



# Financial Results Presentation Materials

2026年4月期3Q決算 決算説明資料

証券コード: 3134



- I . 新Hameeについて
- II . 決算概要
- III . 今後の取り組み
- IV . 個人投資家向けIRセミナーのご案内

## Appendix

- ・ビジネス概要
- ・参考情報



# I . 新Hameeについて



# 株式分配型スピンオフの実施

NE(株)は当社の連結範囲を離れ独立上場企業となりました。当社はコマース領域へ経営資源を集中し、高い成長性と株主価値向上を実現してまいります。



## 新Hameeグループ\_アイデンティティ



### Purpose / Passion

パーパス・パッション

## クリエイティブ魂に火をつける

子どもの頃、夢中で遊んだ時の、あのワクワク。  
理屈なんて抜きに「これだ！」と胸が高鳴った、  
まっすぐな気持ち。

私たちは、これを「**クリエイティブ魂**」と呼んでいます。一人ひとりが持つ「クリエイティブ魂」の輝きこそが、その人の「らしさ」の源泉です。

私たちは、その純粋な情熱が、豊かな地球の「らしさ」と調和する未来こそ、最高に面白く、価値ある世界だと信じています。



### Vision

ビジョン

## 人と地球の“らしさ”カンパニー

人が、もっと自分らしく。

地球が、その豊かさのまま、ずっと地球 らしく。

Hameeが目指すのは、どちらも輝ける未来です。  
私たちは、そんな新しい日常をつくります。



### Mission / Strategy

ミッション・ストラテジー

## ZカルチャーSPAと脱炭素の両立

Z世代を中心とする次世代の消費者ニーズを的確に捉え、**企画から販売まで**一貫した体制で彼らのライフスタイルに寄り添ったプロダクトを生み出し続けていくこと。

作り手としての責任を全うし、環境負荷をゼロへと近づけること。そして誰もが「**自分らしく**」を楽しみ続けることができる世の中を作ること。

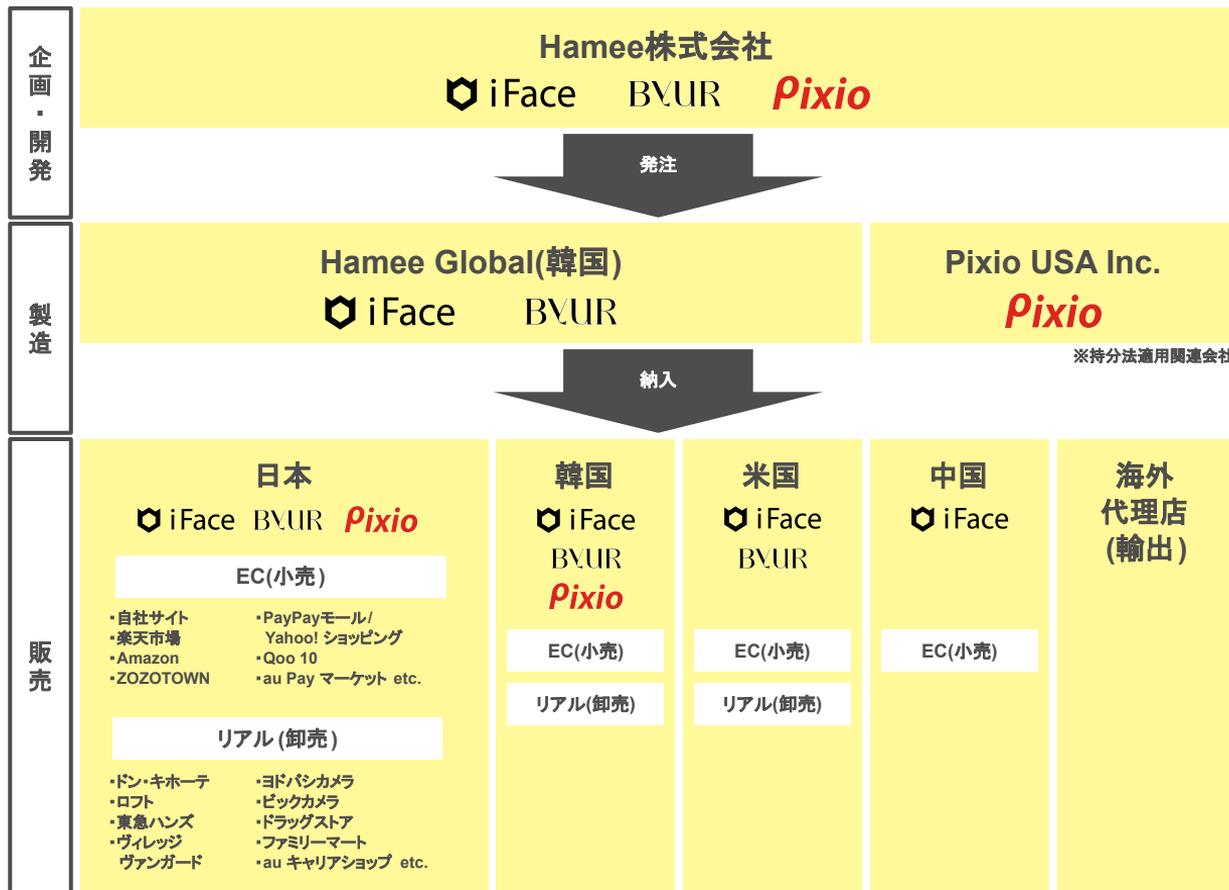
私たちのビジョンを実現するために、「ものづくり」を通じて、ふたつの挑戦に本気で取り組みます。

新Hameeグループ\_Zカルチャー SPA



## SPAモデル

- 主力商品である「iFace」や「ByUR」においては、グループ全体で企画・製造・販売（EC含む）を完結できる体制（SPAモデル）を構築
- 「Pixio」は現状SPAモデルではないものの、今後は自社企画・開発比率を高めてサプライチェーン全体を一体管理し、企画・生産・販売を通じたSPA型ビジネスへのシフトを進める方針



## 事業内容

## モバイルライフ事業



スマートフォンが“生活のハブ”となったZ世代に向け、自社ブランド「iFace」を軸にケース・フィルム・充電アクセサリなどをワンストップで提供しています。機能性とトレンド感のあるデザインを両立し、若年層の認知率はトップクラスです。

## コスメティクス事業



コスメティクスブランド「ByUR(バイユア)」は、韓国発の「毛穴管理」をコンセプトとしたナチュラルコスメブランドで、ベースメイクやスキンケア市場を中心に、自社で企画から携わったアイテムを多数展開しています。リリースから3年間、ブランド・シリーズ累計でベストコスメを264冠受賞しました。2025年11月にはインナービューティブランド「ByGLOW」をリリース。

## ゲーミングアクセサリ事業



ゲーミングアクセサリブランド「Pixio」は、手に取りやすい価格と高いクオリティを実現したゲーミングモニターおよびその周辺機器を展開しています。特にホワイトやパステルといった他社にないモニターのカラー展開により、“推し活”等と相まって、若年層を中心にブランド認知度がアップしています。

## グローバル事業



北米市場を中心に、音楽雑貨「オタマトーン」や、人気キャラクターとのコラボをしている低反発玩具「スクイーズ」等を展開しています。人気キャラクターとのコラボ商品を、自社で企画、開発を行い、北米市場だけでなく、中国、韓国、東南アジア、EU圏への展開も進んでいます。



## II. 決算概要



スピノフによる一時的な連結数値減少の一方、コマース特化の『新Hamee』体制下で『ZカルチャーSPA』戦略が加速し、トップラインは順調に成長

01

NE(株)連結除外に伴う想定内の構造変化であり、計画通りの推移。コスト管理や在庫適正化が奏功し、各段階利益は修正計画を超過

02

3Qは年末の大型セール等により各事業が堅調に推移。モバイルライフ事業は高単価モデルの拡販やクロスセル戦略により利益を創出。さらに、コスメティクス事業におけるベースメイクの導入店舗拡大や、ゲーミングアクセサリ事業の周辺アクセサリ拡販が奏功し、トップラインを力強く牽引

03

「ZカルチャーSPA」戦略に基づく事業別のカテゴリー拡張や原価改善など、来期以降に向けた仕込みは計画通り進捗。さらなる収益拡大を伴う次なる成長フェーズへ順調に前進

## 26年4月期3Q 連結概況

- NE(株)の連結除外による構造的な変化により表面上は減収減益だが、コマースセグメントのトップラインは底堅く推移し、主力のモバイルライフ事業の安定基盤に加え、コスメティクス事業・ゲーミングアクセサリ事業の増収が全社売上を牽引
- コスト管理や在庫適正化の推進が奏功し、全段階利益が修正計画を超過

(百万円)	会計期間				累計期間			
	2025/04 3Q実績	2026/04 3Q実績	増減額	前年比	2025/04 1Q~3Q実績	2026/04 1Q~3Q実績	増減額	前年比
連結業績概況								
売上高	6,659	<b>5,693</b>	△ 965	△ 14.5%	17,336	<b>16,926</b>	△ 410	△ 2.4%
売上総利益	3,991	<b>3,251</b>	△ 740	△ 18.5%	10,199	<b>9,893</b>	△ 306	△ 3.0%
営業利益	917	<b>94</b>	△ 822	△ 89.7%	1,938	<b>799</b>	△ 1,138	△ 58.7%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	400	<b>△ 3</b>	△ 403	—	1,066	<b>296</b>	△ 769	△ 72.2%

NE(株)の連結除外による構造的な減少が含まれる

## 26年4月期3Q セグメント別概況

- NE株のスピノフにより、プラットフォームセグメントの業績は11月以降は含まれず、2Q累計まで計上
- コマース売上高は前年同期比4.3%増と堅調に推移。利益面は戦略的投資等により前年比減益となるも、コスト管理等が奏功し通期計画を超過する水準を確保

(百万円)		会計期間				累計期間					
		2025/04 3Q実績	2026/04 3Q実績	増減額	前年比	2025/04 1Q~3Q実績	対通期計画 達成率	2026/04 1Q~3Q実績	増減額	前年比	対通期計画 達成率
連結セグメント概況											
コマース	売上高	5,454	<b>5,693</b>	238	4.4%	14,329	91.0%	<b>14,947</b>	617	4.3%	75.9%
	セグメント利益	701	<b>366</b>	△334	△47.8%	1,536	77.7%	<b>916</b>	△619	△40.4%	79.2%
	利益率	12.9%	<b>6.4%</b>	△6.4%	—	10.7%	—	<b>6.1%</b>	△4.6%	—	—
プラットフォーム	売上高	1,204	—	—	—	3,006	75.2%	<b>1,978</b>	△1,028	△34.2%	—
	セグメント利益	693	—	—	—	1,643	82.3%	<b>1,013</b>	△629	△38.3%	—
	利益率	57.6%	—	—	—	54.7%	—	<b>51.2%</b>	△3.4%	—	—
連結	売上高	6,659	<b>5,693</b>	△965	△14.5%	17,336	87.8%	<b>16,926</b>	△410	△2.4%	78.1%
	セグメント利益	1,394	<b>366</b>	△1,028	△73.7%	3,179	80.0%	<b>1,929</b>	△1,249	△39.3%	88.9%
	調整額※	△477	<b>△271</b>	205	—	△1,240	—	<b>△1,130</b>	110	—	—
	営業利益	917	<b>94</b>	△822	△89.7%	1,938	93.0%	<b>799</b>	△1,138	△58.7%	110.5%
	利益率	13.8%	<b>1.7%</b>	△12.1%	—	11.2%	—	<b>4.7%</b>	△6.5%	—	—

