



2023.9.8

FY2023 通期 決算説明資料

株式会社エイチーム（証券コード：3662）

- 1. FY2023 通期 連結決算概要**
- 2. FY2023 Q4 連結決算概要**
- 3. FY2023 Q4 セグメント別詳説**
- 4. FY2024 業績・配当予想**
- 5. 今後の方針・取組み**

APPENDIX：会社概要

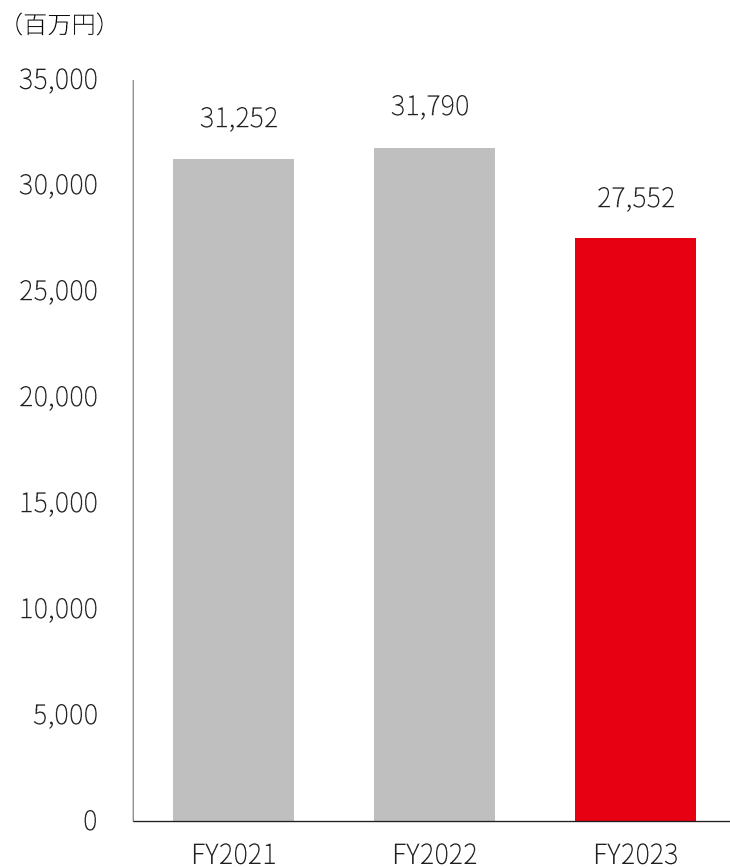
APPENDIX：サステナビリティへの取組

APPENDIX：主な経営指標

1. FY2023 通期 連結決算概要

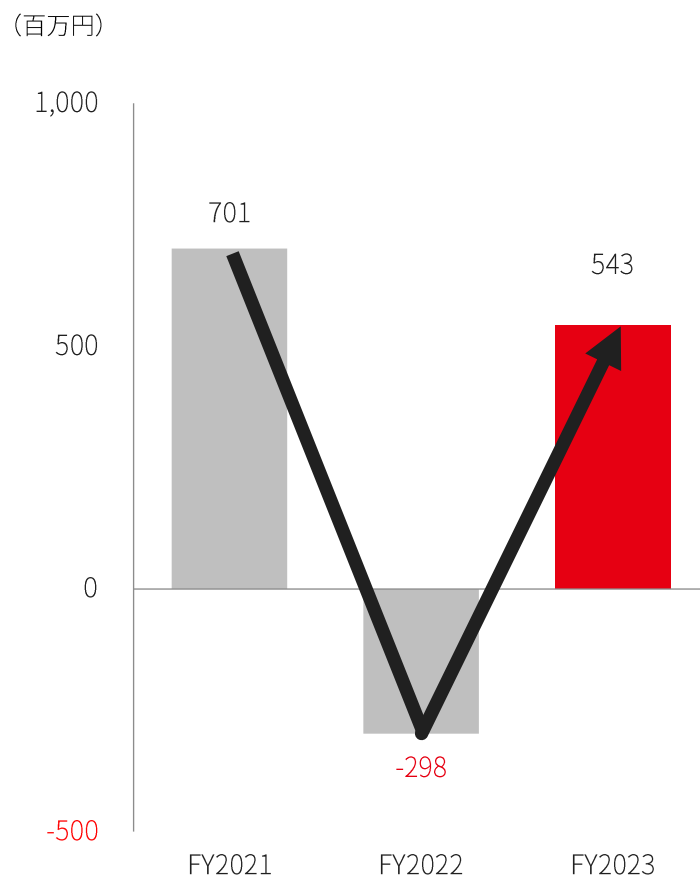
売上高

“cyma”譲渡等によりY/Y減収



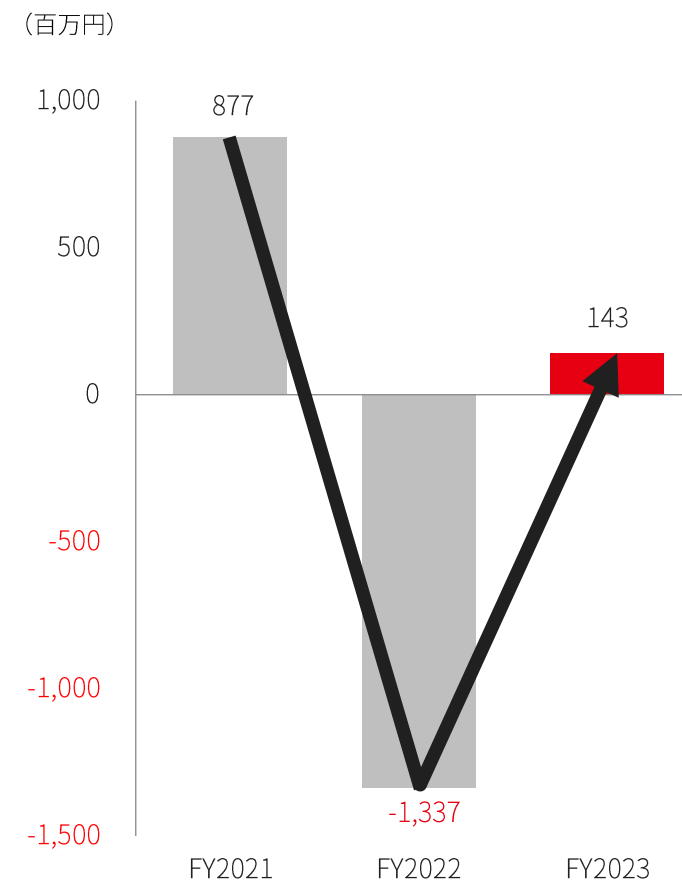
営業利益

広告投資しつつもV字回復！



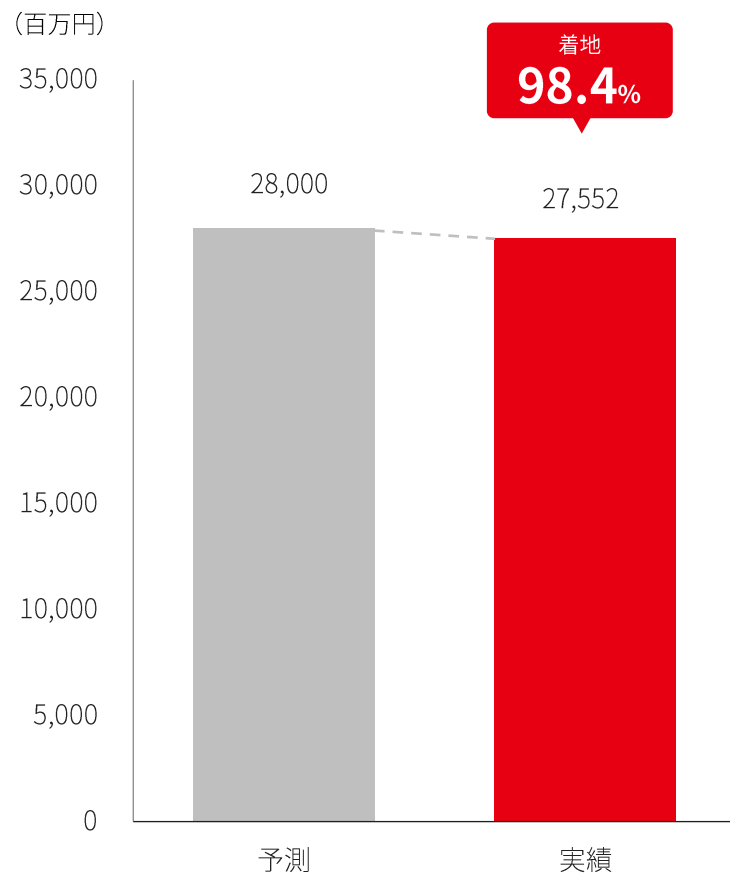
当期純利益

特損計上あるもV字回復！

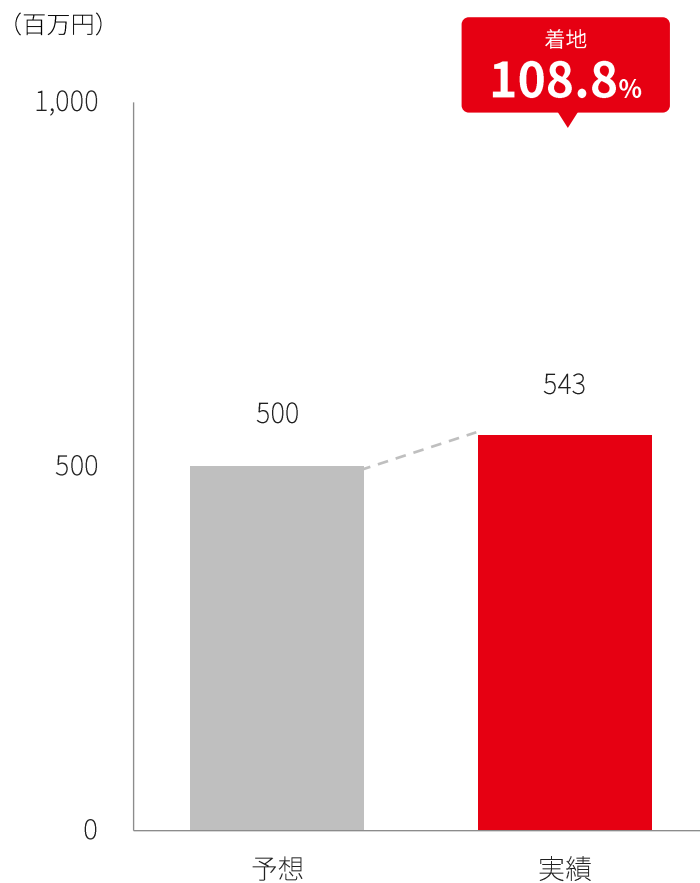


● 連結業績予想に対する着地

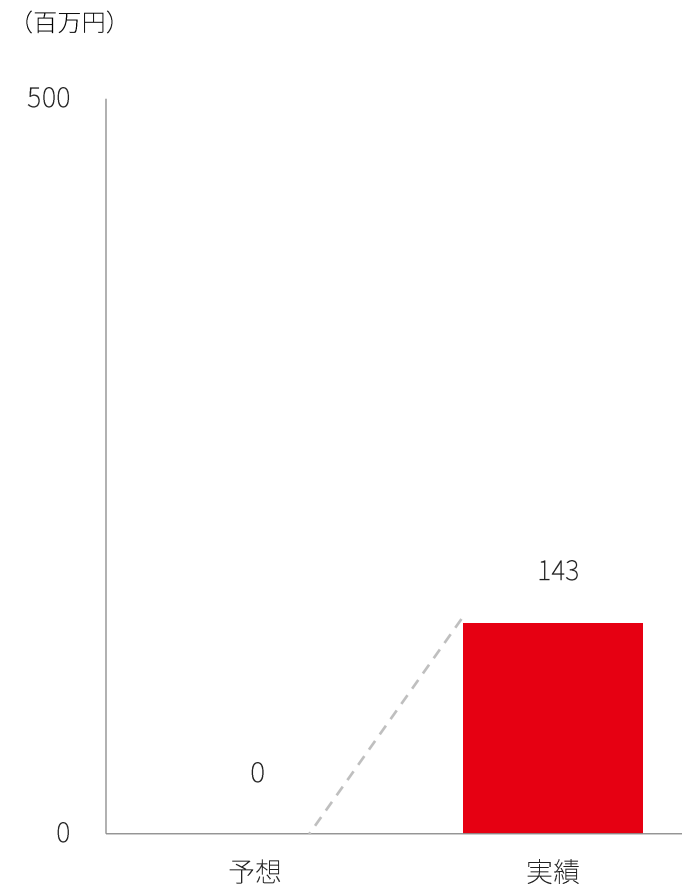
売上高



営業利益



当期純利益



全社

事業の取捨選択による全社の利益率改善

- 『FINAL FANTASY VII THE FIRST SOLDIER』サービス終了及び「cyma」譲渡をはじめ、経営リソースの最適化を推進
- 今後の成長を見据えた広告投資は継続しつつも、より付加価値の高い事業に注力し、前期赤字から黒字に転換

ライフ スタイル サポート

市場環境の変化によるマイナス影響を受ける中、ブランド投資をしつつも増益

- 送客事業の一部が市場変化のマイナス影響を受けるも、他の事業が補填し増益
- 利益確保を優先しつつ、認知拡大に向けたマス広告投資や、統合ブランドでの共通顧客データ管理のためのシステム投資を実施

エンター テイン メント

効率運用と投資へのバランスを保ち、大幅に増益

- 市場トレンドの変化を受け、今後の新規開発パイプラインを再編
- 新規タイトル開発への投資をしつつも既存タイトルの効率的な運用により、大幅に増益し黒字に転換

EC

「cyma」譲渡により大幅減収。一方「lujo」が四半期黒字を達成するなど成長

- 「cyma」を運営する自転車小売事業を株式会社cymaに承継し、その全株式を2023/3/1に譲渡したことで前期比で大幅減収
- 化粧品ブランド「lujo」が投資フェーズから利益貢献フェーズへ転換し、四半期黒字化を達成

2. FY2023 Q4 連結決算概要

3/1付でのcyma譲渡*や新電力会社及び通信事業者への送客事業での影響により、Y/Yで減収減益。

全社

売上高

6,307 百万円

(Y/Y 76.5%, Q/Q 93.1%)

