

各 位

2026年6月25日
Hamee株式会社
(証券コード：3134)
代表取締役社長 水島 育大

2026年4月期 通期 決算説明会 質疑応答（要旨）

Hamee（ハミィ）株式会社（所在地：神奈川県小田原市、代表取締役社長：水島 育大、証券コード：東証スタンダード3134）は、2026年4月期 通期決算に関して、2026年6月16日に開催した機関投資家・アナリスト向け決算説明会、および2026年6月18日に開催した個人投資家向けIR説明会において皆様からいただいた主なご質問および当社の回答（要旨）を、以下のとおりお知らせいたします。

※本資料に記述している内容は、決算説明会等における質疑をもとに要約した当社の見解であり、その情報の正確性および完全性を保証するものではなく、今後、予告なく変更される可能性があります。また、本資料には将来の見通しに関する記述が含まれておりますが、これらは現時点で入手可能な情報に基づき当社が合理的であると判断する一定の前提に基づくものであり、その達成を約束する趣旨のものではありません。そのため、様々な要因の変化により、実際の業績は記述している将来見通しとは大きく異なる可能性があることをあらかじめご了承ください。

■ 業績・財務について

Q1. NE株式会社（以下、NE社）の実績を除いたHamee単体の利益率は、以前はより高かったと記憶しています。現在は先行投資費用が差し引かれているという理解でよろしいでしょうか。

A1. NE社を除外した継続事業ベースで見ても、足元の利益率は第27期から第28期にかけて低下しております。その主な要因は、当社の今後の戦略に基づく成長投資の計上であり、加えて前期は米国関税等の外部要因も一部含まれております。これは事業の実力が低下したのではなく、将来の成長に向けて意図的に投資を重点的に配分した結果であり、主にカテゴリー拡張に向けたものでございます。実際、NE社を除外した継続事業ベースの営業利益は、2026

年4月期の260百万円から2027年4月期は502百万円へと約2倍への成長を目指しており、中期経営計画では2029年4月期に1,804百万円まで拡大してまいります。先行投資はあくまで今後3年間の中期経営計画の利益計画を実現するための投資であり、その成果を着実に利益へ転換してまいります。

Q2. 先行投資費用以外に、各カテゴリーにおいて純粋に事業環境の悪化等があるのではないのでしょうか。

A2. 先行投資以外の要因も一部ございます。具体的には、①ゲーミングアクセサリ事業：前期の大型ゲームタイトルの発表に伴う特需が前々期末から生じておりましたが、これが一巡したことに加え、海外勢によるAmazonモールへの低価格での参入など、競争が激化したことがございます。②グローバル事業：米国関税による費用の増加と、それに伴う市場の混乱の影響がございました。③モバイルライフ事業：卸販売の売場が横ばいから縮小傾向にあることが挙げられます。一方で、コマースセグメント全体では売上高が前年比+5.8%と増収を確保しており、ビューティー事業は+30.4%の大幅増収かつ黒字幅を拡大、グローバル事業も+11.3%の増収と、事業は着実に成長しております。したがって、利益の減少は構造的な事業環境の悪化によるものではなく、先行投資と一部の外部要因が主因であり、これらは中期経営計画の中で対応してまいります。

Q3. 営業キャッシュ・フローがマイナスに転じていますが、キャッシュ創出力に問題はないのでしょうか。

A3. 営業キャッシュ・フローのマイナスにつきましては、NE社が連結除外となったことによる利益規模の縮小に加え、当社の新規事業（特にコスメティクス事業、ゲーミングアクセサリ事業）の成長に向けて在庫や売上債権などの運転資本が積み増されたこと、ならびに新商品や販路拡大に向けた先行投資等が主な要因でございます。期末の現金は18億1,200万円を確保しており、自己資本比率も53.5%と財務基盤は健全な状況を維持しております。来期は限界利益率の追求と在庫の適正化により運転資本効率を改善し、キャッシュおよび資本効率を回復させてまいります。なお、現金の前期末比31億8,100万円の減少は、スピノフに伴う構造変化によるものであり、営業活動に由来するものではない点もご認識いただければと存じます。