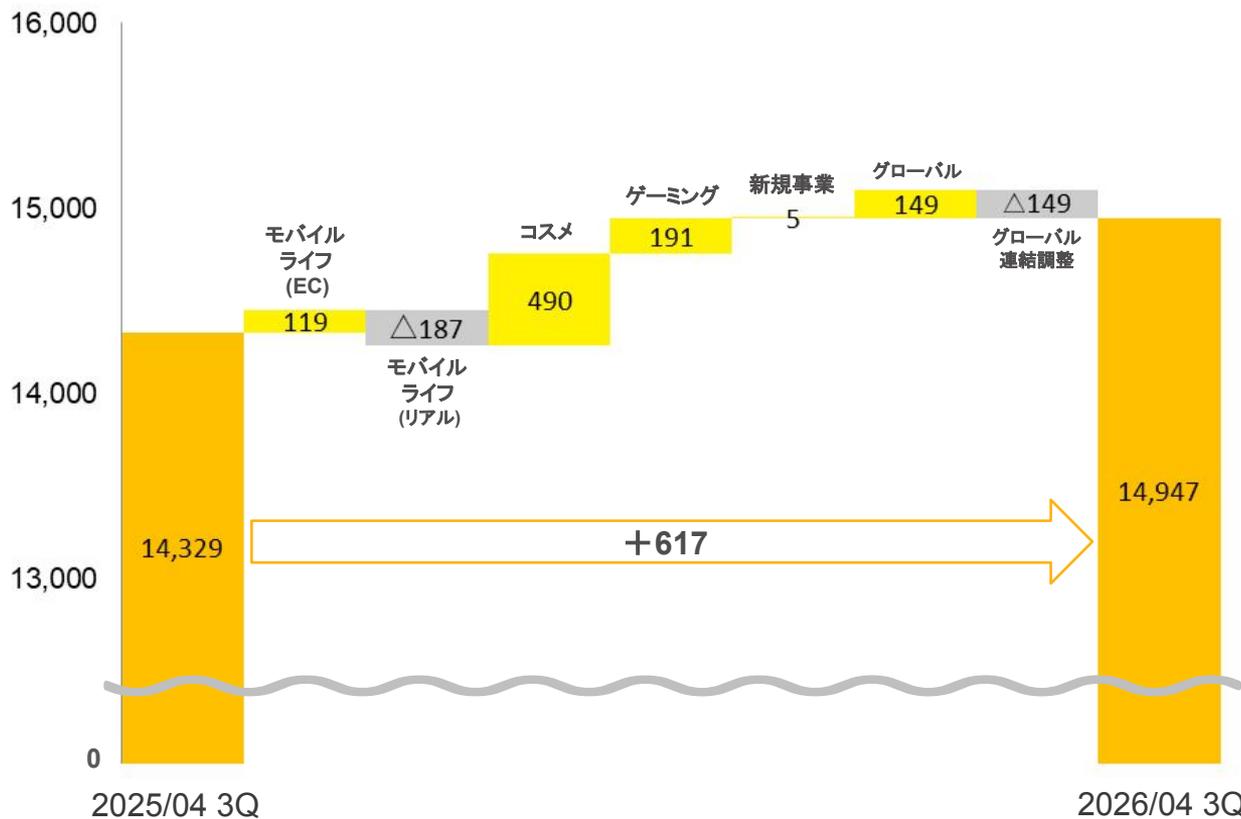
NE株のスピノフに伴い、3Qよりプラットフォームセグメントの業績は連結から除外しております。そのため、累計期間において、連結業績が大幅に減少する結果となっております。

## 26年4月期3Q コマース 一売上高増減分析

- モバイルライフ: 卸販売は複数機種兼用化等による売場縮小が響き伸び悩む一方で、ECは年末商戦等により増収を確保
- コスメティクス: EC販売は計画比で微増にとどまるも、ベースメイクの導入店舗拡大等により卸販売が前年・計画ともに大きく伸長
- ゲーミングアクセサリ: 価格競争が激化する中、ブラックフライデー等の大型セール好調が売上を牽引
- グローバル: 米国事業で年末商戦が好調に推移し外部向け売上を牽引。グループ内取引の減少を相殺し、事業全体の売上は前年同水準を維持

### 売上高(累計期間)

(百万円)

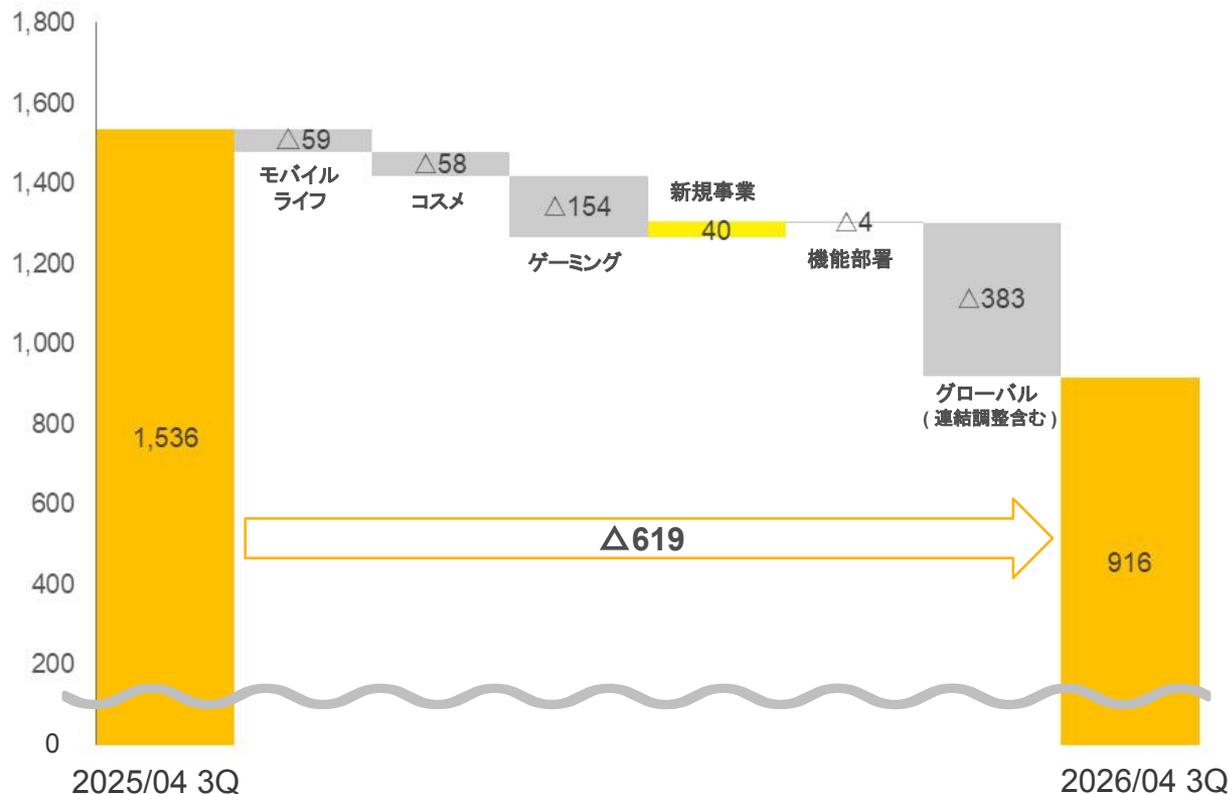


## 26年4月期3Q コマース 一営業利益増減分析

- モバイルライフ:卸販売の伸び悩みや、売上・シェア拡大に向けた広告・営業活動への戦略的投資により減益
- コスメティクス:店舗拡大に伴う販促費増や1Qの特殊要因により累計減益となるも、3Q会計期間は黒字化を達成
- ゲーミングアクセサリー:競争激化に伴う広告宣伝費増と、販売好調による一時的な出荷体制変更(物流費増)等により減益
- 機能部署:保守人員増により微減益
- グローバル:米国関税による原価率上昇や商品評価損の計上に加え、『ByUR』や『Pixio』など自社ブランドの海外販路拡大にかかる先行費用が重なり減益

### 営業利益(累計期間)

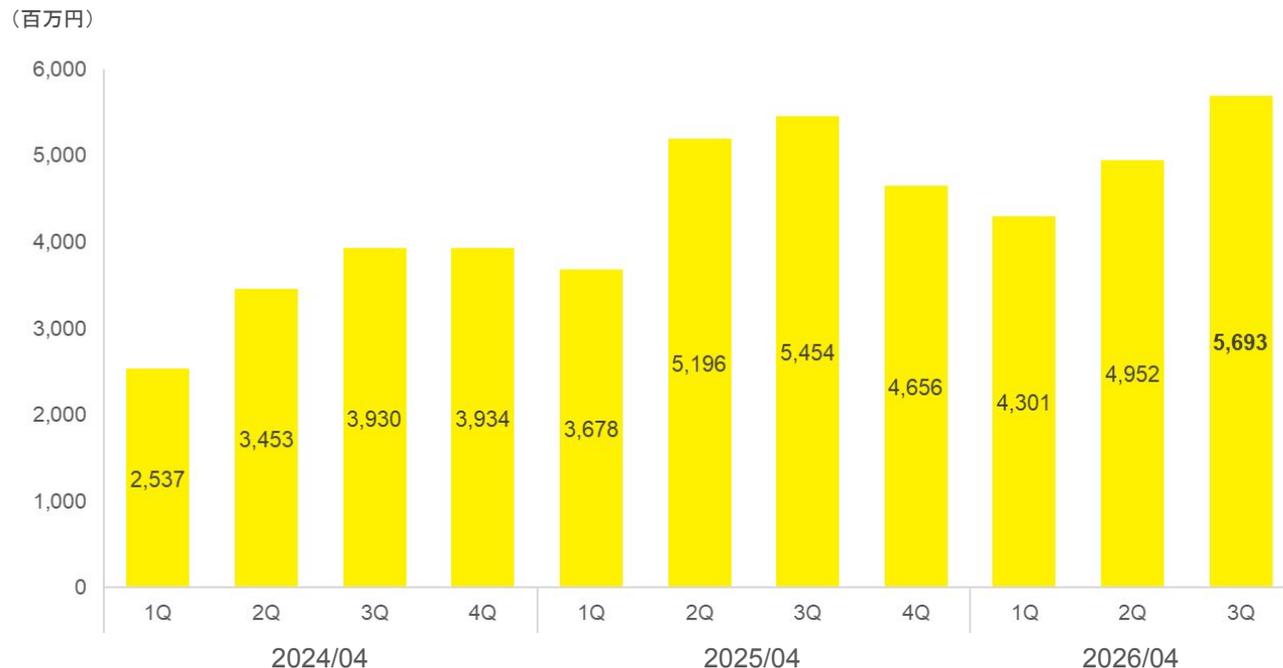
(百万円)



## コマースセグメント 売上高四半期推移

- 季節性要因として、2Qのモバイルライフ事業、コスメティクス事業の新商品販売需要、3Qの年末・クリスマス商戦および新型iPhone向け商材の販売拡大、4Qの新生活需要やコスメ新商品需要など、通期業績が下期に偏重
- モバイルライフ事業の単一事業依存からの脱却とコスメティクス事業およびゲーミングアクセサリ事業の拡大により、事業ポートフォリオの形成が着実に進展中

