

# 2026年3月期 第2四半期 決算説明資料

2025年11月14日

株式会社ハルメクホールディングス  
(証券コード：7119)

ハルメクグループは、  
50代からの女性がよりよく生きることを応援します。

これからのために、生きてきた

ハルメク

h a l m e k

1. エグゼクティブサマリー
  2. 市場環境
  3. 当社の強みと戦略
  4. 2026年3月期 第2四半期 決算概要
  5. 2026年3月期 業績予想と配当予想
- APPENDIX（財政情報/事業説明）

# 1. エグゼクティブサマリー

---

25/3期\_2Q→26/3期2Q（億円）

売上収益  
169.2→167.7  
(前年同期比△0.8%)

- **売上は前年比微減、業績予想に対してもわずかに届かず**
  - 主な要因は、ことせ物販が前年度下期に新規顧客獲得のための広告投資を抑制したことにより、カタログ送付先が減少し減収（△6.4億円）
  - ハルメク物販はインナー・コスメ等の好調により増収（+2.2億円）

営業利益  
4.1→6.8  
(〃 +66.9%)

- **営業利益は前年比増益、業績予想を達成**
  - 情報コンテンツは値上げ効果により増益
  - ハルメク物販は増収もファッションの不振(△1.1億円)、新店出店によるコスト増(△0.2億円)等により利益減
  - ことせ物販は収益性が回復し、赤字幅縮小（+0.4億円）
  - 先行投資事業の赤字幅縮小（+0.5億円）
  - 前年度に発生したシステム除却損2.2億円がなくなった

25/3期\_2Q末→26/3期2Q末（万人）

顧客数  
139→134  
(前年同期比△3.7%)

- **顧客数は、前年比減少**
  - 顧客数減少の主因はことせ物販で前期比△9万人減少
  - ハルメク事業は前期比+4万人増加

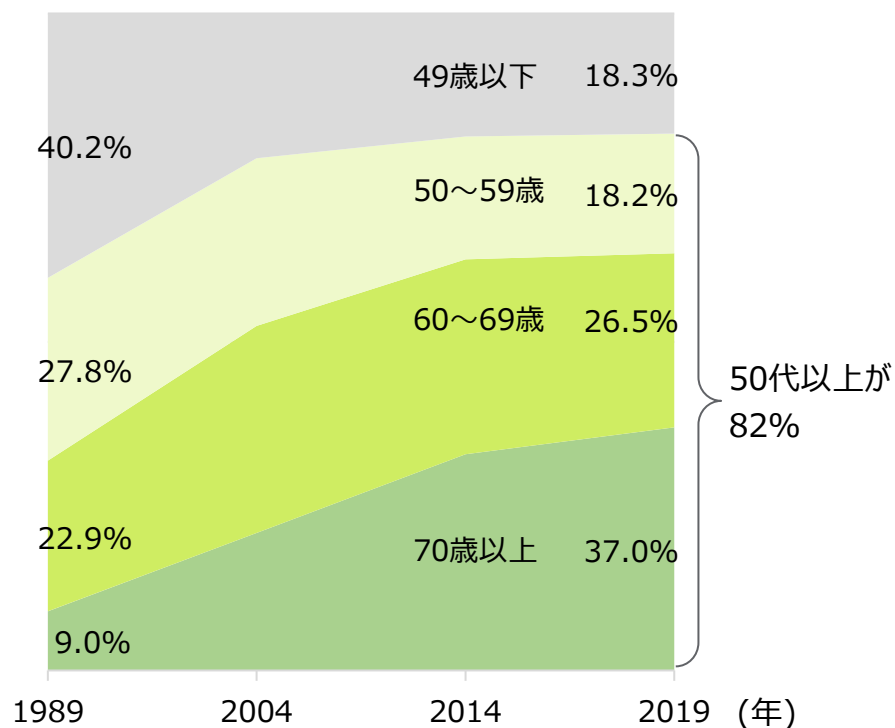
## 2. 市場環境

---

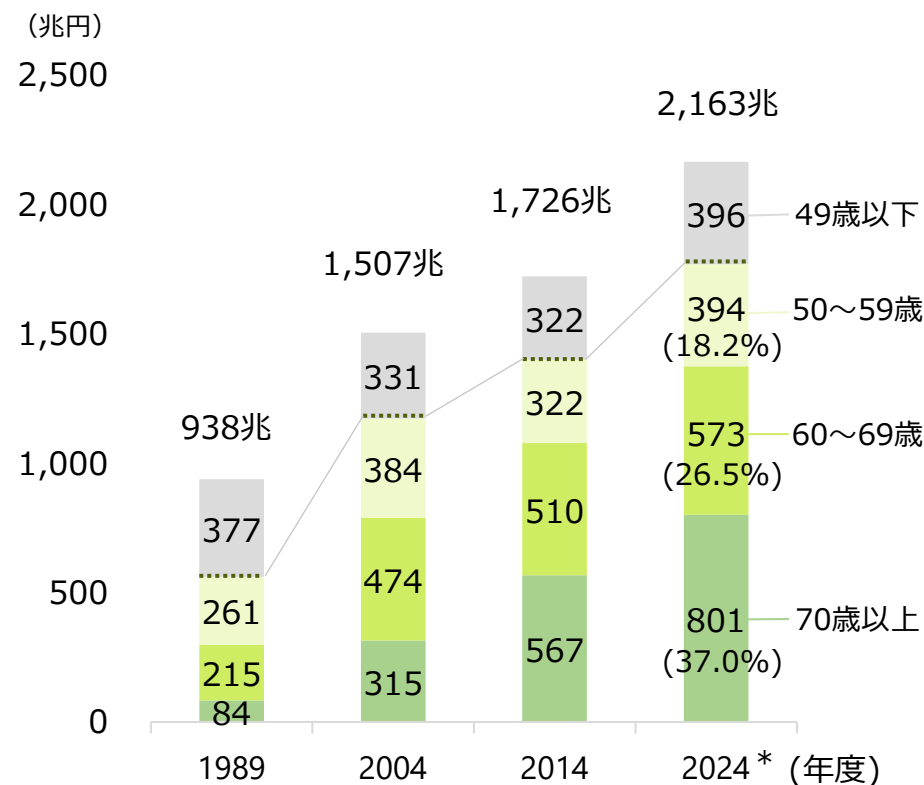
# 日本の金融資産は、シニア世代(50歳以上)が8割以上を保有

- 60歳以上でも全体の6割以上を占める
- 金融資産額も増加傾向

## 世代別金融資産分布状況（保有割合）



## 世代別金融資産分布状況（資産額）



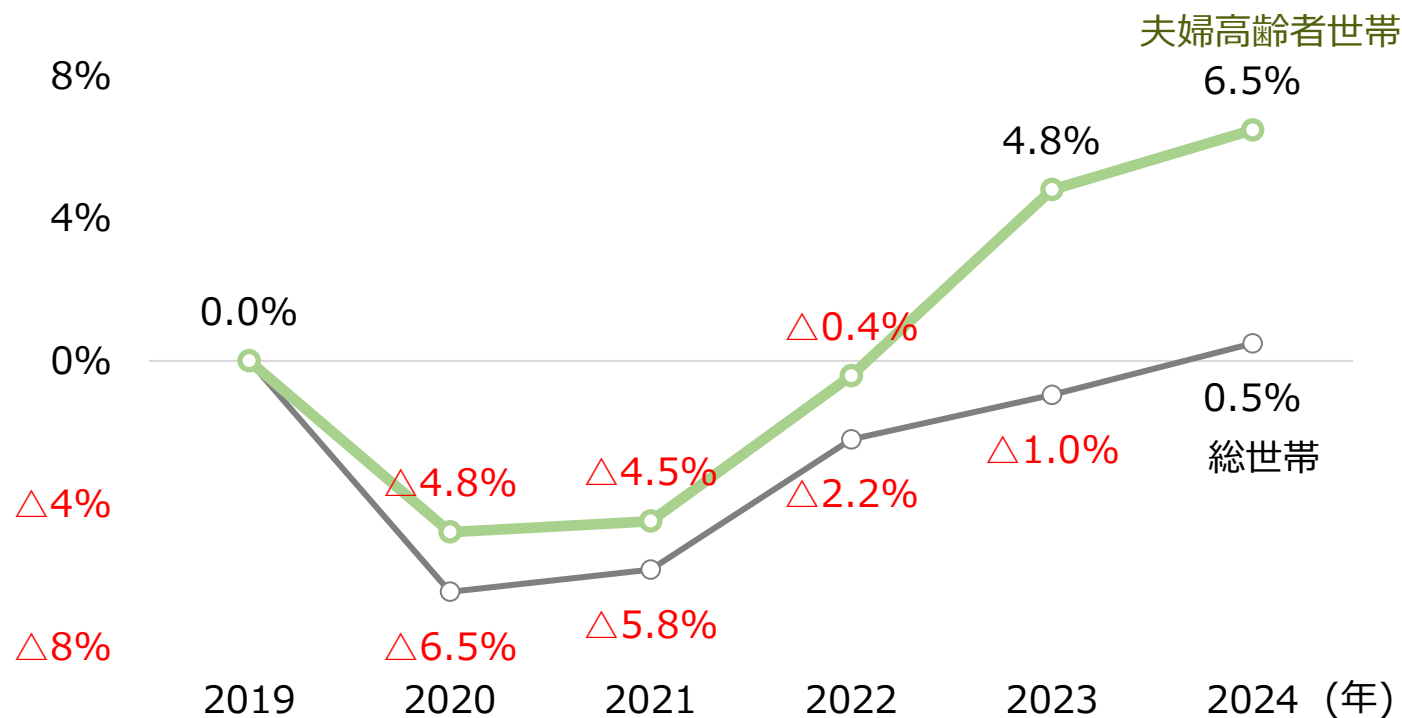
出所 総務省「全国家計構造調査」、日本銀行「資金循環統計」を元に当社作成

\* 2024年度の資産額内訳は2019年の保有割合を基に当社試算

# シニア世代の消費支出は回復が顕著

- コロナ禍の影響で2020～2022年はマイナス圏に沈んだが、夫婦高齢者世帯は回復が顕著で、2024年には2019年比+6.5%伸びている
- 一方、総世帯の伸びは0.5%で、シニア層の消費が先行している

## 2019年を基準にした消費支出の増減率\*1

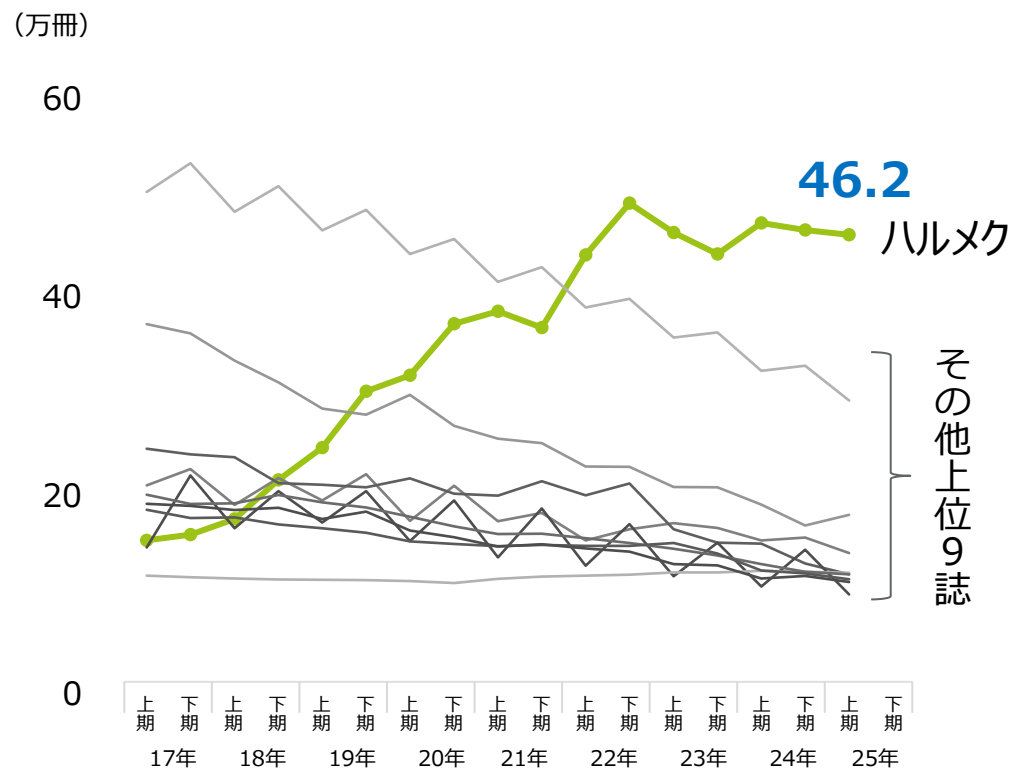


\*1 出所：「家計調査結果」（総務局統計局）1世帯当たり 1か月間の消費支出より当社作成。夫婦高齢者世帯とは、65歳以上の夫婦1組の世帯

# 雑誌市場が縮小する中、ハルメク誌は部数を維持

- 雑誌“ハルメク”は多くの雑誌が部数を減らしている中で部数を維持し、**日本で一番売れている雑誌**\*1

## TOP10雑誌の販売部数\*2



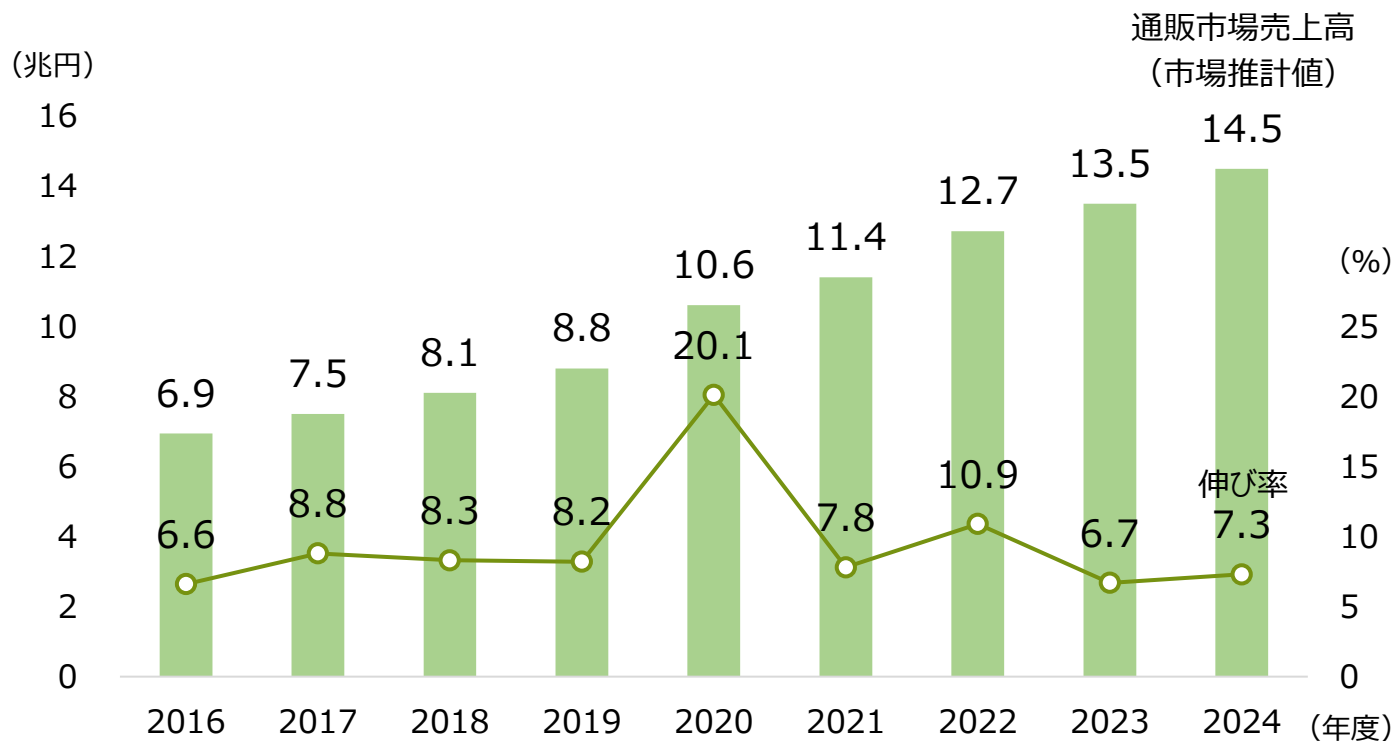
\*1 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート

\*2 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート（2017年～2024年の上期(1-6月)・下期(7-12月)及び2025年上期の販売部数）

# 通販（EC含む）市場は成長を続けている

- 通販市場はコロナ後も堅調に拡大、2024年度は14.5兆円に到達

## 通販市場売上高推移と伸び率\*1

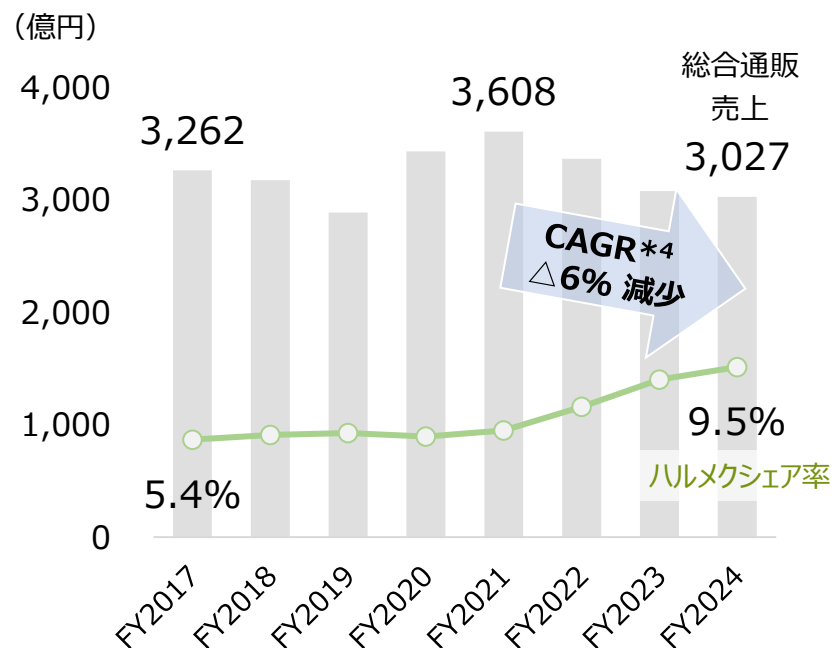


\* 出所：公益社団法人日本通信販売協会（略称＝JADMA）「2024年度（2024年4月-2025年3月）通販市場売上高調査」

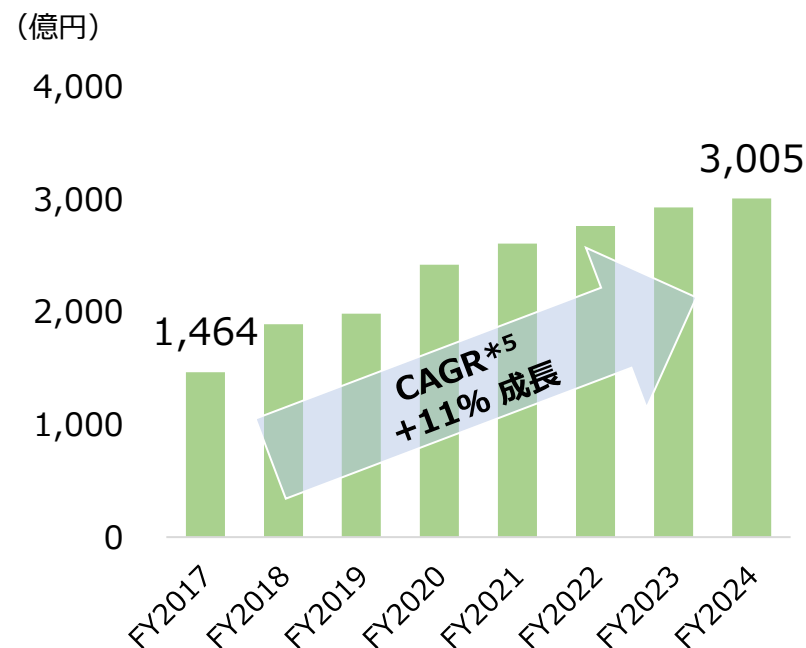
# しかし総合通販企業は苦戦、専門通販が成長

- 主な総合通販上場企業の売上高はコロナ禍による追い風を受けて回復も、その後減少傾向
- ハルメクは独自のビジネスモデルと深い顧客理解に基づいた商品開発でコロナ禍を抜けても安定成長

## 総合通販の売上高推移\*1とハルメクのシェア率\*2



## 専門通販の売上高推移\*3



\*1 総合通販を営む上場企業5社（ベルーナ、千趣会、スクロール、フェリシモ、ハルメク）の通販事業セグメントを基に当社作成

\*2 ハルメクグループの物販事業（ことせ事業含む）÷総合通販を営む上場企業5社の通販事業セグメント合計

\*3 専門通販を営む上場企業6社（北の達人コーポレーション、オイシックス・ラ・大地、ZOZOTOWN、クラシコム、夢展望、ペガコーポレーション）の通販事業セグメントを基に当社作成

\*4 FY2021からFY2024のCAGR \*5 FY2017からFY2024のCAGR

## 3. 当社の強みと戦略

---

## 1 ロイヤリティの高い 顧客基盤



単なるユーザーに留まらない  
“ハルメクファン”が多い

- アクティブ顧客数137万人\*1

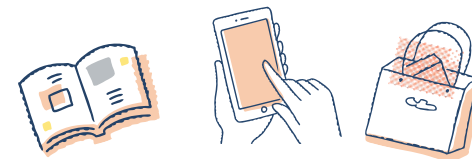
## 2 企画・開発力



顧客目線で商品や  
サービスを開発

- 雑誌や商品のモニター「ハルトモ」  
約5,100人\*2

## 3 広い顧客接点



アナログ、デジタル、リアル  
の幅広い顧客接点を保有

- 雑誌/新聞/カタログ/店舗/イベント  
/コールセンター
- EC/オウンドメディア（HALMEK  
up）/LINE

\*1 12ヶ月以内に当社サービスを利用した顧客数（2025年3月期実績）

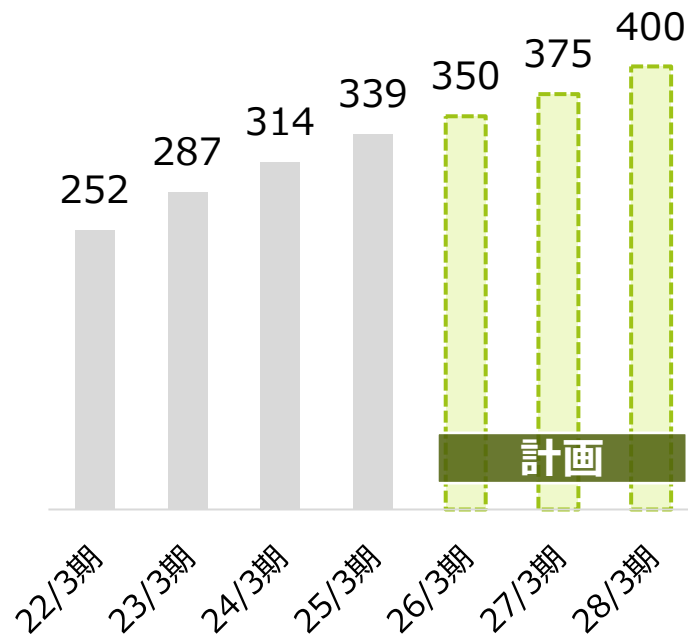
※2 2025年3月末実績

# 中期経営計画①

- 日本におけるシニアビジネスのリーディングカンパニーとして、持続的な成長と安定した収益性の確保を目指す

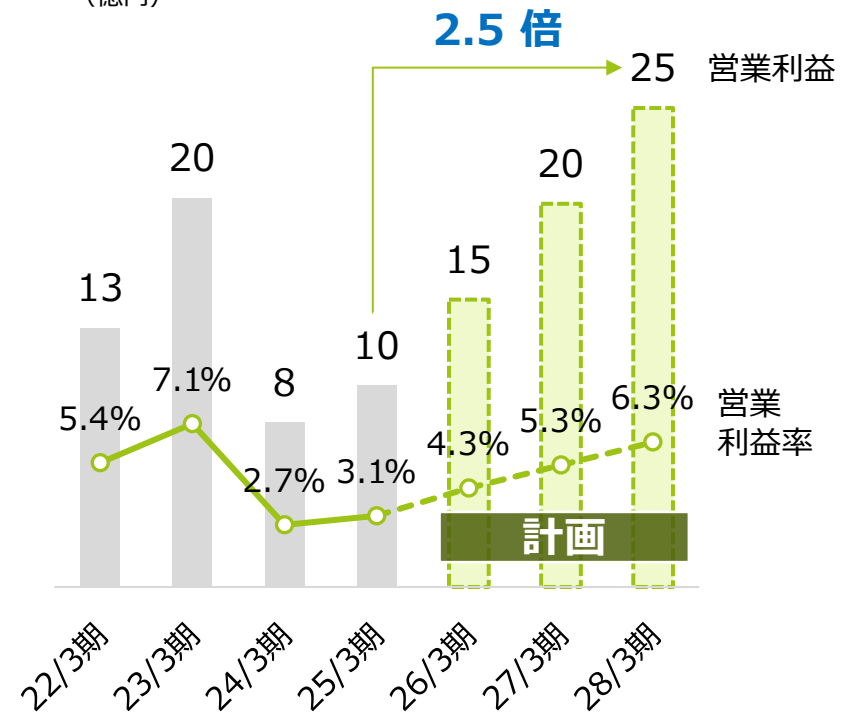
## 売上収益

(億円)



## 営業利益/営業利益率

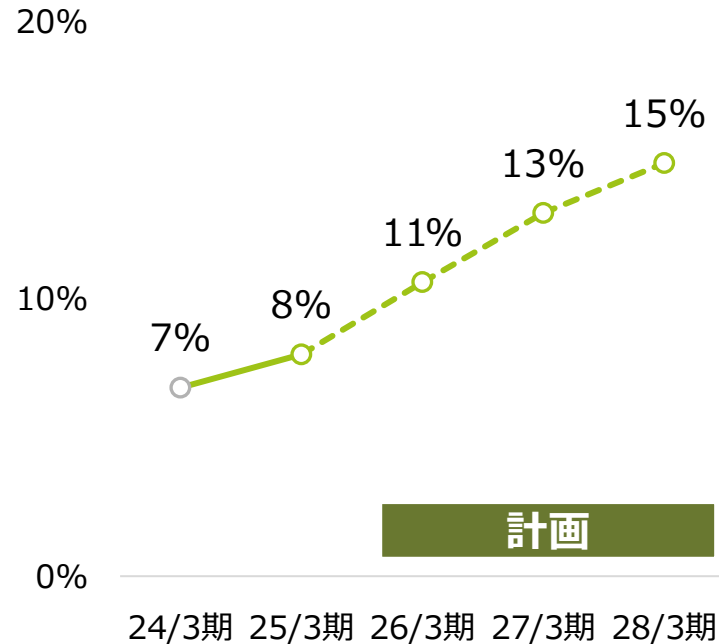
(億円)



## 中期経営計画②

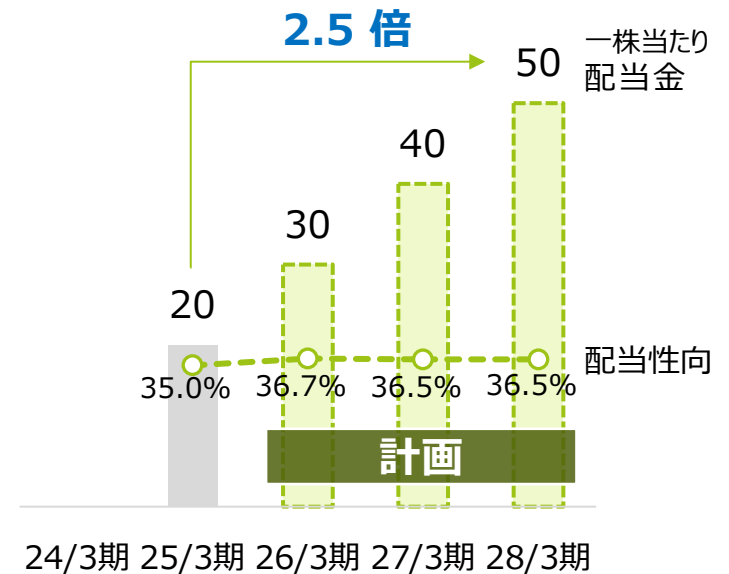
- 収益性を高めROE**15%**を目指す
- 将来の成長に必要な内部留保を着実に積み上げつつ、配当性向**35%**を目安として、安定配当の方針

### ROE\*1



### 一株当たり配当金/配当性向

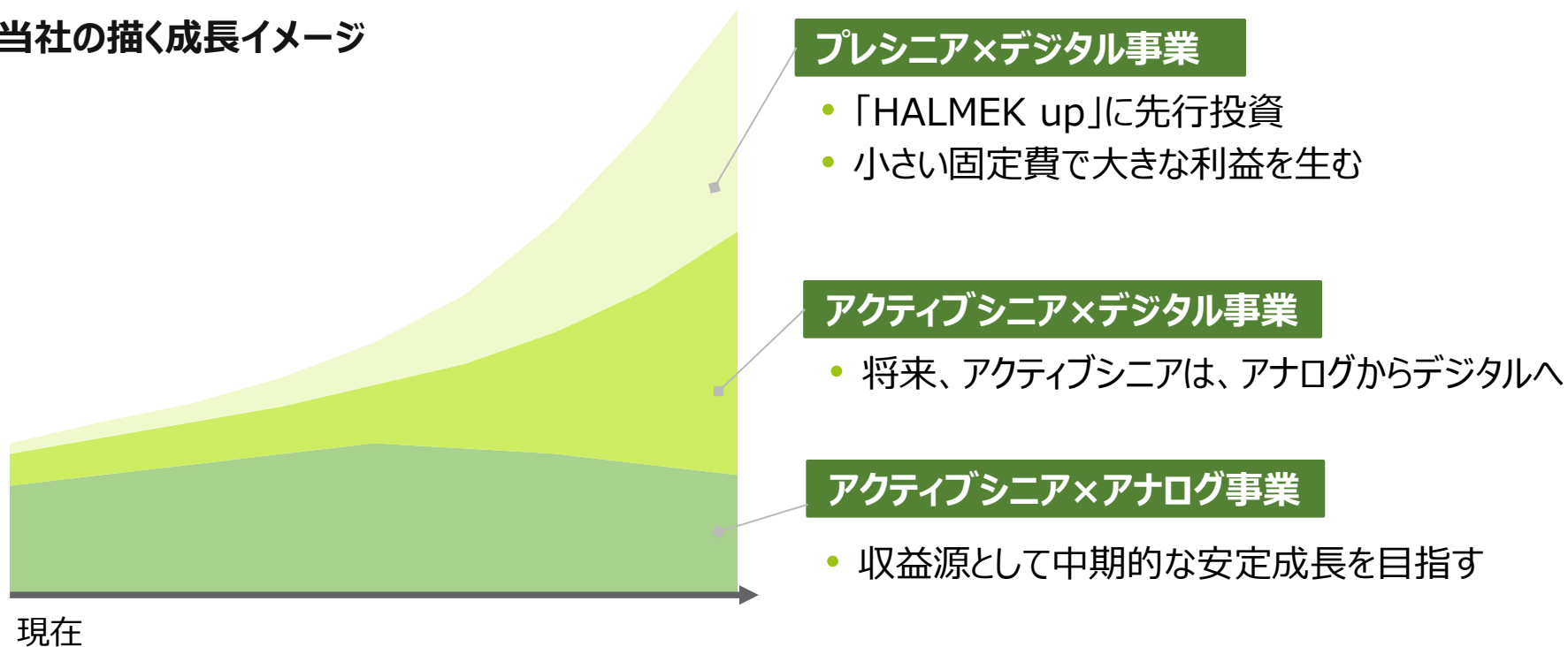
(円)