Q4. 同規模の企業と比較して、本部費用が重すぎると感じます。貴社の構造的な問題点と推察いたしますが、改善されるのでしょうか。それとも利益改善はトップライン頼みなののでしょうか。また、事業利益以下の営業費用の内訳を概略で結構ですので教えてください。

A4. ご指摘のとおり、足元では事業利益 1,386 百万円に対し、調整額として計上している本部費用が大きく、営業利益は 260 百万円・営業利益率 1.3%にとどまっております。要因の一つとして、本部費用には日本本社と韓国子会社の本部費用（いずれも同程度の規模）が含まれております。他社では日本本社のみ本部費を計上するケースもあると考えられ、その違いがある可能性がございます。また、従来プラットフォームセグメントと分担していた本社機能のコストを、現在はコマースセグメントが単独で負担する構造へ移行したことも一因でございます。スピンオフの実行に向けて各社で徐々に最適化を図ってまいりましたが、なお最適化の余地は残っており、現時点では負担が大きく映る面があると認識しております。一方で、利益改善はトップライン頼みではございません。中期経営計画における利益拡大は、限界利益率の改善に加え、組織の拡大に伴っても本部費用をできる限り抑制し、AI の活用により本部機能そのものを効率化することで実現してまいります。トップラインの成長に加え、こうした費用の抑制にも取り組みながら、利益率を改善してまいります。

Q5. 今回の決算で持分法による投資損失が 200 百万円程度計上されていますが、その要因を教えてください。また、この損失は中期経営計画期間も継続する見込みでしょうか。

A5. 持分法投資損失約 200 百万円の多くは、ゲーミングモニターブランド「Pixio」のオーナーである Pixio USA Inc.へ当社が一部出資しており、そののれん償却等が含まれているものでございます。200 百万円のうち一部は今後ものれん償却等が発生いたしますが、それ以外は同社の業績に連動してまいります。計画におきましては、一定の損失を見込んだうえで策定しております。

■ NE 社のスピンオフの影響について

Q6. NE 社の連結除外による影響は、今後はないと考えてよろしいでしょうか。

A6. NE 社の連結除外の影響について正確にご説明いたします。NE 社は 2025 年 11 月にスピンオフしており、2026 年 4 月期の連結業績には、同社のプラットフォームセグメントを第 2 四半期まで計上しております。2027 年 4 月期以降の連結業績の実額そのものには NE 社は含まれず、従来のコマースセグメントに特化した姿となります。一方で前年同期比の比較におきましては、比較対象となる前期 = 2026 年 4 月期の第 1・第 2 四半期に NE 社の業績が含まれるため、2027 年 4 月期は第 2 四半期までは前期比ベースで影響が残るように見えます。第

3 四半期以降は前期も既に NE 社が連結対象外となるため、前期比でも影響は解消いたします。すなわち、第 1・第 2 四半期の決算では、NE 社の業績を含む前期と比較されるため、見かけ上は減収減益のように映る可能性がございます。この比較上の歪みを正しくご覧いただけるよう、今回の決算説明資料には NE 社を除外した継続事業ベースの実績を併記しております。当該ベースでは 2026 年 4 月期から 2027 年 4 月期にかけて売上高 +13.5%・営業利益 +92.8%と成長軌道にあり、これが新しい Hamee の実態でございます。なお、スピノフに伴う総資産・純資産の減少も想定どおり進捗しており、自己資本比率は 53.5%と健全な水準を維持しております。

Q7. スピノフにより、両社の利益を合算しても以前の利益より少なくなっているように見えますが、社内間取引で利益が消失したということなのでしょうか。現状の市場評価では分離しない方が良かったとも思えますが、それでも長期的には分社した方が両社ともに企業価値がスケールするとお考えでしょうか。