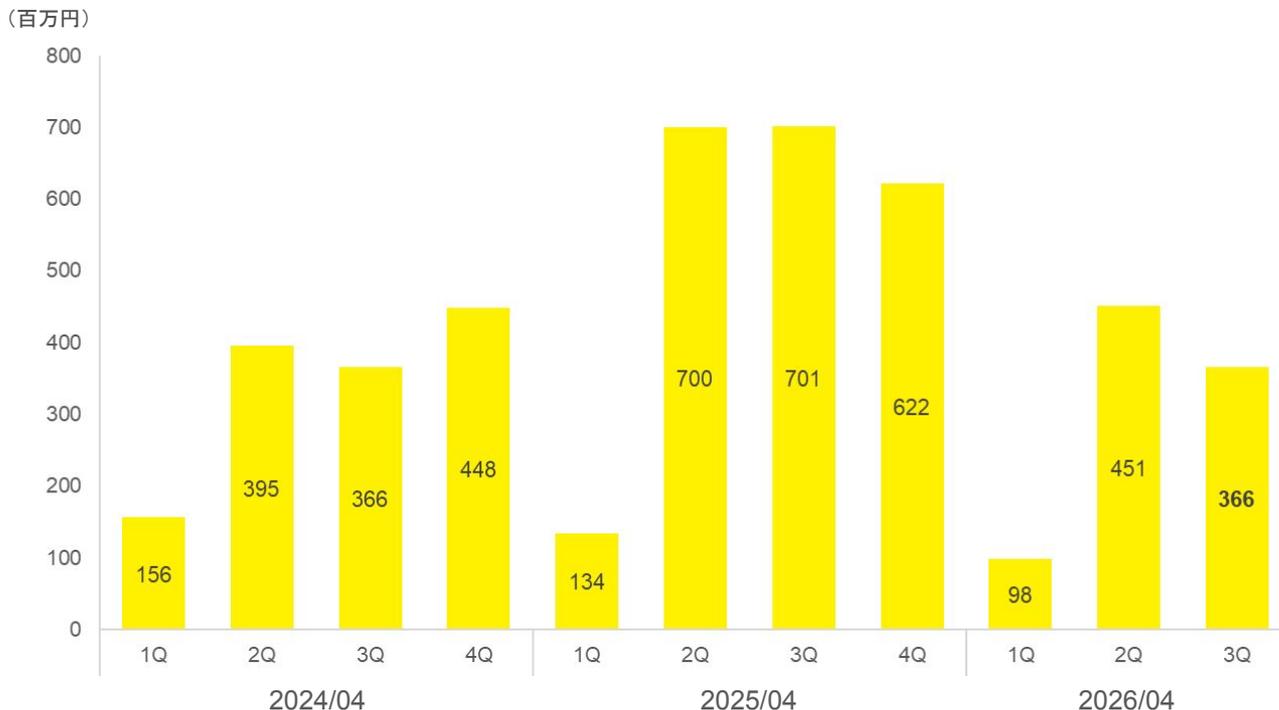
### 売上高(会計期間)



## コマースセグメント セグメント利益四半期推移

- 売上計画同様、2Qから4Qにかけて伸長傾向
- モバイルライフ事業は新型iPhone関連商品の寄与により2Qから4Qにかけて利益貢献
- コスメティクス事業は2Qおよび4Qの新商品発売タイミング等により四半期ごとに変動
- 当第3四半期のセグメント利益については、各事業でのシェア拡大に向けた戦略的な広告投資や、一部事業での関税影響等の費用を計上した結果、前年同期比で減益

### セグメント利益(会計期間)



## 26年4月期3Q コマースセグメント概況(売上高)

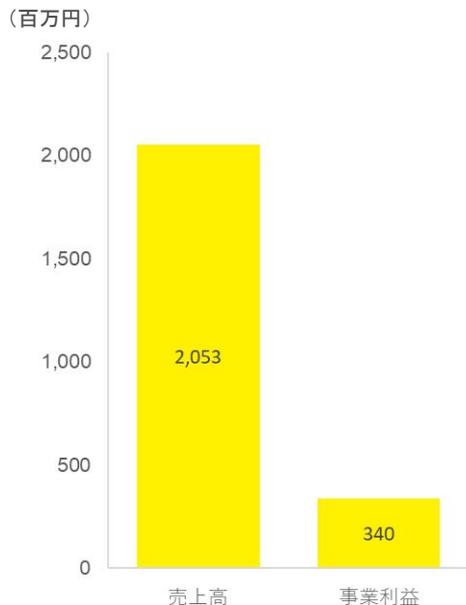
(百万円)	会計期間				累計期間			
	2025/04 3Q実績	2026/04 3Q実績	増減額	前年比	2025/04 1Q~3Q実績	2026/04 1Q~3Q実績	増減額	前年比
コマースセグメント								
<b>売上高</b>	5,454	<b>5,693</b>	238	4.4%	14,329	<b>14,947</b>	617	4.3%
モバイルライフ事業	2,053	<b>2,035</b>	△18	△0.9%	6,242	<b>6,173</b>	△68	△1.1%
コスメティクス事業	788	<b>1,061</b>	273	34.7%	2,610	<b>3,100</b>	490	18.8%
ゲーミングアクセサリ事業	1,150	<b>1,216</b>	66	5.8%	2,611	<b>2,802</b>	191	7.3%
新規事業投資	37	<b>45</b>	7	19.5%	98	<b>104</b>	5	6.0%
グローバル事業	1,425	<b>1,334</b>	△90	△ 6.3%	2,766	<b>2,766</b>	0	△0.0%

## 26年4月期3Q コマースセグメント概況(営業利益)

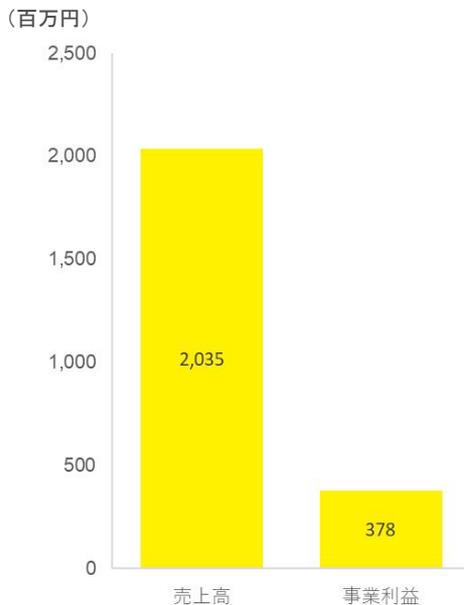
(百万円)	会計期間				累計期間			
	2025/04 3Q実績	2026/04 3Q実績	増減額	前年比	2025/04 1Q-3Q実績	2026/04 1Q-3Q実績	増減額	前年比
コマースセグメント								
営業利益	701	<b>366</b>	△334	△ 47.8%	1,536	<b>916</b>	△619	△40.4%
モバイルライフ事業	340	<b>378</b>	37	11.0%	1,105	<b>1,046</b>	△59	△5.4%
コスメティクス事業	△18	<b>7</b>	26	—	2	<b>△55</b>	△58	—
ゲーミングアクセサリ事業	102	<b>△52</b>	△155	—	158	<b>4</b>	△154	△ 97.3%
新規事業投資	△54	<b>△29</b>	24	—	△158	<b>△118</b>	40	—
機能部署	△60	<b>△62</b>	△1	—	△183	<b>△188</b>	△4	—
グローバル事業	391	<b>125</b>	△266	△ 68.0%	611	<b>227</b>	△383	△62.7%
営業利益率	12.9%	<b>6.4%</b>	△ 6.4%	—	10.7%	<b>6.1%</b>	△4.6%	—

## 26年4月期3Q モバイルライフ事業

- 卸販売の苦戦が響く一方で、ECは増収となり、売上は事業全体では前年同水準(横ばい)
- MagSafe対応等による高付加価値化とクロスセルの展開が奏功し、前年実績・計画をともに超過し増益を達成



2025/04 3Q



2026/04 3Q

売上高

2,035百万円

(前年比  $\Delta 18$ 百万円 /  $\Delta 0.9\%$ )

事業利益

378百万円

(前年比  $+37$ 百万円 /  $+11.0\%$ )

## iFace 商品展開



### スマホケース+アクセサリ拡充による売上拡大

「iFace」ケースにおいて、高単価な MagSafe対応モデルの売上構成比が拡大。同時にクロスセル施策により、スマホケースのみに依存しないプロダクトポートフォリオ構築が加速。  
さらに 新型iPhone 17e対応のスマホケースも販売。



### モバイルバッテリー:新カテゴリー拡張による新規顧客の獲得

iFaceスマホケースの形状にフィットするダイレクトモバイルバッテリーを11月に投入  
今後も通電系アクセサリは継続的に開発強化を実施。カラー展開やコラボレーション等の強みを活かし、安定的な収益源として期待。



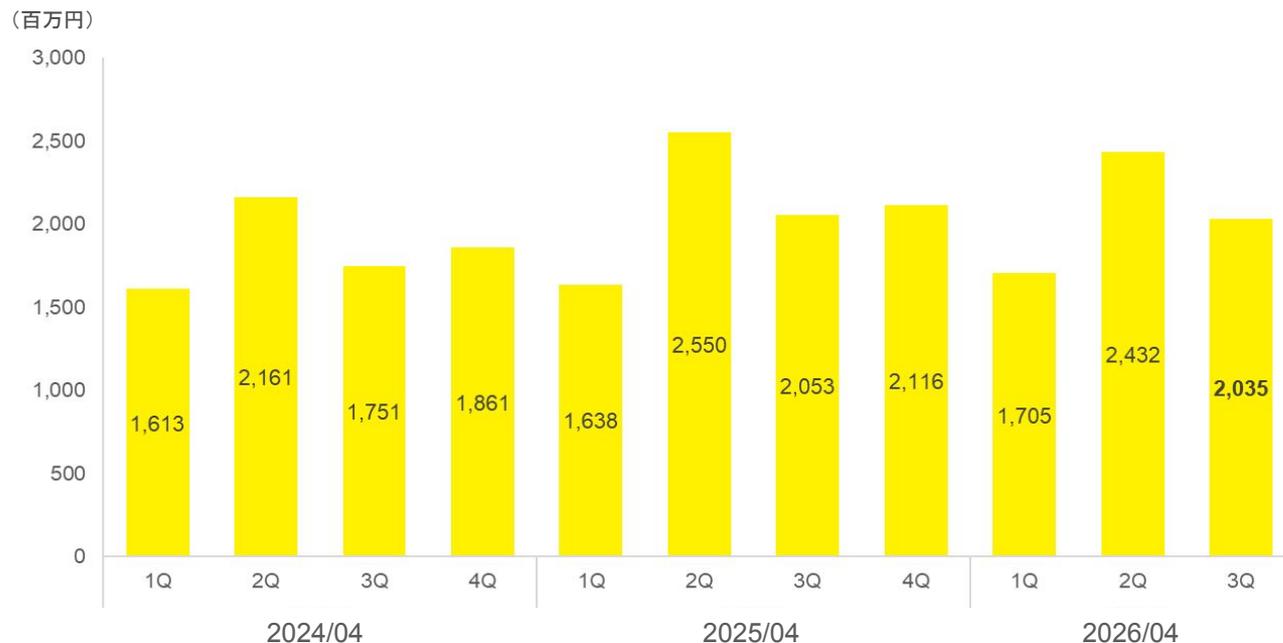
### iFaceブランドに流行トレンドを取り入れた新商品開発

前期よりスタートした、トレンドを反映した大ヒットシリーズ『BeBling』  
トレンドを取り入れた商品開発を行い、新型iPhoneリリース時の需要に依存しない製品基盤を構築  
2025年11月に『BeBling2』、2026年3月に第1弾を『BeBling Wave』として再販。