\*1 親会社所有者帰属持分当期利益率

- 「アクティブシニア（65歳以上）」向け事業は、基盤事業として安定成長を目指す。徐々にデジタル比率を高める
- 「プレシニア（50～64歳）」向け事業は、先行投資して伸ばす

## 当社の描く成長イメージ



## 情報コンテンツ事業



- ハルメク誌の読者数を維持してファンを増やすとともに、次の事業を育てる収益源とする
- プレシニア向けに、HALMEK upへ先行投資し、将来の事業の柱に育てる

## 物販事業



- 総合通販型から専門通販型へ移行して魅力を高め、成長力を回復する
- 百貨店内等への店舗の展開を進め、新規客の獲得およびファン化を行う
- 利益貢献が小さい低価格（低付加価値）品を減らし、上質な高価格（高付加価値）品を拡充して収益性を高める

## コミュニティ事業



- コト消費や体験に関わる事業を一般顧客へ広げて事業を拡大する
- 高価格（高付加価値）帯のプレミアムイベントを拡大する
- コミュニティ・サービス関連の新規事業開発を進める

## 法人事業

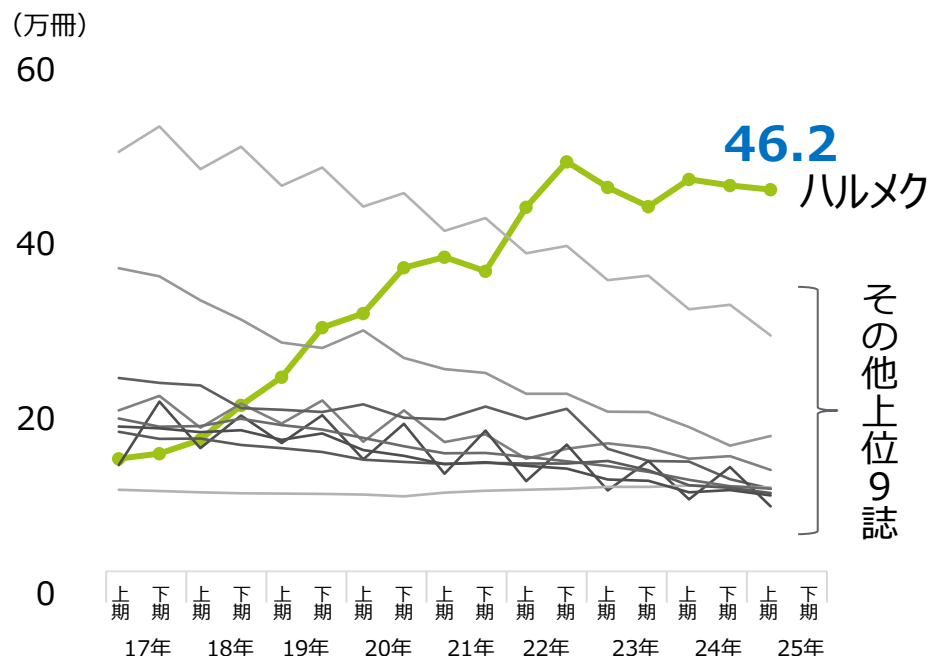


- シニア向けマーケティングのデジタル化トレンドを捉え、アナログ×デジタルのクロスマーケティングサービスで安定的に成長する

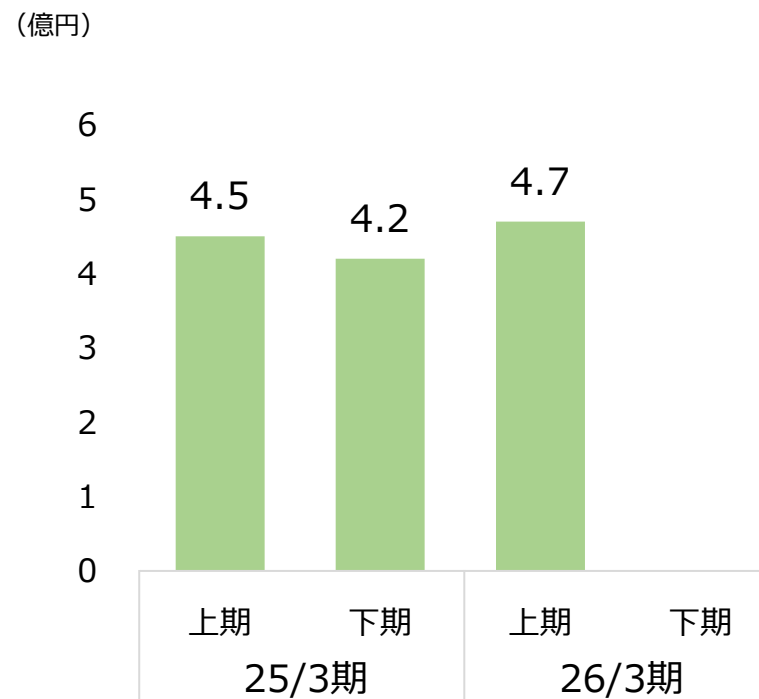
# 情報コンテンツ事業（雑誌）：販売部数および利益を維持

- ハルメク誌の2025年上期（1～6月）販売部数は**国内全雑誌No.1\*1を維持**
- EBITDAは前期比増で推移

## TOP10雑誌の販売部数\*2



## 情報コンテンツ\_EBITDA\*3半期推移



\*1 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート

\*2 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート（2017年～2024年の上期(1-6月)・下期(7-12月)及び2025年上期の販売部数）

\*3 本ページで記載する業績は日本基準。EBITDA：営業利益＋償却費

# 情報コンテンツ事業（WEB）： プレシニアのための動画配信サービスを拡充中

- UI/UXや番組構成を抜本的に見直し、新たな動画配信サービスを開始
  - 50～60代女性の第二の人生を後押しするこだわり動画を定期配信
  - スマホ世代の女性に向けた新しい映像体験を提供

## 新しい動画配信サービスのコンテンツ

### 「モヤモヤのち晴れ」

「心のモヤモヤ」や「価値観のゆらぎ」を  
「自分への問い直し」として描く。専門家  
らと、“これからの私”を考えるヒントに

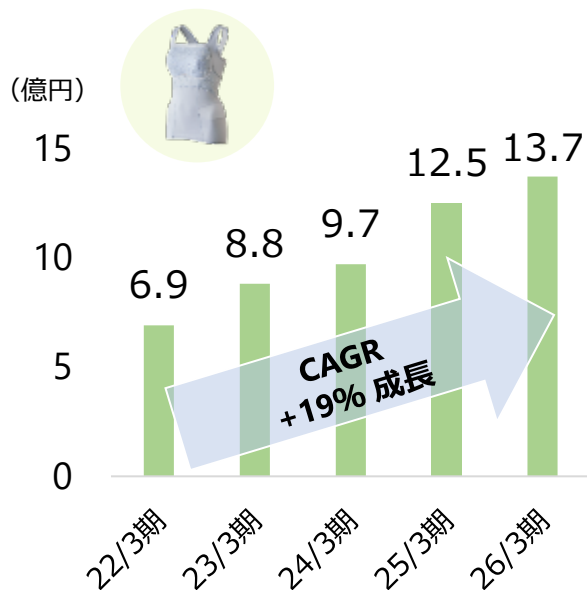


ご視聴はこちらから  
<https://halmek.co.jp/recom/listings/184>

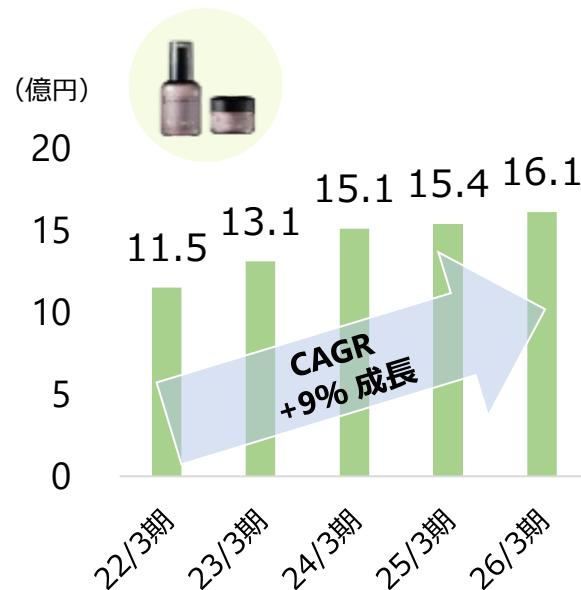
# ハルメク物販事業：競争力の高い商品カテゴリーを強化中

- 競争力の高いハルメクのインナー、コスメの展開を強化し、専門通販型としてそれぞれのコンセプトやこだわり、世界観を訴求することで、飛躍的に成長させる
  - インナー売上は「健康サポートインナー」等他社にはない商品が顧客のニーズを捉え売上拡大
  - コスメは25年3月期に一旦停滞したが、再び成長路線に

上期「インナー」売上推移



上期「コスメ」売上推移



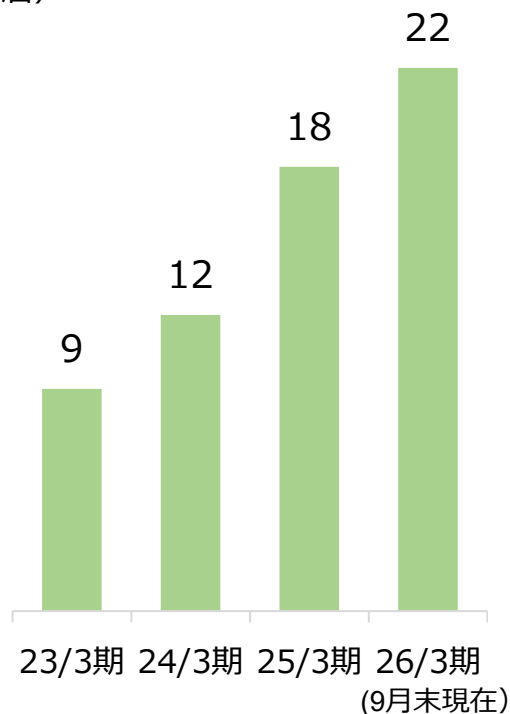
\* 本ページで記載する業績指標は全て日本基準。CAGRは22/3期から26/3期の該当する各期間（今回は上期）で算出

# ハルメク物販事業： 新店舗展開を継続し、新規客獲得とファン化を促進

- 2025年8月に東京都立川市（伊勢丹立川店）、9月に鹿児島県鹿児島市（山形屋）、静岡県浜松市（遠鉄百貨店）に出店
- 2025年9月末現在、14都道府県に22店舗を展開

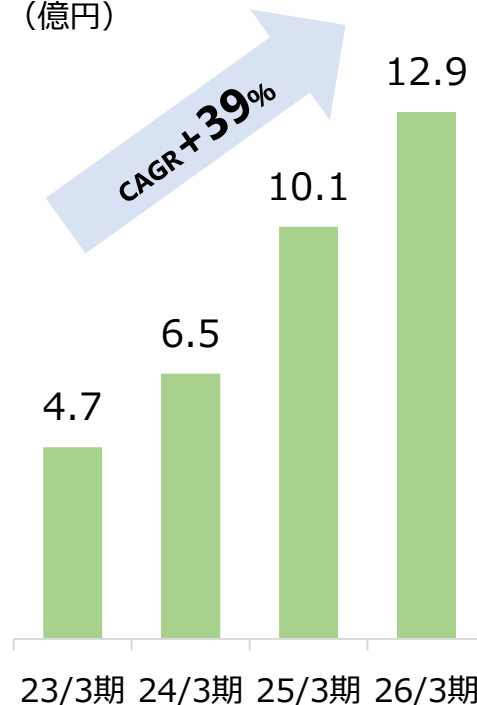
## 店舗数推移

(店)



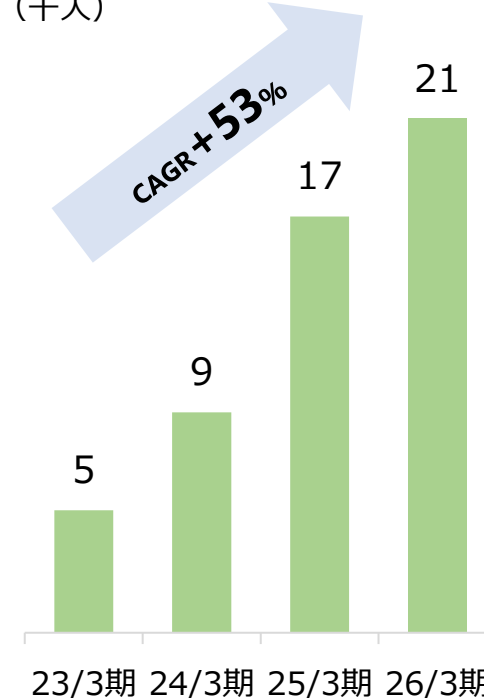
## 上期\_店舗 売上推移

(億円)



## 上期\_店舗 新規顧客数推移

(千人)

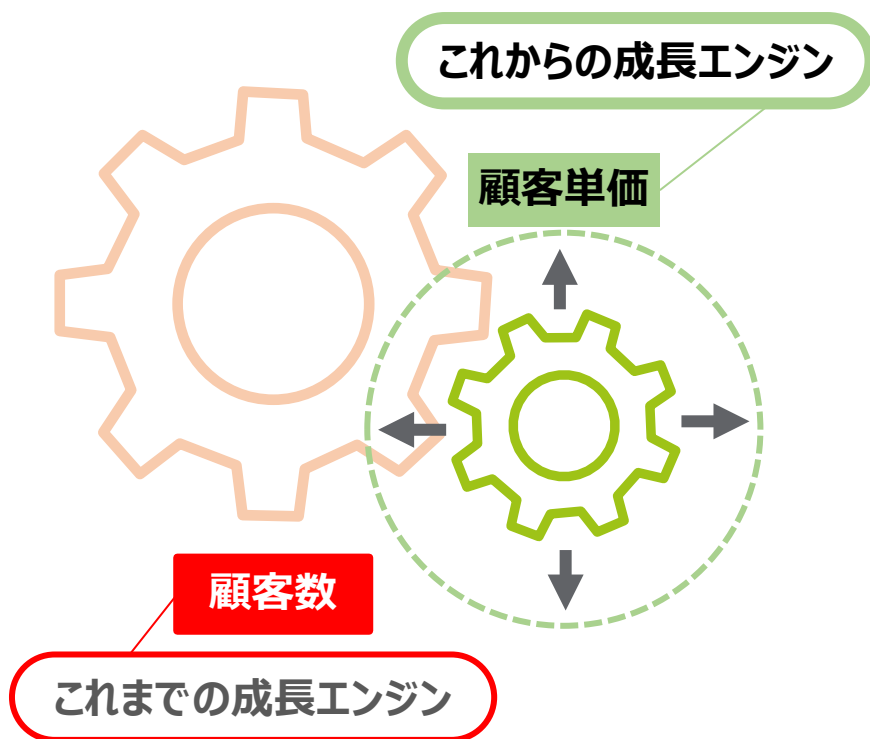


- 本ページで記載する業績指標は全て日本基準。CAGRは23/3期から26/3期で算出。なお、店舗売上においては、26/3期より靴事業をチャネル別に統合したことに伴い、過年度実績に含まれていた通販分を通販チャネルの靴カテゴリーへ移管し、実績を遡及修正しています。

