



2023.12.8

FY2024 Q1 決算説明資料

株式会社エイチーム（証券コード：3662）

- 1. 資金調達に関するお知らせ**
- 2. プライム市場上場維持基準の適合に向けた取組**
- 3. FY2024 Q1 連結決算概要**
- 4. FY2024 Q1 セグメント別詳説**
- 5. FY2024 業績・配当予想**

APPENDIX：会社概要

APPENDIX：M&Aの方針

APPENDIX：サステナビリティへの取組

APPENDIX：主な経営指標

1.資金調達に関するお知らせ

コミットメントライン契約締結で、機動的かつ安定的な資金調達手段を確保

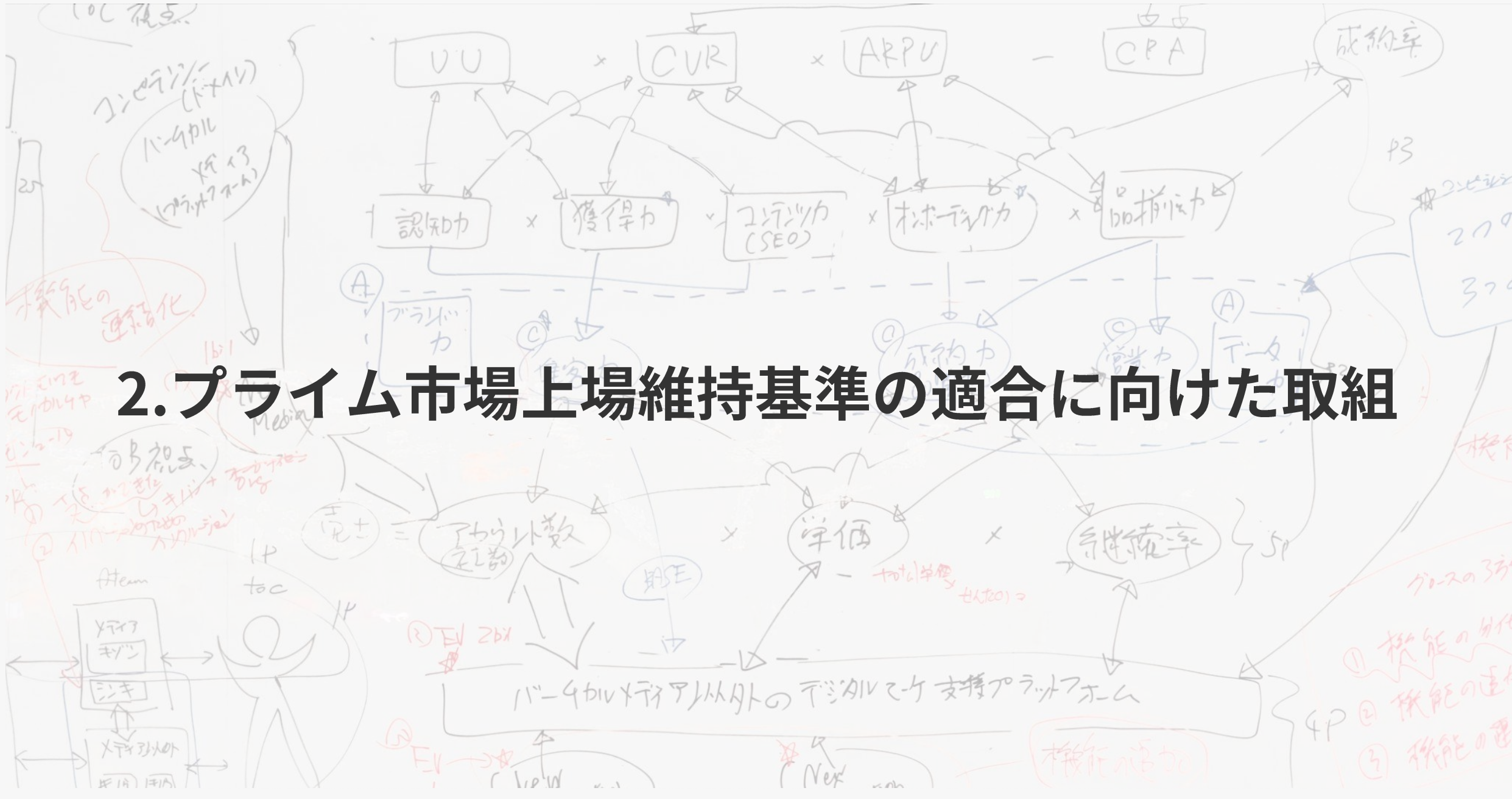
機動的かつ安定的な資金調達手段を確保することで、事業成長に伴い生じる必要運転資金を確保。

成長戦略に基づくM&Aや他社との資本業務提携等のインオーガニック投資の推進に伴う手元資金の減少を防ぎ、財務基盤のさらなる安定化を図る。

(1) 組成金額	30億円
(2) 契約形態	バイラテラル方式コミットメントライン契約
(3) 契約締結日	2023年12月29日（予定）
(4) コミットメント期間	2023年12月29日～2024年12月29日
(5) 契約締結先	株式会社三井住友銀行

※ 本契約締結に伴う2024年7月期連結業績予想の修正はございません。

2. プライム市場上場維持基準の適合に向けた取組



適合計画への取組

再成長を狙うべく、
事業価値向上に取り組みつつ、刷新した成長戦略を遂行

① 刷新した成長戦略の遂行

② 投資事業の成長と
収益性が悪化した事業の回復

成長戦略

① 刷新した成長戦略の遂行

強みであるデジタルマーケティング力を中心に、周辺市場・周辺機能を拡充し、
より多くの取引先に対してサービスを提供していく。

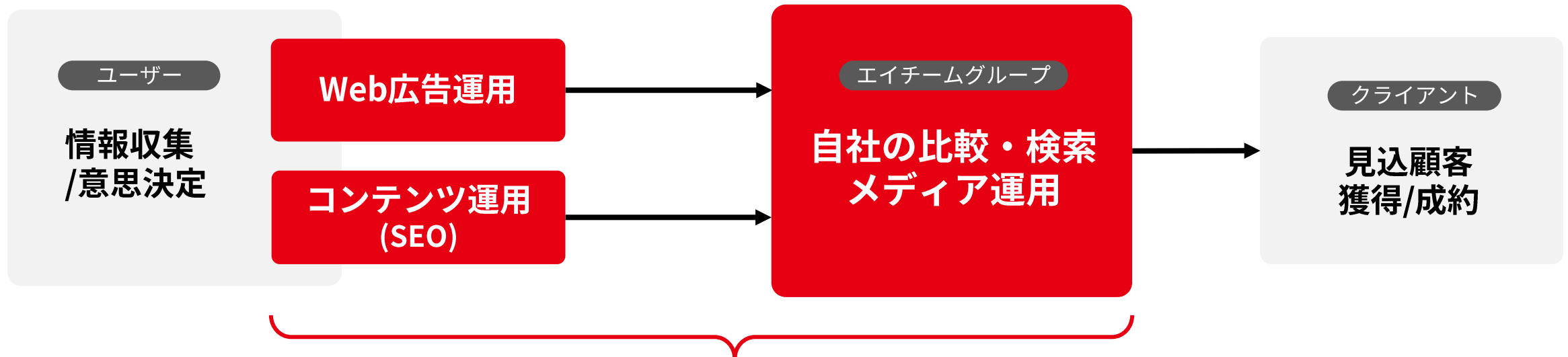
インオーガニック投資でメディア・機能などを獲得し、さらなる事業成長を狙う。

成長戦略

考え方

当社グループの強み：デジタルマーケティング力

Web広告運用やコンテンツ運用（SEO）などの**デジタルマーケティング力**が当社グループの強み。最大セグメントであるライフスタイルサポートセグメントにおいて高い収益性を実現している。



Web広告運用・コンテンツ運用・自社メディア運用を
自社で統合的に実施し、他社にはないデジタルマーケティング力を実現

成長戦略

考え方

ユーザーとクライアントを結びつけることで報酬をいただくビジネスモデル

ライフスタイルサポート事業の主なビジネスモデルは、ユーザーの課題・悩みを元に適切な情報や選択肢を提示することで、クライアント企業の選択・意思決定を支援。その結果としてクライアントから報酬を獲得。

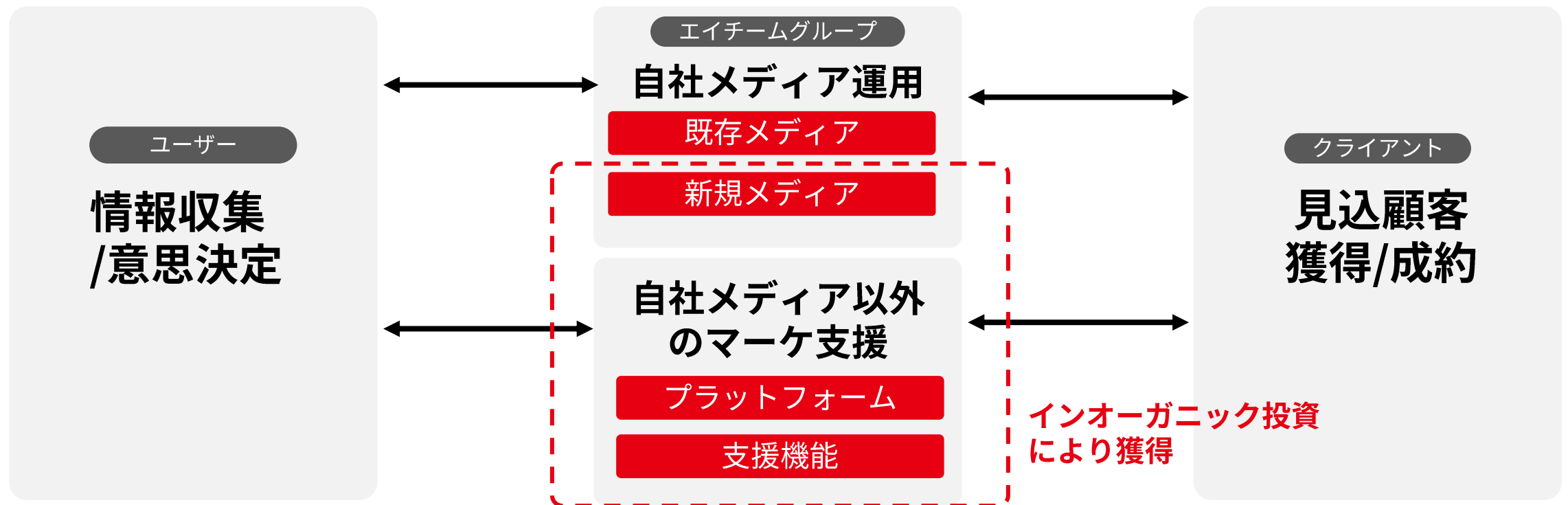


成長戦略

考え方

インオーガニック投資で獲得するメディア・機能により、ビジネスモデルを拡大

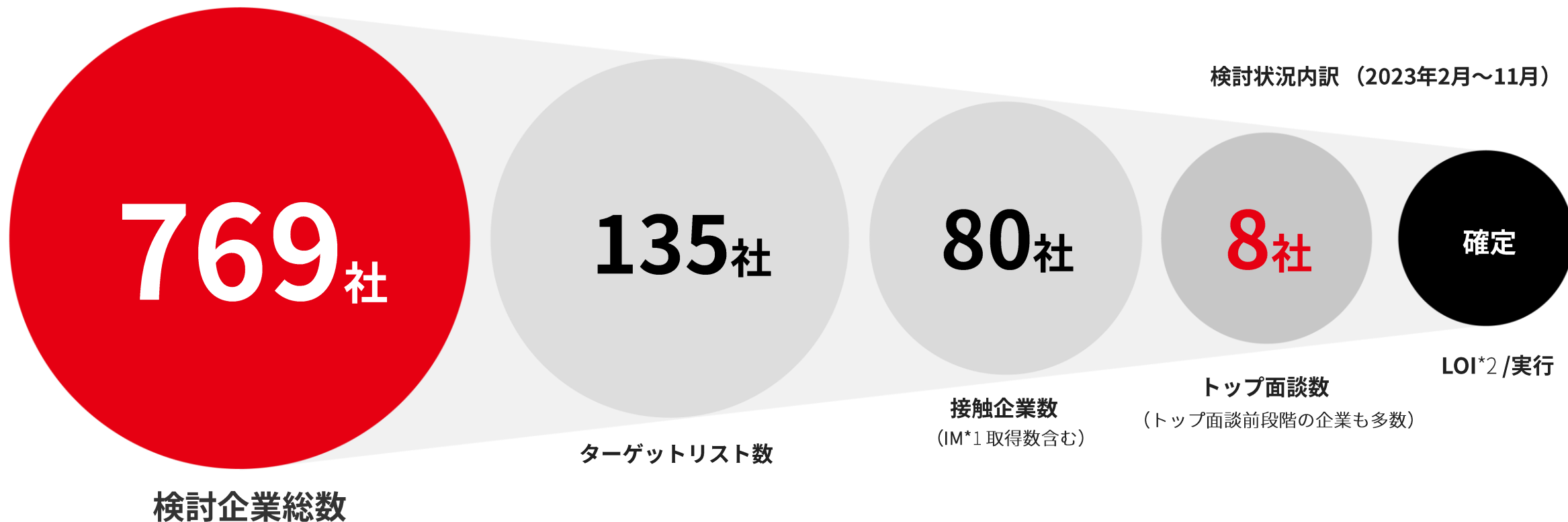
中長期的に新規メディアの追加に加え、自社メディア以外でのプラットフォームや支援機能などto B向けにデジタルマーケティングを横展開・拡張していくことで、より大きなインパクトを生む事業へと拡大させ、非連続な成長を目指す。



成長戦略

活動内容

多くの候補企業群を選定して接触数を増やし、徐々にトップ面談が増加



*1 : IM…Information Memorandum (企業概要書) *2 : LOI…Letter of Intent (基本合意書)

