



2024.9.6

FY2024 通期 決算説明資料

株式会社エイチーム（証券コード：3662）

1. **FY2024 通期 連結決算概要**
2. **FY2024 Q4 連結決算概要**
3. **FY2024 Q4 セグメント別詳説**
4. **FY2025 業績・配当予想**
5. **成長戦略及びM & Aの進捗**

APPENDIX：会社概要

APPENDIX：主な経営指標

FY2024 通期決算 サマリー

売上高

23,917 百万円

Y/Y 86.8 %

営業利益

562 百万円

Y/Y 103.4 %

当期純利益

953 百万円

Y/Y 665.1 %

- Y/Yで減収増益、当期純利益は前年を大きく上回る
- ハイカジの売上高が計画から乖離、及びライフの外部環境等の変化により売上高は伸び悩み
- コスト適正化を図ることで、営業利益を確保

FY2024 Q4 サマリー

(2024.5 - 2024.7)

売上高

5,736 百万円

Y/Y 91.0%
Q/Q 91.5%

営業利益

418 百万円

Y/Y 245.4%
Q/Q 126.6%

当期純利益

376 百万円

Y/Y 265.5%
Q/Q 48.8 %

- Y/Y・Q/Qともに減収増益、営業利益はライフの利益貢献でけん引しつつ、ECの赤字幅の縮小が奏功
- 売上高が伸び悩むも、コスト管理の徹底・適正化により利益を確保

FY2025 予想

業績予想

| 売上高 | EBITDA | 営業利益 | 当期純利益 |
|---------------|--------------|--------------|------------|
| 25,000 百万円 | 1,250 百万円 | 1,000 百万円 | 560 百万円 |

期末配当予想

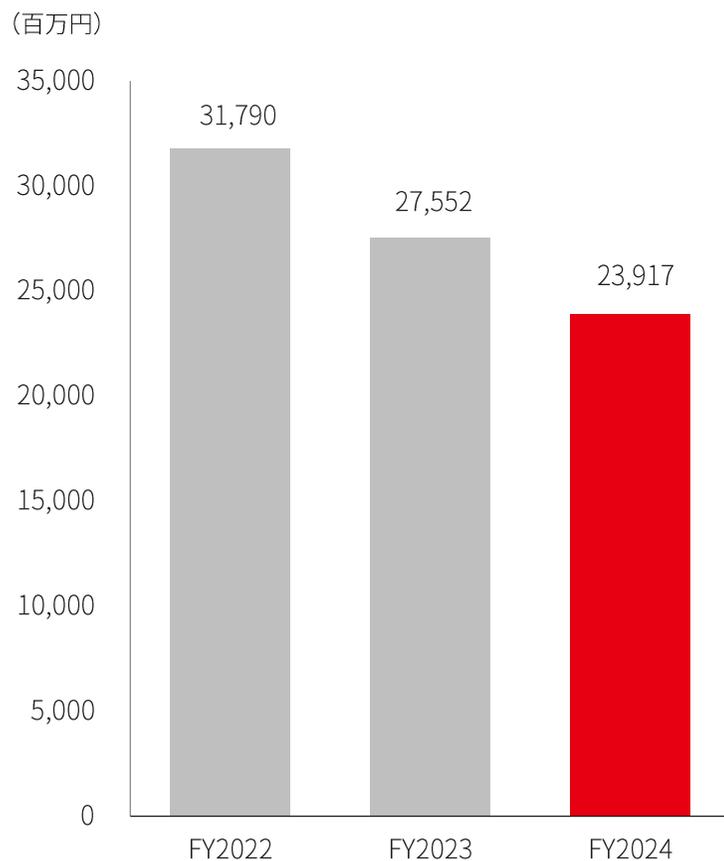
普通配当
22 円

- 中期経営計画（FY2025-FY2028）の初年度として経営管理を強化し、利益を確保する1年に
- 今後の継続的な利益成長を見込み、普通配当22円
- 予想に基づく配当性向は72.9%

1. FY2024 通期 連結決算概要

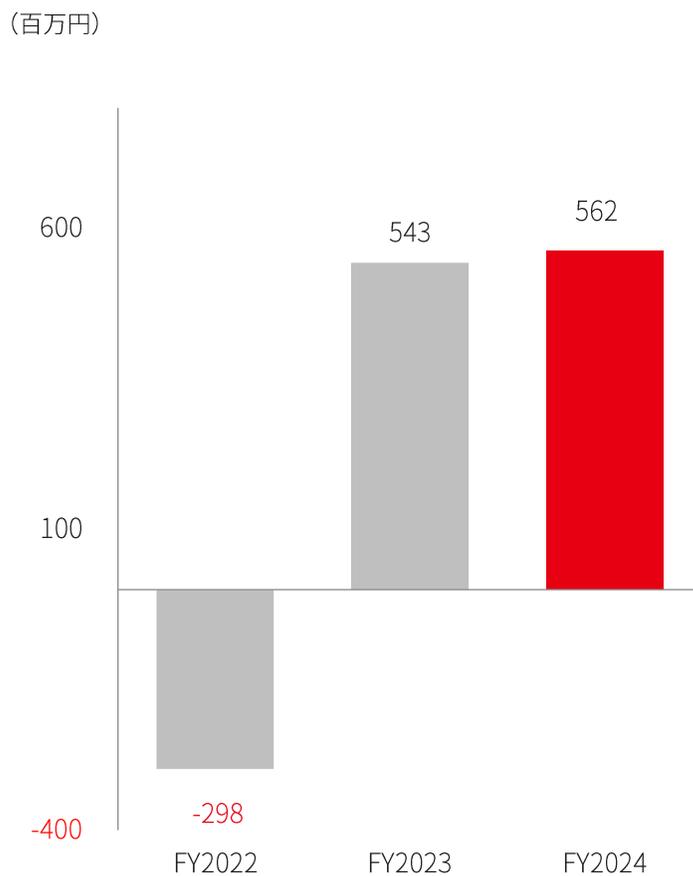
売上高

各セグメントで減収



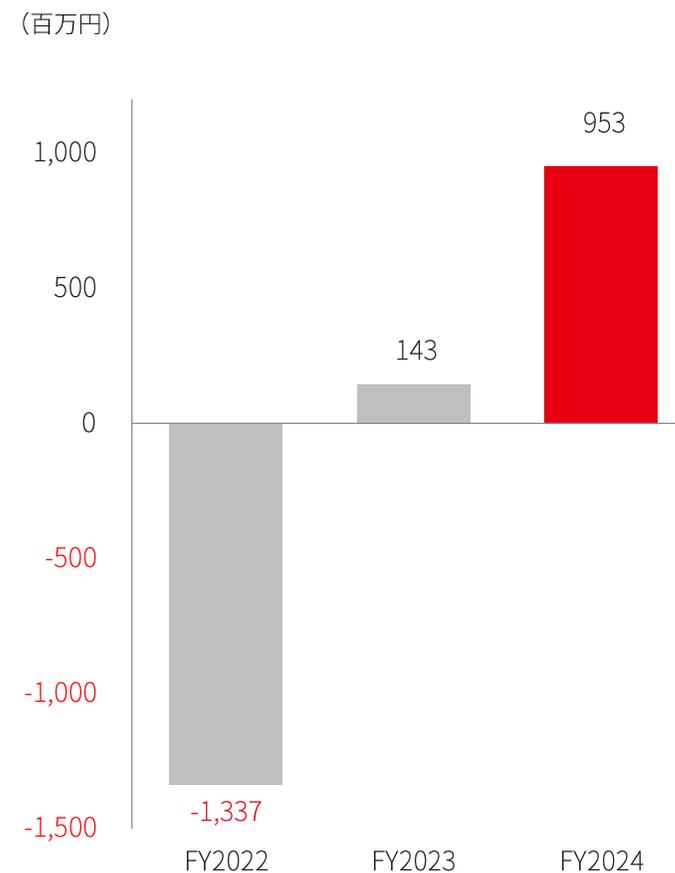
営業利益

減収しつつも利益は確保



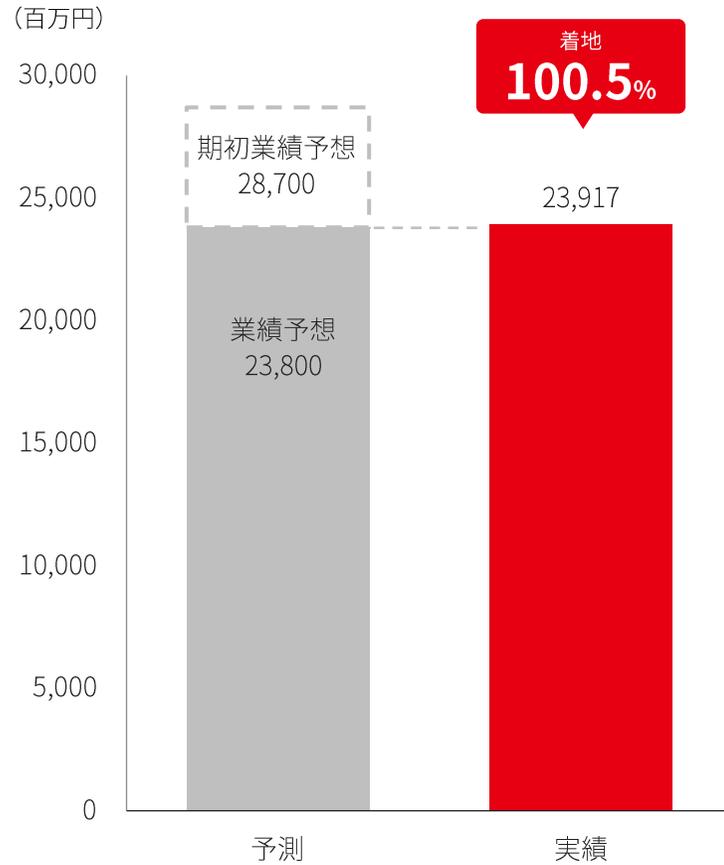
当期純利益

事業譲渡による特別利益計上



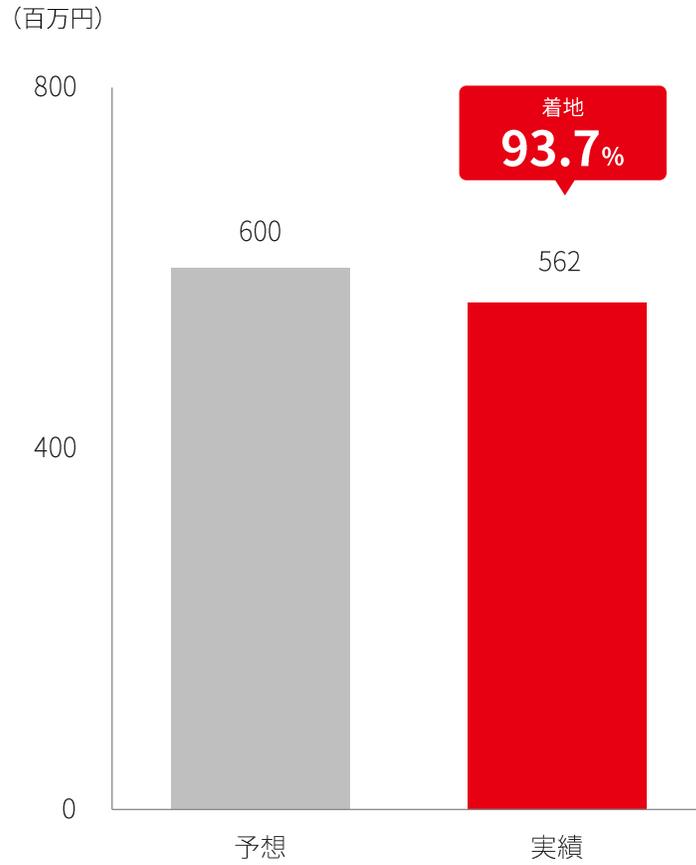
● 連結業績予想に対する着地

売上高

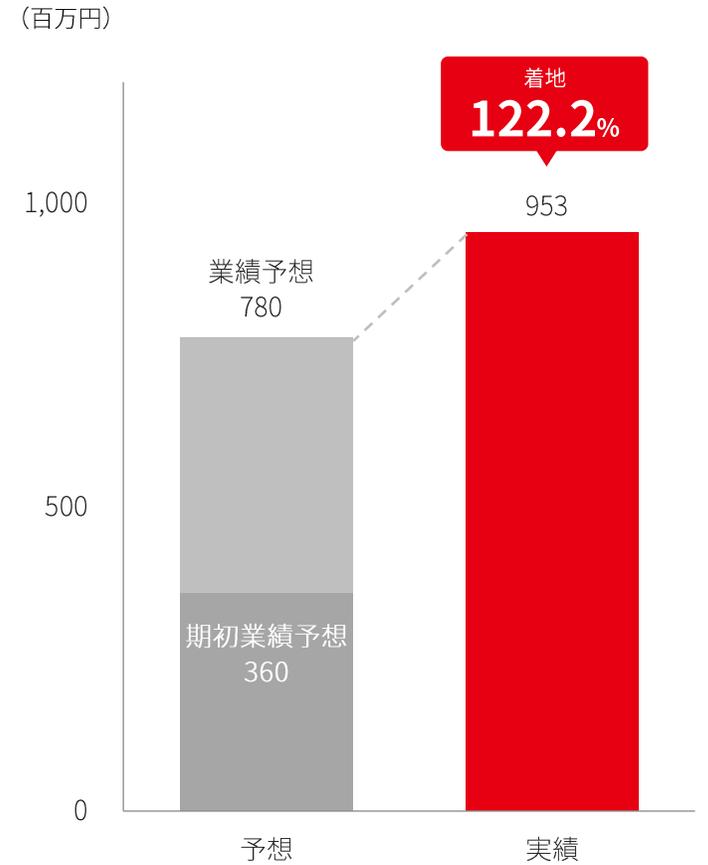


※ 2024年6月7日に開示した「業績予想及び期末配当予想の修正（増配）に関するお知らせ」の通り、FY2024 連結業績予想を修正しました。

営業利益



当期純利益

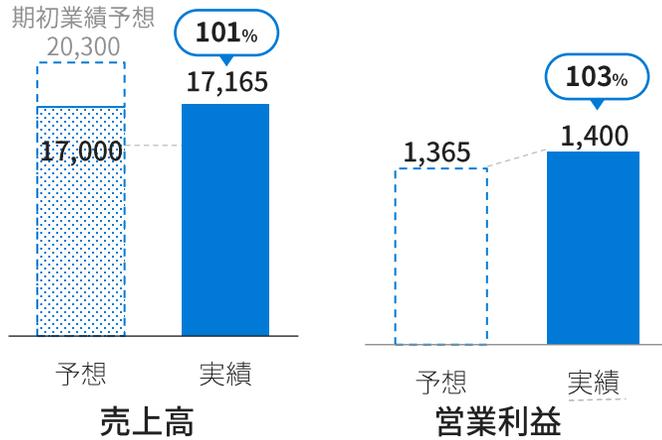


※ 2023年10月24日に開示した「特別利益の計上見込み及び業績予想の修正（上方修正）に関するお知らせ」の通り、FY2024 連結業績予想を修正しました。

● FY2024 セグメント別 通期決算サマリー (2023.8 - 2024.7)