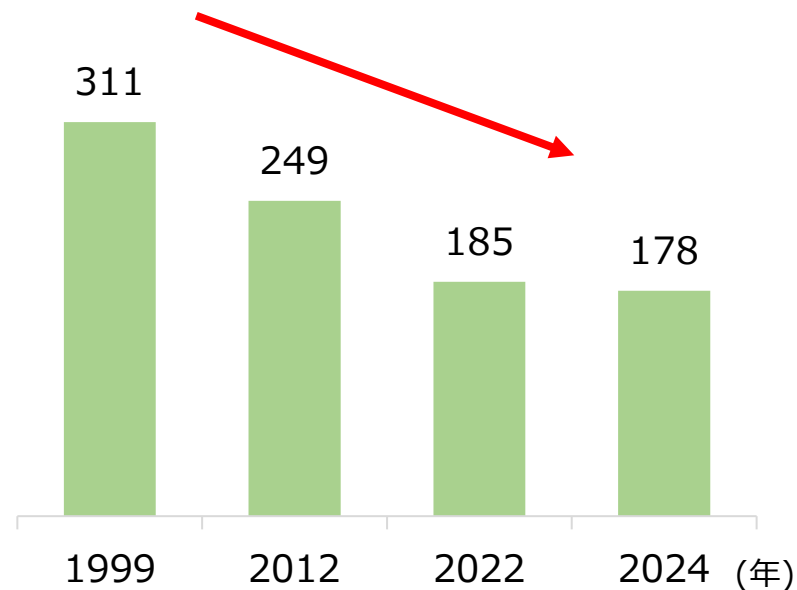
# ハルメク物販事業：顧客単価も成長のエンジンにする

- 顧客数に加え、顧客単価を成長エンジンにする
- 既存客には金融資産の多いお客様が多く、上質で高単価の商品やサービスを提供し、顧客単価を上げる
- 全国の百貨店数が減少し、上質な商品やサービスを提供する場所が減っており、市場開拓のチャンスがある

## ハルメクの成長エンジン



## 百貨店数の推移\*1



\*1 一般社団法人日本百貨店協会「百貨店売上高（12月度）」等より当社作成

# ハルメク物販事業：高価格（高付加価値）品の提供開始

- 低価格品を減らし、高価格（高付加価値）品の比率を高める
- 9月10日発行のカatalogで販売し、好調だった

## 高価格（高付加価値）品の一例



ハルメクオリジナル

ピュアカシミア  
ステンカラーコート  
149,990円（税込）



ハルメク監修

ベビーパールネックレス・ロング  
148,000円（税込）

ハル×7holdings

# コミュニティ事業：高単価イベント開始、一般客へ対象拡大

- ハルメクでしか体験できない高価格（高付加価値）のプレミアムイベントを開始
- 今後、既存ハルメク顧客だけでなく、一般顧客（未顧客）へ対象を広げるために「ハルメク events」をオープン
- 押し花教室等さまざまな形態のコミュニティ新事業の開発に取り組んでいる

## プレミアムイベントのご紹介



ハルメク オペラ鑑賞会  
ウィーン国立歌劇場  
12.5万円



ダイヤモンド・プリンセス  
チャータークルーズ  
(8日間)  
26.9万円～  
38.8万円

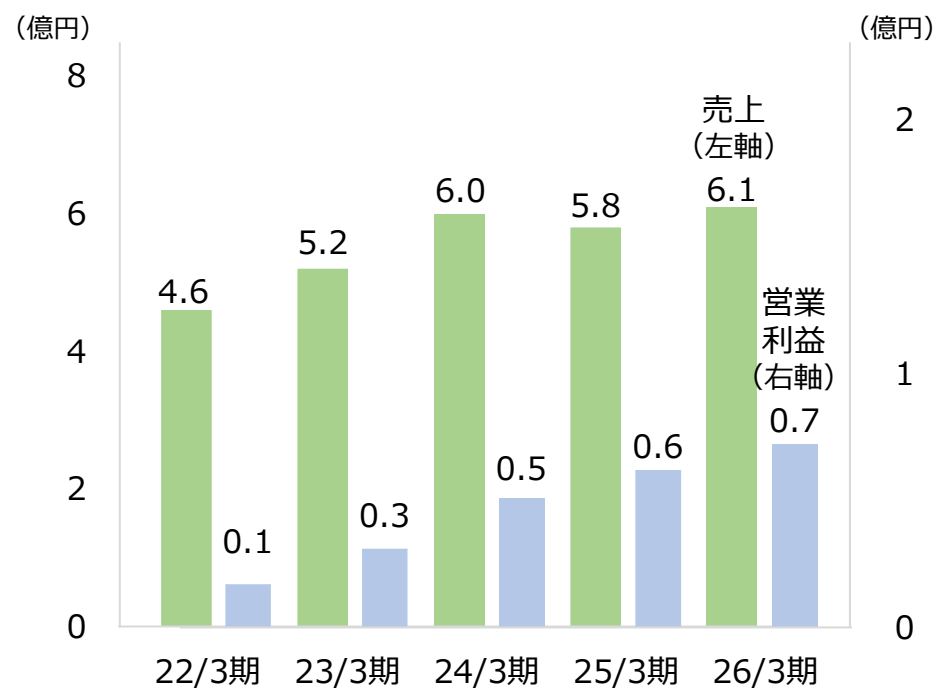
## ハルメク events (WEBサイト)



# 法人事業：クロスマーケティングで着実に成長

- 新規クライアント開拓は堅調、売上利益共に前年増で推移
- シニア向けマーケティングのデジタル化トレンドを捉え、アナログ×デジタルのクロスマーケティングサービスの開発、拡販に取り組んでいる

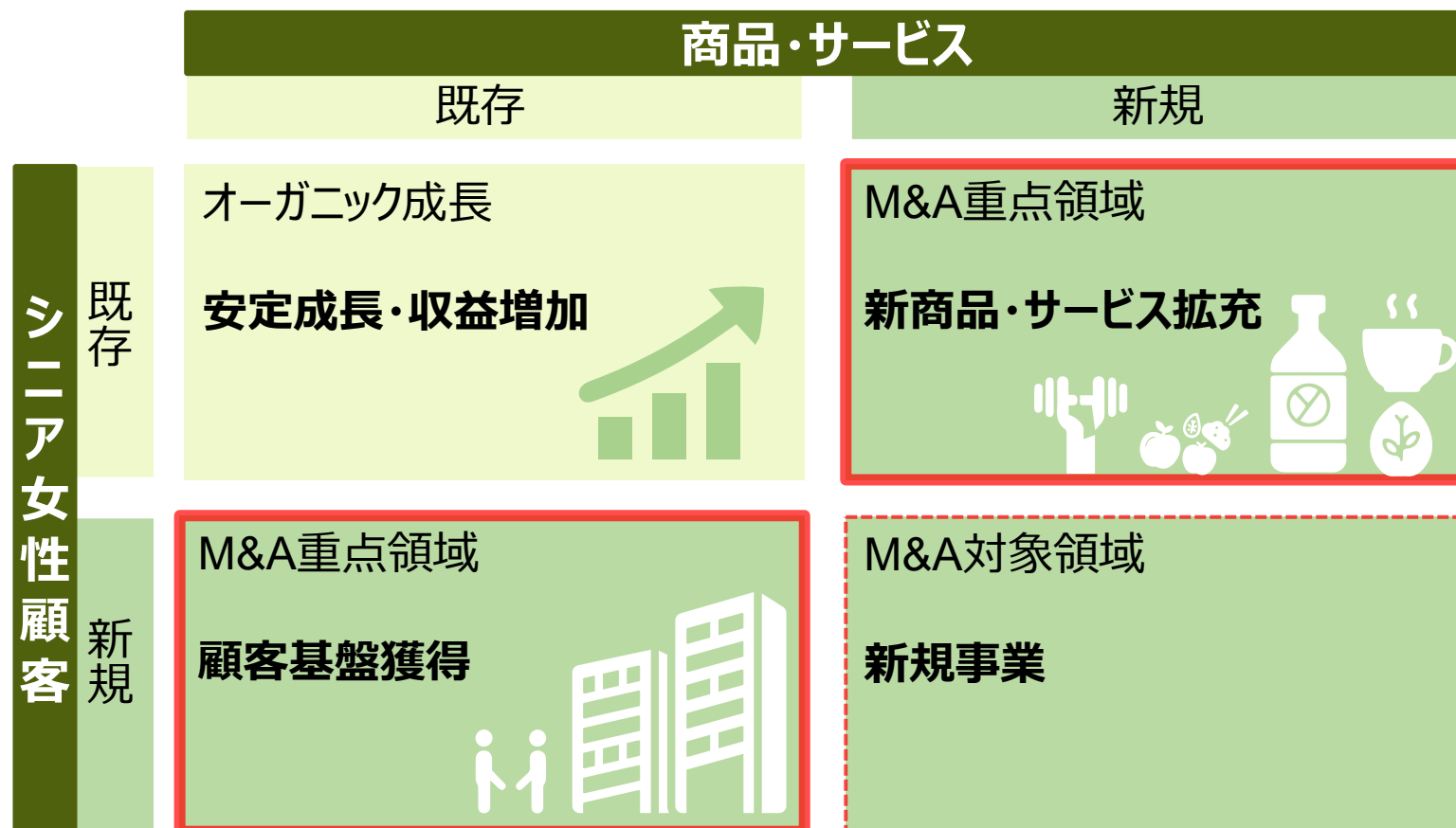
## 法人事業の売上/営業利益(上期)



\* 本ページで記載する業績指標は全て日本基準

# M&Aに取り組んでいる（重点領域）

- 既存顧客に新たな商品・サービスを提供できる企業
- 既存の商品・サービスを提供できるような顧客基盤を持つ企業



## 4. 2026年3月期 第2四半期 決算概要

---

# 業績ハイライト（連結損益計算書）

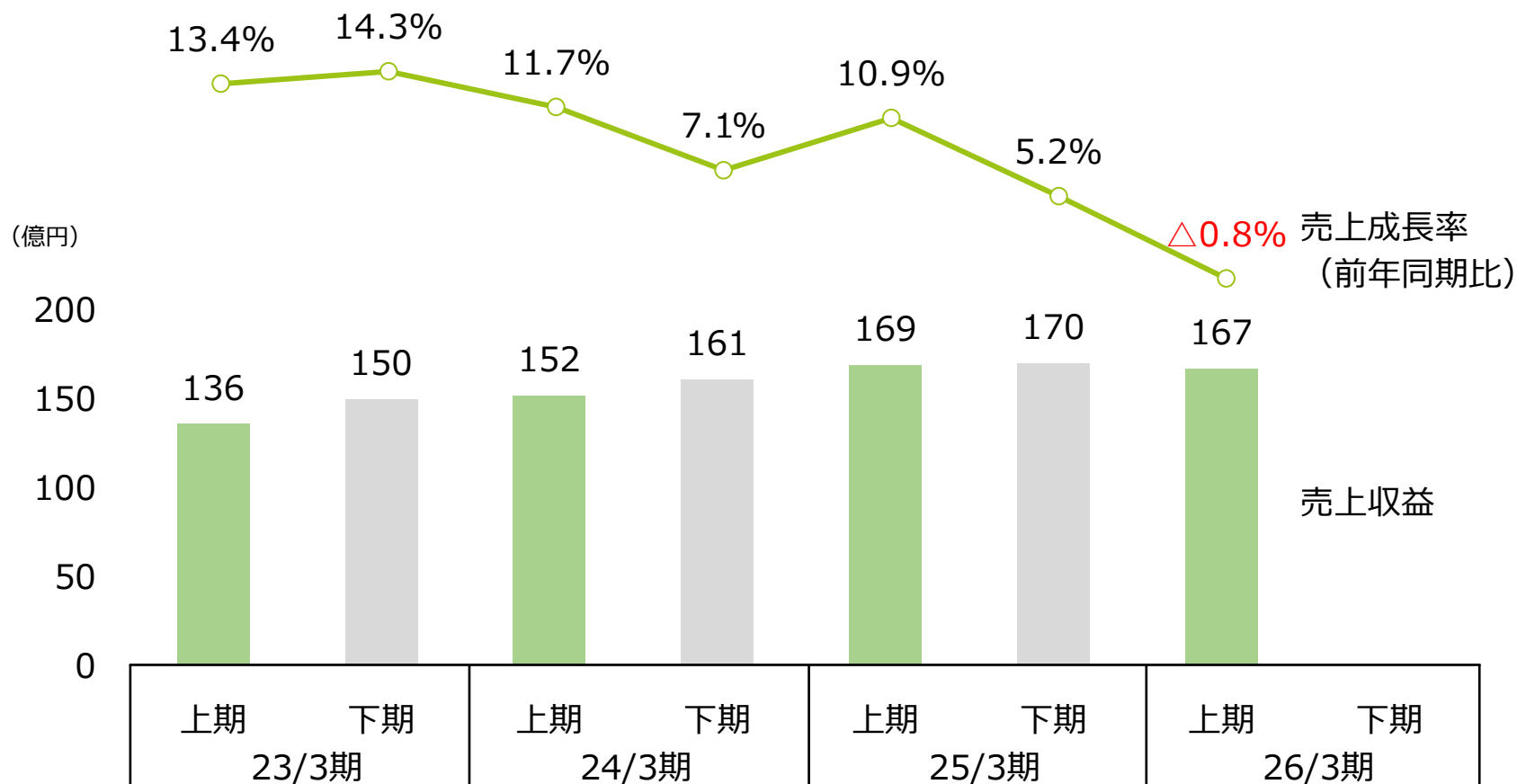
- 売上は**前年比微減**、主な要因はことせ物販の減収によるもの
- 営業利益、税引前利益、中間利益は**増益、業績予想を達成**

| (IFRS基準) | 25/3期<br>上期 | 26/3期 上期 |        | 前期比  |        | 予想比  |       |
|----------|-------------|----------|--------|------|--------|------|-------|
|          |             | 業績予想     | 実績     | 増減額  | 増減率    | 増減額  | 増減率   |
| 売上収益     | 16,921      | 17,000   | 16,779 | △142 | △0.8%  | △220 | △1.3% |
| 営業利益     | 413         | 650      | 689    | +276 | +66.9% | +39  | +6.1% |
| 税引前中間利益  | 390         | 625      | 667    | +276 | +70.8% | +42  | +6.7% |
| 中間利益     | 269         | 400      | 436    | +166 | +61.9% | +36  | +9.1% |