営業利益

170 百万円

(Y/Y 25.6%, Q/Q 104.7%)

当期純利益

141 百万円

(Y/Y -%, Q/Q 92.2%)

* 詳細は、2022/12/16開示の「[連結子会社における会社分割（吸収分割）及び株式譲渡（孫会社の異動）に関するお知らせ](#)」及び2023/3/1開示の「[（開示事項の経過）連結子会社における会社分割及び株式譲渡完了に関するお知らせ](#)」をご参照ください。

ライフ スタイル サポート

Y/Y、Q/Q減収減益

金融メディア事業及び人材メディア事業が利益貢献するも、新電力会社及び通信事業者への送客事業で送客制限/停止の影響でY/Y減益

セグメント売上：	4,303 百万円	(Y/Y 82.5 % , Q/Q 87.7 %)
セグメント利益：	283 百万円	(Y/Y 35.1 % , Q/Q 51.0 %)

エンター テイン メント

Y/Y減収減益、Q/Q増収増益

既存タイトルのダウントレンドによりY/Yで減収減益

セグメント売上：	1,475 百万円	(Y/Y 86.4 % , Q/Q 126.5 %)
セグメント利益：	140 百万円	(Y/Y 85.0 % , Q/Q - %)

EC

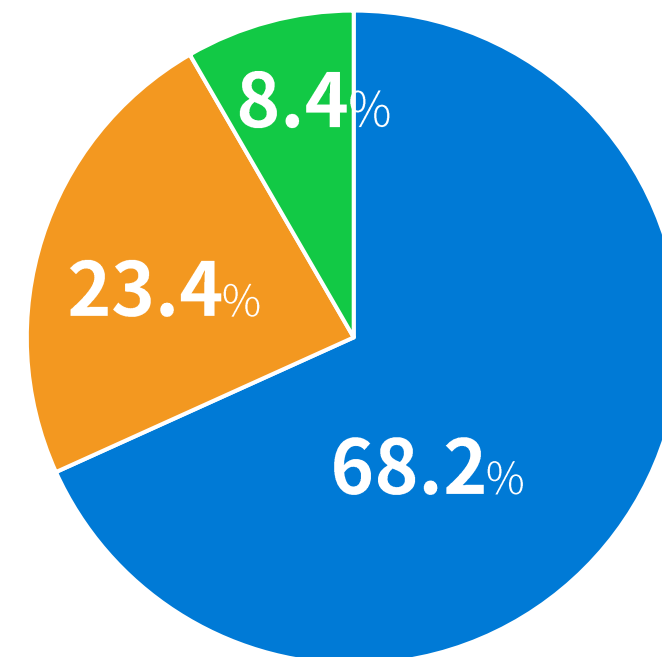
Y/Y、Q/Q減収増益

3/1付でのcyma譲渡に伴いY/Yで大幅減収となるも、lujoが四半期黒字化

セグメント売上：	527 百万円	(Y/Y 39.7 % , Q/Q 75.9 %)
セグメント利益：	-64 百万円	(Y/Y - % , Q/Q - %)