A7. スピノフにより両社の利益を合算しても以前より少なくなっているように見えるという点は、主に第 27 期と第 28 期を比較した場合のご指摘と存じます。第 27 期と第 28 期の Hamee の事業を見ても減益の部分もあり、以前より利益が少なくなっているところはございます。ただし、これは当社が今後の成長に向けた先行投資のフェーズにあることが大きな要因であると考えております。長期的に分社化が正しいかどうかは、現時点ではコメントしづらい面がございます。もっとも、当社といたしましては、中長期的にそれぞれが分かれて事業を行い、各事業を得意とする人材が集中して取り組むことで、より高い成長率・企業価値を実現できると考え、今回のスピノフを実施いたしました。それを数字でお示できていない点は、誠に申し訳なく存じます。NE 社については当社から申し上げることはできませんが、Hamee につきましては、この中期経営計画を実現し、スピノフ前の Hamee の状況より更に良い状況、更に大きな企業価値の実現を目指してまいります。

■ 中期経営計画について

Q8. 中期経営計画の具体的な数値は提示されていますが、戦略についても教えていただけますでしょうか。

A8. 2029 年 4 月期に売上高 30,889 百万円、営業利益 1,804 百万円、事業利益 3,325 百万円（2026 年 4 月期比で約 2.4 倍）を目標とし、継続事業ベースの売上高年平均成長率は 15.4%と設定しております。段階目標としては、2027 年 4 月期に売上高 22,817 百万円・営業利益 502 百万円、2028 年 4 月期に売上高 27,106 百万円・営業利益 1,098 百万円を計画

しております。達成の柱は3つございます。1つ目は最大の成長ドライバーであるビューティー事業、およびグローバル事業です。この2つが成長ドライバーとなって全体を牽引してまいります。2つ目は収益性の改善で、主にビューティー事業において原価改善と在庫回転の向上等により限界利益率を22.3%から25.7%へ引き上げ、売上成長が利益に直結する体制を構築してまいります。売上高1.5倍に対し事業利益が2.4倍となるのは、この限界利益率の向上によるものです。3つ目はAI活用で、需要予測や業務基盤への投資等により、在庫の縮小、全体の効率化、意思決定の高速化を進めてまいります。2027年4月期は先行投資の仕込み期と位置づけており、2028年4月期以降に本格的に投資を回収しながら、最終年度はROIC10%以上、ROE12%以上を目指してまいります。

Q9. 中期経営計画の数値計画の策定根拠と確度について教えてください。

A9. 中期経営計画は、モバイルライフ・ビューティー・ゲーミングアクセサリ・グローバルの4つの成長ドライバーごとに、市場規模（TAM/SAM/SOM）・市場成長率・各事業の具体的な打ち手を積み上げて策定しております。確度につきましては、まず2027年4月期を成長に向けた先行投資の仕込み期と位置づけ、利益の本格回収を2028年4月期以降に置いております。前期は当初計画に対しては未達となったものの、修正計画に対してはコマース売上高で達成率102%・セグメント利益で約120%と超過達成しており、計画の統制力に加え、ビューティー事業やゲーミングアクセサリ事業など、ある程度先行きが読めるようになってきております。今後はグローバル事業の成長と、ビューティー事業のさらなる収益化が計画の鍵になると考えております。一定の確度をもってお示ししておりますが、当社といたしましては、これより更に上を目指して事業を展開してまいりたいと考えております。

Q10. 中期経営計画資料を拝見し期待が高まります。その際の成長ドライバーはどの事業でしょうか。スマートフォンケースのSPA企業としてのポジションを確立されており、他の事業でも同様にブランドを作っていく計画と見受けられます。それを可能にする貴社の強みはどのような点でしょうか。また、課題と考えていらっしゃる部分はございますか。

A10. iFaceと同じような形で、ByURやPixioも育ててまいりたいと考えております。それを可能にする当社の強みは、ECで販売しつつ、卸売の販路も併せ持っている点にございます。オンライン・オフラインの双方で当社の商品を広げられる環境を有しております。取り扱う商品は異なりますが、スマートフォンケースのチャンネルで築いた信頼関係をベースに、ビューティー事業やゲーミングアクセサリ事業でも展開できている実態があり、これが当社の強みでございます。また、ByURではインフルエンサーの方々とも継続的に、新商品を出しながら

