



Hamee株式会社

2025年4月期3Q決算
決算説明資料

Hameeグループについて

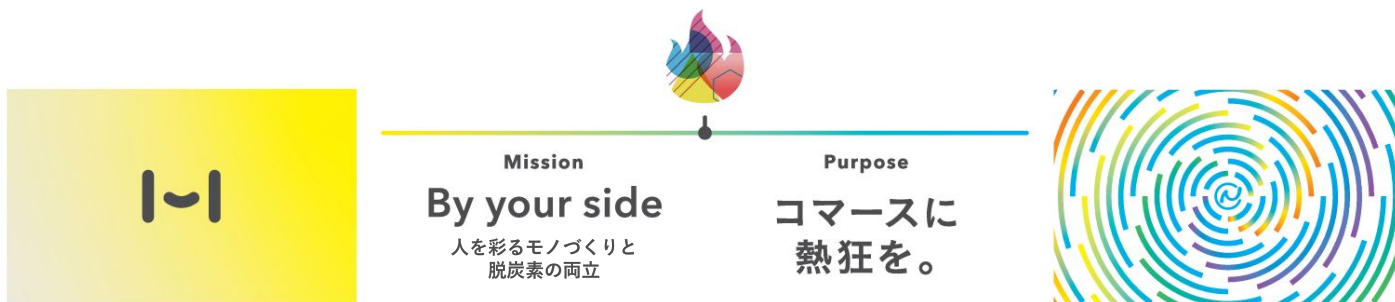
会社概要

当社グループは、モバイルライフ事業やコスメティクス事業、ゲーミングアクセサリ事業などの「コマースセグメント」と、ネクストエンジン事業やふるさと納税支援事業、コンサルティング事業などの「プラットフォームセグメント」を展開しています。

組織再編

プラットフォームセグメントにおいては、2022年8月に**NE株式会社**として分社化し、ただいま**2025年中の上場申請**を目標に準備をしています。
NE株式会社のスピンオフ上場により、さらなる株主価値の最大化を実現していきます。
※詳細はP.53～「V. 組織再編」をご覧ください。

当社グループのPurpose/Passionである「**クリエイティブ魂に火をつける**」を通して、2つのセグメントの継続的進化・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ていきます。



事業概要—コマーセセグメント

モバイルライフ事業



「iFace」を主力商品としたスマートフォンケースやその周辺アクセサリを展開しています。「iFace」について、耐久性やデザイン性などの強みを持っており、**若年層からの高い認知度**を誇っています。

コスメティクス事業



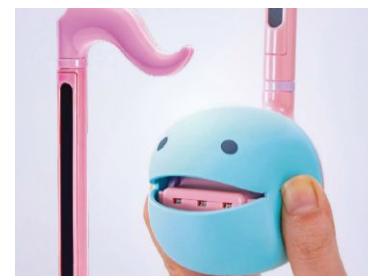
コスメティクスブランド「ByUR(バイユア)」は、**韓国生まれの「毛穴管理」**をコンセプトとしており、ベースメイクやスキンケアアイテムを展開しています。ECサイトや各種モール、ドラッグストア、パラエティーショップ等で販売しており、**各種アワード**を獲得しています。

ゲーミングアクセサリ事業



ゲーミングアクセサリブランド「Pixio」は、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**ホワイトカラー**や**パステルカラー**のモニターはご好評をいただいております。カラー豊富な周辺アクセサリも展開することでデスク環境をプロデュースしています。

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玩具「**スクイーズ**」などを展開しています。モバイル関連においても、人気キャラクターとコラボしたアクセサリなどを海外で販売しています。

事業概要ープラットフォームセグメント

ネクストエンジン事業



ネクストエンジンはECサイト運営業務の**自動化・効率化**を支援するサービスです。**業界No.1**の契約者数※で食品や生活雑貨、化粧品など様々なジャンルのお客様をサポートしています。

※当社調べ

コンサルティング事業

EC CONSULTING

多くのデータ・ノウハウに基づくECコンサル・運営代行サービスを提供し、ECサイトを支援します。**サイト運営の代行**や、EC新規出店を検討する事業者へ、**コンサルティング**から**実際のサイト制作**までを一気通貫で引き受けます。

ロカルコ事業



ロカルコは自治体を対象とした**煩雑なふるさと納税業務を支援**するサービスをメインとする事業です。楽天ショップ・オブ・ザ・イヤーの受賞経験者が**ページ作成・プロモーション・返礼品**事業者の相談対応を行います。2024年4月より**伝統工芸品のEC販売**事業についても取り扱っています。

エンサーモール事業



エンサーモールはメーカーと小売店をマッチングする**卸売マーケットプレイス**です。ネクストエンジンアプリ「encer mall連携 for 卸会員」のリリースに続き、2024年10月には仕入れ会員専用の連携アプリをリリースしました。

- 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 . 中期経営計画
- V . 組織再編

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

エグゼクティブサマリ

01

グループ全体で 前年同期比 35.6%の大幅増収、42.3%の営業増益を達成
計画を上回って3Qも着地。特別損失として非連結子会社の関係会社株式評価損を計上するも
親会社株主に帰属する四半期純利益は計画通りに着地

02

コマースセグメントは前年同期比売上44.4%、セグメント利益は67.4%と増収増益を達成
4Qは引き続き、新生活需要および新商品展開等によって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、前期3Qにメルカリとの営業連携に伴う一過性の売上140百万円が
ネクストエンジン事業で発生したため、3Q会計期間比較では若干の減収となるも
累計期間では5.1%の増収、11.2%の増益で着地
なお、特殊要因を除くとネクストエンジン事業は累計期間で13.7%の増収

※全て累計期間を対象

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に売上高およ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に売上高およ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
(前期はメルカリとの営業連携により特に売上が突出)
 - 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3Q 連結概況

- コマースセグメントの売上が全体を牽引したことにより、累計期間では前年比で**35.6%**と大幅増収
- 特別損失として非連結子会社の関係会社株式評価損283百万円を計上したが、累計期間では**各段階利益が前年比大幅増益**にて着地。なお、2024年6月14日公表の業績予想に変更は無し

(百万円)	会計期間			
	2024/04 3Q実績	2025/04 3Q実績	増減額	前年比
連結業績概況				
売上高	5,151	6,659	1,507	29.3%
売上総利益	3,293	3,991	698	21.2%
営業利益	728	917	188	25.9%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	491	400	△91	△ 18.6%

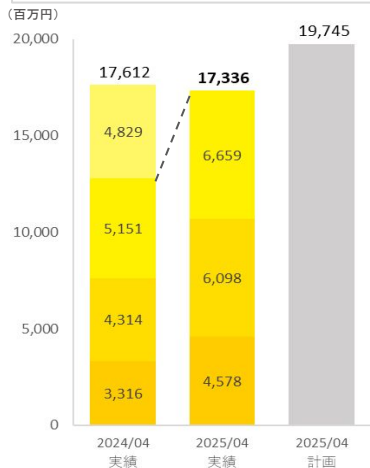
累計期間			
2024/04 1Q~3Q実績	2025/04 1Q~3Q実績	増減額	前年比
12,782	17,336	4,553	35.6%
8,014	10,199	2,185	27.3%
1,362	1,938	576	42.3%
693	1,066	372	53.7%

25年4月期3Q 連結財務ハイライト

- 3Qについては国内・海外ともに好調であったため、前期通期実績に迫る売上・各段階利益を獲得
- 25年4月期は4Qにおける新生活需要や新商品販売等により業績予想を上回って着地する可能性があります

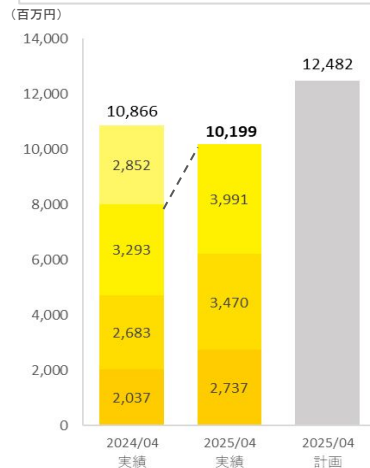
売上高

1Q~3Q実績
17,336百万円
 (前年比 35.6%増)



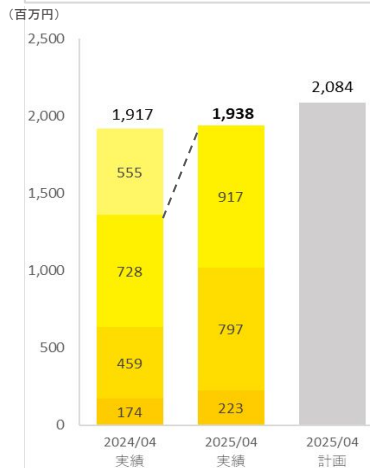
売上総利益

1Q~3Q実績
10,199百万円
 (前年比 27.3%増)



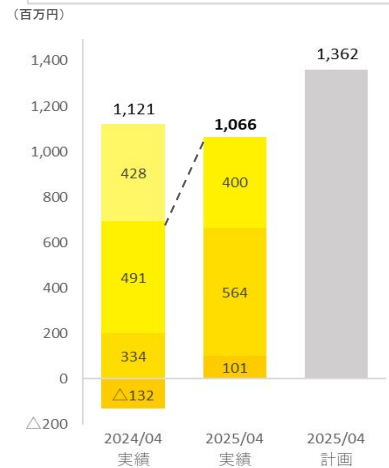
営業利益

1Q~3Q実績
1,938百万円
 (前年比 42.3%増)



親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益

1Q~3Q実績
1,066百万円
 (前年比 53.7%増)



25年4月期3Q セグメント別概況

- コマースセグメントは、年末商戦が功を奏し、売上**44.4%増**、利益は**67.4%増**と好調を維持
- プラットフォームセグメントは特殊要因の反動があるも**5.1%の増収**、**11.2%の二桁増益**を達成

(百万円)		会計期間				累計期間					
		2024/04 3Q実績	2025/04 3Q実績	増減額	前年比	2024/04 1Q~3Q実績	対通期計画 達成率	2025/04 1Q~3Q実績	増減額	前年比	対通期計画 達成率
連結セグメント概況											
コマース	売上高	3,930	5,454	1,524	38.8%	9,921	76.1%	14,329	4,408	44.4%	91.0%
	セグメント利益	366	701	335	91.6%	917	55.1%	1,536	618	67.4%	77.7%
	利益率	9.3%	12.9%	3.5%	—	9.2%	—	10.7%	1.5%	—	—
プラットフォーム	売上高	1,220	1,204	△16	△ 1.4%	2,860	75.7%	3,006	145	5.1%	75.2%
	セグメント利益	719	693	△26	△ 3.7%	1,478	93.7%	1,643	164	11.2%	82.3%
	利益率	59.0%	57.6%	△ 1.4%	—	51.7%	—	54.7%	3.0%	—	—
連結	売上高	5,151	6,659	1,507	29.3%	12,782	76.0%	17,336	4,553	35.6%	87.8%
	セグメント利益	1,085	1,394	308	28.4%	2,395	73.9%	3,179	783	32.7%	80.0%
	調整額※	△357	△477	△ 119	—	△1,033	—	△1,240	△207	—	—
	営業利益	728	917	188	25.9%	1,362	65.3%	1,938	576	42.3%	93.0%
	利益率	14.1%	13.8%	△ 0.4%	—	10.7%	—	11.2%	0.5 %	—	—

25年4月期3Q コマースセグメント概況(売上高)

- 新規事業を除く全事業において、**会計・累計期間ともに大幅増収**を達成
- モバイルライフ事業は、**新製品** および**周辺アクセサリ** が好調、**年末商戦** も売上貢献
- コスメティクス事業は、各種アワード受賞やポップアップストア出店等、認知拡大に伴い **増収**
- ゲーミングアクセサリ事業はカラーモニターが売上を牽引し、ブラックフライデー等の年末イベントを通じて **前年比約4倍** の増収
- グローバル事業は**クリスマス商戦**および米国の**卸売店舗数増加**に伴い増収

(百万円)	会計期間				累計期間			
	2024/04 3Q実績	2025/04 3Q実績	増減額	前年比	2024/04 1Q~3Q実績	2025/04 1Q~3Q実績	増減額	前年比
売上高	3,930	5,454	1,524	38.8%	9,921	14,329	4,408	44.4%
モバイルライフ事業	1,751	2,053	302	17.3%	5,525	6,242	716	13.0%
コスメティクス事業	634	788	153	24.2%	1,419	2,610	1,190	83.8%
ゲーミングアクセサリ事業	342	1,150	807	235.6%	674	2,611	1,936	287.0%
新規事業投資	98	37	△60	△61.5%	198	98	△99	△50.2%
グローバル事業	1,103	1,425	321	29.2%	2,102	2,766	663	31.6%

25年4月期3Q コマースセグメント概況(営業利益)

- モバイルライフ事業、ゲーミングアクセサリ事業、グローバル事業が年末商戦・クリスマス商戦、各種モールセールでの健闘により利益貢献
- コスメティクス事業は商品ミックスの変化や広告費、販促費および物流費の増加により、会計期間は損失が発生
4Qでは春の新商材、新規卸先店舗開拓による利益貢献を狙う

(百万円)	会計期間				累計期間			
	2024/04 3Q実績	2025/04 3Q実績	増減額	前年比	2024/04 1Q~3Q実績	2025/04 1Q~3Q実績	増減額	前年比
コマースセグメント								
営業利益	366	701	335	91.6%	917	1,536	618	67.4%
モバイルライフ事業	276	340	63	23.1%	1,056	1,105	49	4.7%
コスメティクス事業	△56	△18	37	—	△286	2	289	—
ゲーミングアクセサリ事業	3	102	99	2,836%	△11	158	169	—
新規事業投資	△58	△54	4	—	△174	△158	15	—
機能部署	△76	△60	15	—	△238	△183	55	—
グローバル事業	276	391	114	41.5%	572	611	38	6.7%
営業利益率	9.3%	12.9%	3.5%	—	9.2%	10.7%	1.5%	—

25年4月期3Q プラットフォームセグメント概況

- 前期3Qにメルカリとの営業連携に伴う一過性の売上140百万円が発生したため前3Q会計期間比で減収となるも当該特殊要因を除くと、**ネクストエンジン事業**は会計期間で**7.5%の増収**、累計期間で**13.7%の増収**
- **ロカルコ事業**は、累計期間で**8.1%の増収**と伝統工芸品のEC販売事業も徐々に貢献
なお、前期2Qの**特殊要因**の影響がなくなったため、会計期間で **30.9%の大幅な増収**
- **コンサルティング事業**は引き続き徹底した採算管理と稼働率向上施策により **減収となるも増益**

(百万円)	会計期間				累計期間			
	2024/04 3Q実績	2025/04 3Q実績	増減額	前年比	2024/04 1Q~3Q実績	2025/04 1Q~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	1,220	1,204	△16	△1.4%	2,860	3,006	145	5.1%
ネクストエンジン事業	849	767	△82	△9.7%	2,072	2,216	143	6.9%
ロカルコ事業	259	339	80	30.9%	471	509	38	8.1%
コンサルティング事業	112	97	△14	△13.0%	316	280	△35	△11.3%
営業利益	719	693	△26	△3.7%	1,478	1,643	164	11.2%
営業利益率	59.0%	57.6%	△1.4%	—	51.7%	54.7%	3.0%	—