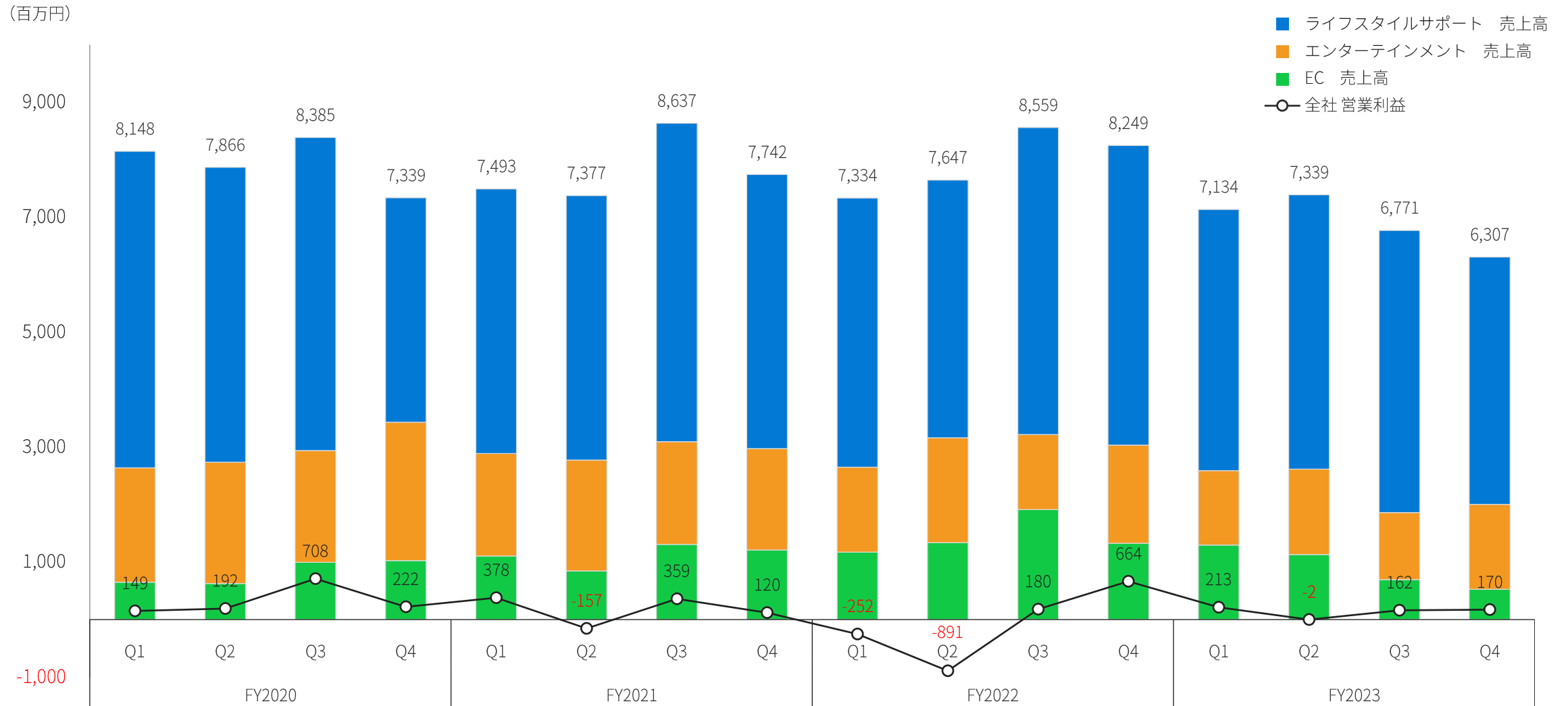
売上高構成比

- ライフスタイルサポート
- エンターテインメント
- EC



※ FY2023Q1よりセグメント区分を変更しております。記載の数値は、ライフスタイルサポート事業及びEC事業のセグメント区分変更後の数値です。

● 連結四半期業績の推移

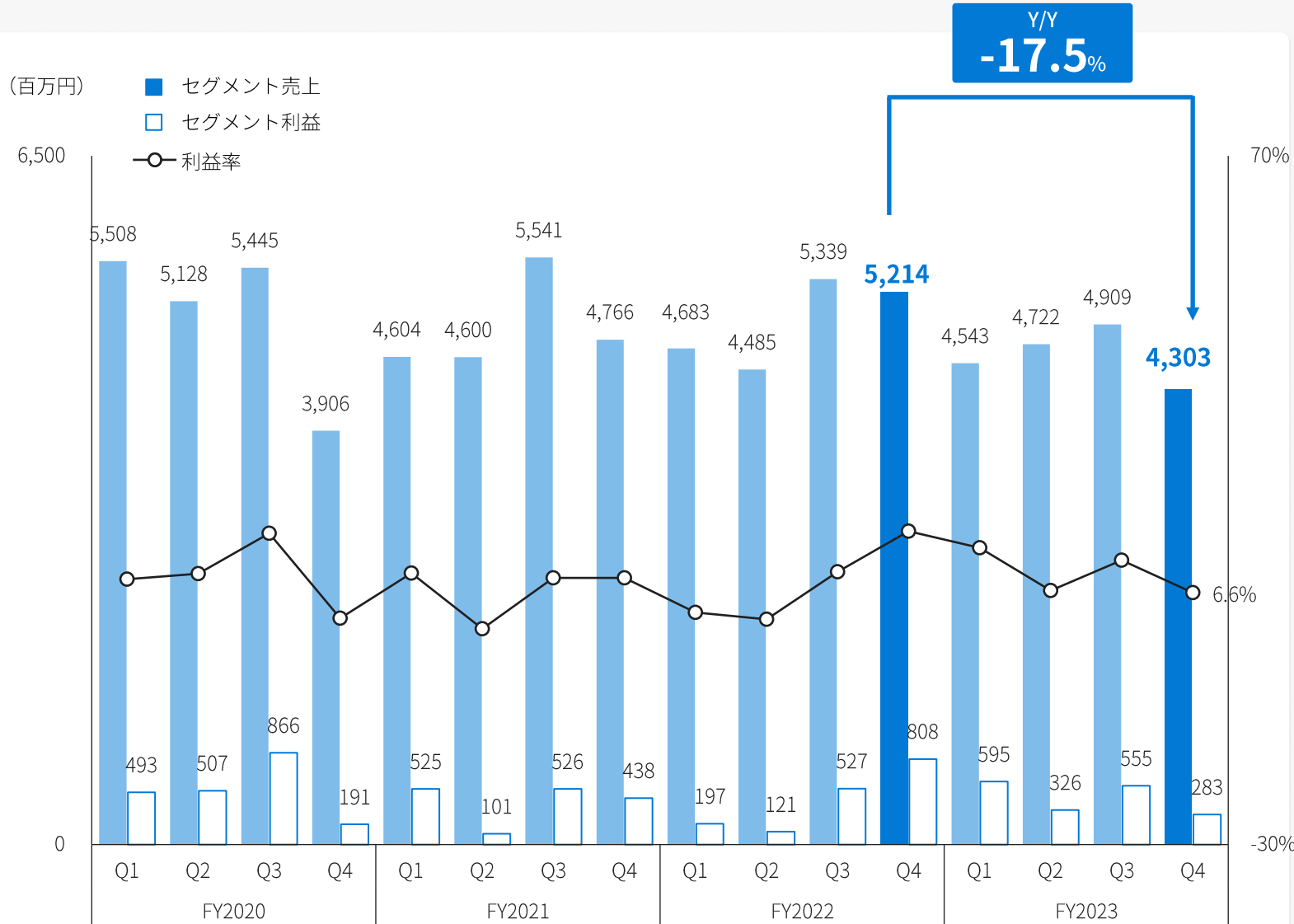


※ FY2023Q1よりセグメント区分を変更しております。記載の数値は、ライフスタイルサポート事業及びEC事業のセグメント区分変更後の数値です。

3. FY2023 Q4 セグメント別詳説

ライフスタイルサポート事業

● ライフスタイルサポート事業: 四半期業績の推移



※ FY2023Q1よりセグメント区分を変更しております。記載の数値は、ライフスタイルサポート事業及びEC事業のセグメント区分変更後の数値です。

主な変動要因

売上

- ◎ 保険代理店事業
- 人材メディア事業
- × 電気・回線の送客事業

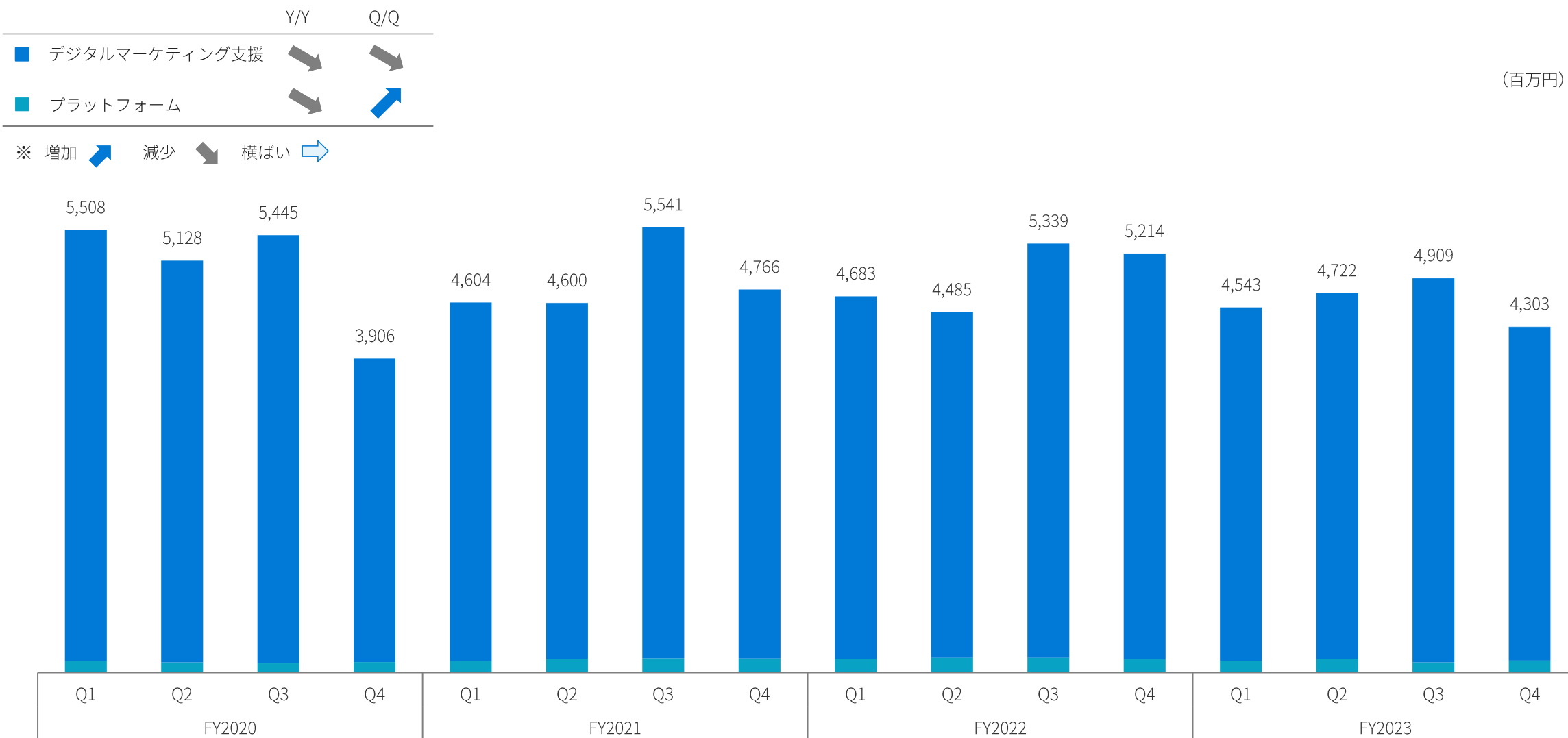
利益

- ◎ 金融メディア事業
- × 電気・回線の送客事業
- × ブライダル事業
市場回復に備えて広告投資を強化

* Y/Y成長率に基づいて表記しております。

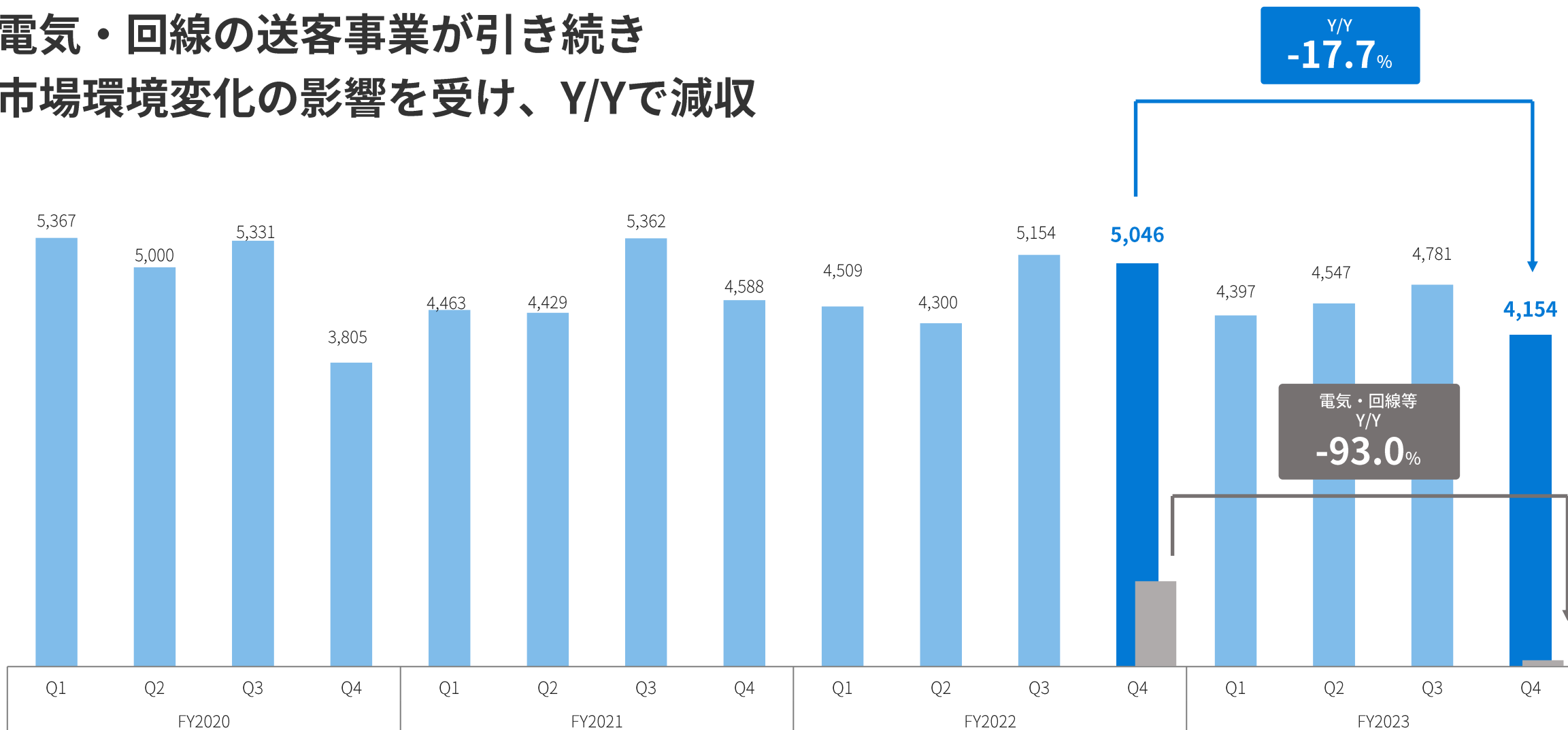
- ◎ +50%以上
- +10%以上50%未満
- × -10%以下

● ライフスタイルサポート事業: サブセグメント別 四半期売上推移



※ FY2023Q1よりセグメント区分を変更しております。記載の数値は、ライフスタイルサポート事業及びEC事業のセグメント区分変更後の数値です。

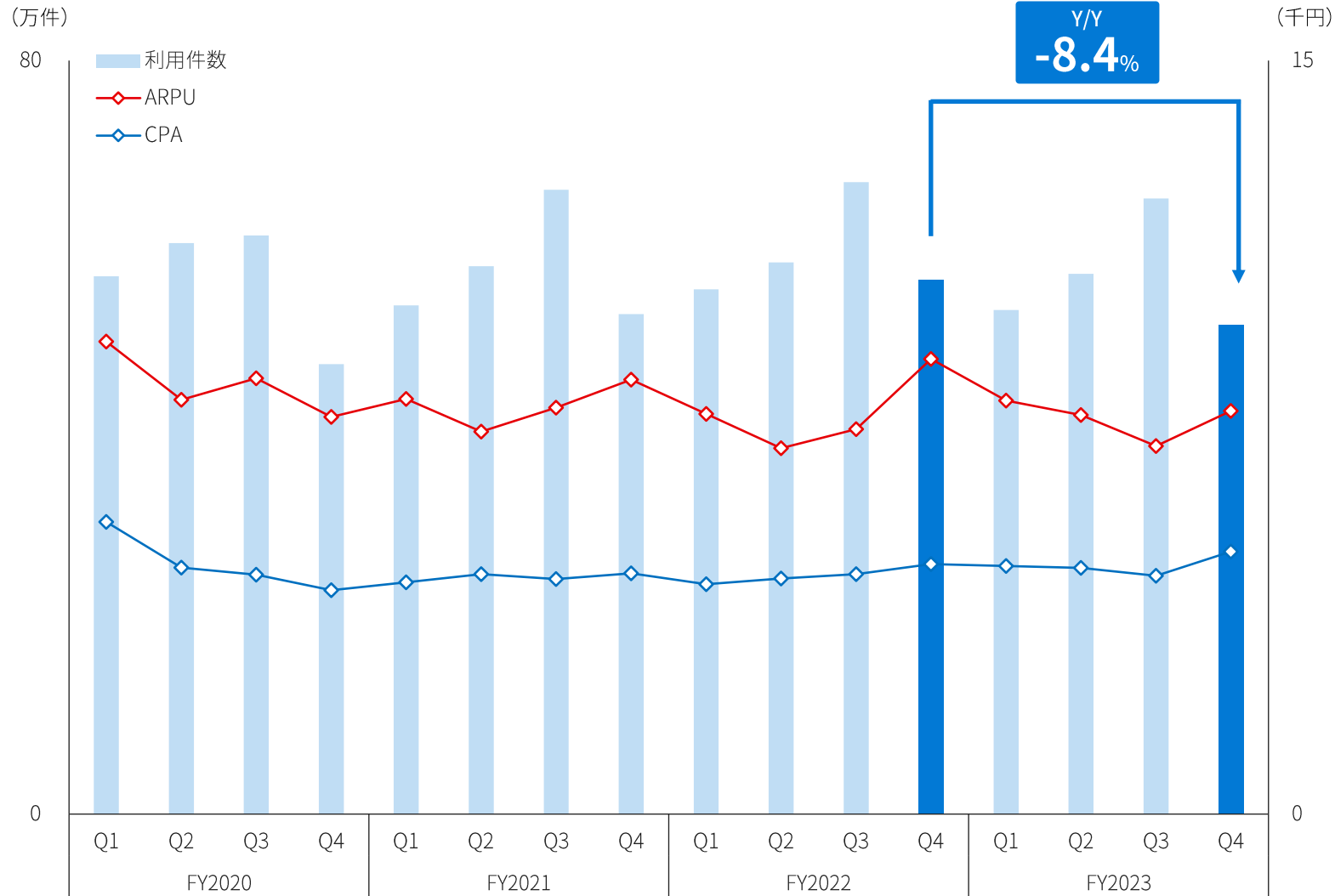
電気・回線の送客事業が引き続き 市場環境変化の影響を受け、Y/Yで減収



主要事業の状況

事業	外部環境を踏まえた事業状況	状況
金融メディア	競合との競争が激化したFY2022 Q4に対し、競争の落ち着きに伴い広告費が効率化され増益。	○
自動車関連	半導体不足の解消による新車市場の動き出しで一定下落するも、中古車価格は比較的高め水準。	○
電気・回線	付帯サービスである電力の紹介は、電力事業者の電気料金値上げにより、新規顧客を獲得していく兆しは見えるものの、未だ回復しきっていない状態。 回線の紹介については、通信事業者間での価格競争状態が継続。	×
人材メディア	企業・求職者ともにニーズが高く、外部環境が良好な中、新たな売上創出を目指し、2023年6月より看護領域に特化した転職サイト比較もスタート。	◎
ブライダル	コロナ影響からの本格的な需要回復に時間を要している状況ではあるが、FY2024以降の回復の波に乗るため、コロナ禍で一時的に下がった認知度改善に向けマス広告を5月に実施。 マス広告再開に伴い、式場の新規掲載数が増加傾向。	○
保険代理店	コロナ不安での特需が落ち着いた中でも、過去からの積み上げにより顧客数が順調に増加。	◎

● デジタルマーケティング支援ビジネス: KPI推移



- 新電力会社及び通信事業者への送客事業が引き続き送客件数減少となり、全体の利用件数もY/Yで減少

【主要6事業の内訳】

引越し事業/引越し周辺サービス・自動車関連事業・プライダル事業・金融メディア事業・人材メディア事業・保険代理店事業

【①利用件数】

主要6事業の利用件数（各サービスの利用件数のうち、売上が発生した件数）の合計（※同一利用者が複数サービスを利用した場合、獲得コスト発生ベース）

【②ARPU：利用者1人/組あたりの売上高】
セグメント売上÷【①利用件数】

【③CPA：顧客獲得1人あたりの広告単価】
広告宣伝費÷【①利用件数】

デジタルマーケティング支援 ビジネスで今後実現すること

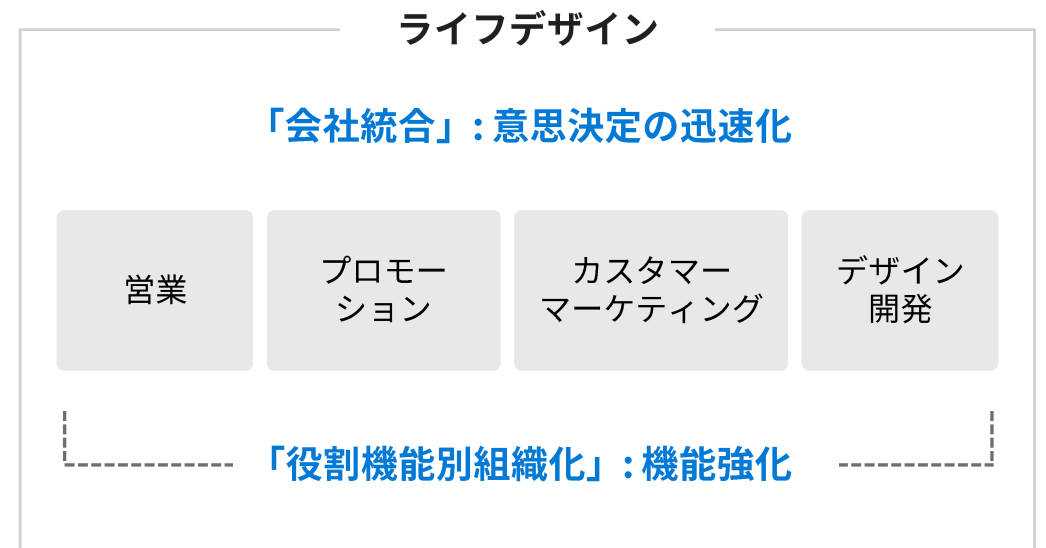
① 「非連続な成長」の実現を可能にする、組織体制へ

2022年2月、デジタルマーケティング支援ビジネスを運営する各子会社を「株式会社エイチームライフデザイン」に統合*し、2022年8月、事業別組織から役割機能別組織へ再編。

これまで: 縦割りの「事業別組織」



現在: 横串の「役割機能別組織」



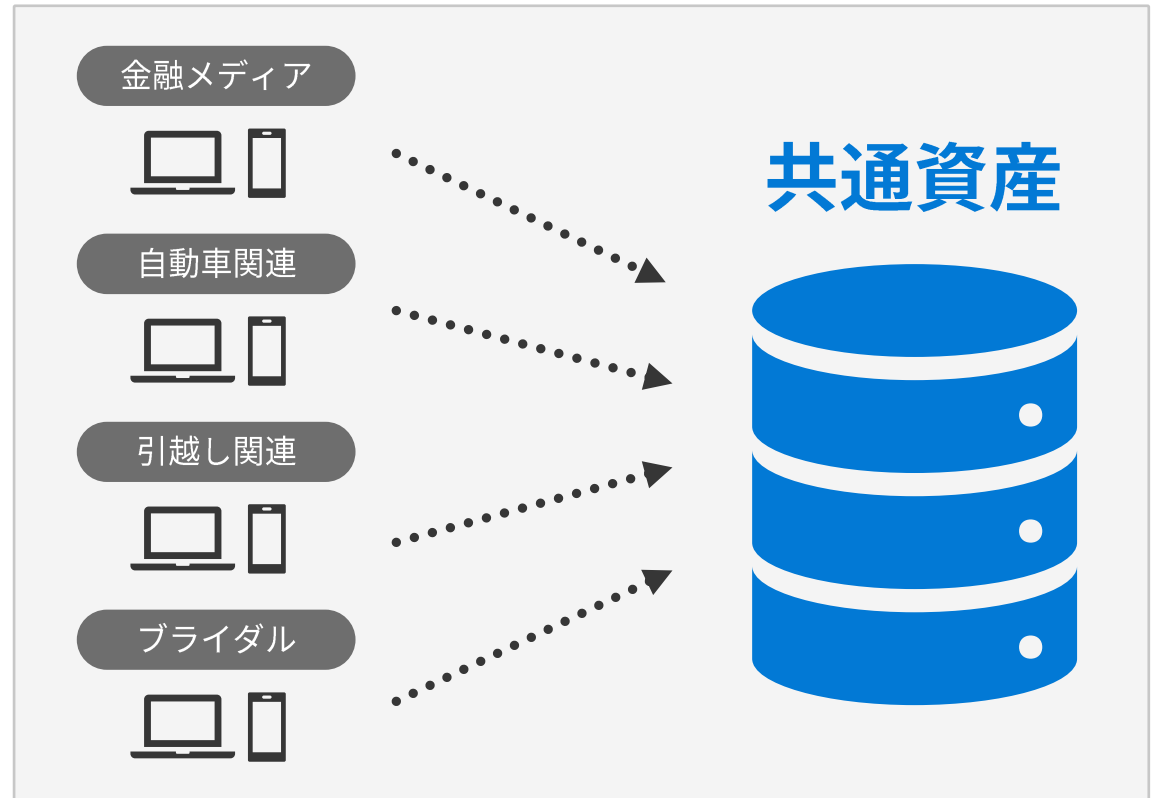
* 詳細は、2022年2月1日開示の「(開示事項の経過) 連結子会社の再編(会社分割及び吸収合併)及び連結子会社の商号変更完了に関するお知らせ」をご参照ください。

