



Financial Results Presentation Materials

2026年4月期本決算 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. 通期業績予想と実績との差異
- IV. コマースセグメント実績
- V. 29期業績予想および今後の取り組み
- VI. 個人投資家向けIR説明会のご案内

Appendix

- ・ビジネス概要
- ・参考情報



I . 新Hameeについて

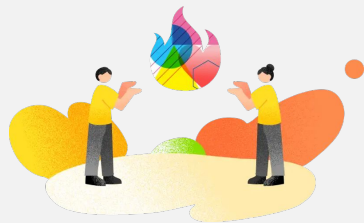


株式分配型スピンオフの実施

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

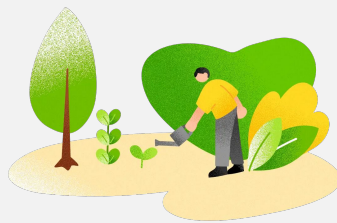
パーパス・パッション

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。

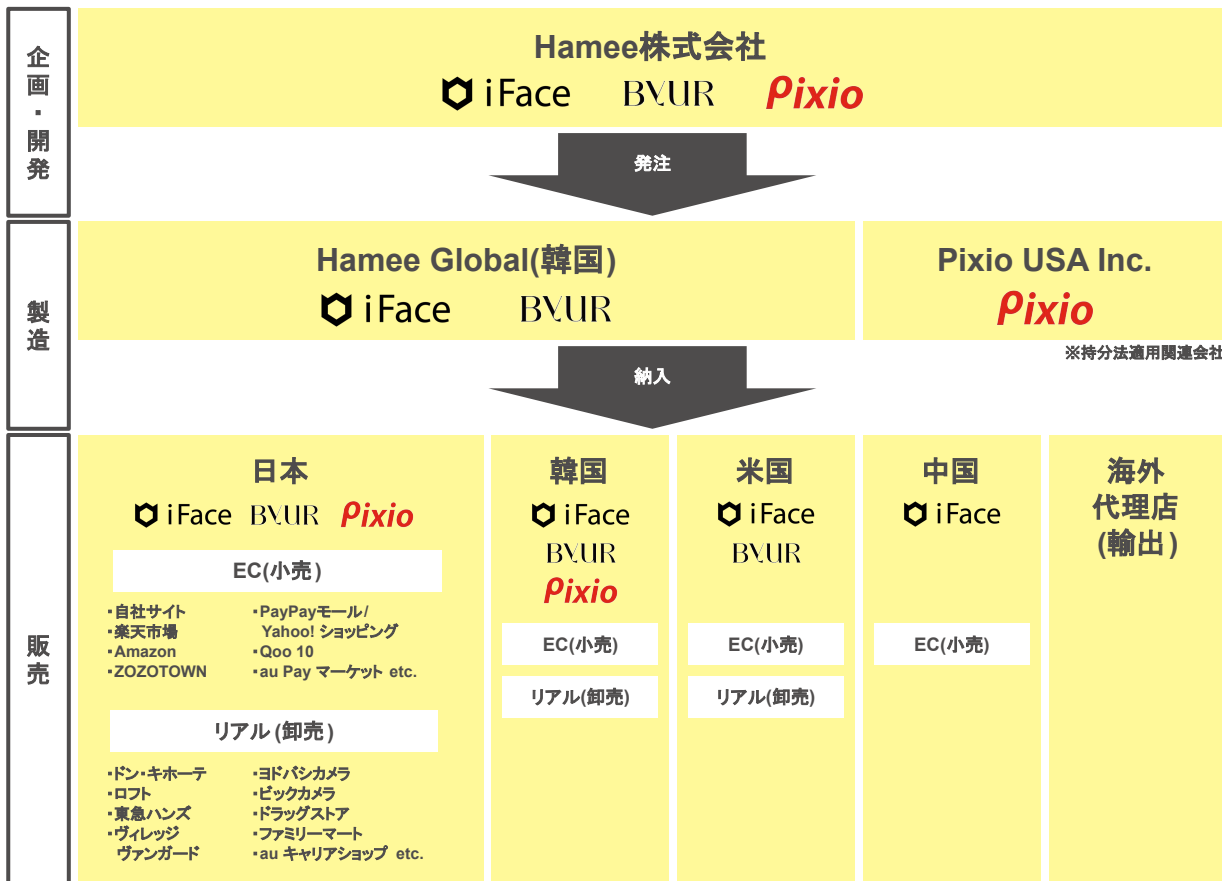
私たちのビジョンを実現するために、「ものづくり」を通じて、ふたつの挑戦に本気で取り組みます。

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。

ビューティー事業※



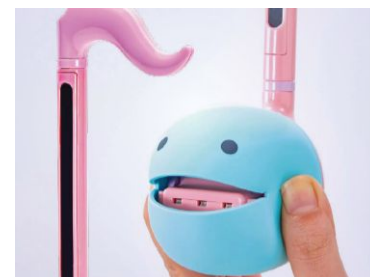
コスメティクスブランド「ByUR(バイユア)」は、韓国発の「毛穴管理」をコンセプトとしたナチュラルコスメブランドで、ベースメイクやスキンケア市場を中心に、自社で企画から携わったアイテムを多数展開しています。リリースからブランド・シリーズ累計でベストコスメを264冠受賞しました。2025年11月にはインナービューティーブランド「ByGLOW」をリリース。

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



コマースは増収、各段階利益は修正計画を超過
新Hameeの『Zカルチャー SPA』戦略が始動し、次の成長フェーズへ踏み出した一年

01

NE(株)の連結除外に伴う想定内の構造変化により、連結業績は表面上の減収減益
コマースへ経営資源を集中する体制へと移行

02

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・グローバル事業の伸長が牽引し、
コマースは前年比増収。成長投資の先行で減益ながら、本部費を含む全社的なコスト管理で吸収

03

『ZカルチャーSPA』に基づくカテゴリー拡張に加え、在庫適正化と限界利益率の追求を推進
来期も成長基盤への先行投資を継続

26年4月期 連結概況

- 前期比の減収減益は、NE株(プラットフォーム事業)の連結除外による構造要因が主因
- 修正計画(2025年12月15日公表)比では、新規事業の損失縮小・海外子会社の寄与等により、売上・各段階利益すべてが超過

(百万円)	会計期間				累計期間			
	2025/04 4Q実績	2026/04 4Q実績	増減額	前年比	2025/04 1Q~4Q実績	2026/04 1Q~4Q実績	増減額	前年比
連結業績概況								
売上高	5,558	5,147	△ 411	△ 7.4%	22,895	22,073	△ 821	△ 3.6%
売上総利益	3,297	3,037	△ 259	△ 7.9%	13,497	12,930	△ 566	△ 4.2%
営業利益	415	184	△ 231	△ 55.7%	2,354	983	△ 1,370	△ 58.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	211	244	32	15.5%	1,278	541	△ 736	△ 57.6%

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 セグメント別概況

- プラットフォーム(NE株)の連結除外により、当社のセグメント構造はコマース中心へ再編
- コマース売上高は前年比+5.8%、利益は成長投資の先行や米国関税影響等で減益ながら、修正計画を超過。今後の業績評価はコマース基準。

(百万円)		会計期間				累計期間					
		2025/04 4Q実績	2026/04 4Q実績	増減額	前年比	2025/04 1Q~4Q実績	対前期計画 達成率	2026/04 1Q~4Q実績	増減額	前年比	対前期計画 達成率
連結セグメント概況											
コマース	売上高	4,656	5,147	490	10.5%	18,986	120.5%	20,095	1,108	5.8%	102.0%
	セグメント利益	622	470	△151	△24.4%	2,158	109.2%	1,386	△771	△35.8%	119.9%
	利益率	13.4%	9.1%	△4.2%	—	11.4%	—	6.9%	△4.5%	—	—
プラットフォーム	売上高	901	—	—	—	3,908	97.8%	1,978	△1,930	△49.4%	—
	セグメント利益	440	—	—	—	2,083	104.3%	1,013	△1,069	△51.3%	—
	利益率	48.8%	—	—	—	53.3%	—	51.2%	△2.1%	—	—
連結	売上高	5,558	5,147	△411	△7.4%	22,895	116.0%	22,073	△821	△3.6%	101.8%
	セグメント利益	1,062	470	△591	△55.7%	4,241	106.7%	2,400	△1,841	△43.4%	110.7%
	調整額※	△646	△285	360	—	△1,887	—	△1,416	471	—	—
	営業利益	415	184	△231	△55.7%	2,354	113.0%	983	△1,370	△58.2%	136.0%
	利益率	7.5%	3.6%	△3.9%	—	10.3%	—	4.5%	△5.8%	—	—

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。



Ⅲ. 通期業績予想と実績との差異



2026年4月期 通期業績予想との差異

- 全項目で2025年12月15日公表の通期業績予想を超過。コスメティクス事業の国内販売拡大に加え、商品評価損の減少・全社的な費用管理・新規事業の損失縮小・海外子会社(Hamee Global)の業績寄与等が営業利益を押し上げ
- 詳細につきましては2026年6月15日公表の「通期業績予想値と実績値との差異に関するお知らせ」をご参照ください。

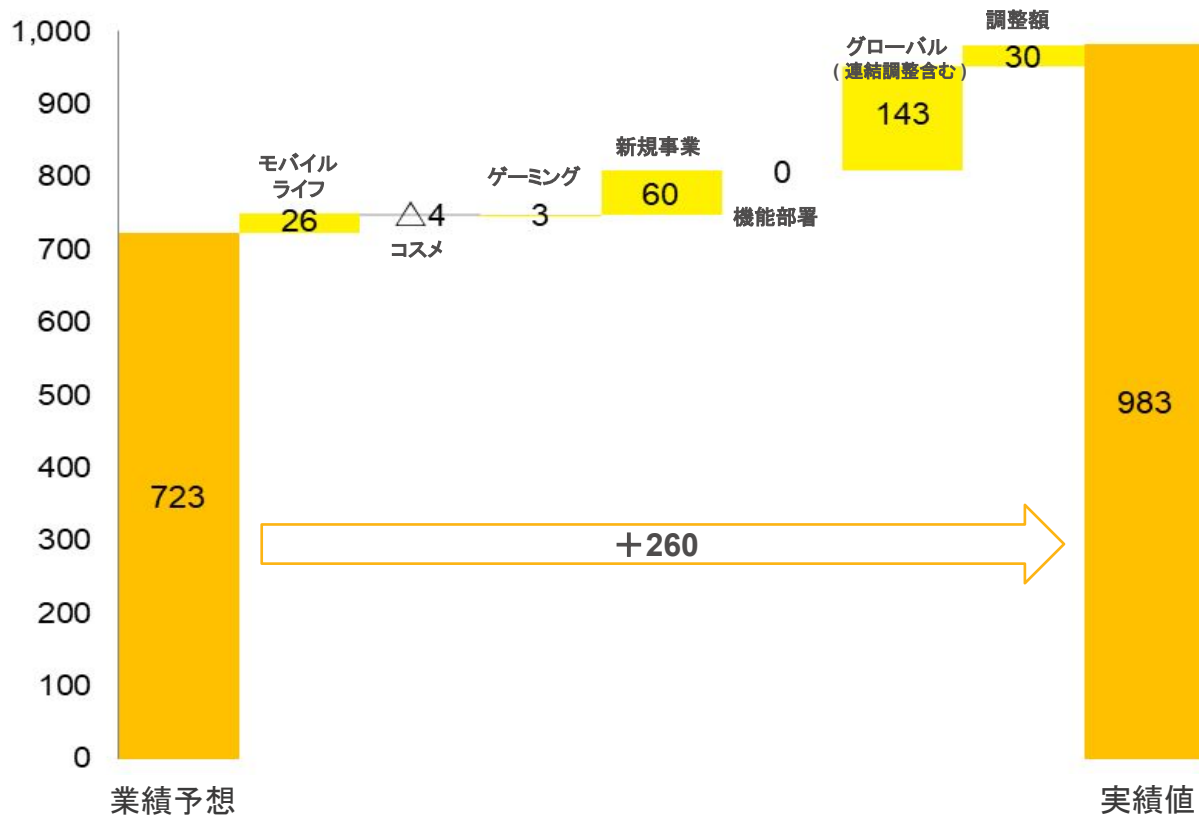
(百万円)	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益
前回発表予想(A)	21,673	723	479	152	9.33
実績値(B)	22,073	983	761	541	33.85
増減額(B-A)	400	260	282	389	—
増減率(%)	1.8	36.0	58.9	255.9	—
(ご参考)前期連結実績 (2025年4月期)	22,895	2,354	2,352	1,278	80.15