25年4月期3Q 連結概況 一売上高増減分析

<コマース>

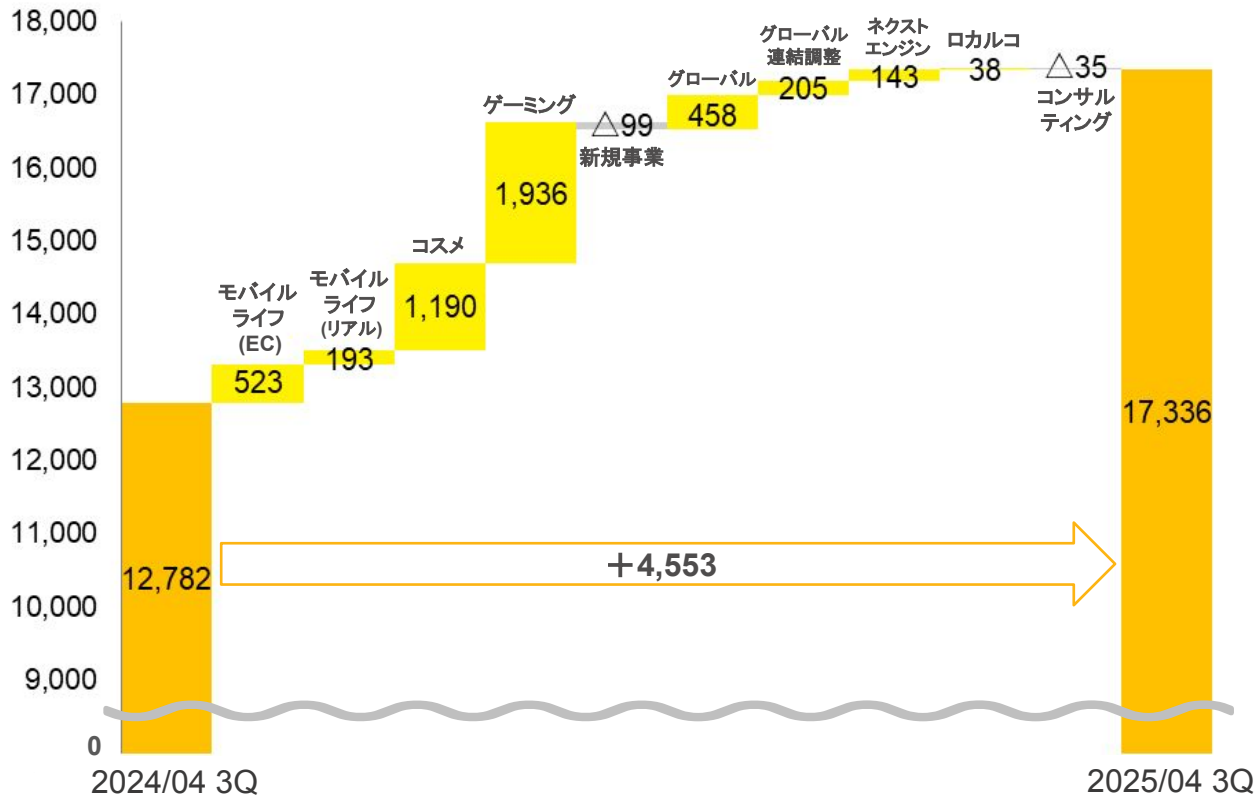
- モバイルライフ: 新型 iPhone向け商品および周辺アクセサリが順調に販売増となる
- コスメティクス: ECおよび卸販売は、前年比大幅増収。新規顧客獲得のための施策を強化中
- ゲーミングアクセサリ: ホワイトカラーモニターを筆頭に、カラーのモニターや周辺機器などが牽引し大幅に売上伸長
- グローバル: クリスマス商戦が好調を牽引。米国における卸販売が増加

<プラットフォーム>

- 前期一過性の売上140百万円を計上した影響があるものの、引き続きネクストエンジンが牽引し累計期間では増収を維持

売上高(累計期間)

(百万円)



25年4月期3Q 連結概況 —営業利益増減分析

<コマース>

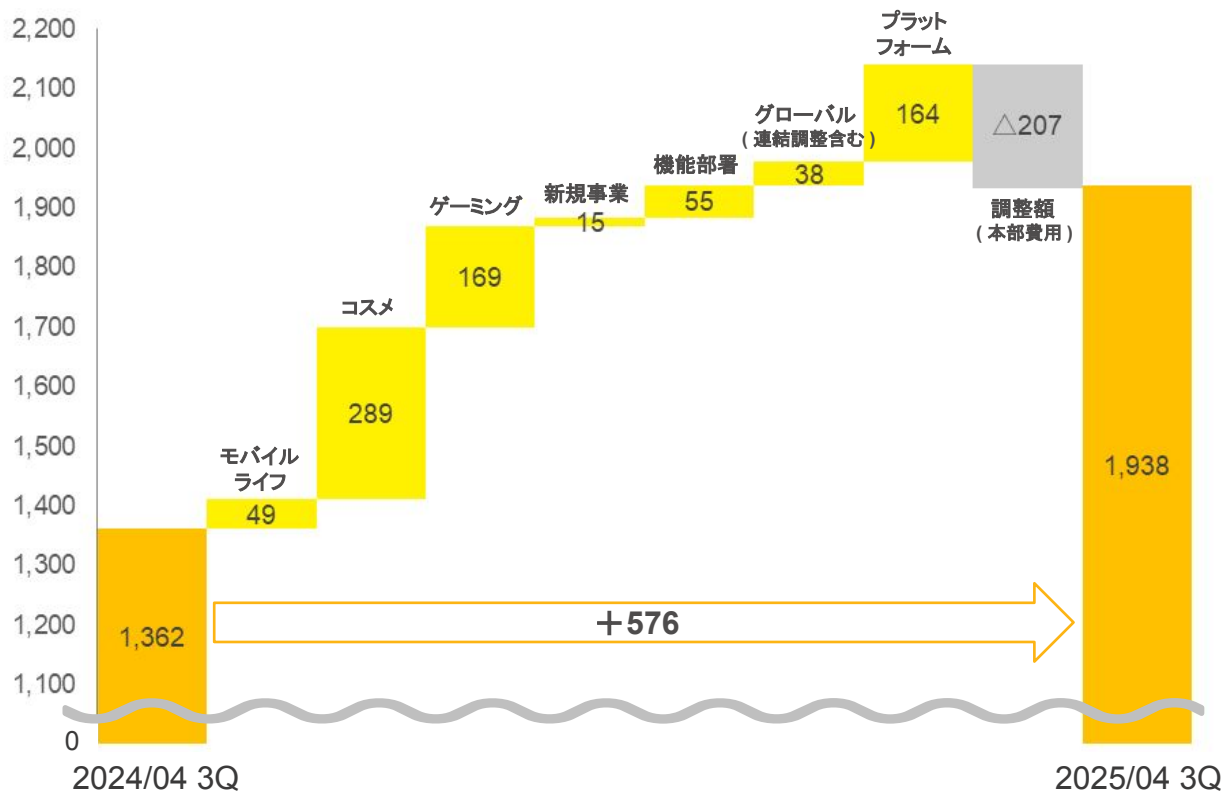
- モバイルライフ: 配賦基準の変更およびマーケティング・物流コストが増加となるも、増収効果により増益
- コスメティクス: 大幅な増収効果と原価改善により利益も改善。引き続き広告投資と原価低減施策を継続し、通期黒字転換を狙う
- ゲーミングアクセサリ: 大幅な増収効果もあり、黒字化および利益貢献。通期増益に期待
- 機能部署: 配賦基準の見直しにより費用減
- グローバル: 米国の売上拡大に係るマーケティング費用および物流費などが引き続き増加となったが、増収効果により増益

<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高収益体質を継続

営業利益(累計期間)

(百万円)



Ⅲ. ビジネスハイライト

Ⅲ. ビジネスハイライト

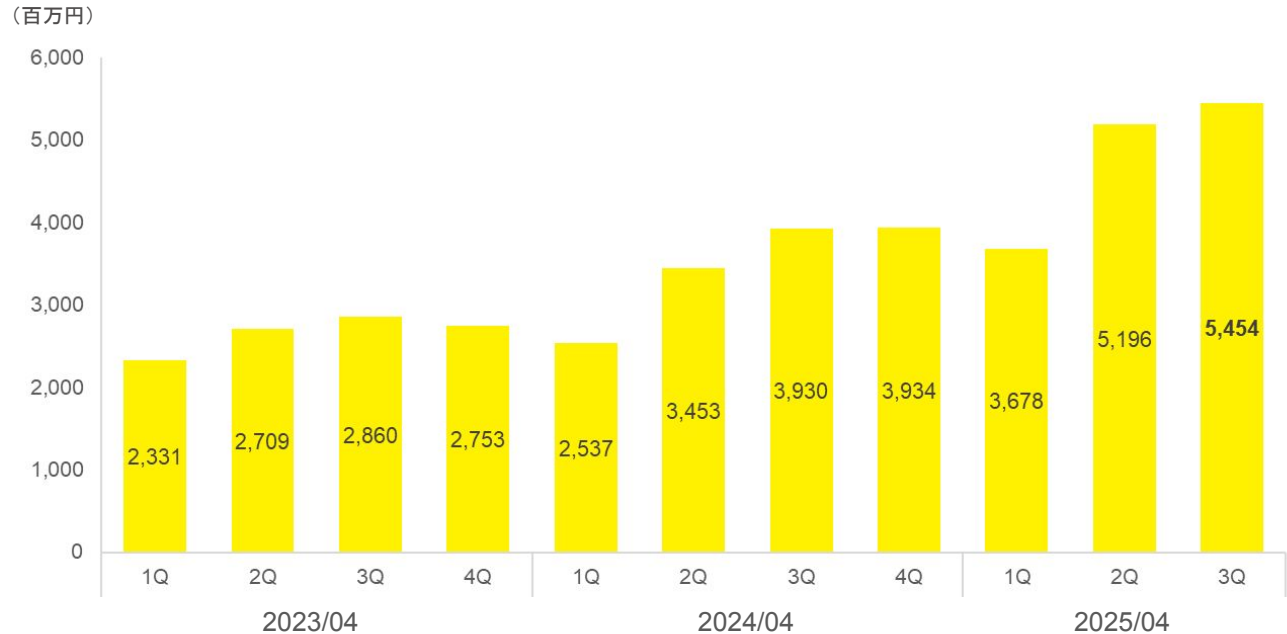
コマース



25年4月期3Q 一売上高四半期推移

- コスメティクス事業およ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大幅伸長。これらの新規事業はモバイルライフ事業と並ぶ中核事業へと成長中
- 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38.8%の売上成長

売上高(会計期間)

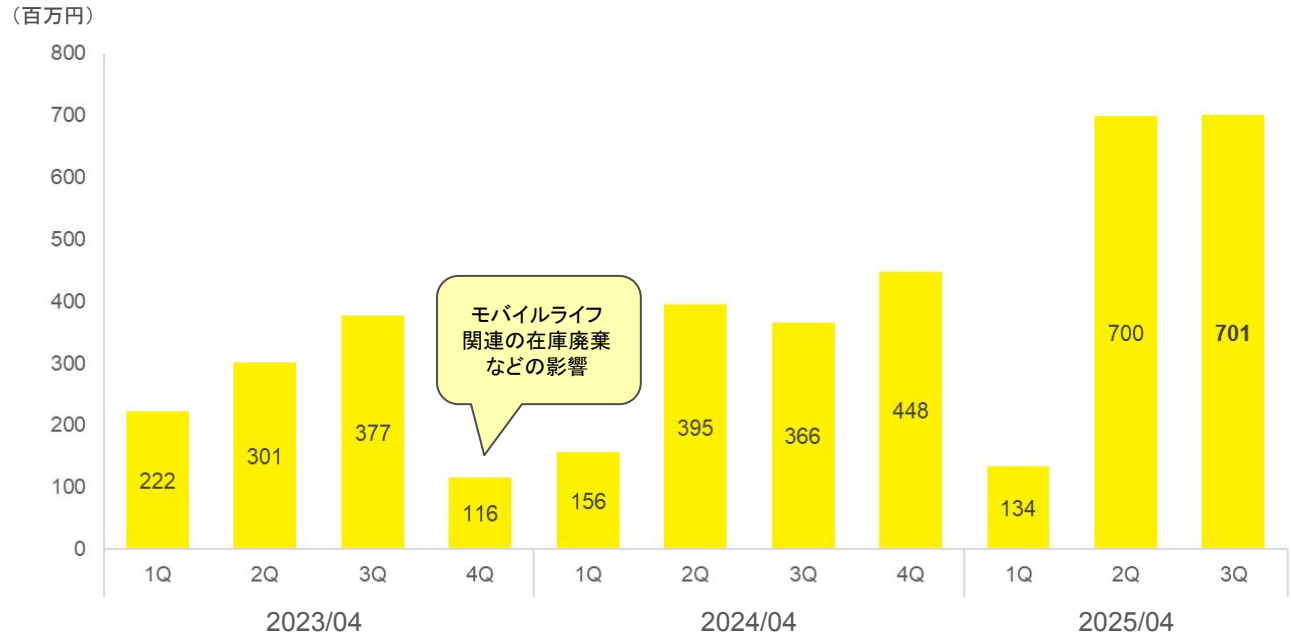


25年4月期3Q

–セグメント利益四半期推移

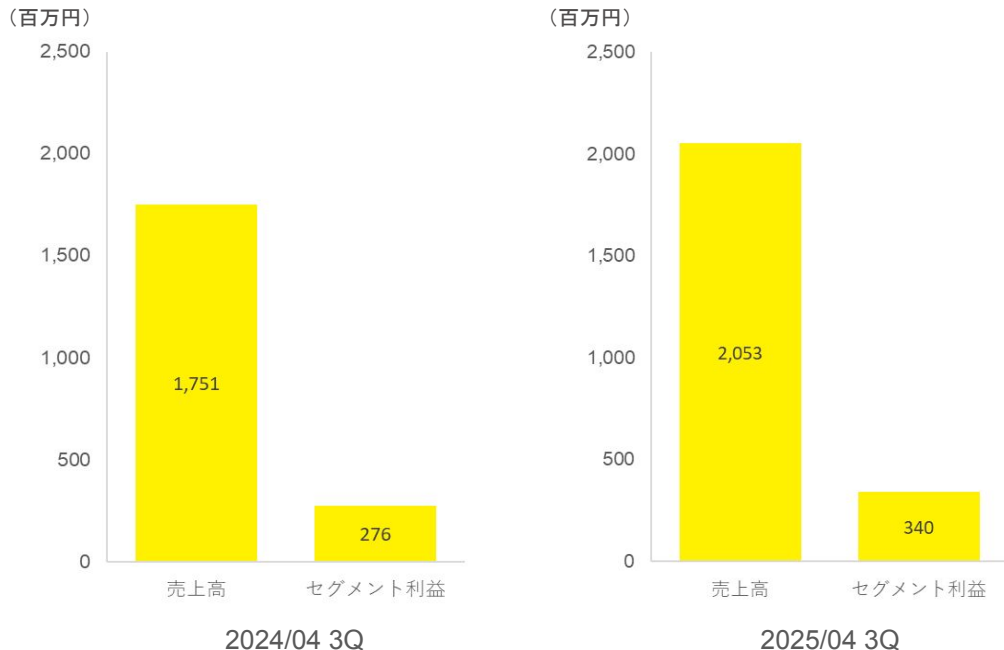
- 新型 iPhone向け商品と周辺アクセサリーを中心に2Q同様好調を維持
- カラーモニターおよびモニターアーム等のゲーミングアクセサリが好調となり計画を大きく上回った
- グローバル事業も増収に伴い大幅増益を達成
- 4Qは新生活需要やコスメの新商品発売などによる増益を狙う

セグメント利益(会計期間)