② 「非連続な成長」を実現すべく、共通資産を構築

Before: 事業ごとに顧客・取引先関係を管理



After: 全事業の顧客・取引先状況を一元管理・活用



① 組織統合

横串の「役割機能別組織」

ライフデザイン

「会社統合」: 意思決定の迅速化

営業

プロモーション

カスタマー
マーケティング

デザイン
開発

「役割機能別組織化」: 機能強化



② 共通資産づくり

金融メディア



自動車関連



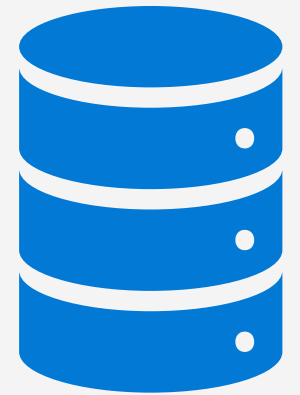
引越し関連



ブライダル



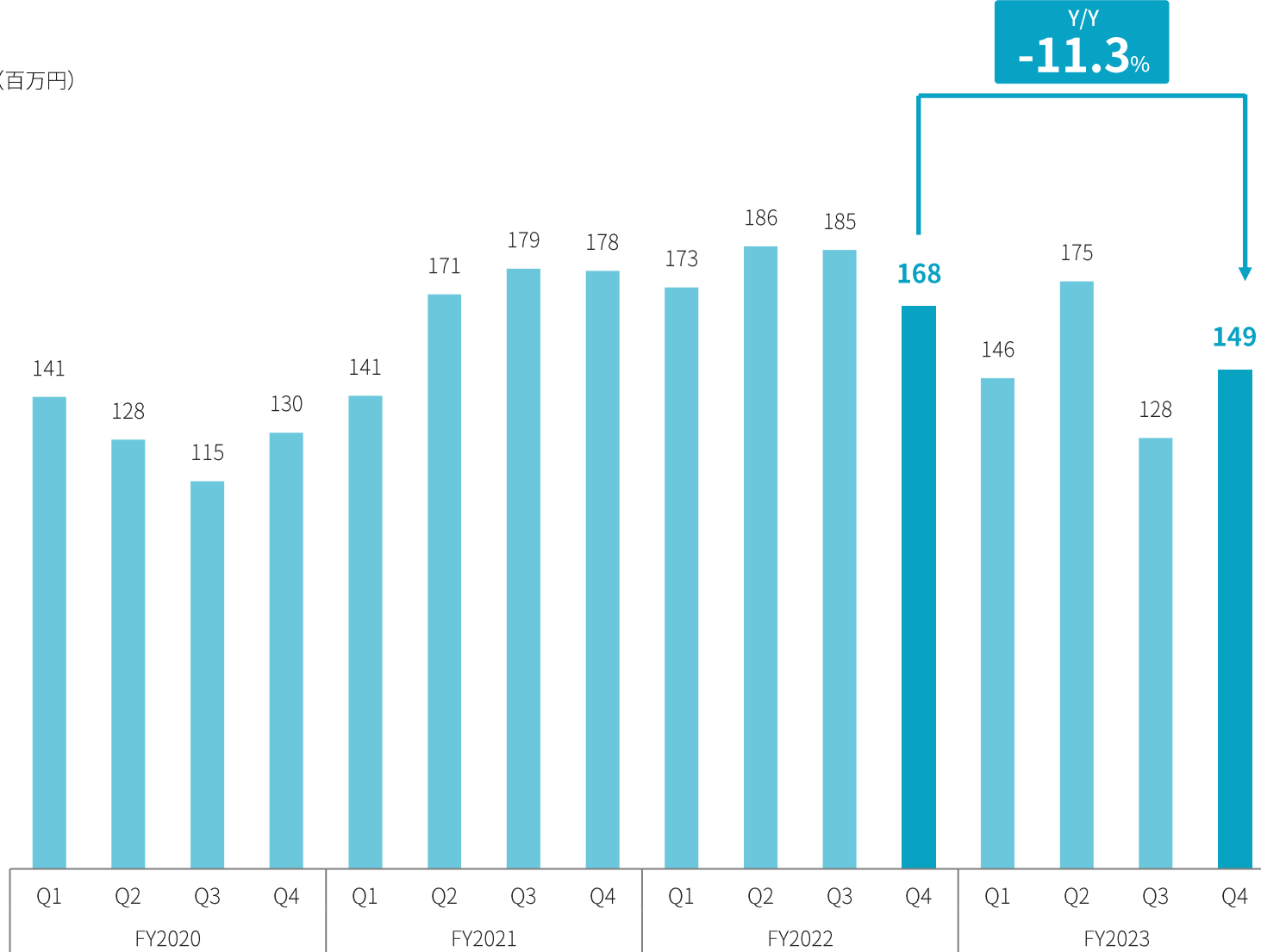
共通資産



「非連続な成長」の実現

● プラットフォームビジネス: 売上推移

(百万円)



主要事業の状況

Qiita

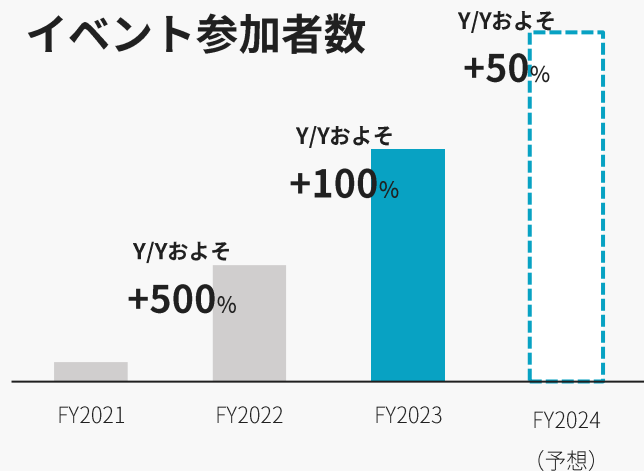
外資系クライアント企業からの一時的な広告出稿抑制を受けるも、新規クライアント獲得のため営業強化

ラローン

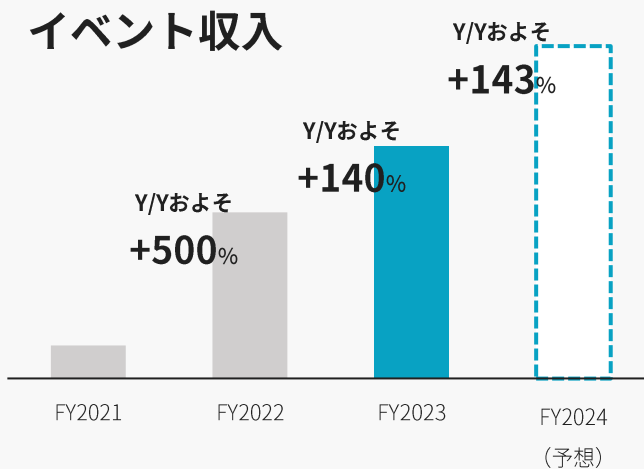
動画広告への需要増加に伴う、インフィード広告の需要低下や競合環境激化の影響あり

● プラットフォームビジネス: 今後の注力ポイント

イベント参加者数



イベント収入



FY2023 Q4のイベント（一例）

▼ Qiita Conference



▼ Qiita Career Meetup for STUDENT



Qiitaで広告収入に加えて イベントでの収益獲得にも注力

ブランド力の活用

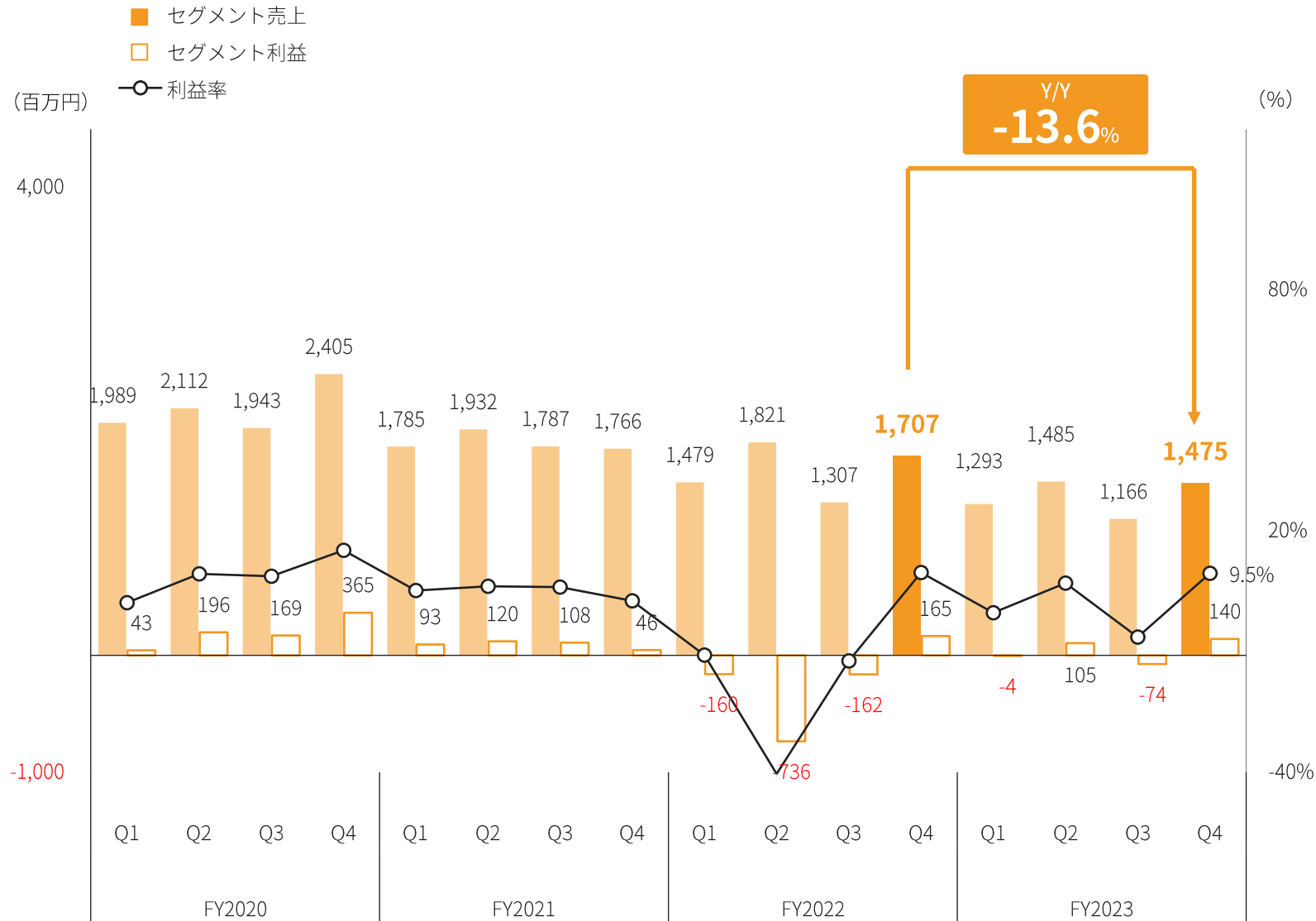
- 100万人のユーザーに対してイベント告知が可能
- Qiitaのブランド力を活かし、多数の企業とのコラボレーションを実現