2026年4月期 通期業績予想との差異

- モバイルライフ**
 原価改善を主因に採算が向上。高付加価値モデルへの構成シフトやクロスセルも寄与し、予想を超過
- 新規事業**
 投資を継続中ながら、損失が想定を下回って縮小し、予想を上回る水準で着地
- グローバル**
 海外子会社の費用管理に加え、在庫削減による未実現利益の減少も寄与し採算が改善。米国の関税影響を吸収し、事業全体で予想を上回る着地
- 調整額**
 本部費用を含む全社的な費用管理が奏功し、調整額が想定を下回る水準で着地し、利益を押し上げ

営業利益(累計期間)

(百万円)





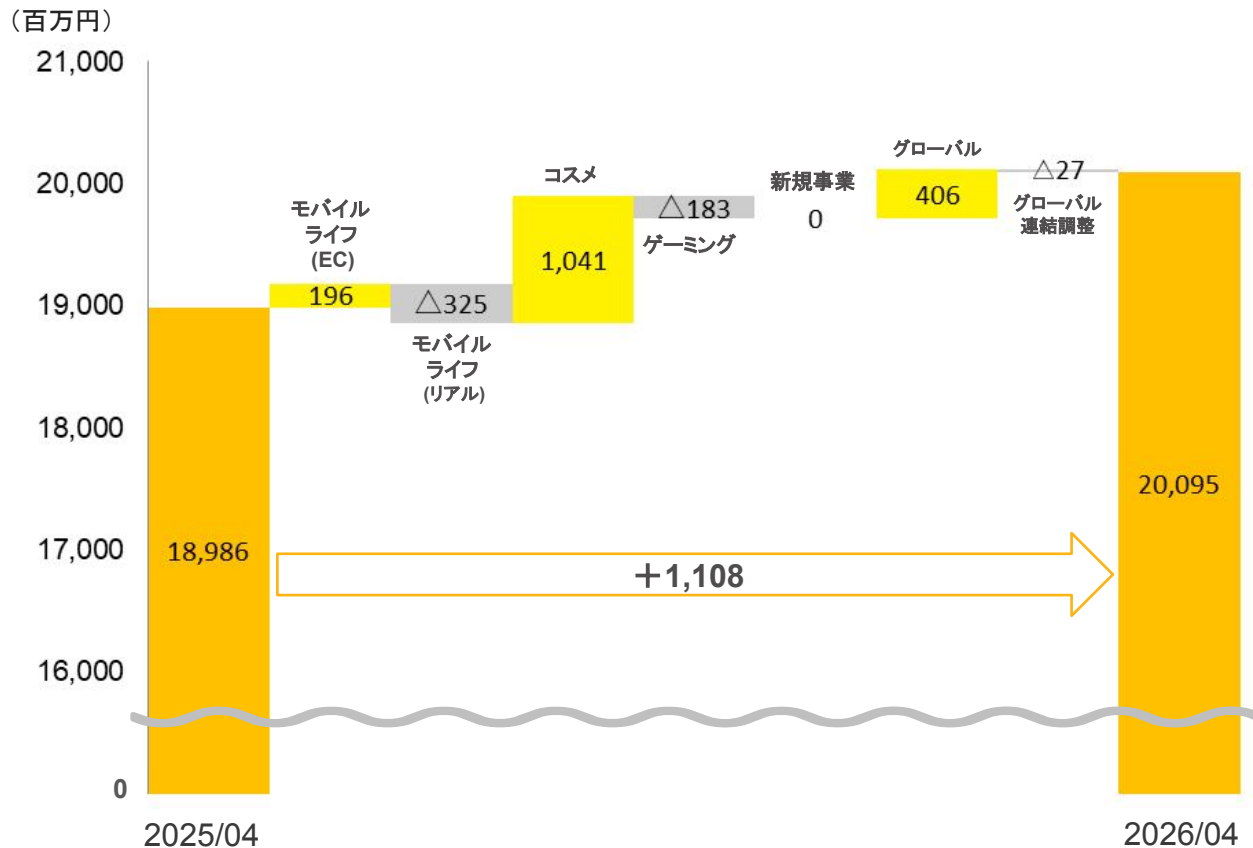
IV. コマースセグメント実績



26年4月期 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で減収も、ECは増収。事業全体では前年並みの水準
- コスメティクス: ベースメイクの導入店舗拡大により卸販売が前年・計画ともに大きく伸長し、前年比+30.4%の大幅増収
- ゲーミングアクセサリ: 価格競争の激化により減収となるものの、周辺アクセサリへの構成シフトを推進中
- グローバル: 米国の外部向け売上が、IPコラボ商品等による取引拡大。韓国でのゲーミングモニター販売開始や中国の新規取引拡大も寄与し、増収

売上高(累計期間)

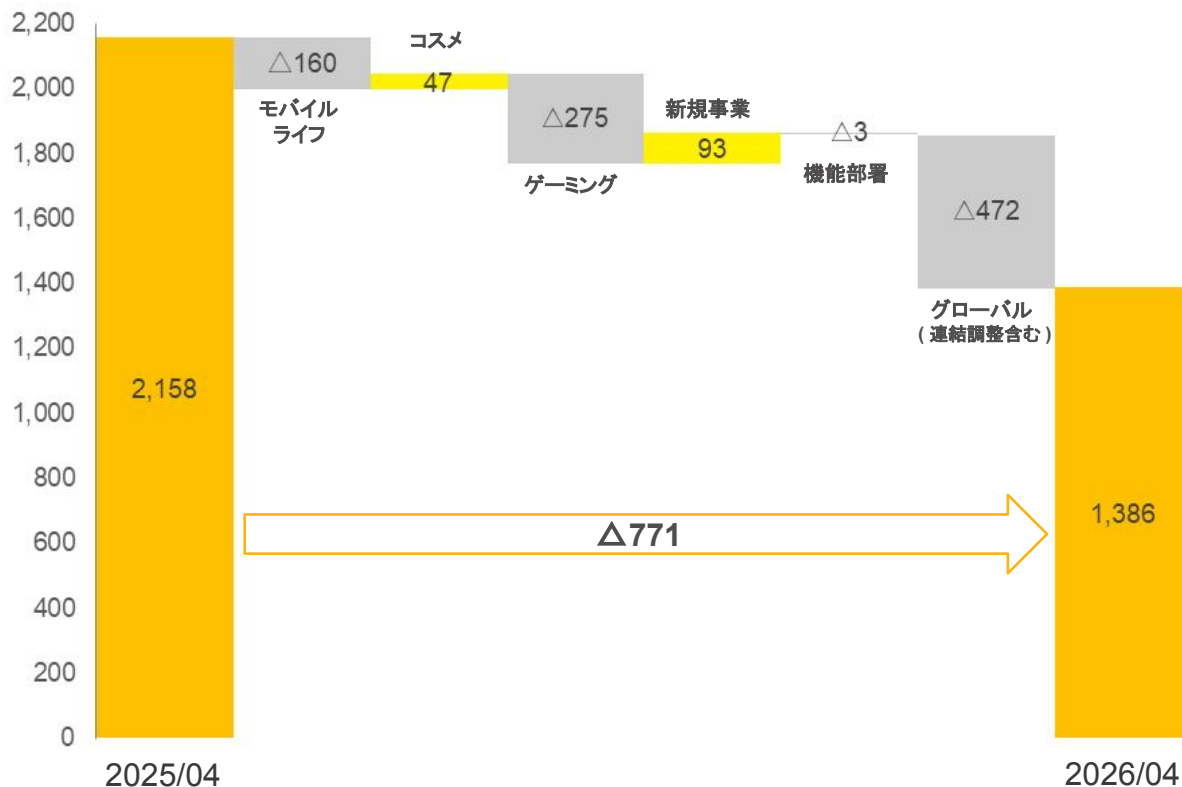


26年4月期 コマース 一営業利益増減分析

- モバイルライフ: 売上・シェア拡大に向けた広告・営業活動への戦略的投資の先行により減益
- コスメティクス: 導入店舗拡大に伴う販促費の先行投資が継続するも、収益化フェーズへの移行により黒字幅を拡大
- ゲーミングアクセサリ: 競争激化に伴う広告宣伝費の増加と、一時的な物流費の増加により減益
- 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、自社ブランドの海外販路拡大に伴う先行費用により減益

営業利益(累計期間)