## モバイルライフ事業 一売上高四半期推移

- 2Qは新型 iPhoneの発表に伴うスマートフォンの買い替え需要や周辺アクセサリーの販売増により大きく伸長
- 3Qは年末商戦や各種 ECモールセールが重なることから販売数量増加による増収
- 4Qは入学や就職等の新生活需要でスマホの買い替えが増加。さらに各種通信キャリアのキャンペーンも重なるため、増収傾向

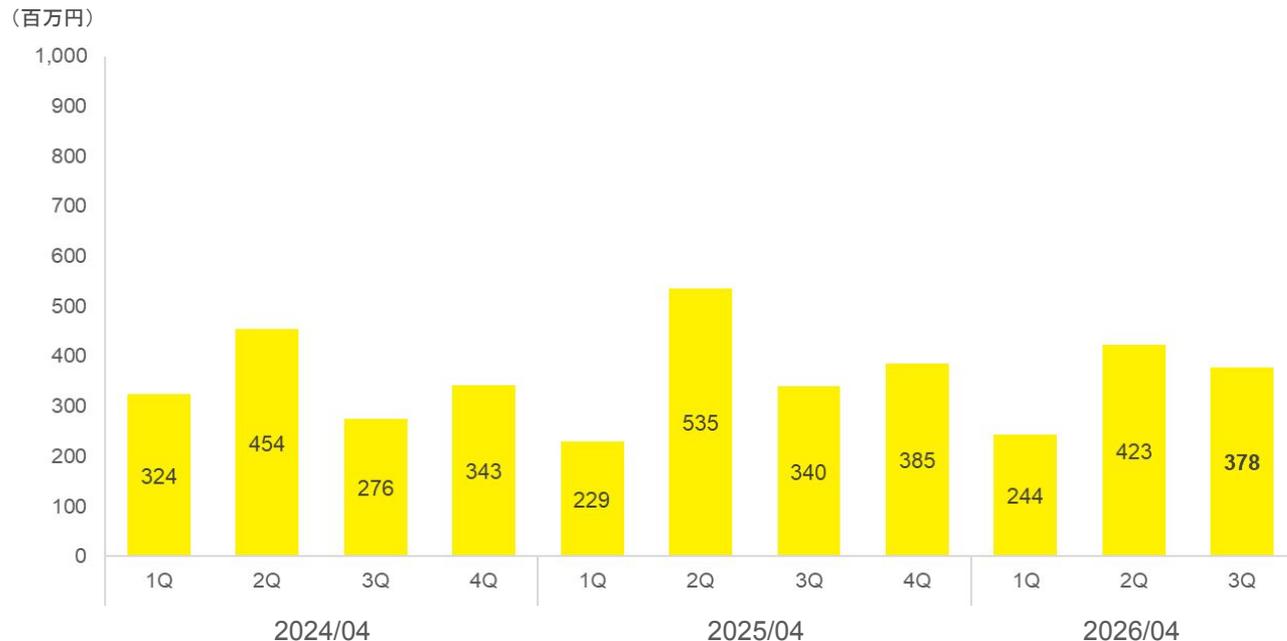
### 売上高(会計期間)



## モバイルライフ事業 —事業別利益四半期推移

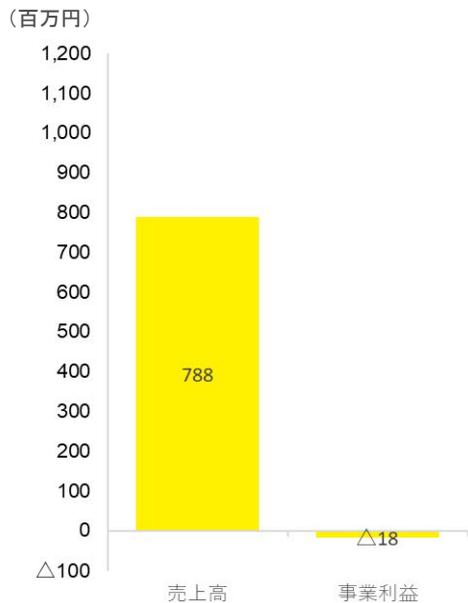
- 新型 iPhone発売に伴う販売数量増加により2Q利益が大きく伸び、利益貢献
- ブラックフライデーや年末商戦といったイベント等により3Qも利益が大きく伸びる
- 4Qは新生活需要に伴うスマートフォンケースの買い替え需要により利益貢献
- 「MagSafe」商材の増加により、周辺アクセサリーとのクロスセル施策を実行することで、利益を獲得。引き続き周辺アクセサリー開発も同時に強化

### 事業別利益(会計期間)

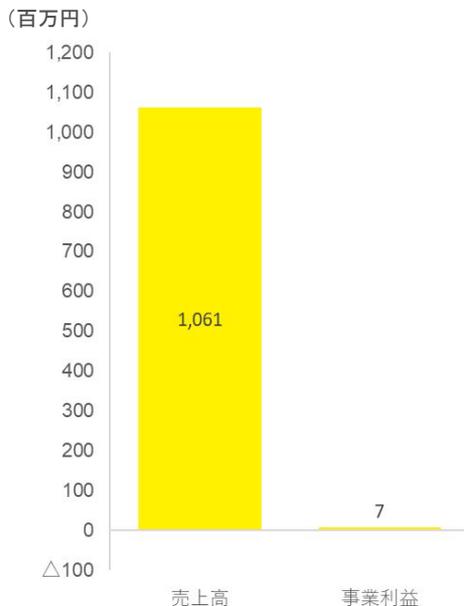


## 26年4月期3Q コスメティクス事業

- 販路再編後の体制安定とベースメイクの好調により卸販売が全体を牽引し、前年同期比34.7%増の大幅な増収を達成
- 導入店舗拡大に伴う販促費の先行投資が継続したものの、足元の3Qにおいても黒字化を達成し、収益化フェーズへと明確に移行



2025/04 3Q



2026/04 3Q

売上高

1,061 百万円

(前年比 +273百万円 / +34.7%)

事業利益

7 百万円

(前年比 +26百万円)

## コスメティクス事業



### ベースメイクのカテゴリ拡張

春シーズンの新商品として、プレストパウダー (左画像) や グロースティックの新色 を発売 (3/12)。さらにByURの人気アイテム「セラムフィットフルカバーグロークッション」をリニューアル。先行販売にて好調のため、4Q以降の売上貢献に期待。



### ベースメイク&スキンケアアイテムがベストコスメを多数受賞

ブランド・シリーズ累計で**264冠**を受賞。リキッドファンデーションやデイリーマスクなど、毛穴ケアベースメイク&スキンケアアイテムがベストコスメを多数受賞。



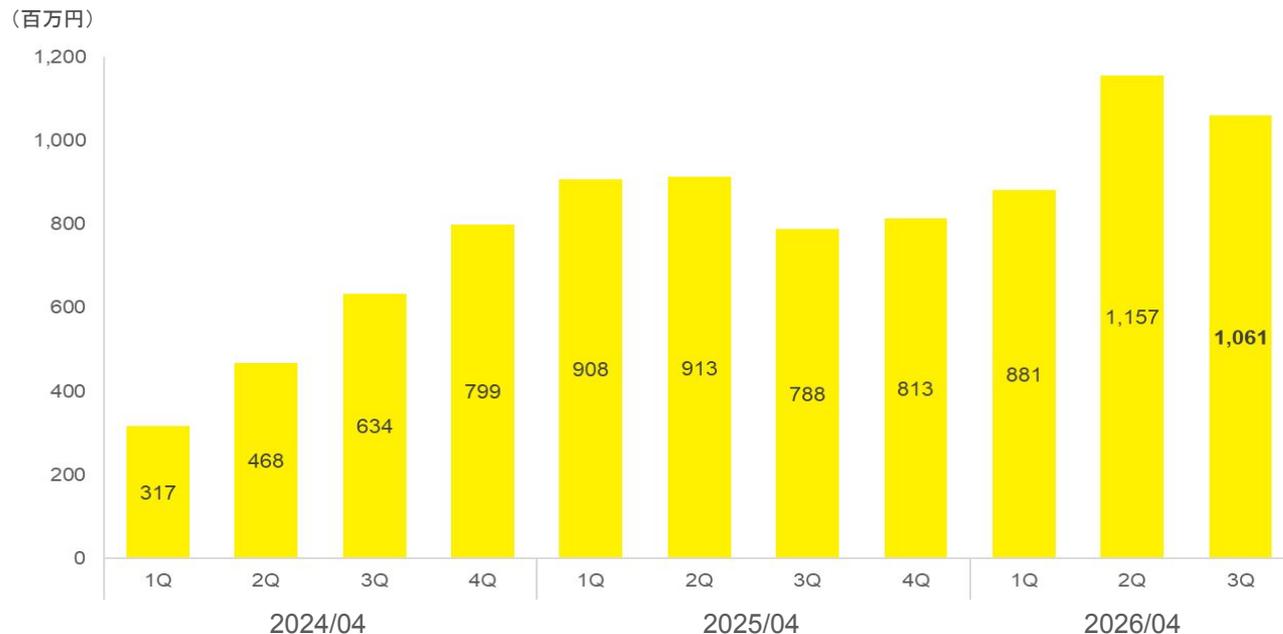
### ByURで培った経験や企業アセットを活用した新カテゴリ参入による成長拡大

コスメティクス事業の新カテゴリとして、インナービューティーサプリメント「ByGLOW」を11月にリリース。新発売キャンペーンが功を奏し、初動は好調。

## コスメティクス事業 一売上高四半期推移

- 毎年、春(4Q)と秋(2Q)の新商品リリースに伴い、売上が伸長傾向。同時に季節のトレンドにあった新商品をリリース
- 卸売市場においては導入店舗数が拡大。2026年1月末現在では約7,000店舗の導入に至るまで成長。ベースメイク導入店舗数の拡大により、今後も売上成長に期待  
※大手コンビニエンスストアへの導入も含めると18,000店舗
- EC大型セールでの競争力強化に向け、新商品投入を従来の春・秋偏重から1Q・3Qにも拡張し、年間を通じた継続的な売上成長を目指す体制へ移行中

