

Hameeグループ

中期経営計画

2022/5-2025/4

INDEX

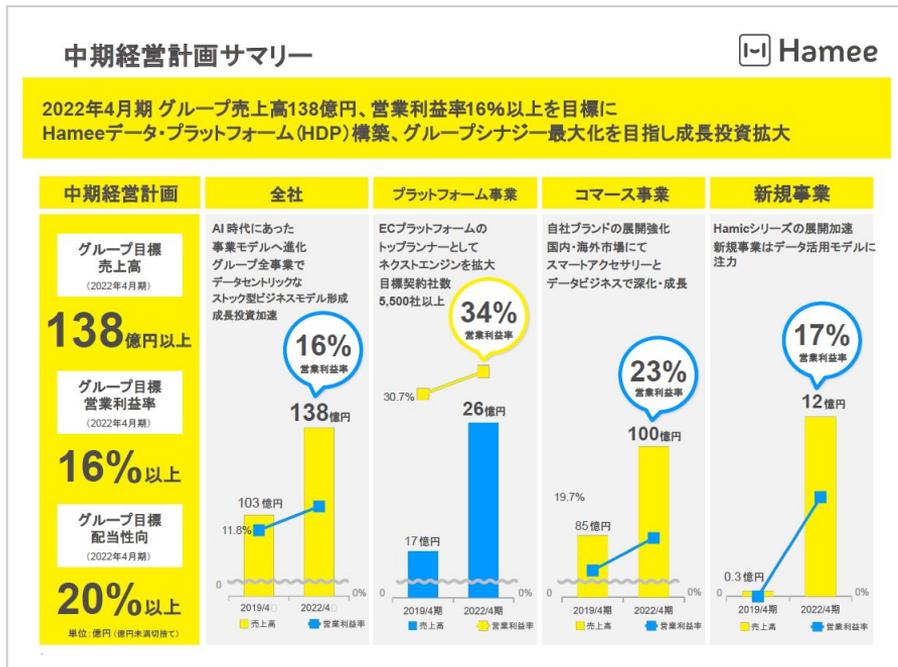
1. 前中期経営計画振り返り
2. 中期経営計画(2022/5- 2025/4)
 - a. コマース
 - b. プラットフォーム
3. 財務戦略(配当政策)
4. ESG

1. 前中期経営計画 振り返り

INDEX

1. 前中期経営計画振り返り
2. 中期経営計画(2022/5- 2025/4)
 - a. コマース
 - b. プラットフォーム
3. 財務戦略(配当政策)
4. ESG

2019.5-2022.4 Hamee 中期経営計画



2019年決算説明資料より

グループ全社

売上高 **138** 億円
営業利益率 **16** %

プラットフォーム事業

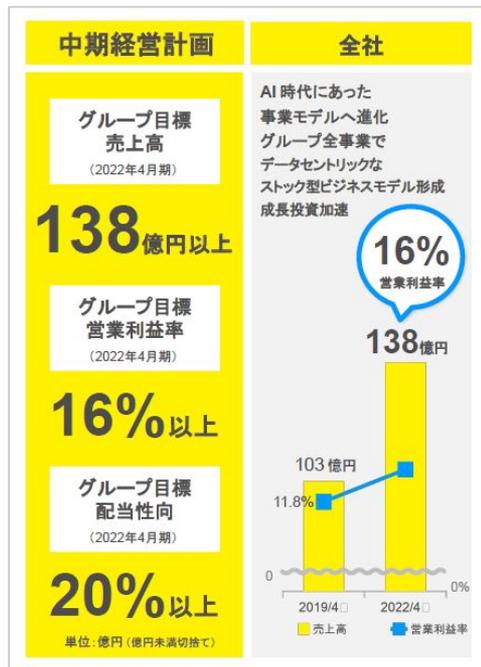
売上高 **26** 億円
営業利益率 **34** %

コマース事業

売上高 **100** 億円
営業利益率 **23** %

新規事業

売上高 **12** 億円
営業利益率 **17** %



2019年決算説明資料より

売上高 **134** 億円 (達成率97%)営業利益率 **16.4** % (達成率103%)

総括

セグメント毎に達成度合いや課題の進捗はあれど、プラットフォームセグメントが大きく成長したことにより連結全体を牽引。コマース事業も売上高は目標を達成し、また既存事業(スマートフォンアクセサリ)では利益率を大幅改善。主力2事業の成長が新規事業における進捗をカバー。総合的に達成と判断。

コマース事業



売上高 **101** 億円 (達成率102%)

営業利益率 **21.5** % (達成率93%)

総括

ストック型ビジネスへの転換には課題は残ったものの、売上高は目標を達成、また営業利益率についても、2022.4期はコスメ事業の新規事業投資により営業利益率は目標を下回ったものの、既存事業であるモバイルライフ事業はiFace製造機能取得等の利益率改善を行い、2021/4では23.7%と目標を上回る利益率になり、更なる利益体質となった。iFaceはFirst classに加えReflectionを柱として確立し、更にコスメティクスへの展開もスタート。事業全体ではゲーミングアクセサリーへも拡張し、より事業基盤を強化した。

プラットフォーム事業



2019年決算説明資料より

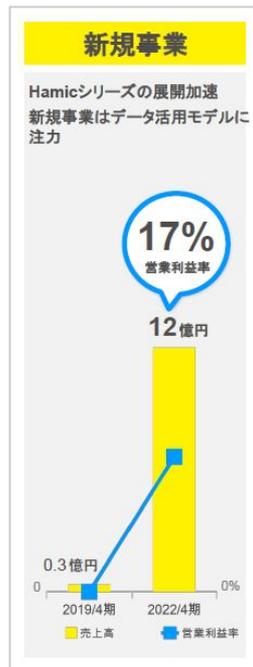
売上高 **27** 億円(達成率107%)営業利益率 **41.3** %(達成率122%)

総括

さらなる事業成長に向けたカスタマーサクセスフローの精緻化とコールセンターBPOの安定稼働に注力し、契約社数は目標に対してほぼ到達レベルへ。外部環境の変化もあり売上高は達成。営業利益率は、サーバー投資を強化しつつ、固定費コントロールを行い41%と目標を大きく上回り大幅達成。

Hameeコンサルティングも大手顧客を中心に契約獲得を推進し、売上を大きく成長させる事に成功。連結全体を大きくリード。

新規事業



売上高 **4** 億円 (達成率38%)

営業利益 **-2** 億 (営業赤字)

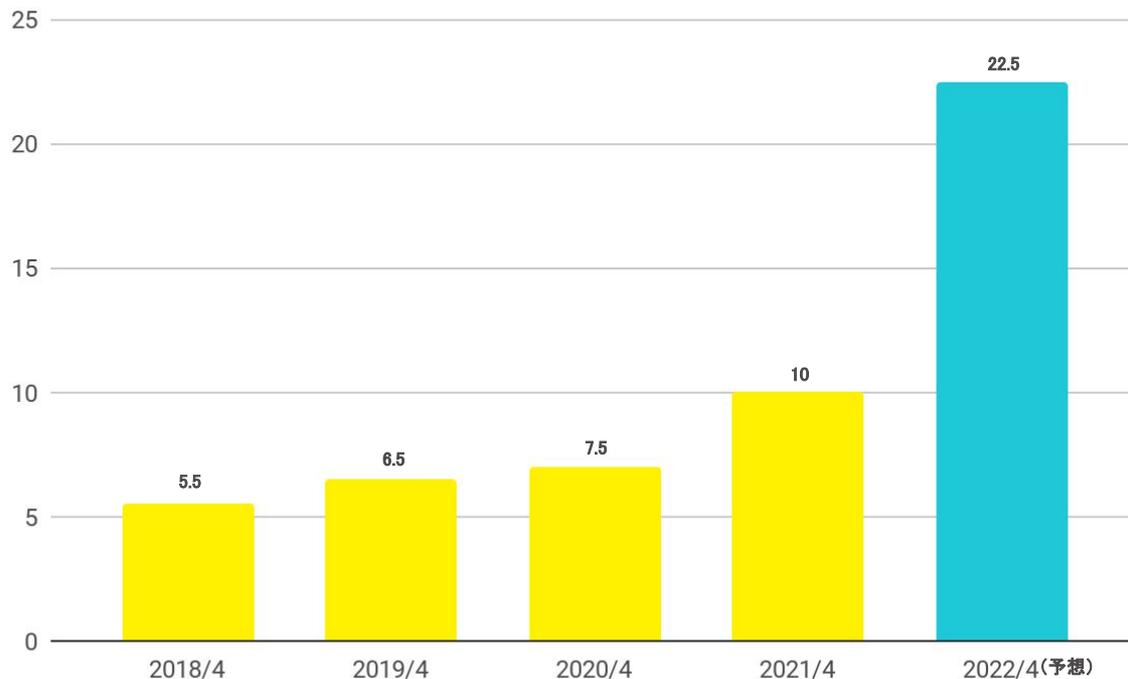
総括

経験のないスマートフォン(Hamic)の立ち上げは想定以上に困難だった。今後投資上限内で次世代の製品開発に注力していく。

ふるさと納税事業においては市場拡大する中、新規自治体の契約獲得、寄付額増加に対する各種取り組み(返礼品や返礼品事業者の新規開拓を中心とした営業活動や、自治体のポータルサイトのコンバージョンや改修等)やネクストエンジンのノウハウを徹底活用する事でオペレーションの自動化を強化した結果、目標を大きく上回る事業に成長。

配当性向

配当金額(円)



配当性向

10%



20%

グループ全体の達成度合いを総合的に考慮した結果、中期経営計画達成と判断。

2022年4月期の配当性向を20%、1株あたり配当金額を22.5円(総会決議を条件)とする。

2. 中期経営計画

(2022/5-2025/4)

INDEX

1. 前中期経営計画振り返り
2. 中期経営計画(2022/5- 2025/4)
 - a. コマース
 - b. プラットフォーム
3. 財務戦略(配当政策)
4. ESG

クリエイティブ魂に火をつける

驚かせたい、喜ばせたい、幸せにしたい……。

想像を膨らませ、没頭する。

才能を最大限に発揮し、挑戦し、成し遂げる。

クリエイティブ魂は、まさにそのとき、燃え盛る。

まずは、Hameeの一人ひとりがクリエイティブ魂を燃やす。

そこから生み出すアイデアにテクノロジーと知恵を結集し、

体感する顧客のクリエイティブ魂に火をつける。

燃え盛るクリエイティブ魂が、世界をより良くすると信じて。

各事業の事業環境の変化と、CXの背景

これまで

現在の状況

CXへ

当社グループは携帯電話のストラップ専門のECとしてスタートしたコマース事業を祖業としており、当該事業においてEC店舗を運営する上で生じた様々な課題を解決するために生み出したサービスが、プラットフォーム事業のネクストエンジンであります。

ネクストエンジンは、コマース事業というEC運営の現場から生まれたという点が、他社サービスとの最大の差別化要素となっておりますが、一方で顧客からの信頼に基いて多くのユーザー様にご利用いただくことで、自社以外のEC運営ノウハウも取り込むことが可能となり、コマース事業とプラットフォーム事業の相互のシナジーを発揮しつつグループ全体の成長を実現してまいりました。

to Consumer

プロダクトとデータで
新体験を提供

モバイルアクセサリ

IoT / Hamic

新規サービス

経営資源(ケイバビリティ)

- ・商品企画、デザイン
- ・量産、物流
- ・販売、流通チャネル

to Business

テクノロジーとデータで
顧客サクセスを追求

ネクストエンジン

Hameeコンサルティング

ふるさと納税

新規サービス

経営資源(ケイバビリティ)

- ・システム開発、運用
- ・データ分析
- ・IoT機器開発、量産

各事業の事業環境の変化と、CXの背景



現在の状況を見てみると、

プラットフォーム事業におけるネクストエンジンのユーザー数は5,400社を越えており、多種多様な商材の流通、様々な規模のEC事業者のビジネスを支えるインフラへと成長しております。引き続きコマース事業はネクストエンジンのユーザーではあるものの、もはや単一企業の課題解決によってサービス自体の機能向上を実現するという観点は薄れ、5,400社以上のユーザー、さらにその先には日本全てのEC事業者の課題解決に向けたサービス開発が求められております。

