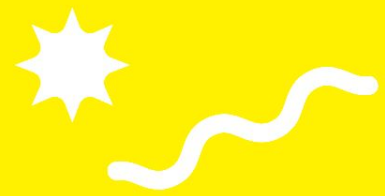


Financial Results Presentation Materials

2026年4月期2Q決算 決算説明資料

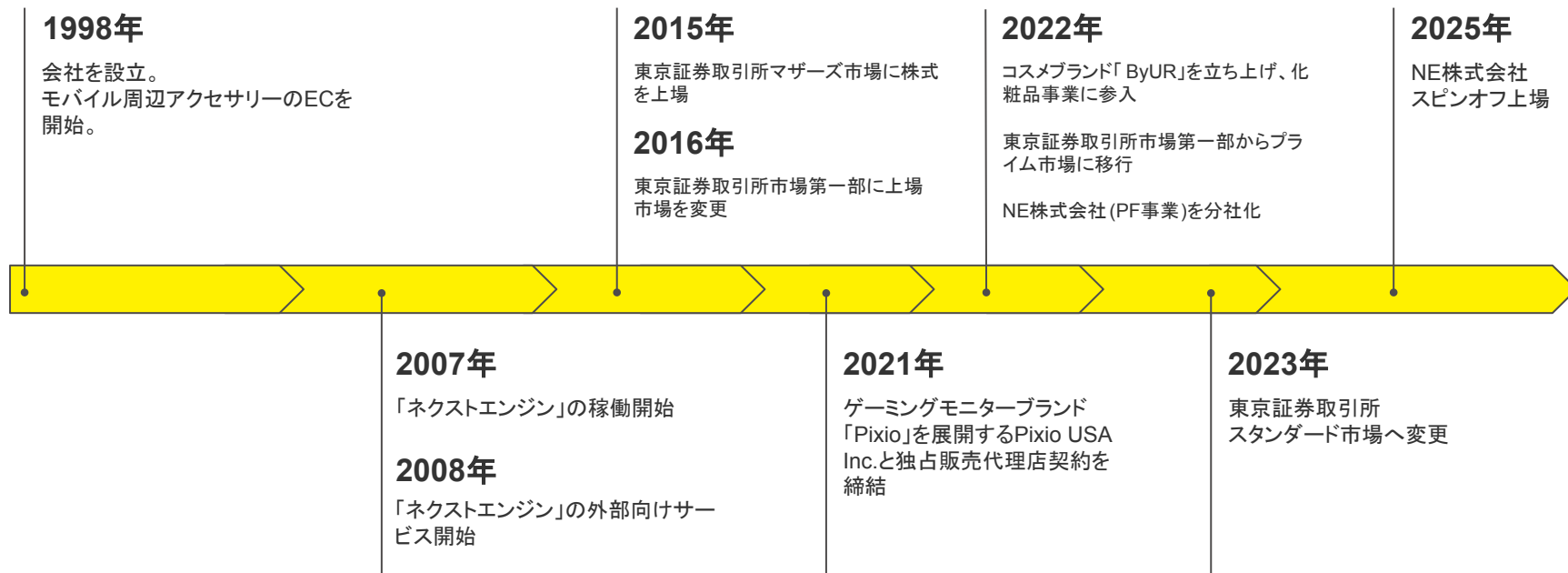
証券コード: 3134



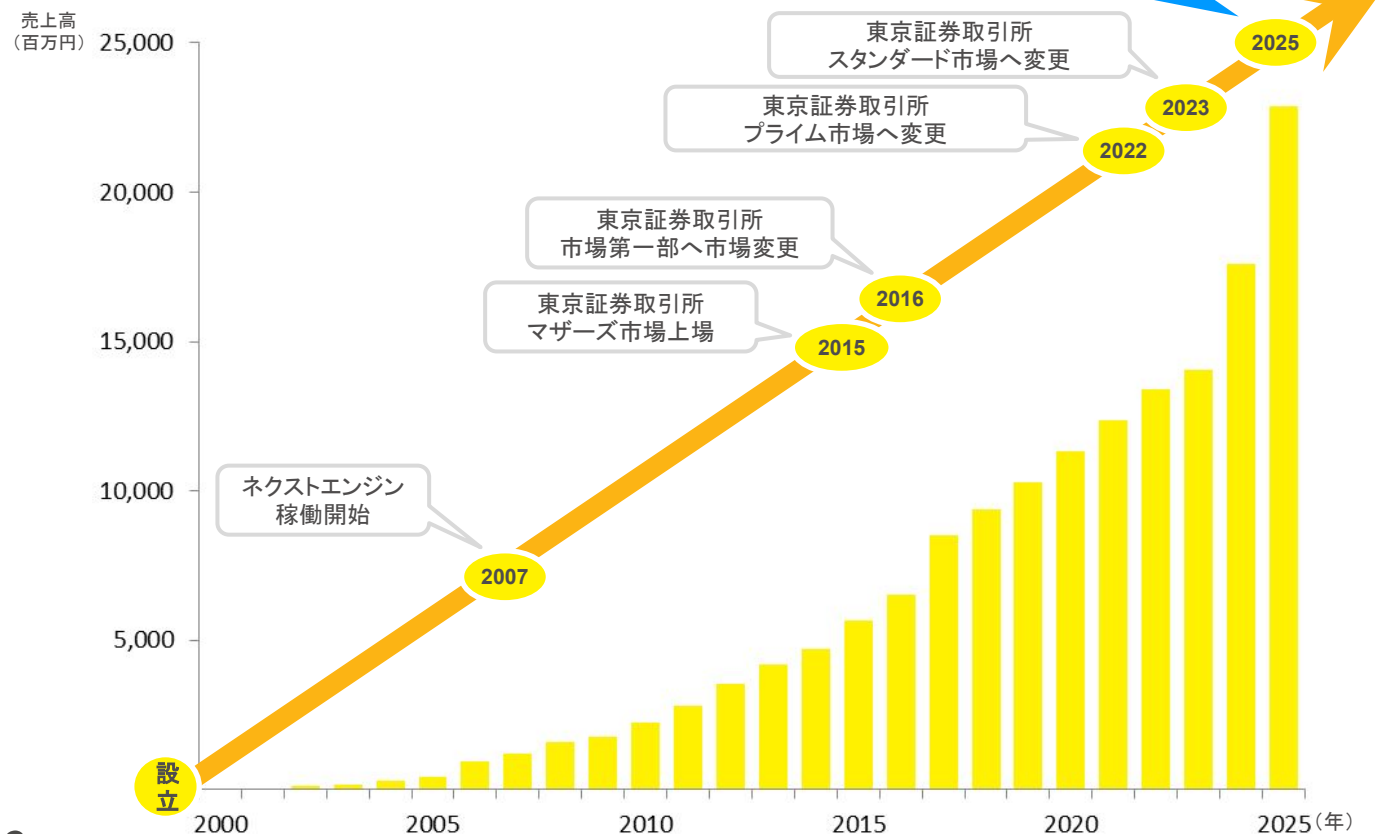
会社概要

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 ※2025年10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



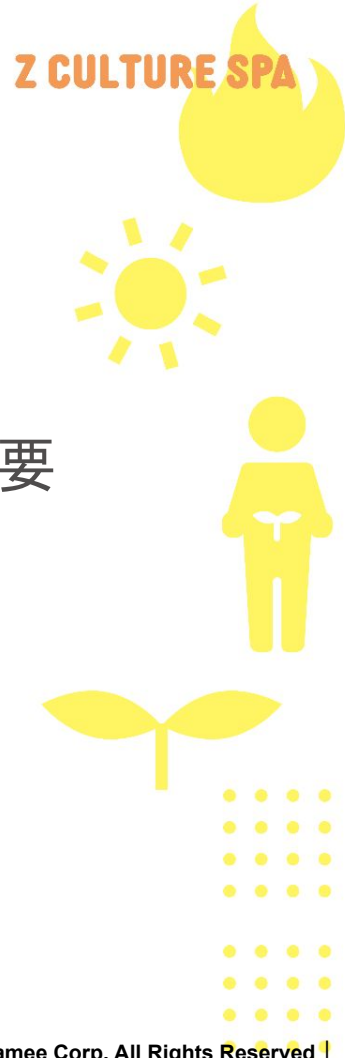
沿革(成長の軌跡)



- I . NE株式会社スピンオフ・上場
- II . 新Hameeについて
- III . 決算概要
- IV . 通期業績予想値の修正

Appendix

- ・ビジネス概要
- ・参考情報



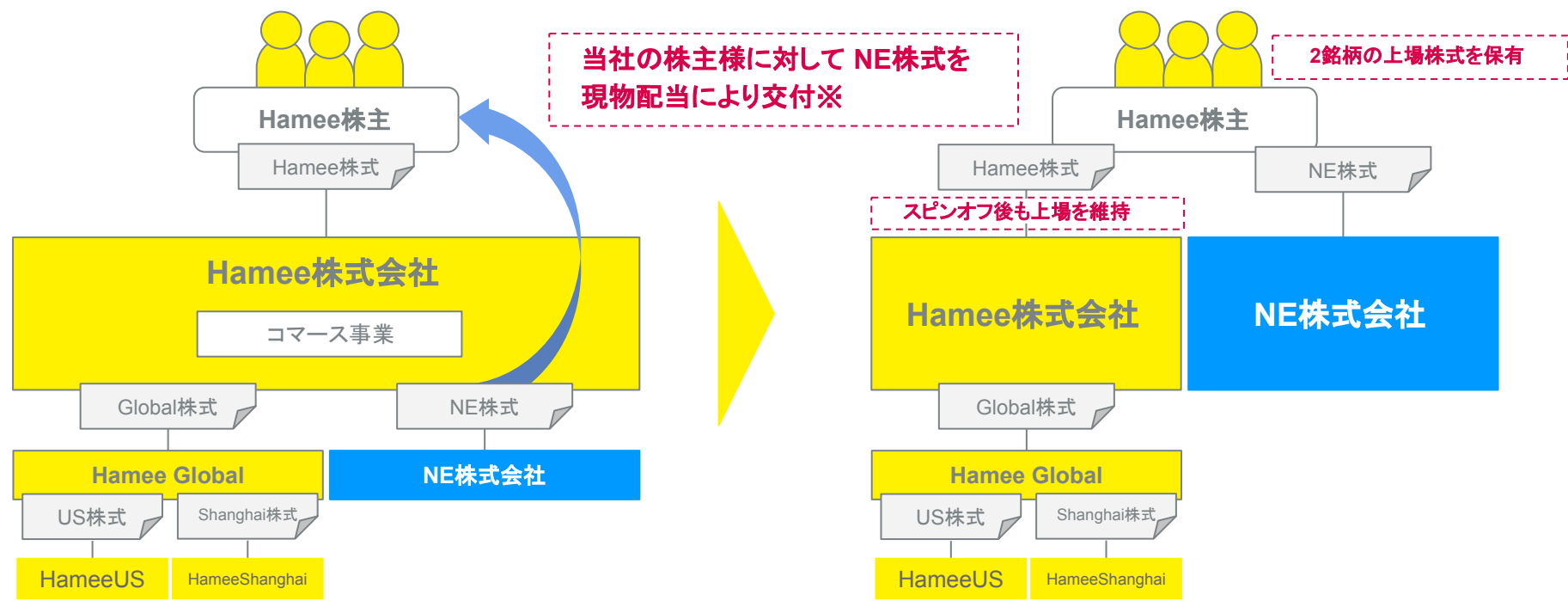


I . NE株式会社 スピンオフ・上場



NE株式会社の株式分配型スピンオフ・上場の概要

NE株式会社の株式分配型スピンオフ・上場(2025年11月4日)



株式分配型スピノフの実施

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。



NE株式会社の株式分配型スピンオフ・上場の目的

経営スピードと事業効率の最大化

質の違う2つの事業の成長を最大限に担保するためには、意思決定プロセスの単純化や、労働環境、給与水準などをそれぞれの事業に合わせる必要があるものの、現組織体制では全体最適が優先されるため当該課題の根本的な解決が困難となっており、それが非効率化に繋がっていると考えております。本スピンオフにより両社が適正な制度と迅速な意思決定を採用でき、**事業の成長速度と資源効率の向上**が期待されます。

プラットフォーム事業に対する適正な評価の確保

現在の当社に対する市場からの評価は、ECや卸販売の売上比率の高さからコマース企業の側面が強調されたものになっていると認識しております。これに起因し、プラットフォーム事業に対してSaaS運営企業としての市場評価が適切に反映されず、株主価値を最大限に発揮できていないと考えております。本スピンオフにより、**両社が適切な評価を得る**ことを可能にします。