単位：百万円

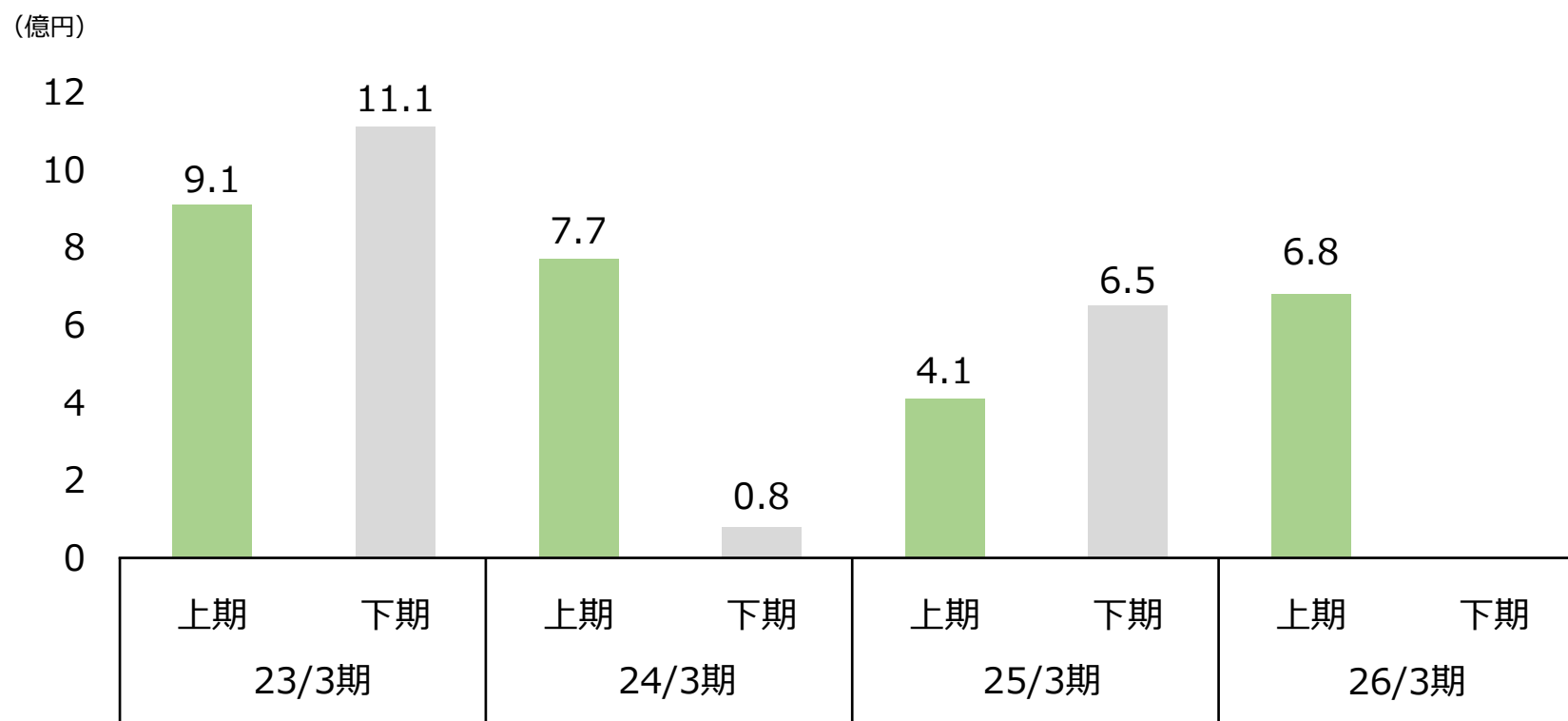
# 半期別業績推移（売上収益）

- ハルメク事業は、ハルメク物販の増収、雑誌「ハルメク」の購読料値上げ（2024年1月）により**売上成長を継続**したものの、ことせ物販が前年度下期から広告投資を抑制し、売上が減少（△6.4億円）したことで**前年比売上減**



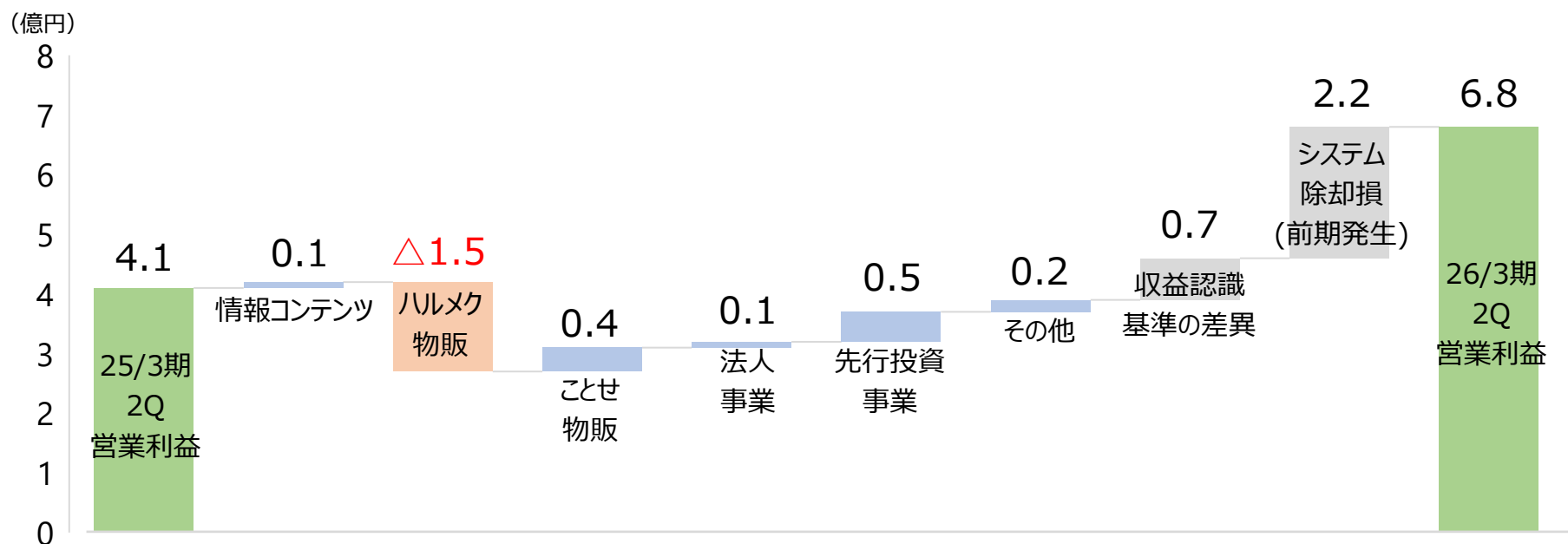
# 半期別業績推移（営業利益）

- 収益性の回復に向けて取り組み中



# 2026年3月期 第2四半期 営業利益の分析（事業別）

- **情報コンテンツ事業**は、値上げ効果により増益
- **ハルメク物販**は、増収もファッションの不振(△1.1億円)、新店出店によるコスト増(△0.2億円)等により**利益減**
- **ことせ物販**は、前年度下期から広告投資を抑制したことで売上が減少したものの、**完売率改善等により利益増**
- **法人事業**は、新規クライアントの開拓が順調に進み利益微増
- **先行投資事業**は、押し花事業の赤字幅縮小により**利益増**
- **その他**、IFRS会計における収益認識基準\*1の差異と前期システム除却損がなくなったことにより利益増



\*1 IFRS会計における収益認識基準（支配の移転時点）と、日本基準（出荷基準）との間で収益認識のタイミングに差が生じることで、利益に一時的な乖離が発生

# 事業別業績

| (日本基準)     |        | 25/3期<br>上期 | 26/3期<br>上期 | 前期比  |        |
|------------|--------|-------------|-------------|------|--------|
|            |        |             |             | 増減額  | 増減率    |
| グループ連結     | 売上     | 17,020      | 16,772      | △247 | △1.5%  |
|            | EBITDA | 972         | 929         | △42  | △4.4%  |
|            | (マージン) | 5.7%        | 5.5%        | —    | —      |
|            | 売上     | 16,238      | 15,847      | △391 | △2.4%  |
|            | EBITDA | 1,056       | 965         | △90  | △8.6%  |
|            | (マージン) | 6.5%        | 6.1%        | —    | —      |
|            | 売上     | 587         | 617         | +30  | +5.2%  |
|            | EBITDA | 62          | 72          | +10  | +16.6% |
|            | (マージン) | 10.6%       | 11.8%       | —    | —      |
|            | 売上     | 315         | 370         | +55  | +17.7% |
| 先行投資<br>事業 | EBITDA | △208        | △156        | +52  | —      |
|            | (マージン) | —           | —           | —    | —      |
| 調整額        | 売上     | △121        | △63         | +57  | —      |
|            | EBITDA | 62          | 47          | △14  | △24.0% |

単位：百万円

\*1 本ページで記載する業績は全て日本基準のため、28ページの業績ハイライトと一致しない箇所あり。EBITDA：営業利益＋償却費、EBITDA率（マージン）：EBITDA÷売上高

\*2 基盤事業：「情報コンテンツ（ハルメク誌）」「ハルメク物販（カタログ通販＋現EC＋店舗＋新聞外販）」「ことせ物販」

法人事業：ハルメク・エイジマーケティングが担当しているシニア企業向けにマーケティング戦略立案から実行・改善までをトータルで支援するB2B事業

先行投資事業：HALMEK up（講座・イベント含）、プレシニア向け物販、コミュニティ（押し花）、サービス（ジム）、中国事業準備

| (日本基準)     |             | 25/3期<br>上期 | 26/3期<br>上期 | 前期比   |        |
|------------|-------------|-------------|-------------|-------|--------|
|            |             |             |             | 増減額   | 増減率    |
| 基盤事業       | 売上          | 16,238      | 15,847      | △391  | △2.4%  |
|            | EBITDA      | 1,056       | 965         | △90   | △8.6%  |
|            | (マージン)      | 6.5%        | 6.1%        | —     | —      |
|            | 情報<br>コンテンツ | 売上          | 1,852       | 1,881 | +28    |
|            | EBITDA      | 452         | 471         | +18   | +4.2%  |
|            | (マージン)      | 24.4%       | 25.1%       | —     | —      |
| ハルメク<br>物販 | 売上          | 10,344      | 10,568      | +223  | +2.2%  |
|            | EBITDA      | 679         | 525         | △153  | △22.6% |
|            | (マージン)      | 6.6%        | 5.0%        | —     | —      |
|            | ことせ物販       | 売上          | 4,041       | 3,397 | △644   |
|            | EBITDA      | △75         | △31         | +43   | —      |
|            | (マージン)      | —           | —           | —     | —      |

単位：百万円

\*1 本ページで記載する業績は全て日本基準。EBITDA：営業利益＋償却費、EBITDA率（マージン）：EBITDA÷売上高

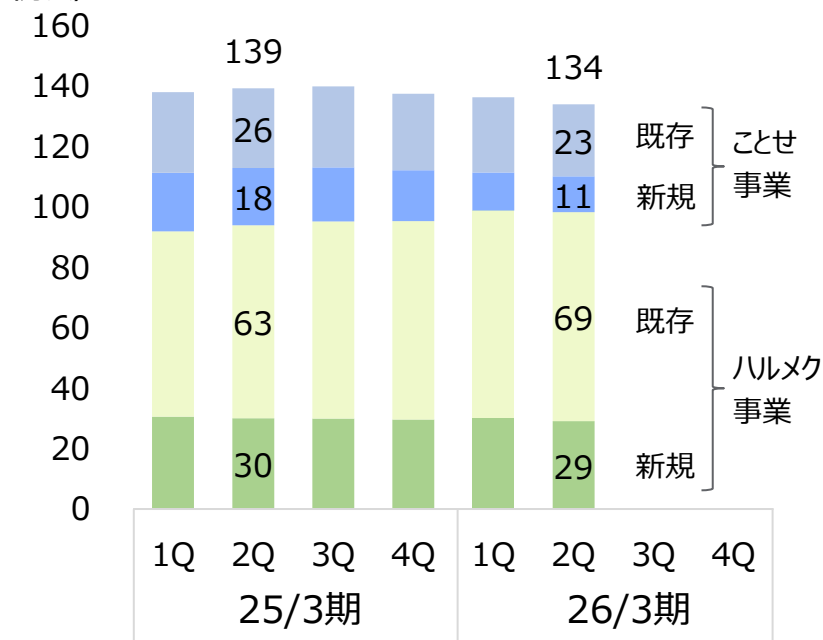
\*2 基盤事業：「情報コンテンツ（ハルメク誌）」「ハルメク物販（カタログ通販＋現EC＋店舗＋新聞外販）」「ことせ物販」

# KPI推移（アクティブ顧客数）

- アクティブ顧客の総数は前期比減
- 減少の主因は、ことせ事業が前年下期に収益改善のために広告投資を絞った影響で新規顧客数およびアクティブ顧客数が減少。今期からは広告投資を再開した
- ハルメク事業はアクティブ顧客数が増加

## ■ アクティブ\*1顧客数

(万人)



\*1 12ヶ月以内に当社サービスを利用した顧客数

## 5. 2026年3月期 業績予想と配当予想

---

## 連結業績予想（通期）

- 通期業績予想は変更なし

| (IFRS基準) | 25/3期<br>実績 | 26/3期<br>業績予想 | 前期比     |         |
|----------|-------------|---------------|---------|---------|
|          |             |               | 増減額     | 増減率     |
| 売上収益     | 33,930      | 35,000        | + 1,069 | + 3.2%  |
| 営業利益     | 1,068       | 1,500         | + 431   | + 40.4% |
| 税引前利益    | 1,020       | 1,450         | + 429   | + 42.1% |
| 当期利益     | 623         | 900           | + 276   | + 44.3% |

単位：百万円

# 連結業績予想（上期・下期別）

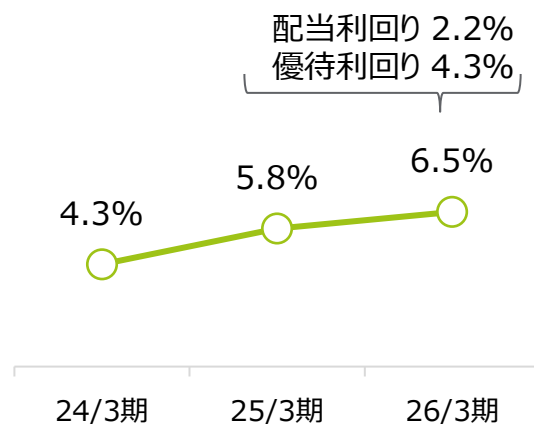
| (IFRS基準) | 26/3期<br>業績予想 |        |        | 進捗率    |        |       |
|----------|---------------|--------|--------|--------|--------|-------|
|          | 上期            | 下期     | 通期     | 上期実績   | 対上期    | 対通期   |
| 売上収益     | 17,000        | 18,000 | 35,000 | 16,779 | 98.7%  | 47.9% |
| 営業利益     | 650           | 850    | 1,500  | 689    | 106.1% | 46.0% |
| 税引前利益    | 625           | 825    | 1,450  | 667    | 106.7% | 46.0% |
| 当期利益     | 400           | 500    | 900    | 436    | 109.1% | 48.5% |

単位：百万円

# 配当予想

- 2026年3月期から**中間配当開始**、年間配当**30.0円/株**（計画）、配当性向**36.7%**  
（中間配当**15円/株**、期末配当**15円/株**を計画）
- 配当＋優待利回りは、最大6.5%<sup>\*1</sup>**

## 配当＋優待利回り<sup>\*1</sup>推移



## 配当の状況

| 期            | 中間配当         | 期末配当                   | 配当性向         |
|--------------|--------------|------------------------|--------------|
| 24/3期        | 0.0円         | 0.0円                   | —            |
| 25/3期        | 0.0円         | 20.0円                  | 35.0%        |
| <b>26/3期</b> | <b>15.0円</b> | <b>15.0円</b><br>(配当予想) | <b>36.7%</b> |

<sup>\*1</sup> 利回りは、2025年9月30日株価（終値）1,395円で算出。優待利回りは柚子の里だより（1本）の2025年6月30日時点における販売価格3,024円（税込）を採用し、100株保有したケースで年2回の優待を受領したと仮定して算定しております。

# ご参考：新しい株主優待を導入

- 2025年9月度から従来の選べる優待に加えて、抽選形式の優待を追加
- 人生をよりよく生きるための特別な体験機会を提供

## 抽選で当たるハルメク特選優待

### — 旅行体験

星野リゾートを満喫  
利用人数やお部屋は自由に選択可能



画像：リゾナーレ八ヶ岳

星野リゾート宿泊ギフト券  
(20万円分)  
当選数1名

### — 料理飲食体験

上質な美食体験と、記憶に残る  
ひとときを



画像：フィリップ・ミル 東京

ひらまつディナー券  
(2名・39,000円分)  
当選数5名

### — 特選協賛品

熟成期間12年！時が生み出す  
驚きと感動の日本酒



25年9月度限定

協賛企業：株式会社匠創生

古昔の美酒 Vintage2013(180ml)  
(5,500円)  
当選数50名

# ご参考：既存の株主優待

- 25年9月末基準日からはHALMEK up年間利用権も選べる優待の一つとして追加

## 必ず貰える選べる優待

| 100株以上500株未満                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 500株以上                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>① 柚子の里だより (一本)</p>  <p>② 人参ジュースビン1本</p>  <p>③ 健康を育む食セット</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>寝かせ玄米ごはん3種</li> <li>ナッツ&amp;フルーツ2袋</li> </ul>  <p>④ 毎日を楽しむ食セット</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>たっぷり生姜と国産鶏のキーマカレー(2袋)</li> <li>ほっこり豆と野菜の元気カレー(1袋)</li> </ul>  | <p>① 雑誌「ハルメク」定期購読権(1年分)</p>  <p><b>新設</b></p> <p>② 「HALMEK up」年間利用権</p>  <p>③ 健康を育む食セット</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>人参ジュースビン 1本</li> <li>寝かせ玄米ごはん3種</li> <li>宝寿茶ティーバッグ 3g(10包)</li> <li>ナッツ&amp;フルーツ8袋</li> </ul>  <p>④ 毎日を楽しむ食セット</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>たっぷり生姜と国産鶏のキーマカレー(6袋)</li> <li>ほっこり豆と野菜の元気カレー(6袋)</li> </ul>  <p>⑤ 毎日を楽しむ食セット</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>柚子の里だより(一本)(2箱)</li> <li>しらすせんべい&lt;うす塩味&gt;小袋4g(8袋)</li> </ul>  <p>⑥ ハルメク エシカルセット</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>古着でワクチン 中サイズ</li> <li>人参ジュース(缶10本)</li> </ul>  |