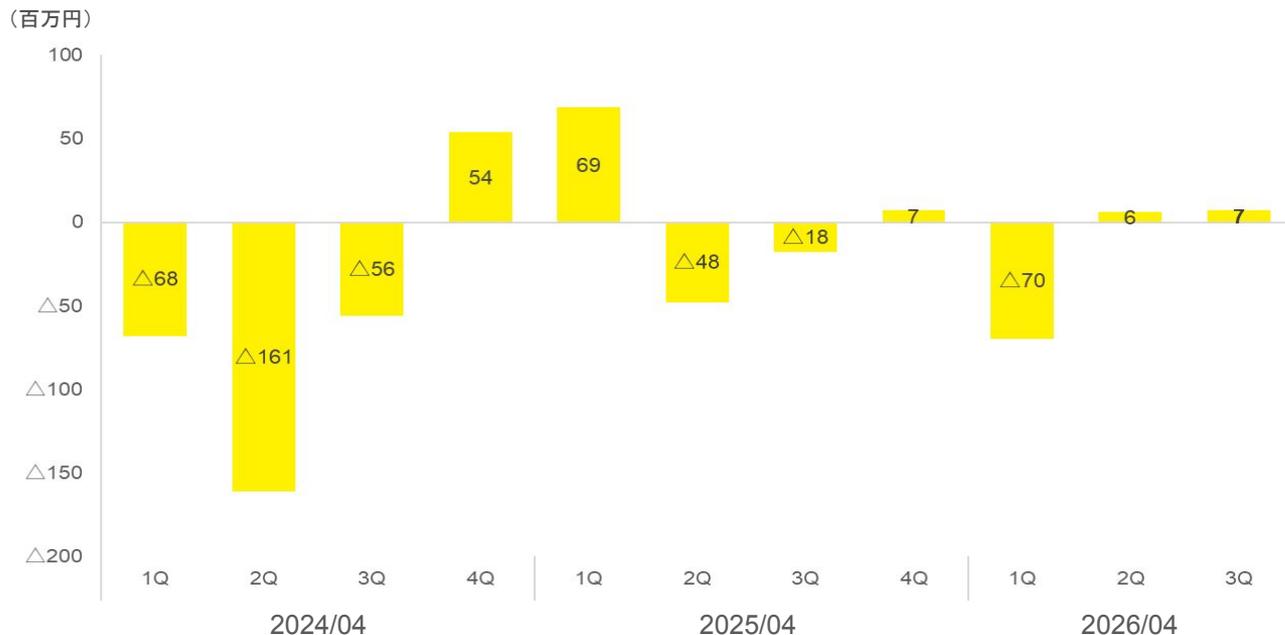
### 売上高(会計期間)



## コスメティクス事業 —事業別利益四半期推移

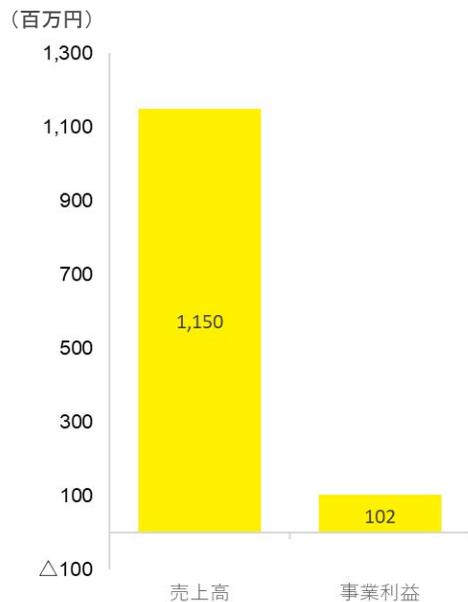
- 2024年度に輸入にかかる化粧品製造販売業許可を取得し、原価率低減を実行
- 2025年4月期からは徐々に利益改善が進む
- 2026年4月期1Qは商品評価損の発生や広告宣伝費の前倒し等により、一過性の損失を計上
- 2026年春物新商品から大幅に原価改善予定。それ以降の収益性向上への貢献を期待

### 事業別利益(会計期間)

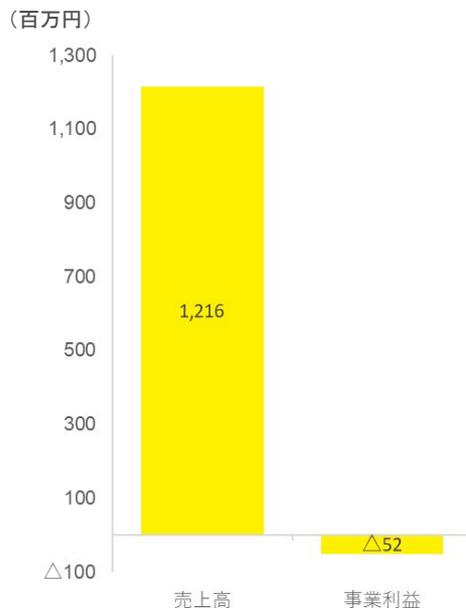


## 26年4月期3Q ゲーミングアクセサリー事業

- 価格競争が過熱する厳しい環境下においても、大型セールが牽引し増収確保。「空間提案」が奏功し、Amazonアワードを受賞
- 広告費増や一時的な物流費増により減益となるも、周辺アクセサリーの需要増により収益性改善の兆し



2025/04 3Q



2026/04 3Q

売上高

1,216百万円

(前年比 +66百万円 / +5.8%)

事業利益

△52百万円

(前年比 △155百万円)

## ゲーミングアクセサリ事業



### 新カテゴリー拡張

空間全体のトータルコーディネート提案を加速させるため新カテゴリー商品として、丸みを帯びたデザインにより他社製品との差別化を図った**ゲーミングデスクおよびチェア**を12月より展開開始。  
 その他新カテゴリー商品を今後も継続的に開発し**周辺アクセサリ**の構成比拡大を目指す。



### コラボによる認知拡大

Vtuber・ゲームメーカー・キャラクターとのコラボレーションにより、  
 「Pixio」ブランドの認知拡大とファン層の拡大による中長期的な事業成長への寄与。

### 「Amazon.co.jp マーケットプレイスアワード2025」にて「カテゴリー賞」を受賞

Amazonの販売事業者の中から、お客様満足度や売上、  
 Amazonが提供する各種サービスの活用度などの指標を基に選出。



カテゴリー賞

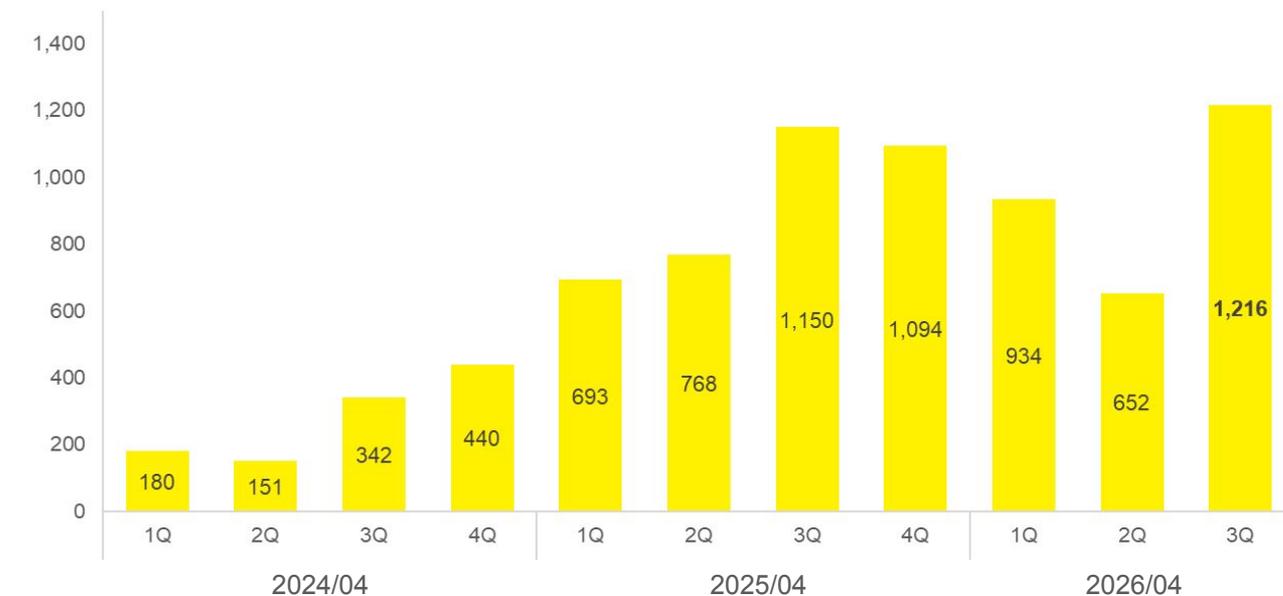


## ゲーミングアクセサリ事業 一売上高四半期推移

- 2024年4月期3Qから市場投入した、ホワイトモデルのモニター、同年4Qから市場投入したパステルカラーモニターが大ヒット
- 卸売販売においては家電量販店への展開を順次拡大しており、新規ECモールにおける取引についても拡大が進行中
- 2Qは、例年PR活動への積極的な投下と、3Qのブラックフライデーおよび年末商戦に向けた販売施策の仕込み期

### 売上高(会計期間)

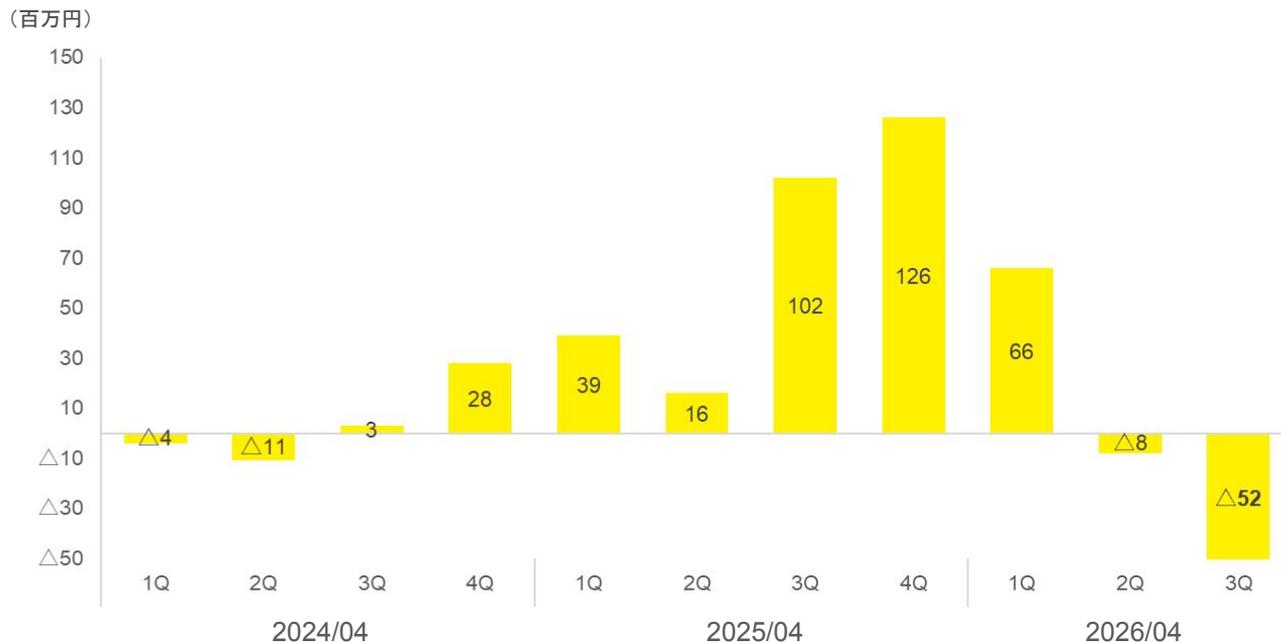
(百万円)



## ゲーミングアクセサリ事業 —事業別利益四半期推移

- 利益水準はカラーモニター投入まではおおよそ横這いであったが、投入後はクォーターごとに利益を確保
- 2Qは、PR投資の影響による利益率の低下傾向
- 3Qブラックフライデーや年末商戦、4Qの新生活需要等により、伸長傾向
- 今後の展開として、新商品開発数と新規カテゴリーへの挑戦を通じた利益確保を目指す
- DXを通じた顧客との接点強化、並びに保守体制の内製化による迅速なレスポンスを行い、利益率を改善していく

