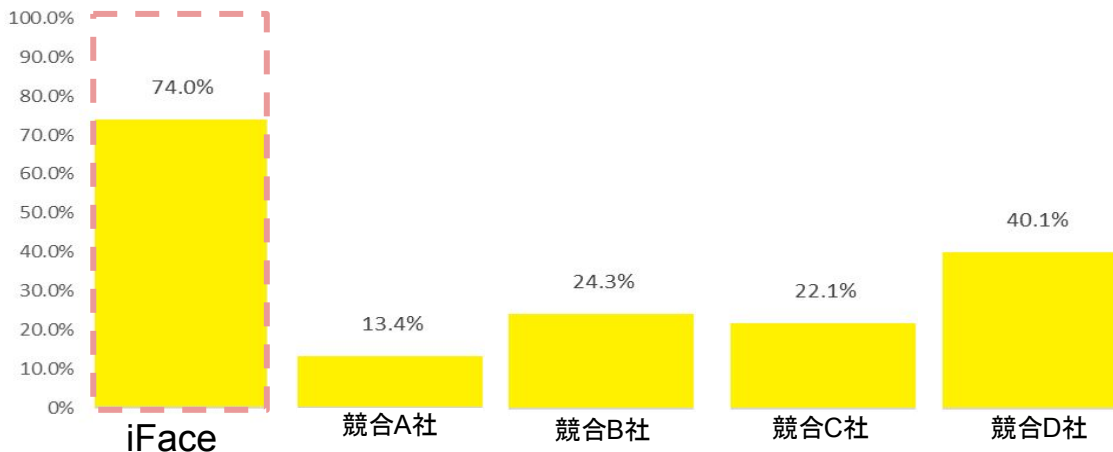
・他社ブランドに比べて、
10代後半、20代前半の
女性にて圧倒的な認知度

※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 —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

・First Class



主力商品

・Reflection



・Look in Clear



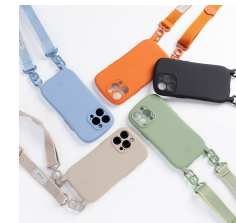
商品開発

・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

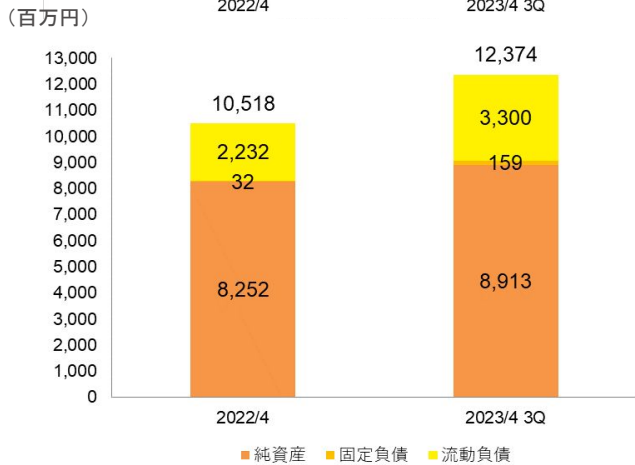
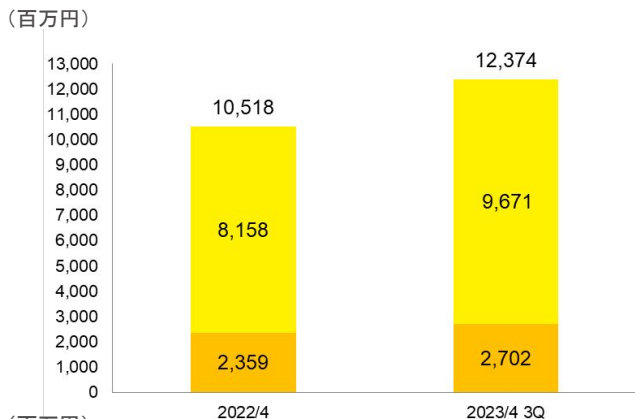


・Grip On Silicone Case



参考情報

23年4月期3Q 連結貸対照表



単位: 百万円

流動資産	9,671	(+1,512)
■ 現金及び預金	3,396	(△629)
■ 受取手形及び売掛金	1,756	(+89)
■ 商品	2,026	(+598)
■ その他	2,198	(+1,697)
固定資産	2,702	(+342)
■ 有形固定資産	1,611	(+398)
■ 無形固定資産	343	(△113)
■ 投資その他	747	(+57)
流動負債	3,300	(+1,068)
■ 短期借入金	1,000	(+500)
■ その他	185	(+116)
固定負債	159	(+126)
■ その他	148	(+145)
純資産	8,913	(+660)
■ 利益剰余金	7,702	(+504)