成長戦略の自由度の拡大

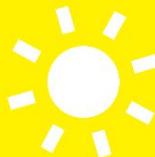
現在具体的な問題が生じている訳ではありませんが、成長戦略を描く際に全体最適を過度に意識した場合、取り得る選択肢の自由度が担保されず、成長戦略の実現に影響が生じる可能性も考えられます。本スピンオフにより、**両社は 事業特性に合った柔軟な戦略オプションを選択することが可能**となります。

Note更新: スピンオフ IPOについて

本スピンオフIPOについて、背景や今後の成長戦略について
代表取締役会長の樋口と代表取締役社長の水島による対話形式でのNote記事をアップしました。



https://note.com/hamee_831_/n/n0f513699688a



Ⅱ. 新Hameeについて



NE(株)スピンオフ後の Hameeグループについて

Our Identity

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「**自分らしさ**」を楽しみ続けることができる世の中を作ること。

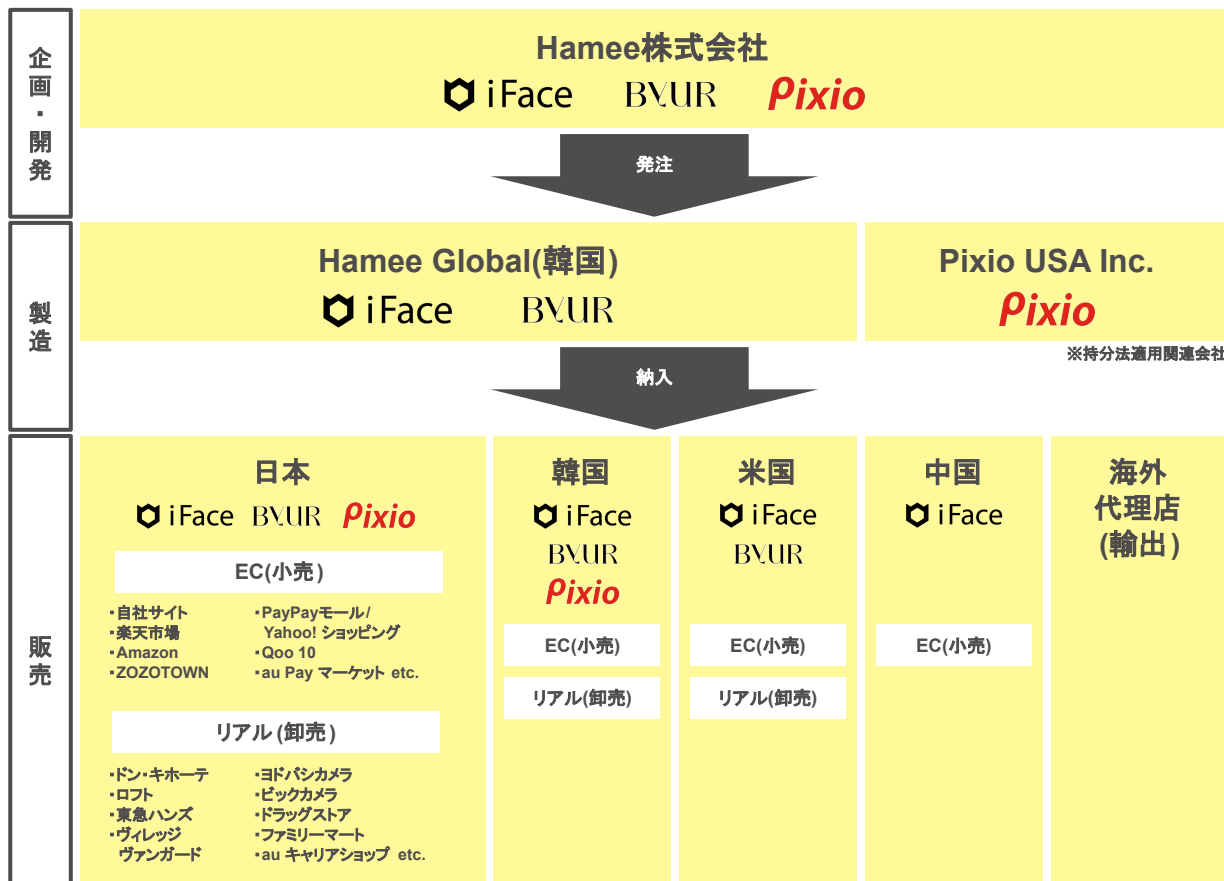
私たちのビジョンを実現するために、「ものづくり」を通じて、ふたつの挑戦に本気で取り組みます。

NE(株)スピンオフ後の Hameeグループについて



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



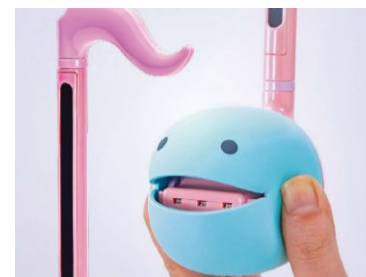
コスメティクスブランド「ByUR(バイユア)」は、韓国発の「毛穴管理」をコンセプトとしたナチュラルコスメブランドで、ベースメイクやスキンケア市場を中心に、自社で企画から携わったアイテムを多数展開しています。リリースから3年間、ブランド・シリーズ累計でベストコスメを224冠受賞しました。2025年11月にはインナービューティブランド「ByGLOW」をリリース。

ゲーミングアクセサリ事業

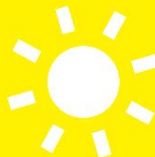


ゲーミングアクセサリブランド「Pixio」は、手に取りやすい価格と高いクオリティを実現したゲーミングモニターおよびその周辺機器を展開しています。特にホワイトやパステルといった他社にないモニターのカラー展開により、“推し活”等と相まって、若年層を中心にブランド認知度がアップしています。

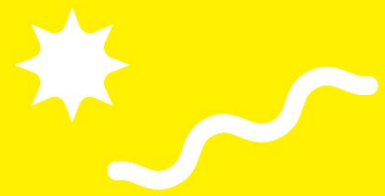
グローバル事業



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。



Ⅲ. 決算概要



エグゼクティブサマリ

01

2Q会計期間は、コマースセグメント各事業において、需要増加を見込んでの売上、利益を期初に計画していたが、需要環境の変動により、売上・利益は当初計画を下回る。需要構造の変化に合わせ、チャネル戦略の見直し等、収益性改善に向けた取り組みを前倒しし、下期以降の回復基盤を強化。
売上高は好調であった前期 2Qを超える水準を維持しており、成長基盤は揺らいでいない。

02

2Q会計期間において、戦略的なチャネル強化と新商品の寄与により、懸案であったコスメティクス事業が黒字達成、収益化に明確な進展。今後連結業績に貢献していくことが期待。

03

下半期においては、各事業が着実に成長基盤を固め、中長期的な収益成長に向けた改善施策の実行フェーズに入る。市場動向を踏まえつつ、計画の精度を高めたうえで事業モデルの強化に集中しており、これらの取り組みを反映して通期予想を修正、アップデート。
売上高については過去最高を計上した前期を超える水準を目指す。

2Q連結業績と業績予想との差異

- ・売上高および営業利益については次ページ以降にて詳細をご説明いたします。
- ・経常利益については 2025年1月にPixio USA Inc.を持分法適用会社としたことに伴い、同社から仕入れているゲーミングアクセサリー関連商品の未実現利益が増加し、持分法損益にマイナス影響が生じたこと等により減益
- ・中間純利益については、営業利益および経常利益が計画を下回ったことの影響等により減益

(百万円)	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 中間純利益	1株当たり 中間純利益
前回発表予想 (A)	11,940	1,196	1,139	771	円 銭 47.34
2Q連結 実績値 (B)	11,232	705	547	299	18.78
増 減 額 (B-A)	△ 708	△ 491	△ 592	△ 472	—
増 減 率 (%)	△ 5.9%	△ 41.1%	△ 52.0%	△ 61.2%	—

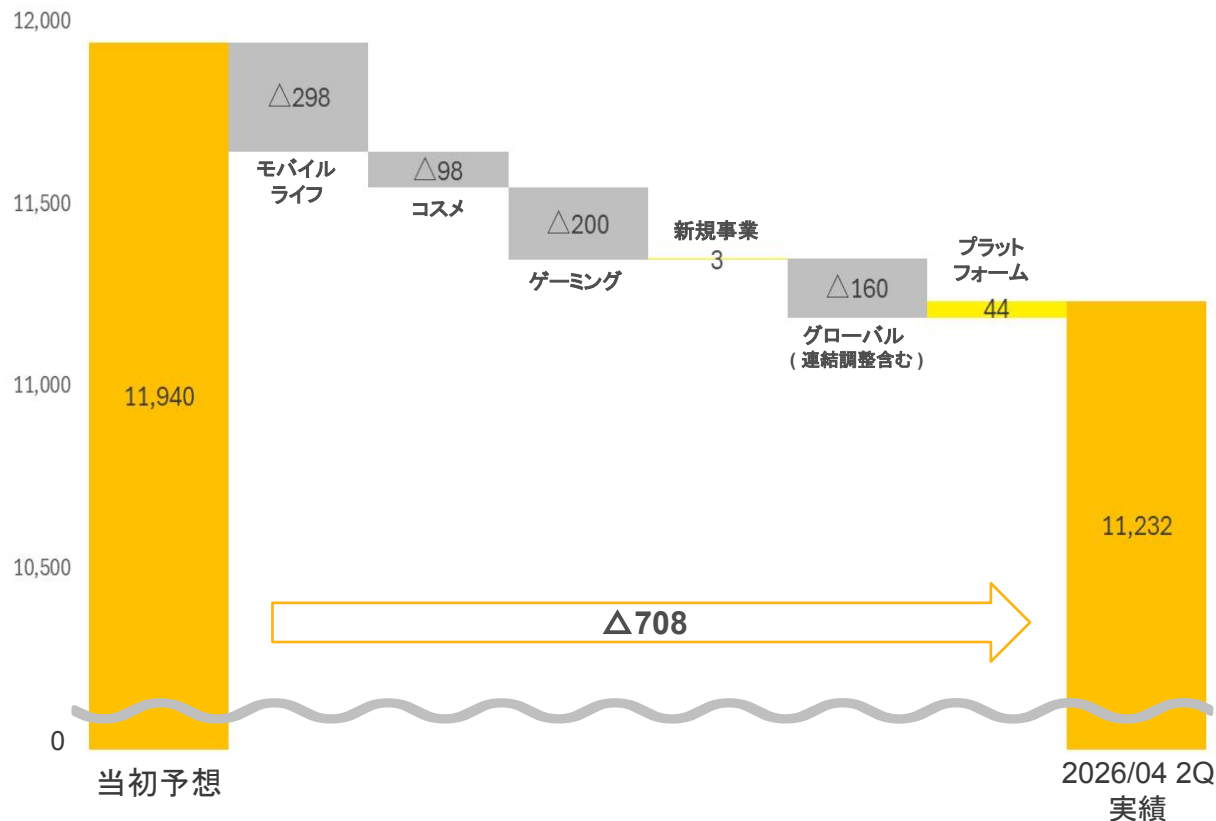
2Q業績予想との差異 一売上高増減分析

【コマースセグメント】

- モバイルライフ事業は、新型iPhone17シリーズ関連商品の販売が当初見込みを下回ったことに加え、店舗における新型iPhoneの取り扱い姿勢のトーンダウン等を背景に卸販売が伸び悩む
- コスメティクス事業は、1Qに行った卸先再編による販売活動の一時停滞による影響により未達
- ゲーミングアクセサリ事業は、市場全体の供給過多による低価格帯製品の投入が続き、価格競争が発生
- グローバル事業は、米国関税政策の影響が長引き、積極的な販売施策が打てなかったことによる見込みからの下振れが発生

売上高(累計期間)

(百万円)