一方で、コマース事業においても、当初は他社商品の仕入販売が中心だったのに対し、現在では販売額全体の約9割を自社製品が占め、グループ内に製品の企画、開発、製造する機能を有し、サプライチェーンの上流から下流まで全てを自社で完結することができるビジネスモデルに進化しております。

各事業の事業環境の変化と、CXの背景

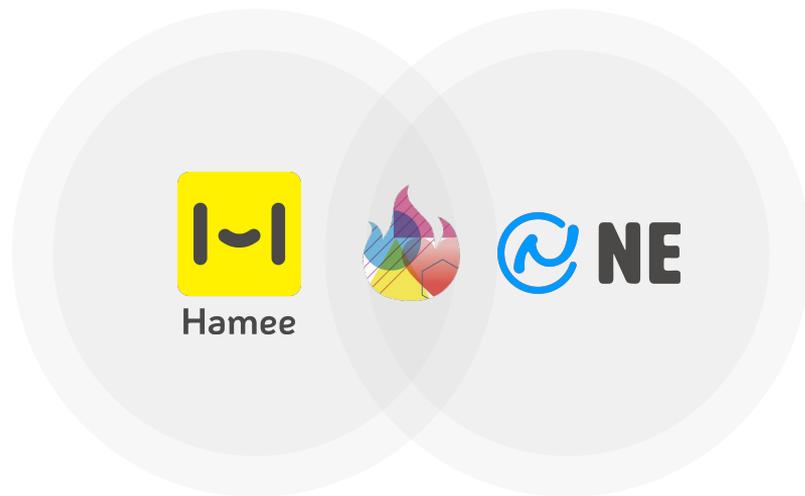
これまで

現在の状況

CXへ

これらの事実を踏まえプラットフォーム事業、コマース事業ともに、それぞれ成長フェーズが大きく変化したとの認識に至っておりますが、その前提に立ったとき、二つの事業が一つの組織として成長する過程で、管理業務の複雑化や非効率化、単一の人事制度による社員モチベーションの維持向上の難しさなど、様々な課題が生じるものと考えられます。

Hameeはミッション「クリエイティブ魂に火をつける」を掲げておりますが、それは、私たちHameeのメンバー一人一人が、高い熱量を維持し続けられる環境を作ることによって達成されると考えており、超長期的にミッションを維持、実現していくための手段がプラットフォーム事業の分社化であるという結論に至りました。



報告セグメントの修正

当該分社化を機に、新しい経営体制に則り、2023年4月期より報告セグメントの修正を行い、主な変更点は下記のとおりとなります。

	コマース	プラットフォーム	その他
既存 セグメント	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
修正後 セグメント	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 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

監査等委員会設置会社への移行

監査役会設置会社から監査等委員会設置会社に移行します

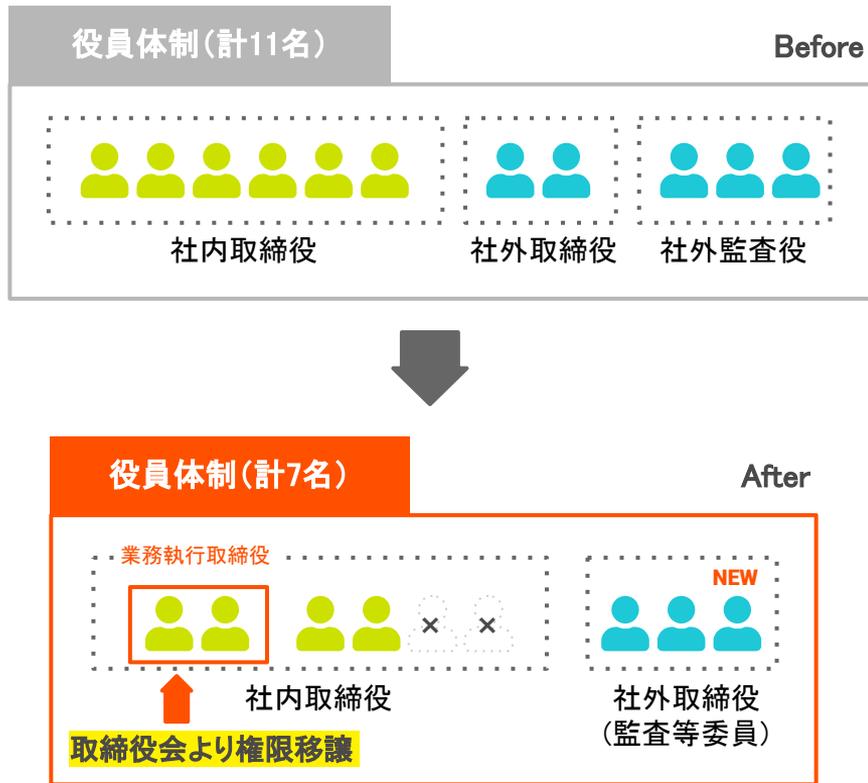
移行の目的

1. コーポレートガバナンス・コードに適した体制構築

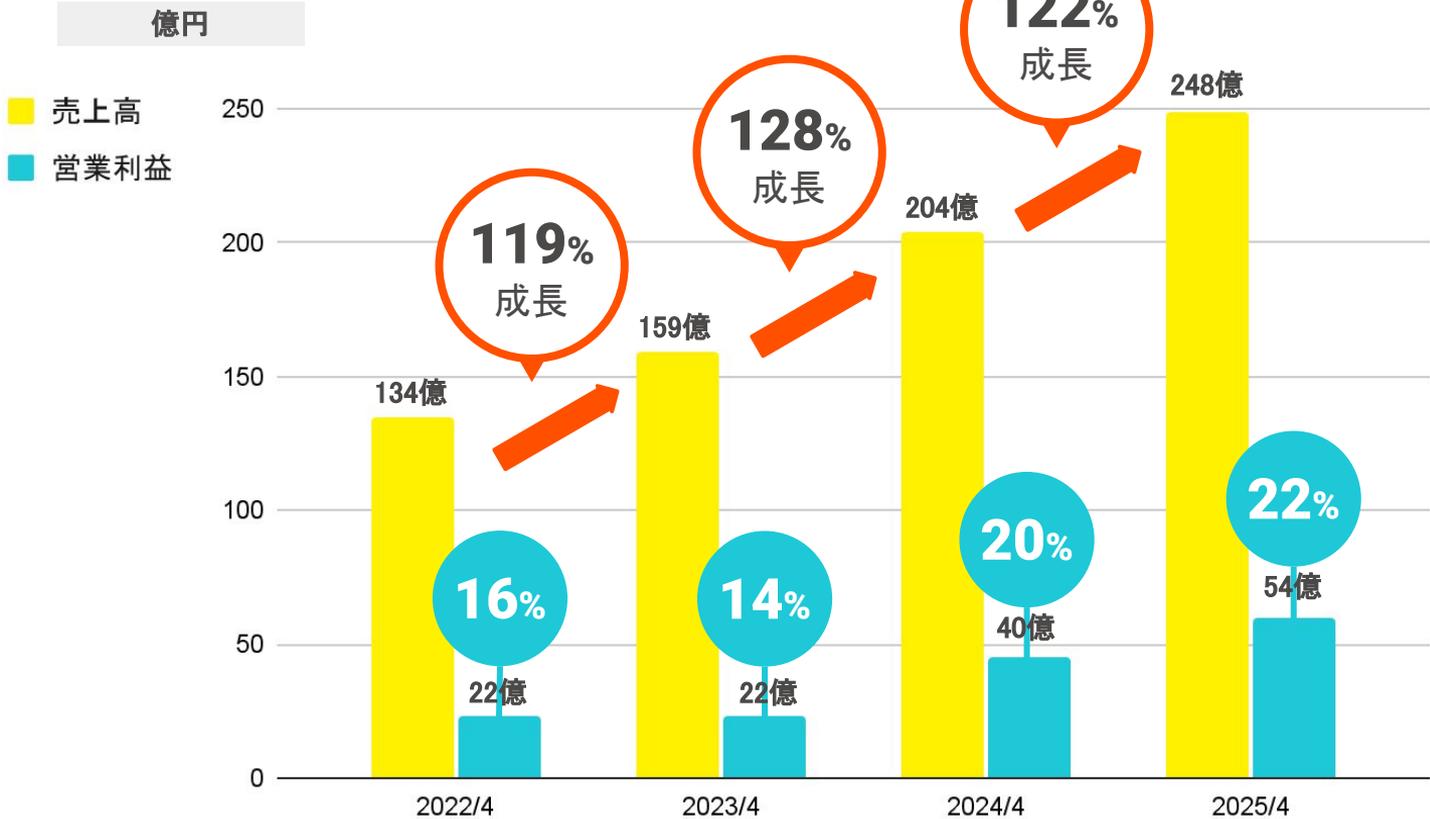
コーポレートガバナンス・コードで求められる社外取締役厳格化等に適したガバナンス体制を構築する。

2. 機動的な意思決定

取締役会から業務執行取締役へ権限移譲を行うと同時に、執行役員の見直し、機動的な意思決定を可能にする。



連結数値概要



2. 中期経営計画

a. コマース

INDEX

1. 前中期経営計画振り返り
2. 中期経営計画(2022/5- 2025/4)
 - a. コマース
 - b. プラットフォーム
3. 財務戦略(配当政策)
4. ESG

事業概要

コマースセグメントにおける主力事業

モバイル
ライフ事業
(iFace/Salistry)

ゲーミング
アクセサリー
事業
(Pixio)

コスメ
ティクス
事業
(ByUR)

グローバル
事業
(米国/韓国/中国)

自分らしくあれる世界をつくる

中期経営戦略

コマースセグメントは以下3つの戦略を柱に事業を成長させていきます。

1**New Business戦略**

カテゴリー拡張と新規事業創出による新たな顧客接点の獲得

2**DX・SX戦略**

顧客接点連携・強化、成功再現性向上、持続的成長の実現

3**グローバル戦略**

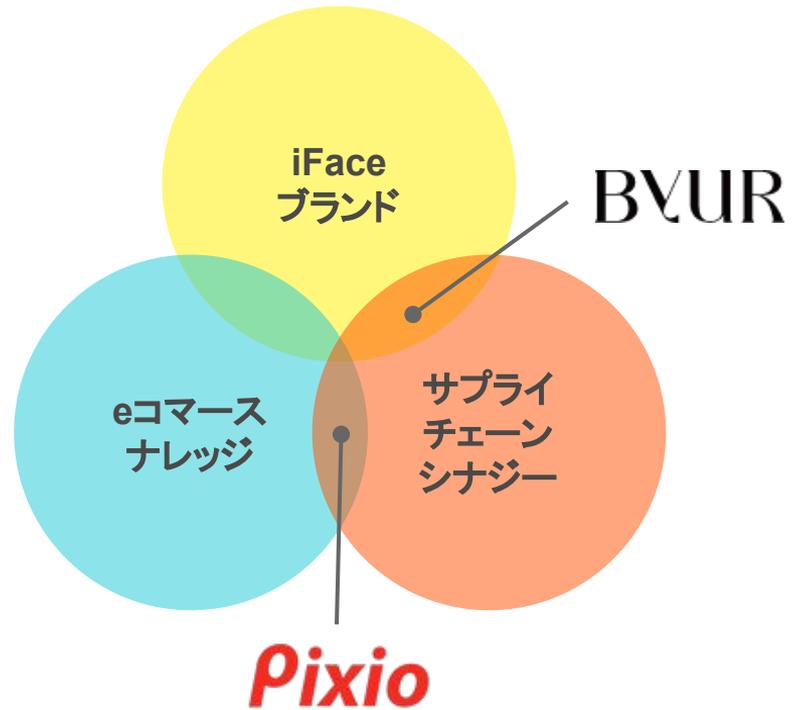
海外売上増加による国内市場依存からの脱却

中期経営戦略

1

New Business

New Business戦略ではコマースの強みである、IFaceブランド、eコマースナレッジ、サプライチェーンシナジーの3つを生かし、M&Aなどを通じて新規事業を創出していきます