らその内容を説明し、リレーション・コミュニケーションを通じて信頼関係を築くことに注力しており、この点も強みと考えております。一方で課題は、BtoCの部分でございます。直接保有する店舗がほとんどなく、お客様からのダイレクトなニーズを得る機会がまだ少ないため、こうした機会を増やしていくことが今後非常に重要であり、注力してまいります。

Q11. 売上（トップライン）の成長を目指していかれるのか、利益を重視してコントロールしながら伸ばしていかれるのか、どちらのお考えに近いでしょうか。

A11. 各ブランドを持続的に成長させるため、必要な投資は適切に投下していく方針でございます。完全にイコールではございませんが、例えばブランド力＝認知と結びつくものであり、それが売上と相関関係を持つのであれば、売상을伸ばしていくことが重要であると考えております。

Q12. 商品の多角化は良いと思いますが、商品を絞った場合と比べ、開発費や管理費等のコストが増加すると思います。そのうえで利益率を改善するのは難易度が高いと思われるのですが、実現性の確度は高いのでしょうか。

A12. 開発費や管理費につきましては、全く異なる領域の商品を作るとなれば、更に多くかかると考えております。当社は長くスマートフォン周りの事業に携わり、さまざまな取引先とのコネクションを有しており、どこで何を作れば最も効率的かという情報がある程度蓄積しております。コストが増加する部分はございますが、それを可能な限り低く抑えつつ、iFace・ByUR・Pixioをブランドとして展開し、そのブランド力で販売してまいります。費用対効果を見ながらカテゴリー拡張を進めてまいります。全く異なるブランドで展開すればマーケティング費用が更にかさみ、結局利益が残らないということになりますが、ブランド力を維持した中でカテゴリー拡張し、利益を最大限に高めていくことが、当社のカテゴリー拡張戦略でございます。

Q13. 先行投資費用は、どの分野にどのような費用が組み込まれているのでしょうか。

A13. 先行投資は主に、各事業の売上・シェア拡大に向けたカテゴリー拡張のためのマーケティング費用であり、市場を拡大していくための費用とお考えいただければと存じます。具体的には、①モバイルライフ事業：今後注力するモバイルバッテリーは、スマートフォンケースと隣接する周辺市場ではございますが、一定のマーケティング費用がかかってまいります。②ビューティー事業：ベースメイクの導入や新商品の拡大に伴うマーケティング費用に加え、導入店舗の拡大に伴う販促費、および新ブランド「ByGLOW」の広告投資が含まれます。③ゲー

ミングアクセサリー事業：ゲーミングモニター依存からの脱却を迅速に進めており、モニターアーム・デスク・チェア等の周辺アクセサリーの開発・リリースに向けた構造転換に伴う費用でございます。④グローバル事業：自社ブランドの海外販路拡大に関する費用でございます。あわせて、中期経営計画に掲げる AI 活用基盤にも一定の投資を進めております。いずれも単年度で費用計上されるものが多い一方、効果は翌期以降に表面化するものであり、「先行投資」と表現しております。

Q14. 先行投資費用が高めば P/L 上の見目は良くなりませんが、成長第一であることは理解いたしますが、株価が大きく下落し既存株主の利益が失われている現状において、先行投資がいかに利益に結びつくのか、具体的にご説明いただけますでしょうか。