2Q業績予想との差異 ー営業利益高増減分析

【コマースセグメント】

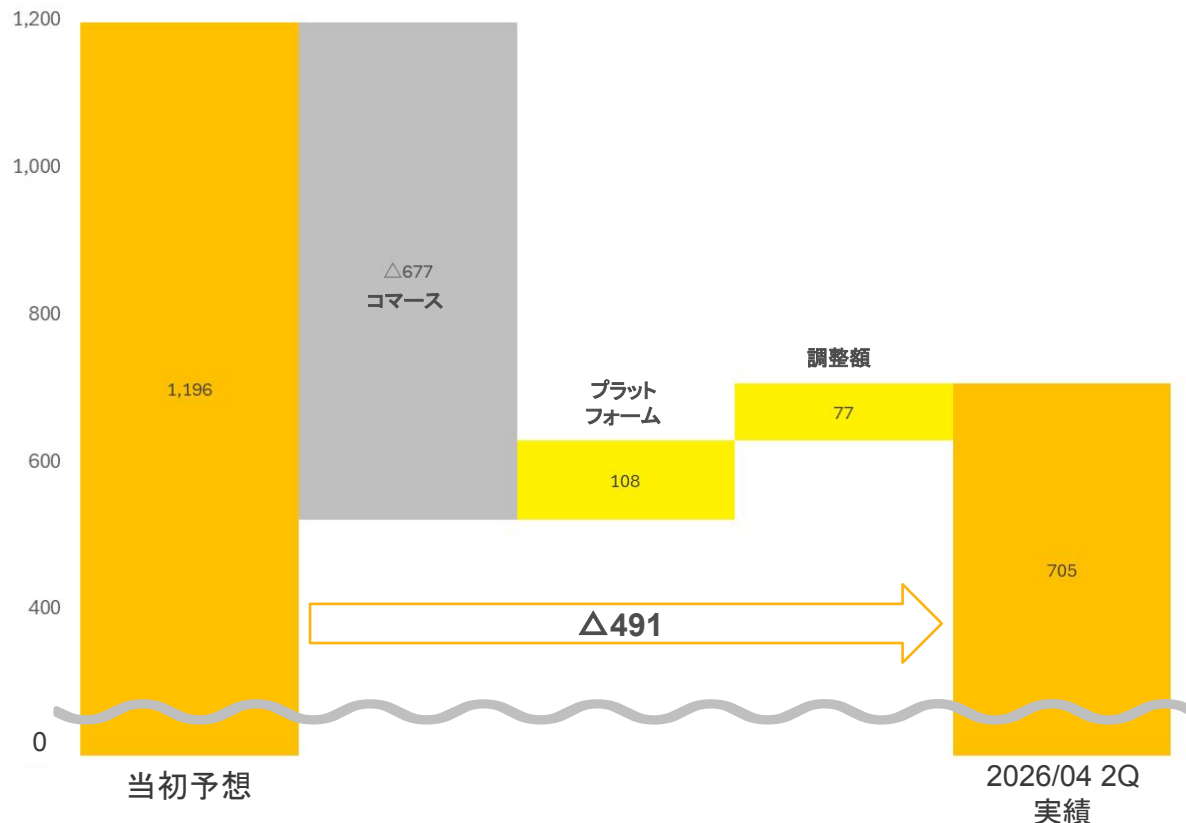
- 各事業の売上計画未達による減収に加え、コスメティクス事業の販促費、物流費増加、およびグローバル事業の関税負担、人件費、物流費増加等の一時的な要因が重なり、営業利益は当初計画を下回る

【調整額】

- 積極的なコスト管理の徹底により、減益幅を縮小

営業利益(累計期間)

(百万円)



26年4月期2Q セグメント別概況

- コマースセグメントは、好調だった前期2Qに対して苦戦する事業があった一方で、コスメティクス事業の二桁成長に支えられ、売上高は前年同期比 4.3%増
- プラットフォームセグメント は会計・累計期間ともに前年比増収増益
- 連結では両セグメント増収となる一方でコマースセグメントの一時的な要因により減益

(百万円)		会計期間				累計期間					
連結セグメント概況		2025/04 2Q実績	2026/04 2Q実績	増減額	前年比	2025/04 1Q~2Q実績	対通期計画 達成率	2026/04 1Q~2Q実績	増減額	前年比	対通期計画 達成率※
コマース	売上高	5,196	4,952	△244	△ 4.7%	8,874	56.3%	9,254	379	4.3%	47.0%
	セグメント利益	700	451	△249	△ 35.6%	834	42.2%	549	△284	△34.1%	47.5%
	利益率	13.5%	9.1%	△ 4.4%	—	9.4%	—	5.9%	△3.5%	—	—
プラットフォーム	売上高	901	989	87	9.7%	1,802	45.1%	1,978	175	9.8%	—
	セグメント利益	467	519	51	11.1%	950	47.6%	1,013	63	6.7%	—
	利益率	51.9%	52.5%	0.6%	—	52.7%	—	51.2%	△ 1.5%	—	—
連結	売上高	6,098	5,942	△156	△ 2.6%	10,677	54.1%	11,232	555	5.2%	51.8%
	セグメント利益	1,168	970	△197	△ 16.9%	1,784	44.9%	1,563	△221	△12.4%	72.1%
	調整額※	△370	△436	△ 65	—	△763	—	△858	△94	—	—
	営業利益	797	534	△263	△ 33.0%	1,021	49.0%	705	△315	△30.9%	97.5%
	利益率	13.1%	9.0%	△ 4.1%	—	9.6%	—	6.3%	△3.3%	—	—

※ 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。
 ※ 2026/04の対通期計画達成率は連結業績予想の修正数値で算出しております。詳細はP45.「IV. 通期業績予想値の修正」をご確認ください。

26年4月期2Q 連結概況 一売上高増減分析

<コマース>

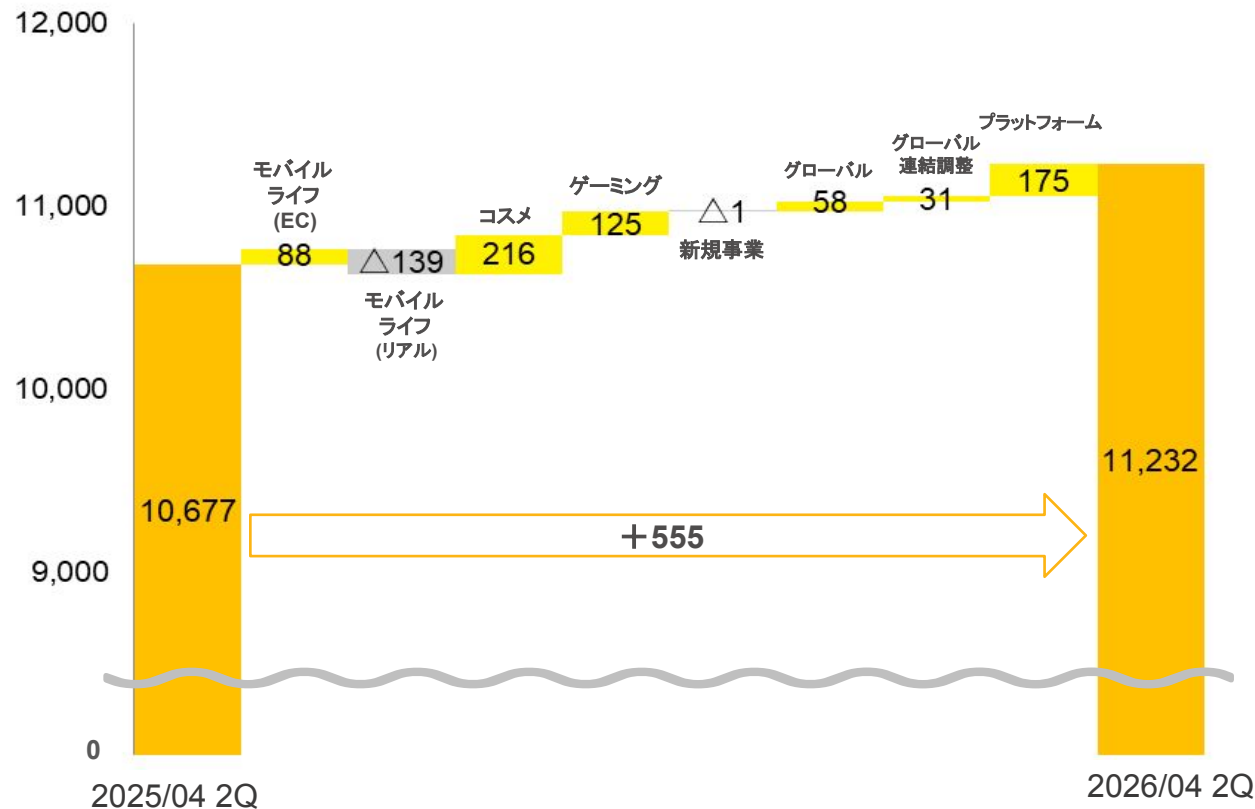
- モバイルライフ: ECが好調により増収となるも、卸販売の新型iPhone取り扱い姿勢のトーンダウン等を背景に卸販売が伸び悩む
- コスメティクス: 卸販売でのベースメイク販売による店頭プレゼンス強化や、販路再編による効果もあり、大きく増収を達成
- ゲーミングアクセサリ: 2Qにてモニターについては競争激化となるものの、1Qの増収により累計では売上伸長
- グローバル: 米国関税政策の影響が長引き、積極的な販売施策が打てなかったことによる見込みからの下振れが発生するものの、計画未達も前年比では増収

<プラットフォーム>

- プラットフォームセグメントは増収

売上高(累計期間)

(百万円)



26年4月期2Q 連結概況 ー営業利益増減分析

<コマース>

- モバイルライフ: 卸販売の減収と広告宣伝費の増加により、減益
- コスメティクス: 1Qの商品評価損の計上、ドラッグストアへのベースメイク導入に伴う販促費の増加により、1Qビハインドを払拭できず減益となるも、下期には黒字見通し
- ゲーミングアクセサリー: 価格競争が発生するも、前期比プラスを維持

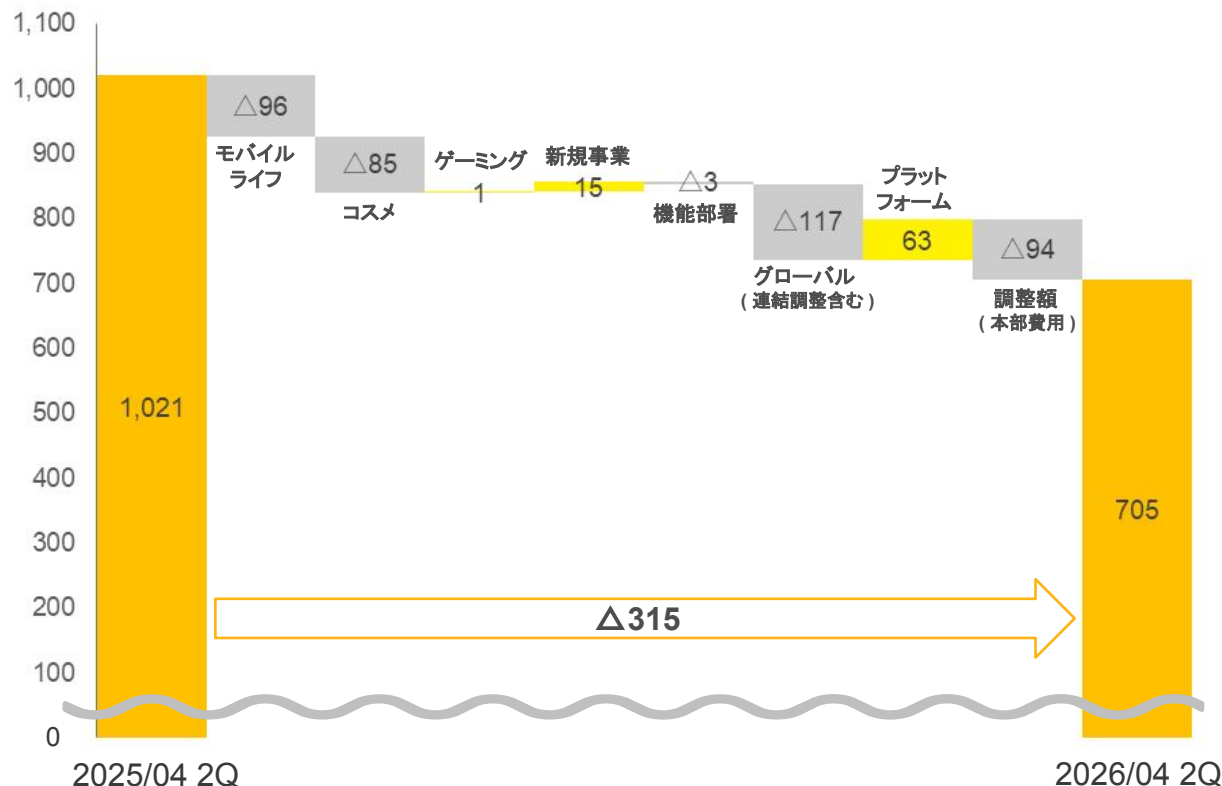
- 機能部署: 保守人員増により微減益
- グローバル: 米国向け商品の関税負担による利益率低下、在庫増に伴う未実現利益の発生、物流費等の増加により減益、海外子会社の人件費増等により調整額が増加