(百万円)

ライフスタイル

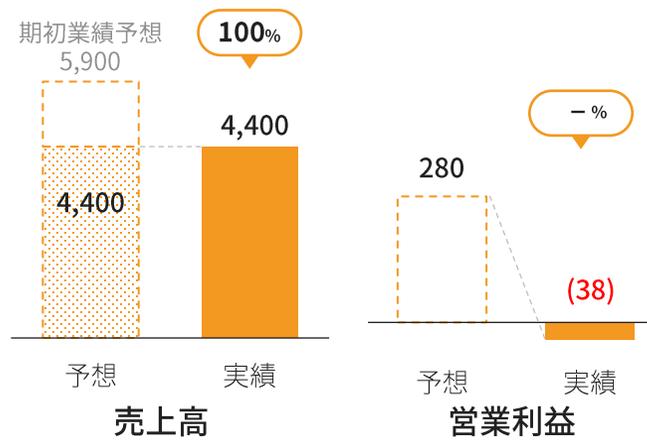


セグメント売上： 17,165 百万円
セグメント利益： 1,400 百万円

- Googleのコアアルゴリズムのアップデートに起因するSEO件数減少等により、期初売上高予想は下回るも、修正後予想通りに着地
- 広告宣伝費を含めたコスト最適化を実施し、営業利益を確保

(百万円)

エンタメ

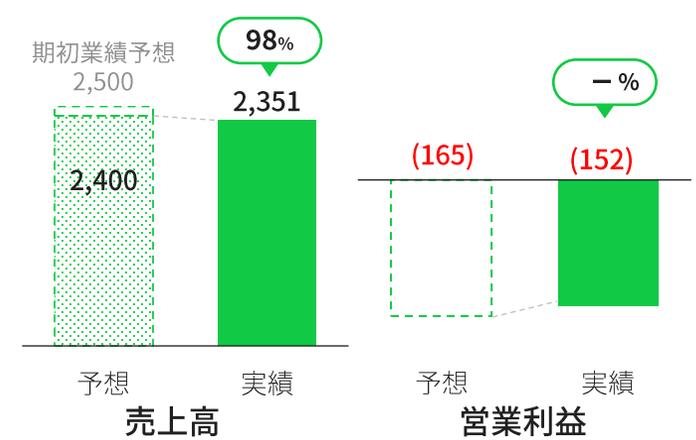


セグメント売上： 4,400 百万円
セグメント利益： -38 百万円

- 既存タイトルの減衰及びハイカジの計画乖離により、期初売上高予想を下回るも、修正後予想通りに着地
- ゲームアプリの運営効率化及び協業案件による利益確保を図るも、売上高減少による利益減少が上回り赤字

(百万円)

EC



セグメント売上： 2,351 百万円
セグメント利益： -152 百万円

- 「lujo」「OBREMO」で顧客獲得が計画通りに進捗したことにより、売上高及び営業利益が、概ね期初業績予想通りに着地

2. FY2024 Q4 連結決算概要

Y/Y・Q/Qで減収増益。売上高は伸び悩むものの、コスト管理の徹底・適正化により安定的に利益を確保し、大幅に増益。

全社

売上高

5,736 百万円

(Y/Y 91.0%, Q/Q 91.5%)

営業利益

418 百万円

(Y/Y 245.4%, Q/Q 126.6%)

当期純利益

376 百万円

(Y/Y 265.5%, Q/Q 48.8%)

Y/Y・Q/Qで減収増益。売上高が伸び悩むものの、コスト適正化により営業利益を確保

- ハイカジの売上高が計画から乖離、及びライフの外部環境等の変化により売上高は伸び悩み
- グループ全体でコスト適正化を図ることで営業利益は確保

| (百万円) | FY2024 | FY2023 | Y/Y | FY2024 | Q/Q | FY2024 | | 達成率 |
|-------|--------------|--------|---------|--------|---------|----------------------|--------|---------|
| | Q4 | Q4 | | Q3 | | 通期予想 | 着地 | |
| 売上高 | 5,736 | 6,307 | 91.0 % | 6,266 | 91.5 % | 23,800 ^{*1} | 23,917 | 100.5 % |
| 営業利益 | 418 | 170 | 245.4 % | 330 | 126.6 % | 600 | 562 | 93.7 % |
| 経常利益 | 396 | 289 | 137.0 % | 346 | 114.5 % | 600 | 609 | 101.5 % |
| 当期純利益 | 376 | 141 | 265.5 % | 771 | 48.8 % | 780 ^{*2} | 953 | 122.2 % |

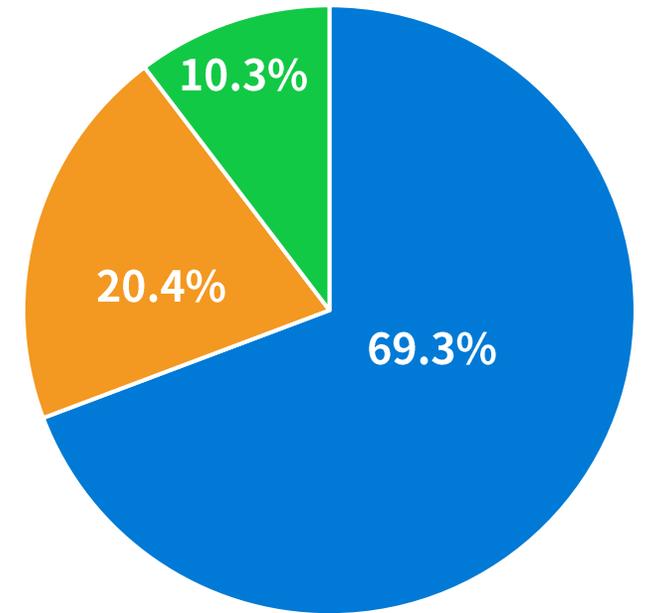
※ 1：2024年6月7日の適時開示「業績予想及び期末配当予想の修正（増配）に関するお知らせ」、※ 2：2023年10月24日の適時開示「特別利益の計上見込み及び業績予想の修正（上方修正）に関するお知らせ」

各セグメントの業績報告

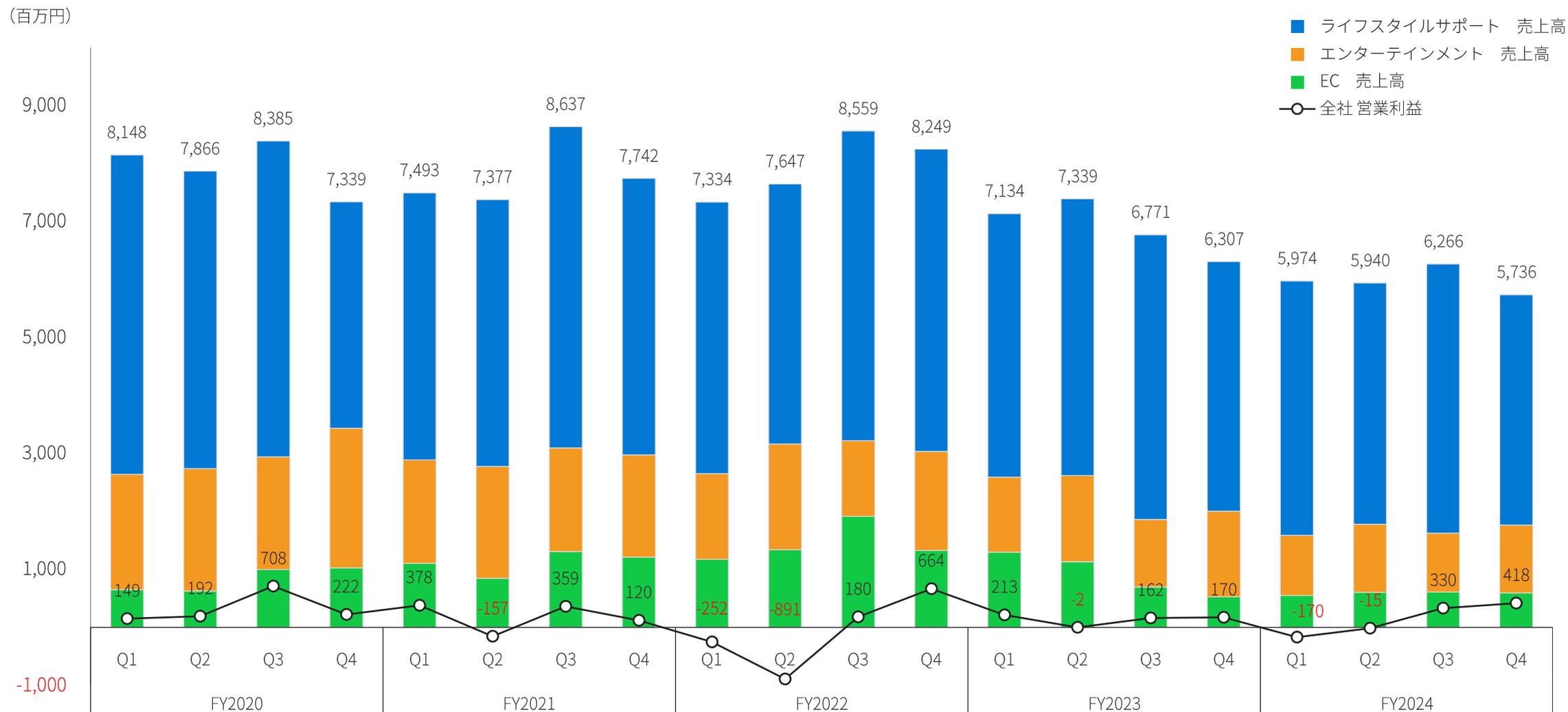
| (百万円) | セグメント売上 | | | セグメント利益 | | |
|-------------|---------|--------|--------|---------|--------|--------|
| | 実績 | Y/Y | Q/Q | 実績 | Y/Y | Q/Q |
| ライフスタイルサポート | 3,972 | 92.3% | 85.6% | 480 | 169.5% | 79.1% |
| エンターテインメント | 1,171 | 79.4% | 115.2% | 81 | 57.9% | -% |
| EC | 592 | 112.3% | 97.6% | -1 | -% | -% |
| 全社 | 5,736 | 91.0% | 91.5% | 418 | 245.4% | 126.6% |

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



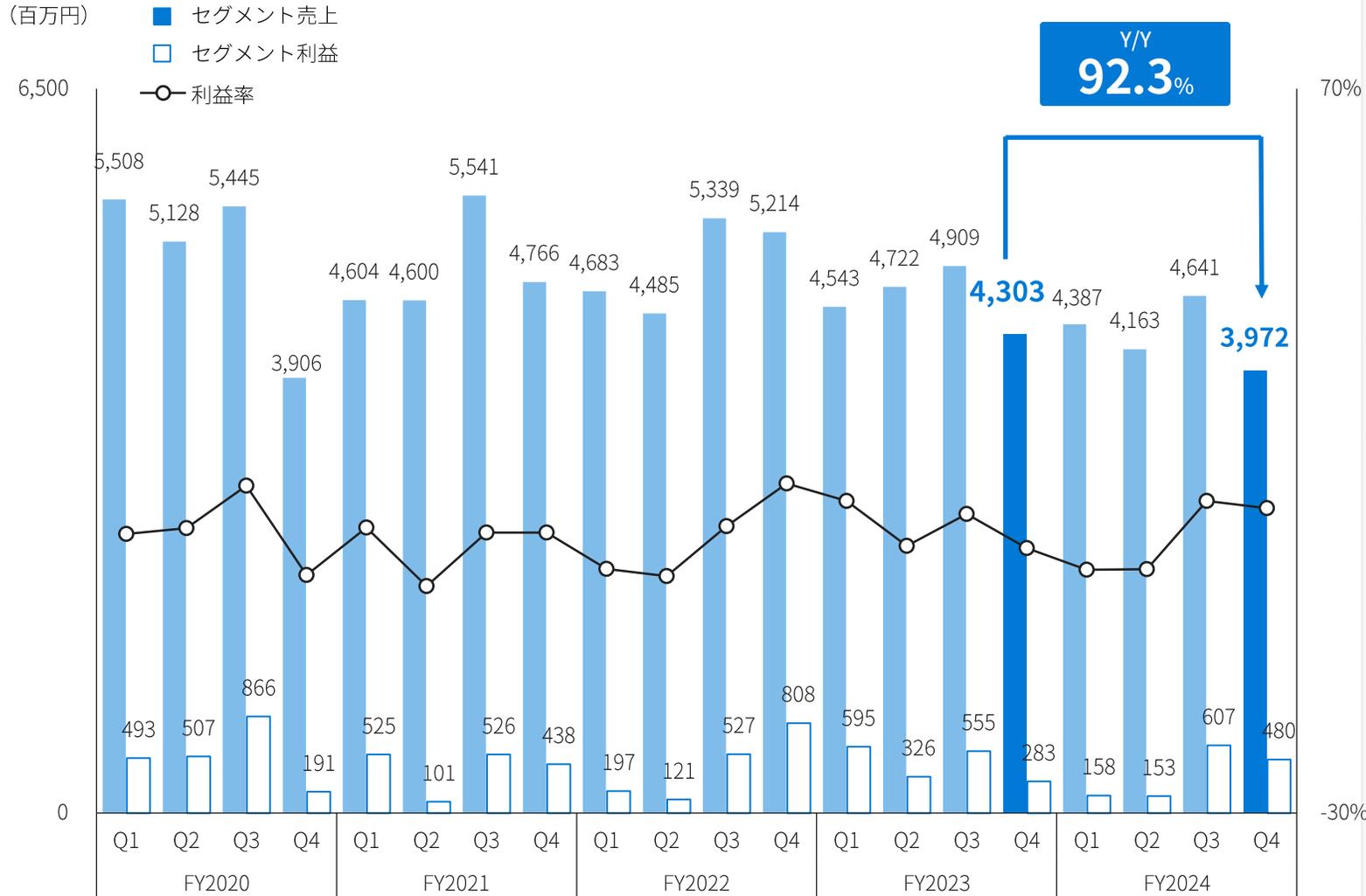
● 連結四半期業績の推移



※ 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. FY2024 Q4 セグメント別詳説

● 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 | 利益 |
|--------|----|----|
| 金融メディア | × | × |
| 自動車関連 | ◎ | ◎ |
| 引越し関連 | × | ◎ |
| 人材メディア | ○ | × |
| ブライダル | ◎ | ◎ |
| 保険代理店 | × | ◎ |
| Qiita | ○ | ◎ |