A14. 株価が下落し、株主の皆様にご心配をおかけしておりますことを、真摯に受け止めております。そのうえで、今後の方向性をご説明いたします。今回の連結減益は、その多くが NE 社の連結除外という会計上の構造要因と、将来成長への先行投資によるものでございます。投資の成果はすでに表れ始めており、ビューティー事業は収益化フェーズへ移行し、事業利益を前期の 10 百万円から 57 百万円へ拡大しております。NE 社を除いた継続事業ベースの営業利益は、2026 年 4 月期 260 百万円から 2027 年 4 月期 502 百万円へと伸ばす計画であり、計画上 3 年強で約 7 倍への拡大を目指してまいります。投資の多くは広告・販促・開発等の費用性のものであり、効果の発現とともに利益へ回収される構造でございます。株主還元につきましても配当性向 20%以上を維持しており、NE 社のスピンオフ前とは利益規模が変わるため金額としては減少いたしますが、中期経営計画の目標を達成し、その達成に応じた段階的な増配を目指してまいります。先行投資を着実に利益へ転換し、企業価値の回復・向上をもって株主の皆様にお応えしてまいります。

Q15. 先行投資の費用を中期経営計画資料に具体的に記載してほしかったのですが、まだ具体的な金額が決まっていないということなのでしょうか。

A15. 先行投資の費用を中期経営計画でより具体的にお示しすべきとのご要望、受け止めております。まず、「金額が決まっていない」ということではございません。当社は先行投資という形で表現しておりますが、これは各事業の各カテゴリーに伴うマーケティング費用、市場を更に拡大していくための費用でございます。各事業の広告宣伝費・販促費・開発費等の先行投資は、中期経営計画の利益計画に織り込んだうえで策定しており、計画値として社内で保有しております。「先行投資」として区分して記載してはおりませんが、実際の P/L の中にはそれらも織り込んだうえで利益計画を策定しております。

Q16. 新規事業は社員からの公募によるものでしょうか。それとも経営層の発案によるものが多いのでしょうか。また、イノベーションを生み出す職場づくりについて、重視されている点はございますか。

A16. 新規事業創出について、決まった型はございません。ただ、結果としてボトムアップによるものが多いと考えております。会社として脱炭素に取り組むという方針は経営から明確に打ち出しており、それに対して社員が半ば自発的に「こういうことをやったら面白いのではないか」と発案し、動いて形になっていくというのが Hamee の新規事業でございます。結果として、そうした型が多いと考えております。イノベーションを生み出す職場環境づくりにつきましては、フラットな組織風土を醸成するという点を非常に重視しております。誰もが意見を言える環境であることは昔からずっと意識して取り組んでおります。

Q17. 中期経営計画では販売戦略等さまざまな戦略に触れられていますが、組織改革についてはあまり触れられていません。NE のスピノフで組織が大きくスリム化し変化している中で、Hamee ならではの組織戦略が見えると、中期経営計画の数値の確度がより見えてくると思います。

A17. この中期経営計画にあたって組織が大きく変わったということはありません。実際に変わったところとしては、NE 社を分社化したタイミングで、事業の分け方が変わったと認識しております。その延長線上でスピノフがあり、新 Hamee としてのスタートを切ったという流れであるため、このタイミングで大きく変わったというものではございません。なお、それ以前は事業部体制ではなく、全社で iFace やスマートフォンアクセサリーを販売していく会社でございましたが、コスメティクス事業、ゲーミングアクセサリー事業が立ち上がった段階で、事業部の組織体制へ移行したという経緯がございます。

■ 各事業の取り組みについて

Q18. モバイルバッテリーのようなレッドオーシャン市場で、何をどのように差別化されるのでしょうか。

A18. モバイルバッテリーにつきましては、まだ具体的な商品内容を申し上げることはできませんが、現在は安全性が非常に注目されていることがポイントでございます。機能に特化したブランド・メーカーが多い中で、当社は iFace を軸としたデザイン等に強みがあると考えております。競争が非常に激しいことは重々承知しておりますが、当社の強みを活かし、十分に競争力を発揮できると考えております。既に前期にいくつかのシリーズを展開しており、一定の手応えを感じております。