<プラットフォーム>

- プラットフォームセグメントは増益

営業利益(累計期間)

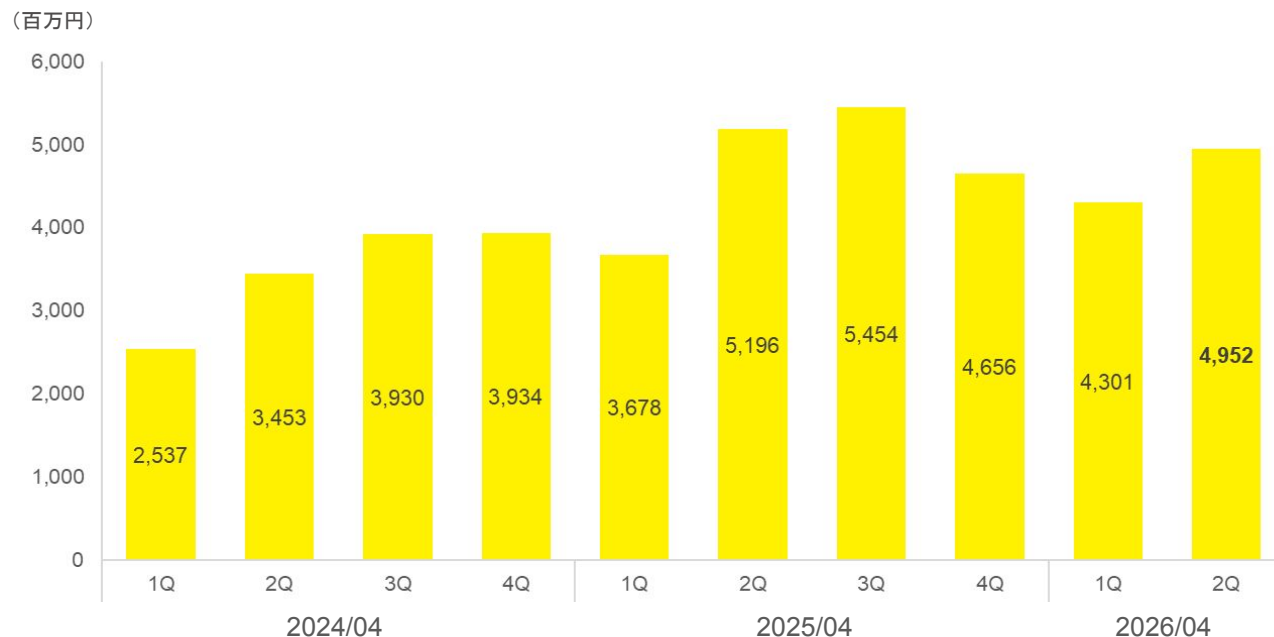
(百万円)



売上高四半期推移 (PF除く)

- 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

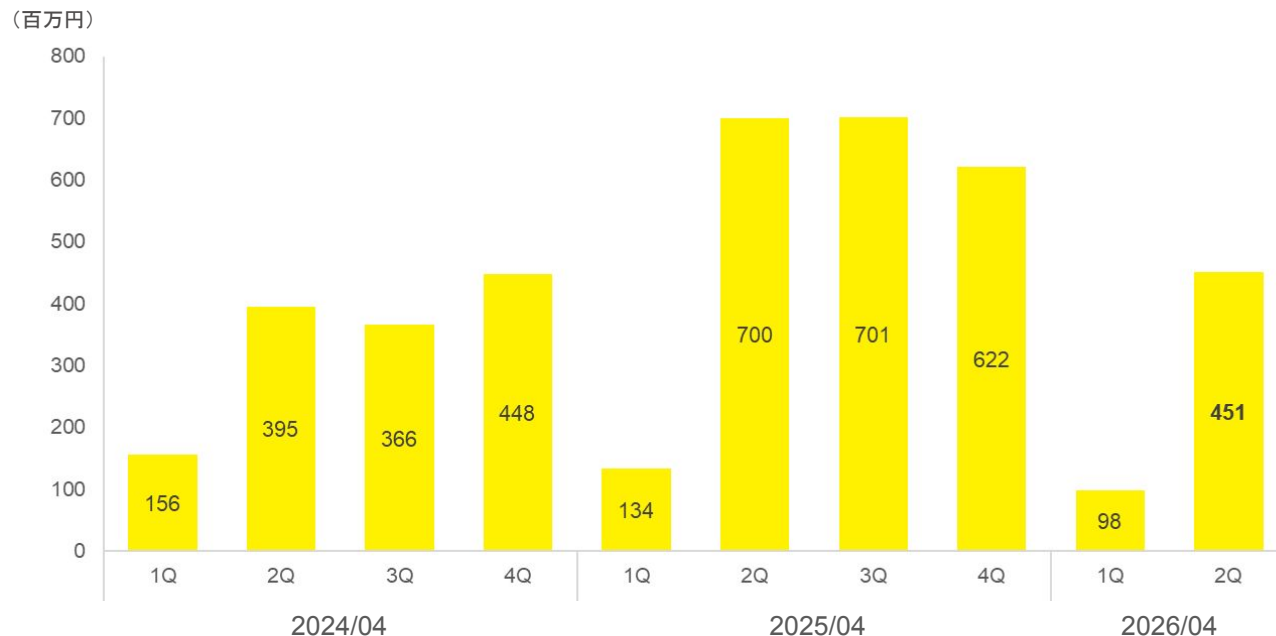
売上高(会計期間)



セグメント利益四半期推移 (PF除く)

- 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にかけて伸長
- コスメティクス事業は2Qおよび4Qの新商品発売により増加
- ゲーミングアクセサリ事業は3Qのブラックフライデーおよび年末商戦により増加
- グローバル事業は3Qのブラックフライデーおよびクリスマス商戦により増加

セグメント利益(会計期間)



26年4月期2Q コマースセグメント概況(売上高)

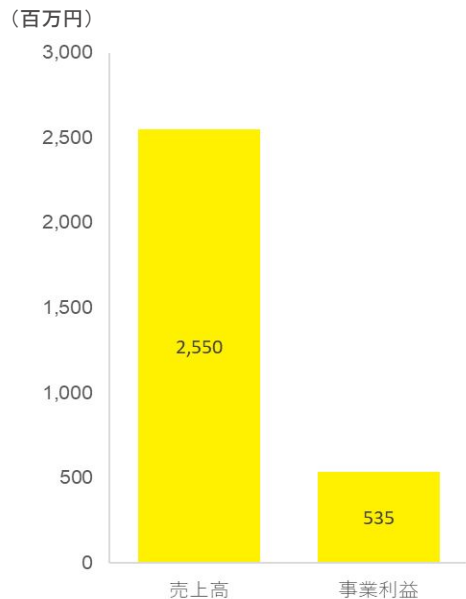
(百万円) コマースセグメント	会計期間				累計期間			
	2025/04 2Q実績	2026/04 2Q実績	増減額	前年比	2025/04 1Q~2Q実績	2026/04 1Q~2Q実績	増減額	前年比
売上高	5,196	4,952	△244	△4.7%	8,874	9,254	379	4.3%
モバイルライフ事業	2,550	2,432	△117	△4.6%	4,188	4,138	△50	△1.2%
コスメティクス事業	913	1,157	243	26.6%	1,822	2,038	216	11.9%
ゲーミングアクセサリ事業	768	652	△115	△15.1%	1,461	1,586	125	8.6%
新規事業投資	32	29	△2	△8.6%	61	59	△1	△2.3%
グローバル事業	932	681	△251	△27.0%	1,341	1,431	89	6.7%

26年4月期2Q コマースセグメント概況(営業利益)

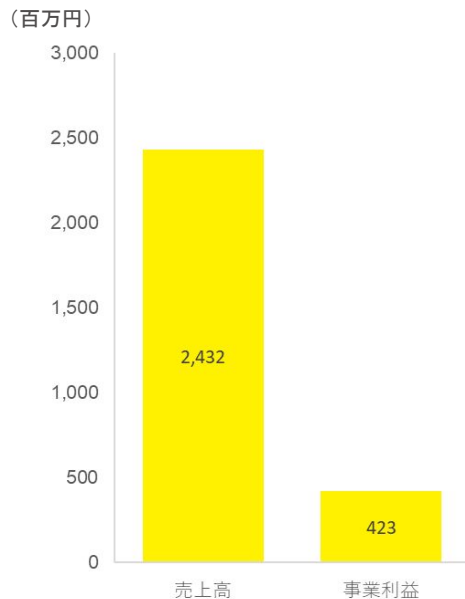
(百万円) コマースセグメント	会計期間				累計期間			
	2025/04 2Q実績	2026/04 2Q実績	増減額	前年比	2025/04 1Q~2Q実績	2026/04 1Q~2Q実績	増減額	前年比
営業利益	700	451	△249	△ 35.6%	834	549	△284	△34.1%
モバイルライフ事業	535	423	△111	△ 20.9%	765	668	△96	△12.7%
コスメティクス事業	△48	6	54	—	21	△63	△85	—
ゲーミングアクセサリ事業	16	△8	△25	—	55	57	1	3.1%
新規事業投資	△57	△43	13	—	△104	△88	15	—
機能部署	△63	△62	1	—	△122	△125	△3	—
グローバル事業	318	136	△182	△ 57.2%	219	102	△117	△53.3%
営業利益率	13.5%	9.1%	△ 4.4%	—	9.4%	5.9%	△ 3.5%	—

26年4月期2Q モバイルライフ事業

- 新型 iPhone17 シリーズの販売が市場全体で弱含んだことに加え、卸先店舗での新型 iPhoneの扱い姿勢のトーンダウン等を背景とした卸販売の伸び悩みが影響
- 上記理由に加え、EC強化に伴うマーケティング費用負担等の影響により前年比減益



2025/04 2Q



2026/04 2Q

売上高

2,432百万円(前年比 $\Delta 117$ 百万円 / $\Delta 4.6\%$)

事業利益

423百万円(前年比 $\Delta 111$ 百万円 / $\Delta 20.9\%$)

iFace 商品展開



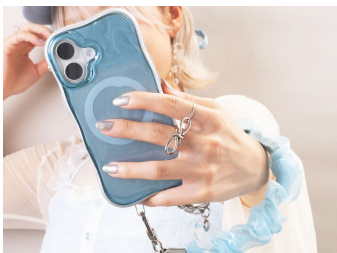
スマホケース+アクセサリ拡充による売上拡大

iFaceの定番シリーズである「Reflection」「First Class」「Look in Clear」を iPhone向け製品を中心に展開中。周辺アクセサリ開発を強化し、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を構築。



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投入し、通電系アクセサリについても継続的な開発強化を実施。実機の売れ行きに左右されない安定的な収益源として期待。



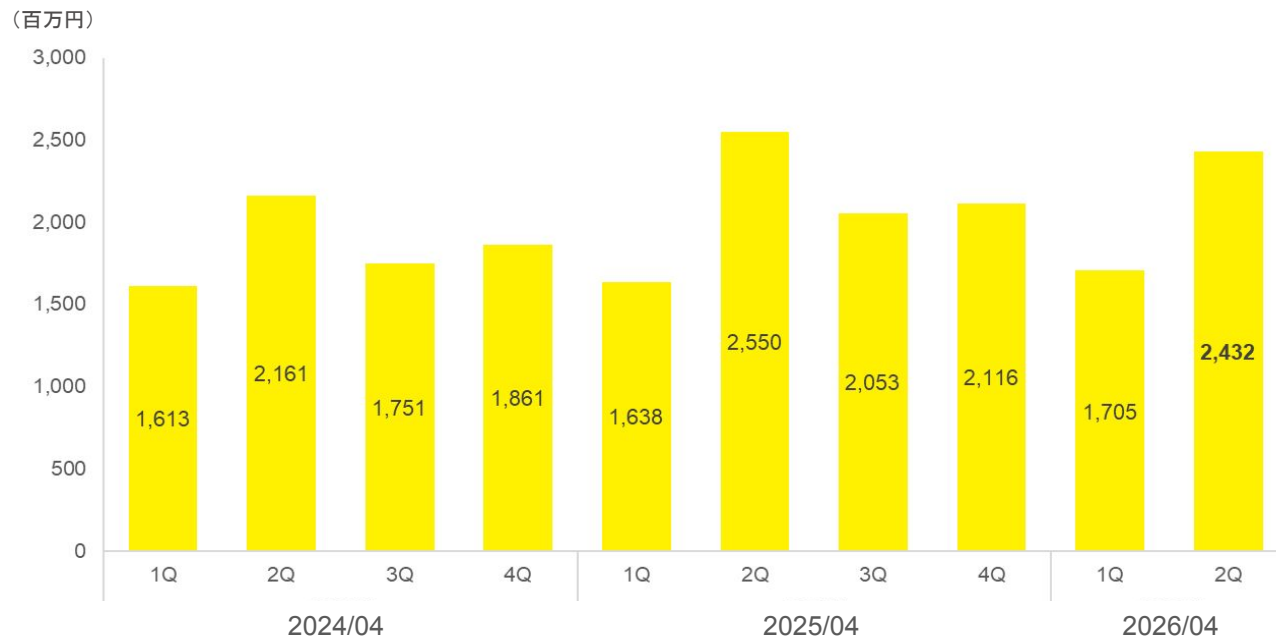
iFaceブランドに流行トレンドを取り入れた新商品開発

前期よりスタートした、トレンドを反映した新シリーズ『BeBling』から『**BeBling2**』を発売中。光沢感とウェーブデザインが若年層から高い支持を継続中。トレンドを取り入れた新商品開発を行い、新型iPhoneリリース時の需要増に依存しないビジネスモデルを構築。