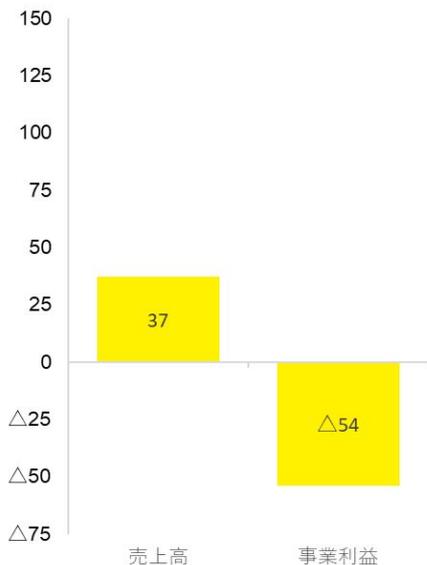
### 事業別利益(会計期間)



## 26年4月期3Q 新規事業

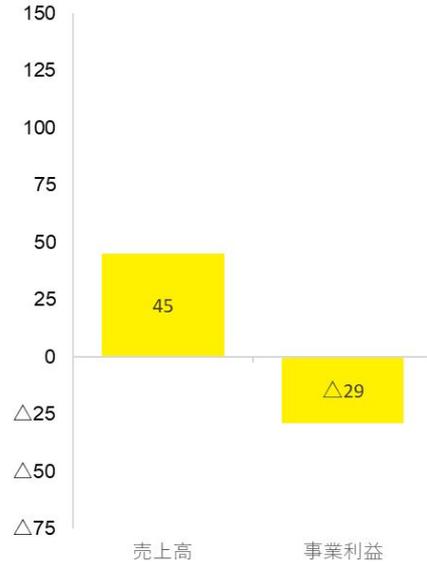
- 売上・利益ともに概ね計画通りにて着地
- 新たな事業創出のため、引き続き投資を継続

(百万円)



2025/04 3Q

(百万円)



2026/04 3Q

売上高

45百万円

(前年比 +7百万円 / +19.5%)

事業利益

△29百万円

(前年比 +24百万円)

## 脱炭素ビジネス・ サーキュラーエコノミーの探求

- 脱炭素への取り組みとして、環境課題解決に取り組むべく、プラスチック製品の不良品や余剰在庫から新たなプロダクトをつくるリサイクルサービス「ParallelPlastics」を展開。また再生プラスチック取引所を運営し、プラスチックの再生による社会貢献を目指す
- 「人と地球の“らしさ”カンパニー」として、2030年の脱炭素実質排出ゼロ達成に向けた新たな取り組みを始動。有機廃棄物のメタン化技術で排出削減に貢献し、カーボンクレジットの創出を目指す

### プラスチックの再生

#### ・Parallel Plastics



#### ・100%リサイクルトレイ



### 有機廃棄物のガス化

#### ・加水分解炭化炉



#### ・ガス化炉



## 脱炭素への取り組み事例

当社ではMission / Strategyである「ZカルチャーSPAと脱炭素の両立」に基づき  
昨今の課題である気候変動対策に積極的に取り組み、持続可能な社会を創ることに貢献していきます



### ParallelPlasticsと

#### 株式会社REMAREの資本・業務提携

株式会社REMAREは複合プラスチックを板材にマテリアルリサイクルする独自の技術を持ち、企業が焼却に回している複合プラスチックの再資源化を実現することでCO<sub>2</sub>の削減に貢献

同社と提携することで、国内の海洋プラスチックごみや産業廃プラスチックの有効活用を加速させる



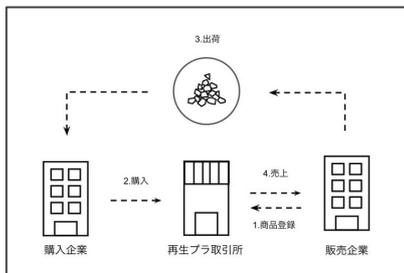
### (新規事業)

#### 有機廃棄物のメタンガス化

自社製品が数年で廃棄される実情を課題とし、有機廃棄物からエネルギーをつくる資源循環へアプローチ

有機物からメタンガスを高効率に生成できる革新的技術で環境価値を創出し、HameeグループのCO<sub>2</sub>排出量0化を目指す

メタンガス生成プラントプロジェクトの推進パートナーとして活動開始



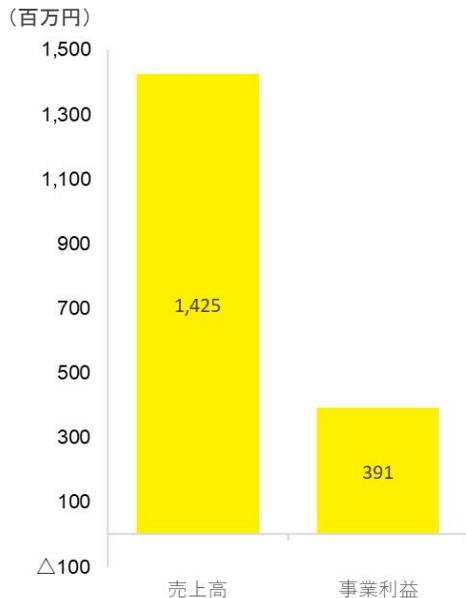
### 再生プラスチック取引所

企業間での再生プラスチック材の取引を目的としたオンラインショッピングモール

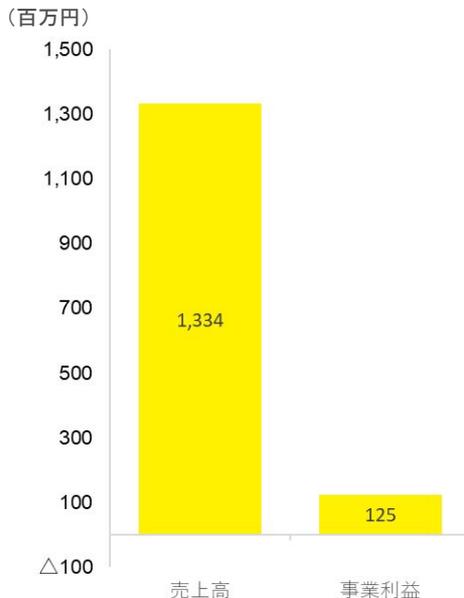
不要なプラスチックの有効活用に工場端材、不良在庫、複合プラスチック、海洋プラスチックを出品可能

## 26年4月期3Q グローバル事業

- 主力の米国年末商戦が牽引するも、連結調整による影響により事業全体で6.3%減収
- 米国: 商品評価損の計上や関税影響が売上総利益を圧迫。賃金増に伴う人件費増やByUR拡大にかかる関連費用も増加
- 韓国: 内部売上減による粗利低下に加え、Pixioの販売開始による倉庫拡張や広告費の投下、並びにオタマトーンに係る広告費など販管費が増加
- 自社ブランドの販路を広げてグローバルな売上成長を図りつつ、価格転嫁や在庫最適化により徐々に利益の回復を図る



2025/04 3Q



2026/04 3Q

売上高

1,334百万円

(前年比  $\Delta 90$ 百万円 /  $\Delta 6.3\%$ )

事業利益

125百万円

(前年比  $\Delta 266$ 百万円 /  $\Delta 68.0\%$ )

## グローバル事業

- コスメティクスブランド「ByUR(バイユア)」の米国内での発売開始
- 音楽雑貨「オタマトーン」や「スクイーズ」(低反発トイ)のキャラクターIPコラボ商品等により米国大手量販店での取引を拡大中
- 韓国内でのゲーミングモニター発売を開始しており、さらなる売上拡大を目指す

### ・iFace 製造開発



### ・ByUR 製造開発/米国販売開始



### ・Pixio 韓国で販売開始



### ・オタマトーン



## 26年4月期 3Q 連結貸借対照表

- NE株のスピノフ実施に伴い総資産・純資産が減少。構造的な変化であり、想定通りに進捗

### 主な変動要因

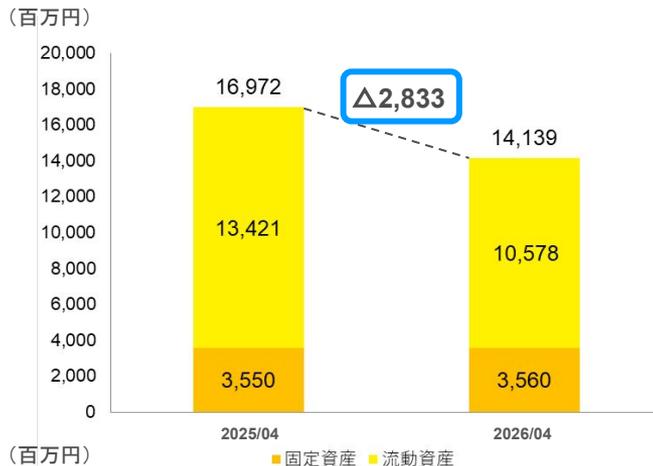
- 現金及び預金:  $\Delta 2,664$ 百万円
  - 利益剰余金:  $\Delta 3,790$ 百万円
- 上記スピノフによる減少

- 商品: +200百万円
- ゲーミングアクセサリ事業の新商品展開および韓国内におけるゲーミングモニター販売にともなう在庫の増加

- 自己資本比率は50.5%を維持(前期末61.8%)

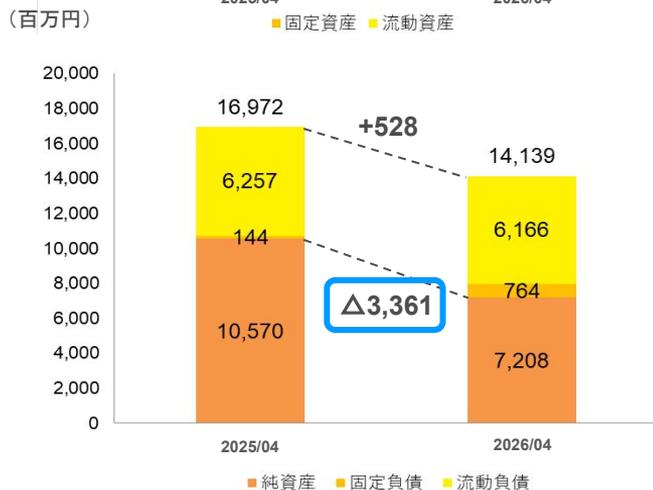
青株はNE株のスピノフに伴う構造的な変化による減少が主要因

Z CULTURE SPA



流動資産	2025/04	2026/04	変動
現金及び預金	2,329	2,664	$\Delta 2,664$
受取手形及び売掛金	1,798	1,798	$\Delta 553$
商品	4,345	4,345	200
その他	2,055	2,055	215

固定資産	2025/04	2026/04	変動
有形固定資産	2,003	2,003	375
無形固定資産	354	354	$\Delta 253$
投資その他	1,202	1,202	$\Delta 111$



流動負債	2025/04	2026/04	変動
短期借入金	4,500	4,500	650
その他	335	335	91

固定負債	2025/04	2026/04	変動
その他	741	741	619

純資産	2025/04	2026/04	変動
利益剰余金	5,728	3,790	$\Delta 3,790$

## 26年4月期 通期業績予想

- NE(株)のスピノフ(連結除外)という構造的な変化により、通期においては表面上は前年比で減収減益となる見込み
- 3Q累計の各段階利益は計画を超過して推移するも、来期以降の「次なる成長フェーズ」を見据え、通期予想は据え置き
- 「ZカルチャーSPA」戦略に基づくカテゴリー拡張や原価改善など、さらなる収益拡大に向けた前向きな先行投資を積極的に実行