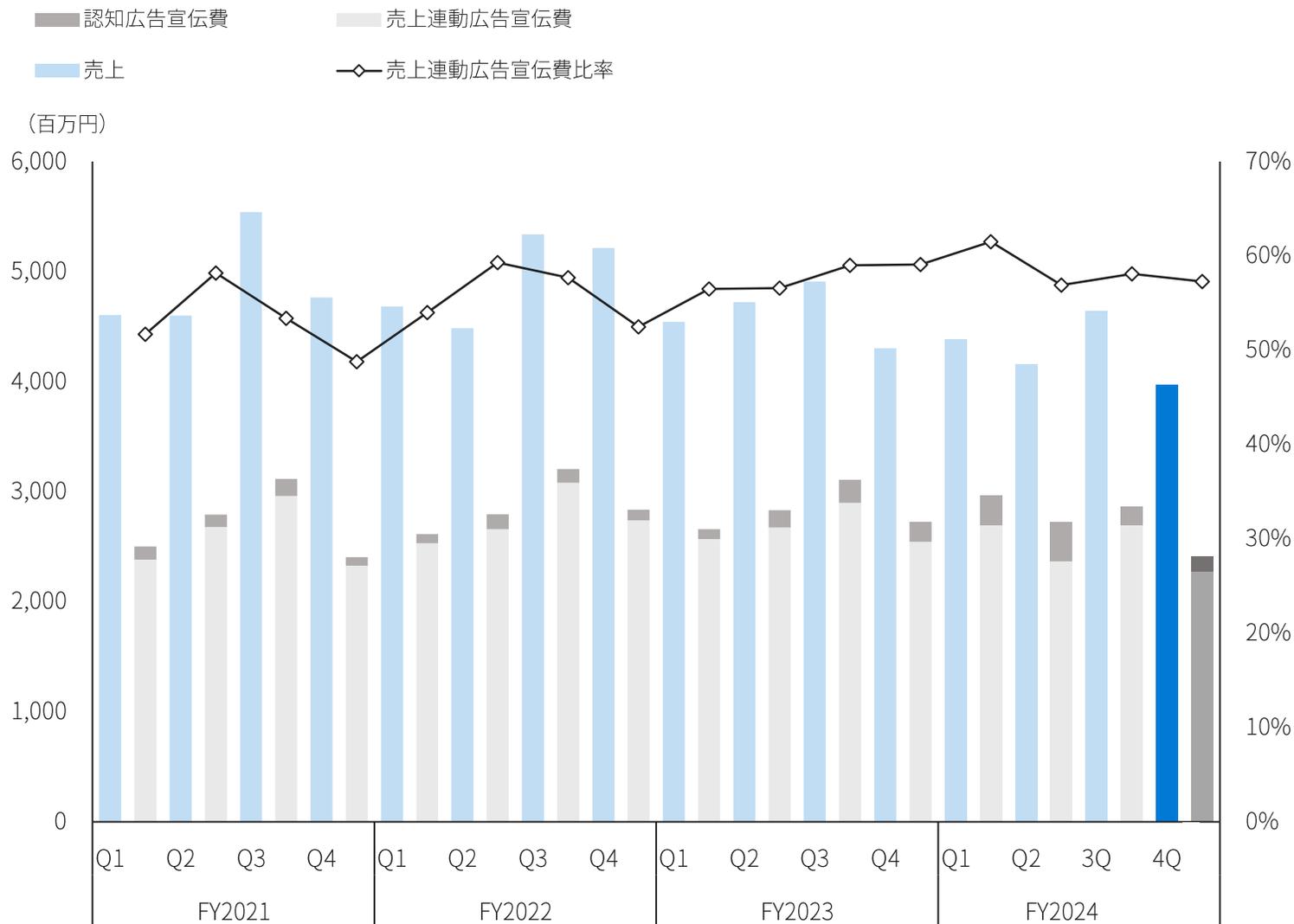
◎ +10%以上 △ -~10%未満
○ +~10%未満 × -10%以上

※ Y/Y成長率に基づいて表記しております。

外部環境を踏まえた主要事業の状況

| 事業 | 外部環境 | 事業の状況 |
|--------|--|---|
| 金融メディア | Googleのコアアルゴリズムアップデート、大手クライアントの予算縮小 | Googleのコアアルゴリズムのアップデートに起因する獲得件数の縮小及びクライアント予算縮小により、Y/Y・Q/Qで減収・減益。 |
| 自動車関連 | 中古車価格が新車市場の動き出しにより一定の下落をしたものの、比較的高めの水準を維持。 | 集客チャネルの拡大及びWeb集客の改善が奏功した結果、件数が増加し、Y/Yで大幅に増収増益。 |
| 引越し関連 | 引越し市場は概ね横ばいに推移。 Googleコアアルゴリズムアップデート。 | Googleのコアアルゴリズムのアップデートに起因するSEO獲得の影響によって、利用件数が減少し減収。一方で、新電力会社及び通信事業者への送客事業の送客停止に伴い損失が縮小し、増益。 |
| 人材メディア | 企業・求職者ともにニーズが高く、引き続き市場環境は良好。 | SEO順位の低下に伴う獲得件数が減少傾向により、売上高はY/Yで横ばい、営業利益は大幅に減益。 |
| ブライダル | コロナ前水準の8割程度まで市場が回復。 | 売上がY/Yで増加したことに加え、広告宣伝費を抑制し投資効率の改善を行ったことでY/Yで増益。損失が大幅に縮小。 |
| 保険代理店 | コロナ不安での特需が落ち着き、市場は横ばいに推移。 | 広告投資の抑制に伴う獲得件数の減少によるY/Yで減収。広告宣伝費などのコスト最適化によりY/Yでは増益、損失が縮小。 |

● デジタルマーケティング支援ビジネス: 四半期広告宣伝費の推移



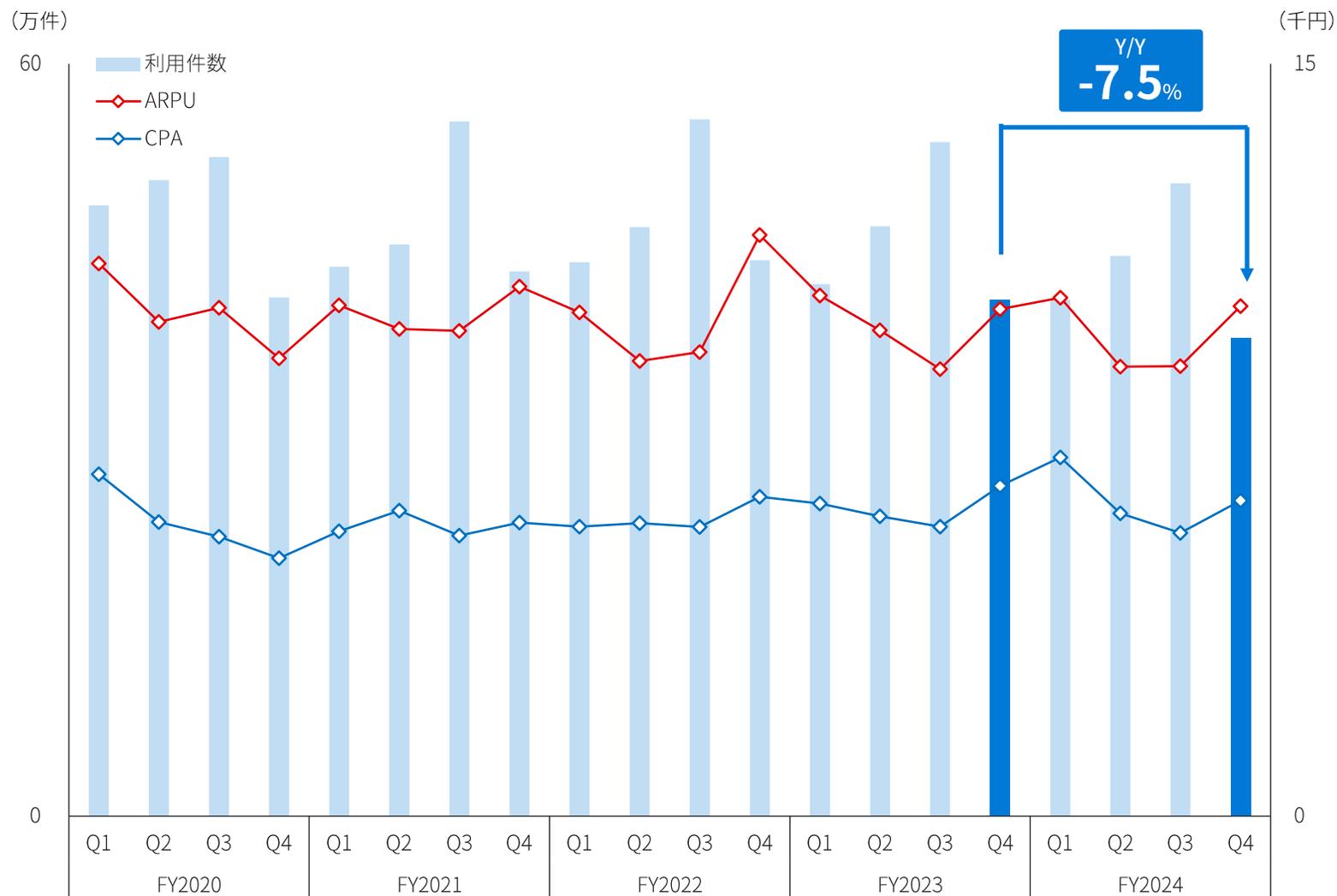
- Web広告などの広告宣伝費とブランド形成を目的とした広告宣伝費を分け、顧客獲得の効率性をモニタリング
- 広告宣伝費及び売上連動広告宣伝費比率は売上の増加に伴いQ/Q、Y/Yで減少

【売上連動広告宣伝費】
Web広告などの広告宣伝費

【認知広告宣伝費】
ブランド形成を目的とした広告宣伝費

【売上連動広告宣伝費比率】
売上連動広告宣伝費 ÷ 売上高

● デジタルマーケティング支援ビジネス: KPI推移



- 利用件数はY/Yで7.5%の微減
- 第3四半期が繁忙期のため、利用件数はQ/Qでは減少

【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・ブライダル事業・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）