イベントによる効果

- イベントを通じてQiitaの利用者増加、既存利用者の離反防止
- イベントでのアウトプット促進で記事投稿数増加
- ブランド力の更なる向上

エンターテインメント事業

● エンターテインメント事業: 四半期業績の推移



主な変動要因

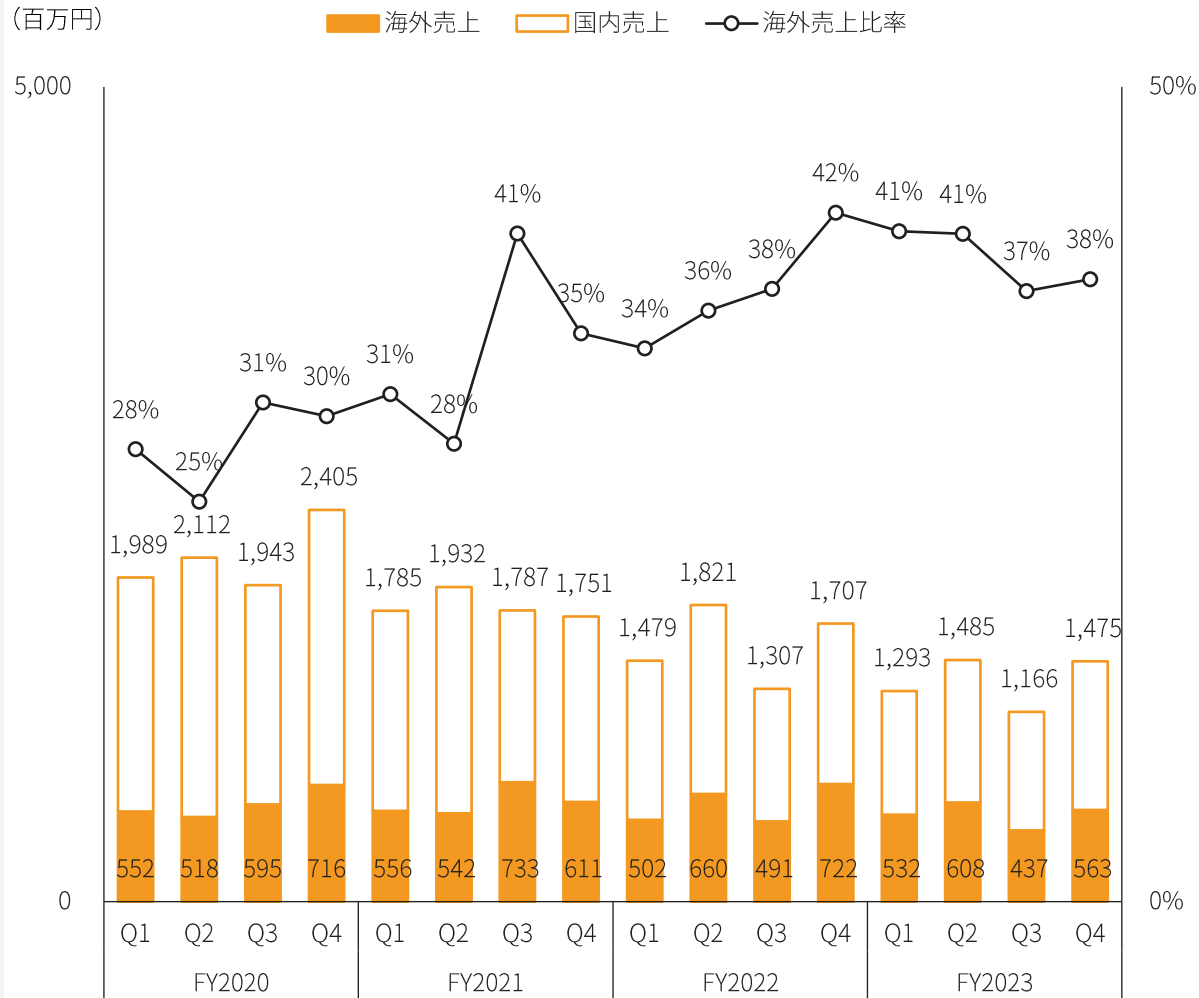
売上

既存タイトルのダウントレンドにより、全体でY/Yで減収

利益

新規タイトルへの投資はしつつも、既存タイトルの効率的な運用や経費抑制により、セグメント利益率はY/Yで維持

● エンターテインメント事業: 海外売上への四半期推移



配信国・地域	日本	米国	欧州連合	台湾/香港	韓国	東南アジア
	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●
	●			●	●	
	●	●	●	●	●	●
	●			●		
	●			●		
	●	英語版				
	●	英語版				

市場環境

従来のスマートフォンゲーム市場は拡大しているものの、大型タイトルの開発コストが肥大化している。

競合状況

従来のスマートフォンゲーム企業が、ハイパーカジュアルゲームやNFTゲーム含むWeb3領域にも挑戦し始めている。

自社状況

開発コストが肥大化しているスマートフォンゲーム市場へ集中投下するのではなく、許容できるリスク規模の成長市場にも挑戦。

従来のスマートフォンゲームについては、マルチデバイス展開でグローバルに訴求し、開発費増大のリスクに関しては、協業により負担を軽減。

パイプラインを再編し、3つの分野で開発・運営を進める

① マルチデバイスゲーム

企画/開発中

2本

② ハイパーカジュアルゲーム

企画/開発中

複数

リリース済

1本

③ Web3サービス (NFTゲーム含む)

企画/開発中

複数

リリース済

1本

新作オリジナルNFTゲーム「Crypt Busters」

IVS 2023 KYOTO に出展

6月末に開催された「**IVS 2023 KYOTO**」にてWeb3ゲーム体験コーナーに出展。国内外の多くの方に「Crypt Busters」を試遊いただいた。

7/25に実施したプレセールが完売！

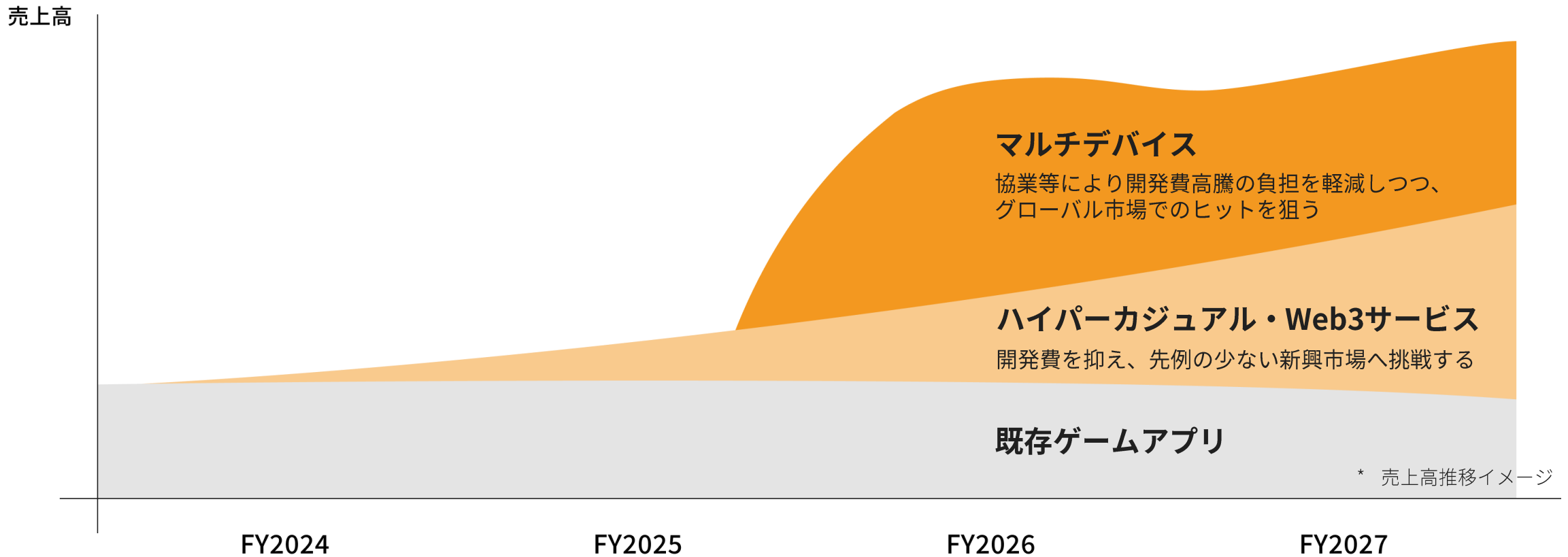
7月25日に実施した、NFTプレセール（先行販売）「プレミアムセール」において、兵士NFT12体セットのパックを1,250パック先行販売し、

予定販売数が完売！

そして、8月3日にサービスを開始しました。

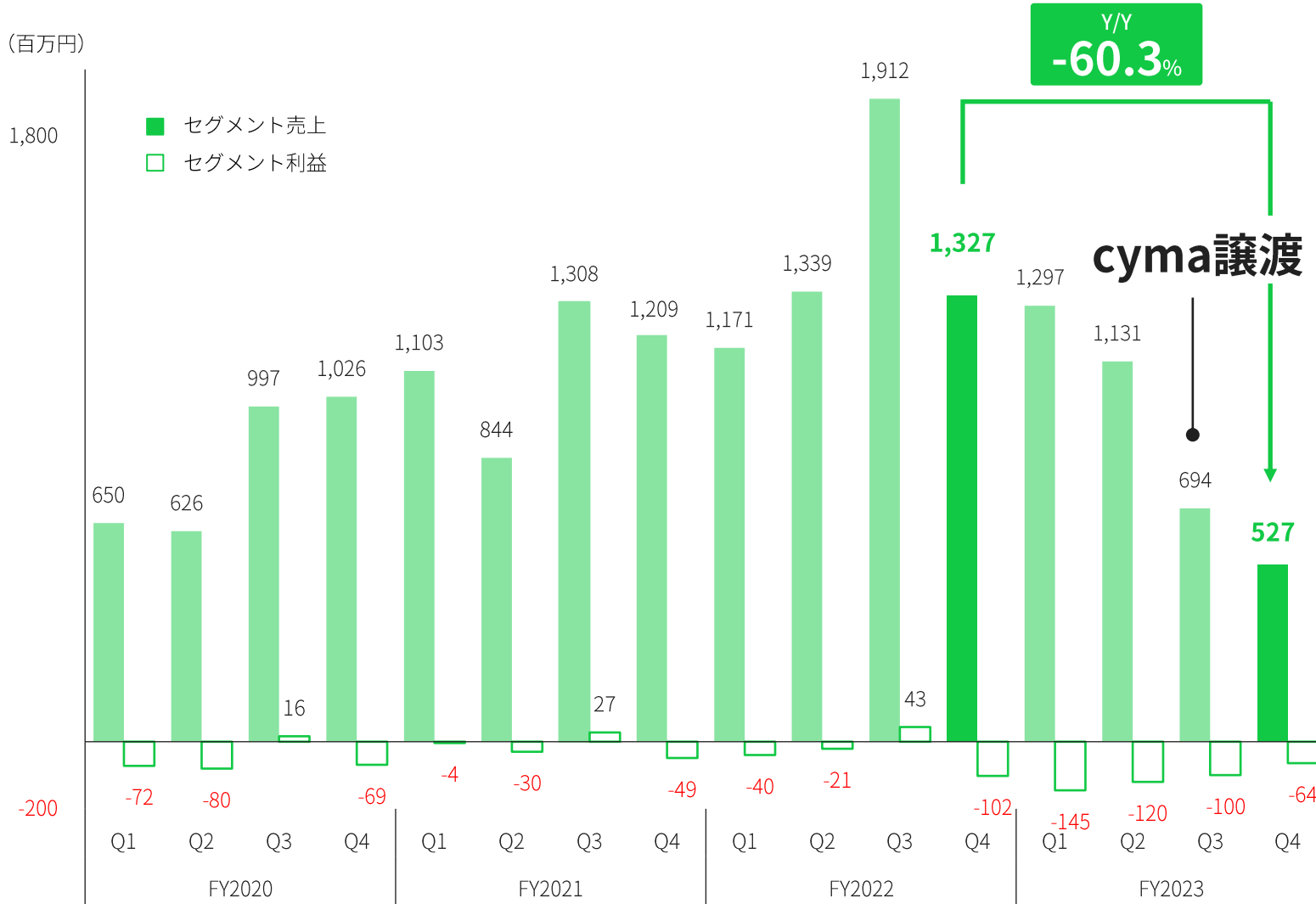


大きな収益寄与が見込まれるマルチデバイス開発期間は長いので、 ハイパーカジュアルゲーム・Web3サービスで売上高の底上げを狙う



EC事業

● EC事業: 四半期業績の推移



※ FY2023Q1よりセグメント区分を変更しております。記載の数値は、ライフスタイルサポート事業及びEC事業のセグメント区分変更後の数値です。

主な変動要因

売上

化粧品ブランドがY/Yで大幅増収となるも、2023/3/1付での「cyma」譲渡に伴い、全体ではY/Yで大幅減収

利益

「OBREMO」への投資を拡大しつつも、「lujo」が四半期黒字化したことで、Y/Yで赤字幅縮小

- ・ 自転車専門通販サイト「cyma-サイマ-」は2023年3月1日付で譲渡しております。詳細は適時開示をご参照ください。
- ・ ドッグフードブランド「OBREMO (オブレモ)」は2021年8月30日よりサービスを開始しております。
- ・ 化粧品ブランド「lujo (ルジョー)」は2020年3月10日よりサービスを開始しております。

化粧品ブランド「lujo」が四半期黒字化達成！

強みの掛け合わせにより、継続的な売上高成長、そしてFY2023 Q4において四半期黒字化を達成

売れる商品（商品企画力）

- 徹底的なマーケットインで、顧客ニーズを的確に捉え、売れる確信のある商品のみ開発・販売
- 直接顧客に販売し仲介者を挟まないため、販売後も顧客の反応を見て、商品を改善



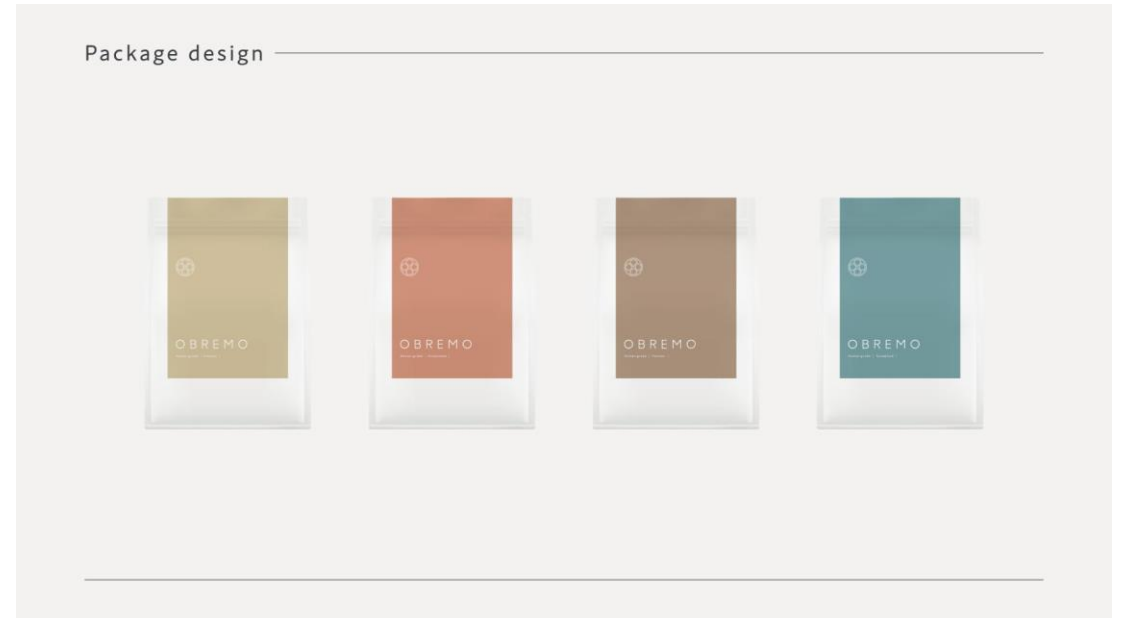
売る力（訴求力）

- ライフスタイルサポート事業で培ったデジタルマーケティングスキル・ノウハウの活用
- PDCAをスピーディーに回せる体制・基盤整備

- ✓ 同組織内にデザイナー・エンジニアが在籍しているため、マーケティング施策を迅速に実施可能
- ✓ メインの販売チャンネルをWebにすることにより行動データの蓄積、販売動向のモニタリング環境、分析に必要な状態を高精度で構築でき、高速PDCAを実現