(百万円)	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期(四半期)純利益	1株当たり 当期(四半期)純利益
業績予想	21,673	723	479	152	9.33
1Q~3Q実績	16,926	799	576	296	18.54
進捗率	78.1%	110.5%	120.3%	194.7%	—



### Ⅲ. 今後の取り組み



## 今後の取り組み

### モバイルライフ事業

#### iFaceの総合ブランド化へ

- ・客単価向上/クロスセルで高付加価値化を目指す
- ・通電系アクセサリを拡充して柱へと育成
- ・デザインやIPコラボによる差別化とCRM強化を推進



### コスメティクス事業

#### 総合的なBeauty事業へと進化

- ・EC強化と卸売拡大の加速、顧客接点の増加を推進
- ・ByURを主軸にByGLOWの育成や新ブランド投入
- ・原価低減と販促費の効率化を徹底



### ゲーミングアクセサリ事業

#### 「ライフスタイルブランド」への進化

- ・モニターの競争から「空間トータルコーディネート提案」へ
- ・周辺アクセサリを中心とした新カテゴリーの継続開発
- ・クロスセル、IPコラボを通じてファン層を拡大



### グローバル事業

#### 安定的な収益ポートフォリオを確立

- ・関税や物流費増に対し販売価格の最適化と在庫適正化を推進
- ・自社ブランドのグローバル展開を通じて販売チャネルを拡大
- ・マーケティングの最適化、IPコラボ、SPAモデルの推進



01

NE株の連結除外で見かけは減収減益も、コスト管理等で各利益は計画を超過しております。「Zカルチャー SPA」の基盤強化が進み、中長期の成長に確かな手応えを感じております。

02

4Qは、来期以降の「次なる成長フェーズ」に向けた仕込み期間と位置づけております。新商品の投入やカテゴリ拡張などの前向きな先行投資を積極的に実行し、「ブランド強化」「オペレーション改善」とともに、来期以降のさらなる収益拡大を目指します。

03

来期以降を対象とした新たな中長期の計画につきましては、Hameeの次なる成長への具体的な道筋をお示すべく、2026年6月の本決算発表と合わせて公表させていただく予定です。

## 株主還元—1株当たり配当 (スピンオフあり)

### ① 業績連動

利益成長に応じて株主様へ利益還元をしていきます。

配当性向20%以上を維持する方針です。

### ② 安定配当

大きな損益や外部環境の変化が無い限り、原則DPSを維持もしくは向上させます。

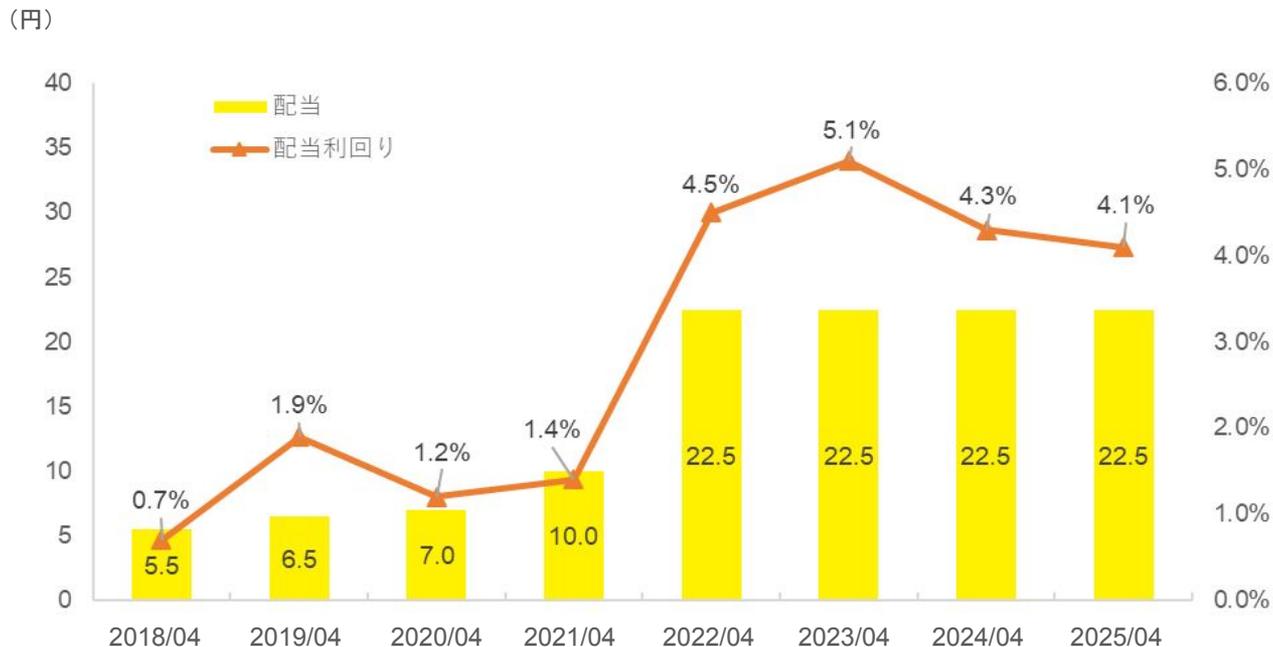
### ③ 配当利回り

2022年4月期以降は4～5%と高水準を維持しております。

### ④ 株主優待

1単元(100株)以上保有の株主様へ、年2回、1,500円分の自社製品割引クーポンをお届けしております。さらなる還元強化に向け、優待拡充を検討中です。

## 配当金額と配当利回り





## IV. 個人投資家向け IRセミナーのご案内



## 個人投資家向け IRセミナーのご案内

3月19日(木)20時から、個人投資家向けオンラインIRセミナーを開催いたします。

詳細、お申込みは3月6日開示の『個人投資家向け「Kabu Berry Lab IRセミナー」登壇のお知らせ』をご確認ください。

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS71035/2d44eff9/505a/4323/a9a0/72dd877f7c7/20260302112513324s.pdf>

第三創業期の幕開け。Z世代を中心に高収益なSPAモデルを国内外で加速。

証券コード 3134

# Hamee IRセミナー



代表取締役社長  
水島 育大

Q&A  
たっぷり

あなたの  
質問が  
主役!