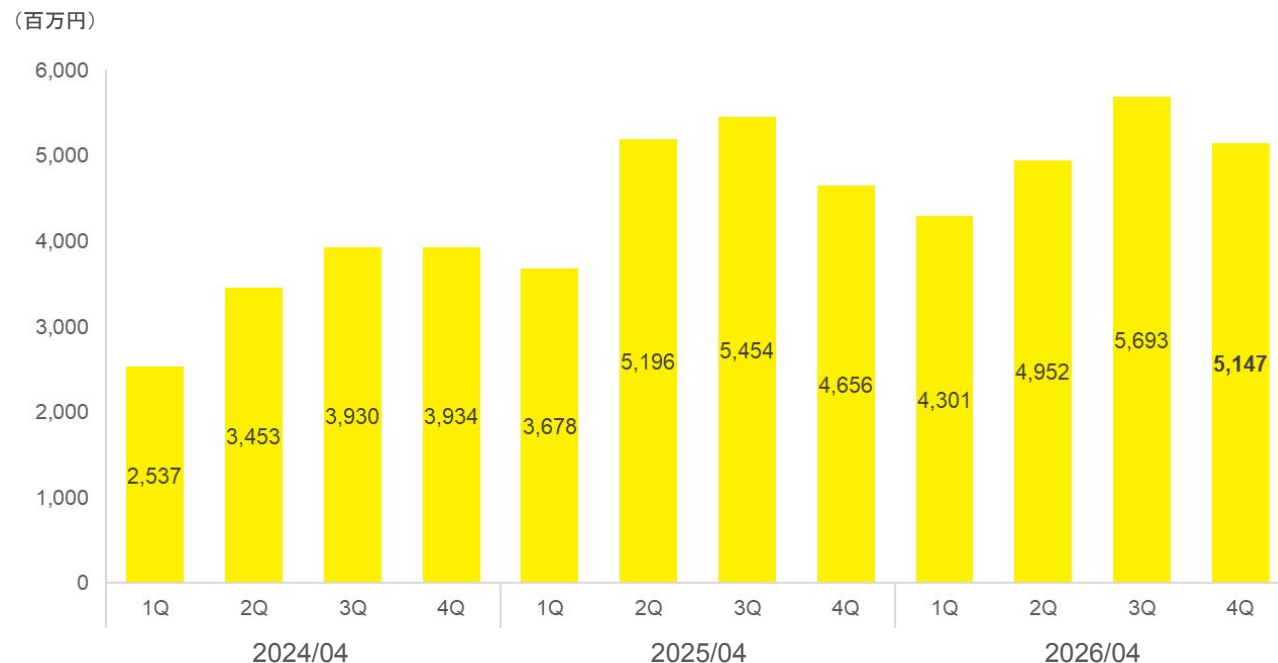
(百万円)



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

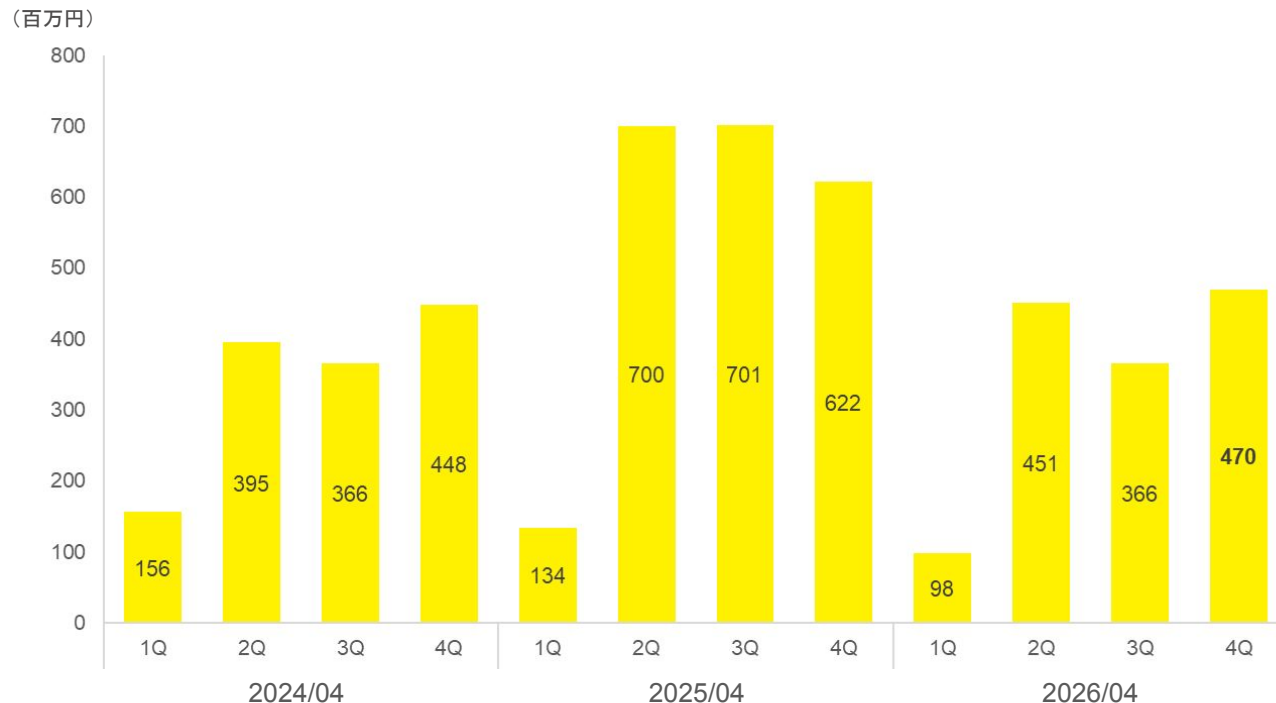
売上高(会計期間)



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
- 当連結会計年度(通期)のセグメント利益は、各事業でのシェア拡大に向けた戦略的投資の先行や、一部事業での関税影響等の費用計上により、前年比で減益

セグメント利益(会計期間)



26年4月期 コマースセグメント概況(売上高)

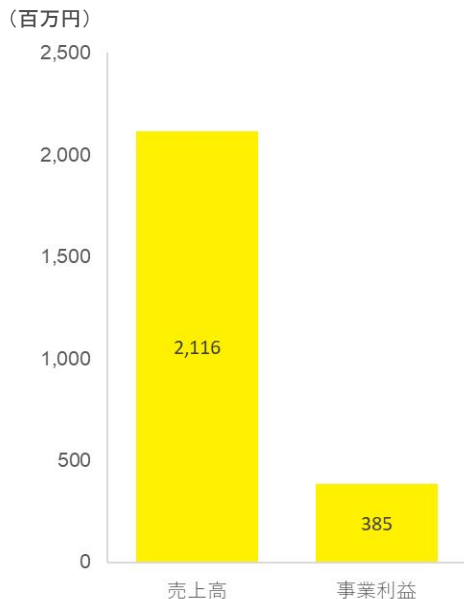
(百万円)	会計期間				累計期間			
	2025/04 4Q実績	2026/04 4Q実績	増減額	前年比	2025/04 1Q~4Q実績	2026/04 1Q~4Q実績	増減額	前年比
コマースセグメント								
売上高	4,656	5,147	490	10.5%	18,986	20,095	1,108	5.8%
モバイルライフ事業	2,116	2,056	△60	△2.9%	8,359	8,230	△129	△1.5%
コスメティクス事業	813	1,365	551	67.8%	3,424	4,466	1,041	30.4%
ゲーミングアクセサリ事業	1,094	719	△375	△34.3%	3,706	3,522	△183	△5.0%
新規事業投資	41	36	△5	△13.1%	140	140	0	0.4%
グローバル事業	590	969	379	64.3%	3,356	3,735	378	11.3%

26年4月期 コマースセグメント概況(営業利益)

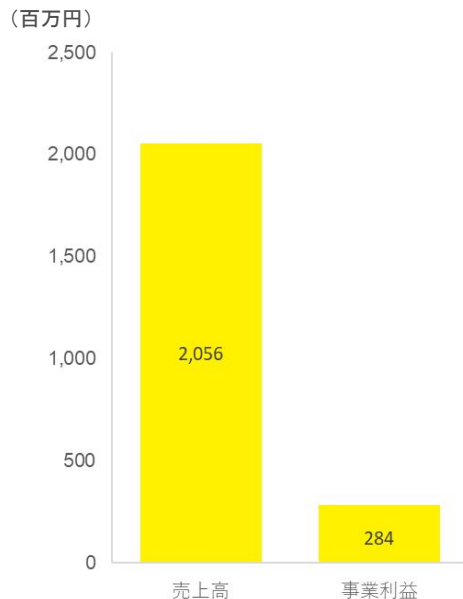
(百万円)	会計期間				累計期間			
	2025/04 4Q実績	2026/04 4Q実績	増減額	前年比	2025/04 1Q-4Q実績	2026/04 1Q-4Q実績	増減額	前年比
コマースセグメント								
営業利益	622	470	△151	△24.4%	2,158	1,386	△771	△35.8%
モバイルライフ事業	385	284	△101	△26.2%	1,491	1,331	△160	△10.8%
コスメティクス事業	7	113	106	1,513.7%	9	57	47	476.7%
ゲーミングアクセサリ事業	126	4	△121	△96.2%	284	9	△275	△96.8%
新規事業投資	△65	△12	52	—	△224	△131	93	—
機能部署	△66	△65	1	—	△250	△253	△3	—
グローバル事業	235	145	△89	△38.0%	846	373	△472	△55.9%
営業利益率	13.4%	9.1%	△4.2%	—	11.4%	6.9%	△4.5%	—

26年4月期4Q モバイルライフ事業

- ECは増収も、卸販売の苦戦を吸収しきれず、シェア拡大に向けた戦略的投資等の先行も重なり、前年比減収減益
- MagSafe対応等による高付加価値化とクロスセルに加え、商品評価損の減少等による原価改善も下支えとなり、修正計画に対しては超過



2025/04 4Q



2026/04 4Q

売上高

2,056百万円

(前年比 $\Delta 60$ 百万円 / $\Delta 2.9\%$)

事業利益

284百万円

(前年比 $\Delta 101$ 百万円 / $\Delta 26.2\%$)

モバイルライフ事業



スマホケース+アクセサリー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。同時にスマホリングやカードウォレット等の周辺アクセサリーとの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。



通電アクセサリー: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モバイルバッテリーの他、4月にポータブルファンを発売。今後も通電系アクセサリー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。