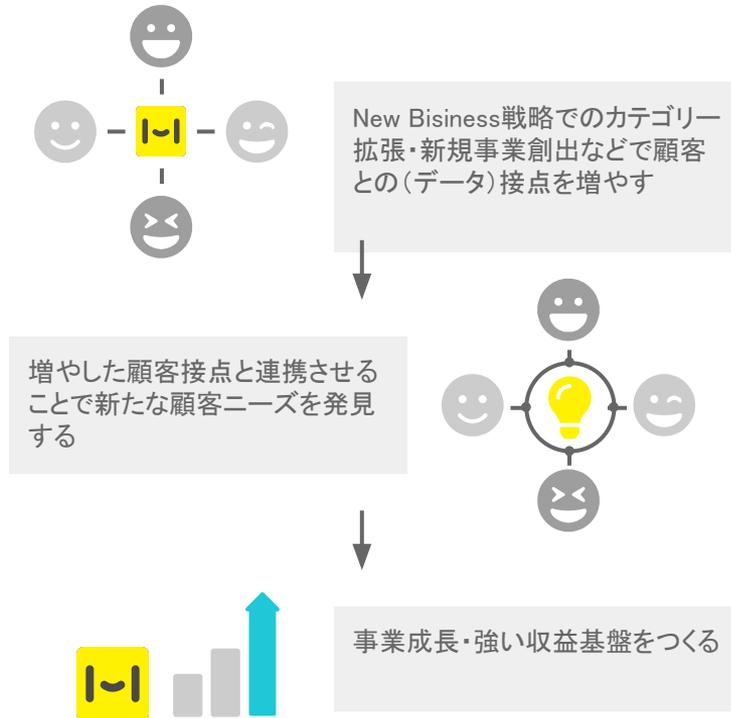
中期経営戦略

2

DX・SX戦略

DX戦略として、New Business戦略で顧客との接点を増やし、データで強く長く繋がり、それらを連携させる事により事業成長、収益基盤強化を目指します。

また並行して、サプライチェーンの各機能(ロジスティクス、R&D、企画開発、製造)を強化し、様々な顧客ニーズに対応できるようにします。



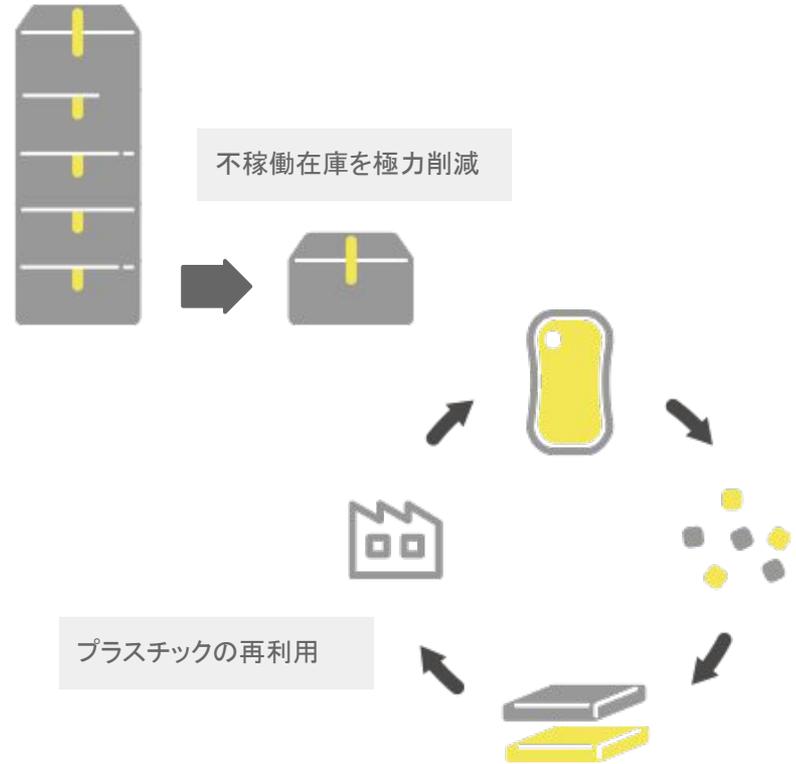
中期経営戦略

2

DX・SX戦略

SX戦略として

モノづくりには必ず発生してしまう、不稼働在庫を極力削減するサプライチェーンの構築や、自社プラスチック製品の再利用の仕組みの構築に取り組み、収益安定性、成功再現性、持続成長可能性をアップさせていきます。



中期経営戦略

3

グローバル戦略

日本市場が成熟期に入らる中で、新たな顧客を獲得するために、海外市場への展開を強化。

2022/4期はAsianカルチャー（韓国カルチャー×日本カルチャー）から生まれるサービス・プロダクト、具体例としてはスクイーズカテゴリー（カプセル含む）で日本、韓国のライセンスプロダクトを中心に、さらに2023/5期では新規ライセンスを追加契約予定。

また、それらのライセンスとコラボレーションしたiFaceをBtoB販路中心に拡販。

注力市場

アメリカ

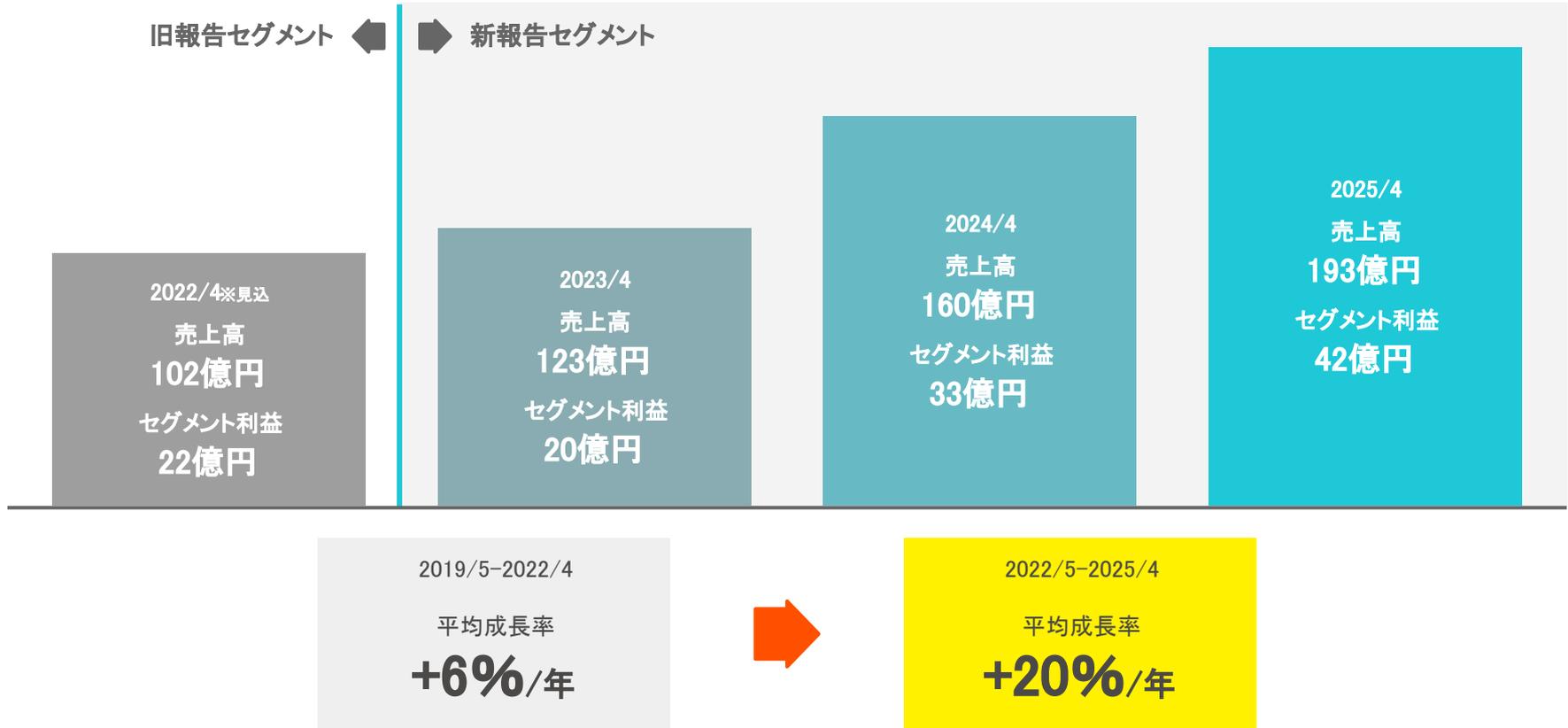
注力プロダクト



3年目ターゲット 海外販売シェア

20%以上

3カ年数値計画



3カ年数値計画 詳細

単位: 百万円

		2023/4	2024/4	2025/4
売上	モバイルライフ	8,580	9,399	9,872
	ゲーミングモニター	720	900	1,125
	コスメ	700	2,491	4,541
	国内コマース合計	10,000	12,790	15,538
	海外子会社合計	2,311	3,282	3,845
	売上合計	12,311	16,072	19,383
セグメント利益	モバイルライフ	1,723	2,051	2,171
	ゲーミングモニター	8	108	202
	コスメ	-134	-116	46
	新規事業投資	-312	-156	-108
	機能部署費用	-175	-156	-156
	国内コマース合計	1,110	1,730	2,155
	海外子会社合計	916	1,609	2,133
	セグメント利益合計	2,026	3,339	4,288

モバイルライフ 事業

モバイルライフ事業 中期経営戦略

モバイルライフ事業はこれから以下2つの戦略を柱に事業を成長させていきます。

1

販売戦略

新規ユーザーとの接点を増やす事を目的として、
(EC)未出店モールであるメルカリショップへの新規出店 他
(卸)未開拓カテゴリーへの挑戦を目的としたインサイドセールスの強化 等

2

商品戦略

「タブレットケース」「モバイルバッテリー」「PCケース」「AirPodsケース」等、商品化出来ていない空白カテゴリーに対してiFaceを中心に商品展開を加速

モバイルライフ事業 中期経営戦略

1

販売戦略

未出店モールへの新規出店

EC市場が拡大する中で、スマホアクセサリーの購買先も時代と共に変化。小売店が運営するECの成長も著しく、ただ安いサイトを探すだけでなく、モール自体に利用価値(ポイント等)や目的(納期)も購入先の選定基準となってきています。