Q19. コスメティクス事業の前年同四半期比 67.8%成長は、今後も持続可能でしょうか。

A19. コスメティクス事業（2027年4月期からはビューティー事業）につきましては、販路再編や卸先の取引先変更等により前期は停滞した部分もございましたが、販路再編後の体制安定の目途が立っております。また、ベースメイクが卸販売で非常に好調に推移していることが主な要因であり、第4四半期も販促費の先行投資を行いつつ黒字幅を拡大し、明確に収益化フェーズへ移行したと考えております。今期はByURの原価低減や販管費の効率化により収益基盤を確立しつつ、新ブランド・新カテゴリーでの多角化を進めてまいります。なお、ByGLOWは広告の先行投下段階にあり、収益貢献は次期以降の計画としております。中期経営計画では平均成長率24.7%を目指してまいります。

Q20. ビューティー事業は今後伸びると考えてよろしいでしょうか。また、どのように伸ばしていられるのか、可能な範囲で教えてください。

A20. ビューティー事業は、特に今期において当社の最大の成長ドライバーでございます。2027年4月期は売上高で約20%の増加、中期経営計画では平均成長率約24.7%での拡大を計画しております。まずByURにおいて主に9月と3月に新商品を予定通り投入し、売上のベースを引き上げてまいります。チャネル別では、ベースメイクの卸売における導入店舗が拡大しており、既に第4四半期で実績が出ております。ここが進展することで大きく貢献してくると見込んでおります。あわせて、原価の低減余地や販管費の最適化を進める余地があると考えており、収益基盤を確立してまいります。また、新ブランド「ByGLOW」も育成してまいります。広告を先行投下して認知を獲得しており、2028年4月期の単月黒字化を目指し、第2の収益柱として育ててまいります。さらに、別ブランド・新カテゴリーの投入も検討しており、単一ブランド依存から脱却した事業内ポートフォリオを構築してまいります。

Q21. ByURが黒字化し期待しております。利益構造について、広告費を除いた場合の収益力はどの程度でしょうか。また、黒字化は一時的なものか、再現性があるのかについてご説明ください。原価低減がどの程度実行されたのか、また広告の前倒しや評価損は一時費用とされていますが、実は恒常的に発生するコストになり得るのではないかと懸念しております。

A21. 広告費を含めた利益率につきましては、競争上の理由から明確にお答えすることは難しい点をご理解ください。原価低減の実行度合いにつきましては、当初は取扱量・発注ロットが小さく、取引先との価格交渉力も十分ではございませんでした。その後、一定のボリュームが出てきたことに加え、継続的に新商品を開発・リリースできるようになり、前期下半期に入ってようやく交渉力がついた中での商品をリリースできております。これが今後も継続でき

ば、原価改善は更に進むと考えております。広告の前倒しや評価損が恒常的なコストになるのではないかとのご懸念はもっとも受け止めております。新規事業の遂行にあたっては取引先の変更等のイレギュラーな対応があり、費用が発生しておりました。第4四半期につきましては、利益が出た状況をお示しできたと考えております。これを每期続けられるかという点については季節性もあり多少の上下はございますが、流れとしては着実に上昇基調を形成できてきていると考えております。「収益化フェーズへ移行した」と表現したのは、一定の確度を持たせたことの表れとご理解いただければ幸いです。

Q22. ByUR は韓国美容のトレンドを取り入れたブランドと理解しております。一方で韓国コスメ市場は競争が激しく、多くのブランドが日本市場に参入しています。そうした中で、ByUR ならではの競争優位性や差別化のポイントをどのようにお考えでしょうか。

A22. ByUR は「韓国コスメ」とは位置づけておりません。韓国の毛穴管理をコンセプトとして捉えた、日韓共同開発のブランドという見せ方をしております。確かに韓国コスメは競争が激しく、淘汰も進んでいると伺っております。ByUR がそこに巻き込まれずにいられるのは、こうした点によるものと考えております。日本のお客様のニーズに合わせてローカライズされたブランドというポジションを築けていることが、ByUR の異なる点でございます。商品をご覧いただくと、その違いもお分かりいただけるかと存じます。どちらかと言えば日本のお客様向けの意味合いが強いパッケージ等となっており、差別化が図れているため、店頭でお選びいただけるものになっていると考えております。