# APPENDIX 財政情報

---

# 連結財政状態計算書

ハル×7holdings  
h a l m s k

単位：百万円

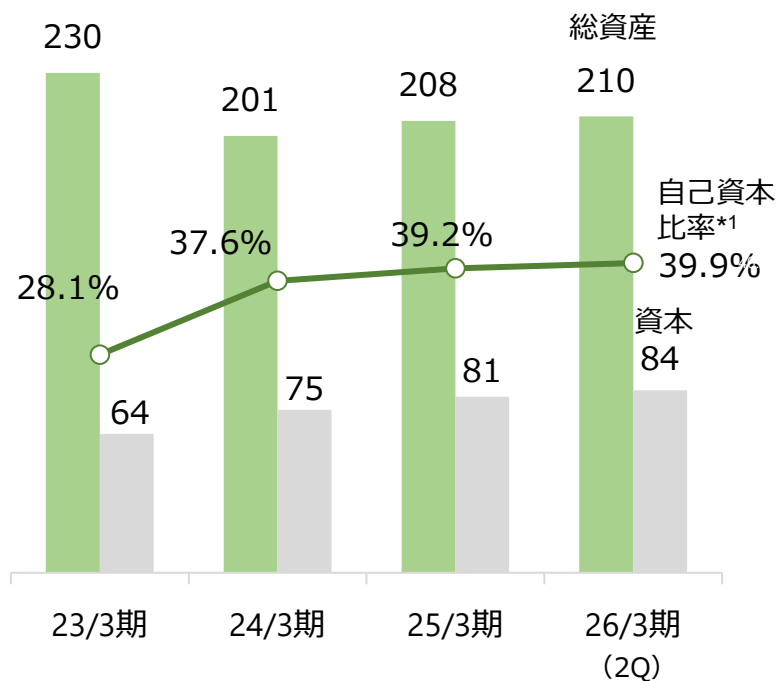
|              | 25/3期<br>実績 | 26/3期<br>上期実績 | 前期比  |
|--------------|-------------|---------------|------|
| 流動資産         | 7,591       | 8,105         | +513 |
| 現金及び現金同等物    | 2,394       | 2,737         | +342 |
| 営業債権         | 1,675       | 1,725         | +49  |
| 棚卸資産         | 3,198       | 3,350         | +151 |
| 非流動資産        | 13,301      | 12,988        | △312 |
| 使用権資産        | 2,838       | 2,569         | △269 |
| のれん          | 4,452       | 4,452         | —    |
| 無形資産         | 5,048       | 4,931         | △116 |
| 資産合計         | 20,893      | 21,093        | +200 |
| 流動負債         | 8,919       | 9,161         | +242 |
| 営業債務及びその他の債務 | 2,677       | 3,127         | +450 |
| 契約負債         | 2,738       | 2,507         | △230 |
| 未払法人所得税      | 204         | 249           | +45  |
| 非流動負債        | 3,777       | 3,516         | △260 |
| 負債合計         | 12,697      | 12,678        | △18  |
| （有利子負債残高）    | 1,900       | 1,900         | —    |
| 資本合計         | 8,195       | 8,414         | +218 |
| 負債及び資本合計     | 20,893      | 21,093        | +200 |

# 財政状態関連指標

- 自己資本比率は利益剰余金の増加により微増、有利子負債依存度は横ばい

## 財政状態

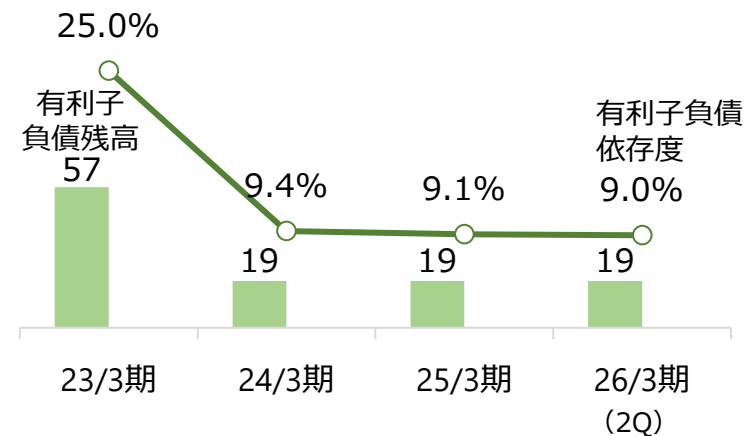
(億円)



\*1 親会社所有者帰属持分比率

## 有利子負債残高及び依存度\*2

(億円)



\*2 有利子負債依存度 = 有利子負債(借入金) ÷ 総資産合計

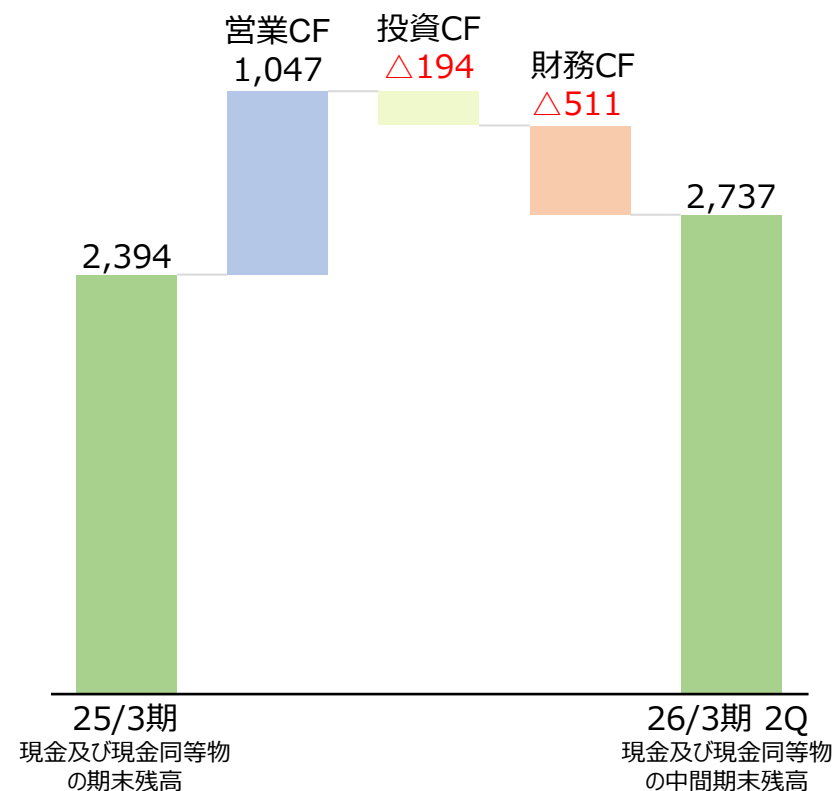
# キャッシュ・フローの状況

単位：百万円

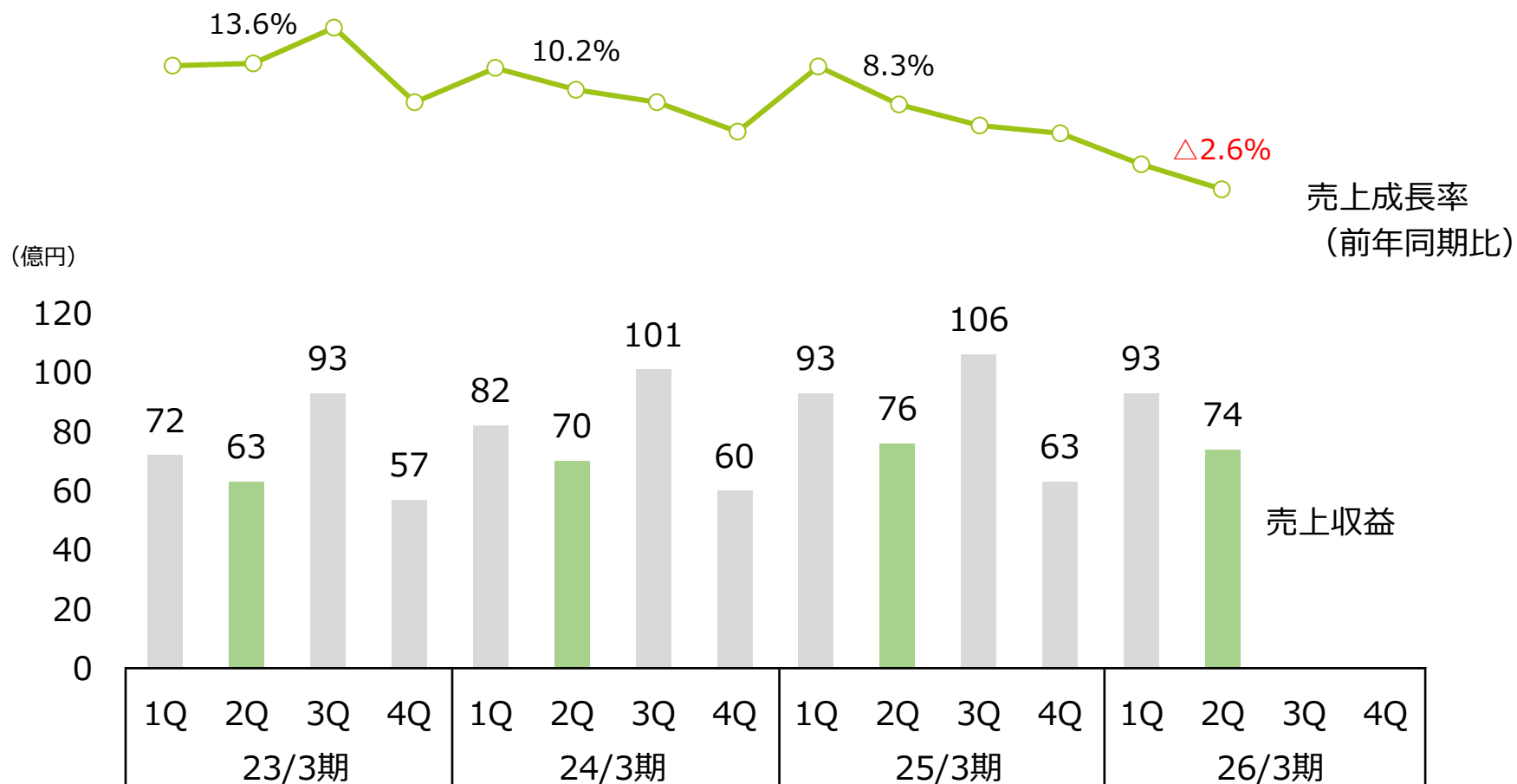
|                         | 25/3期<br>上期 | 26/3期<br>上期 |
|-------------------------|-------------|-------------|
| 営業活動によるCF               | 1,439       | 1,047       |
| 税引前中間利益                 | 390         | 667         |
| 減価償却費及び償却費              | 551         | 554         |
| 法人所得税の支払額               | △37         | △197        |
| 投資活動によるCF               | △207        | △194        |
| 財務活動によるCF               | △289        | △511        |
| 配当金の支払額                 | —           | △219        |
| リース負債の返済による支出           | △292        | △292        |
| 現金及び現金同等物の増減額<br>（△は減少） | 942         | 342         |
| 現金及び現金同等物の期首残高          | 938         | 2,394       |
| 現金及び現金同等物の中間期末残高        | 1,880       | 2,737       |