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

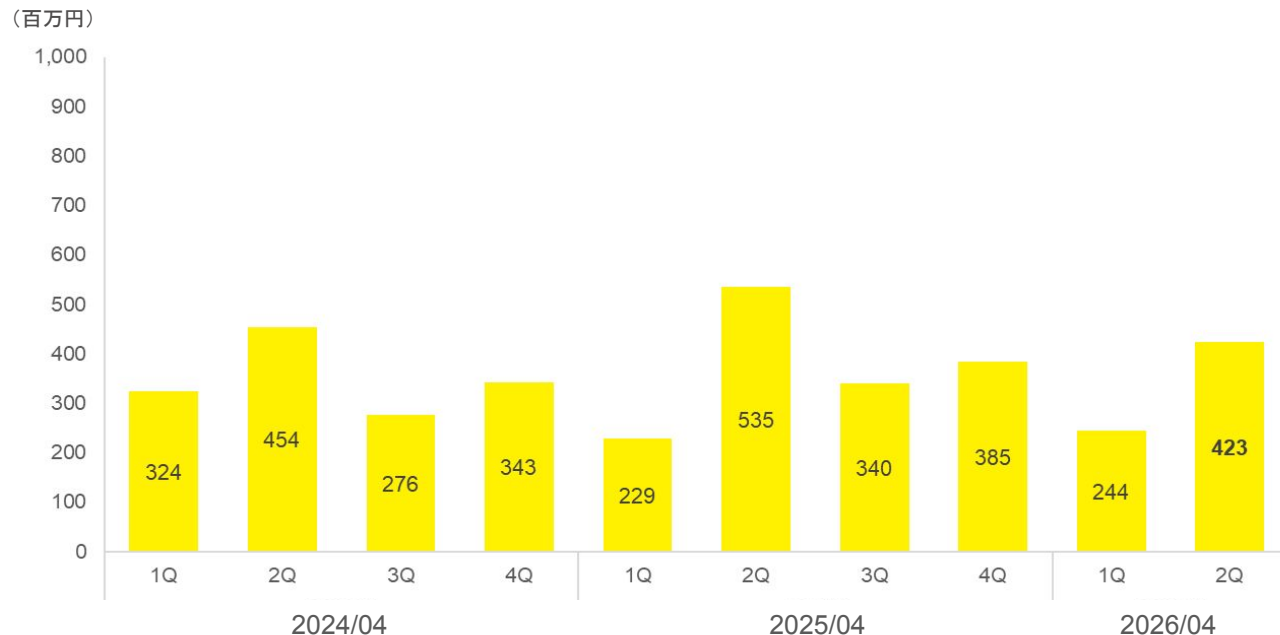
売上高(会計期間)



モバイルライフ事業 —事業別利益四半期推移

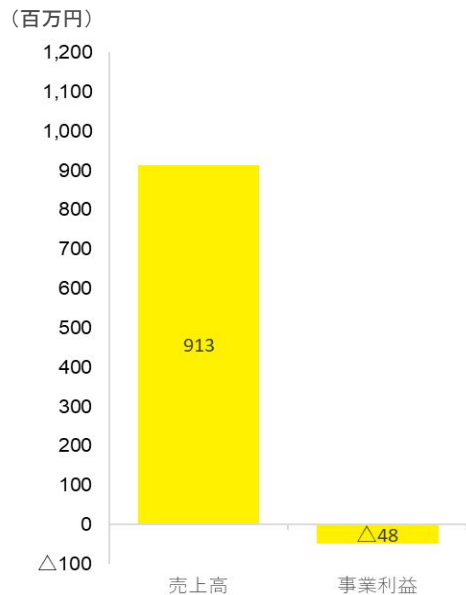
- 新型 iPhone 発売に伴う販売数量増加により 2Q 利益が大きく伸び、利益貢献
- ブラックフライデーや年末商戦といったイベント等により 3Q も利益が大きく伸びる
- 4Q は新生活需要に伴うスマートフォンケースの買い替え需要により利益貢献
- 「MagSafe」商材の増加により、周辺アクセサリーとのクロスセル施策を実行することで、利益を獲得。引き続き周辺アクセサリー開発も同時に強化

事業別利益(会計期間)

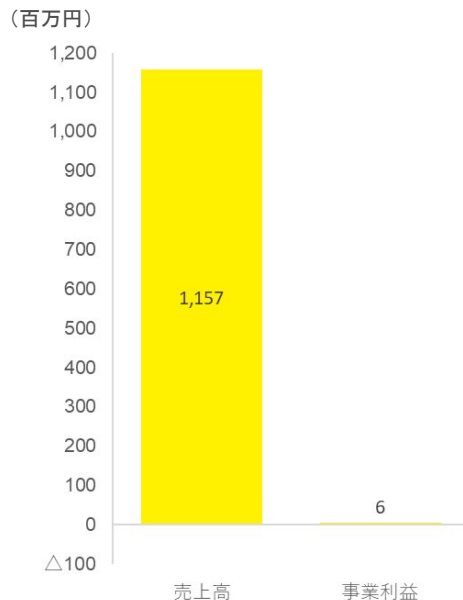


26年4月期2Q コスメティクス事業

- 秋の新商品およびベースメイク商品のドラッグストア等への卸販売拡大が進み、2Qの売上は前年同期比で大幅な増収を達成
- 上記や新規取引先導入に伴い、什器・サンプルを含む販促費および物流費・出荷関連コストが増加したものの、黒字達成



2025/04 2Q



2026/04 2Q

売上高

1,157 百万円

(前年比 +243百万円 / +26.6%)

事業利益

6 百万円

(前年比 +54百万円)

コスメティクス事業



ベースメイクとシートマスクカテゴリーの強化

ByURシリーズ初のリキッドファンデーションを9月に発売し、販売が好調。今後の売上拡大に期待。
今後も新規ベースメイク商品の発売により、認知拡大を図る。



店舗および店舗内ベースメイクカテゴリー拡張

導入店舗はバラエティーショップおよびドラッグストア等で約 7,000店舗。
コンビニエンスストアで約 11,000店舗まで拡大。



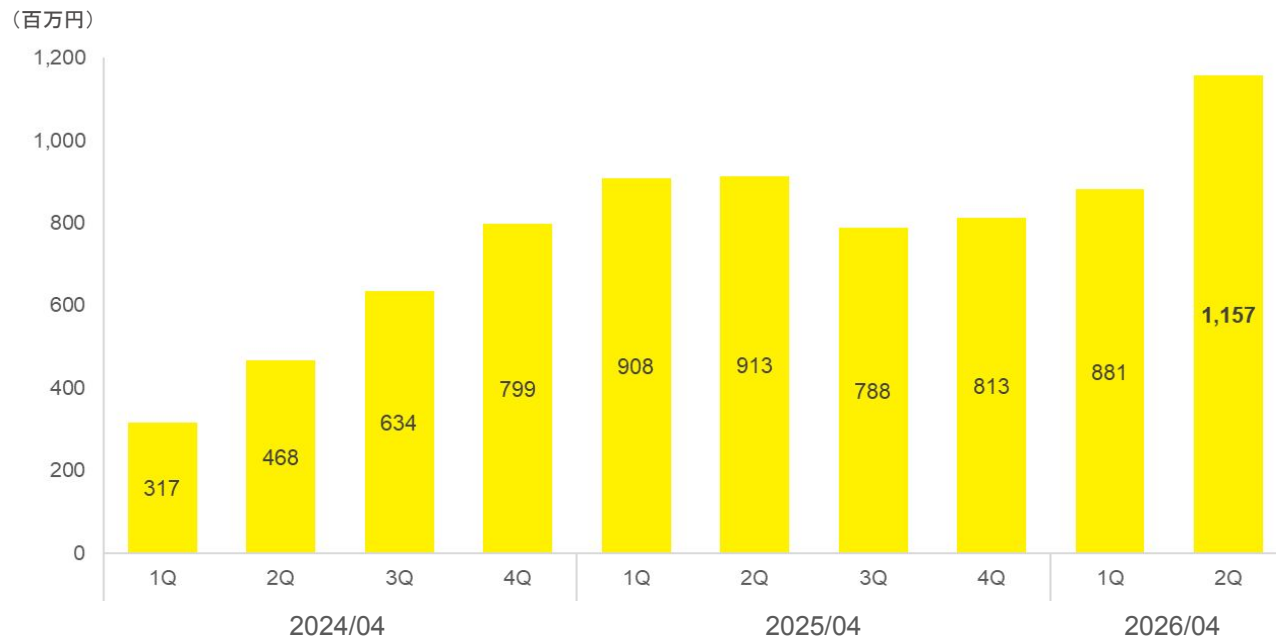
ByURで培った経験や企業アセットを活用した新カテゴリー参入による成長拡大

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。今後の更なる事業成長へ期待。

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。現在は約7,000店舗の導入に至るまで成長
- ※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

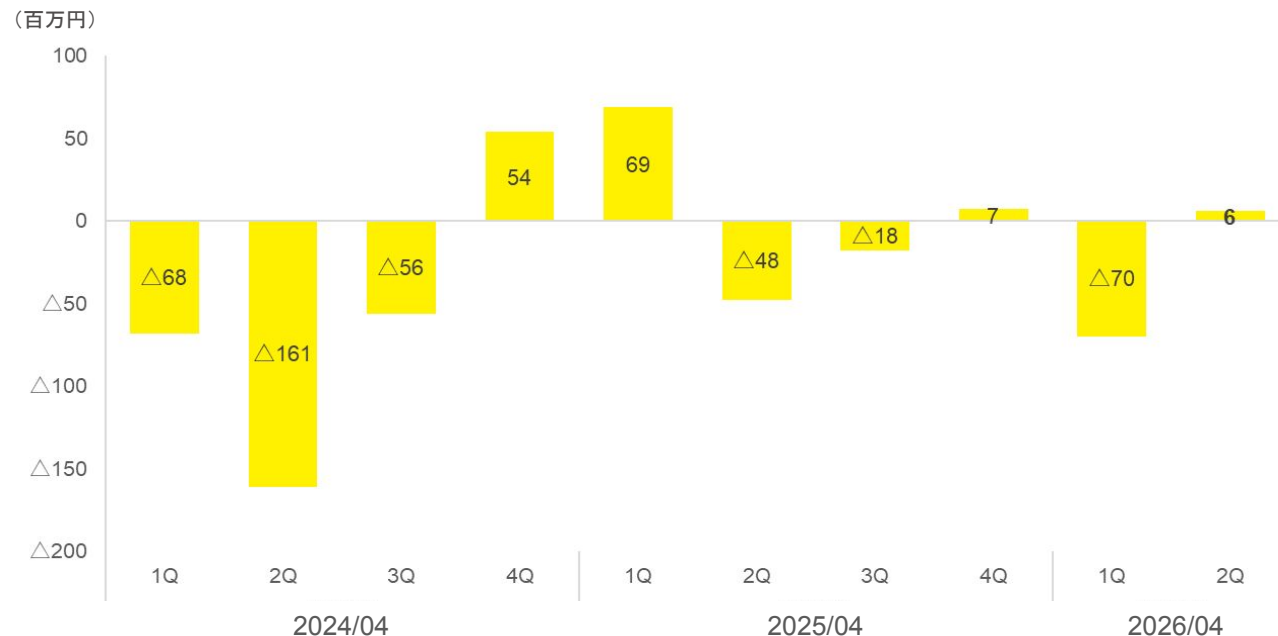
売上高(会計期間)