25年4月期3Q モバイルライフ事業

- 年末商戦における新型iPhone製品と周辺アクセサリが好調となり、売上・セグメント利益ともに伸長
- 4Qの新生活需要により、さらなる増収を目指す



売上高

2,053百万円
(前年比 302百万円増)

セグメント利益

340百万円
(前年比 63百万円増)

iFace 商品展開

- iFaceの定番シリーズである「Reflection」「First Class」における新型 iPhone向け製品を展開
- 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。通電系アクセサリの開発にも今後は注力
- 新シリーズ「BeBling」は光沢感を備えたウェーブデザインの新商品で、若年層から圧倒的支持を得る
- 話題の折り畳み型のGalaxy端末など、iPhone以外の製品対応も継続中。iPhone依存を緩和

人気商品

・iFace + 周辺アクセサリ



・BeBlingシリーズ



商品開発

・MagSynq モバイルバッテリー



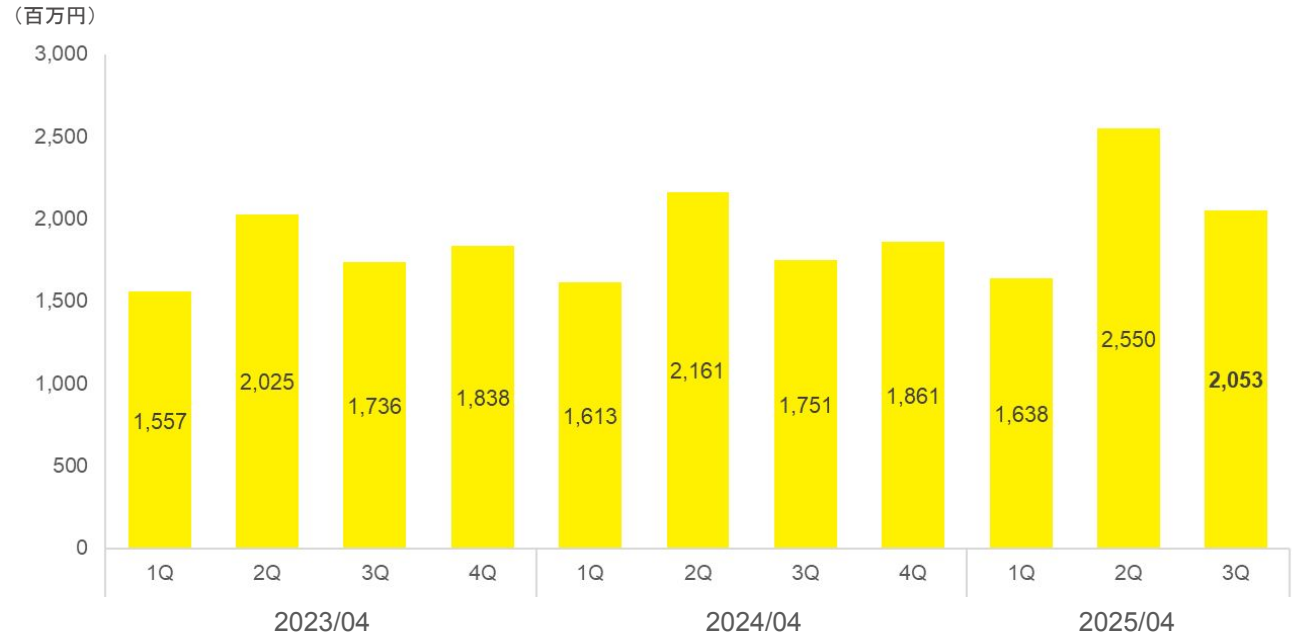
・Galaxy Z Flip 6 対応ケース



モバイルライフ事業 一売上高四半期推移

- 2Qは新型iPhoneの発表に伴うスマートフォンの買い替え需要や周辺アクセサリの販売増により大きく伸長
- 3Qは年末商戦や各種ECモールセールが重なることから販売数量増加による増収
- 4Qは入学や就職などの新生活需要でスマホの買い替えが増加。さらに各種通信キャリアのキャンペーンも重なるため、増収が期待

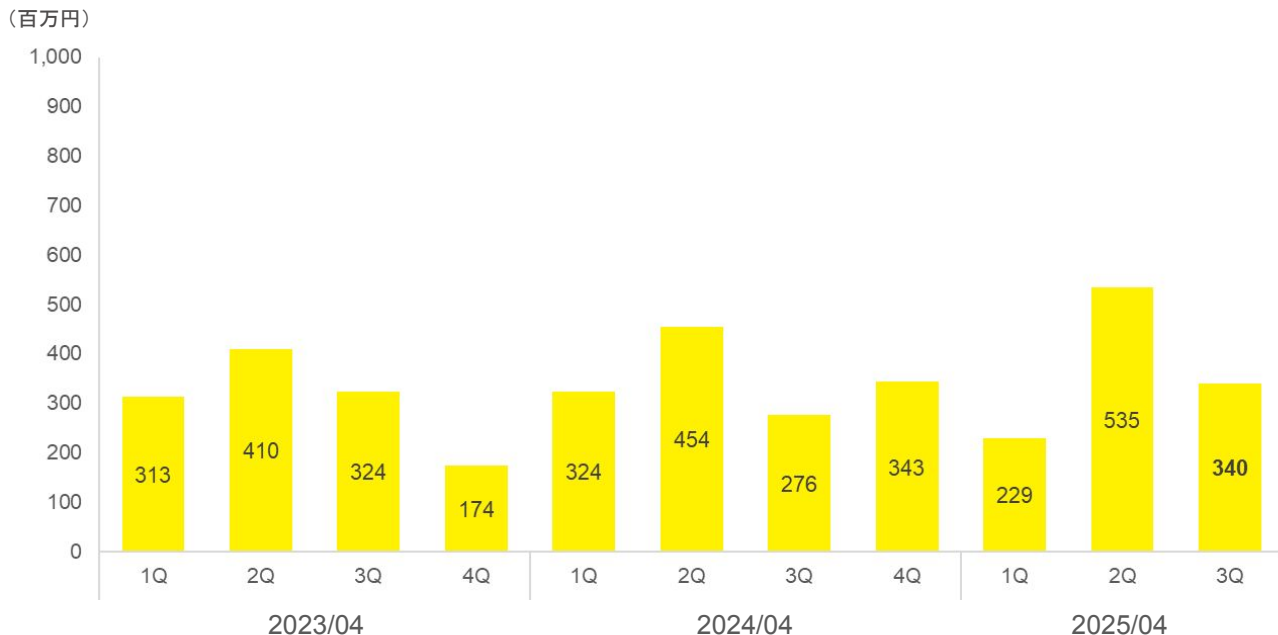
売上高(会計期間)



モバイルライフ事業 —事業別利益四半期推移

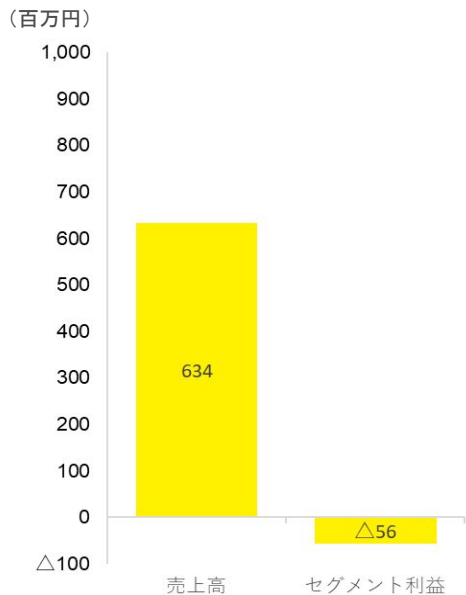
- 新型 iPhone 発売に伴う販売数量増加により2Q利益が大きく伸び、利益貢献
- ブラックフライデーや年末商戦といったイベント等により3Qも利益が大きく伸びる
- 4Qは新生活需要によるスマートフォンケースの買い替えが増え、さらに今期は iPhone16e による買い替え需要が見込める
- 今期は「Magsafe」商材の増加により、周辺アクセサリとのクロスセル施策を実行することで、利益を獲得

事業別利益(会計期間)

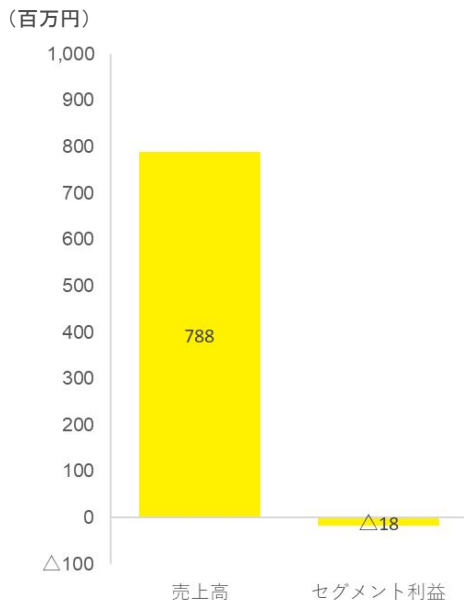


25年4月期3Q コスメティクス事業

- ベストコスメアワード受賞やポップアップストア等での認知拡大により、計画を上回って売上が伸長
- 商品ミックスの変化や新規顧客獲得に向けた広告費や販促費が増加するも、前年比では改善



2024/04 3Q



2025/04 3Q

売上高

788百万円
(前年比 153百万円増)

セグメント利益

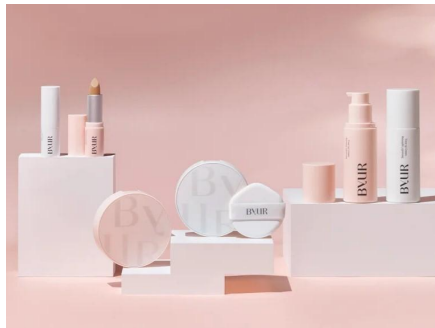
△18百万円
(前年比 37百万円増)

コスメティクス事業

- ポップアップストアやベストコスメアワード受賞等により、引き続き売上は伸長
- さらなるブランド認知拡大を目指すため、広告配信先の見直しを実施中。この取り組みによりターゲット層の拡大に注力
- 4Qは利益計画達成に向け、広告宣伝費のコントロールおよび配分変更や、販売チャネル施策を実施し、販売強化に注力

主力商品

・ベースメイク商品



・スキンケア商品



商品開発

・クッションファンデーション



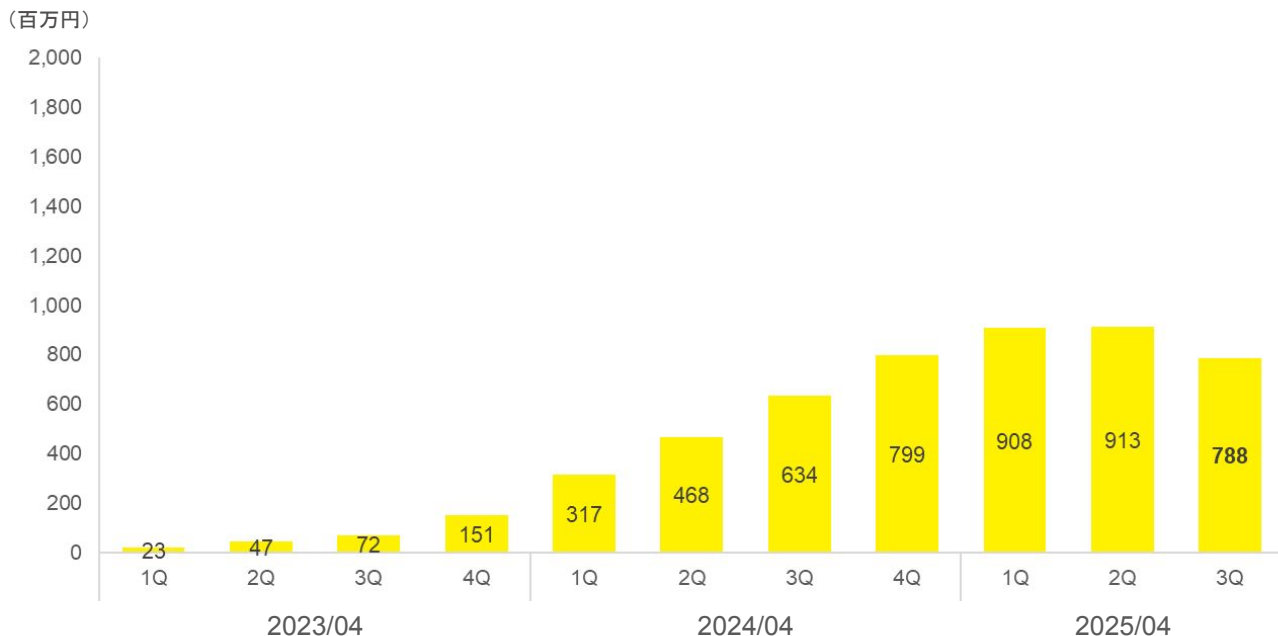
・ベストコスメアワード



コスメティクス事業 一売上高四半期推移

- 2023年4月にTV番組で紹介いただいたことをきっかけに、爆発的にEC市場での販売が伸びる
- その後、インフルエンサーによるメディア露出が拡大すると同時に、卸売市場においても徐々に導入店舗数が拡大。現在は約7,000店舗の導入に至るまで成長
- 毎年、春(4Q)と秋(2Q)の新商品リリースに伴い、売上が伸長傾向。季節のトレンドにあった新商品をリリース中

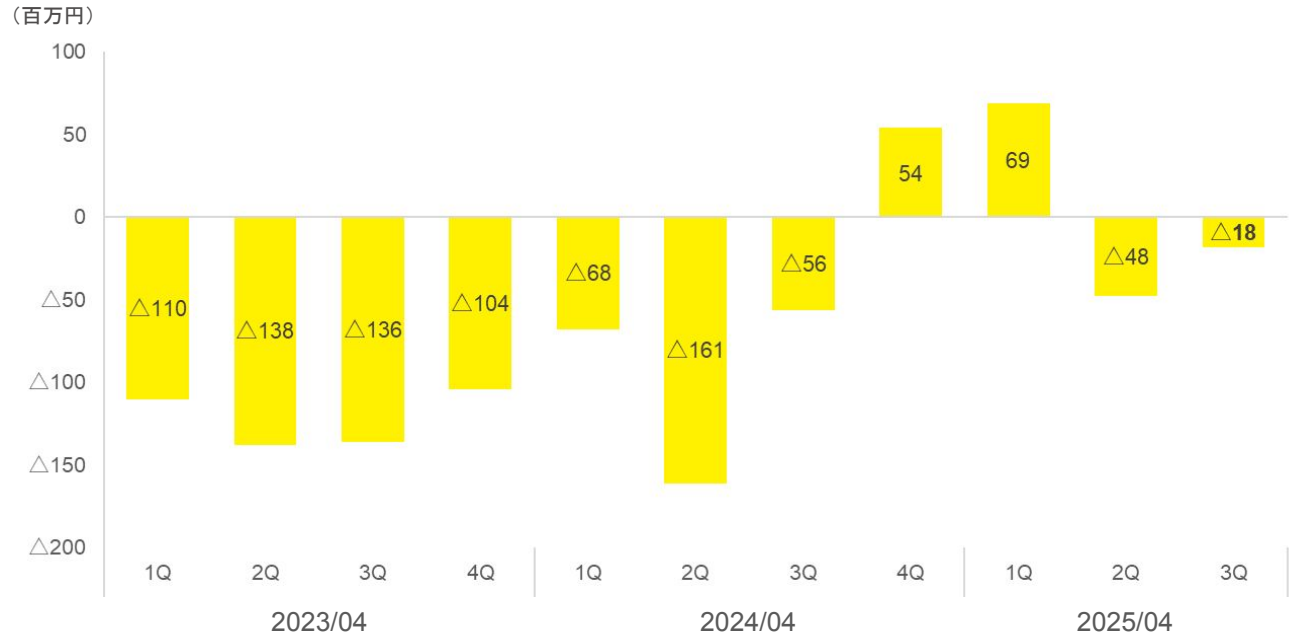
売上高(会計期間)