ドッグフードブランド「OBREMO」、ブランドリニューアル

ドッグフードブランド「OBREMO」において、ブランドの価値向上を目的に、ブランドのリニューアルを実施。ロゴ・パッケージ、及び「愛犬と食卓を囲もう」というタグラインへ刷新。



- 詳細は、[プレスリリース](#)をご参照ください

4. FY2024 業績・配当予想

● FY2024 連結業績予想

	FY2024			(参考) FY2023	
	業績予想 (百万円)	構成比 (%)	Y/Y (%)	実績 (百万円)	構成 (%)
売上高	28,700	100.0	104.2	27,552	100.0
ライフスタイルサポート	20,300	70.7	109.8	18,480	67.1
エンターテインメント	5,900	20.6	108.8	5,421	19.7
EC	2,500	8.7	68.5	3,651	13.3
営業利益	600		110.3	543	
ライフスタイルサポート	1,365	—	77.5	1,760	—
エンターテインメント	280	—	168.2	166	—
EC	-165	—	—	-431	—
共通部門	-880	—	—	-951	—
当期純利益	360		251.2	143	

安定的な株主還元を目指し、一株当たり16.0円

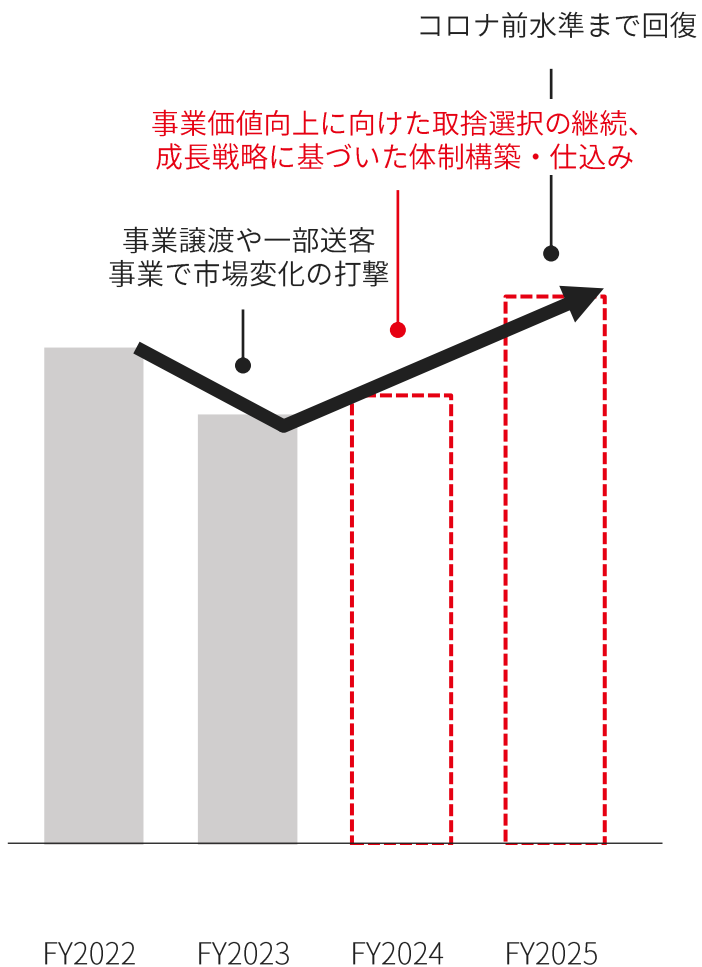
配当方針である継続的且つ安定的な株主還元を目指し、FY2023から据え置きの予想と致します。
還元方針に変更があれば速やかにお知らせ致します。

	FY2022 実績	FY2023 実績	FY2024 予想
基準日	07/31	07/31	07/31
1株当たり配当金	16.0円	16.0円	16.0円
純資産配当率	2.8%	3.0%	—

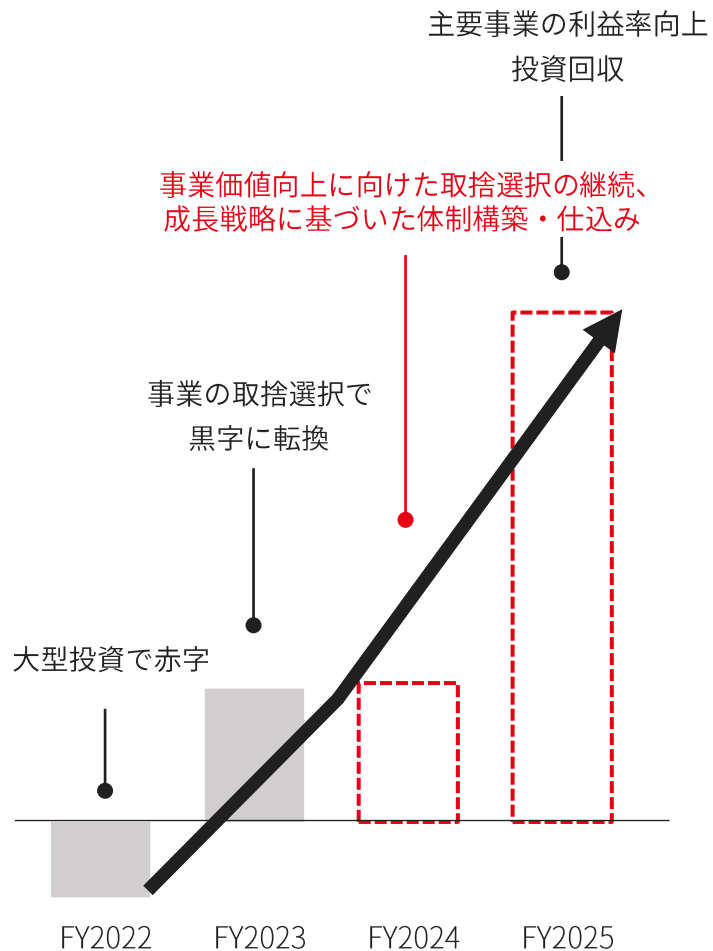
5. 今後の方針・取組

● 今後の方針・取組: 収益推移のイメージ

売上高推移



営業利益推移



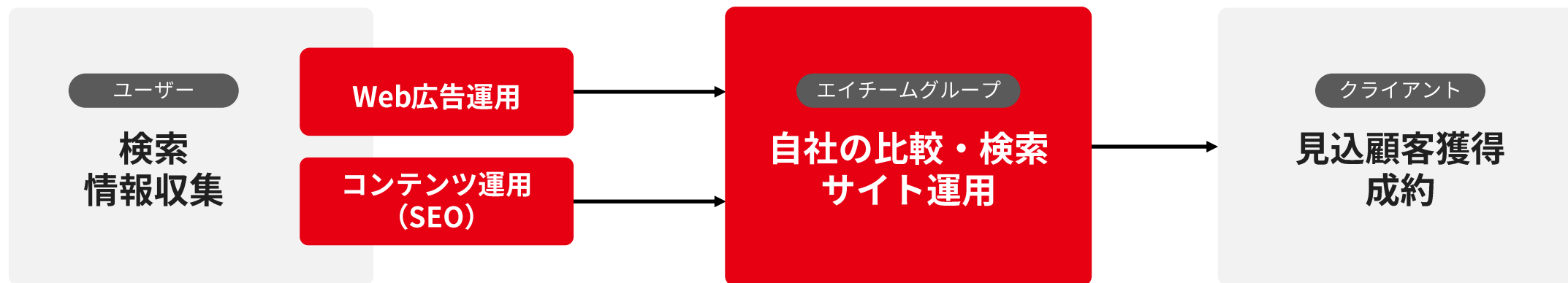
2025年7月末までに、プライム市場の上場維持基準達成を目指す*にあたり、FY2025において、売上高はコロナ前水準までの回復を狙い、営業利益は利益体質に戻したFY2023をベースに更なるジャンプアップを目指す。

FY2025での再成長を狙うべく、FY2024は、事業価値向上に向けた取捨選択は継続的に行いつつ、新たに策定した成長戦略（詳細は後述記載）に基づいた体制構築や仕込みを実施していく。

* 2022年10月27日に「上場維持基準の適合に向けた計画書」を開示しておりますが、当計画書に基づく進捗状況に関しては、2023年7月末時点の適合状況及び東京証券取引所の審査結果を確認後、10月中に進捗状況をお知らせいたします。

当社グループの強み: デジタルマーケティング力

当社グループの主力事業であるライフスタイルサポート事業のデジタルマーケティング支援ビジネスにおいて、高い収益性*を実現できている要因は、デジタルマーケティング力にある。

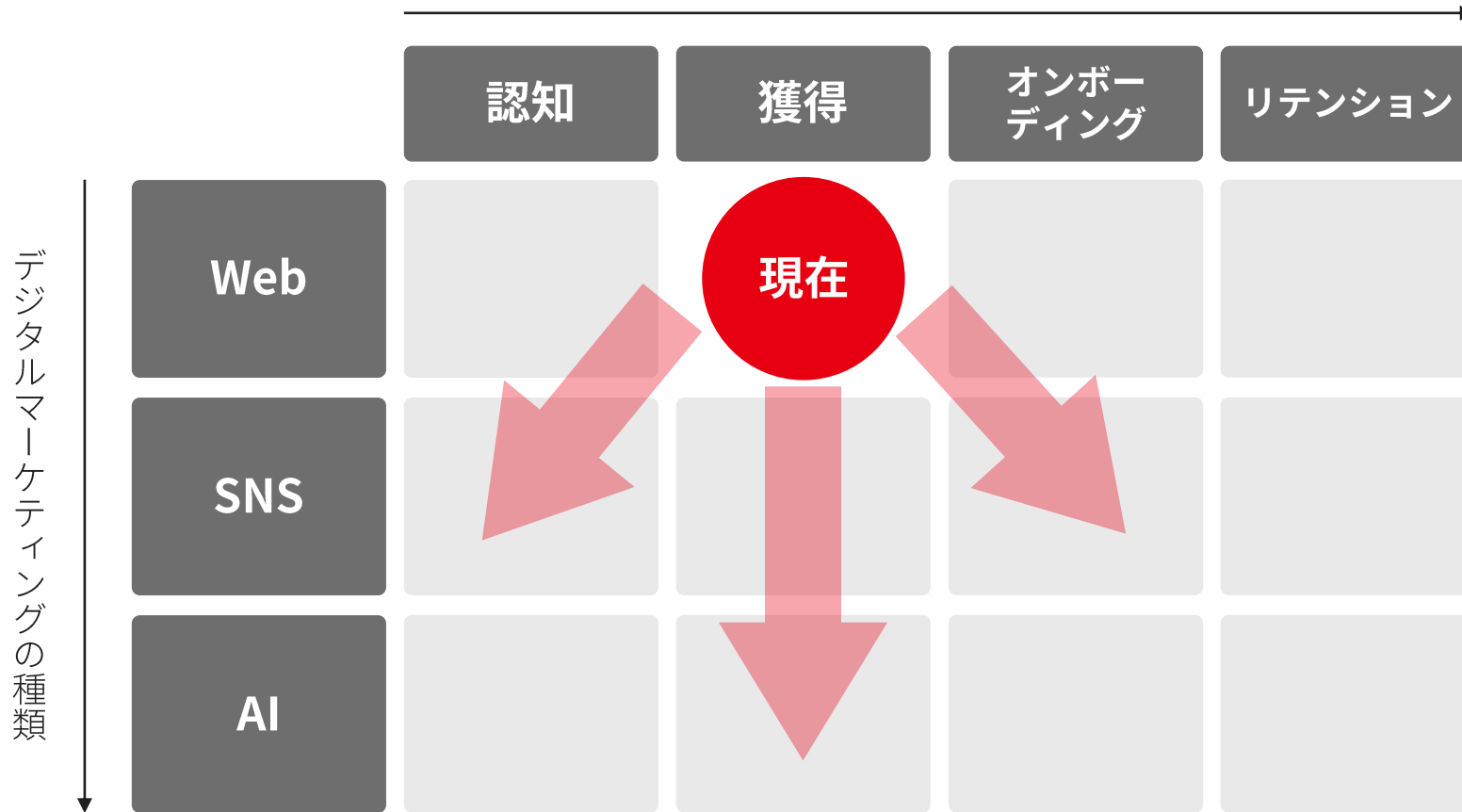


**広告運用・コンテンツ運用・自社サイト運用を
自社で統合して実施し、他社にはないデジタルマーケティング力を実現**

* ライフスタイルサポート事業に占めるデジタルマーケティング支援ビジネスの割合は96.5%であり、ライフスタイルサポート事業はFY2023通期において、全社売上高の67.1%を占め、営業利益率は9.5%です。