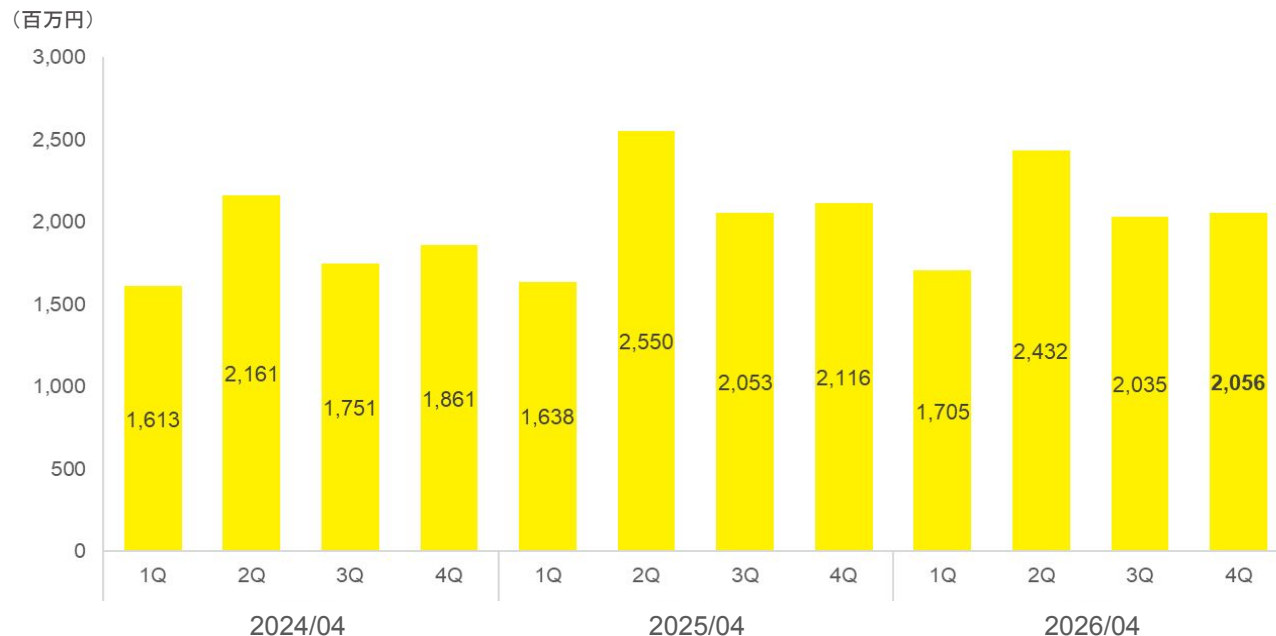
iFaceブランドに流行トレンドを取り入れた新商品開発

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、需要が高まる時期

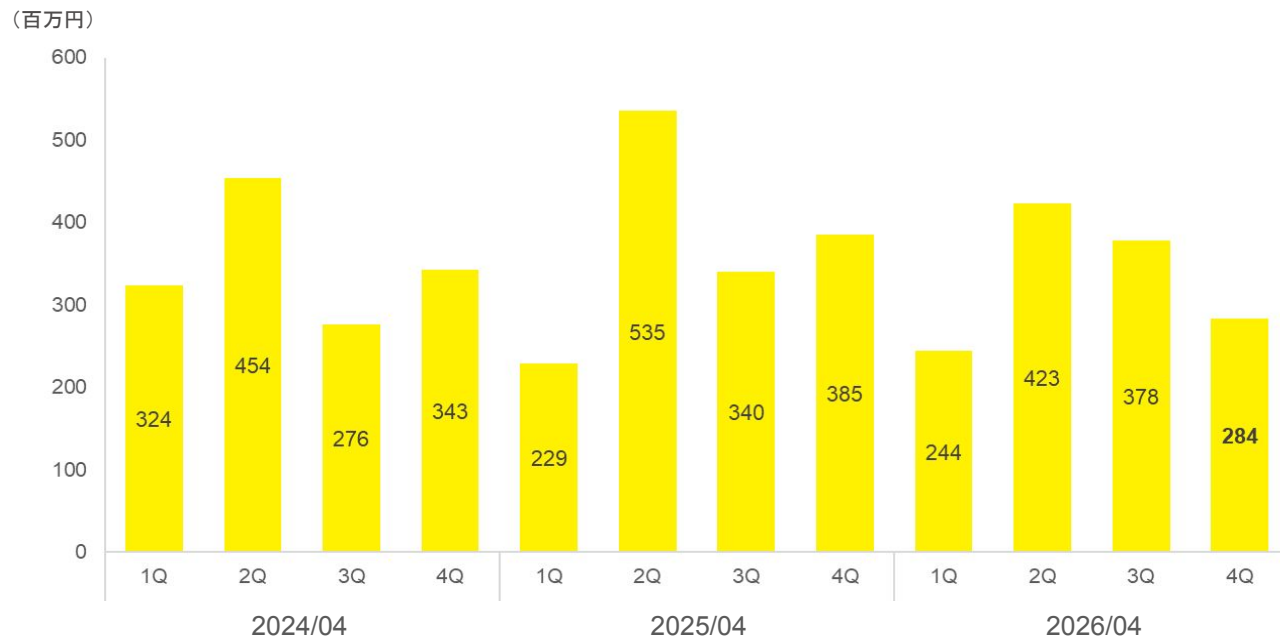
売上高(会計期間)



モバイルライフ事業 —事業別利益四半期推移

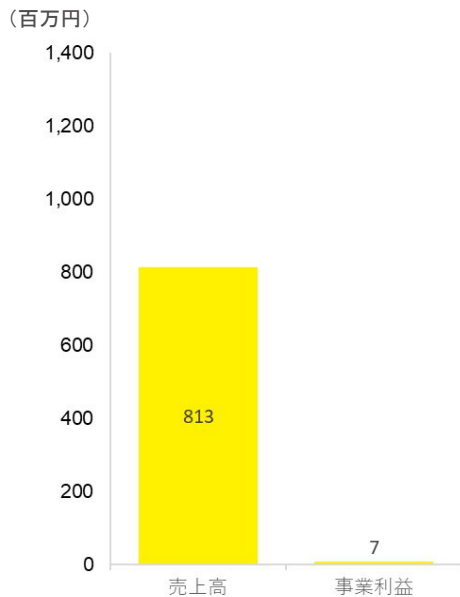
- 新型 iPhone発売に伴う販売数量増加により2Q利益が大きく伸び、利益貢献
- ブラックフライデーや年末商戦といったイベント等により3Qも利益が大きく伸びる
- 4Qは新生活需要に伴うスマートフォンケースの買い替え需要により利益貢献
- 「MagSafe」商材の増加により、周辺アクセサリーとのクロスセル施策を実行することで、利益を獲得。引き続き周辺アクセサリー開発も同時に強化

事業別利益(会計期間)

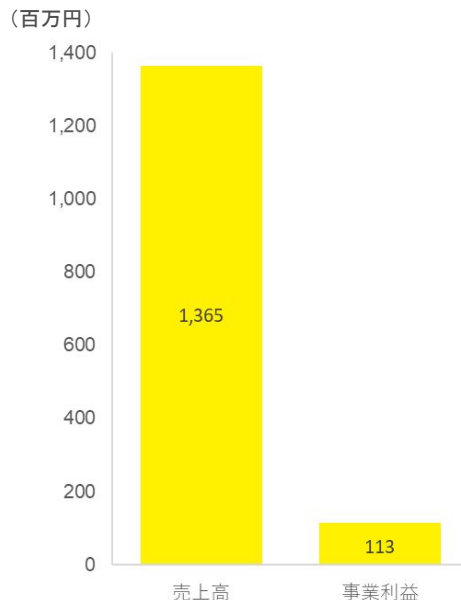


26年4月期4Q コスメティクス事業

- 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牽引し、前年比+67.8%の大幅な増収
- 導入店舗拡大に伴う販促費の先行投資が継続するも、当四半期も黒字を確保して黒字幅を拡大し、収益化フェーズへと明確に移行



2025/04 4Q



2026/04 4Q

売上高

1,365百万円

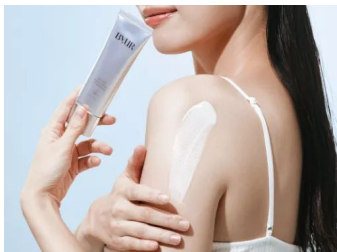
(前年比 +551百万円 / +67.8%)

事業利益

113百万円

(前年比 +106百万円 / +1,513.7%)

コスメティクス事業



ベースメイクカテゴリー: 春の新商品

春シーズンの新商品として、3月に プレストパウダー や グロースティックの新色 を発売。
さらに4月に UVプロテクター(日焼け止め) を新発売。



スキンケアカテゴリー: 新カテゴリー拡張

エイジングケアがテーマの グローブーストシリーズ から、新たに「マルチV ラメラミスト」と「マルチV アイ&ラインセラム」を発売。
導入から仕上げ、日中ケアまで、スキンケアの工程を同一シリーズでカバー。



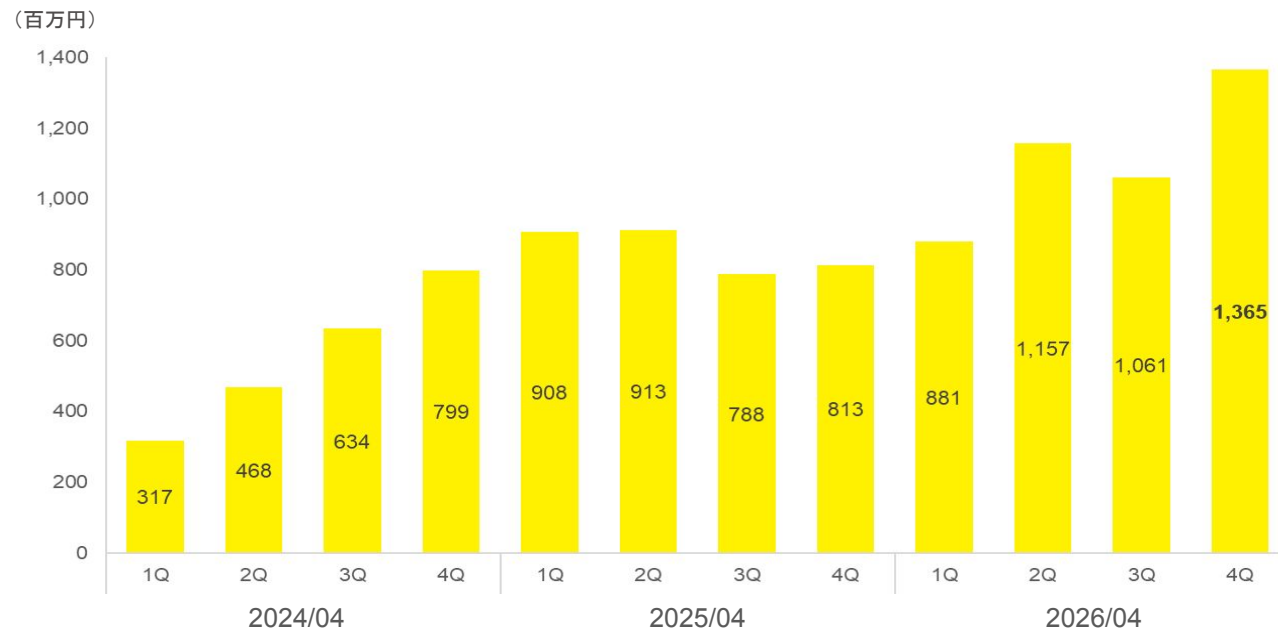
ByURで培った経験や企業アセットを活用した新カテゴリー参入による成長拡大

コスメティクス事業の新カテゴリーとして、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。
認知拡大フェーズのため、引き続き広告投資施策を行っていく。

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4月末現在では約8,000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
- 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