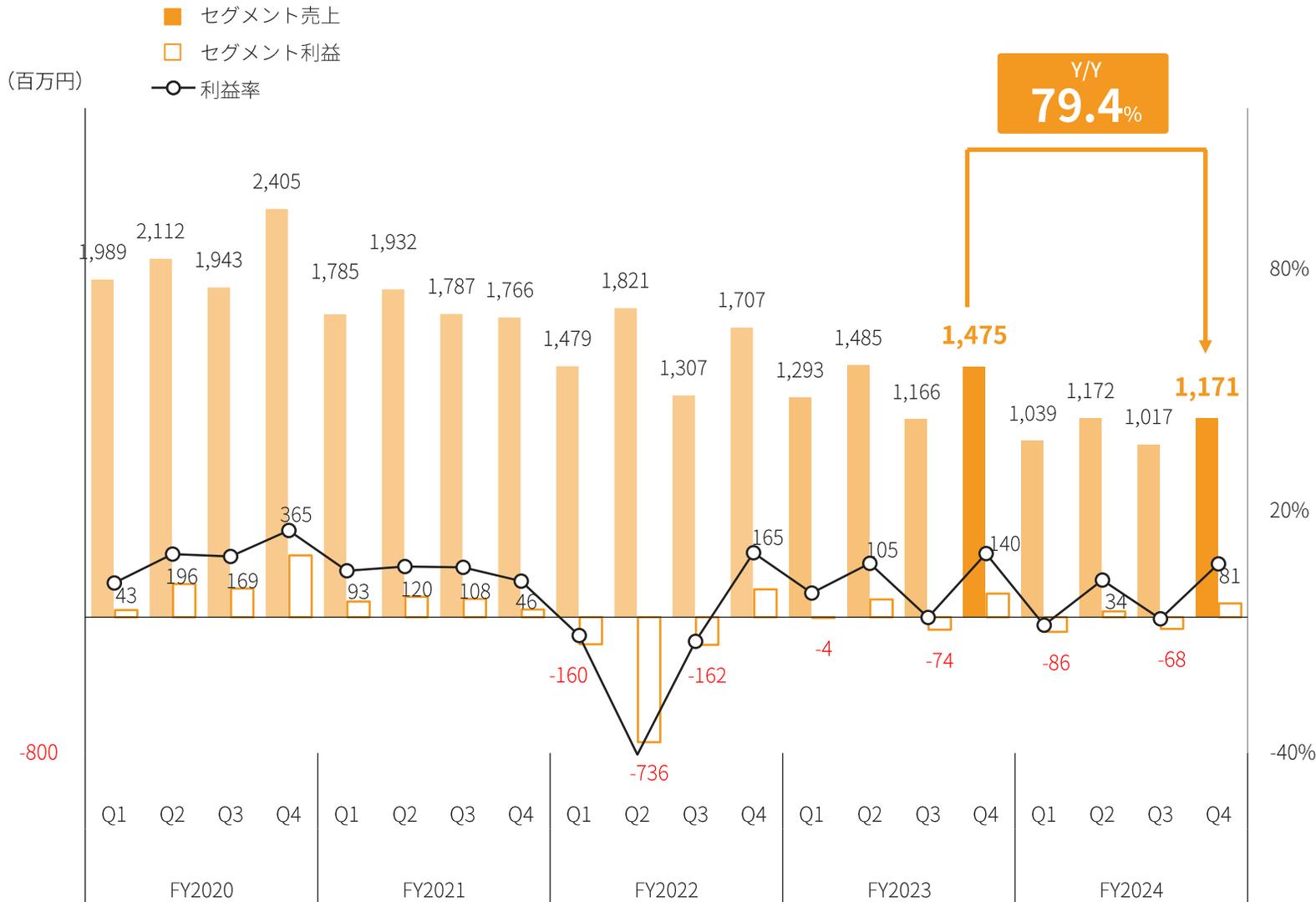
【②ARPU：利用者1人/組あたりの売上高】

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】

● 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

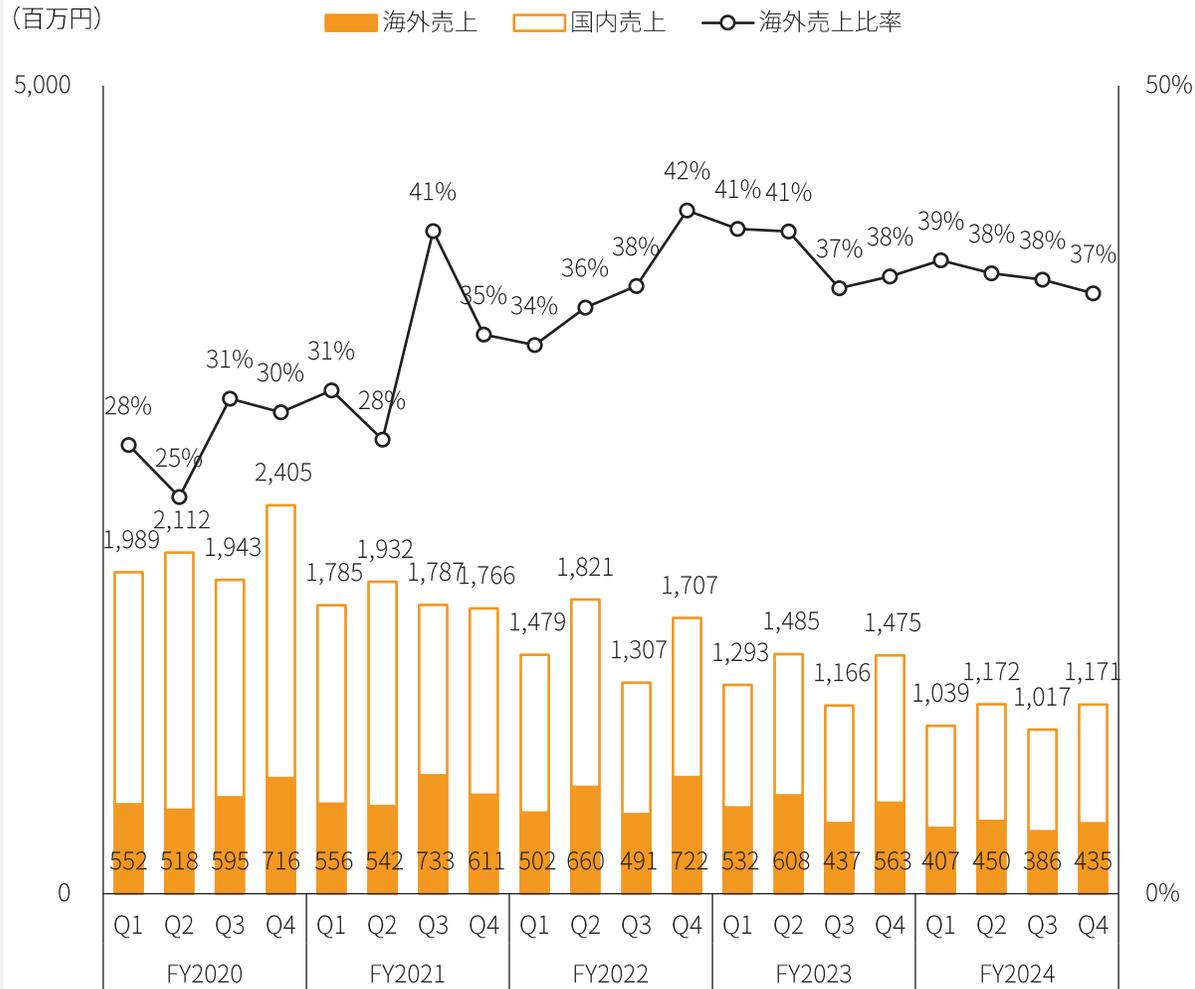
売上

- 既存タイトルのダウントレンドにより、引き続き減少傾向であり、Y/Yで減収

利益

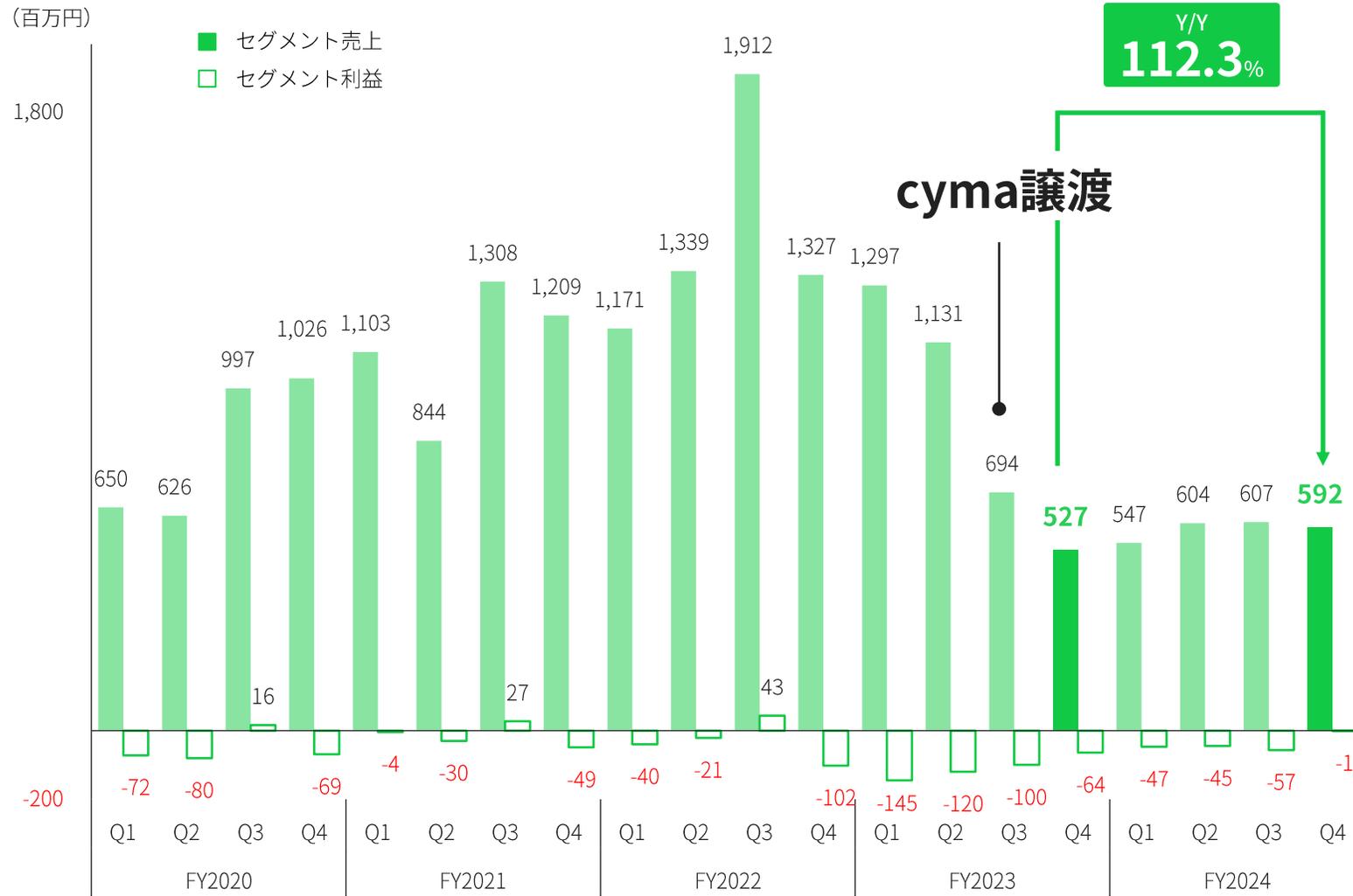
- 既存タイトルの効率的な運用やコスト抑制を引き続き実施するも、セグメント売上の減収に伴う減益によりY/Yで減益

● 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 | | | | |

● 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「lujo」及びドッグフードブランド「OBREMO」は、顧客数が増加し、Y/Yで増収

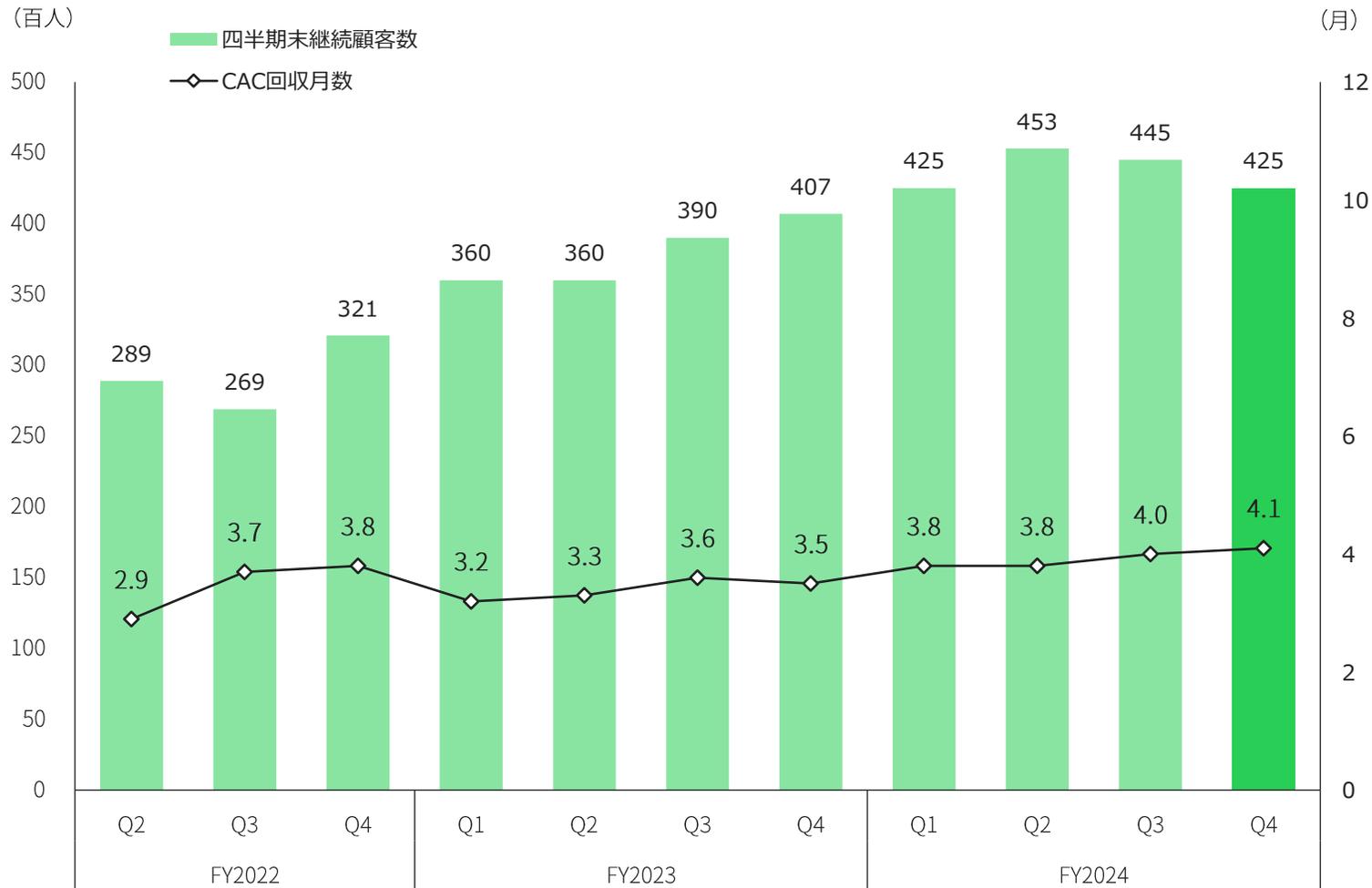
利益

- 「lujo」「OBREMO」の増収により、Y/Yで増益

※ 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。

※ 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。

※ 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。



- コスト最適化により顧客数はQ/Qで微減
- CAC回収月数はある程度一定に保ち、効率は維持

※ データ取得の都合によりFY2022 Q2より記載しております。
 ※ 本データは「lujo」及び「OBREMO」を集計したものです。

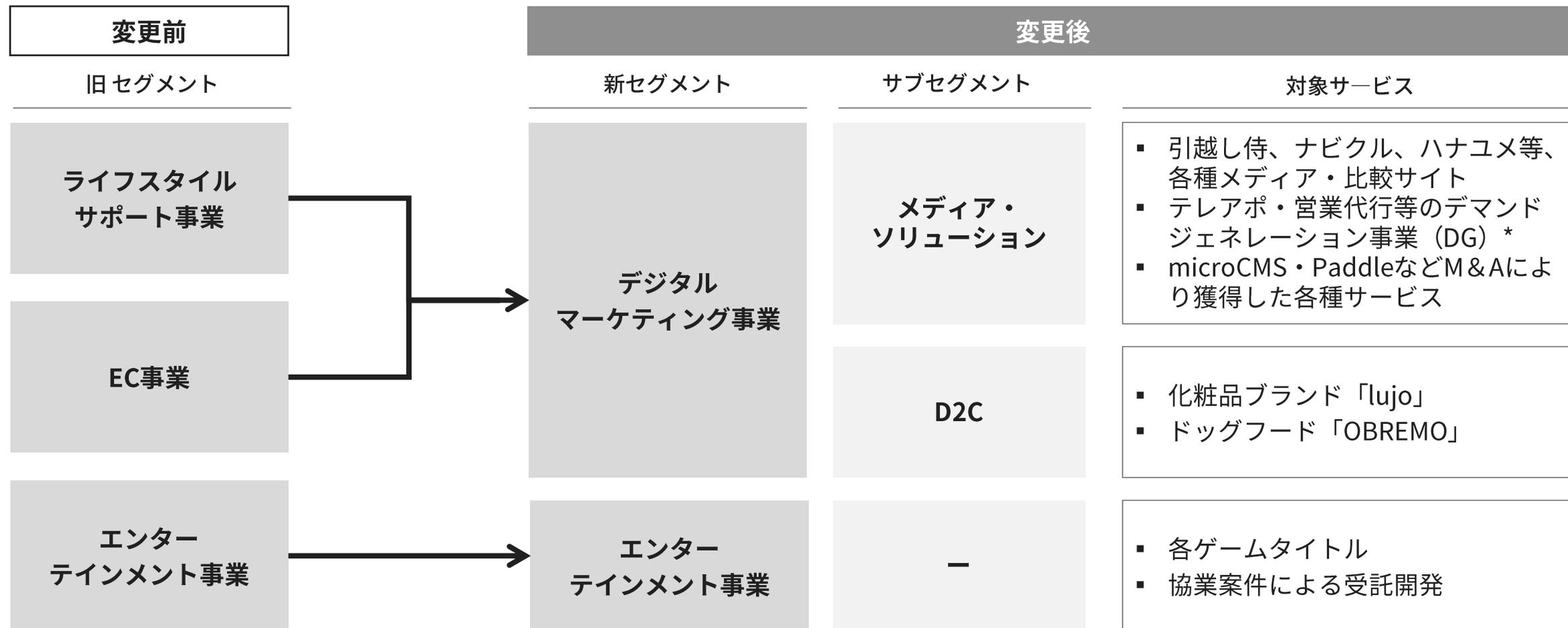
【四半期末継続顧客数】
 四半期末日時点における継続顧客数

【CAC】
 Customer Acquisition Cost・顧客当たりの獲得コスト

【CAC回収月数】
 $CAC \div$ 顧客当たり限界利益

4. FY2025 業績・配当予想

最適な事業ポートフォリオによる経営管理の強化に向け、事業セグメントを変更



※ デマンドジェネレーション事業 (Demand Generation) : 見込み顧客の集客から営業活動、成約のナーチャリングに至るまでの一連のマーケティングプロセスにおける事業領域