※ 成長戦略の遂行に向けた今後のM&Aの方針については、本決算説明資料のP56「APPENDIX : M&Aの方針」をご参照ください。

成長戦略

活動内容

自社及び他社のリソースを最大限に活用し、多くのターゲット企業を選定

検討対象選定方法・期間

ターゲット企業の選定経路

- 自社調査
- 他社紹介（M&A仲介会社、金融機関、VC等）

ターゲット規模

- ～50億円程度

検討期間

- LOI（Letter of Intent）まで約1ヵ月
- デューデリジェンス：約2ヵ月

投資事業の成長

② 投資事業の成長と 収益性が悪化した事業の回復

FY2025までに、投資事業の多くが投資回収期に入る見込み。

投資回収が遅れた場合でも、投資額の上限設定を行うことでさらなる支出増を抑制。

さらに、コロナ影響で悪化していた事業の回復（主にブライダル事業）を狙う。

投資事業の成長

各種取組により、FY2025に合計15億円の利益増加を目指す

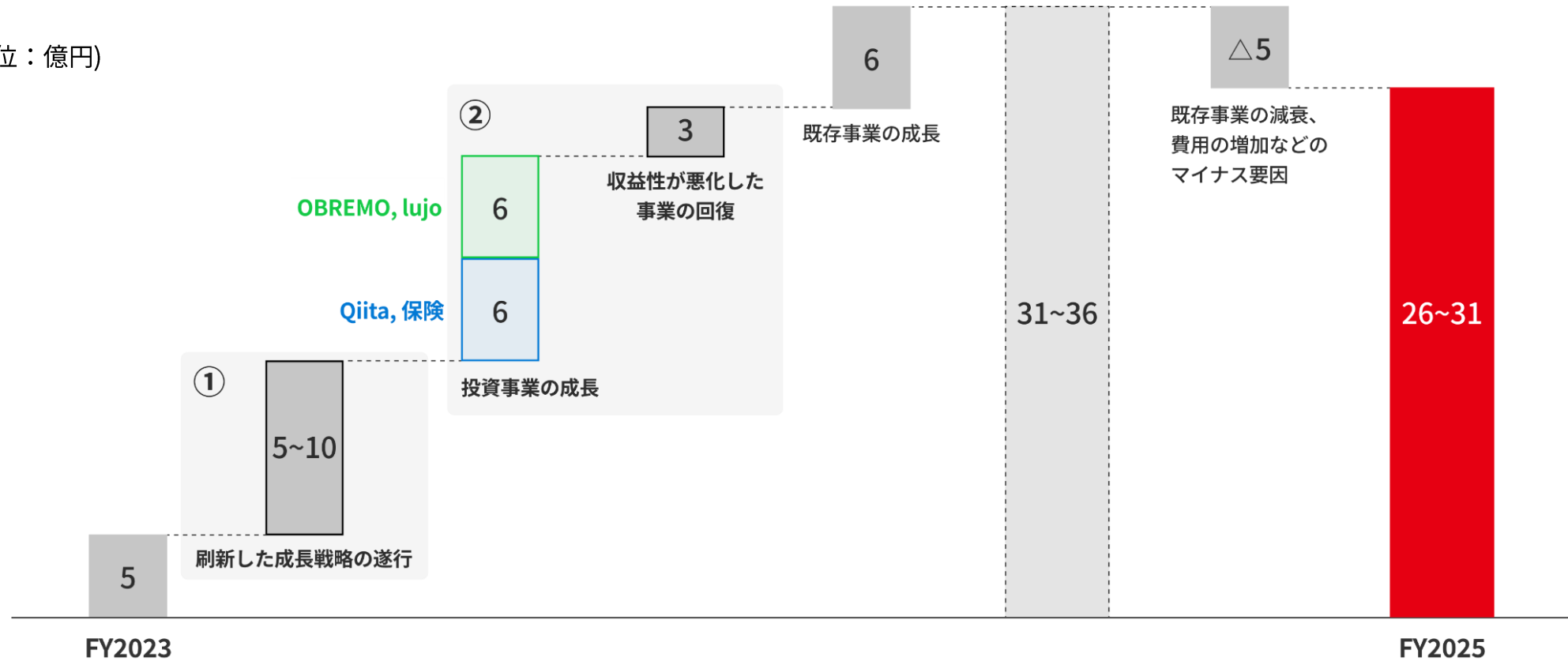
	利益増加額	取組
投資事業の成長	+6億円 ※	<ul style="list-style-type: none">（OBREMO,lujo）生涯期待収益が必要コストを上回っており、顧客の積み上がりに伴い収益性が改善する見込（Qiita）イベント収益の拡大及び収益変動に合わせたコストコントロールを行う（保険）集客効率の向上並びに既存顧客からの再契約獲得
収益性が悪化した事業の回復	+3億円 ※	<ul style="list-style-type: none">コロナ影響により挙式数が大きく落ち込んでいたが、5類感染症への移行により回復傾向認知度をコロナ前水準まで回復させ媒体価値を向上

※ 2023年10月13日に開示した「上場維持基準適合に向けた計画の進捗状況及び計画内容の一部変更について」に記載した内容の再掲です。

業績イメージ

①②の結果、FY2025において26億円～31億円の営業利益を見込む

(単位：億円)



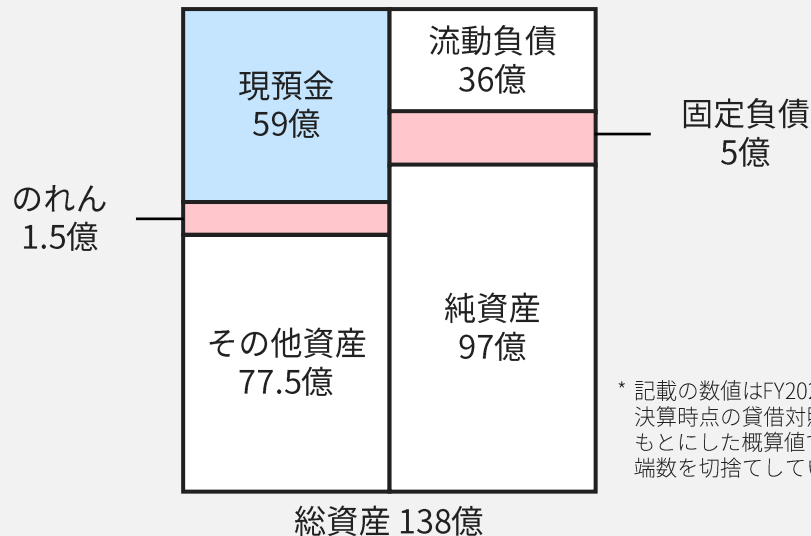
※ 2023年10月13日に開示した「上場維持基準適合に向けた計画の進捗状況及び計画内容の一部変更について」に記載した内容の再掲です。
2024年7月期および2025年7月期の営業利益、流通株式時価総額および株価は、上記資料発表日における当社の目標値であり、実際の数値を保証するものではありません。

BSの変化

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

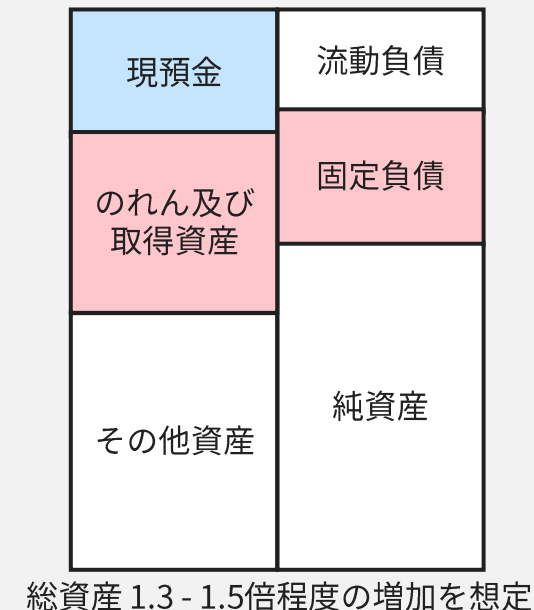
自己資本比率70%、かつ実質無借金であり、
現預金比率が高く非常に安全性の高い資本構成。
一方で、資本を有効活用できていない側面あり。



* 記載の数値はFY2023通期
決算時点の貸借対照表を
もとにした概算値であり、
端数を切捨てしています

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。



3. FY2024 Q1 連結決算概要

Y/Yで減収減益。なお、減収の主な要因はFY2023における「cyma」の譲渡*によるもの。業績予想に対しては概ね予定通りに進捗。

全社

売上高

5,974 百万円

(Y/Y 83.7%, Q/Q 94.7%)

営業利益

-170 百万円

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

当期純利益

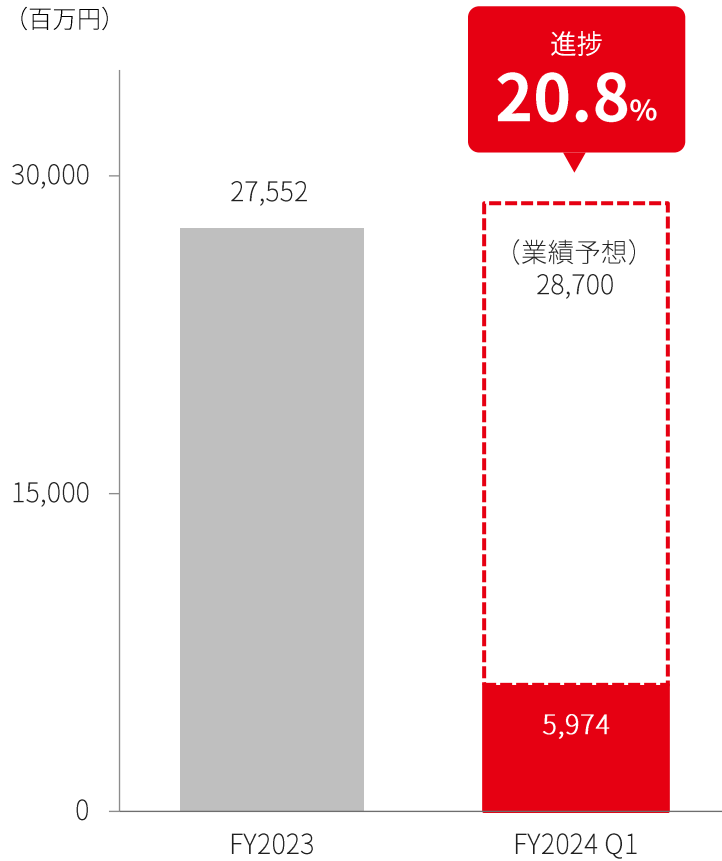
-142 百万円

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

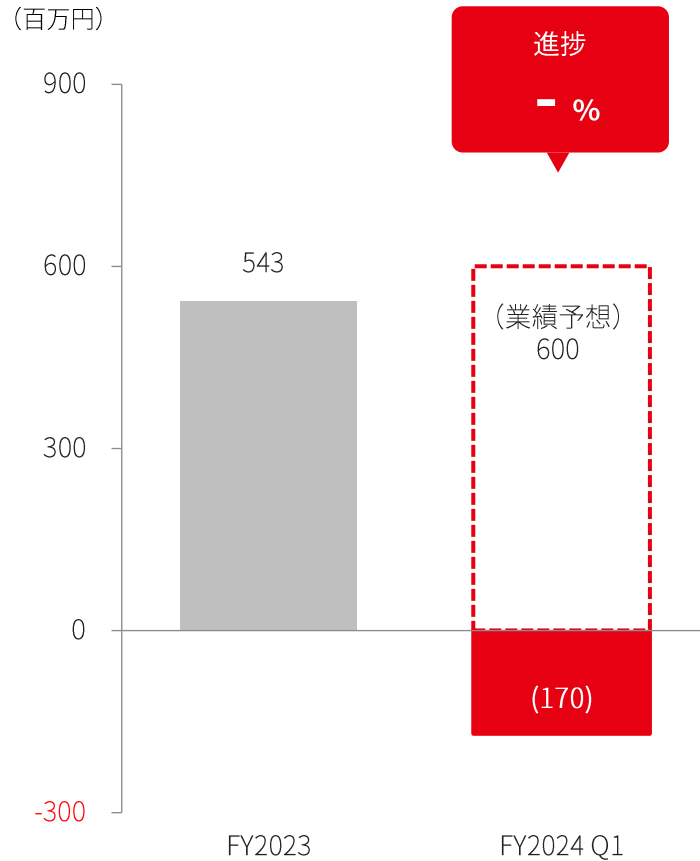
※ 詳細は、2022年12月16日に開示した「連結子会社における会社分割（吸収分割）及び株式譲渡（孫会社の異動）に関するお知らせ」及び2023年3月1日に開示した「（開示事項の経過）連結子会社における会社分割及び株式譲渡完了に関するお知らせ」をご参照ください。

● FY2024 連結業績予想に対する進捗

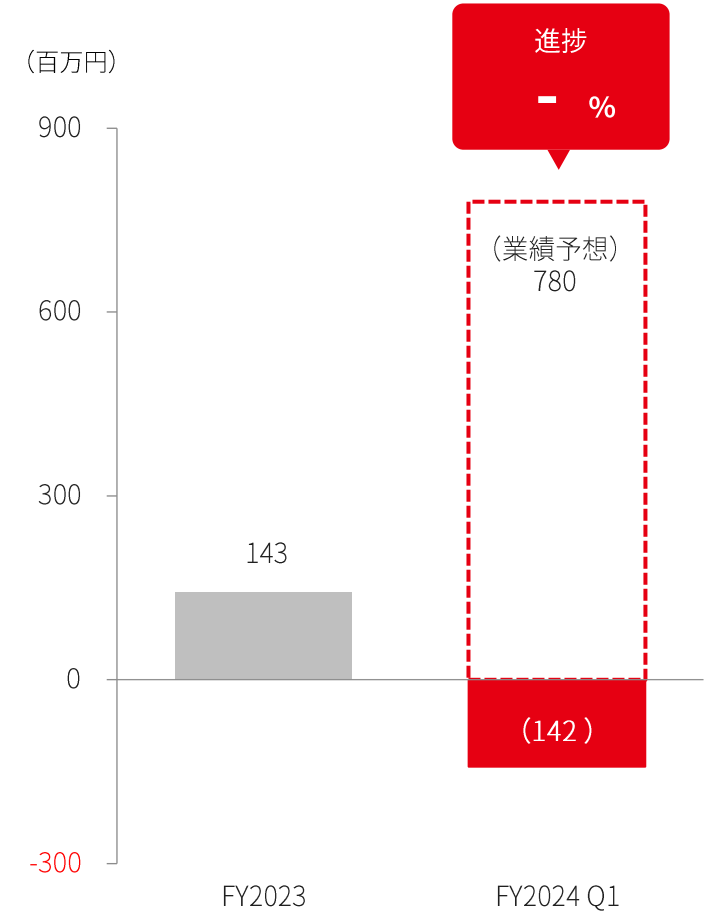
売上高



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。

Y/Y、Q/Qで共に減収減益。業績予想に対しては概ね予定通りに進捗

- 売上高はEC事業の「cyma」の譲渡により大幅に減少したことでY/Yで減収。
- 営業利益、経常利益及び当期純利益は EC事業で増加するも他事業の減少により全体でY/Yで減益。