コスメティクス事業
—事業別利益四半期推移

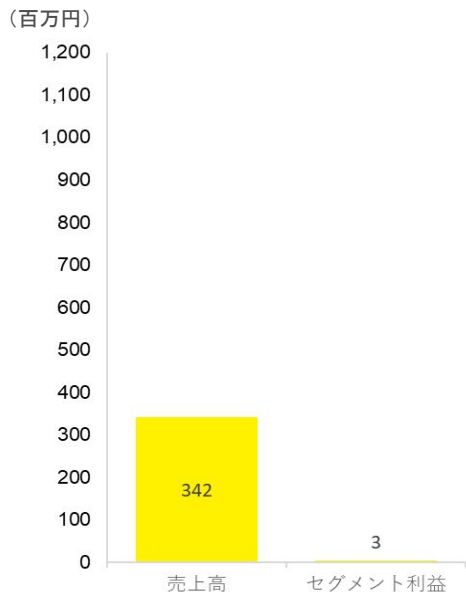
- 新規事業としてローンチ後は認知拡大に伴う広告を多く配信。認知拡大後は徐々に利益を獲得
- 2024年度に輸入にかかる化粧品製造販売業許可を取得し、原価率低減を実行
- 今期は新商品展開、ポップアップストアの開催、各種ECモールにおける販売施策によって更なる売上増加を実現
- 4Qは春の新商品展開による売上・利益増が見込め、通期における黒字確保を狙う

事業別利益(会計期間)

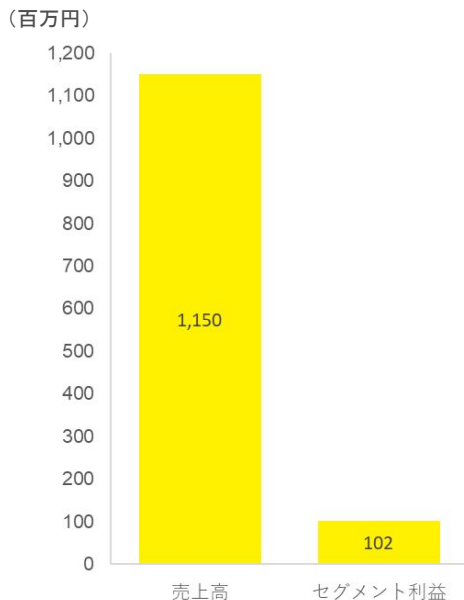


25年4月期3Q ゲーミングアクセサリー事業

- 3Qも売上・利益ともに計画を大幅に上回る。ECおよび卸販売チャネルが拡大しており、更なる成長を実現
- ホワイトカラーモデルのモニターと **周辺機器**を中心にユーザーからの高い認知度と支持を獲得



2024/04 3Q



2025/04 3Q

売上高

1,150百万円
(前年比 807百万円増)

セグメント利益

102百万円
(前年比 99百万円増)

ゲーミング アクセサリ事業

- ホワイトカラーを中心とした高性能新型モニターおよびオリジナルモニターアームなど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
- 空間訴求をコンセプトとし、部屋にマッチする色展開を実施。新色としてベージュ、ミントグリーン、パープルを追加
- 引き続きVTuberや人気ゲーム等とのIP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

商品展開

・Wave シリーズ



・周辺アクセサリ(ケーブル)



開発・サービス

・新色展開



・デスク空間プロデュース

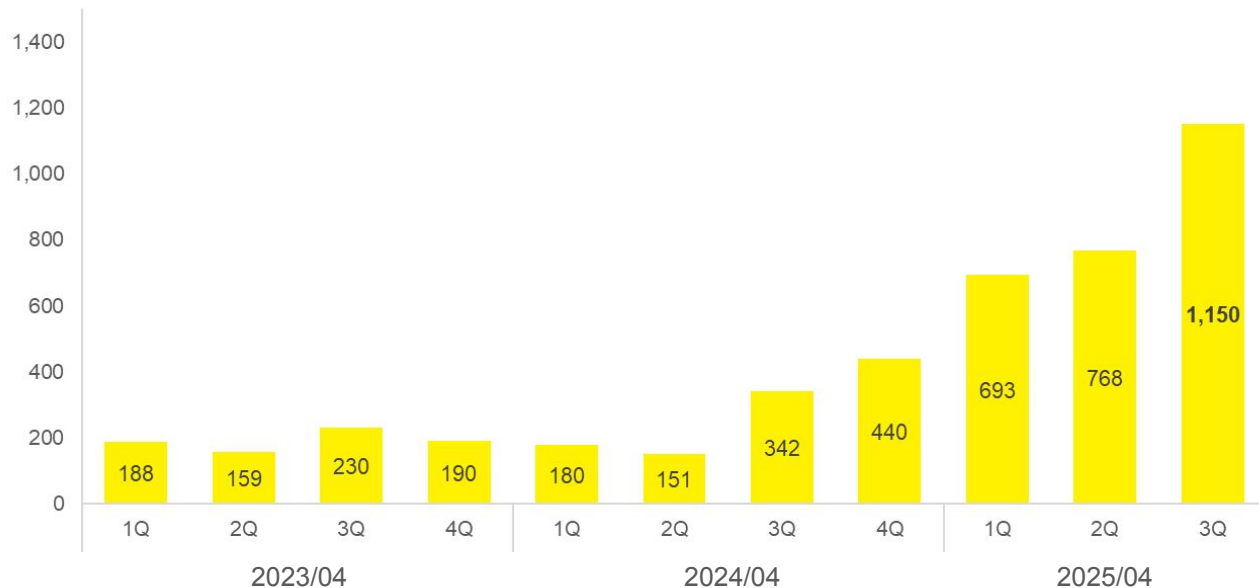


ゲーミングアクセサリ事業 一売上高四半期推移

- 価格と性能のバランスに定評があったが、2024年4月期3Qから市場投入した、ホワイトモデルのモニター、同年4Qから市場投入したパステルカラーモニターが大ヒット
- 今期はホワイトモデルを中心としたモニターや周辺アクセサリが継続的に好調
- 卸売販売においては大手家電量販店にて取り扱い開始。ECモールにおける取引も拡大中

売上高(会計期間)

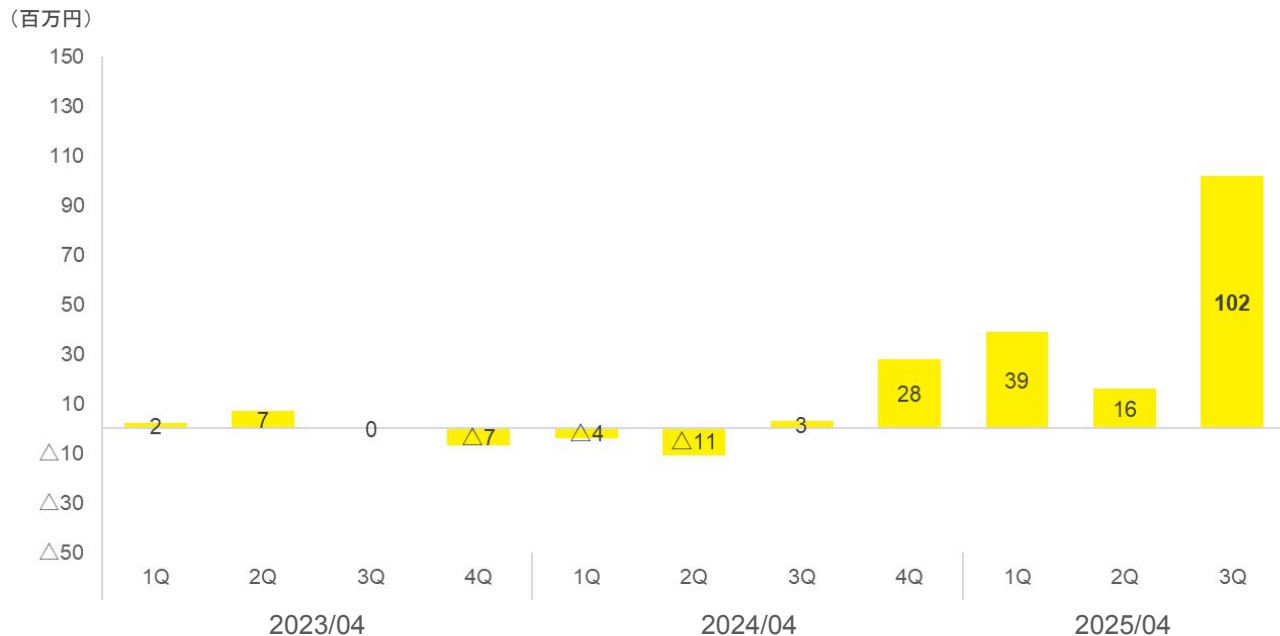
(百万円)



ゲーミングアクセサリ事業 —事業別利益四半期推移

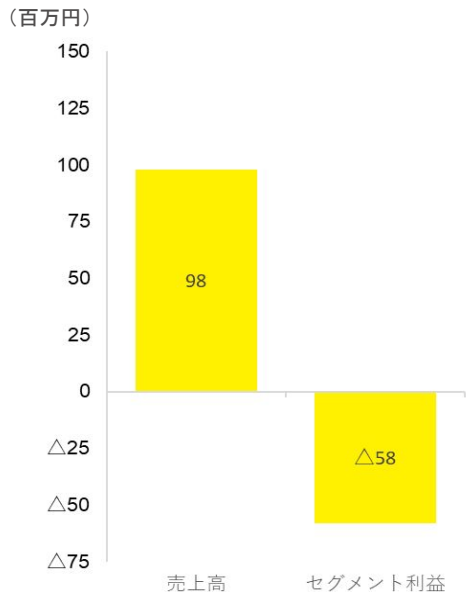
- 利益水準はカラーモニター投入まではおおよそ横這いであったが、投入後はクォーターごとに利益を確保
- 今後の展開として、DXを通じた顧客との接点強化、ならびに周辺アクセサリ数を増やすことで、さらなる利益確保を目指す

事業別利益(会計期間)

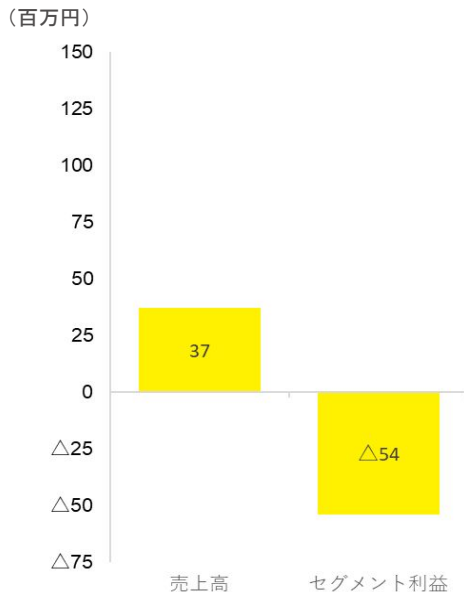


25年4月期3Q 新規事業

- 前年比減収となるが、売上・利益ともに概ね計画通りにて着地
- 新たな事業創出のため、引き続き投資を継続



2024/04 3Q



2025/04 3Q

売上高

37百万円
(前年比 60百万円減)

セグメント利益

Δ54百万円
(前年比 4百万円増)

新規事業投資

- 脱炭素への取り組みとして、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。また再生プラスチック取引所を運営し、プラスチックの再生による社会貢献を目指す
- 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

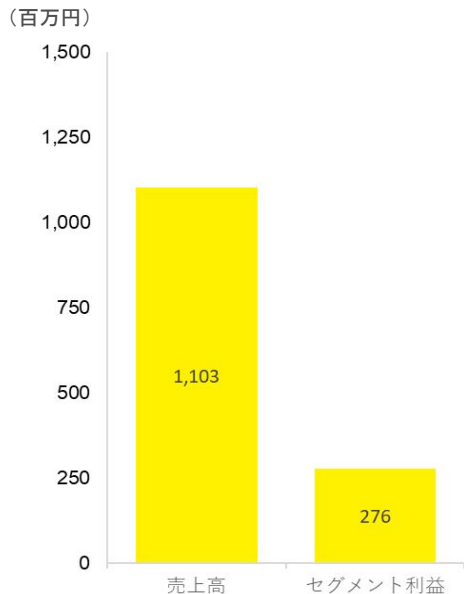


Hamic

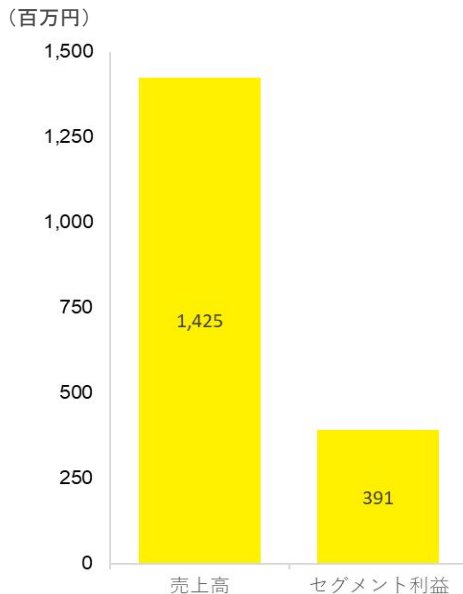


25年4月期3Q グローバル事業

- クリスマス商戦という最大の商機を活かし、増収増益を達成
- Hamee USにおける卸売販売の拡大に伴い、29.2%増収、41.5%増益



2024/04 3Q



2025/04 3Q

売上高

1,425百万円
(前年比 321百万円増)

セグメント利益

391百万円
(前年比 114百万円増)

グローバル事業

- 生産拠点である Hamee Global において、モバイルライフ事業とコスメティクス事業の売上拡大に伴い、製造利益も増加
- 音楽雑貨「オタマトーン」や「スクイーズ」(低反発トイ)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。韓国やEU諸国において販売地域の拡大を狙う

・モバイルライフ事業 製造開発



・コスメティクス事業 製造開発



・オタマトーン ユニコーン



・オタマトーン ジャパン



プラットフォーム



NEXT ENGINE

P
F

売上高(3Q)

1,204百万円 
(前年比 1.4%減)

【特記事項】

前期にメルカリとの営業連携に伴う一過性の売上が発生したため前年比で減収となるも、当該特殊要因を除くと前年比 **11.5%増**とオーガニックで二桁成長

ネクストエンジン事業

総契約社数(3Q)

6,489社
(前年比 339社増)

GMV(3Q)※1

3,422億円
(前年比 17.1%増)

ARPU(3Q)※2

39,650円 
(前年比 14.8%減)