既存事業の役割と運営方針を整理、以下の方針で安定的な利益創出を図る

| セグメント | サブセグメント | 役割 | 運営方針 |
|-------------------|------------------|--|---|
| デジタル マーケティング事業 | メディア・ ソリューション | <ul style="list-style-type: none"> デジタルマーケティング力で安定的な収益を得つつ、さらなる集客ノウハウ蓄積の場 メディア・デマンドジェネレーション事業（コール業務）・SaaS等を組み合わせて集客支援サービスを提供し、成長牽引の場 | <ul style="list-style-type: none"> 比較サイト・メディアは、ファンダメンタルとして安定的な利益創出 デマンドジェネレーション事業（コール業務）・Qiita・M&Aで獲得した法人向け事業支援サービスは適切な投資を行い売上高成長 |
| | D2C | <ul style="list-style-type: none"> 集客・リテンションノウハウ蓄積の場 継続顧客の積み上げによる、継続的な収益の獲得 | <ul style="list-style-type: none"> 現段階では投資フェーズのため、全社利益を圧迫しない範囲で安定成長を図る |
| エンター テインメント事業 | — | <ul style="list-style-type: none"> これまで培った技術力（通信・インフラ）を武器に協業案件を獲得 開発費用の軽減が図れる協業案件で安定的な収益を得つつ、さらなる技術研鑽の場 | <ul style="list-style-type: none"> 協業案件などの受託開発で開発費用を抑えながら営業利益を確保 ボラティリティの高い特性を加味し、受託開発を中心として、損失拡大を回避 |

● FY2025 連結業績予想

| | FY2025 | | | (参考) FY2024 | |
|---------------|---------------|---------|---------|-------------|--------|
| | 業績予想 (百万円) | 構成比 (%) | Y/Y (%) | 実績 (百万円) | 構成 (%) |
| 売上高 | 25,000 | 100.0 | 104.5 | 23,917 | 100.0 |
| デジタルマーケティング事業 | 20,700 | 82.8 | 106.1 | 19,516 | 81.6 |
| エンターテインメント事業 | 4,300 | 17.2 | 97.7 | 4,400 | 18.4 |
| EBITDA | 1,250 | — | — | 711 | — |
| 営業利益 | 1,000 | — | 177.8 | 562 | — |
| 当期純利益 | 560 | — | 58.7 | 953 | — |

※ EBITDA = 営業利益（損失） + 減価償却費（無形固定資産含む）及びのれん償却費

売上向上支援カンパニーへの変革を推進し、経営管理強化により業績向上を実現

経営管理の強化

事業提携による経営支援で 安定的な業績向上

- アドバンテッジアドバイザーズ社との事業提携により、経営管理を強化及び高度化
- ガバナンス強化によるHD経営体制の構築

M&Aの推進

M&Aによる収益貢献で 売上高成長を狙う

- M&Aの決定（FY2024）による収益貢献
- M&Aの実行力の向上及び加速化により、収益貢献への期待

FY2025以降、安定的な業績向上及び利益成長が見込める経営環境が整いつつある

将来に向けた安定的かつ継続的な利益成長を見込み、配当予想は**1株当たり22.0円**
今後、業績に応じて安定的な配当を行うとともに、機動的な株主還元を実施

| | FY2023 実績 | FY2024実績 | FY2025 期末配当予想 |
|--------------|-----------|--------------------------------|------------------|
| 基準日 | 07/31 | 07/31 | 07/31 |
| 1株当たり 配当金 | 16.0円 | 22.0円 普通配当18.0円 特別配当4.0円 | 22.0円 |
| 配当性向 | 207.0 % | 42.8 % | 72.9 % |

※ 上記の配当予想は、発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の配当は今後起こりうる様々な要因によって予想数値と異なる場合があります。