(百万円)	FY2024	FY2023	Y/Y	FY2023	Q/Q	FY2024	進捗率
	Q1	Q1		Q4		通期予想	
売上高	5,974	7,134	83.7 %	6,307	94.7 %	28,700	20.8 %
営業利益	-170	213	- %	170	- %	600	- %
経常利益	-137	223	- %	289	- %	600	- %
当期純利益	-142	120	- %	141	- %	780	- %

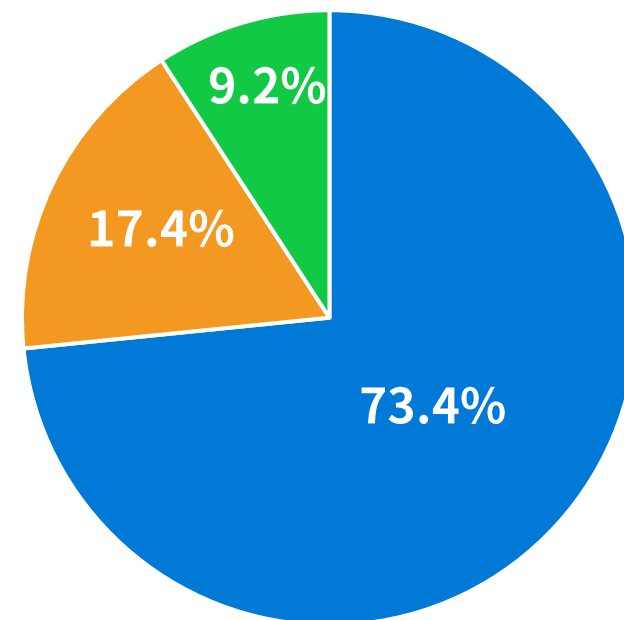
※ 2023年10月24日に開示した「特別利益の計上見込み及び業績予想の修正（上方修正）に関するお知らせ」の通り、FY2024 連結業績予想を修正しました。

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	4,387	96.6%	101.9%	158	26.6%	55.8%
エンターテインメント	1,039	80.4%	70.5%	-86	- %	- %
EC	547	42.2%	103.8%	-47	- %	- %
全社	5,974	83.7%	94.7%	-170	- %	- %

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



ライフスタイルサポート

Y/Y減収減益、Q/Q増収減益

セグメント売上： 4,387百万円

セグメント利益： 158百万円

- 人材メディア及び保険代理店事業は増収
- 新電力会社及び通信事業者への送客事業での送客制限の影響と自動車関連事業の広告宣伝費の増加により減益
- セグメント利益はY/Yで減益

エンターテインメント

Y/Y、Q/Q減収減益

セグメント売上： 1,039百万円

セグメント利益： -86百万円

- 既存タイトルのダウントレンドにより引き続き減収
- 新規タイトルに投資しながらゲームアプリ運営の効率化を図りつつも、セグメント売上の減収に伴い減益
- セグメント利益はY/Yで損失が拡大

EC

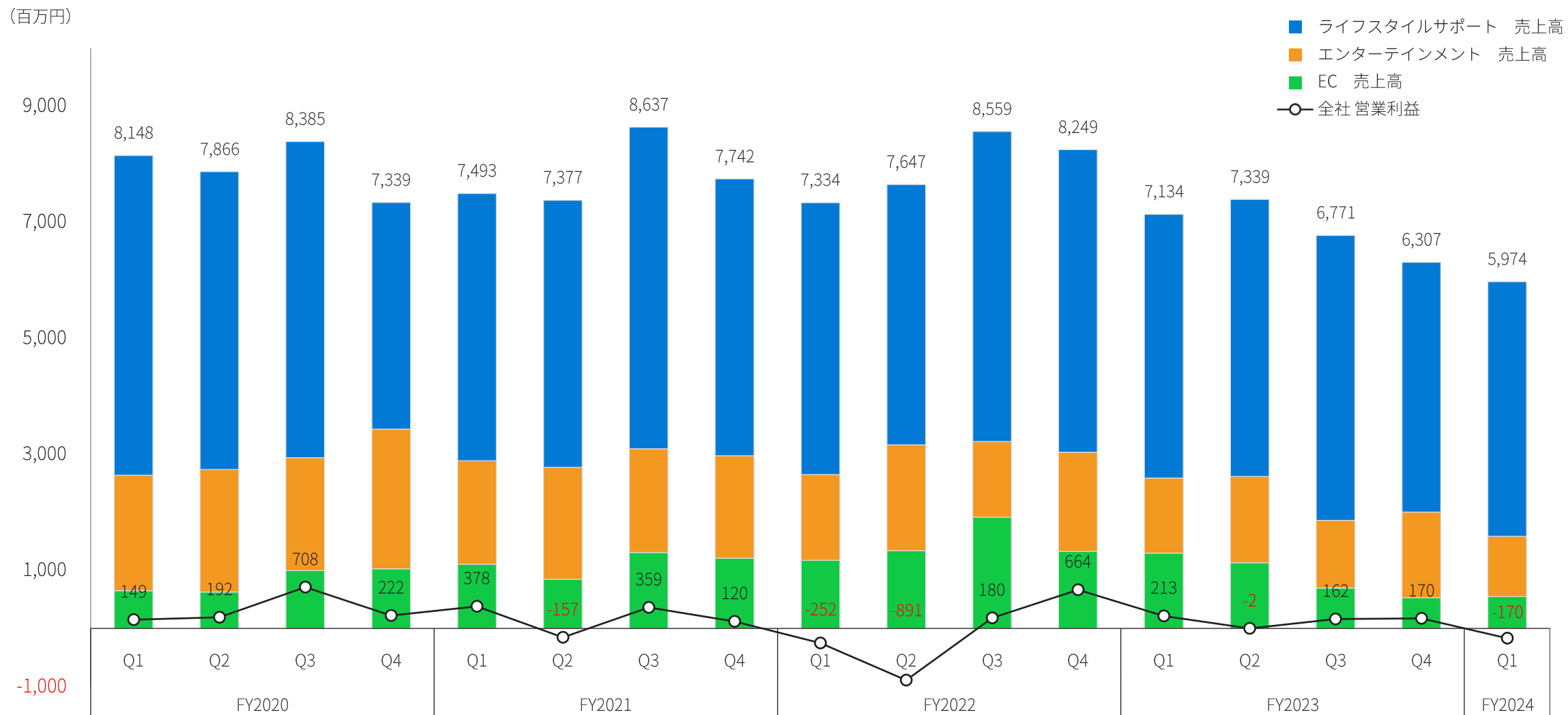
Y/Y減収増益、Q/Q増収増益

セグメント売上： 547百万円

セグメント利益： -47百万円

- 「lujo」「OBREMO」の顧客数の増加により大幅に増収
- 2023/3/1付での「cyma」譲渡に伴い、全体ではY/Yで大幅に減収
- セグメント利益は損失が大幅に縮小

● 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。

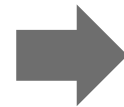
4. FY2024 Q1 セグメント別詳説

ライフスタイルサポート事業

サブセグメント区分を「デジタルマーケティング支援ビジネス」に統合

統合前

セグメント	サブセグメント
ライフスタイルサポート事業	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

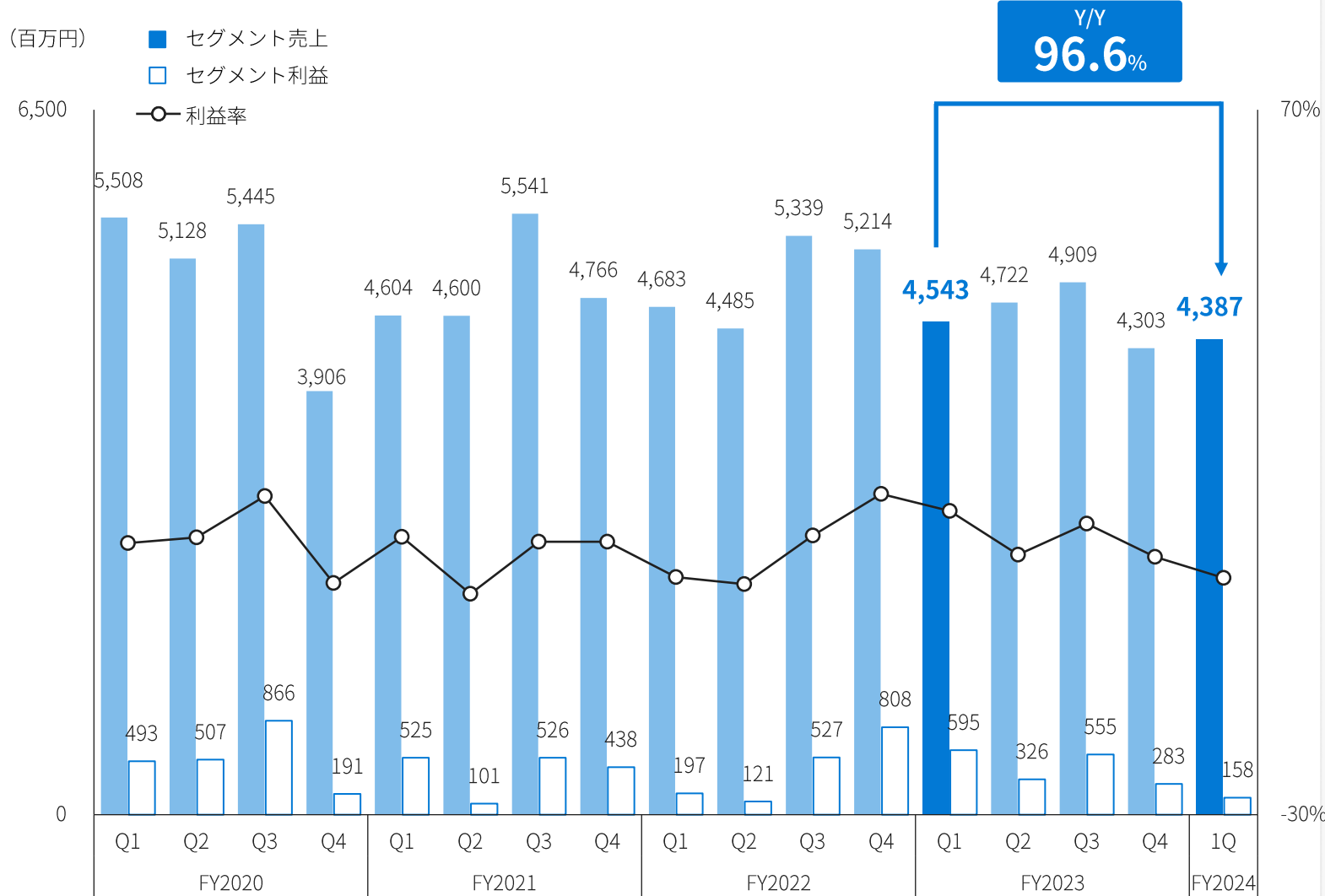


統合後

セグメント	サブセグメント
ライフスタイルサポート事業	デジタルマーケティング支援ビジネス

今まで「プラットフォームビジネス」に属していた「ラルーン」と「Qiita」は「デジタルマーケティング支援ビジネス」に統合。

● 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
- ◎ 自動車関連事業
- × 電気・回線の送客事業

利益

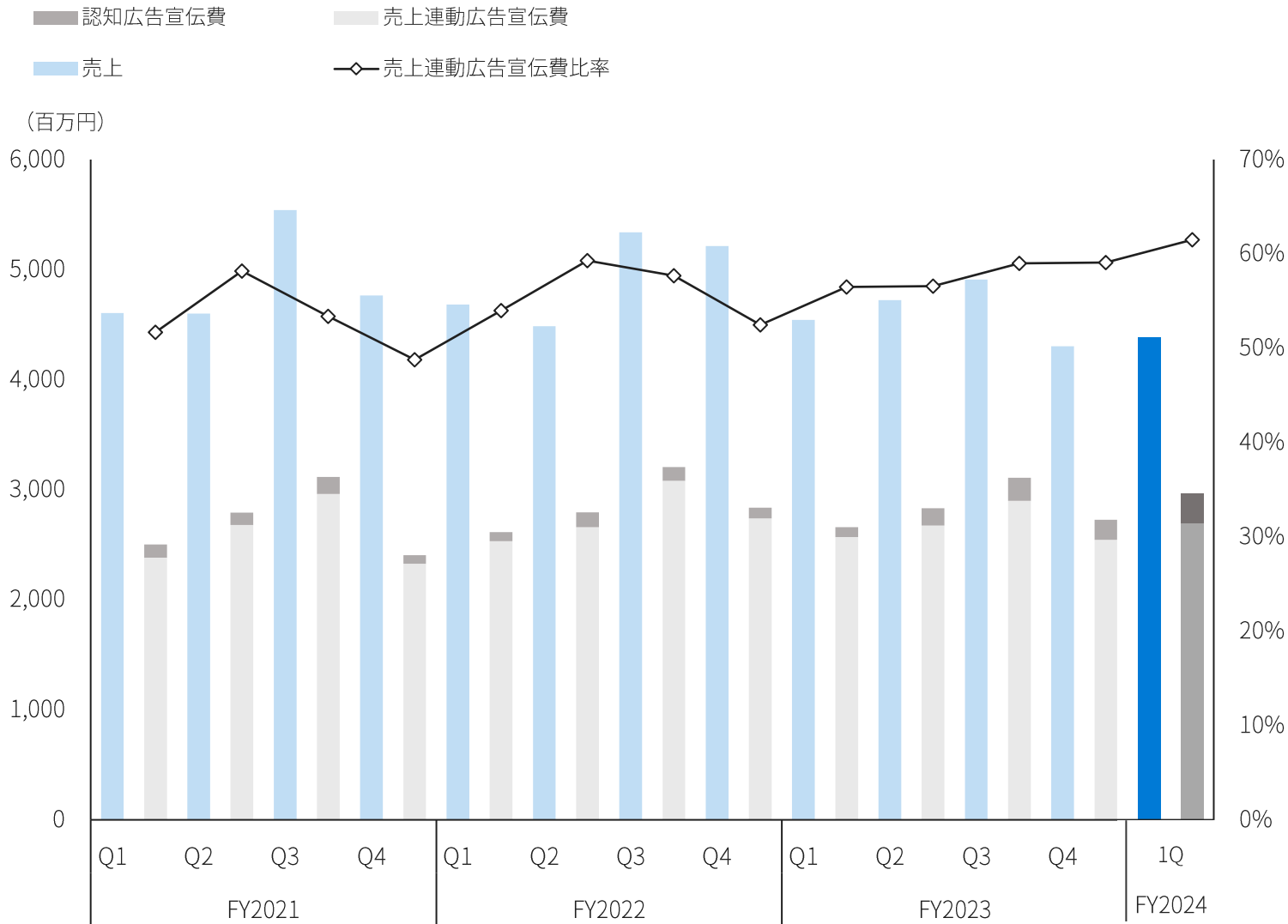
- × 自動車関連事業
広告宣伝費の増加によるもの
- × 電気・回線の送客事業