## 連結キャッシュ・フロー

（百万円）

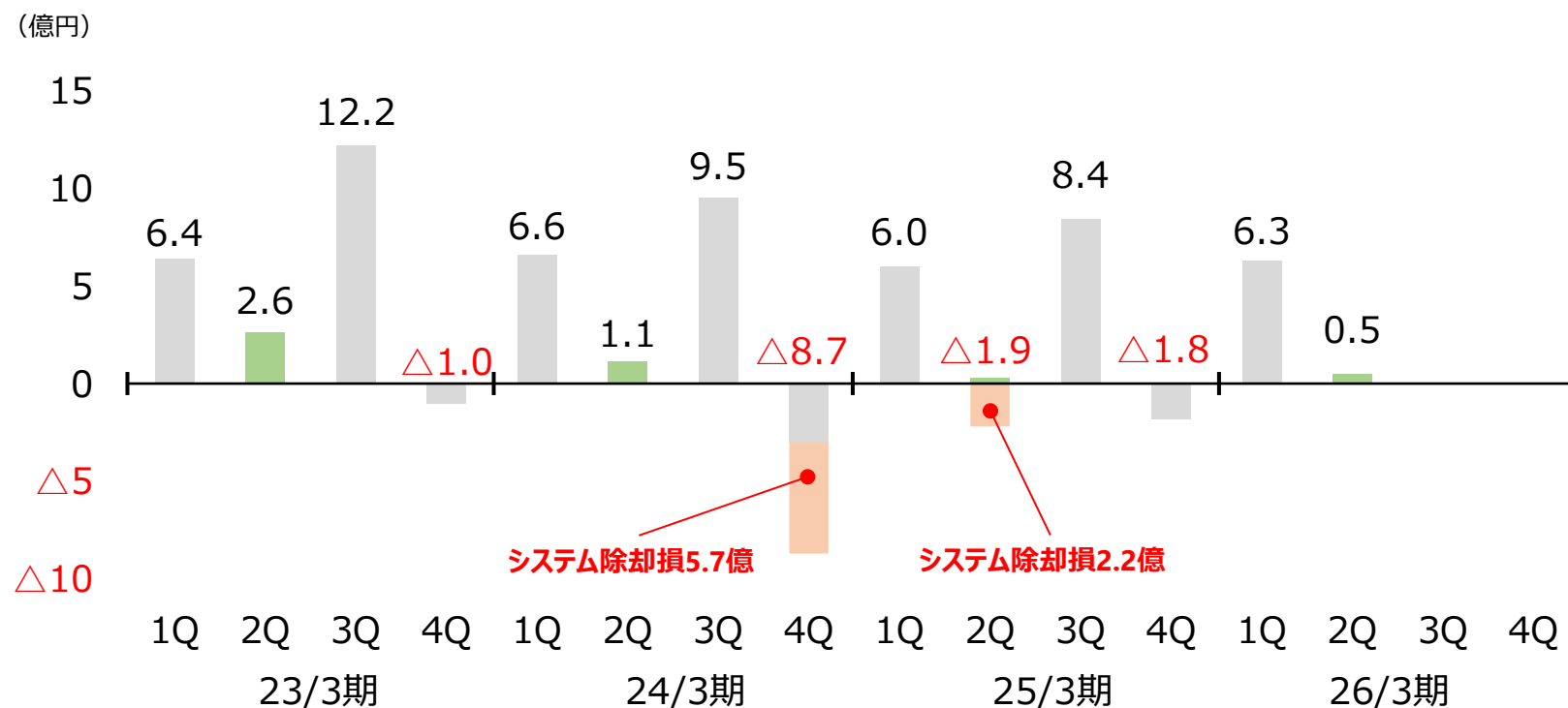


# 四半期別業績推移（売上収益）



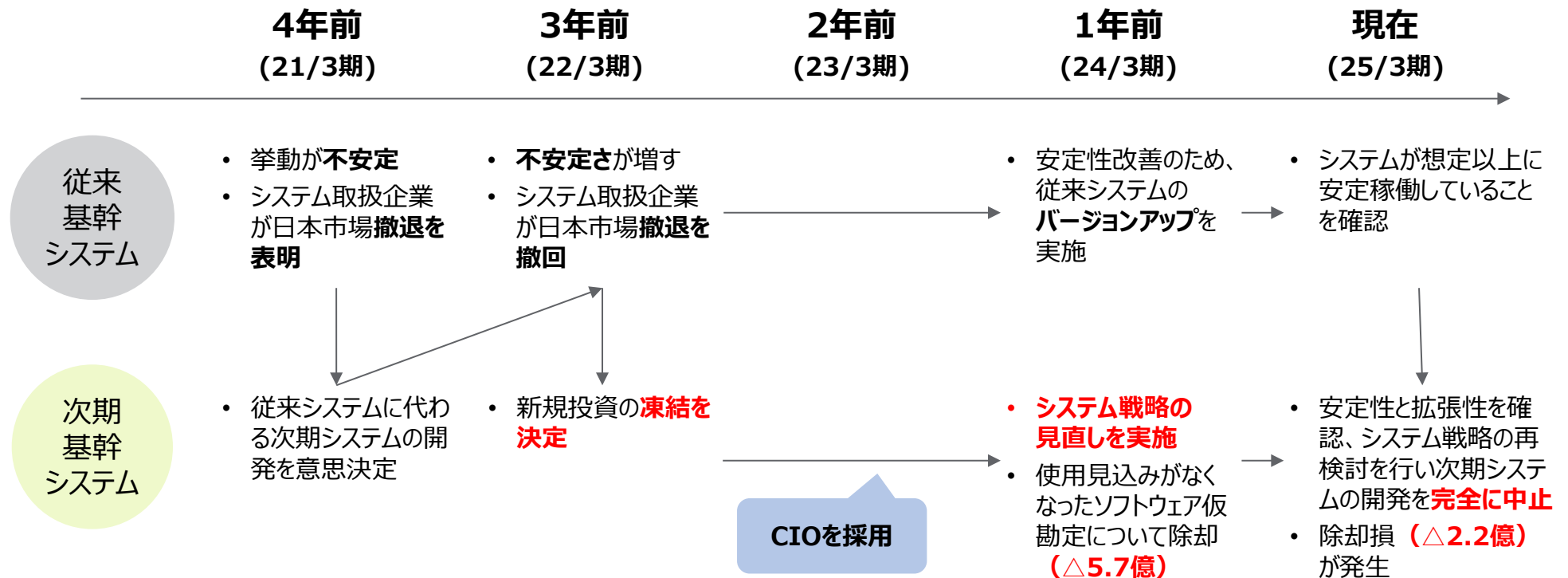
# 四半期別業績推移（営業利益）

- 当社の業績は季節性があり、第1、第3四半期に利益が大きくなる傾向がある



## ご参考：システム除却損の計上について

- システム戦略の見直しを行い、**次期基幹システムへの移行は不要と判断**
- 今回の次期基幹システム開発中止により、10億円程度の追加投資を回避



# 情報コンテンツの状況：利益性の改善

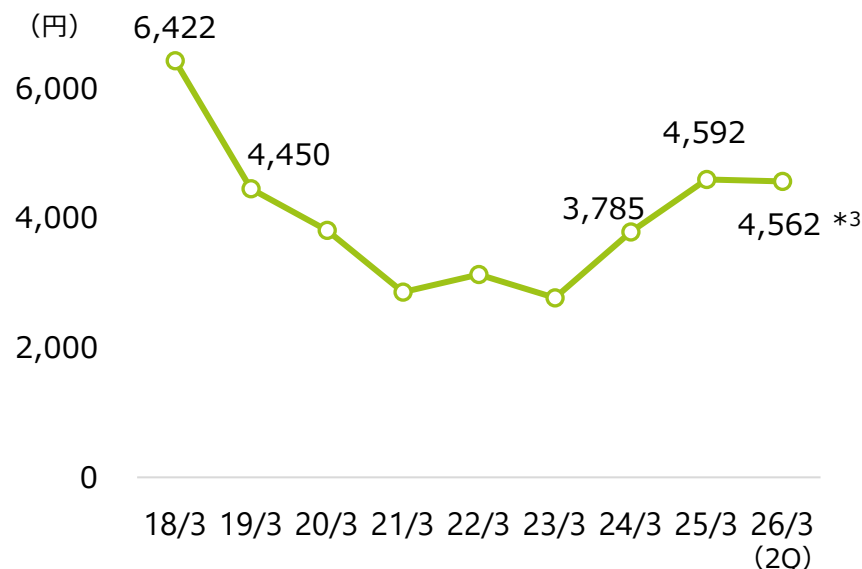
- 値上による利益性改善

- 2024年1月から雑誌の値上げを実施
- 値上げによる購読者数への影響は軽微

- ハルメク誌の広告効率(CPO)改善

- TV広告等を活用したクロスマーケティング\*1は首都圏を含めて実施

## ハルメク誌 CPO推移\*2



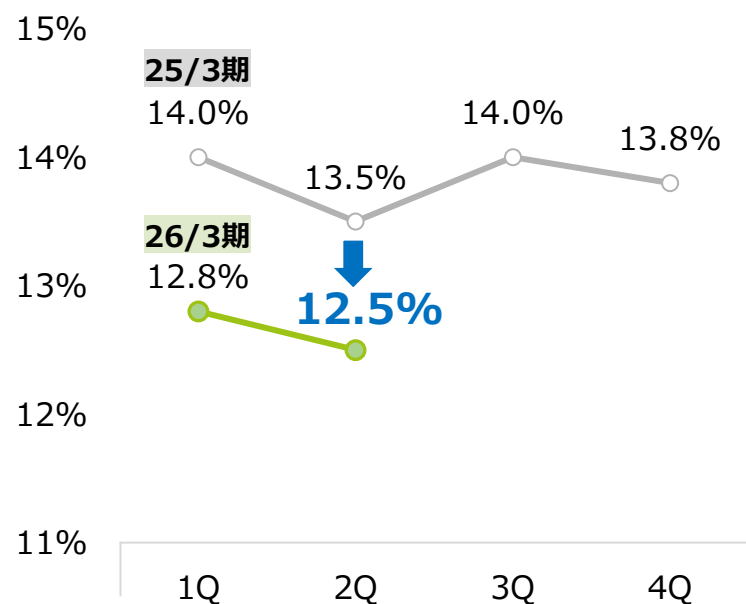
\*1 テレビ広告と新聞や折込広告等を連動させた広告手法 \*2 CPO…ハルメク誌の新規顧客1人当たりの獲得広告単価 \*3 年間（2024年10月～2025年9月）実績の加重平均

# ハルメク物販事業：利益性を改善

- 広告効率(媒体費率)改善

- カタログ配布施策の見直しにより前年から大きく改善
- 商品開発力の強化や誌面構成の刷新にも取り組んでいる

## ■ ハルメク物販 媒体費率\*1



\*1 媒体費率…売上に対するカタログ費用の割合。低いほど効率が高い。季節性による変動を平準化して比較するため、該当期末から6か月間の実績を加重平均し算出

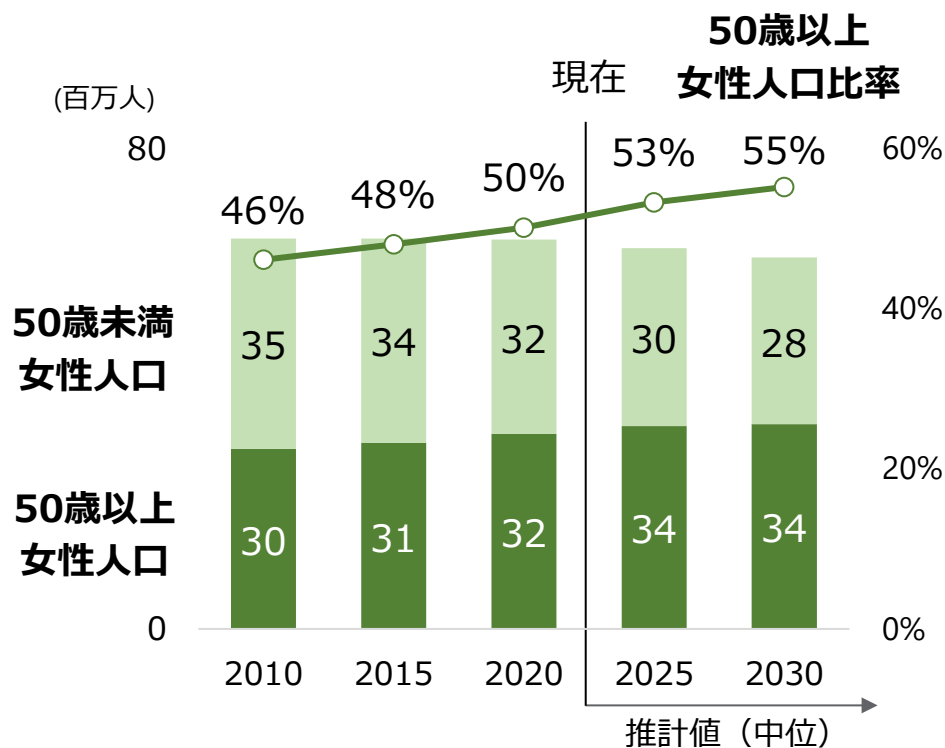
# APPENDIX 事業説明

---

# 当社は魅力的なシニア市場で事業を展開

- 人生100年時代。50歳以上人口は、総人口の半分以上を超える
- 豊富な金融資産を保有し、経済力も高い魅力的な市場で事業展開

## 女性人口推移\*1



## 年齢別金融資産\*2



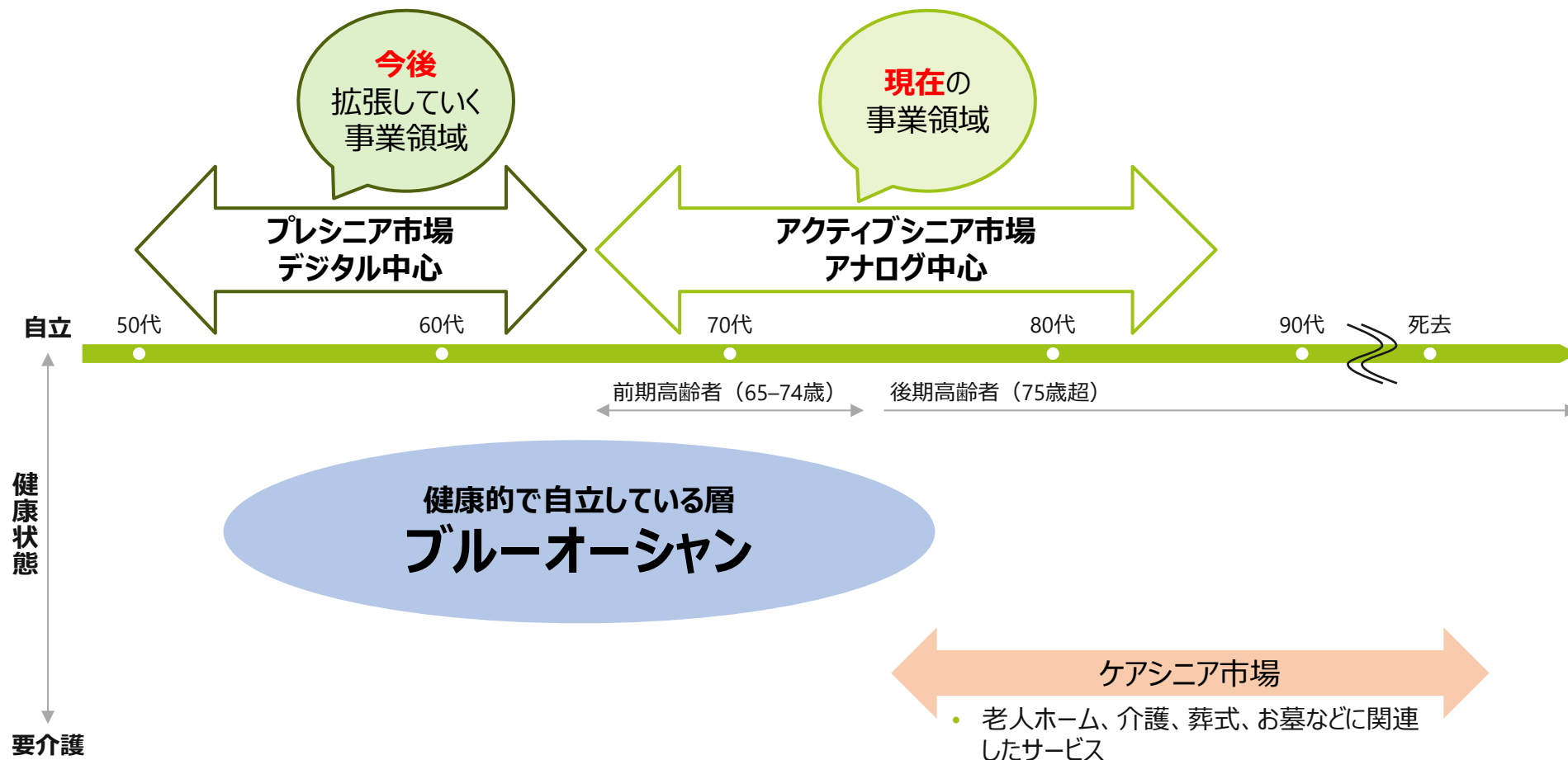
\*1 国立社会保障・人口問題研究所

\*2 日本銀行資金循環統計（2024年3月末）の家計金融資産に対して、令和5年版高齢社会白書の世代別金融資産分布状況（2019年）の50代以上の比率の合計を乗じて算出した当社推計値

# ハルメクの事業領域はブルーオーシャン

- ハルメクの事業領域はブルーオーシャンである「プレシニア市場」と「アクティブシニア市場」です

## シニア層の年齢・市場イメージ



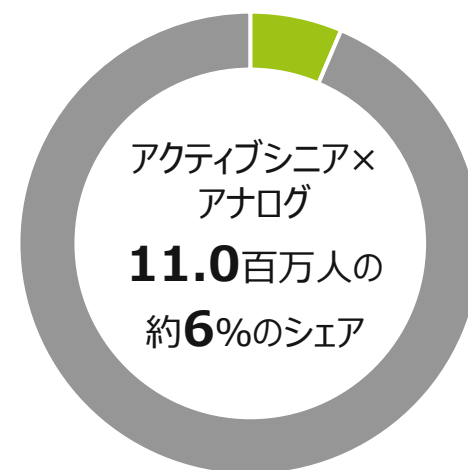
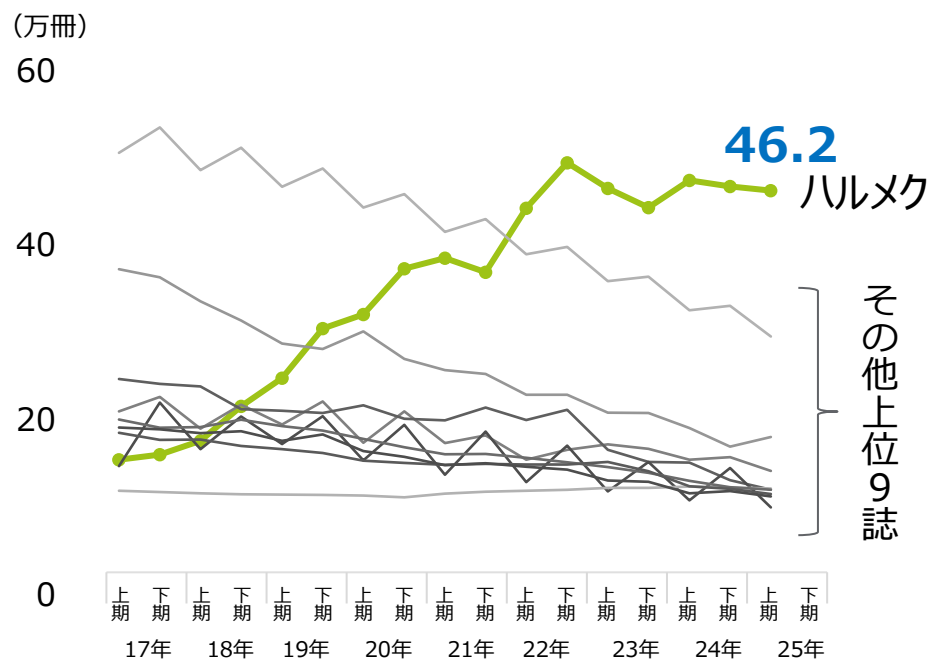
出所: 当社作成のイメージ図