5. 成長戦略及びM & Aの進捗

法人向けにデジタルマーケティング力を活用した事業支援サービスを提供する

売上向上支援カンパニーへの変革を図る

世の中の多くの企業は事業活動において
様々な課題を抱えています。

2006年以降、メディア運営で培ってきた
「デジタルマーケティング力」を最大限に
活用し、集客やサービス運営に関する

コンサルティング、業務支援ツール提供等のサービスを展開することで、

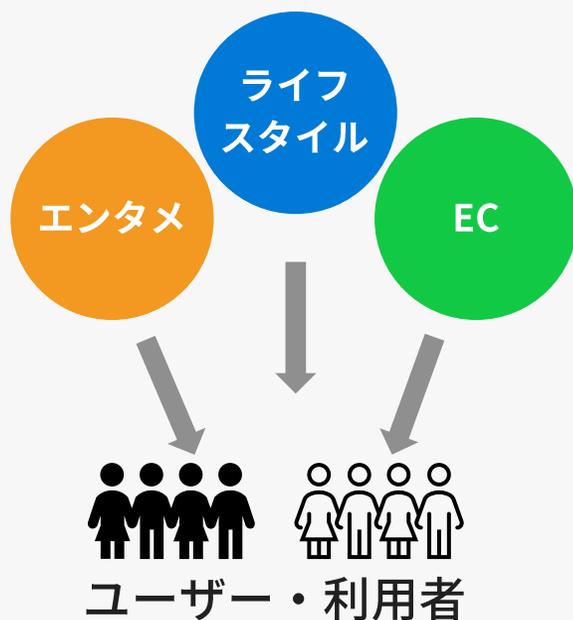
売上向上支援カンパニーへの変革を図ります。

デジタルマーケティング力を活かして、売上向上支援カンパニーへ変革

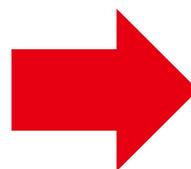
これまで

総合IT企業

ゲームやWebサービス（比較・情報サイト）、
ECサイトを個人の利用者向けに運営



変革



目指す姿

売上向上支援カンパニー

法人向けに集客支援コンサルティングや
業務支援ツール等を提供する企業へ

クライアント企業



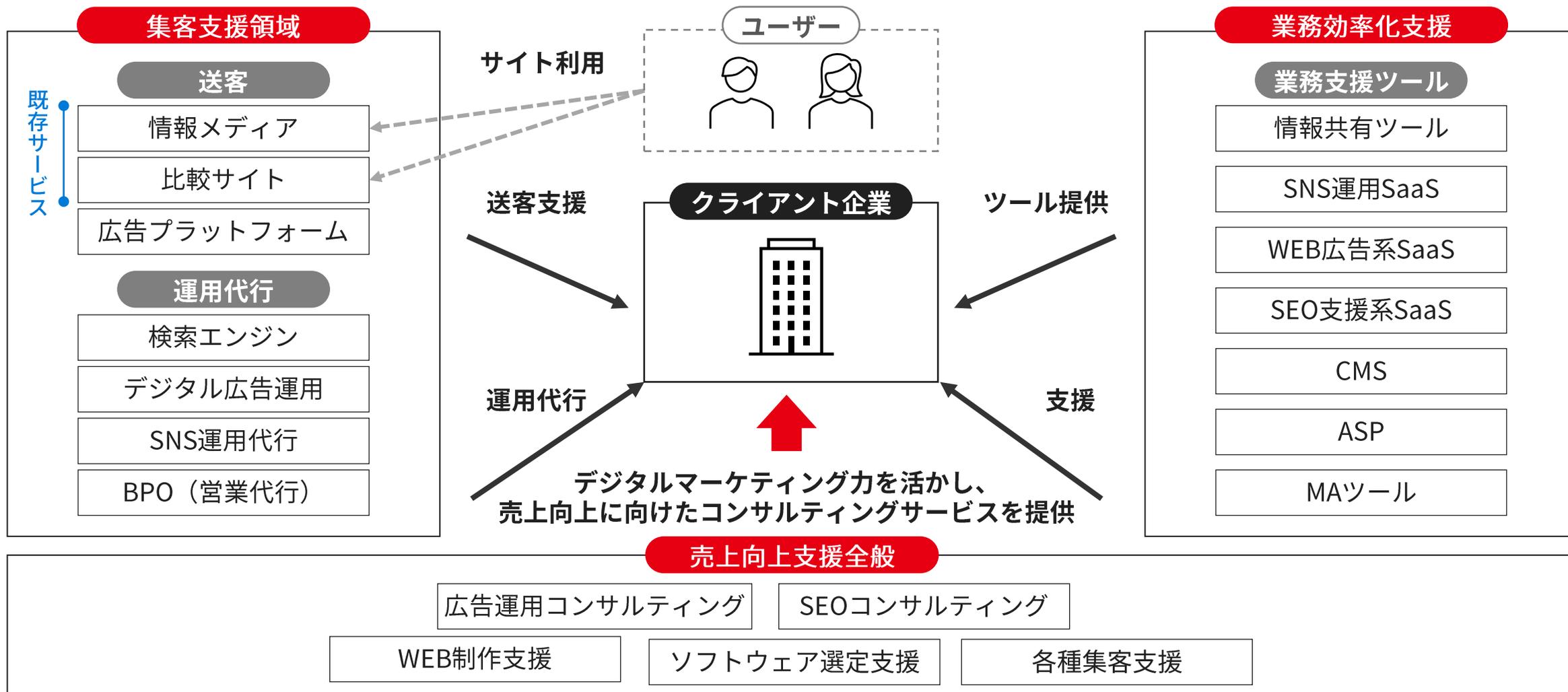
売上向上の支援

デジタルマーケティング支援

集客支援
・コンサル

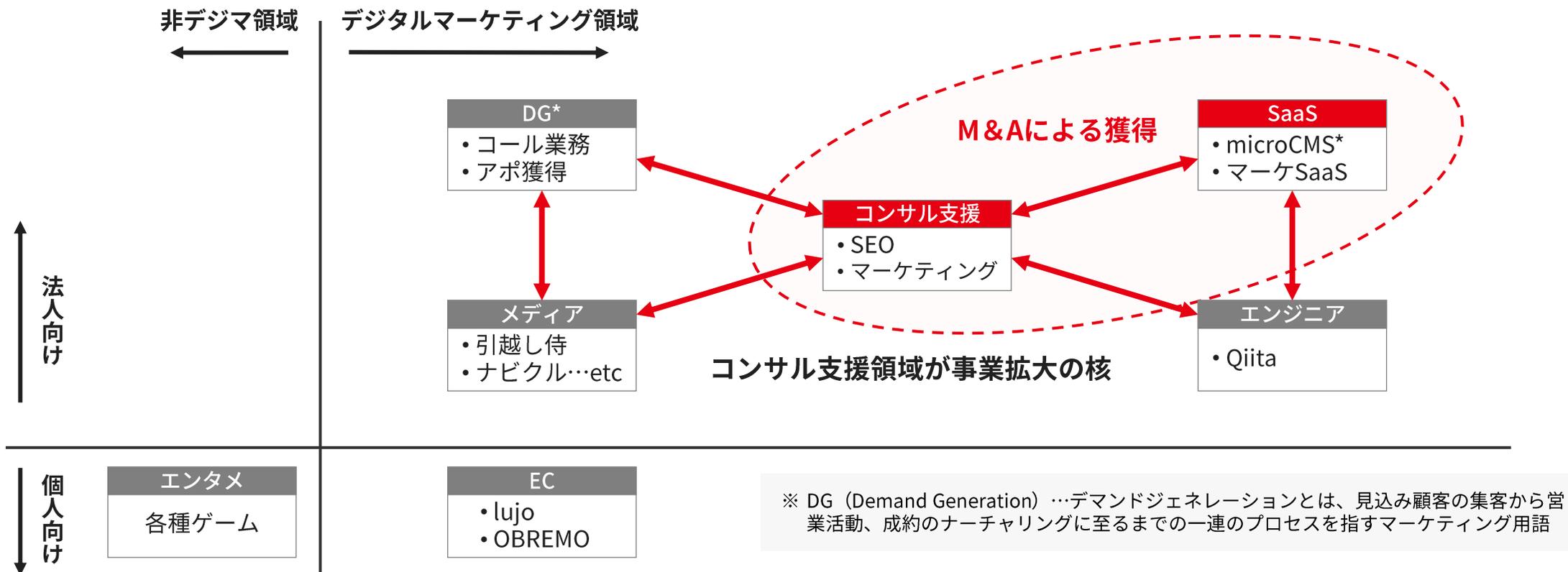
機能・ツール
の提供

● 売上向上支援カンパニーのビジネス展開



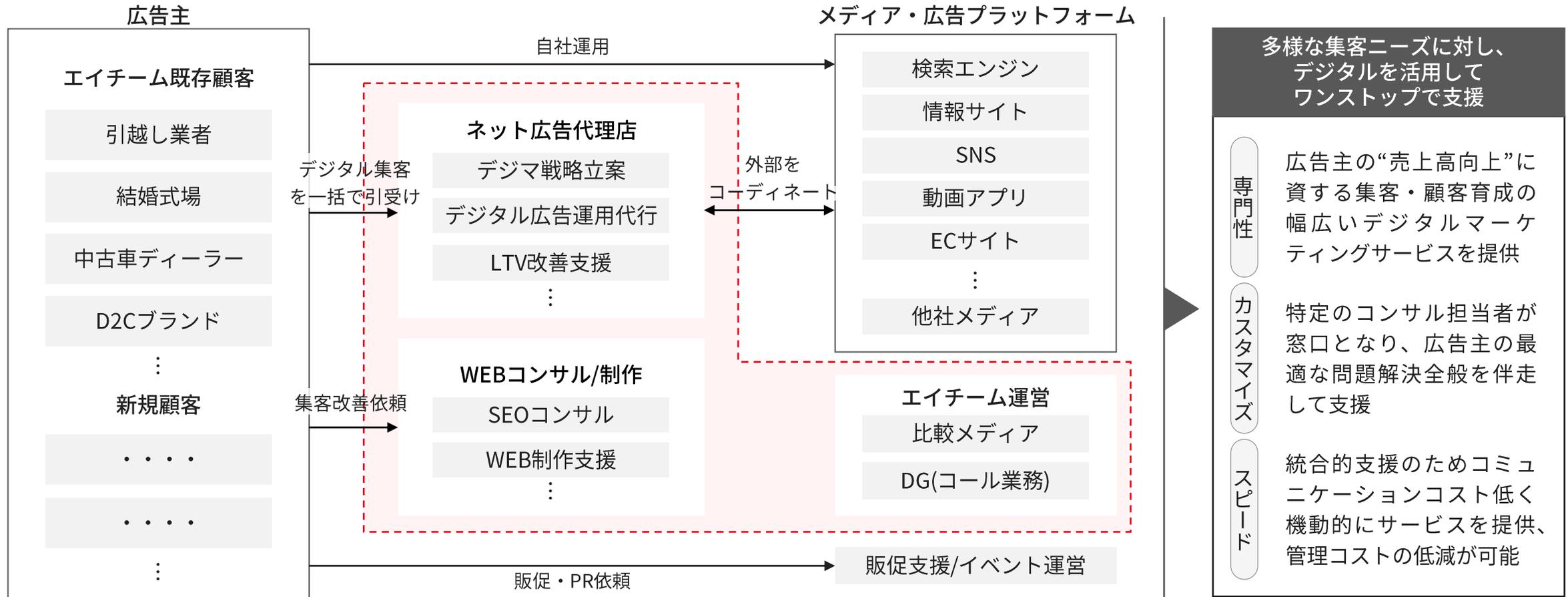
多様な売上向上に必要なソリューションをワンストップで提供

法人向け集客コンサル等の事業支援領域を戦略の核に据え、事業シナジーを創出できるサービスをM&Aにより取り込み、売上向上支援カンパニーとして成長



※ 2024年5月9日に開示した「株式会社microCMSの株式取得（子会社化）に関するお知らせ」の通りmicroCMS社の株式取得を決定し、その全株式を2024年6月3日付で取得しております。

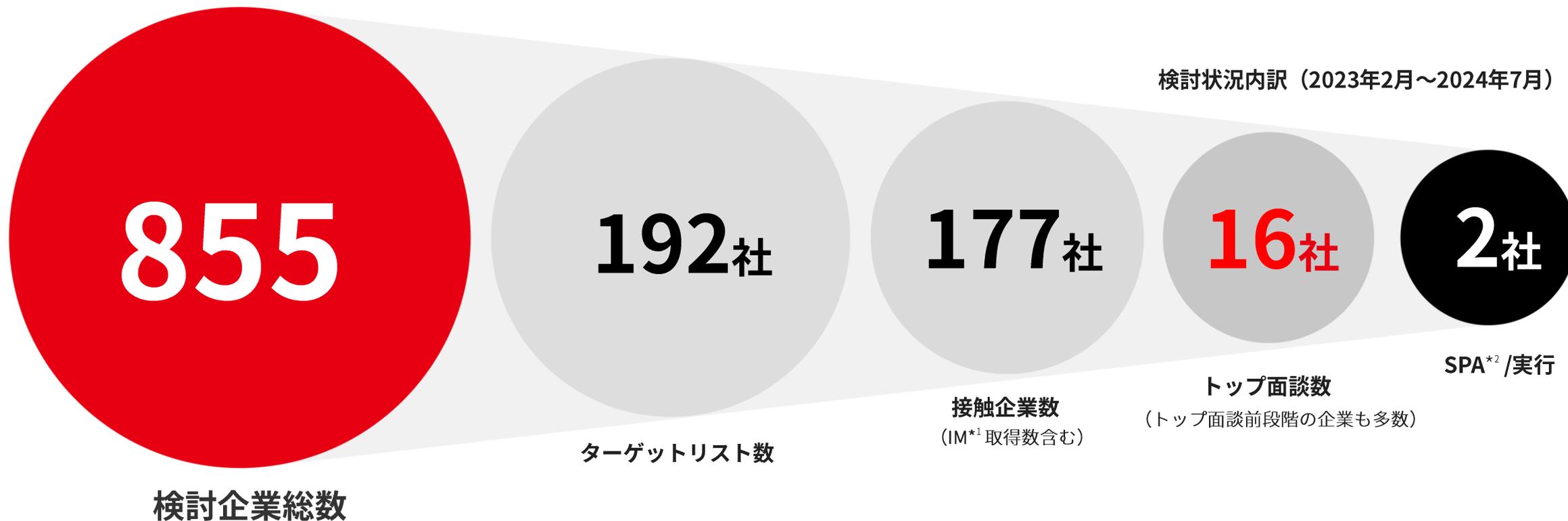
多様な集客ニーズ（メディア・WEB広告・SEO・DG等）をワンストップ支援



主に下記3つの業種でデジタルマーケティングサービスをM&Aで獲得

| 業種 | 狙い | 企業規模 (参考) | 想定対価 (参考) |
|----------------------------|--|--|-----------|
| WEBマーケコンサル/ WEBマーケ運用代理店 | <ul style="list-style-type: none"> 法人向け支援サービスとしての型を当社グループに取り入れる メディア事業との連携によりクライアント企業の事業をさらに拡大 | <ul style="list-style-type: none"> 社員数：50~100名 営業利益（EBITDA）で、3~5億円程度 | 30~50億円 |
| デジタルマーケティング SaaS | <ul style="list-style-type: none"> 得意とするテクノロジー領域でクライアント企業を支援する 安定的な収益向上を実現する | <ul style="list-style-type: none"> 社員数：10~30名 営業利益（EBITDA）に加え、MRR成長も重視 | 10~30億円 |
| 送客メディア | <ul style="list-style-type: none"> メディア事業と連携してさらなる収益性を高める 対象業種でクライアントリーチを獲得 | <ul style="list-style-type: none"> 社員数：10~30名 営業利益（EBITDA）で、1~5億円程度 | 5~30億円 |

選定した多数の候補企業群への接触を強化。トップ面談が増加、SPA締結は2社。引き続き、売上向上支援カンパニーへの変革を図るべく、M&Aを続けていく。



※1: IM...Information Memorandum (企業概要書) ※2: SPA...Stock Purchase Agreement (株式譲渡契約書)

現時点において、投資可能資金として90億円程度保有。
将来の資金余力も踏まえて100億円程度の投資を予定。

投資可能資金

現時点での投資余力

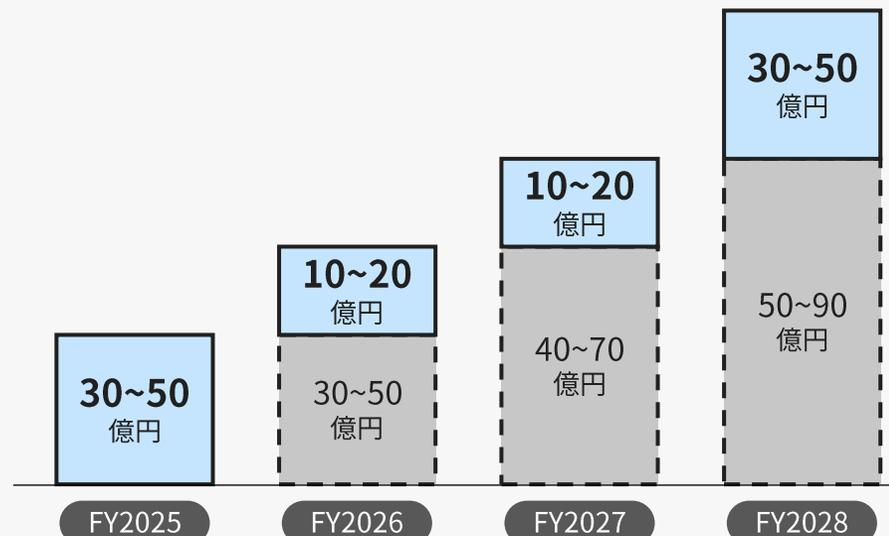


今後追加される余力



今後の投資イメージ(累積)

適切な投資先が見つけれられた場合、
4年間累計で100億円強の投資を予定



デジタルマーケティング領域の強化に向け、microCMS社及びPaddle社をM&A

microCMS社

主なサービス ヘッドレスCMS「microCMS」

買収金額 1,500百万円

買収の目的 to B 支援ビジネスの強化

シナジー Qiitaを通じた認知及び販路拡大



microCMS

※ 2024年5月9日に開示した「株式会社microCMSの株式取得（子会社化）に関するお知らせ」をご参照ください。

Paddle社

主なサービス 暗号資産ポイントアプリ「Bit Start」

買収金額 368百万円（発行済株式67%取得）

買収の目的 高収益の事業を保有、収益基盤の強化

シナジー ポイントアプリ運用のノウハウの活用

Paddle

※ 2024年5月28日に開示した「株式会社Paddleの株式取得（子会社化）に関するお知らせ」をご参照ください。

企業価値向上の実現に向け、成長戦略の加速化及び実行力を高める アドバンテッジアドバイザーズ社との事業提携及び資金調達により戦略推進力強化



提携のポイント①

戦略的アドバイス及び
豊富なネットワークの活用

提携のポイント②

成長戦略の加速化及び
実行力を高める経営支援

提携のポイント③

資金調達により経営基盤の
強化を図り、事業拡大

Advantage Advisorsについて

国内のプライベート・エクイティ・ファンド（PEファンド）のパイオニアであるアドバンテッジパートナーズグループの中で、上場企業成長支援プライベート投資*を担う会社。これまで多数の上場企業へのコンサルティング、成長支援実績を持つ。

※ 上場企業の株式を取得するとともに経営陣と一体となって企業価値向上に取り組む投資戦略

● アドバンテッジアドバイザーズ社による支援テーマ及び活動内容

支援テーマ

活動内容

強みを活かした価値向上

徹底的な全社経営強化

① M&A推進・PMI支援

新規成長
ドライバー構築

- M&A及びPMI推進により既存事業とのシナジーを創出
- 中長期的に、積極的な企業ドメイン変革を目指す

② マーケティングによる
利益水準向上支援

メディア・比較
サイト等の収益向上

- メディア・比較サイト等の既存事業の戦略のブラッシュアップ及び戦略の実行支援

③ 経営管理の強化支援

全社戦略推進
体制整備支援

- 全社戦略（ポートフォリオ経営）の推進
- 全社最適な資源配分体制整備及び投資の効率化

④ IR戦略立案及び実行支援

プライム維持に向けた各施策の実行

- コミュニケーション戦略及び体制強化
- 資本政策及び株主還元政策に関する支援

※ 上記以外にも、業績向上及び事業成長に資する支援テーマを継続的に議論・検討し、各施策を講じてまいります。

M & Aの加速化 & 実行力を高めるべく、M & A推進体制を強化



執行役員 経営戦略室長
山口 貴史

2016年に当社入社
前職では船井総合研究所で企業再生
などの経営コンサルタントに従事

エイチーム 経営戦略室

新たに3名を追加配置。M & Aターゲット企業の選定、交渉・契約締結・DDをスピーディに実行する体制。



アドバンテッジアドバイザーズ

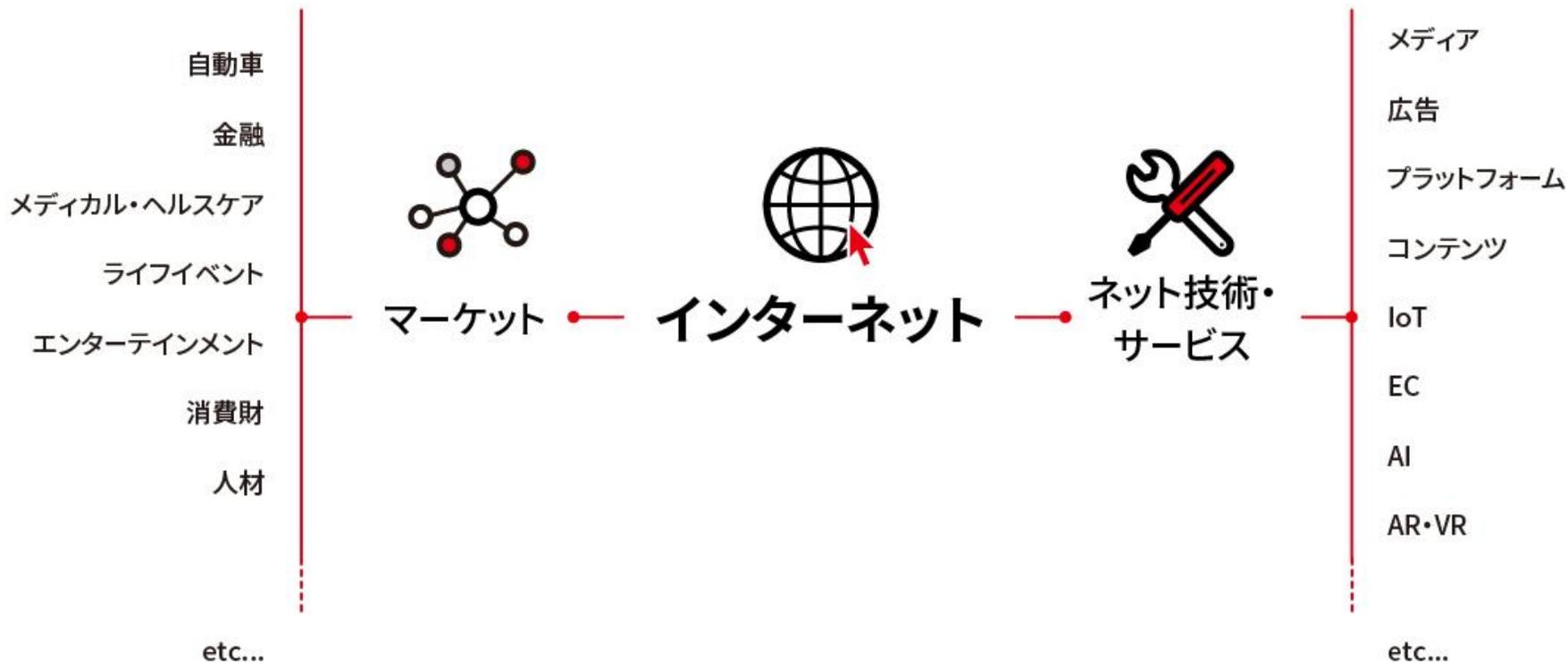
同社によるM & A推進・PMI支援の取組としてM & A推進体制に加わる。ファイナンス・M & Aに関する高い知見・ノウハウを活かして、M & A推進体制を高度化。