Q23. サプリメント事業は成熟市場かつ競争環境も厳しいかと思いますが、どのような勝算があつての参入なのでしょう。また、現状の手応えはいかがでしょうか。

A23. サプリメント事業は厳しいのではないかとのご意見を多々頂戴しておりますが、現時点での感触は良好でございます。ゼロからサプリメント市場へ参入することは非常に厳しいものの、当社は既に ByUR で一定程度の販売チャネルにおける信頼と販売基盤を構築したうえで販売となっております。ByGLOW は 2025 年 11 月に立ち上げましたが、非常に順調に推移しております。「毛穴管理」というコンセプトのもとに ByUR があり、その流れの中で ByGLOW があると認識いただいております。卸売店舗では品薄状態となるほどご好評をいただいております。足元では非常に好調に販売が推移しております。全く異なるサプリメントブランドではなく、ByUR の毛穴管理というコンセプトに基づいて展開しているプロダクトであるとお捉えいただければ、今後の勝算も見えてくるものと考えております。

Q24. 新規事業の収益化の時期は、いつ頃を想定されていますでしょうか。

A24. 新規事業として表示しているものの中には、脱炭素に関連する事業等も含まれております。当社の「ZカルチャーSPAと脱炭素の両立」というミッションに基づき、事業性を見極めながら運営しております。各取り組みの進捗や市場環境を踏まえ、伸ばすべき事業には重点的に投資する一方、見極めるべき事業については撤退の判断も行っております。新規事業の行き先はさまざまであり、例えば既存事業と近い領域の新規事業は、順調に進展すれば既存事業に統合していくこともございます。一方、難しいものは事業譲渡や撤退となる場合もございます。予算上は一定の予備費を確保しており、その範囲内で運営することを徹底しながら、既存事業のレベルアップや会社全体の成長につながる事業に投資をしております。

■ 株主還元について

Q25. 配当が前期の22.5円から3円へ大幅な減少となっておりますが、実質的な減配ではないでしょうか。

A25. 2027年4月期の配当につきましては、スピンオフ後の利益規模を踏まえた水準としております。配当性向は21.2%となり、当社方針である20%以上を維持しております。なお、2026年7月に実施する配当につきましては、スピンオフを含めた従来計画に基づく株主の皆様とのお約束でもありましたことから、22.5円を維持いたしました。今後は新Hameeとしての利益規模に見合った形で、配当性向20%以上を維持する方針でございます。中期経営計画の目標達成後は、段階的な引き上げおよび利益成長に伴う増配を目指してまいります。あわせて株主優待も実施し、総還元を意識してまいります。

Q26. 配当方針について確認させてください。2029年4月期以降は配当性向20%から徐々に引き上げていく計画と考えてよろしいでしょうか。また、それまでは事業のための先行投資を優先されるお考えでしょうか。

A26. ご認識は概ねそのとおりでございます。第一段階となる本中期経営計画におきましては、配当性向20%以上を維持する方針でございます。利益は伸ばしてまいりますので、その中で配当性向20%以上を維持することにより、配当の絶対額は高まってまいります。中期経営計画の達成後については、現時点で明確な数字を申し上げることはできませんが、当然ながらその上を目指してまいります。まずは中期経営計画の達成に注力し、その間は配当性向20%以上を維持しながら、事業目標の達成を優先して取り組んでまいります。

Q27. かなりの減配となっておりますが、株主を軽視されていないでしょうか。企業価値向上に対する責任意識を教えてください。

A27. 株主の皆様にご心配とご負担をおかけしておりますことを、まず真摯に受け止めております。決して株主の皆様を軽視しているものではございません。事実と方針に基づきご説明いたします。今回の減配の主たる要因は、2025年11月のNE社のスピノフにより、当社の利益規模そのものが構造的に縮小したことにございます。もともと22.5円という水準は、スピノフを含めた計画の中でDPSを維持するとお伝えしておりましたので、その約束を守るという意味で、2026年7月に実施する配当は22.5円としております。新Hameeとしては配当性向20%以上を維持しておりますが、利益規模が縮小したことに応じた配当となっております。企業価値の向上につきましては、事業を拡大し、企業価値を高め、それをもって株主の皆様へお返しすることが経営の責任であると考えております。まずは中期経営計画を達成してまいります。先行投資を伴いますが、3年後には売上高30,000百万円超、営業利益1,804百万円を目指し、その達成に注力してまいります。引き続きご支援を賜れますと幸いです。