3.19  
木  
20:00

Kabu Berry Lab

オンライン開催



# Appendix ご参考





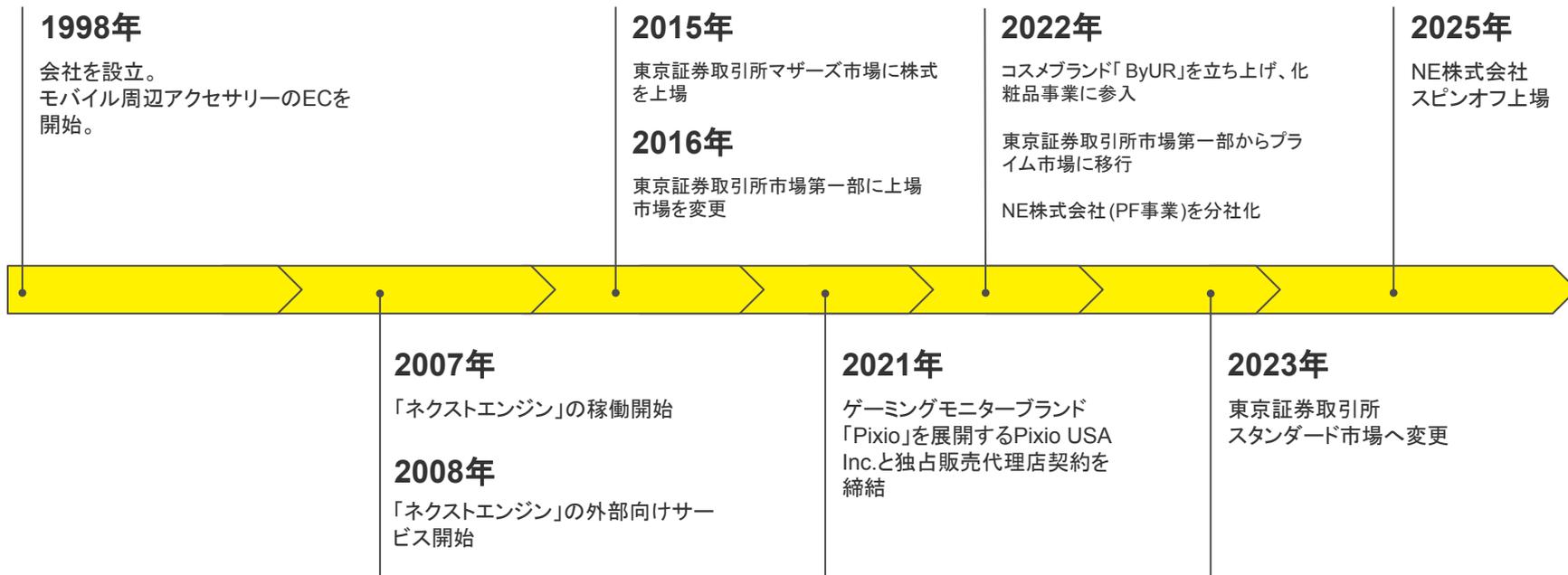
# ビジネス概要



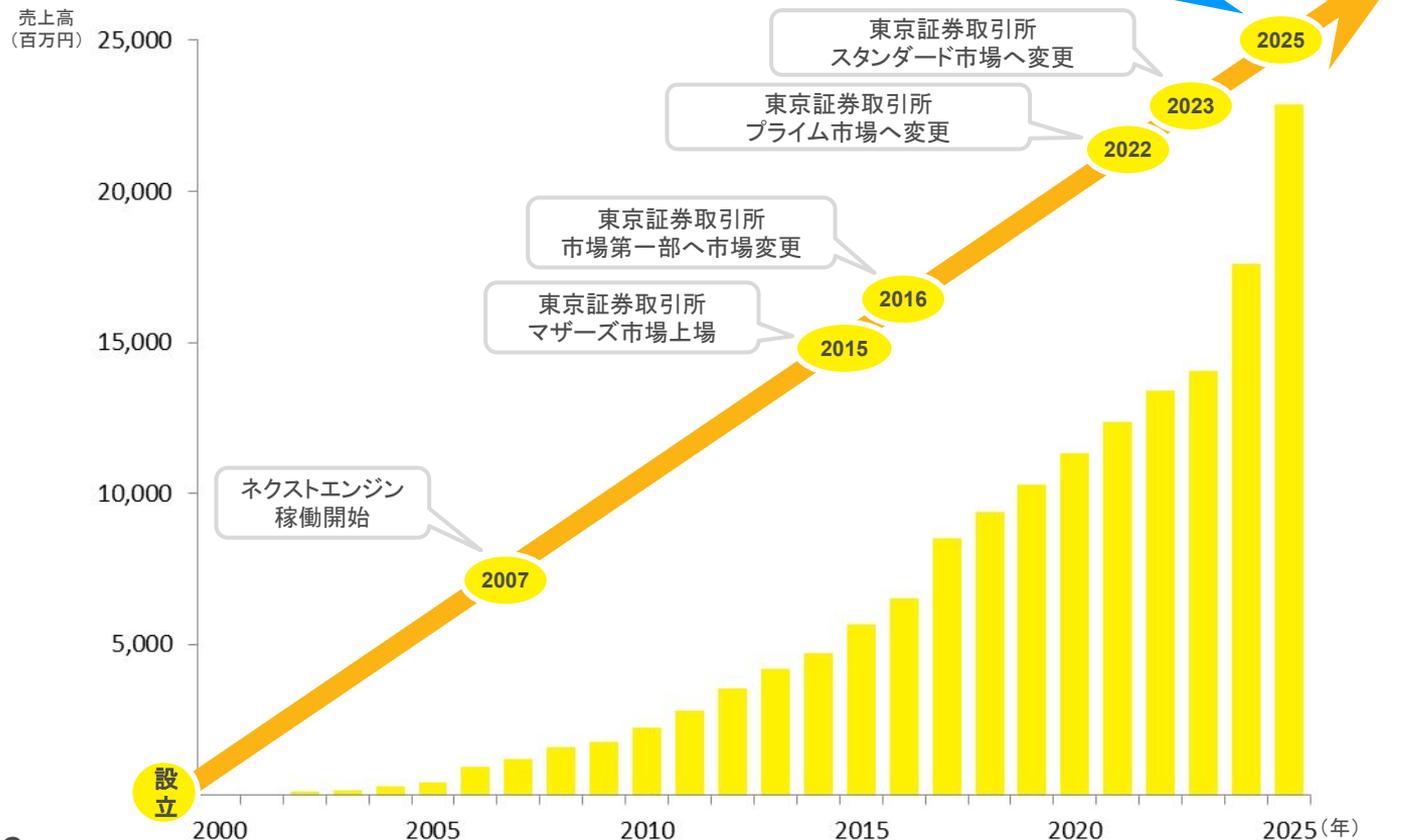
## 会社概要

会社名	Hamee株式会社
設立	1998年 5月 ※マクロウィル有限会社として
資本金	635,617千円 ※2026年1月31日現在
従業員数	連結353名 単体170名 ※2025年11月1日現在、役員・パートタイマーを除く
代表者	代表取締役会長:樋口 敦士 代表取締役社長:水島 育大
本社所在地	〒250-0011 神奈川県小田原市栄町2-12-10 Square O2
海外拠点	Hamee Global Inc.(韓国) Hamee US, Corp.(米国) Hamee Shanghai Tech & Trading Co., Ltd.(中国)
主要取引先	楽天グループ株式会社、LINEヤフー株式会社、アマゾン ジャパン合同会社、株式会社ディー・エヌ・エー、GMOグループ、SB C&S株式会社、ゴールデンバーグ株式会社、株式会社セガフェイブ、トリニティ株式会社、ヴィレッジヴァンガード、ハンズ、ドン・キホーテ、ビックカメラ、ヨドバシカメラ、ロフト 他

## 沿革

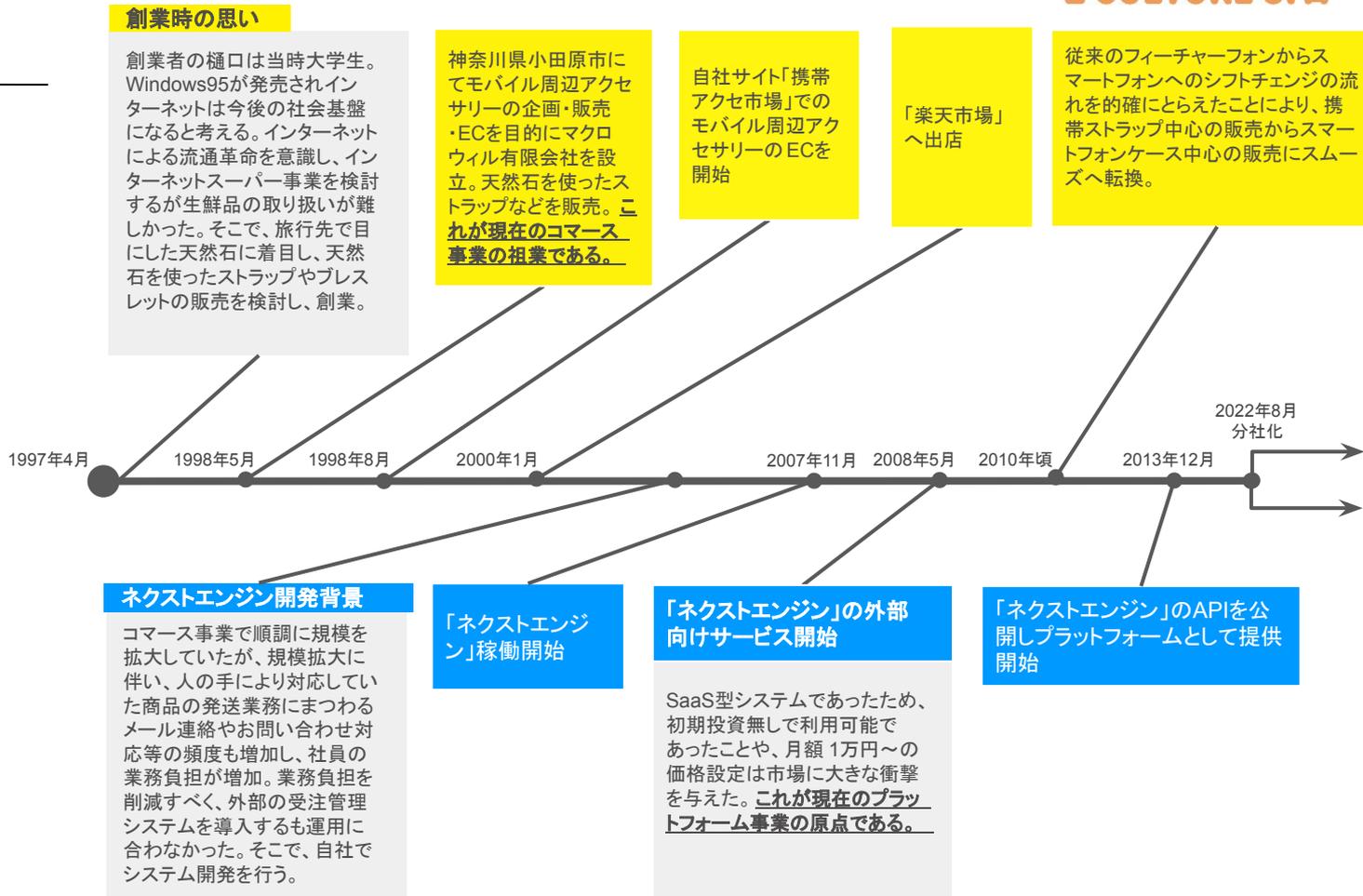


# 沿革(成長の軌跡)



# 事業ヒストリー

## Z CULTURE SPA



## モバイルライフ事業

- 「iFace」は特徴的なデザインのスマホケースで、Hameeの代表的なモバイルアクセサリブランドです。
- 高いデザイン性をもつケースを中心に広い顧客層にアプローチできる商品ラインナップや、認知度の高いブランドを活用したケースに留まらない様々な商品展開をしています。



特徴的な  
デザイン



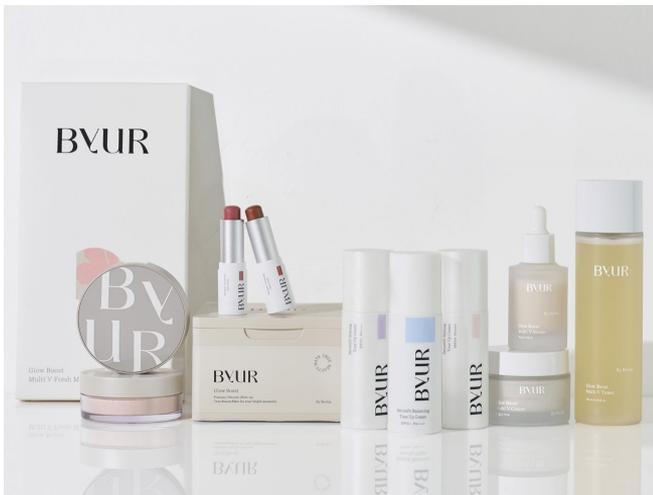
高い  
認知度



若年層から  
強い支持

## コスメティクス事業

- 当社の事業カテゴリー拡張にむけて、韓国コスメブランド「ByUR」を販売するコスメティクス事業を立ち上げました。2022年1月のベースメイクを皮切りに、7月にシートマスク、9月にスキンケアラインを発売開始しております。
- iFaceブランドの展開で得た韓国生まれの商品を日本向けに適合させる企画・開発力を発揮し、商品認知・売上拡大に努めます。
- さらに2025年11月にインナービューティーサプリメント「ByGLOW」をリリースしました。



## ゲーミングアクセサリ事業

- これまでにモバイルライフ事業にて培われてきたEC販売のノウハウを活用し、スマートフォン周辺領域に留まらない、商品カテゴリーの拡張を目指し、ゲーミングモニターブランド「Pixio」の日本国内独占販売代理店として販売しております。
- 多店舗展開を加速させるなど、売上拡大に向けて取り組んでまいります。



## グローバル事業

- 海外の各子会社にてグローバル展開を実施しております。
- また、韓国子会社においては、販売機能に加えて、iFaceの一部を企画・開発・製造しており、製造から販売までのサプライチェーンをグループ内で完結できる体制を構築しております。



Hamee  
Global

韓国

Hamee  
US

米国

Hamee  
Shanghai

中国



## 参考情報



# 各事業数値 一売上高

(単位:百万円)

事業数値サマリー(会計期間)

				2025/4				2026/4		
				1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上高			モバイルライフ事業	1,638	2,550	2,053	2,116	1,705	2,432	2,035
			コスメティクス事業	908	913	788	813	881	1,157	1,061
			ゲーミングアクセサリ事業	693	768	1,150	1,094	934	652	1,216
			新規事業投資	28	32	37	41	30	29	45
			国内コマース合計	3,269	4,264	4,029	4,066	3,551	4,271	4,358
			グローバル事業	408	932	1,425	590	749	681	1,334
			コマースセグメント合計	3,678	5,196	5,454	4,656	4,301	4,952	5,693
			プラットフォームセグメント合計	900	901	1,204	901	988	989	—
			売上高合計	4,578	6,098	6,659	5,558	5,290	5,942	5,693

# 各事業数値 一営業利益

(単位:百万円)

事業数値サマリー(会計期間)

				2025/4				2026/4		
				1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
セグメント 利益			モバイルライフ事業	229	535	340	385	244	423	378
			コスメティクス事業	69	△48	△18	7	△70	6	7
			ゲーミングアクセサリ事業	39	16	102	126	66	△8	△52
			新規事業投資	△47	△57	△54	△65	△45	△43	△29
			機能部署	△58	△63	△60	△66	△63	△62	△62
	国内コマース合計			232	382	309	386	132	314	241
	グローバル事業(連結調整含む)			△98	318	391	235	△33	136	125
	コマースセグメント合計			134	700	701	622	98	451	366
	プラットフォームセグメント合計			482	467	693	440	494	519	—
セグメント利益合計			616	1,168	1,394	1,062	592	970	366	
調整額※			△393	△370	△477	△646	△421	△436	△271	
営業利益			223	797	917	415	171	534	94	

※調整額:全社的な本部費用を「調整額」として記載しております。なお、各事業セグメントの業績をより適切に評価するため、一般管理費のうち本社管理費等を調整額に含めるよう配分方法を変更しております。



本資料ならびにIR関係のお問い合わせにつきましては、  
下記までお願いいたします。

Hamee株式会社 経営企画部  
TEL: 0465-25-0260  
ホームページ: <https://hamee.co.jp>