メルカリショップへ新規出店することにより、これまで掴めていなかったユーザーとの接点を拡大、売上の成長を目指します。



メルカリショップ選定の理由

モールの規模

昨年月間利用者数2,000万を達成するなど、近年規模が拡大中。

転売品への牽制

現在出品されている転売品を公式として出店することで牽制。

SDGs

パッケージ不良などで良品にできないものを出品。廃棄を減らす。

モバイルライフ事業 中期経営戦略

1

販売戦略

インサイドセールスの強化

未開拓販路の拡大のためには、現在スマホケースを取り扱っていない企業の開拓も必要。

取扱商材の拡大を検討している企業等に販路を作るために、組織内に「新規開拓Unit」を立ち上げ、ターゲティングから初回商談まで管理・実行します。

実行フロー

各企業の決算資料や有価証券報告書から担当役員を特定



CXOレター（企業向け手紙）の送付



フォローコールによるアポイント、商談化

モバイルライフ事業 中期経営戦略

2

商品戦略

強化カテゴリー「タブレットケース」「モバイルバッテリー」「PCケース」「AirPodsケース」のヒット商材を創出し、事業安定性に貢献。

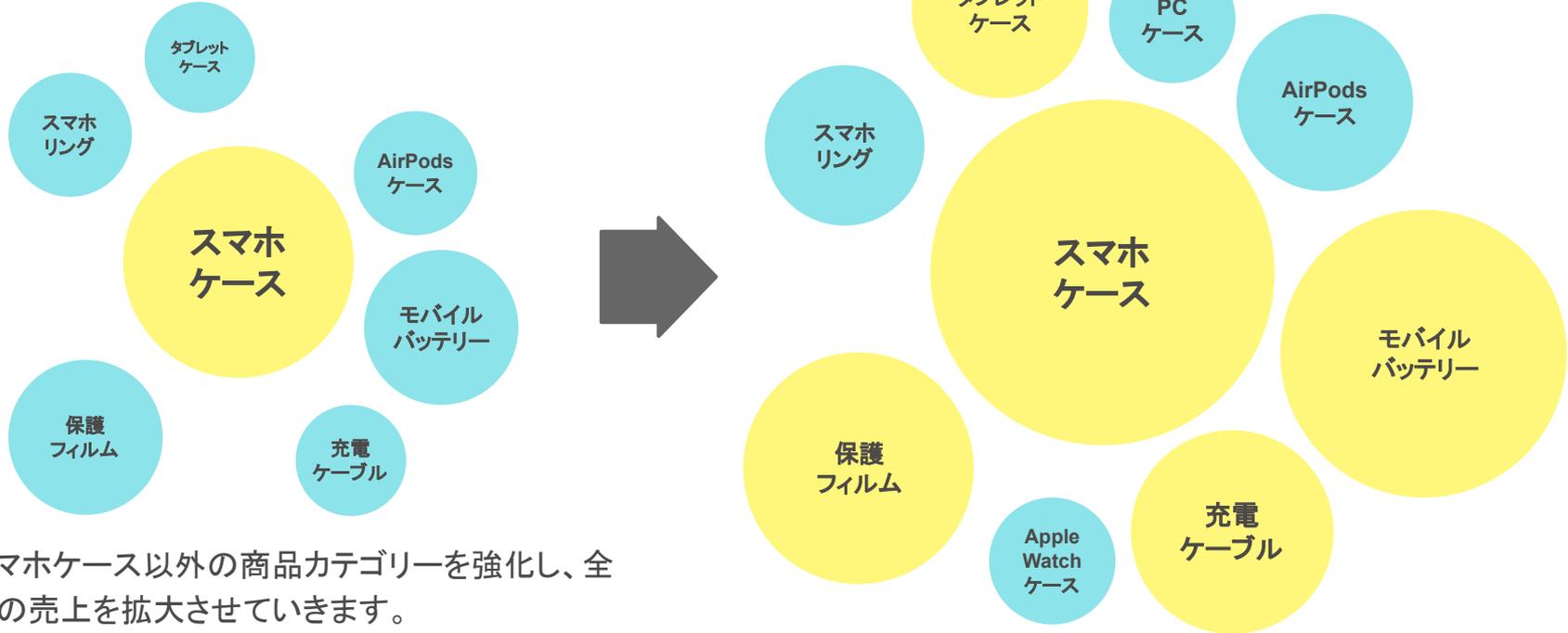
iFaceブランドでの未進出である空白カテゴリー展開を中心として事業全体を底上げ。



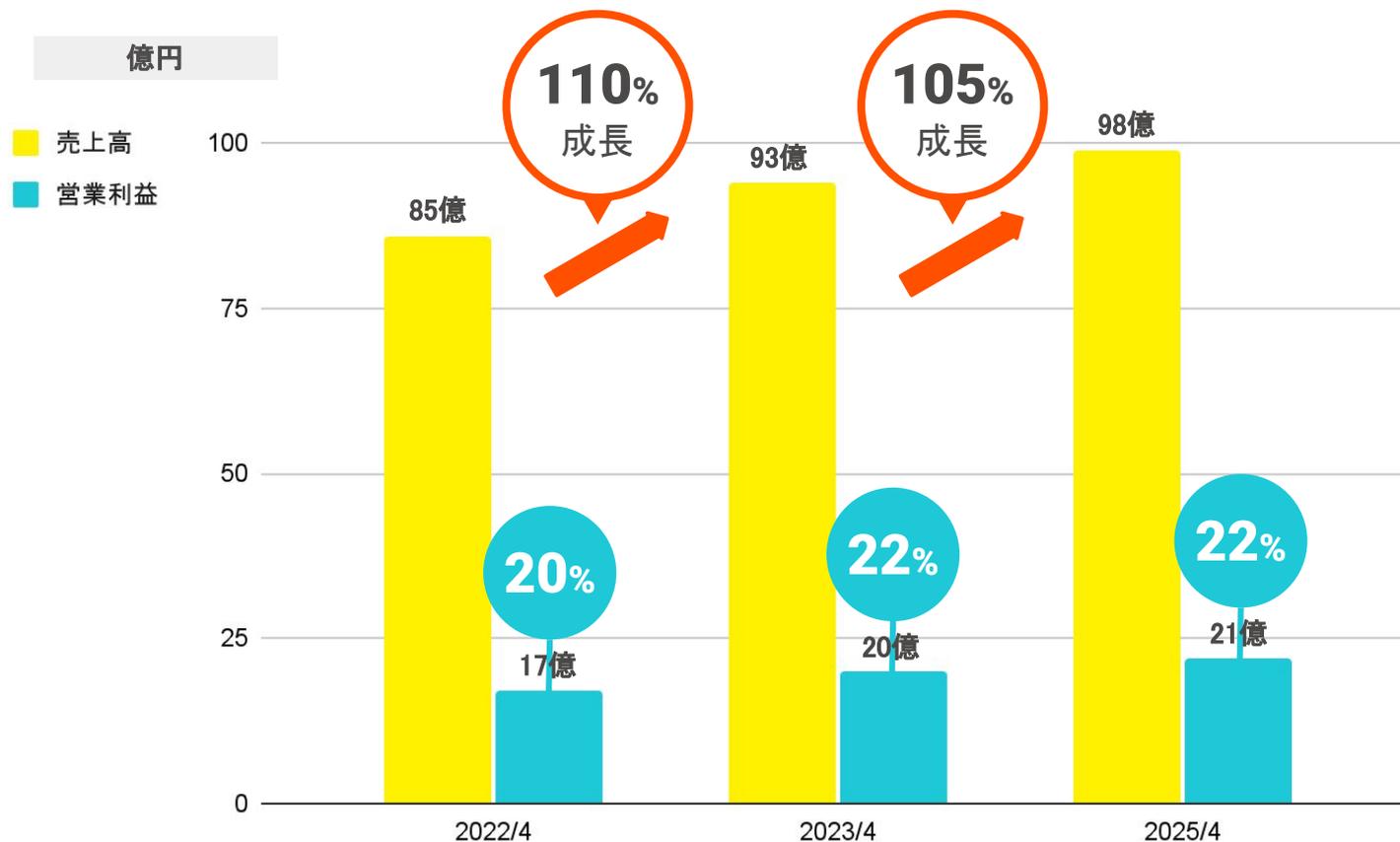
モバイルライフ事業 中期経営戦略

2

商品戦略



モバイルライフ事業 3カ年数値計画



ゲーミングアクセサリー 事業

ゲーミングアクセサリ事業 中期経営戦略

ゲーミングアクセサリ事業は以下2つの戦略を柱に事業を成長させていきます。

1 多店舗展開による認知度&売上拡大

当社が持つECノウハウを活かし、多店舗へ出店

2 展開アイテムのカテゴリ拡張

ハイクオリティのストリーミング・ゲーミングギアを展開
ゲーミングアイテムの総合ブランドを目指す

ゲーミングアクセサリ事業 中期経営戦略

1

多店舗展開による認知度&売上拡大

Hameeが持つECノウハウを活かし、多店舗展開を加速へ新規出店する。2022/5 Paypayモール出店済み、またその他モール・自社店舗も順次展開。

多店舗展開により顧客接点を拡大することで、ブランドの認知&売上拡大を狙います。

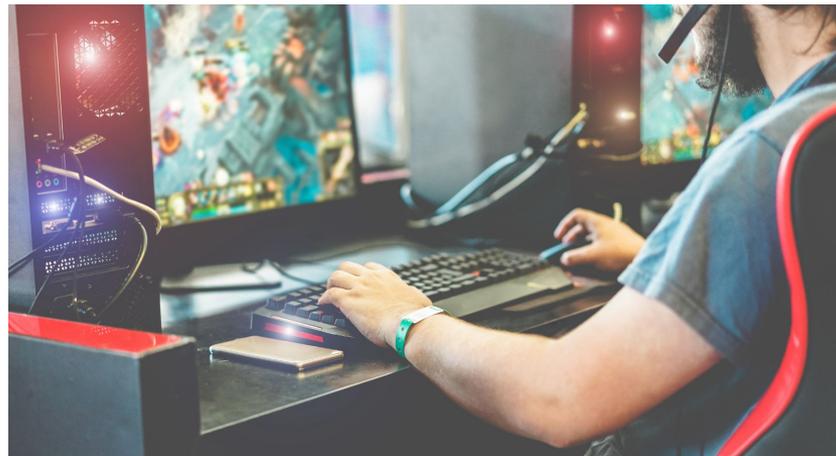


ゲーミングアクセサリ事業 中期経営戦略

2

展開アイテムのカテゴリ拡張

WEBカメラ、キャプチャーカード、ライブコンテンツ作成コントローラー、スイッチャー等、ハイクオリティのストリーミングギアを展開、ゲーミングアイテムの総合ブランドを目指します。



ゲーミングアクセサリ事業 中期経営戦略

その他主要戦略

← ツイート

Pixio【公式】
@PixioJapan【配信開始】Pixio Japan [JP/ENG]
Pixio社員が行くEscape From Tarkov
52LVL~

モニターに関する質問やコメント等募集してます！

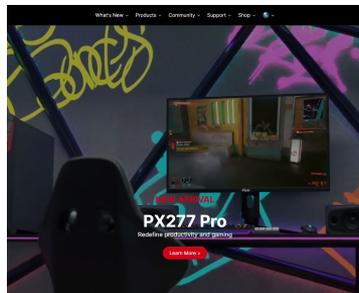


午後1:53 · 2021年10月8日 · Twitter Web App



SNSマーケティング

SNSでのコンテンツ発信 (Youtube / Twitter) やお客様との交流 (Twitch) を強化。Pixioのコンセプト、製品紹介、製品の選び方、製品の比較、製品のこだわり等、中の人(社員)が顔を出し発信 & 交流を行うことで、ブランドに対する愛着や共感、信頼を高める。



自社公式サイトリニューアル

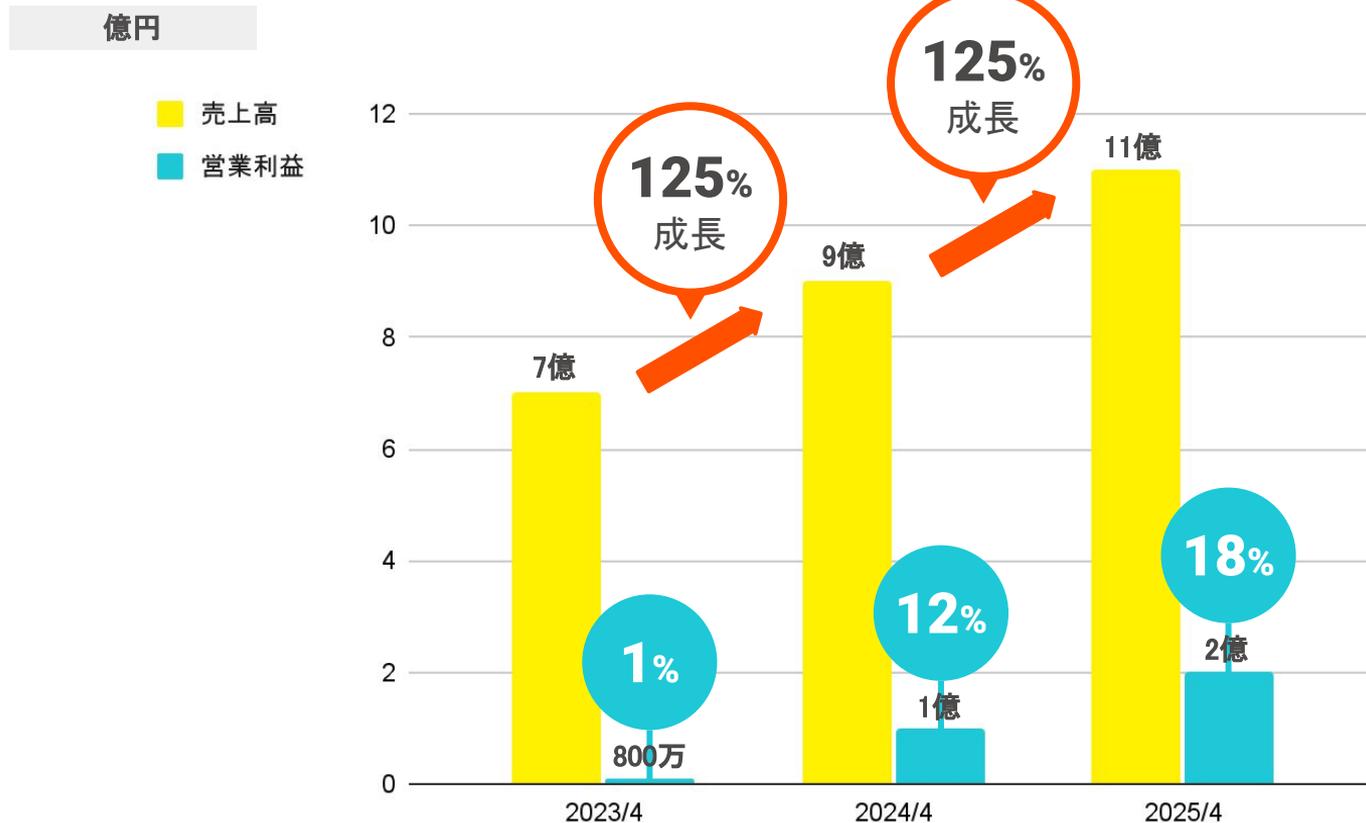
顧客との関係構築強化のため、公式サイトリニューアルし、改善によるCVRの向上、直販の売上比率向上による利益率改善を目指す。