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

※ Y/Y成長率に基づいて表記しております。

※ Y/Y成長率の評価基準は、FY2023 Q4 決算説明資料に記載した評価基準より変更しております。

● 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
- 売上連動広告宣伝費はデジタルマーケティング支援ビジネスの売上に対して、大きく上昇することなく約60%前後で一定に推移

【売上連動広告宣伝費】
Web広告などの広告宣伝費

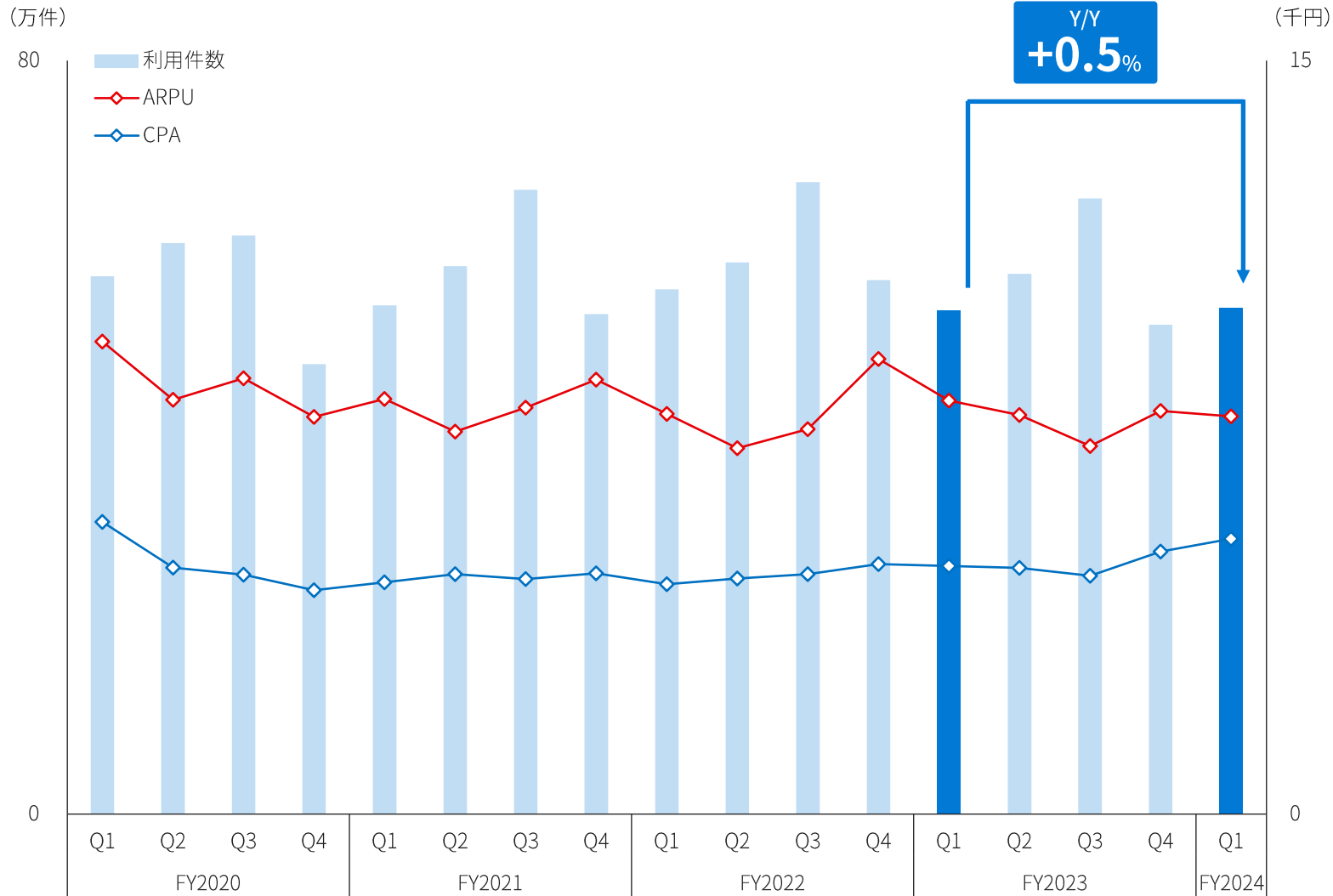
【認知広告宣伝費】
ブランド形成を目的とした広告宣伝費

【売上連動広告宣伝費比率】
 $\text{売上連動広告宣伝費} \div \text{売上高}$

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によってE-E-A-Tがより強化。	金融メディア全体としては業績は横ばいに推移。
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。	競合サービスの広告出稿の強化で獲得競争が激化。広告投資により売上が増加し増収するも、広告宣伝費の増加で減益傾向。
引越し関連	市場は概ね横ばいに推移。	売上は横ばいに推移。
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。	Y/Yで売上・利益ともに引き続き増加傾向。2023年8月で累積損失が解消。今後は収益の積み上げを図る。
ブライダル	コロナ前水準の8割程度まで市場が回復。	式場への営業強化により、掲載式場数が回復傾向。投資効率及び市場環境を鑑みながら、今後の投資を検討していく。
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。	過去からの積み上げにより顧客数が堅調に増加。提携社数増加に向けた営業や、自社サイト内への広告枠の販売を強化。

● 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で横ばい
- 広告宣伝費の増加に伴いCPAが微増

【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、獲得コスト発生ペース）

【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】

「イーデス」がリリース1周年、累計訪問者数2,800万人を突破

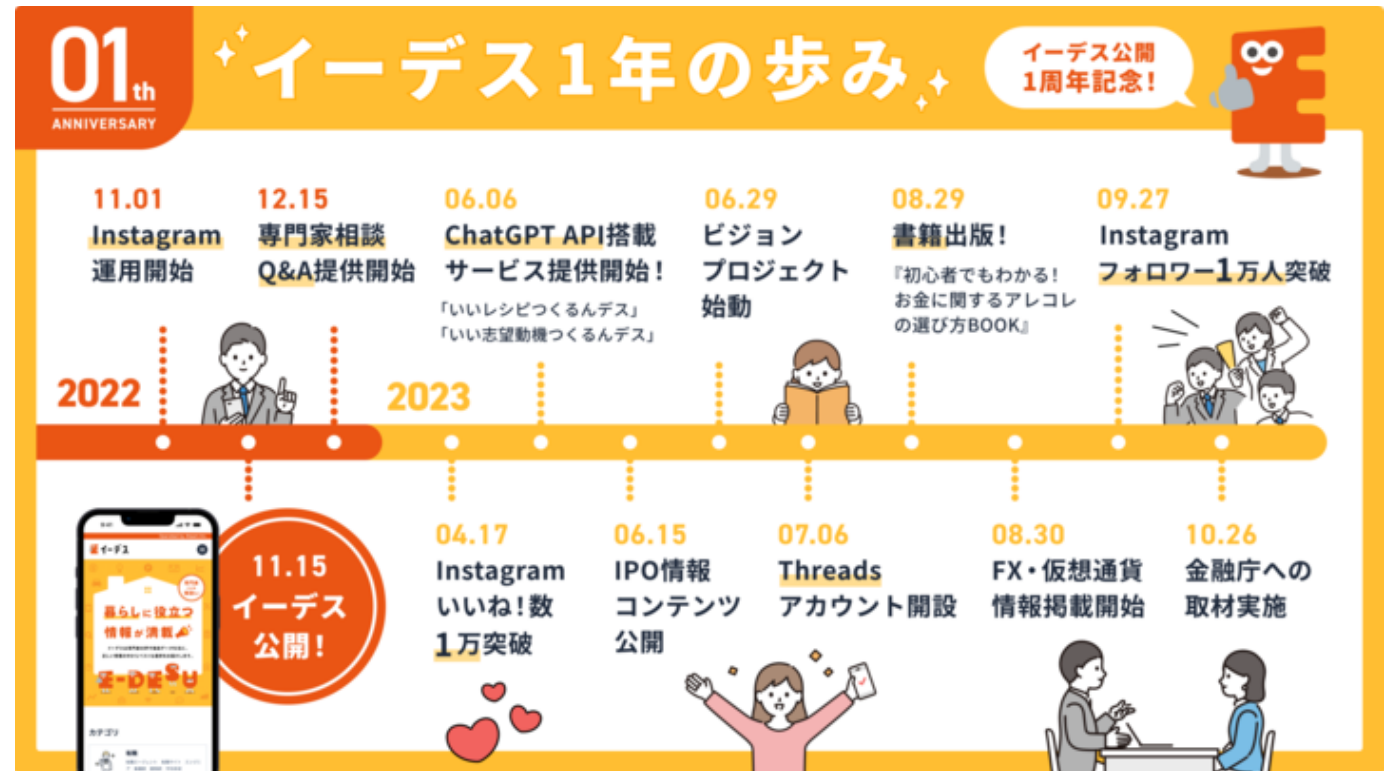
累計訪問者数2,800万人を突破

ライフスタイル総合メディア「イーデス」が2023年11月15日にリリース1周年を迎え、**累計訪問者数2,800万人を突破**。

「イーデス」の狙い

当社はこれまで顧客のライフイベントに寄り添うメディアを各ブランドで運営してまいりました。

「イーデス」のリリースにより、**各ブランドの共通化**を図ることで、ライフスタイル領域における情報カテゴリを拡充し、顧客接点を増やすとともに顧客と長期的な関係性を築き、**利用者数増加による収益拡大**を目指してまいります。



※ 2023年11月22日に発表した「暮らしの「まよい」を解決する情報メディア「イーデス」公開から1周年! 累計訪問者数が2,800万人を突破」をご参照ください。