ネクストエンジン —各種指標データ

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	3Q
契約社数(社)	4,949	5,093	5,236	5,417	5,417	5,560	5,598	5,651
導入店舗数(店)	37,765	39,134	40,192	41,595	41,595	43,049	44,221	45,116
GMV(億円)	2,631	2,685	3,075	2,845	11,236	2,967	2,777	3,300
ARPU(円)	36,525	35,141	37,077	35,638	36,095	35,833	34,434	36,864
月次解約率	0.81%	0.95%	0.96%	0.90%	0.91%	0.80%	1.04%	0.95%
受注処理件数(万件)	3,543	3,335	3,909	3,738	14,525	3,924	3,587	4,117
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	3,881,696

※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

(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	3Q
売上高	モバイルライフ事業	モバイルライフ事業	1,588	2,302	2,167	2,240	1,557	2,025	1,736
		ゲーミングアクセサリ事業	19	35	163	177	188	159	230
		コスメティクス事業	-	-	11	18	23	47	72
		新規事業投資	10	10	14	21	18	18	25
	国内コマース合計		1,626	2,356	2,364	2,465	1,798	2,257	2,064
	グローバル事業		302	264	721	240	543	458	795
	コマースセグメント合計		1,921	2,613	3,078	2,697	2,331	2,709	2,860
	ネクストエンジン事業		542	535	583	579	597	580	618
	コンサルティング事業		103	114	126	118	120	148	103
	ロカルコ事業		49	67	242	38	55	90	323
	プラットフォームセグメント合計		695	717	952	736	774	819	1,045
	売上高合計		2,617	3,331	4,030	3,434	3,106	3,527	3,908

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	3Q
セグメント 利益		モバイルライフ事業	285	527	425	469	313	410	324
		ゲーミングアクセサリ事業	△2	0	△4	6	2	7	0
		コスメティクス事業	△8	△16	△73	△99	△110	△138	△136
		新規事業投資	△65	△64	△56	△114	△54	△57	△51
		機能部署	△21	△24	△17	△18	△26	△26	△17
	国内コマース合計		196	438	280	251	134	202	120
	グローバル事業(未実現利益等含む)		88	330	270	44	35	15	171
	コマースセグメント合計		285	753	542	288	159	217	291
	プラットフォームセグメント合計		260	267	430	266	322	333	538
セグメント利益合計			546	1,021	973	554	482	550	829
調整額			△218	△215	△233	△226	△234	△224	△234
営業利益			327	806	739	327	248	326	595

株主還元 —1株当たり配当

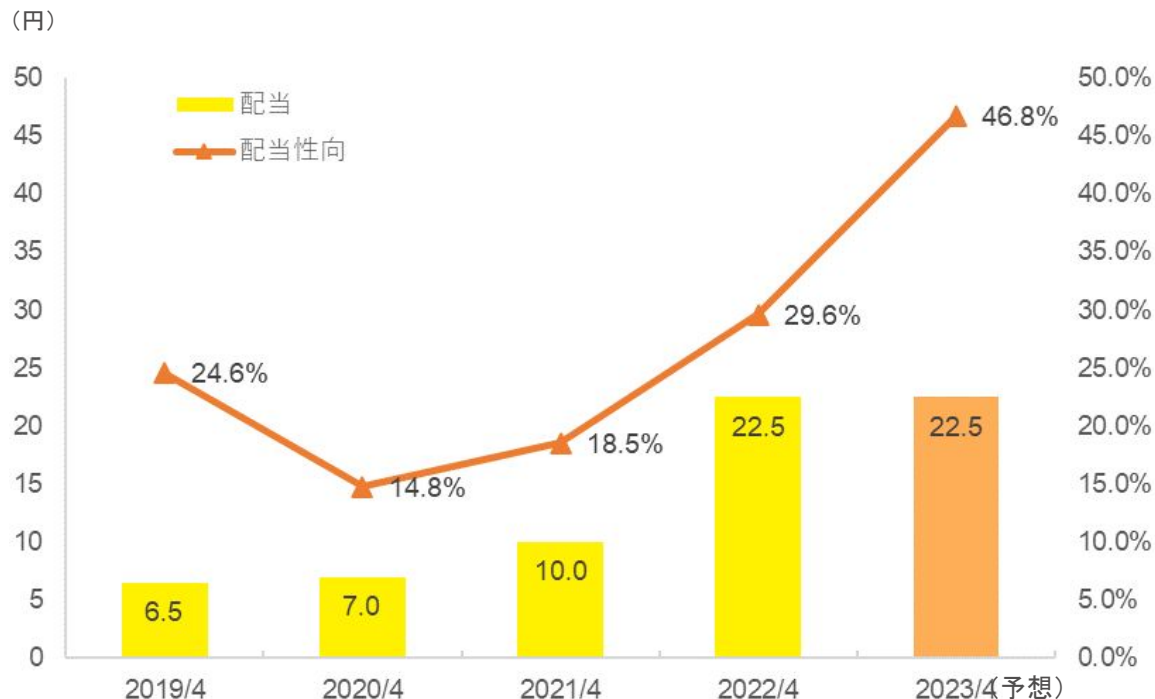
① 業績連動

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: 0465-42-9181
ホームページ: <https://hamee.co.jp>