【特記事項】

前期3QのARPU 46,534円のうちメルカリに付随する特殊要因によるARPUの押し上げ効果は **11,000円程度**

※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。

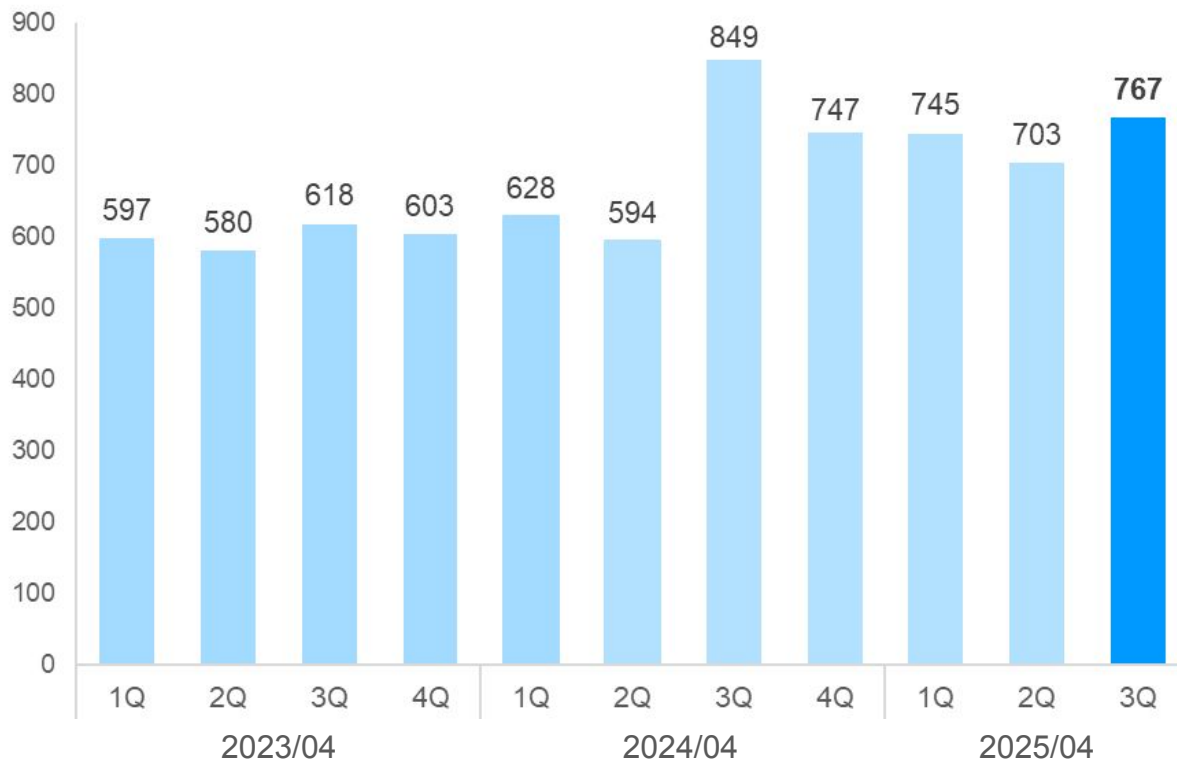
※2 ARPU・・・Average Revenue Per Userの略でネクストエンジン利用社 1社当たりの月次売上の平均として記載しております。

ネクストエンジン事業 —25年4月期3Q 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、引き続きEC市場への消費回帰の兆しが見られる
- 前期3Qにメルカリとの営業連携に伴う一過性の売上140百万円が発生したため前3Q会計期間比で減収となるも、当該特殊要因を除くと、ネクストエンジン事業は会計期間で7.5%の増収、累計期間で13.7%の増収

売上高(会計期間)

(百万円)

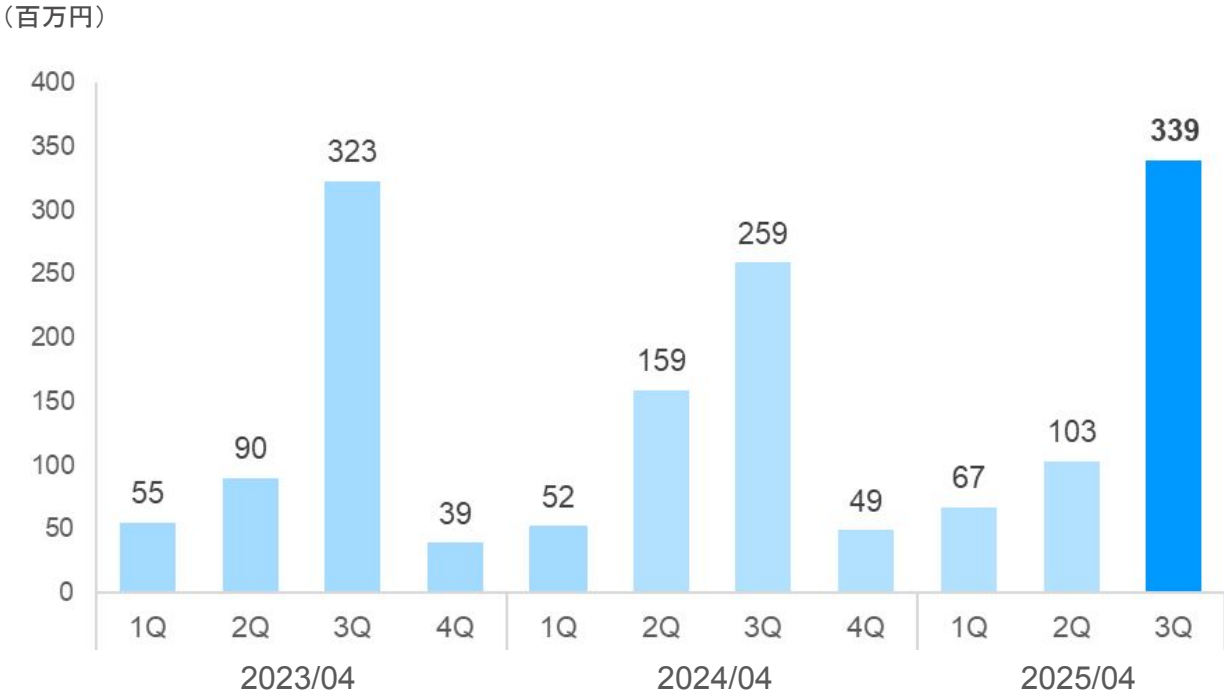


プラットフォーム

ロカルコ事業 —25年4月期3Q 売上高

売上高(会計期間)

- 2023年10月に実施されたふるさと納税制度の変更に伴う駆け込み寄附で、前期2Qに売上高の前倒しが発生(特に9月は一昨年比3倍の売上高を計上)した反動により、2Qは大幅な減収となるも3Qは当該影響を払拭
- 昨年4月に事業譲受にて取得した伝統工芸品のEC販売事業も貢献
- 新規商品開発、卸販売先の開拓、在庫の安定供給への取り組みに注力し、売上成長を目指す

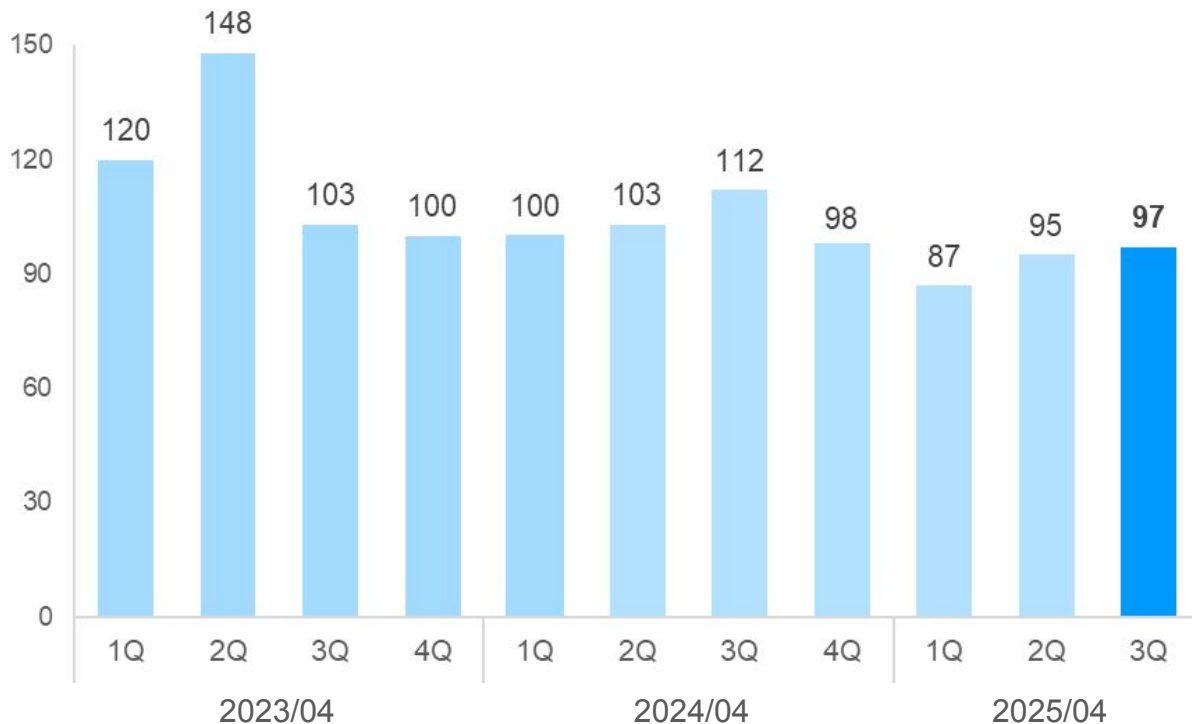


コンサルティング事業 —25年4月期3Q 売上高

- 売上は前年同四半期比 11.3%の減収となるが、期初計画はクリア
- 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、コスト見直しなど、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)

(百万円)

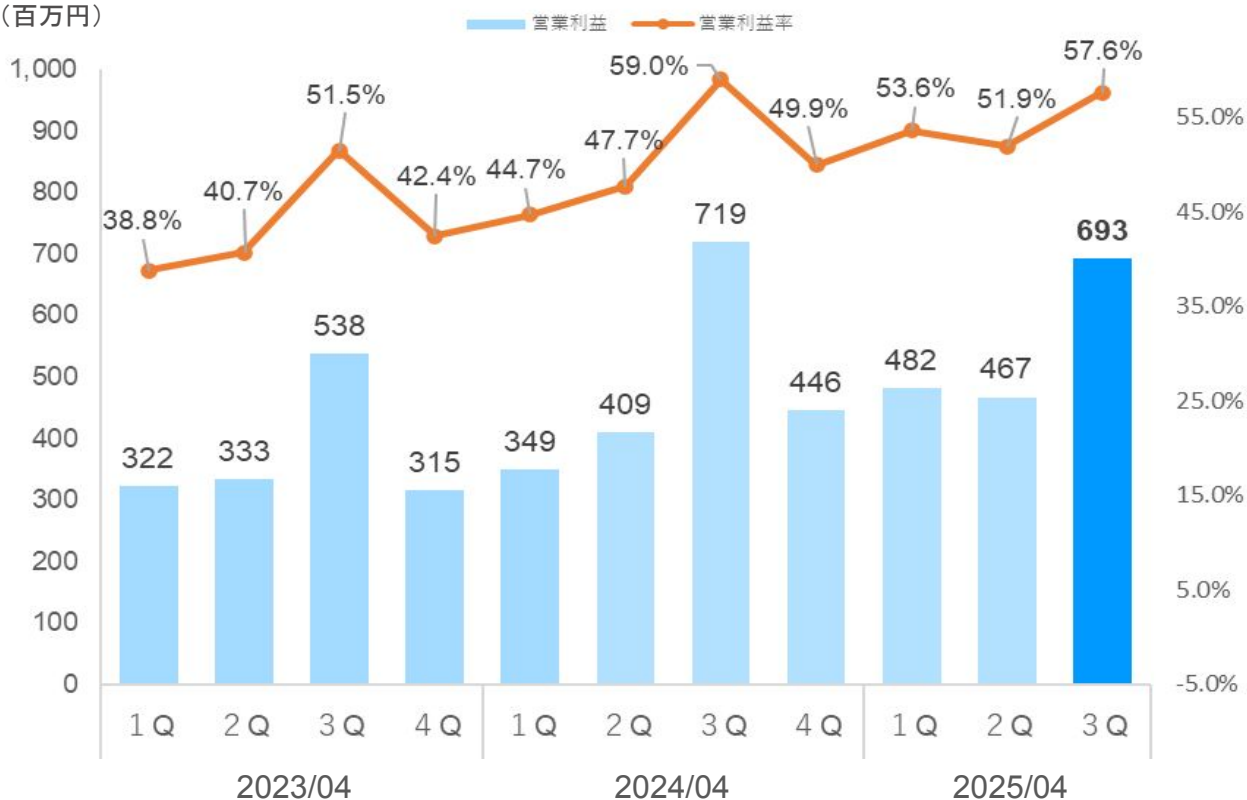


営業利益(会計期間)

25年4月期3Q 営業利益

- 前期3Qのネクストエンジン事業の特殊要因(一過性の売上の計上とそれに伴う営業利益の増加)の影響により、3Q会計期間比較では減益となったものの、ネクストエンジンの限界利益率の高さと、2Qまで続いたサービス価格改定による増収効果により、営業利益は前年同期比11.2%増
- 営業利益率については上記の要因で前期3Qが突出するも、当期3Qも57.6%と引き続き収益性は高い

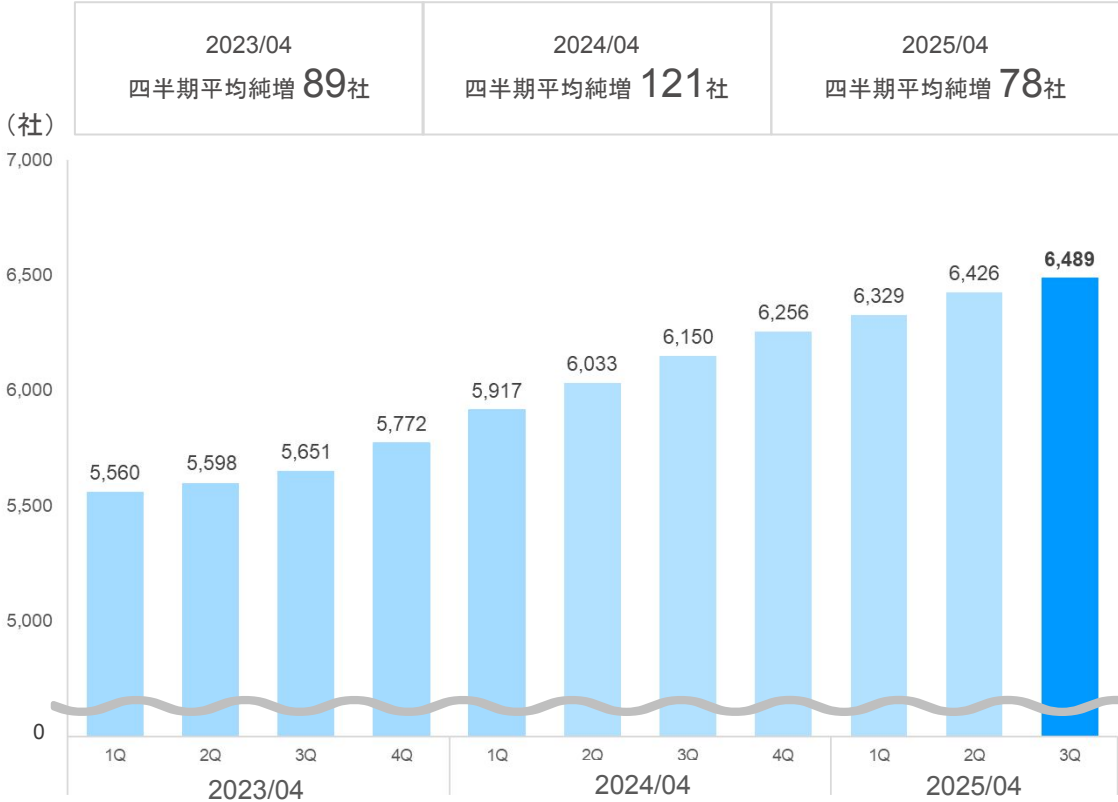
(百万円)