現状の強みを他領域・プロセスの機能も強化していく

マーケティングプロセス



現在の明確な強みは、

WEBでの獲得領域

他の領域・プロセスでも強みを発揮できるように

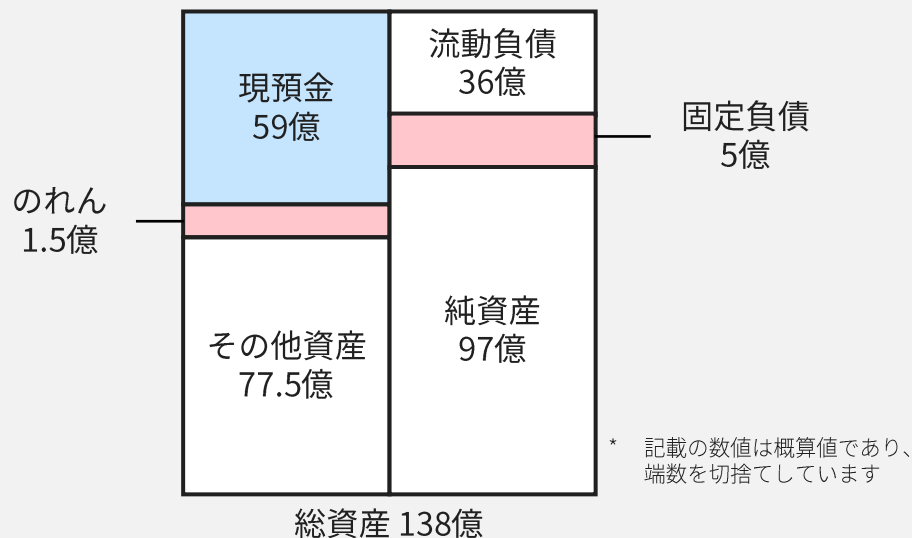
**オーガニック成長、
インオーガニック成長**

を目指し、投資していく

資金調達及び投資による財政状態の変化イメージ

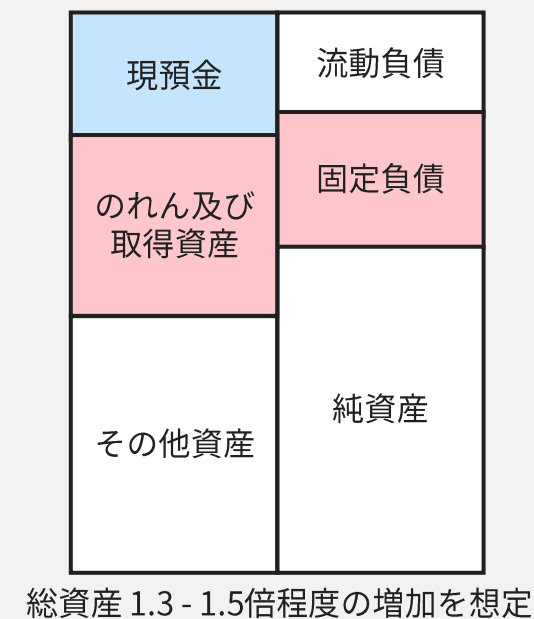
現状のB/S

自己資本比率70%、かつ実質無借金であり、
現預金比率が高く非常に安全性の高い資本構成。
一方で、資本を有効活用できていない側面あり。



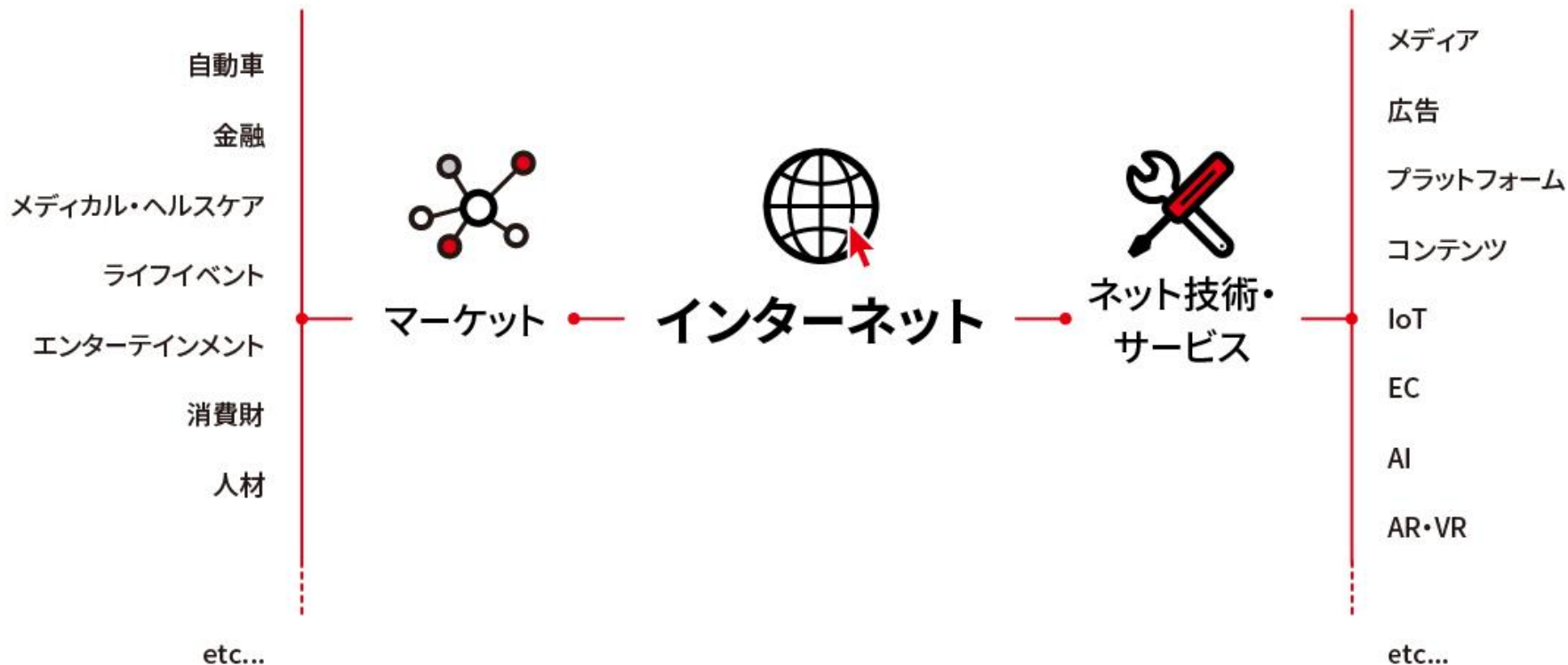
投資実行後の想定B/S

外部からの資金調達、積極的な投資を行うことで
のれん等を含む資産及び負債が大きく増加。
ただし、自己資本比率は一定の水準を維持。



APPENDIX：会社概要

エイチームはインターネットを軸に事業展開する総合IT企業です



● 会社概要（2023年7月31日現在）

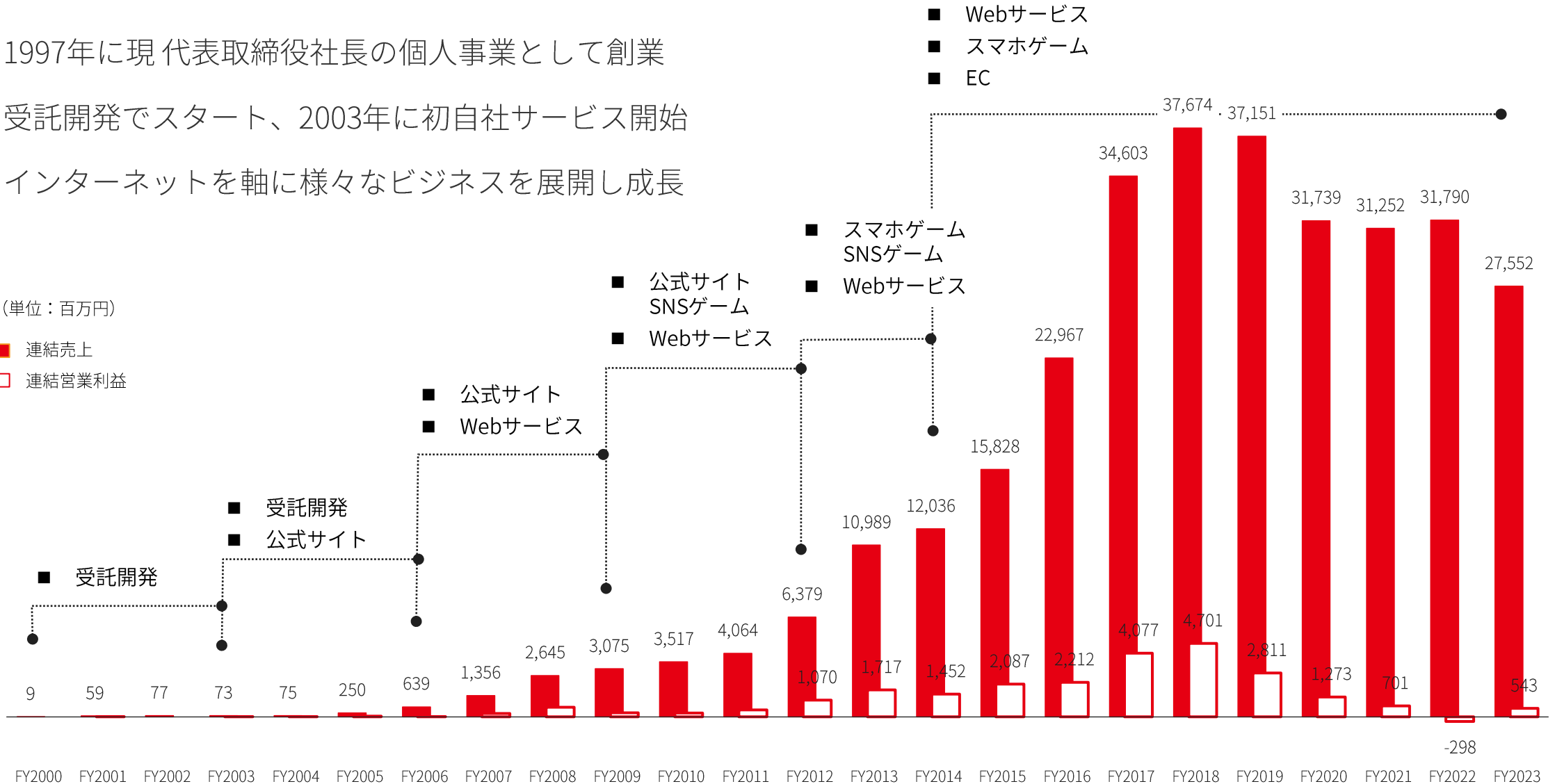
商号	株式会社エイチーム
証券コード	東証プライム 3662
設立	2000年2月29日
本社所在地	名古屋ビルヂング32F
代表取締役社長	林 高生
業種	情報・通信
セクター	インターネット・ゲーム
決算期	7月末
連結子会社数	8社（国内7社、海外1社）
連結社員数	872名（役員、アルバイトを除く）
単元株式数	100株



- 1997年に現代表取締役社長の個人事業として創業
- 受託開発でスタート、2003年に初自社サービス開始
- インターネットを軸に様々なビジネスを展開し成長

(単位：百万円)

■ 連結売上
□ 連結営業利益



インターネットを軸に様々なサービスを提供

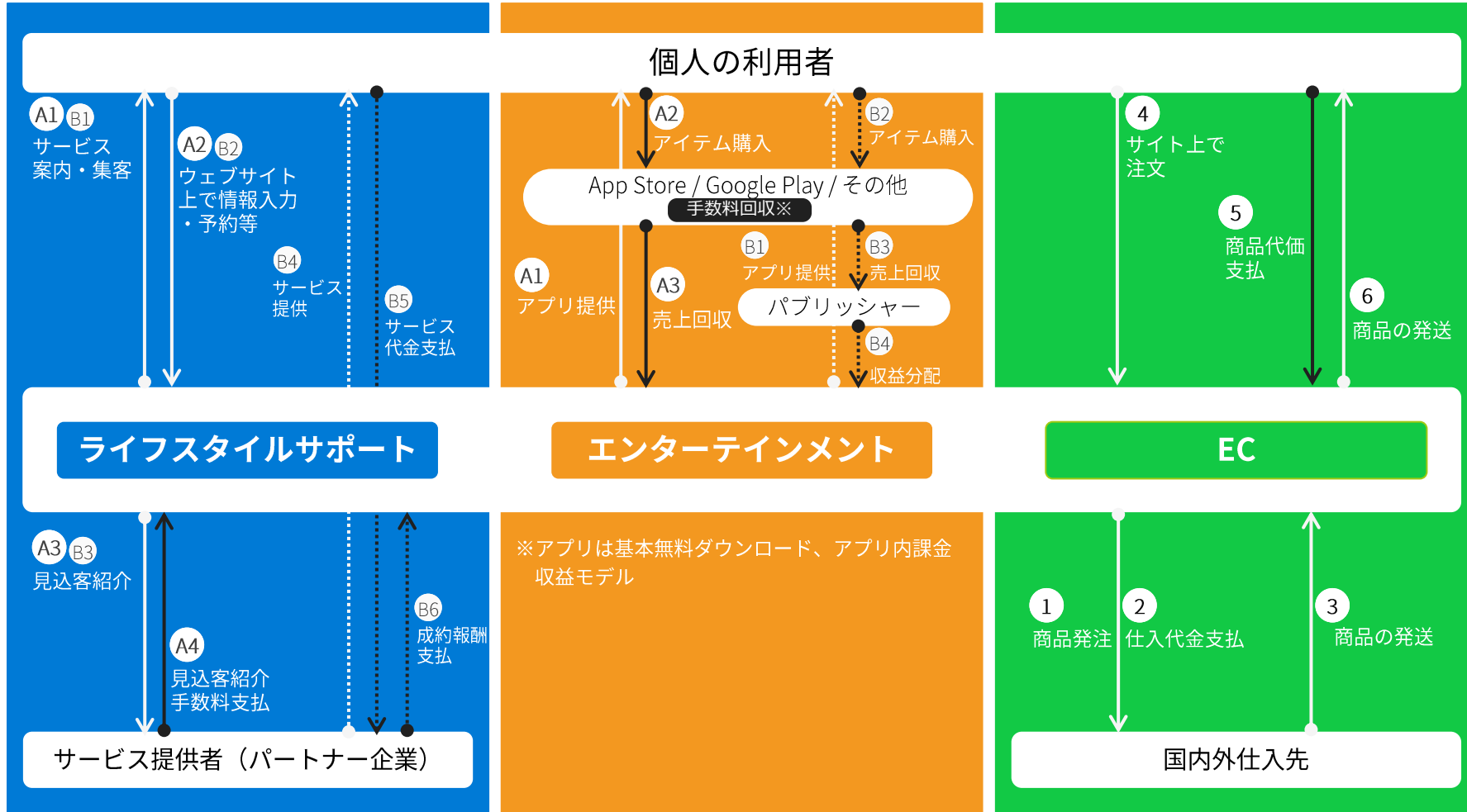


● ビジネスモデル

A …… メイン収益のビジネスモデル (実線矢印)
 B …… サブ収益のビジネスモデル (点線矢印)

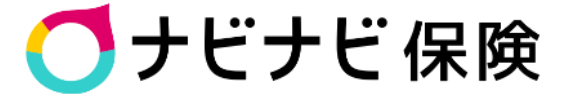
 …… 商流

 …… 金流



手数料 …… App Store及びGoogle Play等、アプリ配信専用プラットフォーム運営者への支払手数料。アプリ内課金収益から手数料差引後入金。売上はグロス計上

デジタルマーケティング支援ビジネス



プラットフォームビジネス



● エンターテインメント事業 主なラインナップ

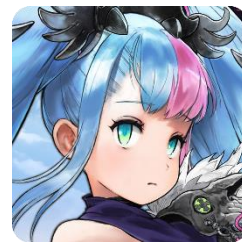
Game App



初音ミク
-TAP WONDER-



少女☆歌劇 レヴュースタァライト ヴァルキリーコネクト
-Re LIVE-



ユニゾンリーグ



三国BASSA!!