# ハルメクはシニア市場におけるトップランナー

- シニア女性雑誌「ハルメク」は販売部数で2022年から7半期連続で国内全雑誌No.1\*1
- アクティブシニア市場におけるシェアは6%で、まだ大きな成長余地を残しています

## TOP10雑誌の販売部数\*2

## 当社ターゲット層のシェア率\*3



\*1 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート

\*2 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート（2017年～2024年の上期(1-6月)・下期(7-12月)及び2025年上期の販売部数）

\*3 25/3期末時点の当社顧客数を2023年時点のアナログ×アクティブシニア人口で除して算出

# ユニークなビジネスモデル

- 日本で一番売れている雑誌\*1「ハルメク」でシニア女性を集客、物販でグループを支える収益を得て、イベント・講座等のコミュニティビジネスで顧客ロイヤリティを高めています



役立つ情報を雑誌・ネットで提供

イベント・講座で  
「つながりの場」を提供



購読者のリアルな声をもとに  
オリジナル商品を通販や店舗で提供



オリジナル商品例  
「人参ジュース」



ハルメク おみせ  
22店舗\*2

\*1 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート（2025年上期(1-6月)実績）

\*2 2025年9月末時点の店舗数

# 事業紹介：情報コンテンツの提供 ハルメク誌

- 雑誌“ハルメク”は販売部数「女性誌No.1」\*1、2025年上期（1-6月）において「全雑誌No.1」\*2 を維持
- シニア女性の不安や不満、期待に応える幅広い記事を提供

## 月刊定期購読誌 ハルメク



2025年10月号  
(9月10日発売号)

定期購読者数

シニア女性  
約46万人\*2

購読料  
(書店での購入不可)

7,800円/年\*3

生活全体をカバーする内容

特集

ファッション

健康

レシピ

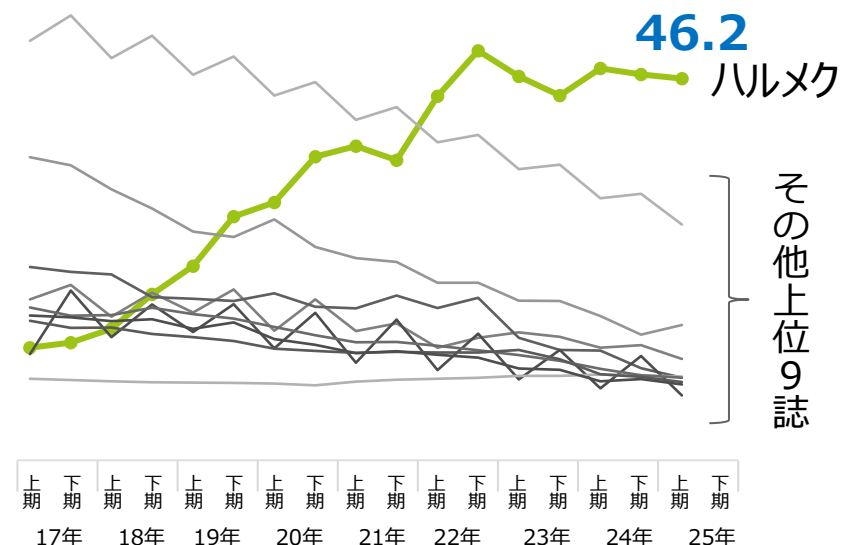
手づくり

インタビュー

連載

## TOP10雑誌の販売部数\*4

(万冊)  
60  
40  
20  
0



\*1 一般社団法人日本ABC協会発行社レポートの女性誌分野で 2019 年上期(1-6月)から販売部数 13 半期連続 No.1

\*2 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート2025年上期(1-6月) \*3 12冊コースの料金

\*4 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート (2017年～2024年の上期(1-6月)・下期(7-12月)及び2025年上期の販売部数)

# 事業紹介：ハルメク物販①

- ハルメク物販の起源は、雑誌「ハルメク」購読者に対して、欲しいに応える商品を開発し提供し始めたこと
- 顧客の声を聴き、顧客の悩みや期待に応える商品をオリジナル商品を中心（シェア8割\*1）に中高価格帯で展開



雑誌「ハルメク」にカタログ2冊を同封、ハルメクの世界観を商品でも体感していただく



- ハルメクおしゃれ  
最新ファッションや着こなしテクニック、美容情報など今、気になる商品と情報をお届け



- ハルメク健康と暮らし  
編集者が実際に試して良かった商品だけをご紹介！生活に役立つ商品と情報をお届け

毎月  
約300アイテムを  
厳選して紹介

\*1 2025年3月期実績、ハルメク社オリジナル商品の売上高÷ハルメク社の全商品の売上高

# 事業紹介：ハルメク物販② オリジナル商品で新規顧客を獲得 ハルメクholdings halmek

- 従来型の雑誌「ハルメク」で集客し、物販で収益化を図るモデルから進化し、深い顧客理解に基づき開発したオリジナル商品で集客する施策も強化中

## 雑誌による集客



## カタログ通販



## 物販における集客（強化中）



# 事業紹介：情報コンテンツと物販の連携例

- ハルメク読者の声をもとにしたオリジナル商品を開発
- ハルメク読者と一緒につくったワンピースを展開
- 読者の声を生かした商品展開を今後も実施していく



# 事業紹介：店舗展開の状況

全国**14**都道府県に  
**22**店舗を展開



- 北海道 札幌三越店（北海道）
- 東北 藤崎店（宮城県）
- 関東 神楽坂本店（東京都）  
京王百貨店 新宿店（東京都）  
小田急百貨店 町田店（東京都）  
東武百貨店池袋店（東京都）  
松坂屋上野店（東京都）  
伊勢丹立川店（東京都）  
高島屋横浜店（神奈川県）  
そごう千葉（千葉県）  
東武百貨店船橋店（千葉県）  
伊勢丹浦和店（埼玉県）
- 関西 ジェイアール京都伊勢丹店（京都府）  
阪神梅田本店（大阪府）  
あべのハルカス近鉄本店（大阪府）
- 東海 名鉄百貨店本店（愛知県）  
遠鉄百貨店（静岡県）
- 中国 福屋広島駅前店（広島県）
- 九州 大丸福岡天神店（福岡県）  
小倉井筒屋店（福岡県）  
熊本鶴屋店（熊本県）  
山形屋（鹿児島県）

※2025年9月末時点

# 事業紹介：店舗の高い集客力が評価

- ハルメク おみせが「2025年春夏 百貨店バイヤーズ賞\*1」レディス部門のキラリ賞を受賞
  - ハルメク おみせの百貨店での集客力の高さが評価された
  - 2024年度の「新人賞」に続く2期連続での受賞

## 2025年春夏 百貨店バイヤーズ賞の概要

- 「百貨店バイヤーズ賞」は、1982年から続く歴史あるアワードの一つ
- レディス部門は、2025年春夏に百貨店のレディス売場で活躍あるいは話題を呼び、売上に貢献したブランドが、全国約30の有力百貨店のバイヤー・販売担当者の推薦により選出されます



\*1 織研新聞社が主催する、百貨店のバイヤーや販売担当者が推薦したブランドを対象に、売上貢献度や話題性などを評価して選出される賞

# 事業紹介：コミュニティ事業

- 情報コンテンツや物販と関連した体験やつながりを提供
- リアルからスタートし、コロナ禍を契機にオンラインでの提供も開始



\*1 2025年3月期のリアル、オンラインを含めた旅行、講座・イベントの実施本数

\*2 2025年3月期に実施したリアル、オンラインを含めた旅行、講座、イベントの参加人数

# 事業紹介：法人事業

- シニア女性向けビジネスプラットフォームの活用機会を提供し、B2Bビジネスを展開

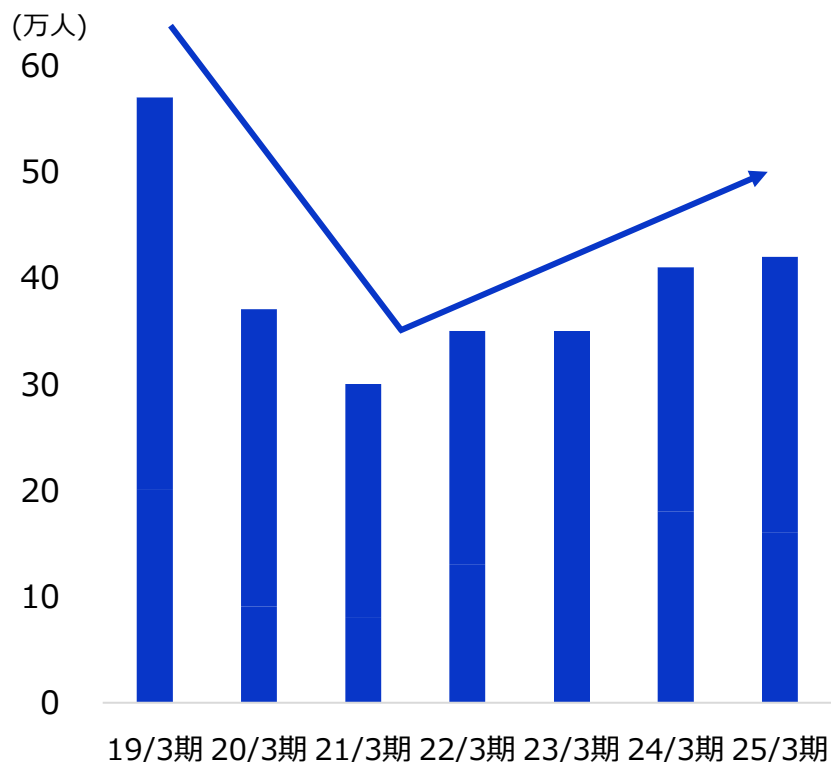


\*<sup>1</sup> 2025年3月期末実績

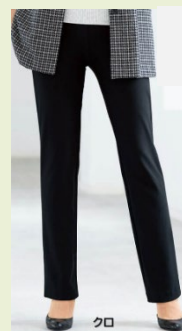
# 事業紹介：ことせ事業

- 過去の構造改革で顧客数は底を打ち、2022/3期以降は成長トレンドへ
- ハルメク事業よりやや高い60代以上の顧客を対象に顧客の悩みや期待に応える商品を低～中価格帯で提供
- お得意様ごとに担当が決まっている「御用聞きコンシェルジュ」が快適なお買い物を支援

## ことせ事業の顧客数推移\*1



(株)ハルメクよりお求めやすい価格帯の商品を品ぞろえ



「フィラロッサ 裏起毛パンツ」  
2,990円（税込3,289円）



ハルメク事業  
(参考)



「ZU-BON前開きストレート」  
税込8,990円

- 顧客理解に基づき、高品質な商品をお求めやすい価格で販売しています

\*1 ことせ事業のサービスを1年間で1回以上利用したことのある顧客数（ユニークユーザー数）

# 事業紹介：先行投資

- 先行投資事業は、HALMEK up（講座・イベント含）、コミュニティ（押し花事業）を中心に投資を実施
- その他、プレシニア向け物販等の検討を進めています

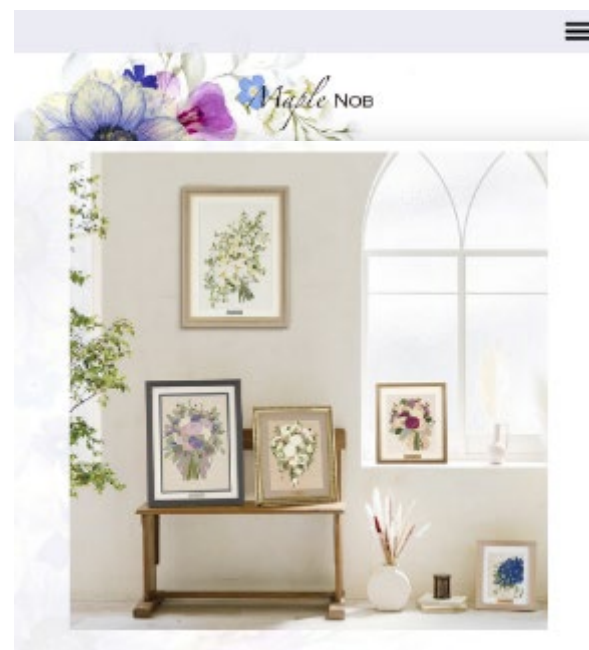
## 情報コンテンツ

### — HALMEK up



## コミュニティ

### — 押し花事業



## (ご参考) 事業別KPI

- 基盤事業であるアナログ×アクティブシニアビジネスの主なKPI

| NO | 指標分類                             | 指標名          | 説明                                                      |
|----|----------------------------------|--------------|---------------------------------------------------------|
| 1  | 全体共通                             | 新規顧客数        | 当社との取引を始めた顧客の数                                          |
| 2  |                                  | アクティブ顧客数     | 12ヶ月以内に当社サービスを利用した顧客数                                   |
| 3  | ハルメク<br>(ハルメク誌)                  | 読者数 (期間平均)   | 一般社団法人日本ABC協会発行社レポートの上期 (1~6月)、<br>下期 (7~12月) の読者数の単純平均 |
| 4  |                                  | 新規読者数 (期間合計) | 新規購読を始めた読者の数                                            |
| 5  |                                  | CPO          | ハルメク誌の新規顧客1人当たりの広告獲得単価                                  |
| 6  | 物販 (カタログ通販<br>+ 現EC + 店舗 + 新聞外販) | 媒体費率         | 通販売上に対するカタログ費用の割合                                       |

# 会社概要

|                           |                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 会社名                       | 株式会社ハルメクホールディングス                                                                                                                                                                                                              |
| 創業                        | 1989年5月18日 ※当社の前身であるユーリーグ株式会社の設立年月日                                                                                                                                                                                           |
| 所在地                       | 本社：東京都新宿区神楽坂四丁目1番1号<br>神保町オフィス：東京都千代田区神田神保町二丁目2番地 共同ビル神保町                                                                                                                                                                     |
| 資本金*1                     | 2,083百万円                                                                                                                                                                                                                      |
| 財務情報<br>25年3月期<br>(連結ベース) | 売上収益 : 339.3億円<br>営業利益 : 10.6億円<br>当期利益 : 6.2億円                                                                                                                                                                               |
| 社員数*1<br>(グループ全体)         | 418人(男性：137人、女性：281人)、幹部職(課長以上)に占める女性比率：30%                                                                                                                                                                                   |
| グループ組織図*1                 | <pre>graph TD; A["(株)ハルメクホールディングス"] --- B["(株)ハルメク"]; A --- C["(株)ハルメク・アルファ&lt;br/&gt;(旧：(株)全国通販)"]; A --- D["(株)ハルメク・エイジマーケティング"]; A --- E["(株)ハルメク・ビジネスソリューションズ"]; B --- F["花と緑の研究所(株)"]; B --- G["(株)ジャパンホーム保険サービス"]</pre> |

\*1 2025年9月30日時点

- 本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。
- これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証しておりません。



本資料及び当社IRに関するお問い合わせ先  
株式会社ハルメクホールディングス 広報・IR室（IR担当）  
Email : ir@halmek.co.jp