Q28. 配当・株主優待ともに改悪であると感じます。対策を講じていただけないでしょうか。

A28. 配当・株主優待についてのご指摘を真摯に受け止めております。配当につきましては、今回の減配はNE社のスピノフによる利益規模の縮小を踏まえた水準ではございますが、配当性向20%以上を維持する方針は変えておらず、中期経営計画の目標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。利益の回復・成長を、増配という形でお応えできるよう努めてまいります。株主優待につきましては、意図といたしましては拡充を企図したものでございます。従来の「いずれか1サイトで使える1,500円相当」から、2026年10月末基準日より「iFace・ByUR・ByGLOW・Pixioの4ブランド各サイトで使える総額4,000円相当」へと、総額・対象ブランドともに拡大いたしました。一方で、「サイトが分かれて使いにくい」「1サイトあたりの金額が実質的に下がった」とのご指摘があることも認識しております。株主の皆様により満足いただける制度となるよう、ご利用のしやすさを含め、運用面の改善を継続的に検討してまいります。

【用語集】

本資料の回答中で用いた主な専門用語について、以下のとおり補足いたします。

- ・ **限界利益率**：売上高から変動費を差し引いた「限界利益」が売上高に占める割合。
- ・ **事業利益**：各事業が本業で稼ぐ力を示す利益指標。本社（コーポレート）費用等を配賦する前の、各事業単位の利益。
- ・ **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、2025年4月期より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。
- ・ **在庫回転（率）**：一定期間の売上原価等を平均在庫で割った指標。高いほど在庫が効率的に販売されていることを示す。
- ・ **ROE（自己資本利益率）**：自己資本に対する当期純利益の割合。
- ・ **TAM/SAM/SOM**：市場規模の段階的な捉え方。TAM=理論上の最大市場、SAM=自社が狙える市場、SOM=実際に獲得が見込める市場。
- ・ **配当性向**：当期純利益に対する配当総額の割合。

【ご参考資料】

- ・ 2026年4月期 通期 決算短信〔日本基準〕（連結）

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS71035/3df94cdc/1596/4cd4/b0c3/4a1315ea9392/20260615140447296s.pdf>

- ・ 2026年4月期 通期 決算説明資料

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS71035/3f1914d9/25b5/442f/a1a0/6acb8ddcd18d/20260615140736601s.pdf>

その他の開示資料は当社 IR ページよりご覧ください。

<https://hamee.co.jp/ir>

なお、個人投資家向け説明会の模様は、以下よりアーカイブ動画をご覧ください。

<https://hamee.co.jp/ir/library/video>

【Hamee (ハミィ) 株式会社 概要】

会社名 : Hamee 株式会社 (東証スタンダード 証券コード : 3134)

設立 : 1998 年 5 月

代表者 : 代表取締役社長 水島 育大

所在地 : 神奈川県小田原市栄町 2-12-10 Square O2

事業内容 : スマートフォンアクセサリーの開発・製造事業、米国・中国・韓国における EC 展開、ByUR ブランドを展開するビューティー事業、ゲーミングアクセサリーブランド Pixio を取り扱うゲーミングアクセサリー事業、不要なプラスチックをリサイクルする ParallelPlastics サービスなどの脱炭素事業を展開

URL : <https://hamee.co.jp>

以上

本資料の将来に関する記述は現時点で入手可能な情報に基づく当社の判断・仮定であり、実際の業績等は様々な要因により異なる可能性があります。