※ 本スライドを開示した2024年9月6日時点におけるM & A推進体制

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 (2024年7月31日現在)

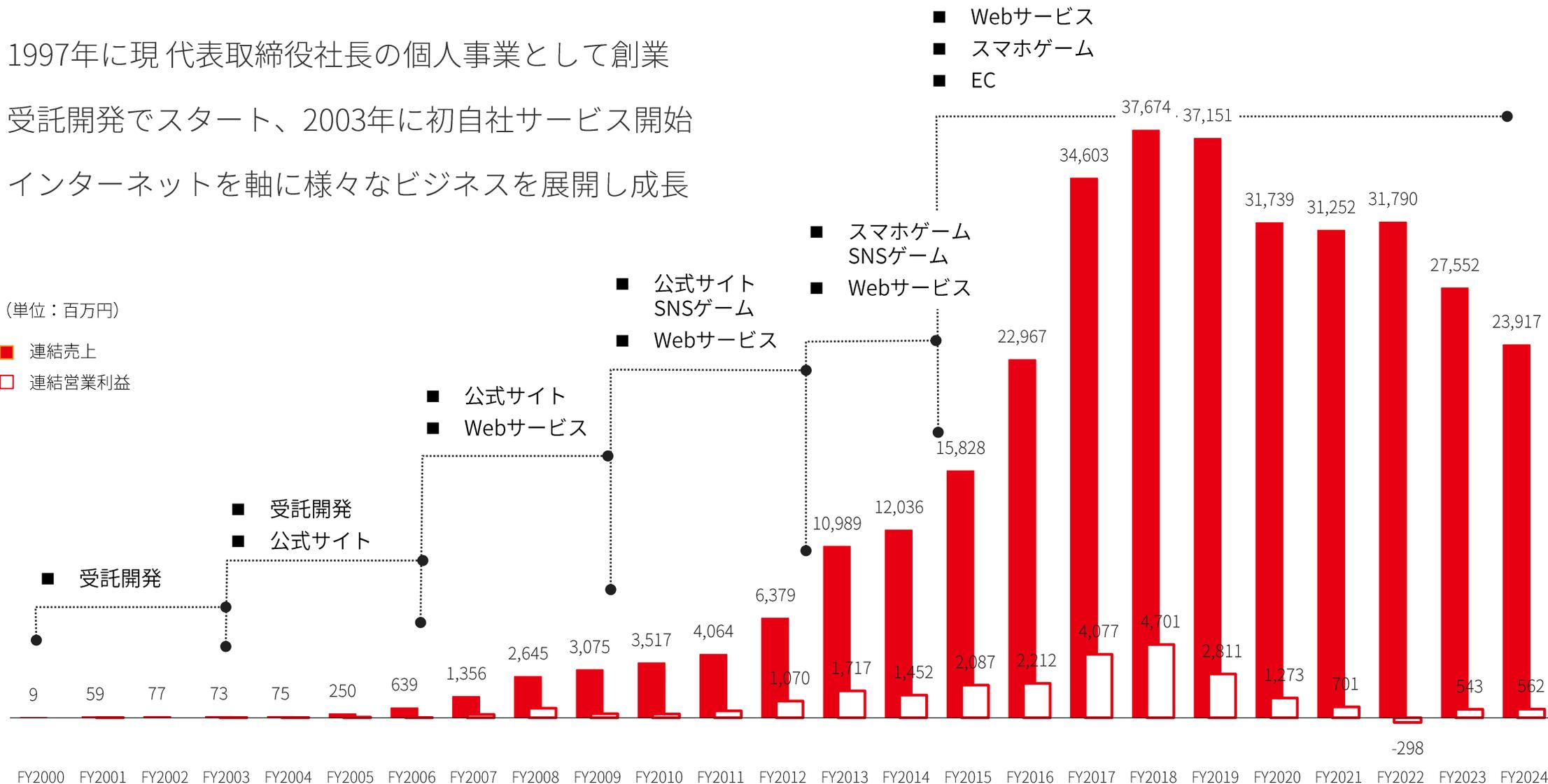
| | |
|---------|--------------------|
| 商号 | 株式会社エイチーム |
| 証券コード | 東証プライム 3662 |
| 設立 | 2000年2月29日 |
| 本社所在地 | 名古屋ビルヂング32F |
| 代表取締役社長 | 林 高生 |
| 業種 | 情報・通信 |
| セクター | インターネット・ゲーム |
| 決算期 | 7月末 |
| 連結子会社数 | 9社 (国内8社、海外1社) |
| 連結社員数 | 814名 (役員、アルバイトを除く) |
| 単元株式数 | 100株 |



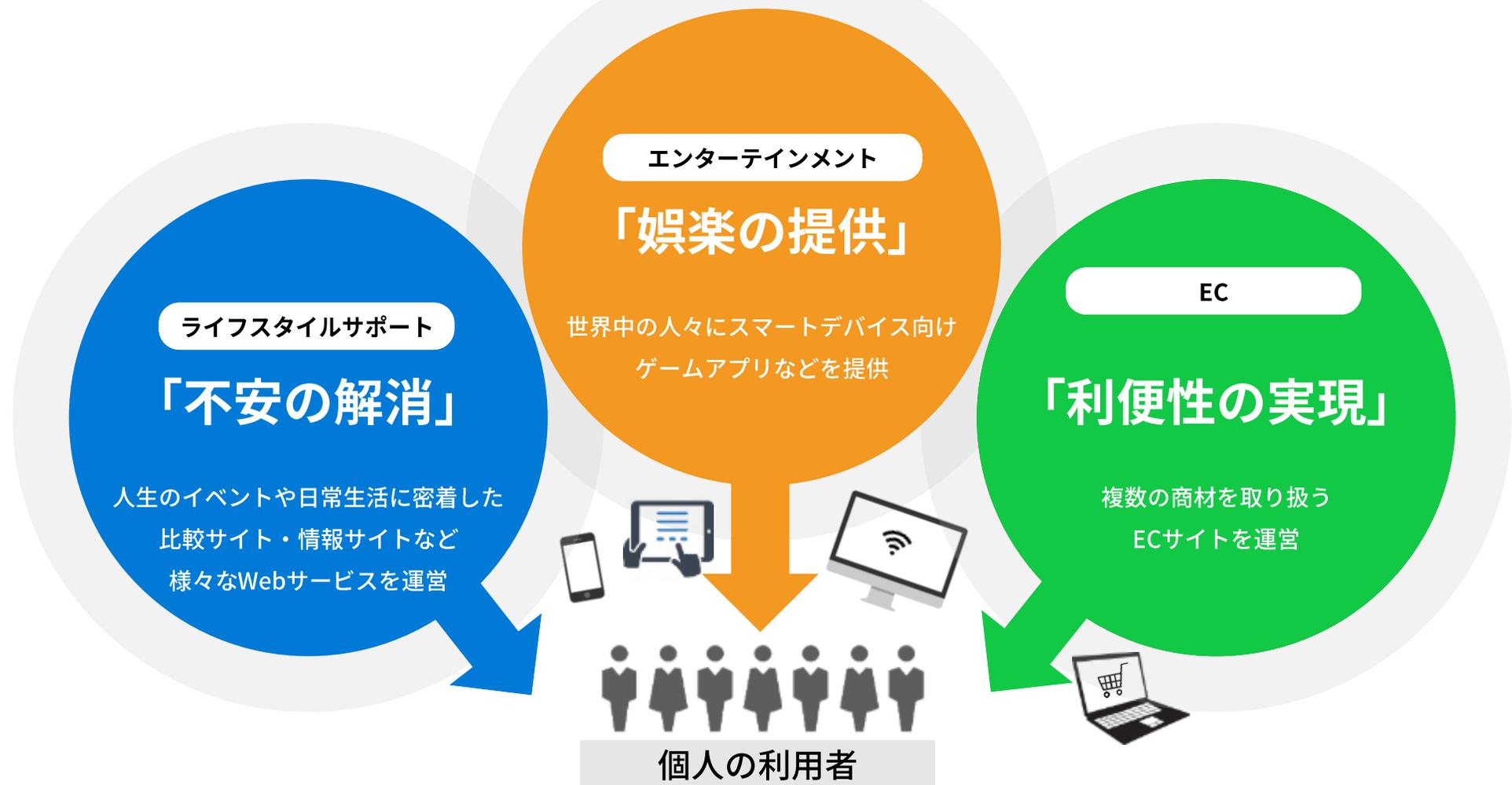
- 1997年に現代表取締役社長の個人事業として創業
- 受託開発でスタート、2003年に初自社サービス開始
- インターネットを軸に様々なビジネスを展開し成長

(単位：百万円)

■ 連結売上
□ 連結営業利益



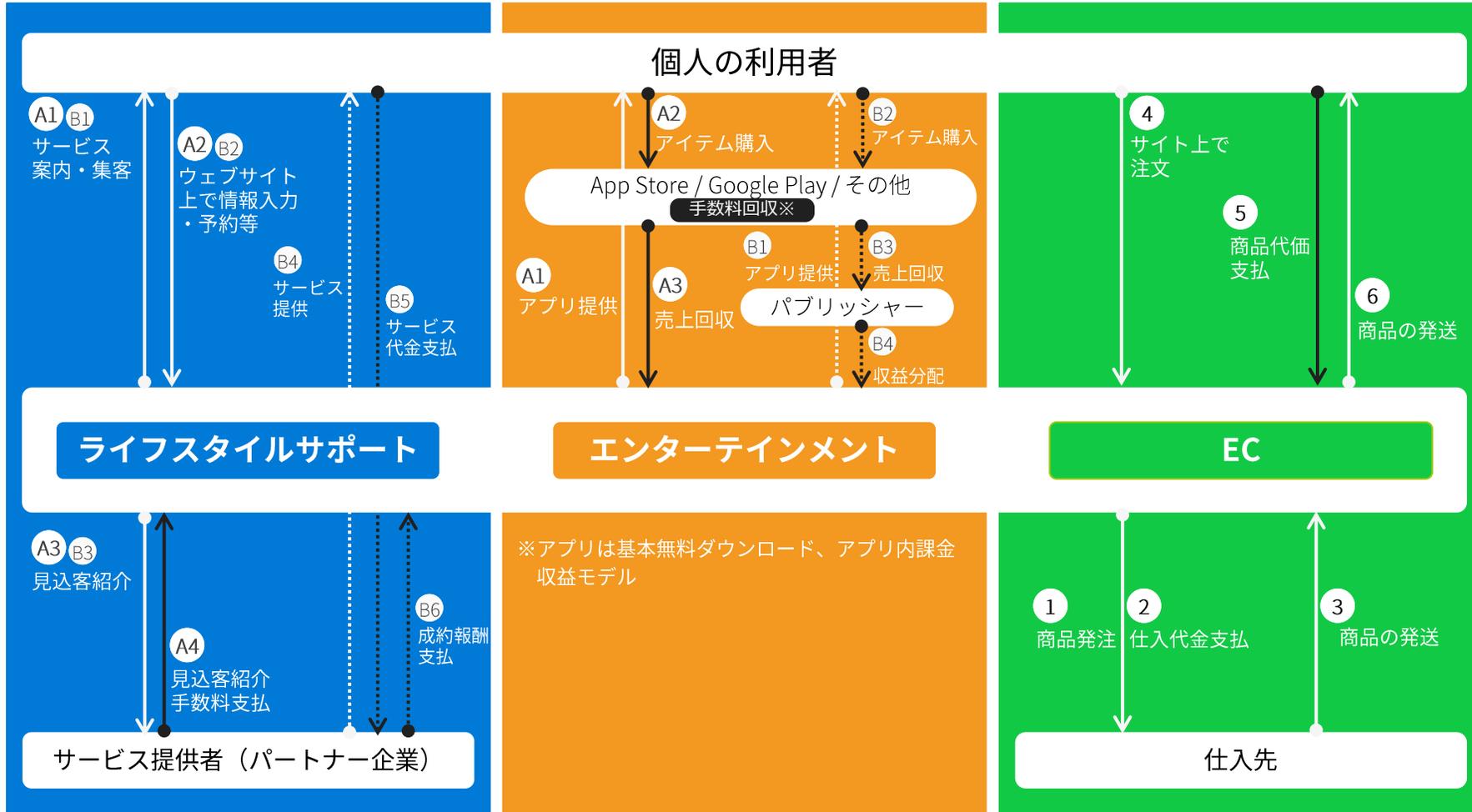
インターネットを軸に様々なサービスを提供



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

ライフスタイルサポート事業

引越し比較・
予約サイト



車査定・
車買取サイト



結婚式場
情報サイト



暮らしの「まよい」を
解決する情報メディア



技術情報
共有サイト



エンターテインメント事業



少女☆歌劇 レヴュー
スターライト -Re LIVE-



ヴァルキリーコネクト



ユニゾンリーグ



ダービーインパクト



ダークサマナー



快眠サイクル時計

EC事業

lujo

化粧品・スキンケアブランド



OBREMO

ドッグフードブランド



APPENDIX：主な経営指標

● P/L (FY2022 Q1 - FY2024 Q4)