コスメティクス事業 —事業別利益四半期推移

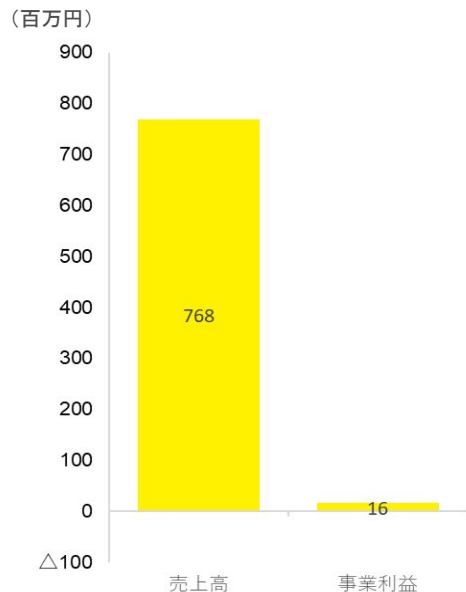
- 2024年度に輸入にかかる化粧品製造販売業許可を取得し、原価率低減を実行
- 2025年4月期からは徐々に利益改善が進む
- 引き続き原価改善を図り、複数の改善策を検討しており、今期中の着手を目指し、以降の収益性向上への貢献を期待
- 2026年4月期1Qは商品評価損の発生や広告宣伝費の前倒し等により、一過性の損失を計上

事業別利益(会計期間)

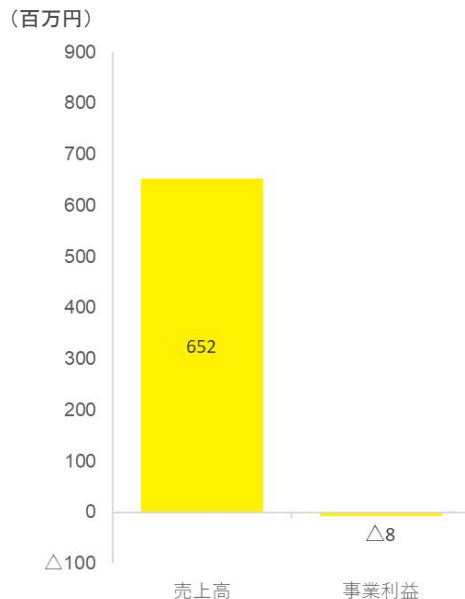


26年4月期2Q ゲーミングアクセサリ事業

- モニター市場の供給過多による価格競争が発生し、好調であった前年同期と比較して減収
- 広告宣伝費や倉庫移転に伴う一時的な物流関連費用の増加負担がありながらも、概ね前年同期並み水準での横ばい推移
- Pixioブランドの高い認知度は維持しており、カテゴリーシェアは引き続き No.1を獲得 ※Amazon社



2025/04 2Q



2026/04 2Q

売上高

652百万円

(前年比 △115百万円 / △15.1%)

事業利益

△8百万円

(前年比 △25百万円)

ゲーミングアクセサリー事業



新カテゴリー拡張

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。



認知拡大

東京ゲームショウへの出展を通じた「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。



Pixioの強み

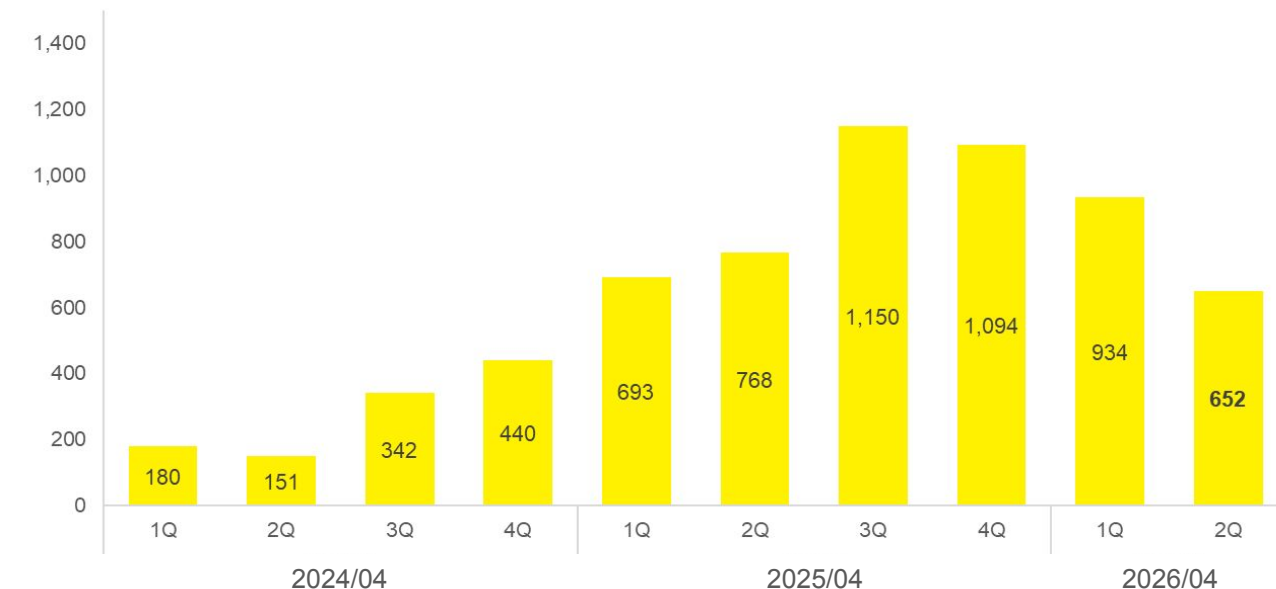
Vtuber・ゲームメーカー・キャラクターとのコラボレーションによる差別化に加え
市場トレンドに沿った高スペックモニターを順次開発中。

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)

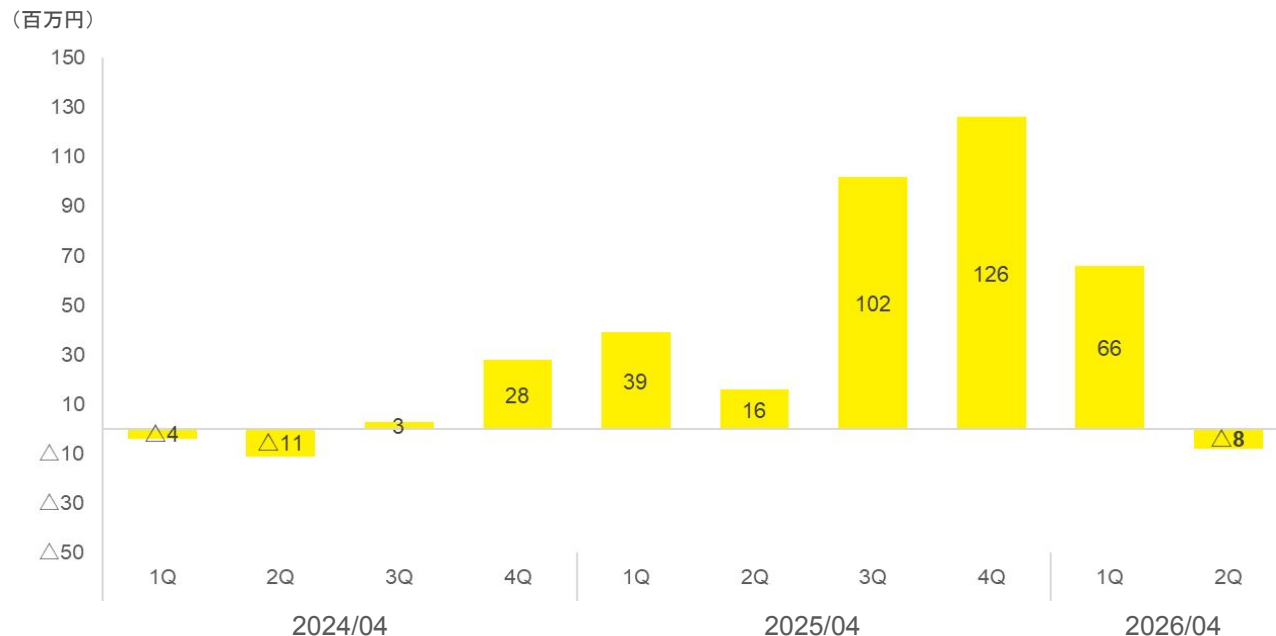
(百万円)



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)

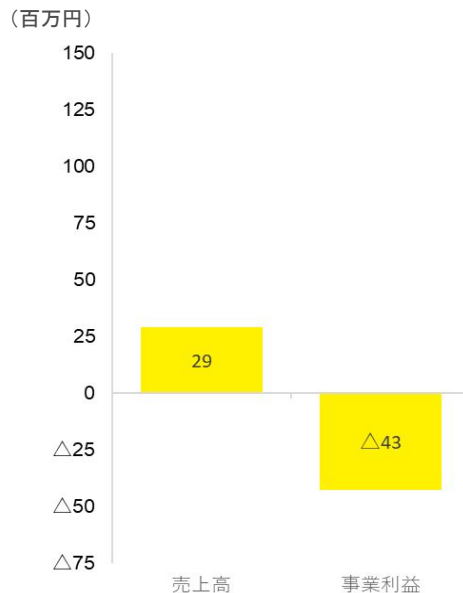


26年4月期2Q 新規事業

- 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



2025/04 2Q



2026/04 2Q

売上高

29百万円

(前年比 Δ2百万円 / Δ8.6%)

事業利益

Δ43百万円

(前年比 +13百万円)

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

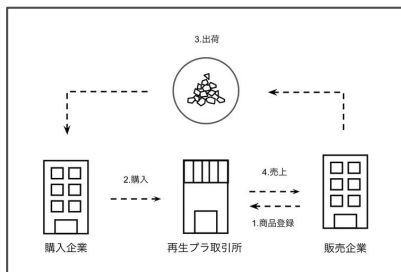
株式会社REMAREは複合プラスチックを板材にマテリアルリサイクルする独自の技術を持ち、企業が焼却に回している複合プラスチックの再資源化を実現することでCO₂の削減に貢献

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

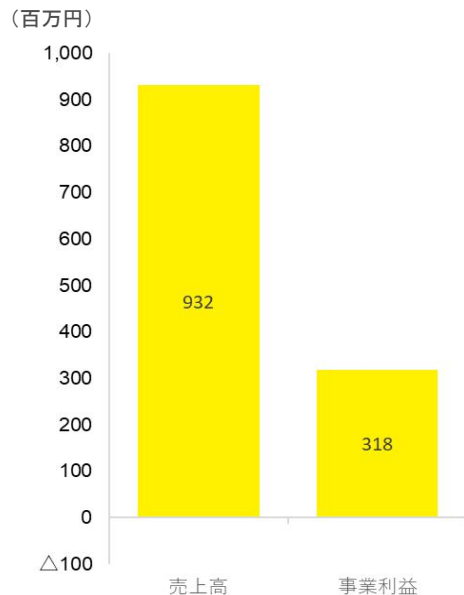
有機物からメタンガスを高効率に生成できる革新的技術で環境価値を創出し、

HameeグループのCO₂排出量0化を目指す

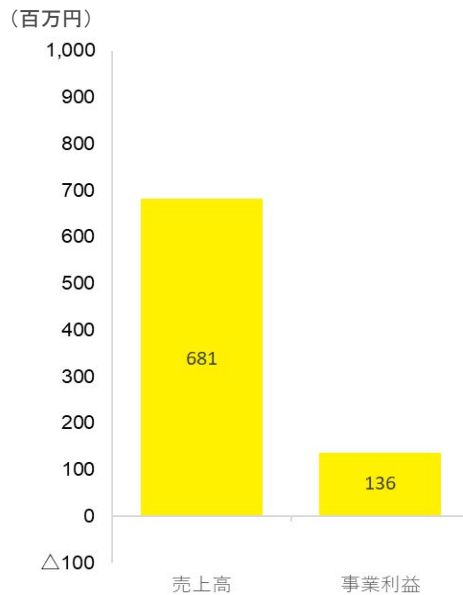
メタンガス生成プラントプロジェクトの推進パートナーとして活動開始

26年4月期2Q グローバル事業

- 一部地域(米国など)での減速が響き、2Qでは落ち込んだ局面
- 在庫増加に伴う未実現利益の増加や米国関税負担、海外子会社の人件費・物流費増加の影響により前年比減益