総契約社数

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、リード獲得の効率が低下するなど、課題はあるものの、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6,489社(前連結会計年度末比233社増)となる
- EC事業者の年末商戦に伴う繁忙期もあり3Qは契約獲得が鈍化するトレンドにあり



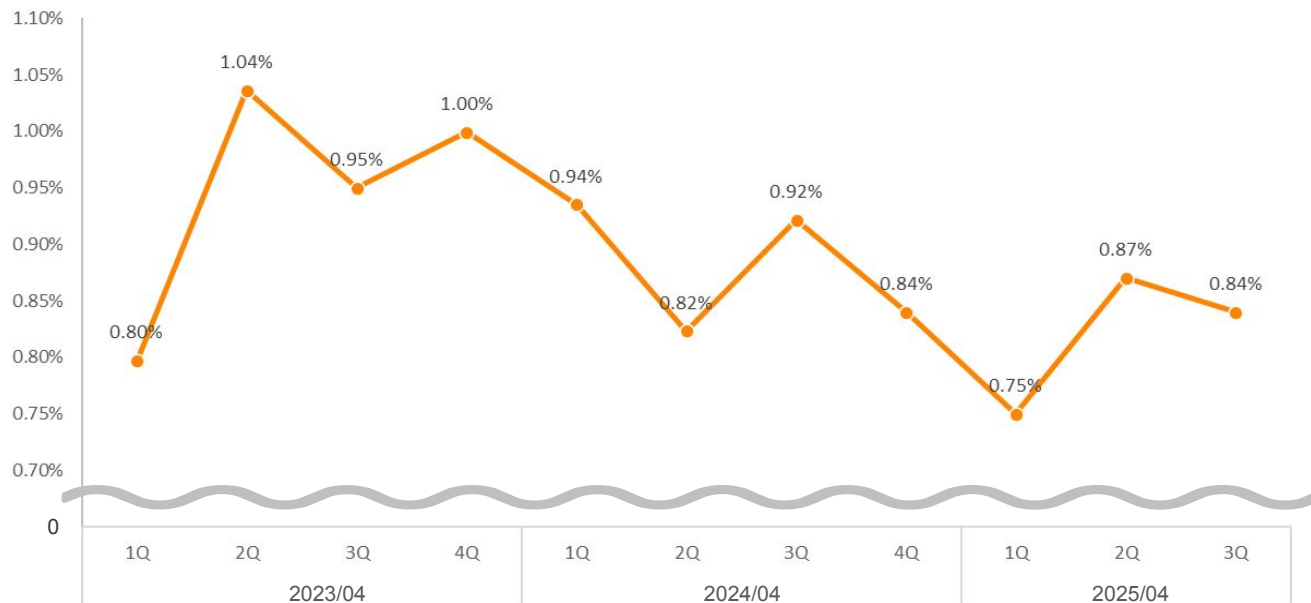
ネクストエンジン事業 —解約率推移

- 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0.75%～0.84%と、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>0.82%</u>
---	---	---



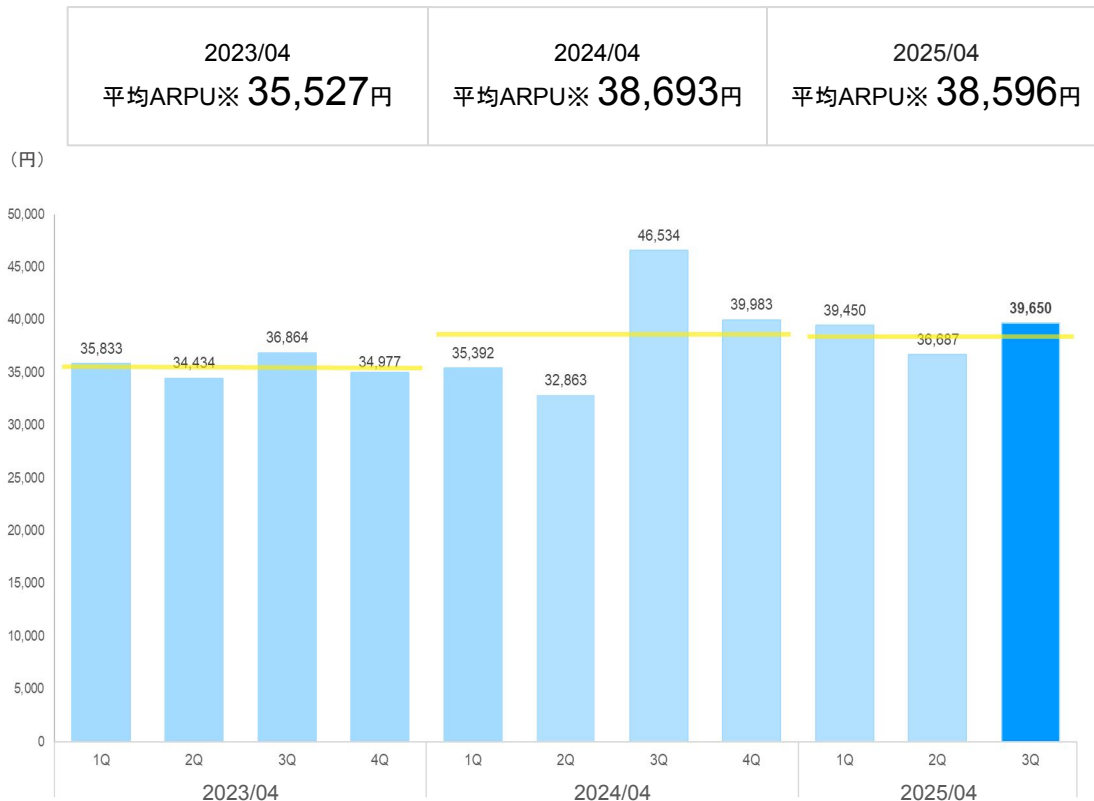
※ 年平均月次解約率…各四半期期間における解約数の平均から四半期末時点の契約社数を除算した数値を単純平均しております。

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、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、2Qまで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および営業連携の効果が十分に含まれているためARPUが突出している
- 上記特殊要因の前期3QのARPUへの影響は11,000円程度と分析

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。

IV. 中期経営計画

中期経営計画の達成に向けて

- 当社グループを取り巻く経済環境や直近の経営状態及び各種方針を踏まえ
2023年6月14日公表の中期経営計画の 2025年4月期～ 2026年4月期の計画を新たに見直しいたしました。
- さらなるブランド価値向上を図るため、Hameeの経営理念をアップデートいたしました。
モノづくりだけでなく、脱炭素への取り組みにも挑戦してまいります。
人類を彩るブランド創造企業として事業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献いたします。
- Purpose/Passion「クリエイティブ魂に火をつける」のもと、主要 2事業の継続的進化・成長を実現すると同時に、
周辺分野でイノベティブな新規事業を創出してまいります。



中期経営計画(25/04期～26/04期)連結概要

(百万円)		実績	中期経営計画			
			2024/04	2025/04	前期比	2026/04
連結セグメント						
コマース	売上高	13,855	15,750	13.7%	19,399	23.2%
	セグメント利益	1,365	1,976	44.8%	2,601	31.6%
	利益率	9.9%	12.6%	—	13.4%	—
プラットフォーム	売上高	3,756	3,995	6.4%	4,651	16.4%
	セグメント利益	1,925	1,997	3.8%	2,391	19.7%
	利益率	51.3%	50.0%	—	51.4%	—
連結	売上高	17,612	19,745	12.1%	24,050	21.8%
	セグメント利益	3,290	3,974	20.8%	4,992	25.6%
	調整額※	△1,373	△1,890	37.6%	△1,960	3.7%
	営業利益	1,917	2,084	8.7%	3,031	45.4%
	利益率	10.9%	10.6%	—	12.6%	—

※ 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。

中期経営計画(25/04期～26/04期)コマース概要

(百万円)	実績	中期経営計画			
	2024/04	2025/04	前期比	2026/04	前期比
コマースセグメント					
売上高	13,855	15,750	13.7%	19,399	23.2%
モバイルライフ事業	7,387	7,927	7.3%	8,455	6.7%
ゲーミングアクセサリ事業	1,115	1,195	7.2%	2,300	92.4%
コスメティクス事業	2,219	2,963	33.5%	4,274	44.2%
その他	270	148	△ 45.1%	200	34.6%
グローバル事業	2,863	3,516	22.8%	4,170	18.6%
セグメント利益	1,365	1,976	44.8%	2,601	31.6%

中期経営計画(25/04期～26/04期)プラットフォーム概要

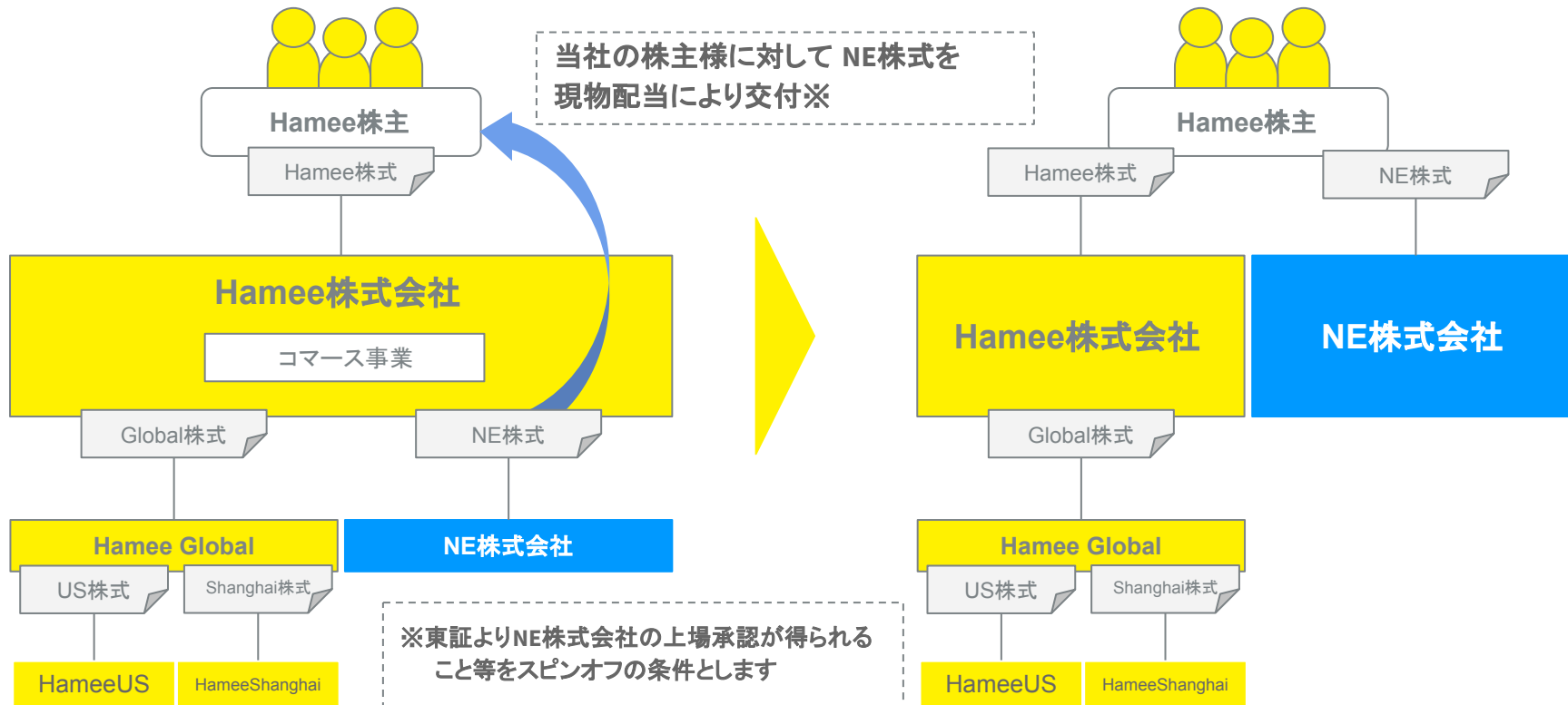
(百万円)	実績	中期経営計画			
	2024/04	2025/04	前期比	2026/04	前期比
プラットフォームセグメント					
売上高	3,756	3,995	6.4%	4,651	16.4%
ネクストエンジン事業	2,820	2,872	1.9%	3,060	6.5%
ロカルコ事業	520	633	21.6%	619	△ 2.2%
コンサルティング事業	415	378	△ 8.8%	498	31.7%
エンサーモール事業	-	110	-	473	326.8%
セグメント利益	1,925	1,997	3.8%	2,391	19.7%

V. 組織再編

- NE株式会社の株式分配型スピンオフ
 - 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ンオ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株式会社のスピンオフ 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、スピンオ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ンオ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、スピンオフ後も維持されます。従いまして、当社の株主の皆様は、**スピンオフの結果、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）