eスポーツ関連

eスポーツに関連する事業(大会運営、施設運営、チーム運営等)を持つ企業との提携。

ゲーミングアクセサリ事業 3カ年数値計画



コスメティクス事業

コスメティクス事業 中期経営戦略

コスメティクス事業はこれから以下の戦略を柱に事業を成長させていきます。

商品展開による事業拡張

現状のベースメイクカテゴリを皮切りに、スキンケア、カラーメイク、ヘアケアなどのカテゴリへ事業拡張を行い安定性の高いポートフォリオを構築します。



販売中:ベースメイク

スキンケア

カラーメイク

ヘアケア

コスメティクス事業 中期経営戦略

直近では現行のベースメイクでのコンセプトである「毛穴管理」を活かし、スキンケアラインを中心に展開予定。

シートマスク発売

既存のベースメイクアイテムで売上拡大しながら、スキンケアラインの皮切りであるシートマスクで認知を獲得。

スキンケアライン発売

毛穴に着目したスキンケアライン(保湿/鎮静)を2ライン発売。シートマスクで獲得した顧客をリピーターへ繋げる。

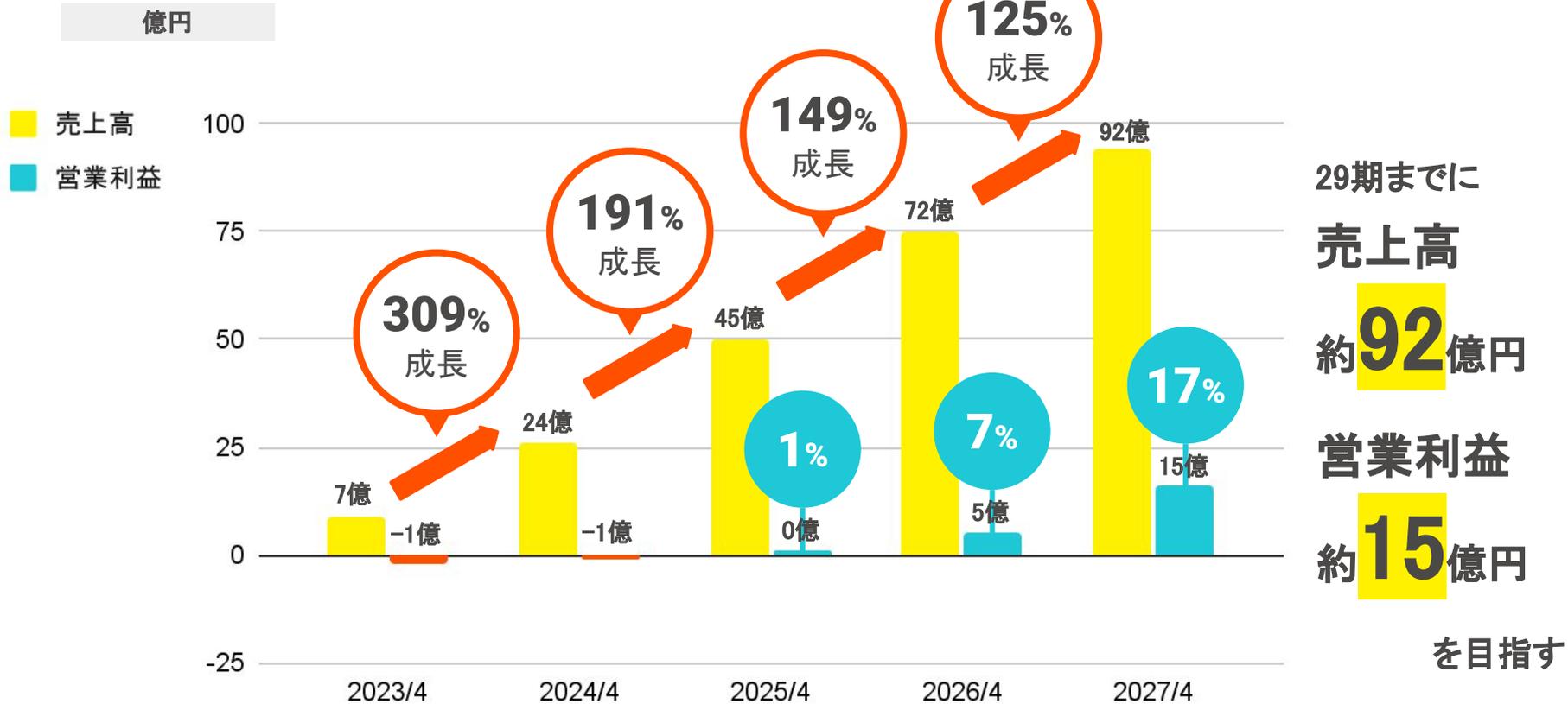
スキンケアトライアルセット発売

お試し価格での新規顧客獲得を促進。WEBでの売上拡大を本格化。

クレンジング/洗顔発売

クロスセルと新規顧客獲得をターゲットにおき、「毛穴管理」というコンセプトを深化させる。

コスメティクス事業 5カ年数値計画



グローバル事業

グローバル事業 中期経営戦略

今後の成長戦略

コロナ禍の影響により、アメリカではNETFLIXやテレビなどの利用率が上昇⇒アニメ市場が急成長



ライセンス商材の拡充へ

(スクイーズ、オタマトーンなど)

製品開発

- 日本のライセンサーとライセンス契約及び製品開発
- iFaceとのライセンスコラボレーション拡充

販売

- ライセンス商材拡大⇒BtoB販路(リテイラー)
- ライセンスコラボされた自社商品(IFACE)をBtoB販路を中心に拡販
- IFACEブランド認知のためのマーケティング施策

2. 中期経営計画

b. プラットフォーム

INDEX

1. 前中期経営計画振り返り
2. 中期経営計画(2022/5- 2025/4)
 - a. コマース
 - b. プラットフォーム**
3. 財務戦略(配当政策)
4. ESG

プラットフォームセグメントにおける主力事業

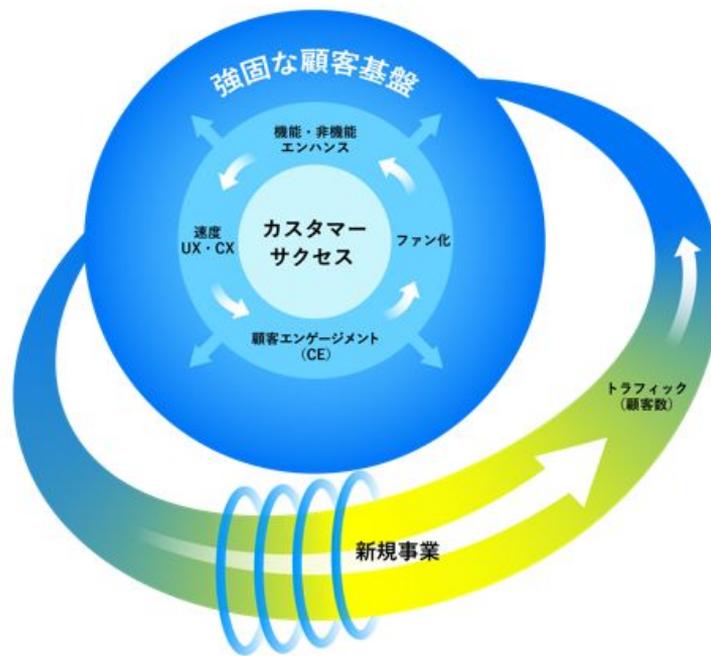
ネクスト
エンジン
事業

コンサルティング
事業
(旧Hameeコンサル
ティング)

ロカルコ
事業
(ふるさと納税)

「**強固な顧客基盤**」
と
「**好循環なビジネス構造**」
を実現する

コロナ禍を経て、EC業界の小規模事業者層は広がりを見せています。強固な顧客基盤を築き、総契約社数を大幅拡大させる事がこれからの3年間における最大の注力ポイントだと考えています。