2025/04 2Q



2026/04 2Q

売上高

681百万円(前年比 $\Delta 251$ 百万円 / $\Delta 27.0\%$)

事業利益

136百万円(前年比 $\Delta 182$ 百万円 / $\Delta 57.2\%$)

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予定しており、さらなる売上拡大を目指す

・モバイルライフ事業 製造開発



・コスメ事業 製造開発/米国販売開始



・オタマトーン ユニコーン



・オタマトーン ジャパン





IV. 通期業績予想値の修正



26年4月期 通期業績予想修正

- 上期での予想値と業績値との差異に加え、下期についても競争環境を含む市場環境の変化が見込まれる
- 通期業績予想の修正は、それら直近の市場環境の動向を注視する中で、下半期においても上半期の業績下振れ圧力が継続することが見込まれるため、上半期予想との差異を含めて下半期予想を修正

(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)	23,285	2,073	1,990	1,417	円 銭 86.99
今回修正予想(B)	21,673	723	479	152	9.33
増減額(B-A)	△ 1,612	△ 1,350	△ 1,511	△ 1,265	—
増減率(%)	△ 6.9%	△ 65.1%	△ 75.9%	△ 89.3%	—

26年4月期 通期業績予想修正 _半期別

(百万円)		売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する四半期 (当期)純利益
1Q~2Q	前回公表	11,940	1,196	1,139	771
	今回公表	11,232	705	547	299
	増減額	△708	△491	△592	△472
3Q~4Q	前回公表	11,344	877	851	646
	今回公表	10,441	17	△68	△147
	増減額	△903	△860	△919	△793
通期	前回公表	23,285	2,073	1,990	1,417
	今回公表	21,673	723	479	152
	増減額	△1,612	△1,350	△1,511	△1,265

26年4月期 通期業績予想修正 _半期 /セグメント別

(百万円)		1Q~2Q(2025/5/1~2025/10/31)				3Q~4Q(2025/11/1~2026/4/30)			
連結セグメント概況		当初予想	連結実績値	増減額	増減率	当初予想	修正予想	増減額	増減率
コマース	売上高	10,006	9,254	△752	△ 7.5%	11,344	10,441	△903	△8.0%
	セグメント利益	1,226	549	△677	△ 55.2%	1,489	606	△883	△59.3%
	利益率	12.3%	5.9%	△ 6.4%	—	13.1%	5.8%	△7.3%	—
プラットフォーム	売上高	1,934	1,978	44	2.3%	—	—	—	—
	セグメント利益	905	1,013	108	11.9%	—	—	—	—
	利益率	46.8%	51.2%	4.4%	—	—	—	—	—
連結	売上高	11,940	11,232	△708	△ 5.9%	11,344	10,441	△903	△8.0%
	セグメント利益	2,131	1,563	△568	△ 26.7%	1,489	606	△883	△59.3%
	調整額※	△935	△858	77	—	△612	△588	24	—
	営業利益	1,196	705	△491	△ 41.1%	877	17	△860	△98.1%
	利益率	10.0%	6.3%	△ 3.7%	—	7.7%	0.2%	△ 7.5%	—

※ 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。
※ NE株式会社のスピンオフIPOに伴い、3Q以降プラットフォーム事業の業績値は連結に含まれておりません。

26年4月期 通期業績予想修正 _コマースセグメント事業別

(百万円)	①2025/04 実績	②2026/04 当初予想	③2026/04 修正予想	対前年実績 増減額 (③-①)	対前年実績 増減率 (③÷①-1)	対当初予想 増減額(③-②)	対当初予想 増減率 (③÷②-1)
売上高	18,986	21,350	19,695	709	3.7%	△ 1,655	△ 7.8%
モバイルライフ事業	8,359	8,724	8,366	7	0.1%	△ 358	△ 4.1%
コスメティクス事業	3,424	4,520	4,168	744	21.7%	△ 352	△ 7.8%
ゲーミングアクセサリー事業	3,706	3,970	3,376	△ 330	△ 8.9%	△ 594	△ 15.0%
新規事業投資	140	117	108	△ 32	△ 22.9%	△ 9	△ 7.7%
グローバル事業	3,356	4,018	3,675	319	9.5%	△ 343	△ 8.5%
セグメント利益	2,158	2,716	1,156	△ 1,002	△ 46.4%	△ 1,560	△ 57.4%

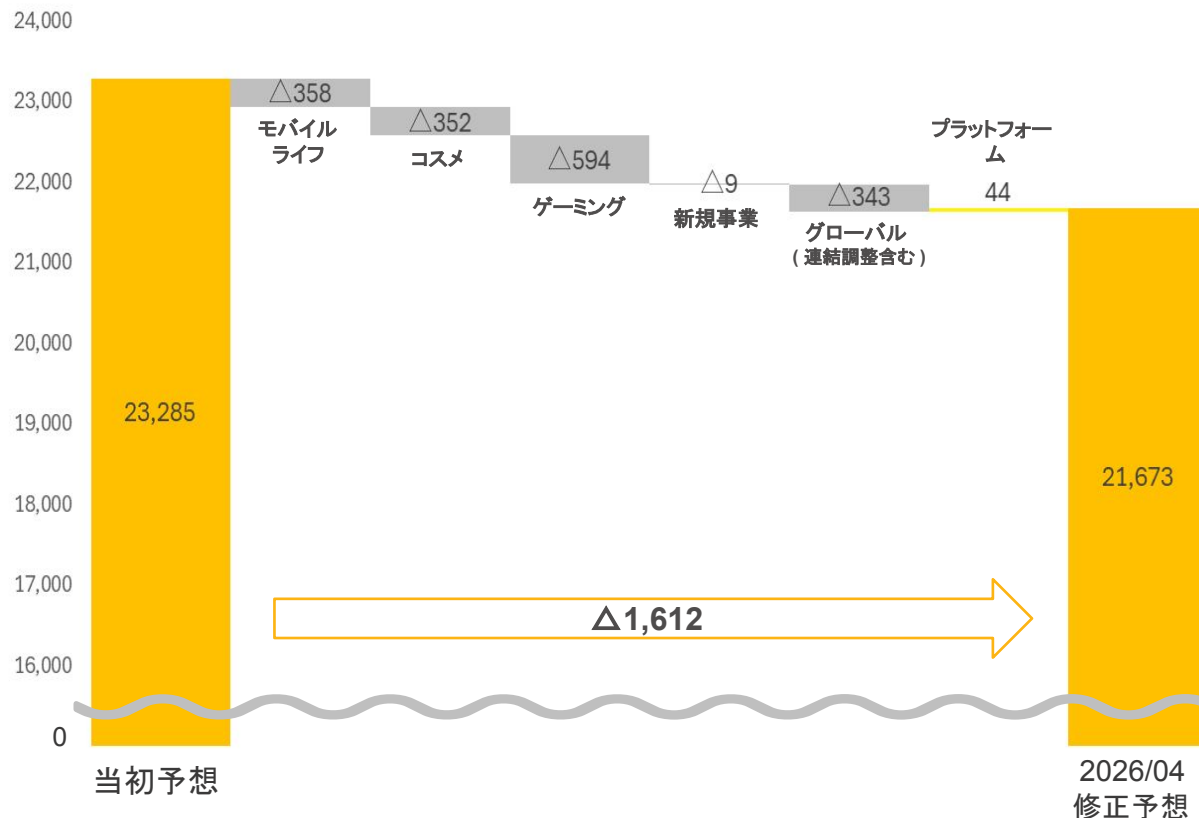
通期業績予想修正 一売上高増減分析

【コマースセグメント】

- セグメント全体に2Qまでの各事業の市場動向は大きく変動しないことを前提としながら、各事業で中長期での売上成長の維持と収益性の回復に取り組むため、具体的な改善施策を検討、実施
- モバイルライフ: 新型 iPhone17関連の卸販売が想定を下回り、卸チャネル全体で減収。ECは増加するものの、卸の落ち込みを補いきれず通期売上は計画比マイナス
- コスメティクス: 前年比は大幅増収だが、ECチャネルの販促効果鈍化により、EC売上計画を下方修正
- ゲーミングアクセサリ: モニター市場の供給過多と低価格競争長期化により、通期売上は当初計画を下回る想定
- グローバル: 米国の関税・サプライチェーン要因を織り込み、通期では売上前提を引き下げ

売上高(累計期間)

(百万円)



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

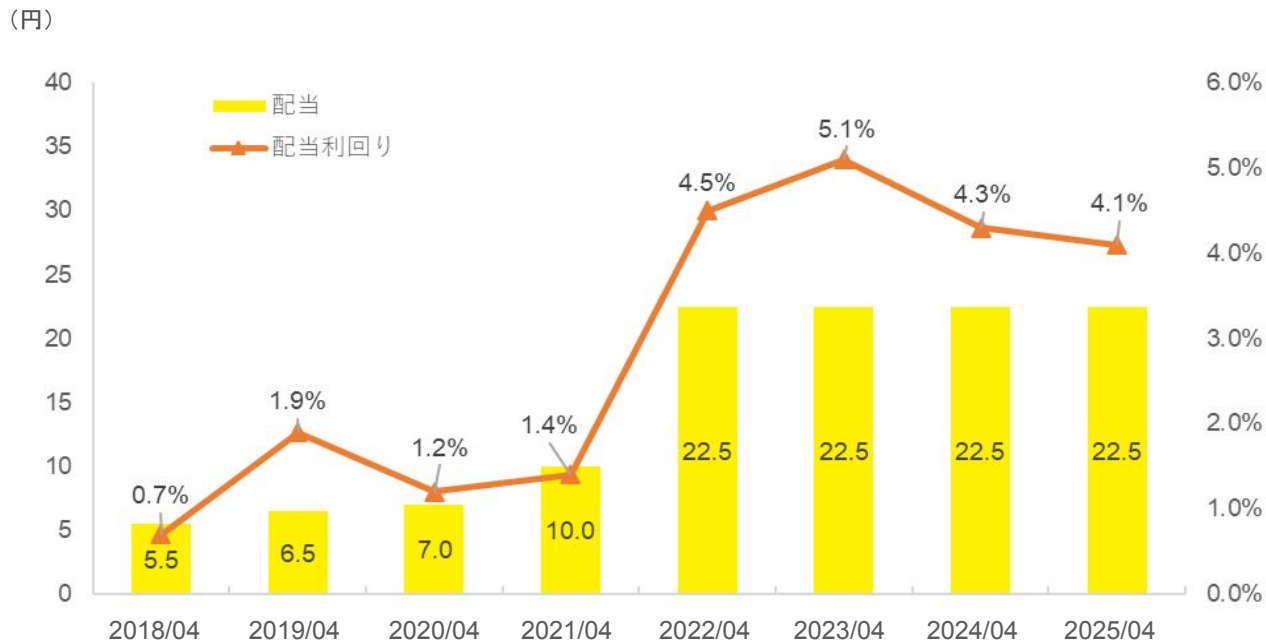
2022年4月期以降は4～5%と高水準を維持しております。

④ 株主優待

年2回、1,500円相当の当社製品購入クーポンをお届けしています。

※当社株式を1単位(100株)以上保有されている株主様対象

配当金額と配当利回り



下期および来期以降の取り組み

モバイルライフ事業

下期

卸売環境の変化を踏まえつつ、下期は上期のビハインドを挽回し、ECチャネルを中心に成長の回復を図ります。既存商品の強化に加え、新商品の投入を前倒しすることで、通期では過去最高売上を達成した前年並みの水準を確保する計画です。

一方で、ECチャネル強化や新商品投入に伴う広告宣伝費等の増加も見込んでおります。

来期以降

iFaceブランドを基盤にカラー・機種バリエーションや通電系アクセサリを拡充し、海外メーカーとの価格競争にはデザイン性・耐久性・IPコラボ等で差別化しつつ、国内EC・卸で安定的に売上・利益を積み上げる体制を目指します。また、新型iPhone需要に依存しない商品ラインナップの拡充を目指し、カテゴリー拡張を実施いたします。

コスメティクス事業

下期

下期はチャネル別の成長ポテンシャルを精査し、EC売上の計画を引き下げる一方、ドラッグストア等における卸売チャネルを中心に拡大を加速させます。特にByURのベースメイクは導入店舗の増加が順調に進んでおり、カテゴリー拡大が引き続き成長を牽引します。利益面では、インナービューティーブランド「ByGLOW」への投資時期が3Qおよび4Qに集中することや、原価改善計画および販売促進費の見通しを改めて織り込んだ結果、現在の延長水準を見込んでおります。