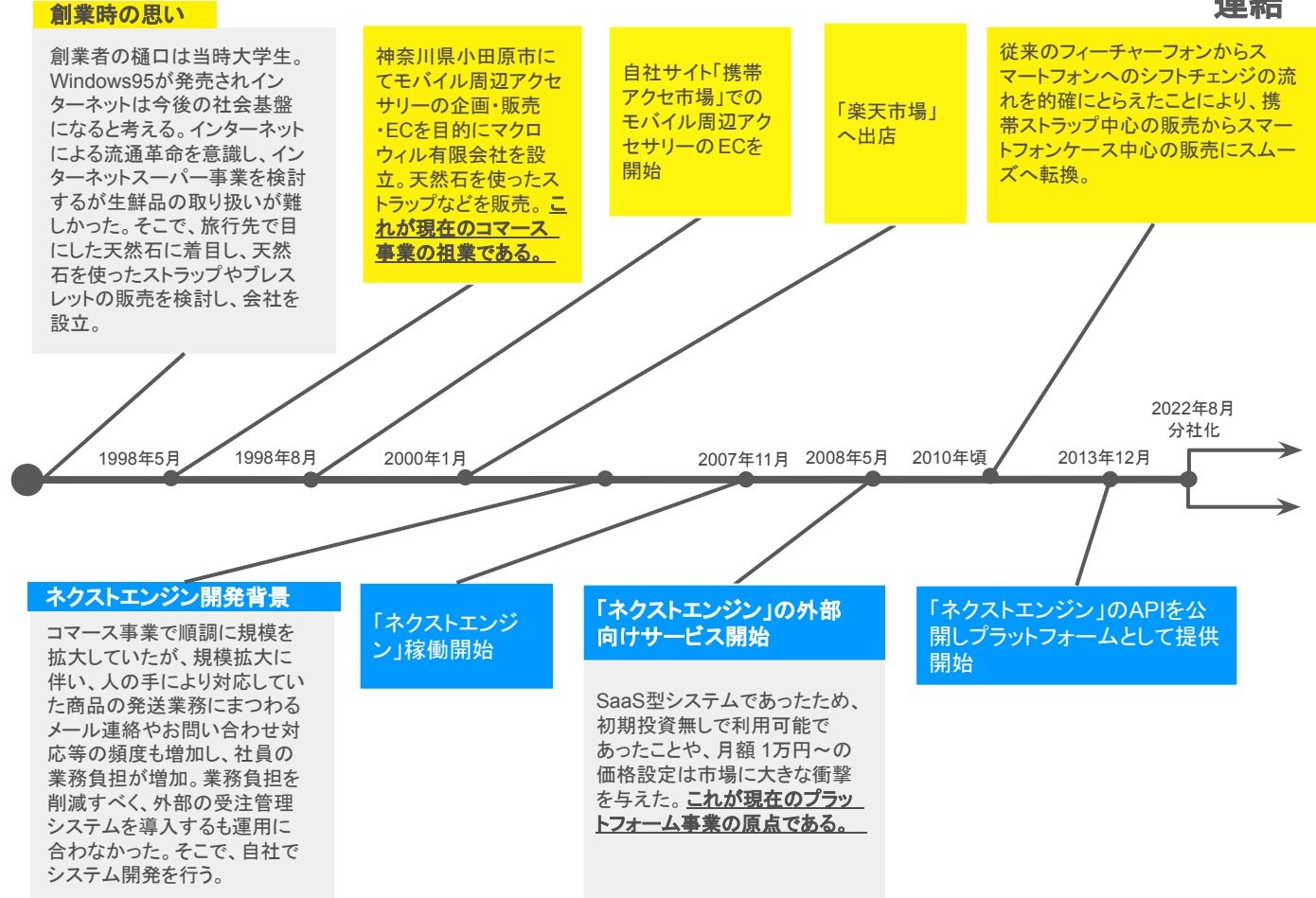


APPENDIX ご参考

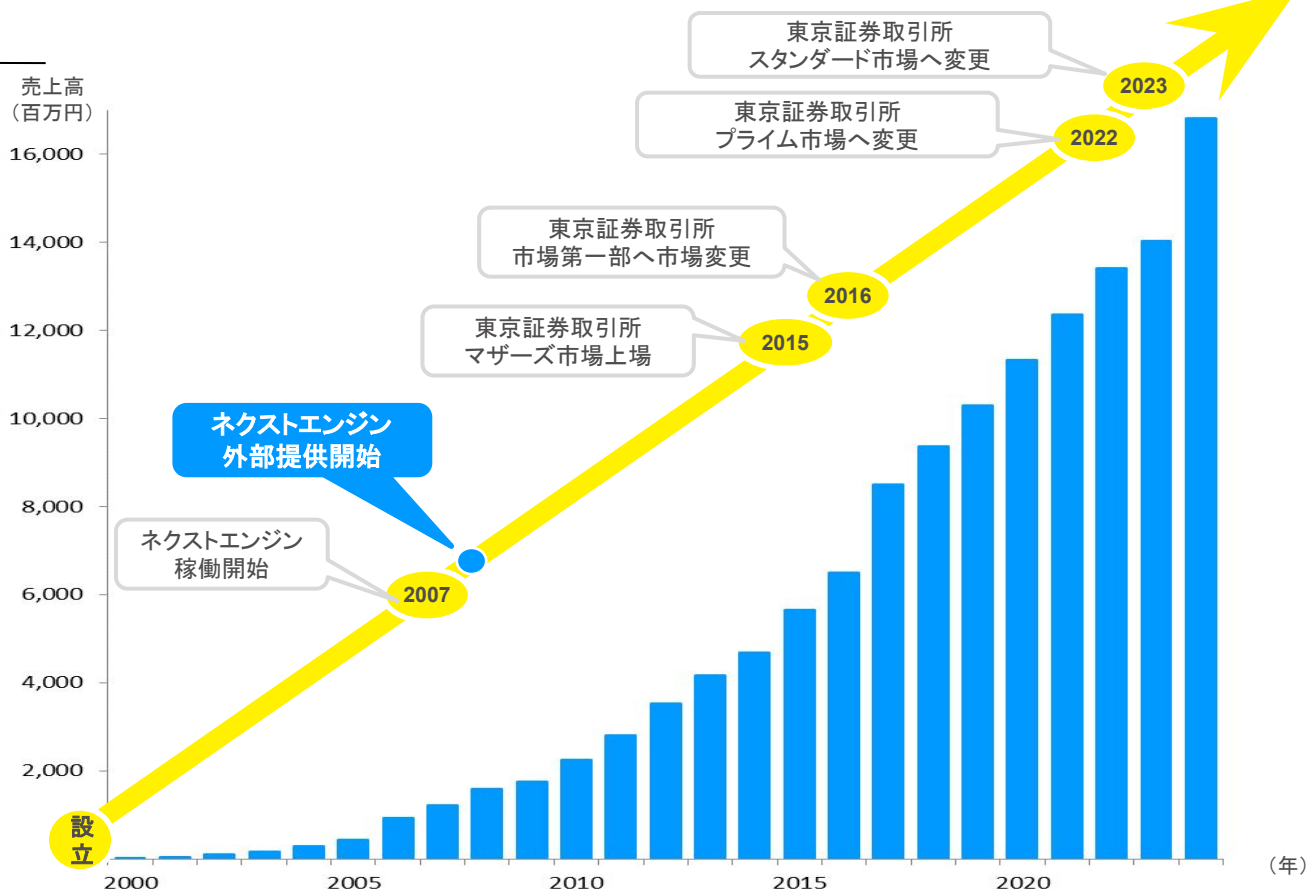
会社概要

事業ヒストリー

連結



沿革(成長の軌跡)



ビジネス概要

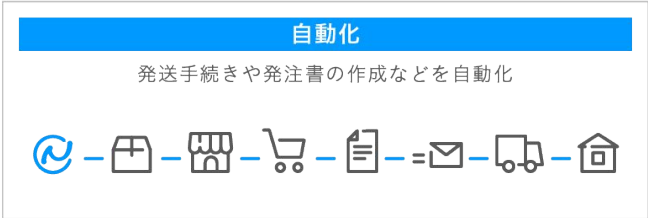
プラットフォーム



NEXT ENGINE

ネクストエンジン — 主な機能

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



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

ネクストエンジン 一導入企業

- ネクストエンジンは様々なジャンルのお客様をサポート



※一部掲載

ネクストエンジン —代表的な導入企業



※一部掲載



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



ザボデザイン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※

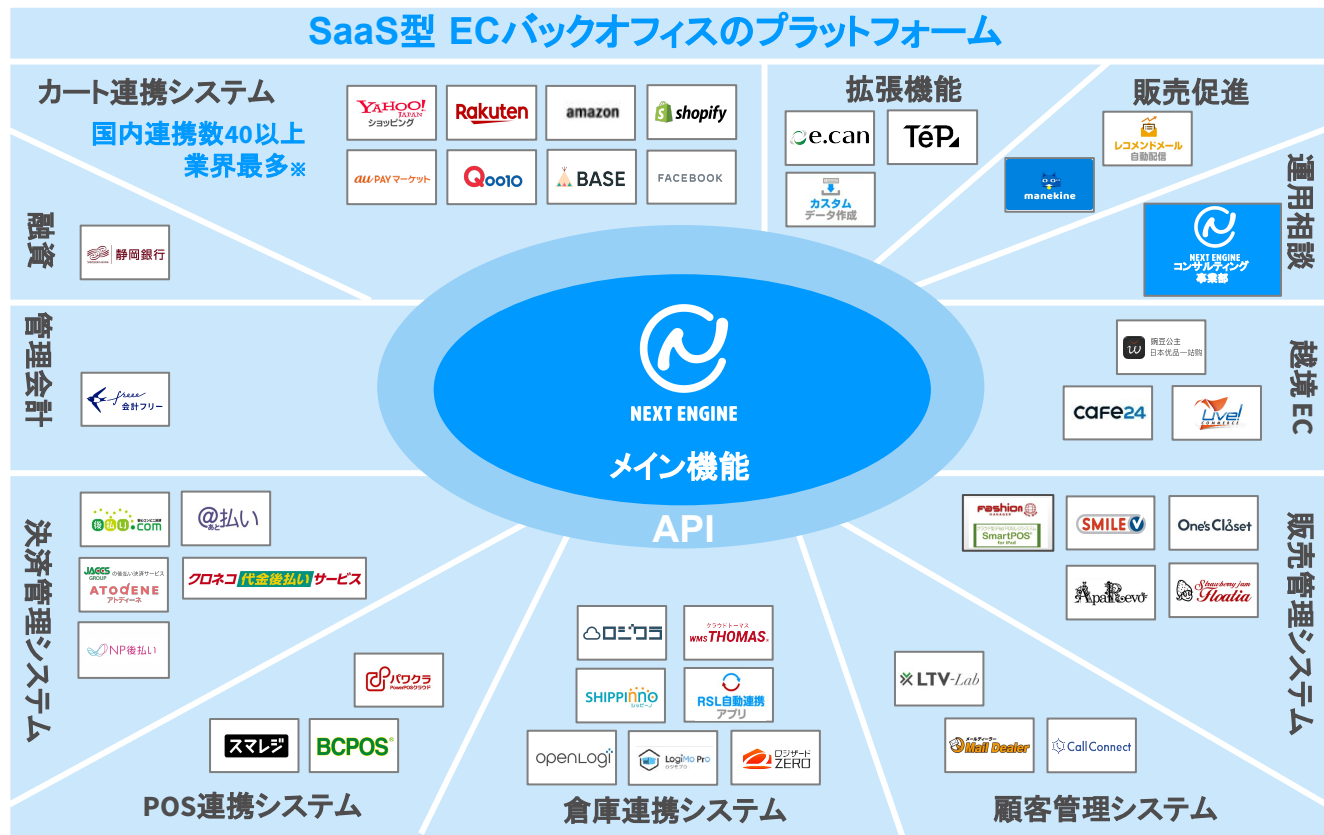
EC事業者様からの支持を獲得し続けたことによる業界No.1に裏付けられた高い信頼

※当社調べ

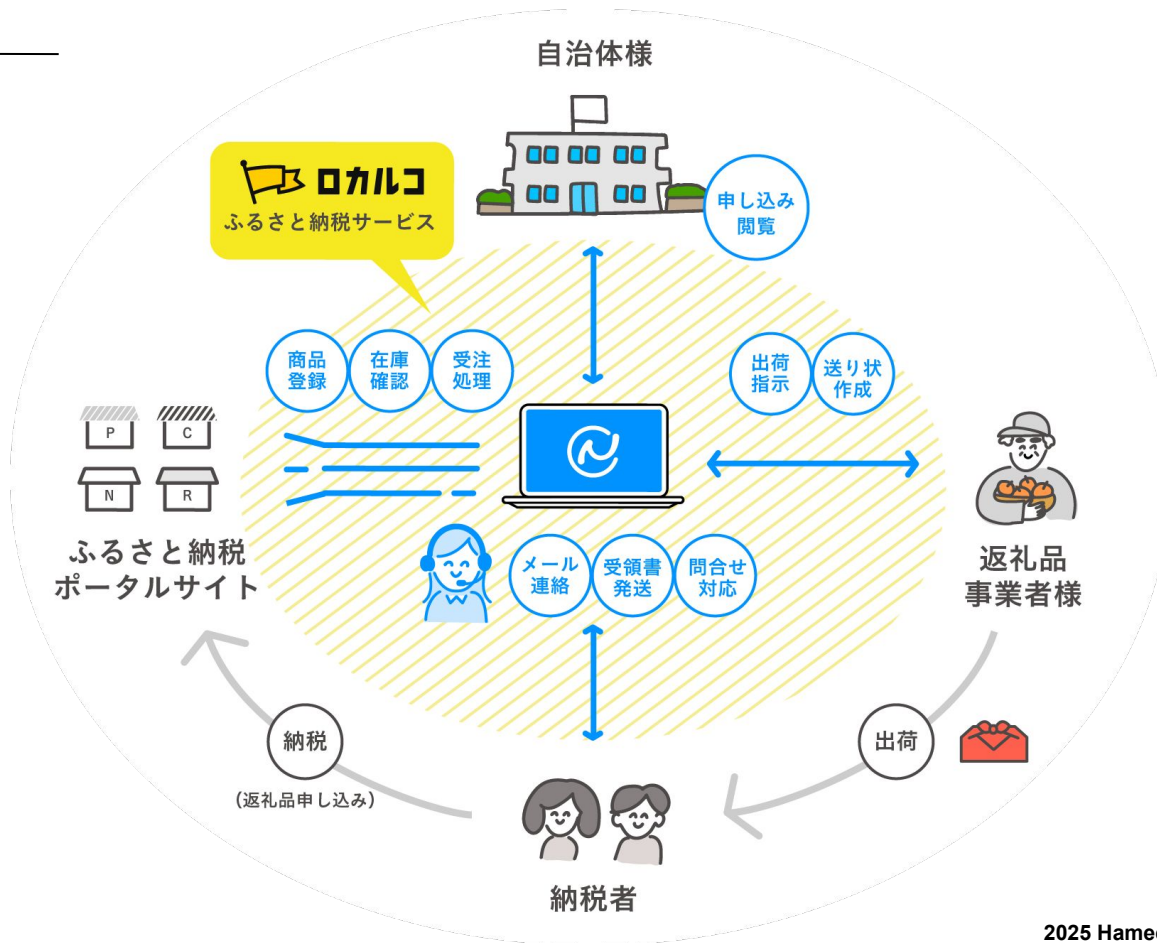
変化に強い
カスタマイズ性

「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

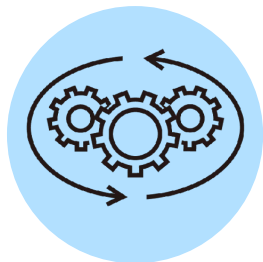


コンサルティング事業 一事業内容



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。

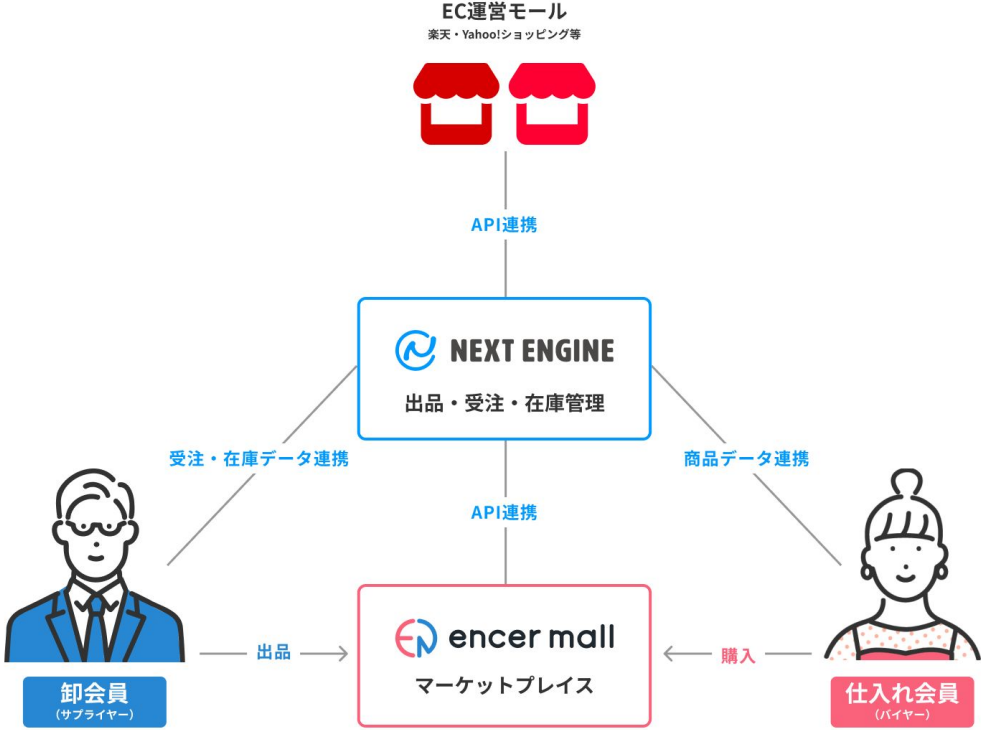


EC出店・構築コンサル

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。

エンサーモール事業 一事業内容

- メーカーと小売店とをマッチングする卸売マーケットプレイス
- 注文管理、在庫管理、ブランドページ作成、メッセージ送受信等の卸売・仕入れに必要な機能を集約
- ネクストエンジンアプリ「encer mall連携 for 卸会員」のリリースに続き、2024年10月には仕入れ会員専用の連携アプリをリリース