(百万円)

| | FY2022 | | | | FY2023 | | | | FY2024 | | | |
|-------------------|--------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|
| | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 |
| 売上高 | 7,334 | 7,647 | 8,559 | 8,249 | 7,134 | 7,339 | 6,771 | 6,307 | 5,974 | 5,940 | 6,266 | 5,736 |
| Q/Q 増減率 (%) | -5.3 | +4.3 | +11.9 | -3.6 | -13.5 | +2.9 | -7.8 | -6.9 | -5.3 | -0.6 | +5.5 | -8.5 |
| ※ライフスタイルサポート | 4,683 | 4,485 | 5,339 | 5,214 | 4,543 | 4,722 | 4,909 | 4,303 | 4,387 | 4,163 | 4,641 | 3,972 |
| エンターテインメント | 1,479 | 1,821 | 1,307 | 1,707 | 1,293 | 1,485 | 1,166 | 1,475 | 1,039 | 1,172 | 1,017 | 1,171 |
| ※EC | 1,171 | 1,339 | 1,912 | 1,327 | 1,297 | 1,131 | 694 | 527 | 547 | 604 | 607 | 592 |
| 売上原価 | 2,076 | 2,058 | 2,378 | 1,950 | 1,492 | 1,534 | 1,066 | 969 | 894 | 909 | 903 | 839 |
| 原価率 (%) | 28.3 | 26.9 | 27.7 | 23.6 | 20.9 | 20.9 | 15.7 | 15.4 | 15.0 | 15.3 | 14.4 | 14.6 |
| 販売管理費 | 5,510 | 6,480 | 5,999 | 5,634 | 5,428 | 5,807 | 5,542 | 5,167 | 5,250 | 5,046 | 5,032 | 4,479 |
| 販売管理費率 (%) | 75.1 | 84.7 | 70.1 | 68.3 | 76.1 | 79.1 | 81.8 | 81.9 | 87.9 | 85.0 | 80.3 | 78.1 |
| 費用総額 (売上原価+販売管理費) | 7,587 | 8,538 | 8,378 | 7,584 | 6,920 | 7,342 | 6,608 | 6,136 | 6,145 | 5,955 | 5,936 | 5,318 |
| 人件費・採用費 | 1,590 | 1,557 | 1,519 | 1,282 | 1,456 | 1,436 | 1,354 | 1,346 | 1,320 | 1,299 | 1,257 | 1,122 |
| 広告宣伝費 | 3,057 | 3,980 | 3,602 | 3,357 | 3,191 | 3,297 | 3,515 | 3,131 | 3,334 | 3,144 | 3,272 | 2,788 |
| 広告宣伝費率 (%) | 41.7 | 52.1 | 42.1 | 40.7 | 44.7 | 44.9 | 51.9 | 49.6 | 55.8 | 52.9 | 52.2 | 48.6 |
| ※ライフスタイルサポート | 2,615 | 2,793 | 3,205 | 2,836 | 2,658 | 2,832 | 3,109 | 2,726 | 2,962 | 2,725 | 2,860 | 2,411 |
| エンターテインメント | 131 | 874 | 81 | 132 | 65 | 96 | 75 | 65 | 31 | 45 | 37 | 67 |
| ※EC | 293 | 295 | 298 | 372 | 454 | 355 | 317 | 325 | 337 | 370 | 370 | 307 |
| 支払手数料等 | 1,264 | 1,100 | 1,088 | 1,266 | 837 | 976 | 774 | 804 | 748 | 755 | 664 | 700 |
| 外注・サーバー費 | 576 | 552 | 463 | 436 | 365 | 308 | 284 | 284 | 285 | 267 | 252 | 223 |
| オフィス賃料 | 266 | 260 | 243 | 241 | 238 | 237 | 214 | 200 | 194 | 173 | 164 | 156 |
| その他費用 | 832 | 1,087 | 1,461 | 999 | 831 | 1,085 | 464 | 369 | 261 | 314 | 324 | 327 |
| 営業利益 | -252 | -891 | 180 | 664 | 213 | -2 | 162 | 170 | -170 | -15 | 330 | 418 |
| Q/Q 増減率 (%) | - | - | - | +268.3 | -67.9 | - | - | +4.7 | - | - | - | +26.6 |
| ※ライフスタイルサポート | 197 | 121 | 527 | 808 | 595 | 326 | 555 | 283 | 158 | 153 | 607 | 480 |
| エンターテインメント | -160 | -736 | -162 | 165 | -4 | 105 | -74 | 140 | -86 | 34 | -68 | 81 |
| ※EC | -40 | -21 | 43 | -102 | -145 | -120 | -100 | -64 | -47 | -45 | -57 | -1 |
| 共通部門 | -249 | -253 | -228 | -206 | -231 | -313 | -217 | -189 | -194 | -157 | -152 | -142 |
| 営業利益率 (%) | - | - | 2.1 | 8.1 | 3.0 | - | 2.4 | 2.7 | - | - | 5.3 | 7.3 |
| 経常利益 | -242 | -893 | 201 | 715 | 223 | -4 | 202 | 289 | -137 | 3 | 346 | 396 |
| 親会社株主に帰属する四半期純利益 | -145 | -584 | -104 | -502 | 120 | -271 | 153 | 141 | -142 | -51 | 771 | 376 |
| 人員数 | 1,129 | 1,171 | 1,092 | 1,069 | 1,019 | 991 | 931 | 910 | 885 | 881 | 856 | 859 |
| ※ライフスタイルサポート | 590 | 636 | 591 | 561 | ※512 | ※487 | ※466 | 452 | 430 | 430 | 411 | 411 |
| エンターテインメント | 371 | 364 | 346 | 352 | 340 | 344 | 343 | 338 | 337 | 331 | 326 | 325 |
| ※EC | 58 | 55 | 55 | 55 | ※71 | ※69 | ※32 | 30 | 28 | 27 | 27 | 28 |
| 共通部門 | 110 | 116 | 100 | 101 | 96 | 91 | 90 | 90 | 90 | 93 | 92 | 95 |

※ 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より前は適用前の数字を反映しております。

● P/L (FY2017 - FY2024 通期)

(百万円)

| | FY2017 | FY2018 | FY2019 | FY2020 | FY2021 | FY2022 | FY2023 | FY2024 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 売上高 | 34,603 | 37,674 | 37,151 | 31,739 | 31,252 | 31,790 | 27,552 | 23,917 |
| Y/Y 増減率 (%) | +50.7 | +8.9 | -1.4 | -14.6 | -1.5 | +1.7 | -13.3 | -13.2 |
| ※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 | 17,165 |
| エンターテインメント | 19,259 | 16,168 | 12,577 | 8,450 | 7,272 | 6,316 | 5,421 | 4,400 |
| ※EC | 2,001 | 2,550 | 2,066 | 3,301 | 4,465 | 5,751 | 3,651 | 2,351 |
| 売上原価 | 5,669 | 6,960 | 7,518 | 7,654 | 8,193 | 8,463 | 5,062 | 3,546 |
| 原価率 (%) | 16.4 | 18.5 | 20.2 | 24.1 | 26.2 | 26.6 | 18.4 | 14.8 |
| 販売管理費 | 24,855 | 26,012 | 26,820 | 22,811 | 22,357 | 23,625 | 21,945 | 19,808 |
| 販売管理費率 (%) | 71.8 | 69.0 | 72.2 | 71.9 | 71.5 | 74.3 | 79.7 | 82.8 |
| 費用総額 (売上原価+販売管理費) | 30,525 | 32,973 | 34,339 | 30,465 | 30,550 | 32,089 | 27,008 | 23,355 |
| 人件費・採用費 | 3,807 | 4,754 | 6,032 | 6,274 | 6,273 | 5,949 | 5,594 | 5,000 |
| 広告宣伝費 | 14,018 | 14,805 | 15,048 | 12,444 | 12,380 | 13,998 | 13,136 | 12,539 |
| 広告宣伝費率 (%) | 40.5 | 39.3 | 40.5 | 39.2 | 39.6 | 44.0 | 47.7 | 52.4 |
| ※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 | 10,960 |
| エンターテインメント | 5,895 | 3,785 | 2,355 | 706 | 494 | 1,219 | 302 | 181 |
| ※EC | 335 | 330 | 247 | 363 | 997 | 1,261 | 1,452 | 1,386 |
| 支払手数料等 | 7,318 | 6,117 | 5,387 | 4,662 | 5,180 | 4,719 | 3,392 | 2,869 |
| 外注・サーバー費 | 1,198 | 2,277 | 2,574 | 2,115 | 2,058 | 2,029 | 1,243 | 1,029 |
| オフィス賃料 | 879 | 1,080 | 1,179 | 1,142 | 1,129 | 1,011 | 891 | 688 |
| その他 (費用総額-上記費用) | 3,303 | 3,937 | 4,116 | 3,825 | 3,528 | 4,380 | 2,750 | 1,227 |
| 営業利益 | 4,077 | 4,701 | 2,811 | 1,273 | 701 | -298 | 543 | 562 |
| Y/Y 増減率 (%) | +84.3 | +15.3 | -40.2 | -54.7 | -44.9 | — | — | +3.4 |
| ※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 | 1,400 |
| エンターテインメント | 3,820 | 3,587 | 1,532 | 776 | 369 | -894 | 166 | -38 |
| ※EC | -178 | -211 | -310 | -206 | -57 | -122 | -431 | -152 |
| 共通部門 | -1,493 | -1,751 | -1,648 | -1,356 | -1,203 | -937 | -951 | -647 |
| 営業利益率 (%) | 11.8 | 12.5 | 7.6 | 4.0 | 2.2 | — | 2.0 | 2.4 |
| 経常利益 | 4,118 | 4,730 | 2,809 | 1,249 | 895 | -219 | 711 | 609 |
| 税引前当期純利益 | 3,854 | 4,732 | 2,354 | 0 | 1,511 | -734 | 432 | 1,152 |
| 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 | 953 |
| 人員数 | 726 | 944 | 1,118 | 1,177 | 1,162 | 1,082 | 910 | 862 |
| ライフスタイルサポート | 345 | 482 | 578 | 647 | 621 | 574 | 454 | 413 |
| エンターテインメント | 268 | 312 | 381 | 382 | 373 | 351 | 337 | 325 |
| EC | 46 | 62 | 57 | 56 | 61 | 55 | 31 | 29 |
| 共通部門 | 67 | 88 | 102 | 92 | 107 | 102 | 88 | 95 |

※ 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より前は適用前の数字を反映しております。

| | | FY2017 | FY2018 | FY2019 | FY2020 | FY2021 | FY2022 | FY2023 | FY2024 |
|----------|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 資産の部 | | | | | | | | | |
| 流動資産 | ※ | 9,613 | 11,488 | 11,543 | 11,130 | 10,383 | 10,471 | 10,264 | 11,562 |
| 現預金 | | 5,004 | 5,984 | 6,713 | 6,480 | 6,035 | 5,223 | 5,992 | 8,050 |
| 固定資産 | ※ | 3,527 | 5,214 | 5,729 | 4,932 | 5,368 | 4,290 | 3,591 | 4,729 |
| 有形固定資産 | | 1,666 | 1,684 | 1,711 | 1,384 | 1,195 | 844 | 389 | 365 |
| 無形固定資産 | | 507 | 2,070 | 1,522 | 477 | 792 | 391 | 216 | 1,637 |
| 投資その他の資産 | ※ | 1,353 | 1,459 | 2,495 | 3,070 | 3,380 | 3,055 | 2,985 | 2,726 |
| 資産合計 | | 13,140 | 16,702 | 17,273 | 16,063 | 15,751 | 14,762 | 13,855 | 16,291 |
| 負債の部 | | | | | | | | | |
| 流動負債 | | 5,202 | 4,464 | 4,031 | 3,847 | 3,640 | 4,205 | 3,621 | 3,045 |
| 固定負債 | | 481 | 583 | 730 | 493 | 527 | 674 | 529 | 2,972 |
| 負債合計 | | 5,683 | 5,047 | 4,761 | 4,340 | 4,168 | 4,880 | 4,151 | 6,017 |
| 有利子負債 | | 632 | 186 | — | — | — | — | — | 35 |
| 純資産の部 | | | | | | | | | |
| 株主資本 | | 7,361 | 11,566 | 12,452 | 11,663 | 11,232 | 9,088 | 8,969 | 9,642 |
| 自己株式 | | -1,177 | -481 | -438 | -397 | -1,394 | -1,896 | -1,862 | -1,846 |
| 新株予約権 | | 96 | 85 | 85 | 82 | 82 | — | — | 22 |
| 純資産合計 | | 7,456 | 11,655 | 12,511 | 11,722 | 11,582 | 9,882 | 9,704 | 10,274 |
| 負債・純資産合計 | | 13,140 | 16,702 | 17,273 | 16,063 | 15,751 | 14,762 | 13,855 | 16,291 |

※ 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 - FY2024)

| | FY2017 | FY2018 | FY2019 | FY2020 | FY2021 | FY2022 | FY2023 | FY2024 |
|--------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 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 | 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 | 1,128,082 |
| 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 | 18,561,198 |
| 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 | 51.36 |
| EPS増減率 (%) | 99.0 | 24.9 | -55.7 | — | — | — | — | 564.4 |
| ROA (総資産経常利益率、%) | 36.2 | 31.7 | 16.5 | 7.5 | 5.6 | -1.4 | 5.0 | 4.0 |
| 1株当たり純資産 (円) | 389.03 | 593.76 | 636.32 | 594.54 | 605.98 | 533.23 | 523.06 | 552.28 |
| 1株当たり配当金額 (円) | 27.00 | 32.50 | 16.00 | 16.00 | 16.00 | 16.00 | 16.00 | 22.00 |
| 中間配当額 (円) | 5.00 | 0.00 | 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 | 410 |
| 配当性向 (%) | 19.8 | 19.1 | 21.2 | — | 35.5 | — | 207.0 | 42.8 |
| 株主資本比率 (%) | 56.0 | 69.2 | 72.1 | 72.6 | 71.3 | 61.6 | 64.7 | 59.2 |
| 自己資本比率 (%) | 56.0 | 69.3 | 71.9 | 72.5 | 73.0 | 66.9 | 70.0 | 62.9 |
| ROE (自己資本当期純利益率、%) | 41.8 | 34.9 | 12.3 | -4.3 | 7.6 | -12.5 | 1.5 | 9.6 |
| ROIC (=①÷②、%) | 34.1 | 27.9 | 14.1 | 7.6 | 4.3 | -2.2 | 4.2 | 3.2 |
| ①税引き後営業利益 (百万円) | 2,729 | 3,284 | 1,759 | 884 | 486 | -207 | 377 | 390 |
| ②投下資本 (=③+④、百万円) | 7,993 | 11,752 | 12,452 | 11,663 | 11,232 | 9,088 | 8,969 | 12,178 |
| ③株主資本 (百万円) | 7,361 | 11,566 | 12,452 | 11,663 | 11,232 | 9,088 | 8,969 | 9,642 |
| ④有利子負債 (百万円) ※ | 632 | 186 | — | — | — | — | — | 2,535 |

※ 「転換社債型新株予約権付社債」を含めております。

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。