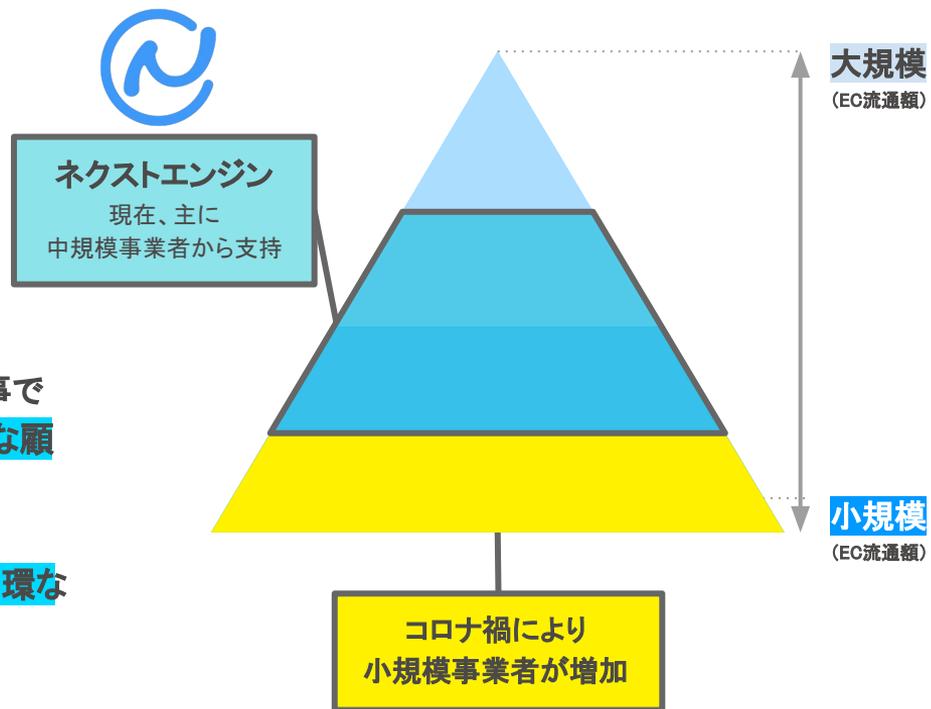
戦略の背景

ネクストエンジンは主として、EC流通額が中規模のEC事業者に対して支持されているサービスです。しかしコロナ禍の影響によりEC流通額小規模事業者が増加。

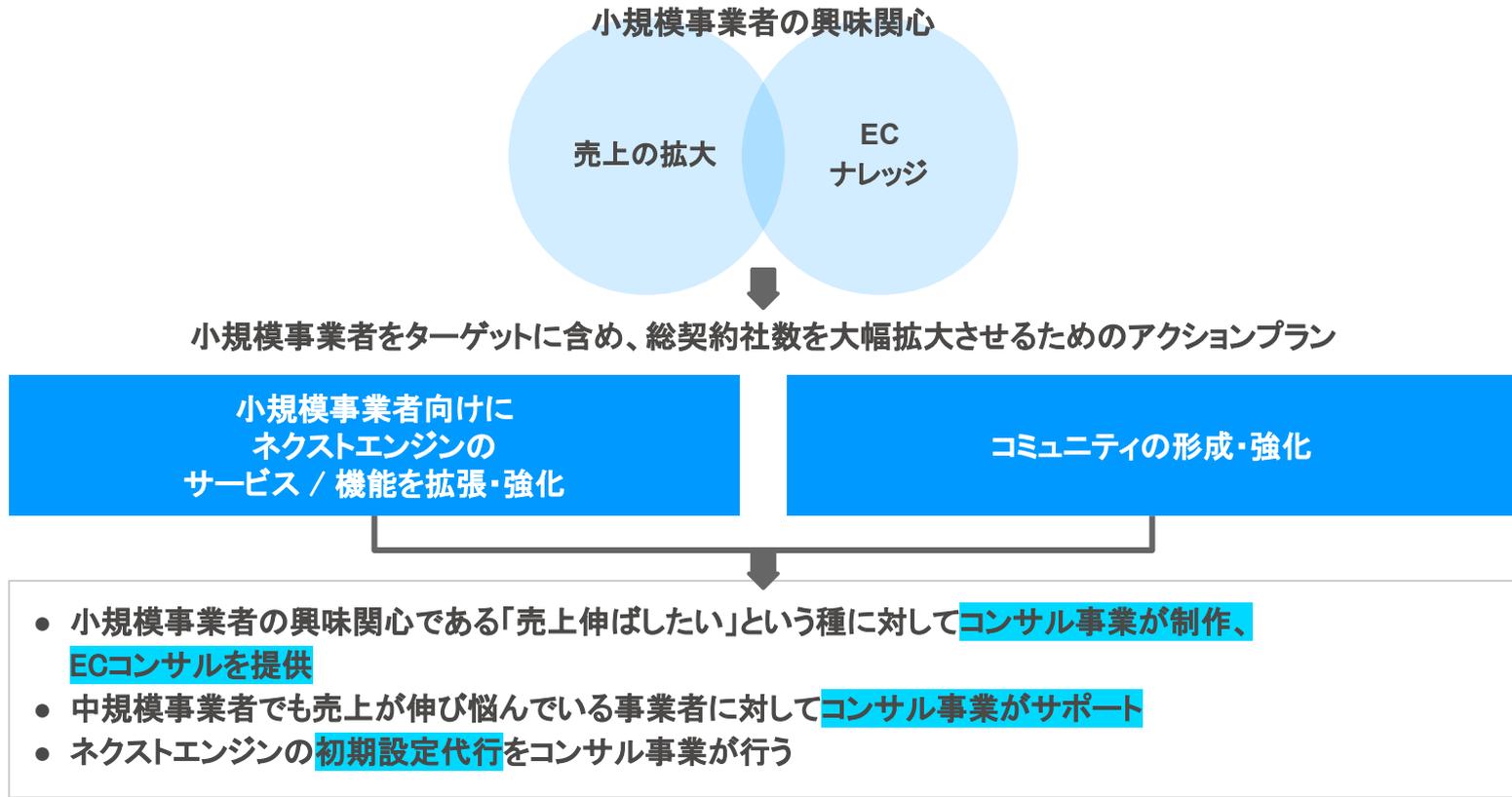


小規模事業者向けにサービスを拡張・強化する事でプラットフォームとして更なる成長を実現し、**強固な顧客基盤を構築**。

さらに**コンサル事業とのシナジー発揮により好循環なビジネス構造へと進化成長**を目指します。



具体的なアクションプラン



コンサル事業(Hameeコンサルティング) 戦略

1

リソースの効率化

コンサルティングにおいて、EC事業者に必要な対応を組織的に平準化し、リソースの効率を上げる。

小規模で出る課題は平準化して対応できるようにして、少ないリソースだけでも対応可能に組織的に動く仕組みに。チャットコンサル導入も検討します。

2

設計とコンサルのシナジー

ECサイト構築案件を強化し、契約獲得導線を強化。単発制作で獲得。

→ ECコンサル契約に繋げる。

3

ネクストエンジンとのシナジー

NE設定代行からのコンサル契約で、ロングタームの顧客成長伴走を提供する企業を目指す。

ロカルコ事業(ふるさと納税)

1

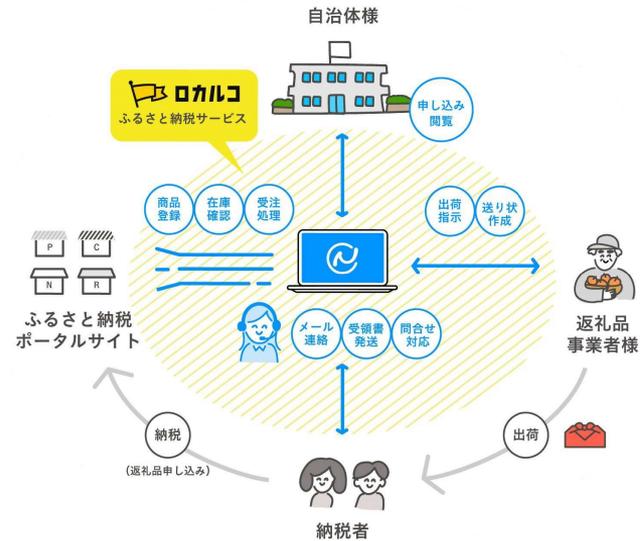
既存事業の拡大

継続的な営業強化による新規自治体の獲得や取扱サイト数の増加、また返礼品や返礼品事業者の新規開拓等、寄付額増加を目指します。

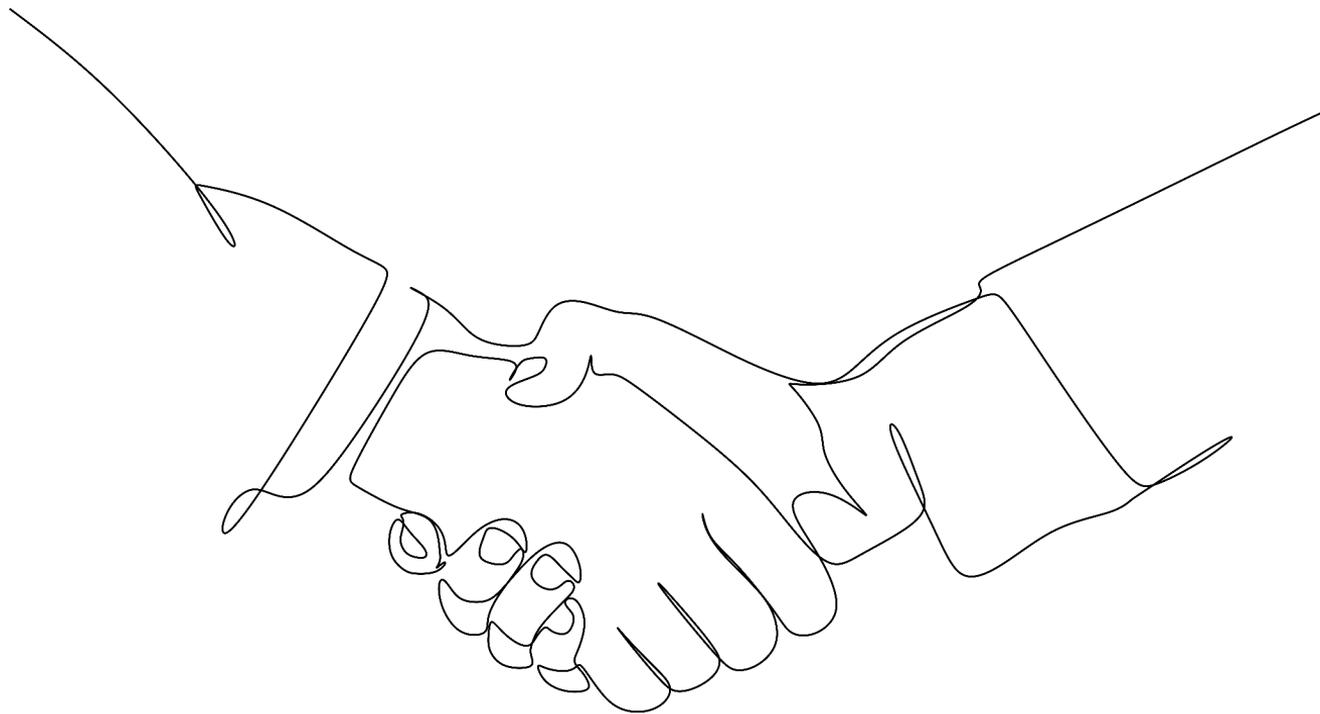
2

ふるさと納税支援以外の模索

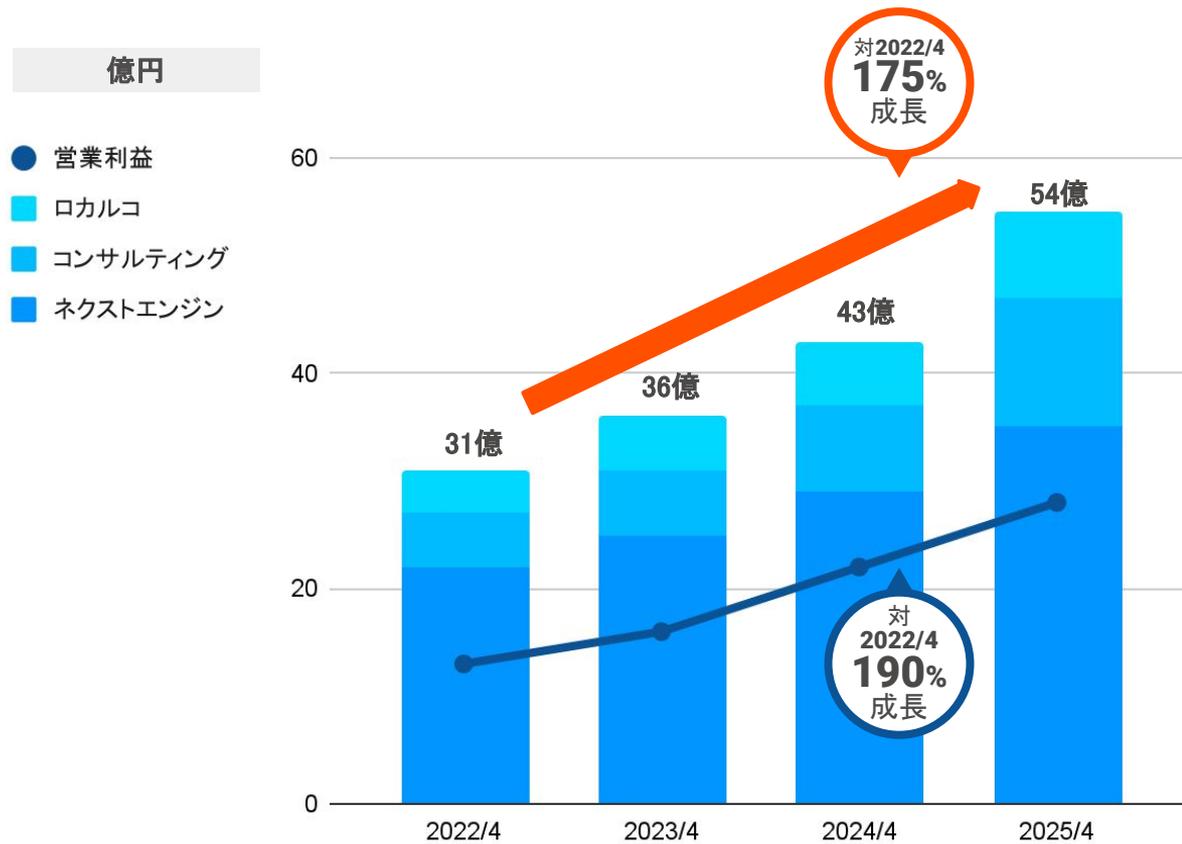
個人版ふるさと納税以外の、地方創生に対する新たな取り組み実施に向けて模索していきます。