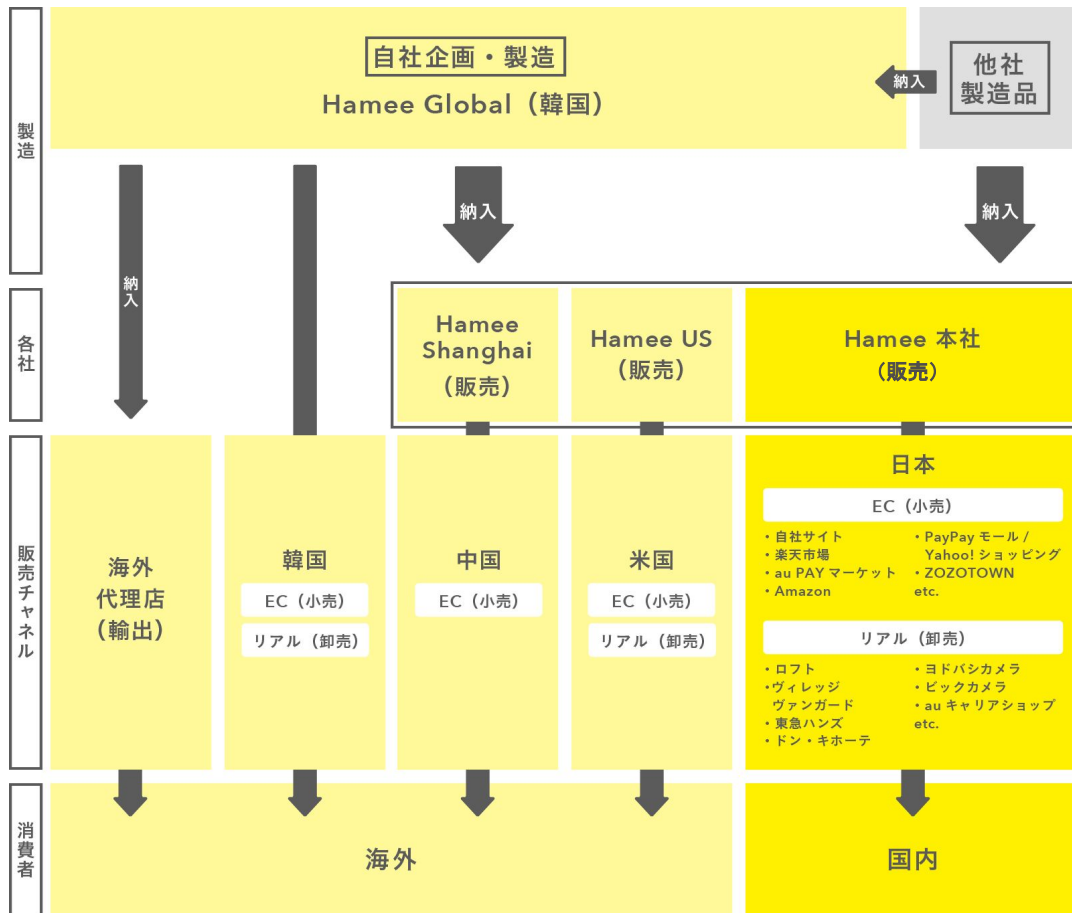
コマース



コマース事業 サプライチェーン

コマース

・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
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。

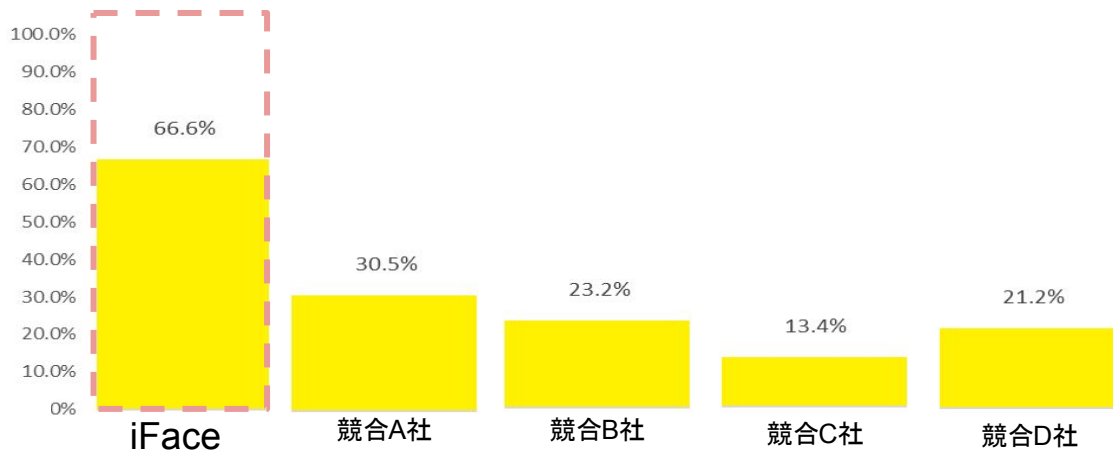
※20~24歳の女性を中心とした層として記載しています(2021年12月当社調べ)

iFace —認知度

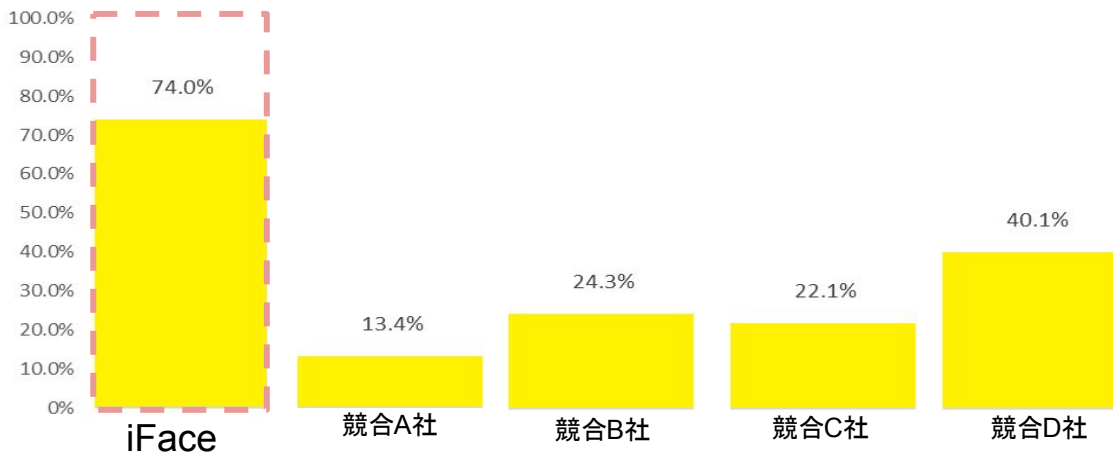
・他社ブランドに比べて、
10代後半、20代前半の
女性にて圧倒的な認知度

※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)



コマース

iFace —シリーズ展開

iFaceユーザーの声を商品化。

・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

・Hang and

トレンドを押さえたショルダーストラップをカラー展開

・MagSynqシリーズ

iPhoneのマグネットでスマホ本体の背面にアクセサリー装着できる「MagSafe」に対応したケースやスマホリング、カードウォレットなどを開発

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

・Reflection



・First Class



・Look in Clear



・Neo Magnetic



商品開発

・ショルダーストラップ



・スマホリング



・カードウォレット



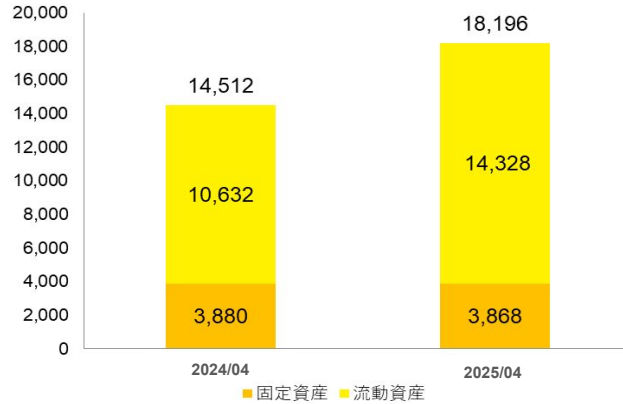
・Air Pods ケース



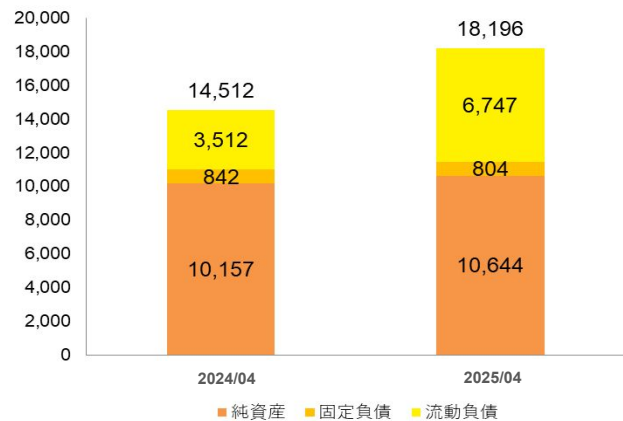
参考情報

25年4月期 3Q
連結貸借対照表

(百万円)



(百万円)



(百万円)

流動資産	2024/04	2025/04
現金及び預金	4,204	182
受取手形及び売掛金	2,647	279
商品	4,481	1,690
その他	2,838	1,427

固定資産	2024/04	2025/04
有形固定資産	1,789	339
無形固定資産	704	△ 126
投資その他	1,374	△ 224

流動負債	2024/04	2025/04
短期借入金	3,100	1,900
その他	272	82

固定負債	2024/04	2025/04
その他	134	79

純資産	2024/04	2025/04
利益剰余金	9,307	707

ネクストエンジン —各種指標データ

年度	2024/4					2025/4		
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q
契約社数(社)	5,917	6,033	6,150	6,256	6,256	6,329	6,426	6,489
導入店舗数(店)	46,865	47,728	49,311	50,471	50,471	51,396	52,311	52,867
GMV(億円)	2,797	2,623	2,921	2,795	11,138	2,736	2,667	3,422
ARPU(円)	35,392	32,863	46,534	39,983	38,693	39,450	36,687	39,650
月次解約率	0.94%	0.82%	0.92%	0.84%	0.88%	0.75%	0.87%	0.84%
受注処理件数(万件)	3,702	3,314	3,638	3,553	14,209	3,559	3,322	3,952
LTV(Lifetime Value)(円)	3,784,611	3,991,849	5,050,357	4,779,658	4,401,619	5,238,076	4,209,814	4,735,401

※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)

				2024/4				2025/4			
				1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	
売上高			モバイルライフ事業	1,613	2,161	1,751	1,861	1,638	2,550	2,053	
			コスメティクス事業	317	468	634	799	908	913	788	
			ゲーミングアクセサリ事業	180	151	342	440	693	768	1,150	
			新規事業投資	29	71	98	65	28	32	37	
			国内コマース合計	2,139	2,852	2,826	3,166	3,269	4,264	4,029	
			グローバル事業	397	601	1,103	767	408	932	1,425	
			コマースセグメント合計	2,537	3,453	3,930	3,934	3,678	5,196	5,454	
				ネクストエンジン事業	628	594	849	747	745	703	767
		ロカルコ事業		52	159	259	49	67	103	339	
		コンサルティング事業		100	103	112	98	87	95	97	
			プラットフォームセグメント合計	781	858	1,220	895	900	901	1,204	
			売上高合計	3,316	4,314	5,151	4,829	4,578	6,098	6,659	

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)

				2024/4				2025/4		
				1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
セグメント利益	国内	事業	モバイルライフ事業	324	454	276	343	229	535	340
			コスメティクス事業	△68	△161	△56	54	69	△48	△18
			ゲーミングアクセサリ事業	△4	△11	3	28	39	16	102
			新規事業投資	△62	△53	△58	△62	△47	△57	△54
			機能部署	△83	△78	△76	△72	△58	△63	△60
	国内コマース合計			106	148	89	291	232	382	309
	グローバル事業(連結調整含む)			49	246	276	156	△98	318	391
	コマースセグメント合計			156	395	366	448	134	700	701
	プラットフォームセグメント合計			349	409	719	446	482	467	693
	セグメント利益合計			505	804	1,085	894	616	1,168	1,394
調整額※			△331	△345	△357	△339	△393	△370	△477	
営業利益			174	459	728	555	223	797	917	

※ 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。

株主還元 —1株当たり配当

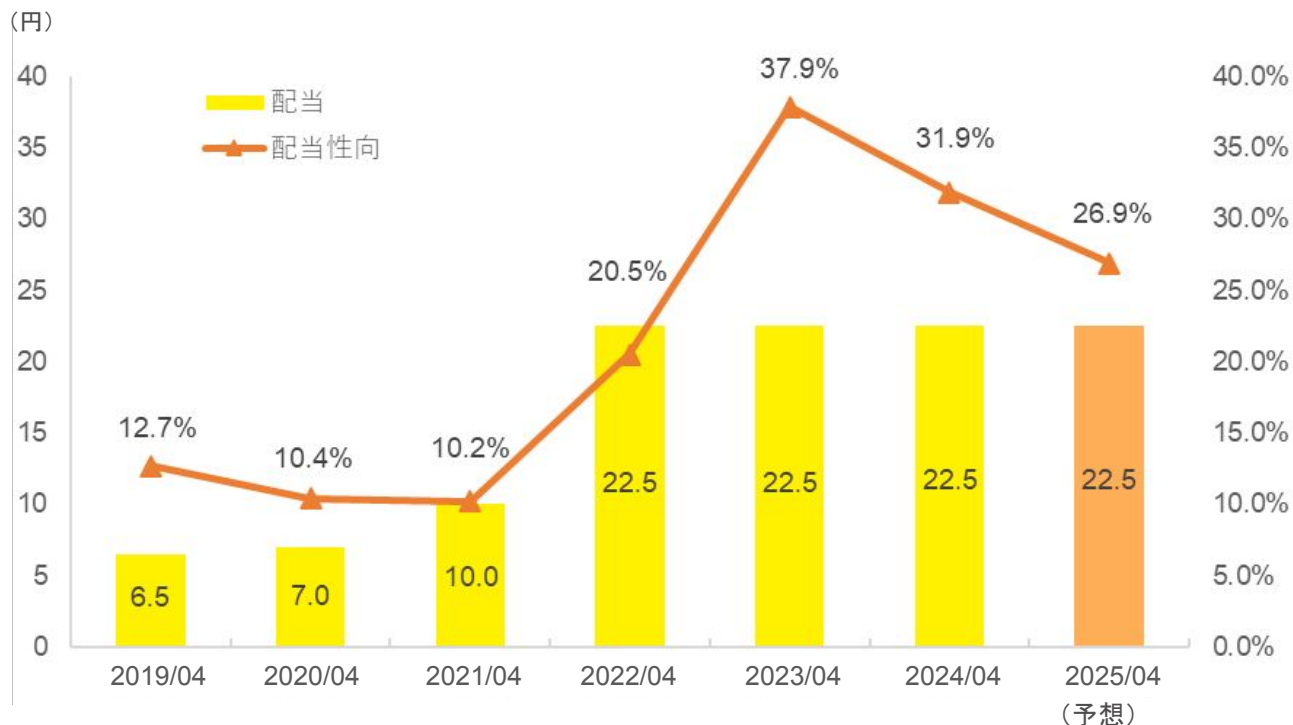
① 業績連動

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



連結



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>