メドレー社へのラルーン事業の簡易吸収分割による譲渡が決定

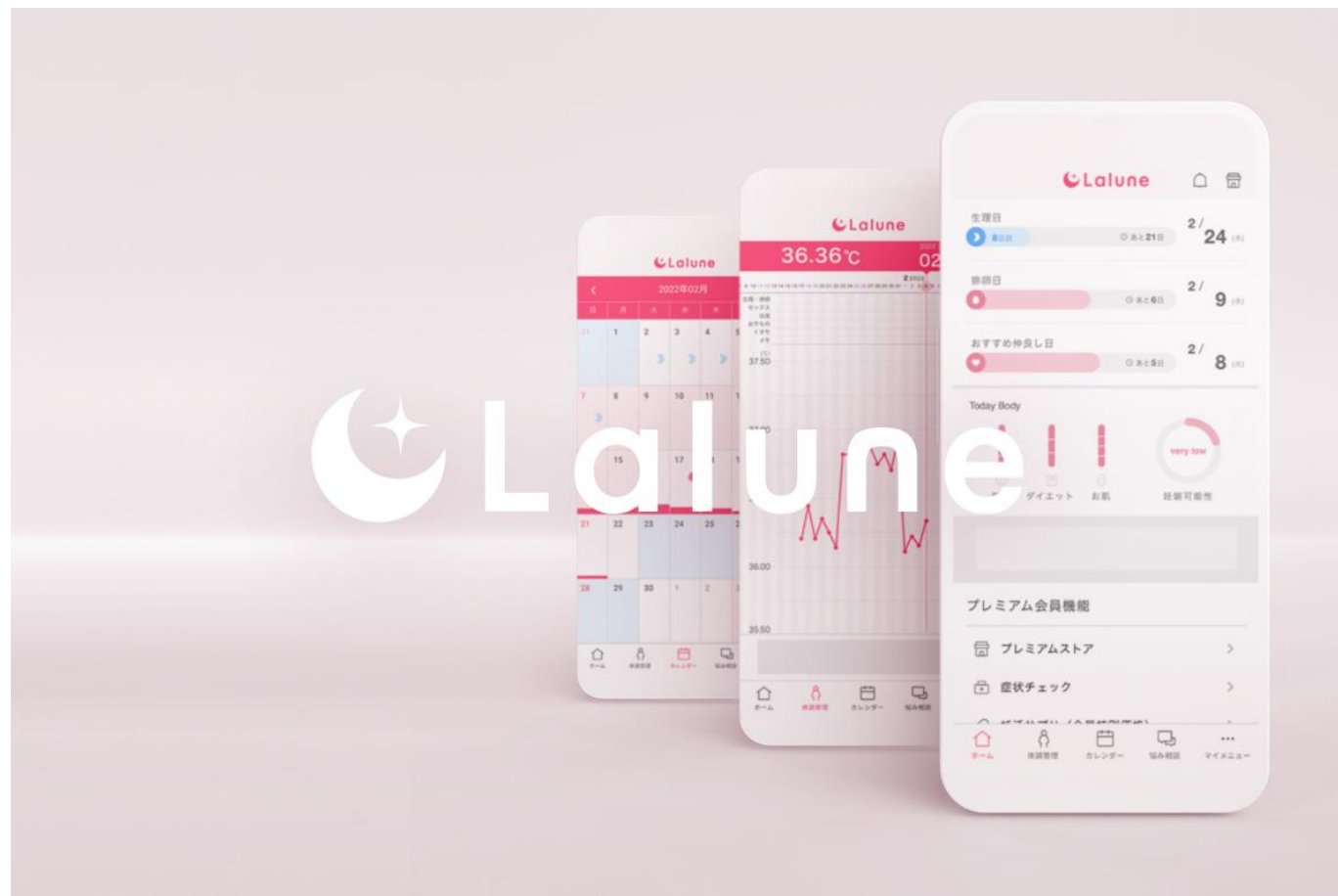
ラルーン事業の譲渡

事業承継による効力発生日は2024年2月1日の予定。
同社の医療プラットフォーム事業で運営。

本組織再編の目的

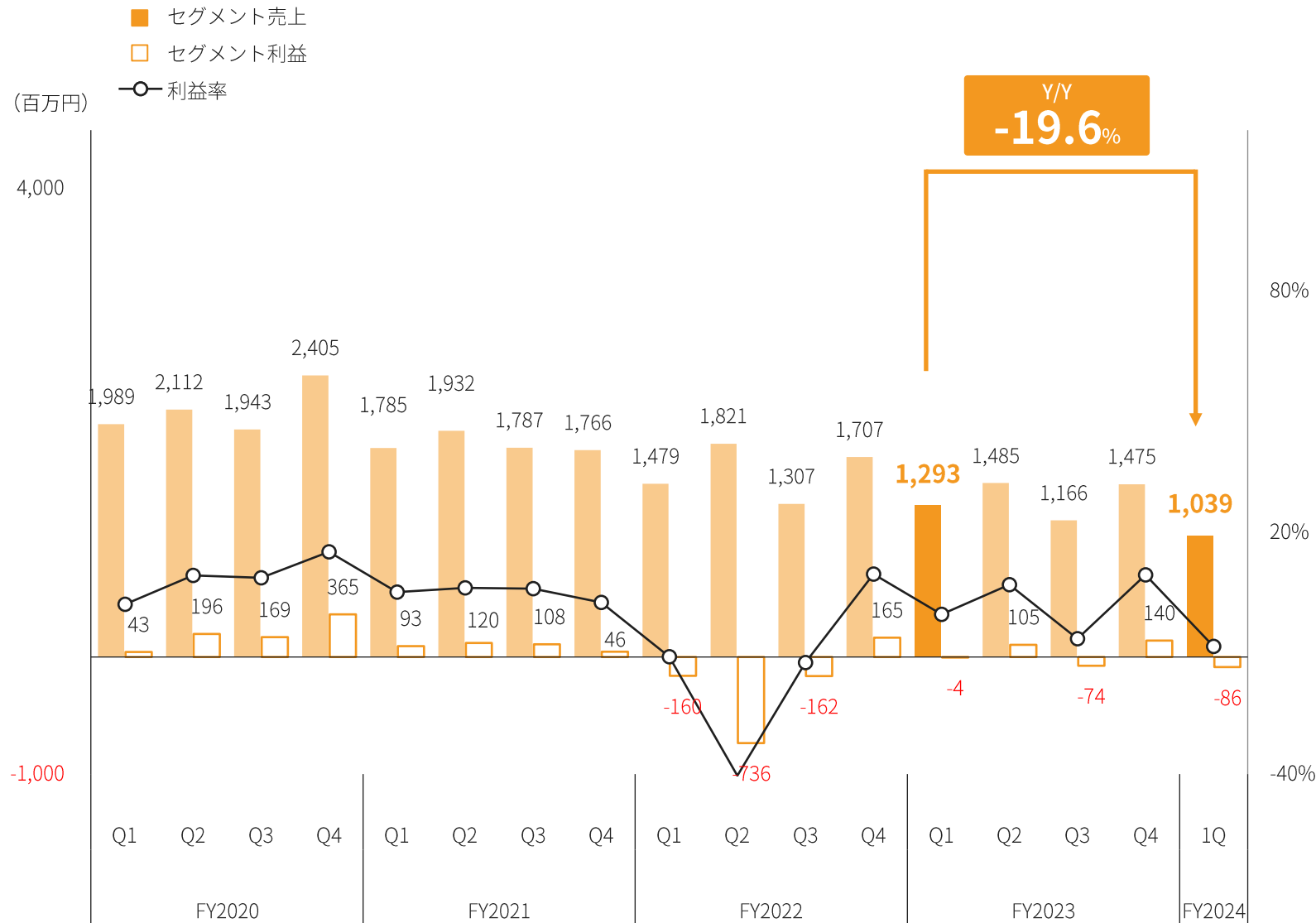
医療ヘルスケア分野への知見が豊富なメドレー社にラルーン事業を承継することで本事業の事業価値の最大化において最適だと判断。今後、**当社の経営リソースの最適化を図り、グループの強みを発揮できる領域にリソースを再配分**してまいります。

※ 2023年10月24日に開示した「[連結子会社における会社分割（簡易吸収分割）による株式会社メドレーへの権利義務の承継に関するお知らせ](#)」をご参照ください。



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

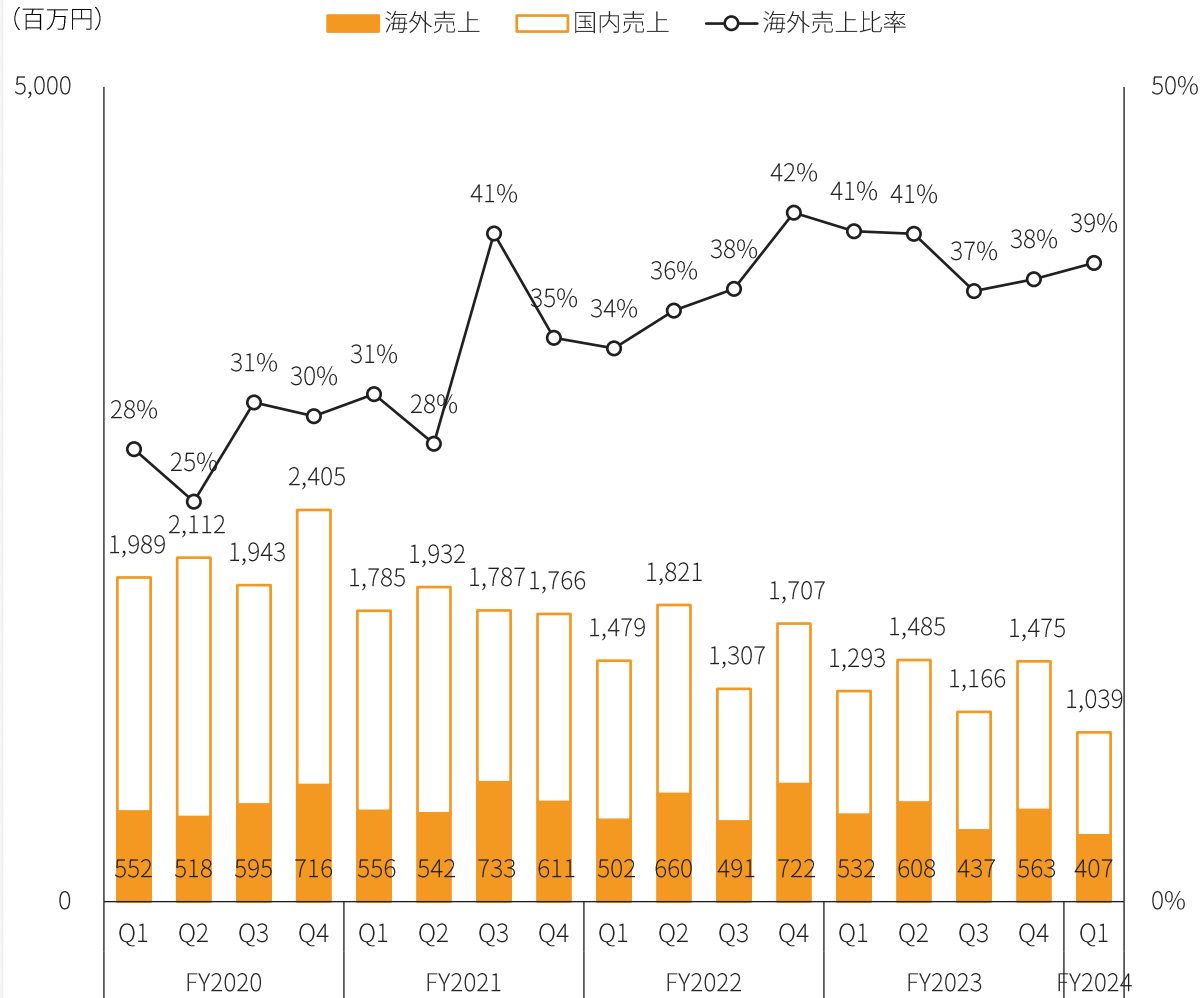
売上

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

利益

新規タイトルへの投資はしつつ、既存タイトルの効率的な運用や経費抑制を行うものの、セグメント売上の減収に伴う減益により、Y/Yで損失額が拡大。

● 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。

引き続き、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)