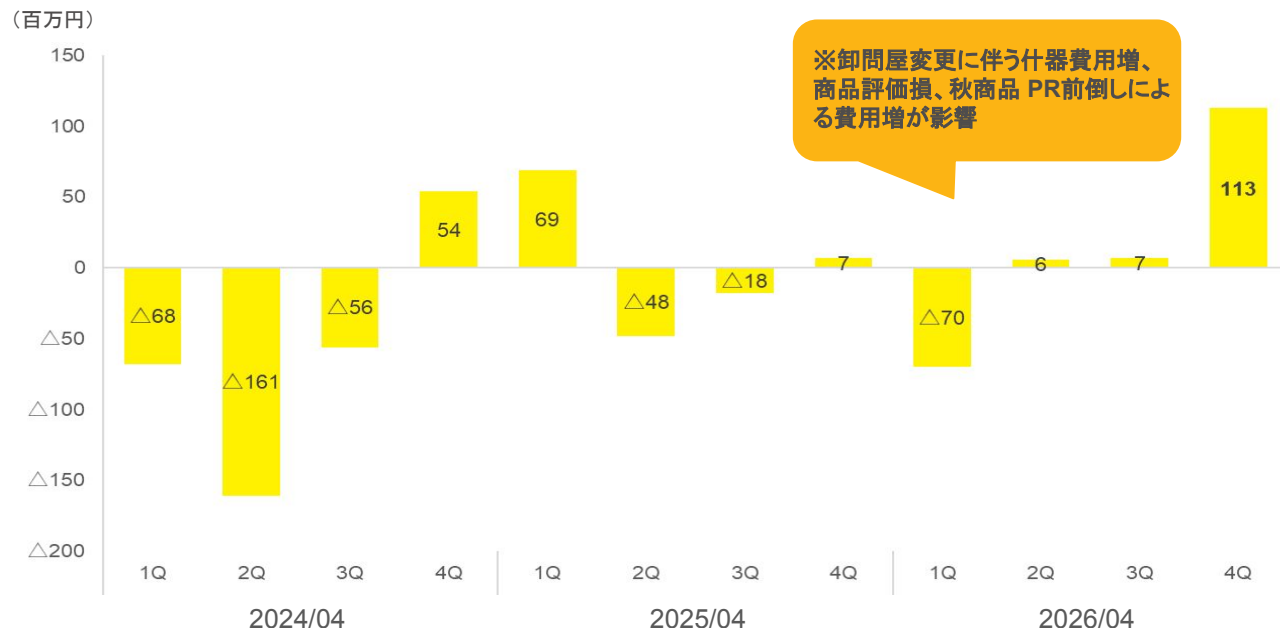
売上高(会計期間)



コスメティクス事業 —事業別利益四半期推移

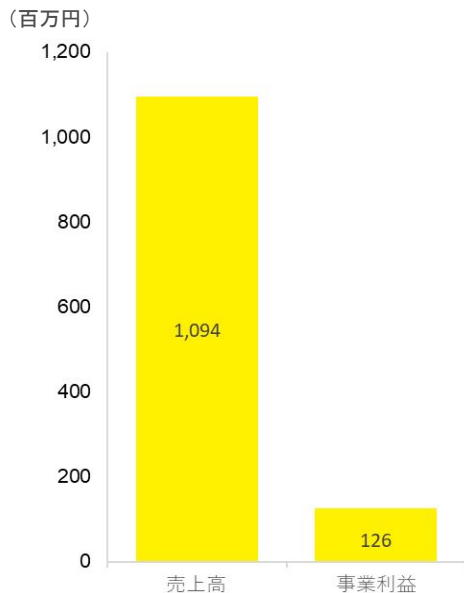
- 2024年度に輸入にかかる化粧品製造販売業許可を取得し、原価率低減を実行
- 2025年4月期からは徐々に利益改善が進む
- 2026年4月期1Qは卸問屋変更、商品評価損の発生や広告宣伝費の前倒し等により、一過性の損失を計上
- 2026年春物新商品より原価改善が進み、4Qにかけて収益性が向上

事業別利益(会計期間)

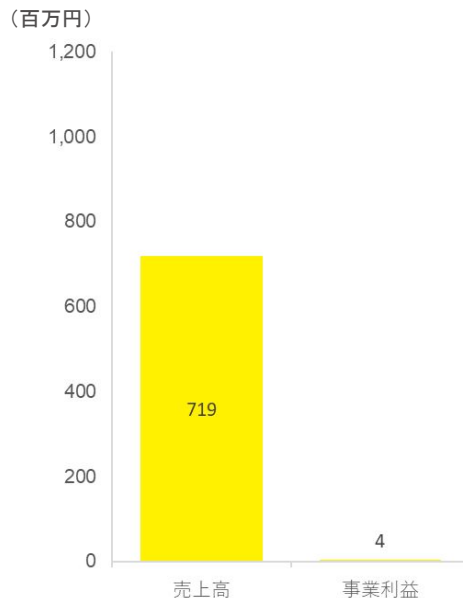


26年4月期4Q ゲーミングアクセサリー事業

- 前期の大型ゲームタイトルによる特需の一巡と価格競争の激化により減収
- モニター単体への依存から周辺アクセサリー・空間提案を軸とする事業構造へ転換中であり、減益は再構築に伴う先行的なコスト



2025/04 4Q



2026/04 4Q

売上高

719百万円

(前年比 $\Delta 375$ 百万円 / $\Delta 34.3\%$)

事業利益

4百万円

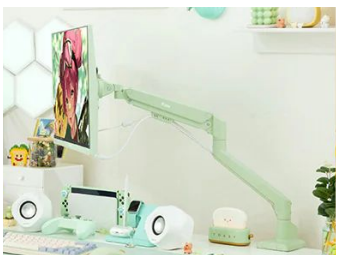
(前年比 $\Delta 121$ 百万円 / $\Delta 96.2\%$)

ゲーミングアクセサリ事業



カラー展開×コラボによる差別化

ホワイトカラー、パステルカラーを中心とした高性能新型モニターを展開(全8色)。さらに、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る差別化に加え市場トレンドに沿った高スペックモニターを順次開発中。



周辺アクセサリの拡大

カラーバリエーションが豊富なモニターアームやケーブル等の周辺アクセサリを展開。プロダクトポートフォリオ拡充とブランド世界観訴求を強化。



新カテゴリー拡張

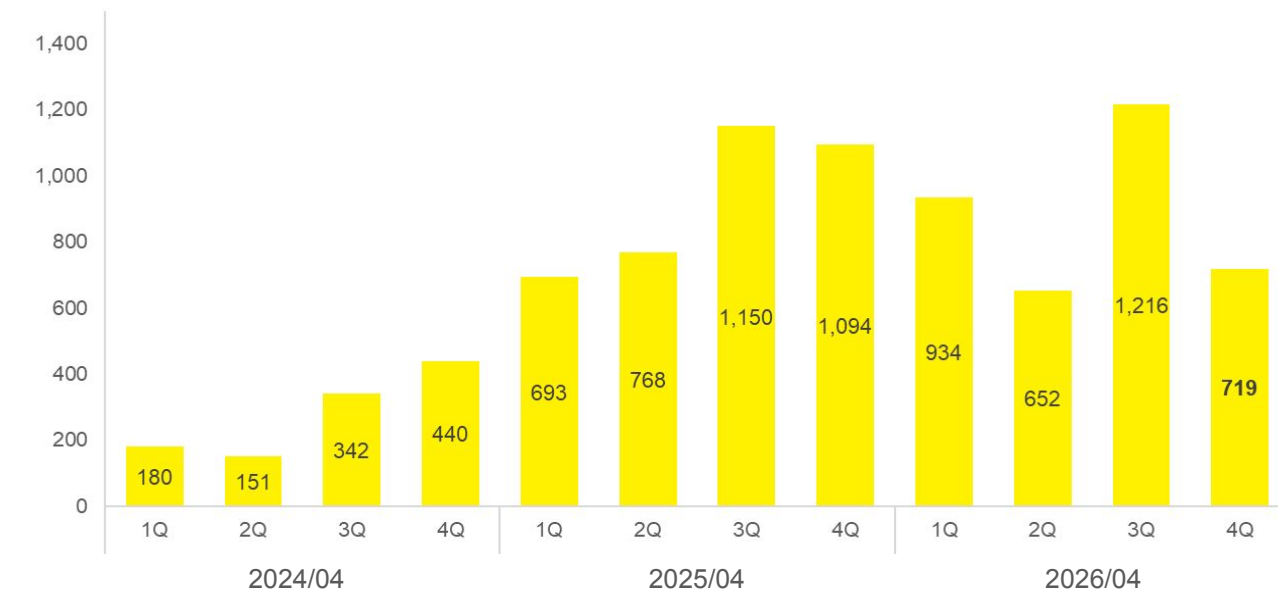
空間全体のトータルコーディネート提案を加速させるため新カテゴリー商品として、丸みを帯びたデザインにより他社製品との差別化を図った**ゲーミングデスクおよびチェア**を12月より展開開始。その他新カテゴリー商品を今後も継続的に開発し**周辺アクセサリの構成比拡大**を目指す。

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4Q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)

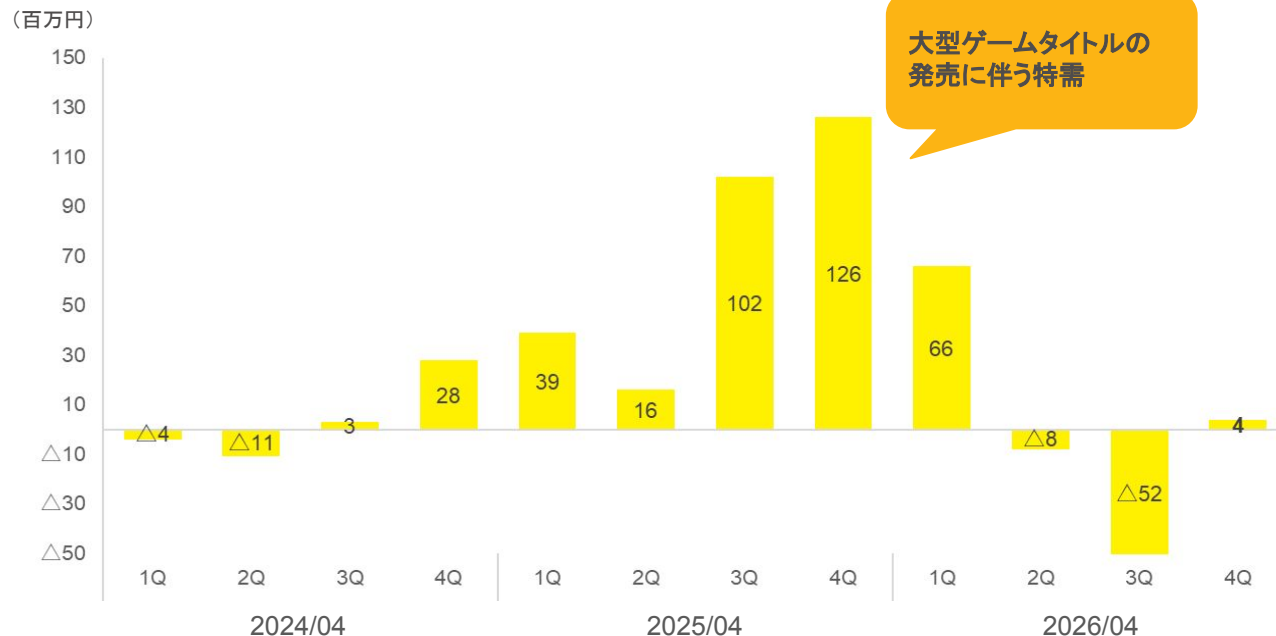
(百万円)