成長投資余力を利用し、事業成長の加速・拡大の為、M&Aを積極的に検討。



3カ年数値計画 売上高



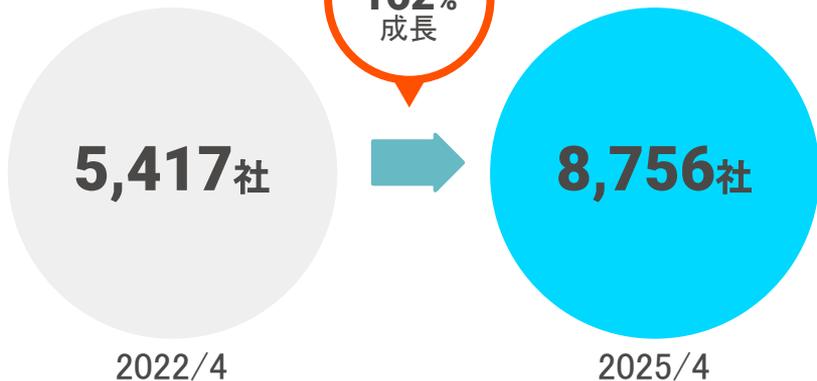
売上高

約1.8倍

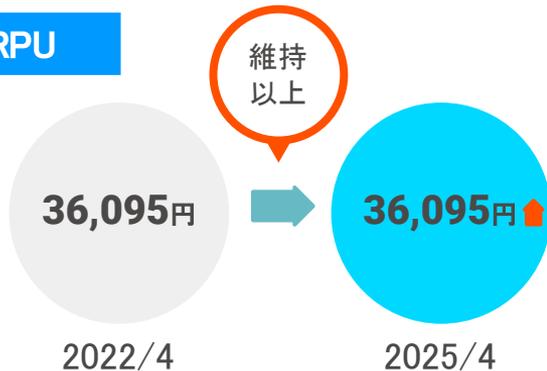
営業利益

約1.9倍

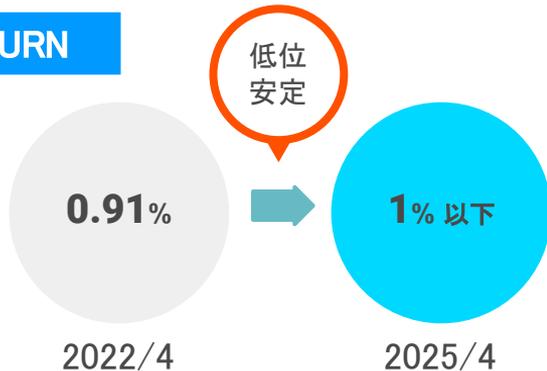
契約社数



ARPU



CHURN



3カ年数値計画 詳細

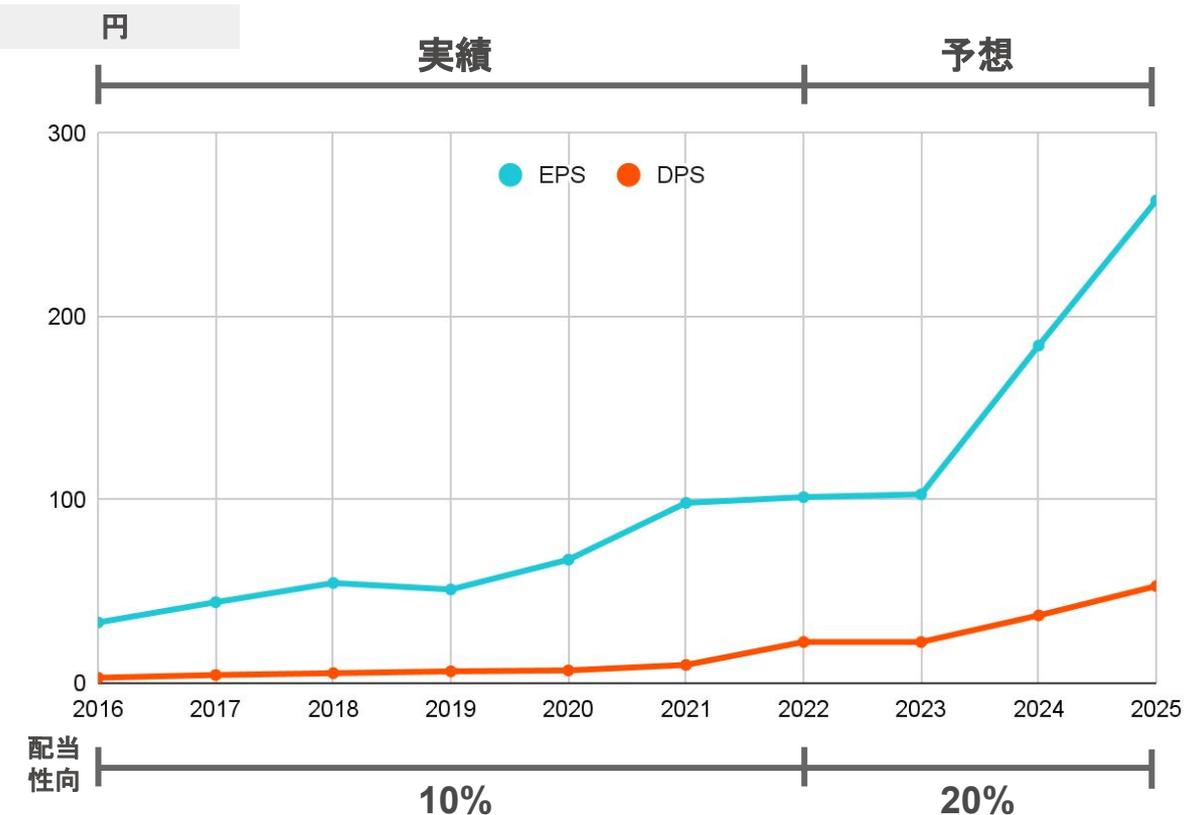
	2023/4	2024/4		2025/4		
	件数(件) 金額(百万円)	件数(件) 金額(百万円)	対前期 成長率	件数(件) 金額(百万円)	対前期 成長率	対24期 成長率
単位:百万円						
ネクストエンジン総契約数	6,160	7,231	117%	8,756	121%	162%
売上高	3,623	4,349	120%	5,441	125%	175%
ネクストエンジン事業	2,530	2,922	115%	3,501	120%	156%
コンサルティング事業	612	825	135%	1,157	140%	248%
ロカルコ事業	481	602	125%	783	130%	197%
営業利益	1,407	1,960	139%	2,524	129%	190%

3. 財務戦略(配当政策)

INDEX

1. 前中期経営計画振り返り
2. 中期経営計画(2022/5- 2025/4)
 - a. コマース
 - b. プラットフォーム
3. 財務戦略(配当政策)
4. ESG

財務戦略(配当政策)



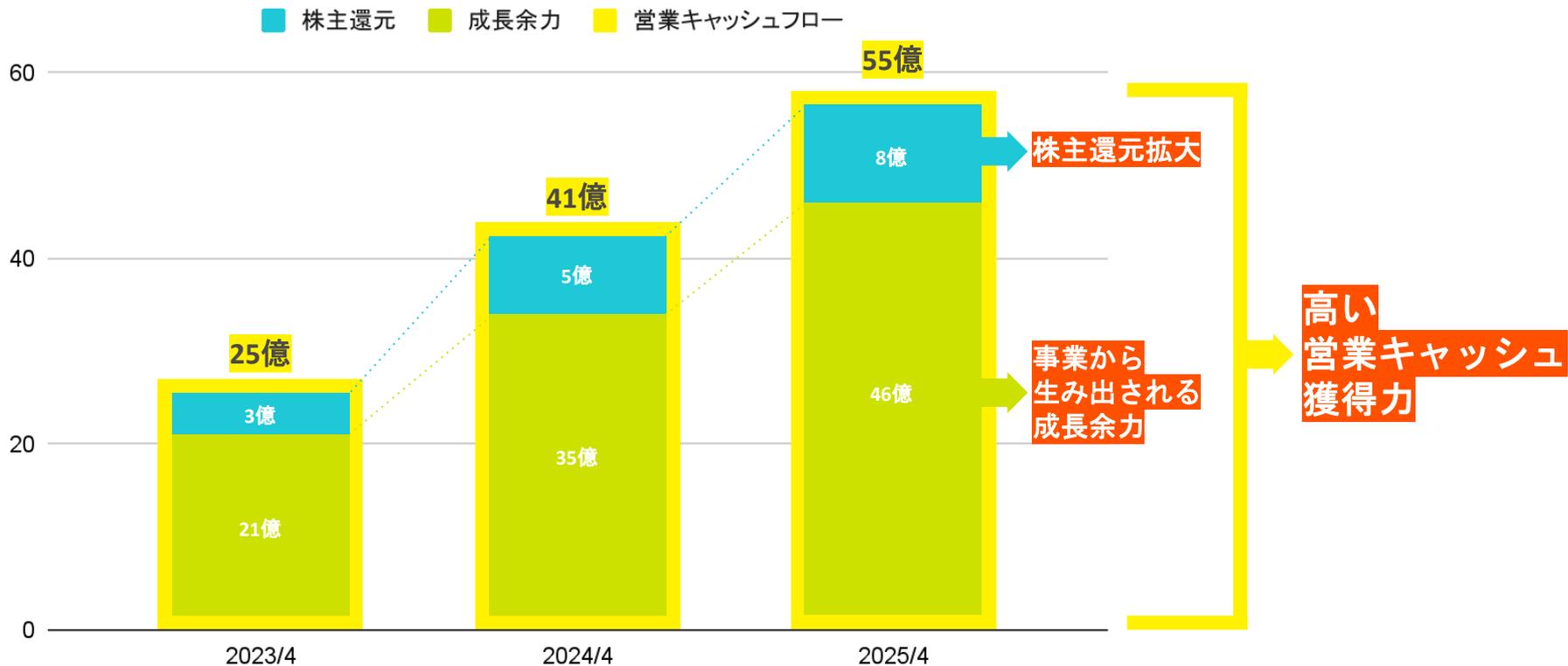
配当政策

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

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。



4. ESG

INDEX

1. 前中期経営計画振り返り
2. 中期経営計画(2022/5- 2025/4)
 - a. コマース
 - b. プラットフォーム
3. 財務戦略(配当政策)
4. ESG

ESGの取り組み 概要

マテリアリティ		
地球環境に配慮した経済活動を通し、次世代の人も含めたすべての人が持続可能なライフスタイルを送ることができる環境の実現		
E(環境)		
取組目標	主なアクションプラン	SDGs目標
資源循環型社会の構築	販売したスマートフォンケースのリサイクルを推進する「エコタマプロジェクト」の実施。	  
	EC事業者における廃棄物ゼロを目指した「RUKAMOゼロプロジェクト」を実施。	
気候変動問題への取り組み	サプライチェーンにおけるGHG排出量削減に向けた管理体制の構築。	

マテリアリティ		
多様なライフスタイルや時間を通して充実した人生を送ることを応援する活動		
S(社会)		
取組目標	主なアクションプラン	SDGs目標
多様なEC消費とECに関わる事業者の時間効率化を実現	コマースを(商取引)支援するネクストエンジンプラットフォームの拡大により、消費者に多様なEC消費の機会を、ECに関わる事業者に効率化による「あそび」のある時間をもたらす。	 
多様かつ柔軟な働き方を実現しクリエイティブ魂を醸成	多様な働き方を選択できる制度設計とワークライフバランスの充実。	 
	自分らしいキャリアプランの実現に向けたサポートの拡充。	
サステナブルな地域社会の実現に向けた共創	新規事業創出の枠組みであるクリ魂キャンプ制度を設計。	 
	当社が支持母体となる地域振興財団「八三財団」を通じた地域の社会における次世代起業家育成と公民連携の実施。	

マテリアリティ		
気候変動の影響を含む様々な事業環境変化と事業課題に対応できる、意思決定の迅速化と高度なガバナンス体制の構築		
G(ガバナンス)		
取組目標	主なアクションプラン	SDGs目標
機動的な意思決定	監査等委員会設置会社への移行による権限移譲。	
コーポレートガバナンスの高度化	社外取締役構成比率向上による監督の強化。 指名委員会・報酬委員会の設置。	