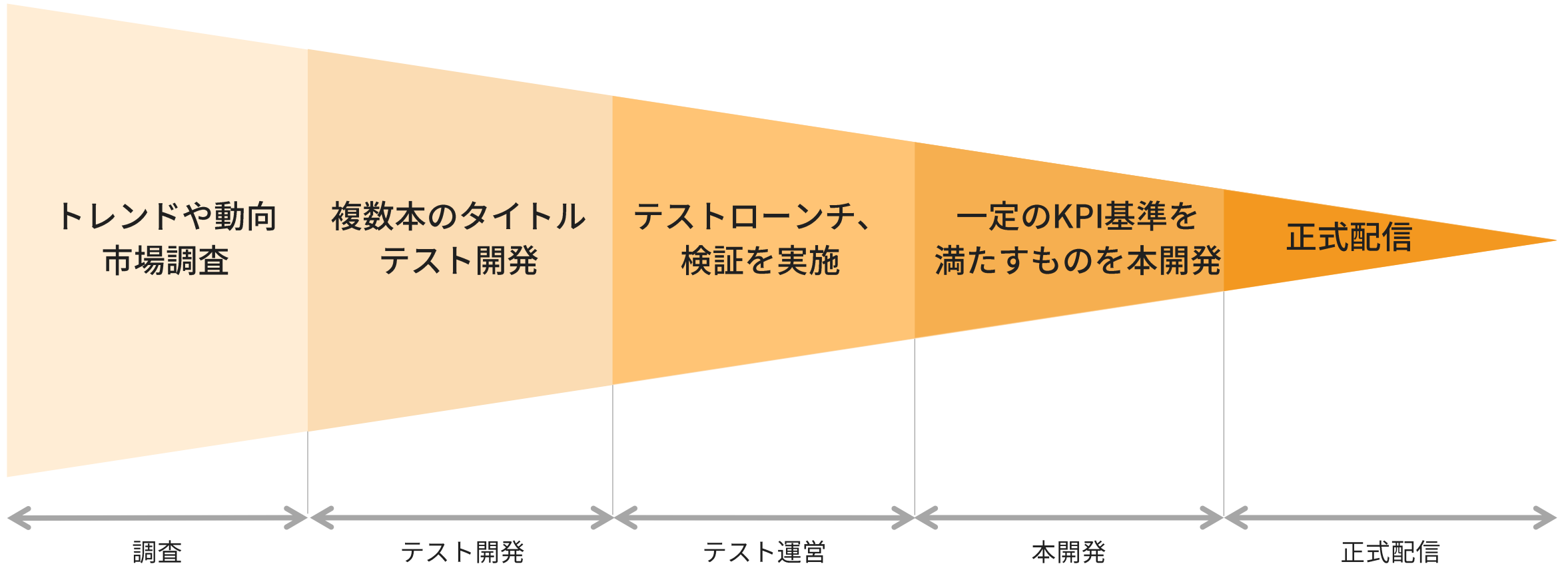
企画/開発中

複数

リリース済

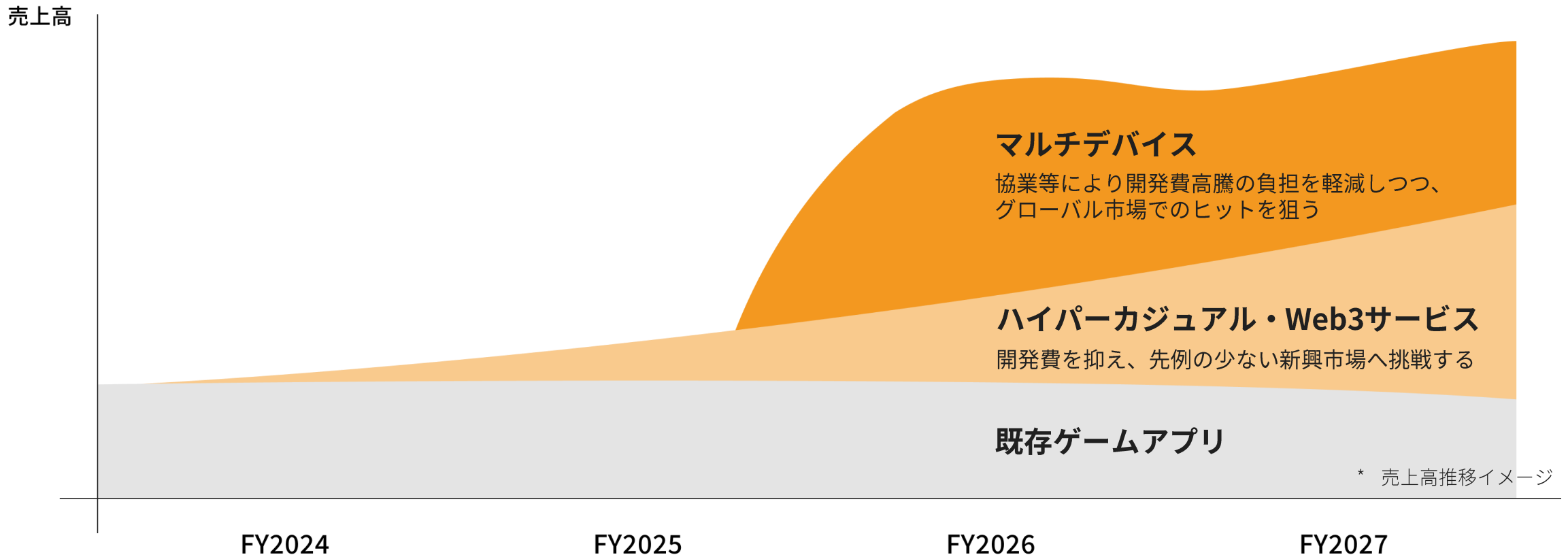
1本

ハイパーカジュアルゲームの市場規模は全世界で4兆円* スピーディな開発でPDCAを回しながら、ヒット作を創出していく



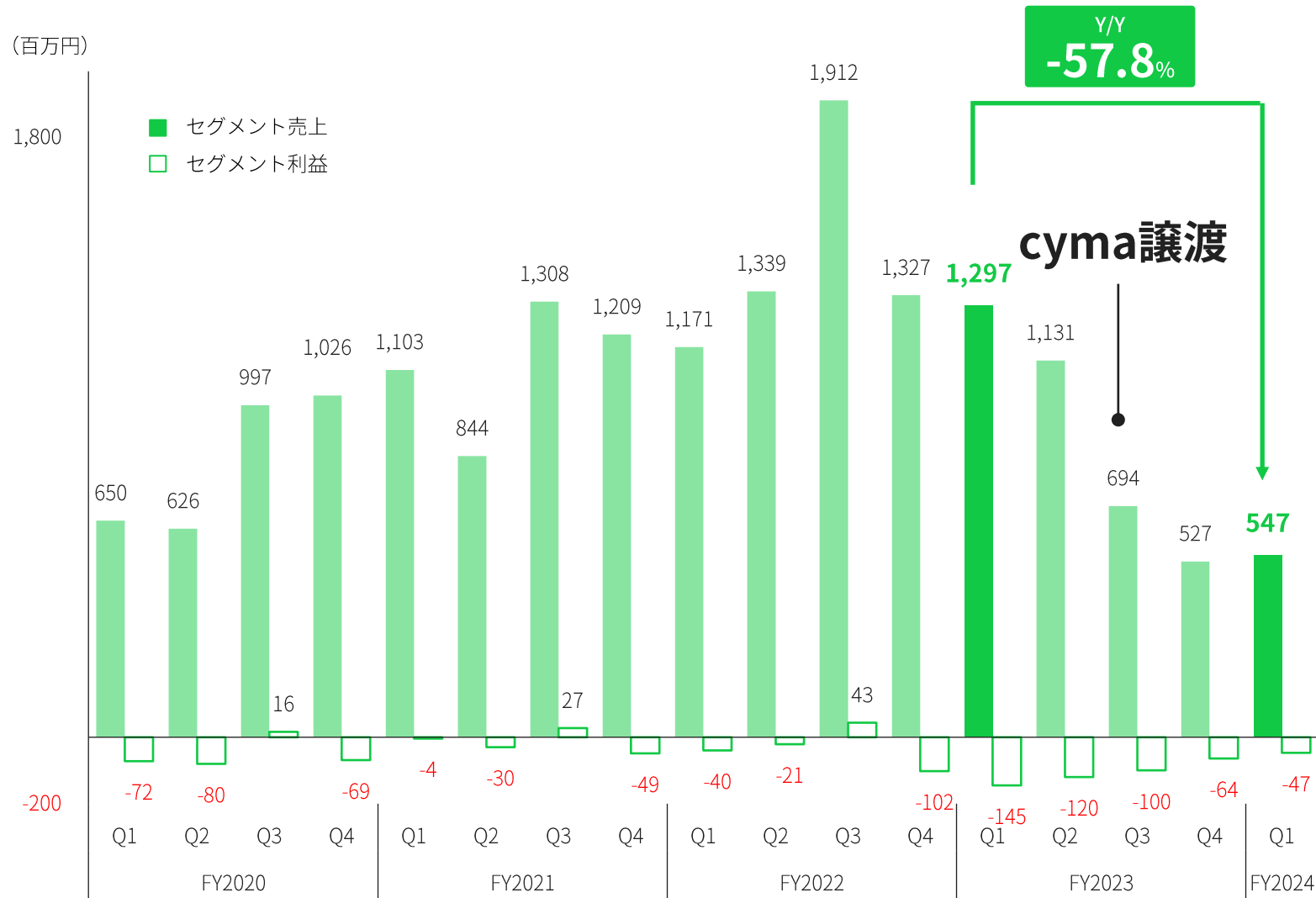
* App Annie 「2021年モバイルゲーム市場最新レポート: サブジャンル、収益化、ユーザー獲得の重要トレンド」

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ため、 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

2023/3/1付の「**cyma**」譲渡に伴い、Y/Yで大幅に減収。ただし、化粧品ブランド「**lujo**」及びドックフードブランド「**OBREMO**」においては、顧客数の増加により大幅に増収。

利益

営業損失が生じていた「**cyma**」の譲渡に加え、「**lujo**」が四半期黒字化となったことにより、セグメント全体の損失額がY/Yで大幅に縮小。

※ 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。

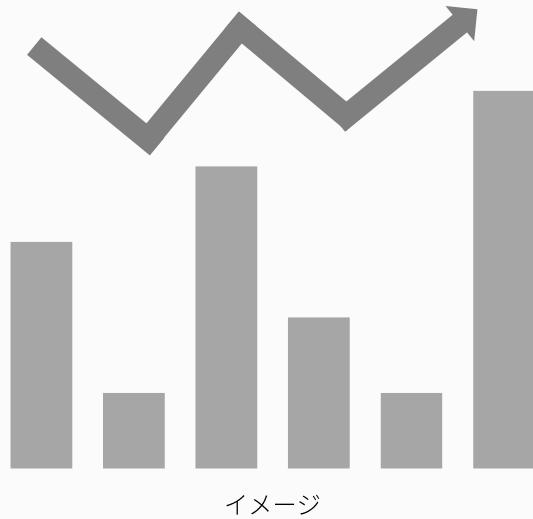
※ 化粧品ブランド「**lujo**（ルジョー）」は2020年3月10日よりサービスを開始しております。

※ 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。

定期購入型のビジネスモデル、継続顧客の積み上げにより売上が伸びる収益構造

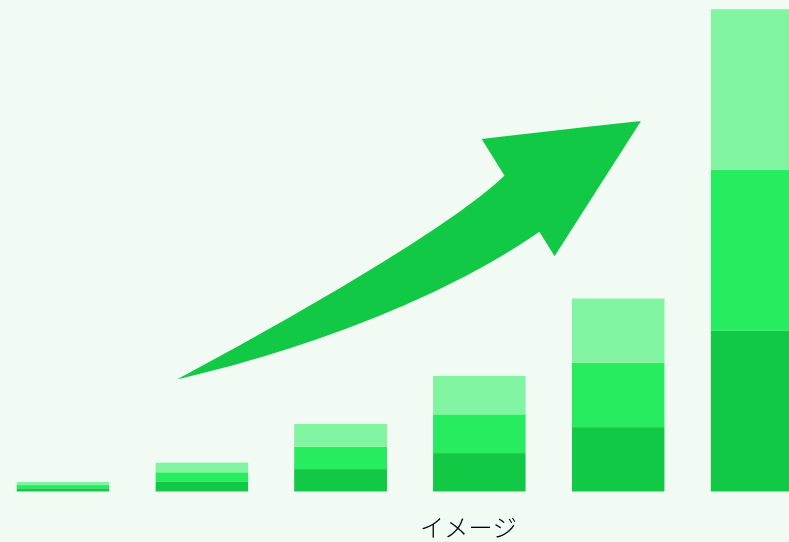
これまでのEC事業

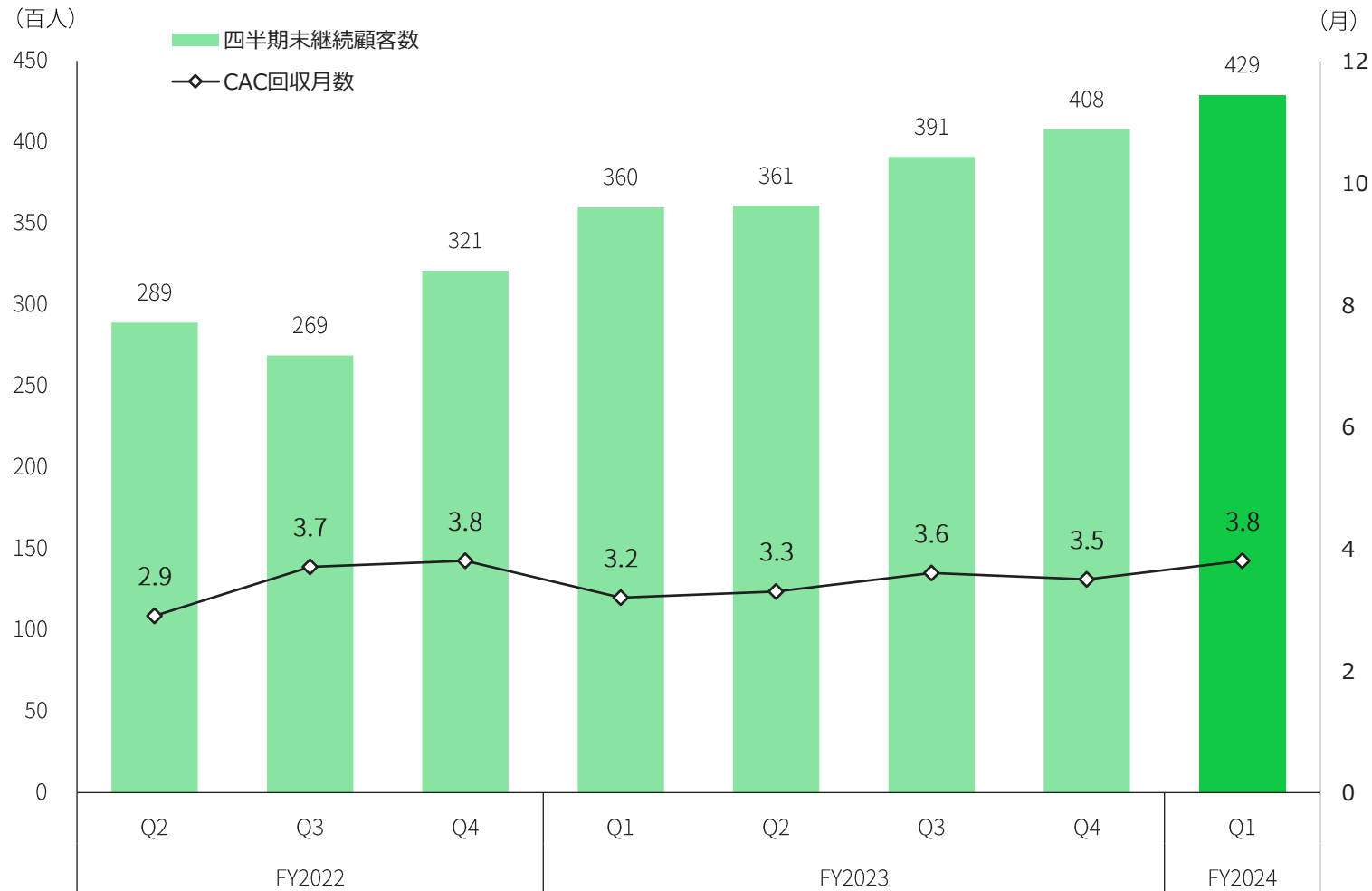
単発購入型のビジネスモデル
顧客当たり利用回数は少ない



「cyma」譲渡した今後のEC事業

D2C×定期購入型のビジネスモデル
継続顧客の積み上げで、安定成長する収益構造を図る





- 継続顧客数及びCAC回収月数をKPIとしてモニタリング
- サービスを開始してから順調に顧客数は増加傾向
- CAC回収月数はある程度一定に保ち、効率は維持

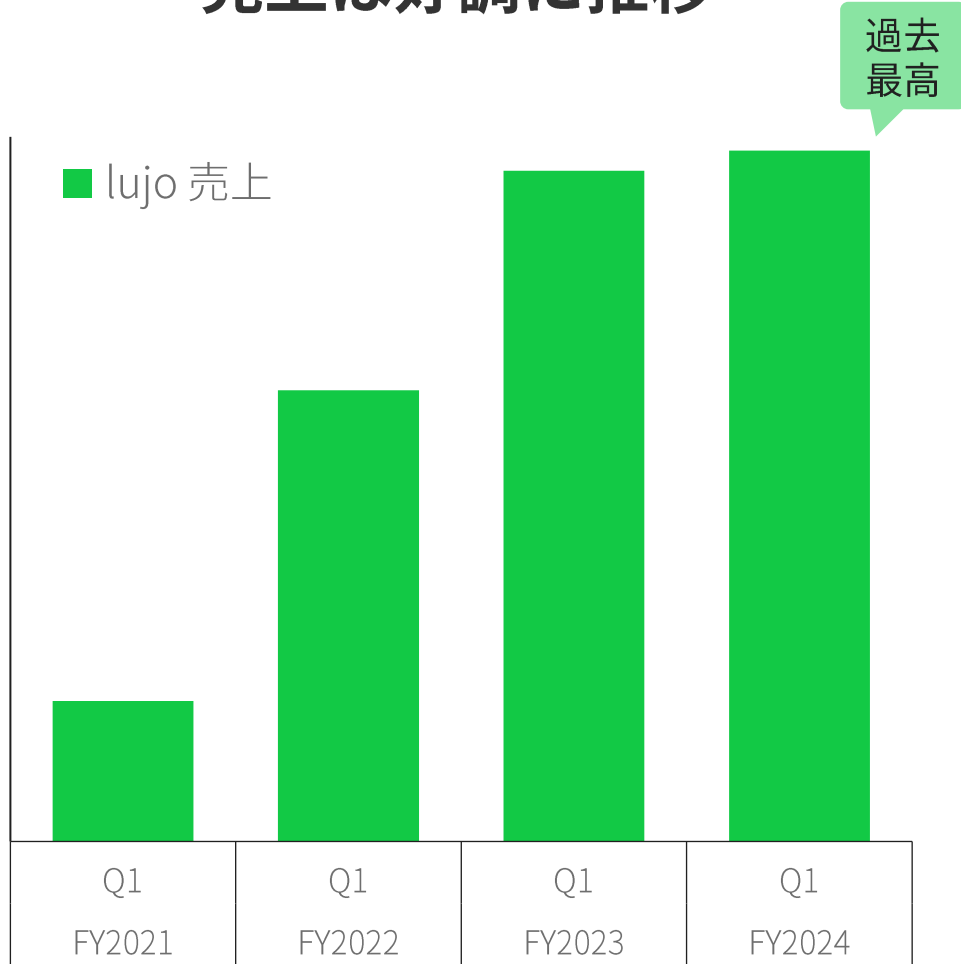
※ データ取得の都合によりFY2022Q2より記載しております。
 ※ 本データは「lujo」及び「OBREMO」を集計したものです。

【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

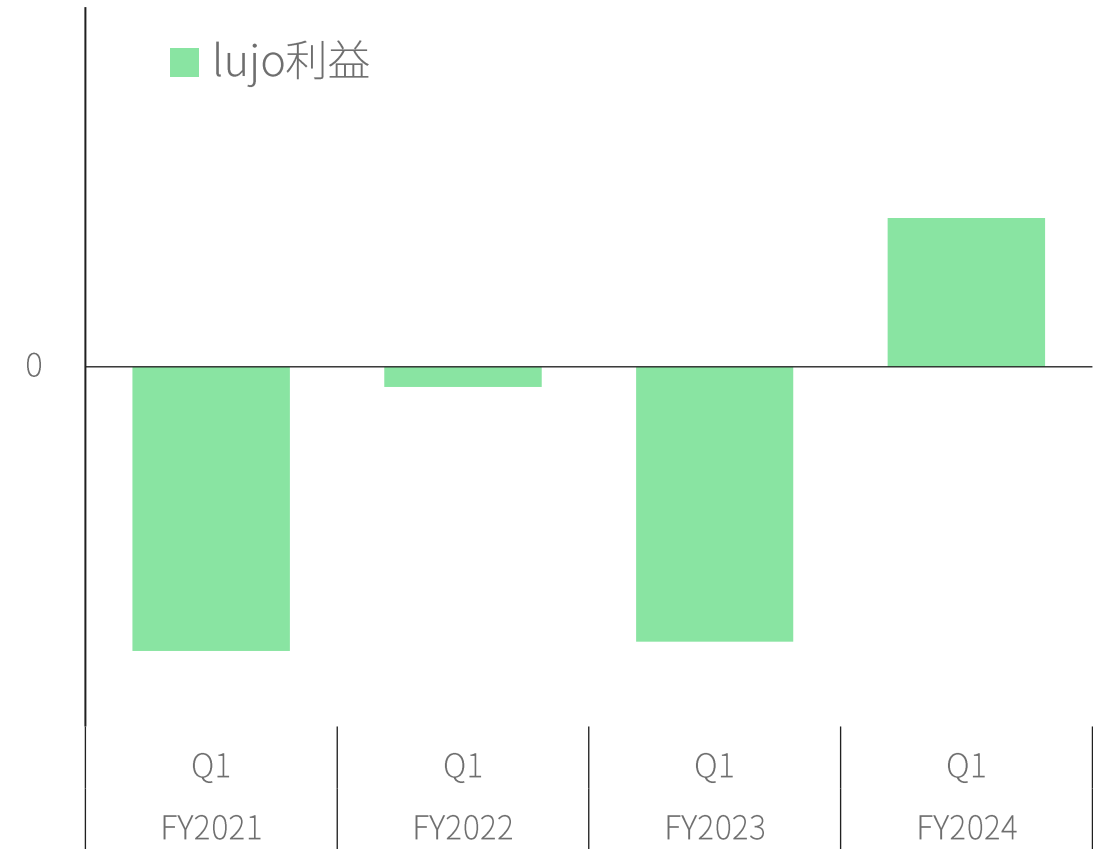
【CAC】
 Customer Acquisition Cost・顧客当たりの獲得コスト