ゲーミングアクセサリ事業 —事業別利益四半期推移

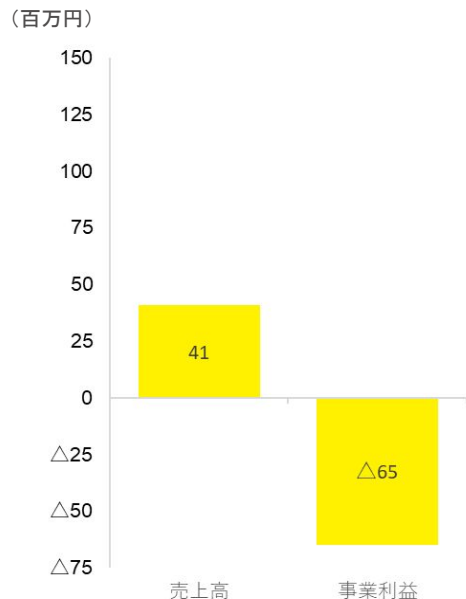
- カラーモニター投入後は四半期ごとに利益を確保するも、前期の大型ゲームタイトル特需の一巡と価格競争の激化により、足元は利益が縮小
- 2Qは、PR投資の影響による利益率の低下傾向
- 3Qブラックフライデーや年末商戦、4Qの新生活需要等により、伸長傾向
- 今後の展開として、新商品開発数と新規カテゴリーへの挑戦を通じた利益確保を目指す
- DXを通じた顧客との接点強化、並びに保守体制の内製化による迅速なレスポンスを行い、利益率を改善していく

事業別利益(会計期間)

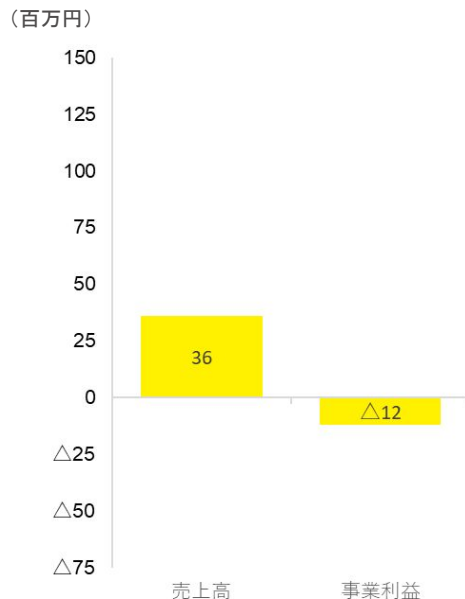


26年4月期4Q 新規事業

- 売上は前年比微減ながら計画を超過して着地し、損失は縮小
- 新たな事業創出のため、引き続き投資を継続



2025/04 4Q



2026/04 4Q

売上高

36百万円

(前年比 △5百万円 / △13.1%)

事業利益

△12百万円

(前年比 +52百万円)

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「Parallel Plastics」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
- 2026年4月1日より組立式家具ブランド「KIT」の直営店「KIT SHOP」（NEWoMan高輪）にて一部製品の販売を開始
- 「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半減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

Parallel Plasticsと

株式会社REMAREの資本・業務提携

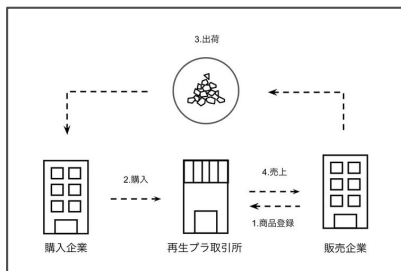
株式会社REMAREは複合プラスチックを板材にマテリアルリサイクルする独自の技術を持ち、企業が焼却に回している複合プラスチックの再資源化を実現することでCO₂の削減に貢献

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

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



(新規事業)

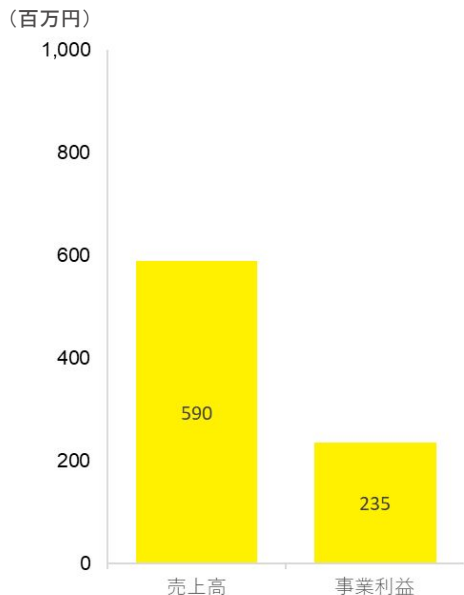
有機廃棄物のメタンガス化

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

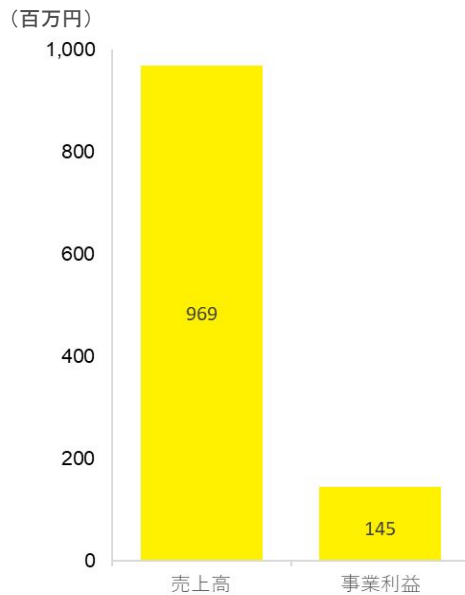
有機物からメタンガスを高効率に生成できる革新的技術で環境価値を創出し、HameeグループのCO₂排出量の約半減を目指すメタンガス生成プラントプロジェクトの推進パートナーとして活動開始

26年4月期4Q グローバル事業

- 米国を中心に外部向け売上が伸長し、大きく増収。IPコラボ商品による大手量販店との取引拡大や自社ブランドの海外展開開始(ByUR→米国、Pixio→韓国)、中国でのトイ新規入店・BtoB取引の拡大等、各拠点で販路が拡大
- 一方、事業利益の減益はグループ間取引に係る連結調整(未実現利益の消去)が主因であり、当該調整前の実態は前年と同等の水準。すなわち採算悪化ではなく、連結会計上の調整による減益。今後は自社ブランドの認知拡大とカテゴリー拡張を進めつつ、韓国を生産拠点とするグループ内の安定供給体制の強化へ



2025/04 4Q



2026/04 4Q

売上高

969百万円

(前年比 +379百万円 / +64.3%)

事業利益

145百万円

(前年比 △89百万円 / △38.0%)

グローバル事業

- SPAモデルを構築する上での生産・供給拠点として海外子会社が中核を担うとともに、自社ブランドの海外販路拡大を推進
- コスメティクスブランド「ByUR(バイユア)」を米国内で発売中
- 音楽雑貨「オタマトーン」や「スクイズ」(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/米国販売中



・Pixio 韓国で販売中



・オタマトーン取扱店拡大



26年4月期 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: $\Delta 3,181$ 百万円
 - 利益剰余金: $\Delta 3,545$ 百万円
- 上記スピノフによる減少

- 商品: +116百万円
- 各事業の新商品展開・販路拡大に伴う在庫の増加

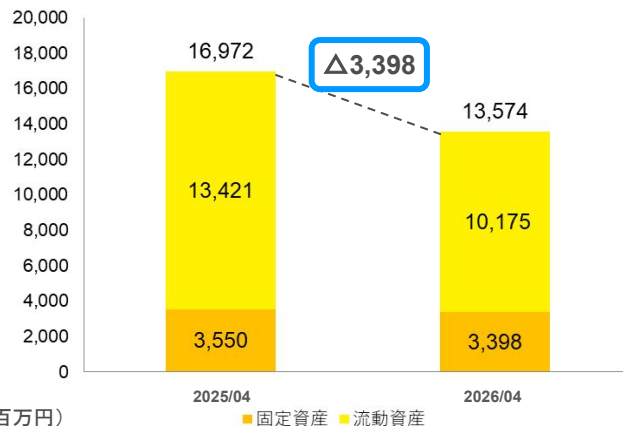
- 自己資本比率は53.5%を維持(前期末61.8%)

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

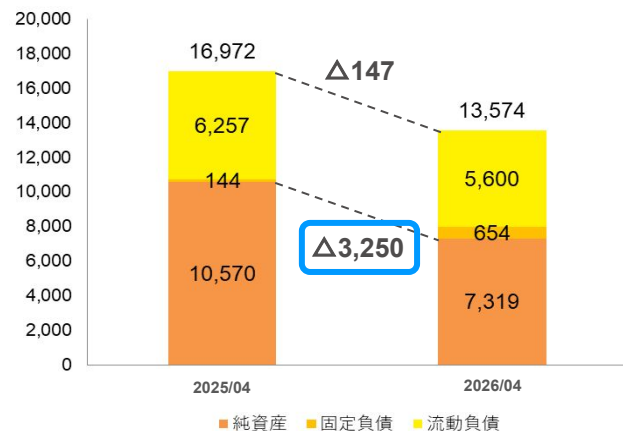
Z CULTURE SPA

(2026年4月期)

(百万円)



(百万円)



流動資産	2025/04	2026/04	変動
現金及び預金	1,812	1,812	$\Delta 3,181$
売掛金	2,129	2,129	$\Delta 222$
商品	4,261	4,261	116
その他	945	945	88

固定資産	2025/04	2026/04	変動
有形固定資産	1,837	1,837	209
無形固定資産	324	324	$\Delta 283$
投資その他	1,236	1,236	$\Delta 77$

流動負債	2025/04	2026/04	変動
短期借入金	4,100	4,100	250
その他	284	284	40

固定負債	2025/04	2026/04	変動
その他	632	632	509

純資産	2025/04	2026/04	変動
利益剰余金	5,973	5,973	$\Delta 3,545$



V.29期業績予想 および今後の取り組み



29期 連結業績予想

2026年4月期の連結実績には、第2四半期累計までプラットフォーム事業(NE株)の業績を含んでおります。継続事業ベースで適切に比較できるよう、NE株を除外した実績(NE除外)を併記しております。その他の詳細につきましては、2026年6月15日付で開示いたしました「中期経営計画の策定に関するお知らせ」において、2027年4月期から2029年4月期の数値計画を公表しておりますので、併せてご参照ください。

(百万円)	実績	実績 (NE除外)	業績予想		
連結業績概況	2026/04	2026/04	2027/04	増減額※	前年比※
売上高	22,073	20,095	22,817	2,722	13.5%
売上原価	9,142	8,572	9,427	855	10.0%
売上総利益	12,930	11,522	13,389	1,866	16.2%
営業利益	983	260	502	241	92.8%

※増減額および前年比につきましては、NE株の業績を除外した数値を用いて算出しております。

29期 事業別業績予想

(百万円)	実績	業績予想		
	2026/04	2027/04	増減額	前年比
売上高	20,095	22,817	2,722	13.5%
モバイルライフ事業	8,230	8,849	619	7.5%
ビューティー事業 ※1	4,466	5,399	933	20.9%
ゲーミングアクセサリ事業	3,522	3,650	127	3.6%
新規事業投資	140	107	△ 33	△23.6%
グローバル事業	3,735	4,809	1,073	28.7%
事業利益※2	1,386	1,850	463	33.4%