資源循環型社会の構築

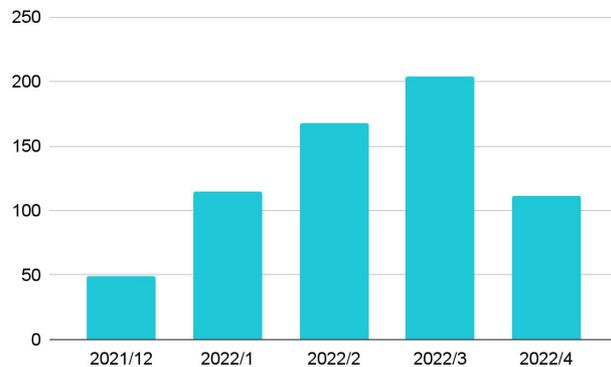
「Hameeエコタマプロジェクト」の実施

スマートフォンケースは機種変更のたびに買い替えることが多く、当社は新機種用のケースを販売して終わりではなく、使用済みのケースに対してサステナブルの観点で何か取り組めないか検討しておりました。

その中で、当社の主力商品であるiFaceシリーズのスマートフォンケースをリサイクルする活動である「エコタマプロジェクト」を立ち上げました。

具体的には、不要になったお客様のiFaceを回収し、固形燃料や、再生プラスチックとしてリサイクルすることを始め、その他にも、他社とのコラボレーションをした活動も行っております。

今後も、販売のその先を念頭に置いたサステナブルな活動を検討してまいります。



▲回収実績グラフ

▼箱根小涌園ユネッサン
小田急電鉄との共創



E 環境



資源循環型社会の構築

RUKAMOプロジェクト

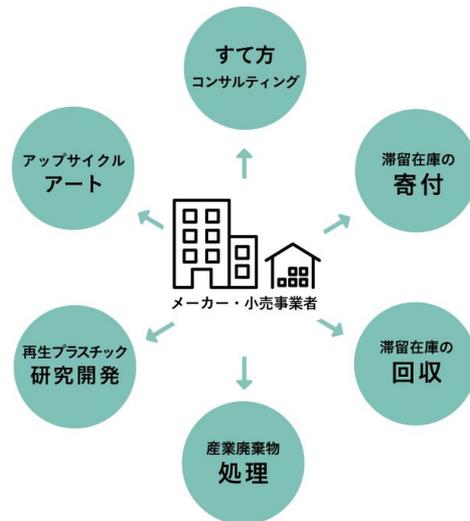
当社は、スマートフォンアクセサリメーカーとしての顔と、5,000社を超えるメーカー/小売店のネットショップの支援をする、ECサイトのプラットフォームとしての顔を併せ持っています。

メーカーとして商品を作り、ネットショップを管理するツールの提供者として、大量の商品の流れを見てきた当社は、商品としての価値を持って作られたのに、人の手に渡らないモノがあまりにも多いことに疑問を感じるようになり、RUKAMOプロジェクトを立ち上げました。

具体的には、滞留在庫を新しい価値に変換する「アップサイクルアート」をアーティストとコラボレーションしながら生み出しており、その販売モールの運営も行っております。また、ネットショップの滞留在庫・大量廃棄削減の動きを加速させ、「ネットショップの廃棄物をゼロにする」を目指す「RUKAMOゼロ」プロジェクトを株式会社モノファクトリーと立ち上げております。その取組の一環として、EC事業者の不要になった製品をリユース・リサイクルする方法を提案する「地球に優しいすて方相談窓口」を運営しております。その他、リサイクルの観点での再生素材の研究や滞留在庫の寄付などを模索しており、引き続き、滞留在庫・大量廃棄の解決に取り組んでまいります。



RUKAMOプロジェクト





気候変動問題への取り組み

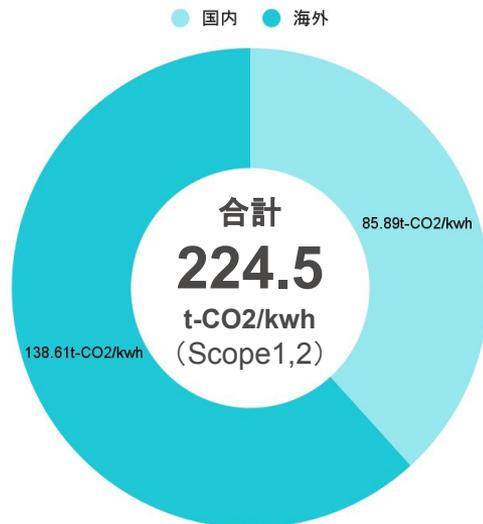
13 気候変動に
具体的な対策を



サプライチェーンにおけるGHG排出量削減に向けた管理体制の構築

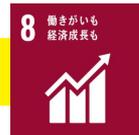
当社グループは主力商品であるiFaceシリーズの一部の生産ラインを保有しておりますが、そのラインの稼働に燃料等を使用していないことから、Scope1でのGHG排出はございません。また、Scope3でのGHG排出量を測定し、開示の充実に取り組んでまいります。

<p>Scope1 Scope2 対象範囲</p>	<p>Hamee株式会社 Hamee Global,Inc. Hamee US Corp. Hamee Shanghai Tech&Trading Co.,Ltd. Hameeコンサルティング株式会社</p>
<p>定義・算定方法等</p>	<p>(日本) 「電気事業者別排出係数(特定排出者の温室効果ガス排出量算定用)ーR2年度実績ー R4.1.7 環境省・経済産業省公表、R4.2.17一部修正」をもとに算定。 (米国) IEAによる「World Energy OutlookのExtended Data」をもとに算定。 (韓国、中国) 日本の基準にある代替値をもとに算定。</p>





多様なEC消費とECに関わる事業者の時間効率化を実現



コマースを(商取引)支援するネクストエンジンプラットフォームの拡大により、消費者に多様なEC消費の機会を、ECに関わる事業者に効率化による「あそび」のある時間をもたらす。

EC事業者様の業務の自動化・効率化を実現するシステムであるネクストエンジン。その利用者様のニーズや社会変化に応じたカスタマイズ性を広げ、ネクストエンジンのプラットフォームを拡大していくことは、様々な業種でのEC事業の機会を創出し、EC市場の拡大に貢献できます。

それは、ECでの購買機会を消費者に生み出し、社会消費基盤を拡大するだけでなく、ネクストエンジンの自動化・効率化によりECに関わる事業者への「あそび」のある時間・クリエイティブな時間を生み出します。





多様かつ柔軟な働き方を実現しクリエイティブ魂を醸成

5 ジェンダー平等を
実現しよう

多様な働き方を選択できる制度設計とワークライフバランスの充実

テレワークとオフィスワークを意識した オフィスリニューアルの実施

オフィスの役割を「職場」ではなく、社員が集まるための「集場」と捉え、そこでしか生まれにくいリアルなコミュニケーションが、より一体感のある組織づくりに必要な要素であると同時に、新規事業の創出に必要な要素でも考えています。そこで、2021年にオフィスのリ



ニューアルを行いました。今後も継続的な事業成長を実現する上で、在宅勤務とリアルなコミュニケーションを融合させることで、既存業務を推進しつつ、積極的に新規事業に挑戦し、更なる成長を目指していきたいと思ます。

高水準の育休・産休取得率

厚生労働省の雇用均等基本調査によると、育児休業取得率の全国平均は女性が81.6%、男性が12.7%※となっているが、当社では女性が100%、男性が39.8%と男女ともに平均よりも高い水準となっています。特に男性においては平均の3倍以上と非常に高い水準となっており、背景として、社内での育休に対する理解が深く、取得しやすい風土が醸成できています。※厚生労働省による「令和2年度雇用均等基本調査」の結果より抜粋。

女性 100%

男性 39.8%



多様かつ柔軟な働き方を実現しクリエイティブ魂を醸成

8 働きがいの
経済成長も



自分らしいキャリアプランの実現に向けたサポートの拡充

社内公募制度

中長期視点でのキャリア申告の機会や、社員自身の意思で新しい環境にチャレンジできる機会等、社員のキャリアデザインについても、様々な制度を用意しております。

その取組の1つとして、半期に一度、各部門ごとに募集職種を社内に公開し、社員の意思で新しい環境にチャレンジできる制度です。

miraie制度

社員のスキルアップや業務の深堀のために必要な自己研鑽に関わる費用(例: 外部研修費用・資格試験費・教材費等)を会社が支援する制度を導入しています。

社員1名につき、年間2万円までとなっています。

内容が限られたものではないため、非常に自由度が高いものとなっています。



多様かつ柔軟な働き方を実現しクリエイティブ魂を醸成

8 働きがいを
経済成長も



新規事業創出の枠組みである「クリ魂キャンプ」制度を設計

クリ魂キャンプ制度

当社Mission「クリエイティブ魂に火をつける」を具現化するようなマインドを持った社員による、新規事業創出の機会を継続的に確保するための制度として「クリ魂キャンプ」制度を設計しております。

※新規事業創出例：ふるさと納税支援サービス

ふるさと納税支援サービスは「クリ魂キャンプ」と同様新規事業創出制度から生まれたものです。この時は一社員の発案により、サービスが構想され、事業として実現しております。



83
FOUNDATION

サステナブルな地域社会の実現に向けた共創



当社が支持母体となる地域振興財団「八三財団」を通じた活動

次世代起業家育成

13歳～24歳のいわゆるZ世代を対象に、神奈川県西地域市8町(小田原市・南足柄市・中井町・大井町・松田町・山北町・開成町・箱根町・真鶴町・湯河原町)の地域文化や地域資源を活かす事業に支援しています。

公民連携

小田原市では、令和元年10月に発足した民間主体の組織「おだわらSDGs実行委員会」を中心にSDGsの普及啓発活動「Think MIRAI」を展開しています。「八三財団」もその活動に参画しSDGsの普及啓発および次世代育成に寄与しています。

IGNITE YOUR
CREATIVITY
TO THE
FUTURE

ここできっかけに着火する。



G ガバナンス

1-1

機動的な意思決定

16

平和と公正を
すべての人に

監査等委員会設置会社への移行による権限移譲

取締役会から業務執行取締役に移譲しつつ、執行役員の権限を見直すことで、より現場に即した機動的な会社運営の実現を可能にしていきます。

1-1

コーポレートガバナンスの高度化

16

平和と公正を
すべての人に

社外取締役構成比率向上

取締役会における社外取締役の比率を向上し、取締役会におけるより高度なガバナンス体制の構築を目指す。

指名委員会・報酬委員会の設置

メンバーの過半数を社外取締役で構成した両委員会を設置予定であり、役員等の指名・報酬について透明性の向上を図る。

財務数値(連結)

(単位:百万円)	2022/4	2023/4	2024/4	2025/4
売上高	13,431	15,932	20,420	24,824
セグメント利益	3,099	3,432	5,339	6,812
調整額	-897	-1,139	-1,253	-1,353
営業利益	2,202	2,293	4,468	5,865
当期純利益	1,743	1,575	2,848	3,804
1株当たり配当金	22.5円	22.5円	37.0円	53.0円

財務数値(事業別)

単位:百万円

		2023/4	2024/4	2025/4
売上	モバイルライフ事業	8,580	9,399	9,872
	ゲーミングアクセサリ事業	720	900	1,125
	コスメティクス事業	700	2,491	4,541
	国内コマース合計	10,000	12,790	15,538
	海外子会社合計	2,311	3,282	3,845
	コマースセグメント売上合計	12,311	16,072	19,383
	ネクストエンジン事業	2,530	2,922	3,501
	コンサルティング事業	612	825	1,157
	ロカルコ事業	481	602	783
	プラットフォームセグメント合計	3,623	4,349	5,441
売上高合計	15,932	20,420	24,824	
セグメント利益	モバイルライフ	1,723	2,051	2,171
	ゲーミングモニター	8	108	202
	コスメ	-134	-116	46
	新規事業投資	-312	-156	-108
	機能部署費用	-175	-156	-156
	国内コマース合計	1,110	1,730	2,155
	海外子会社合計	916	1,609	2,133
	コマースセグメント利益合計	2,026	3,339	4,288
プラットフォームセグメント	1,407	1,960	2,524	
調整額	-1,139	-1,253	-1,353	
営業利益	2,293	4,468	5,865	