【CAC回収月数】
 $CAC \div$ 顧客当たり限界利益

過去最高の四半期売上を記録 売上は好調に推移

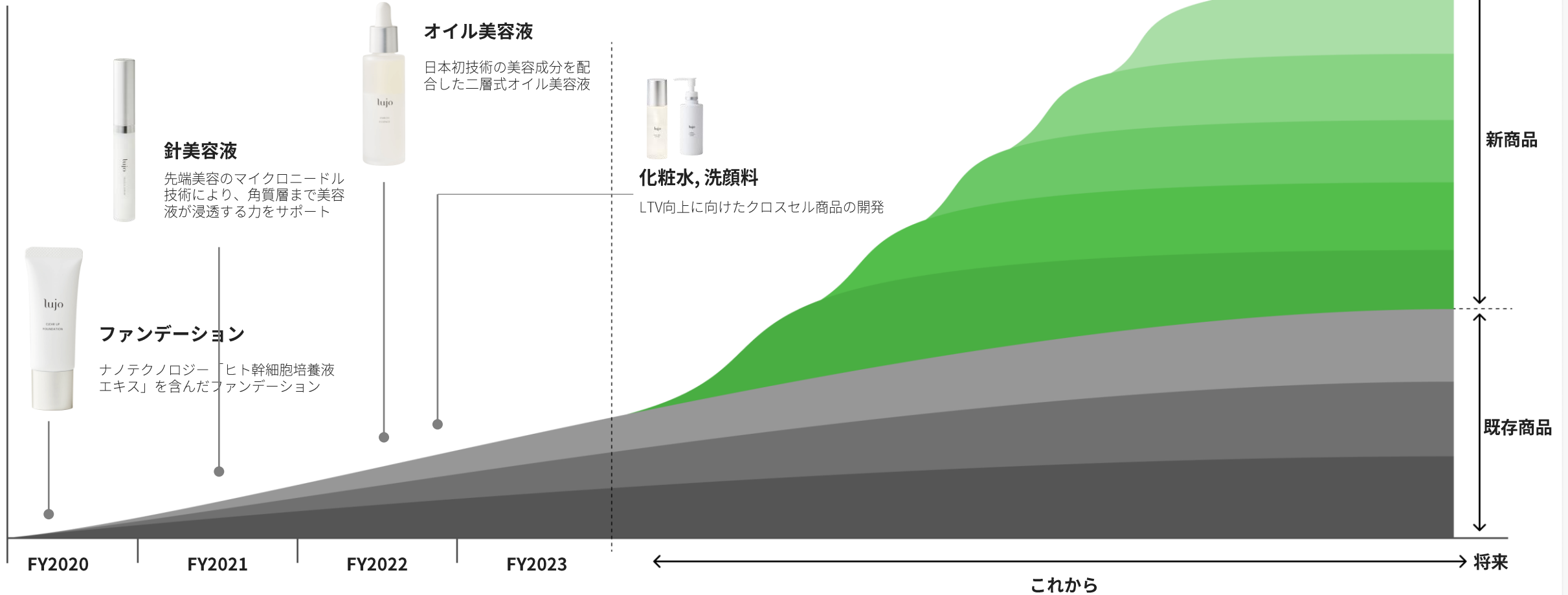


順調に継続顧客数が積み上がり、 利益創出に貢献



商品ラインナップを拡充し、売上の積み上げでトップラインを伸ばす

(売上高)



5. FY2024 業績・配当予想

特別利益の計上見込みにより、FY2024 連結業績予想を上方修正*

	FY2024 業績予想				(参考) FY2023	
	10月24日 開示	9月8日 開示	構成比 (%)	Y/Y (%)	実績 (百万円)	構成 (%)
売上高	28,700	28,700	100.0	104.2	27,552	100.0
ライフスタイルサポート	20,300	20,300	70.7	109.8	18,480	67.1
エンターテインメント	5,900	5,900	20.6	108.8	5,421	19.7
EC	2,500	2,500	8.7	68.5	3,651	13.3
営業利益	600	600		110.3	543	
ライフスタイルサポート	1,365	1,365	—	77.5	1,760	—
エンターテインメント	280	280	—	168.2	166	—
EC	-165	-165	—	—	-431	—
共通部門	-880	-880	—	—	-951	—
当期純利益	780	360		544.2	143	

※ 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。

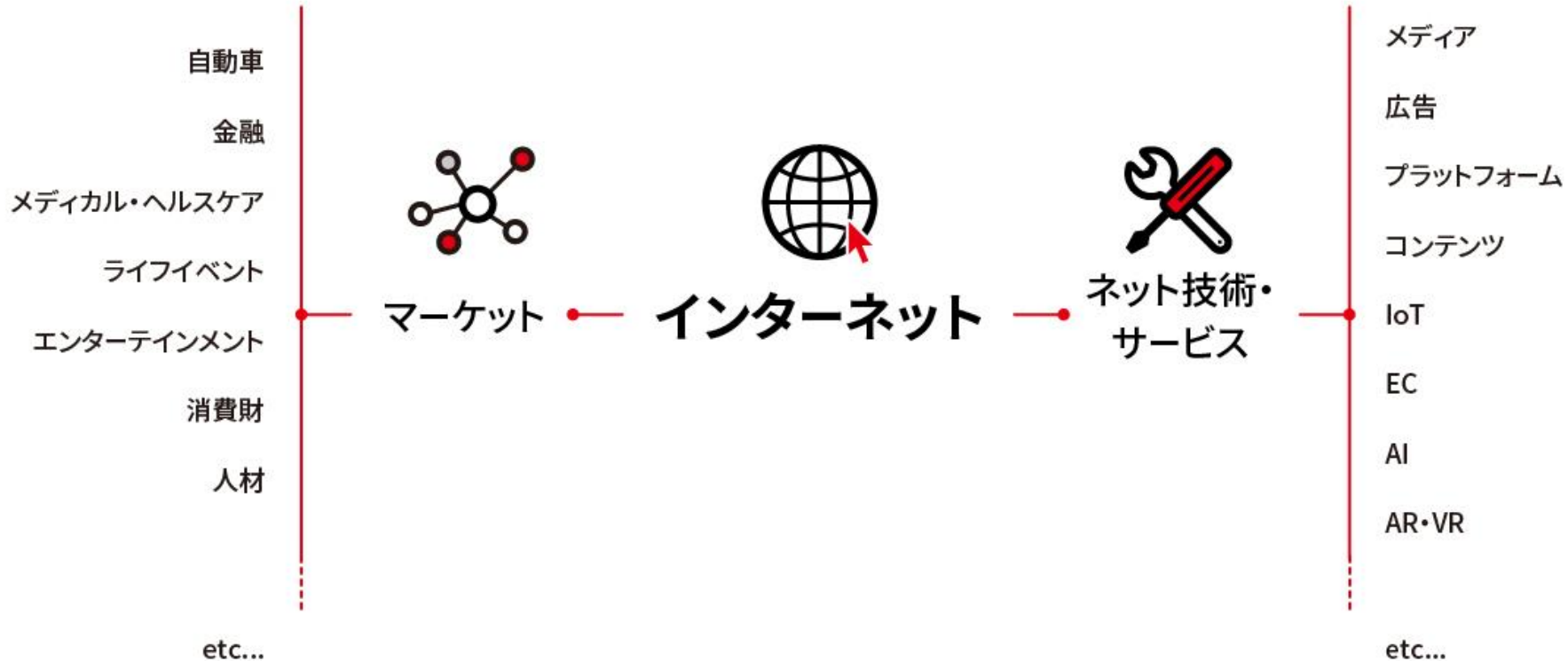
安定的な株主還元を目指し、一株当たり16.0円

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いたします。
還元方針に変更があれば速やかにお知らせいたします。

	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%	—

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10月31日現在)

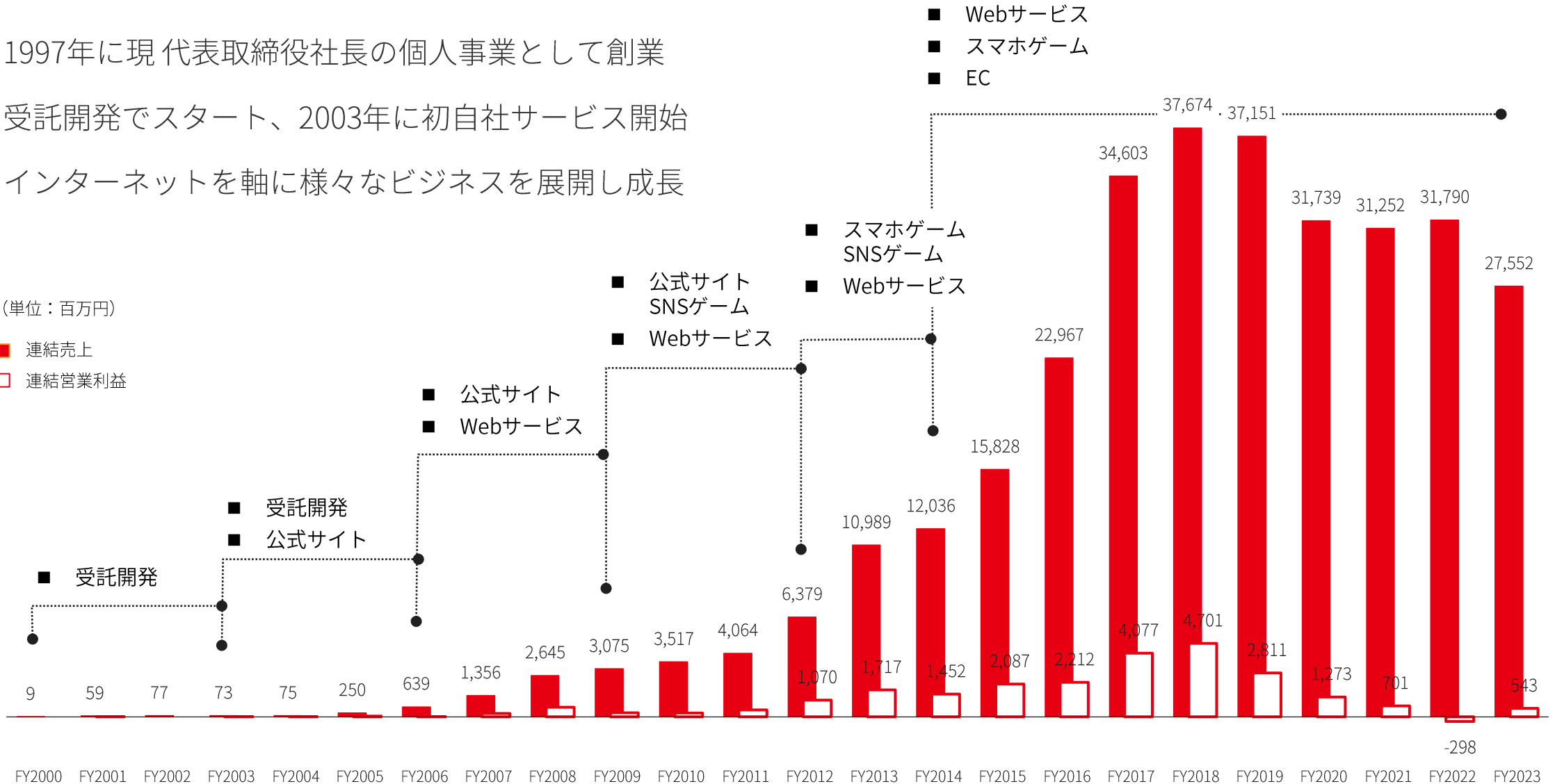
商号	株式会社エイチーム
証券コード	東証プライム 3662
設立	2000年2月29日
本社所在地	名古屋ビルヂング32F
代表取締役社長	林 高生
業種	情報・通信
セクター	インターネット・ゲーム
決算期	7月末
連結子会社数	8社 (国内7社、海外1社)
連結社員数	847名 (役員、アルバイトを除く)
単元株式数	100株