※1 2027年4月期よりコスメティクス事業をビューティー事業へ名称変更いたしました。

※2 2027年4月期より単一セグメントとなったことに伴い、従来「セグメント利益」としていた呼称を「事業利益」に変更しております。

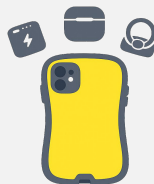
事業利益は、営業利益に本部費用(コーポレート部門の販管費等)を加え戻した利益指標であり、算出方法は従来とのセグメント利益と同一であるため、過年度との連続性を維持しております。

今後の取り組み

モバイルライフ事業

iFaceの総合モバイルブランド化へ

- ・ブランド力強化で"定番の第一候補"を確立
- ・通電系アクセサリーの拡充により第2の柱へと育成
- ・公式チャンネルと顧客接点を強化し、継続購入を促進



ビューティー事業※

複数ブランドで収益基盤を確立

- ・ByUR: 原価低減と販管費効率化で収益基盤を確立
- ・ByGLOW: 広告を先行集中投下し、収益貢献は次期以降
- ・新ブランド、新カテゴリーで商品構成を多角化

※2027年4月期よりコスメティクス事業をビューティー事業へ名称変更いたしました。



ゲーミングアクセサリー事業

「ライフスタイルブランド」への進化

- ・空間全体のトータルコーディネート提案で差別化を構築
- ・周辺アクセサリーや家具など新カテゴリーを継続開発
- ・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

自社ブランドのグローバル展開を加速

- ・米国ByUR・韓国Pixioなど自社ブランドの現地展開で販路を拡大
- ・マーケティングの最適化、IPコラボ、SPAモデルの推進
- ・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



01

NE(株)の連結除外により見かけは減収減益ながら、コスト管理等で各段階利益は修正計画を超過『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

02

本年度は「次なる成長フェーズ」に向けた仕込みの期間。新商品の投入やカテゴリー拡張等、前向きな先行投資を積極的に実行し、ブランド強化や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追求

03

次なる成長への具体的な道筋は、本決算同日に公表した新たな中期経営計画にて提示あわせて、株主優待の拡充を通じて「ブランドを愛用し、株主としても支えてくださるファン層」の拡大を図り、株主還元と顧客基盤の強化を一体で加速

配当金額と配当性向

株主還元

・ 1株当たり配当

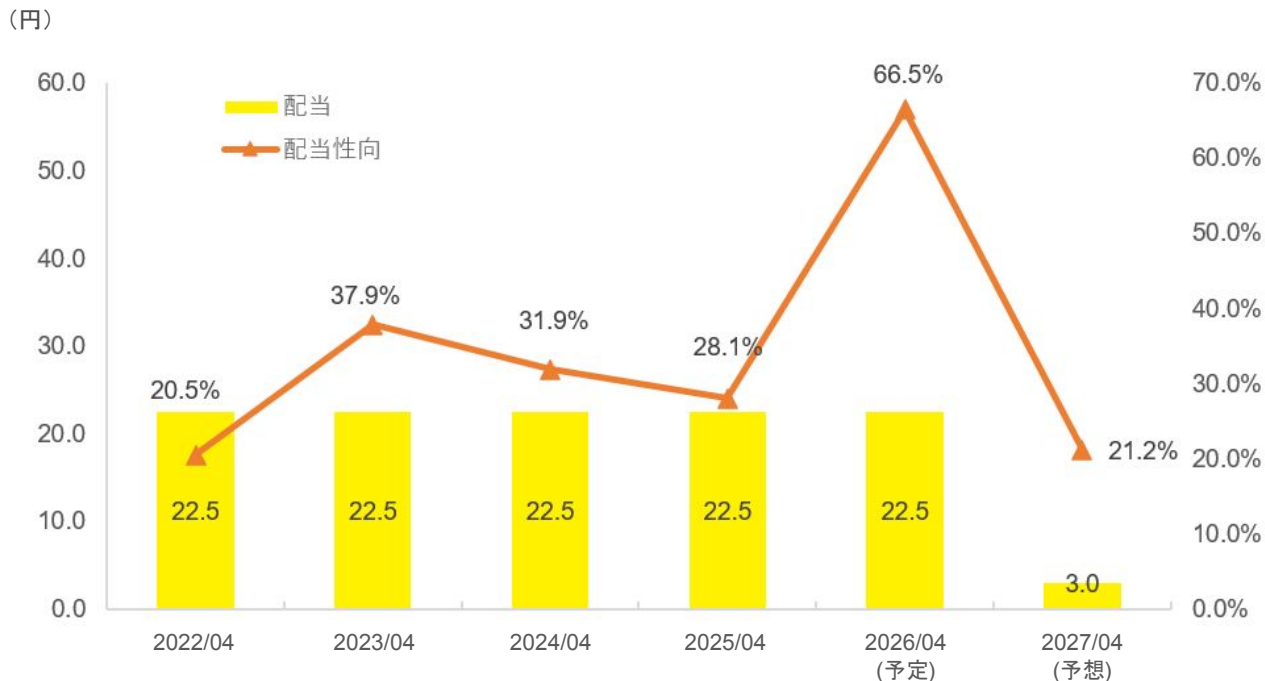
利益成長に応じて株主様へ利益還元をしていきます。

配当性向 20%以上を維持する方針です。なお、2026年4月期の配当につきましては、従来の公表どおり22.5円/株を予定しております。

2027年4月期の配当予想は、NE株式会社のスピンオフ後の利益規模を踏まえ、1株当たり3円を見込んでおります。今後は、中計目標の達成後から段階的に引き上げ、利益成長に伴う増配を目指してまいります。

・ 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、2026年6月15日開示「株主優待制度の変更及び拡充のお知らせ」のとおり、2026年10月末基準日から優待を変更・拡充いたします。





VI. 個人投資家向け IR説明会のご案内



個人投資家向け IR説明会のご案内

6月18日(木)20時から、個人投資家向けIR説明会を開催いたします。

詳細、お申込みは6月8日開示の「個人投資家向けIR説明会 登壇のお知らせ」をご確認ください。

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS71035/c4011c30/6223/4c3e/9e28/2ab076db68b3/20260608090320999s.pdf>



個人投資家向けIR説明会

Hamee株式会社
(証券コード:3134)