三国大戦スマッシュ!



ダービーインパクト



レギオンウォー



ダークサマナー

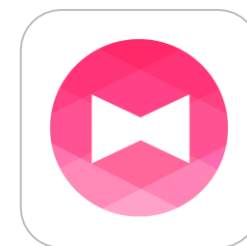
Tool App



ジャム



Game Boost Master



[+]HOME



快眠サイクル時計

ミッション

『エイチームの目指す姿』につなげる
中長期的成長の実現ならびに企業価値向上の加速

M & A

- 既存事業の競争力強化につながると想定される企業や事業
 - ・ ライフスタイルサポート：シェア拡大やシナジーが見込まれる事業、関連メディア等
 - ・ エンターテインメント：ユーザーを獲得・確保するための国内外のメディア等
 - ・ EC：国内外のECサイト等
- 自社で容易に参入できない、参入に時間のかかる事業を持つ企業

ベンチャー
投資

- 自社参入は不確実性が高いものの、中長期視点で魅力度の高い事業ドメインや技術を持つ、未上場ベンチャー企業への出資
- エイチームのノウハウを活かすことにより、大きな成長が見込める事業を展開する、未上場ベンチャー企業への出資及び業務提携

APPENDIX :

サステナビリティへの取組

社内報アワード2023 紙社内報部門にて、 「Ateamかぞく報 vol.1」 がブロンズ賞を受賞



ウィズワークス株式会社の社内報総合研究所が主催する「社内報アワード2023」の「紙社内報部門／1冊子（20ページ以上）」において、当社のご家族向け社内報「Ateamかぞく報 vol.1」がブロンズ賞を受賞。

受賞ポイントとしては、「冊子のコンセプトや構成が経営理念をダイレクトに表現しており、社員のご家族に安心してもらい、さらに応援してもらうツールに仕上がっている」等が評価された。

詳細: <社内報アワード2023>紙社内報部門にて、ご家族向け社内報の「Ateamかぞく報 vol.1」がブロンズ賞を受賞
(2023年8月23日)

APPENDIX：主な経営指標

● P/L (FY2021 Q1 - FY2023 Q4)

(百万円)

	FY2021				FY2022				FY2023			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
売上高	7,493	7,377	8,637	7,742	7,334	7,647	8,559	8,249	7,134	7,339	6,771	6,307
Q/Q 増減率 (%)	+2.1	-1.5	+17.1	-10.4	-5.3	+4.3	+11.9	-3.6	-13.5	+2.9	-7.8	-6.9
※ライフスタイルサポート	4,604	4,600	5,541	4,766	4,683	4,485	5,339	5,214	4,543	4,722	4,909	4,303
エンターテインメント	1,785	1,932	1,787	1,766	1,479	1,821	1,307	1,707	1,293	1,485	1,166	1,475
※EC	1,103	844	1,308	1,209	1,171	1,339	1,912	1,327	1,297	1,131	694	527
売上原価	1,855	1,832	2,194	2,310	2,076	2,058	2,378	1,950	1,492	1,534	1,066	969
原価率 (%)	24.8	24.8	25.4	29.8	28.3	26.9	27.7	23.6	20.9	20.9	15.7	15.4
販売管理費	5,259	5,702	6,083	5,311	5,510	6,480	6,011	5,623	5,428	5,807	5,542	5,167
販売管理費率 (%)	70.2	77.3	70.4	68.6	75.1	84.7	70.2	68.1	76.0	79.1	81.8	81.9
費用総額 (売上原価+販売管理費)	7,114	7,535	8,278	7,622	7,587	8,538	8,390	7,573	6,920	7,342	6,608	6,136
人件費・採用費	1,548	1,582	1,585	1,556	1,590	1,557	1,519	1,282	1,456	1,436	1,354	1,346
広告宣伝費	2,843	3,153	3,521	2,861	3,057	3,980	3,602	3,357	3,191	3,297	3,515	3,131
広告宣伝費率 (%)	37.9	42.7	40.8	37.0	41.7	52.1	42.0	40.7	44.7	44.9	51.9	49.7
※ライフスタイルサポート	2,502	2,791	3,117	2,404	2,615	2,793	3,205	2,836	2,658	2,832	3,109	2,726
エンターテインメント	128	126	111	127	131	874	81	132	65	96	75	65
※EC	195	217	271	312	293	295	298	372	454	355	317	325
支払手数料等	1,114	1,329	1,358	1,378	1,264	1,100	1,088	1,266	837	976	774	804
外注・サーバー費	457	464	502	633	576	552	463	436	365	308	284	284
オフィス賃料	299	298	270	260	266	260	243	241	238	237	214	200
その他費用	851	705	1,039	931	832	1,087	1,472	988	831	1,085	464	369
営業利益	378	-157	359	120	-252	-891	180	664	213	-2	162	170
Q/Q 増減率 (%)	70.3	-141.6	-	-66.5	-309.4	-	-	268.3	-67.8	-	-	104.7
※ライフスタイルサポート	525	101	526	438	197	121	527	808	595	326	555	283
エンターテインメント	93	120	108	46	-160	-736	-162	165	-4	105	-74	140
※EC	-4	-30	27	-49	-40	-21	43	-102	-145	-120	-100	-64
共通部門	-235	-349	-302	-315	-249	-253	-228	-206	-231	-313	-217	-189
営業利益率 (%)	5.1	-	4.2	1.6	-	-	2.1	8.0	2.9	-	2.4	2.7
経常利益	393	-30	370	183	-242	-893	201	715	231	-4	202	289
親会社株主に帰属する四半期純利益	258	483	239	-103	-145	-584	-104	-502	225	-271	153	141
人員数	1,162	1,182	1,197	1,155	1,129	1,171	1,092	1,069	1,019	991	931	910
※ライフスタイルサポート	624	647	649	612	590	636	591	561	※512	※487	※466	452
エンターテインメント	378	375	378	374	371	364	346	352	340	344	343	338
※EC	58	59	63	60	58	55	55	55	※71	※69	※32	30
共通部門	102	101	107	109	110	116	100	101	96	91	90	90

※ FY2021~FY2023のセグメント区分変更適用後のPLを反映しております。但し、人員数のみFY2023以降のみを適用後とし、FY2023よりは適用前の数字を反映しております。

● P/L (FY2017 - FY2023)

(百万円)

	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023
売上高	34,603	37,674	37,151	31,739	31,252	31,790	27,552
Y/Y増減率 (%)	+50.7	+8.9	-1.4	-14.6	-1.5	+1.7	-13.3
※ライフスタイルサポート	13,342	18,955	22,507	19,988	19,514	19,723	18,480
エンターテインメント	19,259	16,168	12,577	8,450	7,272	6,316	5,421
※EC	2,001	2,550	2,066	3,301	4,465	5,751	3,651
売上原価	5,669	6,960	7,518	7,654	8,193	8,463	5,062
原価率 (%)	16.4	18.5	20.2	24.1	26.2	26.6	18.4
販売管理費	24,855	26,012	26,820	22,811	22,357	23,625	21,945
販売管理費率 (%)	71.8	69.0	72.2	71.9	71.5	74.3	79.7
費用総額 (売上原価+販売管理費)	30,525	32,973	34,337	30,465	30,550	32,089	27,008
人件費・採用費	3,807	4,754	6,032	6,274	6,273	5,949	5,594
広告宣伝費	14,018	14,805	15,048	12,444	12,380	13,998	13,136
広告宣伝費率 (%)	40.5	39.3	40.5	39.2	39.6	44.0	47.7
※ライフスタイルサポート	7,547	10,385	12,204	11,284	10,815	11,450	11,326
エンターテインメント	5,895	3,785	2,355	706	494	1,219	302
※EC	335	330	247	363	997	1,261	1,452
支払手数料等	7,318	6,117	5,387	4,662	5,180	4,719	3,392
外注・サーバー費	1,198	2,277	2,574	2,114	2,058	2,029	1,243
オフィス賃料	879	1,080	1,179	1,142	1,129	1,011	891
その他 (費用総額-上記費用)	3,303	3,937	4,115	3,826	3,081	4,380	2,750
営業利益	4,077	4,701	2,811	1,273	701	-298	543
Y/Y増減率 (%)	+84.3	+15.3	-40.2	-54.7	-44.9	—	—
※ライフスタイルサポート	1,929	3,096	3,239	2,059	1,592	1,655	1,760
エンターテインメント	3,820	3,587	1,532	776	369	-894	166
※EC	-178	-211	-310	-206	-57	-122	-431
共通部門	-1,493	-1,751	-1,648	-1,341	-1,203	-937	-951
営業利益率 (%)	11.8	12.5	7.6	4.0	2.2	—	2.0
経常利益	4,118	4,730	2,809	1,249	895	-219	711
税引前当期純利益	3,854	4,732	2,354	0	1,511	-734	432
親会社株主に帰属する当期純利益	2,579	3,306	1,473	-519	877	-1,337	143
人員数	726	944	1,118	1,177	1,162	1,082	910
ライフスタイルサポート	345	482	578	647	621	574	454
エンターテインメント	268	312	381	382	373	351	337
EC	46	62	57	56	61	55	31
共通部門	67	88	102	92	107	102	88

※ セグメント区分変更適用後のPLを反映しております。但し、人員数のみ区分変更前の数字を反映しております。

(百万円)

	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023
資産の部							
流動資産 ※	9,613	11,488	11,543	11,130	10,383	10,471	10,264
現預金	5,004	5,984	6,713	6,480	6,035	5,223	5,992
固定資産 ※	3,527	5,214	5,729	4,932	5,368	4,290	3,591
有形固定資産	1,666	1,684	1,711	1,384	1,195	844	389
無形固定資産	507	2,070	1,522	477	792	391	216
投資その他の資産	※ 1,353	1,459	2,495	3,070	3,380	3,055	2,985
資産合計	13,140	16,702	17,273	16,063	15,751	14,762	13,855
負債の部							
流動負債	5,202	4,464	4,031	3,847	3,640	4,205	3,621
固定負債	481	583	730	493	527	674	529
負債合計	5,683	5,047	4,761	4,340	4,168	4,880	4,151
有利子負債	632	186	—	—	—	—	—
純資産の部							
株主資本	7,361	11,566	12,452	11,663	11,232	9,088	8,969
自己株式	-1,177	-481	-438	-397	-1,394	-1,896	-1,862
新株予約権	96	85	85	82	82	—	—
純資産合計	7,456	11,655	12,511	11,722	11,582	9,882	9,704
負債・純資産合計	13,140	16,702	17,273	16,063	15,751	14,762	13,855

※ FY2019より「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」（企業会計基準第28号 2018年2月16日）を適用し「繰延税金資産」を「投資その他の資産」の区分に表示しております。上記にはFY2013の期首に当該会計基準を適用したと仮定して数値を記載しているため、過去に当社が発表した書類と異なる数値が含まれます。

● その他経営指標 (FY2017 - FY2023)

	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023
発行済株式総数 (株)	19,469,800	19,738,200	19,756,200	19,783,200	19,789,200	19,789,200	19,789,200
自己株式数 (株)	302,562	35,562	35,562	35,588	663,388	1,127,988	1,128,021
期中平均株式数 (株)	18,904,872	19,401,921	19,510,259	19,551,565	19,477,509	18,651,778	18,551,109
EPS (1株当たり当期純利益、円)	136.45	170.40	75.52	-26.59	45.07	-71.68	7.73
EPS増減率 (%)	99.0	24.9	-55.7	—	—	—	—
ROA (総資産経常利益率、%)	36.2	31.7	16.5	7.5	5.6	-1.4	5.0
1株当たり純資産 (円)	389.0	593.7	636.32	594.54	605.98	533.23	523.06
1株当たり配当金額 (円)	27.00	32.50	16.00	16.00	16.00	16.00	16.00
中間配当額 (円)	5.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
配当総額 (百万円)	517	640	315	315	306	298	296
配当性向 (%)	19.8	19.1	21.2	—	35.5	—	207.0
株主資本比率 (%)	56.0	69.2	72.1	72.6	71.3	61.6	64.7
自己資本比率 (%)	56.0	69.3	71.9	72.5	73.0	66.9	70.0
ROE (自己資本当期純利益率、%)	41.8	34.9	12.3	-4.3	7.6	-13.1	1.5
ROIC (=①÷②、%)	34.1	27.9	14.1	7.6	4.3	-2.2	4.2
①税引き後営業利益 (百万円)	2,729	3,284	1,759	884	486	-207	377
②運転資本 (=③+④、百万円)	7,993	11,755	12,452	11,663	11,232	9,088	8,969
③株主資本 (百万円)	7,361	11,566	12,452	11,663	11,232	9,088	8,969
④有利子負債 (百万円)	632	186	—	—	—	—	—

年間スケジュール



お問い合わせ先

株式会社エイチーム 社長室 IR

E-mail : ir@a-tm.co.jp

ご意見 / ご質問 : [株主・投資家情報等に関するお問い合わせ](#)

- 株主・投資家情報 : <https://www.a-tm.co.jp/ir/>
- Shared Researchレポート : <https://sharedresearch.jp/ja/3662>
- Facebook Ateam IR ページ : <https://www.facebook.com/ateamir/>



Creativity×Techで、世の中をもっと便利に、 もっと楽しくすること

Combining Creativity and Tech to Deliver More Convenience and More Fun to All

本発表において提供される資料並びに情報は、いわゆる「見通し情報 (forward-looking statements)」を含みます。これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでいます。それらリスクや不確実性には、一般的な業界並びに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。