来期以降

「ByUR」をコアブランドとし、ベースメイク強化とドラッグストア等への卸拡大でマスチャネルでの存在感を高めるとともに、「ByGLOW」を育成し美容の内外をカバーするポートフォリオを構築します。原価率見直しや什器・テスター等の販促効率化を通じて、売上成長と収益性向上の両立を図ります。

下期および来期以降の取り組み

ゲーミングアクセサリー事業

下期

下期以降も価格競争が継続するものと想定し、売上計画を保守的な水準へ見直しております。今後はPixio ブランドの独自性を高めるため、アクセサリーラインの強化や新シリーズ開発を重点的に進めます。特に“スペック × デザイン”の領域では差別化余地が大きく、モニターだけに依存しない収益構造への転換を加速させます。

来期以降

汎用モニターへの過度な依存を避け、カラーモニターや高リフレッシュレート機などスペック×デザインに特徴を持つラインアップへシフトいたします。モニターアーム・デスク・チェア等の周辺アクセサリーを拡充し「ゲーミング環境トータル提案」を強化しつつ、コラボ企画やイベント露出でファンベースを広げ、アクセサリー比率の引き上げによって安定した収益基盤を構築し、ブランド価値向上を図ります。

グローバル事業

下期

関税政策の影響が下期以降も継続し、サプライチェーンの混乱や調達・物流コストの上昇が想定されますが、販売価格の最適化やチャネル戦略の見直しにより、徐々に収益性の改善が進む見通しです。

来期以降

ECと卸を最適配分しながら成長を追求してまいります。米国関税や物流費など構造的コストについては、調達・在庫・物流オペレーションの見直しで中長期的な改善を図り、地域ニーズに応じた商品・ブランド展開を通じて、グローバル全体で分散・安定した収益ポートフォリオの確立を目指します。

01

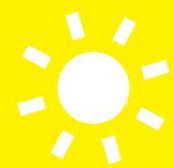
短期的な市場変動により通期予想を見直しましたが、事業基盤の強化は着実に進んでおり、Hamee の成長性はむしろ明確になっています。 SPA モデルとブランド力を軸に、中長期では持続的な成長が十分に実現可能と判断しています。

02

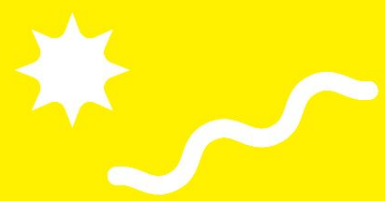
市場環境を見極めながら各事業で重点施策を実行し、収益性の回復を図るとともに、ブランド強化・カテゴリー拡張・オペレーション改善を通じて、来期以降の中長期の成長基盤を再構築します。

03

来期以降の中長期の計画については、 2026年6月の本決算発表と合わせて、発表させて頂く予定です。



APPENDIX ご参考



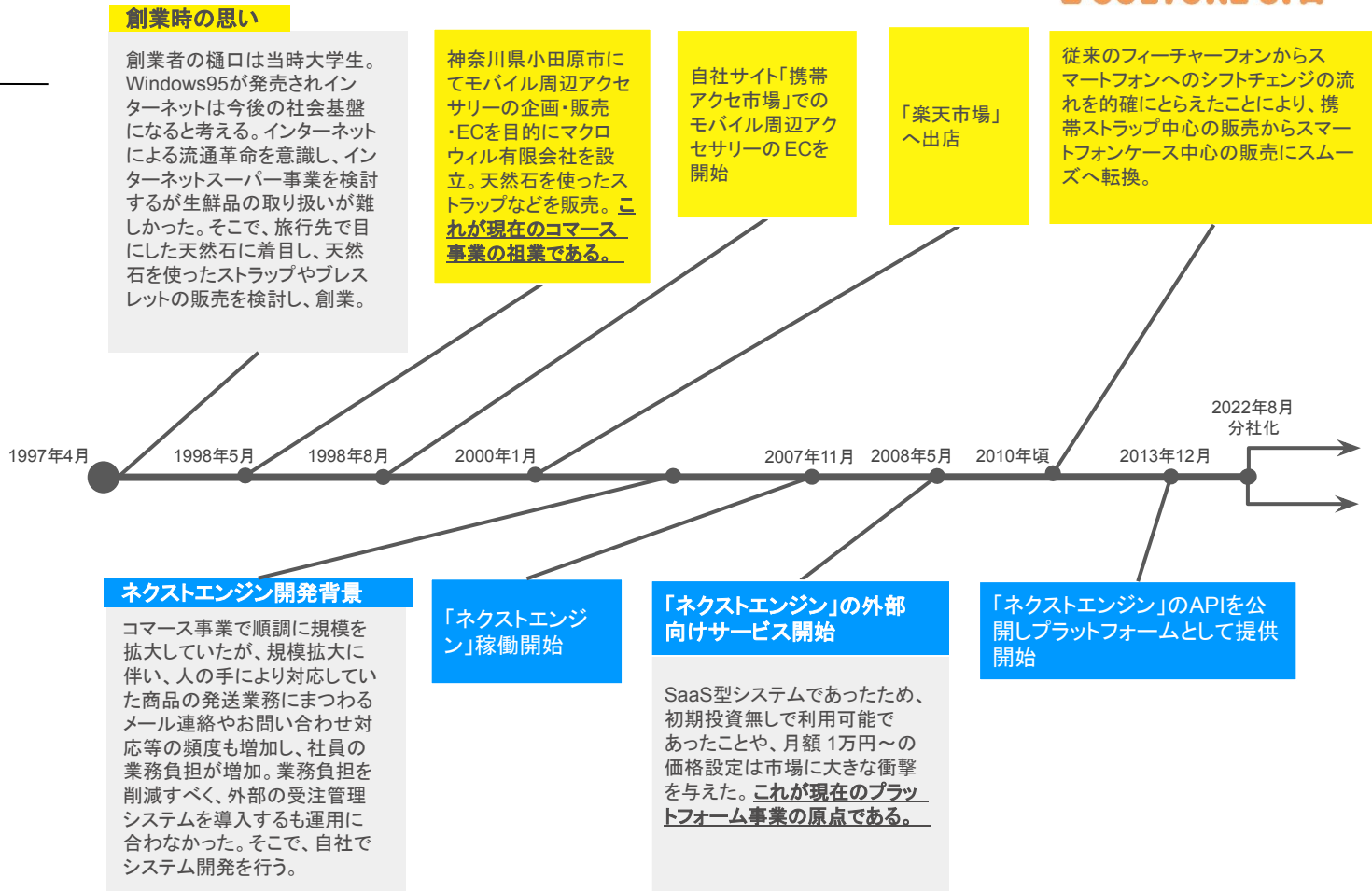


ビジネス概要



事業ヒストリー

Z CULTURE SPA



モバイルライフ事業

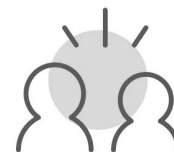
- 「iFace」は特徴的なデザインでスマホケースで、Hameeの代表的なモバイルアクセサリーブランドです。
- 高いデザイン性をもつケースを中心に広い顧客層にアプローチできる商品ラインナップや、認知度の高いブランドを活用したケースに留まらない様々な商品展開をしています。



特徴的な
デザイン



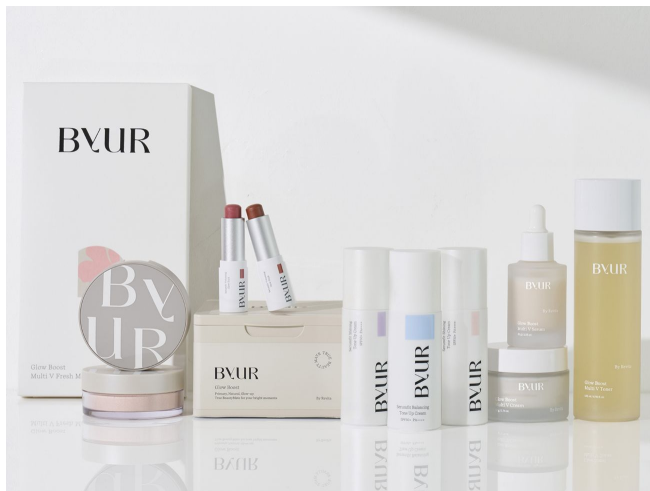
高い
認知度



若年層から
強い支持

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

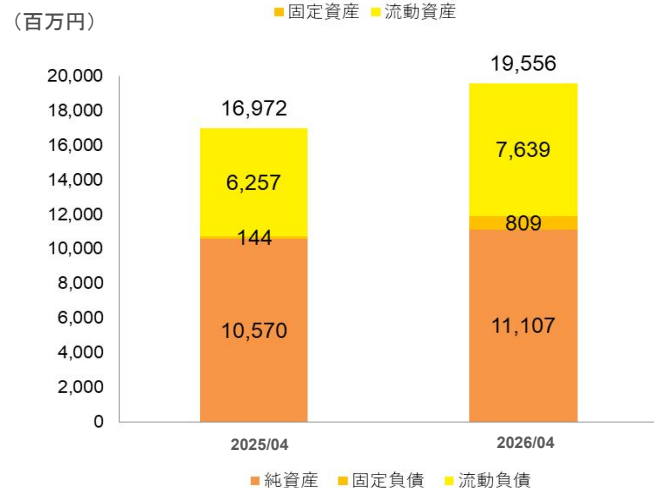
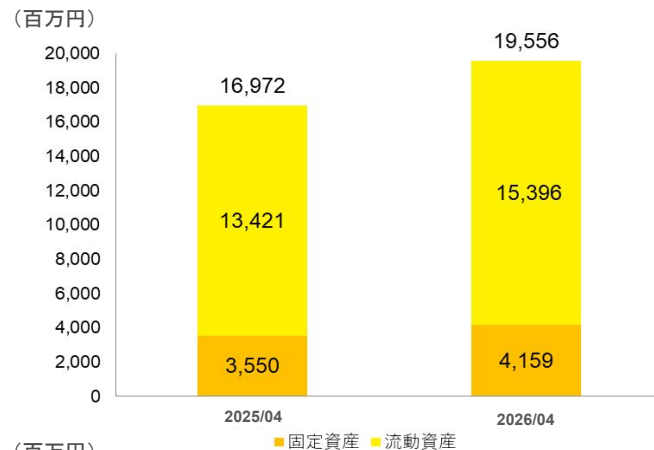
中国



参考情報



26年4月期 2Q 連結貸借対照表



(百万円)

流動資産	15,396	1,974
■ 現金及び預金	5,316	323
■ 受取手形及び売掛金	2,622	269
■ 商品	4,658	512
■ その他	2,664	823

固定資産	4,159	609
■ 有形固定資産	2,281	653
■ 無形固定資産	575	△ 33
■ 投資その他	1,303	△ 11

流動負債	7,639	1,381
■ 短期借入金	5,150	1,300
■ その他	278	34

固定負債	809	664
■ その他	748	645

純資産	11,107	537
■ 利益剰余金	9,460	△ 58

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)

(単位: 百万円)					2025/4				2026/4	
					1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
事業数値サマリー(会計期間)										
売上高				モバイルライフ事業	1,638	2,550	2,053	2,116	1,705	2,432
				コスメティクス事業	908	913	788	813	881	1,157
				ゲーミングアクセサリ事業	693	768	1,150	1,094	934	652
				新規事業投資	28	32	37	41	30	29
			国内コマース合計		3,269	4,264	4,029	4,066	3,551	4,271
			グローバル事業		408	932	1,425	590	749	681
			コマースセグメント合計		3,678	5,196	5,454	4,656	4,301	4,952
			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

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)

(単位:百万円)					2025/4				2026/4	
					1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
事業数値サマリー(会計期間)										
セグメント 利益				モバイルライフ事業	229	535	340	385	244	423
				コスメティクス事業	69	△48	△18	7	△70	6
				ゲーミングアクセサリー事業	39	16	102	126	66	△8
				新規事業投資	△47	△57	△54	△65	△45	△43
				機能部署	△58	△63	△60	△66	△63	△62
				国内コマース合計	232	382	309	386	132	314
				グローバル事業(連結調整含む)	△98	318	391	235	△33	136
				コマースセグメント合計	134	700	701	622	98	451
				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
調整額※					△393	△370	△477	△646	△421	△436
営業利益					223	797	917	415	171	534

※ 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>