登壇者：代表取締役社長 水島 育大



6月18日(木)20:00～

湘南投資勉強会オンライン

LIVE

最新のトピックスを、わかりやすく解説します！



Appendix ご参考





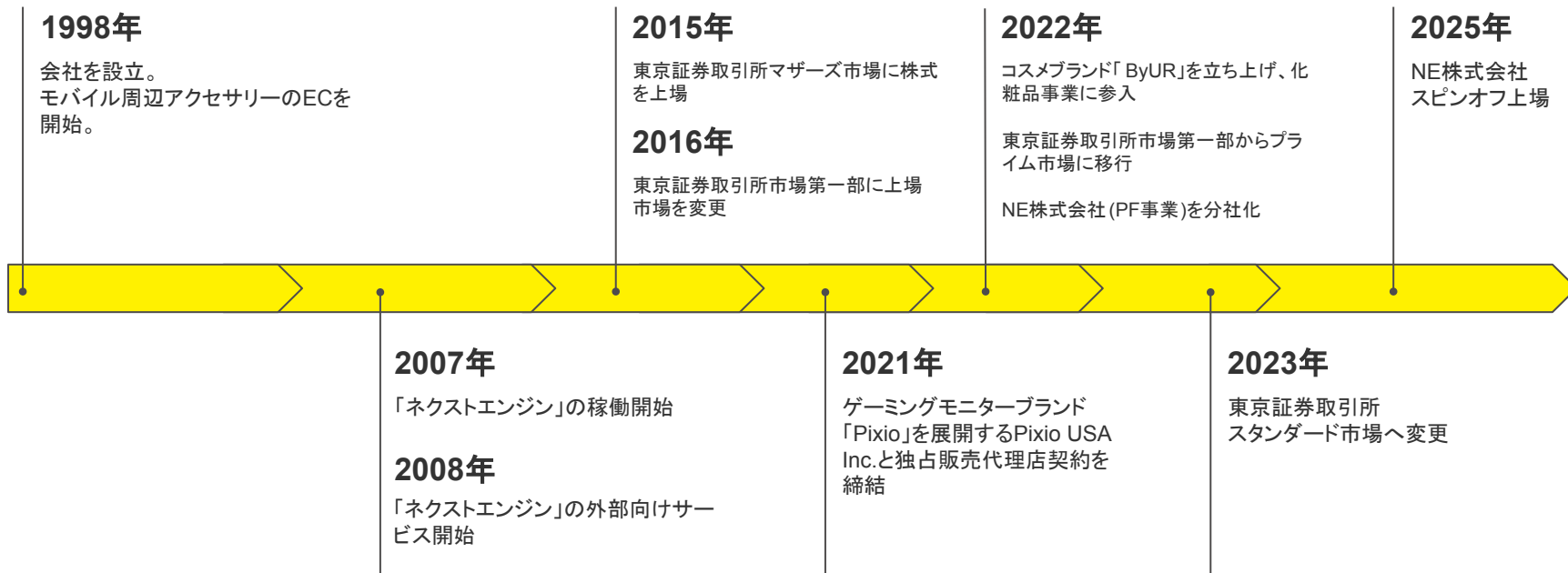
ビジネス概要



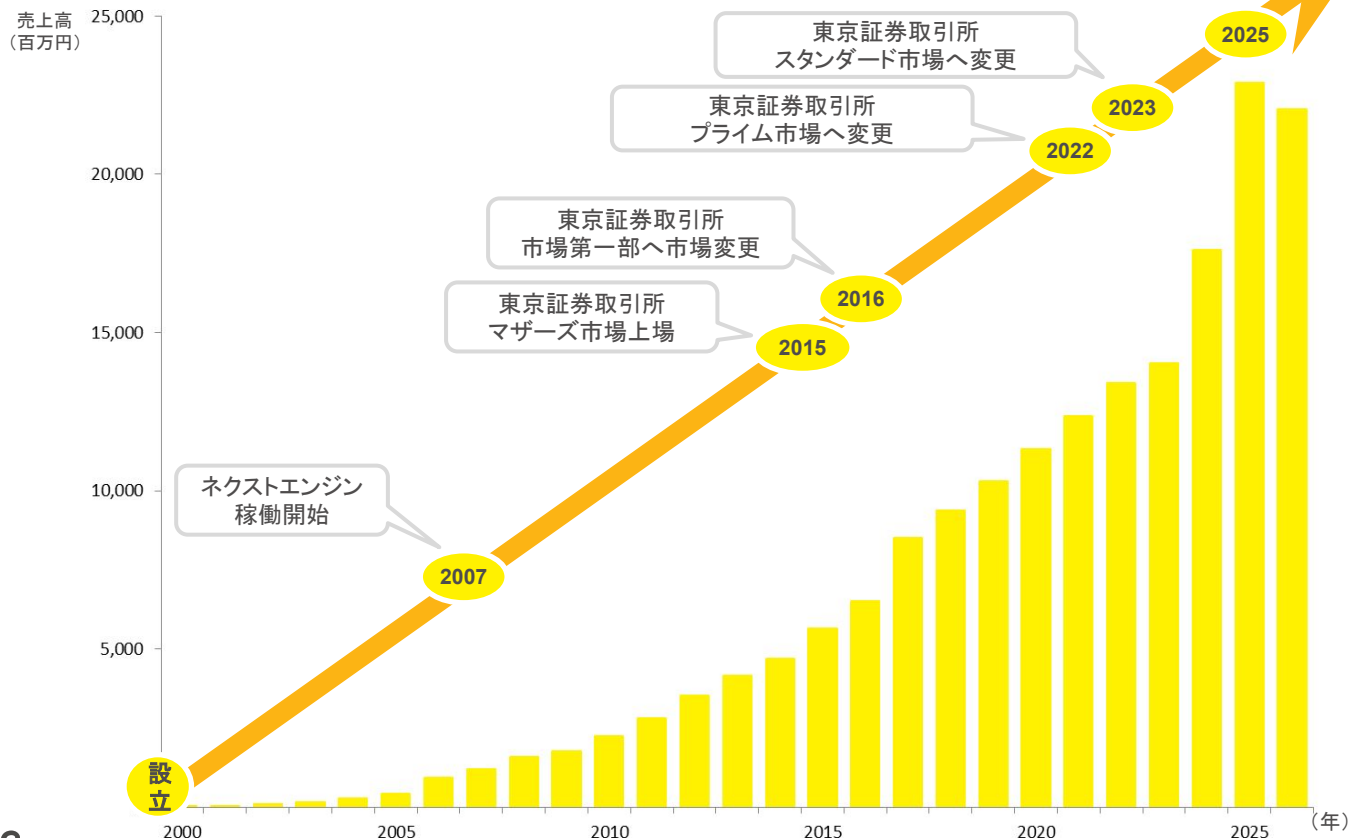
会社概要

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4月30日現在
従業員数	連結368名 単体176名 ※2026年4月30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

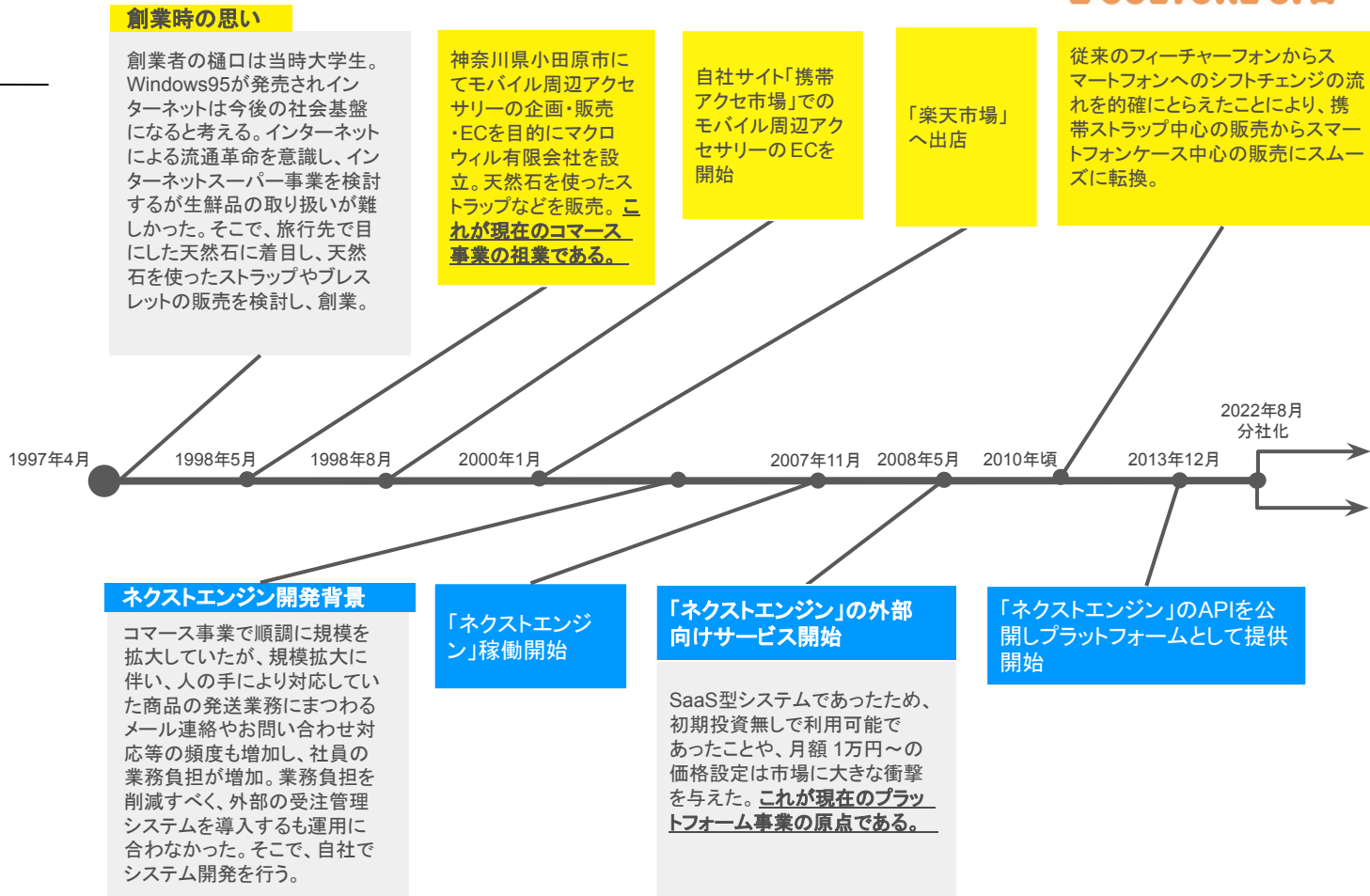


沿革(成長の軌跡)



事業ヒストリー

Z CULTURE SPA



モバイルライフ事業

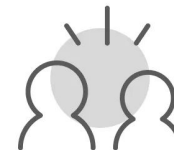
- 「iFace」は特徴的なデザインのスマホケースで、Hameeの代表的なモバイルアクセサリーブランドです。
- 高いデザイン性をもつケースを中心に広い顧客層にアプローチできる商品ラインナップや、認知度の高いブランドを活用したケースに留まらない様々な商品展開をしています。



特徴的な
デザイン



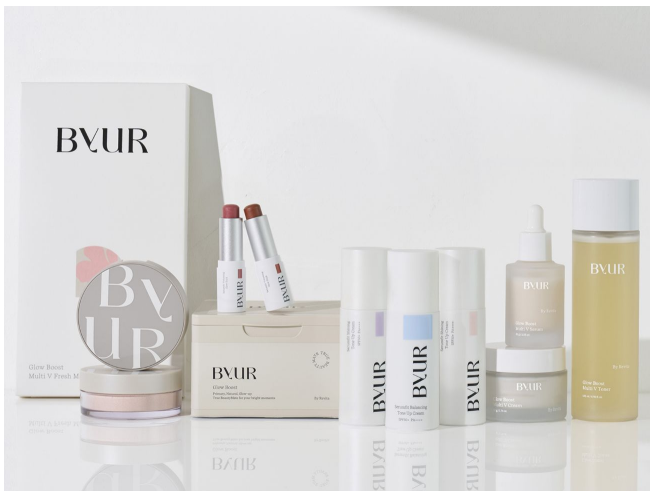
高い
認知度



若年層から
強い支持

ビューティー事業

- 当社の事業カテゴリー拡張に向けて、韓国コスメブランド「ByUR」の販売を開始しました。2022年1月のベースメイクを皮切りに、シートマスクやスキンケアラインなど、現在もラインアップを順次拡充しています。
- 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。



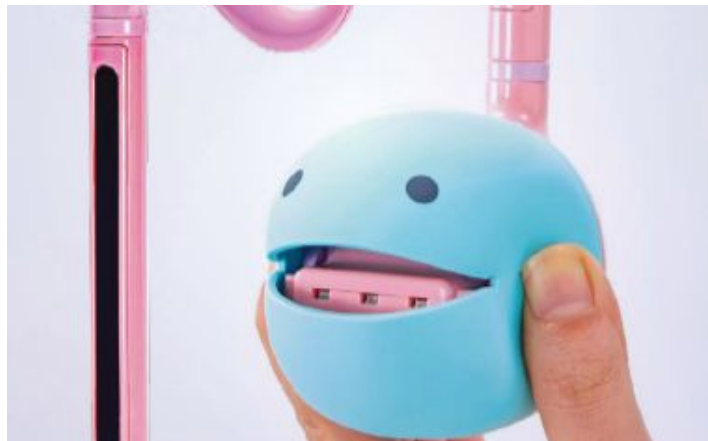
ゲーミングアクセサリ事業

- 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	4Q
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	2,056
			コスメティクス事業	908	913	788	813	881	1,157	1,061	1,365
			ゲーミングアクセサリ事業	693	768	1,150	1,094	934	652	1,216	719
			新規事業投資	28	32	37	41	30	29	45	36
		国内コマース合計	3,269	4,264	4,029	4,066	3,551	4,271	4,358	4,177	
		グローバル事業	408	932	1,425	590	749	681	1,334	969	
		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	5,147	
		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	5,147	

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	4Q
セグメント 利益			モバイルライフ事業	229	535	340	385	244	423	378	284
			コスメティクス事業	69	△48	△18	7	△70	6	7	113
			ゲーミングアクセサリ事業	39	16	102	126	66	△8	△52	4
			新規事業投資	△47	△57	△54	△65	△45	△43	△29	△12
			機能部署	△58	△63	△60	△66	△63	△62	△62	△65
		国内コマース合計	232	382	309	386	132	314	241	324	
		グローバル事業(連結調整含む)	△98	318	391	235	△33	136	125	145	
		コマースセグメント合計	134	700	701	622	98	451	366	470	
		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	470	
調整額※				△393	△370	△477	△646	△421	△436	△271	△285
営業利益				223	797	917	415	171	534	94	184

※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>

【本資料のご利用にあたって(免責事項)】

本資料に記載されている業績予想、戦略、方針、目標等の将来に関する記述は、作成時点において当社が入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいています。実際の業績等は、主要市場の経済状況、為替レートの変動、技術革新、競争環境、規制の変更など、様々な不確定要素により、これら将来に関する記述と大きく異なる可能性があることをご承知おきください。本資料は投資勧誘を目的としたものではなく、情報提供のみを目的として作成されたものです。本資料の情報に基づき投資を行った結果生じた損害について、当社は一切の責任を負いません。投資に関する最終的な決定は、投資家ご自身の判断において行われますようお願い申し上げます。また、当社は新たな情報や事象の発生等により、本資料に記載された内容を予告なく更新・修正する義務を負うものではありません。