- 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

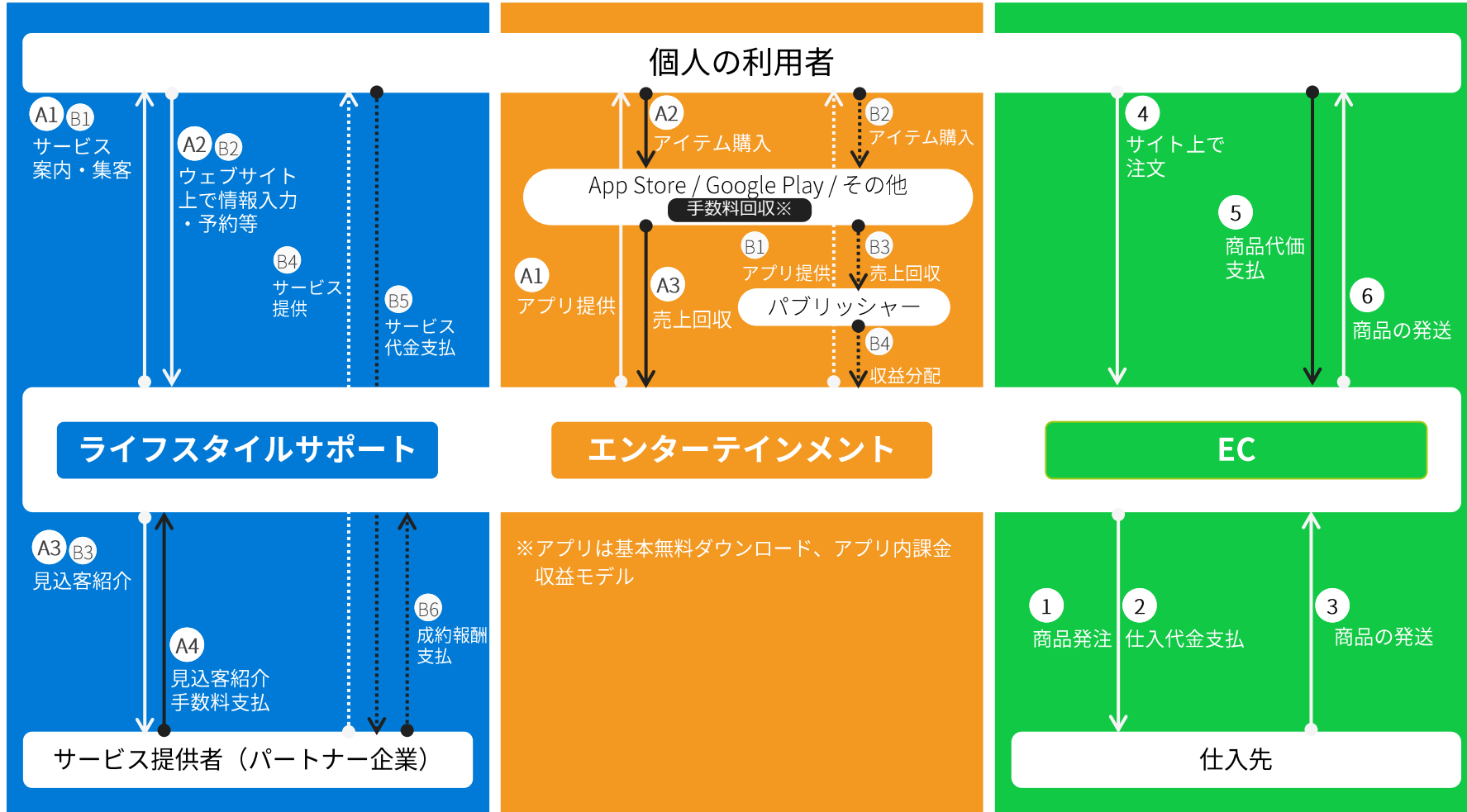


● ビジネスモデル

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

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



zero app
快眠サイクル時計

EC事業

lujo

化粧品・スキンケアブランド



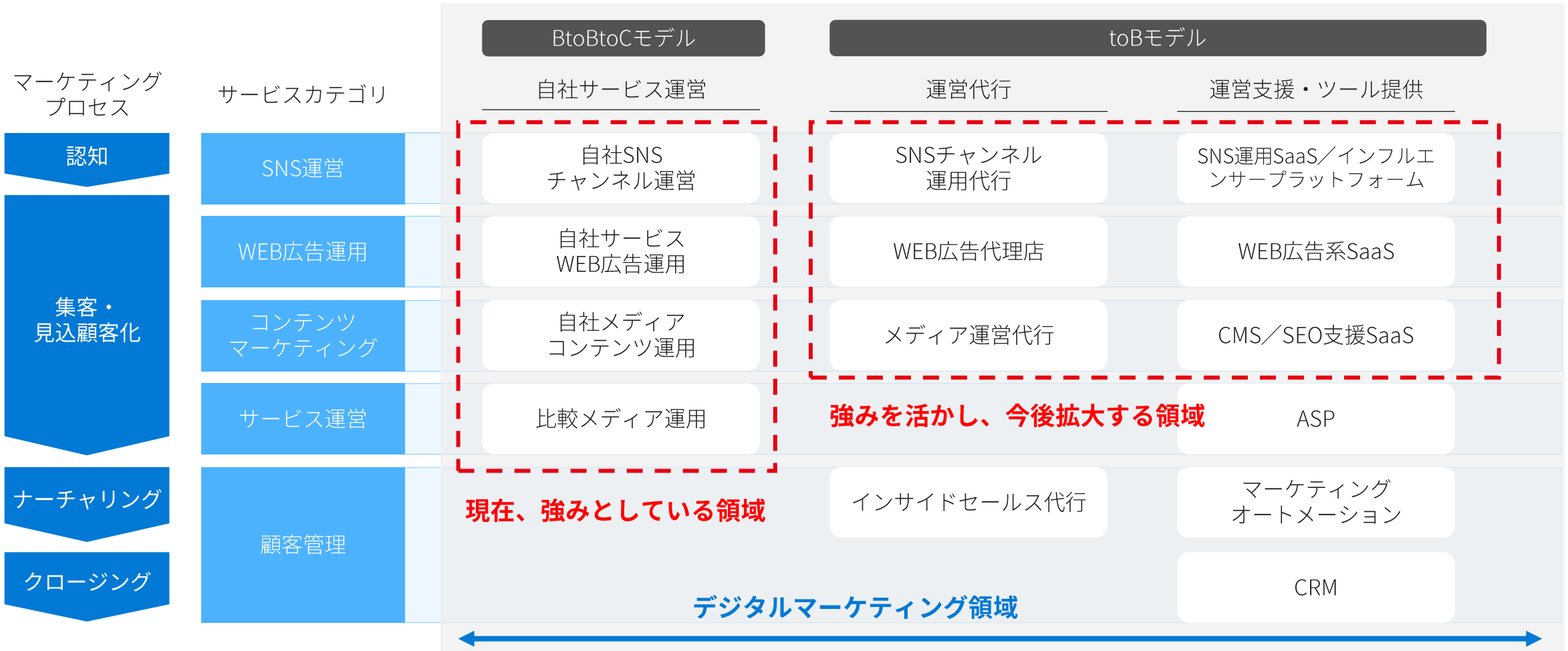
OBREMO

ドッグフードブランド



APPENDIX：M & Aの方針

強みを活かせる領域のM&Aで事業領域を拡大し、さらなる成長を図る



APPENDIX :

サステナビリティへの取組

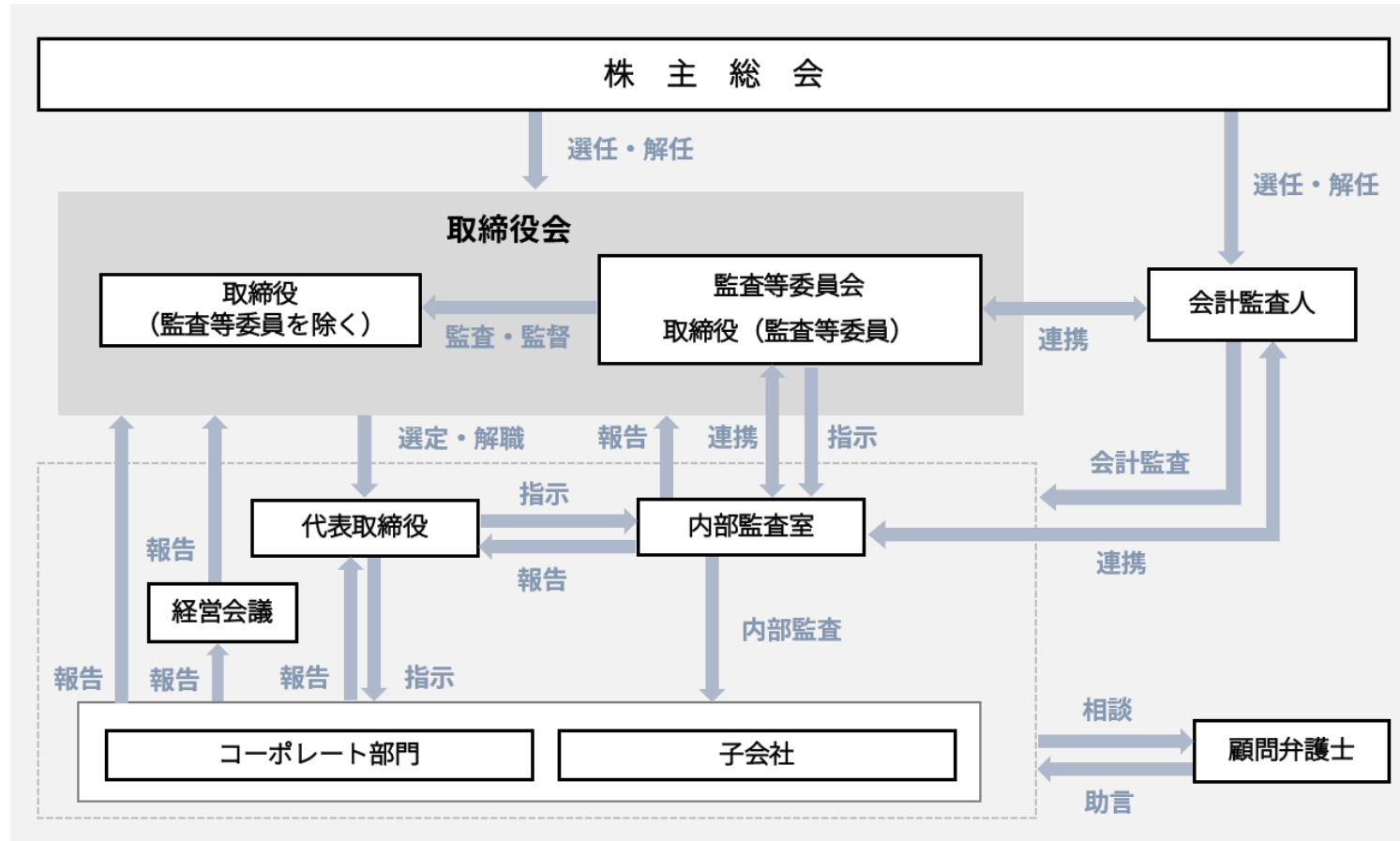
令和5年度 エイチーム寄付活動に関するお知らせ

年度	寄付金額（千円）	年度	寄付金額（千円）
FY2011	3,550	FY2017	25,840
FY2012	11,080	FY2018	31,830
FY2013	15,450	FY2019	29,380
FY2014	18,750	FY2022	8,773
FY2015	19,780	FY2024	1,400
FY2016	21,800	合計	187,633

令和5年度に日本国内で発生した大雨・台風等の被災者支援と被災地復興支援ならび、海外において発生した洪水・地震等の被災者支援と被災地復興に役立てるべく、**義援金140万円**を日本赤十字社を通じて寄付いたしました。

2011年3月の「東日本大震災」の発生以降、震災地・災害地または助けが必要な皆さま等への支援を継続して実施してまいりました。企業グループが得られる収益の一部を「エイチーム寄付活動」を通じて社会に還元することで、継続的に皆さまの支援を続けてまいります。

監査等委員会設置会社への移行



取締役会の監督機能及び監視体制を強化し、コーポレート・ガバナンスの一層の充実を図る観点から、2023年10月26日をもって監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へ移行いたしました。

業務の意思決定・執行及び監査について、コンプライアンスの徹底、リスク管理及び内部統制の向上を図るため、本体制を採用しております。

APPENDIX：主な経営指標

● P/L (FY2021 Q1 - FY2024 Q1)

(百万円)

	FY2021				FY2022				FY2023				FY2024
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
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	5,974
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	-5.3
※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	4,387
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	1,039
※EC	1,103	844	1,308	1,209	1,171	1,339	1,912	1,327	1,297	1,131	694	527	547
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	894
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	15.0
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	5,250
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	87.9
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	6,145
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	1,320
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	3,334
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	55.8
※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	2,962
エンターテインメント	128	126	111	127	131	874	81	132	65	96	75	65	31
※EC	195	217	271	312	293	295	298	372	454	355	317	325	337
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	748
外注・サーバー費	457	464	502	633	576	552	463	436	365	308	284	284	285
オフィス賃料	299	298	270	260	266	260	243	241	238	237	214	200	194
その他費用	851	705	1,039	931	832	1,087	1,472	988	831	1,085	464	369	261
営業利益	378	-157	359	120	-252	-891	180	664	213	-2	162	170	-170
Q/Q増減率 (%)	70.3	-	-	-66.5	-	-	-	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	158
エンターテインメント	93	120	108	46	-160	-736	-162	165	-4	105	-74	140	-86
※EC	-4	-30	27	-49	-40	-21	43	-102	-145	-120	-100	-64	-47
共通部門	-235	-349	-302	-315	-249	-253	-228	-206	-231	-313	-217	-189	-194
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	223	-4	202	289	-137
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	-142
人員数	1,162	1,182	1,197	1,155	1,129	1,171	1,092	1,069	1,019	991	931	910	888
※ライフスタイルサポート	624	647	649	612	590	636	591	561	※512	※487	※466	452	435
エンターテインメント	378	375	378	374	371	364	346	352	340	344	343	338	336
※EC	58	59	63	60	58	55	55	55	※71	※69	※32	30	28
共通部門	102	101	107	109	110	116	100	101	96	91	90	90	89

※ 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 - FY2023 通期)

(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	34,339	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	2,115	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	4,116	3,825	3,528	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	-1,356	-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

※ 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。

● B/S (FY2017 - FY2023 通期)

(百万円)

	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024 Q1
資産の部								
流動資産 ※	9,613	11,488	11,543	11,130	10,383	10,471	10,264	9,848
現預金	5,004	5,984	6,713	6,480	6,035	5,223	5,992	5,588
固定資産 ※	3,527	5,214	5,729	4,932	5,368	4,290	3,591	3,733
有形固定資産	1,666	1,684	1,711	1,384	1,195	844	389	410
無形固定資産	507	2,070	1,522	477	792	391	216	198
投資その他の資産	※ 1,353	1,459	2,495	3,070	3,380	3,055	2,985	3,124
資産合計	13,140	16,702	17,273	16,063	15,751	14,762	13,855	13,582
負債の部								
流動負債	5,202	4,464	4,031	3,847	3,640	4,205	3,621	3,557
固定負債	481	583	730	493	527	674	529	677
負債合計	5,683	5,047	4,761	4,340	4,168	4,880	4,151	4,234
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	8,545
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	—	—	—
純資産合計	7,456	11,655	12,511	11,722	11,582	9,882	9,704	9,347
負債・純資産合計	13,140	16,702	17,273	16,063	15,751	14,762	13,855	13,582

※ 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)	389.03	593.76	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	298
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	-12.5	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投下資本 (=③+④、百万円)	7,993	11,752	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。